ダイキン工業株式会社

2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会

2025 年 11 月 6 日

イベント概要

[企業名]	ダイキン工業株式会社
[企業 ID]	6367
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2026 年 3 月期第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2026 年度　第 2 四半期
[日程]	2025 年 11 月 6 日
[ページ数]	45
[時間]	10:30 – 11:56 （合計：86 分、登壇：36 分、質疑応答：50 分）
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	6 名 代表取締役社長 兼 COO　竹中　直文（以下、竹中） 取締役 兼 副社長執行役員 経理財務・予算担当 髙橋　孝一（以下、髙橋） 専務執行役員 国内空調事業担当　舩田　聡　（以下、舩田） 常務執行役員 コーポレートコミュニケーション担当 宮住　光太（以下、宮住） 執行役員 グローバル戦略本部担当　上原　章司（以下、上原）

	化学事業部 化学事業部長	平尾　泰久（以下、平尾）
[アナリスト名]*	ゴールドマン・サックス証券	諫山　裕一郎
	野村證券	前川　健太郎
	UBS 証券	佐々木　翼
	ジェフリーズ証券	福原　捷
	BofA 証券	堀田　賢人
	シティグループ証券	グレーム・マクドナルド
	SMBC 日興証券	谷中　聡

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読されたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

登壇

阪本：ただ今より、ダイキン工業株式会社、2026 年 3 月期、第 2 四半期決算説明会を始めさせていただきます。本日はお忙しい中、多数の方にご参加いただき、ありがとうございます。説明資料につきましては、メールでご案内しておりますとおり、当社ホームページ、株主・投資家情報に掲載しております。必要な方はお手元にご用意のほど、お願いいたします。

それでは本日の登壇者をご紹介いたします。代表取締役社長兼 COO、竹中直文、取締役兼副社長執行役員、経理財務・予算担当、髙橋孝一、専務執行役員、国内空調事業担当、舩田聡、執行役員、グローバル戦略本部担当、上原章司、化学事業部、化学事業部長、平尾泰久、常務執行役員、コーポレートコミュニケーション担当、宮住光太、以上 6 名でございます。進行は、経営 IR グループの阪本が務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

本日は初めに、社長の竹中よりお話しさせていただきました後、副社長の髙橋より、決算の概要についてご説明させていただきます。合わせて 40 分程度お時間を頂きました後、質疑応答とさせていただきます。終了時刻は 12 時を予定しております。それでは竹中社長、お願いいたします。

竹中：竹中でございます。本当にお忙しい中、多数のご参加をいただきまして、誠にありがとうございます。皆様には日頃より、弊社の事業活動にご支援を賜っておりまして、この場をお借りしまして厚く御礼を申し上げます。

さて、昨日発表いたしましたとおり、上期決算は、厳しい事業環境が続く中、引き続き収益重視の事業運営を徹底したことで、売上高、営業利益は計画どおりの水準を確保することができました。営業利益はわずかの上振れでありますけれども、経常利益、四半期純利益とも、合わせて各段階利益で上期として過去最高益を更新することができました。

期初の時点では、下期にかけて事業環境が回復することを見込んで計画を策定しておりましたけれども、市場の回復は想定よりも遅れておりまして、引き続き厳しい事業環境が続く見込みであります。当社は期初より、経営トップマターで進める 6 テーマ、これを定めまして、体質改革のスピードと実効性を高めるべく、取り組んでまいりました。これらの成果を最大限創出することによって、事業環境の厳しさを打ち返して、年間の営業利益 4,350 億円を確実に達成してまいりたいと考えています。

上期の決算につきましては、詳細は後ほど高橋より説明いたしますけれども、売上高、営業利益共に、ほぼ計画どおり。売上高は 2 兆 4,788 億円、営業利益は 2,466 億円となり、為替影響を除く実質ベースで増収増益を達成することができました。とりわけ第 2 四半期以降は、米国住宅市場の低迷や、中国の不動産不況の長期化などから、われわれの想定を上回って需要が低迷しました。そのような中でも、米国や欧州における販売力、営業力の強化、国内市場での高付加価値商品の販売拡大、売価アップやコストダウンなど、トップマターで掲げた 6 テーマの施策を実行してまいりました。需要が想定以上に厳しくなる中で、当初掲げた施策を徹底実行し、追加の施策も打ってきたことで、上期の増益につなげることができたと考えております。

下期以降でございますけども、今後に向けてポイントとなるところを私からお話しさせていただきたいと思います。まず、皆様の関心が最も高い北米空調事業についてであります。米国の住宅用ユニタリー事業では、顧客の取り戻しに加えて、新規ディーラーの開発を加速しておりまして、顧客の管理や商談のフォローを強化する仕組みも構築することで、お客様への提案力を強化しています。最大の強みでもある自前卸、これを通じた販売は、需要が弱含みする中でも伸ばすことができており、下期のさらなる増販を目指しております。

また、ディーラーに対して個別訪問によるきめ細かい支援、指導を実施することで、Fit などの環境プレミアム商品を取り扱うことへのハードルを下げ、販売拡大につなげます。アプライド空調事業については、データセンター向けの需要が引き続き好調であります。上期時点で北米のソリューション事業比率は 60%まで高まっており、目標に対しても計画どおりに進捗しています。引き続きソリューション事業の拡大に向けて、データセンターに加え、半導体製造など、工場や学校といった、用途、市場別にさらなる販売強化を図ってまいります。

データセンター向けの事業については、ダイキンアプライドアメリカ社がデータセンターの液冷技術に強みのある米国のチルダイン社を買収したことを、昨日発表させていただきました。DAA 社は 8 月にサーバーラックの冷却技術を持った DDCS 社の買収も行っておりまして、これらの買収によって、熱源、エアハンドリングユニット、キャビネット冷却から液冷のシステムまでを品ぞろえし、お客様の多様化するニーズに応える冷却ソリューションを提供できる体制が整いました。今後のデータセンター市場での事業拡大に向け、大きな一手が打てたと考えております。

インドについては、上期は天候不順に加えて、消費減税の発表により、買い控えの影響もあり、低調となりましたが、10 月以降は減税特需に対応し、買い替え促進キャンペーンを展開するなど、当社の販売・サービス網、生産能力をフルに活用して、このチャンスを生かして販売拡大につなげます。

今年度は戦略経営計画 FUSION25 の最終年度であります。現在、来年度からスタートする新計画 FUSION30 の策定を進めておりますが、今回の FUSION では新たな資本政策を織り込む予定です。当社の経営の基本は、将来の成長機会に対して積極的に投資し、成長戦略を実行することにより、企業価値向上と社会課題への貢献へつなげるというところにあります。将来にわたって成長戦略を支えていくため、収益性と資本効率、ROE の改善をより強く意識した経営を推進し、ステークホルダーの皆様からのご期待に応えていきたいと考えています。

事業戦略については大きく 3 つの観点に注目いただきたいと考えております。1 点目は、ソリューションで稼ぐ事業構造への転換です。省エネ機器単体のビジネスにとどまらず、計装やエネルギーマネジメントなど、市場、用途別に顧客の課題に寄り添い、ライフサイクル全体で価値提案を図っていきたいと考えています。成長市場であるデータセンターや工場などに対応した付加価値の高いシステム、サービスを提供していくことが重要と考えています。

2 点目は、北米での売上ナンバー1 の実現と、利益率の向上であります。インバーター、R32 など、環境プレミアム商材の普及拡大によるユニタリー市場での高いポジションを確立することに加えて、市場が拡大するアプライド事業の強化や、ソリューション事業を推進します。

3 点目が、グローバルサウスでの事業拡大であります。現地で開発、生産、販売、サービスなどの一大体制を構え、今後拡大する需要を取り込みます。品ぞろえの充実やコスト競争力を高めることで、中東やアフリカ地域の展開にもつなげてまいります。昨今東南アジアや欧州において中国メーカーの攻勢が強まっておりますが、各市場に合った差別化戦略を展開することで、中長期的に収益性を高めてまいります。

また、キャピタルアロケーションについても議論を進めてきました。成長投資を継続することで創出したキャッシュは、再投資に加えて、安定配当のみならず、自社株買いといった手段も選択肢に入れ、株主還元の在り方を抜本的に見直す考えです。現在、詳細に詰めている段階にあり、具体的な資本政策については、FUSION30 公表時に改めて皆様に詳細をご説明する予定であります。

私からの説明は以上とさせていただきまして、本日出席しております役員も含めて、後ほど皆様からご質問にお答えしたいと思います。以上でございます。

阪本：続きまして、髙橋副社長、お願いいたします。

Ⅰ．2026年3月期第2四半期決算　概要

為替を除く実質ベースで増収増益を達成。利益は過去最高を更新。
米国住宅市場の低迷、中国不動産不況の長期化など厳しい事業環境が続くなか、
販売力・営業力の強化、戦略的売価施策、コストダウンの取組みを推進し、増益。
米国の関税措置による直接影響（営業利益 約180億円）は、価格転嫁とコストダウンで吸収。

- ✓ 空調事業：米州・中国の住宅用の需要減少、アジアでの景気低迷と天候不順の影響を受けるなか、アプライド・業務用など需要が好調な事業で販売を拡大。米州で住宅用ユニタリーのシェアを大きく挽回したことに加え、日本で高付加価値商品を拡販したこと、中国でも、住宅用マルチエアコンの販売に資源を集中し、為替を除く実質ベースで増収増益。
- ✓ 化学事業：半導体向けの需要低迷、それに伴う流通在庫調整の影響を受け、減収減益。

（億円）	2024年度 上期実績	2025年度上期 計画（5月公表）	2025年度上期 実績	前年度比
売上高	24,931	24,700	**24,788**	99%
営業利益 （利益率）	2,466 （9.9%）	2,470 （10.0%）	**2,466** **（9.9%）**	100%
経常利益 （利益率）	2,242 （9.0%）	2,310 （9.4%）	**2,419** **（9.8%）**	108%
親会社株主に帰属する中間純利益 （利益率）	1,517 （6.1%）	1,520 （6.2%）	**1,609** **（6.5%）**	106%
USドル／円	¥153		**¥146**	
ユーロ／円	¥166		**¥168**	
中国元／円	¥21.2		**¥20.3**	

為替影響（対前年度）
売上高　▲715億円
営業利益　▲135億円

為替除く前年度比
売上高　102%
営業利益　105%

3

髙橋：髙橋でございます。本日はお忙しい中、決算説明会にお集まりいただき、ありがとうございます。第 2 四半期決算の概要につきまして、資料に沿って説明させていただきます。

まず 3 ページをご覧ください。第 2 四半期決算は、為替を除く実質ベースで増収増益を達成いたしました。米国住宅市場の低迷、中国不動産不況の長期化など、厳しい事業環境が続く中にありまして、昨年来、先手、先手で施策を実行し、欧米を中心に各地域で販売力、営業力の強化に努めたことに加えまして、戦略的売価施策やコストダウン取り組みを推進し、利益は過去最高を更新しております。

米国関税措置により、営業利益ベースで約 180 億円の直接的なマイナス影響がありましたが、売価転嫁とコストダウンで全て吸収いたしました。為替の実績は、米ドル 146 円、ユーロ 168 円、中国元 20.3 円、対前年の為替影響は売上高で 715 億円のマイナス、営業利益で 135 億円のマイナスとなりました。

事業セグメント別実績

(億円)		上期実績 2024年度	上期実績 2025年度	前年度比
全社	売上高	24,931	**24,788**	99%
	営業利益	2,466	**2,466**	100%
	(利益率)	(9.9%)	**(9.9%)**	
空調	売上高	23,165	**23,069**	100%
	営業利益	2,191	**2,323**	106%
	(利益率)	(9.5%)	**(10.1%)**	
化学	売上高	1,297	**1,268**	98%
	営業利益	262	**137**	52%
	(利益率)	(20.2%)	**(10.8%)**	
その他	売上高	469	**452**	96%
	営業利益	13	**6**	47%
	(利益率)	(2.8%)	**(1.4%)**	

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。

為替影響（対前年度）

	空調事業	化学事業
売上高	▲685億円	▲30億円
営業利益	▲127億円	▲8億円

為替除く前年度比

	空調事業	化学事業
売上高	103%	100%
営業利益	112%	55%

4

4 ページをご覧ください。事業セグメント別の実績です。空調事業は、米州、中国の住宅用の需要減少や、アジアでの景気低迷、天候不順の影響を受ける中、アプライド、業務用など、需要が好調な事業で販売を拡大いたしました。また、米州で住宅用ユニタリーのシェアを大きく挽回したこと、日本で高付加価値商品を拡販したことに加え、中国でも住宅用マルチエアコンの販売に資源を集中し、為替を除く実質ベースで増収増益となりました。

一方、化学事業は大幅な減収減益となりました。半導体向けの需要低迷、自動車向けの需要回復遅れなど、主力事業を取り巻く環境は大変厳しくありました。その中で、新たな用途開発により、データセンター向けの電線被覆材や環境対応の撥水（はっすい）・撥油剤などの販売拡大に努めました。各事業の状況、空調事業の地域別の状況につきましては、後ほどご説明いたします。

連結損益計算書

（億円）	2024年度上期	2025年度上期	利益影響額
	112	99	
売上高	24,931	24,788	▲143
売上原価	16,323 (65.5%)	15,961 (64.4%)	+362
粗利益	8,608 (34.5%)	8,827 (35.6%)	+219
販売費及び一般管理費	6,142 (24.6%)	6,361 (25.7%)	※1 ▲219
営業利益	2,466 (9.9%)	2,466 (9.9%)	+0
営業外損益	▲224	▲47	※2 +177
経常利益	2,242 (9.0%)	2,419 (9.8%)	+177
特別損益	▲ 17	▲ 47	※3 ▲30
税金等調整前四半期純利益	2,225 (8.9%)	2,372 (9.6%)	+147
法人税等 税負担率	653 29.3%	704 29.7%	▲51
非支配株主に帰属する中間純利益	55	59	▲3
親会社株主に帰属する中間純利益	1,517 (6.1%)	1,609 (6.5%)	+93

（　）内は対売上高比率

※1　販管費の主な増減内訳

研究開発費　▲47

※2　営業外損益の主な増減内訳

為替差損益　+111 (▲121→▲10)
受取利息　▲13 (99→86)
支払利息　+24 (▲232→▲208)
インフレ会計調整額　+101 (▲41→60)
［トルコのインフレ会計適用に伴う調整額］

※3　特別損益の主な増減内訳

投資有価証券売却益　▲37 (37→0)

5

5 ページは、連結損益計算書の主要項目の増減を記載しております。グローバルでコストダウンを推進したことにより、売上高原価率は改善いたしました。一方、販管費率は、人件費高騰などの影響により、やや悪化しております。

連結貸借対照表

（億円）	2024/9月末		2025/9月末		増減
手元資金		8,272		**8,763**	+490
売上債権	61日	8,304	**62日**	**8,454**	+150
棚卸資産	72日	9,795	**82日**	**11,087**	+1,292
固定資産		18,114		**19,956**	+1,842
投資有価証券		1,634		**1,846**	+212
その他		3,183		**3,571**	+388
資産合計		49,304		**53,678**	+4,374

	2024/9月末	2025/9月末	増減
仕入債務	3,499	**3,607**	+108
有利子負債 ※	9,617	**10,481**	+864
（有利子負債比率）	（19.5%）	**（19.5%）**	
その他	8,862	**9,116**	+254
負債計	21,978	**23,203**	+1,226
自己資本計	26,804	**29,810**	+3,007
（自己資本比率）	（54.4%）	**（55.5%）**	
新株予約権	44	**51**	+7
非支配株主持分	479	**613**	+135
純資産計	27,326	**30,475**	+3,148
負債・純資産計	49,304	**53,678**	+4,374

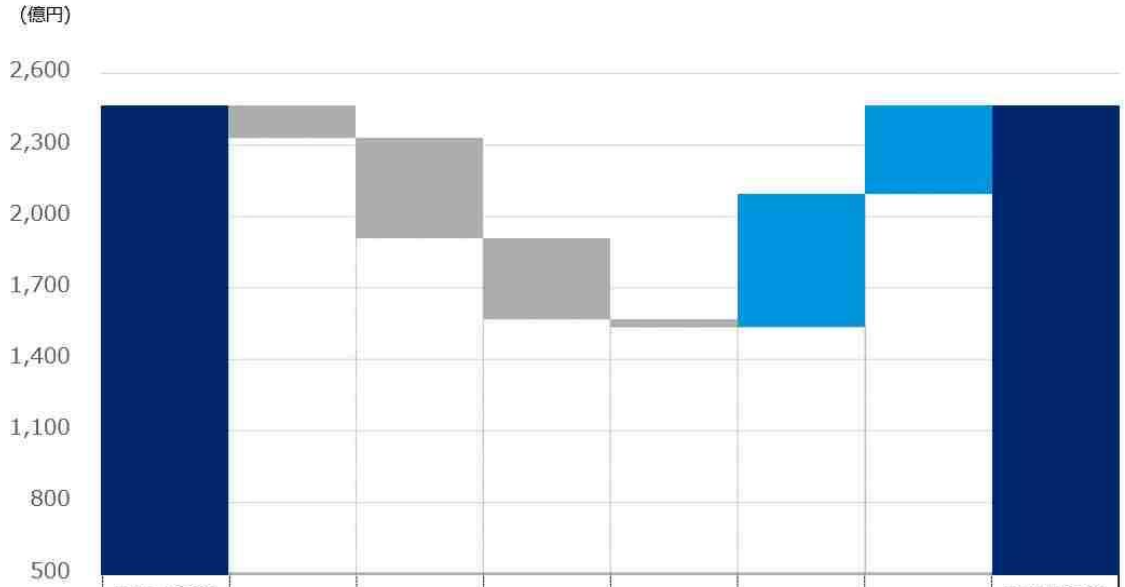
※有利子負債の明細

	2024/9月末	2025/9月末	増減
短期借入金	1,865	**2,481**	+616
CP	978	**687**	▲291
社債	1,900	**2,250**	+350
長期借入金	3,281	**3,206**	▲75
リース債務	1,593	**1,857**	+264
合計	9,617	**10,481**	+864

6

6 ページは、連結貸借対照表の主要項目と、有利子負債の明細について記載しております。需要減の影響を受け、米州空調事業や、アジア空調事業、化学事業などで在庫が増加しております。引き続き、各地域の市場動向を見ながら、在庫の内容を精査し、受け払い管理の強化や、生産調整を進めることで、保有日数を短縮したいと考えております。

営業利益増減分析-実績の対前年度比



	2024年度上期実績	為替	原材料 ※	固定費ほか	拡販	売価	ｺｽﾄﾀﾞｳﾝ	2025年度上期実績
計	**2,466**	**▲135**	**▲420**	**▲340**	**▲35**	**+560**	**+370**	**2,466**
空調	2,191	▲127	▲395	▲335	+109	+534	+347	2,323
化学	262	▲8	▲20	-	▲137	+20	+20	137
その他	13	-	▲5	▲5	▲6	+6	+3	6

※米国関税による直接影響 約180億円、物流費含む

7

7 ページをご覧ください。上期営業利益の対前年増減分析です。需要減少の影響を大きく受ける中、高付加価値商品の拡販、シェアアップや、売価施策の徹底に努めるとともに、製造コストダウンや固定費の効率化など、トータルコストダウンを推進いたしました。なお、米国関税措置の直接影響、約 180 億円につきましては、売価アップで約 130 億円、コストダウンで約 50 億円の施策効果を出し、全て吸収しております。

なお、原材料市況、物流費高騰による空調事業への影響の内訳ですが、銅で 40 億円のマイナス、アルミで 30 億円のマイナス、鉄鋼で 5 億円のマイナス、樹脂他で 120 億円のマイナス、物流費で 20 億円のマイナスと試算しております。

Ⅱ．2026年3月期通期業績計画　全社業績計画

下期の事業環境は、期初の想定よりさらに厳しさを増しているが、経営トップ直轄の全社横断6テーマ（販売力・営業力の強化、差別化新商品の開発の前倒し、売価アップとシェア拡大の両立、コストダウンの極大化）の成果創出を加速し、年間計画の達成をめざす。

- ✓ 米州で住宅用ユニタリーの販売を拡大。顧客の取り戻しに注力することに加え、R32機や「Fit」といった差別化商品の優位性を訴求し、シェアを挽回。
- ✓ 需要が厳しく販売数量が伸び悩むなか、地域ニーズに即した商品開発力を活かし、差別化新商品の投入を加速。戦略的売価施策、コストダウンなどにより、収益を確保。
- ✓ 環境の変化をチャンスと捉え、アプライド事業・業務用ソリューション事業の拡大につとめるとともに、固定費削減や在庫の適正化を推進。収益性・効率性の両面で、事業体質の改善に取り組む。

(億円)	2024年度実績			2025年度	2025年度			
	上期	下期	年間	年間計画 (5月公表)	上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
売上高	24,931	22,593	47,523	48,400	**24,788**	**23,612**	**48,400**	**102%**
営業利益	2,466	1,551	4,017	4,350	**2,466**	**1,884**	**4,350**	**108%**
(利益率)	(9.9%)	(6.9%)	(8.5%)	(9.0%)	**(9.9%)**	**(8.0%)**	**(9.0%)**	
経常利益	2,242	1,422	3,664	4,050	**2,419**	**1,731**	**4,150**	**113%**
(利益率)	(9.0%)	(6.3%)	(7.7%)	(8.4%)	**(9.8%)**	**(7.3%)**	**(8.6%)**	
親会社株主に帰属する純利益	1,517	1,131	2,648	2,720	**1,609**	**1,191**	**2,800**	**106%**
(利益率)	(6.1%)	(5.0%)	(5.6%)	(5.6%)	**(6.5%)**	**(5.0%)**	**(5.8%)**	
USドル／円	¥153	¥152	¥153		**¥146**	**¥145**	**¥146**	
ユーロ／円	¥166	¥162	¥164		**¥168**	**¥165**	**¥167**	
中国元／円	¥21.2	¥21.1	¥21.1		**¥20.3**	**¥20.0**	**¥20.2**	

為替影響（対前年度）
売上高　▲1,400億円
営業利益　▲235億円

為替除く前年度比
売上高　105%
営業利益　114%

8

8 ページをご覧ください。通期では、当初計画の営業利益 4,350 億円を必達したいと考えております。空調事業、化学事業とも需要回復が遅れており、事業環境は期初に想定した以上に厳しい状況となることが見込まれております。そのような中、当社は経営トップ直轄の全社横断 6 テーマの成果創出を加速し、さらには、事業環境の変化に対して都度手を打つことで、年間計画の達成を目指してまいります。特に販売力、営業力強化とコストダウンにつきましては、今期業績にとどまらない事業体質強化につながる施策であります。より一層積極的に推進してまいりたいと思っております。

＜参考＞経営トップ直轄の全社横断6テーマ

1. 販売力・営業力強化
   - 利益率重視の販売施策や、差別化商品の投入加速など
2. 新商品・差別化商品投入の加速
   - 厳しい事業環境下で拡販と売価維持・アップの両立をめざす
3. 米国関税措置の対応を含むサプライチェーンの強化
4. コストダウンの極大化
   - ベースモデルのコストダウン
   - 銅からアルミ、ステンレスなどへの材料置換
   - 米国関税措置の対応
5. グローバルでのサービス・ソリューション事業
   - 市場・用途別のソリューション展開
   - 保守・修理サービス・部品販売の収益化
6. デジタル投資、プロセスイノベーションの成果創出

9

9 ページは、経営トップ直轄で取り組んでいる全社横断 6 テーマの詳細です。参考情報となりますので、説明は割愛させていただきます。

事業セグメント別業績計画

(億円)		2024年度 実績	2025年度(11月公表) 上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
全社	売上高	47,523	24,788	23,612	48,400	102%
	営業利益	4,017	2,466	1,884	4,350	108%
	(利益率)	(8.5%)	(9.9%)	(8.0%)	(9.0%)	
空調	売上高	43,845	23,069	21,461	44,530	102%
	営業利益	3,510	2,323	1,602	3,925	112%
	(利益率)	(8.0%)	(10.1%)	(7.5%)	(8.8%)	
化学	売上高	2,630	1,268	1,582	2,850	108%
	営業利益	461	137	243	380	82%
	(利益率)	(17.5%)	(10.8%)	(15.4%)	(13.3%)	
その他	売上高	1,048	452	568	1,020	97%
	営業利益	45	6	39	45	99%
	(利益率)	(4.3%)	(1.4%)	(6.8%)	(4.4%)	

為替影響（対前年度）

	空調事業	化学事業
売上高	▲1,339億円	▲65億円
営業利益	▲217億円	▲18億円

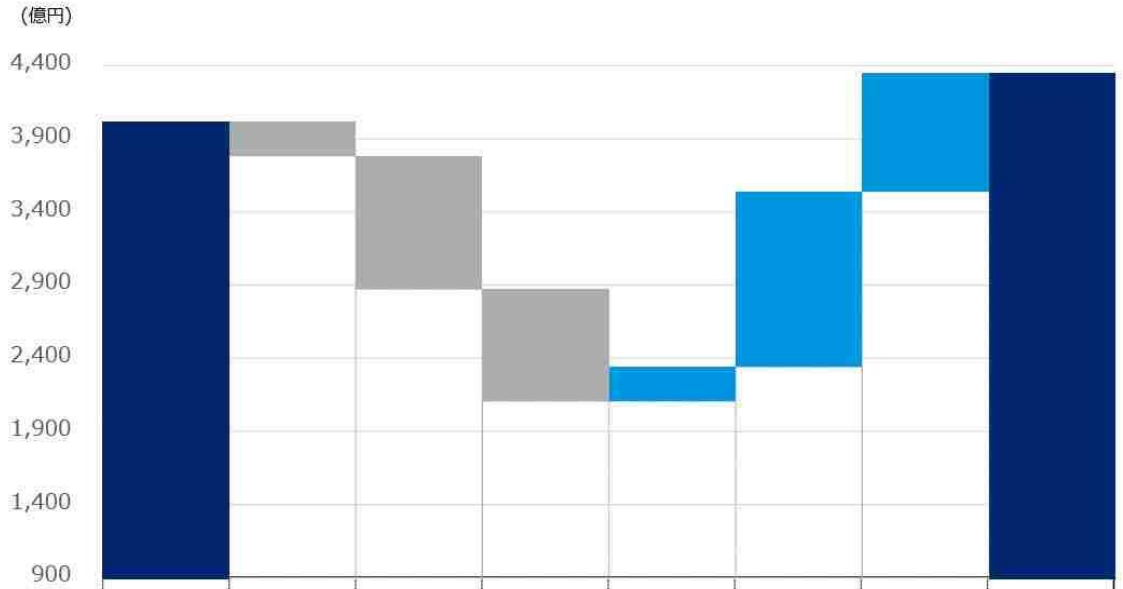
為替除く前年度比

	空調事業	化学事業
売上高	105%	111%
営業利益	118%	86%

10

10 ページをご覧ください。セグメント別の業績見通しについては、記載のとおりであります。

営業利益増減分析-年間計画の対前年度比



	2024年度実績	為替	原材料 ※	固定費ほか	拡販	売価	ｺｽﾄﾀﾞｳﾝ	2025年度計画
計	**4,017**	**▲235**	**▲910**	**▲765**	**+233**	**+1,200**	**+810**	**4,350**
空調	3,510	▲217	▲847	▲753	+350	+1,128	+754	3,925
化学	461	▲18	▲53	-	▲116	+58	+48	380
その他	45	-	▲10	▲12	▲1	+14	+8	45

※米国関税による直接影響 約420億円、物流費含む

11

11 ページをご覧ください。年間計画の営業利益の対前年増減分析です。原材料の項目に、米国関税による直接影響、物流費、サプライヤーの部品値上げなどのコストアップを含めております。下期も需要低迷の影響を大きく受けますが、拡販、シェアアップに加え、売価施策やコストダウンを徹底することで、需要減、コストアップの影響を跳ね返し、増益基調を維持してまいります。

なお、米国関税措置の直接影響、約 420 億円につきましては、売価アップで約 320 億円、コストダウンで約 100 億円の対策効果を出し、吸収する計画であります。原材料市況、物流費の高騰による空調事業への影響の内訳は、銅で 65 億円のマイナス、アルミで 50 億円のマイナス、鉄鋼で 10 億円のマイナス、樹脂他で 250 億円のマイナス、物流費で 50 億円のマイナスと試算しております。

＜参考＞米国関税措置が及ぼす影響①　直接影響

足元の状況変化を踏まえ、米国関税措置が及ぼす2026年3月期業績計画への影響を再試算。
営業利益への影響額として約420億円を見込む。
本影響は、価格転嫁とコストダウンで吸収する。

※以下の関税を反映。

- ✓ 中国 [54%]・メキシコ [30%]・カナダ [35%]に対する関税と、鉄・アルミ （派生品含む）に対する関税および銅に対する関税 [50%]
- ✓ 全輸入品に対する一律10%の相互関税、各国の相互関税
- ✓ 中国・カナダによる報復関税

計画に織り込み済み

① DNA社

- ✓ 完成品輸入の影響：日本・アジア・欧州・メキシコからの輸入品（Fit・RA・SKY・VRVなど）。
- ✓ 米国生産品への影響：中国・アジアから輸入している部品。なお、R32については、米国生産の冷媒を購入しているため、影響なし

② DAA社

- ✓ 完成品輸入の影響：欧州から輸入しているアプライド機器。メキシコからの輸入品は、USMCAの基準を満たしているため対象外。
- ✓ 米国生産品への影響：アジアから輸入している部品

③ 化学事業、油機事業：日本・中国・欧州・アジアから輸入している商材

12

12 ページをご覧ください。米国関税措置が 2026 年 3 月期業績に及ぼす直接的な影響につきましては、先ほど申し上げましたとおり、現時点で約 420 億円を見込んでおります。関税を巡る状況がめまぐるしく変化しており、今後も状況は変化すると見ておりますが、当社としてはその都度対策を講じ、影響額を売価アップやコストダウン、調達先、生産地変更などで吸収する方針に変更はございません。

＜参考＞米国関税措置が及ぼす影響②　間接影響

関税措置の間接影響による景気減速リスクに対しては、複数のシナリオを想定した構えをとり、事業環境の変化に迅速に手を打つ。

想定されるリスク

- ✓ 報復関税など関税政策の変更
- ✓ グローバルサプライチェーンの寸断による経済成長の鈍化
- ✓ 製品価格上昇による消費者の購買意欲の減退
- ✓ 企業の設備投資の手控え

グローバルでの景気減速リスクに対する構え

- ✓ 商品開発の加速・前倒し、主力商品の改良
- ✓ 差別化商品の追加増販
- ✓ 好調な地域/事業など成長分野を見極めたリソースのシフト
- ✓ 全社横断6テーマの成果創出
- ✓ 先行投資の抜本的な見直し
- ✓ 緊急的な経費削減

13

地域別売上高の推移-空調事業

※パーセンテージは前年度比
※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業含む

(億円)	2021年度上期		2022年度上期		2023年度上期		2024年度上期		2025年度上期		2025年度計画（今回公表）	
日本	109%	2,728	102%	2,792	105%	2,945	110%	3,238	105%	3,406	104%	6,700
欧州	139%	2,584	118%	3,050	108%	3,283	107%	3,506	103%	3,614	104%	7,400
中国	134%	2,432	110%	2,664	101%	2,703	96%	2,604	88%	2,304	91%	3,900
米州	129%	4,439	155%	6,885	119%	8,190	118%	9,632	102%	9,789	104%	18,200
アジア	117%	1,313	155%	2,039	107%	2,171	126%	2,732	87%	2,367	96%	5,150
オセアニア	130%	467	133%	619	100%	620	114%	707	97%	689	99%	1,450
中近東	144%	266	161%	429	136%	582	116%	674	121%	814	102%	1,550
アフリカ	157%	50	132%	65	100%	65	111%	72	119%	86	108%	180
計	126%	14,279	130%	18,542	111%	20,560	113%	23,165	100%	23,069	102%	44,530
海外売上高比		81%		81%		86%		86%		85%		85%
USドル／円		¥110		¥134		¥141		¥153		¥146		¥146
ユーロ／円		¥131		¥139		¥153		¥166		¥168		¥167
中国元／円		¥17.0		¥19.9		¥19.8		¥21.2		¥20.3		¥20.2

14

14 ページをご覧ください。空調事業の地域別売上高の推移です。為替影響を除く実質の売上高前年比は、欧州 102%、中国 92%、米州 106%、アジア 90%となっております。年間計画は記載のとおりです。為替影響を除く実質の売上高前年比は、欧州 102%、中国 95%、米州 109%、アジア 99%を計画しております。

地域別売上高の推移-化学事業

※パーセンテージは前年度比
※その他＝オセアニア、中近東、アフリカ等

(億円)	2021年度上期		2022年度上期		2023年度上期		2024年度上期		**2025年度上期**		**2025年度計画 (今回公表)**	
日本	145%	272	127%	346	97%	335	100%	334	**88%**	**292**	**93%**	**665**
米州	124%	200	142%	285	78%	223	86%	193	**128%**	**246**	**133%**	**550**
中国	128%	250	119%	297	92%	274	123%	337	**90%**	**304**	**101%**	**645**
アジア	126%	126	137%	172	92%	158	109%	172	**103%**	**178**	**133%**	**465**
欧州	170%	166	125%	206	122%	252	101%	255	**96%**	**243**	**104%**	**520**
その他	143%	6	115%	6	88%	6	119%	7	**79%**	**5**	**36%**	**5**
計	136%	1,019	129%	1,313	95%	1,248	104%	1,297	**98%**	**1,268**	**108%**	**2,850**
海外売上高比		73%		73%		73%		74%		**77%**		**77%**
USドル／円		¥110		¥134		¥141		¥153		**¥146**		**¥146**
ユーロ／円		¥131		¥139		¥153		¥166		**¥168**		**¥167**
中国元／円		¥17.0		¥19.9		¥19.8		¥21.2		**¥20.3**		**¥20.2**

15

15 ページをご覧ください。化学事業の地域別売上高の推移です。為替影響を除く実質売上高前年比は、米州 134%、中国 94%、欧州 94%となっております。年間計画は記載のとおりであります。為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州 140%、中国 106%、欧州 109%を計画しております。

Ⅲ. 事業/地域別概況　空調事業-日本

上期の概況

当社は、販売力強化・営業力強化に取り組み、高付加価値商品の拡販に加え、売価効果もあり、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：業界需要は、猛暑予測により4月から増加し、6～8月も記録的な暑さとなったことにより、前年度を上回った。当社は、電気料金の上昇やエアコンの使用時間が大幅に増えたことを背景に、省エネ性が高い『うるさらX』のユーザー提案を強化。
- ✓ 業務用：業界需要は、インバウンド需要を背景に小売・店舗の建築着工件数が増加したことで前年度を上回った。当社は、高い省エネ性と施工性を兼ね備えた「FIVE STAR ZEAS」、R32を採用した「VRV 7」、既設の冷媒配管を利用しスムーズな空調機器更新が可能な「VRV-Q」など、高付加価値商品を中心にユーザー提案を強化し、拡販・シェアアップ。

下期の施策

住宅用：『うるさらX』など高付加価値商品のユーザー提案に注力。ハウスメーカーや工務店などへの住宅設備システムのスペックイン活動を強化。

業務用：「FIVESTAR ZEAS」など高付加価値商品のさらなる販売拡大に加え、ビル・工場でのソリューション事業にも注力し、収益性の向上とシェアアップの両立を目指す。また、「VRV 7」の提案営業の強化により、R32機の市場浸透を図る。

前年度比（台数ベース）		上期実績	年間計画
住宅用	業界	104%	99%
	当社	100%	100%
業務用	業界	103%	99%
	当社	104%	101%
アプライド	業界	96%	101%
	当社	100%	89%

※アプライドは売上高ベース

16

16 ページをご覧ください。ここからは、空調事業の地域別の概要について説明します。まず日本です。全国的な高気温や、賃金改善による消費マインドの回復、設備投資の改善などにより、住宅用、業務用とも需要は前年を上回りました。当社は、電気料金の上昇や、省エネニーズの拡大を背景に、販売力、営業力の強化に取り組み、高付加価値商品を拡販したことに加え、売価施策を徹底し、売上高は前年を上回りました。

住宅用は収益性を重視した結果、価格競争が激化しているボリュームゾーンでシェアダウンとなりましたが、業務用では販売拡大とシェアアップを両立しております。下期も、省エネ性、環境性を追求した差別化商品、サービスの提案営業に努め、住宅用、業務用共に拡販を目指してまいります。

空調事業-米州

上期の概況

長引くインフレや住宅ローン金利の高止まりにより、住宅用の業界需要の低迷が継続。
当社はアプライドでの拡販に加え、住宅用でも売価施策を推進し、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用ユニタリー：冷媒のGWP値規制の変更による駆け込み需要の反動があるなか、新規販売店の開発や顧客の取戻しに注力し、R32機を中心に拡販につとめ、大きくシェアアップ。環境プレミアム商品「Fit」は、販売店の開発・支援を強化し、販売が伸長した。
- ✓ ダクトレス：RA/SKYは、冷媒のGWP値規制の変更による駆け込み需要の反動や住宅用の需要低迷の影響を受け、販売は前年度を下回った。VRVは、プロジェクト案件の延期や企業の投資控えの影響を受け、販売は前年度を下回った。
- ✓ アプライド：データセンター向けの堅調な需要を捉え、メキシコ新工場や米国内の既存工場での生産能力増強により、機器を拡販。ソリューション事業でも、計装・エンジニアリング会社の活用により販売を拡大し、売上高は前年度を上回った。

下期の施策

住宅用ユニタリー：顧客の取り戻し、 既存販売店の支援、新規販売店の開発を通じてR32機の優位性を流通に浸透させ、販売拡大とシェアの挽回を図る。
R410A機は、きめ細かな販売管理を徹底。
「Fit」は、販売店の開発・支援に注力。

ダクトレス：新規顧客の開拓や、既存販売店の育成により、ダクトレスを取り扱える販売網を拡充。また、R32機のラインアップを活かし、スペックイン活動を強化。

アプライド：データセンター向けに機器を拡販するとともに、サービス網やサービスメニューの拡充により、ソリューション事業を拡大。

前年度比 (台数ベース)		上期 実績	年間計画 需要	年間計画 当社
住宅用ユニタリー		89%	83%	100%
ダクトレス	RA/SKY	97%	108%	121%
	VRV	88%	100%	103%
アプライド		114%	116%	117%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース
※住宅用ユニタリーとダクトレス製品は、DNA社（ダイキン・コンフォートテクノロジーズ・ノースアメリカ社）で製造・販売し、アプライド製品は、DAA社（ダイキンアプライドアメリカズ社）で製造・販売

17

17 ページをご覧ください。米州空調事業では、長引くインフレや住宅ローン金利の高止まりにより、住宅用の業界需要が低迷する厳しい事業環境にありましたが、アプライドでの拡販に加え、住宅用でも売価施策を推進し、売上高は前年を上回りました。ダイキンノースアメリカ社の売上高は、現地通貨ベースで前年比 113%となりました。増収要因のブレークダウンのイメージでありますが、数量はマイナス 10 ポイント%に対し、売価でプラス 8 ポイント、商品構成の改善でプラス 8 ポイント%、なお M&A の影響は 0%でございます。加えて、今期から中南米空調各社が DNA 傘下となったことが、プラス 7 ポイント%の増収要因となっております。

住宅用ユニタリーの販売は、冷媒の GWP 値規制の変更による昨年の駆け込み需要の反動、この影響を大きく受ける中、新規販売店の開発や顧客の取り戻しに注力し、新規冷媒 R32 機を中心に拡販に努め、大きくシェアアップしております。ウィンバックの進捗は、9 月末の実績で約 55%と計画を下回ってはおりますが、1 店あたりの取引高は大きく伸ばしており、新規店を含むディーラーとの関係構築には手応えを感じております。今後も個別訪問の強化を継続してまいります。

ダイキンアプライドアメリカ社は、データセンターを中心に機器の販売が好調を維持し、サービスソリューション事業も順調に拡大しており、売上高を伸ばすことができました。各社の営業利益率ですが、ダイキンノースアメリカ社は 12%で、対前年 2 ポイント%の改善、ダイキンアプライドアメリカ社は 10%で、対前年 1 ポイント%の低下となりました。ダイキンアプライドアメリカ社の営業利益率の低下は、買収によりますのれんの償却負担が増加したこと、ソリューション事業拡大のための先行投資を実行したことなどが要因であります。下期も顧客の取り戻し、既存販売店の支援、新規販売店の開発を通じて、R32 機の優位性を追求することで、住宅用ユニタリーの販売拡大とシェア挽回を両立したいと考えております。

なお、旧冷媒 R410 機につきましては、きめ細かな販売管理で引き合いを着実に販売につなげてまいります。環境プレミアム商品 Fit は、販売店のきめ細かな販売支援、据え付け指導により、大きく拡販を目指してまいります。また、好調なアプライド事業では、データセンター向けに引き続き拡販をしてまいります。

空調事業-中国

上期の概況

不動産市況の悪化、消費の冷え込みなど厳しい事業環境が続き、売上高は前年度を下回った。当社は、PROSHOPへの支援やカスタマーセンター、ライブコマースの強化などユーザーへの直接販売に資源を集中。高付加価値商品の拡販、ソリューション事業の強化、コストダウンの取組みにより、営業利益は高水準を維持。

- ✓ 住宅用：ユーザーダイレクトのオフラインの小売販売に、ライブ放送・WEB広告・SNSなどオンラインを組み合わせた、当社独自の販売活動に注力。空調・換気・ヒートポンプ床暖房・空気質センサーなどのシステム商品の販売に加え、IoTやデータ分析を活用し、顧客ごとのライフスタイルに合わせた最適な空気質を提案する住宅用ソリューションを強化。
- ✓ 業務用：カーボンニュートラル政策を背景に、比較的需要が堅調な政府物件、工場、グリーンビルなどの市場に対し、省エネを切り口としたソリューション提案を強化。
- ✓ アプライド：保守・メンテナンス事業の強化につとめたが、製造業を中心に投資控えの影響を受けた。

下期の施策

住宅用：新築住宅市場に加えて、リフォーム・中古住宅市場に注力。住宅用ソリューションの強化により、高い収益性を維持する。ハードとソフトを融合し、生活シーンごとに最適な空気を提供するシステム商品で、顧客に新たな空気価値を提案する。

業務用：政府物件・工場・ビル向けに、省エネを切り口とした提案営業に注力。

前年度比 (現地通貨ベース)	上期 実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	98%	87%	100%
業務用	82%	82%	86%
アプライド	78%	80%	89%

18

18 ページをご覧ください。中国空調事業は、不動産市況の悪化、消費の冷え込みなど、厳しい事業環境が継続する中、顧客ダイレクトの販売活動に注力しました。高付加価値商品の拡販、ソリューション事業の強化、コストダウン、固定費削減に取り組み、営業利益は高水準を維持しております。

住宅用マルチエアコンの販売は、前年比 98%となりました。オフラインとオンラインを組み合わせた当社独自の販売活動を進めたことに加え、顧客ごとのライフスタイルに合わせた最適な空気質を提案するなど、当社の販売力の強みを発揮することで、最大限販売を確保できたと考えております。

下期も厳しい事業環境が継続する見込みでありますが、新規住宅市場だけではなく、リフォーム、中古住宅市場向けの販売活動を強化するとともに、ソリューションを組み合わせた提案営業を強化し、住宅用マルチエアコンを中心に販売確保に努めてまいります。

空調事業-欧州・中近東・アフリカ

上期の概況

地域全体の売上高は前年度を上回った。
欧州は、ヒートポンプ暖房の需要の回復は力強さを欠くが、当社は、住宅用・業務用の販売に注力したことにより、売上高は前年度を上回った。中近東は、トルコで住宅用の販売が伸びたことに加え、サウジアラビアやUAEでも業務用の販売が伸び売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用：8月以降の気温低下によりイタリアで販売が落ち込んだが、空調機器の普及率が低い中東欧やドイツ、 イギリスで拡販。
- ✓ 業務用：環境意識の高まりを背景に、R32を採用した商品の販売が伸長。
- ✓ H/P暖房：昨年度後半に需要減少に底打ちの兆しがみられたが、本格的な回復には至っていない。当社は、販売店開発や補助金申請支援などの販売力強化に注力。需要が比較的好調なドイツで販売を拡大。
- ✓ アプライド： データセンター向けに中・大型チラーを拡販。サービス事業でも販売を拡大。
- ✓ 冷凍・冷蔵：主要顧客の投資抑制の影響を受けた。

下期の施策

住宅用：販売店の開発により、ミドル・ハイエンドゾーンの販売を拡大し、シェアアップをめざす。

業務用：環境意識の高いオーナーへの直接提案を強化。サービスメニューの拡充やエネルギーマネジメント支援により、ソリューション事業の拡大に注力。

H/P暖房：ドイツでは、R290小容量機の投入前倒しにより、拡販、シェアアップをめざす。イギリスでは、サービス体制の強化と、補助金申請の支援により拡販につとめる。

アプライド：データセンターなど需要が堅調な市場を見極め、販売を拡大。

冷凍・冷蔵：CO2冷媒を採用したショーケースなど、環境対応商品のソリューション提案を強化。

前年度比(台数ベース)		上期実績	年間計画 需要	年間計画 当社
住宅用		**105%**	106%	115%
業務用	SKY	**105%**	103%	112%
	VRV	**107%**	105%	112%
H/P暖房		**98%**	91%	106%
アプライド		**108%**	100%	110%
冷凍・冷蔵		**94%**	103%	120%

※住宅用・業務用・H/P暖房は欧州のみ
※アプライド、冷凍・冷蔵は売上高(現地通貨)ベース

19

19 ページをご覧ください。欧州はヒートポンプ暖房の需要の回復力は力強さを欠いておりますが、住宅用、業務用の販売に注力したことで、売上高は前年を上回りました。中近東は、トルコで

住宅用の販売が伸長し、サウジアラビアや UAE でも業務用の販売を拡大したことで、売上高は前年を大きく上回りました。ヒートポンプ暖房の需要は、昨年度後半の底打ち以降横ばいであり、いまだ本格的な回復には至っておりません。そのような中にあって、当社は販売店開発や補助金申請支援などに注力し、需要が好調なドイツで販売を伸ばしております。下期も大きく需要回復が見込めない厳しい事業環境の中、販売、サービス体制の強化、顧客ニーズに応える新商品の前倒し投入などにより、最大限の拡販、シェアアップにつなげてまいります。

空調事業-アジア・オセアニア

上期の概況

インドやアセアン地域各国での景気減速に加え、天候不順もあり、地域全体の売上高は前年度を下回った。

- ✓ 住宅用：販売店開発や消費者への販促施策の強化に取り組んだが、アセアン地域では、米国関税措置の影響で需要が低迷し、価格競争が激化。インドでは、冷夏や雨期の早期到来に加え、消費税減税の発表（2025年8月15日）による買い控えの影響を受け、一時的に需要が減速。地域全体での販売は大きく減少。
- ✓ 業務用：米国関税措置による先行き不透明感から、プロジェクトの遅延・中止が増えるなか、中・小口案件を着実に受注につなげた。インドでは、販売店開発を強化し、拡販。
- ✓ アプライド：工場・データセンター向けの販売を強化するとともに、保守・メンテナンスなどサービス事業にも注力。

売上高上位国の対前年度比（現地通貨ベース）
オーストラリア：103%　インド：92%　ベトナム：91%
マレーシア：91%　インドネシア：85%　タイ：82%

下期の施策

住宅用：インドでは、地方都市での販売拡大をめざすとともに、消費税減税（2025年9月22日実施）を追い風に、機器更新も促進。アセアン地域では、営業力の強化に加え、富裕層や若年層のニーズに対応した商品開発と販売戦略を展開。

業務用：販売店の開発・支援により、提案力・販売力を強化し、中・小口案件の拡販をめざす。
また、省エネ、IAQ、保守・メンテナンスなど付加価値の高いソリューション提案を強化。

アプライド：保守・メンテナンスなどサービス事業に注力し、販売を拡大。

前年度比(台数ベース)		上期実績	年間計画 需要	年間計画 当社
住宅用		77%	100%	105%
業務用	SKY	101%	105%	109%
業務用	VRV	98%	113%	118%
アプライド		95%	102%	111%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

20

20 ページをご覧ください。アジア・オセアニア地域の空調事業は、インドや ASEAN 地域での景気減速に加え、天候不順の影響もあり、地域全体の売上高は前年を下回りました。住宅用は、販売店開発や消費者への販促施策の強化に取り組みましたが、ASEAN 各国で需要が低迷したこと、また、インドでは冷夏や雨季の早期到来、消費税減税のアナウンスにより、買い控えの影響等を受けまして、需要が一時的に減速いたしました。結果、インドの販売は大きく減少しております。

業務用は、プロジェクトの遅延や投資見直しが発生する中、販売店の開発、育成に注力し、インドを中心に販売を伸ばしました。下期も幅広い顧客ニーズに対応した商品開発、販売戦略の展開や、

業務用でのソリューション提案の強化などにより、事業拡大を図ってまいります。特にインドでは、地方都市での販売拡大を図るとともに、消費税減税を追い風とした買い替えキャンペーンを他社に先駆けて展開するなど、販売を大きく伸ばしてまいります。

化学事業

上期の概況

半導体分野での需要低迷、自動車分野での需要回復遅れ、それに伴う流通在庫調整の影響により、売上高は前年度を下回った。

- ✓ フルオロカーボンガス：需要が落ち込む厳しい環境のなか、売価維持や米国・アジアでの拡販に努めた。
- ✓ 樹脂・ゴム
  - フッ素樹脂：FEPの用途開発に取り組み、LAN電線に加えて、データセンター向け電線の被覆材で販売を拡大。半導体製造装置向けの高機能樹脂は、引き続き需要減少の影響を受けた。
  - フッ素ゴム：自動車分野での販売に注力。
- ✓ 化成品ほか：表面防汚コーティング剤や撥水撥油剤の需要低迷の影響を受けたが、新規連結効果により前年度並み。

下期の施策

半導体・自動車分野での需要回復遅れが続く、厳しい事業環境。

通信高速化ニーズに対応した電線の被覆材やAI半導体の製造装置向け材料の販売に注力。また、需要が拡大するデータセンター分野での用途開発を加速。

自動車分野では、EV市場向けにリチウムイオン電池向け正極用バインダー、シール材の販売を強化するとともに、高機能材料の用途開発を加速。

撥剤は、脱プラスチックを背景に紙用途の環境先進商品を拡販。

前年度比（売上高ベース）	上期実績	年間計画 需要	年間計画 当社
合計	98%	91%	108%
ガス	99%	87%	100%
樹脂・ゴム	96%	89%	104%
化成品ほか	101%	96%	124%

21

21 ページをご覧ください。化学事業は、半導体での需要低迷や、自動車分野での需要回復遅れ、それに伴う流通在庫調整の影響により、売上高は前年を下回りました。フッ素樹脂は、半導体製造装置向けの需要減少の影響を受けましたが、FEP の用途開発に取り組み、データセンター向け電線の被覆材の販売を拡大いたしました。フッ素ゴムは、自動車分野での販売に注力しました。

下期も、半導体、自動車分野の需要回復遅れが続く厳しい事業環境になると見ております。データセンター向け電線の被覆材や、AI 半導体の製造装置向け材料など、好調な分野を見極めて、販売拡大に努めるとともに、環境対応商品の需要の高まりに対応し、リチウムイオン電池向けバインダーやシール材、紙用撥水・撥油剤の拡販に努めてまいります。

フィルタ事業

上期の概況

半導体市況の回復遅れの影響を受けたが、総じて需要は堅調に推移。為替のマイナス影響により、売上高は前年度を下回った。

- ✓ エアフィルタ：米国は、高粗利商材・販売ルートに注力。欧州は北欧での販売が拡大。アジアは製薬市場向けに販売が拡大。
- ✓ P&I※：油田向け特殊フィルタでの販売が減少したことに加え、大型案件の減少や工事遅延などにより販売が減少。

※P&I・・・ガスタービン向け集塵システム、業務用小型集塵機

下期の施策

エアフィルタ：半導体市況は引き続き厳しい状況が続く見込み。米国で、自前販売網の強化によりハイエンド市場向けに拡販。欧州では、商品の認証を取得するなど、食品市場向けの拡販をめざす。生産性改善やコストダウンにも注力し、収益性の向上に取り組む。

P&I：アフターサービスなど好調な事業にリソースをシフトし、事業体質の改善につとめる。

22

22 ページをご覧ください。フィルター事業は総じて需要が堅調に推移しましたが、為替のマイナス影響により、売上高は前年を下回りました。下期も引き続きハイエンド市場での販売拡大に努め、収益性向上を図ってまいります。

その他事業

上期の概況

油機事業：建機・産機ともに需要が低迷。建機用は、日本向けでの販売が減少。産機用は、きめ細かな顧客フォローにつとめ、日本・米国向けの販売が拡大。売上高は前年度並み。

特機事業：酸素濃縮装置や低酸素システム（酸素濃度をコントロールすることで高い運動効果を得られる機器）の販売を拡大したが、防衛省向けの受注が減少し、売上高は前年度を下回った。

電子システム事業：設計・開発分野向けデータベースシステムの販売が減少し、売上高は前年度を下回った。

下期の施策

油機事業：建機用では、省エネ性の高い新商品での販売拡大に努める。また、産機用では、堅調な市場を見極め、スペックイン活動を強化。

特機事業：酸素濃縮装置では顧客ごとの専用機を投入。低酸素システムでは提案力の強化につとめ、拡販をめざす。

電子システム事業：製造業のR&D支援、建設業向けのソリューション提案を強化。

23

23 ページをご覧ください。油機事業は、需要が低迷する中、きめ細かい顧客フォローと売価施策の徹底により、売上高は前年並みを確保いたしました。特機事業は、酸素濃縮装置や低酸素システムの販売を拡大しましたが、防衛省向けの受注が減少し、減収となりました。電子システム事業は、設計開発分野向けデータベースシステムの販売が落ち込み、減収となりました。下期も各事業で顧客ニーズを捉え、需要が堅調な市場での拡販を図ってまいります。

Ⅳ. 株主還元

中間配当は165円、年間配当は330円を予定。

【配当方針について】

安定的かつ継続的に配当を実施していくことを基本に、連結純資産配当率（DOE）3.0%を維持するようつとめるとともに、連結配当性向についてもさらに高い水準をめざし、株主還元の一層の充実を図る。

		2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度（予想）
1株当たり配当金	中間	90円	100円	120円	185円※	165円
	年間	200円	240円	250円	330円	330円
1株当たり純利益	中間	475.3円	534.3円	522.7円	518.0円	549.6円
	年間	743.9円	880.6円	889.9円	904.3円	956.3円
（参考） DOEの推移		3.2%	3.3%	3.0%	3.6%	3.3%

※2024年度の中間配当は、創業100周年記念配当50円を含む

24

24 ページをご覧ください。中間配当は 165 円、年間配当は 330 円を予定しており、いずれも期初の配当予想からの変更はございません。経営環境の先行きが不透明ではありますが、業績拡大に努め、株主の皆様に報いたいと考えております。

《補足データ》　為替前提

為替レート

	2024年度実績			2025年度		
	上期	下期	年間	上期実績	下期計画	年間計画
USドル	153円	152円	153円	**146円**	**145円**	**146円**
ユーロ	166円	162円	164円	**168円**	**165円**	**167円**
中国元	21.2円	21.1円	21.1円	**20.3円**	**20.0円**	**20.2円**
タイバーツ	4.3円	4.5円	4.4円	**4.5円**	**4.3円**	**4.4円**
豪ドル	101円	98円	99円	**95円**	**93円**	**94円**

為替感応度（１円の変動による営業利益への影響）

	2025年度計画
USドル	23億円 ※
ユーロ	6億円

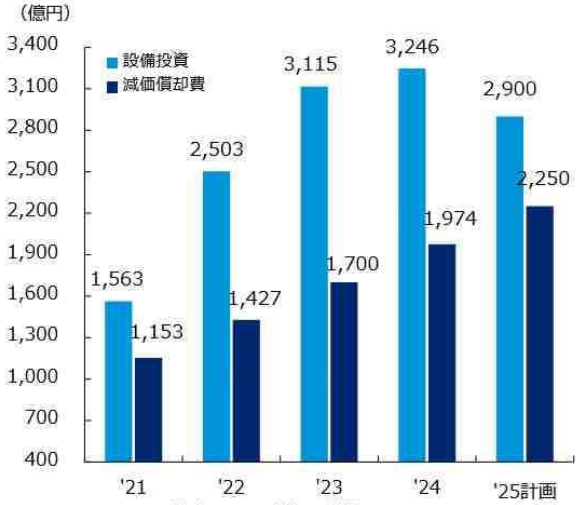
※タイバーツ、中国元、豪ドル等はUSドルと連動して変化することを前提としている。

25

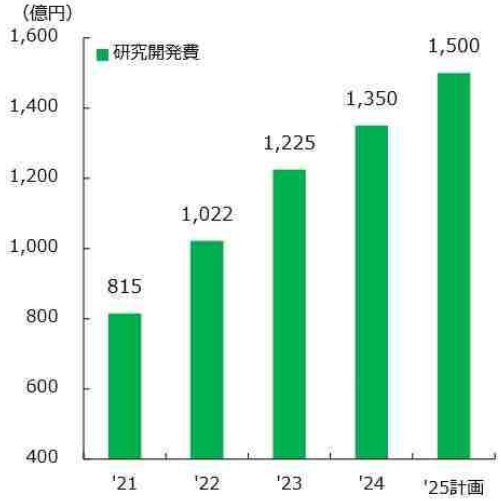
25 ページをご覧ください。為替の 25 年度上期実績および 25 年度下期の前提につきましては、記載のとおりであります。為替感応度につきましては、期初の想定から変更はございません。営業利益に対して、対ドル 1 円の変動で 23 億円の影響、対ユーロ 1 円の変動で 6 億円の影響と試算しております。

設備投資・減価償却費・研究開発費

設備投資・減価償却費



研究開発費



<参考>上期実績の推移

（億円）	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
設備投資	648	950	1,504	1,647	1,299
減価償却費	557	679	809	945	1,053
研究開発費	387	476	598	668	727

26

26 ページをご覧ください。設備投資、減価償却費、研究開発費の推移でございます。なお、年間計画については変更しておりません。私からの説明は以上でございます。ありがとうございました。

質疑応答

阪本 [M]：それでは、これより質疑応答の時間とさせていただきます。ゴールドマン・サックス証券の諫山様、ご質問をお願いいたします。

諫山 [M]：ゴールドマン・サックス証券の諫山でございます。北米について 2 問伺わせてください。1 つ目は北米レジデンシャルのお話です。第 1 クォーター同様に増収記録されているのは素晴らしいと思うのですが、売価とかミックスの部分が中心でしたので、副社長からお話があった、ウィンバックの遅れであるとか、製販の流通在庫の部分が気になっております。シェアを戻したというお話がありましたが、上期の市場シェアがどれぐらいなのか。そして、ウィンバックの遅れというのは、売価アップを積極的に行った結果としてなのか、はたまた市場で競合の 454B 機が中心になって独立ディーラーへの訴えかけが難しかったからか、あるいは製販の在庫状況が難しいからなのか、現況についてもう少しお話しいただければと思っております。これを来期へのヒントとして考えたいなと思いますので、よろしくお願いします。

髙橋 [A]：ありがとうございます。まず住宅用について、販売物量の伸びが少し物足りないというご質問でございますけども、米州の住宅用空調事業は、皆さんもアメリカメーカーの発表も聞かれてご存じと思いますが、非常に需要が厳しい状況でございます。恐らく、上半期の住宅用空調の需要全体は 77%で、前年を大きく割れていると思っております。特にこの 7 月から 9 月は、さらにそれより低い数字で推移しております。その中で当社は、物量ベースで約前年比 10%減程度に抑えているということで、結果的にシェアは大きく改善しております。昨年は 20%ちょっと切る水準だったかと思いますが、この上半期は約 3 ポイント%程度シェアをアップできており、他社には大きく勝っております。

それから 2 点目、ウィンバックにつきまして、上半期の進捗は 55%ということで、計画に対しまして少し遅れておりますが、その理由は業界全体の需要が非常に厳しくなかなか回復しないことです。ただ、ウィンバックの基準として、対前年で売上が 130%の会社ということにしておりまして、管理上はウィンバック予備軍と申しますか、九十数%から百二十数%、そういう販売店もございます。このウィンバックした会社、さらには予備軍の会社につきましては、対前年で大きく売上を伸ばしております。このあたりは非常に手応えを感じていまして、結果シェア拡大につながっていますので、この取り組みは引き続き下期も続けてまいりたいと思っております。

諫山 [Q]：ありがとうございます。ウィンバックはムービングターゲットという趣旨のご説明も以前もいただいていますけど、来年はどれくらいを目指すのでしょうか。あるいは、シェアであるとか、中計が始まるタイミングではありますけれど、北米で何か定量目標としてここを見ていきたいというようなものはございますか。

髙橋 [A]：これは来年、ちょうど FUSION の初年度になりますので、会社としてこういうものであるというのは、現時点では控えたいと思っておりますけども、恐らく今年度、このまま頑張っていければ、住宅用空調のトップを奪還できるという期待はしておりますので、住宅用空調におけるトップの位置を確固たるものにしていくというような目標を設定していきたいと思ってございます。

諫山 [Q]：分かりました。ありがとうございます。2 点目、DAA のお話、特にデータセンターのところについて伺わせてください。今回チルダインの買収もありまして、8 月にもまた別件もあってということでしたが、去年の時点で、水冷のところで大きな事業機会があるのではないかというお話があったと思います。この上期のアプライドの売上高の数値を拝見していると、順調だけれど業界と同じぐらいなのかなと想像しています。改めて、今 DAA におけるデータセンター向けの売上がどれくらいなのかというのと、この伸び率がアメリカ競合になかなか勝てないのは、販路なのか、製品のネットワークなのか、何が課題にあって今回のチルダインを含めたいくつかの買収につながっているのか、こちらについてもぜひご教示いただければと思います。

髙橋 [A]：細かな数字は今手元にないのですが、上期の中で大体 20%ぐらいがデータセンター向けの売上ということで見ております。競争力ならびにポジションにつきましては竹中のほうからお話し差し上げます。

竹中 [A]：竹中です。ご質問ありがとうございます。おっしゃるとおりでして、いわゆる市場のデータセンターの伸びは、ほぼ当社の伸びと同じと認識しております。その最大の理由は商品のラインナップです。トップはトレーン、あるいは JCI が取っており、当社は大型の水冷ターボのラインナップにやや後塵を拝しておりまして、今急ピッチでその拡大を進めているところであります。

かつ、販路につきましては、これまでに買収したレップと、今回買収したチルダイン、DDC を含めて、商品の販売のアクションを全てレップごとに具体化していくということを行っております。販路については今まさに強化中ということですけども、今回の買収による商品の拡充と併せまして、この下期以降、そして来期以降も一気に拡大していきたいと考えています。

それと、鍵になりますのが、最終的にはトータルでのソリューションだと認識をしておりまして、計装の領域で言いますと、われわれは今回熱源とエアハンドリングユニットと、それとラック冷却と液冷と、全て獲得しましたので、それらトータルでコントロールできる制御というものの開発を

スタートしております。そういったところを顧客のニーズにマッチさせて、差別性を持ってシェアアップを図りたいと考えています。以上でございます。

諌山 [Q]：竹中社長、ありがとうございます。DAA はラインナップ拡大や M&A など、先行投資等々がまだ出てくるフェーズで、収益性は今回のれん償却もあるからということで利益率が少し下がっていました。DNA は来期以降稼ぐ力をもう一回高めていこうというステージで、DAA は成長投資が少し先行するステージになってくるのかなという印象ですが、こちらはいかがでしょうか。

竹中 [A]：そのとおりです。ただ、DNA も DAA も、既にメキシコ工場での生産投資については手を打っておりますし、供給力という面では、2025 年、そして 26 年に向けて、実行に入っていますので、この DAA の投資というのは、当面はそのソリューション系、エンジニアリング、計装、さらにサービス販売、そういったところへの M&A 投資が中心になると考えています。

諌山 [M]：大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、野村證券の前川様、ご質問をお願いいたします。

前川 [Q]：野村證券の前川でございます。ご説明どうもありがとうございます。それでは、私からも 2 点お願いいたします。1 問は、同じく北米についてですが、今回シェアがアップしているということについて、業界では去年の仮需の反動もあるかと思いますので、去年との状態の違いはあるかもしれませんけど、実際には R32 への機種の切り替えがかなり進んでいるとか、ウィンバックした会社の売上も上がっていることで、シェアが 3%ポイント上がっています。なので、23%まで水準が戻っているのかと思うのですが、この北米でのシェアアップの背景について、もう少しどのような状況で今進めてらっしゃるのか。DNA の利益率も改善しているということなので、どのような打ち手が奏功しているのか、確認させていただければと思います。お願いいたします。

竹中 [A]：元々今年の最大の重点テーマとして、販売力、営業力の強化というのを掲げて、実行してきました。特に DNA では、いわゆる環境プレミアム商品、これを販売できる提案営業力の強化はもちろん、ディーラーごとのトレーニングも行っています。これは経営者からインストールする方までのトレーニングの充実です。また、収益重視ということで、システム、営業プロセスも変えまして、従来は台数重視でしたが、機種構成や収益を重視するということで、営業マンの体質も変えるということにも相当力を入れました。そのトータルの成果が出たという認識です。

当然シェアアップということは、目的、目標ですけれども、われわれの最終的な目的はアメリカのマーケットをインバーターに変えていくということですので、そのための営業力や支援の強化ということで取り組んでおります。例えば取り戻した顧客の売上高というのは昨年の倍以上に増えてい

ますし、Fit の取り扱いも増えています。さらに、インバーターの比率というものも昨年より大きく上げていますので、本質的な営業力の強化についても成果を出してきています。新規リーダーの開発とウィンバックというものを確実に、一店一店進めていって、確固たる収益性とシェアとアップを目指したいと考えています。以上でございます。

前川 [Q]：よく分かりました。ありがとうございます。2 点目は、最終的には今年度末の FUSION の発表でということで伺いましたけど、キャピタルアロケーションの考え方について、これまで実施されなかった自己株式取得も含めてお考えになるということでコメントいただきましたが、こういった考え方に変わってきている背景について、どのような問題意識を、竹中社長がお持ちになられているのかということをお伺いできればと思います。お願いいたします。

竹中 [A]：一言で申し上げますと、皆様とのコミュニケーションでご指摘もいただいておりますが、今回、上期に過去最高益を達成することができましたが、足元の株価は 24 年に付けた上場来最高値の半値以下であり、株主の皆様の期待にお応えできていないということを非常に重く受け止めております。一方で、将来の当社の成長ということを考えれば、まだ評価いただけていないとも認識しておりまして、先ほど申し上げたとおり、資本効率も意識して成長を加速していきたいという意思であります。

前川 [M]：よく分かりました。どうもありがとうございます。私からは以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。それでは次に、UBS 証券の佐々木様、ご質問お願いいたします。

佐々木 [M]： UBS 証券の佐々木と申します。本日はありがとうございます。よろしくお願いいたします。私からも 2 つ質問をお願いいたします。1 つ目が 17 ページの、アメリカの住宅用空調の市場環境の状況について、もう少し補足で教えてください。

前年の冷媒規制の反動で、結構在庫が溜まっているっている状況かと思いますが、御社の状況やマーケット全体での在庫状況を教えてください。加えて、今年に入って新冷媒に変わってきていますが、御社のみが R32 を採用している状況と思います。他社に対する競争優位やお客様からのフィードバック、手応え等、R32 の強さは今実際に販売が始まってどのように見ていらっしゃるかを教えてください。

また、今アメリカではデータセンターが増え、非常に電気代が高騰してきています。このような状況の中で、御社も先ほどからインバーター比率を上げていくというお話がありましたが、例えば Fit の売れ行きやインバーター化のトレンドなど、いわゆる省エネ性の高い空調へ需要が変化して

いるのかなどを含めて、アメリカの空調マーケットの事業環境が現状どうなっているかを整理して教えてください。よろしくお願いします。

竹中 [A]：ありがとうございます。数字ですが、元々卸の流通在庫は、4 月時点で前年比 127%ぐらいでしたが、9 月末の段階では、前年比 103%まで落ちてきています。上半期、R410A 機の在庫の売り切り優先にならざるを得なかったので、上半期いっぱいかけて昨年並みの在庫まで落ちたということであります。下半期、とりわけ年明けからは、正常在庫の状態で始まるだろうと推測していますので、今後は販売を伸ばしていけるのではないかと考えておりますが、住宅ローン金利がどの程度下がるかを慎重に見極めながら、垂直に立ち上げられるように今考えているところであります。

R32 については、省エネ、省スペース、小型配管の工事性、単一冷媒のメリット、そしていわゆる価格コスト力とメリットが多いので、それらをしっかりと浸透させていきます。すでに手応えは感じています。

電気代については、ご指摘のとおりです。例えば私どもの拠点がありますテキサスヒューストンですと、電気代が 3 倍近く上がっています。インバーターの優位性はございますが、電気工事が従来に比べると少し複雑になり、インストーラーを含めた関係者の考え方や文化を変えるのに時間がかかっております。今まさに、これまでの常識である空調の工事、取り扱い文化を変えるべく、インストーラーだけでなく業界団体や関係するステークホルダーを集めて、説明すべく具体的にテーマを掲げて実行しているところです。

あわせて当社はコープランドと共に、インバーター圧縮機のジョイントベンチャーを設立しましたが、そこでの単販活動もスタートしており、12 月ごろから各社へのサンプル供給が始まります。このような活動をしていきながら、当社優位なマーケットを形成していきたいと思っています。以上でございます。

佐々木 [Q]： ありがとうございます。ちなみに DNA 社の上期はミックスでプラス 8%、ASP がプラス 8%とお話がありましたが、具体的にどのような製品が貢献し、ミックスと単価が上がったか、補足で教えていただけませんか。

髙橋 [A]：われわれが強みにしております Fit は、対前年で伸びております。また、収益性が高いインバーター搭載商品の販売も伸びており、インバーター比率も上がっています。あと年度によって異なりますが、ルート構成や商品構成により改善しています。高付加価値商品や売価を上げた商品の販売拡大、売価維持などの施策も含め、商品構成が良くなっています。

佐々木 [Q]：ありがとうございます。2 点目は、中国について教えてください。中国の事業環境は非常に厳しいと思いますが、この上期の収益性は実際どうだったかを教えてください。株式市場では、御社の中国の高い利益率が低下するリスクを心配される国内外の機関投資家が多い状況です。中国の高い利益率が維持可能なのか、高い利益率を維持するための戦略も併せて教えていただけると助かります。よろしくお願いします。

髙橋 [A]：ありがとうございます。中国販売は対前年マイナスになっておりますが、20%を超える利益率を維持できております。この最大の要因は、現地メーカーと値段の競争は一切しないということでございまして、高付加価値商品を徹底的にお客様に訴求しております。

以前からの変化で言いますと、新たな空気質ということで、お客様に対して提案メニューを今期相当強化して増やしております。室外機 1 台に室内機が複数付く単純な住宅用マルチエアコンは、現地メーカーも同様な商品を出してきていますが、空気質、除湿、加湿だけでなく、匂いやアロマ、風の出し方など、さまざまな空間の快適性の提案をお客様に対して訴求し始めております。

住宅用マルチエアコンにつきましても、このような提案メニューの強化の効果もあり、非常に厳しい中でもほぼ前年並みの売上を維持しております。現地のトップの言葉によりますと、とにかく新しい提案、新しい付加価値をお客様に提供する、これを徹底することで利益率の維持ができているということかと思っております。

佐々木 [M]：大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。それでは次に、ジェフリーズ証券の福原様、ご質問をお願いいたします。

福原 [Q]：ジェフリーズ証券の福原です。本日もありがとうございます。私から 2 つ質問ございまして、1 点目はアプライド事業についてです。アメリカのアプライド事業につきましては、今ご説明いただきましたが、もし可能であれば、欧州、アジア、中国各地域でのアプライド事業の戦略、販売手法に違いがございましたら教えていただけますでしょうか。

髙橋 [A]：各地域共通で、基本的には同じような狙いで行っております。データセンター、工場、病院などのマーケット別に機器の販売だけでなくソリューション提案をきめ細かにお客様に提案し、ソリューション比率を上げていく取り組みをしております。

ソリューション比率につきましては、北米は恐らく 55-60%まで上がっていると思いますが、他の地域はまだ機器の販売がやや多くなっており、北米と比べると低いです。そういう意味では、他の地域は、ソリューション比率を上げていくことが非常に課題となっております。

また中国に関しましては、現地メーカーとの競争は非常に厳しいです。機器のコスト力と競争が他地域以上に厳しい中で、いかに性能の良い商品を出していくかということで、新商品開発を徹底し、ライバルと戦っている状況だと思っております。

上原 [A]：アジア・オセアニアの空調事業を担当しています、上原です。アジアのアプライドは、2030 年に向け、CAGR で恐らく 5%以上の成長を続けていくと見ています。重点用途としましては、アジアでもデータセンターや工場、カーボンニュートラルを背景としました地域冷房が大きく拡大すると見ています。それに対し、現在当社が取り組んでいることは、機器ラインナップの強化とソリューション提案の体制強化です。大型ターボ、磁気軸受ターボ、2 次側など用途別に合わせた形の商品ラインナップを強化すると同時に、機器販売だけでなく、コントロールと組み合わせた形での省エネやエネルギーマネジメントまでをきっちりお客様に提案できるような体制も含めて、急速に強化しながら、ソリューションの受注も増やしています。機器売りでいきますと、恐らく ASEAN では当社がナンバー1 の地位を獲得していると見ております。以上です。

福原 [Q]：ありがとうございます。確認ですが、DAA の利益率は 10%まで上がっていますが、他の地域のアプライドも同じくらいの利益率でしょうか。

髙橋 [A]：欧州はアメリカ並みぐらいの利益率、中国はアメリカよりも高い利益率であると思っております。

上原 [A]：アジアにつきましては、サービスやメンテナンスの利益率がアメリカに比べてまだまだ低い状況にあり、アメリカの利益率より低いです。これから改善していくことで利益率を上げていきたいと考えています。

福原 [Q]：分かりました。ありがとうございます。2 点目の質問はインドについてです。今回 1 クォーター、2 クォーターと 2 四半期連続前年割れで推移してきました。天候要因が一番の理由だと理解していますが、気になっているのはシェアの変化です。御社は基本的に値段を下げないスタンスだと思いますが、その値段の設定の仕方によって、シェアに何らかの影響は出ていないのか。それから、上期のインドの売上進捗を見てみると、年間 2,000 億の計画が当初あったと思います。その計画の達成確度も併せてお願いできませんでしょうか。

上原 [A]：現在インドの家庭用市場での当社のライバルは、ローカルメーカーと一部韓国メーカーになっています。当社は以前から価格競争には参入しておらず、ボリュームゾーンも一番下のゾーンはターゲットとしていません。上位、中間層をダブルプレミアムと称し、販売しています。シェアにつきましては、この上期はシェア維持、もしくは若干のシェアアップをしているのではないかと考えています。年間売上 2,000 億の計画につきましても、家庭用は確かに上期で大きく前年を下

回る形となりましたが、業務用は 10%以上の増収になっていますので、年間では当初予定の 2,000 億をなんとかクリアできるのではないかと考えています。以上です。

福原 [M]：分かりました。ありがとうございます。以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、BofA 証券の堀田様、ご質問をお願いいたします。

堀田 [Q]：ありがとうございます。私のほうから簡単に 1 点、最初の竹中さんのところで、ROE と収益性により意識した経営を意識するというコメントがありました。お伺いしたいのが、今の取締役、社長も含めての業績連動報酬に、指標として、売上高、売上営業利益率、営業利益額、この 3 つを使っているかと思います。会長、社長を除く取締役だと、営業利益と売上高ですかね。今後 ROE とか収益性をより意識した経営をするに当たって、こういった業績連動の KPI を、より ROE とか収益性とかリターンに紐づけるような KPI に変えていくというような議論も、社内的に行われているのでしょうか。もし行われてないのであれば、どういうところが理由にあるのかというとこも併せて教えていただければ幸いです。よろしくお願いします。

竹中 [A]：そのとおりでございまして、来年度、FUSION30 をスタートいたしますので、それに合わせて役員の報酬基準も見直そうということで、今まさに報酬諮問委員会で議論をしておる最中であります。内容については FUSION と併せて発表をしたいと考えております。かつ、ロングタームインセンティブについても議論をしております。以上でございます。

堀田 [M]：よく分かりました。どうもありがとうございました。私のほうからは以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。では次に、シティグループ証券のマクドナルド様、ご質問をお願いいたします。

マクドナルド [M]：今日はありがとうございました。

竹中 [M]：ありがとうございます。

マクドナルド [Q]：自主株買いについての言及がありましたし、ROE についてもより意識していく、業績連動報酬の KPI も再検討するということで、ハッピーな話をたくさん聞けました。一方で、まだ厳しい質問をしないといけないと思います。一つは、キャッシュフロー。キャッシュフローの上期実績が、去年と比べると 6～7 割ぐらい下がっている。売上高と利益の水準は過去最高ですけど、キャッシュフローは全然ピークじゃない。ピークじゃない背景がいろいろある。在庫が増えているし、M&A の影響もある。設備投資もまだ高水準にある。キャッシュフローの状況を見ると、手放しに評価はできないと思っている。

キャッシュフローが出ないと、どうやって株主還元により力を入れるのかと、ちょっと疑問。特に今回の決算で影響が大きかったのは M&A。上期実績で約 500 億のキャッシュアウトだったようですが、これ、利益貢献はどのぐらいですか。ここ 20 年で、ダイキンはいろんな会社を買収しているが、その貢献度が分かりにくく、どう評価すべきなのか悩んでいる。

M&A の効果、貢献度についてどうなっているのか、何かヒントをいただけますか。特に直近のデータセンター向けビジネスに関する M&A は、興味を持つ人が多い。どういう基準で M&A を実行しているのかなど、教えてください。これが 1 点目です。

髙橋 [A]：ご指摘およびご質問、ありがとうございます。最近の M&A は、北米の空調レップ代理店が中心となっております。具体的な数字については開示を控えさせていただきますが、それらレップの買収に関しては、売上高はもちろん、利益についても確実に創出できております。

一方、データセンター向けの案件につきましては、これから大きく伸ばしていきたいと考えている領域です。特に直近発表させていただいたチルダイン社の買収については、彼らの技術獲得を目的としておりますので、今年、来年といった短期目線では、のれんの償却負担もあり、利益貢献はあまりないと思っています。ただ、2027 年度以降は利益貢献させられると考えておりますし、売上高に関しては、来年度から貢献ができるとは思っております。逆に、M&A 効果という点において足元で苦戦しておりますのは、ヨーロッパの低温事業です。のれん償却後だと、プラスマイナスゼロかやや赤字という利益水準が続いております。

マクドナルド [Q]：今年度のキャッシュフローの見通しはありますか。

髙橋 [A]：あくまで社内管理ベースで、連結キャッシュフロー計算書上のフリーキャッシュフローとは少し基準が異なるのですが、約 1,500 億円を目標にしております。足元、若干在庫が増えてきております、計画に対しての進捗はやや遅れているかなと思っております。

在庫につきましては、上期実績は計画に対してオンラインなのですが、対前年では引き続き高い水準にあると認識しており、今、全社を挙げて削減を進めているところであります。

マクドナルド [Q]：ありがとうございます。もう一点、先ほどチルダイン社の話のなかで、のれん償却に関して言及がありましたが、IFRS の採用は検討していないのですが。

髙橋 [A]：議論はしております。IFRS の採用を見据え、売上計上基準ですとか、有形固定資産の減価償却の基準ですとか、ほぼすべての基準の統一はすでに完了しております。その上で、現時点で、IFRS を採用するインセンティブはあまりないと考えています。IFRS を採用するとなると、相

当の費用とマンパワーがかかってまいります。そこまでしてやる必要はないというのが、現状評価です。

マクドナルド [Q]：のれん償却が上期だけで 240 億円以上、年間だと 500 億円程度になる。相当大きな金額ですので、IFRS に移ったほうがいいのではと個人的には思っています。繰り返しになりますが、金額規模の大きい買収に関しては、今後もう少し積極的な開示がなされることを期待します。そうすることで、資本効率についての議論・評価がしやすくなるので。

竹中 [A]：ありがとうございます。理解しました。投資リターンをどういった KPI で測定して開示していくのか、継続検討して意思決定していきたいと思います。

マクドナルド [M]：OK。私からは以上です。ありがとうございます。

竹中 [M]：ありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。では、次の方を最後のご質問者とさせていただきます。SMBC 日興証券の谷中様、ご質問をお願いいたします。

谷中 [Q]：SMBC 日興証券の谷中でございます。2 点ございます。1 点目に、通期の営業利益増減分析についてです。営業利益の年間計画は据え置かれていますが、項目ごとに見ていくと、拡販効果は、期初計画と比べて 640 億円ほど下方修正されています。一方で売価は、期初計画比で 180 億円の上方修正となっています。販売数量が落ち込むと売価効果もマイナスになるというのが一般的だと思うのですが、今回、売価効果を上方修正された背景を教えていただけますでしょうか。

髙橋 [A]：ご質問ありがとうございます。今年度は、期初計画策定後の需要が想定以上に厳しかったことに加えて、米国関税の影響もあり、売価施策の徹底をこれまで以上に重要な方針として掲げておりました。上期でもすでに効果は出ておりますが、各地域で施策を着実に実行することで、下期もその効果を取り込んでいきたいと考えております。

谷中 [Q]：ありがとうございます。2 点目に、需要がこれだけ悪くなっている北米市場で、ウィンバックを 55%まで改善できた背景を教えてください。たとえば、インフレでお客さんが価格重視になっており、R454B 機に対して価格優位性がある R32 が好まれているとか。御社製品の機能とか、効率性が良いというのは承知しているんですけど、新機種の冷媒の優位性がウィンバックにつながっているとか、そういう可能性はありますでしょうか。

竹中 [A]：R32 機の優位性、省エネ性であったり、施工性であったりといったメリットに加えて、先ほどから、営業力の強化と申し上げていますけども、販売店一社一社、一店一店、それぞれニーズがありますので、例えばインストーラーの教育をしてほしいですとか、省エネ性を提案するため

のサポートが欲しいですとか、そういったニーズに向き合って、きめ細かくサポートしているということが最大の理由ではないかなと思います。それによって、付加価値の高い商品を拡販できているとご理解いただければと思います。

谷中 [M]：承知しました。ありがとうございます。私からは以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。それでは、以上をもちまして、決算説明会を終了させていただきます。最後までご参加いただき、誠にありがとうございました。

竹中 [M]：ありがとうございました。

［了］

脚注

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。