



2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

2026年2月4日

I . 2026年3月期第3四半期決算概要	P. 3
II . 2026年3月期通期業績計画	P. 6
III . 事業/地域別概況	P. 14
IV . 設備投資/減価償却費/研究開発費	P. 21

I. 決算概要

第3四半期決算は、**増収減益**。

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たが、想定を上回る需要減の影響を大きく受けた。

米国の関税措置による直接影響（営業利益 約290億円）は、価格転嫁とコストダウンで吸収。

(億円)	1-3Q実績		
	2024年度	2025年度	前年度比
売上高	35,932	36,663	102%
営業利益 (利益率)	3,187 (8.9%)	3,079 (8.4%)	97%
経常利益 (利益率)	2,925 (8.1%)	3,057 (8.3%)	105%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,867 (5.2%)	1,954 (5.3%)	105%

USドル/円	¥153	¥149
ユーロ/円	¥165	¥172
中国元/円	¥21.2	¥20.8

為替影響（対前年度）

売上高 ▲385億円

営業利益 ▲140億円

為替除く前年度比

売上高 103%

営業利益 101%

I. 事業セグメント別実績

- ✓ **空調・冷凍機事業：増収増益。**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、**日本でも高付加価値商品を拡販。**中国では、**住宅用マルチエアコンの販売に資源を集中。**
- ✓ **化学事業：増収減益。**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た。

(億円)		1-3Q実績		
		2024年度	2025年度	前年度比
全社	売上高	35,932	36,663	102%
	営業利益 (利益率)	3,187 (8.9%)	3,079 (8.4%)	97%
空調・ 冷凍機	売上高	33,358	34,012	102%
	営業利益 (利益率)	2,843 (8.5%)	2,883 (8.5%)	101%
化学	売上高	1,888	1,930	102%
	営業利益 (利益率)	327 (17.3%)	181 (9.4%)	55%
その他	売上高	686	721	105%
	営業利益 (利益率)	18 (2.6%)	16 (2.2%)	87%

為替影響 (対前年度)

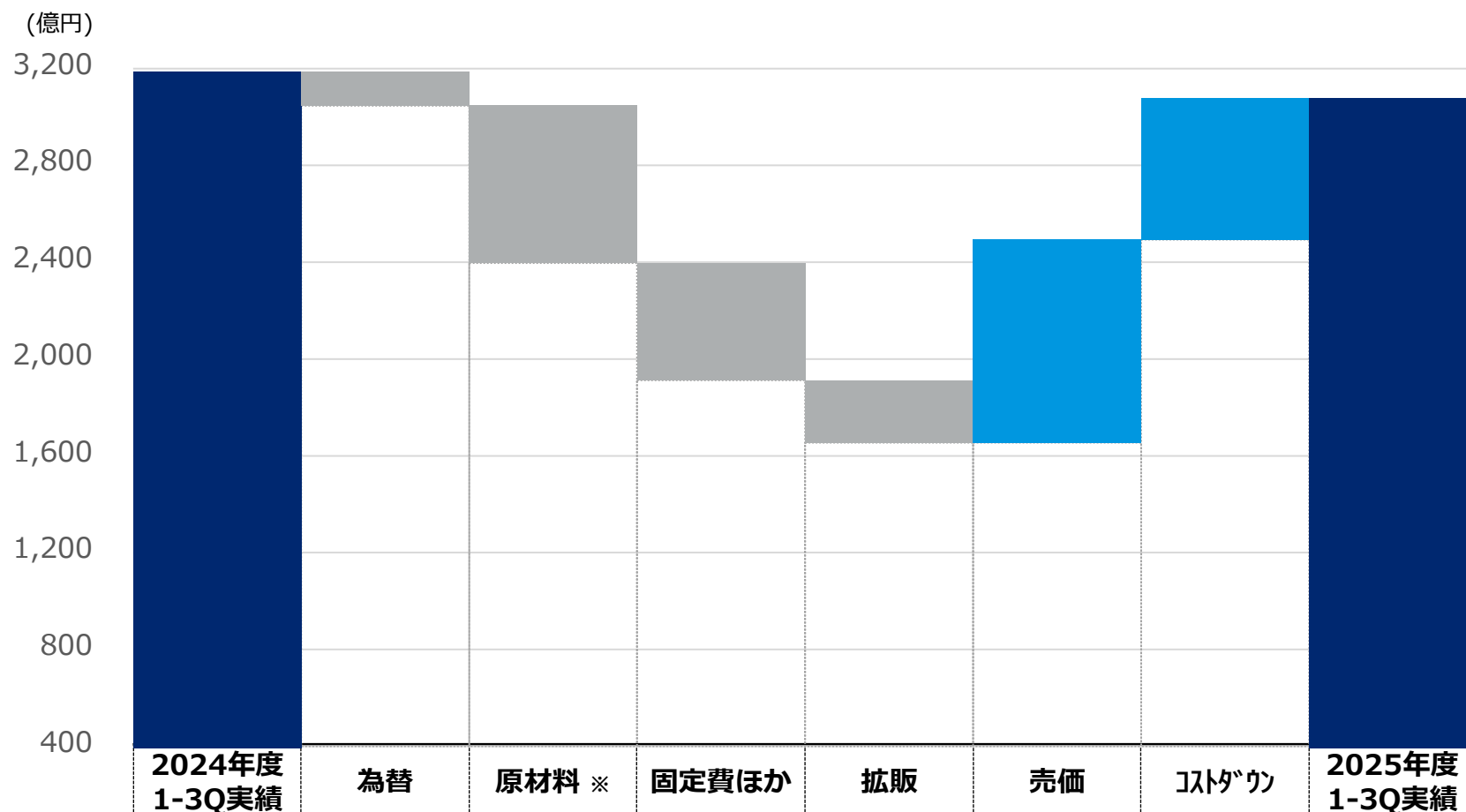
	空調事業	化学事業
売上高	▲370億円	▲25億円
営業利益	▲130億円	▲8億円

為替除く前年度比

	空調事業	化学事業
売上高	103%	104%
営業利益	106%	58%

※フィルタ事業は空調・冷凍機事業に含む。

I. 営業利益増減分析 - 実績の対前年度比



※米国関税による直接影響▲290億、物流費を含む

※フィルタ事業は、空調・冷凍機事業に含む

Ⅱ. 通期業績計画

- ✓ 第3四半期の実績を踏まえ、**年間の営業利益計画を4,130億円に変更。**
第4四半期は増益を確保し、年間での増益をめざす。
- ✓ 足元も厳しい事業環境が継続しているが、**需要減少には底打ちの兆しが見られる。**
経営トップ直轄の全社横断6テーマ（次頁参照）**の成果創出を加速。**
- ✓ アプライド事業・業務用ソリューション事業の拡大、高付加価値商品の拡販、売価アップとシェア拡大の両立に努めるとともに、コストダウンの積み増しや固定費削減、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**に取り組み、**2026年度（次期戦略経営計画の初年度）につなげる。**

(億円)	2025年度 (前回公表)	2025年度			
	年間計画	1-3Q実績	前年度比	年間計画	前年度比
売上高	48,400	36,663	102%	49,200	104%
営業利益	4,350	3,079	97%	4,130	103%
(利益率)	(9.0%)	(8.4%)		(8.4%)	
経常利益	4,150	3,057	105%	3,980	109%
(利益率)	(8.6%)	(8.3%)		(8.1%)	
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,800	1,954	105%	2,680	101%
(利益率)	(5.8%)	(5.3%)		(5.4%)	

為替影響（対前年度）

売上高 ▲100億円
営業利益 ▲135億円

為替除く前年度比

売上高 104%
営業利益 106%

USドル/円

¥149

¥150

ユーロ/円

¥172

¥174

中国元/円

¥20.8

¥21.0

Ⅱ. <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

Ⅱ. 事業セグメント別業績計画

(億円)		2025年度 (前回公表)	2025年度計画			
		年間計画	1-3Q実績	前年度比	年間計画	前年度比
全社	売上高	48,400	36,663	102%	49,200	104%
	営業利益 (利益率)	4,350 (9.0%)	3,079 (8.4%)	97%	4,130 (8.4%)	103%
空調・ 冷凍機	売上高	44,530	34,012	102%	45,350	103%
	営業利益 (利益率)	3,925 (8.8%)	2,883 (8.5%)	101%	3,735 (8.2%)	106%
化学	売上高	2,850	1,930	102%	2,750	105%
	営業利益 (利益率)	380 (13.3%)	181 (9.4%)	55%	350 (12.7%)	76%
その他	売上高	1,020	721	105%	1,100	105%
	営業利益 (利益率)	45 (4.4%)	16 (2.2%)	87%	45 (4.1%)	99%

※フィルタ事業は空調・冷凍機事業に含む。

為替影響 (対前年度)

	空調事業	化学事業
売上高	▲100億円	▲20億円
営業利益	▲127億円	▲6億円

為替除く前年度比

	空調事業	化学事業
売上高	104%	105%
営業利益	110%	77%

Ⅱ. 営業利益増減分析 - 年間計画の対前年度比

(億円)

4,400

3,900

3,400

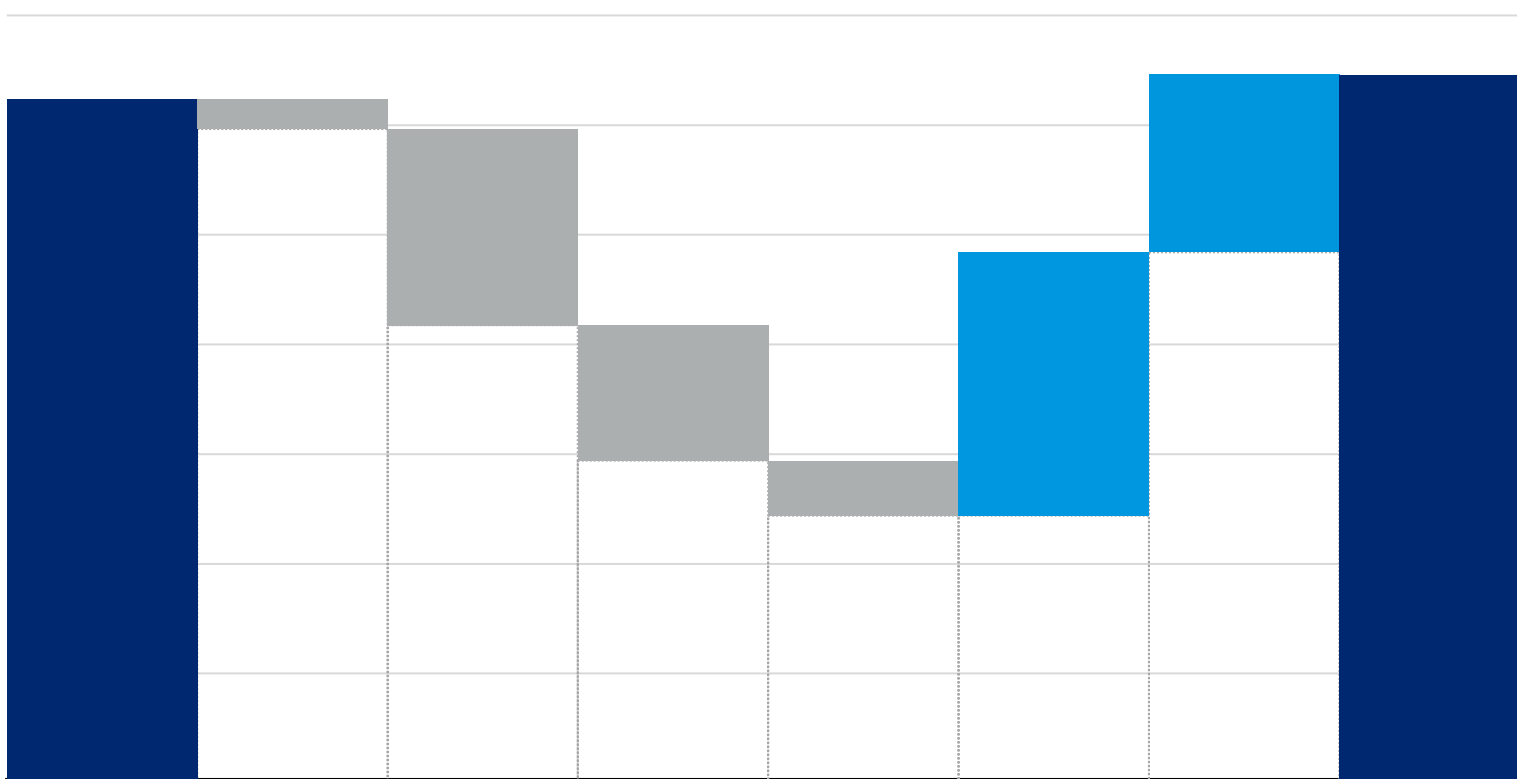
2,900

2,400

1,900

1,400

900



	2024年度 実績	為替	原材料 ※	固定費ほか	拡販	売価	その他	2025年度 計画 (今回公表)
計	4,017	▲135	▲895	▲617	▲250	+1,200	+810	4,130
空調・冷凍機	3,510	▲127	▲832	▲605	▲93	+1,128	+754	3,735
化学	461	▲6	▲53	-	▲158	+58	+48	350
その他	46	▲2	▲10	▲12	+1	+14	+8	45

※米国関税による直接影響▲410億、物流費を含む

※フィルタ事業は、空調・冷凍機事業に含む

Ⅱ. <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410億円を見込む。**

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 [20%]・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

Ⅱ. <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

Ⅱ. 地域別売上高の推移 - 空調・冷凍機事業

※パーセンテージは前年度比

※フィルタ事業含む

(億円)	2021年度1-3Q		2022年度1-3Q		2023年度1-3Q		2024年度1-3Q		2025年度1-3Q		2025年度計画 (2月公表)	
	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高
日本	105%	3,908	105%	4,108	107%	4,377	109%	4,783	106%	5,051	104%	6,700
欧州	135%	3,725	124%	4,627	103%	4,753	107%	5,100	106%	5,428	108%	7,750
中国	131%	3,597	103%	3,699	105%	3,895	94%	3,652	92%	3,353	92%	3,950
米州	130%	6,502	156%	10,114	116%	11,726	116%	13,609	103%	14,067	106%	18,400
アジア	117%	2,048	151%	3,089	106%	3,274	121%	3,972	91%	3,616	95%	5,100
オセアニア	131%	753	127%	954	102%	974	112%	1,089	101%	1,101	102%	1,500
中近東	141%	428	151%	646	140%	907	115%	1,046	121%	1,263	116%	1,750
アフリカ	140%	77	122%	94	114%	107	102%	109	121%	132	120%	200
計	124%	21,038	130%	27,332	110%	30,014	111%	33,358	102%	34,012	103%	45,350
海外売上高比		81%		85%		85%		86%		85%		85%
USドル/円		¥111		¥137		¥143		¥153		¥149		¥150
ユーロ/円		¥131		¥141		¥155		¥165		¥172		¥174
中国元/円		¥17.3		¥19.9		¥20.0		¥21.2		¥20.8		¥21.0

Ⅱ. 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1-3Q		2022年度1-3Q		2023年度1-3Q		2024年度1-3Q		2025年度1-3Q		2025年度計画 (2月公表)	
	増減率	売上高	増減率	売上高	増減率	売上高	増減率	売上高	増減率	売上高	増減率	売上高
日本	135%	418	123%	515	97%	498	102%	510	86%	440	88%	635
米州	123%	300	144%	433	80%	346	78%	269	130%	350	124%	510
中国	131%	392	109%	429	98%	420	115%	484	99%	477	100%	635
アジア	120%	190	132%	252	99%	248	97%	242	114%	276	129%	450
欧州	160%	239	126%	301	125%	377	99%	374	101%	378	102%	510
その他	123%	8	128%	10	85%	8	120%	10	73%	7	71%	10
計	133%	1,548	125%	1,939	98%	1,897	100%	1,888	102%	1,930	105%	2,750
海外売上高比		73%		73%		74%		73%		77%		77%
USD/円		¥111		¥137		¥143		¥153		¥149		¥150
ユーロ/円		¥131		¥141		¥155		¥165		¥172		¥174
中国元/円		¥17.3		¥19.9		¥20.0		¥21.2		¥20.8		¥21.0

Ⅲ. 空調・冷凍機事業 - 日本

売上高は前年度比106%。販売力・営業力を強化し、高付加価値商品を拡販したことに加え、売価施策の効果も寄与した。

- ✓ 住宅用：業界需要は、記録的な猛暑に加え、地方自治体が実施する補助金の恩恵を受けた。当社は、電気料金の上昇や省エネ意識の高まりを背景に、『うるさらX』などの高付加価値商品を中心に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。当社は、高い省エネ性と施工性を兼ね備えた「FIVE STAR ZEAS」、R32を採用し高い省エネ性を持つ「VRV 7」などの高付加価値商品を中心にユーザー提案を強化。

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用	業界	104%
	当社	101%
業務用	業界	103%
	当社	103%
アプライド	業界	96%
	当社	93%

※アプライドは売上高ベース

Ⅲ. 空調・冷凍機事業 - 米州

売上高は前年度比103%。住宅用の業界需要は、長引くインフレや住宅ローン金利の高止まりにより低迷したが、当社はアプライドでの拡販と住宅用での売価施策を推進。

- ✓ 住宅用ユニットリー：冷媒のGWP値規制の変更に伴う駆け込み需要の反動があるなか、顧客の取戻し、販売店支援、新規販売店の開発に注力し、R32機を中心に拡販し、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。
- ✓ ダクトレス：RA/SKYは、冷媒のGWP値規制の変更に伴う駆け込み需要の反動と、住宅用需要の低迷の影響を受けた。VRVは、プロジェクト案件の延期や企業の投資抑制の影響を受けた。
- ✓ アプライド：データセンター向けの堅調な需要を捉え、メキシコ新工場と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を活用し、販売を拡大。

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用ユニットリー		90%
ダクトレス	RA/SKY	94%
	VRV	85%
アプライド		111%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

※住宅用ユニット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

Ⅲ. 空調・冷凍機事業 - 中国

売上高は前年度比92%。不動産市況の悪化や消費の冷え込みにより厳しい事業環境が継続。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ダイレクトの販売に資源を集中。また、高付加価値商品の拡販、ソリューション事業の強化、コストダウンの取組みにより、営業利益率は高水準を維持。

- ✓ 住宅用：オフラインでの小売販売に加え、ライブ放送・WEB広告・SNSなどオンラインを組み合わせた、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を拡大。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、グリーンビル向けに注力。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、省エネ更新の提案営業を強化。

前年度比 (現地通貨ベース)	1-3Q 実績
住宅用	96%
業務用	84%
アプライド	80%

Ⅲ. 空調・冷凍機事業 - 欧州・中近東・アフリカ

欧州の売上高は、前年度比106%。事業環境が厳しいなか、住宅用・業務用の販売に注力。

中近東の売上高は、前年度比121%。トルコで住宅用の販売を拡大。

サウジアラビアやUAEでは、業務用・アプライドを拡販。

- ✓ 住宅用：イタリアで販売が落ち込んだが、フランスで差別化商品を拡販。空調機器の普及率が低いドイツ、イギリスでも拡販。
- ✓ 業務用：環境・省エネを切り口とした提案営業を強化し、R32を採用した商品の販売が大きく伸長。
- ✓ H/P暖房：厳しい事業環境が継続。当社は、販売店開発や販売力強化に注力。ドイツで、急拡大するR290機の需要を捉え、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。

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用		102%
業務用	SKY	105%
	VRV	109%
H/P暖房		93%
アプライド		114%
冷凍・冷蔵		99%

※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

Ⅲ. 空調・冷凍機事業 - アジア・オセアニア

アジアの売上高は前年度比91%。アセアン地域各国での景気減速に加え、インドで天候不順の影響を受けた。

オセアニアの売上高は前年度比101%。オーストラリアで業務用の販売が拡大。

- ✓ 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。アセアン地域では、米国関税措置の影響で需要が低迷し、流通在庫が高止まりするなか、価格競争が激化。インドでは、消費税減税（2025年9月22日実施）の効果はあったが、天候不順の影響を大きく受けた。
- ✓ 業務用：景気の先行き不透明感から、プロジェクトの遅延・中止が増加。当社は、販売店開発・育成を強化し、インド・オーストラリアで販売を拡大。
- ✓ アプライド：工場・データセンター向けの販売を強化。保守・メンテナンスなどサービス事業にも注力。

売上高上位国の前年度比（現地通貨ベース）

オーストラリア：104% インド：99% ベトナム：95%
マレーシア：95% インドネシア：88% タイ：86%

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用		83%
業務用	SKY	103%
	VRV	101%
アプライド		100%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

Ⅲ. 空調・冷凍機事業 - フィルタ事業

売上高は前年度比100%。需要は堅調に推移したが、為替のマイナス影響を受けた。

- ✓ エアフィルタ：米国は、高粗利商材の販売が拡大。欧州は、北欧での更新需要の獲得により、販売が拡大。中国は、半導体市場の回復遅れによる価格競争の激化の影響で、販売が減少。
- ✓ P&I※：油田向け特殊フィルタの販売が減少したが、集塵機の販売が堅調に推移。

※P&I・・・ガスタービン向け集塵システム、業務用小型集塵機

Ⅲ. 化学事業

売上高は前年度比102%。半導体分野での需要低迷、自動車分野での需要回復遅れの影響があるなか、当社は、ガスや情報通信分野でのフッ素樹脂の拡販に努めた。

- ✓ 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、当社は売価維持を徹底するとともに、米国・アジアで拡販。
- ✓ 樹脂・ゴム
 - フッ素樹脂：データセンター向け電線用途のFEPを増産し、販売が大きく伸長。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：日本や欧米の自動車市場向けに拡販。
- ✓ 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。半導体プロセス向けエッチング剤の分野での新規連結効果が寄与した。

前年度比 (売上高ベース)	1-3Q 実績
合計	102%
ガス	105%
樹脂・ゴム	98%
化成品ほか	110%

IV. 設備投資・減価償却費・研究開発費

(億円)	2024年度		2025年度	
	1-3Q実績	年間実績	1-3Q実績	年間計画
設備投資	2,486	3,246	2,098	2,900
減価償却費	1,442	1,974	1,632	2,250
研究開発費	1,000	1,357	1,102	1,500



予測に関する注意事項

本資料は情報提供を目的としており、本資料による何らかの行動を勧誘するものではありません。本資料（業績計画を含む）は、現時点で入手可能な信頼できる情報に基づいて当社が作成したものでありますが、リスクや不確実性を含んでおり、当社はその確実性・完全性に関する責任を負いません。ご利用に際しては、ご自身の判断にてお願い致します。本資料の見通しや目標数値等に全面的に依存して投資判断により生じ得るいかなる損失に関しても、当社は責任を負いません。