



ダイキン工業株式会社

2026年3月期第3四半期決算説明会

2026年2月4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 3 四半期決算説明会
[決算期]	2026 年度 第 3 四半期
[日程]	2026 年 2 月 4 日
[ページ数]	38
[時間]	16:00 – 17:09 (合計：69 分、登壇：20 分、質疑応答：49 分)
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	3 名 取締役 兼 副社長執行役員 経理財務・予算担当 高橋 孝一 (以下、高橋) 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) コーポレートコミュニケーション室 経営 IR グループ長

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



的場 一裕（以下、的場）

[アナリスト名]*	ゴールドマン・サックス証券	諫山 裕一郎
	UBS 証券	佐々木 翼
	ジェフリーズ証券	福原 捷
	野村証券	前川 健太郎
	シティグループ証券	グレアム・マクドナルド
	SMBC 日興証券	谷中 聡
	大和証券	田井 宏介
	BofA 証券	堀田 賢人

*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

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



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3四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、誠にありがとうございます。

説明資料につきましては、本日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、お手元にご用意の上でご参加をお願いいたします。

それでは、本日の登壇者をご紹介します。取締役兼副社長執行役員、経理財務・予算担当、高橋孝一、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、コーポレートコミュニケーション室、経営IRグループ長、的場一裕、以上3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、初めに高橋より、決算の概要について15分程度ご説明させていただきました後、質疑応答とさせていただきます。終了時刻は17時を予定しております。

それでは、高橋副社長、お願いいたします。

高橋：高橋でございます。本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

第3四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。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



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%
USD/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%

3

まず、3 ページをご覧ください。

第3四半期決算は、増収減益となりました。

米国住宅市場の低迷、中国不動産不況の長期化に加えまして、アジアでも景気減速や天候不順の影響で需要が減少する厳しい事業環境の中でありまして、各地域で販売力・営業力の強化に努めたことに加え、戦略的売価施策やコストダウンの取組みなど、さまざまな施策を実行いたしました。が、想定を上回る需要減少の影響をカバーできませんでした。

なお、米国関税措置により、営業利益ベース約 290 億円の直接的なマイナス影響はありましたが、売価転嫁とコストダウンですべて吸収いたしました。

為替の実績は、US ドル 149 円、ユーロ 172 円、中国元 20.8 円、対前年の為替影響は、売上高で 385 億円のマイナス、営業利益で 140 億円のマイナスとなりました。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptasia.com



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%

※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	▲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%

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。

空調事業では、為替を除く実質ベースで増収増益となりました。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ました。

一方、化学事業は、増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が大変厳しく、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など販売拡大に努めましたが、半導体製造装置向けの高付加価値材料である PFA の販売減少、昨年度に実施した増産投資の償却費負担増などにより、対前年で大幅な減益になりました。

為替の影響ですが、空調事業では、売上高で 370 億円のマイナス、営業利益で 130 億円のマイナス、化学事業は、売上高で 25 億円のマイナス、営業利益で 8 億円のマイナスとなりました。

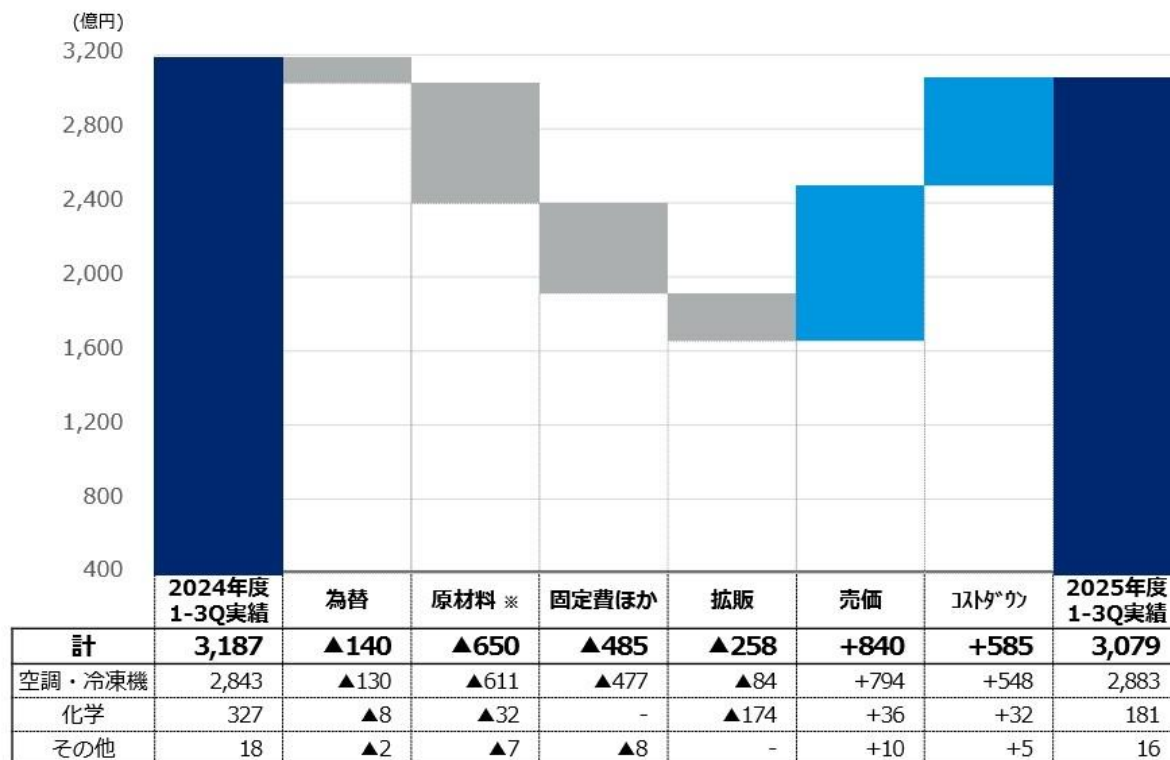
各事業の状況、空調事業の地域別の状況につきましては、後ほどご説明いたします。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



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・冷凍機事業を含む

5

5 ページをご覧ください。第3四半期累計の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的な運用など、トータルコストダウンを推進しました。

なお、米国関税措置の直接的影響約290億円につきましては、売価アップで約210億円、コストダウンで約80億円の施策効果を出し、すべて吸収しております。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

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%)	
USドル/円		¥149		¥150	
ユーロ/円		¥172		¥174	
中国元/円		¥20.8		¥21.0	

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%

6

6 ページをご覧ください。

第3四半期決算を踏まえ、年間の営業利益計画を4,130億円に変更いたします。空調事業の需要が想定を超える厳しい状況となっていることから、下方修正となりますが、第4四半期の3カ月では大きく増益し、年間での増益を確保する考えです。

事業環境は、第3四半期は非常に厳しいものでしたが、第4四半期につきましては幾分和らぐものと見ております。例えば、米州住宅市場では流通在庫の調整が進んでおり、アジアでも各地で発生した自然災害の影響が解消に向かっております。また、欧州では景気低迷が続いているものの、業務用市場で省エネ機器への更新需要が出てきております。

当社といたしましては、これまで打ってきた施策、具体的には高付加価値商品の拡販、ソリューション事業比率の向上、戦略的売価施策、コストダウンなど、経営トップ直轄の全社横断6テーマの成果創出を加速するとともに、事業環境の変化に対して追加の施策を展開してまいります。

また、固定費削減や在庫の適正化など、事業体質を強化する施策を推進し、次期戦略経営計画の初年度である2026年度につなげたいと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



なお、期末の配当予想につきましては、前回公表から変更はありません。通期業績を踏まえ、改めて検討いたしてまいります。

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

7

7 ページは、全社横断 6 テーマの詳細です。

参考情報になりますので、説明は割愛させていただきます。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

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%

8

8 ページをご覧ください。セグメント別の業績見通しです。

空調事業は、売上高は前回公表から 820 億円の増額、営業利益は 190 億円の減額、化学事業は、売上高は前回公表から 100 億円の減額、営業利益は 30 億円の減額、その他事業は、売上高は前回公表から 80 億円の増額、営業利益は据え置きとなっております。

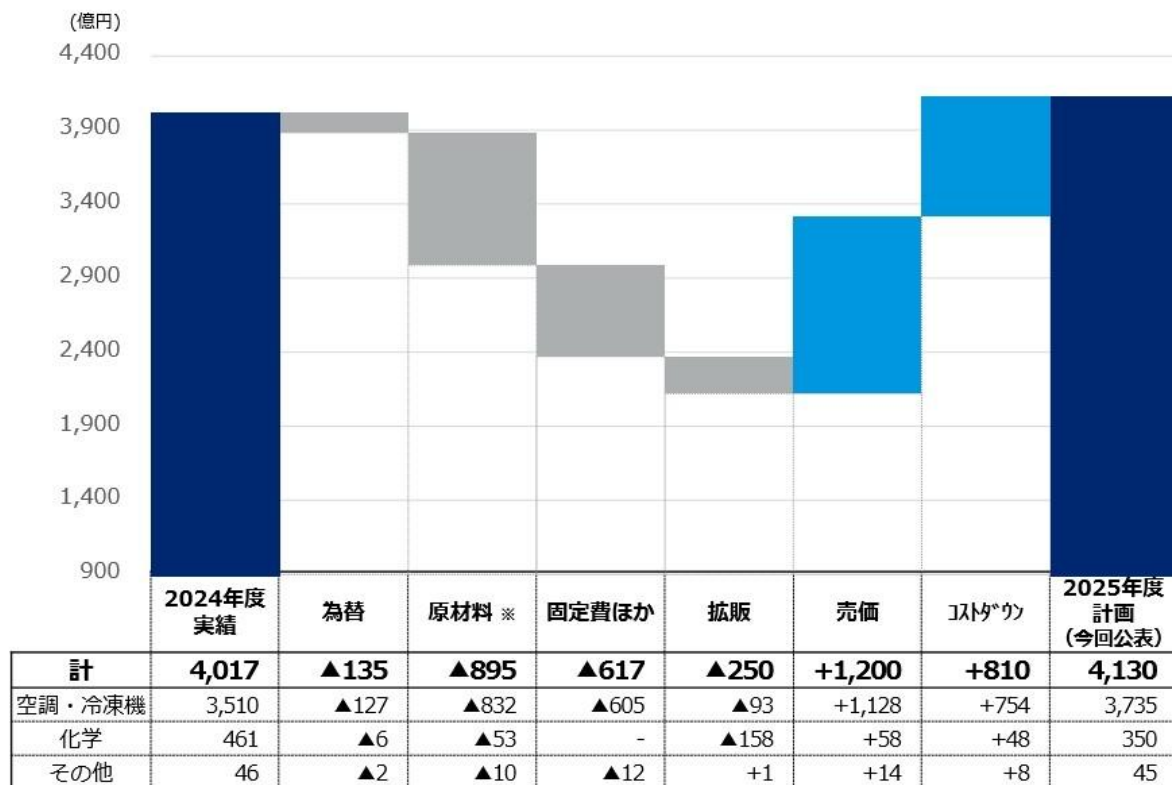
為替の影響ですが、空調事業は、売上高で 100 億円のマイナス、営業利益で 127 億円のマイナス、化学事業は、売上高で 20 億円のマイナス、営業利益で 6 億円のマイナスを見込んでおります。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



Ⅱ. 営業利益増減分析 - 年間計画の対前年度比



※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

9

9 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要因について、チャートのとおり変更しております。

なお、米国関税措置の直接影響約 410 億円につきましては、売価アップで約 300 億円、コストダウンで約 110 億円の対策効果を出し、吸収する計画であります。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

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

10

10 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いて、現時点では約410億円を見込んでおります。

今後、状況が変化する可能性はありますが、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であることに変わりはありません。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptasia.com

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

11

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

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)	
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	

12

12 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。

為替影響を除く売上高の実質的な前年比は、ヨーロッパ 102%、中国 94%、米州 106%、アジア 92%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 93%、米州 107%、アジア 97%を計画しております。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



13

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)	
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%	
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	

13

13 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の売上高前年比は、米州 134%、中国 100%、欧州 97%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、米州 125%、中国 100%、欧州 96%を計画しております。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



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、地方自治体を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

14

14 ページをご覧ください。空調事業の地域別の概況について説明いたします。

まず、日本です。

全国的な高気温や設備投資の改善に加え、地方自治体を実施する補助金の追い風もあり、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、売上高は前年比 106%となりました。

住宅用は収益性を重視した結果、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の確保を両立しております。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

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。

- ✓ 住宅用ユニタリー：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
住宅用ユニタリー		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・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ス社)で製造・販売

15

15 ページをご覧ください。

米州空調事業の売上高は、前年比 103%となりました。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の中、アプライドの拡販に加え、住宅用で売価施策を推進いたしました。

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 112%となりました。増収要因のブレークダウンイメージですが、数量マイナス 10 ポイントに対し、売価で 8 ポイントプラス、商品構成の改善で 8 ポイントプラス、M&A の影響はゼロとなっております。加えて、今期から中南米空調各社が DNA 傘下となったことの影響で、プラス 6 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影響を受ける中、顧客の取戻しや既存販売店の支援、新規販売店の開発に注力し、R32 機を中心に拡販に努めた結果、大きくシェアアップしております。上期時点では約 22%のシェアでしたが、3 四半期の 3 か月では約 25%となり、年間では 24%以上を狙っております。ウィンバックは、12 月末の実績で約 60%と計画どおり進捗しており、今後も個別訪問の強化を継続してまいります。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



住宅用ユニタリーの需要は、3クォーターでは流通在庫の調整が続き、大変厳しいものとなりました。4クォーターは流通在庫の削減が進み、また、政策金利の引下げもあり、緩やかではありますが、回復に向かうと見ております。

ダイキンアプライドアメリカズ社は、熱源、二次側といった機器の拡販に加えまして、サービスソリューション事業も順調に拡大しており、売上高を大きく伸ばすことができました。

足元のアプライド需要は、経済成長の鈍化による影響も見られますが、データセンターや企業の設備投資関連など、好調な市場での受注獲得に努めていきます。

各社の営業利益率ですが、DNA社は9%で、対前年1ポイント%の改善、DAA社は8%で、対前年2ポイント%の低下となりました。DAA社の営業利益率の低下は、買収に伴いのれん償却費の負担が増加したことと、ソリューション事業拡大のための先行投資を実施したことなどが要因であります。

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%

16

16 ページをご覧ください。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



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、ユーザーダイレクトの販売活動に注力いたしました。売上高は前年比 92%と落ち込みましたが、高付加価値商品の拡販、ソリューション事業の強化、コストダウンなどに取り組み、営業利益率は高水準を維持しております。

住宅用マルチエアコンの売上高は、前年比 96%となりました。オンラインとオフラインを組み合わせた独自の販売活動を進めたことに加え、システム商品の新シリーズを投入して、幅広い顧客ニーズを取り込むなど、当社の販売力の強みを発揮することで、需要が厳しい中、最大限販売を確保できたと思っております。

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 17

17 ページをご覧ください。

欧州空調事業の売上高は、前年比 106%となりました。総じて事業環境が厳しい中、住宅用・業務用の販売に注力いたしました。

中近東空調事業の売上高は、前年比 121%となりました。トルコで住宅用の販売が伸長したことに加え、サウジアラビアや UAE で業務用・アプライドの販売が拡大しました。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

ヒートポンプ暖房の需要は、各国の補助金制度に特に変更がなく、厳しい状況が続いております。当社は、販売店開発や補助金申請支援などに注力し、ドイツで急拡大する R290 機の需要を捉え、販売を伸ばしております。

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

18

18 ページをご覧ください。

アジア空調事業の売上高は、前年比 91%となりました。アセアン地域各国での景気減速に加え、インドでの天候不順の影響を受けました。インドの売上高は、住宅用の販売が落ち込み、現地通貨ベースで前年並みにとどまりました。

一方、オセアニア空調事業は、オーストラリアで業務用の販売を拡大し、売上高は前年比 101%となりました。

住宅用は、販売店開発や消費者への販促支援の強化に取り組みましたが、流通在庫の高止まりにより、アセアン各国で価格競争が激化したこと、またインドでも消費税減税を追い風に挽回を図りましたが、上期に天候不順の影響を大きく受けたことで販売が減少いたしました。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

一方、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、インドやオーストラリアで販売を伸ばしました。

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

19

19 ページをご覧ください。

フィルタ事業は、需要は堅調に推移いたしましたが、為替のマイナス影響により、売上高は前年比100%となりました。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



20

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%

20

20 ページをご覧ください。

化学事業の売上高は、前年比 102%となりました。半導体分野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を受ける中、需要が好調な分野を見極め、拡販に努めました。

フッ素樹脂は、データセンター向け電線用途の FEP を増産し、販売を拡大いたしましたが、半導体製造装置向けの需要減少の影響を受けました。

フッ素ゴムは、自動車分野で販売を伸ばしました。

化成品は、表面防汚コーティング剤やテキスタイル向け撥水撥油剤で販売減となりましたが、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により、前年を上回りました。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

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

21

21 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1-3クォーターの実績は記載のとおりです。

私からの説明は以上です。ありがとうございました。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

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。

時間に限りがございますので、一度のご質問については2問まで、また簡潔にお願いします。ご協力のほど、よろしくお願いいたします。

それでは初めに、ゴールドマン・サックス証券の諫山様、よろしくお願いいたします。

諫山 [Q]：いつも大変お世話になっております。ゴールドマン・サックス証券の諫山でございます。よろしくお願いいたします。

1問目、第3クォーターの着地は、結局どれくらい計画から外れてしまったのかをお伺いさせていただきます。2012年から御社を担当させていただいていますが、期中の下方修正は記憶になくて、コストダウン等を実施して是が非でも計画を達成させてきたというのが御社のトラックレコードでもあったので、今回の下方修正は、個人的にはすごく驚いております。

セグメント別に見ると、空調事業の下方修正幅がやはり大きいですし、全社の増減分析を見ても、拡販効果を440億円くらい11月公表値から下げられていると思います。売上のほうは、為替を加味しても計画からあまりずれていないので、生産調整なのか何なのか。この第3クォーターで、営業利益の着地を大きく狂わせた要因が結局何だったのだろうと。これで膿を出し切った来期から楽になるぞという話と理解していいのか。

その点について、ぜひコメントを頂戴できませんでしょうか。よろしくお願いいたします。

高橋 [A]：ありがとうございます。

この第3クォーターが、社内の計画に対して相当未達になっております。その未達分を4クォーターで挽回することも検討したのですが、残り3カ月しかございませんので、4クォーターは計画に沿って頑張るということは変えずに、3クォーターの落ち込み分を、年間で下方修正せざるを得なかったとご理解いただけたらと思います。

諫山 [Q]：3クォーターの落ち込みの要因は何だったのでしょうか。

高橋 [A]：販売力・営業力の強化に向けた経費の増加がございました。それから、ヨーロッパ、北米については、計画に対して販売進捗が遅れておりますので、減産、生産調整を3クォーターに実施しております。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

需要減によりいろいろな調整が必要なわけですが、販売力・営業力の強化、売価アップ、コストダウンといった施策は予定どおり実行しております。4 クォーターは、当初計画どおりにそれらの効果を刈り取っていきたいと考えています。

需要については、特に北米は、皆さんもご存じと思いますが、想定以上に厳しい状況であったというのが、計画対比の話になります。

諫山 [Q]：ありがとうございます。

年間計画を下方修正されるのって、本当にいつぶりかなとなったのですが、このアクション自体はかなり躊躇されたのでしょうか。

高橋 [A]：社内的にも苦渋の決断でした。特に需要が悪くなったのが、3 クォーターの終わりのほうでございまして、なかなか対策効果を得られなかったということで、結果的に大きくマイナスになってしまいました。

4 クォーターでそこを挽回できないのかというご指摘だと思いますが、さまざまな施策の効果を、当初からかなり織り込んでおります。3 クォーターの落ち込み分の挽回までは難しいということで、結果的に、3 クォーターの計画未達分を下方修正させていただきました。

需要減の影響が大き過ぎたことが原因であって、施策の効果が減ったとか、対策を打てなかったということではありません。想定を超える需要減の影響まではカバーしきれなかったという評価を、社内ではしております。

諫山 [Q]：ありがとうございます。

二つ目の質問は、米国です。ウィンバックとかマージンのお話は、なるほどと思いながら伺っていました。一方、流通在庫については、これまでの御社の説明会などを通じて、下期以降は解消に向かうのかなと思っていたのですが、想像以上に苦戦している印象です。北米の DNA 事業に関して、事業環境の認識が甘くなってしまった、楽観的になってしまった背景は何でしょうか。

高橋 [A]：ありがとうございます。

社内計画に対して、販売が未達になっているのは事実です。その要因は、繰り返しになりますが、想定以上の業界需要の悪化です。10 月、11 月の住宅用ユニタリーの需要は、前年比 50% ぐらいまで落ち込んだのではないかと思います。12 月に関してもそれに近い水準だったということで、第 3 クォーターの業界需要が非常に悪かったことが最大の要因です。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

当社は、販売台数こそ前年を若干下回っておりますが、先ほどご説明しましたとおり、シェアに関しては大幅にアップしております。ただ、ここまで需要が落ちるとは見れておりませんでした。

諫山 [Q]：底入れはしたと言ってよろしいのでしょうか。

高橋 [A]：まだ底入れとは言い切れないと思います。ただ、従前に比べると在庫調整は進んできており、当社のお客様だけを見ますと、流通在庫は前年を下回る水準になってきています。業界全体としては、もう少し時間がかかるのではないかというのが、現時点での見方です。

諫山 [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。私からは以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、UBS 証券の佐々木様、ご質問をお願いいたします。

佐々木 [Q]：UBS 証券の佐々木です。私からも、簡単に二つ教えてください。

今回、特に北米を中心に需要環境が下振れたということですが、改めて需要環境と、一方で、市場シェアは取れているということですが、そこを分けて3クォーターの実績が3カ月前の計画に対してどうだったのかを教えてください。

もう一つが、冒頭に高橋さんのプレゼンにあったとおり、従前計画と比べると、特に空調の現地通貨の売上高伸び率は、北米に加えて中国とアジアも下がっています。そこも今回、下方修正の要因となったのかを確認させてください。また、下方修正の要因としてのインパクトはアメリカ、中国、アジアでそれぞれどれくらいだったのか、定量的に教えていただくと助かります。

どうぞよろしくをお願いします。

高橋 [A]：ありがとうございます。

まず北米の需要、特にユニタリーの需要ですが、第3クォーターは、予算は前年比80%ぐらいで見えていました。実際には60%かそれを少し割るぐらいだったので、それが影響としては一番大きかったです。

シェアに関しましては、ほぼ予定どおりシェアアップできています。若干予定を上回ってシェアアップできている印象で、この第3クォーターだけを見ますと、シェアは25%ぐらいですが、これは対前年で6ポイントのアップです。12月単月では、シェアは28%ぐらいまで上がっております。想定を上回る需要減に見舞われたのが一番大きな要因と見えています。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



それから、中国、アジア、オセアニアですが、中国に関しては、確かに引き続き厳しいのですが、想定を上回ったということではなくて、あくまで厳しさが継続しているという内部評価です。アジア、オセアニアにつきましては、冒頭もご説明しましたとおり、第1クォーターは天候不順があり、第3クォーターには洪水等自然災害の影響を受けまして、出荷ができませんでした。加えて、アジア全体の景気が少し弱含みであるということもあり、なかなか実販が進まない。その両方で、アジアの空調についても今回下方修正となっております。

佐々木 [Q]：ありがとうございます。

まとめると、下方修正の大きい要因は、第一に北米住宅空調の需要が予算 80%に対して実際は 60%で、想定以上に悪かったこと。もう一つが、北米ほどではないけれども、アジアもマイナス要因になっていたこと。ただ、シェアは想定以上に取れていたという理解の仕方よろしいですか。

高橋 [A]：北米に関してはご指摘のとおり、シェアを大きく上げております。アジア、オセアニアにつきましても、シェアは現地によれば若干上げておるということでございます。

佐々木 [Q]：よく分かりました。ありがとうございます。

二つ目が、昨今の市況影響について教えてください。具体的に銅やアルミ価格についてです。昨今、非常に銅価格が上がってしまして、やはり空調は銅、鉄、アルミを多く使うので影響があるかと思えます。過去にも 2021 年度、2022 年度において、市況影響がマイナス要因となったと記憶しております。改めて、銅やアルミ価格の高騰影響に対して、現状御社でどういう議論があって、どう対策されるのか教えていただけないでしょうか。

以前は、中長期では値上げにより吸収して、短期的にはヘッジをしているということだったかと思いますが、今回の市況影響に対しては、現在どういう見立てや対策をされているのか、教えていただけると助かります。

高橋 [A]：まず今年度につきましては、残り 2 カ月で、ほぼヘッジができておりますので、あまり大きな影響は出ないかなと。来年度につきましても、前回の失敗の轍を踏みまして、ある程度長期ヘッジしていこうというのが大きな会社の方針で進めておりますが、全地域できっちりそれができているかというところもでございます。2026 年度に使用する分につきましても一部ヘッジ済みですが、今現在はヘッジができていない分のほうが、量が多くございます。結果的に、今ご指摘があったように、マイナス影響を受けるというのは事実です。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ただ1点、先ほど申し上げましたとおり、今年度需要が大きく落ちて、販売数量も計画に対して落ちていきますので、今年度にヘッジした分で、若干余っている部分がございます。それを来年少し使える分は、影響がやや緩和されると見ております。

ただし、次年度の経営計画は、銅、アルミの市況高騰には大きく影響を受ける前提で組み始めております。この対策といたしましては、他の商品でのコストダウンと、売価を少しお客様にご説明してご負担いただく、この両方を検討している最中でありまして。

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。

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。私も二つ質問がございます。

1点目ですが、スライド6ページに、「需要の底打ち」という言葉がございます。具体的に、どの地域で、こういった理由から底打ちの兆しが見えたかと判断されていますでしょうか。

高橋 [A]：ありがとうございます。

まず、需要の底打ちといえますか、需要減少の勢いが緩和されてきているということです。地域としては、一つは、北米の住宅用空調です。当社のお客様に関しては、在庫が対前年に対して少し減ってきていますし、競合他社の動向を見ても、在庫はずっと減っています。その減り方がだんだん緩やかになってきています。「底打ち」とは少し違うかもしれませんが、北米に関しては底が見えてきた状況です。

アジアに関しましては、これまで需要が非常に厳しかったのですが、4クォーター以降になりましたら、今期影響を受けた自然災害の影響もなくなると見ています。また、アジアはこれからトップシーズンに入ってまいりますので、そのシーズンに向けた在庫積み増しも含めて、おそらく需要は良くなっていくのではないかとこの見方をしております。

ヨーロッパも、先ほど申し上げましたとおり、業務用等につきましては動き出してきています。需要の見方はまだまだ厳しく、需要が上がるとは見ておりませんが、3クォーターと比べると、4クォーターの減少幅は相当改善されるのではないかとこの見方をしているとご理解ください。

また、化学事業も、非常に流通在庫調整に苦戦しております。ただ、われわれのお客様であるモルダの在庫は減りつつございます。足元では、半導体需要はまだ厳しいという見方がありますが、今後は戻ってくるというのが業界のコンセンサスになりつつございます。過去、この業界では、需

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptasia.com

要が増えたときに物不足を起こしておりますので、現在は流通のお客様に対して、業界の需要が回復したときに向けて在庫の持ち方の再考についてお話ししております。そういうことも含めて、「需要の底打ち」とよりも、そろそろ底が見えてきたのではないかと考えております。

福原 [Q]：なるほど。分かりました。ありがとうございます。

二つ目の質問は、スライド 16 ページの中国事業についてです。気になっておりますのは、中国は、なかなかトップラインが伸びていない中で、どうしても住宅用に注目してしまいがちです。ただ、中国では、業務用やアプライドが、確か売上の 4 分の 1 ぐらいを占めているかと思えます。住宅用以外の分野で、明るい話がありますでしょうか。

高橋 [A]：ありがとうございます。

ご指摘のとおり、住宅用については、不動産市況が戻ってこないとなかなか回復が厳しいと思っております。そのような中で業務用につきましては、工場を含めまして、省エネ、カーボンニュートラルに対するニーズが中国でも大きく出てきております。われわれはカーボンニュートラルの流れを捉えて、業務用を積極的に展開しております。ただ、業務用は住宅用ほど需要が弱くはないものの、需要が強いということではございません。

アプライドにつきましても、同じようにお客様に対して提案しております。しかし、中国は他の地域に比べると、相対的に大きな建物の新設が出にくいといえますが、需要はそれほど強くないです。ただ、ご指摘のとおり、業務用・アプライドに今、リソースをシフトしております。住宅用に関しましても、先ほどご説明したように、新たな付加価値提案の商品・サービスをご提供し始めています。全体として、需要が見込める分野にリソースをシフトしているのが現状です。

福原 [Q]：分かりました。確認ですが、中国の利益率は、今年はどれぐらいになりそうでしょうか。

高橋 [A]：22 から 23% ぐらいですので、大体維持できているという見方をしております。

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、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。私からも 2 点、この 3Q の利益の減少と 4Q の回復の見方について確認させていただきたいと思っております。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

先ほど来のお話を総括しますと、北米の需要減が想定以上に大きかった。それを受けて、ある程度減産等々もこの3Qでされたということで、利益が出なかったということですが、需要減少の底が見えてきたところであっても、大きく回復している状況ではない。4Qで大きく利益を挽回するためには、ある程度足元で生産が戻ってきているなど何か材料がないとなかなか年間計画の達成は難しいという印象がありました。この4Qの回復の根拠になるような材料、例えば3Qで生産調整だけではなくて、一過性の何か悪影響があってということであれば一番腑に落ちるのですが、3Qで落ちたところからの4Qの回復の背景、根拠について、少し確認させていただけると幸いです。お願いいたします。

高橋 [A]：ありがとうございます。

まず、3クォーターが本当に厳しかった最大要因が、需要の減少でした。対策は予定どおりきっちりやっていますが、それでもカバーできなかったのが、3クォーターの数字です。

4クォーターはなぜそれでいけるのかと申し上げますと、現時点で3クォーターに比べると需要は回復していないのですが、需要減によるマイナス影響が小さくなるという見方をしております。それに加えまして、対策は3クォーター以前からずっと手を打ってきておりますので、その効果が累積的に出てきております。その両方で、4クォーターについては3クォーターのマイナスを、逆にプラスに転じていくのが社内のコンセンサスになっています。

なお、社内の施策は予定どおりやっていると申し上げていましたが、全体のボリュームが減りますと、コストダウンの効果や、売価アップの効果も減ってまいります。社内の施策効果の出方も需要の見方により少し変わってくる場合がございます。

やるべきことは想定以上に進んでいるということで、北米のシェアアップを申し上げました。4クォーターに関しては、その施策を継続して実施することで効果を大きく出すことと、もう1点は、需要のマイナスが3クォーターに比べるとだいぶ減ってくる、その2点でございます。

前川 [Q]：ありがとうございます。

増減益を拝見していますと、固定費での現預金を抑制したり、コストダウンも3Q対比では4Qで積み増されるように見えます。数量効果でプラスに効いてくるような施策、シェアアップ自体がすぐに上がることもかもしれませんが、この施策のところで特に拡販に効くような効果は、4Qでどういったものを期待しておけばよろしいでしょうか。

高橋 [A]：特に空調ですが、販売店づくりを継続的にやっております。累積的にも新しいお店が増えてきております。また、ずっと前からご説明しておりますが、北米ではウィンバックをやって

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

おりますが、これもウィンバックできてお店の数が累積的にどんどん増えてきております。ウィンバックができたお店は、売上が前年比 130%や 150%と、大きく伸びてきております。4 クォーターは、従来以上に花開くと。一例ではございますが、そういう見方をしております。

前川 [Q]：分かりました。ありがとうございます。

2 点目は、銅価格に絞って、定量的なところも含めて確認させていただきたいと思っています。先ほどもご回答いただきましたが、来期はまだこれからヘッジをしていく、ないしは価格を決めていくことになるかと思えます。今年はおそらく 9,600 ドル/トンぐらいと推定するのですが、今の市況のままですと 1 トン当たり 3,000 ドル以上がってしまうかもしれません。従来、10 万トン程度を使っていらっしゃるということでした。使用量は増えているかもしれないのですが、仮に 1 トンあたり 3,000 ドル増えると、年間で 400~500 億円とか、300 億円以上コストアップになるのではないかと試算します。この辺りのインパクトをどのように考えておけばいいのでしょうか。

あとは価格転嫁です。今期も米国関税による価格転嫁を実施されており、年間でもその効果は見込まれています。しかし、来期 400 億円~500 億円のコストアップとなると、全て価格転換することは難しいと思えます。銅価格の定量的な影響で、仮に 1 万 3,000 ドルで走ったら、来期どれぐらいかかるのか、これをすべて価格転嫁等々でオフセットできるのか、この点を確認させてください。

高橋 [A]：来年につきましては、現在、地域商品ごとにどれぐらいの物量を売なのか詰めている最中ですので、明確なことは申せません。ただ、前川さんのお話にあったとおり、全部が効くとそれぐらいの金額になりますが、冒頭申し上げましたとおり、一部長期ヘッジしている部分がございます。また、残念なことです。今年度は生産量が落ちたので、今年度のヘッジで余らした分もございます。なので、前川さんが起算された数字ほどは出ないと思っておりますが、やはり相当金額のマイナスが出るというのが、何となく頭の中の暗算では見ております。

これに関しては、ロシア・ウクライナ戦争のときだったと思うのですが、一気に資源価格が上がったときに、経営計画の前提として、価格が上がった分は原則価格転嫁をしていく方針をつくり、各地域で展開いたしました。今回も、原則は、資源価格の高騰に関しては、お客様のご負担をお願いするということです。これと合わせまして、コストダウンも継続的に実施しており、今年度も追加できております。コストダウン効果を増やすことによって、売価アップとコストダウンで、その影響は吸収するというのを、今回の方針にしたいと思っております。

前川 [M]：分かりました。どうもありがとうございます。

阪本 [M]：前川様、ありがとうございました。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



シティグループ証券のマクドナルド様、お願いいたします。

マクドナルド [Q]：今日はありがとうございました。5月に次期中期計画を発表すると思いますが、いろいろな変化を期待している投資家がいらっしゃると思います。今日の説明会では、マーケットシェアの話がよく出ました。アメリカで、ウィンバックを頑張っているというお話がありました。去年に比べるとシェアが上がってきたと。マーケットは全然駄目ですが、シェアが上がっているとおっしゃったと思います。

ただ、次に発表される中期計画では、ROEを改善するためのシナリオを投資家は期待しています。シェアの話ばかりを聞くと、ダイキンはあまり変わらないのではないかと感じてしまいますが、その点、社内ではどうお考えですか。

高橋 [A]：シェアアップについては、我々が取り組んでいる施策の一例です。特にアメリカでは、去年シェアを落としてしまったので、販売力強化に努め、その効果がきちんと出ていますということをお願いしたいです。売価を下げてシェアを上げているわけではございませんので、基本的には売価は維持、もしくは上げていきながらシェアをアップしています。

急激な需要減少、販売減少に伴いまして、減産、在庫調整等の影響が出てきており、利益率を上げることができていないというのは、大きな課題だと思っております。次期中計の中では、利益率を上げていくのが最大の眼目です。

ただし、収益性も上げていく一方で、トップラインの成長も意識していきたいと思っています。事業拡大していきながら収益性を上げていくということで、ソリューション事業のウエートをより上げていくとか、一部の不採算事業を見直していくとか、そういうところも次期中計の中では打ち出して、稼ぐ力の再強化について、はっきりとご説明していきたいと思っております。

マクドナルド [Q]：次期中計に向けて、宿題がたまっていると思います。収益性とか ROE、資本コストに対して、きちんと説明がないといけないと思います。期待しています。

もう一点、米州のアプライド事業についてです。売上高の現地通貨ベースで前年比 110%と伸びていますが、Trane の数字を見ると、彼らはもっと伸びています。特に直近 3 か月で、Trane の受注は大きく伸びているようですが、ダイキンの現在の受注状況はどうか。

高橋 [A]：ありがとうございます。

競合と比べてどうかということは申し上げにくいのですが、米州アプライド事業の受注は着実に増えていて、特にデータセンター向けの受注は着実に増えてきております。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

マクドナルド [Q]：分かりました。

最後に確認ですが、11月公表の年間計画の営業利益増減分析のなかで、銅が65億円、アルミが50億円のコストアップ要因と説明がありました。今年度の影響額については、その数字から大きく外れないという理解でいいですか。

高橋 [A]：はい、あまり大きく変わらないとご理解ください。

マクドナルド [M]：ありがとうございます。また3カ月後、期待しています。

高橋 [M]：よろしくお願いします。

阪本 [M]：マクドナルドさん、ありがとうございます。

では次に、SMBC日興証券の谷中さん、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。よろしくお願いいたします。2点あります。

1点目が、拡販効果で大幅に下方修正する中でも、売価効果の営業増益額1,200億円を通期でも維持できている背景について、改めてヒントがあれば教えていただきたいです。

併せて、来年度以降、販売数量が回復する前提に立ったときに、銅や関税分の価格転嫁を除いても、この売価効果は続くと考えていいのか、併せて伺ってもよろしいでしょうか。

高橋 [A]：ありがとうございます。

まず、今年、年間でこんなに売価アップができるのかということですが、これまでの実績としては、ほぼ予定通り売価アップできています。一部、アメリカでは、やはりコストが上がってきておりますので、追加の売価アップも検討しております。第4クォーターの最後のほうで、価格アップするかを検討しております。今年度の売価効果は計画をやりきれると見ております。

次に、それを今後ずっとできるかというご質問ですが、一部例外はあるかもしれませんが、当社としては、基本的には値段は絶対下げないというのは大方針で、各地域で展開してございます。今年、期中に上げた価格は、来年フルに効きますので、その上げた部分だけでも、自動的に来年の売価効果として上乗せされると見ております。

併せまして、銅、アルミ等のコストアップの影響については、冒頭申し上げたとおり、できるだけ価格に転嫁したいと思っております。そういった意味で、今年度に引き続き、来年度も売価を上げていきたいです。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

谷中 [Q]：ありがとうございます。

あと、コストダウンですが、増益要因として、昨年度も 500 億円程度、今年度も 800 億円出されていますが、来期以降もこのペースでコストダウン効果を期待していいのでしょうか。一方で、素人目に見ると、ここからさらにもう一段コストダウンするのは難しいと想像します。改めて、調達面、生産面、R&D の部品点数の削減などいろいろあると思いますが、どこがまだコストダウンの余地があるのか、おさらいいただいてもよろしいでしょうか。

高橋 [A]：今年は、追加のコストダウンも相当頑張っている 1 年です。やはり米国関税対策の一部として、サプライヤーの皆様にもご協力いただきながら進めたコストダウンも含まれており、その分もあり、今年の金額は非常に大きいと見ております。そういう意味では来年度は、先ほど申し上げた原材料の市況高騰の影響の吸収と、従来やっているようなコストダウンテーマの充実で、引き続きコストダウンを積み上げていくと見ております。

ただ、金額ベースでみて、今年と同じ規模を出せるかについては、今から中身をきっちり精査していきたいと思っております。ただ、私も社内で見えてびっくりしたのですが、今年度も当初計画に対して、相当コストダウンを追加してくれました。そういう意味では割と現場の力があると思っております。来年度も期待しています。

谷中 [M]：大変よく分かりました。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。

終了時刻が近づいておりますが、お三方、挙手をいただいている方がいらっしゃいますので、少し時間を延長させていただきまして、ご質問に対応させていただきたいと思っております。恐れ入ります。

では次に、大和証券の田井様、ご質問をお願いいたします。

田井 [Q]：田井です。

一つだけですが、Q3 の実績だけを見たときに、拡販効果のマイナス影響がすごく大きいと思えます。年間のガイダンスでも、その部分を大きく下げたと思えます。先ほど、空調事業の地域別の現通ベースでの伸び率を欧州 102%といただいたと思えます。Q2 の実績と Q3 の今日聞いた数字を比べると、Q3 のほうが改善していると思えます。

会社としては、需要はひどかったけれども数量は頑張りました、だからシェアも上がったということなのかもしれないのですが、それならなぜ拡販効果のところまでここまでマイナスが出てくるのかよく分かりません。単に減産の影響が出たからという、そこに尽きるのでしょうか。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



高橋 [M]：特に3クォーターについて、というご質問でよろしいでしょうか。

田井 [Q]：そうですね。この3カ月だけで見たときです。

高橋 [A]：社内でも分析をして、ここのマイナスが意外と大きいということは認識してございます。ただ、第3クォーターは空調のシーズンとしては端境期で、全体の物量もそこまで大きくないです。期間が短い中で、少し商品ミックスと地域ミックスで振れることがございまして、この3クォーターだけを見ますと、先ほど申し上げたとおり、減産の影響も入ってまいりました。

それから、販売に見合って増えていくリベートとか、そういうものもございまして。われわれの卸では実販が進んでおり、リベートは実販見合いで払っていくので、メーカー出荷よりもリベートの出方が多いとか、そういう特殊要因も重なってきております。それと、プロダクトミックスと地域ミックスは、3カ月のみで見ると、われわれの想定以上にマイナスインパクトが大きかったと見ております。

田井 [Q]：第4クォーターは、同じような現象は起こらないのですか。

高橋 [A]：在庫調整はだいぶ減ってまいりますし、今申し上げたとおり、メーカー出荷と実販のリベートのところが解消されてくると見ております。あと、地域のミックスについては、これから空調は本格的にシーズンに入ってまいりますので、その辺りも改善の傾向は出ると見ております。

田井 [M]：分かりました。私からは以上です。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、BofA 証券の堀田様、お願いいたします。

堀田 [Q]：堀田です。ありがとうございます。1点だけです。

先ほどの減産の話に戻るのですが、バランスシートを見ると、在庫のところで、商品および製品のところが8,000億円で、結構また増えた印象があります。一方で、先ほどの北米ではないですが、多分リテール需要が10、11月ぐらいから弱くなっていました。それが足元も続いていると、代理店側が1-3月に通常以上に在庫を積み増すという動きもあまりないのかなという印象もあります。4Q、さらにもう一回、御社側での在庫調整の必要性がないのかを確認させてください。

高橋 [A]：ありがとうございます。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ご指摘のとおり、在庫の金額が大きく膨らんできております。ただ、社内的には在庫の効率化を進めていこうという動きを、全社を上げて進めております。多くの地域で計画どおり減ってきていますが、今、減らせていない地域が、北米の空調とアジア、オセアニアの空調になります。

北米の空調に関しましては、需要の問題もありますが、われわれは戦略商品を大きく成長させていくということで、これまでずっと強めに生産を行ってきました。減産はしていますがやや遅れており、在庫見合いの減産には至っていないということでございますので、ここの水準に関してはもう少し4クォーターでは調整できると見えています。ただし、先ほど申し上げたような傾向があるので、全てを調整しきることは難しく、高い水準の状態が、4クォーター末も少し継続するかなと。

アジア、オセアニア地域も同様でございます。ただ、これらの地域に関しましては、これから空調のシーズンに入ってまいりますので、シーズン向けのストックの残高と、実販の動きを見ていながら、在庫金額については調整したいと思っております。大きくもくろみから狂っているのは、この二つの地域と見ております。

堀田 [Q]：ありがとうございました。

クイックにフォローアップしたいのですが、4Qの予想は変えていませんか。今回の下方修正は3Qに未達となった分を下げたということでしたが、今お話しした北米の空調がもう少し調整必要というのは、今の4Qの数字の見方には織り込まれていないのですか。

高橋 [A]：4クォーターの在庫調整を続けておりますが、やはり来年度に向けての生産立ち上がりなどを考えますと、あまり無理な生産調整はできませんので、一定の範囲内で続けております。物量も戻ってきますので、その度合いが少し減るといのは、ご指摘のとおりだと思っております。

堀田 [M]：よく分かりました。どうもありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。

それでは、決算説明会はこちらで終了とさせていただきます。最後までご参加いただきまして、誠に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

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

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。

サポート

日本 050-5212-7790
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com