ダイキン Review

第123期中間期（2025年4月1日から2025年9月30日まで）

©Junji Takasago - アーチーズ国立公園（アメリカ） -

ダイキン工業株式会社　証券コード：6367

株主のみなさまへ

厳しい事業環境下でも第2四半期として過去最高益を更新

「FUSION25」の最終年度として重点施策を完遂し収益基盤の強化と収益力の向上を実現する

株主のみなさまにおかれましては、日頃より当社の事業、経営に対するご理解をたまわり、心よりお礼を申しあげます。

世界各地で需要が停滞するなど依然として厳しい事業環境が続く中、当社は、グローバルグループ一丸となり販売拡大・シェアアップをはじめとした重点施策の徹底と実行に取り組み、成果創出に努めてまいりました。

以下、目下の経営状況と今後の展望についてご報告申しあげます。

代表取締役社長兼COO　竹中直文

収益性重視の事業運営を徹底 需要減のマイナス影響を吸収し 過去最高益を更新

—— 2025年度中間決算はいかがでしたか。

2025年度中間決算は、売上高が2兆4,787億円(前年同期比0.6%減)、営業利益が2,466億円(同0.0%増)、経常利益が2,418億円(同7.9%増)、親会社株主に帰属する中間純利益が1,609億円(同6.1%増)となりました。

今上期も米国住宅市場の低迷や中国の不動産不況の長期化など、世界的に厳しい事業環境が続きました。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、国内での高付加価値商品の販売拡大、戦略的売価施策やコストダウンなど、当初掲げたテーマを確実に実行しました。米国の関税措置により、営業利益で約180億円のマイナス影響もありましたが、重点施策の完遂によりすべて吸収しました。これらの結果、第2四半期として過去最高益を更新。為替影響を除く実質ベースでは増収増益を達成できました。

—— 空調事業の地域別の概況を教えてください。

米国では住宅市場で需要の低迷が続いています。住宅用ユニタリー事業では、新規販売店の開発や顧客の取り戻しに加え、地球温暖化係数の低いR32冷媒を採用した空調機など環境プレミアム商品の販売を拡大し、シェアアップにつなげました。大型のアプライド空調市場では、需要が好調なデータセンター向けの商品ラインアップの拡充により販売を伸ばしました。こうした結果、米国空調事業の売上高は前年を上回りました。

中国では不動産不況の長期化や消費の冷え込みなど厳しい事業環境が続く中、高付加価値商品の販売拡大、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、

高い利益水準を維持しています。住宅用空調市場では、ユーザーダイレクトの小売販売に注力し、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展開することで、前年並みの販売を確保しました。業務用空調市場では、カーボンニュートラル政策を背景に、省エネを切り口とした新商品を投入するなど、成長分野に注力しました。

欧州ではヒートポンプ暖房・給湯市場の需要回復が力強さを欠く中、住宅用・業務用空調機器の販売に注力し、地域全体の売上高は前年を上回りました。ヒートポンプ暖房・給湯事業では、将来の市場拡大を見据え、各国で販売網・サービス網の強化や商品ラインアップの拡充を進めています。ドイツなど需要が堅調な市場で販売を伸ばし、営業施策の成果も出始めています。住宅用空調市場では、普及率の比較的低い地域で販売店の強化を進め、販売を拡大しました。業務用空調市場では、観光業の回復で需要が堅調なホテルやレストラン向けの販売拡大に加え、アプライド空調市場でも成長性の高いデータセンターや工場向けの販売を伸ばしました。

アジア･オセアニア市場では、景気減速や天候不順により地域全体の売上高は前年を下回りました。インド市場では、冷夏の影響や消費税減税前の買い控えで需要が減速する中、住宅用空調では販売店開発や消費者への販促施策の強化に取り組んだほか、業務用空調でも販売店の開発・育成に注力しました。

日本では、記録的な猛暑や賃金引上げによる消費マインドの回復もあり、住宅用の業界需要は前年を上回りました。当社は、電気代の上昇や猛暑によるエアコンの長時間使用で高まった省エネニーズをとらえ、『うるさらX（エックス）』など差別化商品の提案を強化することで、中高級機種の販売拡大に努めました。業務用でも、事務所や商業施設の改修など民間設備投資の拡大により、業界需要は前年を上回りました。当社は、省エネ性能の高い「FIVE STAR ZEAS（ファイブ スター ジアス）」を軸に電気代削減を訴求し、店舗市場での販売を拡大しました。ビル市場では、R32冷媒を採用した新機種「VRV 7」など高付加価値商品のラインアップ拡充に取り組みました。こうした結果、日本の空調事業全体の売上高は前年を上回りました。

厳しい事業環境下でも年間計画の達成をめざす

―― 通期の業績見通しはいかがでしょうか。

通期の業績見通しは、売上高が4兆8,400億円（前期比1.8%増）、営業利益が4,350億円（同8.3%増）、経常利益が4,150億円（同13.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益が2,800億円（同5.8%増）としました。

空調市場の回復は遅れており、厳しい事業環境が続く見込みです。当社は、販売力・営業力の強化、新商品・差別化商品投入の加速、コストダウンなどを重点テーマに掲げ、収益力の強化に取り組んできました。厳しい事業環境ではありますが、年間の営業利益計画4,350億円を確実に達成していきます。

―― 下期以降の主な取り組みについて教えてください。

北米空調市場では、住宅用ユニタリー事業で自前の販売網をフルに活用した販売力の強化に取り組んでいきます。また、ディーラーを個別訪問し、『Fit（フィット）』など環境プレミアム商品の優位性を訴求することで、販売拡大につなげます。

アプライド空調事業では、需要が好調なデータセン

ター向け、工場向け、学校向けなど、用途市場別にソリューション提案と販売力強化をはかることで、ソリューション事業のさらなる拡大につなげます。先般、米国において、液体冷却技術とキャビネット冷却技術にそれぞれ強みをもつ2社を買収しました。データセンターの多様なニーズに応える体制が整い、戦略的な一手が打てたと考えています。

インドでは9月後半に施行された消費税減税による需要増を捉え、買い替え促進キャンペーンを展開するなど、当社独自の販売網・サービス網と生産能力をフル活用して販売拡大をはかっていきます。

次年度には新たな戦略経営計画もスタートします。

現在、次期戦略経営計画「FUSION30」の策定を進めています。

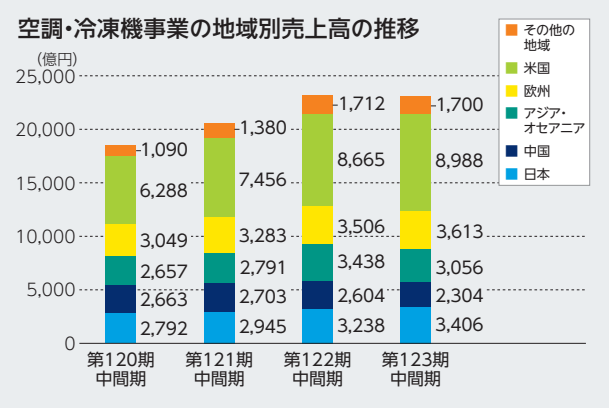
当社の経営の基本は、成長機会に積極投資し、成長戦略を実行することで、企業価値向上と社会貢献につなげることにあります。将来にわたり成長戦略を支えていくため、収益性と資本効率（ROE）を強く意識した経営を実践し、株主のみなさまのご期待に応えていきたいと考えています。

事業戦略については、大きく3つの観点を考えています。1つ目はソリューションで稼ぐ事業構造への転換です。これまで築いてきた事業基盤をいかし、省エネ機器の単体販売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まで含めた製品ライフサイクル全体で価値提供をはかっていきます。とりわけ、成長市場であるデータセンターや工場に対応した付加価値の高いサービスソリューションを提供することが重要だと考えています。2つ目は北米市場でのコア事業におけるトップシェアの確立と、持続的な収益性の向上です。環境プレミアム商品の販売拡大による住宅市場でのシェア拡大、アプライド事業における機器売りとソリューション事業の強化を進めていきます。3つ目はインドをはじめとするグローバルサウス市場での事業拡大です。開発・生産・販売・サービスなどの体制を現地に構えることで、品揃えの充実とコスト競争力の強化をはかり、中東やアフリカ地域への展開にもつなげていきます。

また、資本政策についても議論を進めています。成長投資を継続することで創出したキャッシュは、成長分野への再投資に加え、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、株主還元のあり方を抜本的に見直す考えです。

これらの観点を含めた次期戦略経営計画「FUSION30」の詳細については、来春めどにみなさまにご説明する予定です。

株主のみなさまには、一層のご支援をたまわりますよう心よりお願い申しあげます。



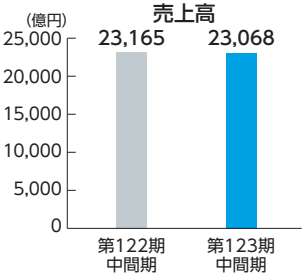
空調・冷凍機事業

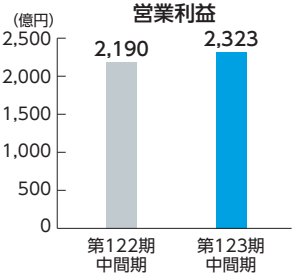
セグメント別構成比 **93.1%**

売上高 **2兆3,068億円**

（前年同期比0.4%減）

米国や中国の住宅市場の需要低迷、アジアでの景気減速や天候不順の影響を受ける中、アプライドや業務用空調など需要が好調な事業での販売拡大に努めるとともに、戦略的売価施策やコストダウンなどにも取り組み、減収増益となりました。



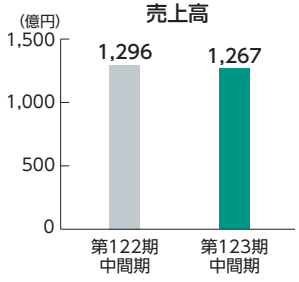


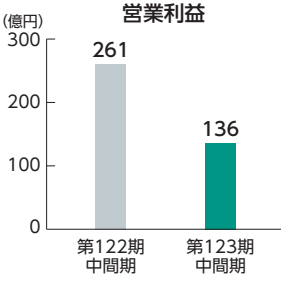
化学事業

セグメント別構成比 **5.1%**

売上高 **1,267億円** （前年同期比2.2%減）

半導体分野を中心とした需要低迷が続く中、データセンター向け被覆材や自動車分野での販売に注力しましたが、為替のマイナス影響もあり、減収減益となりました。



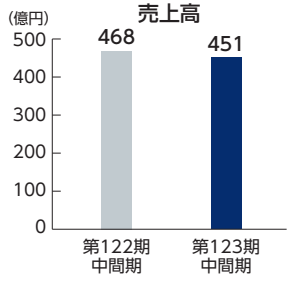


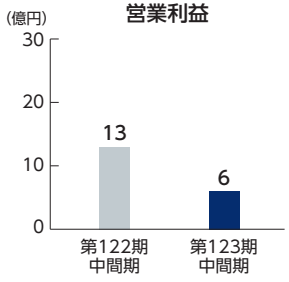
その他事業

セグメント別構成比 **1.8%**

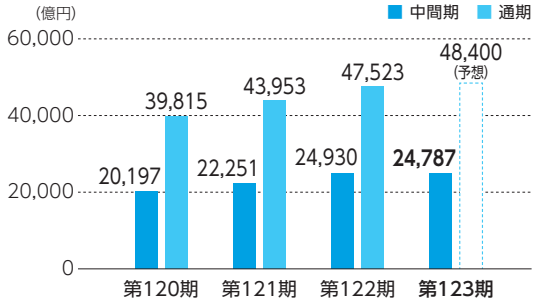
売上高 **451億円** （前年同期比3.6%減）

需要が低迷する油機事業ではきめ細かな顧客フォローなどで前年並みの売上高を確保しましたが、特機事業での防衛省向け受注の減少などの影響もあり、セグメント全体としては減収減益となりました。





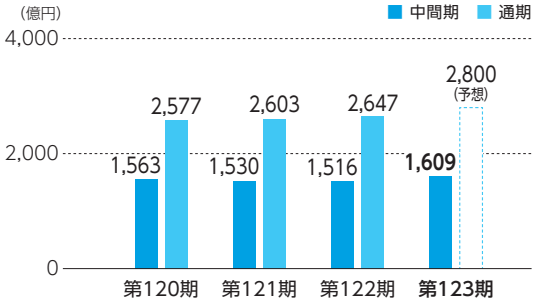
売上高



2兆4,787億円（前年同期比 0.6%減）

重点施策を徹底的に実行しながら、好調な地域や成長分野を見極めた施策展開で販売を拡大したことなどにより、厳しい事業環境下においても、売上高は計画どおり前年同等の水準を確保することができました。

親会社株主に帰属する中間（当期）純利益

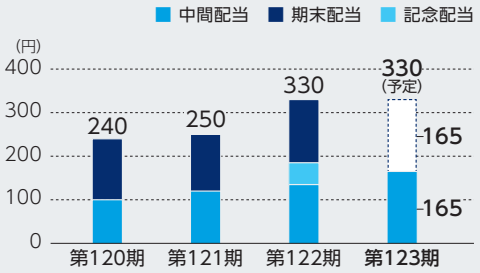


1,609億円（前年同期比 6.1%増）

高付加価値商品の投入や戦略的売価施策、コストダウンの推進など、収益性重視の事業運営を徹底したことで、営業利益は計画どおりの水準を確保し、親会社株主に帰属する中間純利益は過去最高を更新しました。

配当について

株主のみなさまへの還元につきましては、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%を維持するよう努めるとともに、連結配当性向についてもさらに高い水準をめざしてまいります。当期の配当金は、創業100周年記念配当（50円）を実施した前年と同額の330円（中間配当金165円、期末配当金165円）を予定しています。



連結財務諸表

中間連結貸借対照表（要約）

（百万円）

	第122期末 （2025年3月31日）	第123期中間期末 （2025年9月30日）	増減額
流動資産	2,853,654	2,985,256	131,602
固定資産	2,279,761	2,382,531	102,769
流動負債	1,543,047	1,508,003	△ 35,043
固定負債	723,675	812,329	88,653
純資産	2,866,693	3,047,454	180,761
総資産	5,133,416	5,367,787	234,371

中間連結損益計算書（要約）

（百万円）

	第122期中間期 （2024年4月1日～ 2024年9月30日）	第123期中間期 （2025年4月1日～ 2025年9月30日）	増減額
売上高	2,493,064	2,478,798	△ 14,265
営業利益	246,594	246,602	7
経常利益	224,168	241,887	17,718
親会社株主に帰属する中間純利益	151,657	160,933	9,276
1株当たり中間純利益（円）	518.00	549.61	31.61

中間連結キャッシュ・フロー計算書（要約）

（百万円）

	第122期中間期 （2024年4月1日～ 2024年9月30日）	第123期中間期 （2025年4月1日～ 2025年9月30日）	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	318,536	243,416	△ 75,120
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 187,761	△ 199,910	△ 12,148
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 71,784	△ 35,603	36,180
現金及び現金同等物の中間期末残高	688,352	680,940	△ 7,411

（注）記載金額は、表示単位未満の端数を切り捨てて表示しています。

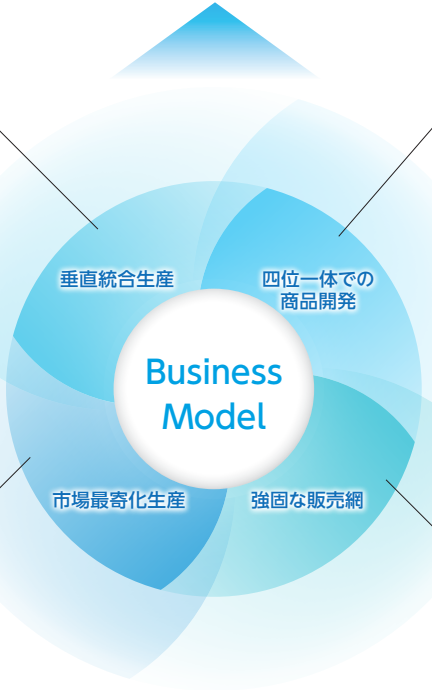
特集

グローバルで空調事業を展開する ダイキン独自のビジネスモデル

ダイキンは、グローバルで空調事業を展開するうえで、これまで積み上げてきた強みをいかした独自のビジネスモデルを築いてきました。地域ニーズに応えた製品・サービスを170カ国以上で提供するなど、世界中に快適な空気を届けるための取り組みについてご紹介します。

空調ビジネスの特徴

地域ごとに異なるニーズ	気候によって需要が変動	販売後が重要	地域ごとに異なる環境規制
国や地域によって気候や建物の様式、生活スタイルが異なるため、製品ニーズはさまざま。	例年よりも気温が上がれば需要が増大するなど、気候によって需要が大きく左右される。	他の家電製品とは異なり、販売後の据え付けやサービスメンテナンスなどのアフターサービスが重要。	各国で製品に求められる環境基準は異なり、年々強化されている。



基幹部品の内製化による
垂直統合生産

圧縮機などの基幹部品から冷媒まで自社で開発・生産し、技術ノウハウを蓄積しています。これにより、各市場の規制や顧客ニーズの変化にあわせた製品を迅速に開発できます。また、一貫した自社生産によって部品の過不足を回避し、天候による需要変動にも効率的に対応しています。

地産地消を基本とする
市場最寄化生産

市場の近くで調達・開発・生産する体制をグローバルで構築することで、短いリードタイムでの製品供給と、需要変動への迅速な対応を実現しています。また、部品の共通化や在庫の一元管理を進め、拠点間で製品や部品を融通することで、生産拠点が分散することのデメリットを最小限に抑えています。

生産・販売・研究開発・調達
四位一体での商品開発

グローバルの主要な生産拠点では、生産・販売・研究開発・調達の四位一体で、各地域のニーズにあった製品を開発・生産しています。生産から販売までの全部門が連携して在庫情報を生産計画に反映し、機会損失を抑えつつ、無駄なくタイムリーに製品を供給しています。

世界中に張り巡らせた ディーラー・ネットワークによる
強固な販売網

各地域のニーズに対応するため、自社の販売網を通じた直売戦略を基本としています。販売店には商品説明だけでなく、施行・メンテナンスのトレーニングも実施。これにより、販売からアフターサービスまで一貫して提供できる体制を構築しています。

地域ごとに異なる空調のニーズに対応

世界各地に生産拠点を構える「地産地消」戦略

空調事業は国・地域により気候や建物様式・生活スタイルが異なり、製品ニーズはさまざまです。また、各国で製品規格や規制も異なります。これらにきめ細かく対応するため、ダイキンでは一極集中生産ではなく、市場に近いところに生産拠点を構える「地産地消」を基本戦略とし、世界各地に約100ヵ所の生産拠点を設立しています。

空調事業の主なグローバル生産拠点

欧 州

- **ダイキンヨーロッパ(ベルギー：1972)**
  業務用エアコン、暖房製品
- **ダイキンインダストリーズチェコ(2003)**
  住宅用エアコン
- **ダイキンアプライドヨーロッパ(伊：2007買収)**
  チラー、ターボ冷凍機
- **ダイキントルコ(2011)**
  住宅用エアコン、暖房製品
- **ダイキンマニュファクチャリングジャーマニー(2008買収)**
  暖房製品
- **ダイキンマニュファクチャリングポーランド(2024)**
  暖房製品

日 本

- **堺製作所(大阪府堺市：1937)**
  業務用エアコン
- **滋賀製作所(滋賀県草津市：1970)**
  住宅用エアコン

米 国

- **ダイキンアプライドアメリカズ(ヴァージニア州スタントン：2007買収)**
  大型チラー、ターボ冷凍機
- **ダイキンコンフォートテクノロジーズノースアメリカ(テキサス州ヒューストン：2012買収)**
  住宅用ユニタリー、ガスファーネス、業務用エアコン

世界各地に約100ヵ所の生産拠点を構えることで現地のさまざまなニーズにきめ細かく対応

インド

- **ダイキンエアコンディショニングインド(2009)**
  住宅用エアコン、業務用エアコン

アジア

- **ダイキンインダストリーズタイランド(1990)**
  住宅用エアコン、業務用エアコン
- **ダイキンマレーシア(2007買収)**
  住宅用エアコン、業務用エアコン
- **ダイキンエアコンディショニングベトナム(2018)**
  住宅用エアコン
- **ダイキンインダストリーズインドネシア(2024)**
  住宅用エアコン

中 国

- **大金空調(上海)有限公司(1995)**
  業務用エアコン、全熱交換器、空冷チラー
- **大金空調(蘇州)有限公司(2011)**
  住宅用エアコン、業務用エアコン
- **マッケイ(武漢：2007買収)**
  水冷チラー、ターボ冷凍機など
- **マッケイ(深セン：2007買収)**
  空冷チラー、ファンコイルユニットなど
- **大金空調(恵州)有限公司(2024)**
  住宅用エアコンなど

中南米

- **ダイキンマニュファクチャリングメキシコ(2011)**
  住宅用エアコン、業務用エアコン、空冷チラー
- **ダイキンエアコンディショニングアマゾナス(2012)**
  住宅用エアコン、業務用エアコン

地域による空調様式の違い

地域	市場の特徴	特徴的な製品
日 本	• 省エネや快適性を重視 • 建物の気密性が高い • 冷媒配管を用いたダクトレス式、個別空調が一般的	• ビル用マルチエアコン(VRV) • お掃除機能付き・除加湿機能付きエアコン『うるるとさらら』
欧 州	• 高い省エネ・環境意識 • デザイン性を重視 • 直接風にあたることを嫌うため、特に暖房はラジエーターや床暖房が普及 • 既存の建物に後付けできるダクトレス式が一般的	• ヒートポンプ式温水暖房・給湯器『ダイキンアルテルマ』 • デザイン性に優れた『Daikin Emura 3』
中 国	• 1990年以降、急速に空調が普及 • 内装のこだわり、高級志向 • データ活用が進む • 後付けが容易なダクトレス式が普及	• 住宅用マルチエアコン • インテリジェントVRV
米 国	• エアコン発祥の地 • 建物内のフロアや部屋を一括して冷暖房することが好まれる • 住宅用・業務用ともにダクト式による24時間全館空調が一般的	• 住宅用ユニタリー • 大型のアプライド空調
アジア	• 冷房のみのニーズが多い • 高額な電気料金、電力供給が不安定	• 冷房専用インバータ機 • 高外気温仕様エアコン

開発・生産から販売・サービスまで地域自立型のサプライチェーンを構築

地域の特性に応じた商品開発のため、ダイキンではグローバルの主要な生産拠点に研究・開発機能を備えたR&Dセンターを構えています。市場に近いところで開発・生産から販売・サービスまでが一体となった、地域自立型のサプライチェーンを構築することで、各地域のニーズを捉えた新商品の迅速な開発・市場投入を実現するとともに、コストダウンにもつなげています。

また、生産から販売までの各部門が一体となり連携することで、在庫情報の一貫管理や調達・生産計画へのタイムリーな反映が可能になり、無駄なく迅速に製品を供給することができます。同時に、基本部品のグローバルでの共通化やグローバル全体での在庫の一元管理も進めることで、各地の需要変動に応じた部品の融通など、地域間で柔軟な連携ができる体制を構築。これにより、製造拠点が分散化することのデメリットを最小限に抑えています。

地域密着型の商品開発事例（インド）

インドは国内でも地域によって気候が大きく異なることから、現地のR&Dセンターでは、インド全土を5つの地域に分けてマーケティング戦略を立て、地域ごとのニーズに対応した商品開発を行っています。
例えば、夏場が非常に暑い地域向けに、高い外気温でも運転可能な冷房専用製品を販売している一方で、冬場に気温が下がる地域向けには、暖房機能も搭載した製品を販売しています。
また、電力供給が不安定な地域や高温多湿な沿岸部など、各地の使用環境に応じた性能を持つエアコンを開発・販売しています。

インドのR&Dセンター

ダイキン独自の生産システムで需要変動に柔軟に対応

空調の変動する需要に柔軟に対応するため、「必要なモノを、必要な時に、必要な量だけ供給」するダイキン独自の生産システム「Production of Daikin System(PDS)」を構築しています。

このシステムは、多様な機種を一つの製造ラインで生産する「多品種混合生産」により、在庫を最小限に抑えつつ効率化を実現しています。PDSの最先端の生産方式として、ITを駆使して市場情報と生産計画を連動させることで、日単位の需要変動への対応が可能な「変種変量生産」にも取り組んでおり、工場リードタイムの短縮と環境負荷の低減に貢献しています。

空調需要の特徴

季節による 年間の需要変動	天候による 日々の需要変動	機種数の多さ

Production of Daikin System(PDS)

必要なモノを、必要な時に、必要な量だけ供給

ダイキンの生産方式の進化

ロット生産 (単一機種大量生産)	多品種混合生産 (機種混合計画生産)	変種変量生産 (日単位のハイサイクル生産)
シーズン予想生産対応	顧客の多様なニーズに対応	あらゆる変化に素早く対応

変種変量生産であらゆる変化に対応

滋賀製作所生産ラインの様子

住宅用空調機器を生産する滋賀製作所(滋賀県草津市)では、変化する市場の多彩なニーズに応えるため、毎日100～200機種「1台ずつ違う製品」を生産しています。

このようなダイキンの強みのほか、経営戦略や中長期的な企業価値向上に向けた取り組みについてまとめた「統合報告書2025」およびESG情報の詳細をまとめた「サステナビリティレポート2025」を当社ウェブサイトに掲載しています。ぜひこちらもご覧ください。

統合報告書
https://www.daikin.co.jp/investor/library/annual

サステナビリティレポート
https://www.daikin.co.jp/csr/report

TOPICS | 研究

工場の設備故障診断を支援する「AIエージェント」の実用化に向けた試験運用を開始

2025年4月に株式会社日立製作所(以下、日立)と協創し、堺製作所臨海工場(大阪府堺市)で生産設備の故障診断を支援する「AIエージェント」の試験運用を開始しました。

これは長年にわたって両社の製造現場で培われた制御・運用技術と日立の先進的なITを組み合わせた取り組みです。ノートPCなどを持った保全技術者が生産設備の点検の中で故障を発見した際、「AIエージェント」が原因と対策を保全技術者に提示します。

工場の設備故障診断を支援するAIエージェントの概念図
※OT(Operational Technology):制御・運用技術

グローバルで事業展開を加速するダイキンでは、各地の工場における保全技術者の確保や設備の高度化に対応できる技術者の育成が課題となっています。今後、「AIエージェント」を国内外の製造拠点に展開し、グローバルでの品質確保や技術伝承、生産性の向上につなげます。

TOPICS | GLOBAL

AIデータセンターの冷却技術強化に向け米国Dynamic Data Centers Solutions社を買収

2025年8月に当社子会社のダイキン アプライド アメリカズ社を通じて、AIデータセンターの冷却システムに強みを持つDynamic Data Centers Solutions社(以下、DDCS社)を買収しました。

デジタル技術の進化で急成長しているAIデータセンター市場では、効率的な冷却システムの需要が高まっています。そうした中、従来から強みとする業務用大型空調機器と計装・制御などを組み合わせて空間を冷却する方式に加え、今回の買収によりDDCS社独自のサーバーラックごとに個別冷却が可能なキャビネット冷却技術を取り込むことで、AIデータセンターのトータルニーズへの対応強化をはかります。

調印式の様子

今後、北米市場を皮切りにグローバルな事業展開を加速し、AIデータセンター市場でのリーダーシップを確立することをめざします。

TOPICS | GLOBAL

インドネシアで住宅用エアコン工場の本格稼働を開始

インドネシアの首都ジャカルタ近郊に住宅用エアコン工場を新設し、2025年5月に開所式を行いました。

インドネシアの空調市場はアジア最大級であり、今後の経済成長にともなう中間所得層の増加により、住宅用エアコンを中心にさらなる需要拡大が予想されています。このような市場に向けて、新工場ではインドネシアの住宅様式や電力事情にあった小型の機器や省エネ性能が高い製品などを製造・供給していきます。

ダイキンはこれまで、インドネシア全土で販売網・サービス網を構築し、空調市場を創造してきました。今後も快適な空気環境を提供するとともに、新工場の稼働による雇用創出を通じて、インドネシア経済の発展にも寄与していきます。

インドネシア工場の開所式の様子

TOPICS | 製品

省エネ性と快適性の両立を実現するルームエアコン『うるさらX』を新発売

昨今の気温上昇の深刻化やそれにともなうエアコン使用時間の増加に対応し、運転時の省エネ性をより高め、猛暑日でも快適な室内環境を維持できるルームエアコン『うるさらX(エックス)』を2025年11月に発売しました。

本商品は室外機の性能を向上させることで業界トップクラス※の通年エネルギー消費効率を実現しています。また、安定運転時や起動時の消費電力を抑える独自機能や、外気温が35℃以上になると起動時に大風量で室温を素早く下げる「猛暑時スピード気流」を搭載し、省エネ性と快適性を両立しています。

「空気で答えを出す会社」として、今後も環境の変化に柔軟に対応し、お客様のニーズに寄り添いながら、快適な空気環境を提供していきます。

※国内家庭用エアコンにおいて 当社調べ 2025年9月時点 対象機種 AN406ARP(主に14畳用)期間消費電力量1,036kWh 通年エネルギー消費効率(APF)7.3を達成 対象機種AN566ARP(主に18畳用)期間消費電力量1,605kWh 通年エネルギー消費効率(APF)6.6を達成

会社の概要 （2025年9月30日現在）

商号	ダイキン工業株式会社
英文表示	DAIKIN INDUSTRIES, LTD.
創業	1924年10月25日
設立	1934年 2 月11日
資本金	85,032,436,655円
主要な事業所	
本社	大阪市北区
支社	東京都中央区
海外事務所	ニューヨーク事務所 ワシントンD.C.事務所 北京事務所 広州事務所 北米R&Dセンター
製作所	堺製作所金岡工場（堺市北区） 堺製作所臨海工場（堺市西区） 淀川製作所（大阪府摂津市） 滋賀製作所（滋賀県草津市） 鹿島製作所（茨城県神栖市）

役員の状況 （2025年9月30日現在）

取締役	代表取締役会長 兼 CEO	十河 政則
	代表取締役社長 兼 COO	竹中 直文
	社外取締役	川田 達男
		牧野 明次
		鳥井 信吾
		新居 勇子
	取締役 兼 副社長執行役員	髙橋 孝一
	取締役 兼 執行役員	森 圭子
	取締役 兼 専務専任役員	カンワル・ジート・ジャワ
監査役	社外監査役	北本 佳永子
		高槻 史
		鵜川 淳
	監査役（常勤）	植松 弘成
		多森 久夫
執行役員	名誉会長 グローバルグループ代表執行役員	井上 礼之
	副社長執行役員	松崎 隆
	専務執行役員	舩田 聡
		田山 理和
	常務執行役員	澤井 克行
		森本 勉
		米田 裕二
		佐治 正規
		足田 紀雄
		平賀 義之
		森田 重樹
		宮住 光太
		竹内 牧男
		丸岡 秀樹
		香川 謙吉
	相談役執行役員	山田 靖
	執行役員	神野 仁志
		村井 哲
		上原 章司
		大森 淳一
		河原 克己
		植田 博昭
		三浦 克哉
		松葉 謙治
		水口 知洋
		羽東 公一
		長谷川 功
		宮武 正明
		石井 克典
		任草 琴

株式の状況 (2025年9月30日現在)

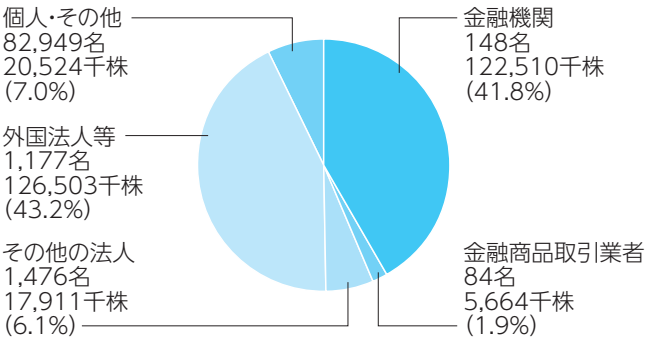
発行可能株式総数	500,000,000株
発行済株式の総数	293,113,973株
株　主　数	85,834名

大株主

株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	55,436	18.9
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	22,676	7.7
ジェーピー モルガン チェース バンク 385632	11,666	4.0
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505001	10,380	3.5
株式会社三井住友銀行	7,500	2.6
ステート ストリート バンク ウエスト クライアント トリーティ 505234	5,129	1.8
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505103	5,123	1.7
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(農中口)	4,649	1.6
株式会社三菱UFJ銀行	4,083	1.4
ガバメント オブ ノルウェー	4,062	1.4

(注) 1. 持株比率は小数点第2位を四捨五入して表示しています。
2. 持株比率は自己株式(280千株)を控除して計算しています。

株式の所有者別分布



株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
基準日	定時株主総会　3月31日 期末配当金　3月31日 中間配当金　9月30日
単元株式数	100株
公告方法	電子公告とし、当社ウェブサイト(https://www.daikin.co.jp/e-koukoku)に掲載いたします。 ただし、事故その他やむを得ない事由が生じた場合は、日本経済新聞に掲載いたします。
上場証券取引所	東京証券取引所
株主名簿管理人 **特別口座の口座管理機関**	三菱UFJ信託銀行株式会社
【各種お問合せ先】	〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号 三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〈テレホンセンター〉 0120-094-777(通話料無料) 【受付時間　9:00～17:00 (土、日、祝祭日、年末年始を除く)】 よくあるお問合せは下記のウェブサイトからもご確認いただけます。 https://www.tr.mufg.jp/daikou/

ストリーマ
DST DAIKIN STREAMER TECHNOLOGY

空気のプロがつくる快適空間
ストリーマ空気清浄機

加湿 90 タイプ

VEGETABLE OIL INK
環境に配慮した植物油インキを使用しています。

UD FONT
見やすく読みまちがえにくいユニバーサルデザインフォントを採用しています。

ひとりひとりに、グリーンハート

ダイキン工業株式会社
〒530-0001
大阪市北区梅田一丁目13番1号
大阪梅田ツインタワーズ・サウス
TEL（06）6147-3321
URL https://www.daikin.co.jp