



2020年3月期  
第2四半期決算説明資料

2019年11月7日  
**ダイキン工業株式会社**

## I. 全社業績

2020年3月期第2四半期決算概要 ..... P. 3-9

2020年3月期通期業績計画 ..... P. 10-12

II. 部門別概況 ..... P. 13-20

III. 株主還元 ..... P. 21

《補足データ》

本資料では第2四半期累計(4-9月)を「上期」と表記致します。

# I. 全社業績 ■ 全社上期実績



為替のマイナス影響や半導体市場の大幅な下落など、経営環境が厳しさを増すなか、高付加価値商品の拡販や売価施策の徹底、トータルコストダウンの推進に加え、市場の変化に対応した新商品の投入など、先手の対策をとることで、過去最高の売上高・利益を更新。

空調事業は、景気が減速する中国で、市場環境変化に対応した品揃えの強化により、現地通貨ベースで増収増益を確保したことに加え、日本・米州・欧州・アジアで販売を拡大し、増収増益となった。

化学事業は、半導体・自動車市場の減速の影響が大きく、減収減益となった。

(億円)	2018年度 上期実績	2019年度上期		前年度比
		計画	実績	
<b>売上高</b>	12,990	13,900	<b>13,542</b>	104%
<b>営業利益</b> (利益率)	1,606 (12.4%)	1,640 (11.8%)	<b>1,683</b> (12.4%)	105%
<b>経常利益</b> (利益率)	1,629 (12.5%)	1,640 (11.8%)	<b>1,701</b> (12.6%)	104%
<b>親会社株主に帰属する 四半期純利益</b> (利益率)	1,128 (8.7%)	1,140 (8.2%)	<b>1,185</b> (8.8%)	105%

USD/円	¥110	¥108	<b>¥109</b>
ユーロ/円	¥130	¥125	<b>¥121</b>
中国元/円	¥16.8	¥16.2	<b>¥15.7</b>

○為替影響(対前年度)  
 売上高 ▲410億円  
 営業利益 ▲110億円

# ■ 事業セグメント別上期実績

(億円)		上期実績		
		2018年度	2019年度	前年度比
全社	売上高	12,990	13,542	104%
	営業利益 (利益率)	1,606 (12.4%)	1,683 (12.4%)	105%
空調	売上高	11,724	12,344	105%
	営業利益 (利益率)	1,405 (12.0%)	1,525 (12.4%)	109%
化学	売上高	1,012	900	89%
	営業利益 (利益率)	176 (17.4%)	129 (14.4%)	73%
その他	売上高	254	298	118%
	営業利益 (利益率)	25 (10.0%)	28 (9.5%)	111%

# ■ 連結損益計算書

(億円)	2018年度上期	2019年度上期	利益影響額
	111	104	
売上高	12,990	13,542	+552
売上原価	8,390 (64.6%)	8,744 (64.6%)	▲355
粗利益	4,601 (35.4%)	4,798 (35.4%)	+197
販売費及び一般管理費	2,994 (23.1%)	3,115 (23.0%)	※1 ▲120
営業利益	1,606 (12.4%)	1,683 (12.4%)	+77
営業外損益	22	18	※2 ▲5
経常利益	1,629 (12.5%)	1,701 (12.6%)	+72
特別損益	▲12	2	※3 +15
税金等調整前四半期純利益	1,616 (12.4%)	1,703 (12.6%)	+87
法人税等	451	480	▲28
税負担率	27.9%	28.2%	
非支配株主に帰属する 四半期純利益	37	38	▲1
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,128 (8.7%)	1,185 (8.8%)	+57

( )内は対売上高比率

## ※1 販管費の主な増減内訳

労務費 ▲67

サービス費 ▲23

研究開発費 ▲13

製品発送費 ▲9

## ※2 営業外損益の主な増減内訳

補助金収入 ▲15 (+24→+9)

持分法による  
投資利益 ▲13 (+15→+1)

為替差損 +13 (+13→0)

支払利息 +4 (+66→+62)

## ※3 特別損益の主な増減内訳

固定資産処分益 +4 (0→+4)

# ■ 連結貸借対照表

(億円)	2018/9月末	2019/9月末	増減
手元資金	4,179	<b>3,827</b>	▲353
売上債権	<u>59日</u> 4,198	<u>61日</u> <b>4,513</b>	+315
棚卸資産	<u>56日</u> 3,986	<u>58日</u> <b>4,273</b>	+288
固定資産	9,923	<b>11,332</b>	+1,409
投資有価証券	2,258	<b>1,994</b>	▲264
その他	1,332	<b>1,295</b>	▲37
<b>資産合計</b>	<b>25,877</b>	<b>27,235</b>	<b>+1,358</b>

	2018/9月末	2019/9月末	増減
仕入債務	1,902	<b>1,881</b>	▲21
有利子負債	5,243	<b>5,916</b>	+674
(有利子負債比率)	(20.3%)	(21.7%)	
その他	4,402	<b>4,642</b>	+240
<b>負債計</b>	<b>11,547</b>	<b>12,440</b>	<b>+893</b>
自己資本計	14,035	<b>14,452</b>	+417
(自己資本比率)	(54.2%)	(53.1%)	
新株予約権	18	<b>21</b>	+3
非支配株主持分	277	<b>323</b>	+46
<b>純資産計</b>	<b>14,330</b>	<b>14,795</b>	<b>+465</b>
<b>負債・純資産計</b>	<b>25,877</b>	<b>27,235</b>	<b>+1,358</b>

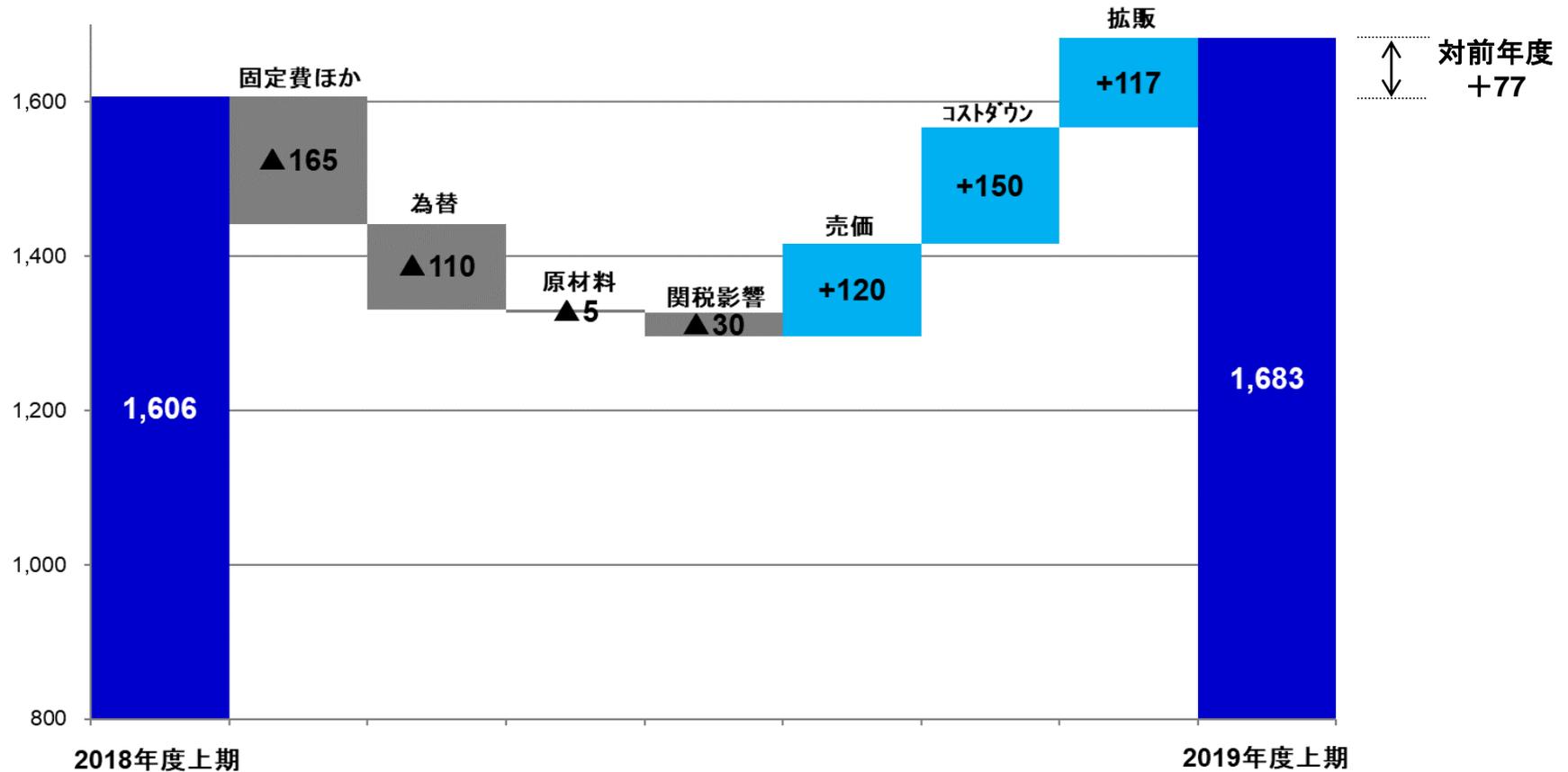
## ※有利子負債の明細

	2018/9月末	2019/9月末	増減
短期借入金	515	<b>419</b>	▲96
CP	0	<b>480</b>	+480
社債	1,100	<b>700</b>	▲400
長期借入金	3,520	<b>3,615</b>	+96
リース債務	108	<b>702</b>	+595
<b>合計</b>	<b>5,243</b>	<b>5,916</b>	<b>+674</b>

# ■ 営業利益増減分析 - 上期実績の対前年度比較



(億円)



# ■ 地域別売上高の推移 - 空調事業



※冷凍・冷蔵機事業、フィルタ事業含む

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2015年度上期		2016年度上期		2017年度上期		2018年度上期		2019年度上期		2019年度計画 (11月公表)		2019年度計画 (5月公表)	
	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円
日本	99%	2,119	104%	2,208	105%	2,329	108%	2,507	107%	2,687	104%	5,000	104%	5,000
ヨーロッパ	110%	1,286	98%	1,264	115%	1,456	114%	1,666	113%	1,887	117%	3,900	117%	3,900
中国	106%	1,899	88%	1,668	117%	1,952	107%	2,079	96%	1,994	96%	3,270	99%	3,400
米州	121%	2,730	99%	2,707	112%	3,044	112%	3,414	108%	3,694	108%	7,000	110%	7,100
アジア	116%	1,211	97%	1,173	107%	1,260	111%	1,403	106%	1,487	109%	3,050	112%	3,150
オセアニア	108%	214	108%	232	142%	329	113%	373	90%	337	92%	720	102%	800
中近東	127%	244	91%	221	113%	251	95%	239	92%	220	94%	500	100%	530
アフリカ	106%	49	72%	35	101%	36	122%	43	86%	37	100%	90	100%	90
計	110%	9,752	98%	9,509	112%	10,655	110%	11,724	105%	12,344	106%	23,530	108%	23,970
海外売上高比	78%		77%		78%		79%		78%		79%		79%	
USD/円	¥122		¥105		¥111		¥110		¥109		¥109		¥108	
ユーロ/円	¥135		¥118		¥126		¥130		¥121		¥121		¥125	
中国元/円	¥19.4		¥15.9		¥16.4		¥16.8		¥15.7		¥15.5		¥16.2	

# ■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

(億円)	2015年度上期		2016年度上期		2017年度上期		2018年度上期		2019年度上期		2019年度計画 (11月公表)		2019年度計画 (5月公表)	
	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高
日本	110%	191	102%	194	119%	232	115%	266	98%	262	98%	540	103%	570
米州	120%	211	87%	184	112%	205	114%	234	91%	213	98%	460	101%	475
中国	102%	169	91%	154	119%	183	107%	196	92%	179	102%	370	108%	390
アジア	128%	90	86%	78	135%	105	120%	126	91%	114	98%	265	107%	290
ヨーロッパ	163%	123	91%	112	120%	135	135%	182	68%	123	88%	295	111%	375
その他	70%	3	122%	4	170%	6	135%	9	93%	8	58%	10	—	—
計	118%	788	92%	725	119%	866	117%	1,012	89%	900	97%	1,940	105%	2,100
海外売上高比	76%		73%		73%		74%		71%		72%		73%	
USD/円	¥122		¥105		¥111		¥110		¥109		¥109		¥108	
ユーロ/円	¥135		¥118		¥126		¥130		¥121		¥121		¥125	
中国元/円	¥19.4		¥15.9		¥16.4		¥16.8		¥15.7		¥15.5		¥16.2	

期初に掲げた挑戦目標に沿った施策を実行することで、増収増益基調を維持する。経営環境の先行きが不透明で、為替のマイナス影響も受けることから、営業利益の年間計画は現公表を据え置く。

空調事業で、需要が好調な地域を中心に高付加価値商品の販売を拡大するとともに、化学事業でも、需要が堅調な市場を見極め、収益を確保。

販売力・営業力の強化、売価施策の徹底、トータルコストダウンのより一層の推進に努める。

(億円)	2018年度実績			2019年度 (5月公表)	2019年度 (11月公表)			
	上期	下期	年間	年間計画	上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
売上高	12,990	11,821	24,811	26,700	13,542	12,558	26,100	105%
営業利益 (利益率)	1,606 (12.4%)	1,156 (9.8%)	2,763 (11.1%)	2,850 (10.7%)	1,683 (12.4%)	1,167 (9.3%)	2,850 (10.9%)	103%
経常利益 (利益率)	1,629 (12.5%)	1,142 (9.7%)	2,771 (11.2%)	2,850 (10.7%)	1,701 (12.6%)	1,149 (9.2%)	2,850 (10.9%)	103%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,128 (8.7%)	762 (6.4%)	1,890 (7.6%)	1,930 (7.2%)	1,185 (8.8%)	765 (6.1%)	1,950 (7.5%)	103%
USD/円	¥110	¥112	¥111	¥108	¥109	¥108	¥109	
ユーロ/円	¥130	¥126	¥128	¥125	¥121	¥120	¥121	
中国元/円	¥16.8	¥16.2	¥16.5	¥16.2	¥15.7	¥15.2	¥15.5	

○為替影響(対前年度)

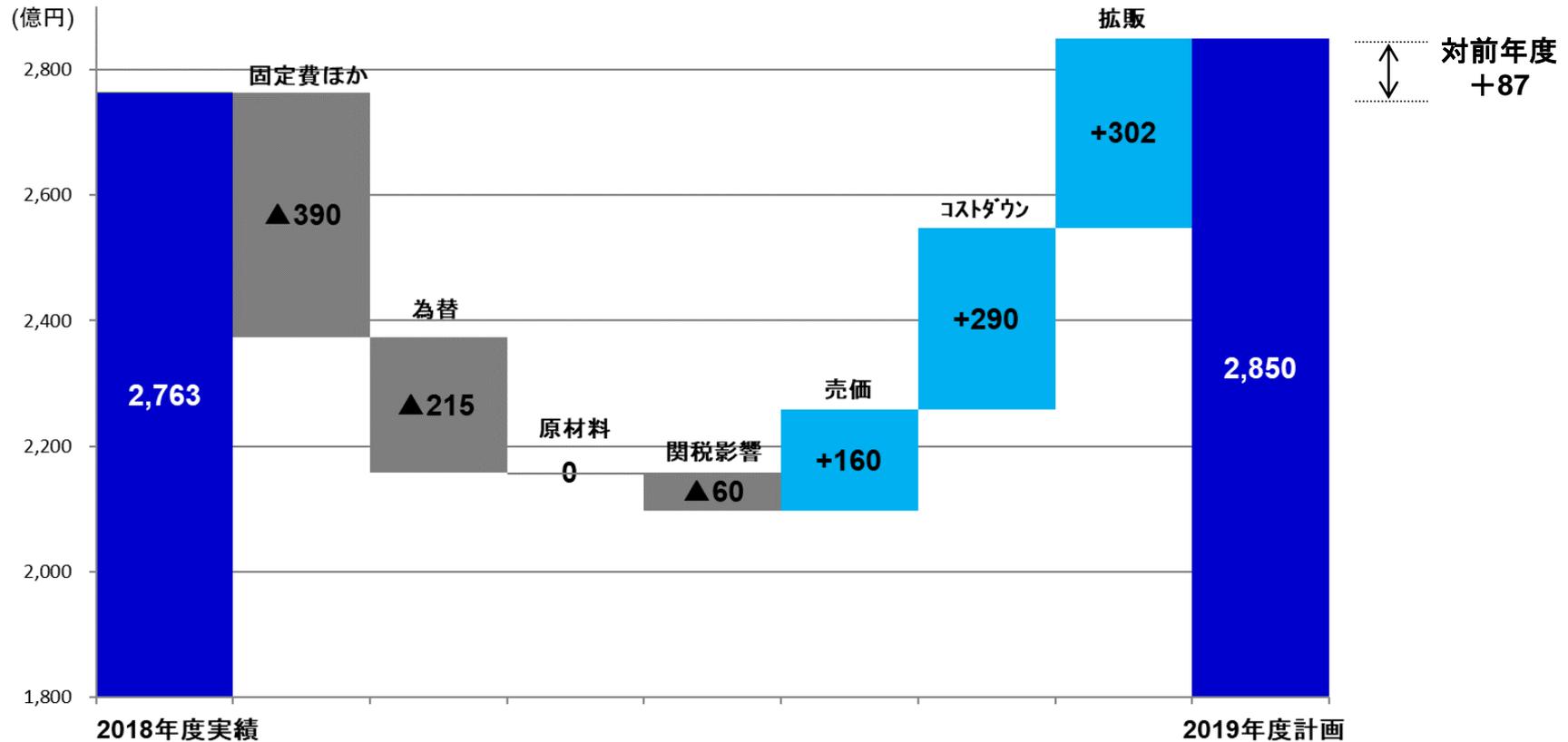
売上高 ▲840億円

営業利益 ▲215億円

# ■ 事業セグメント別通期業績計画

		2018年度 実績	2019年度 (5月公表)	2019年度(11月公表)			
				上期実績	下期計画	年間計画	前年度比
(億円)							
全社	売上高	24,811	26,700	13,542	12,558	26,100	105%
	営業利益 (利益率)	2,763 (11.1%)	2,850 (10.7%)	1,683 (12.4%)	1,167 (9.3%)	2,850 (10.9%)	103%
空調	売上高	22,222	23,970	12,344	11,186	23,530	106%
	営業利益 (利益率)	2,376 (10.7%)	2,460 (10.3%)	1,525 (12.4%)	965 (8.6%)	2,490 (10.6%)	105%
化学	売上高	2,008	2,100	900	1,040	1,940	97%
	営業利益 (利益率)	325 (16.2%)	330 (15.7%)	129 (14.4%)	171 (16.4%)	300 (15.5%)	92%
その他	売上高	581	630	298	332	630	108%
	営業利益 (利益率)	61 (10.4%)	60 (9.5%)	28 (9.5%)	32 (9.6%)	60 (9.5%)	99%

# ■ 営業利益増減分析 - 通期計画の対前年度比較



(参考)  
5月公表

営業利益	固定費ほか	為替	原材料	関税影響	売価	コストダウン	拡販	営業利益
2,763	▲450	▲100	▲70	▲60	+160	+290	+317	2,850

## 上期の概況

住宅用の業界需要は、7月の天候不順の影響を受けたが、第1四半期が好調であったことに加え、消費増税に伴う駆け込み需要もあり、前年度を上回った。当社は、フラグシップ機『うるさら7』やデザイン性と機能性を追求した『risora』など、幅広い商品ラインアップで需要を捉え、販売を拡大。

業務用の業界需要は、堅調な設備投資に加え、学校空調の特需もあり、前年度を上回った。当社は、『FIVE STAR ZEAS』や『machiマルチ』などの主力商品に加え、工場などの大空間でも個別制御が可能な『MULTI CUBE』などの差別化商品の販売を伸ばしたが、収益性を重視した販売戦略をとったことにより、業界の伸びを下回った。アプライドは、R32機をはじめとする高付加価値商品を拡販。

## 下期の施策

『うるるとさらら』の発売20周年を機に、独自の無給水加湿機能を搭載した商品を住宅用から業務用まで拡充し、中高級機種種の拡販を図る。

また、R22冷媒の生産終了を契機とする更新需要を捉え、業務用を中心にR32機への置き換えを促進。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		上期実績	年間計画
住宅用	業界	103%	97%
	当社	106%	100%
業務用	業界	115%	105%
	当社	106%	101%
アプライド	業界	104%	97%
	当社	109%	100%

※アプライドは売上高ベース

〈需要経済指標〉

(対前年度伸び率)	2018年度実績	2019年度予測 (3月末時点)	2019年度予測 (9月末時点)
個人消費支出	+0.5%	+0.5%	+0.4%
住宅着工戸数	+0.7%	-7.1%	-8.1%
民間設備投資	+3.5%	+2.1%	+1.0%
非居住用 建築着工面積	-4.3%	+1.5%	-1.0%

## 上期の概況

企業の設備投資が減速したものの、個人消費が景気を下支えし、需要は堅調に推移。米中貿易摩擦による関税の影響を受けるなか、売価アップやコストダウンを推進。販売網の拡充やサービス事業の拡大に加え、売価効果も寄与し、売上高は前年度を上回った。

- 住宅用ユニタリーは、自前販売店網の拡充、ディーラーの育成・支援を推進。前年度の猛暑による反動の影響で、販売は前年度並みにとどまった。
- ダクトレスは、住宅用市場でRAのローコストモデルの販売が好調に推移。
- アプライドは、商品ラインアップの拡充による機器の拡販に加え、サービス事業を拡大。

## 下期の施策

グッドマン社の新工場「ダイキン・テキサス・テクノロジー・パーク」への移管を年内に完了し、生産性のさらなる向上を図るとともに、販売網の強化を加速。住宅用ユニタリーは、インバータ機のラインアップを拡充。ダクトレスは、VRVで、寒冷地向けの品揃えを強化し販売を拡大。アプライドは、生産能力増強により、好調な受注を販売拡大につなげる。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		上期実績	年間計画	
			需要	当社
住宅用ユニタリー		101%	104%	106%
ダクトレス	RA/SKY	116%	111%	115%
	VRV	101%	106%	109%
アプライド		113%	108%	123%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・業務用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

## 上期の概況

米中貿易摩擦による景気減速や政府の新築住宅抑制策により、厳しい市場環境が続くなか、市場の変化に対応した品揃えの強化や地方都市での拡販を推進。原材料市況の軟化効果を取り込むとともに、固定費削減や内作化・自動化などのコストダウンに努め、現地通貨ベースで増収増益となった。

- 住宅用市場では、成長が見込める地方都市に販売資源をシフトし、独自専売店「プロショップ」を拡充。中高級住宅向け「ニューライフマルチシリーズ」に加え、一般住宅向けの商品ラインアップを拡充し、販売を伸ばした。
- 業務用市場では、大型不動産投資が減少するなか、飲食店など店舗物件や中小物件のリニューアルといった堅調な需要への対応に加え、成熟市場である大都市では、インターネットを活用して顧客と繋がる「インテリジェントVRV」を展開し、更新需要の獲得に努めた。
- アプライド市場では、データセンター向けなど、需要が拡大する分野での提案営業を推進。

## 下期の施策

市場の変化に対応した新たなビジネスモデルを構築。住宅用市場・業務用市場ともに、IoT機能を強化したインテリジェント商品で差別化を加速するとともに、運転データを活用した保守・メンテナンスなど、サービス事業の拡大を図る。

〈市場別販売状況(現地通貨売上高ベース)〉

(前年度比)	上期実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用※	105%	97%	102%
業務用	97%	96%	100%
アプライド	103%	98%	101%

※住宅用マルチエアコン含む

## 上期の概況

欧州では、堅調な個人消費を背景に、環境対応商品の販売が伸長。トルコで販売が減少したが、AHT社の新規連結効果もあり、地域全体の売上高は前年度を大きく上回った。

- 住宅用は、R32機をはじめとする高付加価値商品を拡販。フランス・ドイツでは、熱波の影響もあり、前年度に引きつづき販売が大きく伸長。
- 業務用は、欧州各国でSKYのR32機の販売を拡大。VRVは、欧州で再生冷媒を使用した差別化商品や省冷媒機種を拡販したが、中近東での販売が減少。
- 暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器の商品ラインアップを拡充。フランスで、燃焼式からの置換えを促進するインセンティブが強化されたこともあり、販売が大きく伸長。
- アプライドは、最大市場である中東を中心に、他社に先駆けて市場投入したR32チラーを大きく拡販。

## 下期の施策

住宅用は、マルチエアコンの需要の高まりを捉え、拡販を図る。

業務用は、中近東での需要減少が見込まれるなか、

欧州で環境対応商品の販売を拡大。

暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器の環境性能を訴求することで、好調な需要を捉え、シェアを拡大。

冷凍・冷蔵事業は、ザノッティ社およびAHT社と販売網・商品ラインアップを相互活用し、コールドチェーン全体での事業展開に取り組む。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)	上期実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	106%	98%	109%
業務用	SKY	87%	106%
	VRV	100%	109%
暖房	125%	125%	131%
アプライド	118%	100%	103%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・業務用マルチエアコン

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

## 上期の概況

各国で、都市部から地方都市までの販売網の拡充、地域ニーズを捉えた差別化商品の展開、サービス体制の強化を推進し、売上高は前年度を上回った。

- 住宅用は、マレーシアで競合他社の価格攻勢を受けたが、タイ・ベトナムで冷専インバータ機など差別化商品の販売を拡大した。インドでも、地方都市での販売網構築を加速し、販売を大きく伸ばした。
- 業務用は、用途に合わせた提案営業を推進し、スペックイン活動を強化。インド・ベトナム・マレーシアを中心に各国で販売を拡大した。
- アプライドは、製品供給力の強化や、販売店の育成により、販売を大きく伸ばした。

## 下期の施策

各国の省エネニーズを捉えた新商品投入により市場のインバータ化を加速。

住宅用では、マルチエアコンなど差別化商品の販売を拡大。業務用では、SKYで、R32冷媒を採用した冷専インバータ機のラインアップを拡充する。

また、VRVでは、学校や病院など用途別にきめ細かい提案営業を推進する。

■売上高上位国の対前年同期比(現地通貨ベース)  
 インド:116% オーストラリア:97% ベトナム:108%  
 タイ:117% マレーシア:99% インドネシア:112%

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)	上期実績	年間計画	
		需要	当社
住宅用	105%	104%	111%
業務用	SKY	104%	115%
	VRV	107%	118%
アプライド	125%	104%	134%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン  
 ※VRV・・・業務用マルチエアコン  
 ※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

## 上期の概況

半導体・自動車市場を中心とした需要減の影響や、欧州での冷媒ガスの販売減により、売上高は前年度を下回った。

- フルオロカーボンガスは、欧州で、前年度の旺盛な需要の反動により流通在庫が滞留し、販売が減少。
- 樹脂・ゴム
  - ーフッ素樹脂は、世界的な半導体関連の需要減の影響により、販売が減少。
  - ーフッ素ゴムは、自動車市場での需要減の影響を受け、販売が減少。
- 化成品は、半導体市場の需要減によりエッチング剤の販売が減少。撥水撥油剤は、アジアで販売が好調であったが、その他の地域では減少した。表面防汚コーティング剤『オプツール』は、中国やアジアを中心に販売が減少。

## 下期の施策

LAN電線など堅調な市場への拡販に加え、トータルコストダウンの推進により、利益確保に努める。需要が厳しい半導体市場でも、確実な販売に取り組むとともに、需要回復に備えた製品供給力の強化を図る。また、自動車市場向けの用途開発を推進する。

〈製品別販売状況(売上高ベース)〉

(前年度比)	上期実績	年間計画	
		需要	当社
全フッ素化学品	89%	95%	97%
ガス	73%	88%	78%
樹脂・ゴム	92%	95%	100%
化成品ほか	92%	96%	98%

## 上期の概況

収益力強化に向けて生産体制の再編を推進したが、米国・欧州・日本などで販売が落ち込み、売上高は前年度を下回った。

- エアフィルタは、主力の米国での供給遅れにより販売減となったことに加え、日本でも半導体市場の需要減の影響で販売が減少。
- P&I※では、アフターサービス事業へのリソースのシフトを推進したが、ガスタービン市場の減速による需要減の影響が大きく販売が減少。

※P&I・・・ガスタービン、大規模プラント等の業務用集塵システム

## 下期の施策

エアフィルタは、米国で生産体制の再編を進めるとともに、欧州・アジアで、バイオ・製薬などのハイエンド市場向けの販売拡大をめざす。

P&Iでは、安定した事業基盤の構築に向け、生産体制の見直しや固定費削減などトータルコストダウンの推進に取り組む。

## 上期の概況

油機事業は、日本・北米で建設機械向けに販売が伸長し、増収。

特機事業は、防衛省の砲弾向けの受注が回復したことに加え、在宅酸素医療用機器でも販売を拡大し、増収。

電子システム事業は、研究開発支援システム(ビジュアルR&D)の販売を拡大し、増収。

## 下期の施策

油機事業は、北米を中心に産業機械向けに拡販するとともに、欧州・アジア事業の基盤構築を図る。

特機事業は、日本・中国で、在宅酸素医療用機器の拡販を図る。

電子システム事業は、製造業の業務効率化を支援するシステム商品の販売を加速する。

現公表通り年間160円(中間80円、期末80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、株主還元の一層の充実を図る。

		2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度 (予定)
1株当たり 配当金	中間	55円	60円	65円	70円	80円
	年間	120円	130円	140円	160円	160円
1株当たり 当期純利益	上期	274.6円	330.1円	347.1円	385.8円	405.1円
	年間	469.2円	526.8円	646.5円	646.4円	666.7円
(参考) DOEの推移		3.4%	3.6%	3.4%	3.5%	3.2%

## ■ 為替レート

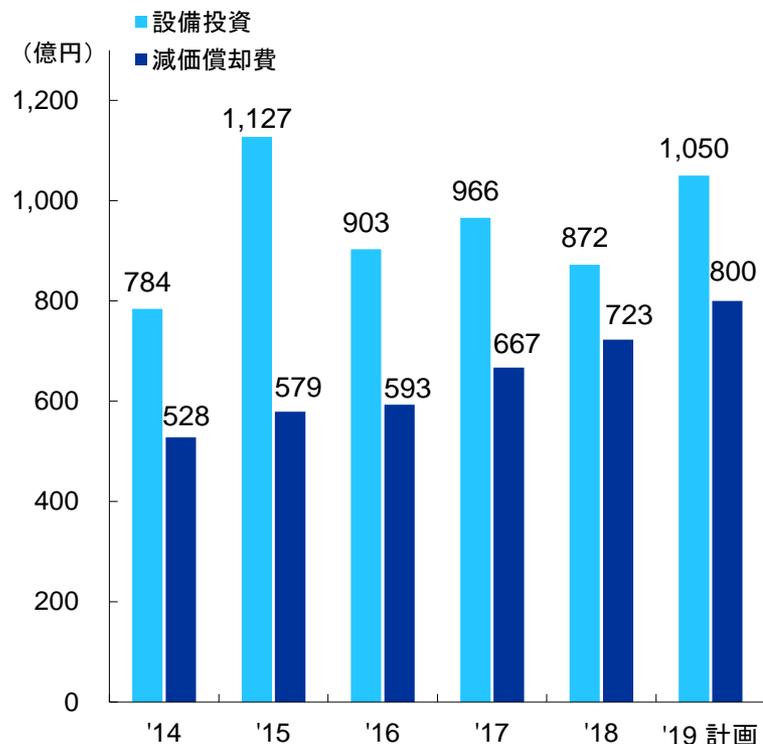
	2018年度実績			2019年度		
	上期	下期	年間	上期実績	下期計画	年間計画
USDドル	110円	112円	111円	109円	108円	109円
ユーロ	130円	126円	128円	121円	120円	121円
タイバーツ	3.4円	3.4円	3.4円	3.5円	3.5円	3.5円
中国元	16.8円	16.2円	16.5円	15.7円	15.2円	15.5円
豪ドル	82円	80円	81円	75円	75円	75円

## ■ 為替感応度（1円の変動による営業利益への影響）

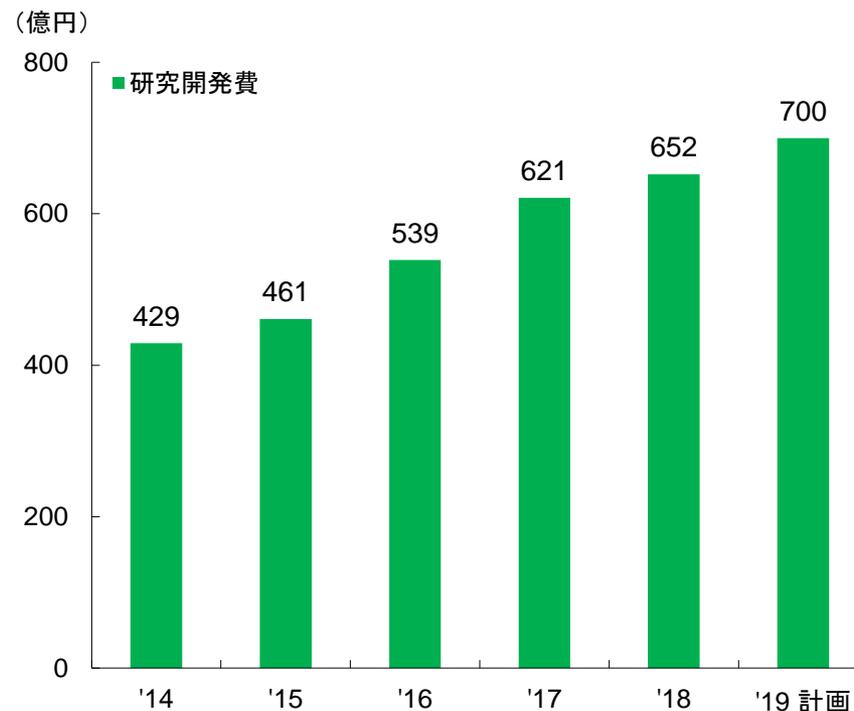
	2019年度計画
USDドル	18億円※
ユーロ	6億円

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

## 設備投資・減価償却費(年間)



## 研究開発費(年間)



<参考> 上期実績の推移

(億円)	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
設備投資	389	491	397	404	398	540
減価償却費	249	286	283	325	357	461
研究開発費	213	227	261	303	317	336



# ダイキン工業株式会社

## 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。