



2021年3月期 第3四半期 決算説明資料

2021年2月9日

■ 決算概要

欧州でのロックダウンやアジアでの行動制限の延長など、新型コロナウイルスの影響が続くなか、空調事業で、需要が堅調な住宅用やコロナ禍で関心が高まる換気・空気清浄商品の販売を拡大。化学事業では、自動車市場の需要減速の影響を受けたが、タブレット向けや医療用防護服向けの販売を強化。

需要の変化に柔軟に対応できるSCMの構築、販売力・営業力の強化、新商品の投入などにより、第3四半期(10-12月)は増収増益を達成、過去最高の売上高・営業利益となった。

(億円)	1-3Q実績		
	2019年度	2020年度	前年度比
売上高	19,514	18,417	94%
営業利益 (利益率)	2,191 (11.2%)	1,945 (10.6%)	89%
経常利益 (利益率)	2,240 (11.5%)	1,958 (10.6%)	87%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,480 (7.6%)	1,287 (7.0%)	87%

USドル/円
ユーロ/円
中国元/円

¥109 **¥106**
¥121 **¥122**
¥15.6 **¥15.4**

為替影響 (対前年度)

売上高 ▲290億円
営業利益 ▲65億円

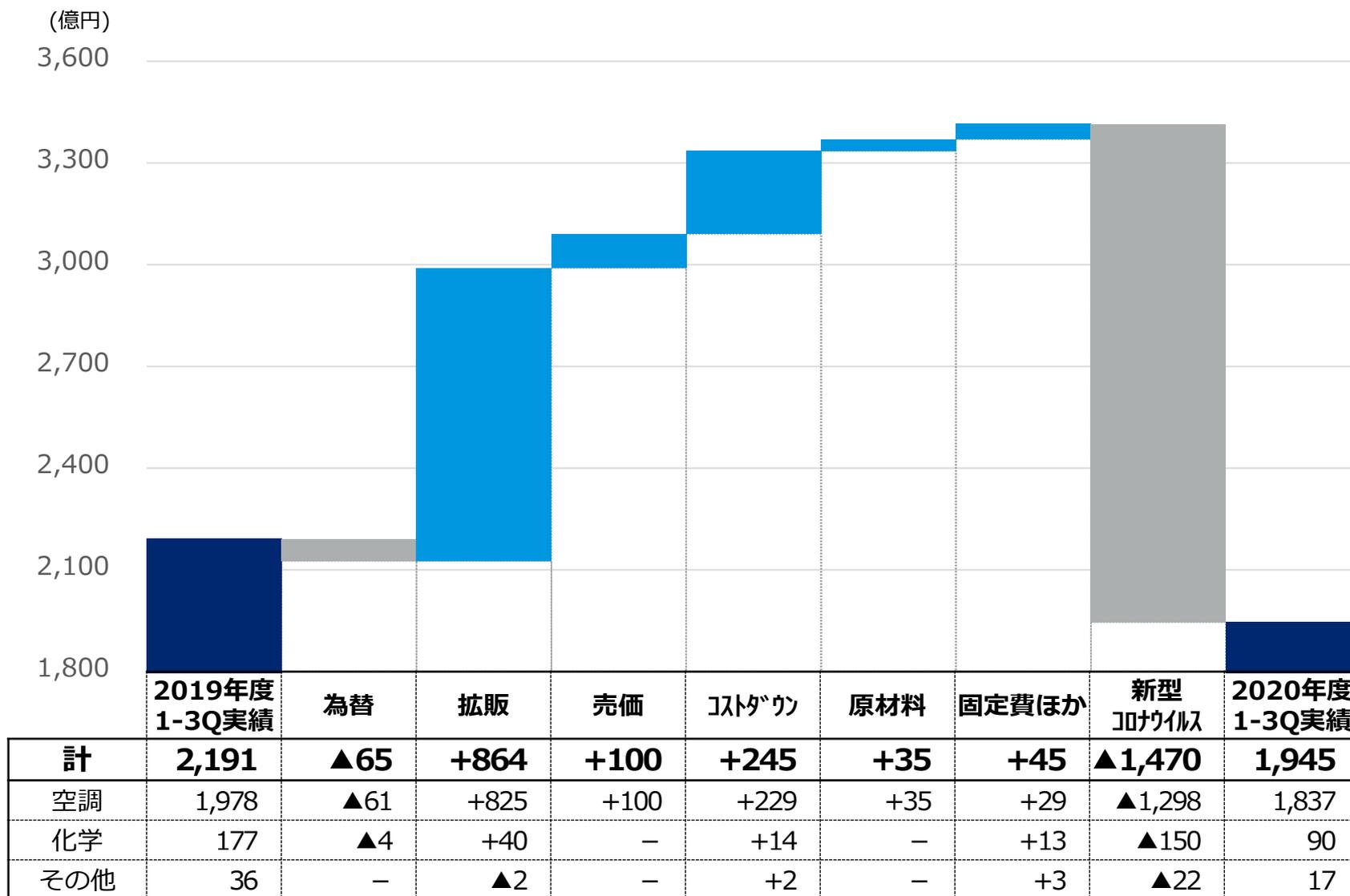
<参考>

3Q実績	前年度比
6,125	103%
629 (10.3%)	124%
640 (10.4%)	118%
441 (7.2%)	150%

■ 事業セグメント別実績

(億円)		1-3Q実績		
		2019年度	2020年度	前年度比
全社	売上高	19,514	18,417	94%
	営業利益 (利益率)	2,191 (11.2%)	1,945 (10.6%)	89%
空調	売上高	17,766	16,911	95%
	営業利益 (利益率)	1,978 (11.1%)	1,837 (10.9%)	93%
化学	売上高	1,326	1,166	88%
	営業利益 (利益率)	177 (13.3%)	90 (7.7%)	51%
その他	売上高	422	340	81%
	営業利益 (利益率)	36 (8.6%)	17 (5.1%)	48%

■ 営業利益増減分析-実績の対前年度比



■ 全社業績計画

- ✓ 第3四半期は、新型コロナウイルスの影響を受けるなか、「攻め」と「挑戦」の姿勢であらゆる施策を成果創出に繋げ、想定を上回る業績を達成。第3四半期の実績を踏まえて年間の営業利益計画を2,320億円に上方修正。
- ✓ 依然として感染症の収束時期は不透明で、業務用空調を中心に厳しい状況が続くが、住宅用空調のシェア拡大、換気・空気清浄商品の拡販、サービス事業の強化などに努める。
- ✓ 将来の成長に向けた先行投資も積極的に実行し、2021年度（次期戦略経営計画の初年度）の業績拡大に繋げる。

(億円)	2020年度 (前回公表)	2020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	24,250	18,417	94%	24,600	96%
営業利益	2,100	1,945	89%	2,320	87%
(利益率)	(8.7%)	(10.6%)		(9.4%)	
経常利益	2,100	1,958	87%	2,320	86%
(利益率)	(8.7%)	(10.6%)		(9.4%)	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,400	1,287	87%	1,500	88%
(利益率)	(5.8%)	(7.0%)		(6.1%)	

USドル/円

¥107

¥106

¥106

ユーロ/円

¥121

¥122

¥123

中国元/円

¥15.2

¥15.4

¥15.5

為替影響 (対前年度)

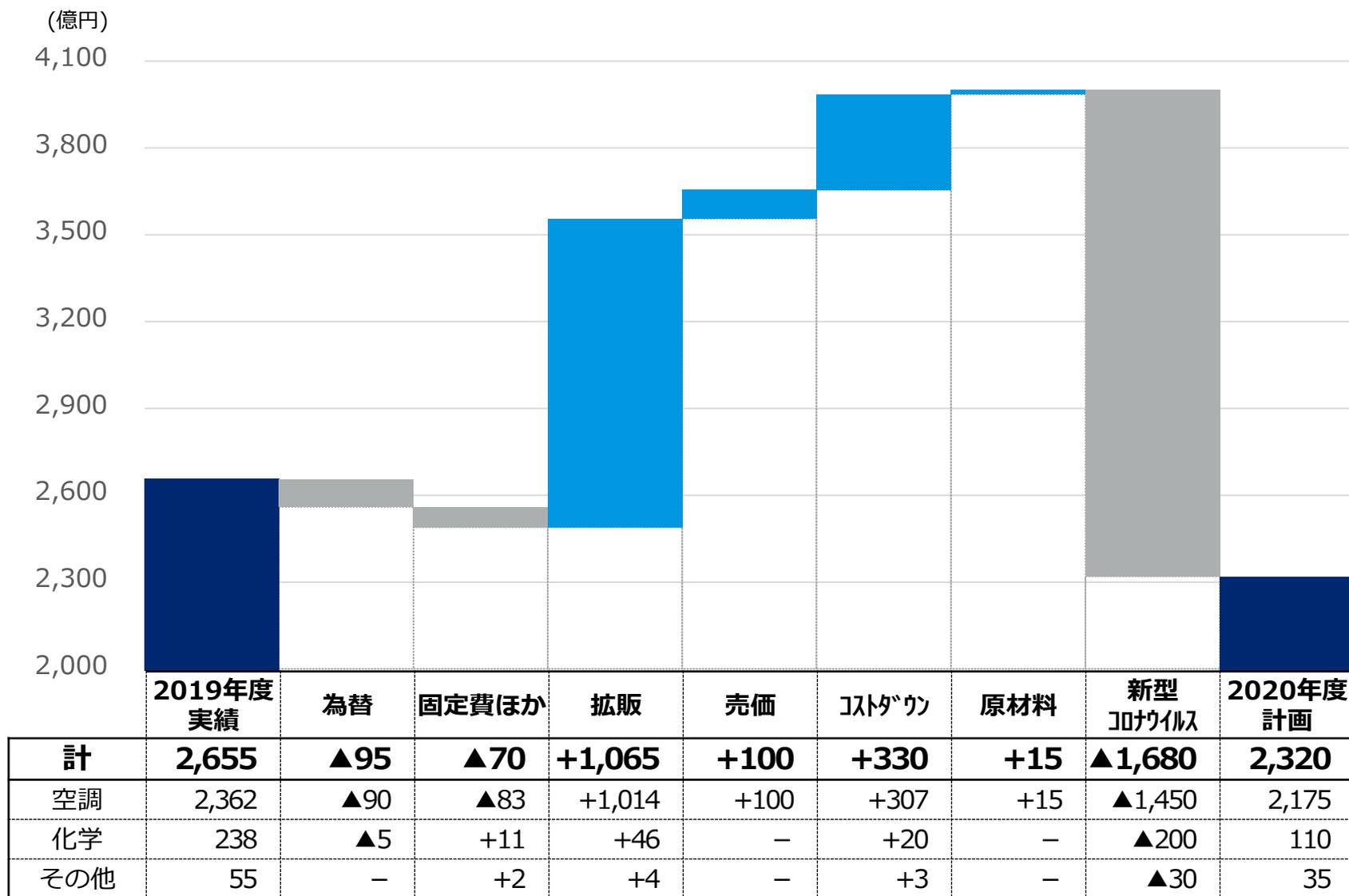
売上高 ▲360億円

営業利益 ▲95億円

■ 事業セグメント別業績計画

(億円)		2020年度 (前回公表)	2020年度			
		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	24,250	18,417	94%	24,600	96%
	営業利益 (利益率)	2,100 (8.7%)	1,945 (10.6%)	89%	2,320 (9.4%)	87%
空調	売上高	22,150	16,911	95%	22,460	97%
	営業利益 (利益率)	1,975 (8.9%)	1,837 (10.9%)	93%	2,175 (9.7%)	92%
化学	売上高	1,600	1,166	88%	1,615	90%
	営業利益 (利益率)	100 (6.3%)	90 (7.7%)	51%	110 (6.8%)	46%
その他	売上高	500	340	81%	525	86%
	営業利益 (利益率)	25 (5.0%)	17 (5.1%)	48%	35 (6.7%)	63%

■ 営業利益増減分析-年間計画の対前年度比



■ 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)	2016年度1-3Q		2017年度1-3Q		2018年度1-3Q		2019年度1-3Q		2020年度1-3Q		2020年度計画		2020年度計画 (前回公表)	
	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								
日本	105%	3,227	105%	3,402	107%	3,641	104%	3,797	98%	3,712	99%	4,900	98%	4,850
ヨーロッパ	96%	1,812	118%	2,145	112%	2,399	116%	2,789	99%	2,766	100%	3,800	100%	3,800
中国	92%	2,484	115%	2,863	102%	2,929	97%	2,834	97%	2,751	106%	3,260	101%	3,100
米州	100%	3,805	114%	4,325	112%	4,863	108%	5,242	95%	4,994	96%	6,780	96%	6,750
アジア	97%	1,691	109%	1,845	110%	2,033	107%	2,173	81%	1,751	83%	2,450	83%	2,450
オセアニア	106%	376	146%	549	105%	579	93%	537	107%	576	103%	760	94%	690
中近東	94%	334	117%	389	93%	362	93%	336	91%	305	92%	440	92%	440
アフリカ	69%	56	100%	56	115%	65	88%	57	96%	55	84%	70	84%	70
計	99%	13,784	113%	15,573	108%	16,872	105%	17,766	95%	16,911	97%	22,460	96%	22,150
海外売上高比		77%		78%		78%		79%		78%		78%		78%
USドル/円		¥107		¥112		¥111		¥109		¥106		¥106		¥107
ユーロ/円		¥118		¥129		¥129		¥121		¥122		¥123		¥121
中国元/円		¥16.0		¥16.6		¥16.6		¥15.6		¥15.4		¥15.5		¥15.2

■ 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)	2016年度1-3Q		2017年度1-3Q		2018年度1-3Q		2019年度1-3Q		2020年度1-3Q		2020年度計画		2020年度計画 (前回公表)	
	割合	売上高	割合	売上高	割合	売上高								
日本	104%	299	114%	342	117%	400	94%	377	82%	310	84%	420	84%	420
米州	89%	275	110%	302	113%	341	92%	314	78%	244	84%	370	84%	370
中国	90%	238	121%	288	103%	295	92%	271	110%	299	113%	380	110%	370
アジア	90%	121	131%	160	120%	192	91%	175	90%	158	88%	225	88%	225
ヨーロッパ	90%	159	128%	204	124%	252	71%	178	84%	149	86%	215	84%	210
その他	89%	7	137%	10	135%	13	82%	11	58%	6	39%	5	39%	5
計	93%	1,100	119%	1,305	114%	1,494	89%	1,326	88%	1,166	90%	1,615	89%	1,600
海外売上高比		73%		74%		73%		72%		73%		74%		74%
USD/円		¥107		¥112		¥111		¥109		¥106		¥106		¥107
ユーロ/円		¥118		¥129		¥129		¥121		¥122		¥123		¥121
中国元/円		¥16.0		¥16.6		¥16.6		¥15.6		¥15.4		¥15.5		¥15.2

■ 部門別業績の概況-空調事業

日本

住宅用の業界需要は、堅調な巣ごもり需要に加え、夏季の猛暑効果もあり、前年度を上回った。当社は、独自の換気機能やストリーマ技術の訴求を強化。在室時間の増加による省エネ性への関心、空気質ニーズの高まりを捉え、『うるさらX』など高付加価値商品の販売を伸ばし、シェアを拡大。空気清浄機は、好調な需要を捉え、販売を大きく伸ばした。

業務用の業界需要は、経済活動の停滞に加え、学校空調の特需の反動もあり、前年度を下回った。当社は、需要の変化に対応した提案営業を継続。全熱交換器など換気商材の訴求を強化したことに加え、政府の補助金も追い風となり販売が伸長し、シェアを拡大。アプライドは、R32機への置換を進め、収益性が改善。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1-3Q 実績
住宅用	業界	104%
	当社	110%
業務用	業界	82%
	当社	87%
アプライド	業界	91%
	当社	89%
空気清浄機	業界	174%
	当社	195%

※アプライドは売上高ベース

■ 部門別業績の概況-空調事業

米州

政府の経済対策や旺盛な個人消費が景気を下支えし、住宅市場の需要は堅調。当社は、オンラインツールを活用した販売活動に努めたが、4月にグッドマン工場の操業を一時停止した影響により、売上高は前年度を下回った。

- ▶ 住宅用ユニットは、新型コロナウイルス感染拡大の継続による製造人員不足の影響で供給が逼迫。第3四半期は、生産の安定化に努め供給を正常化、販売を拡大したが、上期の販売減の影響が大きく、累計では販売が減少。
- ▶ ダクトレスは、RA/SKYで、居住空間の環境改善ニーズの高まりや夏季の好天による需要増を捉え、販売を拡大。VRVは、販売店へのオンライン研修や販売活動の強化に取り組んだが、飲食店などの需要減少の影響により、販売が減少。
- ▶ アプライドは、販売網の強化に注力。エアハンドリングユニットやサービスパーツを中心に、新型コロナウイルスの影響が顕在化する以前の受注を出荷に繋げ、販売が伸長。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1-3Q 実績
住宅用ユニット		96%
ダクトレス	RA/SKY	122%
	VRV	98%
アプライド		102%

※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

■ 部門別業績の概況-空調事業

中国

6月からの本格的な市場再開後、政府の経済対策や金融緩和により個人消費は回復傾向。当社は、4月・5月の販売活動制限の影響が大きく、累計の売上高は前年度を下回ったが、市場の回復を捉えた販売活動の強化により、第2四半期・第3四半期は前年度を上回る売上高を確保。自動化による生産性向上などコストダウンの推進や固定費削減により、高収益を維持した。

- 住宅用市場では、住宅用マルチエアコンを拡販。独自専売店『プロショップ』での販売にオンラインを組み合わせた新たなビジネスモデルを構築。オンラインイベントによる新規顧客の探索や、ライブ放送を活用したオンライン販売を推進。
- 業務用市場では、需要が回復傾向にある大型物件向けで、大手ディベロッパーとの協業を推進するとともに、関心の高い空気環境を可視化するなど、商品力を強化。回復が遅れている店舗向けでは、換気・洗浄・除菌を訴求した販売活動に取り組み、需要の掘り起こしに注力。
- アプライド市場では、インフラ関連、データセンター向けの販売を強化するとともに、保守・メンテナンスなど成長分野に資源をシフト。

〈市場別販売状況(現地通貨売上高ベース)〉

(前年度比)	1-3Q 実績
住宅用※	101%
業務用	89%
アプライド	99%

※住宅用マルチエアコン含む

■ 部門別業績の概況-空調事業

欧州・中近東・アフリカ

欧州は、10月中旬より各国でロックダウンが実施され経済活動が停滞したが、住宅用で巣ごもり需要を捉え、売上高は前年度並みとなった。中近東では、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う原油価格の下落や通貨安の影響を受けた。

- 住宅用は、最寄化生産による安定供給でフランス・スペインなどの需要回復を捉えた。在室時間の増加に伴い、ドイツ・オランダ・ベルギーでも普及が進み、販売が伸長。
- 業務用は、全熱交換器など換気商材を組み合わせたシステム販売を強化したが、ホテル・店舗・オフィスの需要減少の影響を受けた。
- 暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器で、幅広い品揃えを活かしインセンティブなどにより高まる需要を捉え、シェアを拡大。
- アプライドは、環境性能の高いR32チラーの販売が堅調に推移。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1-3Q 実績
住宅用		104%
業務用	SKY	92%
	VRV	89%
暖房		107%
アプライド		93%

※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

■ 部門別業績の概況-空調事業

アジア・オセアニア

居住空間の環境改善ニーズを捉え、オンラインツールを活用した販売活動に注力。需要が堅調な国での販売に取り組んだが、新型コロナウイルス感染拡大に伴う需要の減少や、インドをはじめとした各国での活動制限の影響が大きく、売上高は前年度を下回った。

- ▶ 住宅用は、家電量販店が閉鎖されるなか、独自の販売店ルートでの販売を推進。オーストラリア・マレーシアで前年度を上回った。インドでは、オンライン研修など販売店との関係強化に取り組み、第3四半期は前年度を大きく上回った。
- ▶ 業務用は、景気悪化による設備投資の鈍化、建設現場での労働者不足による着工遅れや工期延長の影響により、販売が減少。
- ▶ アプライドは、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力。

■ 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：108% ベトナム：74% インド：71%
マレーシア：98% タイ：83% インドネシア：77%

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1-3Q 実績
住宅用		85%
業務用	SKY	84%
	VRV	80%
アプライド		89%

※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

■ 部門別業績の概況-化学事業

需要が回復基調にある半導体市場向けや、好調な表面防汚コーティング剤・撥水撥油剤の販売活動を強化したが、新型コロナウイルス感染拡大による需要減少の影響が大きく、売上高は前年度を下回った。

- フルオロカーボンガスは、空調需要の減少により、グローバルで販売が落ち込み、売上高は前年度を大きく下回った。
- 樹脂・ゴム
 - ー フッ素樹脂は、中国でインフラ投資向けに販売を拡大したが、上期の半導体・自動車市場での需要減少や、米国での建築・航空機関連の需要の落ち込みの影響により、全体では販売が減少。
 - ー フッ素ゴムは、自動車市場で中国向けに販売を拡大したが、その他地域で需要減少の影響を大きく受けた。
- 化成品は、表面防汚コーティング剤で、タブレット向けの販売に注力し、中国・日本で販売を拡大。撥水撥油剤は、医療関連用途や紙用途で販売が伸長。エッチングガスは、半導体市場の需要の回復基調を捉え、中国・日本で販売を拡大。

〈製品別販売状況(売上高ベース)〉

(前年度比)	1-3Q 実績
全フッ素化学品	88%
ガス	62%
樹脂・ゴム	86%
化成品ほか	100%

■ 部門別業績の概況-フィルタ事業

事業体質の抜本改革に向け、安定した供給体制の構築、トータルコストダウン、高付加価値商品の販売強化に取り組んだ。

- エアフィルタは、換気ニーズの高まりを捉え、高性能フィルタや陰圧機など感染症対策商材の販売を推進。米国・アジアで、病院・クリーンルーム・住宅向けに拡販。
- P&I※では、厳しい事業環境のなか、アフターサービス事業へのリソースのシフトなど、事業体質の改善に努めたが、ガスタービン市場の需要減少の影響を大きく受けた。

※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

■ 設備投資・減価償却費・研究開発費

(億円)	2019年度		2020年度	
	1-3Q実績	年間実績	1-3Q実績	年間計画
設備投資	889	1,320	969	1,300
減価償却費	710	978	756	1,000
研究開発費	502	680	506	700



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。