



# 2021年3月期 決算説明資料

2021年5月12日

**I. 2021年3月期決算概要** . . . . . P. 3

**II. 2022年3月期業績計画** . . . . . P. 8

**III. 事業/地域別概況** . . . . . P. 13

**IV. 株主還元** . . . . . P. 21

《補足データ》

# I. 2021年3月期決算概要 ■ 全社実績

新型コロナウイルスの影響が続くなか、「攻め」と「挑戦」の姿勢で、短期業績の確保と経営体質の強化を推進し、計画を上回る業績を達成。

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、固定費削減の徹底などに取り組んだ。空調事業では、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、自動車市場など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拡大。

(億円)	2019年度	2020年度		前年度比
	実績	計画	実績	
売上高	25,503	24,600	24,934	98%
営業利益 (利益率)	2,655 (10.4%)	2,320 (9.4%)	2,386 (9.6%)	90%
経常利益 (利益率)	2,690 (10.5%)	2,320 (9.4%)	2,402 (9.6%)	89%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	1,707 (6.7%)	1,500 (6.1%)	1,562 (6.3%)	92%

USD/円 ¥109      ¥106      ¥106

ユーロ/円 ¥121      ¥123      ¥124

中国元/円 ¥15.6      ¥15.5      ¥15.7

為替影響 (対前年度)

売上高 ▲225億円

営業利益 ▲50億円

## ■ 事業セグメント別実績

(億円)		2019年度	2020年度		
		実績	計画	実績	前年度比
全社	売上高	25,503	24,600	24,934	98%
	営業利益	2,655	2,320	2,386	90%
	(利益率)	(10.4%)	(9.4%)	(9.6%)	
空調	売上高	23,091	22,460	22,738	98%
	営業利益	2,362	2,175	2,231	94%
	(利益率)	(10.2%)	(9.7%)	(9.8%)	
化学	売上高	1,799	1,615	1,642	91%
	営業利益	238	110	114	48%
	(利益率)	(13.2%)	(6.8%)	(6.9%)	
その他	売上高	613	525	554	90%
	営業利益	55	35	41	74%
	(利益率)	(9.0%)	(6.7%)	(7.5%)	

# ■ 連結損益計算書

(億円)	2019年度	2020年度	利益影響額
	103	98	
売上高	25,503	24,934	▲569
売上原価	16,654 (65.3%)	16,293 (65.3%)	+362
粗利益	8,849 (34.7%)	8,641 (34.7%)	▲208
販売費及び一般管理費	6,194 (24.3%)	6,255 (25.1%)	※1 ▲61
営業利益	2,655 (10.4%)	2,386 (9.6%)	▲269
営業外損益	35	16	※2 ▲19
経常利益	2,690 (10.5%)	2,402 (9.6%)	▲288
特別損益	▲128	※3 ▲17	+111
税金等調整前当期純利益	2,562 (10.0%)	2,385 (9.6%)	▲176
法人税等	790	758	+32
税負担率	30.8%	31.8%	
非支配株主に帰属する 当期純利益	65	65	0
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,707 (6.7%)	1,562 (6.3%)	▲145

## ※1 販管費の主な増減内訳

研究開発費 ▲37

## ※2 営業外損益の主な増減内訳

補助金収入 ▲25 (+32→+7)

受取利息 ▲15 (+80→+65)

## ※3 特別損益の主な増減内訳

減損損失 +233 (▲236→▲2)

投資有価証券売却益 ▲105 (+108→+3)

( )内は対売上高比率

# ■ 連結貸借対照表

(億円)	2020/3月末	2021/3月末	増減
手元資金	3,708	<b>7,361</b>	+3,653
売上債権	<u>63日</u> 4,408	<u>69日</u> <b>4,683</b>	+276
棚卸資産	<u>62日</u> 4,338	<u>69日</u> <b>4,694</b>	+356
固定資産	11,226	<b>11,902</b>	+675
投資有価証券	1,573	<b>2,139</b>	+566
その他	1,422	<b>1,618</b>	+195
<b>資産合計</b>	<b>26,675</b>	<b>32,397</b>	<b>+5,721</b>

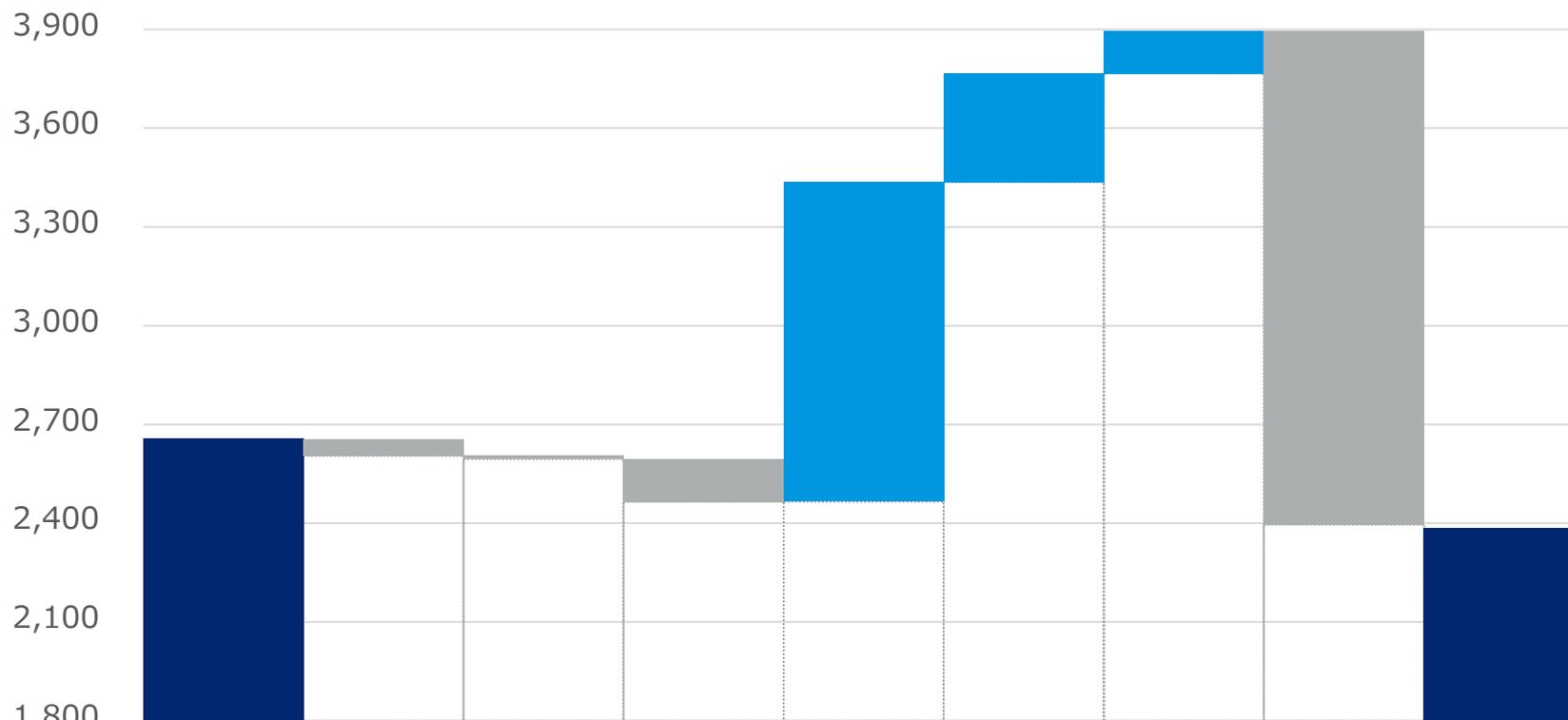
	2020/3月末	2021/3月末	増減
仕入債務	1,898	<b>2,297</b>	+399
有利子負債	5,538	<b>7,512</b>	+1,974
(有利子負債比率)	(20.8%)	(23.2%)	
その他	4,613	<b>5,602</b>	+989
<b>負債計</b>	<b>12,049</b>	<b>15,412</b>	<b>+3,362</b>
自己資本計	14,350	<b>16,657</b>	+2,307
(自己資本比率)	(53.8%)	(51.4%)	
新株予約権	19	<b>20</b>	+1
非支配株主持分	257	<b>308</b>	+51
<b>純資産計</b>	<b>14,626</b>	<b>16,985</b>	<b>+2,359</b>
<b>負債・純資産計</b>	<b>26,675</b>	<b>32,397</b>	<b>+5,721</b>

## 有利子負債の明細

	2020/3月末	2021/3月末	増減
短期借入金	489	<b>408</b>	▲82
社債	900	<b>1,400</b>	+500
長期借入金	3,391	<b>4,851</b>	+1,460
リース債務	758	<b>854</b>	+96
合計	5,538	<b>7,512</b>	+1,974

# ■ 営業利益増減分析-実績の対前年度比

(億円)



	2019年度 実績	為替	原材料	固定費ほか	拡販	売価	コストダウン	新型 コナクリス	2020年度 実績
<b>計</b>	<b>2,655</b>	<b>▲50</b>	<b>▲10</b>	<b>▲130</b>	<b>+971</b>	<b>+120</b>	<b>+330</b>	<b>▲1,500</b>	<b>2,386</b>
空調	2,362	▲45	▲7	▲131	+930	+120	+307	▲1,305	2,231
化学	238	▲5	▲3	-	+34	-	+20	▲170	114
その他	55	-	-	+1	+7	-	+3	▲25	41

## Ⅱ. 2022年3月期業績計画 ■ 全社業績計画

新型コロナウイルスの収束時期は不透明で、業務用空調の需要回復の遅れ、原材料市況や物流費の高騰など厳しい事業環境が続く見通し。当社は、差別化新商品の投入、換気・空気清浄機能の訴求、販売力・営業力の強化により販売を拡大することに加え、トータルコストダウンや売価施策を徹底。新たな戦略経営計画の初年度にあたり、将来の成長に向けた先行投資を積極的に実施するとともに、コロナ禍のなか取り組んできた重点施策の成果創出を図り、業績のV字回復をめざす。

(億円)	2020年度実績			2021年度計画					
	上期	下期	年間	上期	前年度比	下期	前年度比	年間	前年度比
売上高	12,292	12,641	24,934	14,500	118%	13,000	103%	27,500	110%
営業利益 (利益率)	1,316 (10.7%)	1,070 (8.5%)	2,386 (9.6%)	1,630 (11.2%)	124%	1,070 (8.2%)	100%	2,700 (9.8%)	113%
経常利益 (利益率)	1,319 (10.7%)	1,084 (8.6%)	2,402 (9.6%)	1,630 (11.2%)	124%	1,070 (8.2%)	99%	2,700 (9.8%)	112%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	846 (6.9%)	716 (5.7%)	1,562 (6.3%)	1,070 (7.4%)	126%	700 (5.4%)	98%	1,770 (6.4%)	113%
USドル/円	¥107	¥105	¥106					¥105	
ユーロ/円	¥121	¥126	¥124					¥125	
中国元/円	¥15.3	¥16.1	¥15.7					¥16.0	

為替影響 (対前年度)

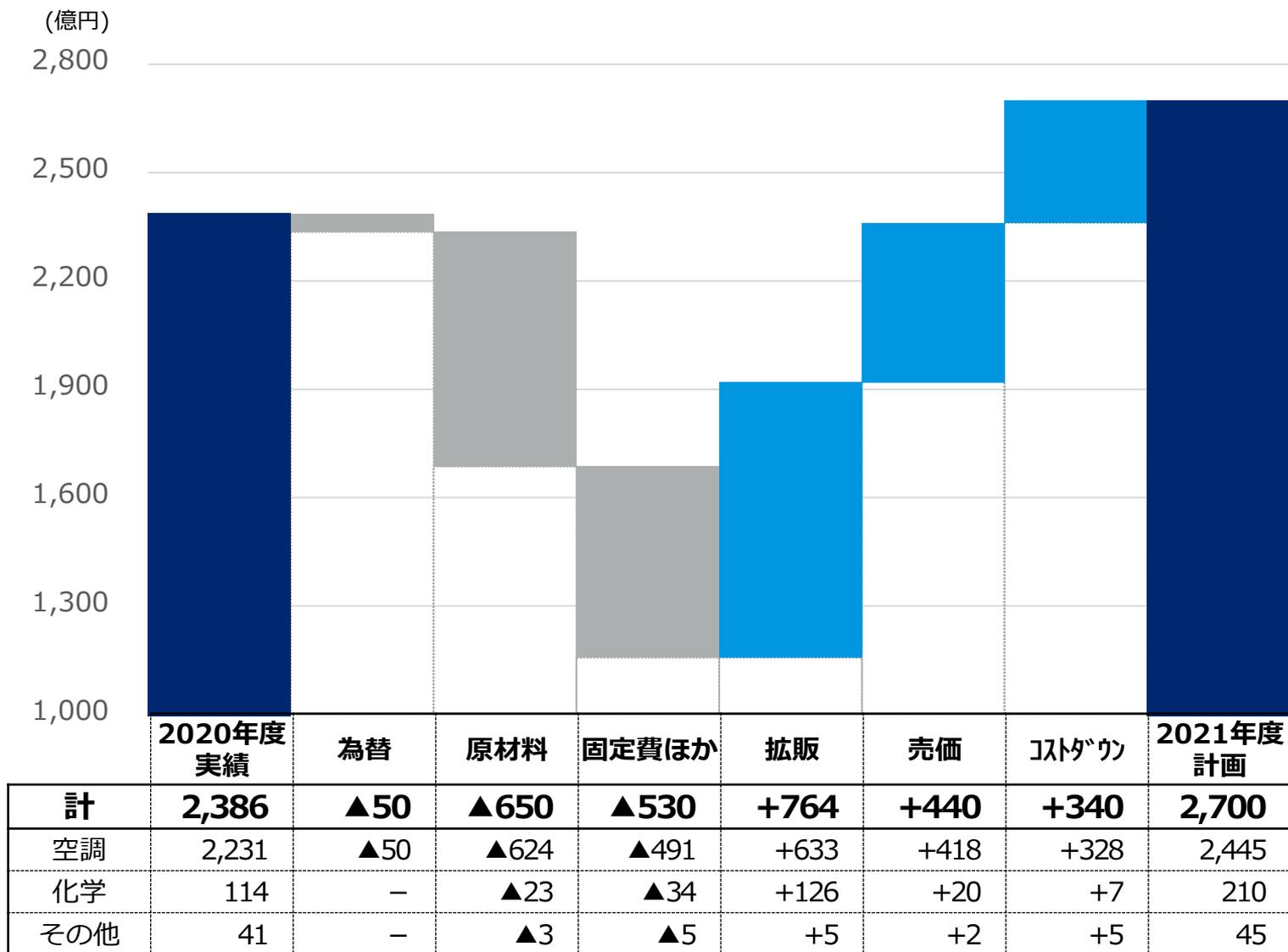
売上高 ▲20億円

営業利益 ▲50億円

## ■事業セグメント別業績計画

(億円)		2020年度	2021年度	
		実績	計画	前年度比
全社	売上高	24,934	27,500	110%
	営業利益 (利益率)	2,386 (9.6%)	2,700 (9.8%)	113%
空調	売上高	22,738	25,065	110%
	営業利益 (利益率)	2,231 (9.8%)	2,445 (9.8%)	110%
化学	売上高	1,642	1,865	114%
	営業利益 (利益率)	114 (6.9%)	210 (11.3%)	185%
その他	売上高	554	570	103%
	営業利益 (利益率)	41 (7.5%)	45 (7.9%)	109%

# ■ 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		2017年度		2018年度		2019年度		2020年度		2021年度計画	
	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	104%	4,317	104%	4,493	107%	4,817	103%	4,944	<b>100%</b>	<b>4,960</b>	<b>105%</b>	<b>5,200</b>
欧州	100%	2,505	120%	3,011	110%	3,322	114%	3,799	<b>104%</b>	<b>3,945</b>	<b>112%</b>	<b>4,400</b>
中国	95%	2,971	115%	3,420	100%	3,422	89%	3,061	<b>107%</b>	<b>3,277</b>	<b>105%</b>	<b>3,450</b>
米州	103%	5,134	111%	5,695	113%	6,456	109%	7,040	<b>96%</b>	<b>6,748</b>	<b>114%</b>	<b>7,700</b>
アジア	98%	2,329	108%	2,514	111%	2,802	105%	2,949	<b>84%</b>	<b>2,478</b>	<b>117%</b>	<b>2,900</b>
オセアニア	109%	512	144%	737	106%	782	94%	736	<b>108%</b>	<b>795</b>	<b>104%</b>	<b>825</b>
中近東	92%	497	114%	569	93%	531	90%	478	<b>94%</b>	<b>448</b>	<b>112%</b>	<b>500</b>
アフリカ	78%	87	104%	91	99%	90	93%	83	<b>105%</b>	<b>87</b>	<b>103%</b>	<b>90</b>
計	100%	18,354	112%	20,529	108%	22,222	104%	23,091	<b>98%</b>	<b>22,738</b>	<b>110%</b>	<b>25,065</b>
海外売上高比		76%		78%		78%		79%		78%		79%
USドル/円		¥108		¥111		¥111		¥109		¥106		¥105
ユーロ/円		¥119		¥130		¥128		¥121		¥124		¥125
中国元/円		¥16.1		¥16.8		¥16.5		¥15.6		¥15.7		¥16.0

# ■ 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		2017年度		2018年度		2019年度		2020年度		2021年度計画	
	パーセンテージ	売上高	パーセンテージ	売上高								
日本	105%	419	112%	468	118%	552	91%	502	84%	423	119%	505
米州	94%	420	101%	426	110%	469	94%	441	81%	356	117%	415
中国	92%	312	124%	385	94%	363	93%	337	120%	405	106%	430
アジア	97%	178	127%	226	119%	270	95%	256	90%	230	111%	255
欧州	93%	229	136%	312	108%	337	74%	250	88%	220	114%	250
その他	107%	10	134%	14	124%	17	75%	13	66%	8	118%	10
計	97%	1,568	117%	1,831	110%	2,008	90%	1,799	91%	1,642	114%	1,865
海外売上高比		73%		74%		72%		72%		74%		72%
USD/円		¥108		¥111		¥111		¥109		¥106		¥105
ユーロ/円		¥119		¥130		¥128		¥121		¥124		¥125
中国元/円		¥16.1		¥16.8		¥16.5		¥15.6		¥15.7		¥16.0

# Ⅲ. 事業/地域別概況 ■ 空調事業-日本

## 20年度概況

住宅用の業界需要は、巣ごもり需要や特別定額給付金の効果に加え、夏季の猛暑による追い風もあり、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。

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、空調機と換気商材を組み合わせたシステム提案を強化。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。

空気清浄機は、商品ラインアップを拡充するとともに、迅速に増産体制を構築。好調な需要を捉え、販売を大きく伸ばした。

## 21年度計画

住宅用は、需要の反動減が見込まれるなか、換気・空気清浄機能の訴求を強化し、高付加価値商品の販売を拡大。寒冷地向けにも新商品を投入し、さらなるシェアアップを図る。

業務用は、経済活動の再開に伴う需要回復を捉え、販売を拡大。全熱交換器やストリーマユニットのラインアップを拡充し、提案営業を強化。

空気清浄機は、引き続き住宅用で販売を拡大するとともに、業務用でもラインアップを拡充。

前年度比 (台数ベース)	2020年度		2021年度	
	業界	当社	業界	当社
住宅用	105%	111%	94%	100%
業務用	85%	91%	105%	106%
アプライド※	86%	91%	102%	103%
空気清浄機	177%	189%	89%	133%

※アプライドは売上高ベース

# ■ 空調事業-米州

## 20年度概況

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に推移。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が大きく、売上高は前年度を下回った。

- ▶ 住宅用ユニタリーは、新型コロナウイルス感染拡大による製造人員不足の影響で供給が逼迫。下期以降、人員増強に取り組み供給を正常化し販売を拡大したが、上期の販売減少の影響が大きく、通期では販売が減少。
- ▶ 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加を捉え、販売を拡大。VRVは、オンラインでの販売活動の強化に取り組んだが、飲食店などの需要減少により販売が減少。
- ▶ アプライドは、販売網の強化に注力するとともに、換気ニーズを取り込みエアハンドリングユニットを中心にシェアを拡大。

## 21年度計画

住宅用ユニタリーは、前年度に失ったシェアを大きく取り戻す。オンラインツールを活用した販売に注力するとともに、生産力を強化。更新に特化したインバータ搭載の新商品を投入し、販売拡大をめざす。ダクトレスは、VRVで、北東部を中心に販売体制を強化。市場のR32普及をめざし、他社に先駆けてR32冷媒を採用したRAの新商品を一部地域で投入。アプライドは、用途別に異なるニーズに対応し、機器の販売・サービス・更新までの循環型のソリューション提案を強化。

前年度比 (台数ベース)		2020年度		2021年度	
		当社	需要	当社	当社
住宅用ユニタリー		97%	99%	113%	
ダクトレス	RA/SKY	114%	109%	116%	
	VRV	95%	109%	110%	
アプライド※		99%	97%	110%	

※アプライドは売上高（現地通貨）ベース

# ■ 空調事業-中国

## 20年度概況

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、景気は回復傾向。当社は、市場の回復を捉え、ニーズが高まる空気・換気商材の品揃えを強化するとともに、オンラインツールを活用した販売を推進。7月以降は販売が回復し、売上高は前年度を上回った。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。

- 住宅用市場では、独自専売店『プロショップ』での従来の販売に、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販売に注力し、住宅用マルチエアコンを拡販。
- 業務用市場では、需要が回復傾向にある大型物件向けで、大手デベロッパーとの協業を推進。需要回復が遅れている店舗・オフィス向けでは、換気・洗浄・除菌を訴求した販売活動を推進。
- アプライド市場では、インフラ関連、データセンター向けに販売を強化するとともに、保守・メンテナンスなどの成長分野に資源をシフトし、販売を拡大。

## 21年度計画

住宅用マルチエアコンは、引き続きオンラインツールを活用した販売を推進。空気質やエネルギーマネジメントへの関心の高まりを受け、商品・サービスのラインアップを拡充。空調・換気・空気質向上など、市場・顧客ごとにきめ細かなトータルソリューションを提供する。

前年度比 (現地通貨ベース)	2020年度	2021年度	
	当社	需要	当社
住宅用	111%	102%	106%
業務用	98%	100%	103%
アプライド	107%	100%	100%

# ■ 空調事業-欧州・中近東・アフリカ

## 20年度概況

欧州は、ロックダウンにより経済活動が停滞したが、住宅用で巣ごもり需要を捉えるとともに、ヒートポンプ式温水暖房機器の販売が大きく伸長し、売上高は前年度を上回った。

中近東では、原油価格の下落に伴う投資減少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、販売を拡大。ドイツ・オランダ・ベルギーでも普及が進んだ。
- ▶ 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の幅広い品揃えを活かし、販売を大きく伸ばした。環境意識の高まりやインセンティブによる好調な需要を捉え、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。

## 21年度計画

住宅用は、住環境への投資継続による好調な需要を捉え、高付加価値商品を拡販。

業務用は、需要の回復が遅れるなか、好調なITインフラ向けなどの販売を強化。

暖房事業は、販売力・商品力の強化により好調な需要を捉え、シェアアップを図る。

アプライドは、R32チラーのラインアップを拡充。

冷凍・冷蔵事業は、市場別にワンストップソリューション展開を加速。CO2・プロパンなどの自然冷媒を採用した環境対応商品の販売を強化。

前年度比 (台数ベース)		2020年度	2021年度※1	
		当社	需要	当社
住宅用		109%	102%	103%
業務用	SKY	95%	100%	101%
	VRV	90%	98%	103%
暖房		113%	118%	132%
アプライド※2		97%	101%	107%

※1 2021年度計画から対象地域を一部変更しています。

住宅用・業務用について、2020年度まで欧州・中近東・アフリカの合計を表記していましたが、2021年度から欧州のみに変更しています。

※2 アプライドは売上高（現地通貨）ベース

# ■ 空調事業-アジア・オセアニア

## 20年度概況

アジアは、新型コロナウイルス感染拡大に伴う需要減少や活動制限の影響を大きく受けるなか、オンラインツールを活用した販売店支援を推進。戦略的に在庫を構え、下期以降、販売が大きく回復したが、上期の販売減少の影響が大きく、売上高は前年度を下回った。

オセアニアは、堅調な需要を捉え販売を拡大し、売上高は前年度を上回った。

- ▶ 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を活用した販売を推進。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による販売店との関係強化に取り組み、第3四半期以降、前年度を大きく上回って推移。
- ▶ 業務用は、コロナ影響を受けにくい公共施設向けの販売に注力したが、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期の影響により、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を強化。

■ 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：104% インド：82% ベトナム：77%  
マレーシア：101% タイ：84% インドネシア：73%

## 21年度計画

アジアで感染症拡大の影響が残るなか、地方都市での販売店開発やオンラインツールを活用した販売活動を強化し、インバータ機比率の向上をめざす。需要の回復が見られる住宅用市場で、空気質向上を訴求し高付加価値商品を拡販。業務用は、政府の景気対策により需要が見込まれる公共施設向けの販売に注力。アプライドは、サービス網の拡充や商品力の強化により、販売拡大をめざす。

前年度比 (台数ベース)		2020年度		2021年度	
		当社	需要	当社	需要
住宅用		87%	116%	120%	
業務用	SKY	88%	113%	114%	
	VRV	88%	119%	122%	
アプライド		98%	106%	135%	

※アプライドは売上高（現地通貨）ベース

# ■ 化学事業

## 20年度概況

市場が回復基調にある半導体向けや、需要が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、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を受けた。
  - ーフッ素ゴムは、中国で自動車市場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。

## 21年度計画

主力の半導体市場・自動車市場向けを中心に、販売を大きく拡大、シェアアップをめざす。次世代自動車や、5Gの需要の高まりに対応し、リチウムイオン電池材料や情報通信分野を中心に用途開発を強化。半導体市場での需要増加に対応し、昨年着手した中国のフッ素樹脂製造工場の増設など、先行投資を着実に実行。

前年度比 (売上高ベース)	2020年度	2021年度	
	当社	需要	当社
全フッ素化学品	91%	108%	114%
ガス	62%	105%	106%
樹脂・ゴム	91%	110%	116%
化成品ほか	102%	108%	111%

# ■ フィルタ事業

## 20年度概況

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、感染症対策や空気質向上を追求した高付加価値商品の販売を推進。

- エアフィルタは、感染症対策や空気質向上のニーズの高まりを受け、高付加価値商品の販売を推進。米国で、住宅向けを中心に高性能フィルタを拡販。日本で、政府からの補助金効果もあり、陰圧機の販売が伸長。アジアでも、製薬・半導体・病院向けなどで販売を拡大。
- 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。

## 21年度計画

エアフィルタは、生産性改善やコストダウンに注力するとともに、各地域で、病院・製薬・オフィスなど需要が堅調な市場向けに拡販をめざす。高性能フィルタに加え、陰圧機や業務用空気清浄機など、感染症対策商品の販売に注力。

P&Iでは、安定した事業基盤の構築に向け、アフターサービス事業の強化や固定費削減に取り組む。

# ■ その他事業

## 20年度概況

油機事業は、設備投資の鈍化などにより、産業機械向け・建設機械向けともに油圧機器の需要が減少し、減収。

特機事業は、採血せずに血中の酸素飽和度が測定できるパルスオキシメーターや酸素濃縮装置の販売が伸長したが、防衛省向けの販売が減少し、減収。

電子システム事業は、製造業の投資鈍化により、設計・開発分野向けデータベースシステムの販売が減少し、減収。

## 21年度計画

油機事業は、工作機械・建設機械メーカー向けにスペックイン活動を強化し、需要の回復を捉える。

特機事業は、呼吸回数を検知する機能を搭載した酸素濃縮装置など差別化商品の販売を強化。

電子システム事業は、企業のIT投資の再開・強化を捉え、拡販を図る。

## IV. 株主還元

- ◆ 今期の1株当たり配当金は、現公表通り160円（中間80円、期末80円）を予定。
- ◆ 次期配当については、年間180円（中間90円、期末90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。

		2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度 (案)	2021年度 (予定)
1株当たり 配当金	中間	60円	65円	70円	80円	80円	90円
	年間	130円	140円	160円	160円	160円	180円
1株当たり 当期純利益	上期	330.08円	347.13円	385.76円	405.14円	289.16円	365.63円
	年間	526.81円	646.53円	646.39円	583.61円	533.97円	604.83円
(参考)	DOEの推移	3.6%	3.4%	3.4%	3.3%	3.0%	3.0%

## ■ 為替レート

	2019年度実績			2020年度実績			2021年度 計画
	上期	下期	年間	上期	下期	年間	
USドル	109円	108円	109円	<b>107円</b>	<b>105円</b>	<b>106円</b>	105円
ユーロ	121円	121円	121円	<b>121円</b>	<b>126円</b>	<b>124円</b>	125円
中国元	15.7円	15.5円	15.6円	<b>15.3円</b>	<b>16.1円</b>	<b>15.7円</b>	16.0円
タイバーツ	3.5円	3.5円	3.5円	<b>3.4円</b>	<b>3.5円</b>	<b>3.4円</b>	3.4円
豪ドル	75円	73円	74円	<b>73円</b>	<b>79円</b>	<b>76円</b>	77円

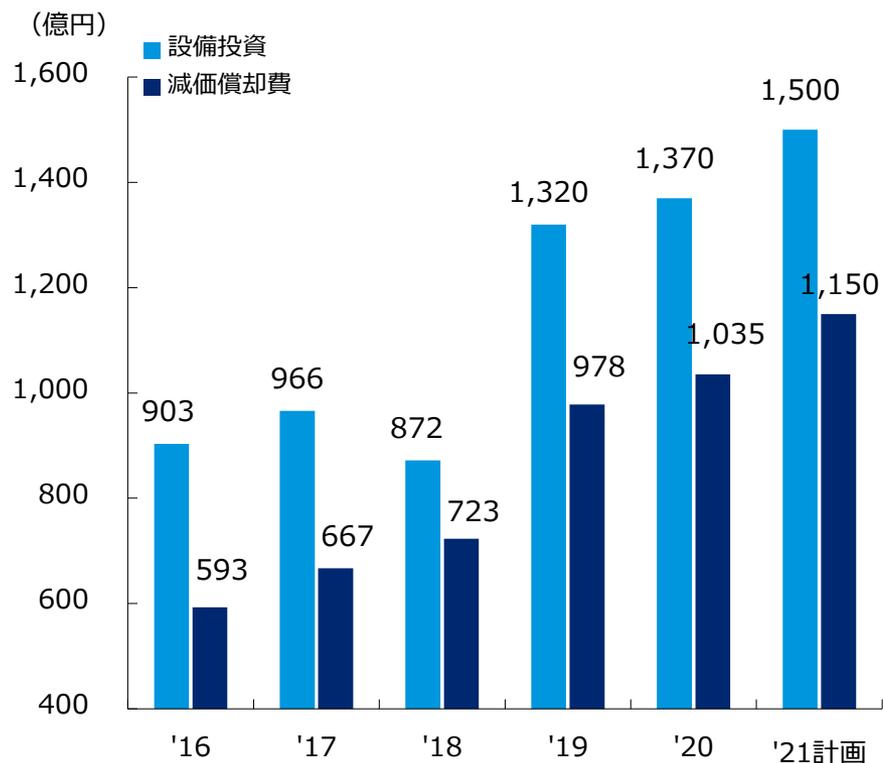
## ■ 為替感応度（1円の変動による営業利益への影響）

	2021年度計画
USドル	17億円※
ユーロ	6億円

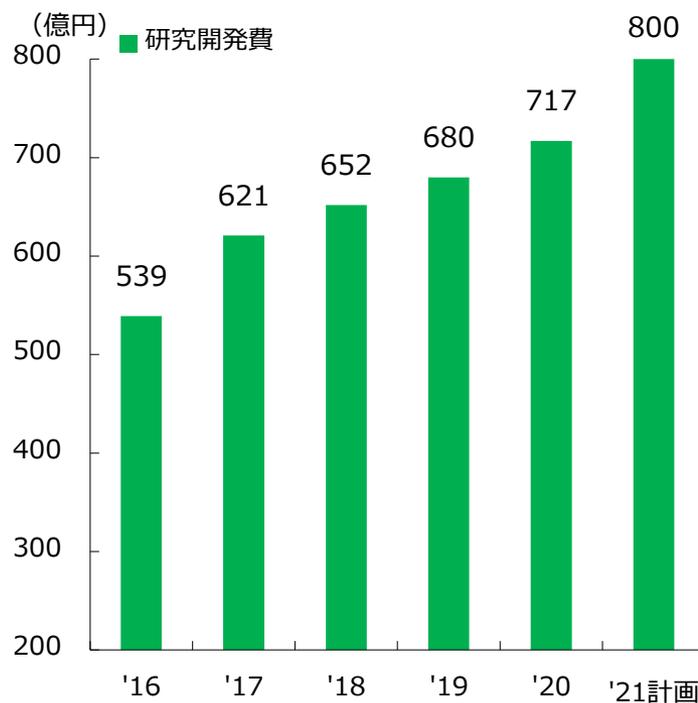
※タイバーツ、中国元、豪ドル等はUSドルと連動して変化することを前提としている。

# ■ 設備投資・減価償却費・研究開発費

## 設備投資・減価償却費



## 研究開発費





### **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。