



2016年3月期(平成27年度)  
第1四半期決算説明資料

2015年8月6日

**ダイキン工業株式会社**

# ■第1四半期決算概要



- 空調事業では、北米・アジアを中心に海外での販売が拡大。中国は、経済成長鈍化の影響を受けるなか、小売・街売での拡販に努め、利益を確保。
- 化学事業は、半導体市場の回復もあり好調に推移。
- 全社で売価政策の徹底、固定費削減などトータルコストダウンに努めたことに加え、対USドル・対中国元の円安効果もあり、増収増益を達成。

(単位:億円)

	1Q実績(4-6月)			15年度計画(5月公表)			
	14年度	15年度	前年比	上期	前年比	年間	前年比
売上高	4,894	5,297	108%	10,700	110%	20,600	108%
営業利益 (利益率)	541 (11.1%)	606 (11.4%)	112%	1,250 (11.7%)	110%	2,120 (10.3%)	111%
経常利益 (利益率)	527 (10.8%)	615 (11.6%)	117%	1,250 (11.7%)	109%	2,100 (10.2%)	108%
四半期純利益 (利益率)	357 (7.3%)	372 (7.0%)	104%	820 (7.7%)	108%	1,300 (6.3%)	109%

為替レート

USDドル/円	102	121	—	115
ユーロ/円	140	134	—	125
中国元/円	16.4	19.6	—	18.5

○為替影響(対前年)

売上高:+450億円、営業利益:+35億円

# ■部門別売上高／営業利益



(単位:億円)

		1Q実績(4-6月)		前年比	15年度計画 (5月公表)	前年比
		14年度	15年度			
全社	売上高	4,894	5,297	108%	20,600	108%
	営業利益 (利益率)	541 (11.1%)	606 (11.4%)	112%	2,120 (10.3%)	111%
空調	売上高	4,493	4,835	108%	18,420	108%
	営業利益 (利益率)	530 (11.8%)	566 (11.7%)	107%	1,870 (10.2%)	110%
化学	売上高	304	362	119%	1,600	107%
	営業利益 (利益率)	10 (3.4%)	36 (9.9%)	350%	210 (13.1%)	127%
その他	売上高	97	99	102%	580	106%
	営業利益 (利益率)	1 (1.1%)	4 (4.3%)	400%	40 (6.9%)	112%

# ■地域別売上高の推移-空調事業



※冷凍機事業、フィルター事業含む

(単位:億円) ※パーセンテージは前年比

	2011年度1Q		2012年度1Q		2013年度1Q		2014年度1Q		2015年度1Q		2015年度計画	
日本	119%	956	105%	1,004	99%	999	98%	980	97%	947	104%	4,300
ヨーロッパ	106%	608	73%	444	134%	594	103%	612	94%	576	97%	2,200
中国	120%	371	161%	598	139%	833	114%	953	108%	1,031	110%	3,500
アメリカ	107%	217	110%	239	449%	1,071	109%	1,166	118%	1,381	113%	4,970
アジア	123%	302	109%	327	156%	510	112%	572	115%	656	112%	2,350
オセアニア	86%	80	92%	74	130%	96	99%	95	108%	102	101%	440
中近東	103%	47	181%	85	157%	133	70%	93	129%	120	115%	550
アフリカ	80%	16	99%	15	164%	25	86%	22	99%	22	104%	110
計	113%	2,595	107%	2,787	153%	4,262	105%	4,493	108%	4,835	108%	18,420
海外売上高比	63%		64%		77%		78%		80%		77%	
為替レート(USドル/円)	82円		80円		99円		102円		121円		115円	
(ユーロ/円)	117円		103円		129円		140円		134円		125円	
(中国元/円)	12.6円		12.7円		16.1円		16.4円		19.6円		18.5円	

# ■地域別売上高の推移-化学事業



(単位:億円) ※パーセンテージは前年比

	2011年度1Q		2012年度1Q		2013年度1Q		2014年度1Q		2015年度1Q		2015年度計画	
	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円
日本	116%	117	83%	98	91%	89	99%	87	106%	93	100%	395
アメリカ	86%	58	123%	71	116%	83	97%	81	122%	98	115%	490
中国	165%	60	83%	50	153%	76	85%	65	114%	74	106%	360
アジア	182%	43	54%	23	116%	26	121%	32	125%	40	113%	190
ヨーロッパ	124%	29	98%	28	110%	31	123%	37	149%	56	105%	165
その他	150%	3	65%	2	168%	3	46%	2	105%	2	—	—
計	122%	309	88%	272	113%	308	99%	304	119%	362	107%	1,600
海外売上高比	62%		64%		72%		71%		74%		75%	
為替レート(USドル/円)	82円		80円		99円		102円		121円		115円	
(ユーロ/円)	117円		103円		129円		140円		134円		125円	
(中国元/円)	12.6円		12.7円		16.1円		16.4円		19.6円		18.5円	

## ■部門別業績の概況-空調事業



### 日本

住宅用の業界需要は、消費増税後の反動減は一巡したものの、天候不順の影響が大きく、前年割れ(前年比96%)。

業務用の業界需要は、建築着工の回復遅れに加え、改正省エネ法(2015年4月施行)に伴う駆け込み需要の反動もあり、前年を下回った(前年比89%)。

当社は、円安による調達コスト増の影響を受けるなか、収益をより重視した販売施策を展開。

- 住宅用は、省エネ差別化商品の販売拡大により、シェアアップ。
- 業務用は、改正省エネ法に対応した商品の品揃えを生かし、省エネ性・環境性を訴求した高付加価値商品を中心に拡販に努めた。

<日本製品別販売状況(台数ベース)>

	1Q 実績
(前年比)	
住宅用	102%
業務用	90%

# ■ 部門別業績の概況-空調事業



## 北米

景気が回復基調にあるなか、ダクトレスは販売網の新規開拓を推進し、販売拡大。アプライドも堅調な需要を背景に、売上を伸ばした。住宅用ユニットは、省エネ規制強化前の駆け込み需要の反動影響を受けたが、高効率機器の販売を伸ばした。

- ダクトレスは、グッドマン社販売網に加え、販売網の新規開拓を推進。ミニスプリット(RA、SKY)、VRVの拡販に努めた。
- 住宅用ユニットは、省エネ規制値の引き上げ(SEER13→SEER14)を機に、高効率機器の販売を拡大。
- アプライドは、エアハンドリングユニットなど機器販売を拡大。また、自前販売網の整備によりパーツ売上が順調に拡大。

<北米製品別販売状況(台数ベース)>

		(前年比)	1Q 実績
ダ ク ト レ ス	住宅用	RA	145%
	業 務 用	SKY	94%
		VRV	102%
住宅用ユニット			85%
アプライド			111%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン

※VRV・・・ビル用マルチエアコン

※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

大型投資・不動産物件の減少など、空調需要は厳しさを増すなか、小売・街売を中心に拡販。中国地域全体の売上は、為替換算を含め前年を上回った。また新商品投入による売価維持や、部品の内作化などを軸としたコストダウンの推進により、高収益を維持した。

- 住宅用市場は、顧客に様々な生活スタイルを提供する「ニューライフマルチシリーズ」など、小売・街売向け専売店「プロショップ」を中心に拡販に注力。中高級住宅市場の販売が前年を上回った。
- 業務用・アプライド市場は、景気悪化の影響により販売は前年を下回った。堅調な店舗や一般事務所の改装需要を獲得するため、商品戦略の見直しを実施。さらにターボ冷凍機等の新商品の拡販、サービス事業の強化に努めた。
- 底堅い一般消費を取り込むため、小売・街売を強化した結果、住宅用マルチエアコンの売上は前年を上回り、住宅用市場の売上は業務用・アプライド市場を上回った。

<中国市場別販売状況[売上高(円ベース)]>

(前年比)	1Q 実績	現地通貨 ベース
住宅用※	116%	97%
業務用	100%	84%
アプライド	101%	85%

※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、アフリカを含む)

主力の南欧市場の天候不順もあり、住宅用の販売は前年を下回ったが、業務用や暖房事業、アプライドは堅調に推移。中東など新興地域でも販売を伸ばした。

- 住宅用は、6月中旬からの好天により出荷は回復傾向にあるが、イタリアなど主要市場で4～5月に気温が上がらなかったことにより前年割れ。
- 業務用は、各国できめ細かな販売店フォロー・受注活動に取り組んだことに加え、地域のニーズに合った新商品の投入により販売を伸ばした。

<欧州製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		1Q 実績
住宅用(RA)		92%
業務用	SKY	100%
	VRV	104%
暖房		118%
アプライド		111%

※SKY・・・中小型パッケージエアコン  
※VRV・・・ビル用マルチエアコン  
※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

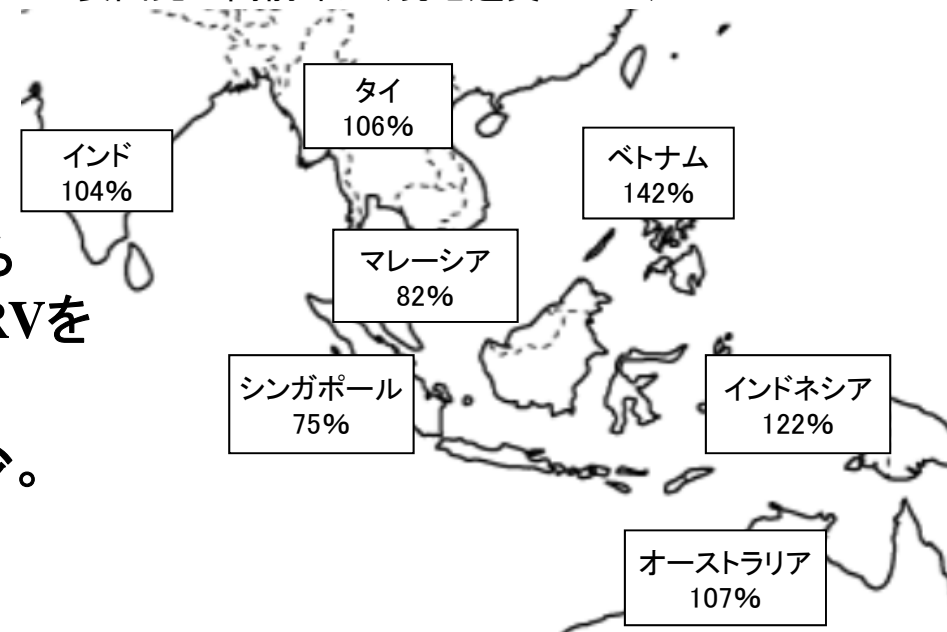


### アジア・オセアニア

引き続き販売店開発を強化するとともに、住宅用で冷房専用インバータ機など省エネ商品の投入や業務用でVRVの拡販を推進し、地域全体の売上高は前年を上回った。

- ベトナムでは、販売店開発を推進。需要の拡大を着実に取り込み、大きく販売が伸長。
- インドでは、業務用を中心に拡販。
- オーストラリアでは、販売網再強化により、住宅用・業務用ともに好調に推移。
- タイでは、個人消費の回復遅れから住宅用の販売が落ち込んだが、VRVを中心に業務用を拡販。
- シンガポールでは、新規物件が減少。

<主要国売上高前年比(現地通貨ベース)>



## ■ 部門別業績の概況-化学事業



半導体向けフッ素樹脂や表面防汚コーティング剤の販売が好調に推移。  
固定費削減などトータルコストダウンに円安の効果も取り込み、増収増益。

### ➤ フルオロカーボンガス

ー中国現地エアコンメーカー向けの販売が減少したが、ソルベイ社より買収した  
欧州ガス事業が加わり、前年を上回った。

### ➤ 樹脂・ゴム

ーフッ素樹脂は、中国では需要が減少したが、日本・アジアを中心とした半導体  
関連の需要が好調に推移し、前年を上回った。

ーフッ素ゴムは、米国・アジアの自動車向けに販売が伸長。

### ➤ 化成品ほか

ータッチパネル等に用いられる  
表面防汚コーティング剤  
(オプツール)の販売が  
好調に推移。

<フッ素化学製品販売状況(売上高ベース)>

	1Q 実績
(前年比)	
全フッ素化学品	119%
ガス	144%
樹脂ゴム	117%
化成品ほか	118%



# 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。