



2017年3月期(平成28年度)  
第1四半期決算説明資料

2016年8月9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、販売力・営業力の強化、高付加価値商品の積極投入を各地域で展開。アジア・欧州の販売を大きく拡大、中国で住宅用マルチエアコンの成長を持続。日本でも、販売力強化に加え猛暑もあり好調に推移し、過去最高の売上高・利益を更新。第2四半期以降、為替の影響を大きく受け、市況も不透明感を増している（英国のEU離脱選択の影響、中国の景気減速懸念など）が、引き続き、アジアなど好調地域での拡販、グローバル調達での円高効果の取り込み、固定費削減などトータルコストダウンを推進し、今期計画の達成をめざす。

(億円)	1Q実績(4-6月)		
	2015年度	2016年度	前年比
<b>売上高</b>	5,297	<b>5,355</b>	<b>101%</b>
<b>営業利益</b>	606	<b>712</b>	<b>117%</b>
(利益率)	(11.4%)	(13.3%)	
<b>経常利益</b>	615	<b>705</b>	<b>115%</b>
(利益率)	(11.6%)	(13.2%)	
<b>親会社株主に帰属する 四半期純利益</b>	372	<b>491</b>	<b>132%</b>
(利益率)	(7.0%)	(9.2%)	

2016年度計画			
上期	前年比	年間	前年比
10,800	110%	20,800	102%
1,250	110%	2,200	101%
(11.6%)		(10.6%)	
1,235	109%	2,170	104%
(11.4%)		(10.4%)	
810	108%	1,400	102%
(7.5%)		(6.7%)	

USドル/円      ¥121  
 ユーロ/円      ¥134  
 中国元/円      ¥19.6

¥108  
 ¥122  
 ¥16.5

¥110  
 ¥125  
 ¥17.0

○為替影響(対前年)  
 売上高: ▲614億円  
 営業利益: ▲90億円

○営業利益増減分析(1Q 対前年度) **+106億円**  
 【内訳】 為替影響 **▲90億円**  
 拡販・売価 **+185億円**  
 コストダウン・固定費ほか **+10億円**

(億円)		1Q実績(4-6月)		前年比	2016年度計画	前年比
		2015年度	2016年度			
全社	売上高	5,297	5,355	101%	20,800	102%
	営業利益 (利益率)	606 (11.4%)	712 (13.3%)	117%	2,200 (10.6%)	101%
空調	売上高	4,835	4,915	102%	18,600	102%
	営業利益 (利益率)	566 (11.7%)	685 (13.9%)	121%	1,950 (10.5%)	101%
化学	売上高	362	350	97%	1,660	102%
	営業利益 (利益率)	36 (9.9%)	23 (6.7%)	65%	215 (13.0%)	104%
その他	売上高	99	90	91%	540	101%
	営業利益 (利益率)	4 (4.3%)	3 (3.0%)	64%	35 (6.5%)	99%

# ■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比

(億円)	2012年度1Q		2013年度1Q		2014年度1Q		2015年度1Q		2016年度1Q		2016年度計画	
	日本	105%	1,004	99%	999	98%	980	97%	947	104%	989	103%
ヨーロッパ	73%	444	134%	594	103%	612	94%	576	121%	698	99%	2,500
中国	161%	598	139%	833	114%	953	108%	1,031	89%	918	92%	2,900
米州	110%	239	449%	1,071	109%	1,166	118%	1,381	97%	1,337	108%	5,340
アジア	109%	327	156%	510	112%	572	115%	656	109%	714	102%	2,430
オセアニア	92%	74	130%	96	99%	95	108%	102	117%	120	98%	460
中近東	181%	85	157%	133	70%	93	129%	120	102%	122	104%	560
アフリカ	99%	15	164%	25	86%	22	99%	22	75%	16	98%	110
計	107%	2,787	153%	4,262	105%	4,493	108%	4,835	102%	4,915	102%	18,600
海外売上高比	64%		77%		78%		80%		80%		77%	
USドル/円	¥80		¥99		¥102		¥121		¥108		¥110	
ユーロ/円	¥103		¥129		¥140		¥134		¥122		¥125	
中国元/円	¥12.7		¥16.1		¥16.4		¥19.6		¥16.5		¥17.0	

# ■地域別売上高の推移-化学事業



※パーセンテージは前年比

(億円)	2012年度1Q		2013年度1Q		2014年度1Q		2015年度1Q		2016年度1Q		2016年度計画	
	日本	83%	98	91%	89	99%	87	106%	93	97%	90	103%
米州	123%	71	116%	83	97%	81	122%	98	84%	83	103%	460
中国	83%	50	153%	76	85%	65	114%	74	108%	80	100%	340
アジア	54%	23	116%	26	121%	32	125%	40	90%	36	109%	200
ヨーロッパ	98%	28	110%	31	123%	37	149%	56	106%	59	101%	250
その他	65%	2	168%	3	46%	2	105%	2	133%	2	—	—
計	88%	272	113%	308	99%	304	119%	362	97%	350	102%	1,660
海外売上高比	64%		72%		71%		74%		74%		75%	
USD/円	¥80		¥99		¥102		¥121		¥108		¥110	
ユーロ/円	¥103		¥129		¥140		¥134		¥122		¥125	
中国元/円	¥12.7		¥16.1		¥16.4		¥19.6		¥16.5		¥17.0	

## 日本

住宅用の業界需要は、個人消費に減速感があるが、6月以降の猛暑効果もあり、堅調に推移。

業務用の業界需要は、建築着工は低調であったが、猛暑の影響に加え、省エネ法改正に伴う駆け込み需要の反動が一巡したこともあり、前年を上回った。

当社は、住宅用・業務用ともに高付加価値商品の販売拡大、売価維持政策の徹底に努めたことにより収益を拡大。

＜製品別出荷状況(台数ベース)＞

(前年比)		1Q 実績
住宅用	業界	101%
	当社	101%
業務用	業界	105%
	当社	105%
アプライド	業界	97%
	当社	90%

※アプライドは売上高ベース

## 米州

底堅い個人消費を背景に販売は堅調に推移。売上高は、為替の影響を大きく受け、前年を下回った。

- 住宅用ユニタリーは、インバータを搭載した高効率機器の拡販に努め、6月以降の猛暑効果を取り込んだ。
- ダクトレスは、住宅用のハイエンド市場向けに投入したVRVの新商品を拡販。北東部での販売体制強化も進め、RA、SKYでも販売を伸ばした。
- アプライドは、チラーの価格競争が激化。高付加価値商品であるエアハンドリングユニットや、アフターサービス事業で販売が伸長。

<製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)	1Q 実績
住宅用ユニタリー	104%
RA、SKY	116%
VRV	106%
アプライド	101%

※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

## 中国

景気は減速傾向にあり、依然として大型不動産投資は低迷しているが、住宅市場は回復傾向にある。当社は、堅調な個人消費を取り込むため小売・街売を強化するとともに、部品の内作化を軸としたコストダウンに加え、原材料市況軟化も取り込み高収益を維持。人民元安の影響を受けるなか、営業利益は前年並みを確保した。

- 住宅用市場では、独自専売店の「プロショップ」で、強みである提案力・工事力を生かし、顧客に様々な生活スタイルを提供する住宅用マルチエアコン「ニューライフマルチシリーズ」を中心に中高級住宅市場で販売を拡大。
- 業務用市場では、設計事務所へのスペックイン、ユーザーへのPRを強化。VRVを重点に比較的需要が堅調な店舗・一般事務所の改装ニーズを取り込んだ。
- アプライド市場では、商品ラインアップの拡充、販売体制の強化により、きめ細かな営業活動を展開。中小口物件の需要を刈り取り、前年を上回った。

<市場別販売状況[売上高(現地通貨)ベース]>

(前年比)	1Q 実績
住宅用※	112%
業務用	99%
アプライド	109%

※住宅用マルチエアコン含む



## 欧州 (トルコ、中東、アフリカを含む)

昨年の猛暑を機に住宅用の需要が高まるなか、主力の南欧市場を中心に住宅用の販売が好調に推移したことに加え、トルコでも販売体制の強化に取り組んだことで、地域全体の売上高は前年を大きく上回った。

- 住宅用は、現地生産の強みを生かした商品供給により、南欧・中欧での需要増を捉え、拡販。特にイタリアでは、R32を採用した新商品の販売が好調に推移。
- 業務用は、地域ニーズに応じたVRVを中心に、きめ細かな販売店訪問を受注につなげ、販売を拡大。

<製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		1Q 実績
住宅用(RA)		172%
業務用	SKY	133%
	VRV	125%
暖房		115%
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

## アジア・オセアニア

販売店開発を引き続き強力に推進したことに加え、地域ニーズを捉えた省エネ差別化商品の拡販に努めたことにより、拡大する中間層の需要を取り込み、ベトナム、インド、インドネシアを中心に売上高は前年を大きく上回った。

- 住宅用では、差別化商品である冷房専用インバータ機の販売が好調に推移。ベトナム、タイ、インドネシアで大きく拡販。インドでも、各地域のニーズに応じた商品の拡販、販売網強化を推進し、販売を大きく伸ばした。
- 業務用では、VRVのスペックイン活動の強化、営業人員の育成に注力。販売力再強化を進めてきたオーストラリアを中心に販売が大きく伸長。

＜製品別販売状況(台数ベース)＞

(前年比)		1Q 実績
住宅用(RA)		136%
業務用	SKY	132%
	VRV	135%
アプライド		116%

※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(円)ベース

フルオロカーボンガスや表面防汚コーティング剤の拡販に努めたが、中国・米国での競合他社の価格攻勢や為替の影響を受け、減収減益。

- フルオロカーボンガスは、米州でのアフターサービス向けおよび欧州でのカーエアコンメーカー向けの販売が好調に推移。
- 樹脂・ゴム
  - ーフッ素樹脂は、アジアを中心とした半導体関連の需要は堅調に推移したが、中国・米国で汎用品の売価下落の影響を受け、前年を下回った。
  - ーフッ素ゴムは、欧州・アジアでの販売が伸びず、前年割れ。
- 化成品は、スマートフォン向け表面防汚コーティング剤(オプツール)の拡販に加え、医薬・液晶用途向け中間体の販売が伸長。

<製品別販売状況(売上高ベース)>

(前年比)		1Q 実績
全フッ素化学品		97%
	ガス	124%
	樹脂ゴム	88%
	化成品ほか	103%

- 米国フランダース社の買収手続きを4月27日付で完了し、第1四半期より連結。
- エアフィルタは、米国フランダース社買収を機に、シナジー効果創出に向け、販売拡大、トータルコストダウン(集中購買、工場での内作比率向上など)を推進。
- P&I※では、アジアでのアフターサービス事業の伸長により売上高を拡大。

※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

# 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。