



2018年3月期(平成29年度)
第3四半期決算説明資料

2018年2月14日

ダイキン工業株式会社

■ 第3四半期全社業績



過去最高の売上高・利益を更新。

空調事業は、日本・米州・中国を中心に主要各地域で販売を拡大。化学事業は、半導体・自動車市場の需要を取り込み、販売を拡大。原材料市況高騰の影響を受けるなか、販売拡大、固定費削減などトータルコストダウンの推進に加え、為替の円安効果もあり、営業増益を達成。なお、米国法人減税に伴い、繰延税金負債の取り崩しによる税金費用の戻り益を計上した。

(単位: 億円)	3Q累計(4-12月)			2017年度計画	
	2016年度	2017年度	前年比	2月公表	前年比
売上高	15,206	17,224	113%	22,700	111%
営業利益 (利益率)	1,863 (12.3%)	2,012 (11.7%)	108%	2,500 (11.0%)	108%
経常利益 (利益率)	1,882 (12.4%)	2,043 (11.9%)	109%	2,490 (11.0%)	108%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,254 (8.2%)	1,539 (8.9%)	123%	1,840 (8.1%)	120%

USドル/円

¥107

¥112

¥110

ユーロ/円

¥118

¥129

¥126

中国元/円

¥16.0

¥16.6

¥16.4

○営業利益増減分析(3Q累計 対前年度) +149億円

○為替影響(対前年度)

売上高: +634億円

営業利益: +30億円

【内訳】 為替影響

+30億円

拡販・売価

+405億円

コストダウン・固定費ほか

-66億円

原材料

-220億円

■セグメント別第3四半期業績

(単位: 億円)		3Q累計(4-12月)実績			2017年度計画	
		2016年度	2017年度	前年比	11月公表	前年比
全社	売上高	15,206	17,224	113%	22,700	111%
	営業利益 (利益率)	1,863 (12.3%)	2,012 (11.7%)	108%	2,500 (11.0%)	108%
空調	売上高	13,784	15,573	113%	20,410	111%
	営業利益 (利益率)	1,721 (12.5%)	1,807 (11.6%)	105%	2,225 (10.9%)	107%
化学	売上高	1,100	1,305	119%	1,760	112%
	営業利益 (利益率)	123 (11.2%)	178 (13.7%)	145%	235 (13.4%)	128%
その他	売上高	322	346	108%	530	102%
	営業利益 (利益率)	19 (5.8%)	27 (7.7%)	142%	40 (7.5%)	107%

■地域別売上高の推移-空調事業



※冷凍・冷蔵機事業、フィルター事業含む

※パーセンテージは前年比

(億円)	2013年度1-3Q		2014年度1-3Q		2015年度1-3Q		2016年度1-3Q		2017年度1-3Q		2017年度計画	
	日本	105%	3,201	97%	3,098	99%	3,077	105%	3,227	105%	3,402	105%
ヨーロッパ	130%	1,692	101%	1,705	110%	1,881	96%	1,812	118%	2,145	115%	2,870
中国	148%	2,382	110%	2,632	103%	2,701	92%	2,484	115%	2,863	114%	3,400
米州	365%	2,782	118%	3,281	116%	3,790	100%	3,805	114%	4,325	111%	5,720
アジア	140%	1,339	115%	1,537	114%	1,746	97%	1,691	109%	1,845	110%	2,560
オセアニア	122%	305	106%	324	109%	353	106%	376	146%	549	137%	700
中近東	135%	322	95%	305	117%	356	94%	334	117%	389	111%	550
アフリカ	150%	69	107%	74	110%	82	69%	56	100%	56	92%	80
計	147%	12,092	107%	12,955	108%	13,985	99%	13,784	113%	15,573	111%	20,410
海外売上高比		74%		76%		78%		77%		78%		78%
USD/円		¥99		¥107		¥122		¥107		¥112		¥110
ユーロ/円		¥132		¥140		¥134		¥118		¥129		¥126
中国元/円		¥16.2		¥17.3		¥19.3		¥16.0		¥16.6		¥16.4

■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)	2013年度1-3Q		2014年度1-3Q		2015年度1-3Q		2016年度1-3Q		2017年度1-3Q		2017年度計画	
	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高
日本	88%	272	97%	263	110%	289	104%	299	114%	342	112%	470
米州	121%	255	107%	272	114%	309	89%	275	110%	302	109%	460
中国	141%	239	109%	260	101%	264	90%	238	121%	288	106%	330
アジア	130%	99	110%	109	124%	135	90%	121	131%	160	124%	220
ヨーロッパ	130%	97	111%	107	165%	177	90%	159	128%	204	122%	280
その他	199%	21	36%	8	107%	8	89%	7	137%	10	—	—
計	115%	982	104%	1,019	116%	1,182	93%	1,100	119%	1,305	112%	1,760
海外売上高比	72%		74%		76%		73%		74%		73%	
USドル/円	¥99		¥107		¥122		¥107		¥112		¥110	
ユーロ/円	¥132		¥140		¥134		¥118		¥129		¥126	
中国元/円	¥16.2		¥17.3		¥19.3		¥16.0		¥16.6		¥16.4	

日本

住宅用の業界需要は、個人消費が回復傾向にあることに加え、12月の寒波も追い風となり、前年を上回った。

業務用の業界需要は、設備投資と建築着工が堅調に推移し、前年を上回った。

当社は、住宅用・業務用ともに引き続き販売力強化と売価施策を徹底。

住宅用は、フラグシップ機『うるさら7』や中級機種の販売を拡大。

業務用は、主力の『Eco-ZEAS』、スリム設計のマルチエアコン『machiマルチ』など、高付加価値商品を更新需要向けに拡販。

アプライドは、本格化する首都圏の再開発需要を取り込み、販売を大きく伸ばした。

<製品別出荷状況(台数ベース)>

(前年比)		1-3Q 実績
住宅用	業界	106%
	当社	106%
業務用	業界	104%
	当社	108%
アプライド	業界	102%
	当社	122%

※アプライドは売上高ベース

米州

設備投資の拡大と堅調な個人消費を背景に、市場は引き続き好調に推移。
 当社は、主力全商品で販売を伸ばし、売上高は前年を上回った。

- 住宅用ユニタリーは、昨年8月のハリケーンの影響を受けたが、自前販売店の拡大やディーラーの育成支援を推進し、販売を伸ばした。
- ダクトレスは、VRVで、価格競争が激化するなか、商品ラインアップの拡充やルート別の販売施策の展開により、シェアを拡大。
- アプライドは、チラーやエアハンドリングユニットなどの機器販売の伸長に加え、アフターサービス事業も拡大。

＜製品別販売状況(台数ベース)＞

(前年比)	1-3Q 実績
住宅用ユニタリー	103%
RA、SKY	109%
VRV	128%
アプライド	117%

※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

小売・街売の強化に重点を置き、堅調な個人消費・民間需要を取り込み、全地域・全市場で販売を大きく拡大。原材料価格高騰の影響を受けたが、部品の内作化や生産性向上などコストダウンを推進し、引き続き高収益を維持。

- 住宅用市場は、独自専売店「プロショップ」の提案力・工事力を強化し、顧客に新たな生活スタイルを提案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」で、中高級住宅市場を中心に拡販。重点都市に体験型ショールームを設立することでブランドを訴求し、地域に密着した販売活動を加速。
- 業務用市場は、省エネ性・設計自由度の高いVRVを中心に販売を拡大。顧客の多様なニーズに対応した独自のシステム提案、新商品の投入により、ビルから一般店舗、新築から更新まで幅広く市場を攻略。
- アプライド市場では、商品ラインアップの拡充、サービス事業の強化により、大型物件から中小物件まできめ細かな営業活動を展開し、販売を拡大。

<市場別販売状況[売上高(現地通貨)ベース]>

(前年比)	1-3Q 実績
住宅用※	112%
業務用	110%
アプライド	112%

※住宅用マルチエアコン含む

欧州・中近東・アフリカ

欧州では、堅調な景気回復を背景に、販売力強化を推進し、各国で販売を拡大。中東では公共投資の引き締めの影響を受けるなか、営業力・商品力強化により、需要を獲得。地域全体の売上高は前年を上回った。

- 住宅用は、最大市場のイタリアで、流通在庫の解消が進み、販売は好調に推移したが、上期の遅れを挽回できず、第3四半期累計では前年を下回った。
- 業務用は、SKYで、低温暖化冷媒R32を採用した新商品を拡販。
- 暖房事業は、欧州主要国でヒートポンプ式温水暖房機器の販売を伸ばしたことに加え、燃焼式暖房機器でも、トルコや南欧で大きく拡販。

<製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		1-3Q 実績
住宅用(RA)		96%
業務用	SKY	117%
	VRV	110%
暖房		112%
アプライド		118%

※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

各国の地方都市での販売店開発、サービス網の拡充により、地域全体の売上高は前年を上回った。

- 住宅用は、東南アジアで第1四半期に長雨の影響を受けたが、第2四半期以降、ベトナム・インドネシアを中心に販売を拡大。インドでは、地域特性に合った商品展開、地方での販売網強化の推進により、拡大する中間層の需要を取り込み、大きく販売を伸ばした。また需要が好調なオーストラリアでも引き続き販売を拡大。
- 業務用は、VRVのスペックイン活動の強化や販売店の育成に注力。ベトナム・インド・タイ・オーストラリアなどで、大きく販売を伸ばした。

■ 売上高上位国の対前年同期比(現地通貨ベース)
 オーストラリア:140% インド:117% ベトナム:102%
 マレーシア:87% タイ:98% インドネシア:111%

<製品別販売状況(台数ベース)>

(前年比)		1-3Q 実績
住宅用(RA)		101%
業務用	SKY	111%
	VRV	113%
アプライド		120%

※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

原材料の高騰影響を受けるなか、需要が好調な半導体・自動車分野向けの拡販や、売価施策により増収増益。

- 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の販売が伸長したことに加え、原材料高騰および需給逼迫に対応した欧州での売価施策により前年を大きく上回った。
- 樹脂・ゴム
 - ーフッ素樹脂は、日本・中国・アジアを中心に好調な半導体関連の需要を取り込み前年を大きく上回った。
 - ーフッ素ゴムでも、自動車分野で販売を拡大。
- 化成品は、表面防汚コーティング剤『オプツール』の販売が減少したが、中国・アジアで撥水撥油剤の販売を伸ばした。

＜製品別販売状況(売上高ベース)＞

(前年比)		1-3Q 実績
全フッ素化学品		119%
	ガス	147%
	樹脂・ゴム	122%
	化成品ほか	105%

収益力強化に向けた生産体制の再編を進めるとともに、営業体制の強化を推進。北欧ディンエア社の買収による新規連結効果もあり、売上高は前年を上回った。

- エアフィルタは、米国で、アメリカンエアフィルタ社・フランダース社双方の品揃えを生かし、販売網を拡大するとともに、工場の統合などコストダウンを推進。中国で、半導体工場向けなど成長分野で拡販。
- P&I※では、厳しい事業環境のなか、アフターサービス事業の強化、トータルコストダウンを推進。

※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

(億円)	2016年度		2017年度	
	1-3Q実績	年間実績	1-3Q実績	年間計画
設備投資	622	903	639	1,000
減価償却費	435	593	496	630
研究開発費	391	539	459	570



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。