



2019年3月期(2018年度)
第1四半期決算説明資料

2018年8月7日

ダイキン工業株式会社

■第1四半期決算概要

過去最高の売上高・利益を更新。

空調事業は、主要各地域で販売を拡大。化学事業は、半導体・自動車市場の好調な需要を取り込み、販売を拡大。原材料市況の高騰影響を受けるなか、高付加価値商品の拡販、売価施策の徹底、固定費削減などトータルコストダウンの推進により、営業増益を達成。

(億円)	1Q実績(4-6月)		
	2017年度	2018年度	前年度比
売上高	5,866	6,568	112%
営業利益 (利益率)	744 (12.7%)	831 (12.7%)	112%
経常利益 (利益率)	750 (12.8%)	855 (13.0%)	114%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	510 (8.7%)	596 (9.1%)	117%

USドル／円
ユーロ／円
中国元／円

¥111 ¥109
¥122 ¥130
¥16.2 ¥17.1

2018年度計画			
上期	前年度比	年間	前年度比
12,900	110%	24,800	108%
1,580 (12.2%)	106%	2,700 (10.9%)	106%
1,580 (12.2%)	106%	2,680 (10.8%)	105%
1,080 (8.4%)	106%	1,800 (7.3%)	95%

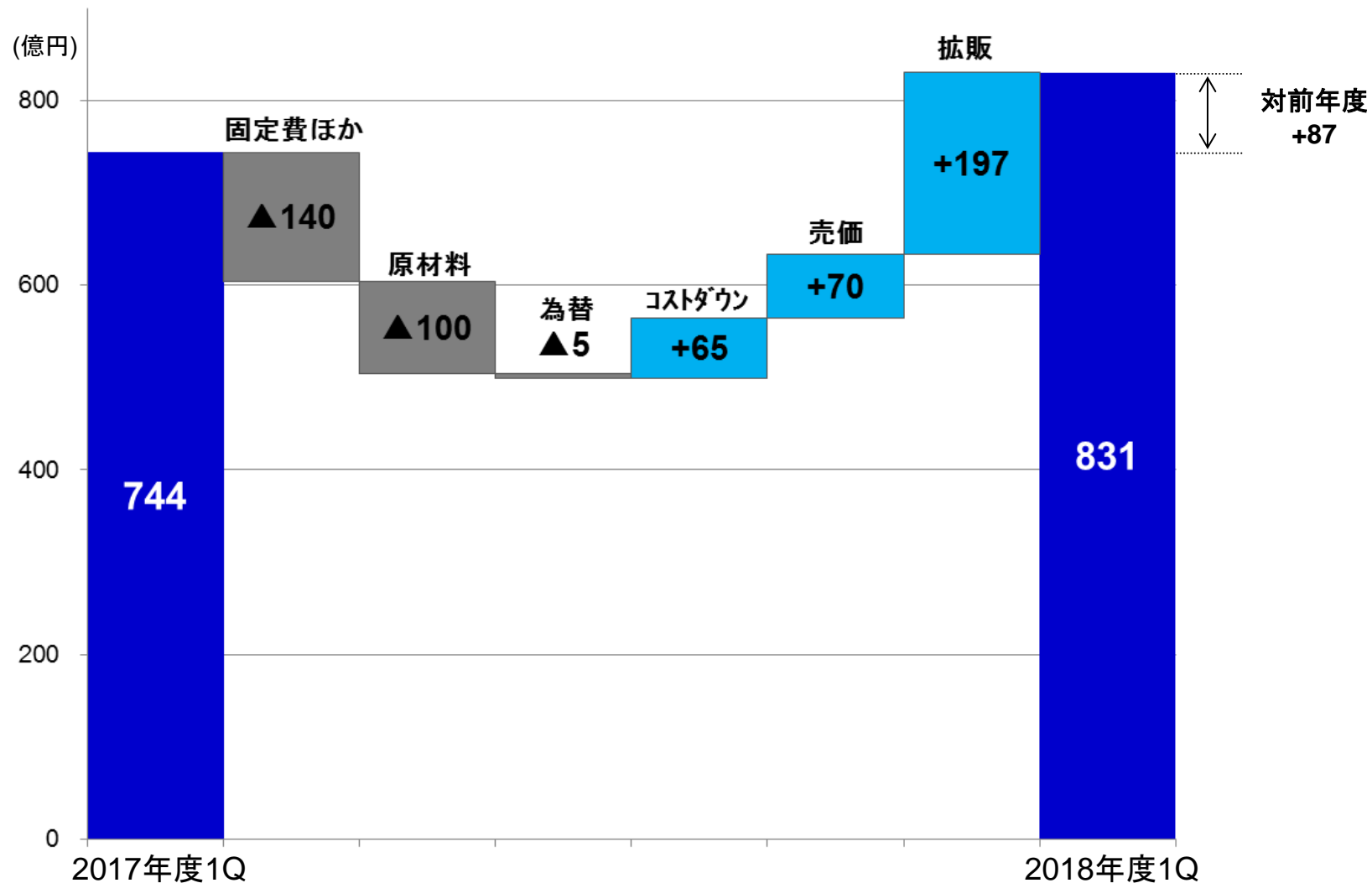
¥105
¥130
¥16.6

○為替影響(対前年度)

売上高 +79億円
営業利益 ▲5億円

(億円)		1Q実績(4-6月)			年間計画	
		2017年度	2018年度	前年度比	2018年度	前年度比
全社	売上高	5,866	6,568	112%	24,800	108%
	営業利益 (利益率)	744 (12.7%)	831 (12.7%)	112%	2,700 (10.9%)	106%
空調	売上高	5,354	5,951	111%	22,200	108%
	営業利益 (利益率)	694 (13.0%)	741 (12.4%)	107%	2,365 (10.7%)	106%
化学	売上高	414	501	121%	2,050	112%
	営業利益 (利益率)	46 (11.0%)	80 (15.9%)	174%	285 (13.9%)	112%
その他	売上高	98	116	119%	550	101%
	営業利益 (利益率)	5 (4.9%)	11 (9.3%)	225%	50 (9.1%)	105%

■ 営業利益増減分析



■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)	2014年度1Q		2015年度1Q		2016年度1Q		2017年度1Q		2018年度1Q		2018年度計画	
	%	売上	%	売上	%	売上	%	売上	%	売上	%	売上
日本	98%	980	97%	947	104%	989	106%	1,051	108%	1,136	104%	4,650
ヨーロッパ	103%	612	94%	576	121%	698	103%	717	122%	874	110%	3,300
中国	114%	953	108%	1,031	89%	918	115%	1,057	110%	1,167	106%	3,620
米州	109%	1,166	118%	1,381	97%	1,337	115%	1,540	110%	1,690	112%	6,350
アジア	112%	572	115%	656	109%	714	100%	711	109%	775	109%	2,740
オセアニア	99%	95	108%	102	117%	120	122%	147	125%	183	109%	800
中近東	70%	93	129%	120	102%	122	94%	115	92%	106	114%	650
アフリカ	86%	22	99%	22	75%	16	103%	17	116%	19	99%	90
計	105%	4,493	108%	4,835	102%	4,915	109%	5,354	111%	5,951	108%	22,200
海外売上高比		78%		80%		80%		80%		81%		79%
USドル/円		¥102		¥121		¥108		¥111		¥109		¥105
ユーロ/円		¥140		¥134		¥122		¥122		¥130		¥130
中国元/円		¥16.4		¥19.6		¥16.5		¥16.2		¥17.1		¥16.6

■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)	2014年度1Q		2015年度1Q		2016年度1Q		2017年度1Q		2018年度1Q		2018年度計画	
	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円	%	億円
日本	99%	87	106%	93	97%	90	119%	107	115%	123	111%	520
米州	97%	81	122%	98	84%	83	129%	107	106%	113	115%	490
中国	85%	65	114%	74	108%	80	110%	88	111%	98	101%	390
アジア	121%	32	125%	40	90%	36	140%	50	123%	61	124%	280
ヨーロッパ	123%	37	149%	56	106%	59	100%	59	171%	102	119%	370
その他	46%	2	105%	2	133%	2	132%	3	152%	4	—	—
計	99%	304	119%	362	97%	350	118%	414	121%	501	112%	2,050
海外売上高比		71%		74%		74%		74%		75%		75%
USD/円		¥102		¥121		¥108		¥111		¥109		¥105
ユーロ/円		¥140		¥134		¥122		¥122		¥130		¥130
中国元/円		¥16.4		¥19.6		¥16.5		¥16.2		¥17.1		¥16.6

日本

住宅用の業界需要は、個人消費の回復を受け、省エネ商品への買い替えが進み、堅調に推移。

業務用の業界需要は、堅調な設備投資と建築着工を背景に、前年度を上回った。

当社は、住宅用・業務用ともに、徹底した売価施策と販売拡大を両立。

住宅用は、独自の湿度調節技術を搭載した『うるさら7』や、機能性とデザイン性を追求した『risora』など、高付加価値商品の販売を伸ばした。

業務用は、店舗・オフィス用市場向けに、主力の『Eco-ZEAS』やスリム設計の『machiマルチ』を拡販。ビル用市場では、事務所や工場向けにもVRVを展開し、各市場の需要を獲得。

アプライドは、首都圏の再開発需要を捉え、販売を伸ばした。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用	業界	103%
	当社	105%
業務用	業界	106%
	当社	107%
アプライド	業界	114%
	当社	115%

※アプライドは売上高ベース

米州

大型減税に伴う設備投資や個人消費の押し上げにより市場が堅調に推移するなか、販売網の強化やサービス事業の拡大に取り組み、売上高は前年度を大きく上回った。

- 住宅用ユニタリーは、自前販売店の拡大により販売は好調に推移。
- ダクトレスは、VRVでユーザーダイレクトの営業活動を強化し、北東部を中心に住宅用ハイエンド市場で販売を大きく伸ばした。
- アプライドは、販売網強化や商品ラインアップの拡充による機器の拡販に加え、サービス事業でも販売を伸長。空調エンジニアリング会社の買収により中南米でも事業を拡大。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用ユニタリー		109%
ダクトレス	RA/SKY	120%
	VRV	113%
アプライド		118%

※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

中国

大都市から地方都市まで、中国全土に販売網を展開。大型不動産投資は減少しているが、小売・街売の強化により、堅調な個人消費を取り込み、販売を拡大。原材料市況高騰の影響を受けるなか、売価施策の徹底、内作化や自動化などコストダウンの推進により、増収増益を達成。

- 住宅用市場では、当社独自の専売店「プロショップ」を中心に提案力・工事力を強化。住宅用マルチエアコン「ニューライフマルチシリーズ」で、空気質ニーズの高まりに応じたラインアップを拡充し、中高級住宅市場を重点に販売を拡大。
- 業務用市場では、VRVを中心に、店舗・事務所向けから大型ビル向けまで品揃えを強化。設計事務所・デベロッパーへのスペックイン活動を強化し、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、大型物件から中小物件まで、きめ細かな販売活動を展開。商品ラインアップの拡充による機器の拡販に加え、サービス事業でも販売を拡大。

〈市場別販売状況(現地通貨売上高ベース)〉

	1Q 実績
(前年度比)	
住宅用※	107%
業務用	102%
アプライド	108%

※住宅用マルチエアコン含む

欧州・中近東・アフリカ

中近東では政情不安の影響を受けたが、個人消費の回復が景気を下支えする欧州で環境対応商品の販売を拡大し、地域全体では前年度を上回った。

- 住宅用は、R32機をはじめとする高付加価値商品を拡販。
- 業務用は、SKYで、欧州の環境規制強化を捉え、R32機など高付加価値商品の販売を拡大したが、中東での販売が伸び悩み、地域全体では前年度を下回った。VRVは、省冷媒機種種のスペックイン活動を強化し、販売を伸ばした。
- 暖房事業は、ヒートポンプ式温水暖房機器の新商品投入により、省エネニーズを捉え、販売を拡大。
- アプライドは、最大市場の中東が伸び悩むなか、地域ニーズに対応した商品展開により需要を獲得。

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用(RA)		108%
業務用	SKY	90%
	VRV	109%
暖房		115%
アプライド		100%

※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

アジア・オセアニア

各国で都市部から地方に販売網を展開し、サービス体制の強化、営業人員の拡充を推進。売上高は前年度を上回った。

- 住宅用は、ベトナムで天候不順により販売が落ち込んだが、インドネシア・タイ・マレーシアで冷専インバータ機の販売を伸ばした。インドでも、地方都市での販売店開発などにより拡大する需要を取り込んだ。
- 業務用は、スペックイン活動の強化、販売店の育成に注力。インド・タイ・ベトナムを中心に各国で販売を拡大した。
- アプライドは、保守事業などサービス事業の拡大により販売を伸ばした。

■ 売上高上位国の前年度比(現地通貨ベース)

インド:108% ベトナム:96% オーストラリア:127%
マレーシア:109% タイ:124% インドネシア:134%

〈製品別販売状況(台数ベース)〉

(前年度比)		1Q 実績
住宅用(RA)		110%
業務用	SKY	107%
	VRV	119%
アプライド		111%

※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

好調な半導体市場や自動車市場での拡販に加え、コストダウンや売価施策により、売上高・営業利益ともに前年度を大きく上回った。

➤ フルオロカーボンガスは、欧州におけるアフターサービス向けの拡販、および売価施策の展開により、販売を大きく伸ばした。

➤ 樹脂・ゴム

ーフッ素樹脂は、米国でのLANケーブル用の新商品の販売に加え、日本・中国・米州での好調な半導体関連の需要を取り込んだ。また、昨年買収したヘロフロン社(イタリア)の連結効果もあり、前年度を大きく上回った。

ーフッ素ゴムは、世界各地域で需要が堅調に推移している自動車向けの販売を伸ばした。

➤ 化成品は、撥水撥油剤の需要が中国・欧州で堅調に推移。表面防汚コーティング剤『オプツール』も、中国での需要減少を他地域での販売拡大によりカバーした。

〈製品別販売状況(売上高ベース)〉

(前年度比)	1Q 実績
全フッ素化学品	121%
ガス	133%
樹脂・ゴム	124%
化成品ほか	110%

エアフィルタは、日本・欧州で半導体・製薬市場などでハイエンド向けに販売を伸ばしたが、米国での販売減や東南アジアでの競合他社の価格攻勢による競争激化により、売上高は前年度を下回った。

P&I※では、厳しい需要環境の中、アフターサービス事業の拡大を中心に事業体質の改善に努めた。

※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



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。