



2022年3月期 第3四半期 決算説明資料

2022年2月7日

■ 決算概要

第3四半期累計で過去最高業績を達成

- ✓ 新型コロナウイルスの感染再拡大・長期化に加え、原材料市況・物流費の高騰により事業環境の厳しさが増すなか、2021年度の重点7テーマ（戦略的売価施策、拡販・シェアアップ、コストダウンなど）の成果創出により、マイナス影響を吸収。
- ✓ 空調事業は、空気・換気関連の新商品投入や販売力・営業力の強化によりシェアを拡大。米州・中国・欧州などで住宅用空調を中心に販売を拡大したことに加え、欧州ではヒートポンプ式温水暖房機器で好調な需要を捉えた。
- ✓ 化学事業は、半導体・自動車市場の需要回復を捉え、販売を拡大。原材料市況の高騰影響を受けるなか、売価効果もあり、増収増益。

(億円)	1-3Q実績		
	2020年度	2021年度	前年度比
売上高	18,417	23,019	125%
営業利益 (利益率)	1,945 (10.6%)	2,595 (11.3%)	133%
経常利益 (利益率)	1,958 (10.6%)	2,664 (11.6%)	136%
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (利益率)	1,287 (7.0%)	1,787 (7.8%)	139%

USDドル/円	¥106	¥111
ユーロ/円	¥122	¥131
中国元/円	¥15.4	¥17.3

為替影響（対前年度）

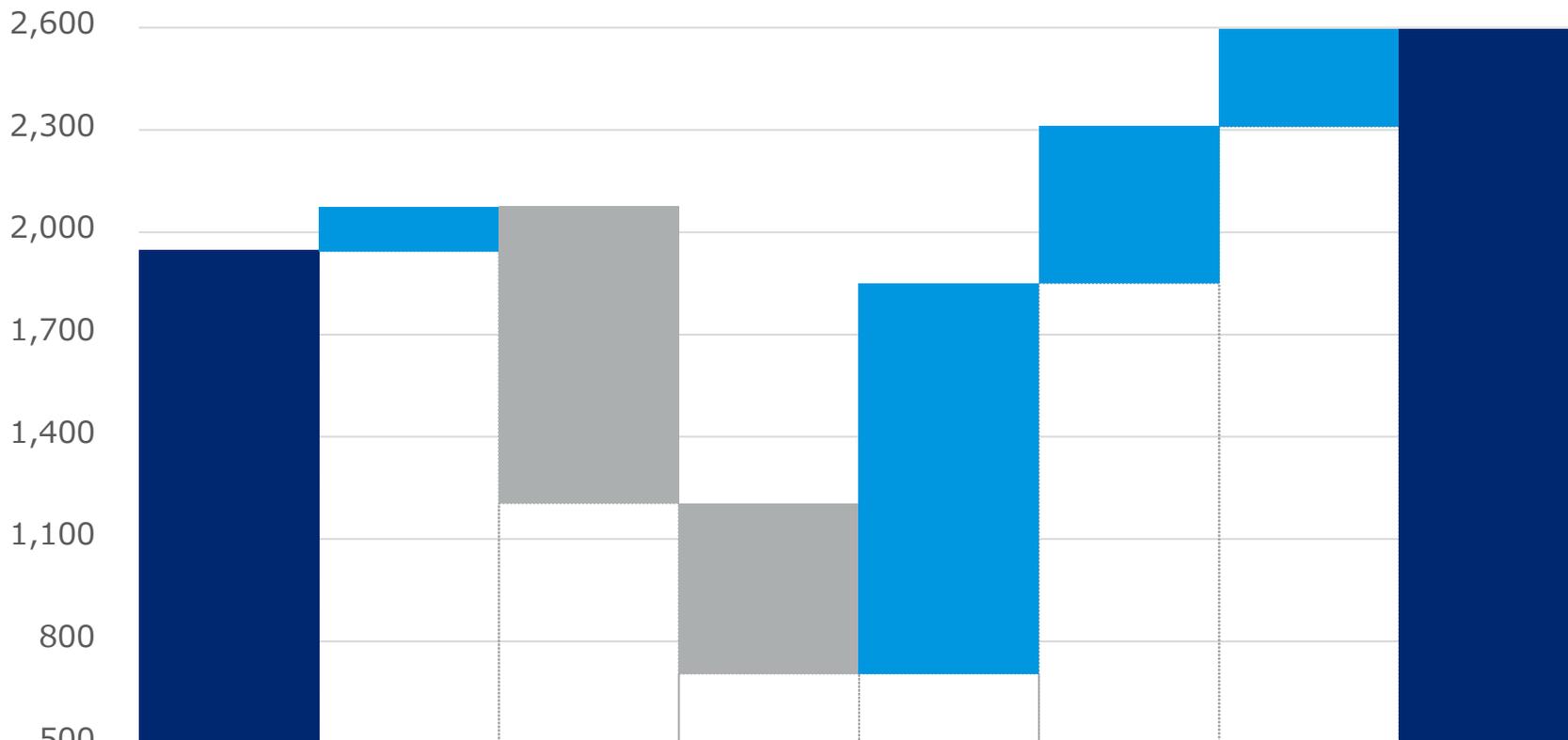
売上高 +915億円
営業利益 +130億円

■ 事業セグメント別実績

(億円)		1-3Q実績		
		2020年度	2021年度	前年度比
全社	売上高	18,417	23,019	125%
	営業利益 (利益率)	1,945 (10.6%)	2,595 (11.3%)	133%
空調	売上高	16,911	21,038	124%
	営業利益 (利益率)	1,837 (10.9%)	2,349 (11.2%)	128%
化学	売上高	1,166	1,548	133%
	営業利益 (利益率)	90 (7.7%)	203 (13.1%)	224%
その他	売上高	340	433	127%
	営業利益 (利益率)	17 (5.1%)	44 (10.1%)	252%

■ 営業利益増減分析-実績の対前年度比

(億円)



	2020年度 1-3Q実績	為替	原材料 (物流費含む)	固定費ほか	拡販	売価	ITダウン	2021年度 1-3Q実績
計	1,945	+130	▲870	▲500	+1,145	+460	+285	2,595
空調	1,837	+118	▲765	▲450	+939	+393	+276	2,349
化学	90	+12	▲100	▲45	+174	+65	+6	203
その他	17	-	▲5	▲5	+31	+2	+3	44

■ 全社業績計画

今期3度目の上方修正。過去最高業績を更新し、売上高3兆円を突破へ

- ✓ 新型コロナウイルス感染症の収束時期が不透明であり、第4四半期の事業環境はさらに厳しくなるが、重点7テーマの成果創出によりマイナス影響を吸収する。
- ✓ 電子部品の逼迫や物流網の混乱が続くなか、グローバル横軸で販売・生産・調達・SCM・物流が密に連携し製品供給の確保を図る。
- ✓ 原材料・物流費の高騰などのさらなるコストアップ影響を受けるが、迅速に二の手、三の手を打つことで、拡販・シェアアップするとともに、売価施策やコストダウン効果の上積みをめざす。

(億円)	2021年度 (前回公表)	2021年度			
	年間計画	1-3Q実績	前年度比	年間計画	前年度比
売上高	29,300	23,019	125%	30,500	122%
営業利益	3,000	2,595	133%	3,100	130%
(利益率)	(10.2%)	(11.3%)		(10.2%)	
経常利益	3,020	2,664	136%	3,150	131%
(利益率)	(10.3%)	(11.6%)		(10.3%)	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,030	1,787	139%	2,100	134%
(利益率)	(6.9%)	(7.8%)		(6.9%)	

USドル/円
ユーロ/円
中国元/円

¥107
¥128
¥16.7

¥111
¥131
¥17.3

※4Qの為替前提は、USドル110円、ユーロ128円、
中国元17.5円です。

為替影響 (対前年度)

売上高 +1,160億円
営業利益 +170億円

■ 事業セグメント別業績計画

(億円)		2021年度 (前回公表)	2021年度			
		年間計画	1-3Q実績	前年度比	年間計画	前年度比
全社	売上高	29,300	23,019	125%	30,500	122%
	営業利益 (利益率)	3,000 (10.2%)	2,595 (11.3%)	133%	3,100 (10.2%)	130%
空調	売上高	26,655	21,038	124%	27,720	122%
	営業利益 (利益率)	2,700 (10.1%)	2,349 (11.2%)	128%	2,775 (10.0%)	124%
化学	売上高	2,015	1,548	133%	2,135	130%
	営業利益 (利益率)	240 (11.9%)	203 (13.1%)	224%	265 (12.4%)	233%
その他	売上高	630	433	127%	645	116%
	営業利益 (利益率)	60 (9.5%)	44 (10.1%)	252%	60 (9.3%)	145%

■ 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)	2017年度1-3Q		2018年度1-3Q		2019年度1-3Q		2020年度1-3Q		2021年度1-3Q	
	日本	105%	3,402	107%	3,641	104%	3,797	98%	3,712	105%
欧州	118%	2,145	112%	2,399	116%	2,789	99%	2,766	135%	3,725
中国	115%	2,863	102%	2,929	97%	2,834	97%	2,751	131%	3,597
米州	114%	4,325	112%	4,863	108%	5,242	95%	4,994	130%	6,502
アジア	109%	1,845	110%	2,033	107%	2,173	81%	1,751	117%	2,048
オセアニア	146%	549	105%	579	93%	537	107%	576	131%	753
中近東	117%	389	93%	362	93%	336	91%	305	141%	428
アフリカ	100%	56	115%	65	88%	57	96%	55	140%	77
計	113%	15,573	108%	16,872	105%	17,766	95%	16,911	124%	21,038
海外売上高比		78%		78%		79%		78%		81%
USドル/円		¥112		¥111		¥109		¥106		¥111
ユーロ/円		¥129		¥129		¥121		¥122		¥131
中国元/円		¥16.6		¥16.6		¥15.6		¥15.4		¥17.3

■ 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)	2017年度1-3Q		2018年度1-3Q		2019年度1-3Q		2020年度1-3Q		2021年度1-3Q	
	日本	114%	342	117%	400	94%	377	82%	310	135%
米州	110%	302	113%	341	92%	314	78%	244	123%	300
中国	121%	288	103%	295	92%	271	110%	299	131%	392
アジア	131%	160	120%	192	91%	175	90%	158	120%	190
欧州	128%	204	124%	252	71%	178	84%	149	160%	239
その他	137%	10	135%	13	82%	11	58%	6	123%	8
計	119%	1,305	114%	1,494	89%	1,326	88%	1,166	133%	1,548
海外売上高比		74%		73%		72%		73%		73%
USドル/円		¥112		¥111		¥109		¥106		¥111
ユーロ/円		¥129		¥129		¥121		¥122		¥131
中国元/円		¥16.6		¥16.6		¥15.6		¥15.4		¥17.3

■ 部門別業績の概況-空調事業

日本

住宅用の業界需要は、巣ごもり需要が一巡したことに加えて夏季の天候不順の影響もあり、前年度を下回った。当社は、給気換気と排気換気を切り替えられる『うるさらX』の新商品を投入。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て拡販、シェアアップ。

業務用の業界需要は、経済活動の段階的な再開により、前年度を上回った。当社は、空調機と全熱交換器などの換気商材を組み合わせたシステム提案を強化し、拡販、シェアアップ。アプライドは、R32チラーの販売を強化。

空気清浄機は、第2四半期以降、特別定額給付金による前年度の需要増の反動の影響を受けたが、商品ラインアップの拡充によりシェアを拡大。

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用	業界	91%
	当社	104%
業務用	業界	103%
	当社	114%
アプライド	業界	97%
	当社	88%
空気清浄機	業界	75%
	当社	89%

※アプライドは売上高ベース

■ 部門別業績の概況-空調事業

米州

個人消費が牽引し景気の回復が進んだが、夏以降、供給制約やインフレが経済を下押し。当社は、需要が堅調な住宅用市場を中心に販売を拡大するとともに、売価施策による効果を最大化。販売会社の買収効果もあり、売上高は前年度を大きく上回った。

- ▶ 住宅用ユニットは、製造人員の増加や離職率低下に向けた取組みを推進し、供給力を強化。インバータを搭載した新商品の投入効果もあり、販売を拡大。
- ▶ ダクトレスは、RA/SKY で、住宅用市場の旺盛な需要を捉え、販売を拡大。VRV は、住宅向けの販売が好調であったことに加え、業務用でも販売が伸長。
- ▶ アプライドは、市場の回復を捉え、チラーの販売を拡大。アフターサービス事業でも販売が伸長。

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用ユニット		115%
ダクトレス	RA/SKY	140%
	VRV	121%
アプライド		108%

※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

下期以降、景気が減速傾向にあるなか、個人消費は堅調に推移。当社は、オフラインとオンラインを組み合わせた販売を推進し、空気・換気商品や環境規制に対応する商品を拡販。売上高は前年度を大きく上回った。営業利益は、原材料高騰・半導体不足などの影響を受けたが、高付加価値商品の拡販やコストダウン、固定費削減に取り組み、高利益率を維持。

- ▶ 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販売活動を推進し、新規顧客の探索や更新需要の獲得に注力。床暖房などを合わせたシステム提案を強化し、住宅用マルチエアコンを大きく拡販。
- ▶ 業務用市場では、店舗・オフィスなどで、換気・洗浄を切り口に顧客との接点を拡大。機器の更新や追加購入の需要を取り込んだ。大型物件向けでは、ソリューション提案による販売を強化。環境規制を背景に拡大する省エネ機器への更新需要を取り込んだ。
- ▶ アプライド市場では、インフラ関連、半導体関連など成長分野にリソースをシフトしたことに加え、保守・メンテナンス事業を強化。

前年度比 (現地通貨ベース)	1-3Q 実績
住宅用	118%
業務用	109%
アプライド	104%

■ 部門別業績の概況-空調事業

欧州・中近東・アフリカ

欧州では、11月以降、新型コロナウイルス感染症の再拡大により経済活動が制限されるなか、住宅用やヒートポンプ式温水暖房機器の販売を拡大。中近東でも、トルコを中心に各国で拡販。地域全体の売上高は前年度を大きく上回った。

- 住宅用は、フランス・スペインなどで夏季の天候不順の影響を受けたが、イタリア・中欧などで好調な需要を捉え、販売を拡大。
- 業務用は、病院・食品小売業向けの販売を強化。空気質の改善提案で顧客ニーズを捉え、拡販。
- 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、フランス・イタリア・ドイツを中心に各国で販売が大きく伸長。
- アプライドは、工場・病院などの好調市場向けに販売を強化し、R32チラーやエアハンドリングユニットを拡販。
- 冷凍・冷蔵事業は、ワンストップソリューションの展開を加速。需要が堅調な食品小売業向けに販売を拡大。

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用		112%
業務用	SKY	115%
	VRV	119%
H/P暖房		160%
アプライド		119%
冷凍・冷蔵		134%

※住宅用・業務用・H/P暖房は欧州のみ

※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

新型コロナウイルスの感染再拡大に伴い、需要減少の影響を大きく受けるなか、独自の販売網の拡充、オンラインツールを活用した販売店支援を推進。アジアの行動制限の緩和が進んだ国や需要が比較的堅調なオセアニアでの拡販に加え、売価効果もあり、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- 住宅用は、インドネシア・オーストラリアなどで販売を拡大。インドでも、販売店網の拡充、販売店との関係強化により大きく拡販。マレーシアでは、第3四半期以降、行動制限の緩和が進み販売が伸長。
- 業務用は、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長が続くなか、需要が比較的堅調な公共施設向けに販売を拡大。
- アプライドは、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力。

■ 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：116% インド：153% マレーシア：99%
ベトナム：90% インドネシア：119% タイ：92%

前年度比 (台数ベース)		1-3Q 実績
住宅用		112%
業務用	SKY	111%
	VRV	112%
アプライド		100%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

■ 部門別業績の概況-化学事業

需要が好調な半導体・自動車市場向けを中心に、ガス、樹脂・ゴム、化成品ほか、すべての商品群で販売を拡大。売上高は前年度を大きく上回った。

- フルオロカーボンガスは、欧州で医療分野向けに用途を拡大。売上高は前年度を上回った。
- 樹脂・ゴム
 - －フッ素樹脂は、半導体市場や、LANケーブル向けなど情報通信分野の需要回復を捉え、販売を拡大。各地域で前年度を上回った。
 - －フッ素ゴムは、自動車市場向けに販売を拡大。各地域で前年度を上回った。
- 化成品は、タブレットやスマートフォン向けの表面防汚コーティング剤で、前年度の好調な需要の反動により販売が減少。撥水撥油剤は、欧州・中国・アジアを中心に販売が伸長。エッチングガスは、半導体市場の需要回復を捉え、日本・中国で販売を拡大。

前年度比 (売上高ベース)	1-3Q 実績
合計	133%
ガス	121%
樹脂・ゴム	144%
化成品ほか	119%

■ 部門別業績の概況-フィルタ事業

欧米や日本を中心に需要が回復するなか、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。売上高は前年度を上回った。

- エアフィルタは、換気ニーズの高まりを受け、高性能フィルタや陰圧機など感染症対策商品の販売活動を強化。各地域で病院・クリーンルーム・住宅向けに拡販。
- P&I※では、需要が堅調なガスタービン市場で販売を拡大するとともに、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。

※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

■ 設備投資・減価償却費・研究開発費

(億円)	2020年度		2021年度	
	1-3Q実績	年間実績	1-3Q実績	年間計画
設備投資	969	1,370	1,074	1,500
減価償却費	756	1,035	852	1,150
研究開発費	506	717	590	800

(参考) 2021年度の重点テーマ

1. 市況影響などのコストアップを吸収し、収益性の維持をめざした戦略的売価施策
2. ライバルに打ち勝つ拡販・シェアアップ
 - ・住宅用空調の更なる拡販、業務用空調の更新需要の獲得、デジタルを活用した販売の加速
 - ・グローバルでの空気・換気商品の拡販、差別化商品の開発、ソリューションメニューの展開
3. 変動費コストダウンの再強化・極大化
 - ・銅からアルミなどへの材料置換、基幹部品の標準化、内作化の拡大
4. 物流コストの高騰に対する抑制策、物流の更なる効率化
5. 固定費の抜本削減、間接業務の効率化
6. 事業環境の上振れ・下振れの両方に備えた柔軟な構えの構築
7. 暖房・空気・ソリューションなど、FUSION25の重点テーマのスタートダッシュ



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。