



ダイキン工業株式会社

2022年3月期第3四半期決算説明会

2022年2月7日

イベント概要

[企業名]	ダイキン工業株式会社
[企業 ID]	6367
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2022 年 3 月期第 3 四半期決算説明会
[決算期]	2021 年度 第 3 四半期
[日程]	2022 年 2 月 7 日
[ページ数]	32
[時間]	17:00 – 17:58 (合計：58 分、登壇：15 分、質疑応答：43 分)
[開催場所]	電話会議およびインターネット配信
[登壇者]	2 名 執行役員 コーポレートコミュニケーション担当 宮住 光太 (以下、宮住) コーポレートコミュニケーション室 経営 IR グループ長 的場 一裕 (以下、的場)
[アナリスト名]*	ゴールドマン・サックス証券 諫山 裕一郎 モルガン・スタンレーMUFG 証券 井原 芳直

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券	佐々木 翼
JP モルガン証券	佐野 友彦
野村證券	前川 健太郎
シティグループ証券	グレース・マクドナルド
UBS 証券	水野 晃
大和証券	田井 宏介
水戸証券	渡辺 洋一郎

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



登壇

司会：時間になりましたので、ただ今よりダイキン工業株式会社、2022年3月期第3四半期決算説明会を始めさせていただきます。

本日は、はじめに執行役員コーポレートコミュニケーション担当の宮住より、決算の概要について15分程度ご説明させていただきます。その後、質疑応答を行います。終了時刻は18時を予定しております。

説明資料につきましては、ご案内しておりますとおり、当社のホームページ、株主・投資家情報に掲載しておりますので、お手元にご用意いただきますようお願いいたします。

それでは宮住役員、お願いいたします。

■ 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/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

2

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com

宮住：コーポレートコミュニケーション担当の宮住でございます。本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただき、ありがとうございます。

第3四半期の決算の概要につきまして、資料に沿って説明をさせていただきます。

2ページをご覧ください。

新型コロナウイルスの感染再拡大・長期化に加えまして、原材料市況・物流費の高騰など、事業環境の厳しさが増す中、戦略的売価施策や拡販・シェアアップ、コストダウンなど、2021年度の重点7テーマの各施策を徹底して実行し、成果創出につなげたことで、第3四半期累計で過去最高業績を達成いたしました。

為替の実績は、ドル111円、ユーロ131円、中国元17.3円。対前年の為替影響は、売上高で915億円、営業利益で130億円のプラスとなりました。

■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%

3

3ページをご覧ください。事業セグメント別の実績でございます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

空調事業は空気・換気関連の新商品投入や販売力・営業力の強化に加え、電子部品などの不足懸念にも柔軟に対応し供給を行ったことで、シェアを拡大いたしました。

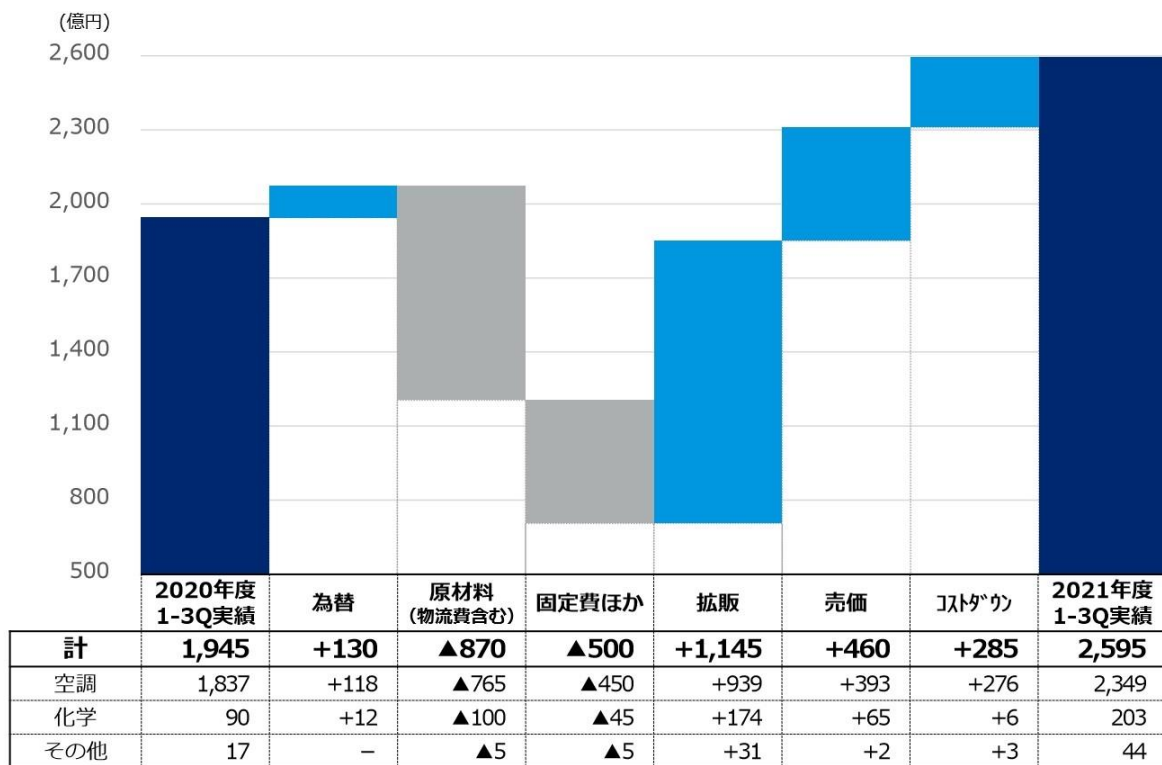
化学事業は半導体・自動車市場の需要の回復を捉えて、大きく拡販するとともに、原材料市況の高騰影響を売価効果でカバーし、増収増益となりました。

その他事業は産業機械、建機車両向けの油圧機器や、在宅医療用機器の販売を伸ばしました。

為替影響額については、空調事業で売上高 840 億円、営業利益 118 億円のプラス、化学事業で売上高 75 億円、営業利益 12 億円のプラスとなりました。

各事業の状況、空調事業の地域別の状況につきましては、後ほどご説明いたします。

■ 営業利益増減分析-実績の対前年度比



4

4 ページをご覧ください。第3四半期累計の営業利益の対前年増減分析です。

原材料市況・物流費の高騰で大きくマイナスとなりましたが、拡販、売価施策、コストダウンにより、大幅な増益となりました。

セグメント別の内容については、記載のとおりです。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

なお原材料市況・物流費高騰による空調事業への影響の内訳ですが、原材料で 590 億円、物流費で 170 億円のマイナス影響と試算しております。

■ 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%)	

USD/円
ユーロ/円
中国元/円

¥107
¥128
¥16.7

¥111
¥131
¥17.3

※4Qの為替前提は、USD/円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

5

5 ページをご覧ください。

今期3度目となる上方修正を行い、年間の売上高計画は 3 兆 500 億円、営業利益計画は 3,100 億円といたしました。

売上高は初めて 3 兆円の突破を目指し、営業利益についても逆風の中で 3,000 億円台を確たるものとする水準といたします。

新型コロナウイルス感染症の収束時期が不透明であることに加え、原材料市況・物流費の高騰が継続するなど、事業環境は厳しさを増しております。当社はソリューション提案力の強化、販売・生産・調達・SCM・物流が一体となった製品供給の確保、戦略的売価施策、トータルコストダウンの推進など、矢継ぎ早に対策を打つことで、マイナス影響を吸収してまいりました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



残りの2カ月、重点施策を明確に定め、徹底して実行することで、今期営業利益3,100億円の達成にはめどが立てられたと考えております。

来期も原材料市況の高騰や物流コストの上昇、半導体、電子部品の供給ひっ迫、各国でのワーカー不足による人件費の上昇など、大幅なコストアップ要因は継続すると想定しています。

当社は引き続き、重点7テーマの成果創出を加速し、事業環境の変化に先手を打ち、経営体質をより一層強化してまいります。

このことにより、来期2022年度は、FUSION25で掲げた2023年度目標の営業利益3,250億円を、1年前倒しで達成するだけでなく、それをさらに上回る水準を目指し、挑戦したいと考えております。

なお、期末の配当予想については、前回公表から変更はありません。通期業績を踏まえ、改めて検討いたします。

■ 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%

6

6ページをご覧ください。セグメント別の業績見通しです。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



空調事業は、売上高は前回公表から 1,065 億円増額、営業利益は 75 億円増額、

化学事業は、売上高は前回公表から 120 億円増額、営業利益は 25 億円増額、

その他事業は、売上高は前回公表から 15 億円増額、営業利益は据え置きとしております。

■ 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%	3,908
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

7

7 ページをご覧ください。空調事業の地域別売上高は、全ての地域で前年を大きく上回って推移しました。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、欧州は 126%、中国は 117%、米州は 124%、アジアは 112%となっております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



■ 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%	418
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

8

8 ページをご覧ください。化学事業の地域別売上高も、全ての地域で前年を大きく上回って推移しました。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州は 118%、中国は 117%、欧州は 150%となっております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



■ 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

9

9 ページをご覧ください。ここから、空調事業の地域別の状況について説明いたします。

まず、日本であります。住宅用は、夏季の天候不順の影響により、業界需要は前年を下回りました。当社は、うるさらXの換気機能を訴求した販売活動を強化し、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、シェアを拡大しました。

業務用は、経済活動の段階的な再開により、業界需要は前年を上回りました。当社は、空調機と換気商材を組み合わせた提案営業を強化することで販売を拡大、大きくシェアを伸ばしました。

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影響を受けました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

■ 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。

- ▶ 住宅用ユニタリーは、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
住宅用ユニタリー		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

10

10 ページをご覧ください。

米州空調事業は、需要が堅調な住宅用市場で販売を拡大したことに加え、売価効果の取り込み、販売会社の連結効果もあり、売上高は前年を大きく上回りました。

住宅用ユニタリーは、製造人員の増加など、Goodman 工場の供給力強化に向けた取組みを加速するとともに、インバータを搭載した商品の販売に注力しました。

ダクトレスは、居住空間の改善ニーズを捉え、住宅向けの販売が好調に推移したことに加え、業務用でも、プロジェクトの再開に伴い、販売が伸長しました。

Goodman 社全体の売上高は、現地通貨ベースで前年比 132%となりました。

アプライドは市場の回復を捉え、チラーやアフターサービス事業で拡販いたしました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

■ 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%

11

11 ページをご覧ください。

中国空調事業は、堅調な個人消費を背景に、オフラインとオンラインを組み合わせた販売活動を推進し、空気・換気商品や環境規制に対応した商品を拡販したことで、売上高は前年を大きく上回りました。

住宅用市場では、オンラインイベントによる新規顧客の探索、ライブ放送を活用した販売活動の推進に加え、床暖房などを組み合わせたシステム提案を強化したことで、住宅用マルチの販売が前年比117%と大きく伸長しました。

業務用市場では、店舗・オフィス向けに換気・洗浄を訴求した販売活動に注力し、機器の更新、追加購入の需要を取り込みました。

また、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し、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みました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

アプライド市場では、インフラ関連、データセンター向けなど、成長分野に資源をシフトしています。

■ 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

12

12 ページをご覧ください。欧州・中近東・アフリカ空調事業です。

欧州では、コロナの感染再拡大により経済活動が制限される中、住宅用空調やヒートポンプ暖房の販売を伸ばしました。また、中近東でも、各国で販売力強化に努め、地域全体の売上高は前年を大きく上回りました。

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ましたが、イタリア・中欧などで好調な需要を捉え、販売を伸ばしました。

業務用は、空気質の改善提案で顧客ニーズを捉え、拡販しました。

暖房事業は、ヒートポンプ暖房機器の品ぞろえを活かし、各国で販売を大きく伸ばしました。

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し、食品小売業向けに拡販いたしました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



■ 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

13

13 ページをご覧ください。アジア・オセアニア空調事業です。

コロナの感染拡大に伴う需要減少の影響を大きく受ける中、販売網の拡充や、オンラインツールを活用した販売活動に注力し、地域全体の売上高は前年を上回りました。

住宅用は、需要が比較的堅調な、インド・インドネシア・オーストラリアで販売を伸ばしたことに加え、マレーシアでも、第3四半期以降に行動制限の緩和が進み、販売が伸長しました。

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継続する中、需要が比較的堅調な公共施設向けに販売を伸ばしました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

■ 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
 - ーフッ素樹脂は、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。
 - ーフッ素ゴムは、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%

14

14 ページをご覧ください。

化学事業は、需要が好調な半導体・自動車市場を中心に販売を強化し、ガス、樹脂・ゴム、化成品ほか、全ての商品群で販売を拡大しました。

ガスは、欧州で医療分野向けに用途を拡大しました。

樹脂は、半導体市場や LAN ケーブル向けの需要回復を捉えて拡販。ゴムも自動車市場向けに販売を伸ばし、いずれも各地域で前年を上回りました。

化成品は、タブレットやスマートフォン向け需要の一服により、表面防汚コーティング剤は販売減となりましたが、エッチングガスや、テキスタイル・紙用途の撥水撥油剤の販売を伸ばしました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

■ 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

15

15 ページをご覧ください。

フィルタ事業は、安定した供給体制の構築、トータルコストダウン、営業体制の強化など、事業体制の改善を図るとともに、換気ニーズの高まりを受け、各地域で高性能フィルタや陰圧機など、感染症対策商材の販売を伸ばしました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



16

■ 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

16

16 ページをご覧ください。

設備投資の実績は 1,074 億円、減価償却費は 852 億円、研究開発費は 590 億円となりました。

年間計画は、いずれも変更しておりません。

私からの説明は以上です。ありがとうございました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



17

質疑応答

司会 [M]：それでは、質疑応答に入ります。

ご質問のある方は、司会者よりお名前をお呼びしましたら、会社名、お名前の後にご質問をお願いいたします。時間に限りもございますので、1度のご質問については2問まで、またご質問は簡潔にお願いできますと幸いです。ご協力のほど、よろしく願いいたします。

それでは、ゴールドマン・サックス証券の諫山様、ご質問をお願いいたします。

諫山 [Q]：いつも大変お世話になっております。ゴールドマン、諫山でございます。よろしく願いいたします。

一つ目、上方修正もされているので、思ったよりも良い決算内容だと思っているのですが、個人的には、下期ご計画されていた原材料高（物流費含む）マイナス650億円に対して、第3四半期でマイナス400億円なので、想定よりもコストがだいぶ上がっているんじゃないのかなと思っております。

これは宮住さんからご覧になられて、銅とかは多分あまり動いていないので、やっぱり原材料価格の中でも鉄とか、あとはロジスティクスが高いのですかね。原材料高マイナスの上振れに含まれている要因と、これのカバー策は打たれていらっしゃいますか。売価は多分ご計画線ぐらいの推移になっているので、これの打ち返しが、より来期に固まって出るのが気になっております。

原材料と売価についての、第3四半期の仕上がりと今後の見通しというかたちで、コメントをいただければ幸いです。よろしく申し上げます。

宮住 [A]：原材料、物流費の高騰は第3四半期までずっと続いてきたことで、これが大きく利益減に響いていることとなります。第4四半期以降につきましても、同様の状況は続くと想定しております。

あとは、原材料費と物流費の高騰が続くので、供給制約が続くと想定しております。併せて、特に半導体につきましては、なかなか需給ひっ迫がすぐには解消しないこともありますので、そういったところで全て高値になってきているのかと思います。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



もう一つは、世界的なインフレ基調ということもあります。エネルギー価格が上昇していることもあり、そういった意味でのコストプッシュインフレが起こっていますので、やはり原材料価格は高止まりするのだろうと今、捉えています。

通期の利益増減の分析は、今回出していないんですけれども、第4四半期も少しまだ膨らむのだろうという想定をしています。

諫山 [Q]：宮住さん、ありがとうございます。簡単に補足だけお願いします。

例えば、アメリカが分かりやすい例ですけれども、100 値段が上がっていたとしたら、その 100 を全部相殺する値上げはやれているのですか。それとも、まだ取り負けているかたちになるのですか。

宮住 [A]：アメリカについては Goodman がかなり値上げをやっていますので、ある程度、売価アップで吸収はできていると考えています。原材料費の高騰のカバーを、売価アップで今のところはカバーしている数字になっています。

諫山 [Q]：ありがとうございました。二つ目なんですけれども、Goodman の動向を少しお伺いできればなと思っています。

第3四半期で、他社対比で見たときに、Lennox は結構強かったけれども、Trane とかその他のメーカーのレジデンシャルに対しては、御社は勝っているような感じに見えるのですが。

20 年度の前半にダメージを受けて後半から戻ってきているので、前年比ハードルが上がってきているのは承知していますが、現在アメリカマーケットで Goodman は他社対比で勝っていると見るべきなのか、需要見合いと見るべきなのかを教えてください。

宮住 [A]：Goodman につきましては、生産力を強化し、住宅市場の好調な需要をどうとっていくかということで、ずっとやってきたわけであります。

Goodman の生産能力につきましては、まだ完全には回復しておりませんが、来年度 22 年度の第1四半期には、ほぼフル稼働に近いところまでの生産能力に持っていきたいと考えております。

諫山 [Q]：第1四半期-第3四半期累計の、Goodman としての売上高の伸び率を言及いただいてもよろしいですか。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



宮住 [A]：実績で申し上げますと、売上高の前年比で円ベース 138%、現地通貨ベースで 132%となります。

諫山 [M]：それだと、やっぱり他社には勝っているんですね。失礼しました。

大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

司会 [M]：ありがとうございました。次のモルガン・スタンレー証券の井原様、お願いいたします。

井原 [Q]：モルガンの井原でございます。ありがとうございます。

一つ目は、第 3 四半期、ご実績と社内計画との対比では、どんなふうに移されていましてか。今回通期の営業利益を 100 億円上方修正されていらっしゃいますけれども、第 3 四半期の上振れ分が 100 億円乗ってきているのか。

第 3 四半期は想定どおりなんだけれども、見直しを変えて 100 億円上げられたのか、その辺のイメージがあれば、ありがたいです。

あと、第 3 四半期の増減率を見させていただきますと、第 2 四半期と比べると拡販効果の営業利益のインパクトがかなり出ているように見えるんです。これは製品構成とか地域構成とか、何か宮住さんから見られて、第 2 四半期と第 3 四半期で比べて例えば業務用が上がってきているとか、感じられることがあれば教えていただけますでしょうか。

宮住 [A]：第 3 四半期の、社内計画との対比の感触ですけれども、基本的には総じて強い数字が出ています。第 4 四半期にこれがどうなるかですけれども、やはり外部環境は厳しくなっているということですので、ここは少し厳しく見えています。

原材料費、物流費、これがまた増えてくるということですので、その部分は今おっしゃっていただいた拡販をもう少しやることで、吸収していきたいと考えています。あと当然売価アップ、そこも含めて吸収していきたいと考えています。

売上のミックスがどうなっているかですけれども、付加価値の高いシステム商材を出すことで利益を創出していくこと、これが一つあるのだろうと考えています。やはり付加価値の高いものを出すために、いかにシステム化するか。あとは様々な営業施策含めて、差別化商品を出していく。そこに尽きるのだろうと考えています。

井原 [Q]：第 3 四半期、イメージ的に、ご計画と比べて何か数字でご示唆いただけるものって、ございますか。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



宮住 [A]：特にございません。

井原 [Q]：分かりました。2点目は、本日の決算とはダイレクトにはかかわらないですけれども、東芝キャリアさんが、Carrierのほうに株式を売却するかたちになったんですけれども。

これは今後を考えたときに、Carrierがダクトレスの東芝の技術をフルで活用できるようになるということかと思えます。今まで東芝キャリアさんはその辺りの技術的なものが、Carrier側にそんなに渡っていなかったという認識を持っているんですけれども。

今後すぐどうこうということはないと思うんですけれども、ダクトレスの北米での競争関係という意味で、宮住さんから見られて、今後の影響について何かお考えはありますか。今日出た話をお聞きするのちょっと恐縮ですけれども、何か見方等があれば教えていただけませんかでしょうか。

宮住 [A]：まだ詳細はそれほど分かっておりませんので、今、申し上げられることはありません。今後注視してまいります。

井原 [M]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。では次に、三菱UFJモルガン・スタンレーの佐々木様、お願いいたします。

佐々木 [Q]：私から、二つ教えていただければと思います。

一つ目が中国の空調事業に関してです。もしこれも数字があればなんですけれども、10月-12月だけでも現通ベースの増収率の数字があったら教えてください。

その上で伺いたいのは、中国では、不動産とか住宅マーケットがこけている割には、御社の空調の販売は非常に好調だと思います。端的に言えば、住宅用マルチエアコンなどの製品競争力の高さや、プロショップの販売力の強さだと思うんですけれども、改めて中国のマクロがそんなに厳しいなかで、ダイキンの中国の空調の販売が全然大丈夫だという背景をご解説いただけないでしょうか。よろしくをお願いします。

宮住 [A]：中国の10月-12月の前年比は現地通貨ベースで110%。増収であります。

中国市場につきましては、やはり不動産市況が軟化していることがあります。そういった中では当然、全体のパイはシュリンクしていくことになりますので、当社としては、パイが縮まるのであればシェアを取っていく、そこに尽きるということでもあります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



中国の見方で少し申し上げますと、足元の中国は政策不況的なところがあるのだろうと思っています。一つは不動産に対する規制、もう一つは環境規制。環境規制は電力不足に跳ね返ってきているということで、供給制約的な面で少し下押し要因になっていると見ています。

当社に一番関係する不動産市場につきましては、去年不動産規制を強化して、少し今緩めているような状況にあるかと見ております。やはり中国も、今年は景気がかなりスローダウンし、GDP 成長率が 4%、5%台に入ってくるという数字も出ておりますので、景気を腰折れさせるわけにはいかないことから、不動産規制については少し緩和が始まっていると、聞いています。

ただ一方で、中国はこの先、どうしても中長期的には少し成長が鈍化するのだろうということがありますので、その中でどうやってダイキンとして市場を深掘りしていくか。ここは、住宅用マルチエアコンを軸として、他社のシェアを取っていくという取り組みになろうかと思えます。

佐々木 [Q]：よく分かりました。ありがとうございます。

2 点目が、コスト増に対する戦略的売価施策の考え方です。第 3 四半期の数字で見ると、空調事業で 800 億円弱コストが上がっていることに対して、売価効果はその半分の 400 億円弱という数字だと思います。

想定以上にこの調達価格が上がってはいると思うんですけども、今後、新製品を出してから値上げが進むというリードタイムもあると思いますので、今後カバー率を上げるかたちで調達コスト上昇をさらに価格転嫁していくことは可能なのか。つまりリードタイムがあるので、このインフレ環境下で、これからさらに価格転嫁して大丈夫なのか。その価格転嫁でのカバーは今後、どれくらい可能なのかをご示唆していただけないでしょうか。よろしく申し上げます。

宮住 [A]：、売価アップがどれだけ浸透していくかは、やはりずっと続けてもなかなか浸透しにくい側面はあるかと思えます。

ただ一方で、世界的に見てかなりのインフレ基調になってきていることがありますので、例えばアメリカでは Goodman が値上げをかなりやっても浸透していることもありますので、国によって少し状況は異なるかと思えます。

当社の場合、基本的にそれぞれの国において、大体シェアがトップでありますので、基本的にはトップメーカーとしての、プライスリーダーシップを発揮していくことに尽きるのだろうなと思えます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

世界的なインフレということで当然、賃金も上がってきます。そういった中でお客様の購買力も上がるだろうという前提の下で、ある程度強めの価格施策をとっていくことも選択肢なのだろうと考えています。

日本につきましても、日本は川上インフレ、川下デフレといわれてきたわけですが、確かに日本の12月の企業物価はかなり上がりました。2桁で上がっていると記憶していますので、それが川下の消費者物価指数（CPI）にも跳ね返ってくるだろうと、今年の4月ぐらいには2%台に乗るだろうといわれています。今、足元で0.3%ぐらいですが、これは去年の携帯電話の値下げ、それがマイナス1.5%下押ししているのです、実質今年の7月から2%台のCPIになるのだろうといわれています。

そういったこともあって、国内でも少し値上げが浸透しやすい環境が出てくるだろうと考えています。したがって、国内ではダイキンはシェアトップとして、プライスリーダーとして積極的に値付けをしていきたいと考えています。

佐々木 [Q]：これは例えば来期とかも含めて、値上げがじわじわ進んできますので、ここから来期の上期にかけて、さらに値上げ効果が浸透していくので、カバー率が上がっていくと考えてもよいのでしょうか。

宮住 [A]：カバー率を上げたいのが正直なところです。実際、浸透するかどうかはお客様の反応もございますし、あとは需要環境として、オミクロンがどうしてもくすぶっているのがあります。その部分は正直、読めないところがあります。

佐々木 [Q]：考え方としては基本上げたくて、とはいえマーケット要因もあるので、お客様の反応を見ながらやると。Goodmanみたいに、進むところだと進めていく。こういう考え方で見ればよろしいですね。

宮住 [A]：はい、そうですね。基本的にはそういう考え方でございます。

佐々木 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：ありがとうございました。では次に、JP モルガン証券の佐野様、お願いいたします。

佐野 [Q]：よろしくお願いします。2点、お願いします。

まず1点目が、住宅用と業務用で区切った場合に、この3カ月、それからこれからの3カ月において、オミクロンの影響がありながら、それぞれどういった改善、もしくは悪化しているかについて

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



て、国ごと、地域ごとに違うと思いますので、宮住さんの見られている中で変化等々があれば教えてください。お願いします。

宮住 [A]：住宅用については、まず日本国内は昨年の巣ごもり需要、あと特別定額給付金もあって、その反動で少し一巡感がございます。ただ国によって、例えばヨーロッパなんかですと、住宅用が非常に強いことがいえるかと思います。特にヒートポンプ暖房です。

業務用でいきますと、これは設備投資との関係もございます。ただヨーロッパなんかで聞いておきますと、ようやく設備投資にも底打ちの兆しが出てきたということで、業務用も少し上向きの兆しがあるとは聞いております。

ただ、いかんせんオミクロンがなかなか収束しないことがあります。あとは、22年は世界景気が全般的に減速するといわれています。日米欧全て減速、中国についてもGDP成長率が4%~5%台と、去年8.1%でしたから急減速ですので、マクロ経済環境的には、かなり厳しいのだろうなと思っています。

したがって、住宅用はまだ需要好調な部分が多うございますので、その部分はしっかり取っていく。併せて業務用については、これはオミクロンとの兼ね合いでありますけれども、そろそろペントアップデマンドが出てくるのだろうと考えています。そこに対してどうかまえるか、具体的にはある程度在庫を厚めにかまえておくといったことで、ペントアップデマンドが出てきたときにはそこで機会ロスを生まないのが、基本的な経営のかまえであります。

佐野 [Q]：ありがとうございます。2点目が、先ほどのご説明の中で、来期には戦略経営計画FUSION25の23年度営業利益目標3,250億円を前倒しして、さらに上を目指したいということでした。

コストのかかり具合だとか、オミクロンの不透明性とか、今ご指摘いただいたとおり、マクロ環境がなかなか逆風の部分もあろうかという中で、さらに高めていくと考えられている背景として象徴的なものがあれば、来期に向けた地域だとか製品について、教えていただければと思います。お願いします。

宮住 [A]：正直、そこはなかなか難しいんですけれども、今申し上げましたとおり、ペントアップデマンドをまずは取りこぼさないようにいくこと。

あとは、当社の場合は地産地消という事業モデルが、比較優位があるのだろうということで、調達で玉切れを起こさないことで、着実に需要を取り込んでいく。そういったことに尽きるかと思いません。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



重点7テーマ等ありますので、当然それは地道にやっていくわけなんですけれども、一番のコアはサプライチェーンのところできっちりつなぐ、それを世界全体5極できっちりと回していく。それを徹底的に地道にやる、そのことに尽きるかと思っています。

佐野 [M]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。では次に、野村證券の前川様、お願いいたします。

前川 [Q]：野村證券の前川でございます。ご説明どうもありがとうございます。私からも2点お願いいたします。

1点目は、今いただいたサプライチェーンに関しまして、半導体の調達については今期の生産分は確保済みというお話でしたが、来期に向けてどの程度確保できているのか。半導体以外の部材も不足傾向だと伺いますが、この辺りのサプライチェーンでの、来期に向けての準備状況など、ご示唆いただける範囲でいただけるとありがたいです。よろしく申し上げます。

宮住 [A]：計画で掲げております営業利益3,100億円の達成に向けては、半導体の確保は問題なくできていると聞いております。

ただ当然、半導体需給のひっ迫が今年の年央ぐらいまでは続く想定しておりますので、そこはサプライヤーさんと綿密に詰めて供給していただく。きめの細かいサプライチェーンマネジメントが要るのだろうと考えています。

前川 [Q]：半導体以外でひっ迫感がある部材、ないしは物流のタイト感も増している部分はあるかもしれませんが、地産地消ということなので、あまり影響がないのか。環境面でどういう変化があるのか、それに対して追加の施策はどう打たれていて、うまくいっているのか。この辺りも少しいただけますでしょうか。

宮住 [A]：例えば、アメリカの物流につきましては、当然、陸送も含めてなんですけれども、そもそもトラックの運転手さんがあまりいないこともあって、少し厳しいと見ております。

ひっ迫感のある品目は、今のところないとは聞いております。ただ、やはりアメリカの場合、物流と、あとはワーカーの確保で賃金も上がるということで、コストアップ要因として効いてくるんですけれども、当然それは吸収していかないと、そもそも生産ができないことになります。

前川 [Q]：分かりました。ありがとうございます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



2点目は、今期のご計画の考え方についてです。全社で100億円、空調事業で75億円利益を引き上げられていらっしゃいます。売上で見ますと1,000億円ぐらいですか。まずこの売上の上方修正の中で地域別でみた場合、どこの地域が一番強含みで今回見られたのかと。

あと売上の増加分に対して、利益の引上げ幅が少し小さいようにも感じますので、コスト上昇要因とか、リスクサイドで織り込まれている面があるのかなとは思いますが、この辺りの考え方も、併せて教えていただければと思います。お願いします。

宮住 [A]：地域別で申し上げますと、アメリカ、ヨーロッパは強いです。あと中国も強めに出てくると見ています。一方で、日本と東南アジアにつきましては少し弱含むと、ざっくり申し上げますと、そういった見方をしております。

前川 [Q]：売上の引上げに対する、利益の引上げの考え方はいかがでしょうか。コストアップ要因もより強めに入れて、売価施策でカバーとまでは入れられていない。先ほど第3四半期までの上振れ分かというご質問もありましたけれども、あまり第4四半期で数値を触っていない印象もあったのですが、こここのところの考え方はいかがでしょうか。

宮住 [A]：やはり第4四半期になると、すぐには値上げが浸透しないだろうということもあります。足元、資源価格が高止まりしていることもありますので、マイナス要因を第4四半期だけで吸収というのは、少し厳しいのだろうとは思っています。

あとは、人件費と先行投資もありますので、その部分がやはりコストアップになるということでもあります。固定費についても増産投資している関係から、ワーカーさんの人数をかなり増やしていることもありますので。ある意味先行投資なんですけれども、その部分のコストが効いてくると見えています。

前川 [Q]：そういう意味では、この第4四半期でかかってくる先行投資分は、来期にかけては、例えば値上げなんかも徐々に浸透してくると。今はどちらかということ、コスト上昇のほうが先行している状況なのかなと思うのですが、来期に向けてキャッチアップしていくという考え方になりますでしょうか。

宮住 [A]：そうですね。来期に向けての仕込みということで、あえて先行投資を積極的にしている側面はあるかと思えます。

前川 [M]：分かりました。どうもありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。では次に、シティグループ証券のマクドナルド様、お願いいたします。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



マクドナルド [Q]：フリーキャッシュフローが9カ月累計で750億円ぐらい。過去数年前に比べると結構、低く見えます。

もちろん在庫が膨らんだこととか、いろいろ分かるんですけども。6月のFUSION25の説明会で社長が、今年度のフリーキャッシュフローの見込みが550億円とおっしゃった記憶もあるんですけども、今、御社の9カ月間のフリーキャッシュフローはどうぞ覧になりますか。

自己評価でいろんな厳しいところもあるということですけども、十分満足かどうか。これを確認したい。

それと同時に、投資活動によるキャッシュフローの中で、子会社の支出金とかいろいろ動いていますが、先日の新聞等でアメリカの販社が、回収のことでいろいろハイライトされていますけれども、もうちょっと、どういうところでお金を使われているかを教えていただけますか。お願いします。

的場 [A]：制度上のキャッシュフローにつきましては、今ご指摘をいただきましたように、767億円でございますけれども、FUSION25の発表をいたしましたときに、社長の十河が回答しておりますのは、社内の管理上のフリーキャッシュフローの数字でございまして。そのところは、少し齟齬が出てきているということです。

767億円の水準値でどう見るかということですけども、要因といたしましては今ご指摘いただきましたように、在庫を増やしていることと、買収に資金を投じていることです。この第3四半期の3カ月も、アメリカの買収に約280億円を投じておりまして、Goodman社のディストリビューターの買収でありますとか、アプライドの計装エンジニアリングの会社の買収。またヨーロッパのサービス体制の強化の買収を行っております。以上です。

マクドナルド [Q]：この280億円のうち、アメリカは何割ぐらいですか。

的場 [A]：大半がアメリカです。アメリカが260億円、ヨーロッパが20億円と見ていただければと思います。

マクドナルド [M]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。では次に、UBS証券の水野様、お願いいたします。

水野 [Q]：UBSの水野です。お願いします。簡単に二つです。

一つは、今挙げた買収のお話なんですけれども、その売上の効果はどんなものなのかを、イメージで教えてください。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

Goodman の今の売上の伸び率って、ほかの地域の中で一番高くなっている気がするの。この第3四半期で32%伸びていますが、その32%のうちどのぐらい貢献しているのかなと考えたいので、教えてください。お願いします。

的場 [A] : 先ほどの Goodman 社が買収しました 2 社の連結効果ですが、第3四半期の売上高で約 25 億円になっております。

水野 [Q] : 分かりました。ありがとうございます。

あと、コメントしづらいかもしれないんですけども、新たに連結された先の特徴というんですか。地域ですとか、あとはハンドリングしていたブランドですとか、何かヒントをいただけると幸いです。

的場 [A] : 基本的にはアメリカの住宅用ユニタリーでありますとか、あとは一部日本のダクトレス空調を扱っているルートになります。

基本的には、もともと Goodman のシェアの低いディストリビューターということもありますので、競争上はプラスになると理解しております。

水野 [Q] : 分かりました。ありがとうございます。

二つ目なんですけれども、コストのインパクトについて、原材料で 590 億円、物流で 170 億円といただいておりますが、そのうち空調事業でどのぐらいだったのか。第3四半期だけ見ると少しコストインパクトが上がってきているんですけども、絶対額としては御社の規模感からすれば、めちゃくちゃ大きくないような気もするので。社内の取り組みとして、新たにこんな工夫をしておりますということを、紹介いただけるものがあればお願いいたします。以上です。

的場 [A] : 原材料の利益への影響でございますけれども、冒頭、宮住から申し上げました、原材料 590 億円、物流費 170 億円は、空調事業の影響額でございます。

このほか化学事業でも 100 億円ございまして、全社トータルでは 870 億円のマイナスということでございます。

この原材料費の高騰への対策につきましては、かねて申し上げておりますけれども、銅の使用量を減らしていく意味合いの、材料の置換えの技術開発を進めております。

先般申し上げましたように、今年度と来年度を、技術的な課題を克服する期間と位置づけております。今年度からアルミへの置換えを進めておりまして、効果は一部出てきておりますが、本格的に効果が出てくるのは、もう少し先になります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



水野 [M]：ありがとうございます。またお伺いします。

司会 [M]：ありがとうございました。では次に、大和証券の田井さん、お願いいたします。

田井 [Q]：今の延長なんですけれども、エアコンの原材料費と物流費の高騰影響について、年間だとどれぐらいになりそうとかは、おありでしょうか。

的場 [A]：おおよそなんですけれども、原材料費と物流費を合わせて約 1,100 億円から 1,150 億円ぐらいのマイナス影響になると見ております。

田井 [Q]：これが中間のときの資料だと、987 億円になっているところに相当する、新しい見通しという理解でいいですね。

的場 [A]：はい、そうです。150 億円悪化するという事です。

田井 [Q]：それを数量増とか、あとは値上げとかによって、カバーしていきますということですね。

的場 [A]：はい、そのとおりです。販売数量の拡大と売価施策。値上げにつきましては、下期に入りましても地域別、商品別に新商品を投入して、随時行っている状況です。

田井 [Q]：分かりました。来年度の銅のヘッジの状況は、何かこの 3 カ月で、大きな変化はございましたか。

的場 [A]：今年度押さえているところから、新しく追加したものはないです。

田井 [Q]：来年度使われる分については、まだほとんど未ヘッジという理解で正しいですか。

的場 [A]：大半とはいえないんですけれども、未ヘッジの部分が多く残っているということです。

田井 [Q]：分かりました。そうすると来年度も、材料費と物流費については、いくばくかのマイナスの負担は残る可能性を考えておいていいのですよね。

的場 [A]：はい。そのように見ております。

田井 [M]：分かりました。ありがとうございました。

的場 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：ありがとうございました。ご質問のある方、追加でもしおられましたら、受け付けさせていただきます。もうお一方程度になるかと思いますが、いかがでしょうか。

では、水戸証券の渡辺様、ご質問をお願いいたします。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



渡辺 [Q]：水戸証券の渡辺です。質問、1点です。

欧州空調事業が好調という話で、確かに、暖房がかなり大きく伸びていますが、その継続性について。また、業務用について、販売強化で顧客層が広がっている中で、オミクロン株の感染拡大が収束すると、外食産業向けに一段と販売が伸びるのか。欧州空調事業の来期の見通しについて確認させてください。

宮住 [A]：欧州につきましては、暖房、給湯市場でヒートポンプ需要がかなり高まってきていることで、かなり、リニアに伸びていくと見ています。

業務用につきましても、当然、オミクロンの動向次第というところはあるんですけども、ある程度行動制限が緩和されてきている中で、サービス産業のほうに少し人が戻っていることもありますので。外食産業やレストラン向けの需要も伸びてくるだろうと見ています。

ただ、アプライドとかそういったところについては、ヨーロッパも少し景気がスローダウンしてきていますので、大型のものについてはまだ少し、厳しい状況が続くのかなと見ております。

渡辺 [Q]：住宅用は天候次第のような感じなのですか。それとも御社の環境製品が効いているので、住宅用も堅調かなという感じですか。

宮住 [A]：住宅用につきましても、欧州委員会から補助金が出ている流れがありますので、それを追い風にして、強めに伸ばしていきたいと考えています。

渡辺 [M]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：ありがとうございました。それでは以上で、質疑応答を終了させていただきます。

本日の説明会は以上で終了させていただきます。最後までご参加いただきまして、ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com