



2023年3月期 決算説明資料

2023年5月9日

I. 2023年3月期決算概要 P. 3

II. 2024年3月期業績計画 P. 8

III. 事業/地域別概況 P. 13

IV. 株主還元 P. 21

《補足データ》

I. 2023年3月期決算概要 全社実績

計画を上回り、過去最高業績を更新。

原材料市況・物流費の高騰、エネルギーコストの上昇など厳しい事業環境のなか、2022年度の重点テーマを徹底して実行。中国での新型コロナウイルス感染拡大など、経営環境の変化に迅速に手を打ち、マイナス影響をカバーしたことで大幅な増収増益を達成。

- ✓ 空調事業は増収増益。米州・アジアで販売を拡大したほか、中国でも、コロナの感染収束後の販売活動に注力。欧州では、需要が好調なヒートポンプ式温水暖房機器の販売を伸ばした。
- ✓ 化学事業は、半導体・自動車市場の好調な需要を捉え、増収増益。

| (億円) | 2021年度 | 2022年度 | | 前年度比 |
|---------------------|---------|--------|--------|------|
| | 実績 | 計画 | 実績 | |
| 売上高 | 31,091 | 39,100 | 39,816 | 128% |
| 営業利益 | 3,164 | 3,720 | 3,770 | 119% |
| (利益率) | (10.2%) | (9.5%) | (9.5%) | |
| 経常利益 | 3,275 | 3,580 | 3,662 | 112% |
| (利益率) | (10.5%) | (9.2%) | (9.2%) | |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 2,177 | 2,350 | 2,578 | 118% |
| (利益率) | (7.0%) | (6.0%) | (6.5%) | |

為替影響 (対前年度)

売上高 +3,440億円
営業利益 +340億円

為替影響除く前年度比

売上高 117%
営業利益 108%

USドル/円

¥112

¥135

ユーロ/円

¥131

¥141

中国元/円

¥17.5

¥19.8

事業セグメント別実績

| (億円) | | 2021年度 | 2022年度 | | |
|------|-------|---------|---------|---------|------|
| | | 実績 | 計画 | 実績 | 前年度比 |
| 全社 | 売上高 | 31,091 | 39,100 | 39,816 | 128% |
| | 営業利益 | 3,164 | 3,720 | 3,770 | 119% |
| | (利益率) | (10.2%) | (9.5%) | (9.5%) | |
| 空調 | 売上高 | 28,285 | 35,670 | 36,298 | 128% |
| | 営業利益 | 2,824 | 3,225 | 3,245 | 115% |
| | (利益率) | (10.0%) | (9.0%) | (8.9%) | |
| 化学 | 売上高 | 2,124 | 2,600 | 2,634 | 124% |
| | 営業利益 | 273 | 430 | 454 | 166% |
| | (利益率) | (12.9%) | (16.5%) | (17.2%) | |
| その他 | 売上高 | 682 | 830 | 884 | 130% |
| | 営業利益 | 66 | 65 | 72 | 108% |
| | (利益率) | (9.8%) | (7.8%) | (8.1%) | |

連結損益計算書

| (億円) | 2021年度 | 2022年度 | 利益影響額 |
|---------------------|-------------------|-------------------|-----------|
| | 125 | 128 | |
| 売上高 | 31,091 | 39,816 | +8,725 |
| 売上原価 | 20,518 (66.0%) | 26,501 (66.6%) | ▲5,983 |
| 粗利益 | 10,573 (34.0%) | 13,315 (33.4%) | +2,741 |
| 販売費及び一般管理費 | 7,410 (23.8%) | 9,544 (24.0%) | ※1 ▲2,135 |
| 営業利益 | 3,164 (10.2%) | 3,770 (9.5%) | +607 |
| 営業外損益 | 111 | ▲108 | ※2 ▲219 |
| 経常利益 | 3,275 (10.5%) | 3,662 (9.2%) | +387 |
| 特別損益 | 6 | 71 | ※3 +66 |
| 税金等調整前当期純利益 | 3,281 (10.6%) | 3,734 (9.4%) | +453 |
| 法人税等 | 1,028 | 1,079 | ▲52 |
| 税負担率 | 31.3% | 28.9% | |
| 非支配株主に帰属する 当期純利益 | 76 | 77 | ▲1 |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 2,177 (7.0%) | 2,578 (6.5%) | +400 |

()内は対売上高比率

※1 販管費の主な増減内訳

| | |
|----------|------|
| 製品発送費 | ▲183 |
| 研究開発費 | ▲185 |
| 販促・広告宣伝費 | ▲115 |

※2 営業外損益の主な増減内訳

| | |
|----------------------|-----|
| インフレ会計調整額 | ▲85 |
| 〔トルコのインフレ会計適用に伴う調整額〕 | |

※3 特別損益の主な増減内訳

| | |
|-----------|---------------|
| 投資有価証券売却益 | +103 (57→161) |
| 減損損失 | ▲49 (▲37→▲86) |

減損損失：商業用冷凍・冷蔵ショーケースの製販子会社であるAHTグループにおいて、買収当初に策定した事業計画を下回って推移していることから、無形固定資産の一部を減損

連結貸借対照表

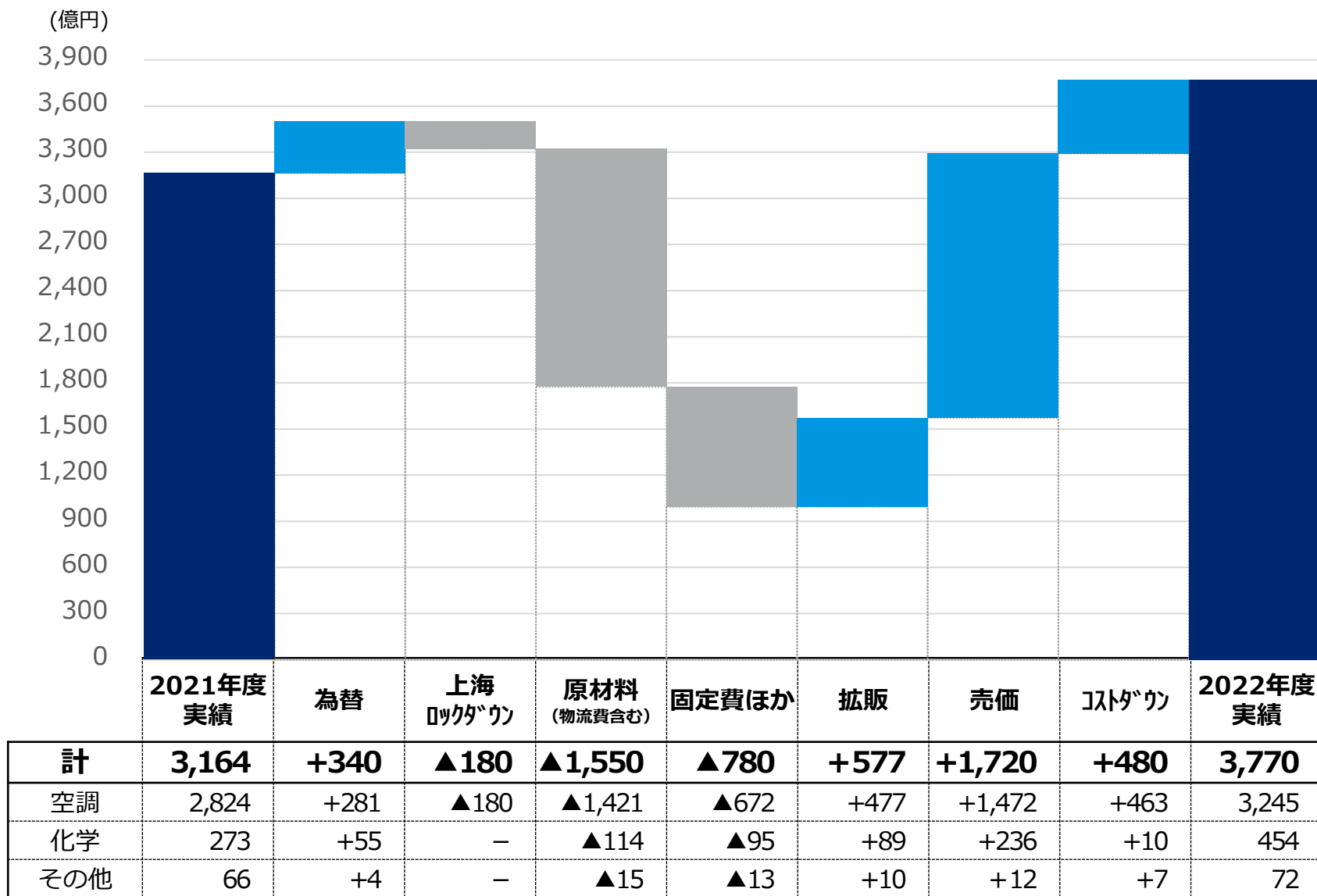
| (億円) | 2022/3月末 | 2023/3月末 | 増減 |
|-------------|---------------|------------------|--------|
| 手元資金 | 8,176 | 6,177 | ▲2,000 |
| 売上債権 | 70日 5,951 | 65日 7,063 | +1,112 |
| 棚卸資産 | 79日 6,715 | 91日 9,934 | +3,219 |
| 固定資産 | 13,204 | 15,594 | +2,390 |
| 投資有価証券 | 2,002 | 1,696 | ▲306 |
| その他 | 2,183 | 2,573 | +390 |
| 資産合計 | 38,230 | 43,037 | +4,806 |

| | 2022/3月末 | 2023/3月末 | 増減 |
|----------------|---------------|----------------|--------|
| 仕入債務 | 3,026 | 3,526 | +500 |
| 有利子負債 | 8,248 | 8,876 | +628 |
| (有利子負債比率) | (21.6%) | (20.6%) | |
| その他 | 6,885 | 7,843 | +959 |
| 負債計 | 18,159 | 20,246 | +2,087 |
| 自己資本計 | 19,687 | 22,350 | +2,663 |
| (自己資本比率) | (51.5%) | (51.9%) | |
| 新株予約権 | 25 | 31 | +6 |
| 非支配株主持分 | 359 | 409 | +51 |
| 純資産計 | 20,071 | 22,791 | +2,719 |
| 負債・純資産計 | 38,230 | 43,037 | +4,806 |

有利子負債の明細

| | 2022/3月末 | 2023/3月末 | 増減 |
|-----------|--------------|--------------|--------|
| 短期借入金 | 974 | 2,935 | +1,962 |
| CP | 0 | 790 | +790 |
| 社債 | 1,500 | 1,600 | +100 |
| 長期借入金 | 4,751 | 2,280 | ▲2,470 |
| リース債務 | 1,024 | 1,270 | +247 |
| 合計 | 8,248 | 8,876 | +628 |

営業利益増減分析-実績の対前年度比



Ⅱ. 2024年3月期業績計画 全社業績計画

為替影響を除く実質ベースで、大幅な増収増益、過去最高業績の更新をめざす。

世界的なインフレ高進による消費低迷、米国の景気後退懸念の強まりなど、経営環境の不透明さが増していることに加え、コストアップ（調達部品の高騰、人件費の上昇など）のマイナス影響を受ける見込み。

当社がこれまで培ってきた強みである強固な販売網、地域ニーズに即した商品開発、強靱なサプライチェーンにさらに磨きをかける。カーボンニュートラルやインドの急速な経済成長など、経営環境の変化をチャンスに事業を拡大するとともに、戦略的売価施策や抜本的なトータルコストダウンなどにより収益力を強化。

FUSION25後半計画の達成に向けて、工場の新設や能力増強など成長投資を加速。

| (億円) | 2022年度実績 | | | 2023年度計画 | | | | | |
|------------------------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|------|-----------------|------|-----------------|------|
| | 上期 | 下期 | 年間 | 上期 | 前年度比 | 下期 | 前年度比 | 年間 | 前年度比 |
| 売上高 | 20,198 | 19,618 | 39,816 | 20,900 | 103% | 20,100 | 102% | 41,000 | 103% |
| 営業利益 (利益率) | 2,217 (11.0%) | 1,554 (7.9%) | 3,770 (9.5%) | 2,270 (10.9%) | 102% | 1,730 (8.6%) | 111% | 4,000 (9.8%) | 106% |
| 経常利益 (利益率) | 2,227 (11.0%) | 1,436 (7.3%) | 3,662 (9.2%) | 2,180 (10.4%) | 98% | 1,620 (8.1%) | 113% | 3,800 (9.3%) | 104% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率) | 1,564 (7.7%) | 1,014 (5.2%) | 2,578 (6.5%) | 1,500 (7.2%) | 96% | 1,140 (5.7%) | 112% | 2,640 (6.4%) | 102% |

| | | | | | | | | |
|--------|-------|-------|-------|--|--|--|--|-------|
| USドル/円 | ¥134 | ¥137 | ¥135 | | | | | ¥126 |
| ユーロ/円 | ¥139 | ¥143 | ¥141 | | | | | ¥133 |
| 中国元/円 | ¥19.9 | ¥19.6 | ¥19.8 | | | | | ¥19.0 |

為替影響 (対前年度)

売上高 ▲2,100億円
営業利益 ▲300億円

為替影響除く前年度比

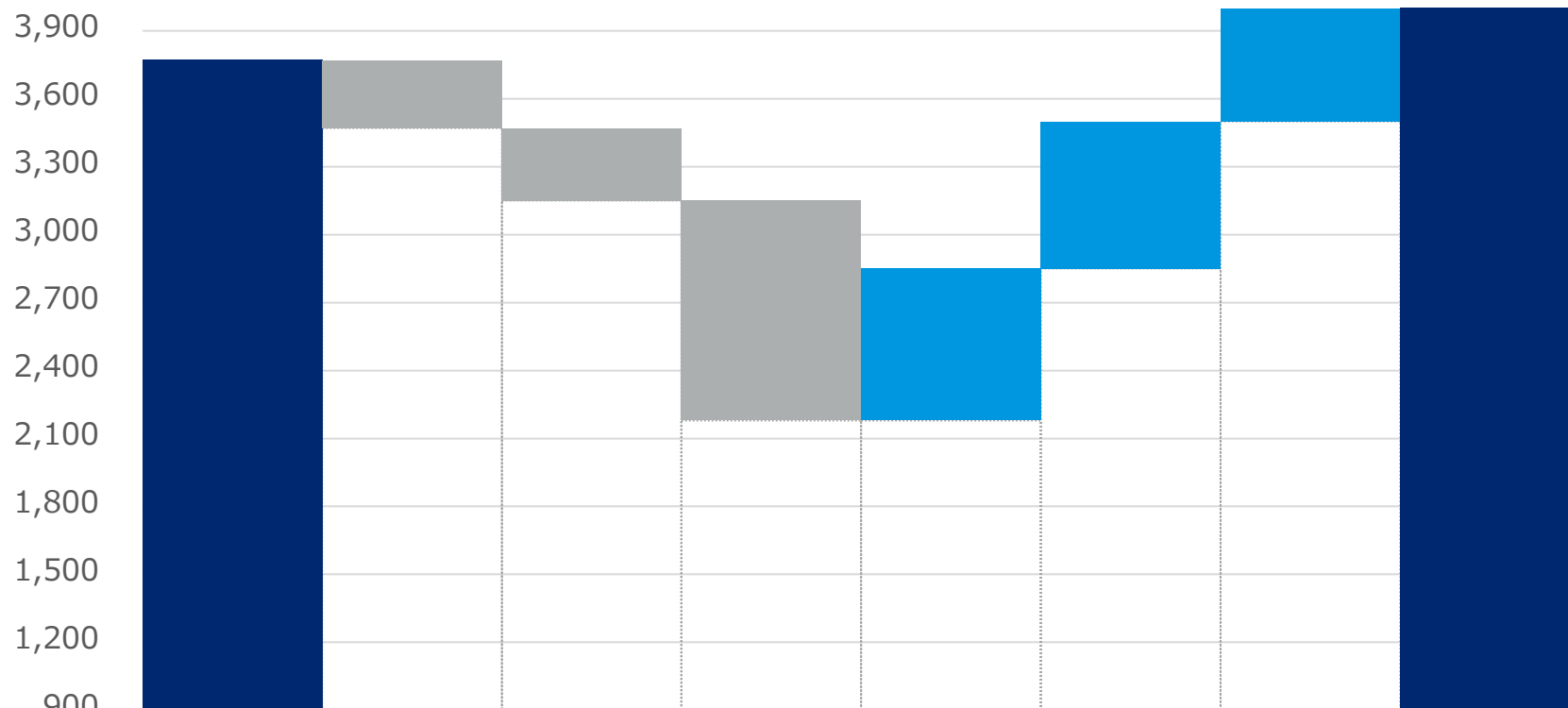
売上高 108%
営業利益 114%

事業セグメント別業績計画

| (億円) | | 2022年度 | 2023年度 | |
|------|---------------|-----------------|-----------------|------|
| | | 実績 | 計画 | 前年度比 |
| 全社 | 売上高 | 39,816 | 41,000 | 103% |
| | 営業利益 (利益率) | 3,770 (9.5%) | 4,000 (9.8%) | 106% |
| 空調 | 売上高 | 36,298 | 37,320 | 103% |
| | 営業利益 (利益率) | 3,245 (8.9%) | 3,470 (9.3%) | 107% |
| 化学 | 売上高 | 2,634 | 2,755 | 105% |
| | 営業利益 (利益率) | 454 (17.2%) | 460 (16.7%) | 101% |
| その他 | 売上高 | 884 | 925 | 105% |
| | 営業利益 (利益率) | 72 (8.1%) | 70 (7.6%) | 97% |

営業利益増減分析-年間計画の対前年度比

(億円)



| | 2022年度 実績 | 為替 | 原材料 (物流費含む) | 固定費ほか | 拡販 | 売価 | 研究開発 | 2023年度 計画 |
|----------|--------------|-------------|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| 計 | 3,770 | ▲300 | ▲320 | ▲970 | +670 | +650 | +500 | 4,000 |
| 空調 | 3,245 | ▲267 | ▲327 | ▲856 | +607 | +586 | +482 | 3,470 |
| 化学 | 454 | ▲30 | +20 | ▲100 | +54 | +50 | +12 | 460 |
| その他 | 72 | ▲3 | ▲13 | ▲14 | +8 | +14 | +6 | 70 |

地域別売上高の推移-空調事業

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業含む

※パーセンテージは前年度比

| (億円) | 2018年度 | | 2019年度 | | 2020年度 | | 2021年度 | | 2022年度 | | 2023年度計画 | |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|--------|
| | 割合 | 売上高 | 割合 | 売上高 | 割合 | 売上高 | 割合 | 売上高 | 割合 | 売上高 | 割合 | 売上高 |
| 日本 | 107% | 4,817 | 103% | 4,944 | 100% | 4,960 | 106% | 5,239 | 106% | 5,530 | 107% | 5,900 |
| 欧州 | 110% | 3,322 | 114% | 3,799 | 104% | 3,945 | 131% | 5,187 | 127% | 6,574 | 105% | 6,900 |
| 中国 | 100% | 3,422 | 89% | 3,061 | 107% | 3,277 | 130% | 4,247 | 101% | 4,301 | 98% | 4,200 |
| 米州 | 113% | 6,456 | 109% | 7,040 | 96% | 6,748 | 132% | 8,898 | 150% | 13,346 | 103% | 13,800 |
| アジア | 111% | 2,802 | 105% | 2,949 | 84% | 2,478 | 118% | 2,935 | 141% | 4,147 | 104% | 4,300 |
| オセアニア | 106% | 782 | 94% | 736 | 108% | 795 | 131% | 1,045 | 123% | 1,286 | 93% | 1,200 |
| 中近東 | 93% | 531 | 90% | 478 | 94% | 448 | 135% | 607 | 160% | 970 | 93% | 900 |
| アフリカ | 99% | 90 | 93% | 83 | 105% | 87 | 145% | 126 | 113% | 143 | 84% | 120 |
| 計 | 108% | 22,222 | 104% | 23,091 | 98% | 22,738 | 124% | 28,285 | 128% | 36,298 | 103% | 37,320 |
| 海外売上高比 | | 78% | | 79% | | 78% | | 81% | | 85% | | 84% |
| USドル/円 | | ¥111 | | ¥109 | | ¥106 | | ¥112 | | ¥135 | | ¥126 |
| ユーロ/円 | | ¥128 | | ¥121 | | ¥124 | | ¥131 | | ¥141 | | ¥133 |
| 中国元/円 | | ¥16.5 | | ¥15.6 | | ¥15.7 | | ¥17.5 | | ¥19.8 | | ¥19.0 |

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) | 2018年度 | | 2019年度 | | 2020年度 | | 2021年度 | | 2022年度 | | 2023年度計画 | |
|--------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|-------------|--------------|----------|-------|
| | パーセンテージ | 売上高 | パーセンテージ | 売上高 | パーセンテージ | 売上高 | パーセンテージ | 売上高 | パーセンテージ | 売上高 | パーセンテージ | 売上高 |
| 日本 | 118% | 552 | 91% | 502 | 84% | 423 | 138% | 584 | 120% | 701 | 104% | 730 |
| 米州 | 110% | 469 | 94% | 441 | 81% | 356 | 116% | 412 | 144% | 593 | 110% | 650 |
| 中国 | 94% | 363 | 93% | 337 | 120% | 405 | 126% | 512 | 109% | 558 | 102% | 570 |
| アジア | 119% | 270 | 95% | 256 | 90% | 230 | 118% | 270 | 128% | 346 | 109% | 375 |
| 欧州 | 108% | 337 | 74% | 250 | 88% | 220 | 152% | 335 | 126% | 424 | 102% | 430 |
| その他 | 124% | 17 | 75% | 13 | 66% | 8 | 130% | 11 | 118% | 13 | - | - |
| 計 | 110% | 2,008 | 90% | 1,799 | 91% | 1,642 | 129% | 2,124 | 124% | 2,634 | 105% | 2,755 |
| 海外売上高比 | | 72% | | 72% | | 74% | | 72% | | 73% | | 74% |
| USドル/円 | | ¥111 | | ¥109 | | ¥106 | | ¥112 | | ¥135 | | ¥126 |
| ユーロ/円 | | ¥128 | | ¥121 | | ¥124 | | ¥131 | | ¥141 | | ¥133 |
| 中国元/円 | | ¥16.5 | | ¥15.6 | | ¥15.7 | | ¥17.5 | | ¥19.8 | | ¥19.0 |

Ⅲ. 事業/地域別概況 空調事業-日本

22年度概況

住宅用の業界需要は、上海ロックダウンの影響による供給不足、物価高騰による消費抑制などにより、前年を下回った。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』など差別化商品の販売を強化。電気料金の高騰により高まる省エネニーズを捉え、拡販、シェアアップ。空気清浄機は、コロナ禍での需要が一巡。

業務用の業界需要は、設備投資の持ち直しの動きが見られ、前年を上回った。当社は、省エネ性・施工性に優れたSKY・VRVと、全熱交換器・UVストリーマユニットなどの換気・除菌商材を組み合わせたシステム提案に注力。アプライドは、R32チラーなど環境対応機器の販売を拡大。

23年度計画

エネルギー価格高騰を背景に、全商品群で電気代削減提案を推進する。

住宅用は、高い省エネ性に加え、換気・空気清浄機能やデザイン性を追求した高付加価値商品の販売を推進。堅調な需要が見込まれる寒冷地域でも販売活動を強化し、さらなるシェアアップをめざす。

業務用は、新規販売店の開発を加速し、省エネ・換気の提案営業を強化するとともに、寒冷地向け商品のラインアップ拡充により、シェアアップをめざす。空調機を定額料金で提供するサブスクリプション型事業にも注力。

| 前年度比 (台数ベース) | 2022年度 | | 2023年度 | |
|-----------------|--------|------|--------|------|
| | 業界 | 当社 | 業界 | 当社 |
| 住宅用 | 98% | 103% | 98% | 101% |
| 業務用 | 101% | 97% | 102% | 107% |
| アプライド | 103% | 111% | 110% | 120% |

※アプライドは売上高ベース

22年度概況

インフレや金利の上昇による需要の停滞、部品不足による供給問題などにより、事業環境が大きく変化するなか、当社は、製品の安定供給に努め、販売は好調に推移。売価施策の着実な実行に加え、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、業界需要が減少するなか、供給力の強化と販売網の拡充によりシェアアップ。現地生産を開始した環境プレミアム商品「Fit」の販売も伸長。
- ✓ ダクトレスは、RA/SKYで、供給力の強化に努めシェアアップ。VRVは、買収により強化した販売網を活用し、大きく拡販。
- ✓ アプライドは、エアハンドリングユニット、チラーなど機器の拡販に加え、サービス事業でも販売を伸ばし、売上高は前年度を大きく上回った。

23年度計画

住宅用ユニットは、販売店の開発・育成によりシェアアップをめざす。「Fit」のラインアップ拡充により、暖房の電化ニーズや省エネニーズに対応し、市場のインバータ化を推進。

ダクトレスは、RA/SKYで、R32機の普及を推進。VRVでは、供給力向上と販路拡大によりシェアアップをめざす。

アプライドは、需要拡大が見込まれるデータセンターや工場向けに機器の拡販に努めるとともに、ソリューションビジネスを拡大。

| 前年度比 (台数ベース) | | 2022年度 | | 2023年度 | |
|-----------------|--------|--------|------|--------|----|
| | | 当社 | 需要 | 当社 | 需要 |
| 住宅用ユニット | | 102% | 96% | 104% | |
| ダクトレス | RA/SKY | 92% | 98% | 124% | |
| | VRV | 111% | 104% | 125% | |
| アプライド | | 131% | 116% | 128% | |

※アプライドは売上高（現地通貨）ベース

空調事業-中国

22年度概況

4・5月は上海でのロックダウンにより製品供給が滞り販売が減少したが、ロックダウン解除後にいち早く生産・販売を回復させ、上期の売上高は前年並を確保。下期に入り、感染対策による厳しい行動制限、ゼロコロナ政策急転換による感染者急増などで販売が減少したが、感染が収束する前から積極的に販売活動を再開。為替のプラス効果もあり、通期の売上高は前年度を上回った。高付加価値商品の拡販、コストダウン、固定費削減などにより、営業利益は高水準を維持。

- ✓ 住宅用市場では、顧客訪問が制限されるなか、当社専売店「プロショップ」を中心に、ライブコマース、Web広告、SNSを活用した新規販売ルートの開拓など、オンラインの販売活動を強化。顧客データ活用による更新需要の獲得にも取り組む。顧客の空気環境への関心の高まり、カーボンニュートラル政策による省エネ・燃焼暖房規制を背景に、空調・空気質・全熱交換器・ヒートポンプ床暖房などを組み合わせた当社独自のシステム商品の販売とソリューション提案を強化。
- ✓ 業務用市場では、経済刺激策により需要が堅調なインフラ関連、政府物件、大手企業の投資案件などに注力。カーボンニュートラル政策の推進を受けて、大型ビル向けではエネルギーソリューション・空気可視化、工場向けでは省エネ機器による電力削減を切り口に販売を強化。
- ✓ アプライド市場ではインフラ・半導体関連等成長分野に資源をシフト。保守・メンテナンス事業を強化。

23年度計画

ゼロコロナ政策が解除され、市場は再開に向けて動き出す。当社が強みとしてきた、顧客への直接提案や大型イベントなどのオフライン販売を積極的に展開。オンラインを活用した独自の販売活動もさらに強化して新規顧客の探索に注力し、販売の拡大を図る。

- ✓ 住宅用市場では、新商品を早期に投入し、変化する市場にいち早く対応。空調・換気・暖房・コントロールなどを組み合わせた当社独自の住宅ソリューションビジネスの拡大を図る。
- ✓ 業務用市場では、業界最高レベルの省エネ性能の新商品の投入に加え、最適なエネルギーマネジメントを実現するためのシステム・コントローラ開発に注力。ハード面・ソフト面ともに強化しエネルギーソリューションを展開。

| 前年度比 (現地通貨ベース) | 2022年度 | | 2023年度 | |
|-------------------|--------|------|--------|--|
| | 当社 | 需要 | 当社 | |
| 住宅用 | 91% | 106% | 110% | |
| 業務用 | 89% | 107% | 113% | |
| アプライド | 97% | 103% | 105% | |

空調事業-欧州・中近東・アフリカ

22年度概況

上海ロックダウンによる供給逼迫、物流網の混乱、エネルギーコストの高騰など厳しい事業環境が継続。当社は、生販一体となった供給の継続、ヒートポンプ式温水暖房機器の拡販に注力したことに加え、売価施策の効果もあり、地域全体の売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ 住宅用は、夏季が好天であったイタリア・スペインで拡販したことに加え、ドイツ・フランスなどで暖房ニーズを捉え、販売が伸長。
- ✓ 業務用は、スペックイン活動の徹底により、店舗・オフィスのペントアップ需要を販売に繋げた。
- ✓ 暖房事業は、各国政府のグリーンディール政策を背景にヒートポンプ式温水暖房機器の好調な需要が続くなか、イタリア・フランス・ドイツを中心に各国で大きく拡販。
- ✓ アプライドは、R32チラーなど環境対応商品の販売を拡大。
- ✓ 冷凍・冷蔵事業は、スーパーマーケットの投資抑制により、厳しい事業環境。

23年度計画

住宅用は、エネルギーコストの上昇による省エネ性への関心の高まりを捉え、高付加価値商品を拡販。

業務用は、環境・省エネを切り口に、オフィス・ホテルへの提案営業を強化し、需要回復を捉える。

暖房事業は、生産・販売・サービス体制の強化を加速。引き続き旺盛な需要を捉え、さらなるシェアアップを図る。

アプライドは、ガスボイラーからヒートポンプチラーへの置換ニーズを捉える。

冷凍・冷蔵事業は、商品ラインアップの拡充、販売体制の強化により、店舗へのワンストップソリューション提案を加速。

| 前年度比 (台数ベース) | | 2022年度 | | 2023年度 | |
|-----------------|-----|--------|------|--------|----|
| | | 当社 | 需要 | 当社 | 当社 |
| 住宅用 | | 107% | 101% | 105% | |
| 業務用 | SKY | 106% | 101% | 104% | |
| | VRV | 103% | 103% | 106% | |
| H/P暖房 | | 153% | 134% | 160% | |
| アプライド | | 123% | 105% | 112% | |
| 冷凍・冷蔵 | | 88% | 102% | 115% | |

※住宅用、業務用、H/P暖房、冷凍・冷蔵は欧州のみ
※アプライド、冷凍・冷蔵は売上高(現地通貨)ベース

空調事業-アジア・オセアニア

22年度概況

新型コロナウイルスによる行動制限の緩和に伴い、特に業務用で販売が好調に推移。インドでは、経済成長を背景に販売が大きく伸長。各国での売価施策の効果もあり、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用は、インフレの進行による消費の低迷や天候不順の影響を受け、タイ・ベトナム・インドネシアなどで販売が減少したが、インドで販売店との関係強化に取り組み、拡販。
- ✓ 業務用は、物件の着工遅れや工期延長の状況が改善傾向にあるなか、きめ細かな販売店支援により、堅調な需要を確実に受注につなげ、大きく拡販。
- ✓ アプライドは、機器の拡販に加え、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：111% インド：145% マレーシア：123%
ベトナム：109% インドネシア：106% タイ：115%

23年度計画

住宅用は、インバータ機の普及を促進。タイ・ベトナム・インドネシアを中心に、コスト競争力の高いインバータ機を投入。インドでは、地方都市での販売網拡充を加速するとともに、新工場（2023年8月稼働予定）により供給力を強化。

業務用は、病院・学校など成長が見込まれる市場向けの販売に注力。省エネ性・施工性を高めた新商品の投入、スペックイン活動の強化により、需要の回復を捉える。

| 前年度比 (台数ベース) | | 2022年度 | | 2023年度 | |
|-----------------|-----|--------|------|--------|--|
| | | 当社 | 需要 | 当社 | |
| 住宅用 | | 105% | 116% | 125% | |
| 業務用 | SKY | 120% | 109% | 112% | |
| | VRV | 122% | 116% | 118% | |
| アプライド | | 160% | 109% | 114% | |

※アプライドは売上高（現地通貨）ベース

化学事業

22年度概況

半導体・自動車市場を中心に販売を拡大。売価効果もあり、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、好調な需要を捉え、欧州や日本を中心に拡販。
- ✓ 樹脂・ゴム
 - フッ素樹脂は、半導体・自動車市場やLANケーブル向けなど情報通信市場で販売を拡大。各地域で前年度を上回った。
 - フッ素ゴムは、需要が好調な自動車市場向けに販売を拡大。各地域で前年度を大きく上回った。
- ✓ 化成品ほか
 - エッチングガスは、半導体市場の需要回復を捉え、日本・アジアを中心に拡販。
 - 表面防汚コーティング剤は、米州・アジアで拡販。

23年度計画

半導体・自動車市場の成長が鈍化するなか、米国・中国の生産拠点での高機能材料の供給力を強化し、拡販・シェアアップをめざす。

自動車市場では、EVの需要の高まりに対応し、リチウムイオン電池向け正極用バインダー、シール材の用途開発を強化。

撥材は、食品やテキスタイル市場向けに環境先進商品を投入。

| 前年度比 (売上高ベース) | 2022年度 | 2023年度 | |
|------------------|--------|--------|------|
| | 当社 | 需要 | 当社 |
| 全フッ素化学品 | 124% | 103% | 105% |
| ガス | 147% | 101% | 97% |
| 樹脂・ゴム | 130% | 105% | 109% |
| 化成品ほか | 107% | 101% | 98% |

フィルタ事業

22年度概況

需要が緩やかに回復するなか、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したことに加え、売価施策の着実な実行もあり、売上高は前年度を大きく上回った。

- ✓ エアフィルタは、米国で、工場など業務用市場向けに販売が大きく伸長。日本で、感染症対策商材の販売を伸ばしたことに加え、好調な半導体市場向けに拡販。
- ✓ P&I※では、需要が堅調な産業用集塵機向けの販売に注力するとともに、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。

23年度計画

エアフィルタは、半導体・製薬市場向けに高付加価値商品の拡販・シェアアップを図るとともに、生産性改善やコストダウン、売価アップによる収益性の向上に取り組む。

P&Iでは、集塵機向けやアフターサービスなど好調な事業に資源を集中。商品力の強化により販売の拡大をめざす。

※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

その他事業

22年度概況

油機事業は、日本で、工作機械向けを中心に拡販。建設機械向けでも、日本・米国で販売を拡大。買収による新規連結効果もあり、売上高は前年度を上回った。

特機事業は、中国で、コロナ感染拡大により需要が急増した酸素濃縮装置を拡販したが、日本ではパルスオキシメータ（血中酸素飽和度を簡易に測定できる医療機器）、酸素濃縮装置ともに、コロナ禍での需要増の反動で販売が減少。売上高は前年度を下回った。

電子システム事業は、企業のIT投資強化により、設計・開発分野向けデータベースシステムの販売を伸ばしたが、CG制作ソフトの販売縮小により、売上高は前年度を下回った。

23年度計画

油機事業は、工作機メーカーにスペックイン活動を強化し、シェアアップをめざす。産業機械分野では、買収したデュプロマティック社と一体となって、環境貢献と事業拡大に努める。

特機事業は、酸素濃縮装置を拡販。日本で、医療機関向けパルスオキシメータの新機種を投入し、機能性とコスト競争力を高めた新商品で、シェアアップを図る。

電子システム事業は、設計・開発分野向けデータベースシステムの拡販を図る。

IV. 株主還元

- ◆ 今期の1株当たり配当金は、前年度より40円増配、現公表から20円増額の年間240円（中間100円、期末140円）を予定。
- ◆ 次期配当については、年間240円（中間120円、期末120円）を予定。

【配当方針について】

安定的かつ継続的に配当を実施していくことを基本に、連結純資産配当率（DOE）3.0%を維持するよう努めるとともに、連結配当性向についてもさらに高い水準をめざし、株主還元の一層の充実を図る。

| | | 2018年度 | 2019年度 | 2020年度 | 2021年度 | 2022年度 (案) | 2023年度 (予定) |
|----------------|----|--------|--------|--------|--------|---------------|----------------|
| 1株当たり 配当金 | 中間 | 70円 | 80円 | 80円 | 90円 | 100円 | 120円 |
| | 年間 | 160円 | 160円 | 160円 | 200円 | 240円 | 240円 |
| 1株当たり 当期純利益 | 上期 | 385.8円 | 405.1円 | 289.2円 | 475.3円 | 534.3円 | 512.4円 |
| | 年間 | 646.4円 | 583.6円 | 534.0円 | 743.9円 | 880.6円 | 901.9円 |
| (参考) DOEの推移 | | 3.5% | 3.3% | 3.0% | 3.2% | 3.3% | |

《補足データ》 為替前提

為替レート

| | 2021年度実績 | | | 2022年度実績 | | | 2023年度 計画 |
|-------|----------|-------|-------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 上期 | 下期 | 年間 | 上期 | 下期 | 年間 | |
| USドル | 110円 | 115円 | 112円 | 134円 | 137円 | 135円 | 126円 |
| ユーロ | 131円 | 130円 | 131円 | 139円 | 143円 | 141円 | 133円 |
| 中国元 | 17.0円 | 18.0円 | 17.5円 | 19.9円 | 19.6円 | 19.8円 | 19.0円 |
| タイバーツ | 3.4円 | 3.5円 | 3.4円 | 3.8円 | 3.9円 | 3.9円 | 3.6円 |
| 豪ドル | 83円 | 83円 | 83円 | 94円 | 92円 | 93円 | 87円 |

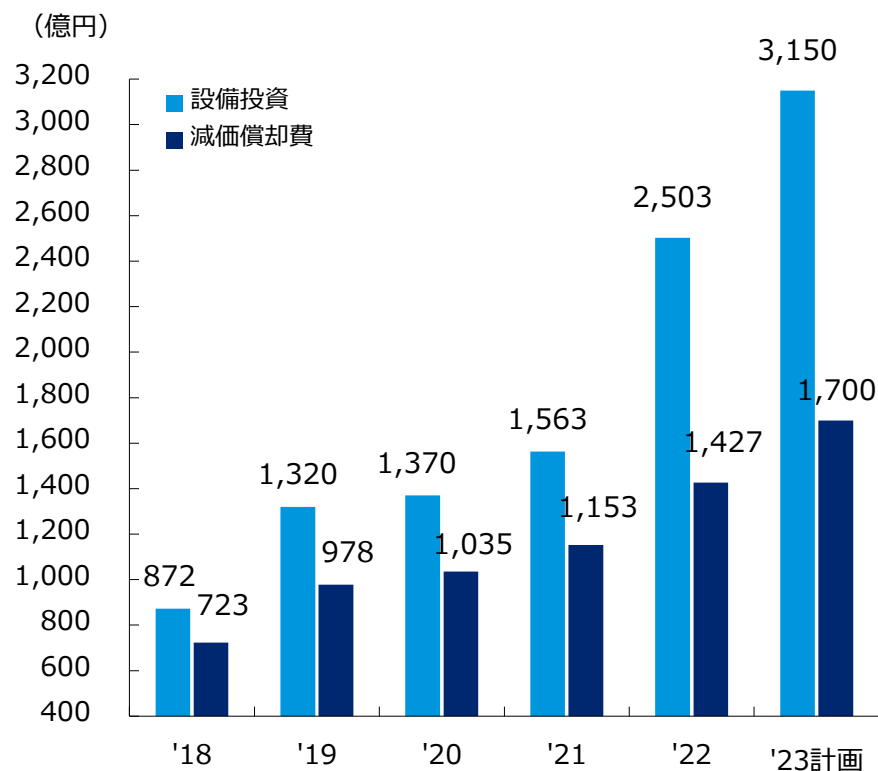
為替感応度（1円の変動による営業利益への影響）

| | 2023年度計画 |
|------|----------|
| USドル | 22億円※ |
| ユーロ | 9億円 |

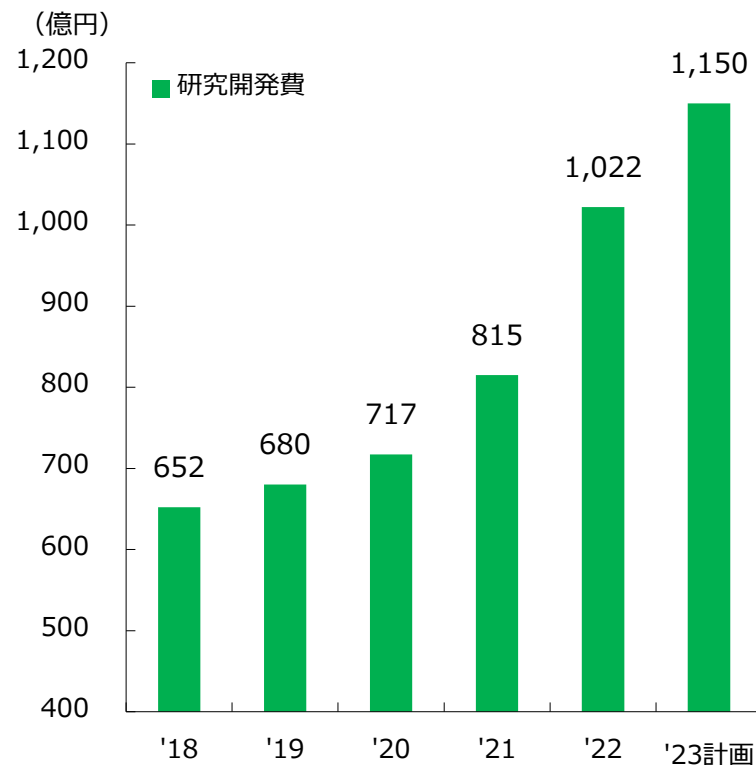
※タイバーツ、中国元、豪ドル等はUSドルと連動して変化することを前提としている。

設備投資・減価償却費・研究開発費

設備投資・減価償却費



研究開発費





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。