



**ダイキン工業株式会社**

2022年3月期第1四半期決算説明会

2021年8月3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 1 四半期決算説明会
[決算期]	2021 年度 第 1 四半期
[日程]	2021 年 8 月 3 日
[ページ数]	35
[時間]	17:00 – 18:09 (合計：69 分、登壇：15 分、質疑応答：54 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)

---

### 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

[アナリスト名]*	ゴールドマン・サックス証券	諫山 裕一郎
	JP モルガン証券	佐野 友彦
	モルガン・スタンレーMUFG 証券	井原 芳直
	野村證券	前川 健太郎
	UBS 証券	水野 晃
	三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券	佐々木 翼
	シティグループ証券	グレアム・マクドナルド
	ジェフリーズ証券	福原 捷
	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：定刻となりましたので、ただ今よりダイキン工業株式会社の2022年3月期第1四半期決算説明会を始めさせていただきます。本日の出席者は、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、コーポレートコミュニケーション室 経営 IR グループ長 的場一裕の2名でございます。

まず初めに、執行役員の宮住より決算の概要について約15分間ご説明したのち、質疑応答を行います。終了時間は18時を予定しております。説明資料につきましては、本日メールで配信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。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、説明を開始いたします。

## ■ 決算概要

### 四半期ベースで過去最高業績を達成

- ✓ 原材料市況の高騰やアジアでの新型コロナウイルスの感染拡大などの影響を受けるなか、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）を徹底し、マイナス影響を吸収。
- ✓ 空調事業は、先進国を中心に住宅用空調の需要が想定を上回るなか、新商品の投入や販売力・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。欧州のヒートポンプ式温水暖房機器も好調な需要を捉え販売を拡大。
- ✓ 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。

(億円)	1Q実績		
	2020年度	2021年度	前年度比
<b>売上高</b>	5,817	<b>7,990</b>	137%
<b>営業利益</b>	545	<b>1,093</b>	200%
(利益率)	(9.4%)	<b>(13.7%)</b>	
<b>経常利益</b>	551	<b>1,119</b>	203%
(利益率)	(9.5%)	<b>(14.0%)</b>	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	331	<b>786</b>	238%
(利益率)	(5.7%)	<b>(9.8%)</b>	
USD/円	¥108	¥110	
ユーロ/円	¥118	¥132	
中国元/円	¥15.2	¥17.0	

為替影響 (対前年度)  
売上高 +295億円  
営業利益 +40億円

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：**宮住でございます。どうも本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただきありがとうございます。第1四半期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。

原材料市況の高騰や、アジアでの新型コロナウイルスの感染拡大などの影響を受ける中、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、四半期ベースで過去最高業績を達成いたしました。

為替の実績はドル110円、ユーロ132円、中国元17.0円。対前年の為替影響は、売上高で295億円、営業利益で40億円のプラスとなりました。

## (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

3

3ページは、2021年度に重点的に取り組む7テーマの概要です。

5月に発表させていただいた内容の再掲となりますので、説明は割愛いたします。

---

### 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



## ■ 事業セグメント別実績

(億円)		1Q実績		
		2020年度	2021年度	前年度比
全社	売上高	5,817	<b>7,990</b>	137%
	営業利益 (利益率)	545 (9.4%)	<b>1,093</b> <b>(13.7%)</b>	200%
空調	売上高	5,367	<b>7,356</b>	137%
	営業利益 (利益率)	516 (9.6%)	<b>1,000</b> <b>(13.6%)</b>	194%
化学	売上高	356	<b>504</b>	142%
	営業利益 (利益率)	27 (7.5%)	<b>79</b> <b>(15.7%)</b>	298%
その他	売上高	94	<b>129</b>	137%
	営業利益 (利益率)	2 (2.6%)	<b>14</b> <b>(10.8%)</b>	559%

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。

4

4 ページをご覧ください。事業セグメント別の実績です。

空調事業は、先進国を中心に住宅用空調の需要が想定を上回る中、新商品の投入や、販売力、営業力の強化に加え、電子部品などの不足懸念に柔軟に対応し、供給を継続し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、大きく拡販いたしました。その他事業は、油機事業で産業機械、建機車両向けに販売を伸ばしました。

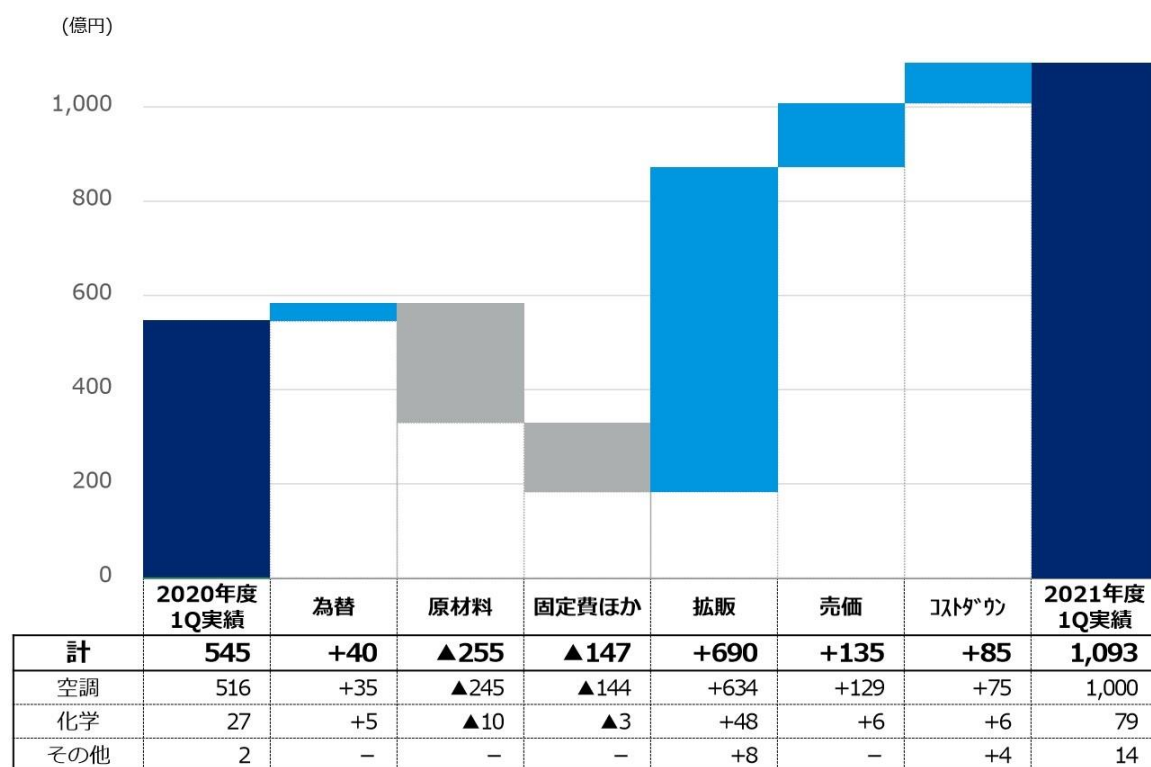
為替影響額については、空調事業で売上高 270 億円、営業利益 35 億円のプラス。化学事業で売上高 25 億円、営業利益 5 億円のプラスとなりました。各事業の状況、空調事業の地域別の状況につきましては、のちほど説明いたします。

### 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



## ■ 営業利益増減分析-実績の対前年度比



5

5 ページをご覧ください。第1四半期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、想定以上のマイナス影響がありましたが、拡販、売価施策を上積み、大幅な増益となりました。セグメント別の内訳については記載の通りです。

### 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

## ■ 全社業績計画

### 第1四半期の好調を反映し、通期計画を上方修正

- ✓ 業務用空調の需要回復遅れ、アジアでの新型コロナウイルスの感染拡大による影響の長期化に加え、第2四半期以降、原材料市況・物流費の高騰の影響がさらに拡大する見込み。
- ✓ 好調な住宅用空調での新商品投入や空気・換気商材の拡販・シェアアップ、業務用空調での市場別・用途別ソリューションの強化、欧州のヒートポンプ式温水暖房機器の拡販を図るとともに、売価施策の徹底、販売の上振れに備えた供給の構え、コストダウンの推進などに取り組む。
- ✓ 引き続き、重点7テーマの成果を創出し、マイナス影響をカバーすることにより、通期で過去最高業績を更新する。

(億円)	2021年度計画							
	(前回公表)				(今回公表)			
	上期	前年度比	年間	前年度比	上期	前年度比	年間	前年度比
<b>売上高</b>	14,500	118%	27,500	110%	15,100	123%	28,100	113%
<b>営業利益</b>	1,630	124%	2,700	113%	1,830	139%	2,900	122%
(利益率)	(11.2%)		(9.8%)		(12.1%)		(10.3%)	
<b>経常利益</b>	1,630	124%	2,700	112%	1,830	139%	2,900	121%
(利益率)	(11.2%)		(9.8%)		(12.1%)		(10.3%)	
<b>親会社株主に帰属する 四半期純利益</b>	1,070	126%	1,770	113%	1,200	142%	1,900	122%
(利益率)	(7.4%)		(6.4%)		(7.9%)		(6.8%)	

USD/円  
ユーロ/円  
中国元/円

¥105  
¥125  
¥16.0

※2Q以降の為替レート前提については、USD/円105円、ユーロ/円125円、中国元16.0円から変更していません。

為替影響 (対前年度)

売上高 +180億円  
営業利益 ▲2億円

6

6 ページをご覧ください。

通期の営業利益計画は、第1四半期決算が想定を上回る実績となったことを反映し、2,900億円といたします。第2四半期以降の計画については、事業環境が不透明な状況が続くことから、期初の計画を据え置いております。

新型コロナワクチンの普及が進む一方で、アジアなど新興国でのコロナ感染拡大による影響の長期化や、日米欧における感染再拡大の懸念が続いています。また業務用空調の需要回復が遅れていることに加え、第2四半期以降は、原材料市況、物流費の高騰の影響がさらに拡大する見込みです。

当社は、これらの影響拡大に徹底した対策を講じ、重点7テーマの成果をさらに上積みすることで、第1四半期の勢いを持続し、第2四半期、下期でのさらなる増益に挑戦してまいります。それにより、通期で過去最高業績を大きく更新したいと考えております。

具体的には、住宅用空調での新商品投入による販売拡大、空気・換気商品やヒートポンプ暖房機の拡販、業務用空調でのソリューションビジネスの強化に取り組むとともに、売価施策やコストダウ

### 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





ンの推進、さらには、サプライチェーンのリスクに備えた生産供給体制の構築などの取り組みをより一層強化してまいります。

なお、配当予想については、前回公表から変更はありません。上期業績を踏まえ、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年度計画			
		(前回公表)	前年度比	(今回公表)	前年度比
全社	売上高	27,500	110%	28,100	113%
	営業利益 (利益率)	2,700 (9.8%)	113%	2,900 (10.3%)	122%
空調	売上高	25,065	110%	25,630	113%
	営業利益 (利益率)	2,445 (9.8%)	110%	2,625 (10.2%)	118%
化学	売上高	1,865	114%	1,880	115%
	営業利益 (利益率)	210 (11.3%)	185%	225 (12.0%)	198%
その他	売上高	570	103%	590	107%
	営業利益 (利益率)	45 (7.9%)	109%	50 (8.5%)	121%

7

7 ページをご覧ください。セグメント別の業績見通しです。

空調事業は、売上高は前回公表から 565 億円増額、営業利益は 180 億円増額。化学事業は、売上高は前回公表から 15 億円増額、営業利益は 15 億円増。その他事業は、売上高は前回公表から 20 億円増額、営業利益は 5 億円増額しております。

空調事業については、第 1 四半期はアジア空調の進捗が想定を下回りましたが、米州、欧州、中国の空調事業が計画を上回って推移しました。

為替影響については、空調事業で売上高 163 億円のプラス、営業利益は 7 億円のマイナス。化学事業で売上高 17 億円、営業利益 5 億円のプラスと見ております。

### 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@scriptsasias.com

## ■ 地域別売上高の推移-空調事業

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2017年度1Q		2018年度1Q		2019年度1Q		2020年度1Q		2021年度1Q	
日本	106%	1,051	108%	1,136	112%	1,274	91%	1,163	<b>117%</b>	<b>1,364</b>
欧州	103%	717	122%	874	107%	938	93%	874	<b>157%</b>	<b>1,370</b>
中国	115%	1,057	110%	1,167	96%	1,124	79%	891	<b>146%</b>	<b>1,300</b>
米州	115%	1,540	110%	1,690	107%	1,807	92%	1,661	<b>133%</b>	<b>2,216</b>
アジア	100%	711	109%	775	107%	828	64%	532	<b>138%</b>	<b>735</b>
オセアニア	122%	147	125%	183	92%	169	97%	163	<b>138%</b>	<b>225</b>
中近東	94%	115	92%	106	91%	97	75%	72	<b>186%</b>	<b>134</b>
アフリカ	103%	17	116%	19	82%	16	71%	11	<b>115%</b>	<b>13</b>
計	109%	5,354	111%	5,951	105%	6,253	86%	5,367	<b>137%</b>	<b>7,356</b>
海外売上高比	80%		81%		80%		78%		81%	
USドル/円	¥111		¥109		¥110		¥108		¥110	
ユーロ/円	¥122		¥130		¥123		¥118		¥132	
中国元/円	¥16.2		¥17.1		¥16.1		¥15.2		¥17.0	

8

8 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 141%。中国は 131%、米州は 131%、アジアは 133%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1Q		2018年度1Q		2019年度1Q		2020年度1Q		2021年度1Q	
<b>日本</b>	119%	107	115%	123	103%	126	71%	90	<b>147%</b>	<b>132</b>
<b>米州</b>	129%	107	106%	113	95%	108	71%	77	<b>135%</b>	<b>103</b>
<b>中国</b>	110%	88	111%	98	90%	88	105%	93	<b>133%</b>	<b>123</b>
<b>アジア</b>	140%	50	123%	61	87%	53	88%	47	<b>127%</b>	<b>60</b>
<b>欧州</b>	100%	59	171%	102	63%	64	76%	48	<b>173%</b>	<b>84</b>
<b>その他</b>	132%	3	152%	4	81%	3	40%	1	<b>179%</b>	<b>2</b>
<b>計</b>	<b>118%</b>	<b>414</b>	<b>121%</b>	<b>501</b>	<b>88%</b>	<b>443</b>	<b>80%</b>	<b>356</b>	<b>142%</b>	<b>504</b>
海外売上高比		74%		75%		71%		75%		74%
USドル/円		¥111		¥109		¥110		¥108		¥110
ユーロ/円		¥122		¥130		¥123		¥118		¥132
中国元/円		¥16.2		¥17.1		¥16.1		¥15.2		¥17.0

9

9 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133%、中国は120%、欧州は156%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



## ■ 事業/地域別概況-空調事業

### 日本

住宅用の業界需要は、堅調な巣ごもり需要が継続。当社は、換気機能を搭載した『うるさらX』などの高付加価値商品の販売を強化。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、シェアを拡大。空気清浄機は、ウイルスや菌の抑制性能を高めた『UVストリーマ空気清浄機』を投入し、好調な需要を捉えた。

業務用の業界需要は、経済活動が段階的に回復し、前年度を上回った。当社は、空調機と換気商材を組み合わせたシステム提案を強化。全熱交換器などの換気機器の販売が大きく伸長した。アプライドは、R32チラーの販売を強化した。

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用	業界	101%
	当社	115%
業務用	業界	107%
	当社	112%
アプライド	業界	89%
	当社	79%
空気清浄機	業界	130%
	当社	164%

※アプライドは売上高ベース

10

10 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、日本の空調事業です。

住宅用は堅調な巣ごもり需要が継続しました。当社はいうるさら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、シェアを拡大しました。また、空気清浄機は、ウイルスや菌の抑制性能を高めた新商品を投入し、販売を大きく伸ばしました。

業務用は、経済活動の段階的な回復により、業界需要は前年を上回りました。当社は、需要の変化に対応したシステム提案を強化したことで、全熱交換器など換気商材の販売を伸ばし、シェアを拡大しました。また、アプライドは、R32チラーの販売を強化しました。

### 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

## ■ 事業/地域別概況-空調事業

### 米州

経済活動の再開に伴い、ペントアップ需要が個人消費をけん引し、景気は順調に回復。当社は、需要が堅調な住宅用市場を中心に販売を拡大。売価効果や、猛暑による追い風もあり、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加速し、生産力を強化。インバータ搭載の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、販売が拡大。VRVは、住宅向けの販売が好調だったことに加え、業務用でも、プロジェクトの再開により販売が伸長。販売会社の買収効果もあり、前年度を大きく上回った。
- ▶ アプライドは、チラーやファンコイルの拡販に加え、サービス事業の強化に取り組み、販売を伸ばした。

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用ユニット		123%
ダクトレス	RA/SKY	181%
	VRV	162%
アプライド		113%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

11

11 ページをご覧ください。米州空調事業です。

ペントアップ需要が個人消費をけん引し、景気が回復する中、需要が堅調な住宅用市場で販売を拡大したことに加え、売価効果や猛暑効果を取り込み、売上高は前年を大きく上回りました。

住宅用ユニットは、製造人員の増加など、グッドマン工場の生産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、販売会社の買収効果もあり、前年を大きく上回りました。グッドマン社全体の売上高は、現地通貨ベースで前年比 141%となりました。

アプライドは、チラーやファンコイルなどの機器の拡販に加え、サービス事業の強化に取り組みました。

### 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



12

## ■ 事業/地域別概況-空調事業

### 中国

堅調な個人消費や輸出の拡大が景気を下支えし、市場が回復。当社は、空気・換気商材の品揃えを強化するとともに、オンラインツールを活用した販売活動を加速。売上高は前年度を大きく上回った。原材料市況高騰の影響を受けるなか、高付加価値商品の拡販、コストダウン、固定費削減を徹底し、高収益を維持した。

- ▶ 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強化。新規顧客の探索や更新需要の獲得に注力し、住宅用マルチエアコンの販売が大きく拡大。
- ▶ 業務用市場では、大型物件向けで、大手デベロッパーとの協業を推進し販売を拡大。需要の回復が遅れている店舗・オフィス向けでは、換気・洗浄を切り口に提案営業を強化し、更新需要を獲得。
- ▶ アプライド市場では、インフラ関連やデータセンター向けなど成長市場に販売資源をシフトするとともに、保守・メンテナンス事業を強化。

前年度比 (現地通貨ベース)	1Q 実績
住宅用	136%
業務用	120%
アプライド	109%

12

12 ページをご覧ください。

中国空調事業は、空気・換気商材の品揃えを強化するとともに、オンラインツールを活用した販売活動を加速し、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や、ライブ放送を活用した販売活動が奏功し、住宅用マルチの販売が前年比 135%と大きく伸長しました。

業務用市場では、需要が回復傾向にある大型物件向けで、大手デベロッパーとの協業を推進し、販売を拡大しました。また、店舗・オフィス向けには、換気・洗浄を訴求した販売活動に取り組みました。

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。

### 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

## ■ 事業/地域別概況-空調事業

### 欧州・中近東・アフリカ

欧州は、最寄化生産による安定供給で需要の急速な回復を捉え、販売を拡大。中近東では、原油価格の回復に伴い投資が再開。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・スペインなどで巣ごもり需要を捉え、販売を拡大。ドイツ・オランダ・ベルギーでも普及が進んだ。
- 業務用は、ロックダウンの解除に伴い経済活動が再開するなか、VRVの省冷媒機種などの販売を拡大。
- 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、販売が伸長。環境意識の高まりやインセンティブによる好調な需要を捉え、シェアを拡大。
- アプライドは、R32チラーなど環境対応商品の販売が伸長。
- 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)		1Q 実績
住宅用		119%
業務用	SKY	141%
	VRV	140%
H/P暖房		211%
アプライド		144%

※住宅用・業務用・暖房は欧州のみ  
※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。

欧州で市場最寄化生産による安定した供給で販売を大きく伸ばすとともに、中近東でも原油価格の回復に伴う投資再開の需要増を捉え、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・スペインを中心に巣ごもり需要を捉え、販売を伸ばしました。

業務用は、経済活動の再開を受け、VRVの省冷媒機種を中心に拡販しました。

暖房事業は、環境意識の高まりや、燃焼暖房からの置き換えを促進するインセンティブを追い風に、ヒートポンプ暖房機の販売を伸ばしました。

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



## ■ 事業/地域別概況-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、アジア各国で事業活動が制限されるなか、独自の販売網の拡充に取り組み、オンラインツールを活用した販売活動を強化。需要が堅調なオセアニアでの拡販や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、マレーシア・タイなどで活動制限の影響を受けたが、インドネシア・ベトナム・オーストラリアで販売を拡大。インドでも、オンライン研修などによる販売店との関係強化に取り組み、販売を大きく伸ばした。
- 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。

■売上高上位国の前年度比（現地通貨ベース）  
オーストラリア：112% インド：221% ベトナム：104%  
マレーシア：124% タイ：92% インドネシア：126%

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用		125%
業務用	SKY	133%
	VRV	121%
アプライド		126%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

14

14 ページをご覧ください。アジア・オセアニア空調事業です。

コロナの感染再拡大により、アジア各国で事業活動が制限されるなど厳しい事業環境が続く中、オンラインツールを活用した販売活動を強化したことに加え、需要が堅調なオセアニアでの拡販や売価効果の取り込みもあり、売上高は前年を大きく上回りました。

住宅用は、当社独自の販売店ルートで拡販し、インドネシア・ベトナム・オーストラリアの販売は前年を上回りました。また、インドでも、オンライン研修など販売店との関係強化に取り組み、販売を伸ばしました。

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@scriptsasias.com



## ■ 事業/地域別概況-化学事業

需要が大きく回復した半導体・自動車市場を中心に販売活動を強化し、全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、販売を拡大するとともに、環境規制に伴う市況高騰を背景に売価アップを実行。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、需要が好調な自動車市場向けに販売を拡大。各地域で前年度を上回った。
- 化成品は、表面防汚コーティング剤で、タブレットやスマートフォン向けの前年度からの反動による需要減の影響で販売が減少。撥水撥油剤は、テイクアウトの増加により需要が堅調な紙用途を中心に販売が伸長。エッチングガスは、半導体市場の需要の回復を捉え、中国・日本で販売を拡大。

前年度比 (売上高ベース)	1Q 実績
全フッ素化学品	142%
ガス	121%
樹脂・ゴム	154%
化成品ほか	128%

15

15 ページをご覧ください。

化学事業は、需要が大きく回復した半導体・自動車市場を中心に販売を強化し、ガス、樹脂・ゴム、化成品ほかの全ての商品群で販売を拡大しました。

ガスは、欧州で販売を拡大するとともに、環境規制強化に伴う市況高騰を背景に、売価アップを行いました。

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

## ■ 事業/地域別概況-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材の販売活動を強化。各地域で病院・クリーンルーム・住宅向けに拡販。
- P&I※では、景気の回復に伴い、ガスタービン市場の需要が改善傾向にあるなか、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

16

16 ページをご覧ください。

フィルタ事業は、事業体質の改善を加速しており、安定した供給体制の構築、トータルコストダウン、営業体制の強化に取り組んでおります。

エアフィルタ事業において、換気ニーズの高まりを捉え、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



17

## ■ 設備投資・減価償却費・研究開発費

(億円)	2020年度		2021年度	
	1Q実績	年間実績	1Q実績	年間計画
設備投資	314	1,370	291	1,500
減価償却費	250	1,035	279	1,150
研究開発費	158	717	190	800

17

17 ページをご覧ください。

設備投資の第1四半期実績は291億円、減価償却費は279億円、研究開発費は190億円となりました。通期計画はいずれも変更してありません。

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



18

## 質疑応答

---

**司会：** それでは質疑応答に入ります。ご質問の順番が来て、司会者よりお名前をお呼びましたら、会社名、お名前のあとにご質問をお願いいたします。

それでは、質疑応答を開始いたします。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：** いつも大変お世話になっております。ゴールドマン・サックス証券、諫山でございます。大きく二つ、伺わせていただければと思っております。

一つ目が、売価のお話を伺いたいと思っております。ボリュームが絶好調だというのはもう数字を拝見すれば一目瞭然なのですが、宮住さんのご説明の中で売価であるとかミックスの話がちょっと多めであったような気がしております。

もともと、十河社長のご説明などから、期初の段階では下期に偏ってくるのかなと思っていたのが、期初の通期計画割る4よりも相当高い数字が第1四半期から出ているような気がします。この売価施策の進展というのは、追加の値上げがうまくいっているのか、製品ミックスがよりいい方に傾いているのか。

売価施策によるさらなるプラス効果がこれからも期待できるのかなと思っております。この売価の仕上がりのご印象というか、計画対比でよりうまくいっているなど、ミックスの話も踏まえてお話いただけないかなと思っております。これが一つ目の質問です。どうぞよろしくをお願いいたします。

**宮住：** はい。ありがとうございます。諫山さん。今おっしゃったとおり、売価ですね。まず第1四半期で営業利益は、今回、過去最高で1,093億円出ております。通期計画に対する進捗率で言いますと38%で、かなり利益が出ました。その中で、売価アップについて全般的に申し上げますと、やはり特に住宅用のところですが、原材料市況が高騰しているというような外部環境がございますので、ある意味、売価アップ自体はやりやすい状況にあるというのが、一般的に言えるかと思えます。

そうした中で、ほぼ全地域で、売価アップを精力的に行っております。例えば、アメリカですね。アメリカではかなりグッドマンのところでは売価アップを進めております。グッドマンで申し上げますと、既に3月、6月の2回してございまして、本来9月にやるのを1カ月前倒して、また8月にも

---

### 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



売価アップする計画をしております。売価アップも浸透しているということでもありますので、グッドマンも業績非常に好調ということでもあります。

あとセールスマックスということと言いますと、今、どこの会社さんもそうなのですから、やはり供給サイドに少しボトルネックが出てきていることもあって、割とボリュームゾーンにシフトされている会社さんもおられるのですけれども。当社はやはり、付加価値の高い商品売っていかうということ、売価施策含めてセールスマックスも変えてきているということ、ある程度利益が積み上がってきていると、今、認識しております。

**諫山：**宮住さん、ありがとうございます。北米の追加の値上げの、8月のお話もございましたが、期初の段階で、原材料価格が足元で非常に高騰しているのもともにご計画されていた売価施策の効果を440億円よりも積み増そうというお話があったと思うのですね。これは、さらに積み増しというところで、もっと動いてらっしゃるということでもよろしいですか。その8月よりも先もあるぐらいのお話なのですかね。

**宮住：**そうですね。5月の公表値では売価効果で440億円、通期営業利益計画が2,700億円で、今回2,900億円に上方修正し、通期計画という形では出しているのですけれども。これは第1四半期で上振れした分をそのまま乗っけているだけで、第2四半期以降についてはこれから詰めていくということでございます。

そういった中で、売価と拡販は、5月に公表しております営業利益増減分析で、拡販で764億円、売価で440億円としておりますけれども、ここの部分はかなりまだ上げていけると考えております。また、上げていかないと、多分、原材料費の高騰を吸収できないわけですので、やはり積極的に売価施策をやっていきたいということでもあります。

どういう形で売価アップをやるかということあまり詳しくは申し上げられないのですけれども、例えば、いわゆるサービスということに対しての無償期間を少し延長するようなことを合わせて、機器の売価を上げるといったことも、一つのオプションとしてはあるのかなと考えています。

**諫山：**ありがとうございます。二つ目の質問です。北米に関して、お伺いをさせていただきます。改めてグッドマンの現地通貨ベースの売上高をお伺いしたいのととも、11ページの住宅用ユニットの台数が前年度比123%というふうに第1四半期になっていらっしゃるって、アメリカのLennoxとかCarrierとかは値上げ込みの売上で3割ぐらいなので、だいたい似たようなレベル感なのかなと思っております。

---

## 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



お伺いしたいのは、諸々の生産面のトラブルは全部解消して、需要に見合ったキャッチアップはできているのか。シェアの回復であるとか、ディストリビューターに対しての信頼の回復はできているか。もっと言うと、在庫積み増しとかシェアの回復ということがあれば、競合に対して負けないでいられるのではないのかなという期待もございます。

グッドマンのローカルベースの伸び率を伺った上で、この住宅用ユニタリーの生産の状況、だいぶ戻ってきたというか、回復したというお話でしたけれど、現状とこれからをお話いただいてもよろしいでしょうか。よろしく願いいたします。

**宮住：**はい。グッドマンの売上高につきましては現地通貨ベースで申し上げますと、前年度比141%であります。昨年は工場を3週間閉鎖したということもありまして、機会ロスを招いたということでもあります。そのあと、工場のワーカーの確保に努めてきたこともあって、ようやく工場もしっかりと稼働し出したということでもあります。そのことで、ある程度在庫も積み増せてきているというのが足元の状況です。

ただ、アメリカは、非常に景気が強いこともありまして、やはり住宅事業が底堅いので、そこに対してまだ上振れの余地があるのではないかとということもあります。そういった意味でもグッドマンの増産ということについては、まだこれから少し詰めるべき課題はあると認識しております。

アメリカの場合、グッドマンに限らないのですけれども、どうしてもワーカーの定着に、少し課題がございます。それはやはり、失業給付金というのが、今年の9月の確か7日には切れますけれども、失業給付金が潤沢に出ているので、なかなかワーカーが定着しないということがあります。それは9月以降、解消に向かうと思っております。そういったこともあって、製造人員確保も含めて、ある程度、軌道に乗っていくのだろうと考えています。

やはり、一番の課題で申し上げますと、北米に限ったことではないですけれども、基本的に部品・部材をしっかりと確保する供給体制の部分にボトルネックが出ないようにやっていくということが重要。多分これはダイキンの世界全体、空調業界を通じて言える。やはり、需要サイドについては、コロナのデルタ株の再拡大というようなこともあって、少し不透明感はありますけれども、住宅については底堅く推移するだろうと見ております。

従って、やはり供給サイドでのボトルネックを出さないようにしていくということが、一番大事なと考えております。第1四半期については、弾切れを起こすことなく、グローバルで商品を販売できたということが好決算に繋がったと考えております。

---

## 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@scriptsasias.com



**諫山**：宮住さん、すいません。ちょっと補足的に、今われわれが頂戴しています5ページのスライドで、例えば、固定費とか原材料というのは思っているよりも、計画に対しての進捗がちょっと高めかなと。トップラインが高いので、当然かもしれませんが。北米とかで、意識的に、例えば給料を上げるなりして、人材を確保してとかしているの、コストが余計にかかっているけれど、だからこそちゃんとできたと考えられるのかななんて思ったのですが。グッドマンの収益性というのは、ちゃんと予定どおり、または予定以上の数字になっているのでしょうか。

**宮住**：去年はちょっと生産をストップしたということで、営業利益率が非常に低かったのですが、2桁近くにまで利益改善しているというのが足元の状況でございます。

ただ一方で、やはり、ワーカーをリテンションするという観点からいうと、賃金をもう少し上げるとか、いろいろなインセンティブを実施していかないといけないということもございませう。その部分はトレードオフなのではございますけれども、やはりまず人員を確保できないことには増産もできませんので、その部分は粛々とやっていきたいと考えております。

**諫山**：大変よくわかりました。どうもありがとうございました。

**宮住**：はい。ありがとうございました。

**司会**：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、ご質問をお願いいたします。

**佐野**：はい、JP モルガンの佐野でございます。よろしく申し上げます。2点、申し上げます。

1点目は、まず、拡販の690億円の outfacing について教えていただきたいのですが、ここは通常の数増にプラスアルファ地域ミックスの改善といった部分が入っているの、ここのご解説をもう少しいただきたい。特に中国とかの伸びも非常に強いですし、欧州なんかヒートポンプ暖房の伸びが高いので、こういったところのミックスの効果が大きいかなと思うのですが、純粋な物量とミックスの部分に分けてもう少しご解説をいただけますか。よろしく申し上げます。

**宮住**：はい。セールスミックスのところについては、今手元で把握できていないのですが、拡販ということで申し上げますと、業界需要は、特に住宅用はグローバルほとんどのところで前年度を上回っています。当社においてもやはり、前年度を上回っているということであります。

では19年度比でどうかということでもありますけれども、基本的に住宅用につきましては、全部19年度を超えてきておるというのが、当社の状況であります。

---

## 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



業務用は、どうしてもまだ少し 19 年度に比べますと水準が低いです。やはり、住宅用のところで、第 2 四半期以降も拡販していくという構図は多分変わらないのだろうかと、認識をしております。

**佐野：**はい。ありがとうございます。もう一つが、半導体ですとか部材の調達関連の状況について、期初の計画に比べた場合の第 1 四半期の着地評価と、第 2 四半期以降の影響の出方について、現時点でお話いただけることをもう少し補足でお願いいたします。

**宮住：**はい。半導体の調達は、どこも調達に苦労されているというのは認識しております。当社につきましては、第 1 四半期につきましては、半導体は潤沢とは申しませんが、生産に間に合うようには確保できております。

先週の日経新聞に、少し当社の記事が出ておりましたけれども。記事の中で 8 月まではマイコンを確保できていると出ていましたが、足元では、マイコンにつきましては、住宅用のルームエアコンが中心ですけれども、今年の 12 月までの分については、需要が 20% ぐらい上振れしたと想定しても、確保できているということでございます。

従って、エアコンのいわゆるかき入れ時であります、4-6 月、あと 9-10 月分は、半導体、部材の確保については一応の目途がついているということでございます。

あと、銅につきましても、今年度分についてはアジアの一部を除きましてヘッジをしております。アジアを除いてほしい 8 割ぐらいがヘッジ済みということですので、その部分はもうコストとしては確定している。あとは粛々と拡販等の施策やっていくことでそこを吸収していくという、そういったことになろうかと思えます。

**佐野：**はい。分かりました。以上です。どうもありがとうございます。

**司会：**ありがとうございました。では次に、モルガン・スタンレー MUFG 証券の井原様、お願いいたします。

**井原：**モルガン・スタンレーの井原です。先ほどちらっとおっしゃられたのですが、第 1 四半期計画に対する上振れと、今回の上方修正なのですけれども。第 1 四半期の 200 億円上振れた分をそのまま積み増したみたいな感じでご解説いただいたのですけれども。外部から見ると、第 1 四半期の上振れって 200 億円よりもっと大きかった気もするのですが。なので、第 1 四半期もっと上振れたのだけど、ちょっとリスクとかを踏まえて、通期計画を 200 億しか上げなかったのかなと思ったのですが、改めてご解説いただけませんか。

---

## 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@scriptasia.com





**宮住：**はい。第1四半期につきましては、当初の予算比で、売上高で600億円ぐらい、営業利益で200億円ぐらい上振れたので、それをそのまま乗せて、通期の営業利益計画を2,900億円といたしました。ただ、これは、一応計画ということにはしているのですが、正確にどういう風に営業利益を分解してどういった増減分析にするかは、今回出しておりません。

その理由は、やはり、不確定要素がこの先も大きいので、そこはこれから詰めていくということがあります。実行段階で、この辺の拡販、売価施策は変わってまいりますので、そこについては、第2四半期の決算発表の時点では、計画として発表したいと考えております。この2,900億円というのは、一応、計画という形はついておりますけれども、ある意味、見直しといった感じですので、そこは少しご留意いただければと思います。

**井原：**なるほど。そうすると、もうもともと期初の段階から第1四半期というのは過去最高を更新できるというご想定だったということですよ。200億円上振れということは。

**宮住：**やはり住宅用が思った以上に良かったということですね。あと、弾切れを起こさなかったということもあります。売価アップも浸透したということ、そういった諸々や、為替の効果も少しございます。そういったこともあって、第1四半期、非常に良い数字が出たと認識をしております。

**井原：**なるほど、実は2点目で、もしあれば増減益の内訳ですとか、新しい計画ベースの地域別の内訳をお聞きできればと思っていたのですが。ちょっと今のお話だと、そこは具体的なものは無いということだと思うのですが。だとすると、ちょっと聞き方を変えると、第1四半期で上振れた売上の600億円部分がそのまま、多分、通期計画に乗せていらっしゃるかと思うのですが。この600億円の上振れというのは、さっきアメリカ、中国、ヨーロッパ良かったとおっしゃった記憶があるのですが、地域に分解すると、どんな感じのイメージになりますでしょうか。

**宮住：**はい。イメージで申し上げますと、米州で250億円前後ぐらい、中国で200億円、欧州で150億円といったところですね。アジアについては逆にマイナスということで、50億円ぐらいのマイナスと。ざっくりですが、そういったイメージであります。

**井原：**日本はほぼ計画どおりだったという感じでしょうか。

**宮住：**日本はニュートラルですね。

**井原：**なるほど。分かりました。あと、すいません。さっきちらっと銅はほとんどヘッジ済みだというお話いただいたのですが。差し支えなければ、だいたいどれぐらいの価格で今年調達できそうかというところで、期初だと確かご前提で8,500から9,000ドル/トンぐらいというガイドをい

---

## 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



ただいたかと思うのですが。今のところだと、どれぐらいのところで落ち着きそうかという何か目安とか、お話いただけるとありがたいのですけれども、ございますでしょうか。

**宮住：**はい。銅については、だいたい1万ドルでヘッジをしています。5月の公表のときからの変化で申し上げますと、銅ですと、通期でだいたい100億円ぐらいマイナス影響が出てくるだろうと見ています。

**井原：**なるほど。アルミとか鉄とかも結構影響があったかと思うのですが、この辺も何かざっくり期初と比べて、ここは交渉まだ終わっていないものとか、買っていないものがあるかもしれませんけど、何かイメージありますでしょうか。

**宮住：**はい。アルミで申し上げますと5月の公表の段階は、だいたい2,300ドル/トンだったのですね。それがだいたい、今2,600ドル/トンとなっております。コストで言うと、だいたい30億円ぐらいマイナスで利いてくるということですね。鉄につきましては、金額で70億円ぐらいのマイナスで、まだ追加で乗っかってくると見ております。

**井原：**なるほど。では、諸々合わせると、今、3つ合わせると170億円ぐらいで、あと樹脂とかいろいろあるかと思うのですが、200億円ぐらいというようなイメージで捉えておけば良さそうでしょうか。

**宮住：**原材料と物流費の高騰で650億円ぐらいのマイナス影響があると見ていたのが、5月の段階ですよね。これが1,000億円ぐらいのマイナスになるのだろうなと今のところでは想定をしております。

**井原：**なるほど。大変よく分かりました。ありがとうございます。

**司会：**はい。ありがとうございます。では次に、野村証券の前川様、ご質問をお願いいたします。

**前川：**野村証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。私からは2点お願いいたします。営業利益率について伺えればと思っております。

この3カ月間でいきますと、空調事業で13.6%ということで、過去を振り返ると17年3月期とかですかね、このときに次ぐような利益率なのかなと思っています。当時は通期で11.4%で、利率率が直近ではピークだったのですが、こういった形で利益率が上がってくるような状況に通期で見込んであるのかどうか。

---

## 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



先ほどのとおり、コストの増加とか、そういうリスクもあるとは思いますが、売価施策も行ってきていますし。やはり何よりも、もう販売の状況がいいということで、先ほど米国もグッドマンの営業利益率が2桁に届きそうということだったのですが。通期で見ていったときに、現状の計画だと営業利益率10.2%なのですが、この第1四半期の断面でいくと、利益率のベースが上がってきているようにも思いますので、そういう考え方を持っていいのかどうか。この点について、教えていただければというのが1点目です。

**宮住：**はい。第1四半期の営業利益率が全社で13.7%で、過去最高は、確かリーマンショックの直前のところで多分14%ぐらいがあったかと記憶しております。通期計画で営業利益2,900億円、営業利益率は10.3%になるかと思えますけれども、2,900億円よりも少し上を目指したいというのは経営陣も考えております。

ただ、一方で今、デルタ株というのがかなり拡大しているということがありますので、業務用、特にサービスの需要というのが厳しいと見ております。住宅用を中心に巣ごもり需要を取り込み、そこで売価アップもしていくということで、利益率を高めていきたいと考えています。

現時点ではあまりまだ詰まっておりますが、営業利益2,900億円に対し2桁の営業利益率、少なくとも10.3%、これより上には持っていきたいとは考えております。

ただ、これもやはりデルタ株という非常に不確定な要素がございますので。あともう一つは、供給サイドのところで弾切れを起こすことなく、最終製品を作って、それをお客様にお届けするということで、利益率を上げていきたいと考えております。

**前川：**ありがとうございます。この4-6月期の13.7%には、何かかさ上げ的な要素があるのかどうか。今の実力値である程度出ている状況なのかなと思うのですが、これについてはいかがでしょうか。

**宮住：**そうですね。これが実力。昨年までの住宅用の需要の強さは持続しているということですね。ある程度、やはりアメリカなり中国で景気が回復してきたということで、ペントアップの需要をきっちりと取り込めたということはあるかと思えます。

ただ、日本につきましては、基本的にニュートラルですので、昨年の特別定額給付金の反動減といった部分は少しあるのかなとは考えております。

全体的な業界需要については、地域別にばらつきがございます。やはり、アジアが厳しいということ。好調なのは、先ほど申しましたとおり、アメリカと欧州。ここは非常に強い。中国も強い。地

---

## 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



域別にまだ模様ですので、こういったリソース配分して、利益率を維持していくかを、今現在、考えているところであります。

**前川**：分かりました。ありがとうございます。2点目は、今少しご言及いただいたところもあるのですが、業務用についてですね。

やはり住宅用がこれだけ強い中では、ちょっと業務用が見劣りしてしまうというのはあるのかもしれませんが、今回の説明資料でも各地域の状況を拝見していると、業務用についても戻ってきているといいでしょうか、回復に転じて増加しているようには見えます。日本の国内の建築の受注なんかも、今年に入ってから強いのですが。業務用も、ベースとしてはコロナによるショックを受けてからの戻りということで、徐々に回復が見えてきているのかどうか。この辺りのご感触を補足でいただければと思います。

**宮住**：はい。業務用の需要で少し申し上げますと、日本については、19年度比では、80%ぐらいです。当社販売で90%ぐらいということですので、まだ19年度水準には戻っていないということでもあります。アプライドについても、19年度比で業界需要は72%ぐらい、当社販売は60%ぐらいですので、ここについてもまだちょっと厳しいなという状況であります。

アメリカにつきましては、ある程度、戻りつつあるというところですよ。

住宅用ユニタリーが戻っていますし、ルームエアコンが、アドオンの需要で、換気需要が伸びているということが言えるかと思います。第1四半期の需要が非常に強い中で、当社もある程度、販売を伸ばせているのが足元の状況であります。

**前川**：分かりました。日本の業務用は、業界需要80%と、御社の販売が90%ですね。これは、日本以外も、20年度比でいくと結構、業務用も戻っているのかなと思ったのですが、その辺りちょっと補足でいただければ幸いですか。

**宮住**：はい。日本は、第1四半期は20年度比で業界需要が107%ですね。当社販売が112%です。20年度比で申し上げますと、前年が低かったということもありまして、前年度を上回っているということですがけれども、やはりコロナ前の水準にはまだ今ひとつというのが足元の状況かと思っています。

**前川**：ありがとうございます。あともう一つだけ。欧州ですけど、業務用にプラスしてヒートポンプ暖房とか、新しくドライバーになっている商品も大きくて、全体としては伸びていると思うのですが、これも成長のスピードでいきますと、加速度的に伸びていくのかどうか。これについて最後、補足でいただければと思います。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



**宮住：**はい。欧州については基本的に好調であります。やはり、ルームエアコン、それと、ヒートポンプ暖房が、19年度比で見ても全て上回っております。VRVにつきましても、欧州については非常に強いということです。

**前川：**分かりました。どうもありがとうございます。

**司会：**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：**水野です。よろしく申し上げます。最初に、部品調達、並びに供給状況についての確認をさせていただきます。基本的には、全地域で供給体制というのは全く遅れないということでもいいのかという確認です。あと、すごく基本的な質問になってしまうのですが、御社の部品調達がスムーズにしている理由というのは、何かシークレットがあるか教えてもらえませんかでしょうか。

新聞記事を拝見させてもらいまして、代替品を探しているというのは読ませていただいたのですが、多分それはポジションとしては小さいかなと思うので、何かダイキンがいち早く動いている理由があれば、教えていただければと思います。お願いします。

**宮住：**はい。昨年のコロナが始まったときから、緊急プロジェクトで、部材・部品の手当を前倒しでやってきたので、ある程度は在庫が積み上がっていたということがあって、弾切れを起こさなかった。それを継続的にずっとやってきたということが、まず一つあるかと思います。

半導体でいきますと、サプライヤーさんとの長年にわたって築いてきた信頼関係が今のところ、うまく回っているのではないかと認識しております。

**水野：**分かりました。ありがとうございます。あともう一つの質問なのですが、収益性に関してです。期初の段階で地域別に空調事業の営業利益率の見通しを示していただいておりますが、今回、全社の通期の営業利益率の新たな見通しは0.5%上がる前提になっておりますが、その地域別の内訳があれば教えてください。

もしなければ、もともと今期の空調事業の営業利益率は、アメリカとアジアを除けば横ばいの前提という見通しをいただいておりますので、この第1四半期の進捗、並びに、今後を見ていった場合、ここが思ったよりも上がりそうだとか、地域別の濃淡を少しご解説いただければ幸いです。お願いします。

**的場：**はい。的場でございます。地域別の営業利益率の新しい見通しというのはまだ立てられていないのですが、第1四半期は、アジアを除き各地域とも等しく上振れていまして、利益率についても各地域とも非常に進捗がいいという状況でございます。

---

## 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



ですので、もともと幅で申し上げておりました、通期の営業利益率の、上のほうに近いところを、十分狙えるのではないかという状況だと考えております。

**水野**：分かりました。では、ミックスも、コスト面もうまく回っているので、全ての地域が満遍なく改善していると捉えておけばいいですね。

**的場**：はい。

**水野**：はい。分かりました。以上です。ありがとうございます。

**的場**：ありがとうございました。

**司会**：では次に、三菱UFJモルガン・スタンレー証券、佐々木様、ご質問をお願いいたします。

**佐々木**：すいません。本日はどうもありがとうございます。三菱UFJの佐々木です。2問教えてください。

1問目が、グッドマンの利益率の考え方です。先ほど、どなたかの質問で、私の聞き間違いでなければ、グッドマンの利益率が2桁に届いたというお話があったと思います。これは本当にそうなのでしょうか。そうだとしたら、やはりようやく何とか工場の統廃合とか、去年の混乱とかも収まって、しっかりと物量が出れば利益が出るのだと証明されると考えていいのか。そこの考え方を教えていただけないでしょうか。よろしくお願いします。

**宮住**：正確には2桁にはいっていないのですが、ほとんど2桁のレベルに近づいたというのが、先ほど申し上げたところでございます。

当然、グッドマンは、2桁の利益率に早期に戻していきたいということで、今、鋭意動いております。スケールメリットを出すことで利益を出していきたいので、生産サイドと販売サイド、特に販売サイドで、ある程度ちゃんと売って、製販がきちりとシンクロすることで利益が上がっていくだろうと考えております。そこについては粛々と進めていくというのが現在の状況かと思っております。

**佐々木**：当然、物流費の高騰などの状況もあるのですが、考え方として、仮にアメリカのこの住宅のエンドマーケットが今後もしっかりと堅調に推移すれば、御社としてもある程度、業績拡大が期待できる状況というのが見えてきたという認識で考えてよろしいでしょうか。

**宮住**：そうですね。住宅市場が腰折れしなければ、生産、販売のところがある程度軌道に乗りつつあるので、スケールメリットが利いてくると考えております。

---

## 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@scriptsasias.com



ただ一方では、今おっしゃったとおり、特にアメリカでは、陸輸送費が嵩んできておりますので、その部分は吸収していかないといけないと考えております。

**佐々木：**ありがとうございます。2点目が中国についてです。一つ簡単な質問なのですが、世の中的には結構、中国の景気悪化がやはり懸念されておまして、特に不動産マーケットに対する引き締め懸念というのが、気にされていると思います。一方で、御社の売上高を見ると、住宅用マルチエアコンを筆頭に、空調の販売が非常に好調だと思うのですが、中国のマクロに不透明感もある中で、ダイキンの空調の販売が好調に推移している背景がどういうところにあるか、もしよろしければご解説をお願いいただけませんか。よろしくお願いいたします。

**宮住：**はい。中国につきましては、おっしゃったとおりで、マクロ的に見ると下半期以降は減速するという事です。中国の場合、これまで土地開発に偏った景気対策をやってきたことで不動産価格が高騰したというようなこともあって、当局もそこに規制を入れ始めている。その部分については、特に業務用、VRVは向かい風になるのかなと思っております。

一方で、住宅用マルチエアコンについては、まだ伸びしろがあると考えております。今日のニュースでも出ておりましたけれども、中国でまたデルタ型が急拡大しているということで、行動規制、ロックダウンが始まっているようでございますので、業務用については、少しまた暗雲がたちこめるといようなことかも分からないですけれども。一方で、巣ごもり需要が見込める住宅用にリソースを突っ込んで、そこでシェア取っていくという戦い方になるのかなと考えています。

**佐々木：**考え方としては、マクロは良くないけど、そうした行動変化もあり、住宅用マルチエアコンはやはり拡販余地がまだあり、従来どおりのところで十分戦えるという認識でよろしいでしょうか。

**宮住：**はい。そうですね。当然、業務用VRVも売っていききたいのですが、そこはデベロッパー大手さんと提携しながらやっていますが、どうしてもマクロ的な部分の影響が大きいので、住宅用マルチエアコンで稼いでいくというのが基本的な考え方になるかと思います。

**佐々木：**大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

**宮住：**はい。ありがとうございました。

**司会：**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、質問をお願いいたします。

**マクドナルド：**はい。簡単に2点で、一つ目はキャッシュフロー。第1四半期のキャッシュフローは季節的に低いと思うのですが、230億円ぐらいで、そんなに悪くない。

---

#### 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

多分、一番マイナスの影響があったのは売上債権の増加で、それは売上のプラスによるものなので、そこそこいいスタートかなと思った。自分のノートを確認しますと、FUSION25 のプレゼンテーションで、十河社長が、今年度のフリーキャッシュフローの見通しが 550 億円とおっしゃっていたが、今の調子から見ると、今年度のキャッシュフローの見込みは相当低いのではないかなと思うのですが、いかがですか。

**的場：**FUSION25 を発表した時に比べまして、やはり第 1 四半期につきましては、今ご指摘いただきましたとおり、運転資本も少し膨らんでいるということもあるのですが、キャッシュフローのベースとしては、順調に出ているかなと思っております。

ただ、まだ FUSION25 の 1 年目なので、どういう差異が生じているかといったところは、まだきちんと分析できておりません。

**マクドナルド：**分かりました。FUSION25 で、一つ、大きな課題があったのは、やはり北米での収益性。25 年にアメリカの営業利益率は 10%ぐらいを目指していますと聞いた。それから 2 カ月以内にもうほぼ達成されたということになると思いますが、今、FUSION25 をわれわれはどう考えればよいでしょうか。

**宮住：**はい。グッドマンだけで申し上げますと、確かに営業利益率が 2 桁までいくということはあるのでしょうかけれども、アメリカの場合、グッドマン以外にも DAA（ダイキンアプライドアメリカ）のアプライド事業があります。あと、フィルタ事業や、中南米の空調事業も入りますので、そういったことを含めると少し時間がかかるのだらうなと考えています。

**マクドナルド：**では、第 1 四半期はすごくいい滑り出しで、評価できますけれども、25 年度に米州の利益率が 10%という目標を、今のところは変える必要はないということでしょうか。

**宮住：**そうですね。グッドマンについては、ある程度構成比が大きいですので、利益率が上がればその分が利いてきますけれども、一方で、アプライドも、サービスソリューションを伸ばしていくことで、利益率を上げていかないといけない。フィルタ事業についても、今のところ低収益で、そういったところもテコ入れしていく必要があるので、やはり 25 年までの時間軸で、利益率を改善していくということになるかと思えます。

**マクドナルド：**中南米のビジネスの状況ですけど、第 1 四半期だけで 200 億円と、規模が小さいと分かるのですが、今後、どのくらい拡大していく見込みか。何かそのヒントとかイメージはありますか。

---

## 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：**中南米につきましては、一番大きい市場がブラジルです。あと、中米でいうとメキシコですけれども、正直、コロナの影響というのが、特にブラジルは非常に大きいということで、見通せていないところが大きいです。メキシコにつきましても、マクロ的に見たときにアメリカとの相関が非常に強いですが、やはりメキシコの場合もコロナの問題というのが燻っていますので、現時点ではそんなに大きく化けるといような絵は描けないなと考えています。

**マクドナルド：**なるほど、分かりました。今後も期待できます。ありがとうございます。

**宮住：**はい。ありがとうございました。

**司会：**ありがとうございました。終了予定時刻となっておりますが、現在、挙手いただいておりますお二人の方で最後のご質問とさせていただきます。

それでは、ジェフリーズ証券の福原様、お願いいたします。

**福原：**ジェフリーズ証券の福原です。私も1点だけ、確認ですが、まず中国の通期の売上計画は131%という数字は合っているのでしたっけ。

**的場：**中国空調事業の、第1四半期の売上高実績が、現地通貨ベースで前年度比131%になります。

**福原：**通期の計画は今、どんな感じで考えていらっしゃいますでしょうか。

**的場：**通期はまだ計画を組めておりませんが、当初、前年度比3%増で計画しておりましたけれども、6%から7%増ぐらいといったところがターゲットになると思います。今、その方向で計画をしている最中でございます。

**福原：**これだけの上振れというのは、基本的に住宅用マルチエアコンがけん引するという考え方でよろしいでしょうか。それとも、シェアアップとかでしょうか。中国の売上の考え方について、再度、確認させてください。

**的場：**はい。やはり製品別では住宅用マルチエアコンの販売の上振れている分でございます。業務用については、アプライドは堅調ですが、先ほども説明ありましたとおり、VRVでありますとか、SKYといったような民需に近い部分というのは回復が遅れておりますので、こちらはまだこれからでございます。

**福原：**分かりました。ありがとうございます。以上です。

**司会：**ありがとうございました。では、次に水戸証券の渡辺様、ご質問お願いいたします。

---

## 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



**渡辺：**水戸証券の渡辺です。2点なのですが、最初に期初の営業利益増減の項目の固定費ほかで、通期530億円のマイナスを計画されているのですが、これは御社サイドでコントロールできるので、原材料と違って、極端に大きく膨らまないかという質問が1点目です。

**的場：**固定費ほかの中身といたしましては、減価償却費や研究開発費といったようなものに加えまして、先行投資、通常経費といったものをこの項目に入れております。その関係もありますので、通常経費の抑制でありますとか、先行投資のアクセルを緩める、踏むということによってコントロールができる部分があります。

**渡辺：**分かりました。2点目が化学事業なのですけど、第1四半期の実績を4倍すると、売上高で2,000億円、営業利益で300億円を超える。空調事業では、今後、コロナの影響が厳しくなったりとか、原材料高という話があるのですが、化学事業で第2四半期以降のリスクで考えておかなくてはならないというところがあれば教えてもらいたいです。

**的場：**やはり第1四半期の反動というものがリスクとしてはあるということでございます。これは、自動車向け、半導体向けの材料が、前年度1年間ぐらいがお客様の在庫の手当てがされていなかったもので、当社も材料の出荷ができませんでした。それが今年に入りましてから、当期の第1四半期にかけて一斉に来ているといった要素もあります。

ですから、それは第2四半期以降、少し調整されるという可能性はありますけれども、基本的には今申し上げた半導体産業、自動車産業の実需は旺盛ですので、需要は非常に明るい見通しを持っております。

**渡辺：**分かりました。では、リスクあるかもしれないですけど、上手くいけば、このまま順調にいけるという場合もあり得るだろうというイメージですかね。

**的場：**そうですね。第1四半期の実績の4倍というのはちょっと難しいかも分かりませんが、かなりのペースで進捗するという可能性は十分にあると見ております。

**渡辺：**分かりました。以上です。ありがとうございます

**司会：**ありがとうございました。では、以上で本日の説明会を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]

---

## 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

