

Rinnai

2012年度第1四半期 決算説明

2012年8月3日

2012年度第1四半期 連結決算要点

1

売上高：530.3億円 （前期比 2.1%減）

豪州の学校向け暖房機補助金終了と為替の影響等で減収

営業利益：42.9億円 （前期比 13.5%減）

国内外子会社の減収影響で減益

経常利益：47.6億円 （前期比 15.6%減）

営業利益の減少に伴い減益

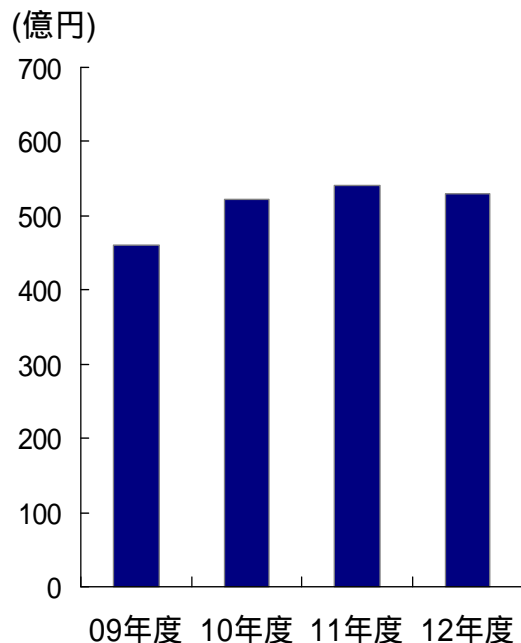
四半期純利益：31.9億円 （前期比 36.0%増）

株式評価損を計上した昨年に対しては増益

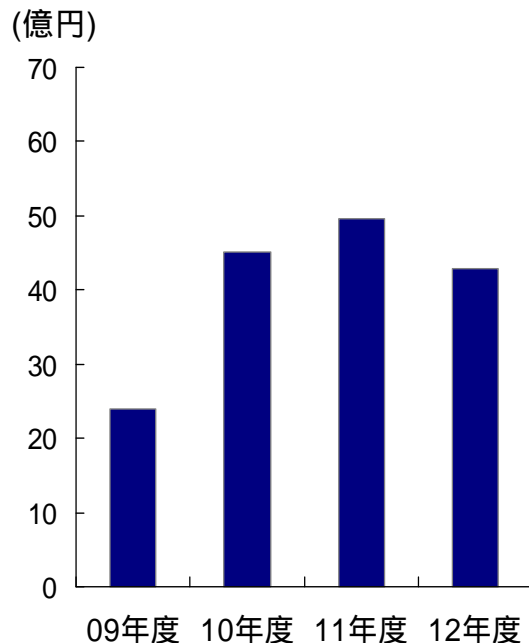
- ・ 特需があった前期に対して、減収減益も想定の範囲内
- ・ 足元では海外も回復傾向

連結業績推移（第1四半期）

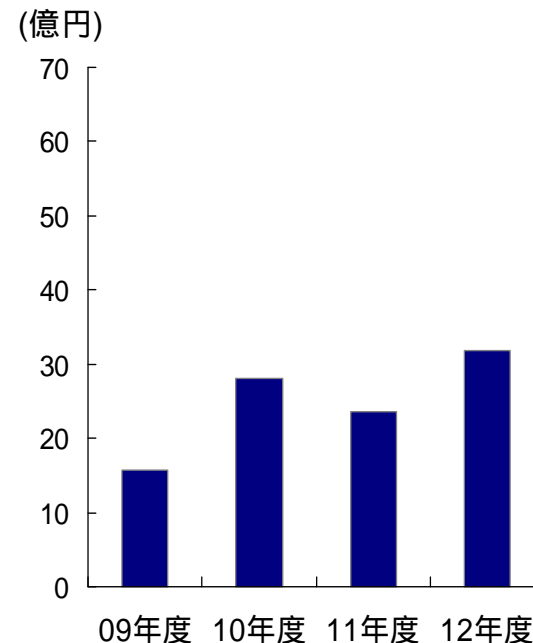
売上高



営業利益



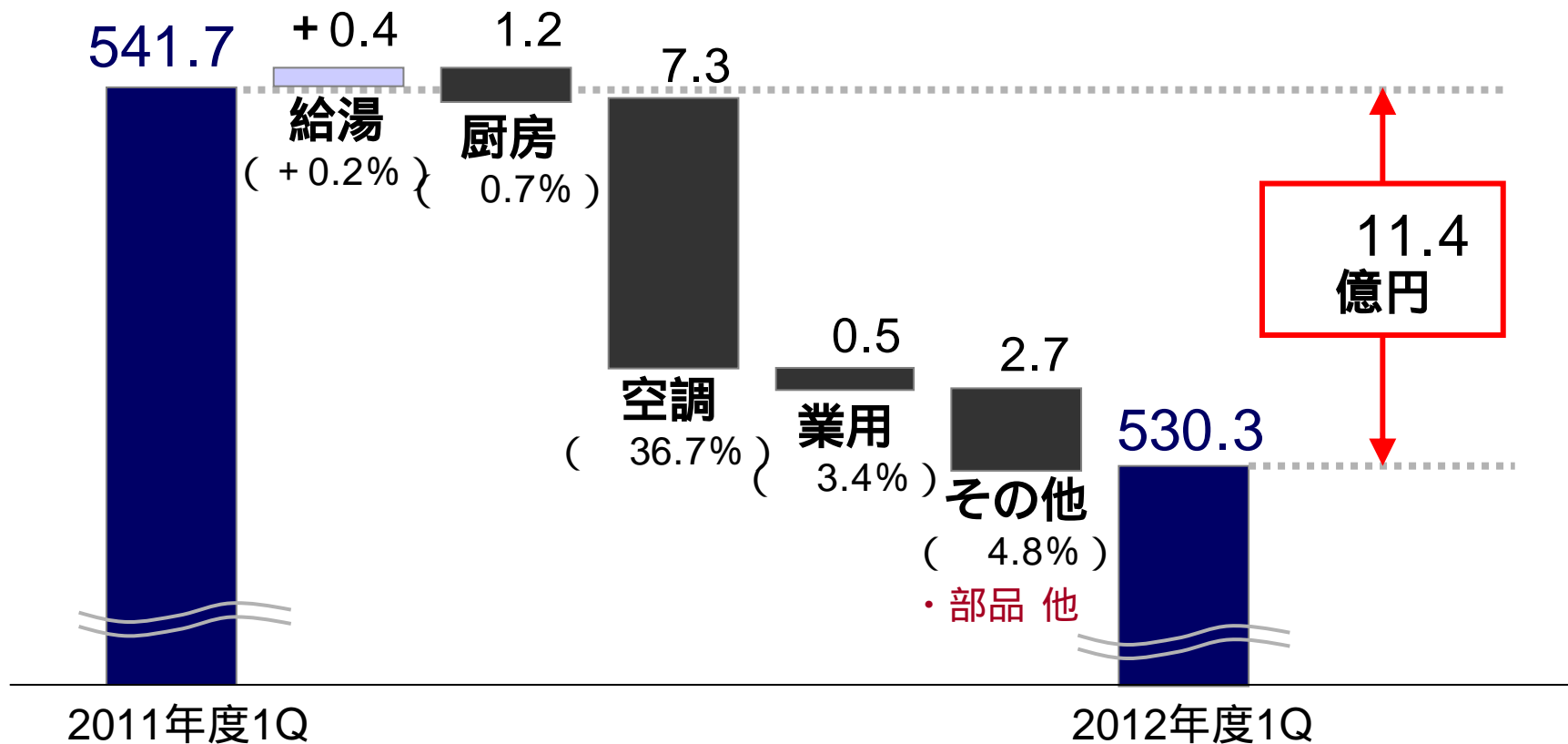
四半期純利益



・売上高、営業利益は減収減益も高水準を維持し成長基調継続

2012年度第1四半期 連結売上分析（商品別）³

[単位：億円]



- ・ 空調分野はオーストラリアの学校向け暖房機補助金終了で減収
- ・ 給湯分野はアメリカで伸び悩むも、日本・オーストラリア等堅調で微増収

2012年度第1四半期 連結損益実績内訳

[単位：億円]

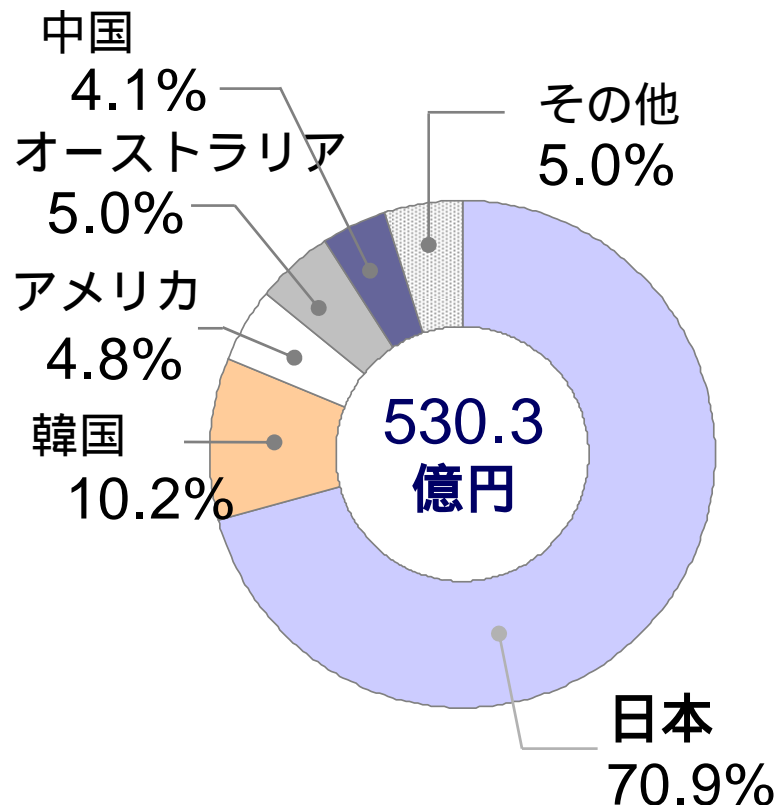
	売上高	前期比 増減率	営業利益	前期比 増減率	営業利益率	前期比 増減率
連 結	530.3	2.1%	42.9	13.5%	8.1%	1.1P



	売上高	前期比 増減率	営業利益	前期比 増減率	営業利益率	前期比 増減率
リンナイ	397.1	0.5%	31.2	+0.8%	7.9%	+0.1P
国内関連	212.0	7.6%	3.2	48.2%	1.5%	1.2P
海外関連	169.8	5.4%	9.5	40.4%	5.6%	3.3P
合 計	779.0	3.6%	44.0	17.3%	5.7%	0.9P

連結売上高 セグメント(地域)別構成比

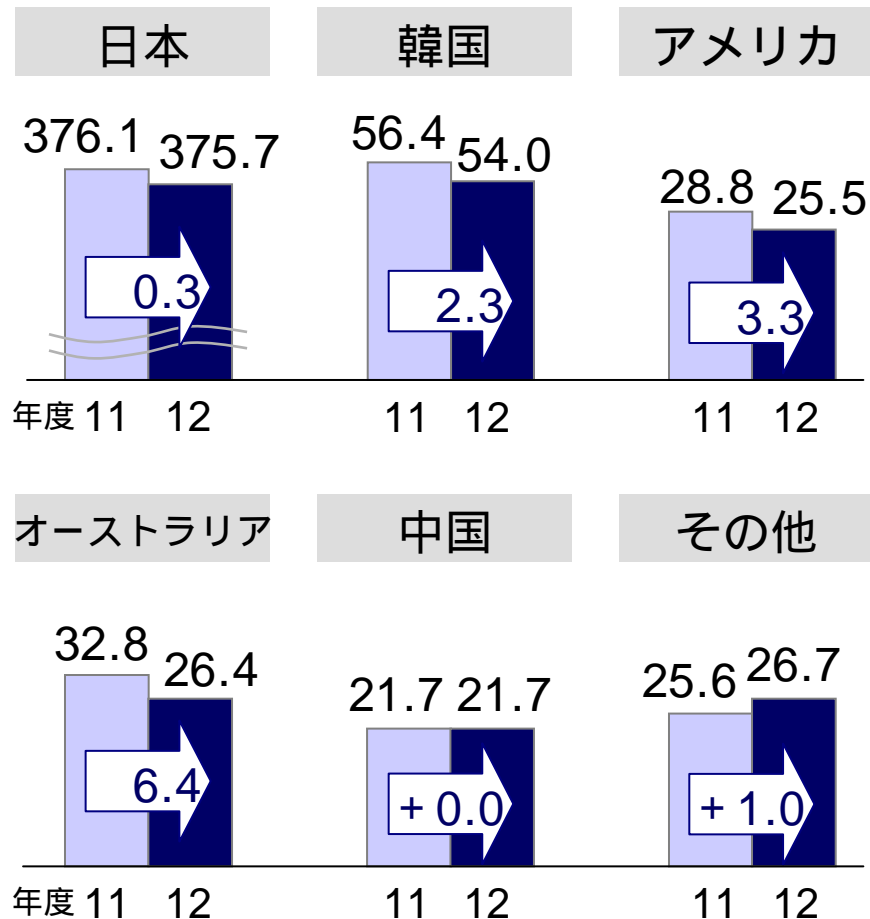
2012年度1Q 売上高



その他：台湾・タイ・ベトナム・ニュージーランド・ブラジル等の現地法人の事業活動を含む

セグメント(地域)別前年比較

[単位：億円]



商品別売上実績（給湯機器）

[単位：億円]

	2011年度 1Q	2012年度 1Q	前期比 増減率
日本	175.9	175.8	+ 0.0%
韓国	24.5	25.6	+ 4.2%
アメリカ	26.8	23.5	- 12.4%
オーストラリア	16.3	17.4	+ 6.6%
中国	18.2	18.4	+ 1.1%
その他	11.6	13.1	+ 13.2%
合計	273.5	274.0	+ 0.2%

商品構成比：51.7%



日本

アメリカ



オーストラリア

- ・ 国内はエコジョーズの販売比率増加で売上は堅調に推移
- ・ アメリカは景気回復遅れの影響で台数が伸ばせず

商品別売上実績（厨房機器）

[単位：億円]

	2011年度 1Q	2012年度 1Q	前期比 増減率
日本	148.7	148.7	+ 0.0%
韓国	14.3	13.4	6.4%
中国	2.5	3.1	+ 26.5%
その他	7.8	6.8	12.7%
合計	173.5	172.3	0.7%

商品構成比：32.5%



日本



韓国



中国

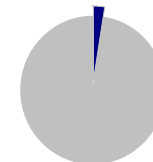
- ・ 国内はテーブル減もビルトインとレンジフードが伸長
- ・ 韓国では市場競争激化でコンロ販売が減少

商品別売上実績（空調機器）

[単位：億円]

	2011年度 1Q	2012年度 1Q	前期比 増減率
日本	5.0	4.6	8.1%
韓国	0.6	0.1	71.8%
アメリカ	1.8	1.9	+ 3.6%
オーストラリア	11.4	5.0	56.3%
その他	0.8	0.7	6.9%
合計	19.9	12.6	36.7%

商品構成比：2.4%



日本

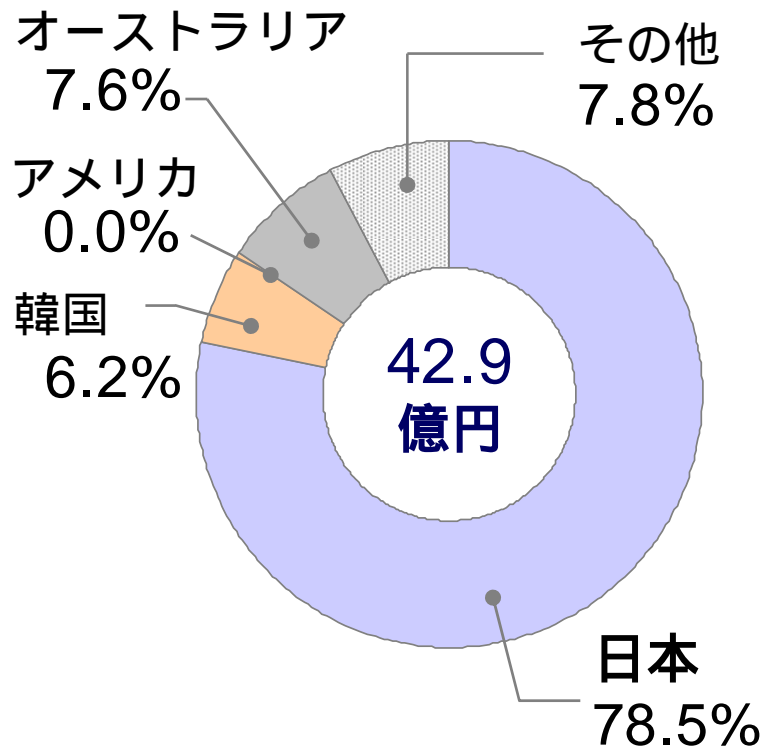


オーストラリア

- ・ 日本では節電意識の高まりで
ガス暖房へのシフト継続（2010年度1Q比 + 16.9%）
- ・ オーストラリアは補助金制度の終了で売上減

連結営業利益 セグメント(地域)別構成比

2012年度1Q 営業利益

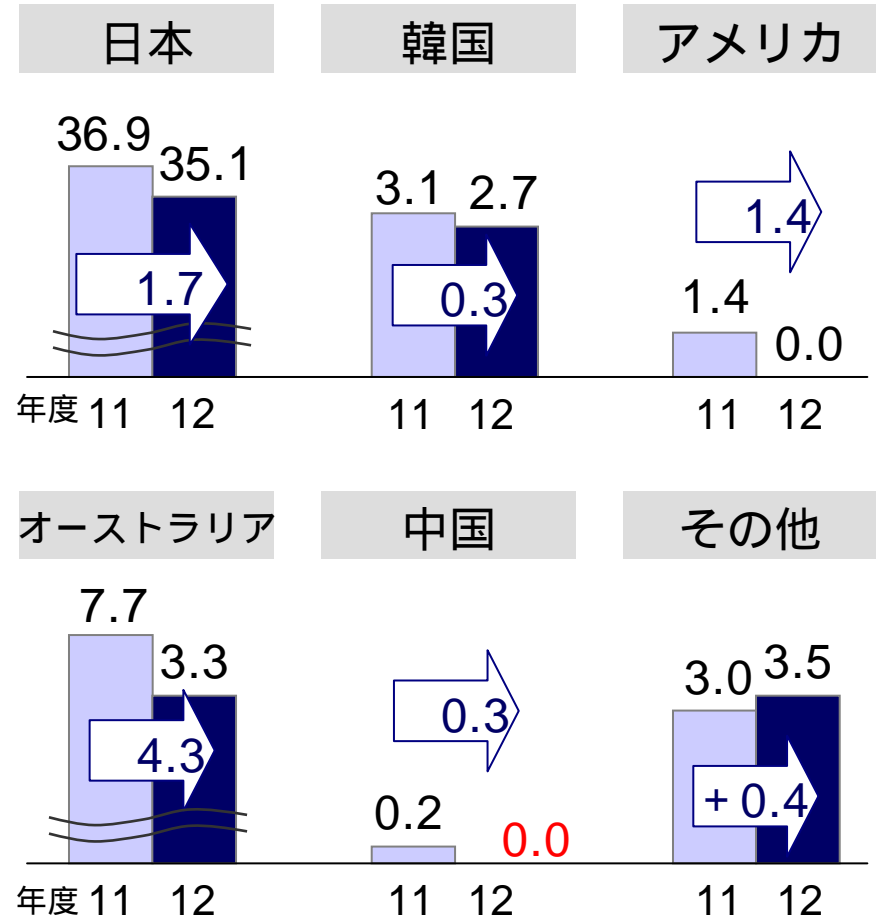


中国は500万円の営業損失、構成グラフからは除外

その他：台湾・タイ・ベトナム・ニュージーランド・ブラジル等の現地法人の事業活動を含む

セグメント(地域)別前年比較

[単位：億円]

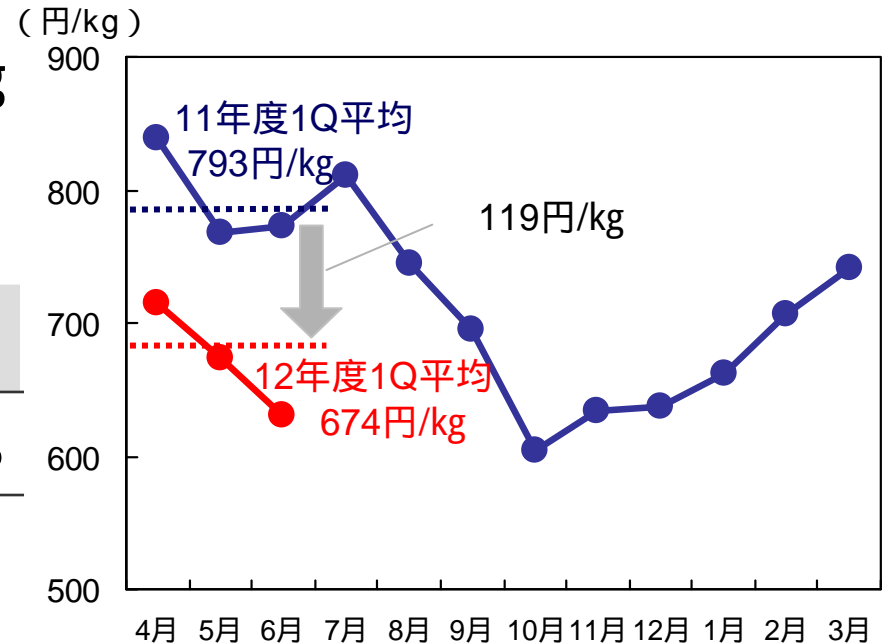


電気銅の動向

- ・ 12年度の平均想定単価は780円/kg
- ・ 想定単価を下回り推移

	12年度 1Q	11年度 1Q	前期比 増減率
平均単価	674	793	15.0%

使用箇所：給湯器（熱交換器等）

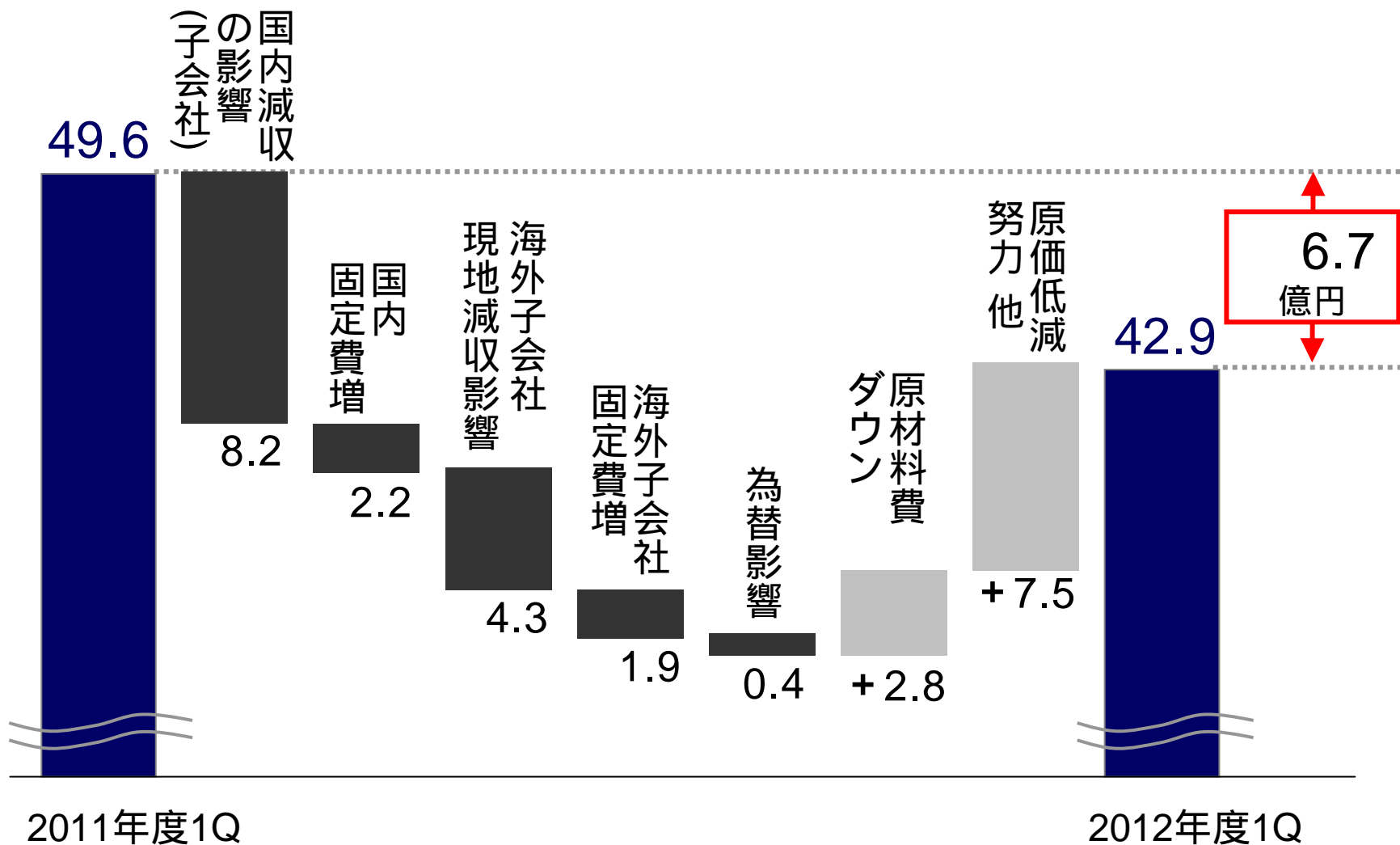


鉄鋼の動向

- ・ 鉄鋼材料は昨年度よりも若干低い水準で推移

2012年度第1四半期 連結営業利益分析

[単位：億円]



プラス要素

- エコジョーズ、ビルトインコンロ等、高付加価値商品の比率増大
- 新規商材（ハイブリッド給湯器・レンジフードなど）の伸長
- 原材料価格は想定を下回る水準で推移
- オール電化商材の伸長鈍化でガス機器への需要シフト継続
- 国内住宅着工は堅調に推移、住設機器は新築・買替ともにプラス
- 海外は米国や中国など景気は回復傾向で市場の足もととは明るい

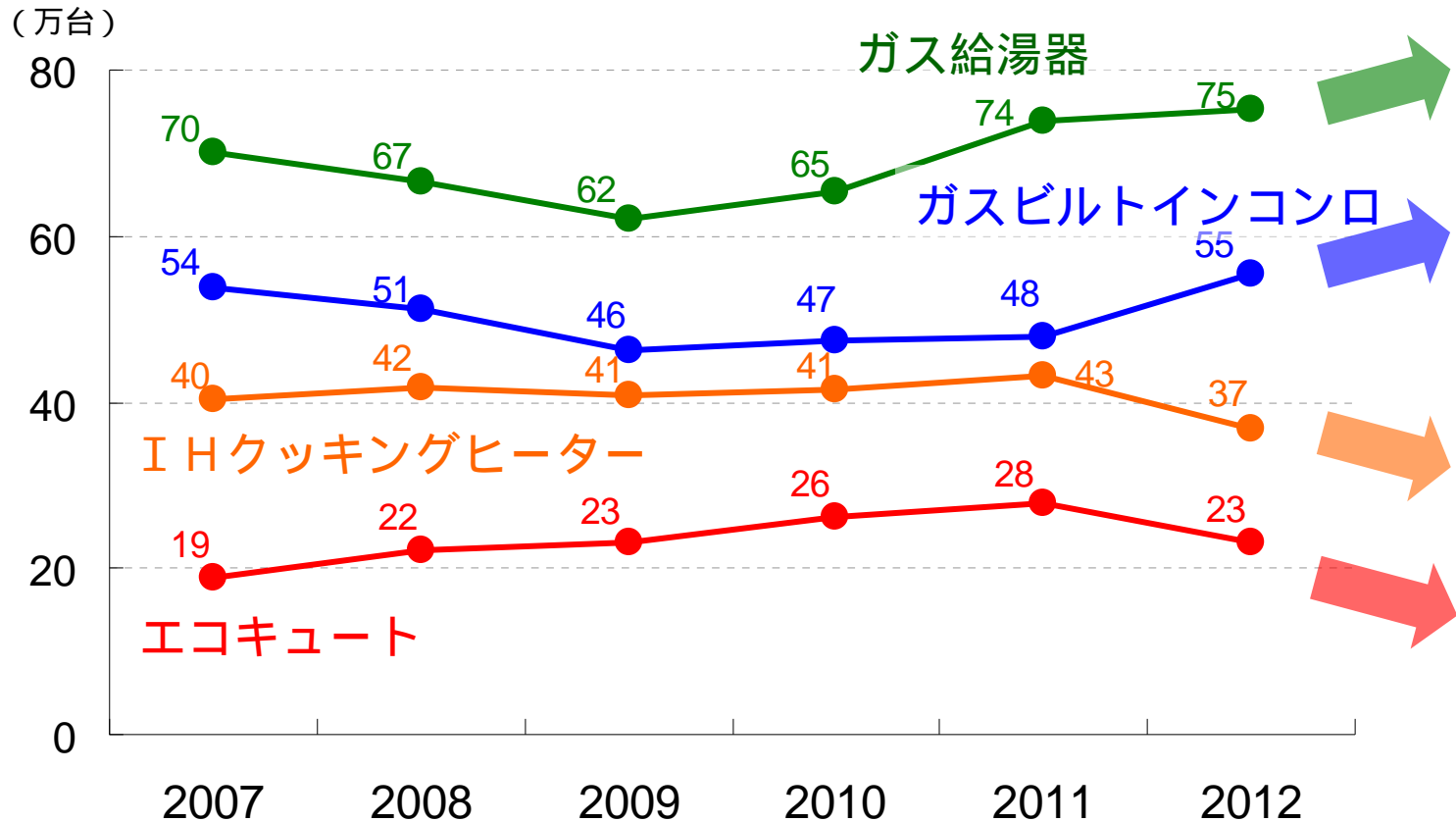
懸念事項

- 家電量販ルートでの競争激化
- 為替影響の拡大

第2四半期以降は増益基調で挽回へ

ガス機器とオール電化商品の推移

ガス機器・オール電化商品 業界数量推移（1～6月累計）



オール電化商品からガス機器への需要シフトが進む

【新製品情報】ビルトインシリーズ

14

ユニバーサルデザインと清掃性を追求した ビルトインコンロとレンジフードEWRシリーズ

ユーディア・エフ
Udea éf®



ビルトインコンロ：ユーディア エフ

- ヒートオフ構造を採用
- フラット焼き網を採用
- グリル操作部の表示面積を拡大

AirPRO



レンジフード：EWRシリーズ

- 一体成形新設計クリーンパネルを採用
- 低位置設計と傾斜で清掃性向上
- コンロ連動運転機能が進化
- LED照明採用で年間1800円の電気代削減



9月発売予定

Rinnai

ビルトインコンロの展開

リンナイ独自の「お手入れ機能」を新たに展開

リンナイ 独自の機能				
	DELICIA	Verie	<i>Udea</i> <small>ユーディアエフ</small> ef	Mytone
スモークオフ機能				
ヒートオフ機能				
お手入れかんたんグリル				

9月発売

8月発売



テーブルコンロの展開

デザインや操作性の改善でより使いやすく



アソエ Ancie



ガラス Glass



パールクリスタル Pearl Crystal



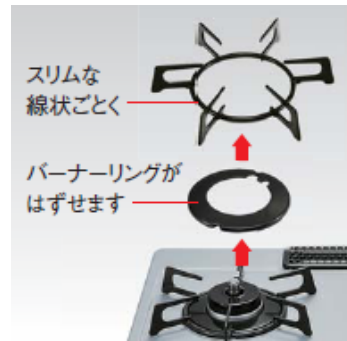
メタル Metal



- ・鍋なし検知機能
- ・ヒートオフ機能
- ・フラット&クリーン
- ・お手入れかんたんグリル



- ・しる受けレスタイプ



8月発売

- ・バーナーリング
天板一体タイプ



ハイブリッド給湯暖房システム ECO ONE

17

給湯だけでなく暖房もハイブリッド運転 新型ECO ONEダブルハイブリッドシリーズ発売

ダブルハイブリッド効果で家全体の快適性と省エネ性向上！

ハイブリッド給湯・暖房システム

ECO ONE



- 省エネ性：
給湯一次エネルギー効率**125%**
- 経済性：
従来のガス給湯器と比べて
給湯光熱費 約**60%**削減
- 暖房：
床暖房もハイブリッドにすることで
光熱費 約**40%**削減

7月発売

Rinnai

ECO ONEのラインアップ拡充

18

ダブルハイブリッドから新築マンション向けまで 様々なバリエーションを展開



ダブルハイブリッド
給湯・暖房システム

7月発売

新築戸建向け
100L



7月発売

新築戸建向け
100L(暖房能力大)



シングルハイブリッド
給湯・暖房システム

4月発売

戸建向け
100L・50L



4月発売

新築マンション向け
100L・50L



ハイブリッド
ふる給湯器 (床暖なし)

4月発売

戸建向け
50L



ECO ONE

2014年には、量産効果を期待できる年間3万台規模へ

エコジョーズ 業界標準化の推進

業界の自主基準

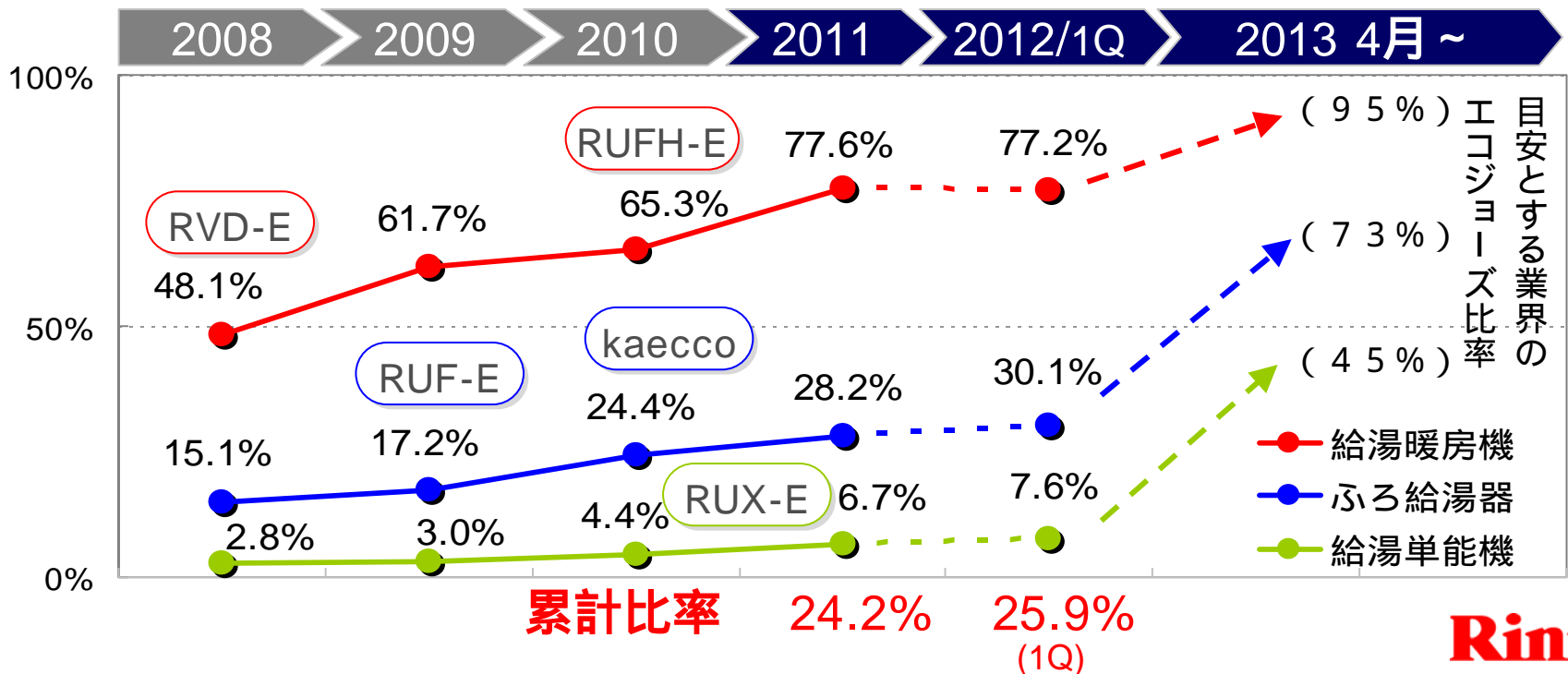
全ての給湯器を高効率タイプに

2013年3月末までにエコジョーズへの生産切り替え完了



リンナイの取り組みとエコジョーズ比率

Eシリーズの投入とラインアップ拡充で業界標準化に貢献





瀬戸暁工場

- 所在地 愛知県瀬戸市暁町 (暁工業団地内)
- 敷地面積 10,083坪 (33,333m²)
- 延床面積 工場棟 (3階建) 2,553坪 (8,440m²)
- 生産品目 エコジョーズ、ECO ONE など
- 投資金額 土地・建物・設備他 総額35億円
- 稼動予定 2012年10月～

投資の目的

- ・ エコジョーズ化の推進・需要の拡大に備えた生産能力の強化
(グループ全体生産能力30万台 2014年度70万台へ拡大)
- ・ ハイブリッド給湯・暖房システム ECO ONEの生産体制の増強

2012～2014年 中期経営計画「ジャンプUP2014」

目指す姿

総合熱エネルギー機器メーカーとして 世界の人々の暮らしと地球環境に貢献

- ▶ 商品ビジョン：地球環境に貢献する総合熱エネルギー機器メーカー
- ▶ 地域ビジョン：世界の人々の暮らしの向上に貢献するグローバル企業
- ▶ 機能ビジョン：独自のビジネスモデルが人やパートナーを惹きつける企業

3つのジャンプUP

- 1 ゼロディフェクトの追求で **品質レベルUP**
- 2 開発・生産・販売のプロセス革新で **機動力UP**
- 3 人づくりとグループ連携で **組織力UP**

経営指標

売上高	2,800億円
営業利益	330億円
営業利益率	11.8%

Rinnai

EXPERIENCE OUR INNOVATION

本資料に掲載されております業績予想や将来予想は、現時点において入手可能な情報に基づき当社が判断して予想したものであり、実際の業績は今後様々な要因の変化により予想とは異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。