

Rinnai

2014年度 第1四半期 決算説明

2014年8月4日

2014年度 第1四半期 連結決算要点

1

売上高: 652.1億円 (前期比 +12.7%)

好調な海外での販売が増収を牽引

営業利益: 67.0億円 (前期比 +50.4%)

中国、韓国での利益改善と、リンナイインドネシア連結化で大幅増益

経常利益: 73.2億円 (前期比 +40.1%)

為替差損発生、持分法利益減の影響も 営業利益の改善で増益

四半期純利益: 45.3億円 (前期比 +41.1%)

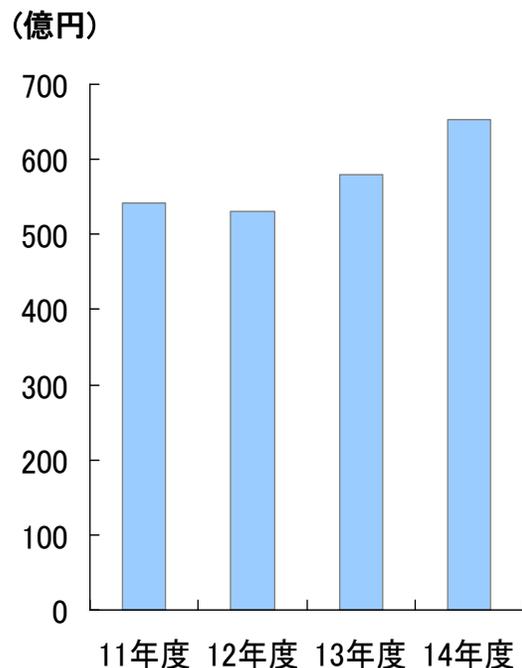
特筆すべき利益加減算項目なく経常利益改善により増益

- ・営業利益率: 10.3%、経常利益率: 11.2%、純利益率: 7.0%と高水準
- ・中期経営計画『ジャンプUP 2014』最終年度を順調にスタート

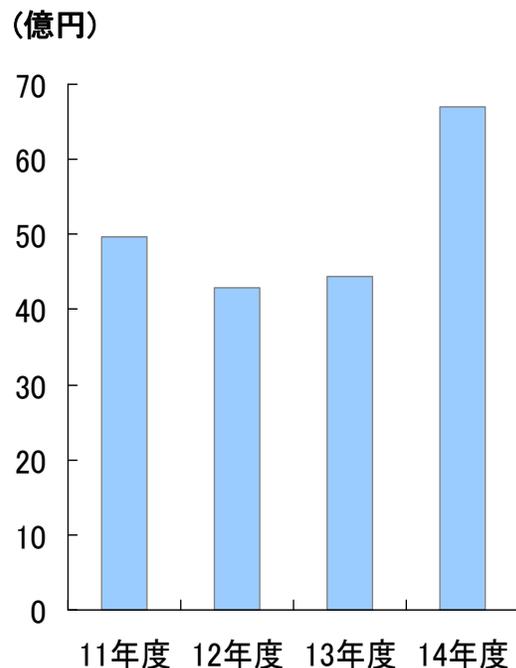
・**リンナイインドネシアを連結子会社化** (2013年度よりB/Sに反映、2014年度よりP/Lに取込)

連結業績推移 (第1四半期)

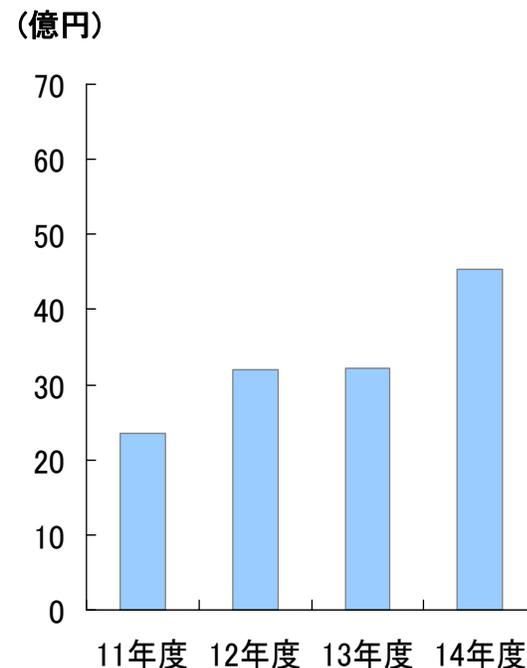
売上高



営業利益



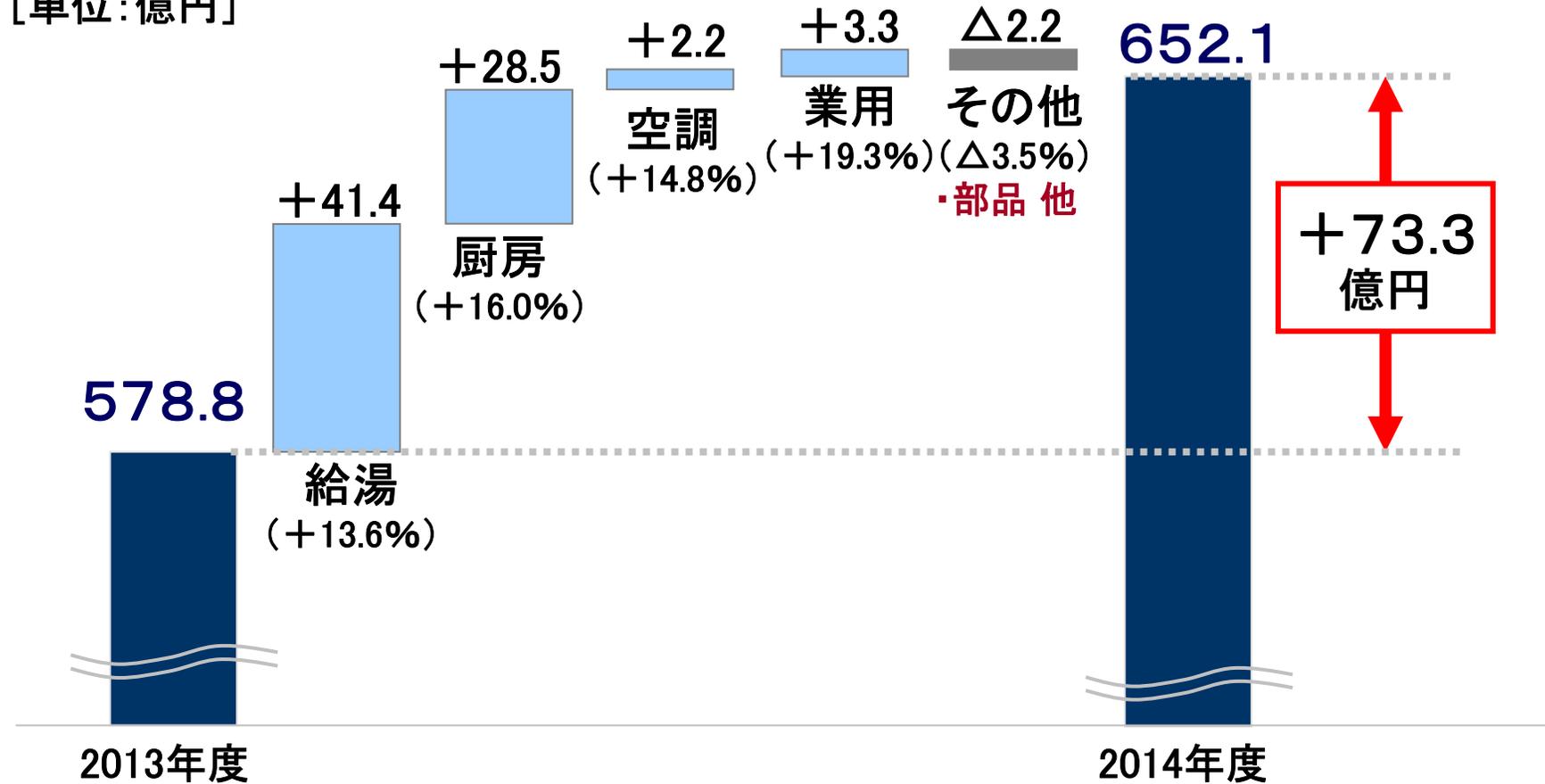
四半期純利益



- ・安定して実質成長を継続。増収増益基調に変化無し
- ・売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益ともに過去最高

2014年度 第1四半期 連結売上分析(商品別)

[単位:億円]



- ・給湯分野は中、米、韓で販売好調。日本での高付加価値商品へのシフト継続で増収
- ・厨房分野ではテーブルコンロが主力のリンナイインドネシア連結化で大幅増

2014年度 第1四半期 連結損益実績内訳

[単位:億円]

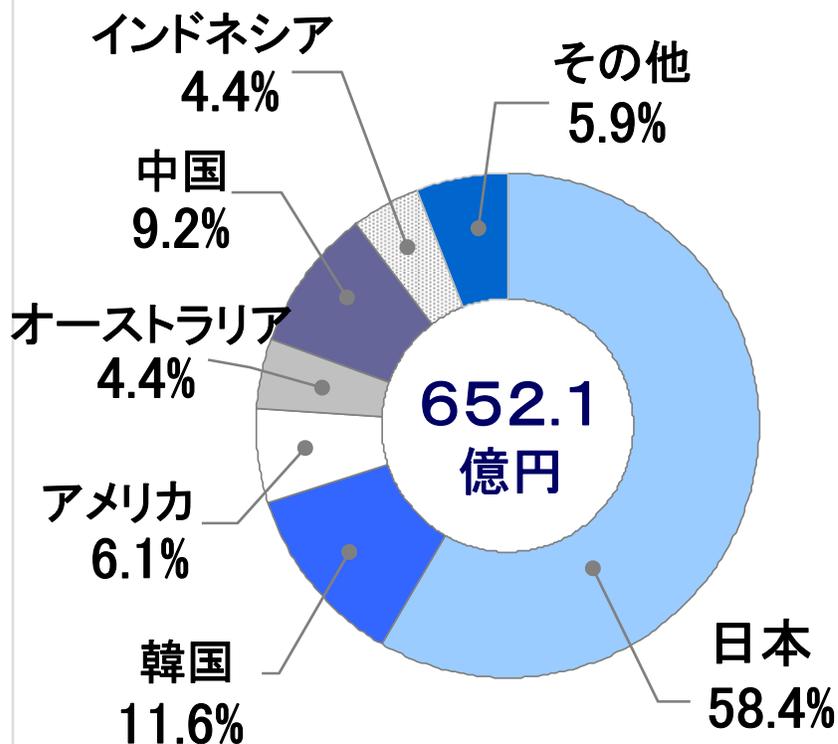
| | 売上高 | 前期比 増減率 | 営業利益 | 前期比 増減率 | 営業利益率 | 前期比 増減率 |
|-----------|-------|------------|------|------------|-------|------------|
| 連結 | 652.1 | +12.7% | 67.0 | +50.4% | 10.3% | +2.6P |



| | 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 | 419.1 | +0.6% | 38.6 | +8.7% | 9.2% | +0.7P |
| 国内関連 | 236.3 | +8.2% | 6.1 | +71.1% | 2.6% | +1.0P |
| 海外関連 | 290.2 | +39.4% | 21.9 | +301.3% | 7.6% | +4.9P |
| 合計 | 945.7 | +12.1% | 66.7 | +49.5% | 7.1% | +1.8P |

連結売上高 セグメント(地域)別構成比

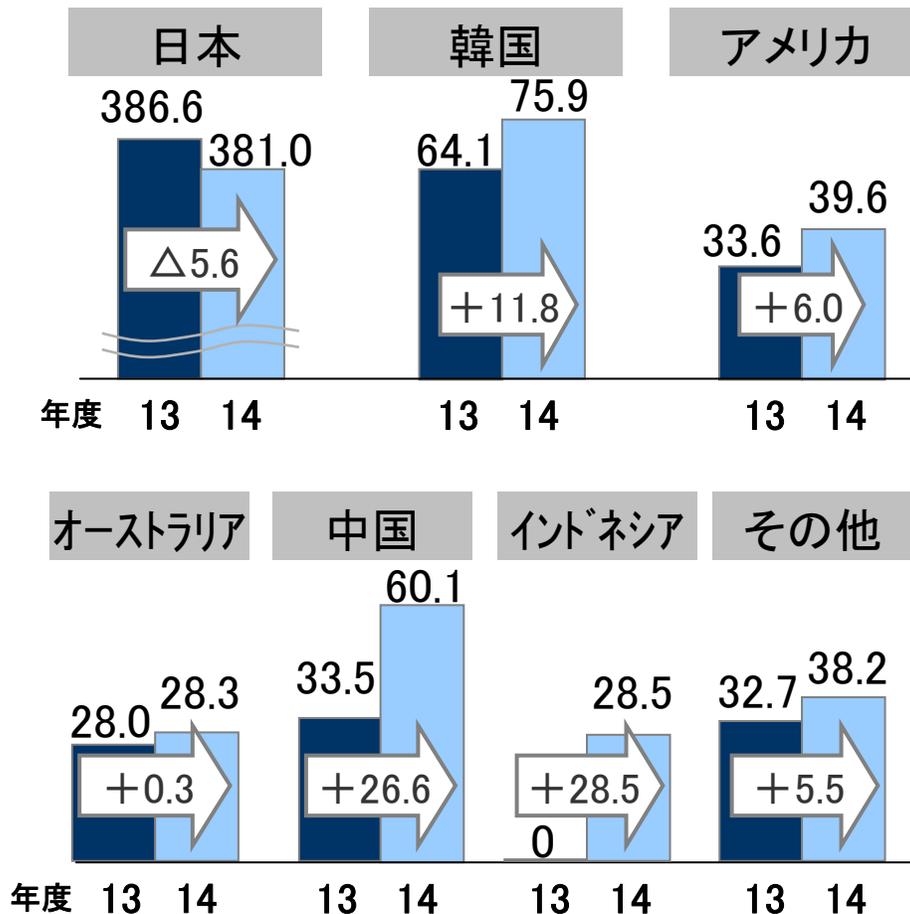
2014年度1Q 売上高



※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] | 2013年度 1Q | 2014年度 1Q | 前期比 増減率 |
|---------|--------------|--------------|------------|
| 日本 | 186.8 | 186.4 | △0.2% |
| 韓国 | 24.0 | 32.6 | +36.2% |
| アメリカ | 31.2 | 36.4 | +16.5% |
| オーストラリア | 17.7 | 17.1 | △3.2% |
| 中国 | 28.0 | 52.1 | +85.9% |
| その他 | 16.0 | 20.5 | +28.0% |
| 合計 | 303.9 | 345.3 | +13.6% |

商品構成比：53.0%



日本

アメリカ



オーストラリア

- ・国内は給湯暖房システム等、高付加価値商品へのシフトが継続
- ・アメリカでの景気回復、中国での生活水準向上に伴い現地販売好調
- ・韓国では床暖房に使用する主力商品のボイラーが伸長

商品別売上実績（厨房機器）

| [単位:億円] | 2013年度 1Q | 2014年度 1Q | 前期比 増減率 |
|---------|--------------|--------------|------------|
| 日本 | 147.0 | 140.9 | △4.1% |
| 韓国 | 18.4 | 22.4 | +21.9% |
| 中国 | 4.0 | 6.6 | +63.2% |
| インドネシア | - | 26.5 | - |
| その他 | 8.5 | 9.8 | +16.2% |
| 合計 | 178.0 | 206.5 | +16.0% |

商品構成比：31.7%



日本



韓国



インドネシア

- ・国内では消費増税影響が強めの量販店ルートを中心に販売減
- ・韓国ではコンロのセンサー化による商品単価アップで売上増
- ・テーブルコンロ主体のインドネシアが今期より加算

商品別売上実績（空調機器）

| [単位:億円] | 2013年度 1Q | 2014年度 1Q | 前期比 増減率 |
|---------|--------------|--------------|------------|
| 日本 | 5.9 | 5.9 | △0.1% |
| 韓国 | 0.1 | 0.5 | +185.5% |
| アメリカ | 1.9 | 3.0 | +54.0% |
| オーストラリア | 6.2 | 6.5 | +5.4% |
| その他 | 0.7 | 1.2 | +60.4% |
| 合計 | 15.1 | 17.4 | +14.8% |

商品構成比：2.7%



日本

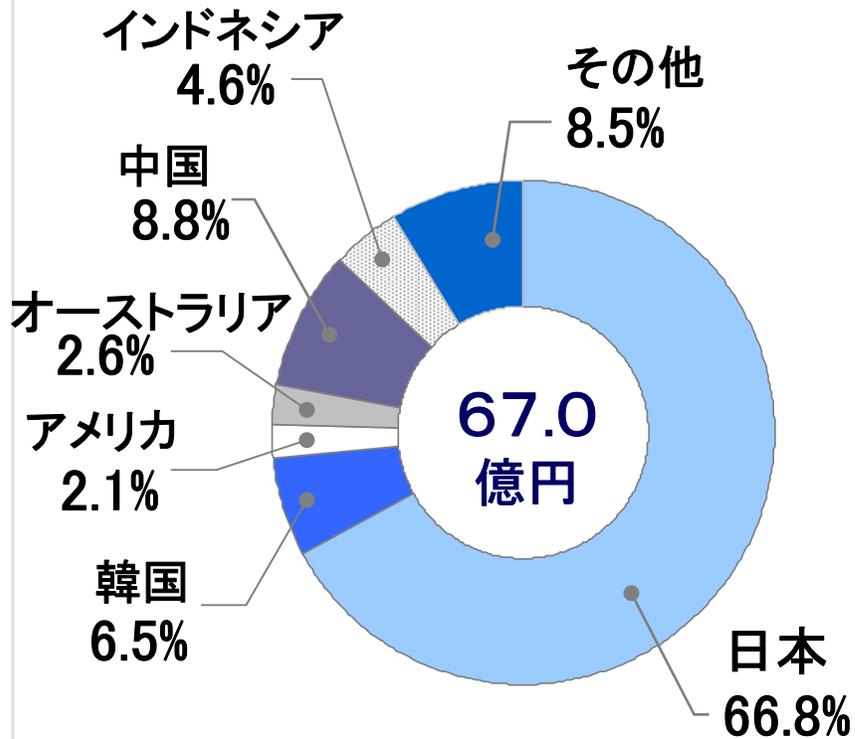


オーストラリア

- ・アメリカでは昨年末からの寒波の影響でFF暖房機が伸長
- ・オーストラリアでは暖房シーズンではないが暖炉が伸長
- ・日本もオフシーズンで特筆すべき傾向なし

連結営業利益 セグメント(地域)別構成比

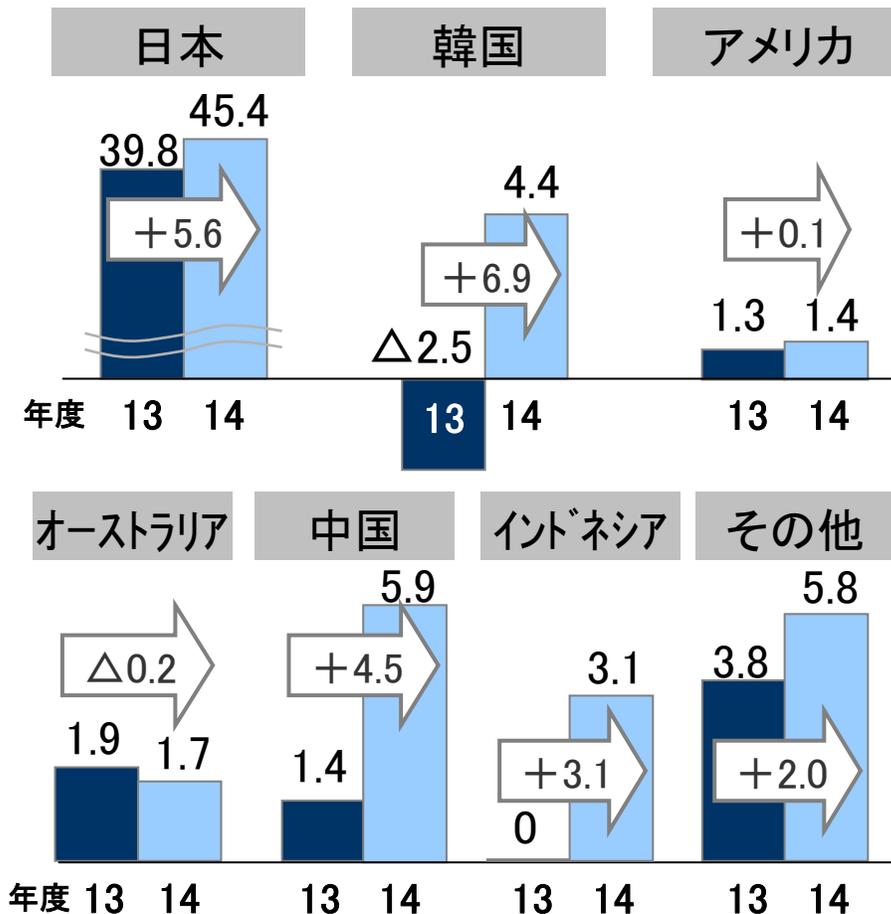
2014年度1Q 営業利益



※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]

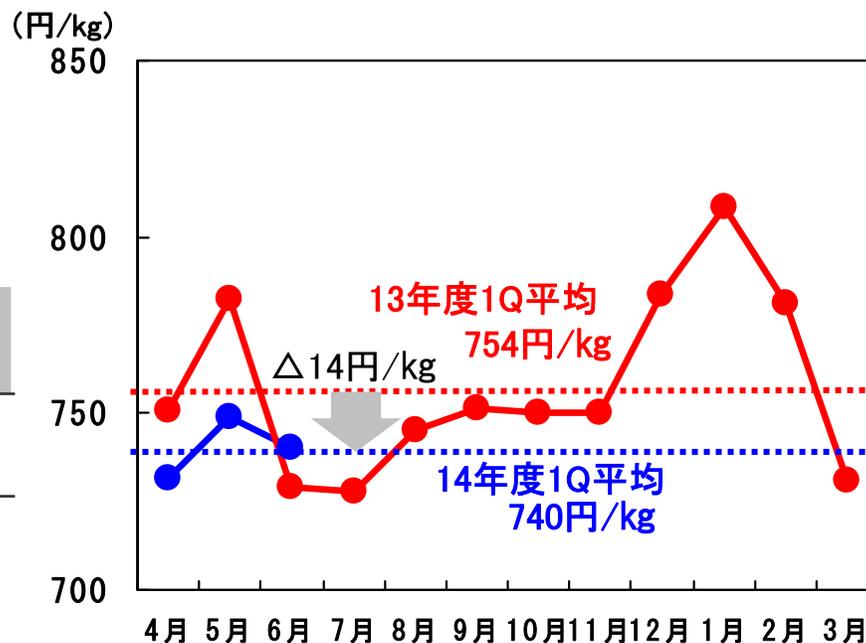


電気銅の動向

- ・14年度の期初の想定単価
820円/kg を下回り推移

| | 13年度 1Q | 14年度 1Q | 前期比 増減率 |
|------|------------|------------|------------|
| 平均単価 | 754 | 740 | △1.9% |

※使用箇所: 給湯器(熱交換器等)

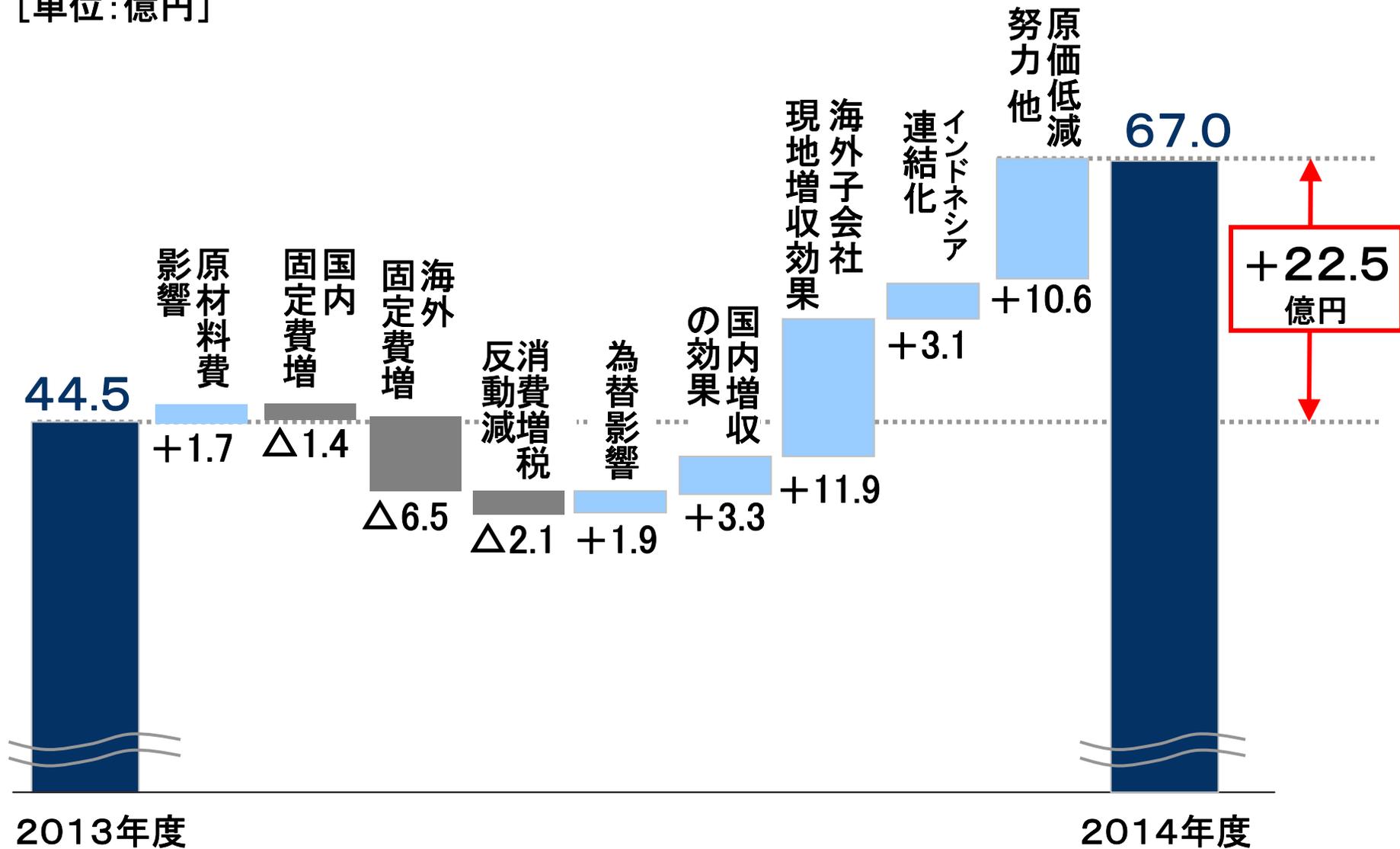


鉄鋼の動向

- ・鉄鋼材料は昨年並みの水準で推移

2014年度 第1四半期 連結営業利益分析

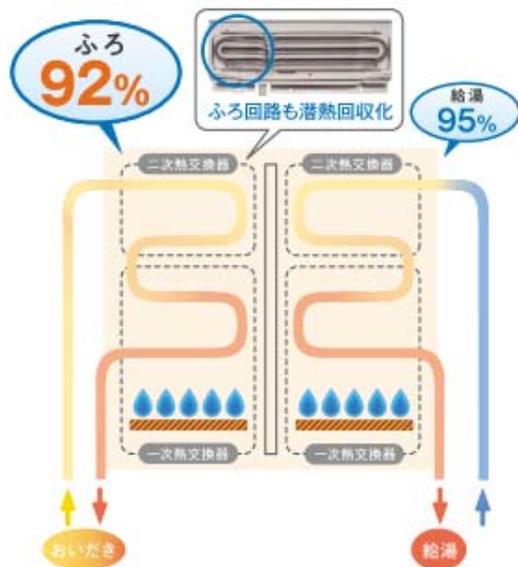
[単位: 億円]





RUF-E2405
(2014年4月発売)

ふろ熱効率92%を実現

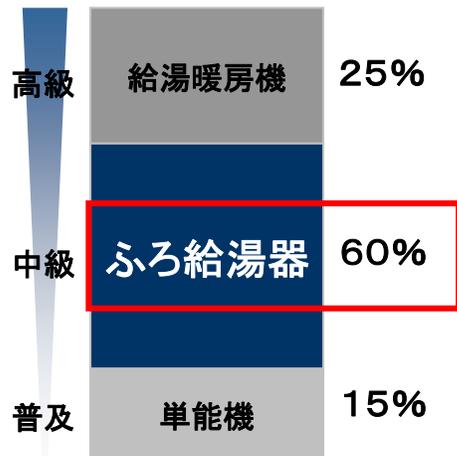


高効率な給湯に加え、ふろ側
(おいだき)も高効率化で
Wエコを達成



『R-QUALITY(クオリティ)』キャンペーン
日本製の「良さ」をアピール
流通先にEシリーズ納入で「JAPAN MADE
QUALITY」の選定商品をプレゼント

給湯器の売上金額構成



軽量化で施工性アップ



最軽量
27.5kg

ゼロベース設計で軽量化を進め
高効率ふろ給湯器として
業界最軽量(※)を実現

(※2014年4月時点)

ハイブリッド給湯・暖房システム『エコワン』の推進



ECO ONE
エコワン



平成25年度 省エネ大賞の最高賞
『経済産業大臣賞』を受賞



戸建タイプ

マンションタイプ

戸建タイプとマンションタイプなど
バリエーションを充実
マンション丸ごと一棟導入など実績多数

●時代は低炭素住宅へ

2013年10月、省エネ基準の見直しにより
一次エネルギー消費量の評価基準に統一

一次エネルギー消費量

省エネ基準値

基準値の60%

エコワン消費量

25GJ/年

15GJ/年

※省エネルギー性能判定プログラムより

一次エネルギー消費量の少ない「ECO ONE」は最適

●電力・ガスの自由化へ

2016年より、電力・ガスの販売を自由に行えるよう改正する方向

電力

ガス

エネルギーの組合せで最適を目指す流れに
電気とガスを併用する「ECO ONE」は最適

真の省エネ商品 **ECO ONE** は『社会インフラ』

エコワン

浴室暖房乾燥機でお風呂場を暖かく・快適に



浴室暖房

衣類乾燥

ミストサウナ

涼風

浴室乾燥

換気



天井タイプ



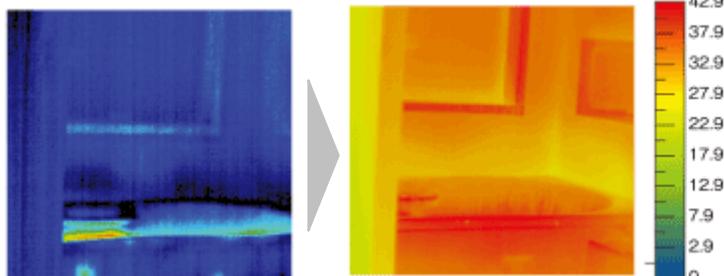
壁掛けタイプ

浴室暖房乾燥機

冬の入浴時に多い「ヒートショック」を防止

浴室をすばやく暖め、ヒートショックの予防に役立ちます

●浴室内の温度比較



暖房機能使用前

暖房機能使用后

リンナイの浴室暖房乾燥機なら、15分で浴室は34°Cに

入浴中の死亡者数は交通事故死亡者数の約3倍以上

ヒートショックによる脳梗塞や心筋梗塞などの事故を防ぎます

●交通事故死亡者数と入浴中死亡者数の比較 [2011年]



※出典：東京都健康長寿医療センター研究所

ビルトインコンロのモデルチェンジ

高級

中級

普及



DELICIA

DELICIA
GRILLER

Verie

Mytone

マイナーチェンジ
8月20日発売

マイナーチェンジ
9月1日発売

フルモデルチェンジ
9月22日発売

中級グレードを刷新
デザイン・機能性向上



ココットダッチオーブン



ココット



グリルプレート

グリルの新容器で多彩な料理メニューを実現



LiSse



前面ボタンをフラット化



グリルプレートでノンフライ調理やトーストなど多彩な料理

レンジフードの新製品

8月発売予定

レンジフード OGRシリーズ
19~24万円



ビルトインコンロ連動

ビルトインコンロのON・OFFに合わせて
レンジフードの運転・停止が自動的に行われる

空気
油



業界初 (2013年7月現在)
オイルスマッシャーユニット搭載



親水性ディスクだから、油汚れは水で洗い流すだけ

油捕集率
90%

ディスクの油の捕集率は90%

整流板とファンの間に設置された円盤状のディスクが高速回転し、煙に含まれる油分を粉碎。フード内部への油汚れを従来機種の1/10に削減

テーブルコンロのモデルチェンジ

高級

中級

普及

従来品



RT62WH 63,800円

グリル水無し両面焼

バーナーリング・天板一体化



RT62MH 58,800円

グリル水無し片面焼



RT61GH 43,800円

グリル水有り片面焼

新製品



8月20日
発売

RT63WH 63,800円



8月20日
発売

RT64JH 43,800円

グリルの水無し化



ワンピーストッ[®]

業界初！
(2013年12月現在)

バーナーリングと天板が一体になっていて
煮こぼれの浸入を防ぐ

+



水無しグリル

グリルの水無し化を
低価格で実現

国内（次なる技術革新への体制固め）

製造・開発



浴室暖房乾燥機



暁工場

【中長期的な生産体制再構築】

- ・高付加価値商品の生産拡張とモノづくり一新
- ・製造関連会社の加工体制強化

営業・物流

- ・北陸支店移転拡張
- ・北海道支店用地取得
- ・部品物流集約化



- ・関西支社移転拡張

- 【暁工場】・浴室暖房乾燥機の生産合理化
- ・高効率給湯器用部品生産の自動化

- 【大口工場・瀬戸工場・旭工場】
- ・新製品の内製化、生産合理化の設備導入

海外（需要拡大に向けた現地体制の強化）

- ・中国：上海新工場2015年9月稼動に向け建設中
- ・オーストラリア：メルボルンの新社屋が5月から稼動開始
- ・韓国：加工設備の増強

設備投資実績

(単位：百万円)

| | 14年度1Q | 増減額 |
|-------|--------|-------|
| 設備投資 | 3,456 | 1,100 |
| 減価償却 | 1,884 | 146 |
| 研究開発費 | 2,128 | 117 |

熱と暮らしを創造する Rinnai

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。