

2023年度 第2四半期 決算説明資料

2023年11月7日

リンナイ株式会社

Rinnai

免責事項

本資料に含まれる見通し、予想、戦略その他将来に関する記述は、当社が現時点で入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績などはさまざまなリスクおよび不確定な要素により当該記述と大きく異なる可能性があります。また、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としていません。

1. 2023年度 第2四半期実績(累計) / 通期 見通し
2. 経営の方向性

2023年度 第2四半期(累計) 連結決算要点

売上高 : **1926.9億円** (前期比:△0.9%)
物価・金利上昇による市況の鈍化で、消費マインドが冷え込んだため減収

営業利益 : **101.2億円** (前期比:△47.0% 利益率:5.3%)
販売数量の減少や減産調整の継続、商品ミックスの悪化により減益

経常利益 : **149.1億円** (前期比:△32.9% 利益率:7.7%)
主に為替差益により、営業外収益を大きく計上

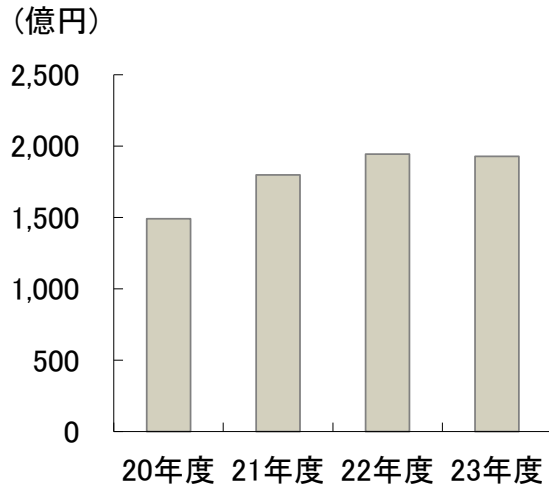
親会社株主に帰属する

四半期純利益 : **79.0億円** (前期比:△40.9% 利益率:4.1%)

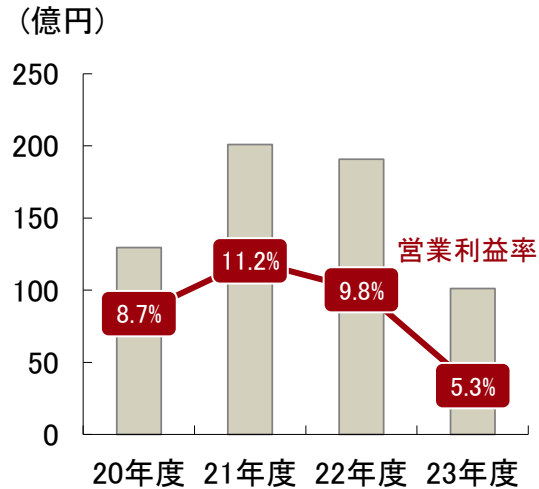
- ・世界的な物価・金利上昇や地政学リスクの高まりにより、市況が低調
- ・原価低減活動やコスト削減を実施するも、減産調整の影響を吸収できず減益

連結業績推移(第2四半期(累計))

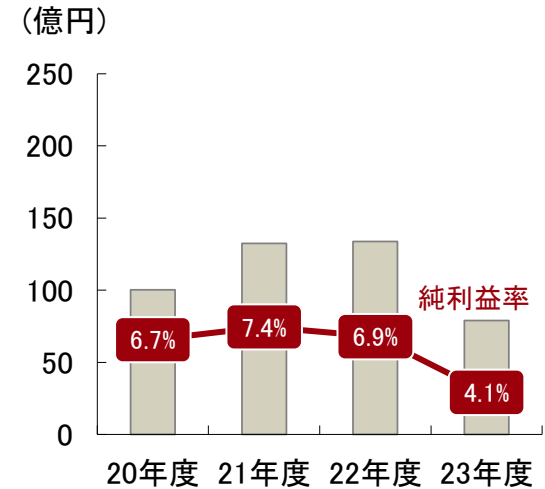
売上高



営業利益



親会社株主に帰属する 四半期純利益



- ・価格改定効果の浸透と為替換算影響により過去2番目の売上高
- ・第2四半期より実施している原価低減活動などの経営努力により、利益は回復傾向

2023年度 第2四半期(累計) 機器別売上高の内訳

[単位:億円]

機器別	2022年度		2023年度		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
給湯	1125.8	57.9%	1144.7	59.4%	+18.8	+1.7%
厨房	442.5	22.8%	425.6	22.1%	△16.9	△3.8%
空調	102.2	5.3%	97.3	5.1%	△4.9	△4.8%
業用	51.6	2.7%	53.4	2.8%	+1.8	+3.6%
その他	221.2	11.4%	205.7	10.7%	△15.4	△7.0%
合計	1943.4	100.0%	1926.9	100.0%	△16.5	△0.9%

2023年度 第2四半期(累計) 連結損益実績内訳

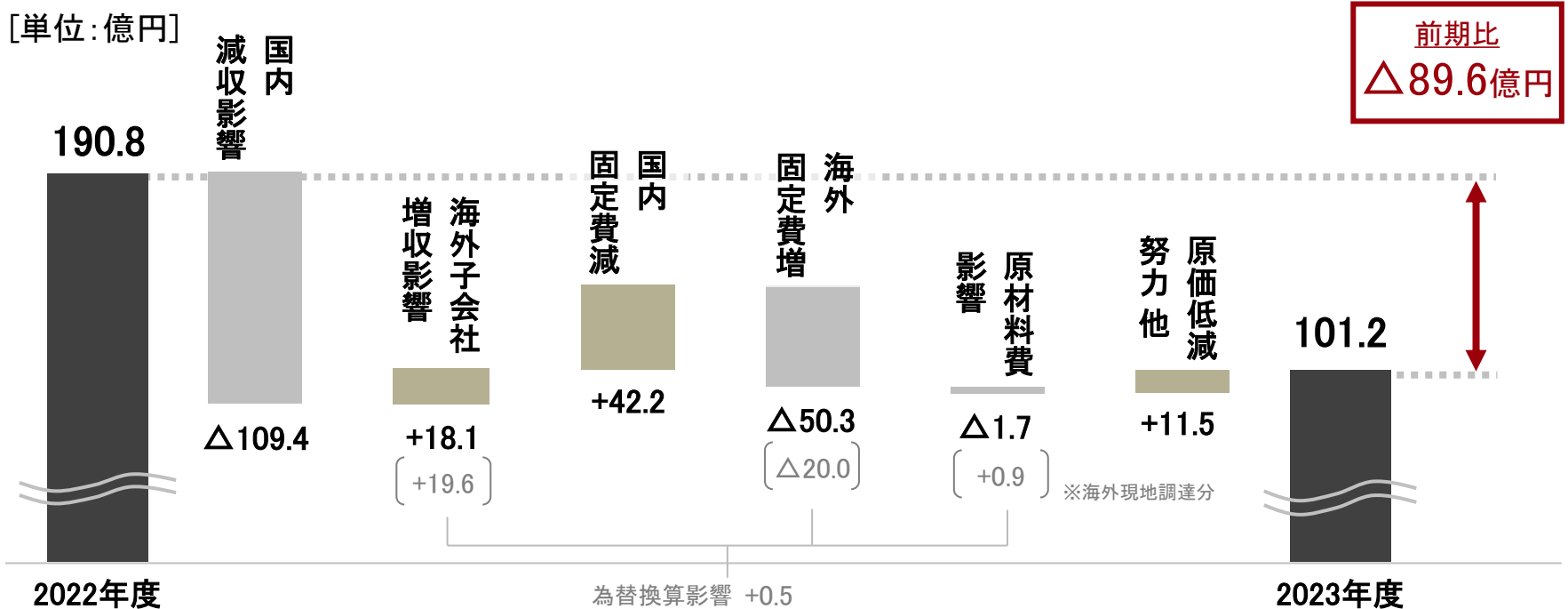
[単位:億円]	売上高	前期比 増減率	営業利益	前期比 増減率	営業利益率	前期比 増減率
連結	1926.9	△0.9%	101.2	△47.0%	5.3%	△4.6pt



	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	941.7	△21.4%	40.6	△64.3%	4.3%	△5.2pt
国内関連	452.6	△17.3%	2.6	△84.1%	0.6%	△2.5pt
海外関連	1107.4	+5.1%	63.3	△6.7%	5.7%	△0.7pt
合計	2501.8	△10.6%	106.6	△46.3%	4.3%	△2.8pt

2023年度 第2四半期(累計) 連結営業利益分析

[単位:億円]



国内の需要回復遅れにより販売減、生産調整により原価低減努力で刈り取れず減益

リンナイ単体 2023年度 第2四半期実績(累計)

- 市場全体の需要回復が遅れるなか、価格改定効果が徐々に浸透
- 原材料価格の高止まりに加え、生産調整も継続し、減益



ビルトインコンロ



ハイブリッド給湯器



ガス衣類乾燥機

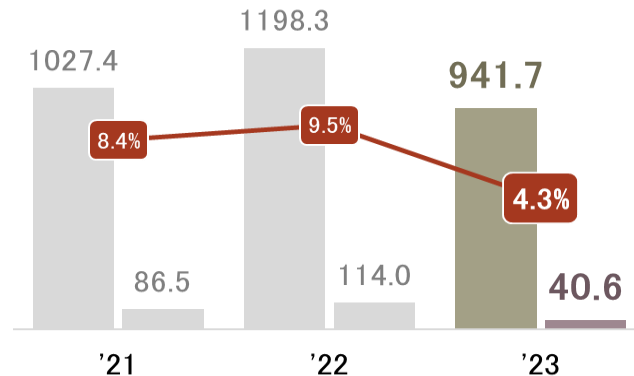


食器洗い乾燥機

(億円)	2022年度	2023年度	前期比増減率
売上高	1198.3	941.7	△21.4%
営業利益	114.0	40.6	△64.3%
営業利益率	9.5%	4.3%	△5.2pt

リンナイ単体 第2四半期 実績

■:売上高 ■:営業利益 ●:営業利益率 (単位:億円)



(販売台数:国内)	前期比増減率
給湯暖房機	△9.8%
ふろ給湯器	△37.2%
ビルトインコンロ	△4.8%
ガス衣類乾燥機	△19.4%

リンナイアメリカ 2023年度 第2四半期実績(累計)

- 低調な住宅市況のなか、主力のタンクレス給湯器の回復に遅れ
- 労務費・経費削減を実施するも、減産による影響で営業赤字



タンクレスガス給湯器



高効率ガス給湯器

SENSEI

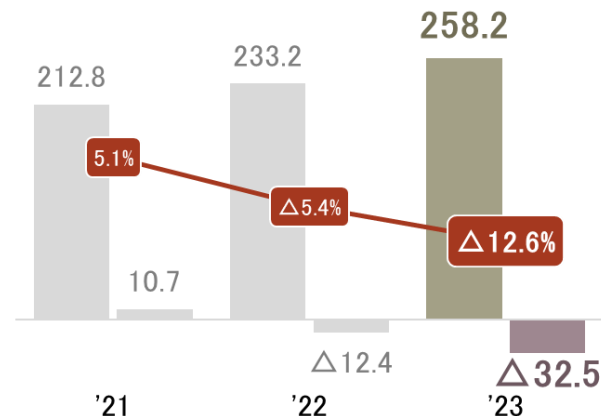


高効率ボイラー

(億円)	2022年度	2023年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	233.2	258.2	+10.7%	+0.3%
営業利益	△12.4	△32.5	-	-
営業利益率	△5.4%	△12.6%	-	-

リンナイアメリカ 第2四半期 実績

■:売上高 ■:営業利益 ●:営業利益率 (単位:億円)



(販売台数)

前期比増減率

タンクレス給湯器

△3.9%

内)高効率タイプ

△18.9%

上海林内 2023年度 第2四半期実績(累計)

■ 不動産市況が悪化するなか、ECサイト・ネット実店舗販売が好調

■ 厨房機器は苦戦するも、主力の給湯器で挽回し、増収増益

※ 費用計上基準・収益認識の見直し影響を含む



給湯器



ビルトインコンロ



レンジフード



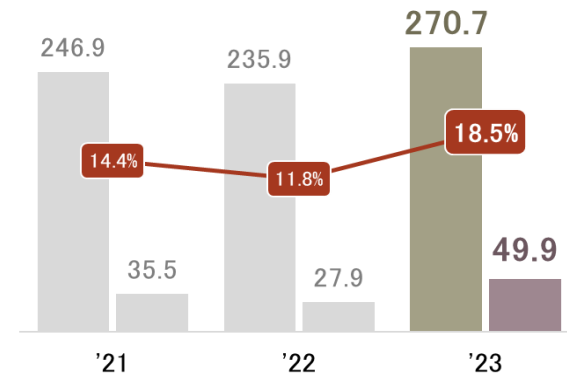
ボイラー

(億円)

	2022年度	2023年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	235.9	270.7	+14.7%	+11.8%
営業利益	27.9	49.9	+78.9%	+74.4%
営業利益率	11.8%	18.5%	+6.6pt	

上海林内 第2四半期 実績

■:売上高 ■:営業利益 ●:営業利益率 (単位:億円)



(販売台数)

	前期比増減率
給湯器	+10.1%
ビルトインコンロ	△29.6%
レンジフード	△18.6%
ボイラー	+5.0%

上海林内トピックス

■奉賢工場 第二期工事

- ・事業成長に合わせ、現地生産能力を増強
- ・2023年11月 竣工

項目	第一期	第二期	合計
延べ床面積	68.103㎡	97.419㎡	165.522㎡



奉賢工場 外観

■ネット実店舗と契約し、販売地域を拡大

- ・天猫や京東が全土にネット実店舗を展開中
- ・特に3級・4級都市での販売契約店舗数を拡大

	21年末	22年末	23年6月現在
取引店舗数	約6,000店	約10,000店	約15,000店



リンナイオーストラリア 2023年度 第2四半期実績(累計)

■ 主力のガスタンクレス式給湯器の販促に加え、供給遅延のあった前年対比で大きく伸長

■ ヒートポンプ給湯器を中心に、電気商材も好調



ガスタンクレス給湯器



電気タンク式給湯器

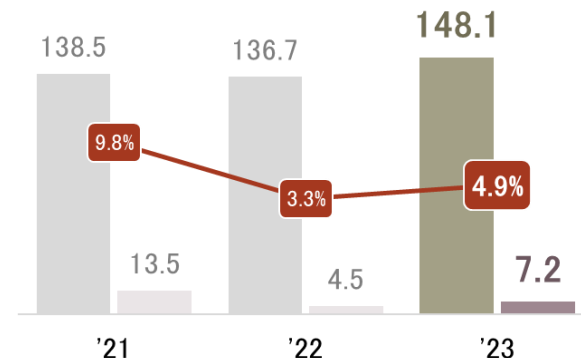


ダクト式冷暖房システム

(億円)	2022年度	2023年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	136.7	148.1	+8.3%	+4.5%
営業利益	4.5	7.2	+58.2%	+52.7%
営業利益率	3.3%	4.9%	+1.6pt	

リンナイオーストラリア 第2四半期 実績

■:売上高 ■:営業利益 ●:営業利益率 (単位:億円)



(販売台数)

前期比増減率

ガスタンクレス給湯器	+19.5%
電気タンク式給湯器	+8.5%
ダクト式冷暖房システム	△6.6%

リンナイ코리아 2023年度 第2四半期実績(累計)

- 価格競争が激化するなか、当社価格は一定の規律を維持
- 経費削減を徹底するも、減収分を吸収するに至らず減益



親環境ボイラー

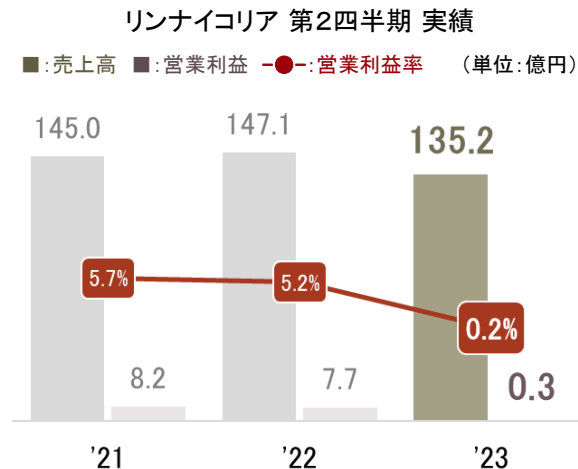


ガスコンロ



電気コンロ

(億円)	2022年度	2023年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	147.1	135.2	△8.1%	△12.4%
営業利益	7.7	0.3	△95.8%	△96.0%
営業利益率	5.2%	0.2%	△5.0pt	



(販売台数)	前期比増減率
ボイラー	△16.5%
ガスコンロ	△16.6%
電気コンロ	△3.9%

リンナイインドネシア 2023年度 第2四半期実績(累計)

- 物価上昇に伴う市況悪化により、販売面は低調
- 鉄鋼を中心とした原材料価格の低下や価格改定、
原価低減活動で増益



テーブルコンロ



ビルトインコンロ

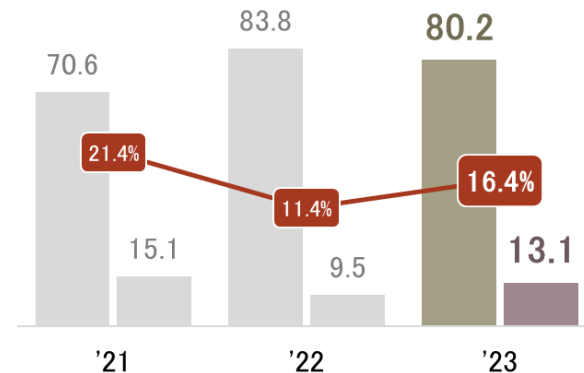


レンジフード

(億円)	2022年度	2023年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	83.8	80.2	△4.4%	△9.6%
営業利益	9.5	13.1	+37.5%	+30.0%
営業利益率	11.4%	16.4%	+5.0pt	

リンナイインドネシア 第2四半期 実績

■:売上高 ■:営業利益 ●:営業利益率 (単位:億円)



(販売台数)	前期比増減率
テーブルコンロ	△13.2%
ビルトインコンロ	△12.0%
レンジフード	+0.1%

第2四半期までの実績と第3四半期以降の見通し

	第2四半期までの実績	第3四半期以降の見通し
日本	昨年発生した供給遅延の解消後、流通在庫が増加 巣ごもり需要の反動による需要減退も影響	価格改定効果の浸透に加え、実需に連動した需要回復に期待 社会課題のニーズをとらえ、高付加価値商品を拡販
アメリカ	新築市場で回復の兆候が見られるも、リフォームは低調 グリフィン工場の減産調整により、収益が悪化	単月黒字化し、赤字幅の縮小を進める 来期の成長回帰に向け、在庫水準の早期適正化を目指す
中国	不動産市況の悪化が続くもネット実店舗との契約増で、好調 1Qは減収減益スタートも2Qで計画インラインに戻す	独自戦略である販売チャネル改革の推進で、増収増益基調 来期以降、生産投資効果による利益率向上を目指す
その他 主要国	オーストラリア：市場が縮小するも、販促により増収増益 韓国：引続く不況により、価格競争の激化が続く インドネシア：市況悪化で販売減も、原材料費が低下し増益	オーストラリア：電気商材も含め、販売堅調 韓国：厳しい市場のなか、販促による売上確保を目指す インドネシア：市況が弱含むなか、増益基調を継続

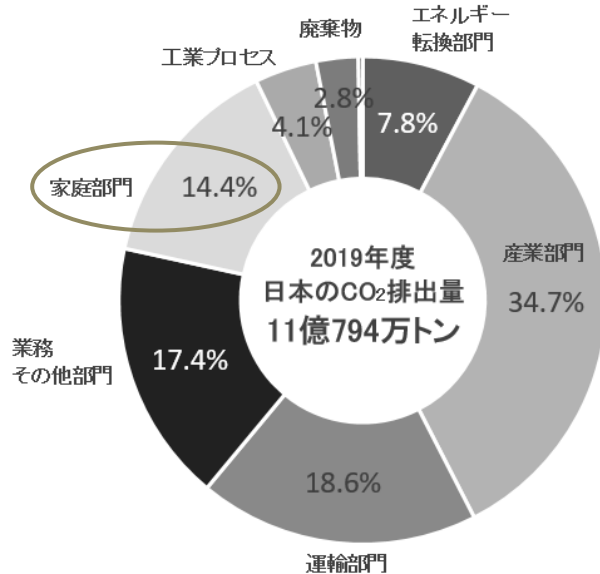
リスク材料は残るも、第1四半期を「底」に、期末に向けて回復する見通し

1. 2023年度 第2四半期実績(累計) / 通期 見通し
2. 経営の方向性

国内戦略(カーボンニュートラルへの対応)

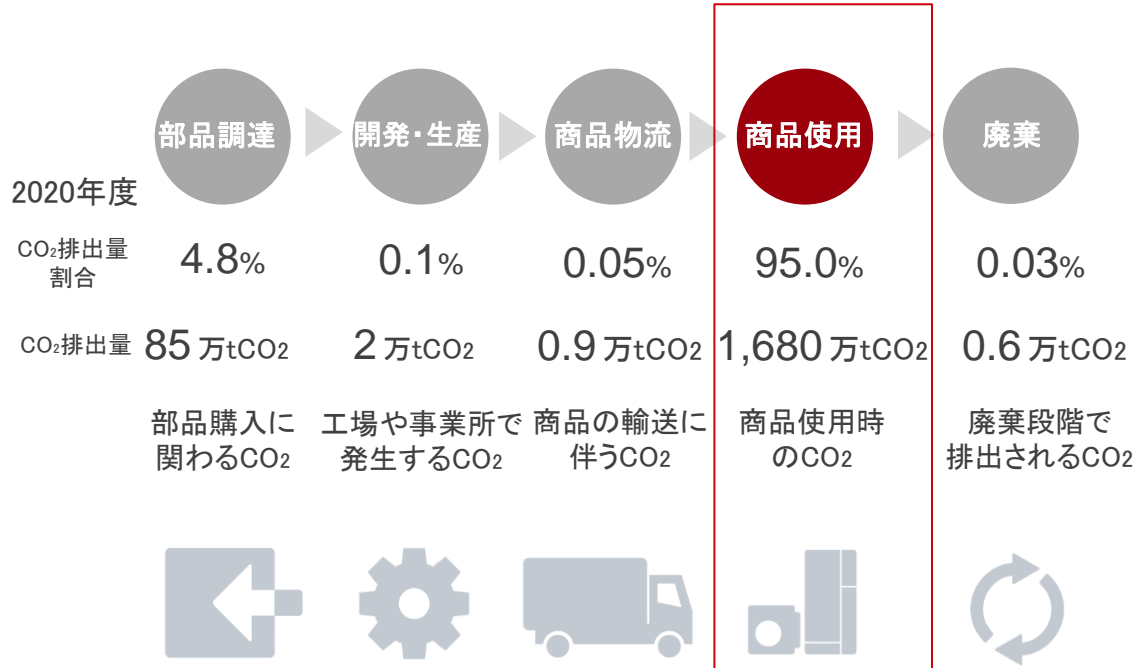
■ 日本国内のCO2排出量について

【部門別 CO2排出量】



出典: 全国地球温暖化防止活動推進センター <https://www.jccca.org/>

■ 商品ライフサイクルにおける環境影響



RIM2050におけるCO₂排出量の目標

リンナイ商品のライフサイクル



CO₂排出量の目標

(海外商品に関しては概算になります)

	2020年	2030年	2050年	2020年	2030年	2050年
国内	3万 _{tCO₂}	1.5万 _{tCO₂}	ゼロ	1,680万 _{tCO₂}	1,260万 _{tCO₂}	ゼロ
グローバル	10万 _{tCO₂}	5万 _{tCO₂}	ゼロ	4,500万 _{tCO₂}	—	ゼロ

(※2023年期末決算資料にて、進捗状況を開示予定)

国内戦略(2030年に向けた施策例)

2050年には「脱炭素」=「実質ゼロ」を目指す
中期的(2030年)には「低炭素」=「省エネ」の実現を目指し

ECO ONEやエコジョーズの販売を拡大



ECO ONE(エコワン)
ハイブリッド給湯・暖房システム

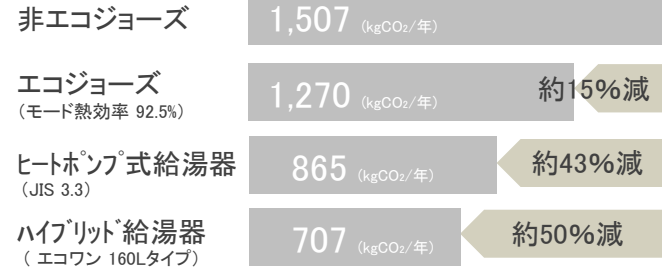
エコジョーズ

従来型給湯器に比べ
CO2排出量を

▶ 約**50%**削減

▶ 約**15%**削減

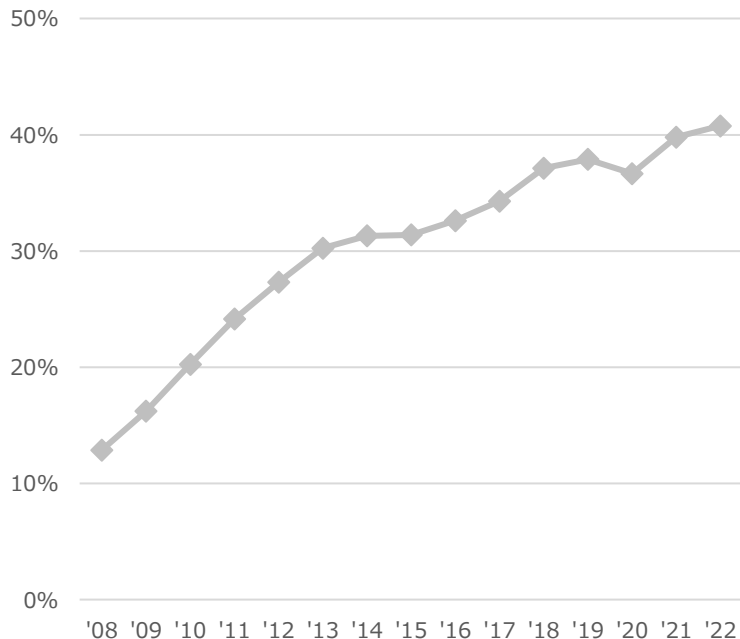
給湯器 CO2排出量の比較



エコジョーズ比率向上により
非エコジョーズを段階的に縮小

国内戦略(高効率給湯器:エコジョーズ)

■ エコジョーズ化 販売比率の推移



■ 普及のための取組み

政策

- ・ガス温水機器 トップランナー基準
達成年度:2025年

区分	目標効率
給湯単能器	84.4%
ふろ給湯器	87.2%
給湯暖房機	90.3%

- ・補助金(経産省) **新制度**

賃貸集合住宅の省エネ化支援

(2024年度~)

既存賃貸集合住宅での
エコジョーズへの取り替えに
一定額の補助金

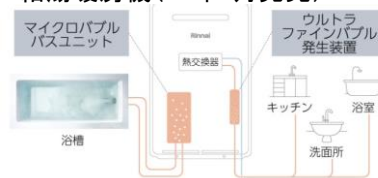
給湯単能機からの取り替えを促進

当社取組み

- ・付加価値の向上
ウルトラファインバブル発生装置
搭載エコジョーズ(22年10月発売)



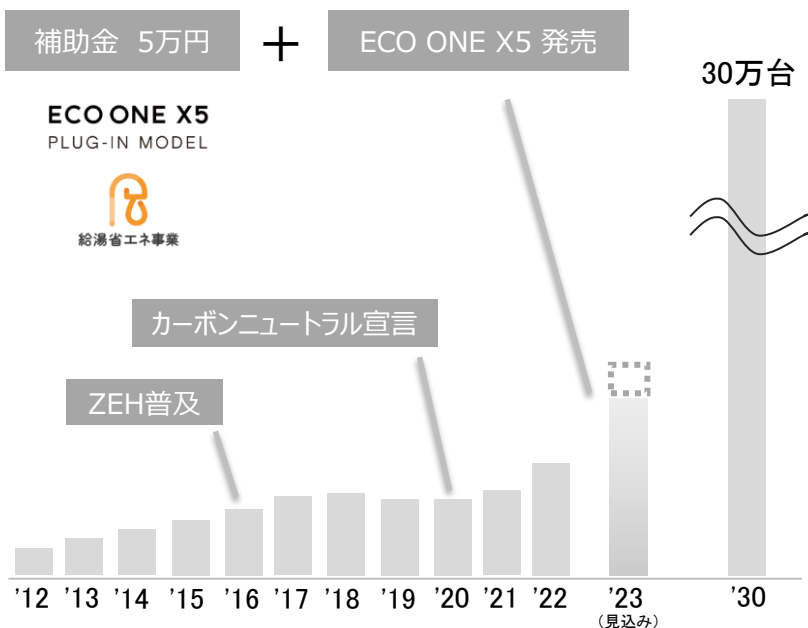
マイクロバブルバスユニット内臓
給湯暖房機(23年8月発売)



国内戦略(ハイブリッド給湯器:エコワン)

■ エコワン販売台数の推移・目標(イメージ図)

・2012年の発売から苦節11年を経て、大きく伸長



■ 省スペース・施工性を向上した ECO ONE X5を発売

・フレキシブルな設置性で、様々な条件の取り替えに対応

奥行き 500mmに対応



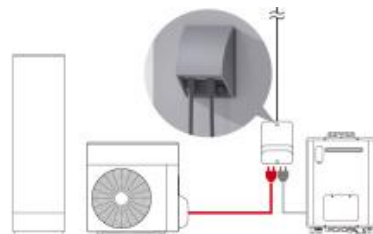
タンクと熱源機の分離可



バルコニー設置も可能に



・プラグインモデルなら専用電源の配線工事も不要

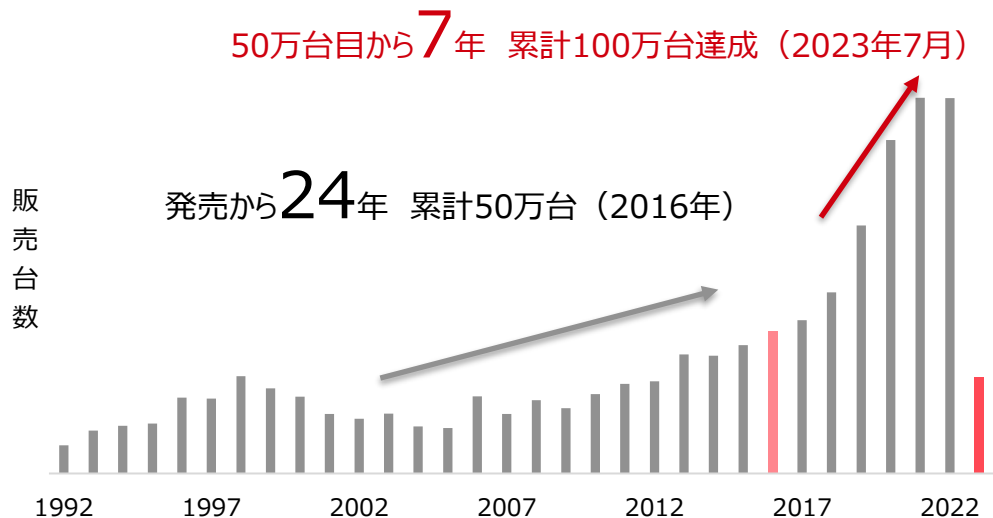


ガス給湯器からの取り替えの場合、
既設の屋外コンセントを使用可能※

※個別配線ブレーカーは20Aであること

国内戦略(ガス衣類乾燥機:乾太くん)

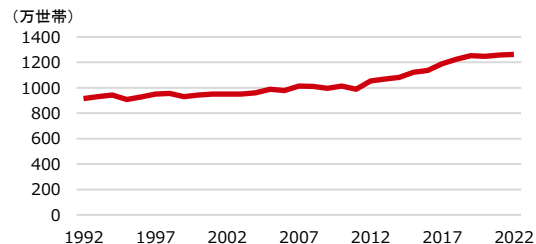
■ 乾太くん販売台数の推移(イメージ図)



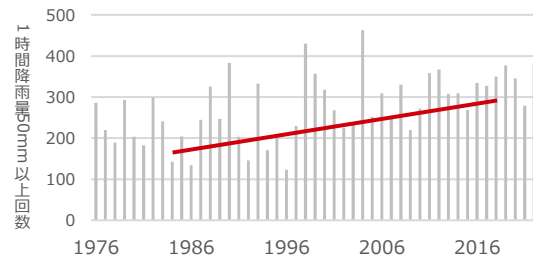
発売から24年間で、累計販売台数50万台に到達して以降、社会・環境変化を追い風に、7年間(2023年)で累計100万台を達成

■ 社会・環境変化を追い風に、急速に普及拡大

- ・女性の社会進出に伴う共働き世帯の増加
⇒家事の時短ニーズの高まり



- ・ゲリラ豪雨や黄砂・花粉などの環境変化
⇒満足のいく「外干し」が困難に



国内戦略(ガス衣類乾燥機:乾太くん)

■ 乾太くん デラックスタイプ モデルチェンジ(2023年7月12日発売)



乾太くん 希望小売価格(税抜):6kg 18.7万円～ 9kg 21.9万円～

■ 6kgの衣類を約60分で乾燥

・ガスのパワーを活かし、衣類をスピード乾燥。家事時間の大幅短縮に貢献

乾燥時間の比較

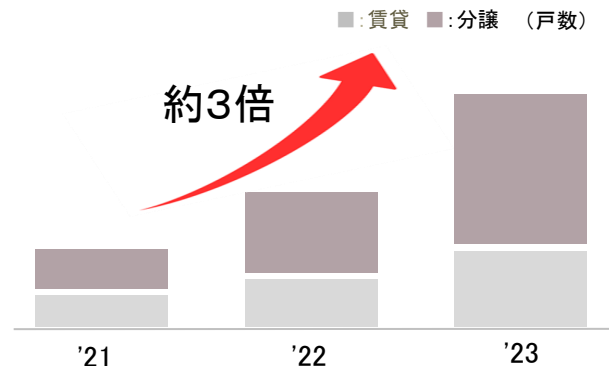
乾太くん **6kg 約60分** < 5kg 約52分 / 9kg 約90分

電気ヒートポンプ式
全自動洗濯乾燥機 約185分

電気ヒーター式
全自動洗濯乾燥機 約312分

■ 新築マンションでの採用も増加

・一戸建て住宅だけでなく、分譲・賃貸マンションでの採用も増加



積極的な空間提案で、新築での標準化を目指す

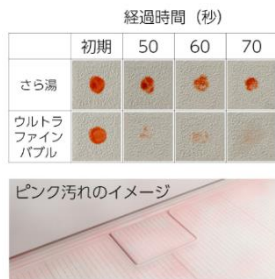


国内戦略(エアバブル商材※)

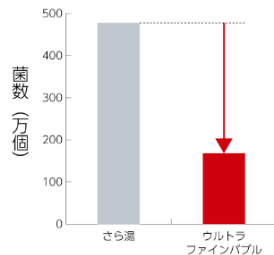
※マイクロバブルとウルトラファインバブルの総称

■ ウルトラファインバブルの効果効能

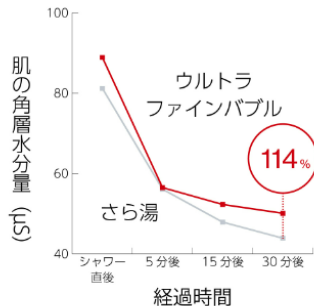
・水回りの汚れ・水垢や排水管の汚れを清潔に



ピンク汚れの原因菌を **66%** 減少



・肌のうるおい持続

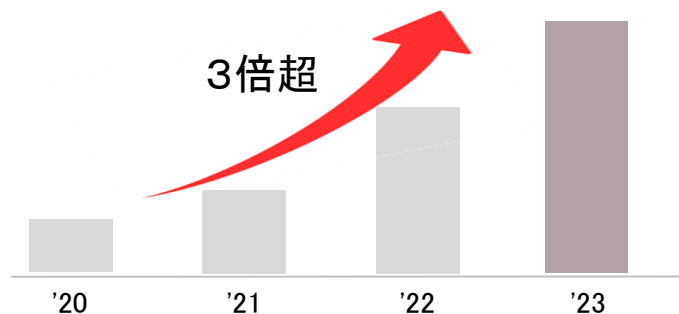


入浴後の肌は乾燥しやすく、適切なケアが欠かせません。

角層水分量を**30分後**まで持続

■ エアバブル商材の販売台数の推移

・2020年の発売以降、堅調に販売台数を伸ばす



【海外への展開】



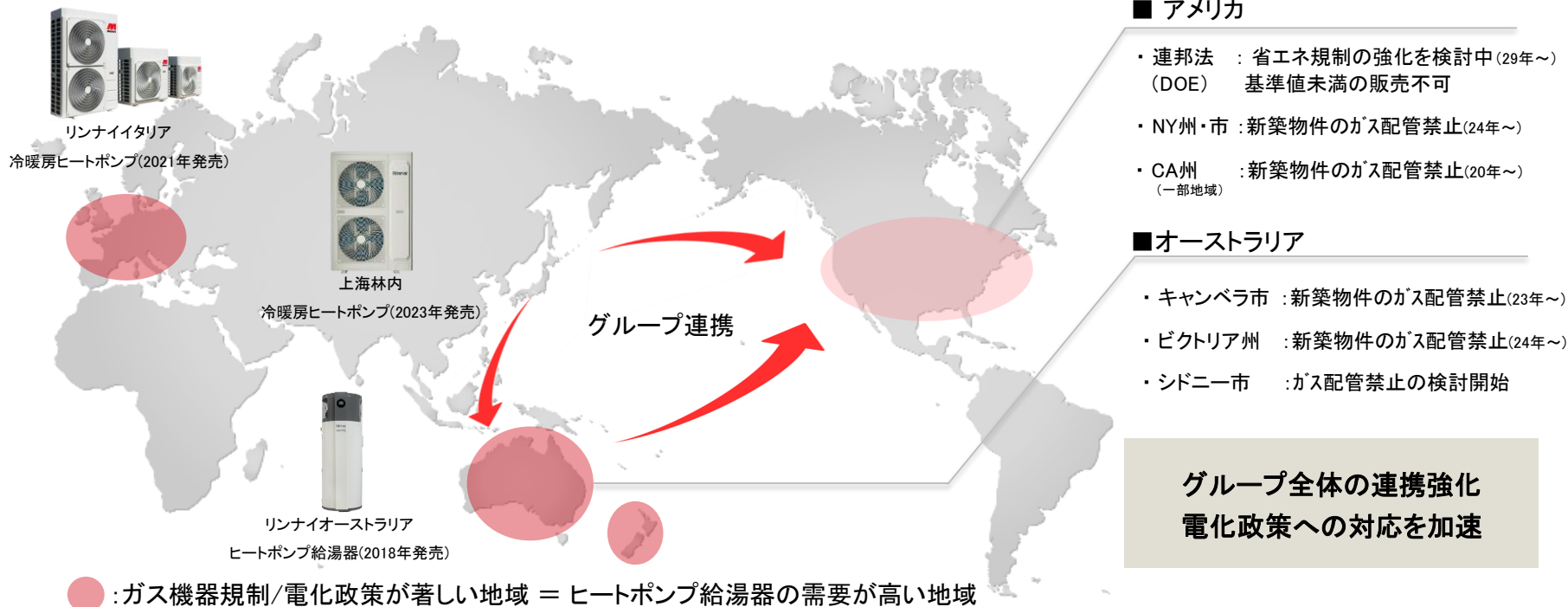
北京ISH展示会(2021年5月)



台湾リンナイ(2023年9月~)

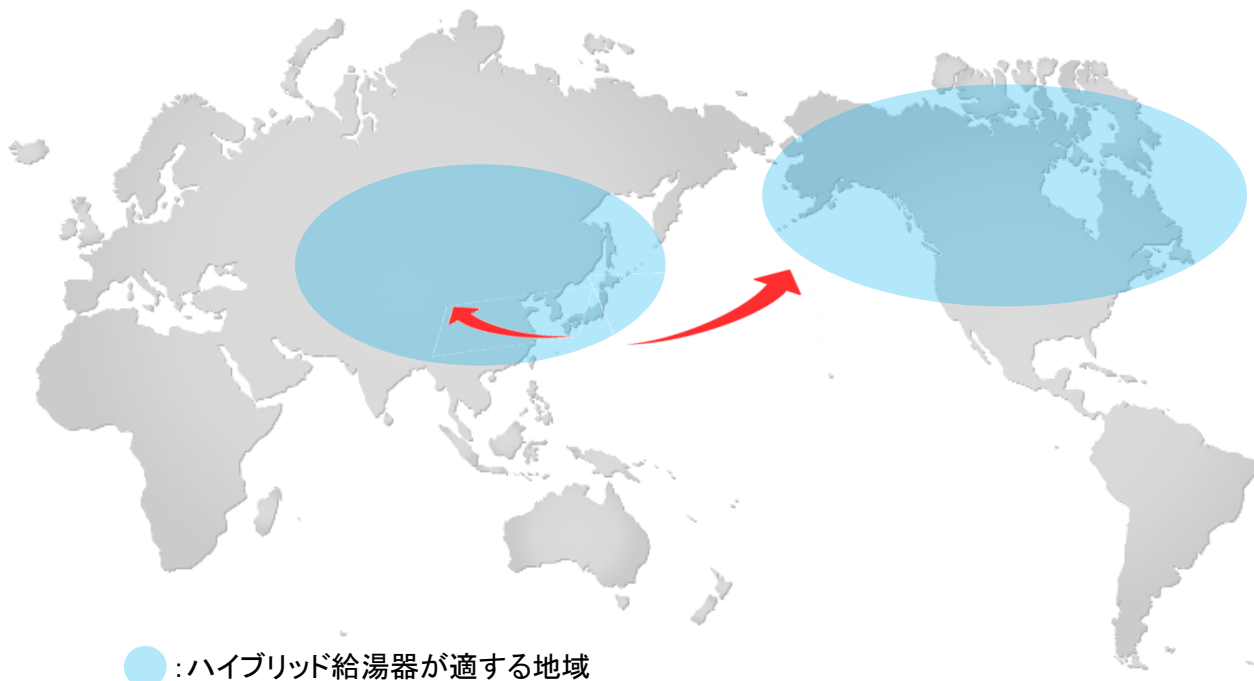
海外戦略(電化政策への対応)

■ 世界の一部地域でカーボンニュートラルの実現に向け、ガス機器規制/電化政策が進行



海外戦略(ハイブリッド給湯器の展開)

■ ハイブリッド給湯器の好適地(気候区分:冷帯)



● :ハイブリッド給湯器が適する地域

冷帯地域では、効率の観点から
ハイブリッド給湯器が有効



ハイブリッド給湯器
ECO ONE



日本で培った技術・経験を展開
優位性を確立する機会

ESG推進体制

■ ESG委員会にて取組みを推進

委員長：内藤社長

委員：経営企画本部長、総務部長
人事部長、環境部長、購買部長

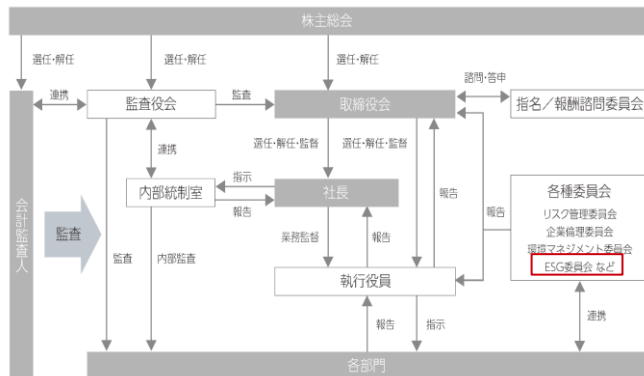
回数：年4回開催

内容：ESG活動内容協議

報告：取締役会への報告

■ ESG課題リスト(主な項目)

	項目	対応・状況
E	Scope2の100%再エネ化	国内：事業所ごとに実施検討 海外：エネルギー供給を体制を確認中
	従業員エンゲージメント調査	2回目：23年10月に実施 ※ 分析中
S	女性管理職比率向上	プレマネジメント研修の実施
	サプライチェーンにおける人権・紛争鉱物調査	サプライヤー（246社）への調査実施 済
	従業員向け株式報酬	持株会RSを付与（23年4月付与） 持株会加入率 51% ⇒ 85% 済
G	取締役会の構成	社外取締役比率・ダイバーシティの向上 ⇒ 23年6月 株主総会で選任 済
	役員報酬制度	導入から3年経過 見直しを予定



ESGトピックス

■ E：使用電力100%再生可能エネルギー オフィスの拡大

- ・カーボンニュートラル宣言(RIM2050)の実現に向け、Scope2での100%再生可能エネルギー化を、5拠点で実現

事業所	開始時期
つくば研修センター	2021年7月
Hot.Lab浜松町	2021年9月
南関東支店	2022年7月
中国支店	2022年7月
北海道支店	2023年9月
関西支社	2023年11月(予定)



(南関東支店)



(関西支社)

■ S：管理職候補者の育成

新規

- ・プレマネジメント研修の実施(12月～)
各部門より、男女合わせて55名を選抜

【目的】

- ・プレイヤーとしてではなくチームとしての成果を意識させる
- ・上司・部下の本音を引き出すコミュニケーションスキルを身に付ける

■ G：役員報酬制度の改定

- ・報酬割合やKPIの見直しを予定

(現状：役員報酬の割合)

固定	業績連動報酬	株式報酬
70%	20%	10%

業績連動報酬：連結営業利益・単体営業利益・個人評価

株式報酬：譲渡制限付き株式報酬(RS)

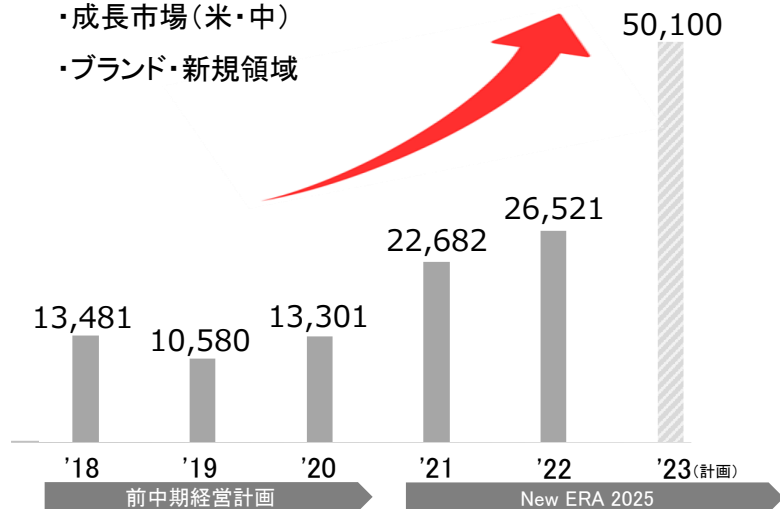
- ・株式保有ガイドラインを制定予定

投資の推移

■ 設備投資の推移

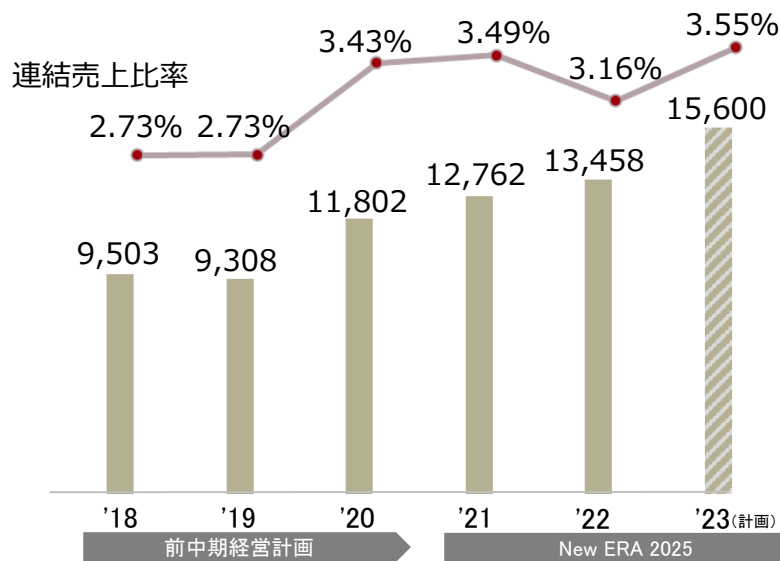
【主な投資実績】

- ・成長市場(米・中)
- ・ブランド・新規領域



成長分野・新規領域へ投資拡大

■ 研究開発費の推移



CN対応等、新技術開発に注力

株主還元

■還元方針

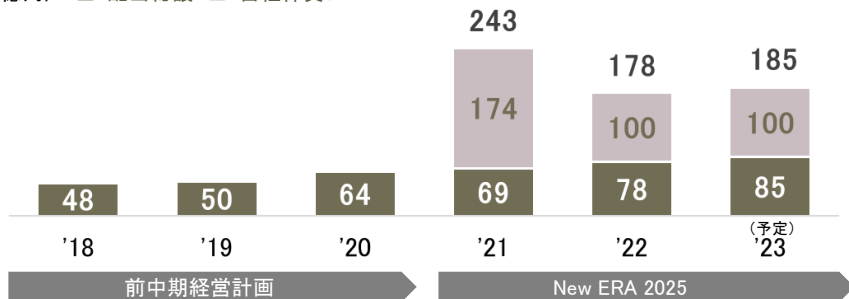
総還元性向 40% (2021~2025年平均)

+

配当性向の段階的な引上げ (2025年度:40%水準)

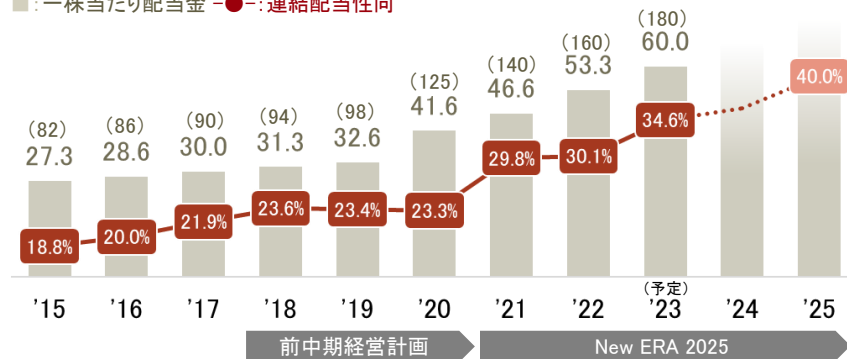
株主還元総額 推移

(億円) ■: 配当総額 ■: 自社株買い



一株当たり配当金・配当性向 推移

■: 一株当たり配当金 ●: 連結配当性向



本中計期間における還元総額は拡大
 今期業績は厳しいなか、将来の成長目線は変わらず配当性向を引き上げ

