

2024年度 第2四半期(中間期) 決算説明資料

2024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. 2024年度 第2四半期(中間期)実績 / 通期 見通し
2. 経営の方向性

2024年度 第2四半期(中間期) 連結決算要点

■ コストアップの市場環境のなか、昨年より市況が回復したことで、業績が大きく改善

売上高 : **2121.2億円** (前期比: +10.1%)

市場環境は厳しいながらも、好調だった第1四半期の勢いを継続し、過去最高売上

過去最高

営業利益 : **209.9億円** (前期比: +107.5% 利益率: 9.9%)

原材料・エネルギーコストが高まるなか、価格改定や原価低減活動の効果により、過去最高

過去最高

経常利益 : **223.2億円** (前期比: +49.7% 利益率: 10.5%)

為替差損を計上するも、営業増益で吸収し、過去最高

過去最高

親会社株主に帰属する

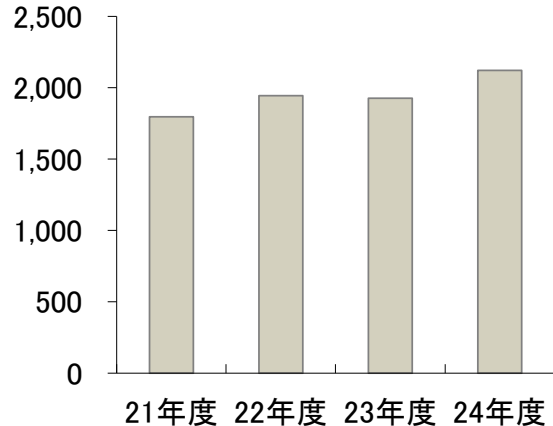
中間純利益 : **122.4億円** (前期比: +55.0% 利益率: 5.8%)

連結業績推移(第2四半期(中間期))

- 国によって住宅市場の回復に濃淡があるものの、価格改定や為替換算影響で、過去最高売上
- 原材料・エネルギーコストが高騰するなか、昨年の減産体制からの正常化で、営業増益

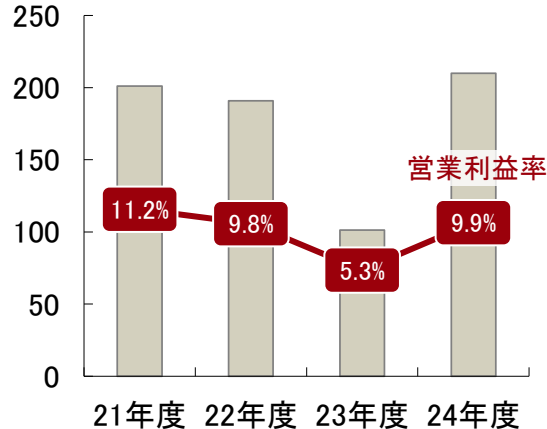
売上高

(単位: 億円)



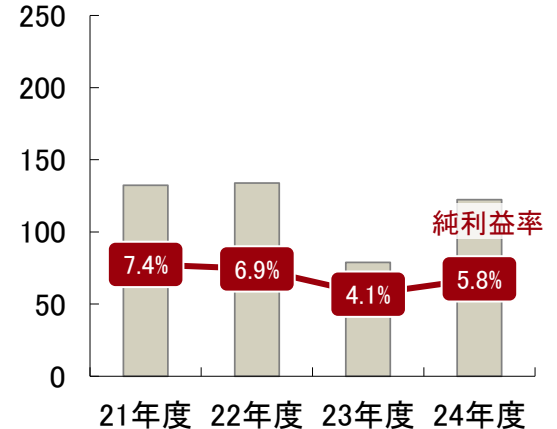
営業利益

(単位: 億円)



親会社株主に帰属する 中間純利益

(億円: 億円)



2024年度 第2四半期(中間期) 機器別売上高の内訳

[単位:億円]

機器別	2023年度		2024年度		増減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
給湯	1144.7	59.4%	1267.4	59.8%	+122.7	+10.7%
厨房	425.6	22.1%	462.6	21.8%	+37.0	+8.7%
空調	97.3	5.1%	98.3	4.6%	+1.0	+1.1%
業用	53.4	2.8%	57.0	2.7%	+3.5	+6.7%
その他	205.7	10.7%	235.6	11.1%	+29.8	+14.5%
合計	1926.9	100.0%	2121.2	100.0%	+194.2	+10.1%

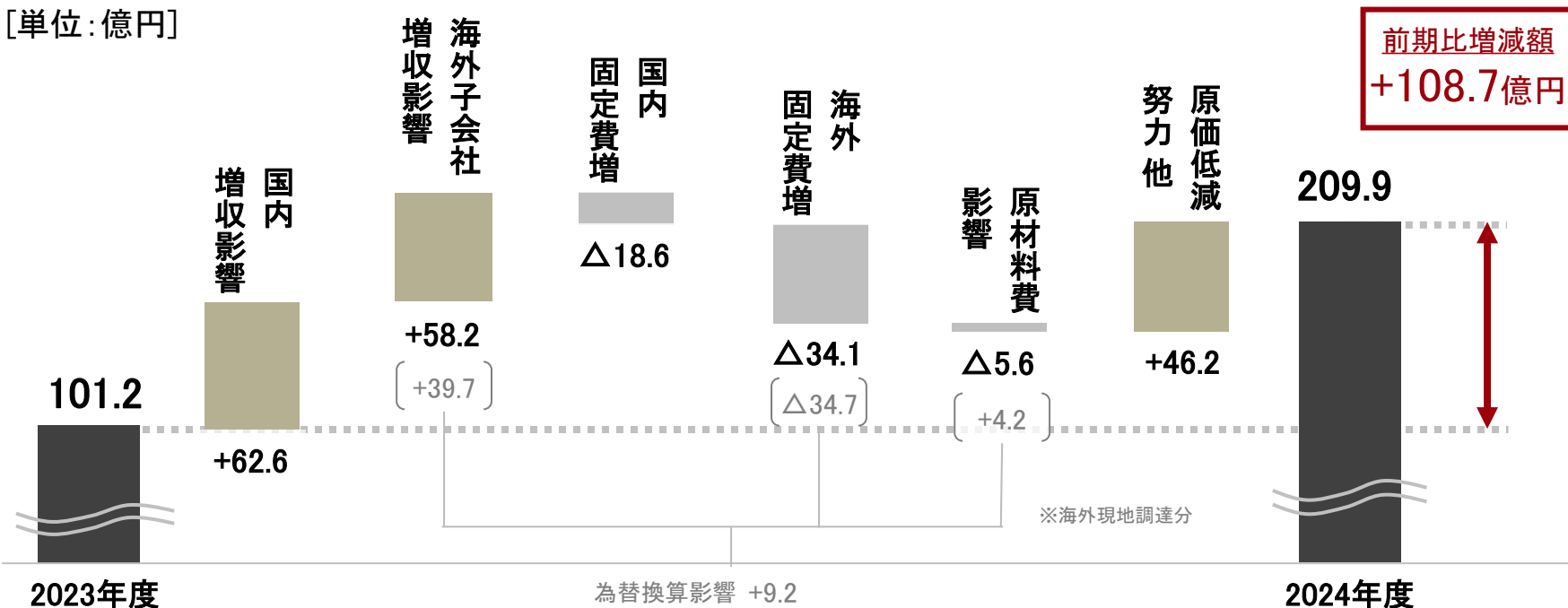
2024年度 第2四半期(中間期) 連結セグメント別 損益実績内訳

[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	2121.2	+10.1%	209.9	+107.5%	9.9%	+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
日本	911.8	+5.2%	94.8	+105.7%	10.4%	+5.1pt
アメリカ	321.5	+24.5%	8.9	-	2.8%	+15.1pt
オーストラリア	162.1	+9.9%	7.2	△2.4%	4.5%	△0.6pt
中国	307.9	+8.7%	49.7	△2.7%	16.2%	△1.9pt
韓国	166.6	+13.2%	5.6	-	3.4%	+3.1pt
インドネシア	87.2	+12.8%	19.8	+51.5%	22.8%	+5.8pt
その他	163.7	+11.7%	25.8	+31.7%	15.8%	+2.4pt
調整額	-	-	△2.2	-	-	-

2024年度 第2四半期(中間期) 連結営業利益分析

■ 高付加価値商品の販売増と原価低減効果を伸ばし、大幅増益

[単位: 億円]

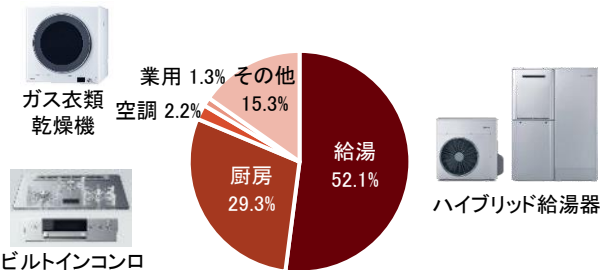


日本 セグメント 2024年度 第2四半期(中間期) 実績

■ 対象会社

リンナイ単体、国内連結子会社(製造・販売)

■ 商品別売上構成比 (2024年度 2Q実績(累計))



■ セグメント実績

(単位: 億円)

	2023年度	2024年度	増減率
売上高	866.7	911.8	+5.2%
営業利益	46.0	94.8	+105.7%
営業利益率	5.3%	10.4%	+5.1pt

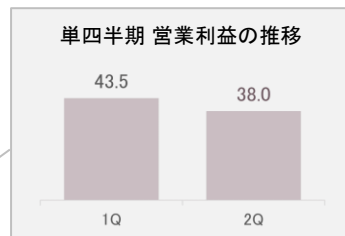
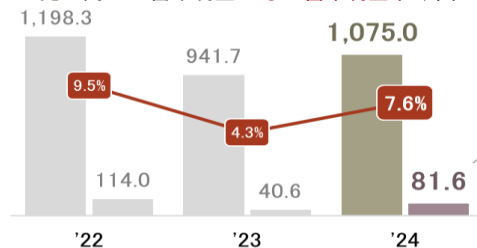
■ 主要会社 個別業績

リンナイ単体

- 物価上昇により消費は低調ながらも、実需と連動した市況に回復
- 独自性の高いハイブリッド給湯器は補助金効果を受け、前比50%超と大きく伸長
- 原材料・エネルギーコストなどが高騰するなか、生産稼働率アップで増益

【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)



(単位: 億円)

	2023年度	2024年度	増減率
売上高	941.7	1,075.0	+14.2%
営業利益	40.6	81.6	+100.7%
営業利益率	4.3%	7.6%	+3.3pt

(販売台数: 国内)

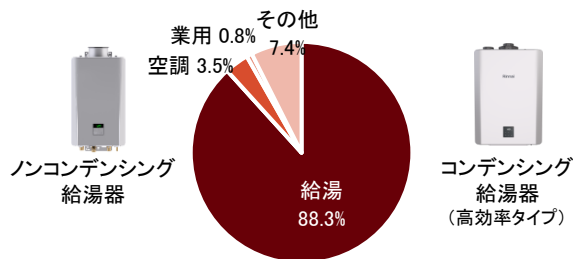
	前期比増減率
給湯暖房機	△8.7%
ハイブリッド給湯器	+55.2%
ビルトインコンロ	△8.1%
ガス衣類乾燥機	+13.7%

アメリカ セグメント 2024年度 第2四半期(中間期) 実績

■ 対象会社

リンナイアメリカ

■ 商品別売上構成比 (2024年度 2Q実績(累計))



■ セグメント実績

(単位: 億円)	2023年度	2024年度	増減率
売上高	258.2	321.5	+24.5%
営業利益	△31.7	8.9	-
営業利益率	△12.3%	2.8%	+15.1pt

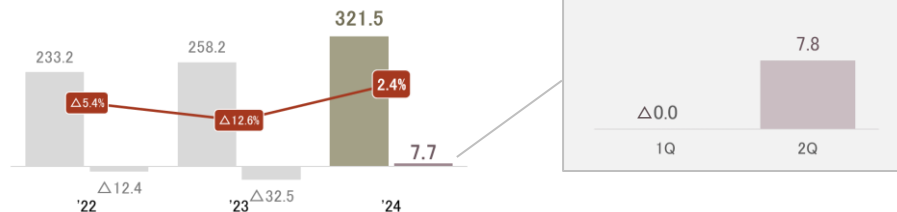
■ 主要会社 個別業績

リンナイアメリカ

- 金利の高止まりにより、依然として消費マインドは低調
- 新型コンデンシング給湯器の投入効果が継続し、タンクレス給湯器販売が伸長
- 積極的な販促活動によるコスト負担増に対し、増収効果と稼働益により、大幅増益

【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)



(単位: 億円)	2023年度	2024年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	258.2	321.5	+24.5%	+11.2%
営業利益	△32.5	7.7	-	-
営業利益率	△12.6%	2.4%	+15.0pt	

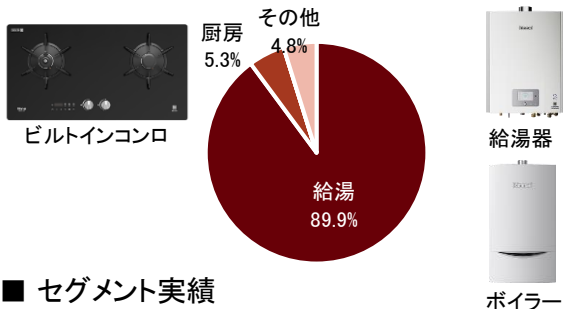
(販売台数)	前期比増減率
タンクレス 給湯器	+12.6%
内)コンデンシング (高効率タイプ)	+30.9%

中国 セグメント 2024年度 第2四半期(中間期) 実績

■ 対象会社

上海林内、広州林内、林内香港

■ 商品別売上構成比 (2024年度 2Q実績(累計))



■ セグメント実績

(単位: 億円)	2023年度	2024年度	増減率
売上高	283.2	307.9	+8.7%
営業利益	51.1	49.7	△2.7%
営業利益率	18.1%	16.2%	△1.9pt

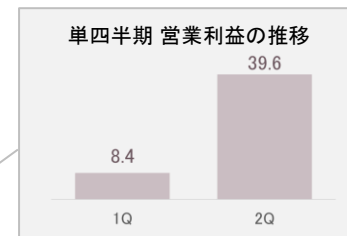
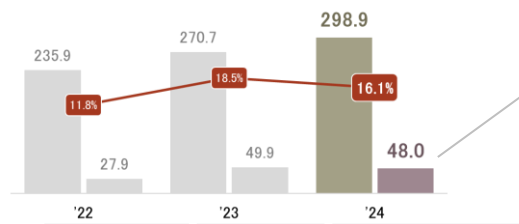
■ 主要会社 個別業績

上海林内

- 景気停滞により消費マインドは低下、住宅設備市場は流通在庫に増加感
- EC・ネット実店舗販売の拡大により、販売台数は堅調に推移
- 増収影響はあるものの商品ミックスの悪化が継続し、減益

【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)



(単位: 億円)	2023年度	2024年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	270.7	298.9	+10.4%	+2.1%
営業利益	49.9	48.0	△3.7%	△11.0%
営業利益率	18.5%	16.1%	△2.4pt	

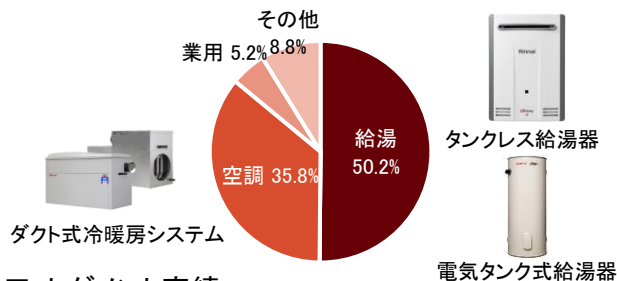
(販売台数)	前期比増減率
給湯器	+0.9%
ビルトインコンロ	+4.1%
レンジフード	+3.7%
ボイラー	+6.8%

オーストラリア セグメント 2024年度 第2四半期(中間期) 実績

■ 対象会社

リンナイオーストラリア

■ 商品別売上構成比 (2024年度 2Q実績(累計))



■ セグメント実績

(単位: 億円)	2023年度	2024年度	増減率
売上高	147.5	162.1	+9.9%
営業利益	7.4	7.2	△2.4%
営業利益率	5.0%	4.5%	△0.6pt

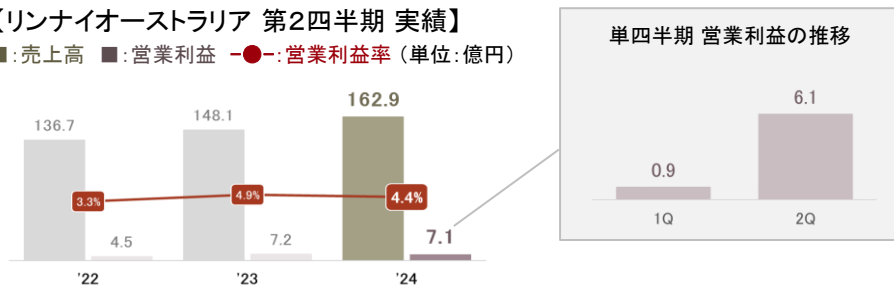
■ 主要会社 個別業績

リンナイオーストラリア

- 住宅市場は依然として低調、電化への市場変化が継続
- 厳冬の影響で、主力のタンクレス給湯器や空調機器の販売が回復
- 利益率の高いガス機器へのミックス改善も、増益には至らず減益

【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)



(単位: 億円)	2023年度	2024年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	148.1	162.9	+10.0%	△0.2%
営業利益	7.2	7.1	△1.2%	△10.4%
営業利益率	4.9%	4.4%	△0.5pt	

(販売台数)	前期比増減率
タンクレス給湯器	△1.1%
電気タンク式給湯器	△5.8%
ダクト式冷暖房システム	△15.2%

韓国 セグメント 2024年度 第2四半期(中間期) 実績

■ 対象会社

リンナイ코리아、アール・ビー・코리아

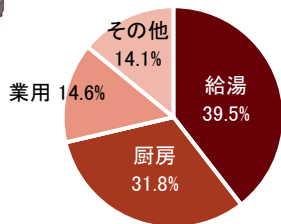
■ 商品別売上構成比 (2024年度 2Q実績(累計))



ガスコンロ



電気コンロ



親環境ボイラー

■ セグメント実績

(単位: 億円)	2023年度	2024年度	増減率
売上高	147.2	166.6	+13.2%
営業利益	0.4	5.6	-
営業利益率	0.3%	3.4%	+3.1pt

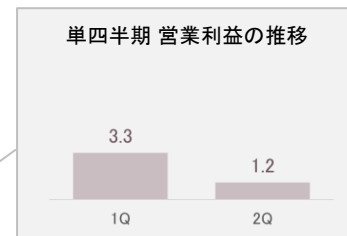
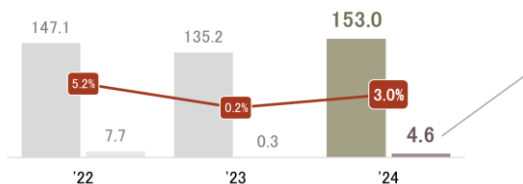
■ 主要会社 個別業績

リンナイ코리아

- 景況感の悪化が続き、ボイラー市場での価格競争が続く
- ボイラー販売減少も厨房部門での競合企業の撤退により、コンロ販売が増加
- 厨房部門の増収効果により、増益

【リンナイ코리아 第2四半期 実績】

■: 売上高 ■: 営業利益 -●-: 営業利益率 (単位: 億円)



(単位: 億円)	2023年度	2024年度	前期比増減率	
			円貨	現地通貨
売上高	135.2	153.0	+13.1%	+5.1%
営業利益	0.3	4.6	-	-
営業利益率	0.2%	3.0%	+2.8pt	

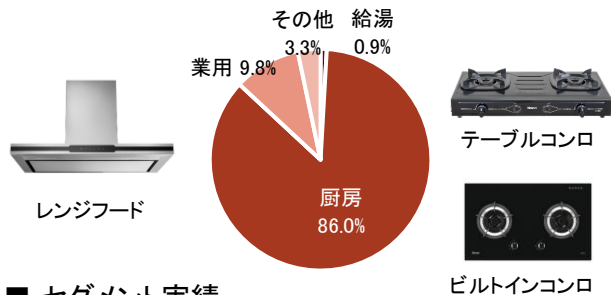
(販売台数)	前期比増減率
ボイラー	△16.4%
ガスコンロ	+57.3%
電気コンロ	+14.7%

インドネシア セグメント 2024年度 第2四半期(中間期) 実績

■ 対象会社

リンナイインドネシア

■ 商品別売上構成比 (2024年度 2Q実績(累計))



■ セグメント実績

(単位: 億円)	2023年度	2024年度	増減率
売上高	77.3	87.2	+12.8%
営業利益	13.1	19.8	+51.5%
営業利益率	17.0%	22.8%	+5.8pt

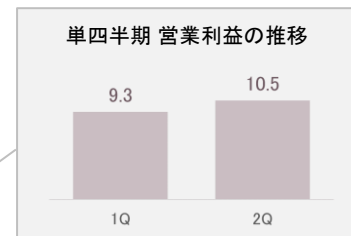
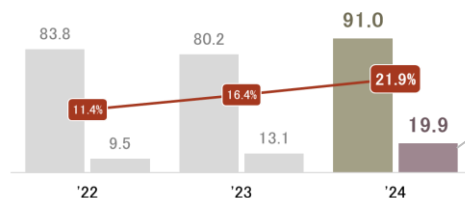
■ 主要会社 個別業績

リンナイインドネシア

- 物価上昇による消費マインドの冷え込みは、依然として継続
- 主力のテーブルコンロにおいては、買替需要を取り込み、堅調に推移
- 堅調な販売に加え、価格改定効果で高利益率を維持

【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)



(単位: 億円)	2023年度	2024年度	前期比増減率		(販売台数)	前期比増減率
			円貨	現地通貨		
売上高	80.2	91.0	+13.5%	+7.2%	テーブルコンロ	+0.9%
営業利益	13.1	19.9	+51.5%	+43.1%	ビルトインコンロ	+19.0%
営業利益率	16.4%	21.9%	+5.5pt		レンジフード	+6.6%

第2四半期までの実績と第3四半期以降の見通し

■ 上期は好調な結果も、3Q以降の想定されるリスクを考慮し、通期の業績予想は据え置き

	第2四半期までの実績	第3四半期以降の見通し
日本	消費は低調なもの、実需に連動する正常な事業環境に補助金効果も追い風にし、ハイブリッド給湯器が大きく伸長	社会課題・ニーズを捉えた独自性の高い商品の拡販を継続 原価低減努力を継続するも、原材料・エネルギー価格に注視
アメリカ	新型コンデンシング給湯器の投入で、給湯器販売が回復 積極的な販促コストのなか、増収効果と稼働益で増益	利下げによる新築・中古住宅市場の回復に期待 新製品効果が継続し、期初計画に対し、上振れ
中国	経済の停滞により、流通在庫に増加の予兆 販売台数は堅調に推移するものの、商品ミックスが悪化	経済活動の停滞による低調な消費マインドが続く見込み 市場が冷え込むなか、利益確保を念頭に展開
その他 主要国	オーストラリア: 厳しい市場下も、厳冬影響で回復 韓国: 厨房事業の競合撤退時に流通を取り込み、増収増益 インドネシア: 価格改定を継続的に実施し、高利益を維持	オーストラリア: PV販売会社の買収で、シナジー創出 韓国: 厳しい市場に新型ボイラー投入で巻き返しを目指す インドネシア: 堅調な買替需要で、増益基調を継続
想定されるリスク	原材料(鉄鋼・銅など)・エネルギー価格の高騰、物価・金利の高止まりによる消費回復の遅れ、中国事業減速の長期化 など	

1. 2024年度 第2四半期(中間期)実績 / 通期 見通し
2. 経営の方向性

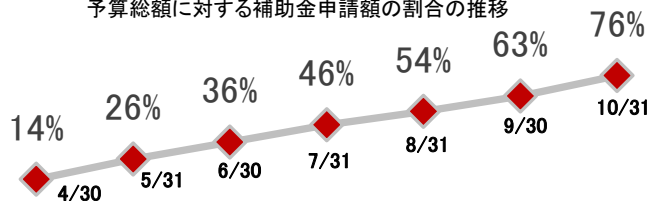
日本セグメント ～ハイブリッド給湯器 ECO ONE～

■ 高効率給湯器 (ECO ONE含む) に対する補助金 (給湯省エネ2024事業)

・予算総額: 580億円

※うち、45億円は、電気温水器および電気蓄熱暖房機の撤去に対する補助を予定

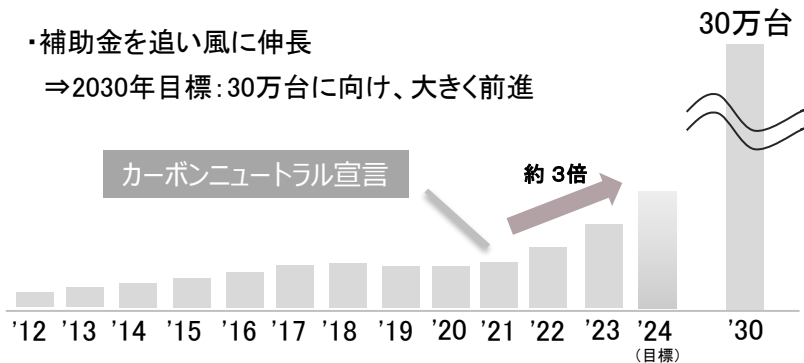
予算総額に対する補助金申請額の割合の推移



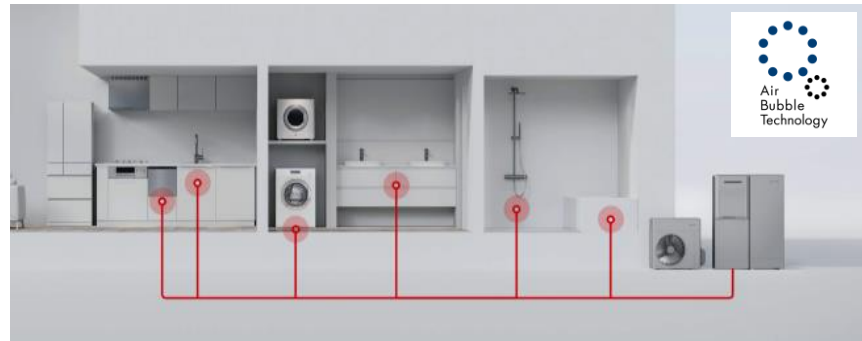
■ ハイブリッド給湯器の販売実績 (イメージ図) と目標

・補助金を追い風に伸長

⇒2030年目標: 30万台に向け、大きく前進



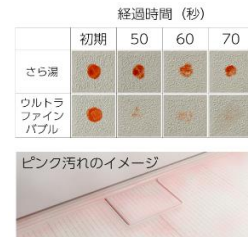
■ ハイブリッド給湯器にウルトラファインバブルを搭載



排水管汚れの残存率減少



ピンク汚れの原因菌減少



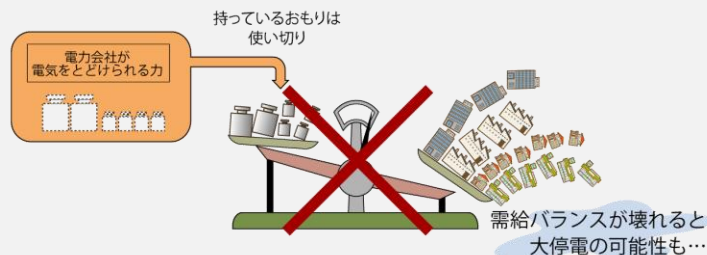
日本セグメント ～ハイブリッド給湯器 ECO ONE～

■ デマンド・レスポンス(DR)の重要性

- ・電気の安定供給には、電気をつくる量(供給)と電気の消費量(需要)が、同じ時に同じ量になることが必要。=電力会社が発電量を調整。
- ・天候などさまざまな条件によって変動する再エネ比率の増加により、電力需給のバランスが狂う可能性が高まる。
⇒エネルギーの需要側(使用機器)が、供給状況に応じて賢く消費を変化させるDRの重要性が高まっている。

電力の需要と供給のイメージ図

電力の需要と供給(需要>供給となった時)



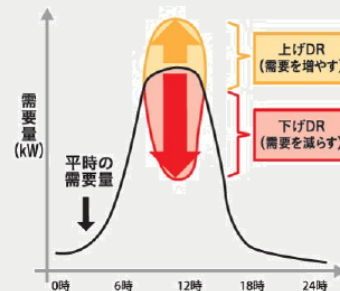
DRの種類

上げDR

DR発動により電気の需要量を増やします。
例えば、再生可能エネルギーの過剰出力分を需要機器を稼働して消費したり、蓄電池を充電することにより吸収したりします。

下げDR

DR発動により電気の需要量を減らします。
例えば、電気のピーク需要のタイミングで需要機器の出力を落とし、需要と供給のバランスを取ります。

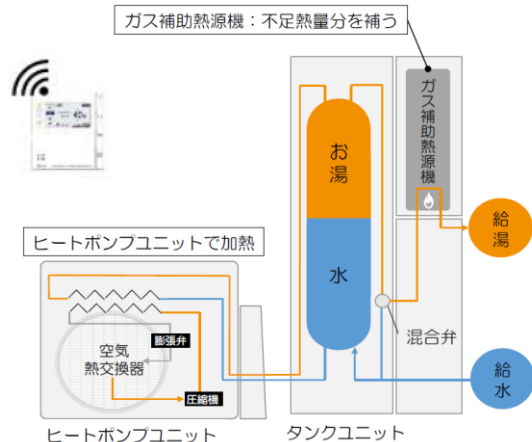


日本セグメント ～ハイブリッド給湯器 ECO ONE～

- ガスと電気の長所を活かしながら、タンクを活用することで、業界最高熱効率を実現
- ユーザーの利便性に影響せず、上げDR・下げDRの実施により、柔軟なDR対応が可能

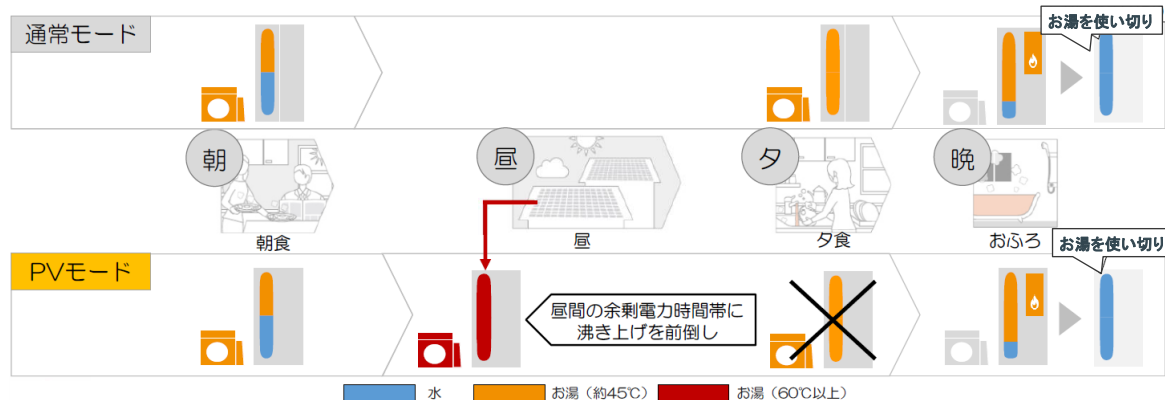
■ ハイブリッド給湯器 ECO ONEの仕組み

- ・ガスとヒートポンプ、タンクユニットで構成



■ ハイブリッド給湯器 ECO ONEの1日の動き

- ・太陽光発電(PV)モードでは、昼間の自家消費を最大化するために、前倒しで稼働(上げDR)
＝電力需要の高い時間帯(昼過ぎ～夕方)での稼働を避ける(下げDR)



※出典 経済産業省 第3回 Drready勉強会 資料より https://www.meti.go.jp/shingikai/energy_environment/dr_ready/pdf/003_07_00.pdf

アメリカセグメント ～新型コンデensing給湯器～

■ 積極的な販促施策により、新製品投入効果が継続 コンデensing給湯器の比率を向上

■ 新型コンデensing給湯器の特徴



SENSEI⁺RX
SERIES
Built for the PRO, by the PRO™

消費者
メリット



業界最高の熱効率実現
(従来製品 95% ⇒ **98%**)

施工者
メリット



ガス種・屋内/外設置の変更可
⇒型式数の削減



Bluetooth®接続とアプリ使用で、
セットアップ時間を削減

■ 販売施策・戦略



展示会

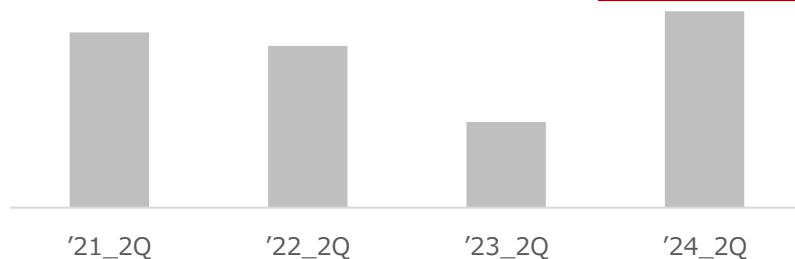


施工トレーニング



デモ用トラック

<コンデensing給湯器 販売台数推移>



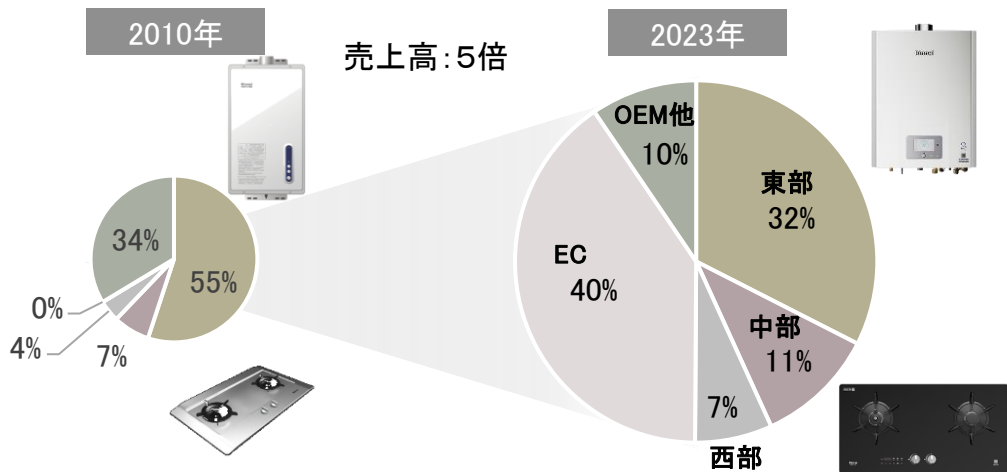
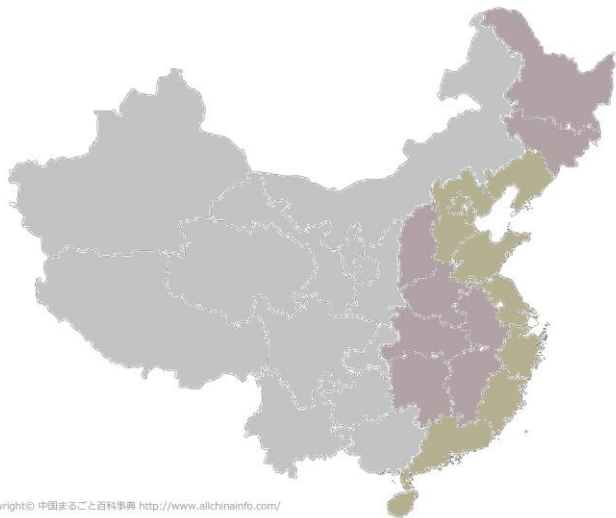
コンデensing比率
+5.5pt (21_2Q比)

中国セグメント ～地域別売上構成比の推移～

- チャンネル改革により、販売地域を拡大
- 生産効率向上、製品原価を造り込み利益確保を目指す

■ 地域別 売上構成比の推移

■ : 東部(8省3市) ■ : 中部(8省) ■ : 西部(6省1市5自治区) ■ : EC ■ : OEM他



資本政策

～キャッシュフローの振り返りと今後の見通し～

- 既存事業の維持拡大に関する投資を実行 エネルギー変化への対応の投資に注力
- 中計KPI(総還元性向40%(5年平均))を超えて還元を実行 計画を上回って着地

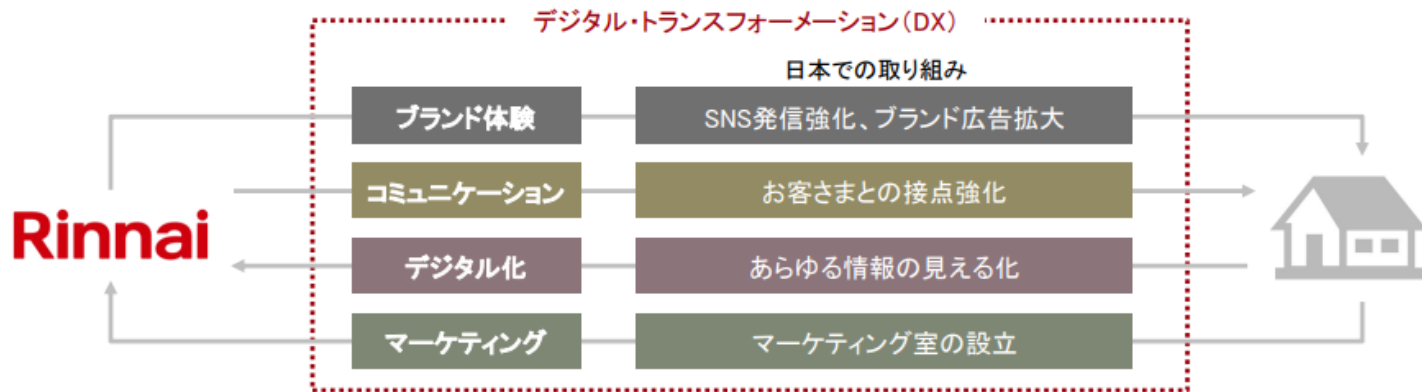
中期経営計画立案時

2021～2025年度のキャッシュ・フロー

イン	アウト	実績	今後
営業CF 2,000億円	基本シナリオの 必要投資 800億円	主要国で既存事業拡大のための投資を実行 新規領域への成長投資は、事業環境を考慮し一部先送り	既存領域への大型投資は一巡するも、イノベーションセンター建設などの成長投資は、次期中計期間を視野に積極的な実行を目指す
繰越現預金の充当 650億円	成長投資 戦略費用 ～1,250億円	中期経営計画のKPI(総還元性向)は当年度で達成済み	配当性向40%を維持し、総還元性向では目標を大幅に上回って着地する方針
	株主還元 600億円～		

DXの取組み ～消費者コミュニケーション～ 中期経営計画より

企業体質の変革 - 消費者志向への変革 -



マーケティング組織を新設し、生活の質向上における本質的なニーズの収集を行い、商品企画や販促企画に結び付けるデジタル・トランスフォーメーション(DX)の枠組みで、デジタルとリアル両面で新たな消費者とのコミュニケーション導線を構築し、消費者が安心と楽しみを得るブランド体験を通して、生涯にわたって消費者価値を提供し続けるビジネスモデルを創り上げる

DXの取組み ～消費者コミュニケーション～

■ リンナイブランドファンとの接点確立・強化のため、新たな取組みを推進

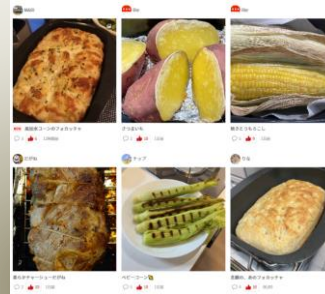
■ リアル ファンイベントの実施



- ・参加者：10名（希望者 300名超）
- ・おすすめレシピの実演
使いこなし術や暮らしのアイデアをシェア



■ コミュニティサイトの開設・運用



- ・開設日：2024年5月
- ・ユーザー同士の交流や社員への質問など

<参考>



- ・開設日：2020年9月
- ・フォロワー：4.1万人



- ・開設日：2020年9月
- ・フォロワー：1.7万人

■ オンライン ファンイベントの実施

イベントのお知らせ

開発担当者と語る オンラインミーティング ～ビルトインコンロ編～



- 2024.8.27(火) 11:00~12:00 / 19:00~20:00
- 2024.8.29(木) 11:00~12:00 / 19:00~20:00



- ・参加者：8名（開発担当者：3名参加）
- ・開発担当によるこだわり紹介
ユーザーとの意見交換の座談会



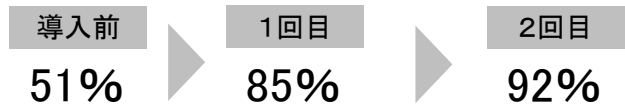
ESGトピック

■ 社員持株会RSの実施(2回目) <1回目(23年4月)と同規模>

福利厚生の拡充と株主目線の向上のため、
譲渡制限付株式(RS)を付与

付与対象者	3,521名
付与株数	60株/人
譲渡制限期間	約3年間
付与日	24年10月16日

持株会加入率



※奨励金: 買付価格の15%を会社負担で上乗せ

■ 政策保有株式 縮減の推進

	'19	'20	'21	'22	'23	'24_2Q
銘柄数	102	97	91	88	82	82
貸借対照表 計上額 (百万円)	15,775	16,340	14,833	17,036	20,394	19,045
純資産に占める比率	4.6%	4.4%	3.9%	4.2%	4.7%	4.2%
株式数が減少した 銘柄数	1	5	6	3	6	1
売却価額 (百万円)	26	1,885	132	52	94	1,845

