2026年度 第2四半期（中間期）決算説明資料

2026年11月5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。

©Rinnai Corporation

1. 2026年度 第2四半期（中間期）実績 / 通期 見通し

2. 経営の方向性

2026年度 第2四半期（中間期）連結決算要点

■ M&A効果を含む海外市場での売上が拡大し増収も、原材料価格の高騰と中国事業の不振により減益

売上高　：　2,399.2億円（前期比：＋10．9%）　過去最高
M&A効果と国内外の成長が中国市場の落ち込みをカバー、円安効果も寄与し増収

営業利益　：　215.4億円（前期比：△5．2% 利益率：9．0%）
原材料価格の高騰と、中国市場の大幅な利益減が増収効果を上回り、減益

経常利益　：　228.2億円（前期比：△9．7% 利益率：9．5%）
営業減益に加え、為替差損を計上し減益

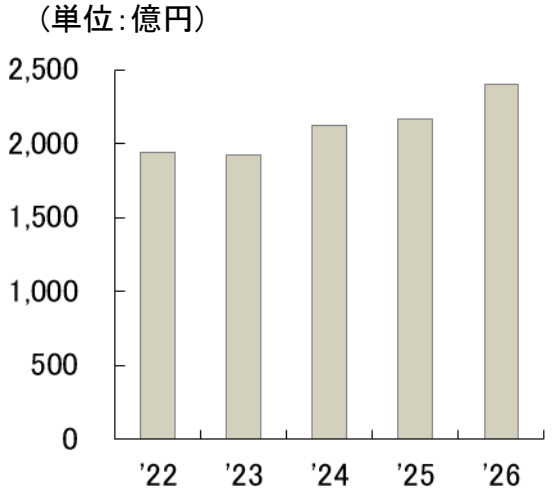
親会社株主に帰属する
中間純利益　：　139.0億円（前期比：△12．6% 利益率：5．8%）

©Rinnai Corporation

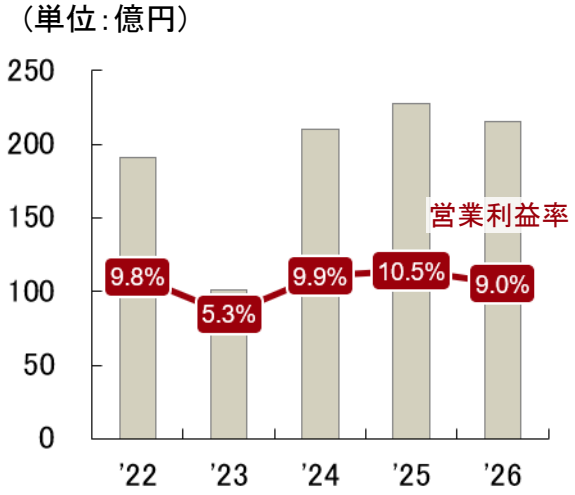
連結業績推移(第2四半期[中間期])

■ 厳しい市場環境の中、海外事業を中心とした成長と円安効果により連結売上は3期連続増収
■ 原価低減努力を上回る原材料価格の高騰により、収益性は低下傾向

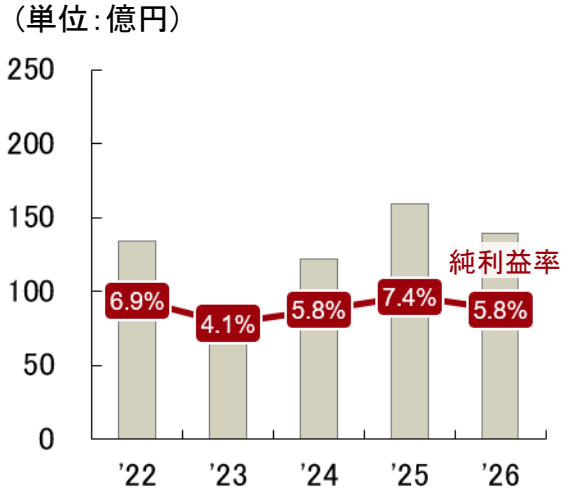
売上高



営業利益



親会社株主に帰属する 中間純利益



©Rinnai Corporation

2026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	2025年度		2026年度		増　減	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
給湯	1,282.4	59.3%	1,387.5	57.8%	＋105.0	＋8.2%
厨房	446.8	20.6%	483.2	20.1%	＋36.3	＋8.1%
空調	107.5	5.0%	122.5	5.1%	＋15.0	＋14.0%
業用	51.2	2.4%	61.8	2.6%	＋10.6	＋20.8%
その他	276.0	12.8%	344.0	14.3%	＋67.9	＋24.6%
合　計	2,164.1	100.0%	2,399.2	100.0%	＋235.0	＋10.9%

©Rinnai Corporation

2026年度 第2四半期（中間期） 連結セグメント別 損益実績内訳

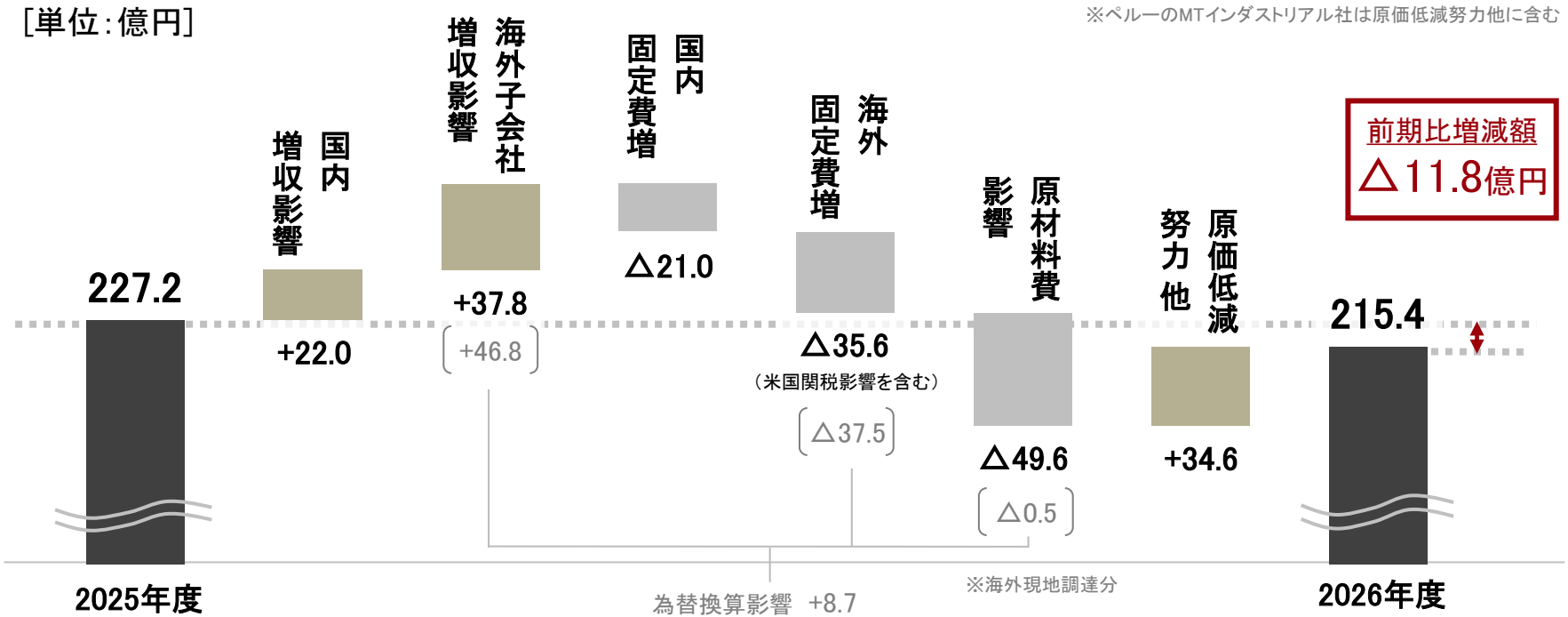
[単位：億円]	売上高	前期比増減率	営業利益	前期比増減率	営業利益率	前期比増減率
連　結	2399.2	＋10.9%	215.4	△5.2%	9.0%	△1.5pt

	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	984.4	＋5.1%	81.4	△24.2%	8.3%	△3.2pt
アメリカ	379.6	＋7.6%	24.5	＋112.8%	6.5%	＋3.2pt
オーストラリア	285.1	＋39.5%	16.4	＋54.1%	5.8%	＋0.5pt
中国	222.9	△11.0%	15.3	△64.4%	6.9%	△10.3pt
韓国	164.5	△0.9%	8.2	＋3.0%	5.0%	＋0.2pt
インドネシア	107.8	＋19.0%	23.5	＋21.3%	21.8%	＋0.4pt
その他	254.5	＋56.0%	35.2	＋43.8%	13.8%	△1.2pt
調整額	－	－	10.7	＋304.6%	－	－

©Rinnai Corporation

2026年度 第2四半期（中間期）連結営業利益分析

■ 原材料高が期初予想を上回って推移する中、国内外の価格改定効果と原価低減活動により減益幅を圧縮



©Rinnai Corporation

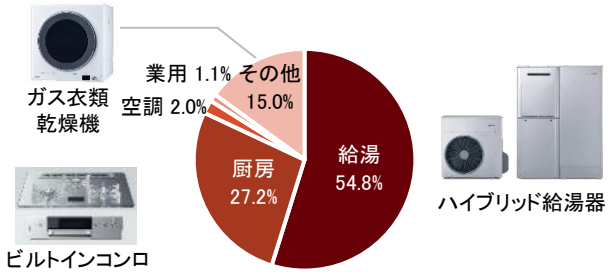
※2026年4月～9月

日本 セグメント 2026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 （2026年度 2Q実績）



■ セグメント実績

（単位：億円）	2025年度	2026年度	増減率
売上高	936.5	984.4	＋5.1%
営業利益	107.5	81.4	△24.2%
営業利益率	11.5%	8.3%	△3.2pt

■ 主要会社 個別業績

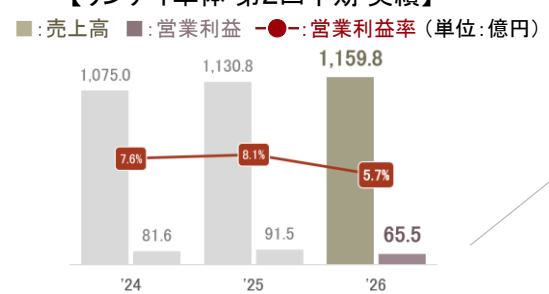
リンナイ単体

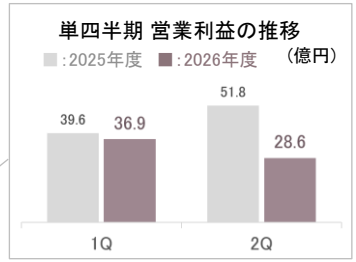
■ 住宅市況は足元で持ち直すも基調は弱含み、高付加価値商材へのニーズは継続して拡大

■ エアバブル商材、エコジョーズの販売が伸長し、給湯機器が増収を牽引

■ 原材料高騰の影響と、製品保証引当金の増加（9.4億円）により減益

【リンナイ単体 第2四半期 実績】





（単位：億円）	2025年度	2026年度	増減率
売上高	1,130.8	1,159.8	＋2.6%
営業利益	91.5	65.5	△28.4%
営業利益率	8.1%	5.7%	△2.4pt

（販売台数：国内）	前期比増減率
給湯暖房機	＋4.4%
ハイブリッド給湯器	△7.2%
ビルトインコンロ	△2.9%
ガス衣類乾燥機	＋6.2%

©Rinnai Corporation

日本　トピック　高付加価値商品の販売拡大に向けた取り組み

■ サブユーザー向けの大規模展示会「Discover! Rinnai 2026」を全国9会場で開催

国内市場環境

省エネ意識の高まり
2027年4月にGX ZEH基準が開始、住宅の省エネ性能が更に向上

住宅の高性能化
時短・快適・健康など、高付加価値商品ニーズの高まり

「Discover! Rinnai 2026」展示会での取り組み

■ GX ZEH住宅を見据えた協業展示

・住設関連メーカーとの協業で、GX ZEH住宅に必要となる設備を総合的に展示
・省エネ需要の高まりを追い風に、ハイブリッド給湯器のプレゼンスを高める


【太陽光発電＋蓄電池＋HEMSとハイブリッド給湯器】

＜GX ZEHの要件（2027年4月開始）＞

一次エネルギー消費量削減率	35%以上
断熱等性能等級	断熱等級6
太陽光発電	必須
高度エネマネ（HEMS）	必須
蓄電池	必須

■ 設計・採用に関わるサブユーザーへの提案

・設計事務所、ハウスメーカー、ビルダー等に向けた直接提案を実施
・住空間全体を展示することで、設計段階での具体的な設置イメージを訴求


【衣類乾燥機を中心としたサニタリー空間】


【ハイブリッド給湯器の狭小設置】

©Rinnai Corporation

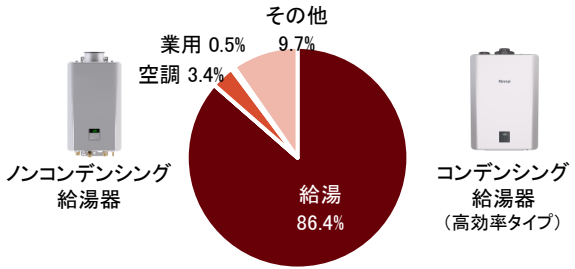
※2026年1～6月

アメリカ セグメント 2026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 （2026年度 2Q実績）



■ セグメント実績

（単位：億円）	2025年度	2026年度	増減率
売上高	352.8	379.6	＋7.6%
営業利益	11.5	24.5	＋112.8%
営業利益率	3.3%	6.5%	＋3.2pt

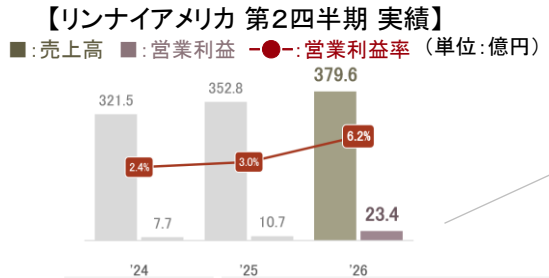
■ 主要会社 個別業績

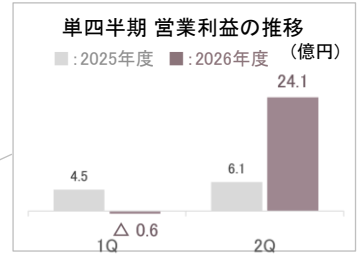
リンナイアメリカ

■ 金利の高止まりと住宅価格の高騰により新築・中古ともに厳しい市場環境が継続

■ タンクレス給湯器が低調な実績のなか、ボイラー・業務用機器・カナダ向け販売の好調が増収に寄与

■ 増収が寄与し2Qは黒字化、加えて関税還付金の受領により大幅な増益





（単位：億円）	2025年度	2026年度	前期比増減率 円貨	前期比増減率 現地通貨
売上高	352.8	379.6	＋7.6%	＋1.3%
営業利益	10.7	23.4	＋118.4%	＋105.6%
営業利益率	3.0%	6.2%	＋3.1pt	

（販売台数）	前期比増減率
タンクレス 給湯器	△6.3%
内）コンデンシング（高効率タイプ）	△2.8%
ヒートポンプ 給湯器	＋59.4%

©Rinnai Corporation

アメリカ　トピック　成長基盤の拡大

■ 主力のタンクレス給湯器に加え、カナダ向け販売やボイラー機器の競争力強化が進展

競争力強化への取り組み

今後の見通し

ボイラー

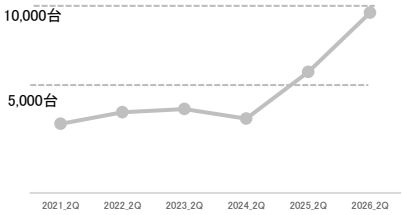


- 熱効率が高く、施工性も改善された製品展開を拡充



- 昨年の競合撤退に伴う市場機会を着実に捉え、シェア獲得が進展

【ボイラー機器の販売台数推移】



- 拡大した顧客基盤を生かし、市場での更なるプレゼンス向上を図る

カナダ





コンデンシング給湯器　ボイラー

- 現地倉庫の整備により、日本からカナダへの直送体制を構築、物流効率化と納期短縮を実現

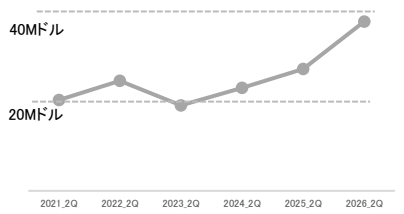


- 顧客満足度向上により、カナダ国内のタンクレス給湯器シェア1位を奪取



出典：https://www.ciph.com/

【カナダ向けの売上金額推移】



- カナダ拠点を活用し、顧客接点強化に向けた施設・機能の拡充を検討

©Rinnai Corporation

※2026年1～6月

中国 セグメント 2026年度 第2四半期（中間期） 実績

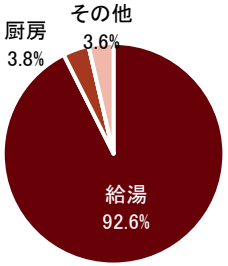
■ 対象会社

上海林内、広州林内、林内香港

■ 商品別売上構成比 （2026年度 2Q実績）



ビルトインコンロ





給湯器



ボイラー

■ セグメント実績

（単位：億円）	2025年度	2026年度	増減率
売上高	250.4	222.9	△11.0%
営業利益	43.0	15.3	△64.4%
営業利益率	17.2%	6.9%	△10.3pt

■ 主要会社 個別業績

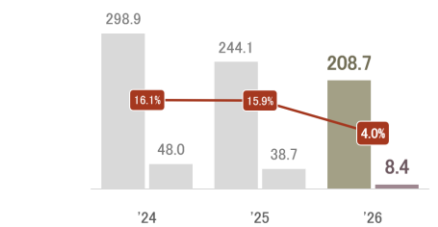
上海林内

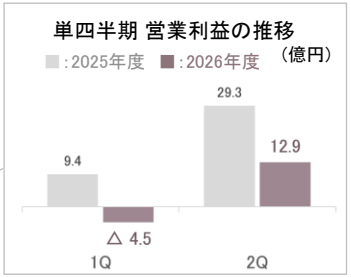
■ 景気減速による消費マインドの冷え込みが継続

■ 2QはECイベントにより売上規模は確保するも、消費のトレードダウンが継続し減収

■ 黒字化に転じるも、減収影響と原材料価格高騰の影響により大幅な減益

【上海林内 第2四半期 実績】





（単位：億円）	2025年度	2026年度	前期比増減率 円貨	前期比増減率 現地通貨
売上高	244.1	208.7	△14.5%	△23.7%
営業利益	38.7	8.4	△78.2%	△80.6%
営業利益率	15.9%	4.0%	△11.8pt	

（販売台数）	前期比増減率
給湯器	△17.6%
ビルトインコンロ	△33.8%
レンジフード	△46.8%
ボイラー	△18.1%

©Rinnai Corporation

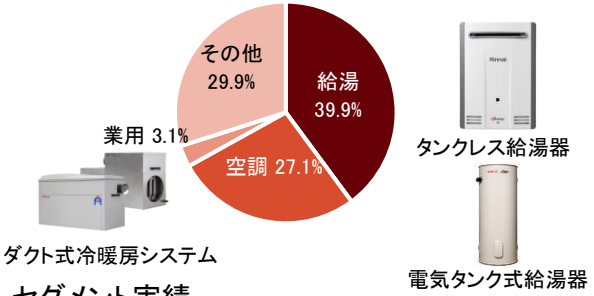
※2026年1～6月

オーストラリア セグメント 2026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 （2026年度 2Q実績）



■ セグメント実績

（単位：億円）	2025年度	2026年度	増減率
売上高	204.4	285.1	＋39.5%
営業利益	10.6	16.4	＋54.1%
営業利益率	5.2%	5.8%	＋0.5pt

■ 主要会社 個別業績

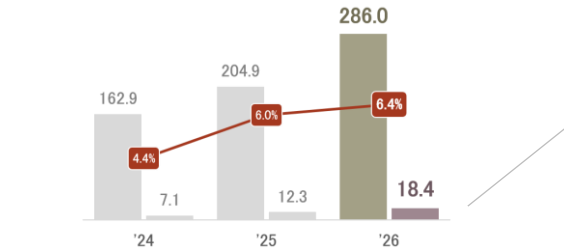
リンナイオーストラリア

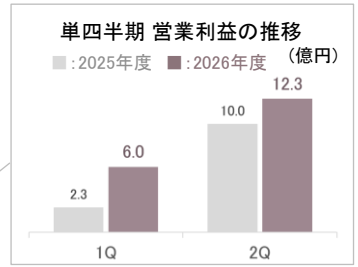
■ 住宅着工戸数は回復基調で推移、市場は電化トレンドが継続

■ ヒートポンプ式給湯器をはじめ電化商材が補助金の追い風を受けて伸長

■ 販売好調による増収効果で増益、利益率も改善傾向

【リンナイオーストラリア 第2四半期 実績】





（単位：億円）	2025年度	2026年度	前期比増減率 円貨	前期比増減率 現地通貨
売上高	204.9	286.0	＋39.6%	＋19.1%
営業利益	12.3	18.4	＋49.0%	＋27.1%
営業利益率	6.0%	6.4%	＋0.4pt	

（販売台数）	前期比増減率
タンクレス給湯器	＋2.9%
電気タンク式給湯器	＋9.7%
ヒートポンプ式給湯器	＋124.0%

©Rinnai Corporation

オーストラリア　トピック

■ 戦略的なM&Aを通じて拡充した電化商材により、市場ニーズの変化に即した製品提案を実現

■ メルボルンにてオーストラリア最大のHVAC展示会 ARBS2026に出展

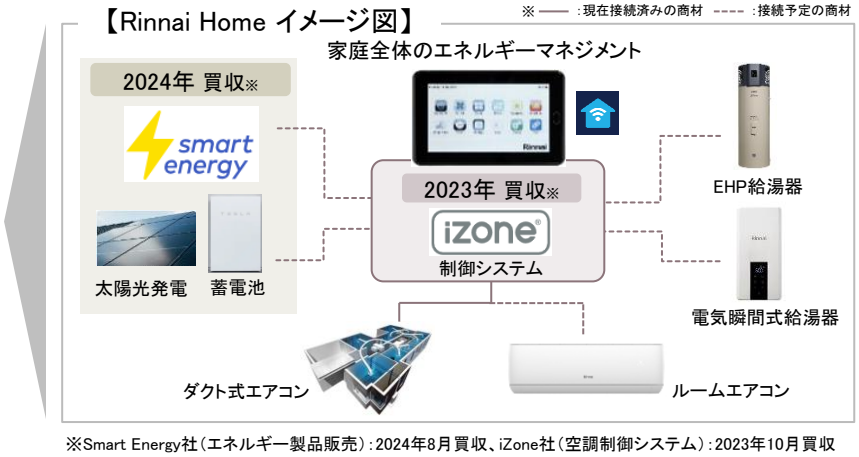
・M&A効果によるビジネスモデルを生かした更なる販路開拓に向け、1万人規模の来場者に製品・サービスを展示

・デバイスを用いて家庭全体のエネルギーコントロールを可能にする未来の住まい「Rinnai Home」を展示





ARBS2026
AIR CONDITIONING, REFRIGERATION, BUILDING SERVICES EXHIBITION



※Smart Energy社（エネルギー製品販売）：2024年8月買収、iZone社（空調制御システム）：2023年10月買収

グループ内で最も電化が進むオーストラリア市場において、最適な商品ラインアップの構築とプレゼンス向上を目指す

©Rinnai Corporation

※2026年1～6月

韓国 セグメント 2026年度 第2四半期（中間期） 実績

■ 対象会社

リンナイコリア、アール・ビー・コリア

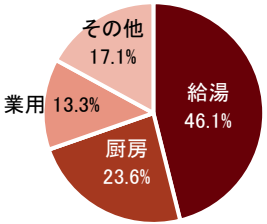
■ 商品別売上構成比 （2026年度 2Q実績）



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）	2025年度	2026年度	増減率
売上高	166.0	164.5	△0.9%
営業利益	7.9	8.2	＋3.0%
営業利益率	4.8%	5.0%	＋0.2pt

■ 主要会社 個別業績

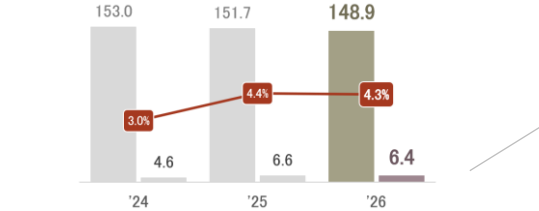
リンナイコリア

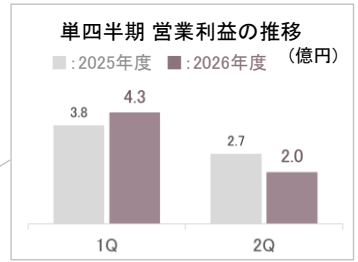
■ 経済の停滞により、住宅市況の低迷と価格競争が継続

■ 競合の新規参入により、販売が減少

■ 販売減少と原材料価格の高騰影響により減益

【リンナイコリア 第2四半期 実績】





（単位：億円）	2025年度	2026年度	前期比増減率 円貨	前期比増減率 現地通貨
売上高	151.7	148.9	△1.8%	△4.3%
営業利益	6.6	6.4	△3.1%	△5.5%
営業利益率	4.4%	4.3%	△0.1pt	

（販売台数）	前期比増減率
ボイラー	＋0.6%
ガスコンロ	△26.8%
電気コンロ	△14.8%

©Rinnai Corporation

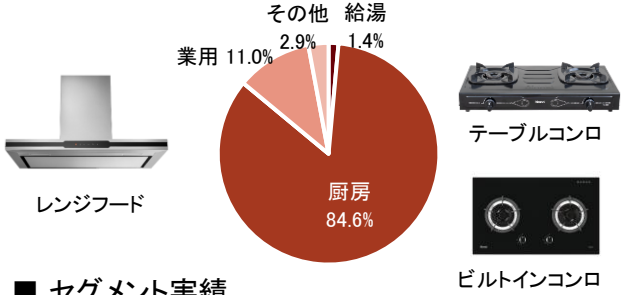
※2026年1～6月

インドネシア セグメント 2026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 （2026年度 2Q実績）



■ セグメント実績

（単位：億円）	2025年度	2026年度	増減率
売上高	90.6	107.8	＋19.0%
営業利益	19.4	23.5	＋21.3%
営業利益率	21.4%	21.8%	＋0.4pt

■ 主要会社 個別業績

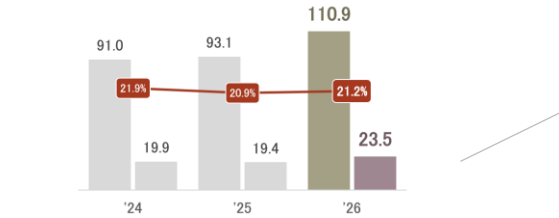
リンナイインドネシア

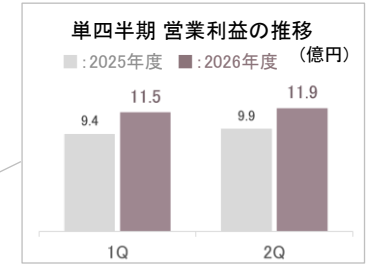
■ 経済は安定成長、ルピア安による価格上昇を見越した先買いの動き

■ 主力のテーブルコンロの好調は継続、2Qは高付加価値商材の販売が伸長

■ 価格改定効果とミックス改善効果により増益

【リンナイインドネシア 第2四半期 実績】





（単位：億円）	2025年度	2026年度	前期比増減率 円貨	前期比増減率 現地通貨
売上高	93.1	110.9	＋19.2%	＋17.7%
営業利益	19.4	23.5	＋21.3%	＋19.8%
営業利益率	20.9%	21.2%	＋0.4pt	

（販売台数）	前期比増減率
テーブルコンロ	＋14.8%
ビルトインコンロ	＋9.7%
レンジフード	＋1.6%

©Rinnai Corporation

連結業績予想

■ 円安が売上・利益ともにプラス寄与、上期利益は米国の関税還付金を除く実質ベースでも計画をクリア
■ 原材料価格の高騰や中国市場の動向等、不透明感は継続しており、通期予想は据え置き

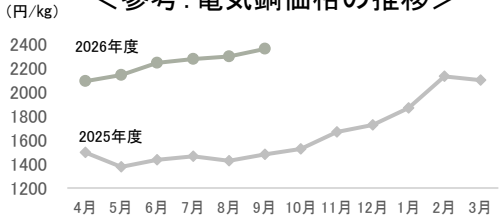
[単位:百万円]

		売上高	営業利益	利益率	経常利益	利益率	親会社株主帰属 当期純利益	利益率
連結業績【実績】	上期	239,920	21,541	9.0%	22,822	9.5%	13,908	5.8%
	対計画増減率	＋3.9%	＋9.9%		＋6.6%		＋7.0%	
	対通期進捗率	48.0%	42.7%		42.2%		38.3%	
連結損益【計画】	上期	231,000	19,600	8.5%	21,400	9.3%	13,000	5.6%
	前期比増減率	＋6.7%	△13.8%		△15.3%		△18.3%	
	通期	500,000	50,500	10.1%	54,100	10.8%	36,300	7.3%
	前期比増減率	＋6.3%	△0.1%		△6.2%		＋0.4%	

＜参考 為替レート＞

	26年度2Q 適用レート	26年度年初 想定レート
米ドル	158.297	150.000
豪ドル	110.430	103.781
人民元	23.016	21.639
ウォン	0.1071	0.1031
ルピア	0.00924	0.00894

＜参考:電気銅価格の推移＞



1. 2026年度 第2四半期（中間期）実績 / 通期 見通し

2. 経営の方向性

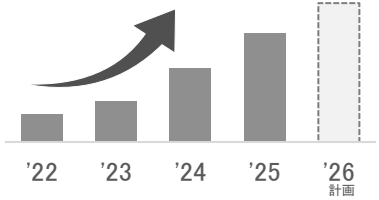
エアバブル技術による付加価値創出を国内外で拡大

■ 高まるエアバブル需要を受け、国内での販売拡大と海外での市場展開を進める

■ 国内 ウルトラファインバブル（UFB）の技術を食洗機に応用

・エアバブル給湯器の認知が広まり、需要は年々高まる

【エアバブル給湯器 販売実績推移】



お客様の評価

- 「お風呂掃除が楽になった」
- 「シンクの汚れが付きにくくなった」
- 「排水口や配管のヌメリが減った」

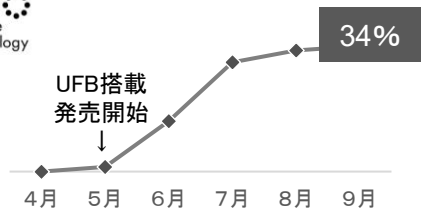
・国内初となる新製品のUFB搭載食洗機の販売は好調な推移



フロントオープンタイプ　2026年5月25日発売
スライドオープンタイプ　2026年8月3日発売

Air Bubble Technology

【フロントオープン食洗機
取替需要におけるUFB搭載率】

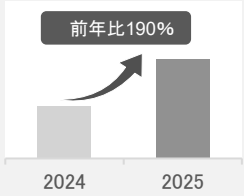


■ 海外 エアバブル需要は着実に拡大、グローバル展開を加速

・中国、韓国を中心に、東アジア地域での販売が好調

・今後需要が見込まれる地域においても、更なる展開を検討

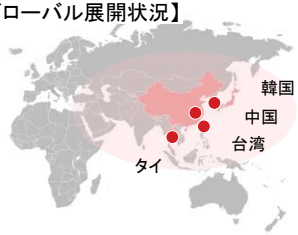
【海外販売台数実績】



【主な国・地域のエアバブル商材販売状況（2025年）】

国・地域	主な商品	前年比
中国	給湯器・ボイラー	188%
韓国	ボイラー	222%
台湾	給湯器	158%

【グローバル展開状況】







©Rinnai Corporation

新たな価値創造を実現する研究開発事例

■ リンナイが描く「暮らしの未来」の実現に向け、研究開発中の技術・サービスをCEATEC 2026にて発信

■ CEATEC 2026展示と中計「accelerate 2030」で描く「暮らしの未来」とのつながり





エネルギー・環境
レジリエンス

ハイブリッド給湯器（ECO ONE）



・電力需給に応じた機器の運転調整（DR活用）
・天気予報・警報と連携

暮らしの在り方
ヘルスケア

スマートバスコントローラー



・リモコン・スマホ・健康機器を連携
・心拍数等を活用した入浴体験を提案

レジリエンス
AI・デジタル社会

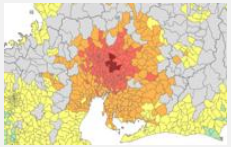
災害報知リモコン



・音声で避難行動を案内
・アプリで停電情報や住まいの状況を確認

レジリエンス
AI・デジタル社会

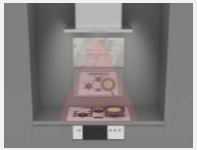
水/ガス停止エリア特定



・給湯器データで断水やガス停止エリアを特定し、復旧の優先順位付けへ

暮らしの在り方
AI・デジタル社会

AI調理アシストシステム



・機器・カメラ・AIを連動し、火災防止や自動調理をサポート

「機器の提供」から「暮らしを支える価値・サービス」へ事業領域を拡張
昨年度、新設の組織「イノベーションセンター」により、研究開発と外部連携を加速し、成果創出につなげる

©Rinnai Corporation

主要市場（米国・中国）における収益力強化への対応

■ 米国は成長基盤を生かした収益回復、中国は市場回復に依存せず高収益体質への再構築を推進

■ 米国

現状認識

- インフレ、金利の高止まりで住宅市場は今後も弱含みと推測
- タンクレス給湯器（ノンコンデンシング）の現地生産減による固定費負担の増加

短期の対応策

- 生産数量に応じた固定費管理を徹底
- コンデンシング給湯器は一定の販売台数を維持しながら、ボイラー、カナダ市場で販売を拡大

中期の対応策

- タンクレス給湯器（コンデンシング・ノンコンデンシング）の新製品展開による競争力強化
- ヒートポンプ式給湯器市場の拡大を見据えた施策強化

■ 中国

現状認識

- 市場低迷の長期化に加え、消費者が低価格かつ、品質・機能を重視する消費行動へシフト
- ローカルメーカーとの競争激化に加え、市場変化を捉えた迅速な商品展開が必要

短期の対応策

- 過度な価格競争を避け、日本品質によるブランド力を維持

中期の対応策

- 原価競争力を高め、品質と価格競争力を両立した商品展開を強化（プラットフォーム3.0給湯器の開発）

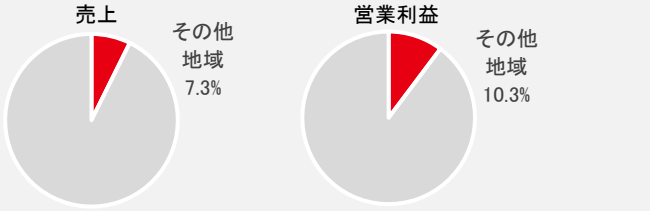
©Rinnai Corporation

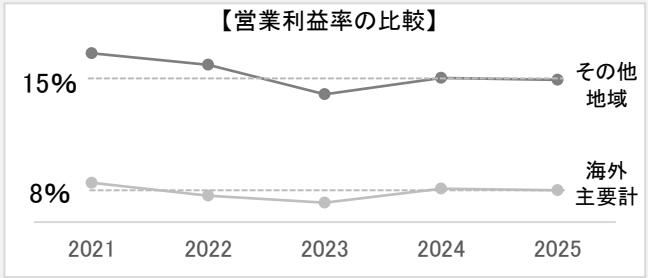
その他地域が着実に成長し、海外事業を支える

■ 海外主要セグメントの成長を基盤としながら、その他地域も存在感を発揮

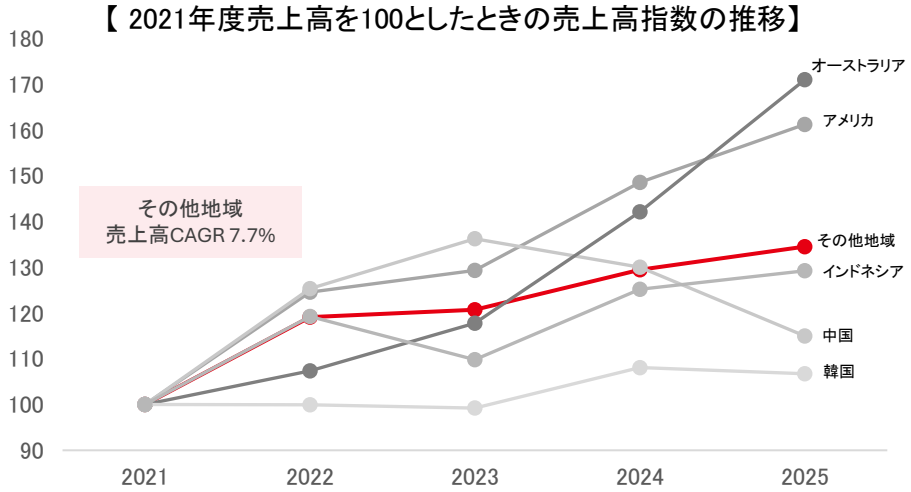
■ 海外主要セグメント※1と比較して、高い収益性を維持

その他地域セグメント※2の売上・利益構成 （2025年度実績）





■ 海外主要セグメントに加え、その他地域でも高い売上成長を実現



・2026年度はM&A効果も寄与し、更なる事業拡大を見込む

※1 アメリカ、中国、オーストラリア、韓国、インドネシアを指す

※2 台湾、タイ、ベトナム、ブラジル、ペルー等の現地法人

©Rinnai Corporation

その他地域を牽引する成長国

■ 各市場の特性に応じた商品展開と販売強化を推進し、更なる成長を目指す

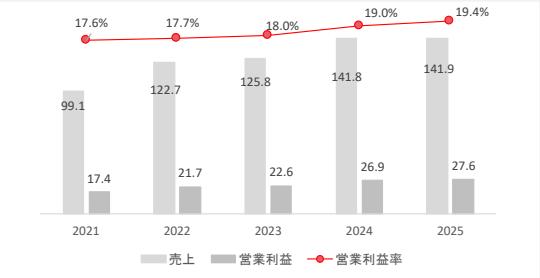
■ 台湾リンナイ

設立：1970年
現地生産：1970年～

長年培った生産体制と価格規律を保った販売で高い収益性を実現

- ガス給湯器、厨房事業ともに現地メーカーに次ぐシェアを確立、更なる拡大を目指す
- 高付加価値モデルを拡充し、更なる収益力の向上を狙う

【台湾リンナイ　実績推移】　（単位：億円）



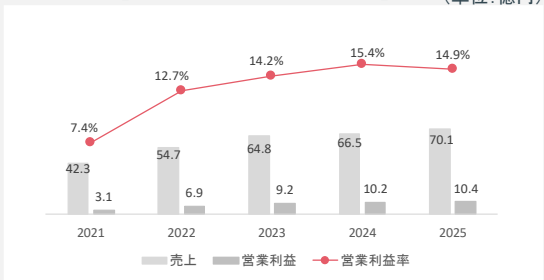
■ リンナイブラジル

設立：1975年
ガス給湯器生産：2000年～

機を捉えた市場開拓で、ガス給湯器の市場をリードし、高収益体質を確立

- 国内外から新規参入が増加、価格競争が激しい中、ガス給湯器シェア1位を堅持
- 次の柱となる、電気給湯商材や厨房商材の販売体制を構築

【リンナイブラジル　実績推移】　（単位：億円）



■ MTインダストリアル（ペルー）

2025年
M&Aにて取得

ペルー国内の厨房・給湯市場において「sole」ブランドが高い認知を獲得

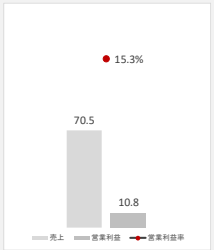
- 天然ガス利用世帯が拡大、強固な販売網を活用し、事業を拡大
- リンナイブランド製品の拡販による、シナジー創出を狙う

【MTI　26上期実績】
（単位：億円）





「sole」ブランドの製品



©Rinnai Corporation

Copyright (C) Rinnai Corporation. All Rights Reserved.