

2024年12月期 第2四半期(中間期) 決算説明資料

2024.08.08
株式会社ノーリツ

証券コード
5943

本資料に記載されております当社の将来の業績に関わる見通しにつきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社が独自に予測したものであり、リスクや不確定な要素を含んでおります。従いまして、見通しの達成を保証するものではありません。

目次

■ ノーリツの企業理念・特徴・強み

■ 中期経営計画「Vプラン26」概要

- 価値創造ストーリー／基本方針 3つの重点戦略
- 事業ポートフォリオの変革／戦略投資の拡大と資本政策／サステナビリティ経営の推進
- 2024年計画

■ 2024年12月期第2四半期(中間期) 結果と「Vプラン26」進捗

- 2024年12月期第2四半期(中間期)決算結果
- 「Vプラン26」国内事業の進捗
- 「Vプラン26」海外事業の進捗
- 業績見通し／株主還元

■ ご参考資料

- 決算補足データ
- サステナビリティ経営の推進

■ノーリツの企業理念・特徴・強み

1951年 能率風呂工業 設立

創業の原点

お風呂は人を
幸せにする
太田敏郎

2017年 ミッション策定

ミッション

新しい幸せを、わかすこと。

人と地球の笑顔に向けて
暮らしの感動をお届けする
ノーリツグループ

2030年 目指す姿への道標

Mission

新しい幸せを、わかすこと。

Vision

「なくてはならない」を、届けつづけるために。

「なくてはならない」を、新しくつくるために。

グループ経営方針
事業戦略

保有するコア技術

燃焼制御技術

各国の規制・低炭素化に対応可能な燃焼方式

熱交換技術

排気熱を回収する
潜熱回収型熱交換器

流体制御技術

水・ガス・空気などの
流体を制御する技術

高付加価値な技術ラインナップ

低Nox・全1次空気燃焼 ※バーナー



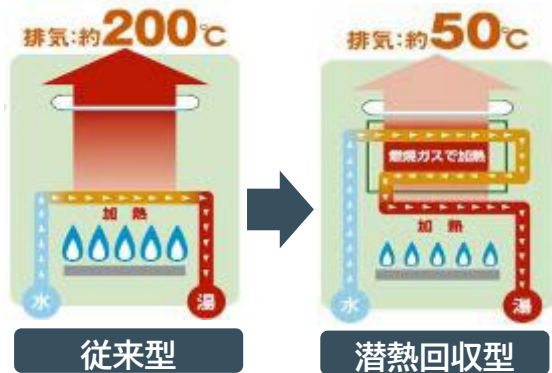
スマートエコバーナー



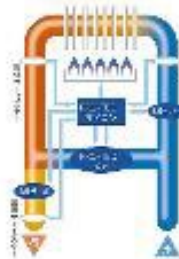
※燃焼に必要な空気を全て予め混合する燃焼
低NOx化・高効率化、低炭素化を実現可能

潜熱回収型熱交換器

熱効率 約 80% → 約 95%



プロテックメカ



新機能



人体熱モデル技術
「ヒート」



オゾン水除菌
ユニット
「アクアオゾン」

変化する時代のニーズへの対応と社会課題解決



家風呂の普及

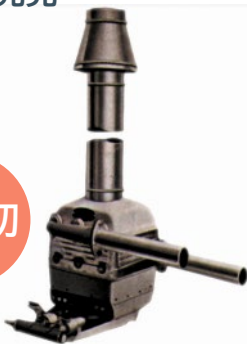
エネルギー変化へ対応

お客さまの利便性追求



1951年
さめないタイル風呂
能率風呂A型発売

1961年
薪・石炭→ガスへ転換
ガスふろ釜発売



業界初

業界初



1970年
マジコン発売

1983年
お湯はりを自動化
オートユラージ発売



業界初



1997年
自動で浴槽を洗浄
おそうじ浴槽発売

食文化の構築

環境への対応

安全・安心・衛生・睡眠など 社会課題への対応

1970年
両面焼きグリル搭載
コンロ開発



業界初

2002年
排熱を再利用
エコジョーズ発売



2013年
ガスと電気でも効率
ハイブリッド給湯機発売



業界初

2017年
見まもり&除菌機能
搭載給湯器発売



業界初

2023年
社会課題を
解決する
給湯器発売

業界初

オゾン水除菌
ユニット
「アクアオゾン」



業界初

2014年
グリルで本格調理
マルチグリル発売



2021年9月
集合用ハイブリッド
給湯機発売



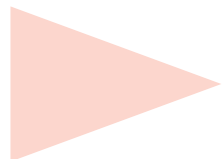
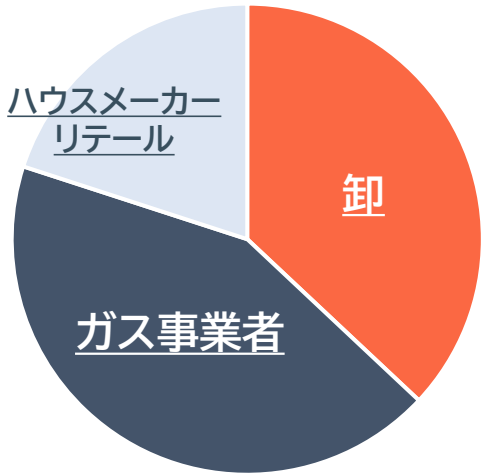
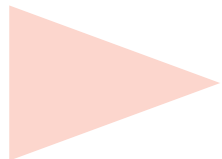
人体熱モデル技術
「ヒート」

流通を通じた商品の販売とお客さま接点



商品・施工

当社



お客さま

「お客さまとの接点強化」が必要

サービス

修理・相談受付対応の高い応答率

コンタクトセンター応答件数
約100万件／年

365日24時間
修理受付



お客さまと直接つながる当社だけの仕掛け



点検お知らせ機能 の搭載
(2009年搭載, 2019年から発報)

リモコンに
「88」または「888」
を点滅してお知らせ



優れた開発力・ものづくり技術を世界展開



日本

優れた技術と高い品質 グローバル展開の中心的役割



開発

ノーリツ明石本社工場
(兵庫県) 温水機器

生産

アールビー(茨城県)
ほか

販売



開発

ハーマン(大阪市)
厨房機器

生産

販売

中国

高い品質と優れた技術力を強みに展開し、グローバル事業を牽引



開発

生産

販売

能率(中国)投資有限公司
能率(上海)住宅設備有限公司



開発

生産

販売

櫻花衛厨(中国)股份有限公司
佛山市櫻順衛厨用品有限公司

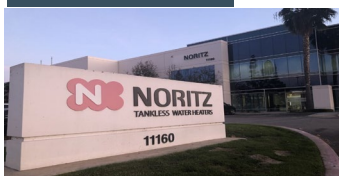


販売

能率香港有限公司

北米

タンク(貯湯)式からタンクレス(瞬間)式ガス給湯器への取替を加速



販売

NORITZ AMERICA CORPORATION



開発

生産

販売

PB Heat, LLC



販売

施工

Facilities Resource Group LLC

豪州

幅広い品揃えで家庭用・業務用に展開



開発

生産

販売

Dux Manufacturing Limited

東南アジア

ベトナム浄水器・家電No.1



開発

生産

販売

持分法適用会社

Kangaroo International Joint Venture Company

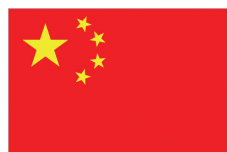
グローバル商品ラインナップ



日本



- ・家庭用/業務用ガス瞬間式給湯器
- ・家庭用暖房付き給湯器
- ・ハイブリッド給湯機/石油給湯機
- ・レンジフード
- ・ガスコンロ
- ・特定用途向け給湯システム



中国



- ・家庭用/業務用ガス瞬間式給湯器
- ・家庭用コンビネーションボイラー
(暖房付き給湯器)
- ・電気温水器
- ・レンジフード
- ・ガスコンロ



北米



- ・家庭用/業務用ガス瞬間式給湯器
- ・家庭用/業務用ボイラー
(暖房付き給湯器)
- ・家庭用コンビネーションボイラー
(暖房付き給湯器)



豪州



- ・家庭用/業務用ガス瞬間式給湯器
- ・家庭用ガスタンク式給湯器
- ・ヒートポンプ給湯器
- ・電気温水器
- ・太陽熱温水器
- ・業務用貯湯タンク

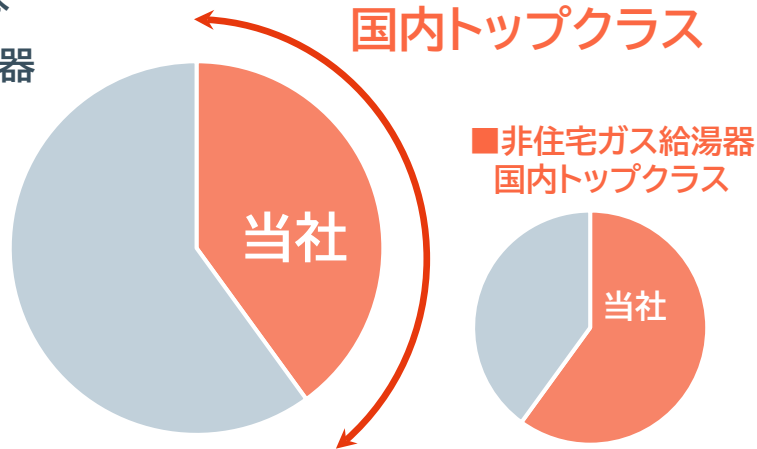
国内：成熟市場

給湯器：高シェアを背景に高付加価値商品を拡販
厨房：中高級比率の向上

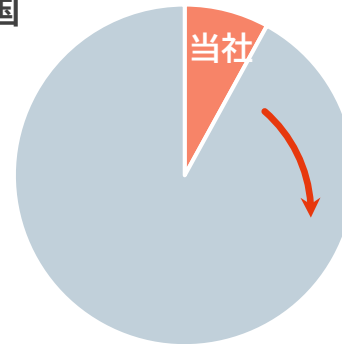
海外：成長市場

給湯器：タンクレス市場で台数を拡大

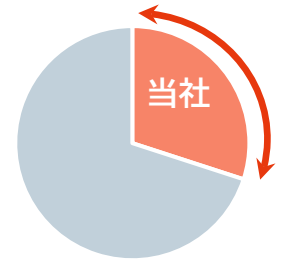
■日本
・給湯器



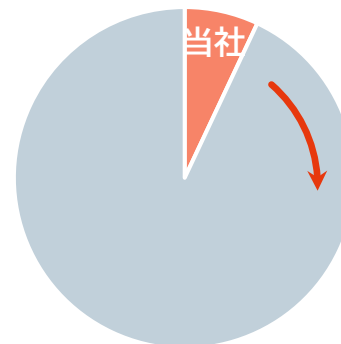
■中国



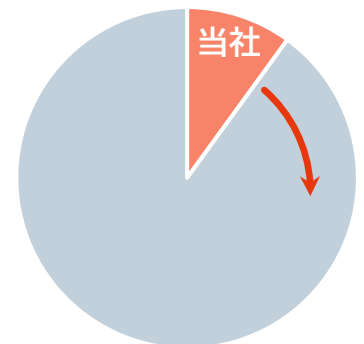
■上海トップクラス



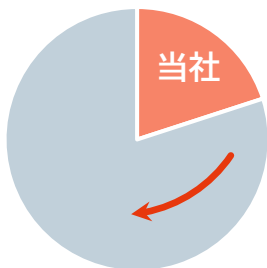
■米国



■豪州



・ビルトインコンロ



(当社調べ)

■中期経営計画「Vプラン26」概要

■2030年 ビジョンステートメント

「なくてはならない」を、届けつつけるために。

「なくてはならない」を、新しくつくるために。

「なくてはならない」を、届けつつけるために。

キッチンの火から、一日がはじまり。お風呂のお湯で、一日が終わる。
ノーリツが届けてきたのは、あたりまえで欠かせない毎日の大切なシーン。
その価値を、途切れさせることなく、より「なくてはならない」ものにするために。
いまあるものを見つめ、どこまで深化させていくことができるのか、取り組みます。

「なくてはならない」を、新しくつくるために。

日本だけでなく、世界という「成長市場」で。研究開発やものづくりにおける「新価値創造」で。
家庭向けに留まらない、新しい「領域」で。お客さまとの新しい「つながり方」で。
持続可能な社会の実現に向けた「社会課題解決」で。新しい「なくてはならない」をつくるために。
常識を捨て、あらゆる可能性をどこまで探索していくことができるのか、取り組みます。



新企業理念体系

価値創造ストーリー

外部環境	世界的なCO ₂ 削減要請の加速
循環型社会の拡大	世界人口の増加
日本の超高齢社会進展と人手不足	水リスクの顕在化
原材料の調達リスク増大 (サプライチェーンシフトの進展)	個人の価値観多様化

Input 価値創造の源泉

自然資本 事業を支える貴重な資源	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー投入量: 147,485GJ(単体) 原材料投入量: 28,703t (うち金属材料: 28,131t(単体))
人的資本 事業を支える多様な人材	<ul style="list-style-type: none"> 従業員: 6,280名(グループ) 海外人員比率: 43%
知的資本 これまでに培ったコア技術	<ul style="list-style-type: none"> 特許制度・知産権・技術制覇技術 研究開発人員: 481名(グループ)
社会・関係資本 創業以来築いたつながり	<ul style="list-style-type: none"> 展開国: 17の国と地域 お客さま(ユーザー)とのつながり: 457万件(国内グループ) サービスネットワーク
製造資本 グローバル展開する生産技術	<ul style="list-style-type: none"> 製造拠点数: 国内7社・海外6社 プレス、ダイカスト、樹脂成型、溶射、造幣技術他
財務資本 事業を支える財務強固	<ul style="list-style-type: none"> 純資産: 126,667百万円(グループ) 自己資本比率: 58.7%(グループ)



Process 事業活動



Mission 新しい幸せを、わかすこと。

Outcome 世界の人々や社会に提供する価値

豊かな暮らしと地球への貢献を両立できる社会

サステナビリティ ● 人と地球の適切な関係	ウェルビーイング ● お酒と食のプラスの価値	ケア ● 多様性と人への寄り添い
---------------------------------	----------------------------------	----------------------------

Output 事業活動の結果(2030年ありたい姿)

経済目標	売上	3,000億円以上
	ROE	8%以上
ESG目標	製品CO ₂ [※]	-30% (国内グループ)
	事業CO ₂ [※]	-50% (国内グループ)
	製品リサイクル	30万台 (国内グループ)

2030年 Vision

「なくてはならない」を、
届けつづけるために。
「なくてはならない」を、
新しくつくるために。

※2018年度比、CO₂削減率

Materiality 重要課題

事業継続における重点課題	資本強化における重点課題
つながりを起点とした顧客価値最大化	カーボンニュートラル・資源循環促進による自然資本開発
カーボンニュートラル/社会課題対応 (国内住宅・国内非住宅・海外)	事業拡大に向けた知的資本開発
	事業を支える人的資本開発
	DX等による製造資本開発

ガバナンス/戦略

取締役会

● 実効性向上 ● 独立性と客観性の確保

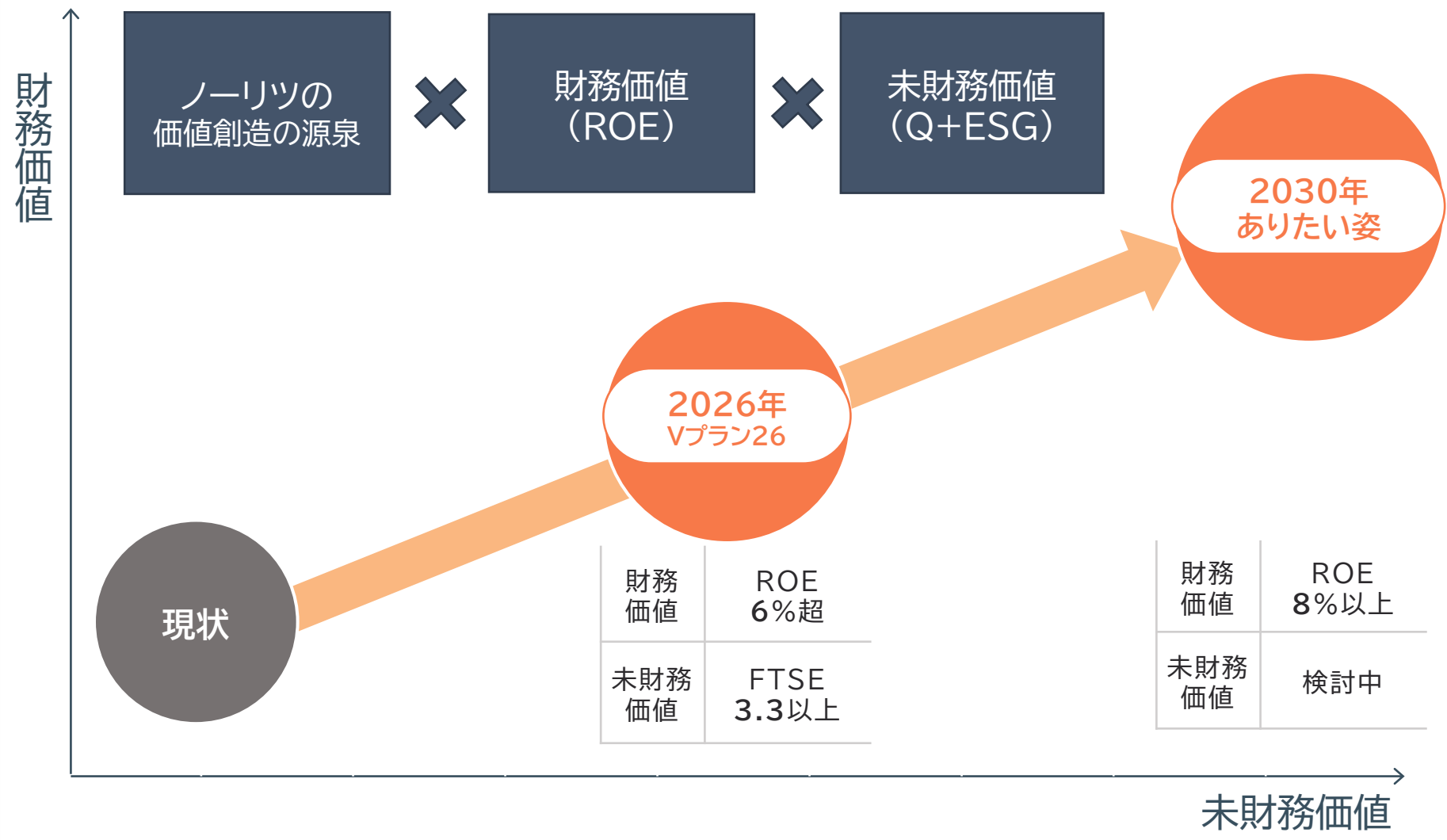
ERM(統合リスク管理)

● 重要リスク管理 ● 内部統制強化

財務戦略

● 資本収益性向上 ● キャッシュフローアロケーション

■企業価値向上の考え方



■Vプラン26経営目標 ROE6%超、FTSE3.3以上を目指す

3つの
重点戦略

①事業ポートフォリオの変革

- ・ポートフォリオの変革(国内／海外)
- ・提供価値 提供価値に対する施策と指標
- ・原価低減 原価におけるリスクと対策

②戦略投資の拡大と資本政策

- ・成長投資 キャッシュフローアロケーション
- ・資本政策 株主還元策

③サステナビリティ経営の推進

- ・4つの重点取り組み／マテリアリティ

■Vプラン26業績計画

単位:百万円

	2023年 12月期実績	2026年 計画	23年差
売上高	201,891	230,000	+28,108
国内事業	131,404	145,000	+13,595
海外事業	70,486	85,000	+14,513
営業利益	3,840	9,000	+5,159
国内事業	367	3,500	+3,132
海外事業	3,473	5,500	+2,026
経常利益	1,245	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	868	—	—
ROE (%)	0.7	6.0超	—

■Vプラン26経営目標 ROE6%超、FTSE3.3以上を目指す

3つの
重点戦略

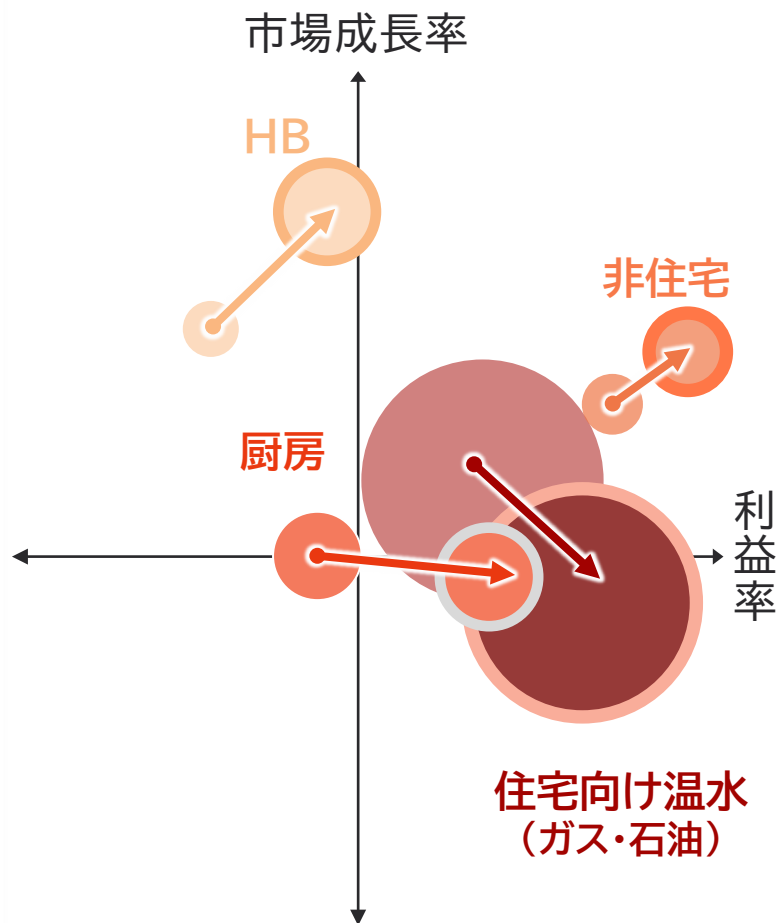
①事業ポートフォリオの変革

- ・ポートフォリオの変革(国内／海外)
- ・提供価値 提供価値に対する施策と指標
- ・原価低減 原価におけるリスクと対策

②戦略投資の拡大と資本政策

③サステナビリティ経営の推進

国内事業 住宅向け温水(化石燃料)分野偏重構造の変革



温水分野

収益性

- ・カーボンニュートラル推進
- ・ウェルネス機能、顧客ケアの充実で単位収益を拡大
- ・DXによる生産のスマート化と自動化で原価低減

厨房分野

収益性
成長性

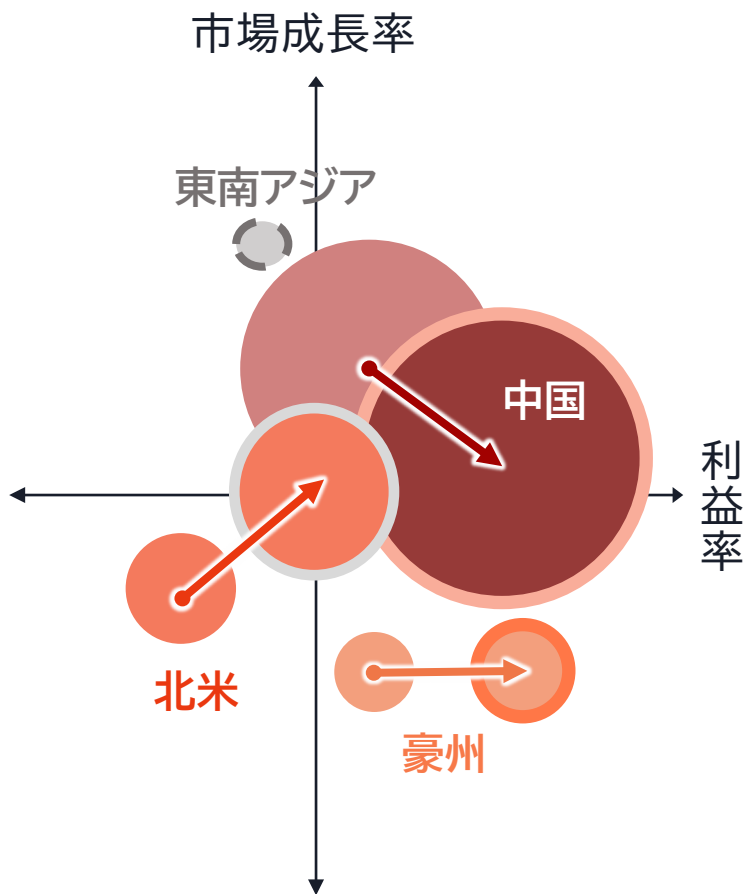
- ・アプリ含む顧客ケアと調理の楽しさ訴求、中級品拡大
- ・収益構造改善と規模拡大の両立で収益を確保

非住宅分野

成長性

- ・用途特化型新商品で対人領域の新市場開拓
- ・非対人領域の開拓/新事業

■海外事業 中国エリア依存リスクの軽減と新市場開拓



中国エリア

収益性

- 自立成長のための生産・開発力強化投資 (イノベーションセンター)
- 現地法人間でシナジー創出
- 厨房本格参入と地方都市拡大

北米エリア

成長性

- カーボンニュートラルに貢献
- 業用給湯分野の拡大 (3社連携強化)
- 暖房分野での高効率化推進

豪州エリア

収益性

- 設備投資による品質向上と原価改善
- タンク製品マザー工場化
- ニュージーランド市場開拓

コンセプト/提供価値

コンセプト	ノーリツの思い	提供価値
サステナビリティ Sustainability	人と地球の適切な関係をつくる カーボンニュートラルを「環境・省エネ・省資源」というテーマで、住宅(家庭用)と非住宅両面で推進し、あらゆるエネルギーにも対応していく。	CO ₂ 排出量削減 省資源
ウェルビーイング Well-Being	お湯と食のプラスの価値をつくる お湯の持つ価値を通して、幸せを届けてきた。「健康・生活・文化」領域で社会的課題の解決と知的好奇心の追求などを通じて、心身の健康と幸せ感を高めていく。	・お湯の価値 睡眠、健康、衛生 ・食の価値 健康、時短、調理の楽しさ
ケア Care	多様性に配慮し、人に寄り添う つながりの価値とは、顧客に寄り添っていきながら、対象・関係先との共感・相互作用により、個々人の快適な暮らしを表現すること。価値の源泉である互いの信頼や愛着の意識を、製品・サービスを通じて醸成していく。	安全・安心 多様化

サステナビリティ/人と地球の適切な関係

提供価値	施策	代表的指標
	環境配慮型商品の拡販	ハイブリッド給湯機販売数
	非住宅分野商品・サービスの拡大	高効率給湯器構成比率
	サステナブル調達の推進	高効率給湯器構成比率
	カーボンニュートラル技術の獲得	

商品・サービス	対象分野		
	温水分野	非住宅分野	厨房分野
	◎	◎	—

ウェルビーイング/お湯と食とのプラスの価値

提供価値	施策	代表的指標
	温水・厨房分野 社会課題解決型商品の訴求	プレミアム給湯器販売数
	非住宅分野 社会の特定ニーズに対する付加価値の開発(対人・非対人)	中高級ビルトインコンロ販売数
	社会課題解決型技術の創造 (大学包括連携協定など)	

ケア/多様性、人への寄り添い

提供価値	施策	代表的指標
	88発報からの点検・取替の促進	点検・機器取替件数
	つながりによる長期的なあんしんの提供	IoTサーバー接続数
	あんしんプランの充実 (マイページ、アプリ、保証、みまもり等)	保守契約数(住宅・非住宅)

商品・サービス	対象分野		
	温水分野	非住宅分野	厨房分野
	◎	○	◎

商品・サービス	対象分野		
	温水分野	非住宅分野	厨房分野
	◎	○	◎

コンセプト/提供価値

コンセプト	ノーリツの思い	提供価値
サステナビリティ Sustainability	人と地球の適切な関係をつくる カーボンニュートラルを「環境・省エネ・省資源」というテーマで、住宅(家庭用)と非住宅両面で推進し、あらゆるエネルギーにも対応していく。	CO ₂ 排出量削減 省資源
ウェルビーイング Well-Being	お湯と食のプラスの価値をつくる お湯の持つ価値を通じて、幸せを届けてきた。「健康・生活・文化」領域で社会的課題の解決と知的好奇心の追求などを通じて、心身の健康と幸せ感を高めていく。	・お湯の価値 睡眠、健康、衛生 ・食の価値 健康、時短、調理の楽しさ
ケア Care	多様性に配慮し、人に寄り添う つながりの価値とは、顧客に寄り添っていきながら、対象・関係先との共感・相互作用により、個々人の快適な暮らしを実現すること。価値の源泉である互いの信頼や愛着の意識を、製品・サービスを通じて醸成していく。	安全・安心 多様化

ウェルビーイング/お湯と食とのプラスの価値

提供価値	施策	代表的指標
<p>ウェルビーイング</p>	中国・北米 社会課題解決型商材の開発	即湯付給湯器販売数 暖房付給湯器販売数
	中国 3社連携で厨房分野を拡大	コンロ販売数
	水技術で市場開拓	浄水器台数(中国・その他)
商品・サービス		対象エリア
		中国 北米 豪州/その他
		◎ ○ ○

サステナビリティ/人と地球の適切な関係

提供価値	施策	代表的指標
<p>サステナビリティ</p>	住宅用 タンクレス給湯器の拡販	住宅用 タンクレス販売数
	非住宅用 ボイラー取替の促進	非住宅用 タンクレス販売数
	新市場導入準備 ヒートポンプ、水素給湯器	
商品・サービス		対象エリア
		中国 北米 豪州/その他
		◎ ◎ ◎

ケア/多様性、人への寄り添い

提供価値	施策	代表的指標
<p>ケア</p>	メンテナンス契約の拡大	会員アプリダウンロード数
	アフターサービス・施工管理支援	
	遠隔監視サービス契約の推進	
商品・サービス		対象エリア
		中国 北米 豪州/その他
		○ ○ ○

原価低減



■Vプラン26 コストダウン目標 **30億円**を目指す

方針:生産システム基盤構築によるスマート化の実現と内製化率の向上

原価低減

①材料費低減

- ・仕入材料費の削減

②スマートファクトリーの実現

- ・生産設備のスマート化
- ・DXによる自動化効率化

③グループ内製化による付加価値取込み

- ・外注部分の付加価値の取り込み
- ・コストアップ防止
- ・生産拠点の最適化

■Vプラン26経営目標 ROE6%超、FTSE3.3以上を目指す

3つの
重点戦略

①事業ポートフォリオの変革

②戦略投資の拡大と資本政策

- ・成長投資 キャッシュフローアロケーション
- ・資本政策 株主還元策

③サステナビリティ経営の推進

戦略投資の拡大と資本政策



東証『資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応』への取り組み

【現状認識】

直近5年間で2021年にはROE5%を達成したが、それ以外の年度は5%を下回っており、収益性の向上によるROEの改善が最重要課題。

単位:百万円

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
売上高 百万円	208,396	183,859	178,142	210,966	201,891
営業利益 百万円	2,693	4,763	2,500	6,889	3,840
営業利益率 %	1.3	2.6	1.4	3.3	1.9
親会社株主に帰属する 当期純利益 百万円	1,512	△3,013	5,479	4,800	868
ROE %	1.37	△2.76	5.00	4.23	0.73
株価(終値) 円	1,462	1,611	1,678	1,444	1,511
1株当たり純資産額 円	2,359.8	2,330.2	2,434.0	2,508.1	2,644.3
PBR 倍	0.62	0.69	0.69	0.58	0.57

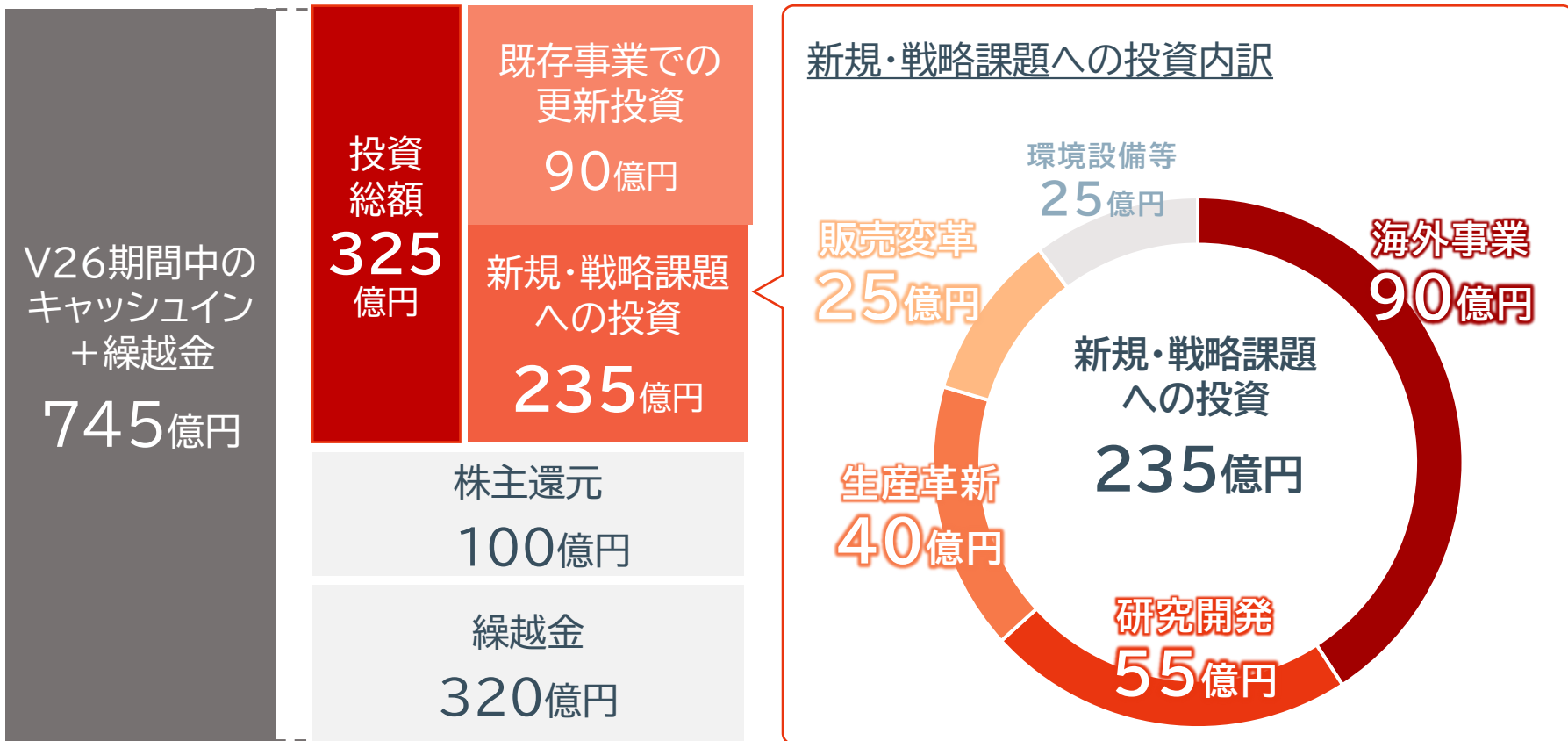
戦略投資の拡大と資本政策



東証『資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応』への取り組み

【方針】 2026年目標:営業利益90億円、ROE6%超(株主資本コストを上回る)、PBRに関しては早期に改善を目指す。

①成長投資



東証『資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応』への取り組み

②資本政策

①株主還元策の強化

連結純資産配当(DOE)基準を2.0%から**2.5%**に引上げる。
 連結配当性向50%もしくはDOE2.5%のいずれか高い方を目途とする。自己株式の取得については、機動的に実施を検討する。

※参考 24年決算ベース 2.5%=67円

②政策保有株式の縮減

2023年12月末連結B/Sの保有金額と純資産割合25%を、
 2026年12月までに純資産比率で**20%未満**とし、
 売却資金を成長投資に振り向ける。

③自己株消却

2026年末で発行済み株式総数の**5%**を残して消却する。

■Vプラン26経営目標 ROE6%超、FTSE3.3以上を目指す

3つの
重点戦略

①事業ポートフォリオの変革

②戦略投資の拡大と資本政策

③サステナビリティ経営の推進

・4つの重点取り組み／マテリアリティ

Q+ESG の取り組み

つながりによる長期的な安全・安心の提供

- ・メンバー登録の拡大と保守契約サービスの整備

カーボンニュートラルに向けた取り組み

- ・CO₂排出量削減(製品／事業)

社会課題解決に向けた無形資産の開発

- ・人的資本開発(働き方改革と健康経営)
- ・知的資本開発(先行技術開発)

コーポレートガバナンスの強化

- ・取締役会の実効性強化に向けた評価と改善

マテリアリティ

事業継続における重点課題

重点課題	主な取り組み	Vプラン26 指標とマイルストーン		(現状)	2030年ありたい姿	
		指標	目標			
つながりを起点とした顧客価値最大化	・お客さまとの「つながり」強化	・製品・サービスを通じたつながり数(累計)	・600万件	・457万件	・つながり数 900万件	
カーボンニュートラル/社会課題対応	国内	・温水・環境配慮型商品(高効率給湯器) ・厨房・社会課題解決型商品 ・スタンダード化	・環境配慮型商品の販売構成比 ・社会対応型商品の販売構成比 ・製品のCO2排出量(2018年比)	・50% ・37% ・▲20%	・40% ・31% ・▲25%	・環境配慮型商品90% ・社会課題対応型商品40% ・製品CO2 2018年比▲30%
	国内(非住宅)	・設備更新による施設のカーボンニュートラル貢献 ・熱ソリューションビジネスの確立	・事業拡大によるCO2削減貢献量	・33万 t-CO ₂	・27万 t-CO ₂	・40万 t-CO ₂
	海外	・既存国:環境対応型商品の市場拡大 ・新規国:所有技術・商材の展開	・事業拡大によるCO2削減貢献量	・600万 t-CO ₂	・395万 t-CO ₂	・750万 t-CO ₂

資本強化における重点課題

重点課題	主な取り組み	Vプラン26 指標とマイルストーン		(現状)	2030年ありたい姿
		指標	目標		
カーボンニュートラル・資源循環促進による自然資本開発	・事業活動によるCO2排出量の削減 ・リサイクルビジネスの促進	・RE100達成 ・製品リサイクル回収台数	・NAM達成 ・15万台	・— ・7万台	・事業CO2 2018年比▲50% ・製品リサイクル回収30万台
事業を支える人的資本開発	・従業員ウェルビーイングの実現 ・ダイバーシティ&インクルージョン	・エンゲージメントサーベイ総合スコア	・70	・68	エンゲージメントサーベイ総合スコア 73
事業拡大に向けた知的資本開発	・社会課題解決型技術の創造と世界展開 ・経営品質向上によるコーポレートブランド強化	・カーボンニュートラル・ウェルネス等の新技術獲得数 ・ブランド戦略サーベイ総合スコア	・5件 ・585	・— ・572	・PATor新ビジネスモデル5件 ・ブランド戦略サーベイ総合スコア 600
DX等による製造資本開発	・ものづくり変革(DX活用・ロボット導入・モジュール設計等)	・本社工場の自動化率	・ガス給湯器ライン自動化率 70%	—	スマートファクトリーの実現

2024年計画

当中間連結会計期間より、業績管理区分を見直したことにより、従来「海外事業」セグメントに含まれていた(株)ノーリツの輸出取引を「国内事業」セグメントに含める方法に変更しております。

なお、前中間連結会計期間のセグメント情報については、変更後の区分方法により作成したものを記載しております。

■Vプラン26業績目標と2024年計画

単位:百万円

	2023年 12月期実績	2024年 12月期計画	前年差	2026年 12月期計画
売上高	201,891	212,000	+10,108	230,000
国内事業	131,404	140,000	+8,595	145,000
海外事業	70,486	72,000	+1,513	85,000
営業利益	3,840	5,000	+1,159	9,000
国内事業	367	1,500	+1,132	3,500
海外事業	3,473	3,500	+26	5,500
経常利益	1,245	5,800	+4,554	—
親会社株主に 帰属する 当期純利益	868	4,170	+3,301	—
ROE (%)	0.7	3.4	+2.7	6.0超

2024年想定為替レート、1ドル=140.0円、1元=19.9円、1ASドル=92.3円 ※国内・海外の売上高は外部取引額のみ

カーボンニュートラル社会の実現と社会課題解決で新たな価値の提供

打ち手①環境配慮型商品 & 社会課題解決型商品の更なる浸透: 温水・厨房商品の品揃え拡充

打ち手②お客さまとのつながりの強化: デジタル活用、IoTによるつながりの推進

打ち手③非住宅分野の成長: 非対人向け新規事業の推進

単位: 百万円

	2023年 12月期実績	2024年 12月期計画	前年差 (金額)	増減率 (%)	2026年 12月期計画
売上高	131,404	140,000	+8,595	+6.5	145,000
温水空調	109,054	113,000	+3,945	+3.6	116,000
内 非住宅	8,344	8,700	+355	+4.3	10,000
厨房	15,731	18,000	+2,268	+14.4	20,000
その他	6,618	9,000	+2,381	+36.0	9,000
営業利益	367	1,500	+1,132	+308.1	3,500

北米での成長と東南アジアでの新規事業開発の取り組みの強化

打ち手①既存事業の成長に向けた現地法人の自立化促進

打ち手②新規事業開発(エリア・商品)の推進

単位:百万円

		2023年 12月期実績	2024年 12月期計画	前年差 (金額)	増減率 (%)	2026年 12月期計画
中国	売上高	42,124	42,000	△124	△0.3	49,700
	営業利益	2,004	2,150	+145	+7.3	3,700
北米	売上高	16,255	17,700	+1,444	+8.9	22,500
	営業利益	542	500	△42	△7.8	800
豪州	売上高	10,287	10,500	+212	+2.1	11,000
	営業利益	716	700	△16	△2.3	850
その他	売上高	1,819	1,800	△19	△1.1	1,800
	営業利益	209	150	△59	△28.4	150
合計	売上高	70,486	72,000	+1,513	+2.1	85,000
	営業利益	3,473	3,500	+26	+0.8	5,500

■2024年12月期第2四半期(中間期) 決算結果と「Vプラン26」進捗

当中間連結会計期間より、業績管理区分を見直したことにより、従来「海外事業」セグメントに含まれていた(株)ノーリツの輸出取引を「国内事業」セグメントに含める方法に変更しております。

なお、前中間連結会計期間のセグメント情報については、変更後の区分方法により作成したものを記載しております。

2024年12月期第2四半期(中間期)決算結果

概要



国内は住宅市況の悪化、海外は中国市況の悪化および原価上昇により、前年比、公表値比ともに減収減益

売上高

960億円 (公表値差△54億円、前年同期差△37億円)

- ・国内 610億円 (公表値差△64億円 前年同期差△38億円)
- ・海外 349億円 (公表値差+9億円 前年同期差+1億円)

営業利益

△1億円 (公表値差△3億円、前年同期差△14億円)

- ・国内 △7億円 (公表値差+2億円 前年同期差△5億円)
- ・海外 5億円 (公表値差△6億円 前年同期差△8億円)

純利益

△3億円 (公表値差△5億円、前年同期差△14億円)

海外子会社の住設事業撤退費用および投資有価証券評価損を特別損失に計上

前年比較・公表値比較



単位:百万円

	2023年12月期 上期実績	2024年12月期 上期公表値	2024年12月期 上期実績	前年差 (金額)	前年増減率 (%)	公表値差 (金額)
売上高	99,752	101,500	96,012	△ 3,740	△3.7	△ 5,487
国内事業	64,970	67,500	61,070	△ 3,899	△6.0	△ 6,429
海外事業	34,782	34,000	34,941	+158	+0.5	+ 941
営業利益	1,276	200	△ 127	△ 1,404	—	△ 327
国内事業	△ 157	△ 1,000	△ 724	△ 567	—	+275
海外事業	1,434	1,200	596	△ 837	△58.4	△ 603
経常利益	1,383	600	410	△ 972	△70.3	△ 189
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,061	170	△ 354	△ 1,415	—	△ 524

平均為替レート、1ドル=154.05円、1元=21.27円、1ASドル=101.23円 ※国内・海外の売上高は外部取引額のみ

「Vプラン26」国内事業の進捗

カーボンニュートラル社会の実現と社会課題解決で新たな価値の提供

温水機器の販売が前年に届かず減益

- ・非住宅、厨房は引き続き好調だが、温水空調分野は新築着工戸数や需要の低迷により、2期累計で減収
- ・ハイブリッド給湯機、エコジョーズ等の主要品群は回復傾向
- ・営業利益は、費用のコントロールにより前年比減益も公表値達成

単位:百万円

	2023年12月期 上期実績	2024年12月期 上期実績	前年差 (金額)	増減率 (%)
売上高	64,970	61,070	△ 3,899	△6.0
温水空調	54,784	49,672	△ 5,112	△9.3
内 非住宅	4,018	4,369	+ 351	+ 8.7
厨房	7,221	7,525	+ 303	+ 4.2
その他	2,963	3,873	+ 909	+ 30.7
営業利益	△ 157	△ 724	△ 567	—

打ち手① 環境配慮・社会課題解決商品の更なる浸透



温水空調分野の成長／厨房分野の質的向上・量的拡大

- 温水空調分野 カーボンニュートラル推進とウェルネス機能の充実で高付加価値商品の拡販、顧客ケアの充実で単位収益向上
- 厨房分野 中高級ビルコン&レンジフード新製品拡大と成長チャネル開発

環境配慮型商品の普及と浸透

社会課題解決型商品ブランディング

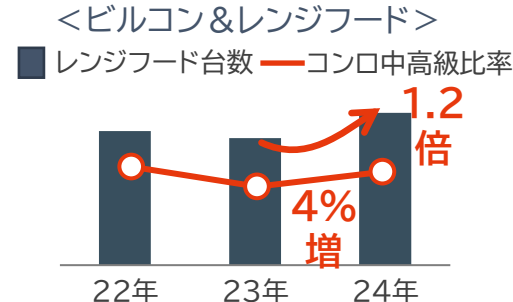
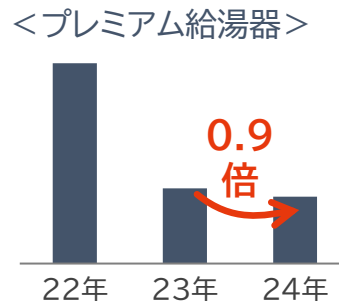
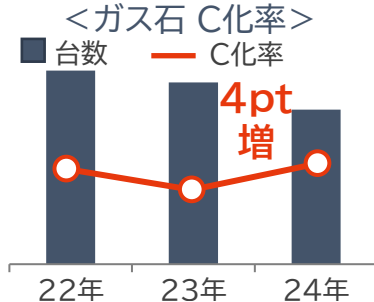
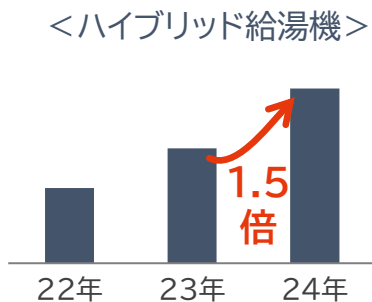
厨房分野の質的向上と量的拡大



【成果】ハイブリッド給湯機の販売が好調

※グラフは1～6月の実績比較

- 温水 ハイブリッド給湯機は補助金効果もあり台数前年比50%増、C化率も4ポイント向上
- 厨房 中高級BCは売上10%増、レンジフードの販売拡大



打ち手② お客さまとのつながりの強化



顧客ケアの充実によるつながりの強化と顧客単位収益の拡大

■ あんしん保証サービスの充実によるIoT接続数と契約件数の拡大

点検起点の取替モデル



多様化する購入方法へ対応



新販売メニュー

- ・リース販売
- ・EC販売
- ・通販
- ・サブスクリプション
- ・保証契約
- ・暮らし応援サービス 等

お客さまを支えるサービス

お客さま起点のコンテンツ

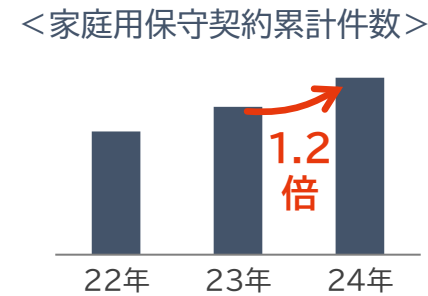
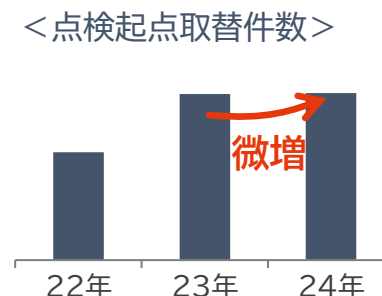
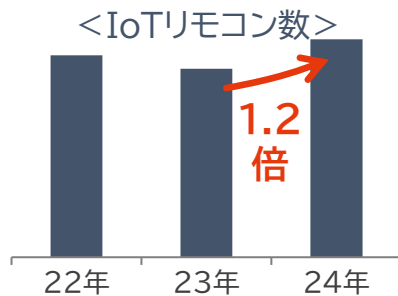


- アプリ機能強化とつながり強化
- ・おふろのじかん
 - ・おふろのずかん
 - ・わかすアプリ
 - ・アンケート

【成果】IoTリモコン販売数、保守契約、取替数ともに拡大

※グラフは1～6月の実績比較

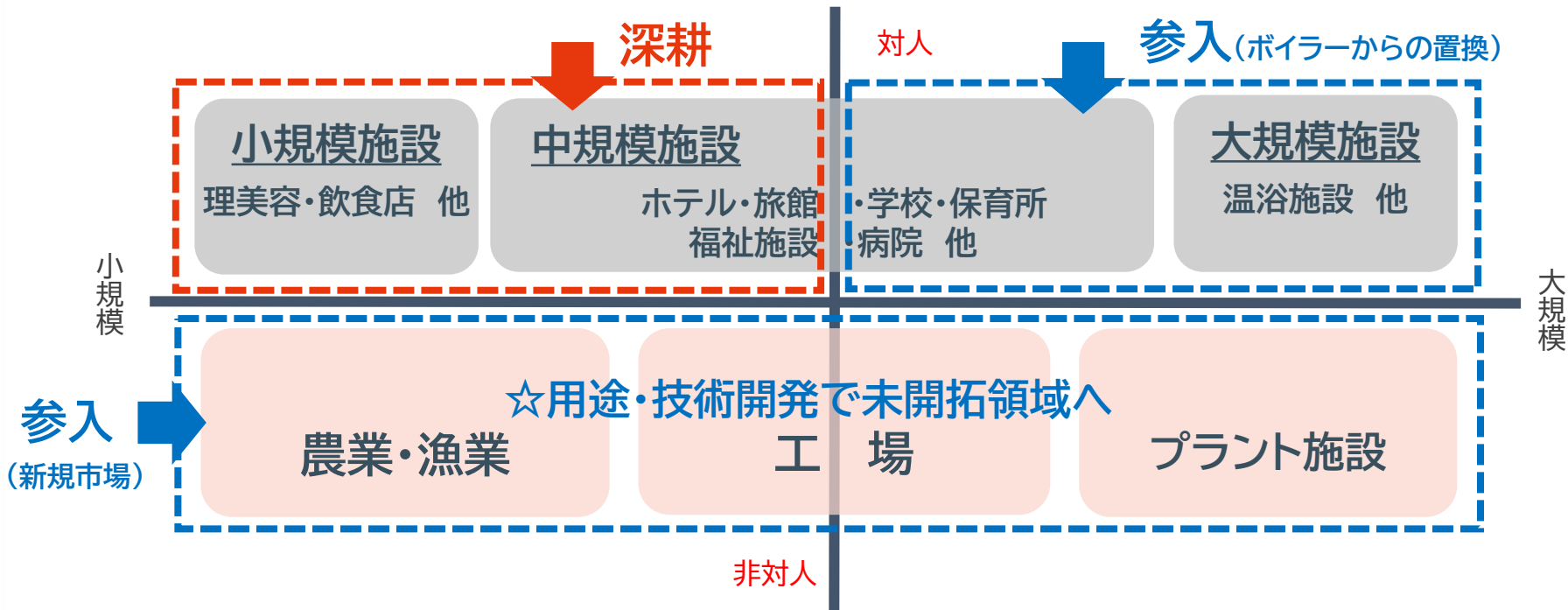
- IoTリモコンの販売数、保守契約数とも伸長
- 点検・保守契約数の拡大により、点検起点の取替件数を拡大



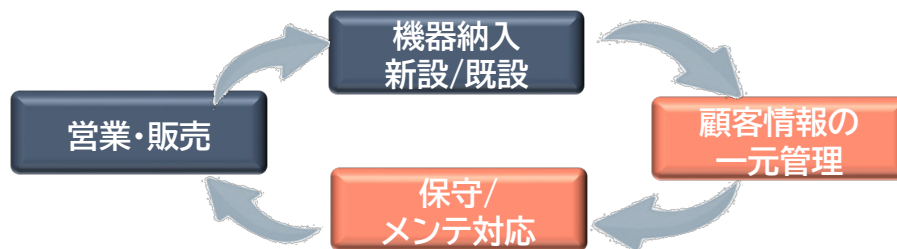
打ち手③ 非住宅分野の成長



【非住宅分野の事業拡大イメージ】



【参入後のつながる販売モデル (保守点検を軸とした施設とのつながり)】



打ち手③ 非住宅分野の成長



非住宅対人分野の深化と非対人分野の探索

- 用途特化型新商品で対人領域の新市場開拓
- 保守・メンテナンス収益拡大
- 非対人領域の開拓(熱ソリューション事業)



業務用ガスふろ給湯器
※用途特化型商品



ろ過昇温ポンプユニット

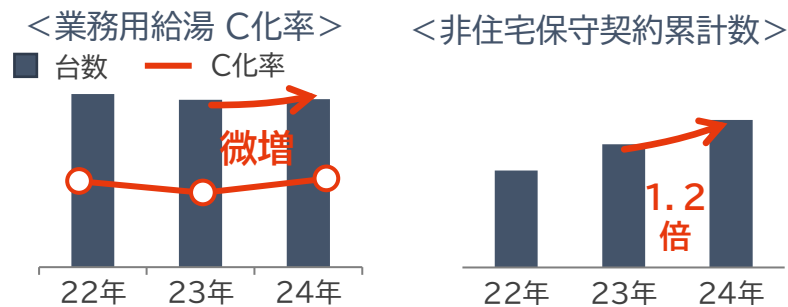


業務用ヒートポンプ給湯器

【成果】インバウンド需要の獲得と保守・メンテナンス伸長

※グラフは1~6月の実績比較

- 業務用給湯器台数は前年に引き続き堅調、高効率給湯器比率も上昇
- 遠隔監視ニーズが高く、非住宅保守契約累計数20%増
- 労働力不足、建設コスト増に対して、組立配送・省人化施工部材が高評価



生産システム基盤構築によるスマート化の実現と内製比率の向上

項目	内容
➤ 材料費低減	仕入材料費の削減
➤ スマートファクトリーの実現	生産設備のスマート化
	DXによる自動化・効率化
➤ グループ内製化による 付加価値取り込み	外注部分の付加価値の取り込み
	コストアップ防止
	生産拠点の最適化



V26目標
総額**30億円**

【成果】進捗

2024年上期実績 (素材価格変動、為替変動によるコストアップは含まず)

0.25億円 (Vプラン26累計 0.25億円)

「Vプラン26」海外事業の進捗

北米での成長と東南アジアでの新規事業開発の取り組み強化

中国を除く各エリアは売上好調、中国家庭用温水と北米暖房の悪化で減益

- ・中国は暖房・厨房は好調も、市況悪化・原価上昇の影響を受けて減収減益
- ・北米は高効率タンクレスが復調傾向だが、暖房の不振により増収減益
- ・豪州は電化の流れを受け、ヒートポンプの販売台数増で増収増益

単位:百万円

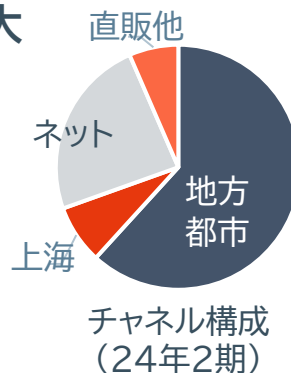
		2023年12月期 上期実績	2024年12月期 上期実績	前年差 (金額)	増減率 (%)
中国	売上高	20,842	19,240	△ 1,601	△7.7
	営業利益	842	228	△ 614	△72.9
北米	売上高	8,038	8,980	+ 942	+ 11.7
	営業利益	196	△ 108	△ 304	—
豪州	売上高	5,124	5,763	+ 639	+ 12.5
	営業利益	291	394	+ 102	+ 35.3
その他	売上高	777	955	+ 178	+ 23.0
	営業利益	103	82	△ 21	△20.4
合計	売上高	34,782	34,941	+ 158	+ 0.5
	営業利益	1,434	596	△ 837	△58.4

打ち手① 既存事業成長に向けた現地法人の自立化促進



中国 現地法人の自立成長と厨房電器事業の確立

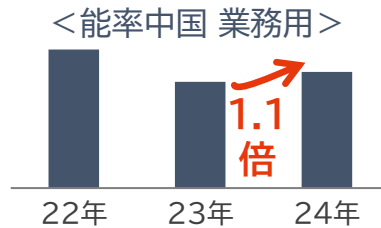
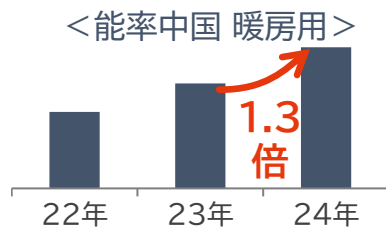
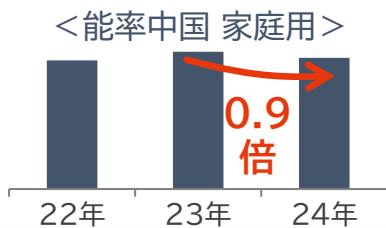
- 温水：外地×運営代理の定着で地方都市売上の拡大
- ネット販売：ネット/リアル店戦略の見直し
- 厨房電器事業の確立：コンロ+レンジフードの拡大
- 生産・開発強化投資(イノベーションセンター)



【成果】市況悪化で家庭用温水が減少、暖房と厨房は好調

※グラフは1～6月の実績比較

- 温水：市況の落ち込みが続く中、コンビボイラー(暖房)は前年比1.3倍と引き続き好調も、売上の大半を占める家庭用は減少
- ネット販売：価格競争が激化し、価格維持優先で台数減、素材高騰もあり原価率悪化
- リアル販売：地方都市部の販売注力も商品ミックス悪化
- 厨房：展示会出展、前年比1.3倍に販売拡大(能率中国)



打ち手① 既存事業成長に向けた現地法人の自立化促進



北米 事業部発足、成長に向け脱炭素・低炭素へ貢献する商品開発力を強化

■ 家庭用：カーボンニュートラル貢献に向けた高効率給湯器拡販

- ・高効率給湯器新製品による既存流通の再開発
- ・新規販売先の開拓

■ 業務用：アカデミー設立、ラックシステム拡販

■ 暖房用：コンビボイラー／高効率ボイラー販売強化

当社商品の強み

- ・様々な現場に対応可能な排気・配管設計
- ・業界最高クラスの高い熱効率と低NOx燃焼
- ・全一次空気燃焼給湯器の幅広い品揃え
(エナジースター基準変更対応)



高効率給湯器



コンビボイラー



ラックシステム

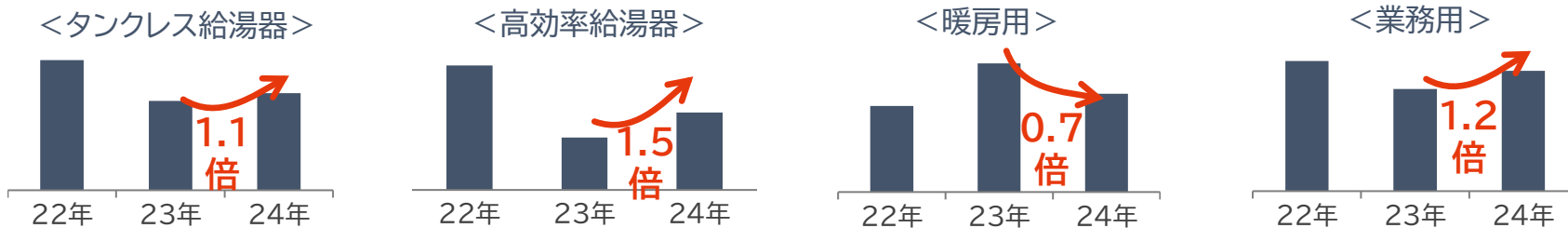
【成果】高効率給湯器・業務用が好調

※グラフは1～6月の実績比較

- 家庭用：タンクレスの販売台数回復。マーケティング活動が奏功し、高効率給湯器が好調
- 業務用：ラックシステム販売が引き続き好調
- 暖房用：暖冬と一部部材の納期遅延により販売不振



鋳鉄ボイラーの供給安定化とボイラーのさらなる環境対応が課題



打ち手① 既存事業成長に向けた現地法人の自立化促進



豪州 市場の電化加速に対応し、ヒートポンプ等電化商材の品揃え強化

- タンクレス: 豪州での拡販とニュージーランド市場開拓
- 電化商材: ヒートポンプ・電気関連商材の調達と販売
 - ・一体型ヒートポンプ給湯器の販売
- 原価改善: 工場の生産設備更新
 - ・溶接工程の自動化・省人化
 - ・スマートファクトリー化推進



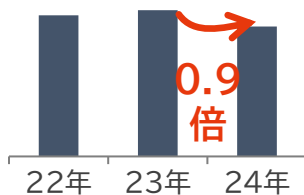
業務用給湯器 ヒートポンプ給湯器

【成果】ヒートポンプ給湯器と業務用で増収増益

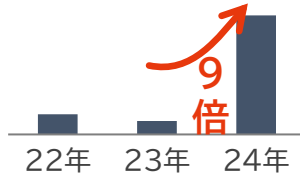
※グラフは1～6月の実績比較

- タンクレス: 家庭用は微減も2期以降は販売回復傾向、業務用は拡大
- 電化商材: ヒートポンプ給湯器、電気温水器の販売台数増加
- 原価改善: タンクの生産効率向上と購買政策が奏功し、原価低減に寄与

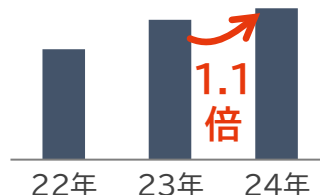
<タンクレス給湯器>



<ヒートポンプ給湯器>
豪州のみ



<業務用>



打ち手② 新規事業開発(エリア・商品)の推進



東南アジア地域での販売ネットワークの構築

■ 電気温水器・浄水器の販売基盤強化

- ・ベトナム周辺国で代理店開発

■ カンガルー社経営基盤強化

- ・経営支援
- ・製品在庫圧縮

■ カンガルー社ものづくり支援

- ・製品の材料費コストダウン
- ・生産効率アップ
- ・市場品質向上

Kangaroo

Kangaroo International Joint Venture Company



【成果】カンガルー社への経営指導を本格化

● ノーリツブランドの地域基盤づくり

周辺国開拓を目指し、カンガルー社と連携して現地市場調査実施(ユーザー宅、売り場訪問)

● 新商材開発に向けたグループ間連携に着手、カンガルーブランドで新製品発売

● カンガルー社支援 日本流指導で在庫3割圧縮、ラインの効率化と品質向上が着実に進展

業績見通し／株主還元

売上高、営業利益の通期見通し



連結業績予想と実績との差異及び通期業績予想修正の理由

・上期実績

国内事業：

新築着工数の減少に加え、消費者マインドの冷え込みにより売上高が減少

海外事業：

中国市況悪化と原価上昇、北米での暖房ボイラー販売不振を受け、売上高、営業利益が減少

・通期予想

今後もこの状況は継続するものと想定しており、通期の売上高、営業利益は当初の業績予想を下回る見込み

単位：億円

	売上高 (公表値)	売上高(見通し)			公表値 との差		営業利益 (公表値)	営業利益(見通し)			公表値 との差
	年間	上期 実績	下期 見通し	年間			年間	上期 実績	下期 見通し	年間	
国内	1,400	610	730	1,340	△60	国内	15	△7	22	15	—
海外	720	349	361	710	△10	海外	35	5	12	17	△18
合計	2,120	960	1,090	2,050	△70	合計	50	△1	33	32	△18

資本政策(一部抜粋)

東証『資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応』への取り組み

資本政策

政策保有株式の縮減

2023年12月末連結B/Sの保有金額と純資産割合25%を、
2026年12月までに純資産比率で**20%未満**とし、
売却資金を成長投資に振り向ける。



当社が保有していた(株)アシックス普通株式1,764千株をすべて売却

2024年7月

(株)アシックスの株式売出しに応じて保有する同社株式をすべて売却し、投資有価証券売却益約39億円を特別利益として計上

本売却益の用途として、下請法の指導基準改正に伴う手形等のサイト短縮のための運転資金に充てる

売上高、営業利益の見直しと特別利益の計上により、2024年2月公表値を下記の通り修正

単位:百万円

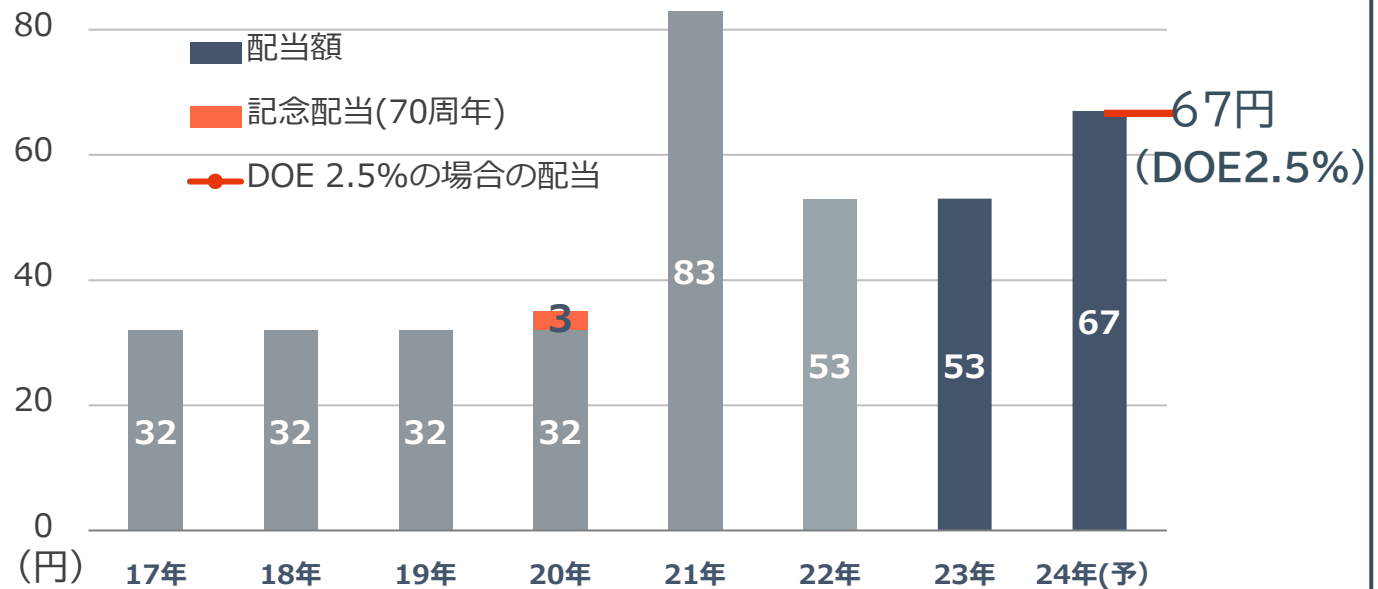
	2023年 12月期実績	2024年 12月期計画 (当初)	2024年 12月期計画 (修正)	前年差	増減率(%)
売上高	201,891	212,000	205,000	+3,109	+1.5
国内事業	131,404	140,000	134,000	+2,596	+2.0
海外事業	70,486	72,000	71,000	+514	+0.7
営業利益	3,840	5,000	3,200	△ 640	△16.7
国内事業	367	1,500	1,500	+1,133	+308.1
海外事業	3,473	3,500	1,700	△ 1,773	△51.1
経常利益	1,245	5,800	4,200	+2,955	+237.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	868	4,170	4,700	+3,832	+440.9
ROE(%)	0.7	3.4	3.8	+3.1	—

2024年下期平均為替レート、1ドル=150.0円、1元=20.5円、1ASドル=96.7円 ※国内・海外の売上高は外部取引額のみ

純利益を上方修正するも、DOE2.5%の方が高いため、年間配当予想は1株67円を維持

配当方針

- 2024～2026年度:業績連動に安定性を加味した株主還元
「連結配当性向50%」または「DOE2.5%」のいずれか高い方を選択



自己株式

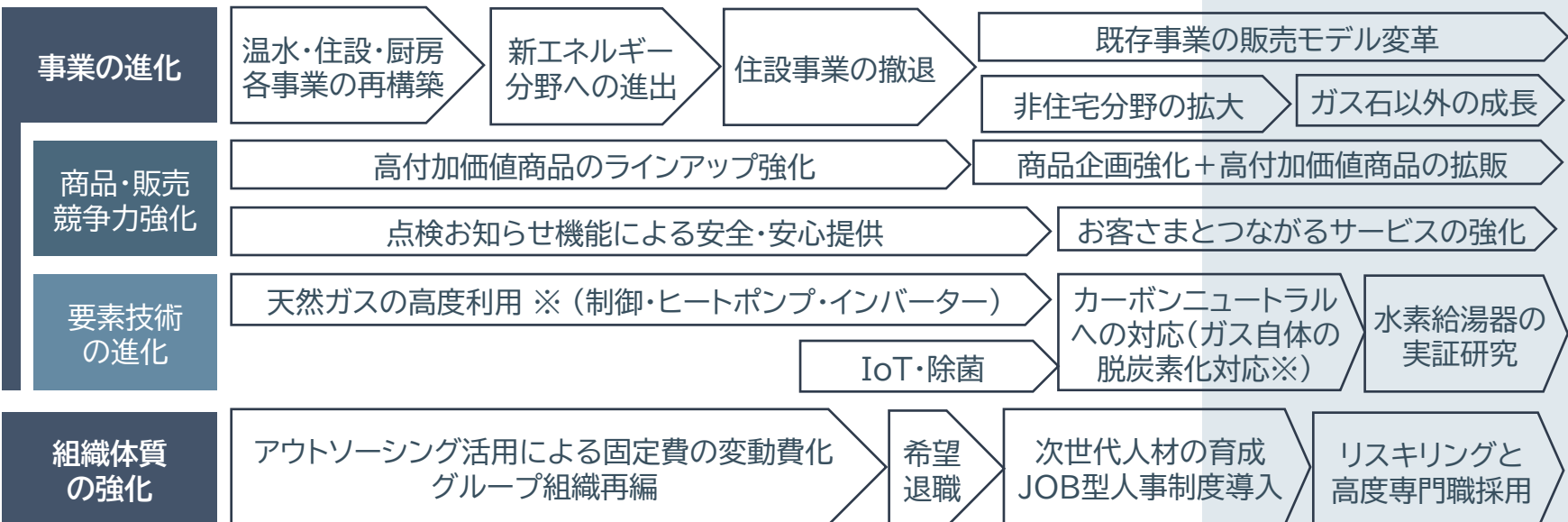
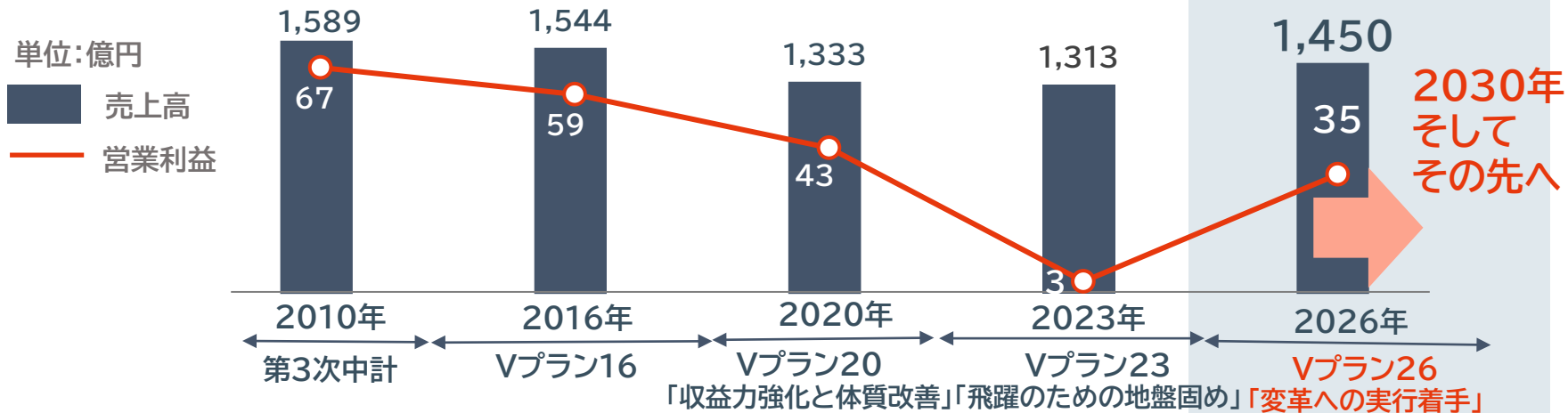
- 消却(2026年末の自己株式数を発行済株式数の5%程度へ)
2月29日に2,242千株消却し、6月末の自己株式残高は2,375千株
(3,688百万円)に

■ご参考資料

決算補足データ

国内事業の「歩み」と「今後の方向性」

■各中計最終年度の業績推移



※日本ガス協会カーボンニュートラル2050より

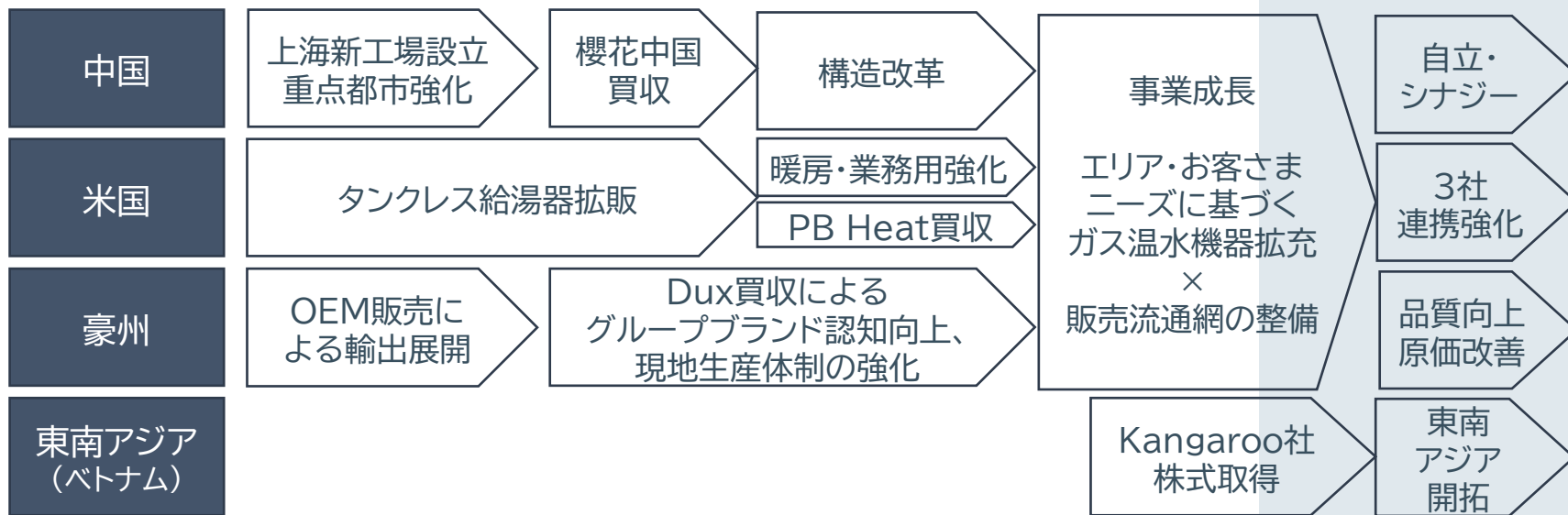
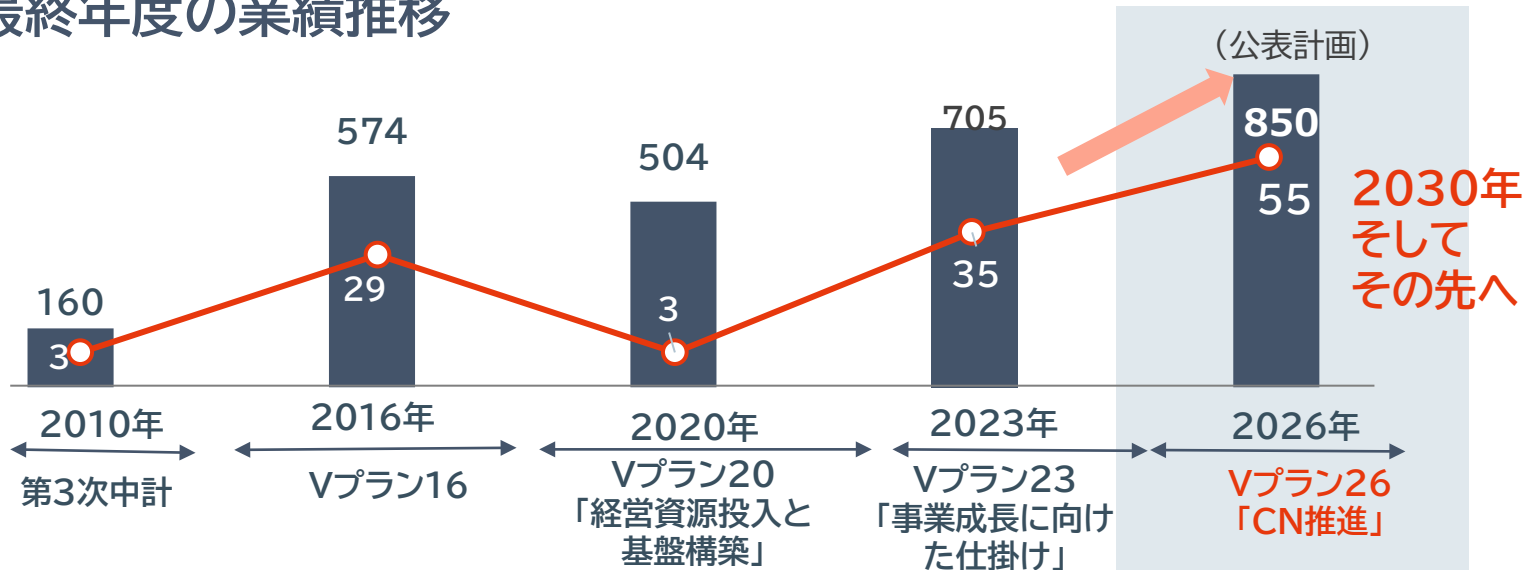
海外事業の「歩み」と「今後の方向性」



■各中計最終年度の業績推移

単位:億円

■ 売上高
— 営業利益



カーボンニュートラル社会の実現と社会課題解決で新たな価値の提供

打ち手①環境配慮型商品 & 社会課題解決型商品の更なる浸透: 温水・厨房商品の品揃え拡充

打ち手②お客さまとのつながりの強化: デジタル活用、IoTによるつながりの推進

打ち手③非住宅分野の成長: 非対人向け新規事業の推進

単位: 百万円

	2023年 12月期実績	2024年 12月期計画 (修正)	前年差 (金額)	増減率 (%)	2026年 12月期計画
売上高	131,404	134,000	+2,596	+2.0	145,000
温水空調	109,054	109,500	+446	+0.4	116,000
内 非住宅	8,344	8,700	+355	+4.3	10,000
厨房	15,731	16,500	+769	+4.9	20,000
その他	6,618	8,000	+1,382	+20.9	9,000
営業利益	367	1,500	+1,133	+308.1	3,500

北米での成長と東南アジアでの新規事業開発の取り組みの強化

打ち手①既存事業の成長に向けた現地法人の自立化促進

打ち手②新規事業開発(エリア・商品)の推進

単位:百万円

		2023年 12月期実績	2024年 12月期計画 (修正)	前年差 (金額)	増減率 (%)	2026年 12月期計画
中国	売上高	42,124	40,000	△2,124	△5.0	49,700
	営業利益	2,004	750	△1,254	△62.6	3,700
北米	売上高	16,255	17,500	+1,245	+7.7	22,500
	営業利益	542	0	△542	△100.0	800
豪州	売上高	10,287	11,500	+1,213	+11.8	11,000
	営業利益	716	800	+84	+11.7	850
その他	売上高	1,819	2,000	+181	+10.0	1,800
	営業利益	209	150	△59	△28.2	150
合計	売上高	70,486	71,000	+514	+0.7	85,000
	営業利益	3,473	1,700	△1,773	△51.1	5,500

海外エリア別の通期決算計画 〈現地通貨ベース〉

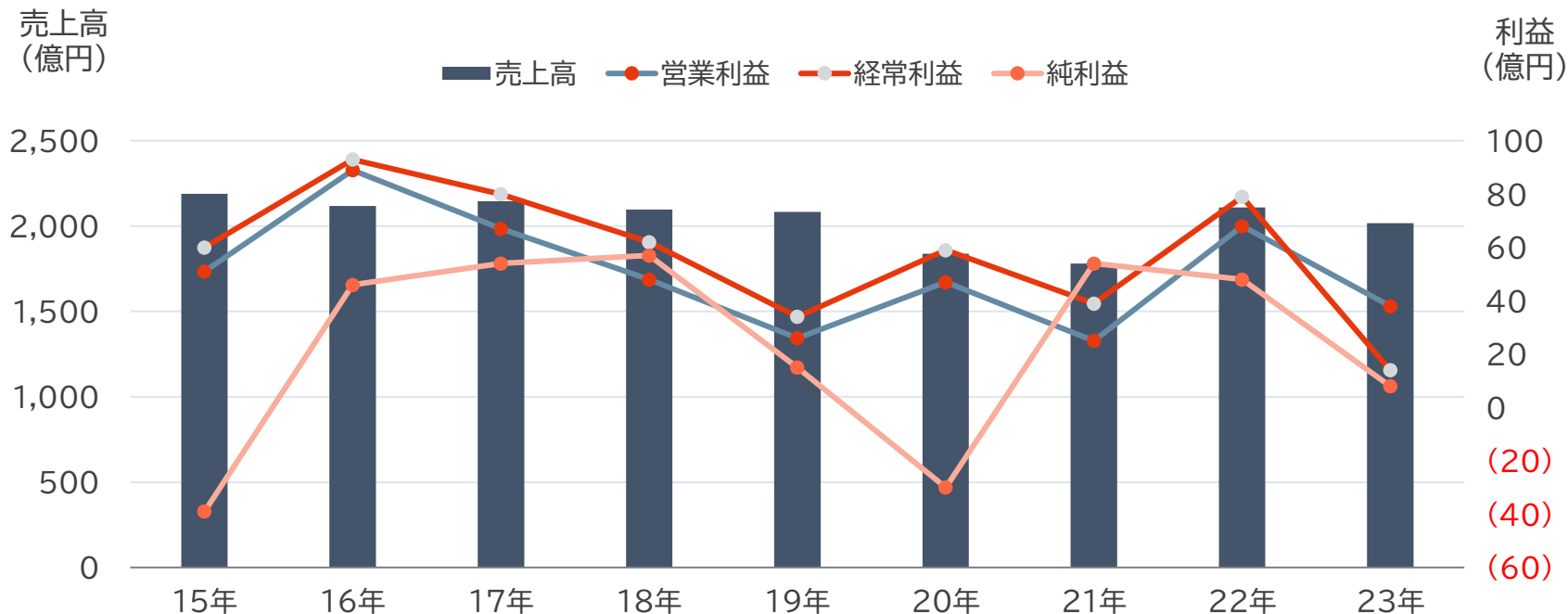


		2023年12月期 実績	2024年12月期 計画(修正)	前年差 (金額)	増減率 (%)
中国 (千元)	売上高	2,119,998	1,913,876	△206,122	△9.7
	営業利益	100,878	35,885	△64,993	△64.4
北米 (千米ドル)	売上高	115,120	115,132	+12	+0.0
	営業利益	3,841	0	△3,841	△100.0
豪州 (千豪ドル)	売上高	109,825	116,162	+6,337	+5.8
	営業利益	7,649	8,081	+432	+5.6

海外エリア別の第2四半期(中間期)決算結果 〈現地通貨ベース〉



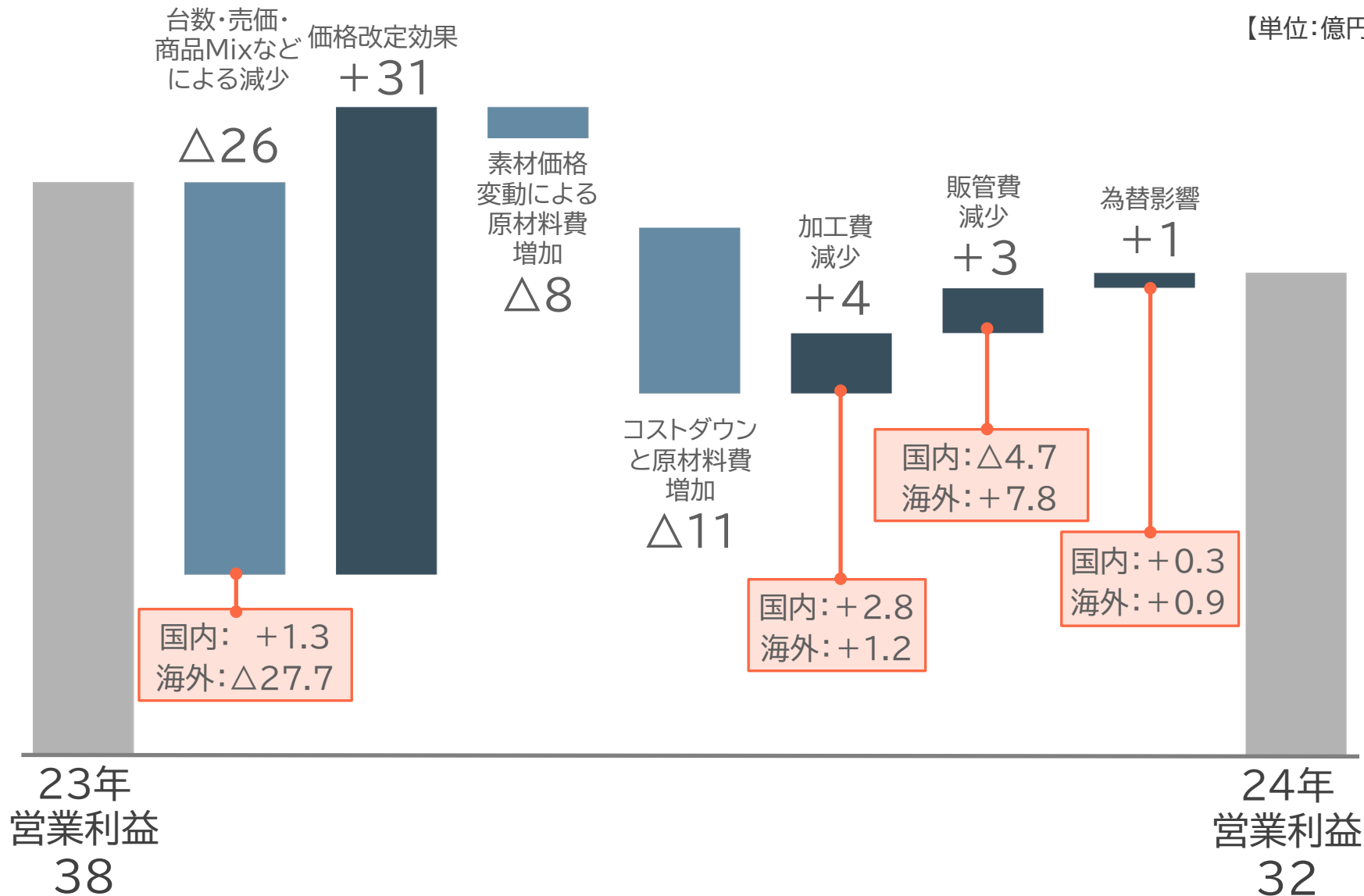
		2023年12月期 上期実績	2024年12月期 上期実績	前年差 (金額)	増減率 (%)
中国 (千元)	売上高	1,066,099	904,596	△161,502	△15.1
	営業利益	43,113	10,741	△32,372	△75.1
北米 (千米ドル)	売上高	58,875	58,298	△576	△1.0
	営業利益	1,436	△704	△2,140	—
豪州 (千豪ドル)	売上高	55,963	56,937	+973	+1.7
	営業利益	3,182	3,895	+712	+22.4



	15年	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年
営業利益率	2.3%	4.2%	3.1%	2.3%	1.3%	2.6%	1.4%	3.3%	1.9%
ROE	△3.6%	4.3%	4.8%	5.1%	1.4%	△2.8%	5.0%	4.2%	0.7%
EPS	△82.8円	97.3円	113.0円	120.9円	31.8円	△64.8円	119.1円	104.6円	18.8円

2024年12月期年間計画(修正): 営業利益増減要因

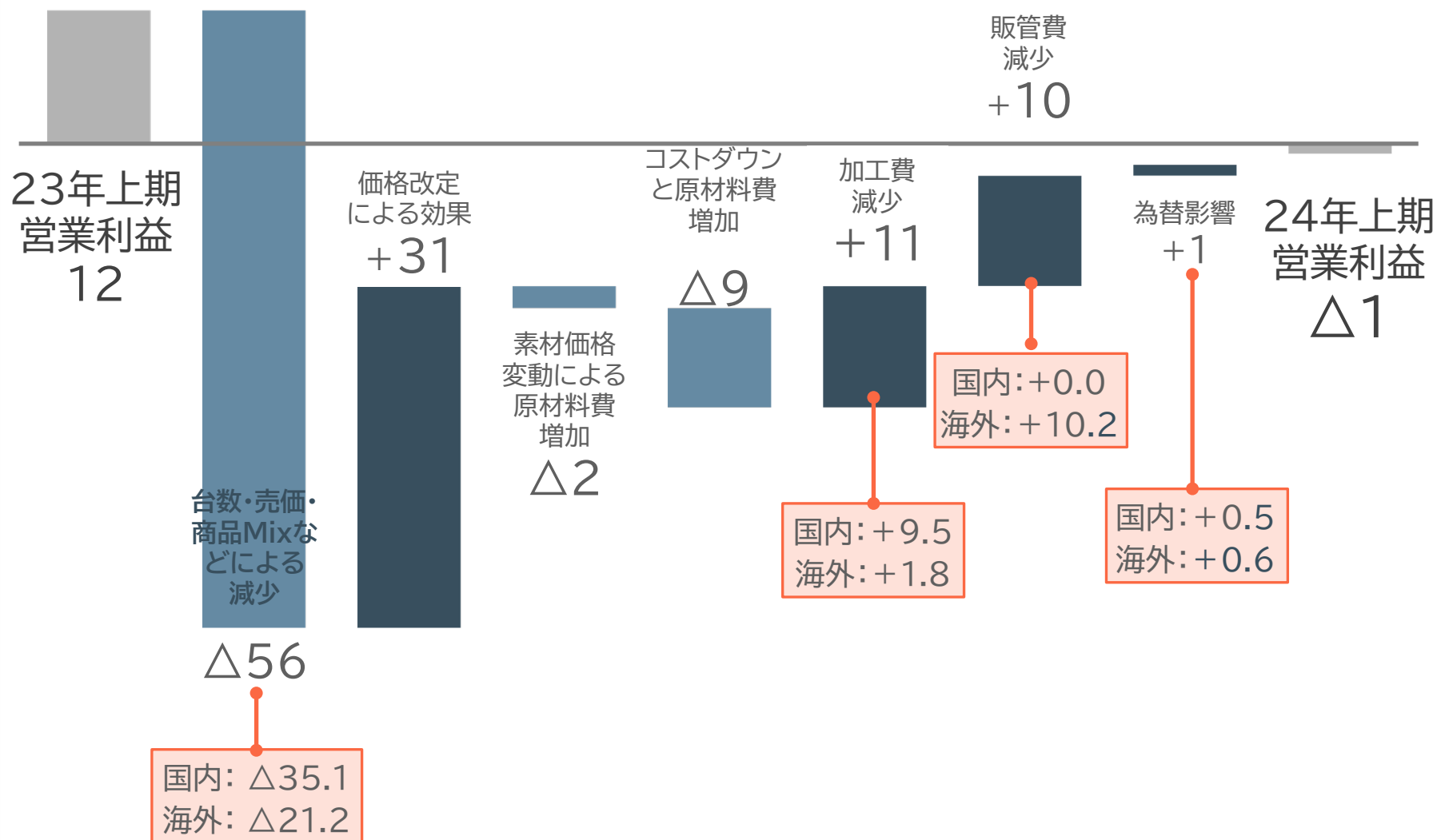
【単位: 億円】

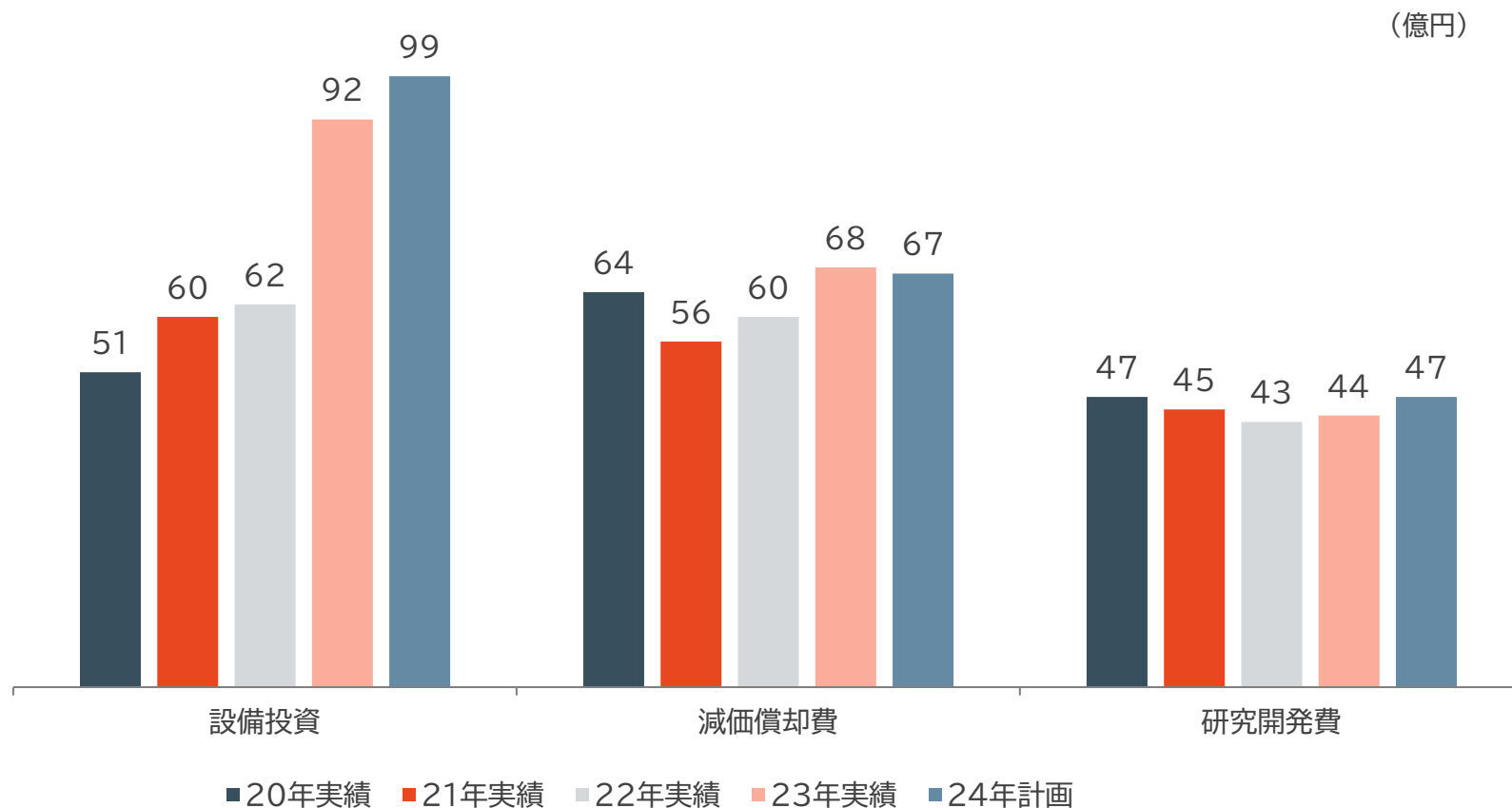


2024年12月期第2四半期(中間期): 営業利益増減要因



【単位: 億円】





※減価償却費はのれん、商標権、顧客関連資産の償却費除く

サステナビリティ経営の推進

※タイトルの件、詳細は右のQRコードよりご確認ください。



本資料は、当社の事業及び業界動向について当社による現在の予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来の展望についても言及しています。

これらの将来の展望に関する表明は、様々なリスクや不確かさが伴っています。既に知られた、もしくははまだ知られていないリスク、不確かさその他の要因が、将来の展望に対する表明に含まれる事柄と異なる結果を引き起こさないとも限りません。

当社は、将来の展望に対する表明、予想が正しいと約束することはできず、結果は将来の展望と著しく異なることもありえます。

本資料における将来の展望に関する表明は、2024年8月現在において利用可能な情報に基づいて、当社により2024年8月現在においてなされたものであり、将来の出来事や状況を反映して将来の展望に関するいかなる表明の記載をも更新し、変更するものではありません。

株式会社ノーリツ

<https://www.noritz.co.jp/company/ir/>