2026年度 第3四半期

決算IR資料
（経営方針）

2026.11.12

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。

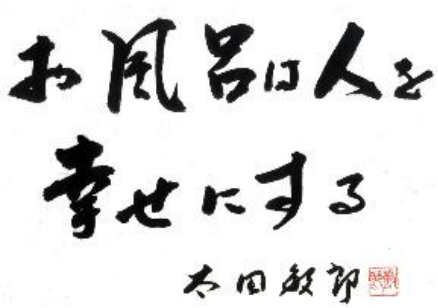
■ノーリツの企業理念・特徴・強み

「お風呂」からスタート、給湯器のリーディングカンパニー

新しい幸せを、わかすこと。
NORITZ

1951年　能率風呂工業　設立

創業の原点



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



製品開発を支える独自のコア技術

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

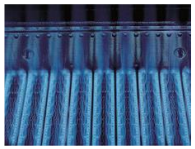
流体制御技術
水・ガス・空気などの
流体を制御する技術

高付加価値な技術ラインアップ

温水

低NOx・全1次空気燃焼





水素燃焼技術



厨房

スマートエコバーナー



熱効率を向上

潜熱回収型熱交換器

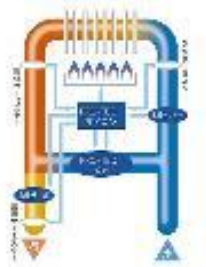
熱効率

従来型	潜熱回収型
約80%→	約95%



プロテックメカ





新機能

HIITO
人体熱モデル技術
「ヒート」

AQUA OZONE
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

新しい幸せを、わかすこと。
NORITZ

家風呂の普及



1951年
さめないタイル風呂
能率風呂A型発売

エネルギー変化へ対応

1961年
薪・石炭→ガスへ転換
ガスふろ釜発売



業界初

お客さまの利便性追求

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

1970年
両面焼きグリル搭載
コンロ開発

業界初



業界初

2014年
グリルで本格調理
マルチグリル発売



環境への対応

2002年
排熱を再利用
エコジョーズ発売



2013年
ガスと電気で高効率
ハイブリッド給湯機発売



業界初

2021年9月
集合用ハイブリッド
給湯機発売

安全・安心・衛生・睡眠など　社会課題への対応

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」

AQUA OZONE

HIITO

人体熱モデル技術
「ヒート」

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
・ヒートポンプ給湯機
・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
・家庭用ヒートポンプ給湯機
・家庭用/業務用ボイラー
・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
・家庭用ヒートポンプ給湯機
・電気温水器
・太陽熱温水器
・業務用貯湯タンク

優れた開発力・ものづくり技術を世界展開

新しい幸せを、わかすこと。
NORITZ

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
生産
販売

ノーリツ明石本社工場
（兵庫県） 温水機器

アールビー（茨城県）
ほか



開発
生産
販売

ハーマン（大阪府）
厨房機器

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



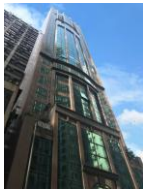
開発
生産
販売

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

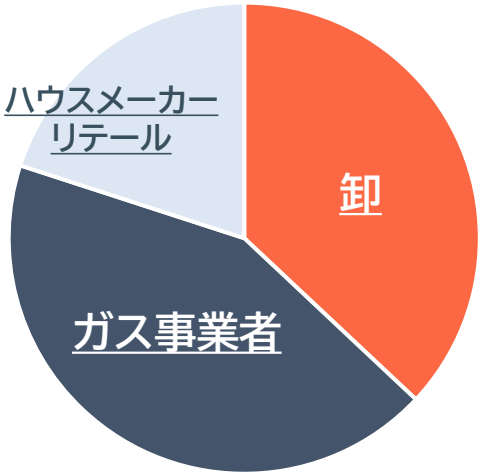
Kangaroo International Joint Venture Company

流通を通じた商品の販売とお客さま接点

新しい幸せを、わかすこと。
NORITZ

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



給湯器・厨房市場のマーケット状況と当社の方向性

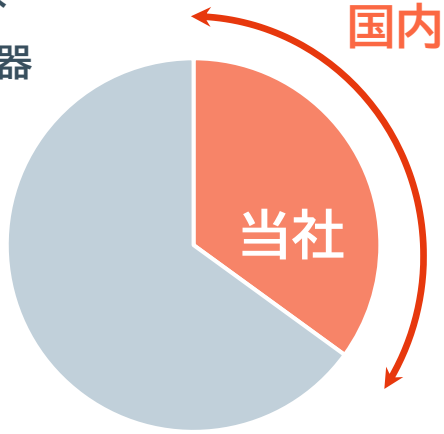
新しい幸せを、わかすこと。
NORITZ

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

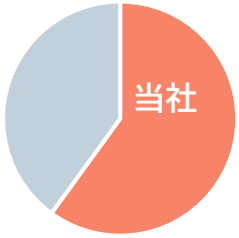
■日本

・給湯器



国内トップクラス

■非住宅ガス給湯器
国内トップクラス



・ビルトインコンロ

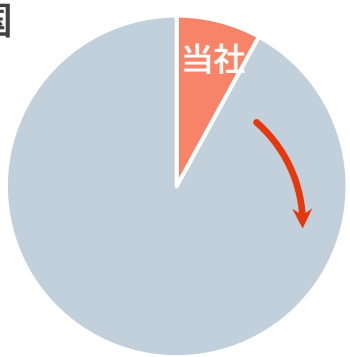


（当社調べ）

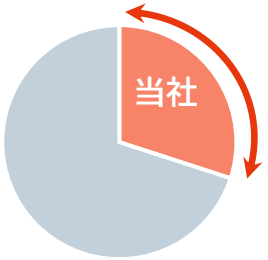
海外：成長市場

給湯器：タンクレス市場で台数を拡大

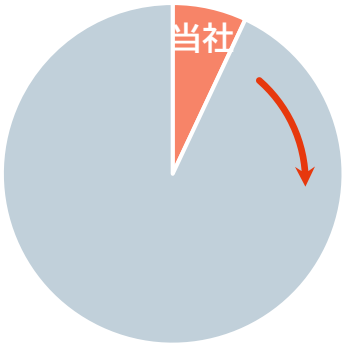
■中国



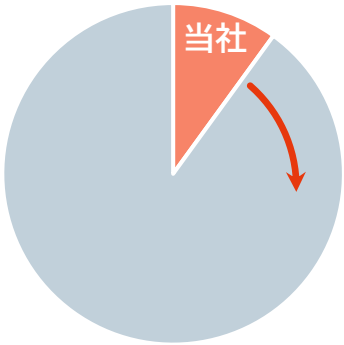
■上海トップクラス



■米国



■豪州



■中期経営計画「Vプラン26」概要

価値創造ストーリー

■2030年 ビジョンステートメント

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



企業理念体系

「なくてはならない」を、届けつづけるために。

キッチンの火から、一日がはじまり。おふろのお湯で、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。

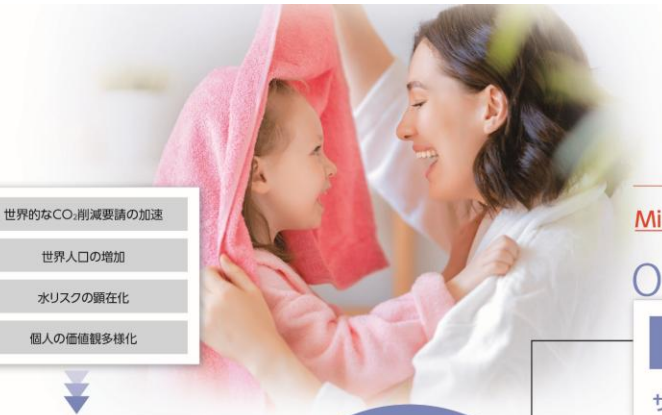
「なくてはならない」を、新しくつくるために。

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。

価値創造ストーリー

新しい幸せを、わかすこと。
NORITZ

価値創造プロセス



外部環境

外部環境	世界的なCO₂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（サプライチェーンマネジメントの要請）	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	● エネルギー投入量：130,330GJ（単体） ● 原材料投入量：28,934t（うち金属材料：27,650t）（単体）
人的資本	事業を支える多様な人材	● 従業員：5,934名（グループ） ● 海外人員比率：41.4%
知的資本	これまでに培ったコア技術	● 燃焼制御・熱交換・流体制御技術 ● 研究開発人員：505名（グループ）
社会・関係資本	創業以来築いたつながり	● 展開国：18の国と地域 ● お客さま（ユーザー）とのつながり：506万件（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	● 製造拠点：国内8社・海外7社 ● プレス、ダイカスト、樹脂成型、溶接、造管技術他
財務資本	事業を支える財務基盤	● 純資産：145,029百万円（グループ） ● 自己資本比率：59.0%（グループ）

さらなる価値の創造へ

Values
すべては挑戦からはじまる。

Process 事業活動

開発 → 製造 → 品質管理 → 販売 → アフターサポート

脱炭素社会・循環型社会実現に向けた深化と探索

国内住宅	深化	・新規商材投入 ・高付加価値品拡大 ・厨房分野拡大
国内非住宅	探索	非対人領域開拓
海外事業	深化+探索	・北米・豪州への新規商材投入 ・中国の厨房拡大 ・東南アジア展開（浄水器） ・新規国開拓

実現のドライバー ・熱活用技術 ・データソリューション ・グローバルな広がり ・お客さまとの新たなつながり ・サービス対応力

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

豊かな暮しと地球への貢献を両立できる社会

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

Output 事業活動の結果（Vプラン26）

経済目標	売上	2,100億
	ROE	6%超
ESG目標	製品CO_2※	-20%（国内グループ）
	事業CO_2※	-40%（国内グループ）
	製品リサイクル	15万台（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、CO_2削減量

Materiality 重要課題

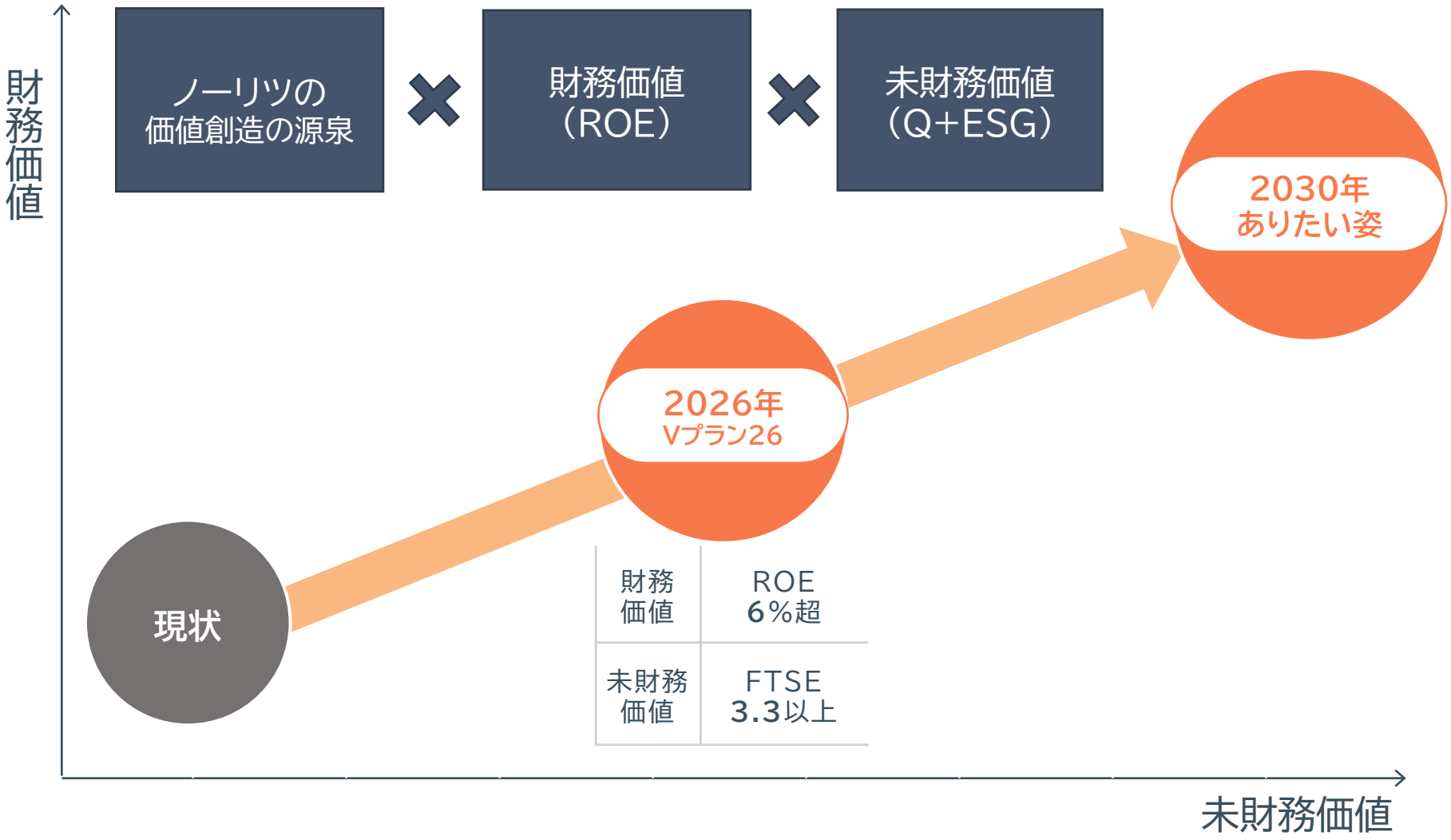
事業継続における重点課題	資本強化における重点課題	
つながりを起点とした顧客価値最大化	カーボンニュートラル・資源循環促進による自然資本開発	事業拡大に向けた知的資本開発
カーボンニュートラル／社会課題対応（国内住宅・国内非住宅・海外）	事業を支える人的資本開発	DX等による製造資本開発

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（統合型リスク管理）	● 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	

価値創造ストーリー

■企業価値向上の考え方



基本方針

■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

❶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

❷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

❸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

基本方針

■Vプラン26業績計画

単位：百万円

	2023年 12月期実績	2026年 修正計画	2026年 再修正計画
売上高	201,891	214,000	208,000
国内事業	131,404	146,500	146,500
海外事業	70,486	67,500	61,500
営業利益	3,840	4,500	2,800
国内事業	367	2,800	2,800
海外事業	3,473	1,700	0
経常利益	1,245	5,200	3,200
親会社株主に帰属する当期純利益	868	8,600	8,600
ROE（%）	0.7	6.0超	6.0超

※ 2026年再修正計画は、2026年11月12日に公表

基本方針

■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

❶事業ポートフォリオの変革

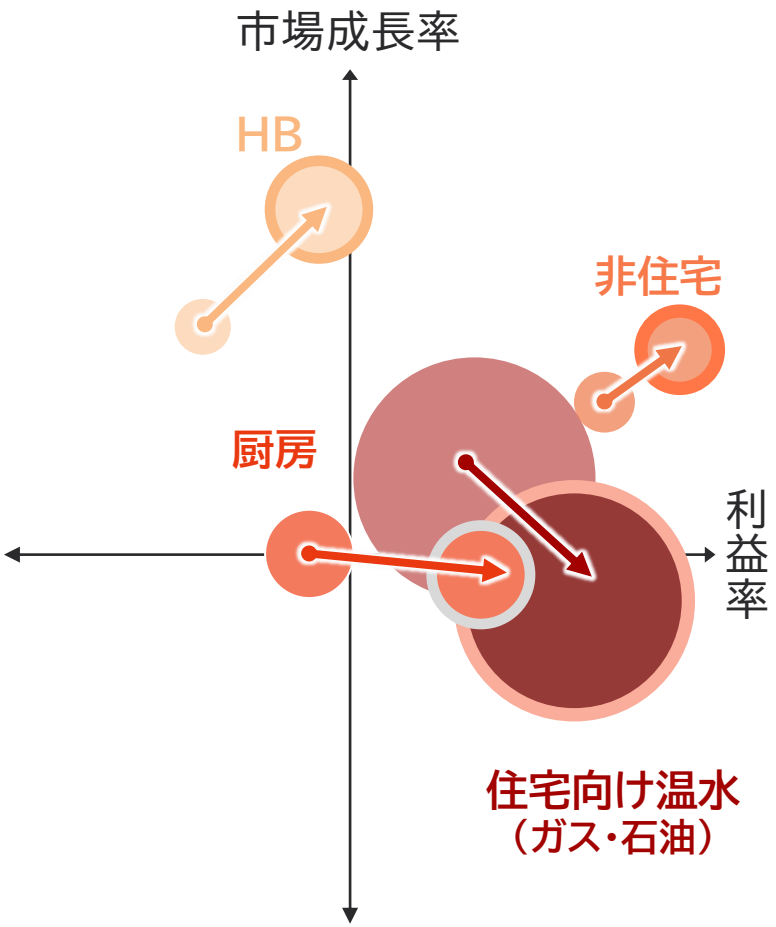
・ポートフォリオの変革（国内／海外）
・提供価値　提供価値に対する施策と指標
・原価低減　原価におけるリスクと対策

❷戦略投資の拡大と資本政策

❸サステナビリティ経営の推進

事業ポートフォリオの変革

■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働化で原価低減

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

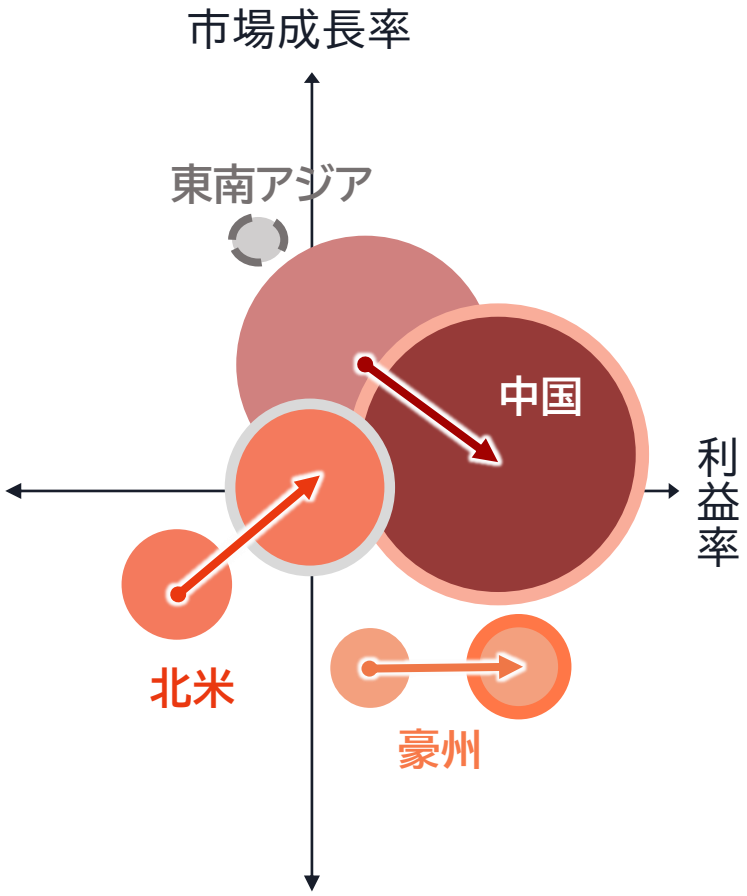
非住宅分野

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

事業ポートフォリオの変革

■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

国内の提供価値

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

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 高効率給湯器構成比率
	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	
	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 中高級ビルトインコンロ販売数
	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)	
	社会課題解決型技術の創造 (大学包括連携協定など)	

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

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 保守契約数(住宅・非住宅)
	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)	

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

海外の提供価値

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

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
	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
	◎	◎	◎

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
	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
	◎	○	○

ケア/多様性、人への寄り添い

提供価値	施策	代表的指標
	メンテナンス契約の拡大	
	アフターサービス・施工管理支援	会員アプリダウンロード数
	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

❶材料費低減

・仕入材料費の削減

❷スマートファクトリーの実現

・生産設備のスマート化
・DXによる自働化効率化

❸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

基本方針

■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

- ❶事業ポートフォリオの変革
- ❷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
- ❸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6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

	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年
売上高 百万円	183,859	178,142	210,966	201,891	202,204	202,049
営業利益 百万円	4,763	2,500	6,889	3,840	2,395	4,300
営業利益率 %	2.6	1.4	3.3	1.9	1.2	2.1
親会社株主に帰属する当期純利益 百万円	△3,013	5,479	4,800	868	4,383	3,358
ROE %	△2.76	5.00	4.23	0.73	3.45	2.47
株価(終値) 円	1,611	1,678	1,444	1,511	1,666	1,995
1株当たり純資産額 円	2,330.2	2,434.0	2,508.1	2,644.4	2,852.6	3,058.4
PBR 倍	0.69	0.69	0.58	0.57	0.58	0.65

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28億円、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。

❶成長投資

V26期間中のキャッシュイン＋繰越金
734億円

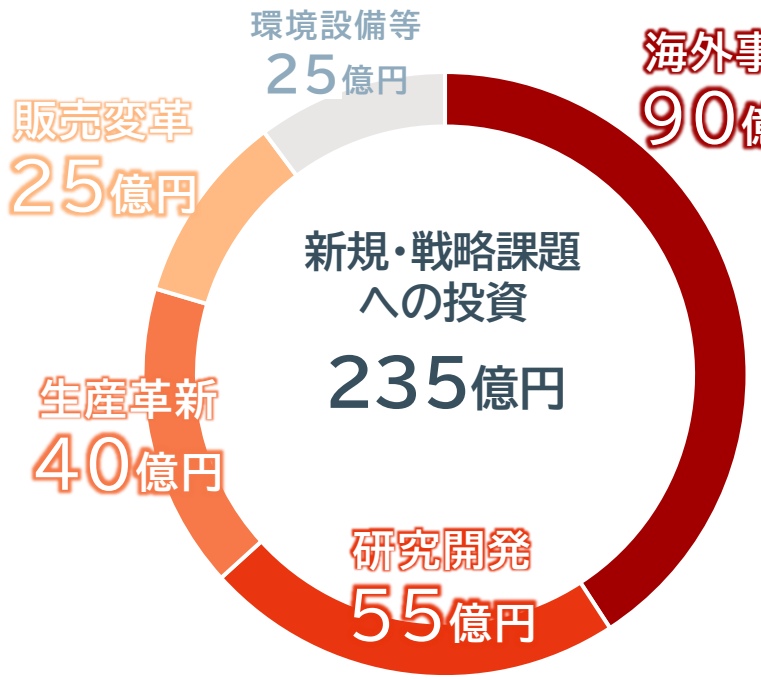
投資総額
325億円

- 既存事業での更新投資 90億円
- 新規・戦略課題への投資 235億円

株主還元
120億円

繰越金
289億円

新規・戦略課題への投資内訳



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

❷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DOE**2.5%**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。

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自己株式の消却

2026年末で自己株式を、発行済み株式総数の**5%**を残して消却する。

基本方針

■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

- ❶事業ポートフォリオの変革
- ❷戦略投資の拡大と資本政策
- ❸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

サステナビリティ経営の推進

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**
  - ・CO_2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

新しい幸せを、わかすこと。
NORITZ

目標と進捗　（2025年12月末の進捗）

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 指標	Vプラン26 指標とマイルストーン 目標	2025年	2030年ありたい姿
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	・506万件	・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 ・社会課題対応型商品の販売構成比 ・製品のCO2排出量（2018年比）	・50% ・37% ・▲20%	・44.3% ・31.3% ・▲29.3%	・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	・28.2万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	・400万 t-CO_2	・278万 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 指標	Vプラン26 指標とマイルストーン 目標	2025年	2030年ありたい姿
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	・明石本社工場達成 ・15万台	・ー ・8.5万台	・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	・ｴﾝｹﾞｰｼﾞﾒﾝﾄｻｰﾍﾞｲ総合ｽｺｱ	・70	・69	ｴﾝｹﾞｰｼﾞﾒﾝﾄｻｰﾍﾞｲ総合ｽｺｱ 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ﾎﾟﾚｰﾄﾌﾞﾗﾝﾄﾞ強化	・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	・1件 ・579	・PATor新ﾋﾞｼﾞﾈｽﾓﾃﾞﾙ5件 ・ﾌﾞﾗﾝﾄﾞ戦略ｻｰﾍﾞｲ総合ｽｺｱ 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）	・本社工場の自働化率	・ガス給湯器ﾗｲﾝ自働化率 70%	ー	ｽﾏｰﾄﾌｧｸﾄﾘｰの実現

「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に4年連続選定

・2026年6月、環境・社会・ガバナンス(ESG)について優れた対応を行っている日本企業を対象とした指数「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に4年連続で選定
・指数選定の基礎となるFTSE ESGスコアについても、昨年を0.1pt上回る3.8を獲得

【ノーリツが組み込まれているESG指数(GPIFが採用する構成銘柄)】

FTSE Blossom Japan Index

FTSE Blossom Japan Index

FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

S&P/JPX カーボン・エフィシェント

S&P/JPX Carbon Efficient Index

社会的価値との融合／給湯器リサイクル事業

社会とのコミュニケーションを強化 ― 社会的価値との融合



■ 日本の障がい者数



日本人口の
約10%（約1,165万人）

■ 障がい者雇用率



就労年齢対象障がい者の
約14%（約68万人）

・ノーリツ国内グループ（グループ会社適用）
障がい者雇用率 3.20%（2026年6月時点）
・日本の法定障がい者雇用率 2.70%
（2026年7月現在）

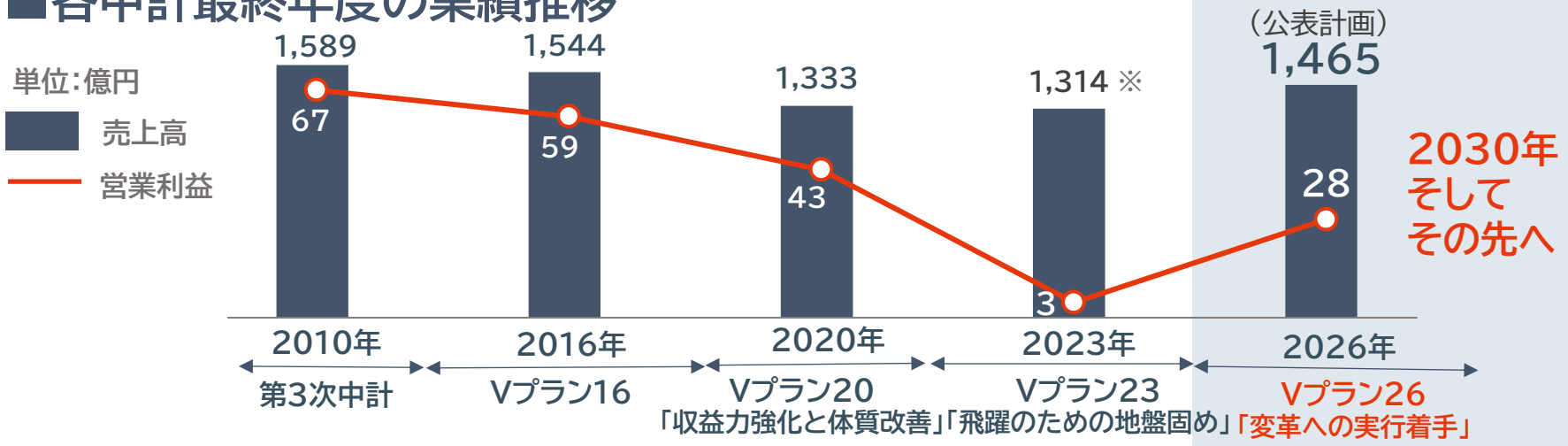
障がい者の自立支援を
販売事業者さまとともに

✓ 参画販売事業者 **290社**

✓ 就労障がい者数 累計 約**3,340人** ※25年末時点

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



事業の進化

- 温水・住設・厨房 各事業の再構築
- 新エネルギー分野への進出
- 住設事業の撤退
- 新たな販売モデルの構築
- 非住宅分野の拡大
- ガス石以外の成長

商品・販売競争力強化

- 高付加価値商品のラインアップ強化
- 商品企画強化＋高付加価値商品の拡販
- 点検お知らせ機能による安全・安心提供
- お客さまにご指名いただけるサービスの強化

要素技術の進化

- 天然ガスの高度利用 ※（制御・ヒートポンプ・インバーター）
- IoT・除菌
- カーボンニュートラルへの対応（ガス自体の脱炭素化対応※）
- 水素給湯器の実証研究

組織体質の強化

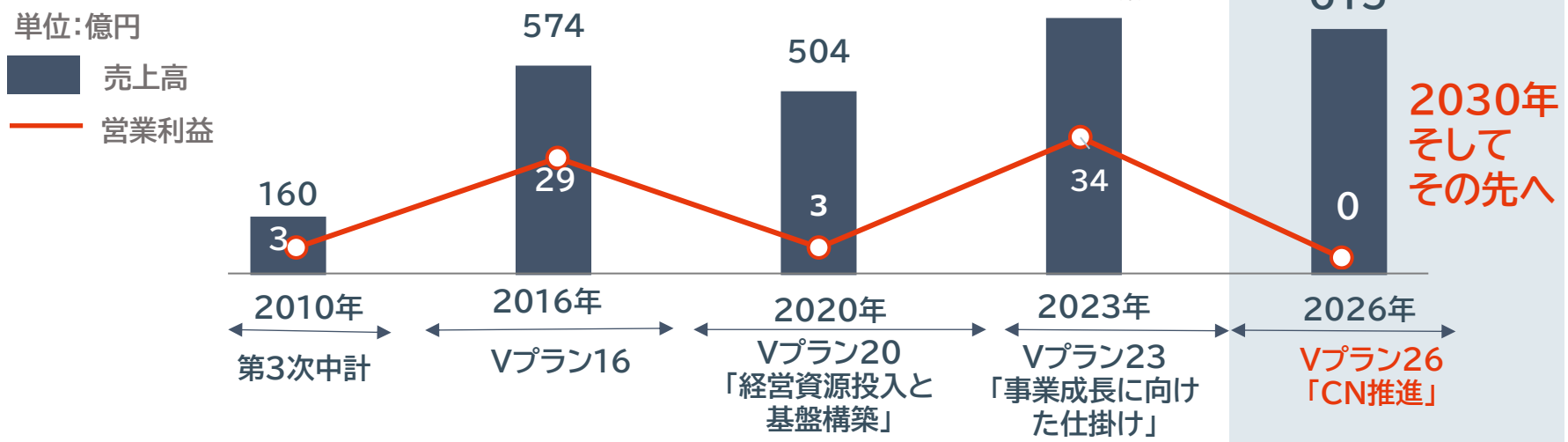
- アウトソーシング活用による固定費の変動費化 グループ組織再編
- 希望退職
- 次世代人材の育成 JOB型人事制度導入
- リスキリングと高度専門職採用

※日本ガス協会カーボンニュートラル2050より

※ 2024年度より 報告セグメントの利益または損失の算定方法を変更

海外事業の「歩み」と「今後の方向性」

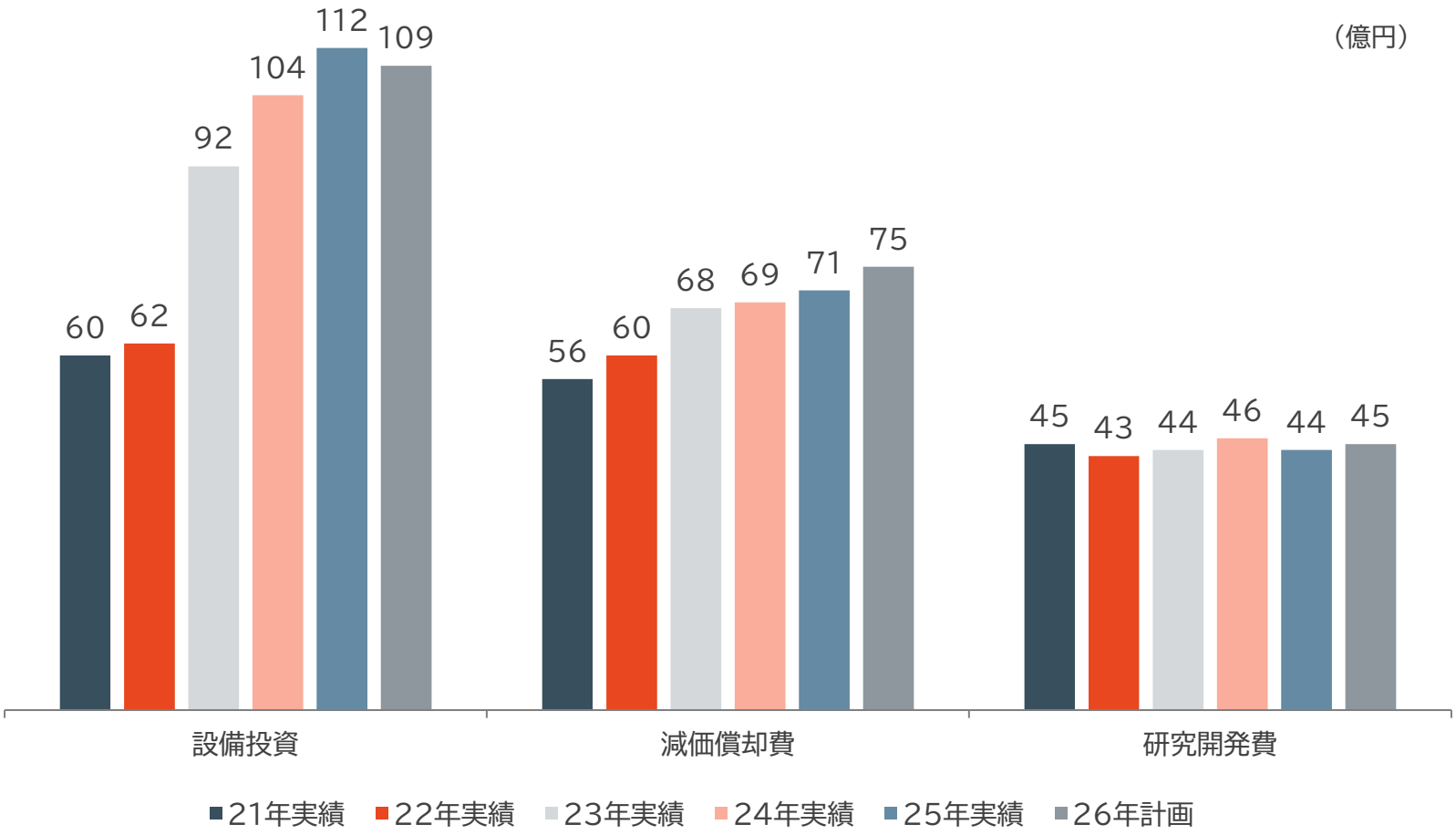
■各中計最終年度の業績推移



中国	上海新工場設立 重点都市強化	櫻花中国 買収	構造改革	事業成長 エリア・お客さま ニーズに基づく ガス温水機器拡充 × 販売流通網の整備	自立・ シナジー
米国	タンクレス給湯器拡販		暖房・業務用強化 PB Heat買収		3社 連携強化
豪州	OEM販売に よる輸出展開	Dux買収による グループブランド認知向上、 現地生産体制の強化			品質向上 原価改善
東南アジア （ベトナム）				Kangaroo社 株式取得	東南 アジア 開拓

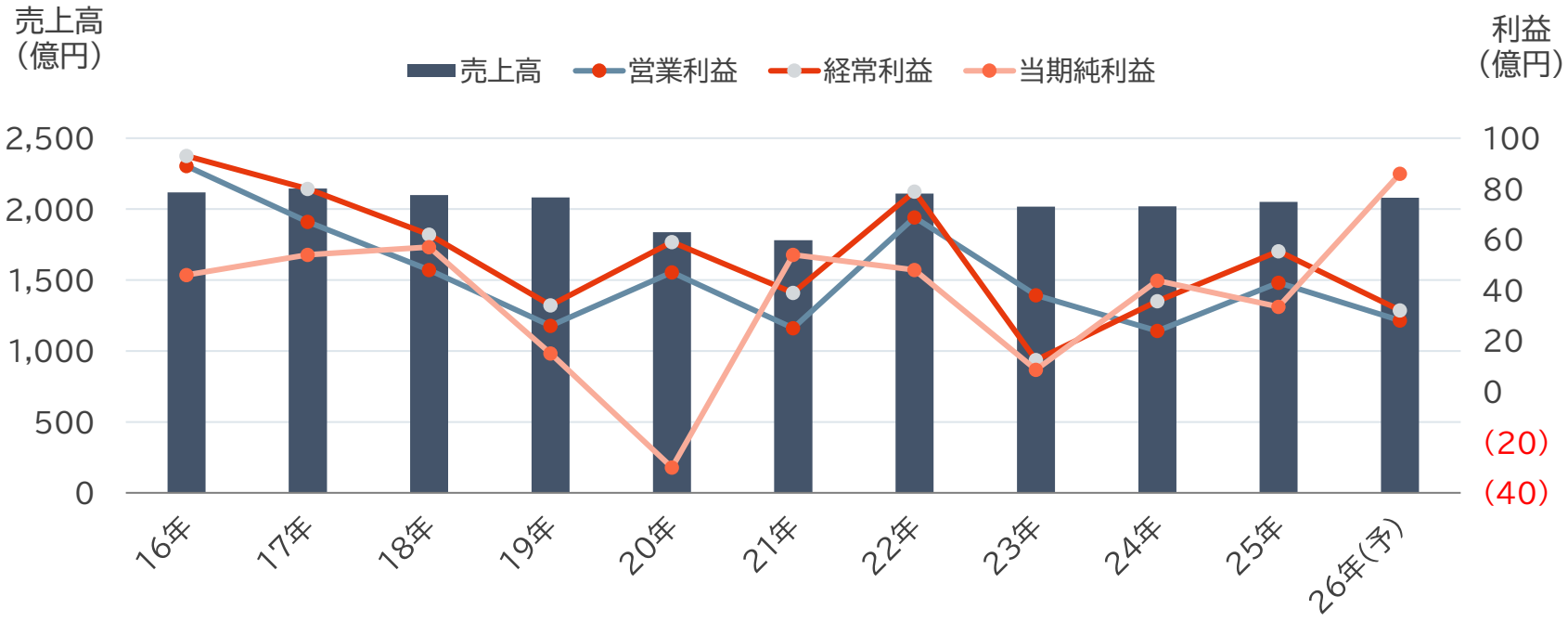
※ 2024年度より 報告セグメントの利益または損失の算定方法を変更

設備投資・減価償却費・研究開発費の計画



※減価償却費はのれん、商標権、顧客関連資産の償却費除く

業績推移



	16年	17年	18年	19年	20年	21年	22年	23年	24年	25年	26年(予)
営業利益率(%)	4.2	3.1	2.3	1.3	2.6	1.4	3.3	1.9	1.2	2.1	1.3
ROE(%)	4.3	4.8	5.1	1.4	△2.8	5.0	4.2	0.7	3.5	2.5	6.0超
EPS(円)	97.3	113.0	120.9	31.8	△64.8	119.1	104.6	18.8	94.9	73.5	188.2

免責事項

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、もしくはい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、本資料の公開日現在において利用可能な情報に基づいて、当社により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/

Copyright ©2026 NORITZ Corporation. All Rights Reserved.