

ヤマハ株式会社のご紹介

東証プライム 7951

ヤマハ株式会社

取締役 常務執行役
山畑 聡

2022年12月9日

本日の内容



1. 会社概要
2. 事業概要
3. 中期経営計画
4. コーポレート・ガバナンス、外部からの評価
5. 業績と株主還元

会社名	ヤマハ株式会社		
代表者	代表執行役社長 中田 卓也		
本社所在地	静岡県浜松市中区中沢町10番1号		
創業	1887年10月		
従業員数	19,895人	(ほか平均臨時雇用者数 8,863人)	(2022年3月末現在)
連結子会社数	59社	(2022年3月末現在)	
証券コード・URL	7951	https://www.yamaha.com/ja/	

1887 (明治20年) 創業 オルガン製造を開始

1897 (明治30年) 日本楽器製造株式会社を設立

1900 (明治33年) ピアノ製造を開始

**1954 (昭和29年) オーディオ製造を開始、オートバイ製造を開始
ヤマハオルガン教室開講 (ヤマハ音楽教室の前身)**

1955 (昭和30年) オートバイ部門をヤマハ発動機株式会社として分離

1958 (昭和33年) 初の海外販売現地法人ヤマハ・デ・メヒコ(メキシコ)設立

1965 (昭和40年) 管楽器製造を開始

1969 (昭和44年) 台湾に初の海外生産現地法人設立

1987 (昭和62年) 創業100周年 ヤマハ株式会社に社名変更

2022 (令和4年) 創業135周年



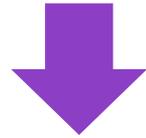
山葉寅楠
(やまはとらくす)



1955 オートバイ部門を分離し、ヤマハ発動機株式会社設立



● 2007 持株比率を徐々に減らし、ヤマハ発動機(株)はヤマハ(株)の持分法適用会社から外れる



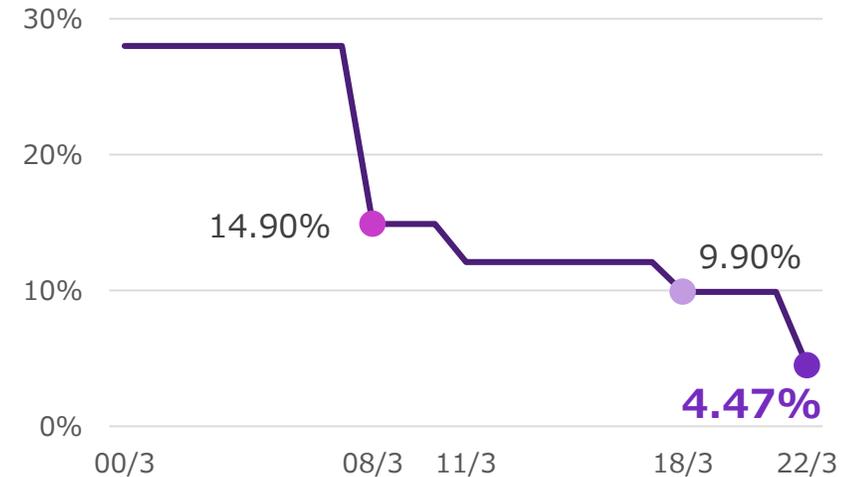
● 2017 持ち分比率を10%未満に減らし、ヤマハ(株)はヤマハ発動機(株)の主要株主から外れる



● 2021 持ち分比率を4.47%まで引き下げる



ヤマハ発動機発行済み株式総数に対する当社の保有比率



※ヤマハ発動機(株)はヤマハ(株)の株式を4.2%保有

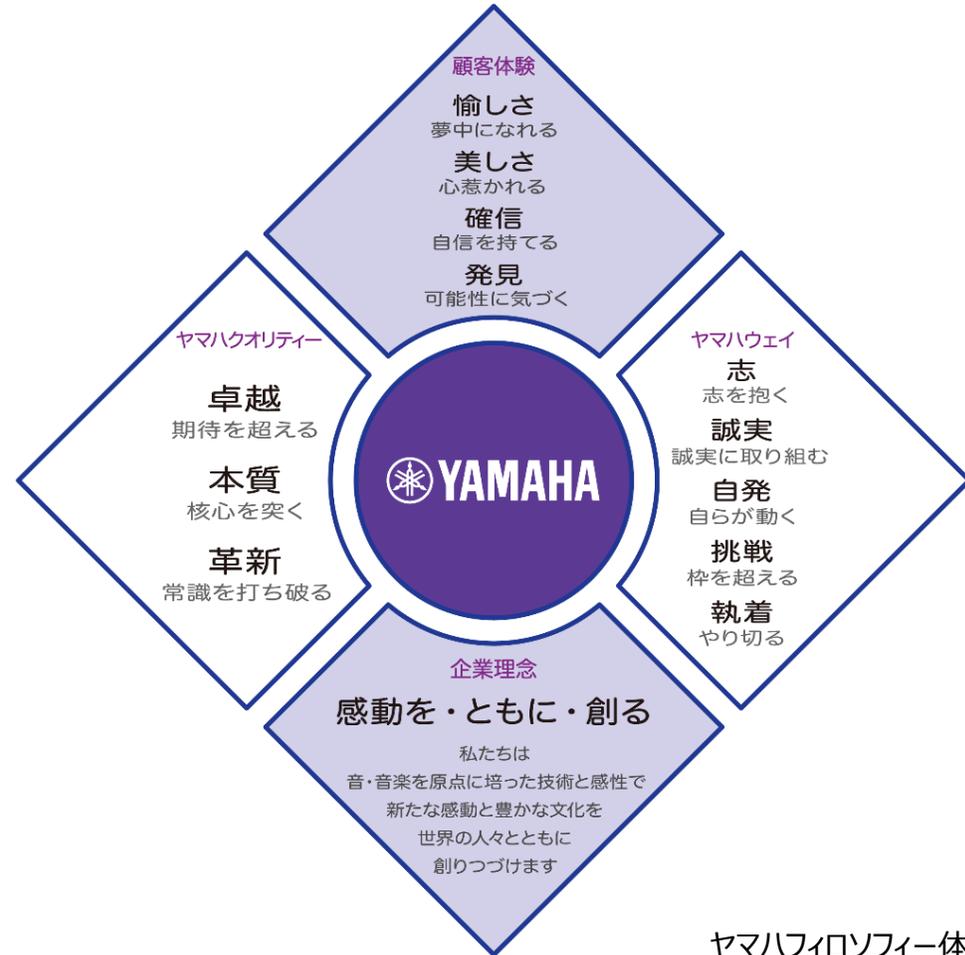
ヤマハが目指すもの
世界中の人々のこころ豊かに

企業理念（ヤマハフィロソフィー）
感動を・ともに・創る

私たちは、音・音楽を原点に培った
技術と感性で、
新たな感動と豊かな文化を
世界の人々とともに創りつづけます



フィロソフィー・ブックレット
(9か国語)



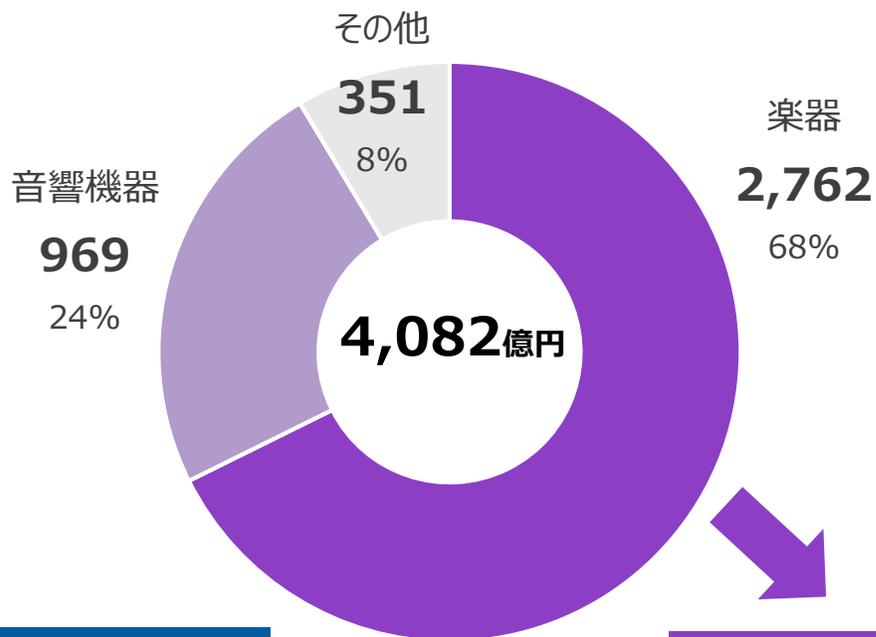
ヤマハフィロソフィー体系図

本日の内容

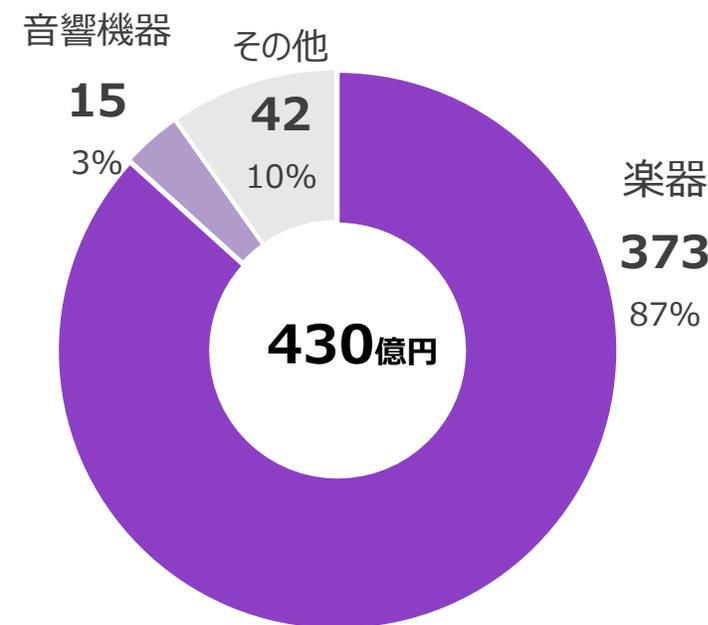


1. 会社概要
2. 事業概要
3. 中期経営計画
4. コーポレート・ガバナンス、外部からの評価
5. 業績と株主還元

売上収益

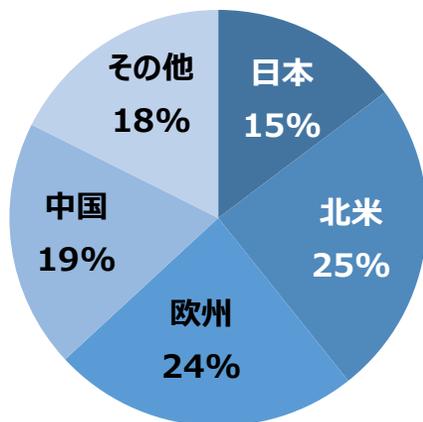


事業利益

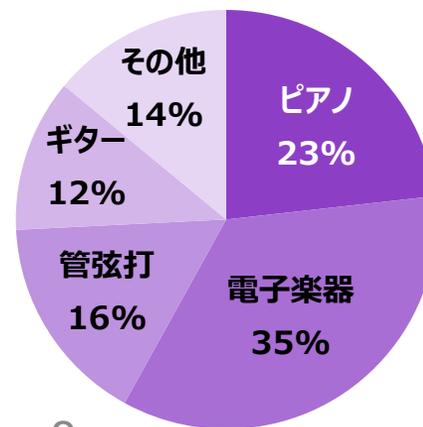


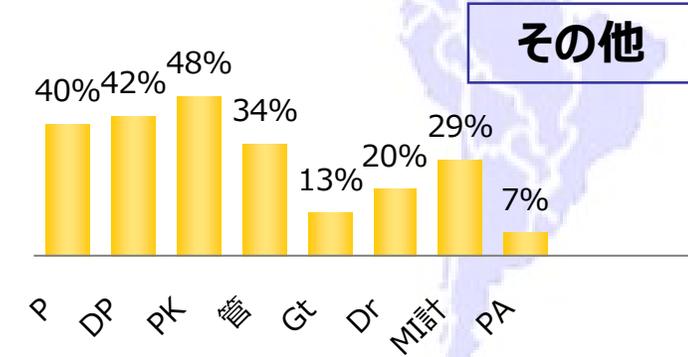
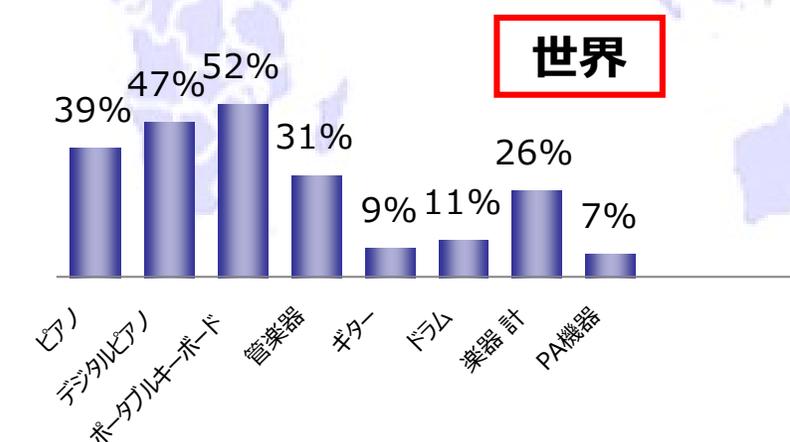
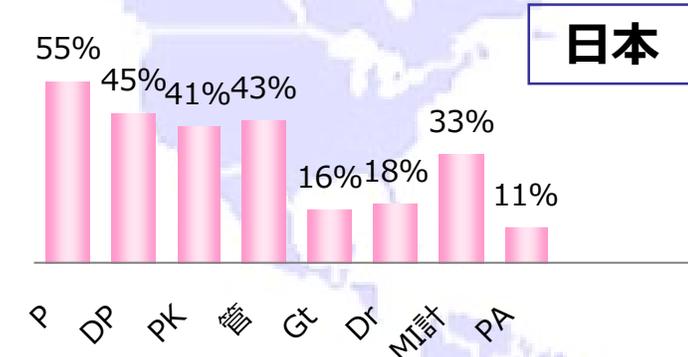
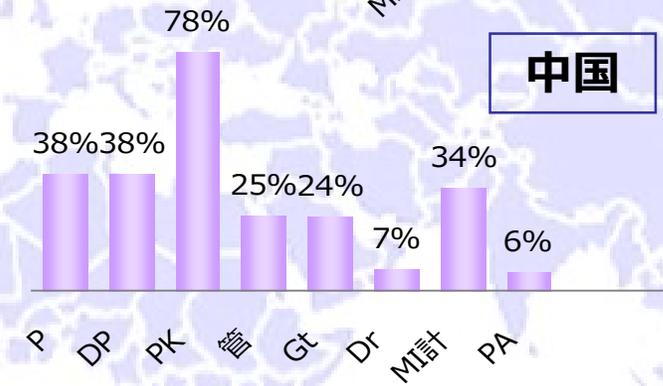
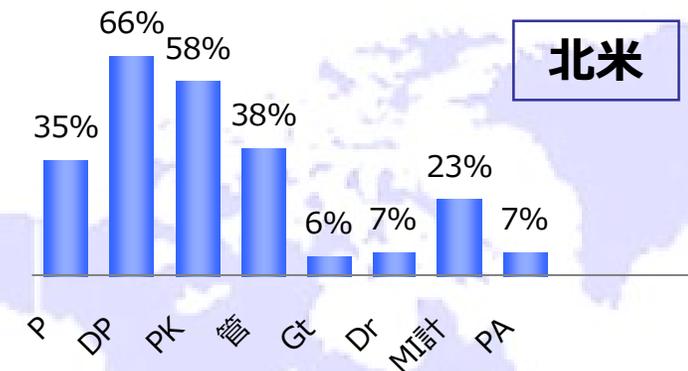
楽器・音響機器ハード 地域別

音楽教室・ソフトウェアなどを除く



楽器 商品別 売上収益





◇中国が最大市場

◇ヤマハは世界最大のフルラインサプライヤー

売上収益 641億円 [2022年3月期 (IFRS)]



グランドピアノ



アップライトピアノ



ハイブリッドピアノ



Bösendorfer



自動演奏ピアノ ディスクlavier



サイレントピアノ



◇多機能・使いやすさで世界需要拡大

◇ヤマハは世界シェアNo.1ブランド ※ヤマハ独自調べ

売上収益 961億円 [2022年3月期 (IFRS)]

デジタルピアノ



エレクトーン



ポータブルキーボード



シンセサイザー



インドモデル



◇新興国においても需要拡大

◇多くのジャンルでヤマハは首位を争うブランド

売上収益 447億円 [2022年3月期 (IFRS)]

管楽器



カジュアル管楽器



サイレントブラス

デジタル管楽器

弦楽器 (ギター除く)



サイレントシリーズ

打楽器



マーチングバンド



- ◇楽器ジャンルで最大の市場規模
- ◇多数の小規模専門メーカーが存在
- ◇ヤマハは伝統技術と最新技術の融合で差別化

売上収益 326億円 [2022年3月期 (IFRS)]



アコースティックギター



エレキギター



トランスアコースティックギター



サイレントギター

ギターエフェクト・プロセッサ



Line 6

ギターアンプ・ベースアンプ



13

Line 6



Ampeg

Yamaha Guitar Group



◇60余年に亘るノウハウの蓄積

2015年7月に国内の音楽教室事業運営を
一般財団ヤマハ振興会に移管

売上収益 158億円* [2022年3月期 (IFRS)]

*直営教室のみ



音楽教室の状況

教室	会場数	生徒数 (2022年3月)
国内 子ども	-	247,000
国内 大人	-	85,000
国内計	2,400	332,000
海外計	1,300	144,000
合計	3,700	476,000



- ◇ヤマハの感性と先進的なデジタル技術を融合
- ◇ユースケースに即した多彩な音楽の楽しみ方を提案

売上収益 319億円 [2022年3月期 (IFRS)]



AVレシーバー



スピーカーシステム



システムコンポ



ターンテーブル

MusicCast
SURROUND / STEREO

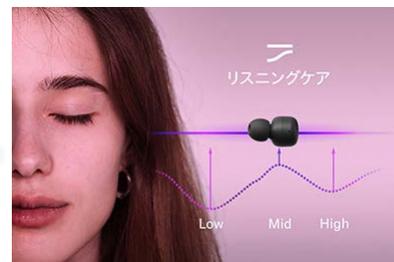
(ヤマハ独自のネットワークオーディオ機能)



MusicCast Surround
(ワイヤレスリア+ワイヤレスサブウーファー)



ヘッドホン・イヤホン



デスクトップオーディオ



サウンドバー

◇ハイエンドからローエンドまで幅広い需要

◇ヤマハはデジタルミキサーでシェアNo.1 ※ヤマハ独自調べ

◇店舗、会議場などの商業空間に向けた音環境のソリューション提案

売上収益 473億円 [2022年3月期 (IFRS)]



ミキサー



スピーカー



パワーアンプ



PAシステム



音楽制作



ライブ配信/ゲーミング



◇オフィスから公共施設、宿泊施設まで幅広く対応

◇ネットワーク機器は、中小規模の企業拠点や店舗で多く採用

「信頼性」「運用性」で高評価を獲得

売上収益 145億円 [2022年3月期 (IFRS)]



ルーター



無線LAN アクセスポイント



スピーチプライバシーシステム



会議システム



遠隔会議用ワンストップサウンドソリューション

売上収益 351億円 [2022年3月期 (IFRS)]

◇ 電子楽器や音響機器の開発で培った技術力をベースに、
高音質な車載オーディオや緊急通報モジュール、自動車内装部品、
FA機器等で事業領域を拡大

電子デバイス

車載オーディオ



緊急通報モジュール



自動車用内装部品



FA機器



プレジジョンマシン



水素リークディテクタ



デスクトップ型 超音波スキャナ



全シートで立体音響の没入感を楽しむことのできるオーディオシステム

https://device.yamaha.com/ja/automotive_sound/

ヤマハグループは、現在30以上の国・地域に拠点を置いてグローバルに事業を展開しています。



本日の内容



1. 会社概要
2. 事業概要
3. 中期経営計画
4. コーポレート・ガバナンス、外部からの評価
5. 業績と株主還元

環境予測

デジタル化の加速がもたらす大変革

産業構造、世の中が大きく変化
顧客とよりダイレクトで緊密な繋がりが強まる



環境予測

ライフスタイル・価値観の多様化

自動化・便利さが新たなステージへ
より精神的な満足や本質が求められる時代へ



環境予測

サステナビリティへの意識の高まり

企業の社会的責任がより一層求められる
社会への貢献が中長期的に企業価値創造に
繋がることが広く認知される



COVID-19により、人々の意識・環境が急激に変化、Postコロナの「新たな社会」へ移行

- ・ 本質的な心の豊かさが求められ、音・音楽は人間必需品として、より必要とされる時代に
- ・ デジタル・オンラインへ人々の購買行動がシフトし、EC利用が拡大
- ・ 遠隔合奏・会議など、音・音楽の楽しみ方、コミュニケーションのあり方が変化

「新たな社会」は、技術×感性のヤマハにとって更なるチャンス！

ヤマハが目指すもの

Mission 世界中の人々のこころ豊かなくらし

企業理念

感動を・ともに・創る

経営ビジョン

Vision 「なくてはならない、個性輝く企業」になる

～ ブランド力を一段高め、高収益な企業へ～

Postコロナの新たな社会で
持続的な成長力を高めます

MAKE WAVES 2.0

成長力を高める

2022-2025

新たな社会

Covid-19

2019-2022

MAKE WAVES1.0

価値創造力を高める

2016-2019

NEXT STAGE 12

ブランド力を高める

2013-2016

YMP2016

収益力を高める

コロナ前の社会



中期経営計画 基本方針：新たな社会で持続的な成長力を高める

方針1

事業基盤をより強くする

方針2

サステナビリティを価値の源泉に

方針3

ともに働く仲間の活力最大化

新たな社会で持続的な成長力を高めるための「方針」と実現に向けた「重点テーマ」

方針

1. 事業基盤をより強くする

① 顧客ともっと繋がる

② 新たな価値を創出する

③ 柔軟さと強靭さを備え持つ

2. サステナビリティを価値の源泉に

【環境】

① 地球と社会の未来を支えるバリューチェーンを築く

【社会】

② 快適な暮らしへの貢献でブランド・競争力を向上する

【文化】

③ 音楽文化の普及・発展により市場を拡大する

3. ともに働く仲間の活力最大化

① 働きがいを高める

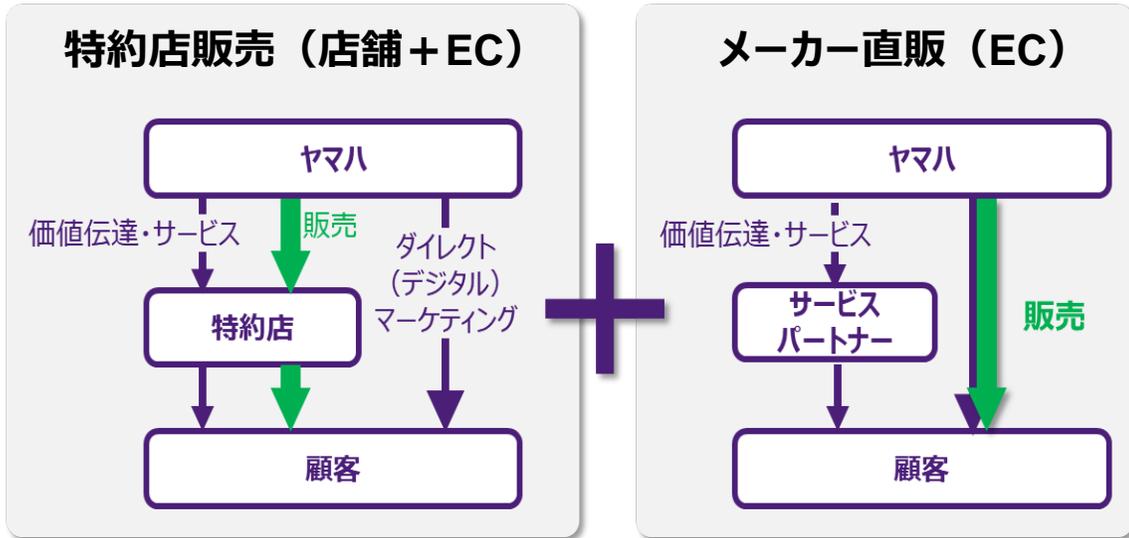
② 人権尊重とDE&Iを推進する

③ 風通しがよく、皆が挑戦する組織風土を醸成する

重点テーマ

販路

直接顧客と繋がる販売の進化



価値伝達

デジタル×リアルを統合したハイブリッドな価値訴求



顧客情報基盤

顧客情報基盤 (Yamaha Music ID) を拡充し、
ライフタイムでユーザーの音楽生活と繋がる

Yamaha Music ID登録数
500万ID



製品

アコースティック技術とデジタル技術の融合で
ヤマハならではの新たな製品を生み出す



サービス

LTV戦略※1を加速、外部連携・UGC※2等を活用し
音楽生活をより楽しむためのサービスを展開



先進的な技術と豊かな感性で新たな感動体験を創造



生産・技術開発

需要・環境変化に対応する供給力強化

- 調達、生産のレジリエンス向上
 - ・ 調達先、部品種類の戦略的絞り込み
 - ・ 同一商品群の複数エリア生産体制確立
- 既存工場能力向上
 - ・ インドネシア工場、インド工場能力増強
 - ・ スマートファクトリー推進 (AI・IoT・センサー技術活用)
 - ・ クラフトマンシップの技能伝承



生産インフラへの投資金額

350億円

イノベーションを生み出す開発基盤の強化

- 首都圏の研究開発拠点を新設 (2024年3月末完成予定)
- 社外リソース活用と連携強化、共通開発基盤の整備



DX

DXによる新たな価値の創出とプロセス変革

- 新たな価値の創出
 - ・ 顧客データを活用し、顧客毎に最適化したサービスを提供
 - ・ 音・音楽の演奏・感性データを蓄積、新たな技術へ活用

プロセス変革

意思決定・行動のためのデータ戦略

- ・ データマネジメント基盤構築
- ・ DX人材育成



SCMの迅速化・効率化

- ・ 生産～顧客まで繋がる新たなSCMシステム本格稼働

販売業務・生産管理の標準化・効率化

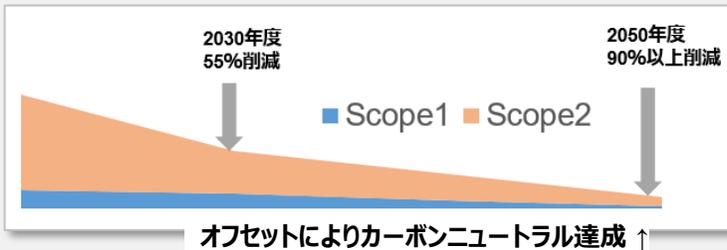
- ・ 販売ERP、生産ERPの導入
- ・ 製造のデジタルツインで効率化・品質向上

地球環境の保全

気候変動への対応

- 2050年 カーボンニュートラルを目指して事業所使用エネルギーのCO₂排出削減（省エネ、再生可能エネルギーへのシフト）

カーボンニュートラル達成への道筋（Scope1,2）



- 製品の省エネルギー化
- 調達、物流等におけるCO₂排出削減（サプライヤーとの協業、物流積載効率向上）

※1 エコプロダクト：当社独自基準で認定する環境配慮製品

気候変動への対応

省エネによる
CO₂排出量削減
5%

※CO₂排出量／生産高
2018年3月期比

CDP気候変動
Aリスト企業継続



エコプロダクト ※1

物流積載効率向上
5%

持続可能な木材の利用

- 楽器材料となる希少樹種の育成・保全活動
- 持続可能性に配慮した木材利用推進
- 既存材を超える性能の代替材を研究



アフリカン・ブラックウッドの植栽（タンザニア）

**3樹種の
育成・保全 ※2**

持続可能な木材の利用

持続可能性に配慮した木材
使用率 **75%**

省資源化、廃棄物・有害物質削減

- 枯渇性資源の新規投入量、廃棄物削減
サーキュラー素材活用、プラスチック使用量削減
- 製品の長寿命化
高耐久性、アップグレード、メンテナンス、リニューアル
- 塗料、接着剤中の揮発性有機化合物の削減

新規小型製品
梱包材プラ廃止



■ 持続可能性に配慮した木材利用推進

木材デューデリジェンスの推進

伐採時の合法性確認、持続可能性に配慮した木材の基準策定と使用率拡大



訪問調査

■ 楽器材料となる希少樹種の育成・保全活動

おとの森

行政や学術機関と連携し、原産地コミュニティと連携した循環型の森林づくりを国内外で推進

北海道での活動

北海道と包括連携協定を締結し、森林調査・適切な管理・植林活動に取り組む

タンザニアでの活動

森林保全、楽器生産、地域コミュニティー活動を循環的に進めるバリューチェーンを構築



鈴木北海道知事との調印式



植林活動（北海道）



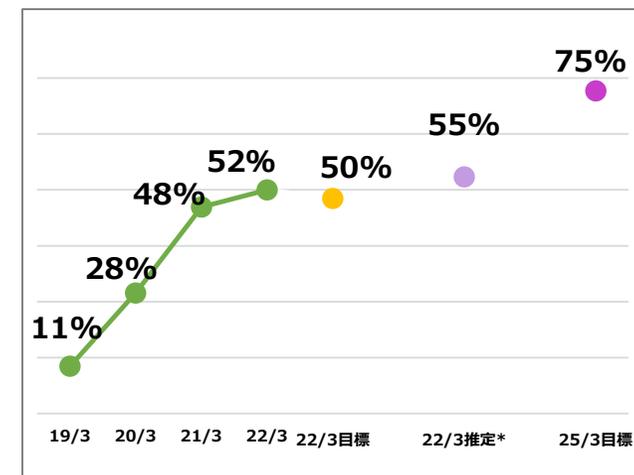
生態調査（タンザニア）



5年間で累計12,000本の苗木を植栽



認証木材・持続可能性に配慮した木材使用率の推移



*22/3推定 からは持続可能性に配慮した木材使用率

調達木材の適域変化や木材伐採事業の撤退等の気候変動が事業にもたらすリスクを分析し、経営戦略に反映させるとともに、その対策について、TCFD※1の枠組みに基づき積極的に情報を開示
今後、自然に関する情報開示の新たな枠組みであるTNFD※2への対応を開始

平等な社会と快適な暮らしへの貢献

新たな社会に対応した遠隔・非接触環境づくり



講師と生徒を繋ぐリモートレッスン



音と映像技術で快適な遠隔会議

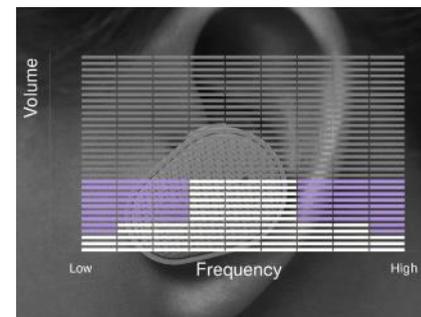
- 快適で臨場感のあるリモート演奏・レッスンの実現
- 高品質で自然な遠隔コミュニケーションの実現

バリューチェーンにおける人権尊重

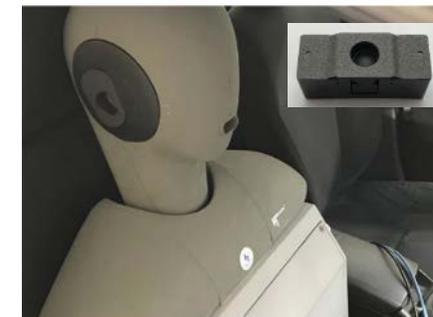
- サプライヤー人権デューデリジェンスのレベル向上

サプライヤー実地監査導入
60社

音に関わる健康と安全への貢献



耳に負担をかけないリスニングケア技術



音声通話モジュール

- 騒音・難聴問題を解決し「耳を保護」する新価値提案
- 音声ソリューションによる安全確保と交通事故被害低減（車内緊急通報、ハンズフリー通話等）
- 音楽を用いて高齢者の認知症予防や生きがい創出、QoL向上等に貢献

音楽文化の普及・発展

楽器演奏人口の拡大



各国のスクールプロジェクト



各種音楽演奏支援・管理アプリ

- 新たな社会における音楽教室の在り方を追求
- 演奏支援機能・アプリ・サービスで未経験者や休眠層に楽器演奏のきっかけを提供
- 新興国の学校教育への器楽教育を普及

**海外音楽教室
+10万人**

音楽文化の普及・発展

新興国の学校教育への器楽教育普及

**支援対象10カ国
累計230万人**

地域音楽文化への貢献



地域・民族楽器を再現した電子楽器



Love Piano

- 地域文化に根差した製品開発とローカルコンテンツの拡充による音楽文化の保護・発展
- 音楽文化発展に不可欠な講師・技術者を育成
- 若手音楽家・音楽研究家の活動を支援
- 楽器をもっと身近に感じて頂くための試奏ピアノ (Love Piano※) を拡大

※Love Piano：駅や空港、商業施設などに設置した誰でも自由に弾けるピアノ

新興国の子どもたちに楽器と音楽の楽しみを提供

- スクールプロジェクト

各国の政府教育機関と競業し、「楽器・教材・指導ノウハウ」をパッケージにした独自プログラムを提供

累計 7カ国（ベトナム、マレーシア、インドネシア、インド、ブラジル、UAE、エジプト）、5,200校

累計 129万人



We support the Sustainable Development Goals



インドネシア中央教育省と公立校教員研修の合意書締結

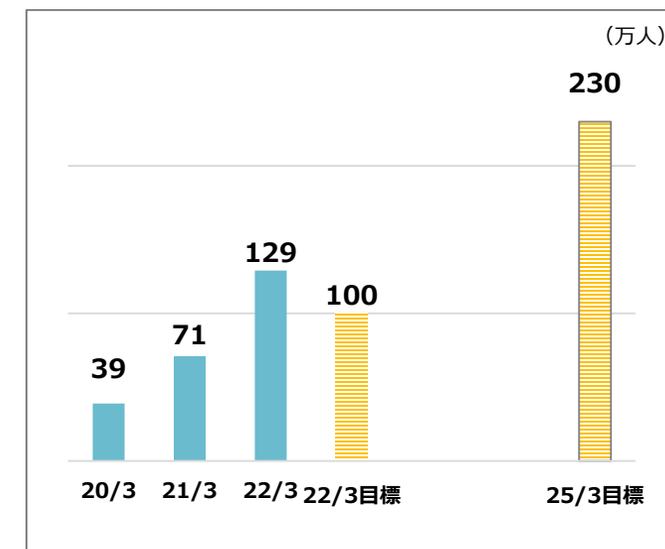


エジプト教育省担当者と教員研修修了書を手にする先生方



インド

器楽教育普及活動の推移



ベトナム

https://www.yamaha.com/ja/about/initiatives/school_project/
https://www.yamaha.com/ja/csr/feature/feature_15/



マレーシア



エジプト

音楽授業の教員研修



エジプト日本学校小3向けの
日本式音楽教育を取り入れた
新教材

働きがいを高める

ヤマハで働く価値を創出する

- グローバル視点でビジネスを牽引するリーダーの育成と適材適所配置実現
- 自律的なキャリア開発への支援を強化
- 多様で柔軟な働き方の支援

働きがい指標

従業員サーベイ
働きがい肯定的回答率
継続的向上

人的投資額
2倍



人権尊重とDE&Iを推進する※

多様な人材一人ひとりの個性を活かす

- 人権教育、人権デューデリジェンス
- 女性活躍推進、多様な人材構成

管理職女性比率

グローバル
19%

クロスボーダー配置
30名



風通しがよく、皆が挑戦する組織風土を醸成する

互いをリスペクトし働きやすい組織文化を築く

- 多様な対話の機会の創出
- 失敗を恐れず挑戦する組織風土・文化へ更なる変革

働きやすさ指標

従業員サーベイ
働きやすさ肯定的回答率
継続的向上



新たな社会で持続的な成長力を高めるための非財務目標

事業基盤をより強くする



顧客ともっと繋がる指標

Yamaha Music ID登録数
500万ID
新規

新価値創出指標

新概念商品投入数
20モデル
前中計：10モデル

レジリエンス指標

生産インフラへの投資金額
350億円
前中計：270億円

サステナビリティを
価値の源泉に



音楽文化普及指標

器楽教育支援対象10カ国
累計**230万人**
現：累計129万人

環境負荷低減指標

持続可能性に配慮した木材使用率
75% ※当社基準
現：想定55%

省エネによるCO2排出量削減
5%
※CO2排出量／生産高
2018年3月期比

ともに働く仲間の
活力最大化



働きがい指標

従業員サーベイ
働きがい肯定的回答率
継続的向上
現：2022年3月期実績66%

女性活躍推進指標

管理職女性比率
グローバル **19%**
現：2022年3月期16.5%

働きやすさ指標

従業員サーベイ
働きやすさ肯定的回答率
継続的向上
現：2022年3月期実績63%

【財務目標】

成長力と収益力の強化を両立

売上成長率： **20** %

事業利益率： **14** %

ROE： **10** % 以上
(株主資本コスト※1：7.8%)

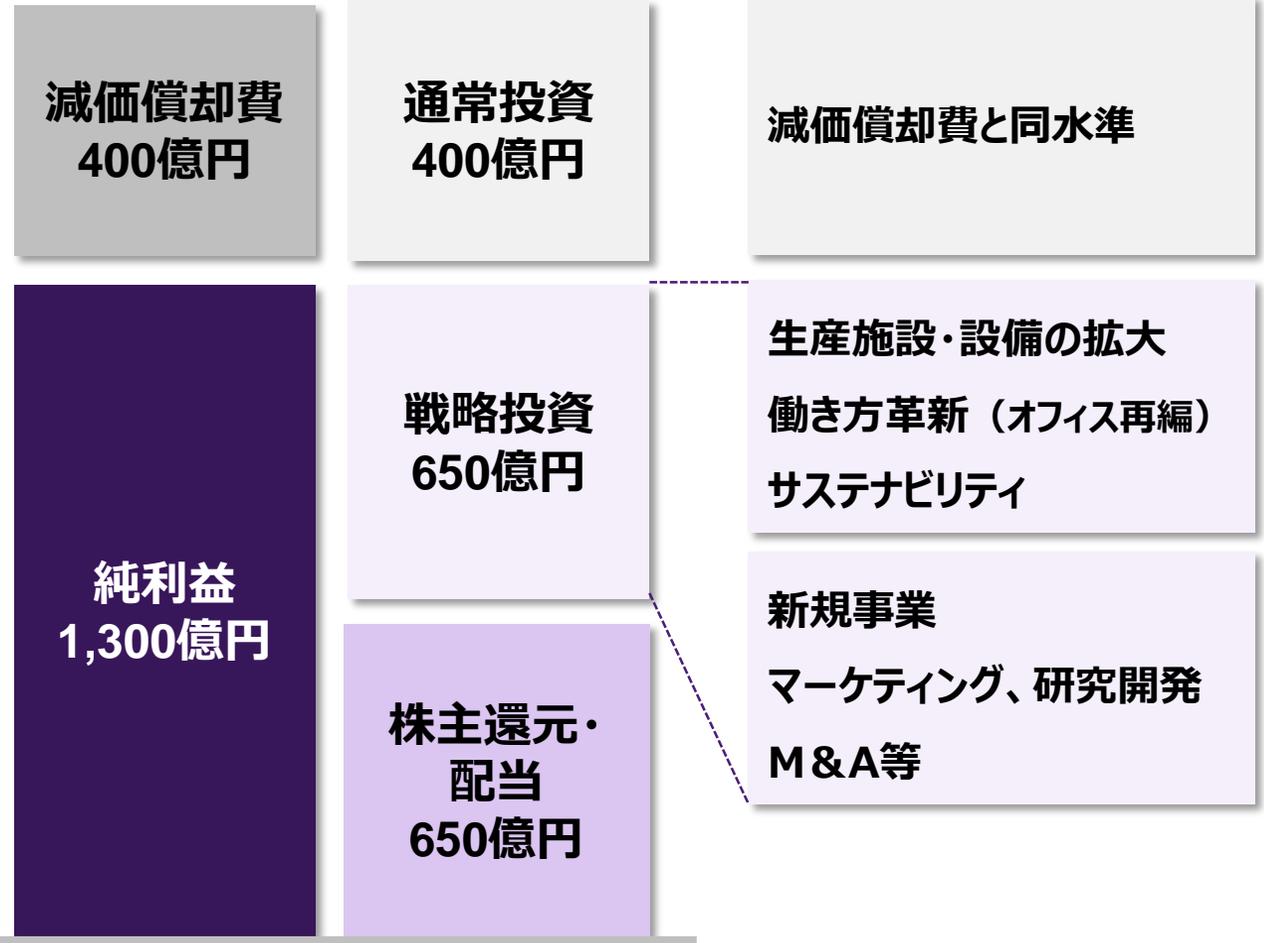
ROIC※2： **10** % 以上
(WACC※1：7.6%)

【投資と還元】

成長投資と株主還元バランス良く配分

総還元性向： **50** %

営業キャッシュフロー 投資と株主還元
1,700億円（3年間） 1,700億円（3年間）



※1 株主資本コスト、WACCは2022年3月現在

※2 ROIC = 税引後事業利益 ÷ (親会社の所有者に帰属する株主資本 + 有利子負債)

本日の内容



1. 会社概要
2. 事業概要
3. 中期経営計画
4. コーポレート・ガバナンス、外部からの評価
5. 業績と株主還元

指名委員会等設置会社

■ 目的

監督と執行の分離による、監督機能の強化/執行のスピードアップ

■ 特徴

取締役会の過半数が独立社外取締役、執行役への思い切った権限移譲

取締役が有している専門性

取締役		企業経営	法務・リスク マネジメント	財務・ 会計	IT・ デジタル	製造・技術 研究開発	マーケティ ング・営業	グローバル 経験
中田 卓也	-	●			●	●	●	●
山畑 聡	-		●	●				●
福井 琢	社外		●					●
日高 祥博	社外	●		●				●
藤塚 主夫	社外	●	●	●				●
ポール・キャンランド	社外	●					●	●
篠原 弘道	社外	●			●	●		●
吉澤 尚子	社外	●			●	●		●

取締役会の多様性確保（専門性・経験、ジェンダー、国籍）

◆ : 指名委員(4名) ◆ : 報酬委員(4名) ◆ : 監査委員(3名)



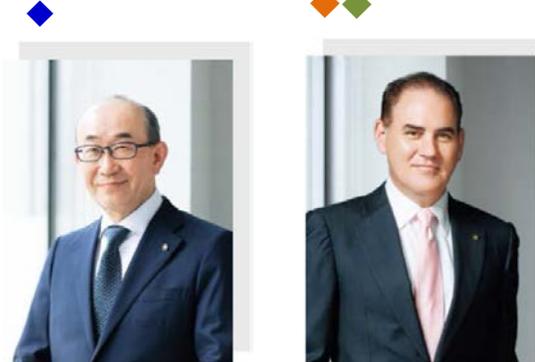
取締役
中田 卓也

取締役
山畑 聡



独立社外取締役
福井 琢
(柏木総合法律事務所
マネジメント・パートナー)

独立社外取締役
日高 祥博
(ヤマハ発動機株式会社
代表取締役社長)



独立社外取締役
藤塚 主夫
(三井化学株式会社 社外監査役)

独立社外取締役
Paul Candland
(エイジオペレーティング社CEO)



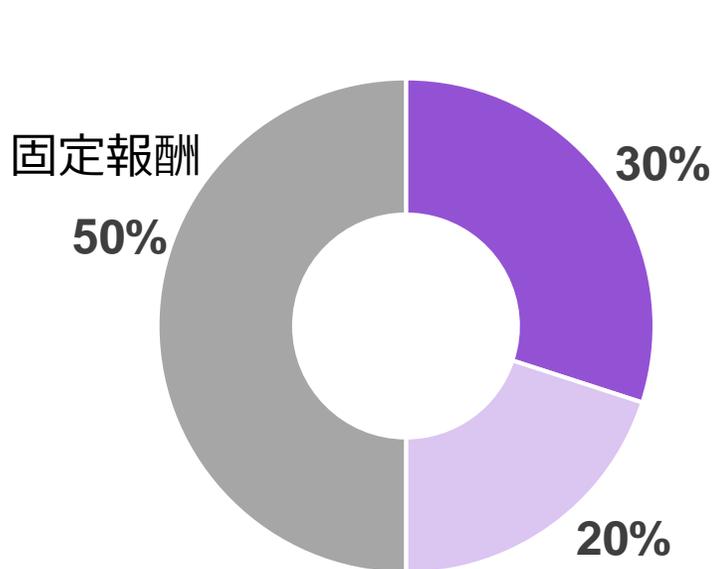
独立社外取締役
篠原 弘道
(日本電信電話株式会社
相談役)

独立社外取締役
吉澤 尚子
(株式会社ナレッジピース 取締役)

役員報酬*の構成

(1) 固定報酬、(2) 業績連動賞与、(3) 譲渡制限付株式報酬から成り、約5:3:2の割合で構成

*対象は、社外取締役を除く取締役、執行役及び執行役員（社外取締役は固定報酬のみ）



業績連動賞与
連結当期利益、ROEにダイレクトに連動、個人別の成績を加味

譲渡制限付株式報酬
全体の2/3を中計目標に業績連動
財務目標：非財務目標：企業価値目標（TSR） = 50%：30%：20%

クローバック条項の採用

譲渡制限期間は役員退任時までとし、その間に、不正会計、巨額損失等が発生した場合、全数又は一部の株式を返還

非財務目標





「コーポレートガバナンス・オブ・ザ・イヤー® 2018」大賞受賞

【大賞選定理由】

コーポレートガバナンスの“形式と実質を同時に変革した企業”として

- ・ 指名委員会等設置会社への移行
- ・ 社外取締役の選任比率の引き上げ
- ・ 業績評価を入れた先進的な報酬制度 等

に取り組み、高い収益を上げている点が評価されました。



【コーポレートガバナンス・オブ・ザ・イヤー® 概要】

主 催	一般社団法人日本取締役協会		
目 的	コーポレートガバナンスを用いて中長期的な成長を実現する企業を表彰する共に、コーポレートガバナンスの普及・啓蒙を広く呼び掛ける		
2018年 受賞企業	大賞： ヤマハ株式会社 入賞： TDK株式会社、明治ホールディングス株式会社 経済産業大臣賞： オムロン株式会社 東京都知事賞： 大和ハウス工業株式会社	過去の大賞 受賞企業	2017年度 花王株式会社 2016年度 HOYA株式会社 2015年度 株式会社ブリヂストン

■ ESG指数への組入れ・外部評価

GPIFが採用する5本のESG指数全てに選定

- FTSE Blossom Japan Index
- FTSE Blossom Japan Sector Relative Index **新**
- MSCIジャパン ESGセレクトリーダーズ指数
- S&P/JPXカーボン・エフィシエント指数
- MSCI日本株女性活躍指数 (WIN)



FTSE4Good



FTSE Blossom Japan



FTSE Blossom Japan Sector Relative Index

FTSE Russell (the trading name of FTSE International Limited and Frank Russell Company) confirms that Yamaha Corporation has been independently assessed according to the FTSE4Good criteria, and has satisfied the requirements to become a constituent of the FTSE4Good Index Series. Created by the global index provider FTSE Russell, the FTSE4Good Index Series is designed to measure the performance of companies demonstrating strong Environmental, Social and Governance (ESG) practices. The FTSE4Good indices are used by a wide variety of market participants to create and assess responsible investment funds and other products. FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Company の登録商標) はここにヤマハ株式会社が第三者調査の結果、FTSE Blossom Japan Index 組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE Blossom Japan Index はグローバルなインデックスプロバイダーである FTSE Russell が作成し、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のパフォーマンスを測定するために設計されたものです。FTSE Blossom Japan Index はサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。FTSE Russell (FTSE International Limited と Frank Russell Company の登録商標) はここにヤマハ株式会社が第三者調査の結果、FTSE Blossom Japan Sector Relative Index 組み入れの要件を満たし、本インデックスの構成銘柄となったことを証します。FTSE Blossom Japan Sector Relative Index はサステナブル投資のファンドや他の金融商品の作成・評価に広く利用されます。



S&P Japan 500 ESG



S&P/JPX カーボン・エフィシエント指数



2022 CONSTITUENT MSCI ジャパン ESGセレクト・リーダーズ指数

2022 CONSTITUENT MSCI 日本株 女性活躍指数 (WIN)

THE INCLUSION OF YAMAHA CORPORATION IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF YAMAHA CORPORATION BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.

■ 活動に対する評価・表彰



本日の内容

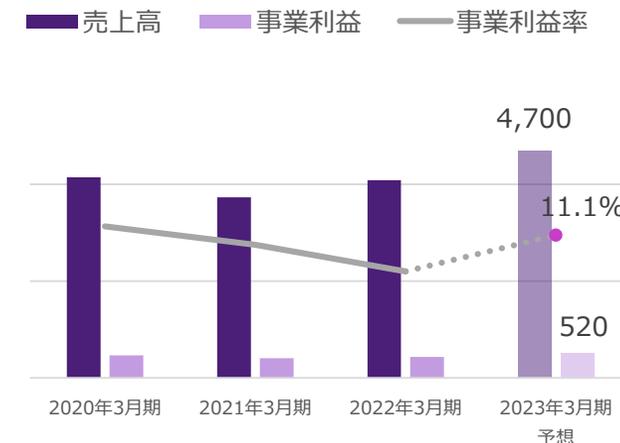


1. 会社概要
2. 事業概要
3. 中期経営計画
4. コーポレート・ガバナンス、外部からの評価
5. 業績と株主還元

- ・為替影響を折り込み、売上収益、事業利益、当期利益とも上方修正
- ・中国ロックダウン影響長期化、エントリーモデル需要軟調地域拡大も楽器の中高級品需要は堅調

(億円)

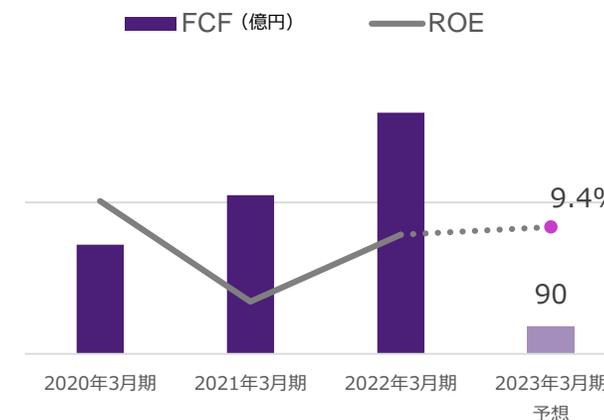
	22/3	23/3 (前回予想)	23/3 (今回予想)	前期比	前回予想比
売上収益	4,082	4,600	4,700	+618	+100
事業利益 (事業利益率)	430 (10.5%)	500 (10.9%)	520 (11.1%)	+90	+20
当期利益 ^{*1}	373	375	410	+37	+35



為替レート (円)		22/3	23/3 (前回予想)	23/3 (今回予想)
売上収益 (期中平均)	US\$	112	126	137
	EUR	131	136	139
利益 (決済レート)	US\$	112	125	136
	EUR	131	134	137

1円変動による影響額

売上収益	約10.5億円
事業利益	約6.3億円
当期利益	約1.1億円
FCF	約3.9億円



*1 親会社の所有者に帰属する当期利益

※下期の為替前提は、US\$140円、ユーロ140円

2023年3月期 事業別業績予想

*2022年11月発表

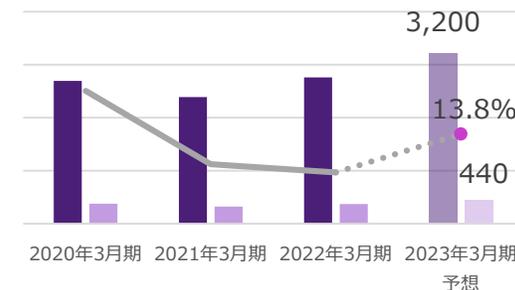


(億円)

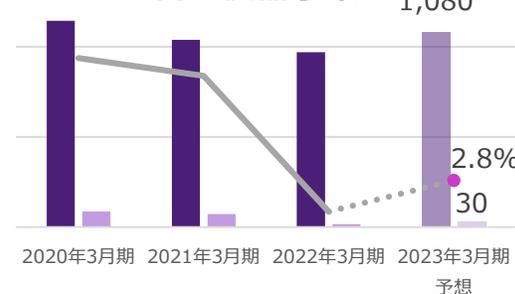
		22/3	23/3予想	前期比	為替影響
楽器事業	売上収益	2,762	3,200	438	347
	事業利益	373	440	67	78
	事業利益率	13.5%	13.8%	+0.3P	
音響機器事業	売上収益	969	1,080	111	99
	事業利益	15	30	15	△16
	事業利益率	1.6%	2.8%	+1.2P	
部品・装置 その他の事業	売上収益	351	420	69	42
	事業利益	42	50	8	16
	事業利益率	11.8%	11.9%	+0.1P	

■売上高 ■事業利益 — 事業利益率

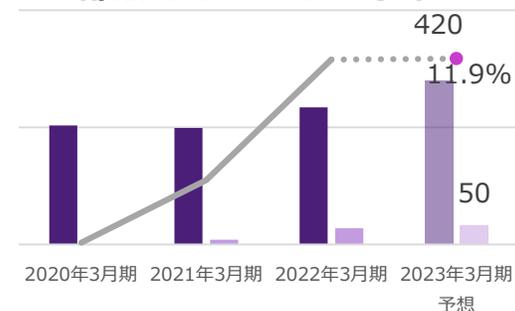
楽器事業



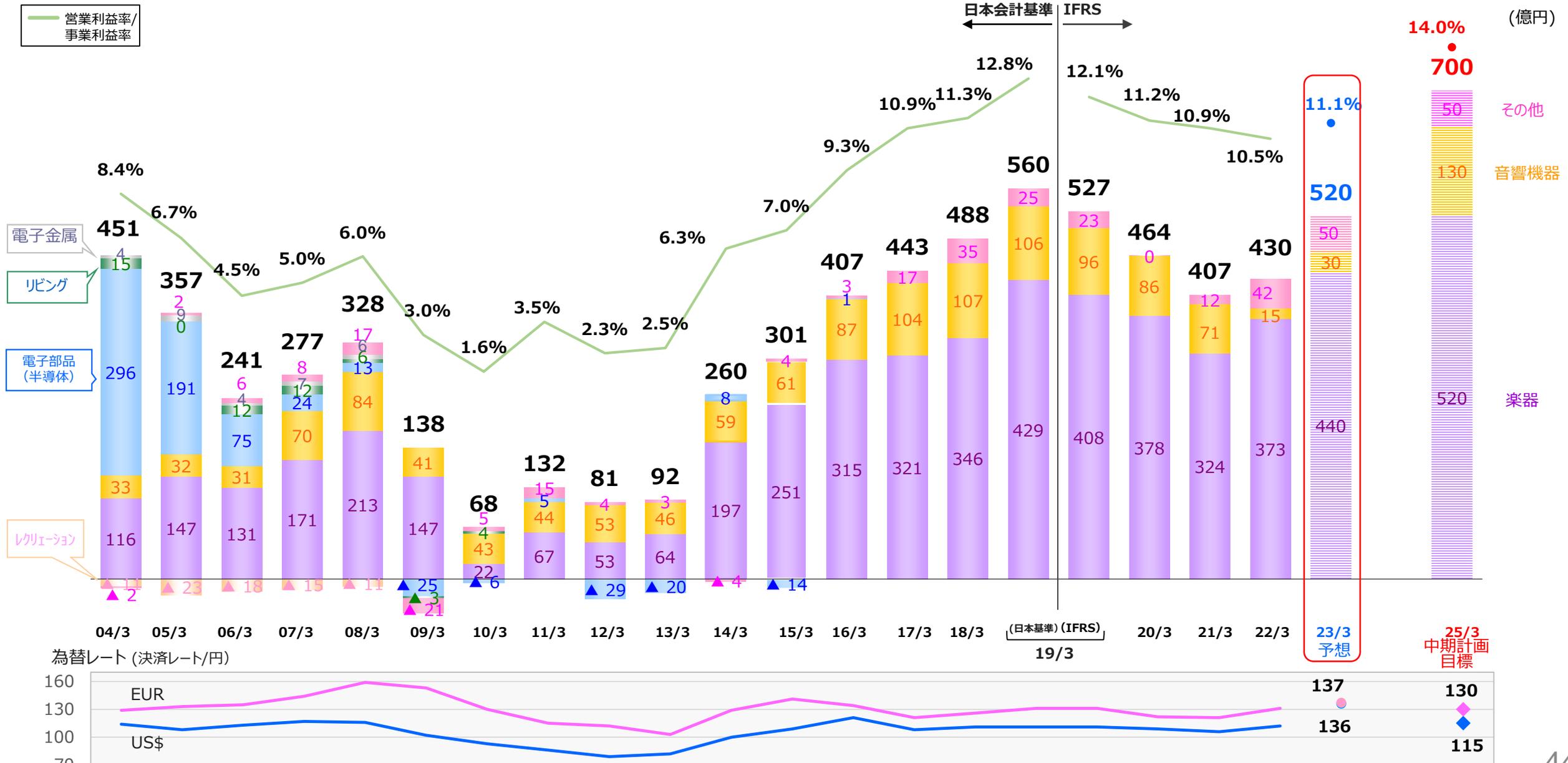
音響機器事業



部品・装置 その他の事業



事業別営業利益/事業利益推移



※2013/3期まではセグメント変更を新セグメントに組み換えをした参考値

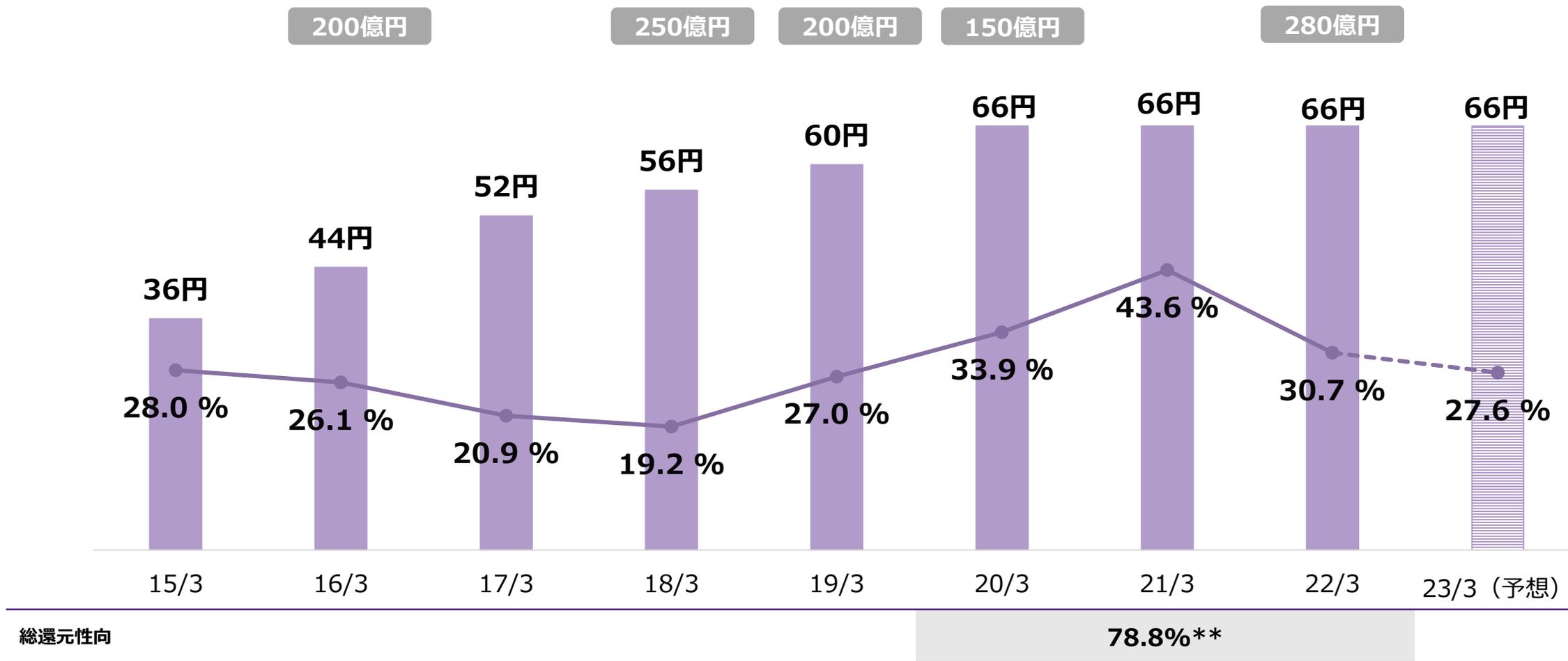
※19/3期までは日本基準 20/3期以降はIFRS

株主還元（配当・自社株買い・配当性向）



資金を成長投資と還元バランスよく配分し、中期経営計画期間3年間で総還元性向50%*を目指します。

* 今中期経営計画（2023年3月期-2025年3月期）における3年累計



■ 1株あたりの年間配当

● 配当性向

■ 自社株取得

保有株式数と保有年数に応じて、①～③より1つ選択いただけます。

- ① ヤマハリゾートのオリジナルギフト商品
- ② ヤマハミュージックリテイリング優待券
- ③ 自然保護団体への寄付

※上記は2022年3月31日の優待内容です。



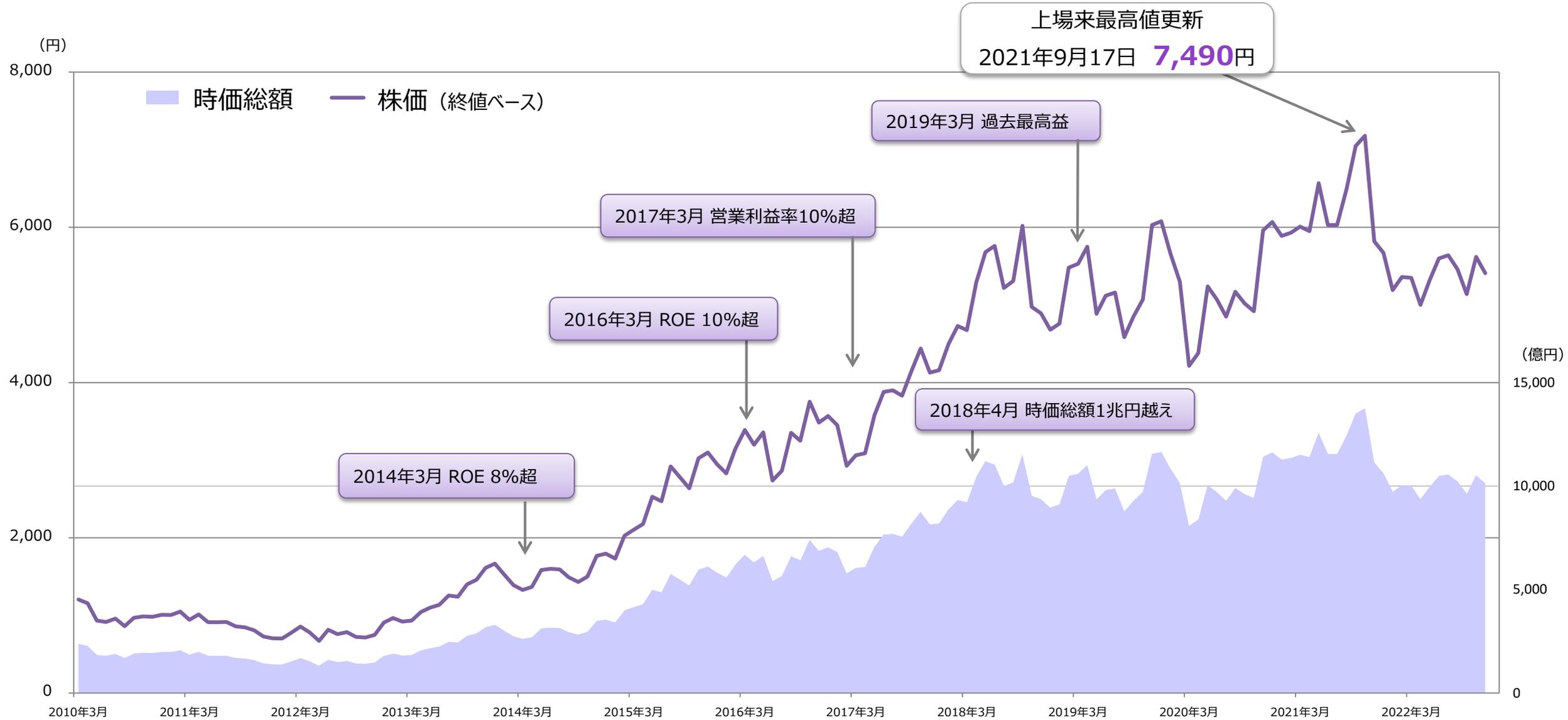
ヤマハリゾートのオリジナルギフト商品 (7,000円相当)



2022年 株主優待特別企画 (抽選)

100～999株	1,000株～1,999株 (3年未満保有)	1,000株～1,999株 (3年以上保有) もしくは、2,000株以上 (3年未満保有)	2,000株以上 (3年以上保有)
1,500円相当	3,000円相当	5,000円相当	7,000円相当

毎年3月31日現在の株主名簿に記録された1単元（100株）以上保有の株主様が対象となります。



投資家向け情報 (IRサイト)



<https://www.yamaha.com/ja/ir/>

IRメール配信サービス

当社IRに関する情報について、ご登録のメールアドレスにお知らせいたします。



<https://www.yamaha.com/ja/ir/newsletter/>

サステナビリティ サイト



<https://www.yamaha.com/ja/csr/>

動画ライブラリー



<https://www.yamaha.com/ja/ir/video/>



この資料の中で、将来の見通しに関する数値につきましては、ヤマハ及びヤマハグループ各社の現時点での入手可能な情報に基づいており、この中にはリスクや不確定な要因も含まれております。

従いまして、実際の業績は、事業を取り巻く経済環境、需要動向、米ドル、ユーロを中心とする為替動向等により、これらの業績見通しと大きく異なる可能性があります。