

SECTION 1

VALUE CREATION

ヤマハの価値創造

ヤマハの歴史	5
ヤマハの今	6
価値創造ストーリー	7
積み上げてきた資本	8
ヤマハの価値創造を支える強み	9

CONTENTS

SECTION 1 ヤマハの価値創造

ヤマハの歴史	5
ヤマハの今	6
価値創造ストーリー	7
積み上げてきた資本	8
ヤマハの価値創造を支える強み	9

SECTION 2 経営戦略

SECTION 3 事業別戦略

SECTION 4 コーポレート戦略

SECTION 5 ガバナンス

SECTION 6 財務／企業情報



YAMAHA'S HISTORY

ヤマハの歴史

ヤマハグループは、1887年の創業以来、音・音楽に関連する事業を中核としながら、「新たな感動と豊かな文化を世界の人々と創り続ける」ことで「世界中の人々のこころ豊かなくらし」を目指してきました。その理念や考え方は「ヤマハフィロソフィー」として体系化され、135年以上経った今もお大切に受け継がれています。

1887年～

国産ピアノの製造を皮切りに、楽器事業の礎を築いた創業期

ヤマハグループの歴史は、創業者・山葉寅楠が1台の壊れたオルガンを修理したことをきっかけに、国産オルガンの製作に成功したことに始まります。ヤマハブランドの商標「YAMAHA」は、山葉寅楠の姓に由来します。



明治30年代のアップライトピアノ

- 1887年 創業
- 1897年 日本楽器製造株式会社設立
- 1900年 ピアノの製造を開始

1950年代～

音楽文化の普及と新事業への挑戦、総合楽器メーカーとして海外へ

電子オルガン『エレクトーン』、管楽器などの製造に加えて、楽器づくりで培った技術と感性を生かして、オーディオ機器やスポーツ用品、リビング用品の製造、リゾート事業の開始など、事業の多角化を進めました。世界各地に販売拠点・生産拠点を展開し、グローバル総合楽器メーカーへと躍進しました。



音楽教室

- 1954年 「YAMAHA MUSIC SCHOOL (ヤマハ音楽教室)」の前身となる教室を開講
- 1955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年 メキシコに初となる海外現地法人を設立
- 1964年 米国に音楽教室開設

1970年代～

テクノロジーの進化と新たな価値創造

アコースティック技術とデジタル技術の融合、半導体の内製化による独自のLSI開発で、デジタルシンセサイザー『DX7』や電子ピアノ『クラピノーバ』『サイレントシリーズ』など、ヤマハならではの斬新な製品を数々生み出しました。また、楽器の生産技術を応用してFA機器や自動車用内装部品を事業化するなど、事業領域も大きく拡大しました。



サイレントシリーズ

- 1972年 半導体の生産を開始
- 1977年 インドネシアでの楽器生産を開始
- 1984年 産業用ロボット(FA機器)市場に参入
- 1987年 創業100周年を機に、ヤマハ株式会社に社名変更
- 1989年 中国での楽器生産を開始

2000年代～

「音・音楽」を中核とした事業へ再編

多角化事業から「音・音楽」を中核とした事業に選択と集中を行うとともに、国内外の生産・営業拠点の統廃合、海外企業の買収などにより、コア事業の構造改革と成長基盤強化へと事業の再編に大きく舵を切りました。



ブランドプロミス「Make Waves」を制定

- 2010年 ピアノ国内生産拠点を掛川工場に統合
- 2012年 管楽器国内生産拠点を豊岡工場に統合
- 2015年 「スクールプロジェクト」の展開開始
- 2018年 研究開発拠点「イノベーションセンター」、企業ミュージアム「イノベーションロード」を開設
- 2019年 ブランドプロミス「Make Waves」を制定

2020年代～

ヤマハグループならではの
新価値やソリューションを提案

首都圏にブランド発信拠点を開設したほか、顧客情報基盤「Yamaha Music ID」を活用した体験型サービスの拡充などで、顧客とのつながりをグローバルで強化しています。また、AI技術を活用した新価値や新しいソリューションを世の中に提案し、社会課題の解決と企業価値の向上に努めています。



ヤマハミュージック 横浜みなとみらい

- 2020年 車載向けヤマハブランドオーディオの提供開始
- 2024年 体験型ブランドショップ「ヤマハミュージック 横浜みなとみらい」を開設
ブランド発信拠点&研究開発のサテライト施設「Yamaha Sound Crossing Shibuya」を開設
- 2025年 米国シリコンバレーにコーポレートベンチャーキャピタル設立

CONTENTS

SECTION 1 ヤマハの価値創造

ヤマハの歴史	5
ヤマハの今	6
価値創造ストーリー	7
積み上げてきた資本	8
ヤマハの価値創造を支える強み	9

SECTION 2 経営戦略

SECTION 3 事業別戦略

SECTION 4 コーポレート戦略

SECTION 5 ガバナンス

SECTION 6 財務/企業情報

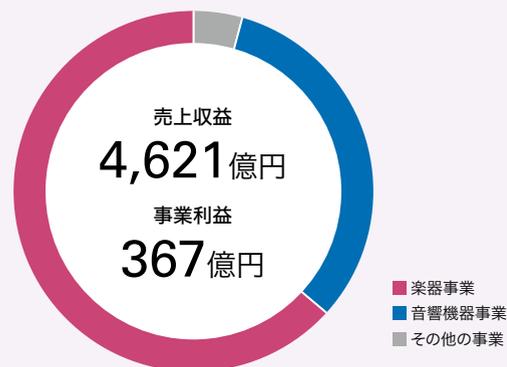
AT A GLANCE

2025年3月期

ヤマハの今

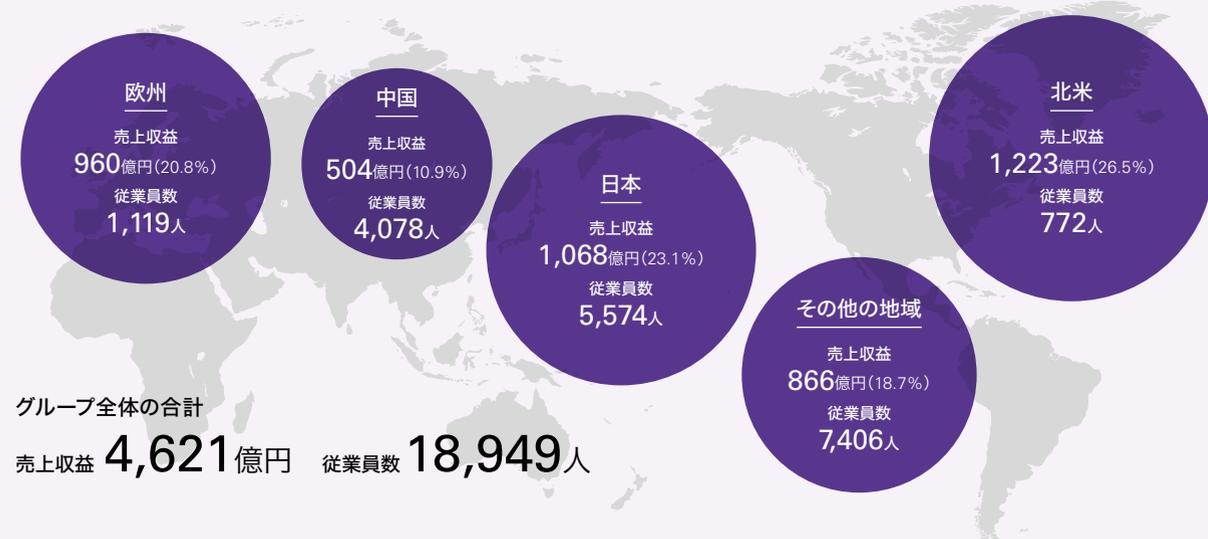
ヤマハグループは、アコースティック楽器からデジタル楽器までフルラインアップで製造販売する世界最大の総合楽器メーカーです。また、業務用音響機器、ホームオーディオ、モビリティ音響機器などの音・音楽・音響に関わる事業からネットワーク関連機器、FA機器、自動車用内装部品に至るまで、幅広く、グローバルに事業を展開しています。

グループ全体の売上収益・事業利益



*2026年3月期より、「電子デバイス事業」の名称を「モビリティ音響機器事業」に変更し、「その他の事業」セグメントから「音響機器事業」セグメントに組み替えています。これに合わせて、過年度については数値を組み替えた上で算出しています。

売上収益と従業員数の地域別構成



主な製品のグローバルシェア (金額ベース、ヤマハ調べ)



CONTENTS

SECTION 1 ヤマハの価値創造

ヤマハの歴史	5
ヤマハの今	6
価値創造ストーリー	7
積み上げてきた資本	8
ヤマハの価値創造を支える強み	9

SECTION 2 経営戦略

SECTION 3 事業別戦略

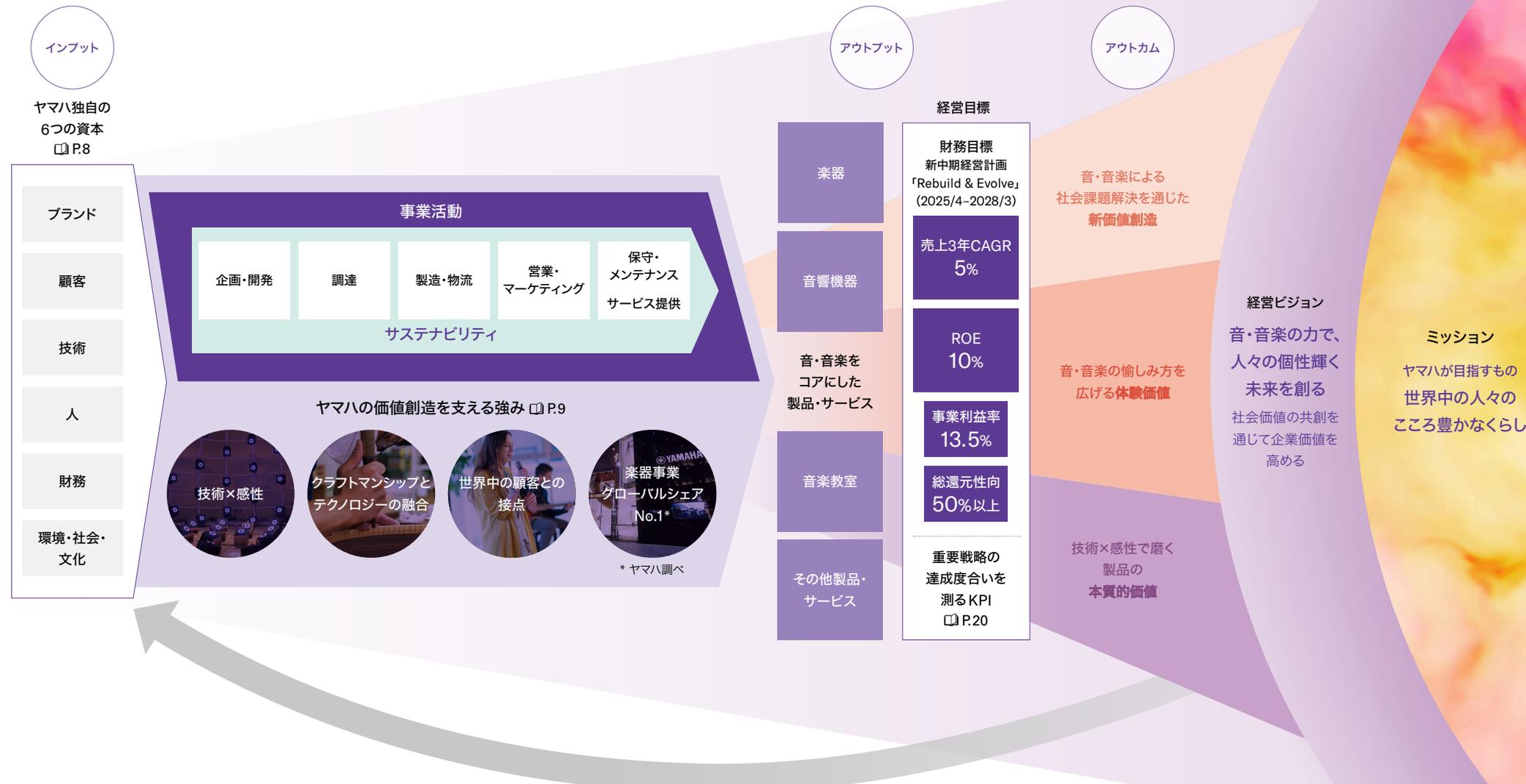
SECTION 4 コーポレート戦略

SECTION 5 ガバナンス

SECTION 6 財務/企業情報

VALUE CREATION STORY 価値創造ストーリー

ヤマハグループでは6つの資本を重視しています。ブランド、顧客、技術、人、財務、環境・社会・文化、これら当社独自の資本を増強していくことが企業価値向上につながると考えています。特定したマテリアリティに基づき、磨き上げてきたヤマハならではの4つの強みを生かし、事業を通じた価値を創出することで、各資本の最大化を図り、ヤマハブランド・企業価値の向上のサイクルを繰り返して経営ビジョンの実現、ミッションの達成を目指します。



CONTENTS

SECTION 1 ヤマハの価値創造

ヤマハの歴史	5
ヤマハの今	6
価値創造ストーリー	7
積み上げてきた資本	8
ヤマハの価値創造を支える強み	9

SECTION 2 経営戦略

SECTION 3 事業別戦略

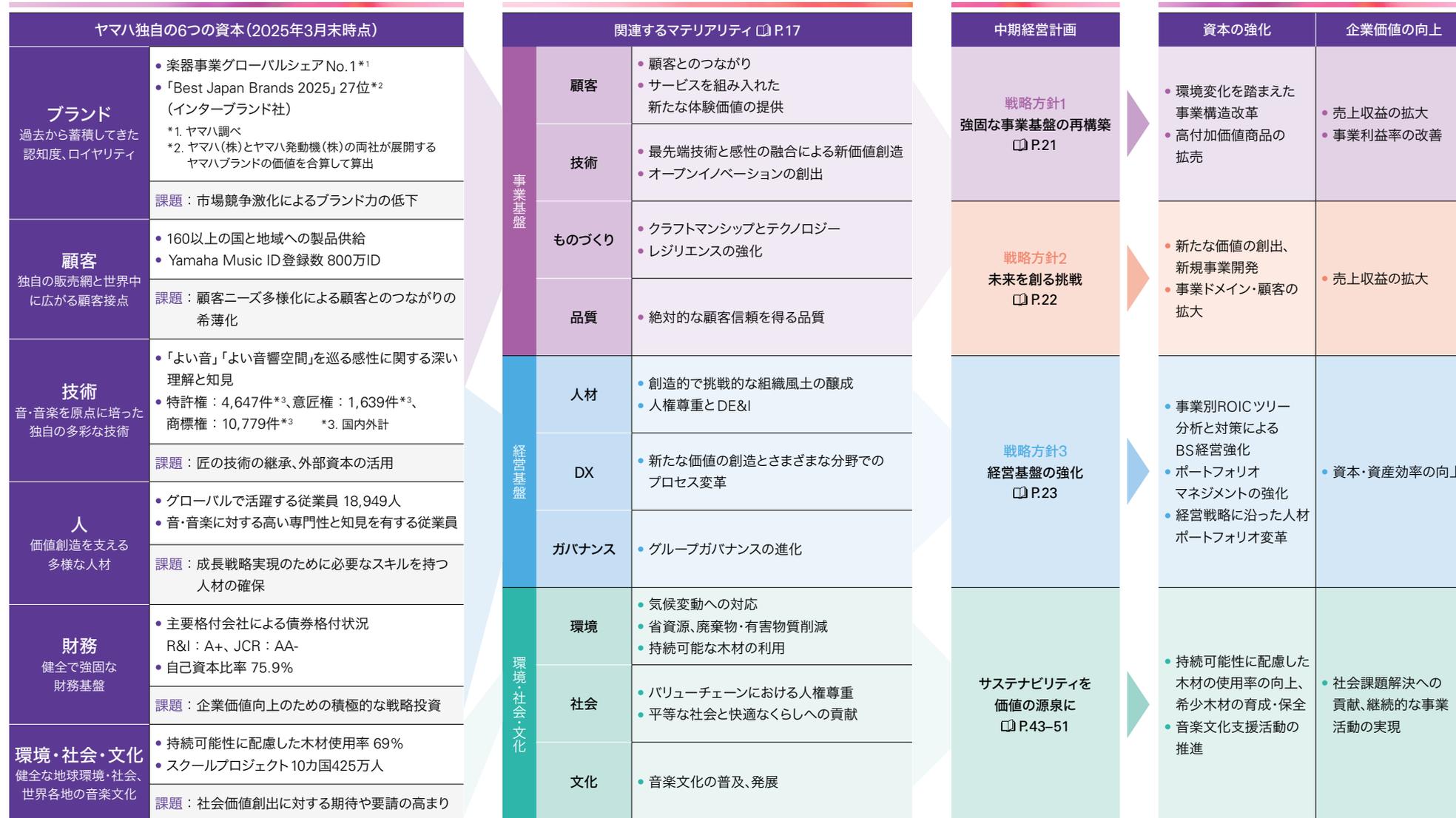
SECTION 4 コーポレート戦略

SECTION 5 ガバナンス

SECTION 6 財務/企業情報

YAMAHA'S CAPITAL 積み上げてきた資本

ヤマハグループは創業以来、音・音楽に関連する事業を中核としながら、独自の6つの資本を積み上げてきました。マテリアリティや戦略に基づき、資本のさらなる強化、企業価値の向上を目指しています。



CONTENTS

SECTION 1 ヤマハの価値創造

ヤマハの歴史	5
ヤマハの今	6
価値創造ストーリー	7
積み上げてきた資本	8
ヤマハの価値創造を支える強み	9

SECTION 2 経営戦略

SECTION 3 事業別戦略

SECTION 4 コーポレート戦略

SECTION 5 ガバナンス

SECTION 6 財務/企業情報

YAMAHA'S STRENGTHS ヤマハの価値創造を支える強み

ヤマハグループは135年以上の歴史の中で、ヤマハならではの4つの強みを磨いてきました。いずれも他社にまねできない重要な競争力の源泉であるとともに、相互の連携によってさらに大きな差別化要素となり、成長のドライバーとなっています。当社グループは、これらの強みを事業の基盤として、持続的な成長と企業価値の向上を目指していきます。

楽器事業、グローバルシェアNo.1

主力事業である楽器事業は、グローバルでNo.1*のシェアを誇ります。特に、電子楽器は、世界の約半数ほどのシェアを占め、他社に圧倒的な差をつけています。また、楽器事業で培ったノウハウやブランド認知度を生かして、音響機器市場でも高い存在感を示すほか、自動車用内装部品などその他の事業活動も展開しています。高い市場シェアとともに市場全体をけん引していくブランド力は当社のコアとなる競争力の源泉です。

* ヤマハ調べ

技術×感性

楽器・音響機器事業を通じて受け継がれてきた「よい音」「よい音響空間」を巡る感性に関する深い理解と知見は、他社にない強みであり、当社が提供する製品やサービスの差別化要因です。感性評価技術により知見と理解を深化・整理し、アコースティック技術やデジタル・エレクトロニクス技術などを組み合わせることで、他社にはまねのできないユニークな製品やサービスを提供しています。



クラフトマンシップとテクノロジーの融合

長年にわたって楽器の生産を手掛ける中で、人間が目や手を使ってより良い製品をつくり上げる技術「クラフトマンシップ」を磨き上げてきました。加えて、生産工程を科学的に研究し、最先端の技術を活用することで、業界トップレベルの「テクノロジー」も蓄積してきました。クラフトマンシップとテクノロジーの両方を高いレベルで保有し、融合させていることが、当社の生産における大きな強みです。

世界中の顧客との接点

30以上の国・地域に営業関連拠点を置き、地域特性に応じた独自の販売網を構築しています。製品の販売だけでなく、アーティストリレーションやカスタマーサービス拠点としての役割のほか、音楽教室やスクールプロジェクトの展開などを通じた音楽普及活動も同時に行い、世界中の幅広い顧客との接点を持っていることが当社の特徴です。

CONTENTS

SECTION 1 ヤマハの価値創造

ヤマハの歴史	5
ヤマハの今	6
価値創造ストーリー	7
積み上げてきた資本	8
ヤマハの価値創造を支える強み	9

SECTION 2 経営戦略

SECTION 3 事業別戦略

SECTION 4 コーポレート戦略

SECTION 5 ガバナンス

SECTION 6 財務／企業情報

