

2006年3月期
第1四半期決算説明会

2005年8月1日
ヤマハ株式会社

2006/3期 1Q決算の概要



➤4/28発表の当初予想に対し減収増益
また、前年同期との比較では、減収営業減益

売上高は、対当初予想17億円の減収。前年同期との比較では88億円の減収

楽器、AV・IT、レクリエーション 対当初予想、前年同期とも減収

電子機器・金属 携帯電話用音源LSIの売上減少により、対前年同期大幅な減収

リビング 対当初予想、前年同期とも増収

営業利益は、全体では、ほぼ当初予想の水準。対前年同期では、中核事業の楽器、AV・IT、電子機器・金属が大幅な減益

1Qでの営業利益への為替影響は軽微(対当初予想 1億円、対前年同期 + 2億円)

1Q末在庫は、対当初予想 + 66億円。対前年同期でも + 54億円

楽器、AV在庫が引き続き高水準

2006/3期 1Q業績概要



> 当初予想(4/28)に対しては減収増益
 前年同期実績に対しては減収営業減益(前期実施の減損費用が
 なくなったことで、当期純利益は改善)

(億円)

	05/3 (1Q) 実績	06/3 (1Q) 実績	前年同期比	当初予想	当初予想比
売上高	1,329	1,241	6.6%	1,258	1.4%
営業利益	150	69	54.2%	61	+13.1%
経常利益	172	116	32.8%	80	+45.0%
当期利益	126	98	-	53	+84.9%

持分法損益 28 53 28

為替レート

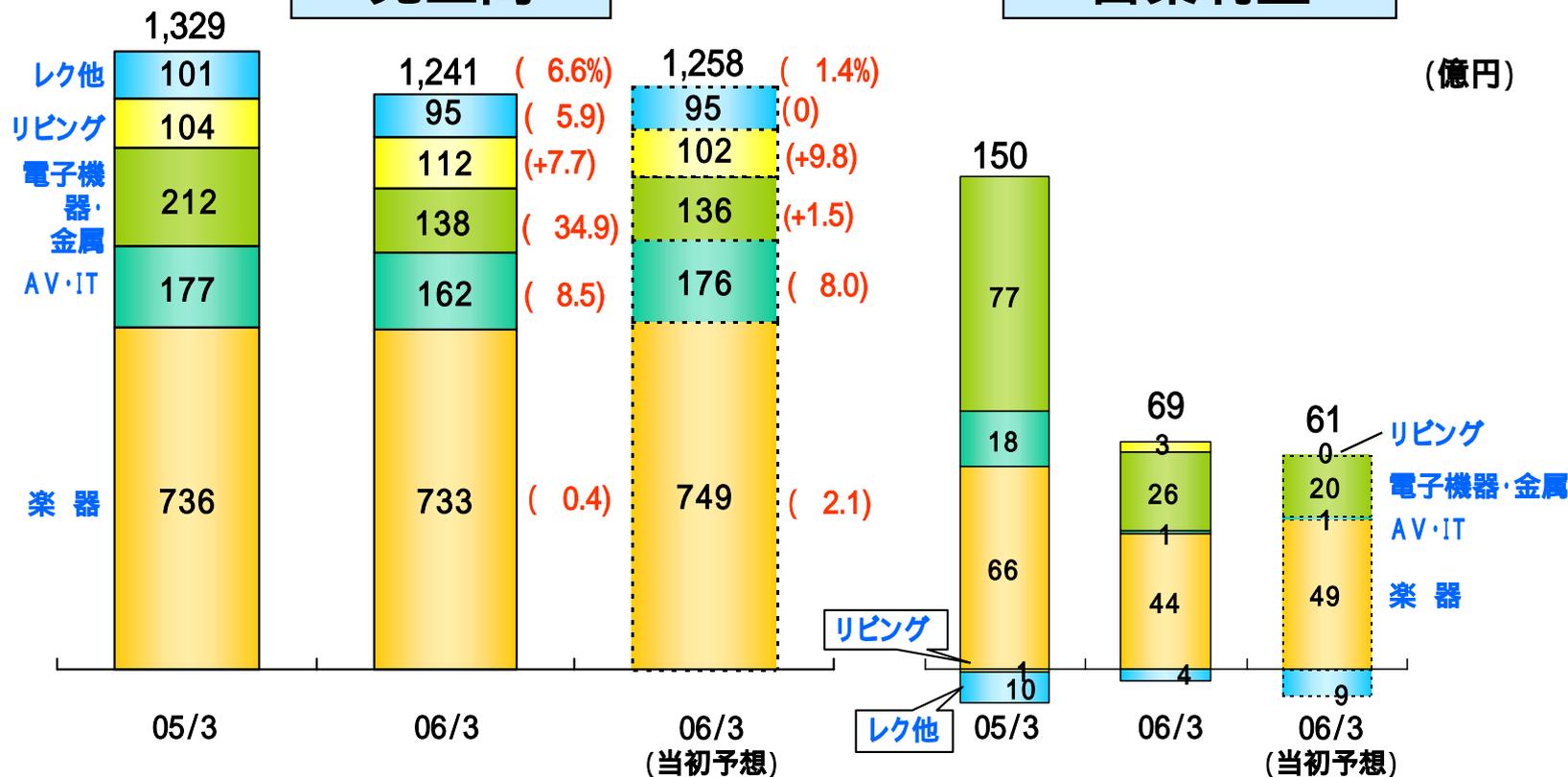
売上高	US\$	110	108	105
	EUR	132	135	134
利益	US\$	109	107	105
	EUR	132	134	134

2006/3期 1Q事業別業績



売上高

営業利益



()内は前期比
または
当初予想比

前年同期との比較での為替影響は+4億円
(楽器+3億円、AV・IT+1億円)
また、当初予想との比較では+9億円
(楽器+7億円、AV・IT+2億円)

前年同期との比較での為替影響は+2億円
(楽器+1億円、AV・IT+1億円)
また、当初予想との比較では1億円
(楽器+1億円、AV・IT 2億円)

2006/3期 通期業績予想



➤ 通期業績は今回見直しをせず当初予想通り

(億円)

	05/3 (前年実績)	06/3 (予想)	伸び率
売上高	5,341	5,460	+2.2%
営業利益	357	370	+3.6%
経常利益	413	425	+2.9%
当期利益	197	290	+47.2%

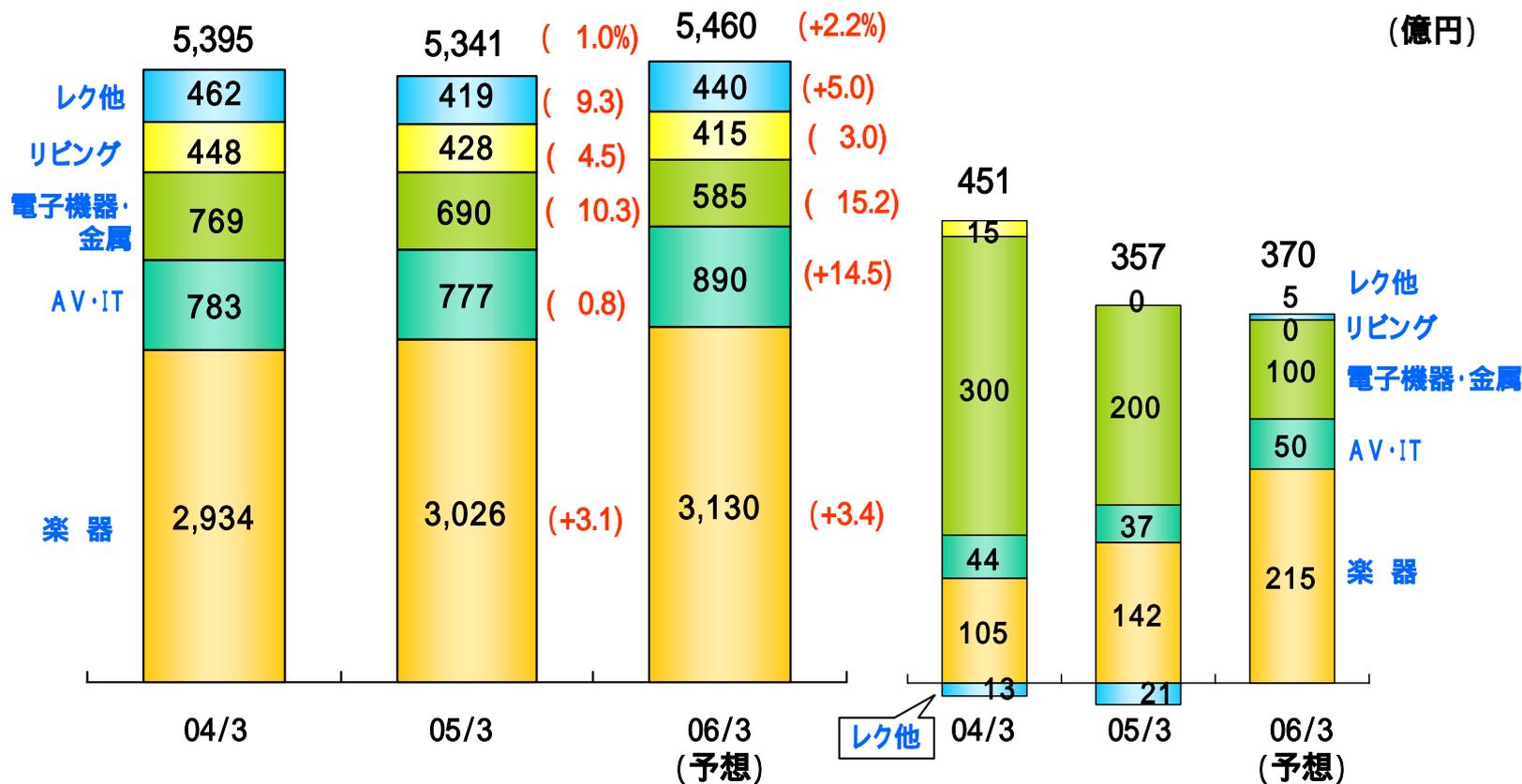
為替レート		05/3 (前年実績)	06/3 (予想)
売上高	US\$	108	105
	EUR	135	134
利益	US\$	108	105
	EUR	133	134

2006/3期 通期事業別業績



売上高

営業利益



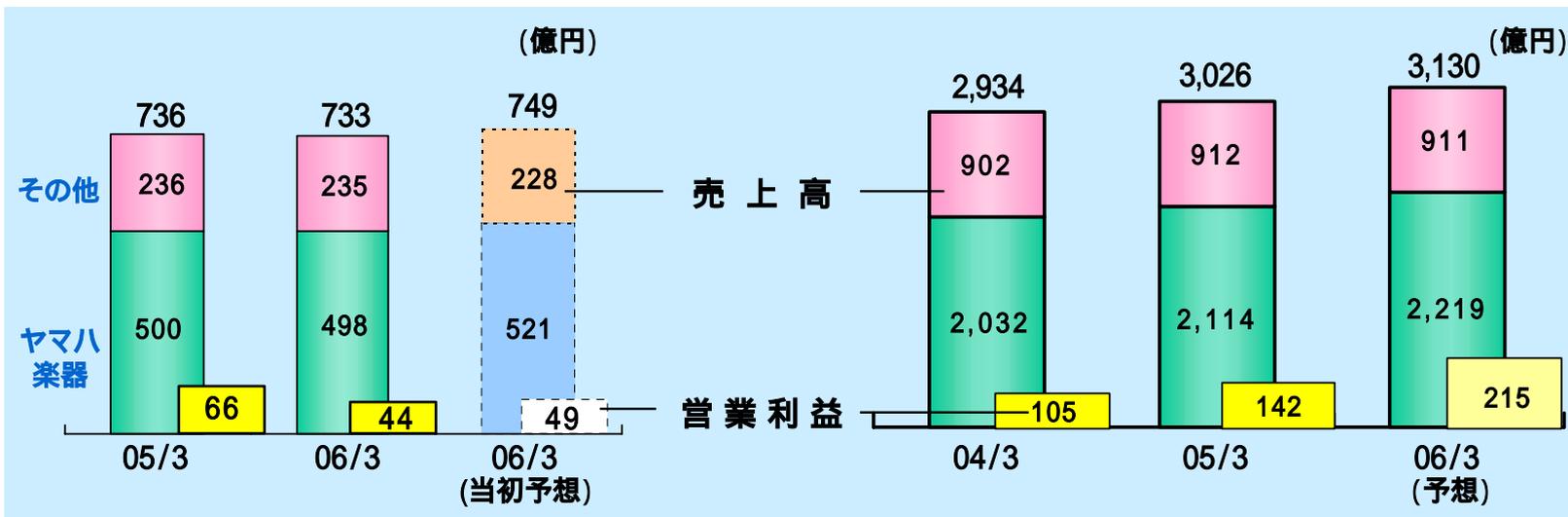
()内は前期比

1Qの状況

- ・為替影響を除いた1Qの実質売上高は当初予想に対し、3.1%の減収。特に欧米で低迷。アメリカ市場は小売順調で、流通在庫調整進み、2Q以後の挽回期待
- ・前年同期比の比較では 0.8%の減収。エレクトーン「STAGEA」を中心に、国内減収。韓国は引き続き2桁成長
- ・減産等の在庫調整を進めたものの、1Q末在庫は、対当初予想、前年同期とも増加。アメリカでの在庫増が主因
- ・音楽教室、春の生徒募集は昨年に続き前期実績を上回った。大人の音楽教室は在籍10万人突破。子供も15年ぶりに在籍数が前年同期を上回る。

通期の予想と重点施策

- ・年末商戦に合せた新商品の確実な市場導入と増売(高機能キーボード「Tyros」他)
- ・CAビジネス拡大
- ・米国市場での挽回、欧州市場は主要国でのシェアアップと拡大EUに合せた市場政策推進
- ・国内は音楽教室布石継続と市場活性化
- ・在庫対策強化
- ・製造構造改革推進
- ・中国市場戦略の推進

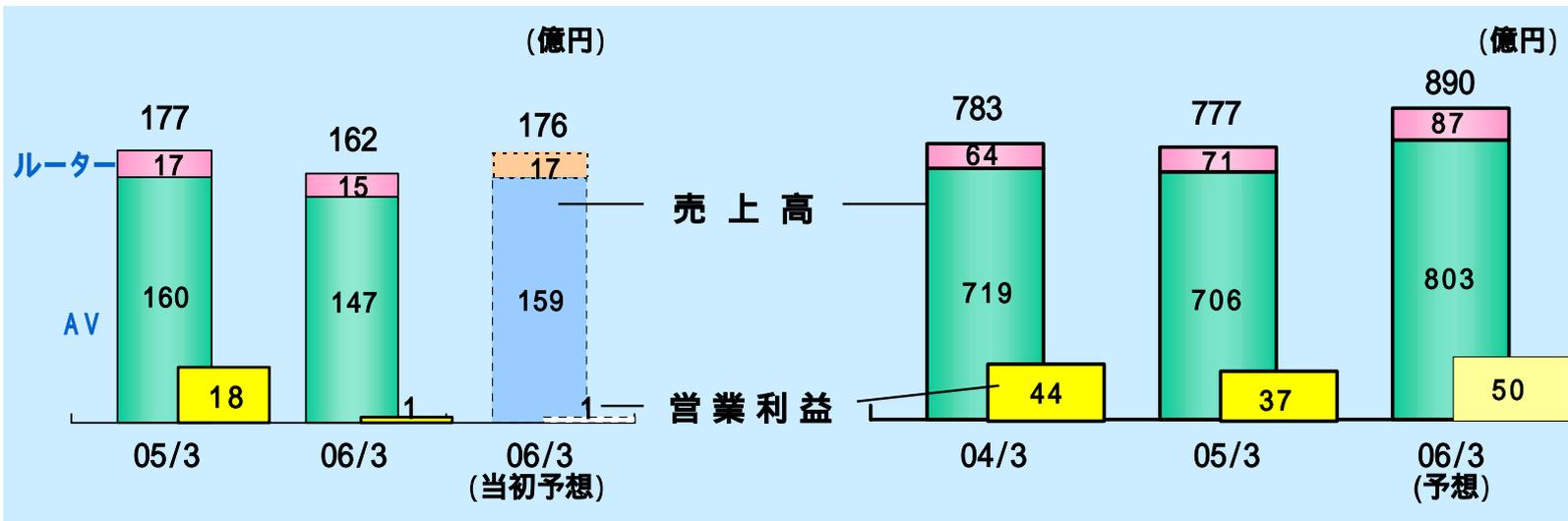


1Qの状況

- ・為替影響を除いた1Q実質売上高は当初予想に対し 9.1%の減収。前年同期との比較では 9.0%の減収。総需要の減少で国内苦戦。北米と欧州は新製品効果とチャネル政策奏功し引き続き順調
- ・期待の「YSP-1」は、出荷順調(1Qでは、約7,000台)
- ・ルーターは、競争激化により当初予想、前年同期に対し減収
- ・1Q末在庫は当初予想、前年同期に対し増加。

通期の予想と重点施策

- ・ホームシアター事業の成長継続
YSPビジネス強化拡大
～商品ラインナップ強化と販売網拡大
普及価格システム商品拡充
中高級AVレシーバー増売
- ・ルーター事業強化
VPNルーターのラインナップ強化
電話帳サーバー

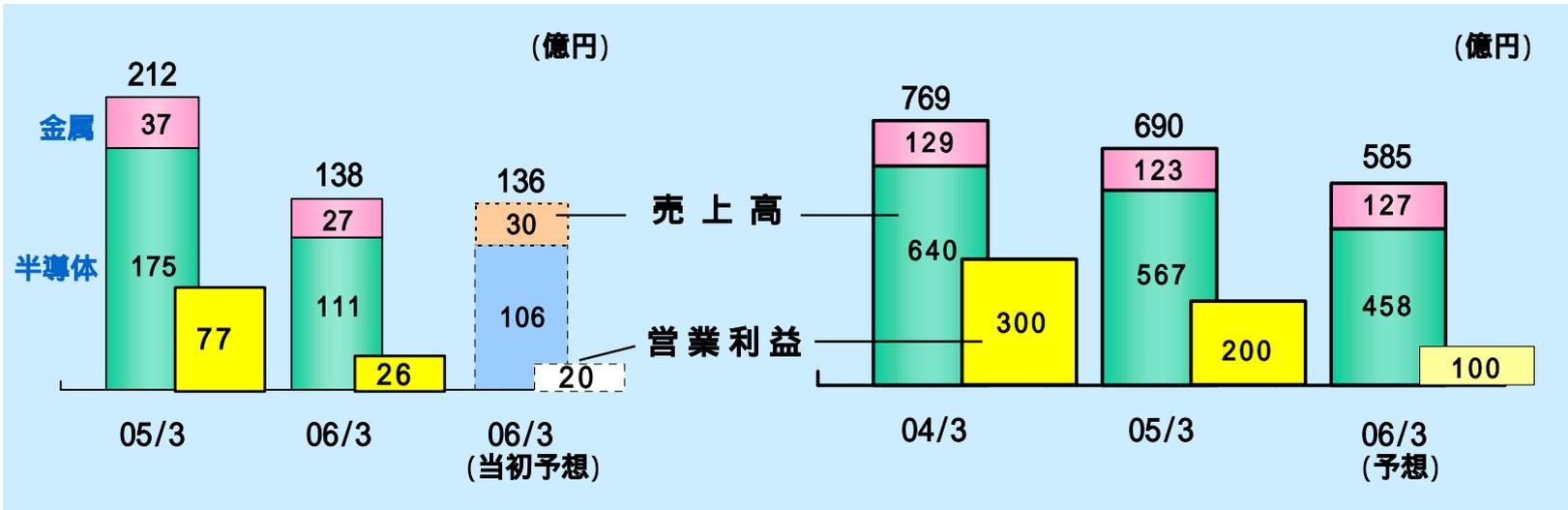


1Qの状況

- ・1Q業績は、当初予想に対し増収増益となったものの、対前年同期では減収減益
- ・携帯電話用音源LSIは、対当初予想微増、対前年同期では減収。新製品出荷が本格化する2Q以後で挽回期す
- ・電子金属は、対前年同期減収減益。但し、電子金属材料市場の在庫調整一巡気配で、今後の挽回期待

通期の予想と重点施策

- ・携帯電話用LSI新製品増売によるシェア確保
- ・アミューズメントなど携帯用以外の既存LSIの増売
- ・新デバイスの開発と市場導入
- ・市況回復にあわせ、電子金属材料の増産体制確立
- ・製造原価低減継続による収益力強化と銅系コネクター材料拡大

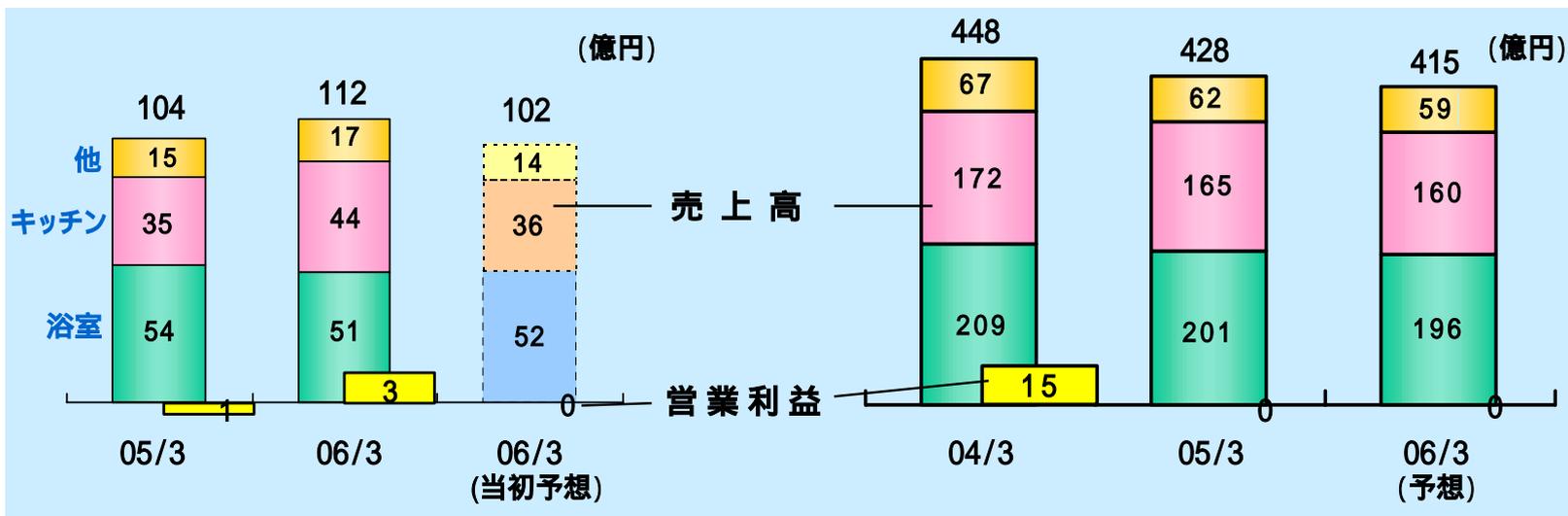


1Qの状況

- ・1Qは当初予想および前年同期に対し増収増益
- ・リフォームビジネス拡大
- ・「マーブルシンク」を軸にシステムキッチンシェア回復と人件費を中心とする固定費削減により、1Q営業黒字達成

通期の予想と重点施策

- ・1Qの勢いを継続し、対前期収益改善を目指す
- ・秋の新商品の確実な市場導入
キッチンバリエーション強化
浴室の商品競争力回復
- ・新築住宅着工数が前期並みに留まる一方で、拡大するリフォーム市場対策強化
特にショールーム活用、流通へのキャンペーン実施やマスPR等の消費者訴求に注力する
- ・製造コストダウン推進と品質向上



レクリエーション事業

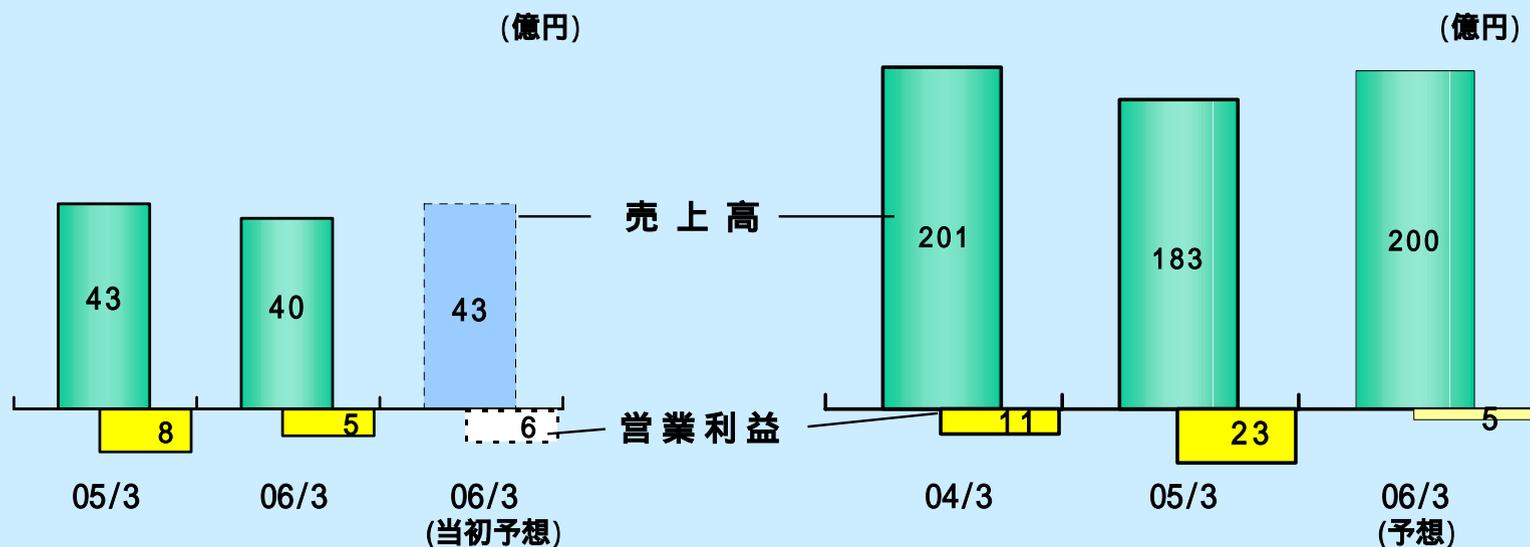


1Qの状況

- ・愛知万博効果もあり合歓の郷、つま恋等で宿泊数が増加したものの、日帰り客、婚礼の減少により、1Q売上高は当初予想、対前年同期減収
- ・営業利益は、経費合理化と減価償却費の減少(対前年同期 2.5億円)により改善

通期の予想と重点施策

- ・集客数増加による増収に加え、一段の経費合理化、減価償却費の減少効果で赤字幅圧縮を目指す
- ・愛知万博需要の取り込み継続と営業力強化による集客拡大
- ・キロロが最大のテーマ。ゲレンデ改修に伴い、道内日帰り客の取り込みが課題



その他事業

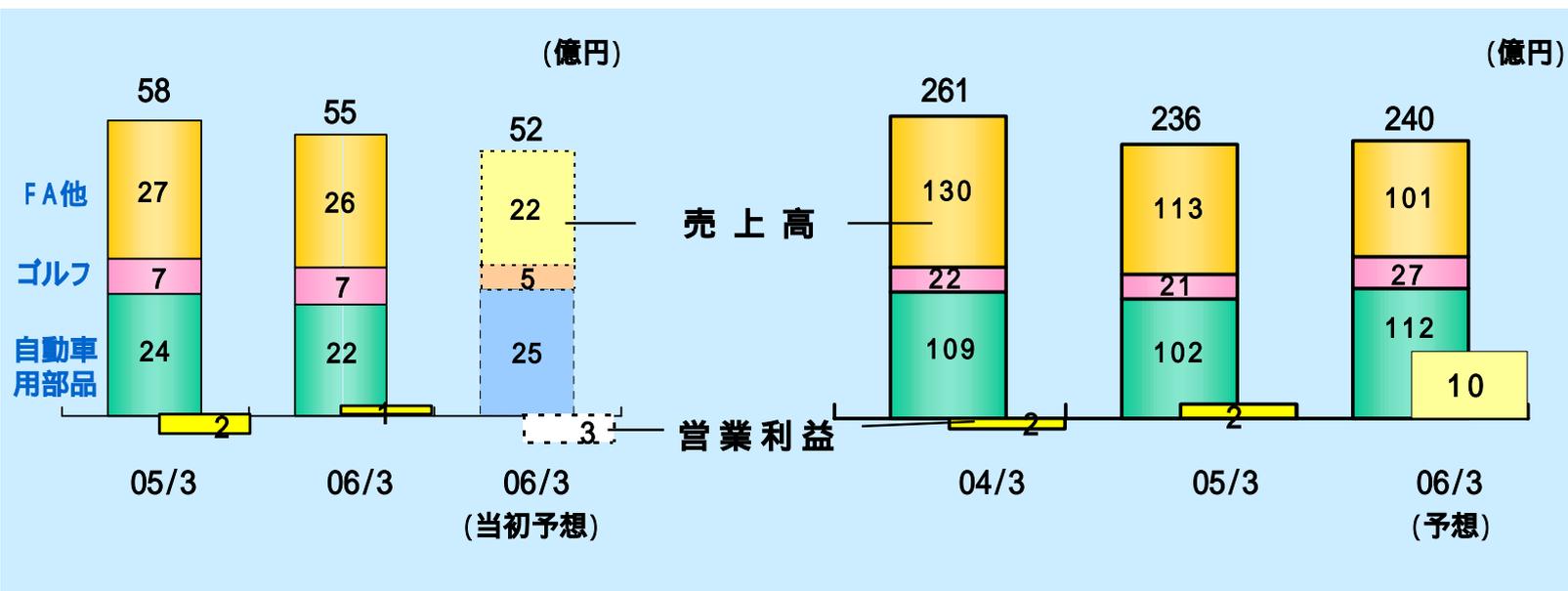


1Qの状況

- ・ゴルフ、FA、金型の対当初予想増収に伴い、1Q 営業黒字化実現
- ・ゴルフは新商品効果と韓国への出荷前倒しで対当初予想増収
- ・FA、携帯電話用Mg部品の製造原価低減により対前年同期でも大幅な収益改善となった

通期の予想と重点施策

- ・自動車用内装部品は、新規顧客開拓継続と製造力強化
- ・携帯電話用Mg部品は内装化対応の製法確立と新規顧客開拓

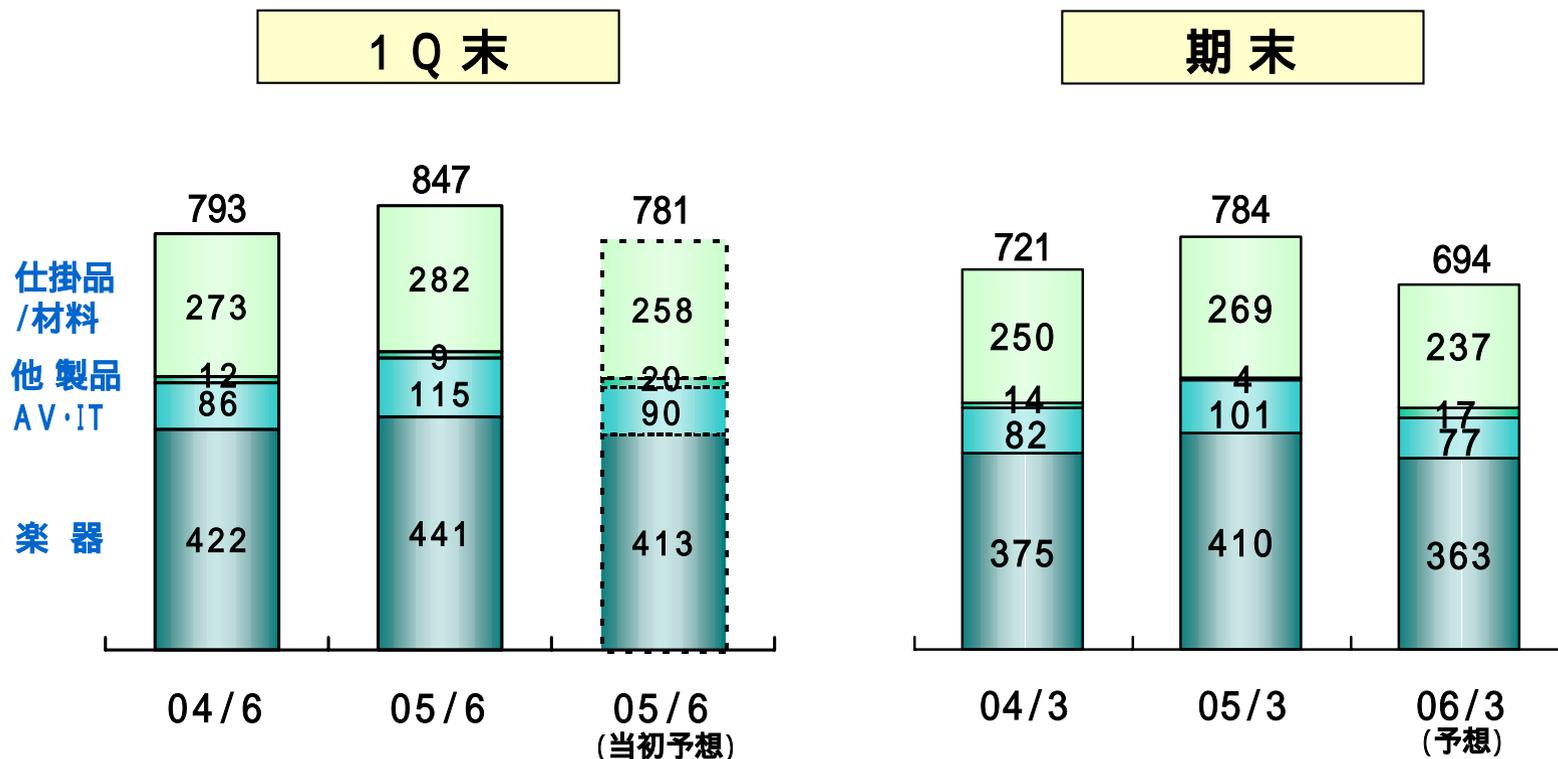


棚卸資産



➤1Q末在庫は当初予想および前年同期に対し増加
 期末にかけて、在庫圧縮に注力する

(億円)

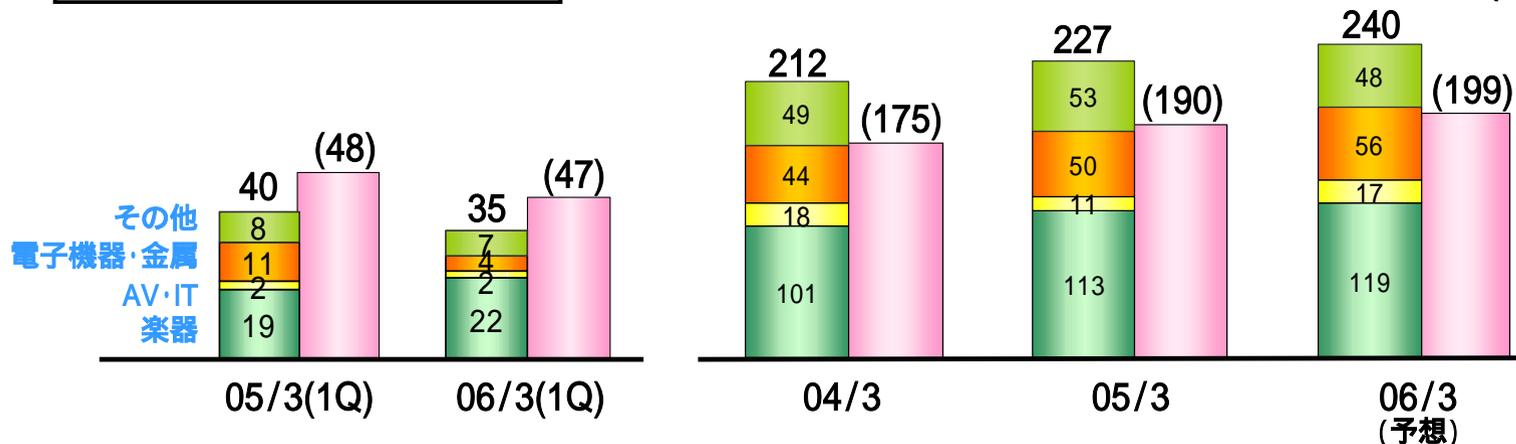


* 他製品には、在庫評価減を含む

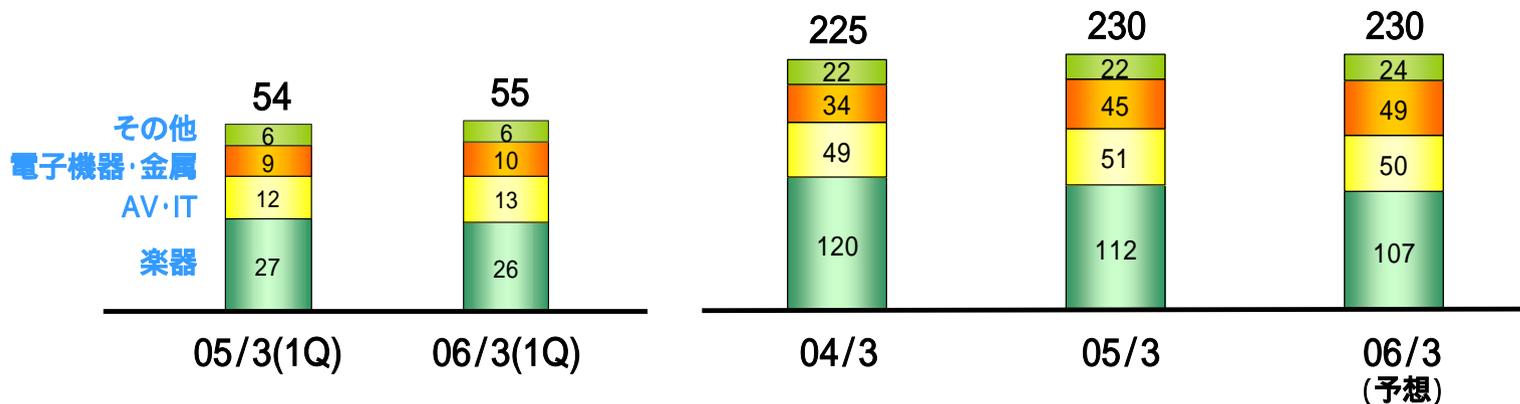
通期設備投資・減価償却費 / 研究開発費

設備投資・減価償却費

(億円)



研究開発費

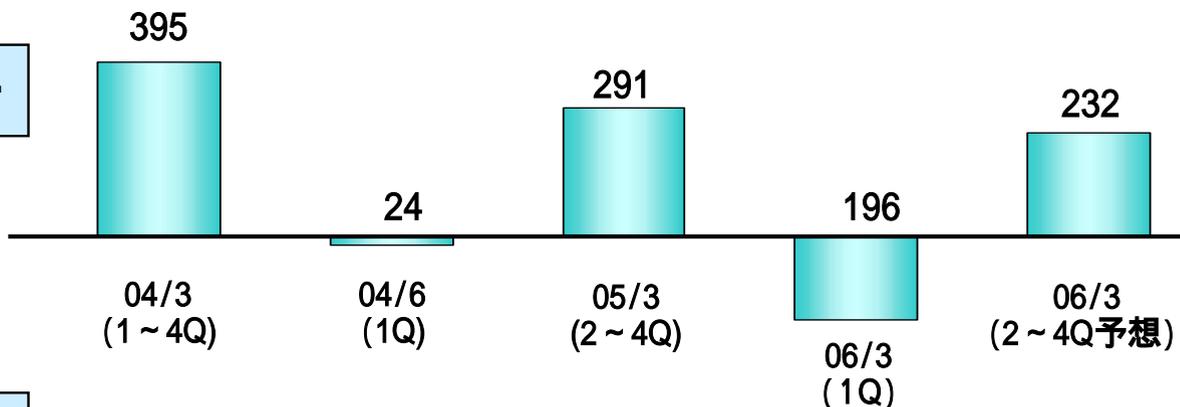


実質有利子負債

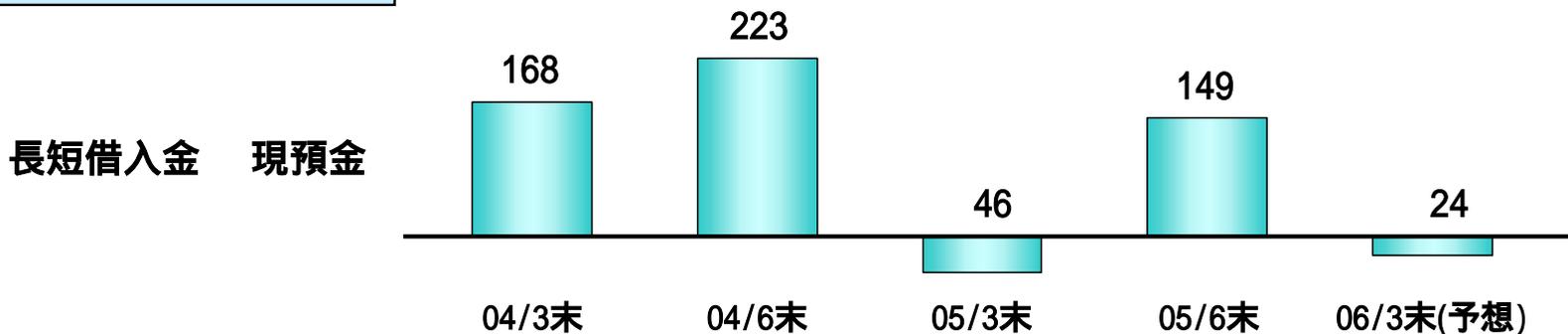


(億円)

フリーキャッシュフロー



実質有利子負債



* 上記の他に

リゾート預託金残高

04/3末	04/6末	05/3末	05/6末	06/3末(予想)
308	299	289	283	267

予想貸借対照表



(億円)

	04/6末	05/3末	05/6末	06/3末
現預金	305	512	356	301
売上債権	810	716	728	858
棚卸資産	793	784	847	694
他流動資産	222	244	224	255
固定資産	2,788	2,800	2,834	2,924
資産計	4,918	5,056	4,989	5,032
仕入債務	428	377	387	418
借入金	529	466	505	277
他負債	1,502	1,461	1,252	1,336
資本計	2,459	2,752	2,845	3,001
負債・資本計	4,918	5,056	4,989	5,032

* 他負債に少数株主持分を含む

付属資料

2006/3期 1Q営業外損益、特別損益



	05/3(1Q)実績	06/3(1Q)実績	06/3 (1Q)当初予想
営業外損益			(億円)
持分法利益	28	53	28
金融収支	2	2	1
その他	8	8	10
計	+ 22	+ 47	+19
特別損益			
固定資産処分損益	1	7	1
その他	323	5	3
		・減損損失 325	
計	324	+ 12	2
法人税他			
法人税等	27	29	24
少数株主持分	1	1	1
計	26	30	25

2006/3期 通期営業外損益/特別損益

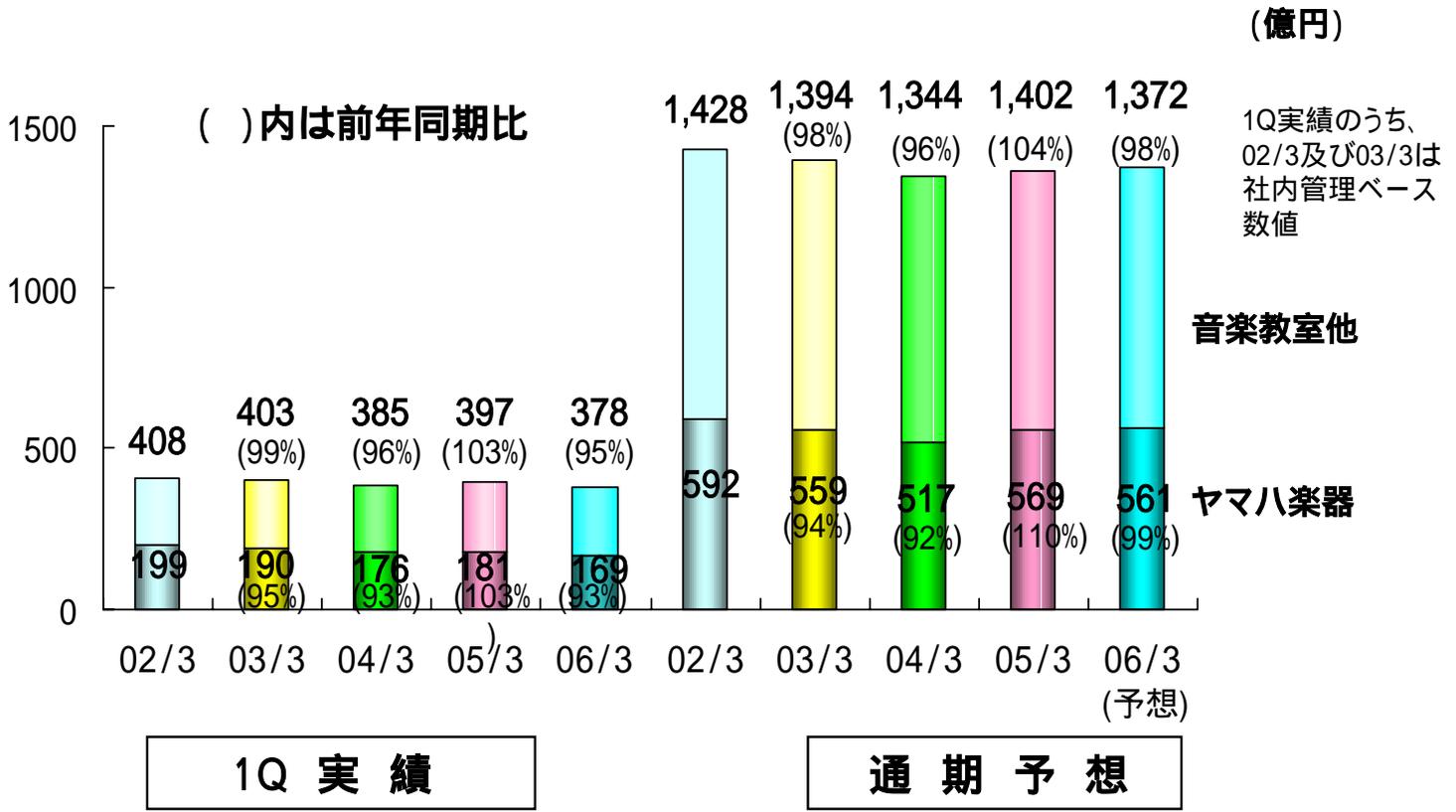


	04/3実績	05/3(実績)	06/3(予想)
(億円)			
営業外損益			
持分法利益	104	91	110
金融収支	10	3	6
その他	35	32	49
計	+ 59	+ 56	+55
特別損益			
固定資産処分損益	23	11	4
その他	12	67	6
		<ul style="list-style-type: none"> ・総報酬制移行過年度社会保険料 9 ・EC課徴金 3 	<ul style="list-style-type: none"> ・代行返上益 199 ・投資有価証券損益 65 ・減損損失 327
計	35	78	10
法人税他			
法人税等	35	134	121
少数株主持分	5	4	4
計	40	138	125

日本市場のヤマハ楽器販売状況

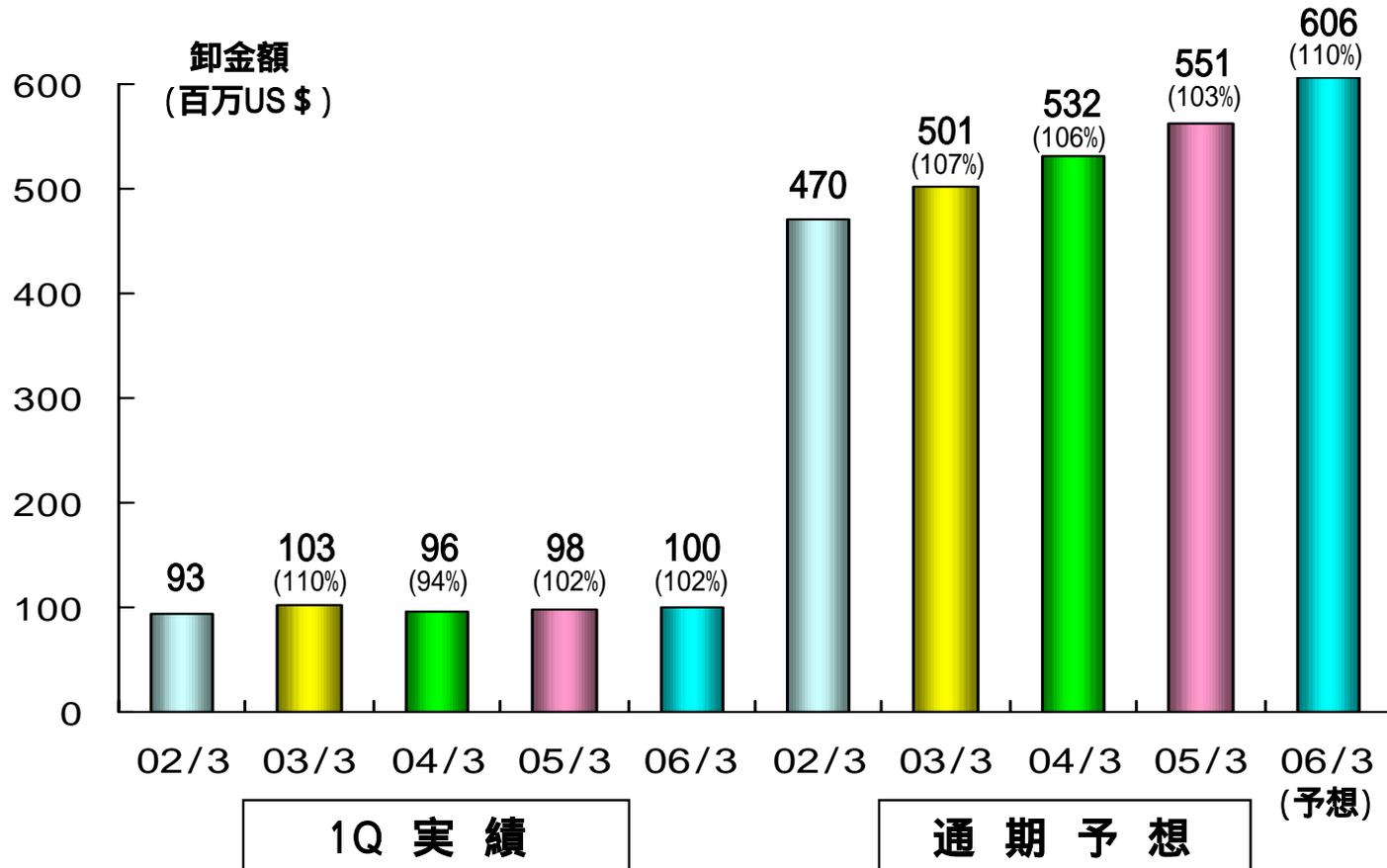


1Qは、エレクトーン「STAGEA」の出荷一巡し、対前年同期減収。
 春の音楽教室生徒募集で前年を2期連続で上回り、今後の販売につながることを期待。



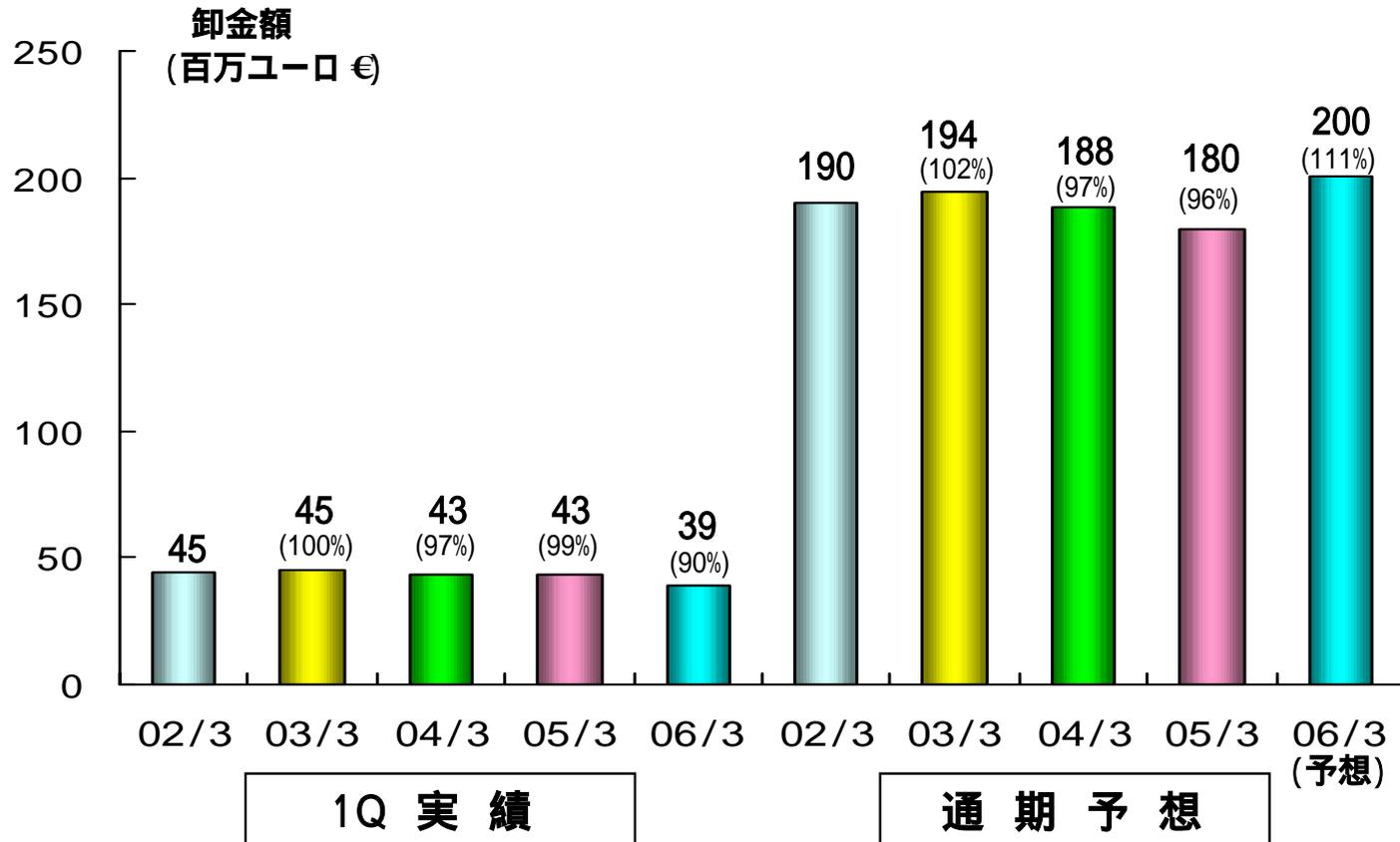
アメリカの楽器売上推移

1Q売上は小売は順調ながら前期末(4Q)の出荷増の影響で流通在庫が重く、計画割れとなったが、流通在庫調整が一巡してきており、2Q以降に挽回を期待。



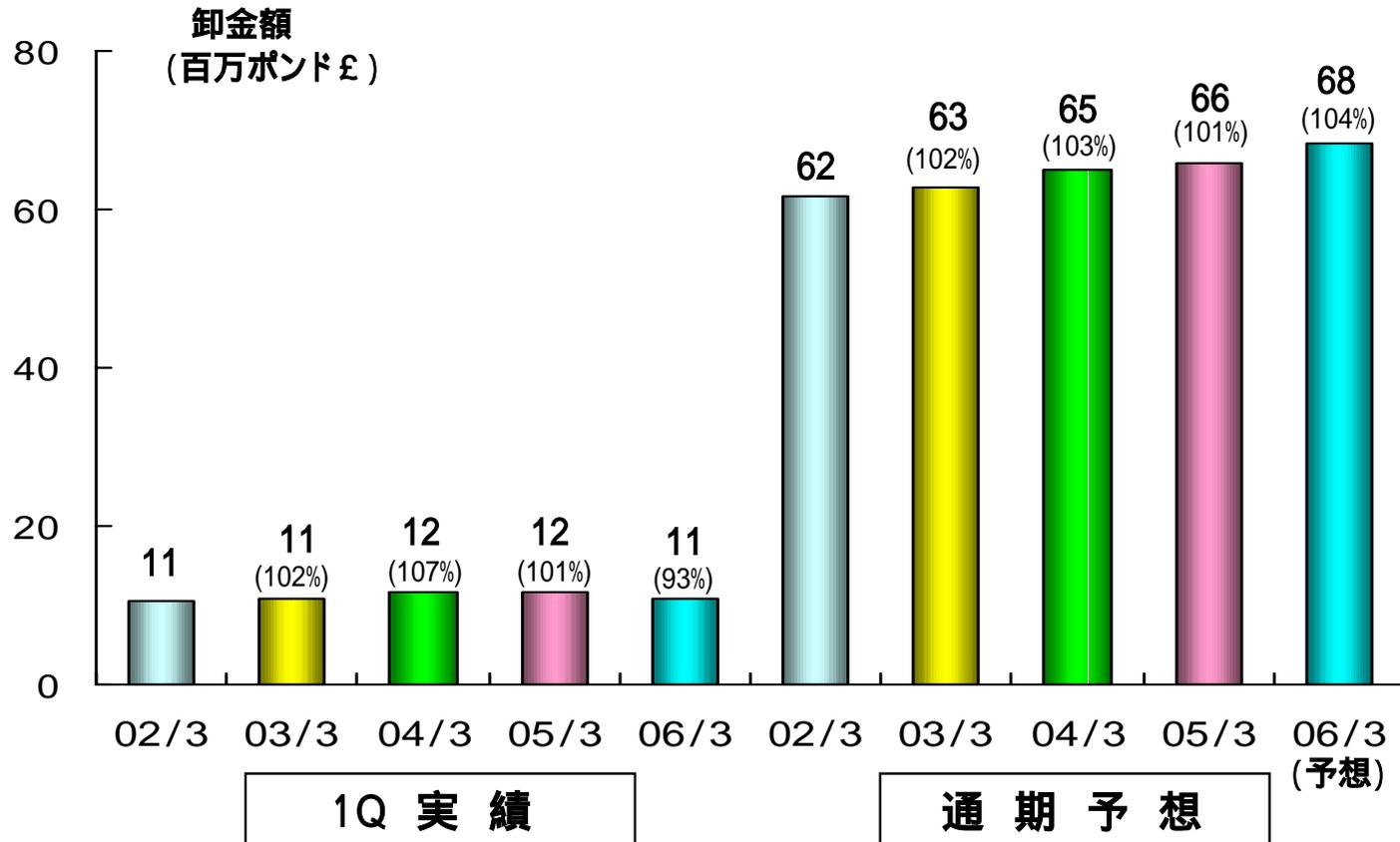
ドイツの楽器売上推移

小売が低迷しており相変わらず厳しい市況。今秋発売の電子楽器とPAの高機能モデルの市場導入で売上挽回を目指す。



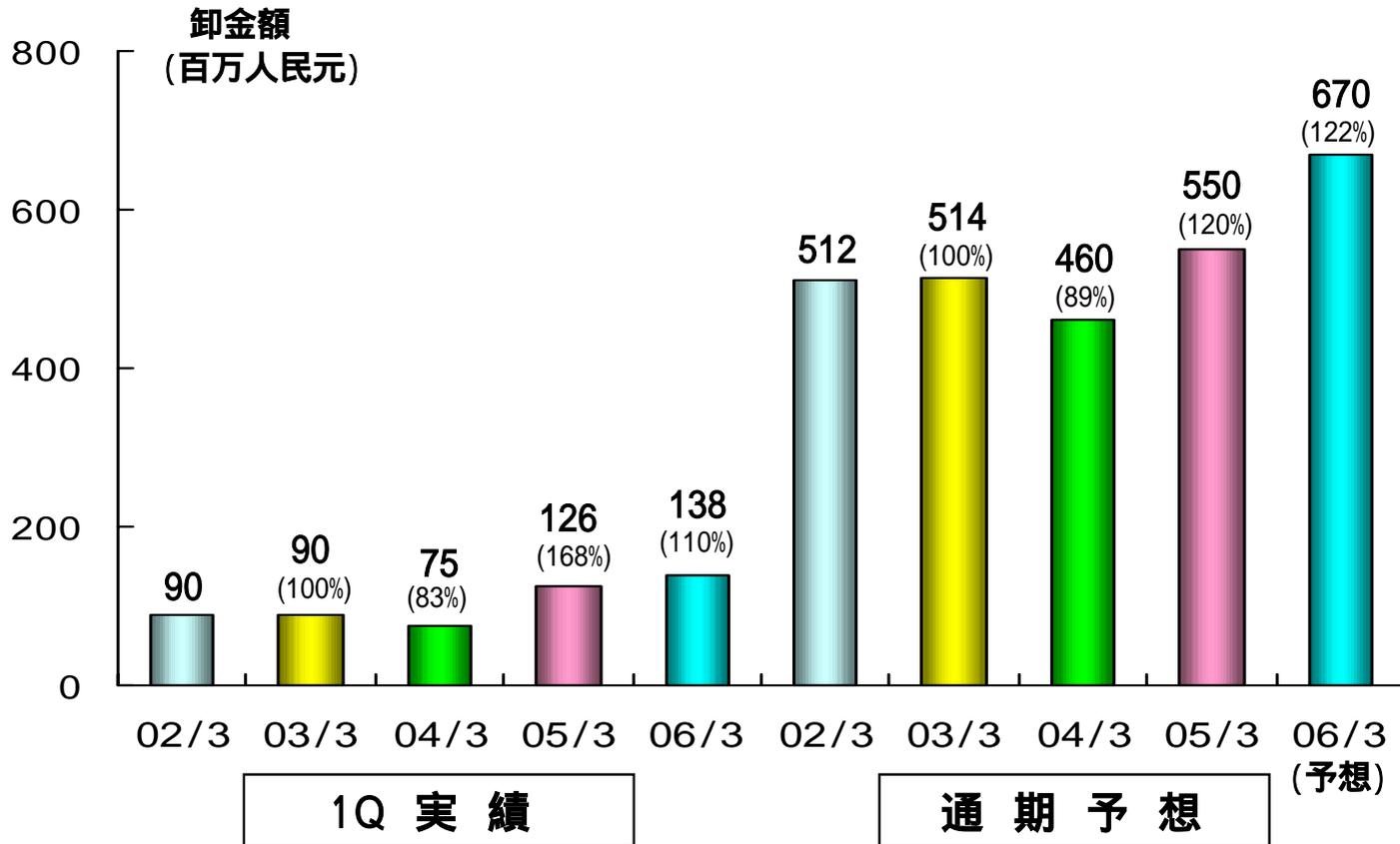
イギリスの楽器売上推移

楽器市況は全般的に低迷しているが、在庫が減少してきており電子ピアノの高付加価値モデルCLP01と管楽器の学校キャンペーンにより打開を目指す。



中国の楽器売上推移

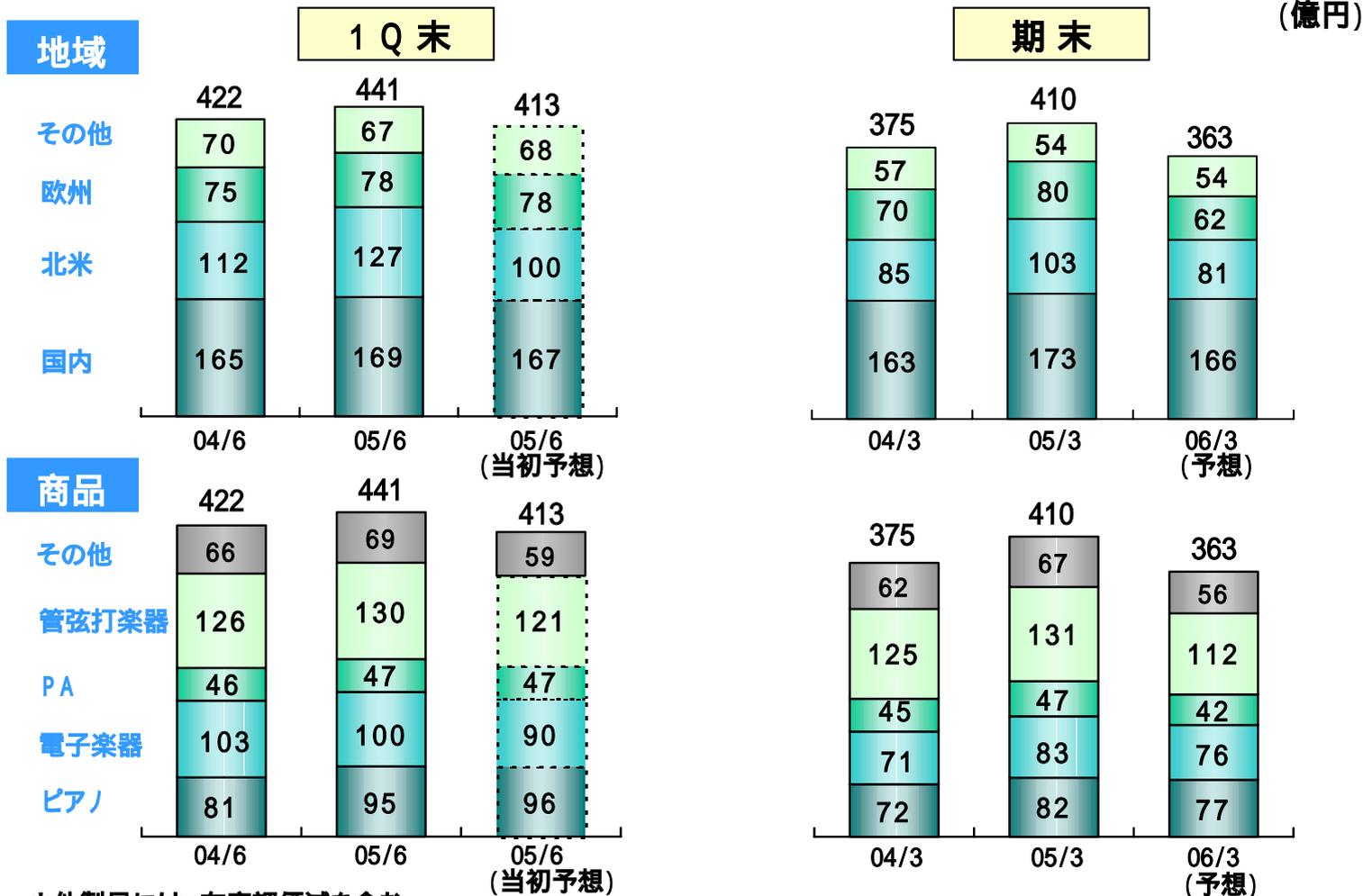
杭州製ピアノは生産量拡大に伴い販売も急増しており、販売網の整備も進む。
7月にヤマハ楽器技術培訓を上海に設立し、10月からのヤマハ音楽教室開講準備を開始。



楽器完成品在庫



➤1Q末在庫は対当初予想、前年同期とも増加。アメリカで在庫増。商品では、ピアノ、電子楽器在庫増



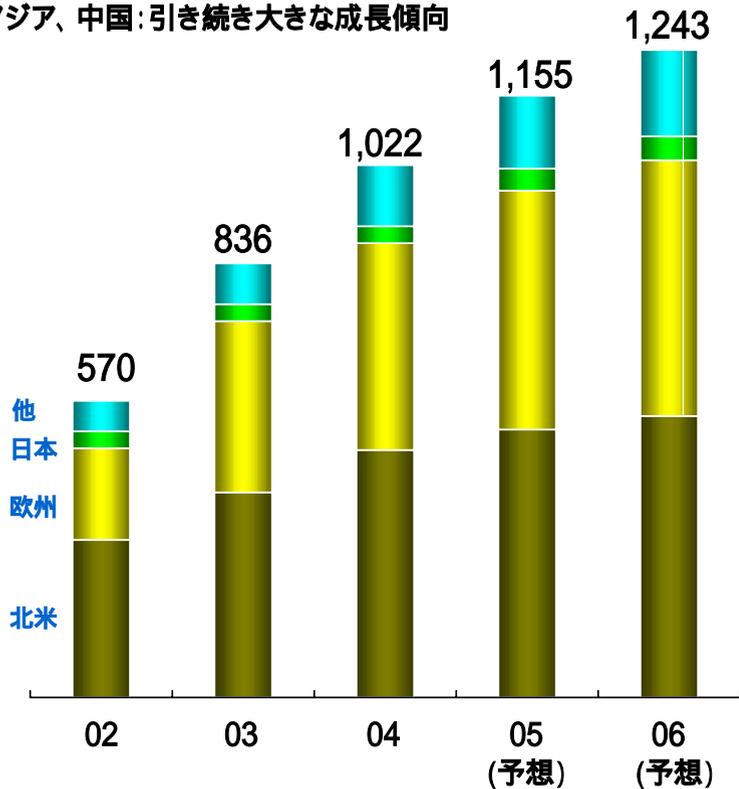
ホームシアター市場規模

(ホームシアターシステム + アンプ・レシーバー)



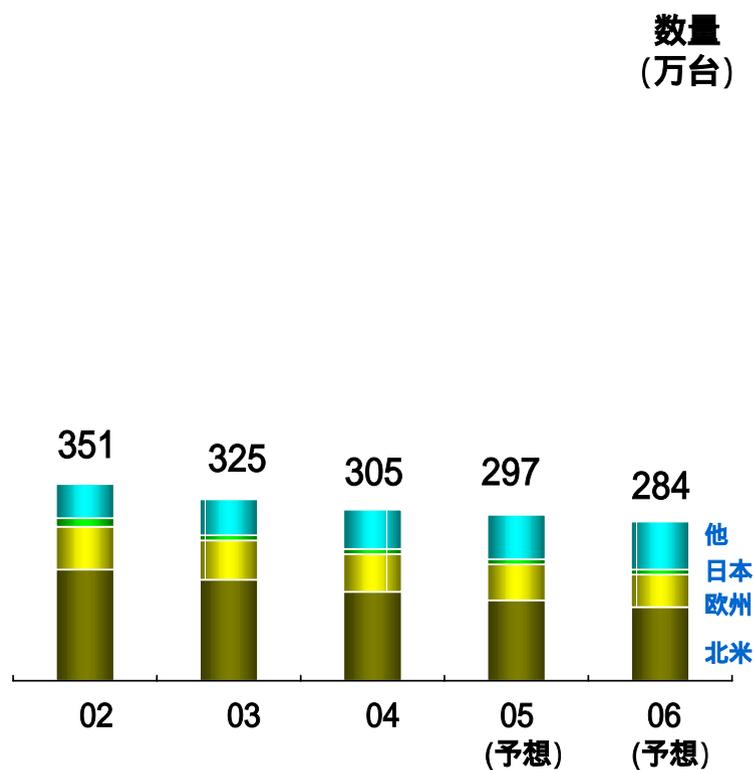
<ホームシアターシステム>

- ・市場は成長しているものの低価格化進行。2006年は台数ベースで8%の伸びを予想
- ・北米: HTiB、DVD内蔵型とも伸び率が鈍化。特にDVD内蔵型は2%程度の低成長
- ・欧州: 多様なDVD内蔵型(DVDミニコン)が増える傾向。低価格化で乱売傾向
- ・日本: 薄型テレビ大画面化の影響を受けホームシアター普及
- ・アジア、中国: 引き続き大きな成長傾向



<AVアンプ・レシーバー>

- ・世界市場は縮小傾向
- ・北米: 台数ベースで約10%の減少予測
- ・欧州: 市場は縮小傾向
- ・日本: 市場は前年比5%の減少
- ・アジア、中国: 市場拡大、AVレシーバー + スピーカーのパッケージ販売増加

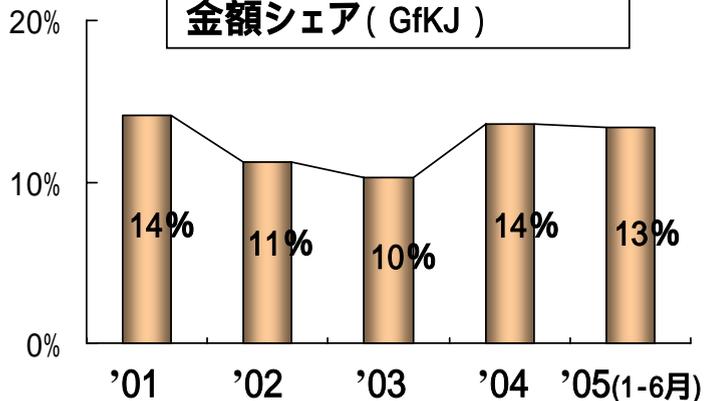


AV マーケットシェア

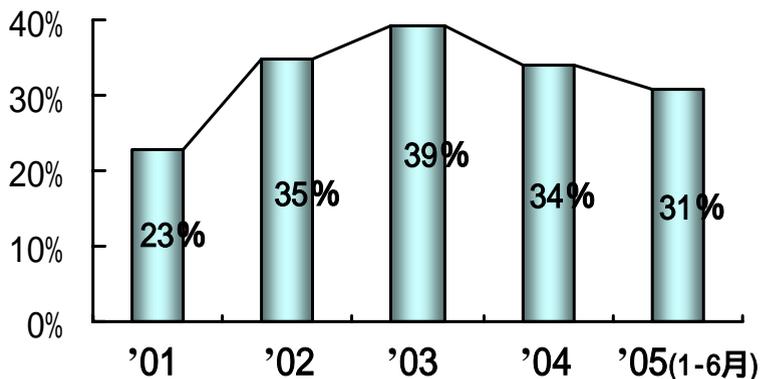


日本

ホームシアターシステム
金額シェア (GfKJ)

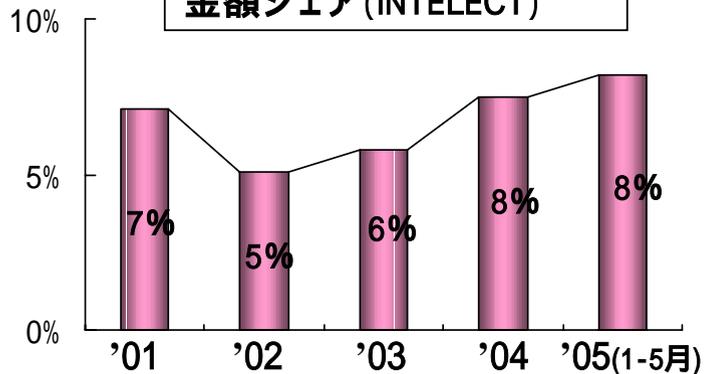


AVアンプ:金額シェア (GfKJ)

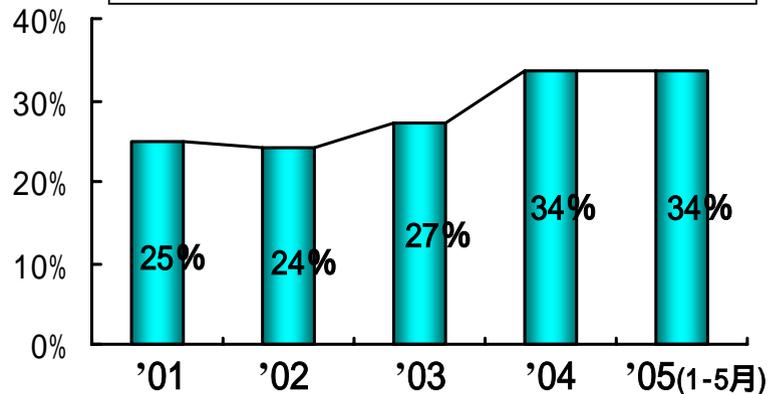


アメリカ

ホームシアターシステム
金額シェア (INTELECT)



AVレシーバー:金額シェア (INTELECT)



携帯電話用音源LSIの動向と施策

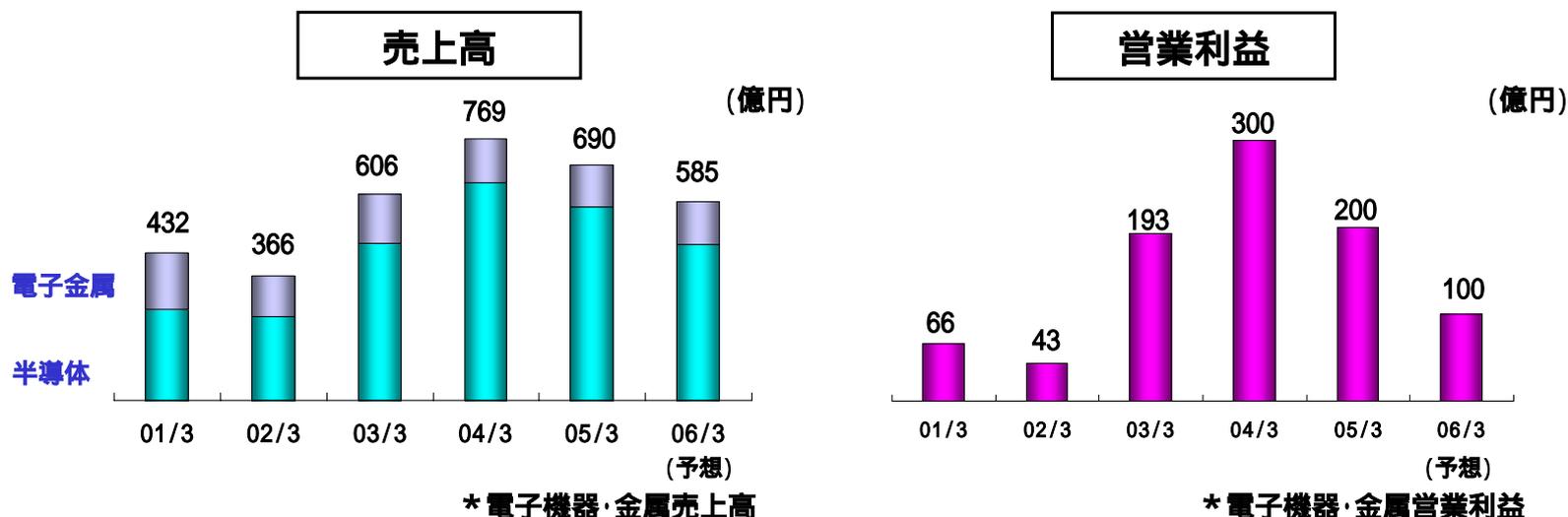


市場環境

- 2005年携帯電話市場は中国、インド、ブラジル等の新興市場が伸長し、前年比10%強の成長が見込まれるものの、音源LSIの拡大には繋がらない
- ・主要市場でのオーディオ機能重視へのシフトとソフト音源を許容する市場拡大
- ・携帯電話市場での競争激化に伴う部品メーカーへの価格引下げ圧力加速化
- ・音源LSI市場への新規参入による競争激化

重点施策

- 高機能化(128同時発音、3D効果、デジタルアンプ内蔵等)製品の継続投入と拡販
- オーディオデコーダー(MP3、AAC対応)内蔵商品拡販とアプリケーション提案
- 競合との価格競争に負けない商品の投入、拡販



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。