

RYOBI

2016年3月期
第2四半期
決算説明会

(証券アナリスト、機関投資家向け)

リョービ株式会社

2015年11月25日

1/34

当資料には、当社の計画・戦略・業績等の将来予想に関する情報が含まれています。

これらの記載は、現在入手可能な情報に基づいて当社が判断したものであり、これにはリスクおよび不確実な要素が含まれています。

当社の実際の行為、業績は、経済情勢、事業環境、需要動向、為替動向等により、将来予想とは大きく異なる可能性があります。

2/34

目次

I . 2016年3月期 上半期 連結業績概要

II . 2016年3月期 通期 連結業績予想

III . 事業別の状況

3/34

**I . 2016年3月期 上半期
連結業績概要**

4/34

業績の概要

増収・増益

売上高は6期連続の増収、利益は増益

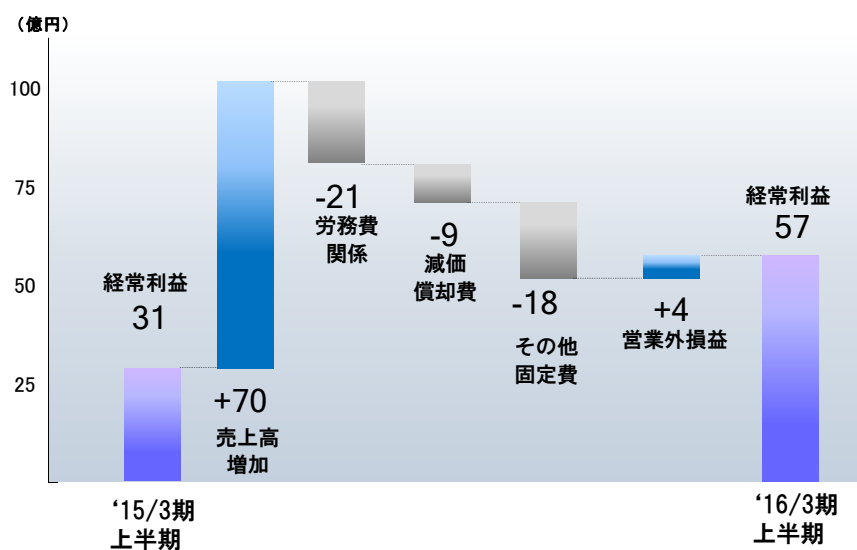
単位：億円

	'14/3期 上半期		'15/3期 上半期		'16/3期 上半期		前年同期比	
	(利益率%)	実績	(利益率%)	実績①	(利益率%)	実績②	②-①	増減率%
売上高		938		1,083		1,261	+178	<+16.4
営業利益	(4.0)	37	(3.3)	35	(4.6)	58	+22	<+62.5
経常利益	(3.8)	36	(2.9)	31	(4.5)	57	+26	<+82.9
親会社株主に帰属する 四半期純利益	(3.7)	35	(1.4)	15	(2.8)	35	+20	<+127.7

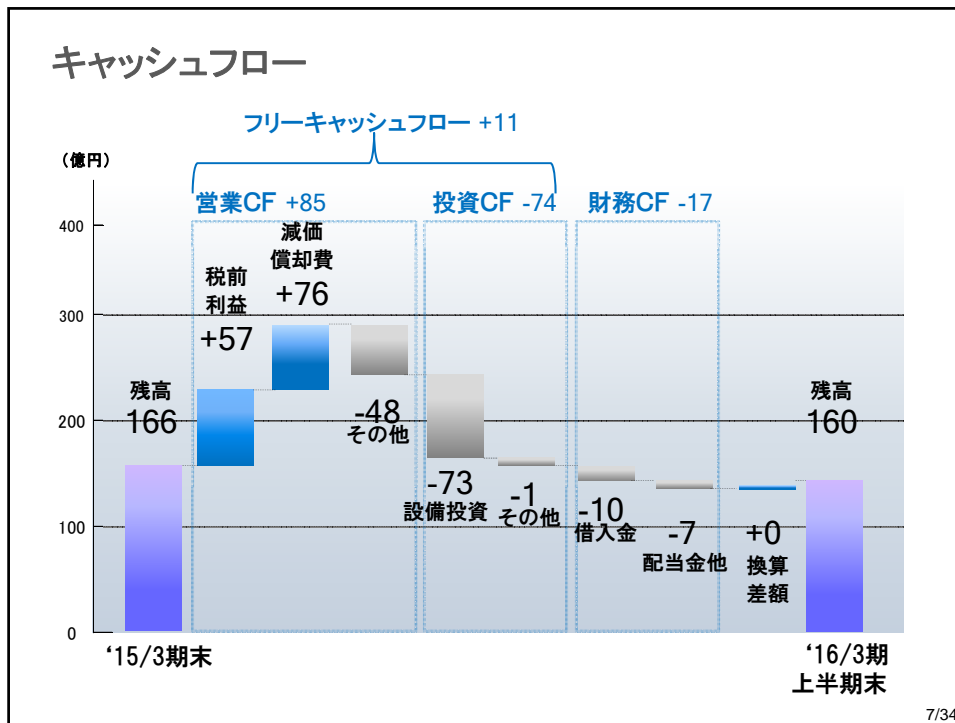
	'14/3期末		'15/3期末		'16/3期 上半期末		前期末比	
		実績		実績①		実績②	②-①	増減率%
総資産		2,450		2,679		2,714	+35	<+1.3
自己資本		916		1,018		1,051	+34	<+3.3
有利子負債		854		865		861	-4	<-0.5

5/34

経常利益増減要因



6/34



事業別の業績

単位: 億円

事業	'14/3期 上半期		'15/3期 上半期		'16/3期 上半期		前年同期比	
	(構成比率%)	実績	(構成比率%)	実績①	(構成比率%)	実績②	②-①	増減率%
売上高								
ダイカスト	(78.1)	732	(76.2)	825	(77.8)	982	+157	<+19.0
住建機器	(13.7)	129	(12.3)	133	(11.2)	141	+8	<+5.7
印刷機器	(8.2)	77	(11.4)	123	(10.9)	137	+14	<+11.4
営業利益	(利益率%)		(利益率%)		(利益率%)			
ダイカスト	(4.1)	30	(2.9)	24	(4.7)	46	+23	<+95.3
住建機器	(6.0)	8	(4.7)	6	(3.0)	4	-2	<-33.6
印刷機器	(-0.5)	-0	(4.2)	5	(5.0)	7	+2	<+32.7

8/34

事業別営業利益の増減要因 (前期比)

ダイカスト事業 (+23億円)

国内の受注が堅調だったことに加えて、北米、英国、中国、タイの拠点でいずれも増収。利益については、増収による増益に加え、生産性の向上や経費等の削減により増益。

住建機器事業 (-2億円)

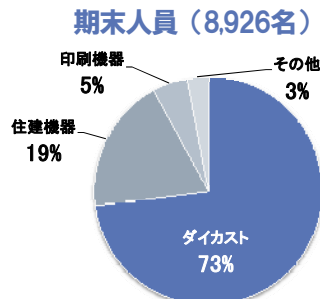
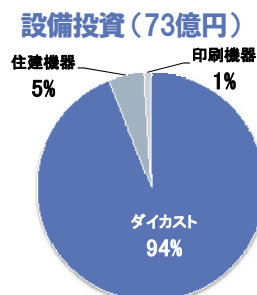
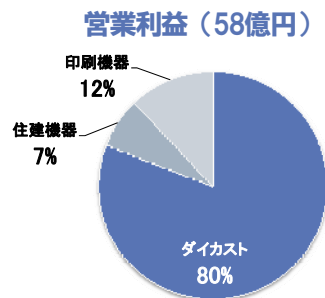
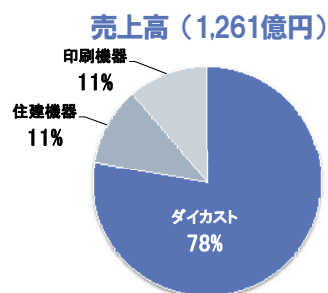
国内、海外ともに増加となり売上高は増加。一方、人民元高の影響など売上高原価率の上昇などから減益。

印刷機器事業 (+2億円)

円安による輸出環境の改善に伴い、欧米やアジア向けの輸出の増加で増収。利益については、原価低減や経費削減の効果などにより増益。

9/34

事業別構成比 ('16/3期 上半期)



10/34

Ⅱ. 2016年3月期 通期 連結業績予想

11/34

業績予想

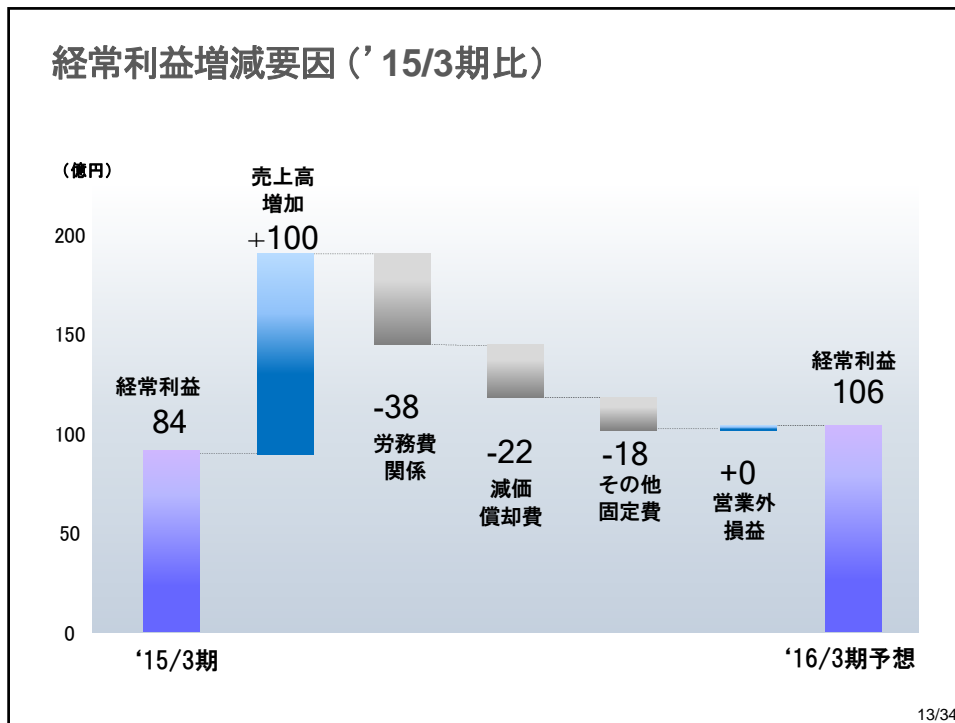
増収・増益

- ・売上高は6期連続の増収（過去最高額）
- ・営業利益、経常利益、当期純利益とも増益

単位：億円

	'14/3期		'15/3期		'16/3期		前期比	
	(利益率%)	実績	(利益率%)	実績①	(利益率%)	予想②	②-①	増減率%
売上高		1,997		2,272		2,530	+258	<+11.4>
営業利益	(3.8)	77	(4.0)	91	(4.5)	113	+22	<+23.9>
経常利益	(3.6)	73	(3.7)	84	(4.2)	106	+22	<+26.2>
親会社株主に帰属 する当期純利益	(2.1)	41	(1.7)	38	(2.5)	62	+24	<+62.8>

12/34

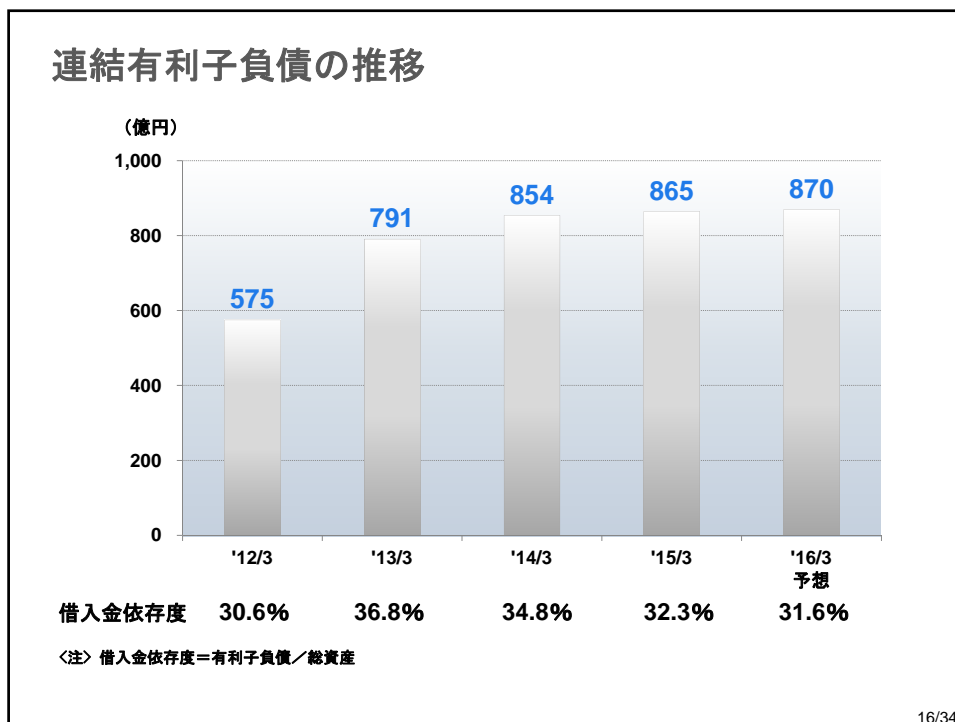
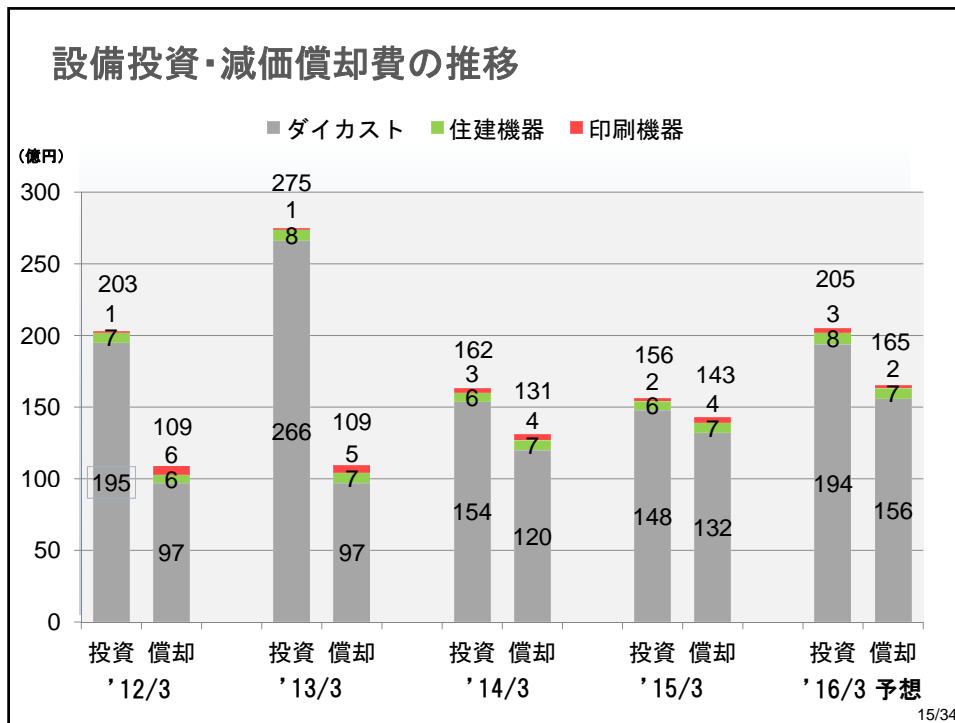


為替レート

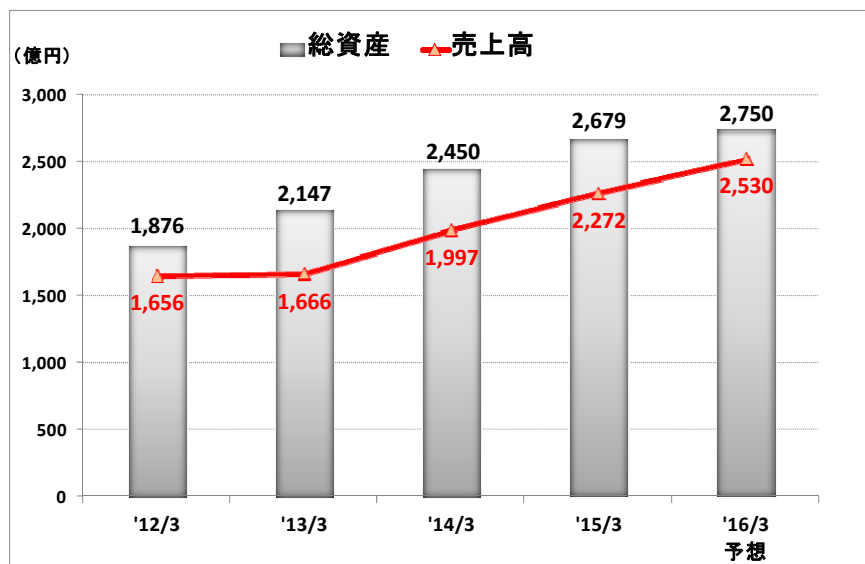
	'15/3期	輸出入レート ※換算レート	'16/3期 下半期想定レート
US \$	110円		120円 (+60百万円)
	106円		
Stg £	177円		185円 (+5百万円)
	174円		
CNY	17.7円		20.0円 (-50百万円)
	17.1円		

()内は1%円安に変動した場合の年間の営業利益影響額。
※海外子会社財務諸表換算レート

14/34



売上高・総資産の推移



17/34

Ⅲ. 事業別の状況

18/34

通期業績予想におけるポイント

■ダイカスト事業

- ・ 国内は堅調。
- ・ 海外は北米を中心に堅調。中国は下半期以降受注減。

■住建機器事業

- ・ 人民元高等の影響があるものの、コスト削減等により収益性改善。

■印刷機器事業

- ・ 国内は厳しい。
- ・ 海外(輸出)は北米向けなどが好調。

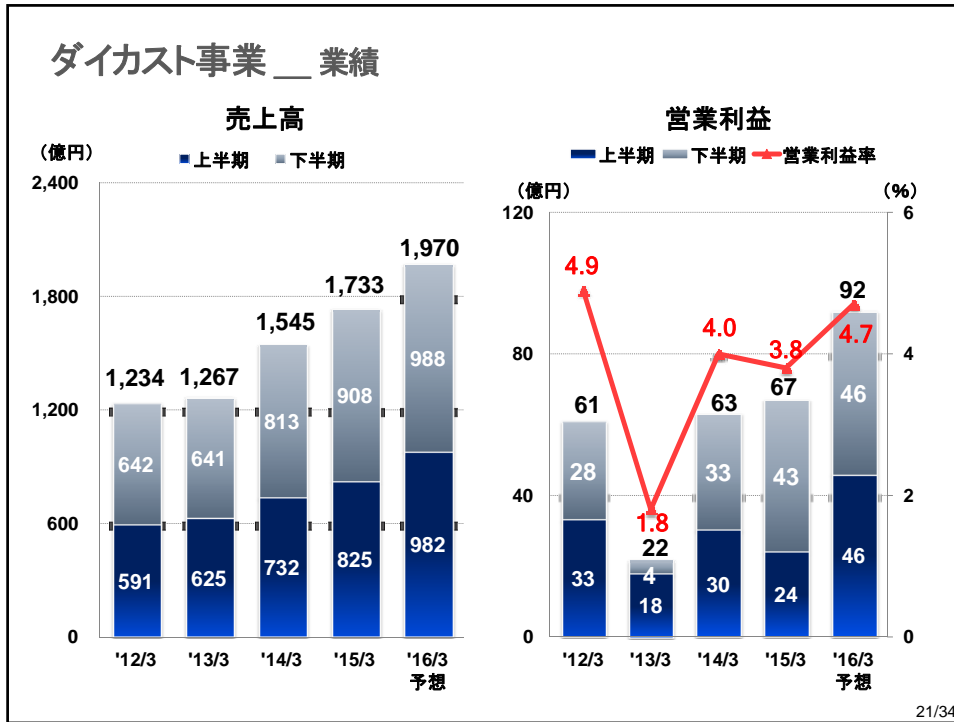
19/34

事業別の業績予想

単位:億円

	'14/3期		'15/3期		'16/3期		前期比	
	(構成比率%) 実績		(構成比率%) 実績①		(構成比率%) 予想②		②-①	増減率%
売上高								
ダイカスト	(77.4)	1,545	(76.3)	1,733	(77.9)	1,970	+237	<+13.7>
住建機器	(13.0)	260	(11.5)	262	(10.7)	270	+8	<+2.9>
印刷機器	(9.5)	190	(12.1)	274	(11.4)	290	+16	<+5.9>
営業利益	(利益率%)		(利益率%)		(利益率%)			
ダイカスト	(4.0)	63	(3.8)	67	(4.7)	92	+25	<+37.9>
住建機器	(4.3)	11	(3.1)	8	(1.1)	3	-5	<-63.1>
印刷機器	(1.6)	3	(5.9)	16	(6.2)	18	+2	<+10.7>

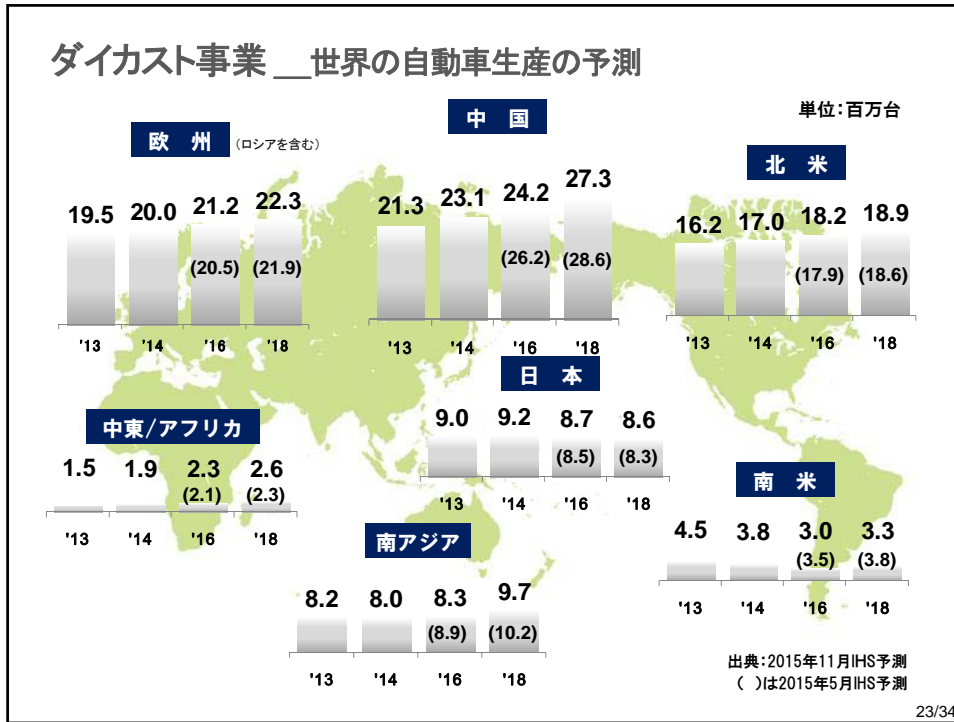
20/34



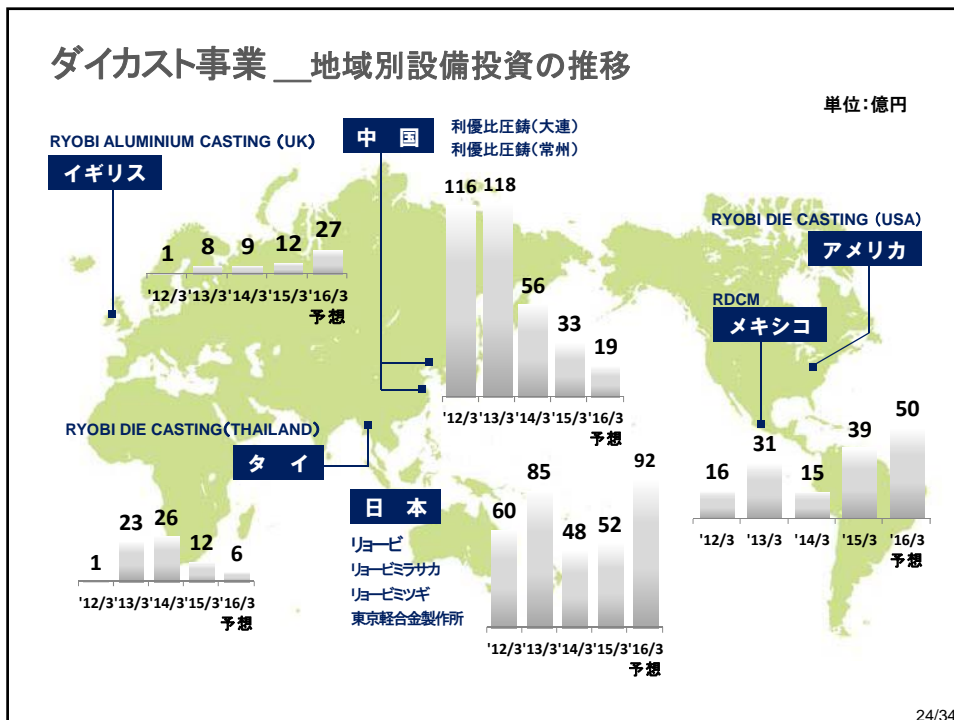
ダイカスト事業 __ 方向性

方向性	有望市場への資源配分と収益性改善により 営業キャッシュフローの増大に貢献する。
戦略	<ul style="list-style-type: none"> • 営業力の強化 (営業企画力、営業課題の取組み強化) • 技術開発力の強化、生産性の向上 • 経営資源の有効活用 (生産設備の有効活用、海外を含めたグループ マネジメント力の向上)

22/34



23/34



24/34

ダイカスト事業 __ 地域別事業展開の方向性

		'13/3期	'14/3期	'15/3期	'16/3期	'17/3期
日本	・技術開発拠点 ・金型製作の中心拠点 ・海外サポート拠点	新金型工場完成	4月 量産開始。生産能力が2倍に			
北米	・米州での製造拠点 売上高の拡大と収益性の向上。	アメリカ		新規品受注を拡大		
		メキシコ	生産設備増強	増強設備の量産開始		
欧州	・欧州での製造拠点 新規品の確実な立ち上げ。 収益性の向上。	英国		新規品受注による増産		
中国	・中国での製造拠点 増産対応の強化。 新規品の確実な立ち上げ。 収益性の向上。	大連	第2工場完成 10月 量産開始	生産が本格化		
		常州	工場完成 11月 量産開始	生産が本格化		
	上海	販売子会社 情報収集とマーケティング		販売子会社設立、営業力の強化		
東南アジア	・東南アジアでの製造拠点 新規品の確実な立ち上げ。	タイ	工場完成 6月 量産開始	生産が本格化		

25/34

ダイカスト事業 __ お得意先の取引状況

= 売上高順位と地域別納入実績 =

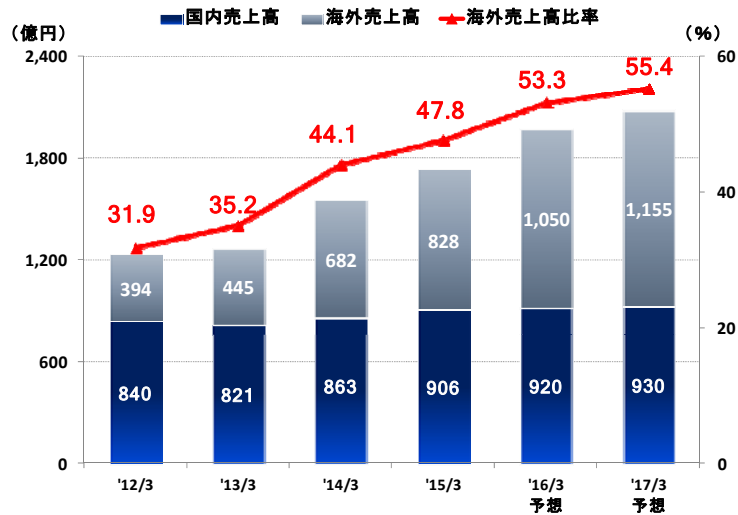
2016年3月期 上半期実績

順位	お得意先	日本	北米	欧州	中国	東南アジア	その他
1	ゼネラル・モーターズ	/	✓	✓	✓		
2	フォードモーター	/	✓	✓			
3	富士重工業	✓		/	/	/	/
4	フォルクスワーゲン	/		✓	✓	/	/
5	ジャトコ	✓	✓	/	✓	✓	/
6	三菱自動車工業	✓			✓	✓	/
7	スズキ	✓				✓	/
8	現代自動車	/	✓			/	/
9	本田技研工業	✓	✓		✓	✓	
10	トヨタ自動車	✓	✓				

(注) お得意先の車両組立て工場が存在する地域で、ダイカスト製品の納入実績がある地域に✓点を付けている。
(当社拠点からの直接・間接輸出入を除く)

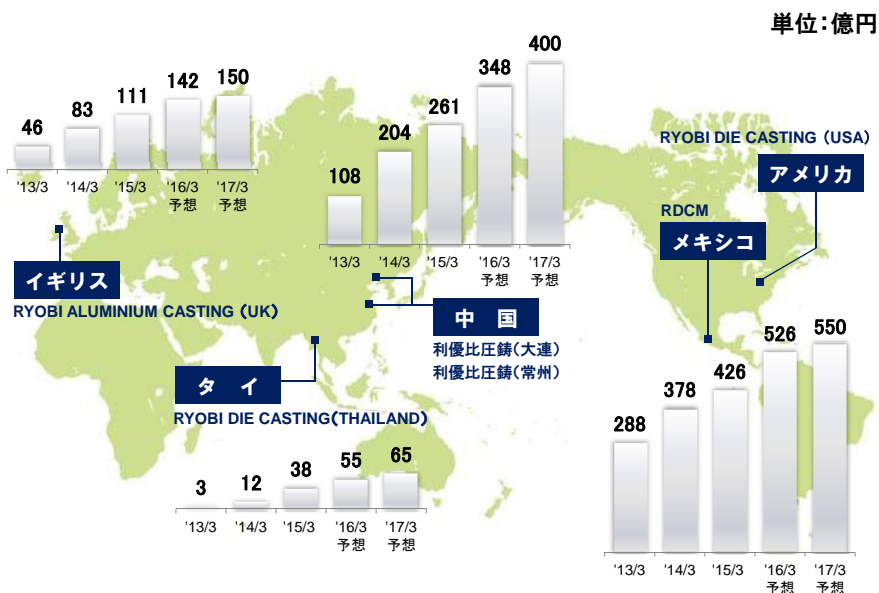
26/34

ダイカスト事業 __ 国内・海外売上高の推移

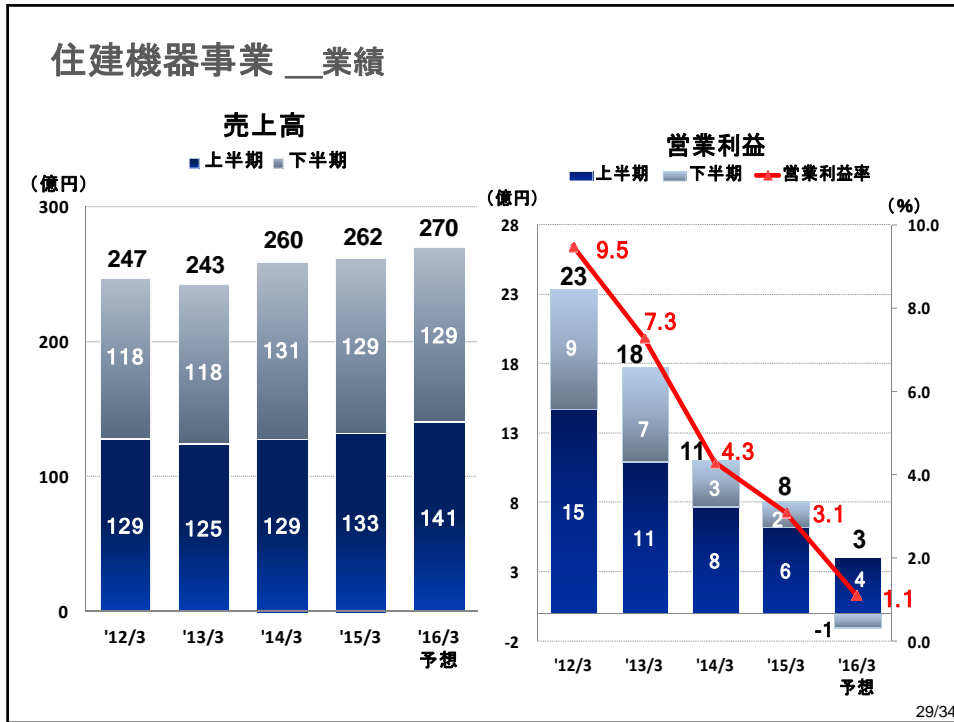


27/34

ダイカスト事業 __ 海外地域別売上高の推移



28/34



住建機器事業 __方向性

パワーツール

方向性	ユーザー（顧客）の期待を超える商品およびサービスを提供することにより、市場の信頼を築く。
戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・為替（人民元高）への対応 ・販売力の強化 ・商品力の強化 （商品企画力、商品開発力、技術開発力） ・製造力の強化 （品質向上、コスト低減・為替対策）

30/34

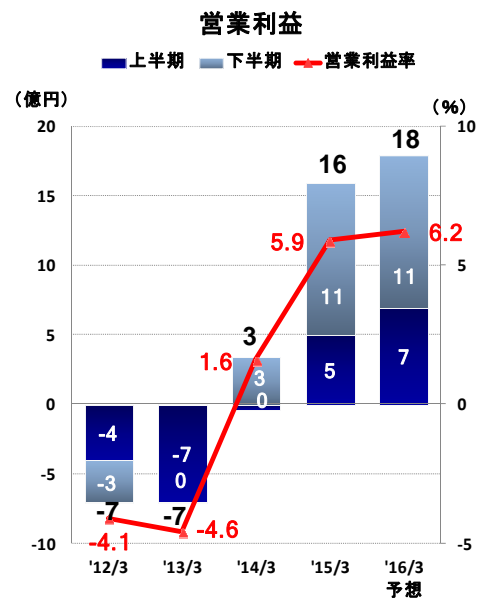
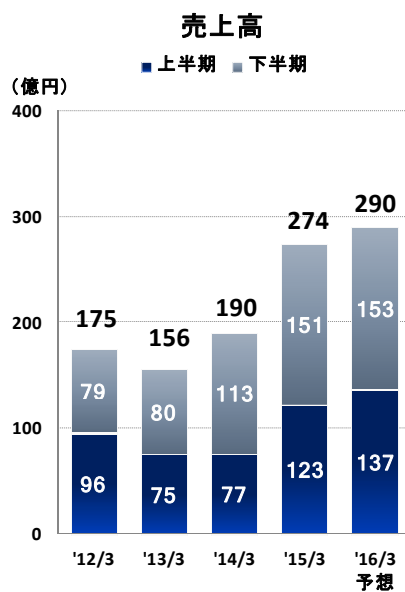
住建機器事業__方向性

建築用品

方向性	市場ニーズに沿った商品およびサービスを提供し、顧客満足度の向上を推進する。
戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・為替(人民元高)への対応 ・高付加価値商品の開発・提供 ・生産性、サービスの向上 (物流の改善等)

31/34

印刷機器事業__業績



32/34

印刷機器事業__方向性

方向性	各機能(開発、販売、サービス、製造)の統合効果をさらに発展させる。
戦略	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発力の強化 ・販売力、サービス力の強化 ・製造力の強化(生産効率の向上)

33/34

印刷機器事業__方向性

- ・新会社の呼称を明確にし、シンボルマークとコーポレートメッセージを制定



ともに、世界へ彩りを。

呼称：**RMGT(アールエムジーティー)**
RYOBI MHI Graphic Technology Ltd.の頭文字

- ・印刷機のデザインをそれぞれの良さを合わせ持った新しいデザイン・カラーに統一



統合による効果をいっそう高めていく

34/34