

**RYOBI**

2016年3月期  
**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

2016年5月26日

1/32

目次

**I. 2016年3月期 連結業績概要**

**II. 2017年3月期 連結業績予想**

**III. 事業別の状況**

2/32

## I. 2016年3月期 連結業績概要

3/32

### 業績の概要

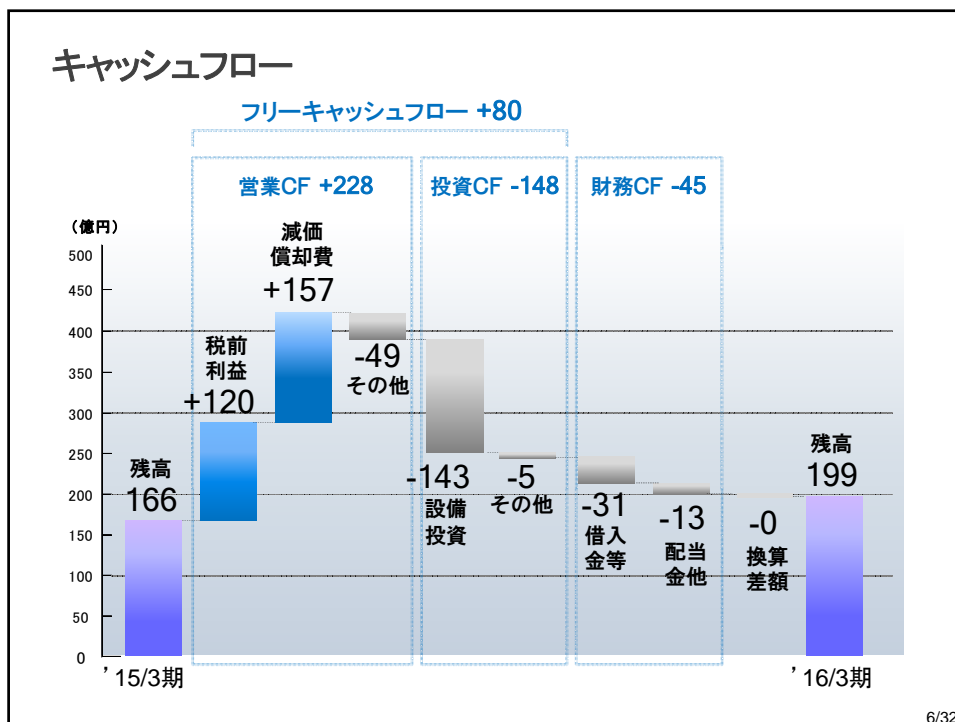
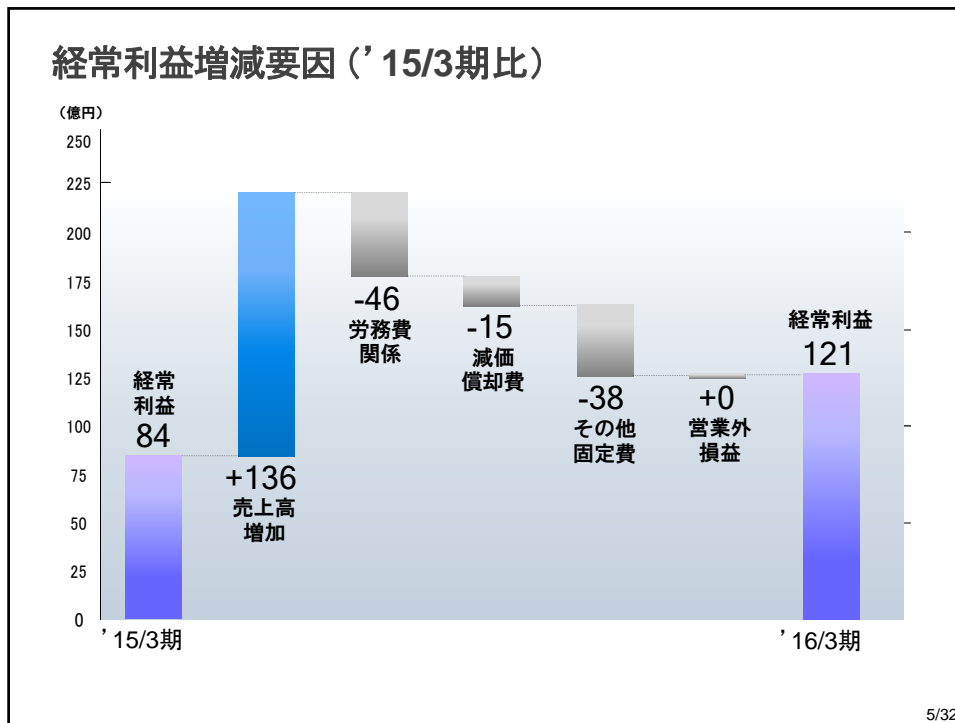
#### 増収・増益

・売上高は過去最高

(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%)	実績②	②-①	増減率%
売上高		1,997		2,272		2,545	+273	<+12.0>
営業利益	(3.8)	77	(4.0)	91	(5.0)	128	+37	<+40.7>
経常利益	(3.6)	73	(3.7)	84	(4.8)	121	+37	<+44.5>
当期純利益※	(2.1)	41	(1.7)	38	(3.7)	93	+55	<+144.3>
※親会社株主に帰属する当期純利益								
	'14/3期末		'15/3期末		'16/3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		2,652	-27	<-1.0>
自己資本		916		1,018		1,036	+18	<+1.8>
有利子負債		854		865		819	-46	<-5.3>

4/32



## 事業別の業績

(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%)	実績②	②-①	増減率%
<b>売上高</b>								
ダイカスト	(77.4)	1,545	(76.3)	1,733	(78.1)	1,988	+255	<+14.7>
住建機器	(13.0)	260	(11.5)	262	(10.6)	271	+8	<+3.2>
印刷機器	(9.5)	190	(12.1)	274	(11.2)	284	+10	<+3.7>
<b>営業利益</b>	(利益率%)		(利益率%)		(利益率%)			
ダイカスト	(4.0)	63	(3.8)	67	(5.3)	105	+39	<+57.9>
住建機器	(4.3)	11	(3.1)	8	(1.6)	4	-4	<-47.0>
印刷機器	(1.6)	3	(5.9)	16	(6.5)	18	+2	<+13.7>

7/32

## 事業別営業利益の増減の要因 (前期比)

## ■ダイカスト事業 (+39億円)

国内の受注が堅調に推移した事に加えて、いずれの海外拠点も増収。生産性向上、経費削減などもあり、増収、増益。

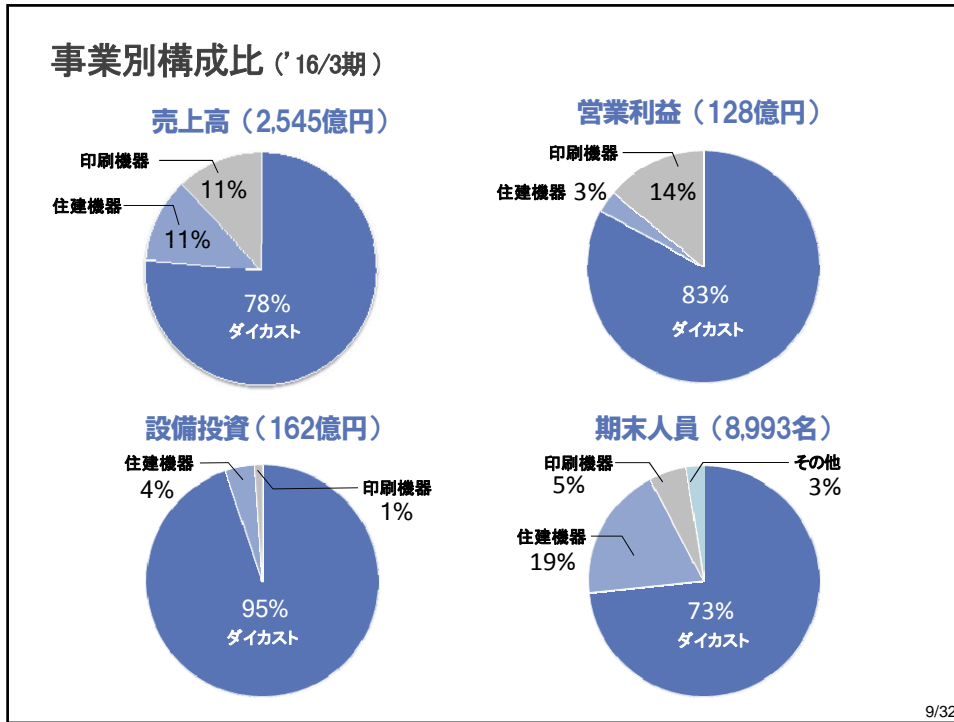
## ■住建機器事業 (-4億円)

売上高は国内、海外ともに増加したが、利益は元高による売上高原価率の上昇などから減益。

## ■印刷機器事業 (+2億円)

北米や欧州向けの大型印刷機やLED-UV機などの販売増により増収。生産性向上などにより増益。

8/32



**Ⅱ. 2017年3月期 連結業績予想**

10/32

### 業績予想

#### 減収・減益

- ・売上高は7期ぶりの減収
- ・営業利益、経常利益は4期ぶりの減益

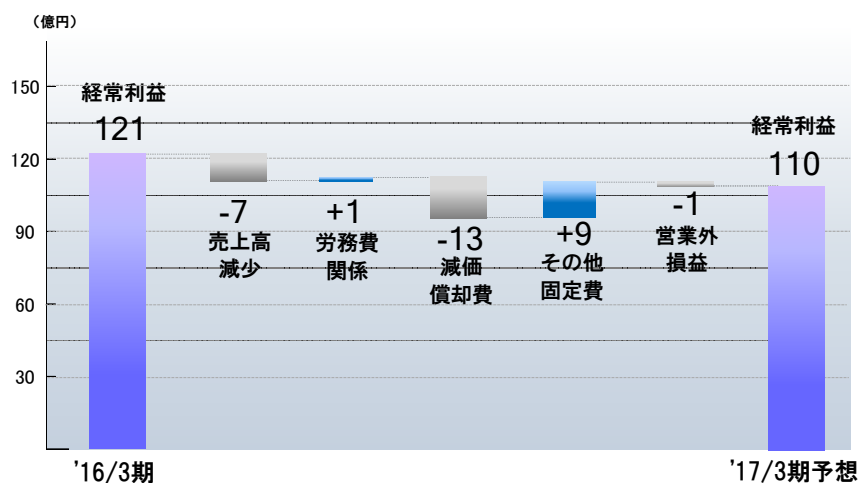
(単位:億円)

	'15/3期		'16/3期		'17/3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		2,272		2,545		2,450	-95	<-3.7>
営業利益	(4.0)	91	(5.0)	128	(4.8)	118	-10	<-8.0>
経常利益	(3.7)	84	(4.8)	121	(4.5)	110	-11	<-9.3>
当期純利益*	(1.7)	38	(3.7)	93	(2.7)	66	-27	<-29.1>

\*親会社株主に帰属する当期純利益

11/32

### 経常利益増減要因 ('16/3期比)



12/32

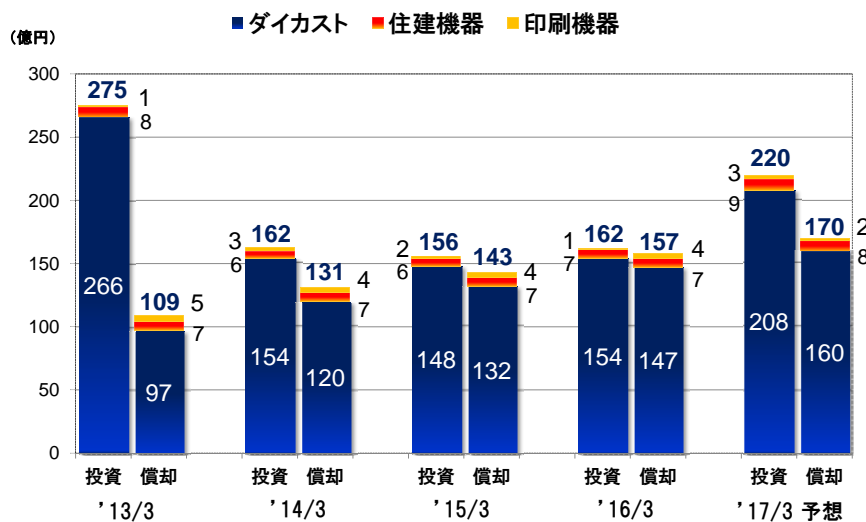
為替レート

	'16/3期	輸出入レート ※換算レート	'17/3期 想定レート
US \$	121円		110円 (+60百万円)
	121円		
Stg £	182円		160円 (+5百万円)
	185円		
CNY	19.0円		18.0円 (-50百万円)
	19.4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

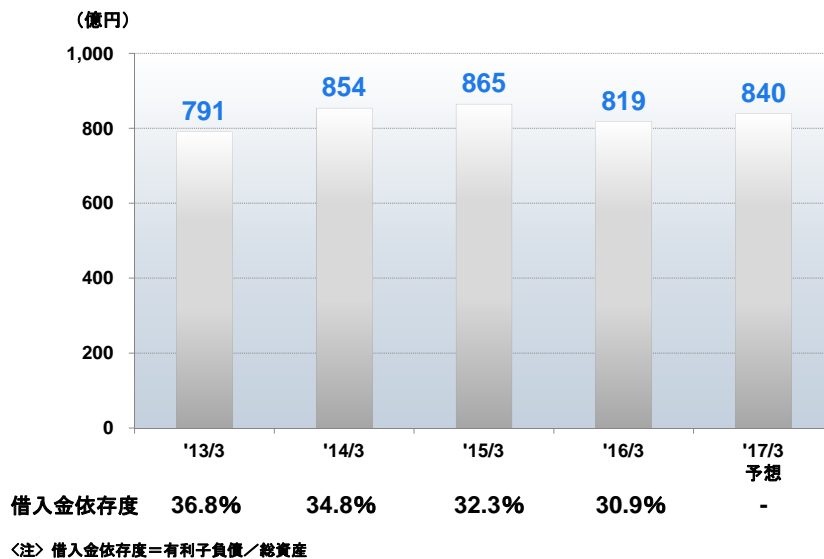
13/32

設備投資・減価償却費の推移



14/32

### 連結有利子負債の推移



15/32

## Ⅲ. 事業別の状況

16/32



## 通期業績予想におけるポイント

### ■ダイカスト事業

- ・国内の減少と為替換算の影響で減収。
- ・海外は為替換算の影響を除けば増収。

### ■住建機器事業

- ・売上高は横ばい。
- ・人民元安によるコスト減で増益を見込む。

### ■印刷機器事業

- ・国内は厳しい販売環境が継続。
- ・海外（輸出）は、欧米向けは増加、中国向けは環境悪化で減少の見込み。

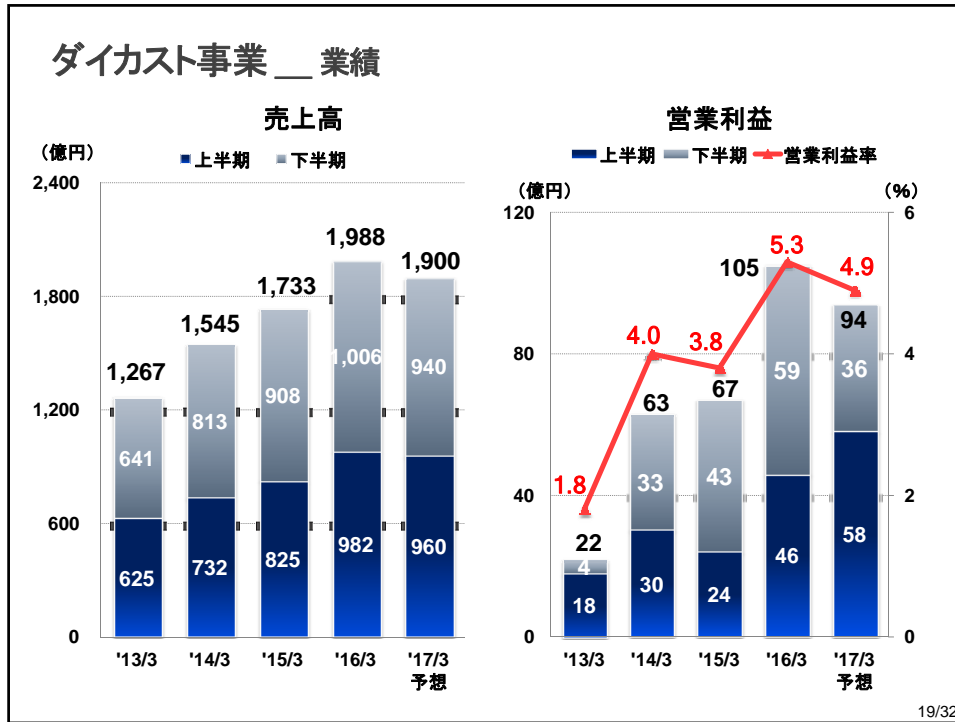
17/32

## 事業別の業績予想

単位：億円

	'15/3期 (構成比率%) 実績	'16/3期 (構成比率%) 実績①	'17/3期 (構成比率%) 予想②	前期比 ②-① <増減率%>
<b>売上高</b>				
ダイカスト	(76.3) 1,733	(78.1) 1,988	(77.6) 1,900	-88 <-4.4>
住建機器	(11.5) 262	(10.6) 271	(11.0) 270	-1 <-0.3>
印刷機器	(12.1) 274	(11.2) 284	(11.4) 280	-4 <-1.3>
<b>営業利益</b>	(利益率%)	(利益率%)	(利益率%)	
ダイカスト	(3.8) 67	(5.3) 105	(4.9) 94	-11 <-10.8>
住建機器	(3.1) 8	(1.6) 4	(3.7) 10	+6 <+132.3>
印刷機器	(5.9) 16	(6.5) 18	(5.0) 14	-4 <-24.3>

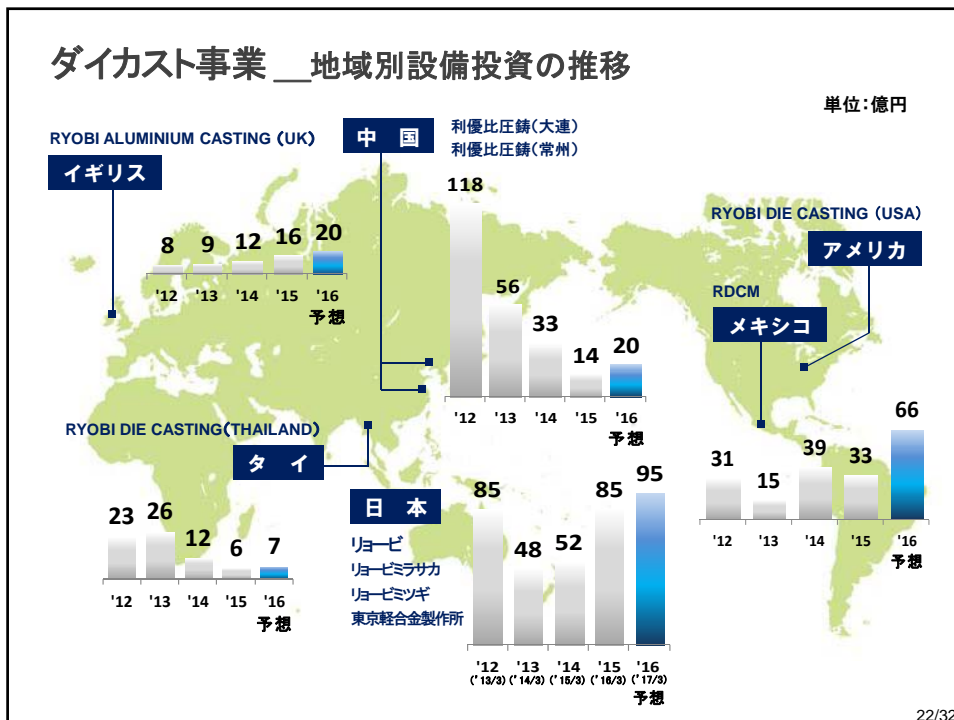
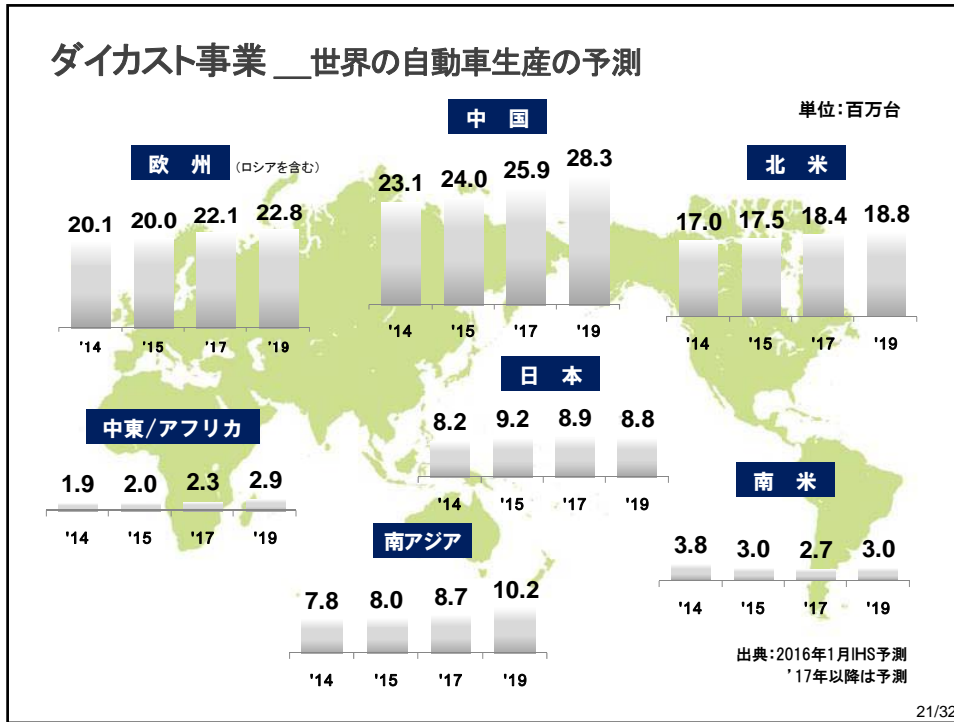
18/32



### ダイカスト事業 \_\_ 方向性

<b>方向性</b>	<b>グローバルサプライヤーとしての総合力強化</b>
<b>戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・<b>営業力(提案力)の強化</b> (営業企画力、営業課題の取り組み強化)</li> <li>・<b>グローバル生産体制の強化</b> (金型供給力の強化、海外拠点に対する技術サポート等)</li> <li>・<b>経営資源の有効活用</b> (グローバルでのマネジメント力向上、自動化の推進等)</li> </ul>

20/32



### 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	'18/3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			生産設備増強	
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。				受注拡大による増産		
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。	大連	第2工場完成 10月 量産開始		受注拡大による増産		
		常州	工場完成 11月 量産開始		受注拡大による増産		
		上海			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		

23/32

### ダイカスト事業 \_\_ お得意先の取引状況

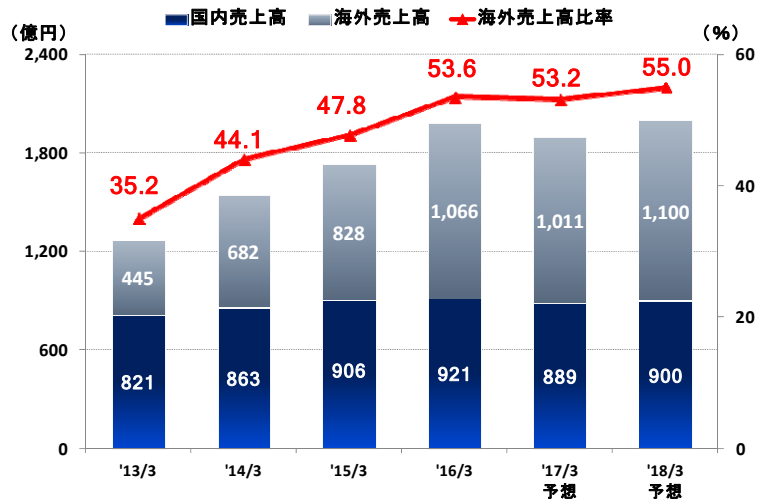
#### 売上高順位('16/3期)と地域別納入実績

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	富士重工業	✓		/	/	/	/
3	フォードモーター	/	✓	✓			
4	フォルクスワーゲン	/		✓	✓	/	/
5	ジャトコ	✓	✓	/	✓	✓	/
6	三菱自動車工業	✓			✓	✓	/
7	現代自動車	/	✓			/	/
8	スズキ	✓				✓	
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・間接輸出分を除く)

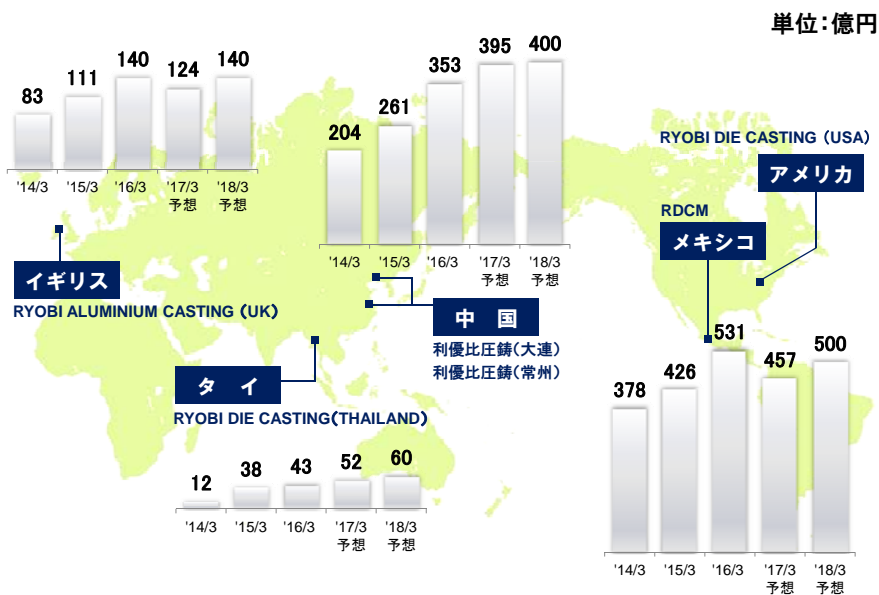
24/32

### ダイカスト事業 \_\_ 国内・海外売上高の推移

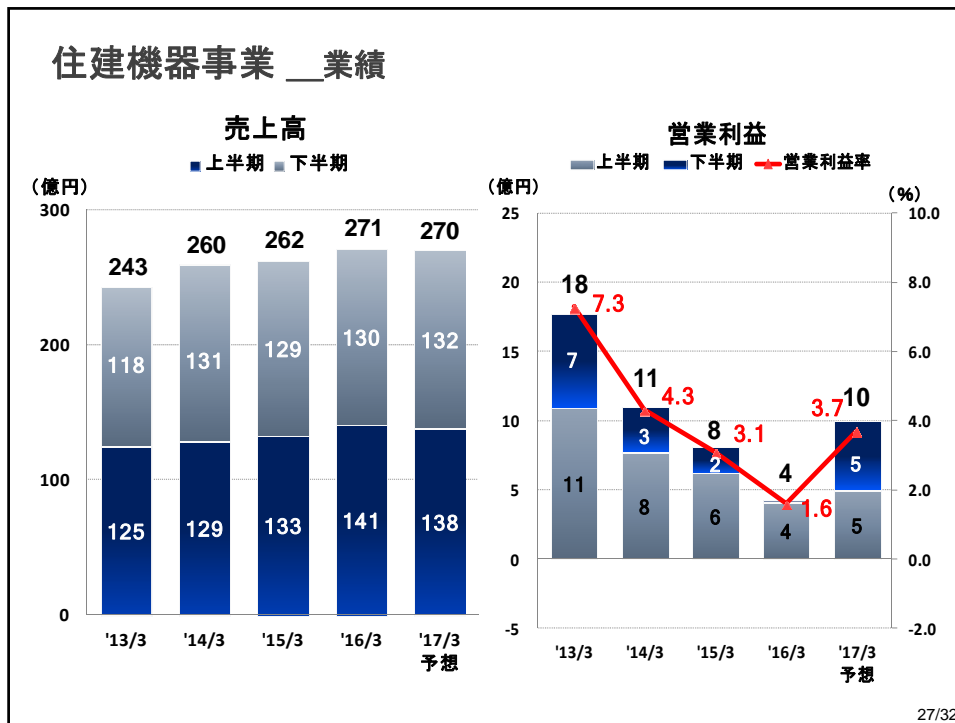


25/32

### ダイカスト事業 \_\_ 海外地域別売上高の推移



26/32



### 住建機器事業\_\_方向性

パワーツール

<b>方向性</b>	<b>“快適”にこだわった商品とサービスで 選ばれるブランド力強化</b>
<b>戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・顧客接点の拡大、快適の追求</li> <li>・商品力の強化 (セグメント別戦略の推進等)</li> <li>・販売力の強化 国内:プロ、インターネット、ホームセンター 海外:中国、新興国でのマーケティング強化</li> </ul>

28/32

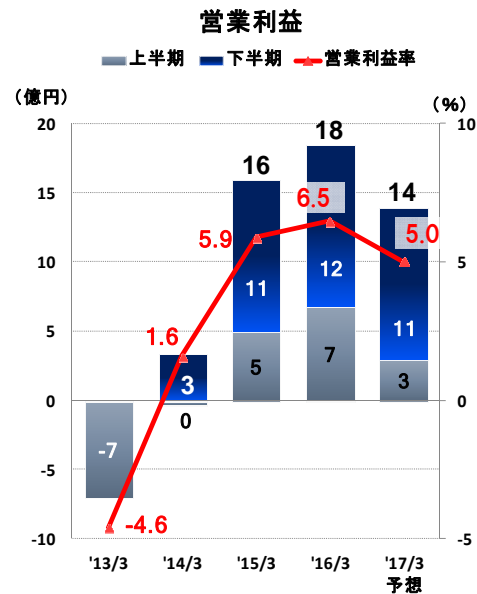
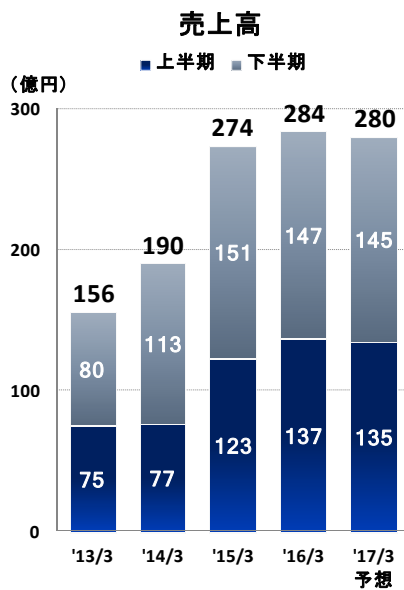
### 住建機器事業\_\_方向性

#### 建築用品

<b>方向性</b>	<b>顧客に選ばれる高付加価値商品の拡販</b>
<b>戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内:ドアクローザ、引戸クローザのシェア拡大</li> <li>・海外:セグメントを絞った拡販 (物件市場やドアメーカー市場向けの販売強化)</li> <li>・開発の強化 (商品バリエーションの充実等)</li> </ul>

29/32

### 印刷機器事業\_\_業績



30/32

## 印刷機器事業\_\_方向性

<b>方向性</b>	<b>統合効果の更なる深化による収益力向上</b>
<b>戦略</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•販売力、サービス力の強化 (パッケージ分野拡販、大型・中型機分野の アフターサービスの充実)</li> <li>•商品力の強化 (パッケージ向け機能拡充等)</li> <li>•製造力の強化 (フレキシブルな生産体制の構築)</li> </ul>

31/32

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。

32/32