

RYOBI

リョービ株式会社
2017年3月期 決算説明会

(証券アナリスト、機関投資家向け)

2017年5月29日

1/32

I. 2017年3月期 連結業績

A. 連結業績	P.4
B. 事業別の業績	P.9

II. 2018年3月期 連結業績予想

A. 連結業績予想	P.15
B. 事業別の状況	P.19

2/32

I. 2017年3月期 連結業績

3/32

I-A 連結業績

決算のポイント（前期比）

- 主に円高の影響により、減収、減益。
- 売上高は'10/3期以来7期ぶりの減収。
- 営業利益は'13/3期以来4期ぶりの減益。

- **ダイカスト**：減収、減益。
住建機器：減収、増益。
印刷機器：増収、減益。

4/32

I - A 連結業績

単位：億円

	'16/3期 実績	'17/3期		増減理由
		実績	前期比増減	
売上高	2,545	2,405	-140 [-5.5%]	円高、材料価格などで減収
営業利益	128 (5.0%)	119 (4.9%)	-10 [-7.5%]	為替の影響などで減益
経常利益	121 (4.8%)	120 (5.0%)	-1 [-1.0%]	
*当期純利益	93 (3.7%)	83 (3.5%)	-10 [-10.3%]	保有資産の減損などで減益
1株配当	9円	10円	1円	

*当期純利益：親会社株主に帰属する当期純利益

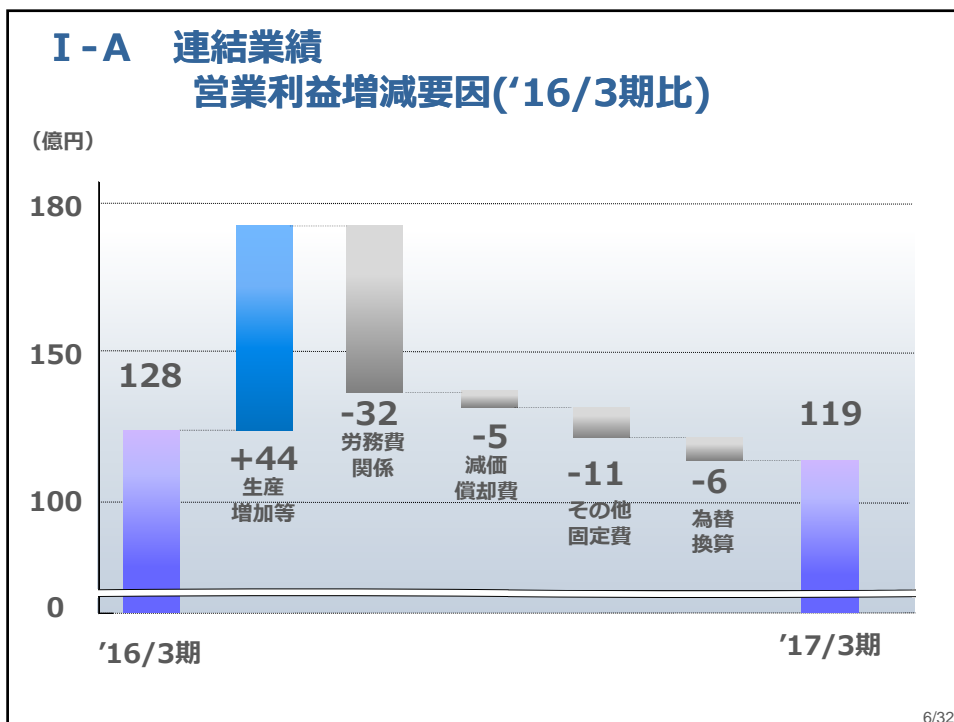
為替レート（期中平均）

	'16/3期	'17/3期	増減
米ドル	121円	109円	-12円
英ポンド	185円	150円	-35円
中国元	19.3円	16.5円	-2.8円
タイバーツ	3.6円	3.1円	-0.5円

（ ）内は売上高利益率
[]内は増減率

	'16/3期末 実績	'17/3期末	
		実績	前期比増減
総資産	2,652	2,629	-23 [-0.9%]
自己資本	1,036	1,082	46 [4.4%]
有利子負債	819	742	-77 [-9.4%]

5/32



**I - A 連結業績
特別損益の主な内訳**

(単位：億円)

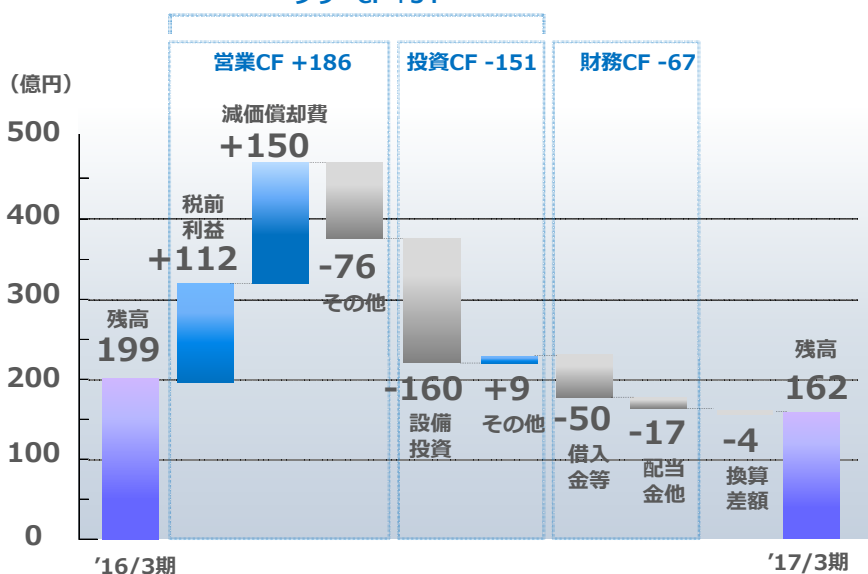
	17/3期
固定資産処分益	5
投資有価証券売却益	2
特別利益	7
固定資産処分損	3
減損損失	13
特別損失	16
特別損益	-9

固定資産処分益
保有不動産等を処分
賃貸ビル 1.9億円
賃貸駐車場 1.9億円

減損損失
厚生施設等処分方針に伴い減損
独身寮 9.4億円
駐車場 3.2億円

7/32

**I - A 連結業績
キャッシュフロー増減**
フリーCF +34



8/32

I - B 事業別の業績

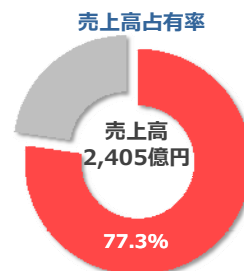
単位：億円
 () 内は売上高利益率
 [] 内は増減率

		'16/3期 実績	'17/3期 実績	前期比 増減	増減理由
ダイカスト	売上高	1,988	1,856	-132 [-6.6%]	円高、材料価格などの影響で減収
	営業利益	105 (5.3%)	90 (4.9%)	-15 [-14.3%]	円高の影響などで減益
住建機器	売上高	271	262	-9 [-3.4%]	パワーツール事業(輸出)の減少などで減収
	営業利益	4 (1.6%)	15 (5.6%)	10 [241.1%]	中国元安が業績へ好影響を与え増益
印刷機器	売上高	284	285	1 [0.3%]	
	営業利益	18 (6.5%)	14 (4.8%)	-5 [-26.5%]	展示会等、販促費の増加などで減益

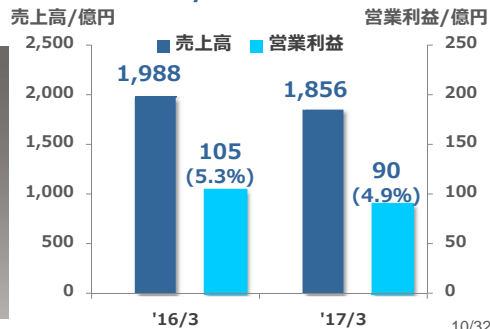
9/32

I - B 事業別の業績 **ダイカスト事業**

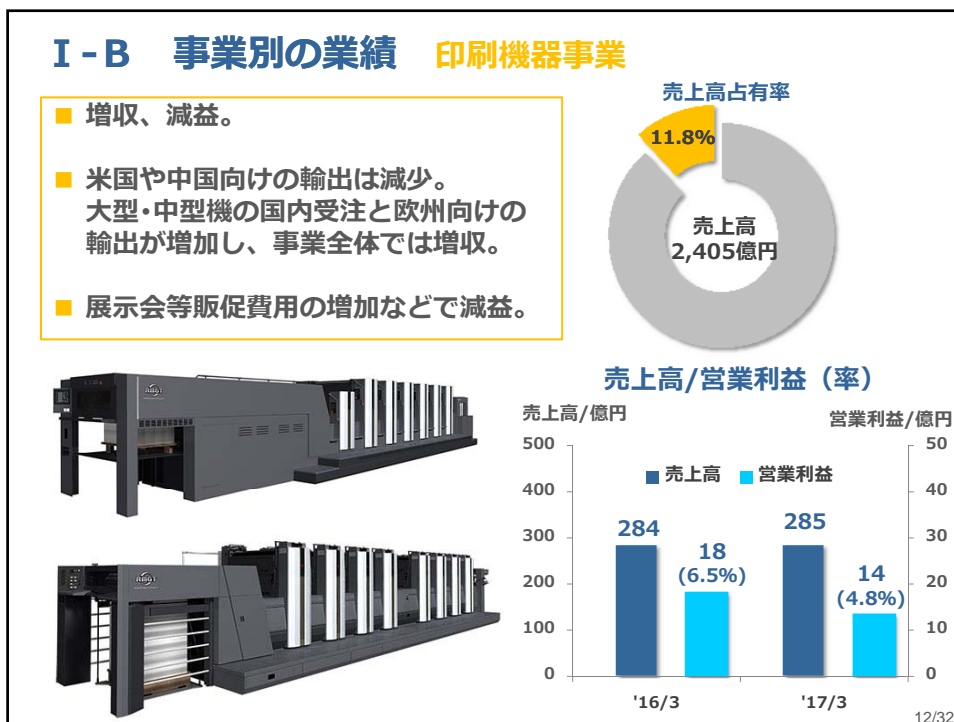
- 主に円高の影響で減収、減益。
- 国内売上高は減少。
 現地通貨での海外売上高は中国は増加、タイは横ばいだが、為替変動の影響で減少。



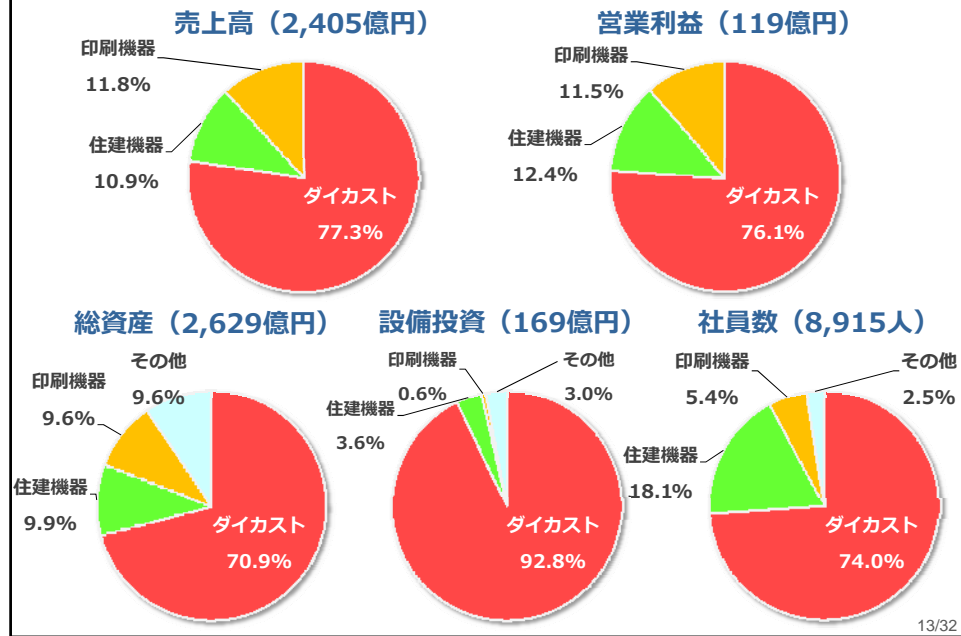
売上高/営業利益 (率)



10/32



I - B 事業別の業績 '17/3期事業別構成比



II. 2018年3月期 連結業績予想

II-A 連結業績予想

増収・増益（営業利益、経常利益）

単位：億円
 () 内は売上高利益率
 [] 内は増減率

	'17/3期 実績	'18/3期 予想	前期比 増減	増減理由
売上高	2,405	2,450	45 [1.9%]	ダイカスト事業の海外(特に中国)の 売上が伸張り増収。
営業利益	119 (4.9%)	124 (5.1%)	5 [4.4%]	ダイカスト事業の増収により増益。
経常利益	120 (5.0%)	124 (5.1%)	4 [3.2%]	
*当期純利益	83 (3.5%)	77 (3.1%)	-6 [-7.8%]	'17/3期は海外グループ会社の繰延 税金資産の追加計上を含んでいる。

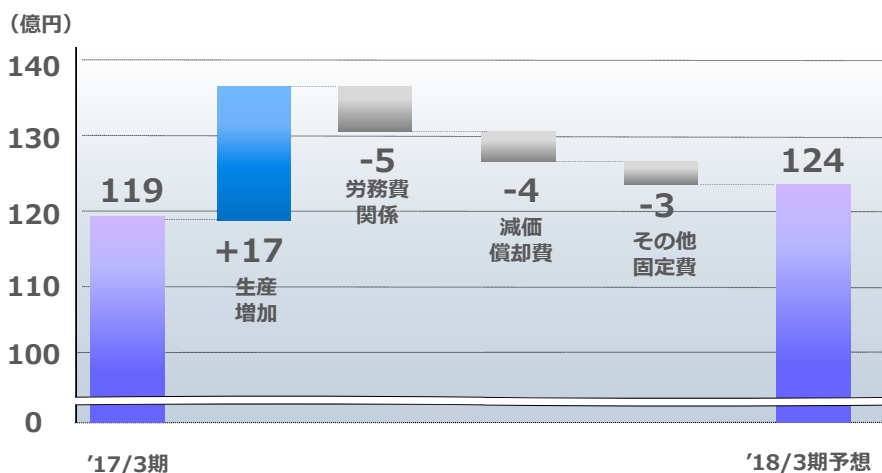
*当期純利益：親会社株主に帰属する当期純利益

為替レート	(期中平均)	(想定レート)	(増減)	1%円高に変動した場合の 年間の営業利益影響額
米ドル	109円	110円	1円	米ドル -60百万円
英ポンド	150円	135円	-15円	英ポンド -10百万円
中国元	16.5円	17.0円	0.5円	中国元 +40百万円
タイバーツ	3.1円	3.2円	0.1円	

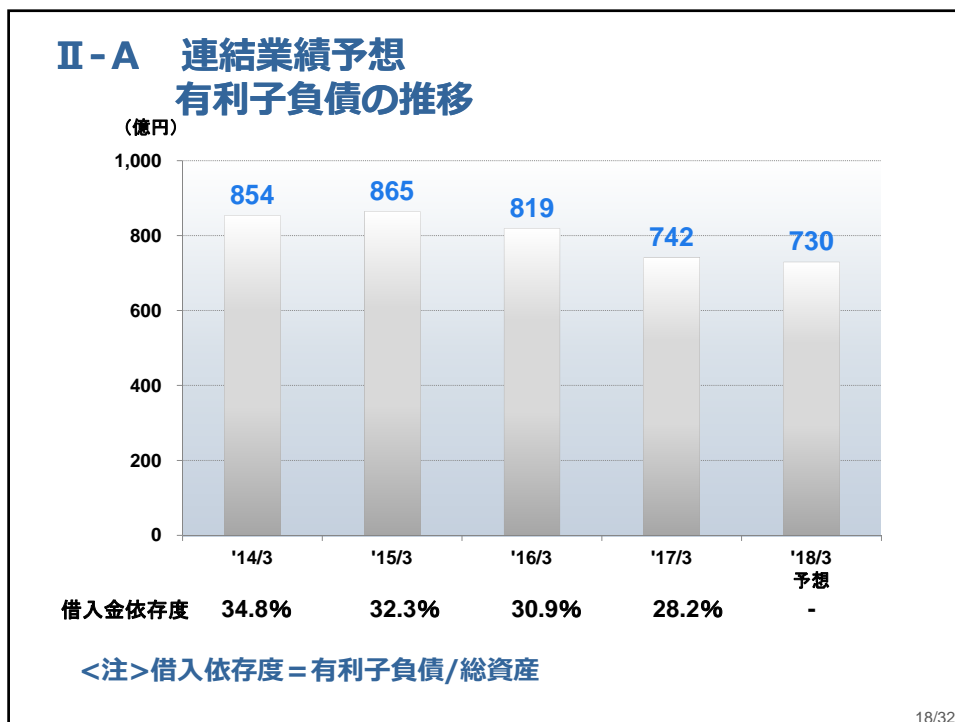
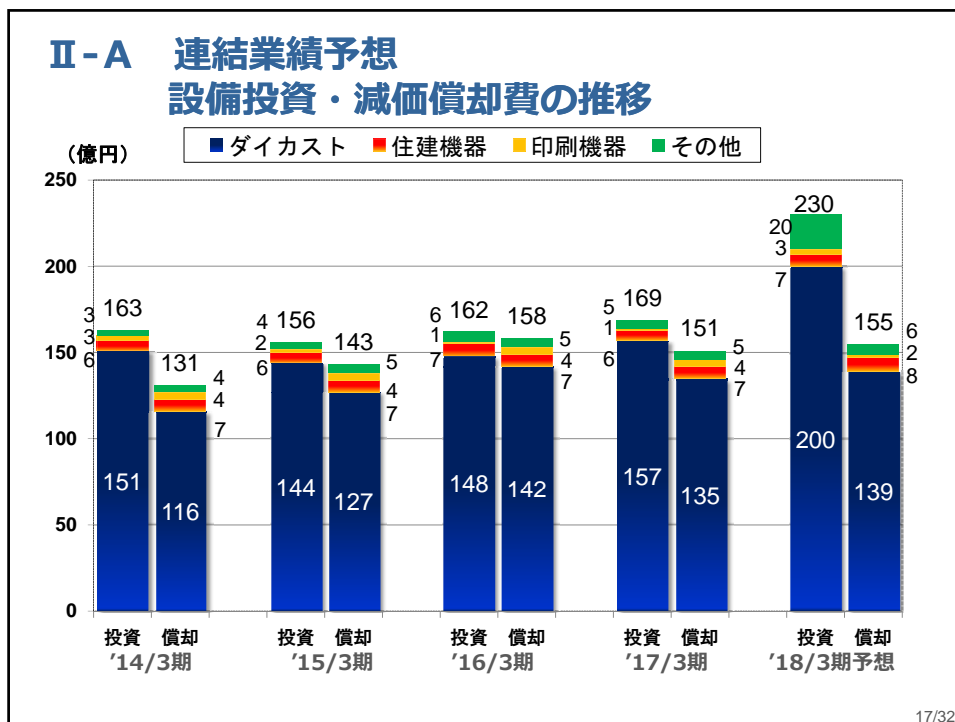
15/32

II-A 連結業績予想

営業利益増減要因('17/3期比)



16/32



II-B 事業別の状況

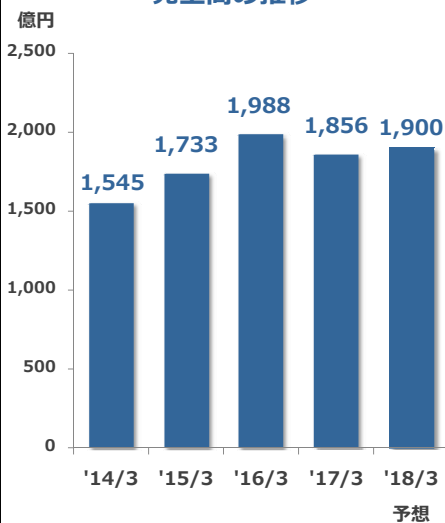
単位：億円
 ()内は売上高利益率
 []内は増減率

		'17/3期 実績	'18/3期 予想	前期比 増減	見通しのポイント
ダイカスト	売上高	1,856	1,900	44 [2.3%]	国内や中国事業(子会社2社)の売上高が伸張り増収増益。 英国子会社は生産性向上などで増益。
	営業利益	90 (4.9%)	100 (5.3%)	10 [10.8%]	
住建機器	売上高	262	270	8 [3.2%]	新商品の投入や販促活動の強化で増収。 中国元高が業績へ影響を与え減益。
	営業利益	15 (5.6%)	12 (4.4%)	-3 [-18.3%]	
印刷機器	売上高	285	280	-5 [-1.6%]	アジア向け輸出減少で減収、減益。
	営業利益	14 (4.8%)	12 (4.3%)	-2 [-11.7%]	

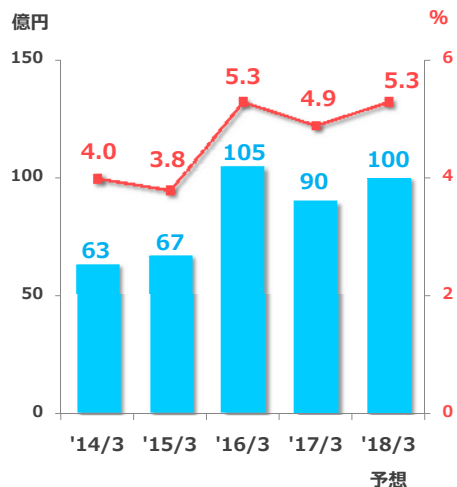
19/32

II-B 事業別の状況 **ダイカスト事業**

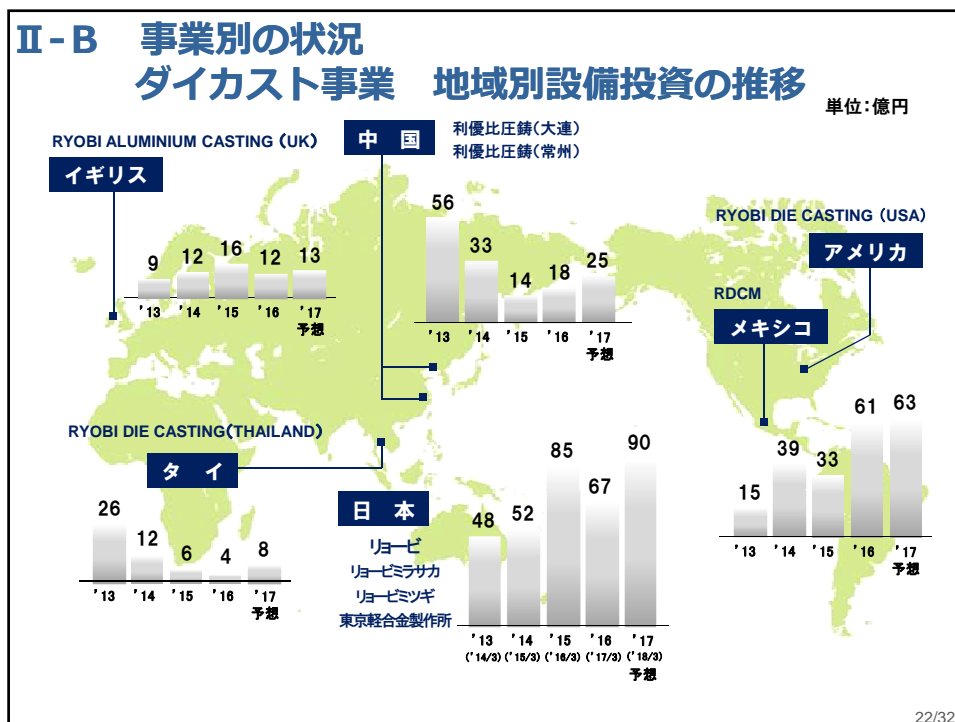
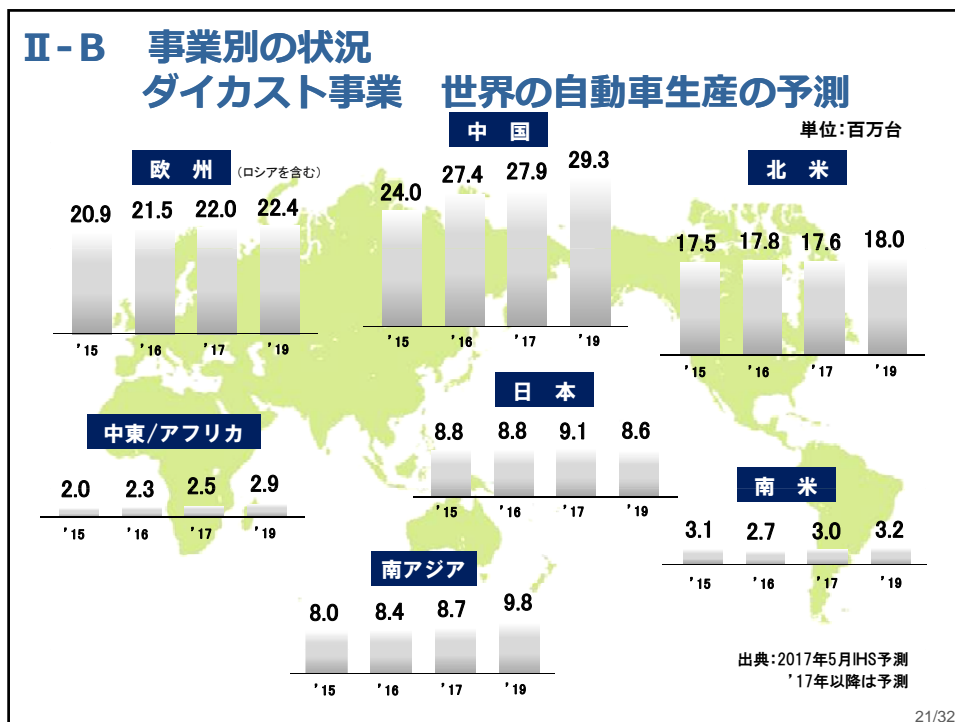
売上高の推移

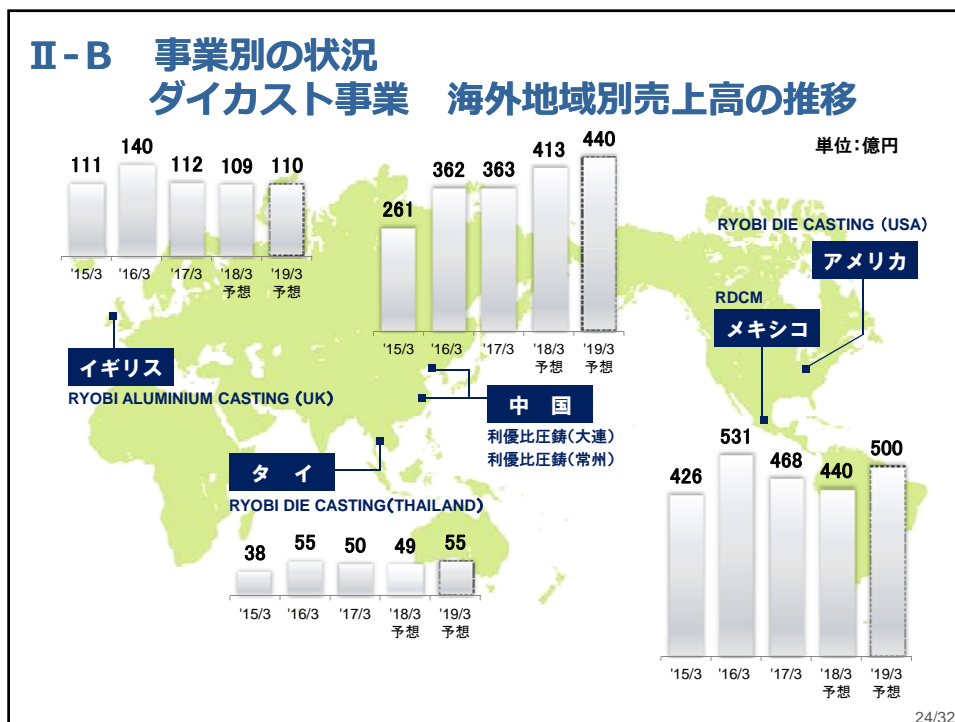
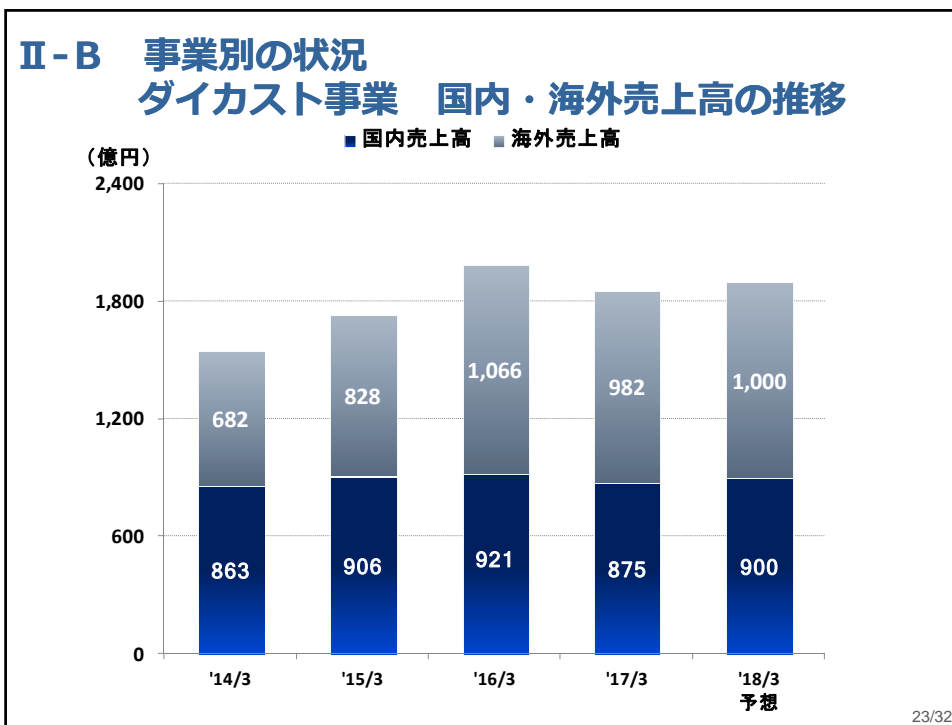


営業利益・売上高営業利益率の推移



20/32





II-B 事業別の状況

ダイカスト事業 お得意先の取引状況

売上高順位（'17/3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	SUBARU	✓					
3	フォードモーター		✓	✓			
4	フォルクスワーゲン			✓	✓		
5	ジヤトコ	✓	✓		✓	✓	
6	三菱自動車工業	✓			✓	✓	
7	現代自動車		✓				
8	本田技研工業	✓	✓		✓	✓	
9	スズキ	✓				✓	
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)

25/32

II-B 事業別の状況

ダイカスト事業の運営方針

方向性

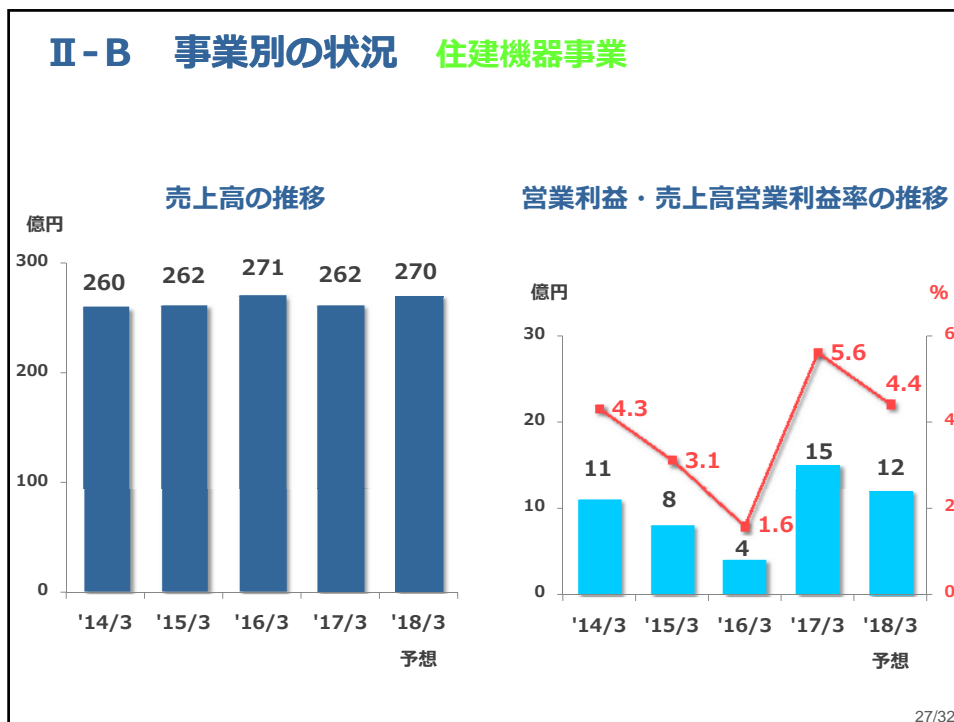
業界をリードする自動車部品サプライヤーになる。

戦略

- 営業力の強化〈組織力・人材力〉
(新規品受注獲得、製品提案力の強化)
- 技術開発力の強化〈次の成長への種まき〉
(戦略製品の工法開発、生産性向上技術開発)
- グローバル生産体制の強化〈最適地生産、フレキシブル生産〉
(製品供給体制・金型供給体制の強化)

26/32

II-B 事業別の状況 住建機器事業



II-B 事業別の状況 住建機器事業の運営方針 パワーツール

方向性

“快適”にこだわった商品とサービスで、
お客様に選ばれるブランドになる。

戦略

- ブランド力の強化
(顧客接点の拡大、快適にこだわった商品作り)
- 商品力の強化
(セグメント別戦略の推進、中長期的な要素技術開発)
- 販売力の強化 (商品力・競争力の再検証)
(国内：プロ、インターネット、ホームセンター)
(海外：新興国ホームセンター市場での売上拡大)

28/32

II-B 事業別の状況 住建機器事業の運営方針

建築用品

方向性

ビル市場、住宅市場の用途別に最適な高付加価値商品を提供する。

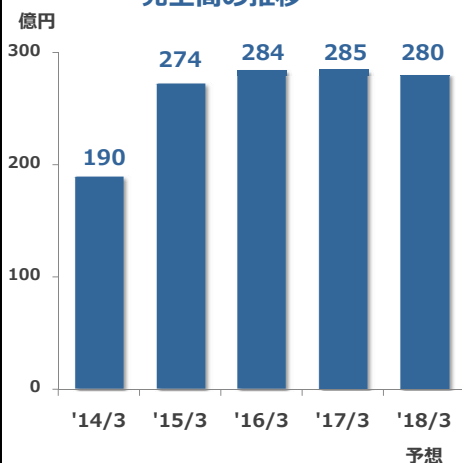
戦略

- 商品開発力の強化
(施工性、機能性を追求した商品開発)
- 収益力の強化
(国内：ドアクローザ、引戸クローザの拡販)
(海外：物件市場やドアメーカー市場向けの販売強化)
- 最適生産体制の推進
(生産ラインの高効率化、サプライチェーンの最適化)

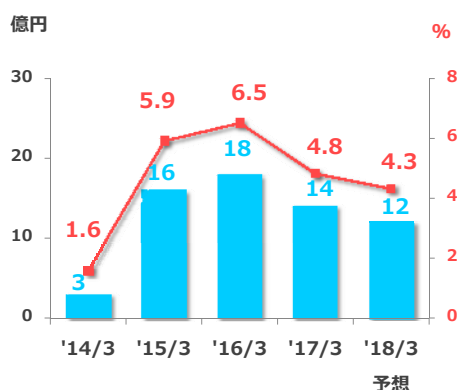
29/32

II-B 事業別の状況 印刷機器事業

売上高の推移



営業利益・売上高営業利益率の推移



30/32

II-B 事業別の状況 印刷機器事業の運営方針

方向性

お客様ニーズに最適なソリューションを提供する。
(パッケージ市場での拡販など)

戦略

- 商品力の強化
(パッケージ向けの機能拡充、新事業分野への対応)
- サービス力の強化
(パッケージ分野拡販、大型・中型サービス融合加速)
- 製造力の向上
(フレキシブルな生産体制構築、リードタイム短縮)

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