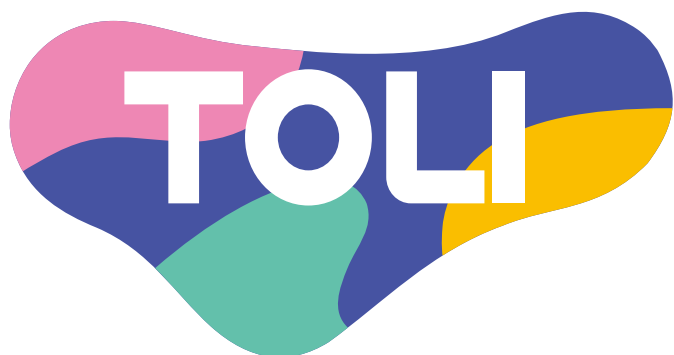




東リ株式会社 2021年3月期 決算説明会

2021年 5月 28日（大阪開催）
6月 1日（東京開催）

2021年3月期 決算概要

連結損益計算書	P.3
決算ハイライト	P.4
連結貸借対照表	P.6
連結キャッシュフロー計算書	P.7
連結主要項目の推移	P.8
連結セグメント別実績	P.9
2021年3月期 トピックス	P.10

中期経営計画

「SHINKA-100」の振り返り	P.14
長期ビジョン<TOLI VISION 2030>	P.19
新中期経営計画「SHINKA Plus ONE」	P.21

2022年3月期 業績見通し

2022年3月期 連結業績見通し	P.30
投資計画	P.31
配当の状況(連結ベース)	P.32

2021年3月期 決算概要

(百万円)

	2020年3月期		2021年3月期			
	実績	売上比	実績	売上比	前期比	前年差
売上高	94,701	—	85,931	—	△9.3%	△8,770
売上総利益	26,356	27.8%	24,488	28.5%	△7.1%	△1,868
販売費及び一般管理費	23,973	25.3%	22,893	26.6%	△4.5%	△1,080
営業利益	2,382	2.5%	1,595	1.9%	△33.1%	△787
経常利益	2,639	2.8%	2,026	2.4%	△23.2%	△613
親会社株主に帰属する当期純利益	2,059	2.2%	1,386	1.6%	△32.7%	△672
ROA(%)	3.4	—	2.6	—	—	—
ROE(%)	5.7	—	3.8	—	—	—

Point

- 新型コロナウイルス感染拡大による影響が大きく、減収減益となる
- 製造原価低減により、売上総利益率は0.7ポイントの改善

建設市場動向

建築着工統計 (2020年度 前年比)	新築 (面積)	リフォーム リニューアル(金額)(※)
住宅	△9.3%	△14.3%
非住宅	△10.5%	△12.0%
事務所	△7.5%	△9.1%
店舗・宿泊施設	△2.2%	△21.1%
学校	△2.0%	△9.1%
医療・福祉施設	△11.2%	+0.5%

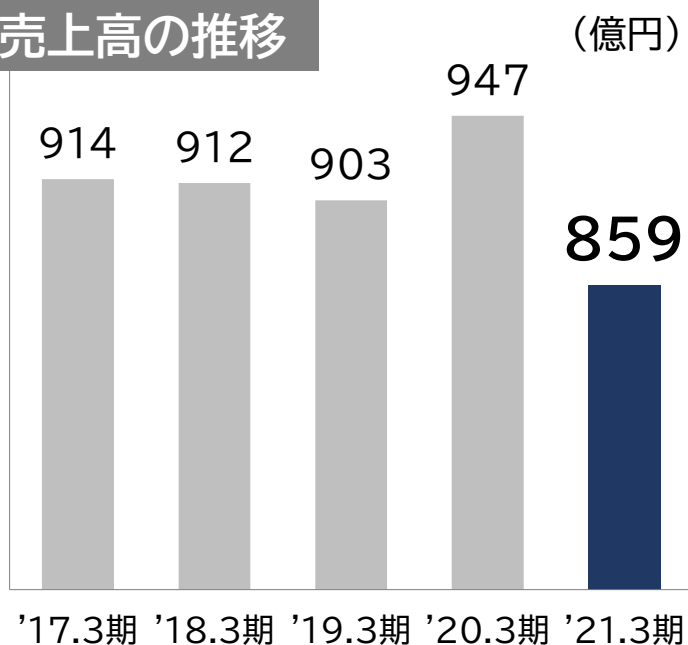
出典:国土交通省「建築着工統計調査」及び「建築物リフォーム・リニューアル調査」

(※)リフォーム・リニューアルは2020/1月～2020/12月までの累計

Point

- コロナ禍でのオフィスリニューアル工事の中止・延期
- 外出自粛等による店舗市場の低迷
- 宿泊施設リニューアル需要の低迷
- 夏休み期間の短縮による学校改修工事の減少 など

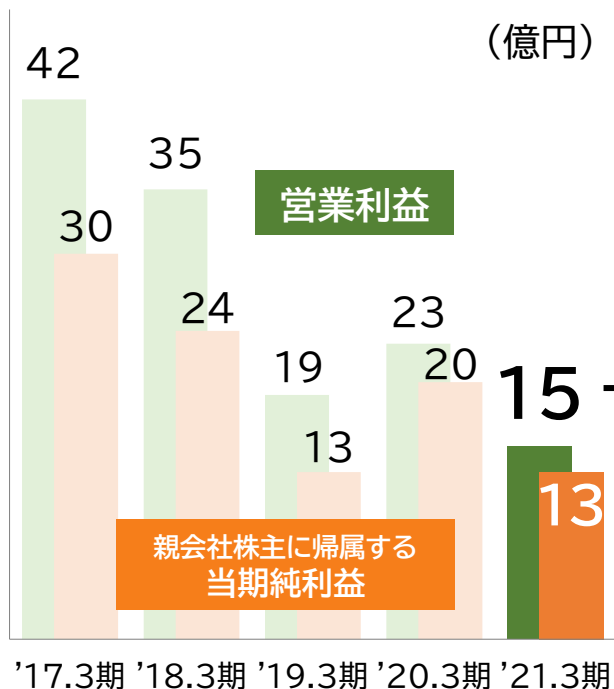
売上高の推移



Point

- オフィス市場の低迷を受け、コントラクト市場向けのタイルカーペットが低調に推移
- 巣ごもり需要の増加により、住宅向けタイルカーペットやクッションフロア等がネット販売チャネルやホームセンターを中心に堅調に推移
- 店舗・宿泊市場の低迷を受け、リニューアル工事受注件数が減少
- 海外市場への販売が減少

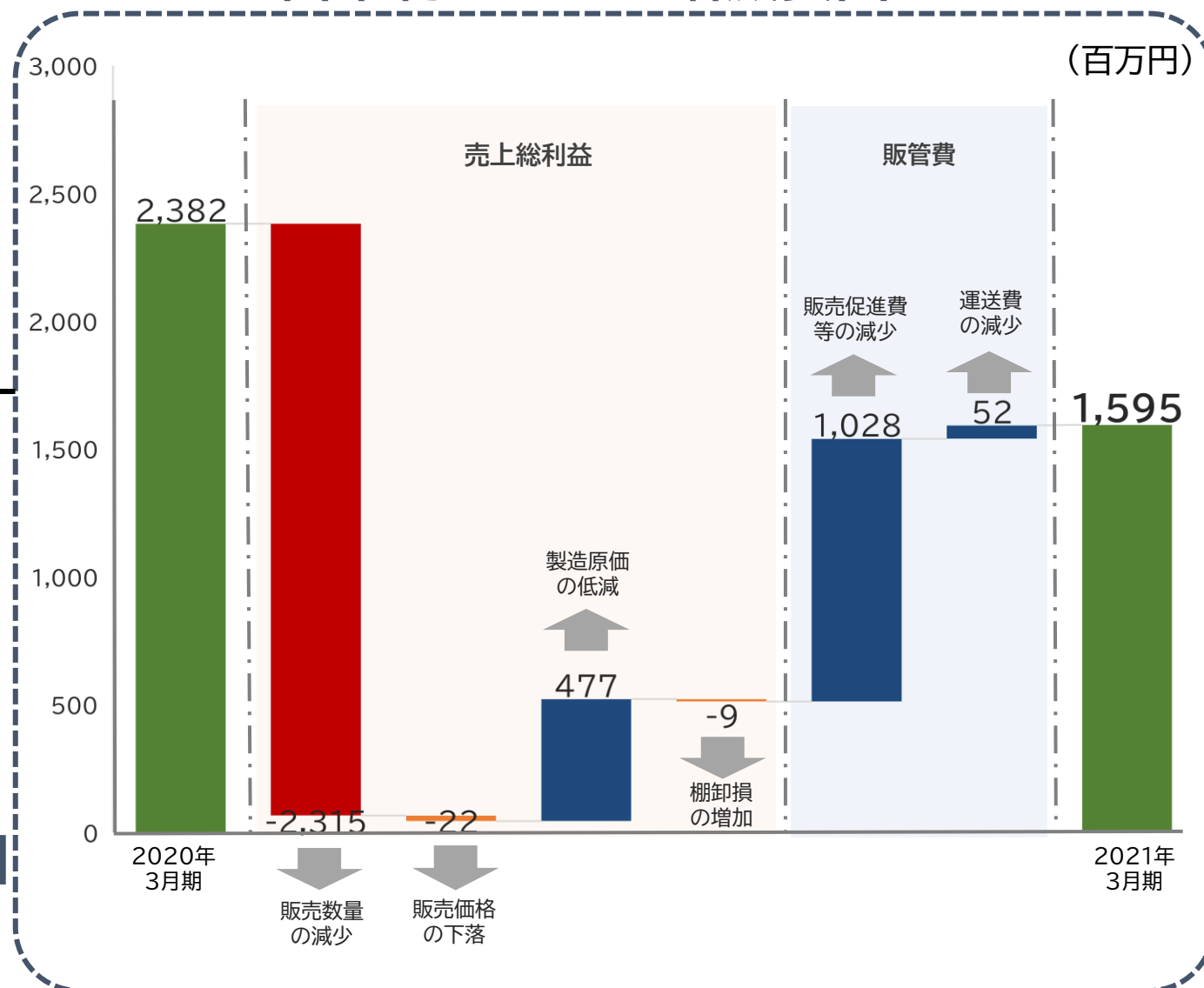
利益の推移



Point

- 販売数量の低下による減少
- 製造原価低減による増加
- 販管費の減少による増加

営業利益の主な増減要因



連結貸借対照表

資産

(億円)



2020年3月末

2021年3月末

Point

- 売上債権の減少 Δ27
- 商品及び製品(棚卸資産)の減少 Δ11 など

- 新規設備投資による建設仮勘定の増加 +9
- 江蘇長隆裝飾材料科技有限公司への出資 +9 など

負債／純資産

(億円)



2020年3月末

2021年3月末

Point

- 仕入債務の減少 Δ22
- 未払法人税等の減少 Δ5 など

- 利益剰余金の増加 +8
- その他有価証券評価差額金の増加 +6 など

連結キャッシュフロー計算書

	(億円)		
	2020年3月期 実績	2021年3月期 実績	増減
税金等調整前当期純利益	+30	+20	△9
売上債権の増減額(△は増加)	△2	+24	+27
たな卸資産の増減額(△は増加)	△0	+12	+13
仕入債務の増減額(△は減少)	△0	△22	△21
営業活動によるキャッシュ・フロー	+50	+41	△9
投資活動によるキャッシュ・フロー	△11	△31	△19
財務活動によるキャッシュ・フロー	△14	△9	+4
現金及び現金同等物の換算差額	△0	+0	+0
現金及び現金同等物の増減額	+24	+1	△22
現金及び現金同等物の期首残高	+77	+101	+24
現金及び現金同等物の期末残高	+101	+102	+1

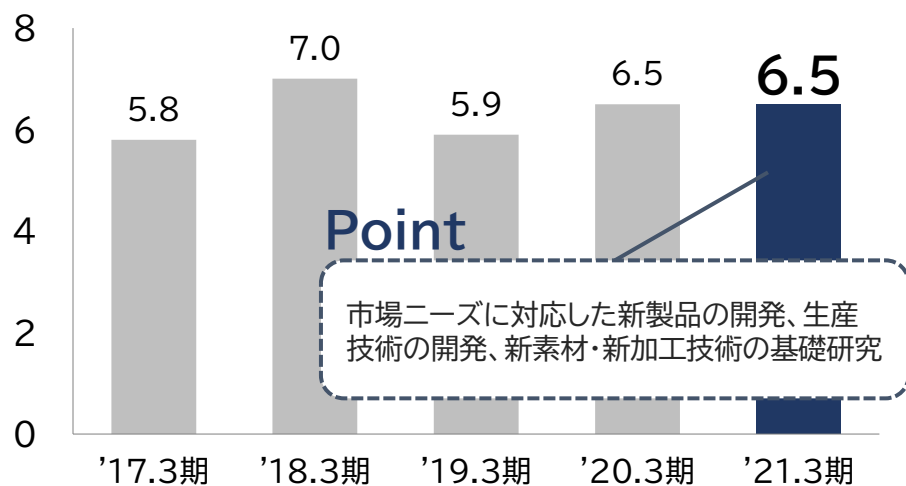
Point

- 営業活動によるキャッシュ・フロー : 当期純利益の減少 △9 、 たな卸資産の減少 +13 など
- 投資活動によるキャッシュ・フロー : 関係会社出資金の払込による支出 △9
(前期)有形固定資産の売却による収入の減少 △12 など
- 財務活動によるキャッシュ・フロー : 配当金の支払額の減少 +3 、 自己株式の取得による支出の減少 +1 など

連結主要項目の推移

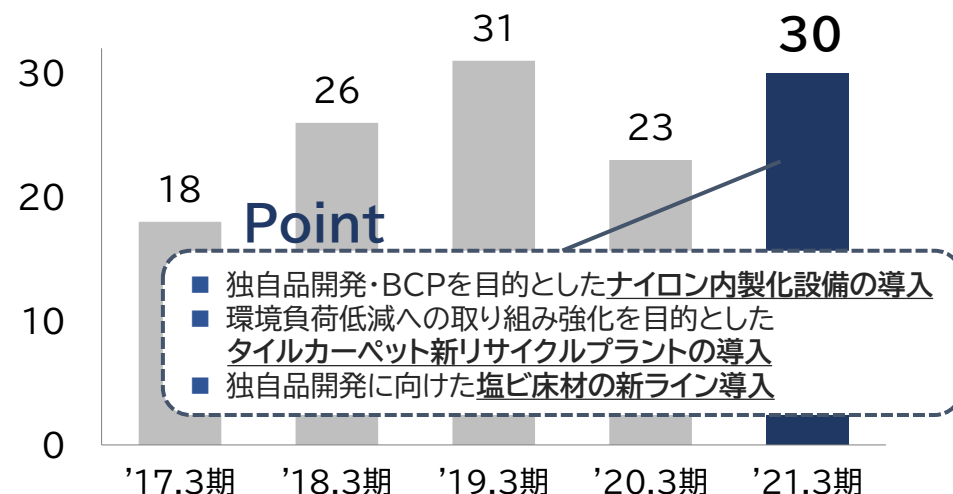
研究開発費

(億円)



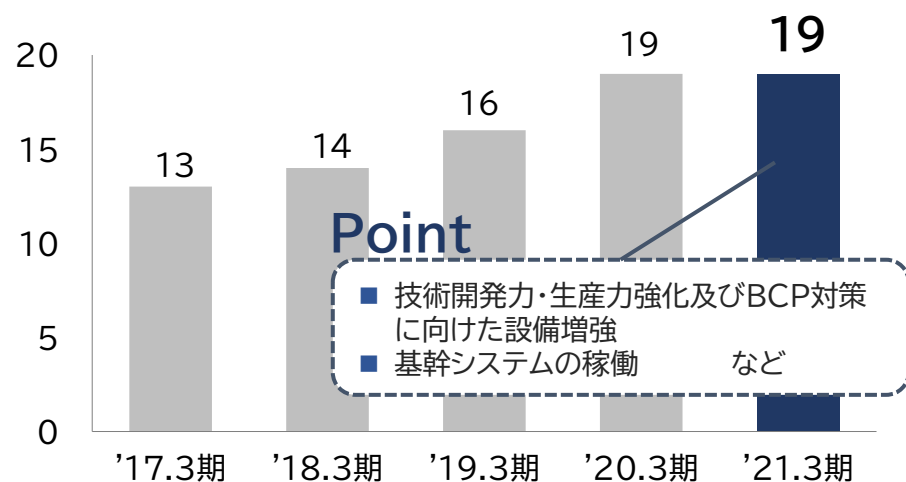
設備投資額

(億円)



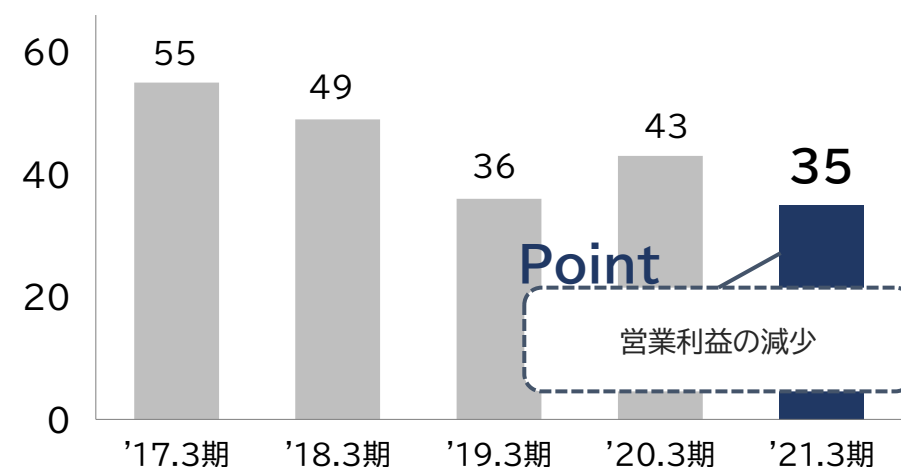
減価償却費

(億円)



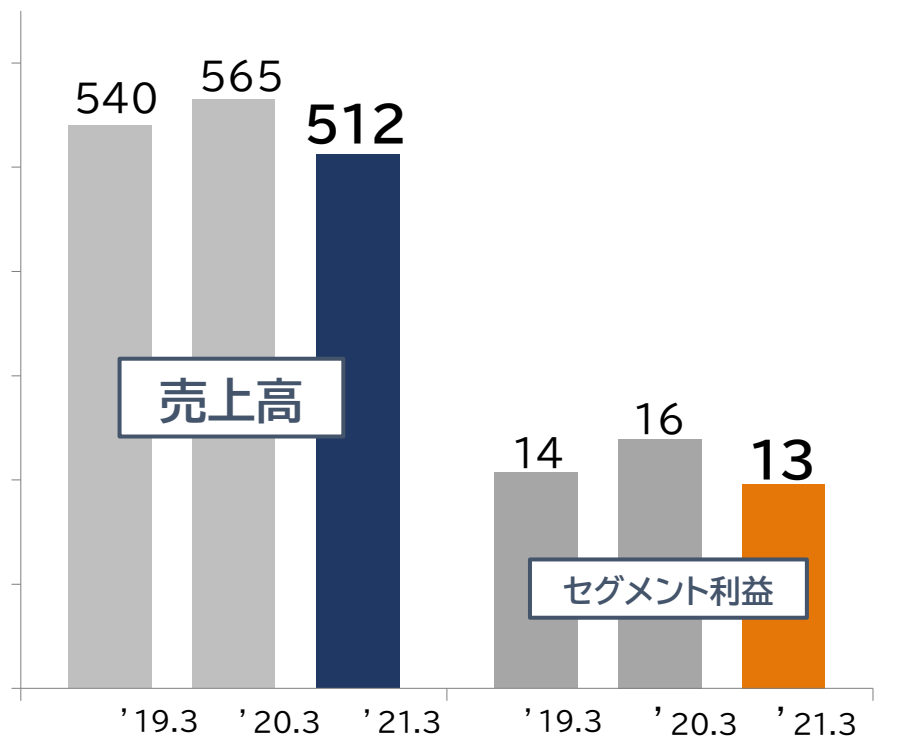
EBITDA

(億円)



プロダクト事業

(億円)

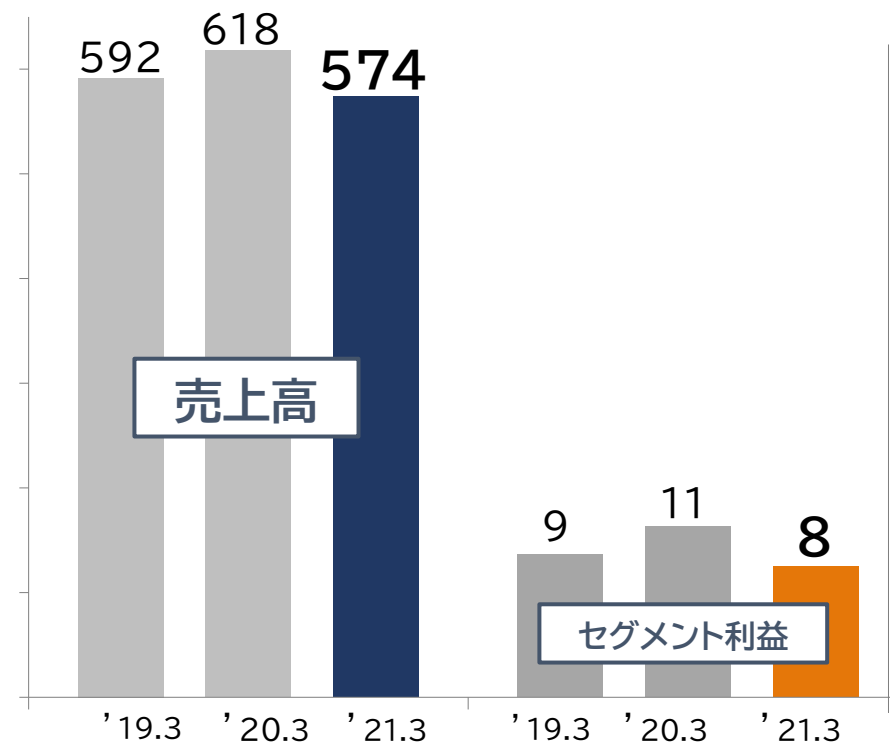


<プロダクト事業>

塩ビ床材やカーペット、カーテン、壁装材等のインテリア製品の製造と、それに関連する内装材のメンテナンス及び製商品の在庫管理・配送等のサービス業務

インテリア卸及び工事事業

(億円)



<インテリア及び工事事業>

インテリア関連商材の仕入販売及び内装工事等

(注)セグメントの業績は、セグメント間の取引を含めて表示しております

タイルカーペット新リサイクル技術の導入により、環境対応を促進



- 従来はリサイクルに回せなかった繊維部分を含むリサイクルを可能とし、大幅なりサイクル率の向上を実現
- 新リサイクルプラントにより、最大約2,300トン／年の産業廃棄物排出量を削減
- タイルカーペットの国内販売トップ企業として、将来的なゼロエミッション実現を目指す

この取り組み
はSDGsへ
貢献します

12 つくる責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



業際探索活動の推進により、スポーツ市場を開拓



- 従来の床材では表現できない、多彩なデザインを実現
- 足腰への負荷や転倒時の衝撃軽減、抗菌性、防汚性等、ビニル床シートならではの機能性商品
- 一般社団法人日本バレーボールリーグ機構とバレーボール専用床材を共同開発
- 一般社団法人日本バレーボールリーグ機構が目指すサステナブルな大会運営とともに、スポーツ文化の創造への貢献を目指す

withコロナを見据えた新たなコミュニケーション手段を拡大



東りの新製品をWEBで公開します。
床材、カーペット、壁装材など、豊富なラインアップをご紹介します。



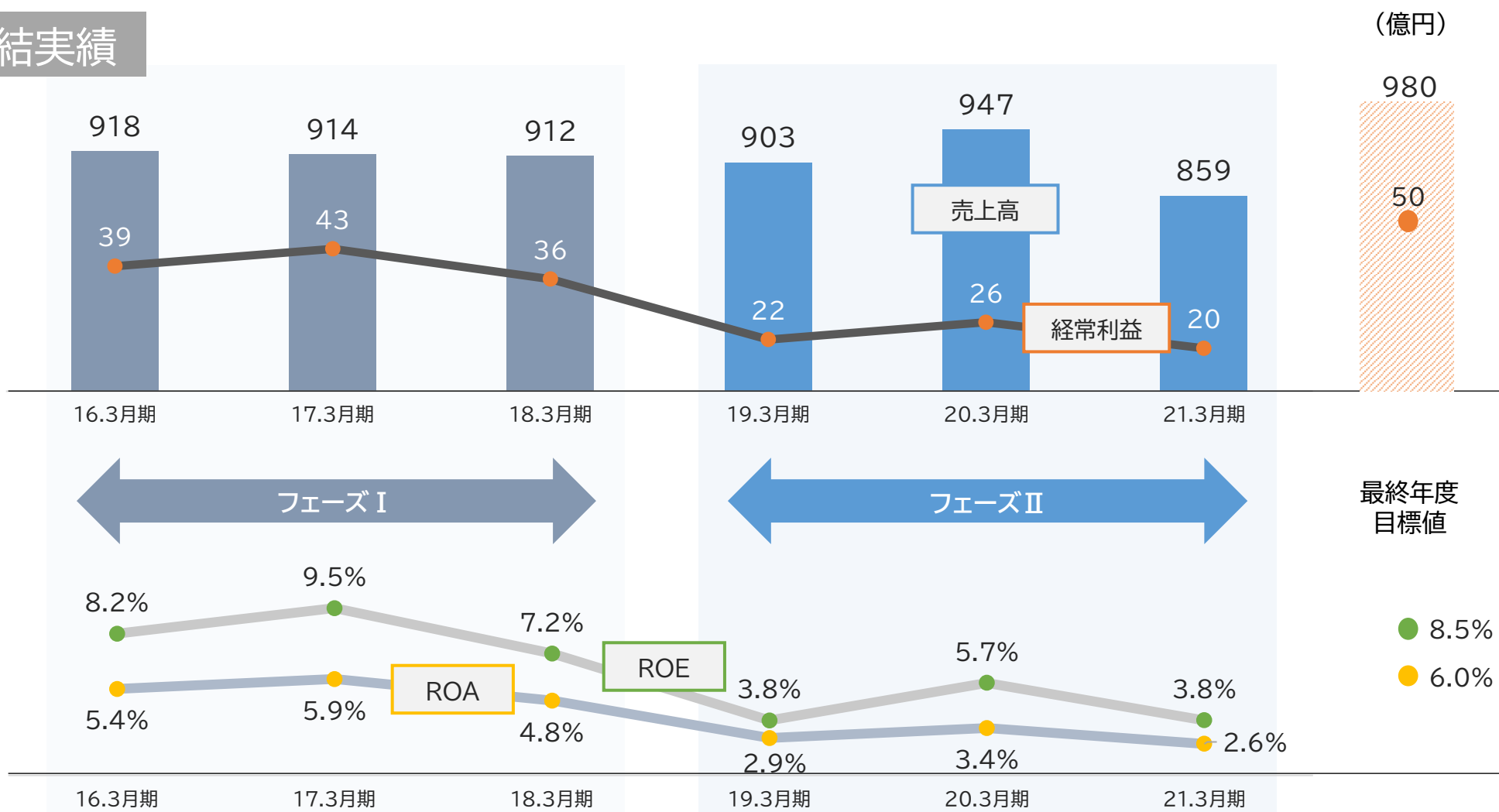
東京ショールーム

- 例年、主要都市で多くのお客様にご来場いただく新製品発表会を、感染症対策の観点からWebで開催
- これまでご来場いただけなかったお客様にも幅広く新製品を知っていただく機会となった
- 東京ショールームで全国のお客様からのオンライン相談を実施
- 自宅に居ながら受けられるサービスのため、遠方のお客様にも好評

中期経営計画

前中期経営計画「SHINKA-100」振り返り

連結実績



Point

- 2017年3月期に当期純利益が過去最高益、ROEが目標値に達する
- フェーズⅡ最終年度でコロナ禍の影響を受け、目標数値に対して大きく乖離する

「SHINKA-100」フェーズⅡ 振り返り

「SHINKA-100」フェーズⅡにおける主な成果

重点戦略	主な成果	
進化	○ 技術研究・製品開発の強化 →後染めカーペットの堅牢度・防汚性の向上 →タイルカーペットリサイクル技術の確立 →産学官連携による研究テーマを推進	○ 商品力のレベルアップ →国内初の高意匠単層ビニル床シート「ヒトエ」発売 ○ 業際事業探索活動の推進 →浴室やスポーツ市場への床材展開
深化	○ CR(コーポレート・リレーション)活動の強化 →Web新製品発表会の実施やオンライン販促活動 ○ 江蘇長隆プロジェクトの始動 →独自性の高い商品開発に着手	○ 10億円プロジェクトの推進※ →スコープ商品の拡販
真価	○ 業務改善の実現とIT進化への対応 →新基幹システムの安定稼働 ○ 製造原価率圧縮への挑戦 →製造工場での効率化を実施	○ 主要生産拠点のBCP対策の推進

※10億円プロジェクトとは、年間売上高10億円超の次世代中核商品育成への取組み

「SHINKA-100」トピックス(1)

10億円プロジェクト

“明日の成長エンジン”を育む

独自性を活かした
競争力の高い商品開発

国産初の高意匠単層ビニル床
シート「ヒトエ」シリーズ



高意匠壁装材
「リアルデコ」



住宅用タイルカーペット
「東リファブリックフロア」

特殊用途向けの独自品開発



トイレ用ビニル床シート
「消臭NSTワレNW」



浴室用ビニル床シート
「バスナ」シリーズ

汎用品の新たなスタンダード
の開発



原着ナイロントイルカーペット
「GA-3600」



新汎用タイルカーペット
「GA-100T」

グローバル事業の拡大

「JAPAN TOLI」ブランドの強化

江蘇長隆裝飾材料科技有限公司における
ビニル床タイル合併事業の推進



-
- ビニル床タイル製造技術の供与
 - 中国国内での「JAPAN TOLI」ブランド品の販売拡大
 - 日本国内・ASEAN・北米等へ向けた新たな商品開発

Created with mapchart.net

新中期経営計画へとつなぐ継続的重要課題

継続的課題
○生産拠点及び物流体制の最適化実現 ○川上技術(原着ナイロン紡糸など)の内製化推進
○海外事業のさらなる拡大 ○カーテン事業のグループ収益力強化
○さらなるIT・デジタル化への対応 ○あらゆるステークホルダー視点での企業価値の向上

TOLI VISION 2030



ライフスタイルをデザインする企業へ

基本方針

進化

たゆまぬ進化で、事業基盤をより強固なものとする。

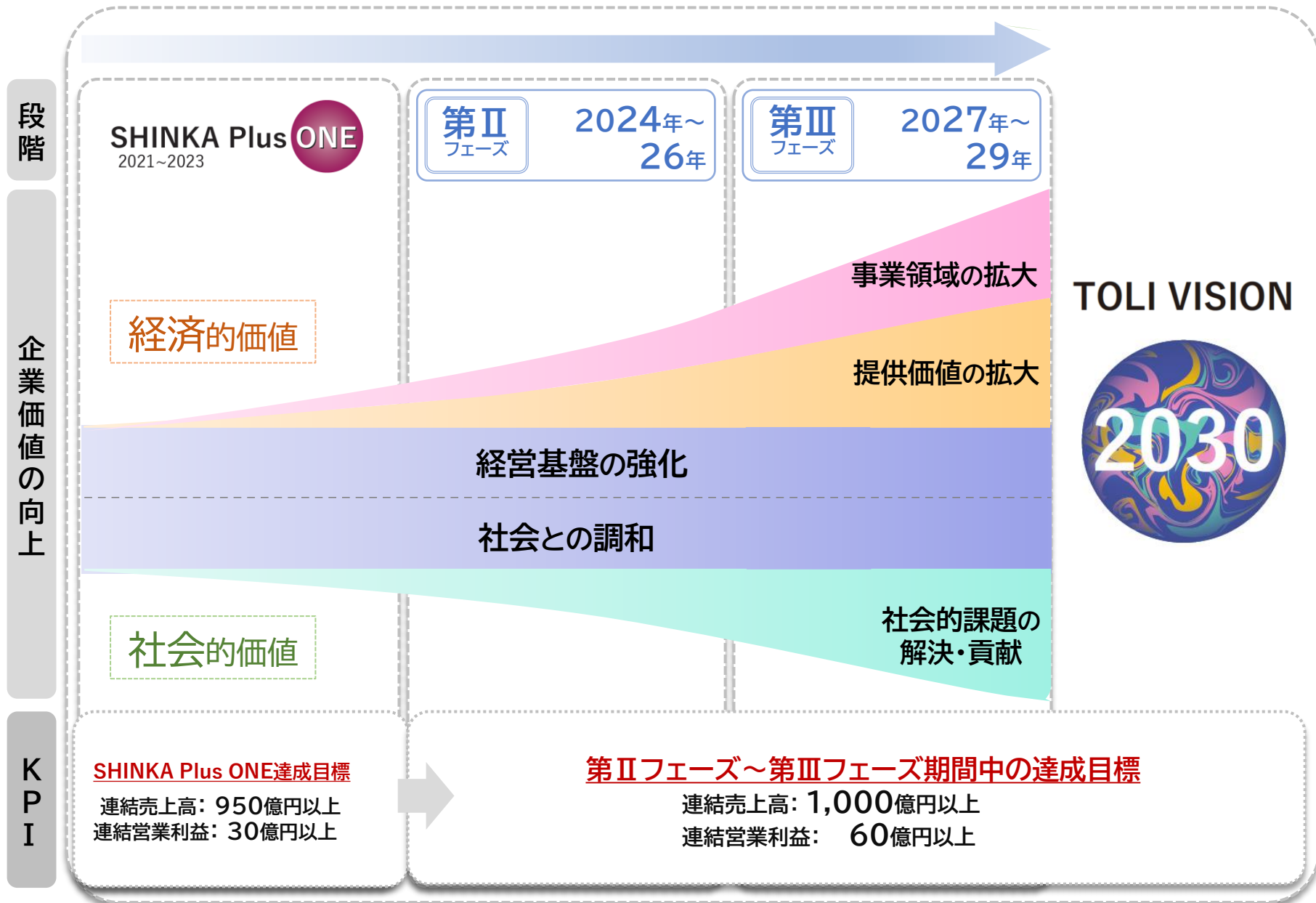
深化

あらゆる課題に対して、あくなき向上心をもって深掘りする。

真価

社会貢献に適う事業活動を推進し、「人」を中心とする企業価値を高める。

長期ビジョン達成に向けた成長イメージ

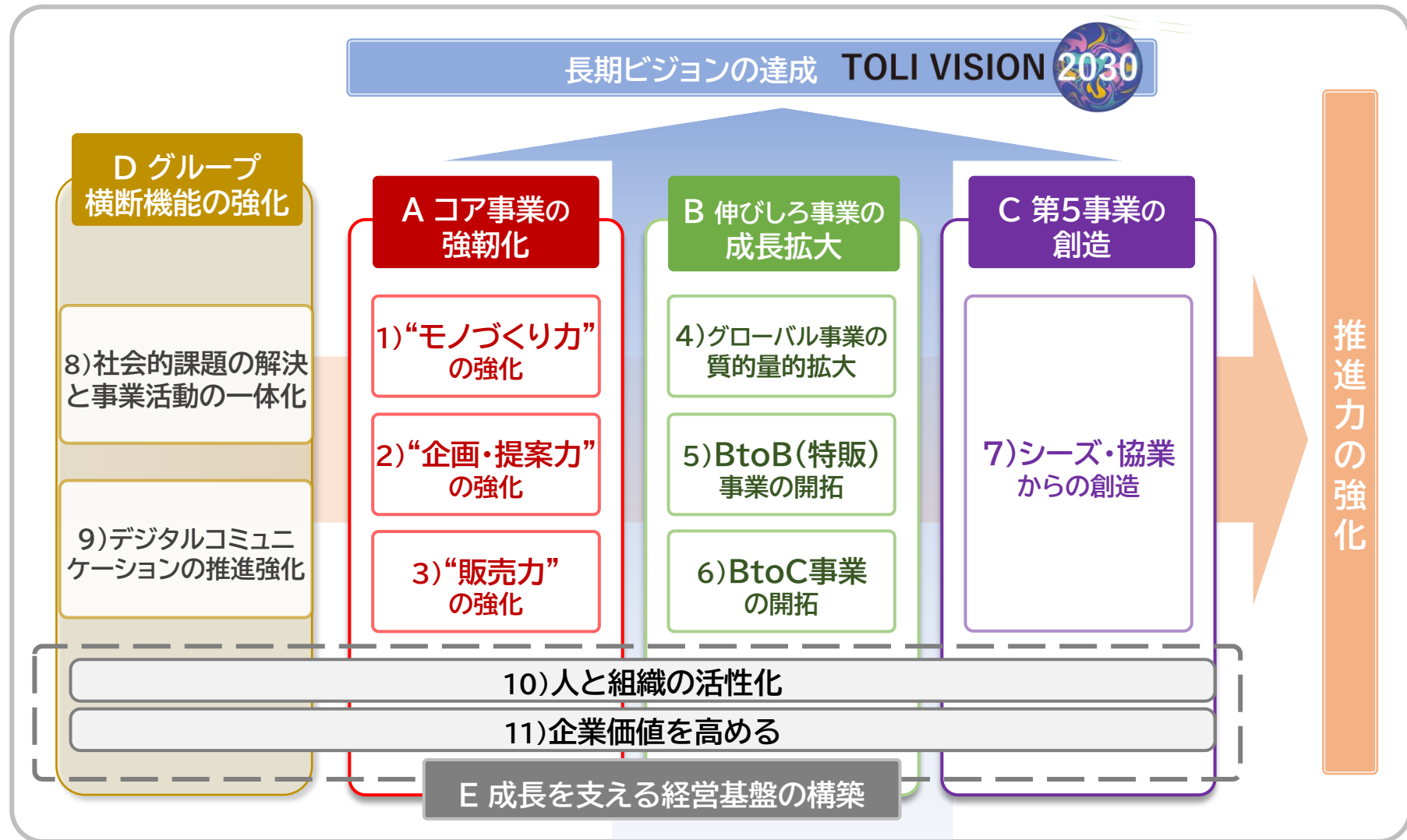


SHINKA Plus ONE

2021~2023

「SHINKA Plus ONE」は、長期ビジョン＜TOLI VISION 2030＞の実現に向けた第Ⅰフェーズ・3ヶ年の中期経営計画です。
前中期経営計画「SHINKA-100」をベースに、さらなるSHINKAを図るとともに、新たな価値「Plus ONE」の創出を目指します。

A「コア事業の強靱化」、B「伸びしろ事業の成長拡大」、C「第5事業の創造」を進め、D「グループ横断機能の強化」で横串機能を高めるとともに、E「成長を支える経営基盤の構築」でグループ事業全体の基盤整備を進めます。



A～E : 5つの重点戦略 1)～11) : 11の取組みテーマ

A コア事業の強靱化

床材、カーペット、壁装材、カーテンの4つの事業を核とした
“モノづくり力”“企画・提案力”“販売力”の強化によって、コア事業の強靱化を図ります。

取組みテーマと主な実行戦略

1) “モノづくり力”の強化

- 要素技術研究の拡張
- 独自品開発と製造原価低減を目的とした大型設備投資
- 川上技術内製化への取り組み
- 環境負荷低減技術の確立

など

2) “企画・提案力”の強化

- 10億円プロジェクトの推進
- デジタル化推進によるプロモーション強化

など

3) “販売力”の強化

- デジタルを活用した営業体制の推進
- グループ販売会社との連携強化

など

B 伸びしろ事業の成長拡大

グローバル事業のさらなる強化に加え、特販事業※やエンドユーザーとのコミュニケーション強化を図り、伸びしろ事業の成長拡大を目指します。

※特販事業とは、一般流通チャネル以外への販売を担う事業

取組みテーマと主な実行戦略

4) グローバル事業の質的量的拡大

- 東璃(上海)貿易有限公司の事業拡大
- シンガポール Branch Officeを核とするASEAN地域の事業拡大
- 中国合弁事業(江蘇長隆社)でのビニル床タイル製造・販売及び新製品開発

など

5) BtoB(特販)事業の開拓

- 業際探索活動による新たなチャネル開拓

など

6) BtoC事業の開拓

- エンドユーザー向け商品の開発と拡充
- 量販店・ネット販売チャネル拡販のための供給体制構築

など

C 第5事業の創造

要素技術研究活動のみならず、未知なる領域に向けてのオープンイノベーション等、様々な取り組みにより、新たな事業領域への展開を図ります。

取り組みテーマと主な実行戦略

7) シーズ・協業からの創造

- 要素技術研究活動の強化
- 産学官連携による探索活動
- オープンイノベーションによる技術やノウハウの獲得

など

※第5事業の創造とは、床材・カーペット・壁装材・カーテンに次ぐ、新たな成長のタネを数多く創出していくことを目指すものです。

D グループ横断機能の強化

SDGsやデジタル化推進等の全社課題解決に向けて、横串機能強化によるグループ全体最適を図り、推進力を高めることで新たな価値の創造を目指します。

取組みテーマと主な実行戦略

8) 社会的課題の解決と事業活動の一体化

- CSR活動の推進力向上
- SDGsへの取組み強化

など

9) デジタルコミュニケーションの推進強化

- デジタルマーケティング強化
- 情報データ活用的高度化
- 社内業務のプロセス改善

など

E 成長を支える経営基盤の構築

「TOLIワークスタイル」を実現する環境づくりや長期的視点での人材育成を図るとともに、IR戦略やブランド力強化など、事業基盤の構築を図ります。

取組みテーマと主な実行戦略

10) 人と組織の活性化

- 当社らしい働き方を追求する「TOLIワークスタイル」の推進
- 社員のキャリアプランを実現する人事制度の再構築
- 共通価値観の醸成によるエンゲージメント向上

など

11) 企業価値を高める

- 広報戦略によるブランド浸透
- 安定供給と効率化を目指すSCM強化
- IR戦略の強化

など

< 「SHINKA Plus ONE」 経営指標 >

項目	連結経営指標
売上高	950億円以上
海外	28億円以上
営業利益	30億円以上
ROE	5.0%以上
リサイクル率※	85%以上
産業廃棄物排出量	40%以上削減 (2019年度比)

< 長期経営指標 > 2024~2029年度 期間内達成目標

項目	連結経営指標
売上高	1,000億円以上
海外	55億円以上
営業利益	60億円以上
ROE	10.0%以上
CO ₂ 排出量	2021年度中に 削減目標を設定
リサイクル率※	
産業廃棄物排出量	

※東リグループ国内主要生産拠点及び伊丹本社の排出物に占めるリサイクル物の割合

Point

- 売上高は、「SHINKA Plus ONE」フェーズ I・3ヶ年の期間中にコロナ前の水準以上を目指す
- 社会的目標指標を設定し、経済的価値と社会的価値向上の両立を目指す

2022年3月期 業績見通し

2022年3月期 連結業績見通し

(百万円)

	2021年 3月期	2022年 3月期					
	通期	上期		下期		通期	
			前期比 (%)		前期比 (%)		前期比 (%)
売上高	85,931	40,000	—	48,000	—	88,000	—
営業利益	1,595	△250	—	1,750	—	1,500	—
経常利益	2,026	△150	—	1,800	—	1,650	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,386	△100	—	1,100	—	1,000	—

※2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等に基づいて算出した金額となっており、対前期及び対前年同四半期増減率は記載しておりません。

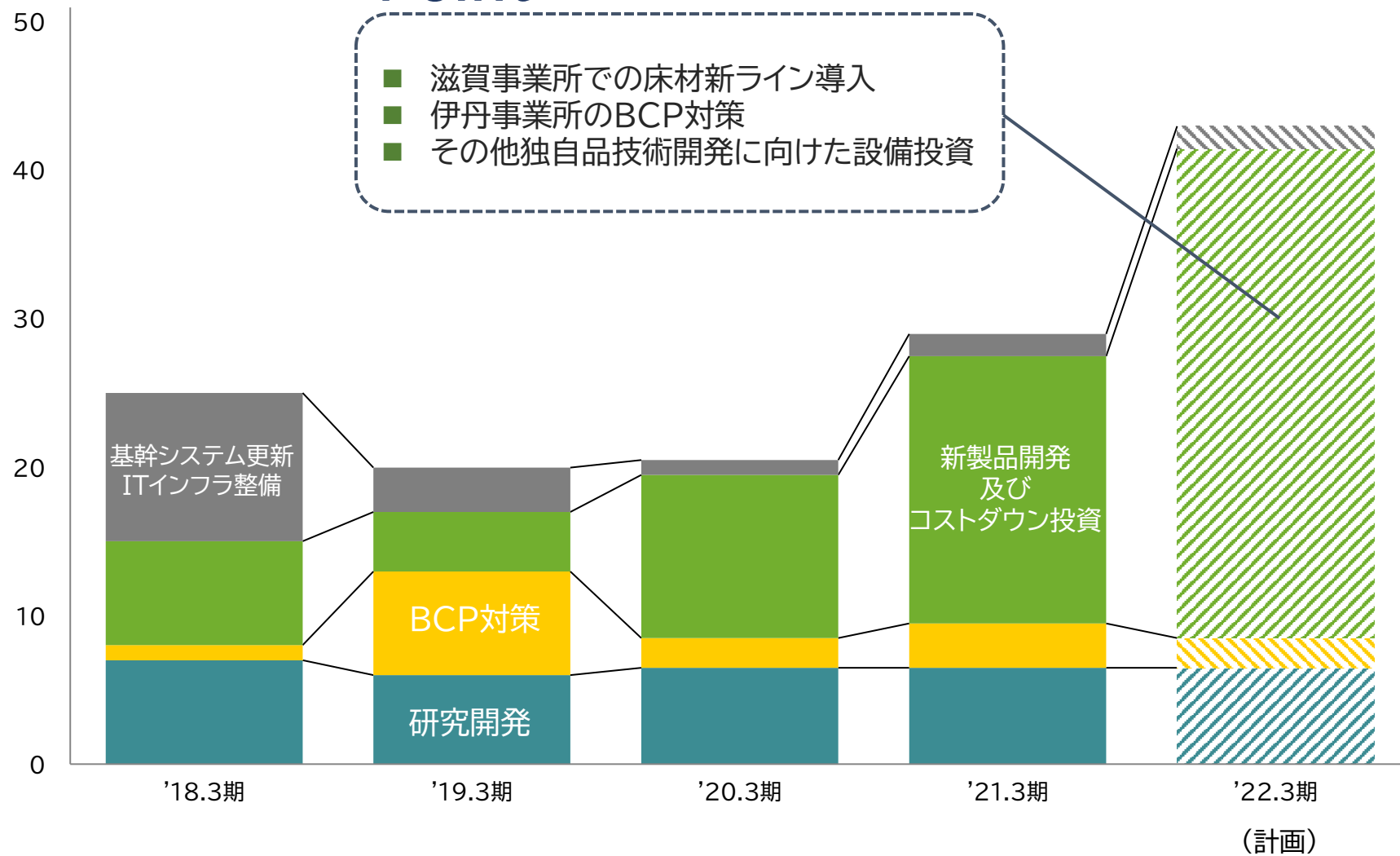
Point

- 抗ウイルス製品の開発、新常態の需要に応じた販売促進への注力
- 非対面形式にも対応した営業体制の推進
- 主要原材料価格の高騰が見込まれる中での、販売価格の改定やさらなる原価低減への取り組み強化

(億円)

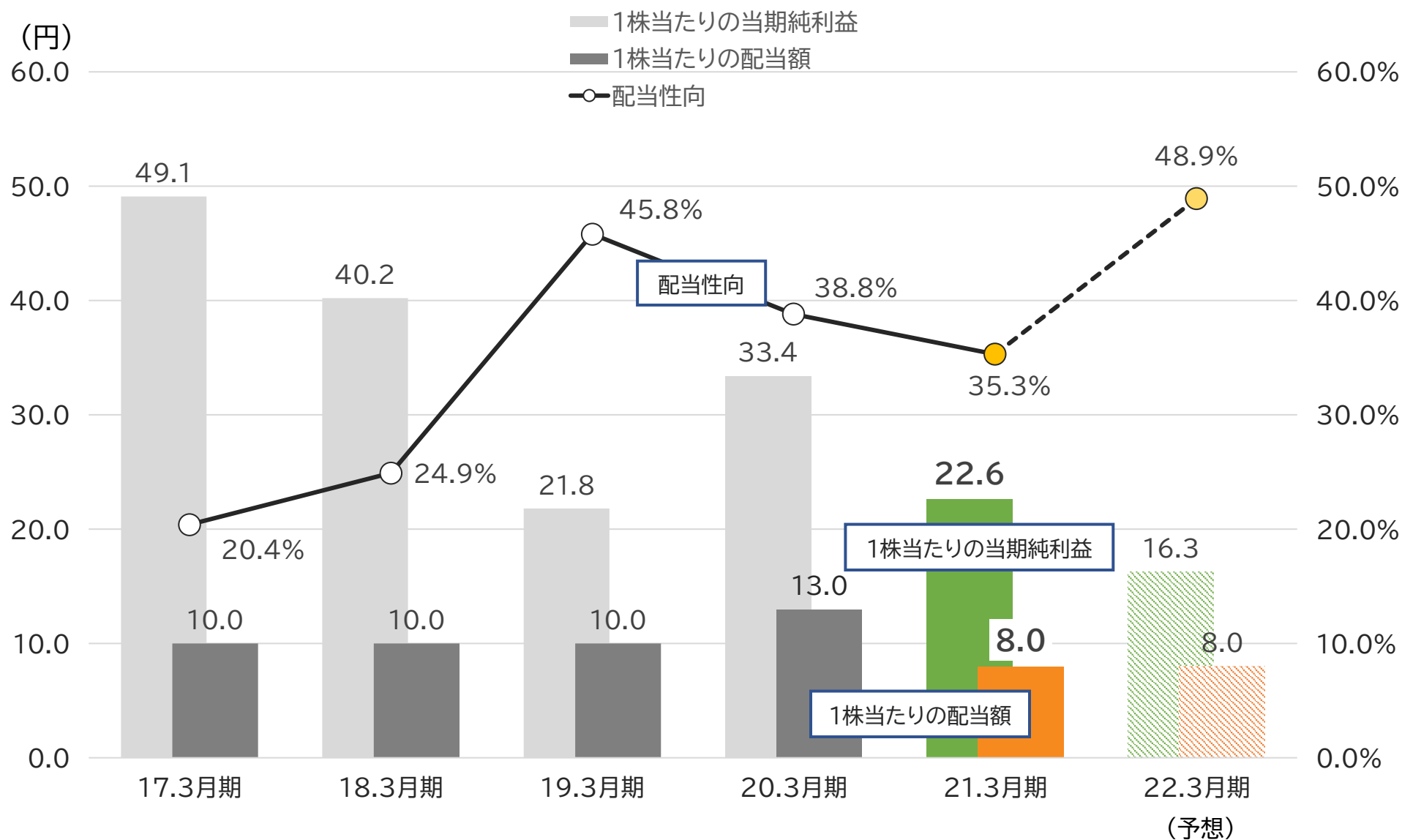
Point

- 滋賀事業所での床材新ライン導入
- 伊丹事業所のBCP対策
- その他独自品技術開発に向けた設備投資



※経常的な設備投資は含んでおりません。

配当の状況(連結ベース)



本資料に関する注意事項

本資料に記載されている東リグループの計画・戦略・見通しのうち、歴史的事実でないものは将来の業績に関する見通しです。これらは、現時点で入手可能な情報に基づいた東リグループの仮定および判断によるものであり、実際の業績等は、さまざまな要因により、これらの見通しと異なる可能性があります。