

第157回 定時株主総会



東リ株式会社

2021年 6月 23日 午前10時

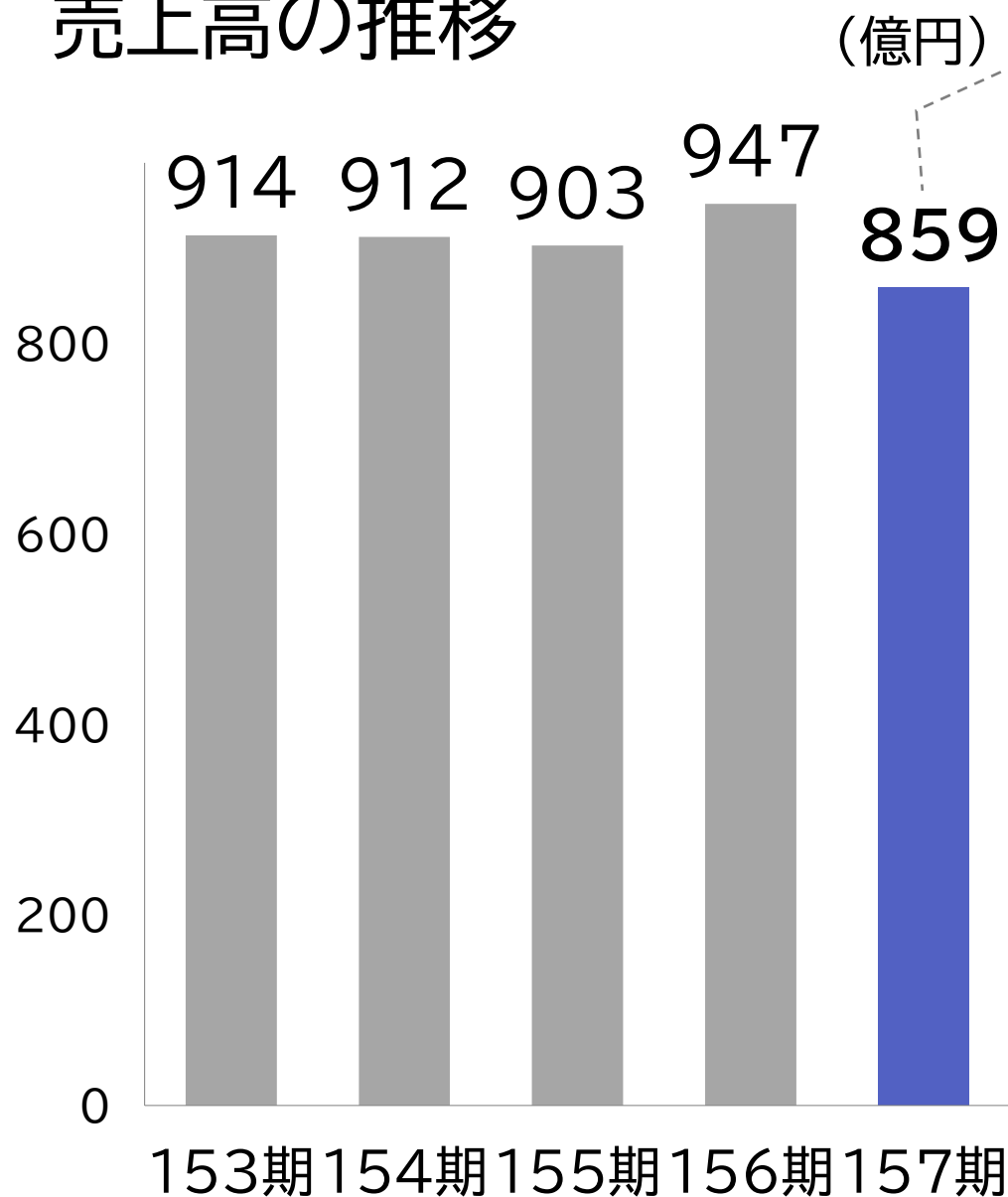
於:伊丹本社集会室

第157期 事業年度 監査報告

第157期 事業報告および 連結計算書類の内容報告

(連結)事業の経過および成果

売上高の推移



新型コロナウイルス感染症による市場環境の悪化

プロダクト事業 前年比▲9.4%

- オフィス向け需要の低迷を受け、コントラクト向けタイルカーペットが減少
- 巣ごもり需要により、住宅向けタイルカーペットやクッションフロア等が増加

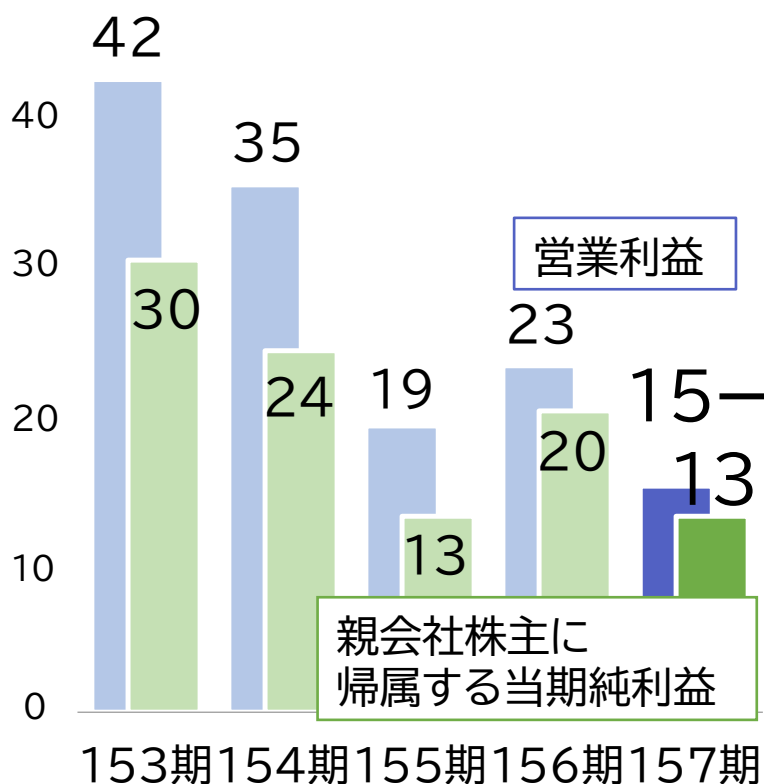
インテリア卸及び工事事業 前年比▲7.2%

- 店舗・宿泊施設向け需要の低迷を受け、リニューアル工事受注件数が減少
- 海外販売子会社の販売が減少

(連結)営業利益の主な増減要因

利益の推移

(億円)

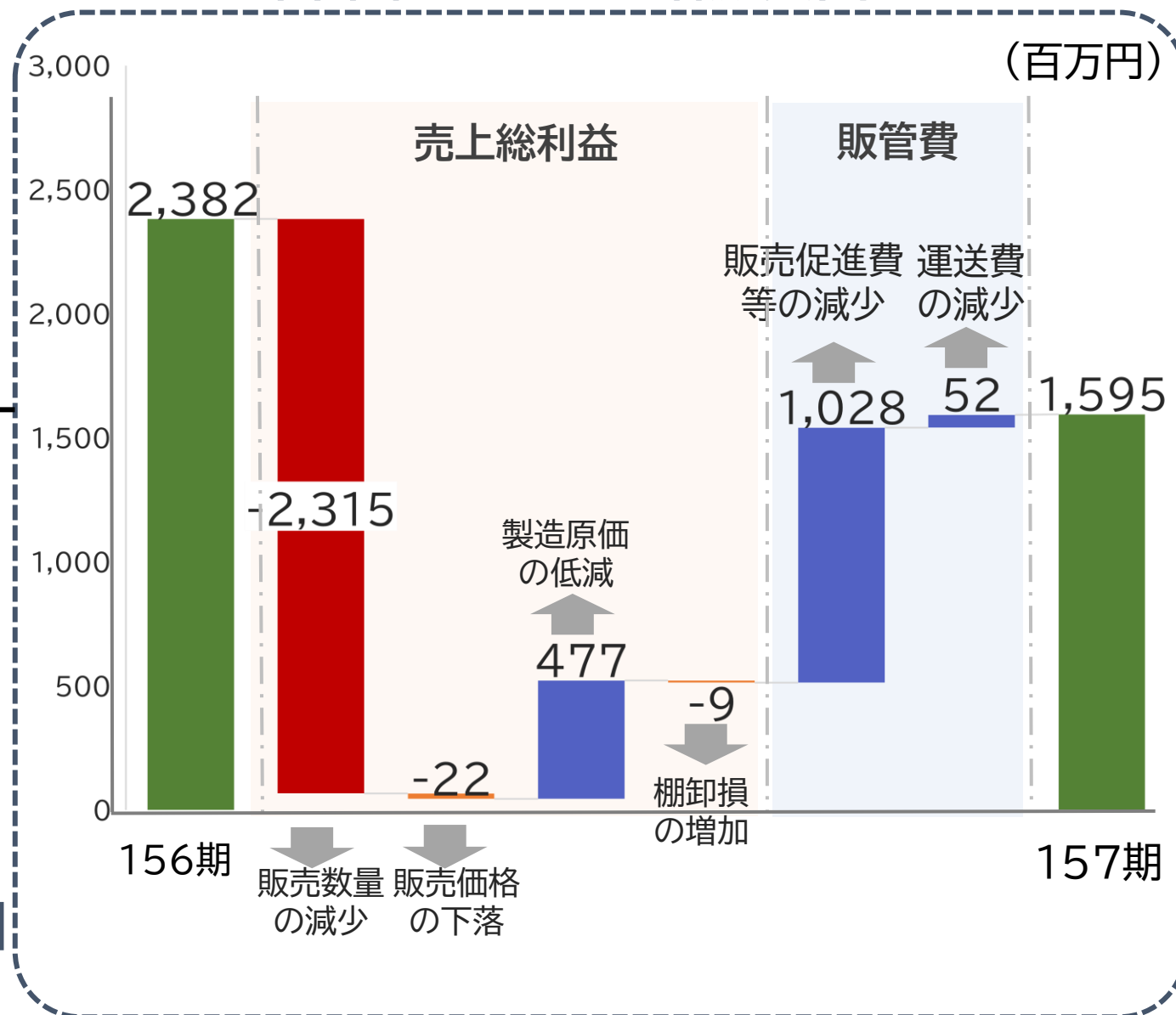


Point

- 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

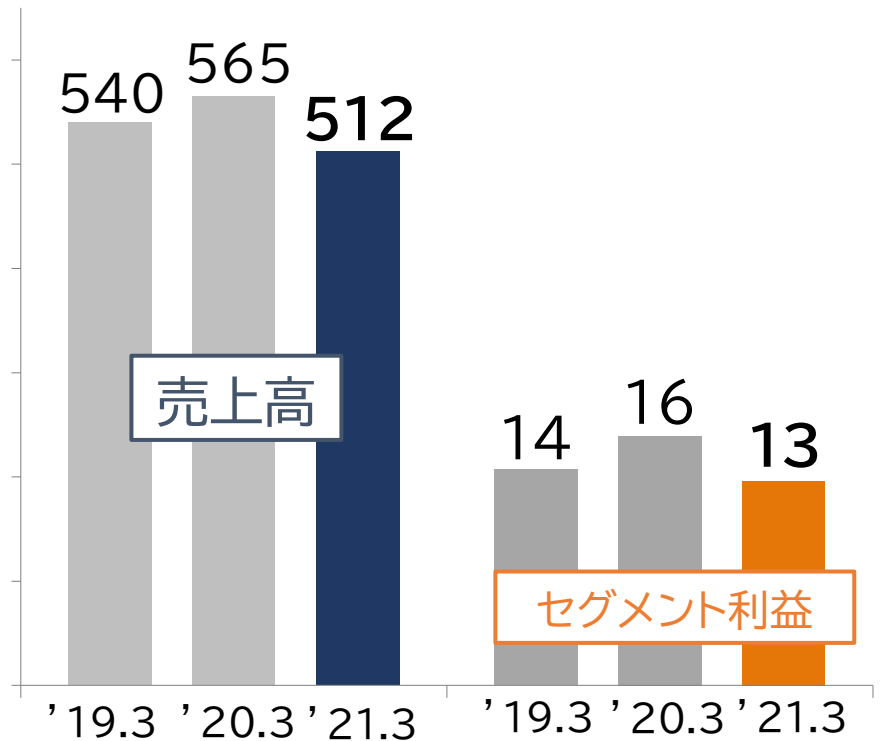
(百万円)



(連結)セグメント別実績

プロダクト事業

(億円)

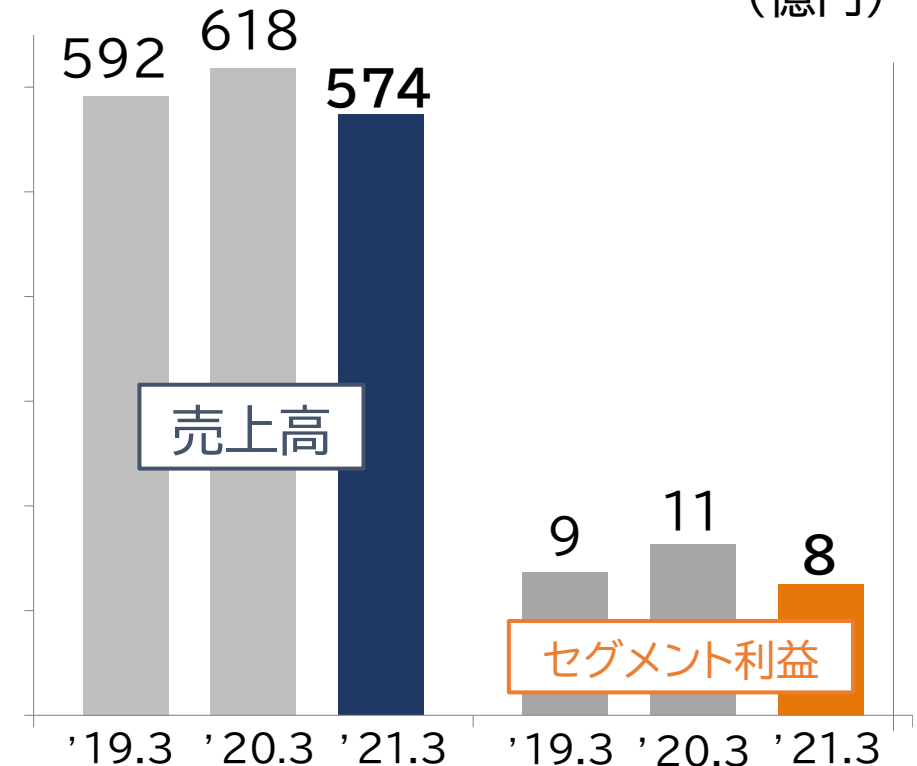


<プロダクト事業>

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)

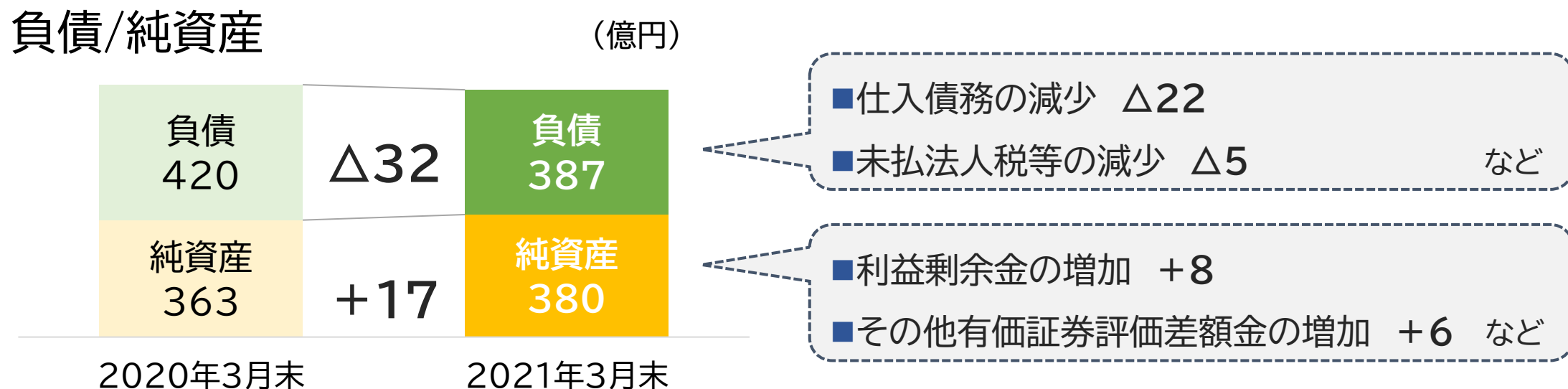
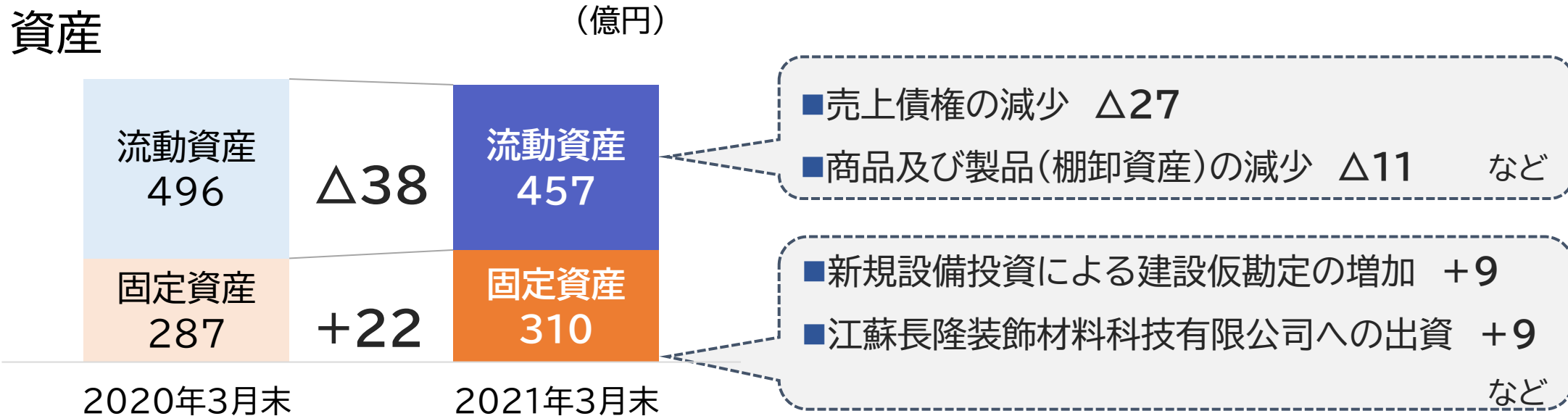


<インテリア及び工事事業>

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

(連結)貸借対照表

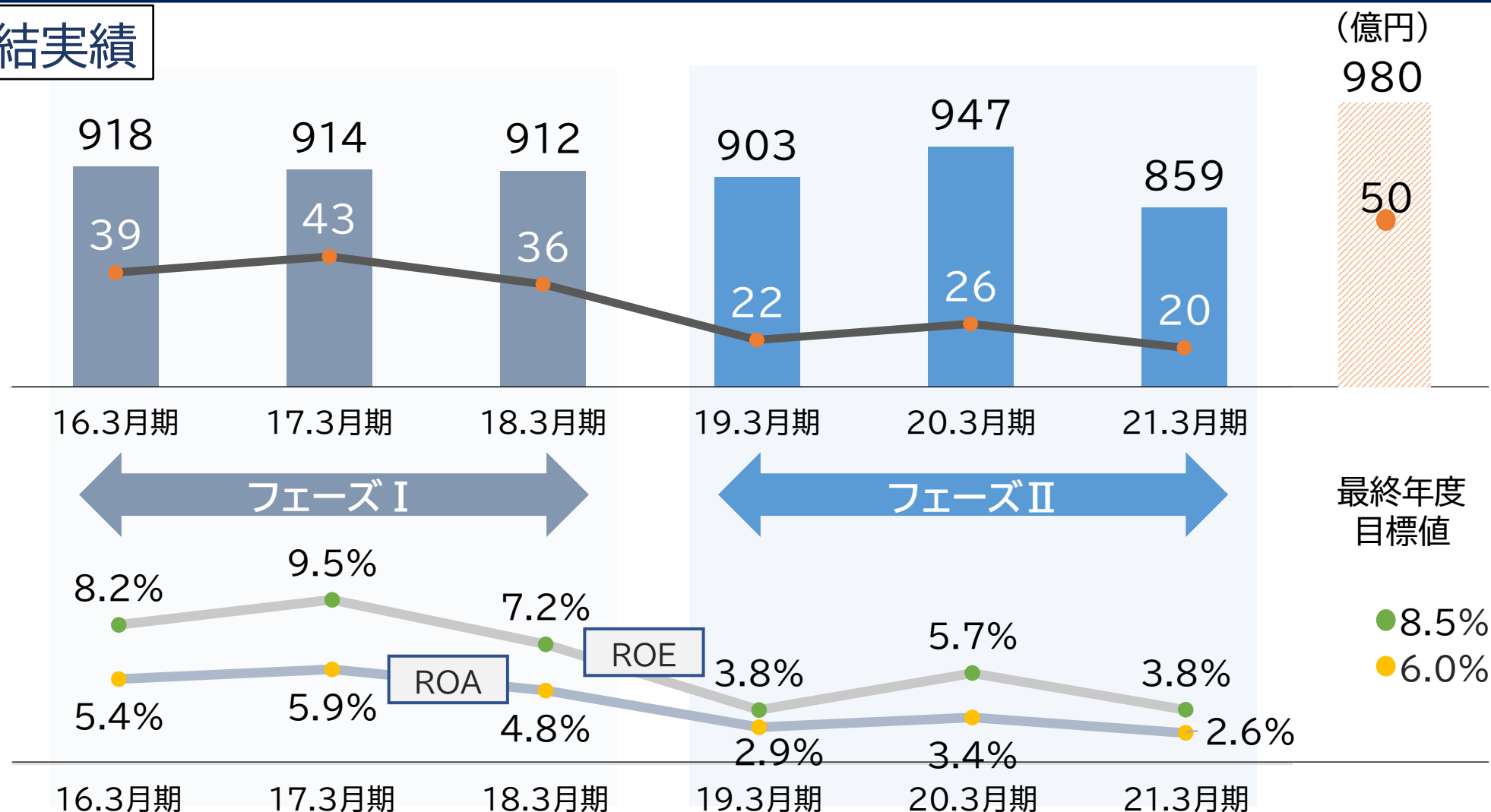


対処すべき課題

中期経営計画
「SHINKA-100」から「SHINKA Plus ONE」へ

前中期経営計画「SHINKA-100」振り返り

連結実績



Point

- 2017年3月期に過去最高益、ROEが目標水準に達する
- 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

前中期経営計画「SHINKA-100」振り返り

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 →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 江蘇長隆プロジェクトの始動 →さらなるグローバル事業の強化	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推進	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り組み

「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

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
「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フレ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



原着ナイロンタイルカーペット
「GA-3600」



新汎用タイルカーペット
「GA-100T」

「SHINKA-100」トピックス(2)

グローバル事業の拡大 「JAPAN TOLI」ブランドの強化



- ビニル床タイル製造技術の供与
- 中国市場での販売拡大
- 日本国内・ASEAN・北米市場へ
向けた新たな商品開発



これらの継続的重要課題を新中期経営計画にも織り込む

長期ビジョン <TOLI VISION 2030>

TOLI VISION 2030



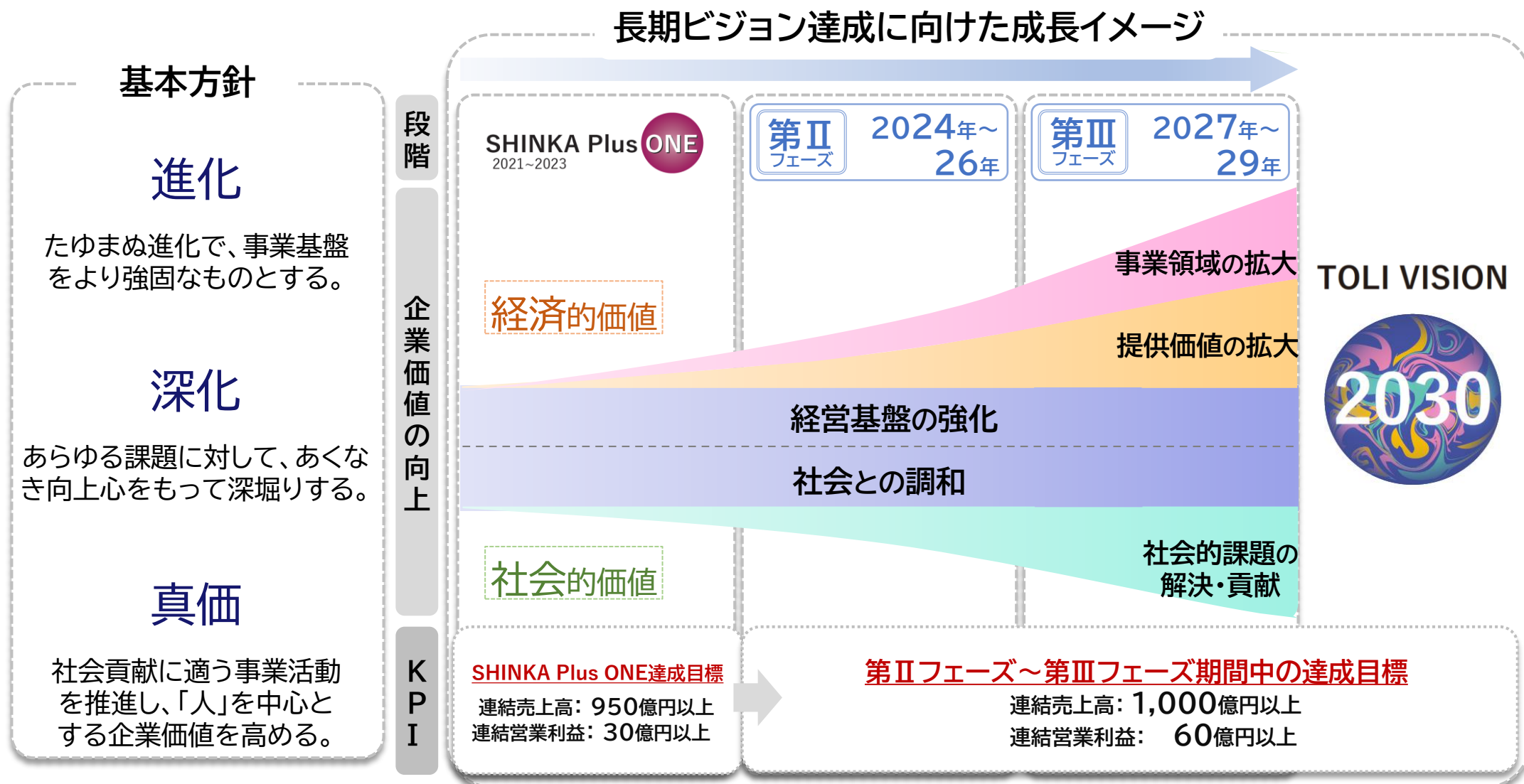
ライフスタイルをデザインする企業へ

ライフスタイルをデザインする企業へ

百年の歴史で積み上げたモノづくりのレガシーを礎に、人々の生活になくてはならない価値を創造できる企業でありたいという思いが込められています。東リグループは無限の可能性を追求し、未来へ、次の百年へ歩み続けてまいります。

長期ビジョン達成に向けた成長イメージ

経済的価値の拡大に加え、持続可能な社会の実現に向けた社会的価値の拡大を図り、東リグループ企業価値の最大化を目指します。



新中期経営計画 「SHINKA Plus ONE」

SHINKA Plus ONE

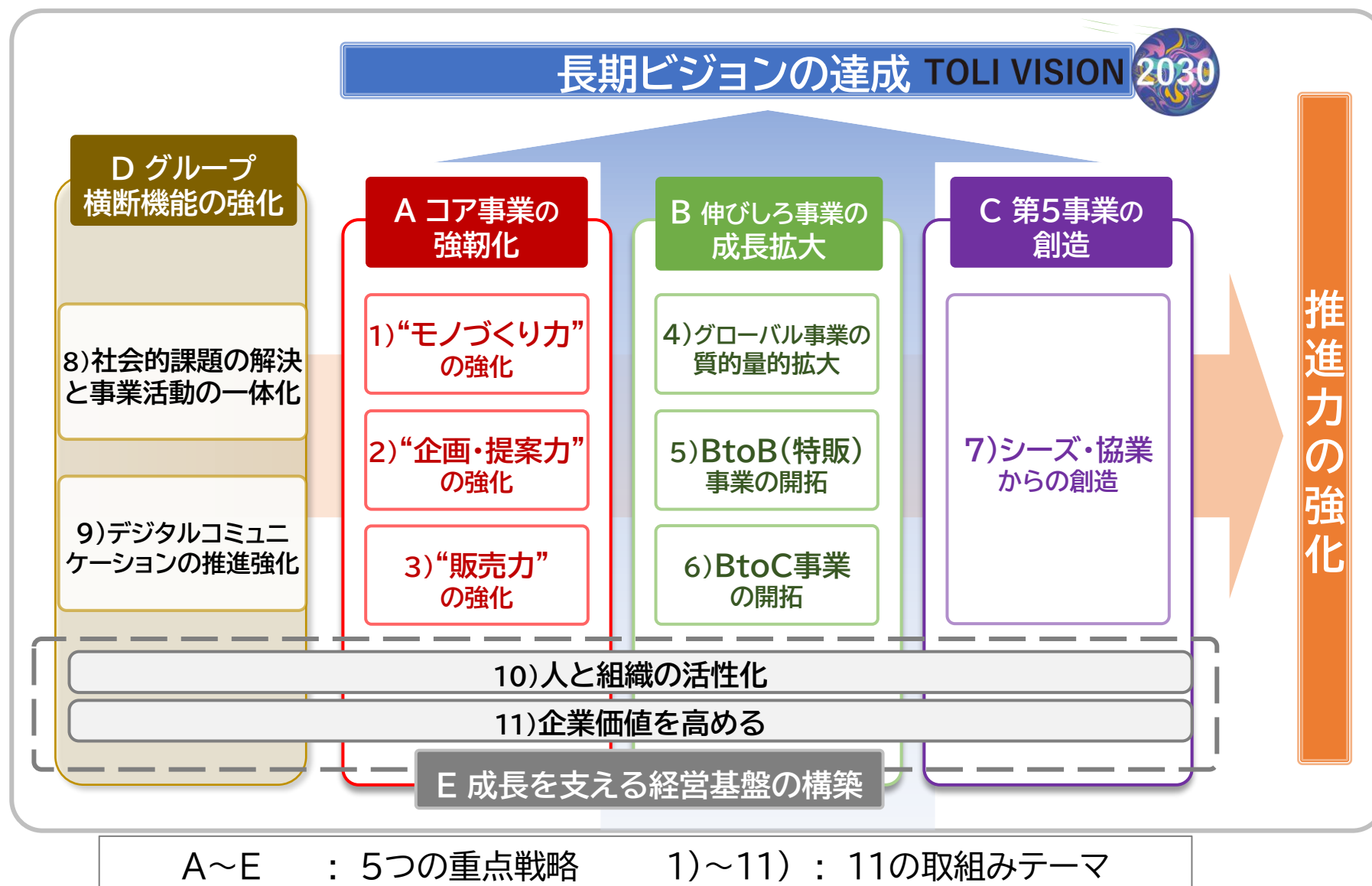
2021~2023

「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。

新中期経営計画「SHINKA Plus ONE」

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。



5つの重点戦略

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

5つの重点戦略

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。

5つの重点戦略

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、横串し機能の強化によるグループとしての事業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

5つの重点戦略

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 > < 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	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)

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カ年の期間中にコロナ前の水準以上を目指す
- 経営指標としての「サステナブル指標」を設定し、経済的価値と社会的価値向上の両立を目指す

中長期的な取り組み-1

重点戦略 A コア事業の強靱化

D グループ横断機能の強化

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



- 従来はリサイクル不可であった繊維部分を含む、全ての廃材を再生利用し、大幅なりサイクル率の向上を実現
- 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トップメーカーとして、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



滋賀東リ タイルカーペット新リサイクルプラント

中長期的な取り組み-2

重点戦略

A コア事業の強靱化

B 伸びしろ事業の成長拡大

業際探索活動の推進により、スポーツ市場を開拓



- 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
- 同機構が目指すサステイナブルな大会運営と、スポーツ文化創造への貢献を目指す

中長期的な取り組み-3

重点戦略 D グループ横断機能の強化

E 成長を支える経営基盤の構築

組織活性化を目的とした社内横断PJ「*NexT* プロジェクト」が始動

ESGにおける、社員の多様性やエンゲージメント
向上を目指す



- 社員の成長環境創出やモチベーション向上による組織活性化を図るべく、公募型の社内横断PJを推進中
- 社員クチコミサイト OpenWorkにおいて「インテリア、雑貨、文具、スポーツ業界の総合評価ランキング第3位（2,012社中）」
- 上記サイトによる評価スコアでは「人事評価の適正感」「20代成長環境」で他の評価と比べて課題があり、今後の改善テーマとして取り組みを推進する

※数値データは外部サイト・OpenWorkより2021年6月11日時点情報を引用

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	—

Point

※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。

- 抗ウイルス製品の拡充、新常态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進行する中、販売価格の改定やさらなる原価低減への取り組みを強化

議案審議

第1号議案「剰余金の処分の件」

(1) 配当財産の種類 : 金銭

(2) 1株当たり配当額 : 8円

配当の総額 : 489,497,072円

(3) 効力発生日 : 2021年6月24日

第2号議案「取締役4名選任の件」

取締役候補者



天野 宏文



関根 近子



徳島 裕恭



藤井 秀延

第3号議案「監査役1名選任の件」

監査役候補者



鈴木 潤

第157回 定時株主総会



東リ株式会社

2021年 6月 23日

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。