

2016年度 — 2018年度 中期経営計画

代表取締役執行役員社長

前田 哲宏

2016年11月15日（火）

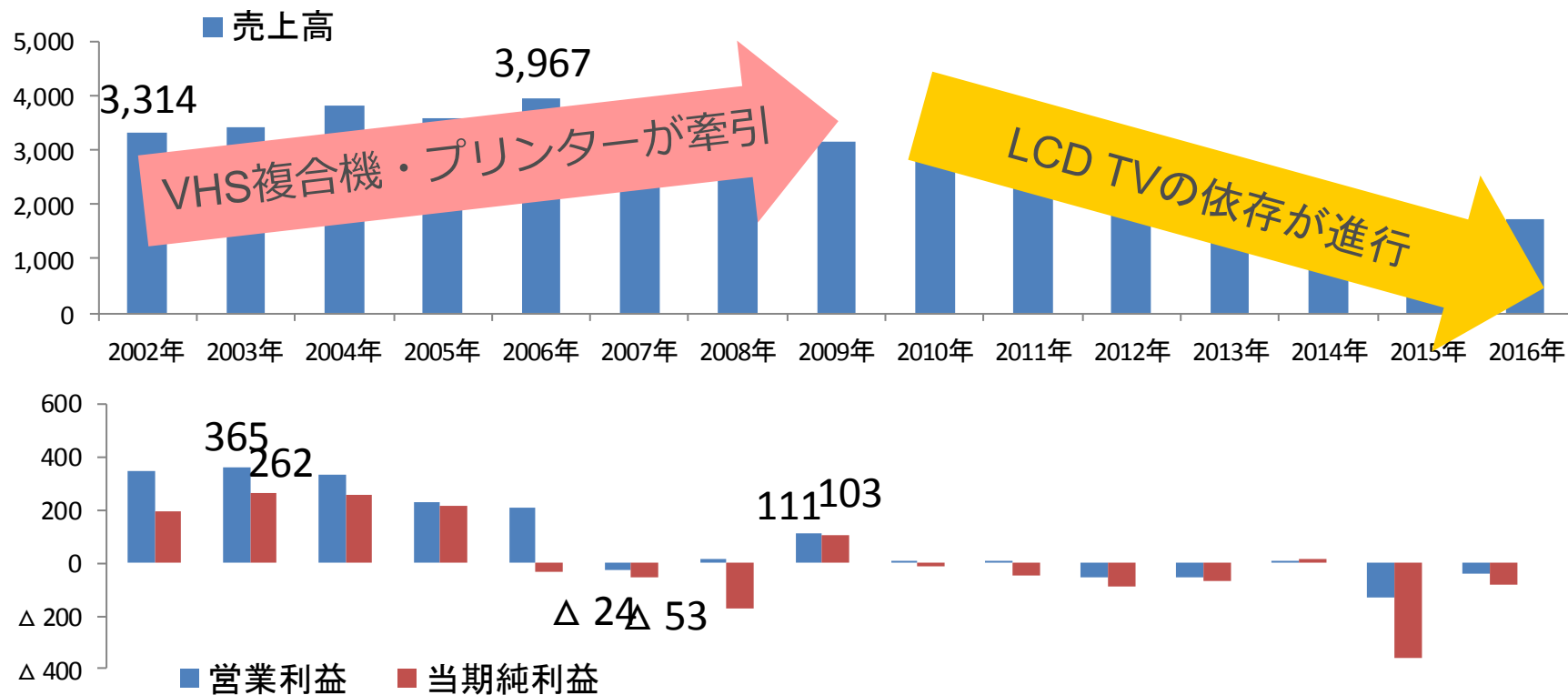
船井電機株式会社



- **現状認識**
- **中期経営計画のポイント**
- **成長シナリオ**
- **資産の最適化**
- **売上高計画**

➤ 現状認識 (2002-2016年 売上高・営業利益)

単位：億円



✓ LCD-TV事業への依存により不安定な収益構造が進行。

✓ 安定した収益構造への変革が必須。

厳しい事業環境の中でも安定した収益を維持できる体制へ

| | |
|------|---|
| DP事業 | 北米：フィリップスブランドの再活用（4K・大型化） 日本：ヤマダ電機での独占販売スタート（2017年春） |
| DM事業 | 北米：4K-Blu-ray playerの販売拡大 日本：OEM+ヤマダ電機での自社製品販売 |
| OS事業 | 販売チャンネル拡大、新製品開発、OEMでIJP拡販を進める C&Iやマイクロフルイディック事業の拡大 |
| 新規事業 | 保有技術の活用により協業先との新ビジネスを立ち上げ |

➤ 成長シナリオ

- ◆ DP事業（LCD-TV）
- ◆ DM事業（DVD、BD）
- ◆ OS事業（プリンター）
- ◆ 新規事業

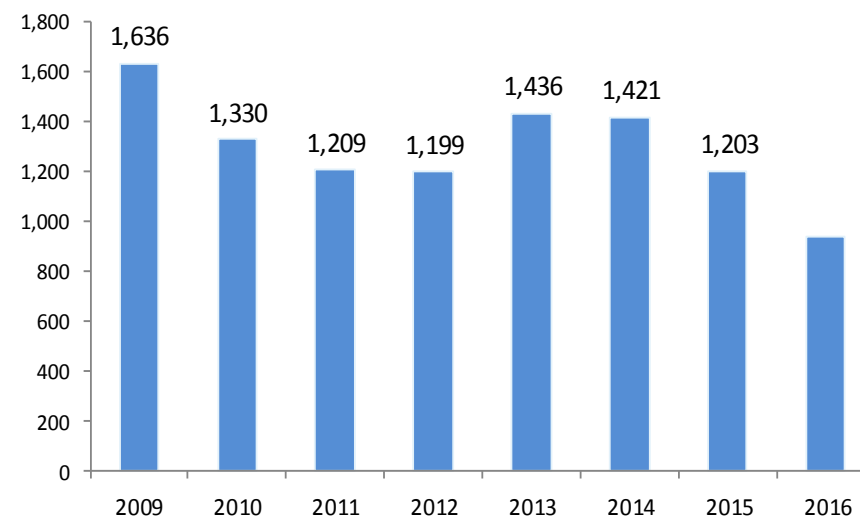
◆ DP事業 (LCD-TV)

◆ DP事業 – 現状認識

- DP事業は2009年から2015年まで1200億円～1600億円程度の売上推移であったが、2016年の売上は1000億円を割り込む見込み。
- 2016年米国ではP&FUSAの扱う地域量販店やメキシコでの競争が厳しい。メキシコではノンブランド製品の普及により売上が落としている。
- フィリップスブランドの収益については、これまでホテル事業、LE事業の在庫調整などで赤字を計上することが多かったが、近年は改善が進んできている。

単位：億円

DP事業売上高



フィリップスブランドの再活用により販売台数を底上げする

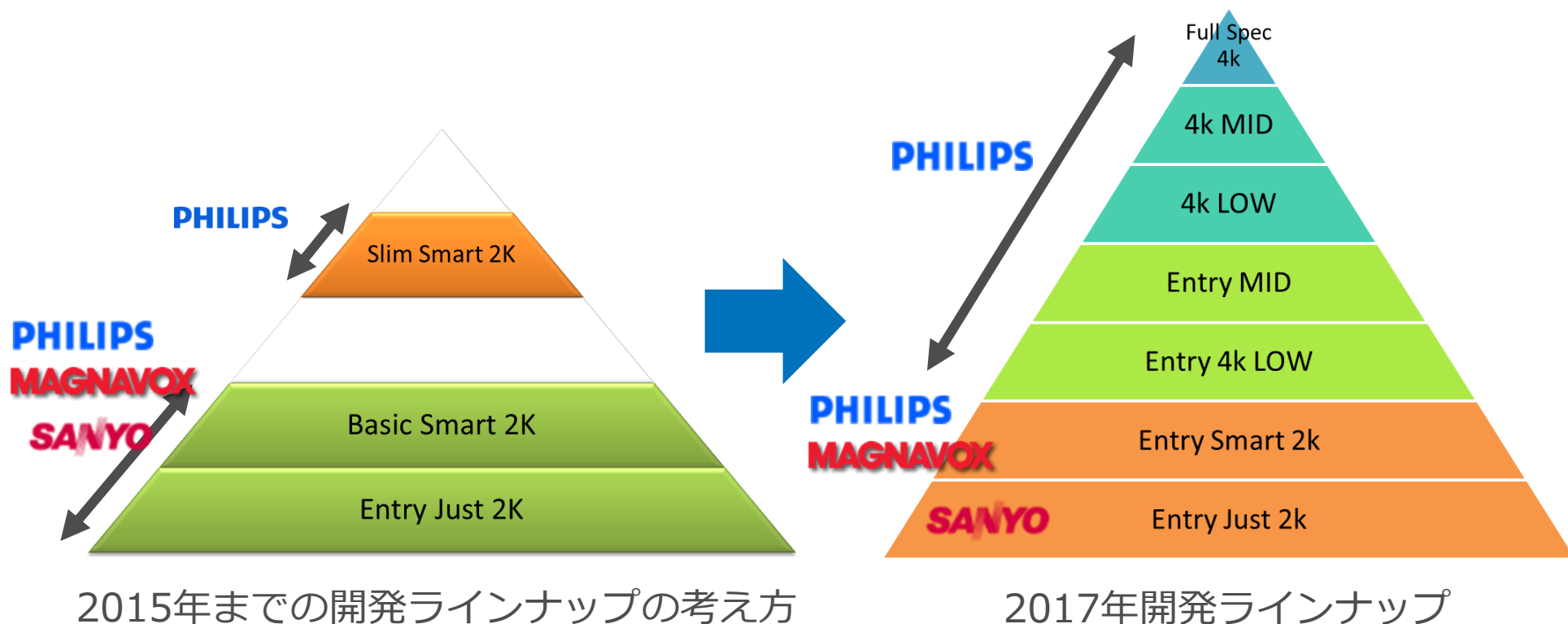
◆ DP事業 – 成長シナリオ

商品ラインナップ

ブランドごとに差異化を明確にした商品ラインナップを開発することで、価格+アルファの競争力をつける

日本市場参入

最大の販売ルートを持つヤマダ電機との独占契約により、製品の販売店間での価格競争を避け、安定的な収益確保



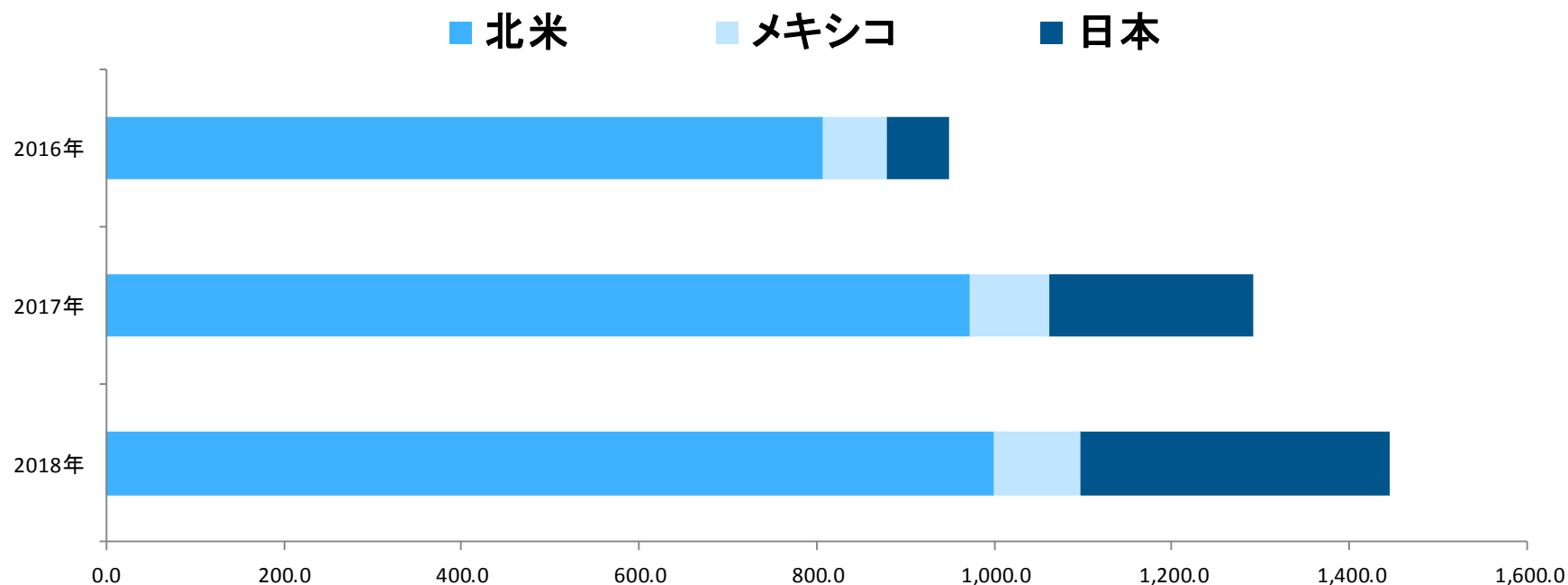
◆ DP事業 – 売上高計画

➤ 成長のためのキー・ドライバー

北米：既存量販店において定番商品棚の確保と販売チャネル増加を目指す

日本：ヤマダ電機でのシェア確保 + OEM売上維持により売上アップ

単位：億円



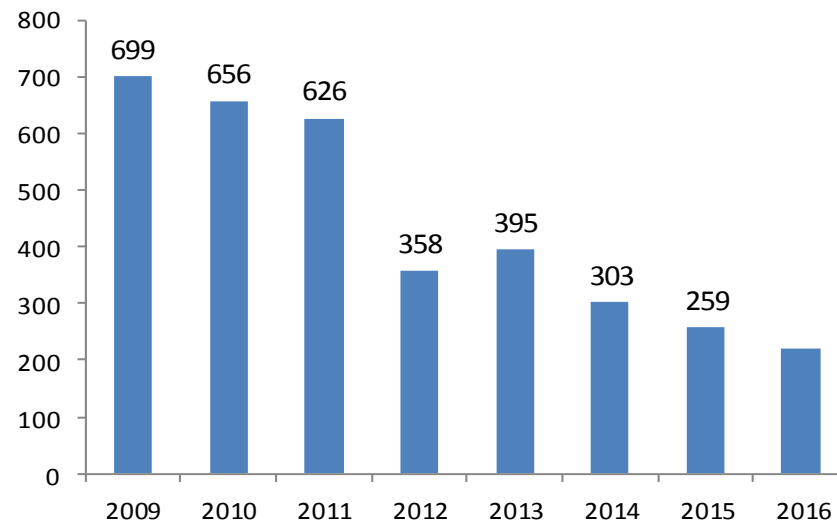
◆ DM事業 (DVD、BD)

◆ DM事業 – 成長シナリオ

- DM事業は、DVD/BDプレーヤ等の市場縮小と国内BDレコーダにおけるOEM先の販売不振等から減少傾向で推移。サウンドバーの販売額も伸びてはきているが事業部全体の販売額減少を食い止められるまでには至っていない。

単位：億円

DM事業売上高



北米：4K Blu-ray player の低価格モデル投入
日本：OEM拡大とヤマダ電機での自社モデル投入
により販売台数の底上げを目指す

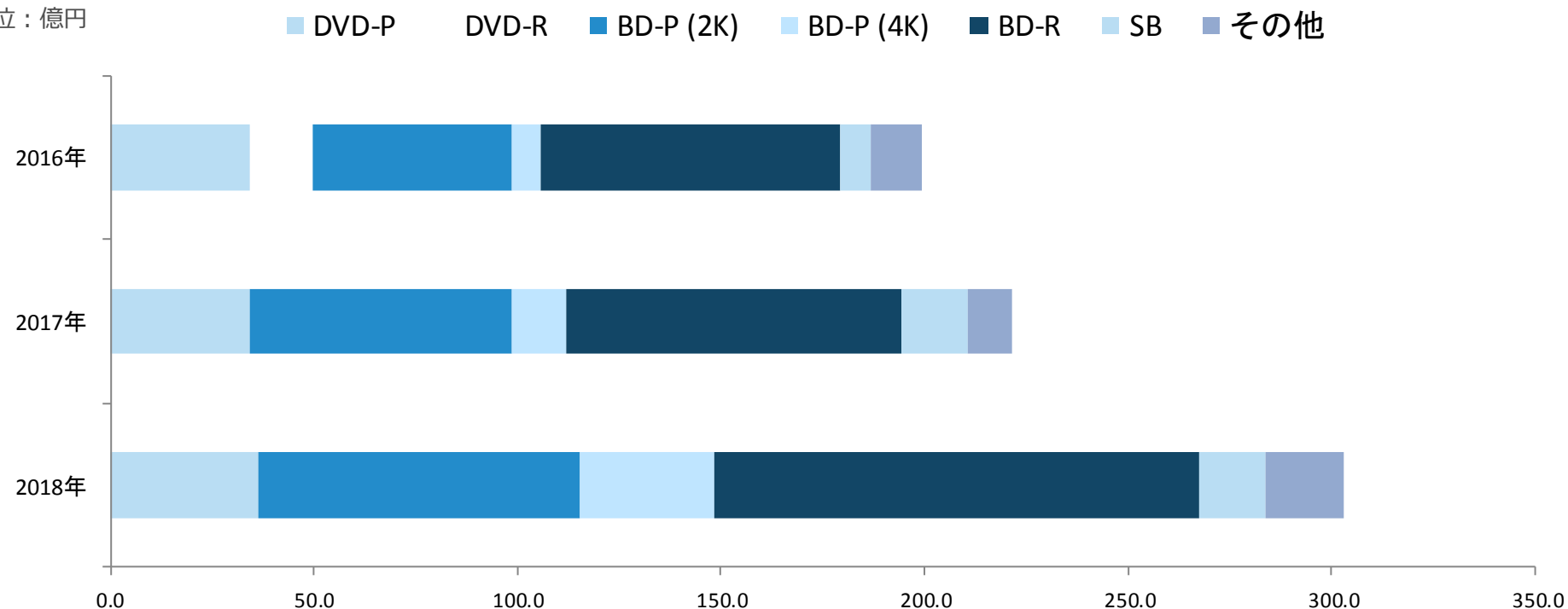
◆ DM事業 – 売上高計画

➤ 成長のためのキー・ドライバー

BD-P：価格競争力を上げて2Kと4Kの定番商品棚確保と販売チャネル増加

BD-R：ヤマダ電機でのシェア確保+さらなるOEM確保

単位：億円



◆ OS事業（プリンター）

- 低価格ハード販売の競争激化
- モバイルデバイス増加、SNS浸透による消耗品販売が想定以上に苦戦
- 外付けタンクを持つC I S S機の普及で消耗品ビジネススタイルが変化
- 既存消耗品ビジネスの変化（課金モデル）



**I J P 事業は販売チャネルの拡大、新製品開発、
OEM開拓で2019年度に黒字化を目指す**

◆ OS事業 – 成長シナリオ

| テーマ | 具体的戦略 |
|-----------|--|
| 販売チャネルの拡大 | ①既存量販店だけでなく、オフィス系小売店等、販売チャネル毎の客層にあった商品開発と販売戦略 ②大手E-コマース事業者向けの商品と販売戦略 ③特殊紙（皮、ラベルなど）に対応した商品を開発し、スペシャリティチャネルへ侵攻する |
| 新製品開発 | 協業先と共同開発を行い、既存の個人向けプリンターではない、新たなコンセプトの市場開拓を進める |
| OEM | 新たなOEM先の獲得により、彼らの販売ネットワークを活用し、新市場への参入を目指す。既に提携検討中。 |

▶ ビジネス向けプリンター市場（C&I）への参入

C&I市場に向けて1-2年以内に参入を目指す。この市場は収益性が高く、長期にわたり安定的な本体の供給とメンテナンスが期待できる。既に数社の大手企業と提携契約の検討段階中。

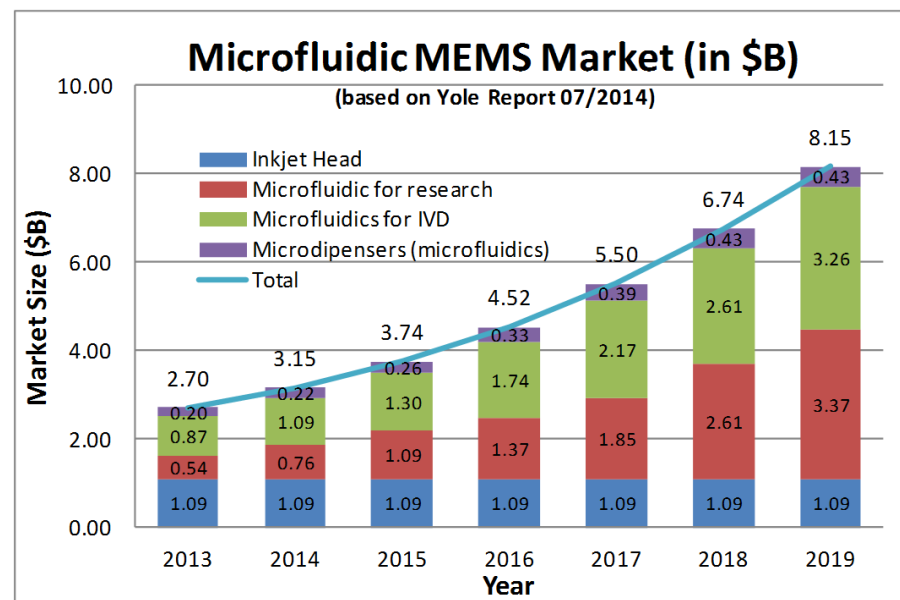
◆ OS事業 – マイクロフレイディックの可能性

➤ マイクロフレイディックとは？

インクジェット技術を活用した微細な液体の制御が可能な技術のこと、この技術を応用した製品市場は下図に示すように、2019年には\$ 8.15B（約8,400億円）になると予想されている。

➤ 当社の取り組み

すでに、複数の世界的大手企業と共同開発をスタート。テスト販売の設定や各種認証の必要性により、市場投入は、2018年から2019年に実現見込み。当社の位置づけはヘッド部分を年数千万個の部品供給となり、安定的な高収益が期待できる。



(当社調べ)

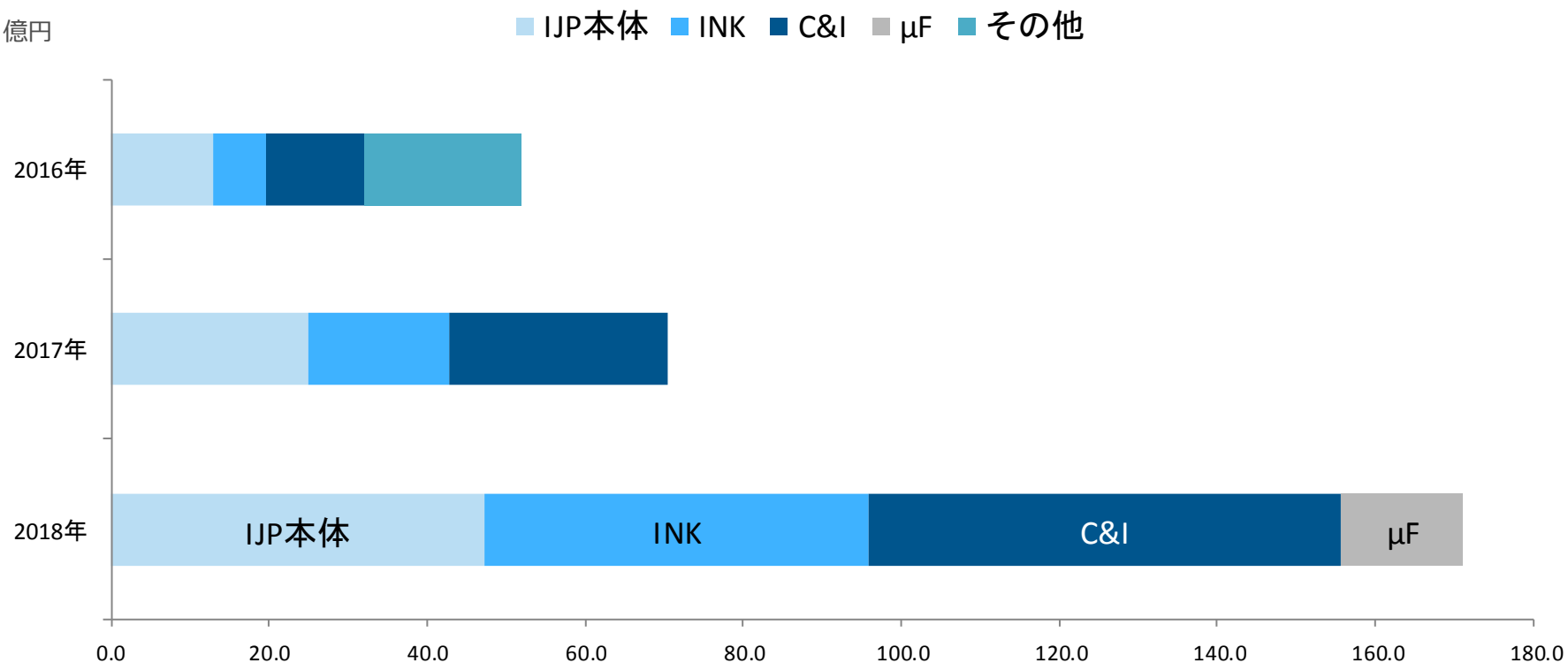
◆ OS事業 – 売上高計画

➤ 成長のためのキー・ドライバー

IJP本体とインク → 積極的投資のMIF拡大による安定したインク収入

C&IとμF → 2018年から本格的にスタート、今後の急成長に向けて開発投資を進める (μF=マイクロフルイディック事業)

単位：億円



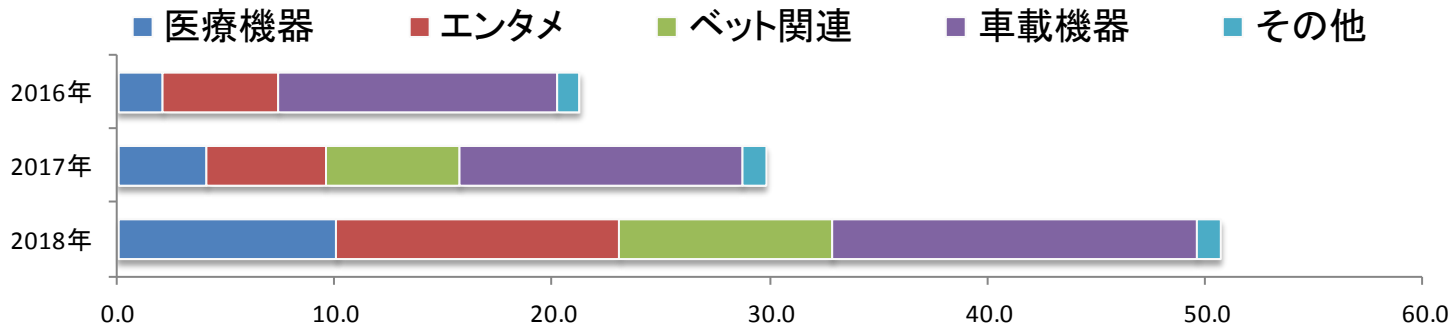
◆ 新規事業

◆ 新規事業 – 成長シナリオ、売上高計画

➤ 今後の成長のためのキー・ドライバー

| ①エンタメ市場 | ②ヘルスケア市場 | ③医療分野 | ④車載市場 |
|---|---|---|---|
| 低価格化に向けてプロジェクト推進、売上倍増を目指す | 米国市場向け電動ベッドの部品開発をスタート、2017年出荷を目指す | 米国向け歯科用CTの受託製造を2016年よりスタート、欧州モデルの受注も目指す | 車載LCD用バックライト製造が増加傾向、LCDの大型化、多様化に対応していく |
|  |  |  |  |

単位：億円



✓ 保有資産の売却により財務基盤の回復

→ ① 子会社（DXアンテナ）の株式譲渡
（2017年2月予定）

② 固定資産の売却検討

✓ 固定費の削減により収益率の改善

➤ 売上高計画



単位：億円

■ DP ■ DM ■ OS ■ 新規

