

2018年度 経営方針

～赤字脱却に向けた取組み～

2018年 5月15日 (火)

船井電機株式会社
代表取締役 執行役員社長
船越 秀明



1. 経営理念・グループビジョン

2. 競争戦略

3. 事業別方針

【基本理念】

夢と信念、情報と行動

【経営理念】

社会に役立つ夢ある企業への挑戦

【グループビジョン】

FUNAIは世界中から選ばれる製品を創る

“世界中から”

グローバル企業として

“選ばれる”

業界トップシェアを目指し

“製品を創る”

愛される製品を開発する

1. 経営理念・グループビジョン

2. 競争戦略

3. 事業別方針

【Core competence】 <競合他社に真似できない核となる優位性>
～FPS：創意工夫で生産性向上サイクルを実現する技術力～

持続的な成長へ向けて新たな競争戦略を展開し収益構造改革を実現

基本戦略

①北米：マーケット・シェアの拡大

大手量販店のSKU拡充

AIテレビの市場投入

②日本：FUNAIブランド浸透

日本市場で地位を確立

③新規ビジネスの展開

新規・EV事業を通じ新規分野へ積極参入

ビジネス戦略

ポジショニング戦略

アライアンス戦略

自社能力を最大限生かせるポジショニング確保

技術力を通じ魅力的な製品投入で差別化を強化

アライアンス企業へのモジュール供給を展開

2つの基本改革

人材マネジメント
(人材育成)

ガバナンスの徹底
(企業統治)

➤ 基本戦略：①北米：マーケット・シェアの拡大～販売戦略～

- ・ Walmartに続く大手量販店のSKU拡充アプローチを展開
- ・ AIテレビの市場投入

大手量販店のSKU拡充

Walmart

+

大手量販店

COSTCO

BEST BUY

amazon

TARGET

etc...

音声起動 AIテレビの市場投入



Android TV

+

Googleアシスタント

北米での高付加価値製品の増強を図り、シェア拡大を図る

➤ 基本戦略：②日本：FUNAIブランド浸透～販売戦略～

- ・有機ELテレビ投入によりFUNAIラインナップを強化
- ・広告宣伝強化と顧客満足度向上によるブランドの浸透

ラインナップ強化

有機ELテレビ

液晶テレビ新機種

4K
HDR



+



FUNAI
Enhance Your Life



← OLED + 新機種

ブランド浸透戦略

- 顧客ニーズに合った製品開発
- ソフトウェア機能の充実
- エンゼルス公式スポンサー契約
- インバウンド効果の活用



FUNAIブランドの国内における確固たる地位を確立

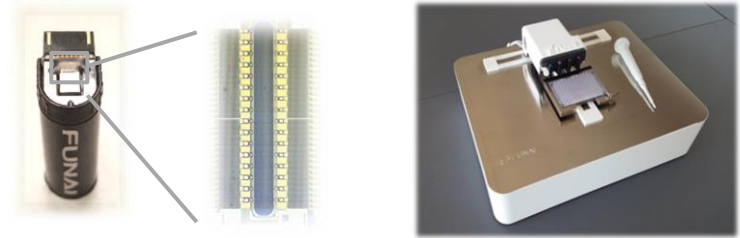
・ オフィスソリューション(OS)事業で培った研究開発の成果から
新たな製品を展開



➤ 基本戦略：③-2 新規ビジネスの展開～既存技術の応用～

- ・ OS事業の技術（ μ -fluidics）を活かし派生ビジネスを展開
- ・ AV・新規事業を通じ介護や医療等の新規分野へ積極参入

マイクロフルイディクス



Auto-Pipetting

車載

ダイレクトバックライト



ヘルスケア・メディカル

電動ベッド



歯科用CT



業務用AV機器

サイネージ



病室用TV



ホテル用TV

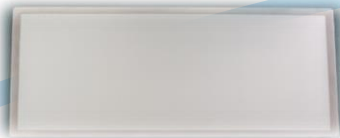
➤ 基本戦略：③-3 新規ビジネスの展開～EV事業への参入～

- ・ アライアンス企業との提携によりEV関連事業の幅広い分野へ参入
- ・ EV事業を通じ環境に配慮した企業を目指し持続的な成長を図る

昨年11月、小型EV開発会社(株)FOMMと資本業務提携契約を締結

車載用ダイレクトバックライト

メーターパネル



アライアンス企業との
様々な連携を模索

成形部品の供給

部品モジュール供給

シェアリングサービス

その他



成形部品



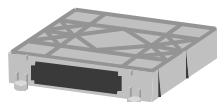
測距センサ



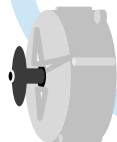
カーオーディオ



インバータ



ECU



1. 経営理念・グループビジョン

2. 競争戦略

3. 事業別方針

▶ TVマーケット動向

| | | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | (単位: 千台) |
|-------|----|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| 台数ベース | 北米 | 43,400 | 36,763 | 37,414 | 36,982 | 36,637 | ※1 |
| | | — | | | | | |
| | 日本 | 4,748 | 4,880 | 5,500 | 6,500 | 8,000 | ※2 |
| | | — | | | | | |
| | 中国 | 50,000 | 44,000 | 46,000 | — | — | ※3 |
| | | — | | | | | |

| | | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 | 2020年 | (単位: million USD) |
|-------|----|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------|
| 金額ベース | 北米 | 16,800 | 15,690 | 15,900 | 15,700 | 15,600 | ※1 |
| | | — | | | | | |
| | 日本 | 3,405 | 3,780 | 4,200 | 4,900 | 6,100 | ※2 |
| | | — | — | | | | |

※1 : NPDデータなどを元にした当社の推測値
 ※2 : JEITA統計データを元にした当社の推測値
 ※3 : パネルメーカーヒアリングを元にした当社の推測値 **11**

➤ 中期業績目標値

<単位:億円>

| | 2017年度 実績 | 2018年度 計画 | 2019年度 計画 | 2020年度 計画 | 2018年度 2020年度 計画比 ()は達成率 |
|-----------------|-----------------|--------------|--------------|--------------|------------------------------------|
| 売上高 | 1,301 | 1,030 | 1,130 | 1,300 | +270 (126%) |
| 北米+中南米 | 950 | 655 | 640 | 630 | △25 |
| 日本+その他 | 351 | 375 | 490 | 670 | +295 |
| 営業利益 (営業利益率) | △108 (△8.3%) | 4 (0.4%) | 7 (0.6%) | 11 (0.8%) | +7 (275%) |
| 為替(前提) \$⇒¥ | @110.69 | @105 | @100 | @100 | |

黒字化に向けた取組み

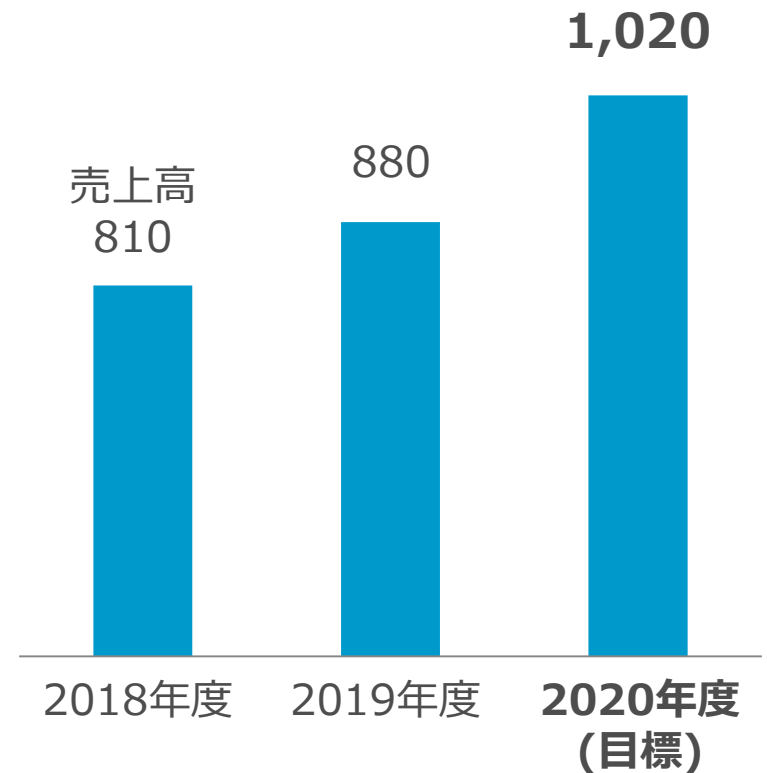
◆ 売上増に向けて

1. ネット販売の強化
2. FUNAIブランドとOEM製品の強化
3. ASEAN市場の開拓

◆ 営業利益増に向けて

1. PSIとサプライチェーンマネジメントの徹底
2. 米国関税を見据えた生産体制の最適化
3. サービスコストの削減

(億円)



生き残りをかけて

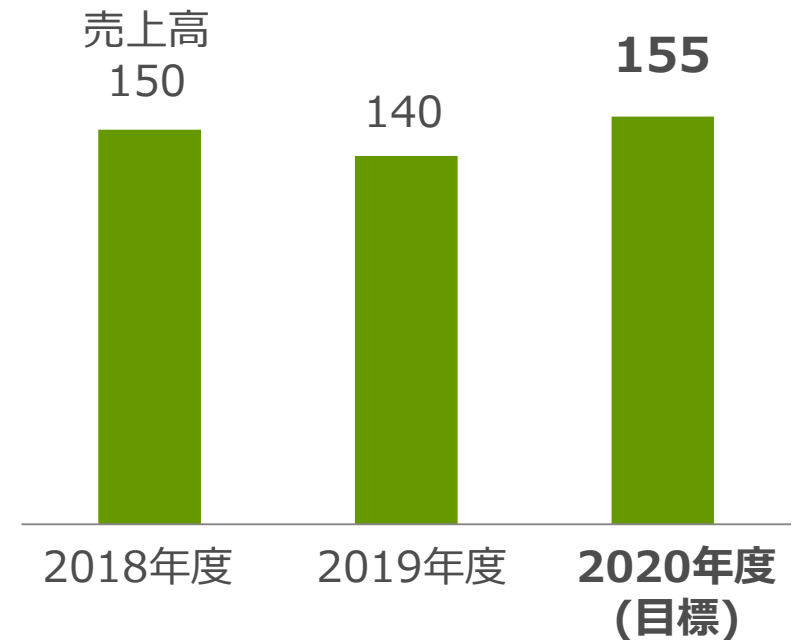
◆ 売上増に向けて

1. 北米：新規顧客の開拓
2. 国内：FUNAIブランドのラインナップ強化

◆ 営業利益増に向けて

1. 生産体制の最適化
2. コストダウンの徹底
3. 残存者利益の確保

(億円)



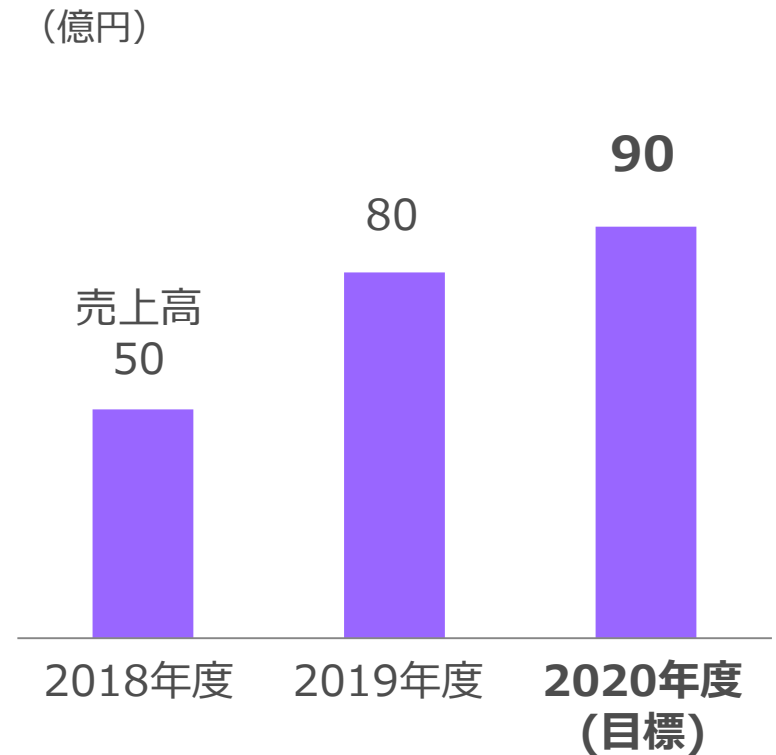
赤字からの脱却

◆ 売上増に向けて

1. 大容量インク搭載プリンタの立ち上げ
2. 産業用インクカートリッジの新規顧客開拓
3. 特殊プリンタ市場への参入

◆ 営業利益増に向けて

1. 不採算製品の徹底的な見直し
2. OEMビジネス展開による収益基盤の安定化
3. マイクロフルイデックス製品の立ち上げ



新規事業展開

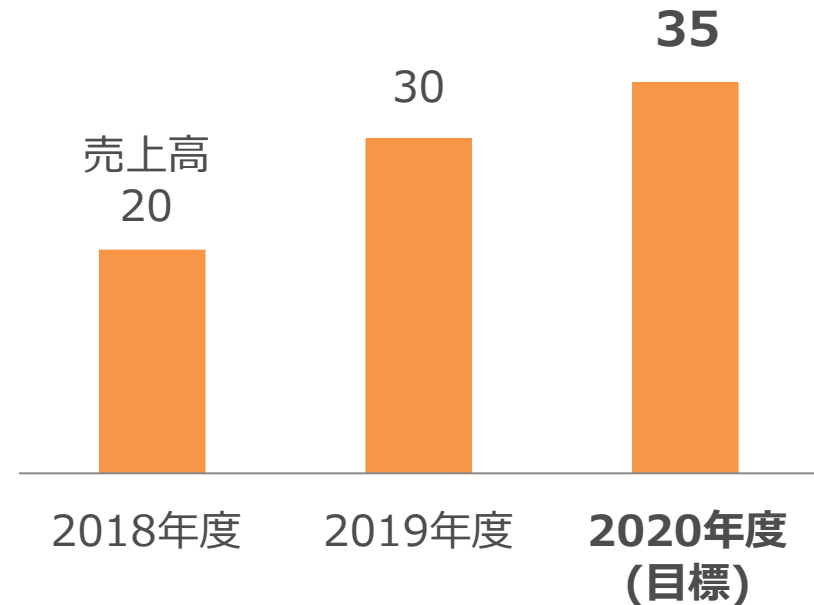
◆ 売上高増に向けて

1. 業務用AV機器の事業化推進
2. 車載機器の事業化推進
3. EV戦略を通じた事業領域拡大

◆ 営業利益増に向けて

1. ヘルスケア・メディカル製品ビジネスによる利益の追求
2. 業務用AV機器事業による収益基盤確保
3. 高付加価値製品の開発・事業化

(億円)



本資料には、歴史的事実ではない将来の業績に関する予想及び見通しについての記載が含まれています。

これらの記載は、映像機器及び情報機器をはじめとする当社及び当社グループ会社の事業に関連する業界動向、国内外の経済状況並びに為替レートの変動その他の業績に影響を与える可能性のある要因について、現時点で把握可能な情報をもとにした仮定及び見通しを前提としています。

したがって、実際の業績は、エレクトロニクス業界における競争状況、市場動向、為替動向、新製品の導入及びその成否、税制や諸制度に関する世界的な状況を含む多くの不確実な要因の影響を受け、本記載の予想及び見通しとは大きく異なる場合がありますのでご承知おきください。

