

2008年4月25日

2007年度総括および ディスプレイ事業の経営改革について

社長 佐藤 国彦

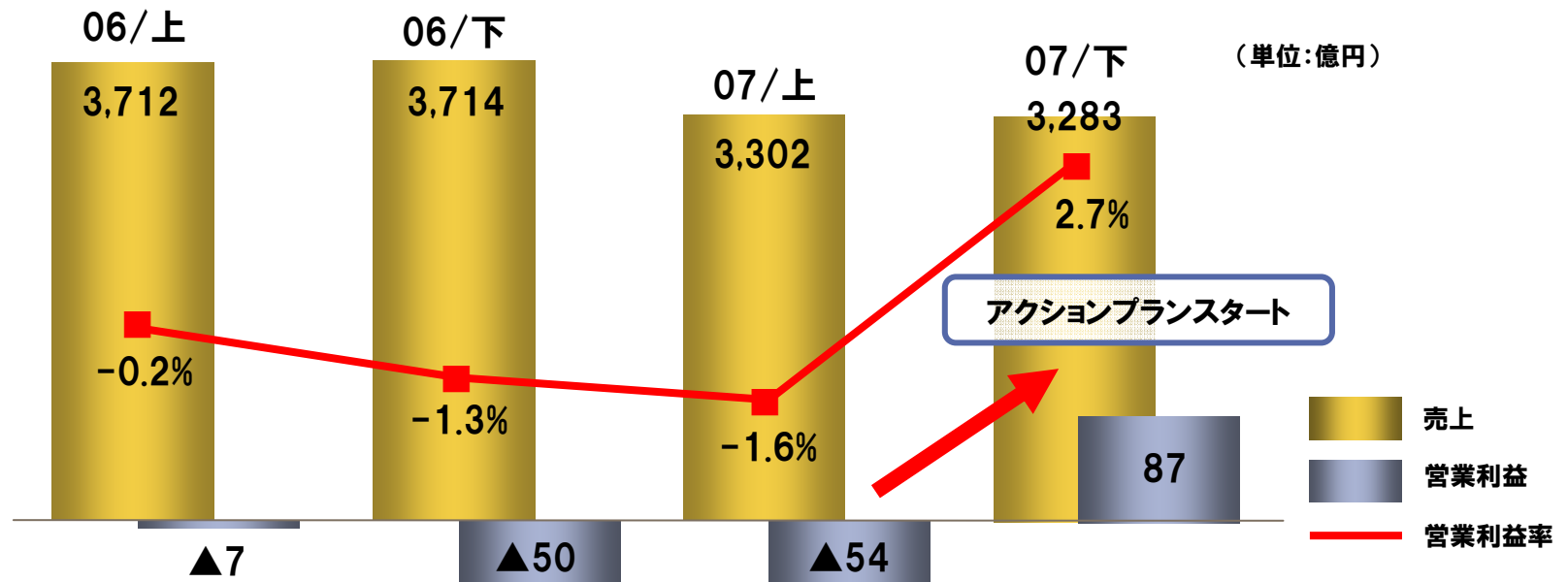


1. 2007年度の総括および新・中期計画

2. ディ스플레이事業の経営改革

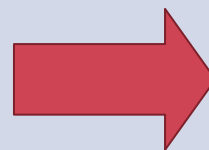
1. 2007年度の総括

- 構造改革の実施・・・事業構造改革、雇用構造改革
- 財務体質の改善・・・有利子負債508億円削減
- 収益3事業の健闘・・・カムコーダー、カーエレクトロニクス、AVアクセサリ
- 主要部門の収益力改善・・・産業、エンタテインメント、海外販社
- 新技術開発・・・①世界最小1.27インチ4K2K D-ILAデバイス開発 ②180Hz3倍速液晶駆動技術開発 他



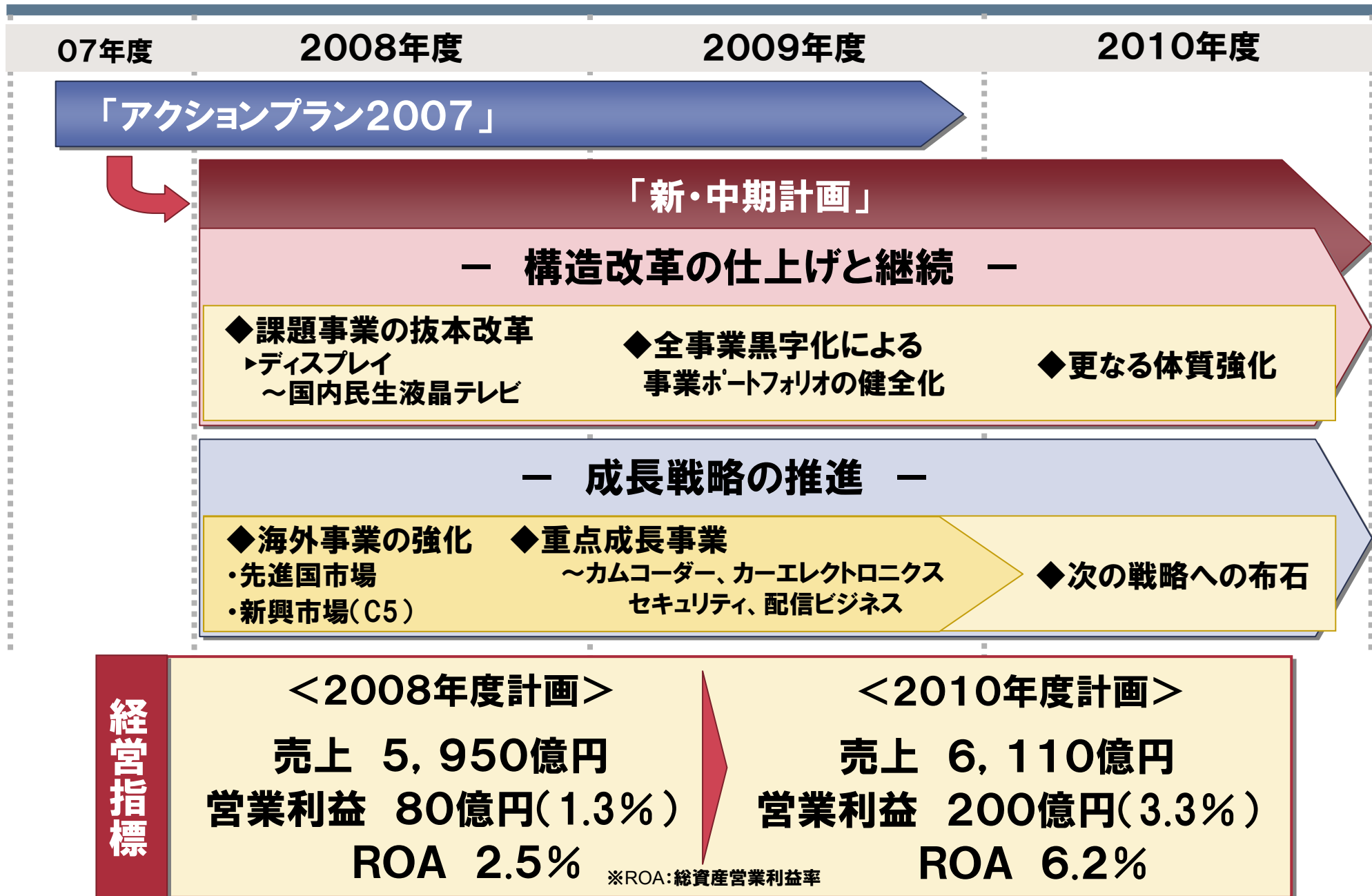
課題

- 販売の前年割れ
- 液晶テレビ事業



更なる改革が必要

2. 新・中期計画の重点推進テーマ



① 当社の映像事業の考え方 ～2009年度黒字化

② ディ스플레이事業の経営実態 ～06/07年度売上/利益

③ 2008年度の重点施策

④ 2008年度の改善効果

⑤ 黒字化への改革ステップ

⑥ 国内映像事業の方向性

⑦ 当社の映像事業の目指す姿

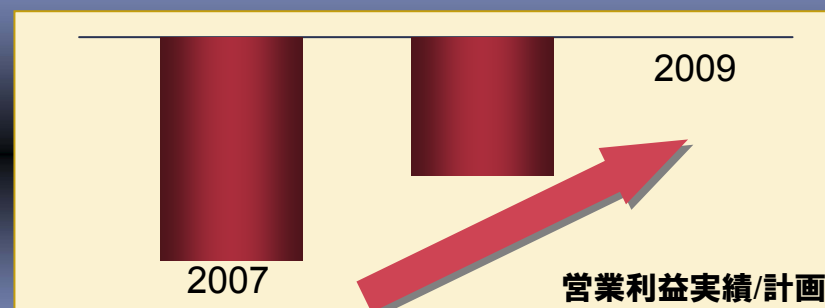
当社の映像事業の考え方

- 映像事業のリソースの集中強化
(ビクターのDNA)
⇒海外民生、業務用、D-ILAフロントPJなど
- ディスプレイ事業の2009年度黒字化
⇒(民生)液晶テレビ戦略の見直し



ディスプレイ事業の重点改革テーマ

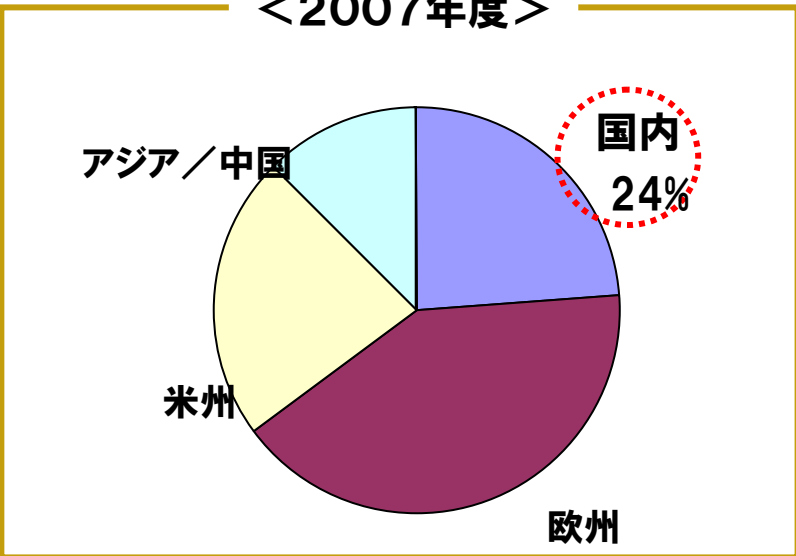
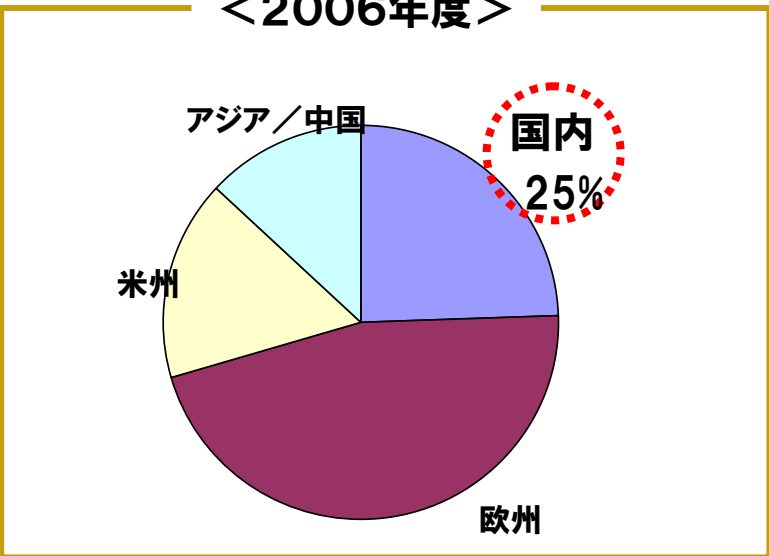
- ・開発リソースのパワーシフト
(海外民生、業務用)
- ・生産のEMS活用
- ・地域戦略・流通戦略の見直し
- ・協業の加速
- ・海外オペレーションの改革



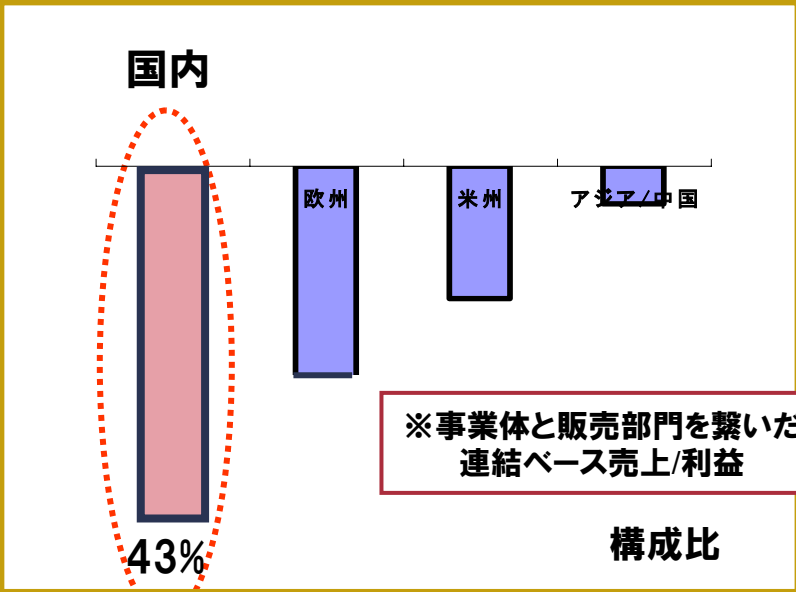
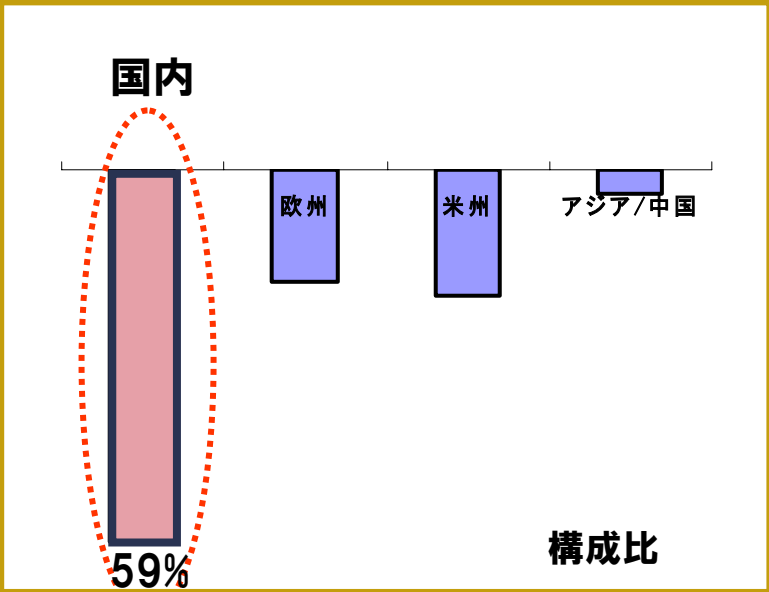
3. ディ스플레이事業の経営改革 ~②ディスプレイ事業の経営実態

ディスプレイ事業・・・国内の売上/利益体質の改善が最大の課題

売上構成比



営業利益イメージ



※事業体と販売部門を繋いだ連結ベース売上/利益

3. ディ스플레이事業の経営改革 ～③2008年度の重点施策

重点施策

内容

1.国内(民生) 液晶テレビの縮小

- ・国内は大画面ホームシアターへ特化
- ・海外民生、業務用へ開発パワーのシフト
→(国内)営業赤字09年度ゼロに

2.欧州(英国)での 自社生産終了

- ・欧州生産終了(7月末)
- ・EMS活用 ～2社でスタート(3月、8月)
→欧州生産撤退効果20億円

3.業務用分野への 事業拡大

- ・既存市場の強化:「クリエーション」「セキュリティ」「情報表示」
- ・新規参入市場の開拓、拡大:「グラフィック」「シミュレーション」など
売上目標 08年度:90億 → 10年度:300億

4.協業の加速

- ・船井電機と相互生産委託
～共同開発
受託:当社メキシコ工場生産2月開始
委託:船井 ホーランド工場生産8月開始
→協業効果30億円

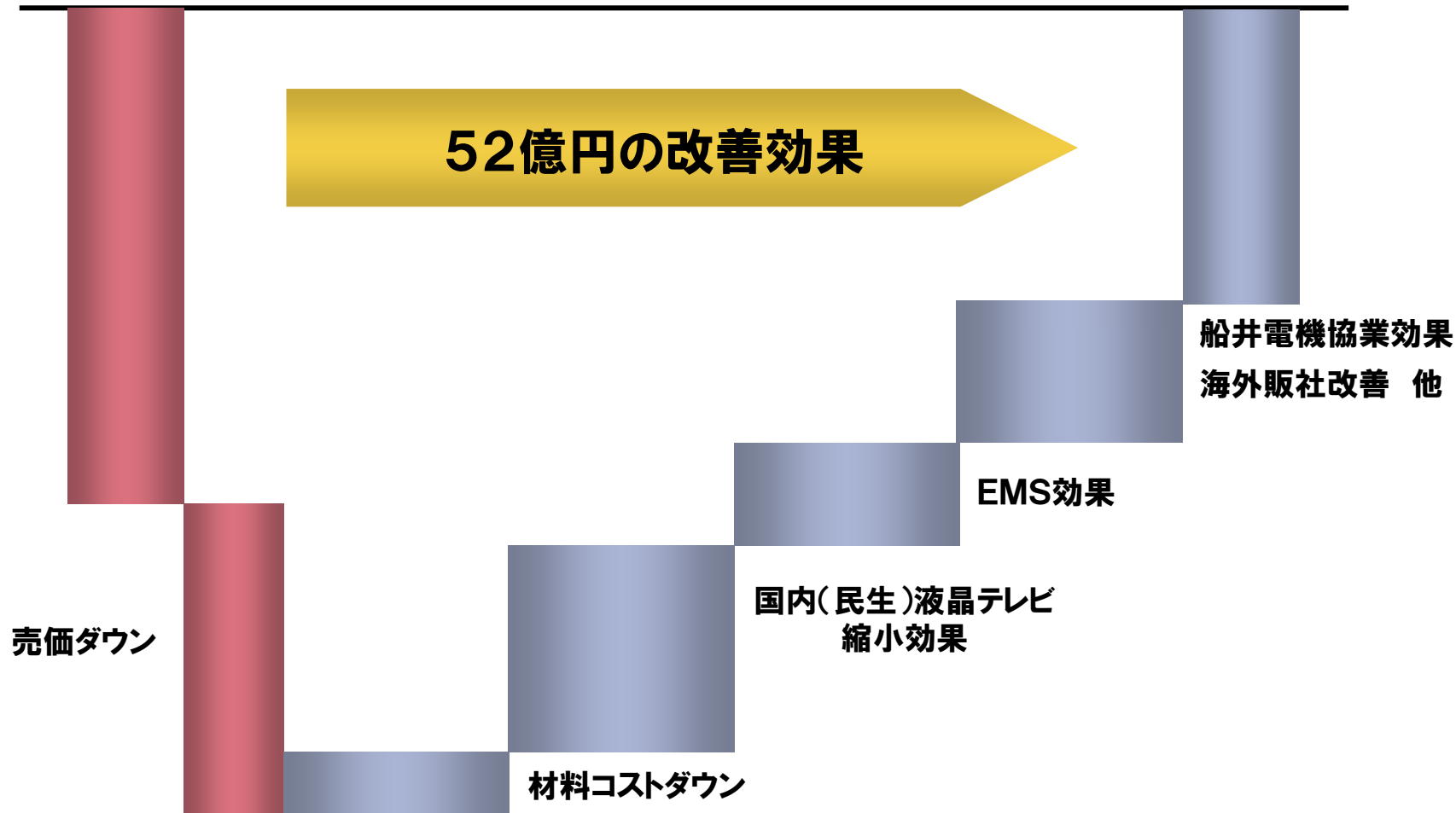
5.海外オペレーション改革

- ・販社コスト削減
～欧州構造改革(販社統合、物流/サービス改革)など
→改革効果10億円

3. ディ스플레이事業の経営改革 ～④2008年度の改善効果

07年度実績

08年度事業計画



※事業体と販売部門を繋いだ
連結ベース利益

3. ディ스플레이事業の経営改革 ～⑤黒字化への改革ステップ

08年度

09年度～10年度

重点施策の確実な実行

改善効果の着実な刈取り
黒字化の実現

	日本	米州	欧州	アジア
開発	・リソースシフト 民生→業務用	・新コンセプト商品開発戦略 (SLIM、iPod、等)		
生産	・横須賀工場 再編	(EMS検討)	・英国工場閉鎖 →EMS活用	(EMS検討)
販売	・民生液晶 テレビ縮小 ・業務用分野 の強化	・海外販社体制改革(販社再編・物流・サービス) ・流通チャネル戦略		
協業		・船井電機との協業 (相互生産委託+共同開発)		

- ・開発効率化
(グローバルシャーシ)
- ・EMS効果刈り取り
(固定費等)
- ・08年度改革効果
～国内縮小/海外改革
- ・協業効果の更なる拡大
- ・業務用分野
での増益効果

3. ディスプレイ事業の経営改革 ～⑥国内映像事業の方向性

基本戦略

- 同質競争を避ける
- 中・高級機ユーザーに絞り込む
- ビクターのDNAを活かす

LCD



Home Theater



商品戦略

大画面ホームシアターの本格展開

D-ILAフロントプロジェクター、大型液晶テレビレコーダー、スピーカーシステム、アンプ



D-ILA

Hifi Audio

販売戦略

単品からシステム、ソリューションへ

システム販売、コンサルテーション、設計・施工など、ビクターグループで対応



3. ディスプレイ事業の経営改革 ～⑦当社の映像事業の目指す姿

ビクターのDNAである映像技術をさらに強化し、成長戦略につなげる

- 液晶テレビ・・・①民生：海外強化と国内大画面シアター提案 ②業務用：既存市場強化と新規参入市場拡大
- D-ILAフロントPJ・・・①民生：中・高級ホームシアターでのポジション確立 ②業務用：小型化と更なる高精細化





Victor・JVC

The Perfect Experience / —

このプレゼンテーション資料に記載されている記述のうち、将来を推定する表現については、将来見通しに関する記述に該当します。これら将来見通しに関する記述は、既知または未知のリスクおよび不確実性並びにその他の要因が内在しており、実際の業績とは大幅に異なる結果をもたらす恐れがあります。これらの記述は本プレゼンテーション資料発行時点のものであり、経済情勢や市場環境によって当社の業績に影響がある場合、将来予想に関する記述を更新して公表する義務を負うものではありません。実際の業績に対し影響を与えうるリスクや不確実な要素としては、(1)主要市場(日本、米州、欧州およびアジアなど)の経済状況および製品需給の急激な変動、(2)国内外の主要市場における貿易規制等各種規制、(3)ドル、ユーロ等の対円為替相場的大幅な変動、(4)資本市場における相場的大幅な変動、(5)急激な技術変化等による社会インフラの変動、などがあります。ただし、業績に影響を与えうる要素としてはこれらに限るものではありません。