

May 30, 2007

# 2007年度業績見通しについて



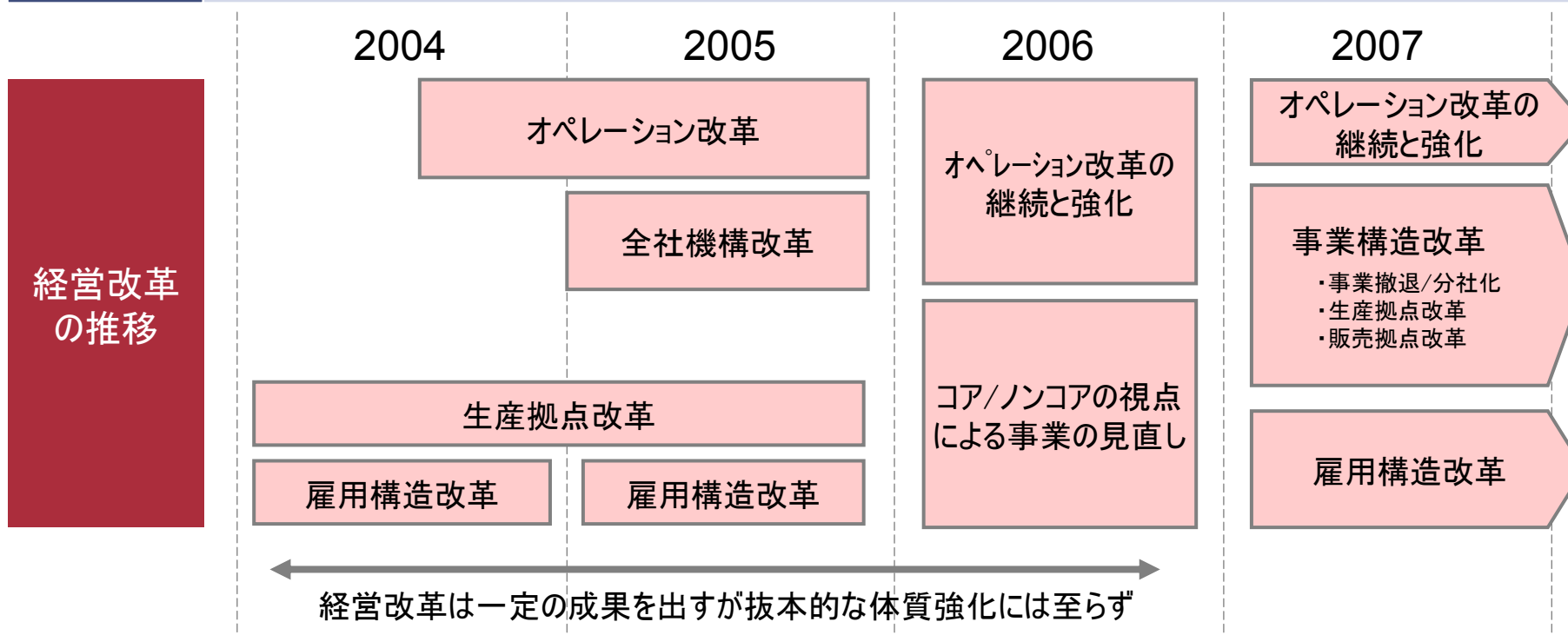
このプレゼンテーション資料に記載されている記述のうち、将来を推定する表現については、将来見通しに関する記述に該当します。これら将来見通しに関する記述は、既知または未知のリスクおよび不確実性並びにその他の要因が内在しており、実際の業績とは大幅に異なる結果をもたらす恐れがあります。これらの記述は本プレゼンテーション資料発行時点のものであり、経済情勢や市場環境によって当社の業績に影響がある場合、将来予想に関する記述を更新して公表する義務を負うものではありません。実際の業績に対し影響を与えうるリスクや不確実な要素としては、(1)主要市場(日本、米州、欧州およびアジアなど)の経済状況および製品需給の急激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

## 1. 経営再建の考え方

基本方針

## 自主再建の完遂

07年度:黒字転換 08年度:経営基盤の確立 09年度成長軌道への転換

2007年度の  
位置づけ

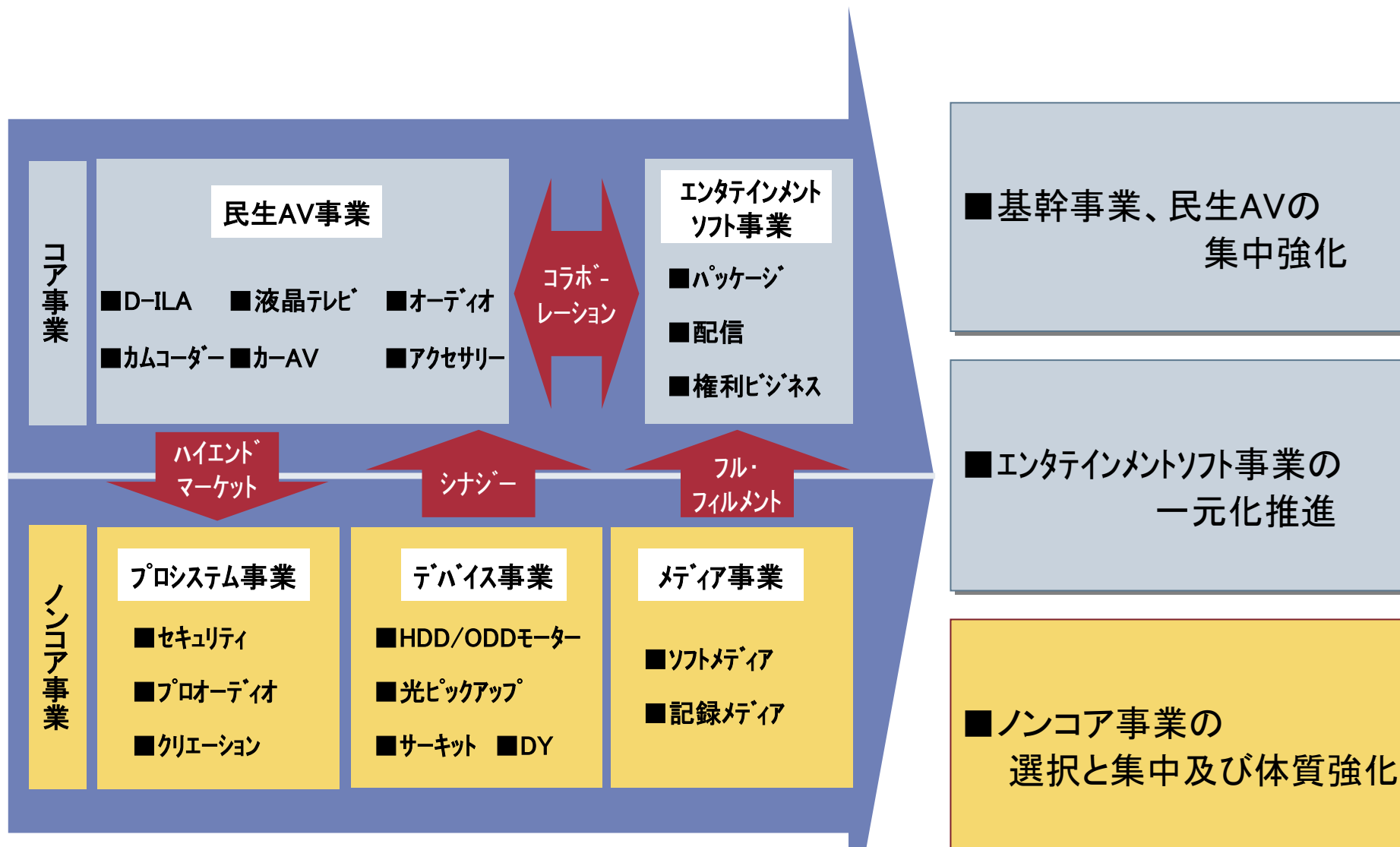
- オペレーション改革を中心とした改革から事業構造の抜本的改革へ経営改革を進める
- 短期に体制を建て直すことを最大の目的として、集中して経営改革を推進する
- 中期的スタンスで成長軌道への転換を実現するための足がかりの年とする

## 2. 当社の目指す姿

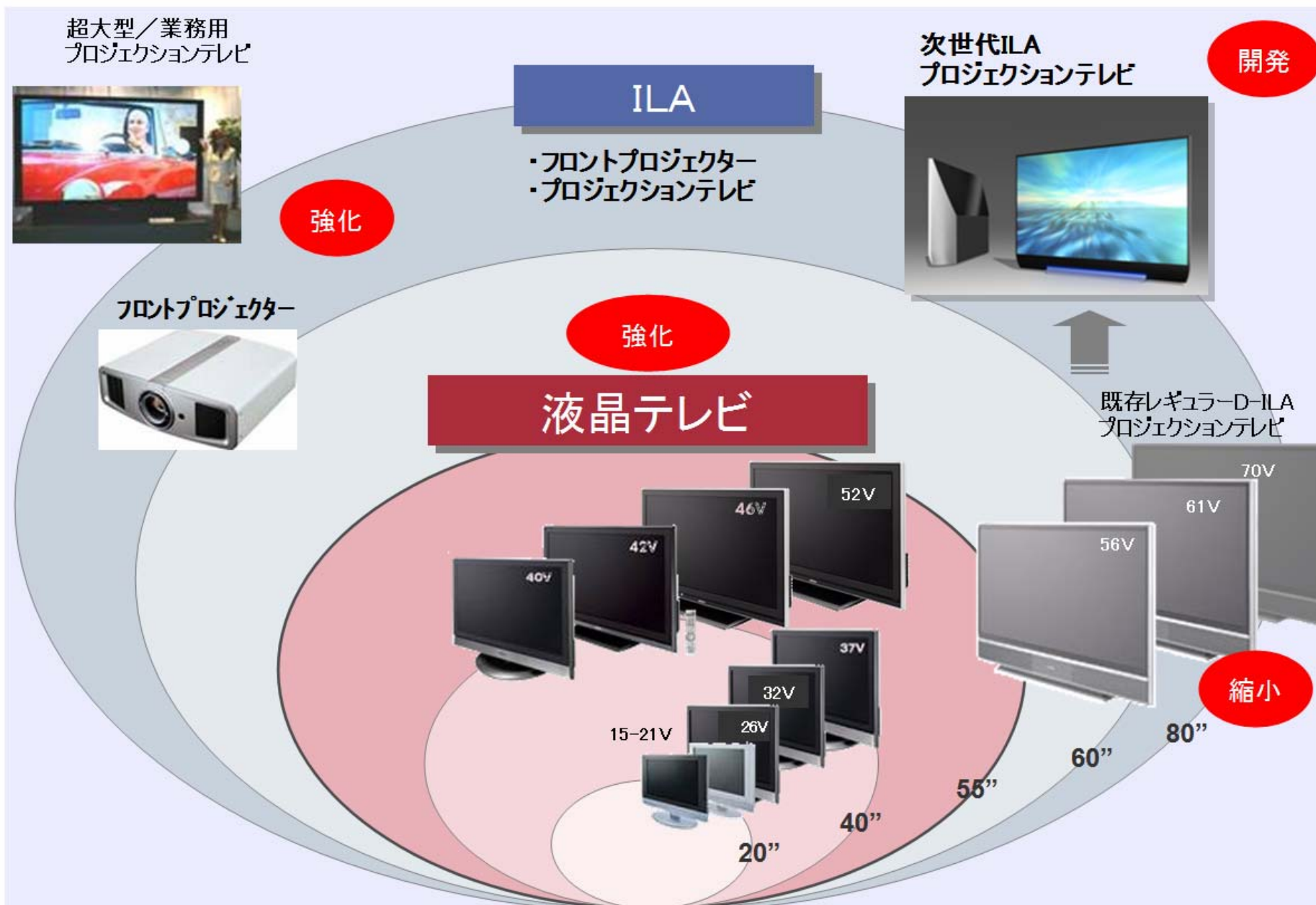


- ① 原音探究・原色探求という、当社創業の原点にかえり、HDの時代に新たな感動を提供する
- ② 消費が多様化する中で、規模は小さくとも、高品位志向・高感度のお客様にとってなくてはならないメーカーになる
- ③ 技術立社の考えに立ってOnly1ニッチトップ戦略をさらに徹底して強化する

### 3. コア/ノンコアの視点による事業の見直し



# 4. (1) 民生AVの集中強化 ①ディスプレイ事業



## 4. (1) 民生AVの集中強化 ①ディスプレイ事業

### ■ ILA → 新展開で攻め直す

#### □ フロントプロジェクター

- ・ ホームプロジェクターのラインアップを拡充し、ILA事業の柱に育成



#### □ プロジェクションテレビ

- ・ 新光源・新光学系採用の次世代ILAプロジェクションテレビ  
投入による再チャレンジの年



### ■ 液晶テレビ → 赤字脱却し、成長ドライバーへ

- ・ 高品位差別化技術で、業界を徹底的にリード
- ・ 売価ダウンに対応したコスト改革への取り組み  
(低コストシャーシの開発、パネル調達合理化)
- ・ マーケティング戦略の強化



## 4. (1) 民生AVの集中強化 ②オーディオ・カムコーダー・カーエレクトロニクス

### ■ オーディオ事業の再建

- ・ Only1技術と、映像やネットワークとの融合を図り、  
新たな商品戦略を再構築
- ・ ホームシアター新商品、メモリー搭載ミニコンポで販売拡大



### ■ キャッシュカウ事業の基盤強化

#### □ カムコーダー

- ・ HDDカムコーダーでの先行優位を活かし、  
グローバル・トップワンを目指す
- ・ 高付加価値ラインアップ増強により販売拡大



#### □ カーエレクトロニクス

- ・ CDレシーバーの維持・強化とDVD/Visual、DINナビの拡大
- ・ OEMビジネスへの取り組み強化



## 4. (1) 民生AVの集中強化 ③マーケティング強化による販売拡大

## 販売の拡大が最大の課題

先進国市場の  
失地回復

- ・米国
  - ・ディスプレイ全体戦略の再構築
  - ・高級AV専門店などの新規チャネル開拓
  - ・流通別の営業強化に向けた組織改革
- ・欧州
  - ・液晶テレビ100万台に向けた流通網づくり
  - ・欧州本社の汎欧ディーラー窓口機能強化
  - ・流通別・国別営業フォロー体制の強化
- ・国内
  - ・市場・流通密着型への組織再編
  - ・商品訴求強化によるブランド力の再構築

新興市場の  
開拓加速

- ・中国 量販店とIT・PC系ルートの販売拡大
- ・アジア 自社販売現法の強化、代理店の活用
- ・ロシア 百万都市(14都市)の販売体制強化
- ・「C5(Challenge 5)プロジェクト」の推進  
インド、ベトナム、イラン、トルコ、中米

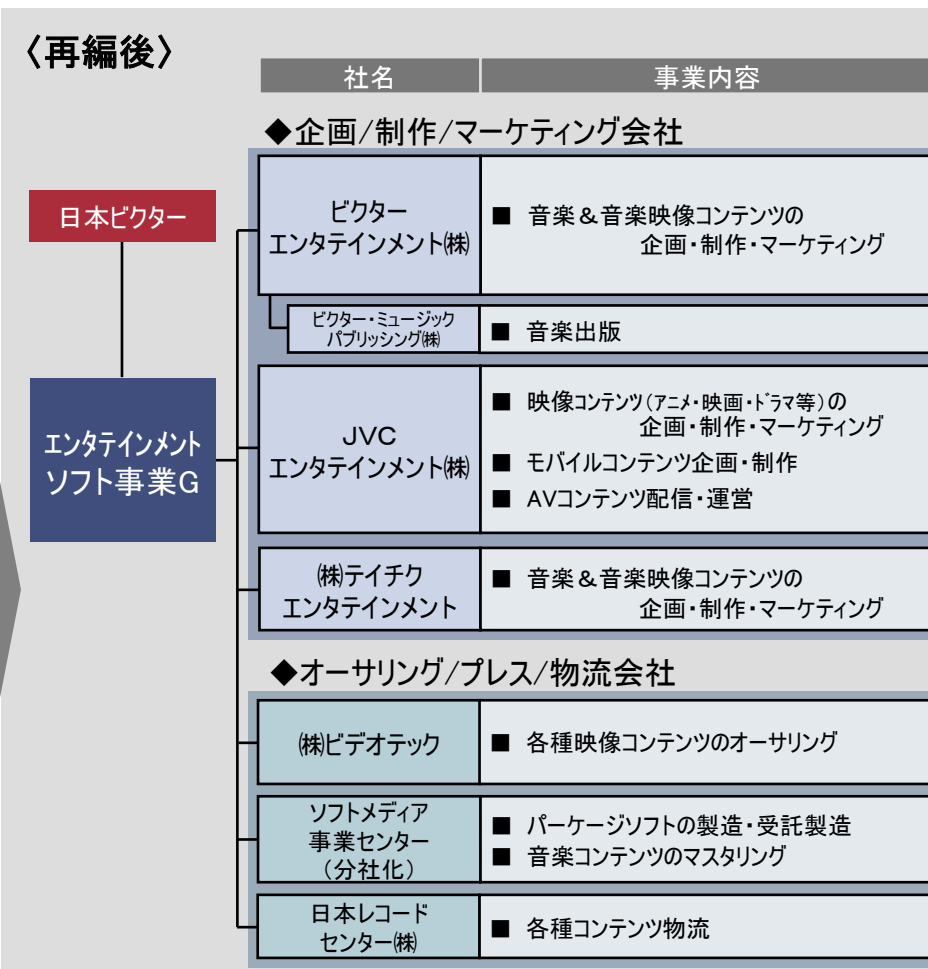
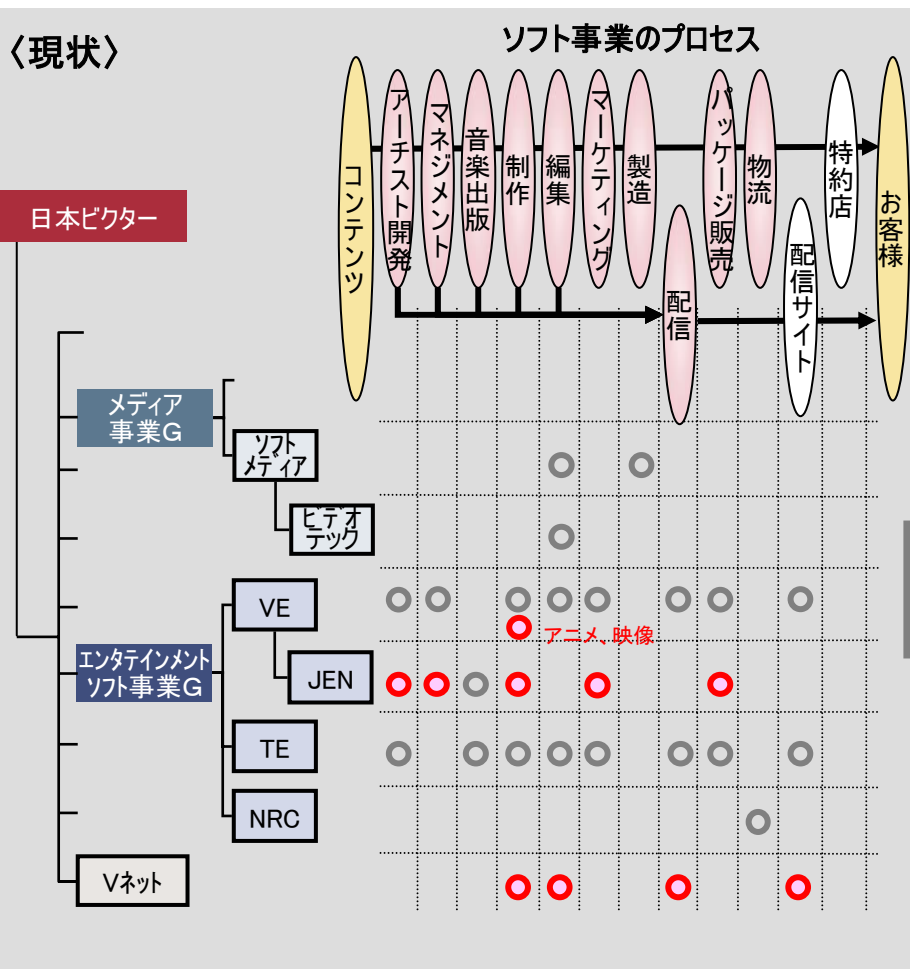
■商品認知活動の強化 ■初期増販活動の強化 ■流通との戦略的タイアップ(製販同盟)



## 4. (2) エンタテインメントソフト・メディア事業の一元化推進

### 再編のポイント

- ・ 全社のコア事業として再編/強化を進め、当社だけが持つ企業形態を企業価値の向上に結びつける(ソフト/ハードの連携)
- ・ コンテンツ開発からデリバリーまで、シナジー効果を狙ったフルフィルメント体制を確立する(ソフト/ソフトの連携)



## 4. (3) ノンコア事業の選択と集中及び体質強化

### 事業の選択と集中の判断基準

- ・ コア事業との間に十分なシナジーが見込めるか
- ・ 単独の事業としてグローバル競争の中で勝ち残り、収益性を見込むことが出来るか

#### ■ 継続強化

##### プロシステム事業

- ・セキュリティ
- ・プロオーディオ
- ・クリエイション

##### モーター事業

- ・HDD用

##### 光ピックアップ事業

- ・CD用/DVD用

#### ■ 見極め、撤退

偏向ヨーク事業

VHS関連部品事業

#### ■ 継続方法の検討

高密度多層基板事業

#### ■ 分社化

記録メディア事業

## 5. 2007年度 推進テーマ

事業構造改革	事業撤退・分社化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・投資の重点化・効率化を図るために選択と集中を実行</li> <li>・分社化により、競合他社に勝てる体質を実現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①ホームストレージ事業縮小</li> <li>②偏向ヨーク事業撤退</li> <li>③VHS関連部品事業撤退</li> <li>④高密度多層基板事業 継続方法の検討</li> <li>⑤記録メディア事業分社化</li> <li>⑥ソフトメディア事業分社化/ソフトグループ編入</li> <li>⑦北米ソフトメディア事業方向付け検討</li> </ul>
	生産拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中国アジア地区を中心とした生産拠点の再構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①上海電器(中国民生生産拠点)閉鎖</li> <li>②マレーシア民生2拠点統合</li> <li>③北京電産(中国民生生産拠点)構造改革</li> <li>④福建工場(中国部品生産拠点)からの撤退</li> </ul>
	販売拠点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・大拠点の構造改革</li> <li>・中小販売拠点の見直し</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>①国内営業本部構造改革</li> <li>②米国販売拠点組織改革</li> <li>③韓国販売拠点撤退</li> <li>④インドネシア販売拠点構造改革</li> <li>⑤メキシコ販売拠点構造改革</li> </ul>
雇用構造改革		<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業構造改革に伴う人員削減</li> <li>・スタッフ・間接部門を中心としたスリム化を加速</li> </ul>	

07年度単独社員推移

(07年3月末)6,490



(08年3月末)4,700

## 6. 継続して取り組む施策

ブランドステートメント

“The Perfect Experience”  
～お客様に最高の感動と100%の満足を～

Only1ニッチトップ戦略の徹底

規模は小さくても、お客様にとってなくてはならないAVメーカーになる

事業構造改革

オペレーション改革の継続

- ・技術開発力強化
- ・品質改革
- ・生産改革
- ・調達戦略
- ・マーケティング改革

企業風土と意識改革

- ・お客様第一の文化をつくる
- ・自主責任経営を徹底する
- ・チームワークが発揮できる風土をつくる

## 7. (1) 2007年度 業績予想

## &lt;連結&gt;

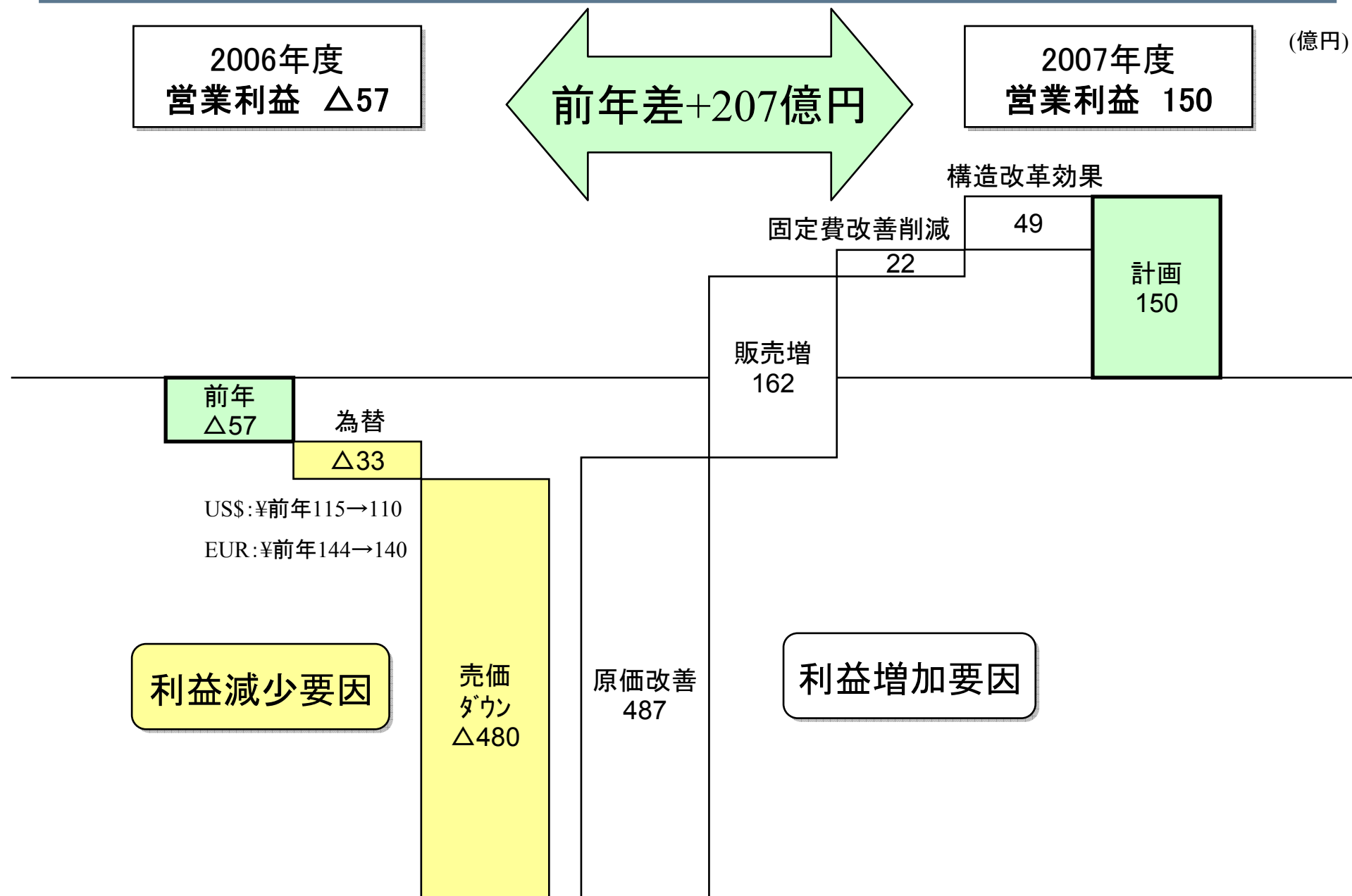
(億円)

	計 画	前 年 実 績	前 年 差
売 上 高	7,600	7,427	102%
営 業 利 益	2.0% 150	▲ 0.8% ▲ 57	207
経 常 利 益	0.9% 70	▲ 1.6% ▲ 117	187
純 利 益	▲ 1.4% ▲ 105	▲ 1.1% ▲ 79	▲ 26

## &lt;上半期&gt;

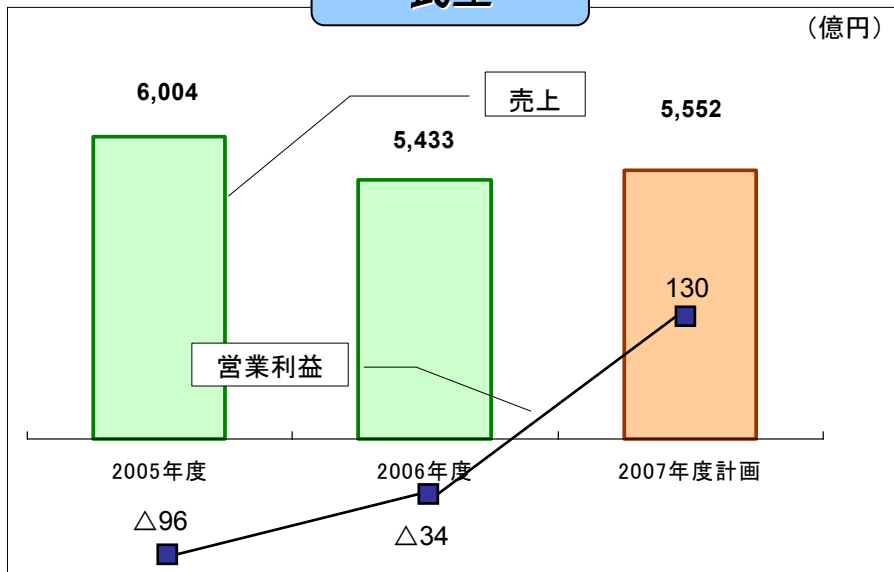
	計 画	前 年 実 績	前 年 差
売 上 高	3,580	3,712	96%
営 業 利 益	▲ 0.6% ▲ 20	▲ 0.2% ▲ 7	▲ 13
経 常 利 益	▲ 1.8% ▲ 65	▲ 0.9% ▲ 34	▲ 31
純 利 益	▲ 7.4% ▲ 265	1.3% 50	▲ 315

## 7. (2) 2007年度 損益増減分析(前年差)

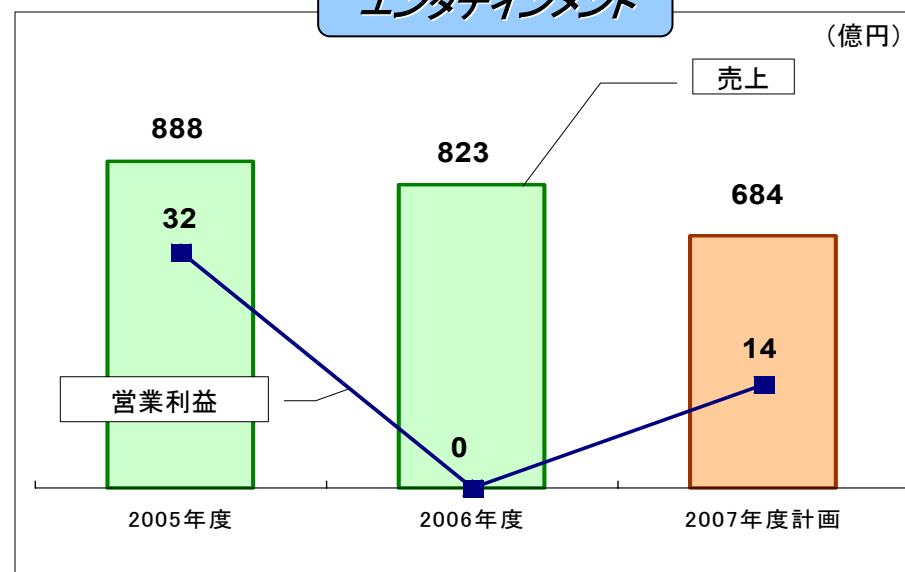


# 7. (3) 2007年度 セグメント別の状況

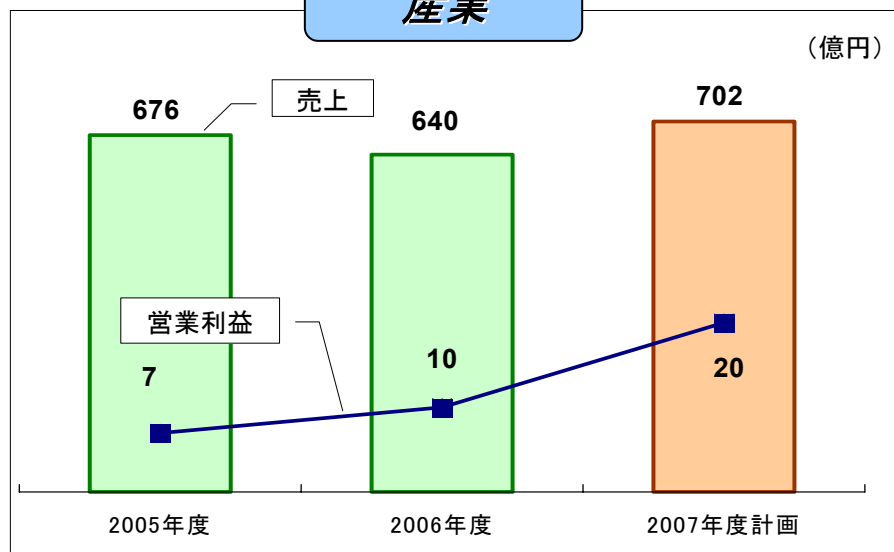
## 民生



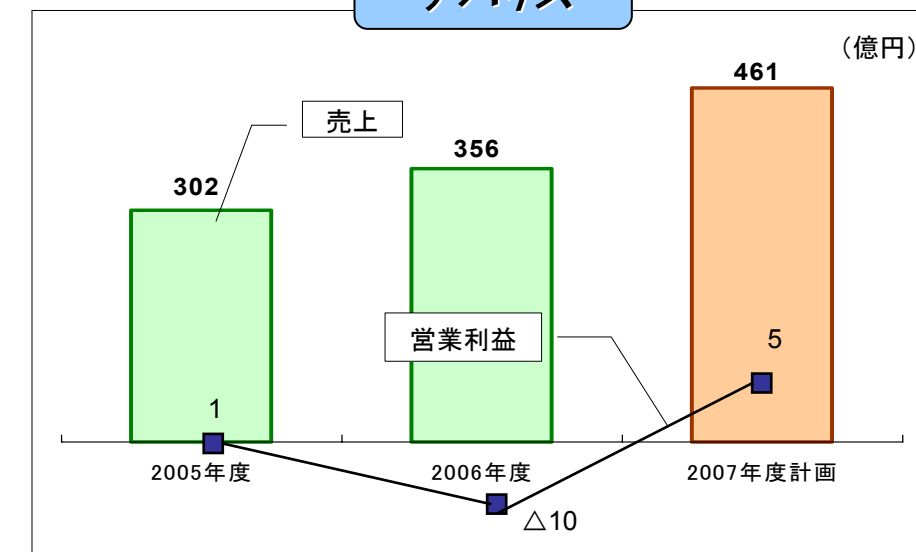
## エンタテインメント



## 産業



## デバイス





"HIS MASTER'S VOICE"

**Victor · JVC**

The Perfect Experience / —