

日立コンシューマエレクトロニクス株式会社 事業戦略

2010年6月9日

株式会社日立製作所 コンシューマ業務本部長 兼
日立コンシューマエレクトロニクス株式会社
取締役社長

渡 邊 修 徳

日立グループ100周年



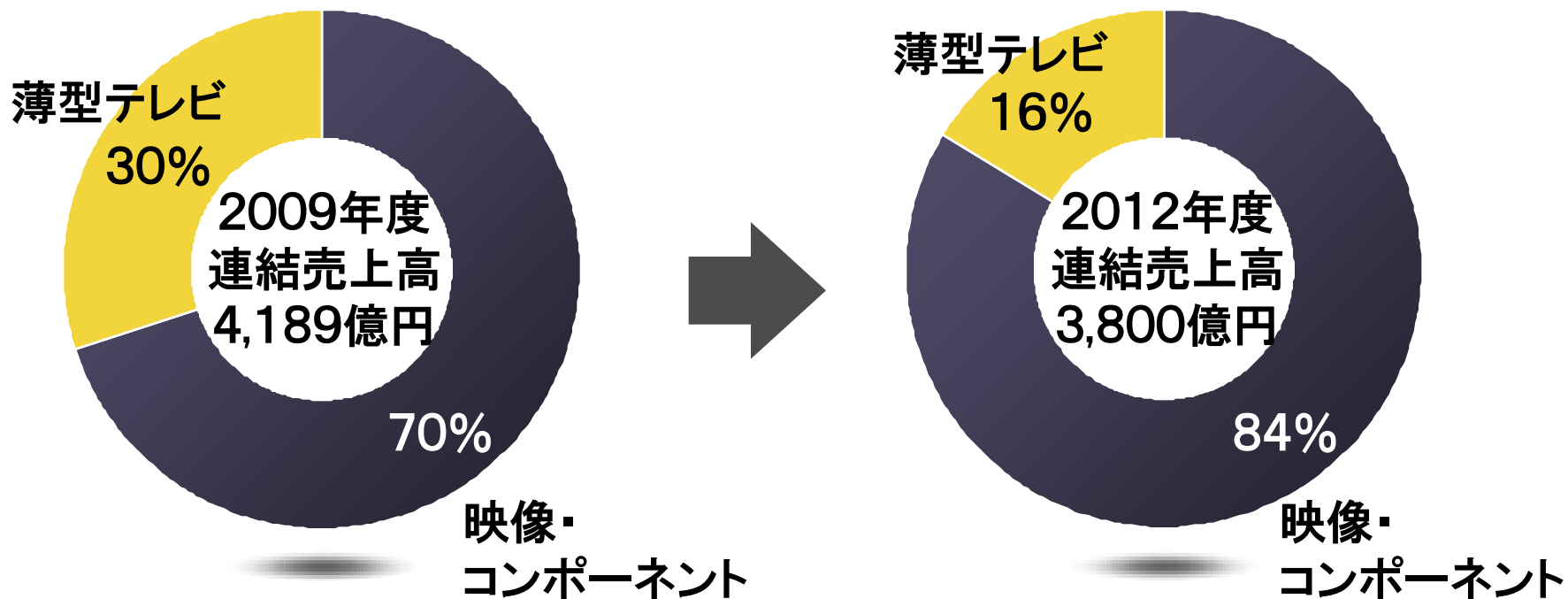
確かな技術でつぎの100年へ

日立コンシューマエレクトロニクス株式会社 事業戦略

[目次]

1. 事業概要
2. 事業方針・成長戦略
3. 業績目標

薄型テレビ → 映像・コンポーネント事業 シフトによる事業構造転換



薄型テレビ



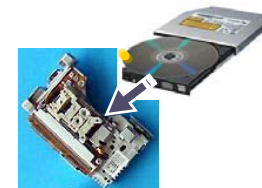
映像・コンポーネント



液晶プロジェクタ



光ストレージ



光ピックアップ



携帯

商品の経過

- 2008年度
 - ・コンシューマ向PC撤退
 - ・コンシューマ向ビデオカメラ自社生産中止
- 2009年度
 - ・プラズマパネル自社生産→調達
 - ・欧米向テレビ自社生産→調達
 - ・中国向テレビ自社生産中止→調達検討

拠点の整理

- テレビ
 - ・チェコ/メキシコ閉鎖
 - ・中国:液晶プロジェクタの世界生産拠点化
- パネル
 - ・日立プラズマ宮崎工場をソーラーフロンティア(株)へ売却

1-2. 薄型テレビ事業を中心とした構造改革 (2)

売上高と営業利益			
	2007	2008	2009
売上高(億円)	7,582	5,434	4,189
営業利益(億円)	▲1,202	▲1,098	▲120
営業利益率	▲15.9%	▲20.2%	▲2.9%
就業人員(人)	11,100	8,700	5,500

主要製品売上高指数			
	2007	2008	2009
薄型テレビ(国内)	100	102	113
薄型テレビ(海外)	100	45	26
ビデオカメラ/PC	100	17	0
液晶プロジェクタ/ 光ストレージ	100	83	76

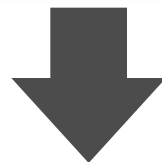
日立コンシューマエレクトロニクス株式会社 事業戦略

[目次]

1. 事業概要
2. 事業方針・成長戦略
3. 業績目標

映像・コンポーネント事業を軸とした継続的黑字体質の構築

映像技術トップランナを目指したキーコンポーネント・製品強化



2010年度黒字化、2012年度目標営業利益 1.8%

液晶プロジェクタ

W/WシェアNo.1獲得(2011年度)と収益拡大

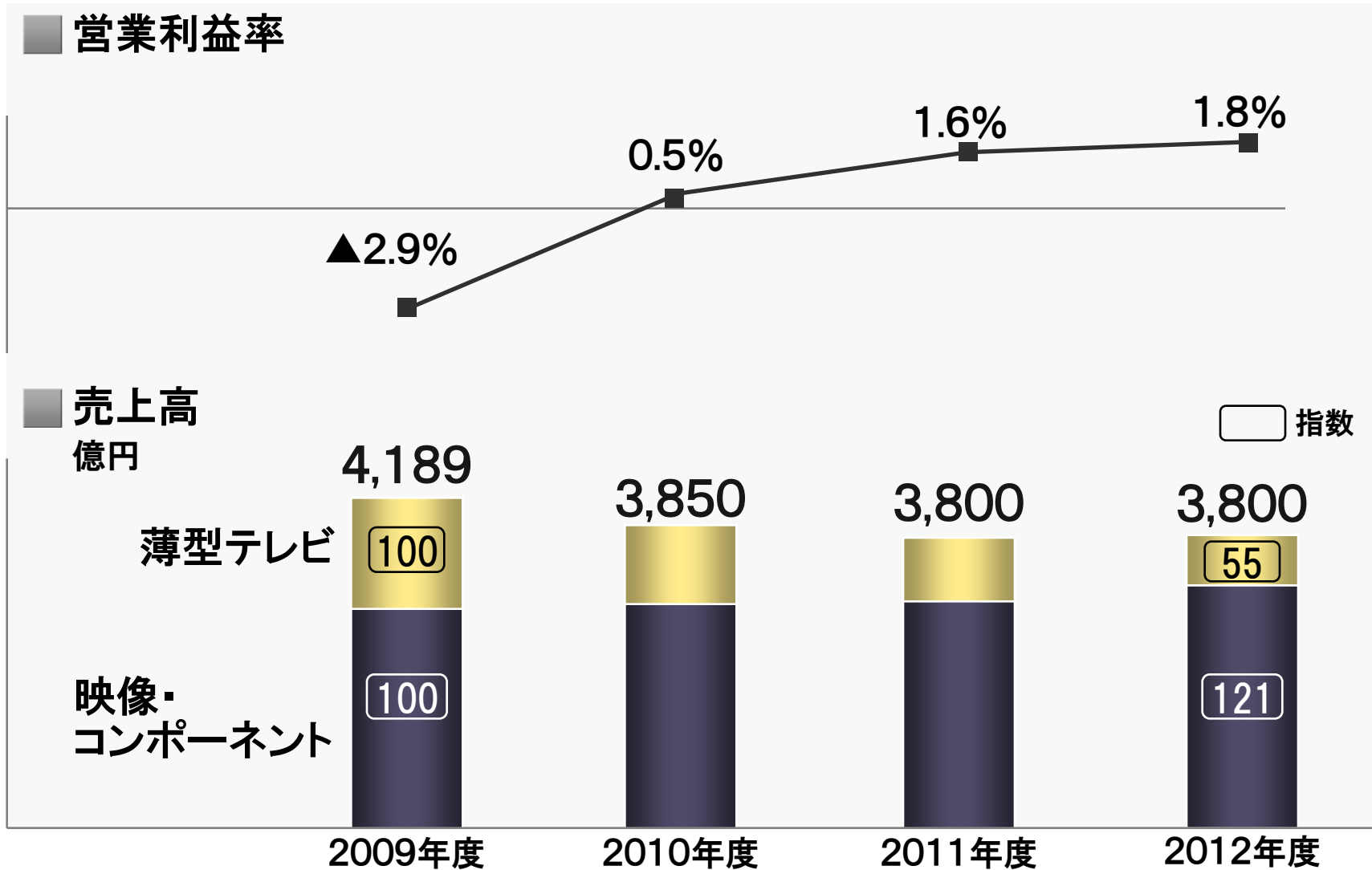
光ストレージ

W/WシェアNo.1維持と収益拡大

薄型テレビ

安定的黒字化の実現

2-2. 売上高・営業利益率

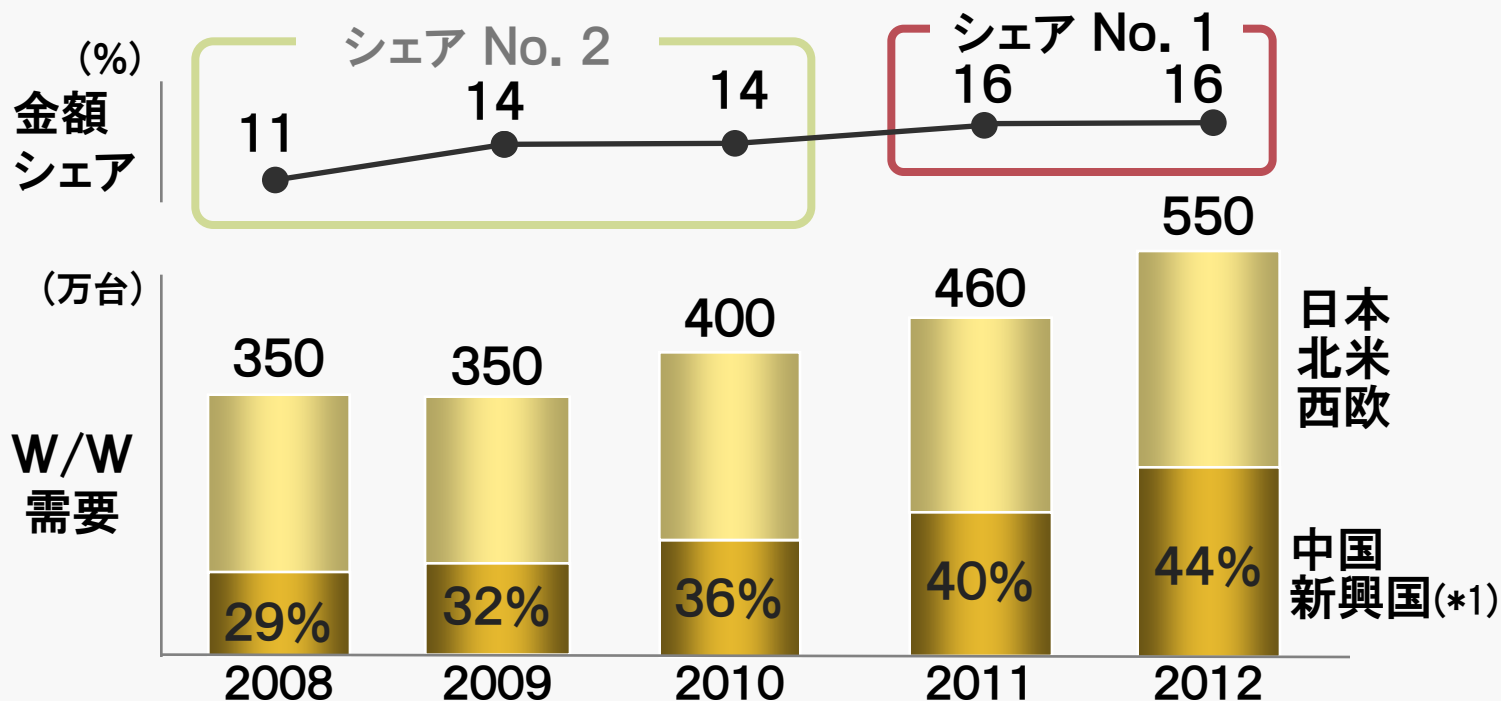


目標

W/Wシェア No. 1 獲得への挑戦

市場と日立位置付け

目標W/Wシェア：2011年度 16%超



*1 新興国：インド、中近東、東欧、ロシア、中南米

(注)需要：当社調べ(PMA社とProjector Window社より算出)・家庭用・SVGAは除く

2-4. 映像・コンポーネント事業：液晶プロジェクタ (2)

商品戦略	日立ブランド確立とフルラインアップ展開	需要(2009→2012年) 年平均伸び率
高級機	日立独自技術(超短投写、軽量化、ネットワーク) により他社差別化 → ブランド確立	170%
普及機	低価格モデル開発と販路拡大	93%

高級機



超短投写 (省スペース用)



高輝度(7500ルーメン) (ホール用) 高輝度(4000ルーメン) (大会議室用)

普及機



輝度(3000ルーメン)
・教室
・中小会議室用



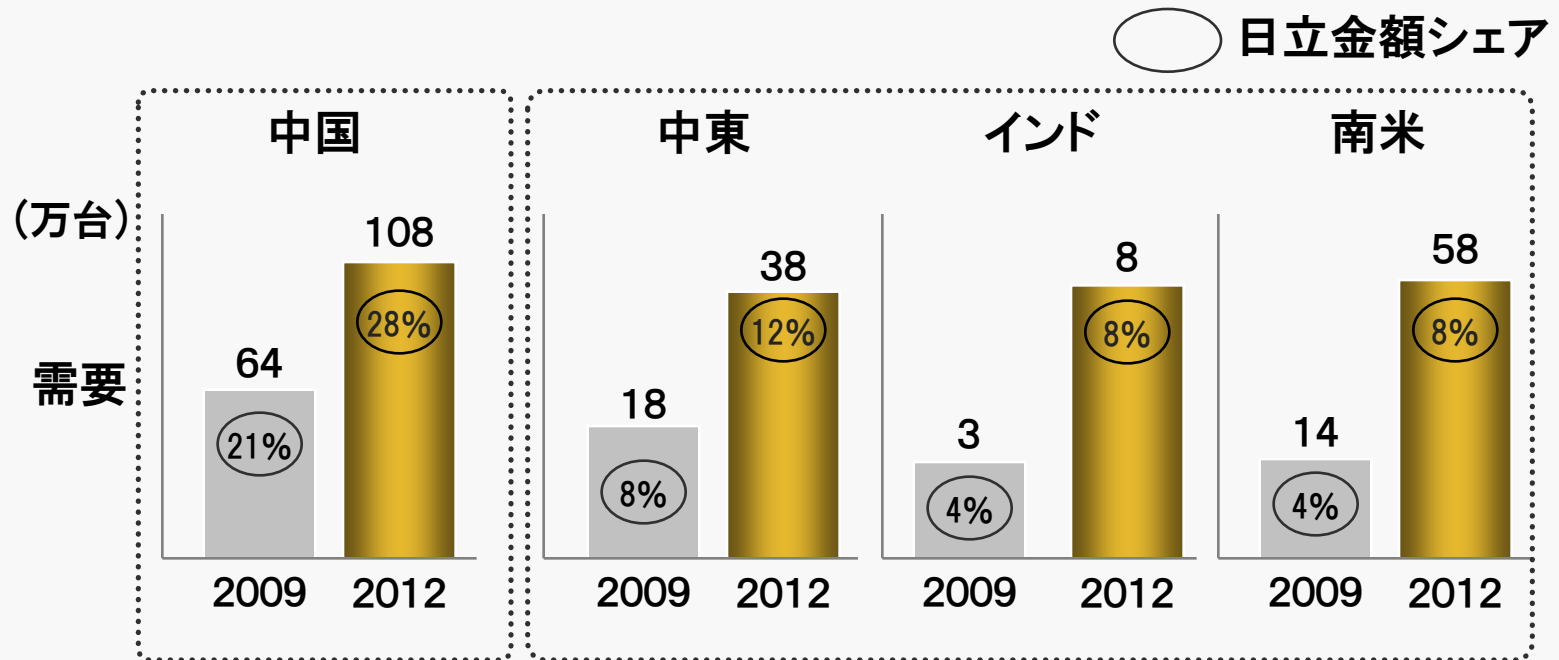
小型(A4ファイルサイズ)
(モバイル用)

CP-X2520

販売戦略

- ・中国と新興国市場開拓に特化
- ・国内/北米/欧州はラインアップ強化によりシェア拡大

- ・中国：教育需要向の代理店拡充
- ・新興国：専任営業体制による販売強化



(注)需要:当社調べ (PMA社とProjector Window社より算出)・家庭用・SVGAは除く

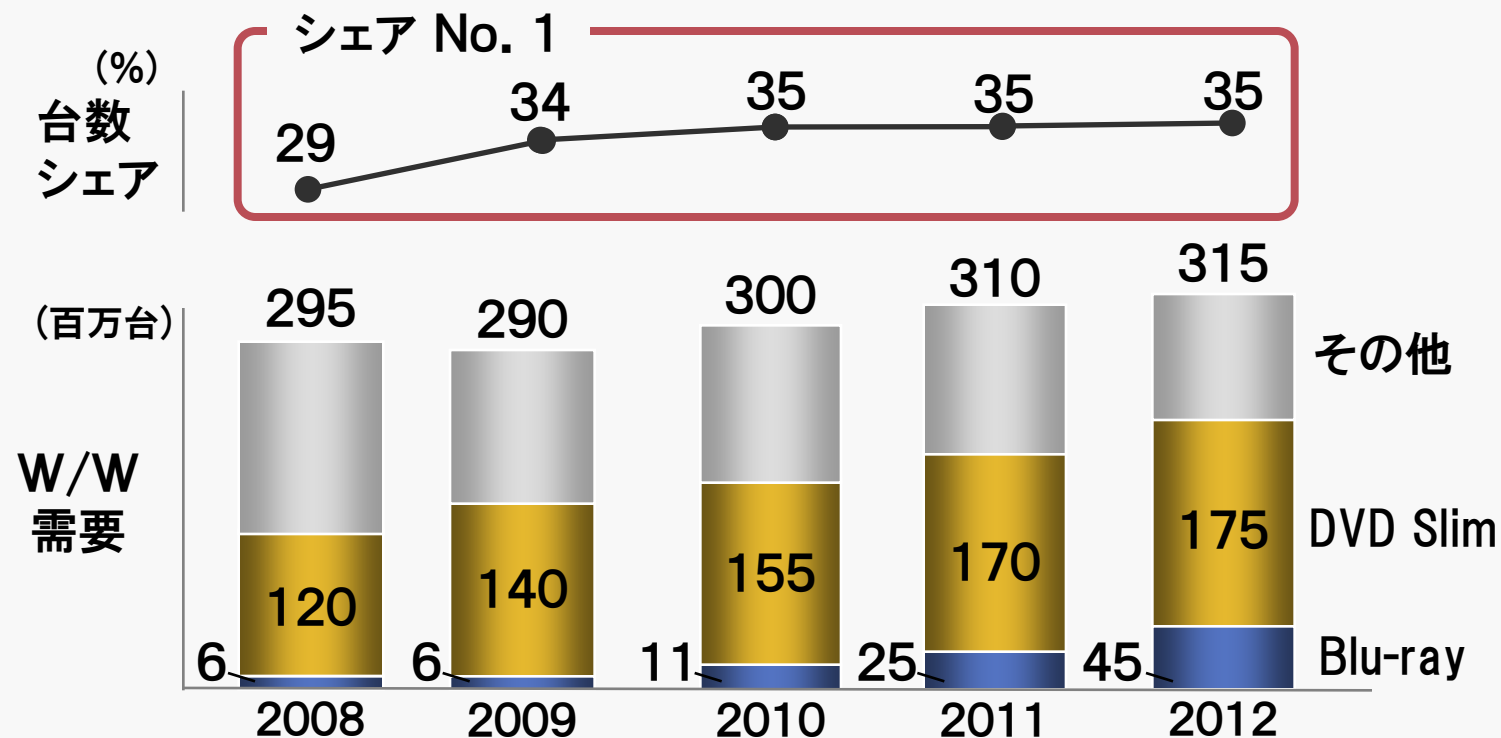
2-6. 映像・コンポーネント事業：光ストレージ (1)

目標

シェア1位維持・拡大(2010年35%)

市場と日立位置付け

目標W/Wシェア：2010年度 35%超



(注)需要:HLDS調べ

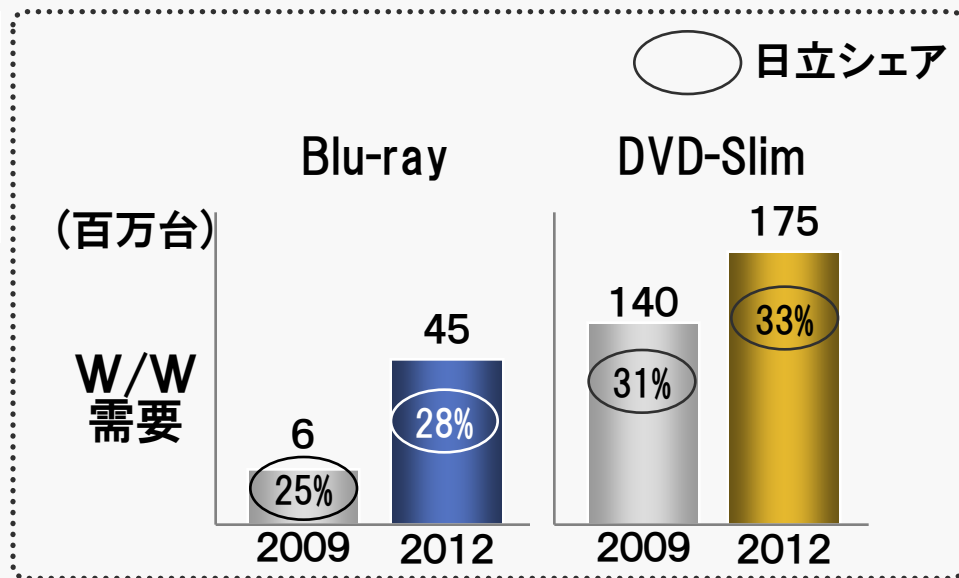
事業戦略

- ・伸びる付加価値ゾーンでのシェアアップ
- ・新事業創生

高付加価値製品(Blu-ray, DVD-Slim)の販売拡大により
シェアNo.1 堅持



光ドライブ



(注)需要:HLDS調べ

新事業

光ドライブ/HDD複合化製品の展開

2-8. 薄型テレビ事業 (1)

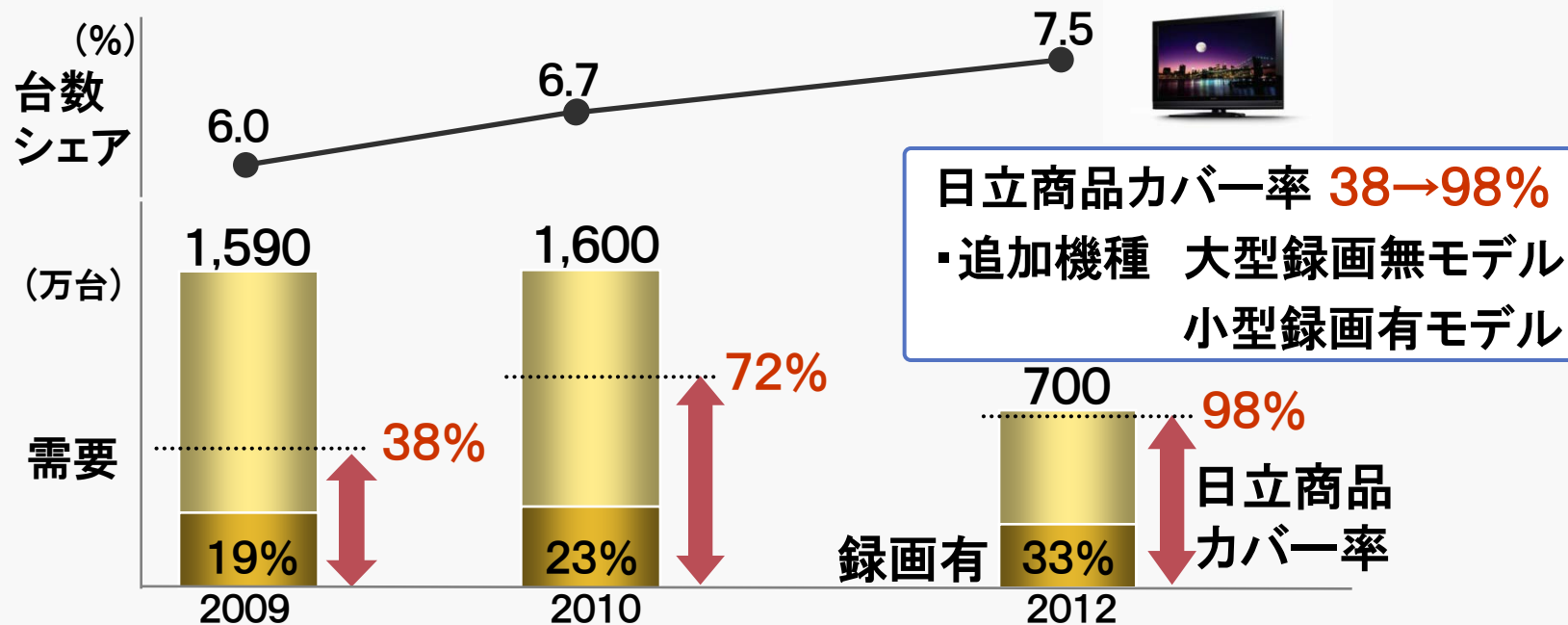
国内事業強化

- 国内に開発リソースを集中し、安定的黒字化を実現
- 調達品の活用によるラインアップの拡大と固定費削減

海外事業再編

- 自社生産から調達化 / 販路の重点化

国内市場とシェア推移



(注)需要出典:2009年度JEITA、2010年度以降 当社予測

重点開発項目

	重点開発項目	ポイント
画質	省エネ＋高画質 の徹底追及	<ul style="list-style-type: none"> ・超解像技術 ・高画質3D
省エネ		<ul style="list-style-type: none"> ・新方式LEDバックライト液晶
ネット対応	IPホームネットワーク	<ul style="list-style-type: none"> ・Woonet + DLNA ・高度ユーザインターフェース ・HDD + iVDR
録画対応	使い勝手の向上	

DLNA(Digital Living Network Alliance):ホームネットワークでデジタルAV機器同士やパソコンを相合利用
iVDR(Information Versatile Disk for Removable usage):カセットタイプのリムーバブルハードディスク

テレビ技術の継承

映像、ネットワーク、ユーザインターフェース

■省エネ・高画質

- ・新方式LEDバックライト液晶



■カメラ/センサ技術

- ・よそ見検出



- ・ジェスチャーリモコン



■ネットワーク技術

- ・超高圧縮符号化

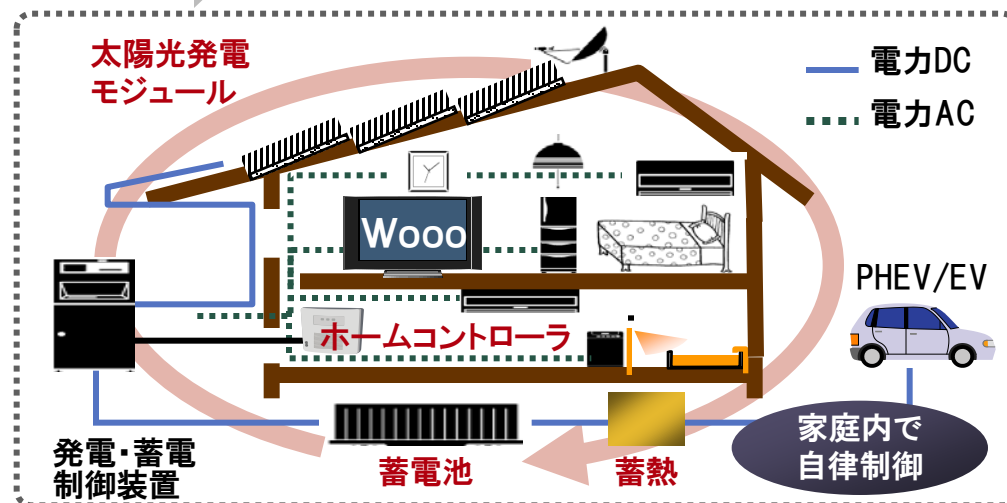


■テレビ技術の環境応用

- ・ネットワーク
(IP、ホームネットワーク)
- ・データセキュリティ管理
- ・高度ユーザインターフェース
- ・人検知、顔認識
- ・LED応用
- ・省電力化

■環境配慮型生活インフラ事業への展開

- ・システム構築
電力制御&情報ネットワーク
- ・知識化情報処理
- ・データセキュリティ管理
- ・エネルギーマネージメント
(統合制御)
- ・LED強化(照明、バックライト)



日立コンシューマエレクトロニクス株式会社 事業戦略

[目次]

1. 事業概要
2. 事業方針・成長戦略
3. 業績目標

3-1. 2012年度 経営指標

	売上高	海外売上比率	営業利益率
2009年度	4,189億円	65%	▲2.9%



2012年度	3,800億円	77%	1.8%
--------	---------	-----	------

本資料における当社の今後の計画、見通し、戦略等の将来予想に関する記述は、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等の結果は見通しと大きく異なることがあります。

その要因のうち、主なものは以下の通りです。

- 主要市場(特に日本、アジア、米国およびヨーロッパ)における経済状況および需要の急激な変動
- 為替相場変動(特に円/ドル、円/ユーロ相場)
- 資金調達環境
- 日本の株式相場変動
- 持分法適用会社への投資に係る損失
- 価格競争の激化(特にコンポーネント・デバイス部門およびデジタルメディア・民生機器部門)
- 新技術を用いた製品の開発、タイムリーな市場投入、低コスト生産を実現する当社および子会社の能力
- 急速な技術革新
- 長期契約におけるコストの変動および契約の解除
- 原材料価格の変動
- 製品需給の変動
- 製品需給、為替相場および原材料価格の変動に対応する当社および子会社の能力
- 社会イノベーション事業強化に係る戦略
- 事業構造改善施策の実施
- 主要市場(特に日本、アジア、米国およびヨーロッパ)における社会状況および貿易規制等各種規制
- 製品開発等における他社との提携関係
- 自社特許の保護および他社特許の利用の確保
- 当社、子会社または持分法適用会社に対する訴訟その他の法的手続
- 製品やサービスに関する欠陥・瑕疵等
- 地震、その他の自然災害等(特に日本)
- 情報システムへの依存および機密情報の管理
- 退職給付債務に係る見積り
- 人材の確保

HITACHI
Inspire the Next 