

**ONKYO.**

A decorative graphic consisting of several overlapping, wavy blue lines that flow from left to right across the middle of the page. The lines vary in opacity and color, creating a sense of movement and depth.

**第1四半期**  
**～2019年3月期 第1四半期決算ハイライト～**

**2018/8/9**  
**オンキヨー株式会社**

## 2019年3月期 第1四半期 サマリー

### 【プラス要因】

- ワイヤレスイヤホンなど販売堅調
- 車載用スピーカー、サブブランド付テレビ用スピーカーの販売好調
- 構造改革による経営効率化 ⇒ 販売費及び一般管理費など 減少

### 【マイナス要因】

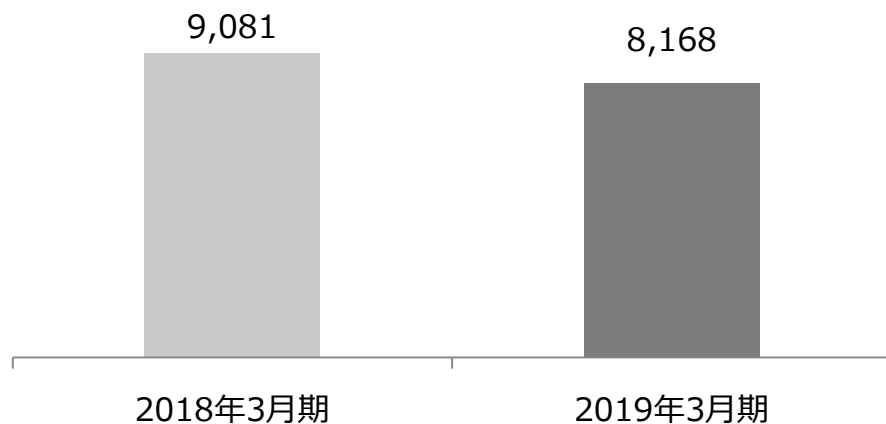
- 国内を中心とした市場の縮小や成熟化による影響
- 原材料費の上昇、為替の影響
- 欧州における倉庫移管に伴う販売機会の損失
  - － 販売子会社の製品在庫増加に伴う未実現利益※の控除

※ 未実現利益とは、連結グループ会社間の内部取引から生じた利益のうち、連結外部に販売されていないために利益として実現していないものをいいます。

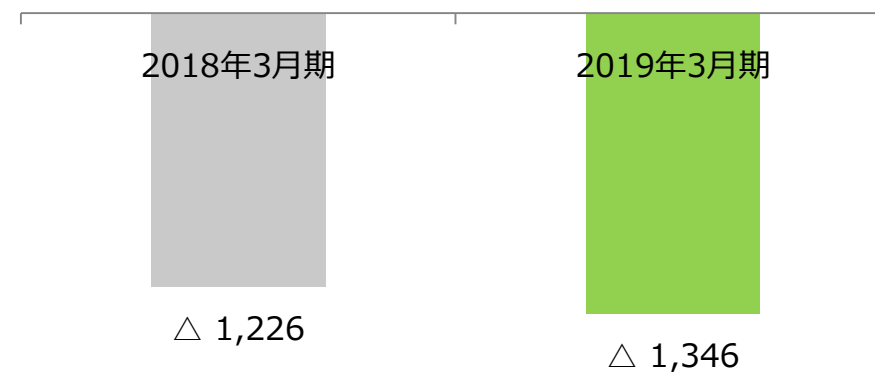
# 第1四半期の概況

単位：百万円

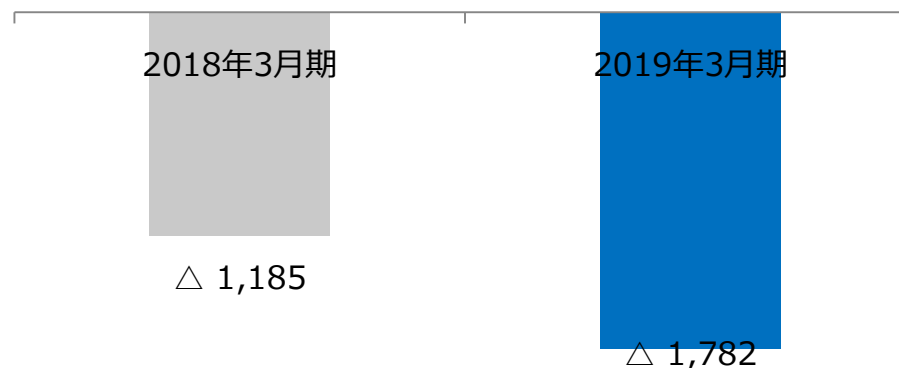
## 売上高



## 営業損益

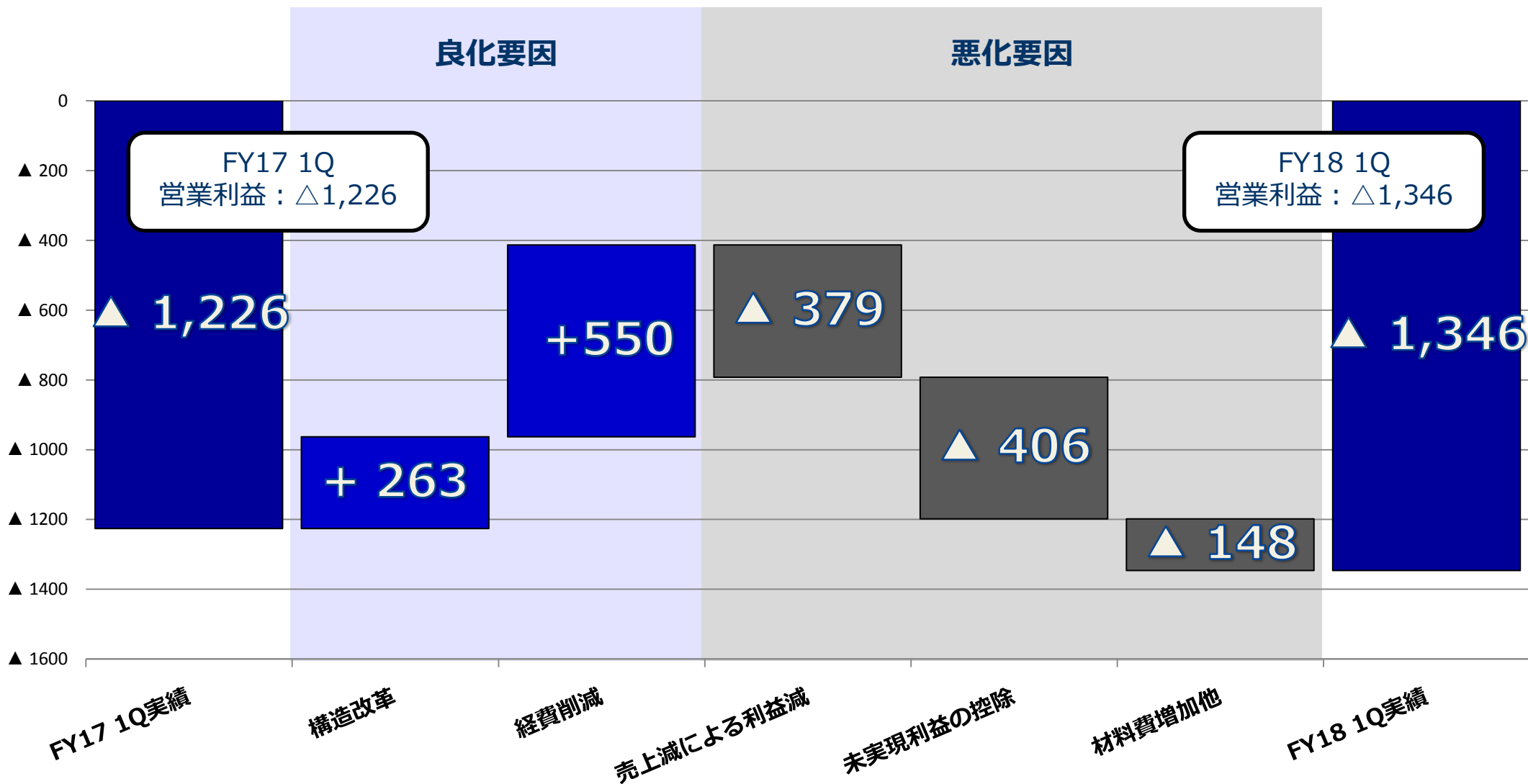


## 経常損益



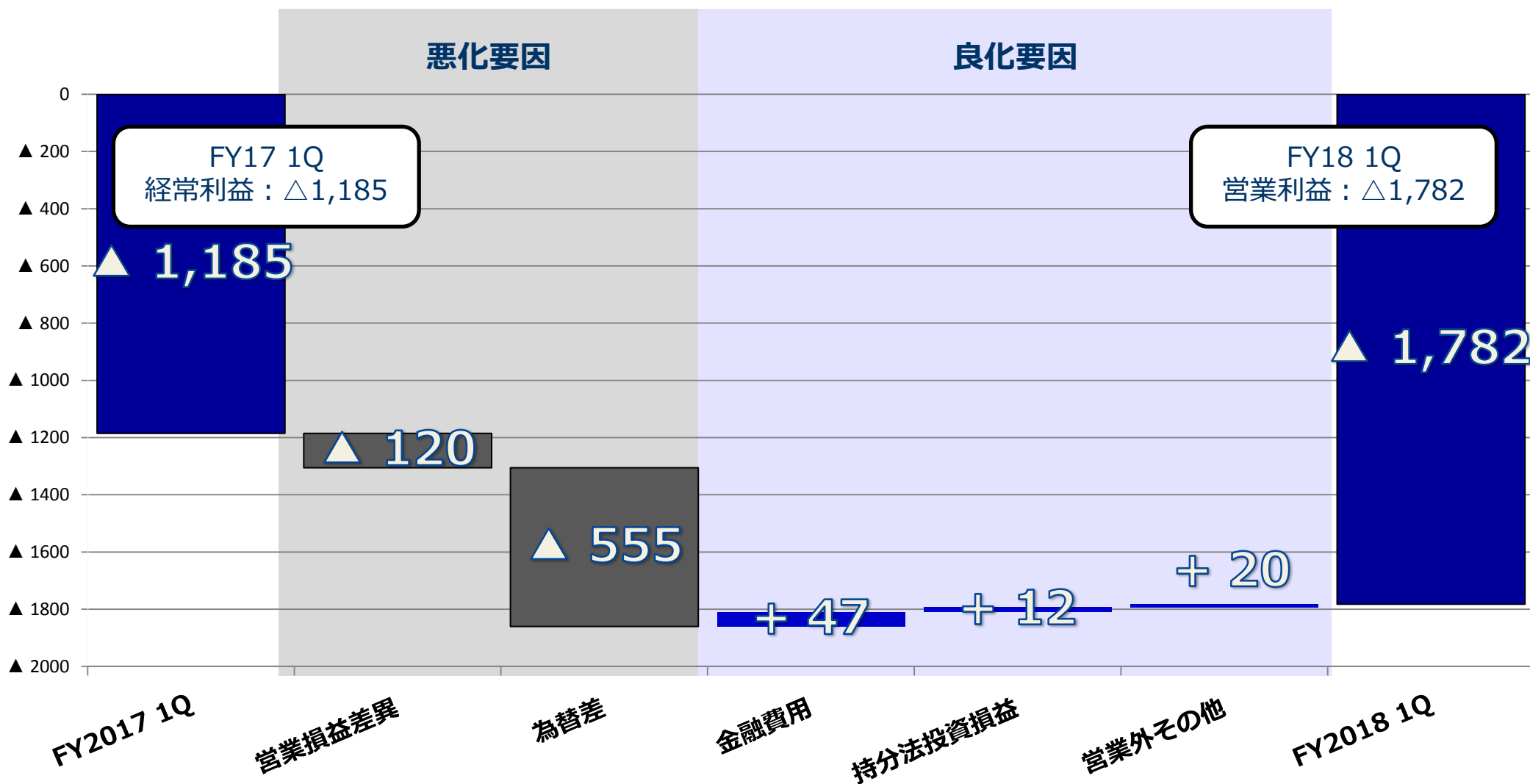
# 第1四半期 対前年 営業損益分析

単位：百万円



# 第1四半期 対前年 経常損益分析

単位：百万円



## セグメント状況 累計

単位：百万円

売上高

セグメント損益

## AV事業

5,138 5,127

△ 215

2018年3月期  
1Q

△ 212

2019年3月期  
1Q

## デジタルライフ事業

2,354 1,383

△ 143

2018年3月期  
1Q

△ 308

2019年3月期  
1Q

## OEM事業

1,588 1,657

△ 261

2018年3月期  
1Q

△ 530

2019年3月期  
1Q

全社費用（主に報告セグメントに帰属しない一般管理費及び研究開発費用）294百万円は上記セグメント利益には含まれておりません。\*

※昨年度、全社費用として計上されていた、CRM費用（品質保証関連費用）が構造改革に伴い、セグメントごとの計上に変更されています。当該CRM費用を計上しない場合、セグメント利益はAV事業△85百万円、デジタルライフ事業△282百万円、OEM事業△530百万円になります。

## ■ AV事業

市場の縮小と不採算モデルの販売見直しにより売上は微減。

構造改革による経営効率化の効果創出の一方で、為替、原材料費の上昇、販売子会社の製品在庫増加による未実現利益の控除によるマイナス影響あり。

## ■ デジタルライフ事業

ワイヤレスイヤホンなどの販売が堅調であったが、国内のデジタルオーディオプレイヤー（DAP）市場の成熟化の影響により減収。構造改革による経営効率化を実行するも、売上減に伴い減益。

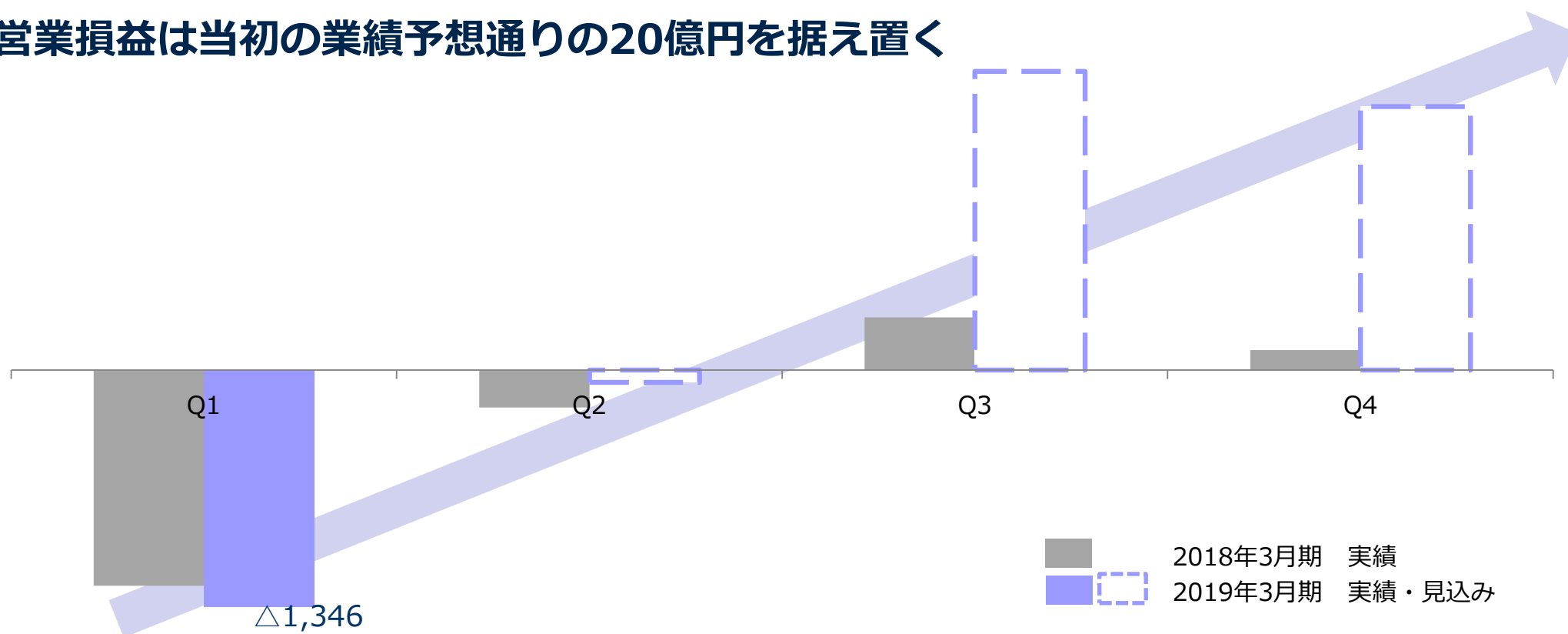
## ■ OEM事業

車載用スピーカー全般、「Sound by Onkyo」等のODM向けサブブランドを付したテレビ用スピーカーなどの販売好調により増益。

インド合弁会社の生産増強に向けた投資、加振器（Vibtone）の開発継続などで利益は減少。<sup>6</sup>

## 2019年3月期 営業損益 推移について

今期よりスタートする各協業（次ページ）の成果や、それに伴う販売子会社の製品在庫減少による未実現利益の取戻し、構造改革効果の継続などが見込まれることから  
**営業損益は当初の業績予想通りの20億円を据え置く**



単位：百万円

## 今後に向けた取り組み

- 販売力強化のためのグローバルな協業を複数開始
  - TCLグループ 業務提携
  - トルコ Vestel社 業務提携
  - 欧州 Teufel社 業務提携
  - 欧州 Aqipa社 欧州子会社の事業譲渡
- 「生活のいたるところにオンキヨーを」 音の提案を拡大  
特にテレビへのスピーカー供給、音質監修が好調に推移
- 経営資源の最適配分によるOEM事業の強化
- 産学連携による新ビジネスの開始  
オンキョースポーツ株式会社設立
- 新ショールーム ONKYO BASE スタート 新しい形のブランド認知拡大



## 成長に向けた取り組みについて

## 積極的な協業開始

## ● 各企業との協業や提携を新規に開始、販売等強化

Vestel Electronics Industry And Trade Inc.

5月 業務提携開始

- Vestel製テレビに対するスピーカー供給を基本とした音質強化

(OEM)

TCL グループ

4月 業務提携開始

- Onkyoブランドのミニコンポ、ヘッドホン、サウンドバーのTCLグループの販売チャネル活用による販売拡大
- TCL製テレビの音質強化

(AV、デジタルライフ、OEM)

Lautsprecher Teufel GmbH

5月 業務提携開始

- 欧州オンライン市場でのオンキヨー商品の供給
- Teufelブランド商品のOEM供給

(AV、OEM)

Aqipa GmbH

6月 事業譲渡契約締結

- Onkyo、Pioneer、Integra ブランド製品等の欧州地域における販売に関する事業の譲渡

(AV、デジタルライフ)



## 成長に向けた取り組みについて

## 「生活のいたるところにオンキヨーを」 広がる音の提案

## ブランドコラボレーション・Vibtone（加振器）活用

- 当社スピーカーの搭載、音質監修等を提供、「Sound by Onkyo」、「Powered by Onkyo」等のロゴを、高い音質性能を証明するものとして製品や販促物等に明示
- Vibtoneの利用方法を開発従来スピーカーでの課題を解決して新しい音の楽しみ方をご提案



## TV向けスピーカー供給、音質監修 強化中

- 高画質化、薄型化が進む中、限られたスペースの中での高品質な音の再生の技術に高評価  
国内外のTVメーカーへのスピーカー供給、音質監修 進行中  
(シャープ様、東芝様、Compal Electronics、TCLグループ、Vestel社)

## 成長に向けた取り組みについて

### 経営資源の最適配分

従来ブランドビジネス（AV・デジタルライフ）とOEM事業で分かれていた、技術部門を2018年4月に統合し経営資源を最適配分

#### OEM事業の領域拡大へ

- 各種OEMスピーカー供給
- AV製品OEM供給
- デジタルライフ製品(HP/DAPなど)OEM供給
- 新規AI/IoT関連モジュール供給
- 素材開発・アンプモジュール供給

### 産学連携・オンキョースポーツ設立

至学館大学との産学連携により  
オンキョースポーツ株式会社設立

AI 搭載食トレアプリ  
「food coach」の事業を開始



Food coach

### 新ショールーム ONKYO BASE

新ショールーム「ONKYO BASE」を  
秋葉原にオープン

お客様の“ここだけ”をご体感いただける場所として、幅広い年代の皆様に向けてブランドを発信



# ONKYO®

本資料に記載されている業績や見込、将来に関する記述等は資料作成時点において入手可能な当社およびその関係会社の情報に基づいて予測し得る範囲内で当社が作成したものであります。これらの記述はリスクや不確実性を含んでおり、当社はその正確性・完全性に関する責任を保証いたしません。実際の業績は今後様々な要因により異なる結果となる可能性があります。

なお、記載されている会社名および製品・技術名・役務名等は、各社の登録商標または商標です。