

ONKYO.



**2019年3月期
決算ハイライト**

**2019/5/24
オンキヨー株式会社**

目次

■ 2019年3月期決算概要

■ 2020年3月期業績予想

ホームAV事業譲渡—オンキヨーはエクスペリエンス企業へ
今後の成長戦略

■ 2019年3月期決算概要

2019年3月期 決算ポイント

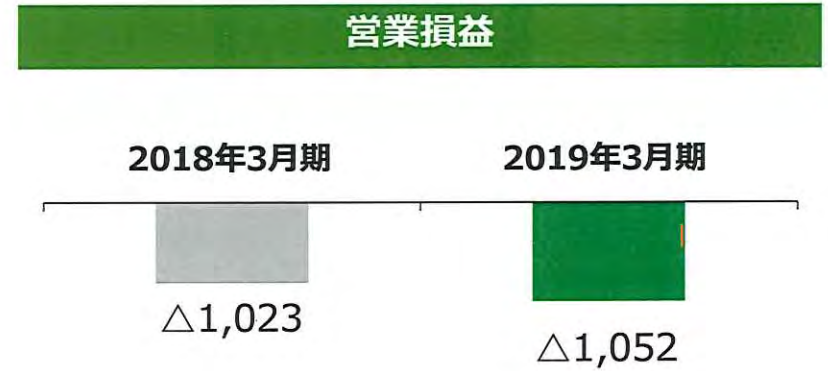
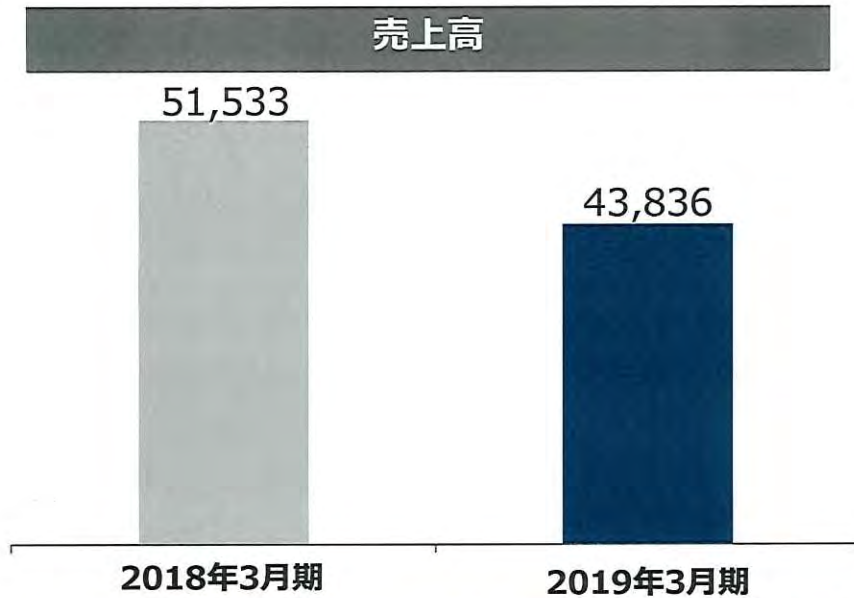
- 昨年度末の構造改革・欧州子会社の事業譲渡などによる経営の効率化
- 移管時の体制整備遅れに伴う販売機会損失発生による減収
- OEM事業におけるAI/IoT分野等の戦略分野へ開発先行投資拡大
- 借入や販売形態を見直し営業外費用削減
- 資産の有効活用による特別利益計上



**昨年より減収、営業利益微減となるが、
経常利益改善、当期純利益確保**

2019年3月期 連結業績

単位：百万円

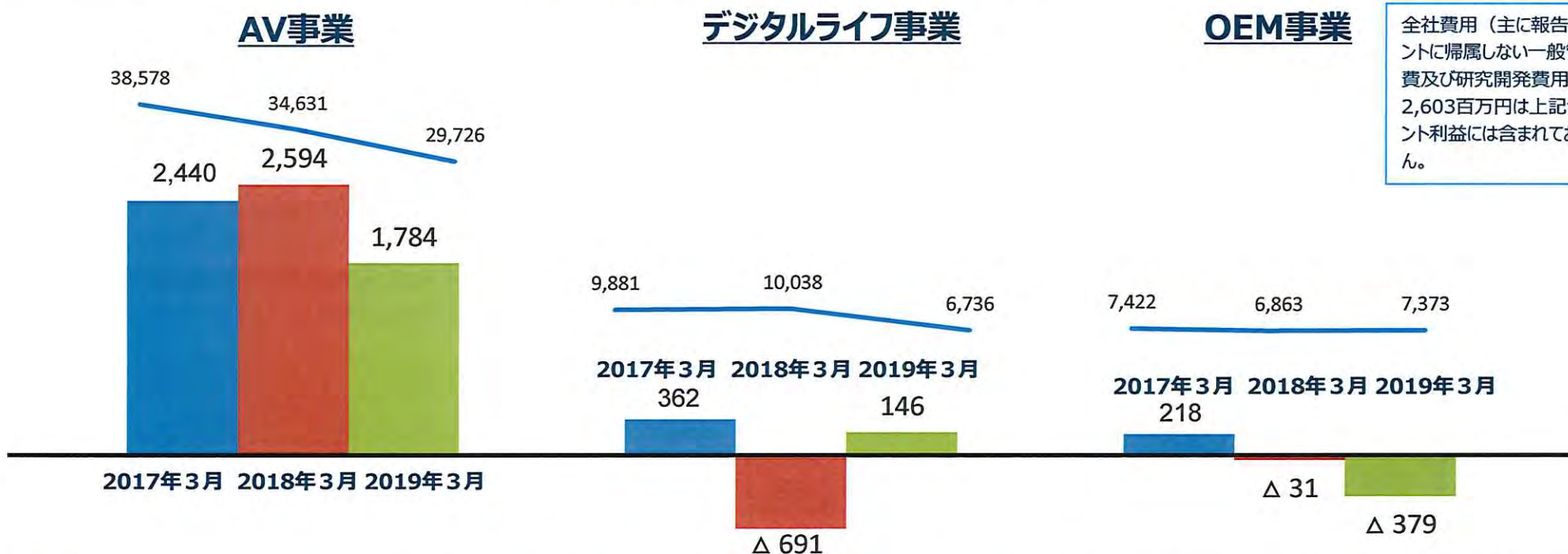


セグメント状況 累計

単位：百万円

— 売上高
■ セグメント損益

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）2,603百万円は上記セグメント利益には含まれておりません。



AV事業

国内市場の縮小や欧州子会社における倉庫移管、事業譲渡時の出荷体制整備の遅れに伴う販売機会損失、及び売上高の減少等により前年同期より減収。損益においても売上高減少による利益減が響く。

デジタルライフ事業

欧州における販売の機会損失の発生と売上高の減少、及び不採算モデルの整理により前年より減収。構造改革やオペレーションの整備と、関連費用の見直しによる利益確保の施策により黒字達成。

OEM事業

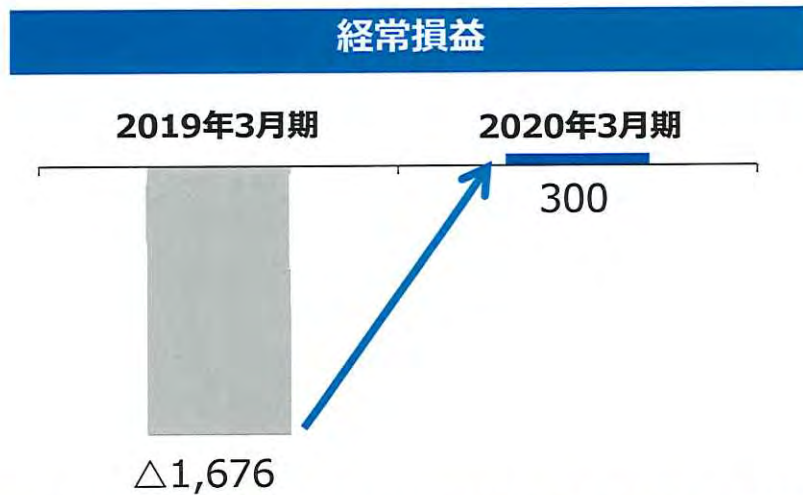
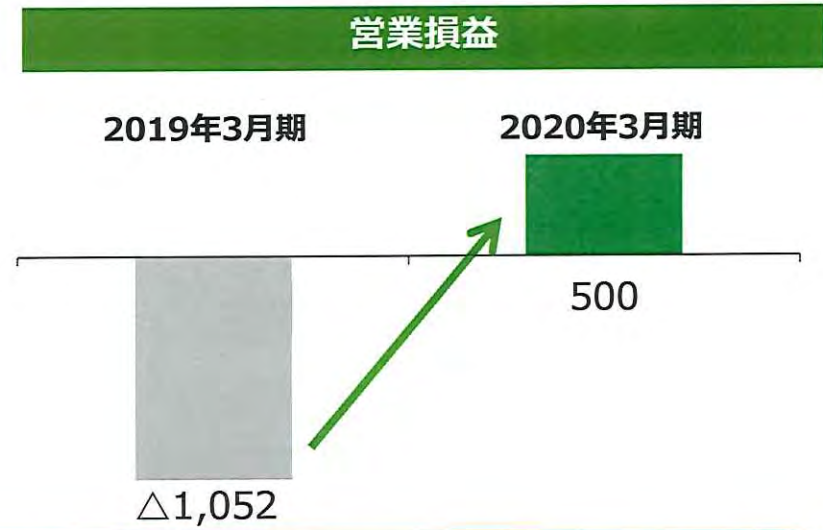
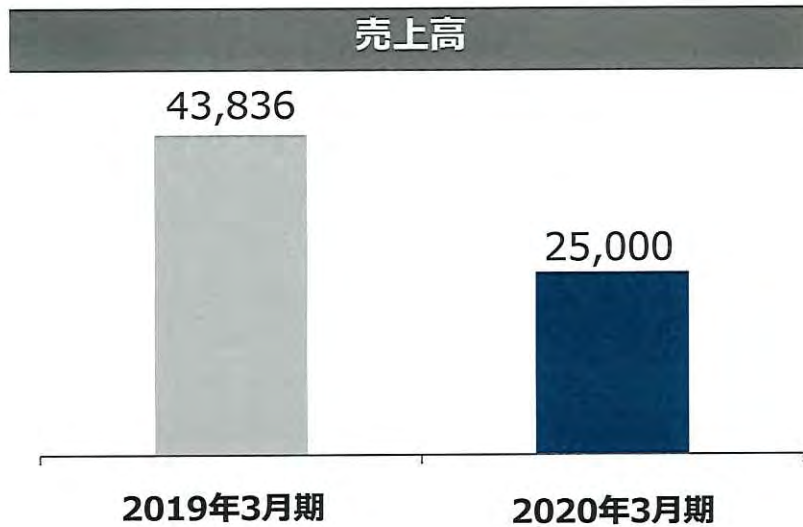
車載用スピーカーや「Sound by Onkyo」等サブブランドを付したテレビ用スピーカーの販売伸長、コールセンター・修理の業務受託サービスが堅調に推移したが、インド合併会社の生産移管の遅れに伴う操業ロスや、加振器・AI/IoTの戦略分野に関する投資費用と業務受託関連サービスの経費増加により減益。

■ 2020年3月期業績予想

- ホームAV事業譲渡—オンキヨーはエクスペリエンス企業へ
- 今後の成長戦略

2020年3月期 連結業績予想

単位：百万円



- ホームAV事業譲渡による運転資金の確保
→OEM事業・デジタルライフ事業への集中投資
- 2019年3月の子会社譲渡による経営資源と事業の最適化
→ より機動力の高い事業展開を進めて業績改善を図る
- デジタルライフ事業での商品戦略の再構築
- OEM事業の拡大による収益性の改善
- ライセンス収入で確実な利益確保

※当期純利益につきましては、現時点で予定されている譲渡時点での資産・負債が確定していないため開示しておりません

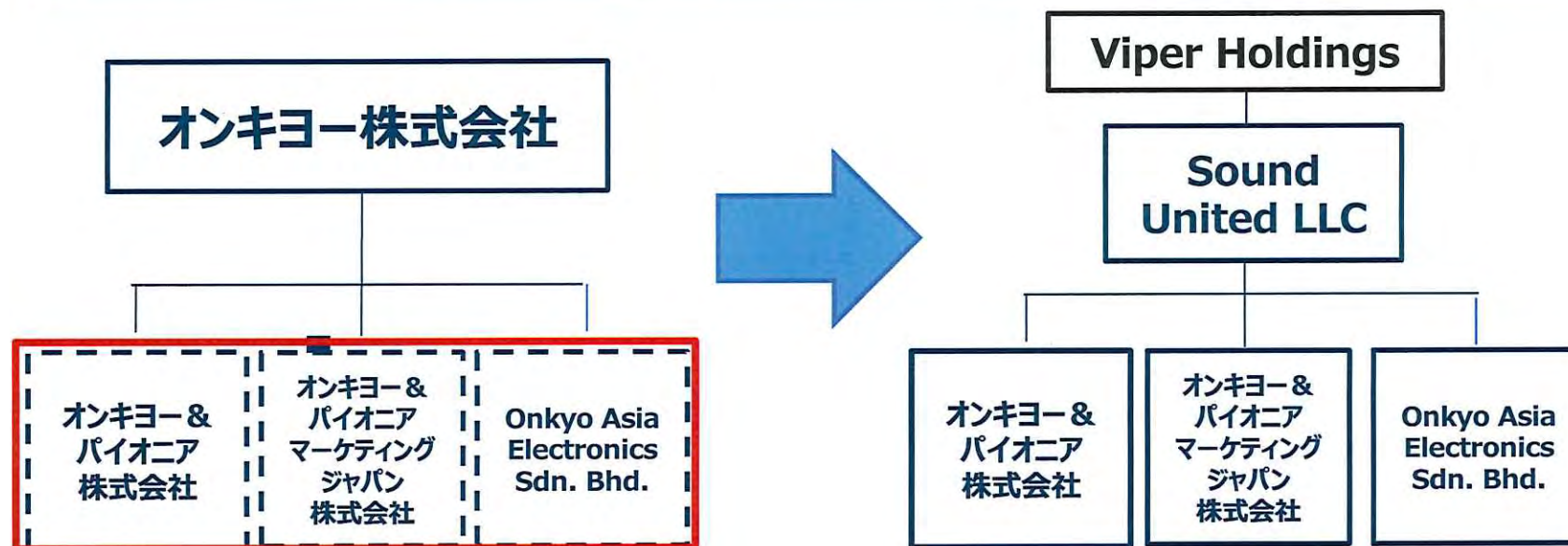
ホームAV事業譲渡

2019年5月21日発表

子会社の異動を伴う株式譲渡及び子会社の一部事業譲渡にかかる契約締結に関するお知らせ



当社グループのホームAV事業の譲渡契約を締結。
経営資源、事業を最適化、
より機動力の高い事業展開を進め、業績改善を図る。

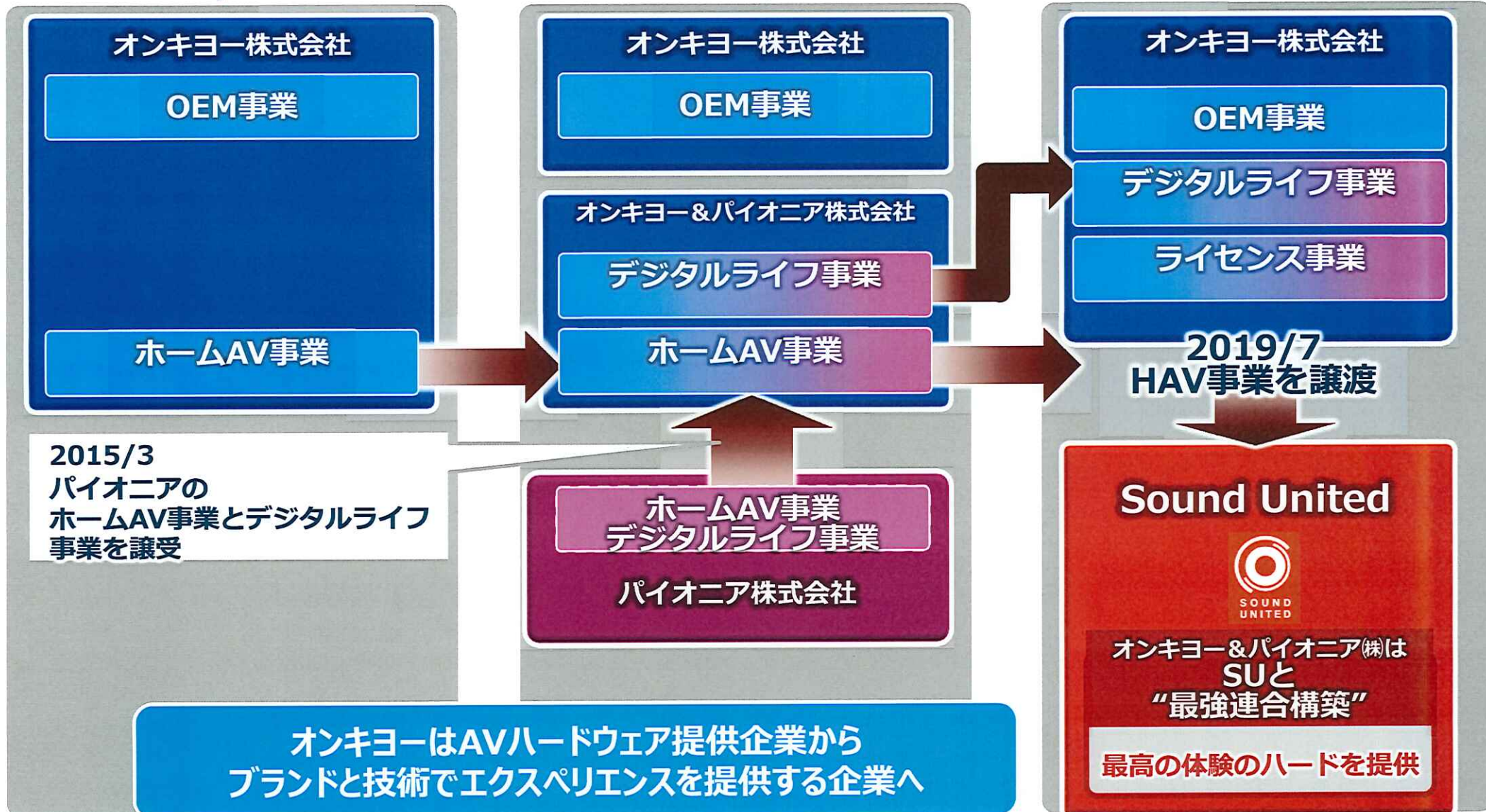


—ホームAV事業は最強連合へ—

2015/3 以前

2015/3

今後



オンキヨーはエクスペリエンス提供企業へ

音楽体験と映像体験の感動を提供しつづける企業へ

デジタルライフ事業

AI普及に向けたマイクやスピーカーなどの音のソリューションの提供



Onkyo及びPioneerブランド
のデジタルライフ商品の
開発・販売

OEM 事業

既存のスピーカーOEM供給と
サウンドチューニングの提供



SOUND BY ONKYO POWERED BY ONKYO

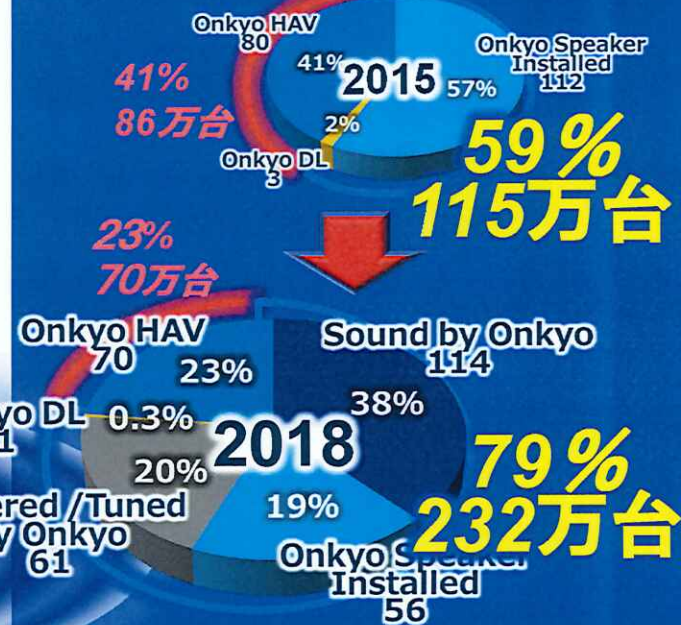


ブランドライセンス事業

TV/オーディオ機器への
ブランドライセンス



Sound by Onkyo 戦略



市場に出回っている商品（台数）のうち、ホームAV製品以外が拡大中
2018年で約79%

“サウンドソリューション”と“エクスペリエンス”を提供

成長に向けた取り組みについて(OEM事業)

「音」の技術を新分野に活用しOEM事業を強化

セキュリティ関連商材への参入

- ・大音量小型モジュールの開発により、新規ビジネスを開拓



大音量小型モジュール



新市場へAIソリューションを提案

- ・スマートスピーカーの技術の展開
- ・使用シーンに最適なソリューションをハード、ソフトともに開発しOEM事業を拡大



成長に向けた取り組みについて(OEM事業)

「音」の技術を新分野に活用しOEM事業を強化

Vibtone (加振器) ラインナップ強化・拡大

- ・ 小型高性能化を深化させ、携帯機器分野に提案可能な加振器の開発を強化
- ・ 耐久性／信頼性をさらに向上させ、車載分野ビジネスへの参入を図る

バイオミメティクス技術の導入

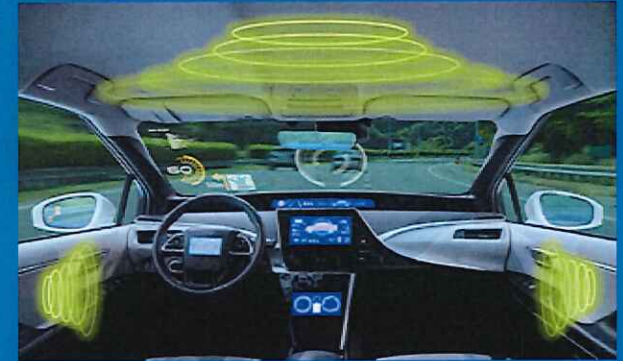
- ・ 自然界に存在する形状・形態などを積極的に取り入れた振動板を開発し、より自然で豊かな音空間を実現

マグネシウム振動板ドライバーの商品化

- ・ ハイレゾ再生に対応したマグネシウム振動板採用 バランスド・アーマチュア(BA)ドライバーの開発に成功、高付加価値ヘッドホンのビジネスを拡大



Vibtone ラインナップ



バイオミメティクス振動板



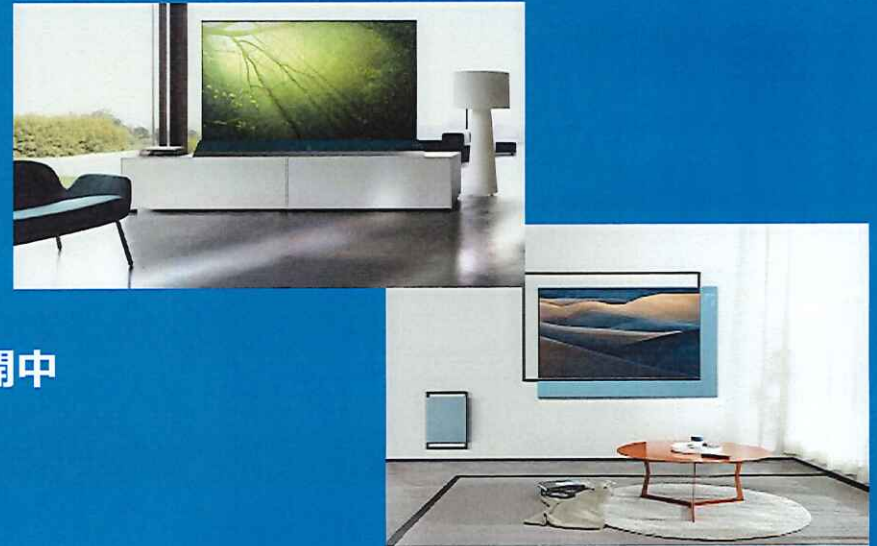
マグネシウムBAドライバー

成長に向けた取り組みについて(ブランドライセンス事業)

グローバルな業務提携の進展

TCLグループとのコラボ製品販売が本格化

- TVのハイエンドである“XESS”シリーズに当社音響技術を搭載。Onkyoブランドロゴを露出した製品が中国で販売開始
- TCLグループ製の8K対応テレビにも当社技術搭載以降も音質強化のための協業や商品開発を進め、展開中



グローバルな協業によるTV市場拡大

- TV向けスピーカー供給において当社技術を搭載した音質を展開
- 「Sound by Onkyo」, 「Onkyo Speaker Installed」等サブブランドの積極的付与とともに市場拡大



成長に向けた取り組みについて(ブランドライセンス事業)

他社とのコラボ製品事業拡大

新たな購買層への取り組み

ファッションブランドとのコラボ展開
⇒サマンサタバサとのコラボレーション
5/15より先行予約販売開始。



Brand Collaboration



その他世界の著名ブランドとの協業や、
人気キャラクターとのコラボレーションを通
じ、
多種多様なマーケットにおいて、
お客様に新しい価値を提案してまいります。

新規市場への参入

伸び盛りのゲーミング(e-Sports)事業領域へ進出

■ブランド名：SHIDO(シドウ)

現在クラウドファンディングにて好評販売中(5/31まで)。

※5月23日現在

支援者数：1,419人、

支援金額：18,065,684円と伸長中



ゲーミングヘッドセット



USBコントロールアンプ



成長に向けた取り組みについて(デジタルライフ事業)

デジタルライフ事業の強化

シルバー市場への販売戦略強化

- ・ オンキョーブランドによる聴こえサポート事業への参入
- ・ 知り合い専用機能搭載電話



ワイヤレスイヤホンのユーザー拡大



スポーツタイプを始め、
新規ターゲット層を狙った
商品展開を実施

産学連携による新しいチャレンジ オンキョースポーツ事業強化

3人制プロバスケット

ボールチーム

TOKYO DIMEへのサポート



所属選手の栄養サポートをはじめ、
オンキョーグループのスポーツイヤホン
のタイアップも予定。

TOKYO DIME
FIBA日本人ランキング (5/14付)
小松昌弘 選手 2位
鈴木慶太 選手4位

AI食トレアプリ food coachの事業展開

トップアスリートを擁する(株)FEAT SPORTSの
サポートプログラムに採用いただくなど、
順調に展開中



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。