

ONKYO.



ホームAV事業の譲渡と今後の戦略について

2019/6/14
オンキヨー株式会社

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, ranging from a deep navy blue to a light, almost white blue.

1. 取引の概要

取引スキーム概要

オンキヨー株式会社

Viper Holdings

Sound United LLC

オンキヨー&パイオニア株式会社 (OPC)

Onkyo Asia Electronics Sdn. Bhd. (OAE)

S&O Electronics(Malaysia) Sdn. Bhd. (S&O)

オンキヨー&パイオニア
マーケティングジャパン株式会社 (OPM)

全株式譲渡

オンキヨー&パイオニア株式会社 (OPC)

Onkyo Asia Electronics Sdn. Bhd. (OAE)

S&O Electronics(Malaysia) Sdn. Bhd. (S&O)

オンキヨー&パイオニア
マーケティングジャパン株式会社 (OPM)

Pioneer & Onkyo Marketing Asia Ltd. (POMA) AV事業

安橋(上海)商貿有限公司 (SH) AV事業

AV事業
譲渡

POMAのAV事業

SHのAV事業

※本件により、オンキヨー株式会社が増資や新たな資金調達を行うことはありません。

Sound United 社の概要

オーディオ業界のトップブランドを傘下に持つ世界最大級のサプライヤー

DENON®

marantz®




D.

DEFINITIVE TECHNOLOGY

CLASSE




Sound United 社の概要

会社名	Sound United LLC
設立	2002年
代表者	Kevin Duffy
本社	Vista, California (USA)
事業内容	音響機器の製造・販売

取引概要

統合スキーム	当社のホームAV事業を切り出し、Sound United社の傘下に
売却金額	75百万米ドル (+ 譲渡後のブランドロイヤリティ)
買主	Viper Holdings, LLC (米国プライベートエクイティ投資会社)

AV事業統合の背景と意義

高品質な商品を高収益で提供するホームオーディオメーカーでブランド向上
 当社はブランド保有により安定したライセンス料の獲得

背景

- 近年の市場縮小と競争激化に伴い、単独での生き残りが困難
- 規模の拡大による残存者利益を獲得することがAV事業にとってもベスト

想定シナジー

財務

販売/利益

- グローバル規模で販売ネットワークを拡充
- 当社としては安定したライセンス料の獲得

コスト

- 統合による効率化や合理化

事業

製品

- あらゆるジャンルをカバーする幅広い製品ポートフォリオを実現

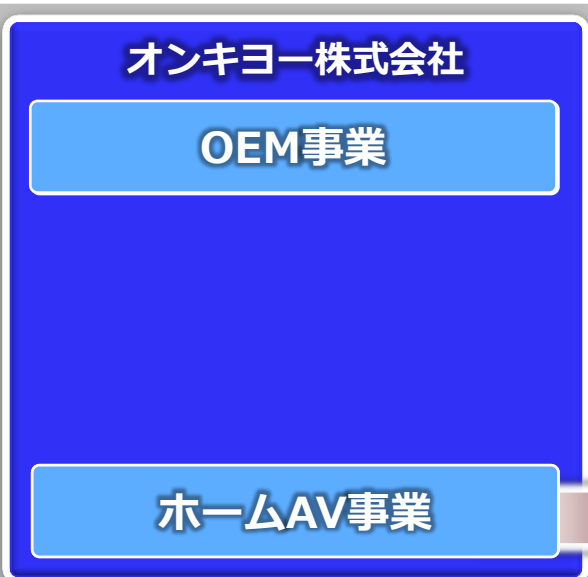
技術

- 両社の保有技術を相互供給し、最先端のテクノロジーを活用

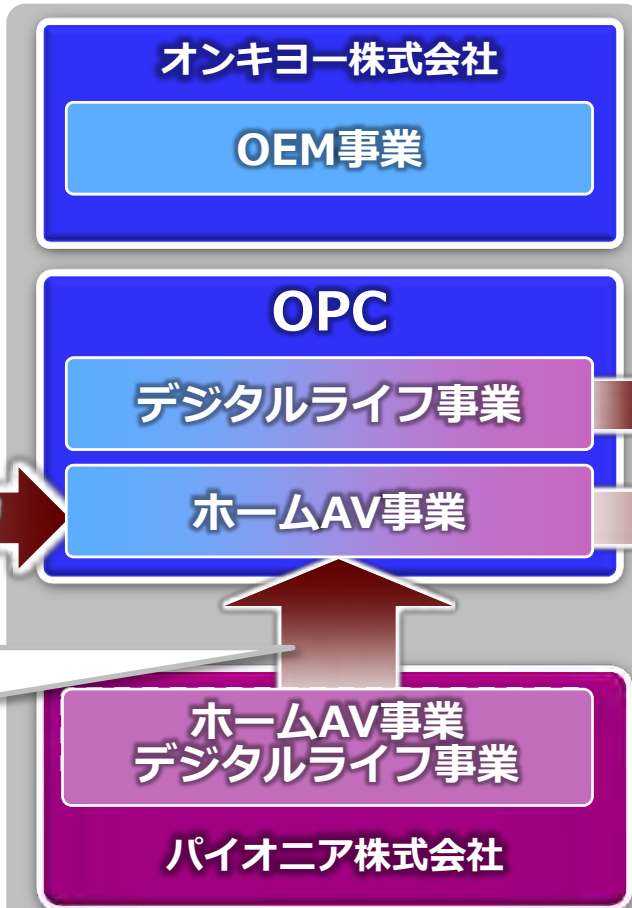
当社は今後、ブランドオーナーとして統合後の新会社をサポート

ホームAV事業は最強連合へ

2015/3 以前



2015/3



2015/3
パイオニアの
HAV事業とDL事業を統合

今後



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.

2. 当社を取り巻く事業環境

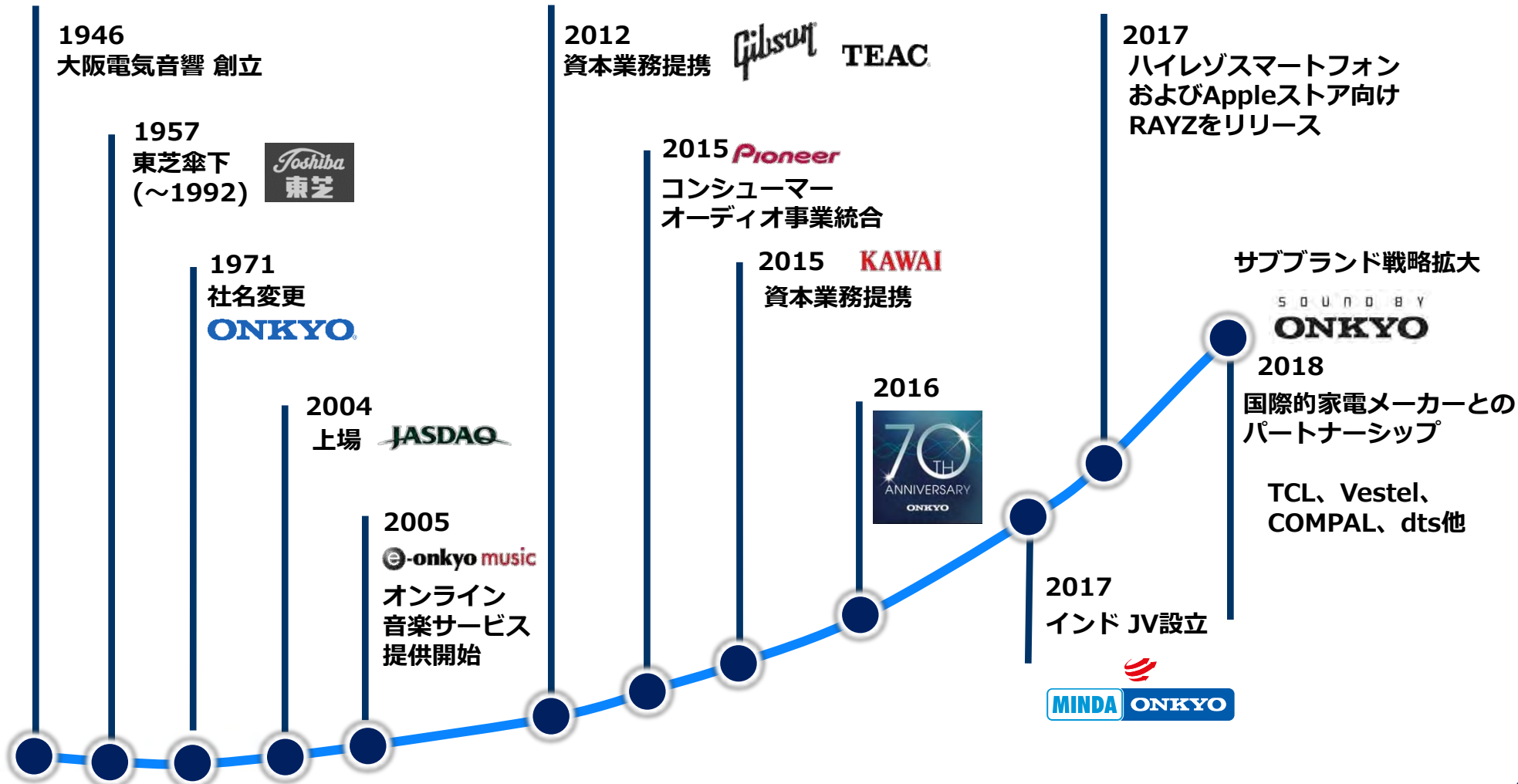
当社の沿革

近年は他社とのアライアンスを通じてOEM事業に注力

ユニークな会社基盤の設立

協業による価値創造

製品によるイノベーション



当社の事業セグメント

3つの領域でビジネスを展開

OEM(B2B)事業



POWERED BY
ONKYO
SOUND BY
ONKYO

SPEAKERS
INSTALLED
ONKYO

デジタルライフ(DL)事業



ホームAV事業

[Sound United社と統合]



国内AV市場規模

スマートフォンなどのモバイル機器登場で音楽再生環境が激変
当社主力事業である国内AV市場は年率9%で縮小

(億円)

2,000

1,800

1,600

1,400

1,200

1,000

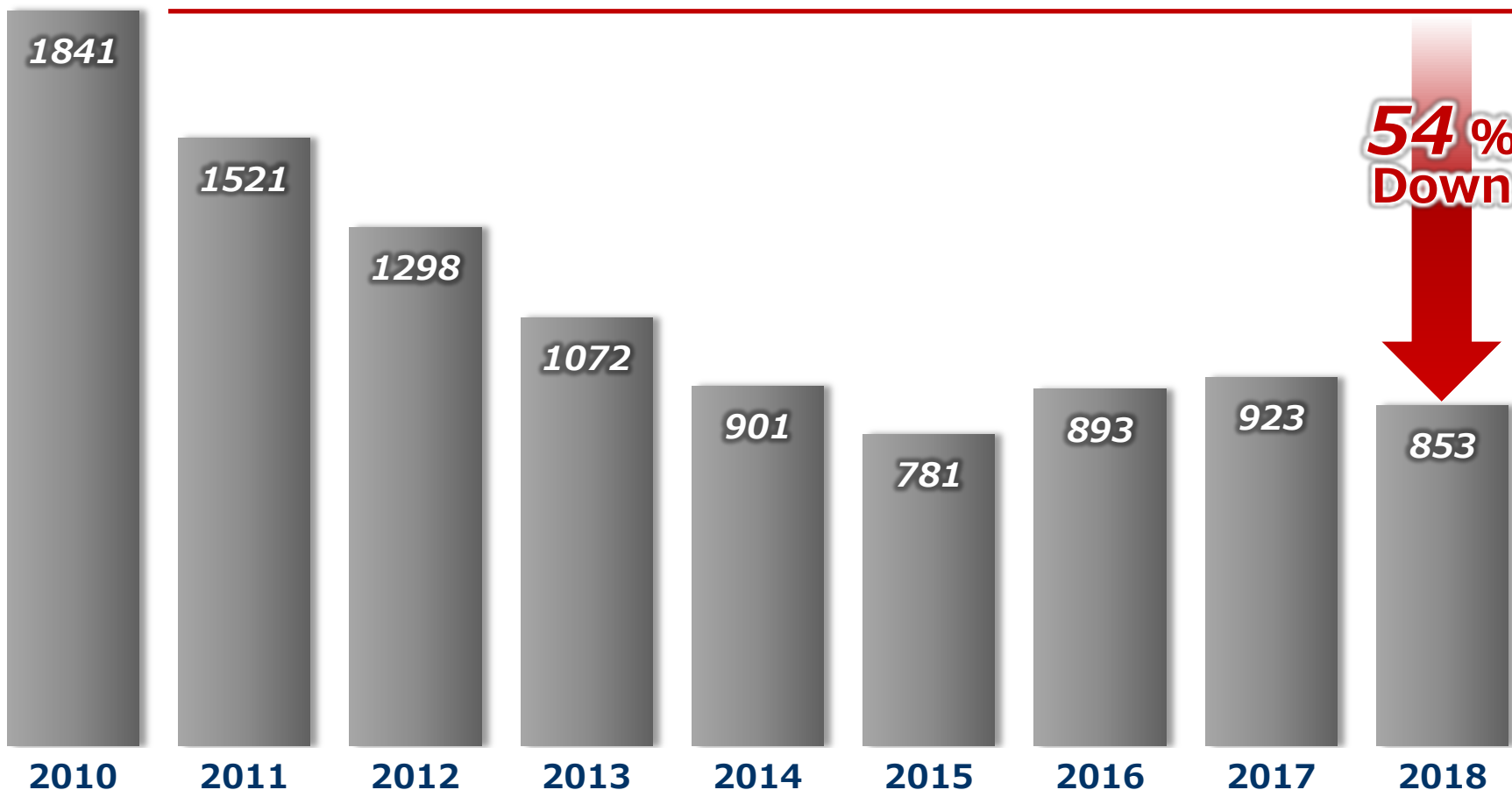
800

600

400

200

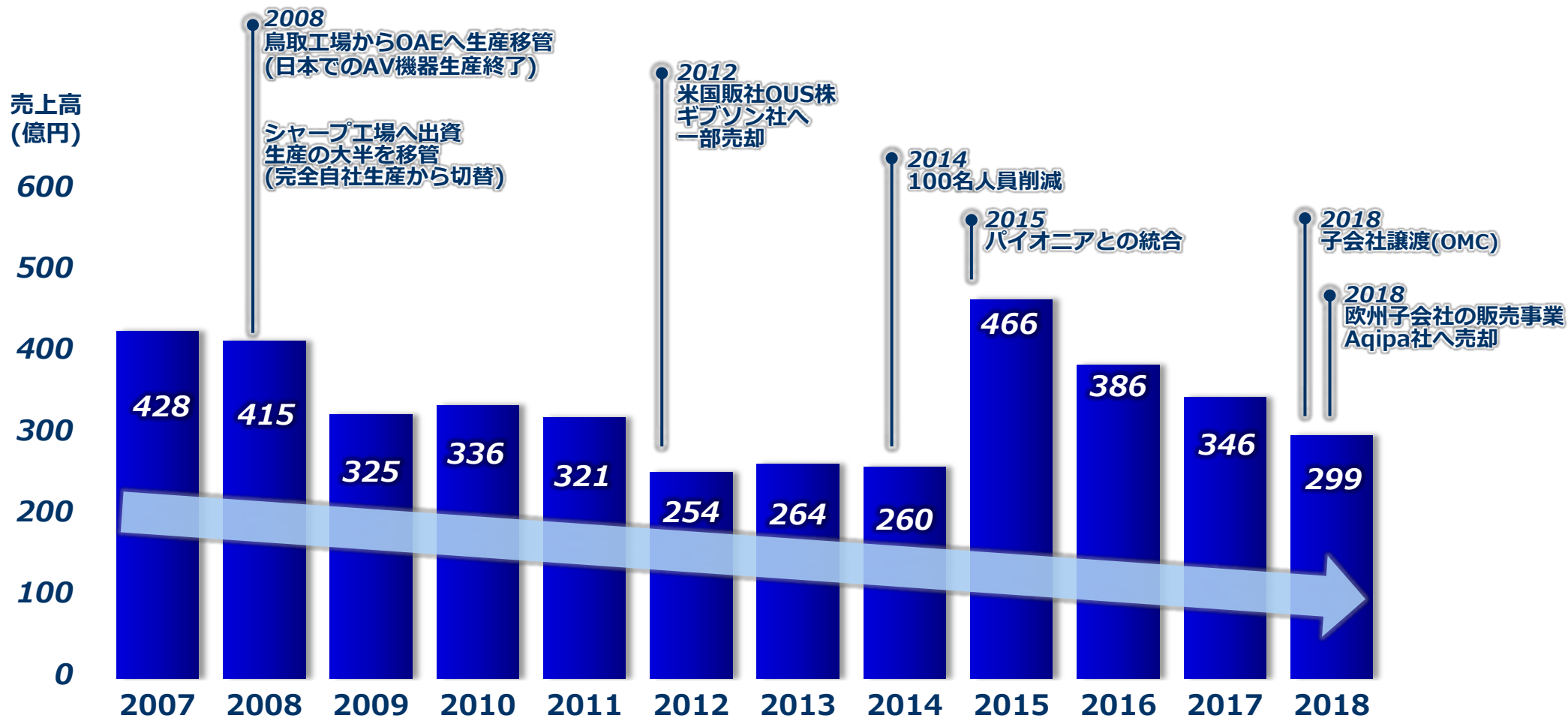
0



(1) JEITA(電子情報技術産業協会)「民生用電子機器国内出荷統計」

(2) 2016年4月から統計体系を変更。セグメント名が2015年までは音声機器、2016年からはオーディオ関連機器に変更

ホームAV事業の推移



AV事業はパイオニアとの事業統合によって規模拡大するも再び減収基調に

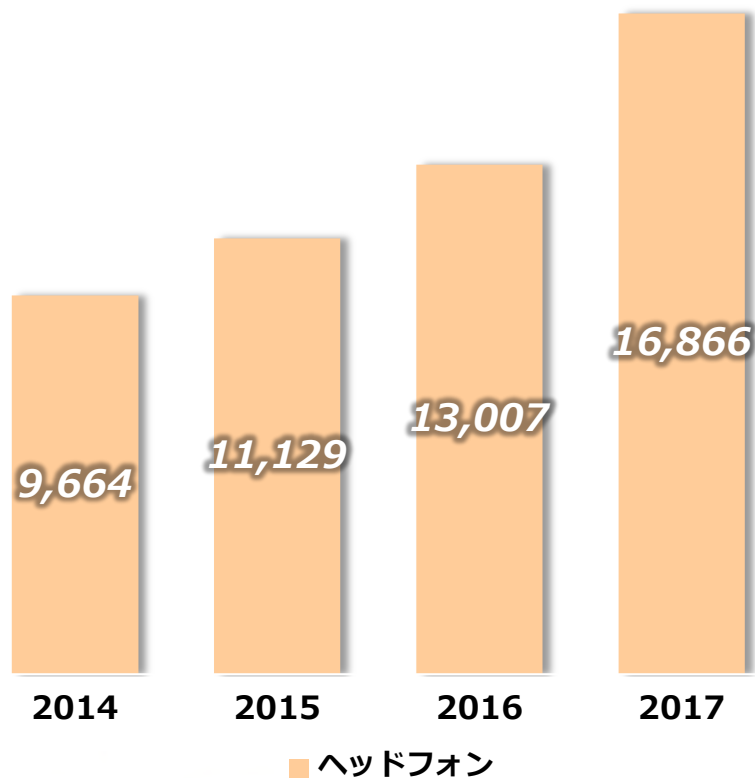
DL・OEM市場規模

一方、DL事業、OEM事業のターゲット市場は拡大中

デジタルライフ(DL)事業

ヘッドホン市場(1)

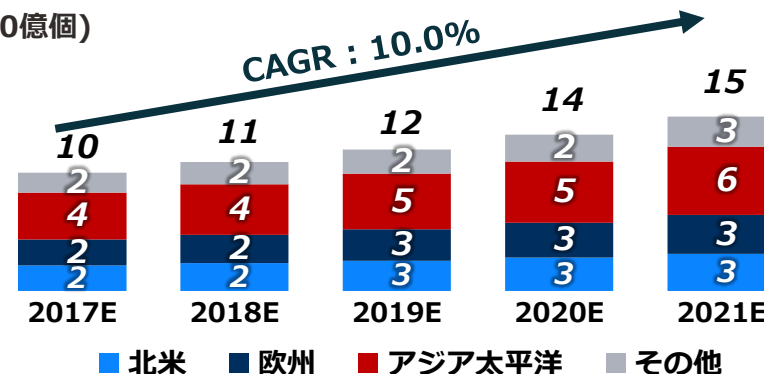
(百万米ドル)



OEM(B2B)事業

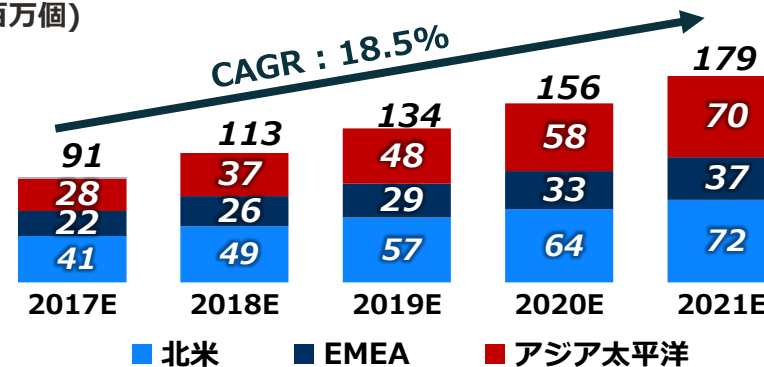
マイクロスピーカー出荷量(2)

(10億個)



ネットワークオーディオ製品出荷量(2)

(百万個)

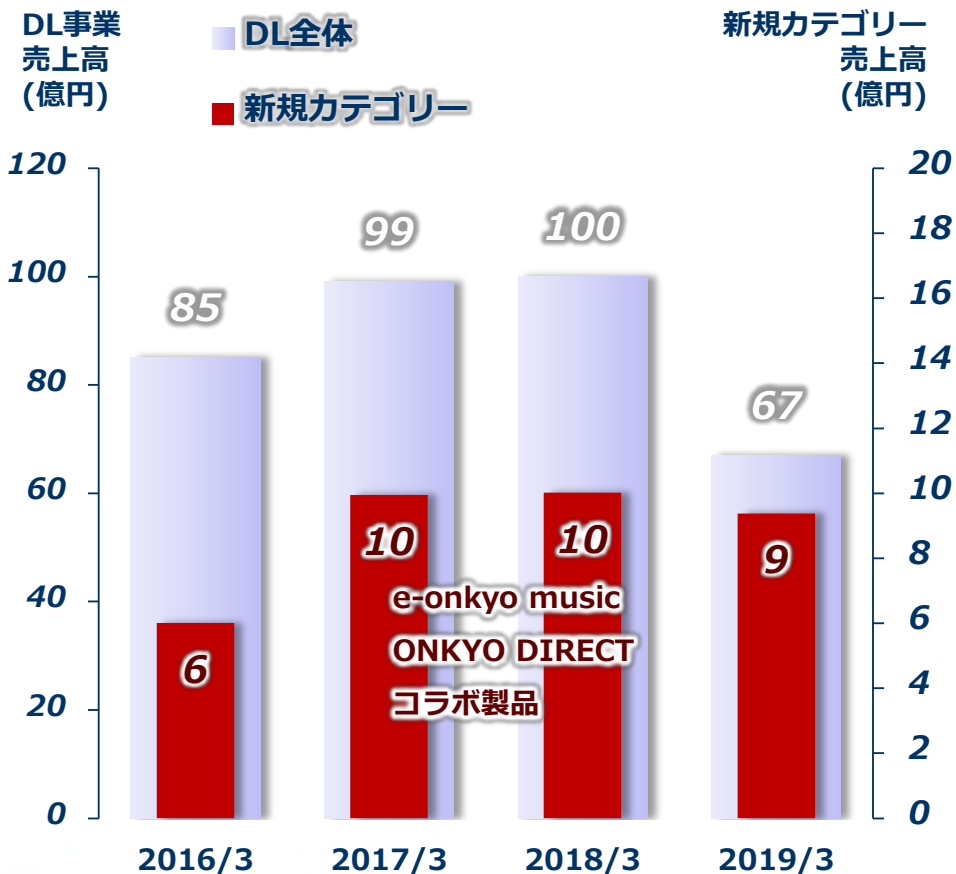


DL・OEM事業の売上推移

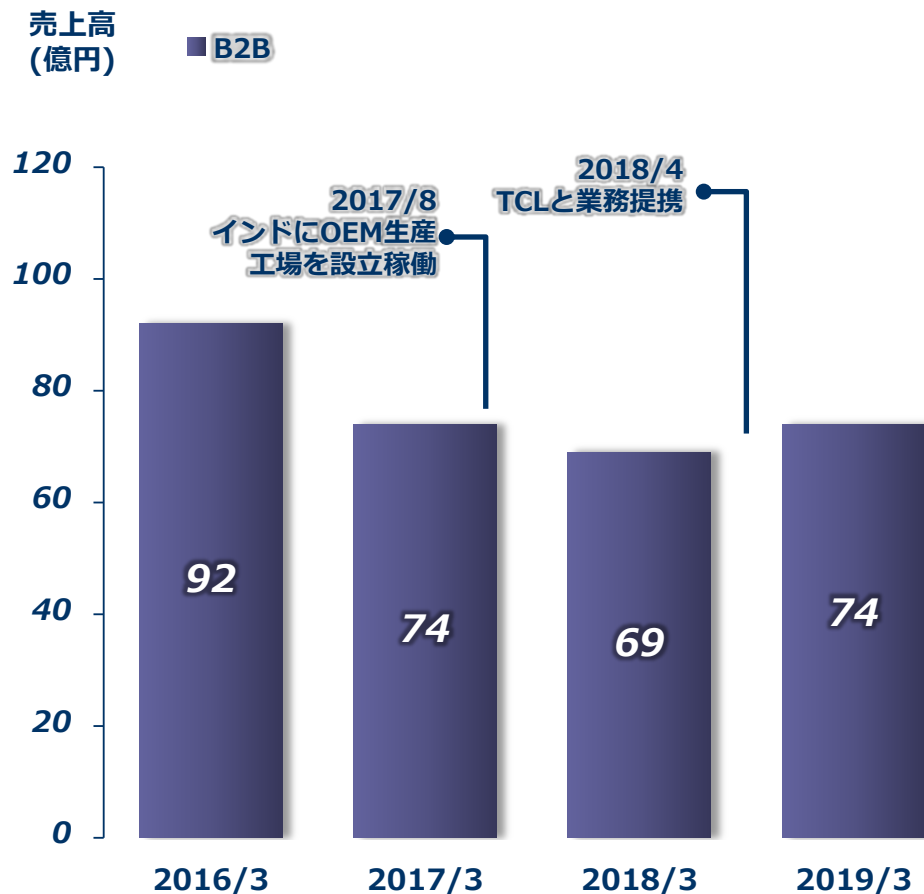
ヘッドホンを中心にコラボ製品、
ネットワークサービス等、
新規カテゴリー拡大、ブランディング向上

海外生産拠点の強化と
海外大手テレビメーカーとの提携推進

DL事業



OEM事業



ONKYO.

A decorative graphic consisting of several overlapping, wavy blue lines that flow from left to right across the middle of the slide. The lines vary in opacity and color, ranging from a deep blue to a light, almost white blue.

3. 今後の成長戦略

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および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



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

SOUND BY ONKYO

POWERED BY ONKYO

SPEAKERS INSTALLED ONKYO

家庭の身近なところにAI対応商品やサービスの提供

“サウンドソリューション” と “エクスペリエンス” を提供

サブブランド戦略

S O U N D B Y
ONKYO

T U N E D B Y
ONKYO

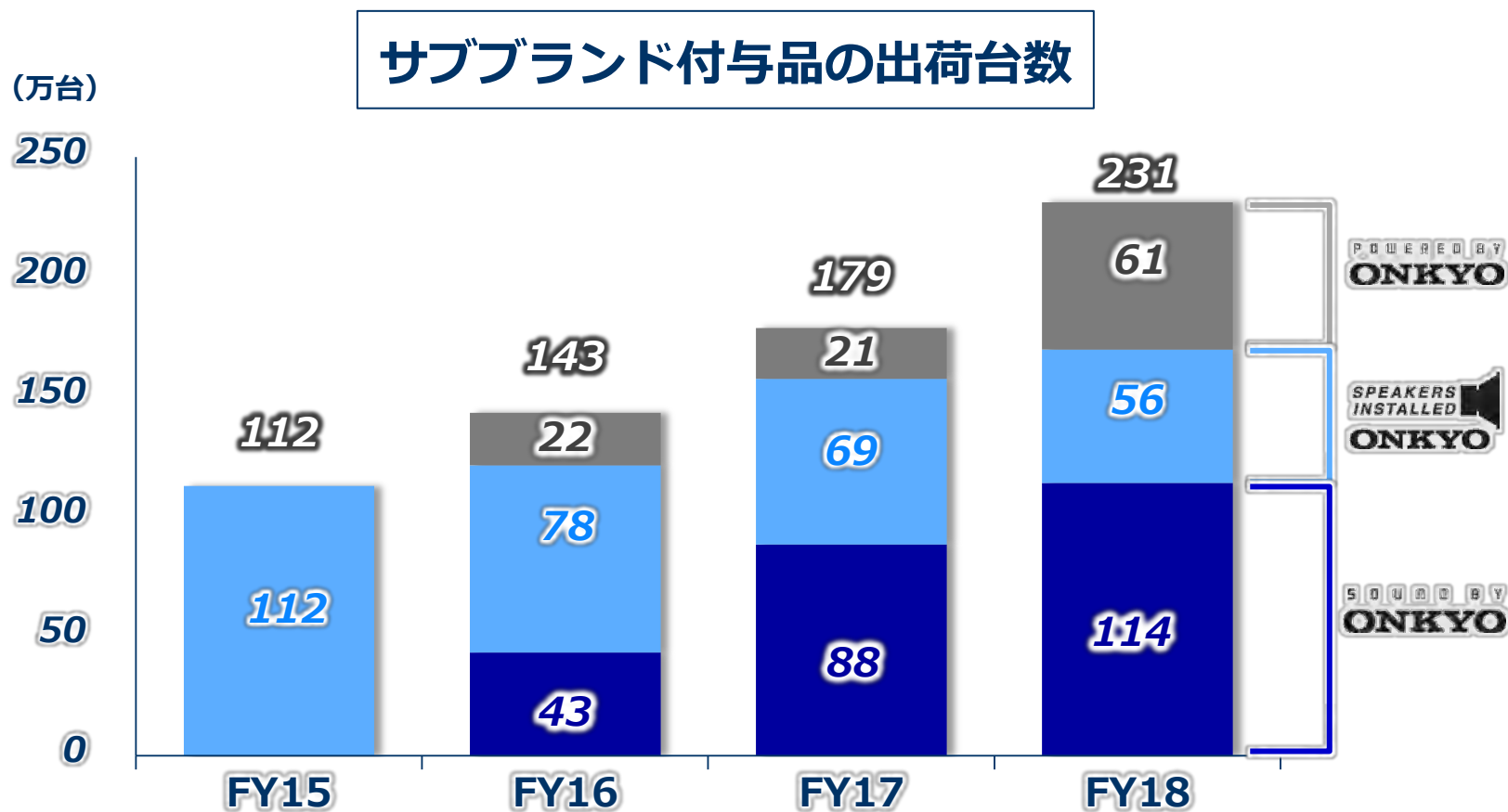
P O W E R E D B Y
ONKYO

SPEAKERS
INSTALLED 
ONKYO

当社スピーカー技術とノウハウを搭載した製品へ付与
高品質の証明、他社製品でのブランド露出

オンキヨーブランドの変遷

出荷台数から見たオンキヨーブランドの露出度の変化



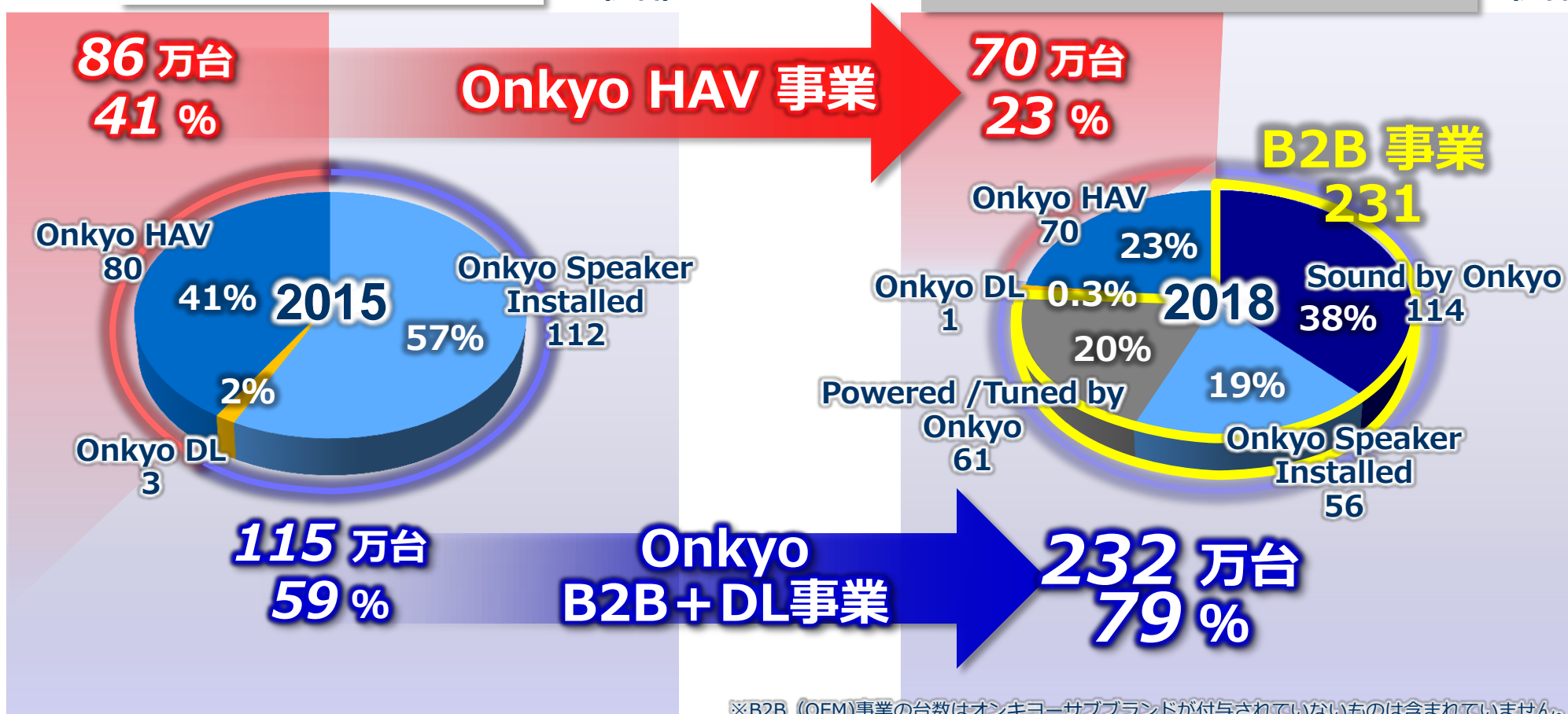
3年間で200%の伸長

オンキヨーブランドの変遷

出荷台数から見たオンキヨーブランドの露出度の変化

2015 総出荷台数 201万台 (万台)

2018 総出荷台数 302万台 (万台)



※B2B (OEM)事業の台数はオンキヨーサブブランドが付与されていないものは含まれていません。

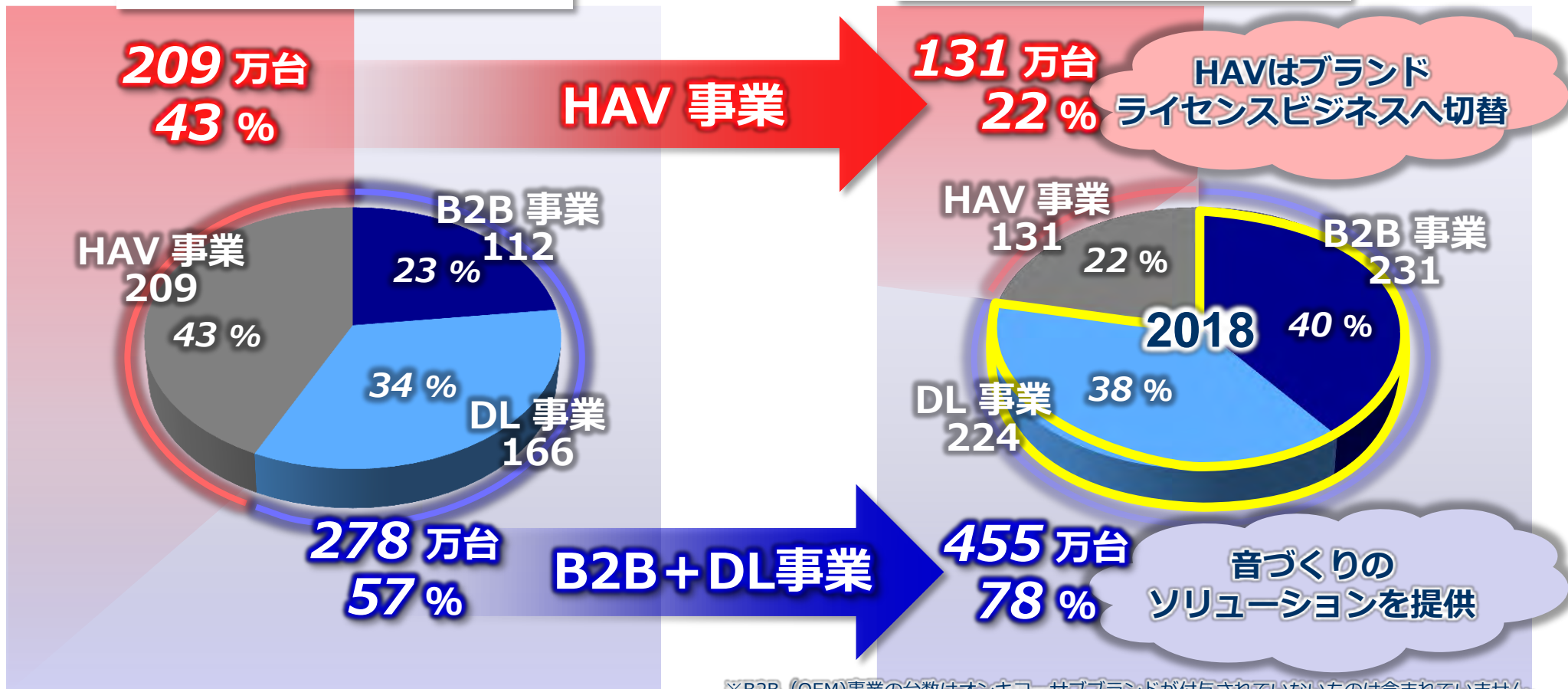
サブブランド品が完成品の3倍を超え、ブランド露出拡大

取り扱い製品出荷台数推移

DL事業とOEM事業の出荷台数がHAV事業の出荷台数を大きく超え拡大中

2015 総出荷台数 487万台 (万台)

2018 総出荷台数 586万台 (万台)



※B2B (OEM)事業の台数はオンキヨーサブブランドが付与されていないものは含まれていません。

完成品ビジネスからエクスペリエンス提供企業へ

2020年3月期 連結業績予想

単位：百万円

売上高

43,836

25,000

2019年3月期 2020年3月期

営業損益

500

△1,052

2019年3月期 2020年3月期

経常損益

300

△1,676

2019年3月期 2020年3月期

純利益

34

精査中

2019年3月期 2020年3月期

- 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

成長に向けた取り組みについて(OEM事業)

祖業のスピーカー技術を新分野に活用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



バイオミメティクス振動板



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

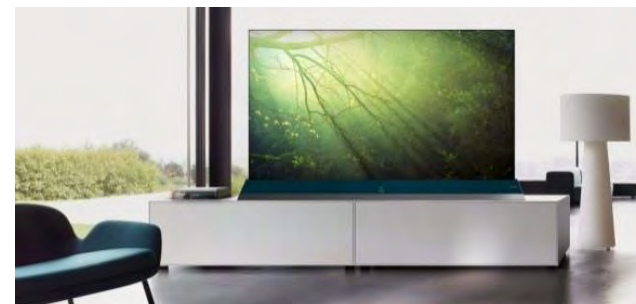


成長に向けた取り組みについて(ブランドライセンス事業)

グローバルな業務提携の進展

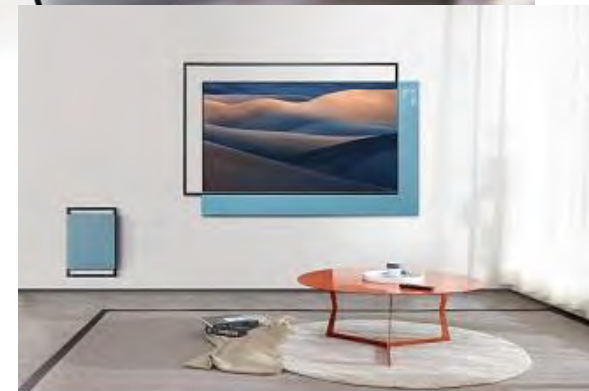
TCLグループとのコラボ製品販売が本格化

- ・ 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(デジタルライフ事業)

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)

※クラウドファンディングで販売

支援者数：1,697人

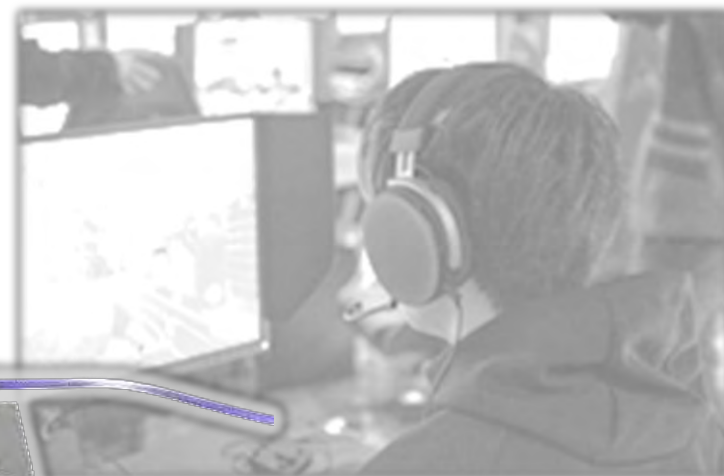
支援金額：21,653,468円 目標額1000%超え



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(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製品
5/30より全国サマンサタバサ店舗にて
販売開始、出足好調。

Brand
Collaboration



その他世界の著名ブランドとの協業、人気キャラクターとのコラボレーション
多種多様なマーケットにおいて新しい価値提案します

ONKYO®

■ 本件に関するお問合せ先

オンキヨー株式会社 総務部 担当 辻、津田

〒541-0041 大阪府大阪市中央区北浜2-2-22 TEL:06-6226-7343

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。