

News Release

2010年5月31日

パイオニア株式会社
 代表者名 代表取締役社長 小谷 進
 (コード番号 6773 東証第一部)
 問合せ先 代表取締役専務取締役 岡安 秀喜
 電 話 (044) 580-3211

中期事業計画および新企業ビジョンについてのお知らせ

当社はこのたび、2013年3月期までの3年間の中期事業計画および2015年3月期に向けた新たな企業ビジョンを策定しましたので、以下のとおりお知らせします。

1. 中期事業計画

(1) 数値計画

2013年3月期までの数値計画は、次のとおりです。

| | 2011年3月期 | 2012年3月期 | 2013年3月期 |
|-------|----------|----------|----------|
| 売上高 | 4,800億円 | 5,700億円 | 6,300億円 |
| 営業利益 | 170億円 | 270億円 | 300億円 |
| 当期純利益 | 110億円 | 180億円 | 210億円 |

売上高は、カーエレクトロニクスで新興国向けの売上増および新規事業領域の拡大を見込むこと、ホームエレクトロニクスで光ディスク合弁事業の売上増および新しいコンセプトのオーディオ製品提案等により売上を伸ばす計画です。営業利益は、構造改革の効果や、売上増による売上総利益の増加、原価低減等の利益改善施策により、每期着実に拡大させていく計画です。

なお、この数値計画における為替レートは、1米ドル=90円、1ユーロ=120円を想定しています。

(2) カーエレクトロニクス事業

カーエレクトロニクス事業の売上高および営業利益の計画は、次のとおりです。

| | 2011年3月期 | 2012年3月期 | 2013年3月期 |
|------|----------|----------|----------|
| 売上高 | 2,770億円 | 3,300億円 | 3,540億円 |
| 営業利益 | 140億円 | 185億円 | 200億円 |

市販事業においては、第一に、従来の高付加価値ゾーンに加え、市場の最大ボリュームゾーンに競争力のある商品を投入し、売上の拡大を図ります。加えて、カーナビゲーションでは、国内で来年に迫ったアナログ放送停波に伴う買い替え需要を見据えた事業展開を進めるとともに、国内外で、商品力、PND（ポータブルナビゲーションデバイス）ラインナップの強化等により、売上を伸ばしてまいります。

第二に、成長著しい新興国市場において、それぞれの地域特性に合致した商品の導入により、売上の拡大を図ります。各市場での適正価格実現のため、OEM等の検討も進めます。また、各地域での適切な販売体制の構築等により、新興国市場での事業を拡大してまいります。

第三に、地図情報や、プローブ（車両走行）情報と車両とのインターフェースのノウハウといった当社ならではの強みを生かし、新たなビジネスモデルをカーナビゲーション市場で構築してまいります。

OEM事業においては、取引先とのさらなる関係強化を着実に進めるとともに、上海汽車工業（集団）総会社との合弁事業など成長市場での事業拡大を計画しています。さらに、一層のコストダウンの実現により、事業領域の拡大と利益性の向上を計ります。

(3) ホームエレクトロニクス事業

ホームエレクトロニクス事業の売上高および営業利益の計画は、次のとおりです。

| | 2011年3月期 | 2012年3月期 | 2013年3月期 |
|------|----------|----------|----------|
| 売上高 | 1,540億円 | 1,850億円 | 2,120億円 |
| 営業利益 | 0億円 | 40億円 | 55億円 |

ホームエレクトロニクス事業では、前期の構造改革によりディスプレイ事業から撤退し、今後は、ホームAV事業、DJ機器事業、光ディスク事業を中心とした施策により、売上拡大と収益改善を計画しています。

ホームAV事業においては、欧米を中心にAVレシーバーのトップシェア獲得を目指し、売上拡大を計ります。具体的には、新機能搭載により差別化を図るほか、OEM等の拡大によるモデル数の増加、マーケティング・販売体制の再構築による強化を行います。また、iPod対応システム商品の拡充や、住宅設備専用オーディオ“ACCO”やマルチAVシステム商品の導入・拡大により、オーディオ分野での新市場開拓に取り組みます。さらに、新興国市場については、蘇寧電器股份有限公司との戦略的提携を通じた中国での事業拡大等を行ってまいります。

DJ機器事業においては、音楽ファイルやパソコンを利用した新しいDJスタイルへの対応強化や、市場でのトップポジション商品の継続導入、BRICs地域をはじめとした新興国市場でのシェア拡大により売上増を図るほか、クラブ市場での強みを生かした音響機器製品の導入、業務用映像送出機器を利用したクラブ向け映像設備機器の導入などにより、売上・利益を増加させ、事業を拡大してまいります。

光ディスク事業では、ブルーレイディスク市場がホーム用、パソコン用ともに大きく伸びることが予測されています。当社では、新規格・新技術の早期の商品化等により、ブルーレイディスク関連製品の売上拡大を計画しています。

(4) 成長戦略

当社では、成長に向けた戦略の骨子として以下の5つを定めています。

1. さらなる抜本的なコストダウンへのチャレンジ
2. アライアンス戦略の強化
3. 新興国市場の事業拡大
4. カーエレクトロニクス事業での新ビジネスモデルの構築
“ハード・ソフト + 情報サービス”による新価値提案
5. 新規事業の開発

これらのうち、新規事業の一つとして取り組んでいる有機EL照明については、2012年には欧州でエネルギー効率の低い白熱電球の製造が中止される一方で、水銀を使用せず省エネルギーで効率的に発光する有機EL照明は、環境配慮型の次世代照明としてLEDとともに注目されています。有機ELは「薄さ」や「面発光」などの特長があり、この特長を生かし、次世代照明技術としてはLEDと共存していくものと考えています。当社は、本年2月に三菱化学株式会社と業務提携を結び、現行設備を利用して生産できる蒸着型光源パネルの試作と供給を行い、4月にフランクフルトで開催された展示会で発表しました。今後、来年中の量産に向けて開発を進めていく予定です。また、より安価な製造コストを目的として、塗布型有機EL照明パネルについて両社で共同開発を続

け、事業化の検討を進めてまいります。

また、世界初の「HVT (Horizontal-Vertical Transforming) 方式」を用いたスピーカーによる新規事業も展開してまいります。ボイスコイルの水平方向の振動を垂直方向の振動に変換する新技術を用いたこのスピーカーは、薄型化・軽量化と豊かな低音再生の双方を実現しています。すでに本年1月には当社カースピーカーとして商品化しており、今後、住宅設備用オーディオやホームシアターシステムなどの商品にも展開していく計画です。

以上の施策により、2015年3月期における成長戦略の目標として、第一に、中国市場における全事業合計の売上1,000億円（2010年3月期 同市場売上 424億円）を目標とします。第二に、カーエレクトロニクス事業の新ビジネスモデルや有機EL照明をはじめとした新規事業の売上についても、1,000億円を目標とします。

2. 新企業ビジョンの策定

当社は、2015年3月期に向けた新たな企業ビジョン「2015ビジョン」を

街でも家でも車でも、 笑顔と夢中が響き合う

と決めました。

この企業ビジョンは、全社が一丸となって到達したい“2015年のパイオニアのありたい姿”を定めたものであり、

- ・ “お客様と一緒に商品・価値”を創っている
- ・ お客様の“笑顔と夢中”を、社員も“笑顔と夢中”で手伝っている
- ・ 社員同士も“笑顔と夢中”で協力しあっている
- ・ お客様の“成長”、社員の“成長”とともに会社も“成長”している

そんな会社になりたいという想いを込めています。

“響き合う”という言葉には、“お客様と社員が響き合う”“社員と社員が響き合う”“社員と会社が響き合う”という想いが込められています。この想いを社員全員が共有したい、そして、お客様・パートナーの皆様、社会に望まれる会社になりたいと、強く思っています。

パイオニアは、お客様と一緒に「街でも家でも車でも、笑顔と夢中が響き合う」会社になります。私どもは、この企業ビジョンに向かって、中期事業計画を着実に実行してまいります。

見通しに関する注意事項

当発表資料中、当社の現在の計画、概算、戦略、判断などの記述、また、その他すでに確定した事実以外の記述は、当社の将来の業績の見通しに関するものです。これらの記述は、現在入手可能な情報による当社経営陣の仮定および判断に基づいています。実際の業績は、様々な重要なリスク要因や不確定要素によって、見通しの中で説明されている業績から大きく異なる可能性もありますので、これらの記述に過度に依存されないようお願いします。また、当社は新たな情報、将来の事象、その他の結果によってこれらの記述を常に見直すとは限らず、当社はこのような義務を負うものではありません。当社に影響を与え得るリスクや不確定要素には、(1)当社が関わる市場の一般的な経済情勢、特に消費動向や当社が製品等を供給する業界の動向、(2)為替レート、特に当社が大きな売上や資産、負債を計上するユーロ、米ドル、その他の通貨と円との為替レート、(3)競争の激しい市場において、顧客から受け入れられる製品を継続して設計、開発する能力、(4)事業戦略を成功させる能力、(5)他社との合併、提携またはその他事業関係の成功、(6)資金調達能力、(7)研究開発や設備投資に十分な経営資源を継続して投下する能力、(8)製品に関する品質管理能力、(9)偶発事象の結果などが含まれますが、これらに限られるものではありません。

以上