

各位

本日、ソニー株式会社は以下の発表を行いました。

詳細は、別添プレスリリースをご参照ください。

以 上

テレビ事業の収益改善プランについて
～量の拡大から、安定的収益基盤の確立への転換～

ソニー株式会社は、テレビ事業の 2013 年度黒字化達成に向け、グループ全体においてテレビ事業の経営体質強化及び収益性改善を図るための諸施策を実施してまいります。

2009 年 11 月に発表した中期計画においては、液晶テレビ市場の継続的な高成長を前提に 2012 年度に市場シェア 20%、販売台数 4,000 万台の事業体制構築を計画しました。しかしながら、その後の業界全体の成長の鈍化や欧米の景気悪化から先進国はマイナス成長となり、液晶パネルについては供給不足が継続していた状況から供給過剰に急変するなどの大きな環境変化があります。こういった状況を踏まえ、今年度の全世界販売台数見込みを 2,000 万台に変更し、その規模においても安定的収益基盤を確立するために必要な施策を実施します。

テレビ事業の 2,000 万台体制への転換を進めるにあたり、2011 年度に設備の減損やモデル数削減などを行い、その結果追加費用が約 500 億円発生するため、この費用も含んだ今年度のテレビ事業は、売上高 8,750 億円、営業損失 1,750 億円を見込んでいます。4,000 万台体制から 2,000 万台体制への転換にともない更なる固定費削減を進めていく予定ですが、製造事業所のアセットライトを進めてきたことにより、既に固定費の削減は相当の効果が出ており、現状は変動費、特にその中でも最も大きな割合を占める液晶パネルの調達コストの削減が大きな課題であると考えています。

今回の施策実施により、2012 年度に営業損失を半減し、2013 年度に黒字化を目指します。

2011 年度の損失見込みから、今年度の方針転換に伴って発生する追加費用約 500 億円を除いた額（1,250 億円）を、2013 年度に黒字化を実現するために必要な改善額と設定し、以下の改善策を実施します。

- ・ 液晶パネル関連コストの改善 <改善額の約 4 割>
- ・ 商品力強化とオペレーション改善による限界利益率改善 <改善額の約 3 割>
 - 先進国ではモデルミックスの改善に集中。新興国ではニーズに合わせた地域別モデルの強化により市場成長以上の拡大を目指し、収益性のさらなる向上を目指す
 - 新しいサプライチェーンマネジメントシステムの導入により、来年度には在庫回転日数を約 10 日間削減予定
 - 超解像高画質エンジンなどの独自技術の進化・展開と次世代テレビの開発推進
 - 複数の機器及びネットワークサービスなどの連携による統合 UX（ユーザーエクスペリエンス）の実現
 - 1 事業部で運営していたテレビ事業を、2011 年 11 月 1 日付で、①グループ内設計・製造による製品価値の向上に注力する既存液晶テレビ事業領域 ②設計・製造の外部委託により低コスト製品を実現する ODM 事業領域 ③次世代テレビ開発の 3 事業部に再編し、各事業のターゲットを明確化した運営を実行するとともに、マーケティング及び商品戦略機能を統合し、商品化プロセスを強化
- ・ 販売会社における販管費の削減、研究開発費の効率化、間接コスト削減 <改善額の約 3 割>

将来に関する記述等についてのご注意

この発表文に記載されている、ソニーの現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しです。将来の業績に関する見通しは、将来の営業活動や業績、出来事・状況に関する説明における「確信」、「期待」、「計画」、「戦略」、「見込み」、「想定」、「予測」、「予想」、「目的」、「意図」、「可能性」やその類義語を用いたものには限定されません。口頭又は書面による見通し情報は、広く一般に開示される他の媒体にも度々含まれる可能性があります。これらの情報は、現在入手可能な情報から得られたソニーの経営陣の仮定、決定ならびに判断にもとづいています。実際の業績は、多くの重要なリスクや不確実な要素により、これら業績見通しと大きく異なる結果となりうるため、これら業績見通しのみに全面的に依拠することは控えるようお願いします。また、新たな情報、将来の事象、その他の結果にかかわらず、常にソニーが将来の見通しを見直して改訂するとは限りません。ソニーはそのような義務を負いません。実際の業績に影響を与えうるリスクや不確実な要素には、以下のようなものが含まれます。(1) ソニーの事業領域を取り巻くグローバルな経済情勢、特に消費動向、(2) 為替レート、特にソニーが極めて大きな売上、生産コスト、又は資産・負債を有する米ドル、ユーロ又はその他の通貨と円との為替レート、(3) 継続的な新製品や新サービスの導入と急速な技術革新や、主観的で変わりやすい顧客嗜好などを特徴とする激しい市場競争の中で、充分なコスト削減を達成しつつ顧客に受け入れられる製品やサービス(液晶テレビやゲーム事業のプラットフォームを含む)をソニーが設計・開発し続けていく能力、(4) 技術開発や生産能力増強のために行う多額の投資を回収できる能力及びその時期、(5) 市場環境が変化する中でソニーが事業構造の改革・移行を成功させられること、(6) ソニーが金融を除く全分野でハードウェア、ソフトウェア及びコンテンツの融合戦略を成功させられること、インターネットやその他の技術開発を考慮に入れた販売戦略を立案し遂行できること、(7) ソニーが継続的に、研究開発に十分な資源を投入し、設備投資については特にCPS分野及びPDS分野において投資の優先順位を正しくつけて行うことができること、(8) ソニーが製品品質を維持できること、(9) ソニーと他社との買収、合併、その他戦略的出資の成否を含む(ただし必ずしもこれらに限定されない) ソニーの戦略及びその実行の効果、(10) ソニーが、需要を予測し、適切な調達及び在庫管理ができること、(11) 係争中の法的手続き又は行政手続きの結果、(12) 生命保険など金融商品における顧客需要の変化、及び金融分野における適切なアセット・ライアビリティ・マネージメント遂行の成否、(13) (市場の変動又はボラティリティを含む)日本の株式市場における好ましくない状況や動向が金融分野の収入及び営業利益に与える悪影響、及び(14) 東日本大震災とそれにともなう原発事故や2011年10月に発生したタイの洪水を含む、大規模な災害などに関するリスクなどです。ただし、業績に不利な影響を与えうる要素はこれらに限定されるものではありません。