

FUNAI通信

2015年4月1日～2015年9月30日

株主の皆様へ

株主の皆様には、ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。
第64期第2四半期(4-9月)の連結決算が確定しましたので、
営業の概況とともに今後の戦略などについてご説明します。

証券コード:6839



株式の状況

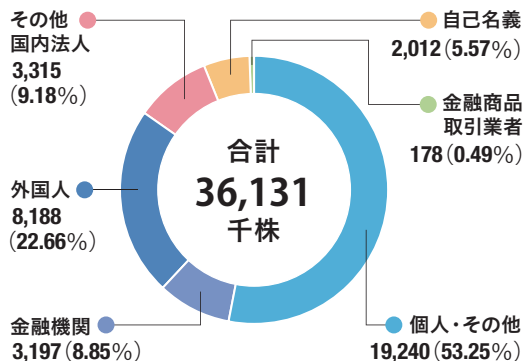
(2015年9月30日現在)

発行可能株式総数……………80,000,000株
発行済株式の総数……………36,130,796株
株主数……………8,816名

株式分布状況

(2015年9月30日現在)

(単位:千株)



株主メモ

事業年度 4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会 毎年6月に開催いたします。
基準日 定時株主総会の
議決権 3月31日
期末配当 3月31日

※なお中間配当を行う場合の
基準日は9月30日

(その他必要がある場合は、
あらかじめ公告いたします。)

単元株式数 100株
公告方法

電子公告により行います。

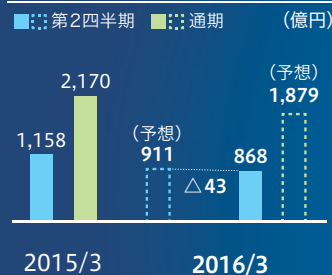
<http://www.funai.jp/jp/investors/koukoku.html>

ただし、電子公告によることができないやむを得ない
事由が生じた場合は日本経済新聞に掲載いたします。

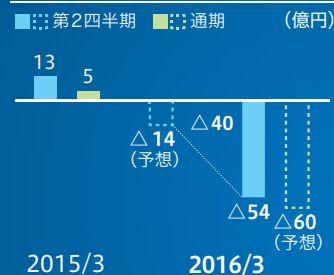
上場証券取引所 東京証券取引所市場第一部
株主名簿管理人/
特別口座の口座管理機関 三菱UFJ信託銀行株式会社
郵便物送付先/
各種お問合せ先 三菱UFJ信託銀行株式会社
大阪証券代行業
〒541-8502
大阪市中央区伏見町3丁目6番3号
電話 0120-094-777 (通話料無料)
[受付時間9:00～17:00
(土、日、祝祭日、年末年始を除く)]
ホームページ
<http://www.tr.mufj.jp/daikou/>

HIGHLIGHT ハイライト

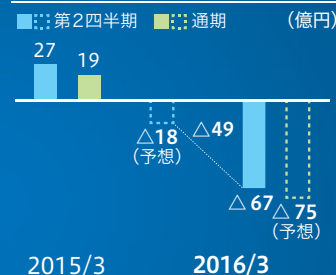
売上高



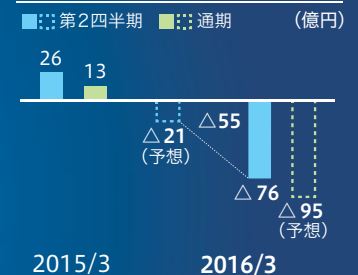
営業利益／損失



経常利益／損失



親会社株主に帰属する当期純利益／損失



販売戦略転換とメキシコペソ安の影響で、大幅な減収減益となりました。

北米では、2015年に販売を開始したSANYOブランドのAV機器が好調であったものの、米国の一部販売チャネルでの価格競争激化や、年末商戦向けの受注を大きく落としたことを販売の平準化で補えず、売上高、営業利益ともに計画値を大幅に下回りました。また、メキシコでのペソ安を受けて為替差損14億円を計上した結果、経常損失は67億円、親会社株主に帰属する四半期純損失は76億円となりました。このような状況を受けて、通期業績予想を下方修正しました。

将来の見通しについての注意 / 開示情報のうち過去の事実以外の将来の業績に関する予想及び見通しについては、作成時点で入手可能な情報をもとにした仮定及び見通しを前提としており、リスクや為替変動など不確定な要因を含んでいます。実際の業績は、経済情勢、市場環境などの変化により、見通しとは大きく異なる場合があります。

北米市場で販売体制の強化と効率向上の取り組みを進めています。

FUNAIの北米事業

全米最大量販店をメインに、北米各地域でテレビ、ブルーレイディスクなどのAV機器を販売。2015年からは、独自開発したインクジェットプリンターの販売も、北米とイギリスでスタートしました。

FUNAIが扱っているブランド



北米で2015年6月からKodakブランドのインクジェットプリンターを販売しています。

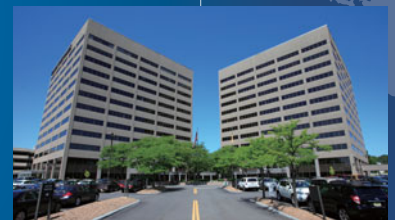
2015年10月、販売子会社2社が、それぞれの販売網の相互活用、売上の拡大とサービス向上・省コスト化を目的にホールディング会社を設立しました。

Funai North America, Inc.



販売子会社：P&F USA, Inc.

2008年設立。北米で主にPhilipsのテレビや周辺機器を販売している。



販売子会社：FUNAI CORPORATION, INC.

オフィスはニューヨーク郊外(本社)とロサンゼルスにあり、北米で販売している商品の企画販売、管理、アフターサービス(一部)を行っている。

TOP MESSAGE トップメッセージ

厳しい状況となりましたが、業績の改善へ地道に取り組んでいます。



一方、欧州では既存の3社に加え、新たに量販店1社が11月からプリンターの製品取り扱いを開始しています。プリンター事業の本格化に向け、今後はプリンター本体のラインナップを充実させ、さらなる販売拡大に取り組んでいきます。

Q 成長戦略の進捗は？

A より魅力的な製品を開発するために、3つの重点課題を設定しました。

成長戦略に変更はなく、「市場開拓」「新製品開発」「組織強化」の3要素を重視しています。「市場開拓」ではブランド力拡充に取り組み、「組織強化」では販売機能の統合を進めました。また「新製品開発」ではインクジェット応用技術の商品化に向けた共同開発がスタートし、来期以降のテスト生産を計画しています。ヘルスケア分野でも歯科用CTスキャンの量産を来期に予定するなど、着実に新規事業確立を進めています。さらに、製品開発において3つの重点課題「企画販売力」「コスト競争力」「品質力」を設定し、エンドユーザーにとってより魅力的な製品を販売小売店に提供できるよう努力してまいります。

Q 下期の見通しは？

A 厳しい事業環境が続くため、通期業績予想を下方修正しました。

市場環境は、現時点のアメリカではテレビが比較的好調なものの、新興国では需要が減少すると見られます。また、中国などの各国メーカーがアメリカ市場へ積極的に参入し価格競争の激化が予想されるなど、事業環境も不透明なため、通期業績予想を期初計画から下方修正しました。

すでに事業戦略の問題点を洗い出し、来期まで見据えて売上高と収益改善のための取り組みを開始しています。株主の皆様には、当社グループの事業にご理解を賜り、今後とも変わらぬご支援をいただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

Q 当第2四半期(2015年4-9月)の業績は？

A 販売戦略の変更などにより計画は未達となりました。

DVD関連製品や、北米で販売を開始したSANYOブランドが売上に寄与しました。しかしながら、販売戦略変更により減少した年末商戦向け製品の受注減を補えず、また一部の販売チャネルで価格競争が激化したため、全ての機器で減収となりました。

このような状況を受け、当第2四半期の連結売上高は868億円(期初計画比43億円減)、営業損失は54億円(期初計画比40億円減)、経常損失は67億円(期初計画比49億円減)、親会社株主に帰属する四半期純損失は76億円(期初計画比55億円減)となり、期初計画を大きく下回る結果となりました。

Q 当第2四半期の取り組みや成果は？

A 売上は減少したものの、今後の事業拡大へ向けて取り組みを続けています。

北米では、10月に販売会社2社を統括するホールディング会社を設立するなど、さらなる市場競争力の強化と効率化に向けて前進しました。また、年末商戦向けの受注をあえて抑制し、新たに加わったSANYOブランドなどで年間を通じた販売台数の平準化に取り組みましたが、売上の減少による減益はカバーできませんでした。