



## 第二次中期経営計画 2006年度～2008年度



“圧倒的な差別化”

～進化、深化、新化 PART2～

2006年1月

株式会社ナナオ



※ 2006年4月28日に発表した2006年3月期(05F)決算の内容に基づき、05Fの値を実績に変更しております。  
2006年度(06F)～2008年度(08F)の第二次中期経営計画に変更はありません。

## 見通しに関する注意事項

当資料に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。



# 目次

## I. 前中期経営計画(2003年度～2005年度)レビュー

## II. 中期経営方針

## III. 中期経営計画(2006年度～2008年度)

1. 全体計画概要
2. 販売費及び一般管理費推移&計画
3. 製品・事業別計画
4. 研究開発費推移&計画
5. 設備投資額推移&計画
6. 株主還元方針

※ 本資料で用いる、「05F」等の表記は、「05」が西暦年、Fは会計年度 を表しております。



# I. 前中期経営計画レビュー

(2003年度～2005年度)

## II. 中期経営方針

## III. 中期経営計画

(2006年度～2008年度)

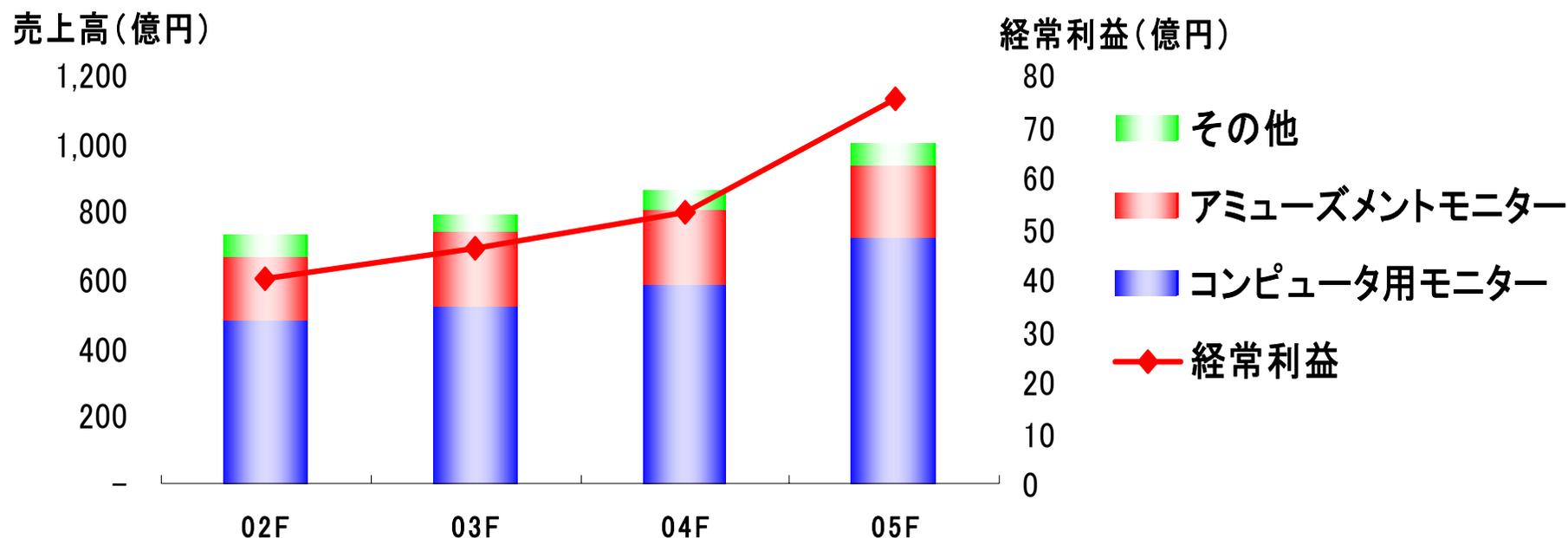
## I -1 前中期経営計画(2003年度～2005年度)

### 前中期経営方針 『進化、深化から新化へ』

進化、深化させてきた企業力を、新しい事業領域の開拓、商品開発へと積極的に展開し、顧客の視点に立った商品企画、開発・生産・販売・マーケティング体制を構築する。

また、社員の能力を伸長し、更なる企業力の向上を目指す。

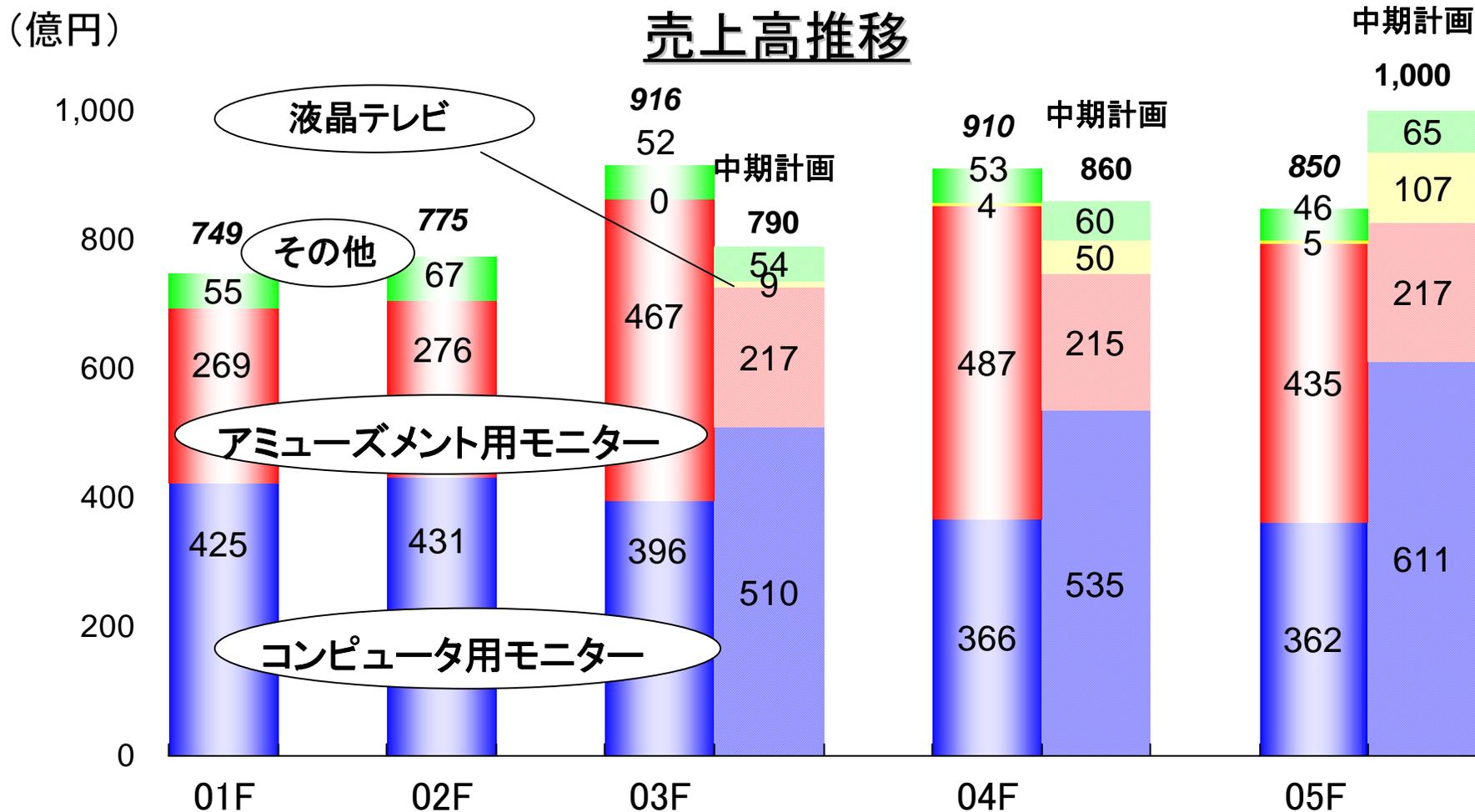
#### ナナオグループ連結売上高・経常利益目標



**中期目標 “2005年度 売上高1,000億円、経常利益75億円”**



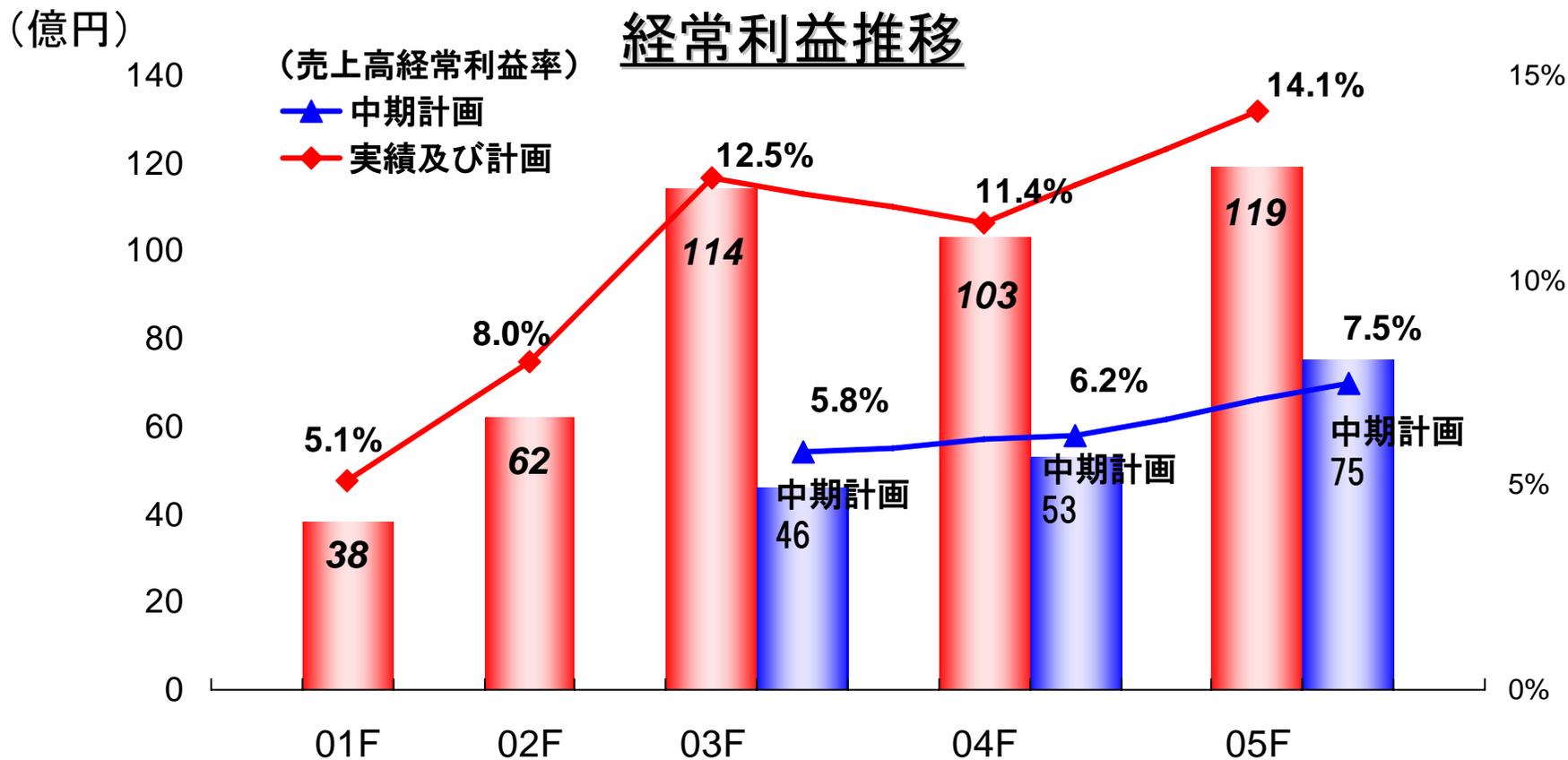
# I -2 前中期経営計画 進捗評価 -連結売上高-



アミューズメント用モニターの好調を受け、03F、04Fは中期計画を上回る。05F予想は、計画の1,000億円に達せず。



# I -3 前中期経営計画 進捗評価 -連結経常利益-



- ✓ 経常利益は、初年度(03F)より3期連続、中期計画を上回る。
- ✓ 売上高経常利益率は、3期連続で10%超。05Fは14.1%。



## I -4 前中期経営計画期間 商品別の展開状況と課題

### モニター分野



- ・液晶パネルの価格下落により、製品市場の価格低下進む。台湾・韓国勢の台頭。競合激化。
- ・当社は価格競争に安易に追随せず、付加価値のとれるマーケットへより深く入り込んだ商品企画を行う。
- ・医療市場向け、グラフィックス市場向けは順調に成長。

### アミューズメント分野



- ・ソフト・ハード両面の技術にて多彩な演出を可能とし、液晶画面の大型化にも対応。「海」シリーズがメガヒット。
- ・規則改正後はライフサイクル短期化への対応が課題。
- ・ゲームソフトでは、新ジャンルへの展開実施。

### 液晶テレビ



- ・海外展開と量販流通経由の販売を行わず、主として国内でのダイレクト販売。ブランド浸透に遅れ。
- ・動画技術を確立し、モニター分野にも展開。

### システム商品分野



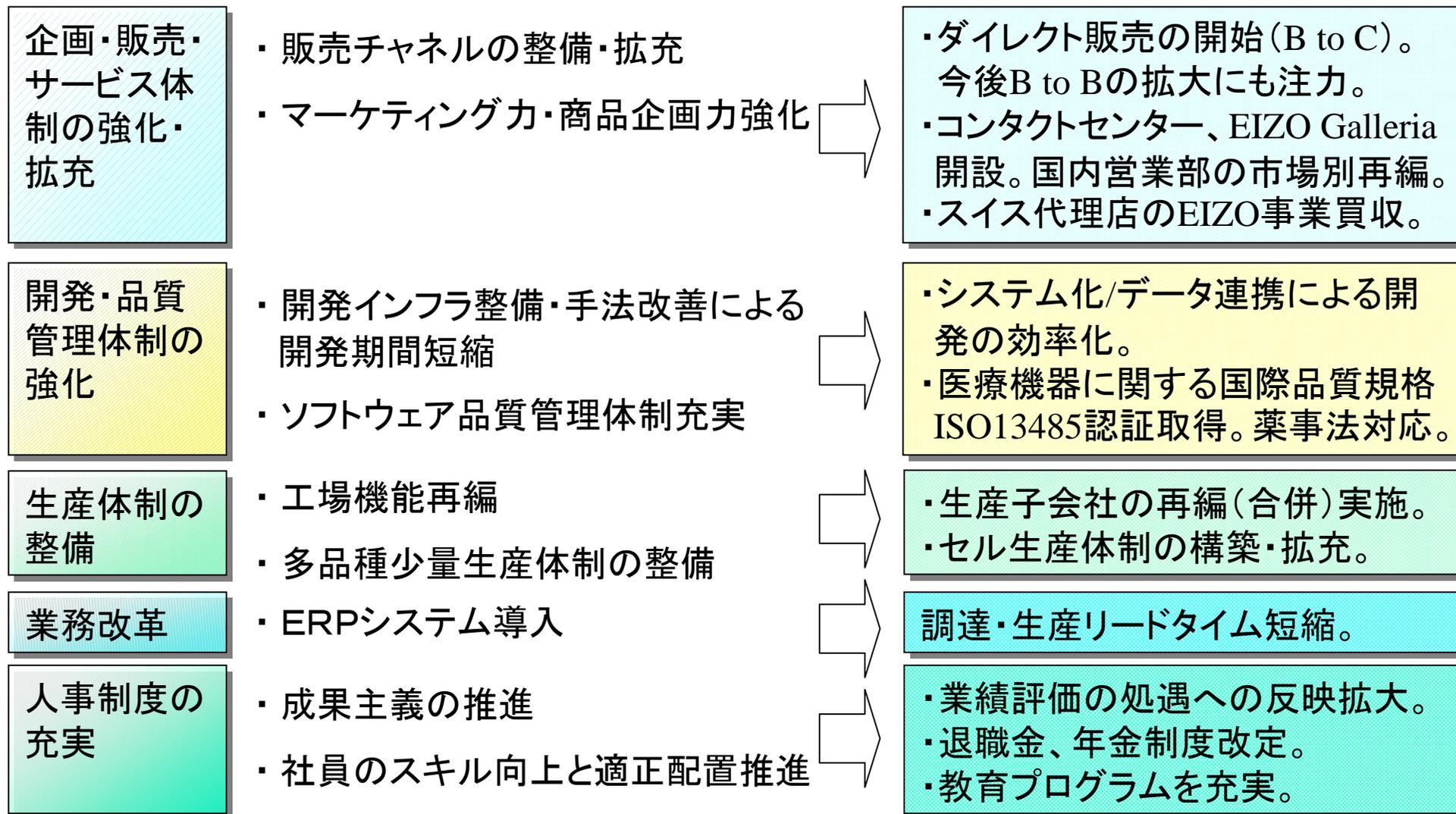
- ・FOMA対応ライブカメラ(AirView®)発売の他、アーム式LCD端末(FlexView®)では情報ネットワーク化に対応。
- ・マーケットの掘り起こしを実施中。



# I-5 前中期経営計画 進捗評価 -課題・重点施策-

## 課題・重点施策

## 実施状況と成果



# I. 前中期経営計画レビュー

(2003年度～2005年度)

# II. 中期経営方針

# III. 中期経営計画

(2006年度～2008年度)

## Ⅱ 中期経営方針①

環境認識

### 【商品環境】

アナログからデジタルへの移行、  
軽量・薄型の特性から、LCDモニターの使用領域がさらに拡大、  
多様化。

### 【市場環境】

激しい競争が継続。  
優勝劣敗が顕在化。

100%国内生産

100%自社開発

品質、商品力、サービスでの  
**圧倒的な差別化**

強い商品、強い領域をより強くすることで、  
新規事業の創出/成長へ

中期経営方針



## II-2 中期経営方針②

既存事業を圧倒的に強い事業にすることで新規事業を創出する



## ■事業の方向性(ビジネスモデル)

ダイナミックに成長する  
ビジネスモデルへと新化

ビジネスユニット相互の  
シナジー効果による  
差別化商品を開発

*Business Unit*



*Core Competence*

ハードウェア  
技術

ソフトウェア  
技術

周辺技術



## Ⅱ-2 中期経営方針④

### 製品・事業別 中期経営方針

汎用LCDモニター 動画技術の応用による新たな付加価値を創出。

医療市場向  
LCDモニター 総合メディカルモニターメーカーとして世界のトップへ。

グラフィックス市場  
向けLCDモニター 世界のトップメーカーとして、更なる成長。裾野の拡大。

液晶テレビ PC用モニターとテレビの融合。次世代対応テレビ/モニターへの展開。

アミューズメント用  
モニター ソフト・ハードとも一層の技術力向上。魅力的な商品提供を継続。

ゲームソフト “irem”ブランドの認知度向上。愛されるキャラクターの育成。

ダイレクト販売 売上高100億円！（2008年度）



# I. 前中期経営計画レビュー

(2003年度～2005年度)

# II. 中期経営方針

# III. 中期経営計画

(2006年度～2008年度)

### Ⅲ-1 全体計画概要 - 連結経営目標 - ①

(単位:億円)

	<u>05F</u>	<u>06F</u>	<u>07F</u>	<u>08F</u>
売上高	850	1,000	1,150	1,300
経常利益	119	100	138	163
当期利益	72	60	83	98
売上高 経常利益率	14.1%	10.0%	12.0%	12.5%

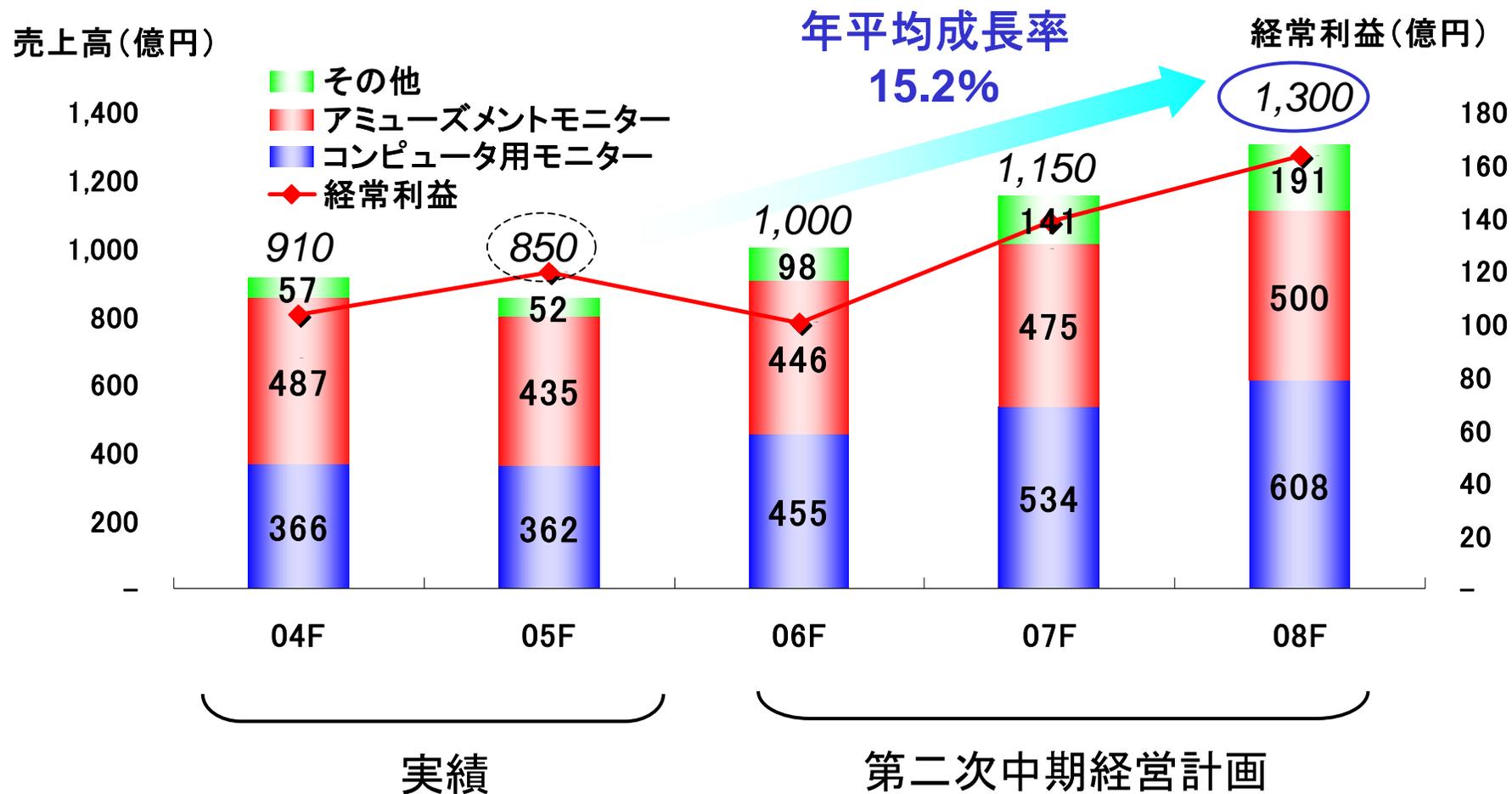
2008年度売上高1,300億円、経常利益163億円。

2005年度⇒2008年度における売上高年平均成長率15.2%

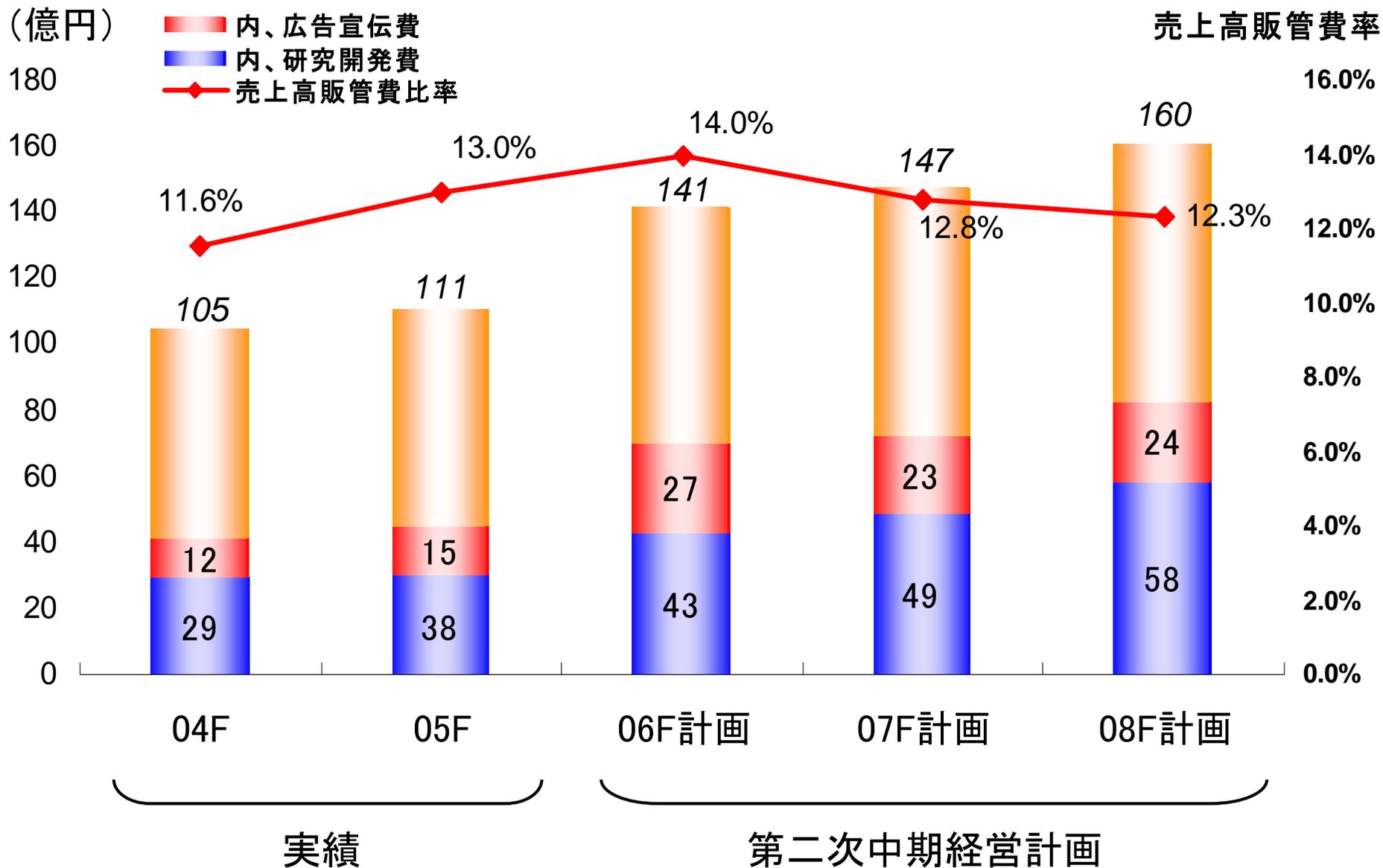


# Ⅲ-1 全体計画概要 - 連結経営目標 - ②

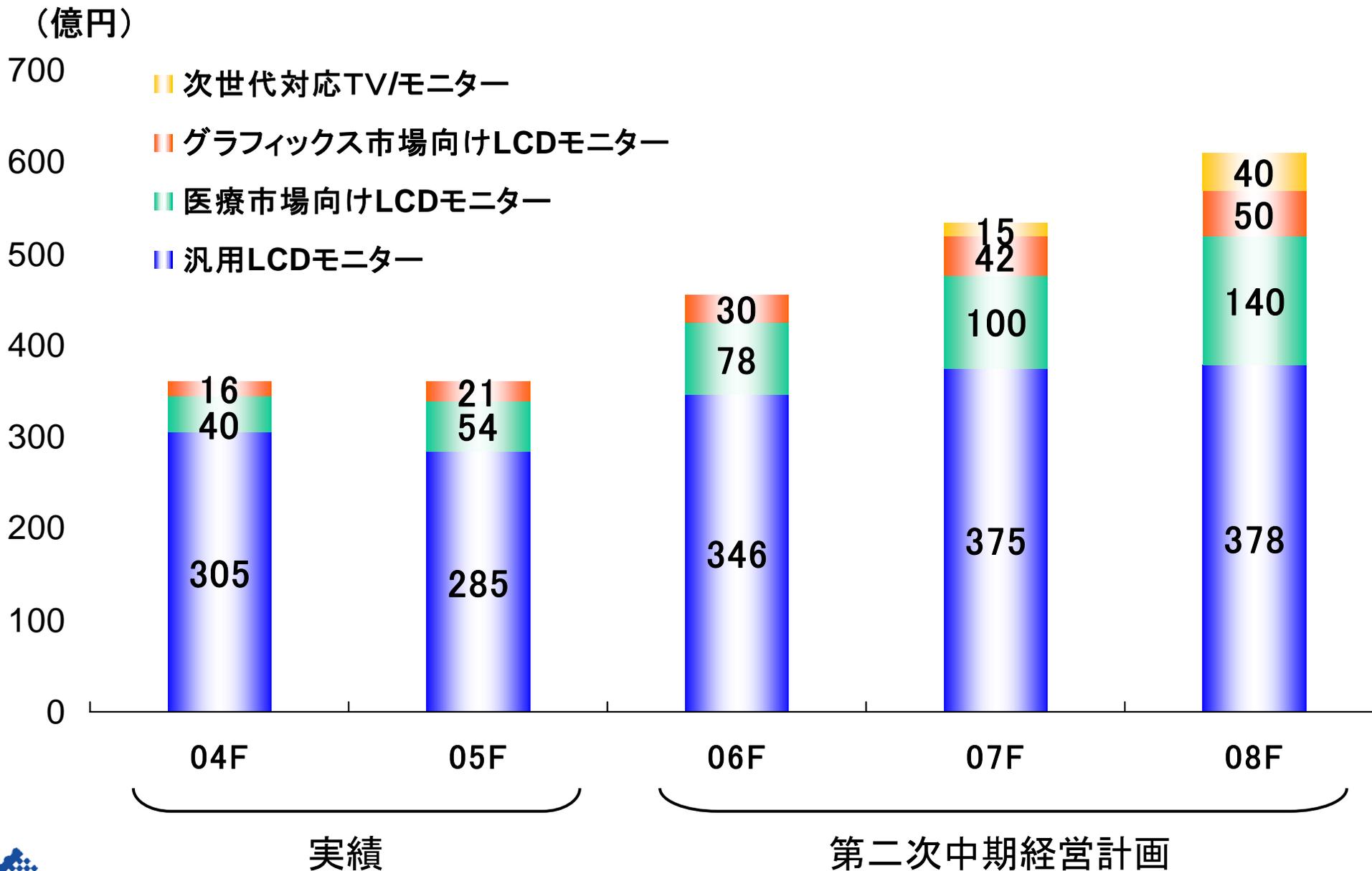
## ナナオグループ連結売上高・経常利益目標



## Ⅲ-2 販売費及び一般管理費推移&計画



### Ⅲ-3 製品・事業別計画 コンピュータ用モニター



## 汎用LCDモニター：戦略と方向性

動画技術の応用による新たな付加価値を創出。

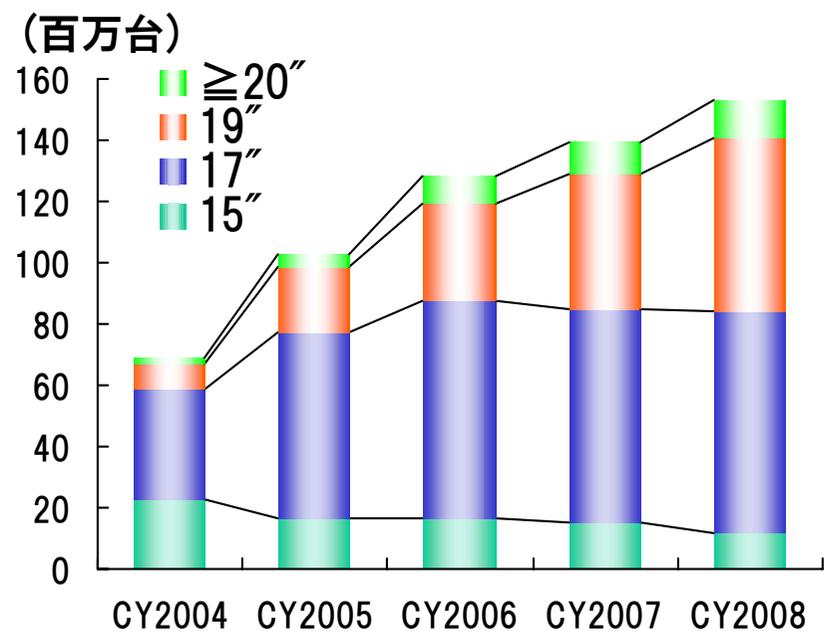
#### 【環境】

- ワイドアスペクトの台頭。
- 大型化(17インチ⇒19インチ以上)。
- 使用目的、使用領域、要求仕様の多様化。

#### 【戦略と課題】

- 液晶テレビで培った動画技術の転用。
- 収益確保と顧客との直接対話を図る流通政策。
- BTOの展開。多様なニーズへの対応とコスト競争力の強化。

#### 【市場規模】 ワールドワイド出荷台数



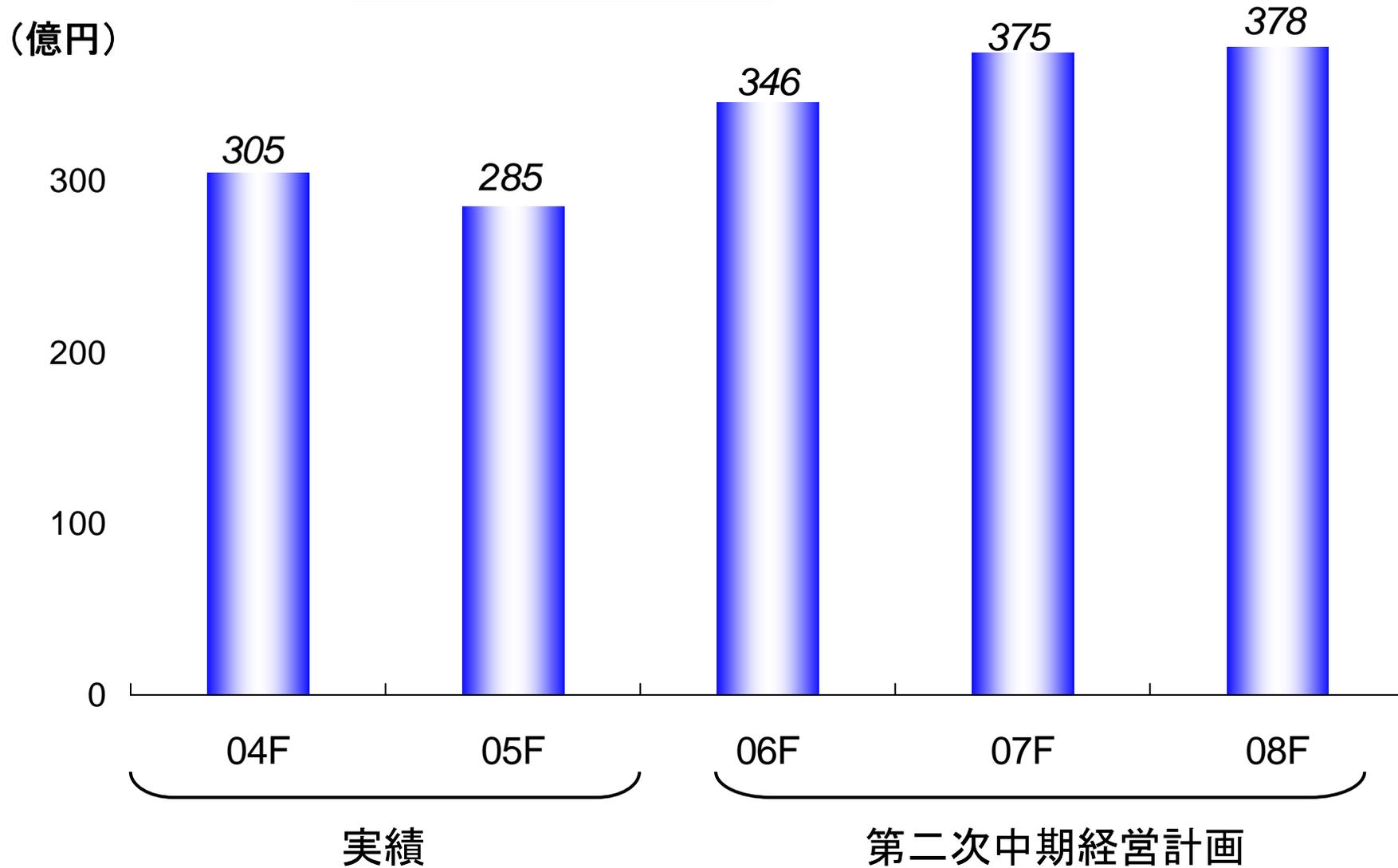
(出所: Display Search)

17型の成長が鈍化し、19型、20型以上の大型モニターの市場成長を予測。



### Ⅲ-3 製品・事業別計画 汎用LCDモニター②

#### 売上金額 実績と計画



### 医療市場向けLCDモニター：戦略と方向性

総合メディカルモニターメーカーとして世界のトップへ。

#### 【環境】

- 医療市場は今後も成長が見込まれる。
- モニターと、それを調整・管理するソフトも含めたトータルソリューションが要求されている。

#### 【戦略と課題】

- 商品ラインアップの拡充・差別化に加えて、調整・管理するソフトを付加したトータルソリューションの強化。
- 新規分野への参入。

#### 【医療市場のエリア】

##### メディカルイメージング分野

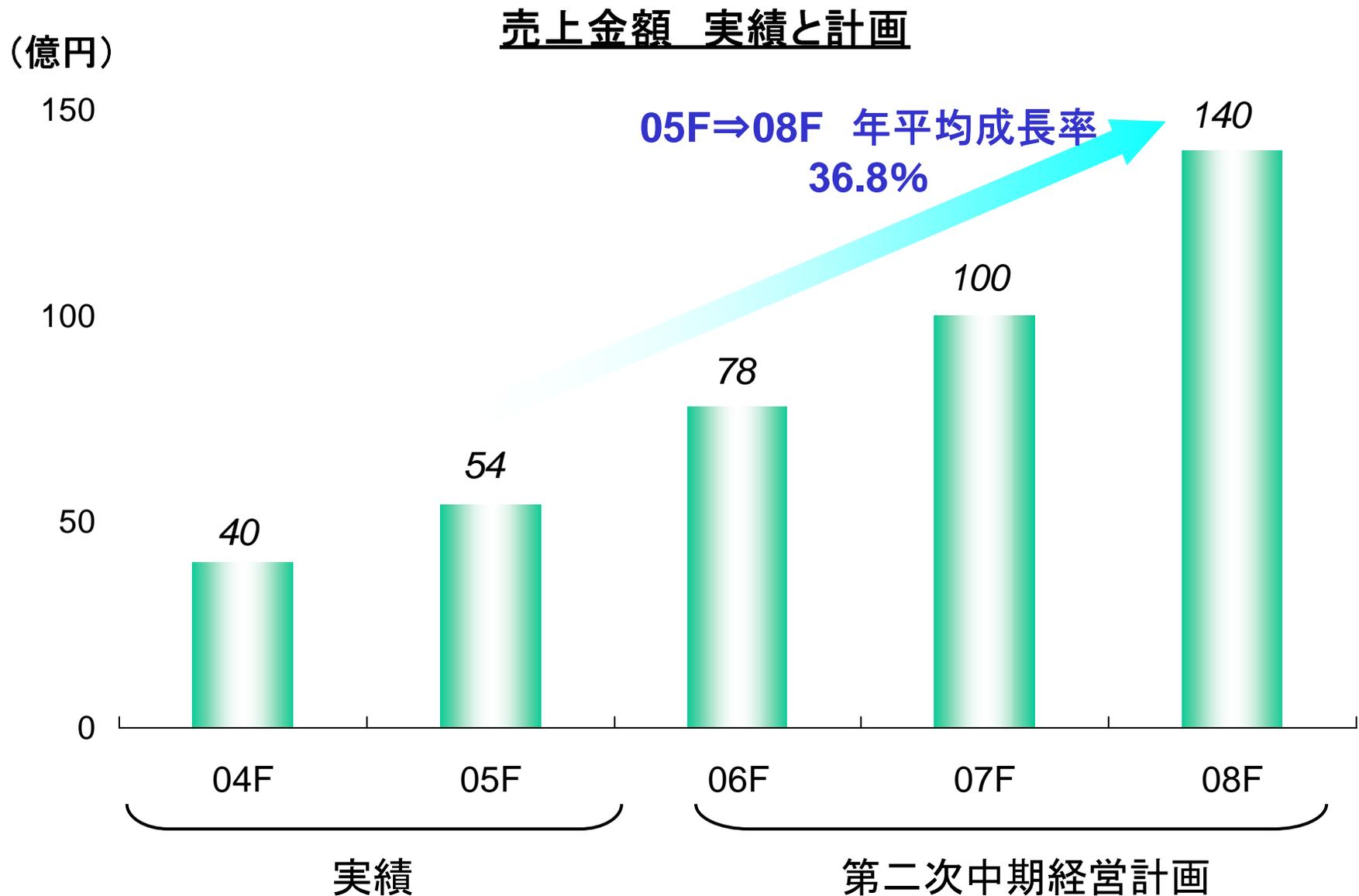
医療画像撮影装置(モダリティ)用、PACS(医療画像管理システム)用のモニター。デジタル化と高性能化、院内IT化の進展により、市場の拡大が見込まれている。

##### その他

内視鏡、超音波診断装置、電子カルテ等々、病院内でモニターが使用される分野は多岐に渡っており、これらの分野も市場の拡大が見込まれる。



### Ⅲ-3 製品・事業別計画 医療市場向けLCDモニター②



## グラフィックス市場向けLCDモニター：戦略と方向性

世界のトップメーカーとして、更なる成長。裾野の拡大。

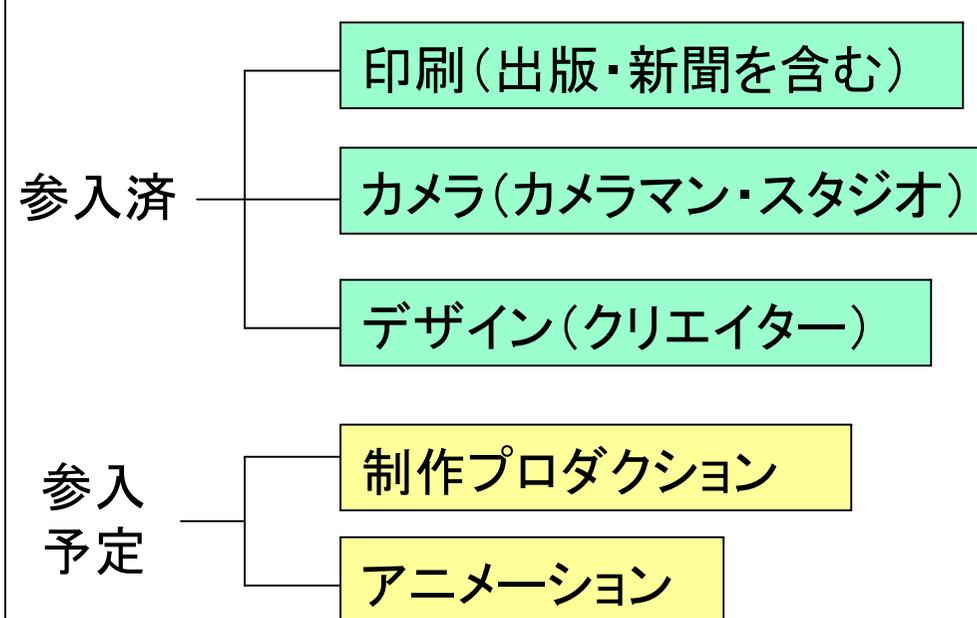
#### 【環境】

- 印刷ワークフローのデジタル化によりソフトプルーフ市場が拡大。
- モニターの性能だけでなく、性能を管理するソリューションの要求。

#### 【戦略と課題】

- ターゲット分野の拡大。
- 市場の裾野を広げる為の新ラインアップの投入。
- 新機能の付加によりさらなる差別化。

#### 【グラフィックス市場のエリア】

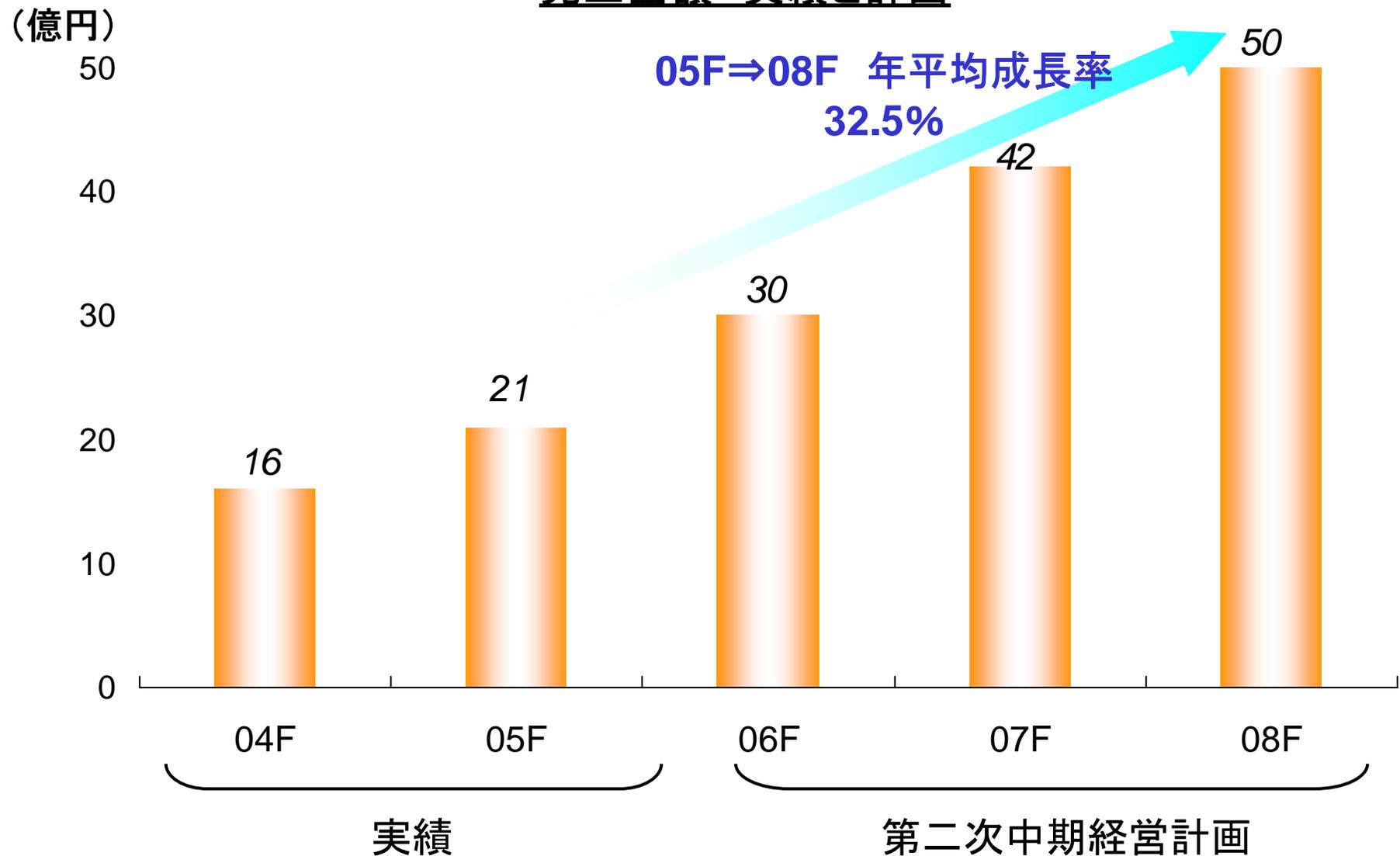


プロからハイアマチュアへユーザー層を拡大。



### Ⅲ-3 製品・事業別計画 グラフィックス市場向けLCDモニター②

#### 売上金額 実績と計画



### 液晶テレビ：戦略と方向性

PC用モニターとテレビの融合。次世代対応テレビ/モニターへの展開。

#### 【環境】

- 地上波デジタル放送普及が加速。
- デバイスのコストダウン進展による製品価格の下落。
- 家電メーカー以外からの参入増加。

#### 【戦略と課題】

- EIZOらしい高画質・高音質、洗練されたデザインの追求。
- 認知度の向上。戦略的な広告宣伝。
- 次世代対応テレビ／モニターへの展開。

#### FORIS.TVのこだわり

##### Design

- 機能性とデザイン性を兼ね備えたフォルム

##### Visual

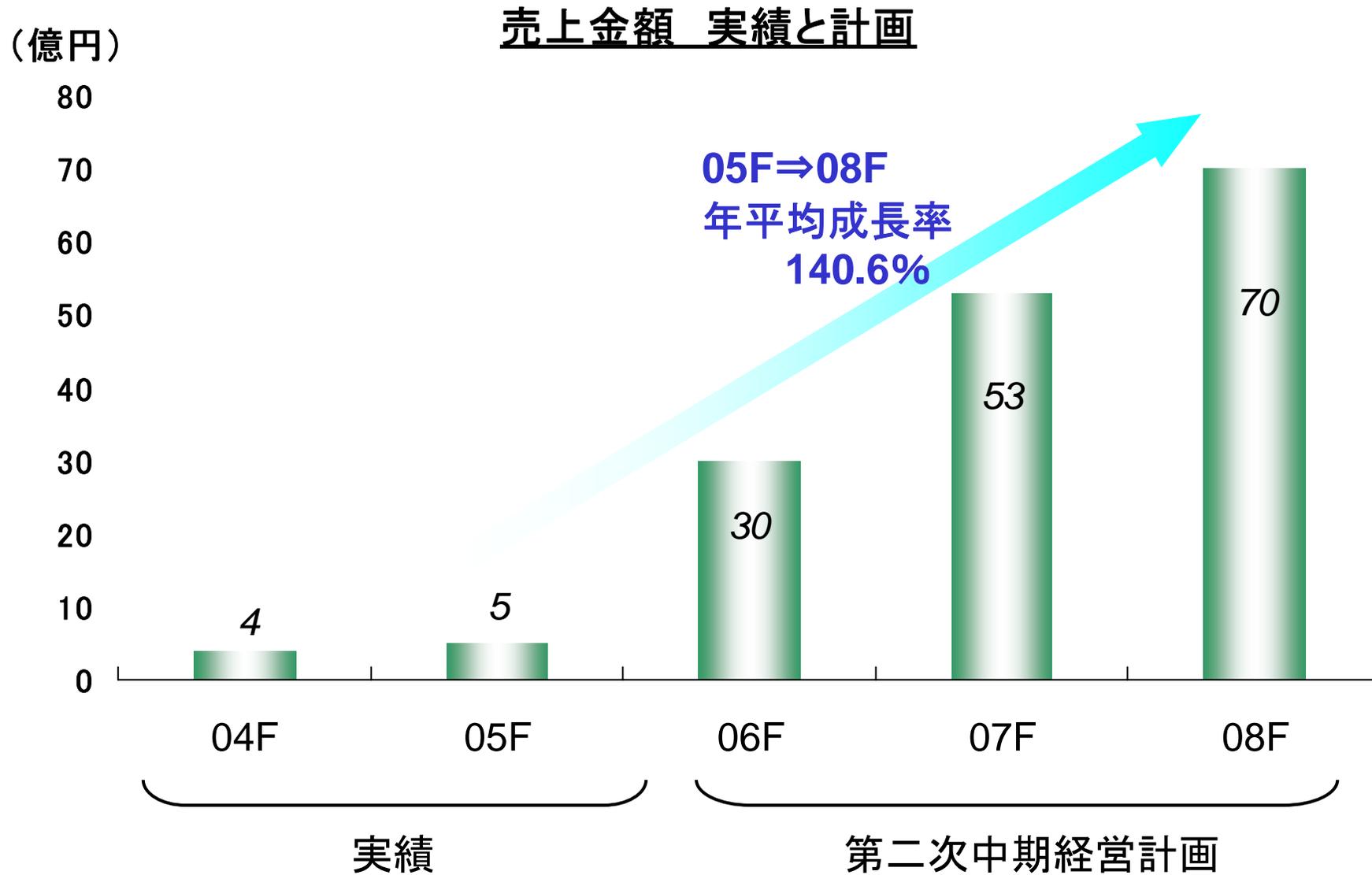
- EIZO V.S. Technologyが実現するナチュラルな高画質

##### Sound

- 音場と音像を演出するサウンドシステム



### Ⅲ-3 製品・事業別計画 液晶テレビ②



## アミューズメント用モニター：戦略と方向性

ソフト・ハードとも一層の技術力向上。魅力的な商品提供を継続。

#### 【環境】

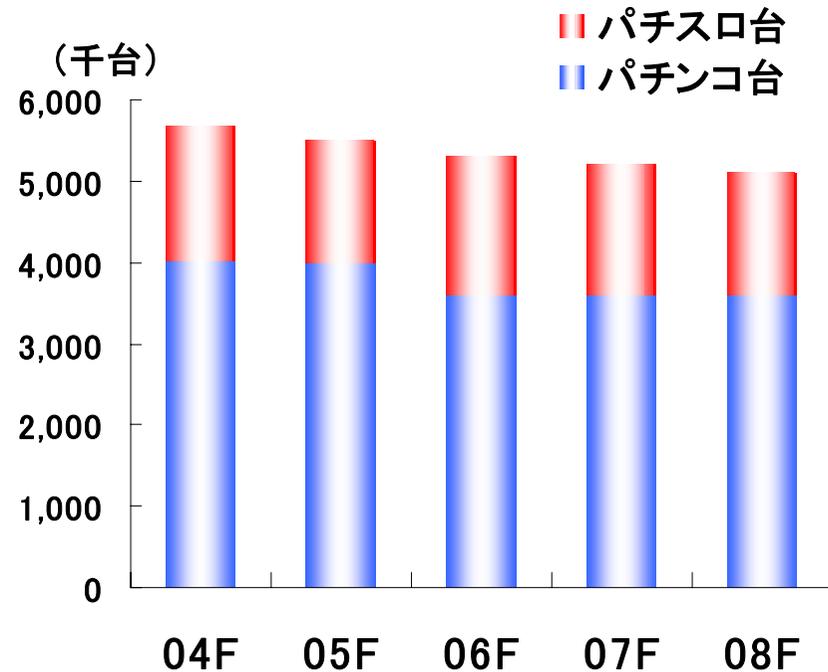
- 規則改正により短命化。
- ゲーム性の多様化。
- インチサイズの大型化。

#### 【戦略と課題】

- グラフィックエンジンの高度化。
- 表現力の向上。
- パチスロ用モニターへの進出。

#### 【市場動向】

パチンコ台/パチスロ台販売台数実績・予測



(各種資料より当社推定)





## Ⅲ-3 製品・事業別計画 家庭用ゲームソフト①

### ゲームソフト:戦略と方向性

“irem”ブランドの認知度向上。愛されるキャラクターの育成。

#### 【製作環境】

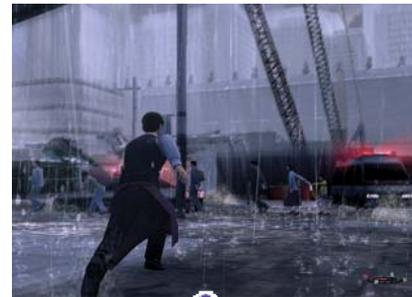
- 多様化(好みの多様化、ユーザーの年齢層の拡大)。
- ハードウェア(プラットフォーム)の高機能化(次世代機)。

#### 【iremの強み】

- パチンコ用ソフトとのシナジー。
- 自社ブランドの元で育まれた企画力。

#### 【戦略と課題】

- 特徴のある面白い商品の提供。
- 商品の発売間隔の短縮化。
- ライセンスの許諾を積極的に進める。



irem



※irem は、子会社であるアイレムソフトウェアエンジニアリング株式会社が販売する家庭用ゲームソフトのブランドです。



### Ⅲ-3 製品・事業別計画 家庭用ゲームソフト②

#### 売上金額 実績と計画

(億円)

25

20

15

10

5

0

04F

05F

06F

07F

08F

実績

第二次中期経営計画

5

6

10

14

21



### Ⅲ-3 製品・事業別計画 ダイレクト販売①

## ダイレクト販売：戦略と方向性

売上高100億円！（2008年度）

#### 【施策】

- 認知度向上のための戦略的な広告宣伝活動。
- ダイレクト専用モデル等商品の充実。
- コミュニケーションスペースとショップを併せ持つEIZOギャラリーの更なる拡充。
- B to Bの本格的展開。

#### 【ダイレクト販売の狙いと位置づけ】

既存のビジネスモデルの活性化

EIZOダイレクト

差別化商品の  
特長をユーザー  
へダイレクトに  
訴求

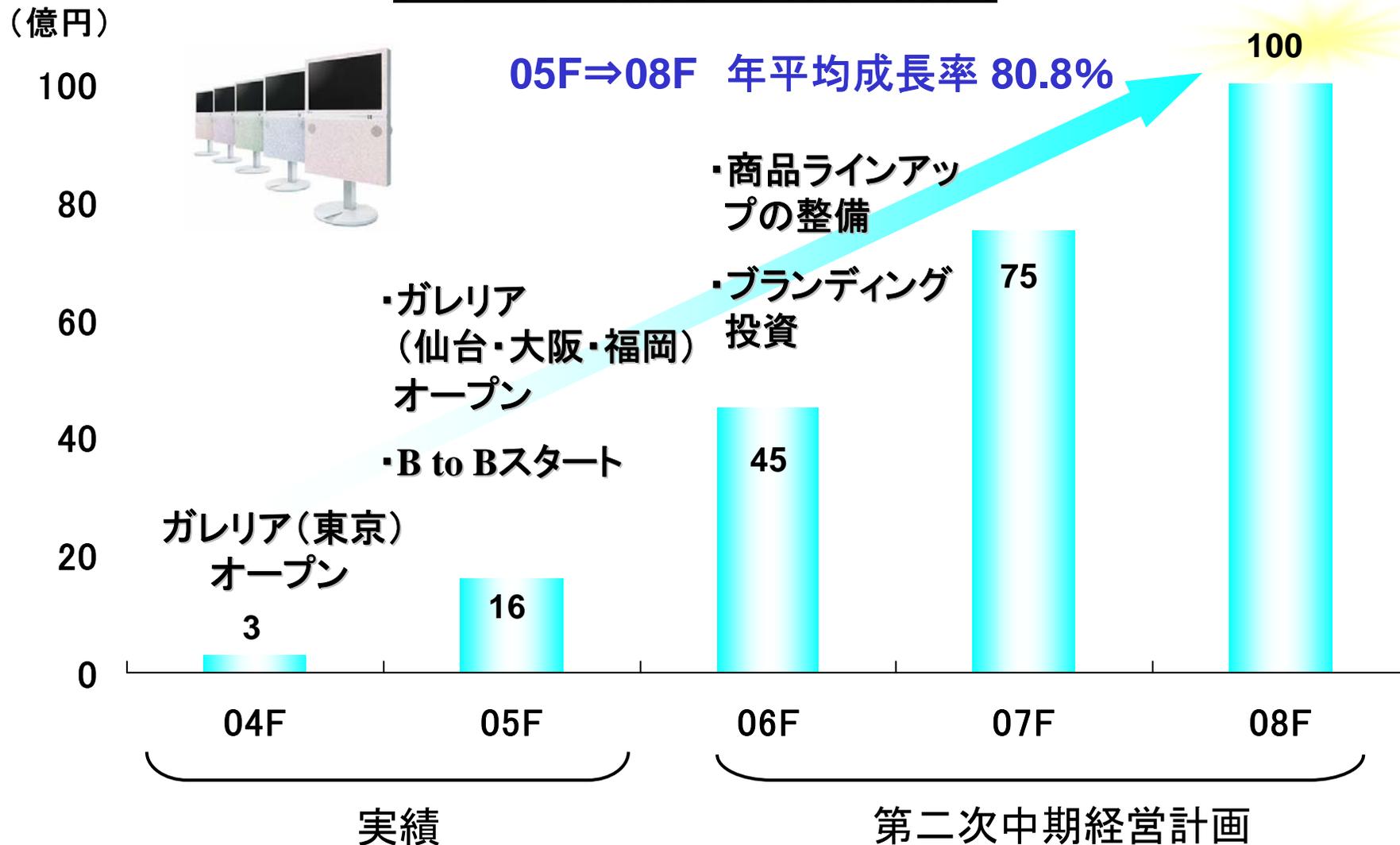
価格競争力  
の向上

新商品／新分野

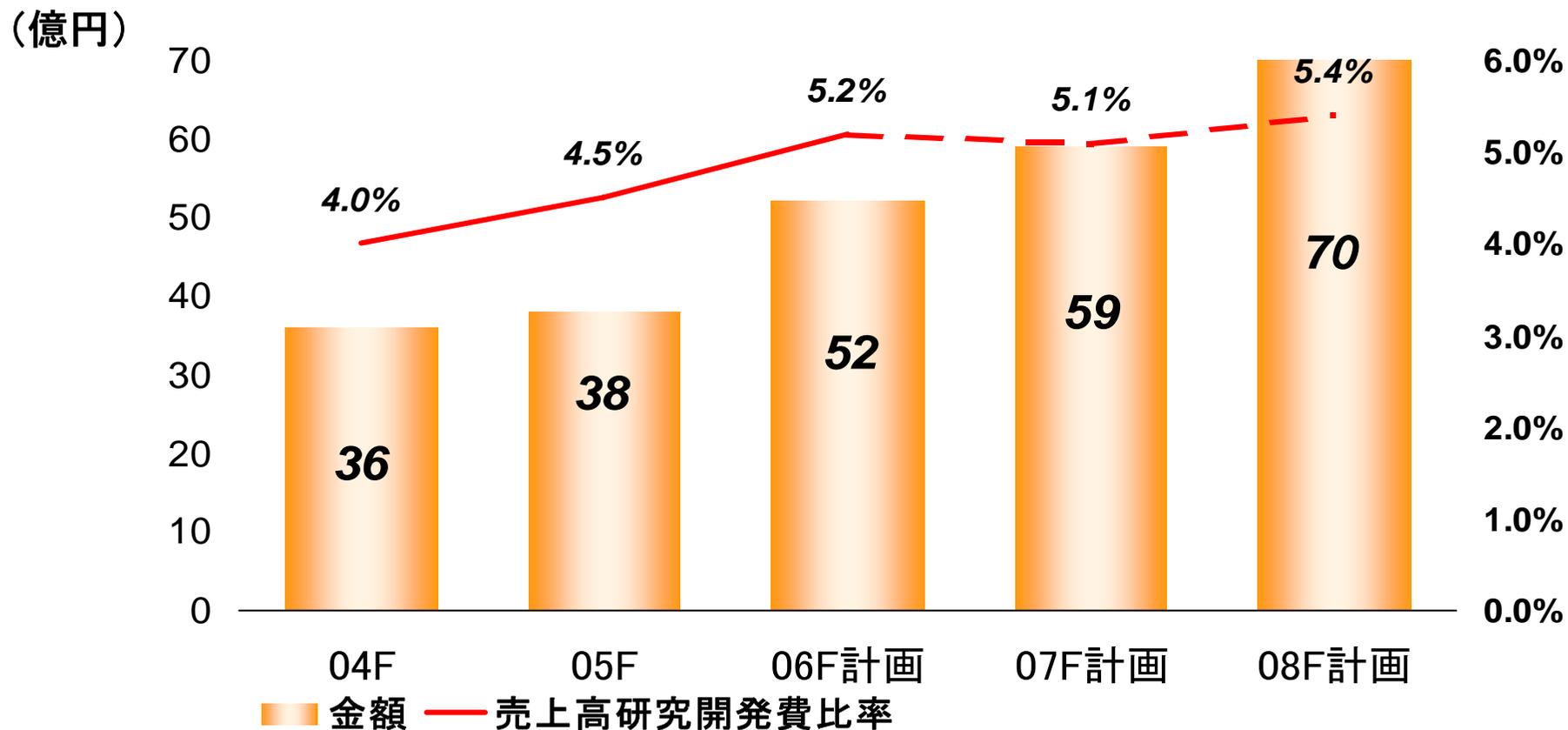


### Ⅲ-3 製品・事業別計画 ダイレクト販売②

#### ダイレクト販売 実績と計画



## Ⅲ-4 研究開発費推移 & 計画



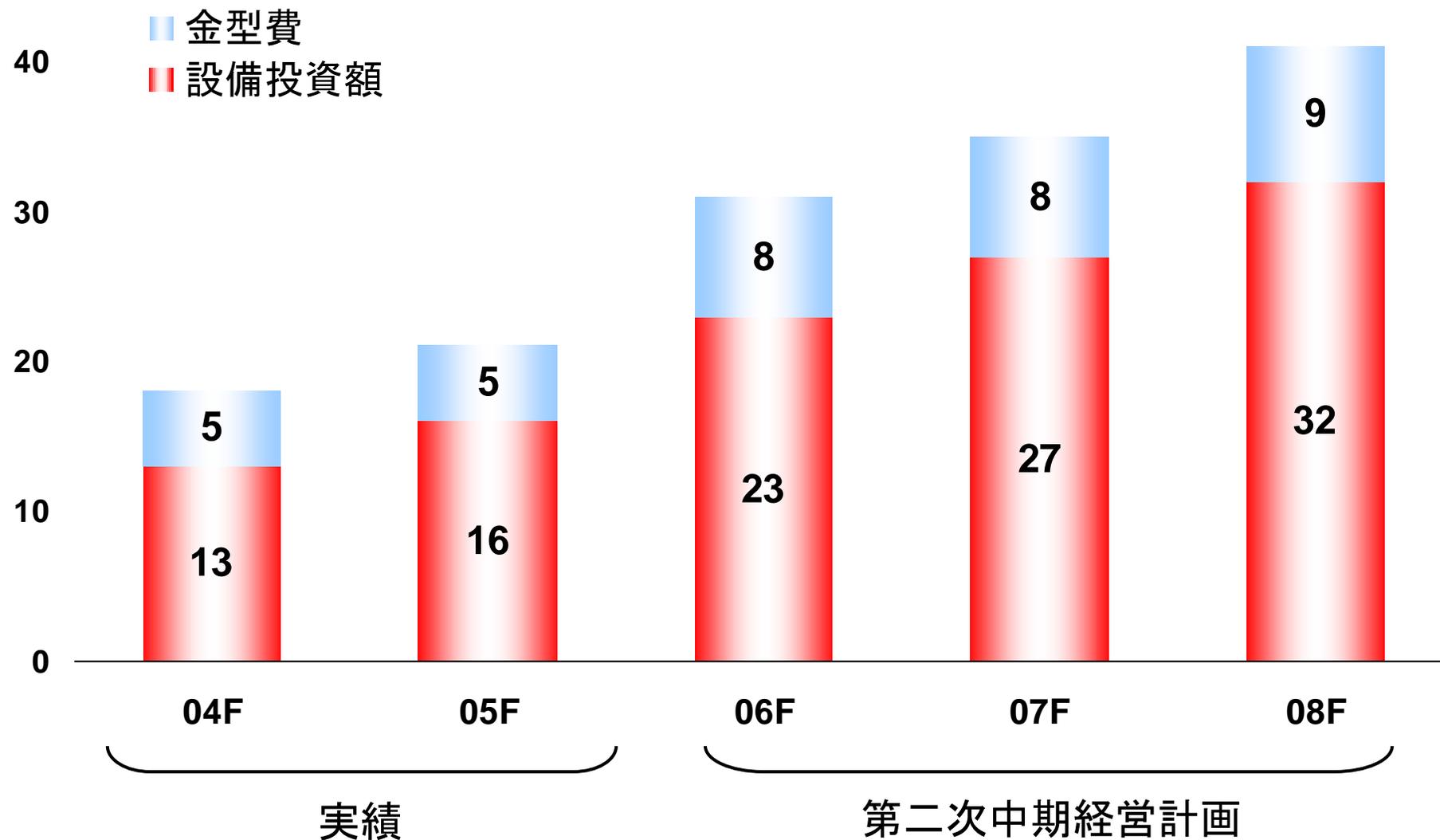
※研究開発費は製造費用計上分を含む

開発人員数 (各期末)	04F	05F	06F計画	07F計画	08F計画
	304	338	410	470	580



## Ⅲ-5 設備投資額推移 & 計画①

(億円)



1年以内に償却する金型費を含む。



## Ⅲ-6 株主還元方針

- 事業拡大のための設備や研究開発投資に必要な内部資金の確保、財務状況及び将来の業績等を総合的に勘案しながら株主の皆様への利益の還元を行ってまいります。
- 株主様への還元率は、当期純利益の25%を目標水準とし、それを達成すべく収益基盤の強化に努力してまいります。





株式会社ナナオ

石川県白山市下柏野町153番地

〒924-8566

○お問合せ

担 当：経理部 秋常(あきつね)

電話番号：076-275-4121

[www.eizo-nanao.com](http://www.eizo-nanao.com)



Copyright©2006 Eizo Nanao Corporation. All rights reserved.