

# コンシューマ事業戦略

2010年6月9日

株式会社日立製作所 コンシューマ業務本部長 兼  
日立コンシューマエレクトロニクス株式会社  
取締役社長

**渡 邊 修 徳**

日立グループ100周年



確かな技術でつぎの100年へ

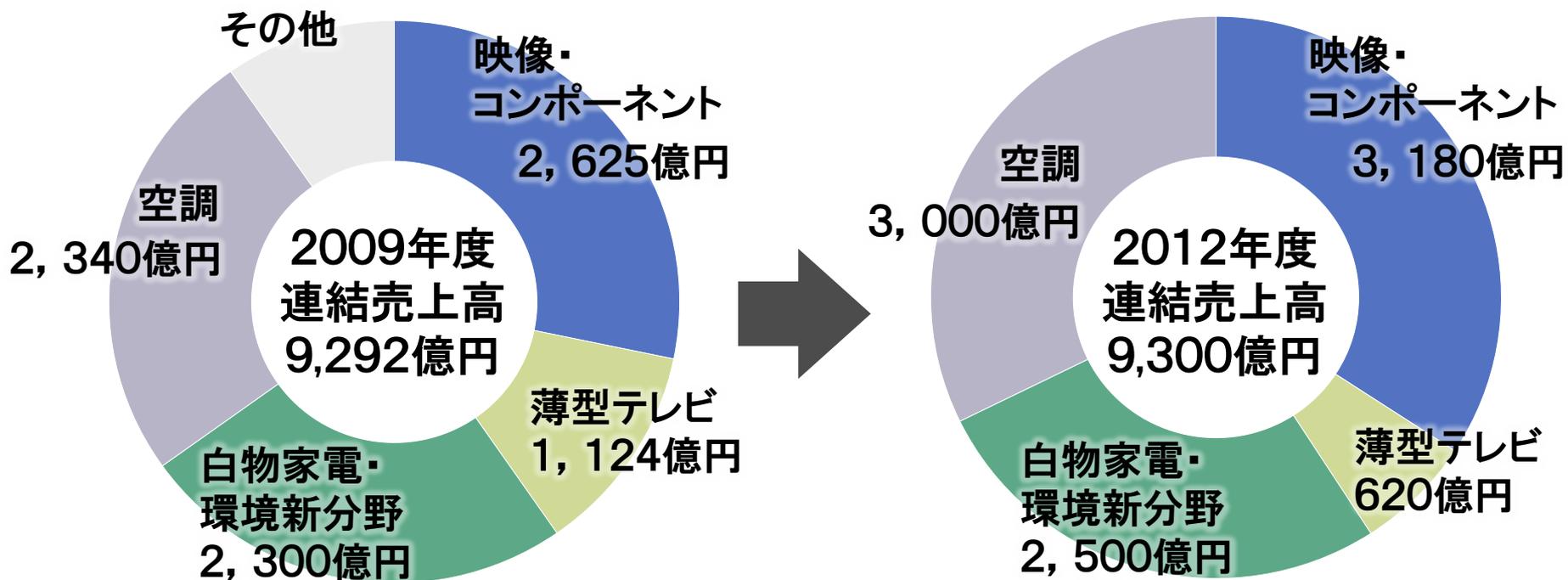
## 経営基本戦略

- 映像技術から創生した映像・コンポーネント事業による収益拡大
- 家電事業：
  - ・薄型テレビの安定的黒字化の実現
  - ・白物家電の海外事業拡大・環境新分野拡大
- 空調事業：グローバル事業の更なる拡大

## 2012年度経営目標

	売上高	海外売上比率	営業利益率
2009年度	9,292億円	47%	▲0.8%
2012年度	9,300億円	50%	2.3%

## 2. コンシューマ事業の売上高構成



映像・コンポーネント

液晶プロジェクタ拡大と光ストレージ大容量高速化

薄型テレビ

国内に開発リソース集中と調達品の活用

白物家電

環境新分野拡大・海外事業拡大

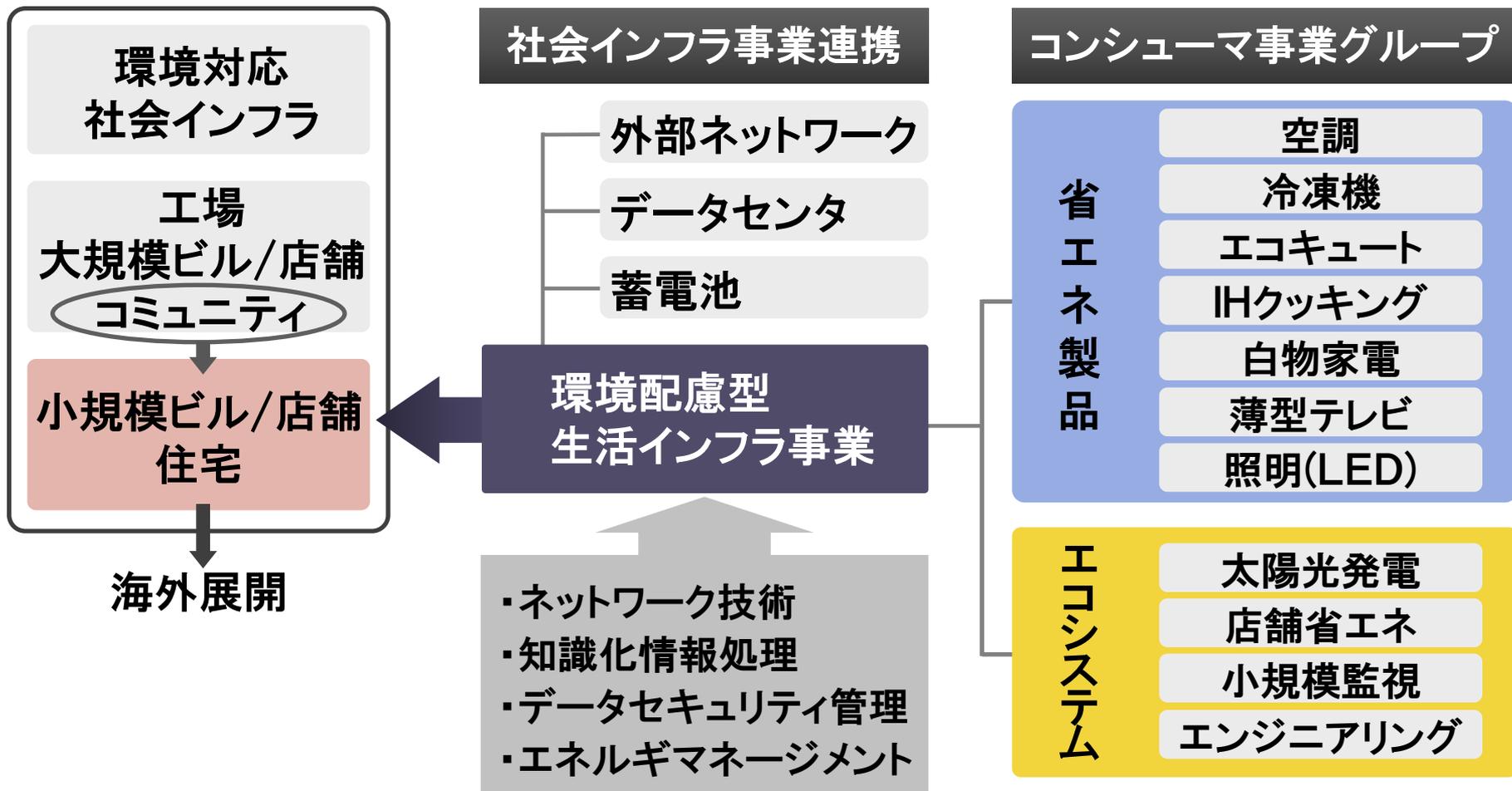
空調

グローバル空調事業拡大(海外比率50%)

# 3. 省エネ・環境事業の創生・拡大

## 日立強み

日立の省エネ技術・環境応用技術を活かした  
品揃え・ソリューション提供・トータルサービス



### 2012年度目標

- 売上高 9,300億円
- 海外売上比率 50%
- 営業利益率 2.3%

- 映像技術から創生した映像・コンポーネント事業による収益拡大
- 家電事業：
  - ・薄型テレビの安定的黒字化の実現
  - ・白物家電の海外事業拡大・環境新分野拡大
- 空調事業：グローバル事業の更なる拡大

本資料における当社の今後の計画、見通し、戦略等の将来予想に関する記述は、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等の結果は見通しと大きく異なることがあります。

その要因のうち、主なものは以下の通りです。

- 主要市場(特に日本、アジア、米国およびヨーロッパ)における経済状況および需要の急激な変動
- 為替相場変動(特に円/ドル、円/ユーロ相場)
- 資金調達環境
- 日本の株式相場変動
- 持分法適用会社への投資に係る損失
- 価格競争の激化(特にコンポーネント・デバイス部門およびデジタルメディア・民生機器部門)
- 新技術を用いた製品の開発、タイムリーな市場投入、低コスト生産を実現する当社および子会社の能力
- 急速な技術革新
- 長期契約におけるコストの変動および契約の解除
- 原材料価格の変動
- 製品需給の変動
- 製品需給、為替相場および原材料価格の変動に対応する当社および子会社の能力
- 社会イノベーション事業強化に係る戦略
- 事業構造改善施策の実施
- 主要市場(特に日本、アジア、米国およびヨーロッパ)における社会状況および貿易規制等各種規制
- 製品開発等における他社との提携関係
- 自社特許の保護および他社特許の利用の確保
- 当社、子会社または持分法適用会社に対する訴訟その他の法的手続
- 製品やサービスに関する欠陥・瑕疵等
- 地震、その他の自然災害等(特に日本)
- 情報システムへの依存および機密情報の管理
- 退職給付債務に係る見積り
- 人材の確保

**HITACHI**  
Inspire the Next 