

# 2015年度 第2四半期 決算概要

---

- I. 2015年度 上期 連結業績概要
  - II. 2015年度 通期予想
  - III. 部門別情報
  - IV. 補足資料
- 

シャープ株式会社  
2015年10月30日

## 【見通しに関する注意事項】

本資料に記載されている内容には、シャープ株式会社及び連結子会社（以下、総称して「シャープ」という）の計画、戦略、業績など将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は過去または現在の事実ではなく、現時点で入手可能な情報から得られたシャープの仮定や判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスク、不確実性及びその他の要因が内在しています。それらの影響により、シャープの実際の業績、事業活動、財務状況は、これらの見通しと大きく異なる場合があります。また、新たな情報、将来の事象、その他にかかわらず、シャープが将来の見通しに関する記述を見直すとは限りません。なお、業績など実際の結果に影響を与えうるリスク、不確実性及びその他の要因としては、以下のものが挙げられますが、これらに限られるものではありません。

- (1) シャープの事業領域を取り巻く経済情勢
- (2) シャープの製品やサービスの需要動向の変化や価格競争の激化
- (3) 為替相場の変動(特に、米ドル、ユーロ、その他の通貨と円との為替相場)
- (4) 諸外国における貿易規制等の各種規制
- (5) 他社との提携、アライアンスの推進状況
- (6) シャープに対する訴訟その他法的手続き
- (7) 製品やサービスについての急速な技術革新 など

※本資料の記載金額は、億円未満切り捨て表示としています。

# I . 2015年度 上期 連結業績概要

本日はご多忙な中、お集まり頂きありがとうございます。  
それでは、お手許にお配りしておりますパワーポイント資料に沿って、説明いたします。

# 2015年度 上期 連結業績概要

- ・2015年度 上期、売上高は前年同期比3.6%減の1兆2,796億円
- ・ディスプレイデバイスを除く部門は、ほぼ期初想定通りに進捗
- ・構造改革も着実に推進

(単位:十億円)

	2014年度	2015年度		
	上期	上期実績	前同比	前同比増減額
売上高	1,327.6	1,279.6	-3.6%	-47.9
営業利益 (利益率)	29.2 (2.2%)	-25.1 (-2.0%)	-	-54.3
経常利益 (利益率)	10.7 (0.8%)	-38.6 (-3.0%)	-	-49.4
親会社株主に帰属 する四半期純利益 (利益率)	4.7 (0.4%)	-83.6 (-6.5%)	-	-88.3

**SHARP**

2

まず、当上期の連結業績概要です。

売上高、各利益とも、ほぼ10月26日の修正リリースの通りとなっています。

売上高は前年同期比 3.6%減の1兆2,796億円、

営業利益はマイナス251億円、

経常利益はマイナス386億円、

親会社株主に帰属する四半期純利益はマイナス836億円となりました。

今回の下振れは、ディスプレイデバイスが主な原因であり、ディスプレイデバイスを除く部門については、ほぼ想定通りの進捗となっています。また、構造改革も着実に推進しています。

# 2015年度 第2四半期 連結業績概要

- ・2015年度 第2四半期、売上高は前期比7.0%増の6,613億円
- ・ディスプレイデバイスを除く部門が営業黒字となり、営業利益は黒字
- ・経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益については、構造改革の推進等もあり、赤字となる

(単位:十億円)

	2015年度			
	1Q	2Q	前期比	前期比 増減額
売上高	618.3	661.3	+7.0%	+43.0
営業利益 (利益率)	-28.7 (-4.7%)	3.5 (0.5%)	-	+32.3
経常利益 (利益率)	-33.3 (-5.4%)	-5.2 (-0.8%)	-	+28.0
親会社株主に帰属 する四半期純利益 (利益率)	-33.9 (-5.5%)	-49.6 (-7.5%)	-	-15.6

**SHARP**

3

次のスライドは、第2四半期の連結業績概要です。

売上高は、総じて堅調に推移し、前期比430億円増の6,613億円となりました。

営業利益については、

ディスプレイデバイスを除く部門が黒字となり、全社トータルでは323億円改善し、35億円の営業黒字に転換することができました。

経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益は、

各種構造改革を推進したことなどから、

各々マイナス52億円、マイナス496億円となりました。

# 営業外損益・特別損益・法人税等の概要

(単位:十億円)

	2014年度	2015年度			
	上期	1Q	2Q	上期	前同増減額
営業利益	29.2	-28.7	3.5	-25.1	-54.3
営業外損益	-18.4	-4.6	-8.8	-13.4	+4.9
内:支払利息	-11.8	-5.5	-4.4	-9.9	+1.8
持分法による投資利益	+4.0	+1.7	+1.3	+3.0	-0.9
経常利益	10.7	-33.3	-5.2	-38.6	-49.4
特別損益	+2.8	+3.0	-39.6	-36.5	-39.4
内:投資有価証券売却益	+5.9	+1.7	+0.0	+1.8	-4.1
訴訟損失引当金戻入額	+19.2	+2.0	-	+2.0	-17.1
受取和解金	-	+6.2	+0.8	+7.1	+7.1
減損損失	-2.4	-6.5	-4.6	-11.1	-8.6
事業構造改革費用	-5.7	-	-35.3	-35.3	-29.5
解決金	-14.3	-	-	-	+14.3
税前利益	13.6	-30.3	-44.9	-75.2	-88.9
法人税等 他	-8.9	-3.6	-4.7	-8.3	+0.5
親会社株主に帰属する四半期純利益	4.7	-33.9	-49.6	-83.6	-88.3

SHARP

4

次のスライドは、主な営業外損益・特別損益・法人税等の概要です。

当上期は、支払利息の減少等もあり、営業外損益が改善しました。

また、TFT液晶カルテル訴訟 取り下げに伴う訴訟損失引当金戻入額や、ブラウン管カルテル訴訟に関する受取和解金等を特別利益に計上しました。

一方、中期経営計画で公表した希望退職の実施や米州液晶テレビ構造改革に加え電子デバイスの生産体制見直しに係る構造改革費用や、生産設備、海外子会社の建物に係る減損損失を、特別損失に計上しました。

# 部門別売上高実績

	(単位:十億円)						
	2014年度	2015年度				(5/14)予想 増減額	2015年度
	上期	1Q	2Q	上期実績	前同比		上期 (5/14)予想
デジタル情報家電	211.8	70.3	96.9	167.3	-21.0%	-2.6	170.0
通信	119.5	56.8	60.8	117.6	-1.6%	-2.3	120.0
健康・環境	162.8	74.7	75.8	150.5	-7.5%	-14.4	165.0
コンシューマーエレクトロニクス	494.2	201.9	233.6	435.5	-11.9%	-19.4	455.0
エネルギーソリューション	142.9	36.8	41.8	78.7	-44.9%	-1.2	80.0
ビジネスソリューション	165.9	80.6	91.7	172.3	+3.8%	+7.3	165.0
プロダクトビジネス	803.1	319.4	367.1	686.6	-14.5%	-13.3	700.0
電子デバイス	149.7	131.7	111.5	243.2	+62.4%	+43.2	200.0
ディスプレイデバイス	460.9	187.8	203.3	391.1	-15.1%	-88.8	480.0
デバイスビジネス	610.7	319.6	314.8	634.4	+3.9%	-45.5	680.0
小計	1,413.8	639.0	682.0	1,321.0	-6.6%	-58.9	1,380.0
調整額	-86.1	-20.7	-20.6	-41.3	-	+38.6	-80.0
合計	1,327.6	618.3	661.3	1,279.6	-3.6%	-20.3	1,300.0

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

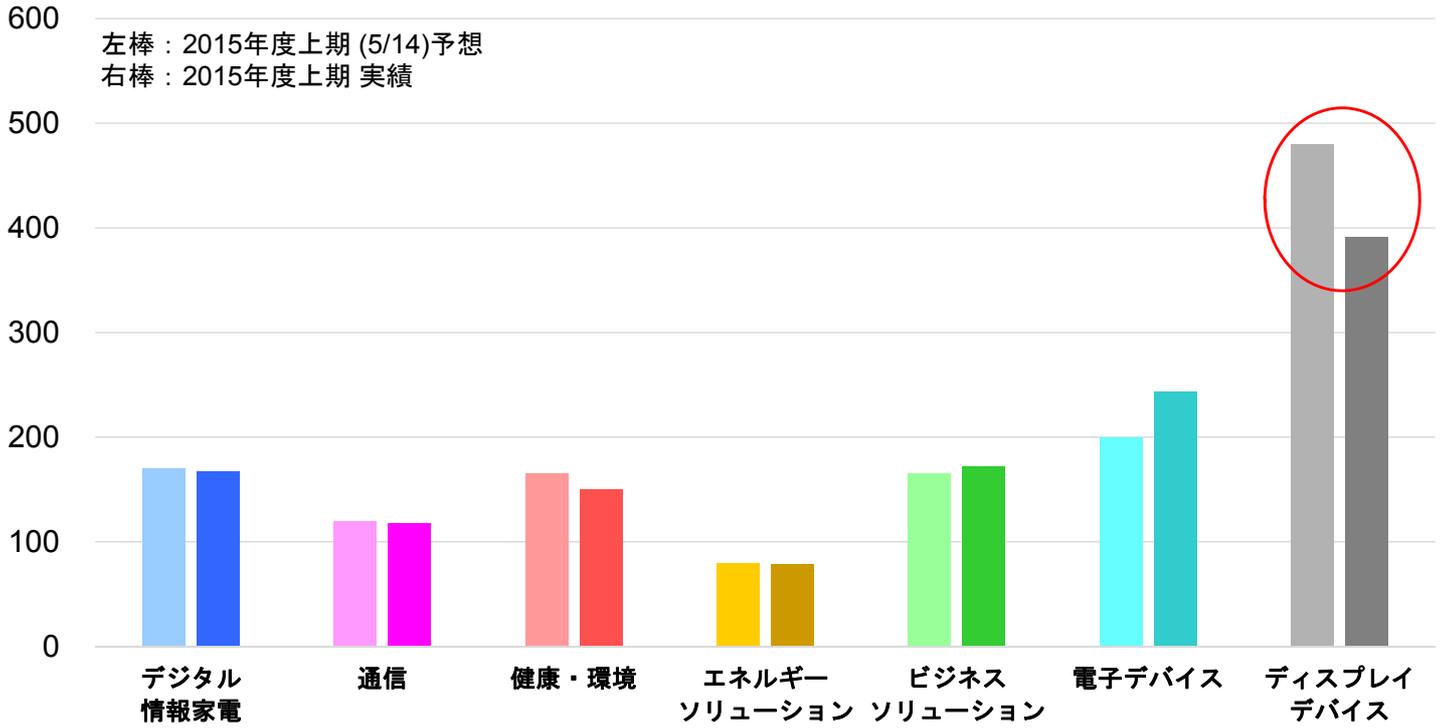
**SHARP**

5

次のスライドは、部門別売上高の一覧です。

# 部門別売上高実績

(単位:十億円)



※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

# 部門別営業利益 実績

(単位:十億円)

	2014年度	2015年度				(5/14)予想 増減額	2015年度
	上期	1Q	2Q	上期実績	前同比		上期 (5/14)予想
デジタル情報家電	0.3 (0.2%)	-17.3 (-24.7%)	2.3 (2.4%)	-15.0 (-9.0%)	-	-6.0	-9.0 (-5.3%)
通信	7.1 (6.0%)	4.9 (8.7%)	5.5 (9.1%)	10.5 (8.9%)	+46.1%	+6.5	4.0 (3.3%)
健康・環境	7.7 (4.8%)	0.7 (1.0%)	1.8 (2.4%)	2.5 (1.7%)	-67.3%	-3.4	6.0 (3.6%)
コンシューマーエレクトロニクス	15.2 (3.1%)	-11.7 (-5.8%)	9.7 (4.2%)	-1.9 (-0.5%)	-	-2.9	1.0 (0.2%)
エネルギーソリューション	-0.2 (-0.2%)	-3.9 (-10.7%)	1.3 (3.2%)	-2.6 (-3.4%)	-	-3.6	1.0 (1.3%)
ビジネスソリューション	15.9 (9.6%)	6.8 (8.4%)	9.9 (10.8%)	16.7 (9.7%)	+5.2%	+1.7	15.0 (9.1%)
プロダクトビジネス	30.9 (3.9%)	-8.8 (-2.8%)	20.9 (5.7%)	12.1 (1.8%)	-60.8%	-4.8	17.0 (2.4%)
電子デバイス	-2.4 (-1.6%)	2.8 (2.2%)	5.1 (4.7%)	8.0 (3.3%)	-	+5.0	3.0 (1.5%)
ディスプレイデバイス	20.8 (4.5%)	-13.7 (-7.3%)	-12.7 (-6.3%)	-26.4 (-6.8%)	-	-34.4	8.0 (1.7%)
デバイスビジネス	18.3 (3.0%)	-10.8 (-3.4%)	-7.5 (-2.4%)	-18.4 (-2.9%)	-	-29.4	11.0 (1.6%)
小計	49.2 (3.5%)	-19.7 (-3.1%)	13.3 (2.0%)	-6.3 (-0.5%)	-	-34.3	28.0 (2.0%)
調整額	-20.0	-9.0	-9.7	-18.8	-	-0.8	-18.0
合計	29.2 (2.2%)	-28.7 (-4.7%)	3.5 (0.5%)	-25.1 (-2.0%)	-	-35.1	10.0 (0.8%)

**SHARP**

※()内の数字は営業利益率です。

7

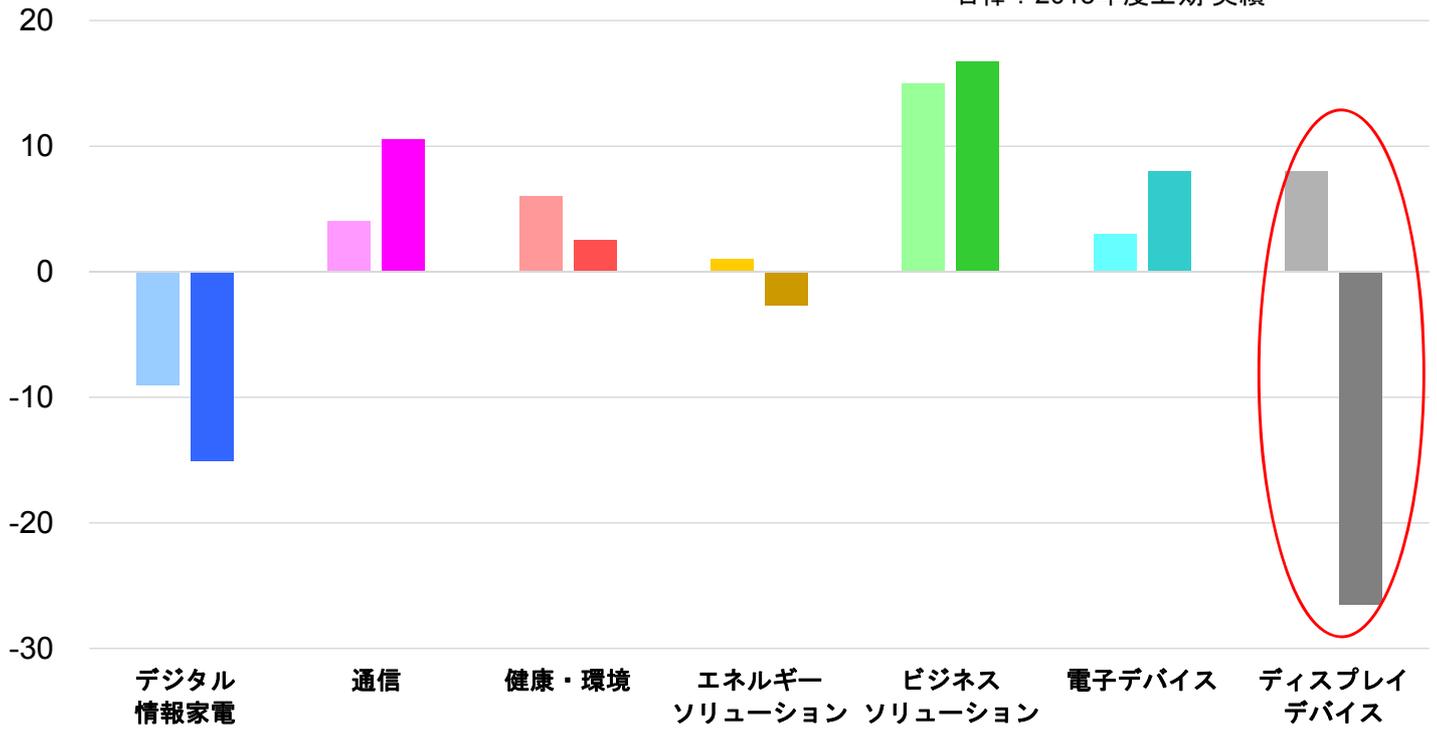
続いては、部門別営業利益の一覧になります。

各部門の売上高・営業利益の詳細については、後ほど説明いたします。

# 部門別営業利益 実績

(単位:十億円)

左棒: 2015年度上期 (5/14) 予想  
右棒: 2015年度上期 実績



# 連結貸借対照表推移

・自己資本比率は2015年6月末の12.3%から9.4%に低下

(単位:十億円)

	2014年度		2015年度			2014年度		2015年度	
	3月末	6月末	9月末	3月末		6月末	9月末	3月末	6月末
現預金	258.4	214.2	175.0	支払手形・買掛金	423.8	388.7	365.0		
受取手形・売掛金	414.0	381.5	382.4	短期借入金	840.0	652.8	638.5		
たな卸資産	338.3	344.2	294.2	1年内社債	0.0	0.4	20.4		
その他	288.3	273.3	298.1	その他	423.0	367.9	390.1		
<b>流動資産計</b>	<b>1,299.1</b>	<b>1,213.4</b>	<b>1,149.8</b>	<b>流動負債計</b>	<b>1,686.9</b>	<b>1,410.0</b>	<b>1,414.1</b>		
有形固定資産	400.5	390.9	377.1	社債	60.0	60.0	40.0		
無形固定資産	42.4	42.3	42.2	長期借入金	53.4	41.3	40.4		
投資その他資産	219.5	223.2	217.6	その他	116.9	115.5	111.5		
<b>固定資産計</b>	<b>662.6</b>	<b>656.4</b>	<b>637.0</b>	<b>固定負債計</b>	<b>230.4</b>	<b>216.8</b>	<b>191.9</b>		
<b>繰延資産</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>純資産</b>	<b>44.5</b>	<b>243.0</b>	<b>180.9</b>		
<b>資産合計</b>	<b>1,961.9</b>	<b>1,869.9</b>	<b>1,787.0</b>	<b>負債純資産合計</b>	<b>1,961.9</b>	<b>1,869.9</b>	<b>1,787.0</b>		
				自己資本比率	1.5%	12.3%	9.4%		

SHARP

9

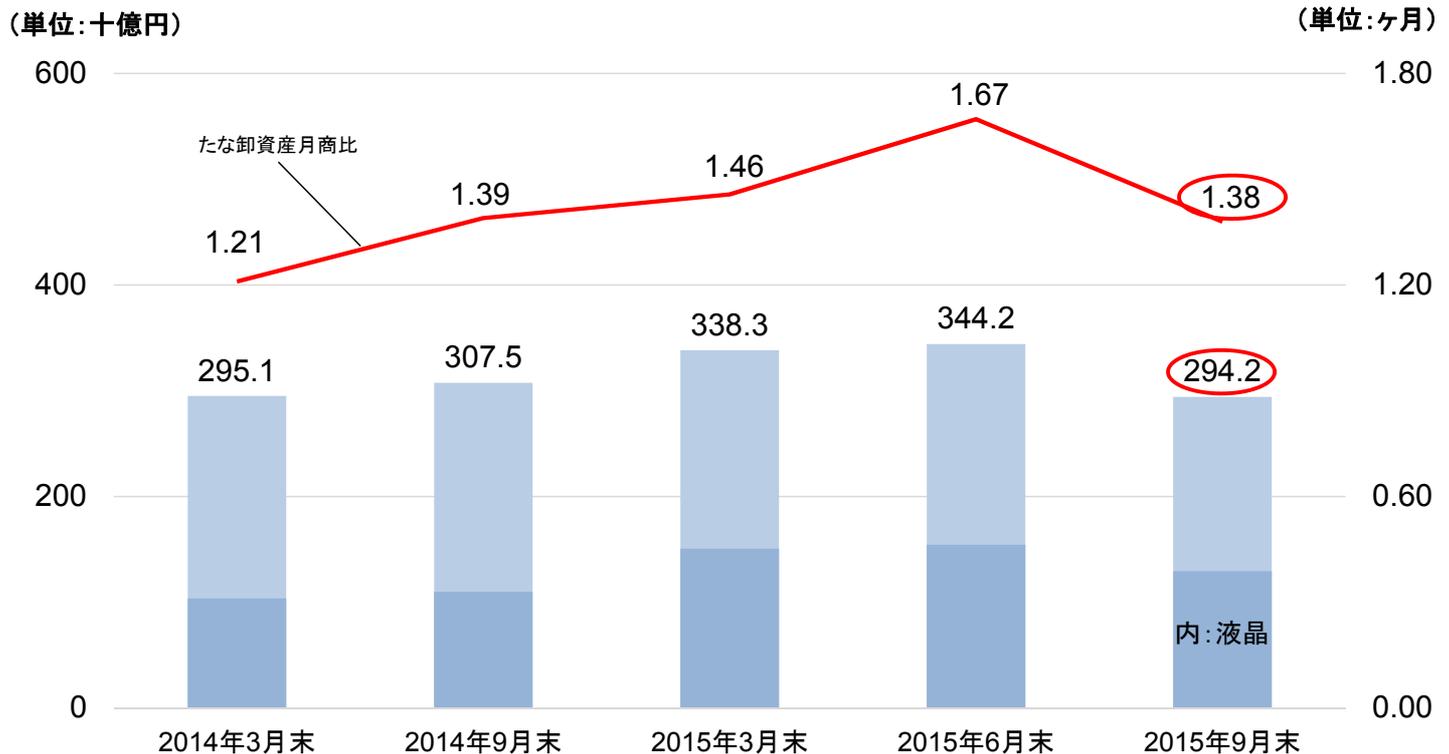
次のスライドは、貸借対照表の推移です。

構造改革費用や減損損失の計上等もあり、第2四半期末の純資産は、第1四半期に比べ621億円減少し、1,809億円となりました。

自己資本比率についても、第1四半期末の12.3%から9.4%に減少しました。

# たな卸資産の推移

・たな卸資産は2,942億円で、2015年6月末比で500億円減少し、  
月商比も1.67ヶ月から1.38ヶ月に低下



SHARP

10

次のスライドは、たな卸資産の推移です。

在庫削減の取り組みにより、第2四半期末のたな卸資産は、  
第1四半期末から500億円減少し、2,942億円となりました。  
月商比も、第1四半期末から0.29ヶ月低下し、前年同期並みの水準となりました。

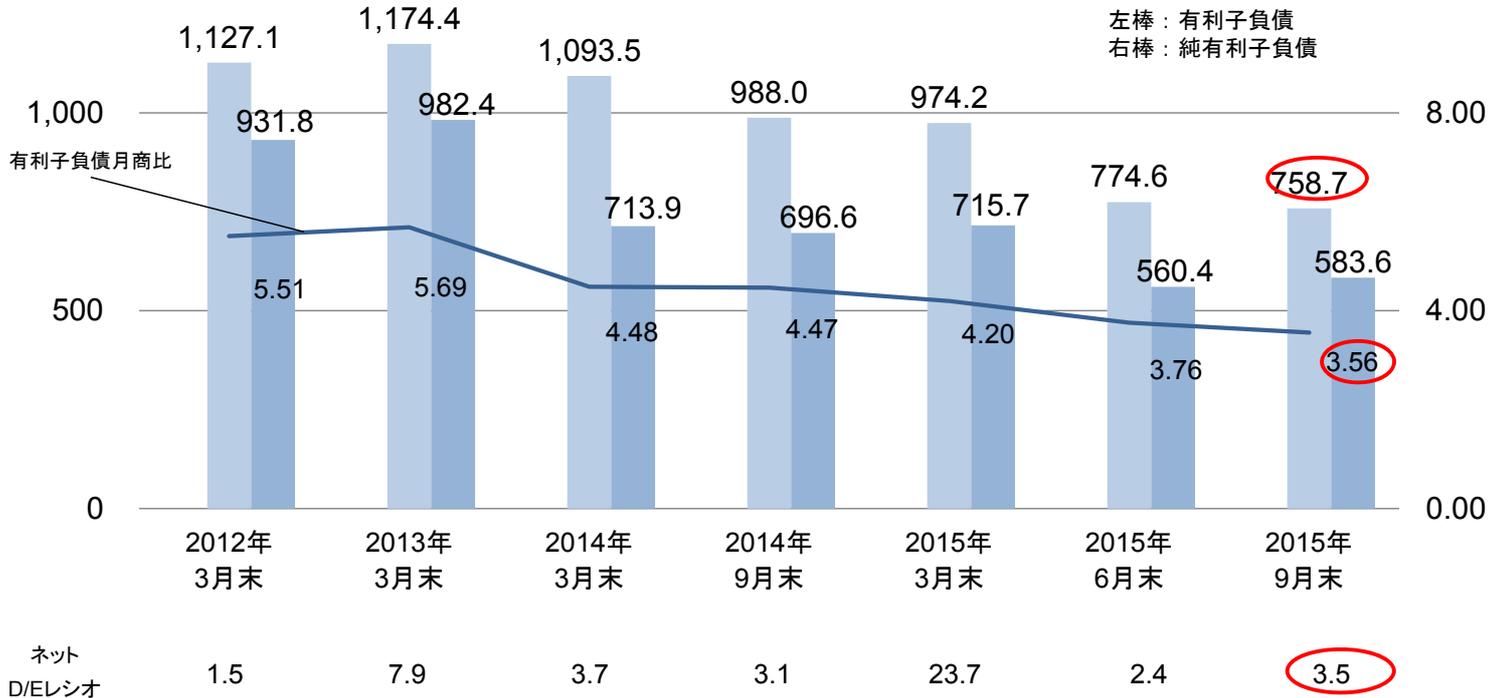
液晶についても、在庫適正化の取り組みにより、確実に減少しています。

# 有利子負債の推移

- ・2015年9月末の有利子負債は、2015年6月末に対し159億円減少し、月商比も3.76ヶ月から3.56ヶ月に低下
- ・純有利子負債※は、2015年6月末の5,604億円から5,836億円に増加

(単位:十億円)

(単位:ヶ月)



※純有利子負債：有利子負債 - 現預金

SHARP

11

次のスライドは、有利子負債の推移です。

第2四半期末の有利子負債は、第1四半期末から159億円減少し、7,587億円となりました。一方、純有利子負債は232億円増加し、5,836億円となりました。

第2四半期については、在庫の削減は図れたものの、現金及び預金も減少し、純有利子負債が増加することとなりました。

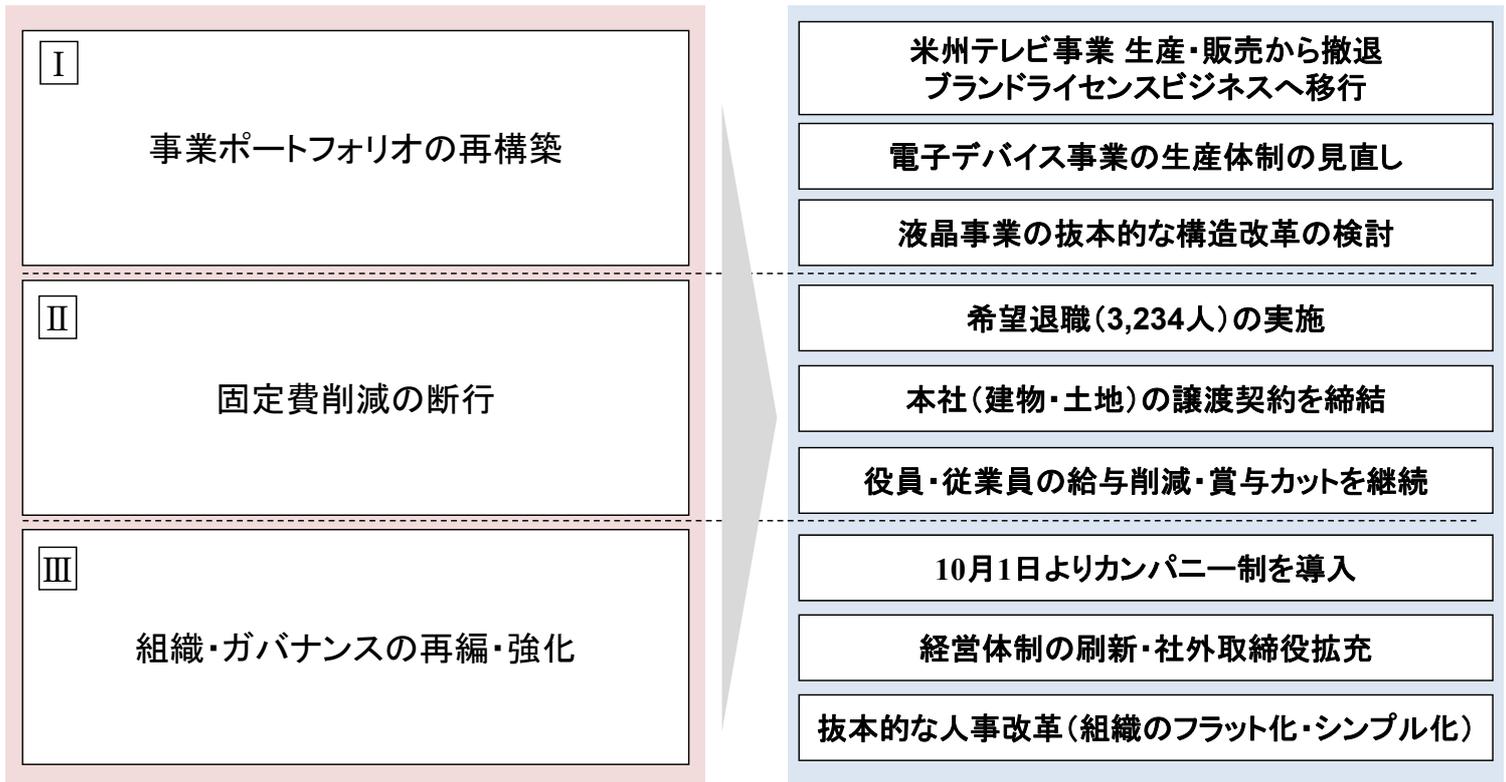
引き続き在庫の適正化を進めるとともに、設備投資の圧縮等に努め、キャッシュフローの改善を図ります。

# 中期経営計画の推進状況

・中期経営計画で発表した3つの重点戦略については、現在着実に進捗中

## 中期経営計画 3つの重点戦略

## 現在の推進状況



SHARP

12

次のスライドは、先般公表した中期経営計画の3つの重点戦略の推進状況をまとめたものです。ご覧の通り、各施策とも、当初のスケジュール通り着実に実行しています。

新たな取り組みとして、電子デバイス事業の生産体制を見直すとともに、市場の急激な変化に対応し、液晶事業での構造改革について様々な検討を行うなど、引き続き抜本的な構造改革を断行します。

## Ⅱ. 2015年度 通期予想

# 2015年度 通期予想

- ・上期の業績、足下の状況並びに今後の見通しを踏まえ、10月26日に通期予想を修正
- ・「経常利益」、「親会社株主に帰属する当期純利益」の業績予想は、現在推進あるいは検討中の構造改革が具現化し、合理的な算定が可能となった時点で公表する予定

(単位:十億円)

	2015年度			
	上期実績	下期予想	通期予想	前年比
売上高	1,279.6	1,420.3	2,700.0	-3.1%
営業利益 (利益率)	-25.1 (-2.0%)	35.1 (2.5%)	10.0 (0.4%)	-

**SHARP**

14

次は、2015年度の通期予想です。

上期の業績、足下の状況並びに今後の見通しを踏まえ、10月26日に修正を行っております。

なお、経常利益、親会社株主に帰属する当期純利益については、現在推進あるいは検討中の構造改革が具現化し、合理的な算定が可能となった時点で公表する予定です。

# 部門別売上高 予想

	2015年度				(単位:十億円)	
	上期実績	下期予想	通期予想	前年比	(5/14)予想 増減額	2015年度
						通期 (5/14)予想
デジタル情報家電	167.3	172.6	340.0	-18.6%	-30.0	370.0
通信	117.6	92.3	210.0	-15.9%	-30.0	240.0
健康・環境	150.5	169.4	320.0	+1.6%	-20.0	340.0
コンシューマーエレクトロニクス	435.5	434.4	870.0	-11.4%	-80.0	950.0
エネルギーソリューション	78.7	101.2	180.0	-33.5%	0.0	180.0
ビジネスソリューション	172.3	177.6	350.0	+1.9%	0.0	350.0
プロダクトビジネス	686.6	713.3	1,400.0	-12.3%	-80.0	1,480.0
電子デバイス	243.2	286.7	530.0	+20.1%	+50.0	480.0
ディスプレイデバイス	391.1	478.8	870.0	-4.1%	-130.0	1,000.0
デバイスビジネス	634.4	765.5	1,400.0	+3.8%	-80.0	1,480.0
小計	1,321.0	1,478.9	2,800.0	-4.9%	-160.0	2,960.0
調整額	-41.3	-58.6	-100.0	-	+60.0	-160.0
合計	1,279.6	1,420.3	2,700.0	-3.1%	-100.0	2,800.0

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

**SHARP**

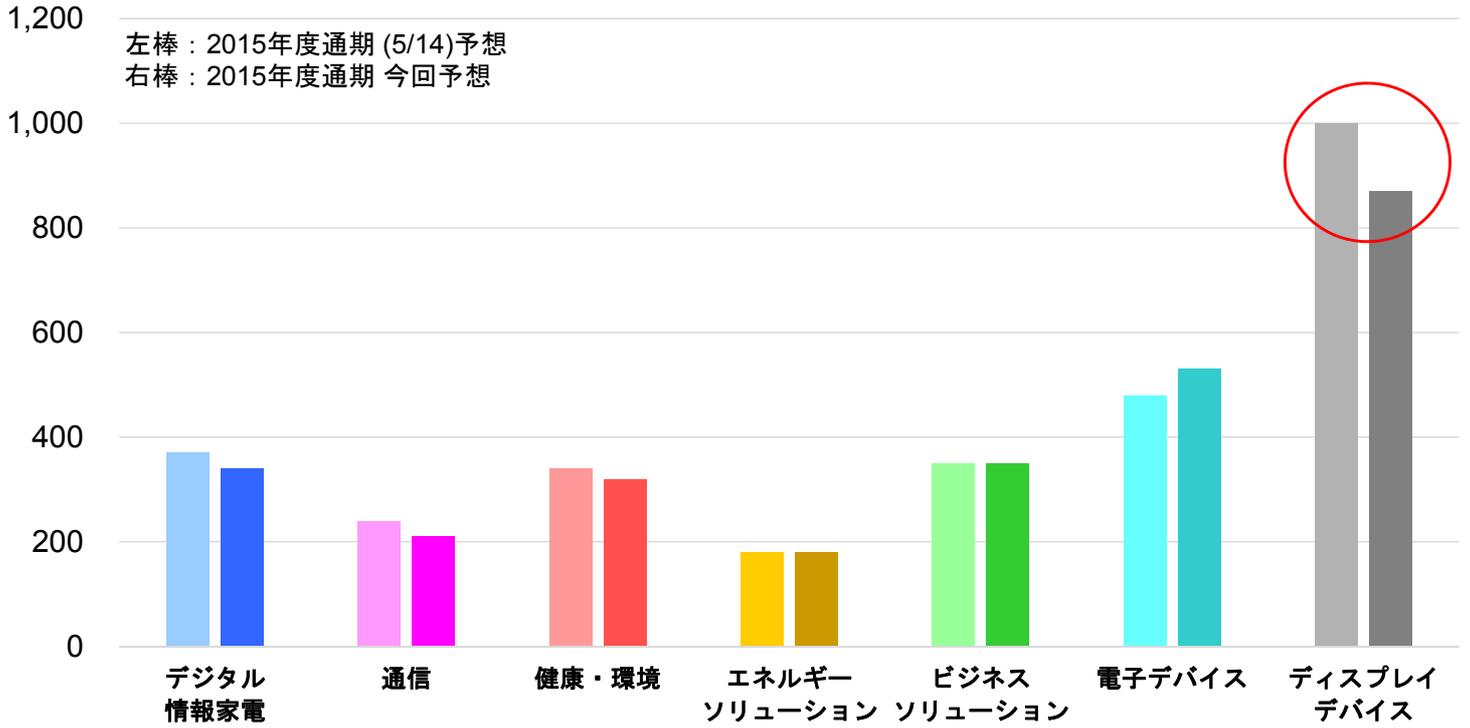
15

次のスライドは、部門別売上高予想の一覧です。

コンシューマーエレクトロニクス、ディスプレイデバイスの予想を  
下方修正する一方、電子デバイスを上方修正しております。

# 部門別売上高 予想

(単位:十億円)



※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

# 部門別営業利益 予想

(単位:十億円)

	2015年度				(5/14)予想 増減額	2015年
	上期実績	下期予想	通期予想	前年比		通期 (5/14)予想
デジタル情報家電	-15.0 (-9.0%)	2.0 (1.2%)	-13.0 (-3.8%)	-	-10.0	-3.0 (-0.8%)
通信	10.5 (8.9%)	4.4 (4.9%)	15.0 (7.1%)	-4.8%	+4.0	11.0 (4.6%)
健康・環境	2.5 (1.7%)	11.4 (6.8%)	14.0 (4.4%)	-12.1%	0.0	14.0 (4.1%)
コンシューマーエレクトロニクス	-1.9 (-0.5%)	17.9 (4.1%)	16.0 (1.8%)	-16.2%	-6.0	22.0 (2.3%)
エネルギーソリューション	-2.6 (-3.4%)	5.6 (5.6%)	3.0 (1.7%)	-	-2.0	5.0 (2.8%)
ビジネスソリューション	16.7 (9.7%)	19.2 (10.8%)	36.0 (10.3%)	+15.0%	+3.0	33.0 (9.4%)
プロダクトビジネス	12.1 (1.8%)	42.8 (6.0%)	55.0 (3.9%)	-	-5.0	60.0 (4.1%)
電子デバイス	8.0 (3.3%)	9.9 (3.5%)	18.0 (3.4%)	26.6倍	+8.0	10.0 (2.1%)
ディスプレイデバイス	-26.4 (-6.8%)	-3.5 (-0.7%)	-30.0 (-3.4%)	-	-75.0	45.0 (4.5%)
デバイスビジネス	-18.4 (-2.9%)	6.4 (0.8%)	-12.0 (-0.9%)	-	-67.0	55.0 (3.7%)
小計	-6.3 (-0.5%)	49.3 (3.3%)	43.0 (1.5%)	-	-72.0	115.0 (3.9%)
調整額	-18.8	-14.1	-33.0	-	+2.0	-35.0
合計	-25.1 (-2.0%)	35.1 (2.5%)	10.0 (0.4%)	-	-70.0	80.0 (2.9%)

※()内の数字は営業利益率です。

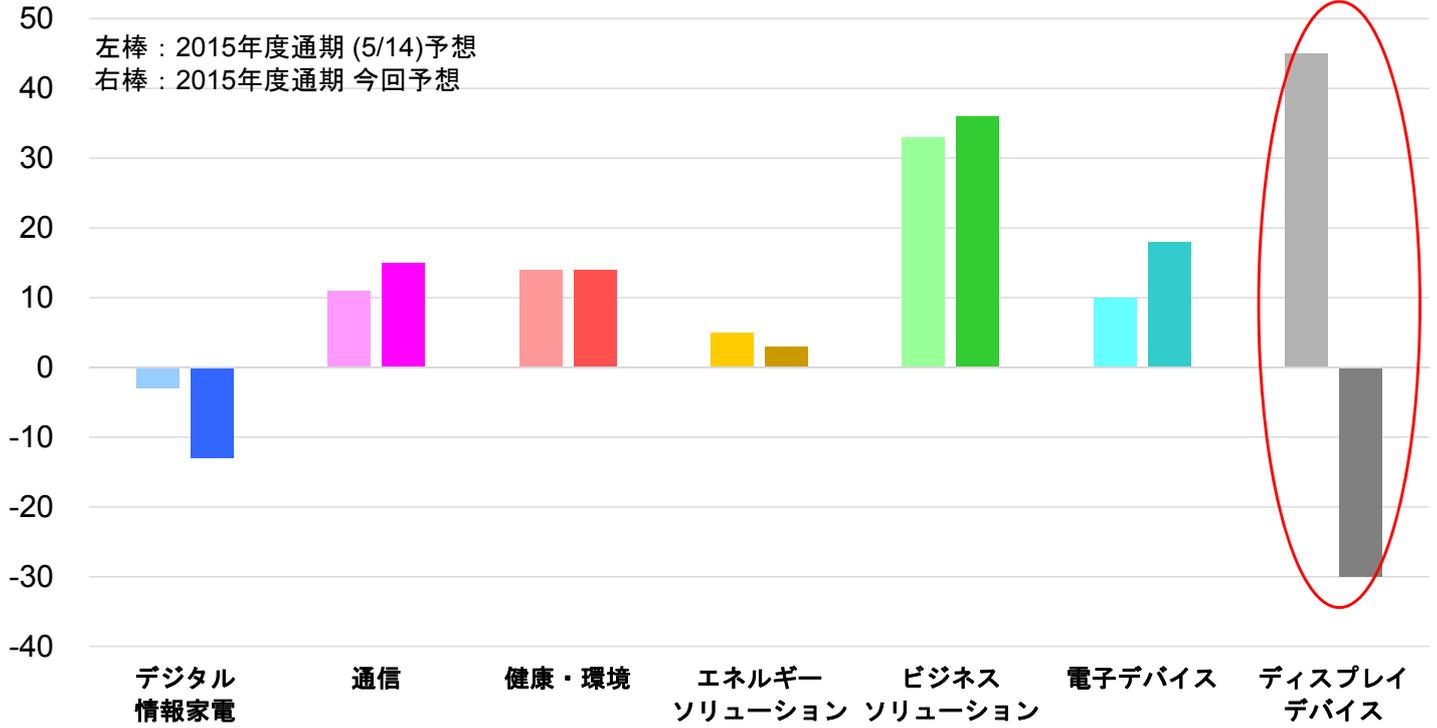
17

また部門別の営業利益については、  
上期実績、売上予想の修正に伴う見直しや様々なリスク、対応策を織り込み  
見直しを行っております。

各部門の売上高・営業利益の詳細については、後ほど説明いたします。

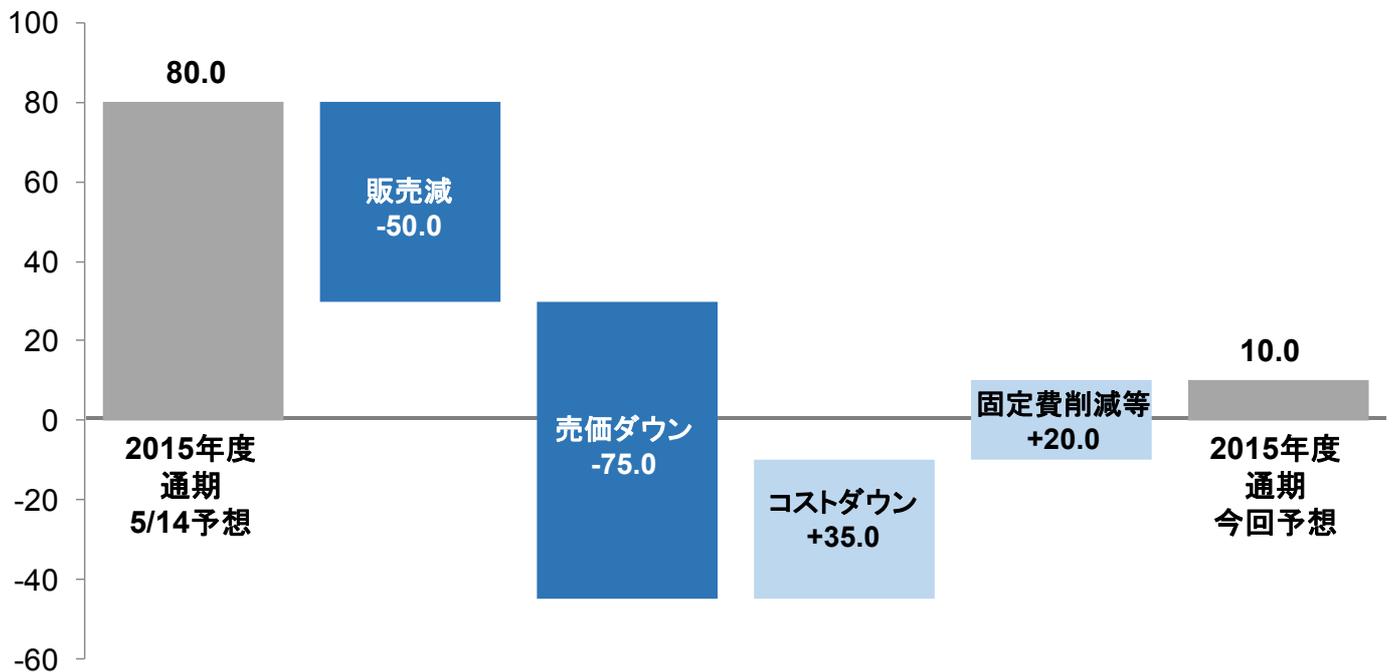
# 部門別営業利益 予想

(単位:十億円)



# 2015年度 通期 営業利益差異分析(5/14予想/今回予想)

(単位:十億円)



**SHARP**

19

次のグラフは、営業利益の期初公表値と今回見直した予想の差異を示したものです。

上期の収益齟齬は、主に期初の想定を上回る中国市場向けスマートフォン用液晶の販売減や価格競争激化による売価ダウンによるものでした。

今回、急激な状況の変化を踏まえ、期初に比べ販売減少や売価ダウン等のリスクを織り込んだ上で、全部門を見直し、上方あるいは下方修正を行っています。

中でも、ディスプレイデバイスについては、減益要因のほとんどを占めており、相応のリスクを織り込んでいます。

## Ⅲ. 部門別情報

続いて部門別情報についてご説明します。

# カンパニー制への移行と目指す方向

・10月1日よりカンパニー制へ移行しており、今後、各カンパニーの成長戦略を加速させる。

カンパニー	目指す方向	足元の取り組み/成果
コンシューマー エレクトロニクス	日本・アジアを主戦場とした 技術融合による 商品・事業の革新	<ul style="list-style-type: none"> <li>AIとIoTを組み合わせた新しい家電の展開(RoBoHoN、ともだち家電)</li> <li>国内4Kテレビ市場シェア大幅拡大</li> <li>“シャープらしさ”のある新製品創出(ヘルシオ ホットクック、「S-style」等)</li> </ul>
エネルギー ソリューション	地域のニーズに合わせた ソリューション事業への転換	<ul style="list-style-type: none"> <li>ソリューション事業の基盤強化(「直流エアコン」開発、蓄電池販売拡大)</li> <li>タイEPC事業拡大に向けた新会社の設立</li> <li>国内住宅用ソーラー事業の強化(業界トップクラスの変換効率19%を達成した太陽電池モジュールを商品化)</li> </ul>
ビジネス ソリューション	既存商品・顧客基盤の活用と 積極的投資拡大による ソリューションのグローバル展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>既存事業の堅調な拡大(フルカラー複合機を3年ぶりにモデルチェンジ)</li> <li>BIG PADを文教系に拡大(立命館大学に導入)</li> <li>成長の鍵となるロボティクス事業の展開(警備、コンシェルジュ、業務用掃除機等)</li> </ul>
電子デバイス	センシングを中核とした 付加価値領域へのシフト	<ul style="list-style-type: none"> <li>カメラモジュール事業の堅調な拡大(前同比+92%)</li> <li>高付加価値分野へのシフトによる競争力強化               <ul style="list-style-type: none"> <li>カラー暗視カメラの特長が生かせる分野へ販売開始</li> <li>埃/PM2.5/環境など新規センサ群の立ち上がり</li> </ul> </li> </ul>
ディスプレイ デバイス	技術優位性を活かした 安定顧客の獲得と 高付加価値パネルの拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>PC分野の売上拡大に道筋、スマホ大手顧客に参入</li> <li>調達改革、設計/顧客提案体制改革による変動費削減</li> <li>高付加価値パネルの拡大(「シースルーディスプレイ」、「曲面型FFD」発表、Kymeta社(米国)と衛星通信向けアンテナを共同開発等)</li> </ul>

**SHARP**

21

10月1日より、新たにカンパニー制をスタートしています。

中期経営計画で申し上げた目指す方向のもと、事業ポートフォリオの再構築を推進しており、すでに着実な成果も出てきています。

それでは、部門別の詳細について、ご説明します。

# コンシューマーエレクトロニクス

(単位:十億円)

	2015年度						2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	435.5	-11.9%	434.4	-11.0%	870.0	-11.4%	455.0	495.0	950.0
デジタル情報家電	167.3	-21.0%	172.6	-16.1%	340.0	-18.6%	170.0	200.0	370.0
通信	117.6	-1.6%	92.3	-29.1%	210.0	-15.9%	120.0	120.0	240.0
健康・環境	150.5	-7.5%	169.4	+11.3%	320.0	+1.6%	165.0	175.0	340.0
営業利益 (利益率)	-1.9 (-0.5%)	-	17.9 (4.1%)	4.7倍	16.0 (1.8%)	-16.2%	1.0 (0.2%)	21.0 (4.2%)	22.0 (2.3%)
デジタル情報家電	-15.0	-	2.0	-	-13.0	-	-9.0	6.0	-3.0
通信	10.5	+46.1%	4.4	-47.5%	15.0	-4.8%	4.0	7.0	11.0
健康・環境	2.5	-67.3%	11.4	+40.3%	14.0	-12.1%	6.0	8.0	14.0

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高：11.9%の減収</li> <li>営業利益：172億円の減益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高：800億円下方修正</li> <li>営業利益：60億円下方修正</li> </ul>

足元の取り組み  
／成果

- AIとIoTを組み合わせた新しい家電の展開(RoBoHoN、ともだち家電)
- 国内4Kテレビ市場シェア大幅拡大
- “シャープらしさ”のある新製品創出(ヘルシオ ホットクック、「S-style」等)

SHARP

22

まず、デジタル情報家電、通信、健康・環境を統合・再編した  
コンシューマーエレクトロニクスです。

当部門の発足の狙いは、テレビ、通信、白物家電を有する「当社ならではの強み」を  
活かし、ユーザー視点で、家電製品と通信を融合した商品を創出していくことです。

10月に行われたCEATECでお披露目した通り、  
「RoBoHoN」のようなAIとIoTを組み合わせた新しい家電を立ち上げています。

日本・アジアを主戦場として、商品の革新に取り組むとともに、  
アジアを含めた最適地生産の検討を行います。

# (コンシューマーエレクトロニクス) デジタル情報家電

	2015年度						(単位:十億円) 2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	167.3	-21.0%	172.6	-16.1%	340.0	-18.6%	170.0	200.0	370.0
内:液晶テレビ	154.6	-18.2%	155.3	-14.1%	310.0	-8.1%	160.0	180.0	340.0
営業利益	-15.0	-	2.0	-	-13.0	-	-9.0	6.0	-3.0
(利益率)	(-9.0%)		(1.2%)		(-3.8%)		(-5.3%)	(3.0%)	(-0.8%)

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 21.0%の減収</li> <li>営業利益: 153億円の減益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 300億円下方修正</li> <li>営業利益: 100億円の下方修正</li> </ul>

**SHARP**

23

次のスライドは、コンシューマーエレクトロニクスのデジタル情報家電です。

国内では液晶テレビの販売が伸長しましたが、  
中国の景気低迷の影響等もあり、売上高は前年同期を下回りました。

営業利益については、中国における流通在庫対策等、  
構造改革を積極的に推進したことから期初の公表値を下回りましたが、  
第2四半期は黒字に転換しました。

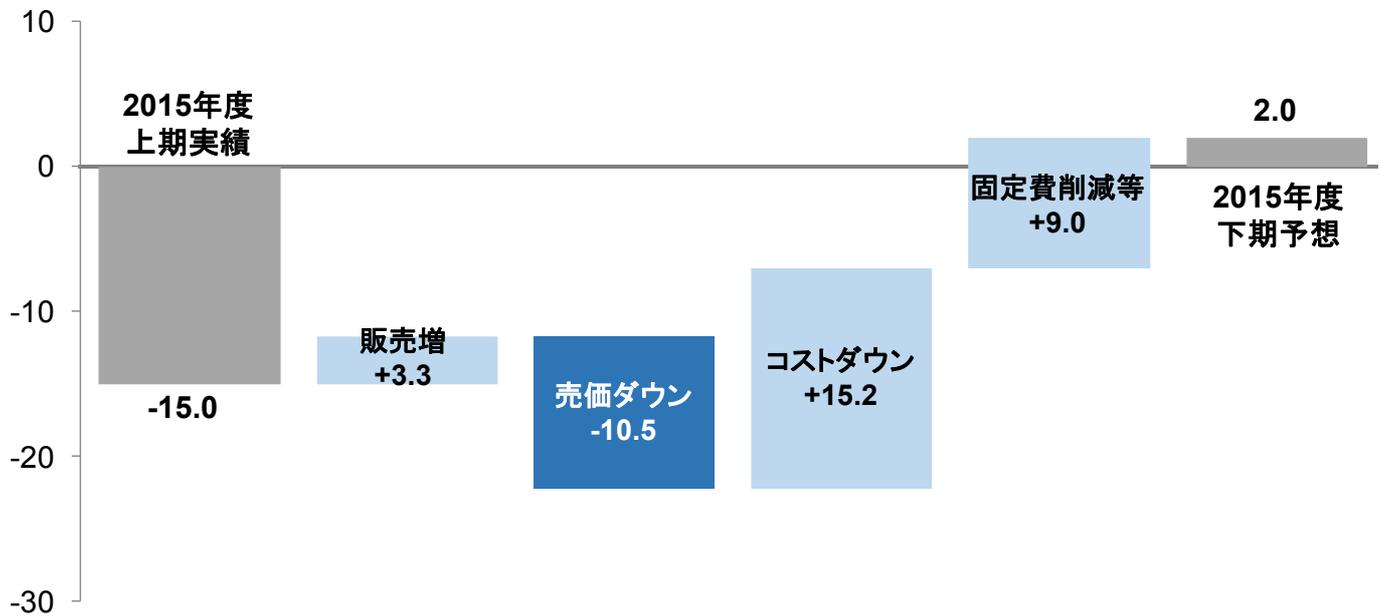
液晶テレビ事業については、4Kテレビの商品ラインアップを拡充するなど、  
引き続き、高付加価値モデルの拡大を進めています。  
その取り組みの成果として、国内においては4Kテレビのシェアが大幅に拡大しました。  
この取り組みをアジアを中心とする海外にも展開していきます。

通期予想については、売上高、営業利益とも修正しています。

# (コンシューマーエレクトロニクス) デジタル情報家電

## 2015年度下期の営業利益差異分析(上期実績/下期予想)

(単位:十億円)



**SHARP**

24

次のスライドをご覧ください。

下期営業利益は、中国経済の減速長期化や価格競争の激化等を考慮し、見直しを行っています。

上期実績との比較では、価格競争激化による売価ダウン等を織り込む一方、国内液晶テレビの販売増や、コストダウン、構造改革効果を加えた固定費削減等の取り組みにより、約170億円の利益改善を図り、安定した収益構造の構築に努めます。

# (コンシューマーエレクトロニクス) 通信

(単位:十億円)

	2015年度						2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	117.6	-1.6%	92.3	-29.1%	210.0	-15.9%	120.0	120.0	240.0
内:携帯電話	83.5	-2.8%	76.4	-29.0%	160.0	-17.4%	96.2	98.8	195.0
営業利益	10.5	+46.1%	4.4	-47.5%	15.0	-4.8%	4.0	7.0	11.0
(利益率)	(8.9%)		(4.9%)		(7.1%)		(3.3%)	(5.8%)	(4.6%)

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 1.6%の減収</li> <li>営業利益: 46.1%の増益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 300億円下方修正</li> <li>営業利益: 40億円の上方修正</li> </ul>

**SHARP**

25

次に、通信については、

上期は、携帯電話市場の販売減等により減収となりましたが、営業利益については、コストダウンの推進や固定費削減等から、46.1%の増益となり、8.9%の営業利益率を確保することができました。

携帯電話事業については、

独自特長仕様「エモパー」や、カメラ、ディスプレイ等のスペック、デザインを強化したモデルの市場投入、新世代ケータイのマルチキャリア展開、MVNO端末の拡大などで、差別化を図ってまいります。

通期予想は、国内携帯電話市場の競争激化を見込み、売上高を下方修正しています。一方、営業利益については、上期の実績や新規事業の立ち上げ等を織り込み、上方修正しています。

# (コンシューマーエレクトロニクス) 健康・環境

(単位:十億円)

	2015年度						2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	150.5	-7.5%	169.4	+11.3%	320.0	+1.6%	165.0	175.0	340.0
営業利益	2.5	-67.3%	11.4	+40.3%	14.0	-12.1%	6.0	8.0	14.0
(利益率)	(1.7%)		(6.8%)		(4.4%)		(3.6%)	(4.6%)	(4.1%)

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高：7.5%の減収</li> <li>営業利益：67.3%の減益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高：200億円下方修正</li> <li>営業利益：変更なし</li> </ul>

**SHARP**

26

続いて、健康・環境では、

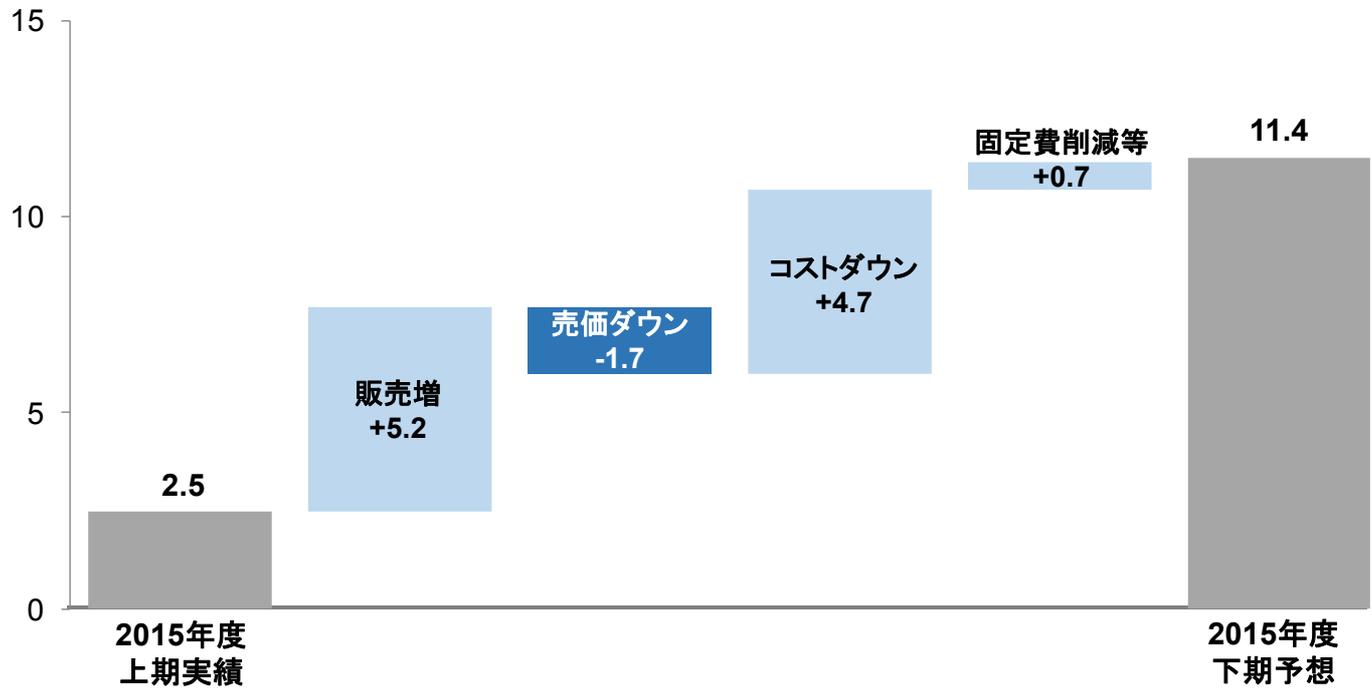
上期は、国内で季節商品の販売低迷や中国での空気清浄機需要の減少により、売上が減少しました。また、円安による国内販売の収益悪化が重なり、減収減益となりました。

通期予想につきましては、上期実績を踏まえて売上高を修正しますが、電気無水鍋「ヘルシオ ホットクック」のような新規カテゴリー商品の市場投入、空気清浄機などPCI関連商品の販売拡大、モデルミックスの改善、コストダウンの推進や構造改革効果による下期の収益改善を織り込み、営業利益は据え置いています。

# (コンシューマーエレクトロニクス) 健康・環境

## 2015年度下期の営業利益差異分析(上期実績/下期予想)

(単位:十億円)



**SHARP**

27

次のスライドをご覧ください。

下期営業利益予想における上期実績との比較では、  
ご説明しましたとおり、新製品やPCI関連商品の販売拡大に加え、  
コストダウンや固定費削減の取り組みを強化することで、  
上期比で約90億円の営業利益の改善を図ります。

# エネルギーソリューション

(単位:十億円)

	2015年度						2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	78.7	-44.9%	101.2	-20.8%	180.0	-33.5%	80.0	100.0	180.0
営業利益	-2.6	-	5.6	-	3.0	-	1.0	4.0	5.0
(利益率)	(-3.4%)		(5.6%)		(1.7%)		(1.3%)	(4.0%)	(2.8%)

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 44.9%の減収</li> <li>営業利益: 23億円の減益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 変更なし</li> <li>営業利益: 20億円下方修正</li> </ul>

足元の取り組み  
／成果

- ・ソリューション事業の基盤強化(「直流エアコン」開発、蓄電池販売拡大)
- ・タイEPC事業拡大に向けた新会社の設立
- ・国内住宅用ソーラー事業の強化(業界トップクラスの変換効率19%を達成した太陽電池モジュールを商品化)

SHARP

28

次はエネルギーソリューションです。

売上については、事業ポートフォリオの見直しや構造改革を積極的に行っており、取り組みの一環として、前年度に米国太陽光発電開発子会社を売却したことなどから、減収となりました。

営業利益については、ポリシリコンの評価替えを行ったため上期では赤字が残りましたが、サプライチェーンの見直し等、構造改革の推進効果もあり、第2四半期は黒字転換することができました。

こうした中、蓄電池の販売を拡大する一方、直流エアコンを開発するなど、国内ソリューション事業拡大に向けた取り組みを着実に推進しています。また、アジアでのEPC事業拡大に向けタイに新会社を設立するなど、各国、地域に合ったエネルギーソリューション事業拡大に向けた取り組みも進捗しています。

通期予想については、営業利益を見直しています。

# ビジネスソリューション

(単位:十億円)

	2015年度						2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	172.3	+3.8%	177.6	+0.2%	350.0	+1.9%	165.0	185.0	350.0
営業利益	16.7	+5.2%	19.2	+25.2%	36.0	+15.0%	15.0	18.0	33.0
(利益率)	(9.7%)		(10.8%)		(10.3%)		(9.1%)	(9.7%)	(9.4%)

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 3.8%の増収</li> <li>営業利益: 5.2%の増益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 変更なし</li> <li>営業利益: 30億円上方修正</li> </ul>

足元の取り組み  
／成果

- 既存事業の堅調な拡大(フルカラー複合機を3年ぶりにモデルチェンジ)
- BIG PADを文教系に拡大(立命館大学に導入)
- 成長の鍵となるロボティクス事業の展開(警備、コンシェルジュ、業務用掃除機等)

SHARP

29

次のスライドは、ビジネスソリューションです。

売上は、海外のカラー複合機の伸長により、前年同期を3.8%上回りました。

利益についても、モデルミックスの改善等から、前年同期を5.2%上回り、営業利益率では9.7%を確保することができました。

今後の戦略として、3年ぶりにモデルチェンジを行ったカラー複合機の販売比率向上やソリューション販売の拡大、ITサービスの立ち上げを行います。

また、次の成長に向けたロボットビジネスなど、新規事業の取り組みを推進します。

通期予想は、新製品投入によるモデルミックスの改善を見込み、営業利益を上方修正しています。

# 電子デバイス

(単位:十億円)

	2015年度						2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	243.2	+62.4%	286.7	-1.7%	530.0	+20.1%	200.0	280.0	480.0
営業利益 (利益率)	8.0 (3.3%)	-	9.9 (3.5%)	3.2倍	18.0 (3.4%)	26.6倍	3.0 (1.5%)	7.0 (2.5%)	10.0 (2.1%)

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 62.4%の増収</li> <li>営業利益: 104億円の増益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 500億円上方修正</li> <li>営業利益: 80億円上方修正</li> </ul>

足元の取り組み  
／成果

- カメラモジュール事業の堅調な拡大(前同比+92%)
- 高付加価値分野へのシフトによる競争力強化
  - カラー暗視カメラの特長が生かせる分野へ販売開始
  - 埃/PM2.5/環境など新規センサ群の立ち上がり

SHARP

30

続いて、電子デバイスでは、  
売上は、モバイル機器向けカメラモジュールが大幅に伸長し、  
前年同期比で6割を超える増収となりました。

営業利益は、売上増に加えて、構造改革やコストダウン効果から、  
前年同期比104億円の増益となり黒字転換しました。

中期経営計画で掲げた付加価値領域へのシフトについても、  
ユーザーへのデザインインや拡販活動により、監視・暗視・車載カメラや  
埃センサ、PM2.5センサなどで着実に成果が出ています。

引き続き、既存事業の維持拡大やデバイスビジネスから成長領域である  
ソリューションビジネスへのシフトを加速します。  
また、アセットライトの推進により、事業の選択と集中を図り、競争力強化に取り組めます。

通期予想については、カメラモジュールの好調な販売や高付加価値モジュールの  
販売拡大を見込み、売上高、営業利益とも上方修正しています。

# ディスプレイデバイス

(単位:十億円)

	2015年度						2015年度		
	上期	前同比	下期予想	前同比	通期予想	前年比	5/14予想		
							上期	下期	通期
売上高	391.1	-15.1%	478.8	+7.3%	870.0	-4.1%	480.0	520.0	1,000.0
営業利益 (利益率)	-26.4 (-6.8%)	-	-3.5 (-0.7%)	-	-30.0 (-3.4%)	-	8.0 (1.7%)	37.0 (7.1%)	45.0 (4.5%)

※セグメント(プロダクトビジネス・デバイスビジネス)間の内部売上高又は振替高を含んでいます。

2015年度上期実績 (前同比)	2015年度通期予想 (5/14予想比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 15.1%の減収</li> <li>営業利益: 473億円の減益</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上高: 1,300億円下方修正</li> <li>営業利益: 750億円下方修正</li> </ul>

足元の取り組み  
／成果

- PC分野の売上拡大に道筋、スマホ大手顧客に参入
- 調達改革、設計/顧客提案体制改革による変動費削減
- 高付加価値パネルの拡大(「シースルーディスプレイ」、「曲面型FFD」発表、Kymeta社(米国)と衛星通信向けアンテナを共同開発等)

SHARP

31

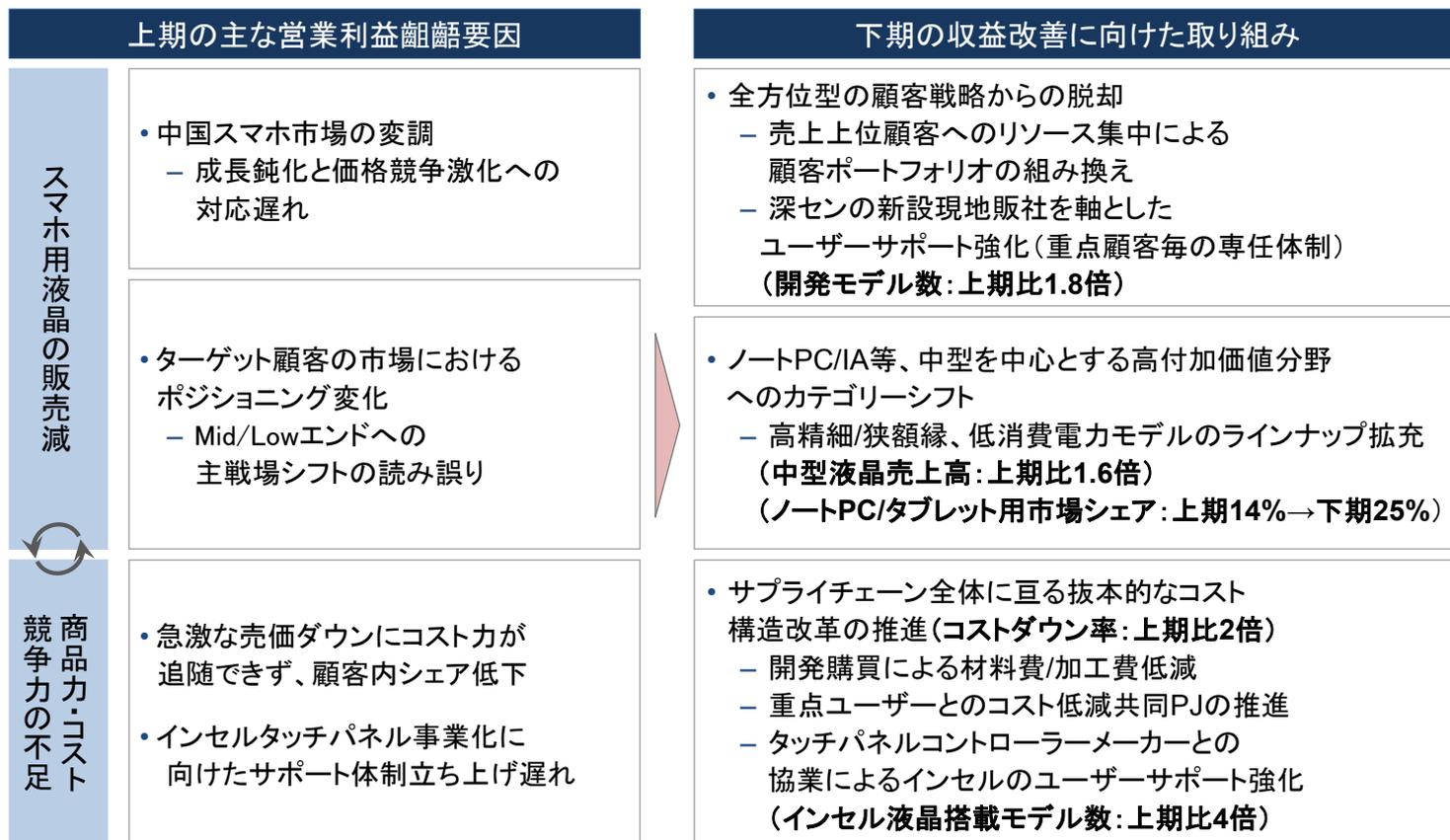
最後はディスプレイデバイスです。

中国市場向けスマートフォン用中小型液晶の販売減や競争激化による価格下落の影響を受け、大幅な減収減益となりました。

下期には大幅な収益改善を見込んでいるものの、今後の市場環境等、様々なリスクを考慮し、通期予想を、売上高、営業利益とも下方修正しています。

# ディスプレイデバイス

## 2015年度上期の主な営業利益齟齬要因と下期の収益改善策



SHARP

32

次のスライドは、上期の主な営業利益齟齬要因と下期の改善策をまとめたものです。

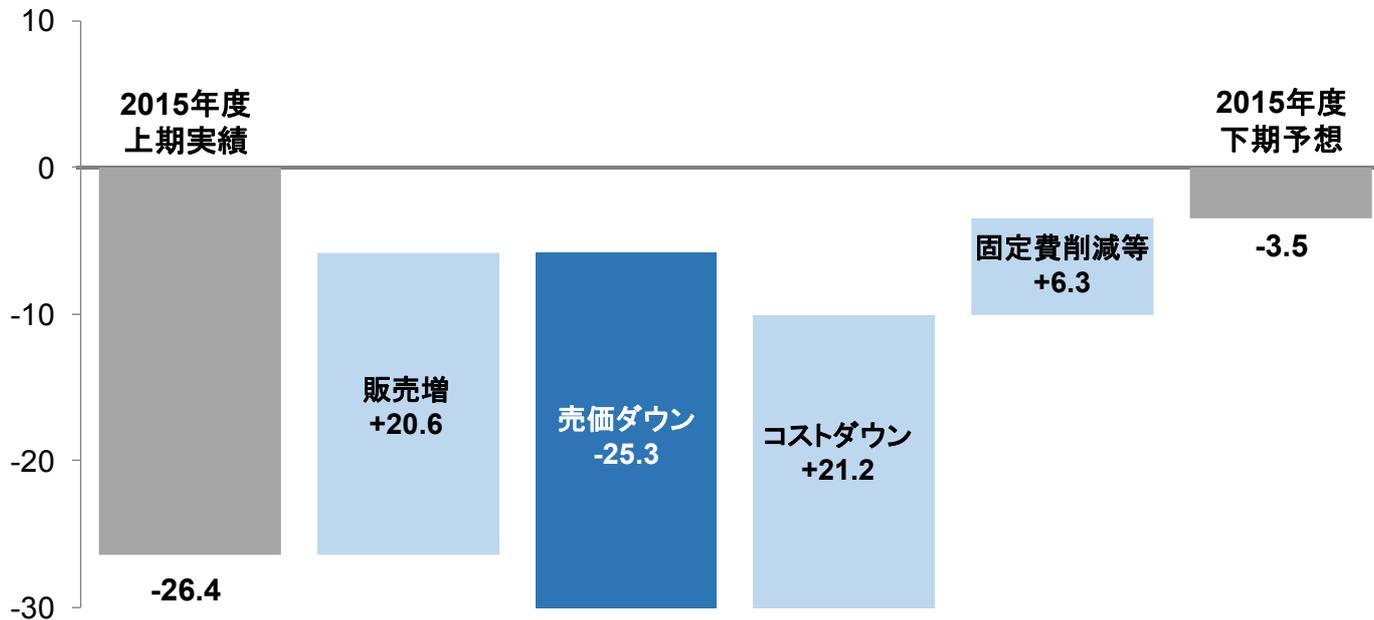
上期におけるディスプレイデバイスの主な営業利益齟齬要因は、スマートフォン用液晶の販売減と商品力、コスト競争力の不足でした。

下期の収益改善に向けた取り組みとして、重点ユーザーへのリソース集中やユーザーサポートの充実を図るとともに、付加価値の高い中型液晶分野へのカテゴリーシフトを行います。加えて、中期経営計画でも申し上げたサプライチェーン全体に亘るコスト革新、構造改革を推進していきます。

# ディスプレイデバイス

## 2015年度下期の営業利益差異分析(上期実績/下期予想)

(単位:十億円)



**SHARP**

33

次のスライドをご覧ください。

下期についても、大幅な売価ダウンや競争激化等、引き続き厳しい事業環境が見込まれますが、先ほど申し上げた取り組みを着実に推進し、上期比で約230億円の営業利益改善を図ります。

今期業績の大きな齟齬要因である当事業については、当社の技術優位性を活かした安定顧客の獲得と高付加価値パネルの拡大により、安定的な収益の創出に取り組めます。

## IV. 補足資料

なお補足資料として、主要商品販売高、設備投資、減価償却費等の実績をまとめておりますのでご確認ください。

最後に、本日説明の通り、当第2四半期の業績は、第1四半期比では改善したものの期初公表値を下回る厳しい結果となりました。

当社は依然、厳しい経営状況にありますが、引き続き様々な構造改革の取り組みを加速させ、今回修正した通期公表値の必達に邁進してまいります。

# 主要商品販売高

(単位:十億円)

	2014年度			2015年度			
	上期	下期	通期	上期	下期予想	通期予想	前年比
液晶テレビ	189.1	180.8	370.0	154.6	155.3	310.0	-16.2%
台数(百万台)	3.60	3.43	7.03	2.99	2.90	5.90	-16.2%
携帯電話	85.9	107.6	193.6	83.5	76.4	160.0	-17.4%
台数(百万台)	2.41	3.15	5.56	2.26	1.73	4.00	-28.1%
冷蔵庫	47.9	45.6	93.5	48.2	48.7	97.0	+3.7%
エアコン	42.1	21.3	63.5	36.0	27.9	64.0	+0.7%
複写機・複合機	73.4	78.5	152.0	78.2	81.7	160.0	+5.2%
CCD・CMOSイメージャ	103.5	235.5	339.1	198.9	231.0	430.0	+26.8%

SHARP

35

# 四半期 主要商品販売高

(単位:十億円)

	2014年度				2015年度	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
液晶テレビ	85.7	103.3	104.3	76.5	64.1	90.5
台数(百万台)	1.73	1.86	1.74	1.68	1.41	1.58
携帯電話	49.6	36.2	64.1	43.5	44.1	39.4
台数(百万台)	1.23	1.17	1.79	1.35	1.01	1.25
冷蔵庫	23.9	24.0	22.1	23.4	23.0	25.1
エアコン	23.6	18.4	8.0	13.3	20.6	15.3
複写機・複合機	34.3	39.1	38.2	40.3	37.2	40.9
CCD・CMOSイメージャ	38.8	64.7	129.3	106.2	110.8	88.0

SHARP

36

# 設備投資・減価償却費等

(単位:十億円)

	2014年度			2015年度			
	上期	下期	通期	上期	下期予想	通期予想	前年比
設備投資	31.2	31.3	62.6	20.9	39.0	60.0	-4.2%
内:液晶	12.9	19.0	31.9	8.9	19.0	28.0	-12.4%
減価償却費	49.9	52.6	102.6	33.7	46.2	80.0	-22.0%
研究開発費	65.8	75.1	141.0	68.6	71.3	140.0	-0.7%

(単位:円)

為替レート	2014年度			2015年度	
	上期	下期	通期	上期	下期予想
米ドル	102.05	115.83	108.94	120.80	120.00
ユーロ	137.41	137.14	137.28	133.57	135.00

# 四半期 設備投資・減価償却費等

(単位:十億円)

	2014年度				2015年度	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
設備投資	14.5	16.6	9.3	22.0	9.7	11.1
内:液晶	5.7	7.1	4.3	14.7	3.8	5.1
減価償却費	24.4	25.5	26.5	26.0	18.0	15.7
研究開発費	34.4	31.4	38.1	37.0	36.3	32.3

(単位:円)

為替レート	2014年度				2015年度	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
米ドル	101.16	102.93	113.55	118.10	120.37	121.24
ユーロ	138.56	136.26	141.59	132.68	132.66	134.48

# 地域別 海外売上高

上段: 売上高 (十億円)  
下段: 構成比 (%)

	2014年度			2015年度
	上期	下期	通期	上期
米州	165.6 19.9%	155.2 15.8%	320.9 17.7%	160.0 18.0%
欧州	71.4 8.6%	71.0 7.2%	142.5 7.8%	69.9 7.8%
中国	487.8 58.6%	653.0 66.3%	1,140.8 62.8%	554.3 62.2%
その他	107.7 12.9%	105.6 10.7%	213.4 11.7%	106.4 12.0%
合計	832.7 100.0%	985.1 100.0%	1,817.8 100.0%	890.7 100.0%