

# スマートライフ

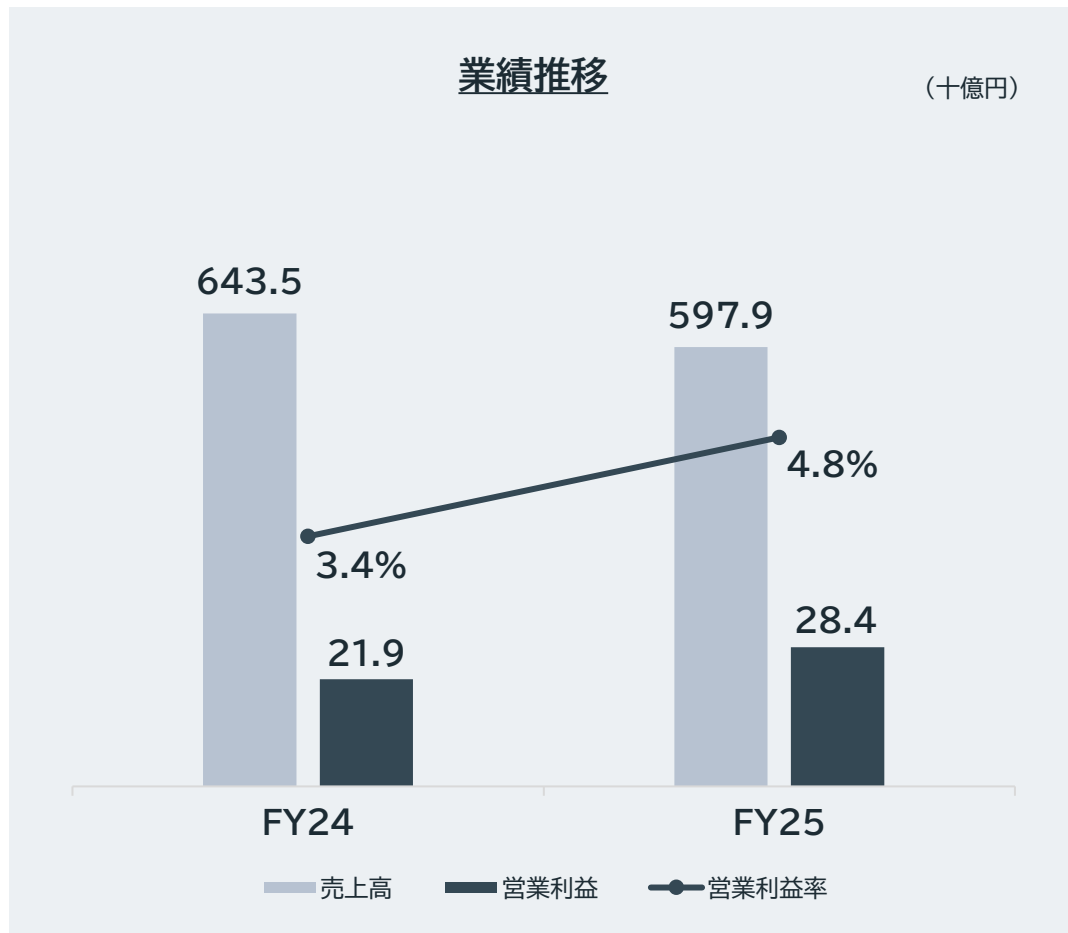
常務執行役員 Co-COO  
兼 スマートライフビジネスグループ長

菅原 靖文



# FY2025の振り返り

市況の低迷や競争環境の激化などにより減収となるも、  
**米国キッチン事業やB2B事業の伸長**に加え、構造改革効果などにより増益を確保



### 主な増減要因

- ASEANの天候影響に伴う市況低迷によりエアコンの販売が減少
- 国内ドラム式洗濯機事業において、競争環境の激化により販売が減少
- + 米国キッチン事業が継続的に拡大
- + アイススラリー冷蔵庫や法人向け調理機器など、B2B事業が拡大
- + テレビ事業およびエネルギーソリューション事業における構造改革効果

## AIoTサービスの深化、B2B事業拡大、ブランディングの強化を継続推進

### AIoT

AIoT本格拡大に向けた基盤を構築

- 生成AI対応商品の発売、商品別の顧客データ基盤を統合
- 他社連携による新サービスの立ち上げ
- クラウドHEMSサービス「COCORO ENERGY」のAI制御で電気料金プラン・売電価格に合わせた蓄電池や給湯器の最適制御を実現

### B2B

継続的な取り組みが成果に

- アイススラリー冷蔵庫の発売
- テレビのMIFを活用したデータビジネスの拡大
- 蓄電所EPC事業の拡大

### ブランディング

グローバルでブランディングを推進

- 国内 省エネ大賞 省エネルギーセンター会長賞受賞(ドラム式洗濯機・テレビ)
- 米国 KBISに高速オーブンを出展、4メディアで受賞
- 米、独、豪 “宇宙”をテーマとした展示会への出展



# FY2026事業計画

事業変革を加速し、選ばれるメーカーへ。  
 AIoT・B2B強化と収益基盤の確立で持続的成長を実現

環境認識

中期経営計画の前提から、事業環境が激変

- 中国企業との競争の熾烈化
  - ✓ 中国企業がグローバルで価格攻勢
  - ✓ 日本ブランドと中国メーカーとの提携が進展
  
- 量販店/小売り店における自社ブランド展開の拡大
  - ✓ プライベートブランド展開、家電事業の買収
  
- 外部環境悪化に伴うコスト増
  - ✓ メモリー/SSD価格の高騰
  - ✓ 中東情勢悪化に伴う樹脂の高騰、銅やアルミの高騰
  - ✓ 円安の定着



今後の方向性

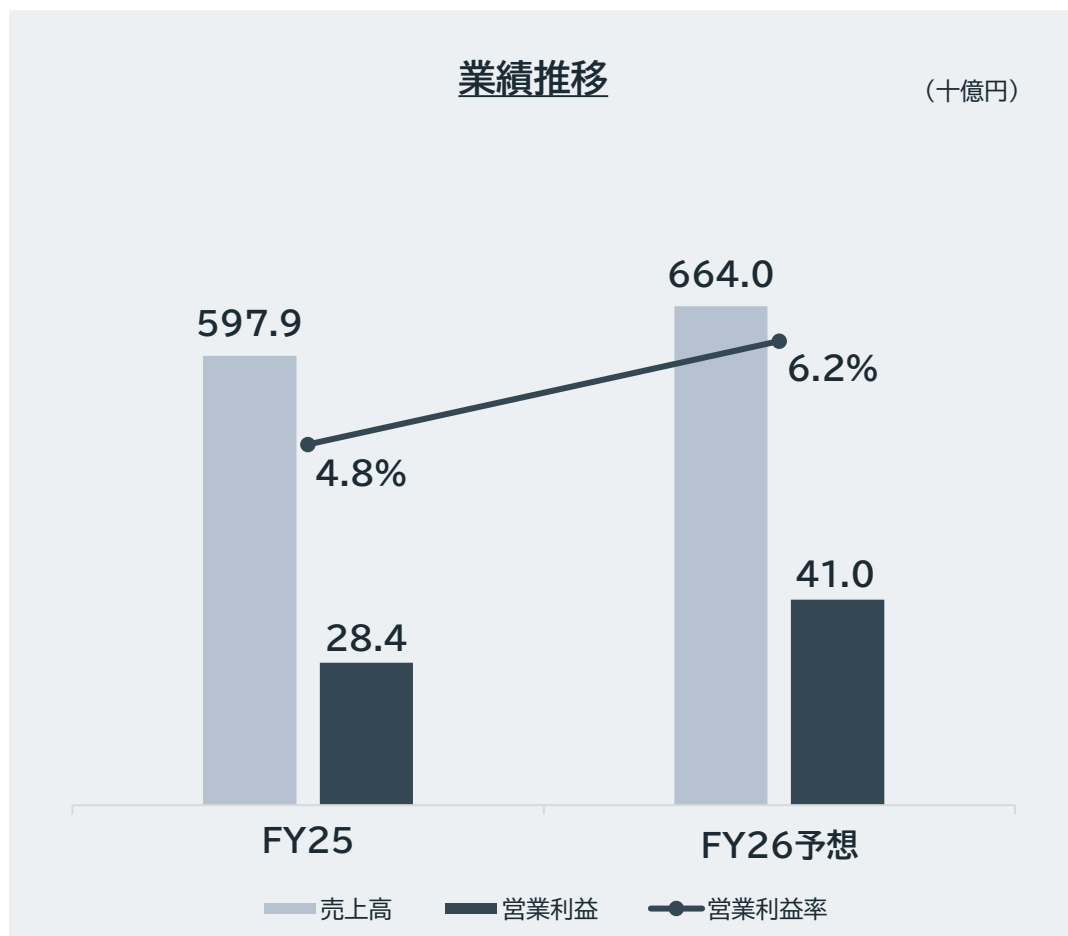
事業変革の加速

- ✓ AIoTの本格拡大・収益化
- ✓ 技術力・顧客接点・課題解決力を強みとした  
**B2B事業**の拡大

収益基盤の強化

- ✓ 高付加価値化の加速、**新規カテゴリー**の創出
- ✓ **グローバル**での事業拡大
  - 注力地域の継続拡大
  - 市場成長余地の大きい地域の開拓
- ✓ **ブランディング**の強化

## 白物家電を中心に成長を牽引し、グローバルで増収増益を実現

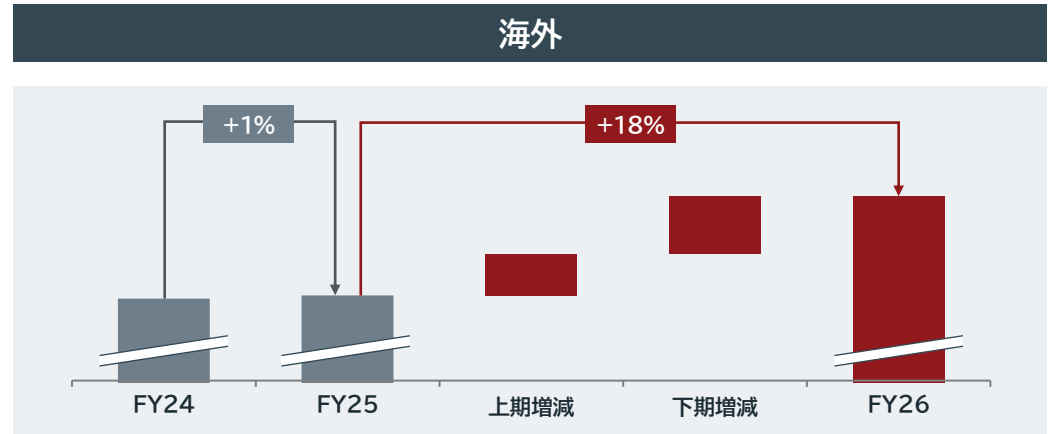
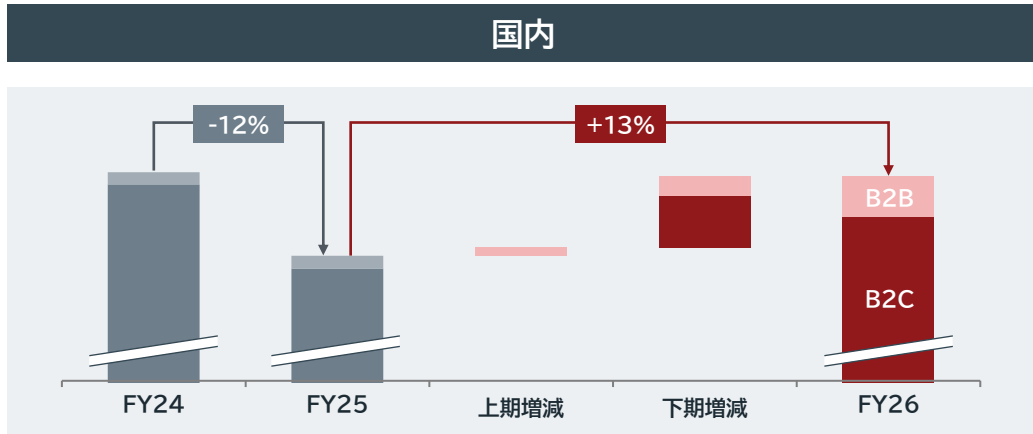


### 主な増減要因

- + ASEANにおけるエアコンの販売拡大
- + 国内エアコン事業において、ラインアップ強化および省エネ基準改正に伴う駆け込み需要の取り込みにより、販売を拡大
- + 国内ドラム式洗濯機事業において、コンパクトモデル帯の高付加価値商品を軸に販売を回復(前年下期に新商品投入以降、好調に推移)
- + 米国キッチン事業の拡大
- + エネルギーソリューションにおけるEPC事業の拡大

競争が激化している国内では、**高付加価値モデルのラインアップ強化**により販売を挽回。  
海外では、**大型化、ドラム洗・全自洗へのシフト**により販売拡大を目指す

売上高推移



概況/  
主な取り組み

**B2B**

- 排水レス循環型洗濯システムの事業化
- 業務用掃除機の立ち上げ(協業先へ納入開始)

---

**B2C**

- 他社参入により、ドラム式洗濯機コンパクトモデル帯の販売が減少したが、8kg高付加価値モデルを投入した  
**25年11月以降は反転し、足元も好調**
- 引き続き、**高付加価値モデルのラインアップ強化**を図るとともに、**プロモーションの強化**に取り組み、売上挽回を目指す

ドラム式洗濯機 コンパクトモデル帯  
売上金額前同比較

Year	Percentage (%)
FY24L	75.0%
FY24F	84.7%
FY25L	84.2%
FY25F	147.1%

**ASEAN**

- 洗濯機の普及(率)向上に伴い、販売台数も伸長。インドネシア、フィリピンでは、中間層の増加とともに普及率が上昇すると予測
- パートナーとの協業により、大型化の推進。特長、高級感のあるデザインを織り込みブランディングを強化
- 二槽洗中心からドラム洗・全自洗にシフト

---

**中近東  
アフリカ**

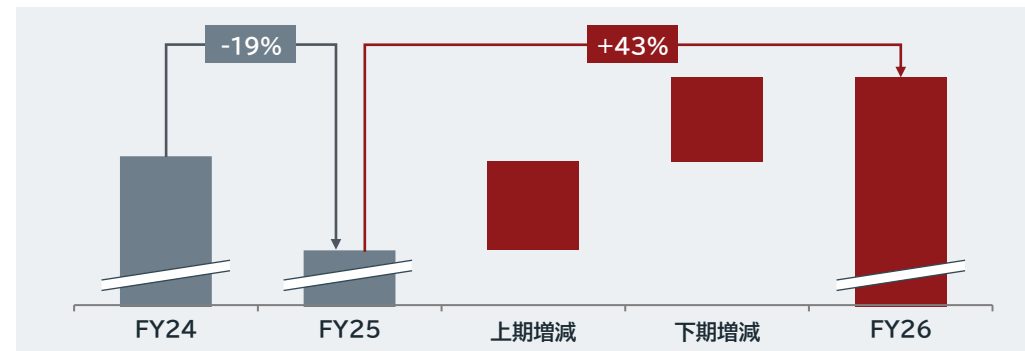
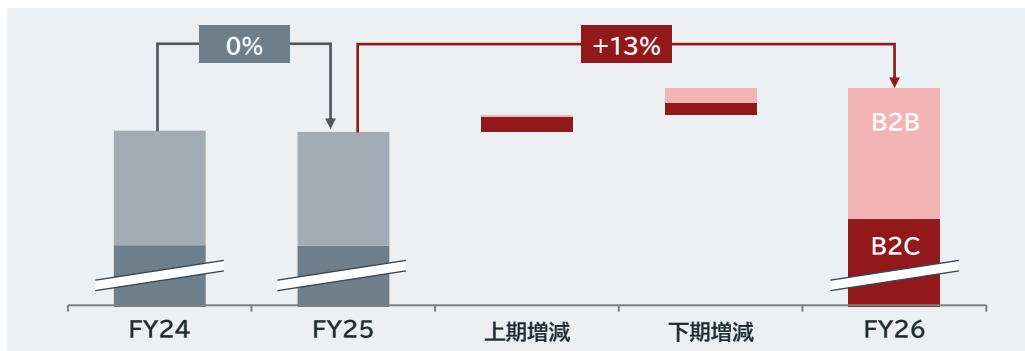
- ドラム洗
  - エルアラビ生産×SKD※活用により、エジプトでのビジネス拡大
  - 関税優遇国からの部材調達拡大

国内は、省エネ基準改定に伴う市場機会の獲得と収益成長。  
海外は需要の回復を取り込み、販路の多角化を推進し強固な地盤を獲得する

国内

海外

売上高推移



概況/  
主な取り組み

- 共通**
  - ・ 27年度省エネ基準改定に伴う需要増を取り込む

---

- B2B**
  - ・ 住宅設備チャンネル向けの販売拡大

---

- B2C**
  - ・ 新規特長商品の拡売
    - ファンに超親水ナノコーティングを採用
    - カビの除菌性能を有することに加え、ファンの表面に残った水分を薄く広げることで速乾性を高め、カビ増殖の根本原因となる水分やホコリの付着を抑制
    - プラズマクラスター搭載、設置性に優れたコンパクト設計

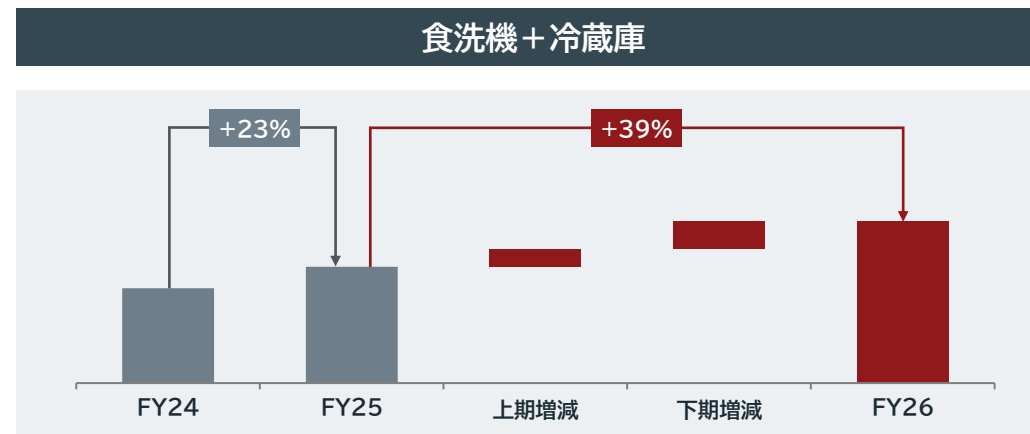
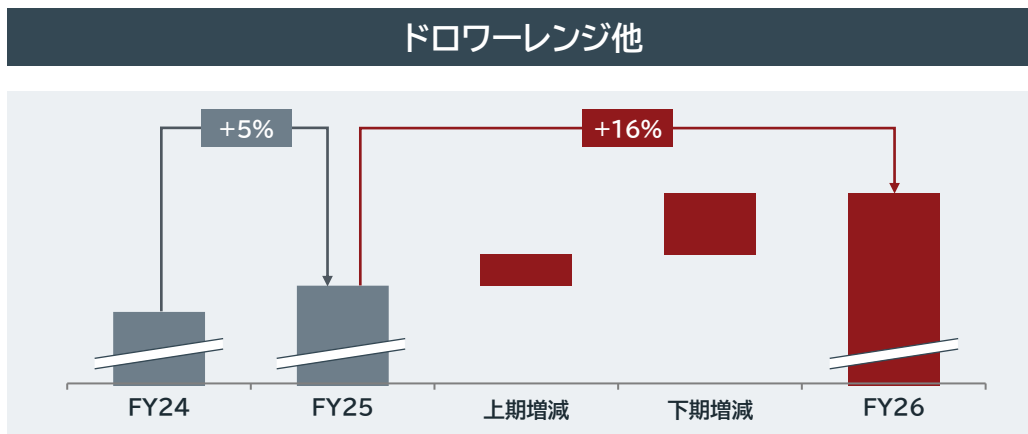
- ASEAN**
  - ・ エルニーニョ現象により気温が高いと予測。4-5月の気温は昨年度と比較し上昇傾向にある
  - ・ 空質改善、掃除機能、省エネなど高付加価値のラインアップを展開
  - ・ 天候影響リスク低減に向けて B2B販路拡大、EC・ライブコマースによるオンライン販売拡大
  - ・ ベトナム北部など当社空白地域の販路開拓

---

- 北米**
  - ・ 商品ラインアップ拡充(Airest/掃除機能等)
  - ・ 新規代理店開拓

当社強みのドローレンジをさらに強化、商品カテゴリーの充実により拡大を目指す

売上高推移



概況/  
主な取り組み

商品

- 特長商品の継続投入、組合せによりキッチンパッケージを強化
  - ドローレンジのバリエーション強化  
従来のステンレスに加え、白、黒モデルを追加  
次世代ドローレンジの導入
  - 高速オープンの訴求
- ニーズが高まるコンパクトキッチンに対応した製品で差別化。  
幅45cmの食洗機、60cmのコンロ、電子レンジに加え、  
60cmの冷蔵庫を新規投入
- “シニアでも使いやすいUIの追求”や“若年層にむけたラインアップ強化”  
によりユーザー層を拡大



販路

- ビルダークルへの直販強化
- 西海岸チャネルの重点強化

## 重点施策の進捗状況

生成AIの活用により、『家電』と『人』との関係が深化。  
 “顧客の嗜好” や “機器の状態” に合わせ、提案から実行までサポート

生成AI対応  
機器/サービス

**取り組み**

5カテゴリー：出荷台数**18万台以上**

 ヘルシオ + クックトーク 献立決め・下ごしらえ・ 家電設定まで 調理をフルサポート	 ドラム洗・冷蔵庫・エアコン + COCORO HOME AI 最適な洗い方、 食材保存方法、 お手入れ方法等を支援	 テレビ + AQUOS AI 画面上の対話を通じて、 おすすめ番組検索や テレビの使い方を相談
--	---	---

2016年以降発売のAIoT対応機種にもサービス拡大（2026年2月）



**主な反響/結果**

家電&AIへの 愛着が醸成	> COCORO HOME AI 利用率※ <b>約85%</b> > 1日に <b>20回</b> 以上トークを利用するコア層が存在 > 利用時の課題が解決され、機器の使いこなしと家事能力の向上に寄与 <small>※ ネットワーク接続後、トーク利用率</small>
コールセンターへの 問い合わせが減少	> 「操作・お手入れの方法」、「機器仕様」に関する 問い合わせが <b>約30%減少</b> ※ <small>※ 昨年度同等モデル比</small>
過去機種への サービス拡大	> <b>約5,000人</b> のユーザーが利用 <small>※ 26年2月19日～5月31日</small>

顧客データ  
基盤

**取り組み**

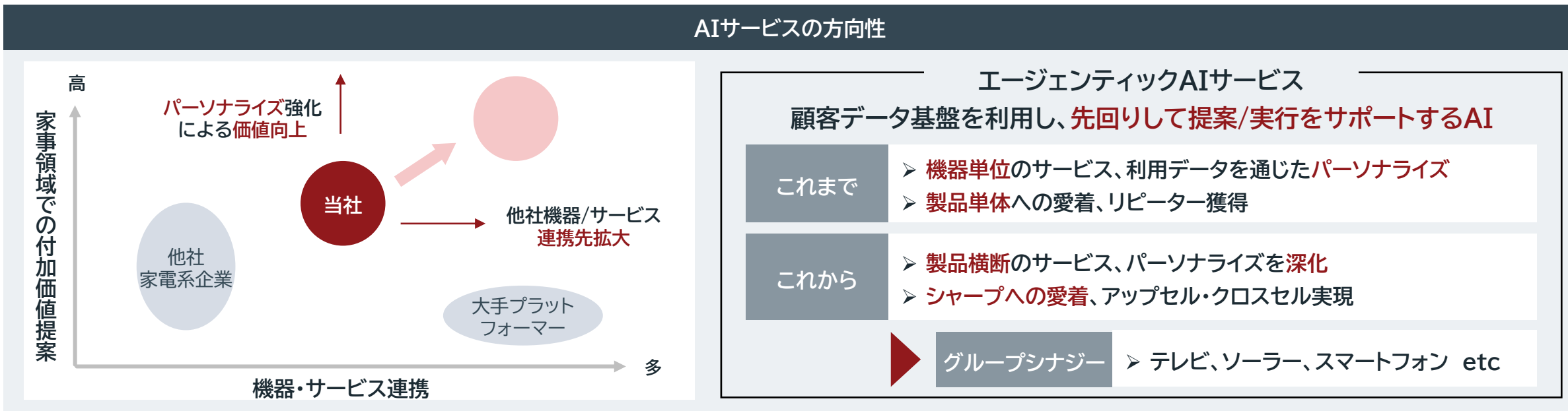
- > 商品別に分断していた**顧客データを統合**
- > 顧客データを分析し、**消耗品販売に向けターゲティング検証**  
 - 空気清浄機プラズマクラスターイオン発生ユニット/各種フィルタの利用時間・残量を分析し対象者へ発信



**主な反響/結果**

購入単価や 購入個数がUP	> 1人あたり購買個数が <b>約30%増加</b> ※ > 平均客単価が <b>約50%向上</b> ※ <small>※ ターゲティング対象/非対象差</small>
------------------	---

## AIサービス事業での収益化に向けた本格展開。 「次もシャープ、次はシャープ」を実現



収益化	AIサービス	クロスセル	過去機種への対応	アフターサービス
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 日々、ユーザーの特性や暮らしに合った最適な提案を実施</li> <li>- トーク数に応じた課金体系を導入予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 機器保有状況に応じて、見込客を推測、複数機器の提案を実施</li> <li>- メール案内だけでなく、アプリからも案内</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 過去機種ユーザーにも、有料でAIサービス利用可能に</li> <li>- テスト導入のヘルシオに加え、他製品にも展開予定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 使用歴に応じて消耗品販売及びクリーニングサービスを案内</li> <li>- AIが故障内容を判断し、早急な修理対応が可能</li> </ul>

幅広い産業の顧客課題および市場ニーズに対し、  
これまで積み重ねた**経験と技術**でソリューションを創出



### 当社アセット

お客様とのすり合わせ経験/ ノウハウの蓄積	過熱水蒸気	冷蔵・冷凍 ソリューション
排水レス 循環型洗濯システム	非接触 ヘルスケアセンシング	AIoT プラットフォーム
プラズマクラスター	表示デバイス	生成AIアプリ



企業単位で  
スマートワークプレイスBGとも連携





### 現場の課題

生活サービス (飲食・宿泊)	住まい・建設	介護・福祉
教育	流通・小売	情報通信 エネルギー
モビリティ (自動車・交通)	農業	公共サービス

### 具体的取り組み

① 暑熱対策・ヘルスケア



アイスラリー  
冷蔵庫

- ✓ 業種問わず多くの企業から、受注獲得
- ✓ 学校および学生スポーツチーム向け新サービスを2026年度より開始
- ✓ 法人ルート拡販の中核としてBG連携

② 災害対策・水不足



排水レス循環型  
洗濯システム

- ✓ 実証実験の成果を通じ、被災地・水不足地域での活用に期待感有り
- ✓ 2026年度中の事業化へ向け推進中

③ 電気代対策・省エネ




電力会社

DR制御ソリューション

- ✓ 実証実験で約33.5%の消費電力削減効果を確認、「節電効果」と「快適性」の両立を実証
- ✓ 採用拡大に向けて商談推進

Copyright © All rights reserved, SHARP CORPORATION

14

プロモーション活動と並行して、サービス基盤の強化を推進。  
**安心感・信頼感をブランド価値として確立**

各種受賞を通じた信頼獲得

国内	「HiViグランプリ 2025」金賞 他（有機ELテレビ） 「mybest AWARD 2025」最優秀賞（ドラム式洗濯機） 「家電大賞 2025-2026」金賞（空気清浄機・サーキュレーター） 「BabyTech Awards 2025-26 育児家事向け家電部門」大賞（エアコン）
海外	「Webtretho※1 Awards2025」最優秀賞（ベトナム・空気清浄機） 「Reviewed Awards: KBIS※2 2026」他（米国・高速オーブン） 「2026 AHR※3 Expo Indoor Air Qualityカテゴリー」 イノベーションアワード（米国・エアコン）
デザイン	グッド・デザイン賞（ドラム洗・トースター・todokuto・TV） iFデザインアワード（ドラム洗・コンテナランドリー事業・空気清浄機）



関係価値向上に向けた取り組み

➤ コミュニケーション強化

- プロモーション活動を推進し、ブランド価値向上
- オウンドメディア(SNS/YouTube)積極活用
- AIサービスを通じた双方向コミュニケーションを拡大



➤ サービス価値向上

- 全国各地にサービス拠点を持つサポート体制も強み
- 家電パーツ点検・消耗品販売・クリーニングなどの有償アフターサービスを拡充
- AIを活用による故障予測・故障原因特定で、訪問サービス効率を向上



➤ パートナーエンゲージメント(ASEAN)

- エアコン設置業者向けカンファレンスを開催し、現地パートナーとの信頼関係を強化
- イベント後も情報提供や相談窓口を整備し、長期的な協業関係を構築



## 収益基盤の強化を図るとともに、事業変革を加速する

### 事業変革の加速

選ばれるメーカーへ

- AIoTの本格拡大・収益化
- 技術力・顧客接点・課題解決力を強みとしたB2B事業の拡大

### 収益基盤の強化

収益基盤の確立で持続的成長

- 高付加価値化の加速、新規カテゴリーの創出
- グローバルでの事業拡大
- ブランディングの強化

ひとの願いの、半歩先。

**SHARP**