

中期経営計画

基本的な考え方

シャープは、ブランド事業に集中した事業構造の確立に向け、アセットライト化をはじめとする構造改革を推進し、ディスプレイ事業の赤字を縮小させるなど収益性の改善を進めるとともに、将来の成長に向けた布石を打ってきました。これを土台に、中期経営計画(2025～2027年度)では、1 ブランド事業のグローバル拡大と事業変革の加速、2 持続的な事業拡大を支える成長基盤の構築、3 成長をドライブするマネジメント力の強化の3点に重点的に取り組み、競争力の向上と財務基盤の強化を図ります。

これらの重点施策を着実に遂行することで、再び成長軌道へと舵を切ります。そして、将来の飛躍に繋がっていきたいと考えています。

将来の飛躍に向け、3つの重点取り組みを遂行し、再び 成長軌道へと舵を切る

FY2024
【構造改革】FY2025-2027
【再成長】FY2028-
【飛躍】

競争力の向上 / 財務基盤の改善

1 ブランド事業のグローバル拡大と 事業変革の加速

事業の
集中と転換ブランド事業への
積極投資

2 持続的な事業拡大を支える 成長基盤の構築

コア技術の
開発加速人への
投資の拡大

3 成長をドライブするマネジメント力の強化



中期経営計画の資料は下記をご覧ください。
https://corporate.jp.sharp/ir/event/policy_meeting/

最新の情報(決算情報)は下記をご覧ください。
<https://corporate.jp.sharp/ir/library/financial/>

2027年度の財務目標

シャープは、全社で安定的に収益を計上できる体質を構築し、2027年度には、営業利益800億円を目指します。

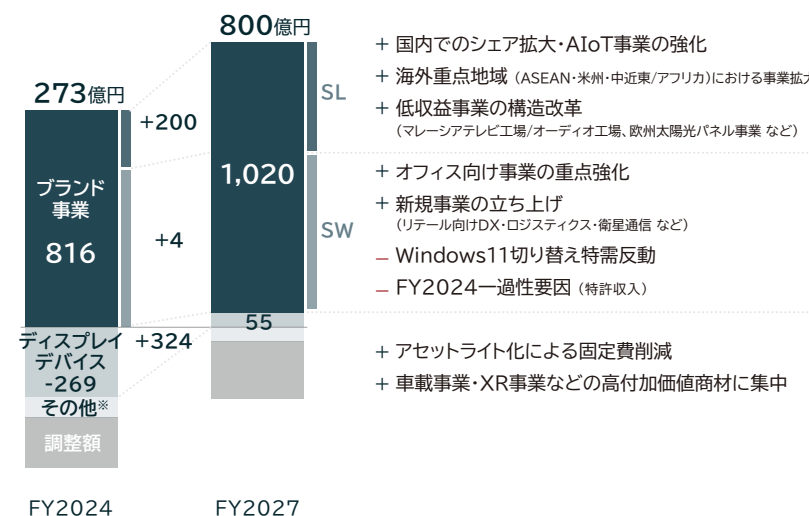
ブランド事業では、競争力のさらなる強化を図ることで、営業利益率7.0%の達成に挑戦します。

ディスプレイデバイス事業では、固定費の大幅な削減と高付加価値商材への集中を進め、黒字化を目指します。

FY2027財務目標

【全社】 営業利益	【ブランド事業】 営業利益率
800億円	【挑戦目標】 7.0%以上

営業利益の主な増減要因



※ 堺ディスプレイプロダクト、カメラモジュール事業、半導体事業
SL:スマートライフビジネスグループ SW:スマートワークプレイスビジネスグループ

基本戦略(重点取り組み)

1. ブランド事業のグローバル拡大と事業変革の加速

シャープは、今回の中期経営計画において、ブランド事業のグローバル拡大と事業変革を基本戦略の柱に据え、積極的な投資を展開していきます。2025年度より、ブランド事業を「スマートライフ」と「スマートワークプレイス」の2つのビジネスグループに再編しており、今後は、それぞれのグループにおいて、事業の「集中と転換」を進め、収益性と成長性の向上に取り組めます。

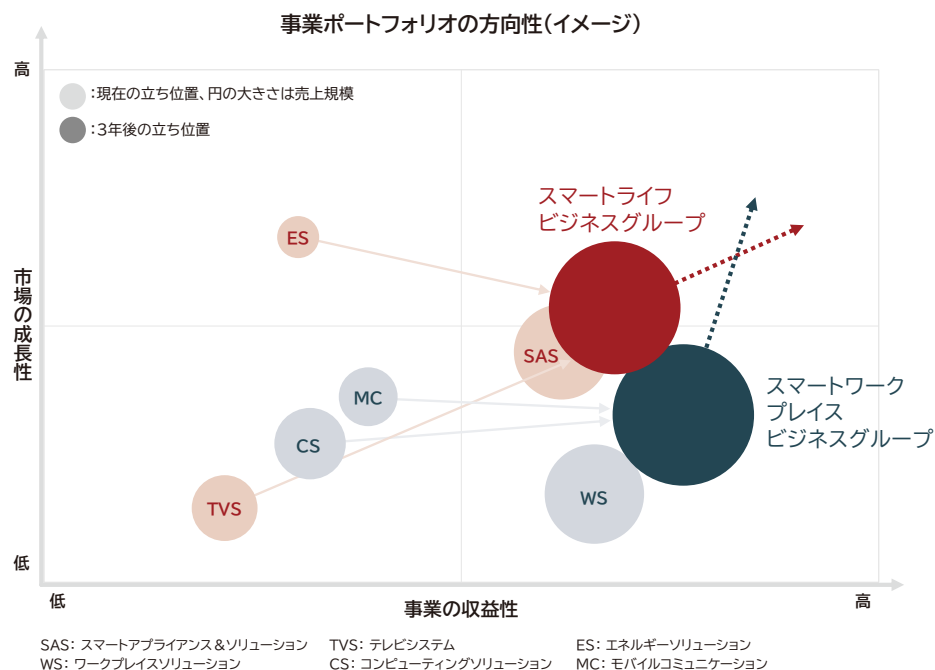
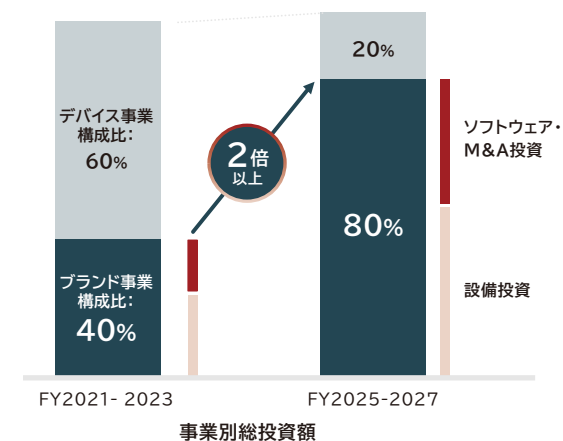
スマートライフビジネスグループは、白物家電に代表されるスマートアプライアンス & ソリューション、テレビシステム、エネルギーソリューションなどの事業で構成され、「暮らす」の領域における新たな価値創造を目指します。このグループでは、特に強みを発揮できる領域にリソースを集中させ、他社との協業も活用しながら、グローバルに SHARP ブランドの拡大を図ります。さらに、多様な AIoT 機器群を活用し、多面的なデータを基盤としたビジネスモデルへの転換を進めていきます。

スマートワークプレイスビジネスグループは、ワークプレイスソリューション、コンピューティングソリューション、モバイルコミュニケーションなどで構成され、「働く」の領域での新たな価値創造に取り組めます。IT・通信技術を融合した DX サービスの強化により、ソリューション型ビジネスへの転換を加速します。加えて、新規

事業の立ち上げに「集中」して取り組むことで、事業ポートフォリオをより成長性の高い領域へとシフトさせていきます。

その実現に向け、今回の中期経営計画では、ブランド事業への投資を拡大します。これまでは、デバイス事業への投資負担が大きかったため、ブランド事業への投資が制限されていました。しかし、デバイス事業のアセットライト化が進んだことにより生まれた投資余力を活かし、今後3年間で従来の2倍以上の成長資金をブランド事業に投入する予定です。ASEANや米州での生産能力の増強など既存事業の競争力強化を進めるとともに、AI・ITソリューションビジネスやロボティクスなどの成長領域において、M&Aを積極的に展開していきます。

投資の考え方



ソフトウェア・M&A投資

- ✓ AI/ITソリューションビジネスの強化
- ✓ ロボティクス事業の拡大
- ✓ AIoTサービスの強化
- ✓ 美容・ヘルスケア事業の成長加速

設備投資

- ✓ ASEAN・米州事業の拡大に向けた工場の生産能力増強
- ✓ ペロブスカイト・宇宙用太陽電池の開発設備
- ✓ LEO衛星通信関連の技術開発設備

2. 持続的な事業拡大を支える成長基盤の構築 ―コア技術の開発加速

シャープは、将来の飛躍に向けて、競争力の源泉となるコア技術の開発加速に注力していきます。

具体的な取り組みの一環として、「イノベーションアクセラレートプロジェクト(I-Pro)」を2024年5月からスタートさせました。I-Proは、かつて液晶ビューカムやザウルスといった数多くの特長商品を生み出した「緊急プロジェクト(緊プロ)」を進化させたもので、社長直轄の全社プロジェクトです。

現在、EVやAIに関連するプロジェクトを推進しており、全社のリソースを柔軟に活用することで、特長技術の開発や新規事業の創出を加速させていきます。



AI分野では、独自のAI技術「CE-LLM※」の重点強化を進めており、AI研究開発の専門組織も新たに立ち上げる計画です。加えて、国内外の大学・研究機関・スタートアップとの連携も積極的に進めていきます。

これらの取り組みを通じて、エッジAI、通信、画像解析、エネルギー、Quality of Life、マイクロフォトリクスなど、シャープならではの技術をさらに深化させるとともに、将来に必要とされる技術の探索や新たなイノベーションの創出に重点を置いた研究開発の比重を高めていきます。

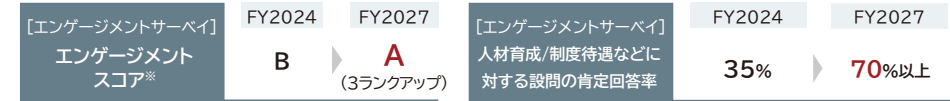
※ CE-LLM(Communication Edge-LLM)は、「エッジAI」と「クラウドAI」を、用途に応じて切り替えて活用する独自のエッジAI応用技術です。
CE-LLMはシャープの登録商標です。



2. 持続的な事業拡大を支える成長基盤の構築 一人への投資の拡大

シャープは、成長の原動力である社員一人ひとりの力を最大限に引き出すため、人への投資を強化していきます。具体的には、AI・デジタル人材やグローバル人材など、成長を支える人材の育成・獲得に注力するとともに、次世代経営幹部の育成強化や階層別研修の拡充を通じて、組織力の向上を図っていきます。

さらに、女性マネージャー比率の向上、シニア社員の活躍機会の拡充、職場環境・IT環境への投資拡大、福利厚生の実施や健康経営の推進など、多様な人材が活躍できる環境づくりにも取り組んでいきます。また、人への投資の一環として、堺本社工場棟の売却に伴い、より利便性の高い大阪市中央区への本社移転を予定しています。



※ リンクアンドモチベーション社の調査を活用。
Bは全国平均水準、Aは上位20%程度の水準

成長を支える人材の育成・獲得		
AI/デジタル人材の拡充	グローバル人材の強化	組織力の向上
✓ 技術者のリスキリングプログラム導入 [AI・デジタル技術者数] FY2024:1,600人 FY2027:3,200人 ✓ 全社員のAIスキル・知見の底上げ ✓ 高度専門人材の獲得強化 (柔軟な処遇設計で競争力ある待遇を提供)	✓ グローバル人材育成プログラムの拡充 - 全社視点での人材管理の強化 - 基礎研修の拡充/海外勤務機会の積極提供 - 将来の経営幹部候補を見据えた計画的なOJT ✓ 海外経験人材の採用強化	✓ 次世代経営幹部人材の育成強化 - 求める人材像の明確化 - 体系的な育成プロセスの構築 ✓ 階層別研修の拡充 [年間研修費用] 現行比 倍増 - マネージャー: 研修プログラムを新規導入 - 一般社員: 5つの階層に細分化して実施(現2階層)

多様な人材が活躍する環境づくり		
✓ 女性マネージャー比率の向上 ✓ シニア社員の経験・能力の発揮	✓ 職場環境/IT環境への投資拡大 ✓ 福利厚生の実施・健康経営の強化	✓ 新本社への移転 (大阪市中央区、2026/3月頃)

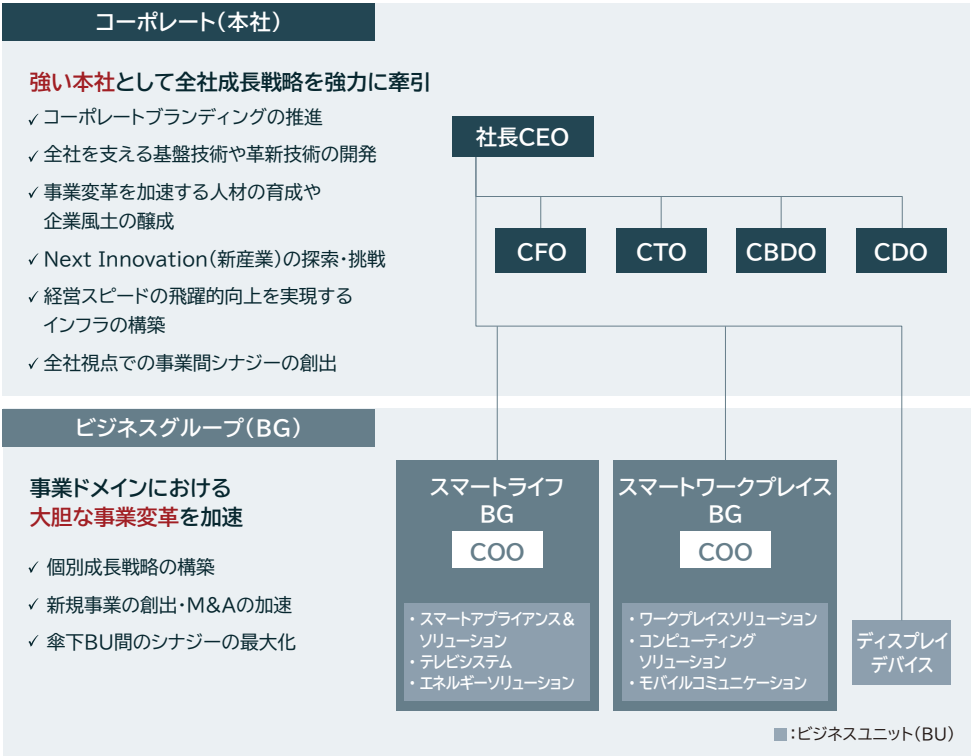
3. 成長をドライブするマネジメント力の強化

当社は、経営スピードのさらなる向上と事業成長の強力な推進に向けて、2025年4月に組織変更を実施し、コーポレート(本社)とビジネスグループそれぞれの役割と責任を明確化しました。

コーポレートでは、CEO、CFO、CTOに加え、新たに設置したCBDO※1及びCDO※2の5名が中心となり、「強い本社」として全社の成長戦略を強力に牽引していきます。

一方、ビジネスグループは、二人のビジネスグループ長がCOOとして責任をもち、事業ドメインごとの個別成長戦略の構築、新規事業の創出・M&Aの加速、ビジネスユニット間のシナジー最大化といった役割を担い、事業の変革を加速していきます。

※1 CBDO:Chief Business Development Officer
※2 CDO:Chief Digital Officer





中期経営計画の資料は下記をご覧ください。
https://corporate.jp.sharp/ir/event/policy_meeting/

最新の情報(決算情報)は下記をご覧ください。
<https://corporate.jp.sharp/ir/library/financial/>

■ 事業別取り組み方針

ブランド事業 スマートライフビジネスグループ

基本戦略

あなたの明日を、もっとあなたらしく、ワクワクする日々に

スマートライフビジネスグループでは、「スマートアプライアンス & ソリューション」「テレビシステム」「エネルギーソリューション」「センサーデバイス」の各事業が連携し、新たな体験をもたらす特長商品を開発するとともに、暮らしに寄り添った独自のサービスを展開していきます。

そして、世界中のお客様に当社ならではの価値をお届けし、SHARP ブランドをグローバルに拡大していきたいと考えています。

特長技術やAIoT/生成AIを活用し

新たな体験をもたらす
特長商品を開発



多様なデータを活用し

暮らしに寄り添った
独自のサービスを展開

スマートアプライアンス & ソリューション



テレビシステム



エネルギーソリューション



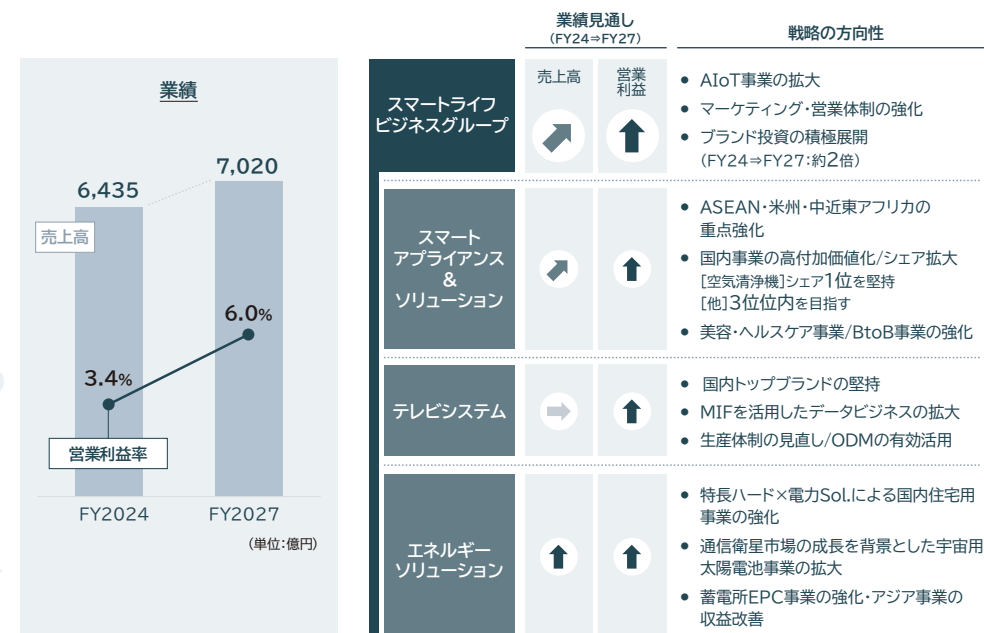
センサーデバイス



業績目標

2024年度のスマートライフビジネスグループの業績は、売上高6,435億円、営業利益率3.4%でした。AIoT事業の拡大、マーケティング・営業体制の強化、ブランド投資の積極展開により、2027年度は、売上高7,020億円、営業利益率6.0%を目指します。

スマートアプライアンス & ソリューションでは、ASEAN・米州・中近東アフリカの重点強化、AIoT事業など国内事業の高付加価値化/シェア拡大、美容・ヘルスケア事業やBtoB事業の拡大を推進します。テレビシステムでは、国内はトップブランドの堅持、海外はODMを活用した競争力の強化を図ります。エネルギーソリューションでは、国内住宅用事業の強化や蓄電池需要の取り込みに加え、宇宙用太陽電池事業の拡大に取り組めます。

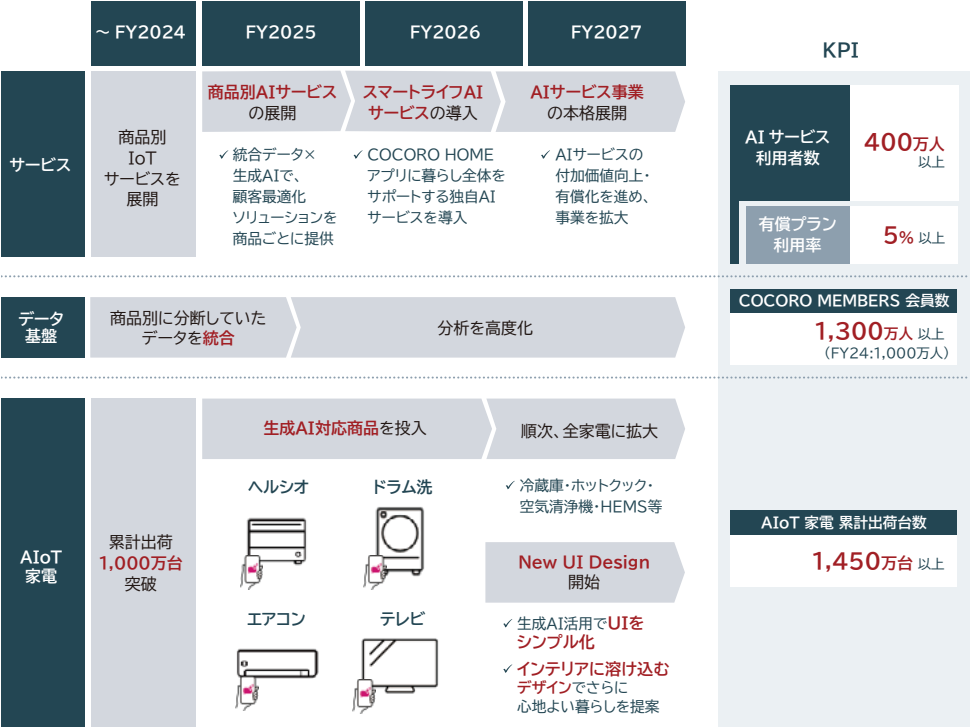


AIoT 事業

AIoT 事業は、スマートライフグループの最重要事業です。

シャープは、国内において、他社に先駆けて AIoT 家電の販売を開始しました。これまでに累計1,000 万台以上を出荷しており、製品の利便性を高める機能やサービスの拡充に取り組んできました。2025 年 度からは生成 AI 対応製品も順次投入しています。将来的には、生成 AI の活用による UI のシンプル化など、商品のデザインや形自体も大きく変えていきたいと考えています。

あわせて、商品別に分断していた AIoT 家電から得られる顧客データの統合を進めています。この統合デー タを強みに、新たな AI サービスを立上げ、製品とサービスの両面で AIoT 事業の拡大を目指します。



美容・ヘルスケア事業の強化

美容・ヘルスケア事業では、「美容」と「健康」の課題解決に重点的に取り組んでいきます。

美容については、独自の「プラズマクラスター技術」を応用した美容家電 Plasmacluster Beauty シリーズを中心に、ヘアドライヤーやヘアアイロンなどの製品ラインアップの拡充や、ボディケア商品の投入などの新規カテゴリーの展開にも取り組みます。あわせて、シャープならではのブランドイメージを確立していきたいと考えています。

健康については、非接触センシング技術を活用した健康管理ソリューション「i-wellebe」や咀嚼系「bitescan」など、新規事業に積極的に取り組みます。ヘルスケアの分野の様々な社会課題に対して、当社ならではの解決策を提案していきます。



海外事業の拡大

ASEAN、米州、中近東・アフリカを重点地域として、海外事業の拡大を加速しています。

中核地域であり、今後も高い経済成長が期待できるASEANでは、引き続き事業の高付加価値化に取り組めます。また、ODMの活用などサプライチェーンの効率化を進め、テレビ事業の競争力の強化を図ります。さらに、マーケティングやブランディングに対する投資についても拡大し、高い売上成長と収益性向上を目指します。

米州では、ドローレンジの分野で非常に強い市場ポジションを保有しており、こうした強みを核に、キッチン家電の主要カテゴリーへの参入や商品力の強化を進めます。テレビ事業においては、他社との協業による販路開拓を目指します。

中近東・アフリカでは、エジプトのエルアラビ社と、生産と販売の両面から戦略的協業を強化し、将来に向けた確固たる事業基盤を構築していきます。

		重点取り組み	KPI									
中核地域	ASEAN	- 経済成長を捉え、家電事業の高付加価値化を加速 サプライチェーン効率化(ODM活用)によるテレビ事業の競争力強化 - 付加価値商品を中心としたブランド訴求 及び若年層に対するブランディング強化 [FY27 ブランド投資額] FY24比 約1.5倍	売上高CAGR(FY24→FY27) +8% 以上 高付加価値商品の売上構成比 <table><thead><tr><th></th><th>FY24</th><th>FY27</th></tr></thead><tbody><tr><td>[ASEAN全域] テレビ (大型モデル)</td><td>29%</td><td>34%</td></tr><tr><td>[インドネシア] エアコン (インバーターモデル)</td><td>15%</td><td>30%</td></tr></tbody></table>		FY24	FY27	[ASEAN全域] テレビ (大型モデル)	29%	34%	[インドネシア] エアコン (インバーターモデル)	15%	30%
		FY24	FY27									
[ASEAN全域] テレビ (大型モデル)	29%	34%										
[インドネシア] エアコン (インバーターモデル)	15%	30%										
成長地域	米州	- 強い市場ポジションを持つ独自のドローレンジを核に、キッチン家電主要カテゴリーに参入・拡大 - 大型オープン市場への本格参入、食洗器の商品力強化 テレビOSパートナーとの協業による販路開拓 - キッチン家電を中心にブランド投資を再強化 [FY27 ブランド投資額] FY24比 約5.5倍	売上高CAGR(FY24→FY27) +15% 以上									
	中近東・アフリカ	エジプトのエルアラビ社との戦略的協業を強化 - 新設する大型冷蔵庫工場を核に域内での事業を拡大 - 加えて、同社と販売面においても連携を強化	売上高CAGR(FY24→FY27) +10% 以上									

海外事業の拡大ーインドネシア

シャープはインドネシアにおいて50年以上前から事業を展開しており、冷蔵庫・洗濯機・エアコン・レンジの主要4カテゴリーで市場シェアNo.1を確保しています。複数の商品カテゴリーで「Top Brand Award」を受賞するなど、ブランドプレゼンスも確立しています。加えて、長い年月をかけて培ってきた現地での生産体制やサービス体制も、大きな優位性となっています。

今後は、こうした強みを基盤に、大型化・高機能化・ローカルフィットを軸に商品の高付加価値化や若年層を中心としたブランディングの強化に取り組めます。加えて、旺盛な需要に対応し工場の生産能力を継続的に増強することで、市場成長を着実に取り込み、さらなる事業拡大を目指します。

さらに、インドネシアにおける様々な取り組みをASEAN各国にも展開していきたいと考えています。

事業機会

富裕層・中間層の拡大による“単価上昇” ↑

×

家電普及率の拡大による“台数増” ↑

人口 2.8億人(世界4位)

富裕/中間層世帯数

2019年⇒2030年で約**倍増**(ASEAN地域)

家電普及率

冷蔵庫 55%

洗濯機 48%

エアコン 25%

薄型TV 70%

(当社調べ)

培ってきた競争優位性

×

重点取り組み

ブランド
プレゼンス

● 主要4カテゴリーで市場シェア**No.1**
(冷蔵庫・洗濯機・エアコン・レンジ)

● 複数の商品カテゴリーで
Top Brand Awardを受賞

現地生産
体制

● カラワン地域に家電事業の**中核工場**が存在
(インドネシア政府の現地品優先政策も追い風)

サービス
体制

● 島々に行き届いた充実したサービス網
計**498**拠点

● 商品の**高付加価値化**
(大型化・高機能化・ローカルフィット)

● 若年層を中心とした
ブランディングの強化

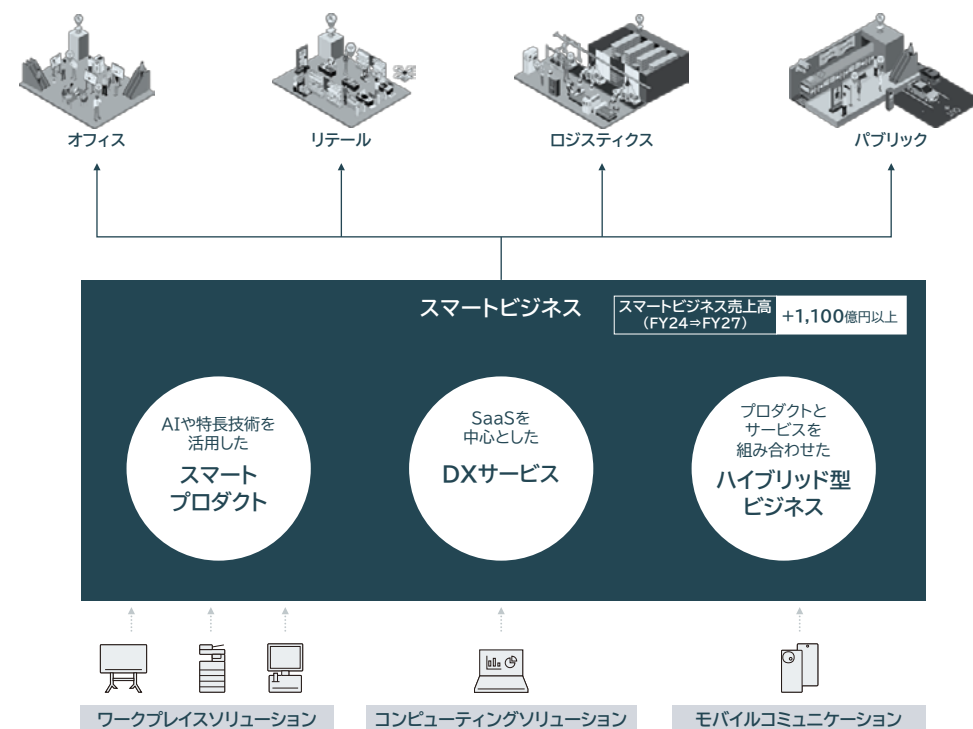
● 旺盛な需要に対応した
工場生産能力の増強

ブランド事業 スマートワークプレイスビジネスグループ

基本戦略

テクノロジーとネットワークで、世界中のコラボレーションを強化する

スマートワークプレイスビジネスグループでは、「ワークプレイスソリューション」「コンピューティングソリューション」「モバイルコミュニケーション」の各事業が連携し、既存プロダクトを継続強化するとともに、顧客のDXを支援するスマートビジネスを展開していきます。



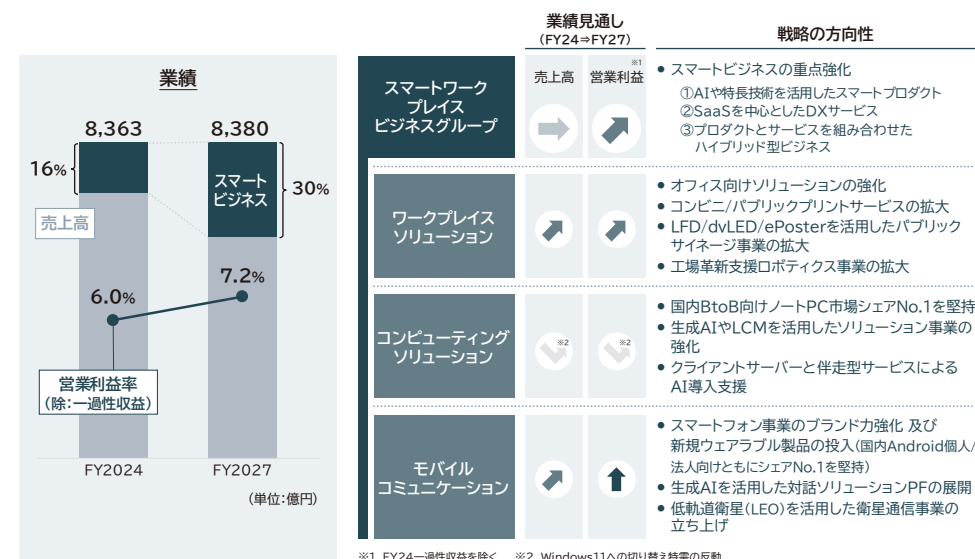
業績目標

2024年度のスマートワークプレイスビジネスグループの業績は、売上高8,363億円、営業利益率6.0%（一過性収益を除く）でした。スマートビジネスとして、スマートプロダクト、DXサービス、ハイブリッド型ビジネスの重点強化により、2027年度は、売上高8,380億円、営業利益率7.2%を目指します。

ワークプレイスソリューションでは、オフィスソリューションの強化やコンビニプリントサービスの拡大、サイネージソリューションの拡大、ロボティクス事業の拡大を図ります。

コンピューティングソリューションでは、国内BtoB向けノートPCのシェア1位の堅持、生成AIやLCM※ソリューション事業の強化を推進します。モバイルコミュニケーションでは、スマートフォン事業のブランド力強化及び新規ウェアラブル製品の投入や、低軌道衛星通信端末を活用した衛星通信事業の立ち上げに取り組みます。

※ Life Cycle Management。PCの選定・調達・導入・展開・運用・保守・撤去・更新までをトータルで請け負うサービス



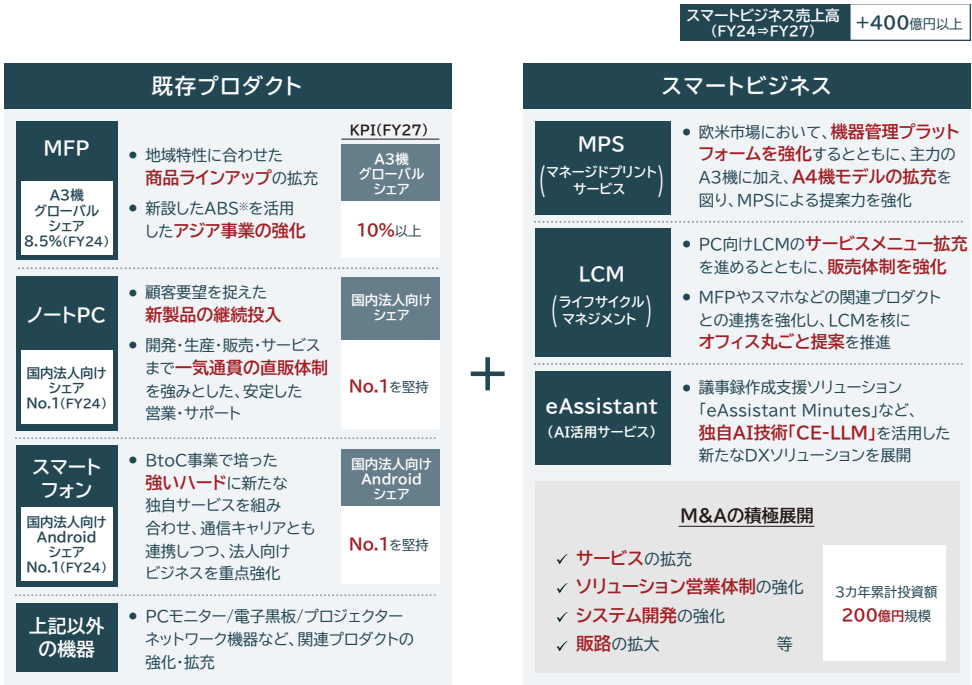
オフィス向け事業の強化

オフィス向け事業は、スマートワークプレイスグループの中核事業です。既存プロダクトの強化とスマートビジネスの展開により、市場プレゼンスを維持・拡大するとともにビジネスモデルの転換を加速していきます。

シャープは、MFP、ノートPC、スマートフォンなどの幅広いオフィス関連製品を保有しており、それぞれに顧客・事業基盤があります。こうした強みを活かし、今後も商品力の向上やラインアップの拡充、販売やサービスの強化に取り組めます。

さらに、欧米市場におけるMPS※の強化、PC向けのLCMを核とするオフィス丸ごと提案、議事録作成支援ソリューション「eAssistant Minutes」をはじめとした独自AI技術「CE-LLM」を活用したDXソリューションの展開など、スマートビジネスを拡大・強化していきます。加えて、ITサービス企業などへのM&Aも積極的に活用しながら、販路や営業体制、サービスの拡充に取り組めます。

※ MPS:Managed Print Service



※ Asia Business Solution Center

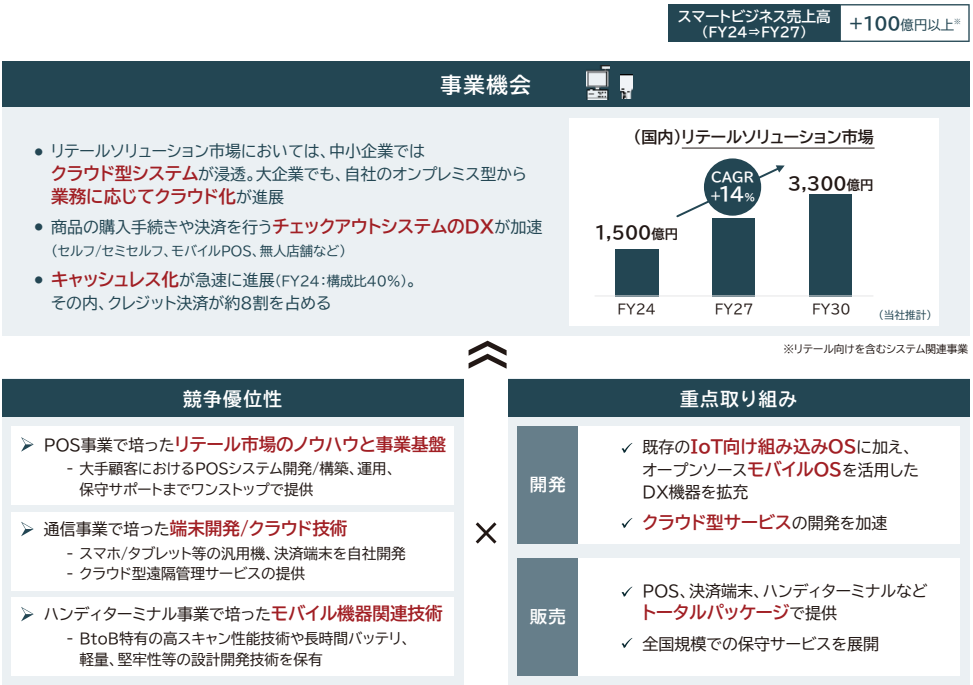
新たなスマートビジネスの展開

1. リテール向けDXサービスの展開

国内リテール市場は、クラウド化の進展、セルフレジなどのチェックアウトシステムのDX化、キャッシュレス化など、業界が大きく変化・拡大しています。

こうした中、POS事業・通信事業・ハンディーターミナル機器事業で培ったノウハウや技術を融合させ、モバイルOSを活用したDX機器やクラウド型サービスの開発を加速していきます。

そして、POS、決済端末、ハンディーターミナルなどをトータルパッケージで提供する独自のリテールソリューションプラットフォームを構築し、さらなる事業拡大に取り組めます。人手不足が深刻なお客様のAI・DXを支援するソリューションとして、キャッシュレスソリューションや、宿泊向けのAI対話サービス「eAssistant Concierge」などを展開していきます。



※リテール向けを含むシステム関連事業

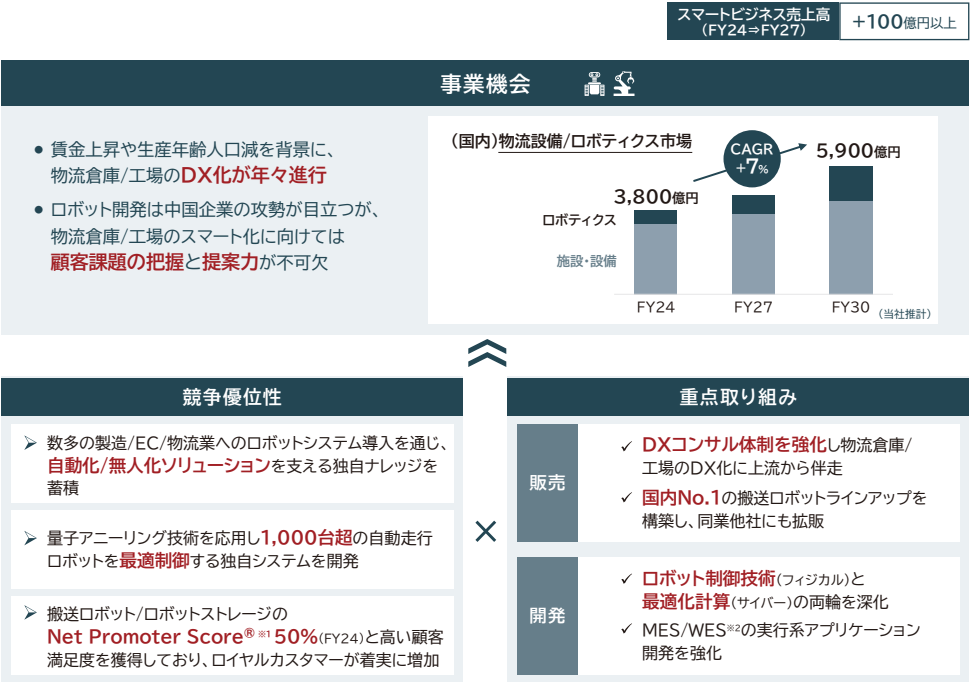
新たなスマートビジネスの展開

2. ロジスティックス向け事業の拡大

物流業界では、賃金上昇や生産年齢人口減少を背景に、DX化が年々進行しています。

こうした中、これまで蓄積してきた自動化／無人化ソリューションの独自ナレッジに加え、1,000台超の自動走行ロボットを最適制御する独自システムの開発などを強みに、物流倉庫・工場の自動化ニーズに対して、初期段階から伴走するコンサルティングを強化していきます。

具体的には、工場ナレッジによるコンサルティング強化、国内No.1の搬送ロボットラインアップの構築、ロボットの制御技術・画像解析技術による現場課題へ展開などに取り組めます。



新たなスマートビジネスの展開

3. 衛星通信事業の立ち上げ

低軌道衛星の機器数増加や通信技術の向上などを背景に、今後、低軌道衛星を活用した通信が急速に拡大することが見込まれています。

こうした事業機会に対して、シャープは、スマートフォンの設計で培った小型・軽量技術を活用し従来比約1/9サイズの世界最小レベルの低軌道衛星通信端末を開発しており、これを強みに、次世代通信の分野へ参入していきます。2025年度中に初号機をグローバルに展開し、船舶領域を中心に拡大を目指します。

さらに、将来的には建機や農機に加え、自動車やドローンへの搭載も視野に開発を強化するとともに、端末の強みを活かした独自のソリューションの創出にも取り組んでいきます。



※1 顧客ロイヤリティの指標 ※2 MES:製造実行システム(Manufacturing Execution System) WES:倉庫実行システム(Warehouse Execution System)

ディスプレイデバイス事業

基本戦略

パネル生産工場の選択と集中を加速

ディスプレイデバイス事業では、2024年度に大型ディスプレイを生産するSDPの生産を停止し、中小型ディスプレイの生産能力を最適化するなど、構造改革を進めてきました。

業績のボラティリティの高い亀山第2工場については、2026年8月までに鴻海へ譲渡し、重点顧客向けのパネルを鴻海から調達するビジネスモデルに転換する考えです。そして、亀山第1工場と白山工場は、競争優位を持続できる車載・XR 製品などモバイル・産業用途に集中します。

こうした取り組みにより、固定費の削減を図るとともに、高付加価値製品の販売を拡大し、収益性の高い事業体制の構築を目指します。

		FY2025	FY2026	FY2027
		赤字の縮小	黒字化	黒字拡大
集中	亀山第1工場 G6	車載向けの新規受注を獲得。製品ミックス改善によりCAGR10%強の平均単価アップ		
	白山工場 G6	モバイル(XR含む)・産業用の新規受注を獲得		
最適化	亀山第2工場 G8	1,500枚/日生産	鴻海へ譲渡	鴻海から重点顧客向けパネルを調達・販売
	三重第3工場 G4.5	1,100枚/日生産	能力適正化	

亀山第1工場・白山工場

自社工場の亀山第1工場と白山工場では、技術優位性の強化と設計開発体制・実装拠点の増強を進め、高付加価値製品の販売を大きく拡大させていきます。

亀山第1工場は、成長し続ける車載用LCD需要に対応し、車載専用工場として活用していきます。超低反射やデュアルビュー、クリックディスプレイなど特長技術の開発を加速するとともに、ベトナム実装拠点の生産能力を増強するなど、地政学リスクを背景とした完成品メーカーの調達網再構築の需要取り込みを進め、大型・高付加価値な車載ディスプレイの受注を拡大していく計画です。

白山工場では、IGZO技術を核に、XR向けの超高精細LCDの量産や、車載用超低消費電力ディスプレイ、高画質ePosterなど高付加価値製品をマルチに供給していきます。

これにより、両工場を合わせた2027年度の売上高は、2,600億円(2024年度比2.3倍)を計画しています。

亀山第1工場

工場活用方針/注力市場の環境

成長し続ける車載用LCD需要に対応し、車載専用化

車載ディスプレイ市場

- CAGR7%(FY24-27)で成長
- LCDが市場の9割を構成(長寿命・高信頼性)
- 地政学リスクの高まりから調達網の再構築ニーズが高い

KPI (FY27)

13インチ超の売上構成比

FY24 30%

FY27 55%以上

重点取り組み

- 車載向け特長技術開発を加速
 - 超低反射/デュアルビュー/クリックディスプレイ等
- ベトナム実装拠点の生産能力を増強し、調達網再構築に向けた需要を取り込み
 - 既に欧米完成車メーカーより多数の機種を受注済
- 開発・品質人材を車載事業にシフトし、カスタム設計体制を強化

※生産能力に対する対象製品の生産枚数の比率

工場別売上推移

2,600億円

2.3倍

白山工場

工場活用方針/注力市場の環境

特長技術を結集し、高付加価値製品をマルチに供給(XR/車載/ePoster/産業用等)

XR用ディスプレイ市場

- CAGR25%(FY24-27)で急成長
- 1,000ppi超の超高精細品が牽引

KPI (FY27)

XR用LCDシェア

No.1を堅持

重点取り組み

- IGZO技術を導入。IGZO/LTPS/LTPOのマルチ工場に進化
- XR向けに1,500ppi超のLCDを量産化し、圧倒的シェアを堅持
- IGZOを採用した超低消費電力車載(EV向け)、高画質ePosterなど高付加価値製品の受注拡大

高付加価値製品投入比率

85%以上

工場別売上推移

1,100億円

亀山第1工場

FY2024

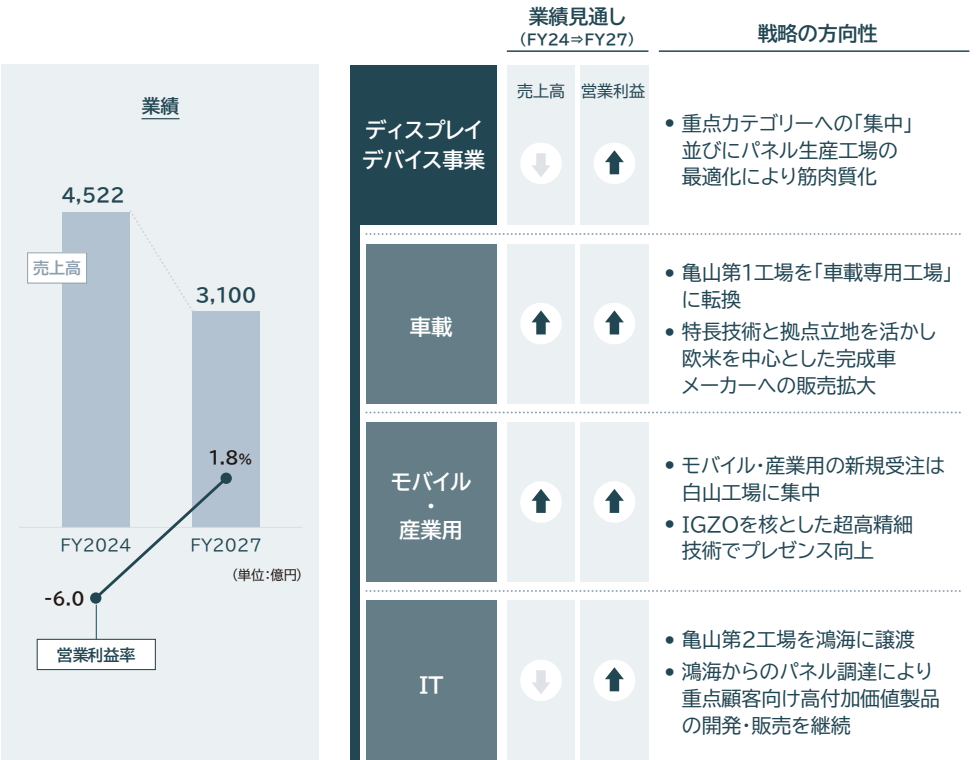
FY2027

業績目標

2024年度のディスプレイデバイス事業の業績は、売上高4,522億円、営業利益率-6.0%でした。

2025年度は赤字縮小、2026年度はブレイクイーブン、2027年度は営業利益率1.8%を目指します。

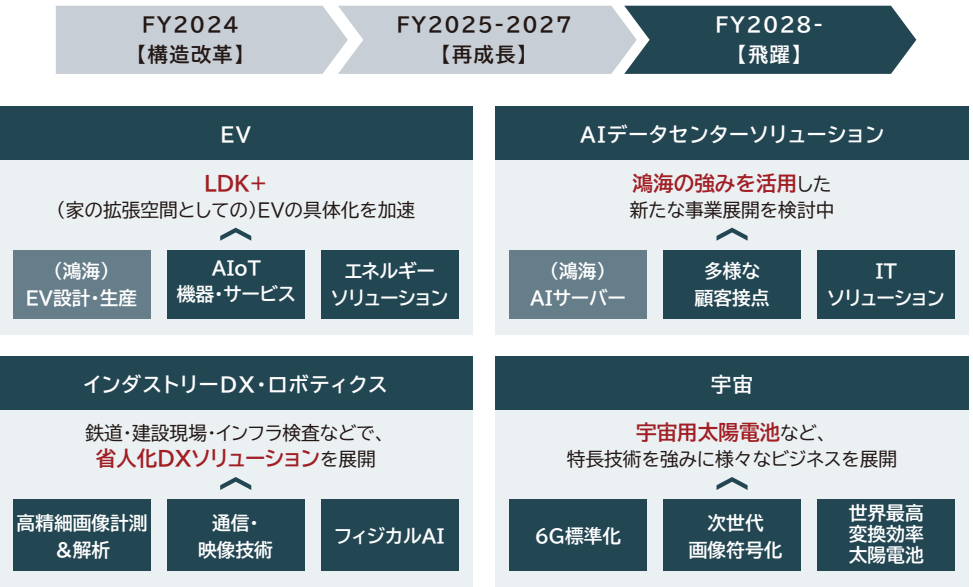
売上高は、パネル生産工場の選択と集中により減収となる見通しですが、事業の筋肉質化により、大幅な収益改善を図ります。



さらなる成長に向けて

将来の飛躍に向け、大きな成長が期待される新産業領域でのNext Innovationの具現化にも着手していきます。

具体的には、自社の様々な特長技術を核に、鴻海のリソースも有効に活用し、EV、AIデータセンターソリューション、インダストリーDX・ロボティクス、宇宙などの分野において、新たな取り組みを展開していく考えです。



■:Next Innovationを推進する上での当社の強み