Panasonic

2015年度 第2四半期
連結決算概要

2015年 10月29日

パナソニック株式会社

◯ 本日はご多用のところ、お集まりいただき、
誠にありがとうございます。

◯ それでは、決算についてご説明させていただきます。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

第2四半期 連結決算のポイント

✓ 売　　上 ： ソリューション事業や白物家電が伸長
為替効果により増収

✓ 営業利益 ： 収益体質の強化と
成長事業の増収が寄与し、大幅増益

第2四半期累計でも増益確保

◯ ポイントは、ご覧の２点です。

◯ １点目は、売上です。
B2Bソリューション事業、日本や東南アジアで堅調な
白物家電事業などが売上を伸ばしました。
また、パナホームを含めた住宅関連事業も増収となりました。
全般的な為替押上げ効果もあり、全社で増収を確保しています。

◯ ２点目は、営業利益です。
これまでの全社的な事業構造改革の取り組みにより
収益体質を強化。また、成長事業の増収による増益への
寄与も拡大しています。
その結果、実質減販の中でも、大幅な増益となりました。
また、継続して進めている合理化等の取り組みも、
収益に貢献しています。

◯ この第２四半期の増益により、第２四半期累計、６ヶ月間でも
増益を達成しています。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

連結決算概要

（億円）

	15年度2Q	14年度2Q	前年比	差
売上高	19,026	18,706	102% (97%)*	+320 (▲503)*
営業利益	1,239 (6.5%)	947 (5.1%)	131%	+292
税引前利益	914 (4.8%)	668 (3.6%)	137%	+246
当社株主に帰属する当期純利益	518 (2.7%)	430 (2.3%)	120%	+88

為替レート	1USドル	122円	104円
	1ユーロ	136円	138円
	1人民元	19.31円	16.85円

＊為替の影響を除いた現地通貨ベース（非監査）

3 | 2015年度 第2四半期 連結決算概要 Panasonic

○ 第2四半期、3ヵ月ベースでの決算概要は、
ご覧の通りであります。

○ 売上高は、前年比102%、
為替影響を除いた実質ベースでは、97%となりました。

○ 営業利益、税引前利益、
当社株主に帰属する当期純利益は、それぞれ増益となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

連結決算概要（累計）

（億円）

	15年度 2Q累計	14年度 2Q累計	前年比	差
売上高	37,604	37,229	101% (96%)*	+375 (▲1,491)*
営業利益	2,005 (5.3%)	1,770 (4.8%)	113%	+235
税引前利益	1,641 (4.4%)	1,219 (3.3%)	135%	+422
当社株主に帰属する当期純利益	1,113 (3.0%)	809 (2.2%)	138%	+304

為替レート	1USドル	122円	103円
	1ユーロ	135円	139円
	1人民元	19.44円	16.63円

＊為替の影響を除いた現地通貨ベース（非監査）

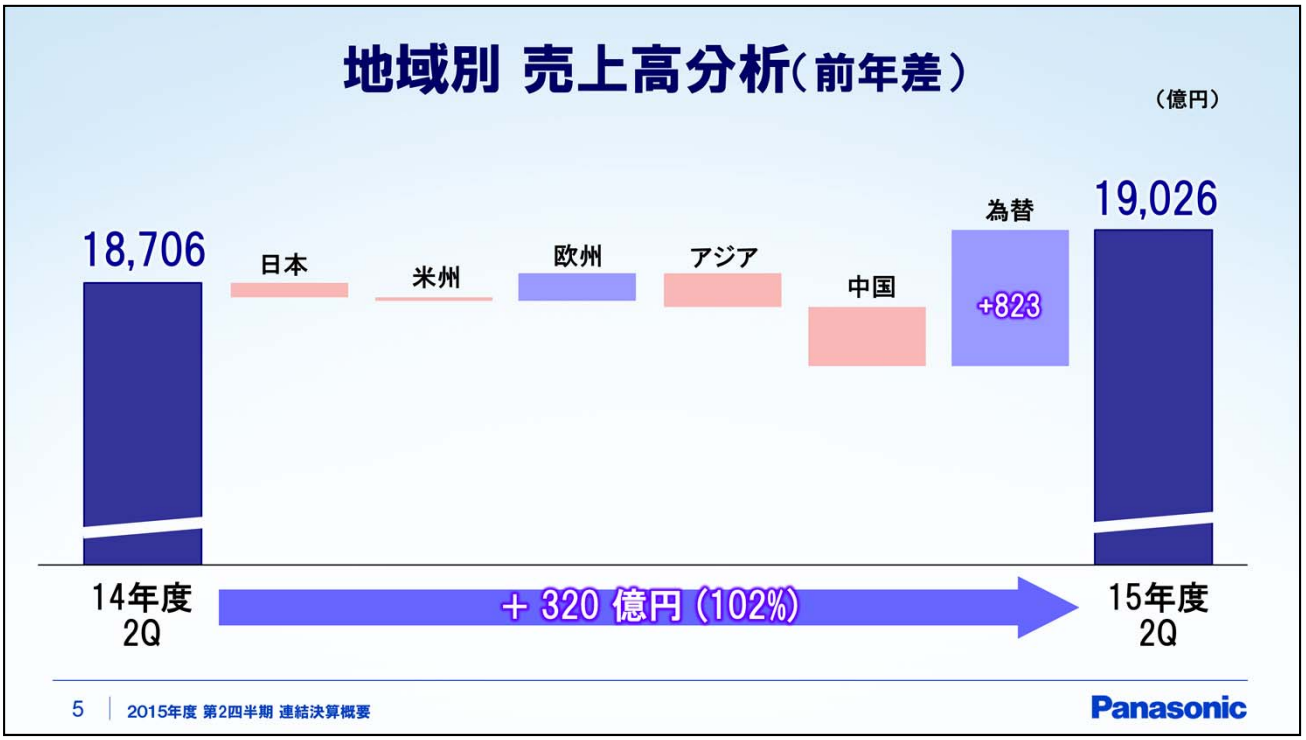
Panasonic

○ こちらは、第２四半期累計、６ヶ月間の実績です。

○ 売上高は、前年比１０１％、
為替影響を除いた実質ベースでは、９６％となりました。

○ 営業利益、税引前利益、当社株主に帰属する当期純利益は、
第２四半期と同じように、それぞれ増益となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.



◯ 続いて、地域別に見た売上高の増減です。

◯ 日本は、家電商品が堅調でしたが、
ソーラーの減販影響などにより、減収となりました。

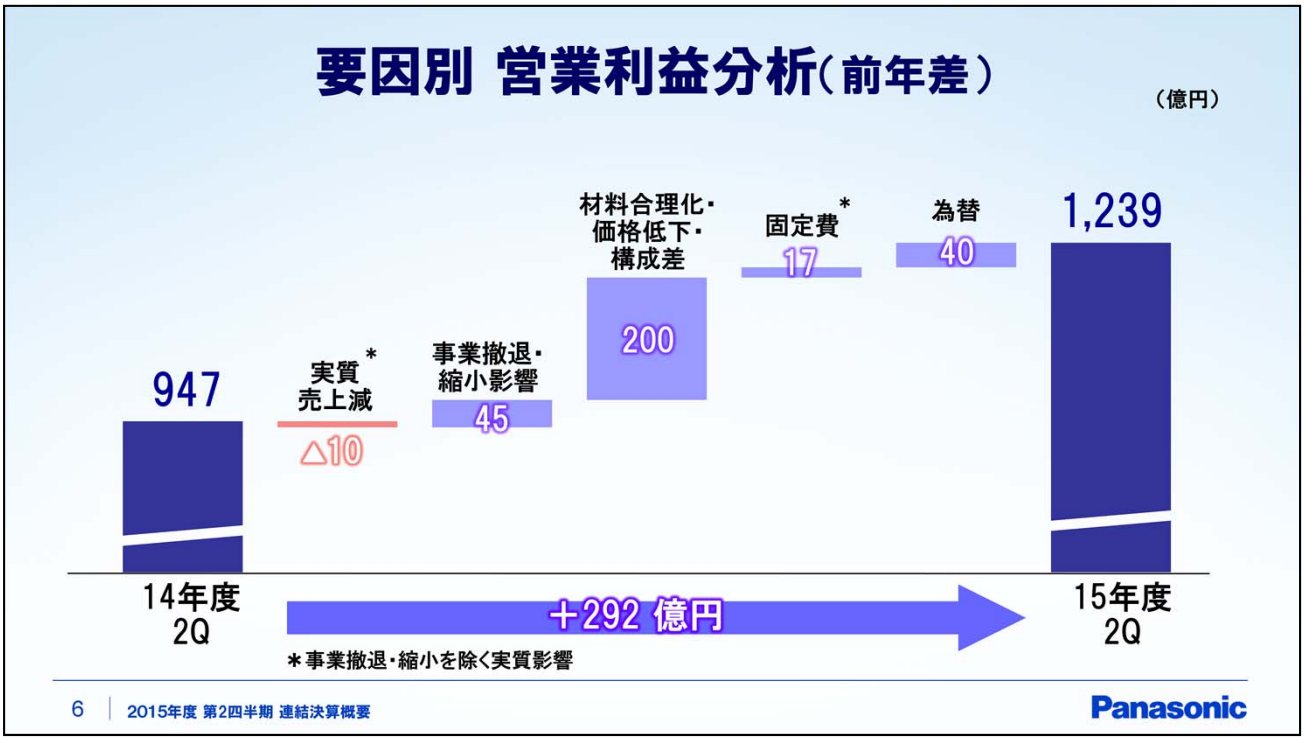
◯ 米州は、若干の減収となっていますが、
販売を絞り込んでいる薄型TVを除けば、実質増収でした。

◯ 欧州は、家庭用エアコン、薄型テレビや産業向けが
堅調に推移し、増収となりました。

◯ アジアは、白物家電は堅調でしたが、薄型テレビやデバイス等が
前年を下回り、全体では減収となりました。

◯ 中国は、家庭用エアコン、薄型テレビ、産業向け機器などが、
減収となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.



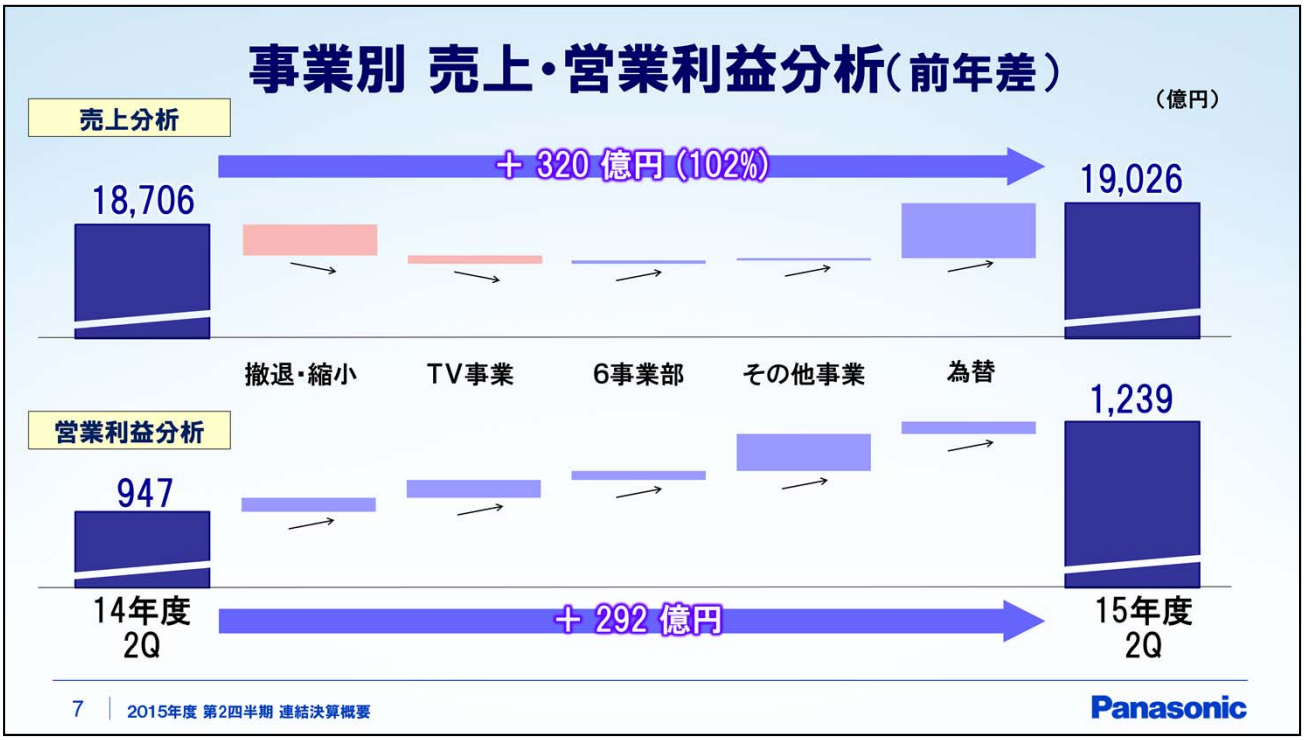
○ 続いて、営業利益の主な増減要因をご説明します。

○ 実質売上減は、売上の減少に比べて、営業利益への影響を抑えることができています。
また、事業撤退・縮小の影響も収益の改善に繋がっています。

○ 次に、価格低下を上回る材料合理化・構成差ですが、増益への貢献が大きくなっています。
この中には、従来より構造改革による事業構成の良化や、高付加価値商品へのシフト、などの効果も含まれておりましたが、その影響が大きくなってきたため、項目名を明示いたしました。

○ その他、構造改革効果を含む固定費の削減などもあり、全体として前年から292億円の増益となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.



○ ただ今説明した営業利益の要因分析を、事業別に、
売上増減も含めて整理したものが、ご覧のチャートです。

○ この2年間の構造改革で、当社の事業構成は変化しており、
収益性の低い事業が減少する一方で、収益を伴って成長している
事業の比率が増えてきております。

○ この背景からチャートを見ていただきますと、
まず、事業撤退・縮小、および、販売を絞り込んでいるTV事業は、
営業利益にはプラスの効果をもたらしています。

○ 大規模6事業部は、営業利益の増益には貢献していますが、
全社の収益改善を牽引するまでには至っていない状況です。

○ それ以外の事業では、全体としては、売上増となっていませんが、
その中には、B2Bソリューション分野を中心に、
収益を伴って成長している事業があり、
増益への貢献が顕著になっています。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

営業外損益等

（億円）

	15年度2Q	前年差
営業利益	1,239	+292
営業外損益*1	▲325	▲46
税引前利益	914	+246
法人税等	371	+152
持分法による投資利益	39	+8
当期純利益*2	582	+102
非支配持分に帰属する当期純利益	64	+14
当社株主に帰属する当期純利益	518	+88
＊1 営業外損益の内訳		
事業構造改革費用	▲72	▲17

＊2 日本基準の改正を踏まえ、「非支配持分帰属利益控除前当期純利益」の名称を「当期純利益」に変更しています。

○ 次に、営業外損益等です。

○ 営業外損益はマイナス325億円で、
前年に比べて46億円悪化しました。
これは、新興国通貨安も影響しています。

○ 税引前利益は914億円、
当社株主に帰属する当期純利益は518億円となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

セグメント別実績

（億円）

	2015年度2Q			
	売上高	前年比	営業利益	前年差
アプライアンス	5,729	99%	197	+108
エコソリューションズ	4,021	99%	212	▲44
AVCネットワークス	2,996	109%	268	+198
オートモーティブ＆インダストリアルシステムズ	6,900	98%	326	▲43
その他	1,571	102%	62	+23
消去・調整	▲2,191	-	174	+50
連結決算	19,026	102%	1,239	+292
アプライアンス（製販連結）*	6,182	101%	182	+105

＊「アプライアンス（製販連結）」には、「消去・調整」に含まれているコンシューマ商品の販売部門の売上高および営業利益を含んでおります。

○ 続いて、セグメント別の実績です。

○ アプライアンスは、減収増益ですが、
製販連結では増収増益となっています。

○ エコソリューションズは、減収減益ですが、その他に含まれる
パナホームを加えますと、住宅事業全体では増収となっています。

○ AVCネットワークスは、増収増益です。

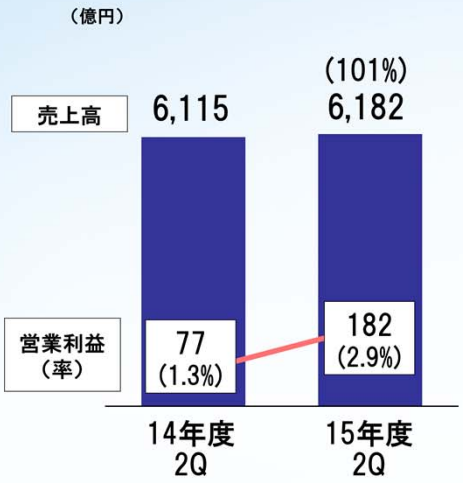
○ オートモーティブ＆インダストリアルシステムズは、
減収減益となっています。

○ それでは、セグメントごとに説明いたします。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

セグメント別実績

アプライアンス（製販連結）



売上
増収 ■ テレビ事業の販売減を、冷蔵庫・洗濯機等でカバーし、増収
営業利益
増益 ■ 為替悪化影響を増販等でカバーし、増益

	2015年度2Q		
	売上高	前年比	前年差
エアコン事業（製販連結）	1,083	102%	+24
テレビ事業（製販連結）	872	85%	▲159
冷蔵庫事業部	381	110%	+33
ランドリー・クリーナー事業部	541	112%	+57
コールドチェーン事業部	260	101%	+1
セグメント計（製販連結）	6,182	101%	+66

10 | 2015年度 第2四半期 連結決算概要 Panasonic

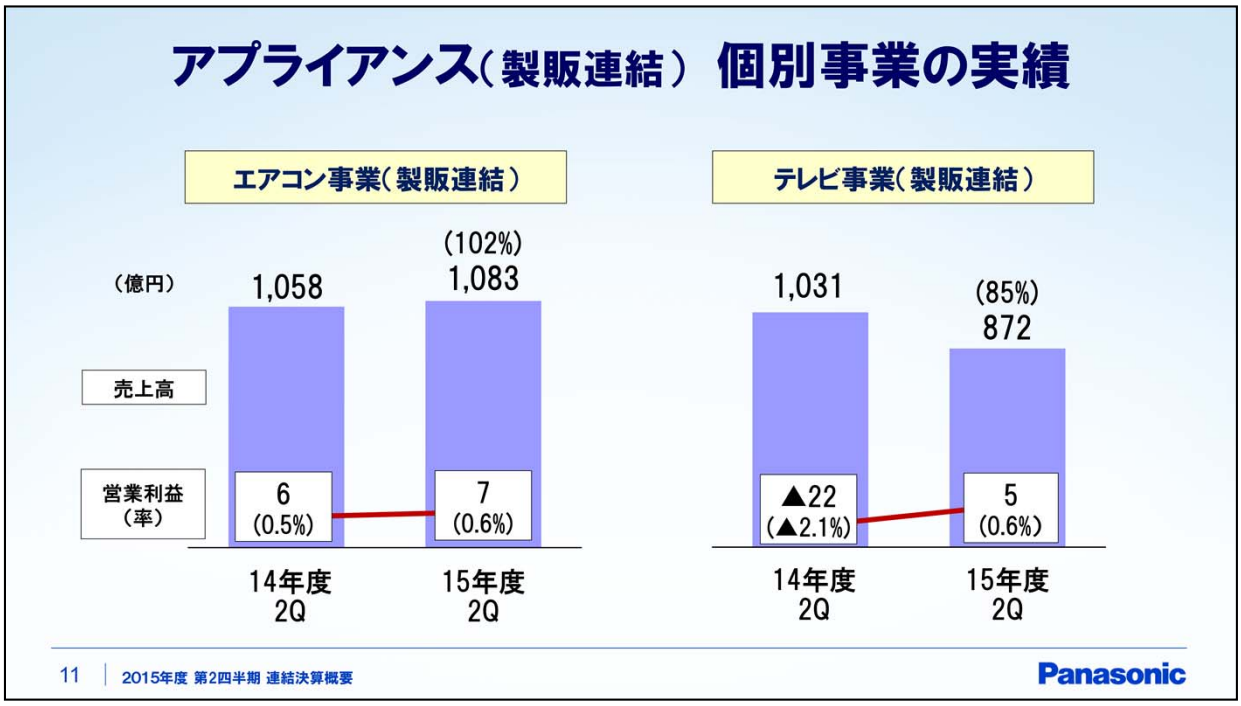
○ 最初に、アプライアンス、製販連結ベースの実績です。

○ 売上は、前年比101%となりました。
収益改善に向けたテレビ事業の販売絞り込みや、
全般的に中国市況悪化の影響を受けております。

○ しかしながら、日本や東南アジアにおいて、
冷蔵庫や洗濯機など、白物家電が引き続き堅調に推移した
ことに加え、インバウンド需要による炊飯器や
ビューティ関連商品の伸長で、セグメント全体では
増収となりました。

○ 営業利益は、為替悪化の影響はありましたが、
ビューティ関連商品、洗濯機、冷蔵庫などの増益がありました。
また、国内の販売部門も増益で、
セグメント全体では大幅な増益となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.



○ 次に、個別事業について、ご説明します。

○ まず、エアコン事業ですが、前年比102%、増収となりました。
売上は、中国において、市場全体の流通在庫増加や、
それに伴う価格下落の影響を受け、苦戦しました。
一方、日本や東南アジアでは、プレミアム商品が高く評価されている
ことや、天候良好もあり、増収となりました。
また、大型空調は、専門販社を設立したマレーシアを中心に
アジアでは、二桁の成長を実現、日本市場も販売は堅調に推移しま
した。

○ 営業利益は、黒字を確保いたしました。
モノづくりのコスト半減を目指した継続的な合理化活動などで、
為替のマイナス影響をカバーしました。

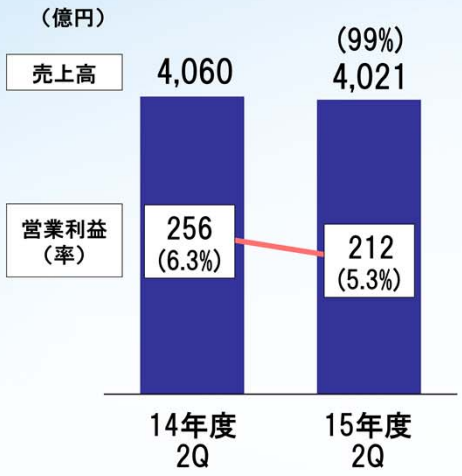
○ 次に、テレビ事業ですが、
売上は、米国・中国における販売絞込みの影響があり、
全体では減収となりました。
しかし、注力地域である欧州と日本では、増収となりました。
特に、日本においては、4Kなど高付加価値商品が
好調に推移しました。

○ 営業利益は、為替悪化の影響があったものの、材料合理化や
事業構造改革による固定費削減等によりカバーし、黒字転換
いたしました。年間の黒字化に向けて着実に進捗しています。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

セグメント別実績

エコソリューションズ



売上・営業利益

減収
減益

■ ソーラー事業の減販影響が大きく減収減益

	2015年度2Q		
	売上高	前年比	前年差
ライティング事業部	778	103%	+21
エナジーシステム事業部	947	91%	▲92
ハウジングシステム事業部	896	99%	▲10
パナソニックエコシステムズ㈱	370	103%	+11
セグメント計	4,021	99%	▲39

12 | 2015年度 第2四半期 連結決算概要 Panasonic

○ 続いて、エコソリューションズです。

○ 売上は、前年比99%で、ほぼ前年並みとなりました。

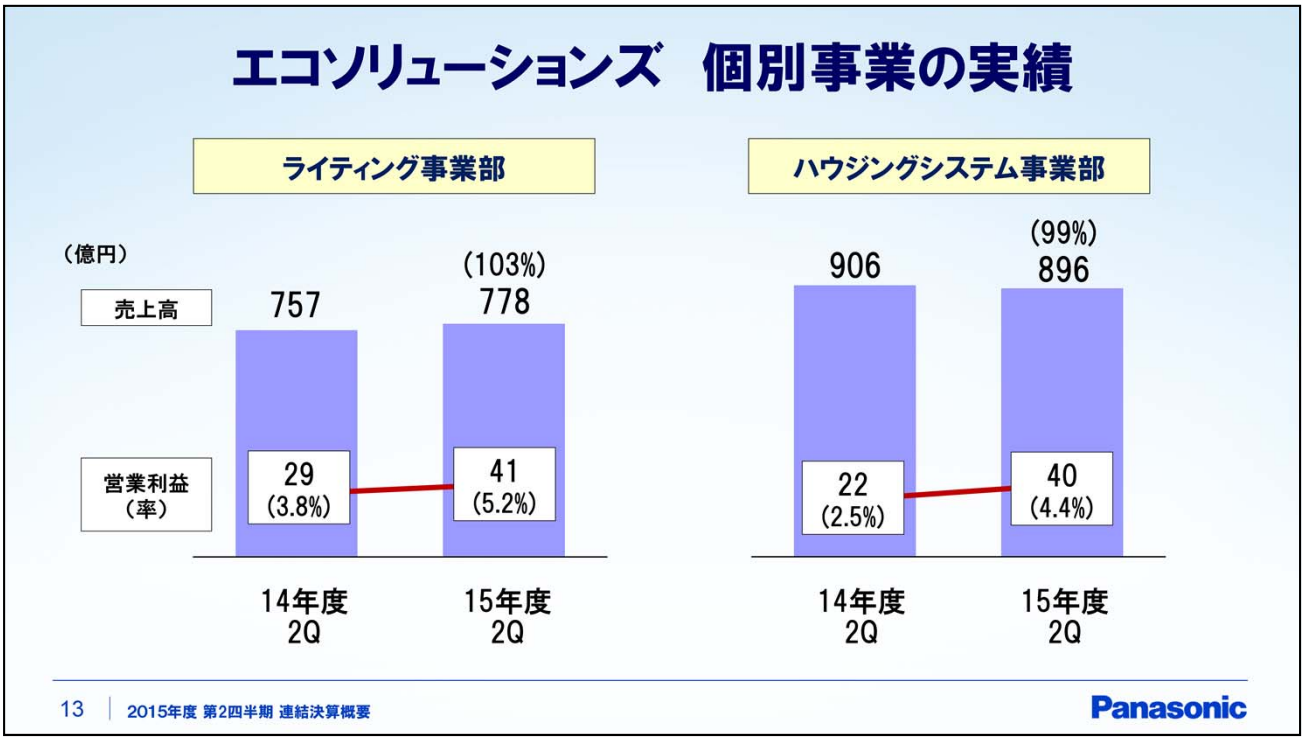
○ エナジーシステム事業部のソーラー事業は、
消費者マインドが低下、住宅用の中で当社が得意とする
発電規模の大きな物件の需要も減少しました。
需要喚起に向けた取り組みを推進していますが、
国内市況の回復遅れで、大幅な減収となりました。
一方、同事業部の中でも、配線器具やブレーカなどの事業は、
アジアを中心とした海外が堅調で、増収となっています。

○ パナソニックエコシステムズ㈱は、海外の換気システム等が堅調で、
増収となりました。

○ 営業利益は、全体的な為替影響に加え、ソーラー事業の
減販影響が大きく、セグメント全体では減益となりました。
なお、ソーラー事業は、減販の中でも収益性は十分に
確保できています。

○ また、ソーラー事業を除くと、エコソリューションズは
増収増益と、着実に伸長しています。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.



○ 次に、個別事業について、ご説明します。

○ まず、ライティング事業です。
施設・店舗・屋外など、非住宅向けを中心としたLED照明器具が
堅調に推移し、既存光源の市場縮小による減収をカバーし
増収となりました。

○ 営業利益は、価格下落や為替のマイナス影響を、
増販効果や合理化でカバーし、増益となりました。

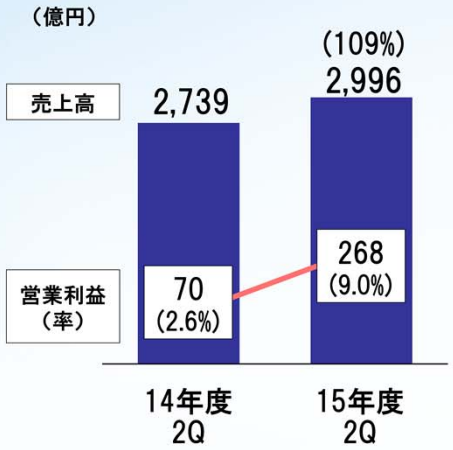
○ 次に、ハウジングシステム事業です。
競争激化により、システムキッチンなどが
新築市場を中心に普及価格帯で苦戦しました。
住宅市況も回復してきており、全体としては、リフォーム需要を含め
た中高級ゾーンの新商品投入効果などもあり、
売上は、ほぼ前年並みとなりました。

○ 営業利益は、生産性の向上等による合理化や中高級品シフト
による収益改善が順調に進んでおり、増益となりました。
なお、上期累計でも増益を確保しています。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

セグメント別実績

AVCネットワークス



売上
増収 ■ バーティカルソリューション事業が増収を牽引
営業利益
増益 ■ 増販効果により大幅増益

	2015年度2Q		
	売上高	前年比	前年差
モビリティ事業	506	110%	+46
映像・イメージング事業	753	111%	+74
コミュニケーション事業	368	94%	▲22
バーティカルソリューション事業	912	133%	+225
セグメント計	2,996	109%	+257

・ﾓﾋﾞﾘﾃｨ事業 ：ITﾌﾟﾛﾀﾞｸﾂ(事)、ｽﾄﾚｰｼﾞ(事)
・映像・ｲﾒｰｼﾞﾝｸﾞ事業 ：ｲﾒｰｼﾞﾝｸﾞﾈｯﾄﾜｰｸ(事)、ｾｷｭﾘﾃｨｼｽﾃﾑ(事)、ﾋﾞｼﾞｭｱﾙｼｽﾃﾑ(事)
・ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝ事業 ：ｵﾌｨｽﾌﾟﾛﾀﾞｸﾂ(事)、ｺﾐｭﾆｹｰｼｮﾝﾌﾟﾛﾀﾞｸﾂ(事)
・ﾊﾞｰﾃｨｶﾙｿﾘｭｰｼｮﾝ事業 ：ｱﾋﾞｵﾆｸｽ(事)、ｲﾝﾌﾗｼｽﾃﾑ(事)

Panasonic

○ 次に、AVCネットワークスです。

○ 売上は、前年比109%の増収となりました。

○ モビリティ事業は、国内決済システムなどが好調で、
増収となりました。

○ 映像・イメージング事業は、
高輝度プロジェクターや、国内のセキュリティシステムなどが
堅調に推移し増収でした。

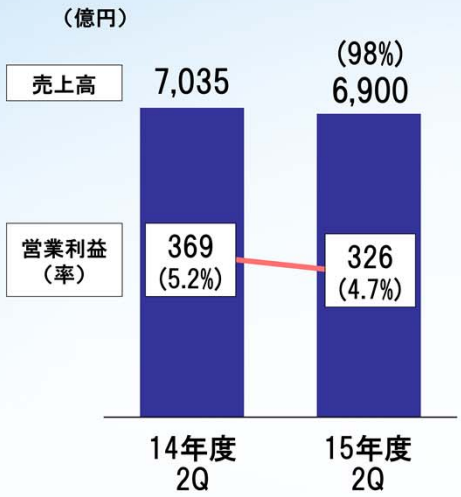
○ バーティカルソリューション事業は、
第1四半期に続いて好調を維持しており、
全体の増収を牽引しました。

○ 営業利益は、バーティカルソリューション事業を中心とした
増販で、大幅な増益となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

セグメント別実績

オートモーティブ＆インダストリアルシステムズ



売上	
減収	■ 一部事業の終息影響やFA事業の反動減で減収 ■ 車載エレクトロニクスや液晶パネルは増収
営業利益	
減益	■ FA事業の減販影響と車載を中心とする開発コスト増などで減益

	2015年度2Q		
	売上高	前年比	前年差
オートモーティブ事業	1,730	105%	+89
エナジー事業	1,373	103%	+37
インダストリアル事業	2,140	96%	▲86
ファクトリーソリューション事業	770	90%	▲85
セグメント計	6,900	98%	▲135

・オートモーティブ事業：インフォテインメントシステム（事）、車載エレクトロニクス（事）
・エナジー事業：二次電池（事）、エナジーデバイス（事）、パナソニック ストレージバッテリー（株）
・インダストリアル事業：メカトロニクス（事）、パナソニック セミコンダクターソリューションズ（株）、デバイスソリューション（事）、電子材料（事）
パナソニック液晶ディスプレイ（株）

15 | 2015年度 第2四半期 連結決算概要 Panasonic

○ 続いて、オートモーティブ＆インダストリアルシステムズです。

○ 売上は、前年比98%、減収となりました。

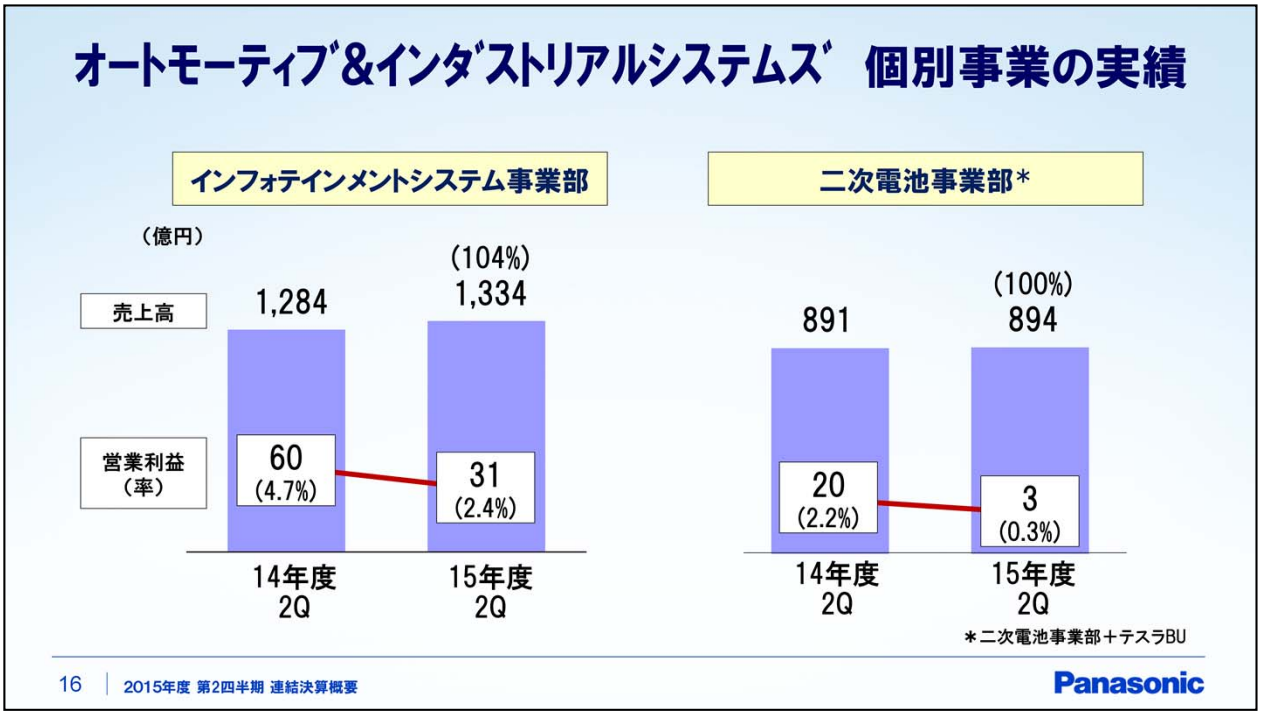
○ オートモーティブ事業では、車載カメラなどの
車載エレクトロニクスが増収となりました。

○ インダストリアル事業は減収ですが、
主な要因は、回路基板やSAWフィルターなど、
一部事業の終息影響です。
一方、液晶パネル事業は、非テレビ向けが堅調で
増収となっています。

○ ファクトリーソリューション事業も減収です。
主な要因は実装機で、前年に一時的な需要増があった反動で
あり、足下、車載・産業向けなどは着実に伸長しています。

○ 営業利益は、オートモーティブ事業での
将来に向けた研究開発費の増加や、
引き続き高収益は維持しているものの、ファクトリーソリューション
事業の減販影響などもあり、
全体として減益となりました。
今後さらに、材料合理化や固定費削減に努めてまいります。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.



○ 次に、個別事業について、ご説明します。

○ まず、インフォテインメントシステム事業部です。
売上は、前年比104%、増収となりました。

○ 日本と中国では、車両販売減少の影響を受けましたが、
北米は、好調を維持しており、全体では、為替効果も含め
増収となりました。

○ 一方、営業利益は、減益でした。オフショア開発などの
開発コスト抑制に努めていますが、
受注増加に伴う開発コストの増加が主な要因です。

○ 次に、二次電池事業部です。
ノートパソコンなど、ICT向けが大幅な減収となりましたが、
車載向け・産業向けでカバーし、
全体では、為替効果もあり、前年並みとなりました。

○ 営業利益は、ICT向けの減販影響に加え、
一部価格下落もあり、減益となりました。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

大規模6事業部実績

（億円）

	2015年度2Q				
	売上高	前年比	営業利益	率	前年差
エアコン *1	1,083	102%	7	0.6%	+1
ライティング	778	103%	41	5.2%	+12
ハウジングシステム	896	99%	40	4.4%	+18
インフォテインメントシステム	1,334	104%	31	2.4%	▲28
二次電池 *2	894	100%	3	0.3%	▲18
パナホーム	986	119%	64	6.5%	+22
6事業部合計	5,971	104%	186	3.1%	+7

＊1：エアコンカンパニーおよび販売部門の製販連結
＊2：二次電池事業部＋テスラBU

Panasonic

○ 最後に、各セグメントで説明した
6事業部を一覧にしますと、ご覧の通りとなります。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

Panasonic

○ ご説明は、以上になります。

○ なお、下期に向けて、売上は、
前年度の事業撤退等のマイナス影響を、全体でカバーしようと
していますが、市況の悪化もあり、厳しいと認識しています。

○ しかしながら、ご説明したとおり、これまでの事業構造改革の
取り組みにより、収益体質は着実に改善しています。
したがって、営業利益は、売上が厳しい中でも、
年間見通し達成を目指して参ります。

○ 今後も、当社へのより一層のご理解とご支援を
お願いいたします。

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

本プレゼンテーションには、パナソニックグループの「将来予想に関する記述」に該当する情報が記載されています。本プレゼンテーションにおける記述のうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、かかる将来予想に関する記述に該当します。これら将来予想に関する記述は、現在入手可能な情報に鑑みてなされたパナソニックグループの仮定および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および不確実性ならびにその他の要因が内在しており、それらの要因による影響を受けるおそれがあります。かかるリスク、不確実性およびその他の要因は、かかる将来予想に関する記述に明示的または黙示的に示されるパナソニックグループの将来における業績、経営結果、財務内容に関してこれらと大幅に異なる結果をもたらすおそれがあります。パナソニックグループは、本プレゼンテーションの日付後において、将来予想に関する記述を更新して公表する義務を負うものではありません。投資家の皆様におかれましては、金融商品取引法に基づく今後の提出書類およびその他の当社の行う開示をご参照下さい。

なお、上記のリスク、不確実性およびその他の要因の例としては、次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。かかるリスク、不確実性およびその他の要因は、当社の有価証券報告書等にも記載されていますのでご参照下さい。

- 米州、欧州、日本、中国その他のアジア諸国の経済情勢、特に個人消費および企業による設備投資の動向
- 多岐にわたる製品・地域市場におけるエレクトロニクス機器および部品に対する産業界や消費者の需要の変動
- ドル、ユーロ、人民元等の対円為替相場の過度な変動により外貨建てで取引される製品・サービスなどのコストおよび価格が影響を受ける可能性
- 資金調達環境の変化等により、パナソニックグループの資金調達コストが増加する可能性
- 急速な技術革新および変わりやすい消費者嗜好に対応し、新製品を価格・技術競争の激しい市場へ遅滞なくかつ低コストで投入することができない可能性
- 他企業との提携または企業買収等で期待どおりの成果を上げられない、または予期しない損失を被る可能性
- パナソニックグループが他企業と提携・協調する事業の動向（BtoB（企業向け）分野における、依存度の高い特定の取引先からの企業努力を上回る価格下落圧力や製品需要の減少等の可能性を含む）
- 多岐にわたる製品分野および地域において競争力を維持することができなくなる可能性
- 製品やサービスに関する何らかの欠陥・瑕疵等により費用負担が生じる可能性
- 第三者の特許その他の知的財産権を使用する上での制約
- 諸外国による現在および将来の貿易・通商規制、労働・生産体制への何らかの規制等（直接・間接を問わない）
- パナソニックグループが保有する有価証券およびその他資産の時価や有形固定資産、のれんなどの長期性資産および繰延税金資産等の評価の変動、その他会計上の方針や規制の変更・強化
- ネットワークを介した不正アクセス等により、当社システムから顧客情報・機密情報が外部流出する、あるいはネットワーク接続製品に脆弱性が発見され、多大な対策費用負担が生じる可能性
- 地震等自然災害の発生、感染症の世界的流行、サプライチェーンの寸断、その他パナソニックグループの事業活動に混乱を与える可能性のある要素

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.

（参考）

事業部一覧

アプライアンス

エアコンカンパニー
冷熱空調デバイス事業部
冷蔵庫事業部
コールドチェーン事業部
ランドリー・クリーナー事業部
キッチンアプライアンス事業部
ビューティ・リビング事業部
ホームエンターテインメント事業部
テレビ事業部
パナソニック サイクルテック㈱
スマートエネルギーシステム事業部

AVCネットワークス

イメージングネットワーク事業部
ストレージ事業部
ビジュアルシステム事業部
アビオニクス事業部
ITプロダクツ事業部
セキュリティシステム事業部
コミュニケーションプロダクツ事業部
オフィスプロダクツ事業部
インフラシステム事業部
システムソリューションズジャパンカンパニー

オートモーティブ＆インダストリアルシステムズ

インフォテインメントシステム事業部
車載エレクトロニクス事業部
二次電池事業部
エナジーデバイス事業部
パナソニック ストレージバッテリー㈱
メカトロニクス事業部
パナソニック セミコンダクターソリューションズ㈱
デバイスソリューション事業部
電子材料事業部
パナソニック液晶ディスプレイ㈱
スマートファクトリーソリューション事業部

エコソリューションズ

ライティング事業部
エナジーシステム事業部
ハウジングシステム事業部
パナソニック エコシステムズ㈱

その他

パナホーム㈱

2015年10月29日時点

Copyright (C) 2015 Panasonic Corporation All Rights Reserved.