

株式会社オプトエレクトロニクス ～自動認識業界のリーディングカンパニー～

次の10年の成長加速を実現するために



2007年10月10日
第3四半期業績説明会



結論

財務ハイライト ▼

成長戦略 ▼

1 結論

新たな成長ステージの実現に向け、当社は大きく舵を切りました。

これまで当社の成長を支えてきた

従来のバーコード・ビジネスによって安定成長を図ると共に、

差別化が可能なニュー・バーコード・ビジネスへ経営資源を集中することにより

当社の成長を加速していきます。

結論①

一部売上が4Q以降にシフト、累計で増収確保するも大幅減益

■07年11月期 第3四半期 累計(06/11-07/8)実績 (連結)

➢ 売上高 :	7,064百万円	6,698百万円(前年同期)	前年同期比	+5.5%
➢ 営業利益 :	63百万円	610百万円(前年同期)	前年同期比	△89.6%
➢ 経常利益 :	4百万円	613百万円(前年同期)	前年同期比	△99.3%
➢ 純利益 :	△121百万円	112百万円(前年同期)	前年同期比	-%
➢ 経常利益率 :	-%	9.2%(前年同期)		

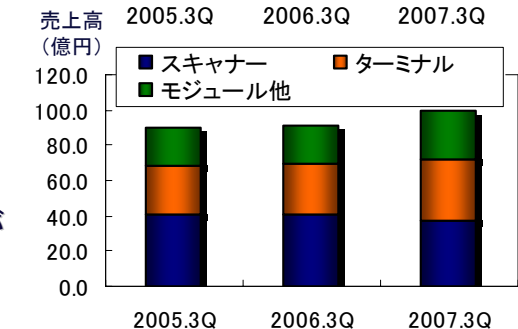
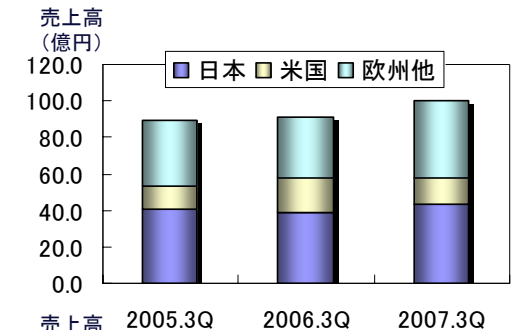
■第3四半期のポイント

エリア別

国内:	受注の繰り延べ等があったものの横ばい
海外:	欧州・その他好調、米国前年同期比減

製品別

スキャナ:	ハンディ、定置式ともに減少
ターミナル:	データコレクタ、ハンディターミナルともに好調
モジュール他:	前々期末完成の新型モジュールエンジン(7種)が大幅増



結論

財務ハイライト

成長戦略

結論②

業績予想を修正、差別化戦略強化のため戦略投資を強化



■07年11月期 業績予想(連結)を修正。

通期(修正後)	売上高 9,900百万円	経常利益 300百万円	純利益100百万円
(修正前)	売上高10,300百万円	経常利益1,050百万円	純利益650百万円

■業績予想修正の要因と対応状況

- ・新製品(スマートフォンハンディ)の出荷の遅延
⇒対策完了、来期は販売計画線以上に回復予定
- ・原価低減効果の遅れ
⇒抜本的な原価低減に向け戦略見直し
- ・新製品(スマートフォンハンディ)開発に伴う研究開発費の増加
⇒来期以降の成長基盤を堅固なものとするための戦略的経費支出

結論

財務ハイライト ▼

成長戦略 ▼

結論③

ニュー・バーコード・ビジネスの事業化を加速



■成長戦略・・・2つの基軸と事業再構築(本来的リストラクチャリング)

ニュー・バーコード・ビジネスの事業化にメド

差別化戦略に向け戦略投資を強化・加速

- ・バーコード・ビジネス ⇒既存の優位性・収益性を持続
 - ⇒コスト競争力強化
 - ⇒キャッシュフローを重視した経営管理の徹底
- ・ニュー・バーコード・ビジネス ⇒最大限の成長性追及
 - ⇒キーワード 『BCR』⇒『PC機能＋ケータイ通信＋画像処理』
 - ⇒差別化可能領域への集中投資

結論

財務ハイライト ▼

成長戦略 ▼



結論

財務ハイライト ▼

成長戦略 ▼

2 財務ハイライト

連結P/L

売上計上繰り延べ、投資分一括計上等による極めて特殊な四半期業績



結論
財務ハイライト ▼
連結P/L
連結B/S
売上高推移
収益・コスト構造 (研究開発費)推移
成長戦略 ▼

連結PL	3Q実績 (07/6-8)	前3Q (06/6-8) 実績比較		
		実績	増減	増減率
売上高 (百万円)	2,099	2,445	-346	-14.2%
営業利益 (百万円)	△343	255	-598	-%
経常利益 (百万円)	△328	235	-563	-%
純利益 (百万円)	△312	159	-417	-%

売上計上時期の後ズレ
スマートフォンハンディ売上立ち遅れ

戦略投資分を第3Qに計上

連結B/S

収益構造改革への取り組みを開始



結論
財務ハイライト ▼
連結P/L
連結B/S
売上高推移
収益・コスト構造 (研究開発費)推移
成長戦略 ▼

連結BS	3Q実績 (07/8末)	前3Q実績 (06/8末)比較		
		実績	増減	増減率
流動資産	11,233	8,943	+2,290	+25.6%
棚卸資産	4,225	3,062	+1,163	+38.0%
固定資産	5,782	3,460	+2,322	+67.1%
資産合計	17,015	12,403	+4,612	+37.2%
流動負債	6,278	5,480	+798	+14.6%
固定負債	5,381	1,864	+3,517	+188.7%
負債合計	11,660	7,345	+4,315	+58.7%
純資産合計	5,355	5,058	+297	+5.9%

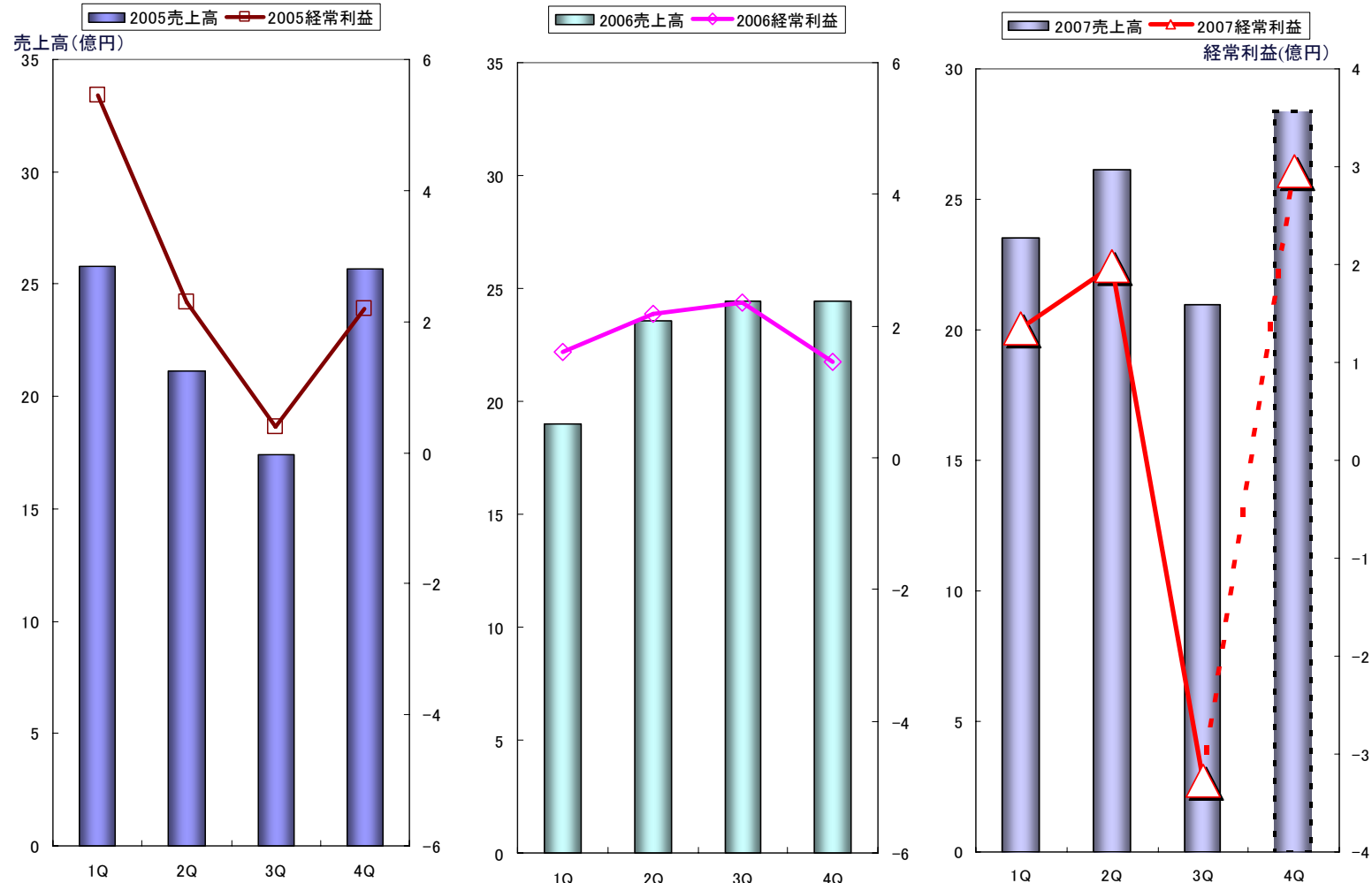
棚卸資産増加及び新社屋建設に伴う
有形固定資産の増加

前払い増加分

開発費用及び新社屋建設に伴う有利
子負債増

売上高推移

四半期別売上高と経常利益額の推移



結論

財務ハイライト ▼

連結P/L

連結B/S

売上高推移

収益・コスト構造 (研究開発費) 推移

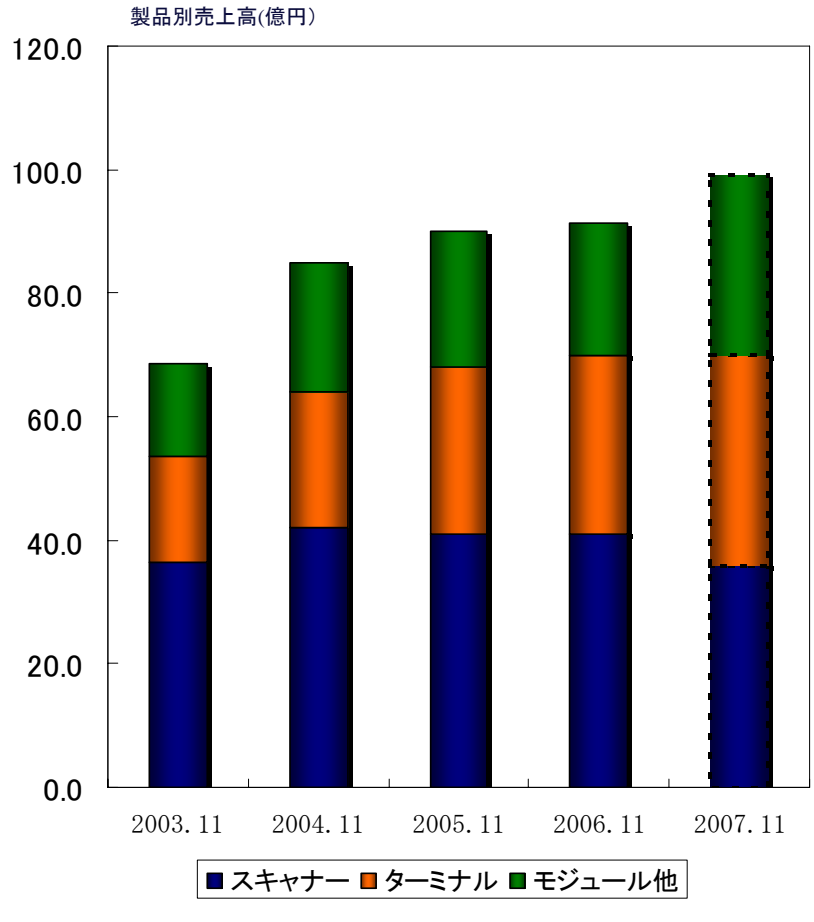
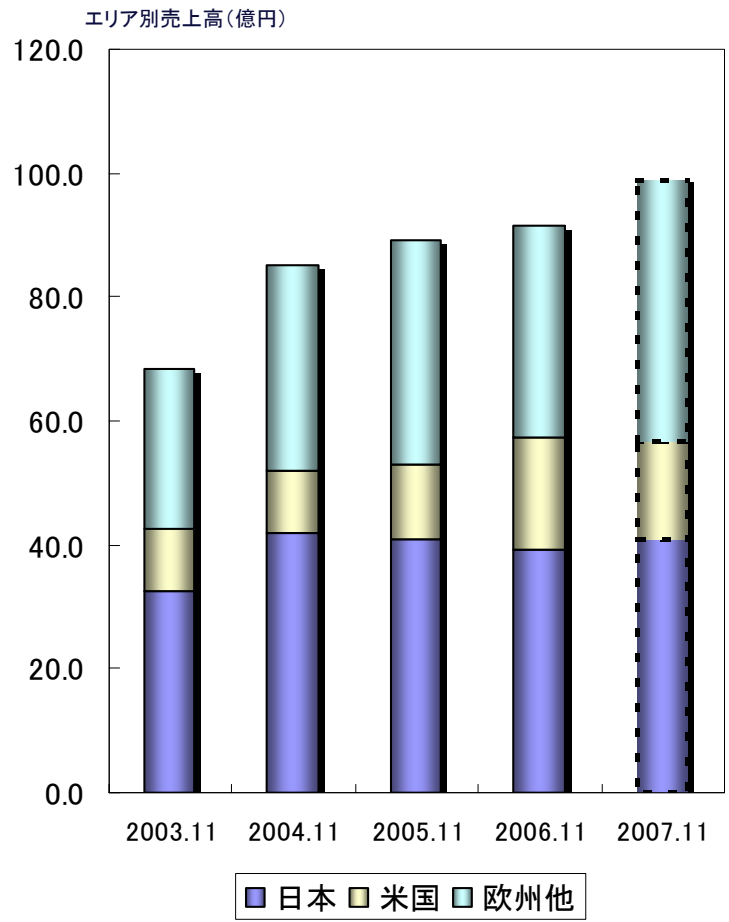
成長戦略 ▼

売上高推移

エリア別及び製品別売上高の推移



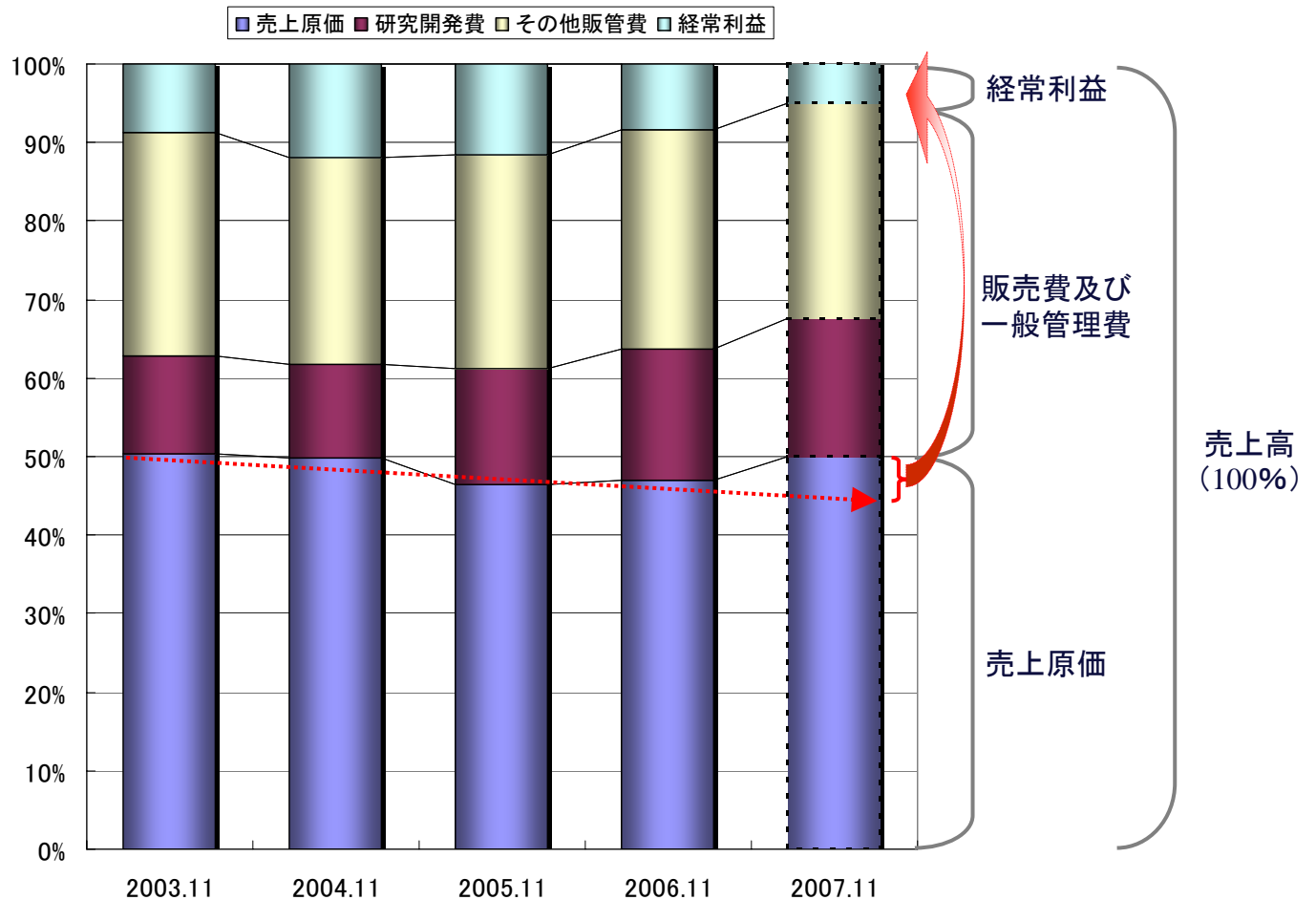
- 結論
- 財務ハイライト ▼
- 連結P/L
- 連結B/S
- 売上高推移
- 収益・コスト構造
(研究開発費)推移
- 成長戦略 ▼



収益・コスト構成(研究開発費)推移

成長を見据えた投資強化、原価低減という課題克服へ取り組み

結論
財務ハイライト
連結P/L
連結B/S
売上高推移
収益・コスト構造 (研究開発費)推移
成長戦略





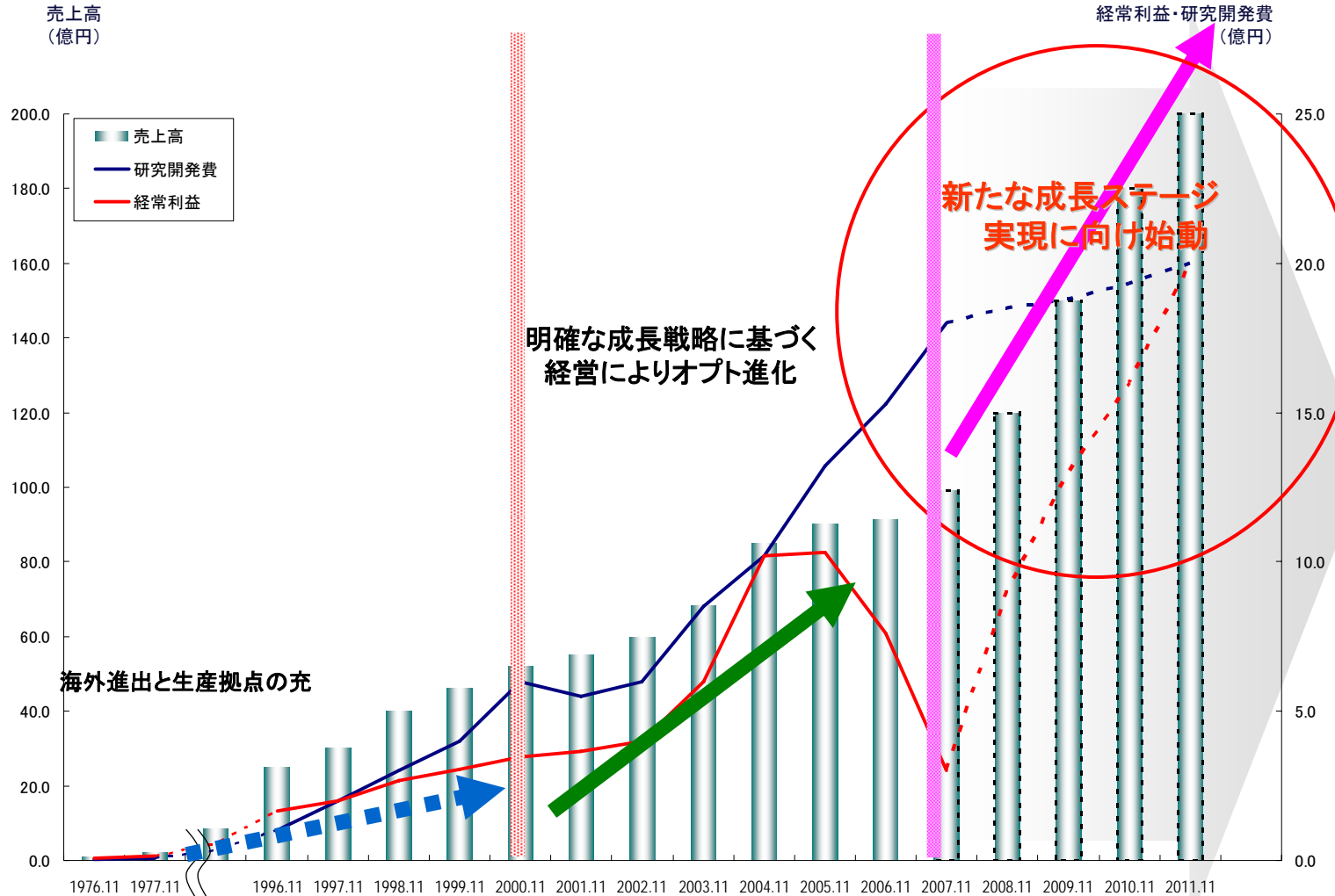
結論	
財務ハイライト	▼
成長戦略	▼

3 成長戦略

成長ステージ

2000年が転機、積極投資と事業改革が成果

- 結論
- 財務ハイライト
- 成長戦略
- 成長ステージ**
- 環境認識
- 巨大市場への挑戦
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画



※当社は2002年11月期より連結財務諸表を作成しております。

巨大市場への挑戦

既存の巨大市場、成長ポテンシャルの高いニュー・バーコード・ビジネス



バーコード・ビジネス

ニュー・バーコード・ビジネス

競争力強化による
市場シェア拡大

差別化可能領域で
チャレンジ

US

EU

JPN

3,000億円
市場

NEW

スマートフォン
ハンディ

自動認識業界

- 結論
- 財務ハイライト
- 成長戦略
- 成長ステージ
- 巨大市場への挑戦
- 環境認識
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画

巨大市場への挑戦

明確なターゲット、戦略商品投入によるシェア拡大とブランド価値向上



結論
財務ハイライト ▼
成長戦略 ▼
成長ステージ
巨大市場への挑戦
環境認識
2つの成長戦略
中期事業計画



●: 競合S社
 円の大きさは2005/12期売上高 \$ 1.77bil
 ※S社は \$ 3.8bil で買収され米M社の一部門に

●: 当社
 円の大きさは2005/11期売上高 \$ 0.07bil
 (11月末レート(TTM: 119.68)でドル換算)

安定市場の確保と、米国という巨大市場の攻略



- 結論
- 財務ハイライト ▼
- 成長戦略 ▼
- 成長ステージ
- 巨大市場への挑戦
- 環境認識
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画

国内(OPTO)

OEM供給先増大に向け当社の強みは揺るがず

→ 安定的成長の実現

米国(OPTICON)

ターゲットが明確な巨大市場、戦略商品投入

→ 長期的な成長ポテンシャル

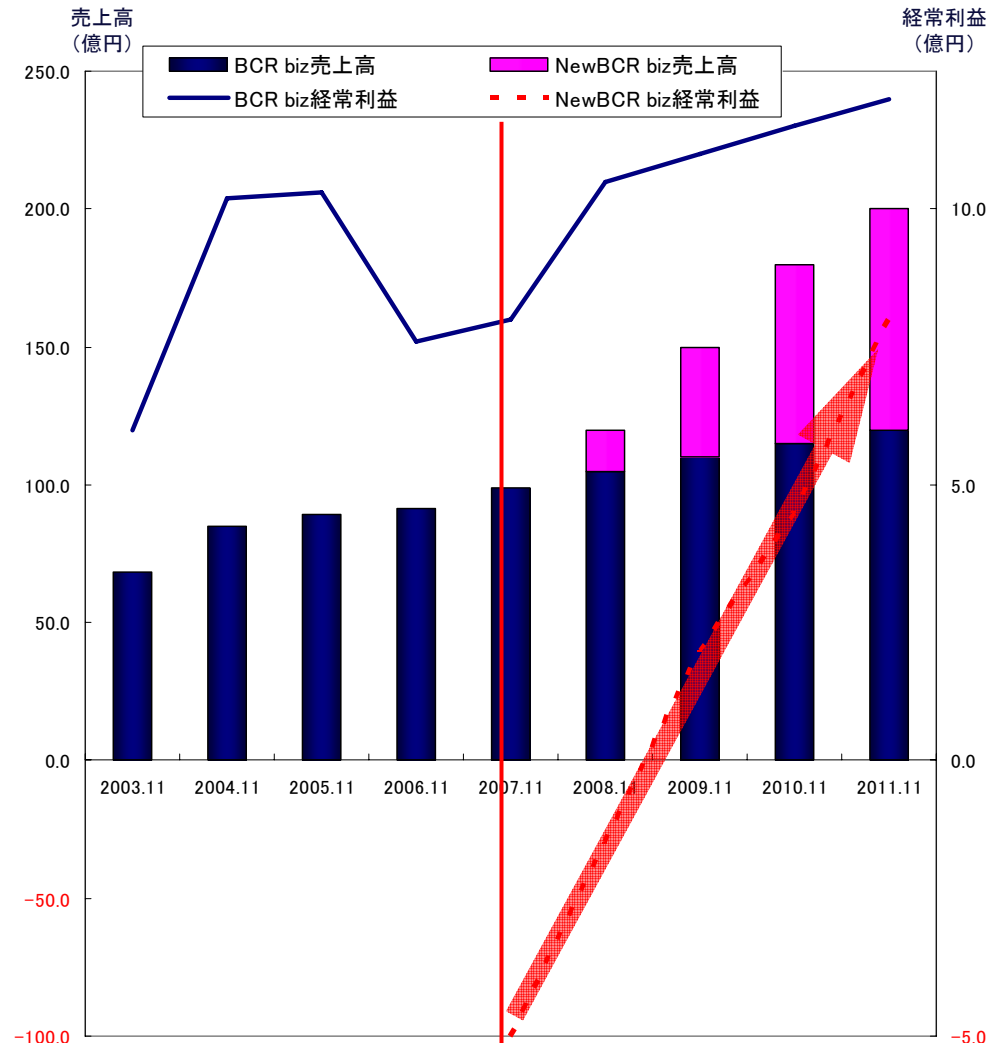
欧州その他(OSE)

マーケティング力を発揮しシェア拡大

→ 着実な業績拡大の実現

2つの成長戦略

戦略ミックスによる安定的高成長の実現



【ニュー・バーコード・ビジネス】

戦略2

「差別化製品による市場奪取」

- ①研究開発体制強化
 - ・研究開発投資強化
 - ・人員の再配置
- ②グローバル・マーケティング

【バーコード・ビジネス】

戦略1

「収益性向上」

- ①原価低減
 - ・工程管理強化
 - ・生産管理強化
- ②棚卸資産(在庫)削減
- ③有利子負債負担軽減

結論

財務ハイライト

成長戦略

成長ステージ

巨大市場への挑戦

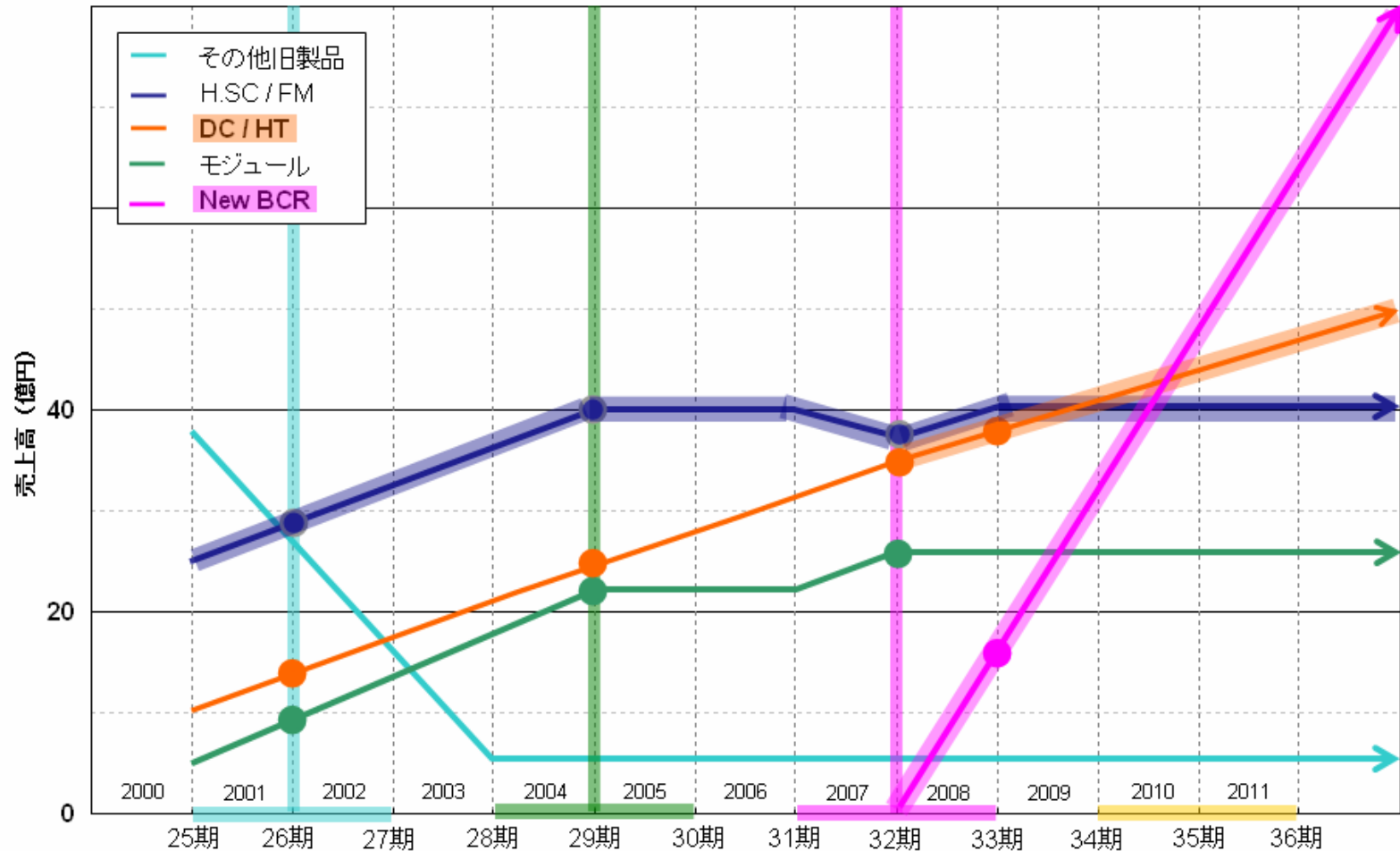
環境認識

2つの成長戦略

中期事業計画

2つの成長戦略

製品カテゴリー別売上高推移と今後の展望



- 結論
- 財務ハイライト ▼
- 成長戦略 ▼
- 成長ステージ
- 巨大市場への挑戦
- 環境認識
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画

2つの成長戦略

戦略1・・・「収益性向上」(バーコードビジネス)

【バーコード・ビジネス】

戦略1

「収益性向上」

①原価低減

- ・工程管理強化
- ・生産管理強化

②棚卸資産(在庫)削減

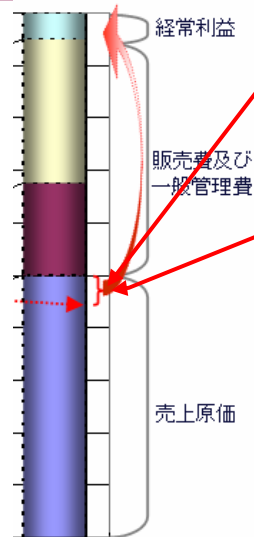
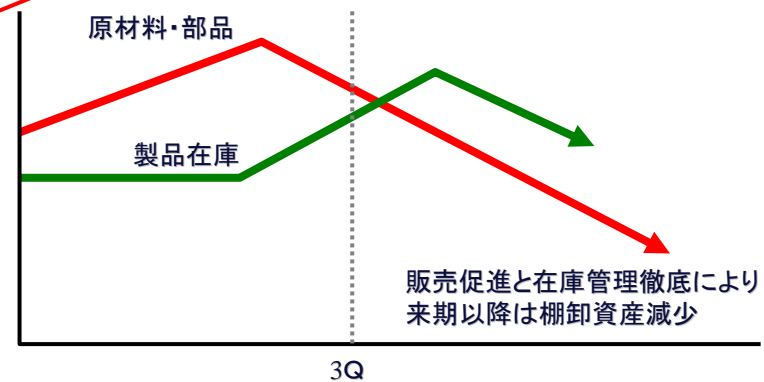
③有利子負債負担軽減

①原価低減

- ・生産体制の抜本の見直し
- 見直しのポイント
- ⇒外注戦略
- ⇒生産拠点を



②棚卸資産(在庫)削減



2007.11

- 結論
- 財務ハイライト ▼
- 成長戦略 ▼
- 成長ステージ
- 環境認識
- 巨大市場への挑戦
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画

2つの成長戦略

戦略2・・・「差別化製品による市場奪取」(ニュー・バーコード・ビジネス)

【ニュー・バーコード・ビジネス】

戦略2

「差別化製品による市場奪取」

①研究開発体制強化

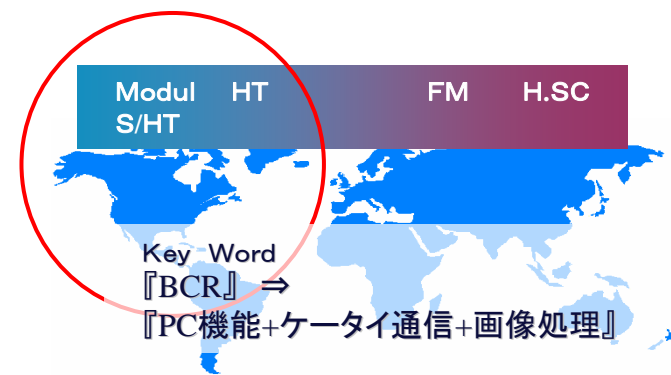
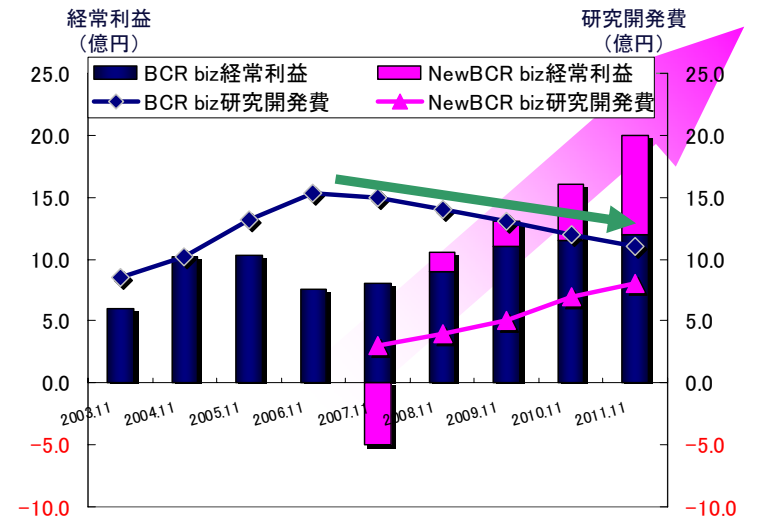
- ・研究開発投資強化
- ・人員の再配置

②グローバル・マーケティング

新社屋に開発体制を集中
優秀な人材獲得効果も



差別化可能領域への経営資源のシフト



結論

財務ハイライト ▼

成長戦略 ▼

成長ステージ

環境認識

巨大市場への挑戦

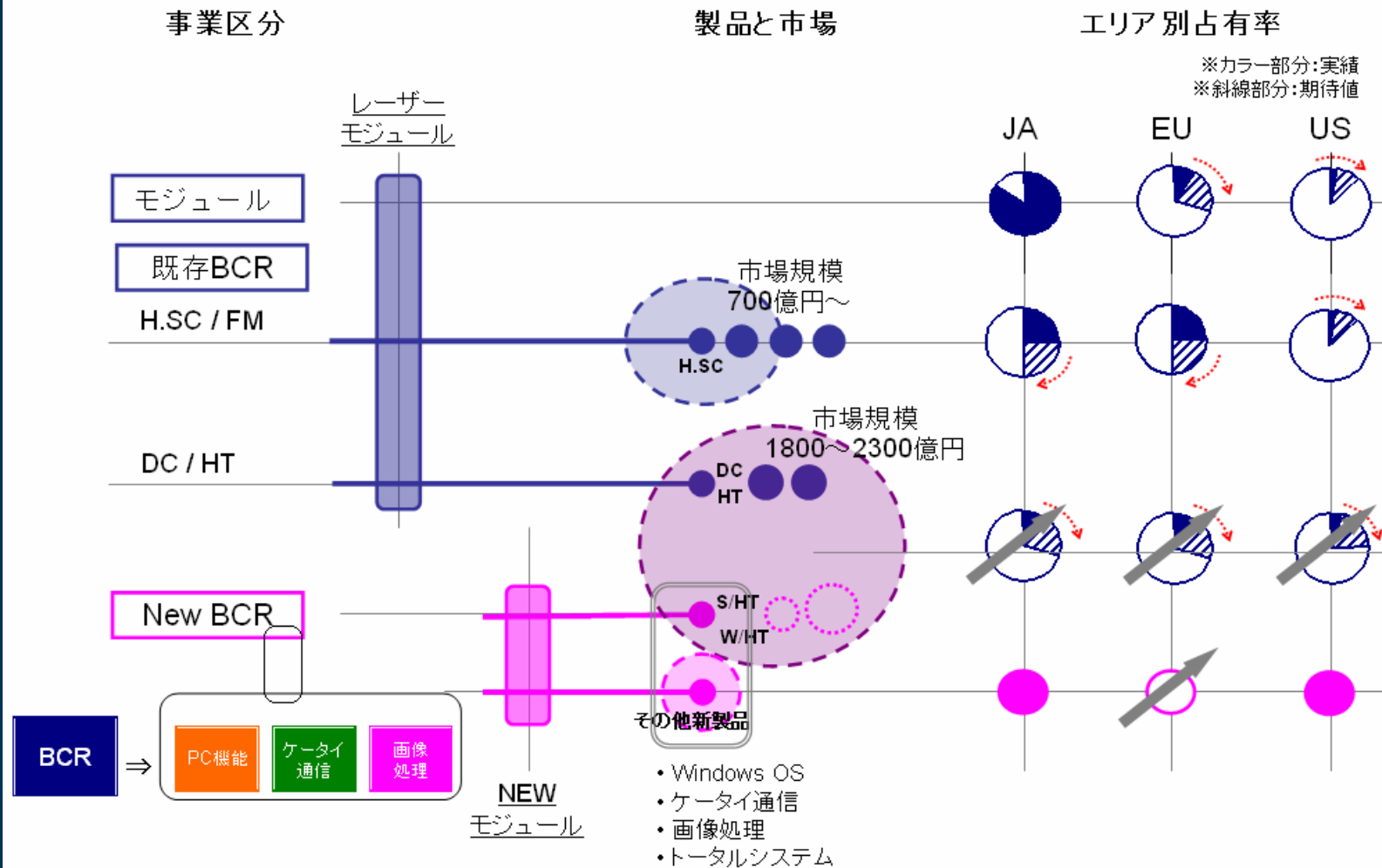
2つの成長戦略

中期事業計画

2つの成長戦略

エリア別事業分析

- 結論
- 財務ハイライト
- 成長戦略
- 成長ステージ
- 巨大市場への挑戦
- 環境認識
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画

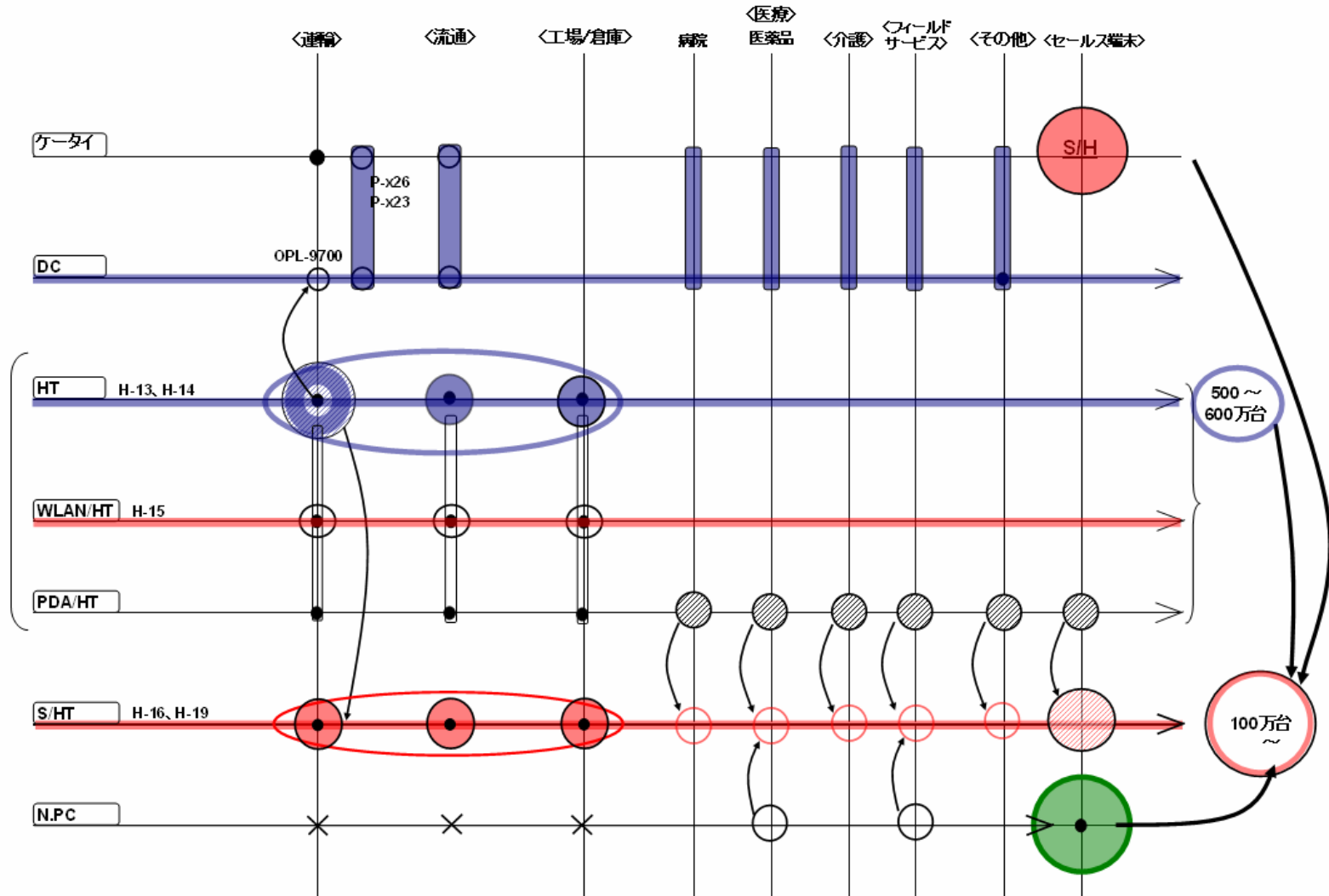


2つの成長戦略

市場の分析と製品投入



- 結論
- 財務ハイライト ▼
- 成長戦略 ▼
- 成長ステージ
- 巨大市場への挑戦
- 環境認識
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画

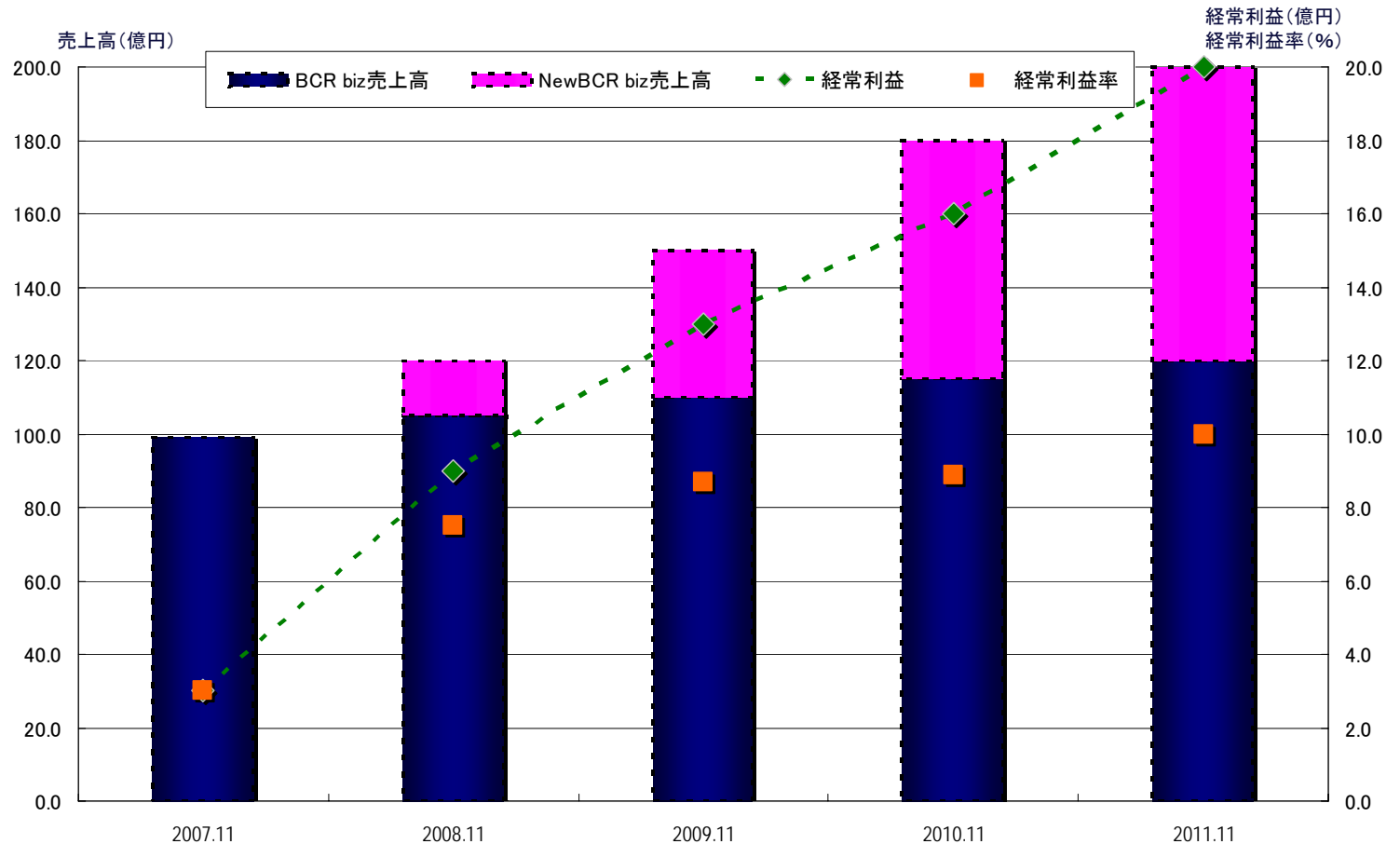


中期事業計画

連結売上高200億円、売上高経常利益率10%以上



- 結論
- 財務ハイライト ▼
- 成長戦略 ▼
- 成長ステージ
- 環境認識
- 巨大市場への挑戦
- 2つの成長戦略
- 中期事業計画





Cautionary Note Regarding Forward-Looking Statements

本日ご説明申し上げました業界の動向や分析、今後の見通し、戦略等は、現在入手可能な情報から弊社の経営陣が判断したものでありますが、様々な要素により将来の事業を取り巻く環境が大きく変動することも考えられます。

従いまして、将来の戦略及び業績等につきましては、本日ご説明申し上げました内容とは大きく異なる可能性がございますことをご了承ください。

お問合せ・個別取材のお申込みは、IR担当までご連絡ください。

TEL: 048-446-1181(大島・加藤)

<http://home.opto.co.jp/>