

第1四半期は大幅増益を確保。 事業拡大へと軸足を移していこう

社長 CEO
沖津 雅浩



本日、2025年度第1四半期決算を発表しました。今回のメッセージでは、そのポイントについてお話しします。詳細は発表資料を確認してください。

1. 第1四半期決算

今四半期は、米国関税の影響や競争環境の激化など、厳しい事業環境が続く中、売上高はアセットライト化の影響もあり対前年減収となりましたが、営業利益は200億円以上の増益、経常利益も大幅増益、最終利益については第1四半期として過去最高益となりました。この間の皆さんの努力に感謝します。ありがとうございます。

営業利益をセグメント別に見ると、スマートライフは高付加価値化やテレビ事業の構造改革が進展したこと、スマートワークプレイスはPC事業が想定以上に堅調に推移したことなどから、それぞれ大幅増益となっています。

さらに、ディスプレイデバイスにおいても、米国関税の駆け込み需要のあった車載向けやPC・タブレット向けの販売が好調に推移したことに加え、これまで取り組んできた構造改革の効果もあり、赤字を大幅に縮小することができました。

今決算では、こうした結果に加え、期初の業績予想に織り込んでいなかった営業外収益を計上したことなどから、通期業績予想を上方修正しています。また、今回からセグメント別の予想も公表しており、今後は各BG/BUの有言実行がより一層求められます。

加えて、米国関税の影響についても開示しました。当社の米国向け売上高は全体の約10%程度で、関税対象はMFPやB2Bディスプレイ、調理家電など、生産地はタイや中国が中心となっています。今後は価格への反映に加え、コストダウンや経費削減などに取り組み、影響を最小化していく考えです。

このように、第1四半期は着実に収益改善が進みましたが、一方で、競争環境の激化や市況の悪化などを背景に、ブランド事業の売上高が7四半期ぶりに対前年減収となっており、各事業の成長力強化が課題です。

足元では、6月に提供開始した生成AI活用サービス「クックトーク」が好評を得ており、新たに取り組んでいる衛星通信事業にも各方面から強い引き合いがあるなど、少しずつですが次の成長の芽が育ちつつあります。また、9月からは全社的にブランディング施策を本格展開し、事業拡大のスピードを加速させていく考えです。

今後も米国関税による先行きの不透明さや、各国における需要の低迷など、当面厳しい事業環境が継続する見通しですが、構造改革中心の収益改善から、新商品や新規事業の創出、販路の拡大といった事業拡大による収益改善へと軸足を移し、新たな取り組みに積極果敢に挑戦していきましょう。加えて、お客様が求める機能や品質、価格を常に意識したVEにも引き続き取り組んでいただきたいと思います。

2. 最後に

5月12日に発表した中期経営計画の中で「堺本社の移転」について触れましたが、来年3月に大阪市中央区の堺筋本町駅すぐにあるJTB大阪ビルを一棟借りし、本社を移転する計画です。現在、移転スケジュールを詰めており、対象部門には9月頃に説明会を実施する予定にしています。

最後になりましたが、日本では明日から夏季休暇に入ります。非常に暑い日が続いていますので、くれぐれも体調には気を付けて良い休暇を過ごしてください。そして休暇明けから再び、再成長に向け共に頑張りましょう。