



株式会社 ニコン

中期経営計画説明会

2013年5月9日

株式会社ニコン

※本資料で記述されている業績予想並びに将来予測は、現在における入手可能な情報に基づき当社が判断した内容であり、潜在的リスク及び不確実性が含まれます。
従いまして、様々な要因の変化によって、実際の業績は記述されている内容と大きく乖離する結果となる可能性があることをご承知おきください。

Agenda

- I. グループが目指す姿及び重点課題**
- II. 経営数値目標
- III. 株主還元

半導体

デバイスは緩やかな成長
半導体メーカーは投資抑制が継続

自動車

中期的に成長継続
大型耐久消費財の主役

液晶パネル

中小型パネルは今後も数量拡大
大型パネルは緩やかな成長

医療

中期的に成長
幹細胞関連ビジネスは急拡大し
従来とは異なるビジネスモデルに発展

スマートフォン

低価格機が伸長
C-DSC領域への影響

3カンパニーの事業環境

精機事業

半導体分野は2014年3月
期後半から回復

液晶分野は2014年3月
期は中小型用中心に堅
調、大型用の回復は
2014年以降

映像事業

レンズ交換式カメラ市場
は成長を維持

コンパクトカメラ市場は
成熟、先進国は頭打ち、
新興国は成長の余地

インストルメンツ事業

バイオはライブセル
イメージング分野、
産業機器は非接触三
次元測定機分野が成長

アジア市場の拡大継続

常に新たな価値を提供し
成長し続けるニコングループ

ニコンブランドを
一層拡がりのある
ものとする

環境変化に柔軟かつ
スピード感を持って対応
できる強靱な
企業体質を実現

既存事業の
リーディングポジションを
強化

新規事業育成を加速し
健康・医療分野の
「分析・診断」を重点領域
として取り組む

CSRの重要性を認識し、社会の持続的発展に貢献

1. 既存事業の強化

コストダウン

サプライチェーンマネジメント(SCM)強化

差別化商品投入

2. 新事業への取組推進

事業方針

- リードタイム短縮・コストダウンによる収益力強化
- 液浸露光装置のシェア拡大
- 液晶露光装置の高シェア維持

2016年3月期

半導体
露光装置

市場
230台程度
液浸割合：40%

目標

液浸シェア：30%

液晶
露光装置

70台程度
大型向け投資が回復

シェア：70%強

半導体 露光装置

- ・ 製品競争力の向上
- ・ 新規顧客開拓による拡販
- ・ リードタイム短縮を推進
- ・ 450mmウエハ対応機の先行開発

液晶 露光装置

- ・ 新高精細装置の投入による製品競争力強化
- ・ 原価低減による収益力強化
- ・ 需要変動に対応できる生産体制の構築

前期の課題対応、体質改善

【在庫増・供給過剰に伴う単価下落防止】・SCM強化による在庫圧縮
【コスト競争力の抜本的向上】・プラットフォーム化 ・調達コストダウン
・生産の自動化 ・販売経費／開発費の効率化

事業方針

- 技術力とマーケティング力で明確に差別化された商品の継続的投入
- 新興国でのブランド確立とリーディングポジション獲得
- 2016年3月期営業利益率15%の実現

2016年3月期

レンズ交換式 デジタルカメラ

市場
2,400～2,600万台程度
+25～+35%/3年

目標
D-SLR : 収益力改善
シェア40～45%
Non-Ref: 市場拡大
シェア25～30%

コンパクト デジタルカメラ

市場
5,000～6,000万台程度
▲15～▲25%/3年

目標
収益性確保
シェア25～30%

デジタル 一眼レフカメラ (D-SLR)

- ・ 商品ラインナップの拡充

DX及びFX両フォーマットの商品群強化による収益確保

ノンレフレックス カメラ (Non-Ref)

- ・ 差別化商品の投入

Nikon 1で映像の新しい楽しみ方を提案し、
新規顧客の開拓、獲得を継続

コンパクト デジタル カメラ (C-DSC)

- ・ 成熟市場での寡占化進行の状況下、
メジャープレーヤーとしての存在を強化

市場に合わせたラインナップ展開
新興国でのブランド強化、販売チャネル構築

事業方針

- 事業拡大による黒字化の実現
- 新興国市場への注力
- バイオ：生物顕微鏡市場でリーディングポジション獲得
- 産業機器：非接触測定機市場でリーディングポジション獲得

2016年3月期

市場

目標

バイオ
サイエンス
事業

生物顕微鏡全体は成熟
ライブセルは成長

トップシェア獲得
幹細胞分野で新領域開拓

産業機器
事業

非接触測定機の成長継続

2D/3D、X線の各分野で
リーディングポジション獲得
中国を中心とした新興国
への展開加速

バイオ サイエンス 事業

- ・ 先端研究分野で差別化商品投入
- ・ 臨床分野で販売チャネル拡充

産業機器 事業

- ・ アジア営業体制強化
- ・ 差別化商品投入による自動車産業への拡販

新領域開拓 による 事業育成

- ・ BioStation CTを核とした新市場開拓
- ・ ハードウェア単体販売からソフトを含めた付加価値営業への転換

研究開発費500億円／3年を投資

健康・医療分野
重点領域：分析・診断

既存分野
周辺領域

新規分野

光学技術

画像処理技術

コア技術

精密制御技術

検査技術

**2013年
3月期**

1. 新事業のターゲットに「健康・医療分野」を選択
2. 「分析・診断」を対象領域として抽出し
基礎開発の検討に着手

**2014-2016年
3月期**

1. 事業体制の整備・推進
遺伝子～細胞レベルの画像分析／診断や
創薬の支援システム
2. 計画年度内に事業化

Agenda

- I. グループが目指す姿及び重点課題
- II. 経営数値目標**
- III. 株主還元

経営数値目標(全社)

株式会社ニコン



単位: 億円	13年3月期	14年3月期	16年3月期
売上高	10,104	11,100	13,000
営業利益 売上高比	510 5.0%	850 7.7%	1,700 13.1%
当期純利益 売上高比	424 4.2%	650 5.9%	1,100 8.5%

為替の前提 単位: 円			
USD	83	95	95
EUR	107	125	125

経営数値目標(カンパニー別)

株式会社ニコン



売上高	単位: 億円	13年3月期	14年3月期	16年3月期
精機		1,790	2,100	2,900
映像		7,512	8,100	9,000
インスト		538	630	800

営業利益	単位: 億円			
精機		130	160	600
	売上高比	7.3%	7.6%	20.7%
映像		607	940	1,350
	売上高比	8.1%	11.6%	15.0%
インスト		▲49	▲15	50
	売上高比	—	—	6.3%

設備投資・研究開発計画

株式会社ニコン



既存事業の能力強化・合理化・省力化、新たな事業展開に必須の設備投資を行う。研究開発費は売上高比7%水準を維持。

精機事業



映像事業



インストルメンツ事業



2014年3月期～2016年3月期の累計

設備投資 : 総額 1,500億円

研究開発費 : 総額 2,500億円

Agenda

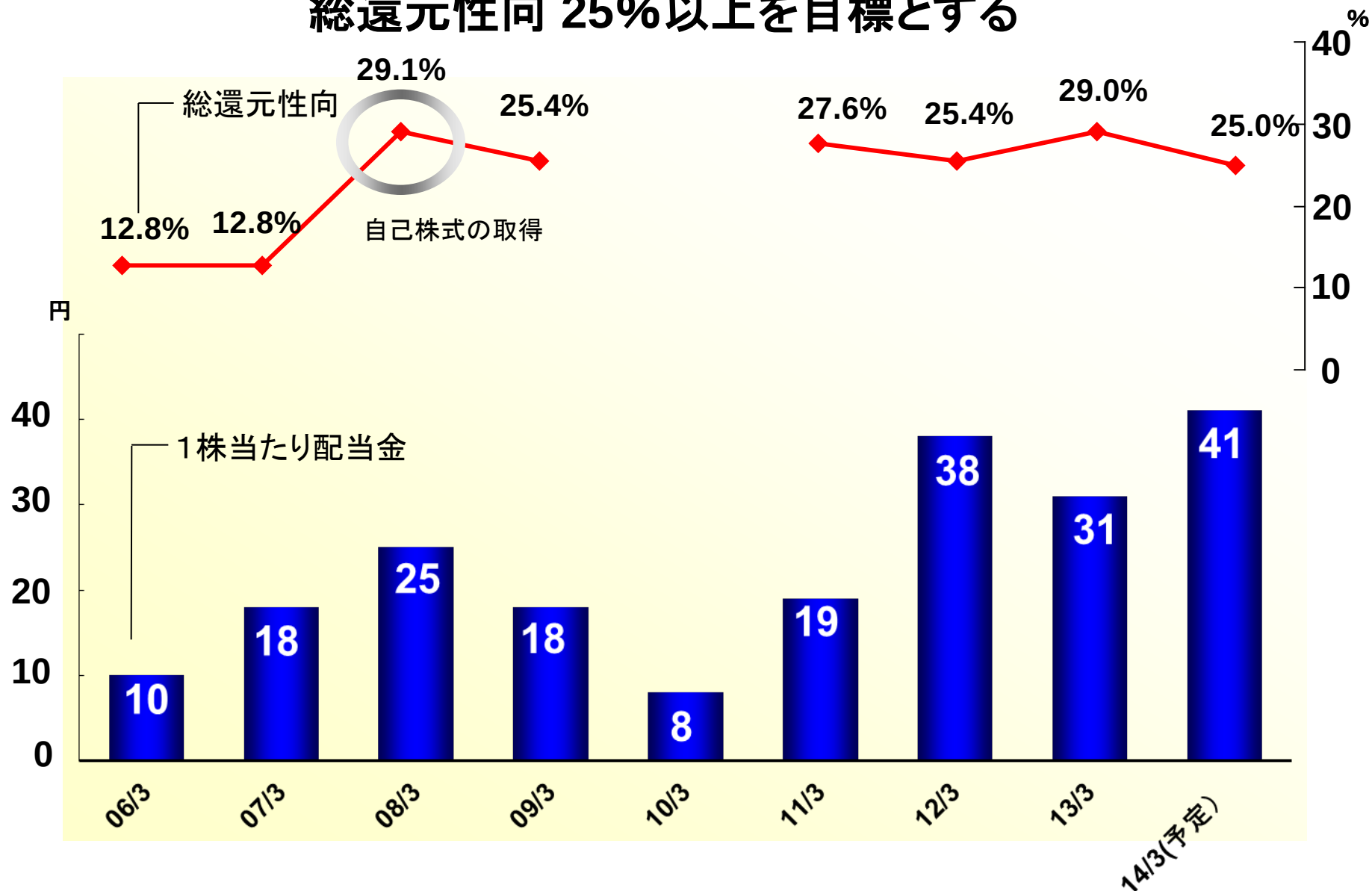
- I. グループが目指す姿及び重点課題
- II. 経営数値目標
- III. 株主還元**

一株当たり配当金と総還元性向

株式会社ニコン



総還元性向 25%以上を目標とする





NIKON CORPORATION