

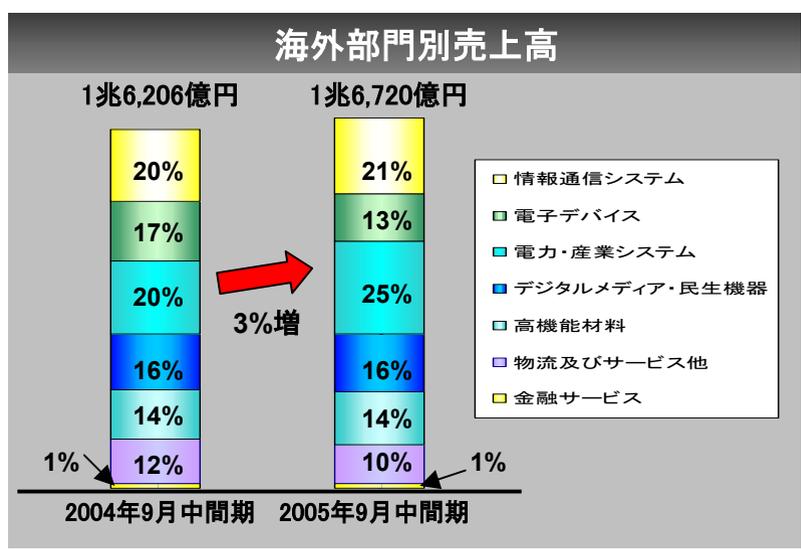
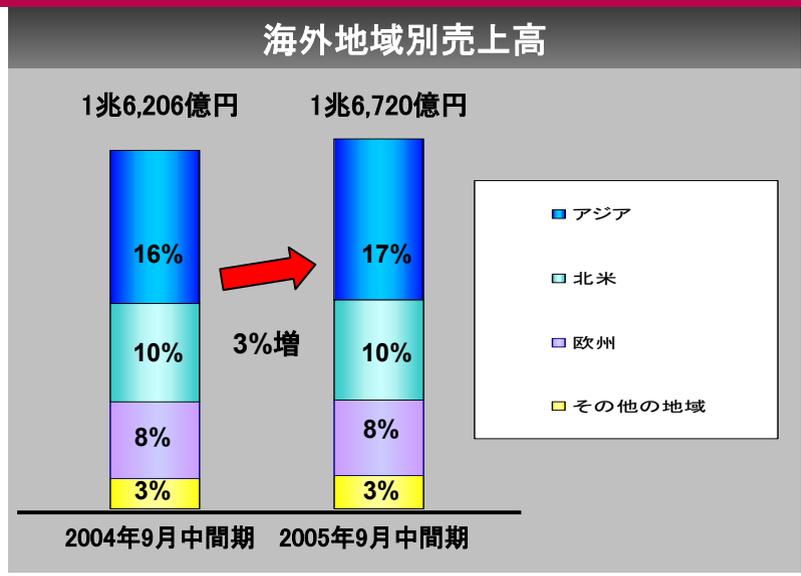
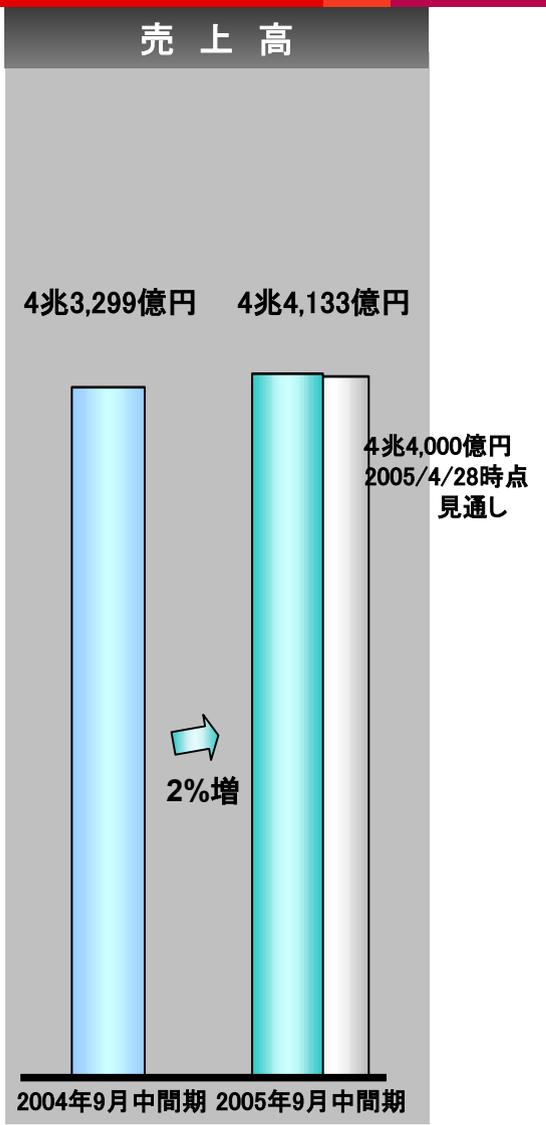
2005年9月中間期 連結決算の概要

2005年10月31日

株式会社 日立製作所

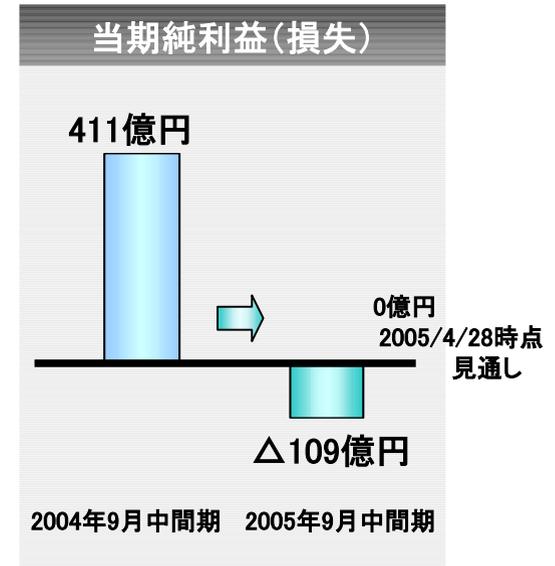
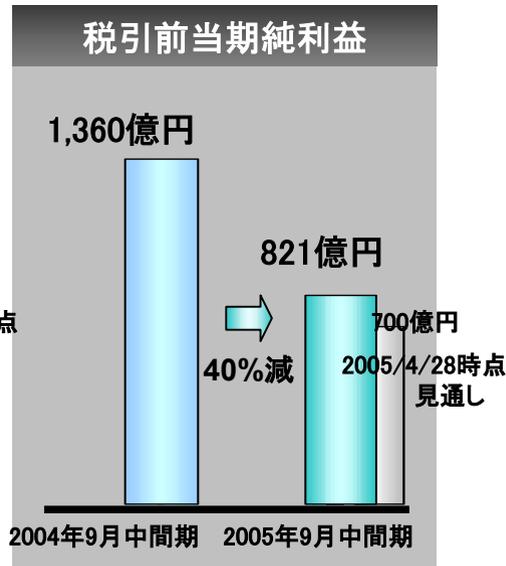
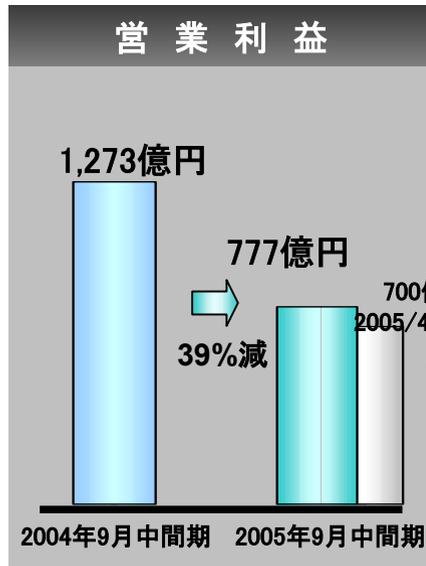
01

2005年9月中間期 連結決算の概要



2005年9月中間期実績

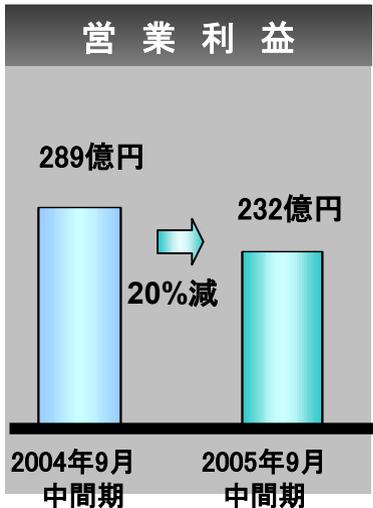
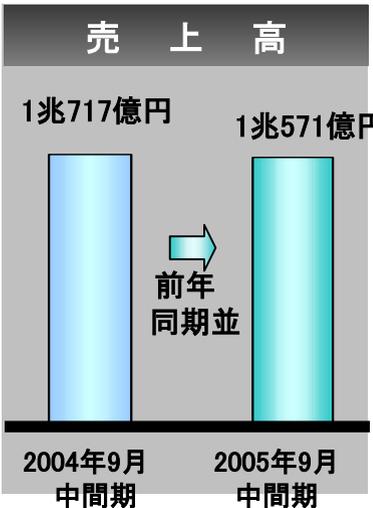
- ・売上高は前年同期比微増
- ・2005年3月期決算発表時点の見通しを上回る
- ・海外売上高比率は過去最高の38% (前年同期は37%)



2005年9月中間期実績

営業利益及び税引前当期純利益は当初見通しを上回る

情報通信システム



売上高

ソフト/サービス

- ・ソフトウェアが基本ソフトウェアの減少等により減収
- ・アウトソーシング事業等が増収、全体では増収

ハードウェア

- ・ハードディスクドライブやディスクアレイサブシステムが伸長
- ・旧日立プリンティングソリューションの売却による減少
- ・サーバやパソコンの競争激化に伴う価格低下

営業利益

ソフト/サービス

- ・不採算案件の減少等により改善

ハードウェア

- ・ディスクアレイサブシステム等が堅調に推移したもののハードディスクドライブが赤字となり、全体でも赤字

	2005年9月中間期売上高	前年同期比	2005年9月中間期営業利益	前年同期比
ソフト/サービス	4,729億円	101%	370億円	160%
ハード (HDD)	5,842億円 (2,232億円)	97% (103%)	▲138億円 (▲244億円)	- (-)

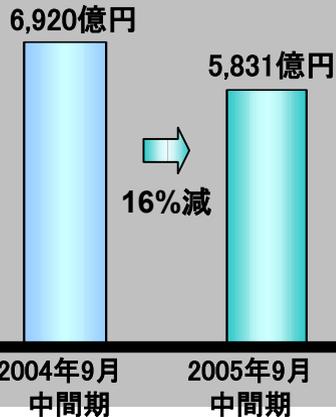
2005年9月中間期のトピックス

アウトソーシング事業の拡大(武田薬品工業、三共など)
 セキュリティ事業強化(指静脈認証、暗号技術など)

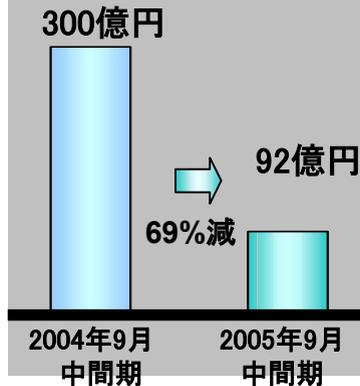
(注)ハードディスクドライブ事業は、12月決算会社である日立グローバルストレージテクノロジーズ(日立GST)が行っており、3月決算会社である当社の2005年9月中間期決算においては、日立GSTの2005年1-6月の数値を計上しています。

電子デバイス

売上高



営業利益



売上高

・競争激化による液晶の低迷によってディスプレイが大幅減収

営業利益

・液晶が赤字となったことにより減益

	2005年9月中間期 売上高	前年 同期比	2005年9月中間期 営業損失	前年 同期比
ディスプレイ	942億円	75%	△128億円	—

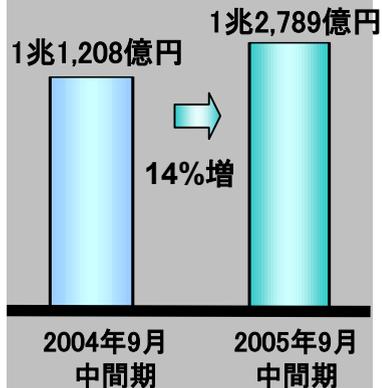
2005年9月中間期のトピックス

日立ハイテクノロジーズが半導体検査装置新工場建設

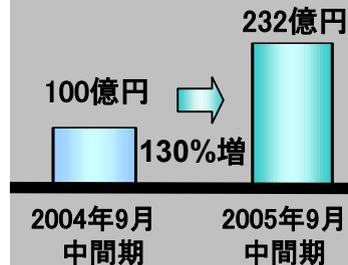
日立ハイテクノロジーズが中国に100%出資商社を設立

電力・産業システム

売上高



営業利益



売上高

- ・民間設備投資の回復を受けた、産業機械や空調システムが堅調
- ・昇降機と日立建機が海外市場向けを中心に伸長
- ・トキコの合併影響

営業利益

- ・不採算案件の減少
- ・日立建機が増益
- ・昇降機、産業機械、空調システム等が好調

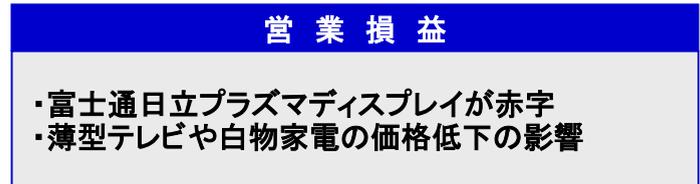
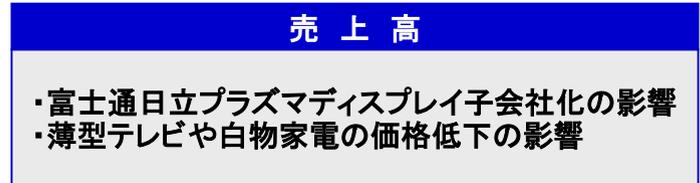
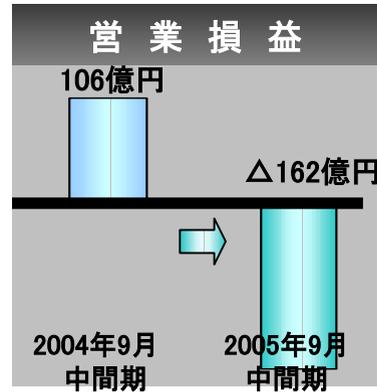
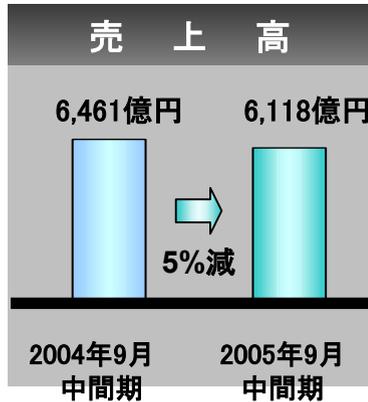
2005年9月中間期のトピックス

自動車事業における車載情報システム事業拡大に向けたクラリオンとの提携強化

タイの昇降機製造・販売会社を連結子会社化

英国における鉄道車両及び保守メンテナンス受注

デジタルメディア・民生機器



	2005年9月中間期売上高	前年同期比
富士通日立プラズマディスプレイ	230億円	— %

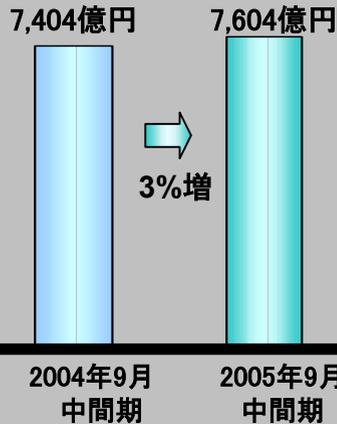
2005年9月中間期のトピックス

- 富士通日立プラズマディスプレイの子会社化に加え増産投資の増額を決定
- 富士通日立プラズマディスプレイが、55型フルハイビジョン対応PDPパネルを開発
- 高付加価値家電製品の投入強化(洗濯乾燥機、食器洗い乾燥機など)

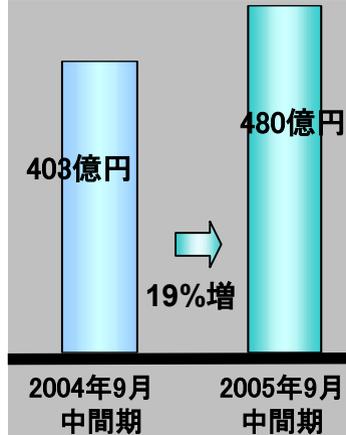
(注)光ストレージ事業は、12月決算会社である日立LGデータストレージ(HLDS)が行っており、3月決算会社である当社の2005年9月中間期決算においては、HLDSの2005年1-6月の数値を計上しています。

高機能材料

売上高



営業利益



売上高

- ・日立化成工業、日立金属が、エレクトロニクス関連製品や、自動車関連分野向けの部品・材料を中心に堅調

営業利益

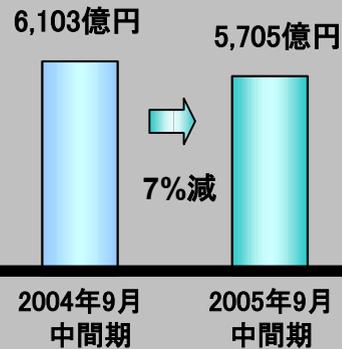
- ・日立金属の自動車関連分野が好調に推移

2005年9月中間期のトピックス

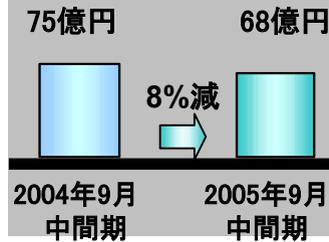
- 日立化成工業が中国に電気絶縁ワニスの生産拠点を新設し生産開始
- 日立金属が軟質磁性材料事業をカンパニー化し、硬質磁性材料事業との二本柱で磁性材料事業を強化
- 日立電線が中国にトロリ線とワイヤロッドの製造・販売会社を設立

物 流 及 び サ ー ビ ス 他

売 上 高



営 業 利 益



売 上 高

- ・日立物流がシステム物流を中心に伸長
- ・日立モバイルが減収

営 業 利 益

- ・日立物流が堅調
- ・日立モバイルが減益

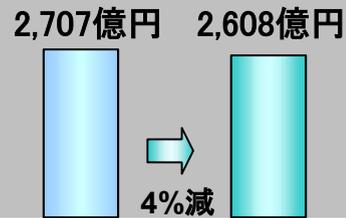
2005年9月中間期のトピックス

日立物流がトイレタリー業界向け共同物流センターを開設

日立モバイルがJU千葉(千葉県中古自動車販売商工組合)に、オートオークションシステムを納入

金融サービス

売上高

2004年9月
中間期2005年9月
中間期

営業利益

2004年9月
中間期2005年9月
中間期

売上高

- ・日立キャピタルが住宅ローン事業や情報機器のリース事業を中心に好調

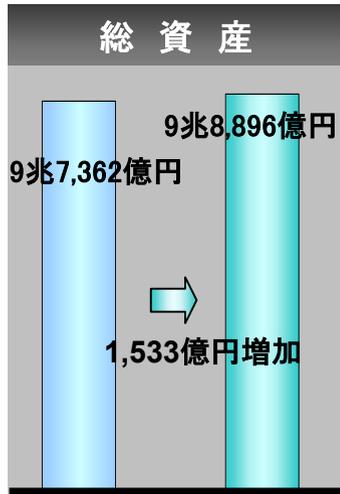
営業利益

- ・金融費用削減効果により日立キャピタル増益

2005年9月中間期のトピックス

日立キャピタルが中国でリース会社を設立

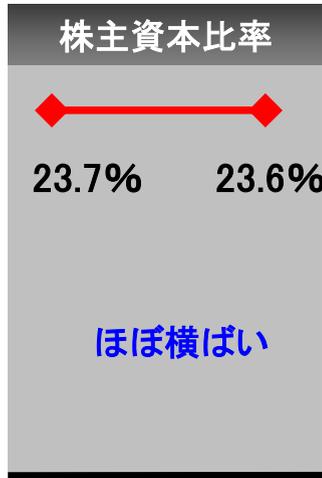
日立キャピタル信託株式会社を設立



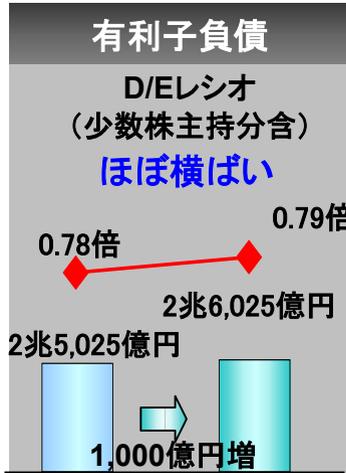
2005年3月期末 2005年9月中旬期末



2005年3月期末 2005年9月中旬期末



2005年3月期末 2005年9月中旬期末



2005年3月期末 2005年9月中旬期末

総資産

- ・富士通日立プラズマディスプレイを連結子会社とした影響などにより増加

棚卸資産

- ・下半期に向けた製品の作りこみ等により増加

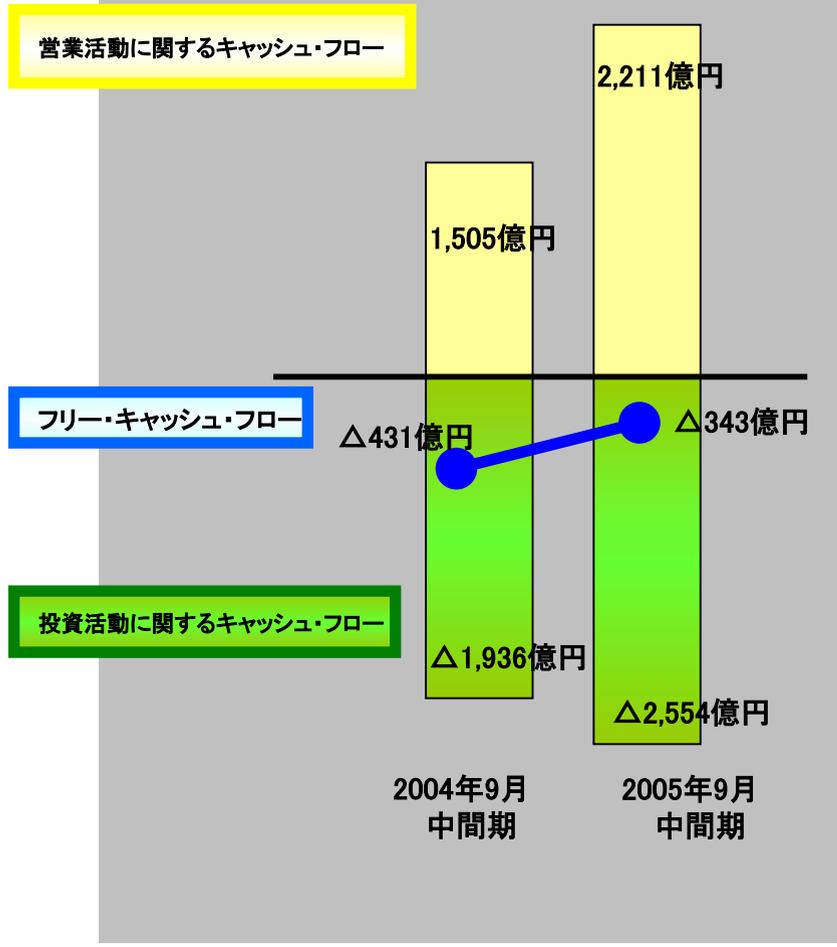
株主資本比率

- ・ほぼ前期末並みの水準

有利子負債・D/Eレシオ

- ・借入金が増加したものの、D/Eレシオはほぼ前期末並みの水準

キャッシュ・フローの状況

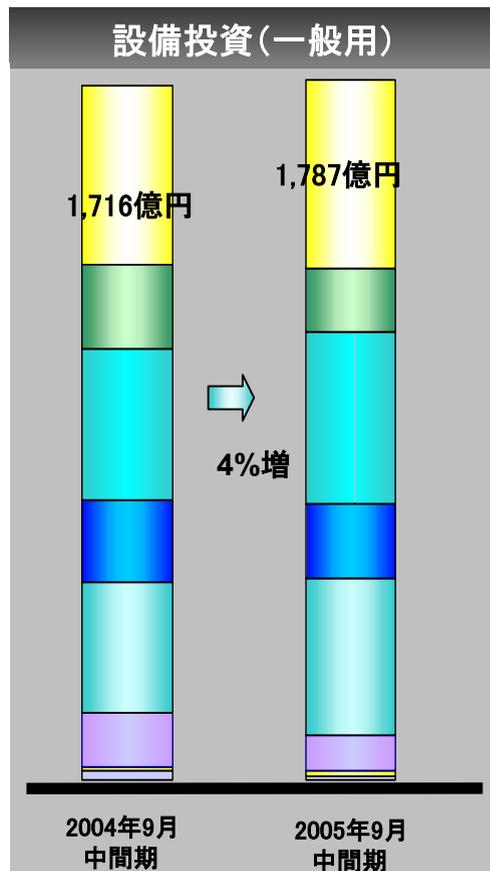


営業活動に関するキャッシュ・フロー

- ・前年同期比706億円収入額が増加

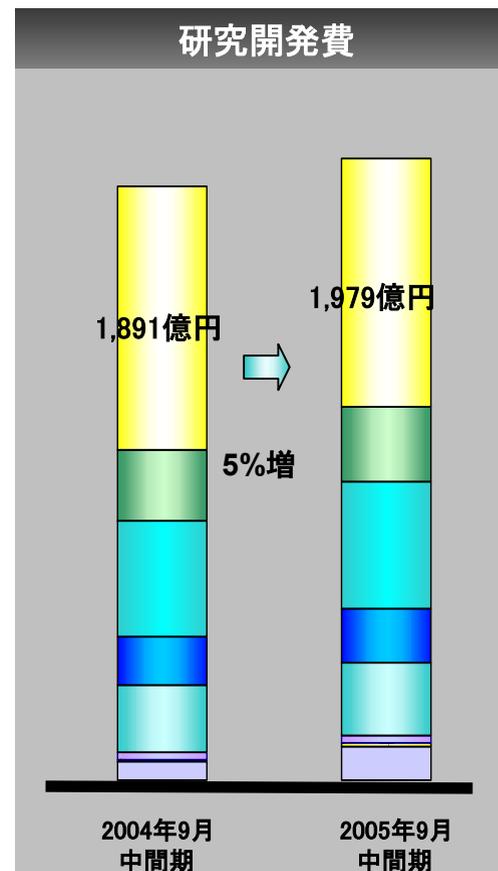
投資活動に関するキャッシュ・フロー

- ・リース債権の早期回収を促進したものの注力事業を中心に設備投資を増額し、前年同期比618億円支出額が増加



設備投資(一般用)

・ハードディスクドライブやプラズマディスプレイパネル、自動車関連部品等増産投資やディスプレイの製品構造転換向けの投資等が中心



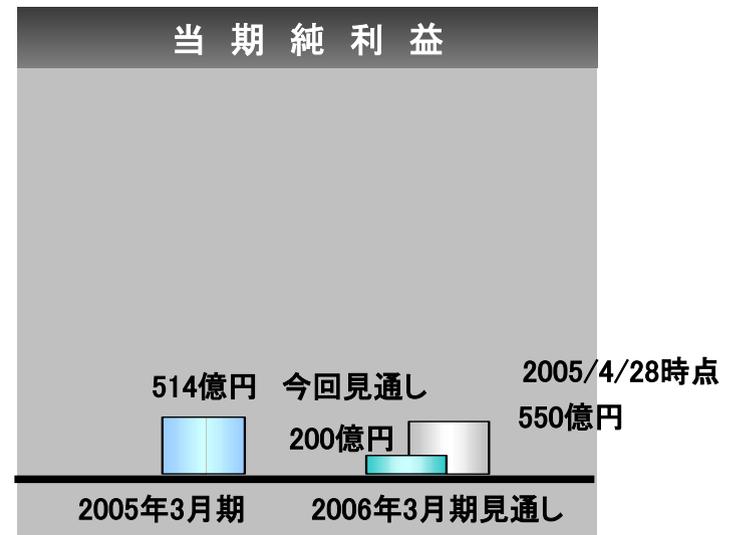
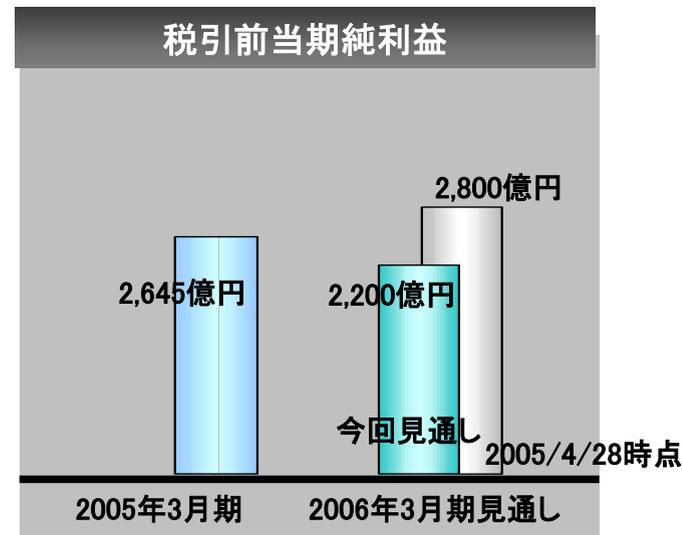
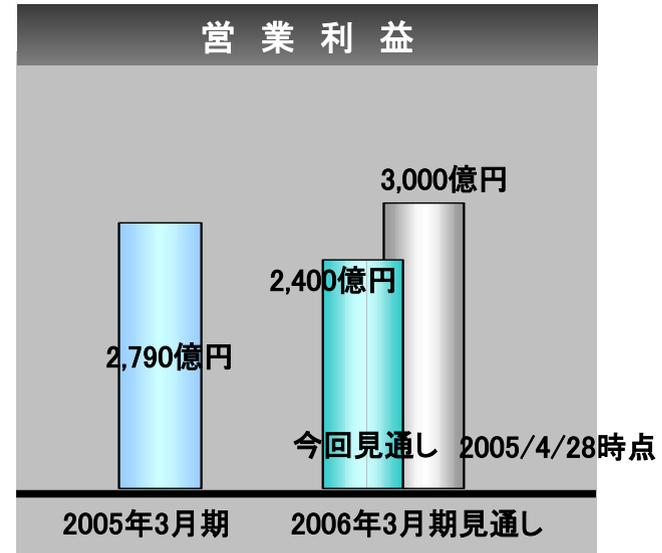
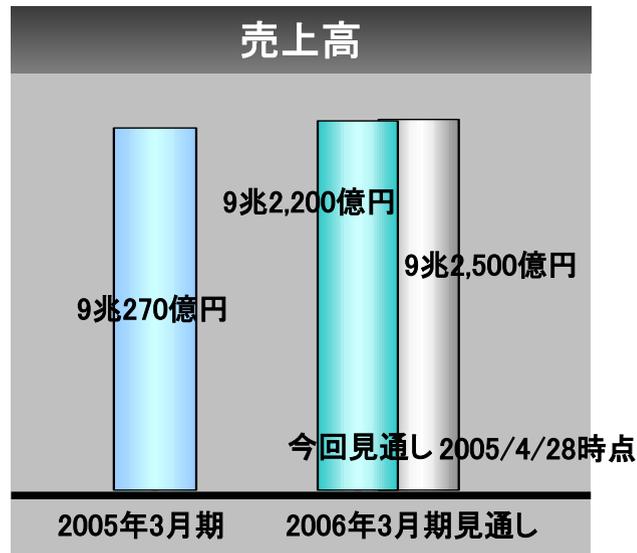
研究開発費

・新事業の立ち上げ加速や先端・基盤研究の強化、自動車関連分野やディスプレイ関連分野、デジタルメディア関連分野の開発力強化を中心

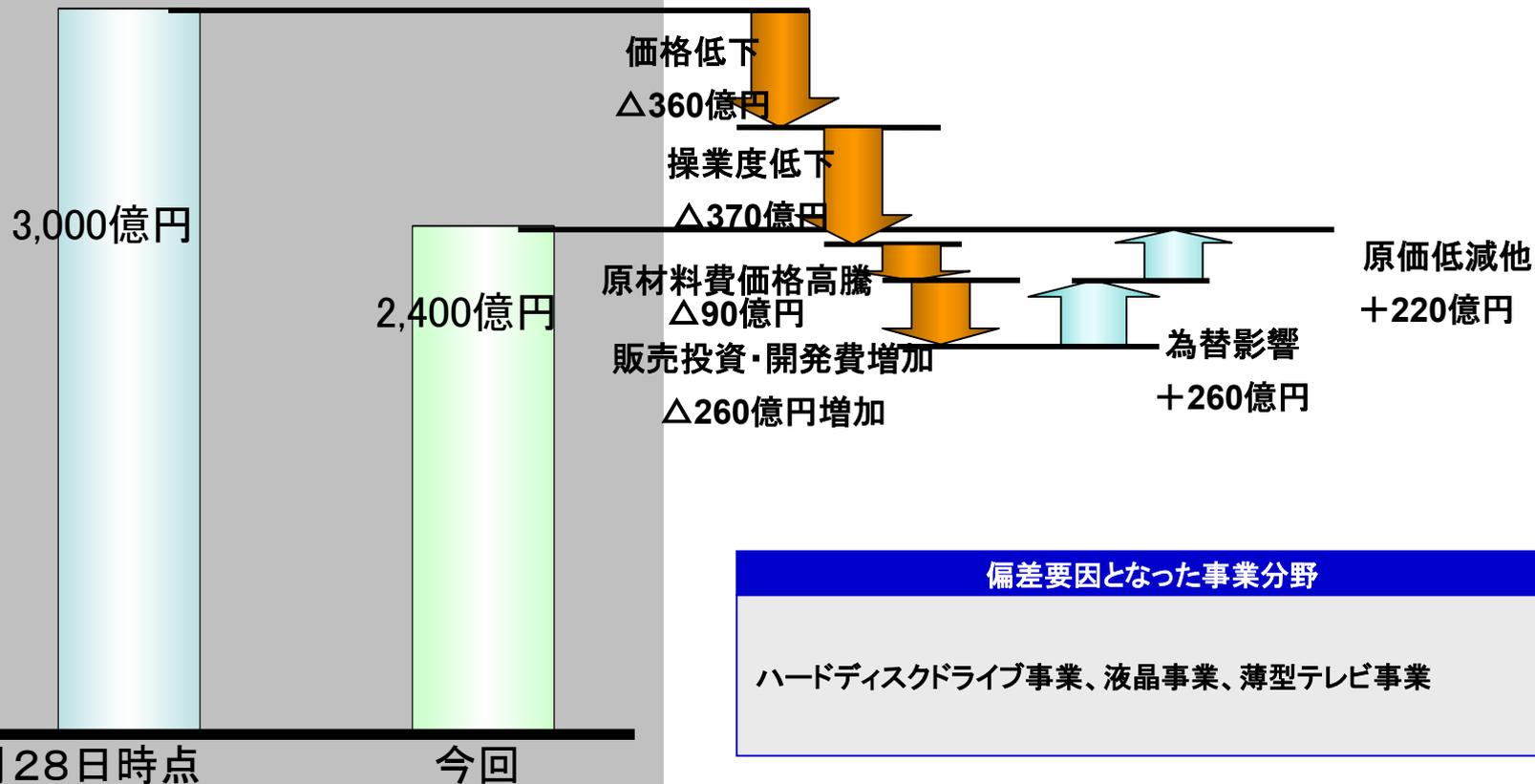
- 情報通信システム
- 電子デバイス
- 電力・産業システム
- デジタルメディア・民生機器
- 高性能材料
- 物流及びサービス他
- 金融サービス
- 全社

02

2006年3月期 連結決算の見通し



営業利益見通し

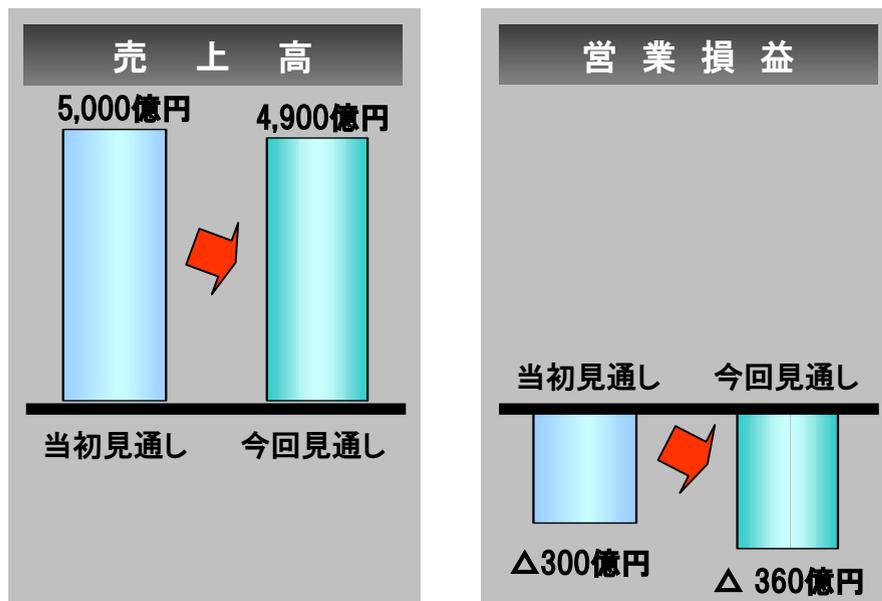


03

業績改善に向けた重点施策

■ 見通し修正要因

2005年度売上高・営業損益 当初(4/28)見通しと今回(10/31)見通しとの偏差



主な修正要因

- 競争激化による価格下落
- ヘッド、円板、サーバ向けHDD等の歩留まりの改善遅れ

(注)ハードディスクドライブ事業は、12月決算会社である日立グローバルストレージテクノロジーズ(日立GST)が行っており、3月決算会社である当社の2005年度においては、日立GSTの2005年1-12月の数値が計上されます。

① 製品力の強化

重点施策	推進具体策
開発力強化	<ul style="list-style-type: none"> ・開発技術の統合 <ul style="list-style-type: none"> -開発部隊の統合:サーバ開発部隊は米国サンノゼに統合 -ヘッド・円板の製造ツール・プロセスの統合 ・外部調達拡大による開発リソースの注力分野への集中投下 ・特別研究開発プロジェクトの設置 (日立、日立GSTのリソースを結集した垂直磁気記録方式の開発 (2006年7-9月期製品化))
情報家電分野への注力	<ul style="list-style-type: none"> ・CE(Consumer Electronics)デザインセンタ設立
品質の向上と効率の改善	<ul style="list-style-type: none"> ・新素材ヘッド採用拡大による歩留まりの改善 ・統合品質管理(Total Quality Control) ・SCMの強化(在庫管理改善(Total Inventory Management))

② コスト競争力及び生産基盤の強化

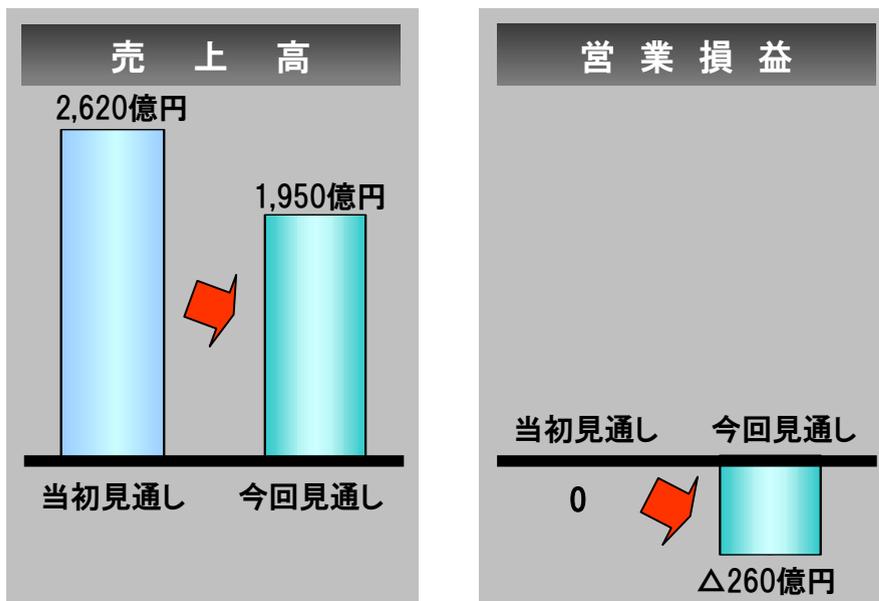
重点施策	推進具体策
生産能力の増強、コスト削減	<ul style="list-style-type: none"> ・生産能力の増強、効率の向上 <ul style="list-style-type: none"> -中国での円板生産の拡大(2005年1Q) -中国でのHDD組立新工場の立ち上げ(2006年1Q量産開始) ・モノづくり力強化 <ul style="list-style-type: none"> -歩留まり対策のスピード向上(PDCAサイクル強化) -リードタイムの短縮(ウェハー/スライダー加工工程) ・コスト削減 <ul style="list-style-type: none"> -スライダーの小型化による生産能力の拡大(2004年～)
グローバルオペレーションの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・構造改革、意識改革の継続的推進 <ul style="list-style-type: none"> -グローバルベースでの組織の最適化と人材活用 -文化的統合、機能的統合のさらなる推進

目 標

2006年度下期 黒字化

■ 業績見通し修正要因

2005年度売上高・営業損益 当初(4/28)見通しと今回(10/31)見通しとの偏差



主な修正要因

- 競争激化による価格下落
- 中小型分野における新規顧客及び新規分野への拡販遅れ

液晶事業の 再構築方針

中小型液晶への事業領域の絞込み

- テレビ向け液晶はIPSアルファテクノロジーへ移管
- PC分野向け液晶は大幅縮小

■ 中小型液晶事業の強化策

① 製品力及び販売力の強化

*1:横電界方式液晶

*2:低温ポリシリコン

重点施策	推進具体策
<ul style="list-style-type: none"> ・差別化技術の早期開発とカスタマイズ力強化 ・主要メーカーとの連携強化 	商品企画機能と営業力の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・商品企画本部の設置 ・地域・顧客別に営業・設計を再編
携帯電話向け事業拡大	IPS ^(*1) 、LTPS ^(*2) など優位技術の継続投入
デジタルカメラ向け事業拡大	IPS、LTPSによる高画質ラインアップ展開
携帯ゲーム・アミューズメント向け事業拡大	IPS及び3Dなど新規技術提案
車載・医療・産業向けへの参入	新技術を活かした提案

② コスト競争力及び生産基盤の強化

重点施策	推進具体策
モノづくり改革 (生産性向上目標:年10%)	<ul style="list-style-type: none"> ・V3ラインへの中小型液晶生産展開 ・歩留まり・スループット改善 ・後工程中国生産比率拡大 (2004年度:8割→2005年度:9割) ・SCM強化:設計、開発、生産リードタイムの短縮
材料費低減 (材料費低減目標:年20%)	<ul style="list-style-type: none"> ・日立グループ横断によるシナジー追求 ・部品点数削減 ・低コストプロセスの導入
固定費の削減 (改善目標:年10%)	<ul style="list-style-type: none"> ・国内生産拠点の軽量化

目 標

2006年度 黒字化

■ 業績見通し修正要因

2005年度売上高・営業損益 当初(4/28)見通しと今回(10/31)見通しとの偏差

売上高

薄型テレビ

<当初見通し>
前年同期比増収
<今回見通し>
前年同期比増収

プラズマパネル

<当初見通し>
840億円
<今回見通し>
700億円

営業損益

薄型テレビ

<当初見通し>
黒字(増益)
<今回見通し>
赤字

プラズマパネル

<当初見通し>
100億円超える赤字
<今回見通し>
赤字幅拡大

主な修正要因

- 競争激化による
大幅な価格下落
- 1Qにおける販売台数の低迷
- 海外における高画質PDP
テレビ市場の立ち上がりの遅れ

① 製品力の強化: 垂直統合型事業モデルの強みを発揮

重点施策	推進具体策
<p>特色ある製品の開発、提供</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ALISパネルを生かし、高画質製品に注力 ・ハードディスクドライブ内蔵機種など、高付加価値製品拡大 ・フルHDプラズマパネルの開発
<p>製品投入時期の前倒し</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新製品の春、秋連続投入 ・設計人員増強

② W/Wブランド力向上と拡販

重点施策	推進具体策
ブランド向上施策	・テレビCM、新聞・雑誌広告等の強化
販売チャネルの強化	<ul style="list-style-type: none"> ・[米国]AV専門店の開拓 ・[欧州]大手量販店向け専用モデル供給 ・[中国]販売拠点の拡大 (2004年度:5拠点 →2005年度:21拠点)

③ 生産能力の増強及びコスト削減

重点施策	推進具体策
プラスマパネルの生産能力増強 (富士通日立プラスマディスプレイ)	<ul style="list-style-type: none"> ・二番館10万台/月体制の確立(2005年8月) ・三番館の量産開始(2006年12月) ・2008年度30万台/月の実現(二番館10万台/三番館20万台)
原価低減 (セット、パネルともに:30%/年目標)	<ul style="list-style-type: none"> ・モジュール・セットの一体化設計の推進 ・パネルの歩留まりの向上 (現状:90%前後→90%超目標) ・ガラスの多面取り

④ W/W事業インフラの強化

重点施策	推進具体策
オペレーションの効率化	<ul style="list-style-type: none"> ・ワールドワイドでの実販・在庫をリアルタイムに把握できるSCM確立 ・部品の現地調達によるリードタイム削減 ・輸送方式の改善によるリードタイム削減 ・後工程を含めた現地生産化

⑤ プラズマディスプレイに関する松下電器との協業

重点施策	推進具体策
一部の部材共通化によるコスト削減	・モジュール部材の購入仕様の共通化
両社の生産技術の応用・改善	・ベンチマークの成果の三番館への応用
マーケティング	・PDP訴求マーケティング活動の実施

目 標

2006年度下期 黒字化

- **ハードディスクドライブ、液晶、薄型テレビ事業の改善**
- **注力事業の強化、新事業の早期立ち上げ**
- **FIV_(*)による事業評価の徹底**
 - * FIV: 税引後事業利益から資本コストを控除した経済的付加価値をベースにした、日立独自の付加価値評価指標。黒字化を実現するためには、資本コストを上回る収益が必要。
- **グループシナジーを活用した成長・競争力強化
(営業、研究開発、原価低減、資金効率等)**

HITACHI

Inspire the Next

将来予想に関する記述

本資料における当社の今後の計画、見通し、戦略等の将来予想に関する記述は、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等の結果は見通しと大きく異なることがあります。その要因のうち、主なものは以下の通りです。

- 市場における製品需給の変動及び価格競争の激化（特に情報通信システム部門、電子デバイス部門及びデジタルメディア・民生機器部門）
- 新技術を用いた製品の開発、タイムリーな市場投入、低コスト生産を実現する当会社及び子会社の能力
- 急速な技術革新（特に情報通信システム部門、電子デバイス部門及びデジタルメディア・民生機器部門）
- 為替相場変動（特に円／ドル相場）
- 製品需給及び為替変動に対応する当会社及び子会社の能力
- 主要市場（特に日本、米国及びアジア）における経済・社会状況及び貿易規制等各種規制
- 自社特許の保護及び他社特許の利用の確保（特に情報通信システム部門、電子デバイス部門及びデジタルメディア・民生機器部門）
- 事業構造改善施策の実施
- 製品開発等における他社との提携関係
- 資金調達環境（特に日本）
- 日本の株式相場変動