

2012年3月期(第40期) 決算説明会

2012年5月16日(水)

ローランド株式会社

2012年3月期業績の概況と 電子楽器事業への取組み

代表取締役社長 田中英一

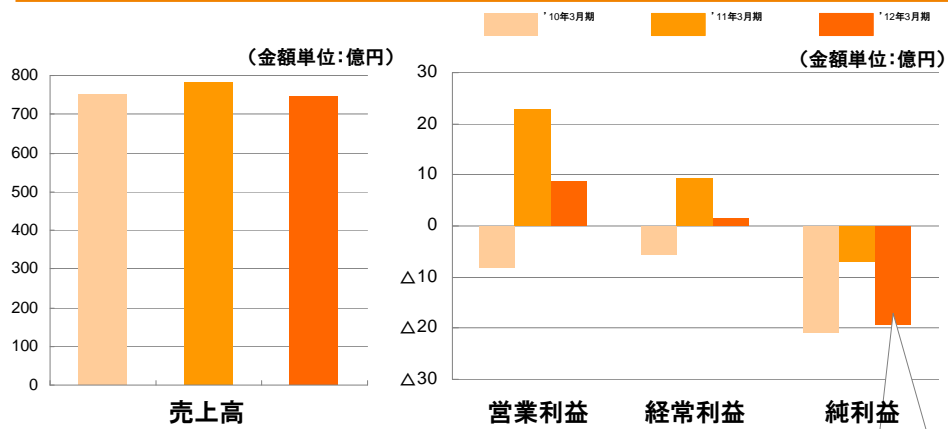
- 皆さん、こんにちは。ローランドの田中でございます。
- 本日はお忙しい中、弊社決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。
- 日ごろは、弊社にご注目いただき、誠にありがとうございます。この場をお借りして、お礼申し上げます。

2012年3月期 連結決算および事業別概況

- 2012年3月期の連結決算および事業別概況についてご説明いたします。

連結業績《2012年3月期》

Roland



	10年3月期	11年3月期	12年3月期	対前年同期比	
				増減	増減率
売上高	750	782	748	△34	△4%
営業利益	△8	22	8	△13	△62%
経常利益	△5	9	1	△7	△85%
当期純利益	△20	△6	△19	△12	—

繰延税金資産
取崩し22億円

- 売上高は、前期比4%減の748億円、営業利益は前期22億円に対して8億円、経常利益は、前期9億円に対して1億円と、営業利益、経常利益ともに減益となりました。
- 一方、最終ネットは、繰延税金資産の取り崩しなどもあり、19億円の赤字となりました。前期6億円の赤字に対し、赤字幅拡大という結果となりました。

事業セグメント



電子楽器事業



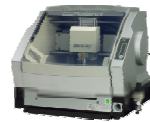
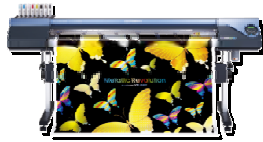
ローランド株式会社



コンピュータ周辺機器事業



ローランドディー.ジー.株式会社

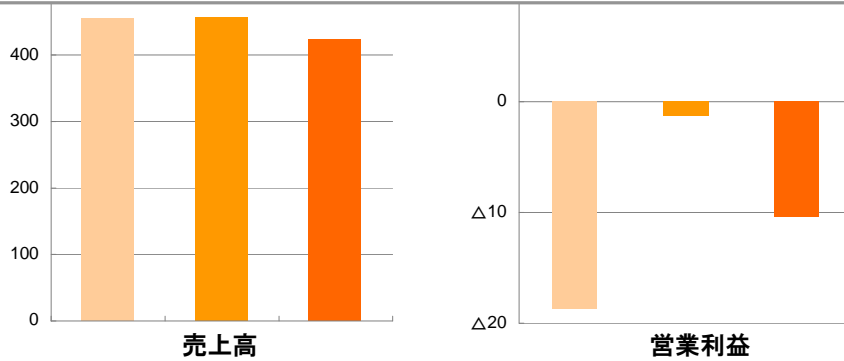


- 事業別に売上高および営業利益について、ご説明させていただきます。
- ローランドの連結決算は電子楽器事業と、ローランドDGが展開する業務用大型カラープリンターを中心としたコンピュータ周辺機器事業のふたつの事業で構成されています。

電子楽器事業《2012年3月期》



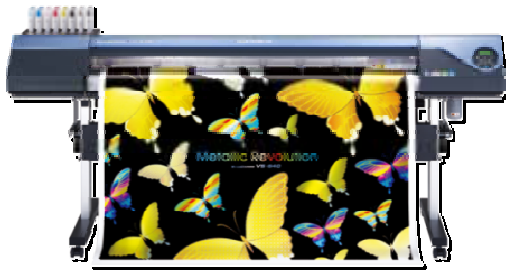
日米欧でシンセサイザー、電子ドラムの高価格帯製品が不振
家庭用電子楽器、ギター関連電子楽器が前期比微減



(金額単位:億円)

	10年3月期	11年3月期	12年3月期	対前年同期比	
				増減	増減率
売上高	454	458	423	△35	△8%
営業利益	△18	△1	△10	△9	—

- 電子楽器事業の売上高は、前期458億円の実績に対し8%ダウンの423億円となりました。
- シンセサイザーや電子ドラムなどを中心とする電子楽器カテゴリーが、主力市場である日米欧で高価格帯の製品を中心に伸び悩み、減収となりました。また、電子ピアノを中心とする家庭用電子楽器やギター関連電子楽器は前期比微減に終わりました。
- 利益面では、これらの減収に加え、急速な円高の影響もあり、通期で10億円の営業損失となりました。
- なお、電子楽器事業につきましては、アメリカの製造販売子会社およびスペイン、ポルトガル地域の販売子会社の累積赤字を清算するため、合わせて24億円の評価減を実施いたしました。
- ただし、この評価減は、単体業績のみに影響し、連結業績や電子楽器事業全体の業績には影響を与えません。



VSシリーズ



BN-20



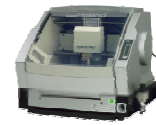
LEJ-640



LEF-12



ECO-UV **S Ink**



DWX-50



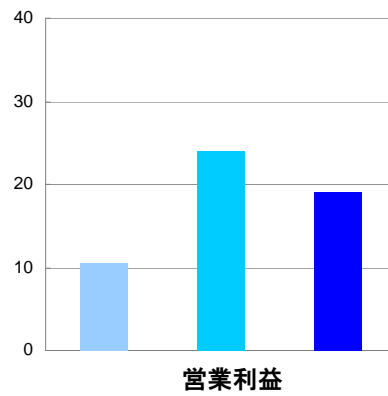
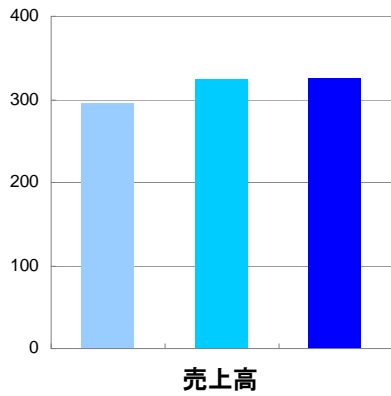
○ 一方、ローランドDGのコンピューター周辺機器事業は、主力となる業務用大型カラープリンターにおいて、欧州の経済危機やアジアの競争激化により既存製品の販売が伸び悩み、前期を下回りました。

○ また、3次元入出力装置やサプライなどは堅調に推移しました。

コンピュータ周辺機器事業《2012年3月期》



(金額単位: 億円) 10年3月期 11年3月期 12年3月期

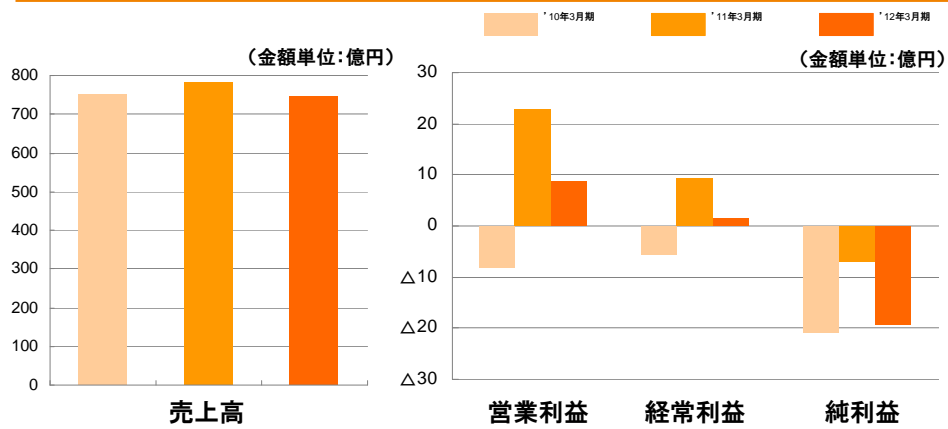


(金額単位: 億円)

	10年3月期	11年3月期	12年3月期	対前年同期比	
				増減	増減率
売上高	295	324	325	+0	+0%
営業利益	10	23	19	△4	△20%

○ 結果、売上高は前期並みの325億円、営業利益は、円高や人件費等の販管費の増加により前期比20%ダウンの19億円となりました。

連結業績《2012年3月期》



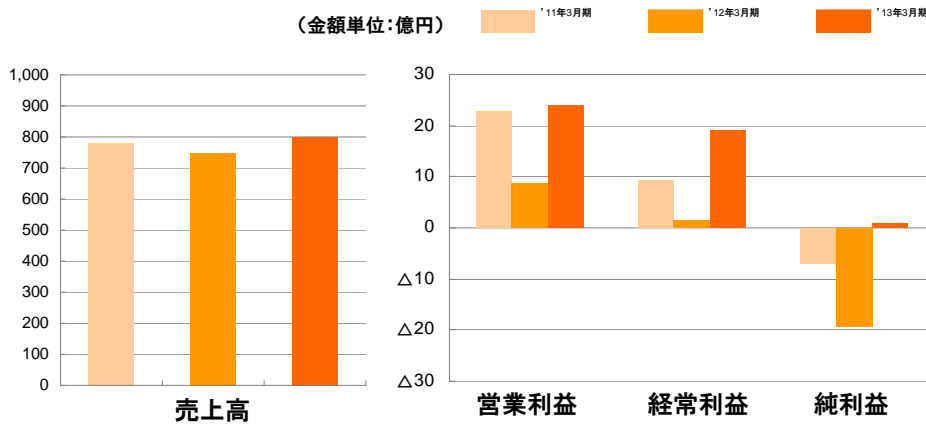
	10年3月期	11年3月期	12年3月期	対前年同期比	
				増減	増減率
売上高	750	782	748	△34	△4%
営業利益	△8	22	8	△13	△62%
経常利益	△5	9	1	△7	△85%
当期純利益	△20	△6	△19	△12	—

○ 以上のように、当期のグループ連結業績は、円高や日米欧における不況など、苦しい経済環境のもとで電子楽器事業の低迷が響き、大変遺憾ながら、3期連続の赤字という厳しい結果となりました。

2013年3月期 業績予想

- 次に、2013年3月期の予想について、ご説明します。

連結業績《2013年3月期予想》



(金額単位: 億円)

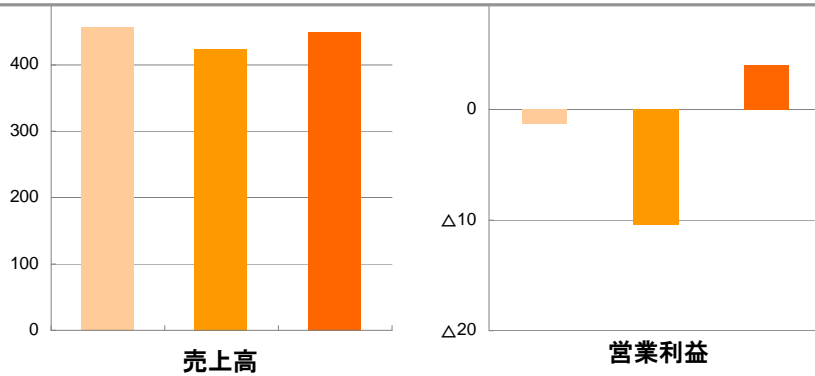
	11年3月期	12年3月期	13年3月期	対前年同期比	
				増減	増減率
売上高	782	748	802	+ 53	+ 7
営業利益	22	8	24	+ 15	+ 15
経常利益	9	1	19	+ 17	+ 17
当期純利益	△	△6	19	+ 19	+ 20

○ 売上高は、前期比53億円、7%増収の802億円。営業利益は15億円増の24億円、経常利益は17億円増の19億円、当期純利益は前期19億円の赤字に対し、1億円の黒字を見込んでいます。

電子楽器事業 《2013年3月期予想》



主要分野への新製品投入と流通施策強化によるシェアアップ
新興国向けの地域ニーズに合った製品展開と流通施策



(金額単位: 億円)

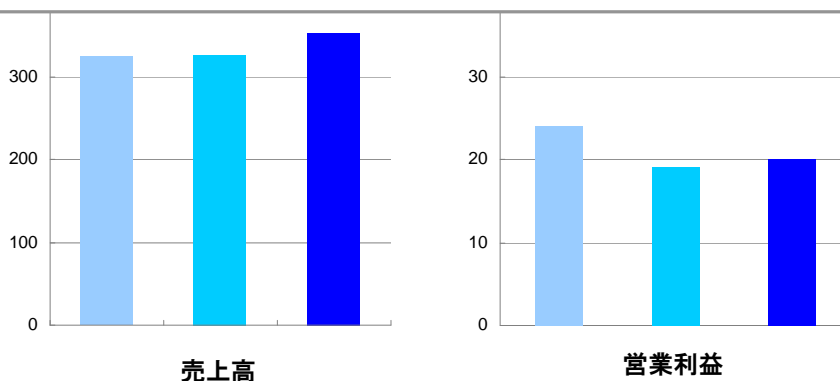
	11年3月期	12年3月期	13年3月期	対前年同期比	
				増減	増減率
売上高	458	423	450	+26	+6%
営業利益	△1	△10	4	+14	-

- 次に事業別にご説明します。
- 電子楽器事業の売上高は前期比26億円、6%アップの450億円、営業利益は前期10億円の赤字に対し、4億円の黒字を見込んでいます。
- 電子ピアノを中心とした鍵盤楽器、打楽器、ギター関連楽器の主要分野において、競争力の高い新製品を投入し、流通施策を強化することでシェアアップを図ります。また、新興国については、各国のニーズに合った製品展開と流通施策の強化を図ります。

コンピュータ周辺機器事業《2013年3月期予想》



積極的な営業展開と適正在庫やコストダウンによる事業効率化
将来のコスト競争力強化に向けたタイ製造子会社がスタート



(金額単位:億円)

	11年3月期	12年3月期	13年3月期	対前年同期比	
				増減	増減率
売上高	324	325	352	+26	+8%
営業利益	23	19	20	+0	+5%

○ 一方、ローランドDGのコンピュータ周辺機器事業の売上高は、前期比26億円、8%増の352億円、営業利益は5%増の20億円を予想しています。

○ 積極的な営業展開に加え、適切な在庫水準の維持、コストダウンによる事業効率化を推進いたします。

○ また、将来にわたるコスト競争力強化に向け、タイ製造子会社も活動を開始する予定です。

2013年3月期 電子楽器事業への取組み

- それでは、電子楽器事業における当期の取組みについてご説明いたします。



NAMM Show



Frankfurt Musikmesse

○ 最初に当期の新製品を発表しました、世界的な楽器展示会である、アメリカのNAMMショーとドイツのMusikmesseの様子をご覧ください。

NAMM 2012 ローランド・ブース



- 今年のNAMMショーは過去最高となる9万5,000人、



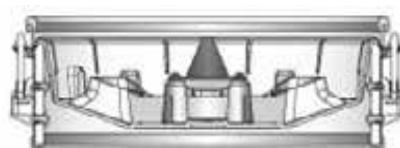
- Musikmesseは前期微増の11万人の方が来場されました。
- 去年は震災やタイの水害、景気低迷や円高など、企業にとっては非常に厳しい環境でしたが、2012年のショーがこのように活気にあふれたものになったことは、やはり楽器が非常に安定した市場であることの証明であると言えます。
- このような環境の中、当期の電子楽器事業の必達目標は、言うまでもありませんが、黒字化です。

コア・テクノロジー

Roland



○ ローランドの強みは、長年培ってきた電子技術と、独自開発したカスタムチップにより、様々な楽器に展開できるところにあります。



○ また演奏者が直接触れる鍵盤のタッチや質感、ドラムのパッドを叩いた感触といったアナログな要素はもちろん、



アナログ技術

X



Behavior Modeling
Technology

デジタル技術

○ このアナログとデジタル技術の「すりあわせ」のノウハウも、ローランドの大きな強みです。

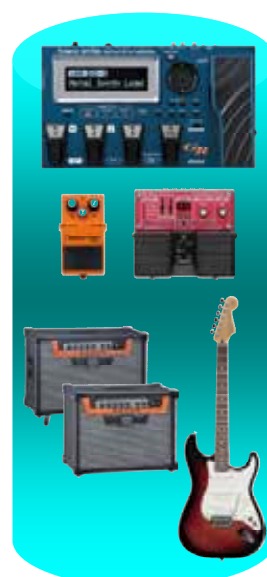
電子楽器事業の基本施策



ピアノ



ドラム



ギター関連機器

- 当期はこのような強みを多くもち、かつ市場規模の大きい、ピアノ、ドラム、ギター関連機器の3つの分野にテコ入れをし、収益改善をはかっていきます。
- コア・ビジネスであるこの分野でトップ・シェアを確保し、販売量の拡大を図っていくことが、電子楽器事業の黒字化に向けた基本的な方針です。

電子ピアノ

Roland

SuperNATURAL Piano



ピアノとしての基本性能

- 豊かな表現力の**音源**
- 演奏性に優れた**鍵盤**
- バリエーション豊富な**キャビネット**

- まずピアノからご説明します。
- 現在、堅調な販売を継続しているピアノですが、競争力の源泉は、
 - スーパーナチュラル・ピアノ音源の豊かな音色と表現力
 - その音源の力を十分に発揮する、演奏性に優れた鍵盤
 - 鏡面塗装など確かな技術に支えられた、バリエーション豊富なキャビネットといったピアノとしての基本性能です。

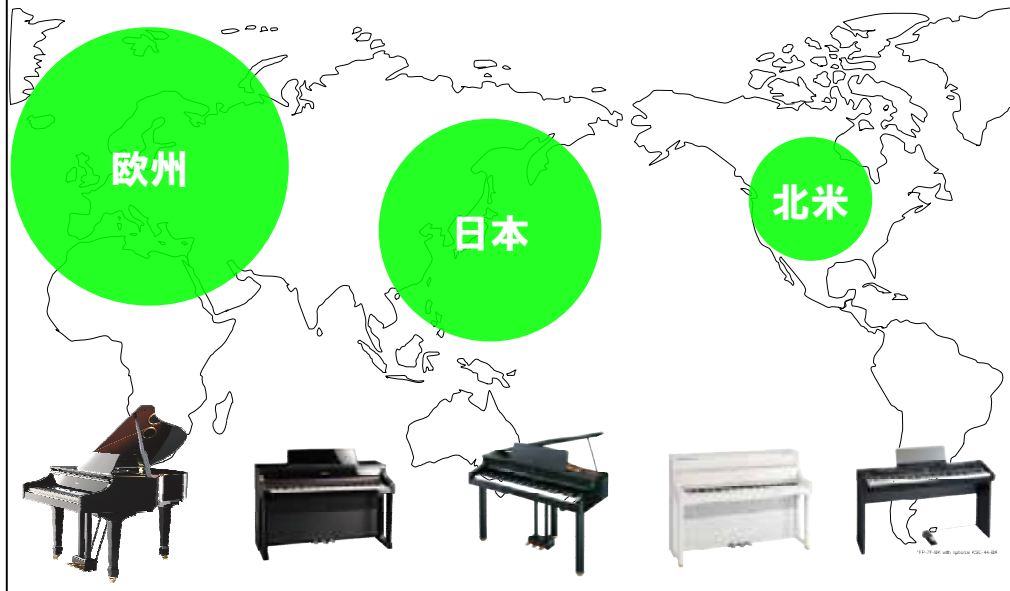
立体音響の新技术
「アコースティック・プロジェクション」



HP-507/505

- 当期はこれらの基本性能に加え、主力であるHPシリーズに立体音響の新技术「アコースティック・プロジェクション」を搭載しラインアップを一新、本体から流れる音の聴感を向上させることによって製品の差別化を推進します。

日米欧電子ピアノ当社売上規模



○ 一方、地域的には北米が大きな課題となります。北米のピアノ市場は、アコースティック中心の保守的なディーラーが多く、市場規模の割合からすれば、日本や欧州と比較して低いシェアにとどまっています。



Foresta 家庭用電子楽器のショップ・イン・ショップ



北米のForesta展開予定
2012年内に20店追加
→全米60店での展開

- そこで北米における流通政策強化に向けては、従来より販売店様の中に当社独自のコーナーを設置するForestaと呼ばれるショップ・イン・ショップをすすめてきました。
- 2012年度は20店を追加導入し、全米60店での展開により、全ての主要マーケットを確実に網羅していくことを予定しています。

REAL CONCEPTS



Creating a retail environment that projects innovation, the digital pianos in digital piano department at Roland Corporation has become the Foresta program. In the process, standardized approach to branded styling in more than 20 years. Established relationships and networks in the United States and Europe are being leveraged to create a consistent look and feel across all digital piano departments. Through piano styling and product placement, the digital piano department is being repositioned to the front of the store. The program is designed to create a consistent look and feel across all digital piano departments. Through piano styling and product placement, the digital piano department is being repositioned to the front of the store. The program is designed to create a consistent look and feel across all digital piano departments.

Repositioning Digital Pianos For Growth

Roland's Foresta program brings cutting-edge merchandising to the piano market, showcasing digital piano technology and spurring sales for a growing number of retailers.

58

REAL CONCEPTS



...of Music Trade to show that they have used the Foresta program to attract the attention of potential customers.

...the case of Mountain. The case for Roland designed Foresta "Real Concepts" store the digital piano, and have started up the program of one store department. "None of the stores of the program Foresta digital, its results showed a marked increase in sales compared with other brands. In fact, "The program made our retail store look to be the best in the market. It's a great idea to have a store that is the best in the market."

...and how often digital piano the stores to vary the product line a consistency.

...Roland's Foresta program of digital pianos are the result of advanced technology. Included in the program are the use of digital piano technology, digital piano styling and product placement. The program is designed to create a consistent look and feel across all digital piano departments. Through piano styling and product placement, the digital piano department is being repositioned to the front of the store. The program is designed to create a consistent look and feel across all digital piano departments.

...and piano. However, it's important to remember that the program is designed to create a consistent look and feel across all digital piano departments. Through piano styling and product placement, the digital piano department is being repositioned to the front of the store. The program is designed to create a consistent look and feel across all digital piano departments.

The Music Trades

November 2011

59

- こちらの画面は、北米で発行されております「Music Trade誌」の2011年11月号で紹介された、Forestaに関する記事です。
- 現在アメリカではForestaの存在感が急速に増しており、製品スペックや販売条件だけではなく、「トータルサポート」の提案が高く評価されています。
- おかげさまでこのForestaによって、アメリカの保守的なピアノ・ディーラーの中にも、電子ピアノに真剣に取り組もうとする販売店が出てまいりました。その結果、米国内最大のピアノ・ディーラーSchmitt Musicとの取引もこの4月よりスタートいたしました。



北米のForesta展開予定

**2012年内に20店追加
→全60店**



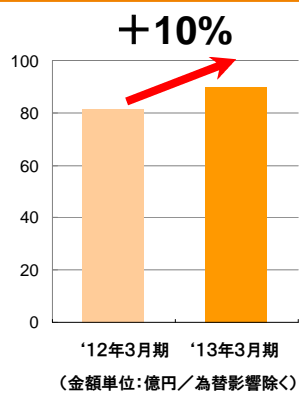
**日本 採算評価
スクラップ&ビルド**

アジア 出店加速

○ また、Forestaで先行する日本では、各拠点の採算をシビアに評価しながら、スクラップ&ビルドをすすめ、同時にアジアでも出店を加速するなど、それぞれの状況に応じた展開をすすめていきます。

電子ピアノ

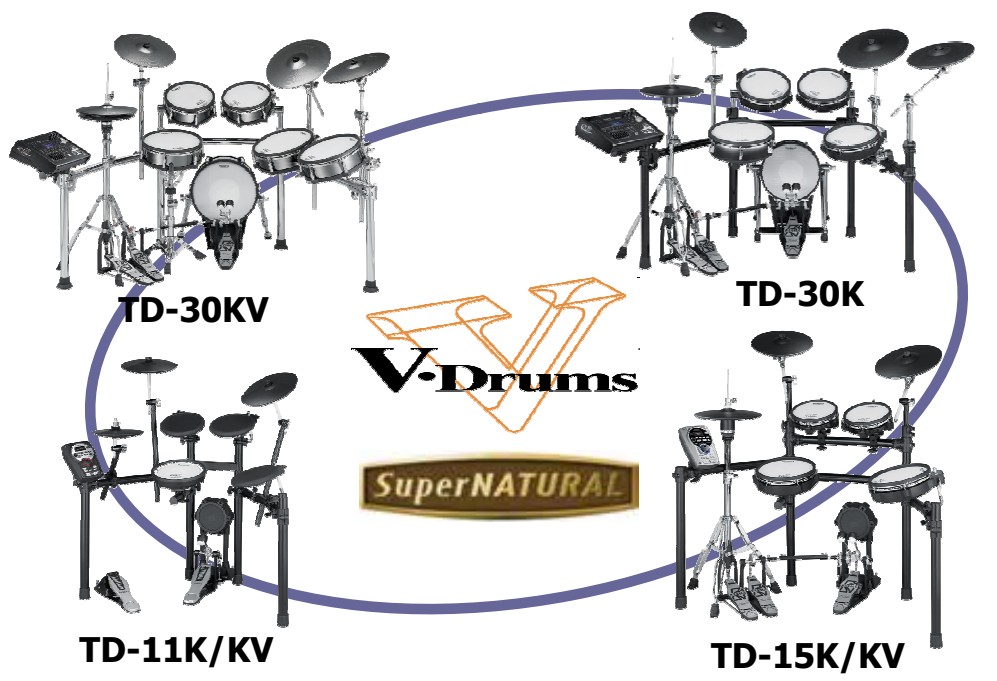
Roland



- 以上の施策により、当期は前期比10%アップを目指します。

ドラム

Roland



- 次にドラムです。ピアノ同様、今年はラインアップを一新しました。先ほどの「Super Natural」サウンドを、キーボードだけでなく、ドラムにも展開し、表現力が大幅にアップしております。
- この新V-Drumsラインアップは、先ごろ行われたNAMMショーやMusikmesseでも大きな反響を呼びました。

ドラム

Roland



V-Drums Lite **HD-3**

静粛性

スタイリッシュ

コンパクト



練習用ソフトウェア **DT-1**

○ 一方で、顧客層を広げるためのエントリーモデルV-Drums Liteでも、新製品HD-3を発表しました。高い静粛性、コンパクト、スタイリッシュという現行のコンセプトはそのままに、音色や演奏性能を大幅に向上させております。また同時に、練習をサポートするソフトウェアDT-1も発表しています。

ドラム

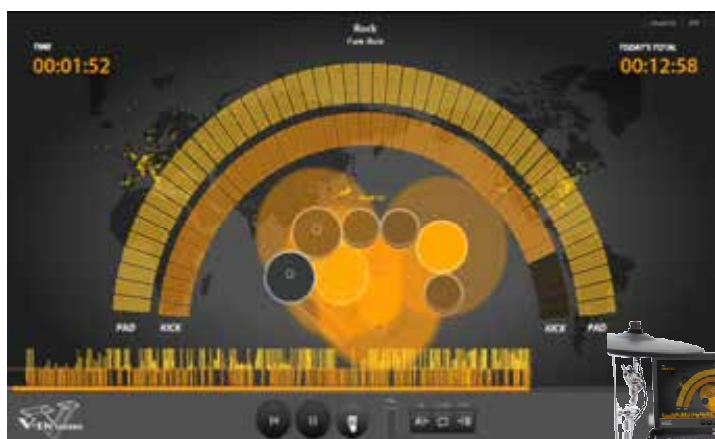
Roland



V-Drums



○ SuperNATURALサウンドの圧倒的な表現力により、V-Drumsのブランド価値とシェアNo.1を堅持し、同時に一般のご家庭や女性など、新たなユーザー開拓をはかる。これがドラムの基本的な戦略です。また一方で、それをサポートする普及活動も重要です。



V-Drums Friend Jam



○ ソーシャル・ツール「V-Drums Friend Jam」は、パソコンをインターネットにつなぎ、V-DrumsとUSB接続するだけで、様々な楽曲の練習ができるツールです。自分の演奏が世界ランキングで確認できることから利用者のモチベーションアップにつながり、現在までの利用者は140カ国、15,000人以上になります。1年が経過した現在でも、毎日100名以上の方に利用いただいております。

V-Drums World Championship



○ さらに「V-Drums World Championship」というコンテスト活動もワールド・ワイドで昨年から実施しております。先の決勝大会参加者は、演奏レベルが非常に高く、またほとんどが10代から20代の若者で、今後も若年層へのひろがり期待できます。



- 一方で、新たなお客様を開拓する活動も欠かせません。
- ショッピングモールにある販売店様で展開するRoland Largoは、そのための流通施策です。これは単なる店頭展示コーナーではなく、接客も含めて、トータルでプロデュースしていきます。

ドラム



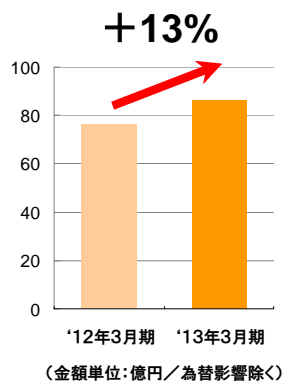
ドラム教室展開



○ また、教室展開もすすめていきます。最近の傾向では、お子様にドラムを習わせるご家庭が増加しています。ソフトウェアを活用した練習サポートなど、電子楽器ならではのグループ・レッスンを提供することで、エントリー層の開拓をすすめます。

ドラム

Roland



○ このように当期のドラムの展開は、高い製品力で既存のマーケットシェアを維持しつつ、流通施策や教室展開により新たなユーザーを開拓することで、当期は前期比13%アップを目指します。

ギター関連機器

Roland



○ そしてギター関連機器です。

2012



Fender CEO
Mr. Larry Thomas

○ 今までローランドは、エフェクターやアンプを中心にビジネス展開してきましたが、これからはFender社とのパートナーシップをベースにギター本体の販売も手がけます。

Roland®

Fender®



○ 2007年に発売したVG-Stratocasterは、ローランドがフェンダー社にギター・モデリング・ユニットを供給し、1台で様々なタイプのギターを再現できる製品として大きな話題となりました。

ギター関連機器

Roland



○ 今回新製品を投入するにあたっては、この新しい分野を拡大していくために、ローランドがイニシアティブをもって販売していくのがよいと判断いたしました。

ギター関連機器

Roland



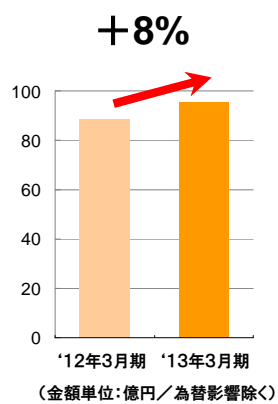
- この製品は、前期好調だったギターシンセサイザーGRシリーズやVGシリーズとともに「V-Guitar」として、今後はローランドがトータルでマーケットを創造していきます。
- 楽器市場の中でギター本体の市場は最も大きく、V-Guitarの導入により、大きな飛躍が期待できると考えております。



- プロモーションで注力するのは、やはりArtist Relationです。
新たなチャレンジでは、それを後押ししてくれる証言者が、より重要です。
V-GuitarではFender社とのコラボレーションも検討しています。
またV-Guitar Stationなど、店頭コーナーづくりも展開していきます。

ギター関連機器

Roland



V-Guitar



- 以上の施策により、当期は8%アップをめざします。

電子楽器事業の基本施策

Roland



ピアノ



ドラム



ギター関連機器

○ このように、今期はコア・ビジネスとなるピアノ、ドラム、ギター分野において高い商品力を持つ製品を投入し、加えて流通施策を強化することにより、シェアNo.1を確保していくことが基本となります。

WEB上でのセッション演奏や録音、ミックスが可能



- 一方で、お客様に楽器演奏を楽しんでいただくための新たなサポート活動も当期よりスタートいたします。
- ひとつめは「Roland MY TRACKs」です。
- 「Roland MY TRACKs」は、好きな楽曲のパート演奏をインターネット上にアップロードできるサービスです。会員同士でセッションを楽しんだり、録音したパート演奏をミックスすることが可能です。既存のサイトをローランド向けにカスタマイズし、4月よりスタートいたしました。



- 二つ目は「Roland Wireless Connect」です。
- こちらは、当社の電子楽器に、専用の無線LANアダプタを挿入するだけで、iPhoneやiPadなどの携帯端末と無線接続することが可能なシステムです。ワイヤレスで接続することで、楽器演奏の楽しみ方は大きく広がります。手軽に音楽の魅力を体験していただけの提案として、今後強力に推進してまいります。
- 以上が、ピアノ、ドラム、ギターなどコア・ビジネスの売上拡大に向けた基本方針です。
- 一方で、ここで得た利益を、将来の成長のために投資していくことも必要です。そこで次に、将来の成長を担う業務用音響・映像機器の分野についてご説明します。

業務用音響機器



V-Mixing system

Personal monitor system

Digital snake system



○ 業務用音響機器では、引続き業界のデジタル化が進んでおり、従来からの方針通り、当社のコア・テクノロジーであるデジタル音声伝送技術「REAC」を核としたシステムソリューション展開を進めます。

業務用映像機器

HD対応ビデオ・スイッチャー



HD対応ビデオ編集機



- 映像機器については、音響機器と同様にデジタル化が進んでいますが、特に、**HD**対応のビデオカメラ本体がお求めやすい価格となりました。
- ユーザーが複数のカメラを持てるようになってきており、ビデオスイッチャーのニーズが増してきています。こういった状況の中、ライブ演出・収録に対応した**HD**対応のビデオスイッチャーを投入します。
- また**HD**対応のビデオ編集機**DV-7HD**をリリースします。直感的な操作で本格的な編集が可能な、シンプルで使いやすいビデオ編集機です。

成長分野

Roland

VR-5

業務用映像機器



Audio & Video + Web Casting

- さらにWeb上のライブ配信市場では、簡易なシステムで手軽に配信できるAVミキサーVR-3、VR-5が、市場での存在感を急速に高めています。
- この業界では、従来からの"Audio" & "Video"に加え、"Web Casting"が大きなキーワードとなっており、製品投入・マーケティングを強化することで、新たな分野の拡大をはかります。

業務用
音響

業務用
映像

コンテンツ

社内カンパニーの設置

RSGカンパニー

○ そして、これらの事業をさらに加速し、早期に軌道に乗せるべく、4月からは、業務用音響・映像機器事業および相乗効果の狙えるコンテンツビジネス事業を、楽器分野のマネジメントと切り離し、社内カンパニーとして、よりフォーカスした体制で臨みます。

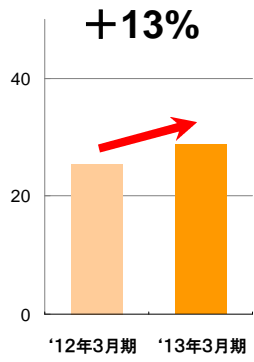
○ カンパニーの名称はRSGカンパニーと申します。楽器とは市場が大きく異なる上、成長を目指してスピードアップが求められるこの分野に対し、素早い意思決定と機動力の高い体制のもとで取り組んでまいります。

成長分野



業務用音響・映像機器

(金額単位: 億円)



○ 以上の施策により、当期は13%アップを目指します。

新興国

Roland



- さて、地域戦略においては、今後、急速な経済成長が見込めるロシアやブラジル、そして中国やアジア諸国などの新興国が、非常に重要です。
- これらの新興国では、西洋音楽も普及しつつありますが、それぞれ独特の音楽文化をもつところが多く、また経済規模も先進国とは大きく異なります。
- 先進国向けでは、あまりエリアの違いを意識した製品開発をする必要はありませんでした。しかし新興国で販売を伸ばしていくためには、それぞれの文化や経済を理解したうえで、製品を開発する必要があります。また流通の確保、整備も重要です。

◆製品のローカライズ
地域に合わせた音色、コンテンツ、価格設定等



○ そのため開発では、新興国でも受け入れられる、音色やコンテンツ、価格設定など、製品のローカライズに着手いたします。

◆製品のローカライズ

地域に合わせた音色、コンテンツ、価格設定等

◆販売体制

- 販売合併会社による拡販(ブラジル/ロシア/中国)

➡ ブラジル: +32%、ロシア: +34%、中国: +17%

- 有力代理店への専任体制推進

➡ その他のアジア諸国: +26%

◆アジア営業部設置

- 販売体制においては、既にブラジル、ロシア、中国では、当社が出資する販売会社を設置しており、近年、大きく成長しています。
- 当期もブラジルは32%、ロシアは34%、中国は17%と、高い成長を目指しています。
- その他のアジア諸国では、現地代理店に販売を委託していますが、当期はこのうち、ローランドとフィロソフィを共有する有力代理店に対し、優遇条件を提示しながら、ローランド専任体制の構築を求めています。これによりその他のアジア諸国でも当期は26%アップと高い成長を目指します。
- このように新興国向けの展開は製品企画から流通整備、販売促進、代理店経営と非常に幅広く、さらに変化に取り残されないようスピードも必要となります。
- そこでこの分野への展開を大幅に強化すべく、4月からは、あらためてアジア営業部を設置し、専任体制を敷くことになりました。

新興国＜中国でのピアノ展開＞

Roland



- また、新興国の中でも特に中国では、ピアノ市場の拡大が予想されます。今はステータスシンボルとしてのアコースティックピアノが主流ですが、電子ピアノも急速に市場が拡大しつつあります。
- そこで来たるべき普及期に向け、ブランド浸透を図るためのコンサート活動、店頭整備、広告などや、すでに電子ドラムで実績のある、音楽教室展開に力を注いでまいります。
- 以上、当期の成長に向けた方針を説明してまいりました。

・欧州中央倉庫の稼働

欧州全体の在庫削減、キャッシュフロー改善

・北米市場の合理化推進

倉庫の統合、在庫管理の徹底、
オフィス/人材リソースの共有化、経営陣強化

○ 一方、健全な成長を促すためには、原資となる利益を確保しなければなりません。そのためには、成長を目指すと同時に、効率化、合理化を徹底することが必須となります。

○ まずオペレーションの合理化策として、前期には欧州で欧州中央倉庫をスタートいたしました。従来は欧州の各合弁会社が在庫や物流を個別に管理しておりましたが、今回の欧州中央倉庫設置により、地域全体での統合的な管理が可能となり、キャッシュフローの改善につながりつつあります。

○ 一方、赤字が長期化している海外子会社については、人件費なども含めたコスト削減を継続してまいります。特に北米では、ここ数年人員削減やコスト削減を行い体質強化に努めてまいりました。しかしながらリーマンショック以降、売上が大きく減少し、残念ながら結果がでていません。そこで今期は点在する倉庫の統合や在庫管理の徹底、オフィスや人材リソースの共有化を図ってまいります。

○ さらにこれらの取り組みを強化するため、経営陣も一部交代いたしました。その他の合弁会社においても、セールスとマーケティングのフロントライン強化を図りながら、固有の状況に合わせた合理化を強力に進めてまいります。



- 一方で国内においても、以前より様々な角度からコスト削減策を進めてまいりましたが、来期の黒字化をより確実なものとするために、管理職以上の給与一部返上を実施いたします。
- もちろん3期連続の赤字としてしまった、経営陣の責任は免れません。役員報酬の返上は3年前から実施していますが、当期からはその返上額を増加します。
- 以上、効率化・合理化に向けての取組みをご説明いたしました。

2010年定時株主総会で導入した「**買収防衛策**」が
本年6月で2年の有効期間満了を迎える



(導入目的)

企業価値と株主共同の利益を毀損する買付行為を抑止し、
買付提案に応じるか否かを株主様にご判断いただくため

本年6月の定時株主総会での承認を条件として
継続導入の予定（基本的には現行と同内容）

- それでは、ここで買収防衛策の継続導入についてご説明します。2010年の定時株主総会において導入しました買収防衛策が、本年6月の定時株主総会で、2年の有効期間満了を迎えます。
- 引き続き、企業価値および株主共同の利益を毀損するような不適切な買付行為を抑止するとともに、買付提案に応じるか否かを株主様にご判断いただけるよう、必要な情報や時間を確保するために、6月に予定しております定時株主総会での承認を条件として、継続導入する予定です。
- 防衛策の内容は資料の概要図のとおりです。買付者が採るべき手続の整理を行っていますが、基本、現行の防衛策から大きな変更はございません。

配当金

- それでは配当金についてご説明します。
- 当社は、新たな成長につながる戦略投資に必要な内部留保を確保すると同時に、株主への利益還元を積極的に進めることを基本方針としており、配当性向で単体**30%**以上、連結**20%**以上、もしくは**1株**当たり年間配当金**20円**以上を目標としています。

《配当金》



- ◇ 2012年3月期の期末配当金は1株当たり10円
中間配当金とあわせて、年間配当金は1株当たり20円を予定
- ◇ 2013年3月期年間配当金は、必要な内部留保を確保するため、
1株あたり15円を予定

		2013年3月期 予想	2012年3月期 予定
1株当たり当期純利益	連結	4円20銭	▲81円16銭
	単体	19円85銭	▲180円05銭
1株当たり年間配当金		15円00銭	20円00銭
配当性向	連結	357.1%	—
	単体	75.6%	—

○ 2012年3月期の期末配当金は、利益還元の基本方針に基づいて、2011年6月10日の予想のとおり、1株当たり10円とし、実施済の中間配当金とあわせて、年間配当金は1株当たり20円を予定しています。

○ 一方で2013年3月期につきましては、リーマンショック以降の業績低迷からの回復に向け、必要な内部留保を高めるべく、誠に遺憾ながら、当期と比較して5円の減配となる1株当たり15円を予想しています。



○ さて、**2011**年度は、震災や欧米の不況、円高などたいへん厳しい状況が続きました。そのような中、今は原点に戻って自社の強みと弱みを直視し、ゼロ・ベースで見直しを図るべき時期であると考えております。

 Roland

企業スローガン

(事業目的)

創造の喜びを世界にひろめよう

(経営姿勢)

BIGGESTよりBESTになろう

(行動規範)

共感を呼ぶ企業にしよう

- ローランドにとっての原点は、3つのスローガンです。
 - 「創造の喜びを世界にひろめよう」
 - 「BIGGESTよりBESTになろう」
 - 「共感を呼ぶ企業にしよう」

Better Life with Music



暮らしの中にもっと音楽を。
ローランドは、楽器を演奏する楽しみ、より多くの喜びをご提案しています。

○ そしてこのスローガンの一つである「創造の喜び」の裾野を、よりひろげるためのビジョンが、「**Better Life with Music**」です。より多くの人々が音楽を楽しみ、心の支えとしていただくことで、潤いのある社会の実現に貢献したいと考えております。

Better Life with Music

満足を超えた「驚き」や「感動」の創造

コトづくり

モノづくり

楽器としての完成度の追求

- そして「Better Life with Music」を実現するための取り組みが、開発・製造を中心とする「モノづくり」と音楽の楽しみを普及させていくための「コトづくり」です。
- 「Better Life with Music」の実現こそが、ローランドだけでなく、楽器産業の発展にもつながり、社会的にも意義あることだと信じております。当期も、これを真摯に追求していきます。



○ ご静聴ありがとうございました。

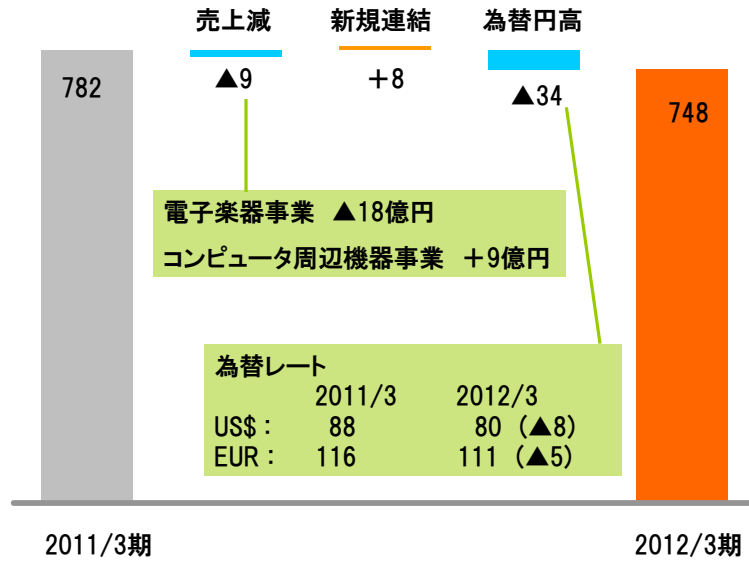
決算補足説明

専務取締役 西澤一郎

2012年3月期 売上高 増減要因<連結>



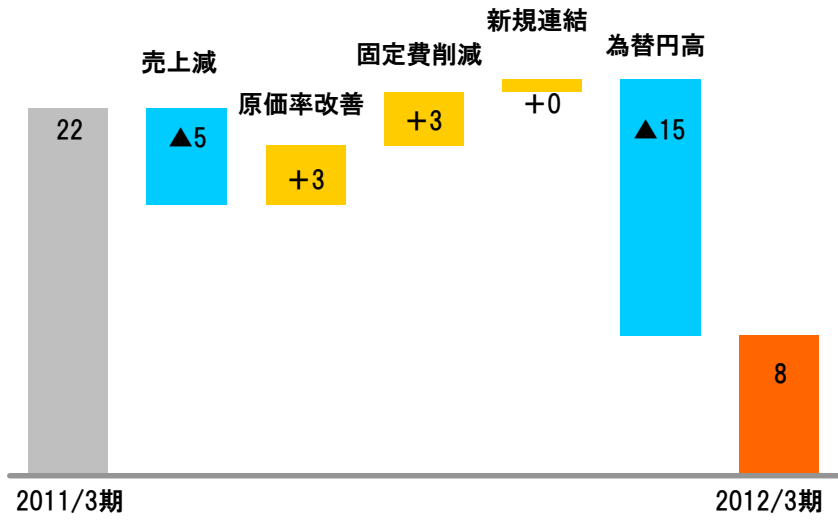
(単位:億円)



2012年3月期 営業利益 増減要因<連結>



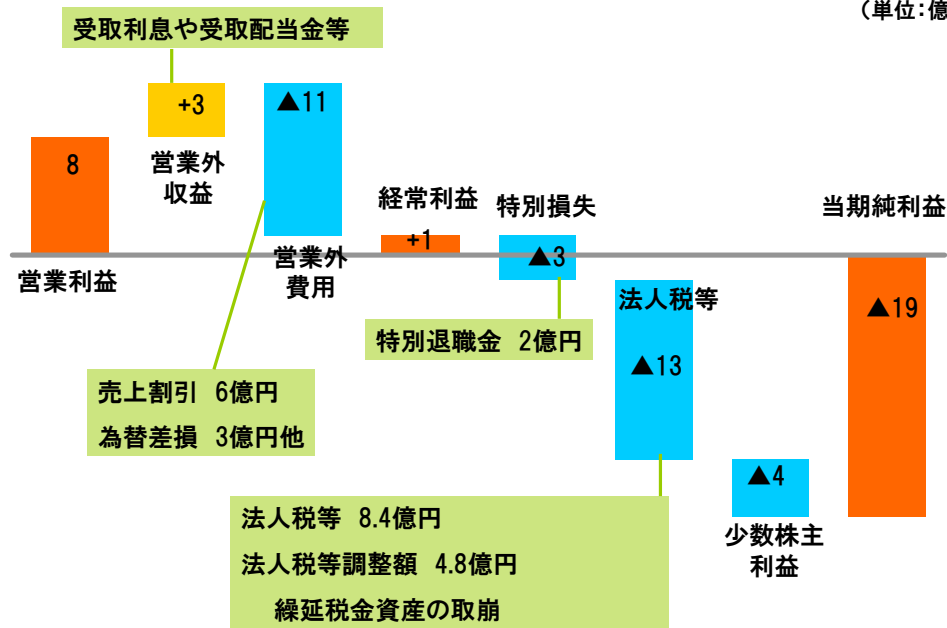
(単位:億円)



2012年3月期 経常利益および当期純利益 要因



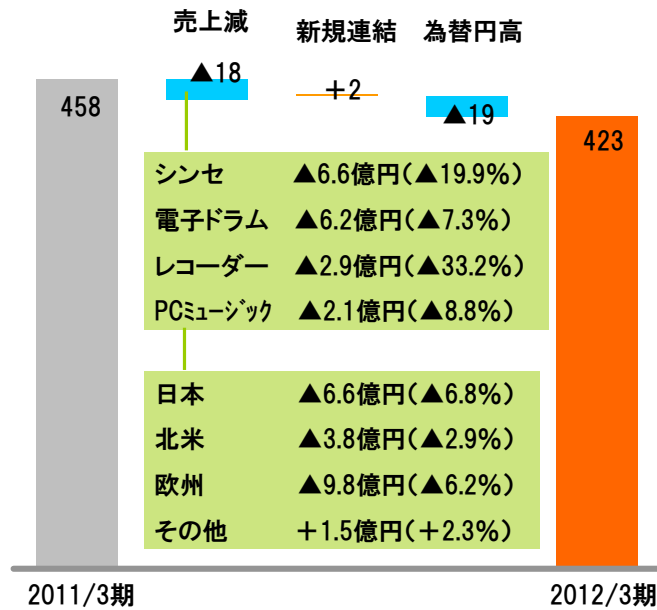
(単位: 億円)



2012年3月期 売上高 増減要因<電子楽器事業>



(単位:億円)

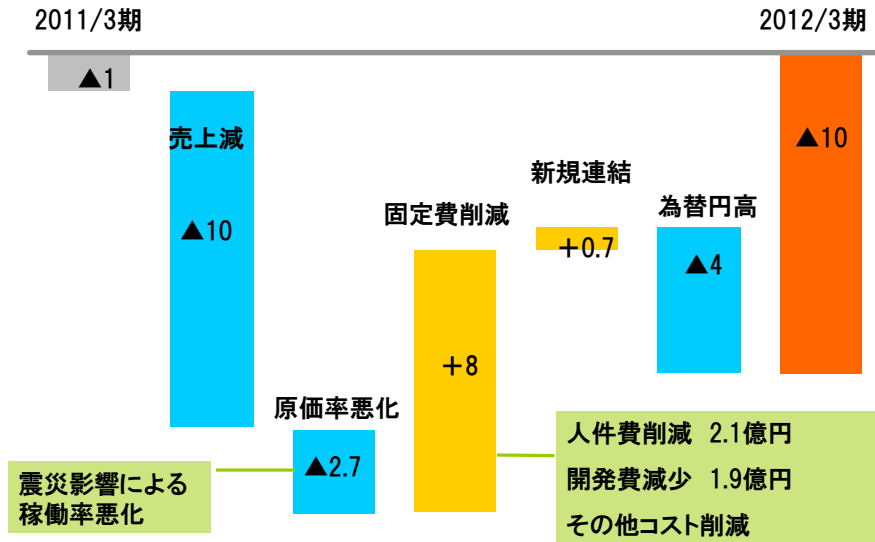


※上記増減は為替、新規連結の影響を除く実質増減です。

2012年3月期 営業利益 増減要因<電子楽器事業>



(単位:億円)



為替レート 前期比較

(金額単位:円)

通貨	2013年3月期	2012年3月期	変動
US\$	80	80	0
EUR	105	111	▲6

為替のインパクト

(1円変動あたりの年間影響額)

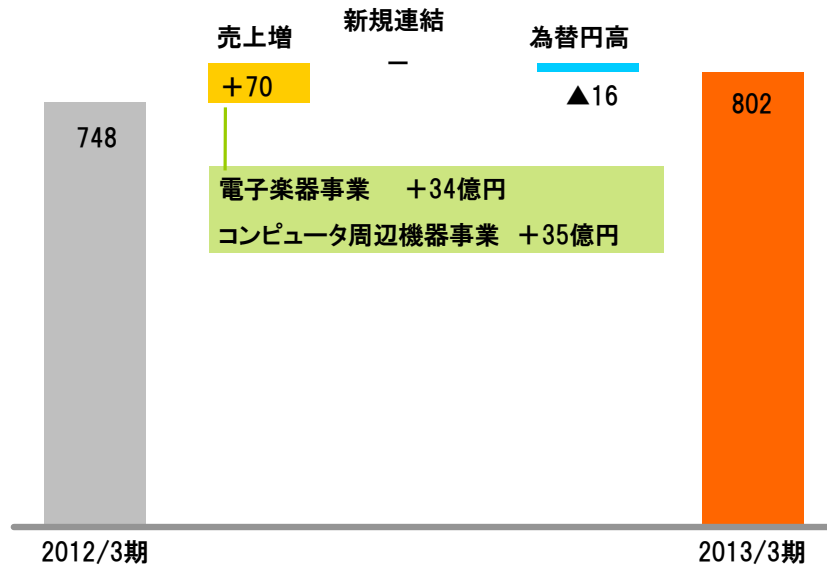
(金額単位:億円)

区 分	通 貨	売上高	営業利益
電 子 楽 器 事 業	US\$	1.4	0.2
	EUR	0.7	0.7
コンピュータ周辺機器事業	US\$	1.2	0.9
	EUR	0.8	0.6
合 計	US\$	2.6	1.1
	EUR	1.5	1.3

2013年3月期 売上高 増減要因<連結>



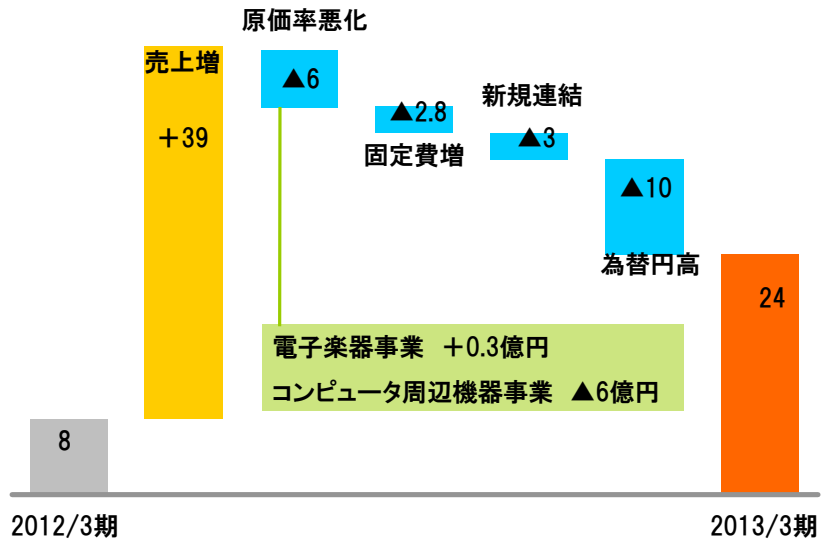
(単位:億円)



2013年3月期 営業利益 増減要因<連結>



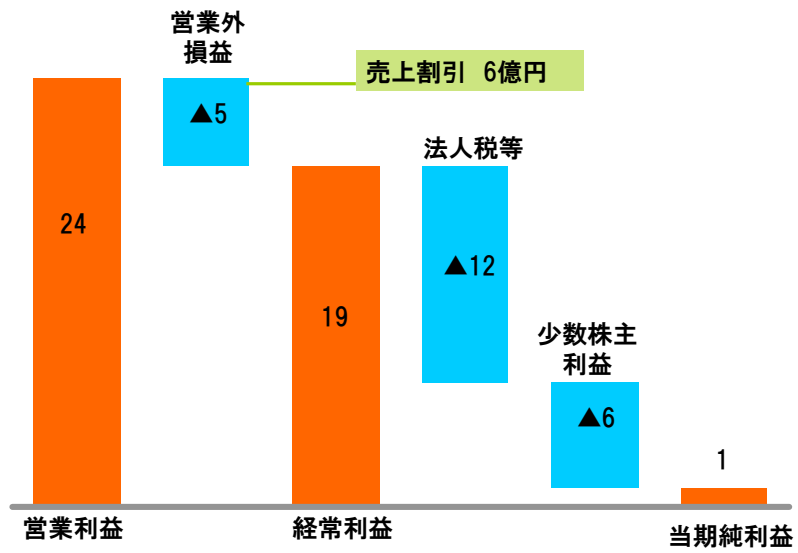
(単位:億円)



2013年3月期 経常利益および当期純利益 要因



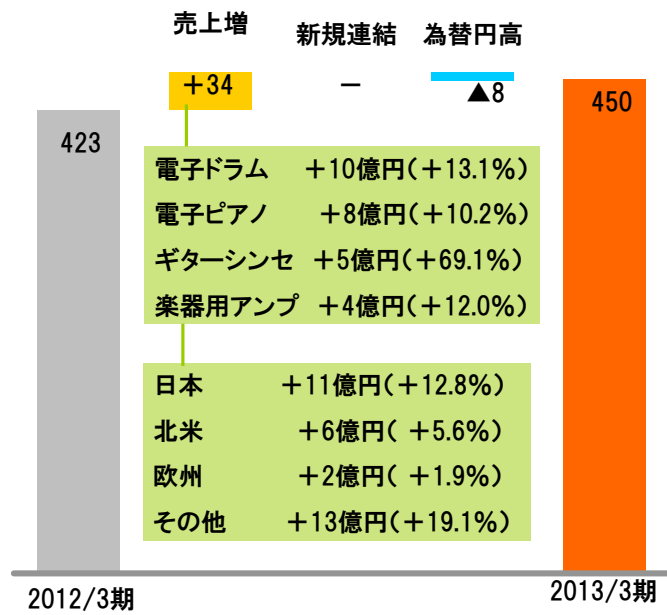
(単位: 億円)



2013年3月期 売上高 増減要因<電子楽器事業>



(単位:億円)

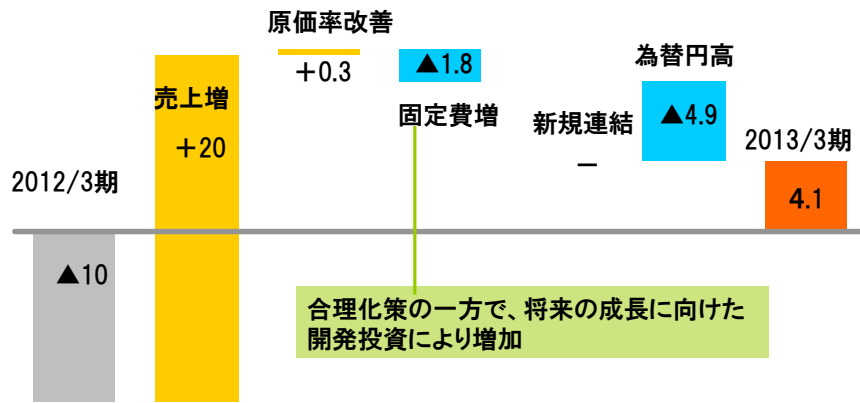


※上記増減は為替、新規連結の影響を除く実質増減です。

2013年3月期 営業利益 増減要因<電子楽器事業>



(単位:億円)



貸借対照表(現金及び預金/たな卸資産)



(単位:億円)

科目名	2012/3期末	2011/3期末	増減	換算影響	新規連結	実質増減
現金及び預金	148.8	195.8	▲46.9	▲4.6	2.4	▲44.7
MI	75.3	99.8	▲24.4	▲2.9	1.4	▲23.0
DG	73.5	96.0	▲22.4	▲1.7	0.9	▲21.6
たな卸資産	202.5	199.5	+2.9	▲7.0	3.5	+6.4
MI	127.6	129.1	▲1.5	▲4.3	0.2	+2.5
DG	74.9	70.3	+4.5	▲2.6	3.3	+3.9

※ MI：電子楽器事業 DG：コンピュータ周辺機器事業

※ 現金及び預金残高には3ヶ月超の定期預金を含んでいます。

貸借対照表(固定資産)



(単位:億円)

科目名	2012/3期末	2011/3期末	増減	換算 影響	新規 連結	実質 増減
固定資産	246.9	252.6	▲5.6	▲3.9	▲1.4	▲0.2
有形固定資産	177.1	190.1	▲13.0	▲2.5	0.4	▲10.9
無形固定資産	16.0	12.5	+3.5	▲0.1	0.4	+3.2
投資その他資産	53.8	49.9	+3.8	▲1.2	▲2.3	+7.4
投資有価証券	21.0	18.0	+3.0	▲0.0	▲1.5	+4.6
繰延税金資産	4.3	4.4	▲0.1	▲0.1	0	0
その他	28.3	27.4	+0.9	▲1.0	▲0.8	+2.8

※

※ RDG大久保事業所売却 ▲6.6億円

貸借対照表(自己資本)



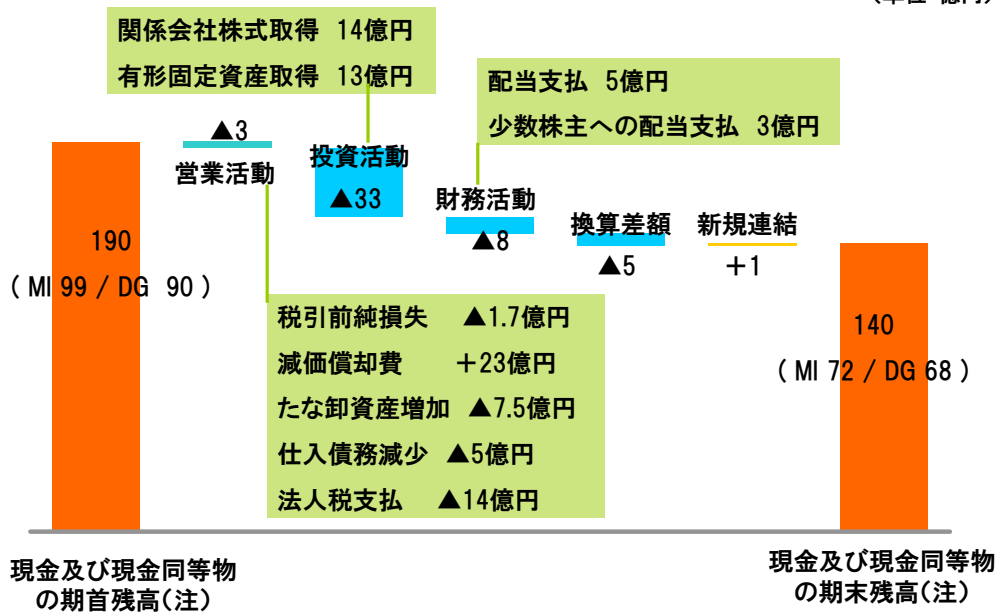
(単位:億円)

科目名	2012/3期末	2011/3期末	増減
自己資本	441.3	476.2	▲34.8
資本金	92.7	92.7	—
資本剰余金	108.0	108.0	▲0.0
利益剰余金	337.9	362.0	▲24.8
自己株式	▲17.6	▲17.6	▲0.0
其他有価証券 評価差額金	0.1	▲0.4	+0.5
土地再評価 差額金	▲14.7	▲14.9	+0.2
為替換算 調整勘定	▲64.9	▲53.5	▲11.4
自己資比率	59.9%	60.2%	▲0.3ポイント

キャッシュフロー



(単位: 億円)



(注) 3ヶ月超の定期預金は含まれていません。

設備投資／有形固定資産の減価償却費の推移



(単位:億円)

科目名	2013/3期予想	2012/3期実績	増減	2011/3期実績
設備投資の推移	17.0	12.8	+4.1	12.9
MI	7.0	7.7	▲0.7	8.0
DG	10.0	5.1	(注) +4.8	4.8
有形固定資産の 減価償却費の推移	17.0	17.9	▲0.9	17.8
MI	11.0	11.5	▲0.5	12.1
DG	6.0	6.4	▲0.4	5.6

(注) タイ工場設立 5億円

研究開発費／販売費及び一般管理費の推移



(単位: 億円)

科目名	2013/3期予想	2012/3期実績	増減	2011/3期実績
研究開発費の推移	71.0	65.4	+5.5	68.0
MI	47.0	42.0	※1 +4.9	45.6
DG	24.0	23.3	+0.6	22.4
販売費及び 一般管理費の推移	294.0	289.2	+4.7	291.3
MI	182.0	180.1	※2 +1.8	188.7
DG	112.0	109.0	+2.9	102.5

※1 将来の成長に向けた開発投資と開発人員の増加

※2 欧州中央倉庫稼動にともなう輸送費の会計処理変更や、基幹部品の開発費等が増加要因で、実質的には広告販促費などで2億円の削減

当資料に記載されている情報の中には、「将来の見通しに関する記述」が含まれている場合がありますが、これら情報は、作成時点において入手可能な情報に基づき作成しております。

経済情勢や市場動向の変化などにより、将来の見通しが実際の業績と異なる可能性があります。当社の業績、企業価値等を検討される際には、これらの見通しに全面的に依拠することは避けていただきますようお願い申し上げます。

