



平成 25 年 8 月 1 日

各 位

会社名 東芝テック株式会社
代表者名 取締役社長 鈴木 護
(コード番号 6588 東証第 1 部)
問合せ先 経営企画部広報・調査室長
水野 隆 司
(TEL 03-6830-9151)

中期経営計画(2013～2015年度)について

東芝テックグループは、昨年度の中期経営計画での中長期ビジョン「リテール市場での基盤を活かし、グローバル・ワンストップ・ソリューション企業を目指す」に基づき、「グローバル化の加速」、「ソリューションサービスの拡大」、「高収益化に向けた企業体質改革」の推進を実施してまいりました。その結果、2012年度は、海外リテール事業(東芝グローバルコマースソリューション社)の新規連結および国内事業が好調に推移したこと、ならびに海外を中心とした構造改革にともなう収益改善により、大幅な増収増益を達成することができました。

この度は、更なる事業の発展に向け、2015年度を最終年度とする当グループの中期経営計画を策定しましたのでお知らせいたします。

本計画の実行により、2015年度には、連結ベースで売上高5,500億円、営業利益340億円の達成を目指してまいります。

中期経営計画の概要については以下のとおりであり、詳細については添付資料をご参照願います。

I. 基本戦略

(1) 構造転換

- ① リテールソリューションビジネスの拡大
⇒ グローバル・ナンバーワンの顧客基盤を活用したソリューション事業拡大
- ② プリンティングソリューションビジネスの差異化
⇒ リテール市場への拡大、エコソリューション提案による差異化
- ③ 新規事業の展開

(2) 体質改革

- ① 業務の効率化
⇒ シナジー最大化／グローバル・シェアード・サービスの推進
- ② 人財の最適化
⇒ 人財の最適配置実施

Ⅱ. 中期経営計画における成果目標

(億円)

	12年度 (実績)	13年度 (目標)	15年度 (目標)
売上高	4,037	4,700	5,500
営業利益	159	210	340
R O S	3.9%	4.5%	6.2%

— 以上 —

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

2013年度 経営方針説明会 (中期経営計画)

2013年 8月 1日

東芝テック株式会社

取締役社長

鈴木 護

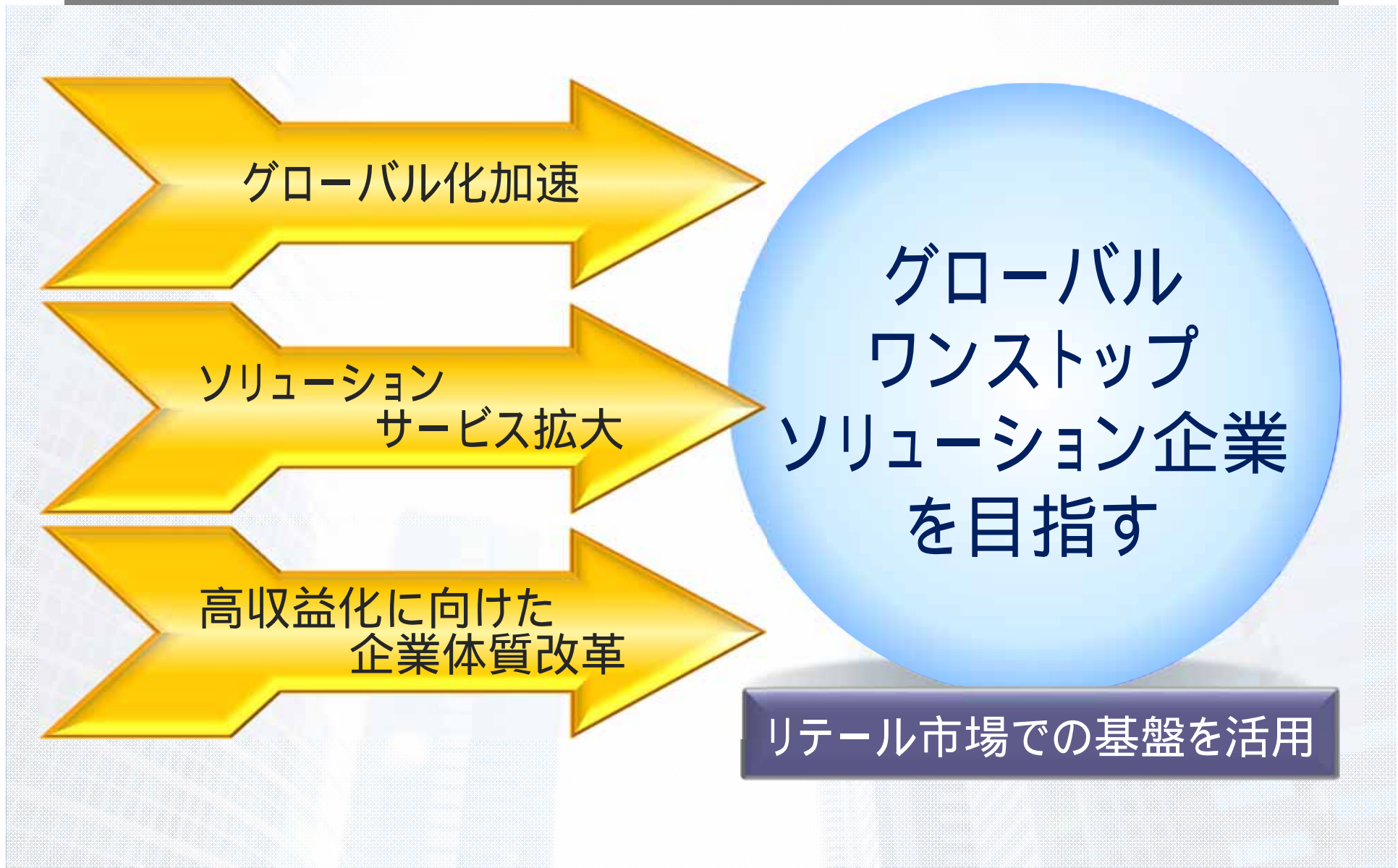


東芝グループは、持続可能な
地球の未来に貢献します。

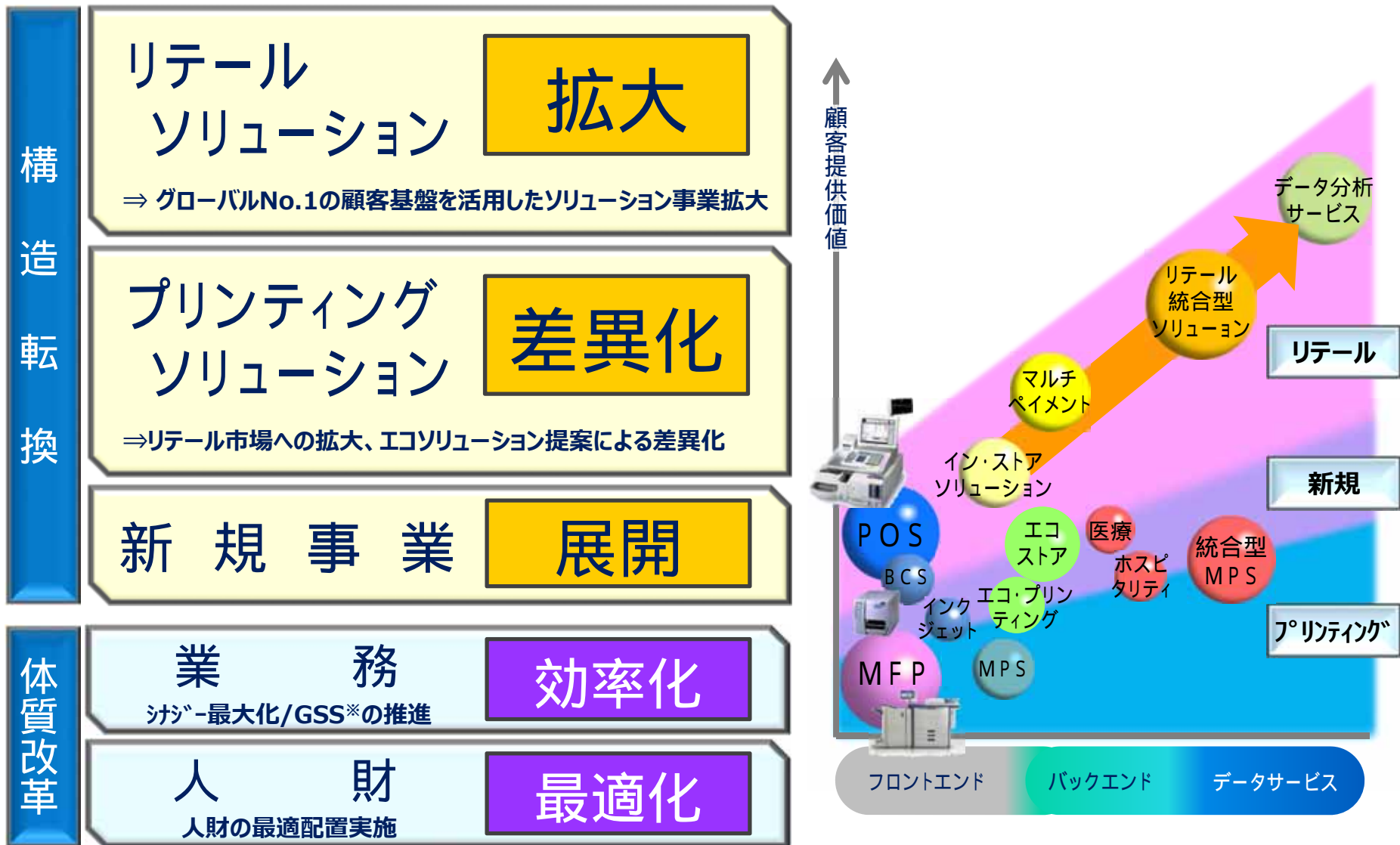
目次

- 1．中長期ビジョンと基本戦略
- 2．12年度の振り返り
- 3．13年度以降の取り組み
事業構造の転換
企業体質の改革
CSRと環境経営の推進
- 4．計数目標

1-1. 中長期ビジョン



1-2. ビジョン達成に向けた基本戦略



-
1. 中長期ビジョンと基本戦略
 2. 12年度の振り返り
 3. 13年度以降の取り組み
事業構造の転換
企業体質の改革
CSRと環境経営の推進
 4. 計数目標

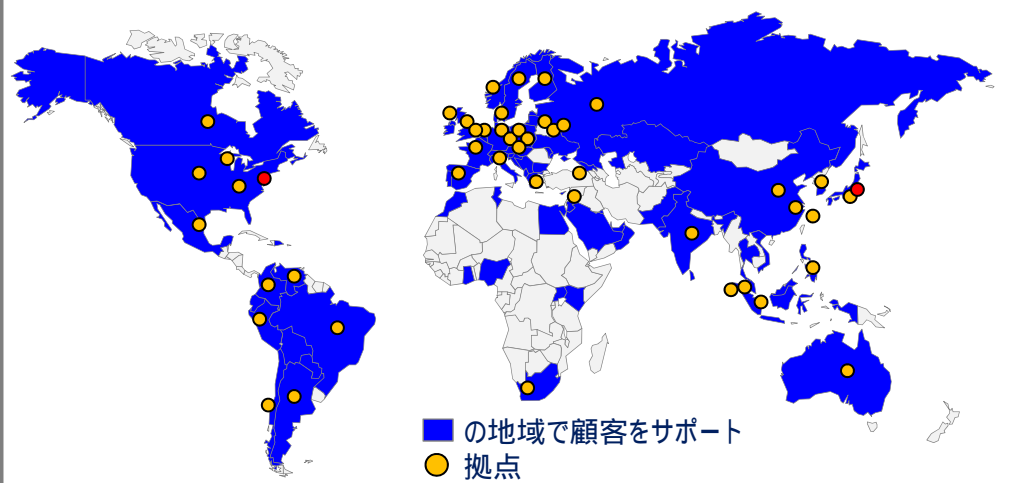
2-1. 12年度 振り返り

1. グローバル化加速

- ◆ Toshiba Global Commerce Solutions (TGCS) 社設立
すべての拠点で移管完了、120以上の国や地域で顧客をサポート
欧・米最大の展示会にTOSHIBAとしての存在感をアピール

POS販売台数 グローバルシェアNo.1 (国内11年連続 1)

- ◆ 47拠点の移管完了 営業開始
(37社+10支店、45ヶ国・地域)
- ◆ 78ヶ国で代理店を展開



NRF 2013(1/13-14)へ出展



EuroCIS 2013(2/19-21)へ出展



2-2. 12年度 振り返り

2. ソリューションサービス拡大

◆ ソリューション対応商品のリリース

オムニチャンネルプラットフォーム「TCxGravity」発売

国内向けクラウド対応商品の発売

- ネットスーパーシステム「@Nexmart」
- 飲食店向けトータルシステム「FoodCaster」
- 専門店向けトータルシステム「ShopDirector」

エコソリューション対応商品、

消せるトナーを利用したMFP「Loops」発売



ecoMFP Loops

3. 高収益化に向けた企業体質改革

◆ 米州を中心とした構造改革の実行

	11年度(実績)	12年度(実績)
SG & A比率	43.9%	40.5%

2-3. 12年度 振り返り

11年度より大幅な増収・増益を達成

売上：海外リテール事業(TGCS)の新規連結と国内事業が好調に推移

利益：増収効果及び、米州を中心とした構造改革により収益改善

(金額単位:億円)	12年度	11年度	対前年
売上	4,037	3,506	+531 (115%)
営業利益	159	108	+51 (147%)
%	3.9%	3.1%	+0.8%
税引前利益	129	79	+50 (163%)
%	3.2%	2.3%	+0.9%

- 【課題】
- ・ シナジー効果の早期実現と拡大
 - ・ ソリューション事業拡大の加速
 - ・ 欧州事業の再編

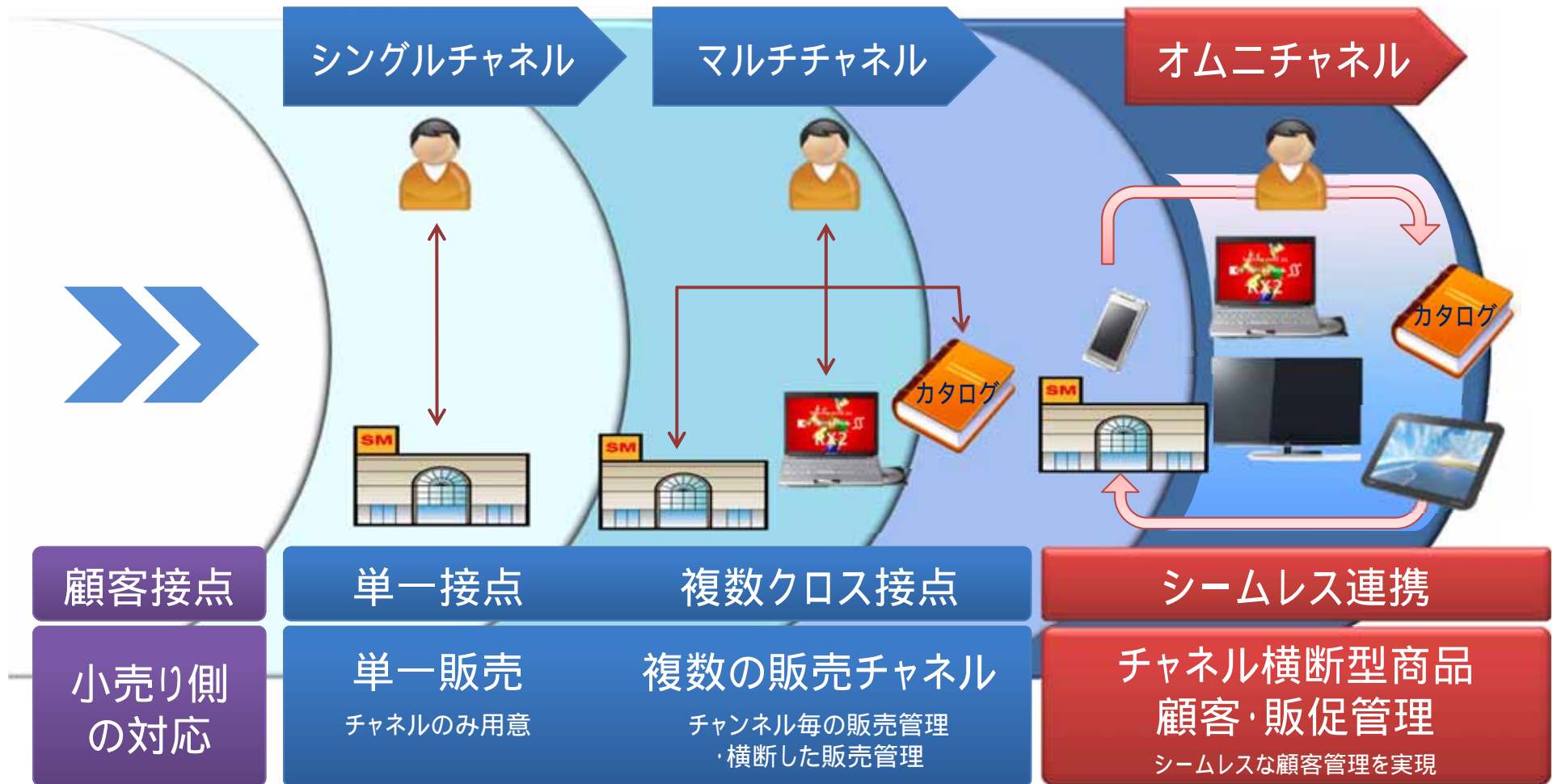
-
1. 中長期ビジョンと基本戦略
 2. 12年度の振り返り
 3. 13年度以降の取り組み
事業構造の転換
企業体質の改革
CSRと環境経営の推進
 4. 計数目標

-
1. 中長期ビジョンと基本戦略
 2. 12年度の振り返り
 3. 13年度以降の取り組み
事業構造の転換
企業体質の改革
CSRと環境経営の推進
 4. 計数目標

リテールソリューション事業

3-1-1 . 市場環境(消費者)の変化

シームレスにデータが活用されオムニチャンネル化が進む
小売業と消費者の接点がシームレスに拡大



3-1-2 . 市場環境 (小売業者) の変化

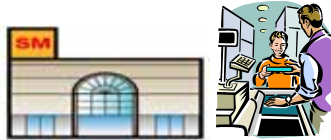
Big Data活用による「One to One」のサービスが進む
「顧客が過去に何を買ったか」 「これから何を買いそうか」

異業種のデータ

Big Dataの活用

One to Oneサービス

POS (販売情報)



GPS (移動情報)



ソーシャルメディア

(つぶやき) twitter facebook



ポイントデータ



スマホ / カード

(IDデータ)



- データマイニング
- 購買行動分析
- プロファイリング



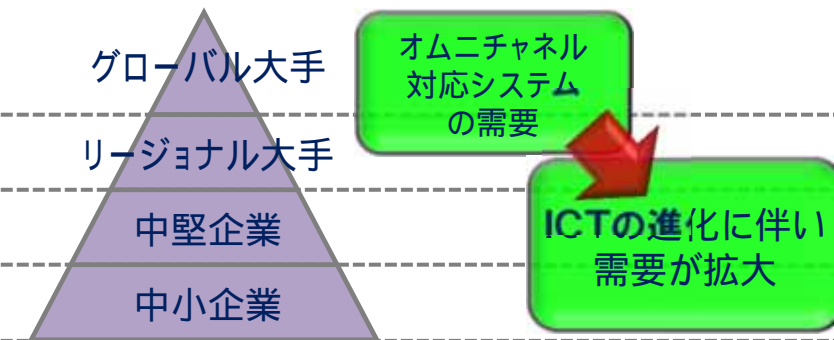
3-1-3 . 市場環境の変化

先進国：オムニチャネル、ビッグデータ対応システムの需要が拡大
新興国：多様なデバイスに対応した決済システムの需要が拡大

【先進国】

- マーケティング活用情報が多様化・複雑化
- 多様なチャネル・決済への対応のニーズ

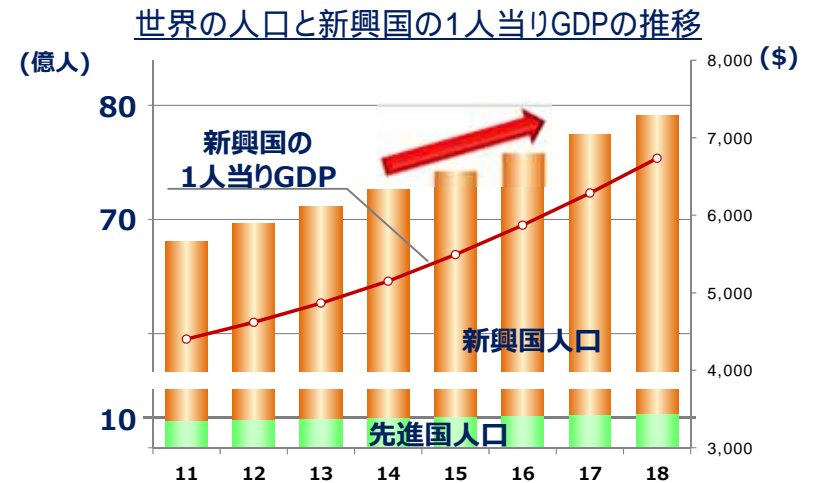
◆ オムニチャネル、ビッグデータ対応システムの需要が高まる
 (ICTの進化に伴い、需要は大手企業から中堅、中小企業へ拡大)



【新興国】

- 人口増加、インフラ普及により消費が活発化
- 都市化の加速
- 近代的なスーパー、コンビニへの転換

◆ 多様なデバイスに対応した決済システムの需要が高まる



リテールソリューション事業戦略

3-1-4 . 市場変化に対応してPOC実現を目指す

販売時点管理 (POS) から、購買行動管理 (POC) を実現

<キーコンセプト>

小売業者の成長に貢献するパートナーとして



『いつでも、どこでも、どんな方法でも
スマートな買い物環境を提供』

<販売時点管理>

POS

(Point Of Sale)



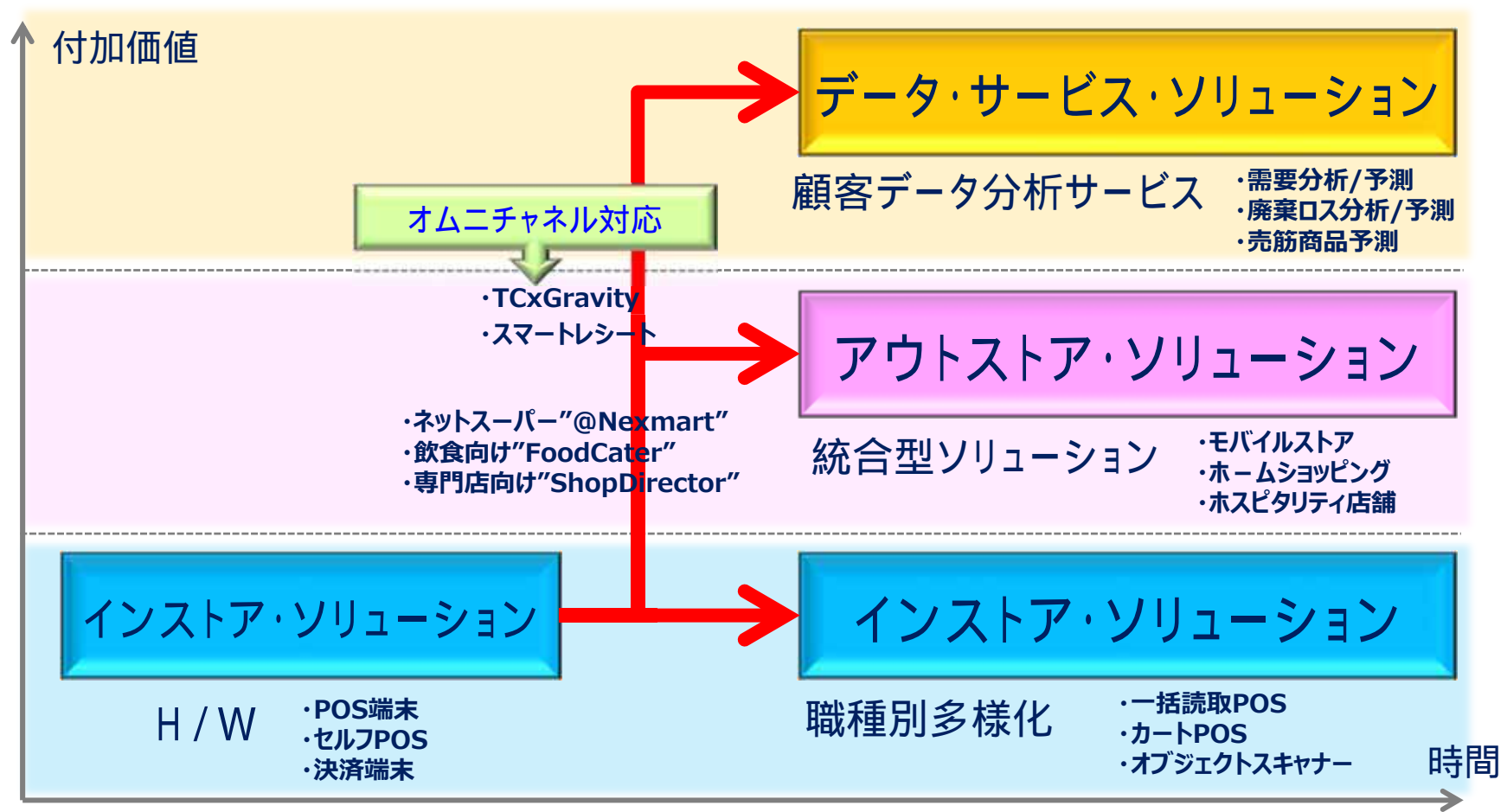
<購買行動管理>

POC

(Point Of Commerce)

3-1-5 . インストアソリューションからデータサービスソリューションへ

インストア・ソリューションから、SCM/CRM等のアウトストア・ソリューション領域へさらに顧客データ分析等のデータ・サービス・ソリューションの領域へ事業を拡大



3-1-6 . インストア・ソリューション

消費者、事業者のニーズに対応したH/Wを提供

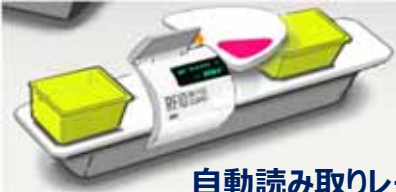
【当社の強み】
 ・ テックが所有する認識技術の活用
 (オブジェクト認識、顔認識、音声認識、AR技術、RFID等)



チエックアウトシーンの多様化

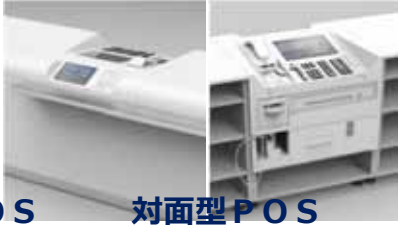
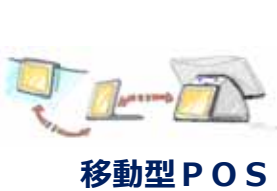
量販店

・レジ待ち解消/スピードUP



CVS

・顧客回転率/機動性向上



専門店

・モバイル/コミュニケーション



3-1-7 . アウトストア・ソリューション

店舗以外でのショッピング
をサポートする
ソリューションの提供

- 【当社の強み】
- 顧客シェアNo1 基盤の活用
 - TCxGravity、ネットスーパー、スマートレシート等のWebサービス
 - POSフレームワークのクラウド化

モバイルストア



買い物弱者向けの
定期巡回型移動ショップ

ECサイト・Webサービス



クラウド・コミュニティの
進化により、様々な
ショッピングをサポート

ホームショッピング



自宅のテレビやタブレットから
楽しく、簡単なショッピング

ホスピタリティ店舗

病院内バーチャル店舗



ホテル内バーチャル店舗
(ロビー、客室)

ハイブリッド型店舗

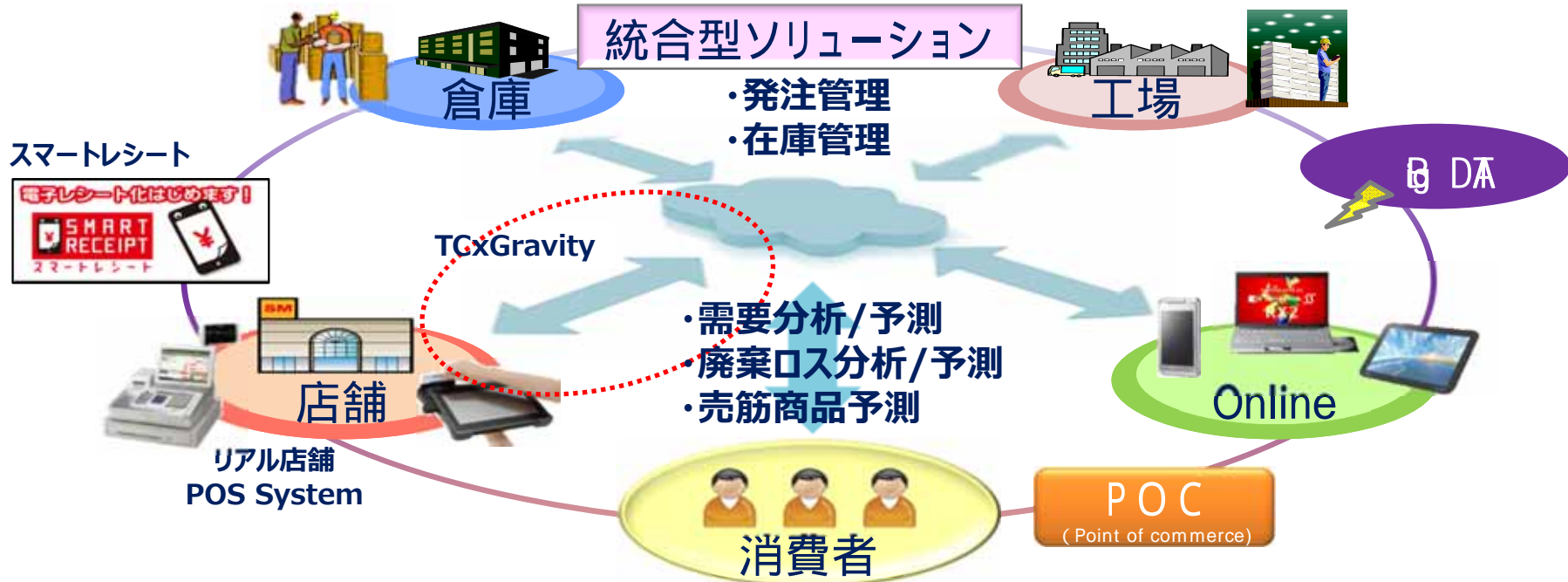
駅ナカ、オフィスなど
リアルとバーチャルを組み合わせた店舗



3-1-8 . 統合型ソリューション

消費者・店舗・Online・
バックエンドの
統合型ソリューション提供

- 【当社の強み】
- IBM連携によるオムニチャネル対応(SCM,CRM)
 - 東芝Grクラウド基盤活用による分析ソリューション
 - 独自アルゴリズムによる需要予測

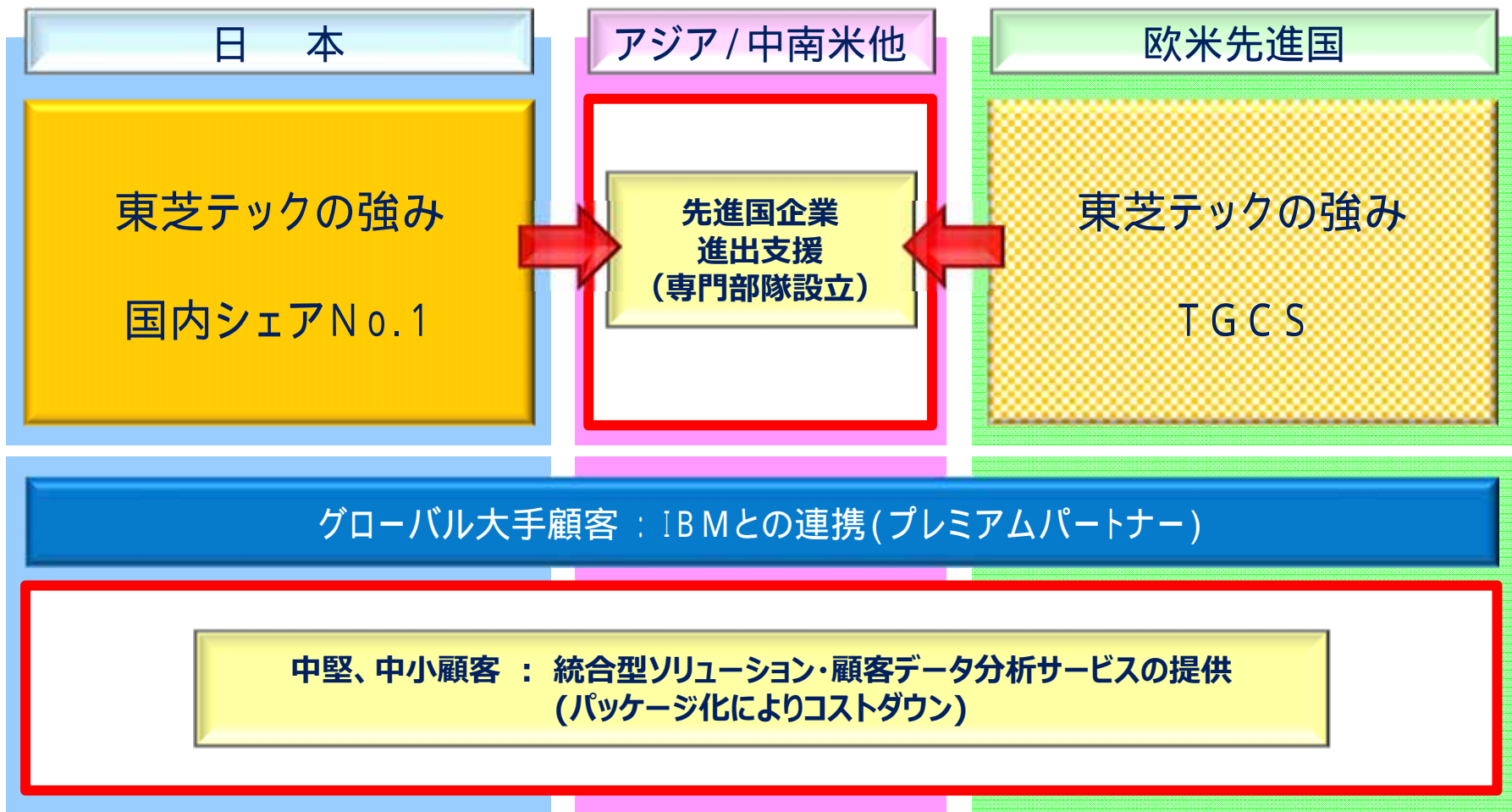


多様化するショッピングスタイルと、
プロモーション、オペレーションの効率化をサポート

POCの活用を実現

3-1-9 . 地域別・顧客別戦略

TGC Sの基盤と国内のノウハウを活用した
新興国拡大及び、中堅、中小企業向けソリューションの拡大



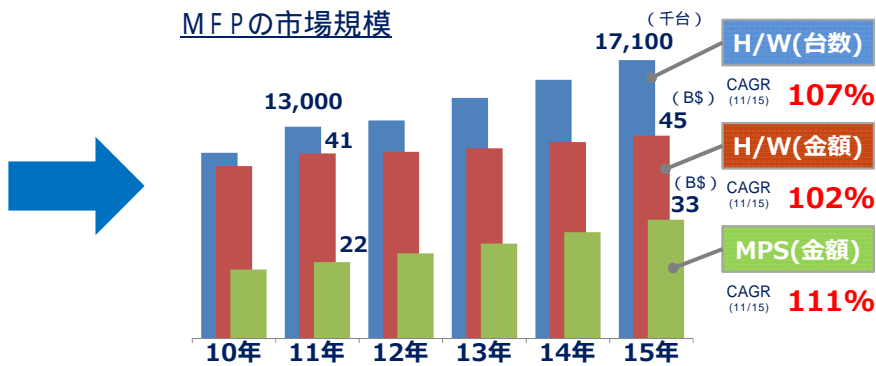
プリンティングソリューション事業

3-1-10 . 事業を取り巻く環境の変化

既存オフィス市場はH/W金額ベースでは微増
 リテール市場、エコ市場は成長が見込まれる

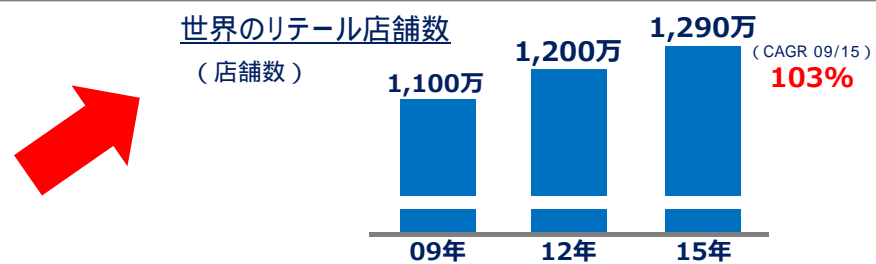
オフィス市場

H/Wは台数ベースではA4機の拡大により伸長するものの金額ベースでは微増
 MPS等のソリューションは伸長傾向

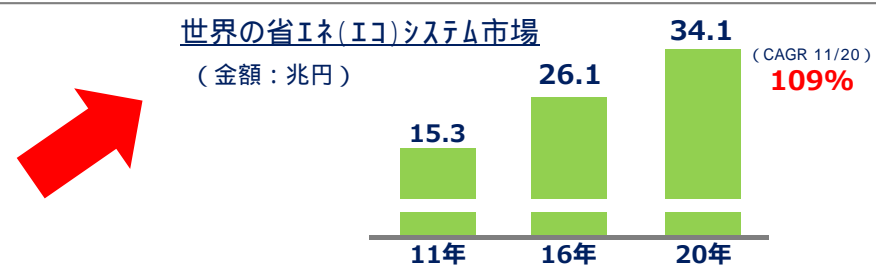


リテール/エコ市場

世界のリテール店舗数は増加傾向
 (ハイパーマーケット、スーパーマーケット、アパレル専門店の増加が特に著しい)



高まる環境意識と、省エネへのニーズにより環境・省エネ関連市場は拡大



プリンティングソリューション事業戦略

3-1-1 1 . 事業領域の拡大

ソリューションを中心とした差異化により、
オフィスから流通、物流領域 / エコ領域へ事業領域を拡大

オフィス領域から流通、物流領域へ

環境・エコ領域へ

リテール向けソリューション

エコソリューション

リテール顧客基盤

他社にできない差異化商材
(エコプリンティング)

多様なプリンティング技術
セールス・メンテナンスの
グローバルネットワーク

3-1-12 . リテールプリンティング市場の深耕

**リテールプリンティング
市場向け事業拡大**

- 【当社の強み】
- グローバルシェア 1の顧客基盤
 - BCPからMFPまでの幅広いラインナップ
 - 電子写真技術/特殊トナー技術

従来のラベル印刷

<白黒> <カラー>

A4 label on Printer

超コンパクト
カラーエンジン

Cloud

**トータルラベルプリンティングソリューション
を提供 (BCP ~ 電子写真)**

消せるトナー

Loops

瞬時に消せるケミカルトナー
世界NO1低温定着技術

香るトナー

擦れば香る不思議な印刷
香りのナノカプセル

印字サンプル

POP/価格印刷

生産者ラベル
/内容表示ラベル印刷

倉庫伝票/ピッキングリスト印刷

3-1-13 . エコソリューション事業の拡大



Loopsを活用した統合型MPS(ペーパーストックレス)の展開

オフィスだけでなく、流通や物流、工場など、
 バーチカルマーケットに向けた提案



新規事業

既存事業のノウハウを活かし、
新たなソリューションを展開

医療ソリューション
接客支援 / 教育支援ソリューション
インクジェットビジネス

3-1-14 . 医療ソリューション

薬剤管理 / 看護支援 / フロント業務 / 患者支援等のソリューションを提供



3-1-1 4 . 接客支援/教育支援ソリューション

接客業、教育等を中心に支援機器/ソリューションの提供



Communication Tabletop

様々なビジネスシーンで
コミュニケーションをサポート
(商談 & 決済 & 印刷機器)



[商品の特徴]



モバイル端末と双方向データ通信



大型マルチタッチディスプレイ



様々なファイル形式対応



印刷

3-1-15 . インクジェットビジネス

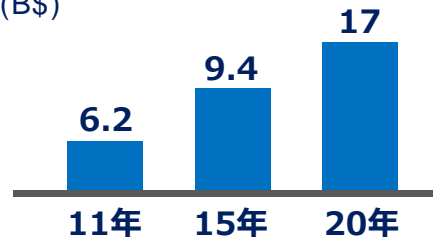
産業用印刷向けに
進化した印刷ソリューションを提供

【当社の強み】

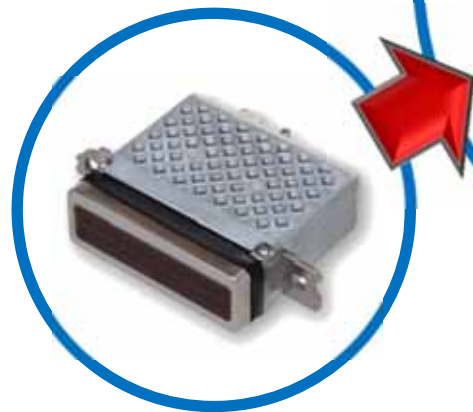
- インク循環構造による高い吐出安定性
- 高粘度、高比重インクへ対応可能

産業用印刷市場規模

(B\$)



産業用印刷



建材

- タイル
- 内外装材



包装資材

- ラベル
- パッケージ



エレクトロニクス

- 電子回路
- ディスプレイ



セラミックタイル印刷向け
新商品の開発 / 発売
CF 1L (大液滴タイプ) (12/7月発売)

- 更なる大液滴タイプ (高生産性) の商品開発

包装資材印刷向け

- 高解像度タイプの商品開発

インクとの組合せによる差異化

- インクメーカーとの協業による、特殊インクの吐出の実現

-
1. 中長期ビジョンと基本戦略
 2. 12年度の振り返り
 3. 13年度以降の取り組み
事業構造の転換
企業体質の改革
CSRと環境経営の推進
 4. 計数目標

3-2 . 企業体質の改革（効率化と人財の最適配置）

職種別に効率化を推進、人財の最適配置を実施

販売

TGCSとの
シナジー最大化

拠点統合 / 最適配置の
実行
システムの統合
販売部隊の効率化
保守・サービスの効率化

開発 / 生産

ローコスト設計、
機能の海外シフト

ローコスト設計推進
S / Wの再活用率向上
とオフショア化
他社協業
製造技術 / 調達機能の
現地化

バックオフィス

グローバル・シェアード
・サービスの構築

国内 / 海外スタッフ
業務の見直し
機能別最適配置の
実行 / 総人員の圧縮

人財の最適配置を実施

-
1. 中長期ビジョンと基本戦略
 2. 12年度の振り返り
 3. 13年度以降の取り組み
事業構造の転換
企業体質の改革
CSRと環境経営の推進
 4. 計数目標

経営理念とCSR活動のもとで環境経営を実践

環境経営マネジメント

- 第5次アクションプラン
- 生物多様性を含む環境影響評価
- 環境リスク管理体制
- 東芝総合環境監査



東芝テック地球環境会議



東芝総合環境監査

エコプロダクツ

- 環境調和型商品の開発
- ライフサイクルを通じた環境負荷低減
- 製品回収リユース・リサイクル拡大



省エネ

省資源

環境負荷物質の削減

エコプロセス

- 生産・非生産拠点での環境負荷低減
- 省資源・省エネ活動
- 化学物質の管理
- 「モノ創り」、物流・業務の効率化



はんだ屑の再利用



太陽熱利用設備

エコプログラム

- 環境教育、啓蒙活動
- 環境広報活動
- 環境イベント出展、参加
- 社会全体とのコミュニケーション



植林活動

3-3-2 . CSR経営

すべてのステークホルダーの期待に応える企業を目指す



1. 中長期ビジョンと基本戦略

2. 12年度の振り返り

3. 13年度以降の取り組み

事業構造の転換

企業体質の改革

CSRと環境経営の推進

4. 計数目標

4-1. 2013年度1Q 業績

2013年度1Q実績は対前同で増収・増益
2013年度通期見込みは売上・損益とも当初計画通り

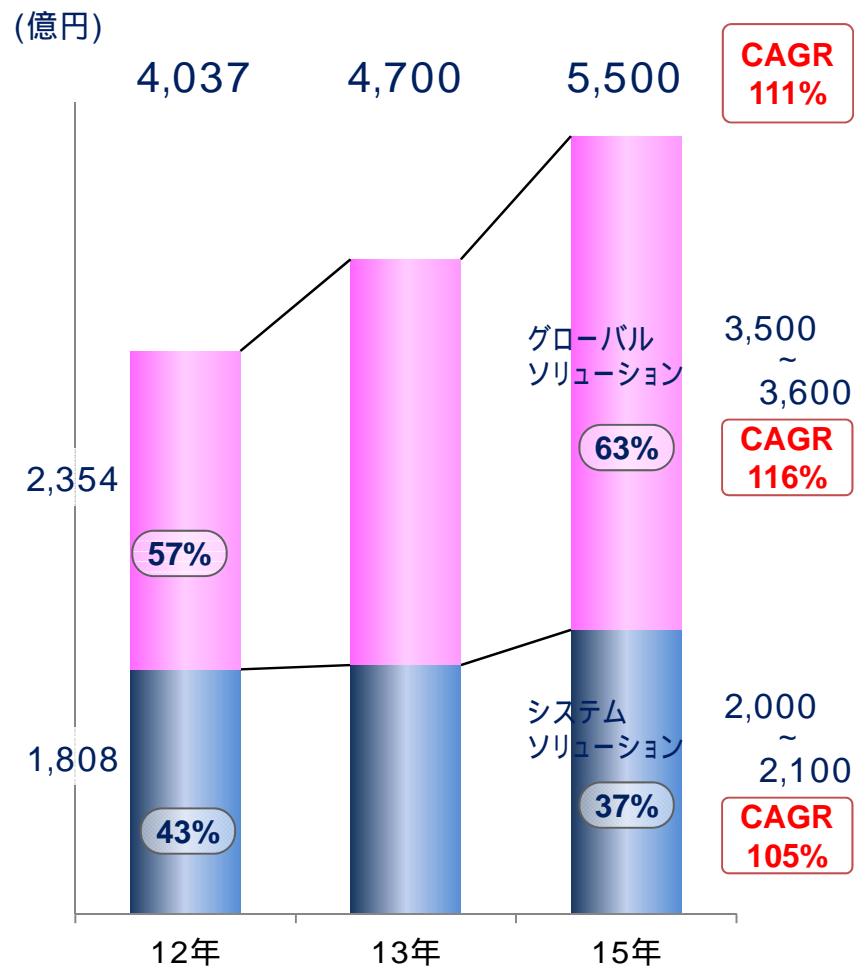
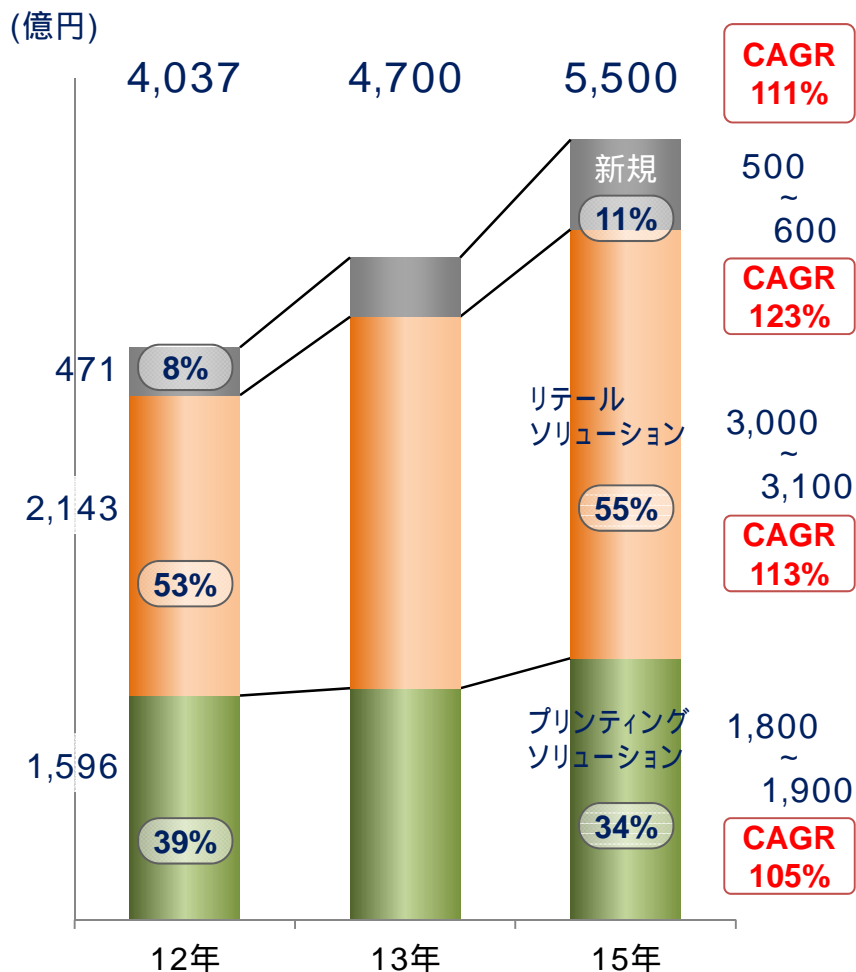
(金額単位:億円)	13年度 1Q	12年度 1Q	差異
			対前同
売上高 伸長率%	1,153	837	316 138%
営業利益 伸長率%	38	29	9 132%
経常利益 伸長率%	34	21	13 161%
税引前利益 伸長率%	30	14	16 215%
当期純利益 伸長率%	16	9	7 186%

注．2012年8月1日から、東芝グローバルコマースソリューション事業の業績を連結対象に組み込んでおります。

4-2. 2015年度の目標 (事業別 / 商品別)

商品別

事業別



4-3. 2015年度の目標

売上高 5,500億円 12/15年度
CAGR111%

営業利益 340億円 12年度実績
159億円

営業利益率 6.2% 12年度実績
3.9%

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

TOSHIBA

Leading Innovation >>>