



中期経営計画 2019

メカトロシステム事業

1. 事業の概要
2. 中期経営計画 2016 の総括
3. 中期経営計画 2019

2017年5月26日

沖電気工業株式会社

常務執行役員メカトロシステム事業本部長

田村賢一

本日のご説明内容

1. 事業の概要
2. 中期経営計画2016の総括
3. 中期経営計画2019

本日のご説明内容

1. 事業の概要

2. 中期経営計画2016の総括

3. 中期経営計画2019

事業の概要

メカトロ技術をコアとした商品を提供し、
世界の現金流通の社会インフラを支える

Global Market

Japan、China、Brazil、India、Southeast Asia、Russia・・・

“強い商品” × “パートナーシップ”

各業態のサービス拠点

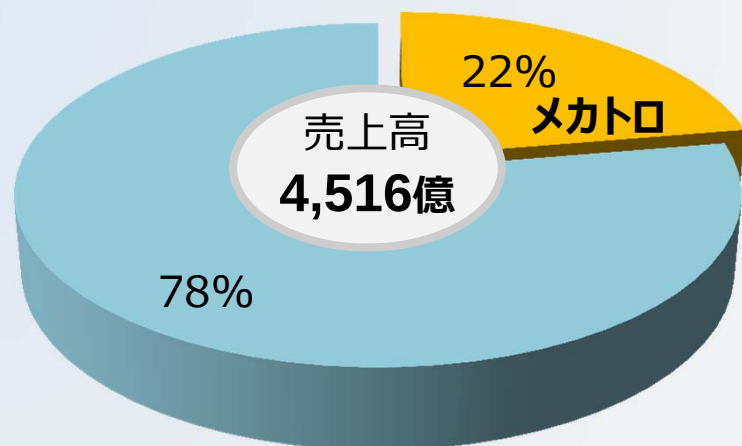


商品・サービス群

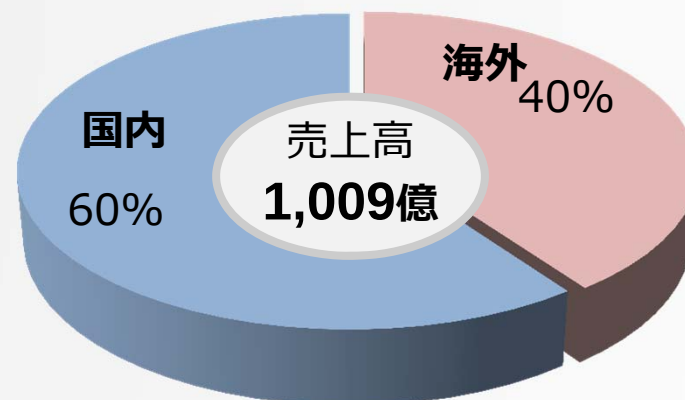


事業の概要 — 事業の位置づけ —

収益を早期に立て直し、新興国市場を開拓して再び成長軌道へ回帰する



16年度OKI-G売上構成比



メカトロシステム事業売上構成比

セグメント別事業戦略

事業	本中計での位置づけ	注力キーワード
情報通信	安定収益確保と新事業創出	次世代社会インフラ I o T
メカトロ	成長軌道への回帰	新興国 流通市場 戦略商品
プリンター	戦略転換での安定収益化	ニッチ市場 L E D 軽量経営
E M S	1 0 0 0 億事業への通過点	新市場領域 M & A

本日のご説明内容

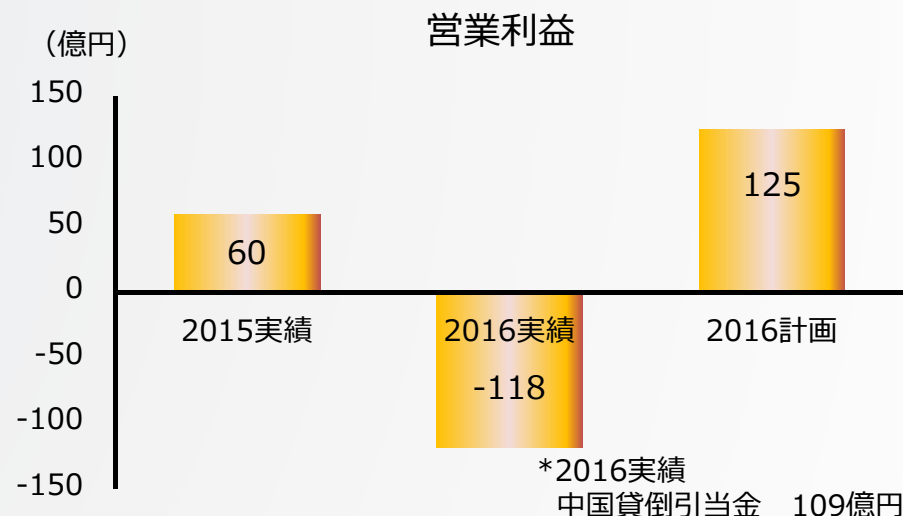
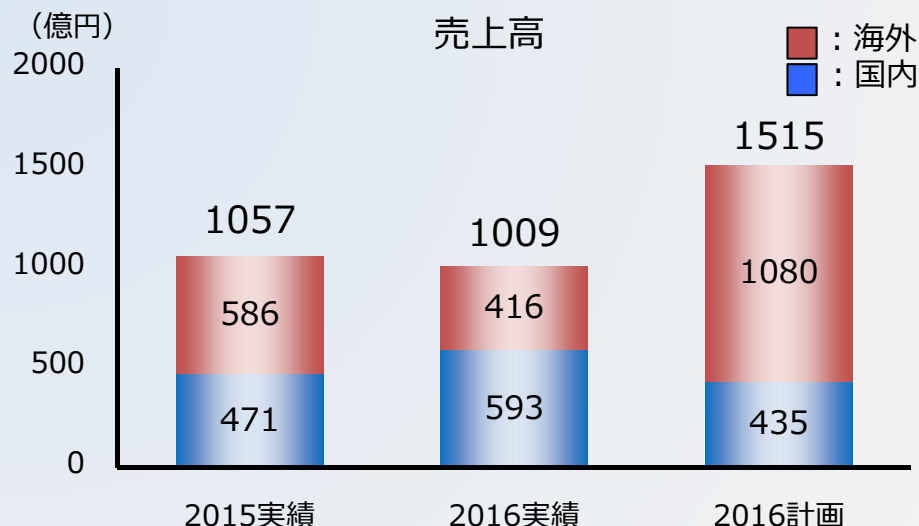
1. 事業の概要

2. 中期経営計画2016の総括

3. 中期経営計画2019

中期経営計画2016の総括

- 海外事業 中国で大幅に計画未達成も、新興国市場に参入
- 国内事業 成熟する市場環境下、大型案件の獲得もあり、堅調に推移



成果

- インド、ロシア・東欧、東南アジア
11カ国 R - A T M※3) 市場に参入
- ブラジル
R - A T Mの試行導入開始
- 国内
小型 A T M + サービスで売上拡大
現金処理機の商品ラインナップを拡充

課題

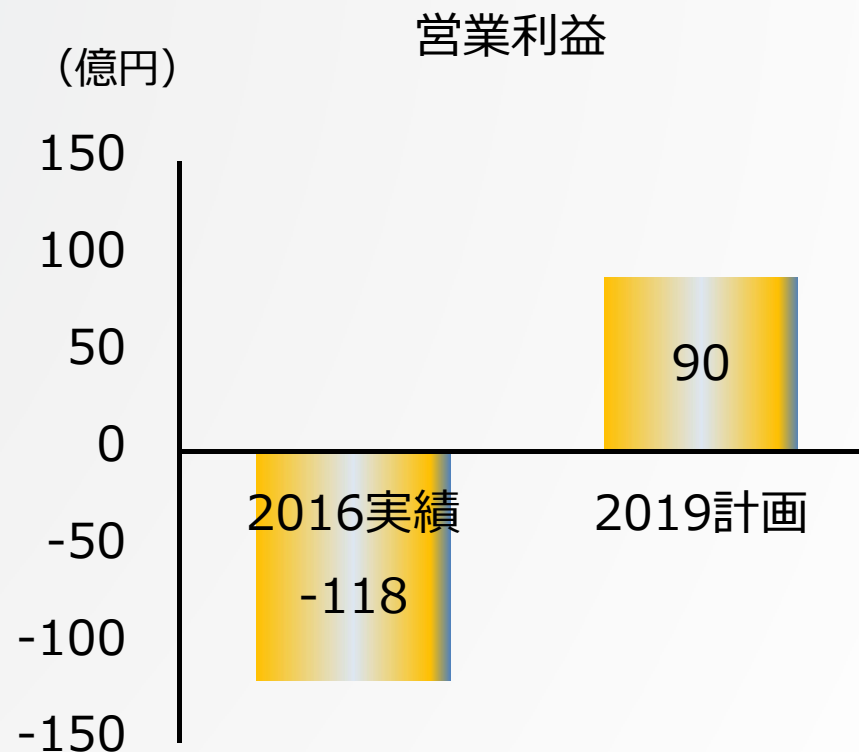
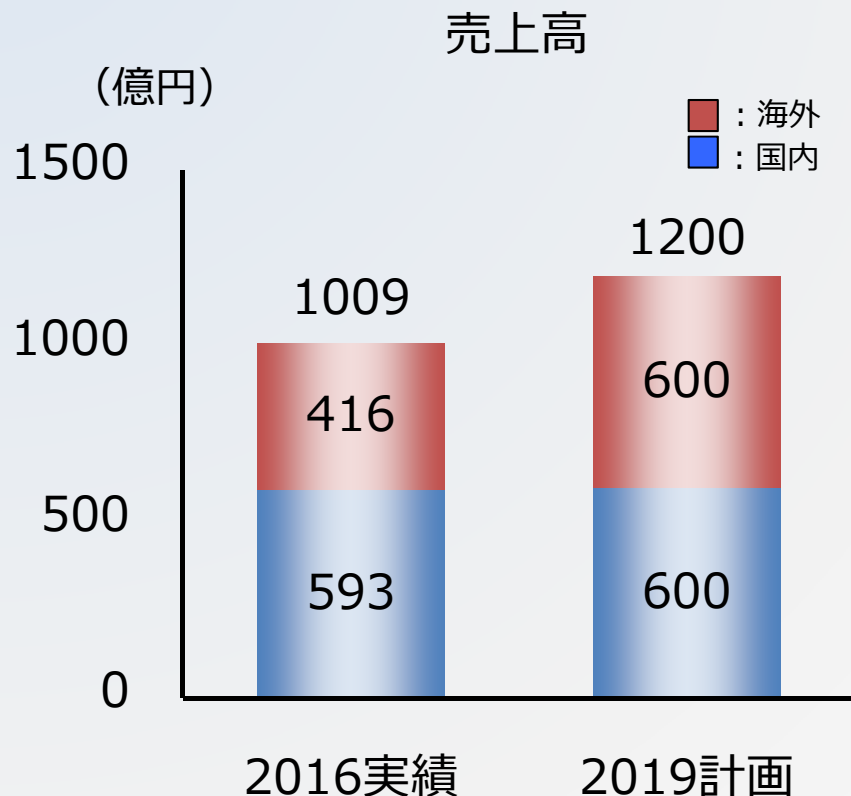
- 中国
市場環境変化に追従できず収益悪化
- ブラジル
経済環境悪化影響もあり R-ATM 展開計画遅延
- 国内
A T M 事業に続く、現金処理機事業拡大遅延

本日のご説明内容

1. 事業の概要
2. 中期経営計画2016の総括
3. **中期経営計画2019**

事業方針と目標

- 海外事業 A T M市場の成長を牽引する「新興国」にて「R－A T M」のトップクラスシェアを獲得し、収益を拡大する
- 国内事業 A T M事業は「+サービス」で商品を差別化、現金処理機事業は流通市場でのシェア拡大で安定収益を確保する



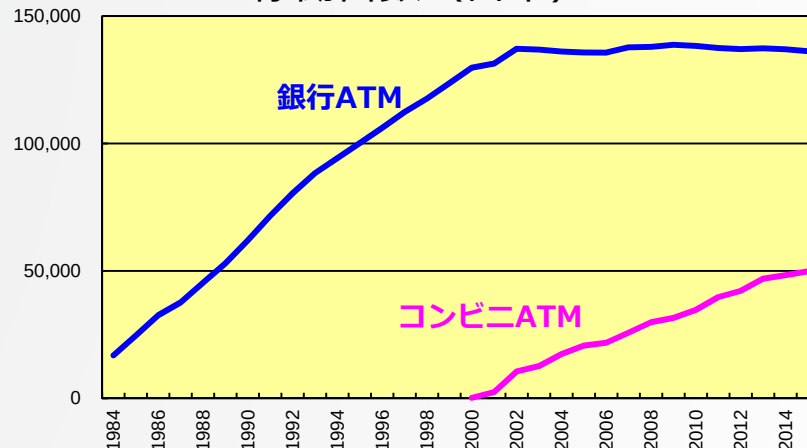
市場動向

- 海外 R-A T M 市場は成長中、2019年には全世界で26万台出荷の見込
- インド、東南アジア（インドネシア）の新興国は成長市場
- 日本の市場は成熟期にあるが、コンビニ／流通向けの市場は伸長

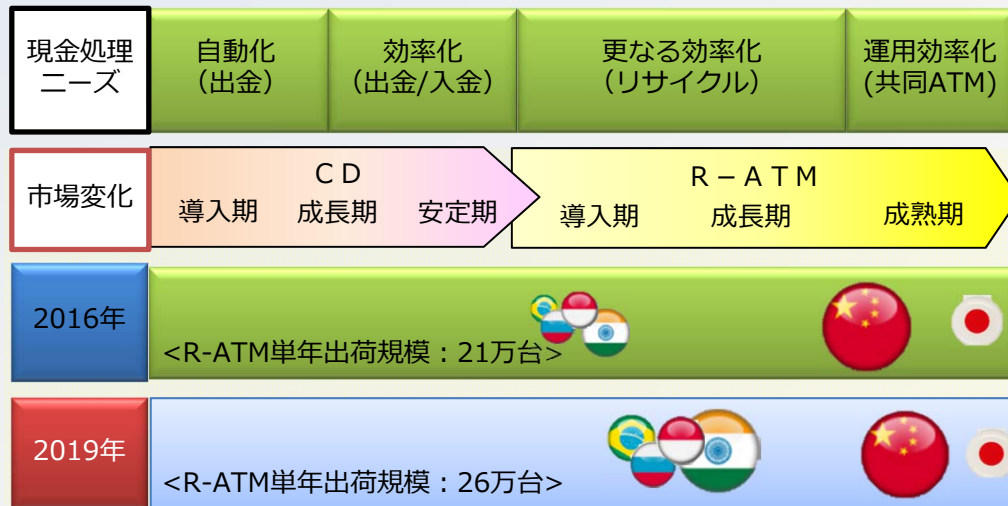
< A T M 出荷台数（世界トップ10） > OKI参入国

国名		ATM出荷数(千台)		国名		ATM出荷数(千台)			
		2015年	2020年 予測			2015年	2020年 予測		
1	中国	112	➡	120	6	ロシア	13	↗	16
2	インド	47	↗	74	7	ブラジル	12	↗	15
3	米国	59	⬇	45	8	韓国	13	➡	13
4	日本	25	➡	23	9	タイ	12	➡	11
5	インドネシア	16	↗	20	10	イラン	6	↗	9

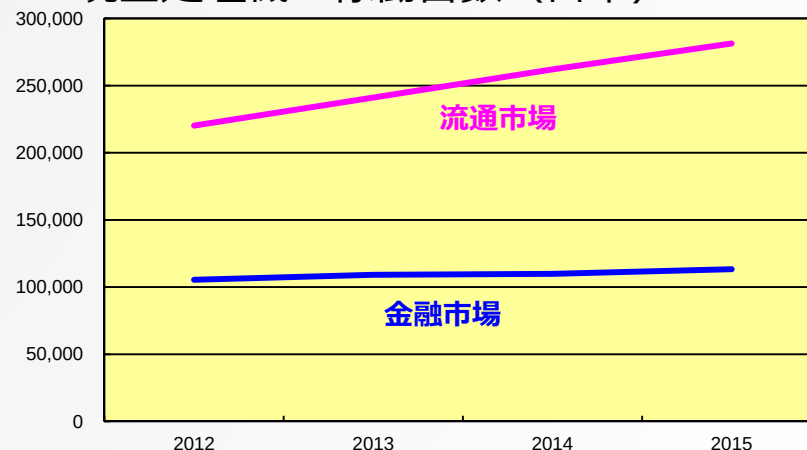
< A T M 稼働台数（日本） >



< O K I 参入国の動向と導入規模 >



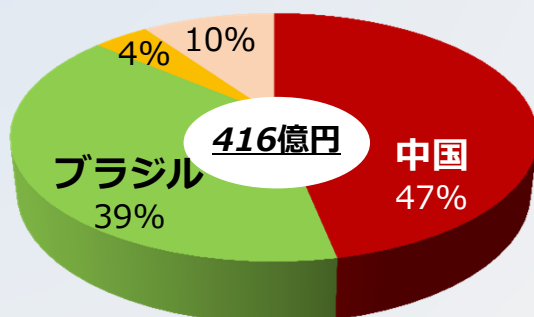
< 現金処理機 稼働台数（日本） >



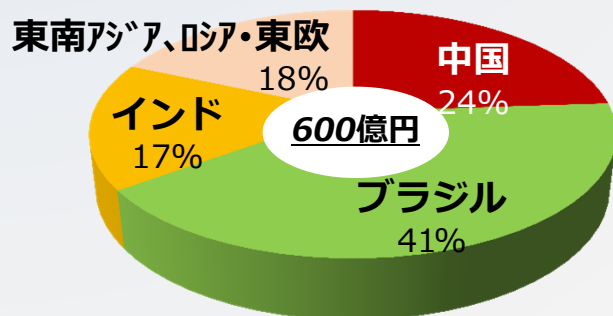
重点施策（海外事業）

- 成長市場である新興国を中心に、強い商品×パートナーシップでシェア拡大
- 地域戦略 特定地域依存から脱却し、地域特性に合わせた施策を展開
- 商品戦略 新興国向け戦略新商品「R G 8」を投入
- 販売戦略 マルチチャネル／アライアンスによる売上拡大とリスク軽減
- 事業創出 リテール市場への現金リサイクルソリューション展開

売上目標



2016年



2019年目標

◇ 中国：安定収益の確保

- ・都市部のA T Mリプレイス案件獲得
- ・稼動A T Mの保守収益の確保
- ・農村部へのR - A T M／現金処理機拡販

◇ ブラジル：R - A T Mの本格展開

- ・R - A T Mの本格展開移行を加速し収益拡大
- ・流通/金融向け現金リサイクルソリューション拡大

◇ インド：シェア拡大

- ・新製品R G 8投入（商品競争力強化）
- ・販売のマルチチャネル体制
- ・保守のハイブリット体制（自社＋他社）

◇ 東南アジア、ロシア・東欧

- ・参入済の国と顧客を中心に拡販

重点施策（中国市場戦略）

■市場感

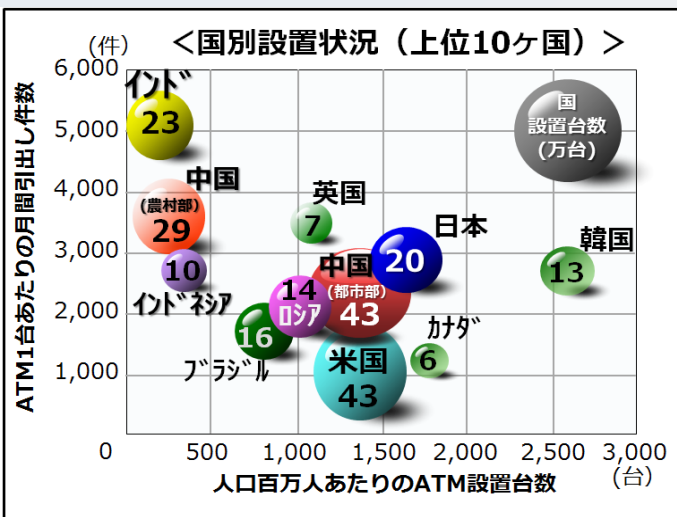
- ◇ 都市部は先進国並みのA T M成熟市場へ移行、農村部は規模/投資力から緩やかな成長
- ◇ 電子決済の成長により、A T M取引回数は減少傾向
- ◇ 国産優遇策は緩和方向だが、国産ベンダの台頭（競合増加）により海外ベンダは苦戦

■中国事業方針

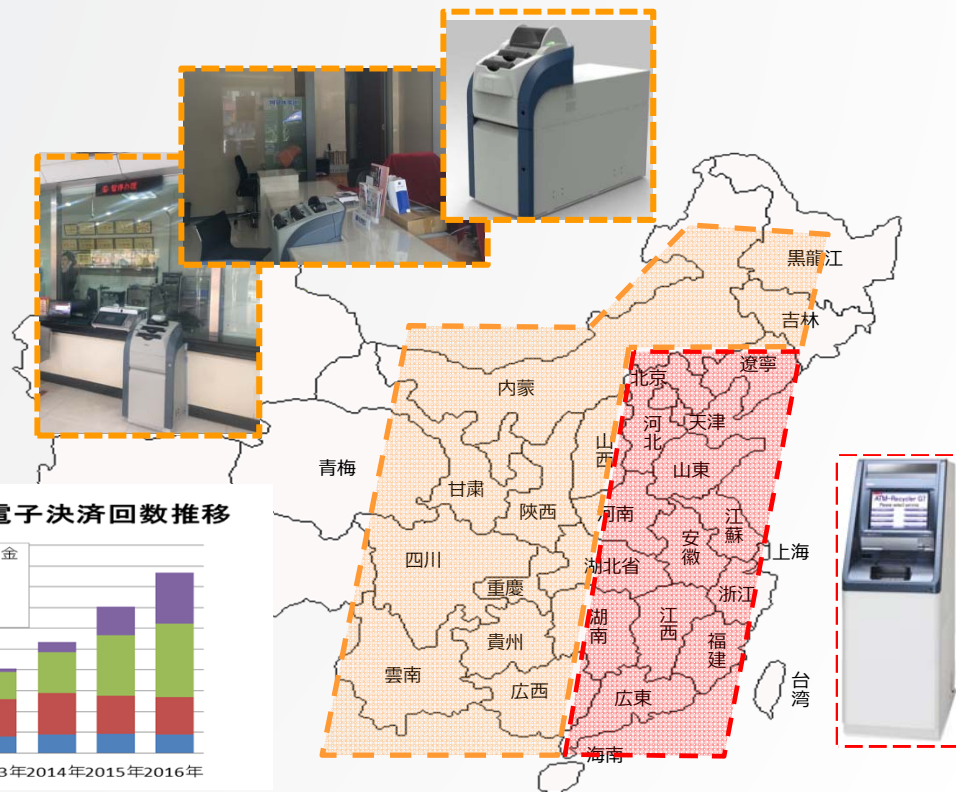
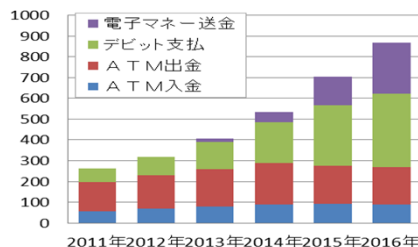
- ◇ 都市部のA T Mリプレース案件獲得
- ◇ 稼動A T Mの保守収益の確保
- ◇ 農村部へのR - A T M／現金処理機拡販戦略の展開

都市部：人口3億人、稼動台数 43万台
100万人当りのATM台数は 1430台
農村部：人口10億人、稼動台数 29万台
100万人当りのATM台数は 270台

※都市部は直轄市及び一級都市（24都市）と定義



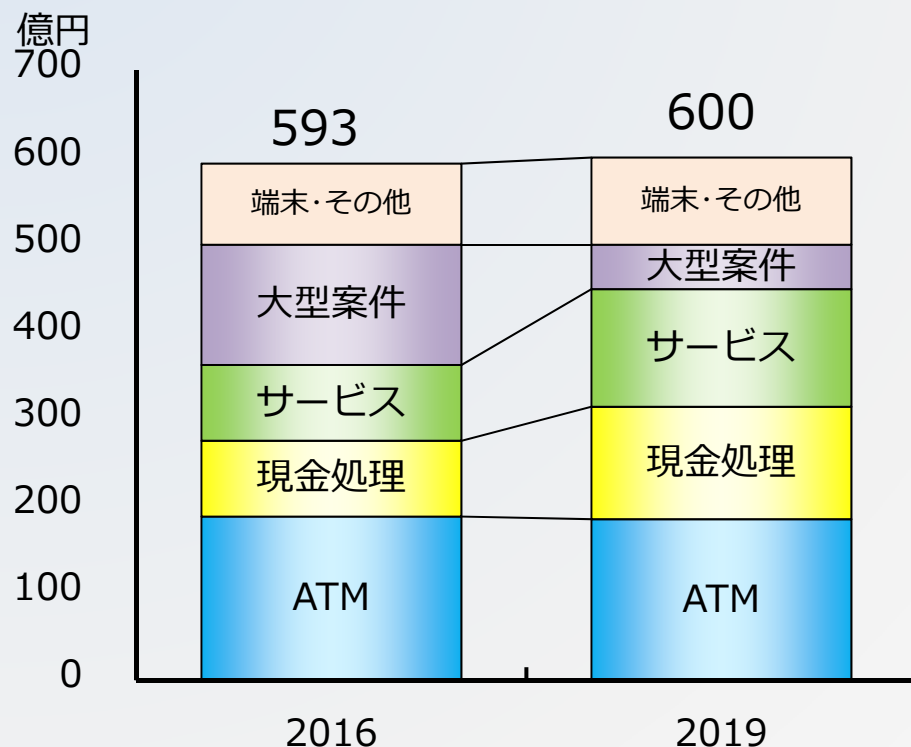
ATM取引回数・電子決済回数推移



重点施策（国内事業）

- コンビニ/流通市場向け 現金リサイクルソリューション商品のシェアを拡大
- 商品戦略 新型BRM※4）（小型ATM向け）、新型つり銭機の投入（コンビニ向け）
- 販売戦略 ATM：国内トップのFOSサービスで差別化
- 現金処理機：POS/警送業社と連携し“業務効率化ソリューション”を創出

売上目標



◇ ATM（小型）

- ・コンビニ市場/銀行店舗外のシェア拡大
- ・新型BRM投入（お客様TCO※5）削減）
- ・FOS提供（お客様TCO削減＝付加価値）

◇ ATM（フル機能）

- ・スマホ連携で多様な決済に対応（FinTech）
- ・AI・データ分析を活用したサービス高度化

◇ 現金処理機（つり銭機）

- ・レジ業務効率化ソリューションの創出
- ・POS事業者とのアライアンス強化
- ・コンビニ市場に新型つり銭機で参入

◇ 現金処理機（入金機）

- ・未導入セグメントへの参入
- ・警送事業者とのアライアンス強化



Open up your dreams

＜将来情報に関する注意事項＞

＊本資料における将来業績に関する目標等の数値は、公表時点の事業環境に基づくものであり、今後の事業環境変化により実際の業績が異なる可能性があります。