



中期経営計画 2019

プリンター事業

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
兼 (株)沖データ 代表取締役社長
波多野 徹

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（1/2）

お客様のニーズに合わせた最適プリンティングソリューションをグローバルに提供

オフィス

インダストリー・バーティカル

インダストリー

法人・行政

医療・流通

製造・流通

デザイン・印刷

設計・建設

オフィスドキュメント

医用画像
電子カルテ

パッケージ
POP・Tシャツ

サインボード
壁紙・布地

設計図

LED カラー複合機

LED カラープリンター

A3 LED
特色プリンター

大判 インクジェット
カラープリンター

A1・A0 LED
複合機



LED モノクロプリンター



104インチ幅



64インチ幅



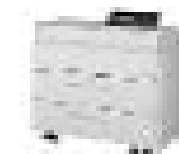
A1・A0 LED
プリンター

複写伝票

ドットインパクト
プリンター

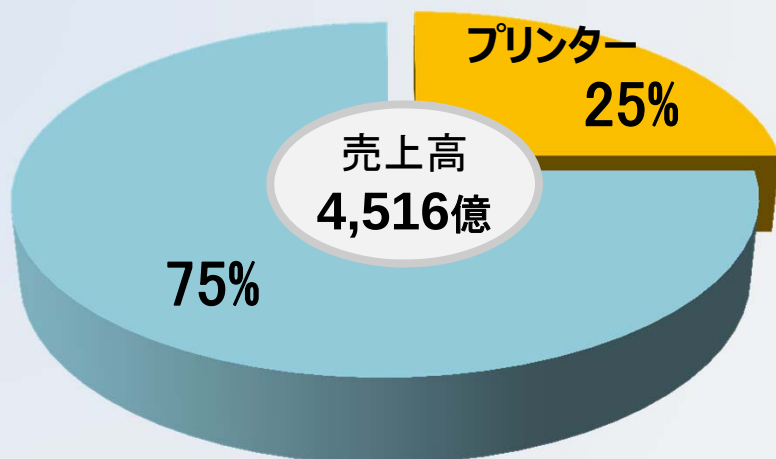


54インチ幅

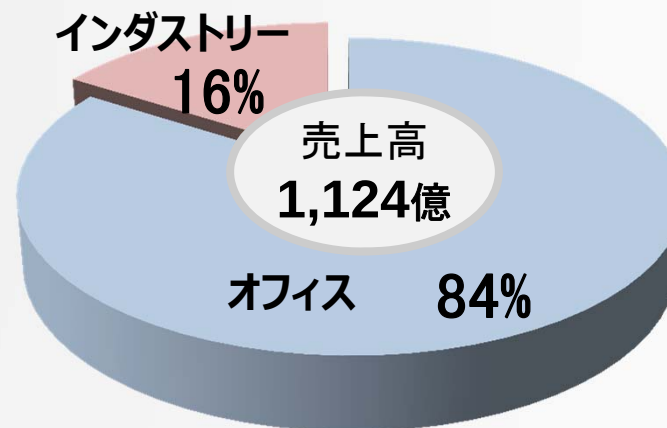


事業の概要（2/2）－事業の位置づけ－

厳しい環境の中、収益の安定化を目指し、戦略転換に舵を切る



16年度OKI-G売上構成比



プリンタ事業売上構成比

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

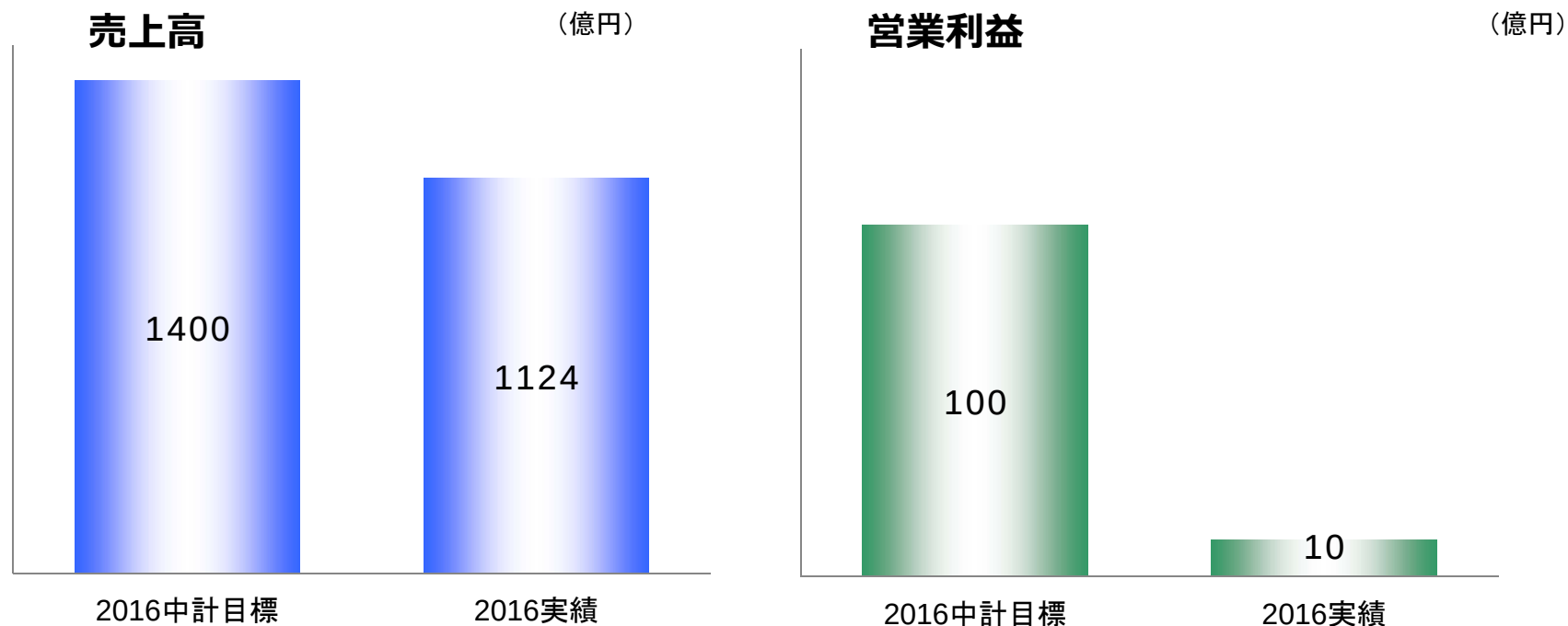
1. 事業の概要

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

- 生産改革・開発の効率化による固定費圧縮・コスト低減は計画通りに進捗
 - 本社からグローバルで横串管理機能強化を図ったが、十分に機能せず
 - 成長領域への新商品投入を実施したが、売上・利益共に大幅未達
- 【市場】 継続的な成長（CAGR+4%）を見込んだが、マイナス成長（CAGR-4%）
 【為替】 大幅にドル高・ユーロ安へシフト 収益圧迫
- （CAGR:2013~2016年）



為替	中計前提	2016実績
USD	95.00	108.39
EUR	125.00	118.79

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**

事業戦略（中計において優先すべき課題解決領域）

商品軸	● 当面の収益の源泉であるオフィスプリント市場の死守 ● LED関連技術をレバレッジし、優位に戦える商品セグメントに開発リソースを重点化、現行大判を基盤に成長領域の開発リソースを強化
市場軸	● 日本：キャッシュカウ ● 米国：本社移転を含む構造改革を断行した上でインダストリー商品および注力チャネルの強化により3ヶ年で収益化 ● 欧州：地域販社の統廃合と地域統括販社の統率力強化によりセールス効率をアップ ● インダストリー・バーティカルについては市場の細分化により勝てる市場を定義
競合軸	● LEDの強みを活かし、魅力ある商品作りで、競争と協業のバランスをとる



商品、市場、競合の3つの座標軸で当社のレバレッジポイントを模索し、3年後に売上営業利益率7%を目指す

事業戦略（中期経営計画2019）

FY2019 GOAL

安定した収益確保が可能な事業構造へのTransformationを完遂、飛躍に向けた事業基盤確立

□ メインターゲット市場

インダストリー・プリント市場（用途開発投資）

医療・流通・デザイン・大判

オフィス・プリント市場（効率的に収益維持）

当面の貴重な利益の源泉

□ 基本方針

- 事業構造改革による筋肉質化：ODCグループとしての収益力（稼ぐ力）を抜本的に建て直し
 - 展開地域見直しにより身の丈にあったサイズへ身を縮める
 - 市場と商品開発の距離を限りなく近づけ、LED技術に拘った、商品力強化
- インダストリープリント市場への経営資源強化、「商品」「市場」「競合」の観点からレバレッジポイントを探る
- ODC財務体質の改善：現在の為替相場水準でも当期利益創出できる財務構造への変革

<事業構造変革>

- ・海外販社改革
- ・生産体制改革
- ・ODC本社構造改革
- ・製造コスト低減

<商品・事業戦略>

- ・インダストリープリント強化戦略
- ・オフィスプリント維持戦略

<技術・生産戦略>

- ・特定用途や特定の分野で差別化した商品作り
- ・LEDヘッドコスト削減

<ビジネス基盤強化戦略>

- ・商品差異化に磨きをかけるIoT/AI技術導入
- ・ITの活用による社内業務効率化推進

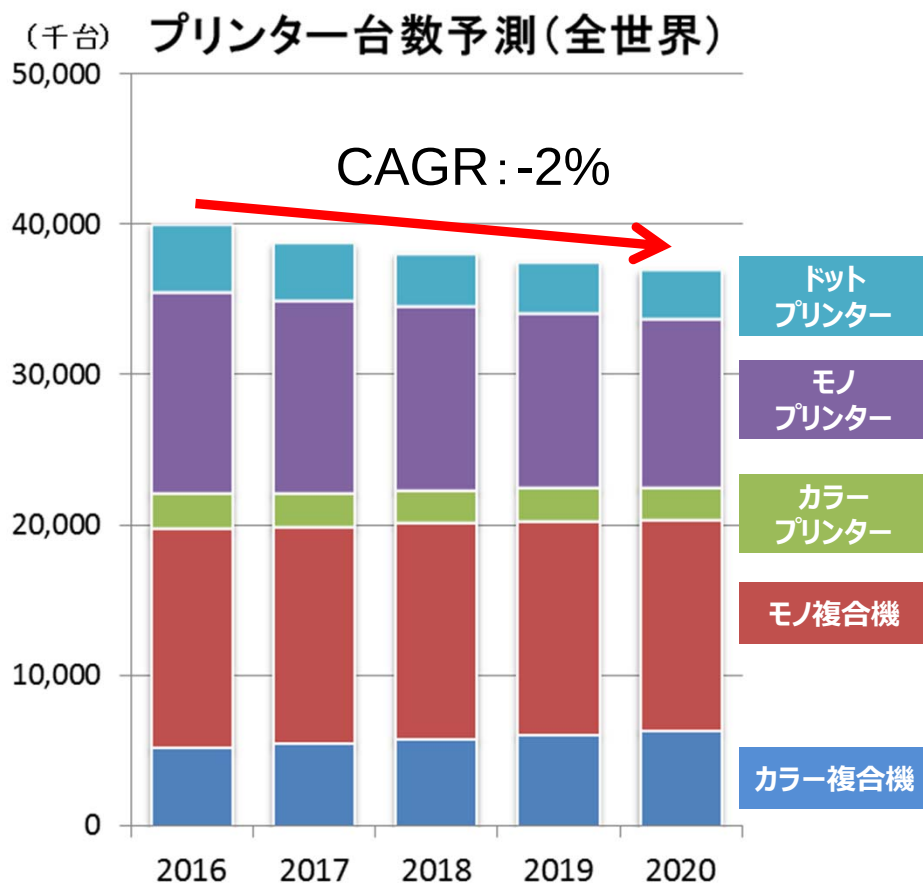
<人事戦略>

<IT戦略>

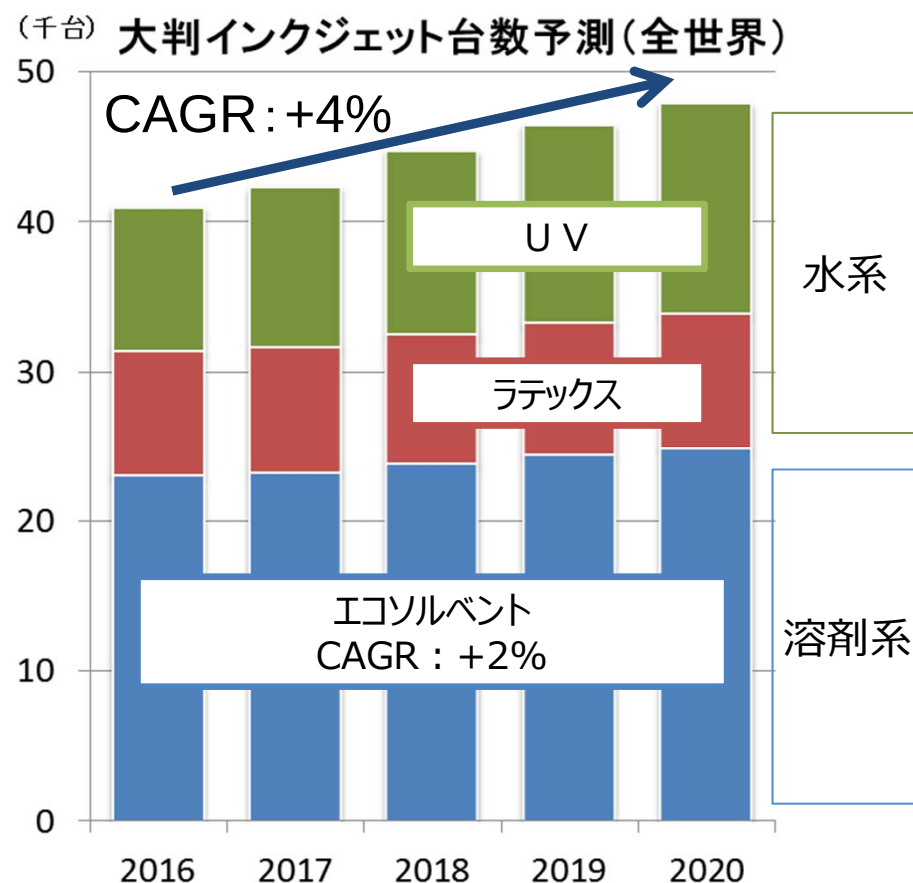
<財務戦略>

市場動向

- 【プリンター】プリンター市場はマイナス成長（CAGR-2%）
特に、ドットプリンターの市場縮小が顕著（CAGR-8%）
- 【大判】 堅調に拡大（CAGR+4%）
当社主力商品のエコソルベントカテゴリはCAGR+2%



IDC WW HCP Tracker_2016Q4

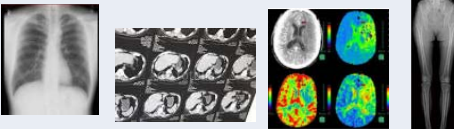


IDC WW Large Format Printer Tracker_2016Q4

重点施策-1/6-（インダストリープリント）

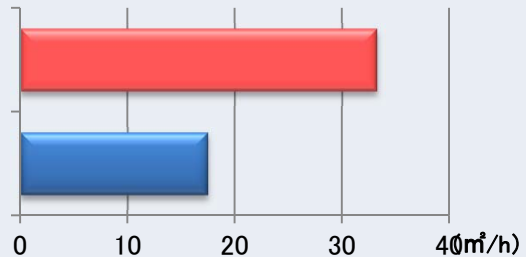
□ インダストリー事業の拡大

□ 多品種・小ロット・特殊印刷のニッチ市場を攻略

顧客	商品	優位性	用途
製造業 プリントショップ デザイン		媒体対応力 長尺 拡張性	封筒 カード パッケージサンプル 
Tシャツショップ ギフトショップ		白印刷対応	Tシャツ ノベルティ 
リテール店舗		媒体対応力 長尺	屋内サイン 店内POP ポスター 
製造業 リテール店舗		環境耐久性 媒体対応力	チケット 識別ラベル 
看板業者 交通局		高生産性 高濃度 高耐候性	屋外サイン カーラッピング 交通標識 
病院		階調性、長尺 (医用画像長尺印字 はオンリーワン)	医用画像 

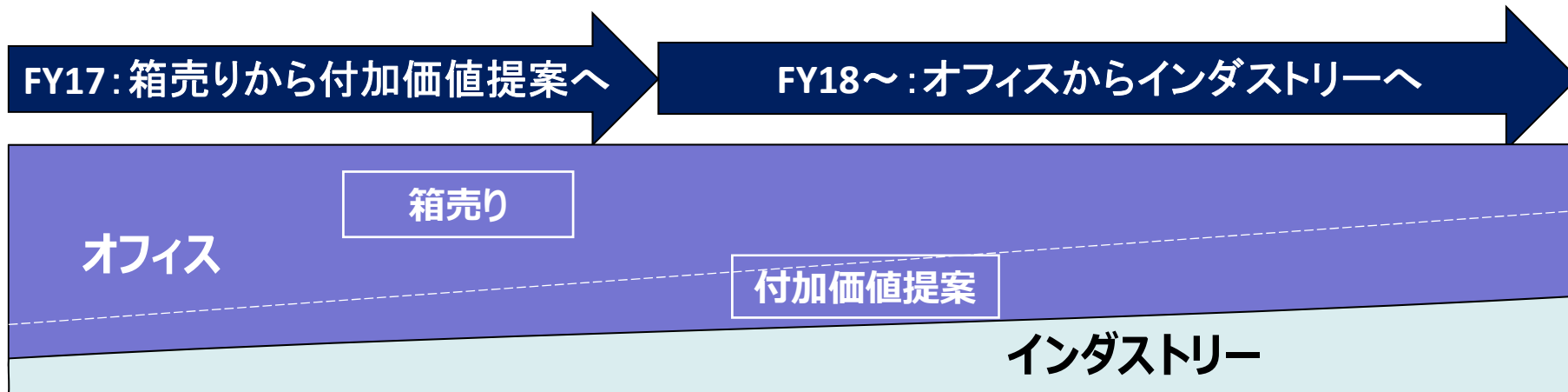
重点施策-2/6-（インダストリープリント）

- インダストリー事業の拡大
 - 差別化ポイントを強化

差別化ポイント	用途
耐候性	高耐候性が要求される屋外サイン     屋外広告 カーラッピング 交通標識
スピード	高速印刷（高生産性）  当社機 他社機  0 10 20 30 40m²/h 当社M-64sと同等クラス他社機カタログ比較
媒体対応力	厚紙、長尺、転写紙、耐水紙、ラベル、チケット、荷札タグ、壁紙     

重点施策-3/6-（オフィスからインダストリーへ）

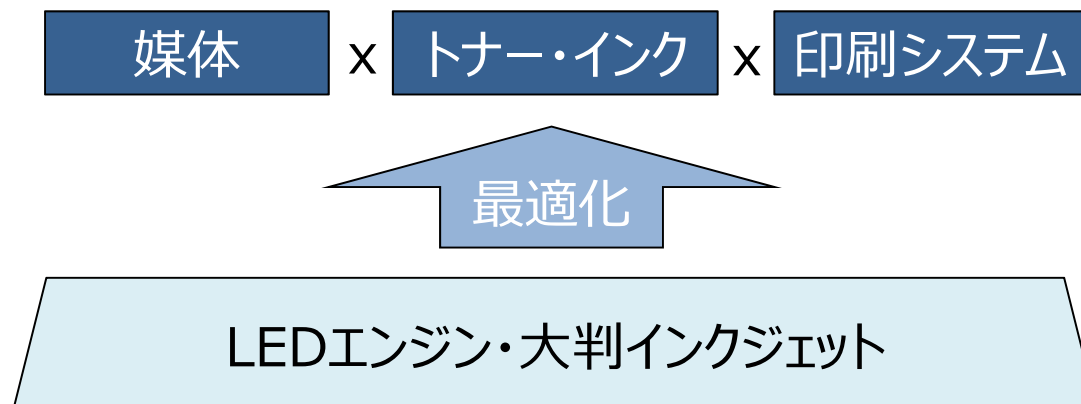
- オフィス領域でのビジネスモデル変更（付加価値提案型への移行）
- インダストリー拡大



付加価値提案モデルポイント

- お客様の課題解決
- 強力な技術支援
- パートナーリング
- カスタマイズ容易性
- リスク低減能力

インダストリー拡大ポイント



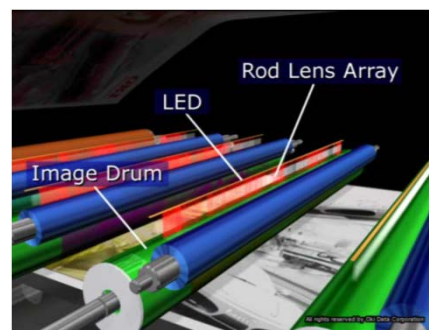
重点施策-4/6-（LEDプリンター差別化ポイント）

□ 以下の要素で差別化

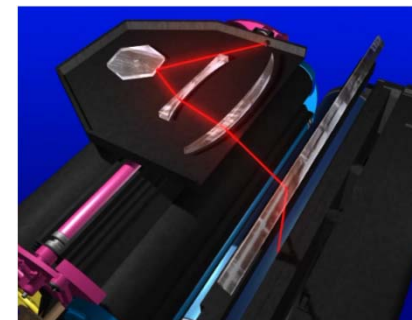
対レーザー

- 小型・軽量
- 簡易セットアップ&簡単メンテ
- 長寿命

LED



レーザー



対ビジネスインクジェット

- メンテナンス性
- 耐候性、耐水性
- 印字品質

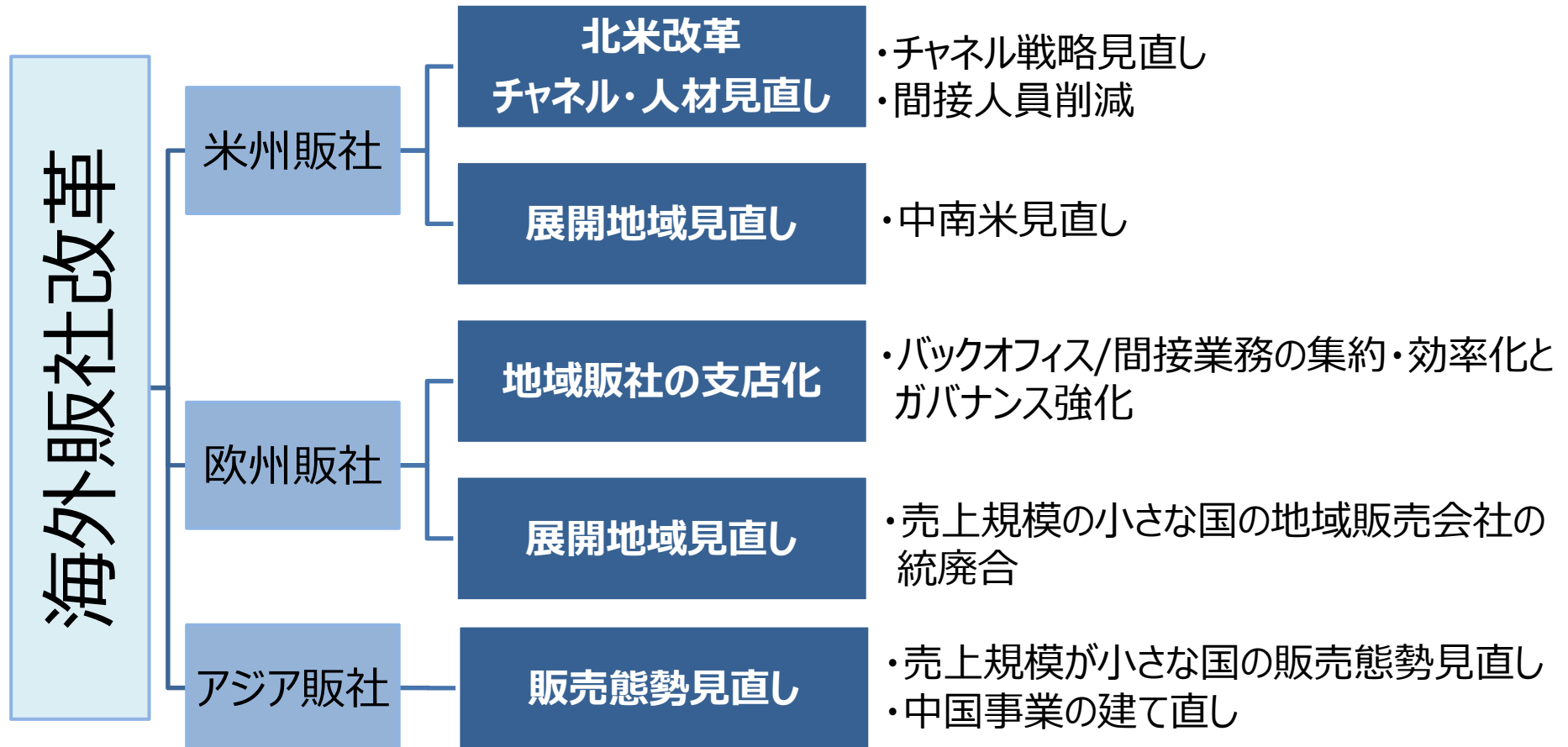
印字品質比較（文字サイズ：6point）

	当社機	インクジェット機
普通紙		
専用紙	—	

当社比較

重点施策-5/6-（海外販社改革）

□ 身の丈にあったサイズに身を縮め、筋肉質化・ガバナンス強化を図る



重点施策-6/6-（本社改革）

□ 本社改革

- 商品開発力強化と業務の効率化
- 本社の業務量を20%削減

商品開発力強化

- エンドユーザーニーズの的確な吸上
（PoC、UXの徹底）
- LEDベースエンジンのモジュール化
設計
- 要素技術への開発投資
（定着プロセスなど）

業務の効率化と付加価値向上

- コア事業機能へのリソースの重点
投入
- 管理・間接業務のOKI-G内での
シェアード化
- 業務の統廃合と省力化・システム化



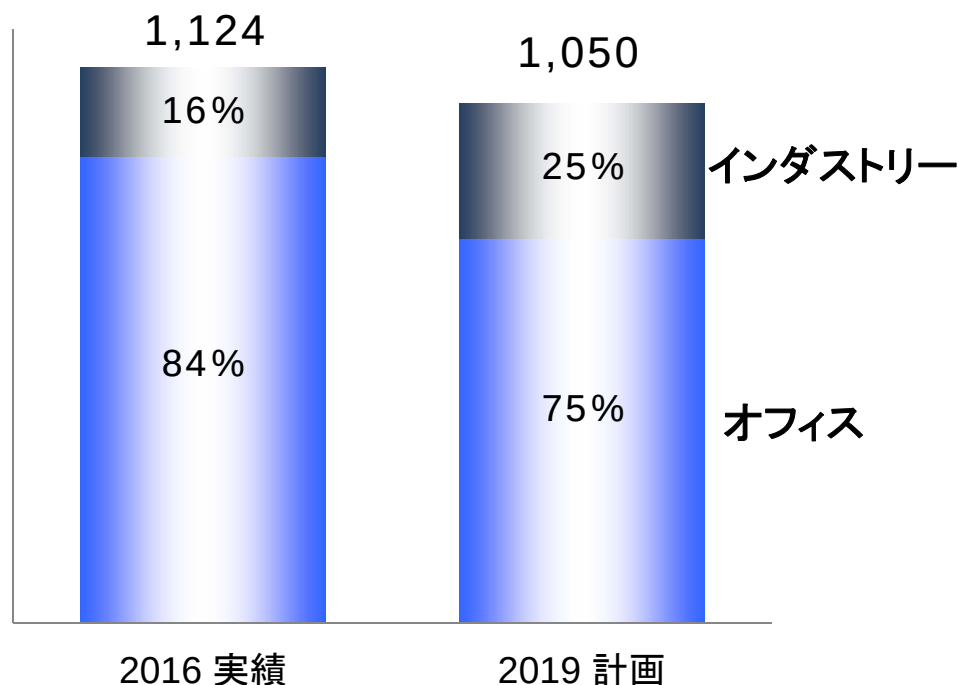
業務プロセスの標準化／意識改革

事業計画

- オフィスの売上は逡減
- インダストリーの強化を進めると同時に、身の丈にあった適正サイズへのトランスフォームにより収益力強化

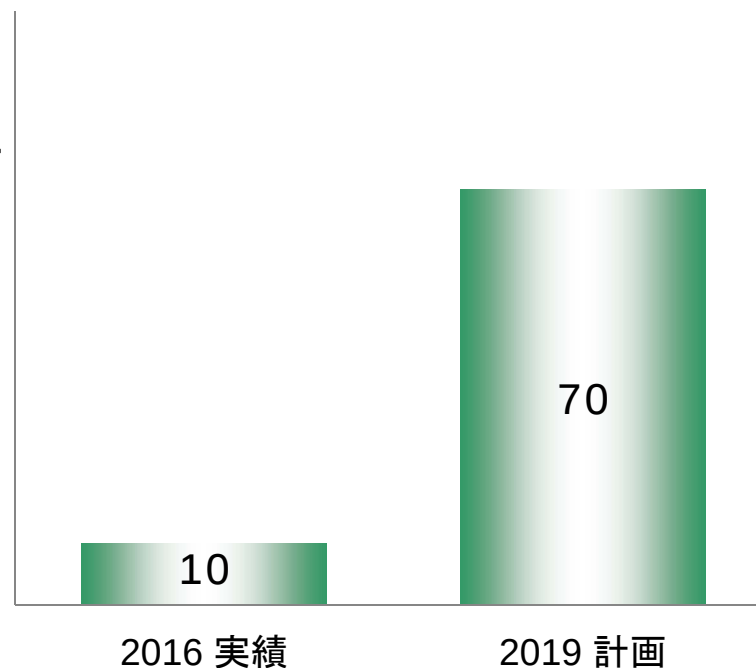
売上高

(億円)



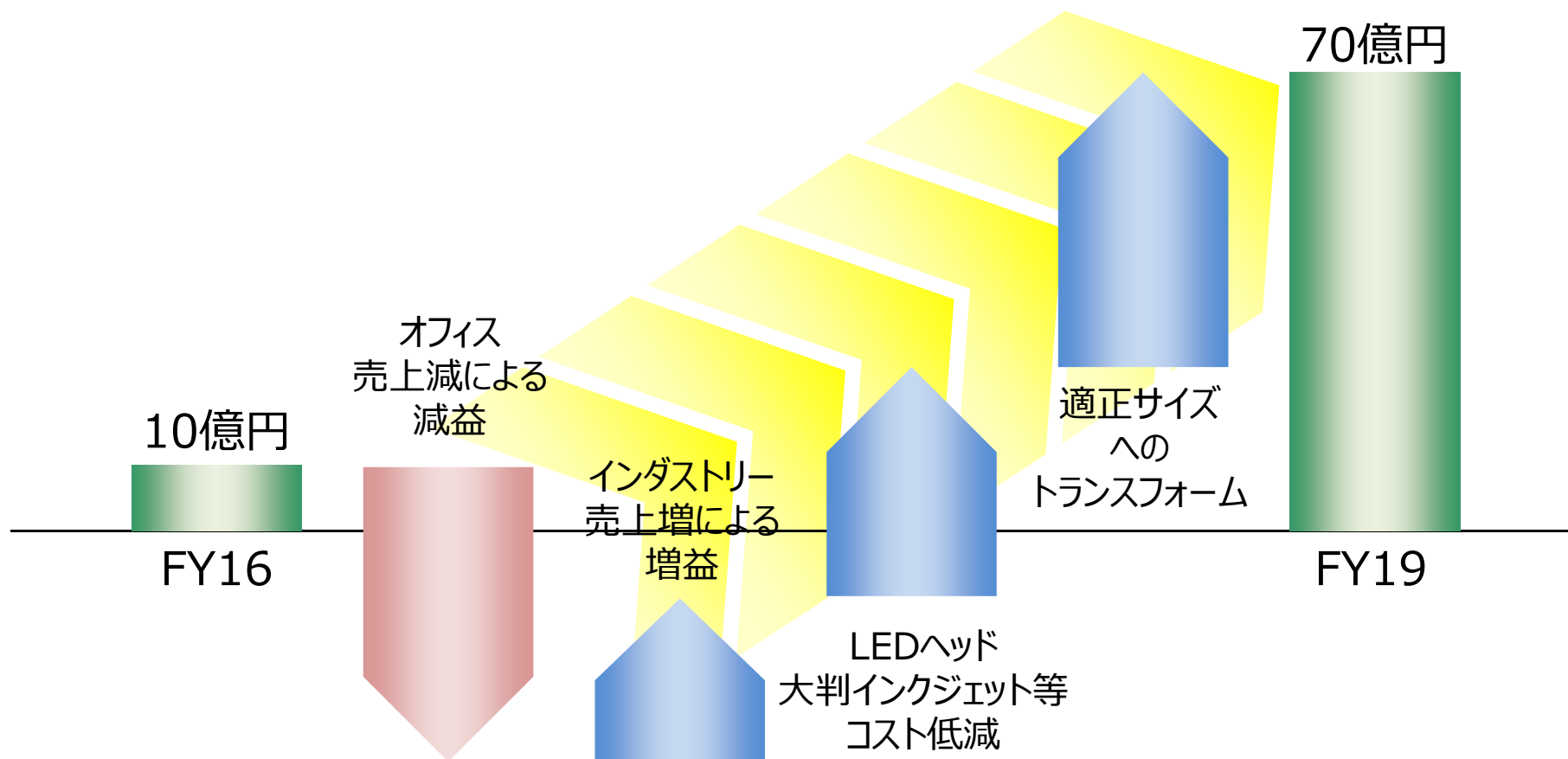
営業利益

(億円)



収益改善の道筋

- オフィス売上減による減益に対し、
- インダストリー売上増による増益と、コスト低減を推進し
- さらに、適正サイズへのトランスフォームによる効率化・筋肉質化で収益改善





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。