

コアを強化 新規は社会性へ

村田三郎会長兼CEOに聞く



むらた・さぶろう 福岡工業大学工卒。1969年4月船井電機入社。78年ビッグサンズを設立し、社長就任。ビデオ機器メーカー、LEDディスプレー事業、病院向けカードシステム事業などの市場をつくる。2007年6月より現職。長崎県出身。66歳。

「経営戦略の見える化」図るTBグループ

デジタルサイネージ（電子看板）を中心とする各種LED照明機器、電子レジスターなど の開発、販売を行うTBグループは、今期スタートにあたり経営戦略の見える化を打ち出した。「黒字転換への戦略強化が最大の目標」と語る村田三郎会長兼CEOからその具体的取り組みを聞いた。

——今期、経営戦略の見える化を打ち出しました

「『人と環境に優しい企業グループ経営を実践し、世の中を明るくする』という経営理念は変わらないが、戦略的には、中核事業（コア事業）と新規事業（ニュービジネス）を明確に分けて取り組むことにした。コア事業では『デジタルサイネージ首位』の戦略を軸にさらなる充実を図り、ニュービジネスでは緊急災害時の情報発信など『緊急性と社会性』の高い事業と健康・観光事業の2つの事業に集中してチャレンジを行う。狙いは着手小局と着眼大局で今期『黒字転換』すること。中期的には、トレンドビジネスのニッチトップ企業グループになることを目指している」

——具体的には

「中核事業では、連結子会社を黒字および黒字見込み度の高い事業体に再編集約、当社の商品企画、技術企画力を集中強化し、革新的商品を創造し続ける『米国Apple社型メーカー』をベンチマークして、普及率ゼロ商材の企画開発に取り組み、その強化を図る。販売面では東京・名古屋・大阪の直営力を強化し、粗利益率とキャッシュフローを改善、健全販社との協業支援を強化し、顧客満足度を高める」

——コア強化への戦略商品は「商品面では、屋外対応デジタルサイネージナンバーワンシェアをさらに拡大するため、今年2月に屋外仕様の32寸の液晶大画面+超高輝度白色LEDの大型デジタルサイネージ『GRAND BRID（グランドブリ

ッド）』を発売開始した。大画面でしっかりと訴求、超高輝度が抜群のアピール力を発揮、顧客満足度は高く、好評を得ている。7月には、住友化学との協業開発で生まれた導光板技術とLEDメッセージボードを融合させた新しい形のデジタルサイネージ『BRID Jr（ブリッドジュニア）』も発売予定だ。これによりブリッドシリーズは3タイプとなり、ニーズの多様化に応じて活用してもらえる」

「さらに、顧客へのアピール度を高める工夫として、業界初のオリジナルアニメおよび声優によるナレーションなどのコンテンツ素材サービス『DS-Po rt@1（ディーエスポート@1）』を充実させる」

「クロジ」化へ全員で取り組み

——成長戦略の新規事業分野では

「おかげで『デジタルサイネージ事業』の屋外型分野ではトップシェアを続けている。この度は社会的に緊急性が高く重要な減災・安全・気象情報などを、非常に地域単位ごとに情報発信するシステムを開発し

た。日常は地域伝言板や観光・イベント案内、またヘッドラインニュースや広告を配信するが、非常時への備えが主目的となっている。この事業の総称を『TOEN事業（TOTAL EMERGENCY & ENJOY NETWORKの略称）』として展開する」

「TOEN事業は、1社ができる事業ではない。共創と協業の精神で、社会貢献に情熱のある産学官のコンソーシアムの早期実現を図りたい。われわれの強味は、すでに設置されている累計20万台のLED表示機設置先の活用、および病院とホテルに設置されている約70万台のビ

デオオンデマンドシステムの活用などと、システムとロケーションでの強力な経営資源を持っていることにある。事業収益としては、中期展望でネットワークづくりを優先する」

「経営戦略としては、今期はコア部門の集約強化。具体的にはLED分野での直販力、ソリューション力を強化して、粗利益率向上を図り『クロジ』化する。中期的には、強味を活用して他社との『共創と協業』を推

進し、『TOEN』事業展開を図り『物づくり+ストック型ビジネス』を収入源として継続伸長型収入源を育成する」

——今年の経営スローガンは「今期の経営スローガンは『工夫（ク）ロスなし（ロ）実行（ジ）』汗をかこう」というもので、『クロジ（営業利益）』化を『How To』レベルで具体化し、全員が取り組みやすいものとしている。今期は『攻め』の好機と思っている」