

経営方針と戦略

(招集ご通知4頁)



株式会社 TBグループ

【A】2013年度 経営スローガン

“工夫(ク) ロスなし(ロ) 実行(ジ)” 汗をかこう

今期経営スローガンは、「クロジ(営業利益)」化を「HOW TO」レベルに具体化し、全員が取り組み易いスローガンといたしました。

※「工夫」とは

お金は有限！ 知恵と工夫は無限！ 失敗を恐れず。もう一度工夫して、チャレンジが成功の鍵です。

※「ロスなし」とは

夏にコタツ 冬に扇風機。売れる筈がない。商機を勝機にするには、タイムリー、ロスなし。品質不良ロスなしが重要です。

※実行

考えてばかりいると日が暮れる。「やれなかったのか」「やらなかったのか」。できることから具体的にやろう。必ず具体的な答えがもらえる。

【B】経営方針

1. **強味**を活かしニッチトップ分野を拡げます。

LEDコントロール技術を活かし、LED表示機に続き
業務用LEDライト(投光器分野／LED植物栽培分野等)
へ本格参入します。

2. 時流(トレンド)を捉えSA事業を拡充します。

2014年、**消費税増税**を視野に、対応機種および電子
マネー活用モデルを企画・開発し年末より投入します。

【B】経営方針

3. グループ戦略について

連結子会社を黒字および黒字見込度の高い事業体に再編集約します。当社の商品企画／技術企画力を強化し、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中核事業を強化します。直営力を、東京／名古屋／大阪で強化し、粗利率とキャッシュ・フローを改善します。また健全販社との協業支援を強化し、顧客満足度を高めます。

4. 事業領域について

「健康、観光」市場および「環境」市場である「デジタルサイネージ、防災、LED照明」事業は、他企業との「共創」と「協業」を積極的に進め、抜本的な事業再構築を行います。成長分野の「健康、観光」市場におけるデジタルサイネージ、ソーシャルネットワーク、ホテルVOD、LED業務用照明、電子マネー等「ソリューションビジネス」におけるニッチトップをとり来期以降の急成長を狙います。

【C】商品戦略

1) LED & デジタルサイネージ商品戦略

1-1)好評の「BRID」(屋外型LED+ディスプレイシステム商材)のシリーズ化。

○BRID Jr.

LED+
LED導光板



○BRIDⅢ

LED+
19インチ液晶
ディスプレイ



○グランドBRID

LED+
32インチ液晶
ディスプレイ



1-2)コンテンツ制作で「私だけの店舗広告」創りを支援するポータルサイトを用意。

○音声と映像素材コンテンツ ○キャラクター&イラストコンテンツ

“業界初”

ナレータによる音声素材を用意

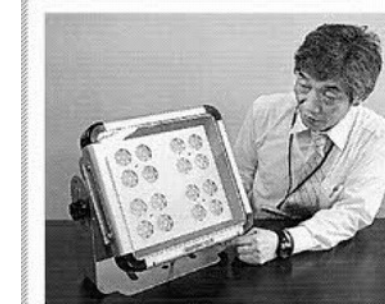


1-3)投光器LED照明シリーズとして「サインテラス」に加え超高輝度投光器「ハイパワーサインテラス」をラインナップに加えました。

サインテラス



投光器24,000
ルーメンタイプ



【C】商品戦略

2) SA&レジサイ商品戦略

Smart REGI!

ACT-1

iPad like Regi



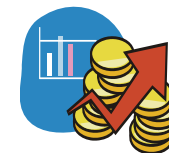
デジタルサインレジ + 券売機
レジサイケッター

マルチ決済



消費税特需に対応

新ラインナップの投入!



【D】営業戦略

3本柱を強化する



販社再販業務

健全販社の増収策(人員の
増強・研修)の強化

大都市圏直営業務

直営力の増強による収益率
の向上

法人直需

全国ネットワークによるSA
(ストアオートメーション)事業強化

【E】成長戦略

新規事業のポリシーは
「普及率ゼロ」「業界初」とします。

- 1) 成長戦略は、前期より継続している事業を「共創」と「協業」により経営パートナーとのグリップを強めます。
- 2) (株)ホスピタルネット(持分法)の病院カードシステム(電子マネー)／VODシステム等を、トータルテクノ(株)の新規ビジネスグループと協業して、SA事業の「レジサイ」「iPad」等の「電子個人財布」を企画開発します。
- 3) 従来、(株)オービカルで推進していた、ネットワーク型デジタルサイネージを、(株)エムビジュアルと協業して、引き続きビジネスモデルを「ソーシャル型レジサイネットワーク」と「TOEN(トータルエンジョイ&エマージェンシー)」に絞り官民型ビジネスとして継続します。

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年ビッグサウンズを設立し、社長就任。ビデオ機器メーカー、LEDディスプレイ事業、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。

(小林茂)

——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」を首位。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、トレンドイノベーション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、造幣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、健全版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、国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インチの液晶大画面・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-Port@1(ディーエスポートール)』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、非常時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社で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「『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」

【F】参考資料(日経/フジサンケイビジネスアイ)

業界最高水準 投光器を開発

■TBグループ

LED(発光ダイオード)表示器メーカーのTBグループ(東京都文京区)と子会社のトータルテクノ(同)は、光の明るさを示す全光束が2万4000ルーメンと業界最高水準のLED投光器「TOT-USL24」=写真=を開発、7月20日に発売する。

新製品は、これまで同社が販売してきた看板照明などの投光器(1450ルーメン)に比べ16倍超の明

るさを持つ。小さめの看板用スポット照明に加え、大型看板、野外駐車場、屋外スポーツ施設や大型建造物のライトアップなどへの用途拡大が可能となる。価格はオープン。

また、今秋に1万2000ルーメンの小型投光器の発売も予定している。



新発売の投光器
「TOT-USL24」

フジサンケイ ↑
ビジネスアイ
2013.6.17

銀ランプなどの約3倍の長寿命(同)という。高所で取り付けやすいよう重さを約10キに抑えた。レンズの組み合わせにより広角(60度)など3種の配光タイプをそろえた。販売価格は30万円台になる見通し。屋外駐車場やスポーツ施設の照明、建物のライトアップ照明などの用途を見込む。初年度5000台の販売を目指す。

日経 地域経済版
2013.6.4 ↓

小型で省電力 LED投光器

TBグループ子会社のトータルテクノ(東京・文京)は、小型・省電力の高輝度発光ダイオード(LED)投光器を開発した。写真。従来の高輝度放電(HID)投光器に比べて約30%の電力で同等の明るさを実現。

トータルテクノが開発



重量も約3分の1にした。ゴルフ場などの屋外照明向けに7月20日から販売を始める。

来月発売 「寿命、水銀灯の3倍」

同社鳥取センター(鳥取市)が開発し、千代三洋工業(同)に生産委託する。高さ33センチ、幅35センチ、厚さ17センチ。チップ型の白色LEDを約110個使い、16のレンズを通して光を出す。瞬時の点灯が可能。直下1層の照度は10万ルクで「太陽光とほぼ同等」(トータルテクノ)という。消費電力は310ワット。耐用時間は約4万時間と「水