



2020年12月2日

各 位

株式会社ミマキエンジニアリング
代表取締役社長 池田和明
(コード番号：6638 東証第一部)
問い合わせ先 取締役経営企画本部長 清水浩司
電話番号：0268-80-0058

新中長期成長戦略「Mimaki V10」の策定に関するお知らせ

株式会社ミマキエンジニアリング(以下、当社)は、このたび、2020年度から2025年度にかけて当社が取り組む新たな中長期成長戦略「Mimaki V10」を策定いたしましたので、お知らせいたします。

記

1. 「Mimaki V10」策定の背景

当社グループは、2016年度に策定した中長期ビジョン「M1000」において、向こう4～8年後に売上高1,000億円の達成を目指し、成長可能性の高い産業印刷市場において持続的な成長を果たすべく、技術、営業、生産の各戦略及び経営基盤の強化に取り組んでまいりました。

しかしながら、2019年度第4四半期から顕在化した新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う世界的な景気低迷の影響と、これに伴う市場ニーズや顧客の志向変化を踏まえ、with コロナ、after コロナの時代を見据えて、従来の取り組みを根本的に見直す必要があるとの判断に至り、2025年度をゴールとした新中長期成長戦略「Mimaki V10」を策定し、実行することといたしました。

2. 新中長期成長戦略「Mimaki V10」基本方針

1) Mimaki V10 基本ステートメント

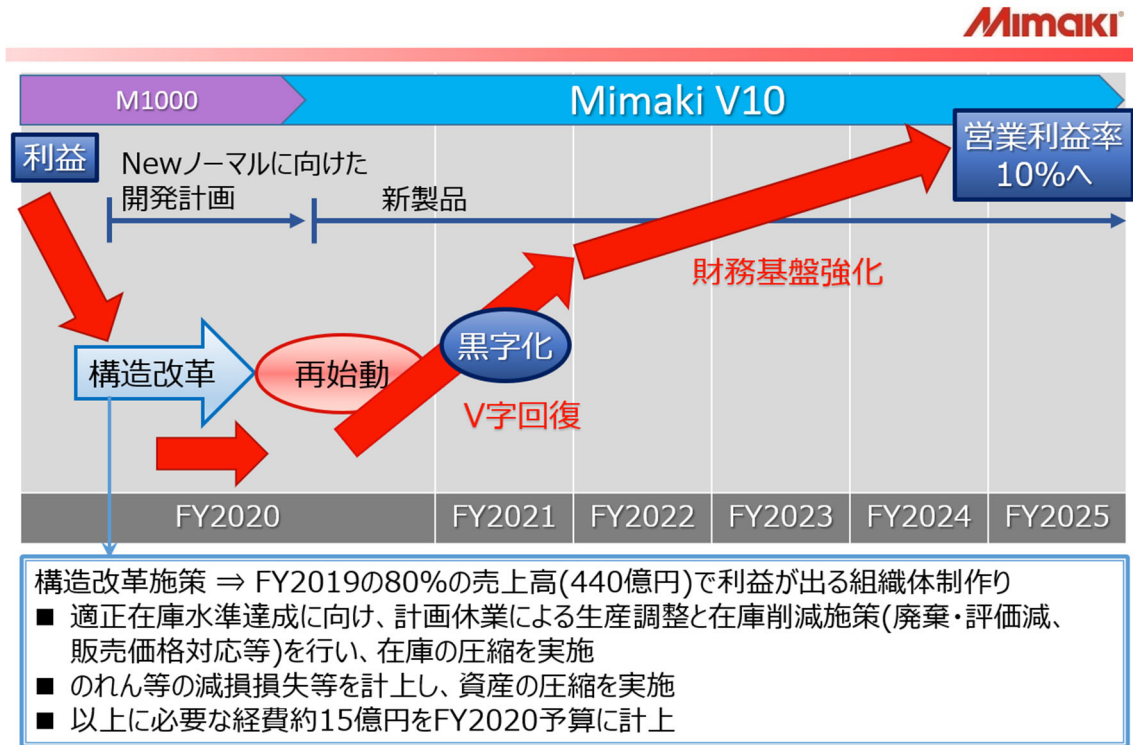
ミマキならではの前工程・プリント/カット/コート・後工程の一貫システムや製品によるソリューション提供で、産業印刷のデジタル・オンデマンド化をけん引する

2) Mimaki V10 経営方針

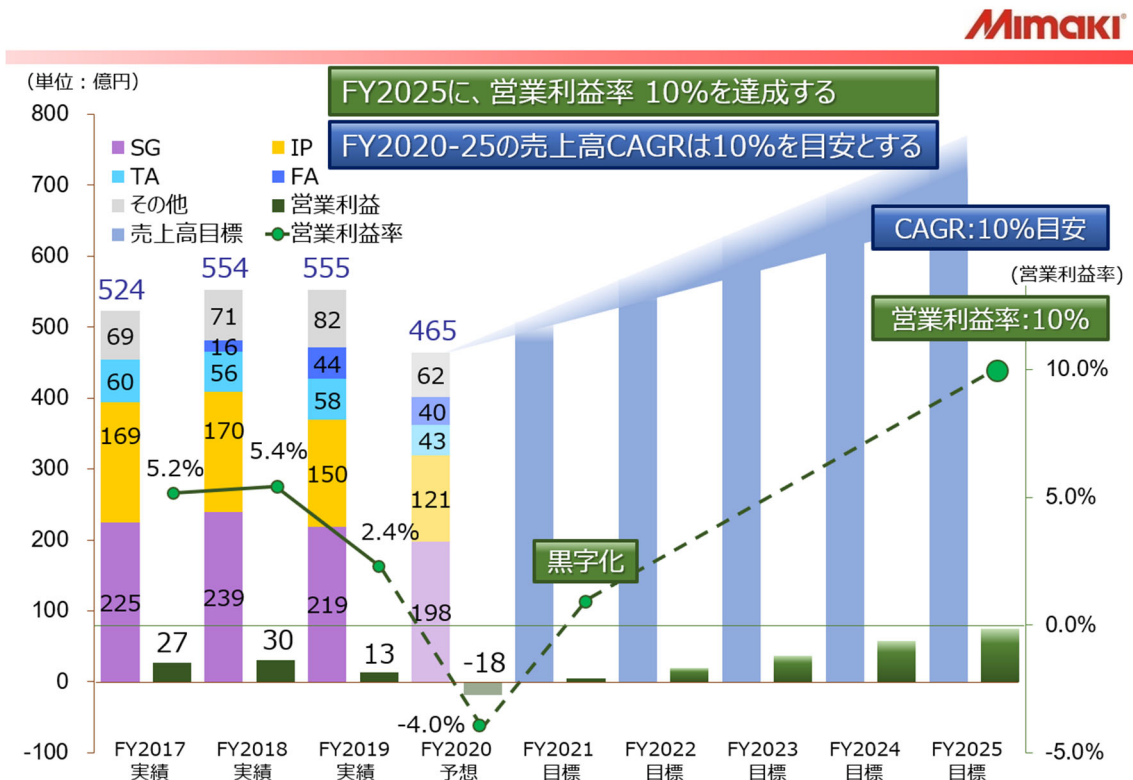
売上高成長を追求するだけでなく、高い収益を継続的に生み出すとともに、財務基盤を強化して、持続可能な成長に向けた強靱な企業基盤を構築したうえで、2025年度に営業利益率10%を達成する

- ① 収益性を重視し、2025年度において営業利益率10%、経常利益率8%を達成する
- ② 2020～2025年度の売上高平均成長率(CAGR)は、10%を目安とする
- ③ 環境変化への対応力を確保するために、キャッシュ・コンバージョン・サイクルの改善を通じて財務基盤を強化する
- ④ 製品開発でInnovationを起こし、顧客にとって価値のあるソリューションを提供し続ける
- ⑤ 「Mimaki V10」の達成に向け、ミマキグループが一丸となって取り組む組織風土を創り上げる

3) Mimaki V10 で目指す姿



4) Mimaki V10 業績目標

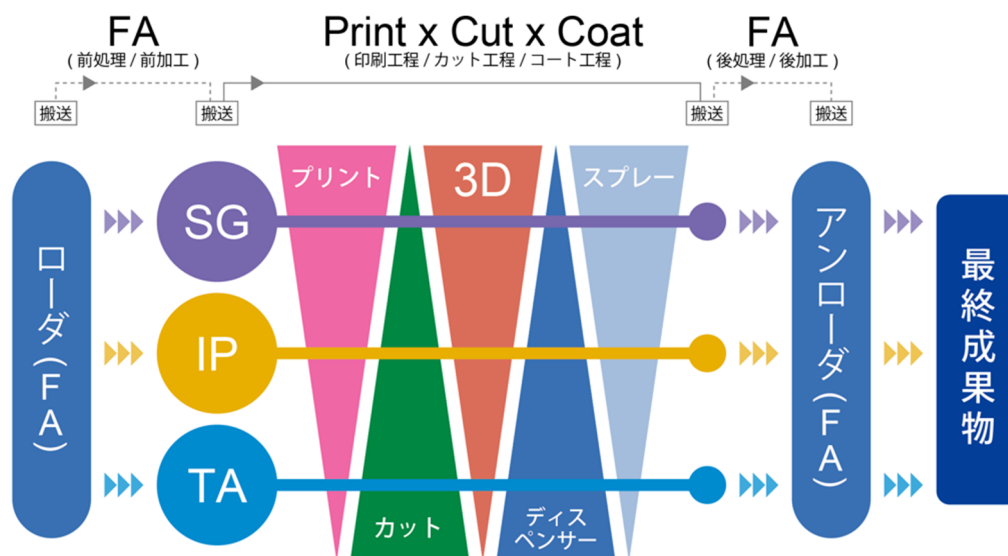


3. Mimaki V10 重点施策

1) Mimaki V10 製品戦略

① デジタルオンデマンド・プリントソリューションの提供

- a) FA 事業を保有する優位性を最大活用し、SG、IP、TA 市場におけるプリント工程の自動化を実現する、デジタルオンデマンド・プリントソリューションを提供する



② 市場・事業別戦略

a) SG(サイングラフィックス)市場

- 従来主流の有機溶剤系インクから、環境負荷が低い UV 硬化型インクへの転換が加速する機を捉え、競争優位を確保している UV 硬化型インクを生かした製品やソリューションの開発・販売活動を積極的に展開
- エントリー領域でのシェア拡大と、ミドル(・ハイエンド)領域での収益確保
- UV プリント特許技術の活用による競争優位性強化

b) IP(インダストリアルプロダクツ)市場

- 拡大するスマートファクトリーの流れを捉え、プリント/カット/コート工程の自動化による省人化・無人化を実現する製品やソリューションを提供
- グッズ・ノベルティプリント市場で大きなポジションを占めるパッド印刷を、インクジェットによるデジタル化で新たな成長市場として開拓する
- UV プリント特許技術の活用による競争優位性強化

c) TA(テキスタイル・アパレル)市場

- コロナ禍により市場が店頭販売から E コマースにシフトし、生産者の需要が高速機から高付加価値機に変化する機会を捉えたソリューションの提供
- 高速機は「Tiger 1800B Mk II」でポジションを維持しつつ、中・低速機のラインナップを強化し、デジタル・オンデマンド需要に対応

d) 3D プリンティング事業

- 2017 年に発売した 1,000 万色フルカラー「3DUJ-553」を皮切りに、熱融解積層方式、1.8m 大型造形モデルと順調にラインナップを拡大、2021 年 1 月より、1,000 万色フルカラーエントリーモデルを投入して需要を拡大
- 3D による造形を容易にするためのソリューションの提供

2) 市場環境や顧客ニーズの急激な変化を見据えた事業展開

- ① グローバル×デジタル
 - a) デジタル・オンデマンド生産の推進 ～デジタルプリントの IOT～
 - b) 中国市場の攻略 ～コロナ禍の後では中国市場が中心になる～
- ② E コマース×サブスクリプション
 - a) 新たなビジネスモデルで収益性を上げる
 - b) E コマースでの販売
- ③ Innovation を起こし、新規市場・新規アプリケーションを開拓
 - a) 今までの開発計画を全面的に見直し、新しい市場向けのプライオリティを上げる
 - b) 開発サイクルの見直し(期間短縮)

3) 収益性向上に向けた基盤構築

- ① インクの品質改善
 - a) インクの品質改善により、稼働するプリンタのダウンタイムを無くし、顧客の生産性向上に寄与するとともに、インク品質が起因の製品補修費を削減する
 - b) 具体的な取り組みとして、受入不良率の改善、工程内不良の削減、市場トラブルの早期対策を推進
- ② CX(コーポレート・トランスフォーメーション)
 - a) FY2025 営業利益率 10%を目標とする
 - FY2020 は構造改革により固定費を圧縮し、事業体質を筋肉質化する
 - これにより、FY2021 は FY2019 売上高の 80%で利益が出る体制にする
 - この基本的な固定費構造を維持しつつ、FY2025 に向けて平均成長率(CAGR) 10%を目安に売上高を伸ばし、営業利益率 10%を達成する
 - b) BS を重視した経営を進める
 - c) デジタル化、省人化に取り組む
- ③ 生産体制の改革
 - a) 需要変動に応じた生産体制
 - b) 中国製と戦えるコスト力実現
 - c) 在庫管理を強化する
- ④ 営業体制の変革
 - a) SFA/CRM を利用した営業分析を行い、ミニ展戦略につなげる
 - b) バーチャルミニ展戦略を展開し、あらゆる地域の顧客を開拓する

※ 詳細なプレゼンテーション資料を、当社 IR サイト(<https://ir.mimaki.com/>)に掲載しておりますので、併せてご参照下さい。

以 上