

中長期成長戦略



説明会

2020年12月2日

株式会社ミマキエンジニアリング



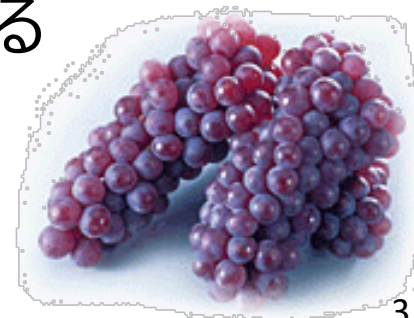
本日のご説明内容

- I. ミマキのビジョン・理念、事業概要
- II. ミマキを取り巻く市場環境
- III. ミマキの強み
- IV. 中長期ビジョン M1000の総括
- V. 中長期成長戦略 Mimaki V10 基本方針
- VI. Mimaki V10 重点施策

I. ミマキのビジョン・理念

経営ビジョン

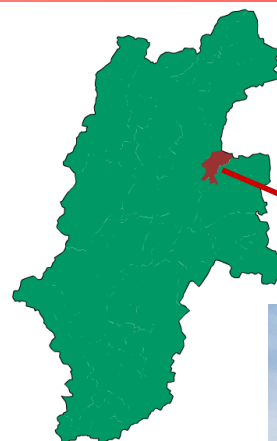
1. 独自技術を保有し、自社ブランド製品を世界に供給する「開発型企业」を目指します。
2. 顧客に満足いただける製品を素早く提供する小回りの利いた会社を目指します。
3. 市場に常に「新しさと違い」を提供するイノベーターを目指します。
4. 各人が持っている個性・能力を力一杯発揮できる企業風土を目指します。



I. ミマキの事業概要

会社概要

設立	1975年 8月
資本金	4,357百万円
本社	長野県東御市滋野乙2182-3
代表者	代表取締役社長 池田 和明
従業員数	連結：1,986名 / 単体：835名
グループ会社	<ul style="list-style-type: none">◆ 産業用インクジェットプリンタ関連 (計20社)<ul style="list-style-type: none">● 販売関連： 13社* *販売・製造の重複社あり● 開発・製造関連： 7社*● プリントサービス関連：2社◆ アルファデザイングループ (FA事業、計 6社)
上場市場	東京証券取引所 市場第一部 / 証券コード：6638
発行済株式数	32,040,000株 (単元株=100株)



長野県東御市



※2020年9月末現在

I. ミマキの事業概要

3つの販売市場とFA事業

SG

Sign Graphics

大型ポスター、カーラッピング、のぼり旗、表示板といった広告・看板等、街を彩るビジネスシーンで活躍している当社の主力製品群。



IP

Industrial Products

自動車インパネ等工業製品、消費者向けギフト・ノベルティ、オーダーグッズ等の生産現場で使用される製品群。3Dプリンタを含む。



TA

Textile & Apparel

裁断・縫製前の生地や既製服等ファストファッション・スポーツウェア業界のほか、ファニチャー業界で拡大している製品群。



FA

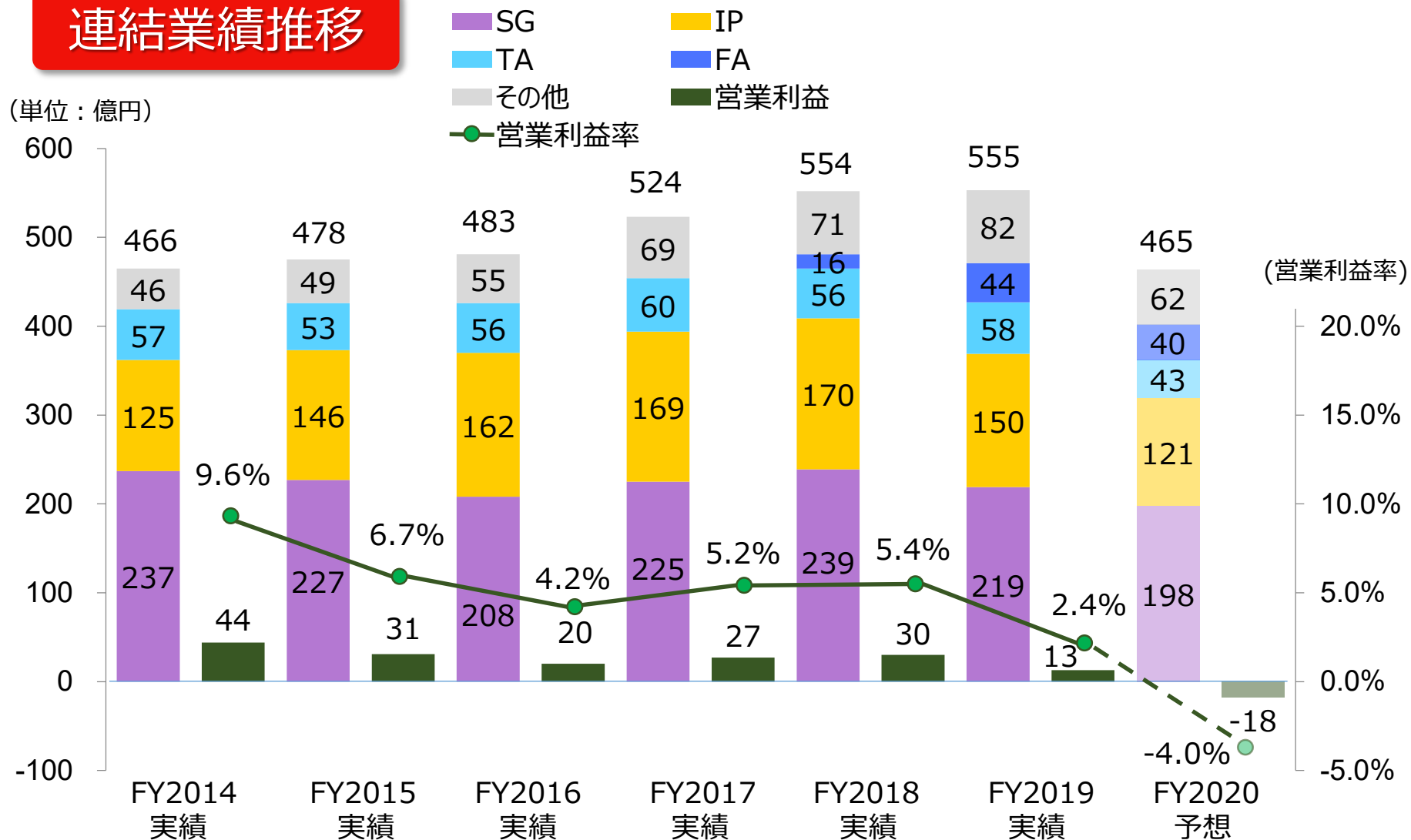
Factory Automation

ベクター技術、メカトロニクス技術を核として、FA装置、基板実装装置、半導体製造装置、基板検査装置、金属加工の5事業を展開。



I. ミマキの事業概要

連結業績推移

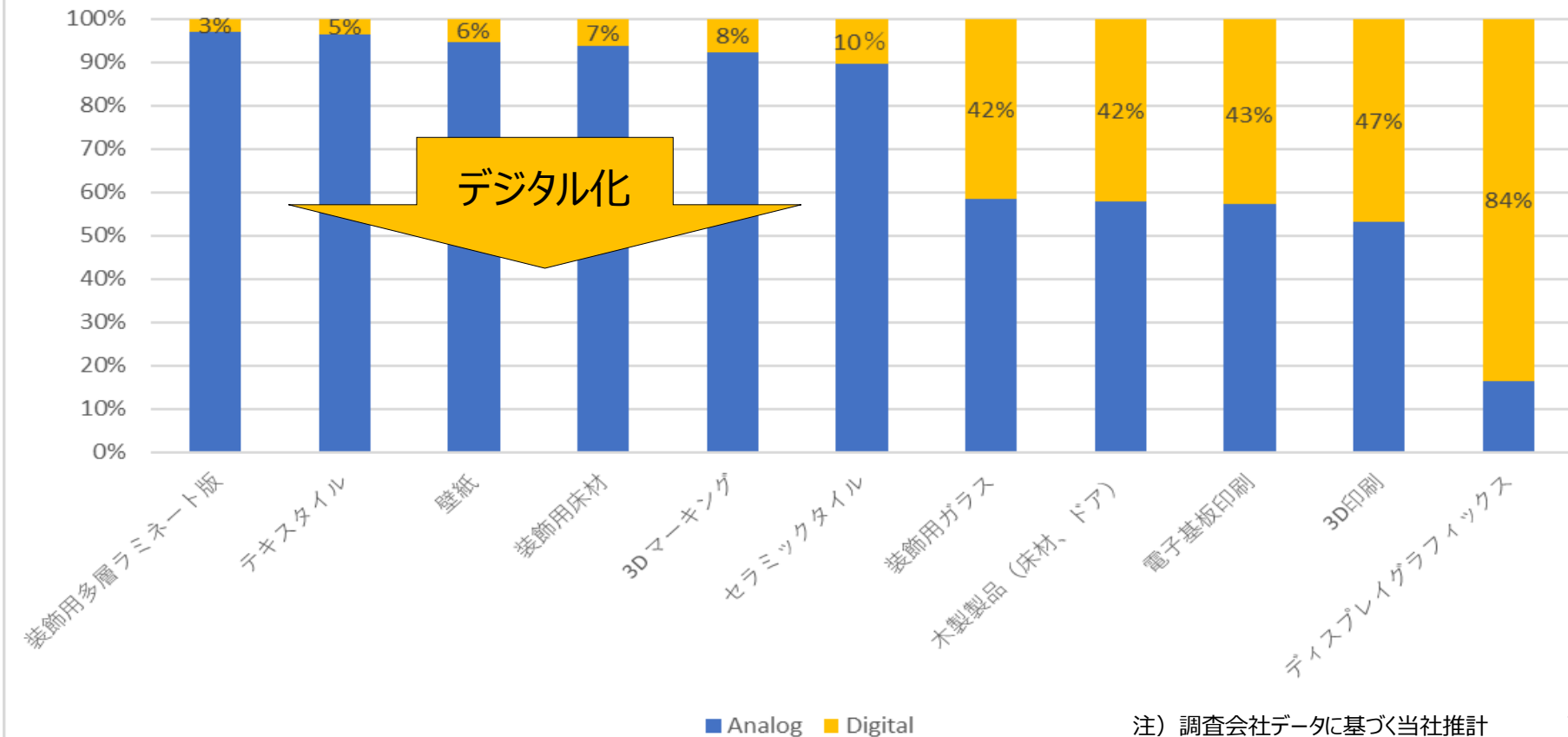


II. ミマキを取り巻く市場環境

■ 産業印刷のデジタル化は未だ途上

私たちを取り巻く環境には様々な印刷物が存在するが、産業用印刷物については、まだまだアナログ印刷が主流。そこに、デジタルの可能性がある。

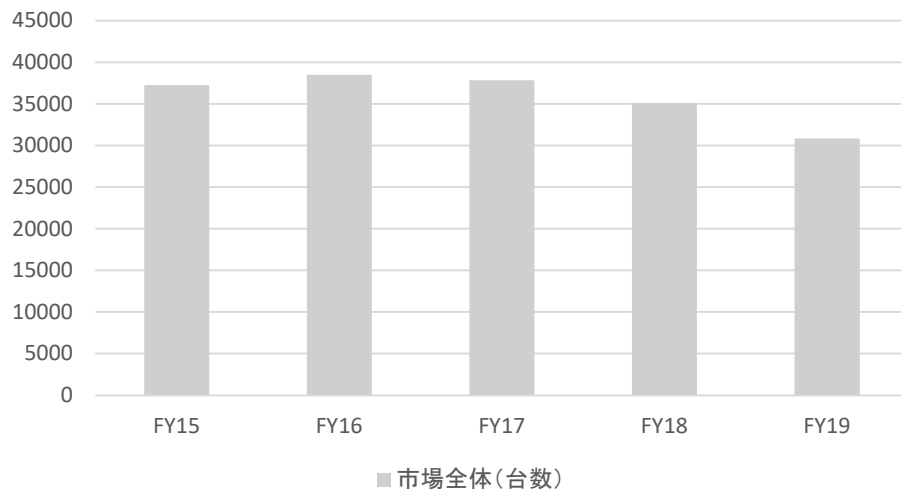
2019 デジタル化率



II. ミマキを取り巻く市場環境

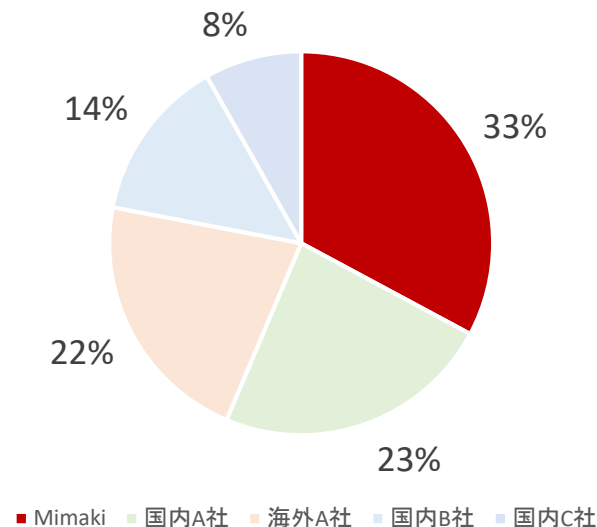
SG(サイングラフィックス)市場

SG市場（販売台数※）



※ 対象機種：～1.6m幅 / 中国製を除く

SG市場 FY19 シェア
（販売台数ベース※）



注) 調査会社データに基づく当社推計

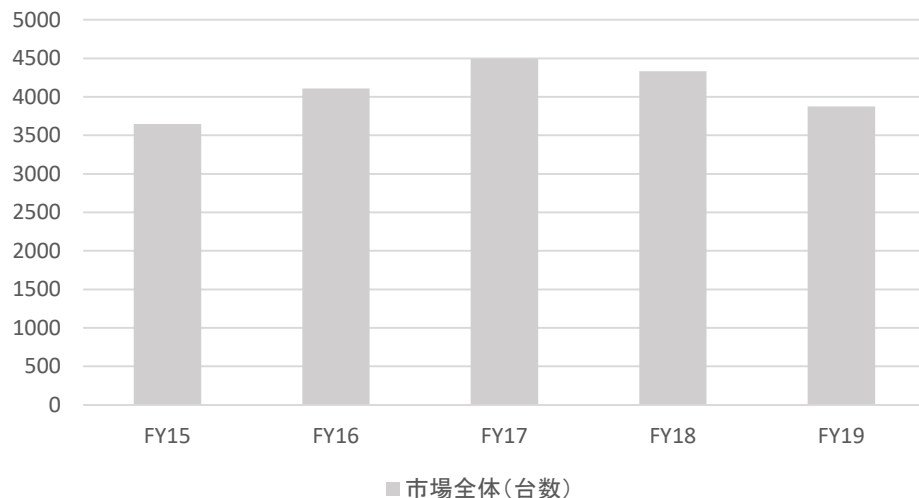
SDGsへの取り組み「読みやすい/認識しやすい看板」「環境に優しい印刷」「環境保全」

- ソーシャルディスタンスサイン、パーティション、注意喚起のステッカーなど屋内外のフロア装飾をはじめ新たな需要が増加
- チェーン系飲食店舗の出前/テイクアウト提供により、ラベル/ステッカーPOPの内製化が進む

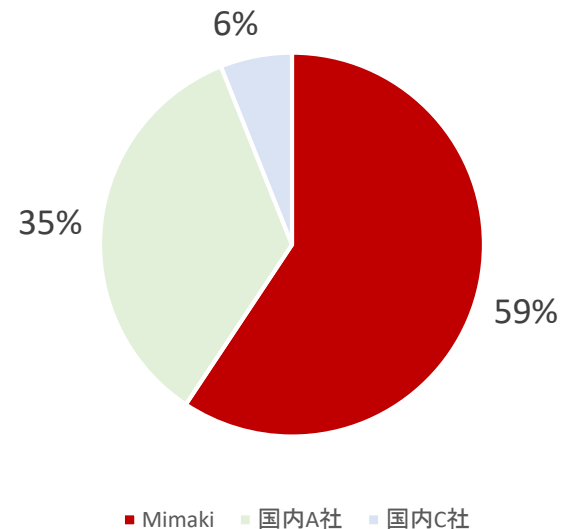
II. ミマキを取り巻く市場環境

IP(インダストリアルプロダクツ)市場

IP市場 (販売台数※)



IP市場 FY19 シェア
(販売台数ベース※)



※ 対象機種： A2・A3サイズ / 小型フラットヘッドモデル / 中国製を除く

注) 調査会社データに基づく当社推計

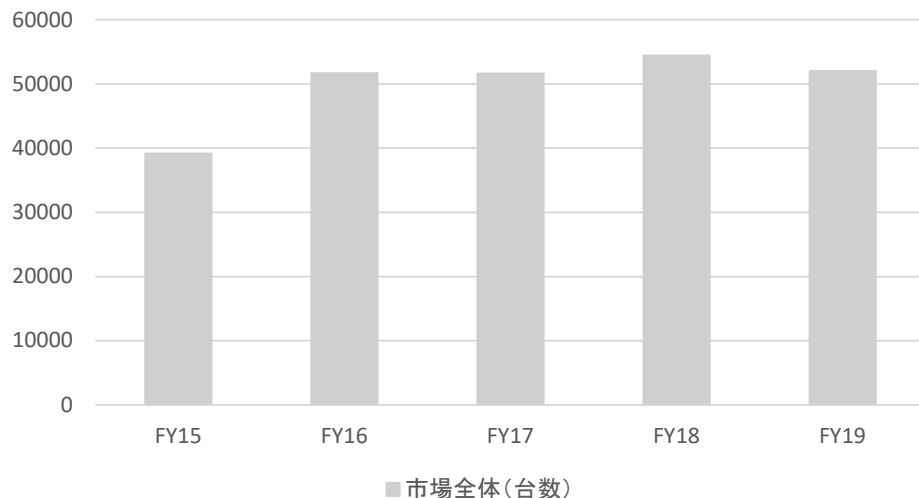
伸長したマーケットは「玩具 / パッケージ / コロナ関連グッズ / ラベル」など

- 大量生産品等のサプライチェーンが グローバル → ローカル へと変化 (集中型生産のリスク)
在庫に対する意識が一層高まる ⇒ デジタル印刷検討進む
- 製造業におけるパッド(アナログ)印刷 ⇒ デジタルオンデマンド化を推進する

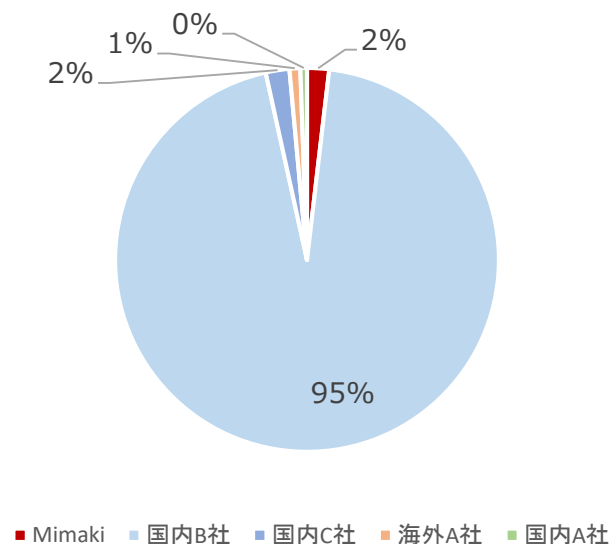
II. ミマキを取り巻く市場環境

TA(テキスタイル・アパレル)市場

TA市場 (販売台数※)



TA市場 FY19 シェア
(販売台数ベース※)



※ 対象機種：～1.8m幅 / 昇華転写・ベルト搬送モデル / 国内B社製ヘッド使用機種も同社シェアにカウント

注) 調査会社データに基づく当社推計

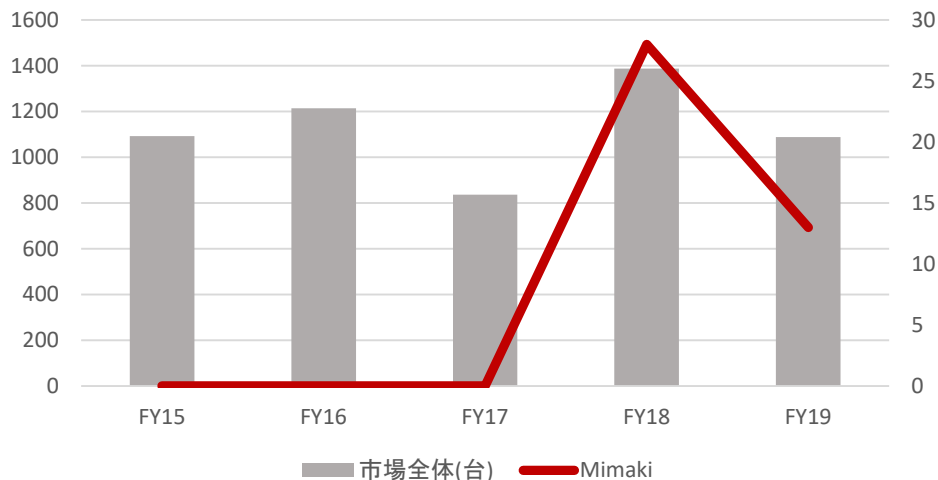
外出自粛でEC消費増加、リアル店舗の「在庫ビジネス」からEC店舗の「オンデマンドビジネス」へ

- 大手アパレルメーカーでは1,000店舗以上を閉鎖、ECサイトへシフトする動き
- テキスタイルでは自国消費を自国生産で賄う傾向に変化 ⇒ 「消費地での生産」が増加
- テキスタイル・アパレル分野での生産デジタル化率は2018年時点で6.0%

II. ミマキを取り巻く市場環境

3Dプリンティング事業

3D市場※ / Mimaki販売台数



※) 単価200万円以上の製品

WW 出荷台数推移と予測



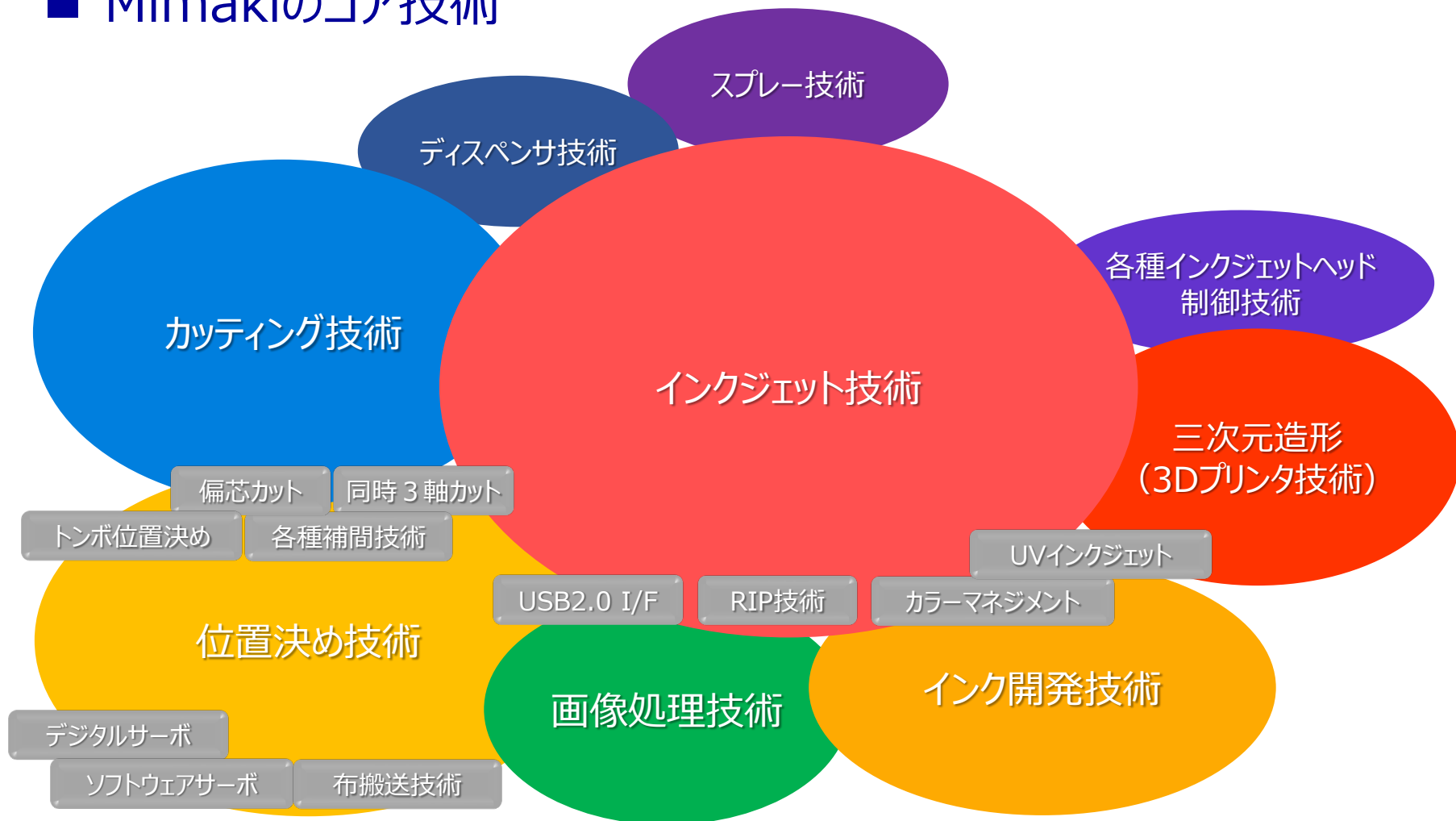
注) 調査会社データに基づく当社推計

3Dプリンタ市場全体の台数&売上は年々増加の予測

- 各印刷方式で稼働台数は年々増加、材料市場の広がりも予想される
- インクジェット方式をはじめ、より高性能/高品質なモデルへの移行が目立つ
- 従来製品に対し「コストダウン機」の投入による市場拡大も予想される

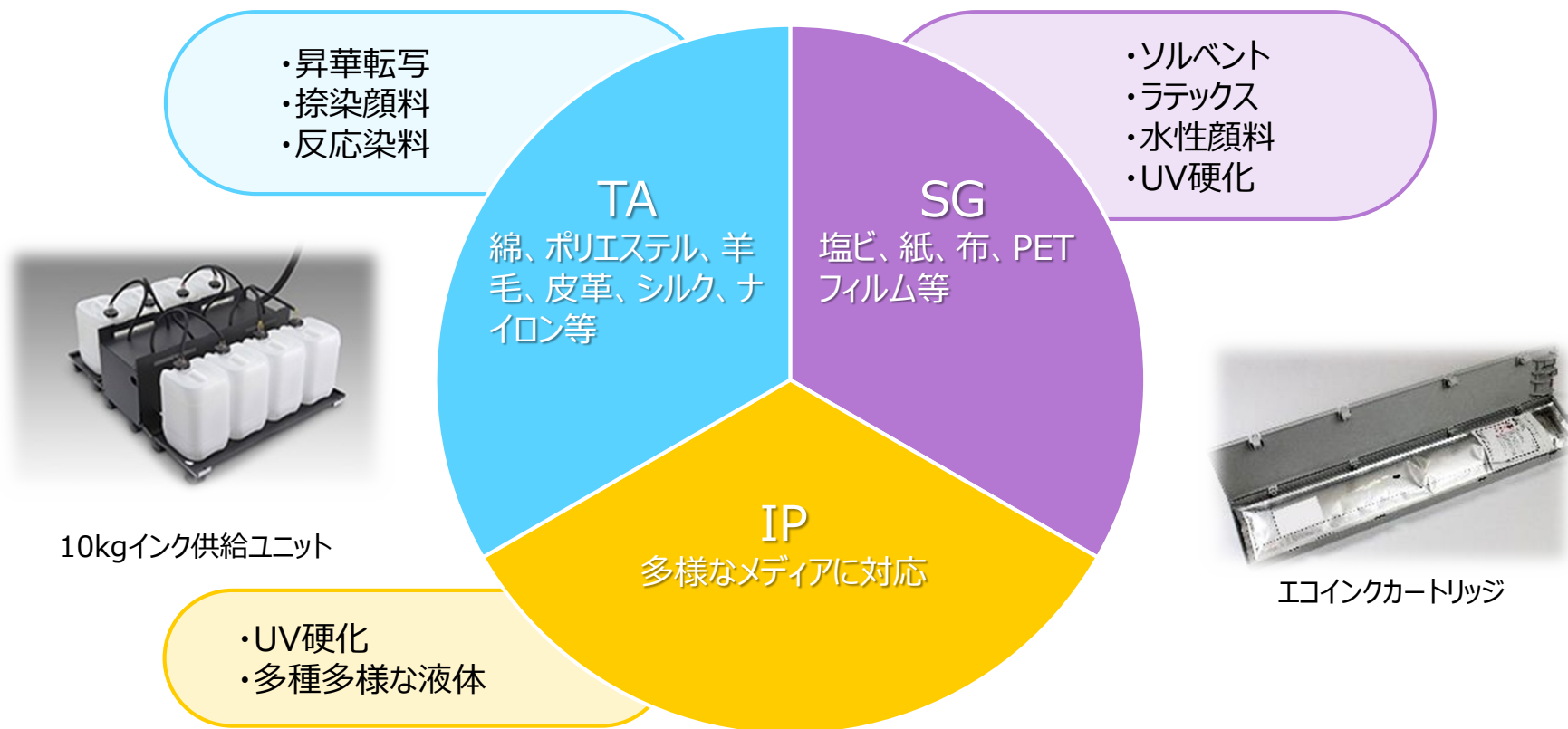
III.ミマキの強み

■ Mimakiのコア技術



III. ミマキの強み

- プリント本体に付加価値をもたらす機能性インクと、インクを正確に吐出・着弾させるインクジェットヘッド制御技術を独自開発



競合に大きく勝るオリジナルインクの品揃えとヘッド制御技術が強み

III. ミマキの強み

■ デジタルトランスフォーメーションへの対応力

ソリューションプロバイダーとして、
前工程・プリント/カット/コート・後工程の一貫システムによるトータルソリューションを提供

3Dプリント

- 製品ラインナップの強化



前処理装置

デジタルプリントのIoT

- プリント/カット/コートの各工程の自動化で無人化・省人化を実現

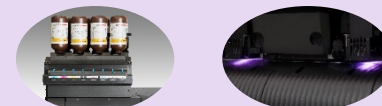


ソフトウェア

カッティングプロッタ

SGビジネス

- 環境に優しいUVインク



後処理装置



ミマキならではの技術・製品・ノウハウを
トータルソリューションとして提供することで
導入から成果物の品質までをサポート

IV.中長期ビジョン M1000の総括



成果

- 1 SG市場でシェアNo.1を獲得
- 2 強力なグローバル販売・サービスネットワークの構築
- 3 販売代理店・顧客基盤の確立
- 4 ソリューションプロバイダーとしての技術・ノウハウ蓄積

課題

- 1 インク品質の更なる向上
- 2 在庫コントロール
- 3 製品開発スピードの向上とInnovation
- 4 新規市場開拓を牽引する新製品の投入

V. 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
2. Mimaki V10 経営方針
3. Mimaki V10 で目指す姿
4. Mimaki V10 業績目標

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・オンデマンド化を牽引する



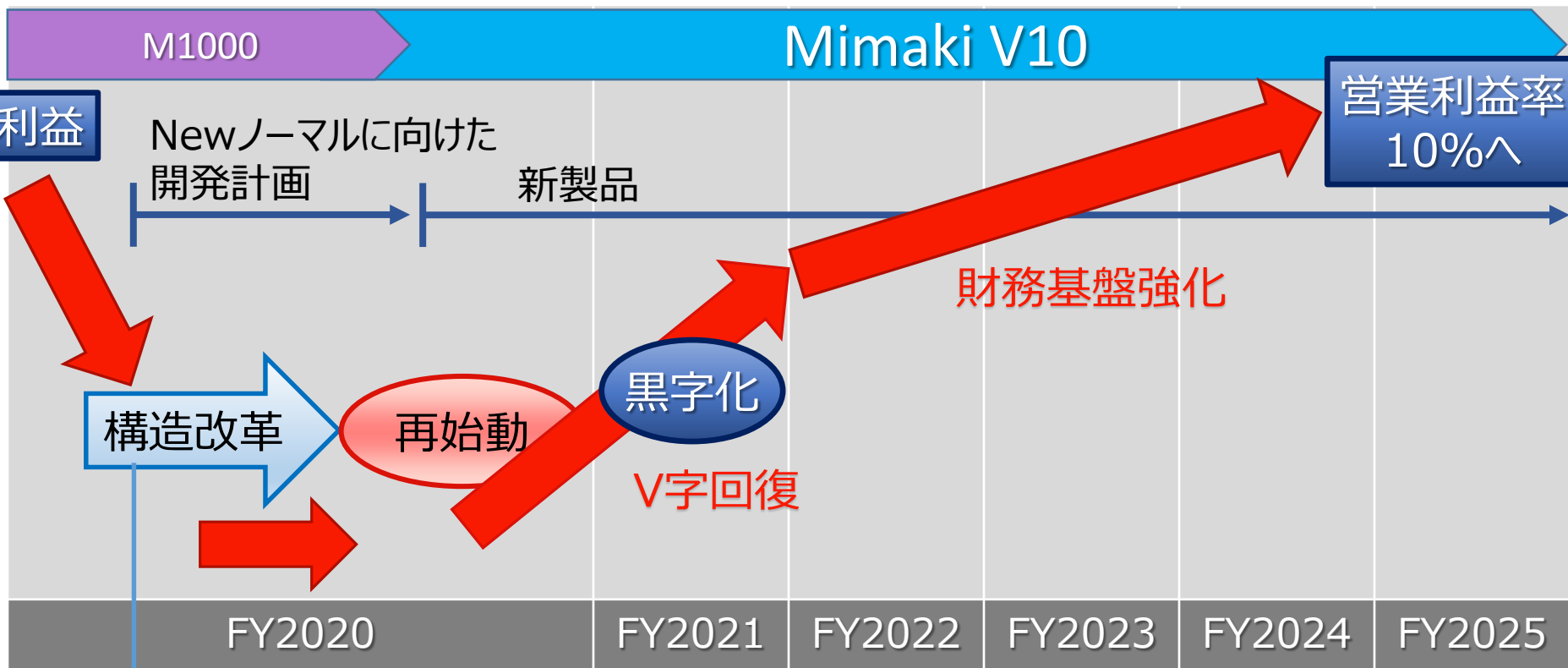
2. Mimaki V10 経営方針

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



- 構造改革施策 ⇒ FY2019の80%の売上高(440億円)で利益が出る組織体制作り
- 適正在庫水準達成に向け、計画休業による生産調整と在庫削減施策(廃棄・評価減、販売価格対応等)を行い、在庫の圧縮を実施
 - のれん等の減損損失等を計上し、資産の圧縮を実施
 - 以上に必要な経費約15億円をFY2020予算に計上

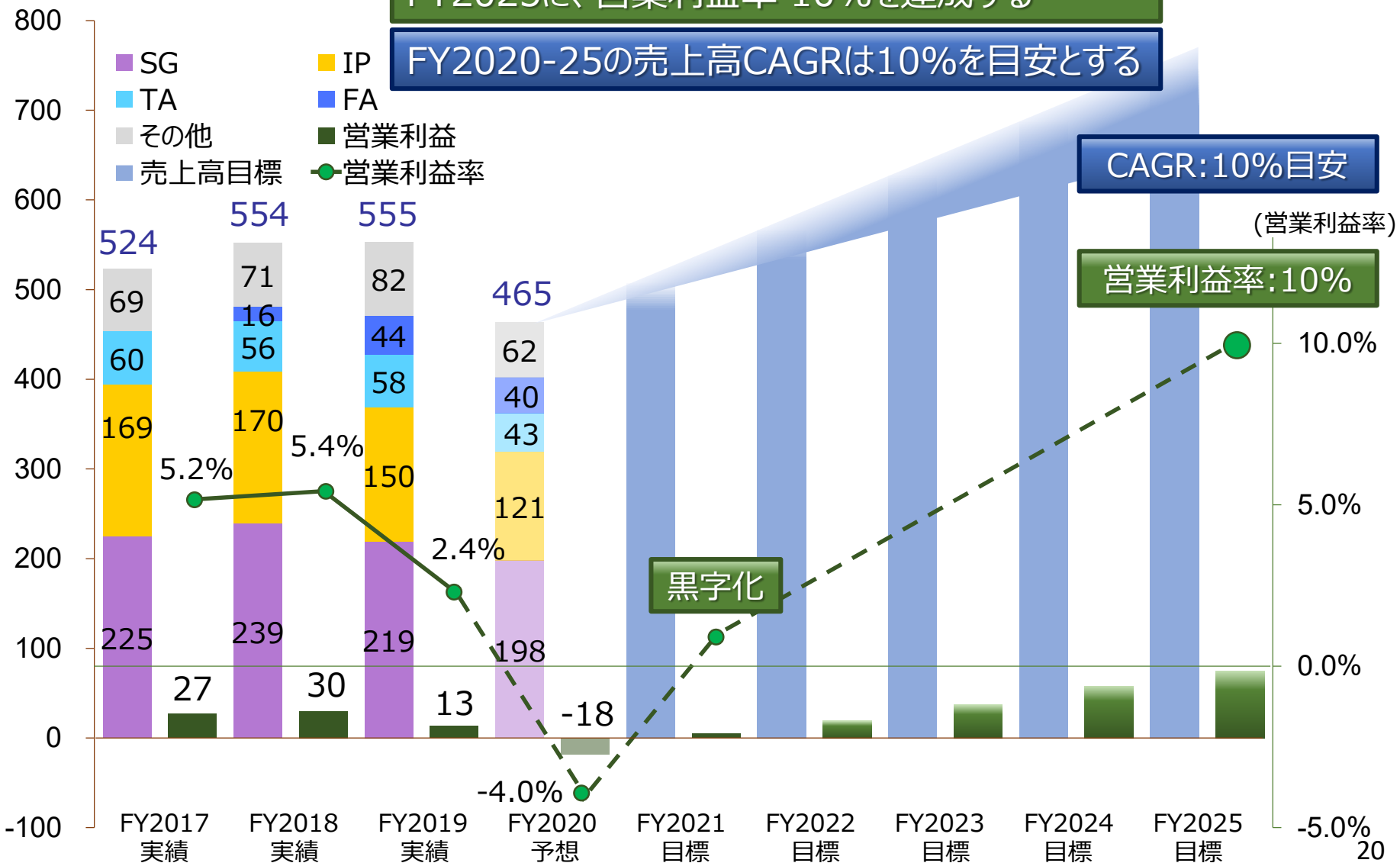
4. Mimaki V10 業績目標



(単位：億円)

FY2025に、営業利益率 10%を達成する

FY2020-25の売上高CAGRは10%を目安とする



CAGR:10%目安

営業利益率:10%

黒字化

(営業利益率)

VI. 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
- ② 市場・事業別戦略

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
- ② Eコマース × サブスクリプション
- ③ Innovationを起こし、新規市場・新規アプリケーションを開拓

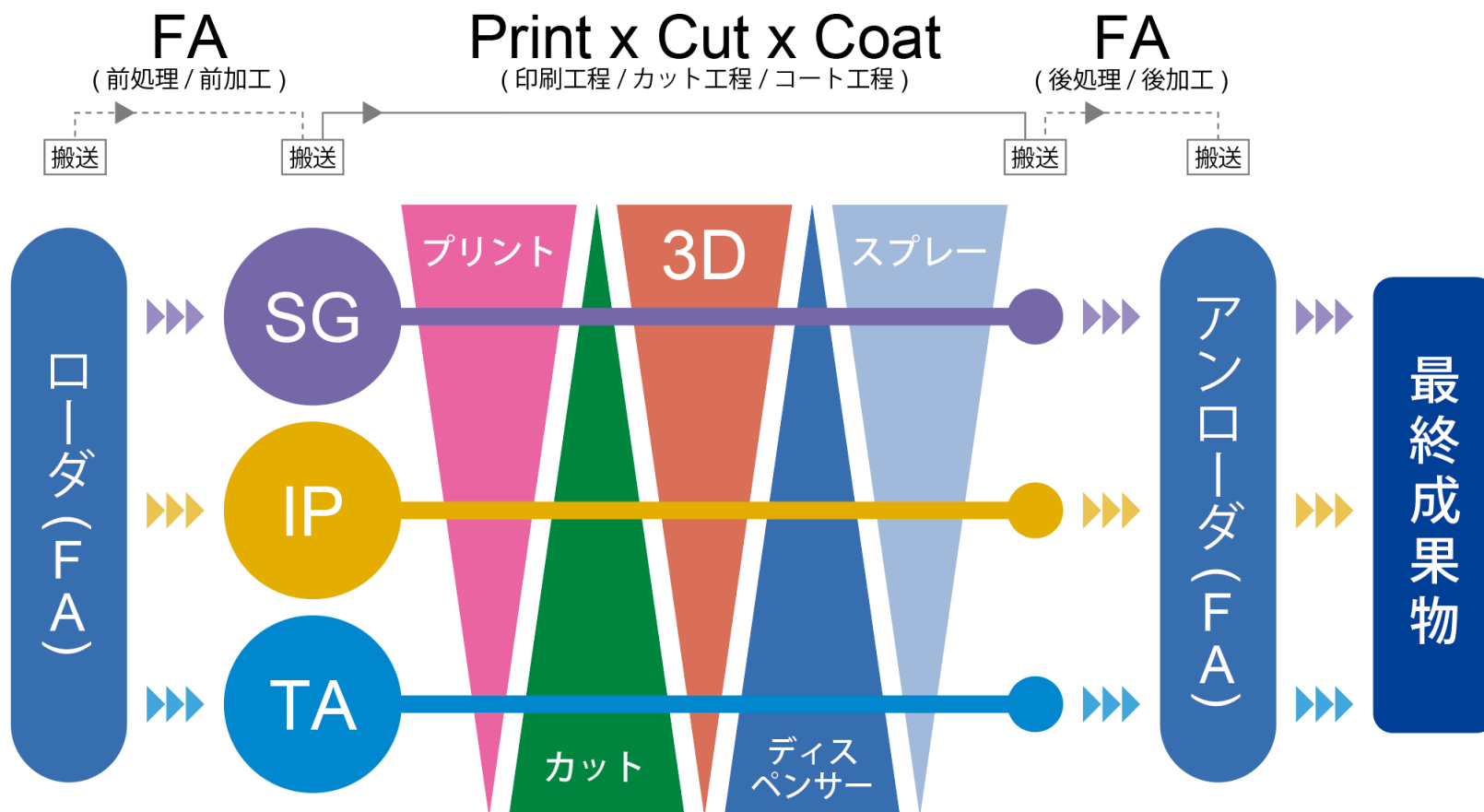
3. 収益性向上に向けた基盤構築

- ① インクの品質改善
- ② CX (コーポレート・トランスフォーメーション)
- ③ 生産体制の改革
- ④ 営業体制の変革

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

- 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



1. Mimaki V10 製品戦略

② 市場・事業別戦略

SG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

■ 操作性能・画質・速度・コストバランスに優れた
エントリーモデル

■ プリント&カット対応
LED-UV硬化IJP

New

UJV100-160



New

JV100-160



UCJV300Series



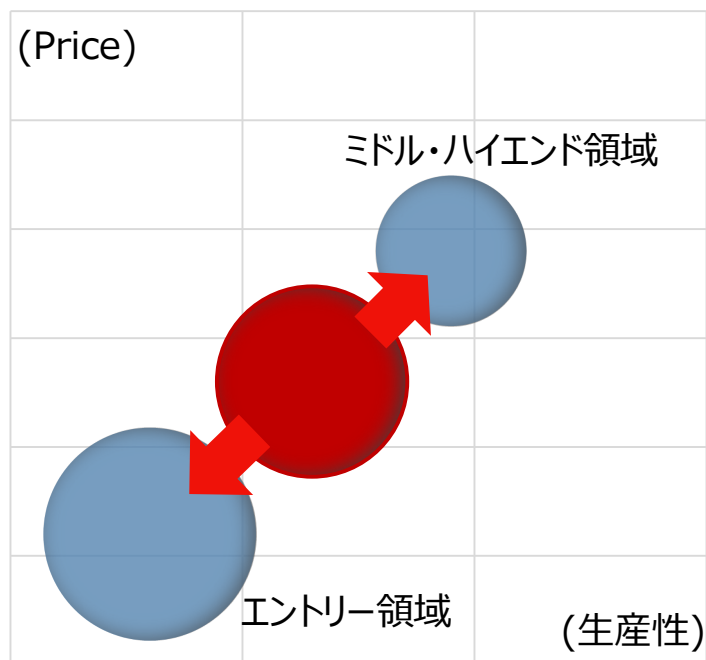
1. Mimaki V10 製品戦略

② 市場・事業別戦略

SG市場

- 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プリンタ特許技術の活用による競争優位性強化

- 現在のポジションからエントリー領域とミドル・ハイエンド領域にラインナップ展開



- 業界最強のUVプリンタ特許技術に基づく戦略的な競争優位性強化

ミマキが保有するUVプリンタ関連特許権
(2003年～)

日本	米国	欧州	中国	出願中
約130	約60	約30	約40	約60

UV印刷に不可欠で多岐に渡る(プリンタ以外も)

- インク組成
- 印刷後の表面グロス制御
- マルチパスを用いた高画質化
- UV印刷を用いたアプリケーション 等

特許技術を活用

ミマキにしかできないUVプリンタを
今後も世の中に送り出し続ける

1. Mimaki V10 製品戦略

② 市場・事業別戦略

IP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プリンタ特許技術の活用による競争優位性強化

■ 小型フラットベッドUV IJP

UJF-6042MkII



- 循環ヘッド搭載
ハイパフォーマンス
フラットベッドUV IJP

UJF-7151 plus



■ 大型フラットベッドUV IJP

JFX200-2513 EX



1. Mimaki V10 製品戦略

② 市場・事業別戦略

TA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

■ 皮革・合皮の質感を生かした高精細IJP

New **SUVJ-160**



アパレル小物・靴



革製コインケース



カーシート

■ 紙にも布にも対応した
ハイブリッドテキスタイルIJP

TX300P-1800MkII



1. Mimaki V10 製品戦略

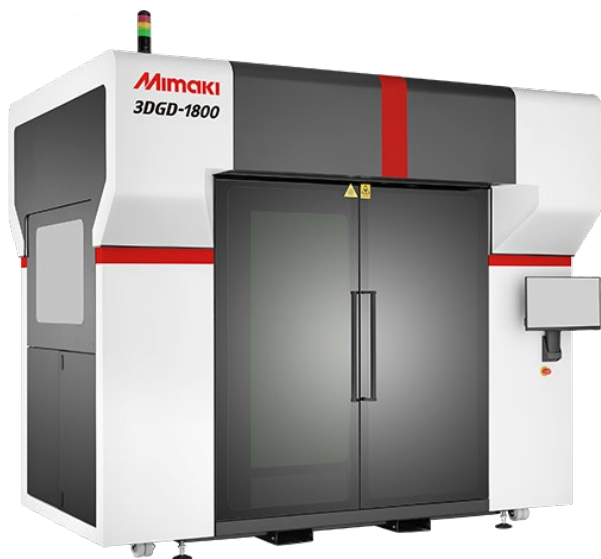
② 市場・事業別戦略

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

- 高さ1.8mの紫外線硬化樹脂積層方式大型造形モデル

3DGD-1800



- UV硬化インクジェット方式1,000万色フルカラー

3DUJ-553

ハイエンドモデル



New

3DUJ-2207

エントリーモデル



- 熱融解積層方式

3DFF-222



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

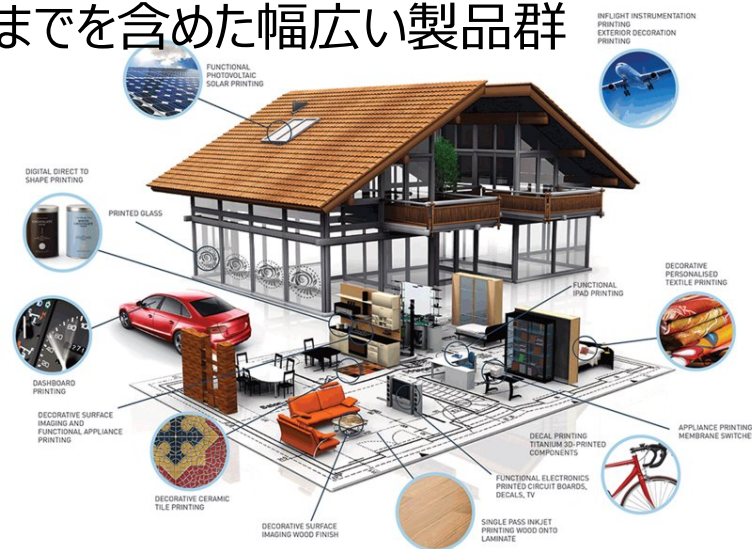
① グローバル × デジタル

■ 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～

- 当社が保有するデジタルプリントの前処理装置、プリンタ、インク、カッティングプロッタ、後処理装置、ワークフローソフトまでを含めた幅広い製品群
- プリント成果物制作プロセス、ライン構築のノウハウ

これらを基盤にプリント工程を自動化し
省力化・無人化を実現

メディアをセットするだけで
最終成果物が自動でプリントされる



■ 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～

- いち早く回復した中国市場向けをターゲットとした製品の提供
- 販売・サービス網の拡大・強化
- 生産体制の改革により、中国製品に勝てるコストの実現

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

② Eコマース × サブスクリプション

■ 新たなビジネスモデルで収益性を上げる

■ Eコマースでの販売

- B to BビジネスでのEコマースの仕組みを構築し、顧客ニーズに的確に対応する製品・インク・メディアを短納期で提供
- 売りたいものを直接最終顧客にアプローチし、販売代理店につなげる

■ サブスクリプションの導入

- 顧客の価値につながる課金ビジネスの設計・導入
- 既存顧客への価値提供
- グローバルで保守サービス・保守契約の拡大

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

③ Innovationを起こし、新規市場・新規アプリケーションを開拓

- 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
 - 販売している商品の25%以上が3年以内に開発した商品とする
 - 効率的な製品開発と機種展開により、売上高の拡大と同時にSKU削減
=在庫削減につなげる
 - 後継機種(マイナーチェンジ)は定期的な製品投入サイクルを確立して効率化し、リソース配分は新規市場向けのプライオリティをあげる
- 開発サイクルの見直し(期間短縮)
 - 基盤となる製品プラットフォームを横展開して、短期間で効率的に新製品を投入する開発プロセスを確立する

3. 収益性向上に向けた基盤構築

① インクの品質改善

■ インクの品質改善により、以下の成果につなげる

- 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
- インク品質が起因の製品補修費を削減する

■ 具体的な取り組み

- 材料品質の確保と安定化により、受入不良率を改善
- インク製造工程での作業手順見直しによる、工程内不良の削減
- インク不具合が発生した場合のサービス初動を向上させ、市場トラブルの早期対策を推進

3. 収益性向上に向けた基盤構築

② CX (コーポレート・トランスフォーメーション)

■ 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

■ BSを重視した経営を進める

- CCC短縮を通じ資金効率を向上させ、財務体質を強化する
- キャッシュフロー経営を実践し、フリーキャッシュフローを最大化する
- 収益性と資産効率を向上させるとともに、過度に借入金に依存しない適正財務バランスを実現し、結果として10%程度のROE水準を維持する

■ デジタル化、省人化に取り組む

- RPAの導入と、そこに向けた仕事の棚卸により、FY2020の基本的な固定費構造を維持する

3. 収益性向上に向けた基盤構築

③ 生産体制の改革

■ 需要変動に応じた生産体制

- 本体、インクともにリードタイムを短縮

■ グローバル生産体制の加速

- 本体の日本(加沢)、中国(浙江)、イタリアでの最適な生産体制の確立と、そこに向けたサプライチェーンの見直し
- 消耗品のグローバル生産体制の確立

■ 中国製と戦えるコスト力実現

- 製品コストダウンの実現
- UVインクのコストダウン推進
- 工場生産性の向上 ⇒ 競争力のある工場(時給、生産性)の実現

■ 在庫管理を強化する

- 在庫回転期間の適正化

3. 収益性向上に向けた基盤構築

④ 営業体制の変革

- SFA/CRM を利用した営業分析を行い、ミニ展戦略につなげる
 - 既存・見込顧客への営業活動状況を記録・管理して顧客接点を拡大し、ミニ展示会への誘導を通じてクロージングにつなげる営業活動を推進
- 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
 - リアルミニ展示会開催が困難なケース(コロナ対策、ロケーション等)では、営業・代理店による集客：バーチャルミニ展示会開催により、顧客開拓につなげる
- 新規顧客へ向けての販売チャネルを構築する
 - 特にSG・IP・3D市場で、多様な用途・メディアに適したチャネルを構築する
- 販売支援部隊を立ち上げる
 - インサイド営業を立ち上げ、新規市場・顧客の開拓活動を支援する
- 営業在庫のコントロール
 - 保守部品在庫の適正化、仕入れ品在庫のコントロール

Mimaki® **V10**



本資料は、株式会社ミマキエンジニアリング（以下、当社）を理解いただくため、当社が作成したもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。