

# 株主様向け 会社説明会

2014年6月25日  
(Ver.1.0)

**JV300-130/160**



SG

**JFX200-2513**



IP

**TS500-1800**



TA

**Mimaki**<sup>®</sup>  
株式会社 ミマキエンジニアリング



証券コード: 6638

東証上場

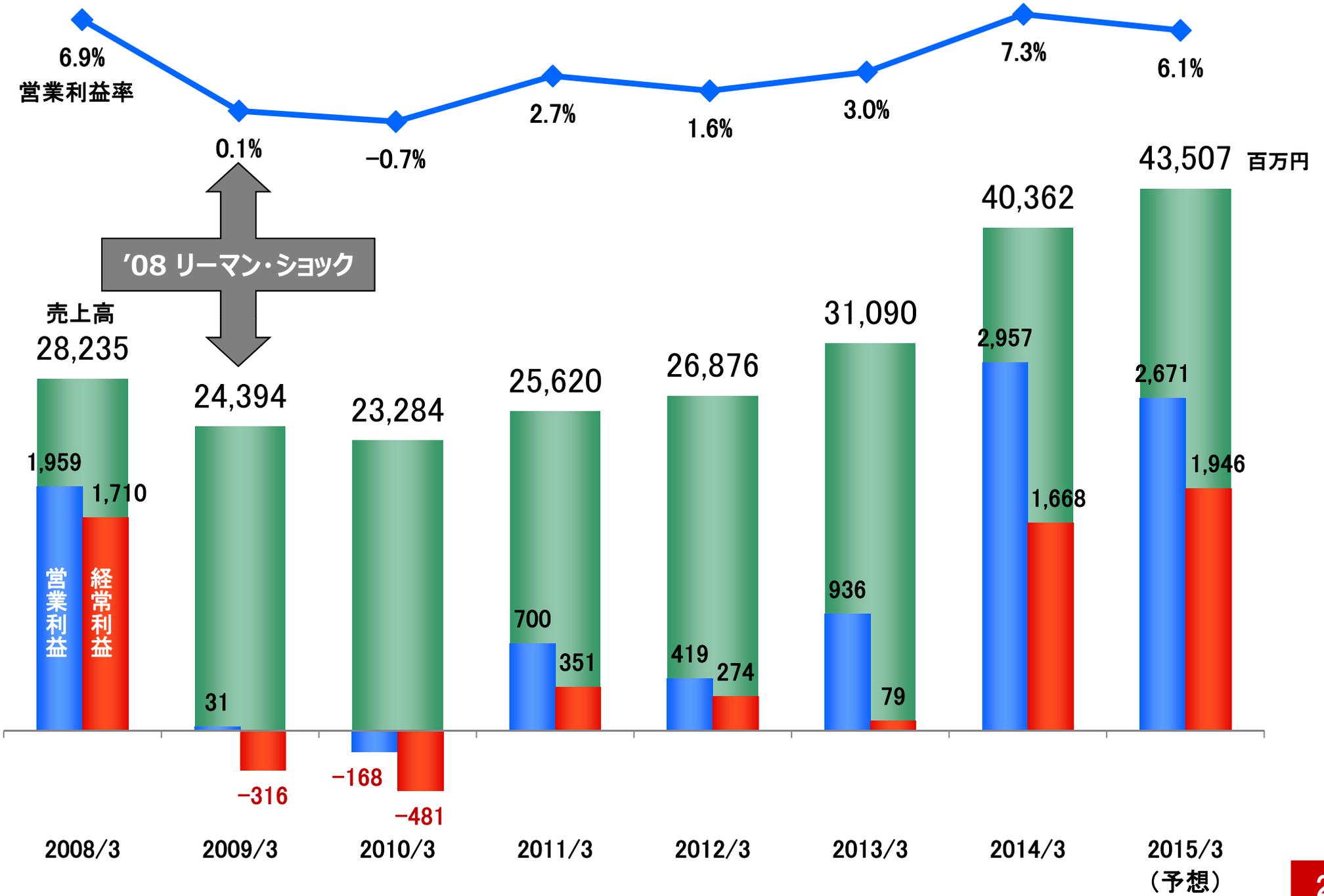
## ❖ 第40期(15/3月期)連結業績予想

❖ デジタル・オンデマンド生産の成長性

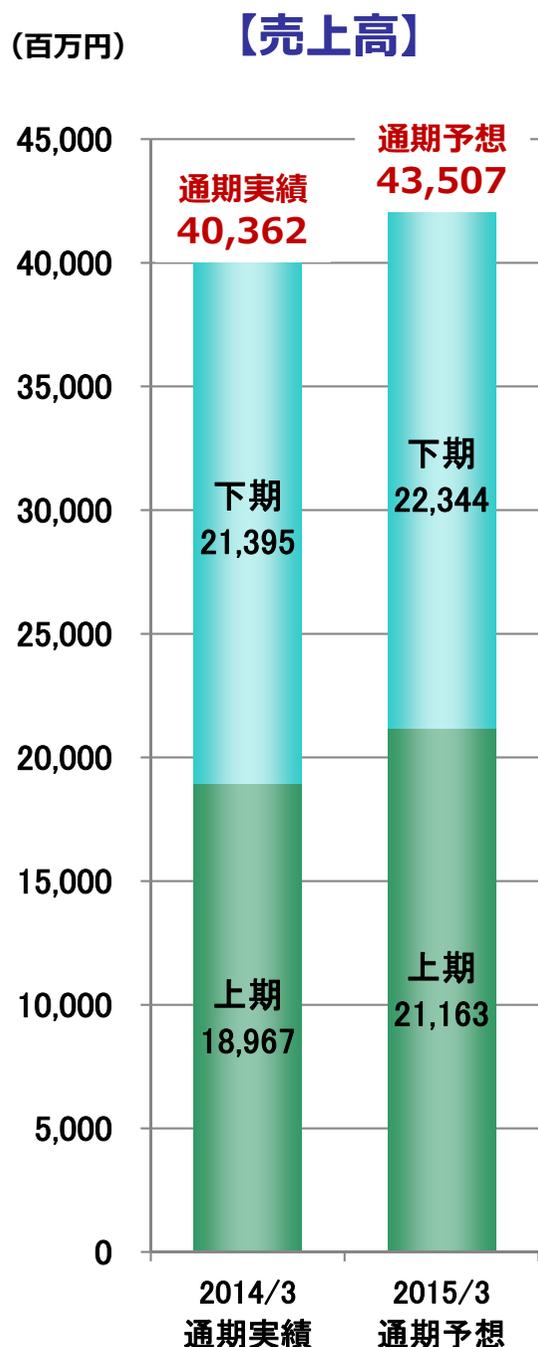
❖ 地域密着営業の推進

❖ ご参考資料

# 連結業績推移



# 連結業績予想



(百万円)

	2014年3月期		2015年3月期					
	通期	売上比	上期	下期	通期	増減額	増減率	売上比
売上高	40,362	-	21,163	22,344	43,507	3,144	7.8%	-
営業利益	2,957	7.3%	1,331	1,340	2,671	△ 286	△ 9.7%	6.1%
経常利益	1,668	4.1%	855	1,091	1,946	277	16.6%	4.5%
当期純利益	884	2.2%	584	806	1,390	505	57.2%	3.3%

為替レート (円)

米ドル	100.24	98.00	98.00	98.00
ユーロ	134.38	135.00	135.00	135.00

為替感応度

米ドル	56 百万円
ユーロ	80 百万円

### 売上高

- SG市場向けの新製品「JV300シリーズ」による新規顧客の獲得 & 買い替え需要の取り込み
- 14年3月期に増強した国内外の販売・サービス拠点網による積極的な販売促進を展開

### 営業利益

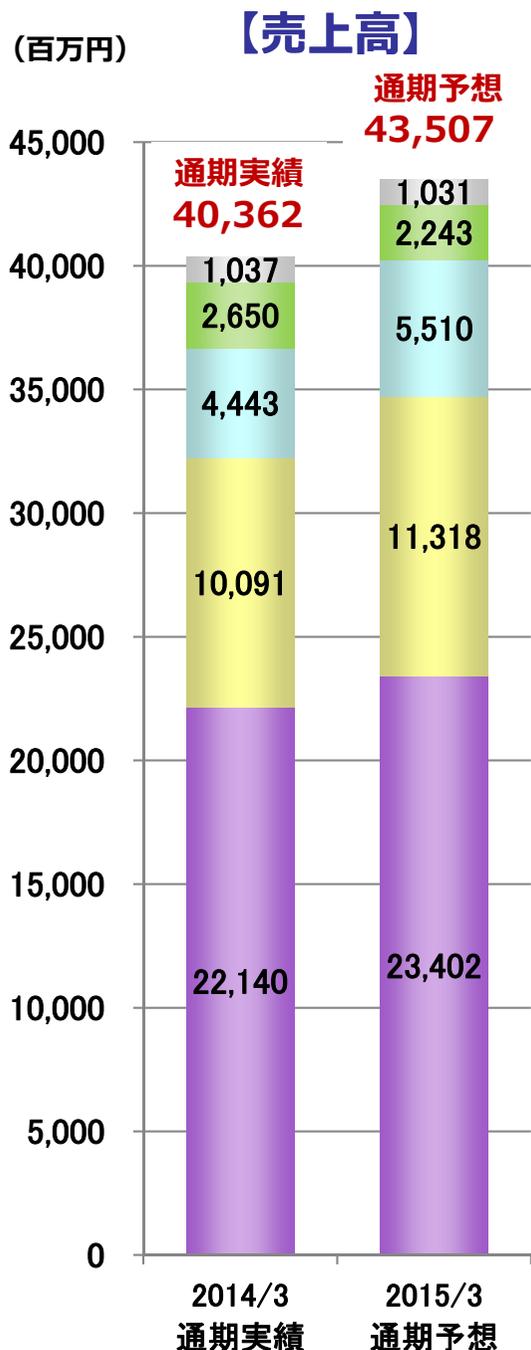
- 部材費、労務費の上昇による売上原価の増加
- 地域密着型営業体制のグローバル展開を推進するための販売経費の増加
- 業容拡大に向けた人件費の増加 をそれぞれ見込む

### 経常利益

- 米国の金融緩和政策の縮小が継続されることを前提に、新興国通貨の下落に伴う為替差損、持分法投資損失を見込む

↑  
為替レートが1円変動することによる営業利益への影響額  
・前期実績ベース  
・12ヶ月換算

# 機種群別売上高予想



	2014年3月期		2015年3月期		2015年3月期			
	通期	構成比	上期	下期	通期	増減額	増減率	構成比
SG市場向け	22,140	54.9%	11,452	11,950	23,402	1,261	5.7%	53.7%
IP市場向け	10,091	25.0%	5,532	5,786	11,318	1,227	12.2%	26.0%
TA市場向け	4,443	11.0%	2,545	2,964	5,510	1,066	24.0%	12.7%
保守部品	2,650	6.5%	1,115	1,128	2,243	△ 406	△15.3%	5.2%
その他	1,037	2.6%	516	515	1,031	△ 5	△0.5%	2.4%
<b>合計</b>	<b>40,362</b>	<b>100.0%</b>	<b>21,162</b>	<b>22,344</b>	<b>43,507</b>	<b>3,144</b>	<b>7.8%</b>	<b>100.0%</b>

## SG市場向け

- 新製品「JV300シリーズ」による新規顧客の獲得&買い替え需要の取り込み
- 先進国においては、既存ユーザーへのインク売上を下支えに、買い替え需要を確実に取り込むことで、堅調な成長を見込む
- 新興国においては、機能と性能を絞った低価格機種でマーケットシェアを拡大し、先進国以上の成長を見込む

## IP市場向け

- 小型機のUJF-3042、UJF-6042の販売促進を継続
- 大型機はエントリーモデル JFX200で品揃えを拡充し、用途別多展開を強化
- 自動車や家電等の工業分野での需要を深耕し、先進国、新興国両方で拡販

## TA市場向け

- 高速、上位機種500シリーズの本格販売で、中量生産以上の市場への拡販を強化し、インク販売を中心としたアフタービジネスを拡大

# SG主力製品のモデルチェンジ

Mimaki

2007年8月発売



JV33-130 : 190万円/税別  
JV33-160 : 220万円/税別

ロングヒット商品  
の後継機

2014年5月15日発表

## JV300-130/160



JV300-130 : 190万円 / 税別  
JV300-160 : 220万円 / 税別

### ➤ 突き抜ける速さ

・ 実用プリント速度 **20 m<sup>2</sup>/h**

従来比  
**1.7倍**

### ➤ 息をのむ美しさ

- ・ 独自のヘッドコントロール技術による鮮やかなプリント成果
- ・ 独自の専用ソルベントインク SS21に新色を追加
  - オレンジインク 色域を拡大し、明るく鮮やかに
  - ライトブラックインク モノクロ画像を忠実に再現

競争力の高い新製品でシェアアップを図り、SG市場での収益基盤を盤石にする

# FESPA DIGITAL 2014 (ミュンヘン)

Mimaki

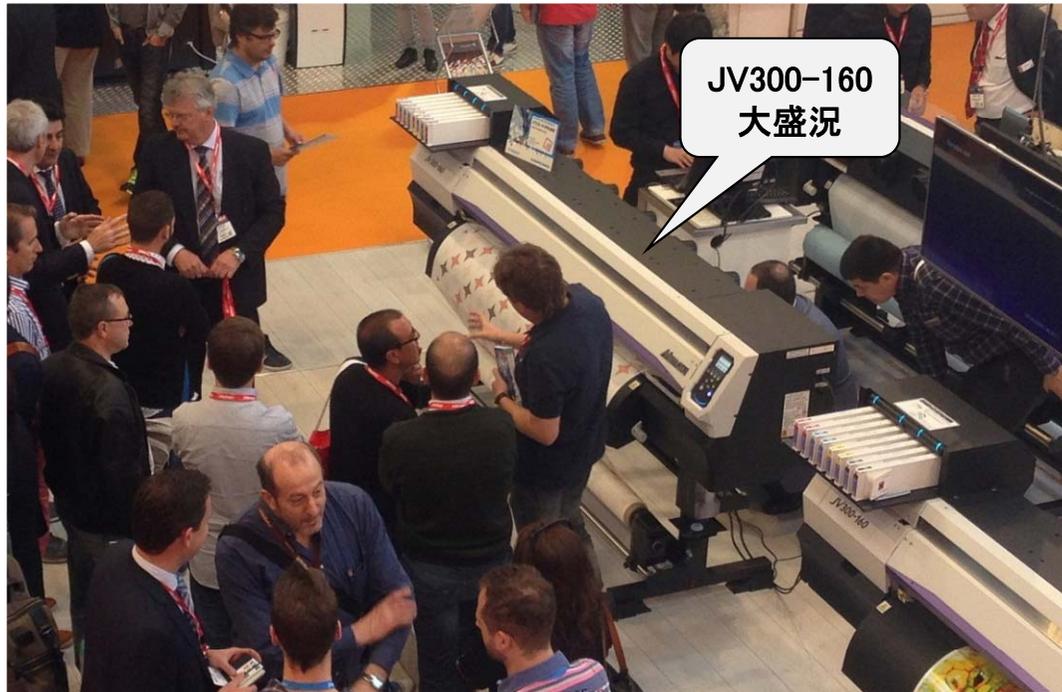
➤ 2014年5月20日～5月23日

デジタル・ワイドフォーマット・プリンタの国際展示会として最大規模で、全世界から約400社が出展

ブースレイアウト (開場前の様子)



# FESPA DIGITAL 2014 (ミュンヘン)



JV300-160  
大盛況



商談スペースも  
大盛況



UJF-3042



欧州で販売躍進中の  
TS500-1800

欧州で需要が大きい  
JFX500-2131



# JV300 発表会 & OPEN HOUSE (東京)

## ➤ 2014年5月27日 製品発表会 (新聞・雑誌記者、販売代理店など)

約100名がご参加  
(マスコミ 10社)



## ➤ 2014年5月28日、29日 OPEN HOUSE (販売代理店、エンドユーザー)

2日間で200名  
以上のお客様

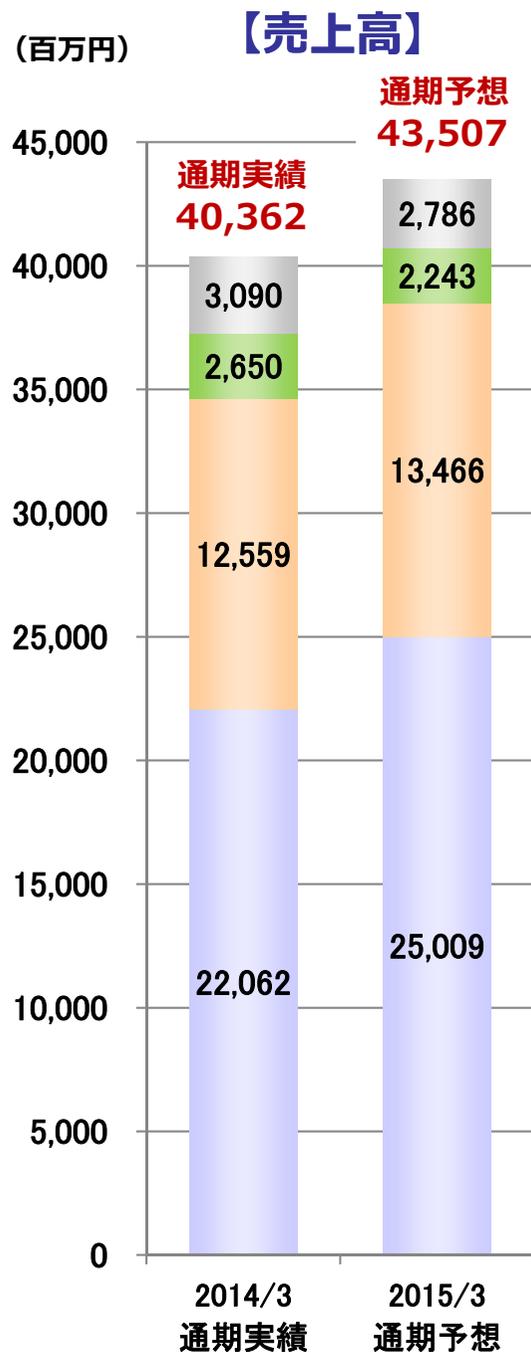


装飾物は  
JV300でプリント



カーラッピングもJV300

# 品目別売上高予想



	2014年3月期		2015年3月期					
	通期	構成比	上期	下期	通期	増減額	増減率	構成比
製品本体	22,062	54.7%	11,934	13,075	25,009	2,947	13.4%	57.5%
インク	12,559	31.1%	6,719	6,747	13,466	907	7.2%	31.0%
保守部品	2,650	6.5%	1,115	1,128	2,243	△ 406	△ 15.3%	5.2%
その他	3,090	7.7%	1,393	1,392	2,786	△ 303	△ 9.8%	6.3%
合計	40,362	100.0%	21,162	22,344	43,507	3,144	7.8%	100.0%

## 製品本体

- SG、IP、TAの各市場での伸びを見込む

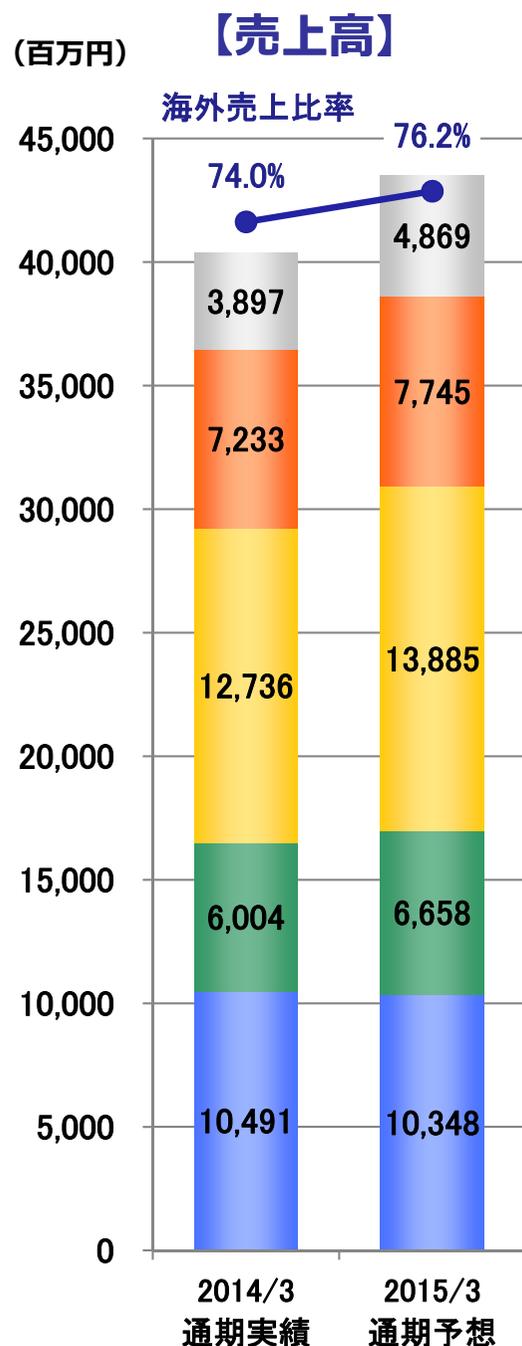
## インク

- 新製品の投入効果も含め、製品本体同様の伸びを見込む

## 保守部品

- 製品本体の売上増加に伴う増加を見込むものの、500シリーズの本格販売開始に呼応した初期需要等で伸びた14年3月期に比べ、減少見込み

# エリア別売上高予想



	2014年3月期				2015年3月期			
	通期	構成比	上期	下期	通期	増減額	増減率	構成比
日本	10,491	26.0%	4,895	5,452	10,348	△ 143	△1.4%	23.8%
北米	6,004	14.9%	3,217	3,441	6,658	654	10.9%	15.3%
欧州	12,736	31.5%	6,812	7,072	13,885	1,148	9.0%	31.9%
アジア・オセアニア	7,233	17.9%	3,673	4,071	7,745	511	7.1%	17.8%
その他	3,897	9.7%	2,563	2,306	4,869	972	25.0%	11.2%
合計	40,362	100.0%	21,162	22,344	43,507	3,144	7.8%	100.0%

## 日本

- 消費増税前の駆け込み需要で押し上げ効果のあった14年3月期に対し、増税後の反動で前年割れを見込む

## 北米

- 販売拠点を増設したことによる地域密着型営業の推進により、販売チャネル改革

## 欧州

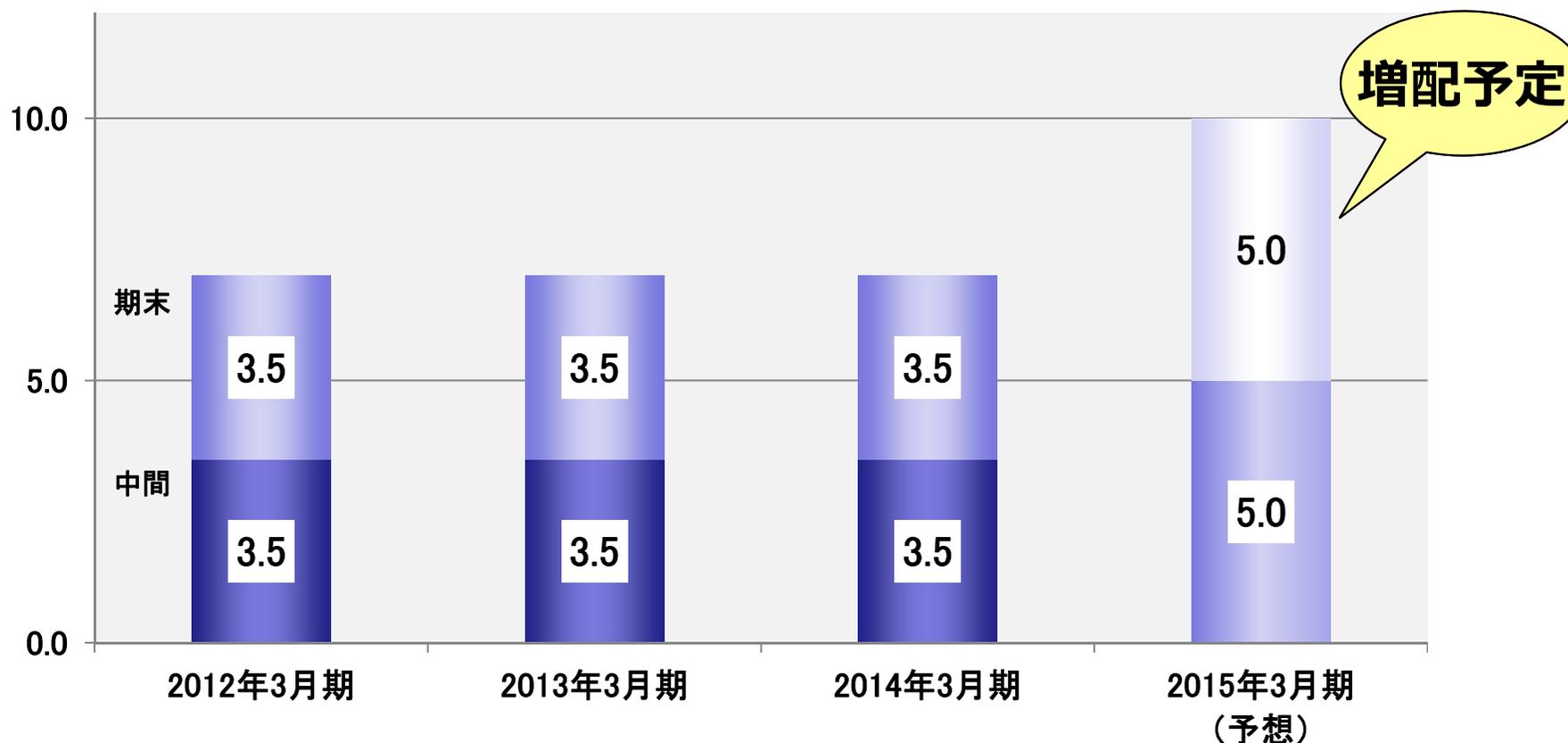
- SG、IP、TA各市場向けとも堅調な増加を見込む

## アジア・オセアニア

- 中国で、IP、TA市場向けの大きな成長を見込む
- 新設した豪州、シンガポールの販売子会社による当該エリアでのシェアアップ

# 配当予想

株主の皆様に対する利益還元を経営の重要政策と位置付け、業績の成長に見合った成果の配分を、安定的かつ継続的に行っていくことを基本方針としております。



(注) 2012年4月1日付で1 : 200の株式分割をしております。

上記グラフでは、過去との比較を容易にするため、株式分割を考慮して表記しております。

## “M500基礎固め”

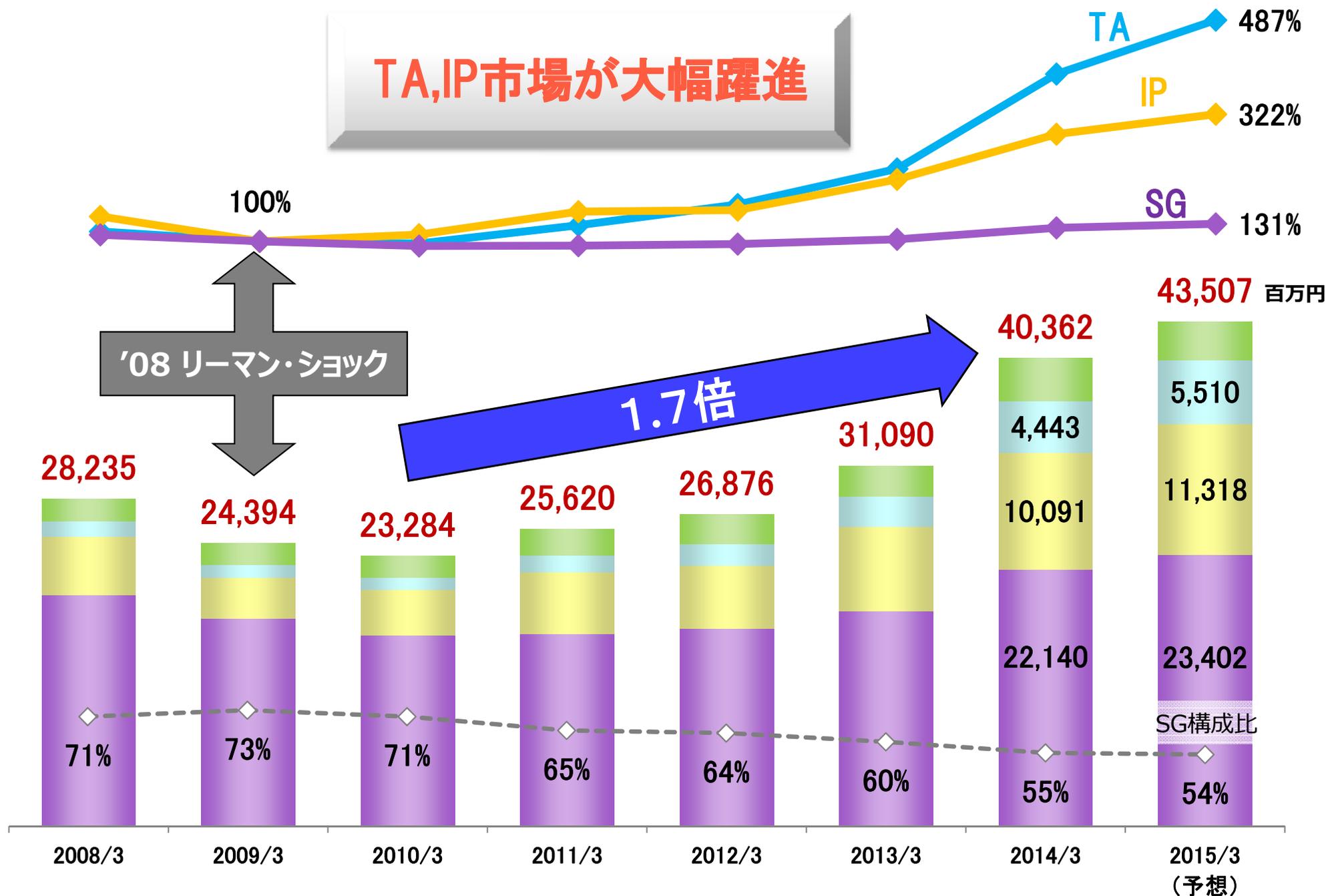
連結売上高500億円を見据えた経営の基礎固め

- 生産と販売の連携を強化し、**在庫管理を徹底**
- **地域密着営業**をグローバル展開し、市場と顧客を創出
  - 昨年度に立ち上げた海外子会社を強力バックアップし、当該エリアをシェアアップ
- 開発体制の強化
  - 製品開発ステップの設計審査ルールを厳格化し、設計品質を向上
  - 要素技術開発を製品開発に先行して行い、開発期間と開発コストを削減
- 生産体制の強化
  - 調達から出荷までを一気通貫で管理する生産体制の構築
  - 年度目標値を定め、製造コストダウンを推進

- ❖ 第40期(15/3月期)連結業績予想
- ❖ **デジタル・オンデマンド生産の成長性**
- ❖ 地域密着営業の推進
- ❖ ご参考資料

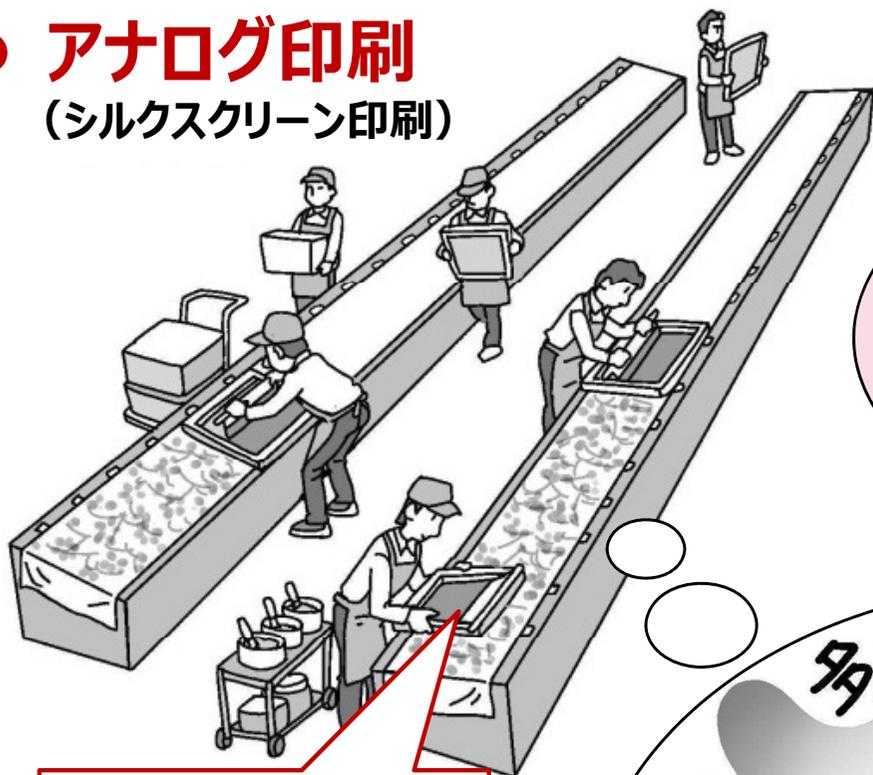
# 市場別売上高推移

TA, IP市場が大幅躍進



# ものづくり現場の変化

## ● アナログ印刷 (シルクスクリーン印刷)



### 消費者ニーズ

- デザインの個性化
- 流行サイクルの短期化  
⇒ **ファストファッション**



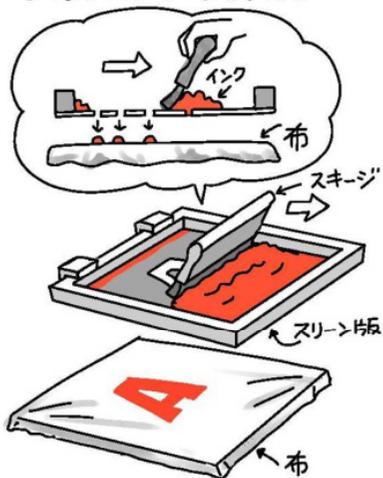
### 多品種・小ロット



### 環境ニーズ

- 廃インク水質汚染
- 洗浄水使用量

シルクスクリーン印刷とは..



# デジタル印刷が伸びる理由

## ● デジタル印刷

### ✓ クイックレスポンス

注文数だけプリント  
白モノ在庫を即日仕上げ  
在庫リスク大幅低減

### ✓ 版レス

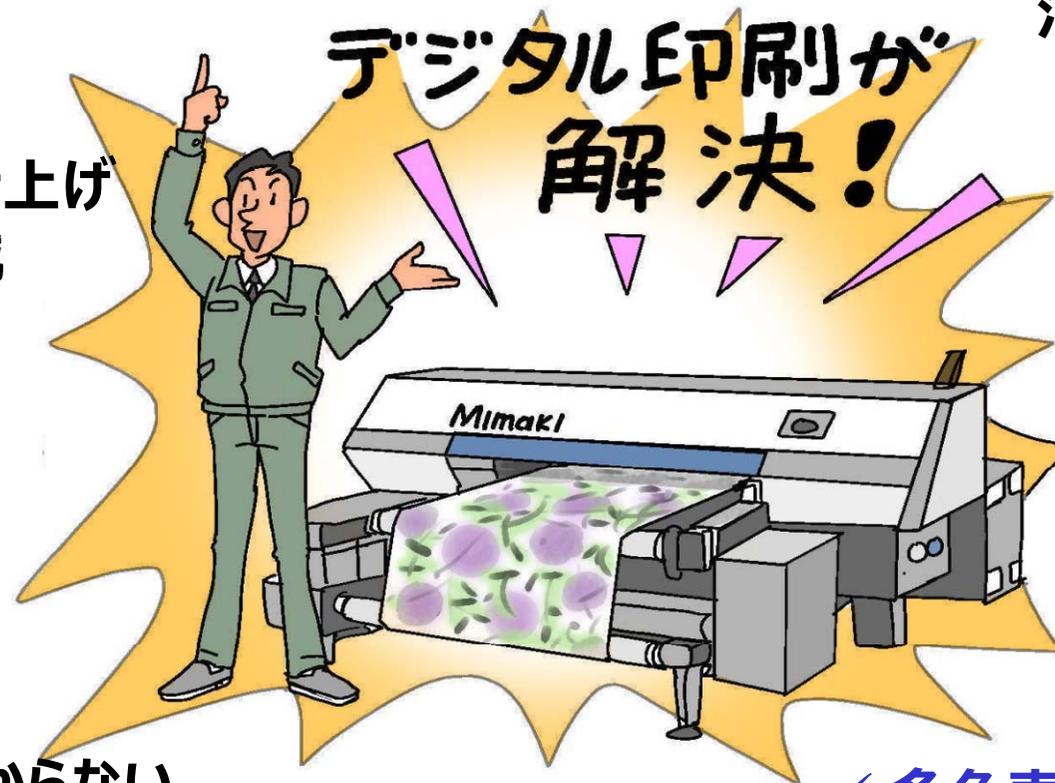
イニシャルコストかからない  
小ロット対応

### ✓ エコロジー

絵柄部分だけにインク吐出  
版を洗う廃インクなし  
省電力

### ✓ 省スペース

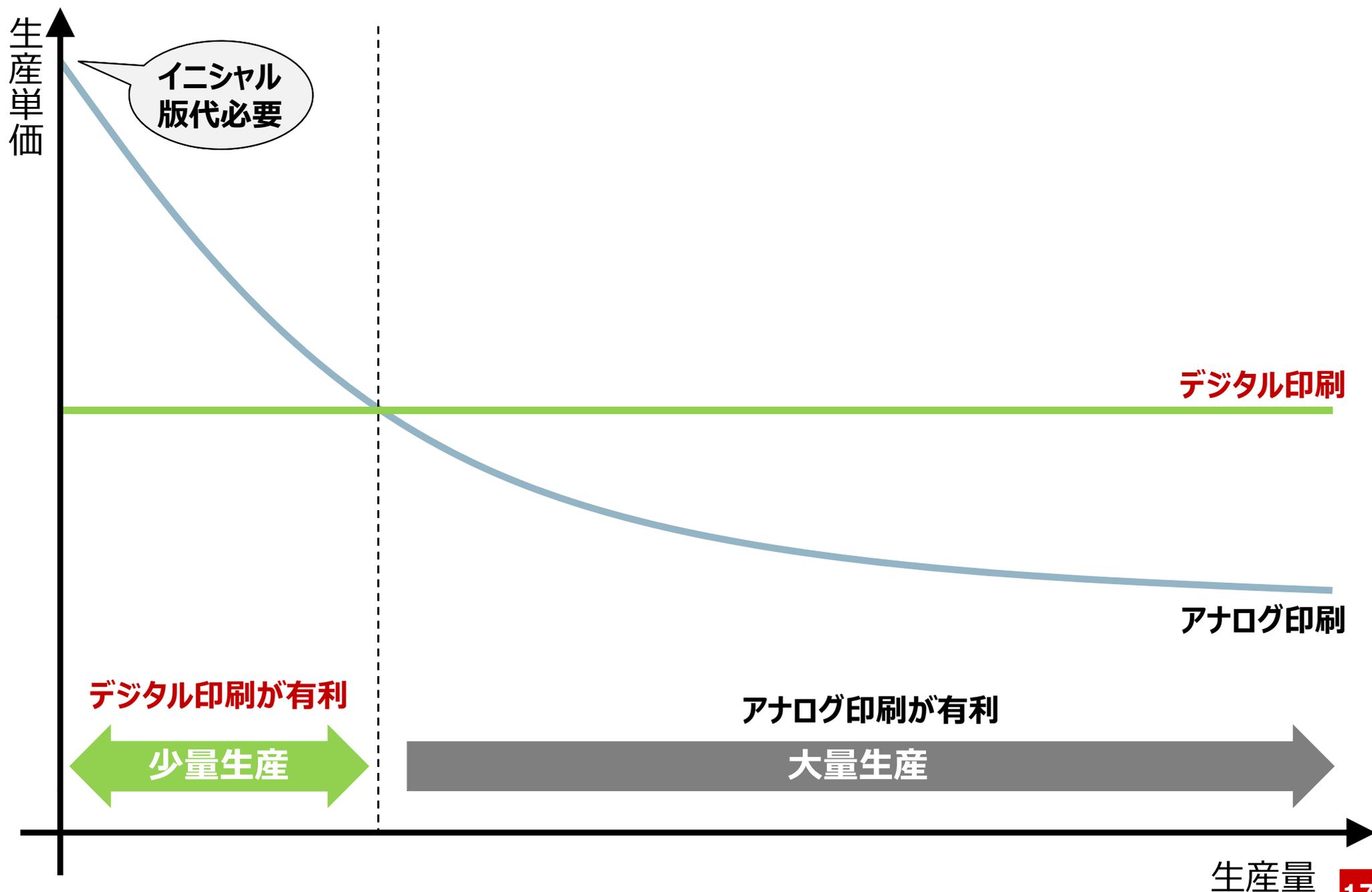
消費地生産が可能



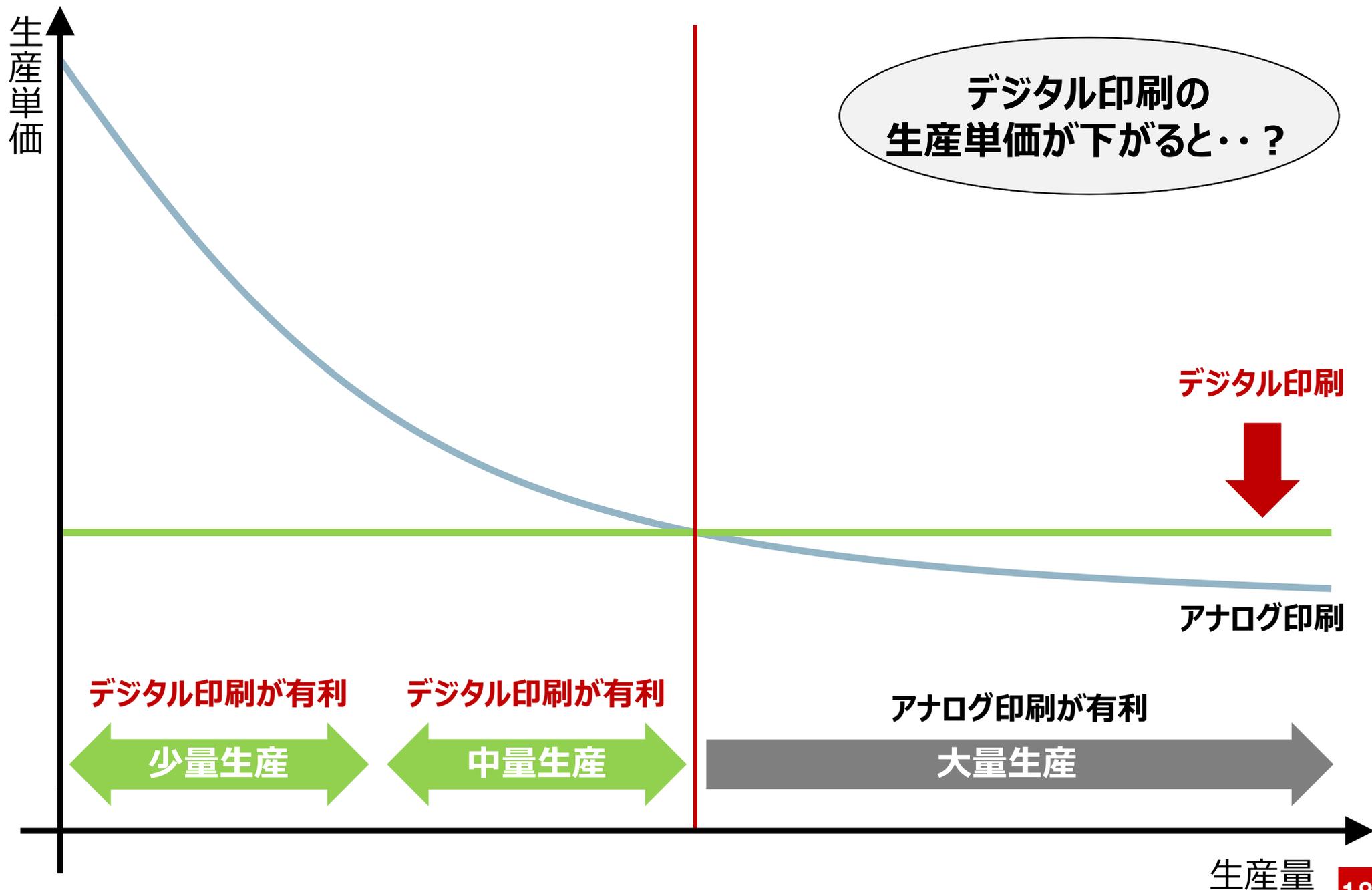
### ✓ 多色表現

色数制限のない色彩表現

# デジタル印刷とアナログ印刷の違い



# デジタル印刷とアナログ印刷の違い



紙以外の印刷市場は、規模は大きいもののデジタル化比率は低い

工業印刷市場



オーダーグッズ・ビジネス市場



ファスト・ファッション市場



潜在市場は大きく、  
当社事業の“伸びしろ”も大きく残されている！！

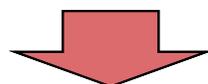
- ❖ 第40期(15/3月期)連結業績予想
- ❖ デジタル・オンデマンド生産の成長性
- ❖ **地域密着営業の推進**
- ❖ ご参考資料

# “地域密着営業”の推進

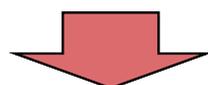
## ➤ 顧客ニーズを汲み上げるための日本国内での取り組み

担当地域を細かく分け、

- 営業マンが**地域に密着**し、自らの足でお客様をこまめに訪問
- 故障・トラブルなど、お客様の“困った”に迅速に対応



地道でアナログな方法だからこそ、  
お客様との**強い信頼関係**が築ける。



お客様の**現場、現物、本音**から  
得られる情報を基に、

- お客様へ新たな用途を提案
- 次なる新製品を開発企画



# “地域密着営業”のグローバル展開



グローバル化とは、**地勢的な広がり**だけでなく**多様性の広がり**  
 グループ会社間で情報を共有し、**多様性への対応を強化**

- ❖ 第40期(15/3月期)連結業績予想
- ❖ デジタル・オンデマンド生産の成長性
- ❖ 地域密着営業の推進
- ❖ **ご参考資料**

# 東京オリンピックに期待できる効果

(2020年)

現時点では、〇〇億円規模の需要とか、いつ頃に効果が出るとか  
具体的には見えていないものの・・・

SG

- 大規模なインフラ整備に付帯する標識・看板などの需要増  
(スタジアム周辺の標識、選手村の内装 etc)
- 道路標識、公共交通機関の案内板などの英語表記の改善  
(総理官邸 : Sorikantei→Prime Minister's Office)
- 外食、飲料、スポーツ用品など五輪協賛企業の広告が激増  
(公式パートナー企業のキャンペーン広告で3倍量になるとも)
- 観光客の増加に伴い、ホテル、レストラン、ショッピングモール等の建築・改築が増加  
(屋外&屋内サイン・ディスプレイ、店舗内装 etc)

IP

- 応援グッズ、関連グッズの需要拡大  
(キーホルダー、文具など小物や成形品へのプリント)

TA

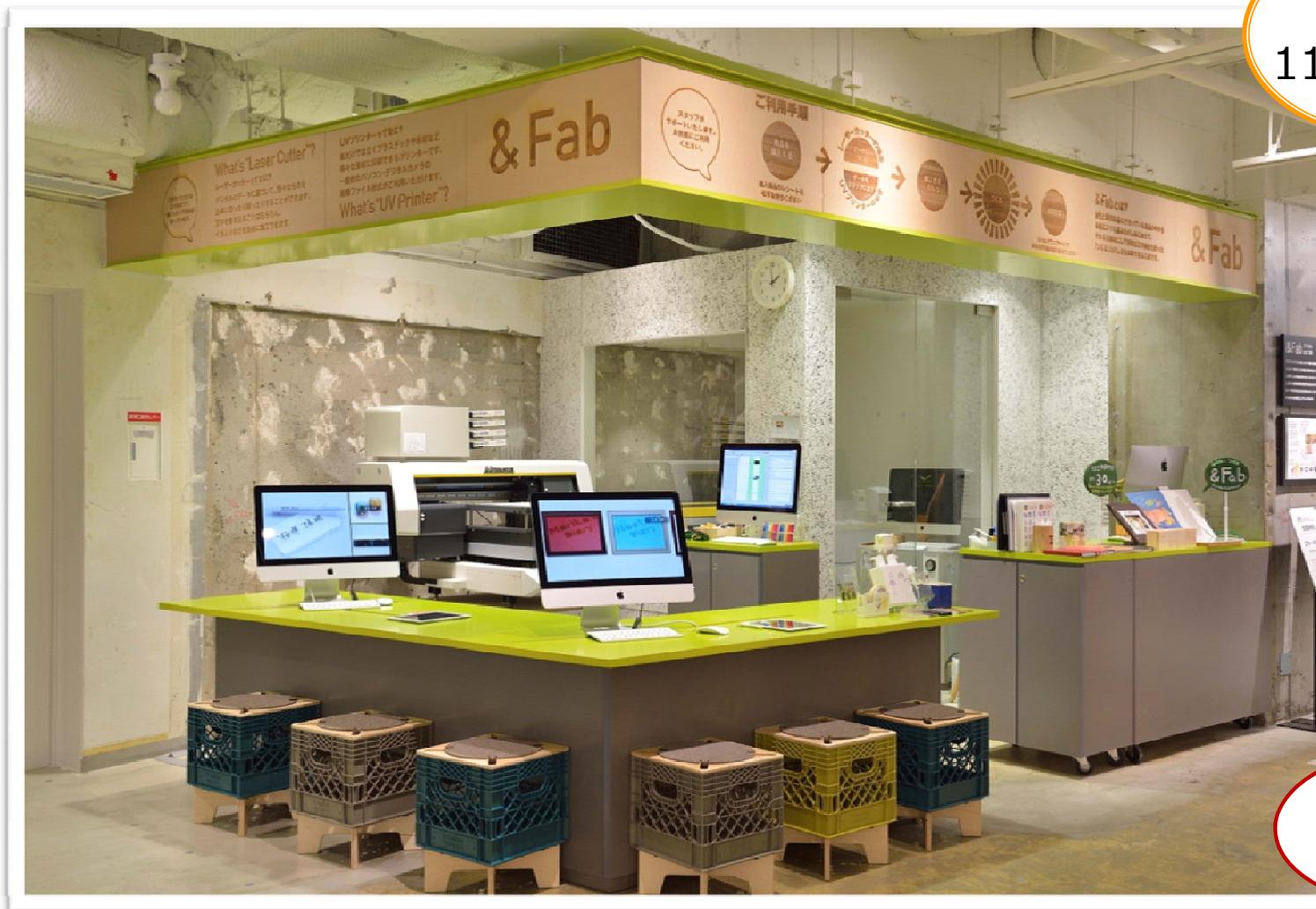
- スポーツアパレルの需要拡大  
(出場選手の公式ウェア、一般消費者向けのレプリカウェア)

# 渋谷ロフトの店頭でオンデマンド生産

Mimaki

渋谷ロフト &Fab様のWebサイトトップページ <http://andfab.jp/>

2013年  
11/29 OPEN



その場で  
自分の手で

Loftや無印良品で購入したそれこそ「無印」の商品に、お客様が持ち込んだ写真やイラストを印刷商品を選ぶ楽しさに、それら商品を加工する「ものづくり」の楽しさが加わりました。

# 渋谷ロフトの店頭でオンデマンド生産

Mimaki

渋谷ロフト & Fab様のWebサイトトップページ <http://andfab.jp/>

2013年  
11/29 OPEN



その場で  
自分の手で

Loftや無印良品で購入したそれこそ「無印」の商品に、お客様が持ち込んだ写真やイラストを印刷商品を選ぶ楽しさに、それら商品を加工する「ものづくり」の楽しさが加わりました。

# 渋谷ロフトの店頭でオンデマンド生産

Mimaki

渋谷ロフト &Fab様のWebサイトトップページ

<http://andfab.jp/>

2013年  
11/29 OPEN



その場で  
自分の手で

Loftや無印良品で購入したそれこそ「無印」の商品に、お客様が持ち込んだ写真やイラストを印刷商品を選ぶ楽しさに、それら商品を加工する「ものづくり」の楽しさが加わりました。

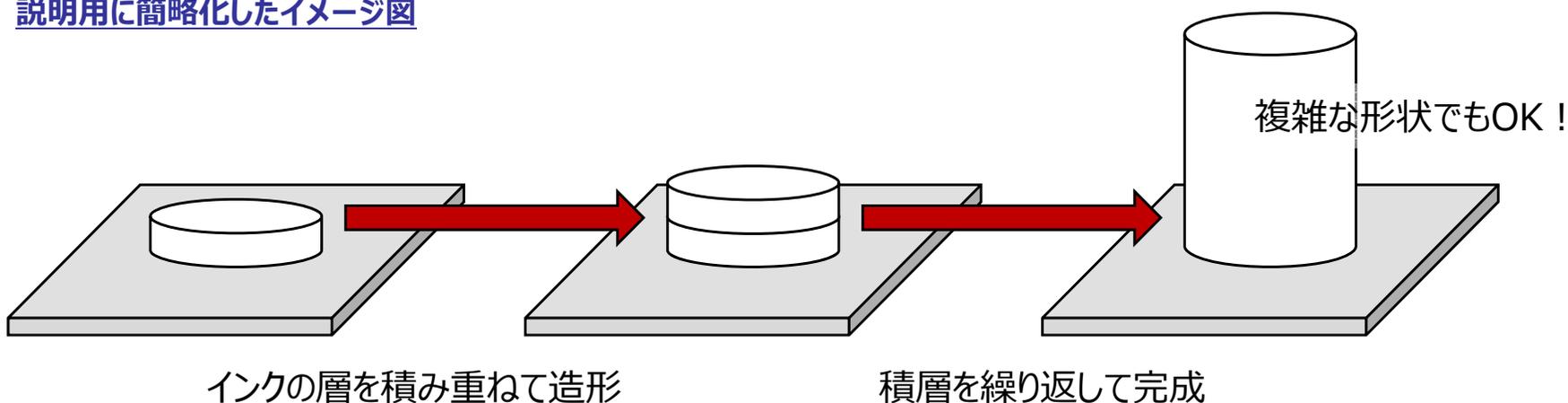
## ➤ 開発プロジェクト発足（2014年2月）

UV硬化インクジェット技術の開発成果として取得した特許を活かして、  
インクジェット技術を造形用途に応用する3Dプリンタの開発に着手

## ➤ 保有特許について

UV硬化インクを用いてインクを積層し、所定形状の積層体を形成する3次元対象物形成装置  
及び3次元対象物形成方法に関する発明

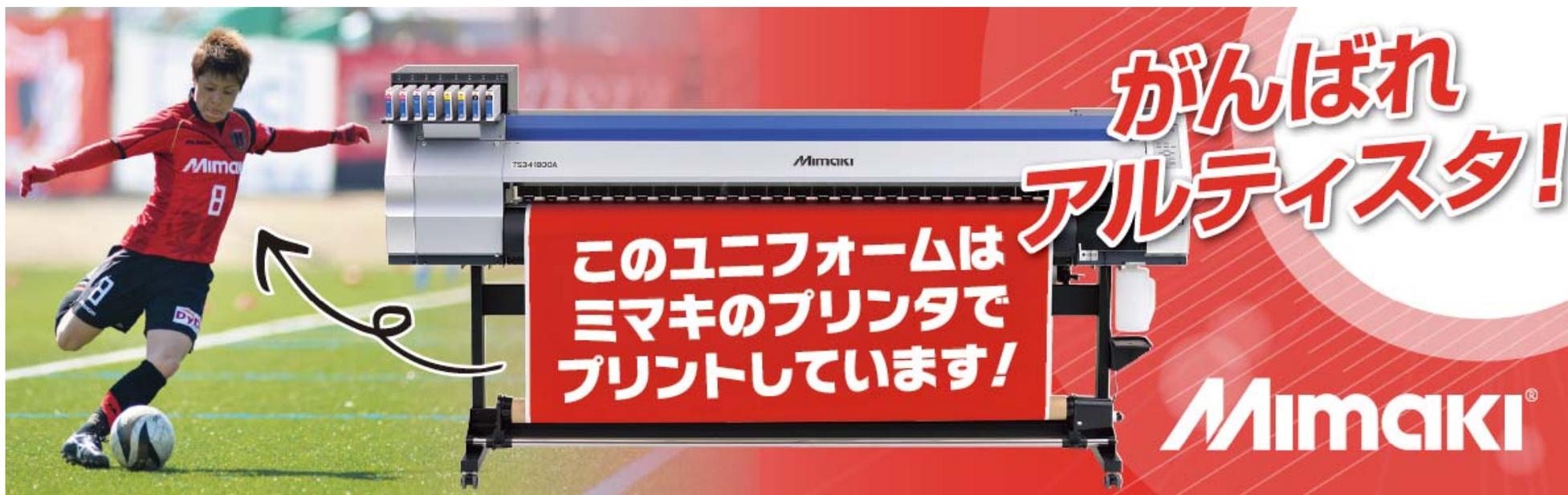
説明用に簡略化したイメージ図



発明の名称：3次元対象物形成装置及び3次元対象物形成方法（2009年12月 特許第4420685号）

# 地元サッカーチームへの協賛

## ➤ アルティスタ東御



- アマチュア最高峰であるJFL (Japan Football League) への昇格を目指して活動中
- 北信越 1 部リーグに所属し、昨シーズンは 8 チーム中 3 位
- 中学生チーム、小学生チーム、園児教室の育成部門があり、地域に根づいた活動を展開

順位表 (2014/5/11現在)

順位	チーム名	ホーム
1	JAPANサッカーカレッジ	新潟県
2	サウルコス福井	福井県
<b>3</b>	<b>アルティスタ東御</b>	<b>長野県</b>
4	アンテロープ塩尻	長野県
5	坂井フェニックス	福井県
6	上田ジエンシャン	長野県
7	ヴェリエンテ富山	富山県
8	FC北陸	石川県

# プロフィール

設立	1975年8月	 長野県東御市
資本金	2,015百万円	
連結売上高	40,362百万円 (2014年3月期、うち海外売上高構成比 74.0%)	
本社	長野県東御市滋野乙2182-3	
代表者	代表取締役会長 池田 明 代表取締役社長 小林 久之	
従業員数	連結：1,202名 / 単体：617名 *2014年3月末現在	
グループ会社 (計15社)	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 販売関連：9社 欧州 : ミマキEUROPE(オランダ)、ミマキドイツ 北米、中南米 : ミマキUSA、ミマキブラジル アジア・オセアニア : 上海御牧、ミマキインドネシア、ミマキシンガポール、ミマキオーストラリア、ミマキインド</li><li>・ 開発、製造関連：5社 国内 : (株)ミマキプレシジョン、(株)ウイズテック 中国 : 浙江御牧、平湖御牧 台湾 : 台湾御牧</li><li>・ プリントサービス関連：1社 国内 : (株)グラフィッククリエーション</li></ul>	
上場市場	東京証券取引所 JASDAQ市場 (スタンダード) / 証券コード 6638	
発行済株式総数	13,920,000株 (単元株 = 100株) *2014年3月末現在	

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。

## 本資料に関するお問合せ先

株式会社 **ミマキエンジニアリング**  
IR部

TEL 0268 (64) 2281

E-mail [mimaki-ir@mimaki.jp](mailto:mimaki-ir@mimaki.jp)

### 〔本資料お取扱い上のご注意〕

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。