

サーマル事業

2019年4月11日

株式会社リコー

IMS事業本部 事業本部長

塩川 恵一

成長戦略「リコー挑戦」

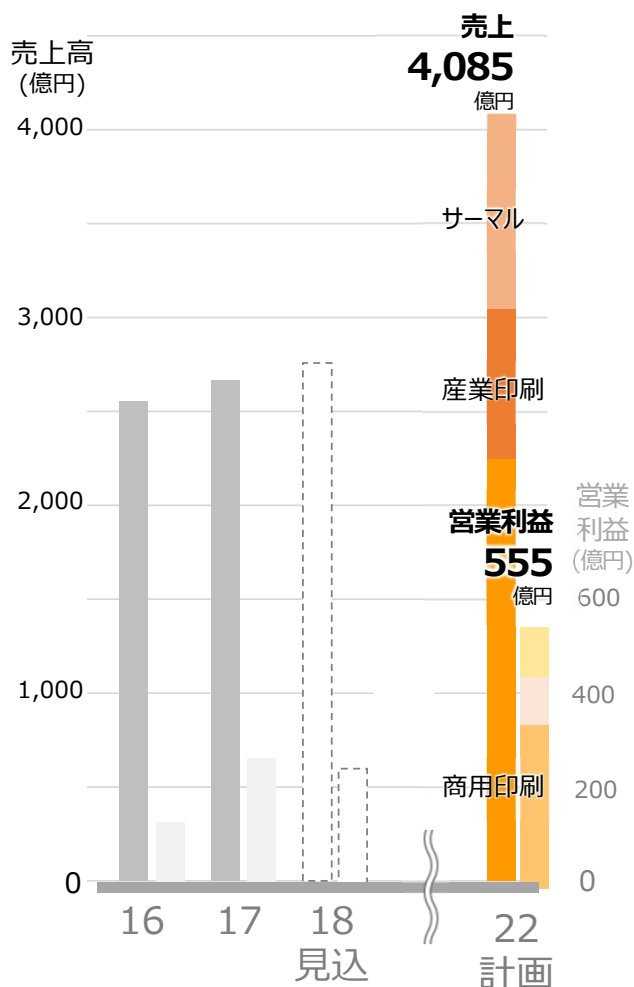


*AM: Additive Manufacturing

2022年度に向けた考え方

成長戦略
1

RICOH
imagine. change.



2022年度に向けた成長戦略 1 の考え方

商用印刷事業・サーマル事業の収益拡大と 積極投資による産業印刷事業の成長

商用印刷事業：基幹印刷、企業内印刷、商用印刷など、市場の様々なニーズに対応するソリューションを拡充し、お客様と印刷ビジネスを支え、お客様とともに成長を目指す

産業印刷事業：「デジタルマイクロファクトリーの実現」により、お客様の提供価値拡大と環境負荷軽減を両立し、新しい産業印刷の未来を切り開く

サーマル事業：既存事業で競争優位性を生かし、収益の最大化を図るとともに、新規事業の立ち上げにより事業拡大し、営業利益率10%以上を目指す

■ サーマル事業概要（商品概要）

サーマル事業

流通・物流・製造の現場で、個体を識別するバーコード等の可変情報を印字するメディア製品とシステムの提供

感熱紙

計量プリンターやバーコードプリンターで、可変情報を発色印字する感熱ラベル
【主な使用用途】



食品計量ラベル



物流配送ラベル



医療用リストバンド



チケット・宝くじ

熱転写リボン

バーコードプリンターで、紙やフィルムに可変情報を印字するインクリボン
【主な使用用途】



工程管理ラベル



衣料用ケアラベル



商品管理ラベル



日付印字

レーザーソリューション

リライタブルレーザーシステム

可変情報の印字と消去を繰り返し行うことができるシステム

【主な使用用途】



物流業の通い箱



工場間輸送トレイ



病院内患者別薬搬送トレイ

高速レーザープリンティングシステム

高速（最大5m/秒）でのオンデマンド印刷が可能なシステム

【主な使用用途】

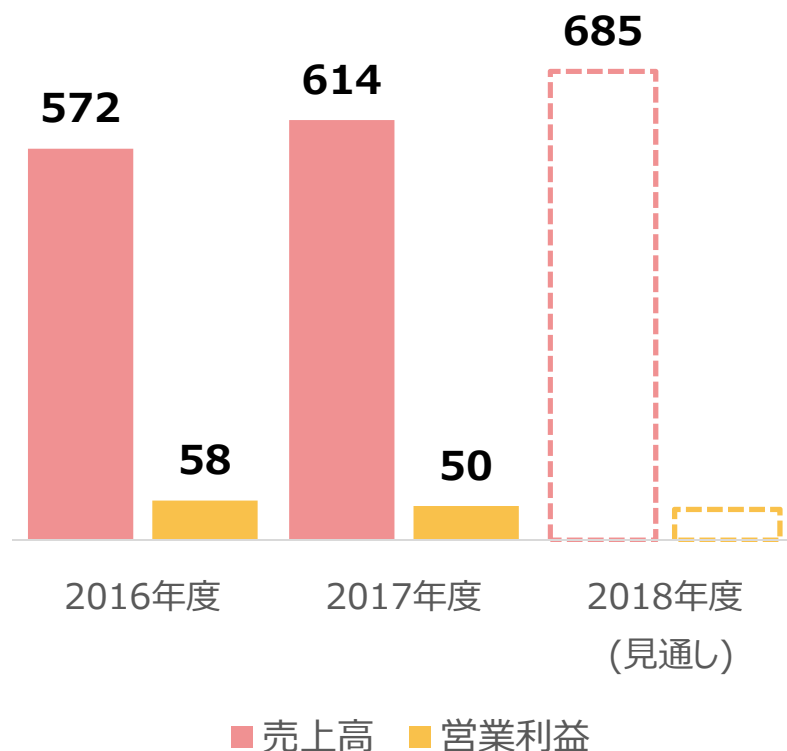


PETボトル飲料のカスタマイズドラベル
（ラベル搬送速度：3～5 m/秒）

■ サーマル事業概要 (業績推移)

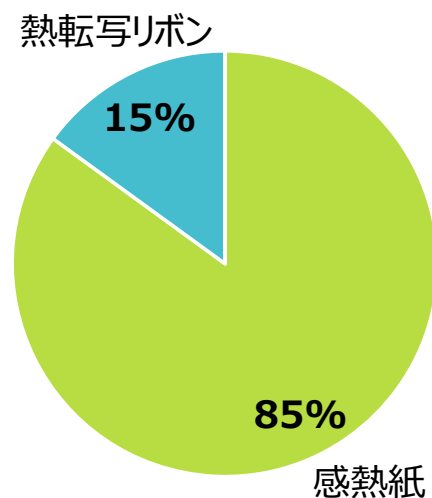
業績推移

(億円)



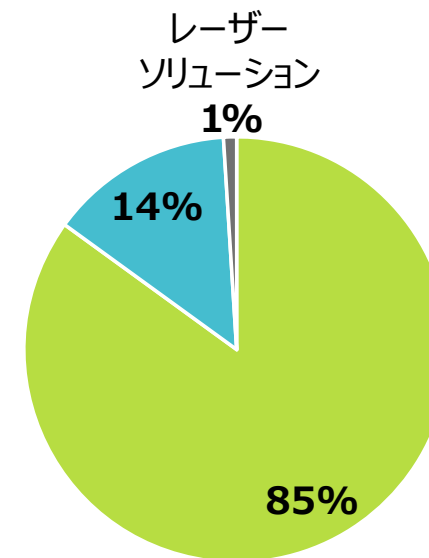
事業別 売上構成比

2016年度



572億円

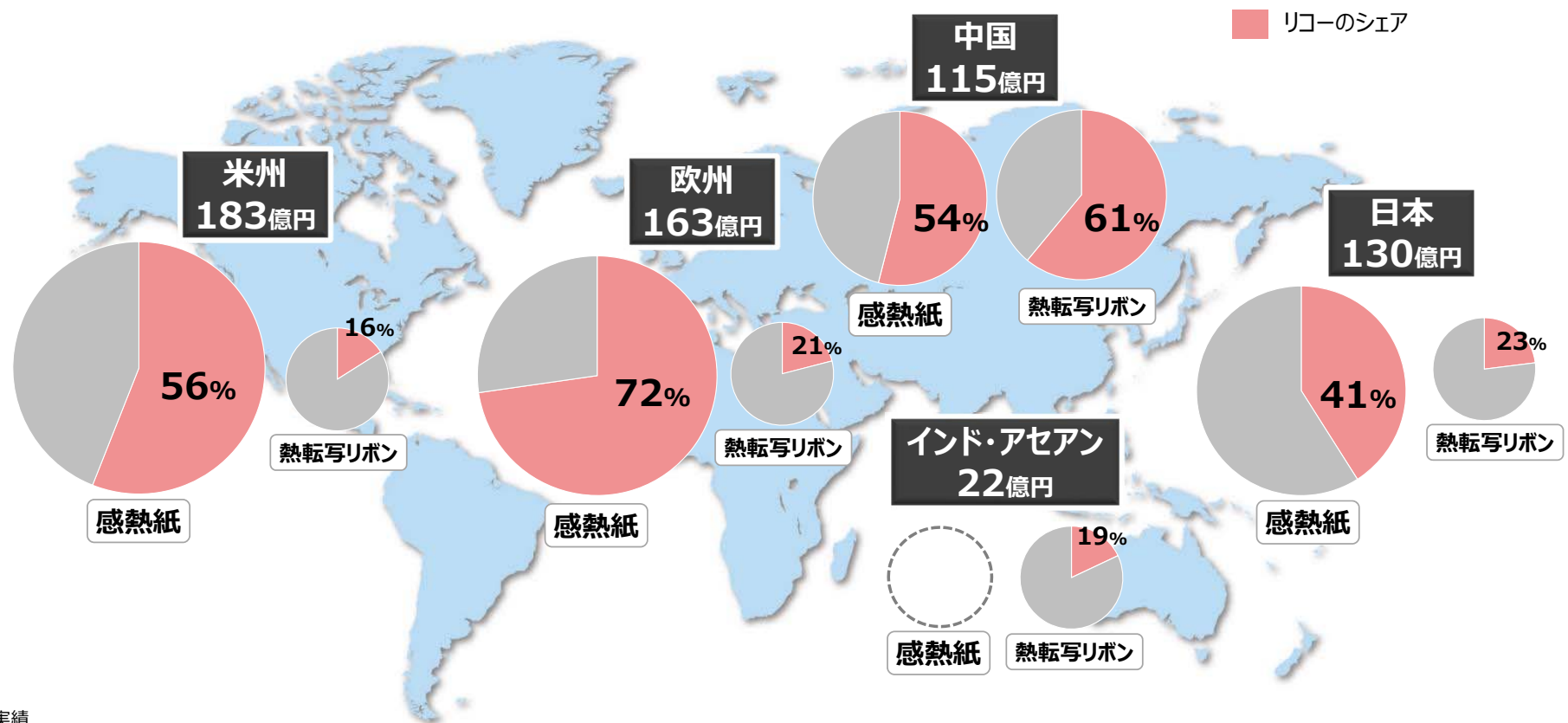
2018年度
(見通し)



685億円

■ マーケットシェア

全世界で感熱紙は約50%、熱転写リボンは約30%の高いシェアを獲得
感熱紙は主要4大市場、熱転写リボンは中国、インド、アセアンが主要市場



注： 2017年度実績
感熱紙：マーケットシェアはPOSレジ、FAX用途等を除く、弊社調べ
熱転写リボン：Waxグレード除く、弊社調べ

感熱紙



市場動向	主なお客様	リコーの強み	これまでの取り組みと成果
<ul style="list-style-type: none">● 全世界の感熱紙市場CAGR7%● eコマース市場の伸長により、物流配送ラベルの需要拡大● 食品計量ラベルの栄養情報、アレルギー情報記載量の増加	<ul style="list-style-type: none">● 物流業者や、物流機能を持つネット通販業者● スーパーマーケットなどの流通業者	<ul style="list-style-type: none">● 需要増に対応する生産供給体制<ul style="list-style-type: none">- 北米：2017年に粘着生産能力を2倍に増強- 中国：2018年に感熱紙生産能力を2倍に増強- 欧州：2020年に感熱紙生産能力を2倍に増強	<ul style="list-style-type: none">● 高精細で高耐熱な商品を開発、感熱ラベル市場を創造● 主要4大市場（日、米、欧、中）に企画、開発、生産、販売の全機能を設置● グローバルでトップシェア（約50%）を維持しながら売上を過去5年間で約1.5倍に増加

主要事業戦略	施策	KPI	業績の考え方
<ul style="list-style-type: none">● 主要4大市場（日、米、欧、中）における食品・eコマース市場での事業拡大	<ul style="list-style-type: none">● 食品・eコマース市場での需要増に応じ、生産供給体制強化による事業成長<ul style="list-style-type: none">- 北米：粘着生産能力増強（2017年）- 中国：感熱紙生産能力増強（2018年）- 欧州：感熱紙生産能力増強（2020年）	売上高 713億円 (2022年度)	<ul style="list-style-type: none">● 設定セグメントでの売上拡大による収益拡大<ul style="list-style-type: none">- 成長率：23% (2018年度比)

製品、技術の紹介：感熱紙

イノベーション

高精細

2次元コードの普及や
文字情報の増加により、
**高精細な画像、
文字の印字が
求められる**

リコー品



競合品



高耐熱

様々な環境条件での
使用による、
**熱、擦過等の
外部ストレスで
消えない画像**

電子レンジ 1900W50秒

リコー品



競合品



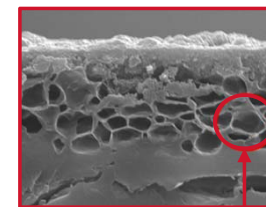
リコーの技術優位性

バルーン状で、クッション性のある下地にすることにより、サーマルヘッドとの密着性を高くし
高精細な印字を実現

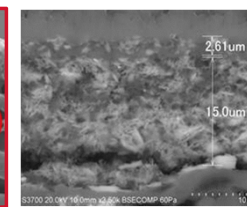
高中空フィラーの空気が断熱性を高め、印字エネルギーを逃がさず、
**高耐熱性を維持しつつ
高感度を実現**

【感熱紙 断面写真】

リコー品



競合品



フィラーが内部に約90%の空気を包括するバルーン状の構造

**高中空フィラーの活用による
印字エネルギー活用の高効率化**

熱転写リボン



市場動向	主なお客様	リコーの強み	これまでの取り組みと成果
<ul style="list-style-type: none">● 対象地域の熱転写リボン市場 CAGR 9%● 新興国の生産拠点化による需要拡大	<ul style="list-style-type: none">● 製造業者● 物流業者	<ul style="list-style-type: none">● インド、インドネシア、タイ、ベトナムの4拠点に生産・販売拠点を設置し、需要増に対応する体制	<ul style="list-style-type: none">● 高精細、高耐熱、耐溶剤性の高さと、用紙対応力を両立させた商品を開発● インド・アセアン地域で売上を過去5年間で約1.8倍に増加



主要事業戦略	施策	KPI	業績の考え方
<ul style="list-style-type: none">● 新興国市場での事業拡大 (インド・アセアン)	<ul style="list-style-type: none">● 工業生産の伸長著しいインド、インドネシア、タイ、ベトナムの各拠点でのシェア拡大による事業成長	売上高 122億円 (2022年度)	<ul style="list-style-type: none">● 対象国市場での売上拡大による事業拡大<ul style="list-style-type: none">- 成長率：18% (2018年度比)

製品、技術の紹介：熱転写リボン

イノベーション

高精細

2次元コードの普及や文字情報の増加により、
高精細な画像、文字の印字が求められる

用紙対応力

用途に応じた
様々な用紙に印字ができる

リコーの技術優位性

高精細



- 競合品は、インク層に切れ目がないため、どこで切れるか判らない
- リコー品は粒子と粒子の間でシャープに切れるため、高精細

用紙対応力



- 競合品は、粗い用紙との接着面積が小さいため、インクが定着しにくい
- リコー品は紙（粗い）からフィルム（高平滑）まで印字可能

レーザーソリューション



市場動向	主なお客様	リコーの強み	これまでの取り組みと成果
<ul style="list-style-type: none">● パーソナライゼーション(One to Oneマーケティング)の拡大● 法改正による義務表示事項の増加(食品アレルギー情報等)● リアルタイムな販売プロモーション/パッケージ のマスカスタマイゼーション拡大	<ul style="list-style-type: none">● 食品・日用品ブランドオーナー	<ul style="list-style-type: none">● レーザープリンティングユニットと専用発色メディアによる高速(5m/sec)での印字ソリューション	<ul style="list-style-type: none">● 高出力レーザー技術と発色材料技術を組み合わせた新ソリューション開発● 装置メーカーや包装機器メーカーとのパートナーシップによるブランドオーナーの開拓● プロトタイプ機完成



主要事業戦略	施策	KPI	業績の考え方
<ul style="list-style-type: none">● レーザーソリューションの顧客価値創造による事業貢献	<ul style="list-style-type: none">● 既存プレイヤー(装置メーカー・印刷コンバーター)とのパートナーシップによるグローバルでの早期市場創造と拡大	売上高 200億円 (2022年度)	<ul style="list-style-type: none">● 新規事業による事業拡大<ul style="list-style-type: none">- 成長率：∞

2022年度 目標

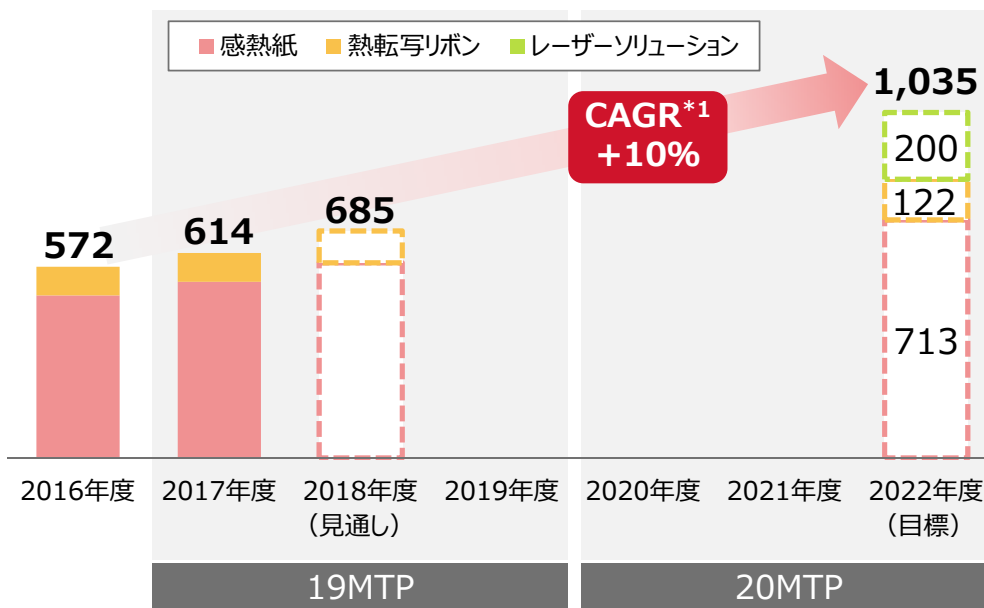
2022年度 目標値

売上高 **1,035億円**
営業利益 **105億円**

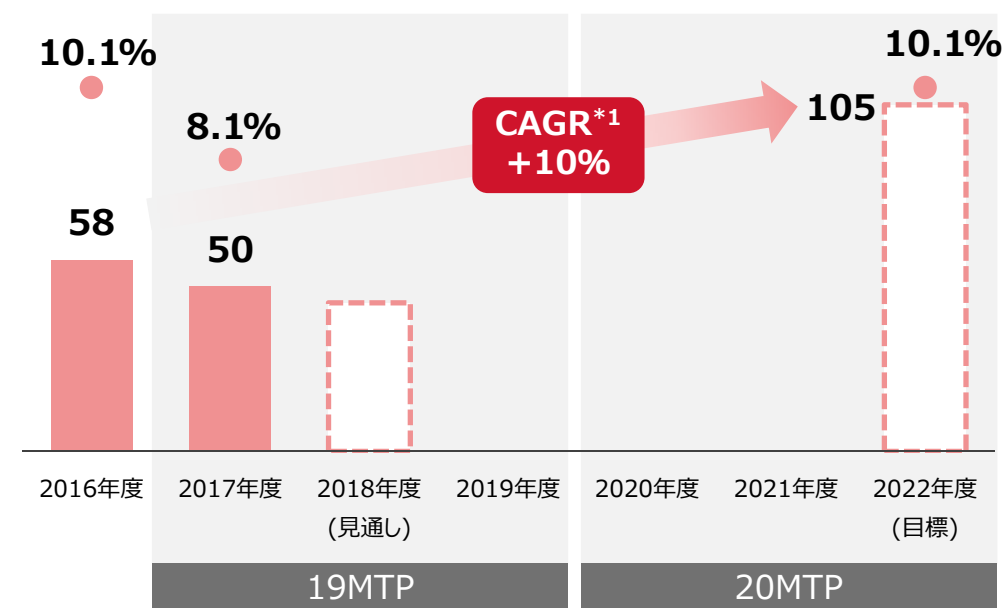
<主要戦略>

既存事業で競合優位性を生かし収益の最大化を図るとともに、新規事業の立ち上げにより事業拡大し、営業利益率10%以上を目指す

売上高 (億円)



営業利益 (億円) / 営業利益率 (%)



*1 : 2016年度から2022年度にかけての年平均成長率

RICOH

imagine. change.

■ 本資料に関するご留意事項

本資料に記載されている、リコー(以下、当社)現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。

従って、実際の業績はこれらと異なる結果となる場合がありますので、これら業績見通しにのみ全面的に依拠なされないようお願い致します。

実際の業績に影響を与える重要な要素には、 a) 当社の事業領域を取り巻く経済情勢、景気動向、 b) 為替レートの変動、 c) 当社の事業領域に関連して発生する急速な技術革新、 d) 激しい競争にさらされた市場の中で、顧客に受け入れられる製品・サービスを当社が設計・開発・生産し続ける能力、などが含まれます。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。(参照:「事業等のリスク」

<http://jp.ricoh.com/IR/risk.html>)

本資料に他の会社・機関等の名称が掲載されている場合といえども、これらの会社・機関等の利用を当社が推奨するものではありません。

本資料に掲載されている情報は、投資勧誘を目的にしたものではありません。
投資に関するご決定は、ご自身のご判断において行うようお願い致します。

● **2018年度見通しの数字は、第3四半期決算時点の見通しとなっております。**

● **本資料における年号の表記：4月から始まる会計年度の表記としております。**

(例) 2018年度 (FY2018) : 2018年4月から2019年3月までの会計年度