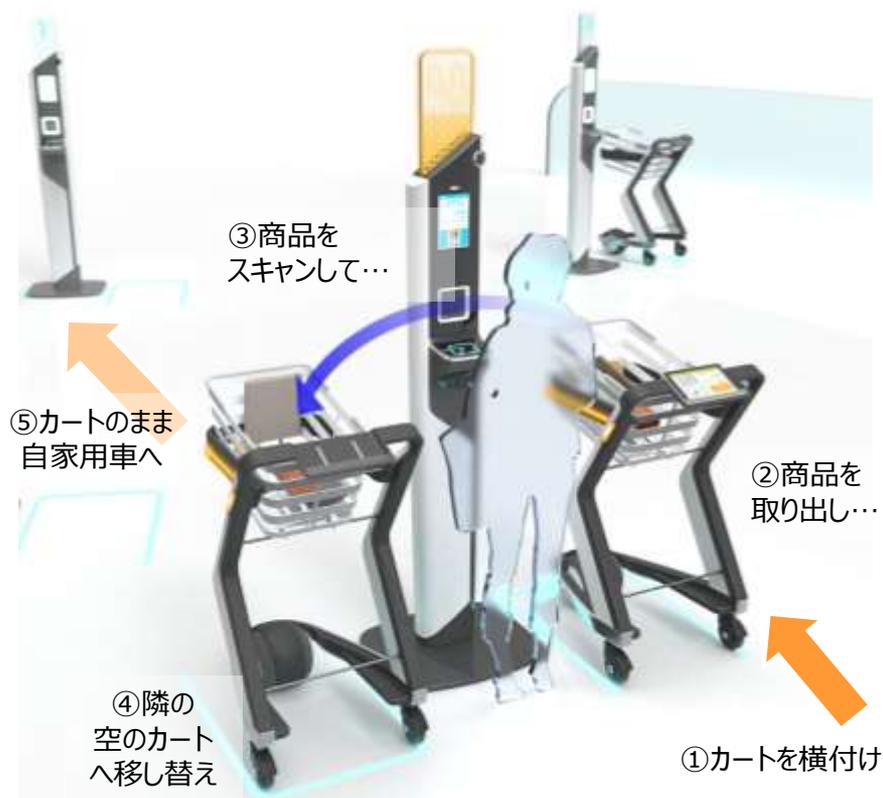


処理を優先した端末と複合サービスを取り込んだ接客端末ソリューションを提供

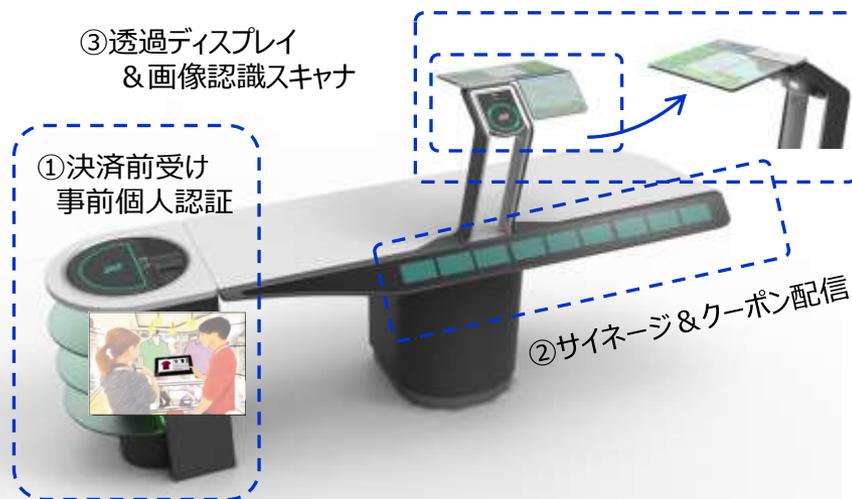
省スペース・スピードチェックアウト/省人化



接客サービスを可能にしたTablet POS

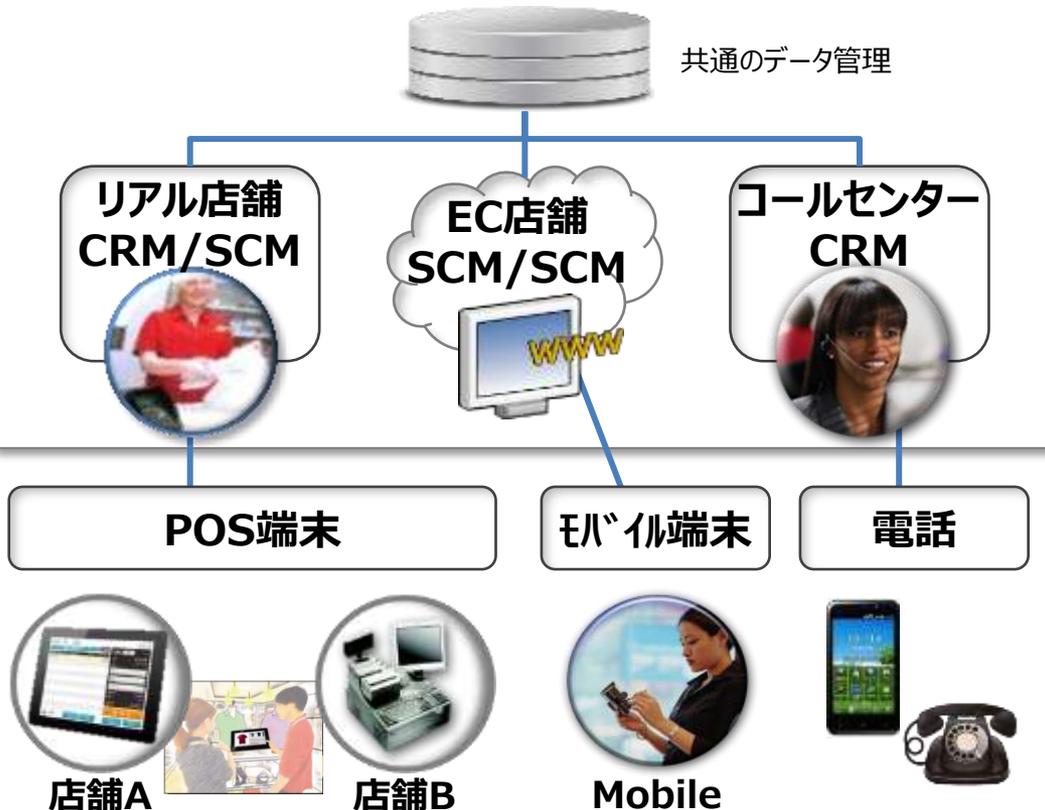


クーポン情報などを取得できる多機能POS



全ての流通・販売チャネルの統合により、シームレスな購買チャネルを実現
統合された顧客IDにより、One to Oneの顧客管理が可能

お店と顧客をOne to Oneでつなぐ
オムニチャネルソリューション



商品管理

商品マスタ管理

受注管理

在庫管理

出荷指示管理

MD分析

コンテンツ管理

売上管理

顧客・ポイント管理

会員管理

ポイント管理

分析業務

プロモーション

スマートシートプラットフォームをベースに様々な価値を提供

- 消費者 : パーソナライズされたお買いもの情報と利便性 (電子レシート、家計簿、電子チラシ、クーポン)
- 小売業 : One to One サービスによる消費者の困り込み、送客による集客増と売り上げ拡大
- 生産者/メーカー : 販売キャンペーン効果測定 (購買証明)、売れる商品開発



リテール顧客基盤No1の優位性を活用したデータ収集
購買行動データの収集・分析によるデータサービスの実現

① 収集

② 分析

③ ソリューションの提供

No1だからこそその
競争優位性

東芝Grのクラウド
分析基盤の活用

小売業、消費財メーカーへの
付加価値の提供



➤ 販売企画・商品企画などの
意思決定精度の向上

➤ データの連結・連携による
イノベーション創出等

➤ データ分析による
販売企画、イベント企画

➤ 新規ビジネスの創出

小売業との連携により購買行動を
把握する機器からの情報の収集

**TOGETHER
COMMERCE**

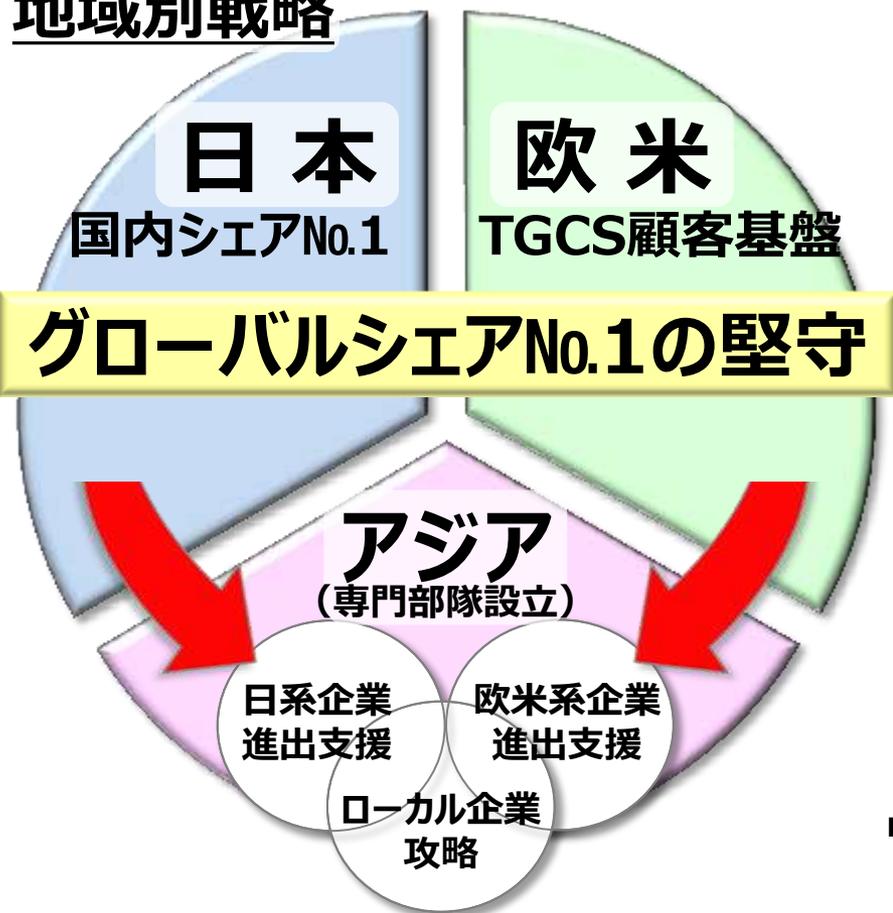
生産者から消費者までの統合型ソリューション (E2E)を提供

- ① トレーサビリティ管理、② 廃棄ロス削減ソリューション、③ 食の安心・安全ソリューション、等

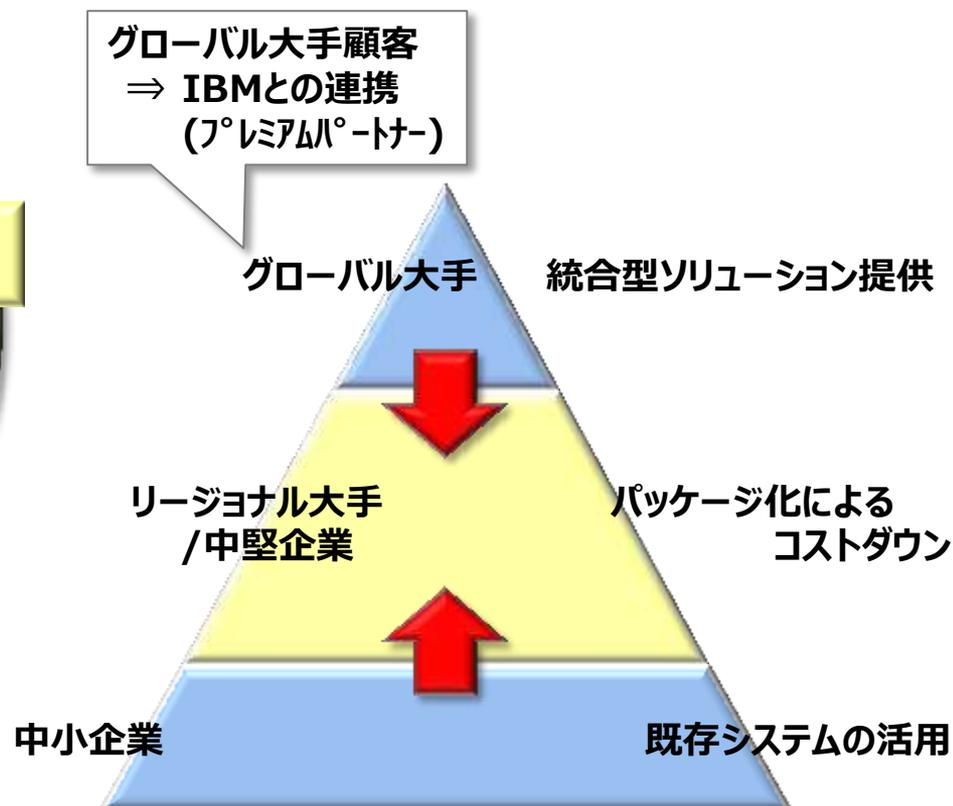


TGCSの基盤と国内のノウハウを活用した
新興国拡大及び、リージョナル大手/中堅向けソリューションの拡大

地域別戦略



顧客別戦略



1. 2013年度の振り返り

2. 中期経営計画

(1) メガトレンド&市場環境

(2) リテール事業

(3) プリンティング事業

(4) A I / I J 事業

(5) 投資計画

(6) 企業体質改革

3. CSRと環境経営の推進

4. 計数目標

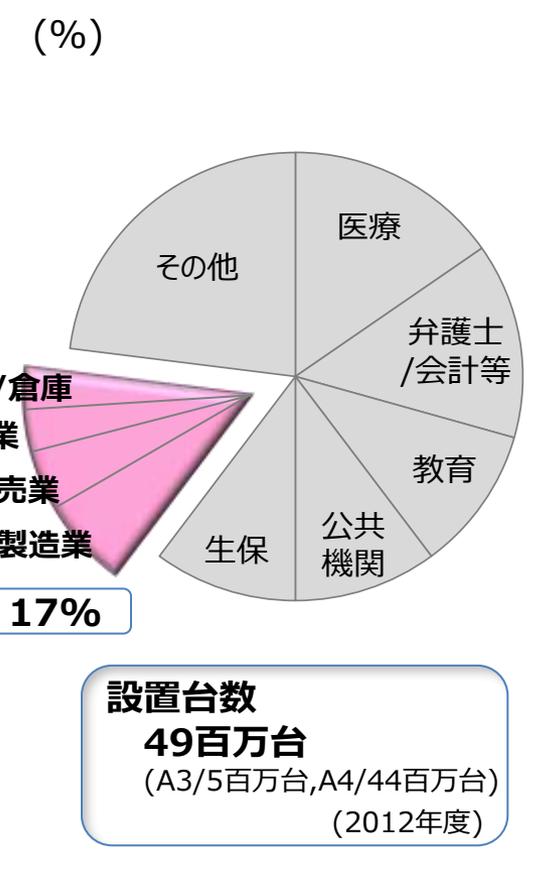
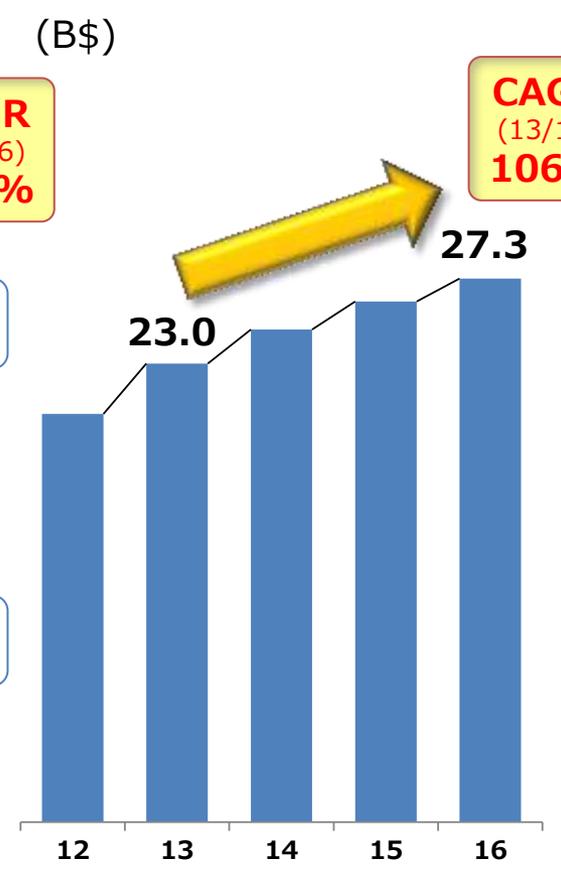
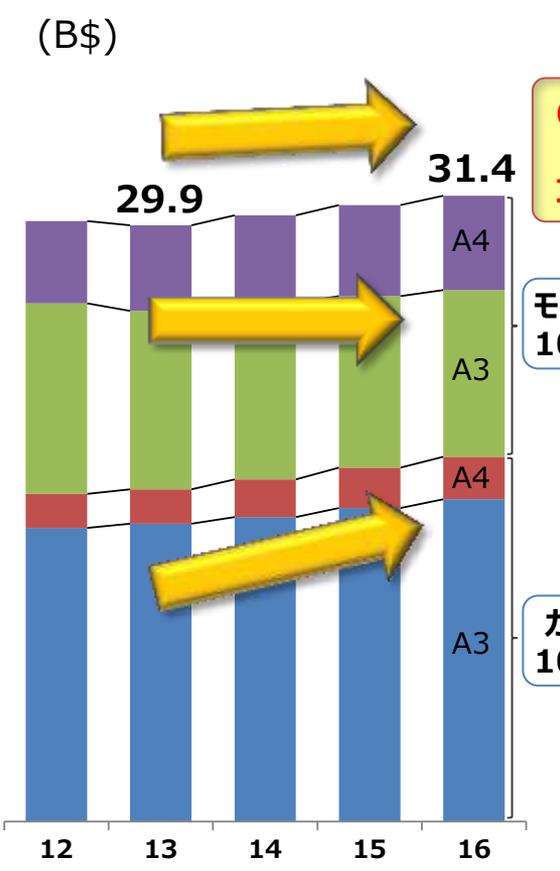
プリンティング 2-3-1. 市場の状況

- ◆ H/WはA3・A4ともカラーへの移行が進展 (カラー 103%、モノ 100%、全体 102%)
- ◆ MPSは大きく伸長、ソリューションの提案に拡大の機会 (106%)
- ◆ 狙いのバーティカル市場は米国での設置台数ベースで17%の規模

MFP本体(A3/A4) (金額)

MPS (金額)

[米国] 業種別設置台数



(出典:InfoTrend,Gartner,KeyResearchのデータをもとに当社推定)

既存顧客の維持とソリューションを中心とした差異化による事業領域拡大

<既存顧客の維持>

オフィス市場



- ・ 開発の効率化による商品力強化
- ・ ソリューションのローカライズ対応強化



<差異化による事業領域拡大>

【バーティカル展開】

リテール顧客基盤の最大活用

[小売業/物流業/製造業]

⇒ **セグメントNo.1**



【ソリューション拡大】

Loopsの活用

[電子化/ペーパーストックレス/CO₂削減]

⇒ **新たなエコソリューション**

eco スタイル

