

# 10月1日より TBグループに社名変更

## 環境・健康・観光の3市場でニッチトップ目指す

### 東和メックス

流通情報機器の開発、製造・販売を行う東和メックス株式会社（東証II部上場、資本金36億4900万円、本社・東京）は、10月1日付けで「株式会社TBグループ」に社名変更する。「今後10年は日本経済の時流（トレンド）を担うと見られる「環境」、「健康」、「観光」の「グッド3K市場」に向け、従来の枠にとらわれない新規商材の投入、新規販路の開拓を行い、それぞれの分野でニッチトップシェアの確保を目指す」と語る村田三郎会長（写真）に、社名変更にかかる思い、今後の事業展開などについて聞いた。（小林茂）

### 共創と協業はかり 新規販路の開拓へ

#### TBの2文字に思いを込め

——まずは、社名変更の理由から  
「目的は、東日本大震災の国難（ピンチ）を契機として、『存続』と『発展』のシナリオを企業単体経営からグループ経営に形態を転換して、ピンチをチャンスにすることにある。当社の社是は、『喜んでもらう喜び、己も喜びたい』だが、この社是の具現化に向け、事業領域として「環境」、「健康」、「観光」の「グッド3K市場」をターゲットとし、グループ各社の持つ経営資源を総合的に活用、さらに新規事業に於ける経営パートナーと『共創』と『協業』を図り、従来の枠にとらわれない新規商材、新規販路の開拓などを進めグループ企業としての成長を図っていく。社名変更はこうした決意を明確にするために行った」

——新社名の由来は  
「『TB』の2文字にさまざまな思いを込めた。第一には今後の成長・発展の原動力として「トレンディビジネス」を目指すこと。グッド3K市場がその対象で、この分野でニッチトップシェアをとれるビジネス展開を図りたい。第二にはグループ経営を通じて「トータルワンストップビジネス」を行い、メーカーからソリューションビジネスへ業態を拡大、ワンストップで顧客満足度の高い経営を実践、利益を継続的に増進すること。第三は、グループ経営の一環として「東和グループおよびビッグサンズグループの経営協業」を軸として展開することにある」  
——今後の具体的事業戦略を  
「『LED照明&ECO事業』『デジタルサイネージ（電子屋外広告）表示機事業』『SA&電子マネー・IC

#### 村田三郎会長に聞く



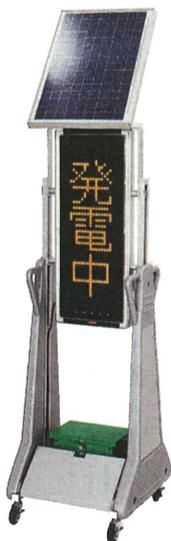
カード事業』の3大事業に取り組む。LED照明&ECO事業では、急速に市場拡大するLED照明およびソーラー・バッテリー等の組み合わせによる『ゼロ電』商材とLED中小型表示機分野が主力商品システムとなる。およそ20年前、普及率ゼロの状況からスタートしたLED表示機は、いまや累計で20万台を販売、特に中小型表示機ではトップシェアを続けており、今後もこれを拡大する。デジタルサイネージ

表示機事業では、ユーザーニーズに対応した高機能機器の開発およびコンテンツ制作、情報配信事業に取り組み、屋外デジタルサイネージのトップシェアの拡大を目指す。またSA&電子マネー・ICカード事業では、次世代の店の財布といわれる電子マネー分野でレジスターサイネージの開発を進め電子レジスター、POSシステムに次ぐ「第3のレジスター革命」にチャレンジする」

### デジタルサイネージと合わせLED照明も主力事業に

——LED表示機分野で、「節電」に向けた注目の商品を発売した

「7月4日に発売した店舗用では業界初の表示機『ゼロデン』＝写真＝がそれだ。発電用のソーラーパネルと蓄電用のバッテリーを組み合わせた文字通り電気を使わず自然エネルギーによる省エネ型LED看板。日照ゼロでも4日間はバッテリーで稼動する。東日本大震災による東京電力福島第一原子力発電所の事故を契機に、電力総量規制などで看板に対する節電要請が全国的に広がるなかで、節電営業の切り札としてこれまで



発売した表示機のリプレース需要や新規需要もあり出足は好調だ。初年度5000台を目指す」

#### LED工房を全国展開へ

——LED照明は今後の主力事業となりつつある  
「デジタルサイネージと合わせて成長戦略商品に位置付けており、本年度はこの両部門に経営資源を集中する。このうちLED照明は、数年後には2～3兆円の市場規模が予測されている。当社はこの分野では、LED専門メーカーの強味を生かし、他社との差別化を商品、市場、販売手法で図っていく。本年1月に住友化学およびNTTインテリジェント企画開発と事業提携、目に優しい高効率のLED導光板照明器具を5月に発売した。直管式LEDライト等については、安藤忠雄先生主唱の震災孤児支援「桃柿育英会」へ協賛し、支援資金にするなど、東日本大震災の復興需要にも積極的に対応したい。またこの販売拠点として年内

に『LED工房』を全国的につくり、この下に特約店や代理店など全国的規模チェーン構築を目指す」

#### 拡大続けるデジタルサイネージ

——デジタルサイネージへの取り組みは  
「2009年に国内で初めて屋外対応型デジタルサイネージ『BRID』を発売して大ヒット、以来、昨年7月にはその第2弾として『BRIDII』＝写真＝を、さらに本年2月にはタワー型のLEDデジタルサイネージ『Tower Gate』を発売した。いずれも好評で、今年4～6月期のデジタルサイネージ全体の売上高は前年同期比112%の伸びを示した。ヒットの要因は、液晶とLEDの組み合わせにある。LEDの光で遠方から強力にアイキャッチして集客、液晶の精細な映像と音声でPRを行い抜群の訴求効果を発揮する。調査会社などの資料によるとデジタルサイネージは将来的に1兆円の市場規模が見込まれており、当社

は主力の料飲食店および医療、健康、サービス業界を中心にシェア拡大を図っていく考えだ」

——最後にビッグサンズとの経営協業の狙いや具体的展開について

「ビッグサンズグループ企業で増収増益中の株式会社ホスピタルネット（資本金5億4900万円、本社・大阪）をTBグループの持分法適用会社に入れ、グループの経営体力の健全性および成長シナリオの具現化を行う。今後の成長を担うLED照明やデジタルサイネージ分野でホスピタルネットが持つ販売網を活用、病院やホテルへなどのトップシェアを目指す。また、SA&電子マネー・ICカード分野ではグループ企業のトータルテクノ株式会社との協業を深め、R&Dをスピードアップする」

