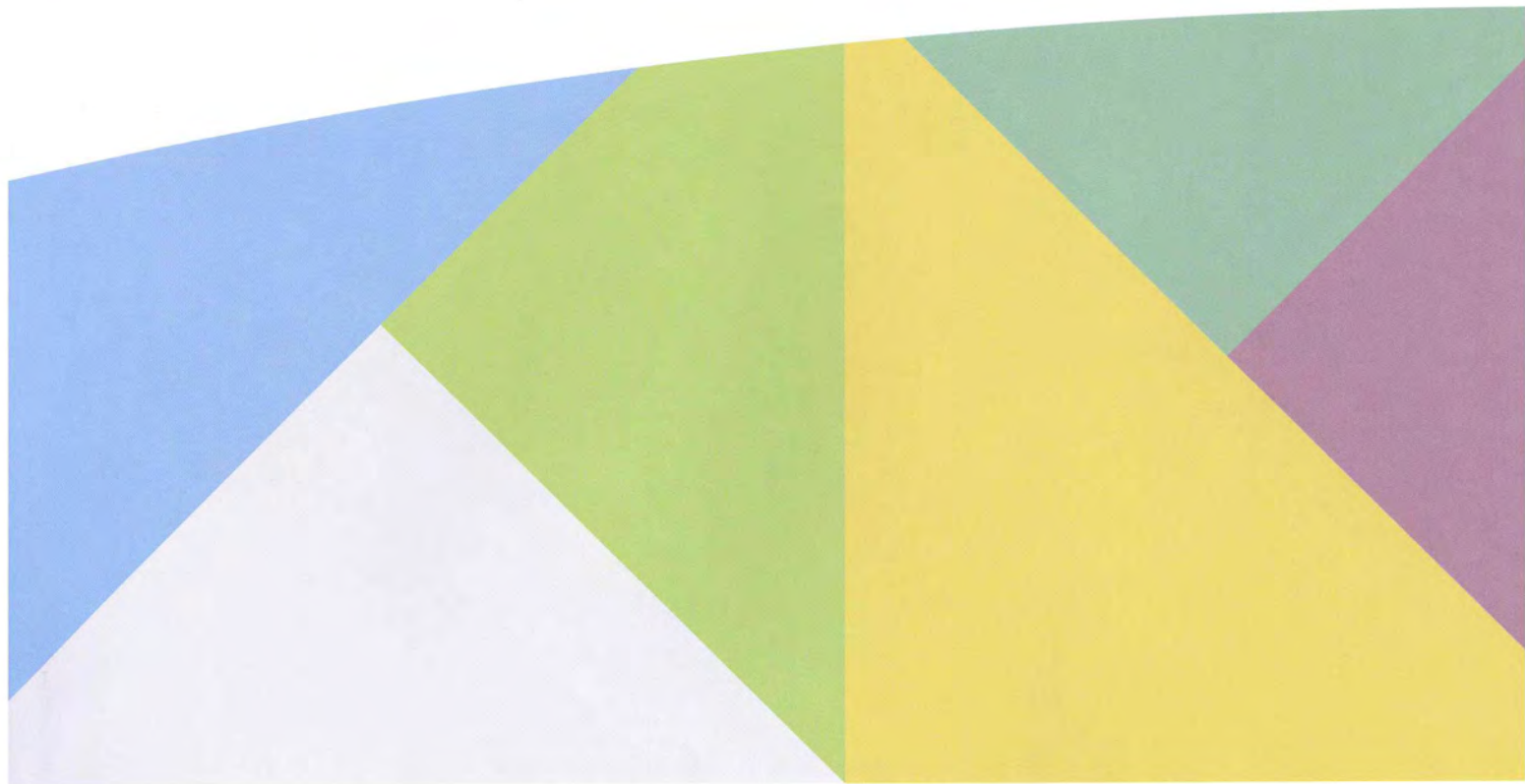


TOSHIBA



「君が、未来に挑む。」



東芝テック株式会社



受付
20.3.02
キヨ/センター

E

「君が、未来に挑む。」

社会人にとっての目標

それは、前人未到の大地の只中へ、
自ら想像の旗を立てることに似ている

共に歩む仲間、待ち受ける困難、乗り越えた喜び、
そして目標にたどり着いた時に見える景色

その道程をイメージしながら、一步を踏み出す勇気
それを持たせた瞬間に未来が広がる

さあ、我々と共に未来を創ろう

未来に挑めるのは、
他の誰でもない君だ



Prologue

日々技術革新がめざましい買い物シーン。よりはやく、より快適に買い物ができるように各社がしのぎを削る中、RFIDタグの一括読み取り可能なセルフレジ構想が持ち上がった。若手が牽引し、全社を動かしたそのプロジェクトストーリーを追った。

Chapter 1 国内初のRFIDセルフレジ導入。 誰も見たことがないモノへの挑戦

老若男女から絶大な人気を誇る大手アパレルメーカーの若者向けブランドA社。東芝テックに打診があったのは、商品につけられたRFIDタグを一気に読み取ることができるセルフレジという構想であった。東芝テックはアパレルにRFIDを導入した国内初のベンダーであり、量販店へのセルフレジ導入でも長年にわたり知見を積み重ねていた。東芝テックの強みと経験が活かせる分野といえるだろう。このプロジェクトを営業担当として牽引したのが小谷である。実現すれば日本初となるこれまでに例のない技術であり、社内でも徹底した情報統制が敷かれることになった。関連した部署は10以上、30~40名の社員がメンバーに加わったが、その中ですら初めは詳細を明かさなかったという。「ここまでの規模での取り組みは、なかなかないことです」と、小谷は当時を振り返る。A社の要望は非常に高く、納期はあまりに短い。導入は容易ではなかった。かくして部署をまたいで東奔西走する小谷たちの闘いが始まった。



Chapter 2 コスト、技術、納期という制限の中で 最良のモノをつくる難しさ

RFID技術は東芝テックのコア技術である。10年ほど前から注目を集めていたが、現在でも継続して取り組んでいる会社はさほど多くない。コストがかかることに加え、電波というコントロールしにくいものを使用して情報を読むため、技術的に困難を伴うからだ。さらにラメや金属がついた商品だと、電波が反射されて読めなくなってしまうといった課題もある。小谷はまさに、顧客の高い要求と技術の板挟み状態となった。「もっと小さく、もっとスタイリッシュに。形にするたびに新しい要望をいただきました。当社としても、技術と質を高めながらそれに応えて最良の結果を出していくわけですが、それでも現在のRFID技術の限界もあります。部署ごとに役割があり、それぞれ判断基準も異なる。それらを全て調整し、実現に導くのは不可能ではないか」と。

努力に正解はない。もっと時間があれば、予算があればと歯噛みをしながら、小谷は実現できるギリギリまで顧客と各部署の調整をはかり、力を尽くした。何十人も関係者がいる中で最も若い彼の熱量は、会社を動かすことになる。「ノウハウや知識を問えば、部署の垣根を越えて直接レクチャーを受けられる。若手でも熱意があり、発言すれば議論できる社内環境がありました。それがあったからこそ、ベストパフォーマンスを出せたのだらうと考えています」と小谷は語る。かくして国内初のRFIDセルフレジは導入され、いよいよ運用が開始された。

これまでにないものをつくる。 社内でもトップシークレットだった 国内初のRFIDセルフレジ導入

大手アパレルメーカーへのセルフレジ導入展開プロジェクト

リテール・ソリューション事業本部
東京支社 専門店システム第二営業部 第一課
小谷 健太

*所属は取材当時

Chapter 3 生み出したものが店頭を変えていく、 そして社内での評価も変わっていく

「なにこれー!」「早い!」店頭でセルフレジを使った学生たちが歓声を上げるのを目の当たりにし、小谷は新鮮な驚きに満たされた。「普段は法人のお客様とのやりとりがほとんどですから、消費者の方々が純粹にびっくりしてくれている姿や、ポジティブなアクションをあまり目にすることはありません。達成感がありましてし、感慨深かったですね」と、小谷は当時を振り返る。話題はすぐに広まり、SNS上でも「あれはどうなっているのだろう?」「お会計が早いし、すごく便利」などの文字が躍った。営業担当としての毎日にも変化が訪れた。全く知らない部署や、支社の従業員から「君がA社の仕事を担当した小谷君か!」「名前は聞いていたよ」と声をかけられることが増えた。顧客の期待を実現するために駆けずり回る日々、そして社運を賭けたビッグプロジェクトを経て、小谷の名前は社内に知れわたっていたのである。「どんなに難しくても、あきらめるつもりは毛頭ありませんでした。顧客の要望に応えたいという思いはもちろん、これを機に、A社グループ全体を当社のお客様として関係を築き上げたい、その最大のチャンスが訪れた、という気持ちでした」そうした熱意が、部署の垣根を越えて伝わったのだろう。プロジェクトの始動から実に足かけ4年を経ての大きな成果だった。

Chapter 4 ベストパフォーマンスは「終わり」ではない。 買い物シーンは、もっと楽しくしていける

小谷は、このRFIDセルフレジをさらに広げていきたい、ゆくゆくは海外展開も視野に入れて提案を行っていきたく、氣勢を上げる。そして、今回納品した製品が現時点でのベストパフォーマンスであると、ことわりを入れたうえで「もっと上がある」と断言する。「近い将来、買い物シーンはもっと革新的になっていく。たとえば、買い物客は商品を選ぶだけで、気が付いたらお会計が終わっているといった未来も、もう目の前に来ていると思います。そういったものの実現に貢献できたら、という思いはあります」今も顧客の声を丁寧に聴きながら、視線は常に未来のまだ見ぬものを見据えている。小谷たちの挑戦に終わりはない。

Epilogue

RFIDセルフレジ導入後の反響は、学生たちの歓声にとどまらない。会計にかかる時間の短縮ができるためレジ待ちの列も短くなり、中国語、韓国語、英語の案内もなされることから、訪日外国人客にも安心して買い物を楽しんでもらえる場にもなっている。

RFIDセルフレジ

ープロジェクトマネージャー兼システムエンジニアの立場からー

小谷とは、いまや社内が一番長い時間をともに過ごしています。本プロジェクトは会社の上層部を動かす必要もあり、さまざまな部署が連携して取り組む難しさがありました。ただ、小谷は粘り強く働きかけ、誰よりもスピーディーに動き、流れを定まらなかった。その努力がプロジェクトを成功に導いたのだと思います。製品が完成した今、満足感よりも自分たちが「追われる側」になったプレッシャーのほうが強いんですね。現状に甘んじることなく新しいことを考えていかないと、他社はどんどん追いついてきます。継続して使っていただくために、さらに進化していかなければいけないと考えています。

リテール・ソリューション事業本部
東京支社 システム技術第一部 システム技術第三担当
菊川 肇



もっと役立つ電子マネーへ 挑戦から生まれた 新しいサクセスストーリー

大手スーパーにおける自社クレジットカード・電子マネー導入プロジェクト

リテール・ソリューション事業本部
東京支社 システム技術第二部
システム技術第二担当
中井 祐太

*所属は取材当時

Prologue

駅やスーパー、ネットショッピング。電子マネーは、もはや生活の中に深く浸透してきている。そんな中、大手企業には、既存の電子マネープラットフォームを流用するのではなく、独自の電子マネーを発行し、顧客に新たな利便性を提供しようとする動きも増えてきた。今回の事例は、既存のPOSシステムと自社発行の電子マネーをシームレスに統合する環境の構築を通して、お客様とともにビジネスの可能性を広げたストーリーである。

Chapter 1 自社発行の電子マネー導入 失敗の許されない重要ミッションに挑む

首都圏と近畿圏を中心として日本全国に250店舗以上を展開。誰もが知る大手スーパーであるA社のPOSシステムの構築と維持管理を、東芝テックは2000年より担当している。そのA社で2015年、新たなプロジェクトが立ち上がった。A社独自のクレジットカードおよび電子マネーの導入が決まったのだ。

電子マネーの登場から十数年。その普及は進み、年間の決済件数で40億件以上、決済金額では4兆円以上に達しているとされる(総務省・平成27年版情報通信白書より)。その利便性の高さは多くが認めるところだが、中でも自社発行の電子マネーは、顧客のロイヤリティを高めるとともに、購入情報に基づいた顧客行動の分析も容易になるため、マーケティングツールとしても非常に価値あるものとなっている。売上高8,000億円というさらなる高みをめざすA社にとって、絶対に失敗の許されない重要な案件と言えた。そして、長年A社のPOSシステムを担当させていただいた実績への評価から、東芝テックもプロジェクトの一翼を担えることとなったのである。

Chapter 2 複数の関係企業の仕様を取りまとめ、 プロジェクトを推進

本プロジェクトは東芝テックにとっても重要な案件と言えた。規模の大きさに加え、スケジュールや技術面での困難も予想されたからだ。既存のプラットフォームを流用した電子マネーではなく、A社が独自発行した電子マネーをPOSシステムに統合するには、クリアすべき様々なハードルがある。「長くお取引させていただいていることもあり、A社には東芝テックを応援してくださる社員がたくさんいらっしゃいます。その期待に応えたいと思いました。」話を最初に受けたA社担当営業の木村は語る。

その思いはプロジェクトリーダーとして本件を率いるSE(システムエンジニア)の中井にもしっかりと引き継がれた。SEは営業と連携しつつ技術面でお客様との窓口になる存在。中井はA社と東芝テック間だけではなく、クレジットカード会社、電子マネー用のサーバー管理会社など関係する多くの企業の取りまとめに奔走した。「プロジェクト管理という面では一番苦労した仕事でした。」と中井は語る。



Chapter 3 時間の壁、品質の壁、お客様と チームとなって困難を乗り越える

A社のPOSシステムは、現場での使い勝手などを考慮し高度にカスタマイズされている。一見は「商品をレジ打ちし、会計をする」という一般的なPOSだが、その仕様はもはや別物といえる程のものだ。こういったシステムに電子マネーの決済機能を融合する場合、思わぬ箇所で不具合が発生することも珍しくない。それを未然に防ぐための検証作業は、非常に重要な工程であるが故に作業量が増え、期間も長期になりがちだ。加えて、今回の案件はレジ操作や画面文字のカスタマイズなどが多岐にわたっているにもかかわらず、納期は通常よりも短い。試行錯誤の末ようやくシステムが完成し、お客様の現場に持ち込んでの検証となったが、ここでさらに問題が発生した。要件についてお客様との微妙な認識の差や、要件通りではあるが実際の運用にはそぐわない部分が発生したのだ。もはや、後戻りはできない時期。中井は静岡県大仁の開発部署へ赴き、自ら検証に関わって納期の短縮を図った。また対応可能な開発案をお客様に提示し納得いただけるように努めた。これらの作業は深夜まで続くこともあったが、幸いA社の担当者様からも積極的なサポートが得られ、ともに力をあわせて課題をクリアすることができた。「東芝テックや自分個人が頑張っているのではなく、お客様と協力しチームとして課題にあたることができたので、スケジュールの壁を越えられたのだと思います。」中井はそう語る。

Epilogue

2016年7月、A社の自社電子マネーのシステムがリリースされ、同年9月には全店舗での導入が完了した。プロジェクトがスタートして、1年と5か月が経とうとしていた。

導入後の消費者からの評価も上々で、自社クレジットカード、自社電子マネーともに、会員数は着実に増加している。

現在は、他社との差別化を行うべく、買い物によるお客様へのさらなる特典を提供できる仕組みを構築し、顧客の困り込み戦略を検討中だと言う。

購買行動の分析など、マーケティングデータの蓄積による効果も今後予想され、A社にとって新POSシステムはさらなる成長のための大きな武器となりつつあるようだ。

電子マネープロジェクト

— 営業の立場から —

中井と私は歳も近く、普段から仲が良いのですが、今回が本格的に一緒に仕事をする初めてのケースとなりました。東芝テックとしてもお付き合いの長い大切なお客様でしかもその重要案件ですから、相当なプレッシャーがあったと思いますが、中井は他社の取りまとめを含めて、コミュニケーションをとりながらきちんとコントロールしていました。ほんとうに頼りになりましたよ。

私自身、営業としては、普段からお客様と密に接触して事例やニュースなどを細かく提供するようにしています。ほんの小さなことでもお客様に何かを感じていただき、そこから新しいニーズが生まれるかもしれません。そうやって収集したニーズが多少厳しくても、まずはいったん受け止めて、なんとか実現する方法を工夫するのが東芝テックのスタイル。SEには大変かもしれませんが、お客様にとっては「頼りになる」という評価につながります。その意味でも今回の中井にはほんとうに感謝しています。

Chapter 4 経験を磨き、知識を磨き、 さらに世の中に役立つシステムへ

自社発行の電子マネーを既存POSに取り込むためのシステム構築は、じつは東芝テックにとっても経験の少ない分野でもあった。しかし、既存の電子マネープラットフォームが決済機能に特化しているのに対し、自社発行の電子マネーには決済機能に加えて様々なデータをマーケティングに活用できるといった利点もある。今回の経験でシステムを考える際に気を付ける点、考えるべき点が身につく、大きな自信になったと中井は言う。「今後、同様の自社カード案件はますます増えていくはずなので、今回の経験を踏まえて一歩先を見た提案ができるようになれば」と語る。

「東芝テックは、外部の研修などへ積極的に参加させてくれるので、SEとして着実に知識を向上させることができます。そんな環境を活かして、お客様に信頼されるSEへ成長し、いつかはプロジェクトマネージャーを経験できるようなスキルを身に付けて活躍したいと思っています。」中井はそう語ると穏やかに微笑んだ。

リテール・ソリューション事業本部
東京支社 量販店システム第二営業部
量販店システム第一担当
木村 努





Prologue

書類の電子化やタブレットの活用などのペーパーレス化が進んでも、なお大量の文書が紙というかたちで交わされるオフィス。そうしたなか、2012年に東芝テックが開発した複合機Loopsは各界で大きな話題を呼んだ。注目を集めたのは、一度印刷した用紙の文字を消色して再利用することでコストと環境の負荷を抑えるという世界初の技術である。2017年、「消す印刷」に加え、従来型の「消さない印刷」の機能も1台に統合し、利便性を高めたモデルも登場。この新しいLoopsにも連携できる「用紙削減効果見える化ツール」のソフトウェア開発に携わった段に話を聞いた。

Chapter 1 世界初の製品に携わる。技術者としてのスタートライン

理系の大学で学び、ものづくり業界を志望していた段が今回のプロジェクトに参加したのは、新卒として東芝テックに入社してすぐのことだった。世界初の技術が採用されたLoopsは官公庁や企業を中心に広く導入されており、開発には数十名ものメンバーが携わっている。ただ、多くのメンバーが他業務を兼務しており、少数精鋭の様相を呈していた。

段も、別のプロジェクトに関わりながら、Loopsの「見える化ツール」の仕様決めや総合試験を行うという形で開発に携わるようになり、MFP本体についても勉強を進めていった。複合機の機能は、印刷のほか、コピーやファックスなど多岐にわたる。さまざまな設定を試しながら、製品そのものを理解していくこととなる。技術者として「つくる」、初めて体験であった。



Chapter 2 苦しいけれど、軸はブレさせない。ゼロからものをつくる難しさ

初代Loops以降、導入先企業や社内の営業担当からは「用紙削減効果を手軽に見たい」という声が上がっていた。Loopsで何枚再利用され、どのくらいの削減効果があったのか。導入先企業にとってはコスト削減の指標になり、営業担当にとってはセールスにおいて大きなカギとなる。そこで見える化できるソフトウェアを作ろうという構想が持ち上がったのだ。

ただ、単純に「見える化」といっても、ふたを開けてみれば複雑な問題が顕在化した。何を「削減」と定義するのか。段はチームのメンバーと考える限りの要素を話し合った。消色した枚数、削減できたと考えられる金額やCO₂。

導入先は日本だけではない。国が違えばCO₂の基準値も異なり、単純計算で出すことはできない。数字を日ごとに見せるか、月ごとに見せるか。表示は数字か、それともグラフにするのか。考えれば考えるほど盛り込みたい要素は増えるが、技術や時間には制限がある。「あれも入れたい、これも入れたい。でも、複雑になると使う人がわかりにくくなってしまふ。正直なところ、苦しかったです」と段は語る。幾度も議論を重ねる中「操作や表示がシンプルであること」と軸を決め、完成形を目指した。

「わかりやすさ」をかたちに—— 世界初の製品に触れながら、 ものづくりの醍醐味を感じる日々

世界初のペーパーリユースシステムLoopsと連携できる「用紙削減効果見える化ツール」開発プロジェクト

プリンティング・ソリューション事業本部
技術統括部 ソリューション第二技術部 MFP連携ソリューション設計担当
段 可奈子

*所属は取材当時

Chapter 3 完成品に寄せられた賞賛の言葉に「これが開発の仕事の喜びなのだ」と実感

このソフトウェア導入以前は、数値の収集・入力作業が人の手を煩わせていた。それがボタンひとつで完了し、綺麗なグラフとなって表れることで、多くの人に喜んでいただくことができた。特に、このソフトウェアに真っ先に反応したのは、営業や海外現地法人の担当者だった。「はっきり数字に出るのがいいね」「ウェルダン！」と賞賛の言葉をもらえたとき、段は「これが開発という仕事の喜びなんだ」と強く実感した。世界初の機器に搭載される新しいソフトウェアを、ゼロから生み出すこと。「入社したばかりだったので、開発者目線で設計を考えるだけでなく、利用者目線でユーザビリティを考えられたことも大きかった」と語る段。単純思考に陥ることなく、自身の目でものづくりにとことん向き合う姿勢を、意志に満ちた強い視線が物語っていた。

Epilogue

環境(Ecology)に貢献し、紙を減らすことで経済的(Economy)であり、白黒印刷機能も搭載して効率的(Efficiency)になったハイブリッドLoops。東芝テックはエコ・プリンティングの分野で先陣をきり、今後のさらなる開発に意欲を見せている。

Chapter 4 「これからの複合機」に思いを馳せて技術を磨き、アイデアを練る

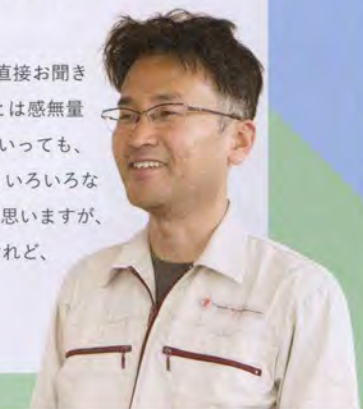
今後、完全にペーパーレスな社会が訪れることは考えにくい。しかし確実に電子化は進んでいる。複合機が存在が消えることはないにしても、いずれ大きな変化が訪れることは想像にかたくない。こうした未来を見据え「MFPがどのように使われているか、どうしたら使いやすくなるのか。現状に甘んじることなくプラスαで何ができるのかを常に考えています」と、段は語る。日々技術に関するニュースをチェックし、関連する技術展には欠かさず足を運ぶ。休憩中などに、技術者同士でフィクションの世界の未だない技術について語り合うことも多い。「何をかけ合わせたらどんなものができるのか、常に考えています。実現するのは難しいものもありますが、皆で話すことでアイデアは無限に湧いてきますね」

Loopsプロジェクト

プリンティング・ソリューション事業本部
技術統括部 ハードウェア第一技術部 記録材料設計担当
生田 真大

—先輩技術者の立場から—

私は初代Loopsの開発から携わっています。製品化前には説明員として展示会に参加し、お客様の賞賛や期待の声を直接お聞きすることができました。こうしたことの積み重ねと、彼女のような若い力の活躍で、製品がさらなる発展を遂げたことは感無量の一言に尽きます。こうして「世界初」など新しいものの開発に携わることは、技術者としての醍醐味ですね。技術者といっても、企業によっては特定の分野にのみ限って担当するというのも多いようですが、東芝テックの開発体制は少数精鋭。いろいろな分野で幅広く経験を積み上げることができます。技術者の中にも広く知りたい人、深く突き詰めたい人と、志向はさまざまだと思いますが、私は広く知りさまざまな経験を積み上げることのできるこの職場に満足しています。「形になるかどうかかわからないけれど、色々やってみる。」それができるのが東芝テックだと思っています。



日本企業の 海外進出を支えるために 文化の壁を超えて その国に合わせたシステムをつくる

大手コンビニエンスストア海外進出サポートプロジェクト

リテール海外事業推進部
日系・アジア営業支援部
システム支援担当

ピーチャタナチャート タナバット

*所属は取材当時

Prologue

近年、日本生まれのコンビニエンスストアがアジアに勢力を広げている。中国や韓国、台湾、タイなどに旅行をした際、おなじみのロゴを見かけたことがある人も多いだろう。ただ、日本と異なる商習慣を持つ海外への進出は決してスムーズに進むことばかりではない。この事例は、グローバル展開を支えたプロジェクトストーリーである。

Chapter 1 大手コンビニエンスストアの 海外での飛躍を支援する挑戦

国内では1万店以上の店舗を展開し、コンビニチェーンとしてその名を知らない人はいないA社。そのA社が2015年、フィリピンへの進出を行った際にソリューション提案、要件定義、導入、追加開発など、ソフトウェアの全般的なサポートを行ったのが東芝テックと東芝グローバルコマースソリューション社（以下TGCS）である。A社は当時既に東南アジアにおいてはタイ、インドネシアには進出済みであったが、今回のフィリピンを機に周辺諸国へ更なる展開を狙っていた。

タナバットが本プロジェクトに参画したのは2016年5月のこと。顧客が使用しているすべてのプロセスを勉強するところから、彼のストーリーが始まるのである。

タナバット自身はタイ出身。リテール系のマネジメントシステムに興味があり、東芝テックに入社して2年足らずのことだった。

Chapter 2 アジア、ヨーロッパ、そして日本。 世界中をつなぐハブになる

タナバットの仕事はシステムサポートである。顧客が使用しているシステムの全プロセスを理解し、障害があれば適切なアドバイスを提供する役割だ。顧客や関係者は国内外に点在している。A社と東芝テックは日本にあり、店舗はフィリピン。TGCSはアメリカに本社を構えており、開発はイタリア、システムのテストはシンガポールで、現地フィリピンに納入……と、複数の国に分かれて取り組んでいる。システムに問題が起ると、タナバットも現象確認の一翼を担い、発生原因を調査し、開発者に伝達する。双方のコミュニケーションのハブとなって、適切なアドバイスを行うのだ。日々、実にいろいろなことが起こる。単純にシステムを理解していれば問題の原因にたどりつけるわけではない。本部/店舗の運営方法、本部/店舗間のネットワーク環境等、さまざまな要因が絡み合い問題は発生する。タナバットは半年の猛勉強により、システムだけではなく顧客の運用等の知識を蓄えていった。

グローバルであるがゆえの悩みもある。「問題があればすぐに解決したい。でも現地にいないから、パートナーの手を借りなければいけない。どうにかしたいけれど、待たなければいけない。こういうときは難しいと感じます」とタナバットはもどかしい様子を見せる。しかし、ハブとなることの難しさは、物理的な距離によるものだけではなかった。

Chapter 3 自分の“当たり前”を捨てて 文化の壁を乗り越える

文化の壁というのは、往々にして仕事を滞らせる。たとえば電力供給の不安定なフィリピンでは頻繁に停電が起こる。現地やヨーロッパの開発チームでは、シャットダウンしてデータが失われるのは仕方がないという認識だ。しかし、日本側はそれを見越した上でのリリースが当然と考える。こうした価値感の差により、求める品質の差が生まれる。

そうした差異をコミュニケーションにより丹念に埋めていくのがタナバットだ。上司の坂本と共にシンガポールに1ヵ月泊まり込み、ソフトウェアのテストに明け暮れたこともあった。過酷ではないかとの問いに、タナバットは首を横に振り、こう言った。「楽しかったです。ひとつの国で働いていたら、こういう文化の違いは理解できないと思います。でも、グローバル企業だからこそ、互いの国の文化を学んだり、お互いに話し合ったりできる。どの国の人が何を考えているか、理解した上で進めればいい。自分の“当たり前”はさておき、現場の人が何を感じているかを理解すればどう進めればいいのかが見えてきます。」これは、タナバット自身の経験も関係している。タナバットは入社当初、日本での仕事において「なぜ報告をするのか」「なぜこんなにスケジュール管理が厳しいのか」と思っていたが、それらの意味をひとつずつ理解する中で、次第に日本の、そして東芝テックのカルチャーに馴染んでいった。「なぜ」が腑に落ちるまで追求し理解する、それが今のタナバットを作ったのかもしれない。

Chapter 4 顧客からの 「ありがとう」を胸に

海外進出の難しさは、現地ならではの商習慣にもよる。たとえばフィリピンの高齢者割引。60歳以上の方がレストランやスーパー、映画館などで5～20%程度の割引を受けることができるもので、コンビニエンスストアでも同様だ。ベースとなるソフトウェアにこうした細かな設定が追加され、その都度テストや修正対応が行われる。タナバットは、質問の都度、正確に答えては顧客の信頼を得てきた。より良いソフトウェアで、日本企業のアジア進出を支えたい。その強い思いが、彼を支え、周りも動かしている。



Epilogue

A社はフィリピンのほかタイ、インドネシアなどに拡大を続けている。所得水準が上昇するアジアでの展開は、間違いなく次世代の収益の柱となるであろう。

日本企業の海外進出における ソリューション提案及びサポート

ープロジェクト管理の立場からー

私は、お客様へ導入するアプリケーションの品質確保を念頭に、要件定義から受入テスト、その他プロジェクト管理全般のサポートを行いました。タナバットとは、チームとして苦楽や寝食をともにし、プロジェクト遂行の達成感を分かち合った仲間です。私たちの部署には、顧客から日々いろいろな質問が寄せられます。そんなとき、誰よりもソフトウェアや運用をわかっているのがタナバットです。彼は、不具合が起きたとき「直ればいい」という発想ではなく、自分からシステムを理解しようとしています。原因は何なのか、それにどう対応するかを、ひとつひとつ積み重ねていくからこそ、顧客から頼られているのでしょう。こうしたサポート力が認められるかたちで国内・海外のシェアが拡大していく、そうした未来を目指しています。

リテール海外事業推進部
日系・アジア営業支援部
システム支援担当
坂本 宗久



「一人ひとりの挑戦のカタチ。」

世の中に画一的なソリューションなど存在しない
お客様が抱える課題に何ひとつとして同じものはなく、我々はそれに挑む
お客様の個性と真摯に向き合い、時に自らとも向き合いながら

東芝テックには、そんな挑戦をくりかえし、
大きな役割を担ってきた先輩たちがたくさんいる

君も、先輩たちのように大きな一歩を踏み出してほしい
歩んできた道をいつしか振り返れば、そこにはお客様の笑顔がきっとある

先輩紹介

文系編

お客様との信頼関係の構築、
海外とのコミュニケーション、専門性の追求。
一人ひとりが職場で大きな役割を担う、
文系の先輩たちです。

新規開拓でシェア拡大を目指す営業職

学生時代は体育会の陸上競技部に所属しており、そこで人の話をよく聞き、アドバイスをしながらメンバーの意志をひとつの方向にまとめるような経験を積んできたことから、自分は営業に向いていると思っていました。就職活動においては、形あるものに付加価値をつける提案型の営業職に就くことを志しており、その点で東芝テックの環境が魅力的に思えたため、入社を希望しました。

入社以来、飲食店、専門店を担当する営業セクションに所属しており、既存のお客様へのフォローや追加提案だけでなく、新規開拓を重要なミッションと位置付けて取り組んでいます。

現在の部署では、それぞれ担当のエリアを持ち、エリア内に店舗がある比較的中小規模の飲食店やサービス業のお客様にアプローチしていますが、私のような中堅キャリア以上のメンバーは、エリアに捉われず東芝テックとしては是非当社のシステムをご採用いただきたいというお客様へアタックし、獲得していくことが期待されています。

職場の環境はアットホームで団結力があり、月末など業務が集中するタイミングも、協力し合いながら丸となって乗り越えています。東芝テックのシェアをさらに拡大していく最前線を担っているという使命感もあり、毎日がとても充実しています。



システムソリューション事業本部
東京支社 東京飲食店営業統括部
流通システム営業部 流通システム第一担当
元木 右京

デバイスの可能性を広げる営業職

父がメーカーで営業をしていた影響もあり、就職活動ではメーカーを中心にアプローチをしていました。東芝テックは、選考プロセスが進むにつれ、組織や会社としての基盤がしっかりしていると感じ、入社を希望するに至りました。

入社後は、官公庁に製品を提案する営業からキャリアをスタートし、次いで海外の現地法人の管理および営業推進を4年ほど経験。その後、現在の部署でインクジェットヘッドの法人向け営業を担当しています。

インクジェットヘッドの営業は、業務において印刷のプロセスを有するお客様が相手であり、お客様が求めるスペックを実現するために、開発やテストを重ねながら、満足いただく提案を何度も行うことが重要だと思います。

また、インクジェットヘッドは印刷におけるキーデバイスであり、お客様のニーズは実に様々で、新たなニーズに対して新規に開発に取り組むとすれば、ある程度の期間が必要です。ただ、ひとたび製品化に成功すれば、多くの人の目に触れるもののクオリティを高めることができますので、提案内容が“形に残る”事業に変わった時に、大きなやりがいを感じられると思います。



IJ事業推進部 IJ営業部
営業担当
伴田 洋平

お客様の想いをかたちにする営業職

就職するにあたっては、グローバルに活躍できる場を探していました。東芝テックは、その条件を満たしていたため興味をひかれ、会社の規模や展開する事業から幅広い仕事に取り組みそうだったので、入社を決めました。現在、私は国内の大手小売チェーンをお客様として、POSを含む店舗業務のためのシステムを中心に、店舗運営に貢献できる様々なサービスを提案・提供しています。自社の製品やシステムはもちろんですが、お客様のニーズによっては他社のものを提案するケースもあります。メーカー営業でありながら、商社のような感覚も感じつつ仕事をしています。

提案する製品やシステムは、お客様の業務効率化を実現するものだけでなく、売上の向上に貢献するものも含まれます。提案のためには、お客様の業務を理解することはもちろんですが、“お客様が何を考えているのか”を察知することを大切にしています。他社製品のベンダーと協業する場合などは特に、互いが持つ知恵を最大限に活用するためにも、その情報を共有することが重要だと考えています。

東芝テックは提案できるサービスの幅がとても広く、製品やシステムの稼働をサポートする体制も盤石で、お客様からも信頼をいただいています。この状況を活かして、より多くのお客様に新しい仕掛けを提案していきたいと思っています。自分が提案したサービスを街の店舗で見かけることもよくあり、仕事の手ごたえを得られやすい環境だと思います。



システムソリューション事業本部
特需営業統括部
システム営業第二部 システム営業第二担当
内田 奈美

先輩紹介

理系編

身近なモノ創りに取り組める。

描くキャリアを実現できるフィールドがある。

理系の先輩たちが東芝テックを選んだ理由や、

やりがいをお伝えします。

子育てと仕事を楽しむ開発職

最近の複合機は、使用状況や各部品の稼働状況のデータを収集できるようになっていますが、私が担当しているのは、それらのデータを解析する業務です。

データの解析はお客様のニーズを基に行いますが、省電力や紙の使用を抑えるなど、環境面の観点からのオーダーが多いです。私は、ニーズに沿って解析方法を検討し、それをプログラムやシステムにして提供することをしています。以前、複合機のトラブルを未然に防ぐことに役立てるためのデータ解析を行っていたこともあり、その経験が活かしています。

当社は、結婚や出産、育児をアシストする制度が非常に充実しており、また利用できる雰囲気があります。長く仕事を続けていきたいと考える女性にはとてもいい環境だと思います。私も今は育児をしながら短時間勤務で仕事に取り組んでおり、職場の理解や協力も得ながら業務を行っています。後に続く女性社員が気持ちよく制度を利用するためにも、自分に与えられた役割は限られた時間の中でもきっちりと果たすという自覚を持って臨んでいます。

もともと研究肌でのめりこむタイプ。仕事にプライベートに大忙しだった私が授かった天からの贈り物は、育児や家庭など、新しい人生の楽しみ方を私に教えてくれたような気がしています。



グローバルソリューション事業本部
ソフトウェア技術部
ソリューション設計担当
田中 裕代

自分の意見を持つことを大切にしているSE

いきいきと自分の仕事や夢を語る魅力的な先輩の多くがメーカーに勤めていたことから、就職活動では次第にメーカーに心を惹かれるようになりました。中でも東芝テックはPOSシステムにおいてトップシェアであり、お客様と接点を持ちながら「仕組みづくり」に取り組めるという、私が望む働き方が実現できる環境があったため、入社を決意しました。

私の業務は、POSシステムに標準装備されている機能では対応できないお客様のニーズに対し、ヒアリングを重ねながら要件定義、仕様決定を行い、当社の技術部門に開発を依頼して、カスタマイズしたシステムとしてお客様に提供することです。

お客様のご要望は様々であり、業態やエンドユーザーの違いから開発の「コンセプト」に特徴が表れるところなどは非常に興味深いです。ただ、お客様のご要望を全てお請けすれば良いわけではなく、ご要望がシステムの他の箇所に影響を与えるケースもあつたりしますので、お客様が何をしたいのかをきちんと理解し、場合によっては代替案を含め適切なソリューションを提案することが重要です。判断に迷うときは、上司や先輩に相談することも有効な手段ですが、その場合でも「自分はこう考える」という意見を持つことが必要です。その分、自分が「こうしたい」と考えている事はよほどのことがない限り実現できる環境であり、若手にも大きな責任を伴う仕事を任せてもらえる風土なので、とても充実感があります。



システムソリューション事業本部
東京支社 東京システム技術統括部
システム技術第三部 システム技術第二担当
星野 愛

複数のプロジェクトを俯瞰する開発職

大学では情報工学を学んでいましたので、システムやプログラミング—論理で動くものに興味を持っていました。当社への入社、システムという自分の興味があるものを仕事にできる他、POSシステムそのものが現在の社会に必要不可欠だと思えたからです。

現在はPOSシステム向けソフトウェア基盤の開発と評価、そして新規事業領域のソフトウェアの開発管理を担当しています。ソフトとハードが“システム”として機能するための仕組みを考え、お客様のニーズや使用の実態に合わせて各要素を調整し、考えられるリスクを最小化する“マネジメント”が私の業務です。

システムは正常に稼働して当たり前ですが、そこには論理の積み重ねが必要になります。異常が発生するときには必ず、論理の間に矛盾が生じています。ですからシステムの設計や評価をする際は、フローチャートのようなものをイメージしながら整合性を確認して問題点の洗い出しや最適な方法を模索しています。そこには、大学で学んだことが十二分に活かされています。

ソフトウェアの開発体制は、今後ますますグローバル化が進展すると思います。そういった体制においても、品質・コスト・納期を確保できるよう、組織全体の開発管理能力を向上させ、当社製品の競争力を高めていきたいと考えています。



システムソリューション事業本部
ソリューション技術部
基盤ソフトウェア要素技術担当
村田 俊英

次の先進技術を生み出す開発職

大学院では無機化学を専攻していました。その知識を活かせる就職先を探していましたが、研究では“ノウハウ”を生み出すことに没頭していたため、働くうえでは形ある“もの”を生み出す仕事をしたいと思っていました。東芝テックとの接点は、インクジェットヘッドでした。調べてみると、技術の応用範囲が広く医療分野で実用化されていたりすることがわかり、興味を持ち入社にまでつながりました。

私の業務は、次世代規格のインクジェットヘッドの製造技術の開発で、セラミックの立体的な基板にフォトリソグラフィの技術を使って配線のパターンを刻み、インクを射出するための電極を形成するプロセスを担当しています。半導体の製造工程をご存じの方なら、露光装置が担うプロセスに近いと説明すればわかりやすいでしょうか。

新たな市場を切り拓くことができる製品開発に、若手がそれぞれ重要な役割を担い“任される”状態で仕事に取り組んでいます。ただ、仮説通りに事が進まないことも多く、失敗も成功もその原因を明らかにしながら進めることが求められる、かなり頭を使う仕事です。それでも、成功すれば国内外で大きなインパクトを与えることになる新しい製品への取り組みは、私に毎日のモチベーションを与えてくれています。



IJ事業推進部 IJ技術部
設計第二担当
戸塚 貴之

ONもOFFも充実した毎日の研究職

専攻していた化学の知識を活かすため、材料に関わる仕事がしたいと思い、就職活動では当初素材・材料系のメーカーを中心に訪問していました。しかし、そうした就職先の方がかえって研究・開発に取り組むチャンスが少なそうに思えて、進路に迷いを感じはじめました。そんな時に出会ったのが、卒業生が就職していた東芝テックでした。三島の事業所を見学し、社員の話聞き、ここでなら自分のやりたい仕事ができそうだと感じ、入社を希望するようになりました。

現在の私の仕事は、現状出回っているものより付加価値が高かったり、豊かな表現を可能にしたりする、次世代型のトナーのための要素技術開発です。この研究開発はトナーとして使用する素材やその組み合わせだけでなく、粉体として生成するための製法も研究の対象になるため、数多くの可能性の中から良い結果を探し求めるなかなか手ごたえのある業務です。当社の環境は、単にそれらを研究開発するだけでなく、テストや評価も自ら行えるため、技術を確認するための一連のプロセスに取り組めるところが面白いです。三島の拠点の周辺は自然が豊かで、週末には様々なアクティビティが楽しめます。私も休日には同期と一緒にスキューバダイビングを楽しんでいます。また、有給休暇も取得しやすい雰囲気ですので、ON/OFFにメリハリのある毎日を過ごすことができます。



商品・技術戦略企画部
研究開発センター
吉田 麻衣子

「モノ創りへの こだわりと挑戦。」

東芝テックは、こだわる

現状の先により良い解があるのではないかと

— 自問自答と試行錯誤をくりかえす

すべては人々の暮らしを支えるため、

世の中のビジネスを変えるために

目標にたどり着いた時、

そこは新たなスタートラインに変わる

未来ある限り、我々は挑み続ける

世の中に広がる、東芝テックのソリューション

わたしたちは、お客様*1の現場を知り、お客様*1の視点でシステムや製品を開発することで、最適なソリューションを提供しています。

皆さんの身近に広がる“東芝テック”をご紹介します。

*1 店舗等当社ユーザー様



東芝テックとは

ABOUT US

経営理念

私たちの約束

～東芝テックグループの経営理念～

モノ創りへの
こだわりと挑戦
いつでもどこでも
お客様とともに

- 1 私たちは、お客様にとっての価値創造を原点に発想し、世界のベストパートナーと共に、優れた独自技術により、確かな品質・性能と高い利便性をもつ商品・サービスをタイムリーに提供します。
- 2 私たちは、社員一人ひとりを尊重し、それぞれの能力向上に努め、公正かつ適切な評価・処遇を実践すると共に、自由闊達で健全な組織風土と、挑戦し続ける強いプロ集団をつくります。
- 3 私たちは、よき企業市民として、高い倫理観と遵法の精神をもち、各国及び地域社会に対する責任を果たすと共に、その文化・歴史を尊重し、地球社会の発展に貢献します。
- 4 私たちは、人々の安全・健康と、地球資源の保全・保護のために、すべての事業活動において環境への配慮を優先します。
- 5 私たちは、企業価値の最大化を目指し、健全で透明な経営の基に、研究開発などへの積極的な投資、不断の経営変革、並びに、適切な利益の確保と蓄積に努め、これにより株主の期待に応えます。

会社概況

商号	東芝テック株式会社 TOSHIBA TEC CORPORATION	資本金	399億円
設立	1950年(昭和25年)2月21日	売上高	282,974百万円<連結:497,611百万円>(平成30年3月期)
代表者	代表取締役社長 池田 隆之	連結子会社	79社(国内7社 海外72社)
本社所在地	〒141-8562 東京都品川区大崎1-11-1(ゲートシティ大崎ウエストタワー)	従業員数	3,586人<連結:19,780人>
TEL	03-6830-9100		(数値は2018年3月31日現在)

事業紹介

トータルソリューションのベストパートナー

私たちにとって“お客様”とは、流通小売業、飲食業、物流・製造業などを展開する企業はもちろん、お店で買い物をされる消費者の皆様、現場で働くスタッフ、オフィスや倉庫・工場を含めたサプライチェーンを構成するすべての人たちを含みます。それぞれのお客様にとって最適な価値を創出するために、これまで培ってきたコア技術をベースに、時代をリードする一歩先のソリューションを目指しています。

- リテール・ソリューション
- プリンティング・ソリューション
- オートID・ソリューション
- インクジェット・ソリューション
- 海外事業

リテール・ソリューション

店舗経営の理想的な環境づくり 最前線を知る東芝テックだからできること

リテール・ソリューション事業では、本部・店舗システム、POSシステム、POS周辺機器など、多彩なソリューションを提供し、買い物される方と店舗の「笑顔」をつなぐ流通業のベストパートナーを目指しています。あらゆる業種・業態において、ご来店される方により楽しくお買い物をさせていただくために、店舗と同じ視点に立った東芝テックならではの最適な価値創造を実現し、店舗経営の理想的な環境づくりをお手伝いします。



ソリューションのご提案 お客様*1と同じ視点に立つことで問題解決をお手伝い

東芝テックの強みは、とにかく現場主義であること。あらゆる業種・業態のお客様*1の多様な現場を知っていることにあります。現場でお客様*1と同じ視点に立ち、「こんなものがあつたら」といったニーズを聞きだし、新しいソリューションの提案とともに問題解決のお手伝いをしています。

広がるネットワークサービス 地域に密着したベストパートナーとして

東芝テックの営業拠点は、国内に53か所。サービスネットワーク*2は全国約130か所に及びます。地域に密着した体制でお客様*1のご要望にお応えし、総勢1,500名の卓越したエンジニアを配置して、常時迅速かつ正確なサービスを提供しています。

*1 当社ユーザー様(流通小売業等) *2 東芝テックソリューションサービス株式会社

データ・サービス・ソリューション

電子レシートサービス「スマートレシート」



通常は紙として提供される買い上げ商品の明細レシートを電子化し、クラウド上の電子レシートセンターで管理することで、買い物された方が自分のスマートフォンですぐにレシート内容を確認することができる仕組みです。電子化によるペーパーレスで、手元に紙のレシートを残さずいつでも自分の買い物履歴を確認できます。店舗にとっても、来店される方への利便性を向上させるとともに、コスト削減や環境負荷を減らすことができます。



プリンティング・ソリューション

オフィスが変わる、仕事が変わる 高い技術力で新しい価値創造

プリンティング・ソリューション事業では、TOSHIBAブランドの複合機(MFP)を豊富なラインアップで取り揃え、国内および世界シェアNo.1の当社リテール・ソリューション事業で培ったサービス力も発揮しながら各種ニーズやオフィス環境に対応しています。また、グローバル市場を視野に、各種業種・業態におけるお客様の業務の効率化とコスト削減にも貢献しています。



多彩な機能が組み合わさった東芝テックの複合機 クラウドと連携することで外出先でのデータのやり取りが可能に

東芝テックの複合機はe-STUDIOという名称のシリーズでラインアップ。最近リリースされたものの中には、スマホライクなユーザーインターフェースを採用したものもあります。クラウドと連携することで、複合機から直接プリントデータの出力やスキャンデータのアップロードができるので、外出先でのデータのやり取りや拠点への印刷データ配布などにも便利です。

東芝テックの複合機の特徴は、省スペース・静音・省エネ・高セキュリティ。構造や使用する部品に配慮した静音設計により稼働音を低減し、低温融解トナーの採用による消費電力抑制、セキュリティHDD搭載による高セキュリティの実現など当社独自の多彩な機能が組み合わさったオールラウンド複合機なのです。



複合機(MFP)

用紙を繰り返し利用することで、環境への貢献を促進する複合機 ペーパーリユースシステム「Loops」

東芝テックの複合機「Loops」は世界初の環境配慮型複合機。“消せるトナー”を使用しており、従来のコピー用紙に印刷した文字を消色できるシステム。つまり同じコピー用紙を複数回繰り返し利用できるペーパーリユースシステム。これにより、用紙の使用量が約5分の1に削減でき、従来の複合機と比較して約50%のCO₂削減効果が見込めます。また、消色と同時に書類の電子化を行い、紙書類と電子データの理想的な循環が図れ、今後さらに電子化が進む中で、より一層の情報活用が実現できます。



ペーパーリユースシステム

オートID・ソリューション

幅広い分野で SCM(サプライ・チェーン・マネジメント) 構築を強力にサポート

オートID・ソリューション事業では、オフィス・製造・店舗・物流など幅広い分野において、POSデータなどの実績情報から需要予測を行い、生産・在庫・販売計画を最適化し、お客様の現場を熟知したソリューションプロバイダーとして、全体の合理化・効率化を図るSCM(サプライ・チェーン・マネジメント)構築を強力にサポートしています。

バーコード、二次元コード、RFIDをはじめとする認識手段を用いてリアルタイムに最新情報を共有する仕組みや、ビーコン端末(人やモノの位置や動きを正確に測定できる端末)を使ったソリューションの提案など、東芝テックはサプライ・チェーン・マネジメント構築の実現に貢献しています。

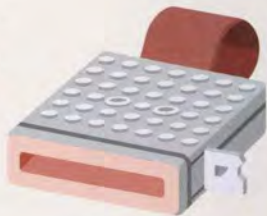


インクジェット・ソリューション

東芝テックのインクジェット・ソリューション事業では、インクジェット装置の基幹部品となるインクジェットヘッドを開発・製造・販売しており、営業担当が直接お客様とコミュニケーションを取り、ご要望を確認し、課題解決に向けた提案を行っています。お客様のビジネス立ち上げ・拡大のために、インクジェットヘッドはもちろん、周辺機器のご提案や技術面でのサポートなども行い、お客様と一体となったビジネス支援を行っています。

環境にも優しい、高画質・高品質のインクジェットヘッド

東芝テックのインクジェットヘッドの強みは、高画質・高信頼性。これにより様々な産業分野で採用されています。特に、ヘッド内部で液体を循環させる方式を採用しており、高比重や高粘度の液体の安定吐出を実現。この方式は、ノズル面のメンテナンス回数と廃棄液体の削減が可能となるため、コスト低減や環境負荷の軽減にも貢献しています。



インクジェットヘッド

産業分野での応用例

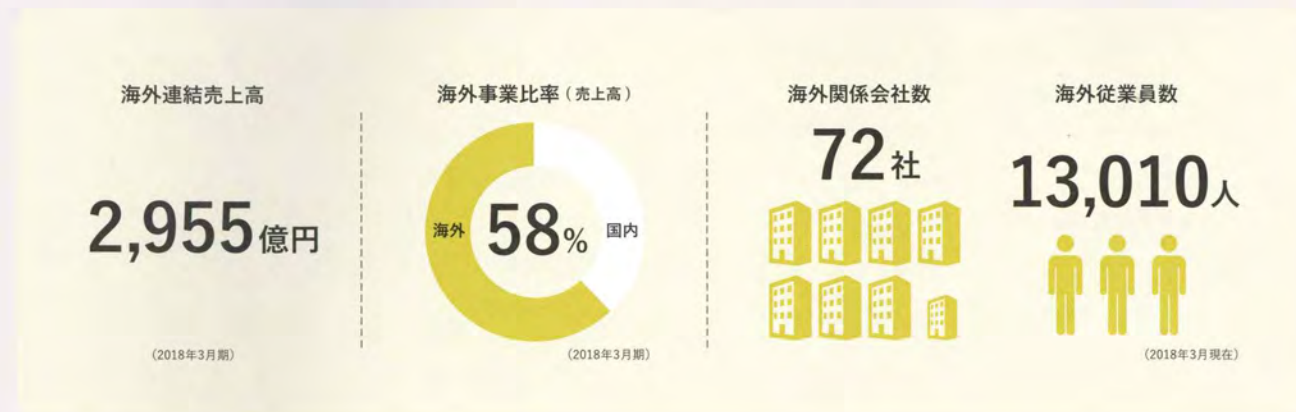
インクジェット技術は非接触印刷技術のため、従来のドキュメントやグラフィックスなどの印刷にとどまらず、少量多品種ニーズへの対応や製品在庫の最適化などを可能にするため、モノ創りをはじめとした様々な産業分野での応用が拡大しています。



海外事業

世界中のお客様のビジネスに 最適なソリューションをワンストップで提供

東芝テックグループは約 100 の国や地域をカバーするグローバル体制を構築しています。
世界各地のお客様のニーズに応える最適な商品・ソリューションをきめ細かいサポート体制で提供する
ワンストップソリューション企業として、地球環境と調和して事業を展開しています。



リテール・ソリューション

より豊かな購買体験を提供し ビジネスの成長につなげる

国内・世界ともにシェアNo.1を誇るPOSシステムで培ったノウハウをベースに、ウェブとリアルをまたぐデジタル・コマースや、情報発信の機会を広げるデジタル・サイネージ、レジ前の行列を解消するモバイルPOSなど、買い物をより快適で楽しく、マーケティングデータの収集・分析の精度をより高いものに。東芝テックはお客様のビジネスの成長を支える一歩先のソリューションを提供します。



TCx™ Elevate

モバイルコマースや、セルフチェックアウト、顧客ロイヤリティやプロモーション機能、デジタル値札やさまざまなPOSアプリなど、リテールで必要とされる機能において、既存アプリケーションを活用しながら新機能の展開・拡張を可能とするプラットフォーム



プリンティング・ソリューション/ オートID・ソリューション

情報活用の価値最大化をサポート

オフィスワークをより効率的でクリエイティブなものにする複合機(MFP)・各種ドキュメントサービスや、製造から物流、流通にわたるサプライチェーンを最適化するバーコードやRFIDに代表される自動認識システムなど、高度なテクノロジーに支えられた商品やサービスでお客様のご要望にお応えする。——東芝テックは情報の共有・伝達を迅速かつ確実なものにするソリューションを提供し、世界各地で幅広い業種・業態のお客様の生産性向上に貢献します。



新たなお客様価値を

IT技術の高度化、ワークスタイルの変化に伴い、お客様の情報活用はますます多様化し、さまざまなコミュニケーションの形が求められています。東芝テックグループは、常に新たな価値を追求し、より効果的なコミュニケーションを実現するソリューション提供に取り組んでいます。

中国市場A3複合機販売台数 シェア18年連続1位

(A3複合機:単機能コピー機を含む)

東芝テックグループは中国におけるA3複合機シェアランキングで2000年から2017年まで18年連続で1位を堅持。
(出典:キーマンサーチ)



設計・製造サービス (ODM:Original Design Manufacturing)

20年以上にわたり、世界中の大手企業との取引を通じて培った経験を活かし、プリンタ、POS端末、KIOSK端末をはじめとする、幅広い範囲のODMサービスを提供いたします。

- * 製品仕様提案、設計、開発、製造サービス
- * プロトタイプデザイン、試作サービス
- * 部品/製品製造性のデザイン最適化
- * 製品認定サービス
- * UL、TÜV社内認定ラボを活用した安全規格取得サービス



ソリューションで 世界をカバーする グローバルネットワーク

東芝テックは、グローバルに展開した拠点により、各地域のニーズに対応した商品と多彩なソリューション提案で、お客様の利益の最大化に貢献します。

また、グローバル店舗展開に合わせ、計画から導入、保守サービスにいたるまで万全なサポート体制を確立し、ワンストップソリューションを実現します。



国内関係会社

- ① 東芝テックソリューションサービス
- ② テックインフォメーションシステムズ
- ③ 東芝テック画像情報システム
- ④ 東芝グローバルコマースソリューション・ホールディングス
- ⑤ テックプレジジョン
- ⑥ ティー・ティー・ビジネスサービス
- ⑦ テーイーアール

海外関係会社

- 米州
- ⑥ 東芝グローバルコマースソリューション社
 - (⑤、⑦～⑳各国販売会社)
 - ⑬ 東芝アメリカビジネスソリューション社
 - (⑭工場)

欧州

- ④⑤ 東芝テック英国画像情報システム社
- ④⑥ 東芝テックドイツ画像情報システム社
- ④⑦ 東芝テックフランス画像情報システム社
- ④⑧ 東芝テック北欧社
- ④⑨ 東芝テックヨーロッパ流通情報システム社
- ④⑩ 東芝テックヨーロッパ画像情報システム社
- ④⑪ 東芝テックイタリア画像情報システム社

- ④⑫ 東芝テックスイス社
- ④⑬ 東芝テックポーランド社
- ④⑭ テックポーランド社

アジア/オセアニア

- ④⑮ 東芝テック韓国社
- ④⑯ 東芝テックシンガポール社
- ④⑰ 東芝テックマレーシア製造社

- ④⑱ 東芝テックマレーシア社
- ④⑲ 東芝テック香港
- ④⑳ 東芝テック深圳社
- ④㉑ テックインドネシア社
- ④㉒ 東芝テックタイ社

東芝テック株式会社