

中期経営戦略

2006年3月2日

株式会社リコー
代表取締役 社長執行役員
桜井 正光

RICOH

RICOH

本日お話しする内容

第15次中期経営計画の概要

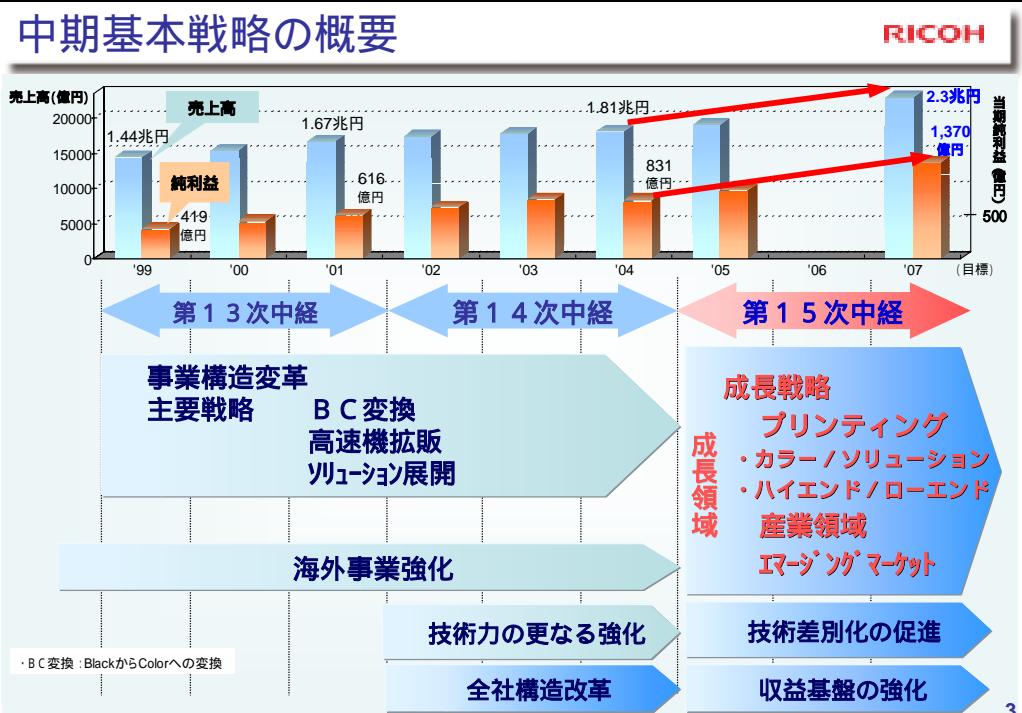
05年度成長戦略の展開

- ・成長のための基盤づくり
- ・事業戦略の展開
- ・05年度の業績見通し

第15次中期経営計画の概要

2

中期基本戦略の概要



3

市場動向

社会動向

技術革新

マクロ経済動向

競合動向

リコーのコアコンピタンス

成長戦略

4

プリンティング

既存領域

- ・オフィスカラー
- ・ソリューション
- ・OEM

新規領域

- ・ハイエンドプリンティング
- ・ローエンドプリンティング

成長機会

エマージング
マーケット

- ・中国
- ・その他地域

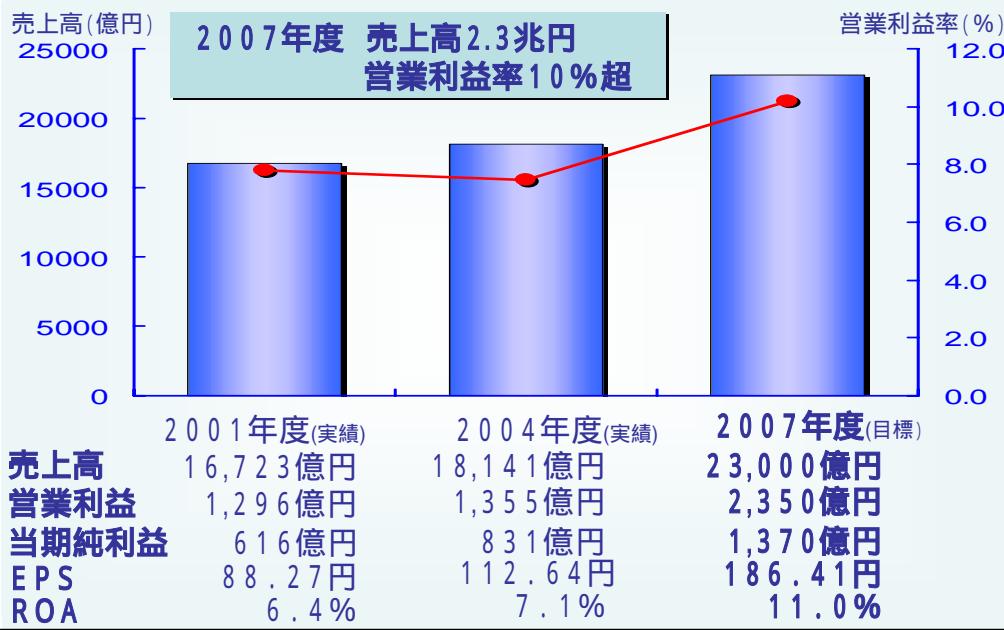
産業領域

- ・既存事業
- ・新規事業

5

業績目標

RICOH



6

成長戦略の構造

RICOH



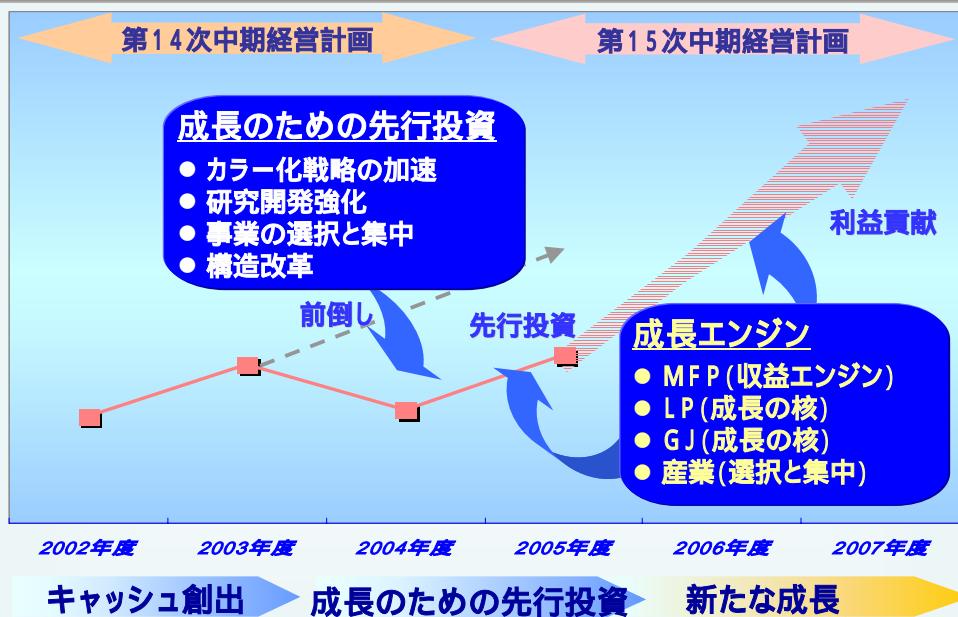
7

05年度成長戦略の展開

8

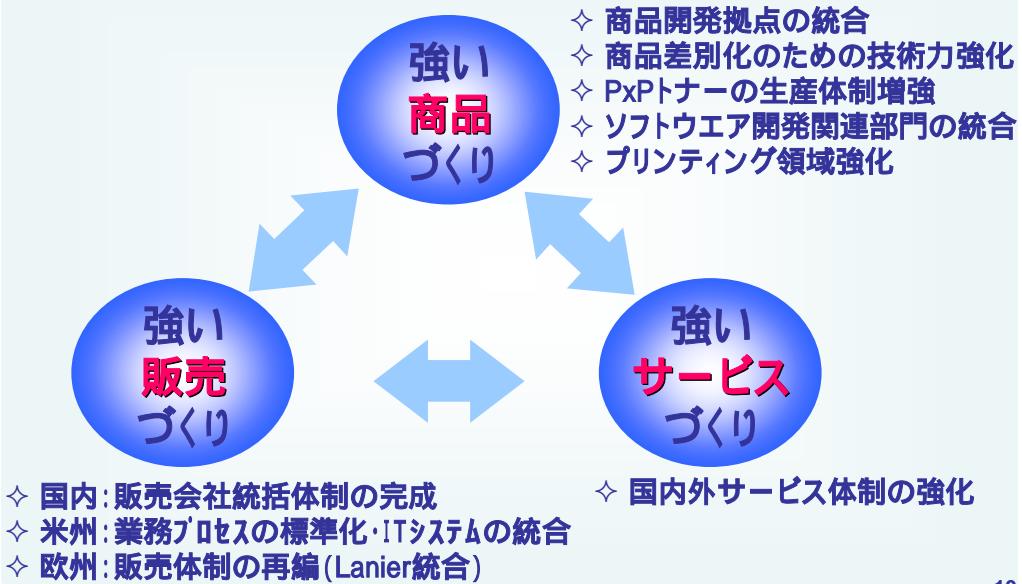
成長戦略の展開

RICOH



9

オフィス事業の収益力強化



10

商品差別化のための技術力強化

キーパーツの内部開発・内製化

- 顧客価値創造
(普通でない商品)

'作らずに創る'方式の定着

- 高品質・高信頼性
- 設計効率向上

'リコー流生産方式'の確立と全世界展開

- 超低コストの実現
- 顧客起点のSCM

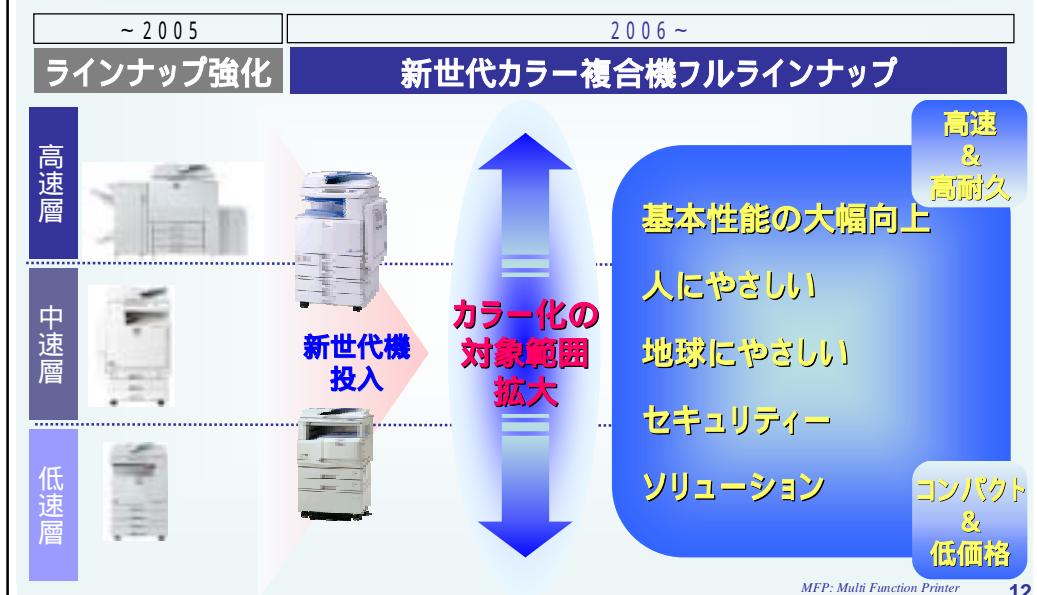
装置・設備の内製化技術の強化

- 生産技術強化
- ブラックボックス化

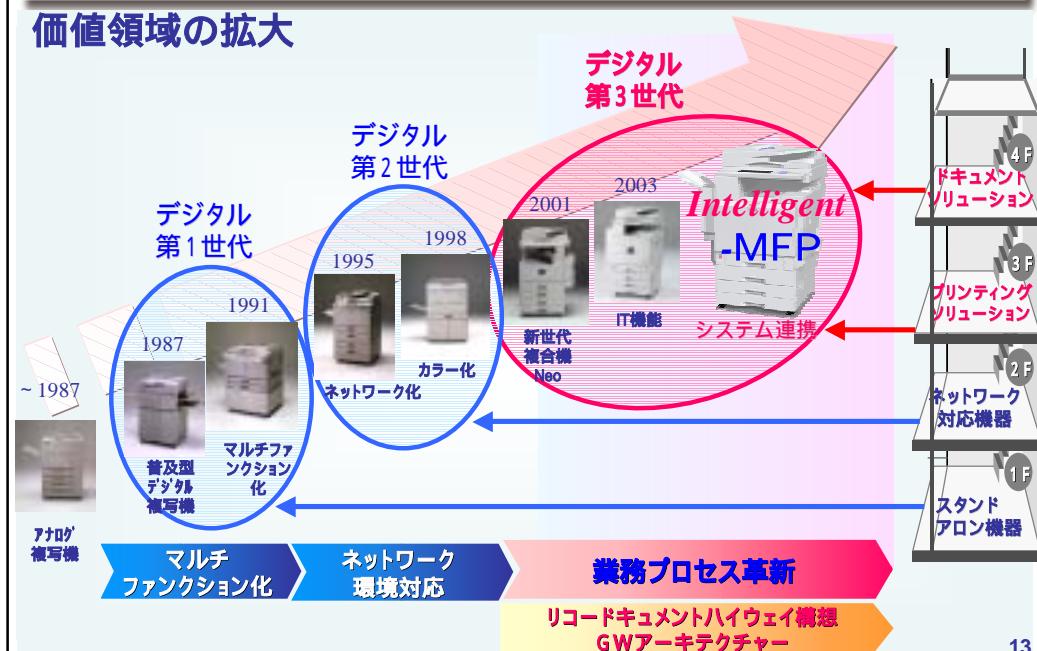
商品差別化による競争優位確保

11

最強ラインナップによるBC変換の加速

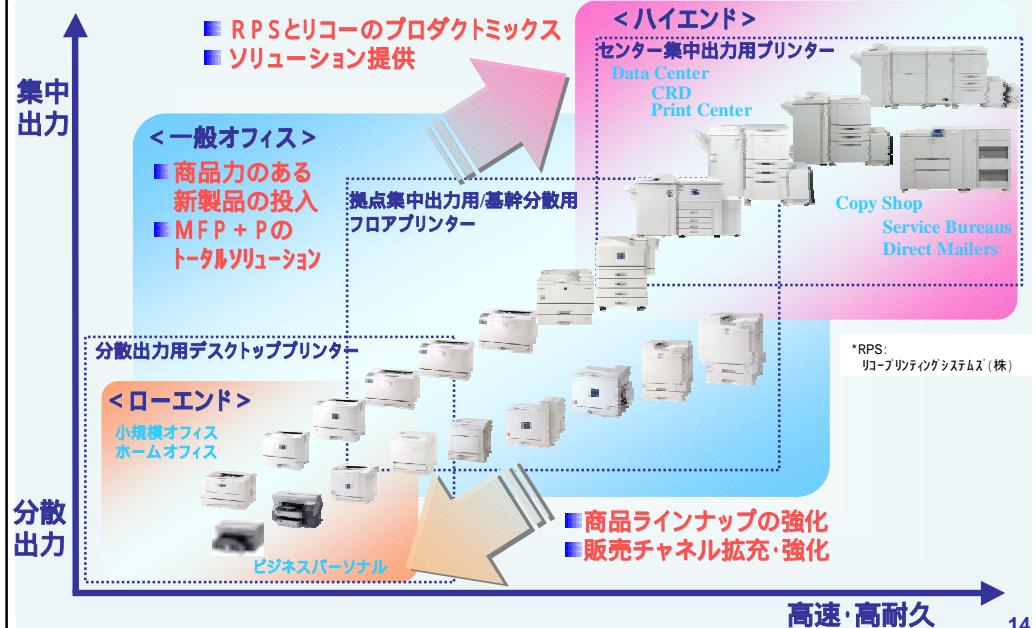


価値領域の拡大



事業戦略展開(プリンター)

RICOH



14

事業戦略展開(ハイエンドプリンター)

RICOH

RPSとリコーの資産を融合して、高PV市場に本格参入



オープン化 / ダウンサイジング化 / カラー化

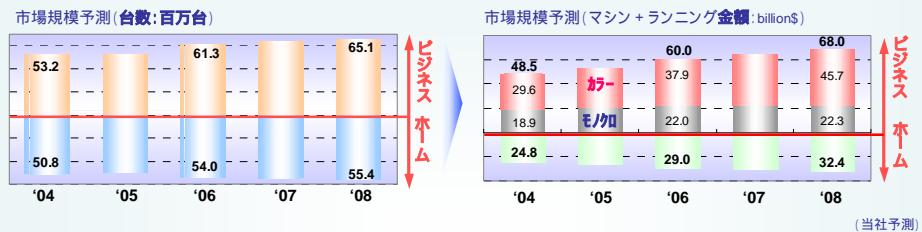


15

事業戦略展開(ローエンドプリンター)

RICOH

市場規模が圧倒的に大きいビジネスユースを狙いの市場とする



商品ラインナップ強化・販売チャネル拡充により、市場の創造・拡大を図る

カラー化

- ・ビジネス用途に耐えられる(高速出力・普通紙高画質・低ランニングコスト)
GELJET プリンターのさらなる進化

- ・商品力のあるローエンドカラーLP(高速・小型)の投入

MFP(多機能)化

- ・多様な顧客ニーズに応えられるLP・GJのMFP化

16

事業戦略展開(ソリューション)

RICOH

「四階建てソリューション」の展開

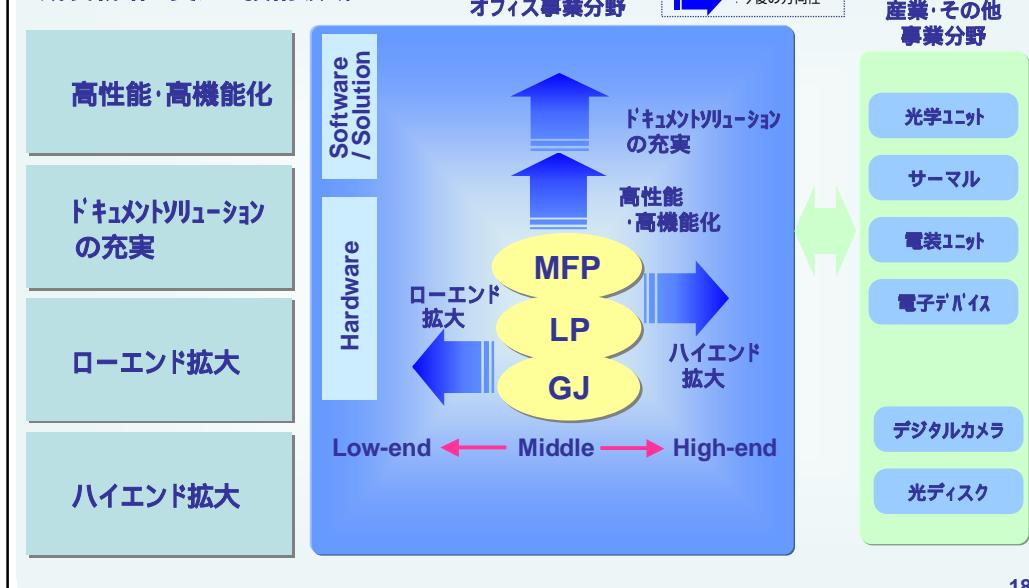


17

成長戦略を支える技術

RICOH

成長戦略を支える技術領域



18

05年度の業績見通しについて

RICOH

(億円)	04年度	05年度 見通し	前年比	07年度 目標
売上高	18,141	19,100	+5.3%	23,000
営業利益	1,355	1,530	+12.9%	2,350
(営業利益率)	7.5%	8.0%	-	10.2%
当期純利益	831	970	+16.7%	1,370
(当期純利益率)	4.6%	5.1%	-	6.0%
EPS	112.64円	132.10円	-	186.41円

為替レート 円/1US\$ 107.58 111.52
円/1EURO 135.25 136.44

19

本資料に関する注意事項

本資料に記載されているリコーの計画・見通しのうち、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、これらは現時点で入手可能な情報から得られたリコーの経営者の判断に基づいております。
実際の業績は、さまざまな重要な要素により、これら業績見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご承知おき下さい。

RICOH