

<主な Q&A>

Q：同業他社では、2019 年度 4-9 月期、あるいは、7-9 月期は大きく下振れはなかったが、10 月以降の見通しを厳しくみているとの話が聞かれる。営業利益の規模が大きいオフィスプリンティング、オフィスサービス、および商用印刷について、19 年度上期の実績と下期の見通しを補足してほしい。

A：オフィスプリンティングについては、採算重視販売を日本では約 3 年、海外では約 2 年進め、意図的に不採算 MIF を減らしてきた。足元では、今年投入したカラー MFP 新製品がお客様のシステム検証評価が進み、納入が始まる段階になってきたところ。今後、この新製品拡販により収益性の高い MIF を増やすことで、ノンハードの収益性改善につながると考えている。

オフィスサービスについては、Q3 までは日本における Windows10 マイグレーション需要が継続すると考えている。同時に、単なるハード売りではなく、継続的にサポート費用をいただける PC パックの販売につなげており、そのサポート料金の売上が、マイグレーション後の落ち込み緩和に寄与するとも見ている。

また、日本の業種業務ソリューション、特にスクラムパッケージは継続的に伸びている。引き続き、拡販に向けて、スクラムパッケージでのラインナップ拡充を図っていく。

商用印刷については、ようやく新製品の効果が発現してきており、今後のノンハードの伸長にもつながると考えている。また、この分野は、年度末に案件が集中する。リードタイムは平均半年程度かかるが、現在までに年度末に向けた案件がある程度できており、心配していない。

Q：Q2 で A3MFP の販売台数が前年同期比増となったが、下期以降の見通しはどうか。必ずしも台数増にこだわる必要はないとは考えるが、どうとらえているかを伺いたい。

A：今年度の MFP 販売台数は前年に対して増加するとみており、下期も前年同期比増と考えている。ただし、中期的には A3MFP は CAGR で 1~2%落ちていくとみている。

Q：Q2 のオフィスプリンティング分野の営業利益率が、Q1 に比べて低い印象を受けるが、要因は何か。

A：オフィスプリンティング分野では、Q1 営業利益に資産売却益 30 億円が計上されている一方で、Q2 は Q1 よりも構造改革費用が多く、さらに為替のマイナス影響がある。加えて、採算重視販売を徹底しながらも MFP の大手商談が獲得できているが、大手商談は中小企業のお客様よりも売価が低いため、若干 Q2 の利益率が下がっている点もある。こうした要因を除けば、Q1・Q2 で営業利益率の状況はほぼ変わっていないととらえている。

Q：欧州の市場環境が芳しくないとの声が他社から聞かれるが、リコーではどうとらえているのか。

A：足元では好調に推移し始めた。オフィスプリンティングは、欧州では、大手のお客様への一括案件において、新製品のお客様によるシステム検証が進み、販売につながり始めている。また、オフィスサービスは、体制強化により収益が向上し始めている。今後もプラスに寄与すると考えている。

Q：市場環境が厳しくなるなか、価格競争の再燃の懸念はないか。

A：競争はやはり非常に激しいなかで、従来から取り組んでいる採算重視販売を行い、不採算案件は回避する、付

加価値提案により売価を上げるなど、販売現場には苦勞を掛けていますが、元の価格競争に戻ることはない。ただし、トータルで見ると採算が合う案件については、しっかり獲得していきよう方針を立てており、Q2 における一括案件の増加につながっている。

例えば欧州では、国によって状況が異なるが、イタリアで、オフィスサービスの売上比率が上がるとともに、MFP 販売も好調になってきている。各国の好事例をお互いベンチマークしながら成長につなげていく。

Q：消去・全社費用について、知財関連費用などを事業部門へ配賦したとあるが、上期・通期でどの程度の規模か。

A：消去・全社費用の 42 億円減のうち、約 3 分の 2、30 億弱が知財関連の配賦費用となる。通期ではその 2 倍程度とみてほしい。

Q：オフィスサービス分野の、欧州・中東・アフリカの売上が Q2 で伸びている背景は何か。買収案件の寄与はどの程度含まれているか。

A：2019 年 8 月に全株式を取得したドキュウェア社は、2018 年度の事業規模でいうと、売上が 46M ユーロ、営業利益が 2.9M ユーロ。ただし、9 月のみの寄与であり、上期はまだ貢献額は小さい。

従来から、スペイン・イタリア・イギリスでは、過去に買収した会社をベースに、IT サービスを、中大手を中心に展開している。ここが伸びて業績に寄与している。

Q：説明資料「次期中計にむけて」の P.10 には、“オフィス分野を成長事業と位置づけ”と改めて記載されているが、次期中計ではこれまでの成長分野を再定義するということか。

A：働く場所の多様化など、オフィスの概念がずいぶん変わってきたと感じる。従来のオフィスと現場をつなぐことで、働く人に着目したサービスには未来があるという手ごたえを感じている。

オフィスサービスは、2018 年 4 月から、グローバルの各拠点に権限を持って進めてもらう方針に変えた。ハードは日本で開発して各拠点に届けることでよいが、ワークフローに刺さるものは日本で開発したものをヨーロッパに展開しても受け入れられなかった。この方針転換後、オフィスサービスは成長している。今後も、各拠点で、オフィスと現場を繋げるソリューションを展開することに成長性がある。

成長分野の考え方について、詳しくは、次期中計の公表時にお示ししたい。

Q：次期中計期間における、経費・固定費の考え方について伺いたい。売上成長を狙うと想定した場合、経費・固定費のベースをコントロールする前提で行うのか、逆に、経費・固定費増の前提となるのか。

A：現在の経費水準は高いと考えており、売上に合わせて経費も伸びる、といったことはしない。必要な投資を行い、社内プロセスのスリム化による体質改善から、経費削減に取り組む。

Q：山下社長の「次期中計にむけて」からは、構造改革を進めた結果、収益性、P/L はだいぶ改善したため、今後はバランスシートに経営の軸足を少し移すとの印象を受けたが、正しい理解か。

A：概ね正しいご理解である。バランスシートの視点が少し弱かったとの反省がある。資本政策にしっかり取り組み、株主の方々との対話を丁寧に行うことで、より適切な市場評価を得ていきたいと考えている。

Q：説明資料「次期中計にむけて」の P.9 には、“従来の考え方にとらわれない株主還元”と記載があるが、具体的にどう変わるかについて伺いたい。説明では、総還元性向を意識するとニュアンスもあったが、現段階で話せる内容を伺いたい。

A：これまでは配当性向と安定的な配当を主眼に置いていたが、より資本収益を意識した考え方に変えていく。自社株買いや総還元性向、キャッシュフローの変動に応じた対応なども含め、これまでの考えとは違った形での株式還元を方針として定めるべく検討していく。

Q：日本企業のほとんどでは、成長投資が第一にあり、株主還元はバランスを取って行うとの表現かと思う。この優先順位付けは、会社の置かれている事業環境により変化がありうるものとするが、リコーにおいてはどうか。

A：従来よりは、株主還元の優先順位を上げていくが、サステナブルな企業活動の観点では、成長投資は重要であり、どちらが上となるものではない。