

<主な Q&A>

Q： MFP 再生製品の採算性について詳細を知りたい。再生品での生産性改善の余地があるか、リサイクル技術の変化や財務への貢献などについて知りたい。

A： 2020 年度の、製品再生・部品再生事業関連の売上はグローバルで 300 億円となっている。

1994 年以降、20 年以上の歴史のある事業だが、効率化については様々に取り組んできた。例えば、新製品の設計段階にリサイクル設計の基準書を設定し、技術の進歩に合わせて改定を重ねている。また、回収した製品が再生製品にそのまま利用できる品質であるかを効率よく判別する技術の開発や、再生製品の効率的な生産のために、再生製品がいつどの程度回収されるかの回収台数を予測するシステムの構築などを行ってきた。

今後の生産性改善の余地については、サーキュラーエコノミーへの関心が世間一般で高まっている状況で、お客様の再生製品に対する考え方、要求がどのように変わるので影響されると考えている。従来、官公庁市場がメインのお客様であったが、民間のお客様からの需要が増す兆しもあるため、顧客層の変化やニーズの変化に合わせて取り組んでいく。

Q： リコー環境事業開発センターで取り組んでいるテーマの事業化について知りたい。

A： リコー環境事業開発センターは御殿場に拠点があり、未利用間伐材を利用した木質バイオマスエネルギーの地産地消モデルの運用や、マイクロ水力発電の研究、自動車バッテリーのリユースや樹脂の種類を判別するセンサーの開発など、複数のテーマの実証に取り組んでいる。2020 年には、こうしたテーマから、ワークプレイスの快適性と省エネを同時に実現する照明・空調制御システムを製品化し、発売した。

現在は、リコージャパンと連携し、環境省の推進するゼロカーボンシティ構想など、自治体の脱炭素化の活動を計画立案段階から支援するコンサルテーションビジネスを開始しており、すでに複数の受注をいただいている。リコー環境事業開発センターでの取り組みを活かし、提案の幅を広げていきたいと考えている。

Q： TCFD フレームワークに基づく情報開示において、気候変動に対する機会として、脱炭素貢献製品の売上約 9,000 億円（2020 年度実績）が示された。これに対応する CO₂ 削減効果は、製品使用時に発生する CO₂ の従来製品に対する減少量が相当するという理解でいいか。

A： ご理解の通り、製品使用時の電気使用に伴う CO₂ 排出を減らすことでの貢献量は、この 9,000 億円に対応した削減実績である。

Q： 脱炭素貢献製品の中長期での売上目標の設定とその達成による収益貢献など、気候変動対策の取り組みと経営戦略の関連性をより透明性を高めて開示することについての考えを伺いたい。

A： 脱炭素社会の実現に向けた取り組みと経営戦略の関連について、中長期視点でお示しし、透明性を高めることは重要であり、取り組んでいく。一方で、気候変動対策、TCFD の要求は、2030 年ないし 2050 年と長期レンジでの考えが求められるが、当社の事業見通しを同じレンジで説明することは困難であり、ESG 委員会でも課題と考えている。まずは足元、単年度でのビジネス規模を示すことから開示に取り組んでいる状況だが、例えば中計期間の単位での開示ができるかなど検討していきたい。

Q： ESG 目標に社員エンゲージメントスコアがあるが、22 年度目標達成のための課題と具体的な施策を知りたい。

A： 他の ESG 目標同様に、社員エンゲージメントスコアも役員報酬と連動しており、各役員が目標値をもって向上

に取り組んでいる。社員エンゲージメントは、組織によって状況が異なるため、組織ごとに目標達成に向けた課題を抽出し、施策を設定している。

Q：2036年ビジョンとして「はたらくに喜びを」を掲げている。生産性向上や新たな製品・サービス開発件数の増加など、社員エンゲージメントスコアが将来財務目標と連動するプロセスを示すことはできないか。

A：社員のエンゲージメントが高まることで、長期的に、生産性の向上やイノベーションの創出につながると考えており、事例紹介などそのプロセスを示すことは考えていきたい。

本日の説明では、社員にSDGs/ESGの浸透度合いを調査したアンケートを紹介した。これは、社員一人ひとりが、自身の業務が社会に貢献するものと実感し理解することで、仕事に誇りをもつことやはたらく喜びを感じることにつながるといふ社長山下の思いを受けている。社員のエンゲージメント向上には、働きやすい環境の整備だけでなく、担当している仕事の意義を理解し社会課題解決に貢献しているという実感を持つことが必要であり、そうした活動に取り組んでいる。

Q：顧客からのESG要求の高まりについて事例が多く紹介されたが、より要求が高まっている事項があるか。また、地域別の傾向も伺いたい。

A：顧客からのESG要求は強まっており、対応が求められる項目も新しいものが増えてきているという印象がある。今年度上期は、サプライチェーンマネジメントについて確認されるケースが増えた。どの会社も同様と思うが、サプライチェーンマネジメントは徹底が容易ではないテーマ。当社も、紙面だけで確認するのではなく、ESG推進部門と様々なサプライヤー様や現場の直接のコミュニケーションを通じ、リスクの大小を見極めるよう努めている。地域別では、欧州での要求事例が多いが、2021年度に入ってからアメリカやアジア地域の顧客からの対応問い合わせが増えてきている。

Q：同業他社も同様に顧客からのESG要求へは対応しているとみられるが、他社に対して競争優位となっている点は、どのように確認するとよいか。

A：ESG対応の観点で、グローバルの商談の他社動向をとらえることは容易ではなく、当社も苦心している。例えば、ESG推進部門が、どの程度具体的に、商談事例や顧客の要望を管理・把握できているかを確認することで、対応体制の違いを測ることはできるかもしれない。当社においても、本社にあるESG推進部門と、実際に商談対応する営業担当者の間には多数の組織の壁があり、これを超えて直接のコミュニケーションをとることが顧客のESG要求を正しく理解し、迅速に対応するためには必要となっている。こうしたフォロー体制の違いがあると考えている。

Q：足元では部品調達の問題となっており、複数購買や代替品の調達で対応している状況と思われる。短期間で新たなサプライヤーを発掘し、リコーの求める水準でESGに対応しているかを確認することは容易ではないのではないか。苦労している点や、対応時の工夫があれば伺いたい。

A：ご認識の通り、部品調達が課題となっている状況ではあるが、新規で取引を開始するサプライヤーのESG対応や与信の条件は、コロナ禍においても従来から変更していない。

サプライチェーンマネジメントに対する社会的な要請の高まりを考えると、新規取引の場合は、従来以上に丁寧に確認することがむしろ必要であろうと考え、購買担当部門とも連携している。

Q : リコーグループ人権方針を策定されたが、国・地域によって考え方は異なるか。

A : 国・地域によって人権の考え方は異なるものの、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」などの国際規範を踏まえ方針を策定している。文言については、各国・地域の状況を踏まえながら調整した。

以上