

IR Day

日本における デジタルサービス 事業の取り組み

2021年12月1日

リコージャパン株式会社

取締役 常務執行役員 ICT事業本部長

木村 和広

RICOH Digital Services

- リコージャパン、ICT事業を担当している木村です。
- 本日は3つのことをお話しします。
1つ目は、「デジタルサービスプロバイダーに向けて取り組んでいること」、
2つ目は、その「デジタルサービスプロバイダーに向けて取り組んでいることの進捗状況」、
3つ目は、「デジタルサービスで実現したいビジネス」となります。



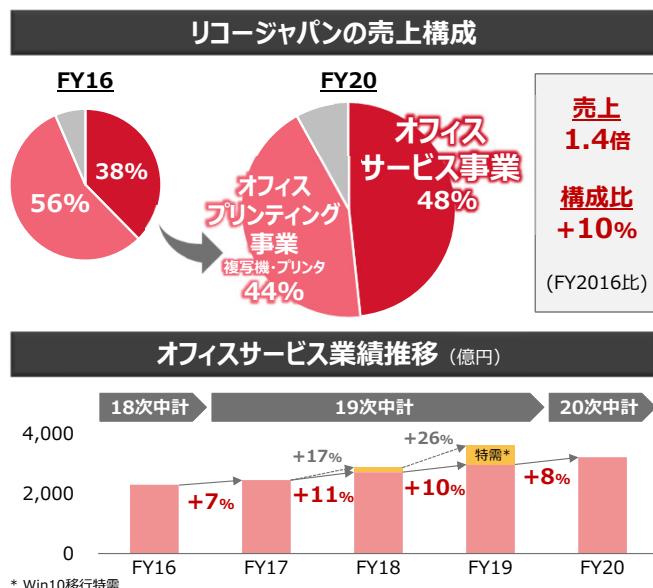
デジタルサービスプロバイダーに向けた改革



© Ricoh

- 最初に、「デジタルサービスプロバイダーに向けた改革」についてご紹介します。

オフィスサービス事業が事業の主軸 外部からも高い評価を受けている



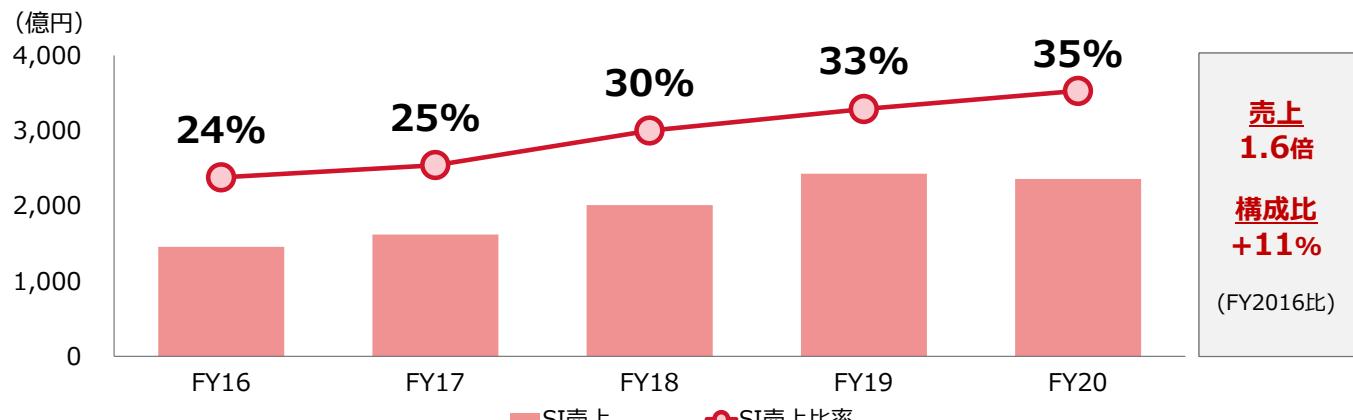
| | |
|---|-------------------------|
| J.D.Power 社満足度調査 ● ITソリューションプロバイダー ● IT機器保守 ※2021年 | 7年連続 1位 |
| IT導入補助金*採択数 * サービス等生産性向上IT導入支援事業費補助金 ※自社調べ | 3年連続 1位 |
| 法人向けWindowsPC 販売シェア ※2020年4月～3月 (自社調べ) | 約10% |
| Microsoft 365 (中小企業向け) SMB*顧客数 (提供元:2021年3月 日本マイクロソフト) *Small and Medium Business | 1位 |
| 日経コンピュータ 2021年9月2日号 顧客 満足度調査 2021～2022 ● ITコンサルティング/上流設計関連サービス ● システム開発関連サービス ● システム運用関連サービス ※情報サービス会社部門 | SI関連 3冠達成 1位 |

© Ricoh

2/24

- リコージャパンはデジタルサービスプロバイダーとして、オフィスプリンティング事業(MFP・プリンター)に加え、オフィスサービス事業を強化してきました。
- 2020年度の売上構成では売上の48%をオフィスサービス事業が占め、2016年度と比較して売上1.4倍、構成比+10%となっています。
- 業績の推移を見ても、オフィスサービス事業は約10%の着実な売上成長を続けています。
- 外部機関からの評価も高く、J.D.Power社の満足度調査7年連続1位、IT導入補助金採択数3年連続1位、Microsoft 365の中小向けの顧客数1位、日経コンピュータ満足度調査ではSI関連で3冠を獲得し、法人向けWindowsPCの販売シェアは10%を獲得しています。

総売上における比率が着実に増加



リコージャパンのSI定義：お客様の業種別の業務フローや業務課題に対し、下記手法にて課題解決するビジネス

- ① アプリケーションとサポート＆サービス単体で課題解決提案するビジネス
- ② アプリケーションやハード（エッジデバイス含む）にサポート＆サービスを同時にご提供し課題解決提案するビジネス

- 私たちは課題解決型販売・コト売りの力を強化してきました。
グラフはSI販売実績により、コト売り力の変化を示したものになります。
- リコージャパンではSIを、お客様の業種別、業務別課題を起点に、
アプリケーションと構築や保守などの役務を組み合わせたビジネスと定義しています。
- 2020年度は総売上の35%をSI販売が占めるまでになりました。
これは2016年度比で売上1.6倍、構成比は+11%となります。

目標

デジタルサービス事業分野の
計画を策定

提供価値レベル毎の顧客数を目標化

開発体制

リコーのデジタルサービス開発機能を
リコージャパンに移管

顧客接点体制

チームフォーメーションによる
ライフタイムバリュー向上

評価制度

デジタルサービス計画を
個人や組織の評価に反映

人事制度

高度スペシャリスト手当支給や
資格を飛び級も

社内DX

チームによる価値提供の為の
情報基盤構築

人財育成

個々人のスキル向上に向けたプロフェッショナル認定制度
(「知識 + 実施プロセス + 成果」で認定)

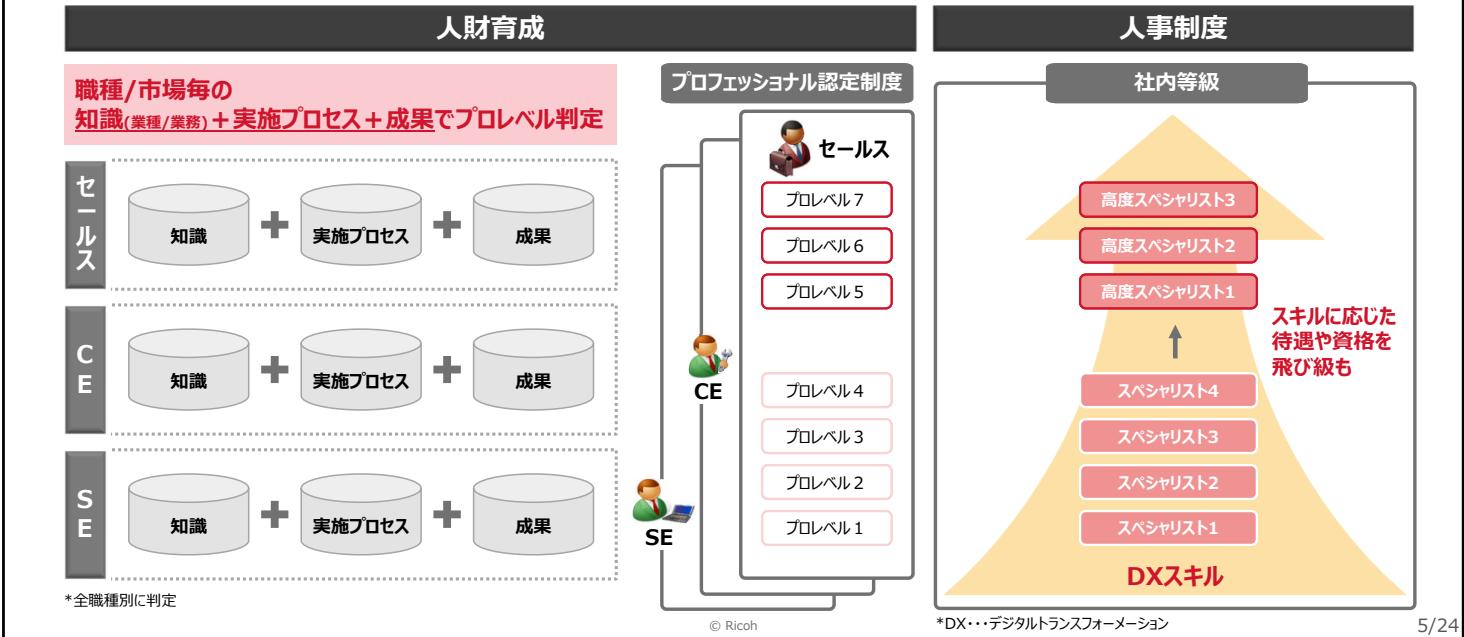
※ ✓ は後述

© Ricoh

4/24

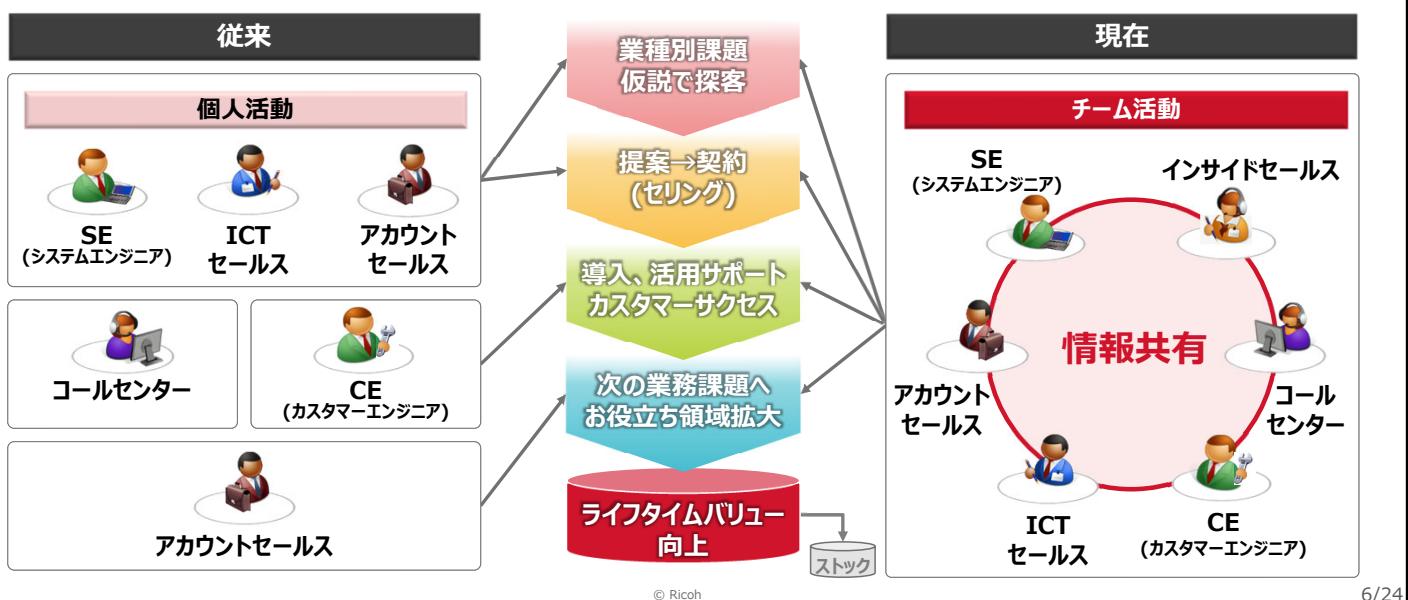
- デジタルサービスプロバイダーとして継続した成長を図るために、7つの変革にチャレンジしています。
- まずは、業績目標の策定方法と項目を2021年度から変更しました。お客様別に提供価値レベルを可視化し、顧客数目標を設定しています。
- そして、開発体制については、リコーのデジタルサービス開発機能をリコージャパンに移管し、アジャイル開発を行っています。
- 顧客接点体制、人事制度、人財育成、社内DXの4点については、この後にご説明します。

職種毎に顧客へ最適なDX提案・サポートできるスキルを再習得し、顧客接点戦力を増強



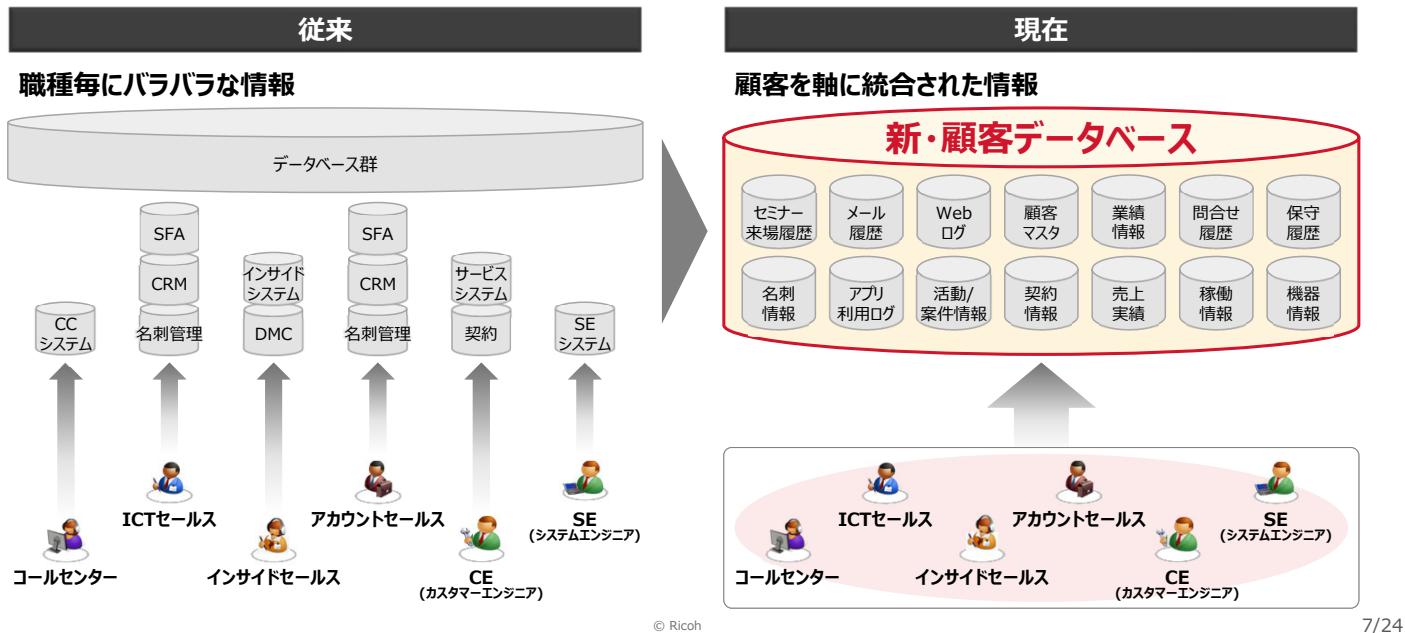
- 人財育成、人事制度についてですが、2018年度より職種ごとのプロフェッショナル認定制度を運用しています。
- 知識、実施プロセス、成果に応じて、7段階のプロフェッショナルレベルを判定し、その結果を待遇に反映することで、社員個人の成長を促す仕組みです。
- 様々な形態の教育制度を連携させ、課題把握力やDX提案力の向上を目指しています。
- また、従来、待遇を向上するためにはマネージャーになることが必要でしたが、スペシャリストとして高い職位を目指し、スキルに見合った待遇が得られるよう人事制度を見直しました。
- 年齢に関係なく、高いスキルレベルと認定された者は、ふさわしい人事待遇を受け、場合によっては飛び級などにより、一気に高度スペシャリストとして活躍できる環境を整えていきます。

個人の活動からチームフォーメーションでの活動に変化させ
新たな課題への対応を行うことで、ライフタイムバリュー向上を図る



- 顧客接点体制はチームフォーメーションを取り入れました。
- モノ売り主体の販売フォーメーションでは、コピー機やソリューションを提供するのは営業の仕事、導入後のサポート、機械の修理などはCEが実施する分業制でした。
- デジタルサービスでライフタイムバリューを上げるために、セリングだけでなくお客様の検討プロセスから運用まで、務改善効果を実感いただくまで、寄り添い続けることが大切だと考えています。
- 実現するためには営業だけでは困難なため、各職種で構成されたチームにより、お客様に寄り添い続けることにしました。

顧客の状態をチームで共有し、適切なチームメンバーが最適なタイミングで対応



© Ricoh

7/24

- チームでお客様に寄り添うために、社内システムも大きく変えています。
- 従来、職種ごとに管理されていたデータベースを、お客様軸で統合して、取引情報や困りごとなどを共有するデータベースとして構築しています。

目標に向けた進捗

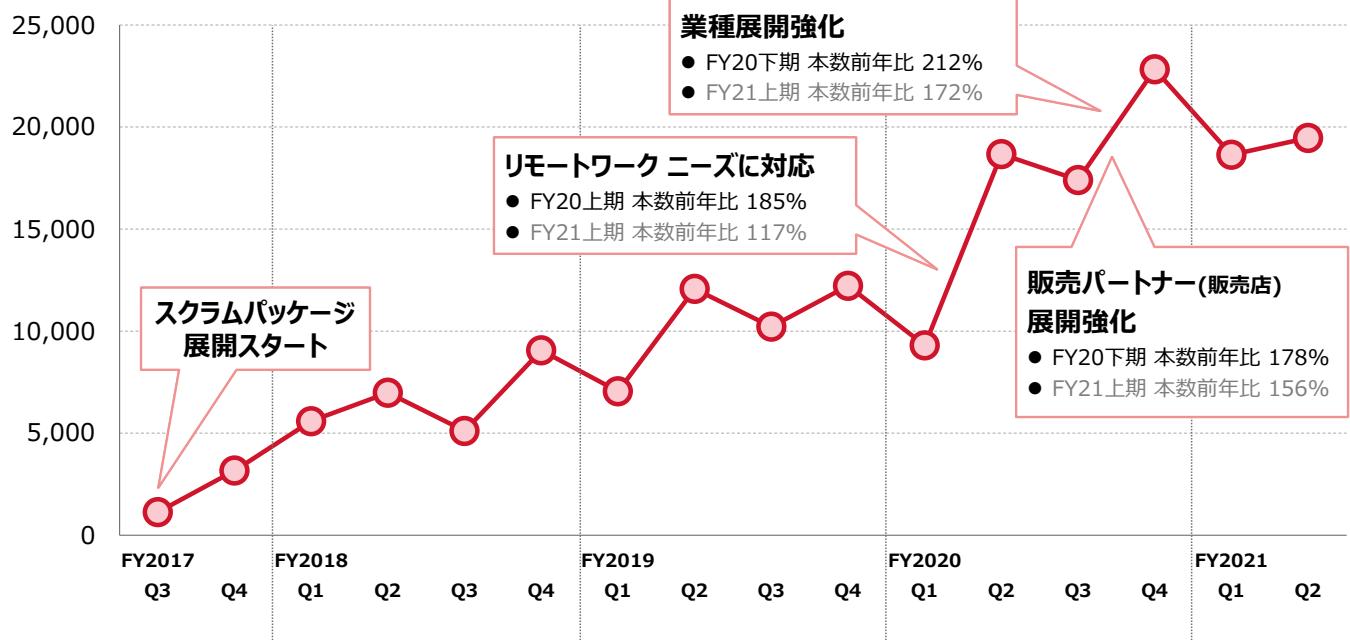
© Ricoh

- 目標の進捗状況についてです。

■ スクラムパッケージ販売本数推移

RICOH
imagine. change.

(本)



© Ricoh

9/24

- グラフは、スクラムパッケージの販売本数の推移です。
- 2017年度下期から発売を開始し、業績を拡大してきました。
- 2020年度のコロナ禍でリモートワークのニーズが急速に増え、加えてセキュリティソリューションが大幅に伸長しました。
- 2020年度Q3からは業種課題解決提案を強化(前年比212%)、また販売パートナーへの展開も強化し大きく伸長しました(前年比178%)。

スクラムパッケージは累計販売本数18万本まで成長

累計販売本数

FY20 Q2累計:10万本

⇒ FY21 Q2累計:**18万本** (+8万本)

課題解決シナリオ数

FY20 9月末時点:121パッケージ

⇒ FY21 9月末時点:**154パッケージ** (+33パッケージ)



お客様の業種ごとに業務全体のフローを捉え、最適な製品・サービス・サポートを組み合わせたソリューション&販売パッケージを展開

© Ricoh

10/24

- スクラムパッケージ累計の販売本数は、2021年度Q2時点の累計で18万本と、2020年度Q2時点から8万本増加しました。
- 課題解決シナリオ数も2021年度9月末時点で、154パッケージと、2020年度9月末時点から33パッケージ拡大しています。
- 今後もお客様の業種別、業務別課題を捉え、最適な製品・サービス・サポートを組み合わせたソリューション・販売パッケージを展開していきます。

業種別の課題に対しソリューション提案が着実に定着してきている

業種パック

172%伸長



建設業

154%



不動産業

146%



製造業

154%



医療業

139%



福祉業

209%



運輸業

164%



観光

110%



印刷業

200%



流通業

1685%

共通業務パック

129%伸長



セキュリティ

148%



バックオフィス

174%



働き方改革

96%

スクラムパッケージ計 136%伸長

※本数・前年同期比

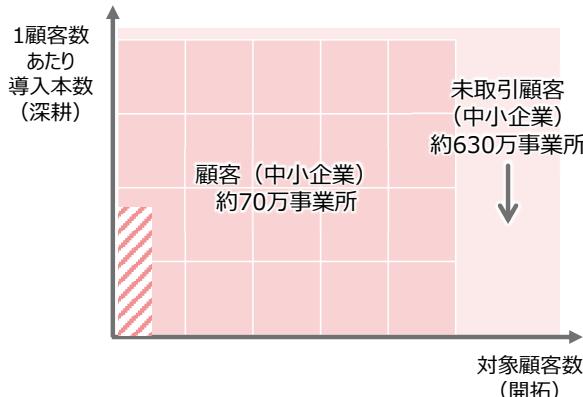
© Ricoh

11/24

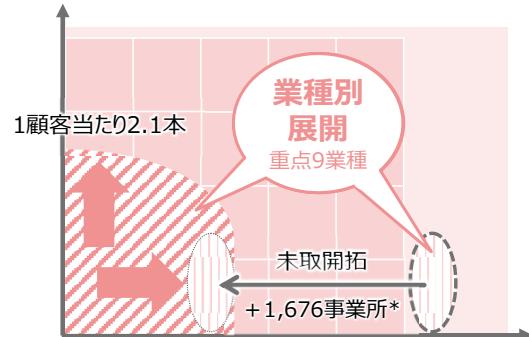
- 2021年度上期は重点業種向けソリューションである業種パックが、前年比172%と大きく伸びております。
- 特に福祉業、流通業が業績を拡大できました。
- また、共通業務パックである、セキュリティパックや販売・会計・給与関連のバックオフィスパックも堅調に実績を伸ばしています。

FY21・9月末時点は顧客の11.4%、MFP利用顧客の19.9%をカバー

| | |
|----------------|--|
| FY20 3月末 時点 | 中小企業顧客の 9.7% 中小企業の <u>MFP</u> 顧客の 17.9% |
|----------------|--|



| | |
|----------------|---|
| FY21 9月末 時点 | 中小企業顧客の 11.4% 中小企業の <u>MFP</u> 顧客の 19.9% |
|----------------|---|



© Ricoh

* FY21・上期 12/24

- スクラムパッケージの顧客カバー率は、2020年度の9.7%から2021年度9月末時点で11.4%となりました。
- MFP利用顧客を分母とすると、2020年度17.9%から2021年度19.9%と拡大し、MFPを利用されているお客様の約2割に、スクラムパッケージを導入いただいています。
- 2021年度は業種別展開を強化し、未取引顧客約1,700事業所へ新規導入しています。
- また、スクラムパッケージ導入済み顧客へクロスセルを進めており、顧客あたりの導入本数は、平均2.1本です。
- スクラムパッケージをご導入いただいた、土木建設業のお客様(年商2億円、従業員4名)の事例の動画を紹介します。
- 土木建設業では、工事の状況や安全管理が徹底されているかどうかを報告する義務があり、関連するドキュメントが多数存在します。
- 工事写真撮影・管理のスクラムパッケージを導入後、写真管理の業務工数を50%削減し、安全管理などの情報をまとめる施工管理台帳の作成工数も50%削減することができました。

説明会当日は以下リンクの動画を紹介

<https://www.youtube.com/watch?v=CtXPvZkyY1M>

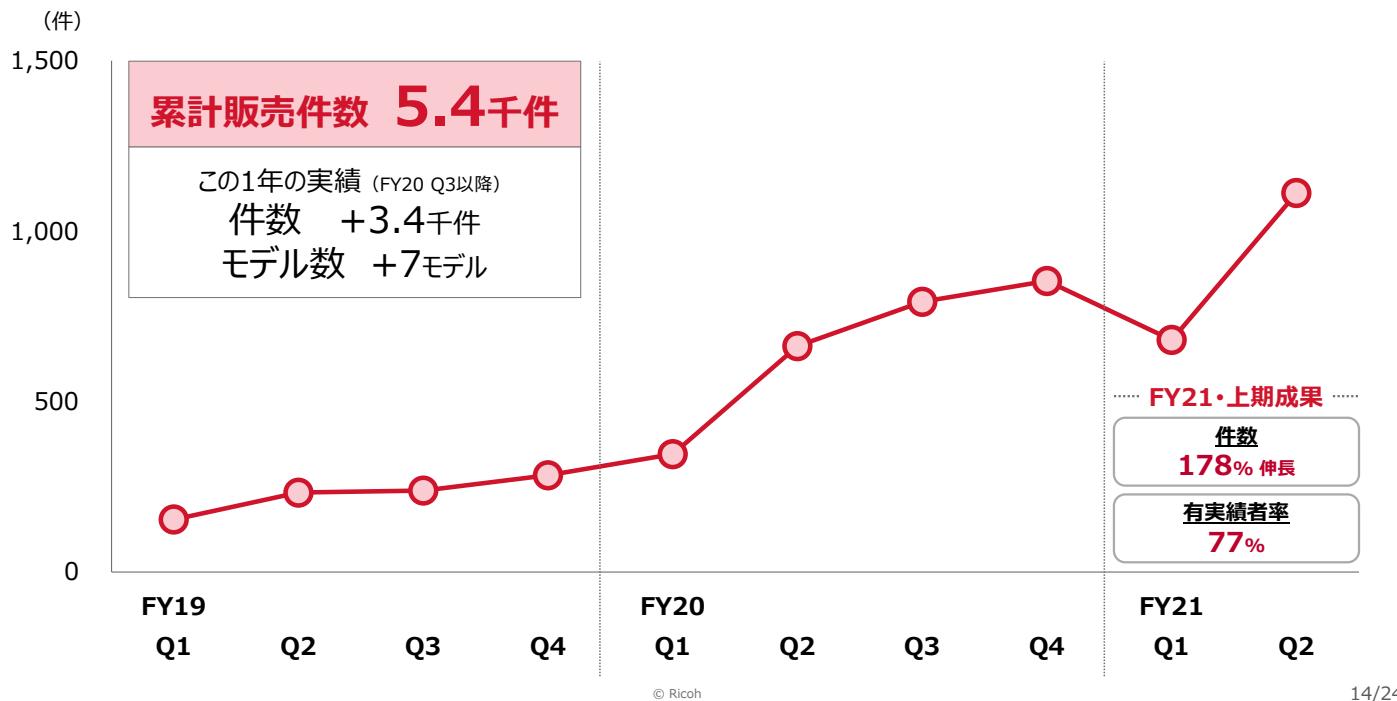
© Ricoh

動画 : <https://www.youtube.com/watch?v=CtXPvZkyY1M>

- 正直、人手不足です。
- 従来は現場で設計書に基づき、黒板に直で書いて、デジカメで写真を撮って、現場から戻ってきたらデータをパソコンに取り込んで、それから各工種に振り分けて、大変時間がかかっていました。
- 今回のシステム導入により、1人で撮影ができる、黒板の大きさも変えられるというところがメリットです。
- 現場で工種のフォルダを選んで、撮影することによってフォルダができるので、写した段階で振り分けがされているというところもメリットです。
- 紙で送っていただいたものを各社ごとに小分けして、使うときにコピーして、施行台帳にまとめるという形で、ものすごく手間です。
- Scan to サイガードでデータ化し、それらが複合機にも表示され、フォルダの選択だけでどこにどの書類のデータを入れたかというのが自分で確認できます。
- 全部PDF化されることによって、管理がものすごく楽になりました。
- 下請さんが同じ書類を2度も3度も出す必要がないというメリットが、これからどんどん増えていくと思います。
- 増えていけば増えていくほど、楽になるのは間違いない、時間短縮になります。
- システムを利用することによってミスが減り、人手不足を補えるのも間違いないです。

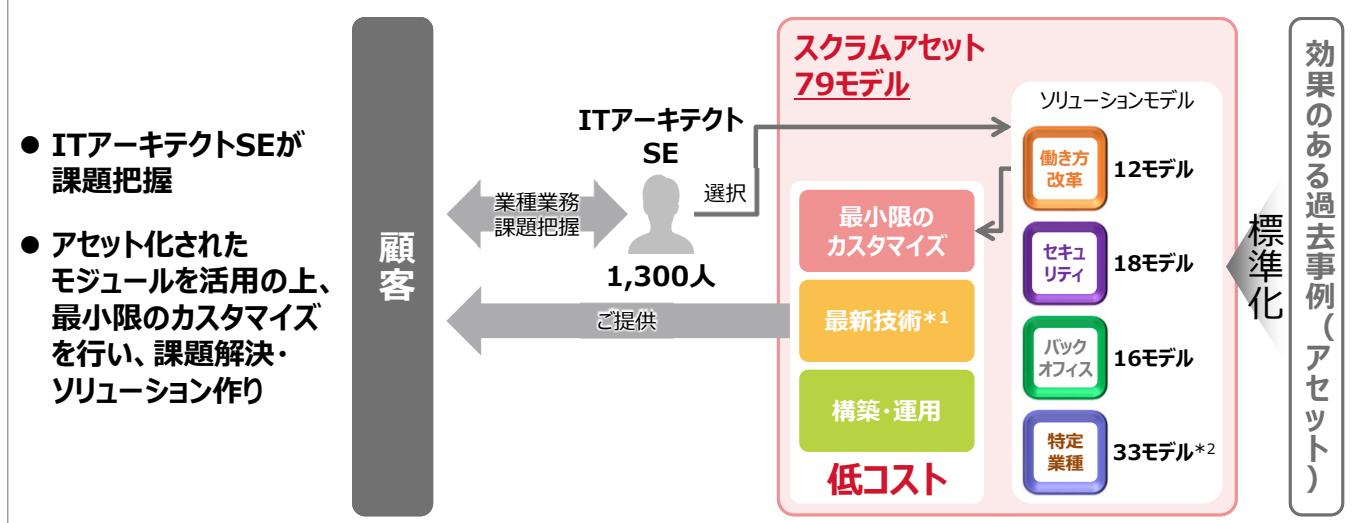
■ スクラムアセット販売件数推移

RICOH
imagine. change.



- グラフはスクラムアセットの販売推移です。
- 2020年11月のIR Dayでもご紹介しましたが、スクラムアセットは年商50億円から500億円クラスの中堅企業向けのソリューションモデルです。
- SEを活用した課題解決モデルであり、中小企業向けのスクラムパッケージと合わせた重点施策です。
- 21年度Q2時点での累計販売件数は5,400件と、1年間で3,400件増加しました。
2021年度上期では、前年比178%と伸長しました。

1,300人のSEが経験した開発事例(アプリ導入・展開・運用ノウハウ)をアセット化し、最新技術*1と組み合わせた中堅企業向けソリューションモデル

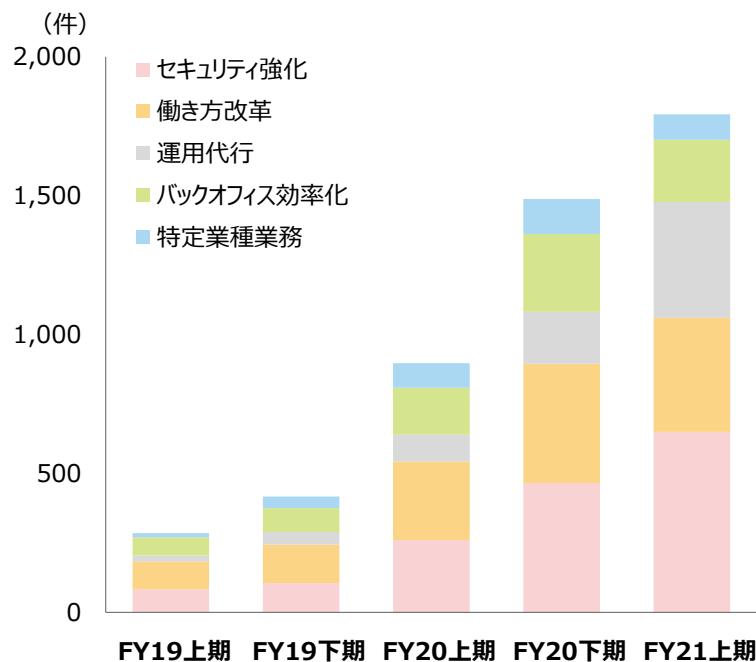


*1: 最新技術…AI・RPA・OCR・クラウド等
*2: 製造 15モデル、流通・サービス 10モデル、他 8モデル

© Ricoh

15/24

- リコージャパンには約1,300人のSEが在籍しています。
- お客様に提供してきた開発事例から、水平展開できるソリューションを、最新技術と組み合わせてアセット化し、中堅企業のお客様に提供しています。
- 完全なパッケージ型ではなく、SEがアセット化したソリューションを活用し、お客様別に最小限のカスタマイズを行いながら課題解決を行っています。
- 現在は働き方改革、セキュリティ、バックオフィス、特定業種向けに79モデルを展開しています。



中堅企業の情報システム部門の支援

運用代行支援サービス

- 運用管理
- 保守

等

働き方改革支援サービス

- テレワーク環境構築
- 情報・コミュニケーション基盤の刷新

等

セキュリティ強化支援サービス

- サーバ仮想化とセキュリティ強化
- セキュアネットワーク構築

等

© Ricoh

16/24

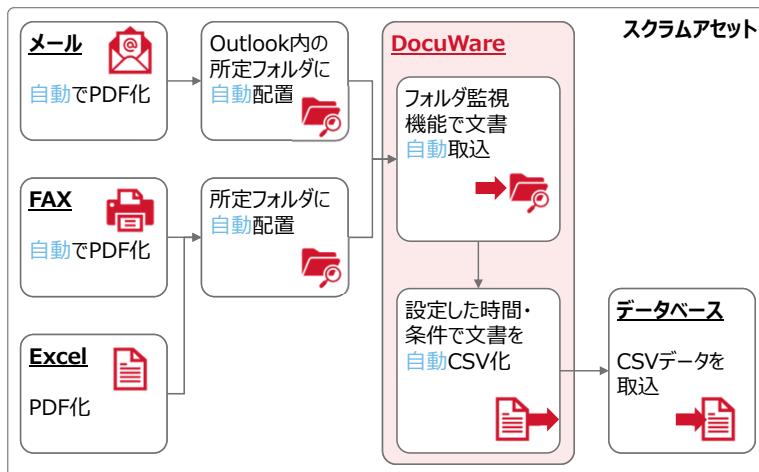
- スクラムアセットのニーズが高いのは、「ひとり情シス」といわれる、情報システム担当者が企業内に1人しかいない中堅企業や、情報システム担当者が不在の中堅企業です。中堅企業の約35%が該当すると捉えています。これらのお客様は、システムの構築や運用、セキュリティ面に多くの課題、困りごとを抱えており、情報システム担当者不足に対応したソリューション、サービスの実績拡大につながっています。
- グラフの水色部分が、特定業種業務モデルの実績です。
- 今後、業種業種モデルを拡充し、スクラムアセットの実績拡大につなげたいと考えています。
- 次のページで一例をご紹介します。

お客様のお困りごと：自動車保険事故に関する損害調査依頼件数の増加

調査依頼書を元に手作業でシステムに案件登録を行っており、限られた人員での作業は限界

次工程への展開スピードUPが課題

スクラムアセット導入後の業務フロー



スクラムアセットによる改善効果

OCR処理化を進めるだけでなく、インデックス項目の自動読み取り機能(Intelligent Indexing機能)で省人化、次工程への展開スピードの向上を実現

手作業での新規案件登録を自動化・省人化することで、

- 登録作業者の負荷軽減
- 入力ミスの削減
- 登録スピードの向上 を解決・改善

1ヶ月間の削減工数

▲3分/件 × 2,000件 = ▲100時間

© Ricoh

17/24

- 損害保険会社様での業種モデルの導入事例です。
- メールやファックスで届いた調査依頼書を、手作業でシステムに登録することに、多くの手間とコストがかかっていました。
- メールやファックスによる調査依頼書をOCR処理により自動でPDF化し、リコーのコンテンツ活用サービス、DocuWareと連携することで、調査依頼書の一元管理、ワークフローの自動化につなげました。
- 次工程への展開スピードを飛躍的に向上させることで、1ヶ月あたり100時間の工数削減につながった事例です。また、自動化により、登録作業者の負荷も低減し、入力ミスも削減されました。



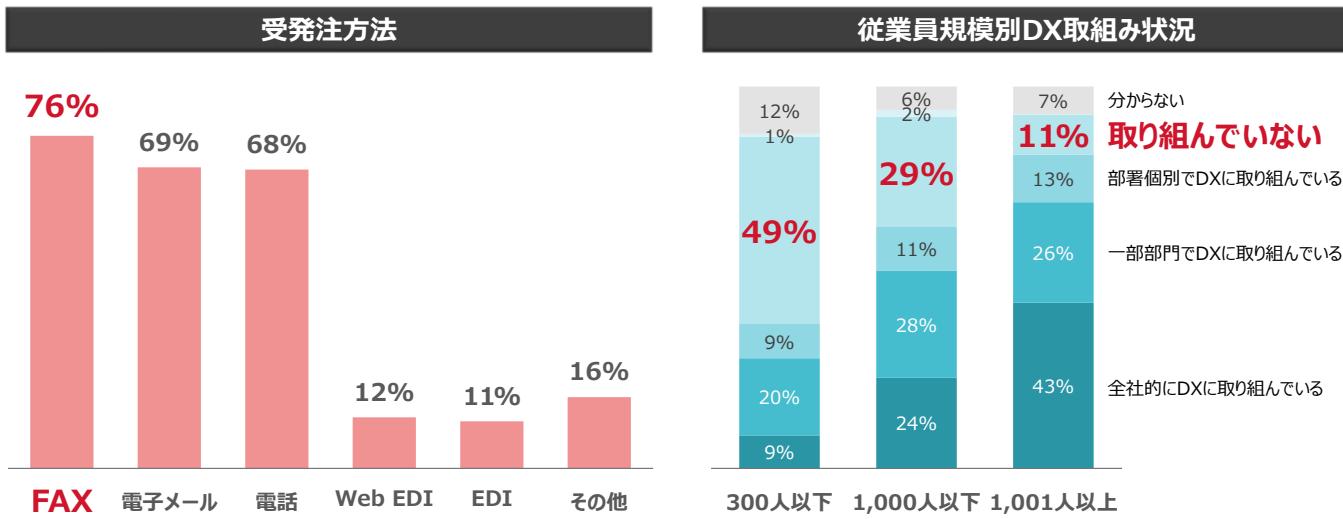
デジタルサービスで実現したいビジネス



© Ricoh

- 最後のパートになります。
- デジタルサービスで実現したいビジネス展開についてご説明します。

中小・中堅企業の受発注業務はFAXが依然中心となっている
また、300人以下企業では約半数がDXに取り組めていない



※経済産業省「経営診断ツールの認知・活用状況及び、決済資金調達の実態に関する調査」(2019年2月)

※ IPA 独立行政法人 情報処理推進機構「DX白書2021」(2021年10月)

© Ricoh

19/24

- 中小・中堅企業では、左のグラフ(受発注方法)にあるように、受発注業務に、ファックス、メール、電話を使っている企業が大半を占めています。
- また、右のグラフ(従業員規模別DX取組み状況)にあるように、DXに全く取り組んでないと答える企業が、従業員数300人以下で49%、1,000人以下で29%を占めています。

大手企業の半数以上が業務システム前後の効率化・省人化を求めている



N=125社

| | |
|-------|-----|
| 経営層 | 80% |
| 部門責任者 | 16% |
| その他 | 4% |

省人化ニーズ項目 (顧客アンケートより)

データ入力

- ✓ 営業日報入力
- ✓ 顧客からの問い合わせのデータ化
- ✓ 帳票への記録やデータ入力の効率化
「現在は紙への記録。音声入力も検討したい」

受発注業務

- ✓ 受発注、生産・在庫管理、売上、請求、会計処理の自動化
- ✓ FAXデータの基幹システムへの取込

顧客情報管理

- ✓ 大規模イベントの案内、申込、受付、当日対応業務

データ分析

- ✓ 日報の分析・活用
- ✓ スポーツ選手のデータ分析・戦術分析

※2021年7月 首都圏・中部地区 顧客アンケートより

© Ricoh

20/24

- また、大手の企業においても、データ入力や受発注業務、顧客情報管理、データ分析などの効率化・省人化を求める声は半数以上に上ります。
- 特に基幹業務システムの前後にある、人が介在する業務を簡素化したいというニーズも大きいと捉えています。

戦略：MFP顧客をデジタルサービス顧客化し、MFP-MIFを再価値化

Step 1. MFP顧客に業務課題を解決するスクラムシリーズを採用いただけ

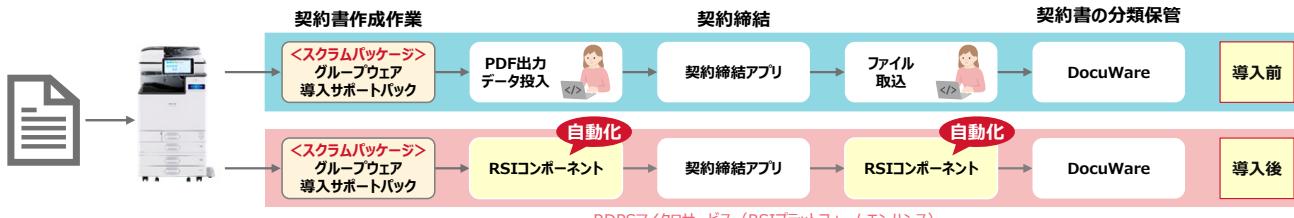
Step 2. スクラムシリーズ業務アプリケーションの前後のワークフローを自動化（紙が媒介するデータ入力の工数を削減）

例：



Step 3. 業務プロセス(アプリ)間を繋ぎ、一連のプロセスを自動化

例：



*RDPS--RICOH Digital Processing Service 21/24

- デジタルサービスの基本戦略は、MFP顧客をデジタルサービス顧客化し、約90万台弱あるMFPのMIFを再価値化することです。
- 企業間取引や企業内文書には、多種多様な紙が存在しています。
- 入力作業や、業務システムと業務システムの間には、人が介在しています。紙と人手でまかなわれている領域を自動化することで、お客様のDXを支援していきます。

Step 1：MFP顧客へのスクラムパック、スクラムアセット導入の継続強化をします。

現在は約20%のお客様に導入いただいているが、さらに増やしていきます。

Step 2：スクラムシリーズの業務アプリケーションの前後に発生する業務フローの自動化を行い、紙が媒介するデータ入力の工数を削減していきます。

Step 3：それぞれの業務アプリケーションをつなぎ、一連のプロセスを自動化していきます。
業務の省人化を図り、人でしかできない業務へ人材を輩出していくことを可能とします。

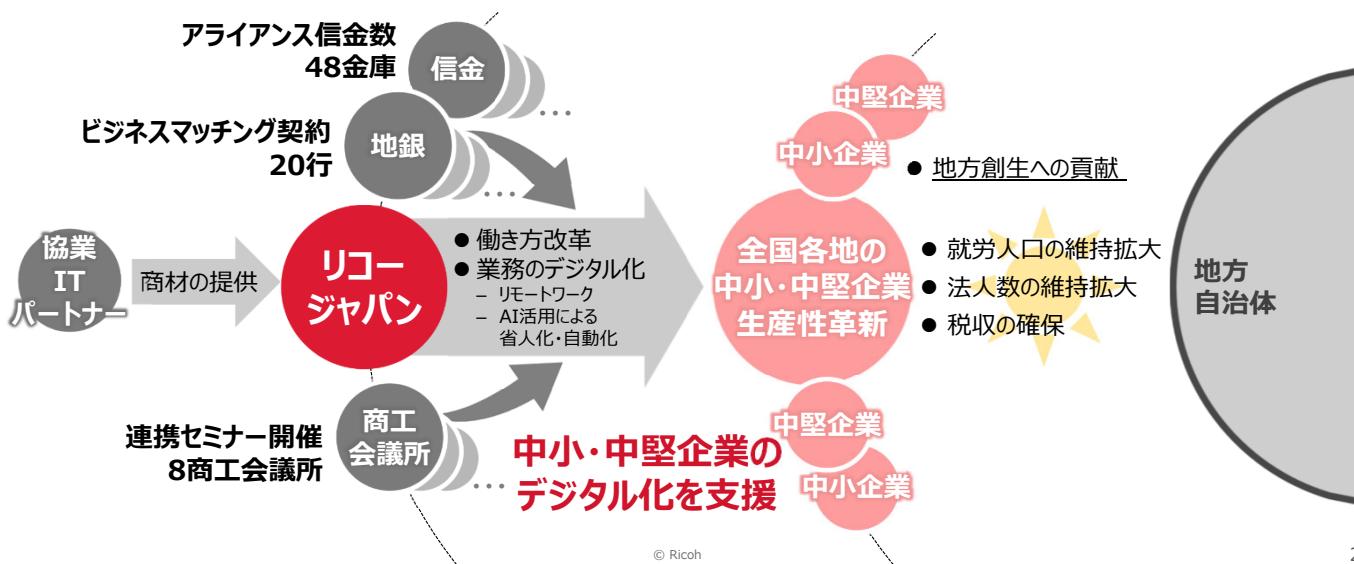
- デジタルサービスについて、一例をご紹介する動画をご覧ください。

P21の補足動画 (当日のみ)

- 専用スキャナーや複合機で様々なドキュメントをまとめてスキャンします。
- スキャンされたデータは、OCR処理などを経て自動的に判別され、それぞれのシステムに登録されます。
- 請求書においては、AI、人工知能により、請求書に記載された情報が自動認識され、会計システムに登録されます。
- 今まで手作業で時間や手間をかけて行っていた業務が省力化、自動化され、会計システムへの入力作業の負荷の軽減や業務の中抜きなどが実現でき、生産性の革新が図れます。
- 介護、福祉の現場では、ベッドに取り付けられたセンサー情報を取得して、利用者の離床状況やベッド上の状態がリアルタイムに介護担当者へ通知されます。
- また、利用者の活動履歴や記録情報は、介護システムに合わせたデータ形式に変換され、システムへ自動登録されます。
- 今まで現地で確認しないと分からなかったことが、どこにいても利用者の状況をリアルタイムで把握することができるようになるため、巡回回数が減り、ヒヤリハットの軽減や介護担当者の負担軽減にもつながります。
- また、介護システムへの入力業務の省力化、自動化が図ることで、生産性の革新が実現でき、本来の業務へ注力することができるようになります。
- 当社が実現したいデジタルサービスの一例の映像でした。
- さらに業種別、業務別のソリューションモデルを拡充してまいります。

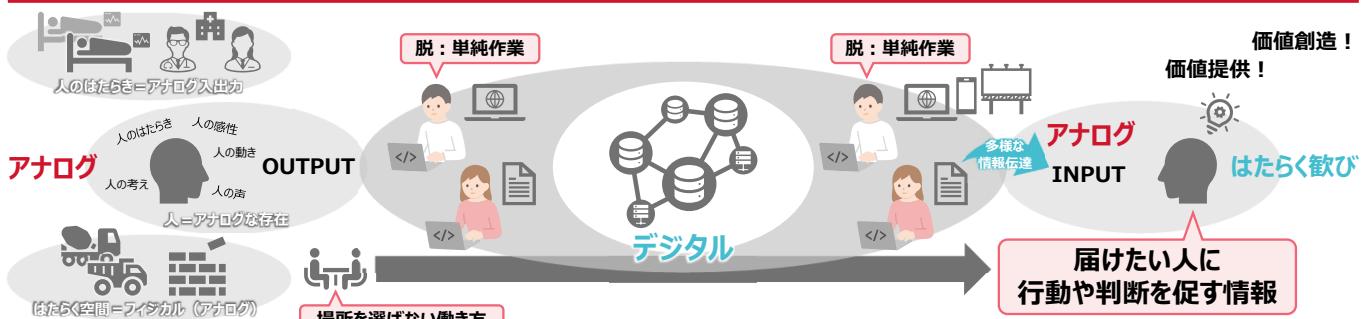
地銀・信金・商工会議所と連携し、全国の中小・中堅企業の業務デジタル化を支援

⇒ IT導入補助金を活用したデジタル化支援：約1,800件/採択率7割強 [21年度・第3次公募まで]



23/24

- 当社は従来からの協業パートナーに加えて、全国の信用金庫・地方銀行・商工会議所と連携し、中小・中堅企業の業務のデジタル化、生産性革新を行うことで、地域の活性化、地方創生にも貢献できるものと考えています。
- IT導入補助金採択数1位の実績、また、業種業務課題解決モデルの導入実績をご存じになった地方銀行・信用金庫・商工会議所の皆様から、「ぜひ一緒にお客様のデジタル化を進めたい」というご要望を多くいただいており、引き続きアライアンスを強化していきます。



リコーが提供するデジタルサービス

現場のデジタル化

人が働くことで得られる多種多様なアナログの記録を
エッジデバイスによりキャプチャし
アプリケーションで処理しやすい形式に変換

オフィスのデジタル化

オフィスの3M*を排除し
効率よく業務目的を達成する手段を提供

* 面倒くさい/ミスできない/マンネリ

アプリケーションで処理された結果を、伝えたい人の認知・行動につながる最適な方法で情報伝達
それらの処理を通じて得られるデータをお客様のご了解のもと解析し、知的創造活動を支援

© Ricoh

24/24

- 最後のスライドになります。当社が目指すお客様へのDX支援についてご説明します。
- 人が働く空間はアナログであり、アナログで得られるデータをデジタルに乗せるために、様々な人が関わる業務が行われ、働く場所が制限されてきました。
- 業務システムに人が関わる工数を削減し、効率的なデジタル処理にとどまらず、知的創造支援を行うことで、OAの時代から目指してきた、「人は人にしかできない仕事を」、という世界をつけていきます。
- 情報を受けた人の行動や判断を促せるよう、情報の価値を高めることは、人が新たな価値創造をすることにつながります。それが、「はたらく遊び」につながればと考えています。
- ご清聴ありがとうございました。

RICOH
imagine. change.