

<主な Q&A>

Q： オフィスプリンティング事業（デジタルサービス）でノンハードの回復が想定より 2%下回ったとのことだが、4-6 月期で想定していた営業利益に対してどの程度の影響があったか。また、7-9 月期以降の推移を伺いたい。

A： 4-6 月期における、ノンハードの回復が想定より遅れたことの影響額は、営業利益で約 20 億円程度とみている。

今後の見通しについてだが、地域別にノンハードの回復時期が異なると想定している。米国はおそらく 9 月ごろから本格的な回復に向かい、欧州は秋ごろから、日本は 2022 年に入ってからとなるとの想定に基づいた計画としている。したがって、7-9 月期はまだ回復は鈍く、本格的な回復は 10 月以降、下期になる。ワクチン接種の進展状況によって、オフィスへの入社状況は変わりノンハードの回復に影響を与えていると考えている。

Q： 4-6 月期の実績は会社計画対比では 20 億円の未達との理解でよいか。

A： 計画していた営業利益は達成している。オフィスプリンティング事業のノンハードで想定を下回った分を、商用印刷事業（グラフィックコミュニケーションズ）の計画以上の達成など他の要因でカバーができた。

Q： アメリカのノンハードの回復状況について伺いたい。オフィスプリンティングの売上ヒートマップ（「決算概要」P.9）をみると、10-12 月、1-3 月と、比較的回復してきていたが、ワクチン接種が進展している状況にも関わらず 4-6 月で再び悪化したと読み取れるが、どう評価しているか。また、今後のオフィスへの回帰が従来の想定通り進むのか、一部で報道されているように遅れる傾向にあるのか、認識を伺いたい。

A： 売上ヒートマップでみると、前年に COVID-19 影響のあった 3 月が改善しているようにみえるためわかりづらいが、回復状況が 70%前後で停滞している状況が続いている。ワクチン接種の進展により、市中の人出は戻ってきているようだが、休業補償の影響などもあり、オフィスへの入社率はさほどではないという状況。

今後は、夏季休暇を経た新学期の開始や、報道にあるような大手企業の出社ポリシーの適用開始時期を踏まえると、9 月ごろから本格的な回復に向かうとみている。期初見直しからその想定に変更はなく、9-10 月のノンハード実績などを踏まえて、変更すべきことがあればしかるべきタイミングでお伝えする。

Q： テレワークの普及などで働き方自体が変わってきているが、オフィスへの入社状況が戻れば出力量が戻ると単純に考えてよいものか。

A： テレワークは一定程度定着するであろうし、働き方の変化でドキュメントの電子化も進むだろうとは想定しており、中長期の計画では織り込んでいる。ノンハードは、COVID-19 影響が落ち着けば以前の 90%程度の水準にまで回復。その後、4~5%/年で落ち込んでいくと想定。

当社としては、働くお客様を、オフィスだけでなく現場や家庭も含め、出力だけでなくワークフロー全体でサポートし、デジタルサービスとして事業成長に取り組んでいく。

Q： オフィスプリンティング事業のハードについて伺いたい。MFP の販売が下振れるリスクは考慮しなくてよいか。

A： 地域によって傾向は異なるが、MFP 買い替えのタイミングとなり受注が増えてきている状況。想定通りにパイプラインは詰まっている。ワクチン接種の進展に伴い、オフィスへの入社が戻ることで、ハードウェア販売の回復も加速すると考えている。

Q：海上輸送費の費用増は、想定以上だったか。7-9 月期以降も厳しい状況が続くようだが、期初見通しの想定
の範囲で吸収できるか。

A：海上輸送費と部品不足の影響で、4-6 月期は 26 億円の費用増となったが、今後も同様の影響は見込まれ
るため、その影響の最小化と経費コントロールに努める。見通しでリスクとして織り込んだ分も含め、大きな市況
環境の変化がない限りは、見通し内に収まると考えている。

Q：スクラムパッケージの進捗について伺いたい。四半期推移でみると、4-6 月期の販売本数実績は前年度 1-3 月
期に対して減少しているが、年度見通しに対しては計画通りの進捗か（「決算概要」P.8、P.15）。

A：概ね計画通りに進捗している。国内の営業活動の主軸はスクラムパッケージであり、セールスの提案力は着実に
向上してきている。

Q：スクラムパッケージの 1 本当たりの単価がやや低下している要因は何か。

A：単価の低いテレワーク関連のパッケージの構成比が増えたことが影響で、販売構成によって単価はある程度変
動する。単価の高い、業種別のパッケージに注力しているため、単価は上昇していくと考えている。

Q：スクラムパッケージの伸び率が前年比でかなり高いが、その背景は何か。

A：直売のセールスの提案力の向上に加えて、代売店での提案・販売が進んできている。加えて、中小企業のお客
様がターゲットであることから、全国で、地方銀行や信用金庫、商工会議所などの皆様と連携しての展開も開
始しており、そのあたりも寄与している。

Q：4-6 月期のオフィスサービス事業は、売上高が前年度 10-12 月期並みである一方で営業利益が低く、営業
利益率が低下しているが、その理由は何か。

A：4-6 月期は、利益率の比較的低い大手顧客などの一括案件の売上が前年度 1-3 月期からずれ込む分もあ
り、利益率が若干低くなる傾向にある。

2018 年度以降のオフィスサービス事業の営業利益率の四半期推移をみると、4-6 月期を底に年度末の 1-3
月期に向けて上昇しており、季節性と捉えてほしい。今年度も四半期を追うごとに向上していく。

Q：新しく AI を使ったデータビジネスを始められているが、その進捗があれば伺いたい。

A：6 月に国内でドキュメントなど様々な仕事の情報を、自然言語処理 AI 技術を用いて分析し業務効率化などに
貢献する「仕事の AI」というサービスの提供を発表した。現在は社内教育を進めているところであるため、実際に
サービスを提供し、お客様からの反応が得られ始めたら、改めてご案内したい。

以上