

**<主な Q&A>**

Q：セグメント別の 2022 年度売上・営業利益見通しについて伺いたい。

デジタルプロダクツが増収にも関わらず減益である背景と、グラフィックコミュニケーションズが大きく増収増益となる背景は何か。

A：デジタルプロダクツは、主には 2021 年度の営業利益に資産売却益が約 100 億円含まれているため、対前年で減益となる。新製品開発に伴う投資などはあるが、特に大きな費用増があるということではない。

グラフィックコミュニケーションズは、回復の進むノンハードが引き続き好調に推移することや、新製品含めてハードの拡販を進めていくことで売上・営業利益の成長を図る。

Q：全社・消去営業利益について、2021 年度は 32 億円の赤字であったが、22 年度見通しは 44 億円の黒字となっているため、詳細について伺いたい。子会社化を予定している株式会社 PFU の無形固定資産償却費用や、資産売却益は含まれているか。

A：22 年度の見通しには、予定している資産売却益を含めている。

株式会社 PFU の子会社化に伴う利益貢献はある前提で含めているが、のれんの償却は IFRS のため P/L には含まれない。株式取得の実行予定である 22 年 7 月に向けて、内容を精査し、具体的な影響について見極めたい。

また、21 年度は在庫の積み増しによる未実現利益が若干含まれているが、これが 22 年度には減少し、増益方向に寄与することも要因にある。

Q：株式会社 PFU の子会社化に伴う、売上・営業利益への貢献額は 2022 年度でどの程度か。今後想定しているシナジー、利益成長の期待についても伺いたい。

A：株式取得は 2022 年 7 月の予定であり、精査を進めている段階のため、具体的な額面はお伝えできない。

参考まで、株式会社 PFU の 2020 年度実績は、売上高 1,345 億円、営業利益 45 億円であり、これをベースに試算はしている。

デジタルサービスの会社におむけて、本件の戦略上の意義やシナジー効果については社内で議論し、相応のリターンがあると判断して株式取得の契約締結に至った。その詳細、具体的な成長イメージについては、しかるべきタイミングでお伝えする。

Q：足もとの、複合機の生産状況について伺いたい。2022 年度の 4-6 月期の想定は。

A：2021 年度の部品不足による生産影響は、10-12 月期に想定比で 7 割程度の供給にとどまった。1-3 月期では、10-12 月を下回る供給台数とはなったが、3 月には主力製品で計画した増産を達成できており、状況は改善している。

足もとでは、中国上海にある生産拠点を中心に、新型コロナウイルス感染症拡大に伴うロックダウンの影響を受けている。3 月下旬よりロックダウンは続いているものの、可能な限り工場を稼働させるよう努めているところ。

電子部品や樹脂など、原材料の調達状況は、自社での資材・開発・生産での取組みもあり、改善してはいるが、安心といえるのは、夏以降になると考えている。したがって、4-6 月期は、上海のロックダウンが終了し 5 月半ばより生産が再開できれば、通常の状態に回復するまでの期間は厳しいものの、1-3 月期よりも供給量は若干改善できるのではと考えている。

Q：2022年度の営業利益は、半期あるいは四半期でみると、どのように推移するか。下期に偏るか。

A：4-6月期は、製品供給が十分でない状況のため、通期で900億円の営業利益からすると低い水準となると想定している。部品の調達状況改善によるMFP生産の回復、ICT商材の調達環境の改善は夏ごろを想定しているため、7-9月期には営業利益の回復、10-12月期から本格的な利益成長を想定している。

部品や商材の調達状況の変動に合わせ、生産・販売のオペレーションについては、この半年で経験を積み、改善を進めてきた。そうした知見を活かし、状況の変化に合わせて機動的に対応し、できるだけ前倒しでの利益創出に取り組んでいきたい。特に、商材が十分に調達できない環境下であっても、日本で商材を組み替えて提供しているスクラムアセットが好調であるように、コロナ禍でのDX推進の機運を追い風としてオフィスサービスの成長を仕掛けていきたい。

Q：2022年度に予定している資産売却益の発生時期はいつごろか。

A：下期を想定している。

Q：MFPでの価格転嫁の考え方を伺いたい。実質では値引きの抑制と考えるが、方針などはあるか。

A：部品価格や輸送費の高騰を背景とした価格転嫁については、代売店や顧客にご説明し、了承をいただいで順次進めている。地域では、米州や欧州では、特に輸送費の高騰を背景に理解いただいている。

MFP市場では、値引きをどれだけ抑えられるかが施策のひとつであることも事実だが、サービスやサポートを組み合わせ、業務課題の解決に貢献する付加価値をご提案し、その対価をいただくことを進めている。値引きでお客様にMFPを購入いただくという方向から、ハードとソフトを組み合わせでお客様に提供できる価値を考え、適切な価格設定をする戦略を構築し、進めていきたい。

Q：オフィスプリンティングのハードの2022年度見通しについて伺いたい。21年度の注残と、22年度の解消見込みはどうか。

A：21年度末の注残は、オフィスプリンティングで約500億円、オフィスサービスも合わせると、約800億円になる。この数字は具体的に管理できている範囲のものであり、それ以外で商品がなく商談に着手できない、あるいは商談が進められないなどの機会損失も含めると、もっと需要そのものはあると考えている。

この注残の解消には、お客様側の環境や当社の供給体制等を考えると、直ちに解消することは難しく、半年程度はかかると考えている。

Q：オフィスプリンティングのノンハードの2022年度想定は、2019年度比83%とのことだが、下期に向けて回復に向かう想定か。

A：社内計画としては、国や地域ごとに、季節変動も含めて時期ごとの回復の想定をしてはいるが、四半期別の計画としてお示しできる数字はないため、83%前後で推移すると考えていただきたい。