

**商用印刷
事業**

2019年4月11日

株式会社リコー

CP事業本部 事業本部長

加藤 茂夫

成長戦略「リコー挑戦」

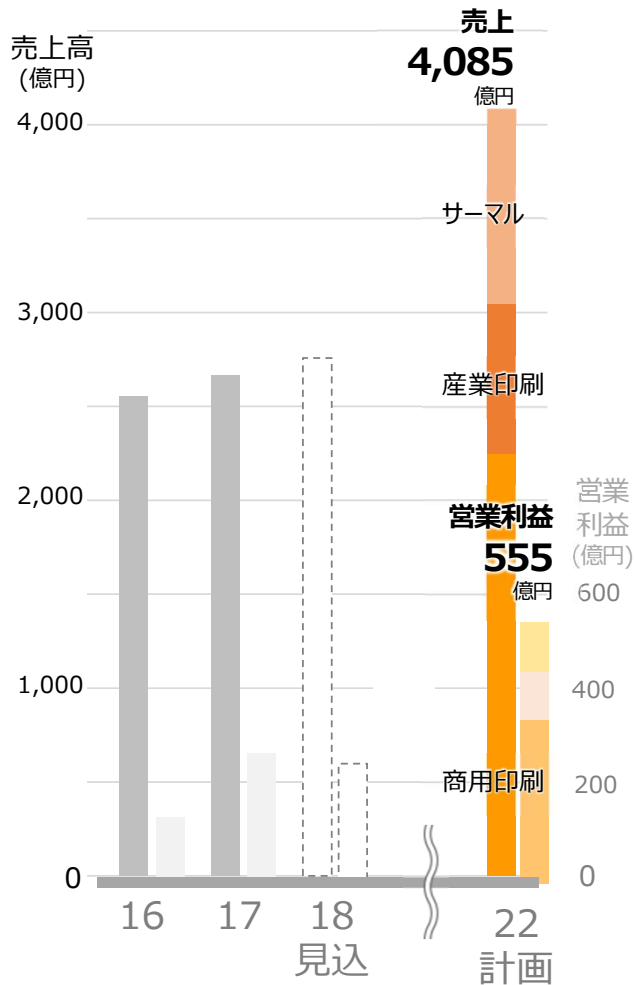


*AM: Additive Manufacturing

2022年度に向けた考え方

成長戦略
1

RICOH
imagine. change.



2022年度に向けた成長戦略 1 の考え方

商用印刷事業・サーマル事業の収益拡大と 積極投資による産業印刷事業の成長

商用印刷事業：基幹印刷、企業内印刷、商用印刷など、市場の様々なニーズに対応するソリューションを拡充し、お客様と印刷ビジネスを支え、お客様とともに成長を目指す

産業印刷事業：「デジタルマイクロファクトリーの実現」により、お客様の提供価値拡大と環境負荷軽減を両立し、新しい産業印刷の未来を切り開く

サーマル事業：既存事業で競合優位性を生かし、収益の最大化を図るとともに、新規事業の立ち上げにより事業拡大し、営業利益率10%以上を目指す

商用印刷事業 概要

商用印刷事業

市場特性の違いから3つの領域に分け、各領域のお客様に最適ソリューションを組み合わせることで顧客価値提供の実現を目指す

		企業内		商用
		基幹	In Plant, CRD	
Company size	Mid・Large	領域A(基幹) 高生産性 HPS WFS	領域B(POD) 高付加価値 DAS WFS	領域C(O2D) 高品質・高生産性・高付加価値 DAS HPS WFS
	Small			

主要事業戦略

- 徹底的な顧客起点での事業再構築
 - 強みを活かした新規市場の開拓 <領域C>
 - 既存市場の収益最大化 <領域A・B>
 - 持続的に成長できる収益構造への変革 <全領域>

主な製品・ソリューション

デジタルアプリケーションソリューション(DAS)

(製品群: カットシートプリンター)



RICOH Pro C7200S
印刷物に強いインパクトを与える
スペシャルカラーを搭載



RICOH Pro C9200S
高品質かつ幅広い用紙に対応する
フラッグシップモデル

ハイプロダクティビティソリューション(HPS)

(製品群: 連帳プリンター)



RICOH Pro VC40000
基幹印刷を高速出力



RICOH Pro VC70000
オフセット用紙に高画質・高速で印刷

ワークフローソリューション(WFS)

Avanti-MIS ビジネスワークフロー管理

Ricoh Process Director プロダクションワークフロー管理



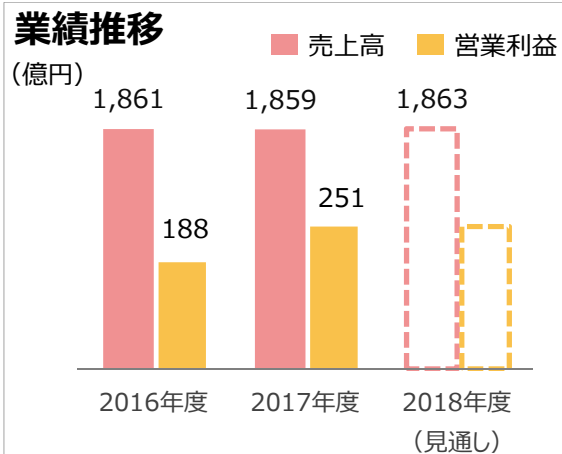
TotalFlowシリーズ 印刷ジョブ最適化

Ricoh Supervisor IoT管理

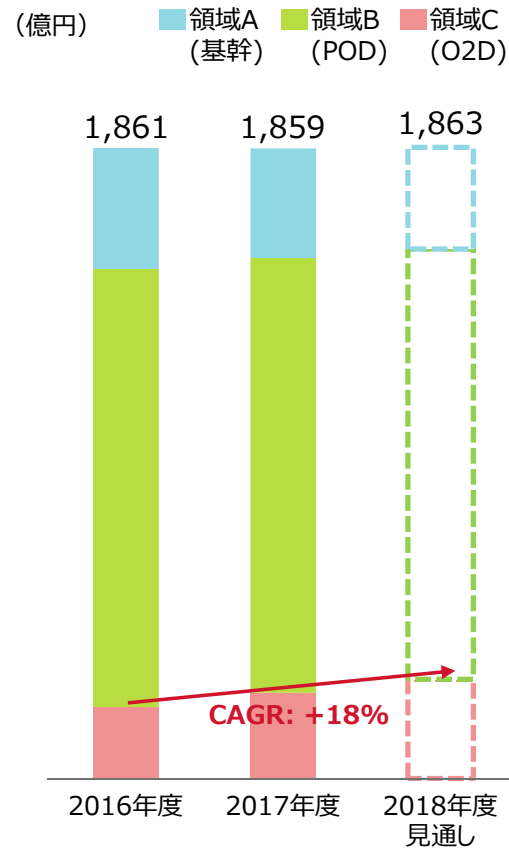


業績推移

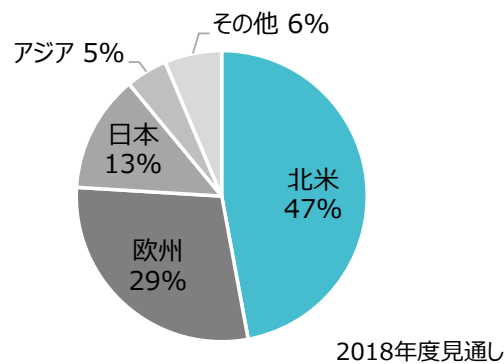
業績推移



売上内訳推移

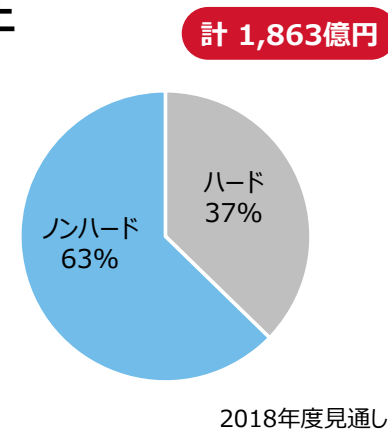


地域別 売上構成比

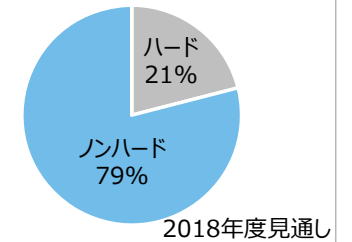


ハード・ノンハード 構成比

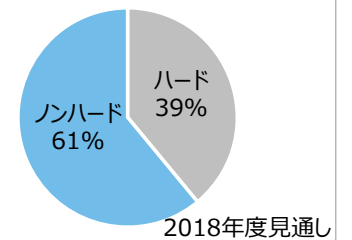
売上



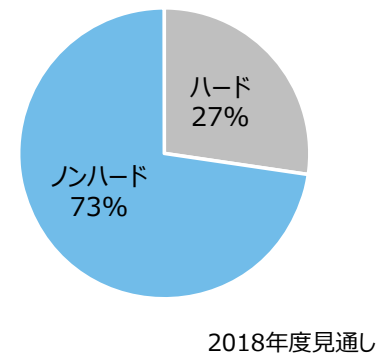
領域A 売上



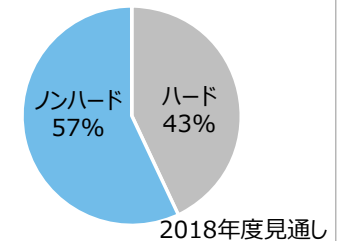
領域B 売上



限界利益




領域C 売上



領域A (基幹) 事業戦略




市場規模	市場動向・想定するお客様ニーズ	主なお客様	リコーの強みと実績
1,300億円 (20年)  CAGR : -2.0% (17年->20年)	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業の伝票・帳票などの基幹印刷の市場 ● 電子化トレンドに伴い、全体的に縮小傾向 ● 印刷へのニーズは安定稼働中心で、新規要望は少ない 	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業内印刷 (データセンター) ● サービスビューロ 	<ul style="list-style-type: none"> ● IBM時代からの大きな顧客基盤 ● 安定稼働を支える基幹系システム ● 豊富な基幹系スペシャリスト戦力 ● 金額シェア 約20%

主要 事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 徹底的な顧客起点での事業再構築 <ul style="list-style-type: none"> ● 強みを活かした新規市場の開拓 <領域C> ● 既存市場の収益最大化 <領域A・B> ● 持続的に成長できる収益構造への変革 <全領域>
------------	---

領域別戦略	業績の考え方
<ul style="list-style-type: none"> ● カラー化の推進と安定稼働のシステム提供の継続 ● 市場の縮小にあわせた投資の効率化 	<ul style="list-style-type: none"> ● MIF維持によるノンハード収益継続確保 ● 経費効率化

領域B (POD) 事業戦略



市場規模	市場動向・想定するお客様ニーズ	主なお客様	リコーの強みと実績
<p>1兆2,000億円 (20年)</p> <p></p> <p>CAGR : +1.4% (17年->20年)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 販促物やマニュアル等のデジタル印刷の市場 ● カラー機は、短納期オンデマンド印刷ニーズにより成長を継続。モノクロ印刷は微減傾向 ● 基本印刷品質に加え、印刷物の付加価値向上が求められる 	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業内印刷 (In Plant、CRD) ● 小規模商用印刷会社 	<ul style="list-style-type: none"> ● 全世界で展開する直売での販売・サービス網 ● スペシャルカラーの追加色による新規アプリケーション提案 ● 多様な加工機ベンダーとのアライアンスによる印刷ソリューション展開 ● 金額シェア 約10%

主要 事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 徹底的な顧客起点での事業再構築 <ul style="list-style-type: none"> ● 強みを活かした新規市場の開拓 <領域C> ● 既存市場の収益最大化 <領域A・B> ● 持続的に成長できる収益構造への変革 <全領域>
--------------------	---

領域別戦略	業績の考え方
<ul style="list-style-type: none"> ● 印刷物に付加価値を与えるデジタルならではのアプリケーションの提供 ● 代売チャネルの拡大と新興国販売強化 	<ul style="list-style-type: none"> ● MIF拡大によるノンハード収益アップ、ハード単価アップ ● ハード／ノンハードの売上規模拡大

領域B 製品紹介 : RICOH Pro C7210s/7200s

RICOH
imagine. change.



進化を遂げた高付加価値カラーCS

売上アップ[°] (G社の例)

新しい表現での付加価値印刷により、印刷単価アップ[°]と他印刷会社への差別化を実現

① ホワイトトナー

豊かな表現を可能にするホワイトトナーにより、透明な耐水紙や色紙等、色の表現が難しかった紙に手軽に印刷可能



ホワイト

② 鮮やかな色味を再現するネオントナー

通常のプロセカラーでは表現のできない、鮮やかな色表現が可能により、他の印刷会社への差別化を実現



ネオンカラー

③ 印刷面を装飾するクリアトナー

印刷面全体に光沢を与え高級感を出したり、スポット光沢で印刷面を部分的に強調したりすることが可能

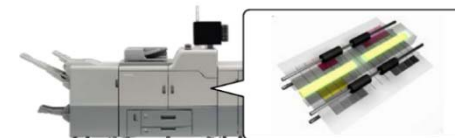


クリア

安定稼働

今まで必要だった印刷前調整作業や、調整機能を自動化する事により、安定した高品質の出力が可能

⇒ 検品手戻りにより再印刷するリソースとコストの削減が可能



自動キャリブレーション



リアルタイム表裏見当

領域C (O2D) 事業戦略

市場規模

5,000億円
(20年)



CAGR : +8.9%
(17年->20年)

市場動向・想定するお客様ニーズ

- 販促物、DM、ブック等のオフセット印刷中心の市場
- 多品種小ロット、在庫/破棄コスト削減ニーズにより、デジタル印刷の急拡大が見込まれる
- 印刷品質・生産性に対する要求が強い。
しかし、これまでの製品は自他社含めて対応不十分
⇒ **本格的なO2Dに対する「壁」**
- 新たなニーズとして、デジタル活用での価値の高い印刷ビジネスや、ワークフロートータルでの効率化への期待が高まりつつある
⇒ **O2Dへの「新たな期待」**

主なお客様

- 大/中規模
商用印刷会社
- ダイレクト
メーカー

リコーの強みと実績

- ヘッド、インク、システムなどの自社コア技術を活用したコート紙高速高画質インクジェット技術
- 多様なメディアに対応し、低価格で高品質を実現する電子写真技術
- MIS、工程管理など、顧客ワークフローを最適化するソリューション製品群
- 金額シェア 約7%
- 市場の伸びを上回る売上成長率 (CAGR +20%)

領域C (O2D) 事業戦略



RICOH
imagine. change.

主要事業戦略

- 徹底的な顧客起点での事業再構築
 - 強みを活かした新規市場の開拓 <領域C>
 - 既存市場の収益最大化 <領域A・B>
 - 持続的に成長できる収益構造への変革 <全領域>

領域別戦略

～ 印刷会社の経営品質向上を支援する総合パートナーへ ～

- デジタルを活用した新たな顧客価値の実現
- 高品質・高生産性を両立する印刷システムの提供
- オフセット含めて効率化を推進するソリューションの展開

～ 売上・利益拡大の加速 ～

- 市場の拡大・競争激化に向けて積極的な投資を継続
- 直売とアライアンスによるチャンネルミックス
- 商用印刷顧客に最適なサービスモデルの展開

業績の考え方

- 成長領域での売上規模拡大 (ハード、ノンハード)
 - 販売台数・MIF拡大
 - 台あたりプリントボリューム・インク量の大幅増加
- 将来に向けた積極投資

領域C 製品紹介 : RICOH Pro C9210/9200

RICOH
imagine. change.



業界トップに位置するカラーCS機のフラッグシップ機

売上アップ (V社の例)

多様な用紙のデジタル印刷により、付加価値の高いアプリケーション製作が可能。

①凹凸紙対応

高級感を与える凹凸が深い紙に対応。
高級カタログ/本の表紙/デザイン名刺等、
単価の高い各種アプリケーションの提案により売上拡大



凹凸紙:
カタログ

②長尺対応

長尺用紙に、高品質、高精度で印刷可能。
多面見開きの高級カタログやポスター等、
単価の高い各種アプリケーションの提案により売上拡大



長尺:
多面
カタログ



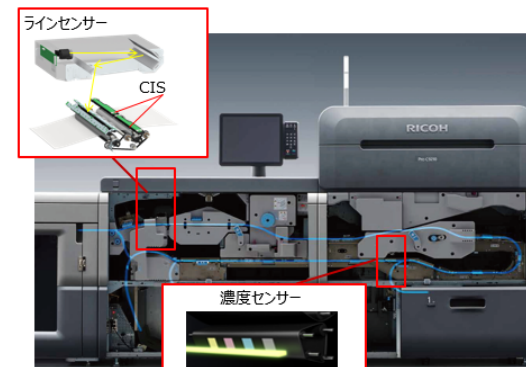
長尺:
ポスター

効率的な設備運用

生産機としての高画質、高安定性

⇒ 9100シリーズで好評だった滑らかな高画質に加え、スミ品質を向上した事により、ガサツキの少ないオフセット品質を実現

⇒ 新技術IQCT for High-Endによる高色安定



⇒ デジタル/オフセットの品質差に左右されない効率的な設備運用が可能

領域C 製品紹介 : RICOH Pro VC70000



新乾燥技術と新インク搭載で商用印刷の用途を広げるIJ-CF

売上アップ (ベータ顧客A社の例)

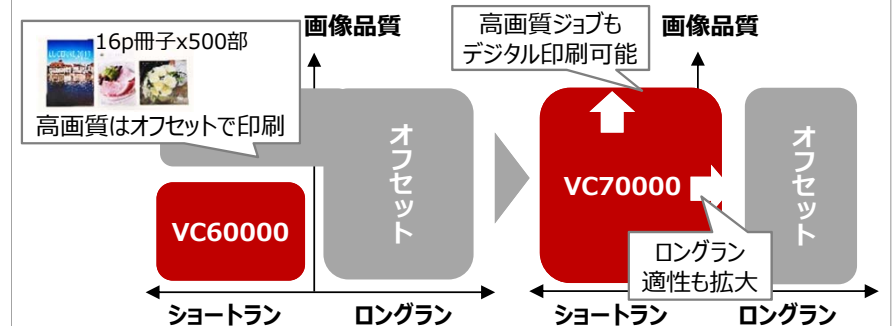
コート紙生産性が飛躍的に向上
⇒システムが創出する**単位時間あたりの売上がアップ**

*顧客の定義する各マシンの生産能力 (売上/h)



効率的な設備運用 (ベータ顧客B社の例)

高濃度・広色域での印刷が可能になることで、
これまで難しかった**高画質を要求されるジョブ**が印刷可能
⇒**デジタル/オフセットの効率的な設備運用**が可能



売上アップ (ベータ顧客B社の例)

Extended Gamut inkにより、**アンダーコート・プロテクターコート無しでOffsetコート紙への印刷が可能**

- ⇒ **省スペース/低インシャルで導入しやすい**
- ⇒ **低ランニングコストで業務拡大**



2022年度 目標

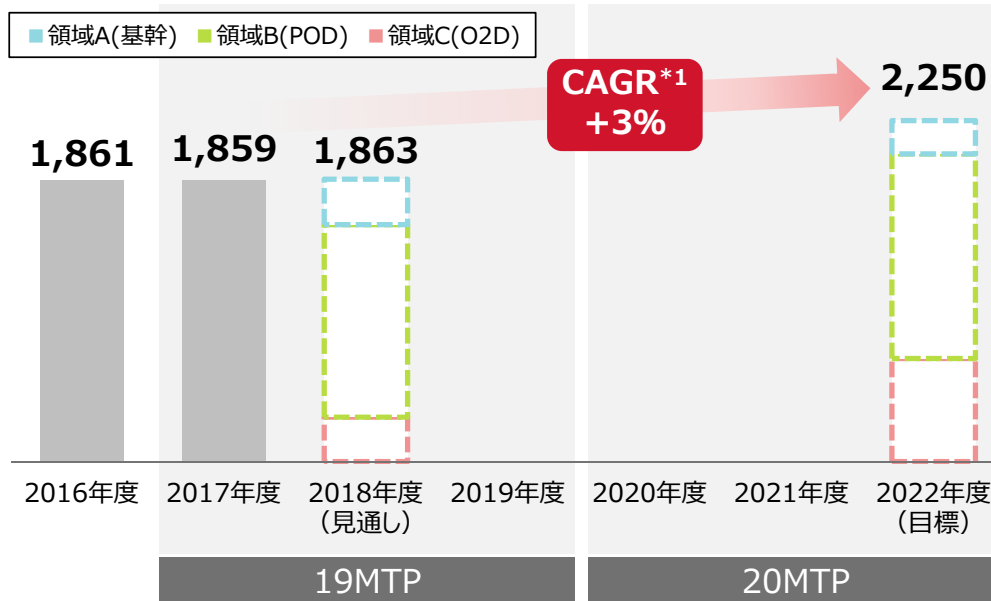
2022年度 目標値

売上高 2,250億円
営業利益 350億円

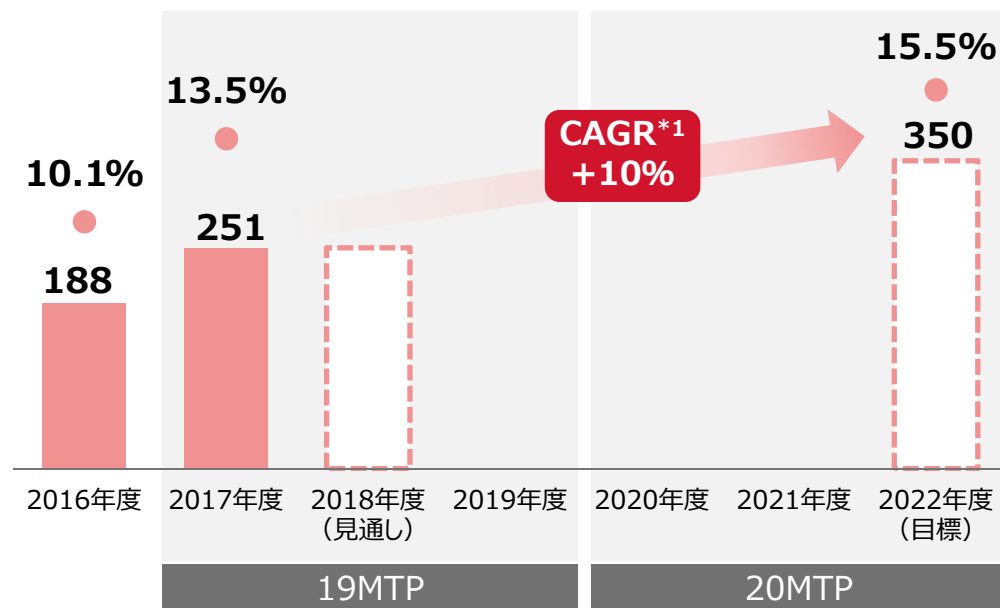
収益利益実現の主なポイント

- ① 代売チャンネルの拡大と新興国販売強化 (領域B)
ハード/ノンハードの売上規模拡大
- ② デジタルを活用した新たな顧客価値の実現とソリューション提案 (領域B・C)
MIF拡大によるノンハード収益アップ
- ③ 高品質・高生産性を両立する印刷システムの提供 (領域C)
MIF拡大・台あたりプリントボリューム/インク量の大幅増加によるノンハード収益アップ

売上高(億円)



営業利益*1(億円)/営業利益率(%)



RICOH

imagine. change.

■ 本資料に関するご留意事項

本資料に記載されている、リコー(以下、当社)現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、これらは、現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。

従って、実際の業績はこれらと異なる結果となる場合がありますので、これら業績見通しにのみ全面的に依拠なされないようお願い致します。

実際の業績に影響を与える重要な要素には、 a) 当社の事業領域を取り巻く経済情勢、景気動向、 b) 為替レートの変動、 c) 当社の事業領域に関連して発生する急速な技術革新、 d) 激しい競争にさらされた市場の中で、顧客に受け入れられる製品・サービスを当社が設計・開発・生産し続ける能力、などが含まれます。ただし、業績に影響を与える要素はこれらに限定されるものではありません。(参照:「事業等のリスク」

<http://jp.ricoh.com/IR/risk.html>)

本資料に他の会社・機関等の名称が掲載されている場合といえども、これらの会社・機関等の利用を当社が推奨するものではありません。

本資料に掲載されている情報は、投資勧誘を目的にしたものではありません。
投資に関するご決定は、ご自身のご判断において行うようお願い致します。

● **2018年度見通しの数字は、第3四半期決算時点の見通しとなっております。**

● **本資料における年号の表記：4月から始まる会計年度の表記としております。**

(例) 2018年度 (FY2018) : 2018年4月から2019年3月までの会計年度