

Q：FY2026 Q1 営業利益は、一過性要因等を除くと想定通りだったとのことだが、内容はどのように評価しているか。

A：デジタルプロダクツとグラフィックコミュニケーションズは想定を上回ったが、ワークプレイスサービスはもう少し利益を稼いだかったと考えている。ROIC ツリーでモニタリングしている施策の修正や追加を進めている。

Q：FY2026 Q2 以降の営業利益の、四半期のバランスはどうか。期初の想定から変化あるか。

A：期初時点では、Q1 は一過性要因を除くと前年同期と同水準の 170 億円程度、中国子会社譲渡益と構造改革費用を加えて 300 億円程度を想定していた。残る四半期は前年度の一過性を除いた営業利益水準からリスクや費用を考慮し、Q2 に 180 億円程度、Q3 および Q4 は 240 億円程度と想定していたが、この考え方は変わっていない。ただし、半導体メモリコストや中東情勢の影響を見極める必要があるため、通期の見通しを 950 億円と据え置いている。影響の見極めを進め、必要に応じて、Q2 あるいは Q3 にて見通しの修正を考える。

Q：FY2026Q1 の為替影響は+55 億円あったが、通期ではその 4 倍の貢献が見込めるか。

A：当年度の為替レートが Q1 の水準で推移したとしても、前年度の為替レートは Q2 以降さらに円安が進んでいたため、単純に 4 倍とは計算できない。

Q：ストックの売上総利益が開示されたが、これは中期経営戦略'26 の目標に挙げられたストック利益成長率と同じ定義のものか。

A：同じである。

Q：構造改革等として 52 億円の費用を計上しているが、内容は何か。

A：デジタルプロダクツでの、エトリア関連の生産改革費用が約 20 億円程度ある。欧州でのトナー生産拠点を再編していることに伴う費用など。
また、グラフィックコミュニケーションズで、開発費用の資産化を想定していたものの中で一部費用化が必要と見直したものが、費用認識した分も含まれている。

Q：FY2026Q1 のワークプレイスサービスは弱含みとの説明がされた。投資環境が厳しい状況はリコーに限らないと思うが、Q2 以降に会社が期待するトレンドに乗せるため、どのような打ち手を考えているか。

A：日本では、PC リプレイス需要がなくなったものの、IT サービスやアプリケーションサービスは 2 桁増収している。セキュリティ対応の需要、介護報酬改定等の法改正などの商機をとらえて、売上成長に取り組む。
また、ストック契約のクロスセルが期待できる重点顧客に対しての提案活動を仕掛けており、引き続き強化する。
欧州では、ワークプレイスエクスペリエンス・IT サービス・アプリケーションサービス（ソフトウェア）の各領域で買収企業とのシナジー創出を追求することが重要。既存顧客に提供するサービスの幅を広げ、販売効率を高めていく。
オフィスプリンティングの取引がなかった顧客に対しても同様であり、オフィスプリンティング、ワークプレイスサービス両方を含めての提案・取引につなげている。シナジーによる大手顧客での大型案件獲得も進んでおり、欧州だけでなく、GMA ビジネスにも広げていく。
米州では、売上規模の大きな BPS において、AX あるいは DX により効率化を進めて収益性の向上が進んでおり、継続する。加えて、ワークプレイスエクスペリエンスでは買収企業を活用した成長を仕掛けていく。米州にとどまらず、

GMA ビジネスとしてグローバルでの展開にもつなげる。
通期見通しの営業利益を 500 億円としているが、Q3 以降に偏ると想定している。

Q：ワークプレイスサービスの営業利益が Q3 以降に大きく向上するメカニズムを知りたい。フローの損益がどのように動くのか。

A：当社では、従来から、下期にかけて収益が伸びる傾向にある。フローである IT インフラなどハードの販売やワンタイムの役務が下期に偏っており、またストックは契約を積みあげていくことで四半期を追うごとに売上が伸びていくため。

Q：オフィスプリンティングの市場環境について教えてほしい。市場需要が期待に対して弱いのか、需要は想定通りだが競争環境が厳しいか。

A：需要自体がやや厳しいと考えている。米州は特に北米で A3MFP の集約化が進んでいるし、欧州は投資意欲が停滞している地域がある。一方、中南米は需要が伸びており、APAC も低迷していた状況にひと段落がついた。リコーは重点地域での MIF マネジメント強化や代売チャネルの強化に取り組んでおり、Q1 の 3 か月でも手応えを感じているため、市場需要を下回っているとは考えていない。

Q：米国関税還付に関連して 122 億円の利益が計上されているが、還付額はいくらか。また、通期ではどの程度を見込むか。

A：還付額は約 150 億円であり、関連して費用が発生しているのでネットで 122 億円としている。
Q2 以降も 10～20 億円程度の還付を見込んでいる。

Q：米国関税還付関連の利益 122 億円のセグメント別の内訳は。

A：デジタルプロダクツで約 90 億円、グラフィックコミュニケーションズで約 25 億円、カメラなどその他で残る 5 億円。

Q：米国関税還付の一方で、通期見通しを据え置く背景としてオフィスプリンティングの MIF マネジメントに向けた施策展開と説明しているが、具体的な内容は？

A：代売チャネルの強化も含め、かねてから取り組んでいる施策。どのような市場・顧客に、どのように競合に対応し、どのようなチャネルで適切な販促を打つかを考えて、新規 MIF の獲得と MIF の防衛に取り組んでいる。
単にハードを拡販するのではなく、オフィスプリンティングのノンハード、またワークプレイスサービスのストックにもつながるようなビジネスにすることが重要であり、そのためのスキームを策定している。
対象は米国のほか、欧州や APAC の重点地域となる。今後仕掛けていくなかで費用が発生するが、期初の想定より強化することも考えている。
当面は費用が先行するものの、獲得した顧客はワークプレイスサービスの提案につなげ、ストック収益を積み上げていくことで利益貢献を狙う。

Q：半導体メモリのコストアップ影響について。期初は 200 億円を想定しているとの説明だったが、現時点ではどのように見積もっているか。

A：様々な種類の半導体メモリを採用しており、それぞれに価格の上昇度合いは異なっている。それらのトータルで年間で約 350 億円程度、リカバリ策とネットでの影響額では 100 億円程度まで膨らむ可能性がある。リカバリ策として価格転嫁に取り組んでいるが、事業ごとに状況が異なる。例えば、組込コンピューティング事業ではコストアップのほとんどを価格転嫁できるが、オフィスプリンティングや商用印刷では限度がある。影響額の低減に向け、購買・開発・生産の努力と合わせて取り組みを進めている。

Q：半導体メモリの調達状況についてアップデートしてほしい。スポット契約が中心か。

A：現時点で、年度分の契約が完了しているものではないが、秋にはおおよその目途がつく。コロナ禍での経験を活かし、汎用品の採用や調達先の幅を広げるなど、必要な数量の確保を進めている。契約形態はサプライヤーによる。長く取引のあるパートナーであれば、相応の取引価格での長期契約により安定性を確保する。一方で、新規の取引先であれば、スポット契約から開始して様子を見ていく。

Q：中東情勢の影響について、コスト面およびサプライチェーン面についてアップデートしてほしい。

A：期初時点では、中東情勢にともなう原油高の影響として、石油関連部材・海上輸送費で約 30 億円程度と想定していた。見通しが明確に立っているわけではないものの、影響緩和のための手立てを講じていることも合わせると、現時点としては影響額は約 30 億円で変わらないと考えている。

Q：先行きを見通せない状況と思うが、半導体メモリの市況や中東情勢などがいつ頃落ち着きそうなどの見立てはあるか。

A：当年度は昨年度並みの状況に戻ることは考えていない。特に半導体メモリの逼迫については、AI の需要が高まり変動が激しい環境では、現状のような値上がりのしかたではないとしても、価格上昇は続いていくとの想定のもと経営に取り組んでいる。

Q：コストや部材調達の観点で、オフィスプリンティングの市場環境が大きく変動し厳しさを増している。エトリアの取り組みが評価される状況になっているか、あるいは変化は特にないか。

A：リコーとしてエトリアの取り組みは順調に進めているが、他社との関係において現時点でお話できることはない。

Q：エトリアのシナジー創出策として、通期決算説明会で 3 ステップ並行でのエンジン開発を紹介していたが、具体的な計画などあれば教えてほしい。

A：通期決算説明会を含めてこれまでに共有した内容から、外部に開示できる内容としての進展はない。繰り返しにはなるが、現在は、「強いモジュールの組み合わせ」とした各社の技術を組み合わせたエンジンの商品化に取り組んでおり、FY2026 中の投入を予定している。「ゼロベースの新規エンジン」は、2027 年度中に投入できればと考えている。

以上