

Q: リコーグラフィックコミュニケーションズの 2023 年度見通しが増収減益となる背景を知りたい。構造改革を踏まえても、新製品を投入するならば減益幅が大きい印象がある。

A: 主に 3 つの要因がある。

1 つめは、構造改革費用として 50 億円を見込んでいます。

2 つめは、開発資産の償却費用の増加で、70～80 億円を見込んでいます。2020 年度に商用印刷事業で減損を計上した後、開発を進めてきた新製品の投入を当年度は予定している。合わせてその開発資産の償却が始まるため、大きく増加することになる。

3 つめは、為替影響。製品のほとんどを日本で生産しており、主力市場は欧米のため為替変動の影響が大きく、2022 年度は円安の恩恵があった。2023 年度の為替レートは 22 年度に対して円高で想定しているため、利益率が下がる。

また、それ以外においても新製品の販促費用などの経費増を予定している。

Q: 2022 年度の要因別営業利益をみると、コロナ回復と販売・MIX のそれぞれで見通しとの乖離が 100 億円以上となっている。その背景を、外部環境や需要側などの要因別にみるとどうなるか。また、2023 年度の見通しではどう変わるかを教えてほしい。

A: まず、販売・MIX の乖離は大きかったが、その背景の一つとして外部要因影響による減益が約 80 億円少なく済んだことがある。これは、海上輸送費や原価の増加を自社努力もあって低く抑えられたためであり、その分販売・MIX に含めているプライシングコントロールで補う分が減少し、外部要因影響と販売・MIX の両建てで見通しを下回ることとなった。

コロナ回復については、まず、オフィスプリンティングのノンハード売上が通期想定 of 83% を 1% 下回った 82% となり、年間で約 40～50 億円の利益影響があった。また、オフィスプリンティングのハードは、1-3 月期に受注残解消に努めたものの、通期では販売台数が想定に届かず生産側の利益影響が出ている。加えて、下期に A4MFP の生産・販売が増えたことで、プロダクトミックスでの利益率低下があり、合わせて、90 億円程度の影響となったと考えている。

2023 年度の見通しでは、ノンハードは今後の回復を想定せず、減少に転じる前提としている。ハードは、昨年度からの持ち越しとなった受注残の解消を進める。部材原価については、市場調達によるコスト増は抑えられる一方で、高止まりは続く前提とし、また燃料費についても高騰が続く前提で計画に織り込んでいる。一方で、原価増を吸収するべく体質強化施策の継続には取り組んでいく。

なお、ICT 商材の不足や部材調達難による供給制約は想定しておらず、正常に販売活動が行えるものと期待している。

Q: 2023 年度に資産売却益は想定しているか。

A: 見通しには織り込んでいない。

政策株式も含め、無用に資産を保有することはない。どれだけ有効に使われているかを常に見直し、臨機応変に対応していく。売却する場合には、適切なタイミングや相手先を見極めて実施する。

Q: 受注残高が平常化するタイミングはいつになるか。

A: 2023 年度の上期には平常化するとみている。

Q: リコーデジタルプロダクツの 2022 年度実績が売上・営業利益とも下振れた要因は供給側要因だけでなく需要側要因もあるのではないかと。また、2023 年度の見通しに、「ハード在庫調整」との表記があるが、この意味は何か。

A: 2022 年度の見通し下振れは、基本的に供給側の制約によるもの。中国では春先の上海ロックダウン、年末の感染者増加で工場の稼働に影響が出た。10-12 月期には一部部材の不足による生産影響も発生したことで、MFP 生産が安定せず、リコーデジタルサービスの販売活動、お客様への営業や納品が滞った。特に、A4MFP の不足により A3MFP との一括商談が進められず、年度末に受注残の解消を進められたものの、販売台数を伸ばしきれなかった。その結果、通期で想定していた生産量に至らなかったことが要因。

リコーデジタルサービスにまだ販売在庫がそれなりに残っているため、2023 年度はリコーデジタルプロダクツで生産調整が入る。これを、「ハード在庫調整」と表現している。生産体制・在庫の適正化に向けた動きになる。

Q: 2023 年度見通しの考え方について知りたい。従来はややストレッチな目標を掲げていた印象があるが、今回減益で計画しているのは、計画の立て方を変えたのか。

A: 年度計画は、各ビジネスユニットの計画の積み上げをベースに本社の試算も入れながら策定している。

これまで、本社側からはここまでではできらうという期待も含めた数字の投げかけをしていたこと、オフィスプリンティングのノンハードの見立ての違いが、計画を下回る実績となっていた面はある。

2023 年度の計画は大きくプロセスは変えていないが、オフィスプリンティングのノンハードのような事業環境のリスクはしっかりと織り込んだうえで、そのマイナスをどう補うのか、プラスをどのように積み上げていくのか、に注力して計画を組んでいる。21 次中期経営戦略（以下、21 次中経）も同様。減益計画ではあるが、構造改革や開発資産の償却、為替の円高想定といったマイナス要因のあるなか、無理に数字を積み上げるのではなく、2023 年度として達成すべき数字として見通しを設定している。

Q: PFU はどのセグメントに含まれるか。

A: 2022 年度実績、2023 年度見通しとも、その他に計上している。2023 年度の 4-6 月期からは、リコーデジタルプロダクツとリコーデジタルサービスに分割して計上とする予定。

Q: 在庫の適正な水準はどのように考えているか。

A: 棚卸資産は為替影響もあって膨らんでおり、まず、2022 年度末の水準には戻す。販売在庫の観点ではその水準がミニマムとは考えてはいないものの、部材の供給課題へ対応してきた経験から、生産面ではある程度在庫を多く持つべきであろうと考えている。

Q: 2023 年度のキャッシュフローの見通しは。

A: 増益と在庫の解消で、営業キャッシュフローは増加する想定。ただし、21 次中経で説明したように、成長投資は継続するため、フリーキャッシュフローとしてはキャッシュアウトとなる見込み。

Q: 2023年度の要因別営業利益見通しで、外部要因影響が+21億円となっているが、考え方を知りたい。2022年度に生じた生産側の影響が正常化することを踏まえても、原価増は対前年でマイナスの要素になるのか。

A: 海上輸送費は2021年度で80億円、2022年度で35億円と、2年間で115億円のマイナス要因となったが、2023年度の契約単価から、68億円のプラスを見込んでいる。

原価増について、部品の仕入れ値は高止まりしており、下落を見込んでいない。2022年度の後半に上昇した分は当年度も影響するため、-47億円として想定している。スポットでの市場調達など部品不足による影響を2023年度は想定していないが、前年に対しての戻りとしては表示していない。販売・MIXの増益分に含まれると考えてほしい。

なお、原価増に対してのプライシングコントロールは引き続き取り組んでいく。30~40億円ほどで想定しており、販売・MIXの内数になる。

Q: 企業価値向上に向けたプロジェクトについて知りたい。

3月の21次中経発表時ではなく、通期決算発表のタイミングとなった理由はあるか。また、アクションプランとしてどういったものを想定しているか。

A: 新社長就任の4月から開始したプロジェクトである。株主の皆様との対話もより重視したいとのメッセージを含め、プロジェクトを開始したことをお伝えした。

事業成長、ポートフォリオマネジメント、資本政策といった経営として取り組む通常の活動のほか、デジタルサービスの会社へ変革し中長期で収益を稼ぐ会社としての評価を得るための資本市場とのコミュニケーションの在り方も含め、例外なく様々な視点で検討していく。

具体的なアクションプランは、お話しできるタイミングでの開示としたい。短期的な、足もとの結果を追求するようなアクションではなく、中長期的な目線でのアクションを検討する。

Q: 2022年度第3四半期決算発表時の見通しに対し、実績が下回った要因は何か。

また、中経策定の時点で2023年度など年度目標も含めて組み立てられていたのか。

A: 為替影響や一過性収益でプラスがあったことを想定すると、想定を実質では133億円下回った。

大きな要因としては、オフィスプリンティングのハード・ノンハードで130億円程度、サーマルで40億円程度、合わせて170億円程度事業で下回った分などがある。

オフィスプリンティングのハードは、受注残を解消しきれなかった分と、販売台数を伸ばせず生産側の利益が取れなかった分が影響している。また、ノンハードは想定を1%程度下回ったため、10億円強の影響があった。サーマルは1-3月期に伸びを想定していたが、顧客側での市場在庫の調整が長引き、伸ばせなかった。

21次中経発表時、見通し850億円に対して着地はある程度の幅がありうることは想定しており、そのうえでの2025年度に1,300億円という営業利益目標を示した。2022年度実績下振れ要因のうち、オフィスプリンティングのハードとサーマルについては2023年度に挽回できる要素。ただし、ノンハードは減少を見込んでおり、それを打ち返すための施策には取り組んでいく。

Q: 日本では、新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置付けが5類感染症となった。リモートワークを継続する企業、原則出社に戻す企業と、各社対応が分かれているが、ビジネス機会としてどのように捉えているか、今後の戦略を改めて教えてほしい。

A: 5類への移行により、オフィス出社への回帰は多少進むだろうが、ハイブリッドという新しい働き方は今後も継続していくと想定している。コロナ禍で、オフィスとリモートのハイブリッドの環境下でよりクリエイティブな仕事をする方法を、当社はお客様と共に考え、ソリューションとして提供してきた。今後もビジネスチャンスとして捉え、そうしたビジネスを継続し進化させていきたい。

Q: 2023年度見通しの税引前利益は、2022年度と比べて営業利益からの増益額が大きいが、金融収益などが増える想定か。

A: 営業利益以下では大きな変化は見込んではいない。  
金融収益は、金利が若干上昇しているので、資金調達のコストでややマイナスに作用する面はあるが、大きな額ではない。持分法投資損益は、リコーリースなど持分法対象の企業の業績が堅調なため、減益は想定していない。

以上