

<主な Q&A>

Q：2019年3月期営業利益の見通しを800億円から850億円に上方修正したが、決算説明資料の13ページを見ると、特殊・一時要因除くベースの営業利益が、期初の974億円から882億円に下方修正されている。オフィスプリンティングやオフィスサービスが好調だとは認識しているが、それが含まれていないのではないかと感じる。なぜ下振れになってしまったのか。

A：営業利益見通しから一過性要因を除いた稼ぐ力として資料で示している金額としては、今回、期初に発表したものから90億円程度下がっている。これは、構造改革の見通しが立ってきたため、将来の成長のために、新製品開発など、戦略的に投資を行った。また、評価制度の変更を含めた社員の処遇改善による費用増加を反映している。

実質的な稼ぐ力そのものは前年に比べると改善できていると認識している。

Q：2019年3月期下期から2020年3月期の構造改革3年目に向けた利益の改善は、どのような施策によってこれまでの利益を生み出していくのか。従来の施策とは別の施策によるものか。

A：2019年3月期下期以降発売予定の新製品は、サービスの生産性を倍に向上させることができる。このようなプロセス改革での効果が、2020年3月期以降効いてくると見ている。

Q：成長事業2で紹介されたオフィス・現場をデジタル化するビジネスは、どのような収益モデルになるのか。費用先行で利益が後から出てくるようなものになるのか。

A：1件いくらの契約になるかなどは現時点で明確に申し上げられないが、お客様が一定数を超えれば損益分岐点を超えるような、投資先行型のサブスクリプションモデルも選択肢として考えている。

Q：IT系のパートナーと組むとのことだが、もし完全にデジタル化して、そのワークフローの中に紙がなくなった場合にリコーが介在する必要性がなくなるということはないか。介在する必要性がなくなるようなパートナーとの関係性をどのように長期的に築いていくのか。

A：ワークフローから紙がなくなったらリコーの存在意義がなくなるということはないと考えている。

もともと、オフィスだけではなく、現場のデジタル化におけるモジュールデバイスには我々の光学技術を含め様々な技術を活かそうと考えている。加えて、ドキュメントのデジタル化は単純に紙がなくなるということではなく、電子と紙の融合のなかでプロセスが構築されていく。業務プロセスについては、特に国内の中小企業のお客様に対してリコージャパンが相当入り込んでおり、既に100社超のパートナーとビジネスを展開している。

Q：構造改革効果が上期合計で310億出ているが、事業セグメント別ではどのような内訳か？

A：大半はオフィスプリンティング分野で出ている。

(Q&A)2019年3月期第2四半期決算

Q：第2四半期末に国内の社員数が減少しているが、多くはリコーロジスティクス非連結によるものという理解でよいか？

A：国内の社員数の減少は、主にリコーロジスティクスの非連結の影響によるものである。

Q：営業利益増減チャートにある「その他費用」を積み増した背景を教えてください。例えば、何か新たにやりたいこと出てきたのか、構造改革に手応えがあるので前倒ししたのかなどがあるのか。

A：メリハリをつけた評価制度の変更を含めた社員の処遇改善を行うこととした。また、構造改革の見通しが立ってきたため、将来の成長のために、新製品開発など、戦略的に投資を行うこととした。

Q：消耗品伸び率を見ると、依然としてマイナスが続いている。好調なオフィスサービスが今後は消耗品の増加に寄与するのか、それとも消耗品のマイナスを改善していく別の手立てがあるのか。

A：オフィスサービスにおいて、新たなランニングビジネスのベースを作っていきたいと考えている。2019年3月期の終わりぐらいから、いろいろなオフィスサービスのメニューを用意して、投入していく計画にしている。これによって、お客さまに喜んでいただきながら価値を提供し、収益面では従来の消耗品と併せたランニングビジネスのベースを作って行きたいと考えている。

Q：価格を重視して売ること、オフィスサービスによる価値の拡大で、これまでのような価格下落による消耗品の減収はある程度歯止めが掛かってくるという理解でよいか。

A：そのように考えている。

Q：オフィスサービスや商用印刷などの成長事業の今後の潜在成長率をどのように考えているのか。

A：オフィスサービスは、さらに伸ばせる余地があると考えている。例えばお客様のIT環境を見ながらそれぞれの国でモデルを設定し、業務改善の提案を既に進めている。また、商用印刷では、新製品に一齐に切り替わり、これから効果が出てくるタイミングなので、着実に伸ばしていく。

Q：オフィスプリンティングについて、収益性重視の路線で今後も進めていくのか、それとも、ある程度収益性が戻ってきた段階でMIF(市場稼働台数)を獲得するために、価格攻勢に転換することはあり得るのか。

A：再び価格攻勢に出るようなことは考えていない。ハードウェアだけでなく、保守サービスを含めた売上原価率を現状の61%から55%に改善するプロジェクトを進めている。単なる価格競争になるのではなく、原価低減によって、市場価格に対して利益を確保できる形で競争に勝っていきたくて考えている。

(Q&A)2019年3月期第2四半期決算

Q：インド関連費用は、今年度どういう形で出てくるか。

A：現在、管財人による更生プロセスが進行中であり、現時点ではいつ、どのくらい出てくるかは確定していない。仮に費用が発生した場合も、今期の営業利益見通しは達成可能という前提は期初と変わっていない。