

<主な Q&A>

Q：他社決算では下期回復するとの説明もあるなか、今回発表した 2020 年度通期の見通しは過度に保守的ではないのか

A：前回見通しを発表した 8 月時点では、20 年度下期に業績回復との見立てであった。しかしながら、9 月中旬以降の欧州での COVID-19 感染者数増加、10 月末からのロックダウンを始めとした行動制約の状況を考えると、回復が進むと想定することは難しい状況であり、Q2 と同等の影響が下期も続く想定した。月によって、また国・地域によってばらつきは生じるにせよ、提示した見通しの範囲の中で推移するとみており、過度に保守的とは考えていない。各国・地域の状況が刻一刻と変動する状況で、迅速に対応していくことが重要と考えている。

Q：20 年度通期見通し 営業利益▲490 億円は、前回見通しから 590 億円の下方修正となる。事業別の内訳は。

A：事業別の詳細の内訳は開示していないが、修正した額のうち 7 割相当がオフィスプリンティングでの下方修正となる。

Q：20 年度通期見通しにて、一過性費用として 208 億円を計上している。その内容は何か。また、今後この費用が積み増される可能性はあるのか。

A：内容は、主に 2 点。中国の新工場移転に関する経済補償金費用などで、約 44 億円。もう一点は、米国での人員最適化であり、デジタルサービスの会社に向けて最適な人員構成へシフトするための費用となる。来年度からの業績回復を確実なものとするために今手を打つべきことを念頭におきながらも、中期的な成長を見据えた改革を進めていきたい。

デジタルサービスの会社への変革に向けた人員の最適化については詳細に検討してきており、環境変化に応じて動きを加速させるために今期に費用追加した。状況がさらに悪化するようであれば、来年度に検討している施策の前倒しもありうるため、今後費用が増える可能性については否定はしない。

Q：Q1 決算発表時は、今年度末におけるオフィスプリンティング・ノンハードの前年比は 90%と想定しているとのことだった。現時点ではどう見ているか。また、在宅勤務拡大などの見込まれる影響も踏まえ、来年度の動きについて見解を知りたい。

A：前回は、今年度末に、ノンハードが COVID19 影響前の水準に対して 90%まで戻るとの前提であった。今回の見通しでは、Q4 に、従来比 80% / 前年比では 85%とみている。ただし、感染状況が改善されている国では 90%以上に回復していることから、ニューノーマルが従来比 90%との考え方は現時点で変えていない。オフィスの縮小や在宅勤務の定着は予想されるため、その影響は引き続き注視していき、変更が生じた場合にはお伝えする。

Q：Q2 の一過性費用の詳細を知りたい。生産体制の再編・人員の最適化と説明されたが、例えば地域別の人員削減状況などを教えてほしい。

A：生産体制の再編は、中国新工場に関するもの。COVID-19 影響で工事が遅延し 7 月からの稼働となったこと

で Q2 でも費用発生している。新工場は、2 つの工場を集約しており、デジタルマニュファクチャリングの導入など、生産性の 30%向上を目指している。

人員の最適化は米国で、デジタルサービスの会社に転換する上で必要な人材への入れ替えとなる。

それぞれの具体的な人数は開示していない。

Q：オフィスサービスの、IT サービス・アプリケーションの売上について、Q2 は Q1 に対して伸びが鈍化している。その理由は？

A：2019 年度の Q2 には、Windows の更新需要に伴って IT サービス・アプリケーションにおいても特需が多少発生していたと考えている。

Q：オフィスサービスが順調に成長しているとのことだが、オフィスプリンティングの減収の加速を補うことはできるのか。たとえば、オフィスプリンティングをオフィスサービスが営業利益で上回る時期はいつ頃を想定しているのか。

A：オフィスプリンティングの減収を、オフィスサービスが補うことは可能と考えている。実際に、昨年度の国内業績を見ると、オフィスサービスの売上がオフィスプリンティングを上回った。欧州においても、その差が縮まりつつある。次期中期経営計画発表(2021 年 2-3 月予定)の際に、ある程度の方向性を示したい。

Q：オフィスサービス事業で目指している営業利益率の水準は。

A：20 年度 Q1 の 3.7%から、Q2 で 6.2%となり、再び営業利益率は 6%を超えることができた。10%を目指して引き続き収益性を高めていきたいと考えている。

Q：国内で展開するスクラムパッケージは、リコーの既存顧客が中心と考えてよいか。ポテンシャルとして、リコーの既存顧客は 70 万社と示された。どこまで拡大できると考えているか。

A：現在リコーの既存顧客 70 万件の約 1 割に浸透できており、その割合を 7-8 割まで伸ばせると期待している。さらには、未取引の顧客までひろげていきたい。また、顧客あたりの導入数を伸ばすことも仕掛けていく。実績としては、現状は 1 社あたり平均 1.8 本のなかで、1 社で 5 本導入いただいているケースもある。