

企業価値向上プロジェクト 進捗報告

2023年11月8日

株式会社リコー
代表取締役 社長執行役員 CEO

大山 晃

© Ricoh

- 決算概要に続いて、本年5月に発表した企業価値向上プロジェクトについて報告させていただきます。



リコーの目指す姿（再確認）

© Ricoh

- まずプロジェクトの進捗の説明の前に、重要な前提となる「リコーの目指す姿」について説明いたします。

全社の経営資源を集中し、デジタルサービスの会社への変革を着実に進める

OAメーカーからデジタルサービスの会社への変革

デジタル
サービス
売上比率

FY22実績

44%



FY25目標

60%
超

主な取り組み

■ オフィスサービス事業の収益成長




グローバルの顧客基盤へのオフィスサービス導入・ストック収益の積上げを進めるとともに、買収による自社製品の強化など、収益性改善のための投資も実施

■ オフィスプリンティング事業の持続的な体質強化

成熟フェーズに移行している中、販売モデル見直しや価格の適性化、他社との協業および生産効率の更なる向上等の取組みを通じて、コスト競争力を高めながら、投資の原資となるキャッシュを持続的に創出

- まず「リコーの目指す姿」ですが、以前より掲げております「デジタルサービスの会社への変革」、これを確実に進めていきます。こちらは、投資家の皆様からもご支援を頂いているという認識です。
- デジタルサービスの売上の比率は、中段にあるように、2022年度時点で44%であり、25年度には60%を目指していきます。
- そこで重要なのが、オフィスプリンティング事業から着実に利益・キャッシュを生みだして、デジタルサービスの方に投下していくということです。ですから、オフィスプリンティングは、トップラインが縮小してもボトムラインを確実に効率化していくという形にまいります。
- また、様々な経営資源を取捨選択しながら、デジタルサービス領域へ再配分していきます。その過程でコスト構造も変化していきますし、資産の持ち方も変化していきます。
- このデジタルサービスの会社への変革こそが中長期的に企業価値を向上するための重要なドライバーになると考えています。

リコーが目指すのはグローバルなワークプレイスサービスプロバイダー

目指す姿	リモートワークが増加するなど、オフィスでの働き方が変わり、変容していくワークプレイスにおいて、一貫したサービスをグローバルに提供できる「 ワークプレイスサービスプロバイダー 」		
注力領域	ITサービス ワークプレイスの 基盤となる情報通信 インフラの構築/運用を支援	BPA Business Process Automation 顧客の業務プロセスの デジタル化によって 顧客の生産性向上を支援	CS Communication Services ミーティングルームの設計や ハイブリッドな仕事環境構築で 顧客の創造力強化を支援
リコーの強み	 顧客基盤 オフィスプリンティング 事業で長年培った グローバル140万社の 強固な顧客基盤	 顧客接点 ワークプレイ스에精通し 顧客との信頼関係を 支える地域密着の 販売・サポート網	 自社IP ソリューションとして 提供できる高付加価値な 自社製品、サービス

Nov 8, 2023

© Ricoh

4

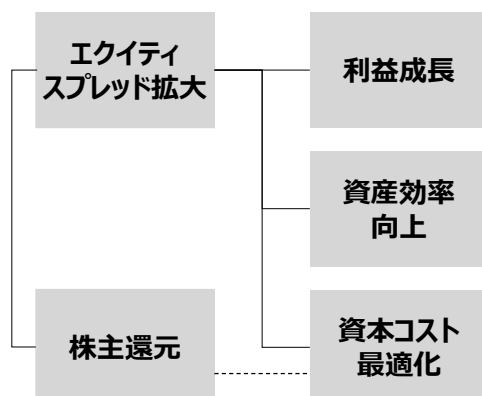
- 主要な構成要素であるオフィスサービスについて説明いたします。特に、オフィスサービスの目指す姿、およびリコーの強みについてです。
- 目指す姿に、ワークプレイスサービスプロバイダー、ワークプレイスという言葉があります。
- これはコロナ禍を経て、ハイブリッドワーク・リモートワークの進展等、働き方が大きく変わって、オフィスという従来の概念が中々分かりにくくなってきたと考え、広い意味で「働く場」、リモートワークも含めた働く場をワークプレイスというような形で再定義しています。
- リコーがデジタルサービスで目指す姿というのは、この変容していくワークプレイスにおいて、グローバルで一貫したサービスを提供するワークプレイスサービスプロバイダーになるということです。
- 特に注力する領域は、中段の3つです。
 - ✓ ワークプレイスのデジタルインフラ、これを構築・運用していくITサービス
 - ✓ そのデジタルインフラの上に、お客様の業務プロセスのデジタルトランスフォーメーションをお手伝いするBusiness Process Automation
 - ✓ さらには新しいハイブリッドの仕事環境、ワークプレイスのより創造的なコミュニケーションが出来るようにお支えるCommunication Services
- この領域をメインにしていきます。
- 特にリコーの強みは、顧客基盤で、グローバルで140万社あります。さらにはそこに刺さる顧客接点、販売サービスの接点網があります。接点があるからこそ、お客様の課題が把握でき、それに対して自社のソフトウェアを提供していくような自社IP、Intellectual Propertyです。以上がリコーの強みになります。
- グローバルのワークプレイスのサービスプロバイダーになるというのが我々の目指す姿であり、変わりません。これは投資家の皆様にもご支持いただいているという前提で、企業価値向上プロジェクトを説明いたします。



これまでの振り返りと課題認識

従前からの継続的な取組みにもかかわらず、PBRは1倍割れ

企業価値
最大化

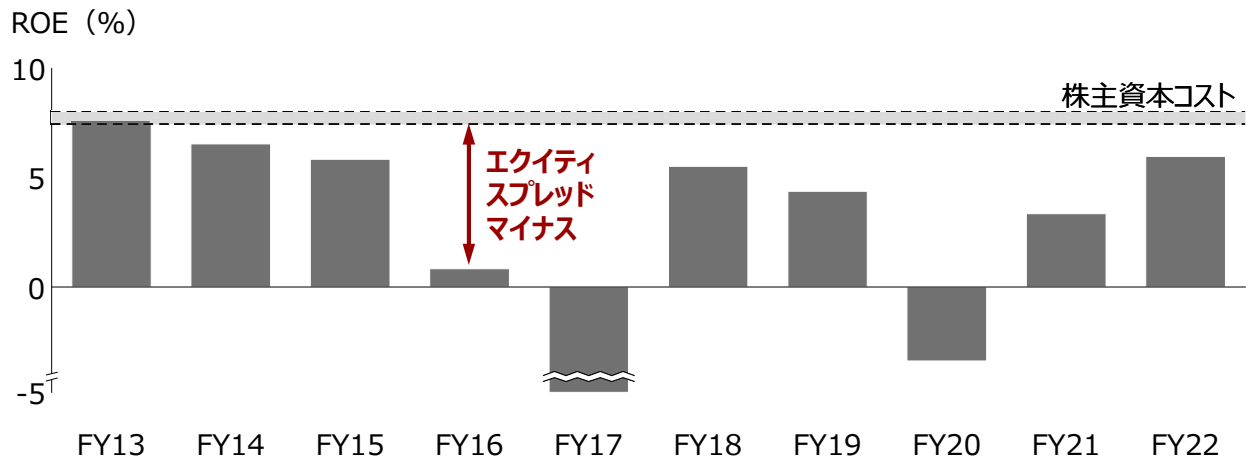


過去の主な取組み

- コスト削減：オフィスプリンティング体質強化
- 事業構造転換：オフィスサービス構成比の向上
- リコー電子デバイスの譲渡（17年10月）
- リコーロジスティクスの譲渡（18年5月）
- リコーリース株式会社の非連結化（20年3月）
- [株主還元] 総還元性向50%の方針を堅持し、継続的な増配・機動的な追加還元策を実施（21年3月に約1,000億円、22年5月に約300億円の自己株式取得を発表）

- まず、企業価値向上に向けた今までの取組みを振り返っています。私たちがどういう課題認識を持っているかということもお伝えします。
- 企業価値の向上は、我々経営陣の最も重要な役割だと認識しています。
- この企業価値向上の最大化のために、エクイティスプレッドの拡大や株主還元の充実など様々な取組みを行ってきました。
- エクイティスプレッドの拡大を構成する3つの要素に関して、まず、利益成長については、オフィスプリンティング事業で徹底的なコスト構造改革による収益性の改善、また、事業構造をよりデジタルサービスの方により展開していくというような試みで利益成長に取り組んできました。
- また、資産効率向上という意味では、半導体を製造していたリコー電子デバイスの譲渡を2017年10月に、リコーロジスティクスの譲渡を2018年5月に発表し、実施しています。リコーリースの株式保有率を下げ、非連結化も行いました。
- 株主還元についても、適時の自己株式取得を実施してきました。2021年3月には1,000億円、2022年5月には300億円の自己株式取得を発表しました。
- このような形で企業価値向上に取り組んできましたが、依然PBRは1倍割れの状態が続いています。

ROE低迷により、エクイティスプレッドがほぼ一貫してマイナス



- PBRが1倍を下回っている最大要因は、ROEの低迷によってエクイティスプレッドがほぼ一貫してマイナスであり、投資家の皆様の期待されるリターンである株主資本コストを超えるような価値創造、利益の創造ができていないことです。
- この現状を改めるために、企業価値向上プロジェクトを2023年5月に始動いたしました。

当社の課題に対して多くの厳しい指摘を頂いた

“

リコーがデジタルサービスの会社への変化を遂げていくことに賛同して投資をしている

リコーのROEが低い主要因は、利益率の低さにある

プリントボリュームが落ちていくスピードに対して、固定費の削減が追いついていない

コストカットによる利益改善以外は、市場目線では蓋然性が低い

過去の目標未達の繰り返しが、経営への信頼感を押し下げている

市場は継続的な改革が必要と捉えているが、リコーは改革終了と考えている印象を受ける

”

Nov 8, 2023

© Ricoh

9

- データに基づく示唆としては収益性の改善でしたが、今回、投資家の皆様・アナリストの皆様・外部専門家の皆様から様々なご意見を頂きました。
- リコーがどのようにPBR1倍の課題に取り組んでいくかについて、通常のIR対話でも様々なご意見を頂いておりますが、今回改めてご意見を頂いた皆様に本当に感謝申し上げます。
- いくつかいただいたご指摘・ご意見を示させていただきました。
- 青字の部分、「デジタルサービス企業への変化を遂げていくことには賛成です、支援します、期待しています」という声を頂いています。
- 一方で、厳しいご意見も多く頂きました。
- 「ROE が低いのは収益率が低いことが原因」、「PVが落ちていくことに固定費の削減がついていないのではないか」。また、あくまでも一般論とのことではありましたが、「成長戦略は重要だけれども、コスト削減による利益改善の方が市場目線では蓋然性が高い」。また、「過去の目標未達の繰り返しが経営の信頼感を引き下げている」。「リコーでは、改革を終了してこれから成長だととらえているのではないか、改革はずっと続けていかないといけないのではないか」とのご指摘もありました。そのようなつもりは全くありませんでしたが、外部からは、そのような印象で見られていたということです。
- 今回、率直なご意見をいただき本当に感謝しております。リコーの現状を客観的な目線で見つめられたことに非常に意義がありました。
- また、我々経営陣が十分な信頼を得られていなかったということを改めて認識して反省しております。今後もこの対話をぜひ繰り返して継続させていきたいと思っております。

振返り

- リコーは**デジタルサービスの会社への変革**を目指し、資本市場からも一定の理解を獲得
- 低PBRの**最大の要因は収益性の低さ**にあり、資本市場からも同様の**厳しい指摘**
- オフィスプリンティング**市場の落ち込みは大きく**、今後もリカバリーには至らず



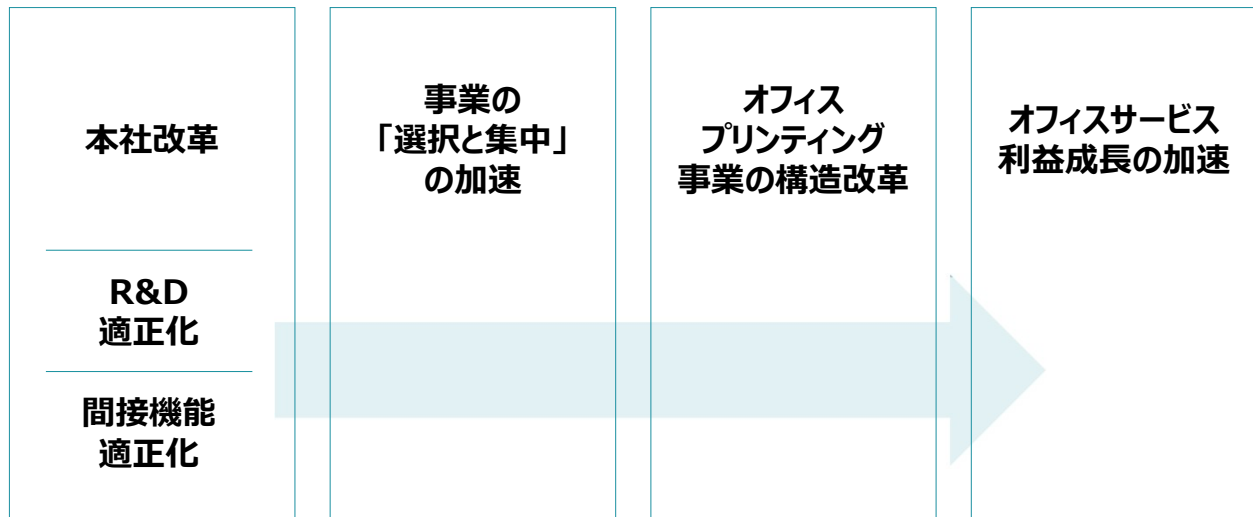
今後の方針

- 当初計画を上回るスピードで、収益性が高いストックビジネスを有する**デジタルサービスに経営資源を集中**
- そのために**抜本的な収益構造変革に踏み切り**、低収益性の改善を行う
- 中経で掲げた「**FY25営業利益1,300億・ROE 9%以上**」は堅持し、**総還元性向50%**を目安とする**継続的な増配・機動的な追加還元策を実施**

- 全般の総括です。
- リコーがデジタルサービスの会社を目指して変革を続けていくことには市場から賛同が得られていると理解しています。
- ただその一方で、PBR低迷の最大の要因は収益性の低さである、というご指摘を多々頂いております。
- また、オフィスプリンティングがどのように落ち込んだとしても、しっかり対応できる準備をしておくべき、というようなアドバイスを頂いております。
- それらを踏まえた今後の方針です。
- 特に収益性が高いストックビジネスの機会を有するデジタルサービスに経営資源を集中していきます。さらに、抜本的で大胆な収益構造改革に踏み切り、課題として取り上げた、収益性の改善を行っていきます。
- 中経で掲げた目標、「2025年度に営業利益1,300億円、ROE9%」は堅持していきます。ROE9%は、PBR1倍を達成する重要な要素だと考えております。
- 総還元性向を50%とする資本政策は変わりません。継続的な増配、機動的な追加還元の実施を検討します。
- そして、デジタルサービスに資源を集中していく、そのために収益構造変革プログラムを実施してまいります。



デジタルサービスへの資源集中に向けて



- まず、変革プログラムの全体像です。収益構造をいかに変えていくか、この四本柱で取り組みます。より資源をデジタルサービスの方に集約し、収益性を改善、利益成長を図ります。
- 一つは、一番左側のデジタルサービスの会社にふさわしい本社にしていくということです。R&Dテーマの見直し・支出の適正化、本社間接機能の適正化といった施策が含まれます。
- 二番目、事業の選択と集中の加速では、特に低収益事業、あるいは新規事業の「選択と集中」を加速していきます。
- 三番目。持続的な市場の縮小にも対応すべく、オフィスプリンティング事業の構造改革を継続、強化していきます。
- そのうえで一番右側、四番目の、収益の柱であるオフィスサービス事業の持続的な利益成長、収益性の改善にも取り組んでいきます。

現状認識

- デジタルサービスの会社として**適正なテーマへの見直しが進んでおらず**、R&D費は**10年間変わらないまま**
- 技術を起点としたシーズ志向で新領域に投資を拡大した結果、**事業化・収益化が難航**

今後の方針

- 将来目指す事業構造から逆算し**、事業別のR&Dテーマを見直して適正に資源配分する
- 投資はリコーが**目指すデジタルサービスの会社と親和性の高い領域に集中**
- イノベーション探索投資は上限**を決め、CVC・他社連携を活用して効率とスピードを重視

主な施策と想定効果

全社R&D費の
適正額見直し

ワークプレイス領域への
R&D費の集中

CVC・他社連携を活用した
イノベーションの探索

- 上記の配分方針により、デジタルサービスのコアであるワークプレイス領域ではR&D費は増加し、他領域では減少。結果として**全社R&D費はFY25までに800億円水準に洗練させる**（FY22実績比で**約300億円相当の支出改善効果を想定**）

- 本社改革のR&Dの適正化についてです。
- 現状の認識として、デジタルサービスの会社への変革を行っていますが、R&Dのテーマの見直しが進んでおらず、従来型のR&Dの支出がほぼ10年間変わらない形で行われています。
- 更には、技術シーズで新領域に投資してきました。良い技術があるので何かに使えないか、ということで投資してきましたが、そうすると様々な領域に投資が広がっていく、あるいは投資する領域におけるお客様の知識が十分ではないためになかなか成功確率が上がらない、というようなことが起きています。そのような事実もふまえながら、R&Dの考え方を抜本的に見直していきます。
- 具体的には、リコーが**目指すデジタルサービスの会社**、ここから逆算して考え、必要なR&Dテーマに適切に資源配分をしていきます。そうすることで、結果的に、R&Dの経費支出の水準が引き下がります。
- R&D投資はデジタルサービスの会社と親和性の高いワークプレイス領域に、よりフォーカスしていきます。もちろん、イノベーションの探索のための投資も進めていきます。ただこれは上限を決めて運用していく予定です。
- オープンイノベーションのコンセプトを追求します。本日、ニュースリリースにて発表したCVCや、他社連携も活用します。
- このような方針で、R&Dテーマを見直し、資源配分の適正化を行うと、ワークプレイス領域ではR&D経費は増えたとしても、他の領域では減少し、結果的に総額が減少します。
- 2025年度には、全社のR&D費は800億円の水準に洗練させていく予定です。これは昨年度比で約300億円相当の支出改善効果に相当します。

現状認識

- OAメーカー時代の中央集約の本社機能から完全に脱却できておらず、デジタルサービスの会社に相応しい体制での迅速・柔軟なサービスを十分に提供できていない

今後の方針

- 顧客接点でより多くの価値を創造するデジタルサービス型ヘグループの経営体制をシフト
- 本社機能のミッション・役割、求められる人材要件を見直し
- AIを活用したプロセスDXにより業務を効率化。業務量削減をふまえて組織体制を見直し

主な施策と想定効果

本社組織の改編

プロセスDXによる業務効率化

本社の適正人員数の見直し

- 本社機能の組織・役割・業務・人材を再設計し、**24年4月、デジタルサービスの会社に相応しい本社組織を発足**
- 21次中経進捗説明会にて具体的なアプローチ・効果額を発表予定

- 次に、本社の間接機能の適正化についてです。
- デジタルサービスの会社に変革するにあたり、本社組織の改革を進めます。デジタルサービスの会社として、お客様接点でより多くの価値を創造する、そのような体制にシフトしていきます。
- そうすると自然に、従来の本社機能のミッションの見直しも必要になってきます。また業務プロセスもAIなどのテクノロジーを活用したDXを行うことによって、効率化していきます。
- このような考え方、方法で本社機能の見直し、業務の効率化を進めます。2024年4月の本社機能には、こういった新たな変革を反映させます。
- この進捗については、また追ってご説明いたします。

現状認識

- 市場性やROIC、デジタルサービスとの親和性を重視した事業PFMの仕組みを導入し、選択と集中を推進。23年10月発表の**オプティカル事業の売却**は一定の成果だが、**加速が必要**
- シーズ志向の新規事業は投資が分散し、全社収益に貢献する事業を生み出せていない

今後の方針

- リコーの強みが活きる**「ワークプレイス」を注力領域とし**、リソースを戦略的に配分する
- 低収益事業・新規事業ともに、デジタルサービスの会社としての将来に貢献しない事業は**FY25までの効果創出を目指し、出口戦略を検討**

主な施策と想定効果

低収益のノンコア事業の撤退・売却判断

- 売上1,800億円に相当する10事業が対象
- 進捗があり次第、公表

ワークプレイス領域以外の新規事業の整理

- ノンコア事業の内、3事業を出口プロセスに移行
- FY22実績比で**15億円**の収益改善効果を想定

出口戦略・実行を担う専門部隊の新設

- 23年10月より始動

- 次に、事業の「選択と集中」の加速についてです。
- 先月、オプティカル事業の売却について発表しました。このようなことを更に加速します。
- 先に説明しましたように、技術シーズ志向で立上げた新規事業は、投資が様々な分野に分散し、我々にお客様の知識が少なく成功確率がなかなか上がらないので、このような投資に対しては抜本的な見直しをかけていきます。
- また、ワークプレイス領域にリソースを集中させていくため、その他の領域に対しては自然に優先度が下がっていきます。
- デジタルサービスの会社としての将来に貢献しない事業や、低収益事業については、適切な出口を探していきます。
- 具体的な施策は、下段の3つになります。
- 低収益のノンコア事業の撤退・売却の判断については、現在売上1,800億円に相当する10事業について検討しております。
- ワークプレイス領域以外の新規事業の整理については、現在、ノンコア事業の3事業の適切な出口を探しております。昨年度比で15億円程度の収益改善効果があると想定しています。
- このような出口戦略・実行を行う専門部隊を先月より発足させました。この部隊も使い、適切な出口を探すプロセスを加速させていきます。

現状認識

- 市場縮小の継続を前提に、**継続的な収益改善施策**が必要
- 5月に**東芝テック社とのジョイントベンチャー構想**を発表し、他社協業をベースとした開発・生産効率の改善に向けた取組みが進捗中

今後の方針

- 市場縮小を前提としても、**現状水準の収益額を確保できるコスト構造**を目指す
- **販売・サービスや支援業務**についてもデジタルサービスの会社として相応しい体制へと見直す

主な施策と想定効果

JVを通じた事業モデルの転換

- 技術・設備の共有化による生産・開発体制の効率化
- 共通エンジンによる各社の独自性の創出

市場縮小を前提とした販売・サービス体制の実現

- 21次中経進捗説明会にて具体的なアプローチ・効果額を発表予定

間接業務の重複解消・DX化促進

- オフィスプリンティングの事業構造改革についてです。
これも先に説明しました通り、トップラインが落ち込んだとしてもボトムラインの効率化によって対応していくというものです。ダウンサイドに備えて、どのような状況になっても利益が出せるように、継続的に構造改革を進めていきます。
- 具体的な施策としては下段の3つになりますが、そのうち一つが、東芝テックとのジョイントベンチャー(JV)です。今年の5月、東芝テック社とのJV構想を発表しました。引き続き2024年度の組成を目指して今準備を進めています。
- このJVでは、両社の技術を合わせて、共通のエンジンなど、複合機のメカニック部分について、両者の技術を集め、より競争力のあるものを設計します。2社のボリュームでスケールメリットを出し、コスト競争力を更に上げていくという効果があります。また、エンジンやメカニックの部分は統一するものの、それを制御するソフトウェアやそこからつながるアプリケーションは、個々の販売チャネルで差別化する事業モデルになります。事務機業界で他社においても要望があれば同じコンセプトでエンジンを使用できる拡張性の高い事業モデルだと考えています。
- このような形で、攻めと守りでオフィスプリンティング事業の利益の確保を進めていきます。

今後の方針

- ワークプレイスサービスプロバイダーとして次なる収益の柱となるオフィスサービス事業は、引き続き**継続的な収益性向上**に取り組む
- ①既存顧客への**オフィスサービスの導入率を上げる**こと、②1顧客あたりの**導入商材数を増やす**こと、③高収益な**ストック商材の比率を増やす**ことが、利益成長のメカニズム
- 収益創出の土台として、インサイドセールス等を活用した**より効率を追求した販売モデルの構築や、販売体制・間接部門の最適化**にも今後取り組む

開示のアップデート

オフィスサービスの**利益成長の進捗を測るKPI**として、今後以下の指標を開示予定



顧客数

商談対象となる
全顧客の数



オフィスサービス導入率

全顧客に占める
オフィスサービス
導入顧客の割合



ストック売上比率

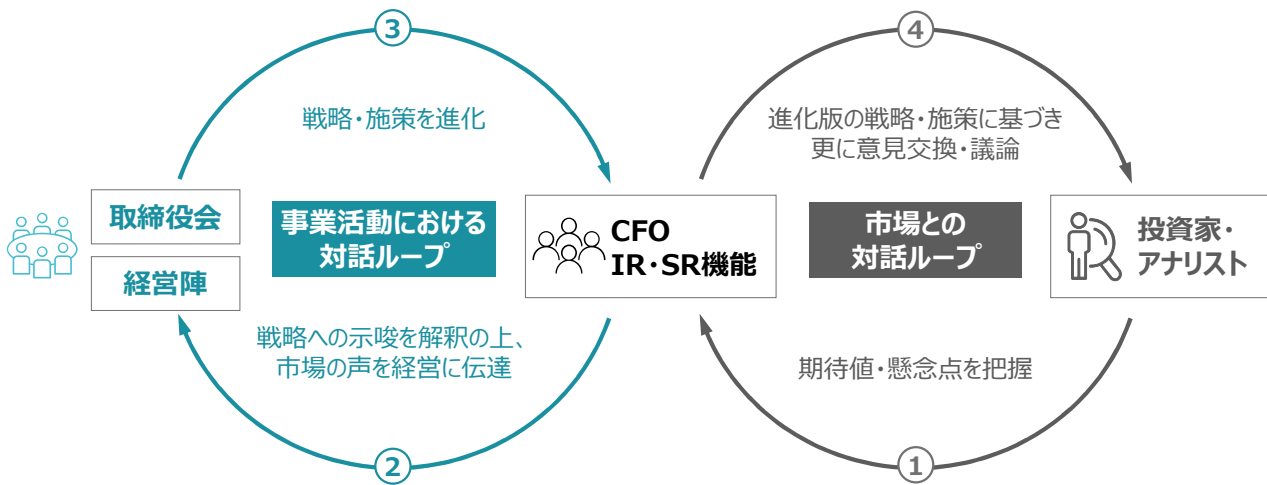
オフィスサービスの
売上に占める
ストック売上の比率

- 最後に、デジタルサービスの主役の一つであるオフィスサービスの利益成長です。
- ワークプレイスサービスプロバイダーとして、継続的に収益性向上に努めます。
- 冒頭、当社の強みは顧客基盤であり、その顧客基盤に刺さる顧客接点であり、更に顧客接点から得られた知識を使った収益率の高い自社IPであると説明しました。この強みを組み合わせながら、利益成長を実現するメカニズムとして、重要なポイントが3つあります。
- まずは140万社の既存顧客に対して、オフィスサービスを確実に乗せていく、つまりオフィスサービスの導入率を上げることです。
- そして、一つではなく様々なサービスをご利用いただくことで、お客様1社あたりの収益を増やしていきます。
- 更に、一度お客様に使っていただいたら使い続けていただける、収益性の高いストックビジネスを何層も地層のように積上げていくということが重要だと考えています。
- この3つのメカニズムで、利益成長を確実にしていきます。
- もちろん、特にサービス事業につきましては、さまざまな販売・サービスの形を活用し、より効率よく取り組んでいきます。従来の訪問サービス・訪問販売に加えて、デジタルサービス・リモートサービスなども組み合わせながら、より効率の良い形をつくっていきたくと考えています。
- また先程資源を集中して投資していきますと申し上げましたが、非連続成長・M&A等の施策も引き続き継続していきます。
- 一方で、投資家の皆様、アナリストの皆様からオフィスサービス・デジタルサービスの利益の進捗を測るKPIが中々分かりづらい、というようなご指摘もいただいています。
商談の対象となるお客様の数、更にそのうちどれだけのお客様がサービスを導入していただいたか、さらに収益性の高いストックサービス売上が全体のオフィスサービス売上に占める割合、この3つについては定期的にご報告したいと考えています。



まとめ

変革のモメンタム・推進力維持のため、対話ループを強化・仕組みとして定着させる



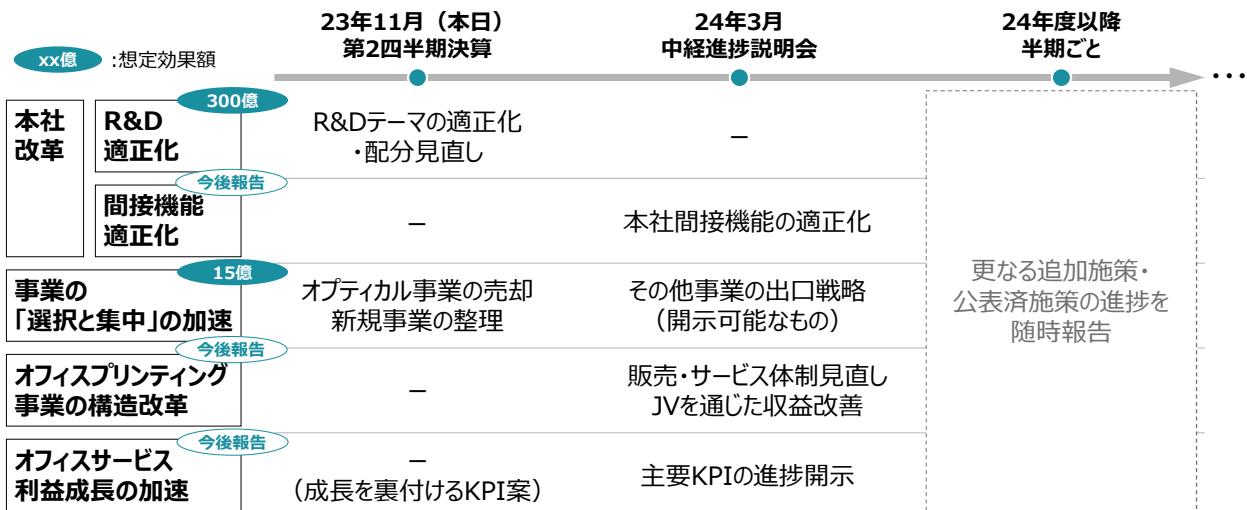
注: IR=Investor Relations; SR=Shareholder Relations
Nov 8, 2023

© Ricoh

19

- 収益改善の改革の推進を支える仕組みとして、市場の対話ループの強化にも取り組みます。
- これまでも、投資家の皆様、アナリストの皆様と対話の機会を頂いており、様々なご意見を頂戴しています。
- 特に、今回強化したところは左側です。株式市場、投資家の皆様の声を、真摯に取締役会・経営陣で検討・咀嚼して、検討のテーブルに載せるということです。
- これは今回非常に重要だと思いました。これまでは、我々の論理でこれがベストだという考え方をする傾向がありました。しかし、今回株式市場や投資家の皆様の目線で「何をしなければならないのか」について検討を重ね、非常に勉強させていただきました。
- 重要なのは、このループを継続して回していくことだと思います。

施策の進捗報告に加え、追加施策を提示予定



- 今後のロードマップです。
- 本日まで説明した内容、今後さらに検討してより詳細をご説明する部分について、2024年3月の第21次中経進捗説明会の際に、ご説明させていただきたいと思っております。
- また、継続的な改善について、半期ごとなどに進捗をご報告していく予定です。

●FY25財務目標

収益構造変革に取り組み、
現行中経の営業利益・ROE目標を堅持

- 営業利益 1,300億円
- ROE 9%超

●資本政策

下記の従来方針を堅持し、
継続的な増配や機動的な追加還元策を実施

- 最適純資産 9,000億円前後 (為替換算調整勘定を除く)
(事業構造の変化に伴い柔軟に調整)
- 総還元性向の目安は50%

本日公表の構造改革施策

- R&D適正化 **300億円**
- 間接機能適正化 今後報告
- 事業の「選択と集中」 **15億円**
※追加施策は今後報告
- オフィスプリンティング
事業の構造改革 今後報告
- オフィスサービス
利益成長の加速 今後報告

- 最後のスライドです。
- まず、目標値です。目標値は現行の営業利益1,300億円、ROE9%は変えません。特にROE9%は、PBR1倍を達成するための重要な目標だと認識していますし、この9%で良いという訳ではなく、これはあくまでも通過点、PBR1倍は通過点というように考えています。
- また資本政策も、継続的な増配や機動的な追加還元を実施していきます。
- 格付維持などの視点も考慮しながら、株主価値最大化を図るにあたり必要な純資産は、為替換算勘定を除いた場合で約9,000億円前後という想定をしています。しかし、オフィスサービスのストックビジネスがどんどん増えて、我々が目指す新しいサービス事業が安定化すると、今までと同じ資本構成でよいかと言うと、そのバランスも変わってくると考えています。より安定した事業分野が増えれば、負債活用の選択を含めて新たな資本構成で対応できるという認識であります。
- 今回、株主・アナリストの皆様と対話させていただき、リコーの現在位置・現在地点について客観的に見ることが出来ました。本当にありがとうございました。
- 経営陣一丸となり、デジタルサービスの会社への変革、収益力の向上、ROEの改善に取り組んでまいります。

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ら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」<https://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。

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) 23年度 (FY23)：2023年4月から2024年3月までの会計年度

RICOH

imagine. change.