

中期経営戦略



リコージャパンは、2023年度から始まるリコーグループ第21次中期経営戦略(21次中経)の着実な遂行により、「デジタルサービスの会社への変革」を実現し、リコーグループの使命と目指す姿である「“はたらく”に喜びを」の達成を目指します。

リコーグループの目指す姿「“はたらく”に喜びを」

2023年度は21次中経の始まる年です。世界は目まぐるしいスピードで変化しており、はたらく環境だけでなく、はたらく人と企業の関係性も変わってきています。そのような状況の中でリコーは、お客様がはたらく喜びを達成するためのお手伝いをする会社として、使命と目指す姿に「“はたらく”に喜びを」を定めました。

使命と目指す姿 “はたらく”に喜びを

「喜び」とは充足感、達成感、自己実現の実感。
仕事を通じてそれらを感じていただくためのお手伝いをする

1977年

OA (オフィスオートメーション) を提唱

機械でできることは機械に任せ
人はより創造的な仕事に

2020年

デジタルサービスの会社への変革を宣言

仕事の価値は業務の効率化から
人にしかできない創造力の発揮へ

2036年

リコーは100歳を迎え
次の100年へ

「デジタルサービスの会社への変革」の挑戦を続ける

そして、リコーは「“はたらく”に喜びを」を実現するため、2020年にOAメーカーからデジタルサービスの会社に変革することを宣言しました。これまではオフィス領域に軸

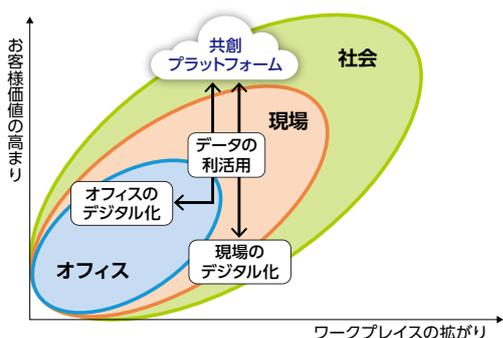
足を置いていましたが、製造や流通などの現場、さらには社会へも領域を広げ、お客様にワークプレイスのサービスを提供する会社として進化していきます。

デジタルサービスの会社として価値提供するワークプレイスとお客様価値を拡大させる

OAメーカーから デジタルサービスの会社

はたらく人の創造力を支え、ワークプレイスを変えるサービスを提供する会社

ワークプレイスの拡大とお客様価値の拡がり



“はたらく”を変革するドライバー

<リコーの強み>

- グローバルの販売サービス体制
- 独自のエッジデバイス
- 社内実践・導入事例
- パートナーとの連携
- デジタル人材
- RSI* (プラットフォーム)

* RICOH Smart Integration

Web リコー 中期経営戦略

リコー日本の戦略

リコー日本が21次中経で目指す姿は、「デジタル技術を活用した新しい価値の創造により、お客様と共に成長し、地域社会に貢献するサービスインテグレーター」で

す。お客様を理解し、潜在的な課題まで深掘りすることでお客様の価値創造につなげていきます。

2023年度の主要戦略

課題創造型体質への変革による生産性向上

1 業種業務課題を解決するデジタルサービス事業の拡大

リコー日本は、お客様の業種業務課題の解決に貢献するアプリケーション／プラットフォーム、エッジデバイス、そして私たちの強みであるセンター&オンサイトによるサポート&サービスを最適に組み合わせて提供するデジタルサービスを展開していきます。

<重点施策>

- ① 競争優位性のあるスクラムシリーズによる価値提供の拡大
- ② 顧客価値の高いEDW (EMPOWERING DIGITAL WORKPLACES) アプリケーションによるソリューション創出
- ③ センター&オンサイトによるマネージドサービス拡充
- ④ 商用印刷DXのニーズを捉えたソリューション領域拡大とインクジェット市場の開拓

2 地域・社会課題解決に向けた価値提供領域の拡大

2023年度より新たにパブリックサービス本部を発足しました。デジタル田園都市国家構想や地方創生といった地域・社会課題を受け、確実に需要が拡大する自治体、ヘルスケア、スマートエネルギーの領域で新しいサービスを創出し、価値提供領域の拡大に努めてまいります。

3 高効率なカバレッジ体制の再構築

お客様とのコミュニケーションの量と質の拡大に向け、デジタルマーケティング・データアナリティクスの活用やお客様接点支援のセンター化による業務集約で高効率な体制を構築していきます。

4 課題創造型体質への変革に向けたデジタル人材への投資拡大

課題創造型体質への変革に向けては、デジタル人材への投資を拡大させていきます。職種別に重点領域を設けてデジタルスキルの底上げを図り、自律学習プラットフォームの構築と展開によって学びの機会拡充とスキルのアップデートを行います。

プロフェッショナル人材の活躍に応える人事・処遇制度への変革もスタートしています。知識・技能・成果に応じた早期抜擢や、高度スペシャリスト社員に対し管理職と同等の処遇を行うとともに、成果をあげた社員に対してのインセンティブをより拡大していきます。

5 社内DXの加速と社内実践に基づくお客様のDX支援

業務プロセス最適化に向けた「DX化テーマ20」を進めており、これらの社内実践で得たノウハウをもとにお客様へのさらなるDX支援につなげていきます。

サステナビリティ戦略



リコーグループは、「人を愛し、国を愛し、勤めを愛す」という創業の精神(三愛精神)を原点としたサステナビリティ経営に取り組んでいます。目指すべき持続可能な社会の姿を、経済(Prosperity)、社会(People)、地球環境(Planet)の3つのPのバランスが保たれている社会「Three Ps Balance」として表しています。この目指すべき社会の実現に向け、「事業を通じた社会課題解決」「経営基盤の強化」「社会貢献」の3つの活動に取り組み、国際社会で合意された「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に貢献していきます。

サステナビリティの経営戦略への統合

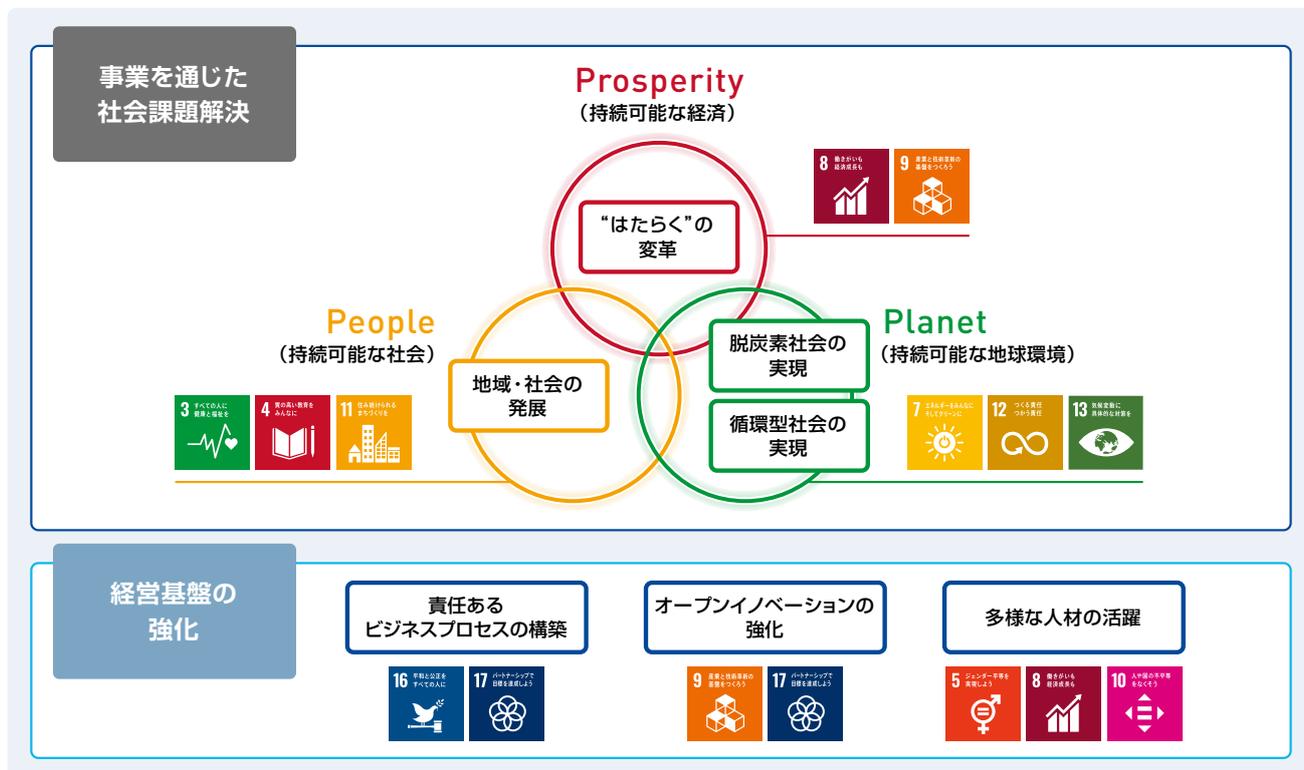
21次中経では、国際社会の動向やステークホルダーからの期待・要望、デジタルサービスの会社への変革を踏まえてマテリアリティを見直し、「事業を通じた社会課題解決」に関わる4つのマテリアリティ、およびそれを支える「経営基盤の強化」に関わる3つのマテリアリティを特定しています。マテリアリティに紐づけたサステナビリティに資す

る目標を将来の財務につながる「将来財務目標」と捉え、現在の「財務目標」と同軸で進めることで、持続可能な社会の実現を目指して取り組んでいます。

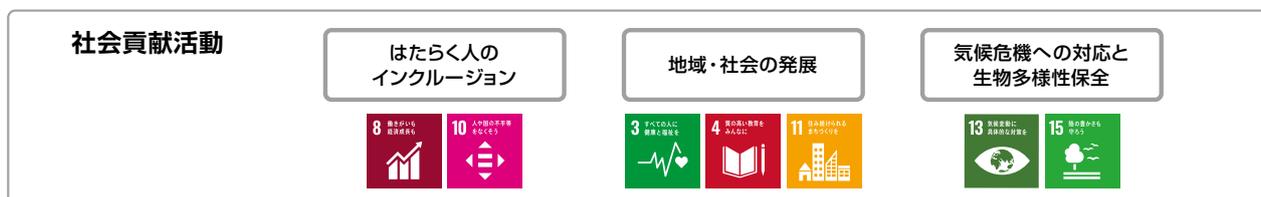
また、社会貢献活動においても、経営戦略・SDGsに沿った活動を展開しており、マテリアリティとグローバルな要請に基づき、3つの重点分野を設定しています。

Web リコー マテリアリティ

リコーグループの7つのマテリアリティ



社会貢献の重点分野



リコージャパンの目指す事業とSDGsの同軸化

リコージャパンでは、事業とSDGsの同軸化を掲げ、社員が日々実践している活動は、「製品・サービスを通じてお客様と進めるSDGsへの貢献」と「自社+パートナーと取り組むSDGsへの貢献」と捉えています。この2つのアプローチによる活動の成果を測る指標として、業績目標である財務目標と社会への貢献度を表すサステナビリティ目標があり、両者を経営目標として設定しています。

これらの取り組みを通じて、お客様とともに、経済・社会・地球環境のバランスの保たれた持続可能な社会に貢献し、「はたらく」喜びの実現を目指します。



21次中経のサステナビリティ目標

リコージャパンでは、リコーグループが「将来財務目標」として設定する21次中経のESG目標を踏まえて、マテリアリティに沿った17のサステナビリティ目標を設定しました。

目標設定にあたっては、リコージャパンの経営戦略、事業戦略に紐づけて、各部門とサステナビリティ推進部門で素案を作成し、経営会議での審議を経て決定しています。

マテリアリティ	リコージャパンとして目指す貢献	リコージャパンのサステナビリティ指標	2023年度目標	2025年度目標
製品・サービスを通じての貢献	“はたらく”の変革 人とデジタルの力で、誰にでも働きやすい環境を作り、お客様の生産性向上・価値創造に貢献する	① 顧客からの評価：価値共創パートナー度	26%	29%
		② 貢献するワークプレイス数	14万カ所	17万カ所
		③ 時間創出効果	5,830万時間	6,500万時間
	地域・社会の発展 人とデジタルの力で、地域・社会システム(医療・教育・地域づくり)の維持発展・効率化に貢献する	④ 生活基盤向上貢献人数	1,390万人	1,800万人
脱炭素社会の実現 省エネ製品・脱炭素ソリューションで、お客様の脱炭素に貢献する	⑤ 製品・サービスによるCO ₂ 削減量	17,100t	31,600t	
循環型社会の実現 サーキュラーエコミー型ビジネスで、お客様の資源削減に貢献する	⑥ 主要複合機および再生機による新規資源削減量	2,400t	—*2	
自社・パートナーと取り組む貢献	脱炭素社会の実現 自社の電力・ガソリン使用によるCO ₂ 排出量を削減する	⑦ 自社のCO ₂ 排出量(2015年度比CO ₂ 排出削減率)	21,700t (▲31.4%)	18,700t (▲40.9%)
		⑧ 人権影響評価のスコア向上	人権リスクレベルの把握	—*2
	責任あるビジネスプロセスの構築 サプライチェーン全体を俯瞰して、ビジネスプロセスのESGリスク最小化を図り、公正な社会に貢献する	⑨ 仕入先パートナー行動規範署名率	100% (既存)	100% (新規)
		⑩ 社員の情報セキュリティ意識の向上	意識レベルの把握	—*2
		⑪ 低コンプライアンスリスク組織比率	80%以上	80%以上
		⑫ コンプライアンス感度DI*1のネガティブ回答組織割合	40%以下	30%以下
	オープンイノベーションの強化 社会課題解決型事業を迅速に生み出すために、パートナーシップを強化する	⑬ RICOH BUSINESS BOOSTERの共創プロジェクトで創出した新規案件数	6件	—*2
	多様な人材の活躍 デジタルサービスを提供する会社として、すべての社員が尊重され、能力が発揮できる企業文化を育む	⑭ プロフェッショナル認定レベル3以上社員数	4,050名	6,070名
		⑮ 社員一人あたりの学習時間	80時間	80時間
		⑯ 社員エンゲージメントスコア	35	40
⑰ 女性管理職比率		7.2%	8.0%	

*1 DI: ディフュージョン・インデックスの略。ポジティブからネガティブを引いた数値
*2 2024年度以降、順次設定予定

サステナビリティの推進

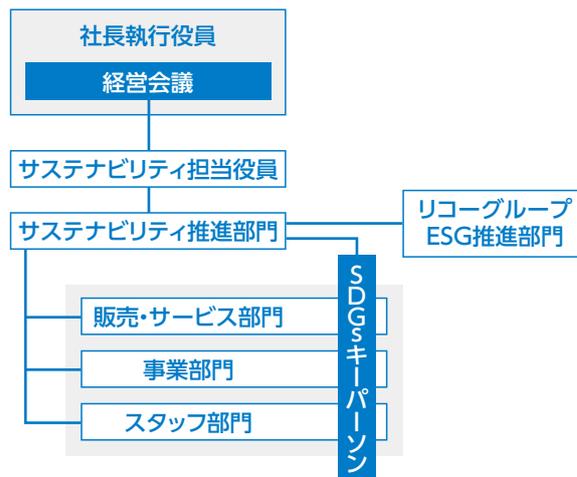
事業とSDGsの同軸化を掲げ、日々の業務とSDGsを一体化し、全社員で取り組みを推進しています。また、お客様に社内実践をご紹介します、お客様の取り組みを支援することで、お客様とともにSDGsへの貢献に取り組んでいます。

サステナビリティの推進体制

リコージャパンでは、サステナビリティに関する方針や目標策定など、重要な案件については、リコーグループの方針を踏まえ、サステナビリティ推進部門の提案をもとに、経営会議で審議・決定しています。また、推進のための施策は、サステナビリティ推進部門が企画・立案し、担当役員との決定のもと、各部門責任者が実行・展開しています。

さらに、各部門のSDGsキーパーソンがサステナビリティ推進部門と連携し、社員への浸透・啓発や社内施策の推進をサポートすることで、社員一人ひとりの取り組みにつなげています。

サステナビリティ推進体制



SDGsキーパーソンがリードする社内実践とお客様の取り組み支援

2018年からスタートしたSDGsキーパーソン制度により、全国の支社を含む各組織から約700名(2023年6月末時点)のキーパーソンが登録され、社内外へのSDGsの展開を行っています。毎月実施しているキーパーソン研修では、最新の社会動向やリコーグループの取り組み、支社の好事例を共有し、レベルアップを図っています。

2022年度は、キーパーソンの7割が自社の取り組みを紹介できるレベルに達しており、お客様の取り組みの支援にもつなげています。

キーパーソンの役割

- 社員への浸透・啓発
- 社内のSDGs/ESGの取り組み推進
- お客様への実践事例の紹介(セミナー・ベンチマーク対応、ViCreA*・訪問でのご紹介)
- お客様のSDGs/ESGの取り組み支援
- 好事例の社内外への発信、水平展開

*ワークスタイル変革へのチャレンジをお客様に体感していただく
[LiveOffice] ViCreA (ヴィクレア): Value innovation Creative Area



SDGsキーパーソンを講師とした社内研修(長野支社)

取り組み事例

<社内>

- 社員の自分ゴト化のための「My SDGs宣言」の推進
- サステナビリティレポート勉強会の実施

<社外>

- お客様とともにSDGs研究会を企画・実施
- 自治体と連携した地域でのSDGs普及イベントの企画・実施
- お客様への環境負荷削減ソリューションの提案

SDGs 強化月間と役員対話

事業とSDGsの同軸化を推進するため、2018年から全員参加でSDGsへの貢献を実践する「SDGs強化月間」を実施しています。2022年度は6月に全社員がeラーニングのコンテンツを視聴。部門ごとに部門長がメンバーとディスカッションを行い、自部門の目指すレベル、それに向けた年間アクションを設定しました。

年度末には、各部門トップと役員による対話を実施。年間アクションの好事例と課題の共有・ディスカッションを行い、トップによる牽引の重要性を改めて確認しました。

レベルごとの目指す状態

レベル 3	社会課題解決を起点に新たな価値が創出できている
レベル 2	活動の成果であるSDGsへの貢献を測定・把握し、お客様 / 関係区と共有できている
レベル 1	日々の業務やお客様の課題とSDGsを紐づけ、課題解決の提案が実践できている
レベル 0	自部門が貢献できる社会課題の理解 + 自部門が取り組むべき社会課題が明確化できている

2022年度の取り組み実績

リコージャパンでは、2021年度よりサステナビリティ目標を設定し、実績を公開しています。2022年度の17目標のうち、達成できたのは5項目にとどまりました。一方で、全目標の達成率は、96.6%でした。特に、自治体向けのソ

リューション提供による生活基盤の向上への貢献人数と、再エネ電力の提供によるCO₂削減量が、目標を大きく上回る結果となりました。

マテリアリティ	リコージャパンのサステナビリティ指標	2022年度目標	2022年度実績
製品・サービスを通じてお客様を進めるSDGsへの貢献	<ul style="list-style-type: none"> 顧客調査でのトップスコア率 (5段階評価の最高評価の選択率) 総合満足度 仕事変革寄与度 	34% 32%	36.7% 32.0%
	<ul style="list-style-type: none"> デジタルサービス導入による業務改善貢献数 産業プロダクツ製品・サービスロボットによる業務改善貢献数 	107,300件 798件	90,875件 382件
	<ul style="list-style-type: none"> 時間創出効果 スクラムパッケージ導入による時間創出効果 産業プロダクツ製品・サービスロボット導入による時間創出効果 	6,480万時間 65.4万時間	5,325万時間 31.2万時間
	<ul style="list-style-type: none"> 生活基盤向上貢献人数 蓄電池の提供による災害発生時の事業継続のための環境づくり 	336万人 1,800台	884万人 347台
	<ul style="list-style-type: none"> 主要複合機導入とマングローブ植林によるCO₂削減量 主要プロダクションプリンター導入によるCO₂削減量 再エネ電力提供によるCO₂削減量 (契約件数) 	1,296t 11,146kg 6,782t (554件)	1,096t 11,805kg 12,644 t (981件)
自社パートナーと取り組むSDGsへの貢献	<ul style="list-style-type: none"> 自社のCO₂排出削減率 (CO₂排出量) 	2015年度比 ▲30% (22,141t)	2015年度比 ▲28.8% (22,521t)
	<ul style="list-style-type: none"> 主要仕入れパートナーに対するパートナー行動規範の署名率 	80% (16社)	66% (15社)
	<ul style="list-style-type: none"> デジタルサービス販売連携度: 継続販売 (12本以上/年) できる主要販売店セールの割合 	10%	12.2%
	<ul style="list-style-type: none"> RICOH BUSINESS BOOSTER (持続可能な印刷事業に向けて課題解決に取り組む共創活動) による共創案件数 	8件	5件
	<ul style="list-style-type: none"> “はたらく”の变革 	重点項目* 0.5ポイント以上	現状維持
ダイバーシティ & インクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> プロフェッショナル認定制度: 平均プロレベル 社員エンゲージメントスコア 女性管理職比率 	前年比 105% 38 7.5%	前年比 106% (見込み) 33.5 7.1% (2023年4月1日時点)

* リコージャパンの重点化項目であるITインフラ、IT人材体制に関する3項目のポイント

社会課題解決に貢献できていると感じている社員

84%

社会課題解決の取り組みが「働きがいや誇りにつながっている」と感じている社員

89%