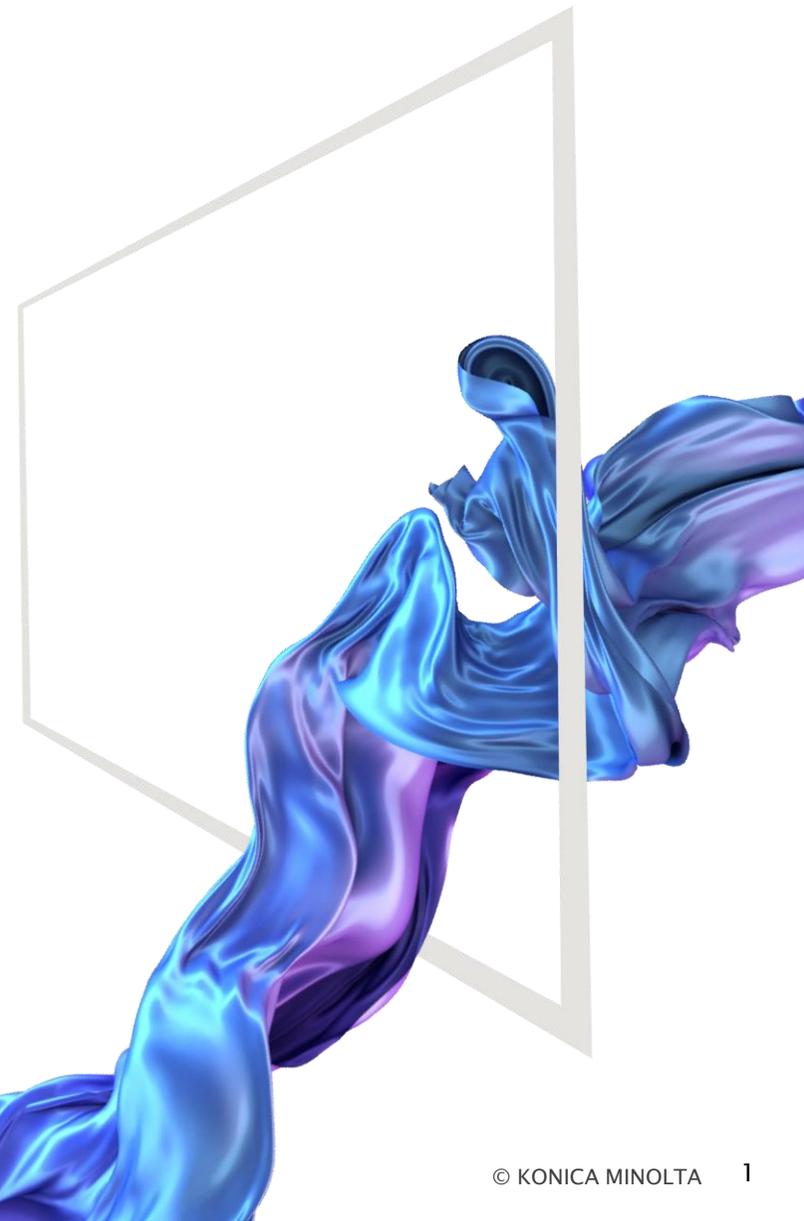


# コニカミノルタ株式会社 2023年3月期（2022年度） 決算説明会

代表執行役社長 兼 CEO 大幸 利充

2023年5月15日



# 2022年度業績



## 2003年の統合以来、過去最高の売上高。事業貢献利益は前年より419億円の増加

### 通期売上高

- 通期で過去最高の売上高

### 利益・キャッシュフロー

- 事業貢献利益\*：売上高、売上総利益の増加、販売管理費効率化による増益
- 営業利益：減損損失1,166億円を除くと215億円の黒字（対計画+65億円）
- FCF：棚卸資産の増加によりマイナス

【億円】

	2022年度 通期	2021年度 通期	前期比	為替影響を 除く前期比	2022年度通期 (減損除く)	前回見通し	減損除く 前回見通し対比
売上高	11,304	9,114	+24%	+11%	11,304	11,200	+1%
売上総利益 (売上総利益率)	4,859 43.0%	3,927 43.1%	+24%	+12%	4,859 43.0%		
販売管理費*	4,562	4,049	+13%	+3%	4,562		
事業貢献利益	297	△ 122	-	-	297		
営業利益	△ 951	△ 223	-		215	150	+43%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	△ 1,032	△ 261	-		104	55	+90%
FCF	△ 242	△ 136	-		△ 242	△ 250	-
為替レート (円)							
USドル	135.47	112.38	+23.09		135.47	135.00	+0.47
ユーロ	140.97	130.56	+10.41		140.97	140.00	+0.97

\*事業貢献利益：売上高から売上原価、販売費及び一般管理費を控除して算出した利益指標

- ・ デジタルワークプレイス：増収増益（生産能力増強による受注残の解消）
- ・ プロフェッショナルプリント：増収増益（ハード伸長、ノンハード回復）
- ・ ヘルスケア：\*メディカルイメージングは堅調、プレジジョンメディシンは収益改善
- ・ インダストリー：センシング・IJコンポーネントは好調、機能材料は減収減益（市場在庫調整の影響）
- ・ プレジジョンメディシン、MOBOTIX関連他で1,166億円の減損を計上

【億円】

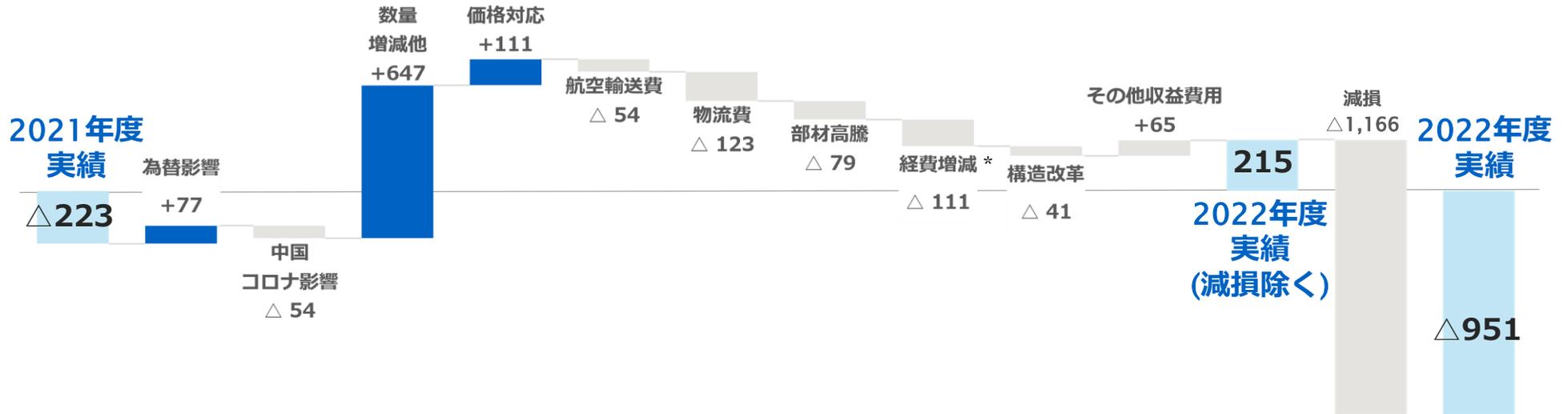
売上高	2022年度 通期	2021年度 通期	前期比	為替影響を 除く前期比	2022年度通期 (減損除く)	前回見通し	減損除く 前回見通し対比
デジタルワークプレイス事業	6,003	4,654	+ 29%	+ 15%	6,003	6,100	△ 2%
プロフェッショナルプリント事業	2,526	1,947	+ 30%	+ 16%	2,526	2,410	+ 5%
ヘルスケア事業	1,378	1,099	+ 25%	+ 13%	1,378	1,320	+ 4%
インダストリー事業	1,375	1,392	△ 1%	△ 9%	1,375	1,355	+ 2%
コーポレート他	21	21	+ 1%	+ 1%	21	15	+ 42%
<b>全社合計</b>	<b>11,304</b>	<b>9,114</b>	<b>+ 24%</b>	<b>+ 11%</b>	<b>11,304</b>	<b>11,200</b>	<b>+ 1%</b>

営業利益	2022年度 通期	営業利益率	2021年度 通期	前期比	為替影響を 除く前期比	2022年度通期 (減損除く)	前回見通し	減損除く 前回見通し対比
デジタルワークプレイス事業	93	2%	△ 62	-	-	122	105	-
プロフェッショナルプリント事業	166	7%	10	+ 1507%	+ 921%	175	135	+ 23%
ヘルスケア事業	△ 1,122	-	△ 203	-	-	△ 87	△ 95	-
インダストリー事業	108	8%	185	△ 42%	△ 42%	189	195	△ 45%
コーポレート他	△ 196	-	△ 153	-	-	△ 184	△ 190	-
<b>全社合計</b>	<b>△ 951</b>	<b>-</b>	<b>△ 223</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>215</b>	<b>150</b>	<b>-</b>

\* メディカルイメージング：ヘルスケア事業（ヘルスケア分野）

# 2022年度 業績 | 営業利益の増減要因 (年間)

【億円】



	FY2021実績	為替影響	中国 コロナ影響	数量増減他	価格対応	航空輸送費	物流費	部材高騰	経費増減*	構造改革 費用	その他 収益費用	FY2022実績 (減損除く)	減損	FY2022 実績
デジタルワーク プレイス事業	△62	+1	△15	+416	+84	△31	△116	△42	△39	△38	△36	122	△29	93
プロフェッショナル プリント事業	10	+61	△24	+173	+16	△20	△6	△8	△43	△1	+18	175	△9	166
ヘルスケア事業	△203	△14	△7	+142	+5	△3	△1	△14	+22	△2	△11	△87	△1,036	△1,122
インダストリー事業	185	+38	△8	△82	+7	△1	△0	△15	△29	-	+92	189	△81	108
コーポレート他	△153	△8	-	△2	-	-	-	-	△23	-	+2	△184	△12	△196
合計	△223	+77	△54	+647	+111	△54	△123	△79	△111	△41	+65	215	△1,166	△951

\*経費増減：航空輸送費除く経費の増減

# 2023年度業績見通し



- 中期経営計画計初年度の目標を達成し、2025年度の経営目標達成の蓋然性を高める
- 成長に向けた投資。設備投資、研究開発、投融資は優先順位付け、主に強化領域で計画
- 棚卸資産の適正化によるキャッシュ創出力の増強

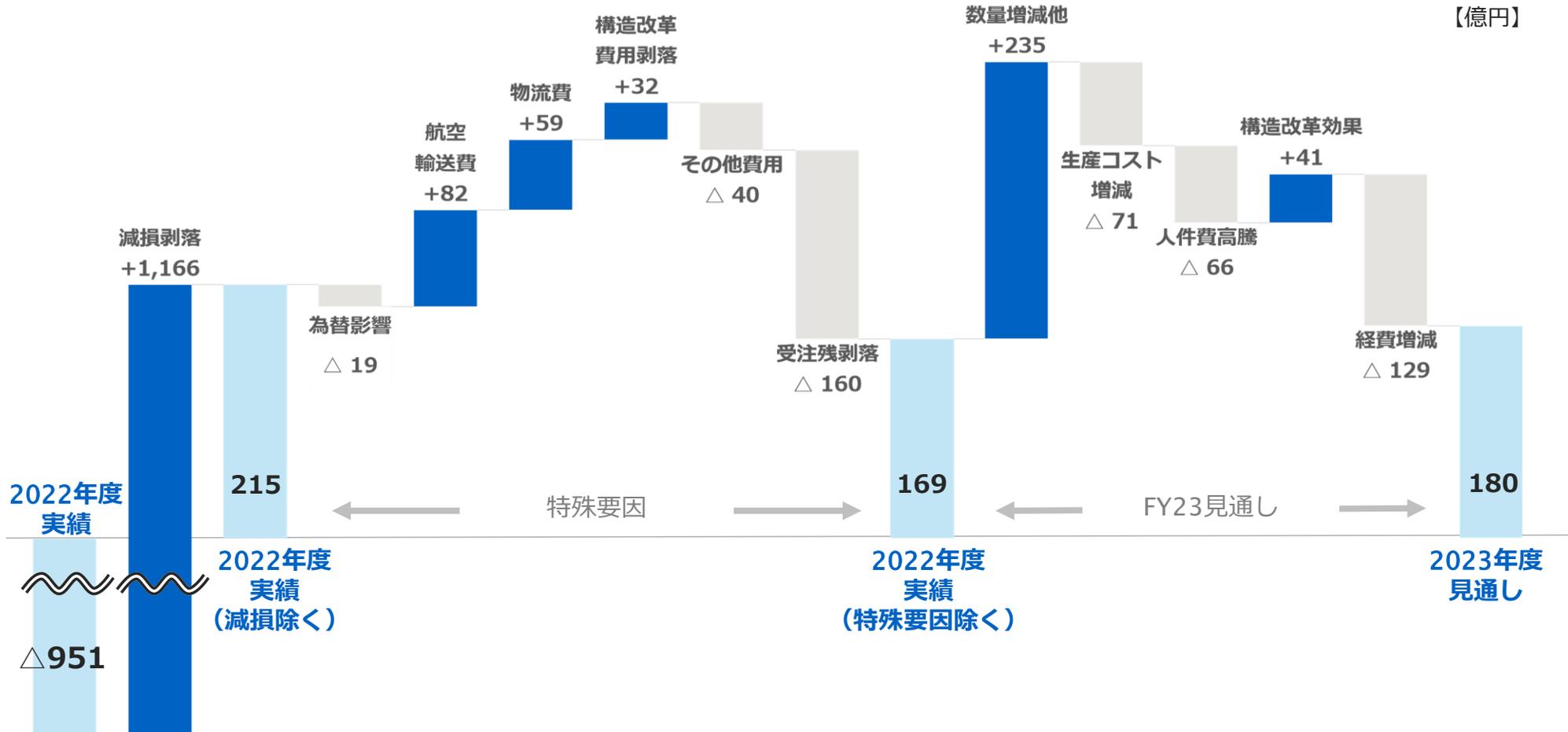
【億円】

	2023年度 見通し	2022年度 実績	差異	増減率
売上高	11,400	11,304	+96	+ 1%
事業貢献利益	240	297	△57	△ 19%
営業利益	180	△ 951	+1,131	-
親会社の所有者に帰属する				
当期利益	40	△ 1,032	+1,072	-
設備投資額	520	438		
減価償却費及び償却費*	550	552		
研究開発費	680	639		
FCF	240	△ 242		
投融資	60	25		
為替レート [円]				
USD	135.0	135.5	△ 0.5	
EUR	140.0	141.0	△ 1.0	
RMB	19.0	19.7	△ 0.7	

\*IFRS16による使用权資産償却費は含まない

## 【ポイント】

- FY22特殊要因：航空輸送費、物流費、構造改革費剥落、生産影響含む受注残剥落
- FY23見通し：数量増、価格対応、コスト増



【億円】

売上高	2023年度 見通し	2022年度 実績	対前年 増減	対前年 増減率
デジタルワークプレイス事業	5,900	6,003	△103	△ 2%
プロフェッショナルプリント事業	2,550	2,526	+24	+ 1%
ヘルスケア事業	1,400	1,378	+22	+ 2%
インダストリー事業	1,540	1,375	+165	+ 12%
センシング	480	469	+11	+ 2%
材料・コンポーネント	885	760	+125	+ 16%
画像IoTソリューション	175	146	+29	+ 20%
コーポレート他	10	21	△11	△ 53%
全社合計	11,400	11,304	+96	+1%

# 2023年度 業績見通し | セグメント別 事業貢献利益/営業利益

【億円】

事業貢献利益	A		①		②		A-②	
	2023年度 見通し	利益率	2022年度 実績	利益率	2022年度 実績 本社費等 * 配賦調整後	利益率	対前年 増減	増減率
デジタルワークプレイス事業	200	3.4%	185	3.1%	307	5.1%	△107	△ 58%
プロフェッショナルプリント事業	115	4.5%	181	7.2%	151	6.0%	△36	△ 20%
ヘルスケア事業	△ 35	-	△ 77	-	△ 70	-	+35	-
インダストリー事業	220	14.3%	191	13.9%	205	14.9%	+15	+ 8%
コーポレート他	△ 260	-	△ 183	-	△ 297	-	+37	-
全社合計	240	2.1%	297	2.6%	297	2.6%	△57	△ 19%

営業利益	2023年度 見通し		2022年度 実績 (減損除く)		2022年度 実績 本社費等 * 配賦調整後		対前年 増減	増減率
	利益率	利益率	利益率	利益率				
デジタルワークプレイス事業	170	2.9%	122	2.0%	244	4.1%	△74	△ 61%
プロフェッショナルプリント事業	110	4.3%	175	6.9%	145	5.7%	△35	△ 20%
ヘルスケア事業	△ 40	-	△ 87	-	△ 80	-	+40	-
インダストリー事業	210	13.6%	189	13.8%	204	14.8%	+6	+ 3%
コーポレート他	△ 270	-	△ 184	-	△ 298	-	+28	-
全社合計	180	1.6%	215	1.9%	215	1.9%	△35	△ 16%

\* 本社費等配賦調整：全社に関わる一部費用を、2022年度まで事業セグメントに配賦をしていたが、2023年度から見直しを実施。表中の値は、参考として2022年度実績の費用配賦を2023年度の基準に調整した後の値。デジタルワークプレイス事業とプロフェッショナルプリント事業の共通費配賦調整を含む。

## 2023年度の配当予想

中期経営計画の基本方針にもとづき、2022年度配当から減配させていただき、当期は以下の配当予想といたします。

**5円/1株（中間配当0円、期末配当5円）**

# 中期経営計画 について



KONICA MINOLTA

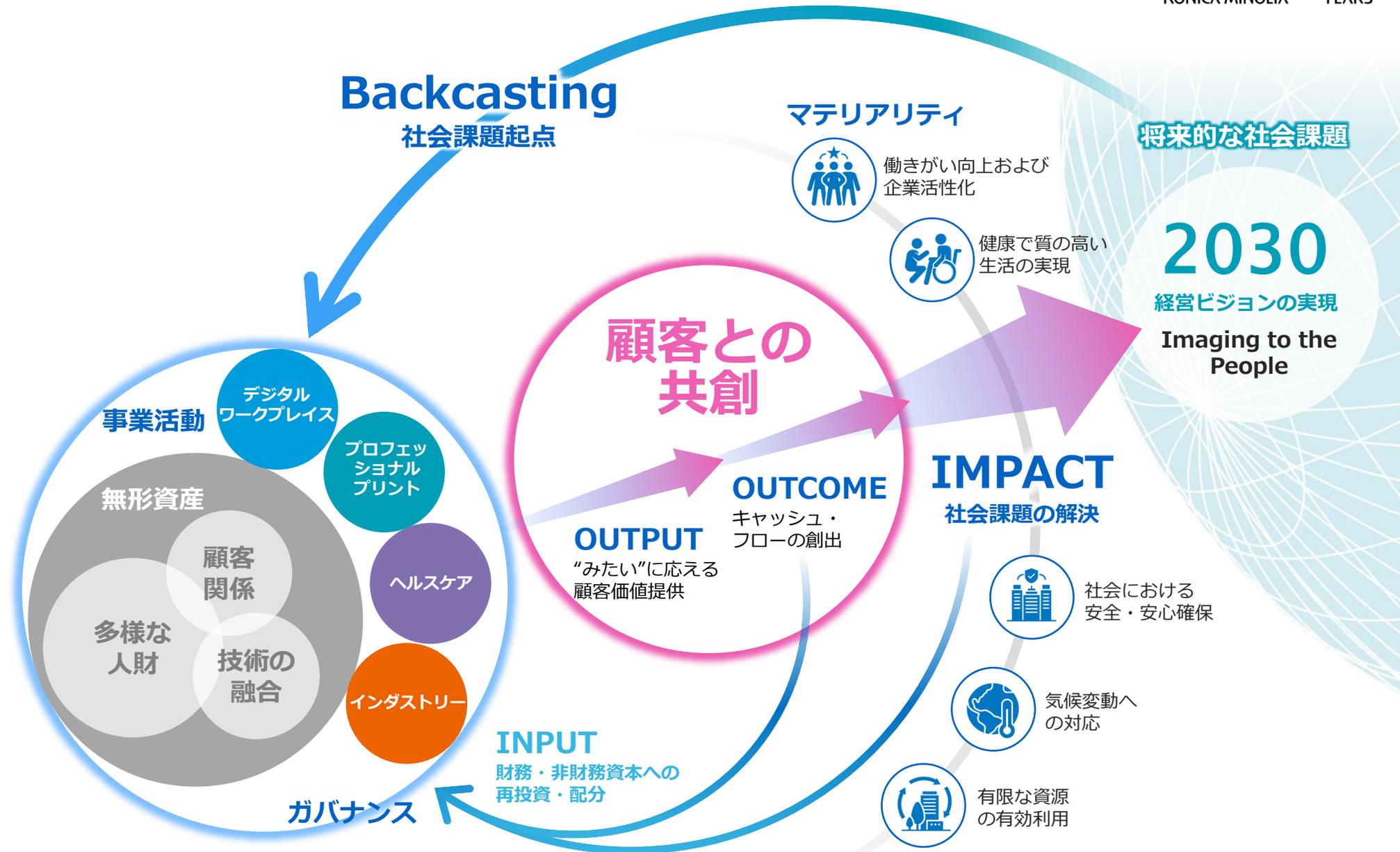
150

YEARS









# DX2022の振り返り

(2020年11月27日発表)

● できたこと ● できなかったこと

22年度の全社経営目標	結果
<p>1 収益性 :</p> <p>営業利益 550億円、 営業利益率 5.3%</p>	<p>● 営業利益 △951億円 (除く減損損失、215億円) 営業利益率 - (除く減損損失、1.9%)</p>
<p>2 財務健全性 :</p> <p>自己資本比率 40%以上 自己資本比率 44%以上* ネットDebt/EBITDA 2.0以下*</p>	<p>● 自己資本比率 34.5% 自己資本比率 37.9%* ネットDebt/EBITDA △17.1*</p>

\* 格付け評価用

(2020年11月27日発表)

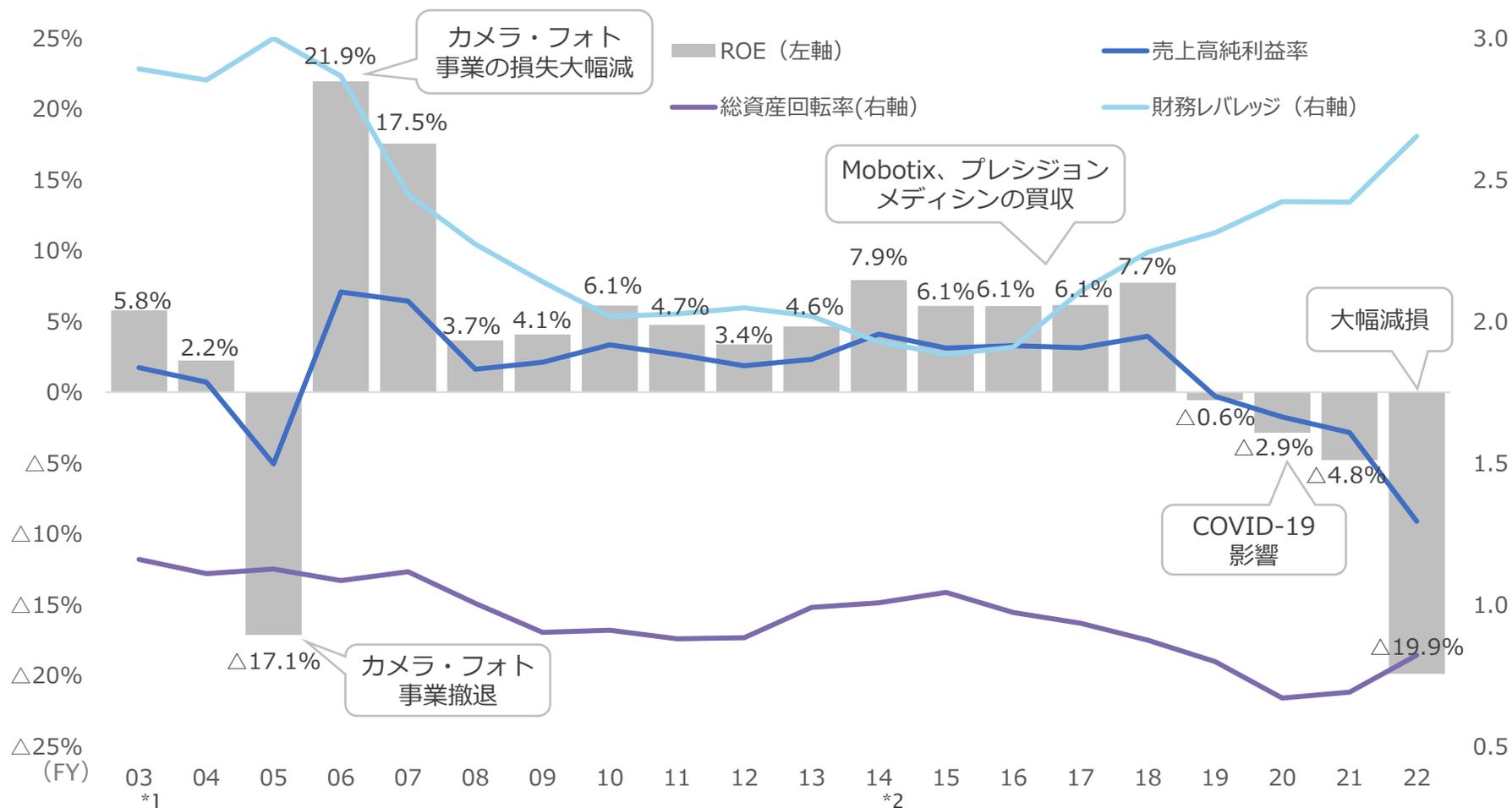
● できたこと ● できなかったこと

22年度重点方針と結果	結果の要因
① オフィス事業の営業利益を18年度レベル(484億円)に回復 → <b>未達</b>	● (対外) COVID-19影響によるPV減少、サプライチェーン影響、 (対内) トナー工場事故による供給不足
② 20年度の総固定費の水準を維持 → <b>達成</b>	● (対内) 構造改革の実行と効果出し ● 水準を維持(現地通貨ベース)

## ポートフォリオ転換

③ 新規事業の収益改善を加速 20⇒22年度：△210億円を黒字化 ⇒22年度営業利益：△ <b>237億円</b> (減損除く)	● <u>プレジジョンメディシン</u> COVID-19の影響で遺伝子検査数の伸長減速、 治験の遅延、遺伝子分野での協業未実現 <u>DW-DX</u> 高収益サービスの伸長に遅れ、販管費の増加 <u>画像IoTソリューション</u> MOBOTIX 半導体等部材高騰による利益率悪化 VMS(Video Management System) 活用の遅れ
④ オフィス事業に続く柱となる事業構築の加速 20⇒22年度：営業利益を235億円増額 ⇒ <b>263億円増額</b> 達成	● 非重点事業の特定と第三者資本活用の進展 ● センシング、IJコンポーネント、プロダクションプリント、産業印刷、メディカルイメージングが成長

**ROE = 売上高純利益率 × 総資産回転率 × 財務レバレッジ**



\*1 FY03はコニカとミノルタの経営統合により、自己資本は期末数値、当期利益はコニカとミノルタの合算値で算出

\*2 FY14よりIFRS適用

- 過去から決別し、戦略的新規事業の位置づけを見直し、事業の選択と集中に取り組む
- バランスシートおよびキャッシュ創出力の改善が急務
- 過去の反省と学びを経営に最大限に生かし、社長としてコニカミノルタを再び成長軌道に乗せるため、全力を注ぐ

# 中期経営計画 (2023-2025)

## 等身大の経営

ベスト条件だけで成立する計画策定を廃止し、  
達成可能な計画を着実に実行し、自信と信頼を回復

## 高収益企業 への回帰

FY22（前中計）：減損損失を計上し、B/Sのリスク低減  
事業貢献利益は期初予想を達成

FY23～24：事業の選択と集中の遂行

FY25：成長基盤の確立

### 事業収益力の強化

事業の  
選択・集中

強化事業への  
資源再配分

オフィス事業  
の収益堅守

### 収益基盤強化のために構造改革を実行

コストの圧縮

財務基盤強化・  
キャッシュ重視

### 事業管理体制の強化

事業のパフォー  
マンス明確化

選択と集中の  
加速

早期にROE5%を達成し、次期中計期間中に8%以上を目指す

	FY2022	FY2025計画
売上高（強化事業*） （全社）	4,184億円 11,304億円	5,000億円 12,000億円規模
事業貢献利益率**（強化事業*） （全社）	11.5% 2.6%	11~13% 5%以上
ROE	△19.9%	5%以上
為替レート（円）		
US	135.5	135.0
EURO	141.0	140.0

\*強化事業： インダストリー（機能材料+ICコンポーネント+センシング+ 光学コンポーネント）+ メディカルイメージング  
+ プロフェッショナルプリント（プロダクションプリント+ 産業印刷）

\*\*事業貢献利益率は、本社費用等配賦調整後の値

	目指す方向性	対象事業
<b>強化事業</b>	成長を牽引、事業拡大	プロフェッショナルプリント強化領域*1 インダストリー強化領域*2 ヘルスケア（メディカルイメージング）
<b>収益堅守事業</b>	キャッシュ安定創出	オフィス
<b>非重点事業</b>	第三者資本活用等	マーケティングサービス*3 プレジジョンメディシン 光学コンポーネント(非産業用途)
<b>方向転換事業</b>	成長に向けた戦略方向性の再設定	画像IoTソリューション DW-DX

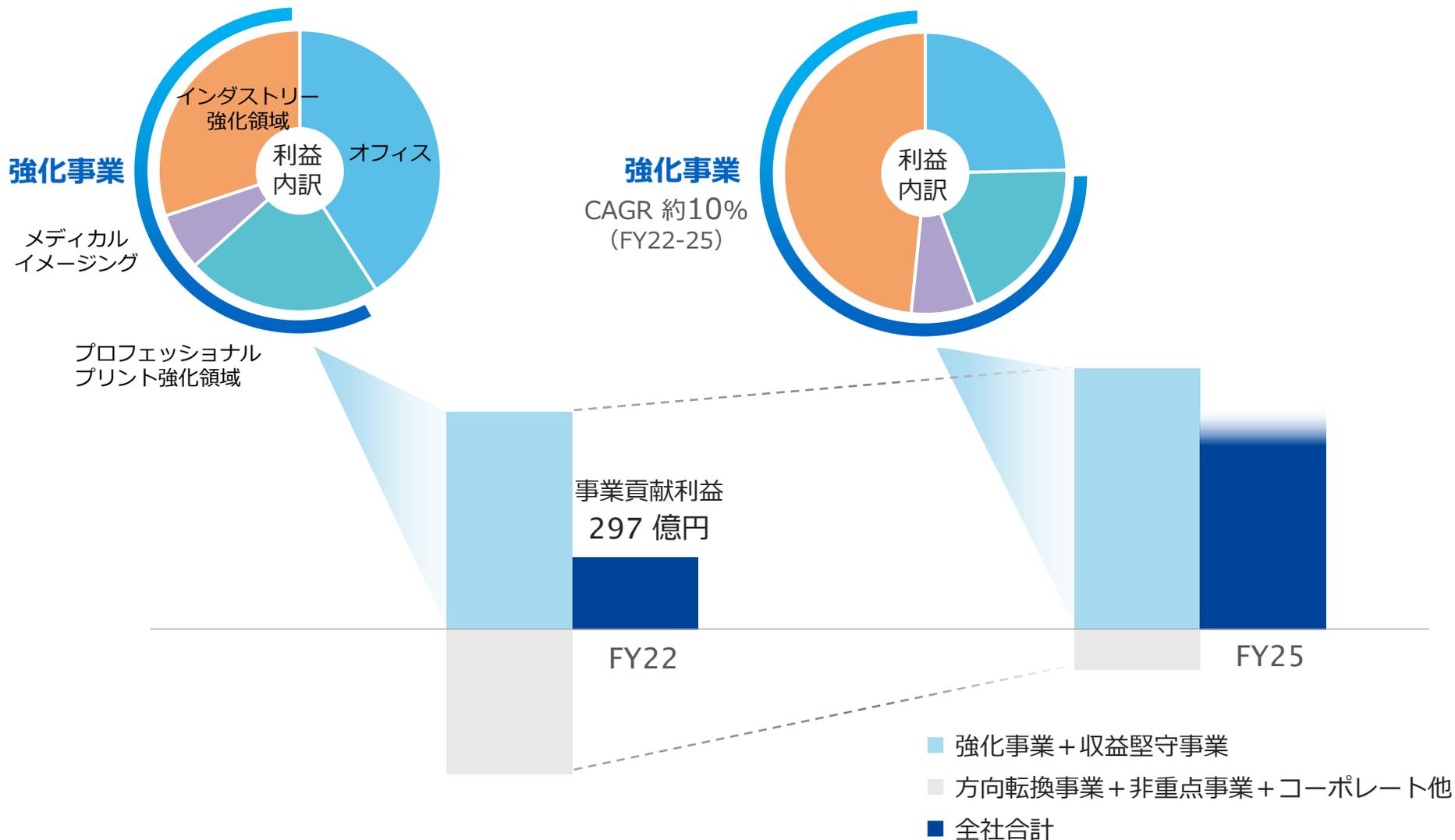
■ デジタルワークプレイス   
 ■ ヘルスケア   
 ■ プロフェッショナルプリント   
 ■ インダストリー

\*1 プロフェッショナルプリント強化領域：プロダクションプリント+産業印刷

\*2 インダストリー強化領域：機能材料+IIコンポーネント+センシング+光学コンポーネント（産業用途）

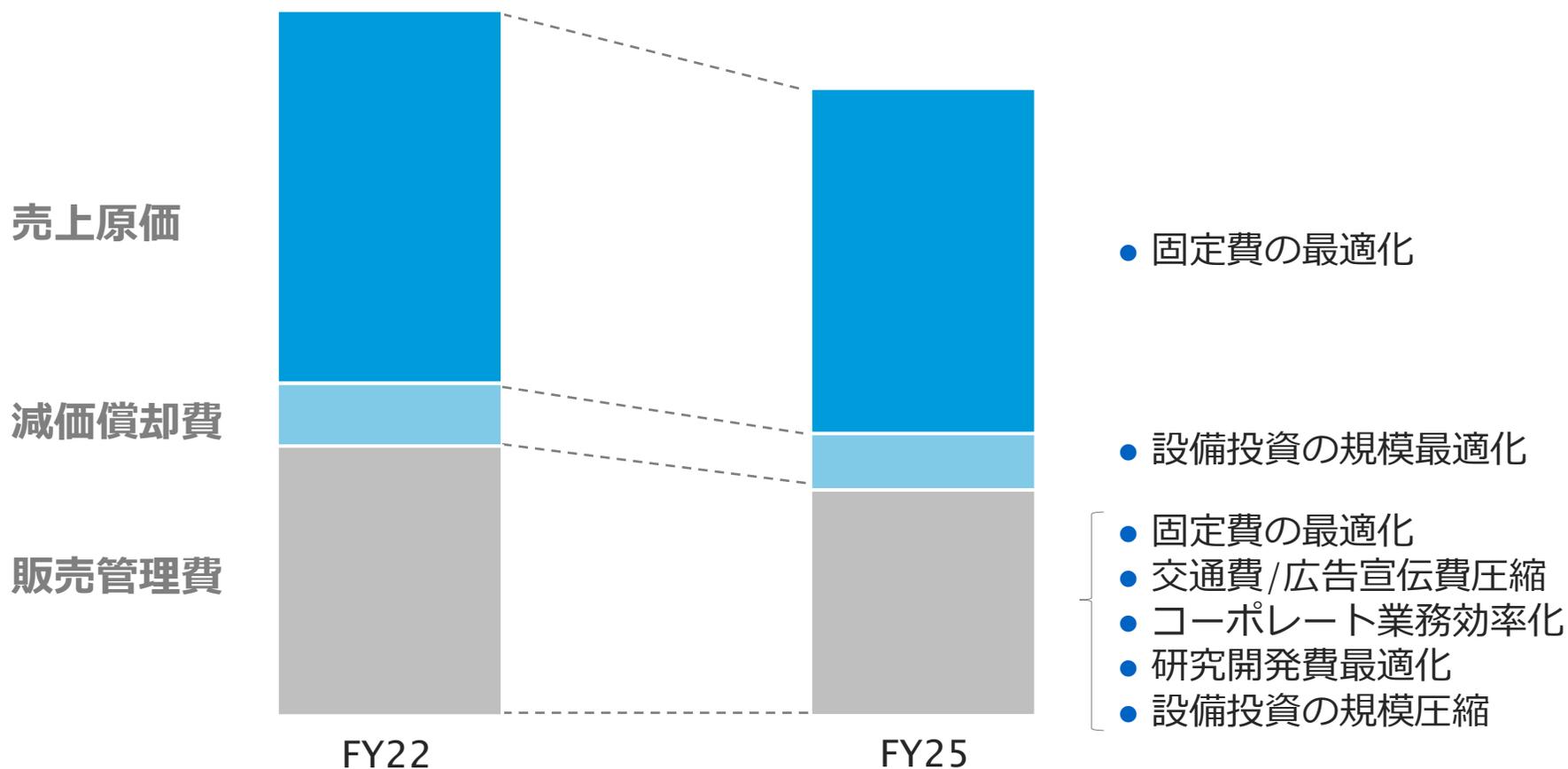
\*3 本事業内の国内子会社コニカミノルタマーケティングサービス（株）とゴウリカマーケティング（株）間で合併契約を締結し、コニカミノルタの持株比率10.5%へ（2023年4月18日）

# FY2025の事業貢献利益構成イメージ



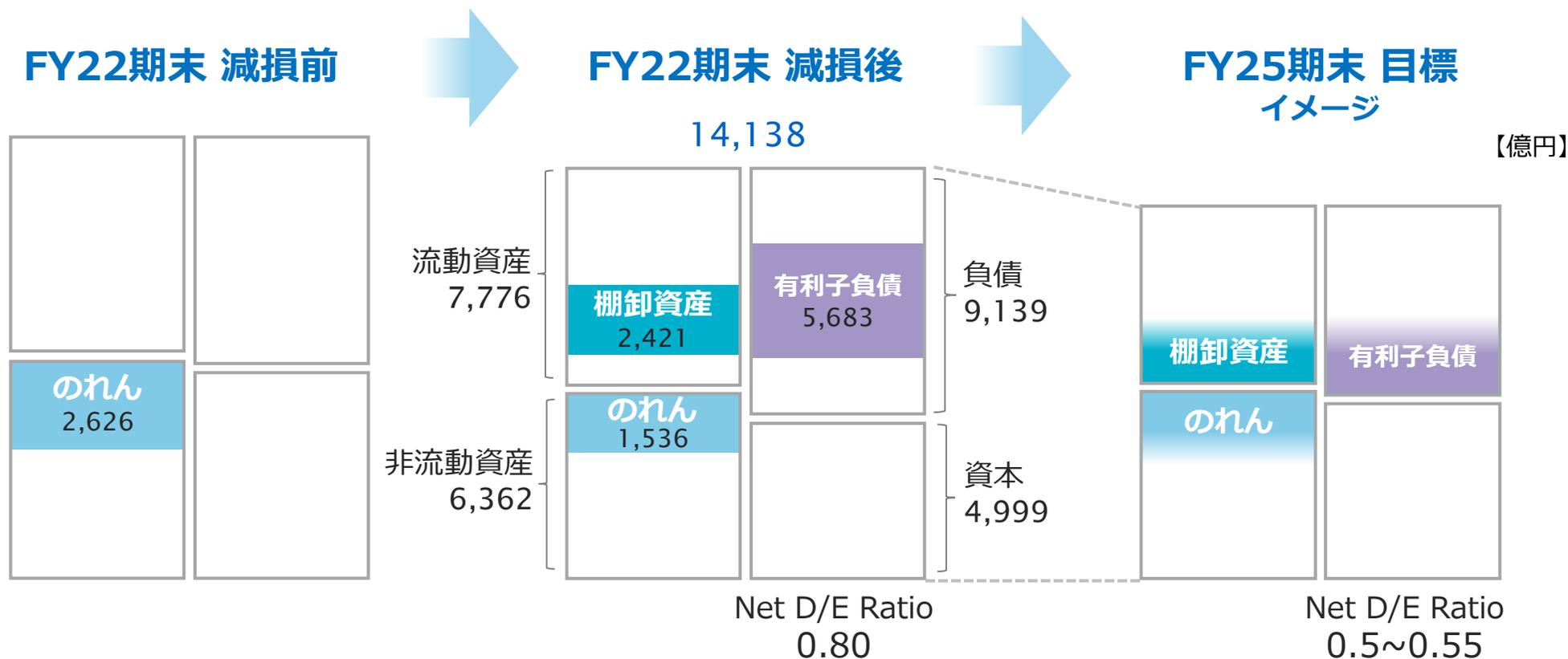
\* インダストリー強化領域：機能材料 + Iコンポーネント + センシング + 光学コンポーネント  
 \* プロフェッショナルプリント強化領域：プロダクションプリント + 産業印刷  
 \* 事業貢献利益は、本社費用等配賦調整後の値

コスト圧縮により事業貢献利益率で1ptの改善を目指す



# 財務基盤の強化：資産効率改善

- 運転資本（棚卸資産）の適正化、戦略在庫の平準化
- 非流動資産（有形・無形）の最適化
- 総資産回転率 0.80倍 → 1.0倍を目指す
- 有利子負債の圧縮、Net D/E Ratio 0.80 → 0.5~0.55 を目指す



FY23-25累計

## キャッシュイン

営業CF  
**3,000~3,300**  
億円

- 事業成長
- 棚卸資産の最適化
- 戦略在庫の平準化など

## キャッシュアウト

事業投資  
(設備・投融資・その他)  
**1,500** 億円

負債削減+配当  
**1,500~1,800**  
億円

# 事業戦略



## 戦略的投資と重点領域の顧客に密着した事業開発を強化し、コニカミノルタの主軸事業へ

### 市場機会

- 次世代ディスプレイの進化による開発と製造プロセスの変化
- 製造現場における省プロセス、省力化と環境負荷低減の潮流
- 国際情勢とニーズ急増による半導体サプライチェーンの変化

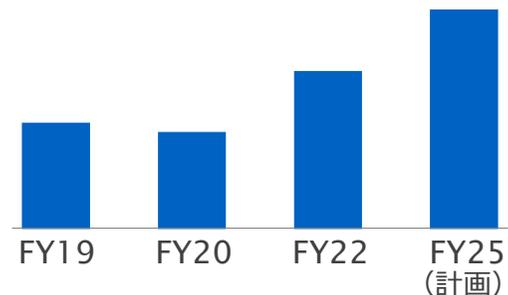
### 強み

- 高シェア、高収益を支える強固な顧客との関係と各領域の知見
- 祖業から引き継ぐ光に関わる精密な設計、加工、材料技術

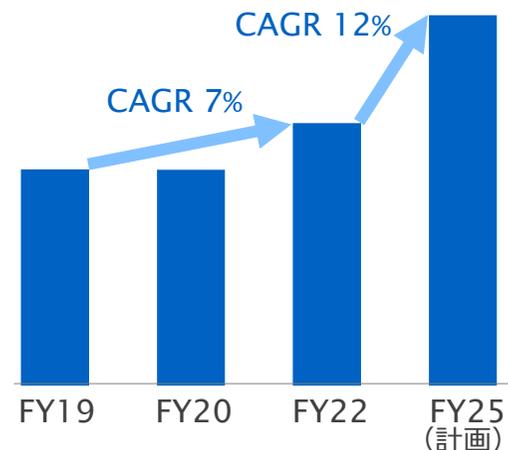
### 方針 コア技術と顧客との関係を軸に、既存領域の成長と 中長期の新規事業開発を強化

- 高シェアの既存領域が生み出すキャッシュを、成長性の高い領域へ戦略的投資
- 産業上流向けの光学コンポーネントの強化
- 既存の顧客との関係や技術などの資産をインダストリー事業横断で最大限に活用し、顧客のモノづくりバリューチェーンに密着した事業開発を強化

### 事業貢献利益



### 売上高



中規模安定市場×高シェア×高収益（20%以上）を成功要件として事業を構築

## 👑 ジャンルトップ分野

## 成長ドライバー

### コア技術：精密技術



材料



微細加工



光学



画像



### 現場力

製造・営業・顧客サポート

機能材料

センシング

IJ  
コンポ

- 位相差フィルム
- 中小型用保護TACフィルム
- 後延伸超幅広SANUQIフィルムの販売拡大（従来の1/2～1/3の投資額による生産設備増強）
- 光源色計測（ディスプレイ用）
- 競争力の高い計測器により、次世代ディスプレイ関連需要獲得
- 自動車向け外観計測（Eines社）、HSI\*計測（Specim社）のグローバル展開強化
- 工業用途IJヘッド
- 高耐久ヘッドと材料のすり合わせ技術を基にしたモノづくりのインクジェット化加速

\*HSI：ハイパースペクトルイメージング

# インダストリー強化領域における中長期の注力分野

- 成功要件を満たし、将来のグローバル経済を牽引する領域への進出・強化
- 「顧客」を軸とし、インダストリー事業横断での事業開発を推進
- バリューチェーン上で既存領域とつながる顧客との提携による価値共創の最大化

## 成長ドライバー

顧客との関係  
各領域への横断的な知見



コア技術：精密技術



材料



微細加工



光学



画像



現場力

製造・営業・顧客サポート

インダストリー横断での事業開発を推進

ディスプレイ



① 製造プロセスIJ化

モビリティ



② 低環境負荷コーティング  
③ 車載用光学系

半導体製造



④ 超精密光学系  
⑤ プロセス材料

センシング

機能材料

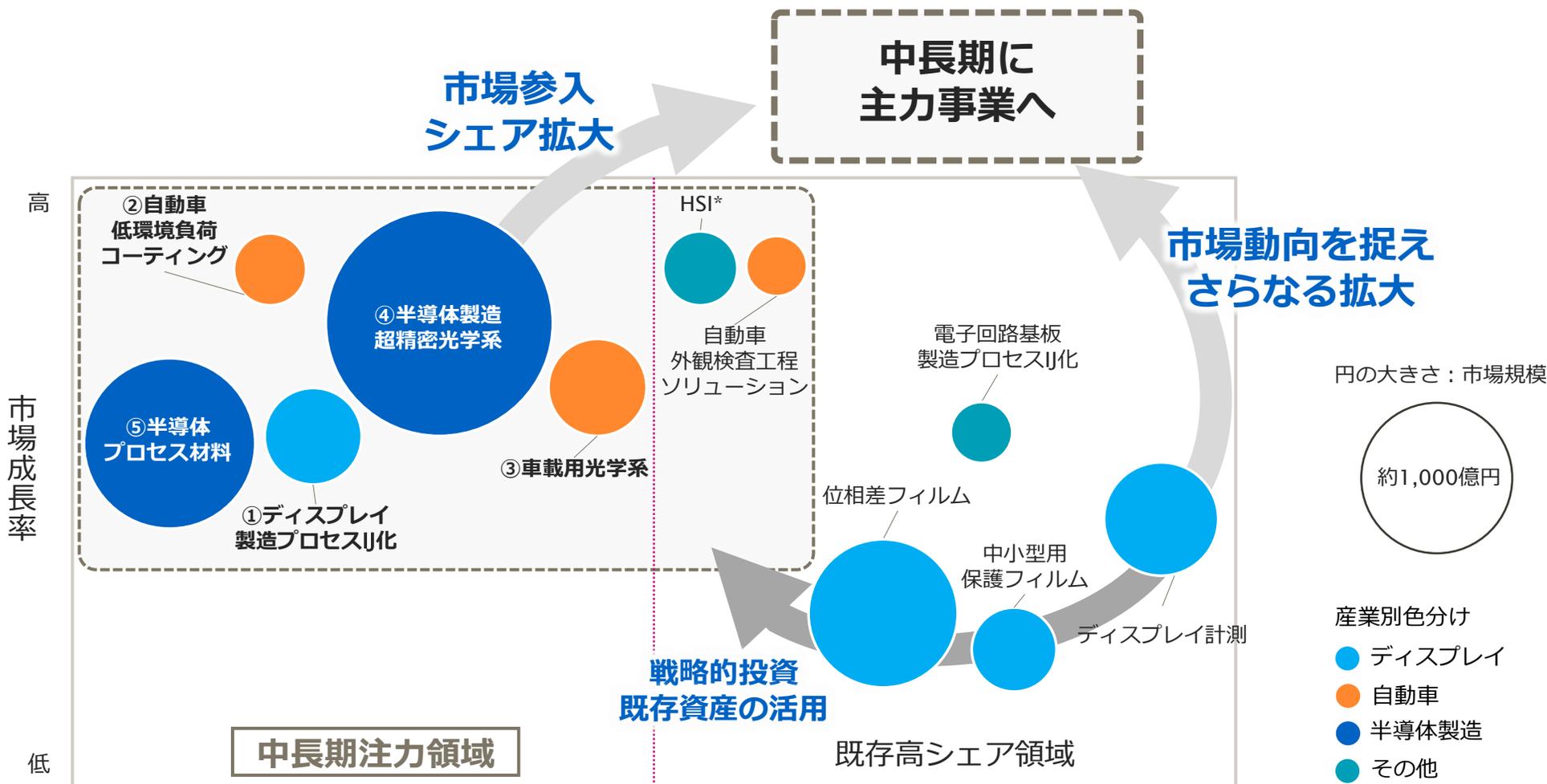
IJコンポーネント

光学コンポーネント

機能材料

# インダストリー強化領域の成長性

- 既存資産を活かし、中規模安定×高シェア×高収益を見込める中長期での注力領域を設定
- 既存高シェア領域で創出したキャッシュを、注力領域へ投資し成長を加速



\*HSI : ハイパースペクトルイメージング



## 高付加価値イメージングを軸に、グローバルでデジタル事業の収益拡大

### 市場機会

- 早期発見・低侵襲診療・医療DXニーズの高まり
- アジアなど新興国は医療ニーズ増加によりデジタル市場が伸長
- 一般X線撮影装置市場はグローバルで堅調（CAGR 3%）

### 強み

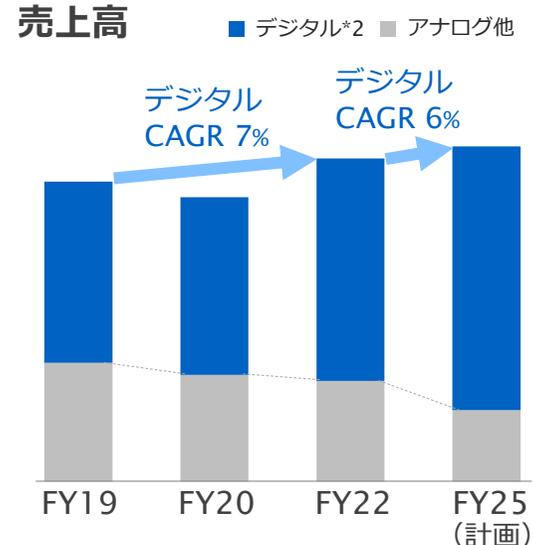
- コア技術に根差した高付加価値画像診断とITソリューション
- 新たな臨床価値を共創するKOL\*1との関係性
- 90年の歴史を通じて培ったブランドと顧客基盤

### 方針

#### 簡便に高付加価値な画像診断を提供し、デジタル事業拡大

- 医療従事者の診療ワークフロー変革を支える開発強化
- KOLとの共創による動態解析の臨床価値の確立・普及を加速
- アジアなど新興国のデジタル事業強化

### 売上高



動態回診車  
AeroDR TX m01



X線動画解析  
ワークステーション  
KINOSIS

\*1 KOL: Key Opinion Leader

\*2 デジタル: デジタルX線、HC-IT、超音波診断装置、バイタルセンシング



## コア技術と顧客との共創により、デジタル印刷市場の拡大をリードする

### 市場機会

- 商業・産業印刷ともにデジタル比率が伸長し、市場拡大  
デジタル商業印刷 : CAGR 4%  
デジタルラベル印刷 : CAGR 6%
- 世界的な熟練労働者減少、資源高騰、環境意識の高まり

### 強み

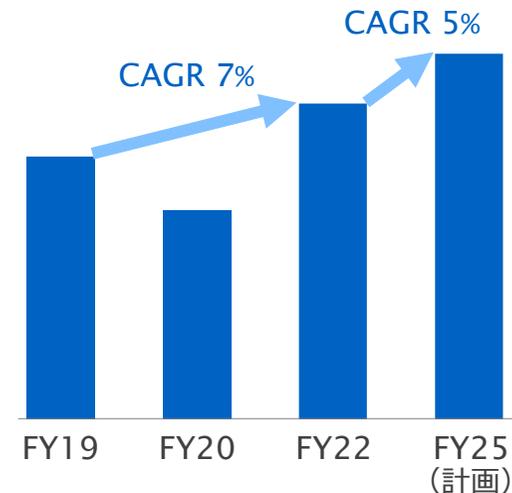
- 印刷会社のみならず、ブランドオーナー、物流会社など印刷のサプライチェーン全体の現場との強い接点
- 自動化、スキルレス、リモート化の当社技術を現場で使いこなすことへの強いこだわり

### 方針

#### 顧客のデジタル化を推進し事業成長と社会課題解決を実現

- 印刷サプライチェーン全体を俯瞰し、デジタル化を阻害する要因を解決
- 環境負荷最小化、省プロセスと高付加価値印刷により、印刷の供給と利用に関わる人々の働きがいの向上

### 売上高



AccurioPress C14000 / C12000



AccurioLabel 400

# オフィス事業の収益堅守

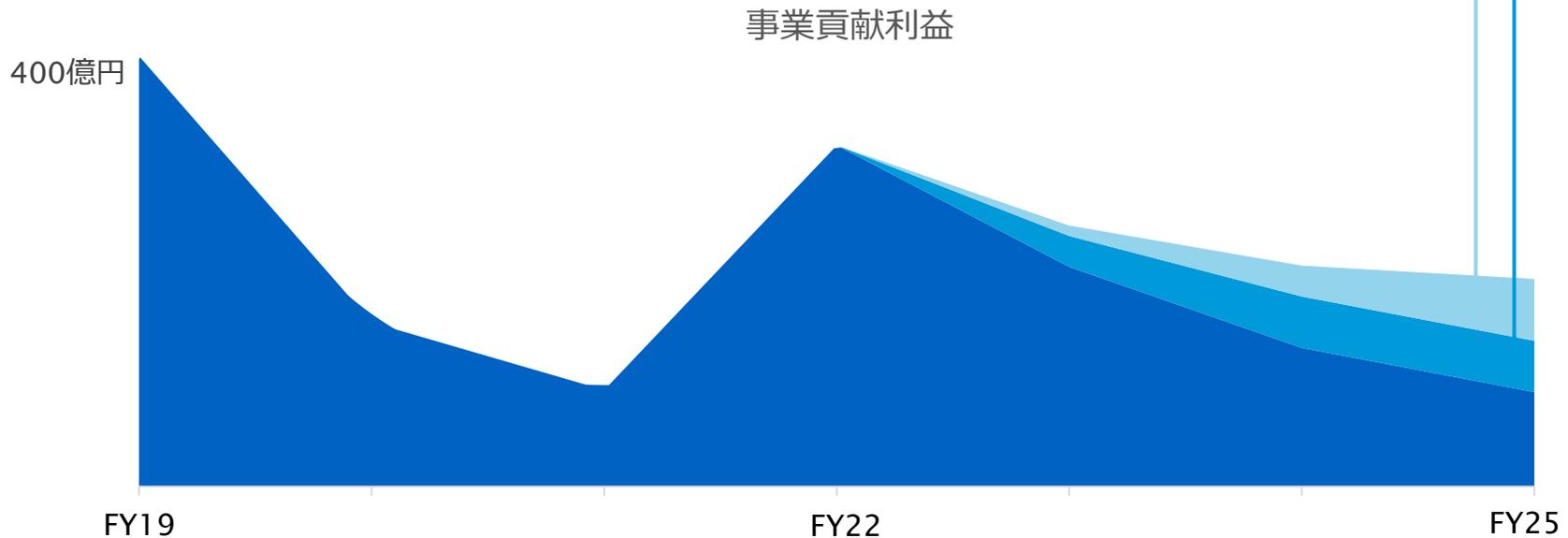


働きがい向上および  
企業活性化

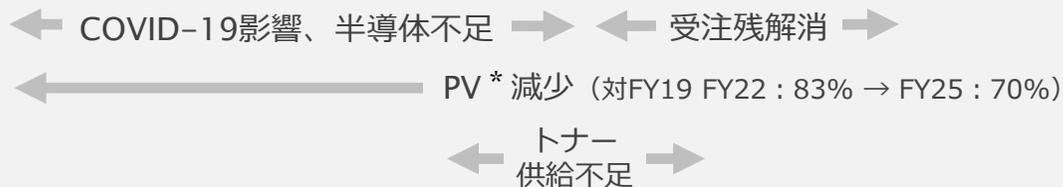


150  
YEARS

- One Rate（独自の課金モデル）拡大によるノンハード収益維持、MIFリモートメンテナンス、オフィスソリューション\*の重ね売り、DXによる販売オペレーション費用削減
- モノづくりコストダウン、調達パートナー戦略、リユースモデル展開による収益源の確保
- 中長期成長を支える次世代製品の投入によるサービス効率化の実現（FY25以降）



要因



## One Rate拡大

カウンター料金とソリューションを固定請求化した、PVに依存しない独自の課金モデル



### 具体的なアクション

1

#### ワールドワイドへの展開

米国で収益性向上が実証されたOne Rateを、他地域へ展開拡大

2

#### サービスパッケージ提案強化

保守や業務フロー自動化のソリューションサービスと合わせたパッケージ提案を強化

## 販売/サービスオペレーション改革

デジタルやAIの活用と、独自のサービスパッケージ導入を通じて、現場生産性と顧客価値の向上を両立



現場生産性向上&顧客価値向上

### 具体的なアクション

1

#### AIパターン分析によるマーケティング

高収益性を見込む顧客層を特定し優先アプローチ

2

#### 非対面デジタルツールの活用

SNSやWebinarを活用したインサイドセールス強化

3

#### One Rateによるプロセス簡素化

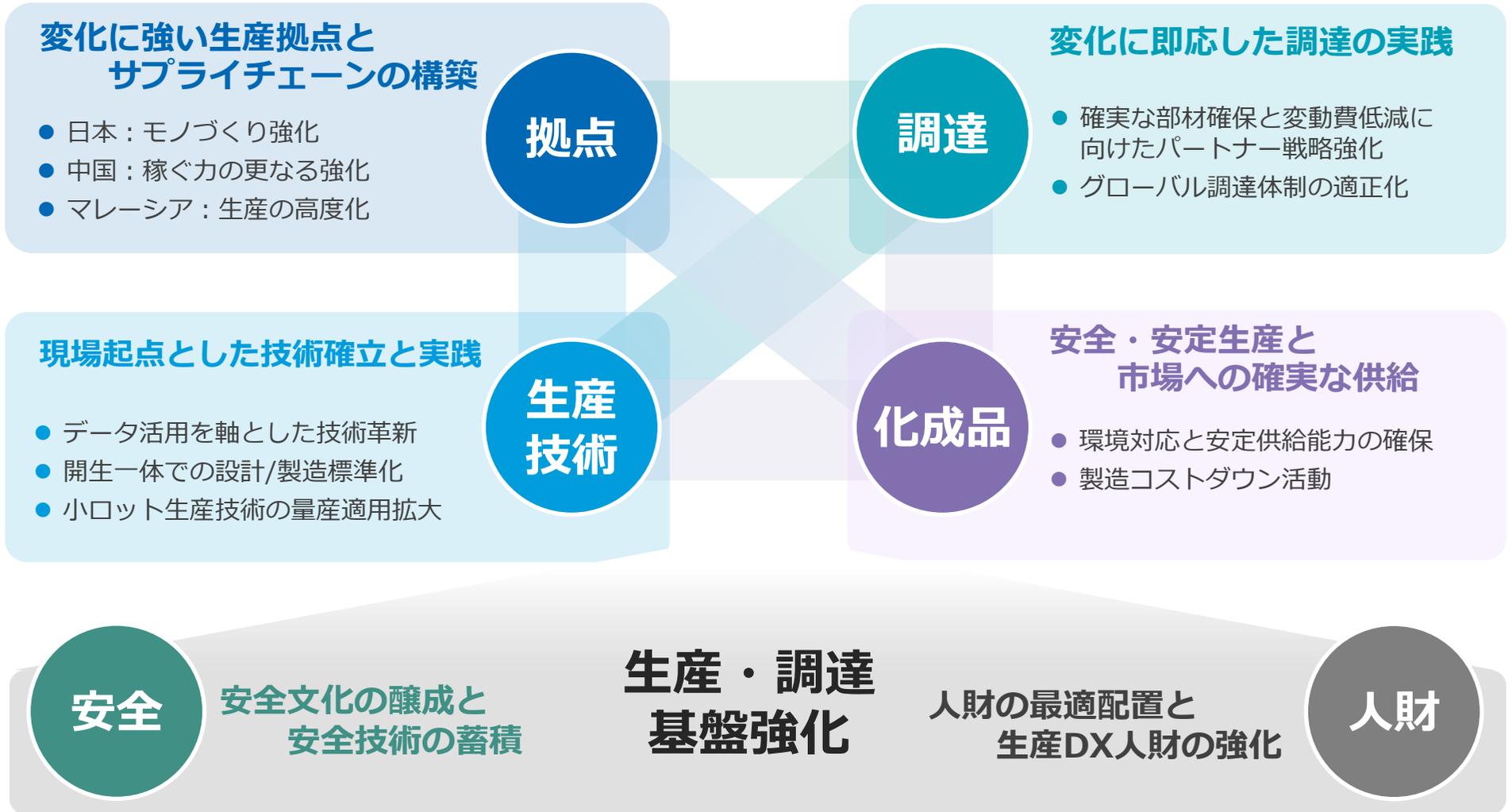
定額課金で見積り・予算化や請求・支払いの工程簡素化

4

#### サービスパッケージの導入

パッケージ化された故障予知、リモートサービス、セルフメンテナンスサービスによる工数削減

環境変化に即応する力を発揮する「現場力」と「生産経営」を実現



**ROE** 5%  
以上

5%を早期達成し、8%以上を目指す  
ROIC : 5%以上

当期純利益率

2.5%  
以上

- 強化事業の拡大
- オフィス事業の収益堅守
- 収益構造の改善

総資産回転率

1.0  
回転

- 運転資金の最適化
- 在庫の最適化
- 資産の圧縮・最適化

財務レバレッジ

2.0  
倍

- 財務基盤の強化

非財務指標

	FY2022推定	FY2025計画
従業員エンゲージメントスコア	6.6	7.7
自社製品ライフサイクルのCO <sub>2</sub> 排出 (2005年比削減率) (排出量)	58% 86万トン	61% 80万トン
顧客・取引先のCO <sub>2</sub> 削減貢献量	60万トン	80万トン以上

カーボン  
マイナス  
5年前倒し



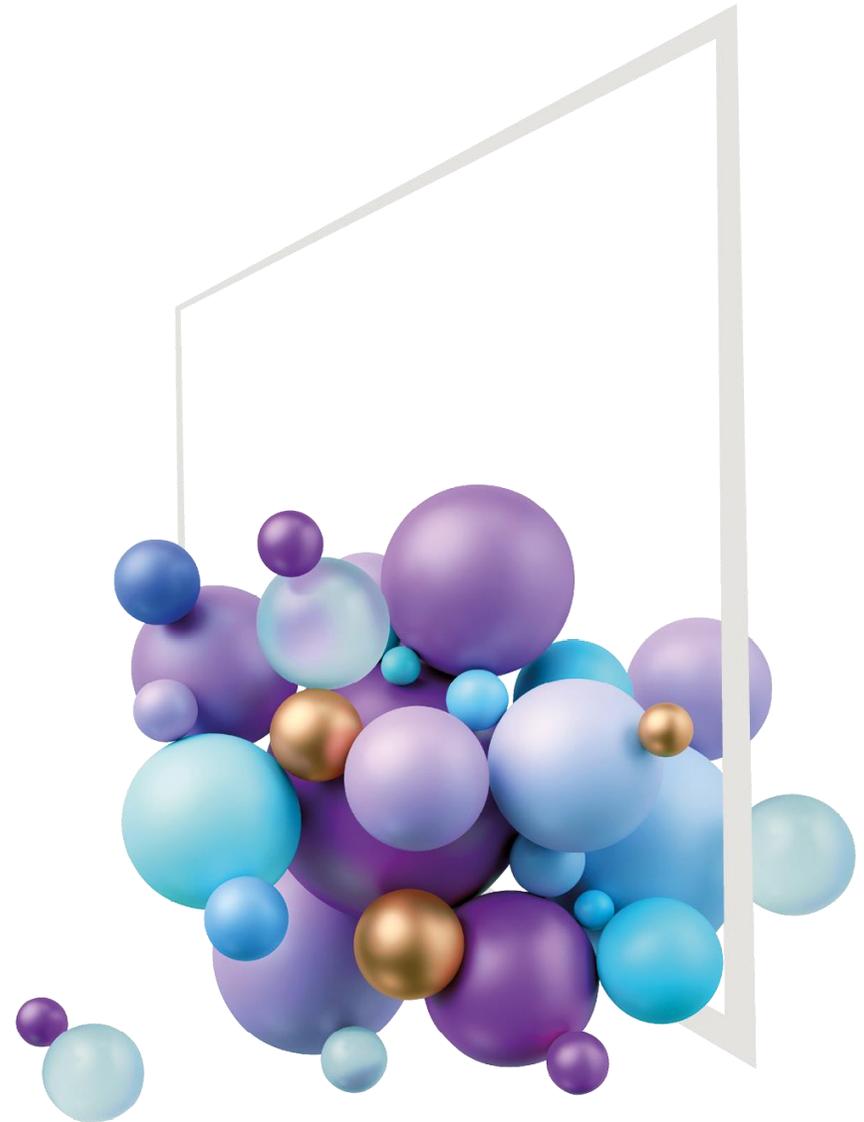
**KONICA MINOLTA**

**150**

---

**YEARS**

# Appendix



## 外部環境

<b>Politics</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>国際情勢の変化、地政学リスク</li><li>持続可能性重視の経済政策への転換</li></ul>	<b>Economy</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>欧州の景気低迷、米国の景気後退懸念</li><li>為替・資源相場のボラティリティ拡大</li></ul>
<b>Society</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>気候変動、環境問題への意識の高まり</li><li>世界人口増、地域により少子高齢化、それに伴う医療費増大</li><li>ワーク/ライフスタイルの変化</li></ul>	<b>Technology</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>データ蓄積・活用の進展 (IoT、AI、DX)</li><li>各産業における自動化、省力化の普及</li></ul>

## 当社における脅威と機会

<b>脅威 Threat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>景気減速や為替変動による収益への影響</li><li>部材逼迫や、物流/エネルギー価格高騰</li><li>新しい働き方によるペーパーレス化進行</li></ul>	<b>機会 Opportunity</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>半導体サプライチェーン変化による参入機会</li><li>産業バリューチェーンにおける生産性追求</li><li>環境に配慮した材料や工程への需要増</li><li>医療ニーズの変化 (早期発見、治療へ)</li></ul>
----------------------	--	---------------------------	--

## 脅威と機会を踏まえた基本方針

事業収益力の強化

収益基盤強化のために  
構造改革を実行

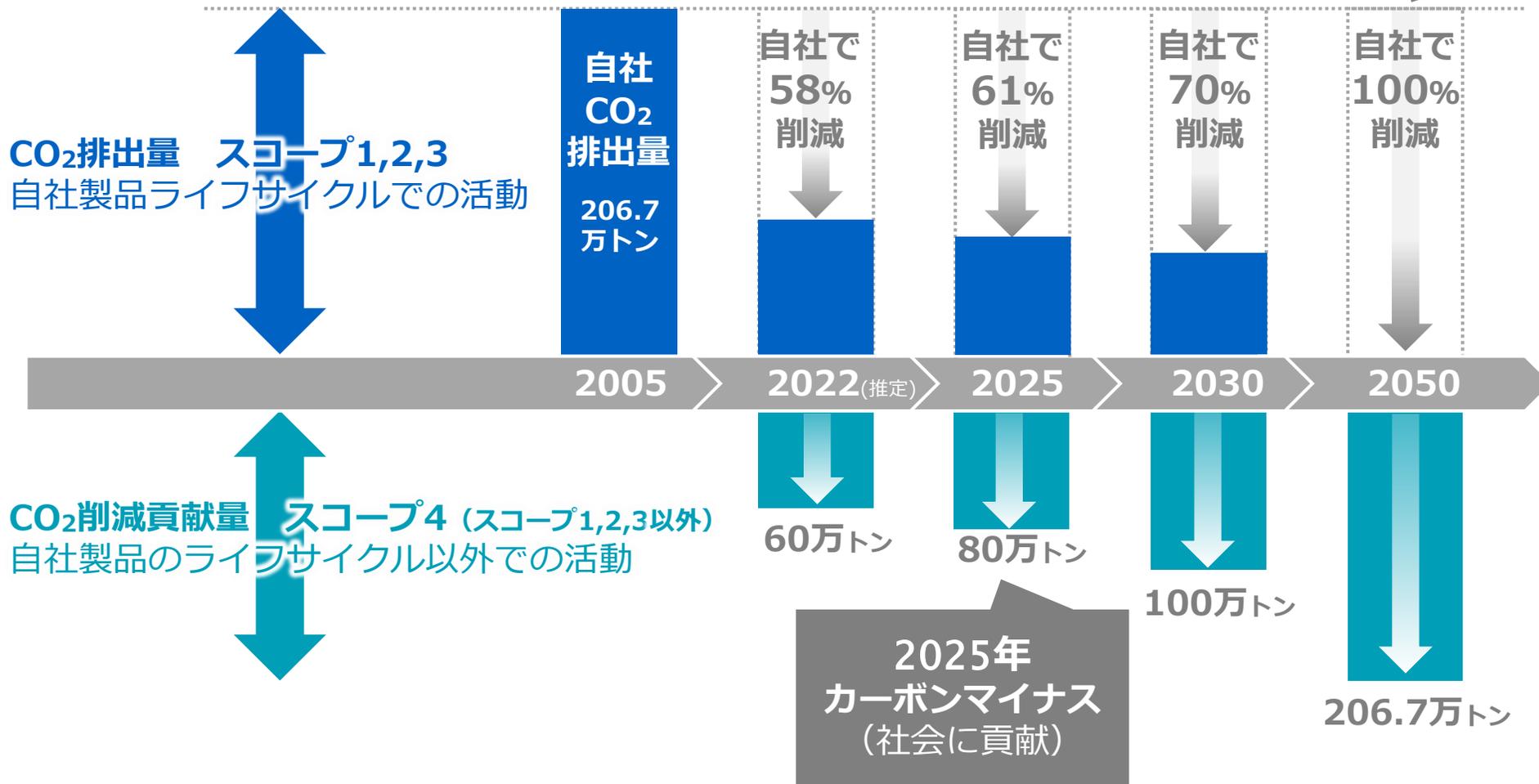
事業管理体制の強化

# 環境Target : 2050年にネットゼロ



気候変動への  
対応

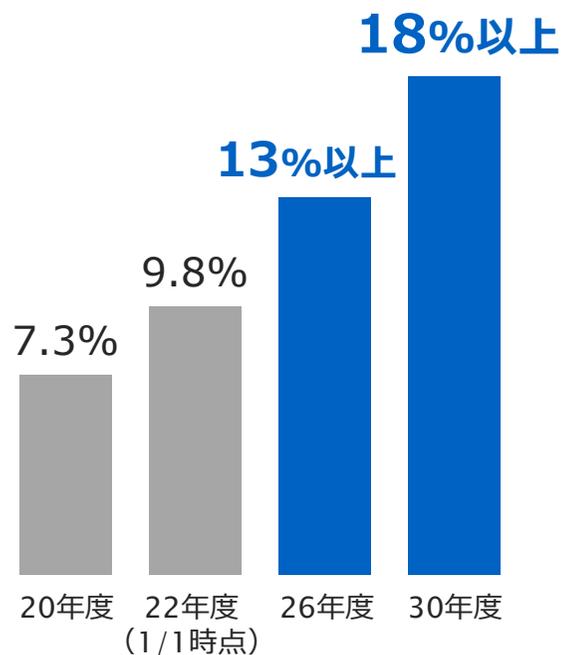
2050年  
ネットゼロ  
(自社責任CO<sub>2</sub>)



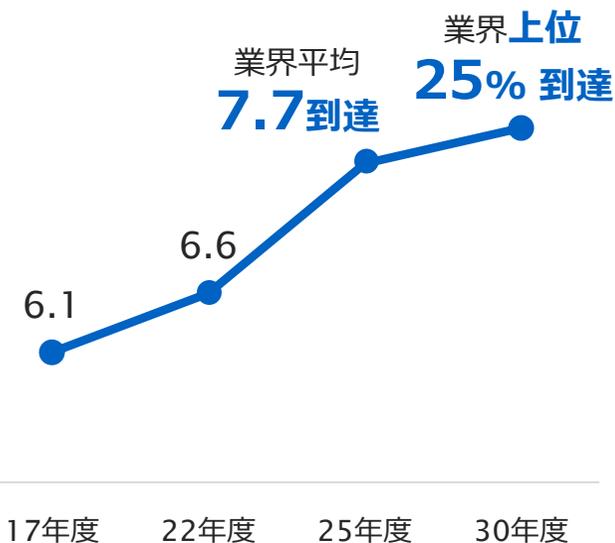
## Diversity, Equity & Inclusion

- ダイバーシティ経営宣言の策定（2023年）

本社管理職における女性比率



## エンゲージメントスコア



グローバルで回答率90%以上、  
コメント数約17.5万件と高い関心

## ● コーポレートガバナンス委員会の設置（2023年6月を予定）

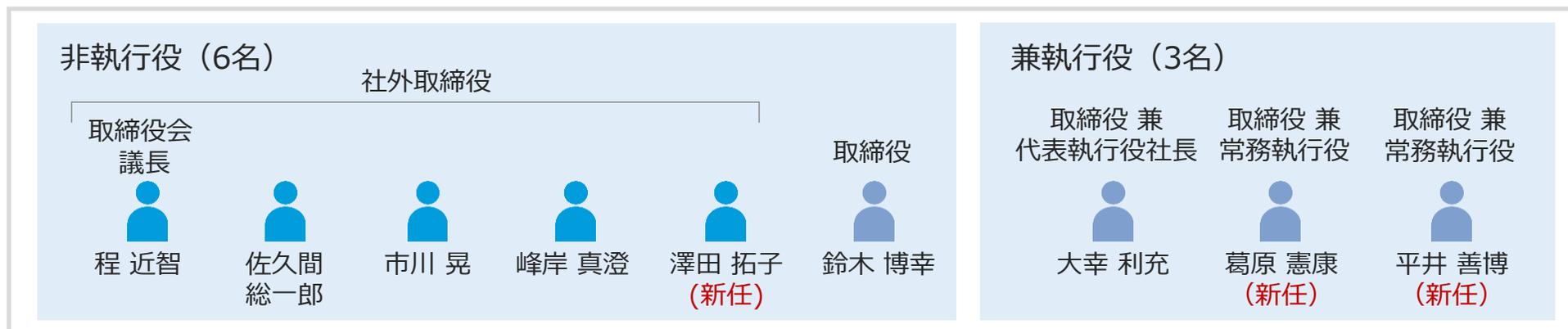


- 指名委員会等設置会社として法定3委員会の独立性・客観性を担保
- コーポレートガバナンス全体の設計・運用の検討



高い実効性を保つコーポレートガバナンスを継続的に進化させ、次世代へ継承

## ● 2023年6月定時株主総会後の取締役新体制（予定）



## 外部環境

<p><b>Politics</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際情勢の変化、地政学リスク</li> <li>持続可能性重視の経済政策への転換</li> </ul>	<p><b>Economy</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>欧州の景気低迷、米国の景気後退懸念</li> <li>為替・資源相場のボラティリティ拡大</li> <li>コスト高による設備投資抑制顕在化</li> </ul>
<p><b>Society</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ影響からの回復</li> <li>ワーク/ライフスタイルの変化の継続</li> <li>気候変動、環境問題への意識の高まり</li> </ul>	<p><b>Technology</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル技術の利活用が進展継続</li> <li>各産業で自動化・省力化ニーズの高まり</li> </ul>

## 外部環境を踏まえた事業の見通し

<p><b>デジタル ワークプレイス</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ハード：受注残解消による販売減、新規受注鈍化</li> <li>ノンハード：ワークスタイル変化により緩やかにPV*減少</li> <li>IT/DX：需要堅調</li> </ul>	<p><b>プロフェッショナル プリント</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル印刷へのシフトは不変</li> <li>ハード：欧米景気減速による商談長期化</li> <li>ノンハード*：中堅、大手がけん引しPV*需要増</li> </ul>
<p><b>インダストリー</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フィルム市場：VAパネル向けが先行して緩やかに回復、IT/モバイル向けは低調継続</li> <li>ディスプレイ向け計測器：設備投資の端境期</li> </ul>	<p><b>ヘルスケア</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メディカルイメージング：医療及びITサービスの質の向上や効率化ニーズ増、コロナ補助金による需要増の反動（日本）</li> <li>プレジジョンメディシン：コロナ影響からの緩やかな回復傾向</li> </ul>
<p><b>共通</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>調達：半導体など一部品目では改善傾向だが、部材逼迫は継続</li> <li>物流：輸送期間、物流費は改善傾向</li> </ul>		

\*PV：プリント量

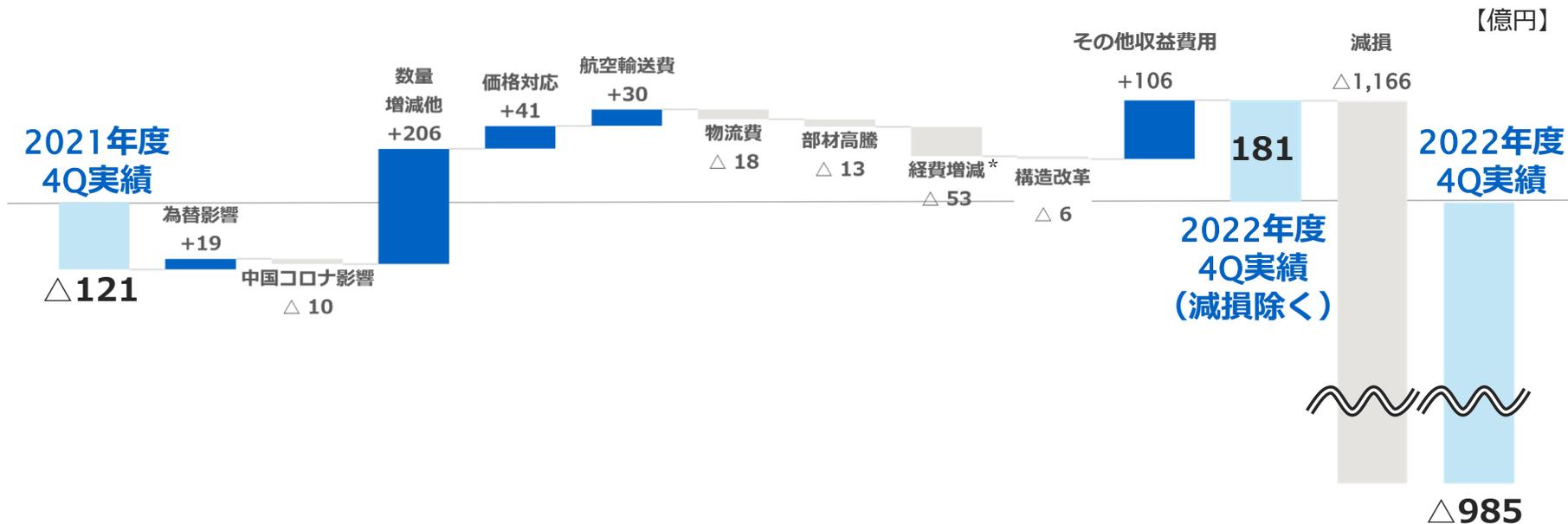
	2022年度 4Q	2021年度 4Q	前期比	為替影響を 除く前期比
<b>売上高</b>	3,094	2,499	+24%	+14%
<b>売上総利益</b>	1,344	1,026	+31%	+22%
(売上総利益率)	43.4%	41.0%	+2.4pt	
<b>販売管理費</b>	1,156	1,042	+11%	+4%
<b>事業貢献利益</b>	188	△ 16	-	-
<b>営業利益</b>	△ 985	△ 121	-	-
親会社の所有者に帰属する				
<b>当期利益</b>	△ 999	△ 129	-	-
<b>FCF</b>	186	△ 39	-	-
為替レート (円)				
<b>USドル</b>	132.34	116.20	+16.14	
<b>ユーロ</b>	142.10	130.39	+11.71	

売上高	2022年度 4Q	2021年度 4Q	前期比	為替影響を 除く前期比
デジタルワークプレイス事業	1,631	1,317	+ 24%	+ 13%
プロフェッショナルプリント事業	677	538	+ 26%	+ 16%
ヘルスケア事業	409	256	+ 60%	+ 50%
インダストリー事業	369	379	△ 3%	△ 8%
コーポレート他	7	10	△ 24%	△ 24%
<b>全社合計</b>	<b>3,094</b>	<b>2,499</b>	<b>+ 24%</b>	<b>+ 14%</b>

営業利益	2022年度 4Q	営業利益率	2021年度 4Q	前期比	為替影響を 除く前期比
デジタルワークプレイス事業	78	5%	28	+ 178%	+ 165%
プロフェッショナルプリント事業	54	8%	5	+ 915%	+ 698%
ヘルスケア事業	△ 1,027	-	△ 105	-	-
インダストリー事業	△ 33	-	△ 12	-	-
コーポレート他	△ 58	-	△ 37	-	-
<b>全社合計</b>	<b>△ 985</b>	<b>-</b>	<b>△ 121</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

# 2022年度 業績 | 営業利益の増減要因 (四半期)

デジタルワークプレイス中心に販売数量大幅増。航空輸送費削減（3Q：△10億円⇒4Q：+30億円）、トナーの市中在庫正常化



	FY21 4Q 実績	為替影響	中国 コロナ影響	数量増減他	価格対応	航空輸送費	物流費	部材高騰	経費増減*	構造改革	その他 収益費用	FY22 4Q実績 (減損除く)	減損	FY22 4Q 実績
デジタルワーク プレイス事業	28	+4	-	+77	+33	+16	△22	△6	△14	△5	△3	107	△29	78
プロフェッショナル プリント事業	5	+12	△7	+40	+5	+16	+4	△2	△25	-	+14	63	△9	54
ヘルスケア事業	△105	△0	△4	+121	+2	△2	-	△3	△1	△0	+0	9	△1,036	△1,027
インダストリー事業	△12	+5	+1	△29	+1	△0	-	△2	△9	-	+93	48	△81	△33
コーポレート他	△37	△1	-	△4	-	-	-	-	△5	-	+1	△46	△12	△58
合計	△121	+19	△10	+206	+41	+30	△18	△13	△53	△6	+106	181	△1,166	△985

\*経費増減：航空輸送費除く経費の増減

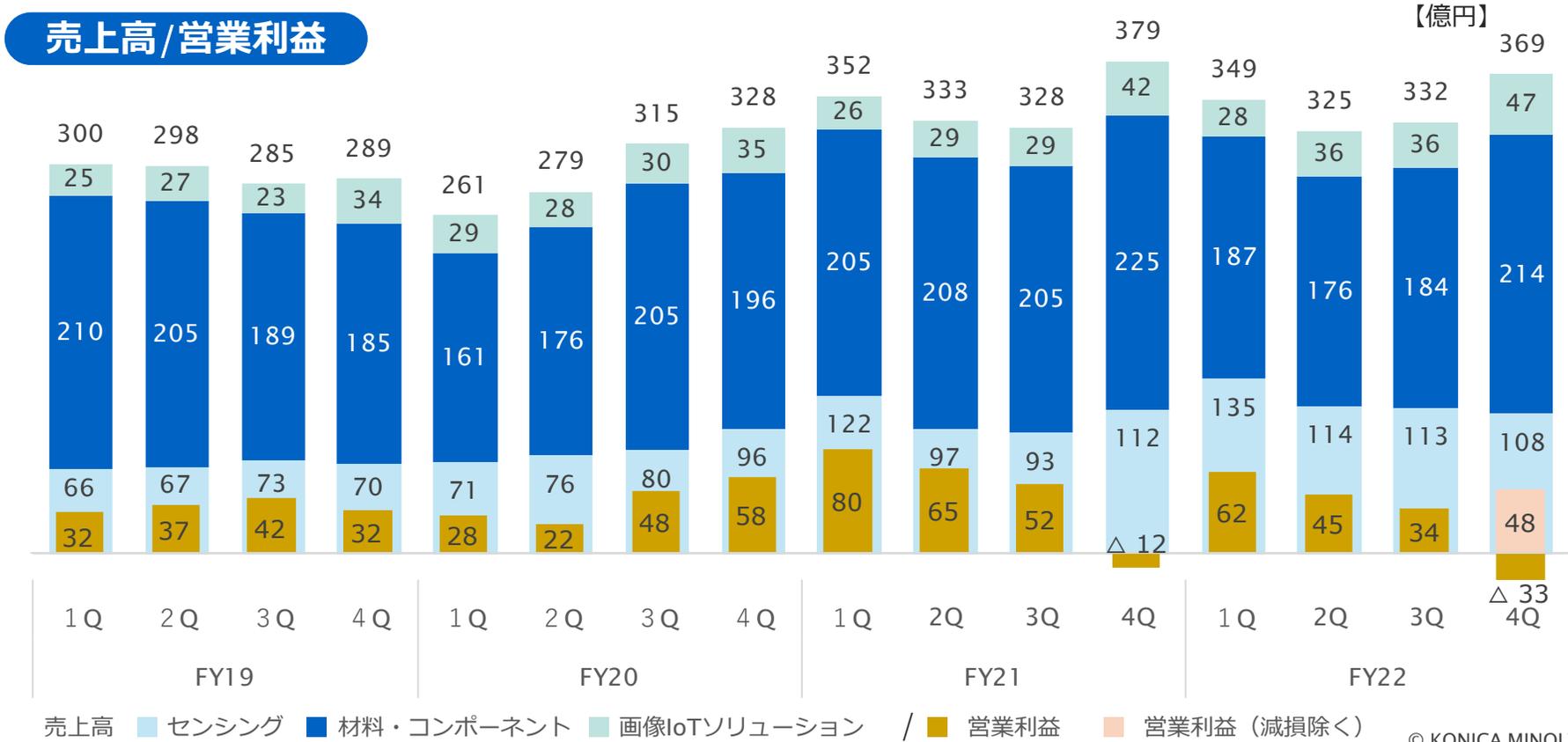
【億円】

前年同期比 (FY22累計 vs FY21累計)	デジタル ワークプレイス	プロフェッショナル プリント	ヘルスケア	インダストリー	コーポレート他	合計
<b>【営業利益】</b>						
為替影響	+1	+61	△ 14	+38	△ 8	+77
数量増減他	+229	+123	+118	△ 105	△ 2	+363
価格対応	+84	+16	+5	+7	+0	+111
経費増減	△ 56	△ 51	+21	△ 29	△ 23	△ 138
その他収益費用	△ 103	+8	△ 1,049	+11	△ 10	△ 1,142
合計	+154	+156	△ 919	△ 78	△ 42	△ 729

前年同期比 (FY22/4Q vs FY21/4Q)	デジタル ワークプレイス	プロフェッショナル プリント	ヘルスケア	インダストリー	コーポレート他	合計
<b>【営業利益】</b>						
為替影響	+4	+12	△ 0	+5	△ 1	+19
数量増減他	+53	+46	+114	△ 30	△ 4	+179
価格対応	+33	+5	+2	+1	+0	+41
経費増減	△ 4	△ 19	△ 1	△ 9	△ 5	△ 37
その他収益費用	△ 37	+6	△ 1,036	+12	△ 11	△ 1,066
合計	+50	+49	△ 921	△ 21	△ 21	△ 864

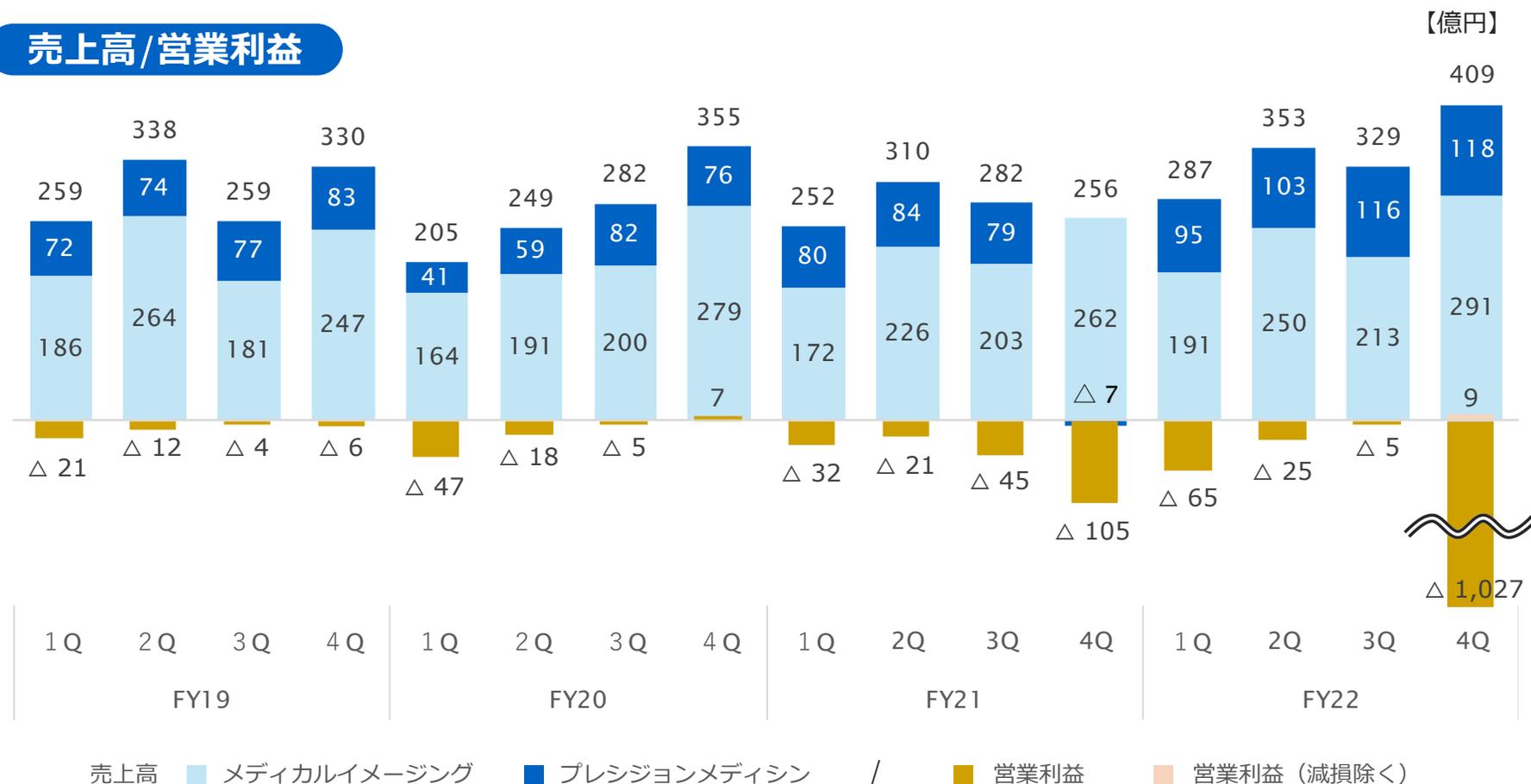
- **センシング**：光源色計測器はディスプレイ投資が端境期に入った影響を受け販売減。物体色計測器は欧州や日本で好調。外観計測およびHSI\*産業用途は売上が拡大
- **材料・コンポーネント**：機能材料はディスプレイ市場の在庫調整によるフィルム需要の減少が継続。一方でTV向けフィルムは需要の回復が堅調に進捗
- **画像IoTソリューション**：半導体供給制約が改善。欧米販売会社とMOBOTIX社が連携した販売体制を構築し、監視カメラ・アプリケーション・サービスのパッケージ化による大型案件獲得

\*HSI：ハイパースペクトルイメージング



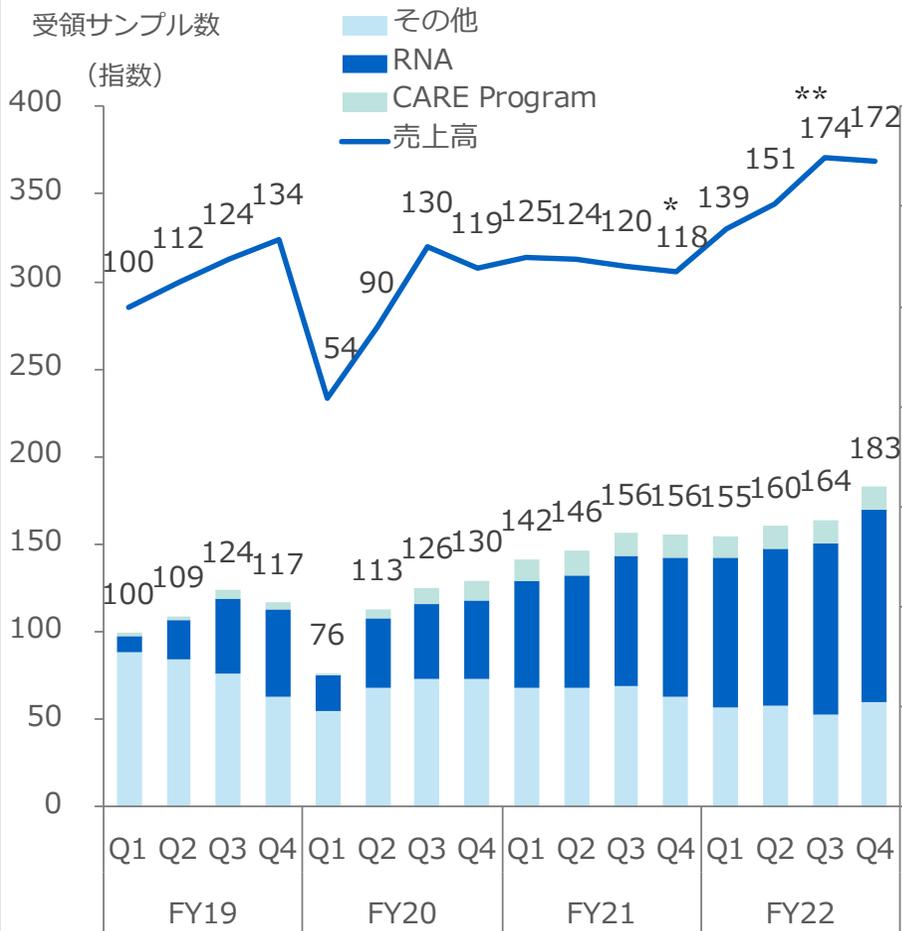
- **メディカルイメージング\***：X線は日米で堅調、米国はX線システムが伸長。超音波は日本の透析向け、アジアで伸長。医療ITは、日本ITサービスinfomity/米国PACSを中心に伸長
- **プレジジョンメディシン**：遺伝子検査の検査数はRNA検査を中心に伸長。売掛金の回収率向上  
創薬支援は治験が穏やかに回復基調。Ambry・Invicroの個社黒字化

## 売上高/営業利益



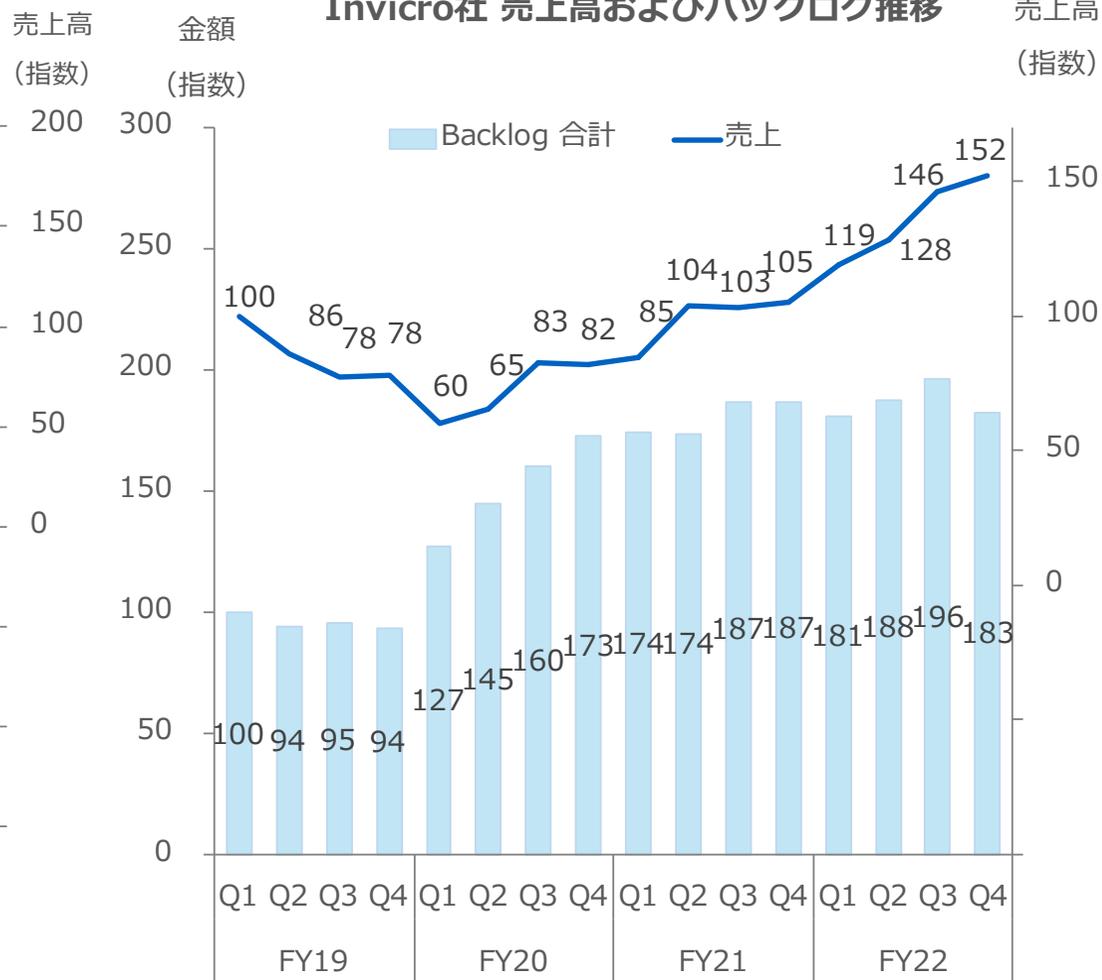
\*メディカルイメージング：ヘルスケア事業（ヘルスケア分野）

## Ambry社 売上高および受領サンプル数推移



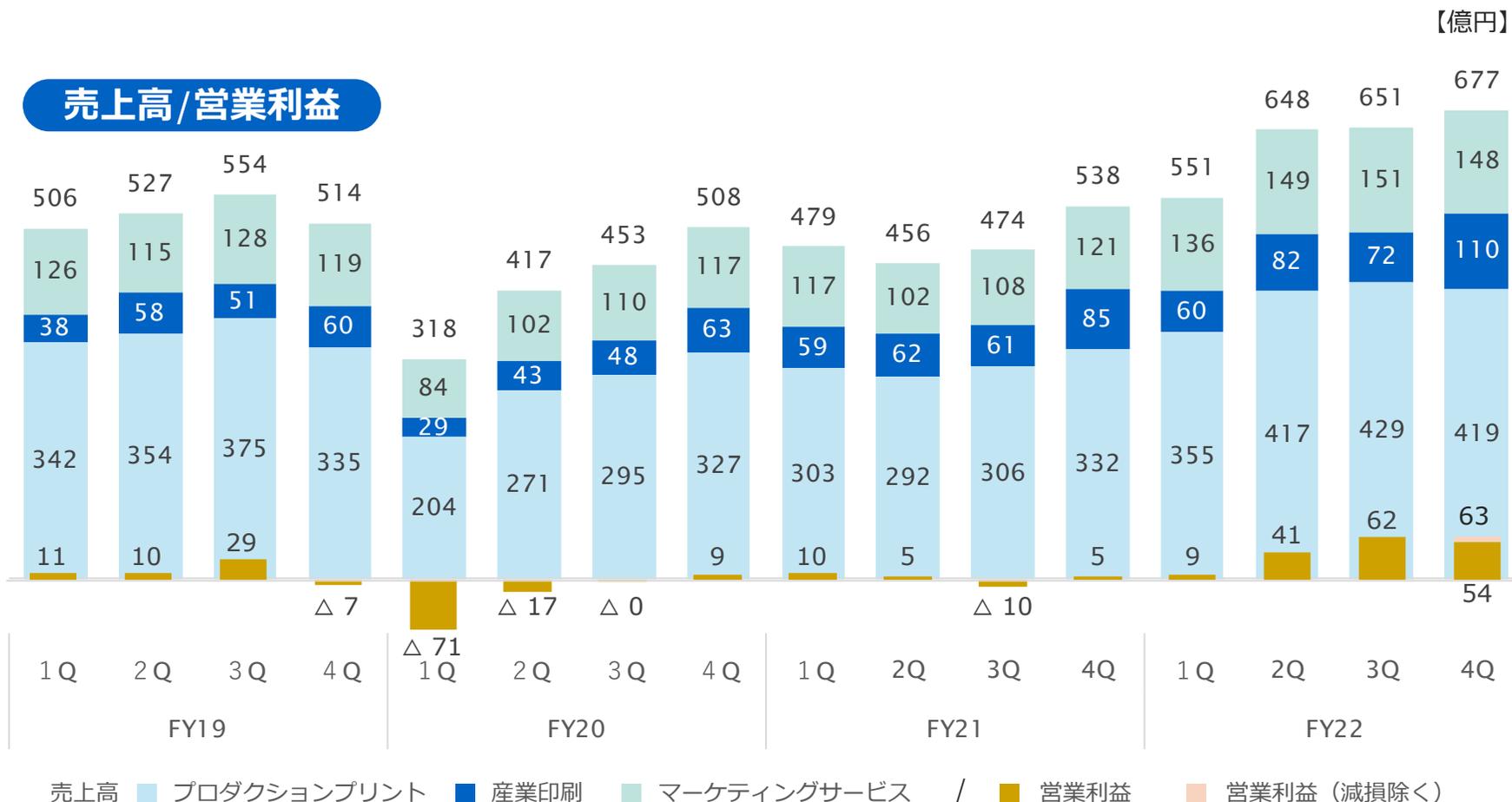
## バックログ

## Invicro社 売上高およびバックログ推移



\* 売掛金/売上高減額前  
\*\* 売掛金/売上高修正を反映

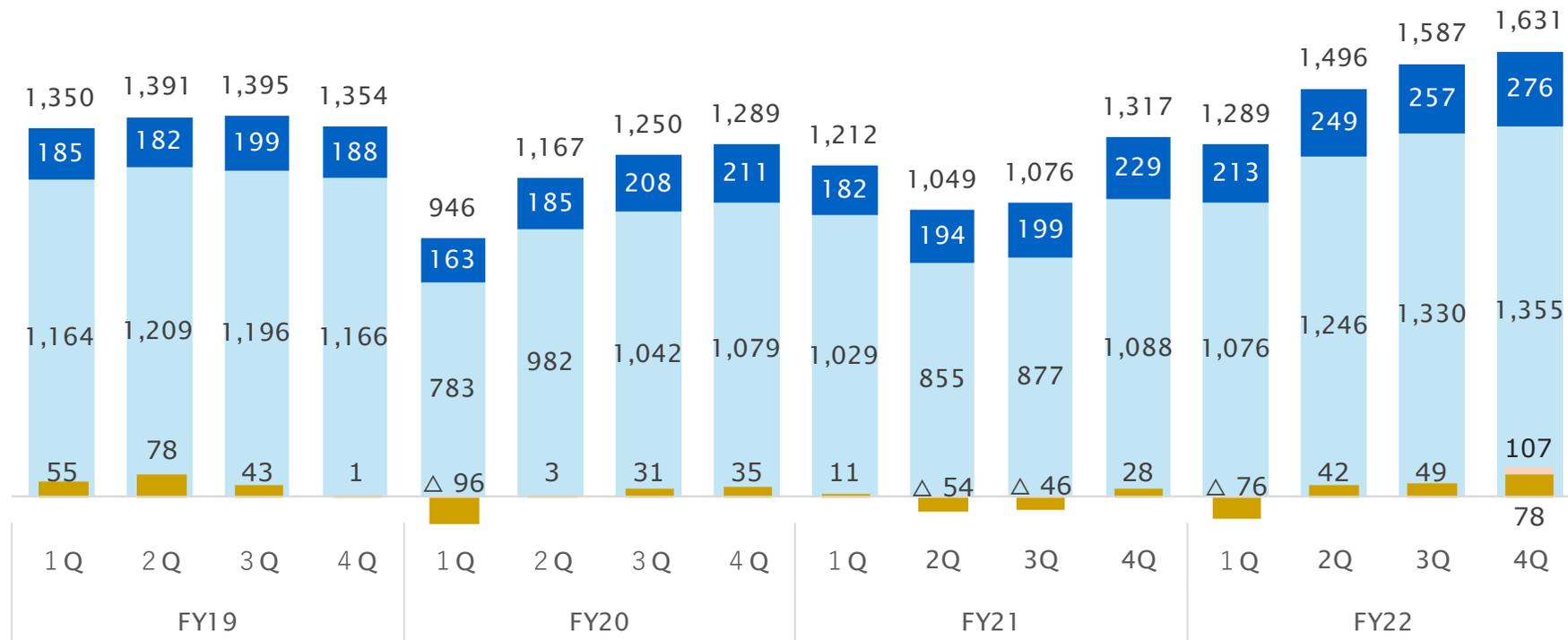
- **プロダクションプリント**：ハードは、カラー機販売台数は前年同期比+43%  
ノンハードはFY19水準に回復。受注残が着実に減少（3Q末 約91億円→4Q末 約35億円）
- **産業印刷**：ハードはインクジェット印刷機（KM-1e）、加飾印刷機、テキスタイル印刷機が増加。  
ノンハードはデジタル印刷化比率が高まり、一般商業印刷、ラベル、加飾、テキスタイルの全ての領域で伸長（ノンハード売上高前年同期比+22%）



- **オフィス**：A3カラーハード台数は生産量増強と輸送期間短縮を受け前年同期比+17%  
ノンハードは想定通りの水準（FY19比 87%）。受注残が大幅に減少（3Q末 365億円→  
4Q末 約159億円）
- **DW-DX**：欧米でのマネージドITサービス、リカーリング収益が好調

## 売上高/営業利益

【億円】

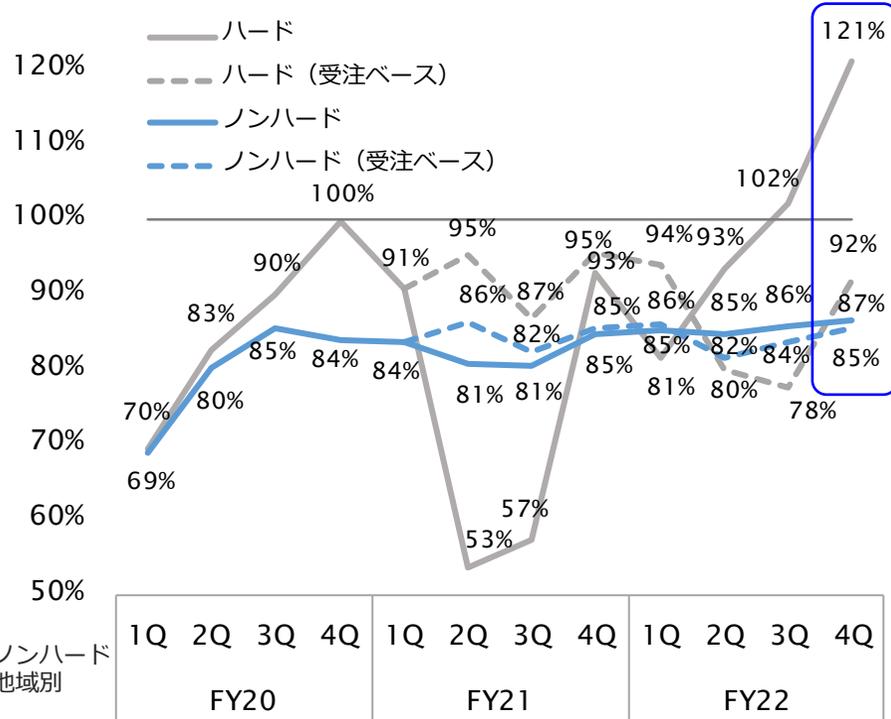


売上高 / オフィス DW-DX / 営業利益 営業利益（減損除く）

## 受注残の解消に向けて進展

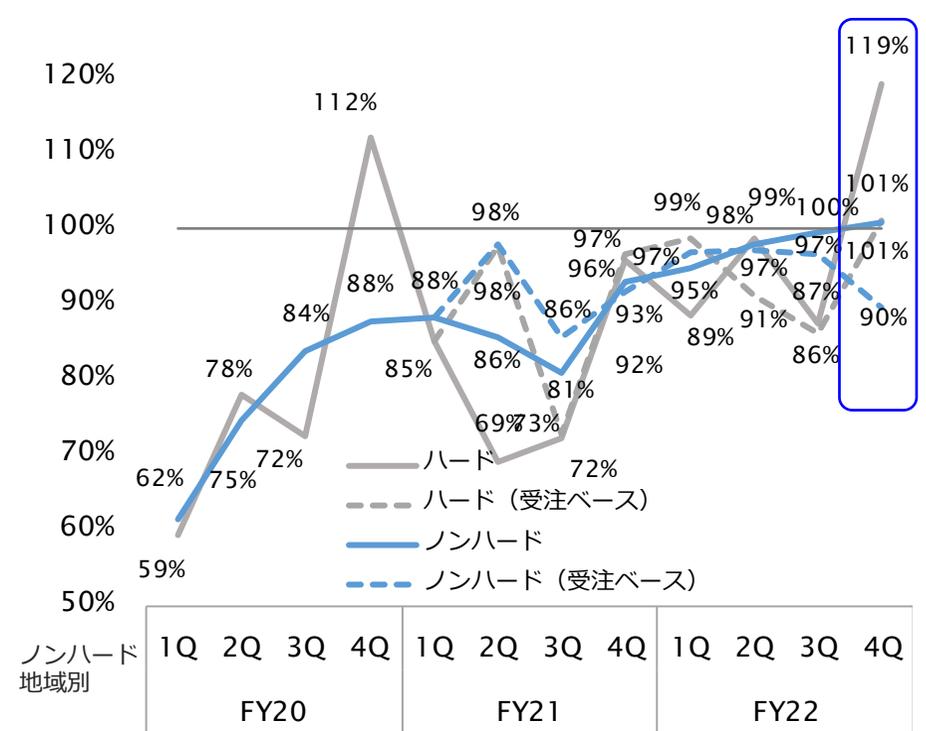
(2019年度を100%とした場合)

### オフィス



日本	85%	90%	94%	92%	92%	87%	91%	89%	89%	87%	89%	89%
米国	62%	73%	78%	81%	77%	75%	74%	82%	77%	80%	81%	82%
欧州	66%	82%	83%	78%	83%	82%	77%	82%	87%	82%	78%	87%
中国	107%	105%	115%	140%	109%	111%	75%	110%	114%	107%	104%	127%
インド	52%	68%	98%	113%	73%	103%	127%	108%	143%	128%	159%	144%
合計	69%	80%	85%	84%	84%	81%	81%	85%	85%	85%	86%	87%

### プロダクションプリント



日本	76%	82%	88%	87%	81%	76%	66%	78%	75%	72%	77%	80%
米国	52%	67%	77%	82%	76%	75%	76%	90%	81%	83%	86%	82%
欧州	64%	77%	79%	78%	88%	94%	77%	86%	98%	105%	96%	97%
中国	113%	117%	140%	138%	176%	138%	98%	127%	120%	143%	144%	196%
インド	34%	71%	105%	113%	83%	107%	121%	114%	136%	127%	152%	140%
合計	62%	75%	84%	88%	88%	86%	81%	93%	95%	98%	100%	101%

【億円】

	2022年度 通期	2021年度 通期	前期比	2022年度 4Q	2021年度 4Q	前期比
売上高	11,304	9,114	+24%	3,094	2,499	+24%
売上総利益	4,859	3,927	+24%	1,344	1,026	+31%
(売上総利益率)	43.0%	43.1%	△ 0.1pt	43.4%	41.0%	+2.4pt
販売管理費	4,562	4,049	+13%	1,156	1,042	+11%
事業貢献利益	297	△ 122	-	188	△ 16	-
(事業貢献利益率)	2.6%	-	-	6.1%	-	-
その他収益・費用	△ 1,249	△ 101	-	△ 1,173	△ 105	-
営業利益	△ 951	△ 223	-	△ 985	△ 121	-
(営業利益率)	-	-	-	-	-	-
金融収支	△ 67	△ 13	-	△ 26	6	-
税引前利益	△ 1,019	△ 236	-	△ 1,010	△ 115	-
(税引前利益率)	-	-	-	-	-	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	△ 1,032	△ 261	-	△ 999	△ 129	-
(親会社の所有者に帰属する当期利益率)	-	-	-	-	-	-
EPS (円)	△ 208.89	△ 52.93		△ 202.30	△ 26.09	
設備投資額	438	424		169	148	
減価償却費及び償却費 *	552	558		137	140	
研究開発費	639	627		164	155	
FCF	△ 242	△ 136		186	△ 39	
投融資	25	0		9	0	
為替レート [円] USD	135.47	112.38	+23.09	132.34	116.20	+16.14
EUR	140.97	130.56	+10.41	142.10	130.39	+11.71

\*IFRS16による使用権資産償却費は含まない

【億円】

	2022年度 通期	2021年度 通期	前期比	2022年度 4Q	2021年度 4Q	前期比
<b>販売管理費</b>						
販売変動費	482	364	+117	110	108	+3
研究開発費	639	627	+12	164	155	+9
人件費	2,179	1,947	+232	554	498	+56
その他	1,262	1,111	+152	327	282	+46
販売管理費 計	4,562	4,049	+513	1,156	1,042	+114
*為替影響額：	374億円（除く為替 +139億円）			77億円（除く為替 +37億円）		
<b>その他の収益</b>						
保険金収入	21	25	△4	8	22	△15
休業補償等助成金	0	21	-	0	2	△2
事業譲渡益	-	18	△18	-	-	-
その他収益	44	39	+5	16	17	△1
その他の収益 計	65	103	△37	24	41	△17
<b>その他の費用</b>						
減損損失	1,166	110	+1057	1,166	110	+1057
事業構造改善費用	45	9	+36	6	3	+3
訴訟和解金	32	-	+32	-	-	-
有形固定資産及び無形資産除売却損	11	19	△8	5	4	+1
トナー供給対策費用	10	20	△10	10	20	△10
その他費用	50	47	+3	9	10	△1
その他の費用 計	1,314	204	+1110	1,196	146	+1050
<b>金融収支</b>						
受取利息・受取配当金-支払利息	△ 54	△ 33	△21	△ 16	△ 10	△6
為替差損益	△ 10	13	△23	△ 9	13	△22
その他	△ 3	7	△10	△ 1	3	△4
金融収支 計	△ 67	△ 13	△53	△ 26	6	△32

# セグメント別 研究開発費、設備投資、減価償却費

【億円】

研究開発費	2022年度 通期	2021年度 通期	前期比	2022年度 4Q	2021年度 4Q	前期比
デジタルワークプレイス事業/ プロフェッショナルプリント事業	279	297	△ 6%	74	70	+6%
ヘルスケア事業	113	111	+2%	29	30	△ 3%
インダストリー事業	140	130	+8%	35	32	+10%
コーポレート他	107	89	+20%	26	23	+12%
全社合計	639	627	+2%	164	155	+6%

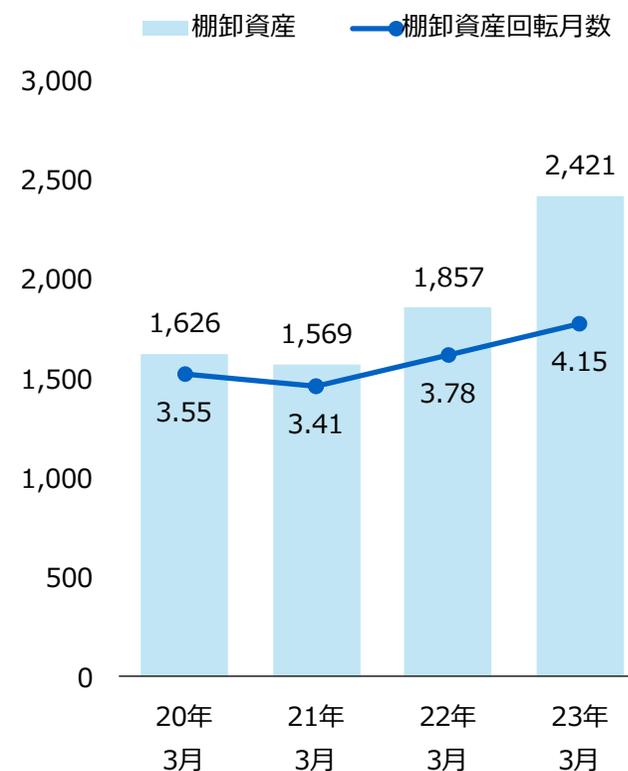
設備投資	2022年度 通期	2021年度 通期	前期比	2022年度 4Q	2021年度 4Q	前期比
デジタルワークプレイス事業/ プロフェッショナルプリント事業	221	211	+5%	89	70	+27%
ヘルスケア事業	68	65	+5%	21	25	△ 13%
インダストリー事業	94	76	+24%	42	30	+43%
コーポレート他	54	72	△ 25%	16	24	△ 31%
全社合計	438	424	+3%	169	148	+14%

減価償却費 * および償却費	2022年度 通期	2021年度 通期	前期比	2022年度 4Q	2021年度 4Q	前期比
デジタルワークプレイス事業/ プロフェッショナルプリント事業	304	317	△ 4%	75	75	△ 0%
ヘルスケア事業	99	93	+7%	24	28	△ 15%
インダストリー事業	102	98	+4%	26	24	+6%
コーポレート他	47	49	△ 3%	12	12	△ 5%
全社合計	552	558	△ 1%	137	140	△ 2%

\*IFRS16による使用权資産償却費は含まない

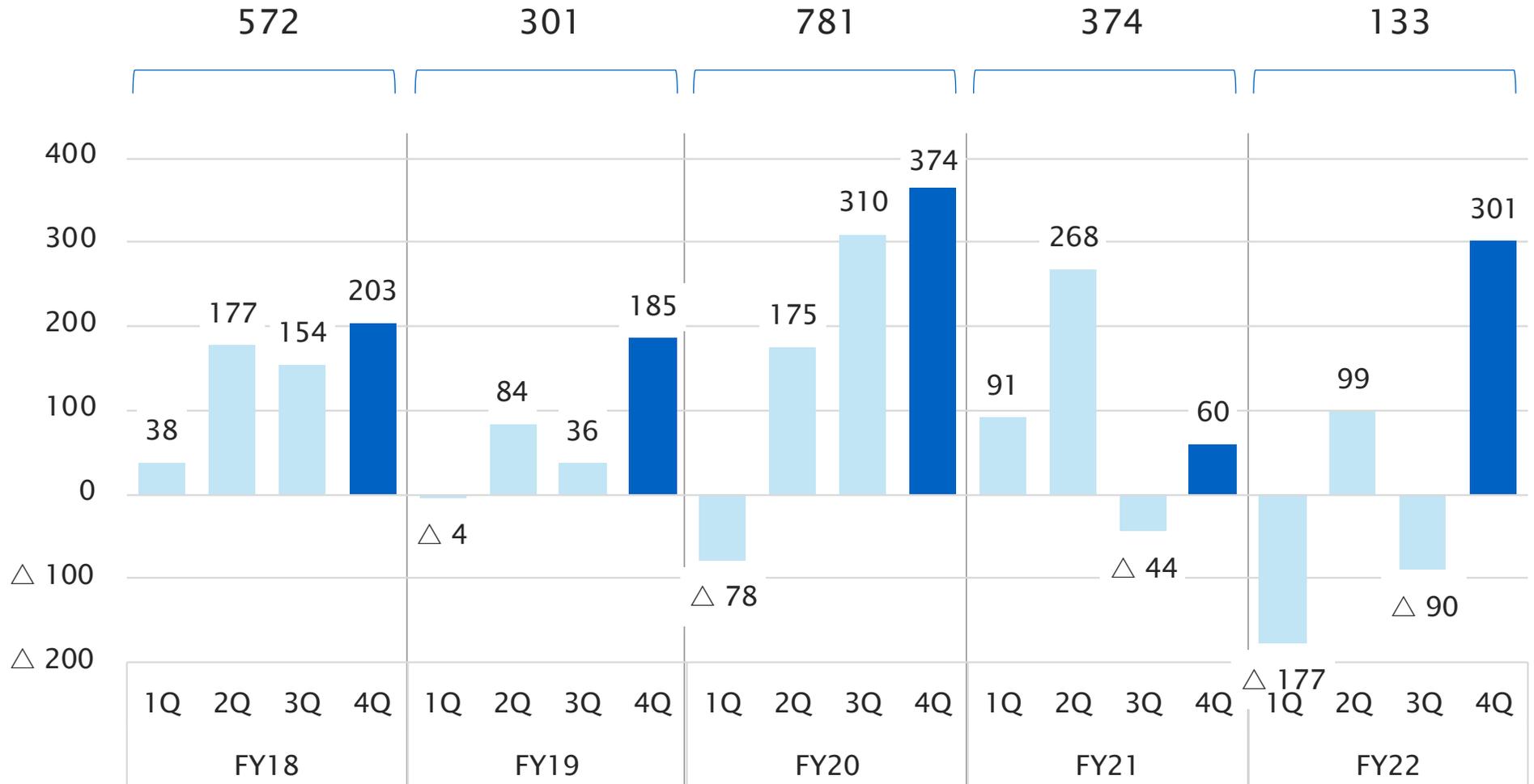
【億円】

	FY20 累計	FY21 累計	FY22 累計
税引前四半期利益 (△は損失)	△ 200	△ 236	△ 1,019
減価償却費及び償却費	776	758	753
減損損失及びその戻入益	9	110	1,167
営業債権及びその他の債権の増減 (△は増加)	149	40	△ 140
棚卸資産の増減 (△は増加)	138	△ 173	△ 469
営業債務及びその他の債務の増減 (△は減少)	△ 48	21	23
その他	△ 43	△ 145	△ 182
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>781</b>	<b>374</b>	<b>133</b>
有形固定資産の取得による支出	△ 257	△ 413	△ 218
無形資産の取得による支出	△ 145	△ 198	△ 190
子会社株式の取得による支出	△ 51	-	△ 8
その他	109	100	41
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△ 343</b>	<b>△ 510</b>	<b>△ 375</b>
<b>フリー・キャッシュ・フロー</b>	<b>437</b>	<b>△ 136</b>	<b>△ 242</b>



# 営業キャッシュ・フローの四半期・通期推移

【億円】



【億円】

	21年3月	22年3月	23年3月
現金及び現金同等物	1,238	1,177	1,806
営業債権及びその他の債権	2,628	2,802	3,135
棚卸資産	1,569	1,857	2,421
その他の流動資産	384	353	414
<b>流動資産合計</b>	<b>5,820</b>	<b>6,189</b>	<b>7,776</b>
有形固定資産	2,925	2,877	2,891
のれん及び無形資産	3,475	3,541	2,589
その他の非流動資産	777	774	882
<b>非流動資産合計</b>	<b>7,177</b>	<b>7,193</b>	<b>6,362</b>
<b>資産合計</b>	<b>12,998</b>	<b>13,381</b>	<b>14,138</b>

	21年3月	22年3月	23年3月
営業債務及びその他の債務	1,858	1,821	2,005
社債及び借入金	3,153	3,543	4,691
リース負債	954	943	992
その他の負債	1,526	1,459	1,451
<b>負債合計</b>	<b>7,490</b>	<b>7,766</b>	<b>9,139</b>
親会社の所有者に帰属する持分合計	5,399	5,498	4,874
非支配持分	108	117	125
<b>資本合計</b>	<b>5,507</b>	<b>5,615</b>	<b>4,999</b>
<b>負債及び資本合計</b>	<b>12,998</b>	<b>13,381</b>	<b>14,138</b>

	21年3月	22年3月	23年3月
自己資本比率(%)	41.5	41.1	34.5
格付け評価用自己資本比率(%)	45.3	44.8	37.9
D/Eレシオ	0.76	0.82	1.17

【為替レート：円】  
【影響額、感応度：億円】

	FY21	FY22	対前年影響額		為替感応度*2	
	年間累計	年間累計	売上高	営業利益	売上高	営業利益
米ドル	112.38	135.47	+730	△ 54	+32	△ 3
ユーロ	130.56	140.97	+187	+82	+18	+6
ポンド	153.56	163.16	+25	△ 0	+3	+1
欧州通貨*1	-	-	+231	+81	+25	+9
人民元	17.51	19.75	+75	+32	+33	+12
その他	-	-	+113	+13	-	-
予約影響額	-	-	△ 0	+6	-	-
合計	-	-	+1,149	+77	-	-

\*1 欧州通貨：ユーロ/ポンド以外の欧州通貨も含む

\*2 為替感応度：1円変動時の影響額（年間）

【億円】

【売上高】	FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
デジタルワークプレイス事業	1,212	1,049	1,076	1,317	<b>4,654</b>	1,289	1,496	1,587	1,631	<b>6,003</b>
プロフェッショナルプリント事業	479	456	474	538	<b>1,947</b>	551	648	651	677	<b>2,526</b>
ヘルスケア事業	252	310	282	256	<b>1,099</b>	287	353	329	409	<b>1,378</b>
インダストリー事業	352	333	328	379	<b>1,392</b>	349	325	332	369	<b>1,375</b>
コーポレート他	3	4	5	10	<b>21</b>	3	7	4	7	<b>21</b>
全社合計	2,299	2,152	2,164	2,499	<b>9,114</b>	2,478	2,829	2,903	3,094	<b>11,304</b>
【事業貢献利益】	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
デジタルワークプレイス事業	0	△ 56	△ 44	22	△ <b>77</b>	△ 35	46	63	110	<b>185</b>
プロフェッショナルプリント事業	13	4	△ 5	21	<b>33</b>	12	42	63	64	<b>181</b>
ヘルスケア事業	△ 36	△ 23	△ 44	△ 105	△ <b>208</b>	△ 59	△ 23	△ 5	10	△ <b>77</b>
インダストリー事業	80	65	53	82	<b>279</b>	62	45	34	48	<b>191</b>
コーポレート他	△ 37	△ 40	△ 35	△ 36	△ <b>148</b>	△ 40	△ 44	△ 53	△ 46	△ <b>183</b>
全社合計	21	△ 50	△ 76	△ 16	△ <b>122</b>	△ 59	67	102	188	<b>297</b>
【営業利益】	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
デジタルワークプレイス事業	11	△ 54	△ 46	28	△ <b>62</b>	△ 76	42	49	78	<b>93</b>
プロフェッショナルプリント事業	10	5	△ 10	5	<b>10</b>	9	41	62	54	<b>166</b>
ヘルスケア事業	△ 32	△ 21	△ 45	△ 105	△ <b>203</b>	△ 65	△ 25	△ 5	△ 1,027	△ <b>1,122</b>
インダストリー事業	80	65	52	△ 12	<b>185</b>	62	45	34	△ 33	<b>108</b>
コーポレート他	△ 37	△ 42	△ 37	△ 37	△ <b>153</b>	△ 41	△ 44	△ 53	△ 58	△ <b>196</b>
全社合計	31	△ 47	△ 86	△ 121	△ <b>223</b>	△ 110	59	85	△ 985	△ <b>951</b>

【億円】

【売上高】	FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
デジタルワークプレイス事業	1,212	1,049	1,076	1,317	<b>4,654</b>	1,289	1,496	1,587	1,631	<b>6,003</b>
オフィス	1,029	855	877	1,088	<b>3,850</b>	1,076	1,246	1,330	1,355	<b>5,007</b>
DW-DX	182	194	199	229	<b>805</b>	213	249	257	276	<b>995</b>
プロフェッショナルプリント事業	479	456	474	538	<b>1,947</b>	551	648	651	677	<b>2,526</b>
プロダクションプリント	303	292	306	332	<b>1,233</b>	355	417	429	419	<b>1,619</b>
産業印刷	59	62	61	85	<b>267</b>	60	82	72	110	<b>323</b>
マーケティングサービス	117	102	108	121	<b>447</b>	136	149	151	148	<b>584</b>
ヘルスケア事業	252	310	282	256	<b>1,099</b>	287	353	329	409	<b>1,378</b>
メディカルイメージング*	172	226	203	262	<b>863</b>	191	250	213	291	<b>946</b>
プレゼンションメディシン	80	84	79	△7	<b>236</b>	95	103	116	118	<b>433</b>
インダストリー事業	352	333	328	379	<b>1,392</b>	349	325	332	369	<b>1,375</b>
センシング	122	97	93	112	<b>424</b>	135	114	113	108	<b>469</b>
材料・コンポーネント	205	208	205	225	<b>842</b>	187	176	184	214	<b>760</b>
画像IoTソリューション	26	29	29	42	<b>126</b>	28	36	36	47	<b>146</b>
コーポレート他	3	4	5	10	<b>21</b>	3	7	4	7	<b>21</b>
全社合計	2,299	2,152	2,164	2,499	<b>9,114</b>	2,478	2,829	2,903	3,094	<b>11,304</b>

\*メディカルイメージング：ヘルスケア事業（ヘルスケア分野）

【億円】

【売上高】	FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	1Q	2Q	3Q	4Q	累計
インダストリー事業	352	333	328	379	1,392	349	325	332	369	1,375
センシング	122	97	93	112	424	135	114	113	108	469
材料・コンポーネント	205	208	205	225	842	187	176	184	214	760
機能材料	132	128	127	136	522	113	80	83	116	392
光学コンポーネント	38	44	42	48	172	36	54	54	53	198
IJコンポーネント	35	36	36	41	148	37	42	47	45	171
画像IoTソリューション	26	29	29	42	126	28	36	36	47	146
画像IoTソリューション	23	24	21	21	88	20	26	27	30	103
映像ソリューション	3	5	8	22	39	8	9	9	18	43



## ■ 地域別売上高構成比（円貨ベース）

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
日本	12%	13%	13%	14%	13%	15%	14%	13%	14%	14%	12%	13%	14%	14%	13%	11%	11%	10%	12%	11%
北米	34%	33%	33%	33%	33%	33%	32%	30%	30%	31%	32%	31%	31%	30%	31%	34%	34%	35%	32%	34%
欧州	36%	34%	37%	37%	36%	35%	37%	37%	37%	37%	37%	35%	35%	36%	36%	37%	33%	36%	37%	36%
中国	6%	6%	5%	4%	5%	8%	8%	8%	7%	7%	7%	9%	7%	6%	7%	7%	8%	6%	7%	7%
その他	12%	13%	12%	12%	12%	10%	11%	12%	12%	11%	12%	13%	13%	13%	13%	12%	14%	13%	13%	13%

## ■ 地域別売上高増減（為替除く）

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
日本	△8%	+4%	+1%	△3%	△2%	△19%	△17%	△7%	△4%	△11%	+12%	△9%	△7%	△2%	△2%	△7%	+19%	+5%	+4%	+5%
北米	△2%	△2%	△3%	△12%	△4%	△34%	△21%	△18%	△8%	△20%	+27%	△12%	△14%	△5%	+0%	△2%	+44%	+32%	+15%	+17%
欧州	△2%	△1%	+6%	△7%	△2%	△31%	△15%	△13%	△9%	△17%	+28%	△13%	△18%	△1%	△3%	+4%	+27%	+35%	+17%	+20%
中国	△4%	△1%	△8%	△40%	△14%	△4%	+6%	+19%	+56%	+16%	+15%	△1%	△21%	△13%	△4%	△12%	+30%	+5%	+22%	+7%
その他	△7%	+2%	+5%	△6%	△1%	△35%	△29%	△11%	△7%	△20%	+37%	+4%	△8%	+9%	+10%	+1%	+83%	+20%	+9%	+15%

## ■ ハード売上に占めるカラー比率

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
オフィス	72%	73%	72%	75%	73%	69%	76%	75%	74%	74%	74%	72%	73%	77%	75%	73%	76%	74%	76%	75%
PP	78%	82%	76%	80%	79%	75%	80%	80%	81%	79%	79%	82%	80%	79%	80%	77%	82%	80%	78%	79%

## ■ オフィスMFP 販売台数推移 Y o Y

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
A3カラーMFP	93%	99%	102%	93%	97%	72%	84%	92%	92%	85%	132%	62%	55%	103%	84%	89%	192%	196%	117%	138%
A3モノクロMFP	95%	95%	94%	60%	86%	76%	89%	98%	140%	97%	117%	83%	65%	75%	83%	63%	132%	100%	105%	99%
A3MFP合計	94%	97%	99%	79%	92%	74%	86%	94%	107%	90%	126%	71%	59%	91%	84%	79%	162%	153%	113%	122%

## ■ オフィスMFP ノンハード売上高推移

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
ノンハード売上高	624	605	623	601	2453	421	489	531	511	1951	535	513	528	541	2117	593	606	636	599	2434
ノンハード比率	53%	50%	52%	51%	52%	53%	50%	51%	47%	50%	52%	60%	60%	49%	55%	53%	47%	46%	42%	47%

## ■ オフィスMFP ノンハード地域別売上推移 (現地通貨ベース) Y o Y

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
日本	97%	100%	99%	98%	98%	85%	90%	94%	92%	90%	108%	98%	97%	97%	100%	96%	99%	98%	100%	98%
米国	99%	99%	98%	95%	97%	62%	73%	78%	81%	74%	124%	103%	94%	101%	105%	100%	107%	110%	100%	104%
欧州	96%	100%	102%	97%	99%	66%	82%	83%	78%	77%	126%	101%	93%	104%	105%	105%	99%	101%	107%	103%
中国	105%	114%	96%	72%	96%	107%	105%	115%	140%	116%	102%	105%	65%	79%	87%	105%	97%	139%	116%	112%
インド	115%	117%	101%	102%	109%	52%	68%	98%	113%	82%	141%	151%	130%	96%	125%	196%	124%	125%	132%	139%
合計	98%	98%	99%	97%	98%	69%	80%	85%	84%	80%	120%	101%	94%	101%	103%	102%	105%	106%	102%	104%

## ■ プロダクションプリント 販売台数推移 Y o Y

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
カラー機	100%	97%	102%	72%	91%	51%	73%	65%	100%	73%	138%	83%	99%	71%	91%	105%	154%	116%	143%	130%
モノクロ機	107%	87%	89%	76%	89%	59%	68%	71%	95%	72%	122%	83%	90%	83%	93%	86%	134%	114%	133%	116%
合計	102%	93%	97%	73%	90%	54%	71%	67%	99%	72%	132%	83%	96%	74%	92%	98%	147%	115%	140%	125%

## ■ プロダクションプリント ノンハード売上高推移

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
ノンハード売上高	203	199	215	198	816	122	148	179	175	624	183	179	183	196	740	217	235	260	233	945
ノンハード比率	59%	56%	57%	59%	58%	60%	55%	60%	53%	57%	60%	61%	60%	59%	60%	61%	56%	61%	56%	58%

## ■ プロダクションプリント ノンハード地域別売上推移 (現地通貨ベース) Y o Y

	FY19					FY20					FY21					FY22				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
日本	97%	98%	94%	93%	96%	76%	82%	88%	87%	83%	107%	93%	75%	90%	90%	93%	95%	117%	102%	101%
米国	96%	101%	96%	94%	97%	52%	67%	77%	82%	69%	146%	111%	100%	110%	114%	106%	112%	113%	91%	105%
欧州	97%	97%	100%	100%	99%	64%	77%	79%	78%	75%	138%	121%	98%	110%	115%	112%	112%	125%	112%	115%
中国	112%	121%	116%	92%	110%	113%	117%	140%	138%	127%	156%	118%	70%	92%	105%	68%	103%	147%	155%	112%
インド	117%	121%	116%	105%	114%	34%	71%	105%	113%	81%	245%	151%	116%	101%	131%	164%	119%	126%	122%	130%
合計	102%	99%	101%	99%	99%	62%	75%	84%	88%	77%	141%	115%	96%	106%	112%	108%	114%	123%	109%	113%

## 2021年3月31日まで

デジタルワーク  
プレイス事業

- オフィス(OP)
- ITサービス・ソリューション(ITS)
- ワークプレイスハブ(WPH)

プロフェッショナル  
プリント事業

- プロダクションプリント(PP)
- 産業印刷(IP)
- マーケティングサービス(MS)

ヘルスケア  
事業

- ヘルスケア(HC)
- プレシジョンメディシン(APM)

インダストリー  
事業

### センシング

- 計測機器(MI)

### 材料・コンポーネント

- 機能材料(PM)
- 光学コンポーネント(OC)
- IJコンポーネント(IJ)

### 画像IoTソリューション

- 画像IoTソリューション(IIS)
- 映像ソリューション(VS)

コーポレート他、QOL

## 2021年4月1日から

デジタルワーク  
プレイス事業

- オフィス(OP)
- DW-DX(DW-DX)

プロフェッショナル  
プリント事業

- プロダクションプリント(PP)
- 産業印刷(IP)
- マーケティングサービス(MS)

ヘルスケア  
事業

- ヘルスケア(HC)
- プレシジョンメディシン(APM)

インダストリー  
事業

### センシング

### 材料・コンポーネント

- 機能材料(PM)
- 光学コンポーネント(OC)
- IJコンポーネント(IJ)

### 画像IoTソリューション

- 画像IoTソリューション(IIS)
- 映像ソリューション(VS)

コーポレート他、QOL

- 複合機（MFP: Multi Functional Peripheral）スピードセグメント：デジタルワークプレイス事業  
Seg.1 ～20枚機、Seg.2 21-30枚機、Seg.3 31-40枚機、Seg.4 41-69枚機、Seg.5 70～枚機（A4縦、分速）
- カラープロダクションプリント機セグメント：プロフェッショナルプリント事業  
ELPP（Entry Light Production Print）月間印刷量10-30万枚、主に大企業の集中印刷室向け低価格帯商品  
LPP（Light Production Print）月間印刷量10-30万枚、商業印刷向け商品  
MPP（Mid Production Print）月間印刷量30-100万枚、商業印刷向け商品  
HPP（Heavy Production Print）月間印刷量100万枚以上、商業印刷向け商品
- RNA（リボ核酸）検査：ヘルスケア事業  
DNA（デオキシリボ核酸）の一次転写物であるメッセンジャーRNA（mRNA）構造の変化を捉える検査。  
従来のDNAでの検査では臨床的な“意義不明”となっていたDNA変異に対して、転写産物のmRNAを解析することで、より精度の高い検査結果を提供することができる。
- CARE Program（Comprehensive Assessment, Risk & Education）：ヘルスケア事業  
遺伝性乳がんハイリスク群の効果的な拾い上げと遺伝子診断に関わるトータルサポートを行うプログラム。
- GenMineTOP がんゲノムプロファイリング検査：ヘルスケア事業  
東京大学、国立がん研究センターとの共同研究による、腫瘍組織の遺伝子解析。  
DNAだけでなくRNAも解析する、腫瘍組織だけでなく非腫瘍細胞のDNAも解析するという特徴がある。
- FORXAI：画像IoTソリューション事業  
お客様・パートナーと共に、社会のDXを加速させる画像IoTのプラットフォーム。



**KONICA MINOLTA**

**150**

**YEARS**

- **本資料の記載情報**

本資料におきましては、四捨五入による億円単位で表示しております。

- **将来見通しに係わる記述についての注意事項**

本資料で記載されている業績予想及び将来予想は、現時点における事業環境に基づき当社が判断した予想であり、今後の事業環境により実際の業績が異なる場合があることをご承知おき下さい。