

新中期経営計画 Reach our Target 2026

レシップホールディングス株式会社

2024年5月10日

新中期経営計画

Reach
our
Target
2026 

【重点課題】

- ・海外事業の確立
- ・新規領域の拡大
- ・収益性・効率性の追求
- ・経営効率の向上
- ・新たな企業文化の醸成

Agenda

01

前中期経営計画の振り返り

P4~P5

02

新中期経営計画の基本方針

P7~P10

03

新中期経営計画の重点課題

P12~P21

【ご参考資料】:P23~P25

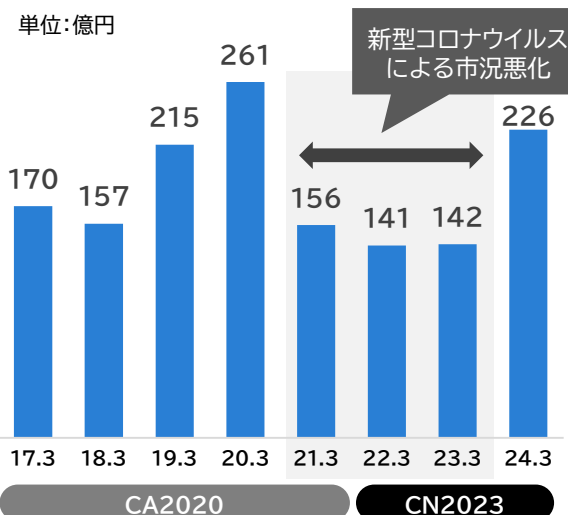
- 当社を取り巻く環境変化とマテリアリティ
- 長期ビジョン「VISION2030」について

前中期経営計画の振り返り①

	24/3期 (中期目標)	24/3期 (実績)
売上高	200億円	226億円
営業利益率	5.0%	13.9%
ROE	8.0%	41.8%

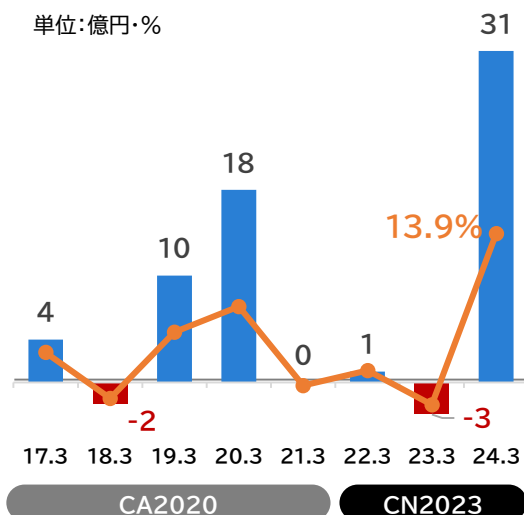
- ・計画前半はコロナ禍の影響があったものの、23年5月の5類感染症移行後は移動需要が回復
- ・24.3期は、移動需要増加に伴いバス・鉄道事業者様の設備投資意欲が回復。新紙幣関連売上も増加し、計画達成

連結売上高の推移



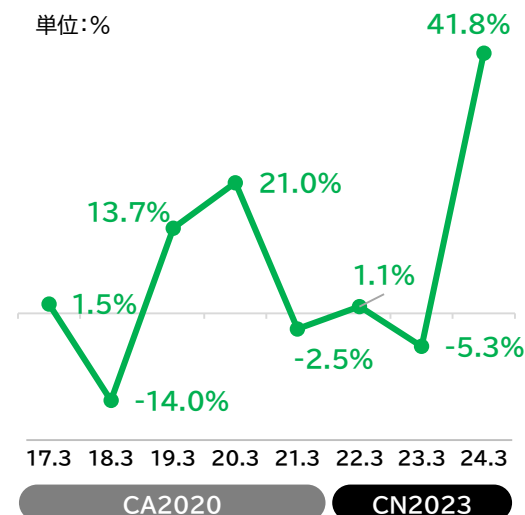
- ・コロナ禍期間の売上減少
- ・市場動向、需要変動に売上が左右される

連結営業利益・率の推移



- ・コロナ禍の売上減少に伴う利益悪化
- ・原材料価格高騰を踏まえた価格改定

ROEの推移



- ・業績の変動が大きくROEが安定しない

前中期経営計画の振り返り②

「CN2023」の重点課題に対する成果と課題

	前中計の重点課題	主な実績と成果	課題
国内	モノ+コトへの新たな事業展開	<ul style="list-style-type: none"> マルチ決済端末の導入拡大 新サービスによる観光市場参入 (CMP、QUICK TRIP) 新たなニーズへの対応 (乗務員支援システム、バスロケなど) 	<ul style="list-style-type: none"> 安定した収益の計上 既存ビジネスの収益性向上 エネルギーマネジメントシステム関連製品の提供価値の見直し
	MaaS、スマートシティに向けた新しい価値の提供		
海外	海外・国内ビジネスの新たな融合と広がり	<ul style="list-style-type: none"> 米国AFC案件の納入完了と実績を契機とした新規受注獲得 NY地下鉄向け鉄道灯具の納入 	<ul style="list-style-type: none"> 大型案件の納入・サポート体制の確立 米国市場での安定的な受注獲得 海外向け製品のラインナップ拡充
基盤強化	事業構造の転換に向けた業務プロセスの抜本的変革	<ul style="list-style-type: none"> 価格のモニタリングプロセスの整備 作業ナビ、RPA導入などによる生産性向上、業務改善 	<ul style="list-style-type: none"> サプライチェーンリスクへの対応 コトビジネス(製品のサービス化)の強化 新市場での顧客接点の創出
	育成分野への経営資源のスムーズな移行	<ul style="list-style-type: none"> 部門横断型の管理体制整備 特殊トランス事業の譲渡 レシップ電子の新工場建設開始 多様なチャネルによる採用活動 	<ul style="list-style-type: none"> 環境変化に対応した組織の最適化 ソリューション提案ができる人材育成 ミッション、ビジョン、バリューの再定義

Agenda

01

前中期経営計画の振り返り

P4~P5

02

新中期経営計画の基本方針

P7~P10

03

新中期経営計画の重点課題

P12~P21

【ご参考資料】:P23~P25

- 当社を取り巻く環境変化とマテリアリティ
- 長期ビジョン「VISION2030」について

新中期経営計画の位置づけ



【VISION2030を見据えた中期経営計画】

- 長期ビジョンからのバックキャストにより、中期経営計画を立案。
- 長期ビジョン実現に向けたアクションプランとして、2021年度から2030年度までの10年間を、3つのフェーズに分けて取り組む。

中期経営計画「RT2026」の概要・重点課題

長期ビジョンVISION2030実現に向け、中期業績目標の達成を目指す。

中期業績目標
(27/3期)

連結売上高
240億円

営業利益率
5%

ROE
9%

基本戦略

①海外事業の確立

- ・米国案件の安定納入と体制確立
- ・新規案件の継続的な獲得
- ・製品ラインナップの拡充

②新規領域の拡大

- ・モノ+コトビジネスの成長
- ・新規市場への本格的な進出
- ・周辺市場への製品展開

③収益性・効率性の追求

- ・顧客起点の製品・サービス開発
- ・商品ポートフォリオの最適化
- ・原価と品質の作りこみ
- ・レシップ電子の販路拡大

全社戦略

④経営効率の向上

- ・DX化の推進
- ・組織体制の最適化、意思決定の効率化
- ・KPIと予実管理の強化
- ・企業価値向上を目指した財務戦略

⑤新たな企業文化の醸成

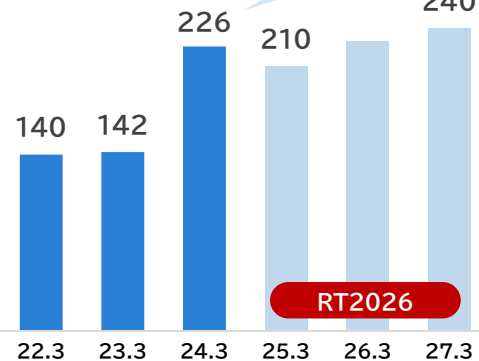
- ・ミッション、ビジョン、バリューの浸透
- ・人事制度改革
- ・提案型人材の育成

中期経営計画「RT2026」の概要

前期の特殊要因(ソフト・修理構成の増加・事業譲渡影響)がなくなる一方、新紙幣対応に伴う運賃箱の需要は26.3期中ごろまで継続する見通し。中期3か年にて海外事業の成長、新製品・サービスの創出による事業構造の変革を進め、27.3期以降も安定的な売上・利益の計上を目指す。

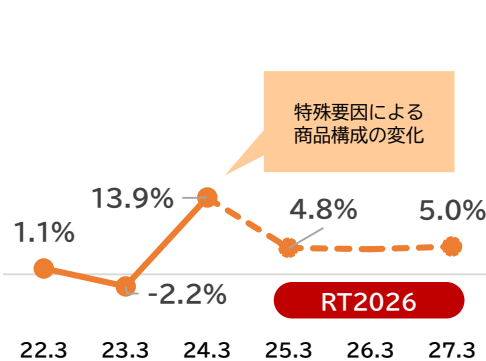
連結売上高

単位:億円



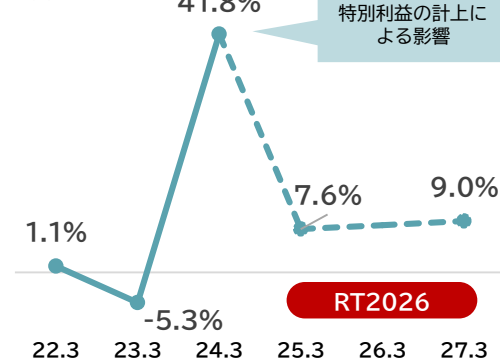
連結営業利益率

単位:%



ROE

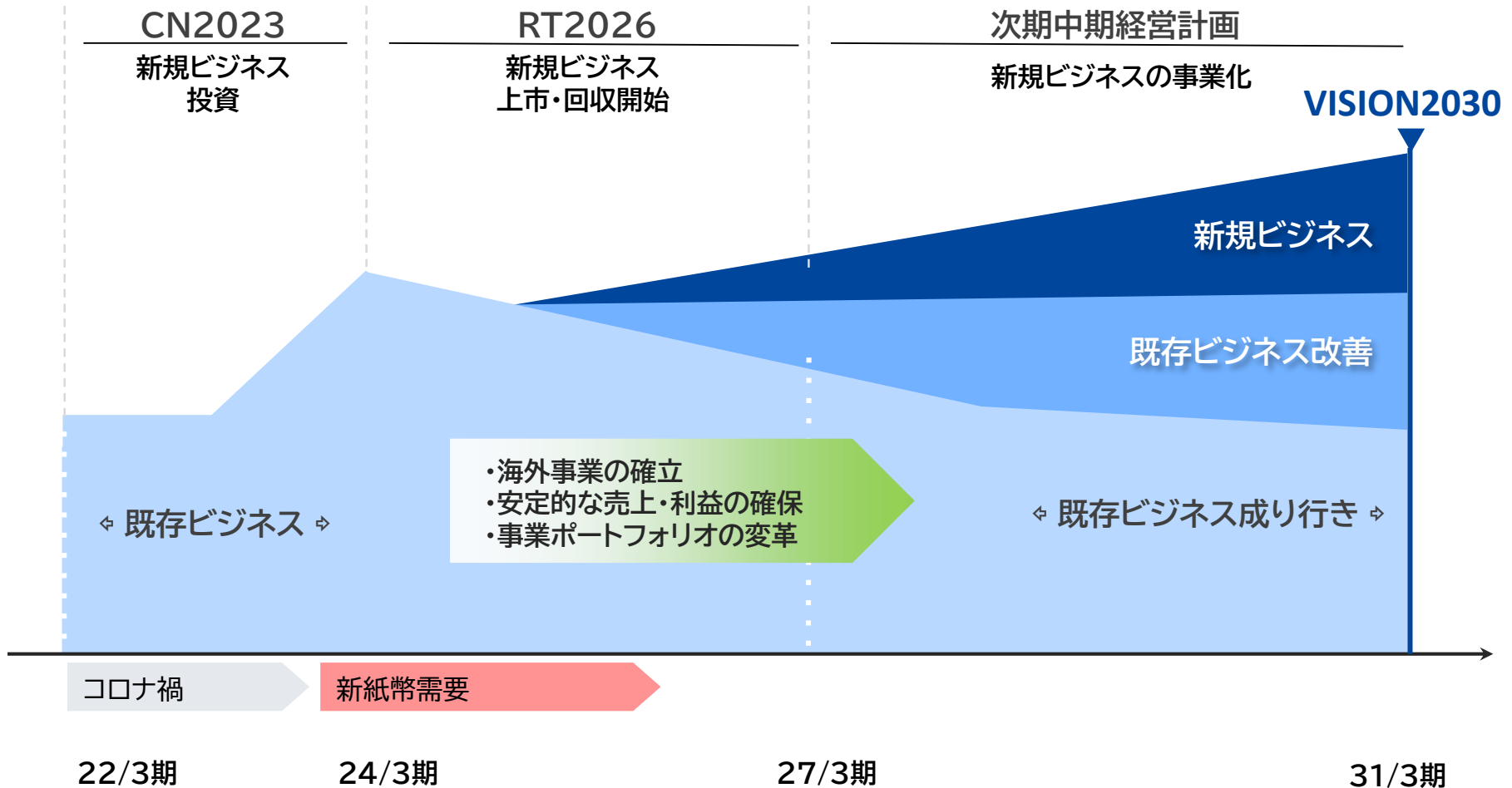
単位:%



(単位:億円, %)	22.3期	23.3期	24.3期	25.3期	...	27.3期
売上高	140	142	226	210	...	240
営業利益	1.4	-3.1	31	10	...	12
営業利益率	1.1%	-2.2%	13.9%	4.8%	...	5.0%
当期純利益	0.5	-2.4	24.1	5.5	...	7.5
ROE(想定)	1.1%	-5.3%	41.8%	7.6%	...	9.0%
EPS	4.2	-19.2	178.0	40.4	...	55.1

中長期的な成長イメージ

育成分野(海外事業・新規領域)の成長、既存事業の収益性向上により、事業構造の変革を進め、企業価値の持続的な成長を目指す。



Agenda

01

前中期経営計画の振り返り

P4~P5

02

新中期経営計画の基本方針

P7~P10

03

新中期経営計画の重点課題

P12~P21

【ご参考資料】:P23~P25

- 当社を取り巻く環境変化とマテリアリティ
- 長期ビジョン「VISION2030」について

重点課題① 海外事業の確立

今後の市場拡大が期待できる米国市場を中心に、海外売上高を拡大し、海外売上高比率**20%以上**を目指す。

海外に関する基本方針

▶ 米国市場

受注件数増加による売上の伸長

- 受注済み案件の安定納入
生産/調達/サポート体制の整備・強化
- 新規案件の継続獲得と販路拡大
- 市場ニーズに合わせた
製品ラインナップの拡充と新規開拓
(運賃收受システム・鉄道照明以外)

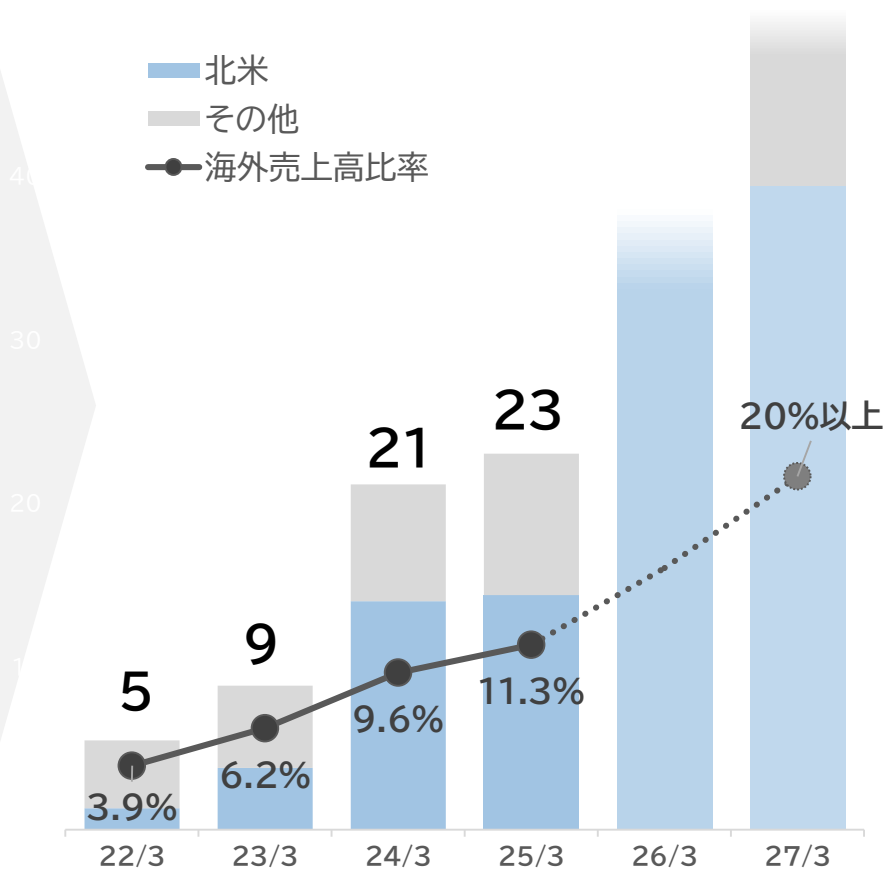
⇒安定的なO&M売上による収益性向上

▶ その他市場(ASEAN・ヨーロッパ)

- 各拠点の周辺国への拡販
- 地域ごとの特性に合わせた商品開発

海外売上高比率

単位:億円・%



トピックス:米国AFC(運賃收受システム)事業の歩み

米国バス市場における実績づくりに成功し、大口受注の獲得に成功

■ 米国AFC事業について

当社は北米に運賃收受システムを納入している唯一の日本企業です

2008年 APTA (アメリカ公共交通機関協会) 主催の展示会に出展

2010年 LECIP INC. 設立

導入実績

2016年 C-TRAN : Clark County Public Transportation Benefit Area

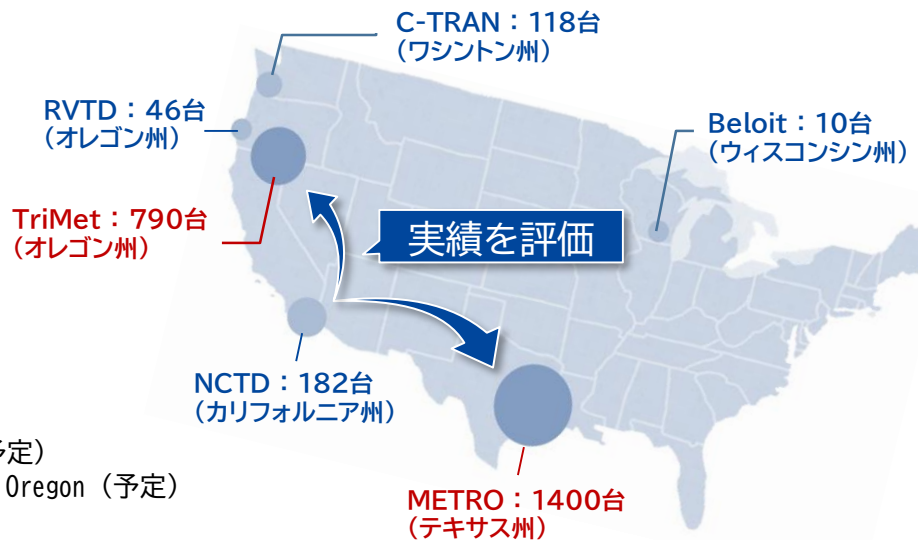
2018年 RVTD : Rogue Valley Transportation District

2019年 Beloit : Beloit transit System

2023年 NCTD : North County Transit District

2025年 METRO : Metropolitan Transit Authority of Harris County (予定)

2025年 TriMet : Tri-County Metropolitan Transportation District of Oregon (予定)



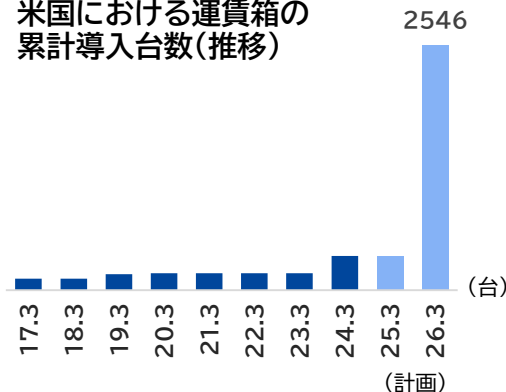
NCTD様での導入事例

米国の公共交通は全て入札によって運営されているため、実績づくりが重要。



2023年3月に納入したNCTDの実績を契機に、大口受注を続けて獲得。

米国における運賃箱の累計導入台数(推移)



トピックス: 米国AFC(運賃收受システム)事業の戦略

2019年9月: 現金収受に特化したシンプルな新型運賃箱を市場投入

米国バス事業者のニーズ

- ✓ 公共交通では現金以外の支払方法を持たない乗客への対応も必要
- ✓ 必要な機能だけ利用したいが、米国では多機能型運賃箱が主流
- ✓ 予算・スケジュールに合わせ、必要な機能に設備投資したい

⇒ 現金の収受に特化し、競合との差別化を図る

多機能型
米国向け運賃箱



ハイスパック・
高価・複雑

- ▶ 硬貨・紙幣
- ▶ プリンタ機能
- ▶ 磁気カード
- ▶ 外付け操作盤

現金収受特化型
米国向け運賃箱
(2019年~)



シンプル・
コンパクト・安価

- ▶ 硬貨・紙幣

トピックス: 米国事業で目指すビジネスモデル

ハードウェアの納入に加え、O&M※契約 / Option契約、保守部品で持続的に回収する。
ベース製品の受注獲得継続と、周辺売上の積み上げにより売上拡大を目指す。

市場ニーズに合わせた製品開発、ラインナップ拡充によりレシップブランドの浸透を図る。

※O&M: Operation(運用)&Maintenance(保守)



重点課題② 新規領域の拡大

既存ビジネスで培った強み(モノ)を活かした新規サービス(コト)への挑戦
 新中期経営計画期間中(2027年3月期まで)の収益化を目指す

観光市場への参入

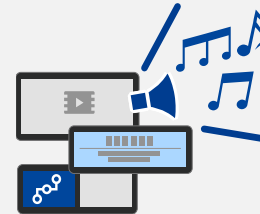
AFC / TMS



観光DXをテーマにした
 新たなサービスの展開
 (モバイルチケット・デジタルサイネージ)

鉄道市場への 乗客情報システム展開

TMS



バス市場のノウハウを活かした
 デジタルサイネージ・放送装置の展開

モノ+コトへの
 事業構造の変革

位置情報などの
 データ活用サービスの提供、
 バス以外の移動体への展開

TMS

車両データを活用した
 ソリューション提案



成長市場
 (フォークリフト・AGV、EVバスなど)への
 充電システムとしての製品展開

EMS

充電器から
 充電ソリューションへ



トピックス:モバイルチケット QUICK TRIP (2024年3月リリース)

観光・イベントのような一時利用に特化したWEBアプリ



観光・
イベント
向け

◎ インバウンド観光需要に
対応する多言語チケット

日本語 中国語(繁・簡) 韓国語
英語 ベトナム語 タイ語

◎ 様々な観光チケットを
デジタル化

乗車券・入場券・クーポン券・
イベント券など

◎ アプリダウンロード不要で
WEBブラウザ上から購入可能

顧客ニーズに合わせたサービスの展開を進める

通勤・通学
利用者向け

 **QUICK RIDE**

開発向け
チケット
システム提供

QUICK RIDE API

重点課題③ 収益性・効率性の追求

ニッチトップ戦略を継続し、独自性のある提案により売上・利益の最大化に注力する。
製品の付加価値向上・ラインナップ拡充に努め、顧客満足とシェア拡大を目指す。

- ✓ 製品単体の付加価値向上
- ✓ 製品ラインナップの拡充による
ワンストップサービスの実現

⇒相乗効果による顧客満足度の向上



- ▶ **バス市場** ● ●
 - ・トップシェアの維持
 - ・トータルサプライヤーとしての製品提案



- ▶ **鉄道市場** ● ●
 - ・新規取引先(電車市場)の開拓
 - ・特急車両向け高付加価値商品の提案



- ▶ **自動車市場** ● ●
 - ・車両メーカーとの関係強化による純正品採用の継続
 - ・特装車両向け表示器関連製品などの販売強化



- ▶ **電源ソリューション市場** ●
 - ・サプライチェーンの見直しによる原価改善
 - ・物流市場(AGV・AMR等)への拡販



- ▶ **EMS(レシップ電子)市場** ●
 - ・車載向け製品売上拡大と生産能力向上
 - ・新規取引先(成長市場である半導体製造装置やロボット向け)の開拓



トピックス:レシップ電子 生産能力の増強

産業機器事業・EMS(プリント基板実装)市場の受注増加に活用

▶ 新工場を建設

2024年10月竣工、2025年1月からの稼働開始を予定

新工場稼働により、生産能力は現在の約1.5倍へ

⇒車載向け製品の受注増加に対応(車載用一貫生産体制の立ち上げ)

新規取引先(成長市場である半導体製造装置やロボット向け)の開拓による売上増加を目指す



工場イメージ図

④重点課題 経営効率の向上

デジタル技術の活用により、業務の効率化を図る。
データの利活用、組織体制の見直しにより、効率的な経営を目指す。

▶ DX化の推進

- ・ SFA(営業支援システム)、RPAの活用による業務効率向上
- ・ 作業現場の自動化・省人化の推進による生産性向上

▶ 組織体制の最適化・意思決定の効率化

- ・ 部門横断型組織(ビジネスユニット)の設置による育成分野の強化
- ・ 組織再編による責任と権限の明確化
- ・ 価格のモニタリングプロセスの整備による採算管理の徹底



重点課題⑤ 新たな企業文化の醸成

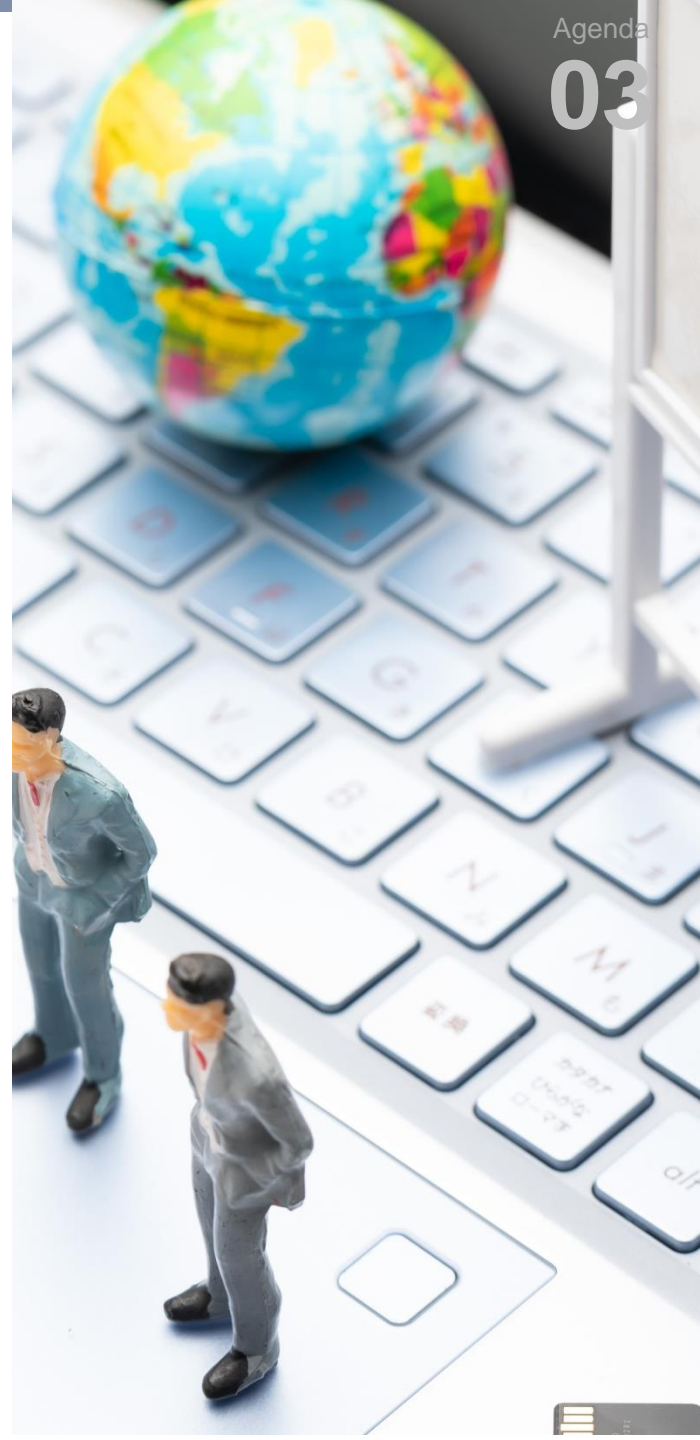
会社と社会の持続的な成長を実現するための基盤強化を図る。

▶ 経営戦略を実現するための人的資本の強化

- ・ ミッション、ビジョン、バリューの浸透
- ・ 人事制度改革による期待役割の明確化
- ・ リスキリングや多様な人材の活用による提案型人材の育成

▶ 持続可能な社会への貢献

- ・ 社会課題の解決に貢献する製品・サービス開発
- ・ 2030年度までのカーボンニュートラル実現に向けた削減策の推進
- ・ 環境に配慮した製品開発



Agenda

01

前中期経営計画の振り返り

P4~P5

02

新中期経営計画の基本方針

P7~P10

03

新中期経営計画の重点課題

P12~P21

【ご参考資料】:P23~P25

- 当社を取り巻く環境変化とマテリアリティ
- 長期ビジョン「VISION2030」について

当社を取り巻く環境変化とマテリアリティ(重要課題)

社会の変化に対応した価値提供を通じて、社会的価値・経済的価値を高める。

▶ 主要な環境変化

- ・国内における人口減少・少子高齢化
- ・社会情勢の変化
- ・気候変動・カーボンニュートラル
- ・デジタル化の進展
- ・サステナビリティの実現に向けた意識変化

(リスク)

- ・国内既存市場の縮小
- ・労働力の減少、技術力維持の難化
- ・経済、社会情勢の悪化に伴う需要減少
- ・政策の変更、輸出・投資規制強化
- ・環境対応コストの増加
- ・資源・エネルギー価格の上昇
- ・自然災害による事業活動停止
- ・キャッシュ決済普及による現金需要低下
- ・サイバー攻撃・不正利用/システム障害
- ・デジタル人材の不足
- ・従業員エンゲージメントの低下
- ・レピュテーションの低下

(機会)

- ・運行の効率化・無人化に対する投資の増加
- ・交通弱者向け移動サービス等の需要の高まり
- ・景気回復に伴うインバウンド需要増加
- ・海外公共交通の需要拡大と設備投資増加
- ・公共交通需要の増加
- ・自動車・産業車両の電動化ニーズ増加
- ・新たな取引機会の拡大
- ・エネルギー効率向上の充電、蓄電投資拡大
- ・デジタル化による新たなビジネスの創出
- ・DXによる生産性の向上
- ・サステナビリティ関連ビジネス機会の増加
- ・サステナビリティ推進による競争力強化
- ・ESG投資の拡大

▶ 社会に提供する価値

使いやすいシームレスな
輸送システム



持続可能な公共交通を維持・活性化できる仕組みづくりにより、安全・安心で最適な移動の実現に貢献します

脱炭素社会を支える
周辺技術



電力変換技術、蓄電・充電技術を活かし
エネルギーの効率的な運用に貢献します

安全・安心な街づくり



誰もが安全・安心に暮らすことができる
街づくりに貢献します

▶ マテリアリティ(重要課題)



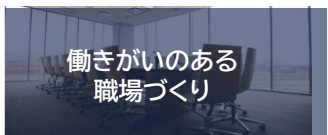
使いやすい持続可能な
輸送システムの提供



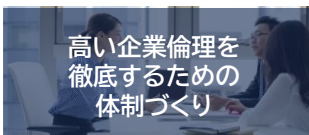
脱炭素社会への貢献



持続可能な
ものづくり



働きがいのある
職場づくり



高い企業倫理を
徹底するための
体制づくり

長期ビジョン「VISION2030」について

2030年に向けた長期ビジョン

VISION2030

ビジョンステートメント

変わりゆく社会に、つなぐ技術とアイデアで、
安全・安心、最適な日常を。

目指す姿

モノとモノ・情報・サービスをつなぐことで、
今後の時代に求められる
安全・安心でかつ、最適な仕組みを実現する。

定量目標 売上高 300億円 / 営業利益率 10%

長期ビジョン「VISION2030」について

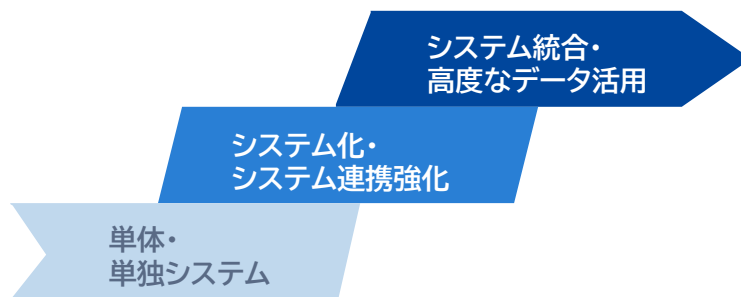
● 海外ビジネスの拡大

公共交通市場が拡大する米国・ASEAN地域でのバス・鉄道ビジネスを中心に事業を拡大。



● モノ+コトへの事業構造の変革

ハードウェア中心の事業構造から、ハードを軸にソフトウェアを組み合わせたシステム・サービスへとシフトし、高付加価値型の体質へ。



● 産業機器(エネルギー管理システム)事業の育成

世界的に温室効果ガス削減の動きが進む中、世の中のEVシフトに対応すべく、充電器ビジネスの横展開を目指す。

