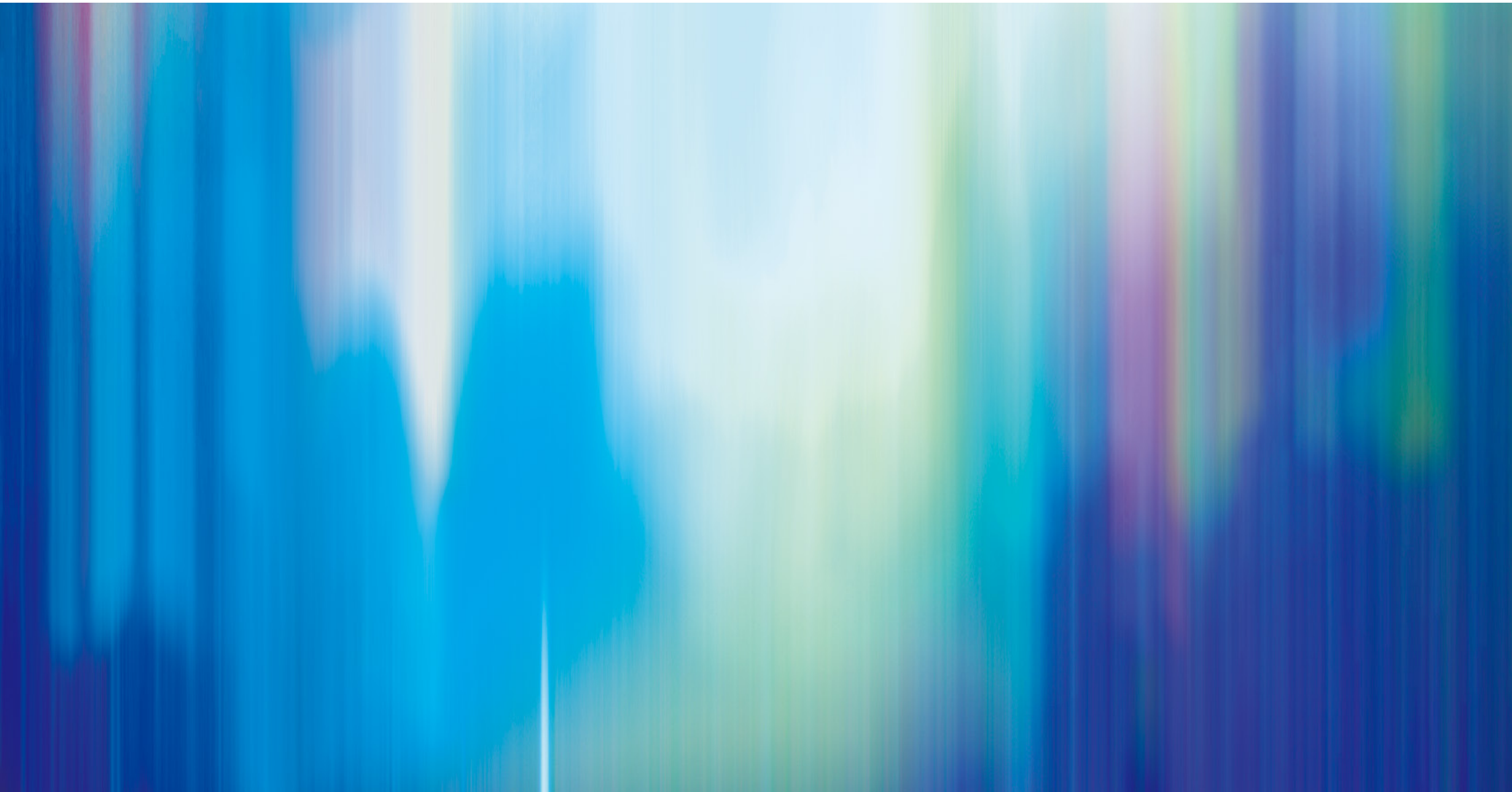


LECIP

レシップホールディングス株式会社

Integrated Report 2026

レシップ統合報告書 2026



経営理念体系

経営理念

「省エネルギー」「地球環境対応」「セキュリティ強化」を通じて、
快適な日常を実現するための製品・サービスを社会に提供します。

レシップグループは、1948年の創業以来、ニッチな市場分野に特化して、

お客様にご満足いただける製品づくりに努めてまいりました。

今日では、バス・鉄道用のワンマン機器や、車載用照明灯具、フォークリフト用充電器など、

数多くのトップシェア製品を世の中に送り出すまでに成長しました。

レシップグループは、これからも、「快適な日常を実現する」という経営理念のもと、

新たな価値の創出を目指した技術開発を進め、安全・安心で最適な日常を支えます。



社名の由来



「光」・「電力変換」・「情報処理」

というレシップグループのコアとなる

3つの事業領域の英文頭文字から成っております。

編集方針

「統合報告書2026」では、レシップグループが事業を通じて、どのように社会課題を解決し、持続的な企業価値を向上していくのかをお伝えするために制作・発行いたしました。制作にあたっては、IFRS財団が推奨する「国際統合報告フレームワーク」および経済産業省が策定した「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参考に編集しています。

情報開示体系

財務情報	サステナビリティ
レシップホールディングス ホームページ 株主・投資家情報 https://www.lecip.com/ir/ir_top.html IR資料/株式情報 など	レシップホールディングス ホームページ サステナビリティ https://www.lecip.com/esg/esg_top.html 環境/社会/ガバナンス など
 統合報告書	

PDF版はホームページをご覧ください。

IR資料室> 統合報告書 https://www.lecip.com/ir/ir_04_lib.html#report

対象期間

2026年3月期(2025年4月～2026年3月)

※一部、2025年3月期以前および2026年4月以降の活動内容を含みます。

対象組織

レシップグループ(レシップホールディングスおよび関連会社)

※関連会社は下記URLに記載しています。

https://www.lecip.com/company/company_02.html

本レポートに関するお問い合わせ

レシップホールディングス株式会社 管理本部 経営管理部

〒501-0401 岐阜県本巣市上保1260-2

E-mail: info@mb.lecip.co.jp

見通しに関する注意事項

本報告書には、将来に関する見通しおよび計画に基づいた予測が含まれています。実際の成果や業績などは異なる可能性があることをご承知おきください。

CONTENTS

レシップの価値創造

- 01 経営理念体系
- 03 社長メッセージ
- 09 レシップグループの歩み
- 11 At a Glance
- 12 価値創造プロセス

中長期的な成長を支える戦略

- 13 長期ビジョン「VISION2030」
- 14 事業環境認識・リスクと機会
- 15 中期経営計画「Reach our Target 2026」
- 17 専務メッセージ
- 19 特集「MoveLe」が変える、公共交通の未来
- 21 特集 価値創造の構造を変える。
「モノコトAIプロジェクト」始動
- 23 事業概要
- 25 財務戦略
- 27 人材戦略

価値創造の基盤強化

- 31 サステナビリティ経営
- 33 環境への取り組み
- 34 カーボンニュートラルに向けて
- 36 サステナブルな社会の実現に向けて
- 37 ステークホルダーとの関わり
- 38 コーポレート・ガバナンス
- 42 社外取締役メッセージ

データ

- 43 財務ハイライト
- 44 非財務ハイライト
- 45 連結財務諸表
- 46 会社情報・株式の状況

社長メッセージ

「モノ+コトビジネス」の伸長と、 海外事業の拡大を成長ドライバーに、 課題解決型企业へと進化を

レシップホールディングス株式会社
代表取締役社長

レシップ

新紙幣対応の波を経て、企業体力の強化を実感

過去2番目の売上高、過去最高の営業利益を記録した前々期(2025年3月期)を経て、前期(2026年3月期)は、売上、利益ともに前々期の記録には届かない結果となりました。この要因は、2024年7月の新紙幣発行に向けての特需が一巡したこと、さらに大型案件入札にともなう13億円の受注損失引当金があったことにあります。確かに表面上は減収減益ですが、私はこの数字を決して悲観的には見ていません。実は特需などの影響を除く数字を見ると、営業利益率は前々期から2.0～4.0%ほど上昇しています。つまり、利益を生み出す会社自身の体力は改善傾向にあるのです。バランスシートからも分かるように、前期(2026年3月期)はとくに営業活動によるキャッシュフローが大幅に改善されました。前々期に実施したエクイティファイナンスの効果もあり、財務基盤が著しく強化され、安定性が増した期だったと感じています。

レシップはこれまでバス、鉄道、自動車、産業機器市場において幅広く事業を展開してきました。

社長メッセージ

「輸送機器事業」ではバス・鉄道用機器総合メーカーとして、バス市場をメインに車載システムをはじめとするトータルサプライヤーに成長してきました。また「産業機器事業」ではインバータ技術をベースにした産業用電源関連機器やプリント基板実装などを展開。カーボンニュートラル社会の実現に向けてバッテリー式フォークリフト用充電器など電源ソリューション市場にも参入してきました。

このように「モノづくり企業」としての歴史を持つレシップですが、2021年には、「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」を掲げた長期ビジョン「VISION2030」を策定。ここから「モノ＋コトへの事業構造の変革」を見据え、新しい価値の創造へと舵を切りました。そして中期経営計画ではこの実現に向けたアクションプランを設定し、第1フェーズ(2021～2023年)「CN2023(Challenge to the Next stage 2023)」、第2フェーズ(2024～2026年)「RT2026(Reach our Target 2026)」に取り組んできました。前期は、この第2フェーズの中間年度にあたります。

「RT2026」のラストイヤーを目前に、前期は「利益率の向上」を社内で強く意識した年でした。アクションプランに取り組むなかで、折に触れて従業員の皆さんに「利益率を意識することの重要性」を語ってきたことが、「営業利益率の向上」として数字に表れ、ようやく実を成し始めていると感じています。仕事において、良い製品、サービスを提供することはもちろん大切ですが、それによって「利益が出せるかどうか」もとても重要です。「RT2026」は残すところあと1年ですが、引き続き「利益」への意識を全社に浸透させ、企業としての成長を目指していきたいと考えています。



第2の柱となるTMS(運行管理システム)と、海外ビジネスに成長の兆し

「RT2026」では、「海外事業の確立」「新規領域の拡大」「収益性・効率性の追求」を基本戦略に、「経営効率の向上」「新たな企業文化の醸成」を会社戦略に掲げてきました。前期は、このひとつである「新規領域の拡大」の取り組みに、大きな成果が出始めました。

これまでレシップでは「新規領域の拡大」として、成長の柱である「AFC(自動運賃収受システム)」に次ぐ、次の柱を育てるべく様々な挑戦を行ってきました。そのなかで特に注力をしていたことが、ハードウェア(モノ)の技術力とソフトウェア・サービス(コト)を融合させる「モノ＋コトへの事業構造の変革」です。今回、芽が出始めたのはこの取り組みにおける「TMS(運行管理システム)」領域の事業のひとつ。バスを中心とした公共交通を支える統合ソリューションである「MoveLe(ムーブル)」です。前期はこの「MoveLe」に導入実績ができ、今後のサービス拡張に向けて弾みがつきました。これを足がかりに、レシップでは引き続き「MoveLe」に次ぐ、新たな「モノ＋コトビジネス」を育てていきます。

先般、ミラノで開催されていた業界の見本市を視察したのですが、世界の潮流は「1つのサービスだけでなく、オペレーションシステム全体を含むサービスの提供」にシフトしています。レシップは長くAFCを中心に成長してきましたが、次なるステップのために、TMS領域のビジネスを拡大し、より幅広い、包括的なサービスを提供できる企業へと変化していくことが求められます。今、レシップはその転換期にあるのです。

また、海外ビジネスにおいて、レシップは長年、米国路線バス市場におけるAFCシステムのシェア拡大に尽力してきました。これがようやく実を結び、前期にはTriMet(オレゴン州ポートランド)において、AFCシステム727台の納入が完了し、5年間の保守運用も任されることが決まりました。

長期ビジョン「VISION2030」

P.13

中期経営計画「Reach our Target 2026」

P.15

公共交通事業者向けの統合ソリューション「MoveLe」

P.19



社長メッセージ

た。さらにこの実績で得た信用やノウハウを足がかりに、前期には、テキサス州、カリフォルニア州などでのAFCシステムの大型受注を獲得することができました。今後は、年間1,200台の安定受注を目標に米国でのシェア拡大を狙っていく考えです。

思い起こせばレシップのアメリカ進出は、ニューヨーク州ロングアイランド鉄道の通勤電車で灯具を納入したことからスタートしました。この歩みは今、AFCシステムのシェア拡大という形で力強く続いています。海外でのビジネスが軌道に乗り始めるまでに長い時間はかかりましたが、この間にレシップでは開発部門などにおける優秀な人材の採用や育成も進み、企業の総合力を強化することができました。今後は、これをもって営業力を強化し、2030年には米国路線バスAFC市場でシェア10%、そしてさらなる発展を目指していきます。

「RT2026」の定量目標はほぼ達成、さらに上を目指して

「VISION2030」において、レシップは2030年の定量目標を売上高300億円、営業利益率10%と設定しています。そして「RT2026」では、最終年度の今期に売上高240億円、営業利益率5%以上、ROE 9%以上を目標に掲げてきました。これに対して前期時点の業績は、売上高239億円、営業利益率5.3%、ROE 約11%と、「RT2026」の目標をほぼ達成することができました。これにともない、レシップでは改めて今期の目標を、当初を大きく上回る、過去最高売上高265億円、営業利益19億円に再設定。さらに上を目指していきたいと考えています。

「モノ+コト」ビジネスを象徴する「MoveLe」に、力強い進展

先にも少し触れましたが、前期は「モノ+コトへの事業構造の変革」が大きく動いた1年でした。この「モノ+コトビジネス」の創造と推進は、レシップが高付加価値型の体質へと変革し、「VISION2030」を達成するために、必要不可欠な取り組みです。ここにおいてバスを中心とした公共交通を支える統合ソリューションである「MoveLe」に2件の受注があり、実績が出始めたことは非常に心強いことです。「MoveLe」は、レシップが長く事業を展開してきたバス事業全体のスマート化に貢献するソリューションサービス。現在は「ダイヤ編成システム」と「運行最適化支援システム」をリリースしていますが、今後も「補助金申請業務DX」など新たなサービスを年に2件ずつリリースしていく計画です。「モノ+コトビジネス」の象徴的な存在として成長し続ける「MoveLe」が軌道に乗れば、追隨する新規ビジネスのモデルケースになっていけるでしょう。社員それぞれのなかにあった「モノ+コトビジネス」へのイメージが、「MoveLe」によって具現化されたことで、それぞれの場所で明確な目標ができ、「MoveLe」に続く新たな「モノ+コトビジネス」の誕生や成長を加速させられるのではと期待しています。

そのほかにもレシップでは多くの新ビジネスが成長中です。観光DX領域では、富士山のオーバーツーリズムを解決するための「富士登山事前登録システム」を静岡県から受注しました。そのほかにも、深刻な人手不足や高齢化などの課題に直面するごみ処理問題に貢献するべく、新明和工業様と共同開発した「廃棄物収集業務効率化システム」が名古屋市にて採用され、実証実験に進んでいます。また、EVバスの普及拡大の推進のために中部電力様と協業して進める「EVバス充電マネジメントシステム」なども進んでおり、当社の得意領域であるバス市場を起点に、派生するビジネス領域へとビジネスを展開しています。

ダイヤ編成システム
運行最適化支援システム

P.20



静岡県FUJI NAVIアプリ

P.16

社長メッセージ

今後は、さらに長年、バス市場を中心とした公共交通領域で培ったノウハウと知見を活かし、バス業界、鉄道業界を中心に、新規ビジネスの拡大をしていきます。そしてハードウェア(モノ)の技術力とソフトウェア・サービス(コト)の融合によって、お客様の課題を解決に導く、課題解決型の企業になっていきたいと考えています。

一部で芽が出始めたビジネスもあるものの、まだまだ「モノ＋コトへの事業構造の変革」は鋭意進行中、道半ばだと感じています。初期段階の開発費用を賄う成果を出すまでに、まだ伸び代があります。「RT2026」の最終年となる今期も一つ一つの「モノ＋コトビジネス」を大切に育て、しっかりと成果を出せるようになっていきたいと考えています。

海外ビジネスの地盤が固まり、次のステップを視野に

前期は、海外ビジネスも順調に進展し、現地でのノウハウや信頼を獲得できた1年でした。これを足がかりに、今後はさらに提供できる商材を増やしていくこともできればと考えています。というのもこれまでレシップは、アメリカ市場においては鉄道の灯具やバスの運賃箱、AFCシステムを中心に提供してきました。しかし、日本国内のバス市場においては、AFCシステム(運賃箱、ICカードシステム等)、LED式行先表示器、車内液晶表示器、乗務員支援システム、バス・鉄道・自動車用照明灯具など、幅広い商品を提供するフルラインメーカーであり、床から上の車載機に関しては国内トップシェアを誇っています。こうした日本におけるトータルサプライヤーとしての実績を、海外でも発揮していければと考えています。まずは車内液晶表示器などのディスプレイ商品の提供などを視野に、アメリカの公共交通市場におけるシェア拡大を狙っていきます。

アメリカでのビジネスにおいては、地政学的リスクを懸念する声があるかもしれません。しかし、

現政権下においてもレシップがメインとしているワシントン州、オレゴン州、カリフォルニア州、テキサス州など太平洋岸の地域は、特に公共交通の充実に力を注いでいるため事業拡大に大きな影響はなく、引き続きビジネスを拡大していくことができると考えています。

また、その他の地域についての事業展開も進めていきます。すでにレシップでは2012年にシンガポールにLECIP(シンガポール) PTE LTDを設立し、ここを拠点としてバスおよび鉄道市場でのビジネスを展開してきました。その結果、公共交通先進国であるシンガポールでは、バスの運行管理システムで大きいシェアを獲得しています。今後はこれを起点に、アジア諸国へとビジネスを拡げ、将来的にはインドネシアやインドなどへの展開も視野に入れています。

組織内から体質改善を図り、バス業界の変革にも貢献していく

「VISION2030」に向けて、組織改革も進めています。今期の4月からは「経営の的を絞る」ために事業企画部を新設しました。例えば産業機器事業では、これまで産業用の電源関連機器や産業車両(フォークリフト等)向け充電器などを幅広く提供してきました。ニーズに応える形で、必要なものを必要な場所に提供することは確かに必要ですが、そのなかでも「選択と集中」を行い、企業としての収益性、効率化を追求することもまた重要です。新設した事業企画部はこの「選択と集中」を先導する役割を担い、「何を選び、何を伸ばしていくか」を企業の成長という視点で考え、判断を促していきます。これにより、社内から「利益を出せる体質」へと変化していきたいと考えています。

一方でバス業界全体を見渡すと、今後の成長を見据えての変革を望む声も聞かれるようになります。将来的にはサプライヤーを含めた関連企業による業界再編が起り得るかもしれません。これに際しては、バス業界で長く事業を展開し、ほとんどの製品、システムで業界最大手のポジ



米国向け運賃箱



米国鉄道用灯具

社長メッセージ

ションを維持してきたレシップだからこそできること、果たすべき役割があると私は考えています。それを見据え、業界の発展のために広い視野を持って、M&Aなどを含めた戦略投資の検討も今後進めていきます。

 利益意識の強化、多様な人材の視点活用などで、企業価値の向上を目指す

TMSサービスの進展を経て、レシップは企業として大きな階段を一つ上ったと感じています。というのも、これまでのようにお客様の課題の一部を解決するのではなく、オペレーション全体に関与できる企業になってきたからです。この成長は、新明和工業様や中部電力様との協業にも感じられ、「パートナーとして選ばれる企業」になりつつあると、改めて手ごたえを感じています。加えて、アメリカでの海外事業も順調に進み、プロジェクトの遂行体制が確立。ここでも今後の事業拡大に道筋をつけることができました。これらのことから経営の足場が固まり、レシップは「企業価値の向上」に一層力を注ぐことができるようになっていきます。今後は引き続き、社員に対する「利益」への意識向上を働きかけるとともに、PER(株価収益率)やPBR(株価純資産倍率)を意識した経営をしていきたいと考えています。

また、組織づくりについても、人材の面では多様性を重視し、新卒採用、中途採用ともに積極的に行ってきました。さらに企業戦略と人事評価の連動も行い、レシップならではのロジカルな人材育成を進めてきました。その結果、多くの社員が様々な場所で自らの力を発揮してくれるようになり、組織力の向上を感じています。

経営においても多様な視点を取り入れるようにしています。特に取締役会では3名の社外取締役からの視点の違う意見を交えて、多角的に「企業の在り方」を議論することができています。近年実現した他社との協業からも感じるのですが、多様な視点や経験に触れることは、人間の視野を拡げ、成長させます。今後も、他社との連携、様々な業界を経験したプロフェッショナル人材の採用などを通してこうした機会を積極的につくり、社員、そして経営陣の成長を促していきたいと考えています。

 「ビジネスで社会課題を解決する」ことで、サステナビリティを実現

レシップのビジネスの根本にあるのは、「快適な日常を実現する」という経営理念です。この考えのもと、実現に必要な製品、サービスを社会に提供してきました。皆様の快適な日常を阻害する課題があれば、それを社会課題と捉え一つずつ解決していく会社であり続けること。これがレシップにおけるサステナビリティへの取り組みです。先にも紹介した、新明和工業様との「廃棄物収集業務効率化システム」の開発や、中部電力様との「EVバス充電マネジメントシステム」によるEVバスの普及拡大への取り組みなどは、まさに社会課題の解決に寄与する事例だと言えます。そもそもレシップが主軸とする公共交通市場において、各事業者様のビジネスの最適化に貢献することは、すなわちCO₂の削減、カーボンニュートラルな社会の実現につながります。ビジネスを通して社会課題を解決していく。こうした取り組みのなかで、レシップはこれからもサステナビリティを追求していきます。

廃棄物収集業務効率化システム

P.10



EVバス充電マネジメントシステム

社長メッセージ

新規領域への拡大で得る新たな知識や経験を、それぞれの成長エンジンに

「VISION2030」に向けて策定した、レシップのあるべき姿を示す「1Value 4Stance」では、「Take Ownership & Initiative(オーナーシップをもって踏み出そう)」と掲げています。これは、社員それぞれが主体性と当事者意識をもって仕事に取り組もう、というメッセージです。今後は新たな事業、パートナーとの出会いが増え、これまでとは違う景色や経験に触れることが多くなっていくでしょう。それを成長の機会として、主体的に、自らの知識や視点をさらに広げてほしいと考えています。そしてその力をもって、レシップがこれまで大切にしてきた「実行しながら進化させていく」ことを実践し続けてほしいと考えています。これからの時代、新たな技術の進化、AIの活用の広がりなどにより、さらにビジネスのスピードは加速していくでしょう。そのスピードのなかで、新たなサービスメニューを生み出し、成長させていくには、この「実行と進化」を同時に行っていくことが非常に重要です。これらのことを社員一人一人と共有しつつ、それぞれがやりがいをもって企業とともに成長していける環境をつくり育てていきます。

「モノづくり企業」から、お客様や社会の課題を解決に導く「課題解決型企業」へ

冒頭でもお話しましたが、レシップは今、「1つのサービスだけでなく、オペレーションシステム全体を含むサービスの提供」ができる企業へと成長するための、転換期にあります。そのなかでレシップが目指すべきは、やはりお客様の課題に向き合い、それを解決するためのソリューションを提供できる「課題解決型企業」になっていくことだと考えています。バスの運賃箱の提供からス

タートした事業を、バス市場のトータルサプライヤーに育て、そのノウハウを鉄道市場や周辺市場にも広げてきた私たちならば、きっとこの変革を実現できるはずです。

その証拠に、近年の案件では、お客様との信頼関係を築き、1つの課題だけでなく、課題全体についてご相談いただけるようになってきました。これを起点として、レシップは長く公共交通業界で培ってきたメーカー、モノづくり企業としての技術と知見をもって、「お客様の課題を、包括的に解決できる企業」になっていきたいと考えています。時には自社だけでは解決できないこともあるでしょう。そんなときにはパートナーと連携して、様々な課題に対応できる力をつけていきます。そして、その先にある「皆様の快適な日常」を実現していきます。

社会は今、デジタル技術、AI技術の革新的な進化により猛烈な勢いで変容しています。そのなかで、お客様に選ばれ、社会に必要とされる企業であり続けるために、レシップは社員とともに一歩一歩、着実に歩み、成長していきます。ステークホルダーの皆様には、引き続き変わらぬご支援をどうぞよろしくお願いいたします。



レシップグループの歩み

快適な日常の実現を目指して

1948年の創業以来、レシップグループは「技術開発先行型で市場創造型であること」という姿勢で、どの系列にも属さずに独自に開発から製造・販売までを担当し、着実に成長を重ねてきました。「快適な日常を実現する」という理念のもと、今日まで、様々なニーズや社会課題への貢献に挑戦してきました。現在、事業領域は、バス、鉄道、自動車、産業機器、そしてその先のコミュニティ、海外へと広がっています。

1950

ネオン変圧器の販売開始

屋外看板として普及しはじめたネオン管向けにネオン変圧器を開発しました。ネオン管を点灯させるために高電圧へと昇圧させる変圧技術が、当社の祖業です。その後、LEDの登場とともに取扱の難しいネオン看板は姿を消しつつありますが、ここで培った変圧技術は、電圧の不安定な環境で使用する様々な車載機器製品の礎となっています。



巻線式ネオン変圧器

1951

照明灯具をきっかけにバス市場へ参入

バスや鉄道で使用する照明灯具は、家庭用や普通車用とは異なる電圧と、電圧が安定しない環境でも常時点灯する性能が求められます。このような車載環境に応えられる蛍光灯を開発したことをきっかけに、バス市場に参入し、その後、鉄道・自動車市場との取引開始にもつながりました。



バス照明

1970

バス用運賃箱を開発

路線バスで運転士が車掌業務も行う「ワンマン運転化」が広がりました。運賃箱を皮切りに、これまで車掌が行っていた運賃収受、発券業務、案内放送などの業務の代わりとなる運賃表示器などのワンマン機器を次々と開発しました。この頃開発されたバス市場向け製品の多くは、今も当社を代表するトップシェア製品です。



自動循環式
両替機能付運賃箱

1983

シンガポール向けバス車載用チケット発券器を独占受注

世界有数の公共交通先進国であるシンガポールから、最先端の技術を学ぶために、シンガポールでの入札に参加しました。シンガポールで納入した磁気式プリペイドカードの技術を活かし、国内初の磁気式プリペイドカードの導入に成功しています。現在も、運賃箱とレシートプリンターはシンガポールでのシェア100%の実績があります。



1985

バッテリー式フォークリフト用充電器を開発

祖業の変圧技術を活かし、バッテリー式フォークリフト用充電器を開発しました。エンジン式のフォークリフトに比べ、静かで排ガスが出ないバッテリー式フォークリフトは、屋内での作業や環境に配慮した製品です。脱炭素社会の実現に向けた電動化推進のトレンドを追い風に、充電器の販売も堅調に推移しています。



フォークリフト用充電器

1940年／創業期／変圧技術を軸に市場参入

1970年／バス用電装機器のトータルサプライヤーへ

- 1948年 三陽電機製作所を創業
- 1953年 三陽電機製作所を設立
- 1968年 岐阜県本巣郡糸貫町(現:岐阜県本巣市)に工場建設開始

- 1974年 海外拡販のための貿易専門商社として三陽貿易株式会社を設立
- 1989年 三陽電子株式会社(現:レシップ電子株式会社)を設立

レシップグループの歩み

2007

首都圏IC乗車券相互利用サービス
バス用共通化ユニットを納入

当時の先進技術であった非接触ICカードシステムに関する技術をいち早く取り入れ、首都圏でのIC乗車券相互利用サービス開始にあたり、首都圏でのシェアを大きく伸ばしました。



ICカードリーダーライタ

2016

米国向け運賃収受システム納入

日本企業として初めての米国での運賃箱納入に成功しました。運賃収受ビジネスは、国ごとによって異なる文化・政策が製品・サービスに大きく影響します。現地のニーズをくみ取り、海外でも受け入れられる製品を開発することで、海外での更なる事業拡大を目指しています。

米国用運賃箱
「LF-9000」米国用運賃箱
「LF-7000」

2024

観光市場への参入

当社が培ってきた「移動」についてのビジネスノウハウを活かし、バス・鉄道のその先の市場へと事業を拡げ、2021年に開発した統合型DXクラウドシステム「LECIP CMP(コンテンツ・マネジメント・プラットフォーム)」と、2024年に開発した乗車券WEBアプリ「QUICK TRIP」の2つの製品を軸に、DXをテーマとした観光市場への本格参入を開始しました。インバウンド需要やオーバーツーリズムなどの課題に対し、独自のソリューションを提供することを目指しています。



観光市場参入

2025

塵芥車×ITで廃棄物収集をDX化

塵芥車とバスの運行特性に共通点を見出し、新明和工業株式会社が持つ業界を熟知したノウハウと、当社がバス運行管理システムで培ってきたIT・位置情報技術を融合。両社の強みを生かし、廃棄物収集業界のDXを推進するシステムを共同開発しました。本システムでは、塵芥車に車載通信機器を搭載し、位置情報や稼働状況などのデータを取得・活用して業務効率化を実現します。業界の人手不足解消や安全性向上という社会課題の解決を通じて、当社におけるさらなる事業拡大を目指しています。



車載機利用イメージ

1990年

キャッシュレス技術への
早期対応

2000年

ニッチトップメーカーの
地位確立

2010年

新たな成長機会としての
海外展開

2020年

新しい価値の創造
社会課題の解決と持続的な成長へ会
社
の
動
き

1996年 品質マネジメントシステムISO9001取得

2000年 環境マネジメントシステムISO14001取得

2001年 三陽貿易株式会社を100%子会社化し、同社営業部門を当社内に移管

2002年 三陽電機製作所からレシップ株式会社に社名変更

2005年 ジャスダック証券取引所に株式を上場

2007年 東京証券取引所市場第二部、名古屋証券取引所市場第二部に株式を上場

2010年 米国にLECIP INC.を設立

2010年 純粋持株会社体制への移行

レシップホールディングス株式会社に商号変更

2010年 岐阜DS管理株式会社(現:レシップデジタルサイネージ株式会社)を設立

2011年 レシップエンジニアリング株式会社を設立

2011年 情報マネジメントシステムISO27001取得

2012年 シンガポールにLECIP(SINGAPORE) PTE LTDを設立

2013年 スウェーデンのArcontia International AB

(現:LECIP ARCONTIA AB)を子会社化

2013年 タイに、現地法人タイ・インダストリアル・パーツ社と、合併会社LECIP THAI CO., LTD.を設立

2014年 東京証券取引所市場第一部、

名古屋証券取引所市場第一部に指定

2016年 レシップホールディングス株式会社が監査等

委員設置会社へ移行

2019年 資本金を11億9,095万円に増資

2022年 東京証券取引所プライム市場、名古屋証券取引所プレミアム市場へ移行

2023年 東京証券取引所スタンダード市場へ移行

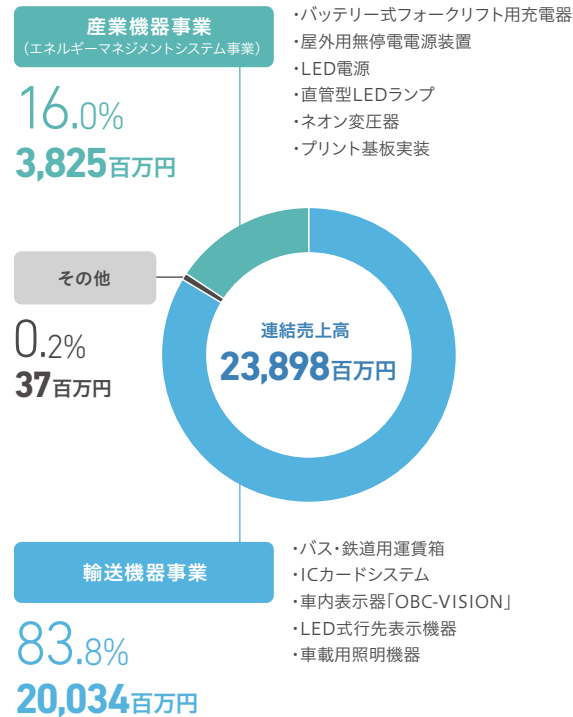
2024年 高電圧変圧器に関する事業を譲渡

資本金を17億1,822万円に増資

2025年 連結子会社であるLECIP THAI CO., LTD.の解散

At a Glance

事業セグメント別売上高 2026年3月期



2026年3月期 業績サマリー

売上高	23,898百万円
売上総利益	6,395百万円
営業利益	1,268百万円
経常利益	1,508百万円
当期純利益	1,177百万円



輸送機器事業

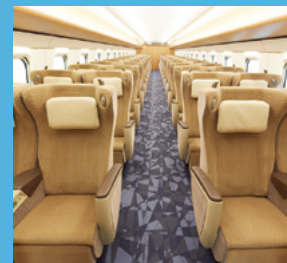
バス・鉄道用機器総合メーカーとして、公共交通の運行や乗客の利便性向上を支える製品・サービスをソフト・ハード両面からサポートしています。また、バス・鉄道に加え、トラックを中心に自動車に搭載される照明機器の製造・販売も行っています。公共交通であるバス市場を中心に、車載システムから発展してきたトータルサプライヤーとして培ったノウハウを活かし、鉄道・自動車市場にも製品を展開し、事業を拡大しています。

サブセグメント

バス市場、鉄道市場、自動車市場

主な製品

運賃収受システム（運賃箱、ICカードシステム等）、LED式行先表示器、車内液晶表示器、乗務員支援システム、バス・鉄道・自動車用照明灯具



産業機器事業 (エネルギーマネジメントシステム事業)

インバータ技術をベースに産業用電源関連機器を提供するほか、子会社レシップ電子において、自動車用電装品、産業機器関連の各種プリント基板実装を行っています。バッテリー式フォークリフト用充電器の提供を通じて、産業機器の電動化に早期から携わってきました。カーボンニュートラル社会の実現に向けて、ますます重要性が高まる産業機器の電動化に対し、これまで培った充電・蓄電技術を活かして持続可能な社会の実現への貢献を目指します。

サブセグメント

電源ソリューション市場、EMS※1市場

主な製品

バッテリー式フォークリフト用充電器、LED電源、屋外用無停電源装置、プリント基板実装



※1 EMS (電子機器受託製造: Electronics Manufacturing Services)

価値創造プロセス

レシップグループは「快適な日常を実現する」という経営理念のもと、社会課題の解決に取り組むことが、私たちの存在価値であると信じています。

現状認識と環境変化を踏まえ、実現したい社会像や会社の姿を描き、その実現に向けレシップらしい個性的でチャームな事業活動を行うことで、新たな価値を創造していきます。

インプット

価値創造活動

アウトプット

アウトカム

財務資本

自己資本 109億円



製造資本

設備投資額 7億74百万円



知的資本

研究開発費 5億66百万円



人的資本

従業員数 721名



社会関係資本

国内運賃箱シェア 61.0%

国内フォークリフト用充電器シェア 49.5%



自然資本

電力使用量 4,582千kWh

都市ガス使用量 49.5千m³

ガソリン使用量 55.6kℓ

軽油使用量 19.3kℓ

経営理念

「省エネルギー」・
「地球環境対応」・
「セキュリティ強化」を
通じて、快適な日常を
実現するための
製品・サービスを
社会に提供する。

レシップグループの
リスクと機会

- 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環境変化

詳細はP.14へ

マテリアリティ

詳細はP.32へ

海外ビジネスの拡大

モノ+コトへの事業構造の変革
エネルギーマネジメントシステム
事業の育成

Reach
our
Target
2026

基本戦略



海外事業の確立



新規領域の拡大



収益性・効率性の追求

全社戦略



経営効率の向上



新たな企業文化の醸成

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

企業の成長を支える
人材の確保・育成高い企業倫理を
徹底するための体制づくり

AFC

自動運賃収受システム
Automated Fare Collection System



ストレスフリーな
チケットングを提供

TMS

運行管理システム
Transit Management System



利用者・事業者
に安全・安心、最適な移動を提供

EMS

エネルギーマネジメントシステム
Energy Management System



EVモビリティの発展と
安全・安心、最適な地域社会の実現に貢献

GROUP

海外、レシップエンジニアリング、
レシップ電子



グループ総合力の活用
海外ビジネス展開

VISION2030

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。

詳細はP.13へ

使いやすい
シームレスな
輸送システム

脱炭素社会を
支える周辺技術

安全・安心な
街づくり

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。

事業を通じて達成に貢献したいSDGs目標



長期ビジョン「VISION2030」

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%

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。

事業環境認識・リスクと機会

新型コロナウイルスの流行を経てもたらされた新しい生活様式や、カーボンニュートラル、SDGsへの対応などの外部環境変化の影響を踏まえ、レシップグループがおかれた経営環境を認識し、リスクと機会を抽出しました。リスクへの適切な対応を行い、機会をビジネスにつなげます。

また、レシップグループは企業活動を通じた社会課題の解決により、これからも社会から求められる会社であり続けることを目指しています。持続可能な社会とレシップグループの持続的な成長を実現するために、社会に価値を提供します。

国内における人口減少・少子高齢化	リスク - 公共交通の需要減少に伴う事業者の投資意欲減少 - 人口減少に伴う国内既存市場の縮小 - 労働力の減少、技術力維持の難化	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など新たな移動需要の高まり
社会情勢の変化	リスク - 経済、社会情勢の変化に伴う需要構造の変化 - 政策の変更、輸出規制強化による対応コスト増加 - サプライチェーンの分断	機会 - 景気回復に伴うインバウンド需要の増加 - 海外公共交通の需要拡大に伴う設備投資の増加 - 物流ソリューションニーズの増加
気候変動・カーボンニュートラル	リスク - 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	機会 - 低炭素な交通手段である公共交通の利用促進 - 自動車・産業車両の電動化ニーズの増加 - 新たな取引機会の拡大 - エネルギー効率向上のための充電、蓄電に関する投資拡大
デジタル化の進展	リスク - キャッシュレス決済の普及による現金需要の低下 - サイバー攻撃や不正利用によるシステム障害 - デジタル人材の不足	機会 - MaaSの普及と高度化 - デジタル化投資の拡大 - DXによる生産性の向上
サステナビリティの実現に向けた環境変化	リスク - 社員エンゲージメントの低下 - レピュテーションの低下 - 対応の遅れに伴うビジネス機会損失	機会 - 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

使いやすくシームレスな 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



使いやすく持続可能な
輸送システムの提供

脱炭素社会への貢献

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



マテリアリティ
(重要課題)

持続可能なものづくり

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



企業の成長を支える
人材の確保・育成

高い企業倫理を
徹底するための体制づくり

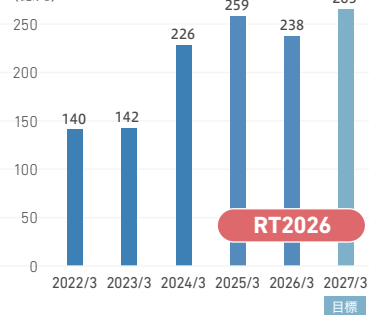
中期経営計画 Reach our Target 2026

中期経営計画

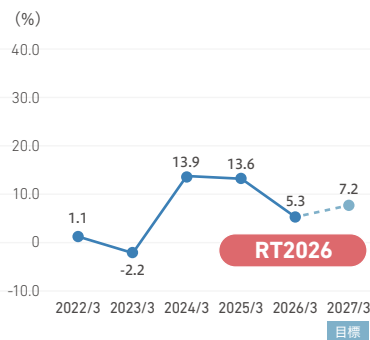


海外事業の成長、新規事業の創出による
事業構造の変革により、
安定的な売上・利益が計上できる企業を目指します。

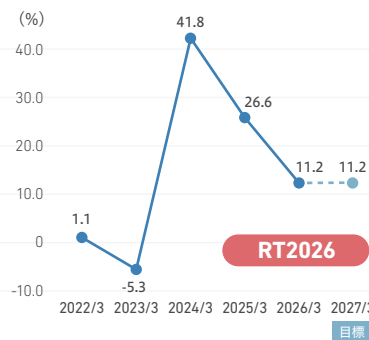
連結売上高
(億円)



連結営業利益率
(%)



ROE
(%)



(単位: 百万円、%)

	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期
売上高	14,075	14,253	22,684	25,931	23,898	26,500
営業利益	149	-310	3,164	3,531	1,268	1,900
営業利益率	1.06%	-2.17%	13.9%	13.6%	5.3%	7.2%
当期純利益	53	-249	2,416	2,255	1,177	1,300
ROE	1.1%	-5.3%	41.8%	26.6%	11.2%	11.2%
EPS	4.2	-19.2	178.0	152.29	656.86	84.03

中期業績目標
(2027/3期)

連結売上高

240億円

連結営業利益率

5%以上

ROE

9%以上

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

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

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

基本戦略

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

全社戦略

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

詳細はP.27~30へ

中期経営計画

海外事業の確立

ワシントン州東部にてバス用運賃収受システムを受注

海外事業の確立に向けた戦略的進歩

当社は、持続的な成長戦略の柱の一つである海外事業の確立に向け、北米市場における事業拡大を着実に推進しております。この度、ワシントン州スポケーン郡 (Spokane County, WA) にてバスなどの公共交通機関を運営する Spokane Transit Authority (STA) 様より公共交通機関向けAFC (運賃収受システム) を受注いたしました。バス用運賃箱189台を含むシステム納入および、これらに関する契約期間5年の保守・運用支援も請け負います。

今回の受注は、これまでの納入実績、大規模プロジェクトを完遂する体制、そして製品の高い品質が総合的に評価された結果となります。2016年のC-TRAN (ワシントン州) 様への納入を起点に、NCTD (カリフォルニア州) 様、TriMet (オレゴン州) 様など、着実に米国市場での信頼と実績を積み重ねてまいりました。今回の受注により2026年6月時点での累計獲得台数は3,328台に達する見込みです。

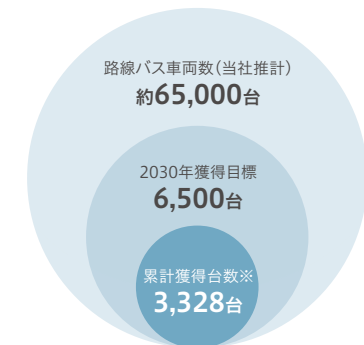
今後の展開について

米国の路線バスAFC市場は約65,000台の潜在規模を有すると想定しており、当社の現時点でのシェアは約3%です。今後当社が強みとする製品の信頼性および顧客ニーズへの柔軟な対応力を活かし、2030年にはマーケットシェア10%の達成を目指し、挑戦的な案件獲得を進めます。引き続き、海外事業の収益性向上と持続的な成長の実現に向けて全社一丸となって活動を促進します。

米国におけるこれまでの受注実績

	...	NCTD	TriMet	Houston METRO	OCTA	CAT	STA
納入時期	～2019年	2023年 3月	2025年 10月	2026年 6月	2026年 (予定)	2026年 (予定)	2026年 (予定)
運賃箱台数(台)	174	182	727	1,431	592	33	189

米国の路線バスにおけるAFC市場について



※2026年6月時点の受注済み案件を含む

新規領域の拡大

静岡県に富士登山事前登録システムを継続納入

富士山の抱える課題と観光DXによるアプローチ



静岡県FUJI NAVI
アプリ

世界文化遺産である富士山では、オーバーツーリズムが深刻化し、自然環境への負荷や登山者の安全確保が大きな課題となっています。そこで当社は、この課題解決に貢献すべく、2025年度の運用データを元にアプリ内ですべての手続きが完結するスムーズな操作性の実現や、登山ルートの地図情報・天候表示の拡充、現地での受付管理機能の強化などを行いました。これら多数の機能を追加したシステムを、2026年度の運営に向け継続して納入しました。今回の納入は2025年度の本格導入で、運用の円滑化と登山者の利便性向上が評価された結果となります。

期待される効果と今後の展望

本システムの導入により、富士山における環境負荷の低減、登山者の満足度向上、そして将来的には蓄積されたデータを活用したさらなる観光DXの推進が期待されます。当社は、本案件での実績を基盤とし、同様の課題を抱える全国の観光地や大規模イベントにおける混雑緩和、周遊促進といった「スマートツーリズム」の実現に貢献してまいります。

新規領域の拡大
収益性・効率性の追求

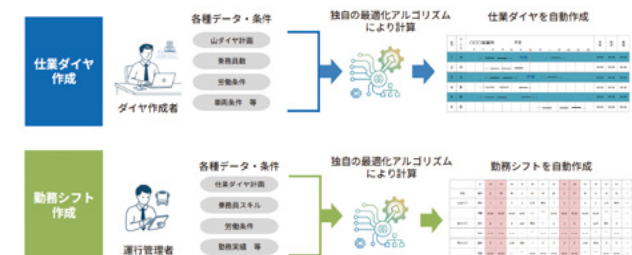
国交省の実証調査業務を受託(国交省COMmmONS)

バス事業者の抱える課題と地域交通DX推進に向けた新たな取り組み

現在、路線バス事業者は深刻な人手不足や運転時間規制といった課題を抱えています。そこで、当社は国土交通省が推進する地域交通DX推進プロジェクト「COMmmONS」にて、「地域交通DXの推進に向けたAI技術を活用した仕業編成作業の自動化技術の実証調査業務」を受託しました。独自のアルゴリズムを用いて、最適な運行計画案を自動算出するシステムを開発・実証し、API連携による導入ハードル低減や、熟練者の手作業による固定の割り当てに加え独自のアルゴリズムの活用を両立する「残ダイヤ最適化機能」を実装します。

本実証業務の目指す姿と持続可能な公共交通の実現

独自のアルゴリズムを活用し、作業ダイヤや勤務シフト作成工数の削減による担当者の負担軽減に加え、スムーズな運行管理、労働条件が守られた公平なシフトによる乗務員の働き方改善が期待されます。これらを通じて、持続可能な地域公共交通の実現に貢献してまいります。



専務メッセージ

市場に芽吹いた新規事業を大きく育てて収穫へ。 社員一人ひとりが主人公の「モノ+コトビジネス」への変革

レシップホールディングス株式会社
専務取締役

三井 紘子

投資収穫に向けて、「新規領域の拡大」を加速する

レシップは中期経営計画「RT2026 (Reach our Target2026)」の目標達成に向けて5つの戦略を立てています。前期(2026年3月期)は、そのうち「海外事業の確立」と「新規領域の拡大」の2つの成長戦略において大きな進歩がありました。

「海外事業の確立」では、前期までにアメリカでの大型案件の納入が完了し、海外売上比率は15%まで伸長。これにより海外での生産体制が確立され、ノウハウも習得できました。この成功実績をきっかけに複数の大型案件が獲得できており、海外市場での着実なステップアップを遂げています。

「新規領域の拡大」では新たに「モノ+コトビジネス」を創出し、「広げる」と「深める」の2つのアプローチで新事業を育てています。「広げるアプローチ」では、観光など周辺市場への新規参入を行い、「深めるアプローチ」では、既存のバス市場において運行最適化システムやダイヤ編成システムなどの新サービスを投入。これまでに観光客向けのスマホアプリ「QUICK TRIP」や、バス業界の課題解決に向けた統合ソリューション「MoveLe(ムーブル)」など、続々と新しいビジネスを生み出しています。

「RT2026」最終年の今期(2027年3月期)は、「新規領域の拡大」をさらに加速させます。そのためにまずはこれまで以上に「モノ+コトビジネス」を社内に浸透させることが必要だと考えています。従来のモノの売り切り型から「モノ+コトで課題解決を提供するビジネスモデル」への転換こそ、今後の成長のカギを握っているからです。そこで今期は、社

内プロジェクトを発足し、抜本的な構造改革に着手しました。ここから仕事のやり方や流れを「モノ+コトビジネス」に最適な形へ再編し、「モノ+コト」起点での仕事を日常化させていきます。そして、全社一丸で取り組んでいく活動成果を、来期からの収益化へとつなぐ考えです。

「MoveLe」が牽引する「モノ+コトビジネス」

「新規領域の拡大」では、持続可能な公共交通であるバス事業を支える統合ソリューション「MoveLe」を新たな事業の柱として成長させています。現在、バス業界は人手不足や業務の複雑化といった課題を抱えています。これらに対してDXをはじめとする新ソリューションを提供することで、現場の負担を減らし、経営課題に対して解決策を提供していくのが「MoveLe」。運賃箱などの自社機器から得られる良質なデータと現場オペレーションへの深い理解を駆使して、バス業界のDX改革を支援します。2025年には「ダイヤ編成システム」と「運行最適化支援システム」の2つのソリューションをリリースし、実績を作ることができました。お客様からも、現場オペレーションの大幅な改善に高い評価をいただき、手ごたえを感じています。今後は毎年2件以上の新ソリューションのリリースを予定しており、今期は「補助金申請業務DX」などをリリース予定。さらに来期以降は、

 **MoveLe**

公共交通事業者向けの統合ソリューション「MoveLe」



専務メッセージ

これらの大規模展開や「運行管理」「労務・車両管理」など多岐にわたる新サービスを投入していきます。そして、これにより2030年には売上高35億円を目指します。

また「MoveLe」は導入費用に加えて継続利用料をいただく「ストック型」のビジネスを想定しており、景気に左右されない安定的な事業構造を築くことで、売上高を再成長させられる可能性があると考えています。「MoveLe」は、長年にわたってバス事業者の現場課題に向きあってきたレシップだからこそできるソリューション。社員一丸となって、強い使命感と情熱を持ってこの開発と普及に取り組んでいきます。

バスを起点に、観光DXや廃棄物収集DXへとビジネスを伸長

成長戦略の柱として、観光DX事業も順調に実績を伸ばしてきました。代表例は、交通機関の乗車券や施設の入場券などがWEBで販売・管理できるモバイルチケット「QUICK TRIP」と、富士山の入山管理アプリ「静岡県FUI NAVIアプリ」です。路線バス向けスマホ乗車券アプリ「QUICK RIDE(クイックライド)」の技術資産を活用して開発したこれらのサービスで、2024年以降レシップは、観光業界の抱える多言語化や人手不足などの課題解決に貢献してきました。そして前期にはアプリに集まったデータの活用もスタート。例えば「静岡県FUI NAVIアプリ」のチケット購入者のデータを収集・分析したレポートを通じて、静岡県様の安全対策や環境保全等、運営における課題に対し、データに基づく改善提案を行ってまいりました。こうしたアプローチをご評価いただき、今期も継続受注へと結びついています。また、JR東海様への導入実績を重ねると共に、大型花火大会などのイベントにおいて「QUICK TRIP」を活用したイベント乗車券を導入し、日常でICカードを利用していない利用者に対して、イベント当日の、窓口や券売機の著しい混雑緩和(オーバーツーリズム対策)を実現しました。さらに、岐阜県でも観光ブランディング事業を他社と共同受注するなど、自治



新明和工業と共同開発した
廃棄物収集業務効率化システム「G-SUPPORT」

体の観光課題に対する取り組み領域を拡大しています。一方、バスの運行管理ノウハウを応用した廃棄物収集業務効率化システム「G-SUPPORT」では、2026年5月より自治体で初めて名古屋市での実証実験がスタート。2030年までに5000台への提供を目指し、さらなる収益基盤を固める計画です。このようにレシップでは、バス市場で培ったシステムおよびサービスを周辺領域に展開することで、今後も様々なビジネス領域の拡大を推し進めていきます。

「モノ+コトビジネス」を生み出すための社内構造改革

社内においては、「新規領域の拡大」を加速するため、組織・業務・人材の三位一体の変革を推進する「モノコトAIプロジェクト」を発足し、構造改革に取り組んでいます。そのひとつとして、仕事のあるべき姿を「企画・提案」「設計・製造」「保守・サービス」の3段階に分け、特に付加価値を高める「企画段階」や「保守・サービス」へ注力できるように組織を再編しました。これにより、ソリューション営業やアフターサービスの充実を図り、商品販売後のサービスによるリカーリング収益やカスタマーサクセス等の仕組みづくりにも着手する計画です。さらに、設計をはじめとするモノづくりの段階にもAIを取り入れ、開発スピードの加速と業務フローの効率化を目指した改革も実施。加えて、企業文化の発信・共有を日常的に行うことで社員の行動変容を促すことにも着手しました。こうしたプロジェクト活動によって、社員一人ひとりの「モノ+コトビジネス」の目指す姿と、実務での動き方を一致させ、成長戦略である「新規領域の拡大」を一気に加速させたい考えです。

「1Value 4Stance」の浸透を深め、全社員で次のステップへ

2024年に策定したレシップ社員のあるべき姿「1Value 4Stance」の社内浸透も着実に進んでいます。これは「1Value 4Stance」が人事評価に紐づいており、各等級で期待される行動が定義されているからこそその成果と言えます。今期はこれをさらに推し進め、「理念の浸透から新たなカルチャーを醸成すること」を目指します。そのために社員の活動事例を発信するポータルサイト「LECIPI(レシピ)」の運営もスタートし、「1Value 4Stance」に基づいた活動とそのプロセスを日常的に共有できるようになりました。これにより、社員同士が刺激を受け合い、主体的な行動が増えていくことを期待しています。また、今期の人事改革では人材育成にも注力し、キャリアマップの整備によって、これからの成長に必要な人材を内部からしっかり育てていく計画です。

あるべき姿「1Value 4Stance」

LECIP Value

Take Ownership & Initiative

オーナーシップをもって踏み出そう

Our Stance

Customer Success

カスタマーサクセスを起点に本質を見極めよう

Data Driven

事実をデータで正しく把握しよう

Trust & Open mind

オープンマインドで高め合おう

Fail Fast

失敗を成功につなげよう

「モノ+コトビジネス」への大きな転換を成し遂げるためには、社員一人ひとりがオーナーシップをより強く発揮する必要があります。今期は社内のすみずみまで「モノ+コトビジネス」を行き渡らせ、全員が変革の主人公となって「RT2026」の達成、そしてその先にある「VISION2030」の実現を目指します。

特集「MoveLe」が変える、公共交通の未来

バス事業者の“困りごと”に、答えを。 「モノ+コト」で挑む、課題解決の統合ソリューション

MoveLe

「モノ+コト」で、現場の“困りごと”を解決する。 なぜ、レシップが公共交通の課題解決に挑むのか。

人口減少や担い手不足が深刻化し、地域のバス事業は“とまらない”ための変革を迫られています。当社は、こうしたバス事業者一つひとつの“困りごと”に向き合い、その解決を積み重ねていく「課題解決型」の事業へと歩みを進めています。その中核が、モノ（ハードウェア）とコト（ソフトウェア・サービス）をつなぐ統合ソリューション「MoveLe（ムーブル）」です。MoveLeは単一の製品ではなく、お客様の課題を解決する取り組みの“総称”。60年以上の現場知見と、自社機器から得られる良質な一次データを武器に、バス事業者の「唯一無二の伴走者」として、持続可能な公共交通を共創します。

そもそも、MoveLeとは。

MoveLeは、特定の“製品名”ではありません。バス事業者の「困りごと」を解決していく、当社のソリューションの総称であり、継続的な取り組みのコンセプトです。

VISION バス事業が、とまらない。

MISSION モノとコトをつなぎ、オペレーションをスマートに。

NAME 「Move（移動）」×「Sustainable（持続可能性）」。
“つなぐ”ことで移動を“とめない”想いを込めています。

既存の製品やシステムは、それぞれが「MoveLeの一部」。解決する課題が増えるほど、構成するソリューションも広がっていき、現在は、その入り口にいます。

MoveLeは、完成されたパッケージ商品ではありません。お客様のオペレーションに潜む“真の課題”を究明し、その解決手段が積み重なっていく「エコシステム」です。当社はバス事業者の皆様と同じ目線に立ち、解決の数だけ、MoveLeを育て続けます。

公共交通事業者向けの統合ソリューション「MoveLe」

1

運行管理の効率化



・運転支援、運行管理支援システムによる業務効率化
・ODデータ・乗降人数等自動集計システムによる運行計画最適化



公共交通を持続可能なものにするために

・地域交通の維持・再生への貢献
・地域経済の活性化
・持続可能なモビリティ社会の実現
・公共交通のデジタル変革の推進

顧客へのアウトカム

・運行コストの削減と収益性の向上
・業務効率化による労働環境の改善
・利用者満足度の向上とリピート率の増加
・データに基づいた迅速な意思決定とPDCAサイクルの最適化
・持続可能な経営モデルの構築

当社の特長である運賃箱等の
ハードウェアとデータを融合できる
強みを活かし、「モノ+コト」で
実現するPDCAソリューションを
提供。

MoveLe
ムーブル

データに基づいた
効率化支援

トータルな車載器
ソリューション

包括的なサービス
ラインナップ

2

収益向上支援



・データ分析による路線・ダイヤ最適化
・車内デジタル広告など
副収入創出支援
・観光向け
ソリューションによる
集客支援

3

乗客の利便性向上

・ICカード決済やモバイルチケット対応端末
・リアルタイム位置情報提供、乗客情報システム
・観光地情報提供アプリや多言語対応機器



1 運行管理の効率化

→ 「手作業に追われる」を解決

運賃支援・運行管理支援システムによるODデータ・乗降人数等の自動集計・運行計画最適化を実現。現場の手作業を大幅に削減し、迅速な意思決定を支援します。

2 収益向上支援

→ 「収益構造が見えない」を解決

データ分析に基づく路線・ダイヤ最適化や、車内デジタル広告など副収入の創出を支援。持続的な経営基盤の強化に貢献します。

3 乗客の利便性向上

→ 「利用者に選ばれ続ける」を実現

ICカード決済やモバイルチケット、リアルタイム位置情報の提供、多言語対応等を通じ、利用者の利便性を高めます。

数値でみる
「MoveLe」のビジョン

売上高

35億円
(2030年度)

2030年までに

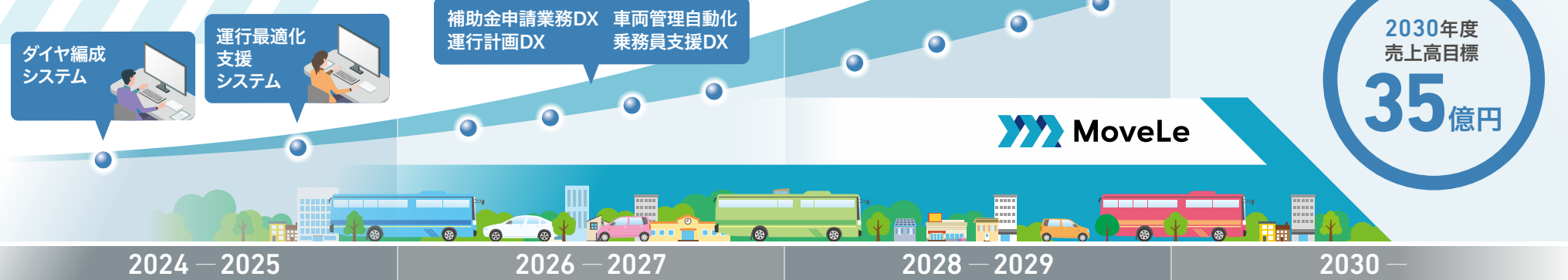
毎年2件以上の
ソリューション発表

ターゲット市場規模(TAM)

約166億円

導入実績から、社会実装へ。MoveLe 成長ロードマップ

2025年度、当社はMoveLeの第一弾として2件のソリューションを展開しました。いずれも、長年バス現場と向き合ってきた知見と自社機器から得たデータを活用し、「現場の真の困りごと」を解決する事例として評価をいただいています。



2025年11月導入実績

運行最適化支援システム (2025年11月発表)

データサイエンスが導く、路線需要予測と乗降分析により、バス事業の収益を向上！

バス運賃箱やICカードのシステム等のデータを活用し
収入を多面的に分析・予測することができます。



各営業所の運賃箱やICカードの売上データをクラウドで一元管理・分析し、交通事業者の経営を支援するクラウドサービスです。これまで手作業で行っていた集計業務を効率化するとともに、データを活用することで、路線ごとの状況をより客観的に把握。路線やダイヤの見直しなど、データに基づく持続可能な公共交通の実現を支援します。

VOICE お客様の声

じょうてつさま

- 系統を統廃合する指標がなく、手作業でIC、現金データを集計作業し、路線の見直しをしていた。
- 本システムを導入することで、増減便検討、ダイヤ作成にかかる作業時間が1/10に。
- データに裏付けされた内容で作成することができ、非常に便利になった。

今後の展望

2つの導入実績を起点に、当社は「点から面へ」の展開を加速させていきます。

2026年以降も、ソリューションを通じて、新たな価値を提供し続けることで、バス業界の課題解決を推進し、2030年度にはMoveLe事業での売上高35億円の達成を目指します。

ハードとソフト、モノとコトを融合した「唯一無二の伴走者」として、持続可能な公共交通の未来を事業者とともに創り上げていきます。

特集 価値創造の構造を変える。

「モノコトAIプロジェクト」始動

強みの裏側にあった構造的課題。 「設計・製造工程」の集中から、 バリューチェーン全体の最適化へ

1960年代のバス市場への参入以来、当社は公共交通分野において、設計・製造に関する技術やノウハウを蓄積し、高品質な製品を提供してきました。一方で、社会や顧客ニーズの変化に伴い、製品そのものだけでなく、顧客課題を起点とした企画・提案や、納入後の継続的なサービスを通じた価値提供が求められています。

当社は、DXを単なる業務効率化ではなく、事業プロセス全体の付加価値を高め、顧客への提供価値を最大化するための事業変革と位置付けています。長年培ってきた公共交通分野の知見と製品開発力を基盤に、デジタル技術を活用して事業プロセス全体を高度化し、企画・提案から設計・製造、保守・サービスまで一貫した価値提供を実現することで、顧客課題の解決と継続的な価値創出を目指します。

その実現に向け、当社では事業プロセス全体を見直し、企画・提案、設計・製造、保守・サービスの各工程における課題を整理するとともに、それぞれの工程で付加価値を高める取り組みを進めています。

各工程とあるべき姿

工程	課題	目指す姿
企画・提案工程	納期優先による要件確認不足と仕様変更の発生	顧客課題や利用環境を起点とした企画提案を行い、導入後の価値提供まで見据えたソリューションを創出
設計・製造工程	熟練者の経験・勘への依存による手回りの発生	蓄積した技術・ノウハウをデータ化・標準化し、AIなどのデジタル技術を活用することで、高品質かつ効率的な開発・生産体制を構築
保守・サービス工程	納入後の保守対応が個別・受動的となり、予防的なサービス提供に課題	製品やサービスを通じて取得したデータを活用し、予防保全や継続的な改善提案につなげることで、顧客との長期的な関係構築を実現

全社戦略(モノ+コト)

組織・役割デザイン 提案型組織への変革

- 顧客の困りごとと起点の提案行動
- 顧客のLTV最大化を意識した事業運営
- 組織間の役割と責任の明確化

業務デザイン(ミライワークス) AIを中心とした業務改革

- 2030年の働き方からのバックキャストイング
- 全社視点での統合
- DX人材の育成、DXスキルの向上

1value
4stance
5step

カルチャーデザイン

変革に対する自分事化と行動変容

- 経営からのメッセージ、現場変革の状況などの圧倒的な情報量の拡大
- Value Awardやワークショップを通じたありたい姿、期待行動の共有と称賛
- モノコトAIプロジェクトの成功体験の横展開

これらの課題を解決し、事業プロセス全体の変革を推進する取り組みが、「モノコトAIプロジェクト」です。DXによる事業変革を実現するためには、デジタル技術の導入だけでは十分ではありません。当社では「モノコトAIプロジェクト」を推進し、組織・業務プロセス・企業文化を一体で変革することで、企画・提案から設計・製造、保守・サービスまでの事業プロセス全体を高度化し、顧客への提供価値の向上を目指しています。「組織・役割デザイン」「ミライワークスデザイン」「カルチャーデザイン」の3つの取り組みを相互に連携させることで、AIをはじめとするデジタル技術を最大限に活用しながら、モノ+コトへの事業変革を加速し、持続的な企業価値向上を支える経営基盤を構築していきます。

次ページでは、具体的な成果創出が先行する「ミライワークスデザインチーム」の取り組みにフォーカスして紹介します。

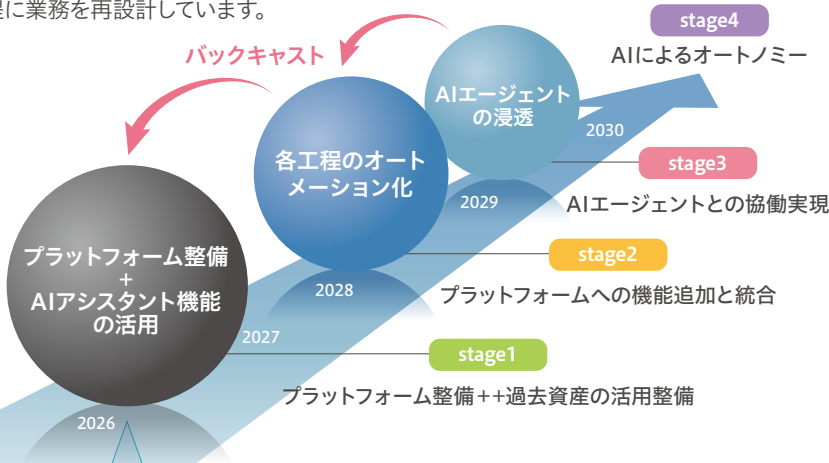
詳細は次ページ(P.22)へ

特集 価値創造の構造を変える。「モノコトAIプロジェクト」始動

「ミライワークスデザインチーム」によるAIを活用した社内変革

各業務フローへのAI実装ロードマップ

ミライワークスデザインチームは、2030年の働き方から逆算し、AIを前提に業務を再設計しています。



AI導入の4段階



ミライワークスデザインチームの取り組み

AIを活用した変革を社内に浸透させるためには、経営層から方向性を示し推進する「トップダウン」のアプローチと、現場の社員一人ひとりが活用方法を考え、新たな価値創造につなげる「ボトムアップ」のアプローチの両方が重要です。ミライワークスプロジェクトでは、この2つのアプローチを組み合わせながら、AIを活用した業務変革を推進しています。

Case.1 AIを活かせる全社基盤づくり



レシップ株式会社
開発本部 技術管理課
グループマネージャー
杉江 博典

当社は「2030年のありたい姿」から逆算したアプローチにより、全社で業務プロセスの抜本的な再設計を推進しています。従来のやり方の延長ではなく、全社的なデジタル環境の整備や構造改革を進め、AIをはじめとするデジタル技術を「道具」として最大限に活かせる基盤を整えることで、既存のムダを削ぎ落とし、社員一人ひとりがより高次元な価値創造や意思決定に専念できる強い事業体質へと刷新してまいります。

Case.2 現場が動かす、AI活用のカルチャー



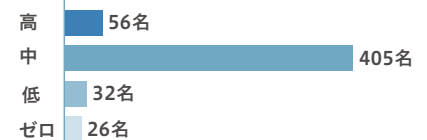
レシップ株式会社
品質保証本部 製品保証部
ディレクター
近藤 隆史

現場主導のボトムアップによるカルチャー改革が進んでいます。ストレッチ目標と1on1で課題意識を触発し、成果を称え合う風土を醸成。大型案件の要求理解や海外文書作成、ナレッジの構造化やリスクアセスメントの推敲といった実プロセスにおいて、大幅なリードタイム短縮と品質向上を推進しており、これらはStage2のオートメーション化を見据えた活動の成果です。ヒトはAIを管理する指揮者として意図をもって推論を導き、更なるプロセス改善に注力します。

close-up!

社内のAI浸透度チェック (Gemini活用状況)

対象 製造現場従事者、嘱託社員、ドライバー、派遣社員およびアルバイトを除く社員（役員含む）
・2026年6月6日～7月7日に1日でも利用したことがある



調査対象者数 519名
いずれか利用率 95.0%
Gemini利用率 95.0% (493名)

事業概要

輸送機器事業

バス市場における車載機器・システムのトータルサプライヤーとして培ったノウハウを活かし、鉄道・自動車市場にも製品を展開し拡大してきました。バス・鉄道用電装機器総合メーカーとして、公共交通の運行や乗客の利便性向上を支える製品・サービスをソフト・ハード両面からサポートしています。これまでのモノだけでなく「モノ+コト」ビジネスの創出を目指し、各事業者様が抱える課題に対してソリューションを提供することで、持続可能な輸送システムと安全・安心な街づくりの実現に貢献します。

リスク

- ・人口減少に伴う地域交通の統廃合による需要減少
- ・生活様式の変化に伴う公共交通輸送人員の減少
- ・国内市場における価格競争の激化
- ・政策変更に伴う公共交通への設備投資方針の変更
- ・新たな技術、規格の登場

機会

- ・人流回復、インバウンド増加による需要の増加
- ・キャッシュレス化対応への需要の増加
- ・運行の効率化、無人化に対する投資の増加
- ・公共交通維持、活性化に向けた公的支援の増加
- ・観光DX、MaaS連携の進展

競争優位性

- ・バス用電装機器のトータルサプライヤー
- ・全国の営業所による直販体制と顧客密着サポート
- ・システムの連動したバス用製品の幅広いラインナップ
- ・運賃・運行データのノウハウを活かした自社システム開発力
- ・鉄道市場での実績とワンマン鉄道市場での高いシェア
- ・米国AFC市場での納入実績に対する高い評価（プロジェクト体制・高品質な製品）
- ・海外仕様に対応した開発ノウハウとグローバルな開発体制

2026年3月期の実績

バス市場（売上：150億10百万円、前期比▲7.6%）

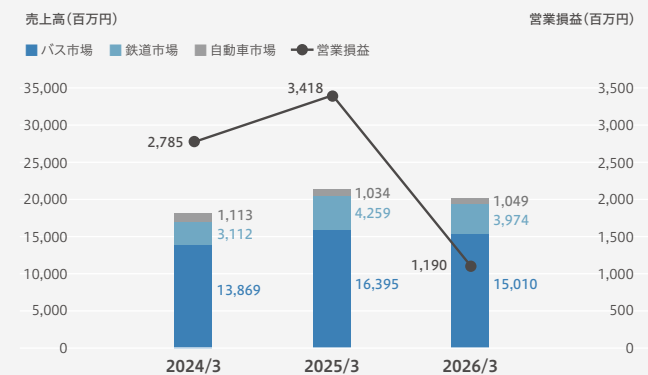
- ・新紙幣発行に伴う特需の剥落により、運賃箱の改造・ソフト改修などの売上が減少。
- ・米国AFC（運賃収受システム）の大型案件納入により、米国向けAFC売上が増加。

鉄道市場（売上：39億74百万円、前期比▲6.7%）

- ・新紙幣発行に伴う特需の剥落により、運賃箱の改造・ソフト改修などの売上が減少。
- ・国内向け列車用灯具の売上が増加。

自動車市場（売上：10億49百万円、前期比+1.4%）

- ・自動車向け灯具の売上の増加。



中期経営計画の実現に向けた戦略

バス市場

- ・トップシェアの維持とトータルサプライヤーとしての製品提案
- ・位置情報などデータ活用サービスの提供（MoveLeの開発）
- ・観光DXをテーマにした新たなサービスの展開

鉄道市場

- ・ワンマン市場以外（電車市場）の開拓
- ・バス市場のノウハウを活かした乗客情報システム製品の横展開

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
- ・塵芥車向けソリューション（廃棄物収集業務効率化システム等）の開発推進

海外市場

- ・安定納入に向けた生産/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

戦略の進捗 海外AFCシステム受注拡大

これまでのシステム導入実績やプロジェクト遂行体制が高く評価され、米国市場における大規模案件の獲得へと着実につながっております。以前より受注しておりましたテキサス州ヒューストンのMETRO様向けの案件については、2026年6月に検収が完了し、売上を計上いたしました。本プロジェクトは運賃箱1,431台の大規模な導入となりましたが、この大規模納入の完遂は2027年3月期の業績に貢献するとともに、米国市場における当社システムへの信頼をさらに高める実績となりました。こうした米国市場での着実な進捗と今後の事業展開を見据え、米国事業における人員体制を強化し、受注済み案件の安定的かつ確実な納入を継続するとともに、新規案件の獲得に向けた営業活動を推進し、中長期的な企業価値の向上に努めてまいります。



米国市場向け
運賃箱 LF-7000

事業概要

産業機器事業

インバータ技術をベースに、産業用電源関連機器や産業車両（フォークリフト等）向け充電器を提供するほか、子会社レシップ電子において、自動車用電装品、産業機器関連など幅広い業界向けにプリント基板実装を行っています。カーボンニュートラル社会の実現に向け、業種を問わず産業全体で電動化の気運が高まっており、これまで培った充電・蓄電技術を活かして、脱炭素・エネルギーの有効活用などに貢献する製品・サービスを開発・提供することで持続可能な社会の実現に貢献します。

リスク

- ・原材料価格（鉄、銅など）の上昇
- ・海外メーカーとの価格競争の激化
- ・鉛蓄電池からリチウムイオン電池への技術シフトへの対応

機会

- ・カーボンニュートラルに向けた電動化ニーズの増加
- ・物流市場の成長と安定したフォークリフト需要
- ・AGV/AMR（自律走行搬送ロボット）の増加に伴う非接触充電需要
- ・生産拠点の国内回帰の動き
- ・EMS市場における自動車の電子化進展

競争優位性

- ・バッテリー式フォークリフト用充電器の高いシェア
- ・国内市場での知名度と販路を活かした営業活動
- ・電力変換技術、充電（インバータ技術）
- ・防塵・防水技術に基づく高い安全性・耐久性を有する製品開発力
- ・車載分野で培った高品質で信頼性の高い基板実装力（レシップ電子）
- ・レシップ電子新工場稼働による生産能力増強と一貫生産体制

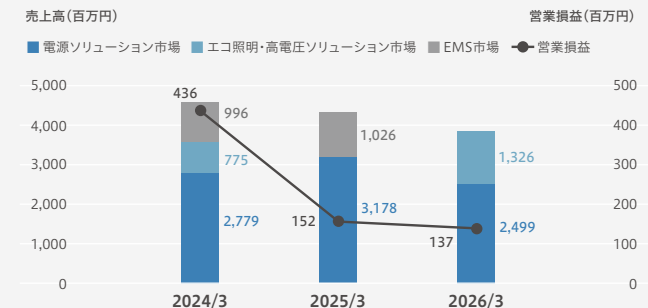
2026年3月期の実績

電源ソリューション市場（売上: 24億99百万円, 前期比▲21.3%）

- ・バッテリー式フォークリフト用充電器の売上が減少。
- ・2024年3月に事業譲渡が完了した高電圧変圧器事業に関する売上が減少し、減収。

EMS市場（売上: 13億26百万円, 前期比+29.2%）

- ・自動車向け基板実装売上が増加。



※2024年3月期に行った高電圧変圧器事業の事業譲渡に伴い、これまでエコ照明・高電圧ソリューション市場として表示していた内容を電源ソリューション市場に組み替えております。

中期経営計画の実現に向けた戦略

電源ソリューション市場

- ・物流市場（AGV/AMR向けなど）への拡販
- ・ソリューションビジネスへの取り組み、充電システムとしての製品展開
- ・サプライチェーンの見直しによる原価改善

EMS市場

- ・車載向け製品売上拡大と生産能力向上
- ・新規取引先（半導体製造装置、ロボット向けなど）の開拓
- ・調達・設計も含めた一貫受注体制の整備

戦略の進捗

レシップ電子新工場稼働による生産拡大

新工場の稼働により当社の基板生産能力が拡大しました。基板製造における独立系で屈指の保有数を誇る前工程11ラインの実装技術力を活かし、自動車部品用全自動一貫ラインを導入しました。現在は本格的な量産体制に移行し、順調に稼働しております。

作業空間の改善や将来の拡張余地も確保でき、継続的な売上拡大を目指してまいります。



自動車部品用全自動一貫ライン

財務戦略

資本コスト・株価を意識した経営の実現に向けて

当社は、持続的な企業価値の向上を実現するため、資本コストを意識した経営を推進しています。

当社の株主資本コストは概ね7～8%と認識しており、この資本コストを上回るROE9%以上の達成を目標としています。

足元では、新紙幣特需の一巡により業績が平時の水準に落ち着く一方で、これまでの着実な利益蓄積により純資産（資本）が厚みを増しました。利益の伸びに対して資本の増加が先行したことでROEが低下し、現在のPBRは1倍を下回る水準にとどまっています。これらの課題に対応するため、事業ポートフォリオの変革、資本効率の向上、株主還元の充実を一体的に推進し、持続的な企業価値の向上を目指します。

RT2026における事業ポートフォリオ変革の進捗

2026年3月期は、新紙幣関連の更新需要が一巡したことにより、国内の運賃箱関連を中心に想定通りの反動減となりました。一方で、現中期経営計画(RT2026)の基本戦略である「事業ポートフォリオの最適化」と「業績ボラティリティの低減」は着実に進展しました。

主力の輸送機器事業では、「海外事業の確立」が進展しました。米国における大型AFC（運賃収受システム）案件が売上計上フェーズへ移行するなど、海外売上比率20%以上の実現に向けて着実に進捗しています。また、国内では現金収受機器の需要減を補うべく、デジタルサイネージ(CMP)等の車内DX展開や、バスロケシステム・運行支援システムの導入実績を積み重ね、売上を順調に拡大しました。こうした取り組みにより、従来のハードウェア販売中心から継続的な価値を提供するソリューション型ビジネスへの転換が進んでいます。

さらに、自動車市場では、新車販売が停滞する厳しい市場環境の中においても、カラーEDSなどの高付加価値製品へのシフトを進め、底堅い業績を維持しました。

産業機器事業では注力分野の見直しにより増収を逃したものの、EMS分野で自動車向け基板が順調に拡大しています。

このように、2026年3月期は、海外・国内DX・EMSなどの成長領域へ資源を重点配分し、安定収益基盤への転換が進みました。その結果、当初想定を上回る底堅い売上を確保し、一部案件における受注損失リスクを吸収しながらも業績予想を上方修正するなど、事業ポートフォリオ変革の成果が現れ始めています。今後も成長分野への投資を進め、持続的な企業価値向上を目指します。

2026年3月期 決算サマリー

	RT2026目標値	2026.3期 実績
売上高	240億円	238億円
営業利益率	5%以上	5.3%
ROE	9%以上	11.2%

資本効率の向上と最適資本構成

当社は、持続的な企業価値の向上を実現するため、資本効率の向上と最適資本構成の実現に取り組んでいます。資本市場からの評価向上に向け、財務面から最適なバランスシート・マネジメントを推進します。

強固な財務基盤の維持

当社は公共交通機関向けの入札や国の政策などの影響を受けやすく、事業環境の変動リスクを伴う事業を展開しています。そのため、事業継続性を確保し、顧客への供給責任を果たすため、十分な現預金と自己資本を維持しています。

2026年3月期末のD/Eレシオは0.12倍、現預金約43.8億円が有利子負債約13.5億円を上回る実質無借金の状態にあり、安定した財務基盤を確保しています。

現預金・有利子負債とD/Eレシオの推移

	2022/3	2023/3	2024/3	2025/3	2026/3
現預金(百万円)	4,094	3,179	2,964	2,073	4,383
有利子負債(百万円)	4,521	5,479	3,108	1,778	1,354
D/Eレシオ(倍)	0.95	1.17	0.45	0.18	0.12
自己資本(百万円)	4,775	4,688	6,881	10,100	10,977

財務レバレッジの最適化

一方で、過度な現金保有は資本効率(ROE)の低下要因となります。今後は健全な財務基盤を維持しながら、成長投資や株主還元の局面では有利子負債も適切に活用し、WACCの低減とROEの向上を両立する最適資本構成を目指します。

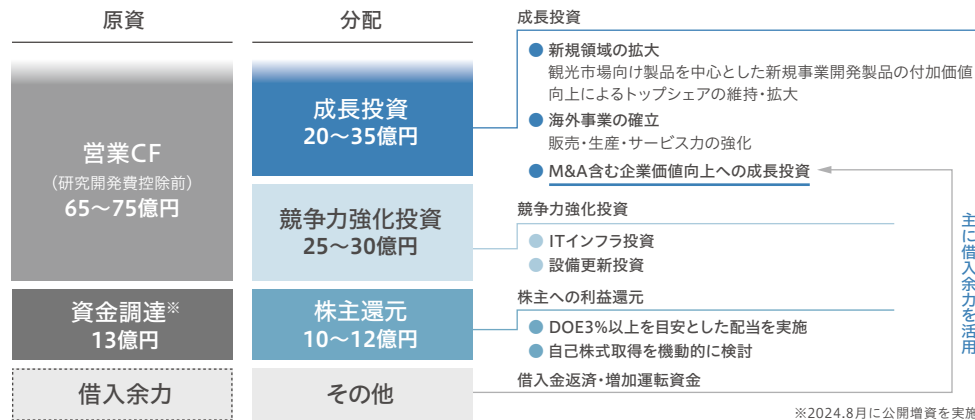
運転資本の効率化

子会社の資金管理・調達はホールディングスが一括管理し、キャッシュ・マネジメント・システム(CMS)を活用しています。日々の事業運営に必要な流動性を確保しつつ、創出したキャッシュを投資や還元へ効率的に振り向ける体制を構築しています。

財務戦略

最適資本構成に向けたキャッシュアロケーション

特需等による純資産の過度な増加を防ぎ、ROEを持続的に高めるため、現中期経営計画（RT2026）におけるキャッシュアロケーションの枠組みを上方修正しました。



新たな計画では、3か年累計で創出する営業キャッシュフロー65～75億円を原資として、以下の領域へ戦略的かつバランスよく資金を分配します。

成長投資枠(20～35億円)

M&Aやアライアンスも視野に入れ、北米を中心とする海外事業の拡大やデータ活用基盤の構築など、新規事業創出を加速します。

競争力強化投資枠(25～30億円)

生産能力の増強や社内DXを通じた業務効率改善に向けたシステム投資を推進し、安定的な収益基盤を強化します。

株主還元枠(10～12億円)

配当方針の見直しや自己株式取得により、株主還元の充実を図ります。

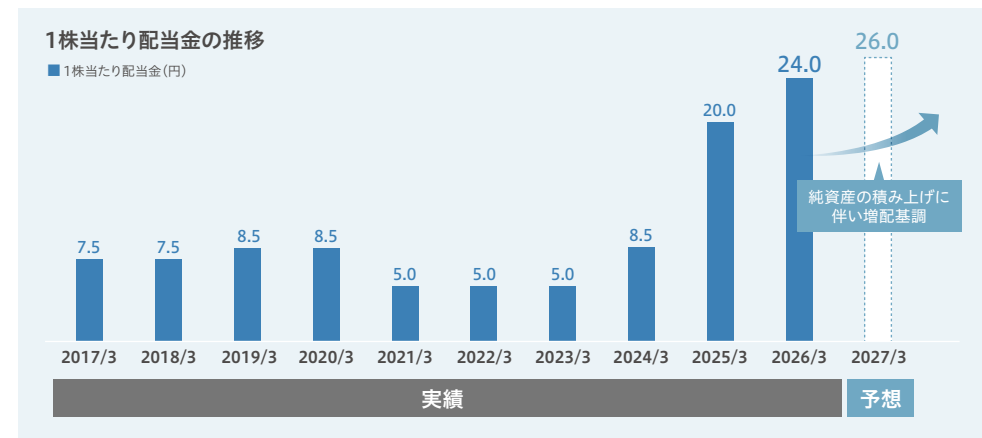
RT2026 2カ年の進捗

営業キャッシュフロー59億円等の調達資金に対し、成長投資に12億円、競争力強化投資に20億円を充当したほか、借入返済に19億円を充てました。今後も成長投資と株主還元をバランスよく実行し、中長期的な企業価値向上につなげてまいります。

株主還元の充実と自己株式取得

配当方針の進化

資本効率の向上と安定的な株主還元の両立を図るため、純資産配当率(DOE)の目標水準を従来の2%以上から3%以上へ引き上げました。この方針に基づき、2026年3月期の普通配当は24円、2027年3月期は26円への増配を予定しています。



機動的な資本政策の実施

資本効率の向上に向けた施策として、総額1億5,000万円、上限25万株（発行済株式総数の1.59%）の自己株式取得を実施しています。自己株式取得を通じて資本効率の向上を図るとともに、1株当たり利益(EPS)の向上に取り組みます。

当社は、成長投資、DOE3%以上を基準とした安定的な株主還元、機動的な自己株式取得を組み合わせ、最適な資本構成の実現を図ります。これらの取り組みを通じて資本市場からの適切な評価を獲得し、中長期的な企業価値の向上を通じて、PBR1倍超の実現を目指します。

人材戦略

人的資本経営の考え方

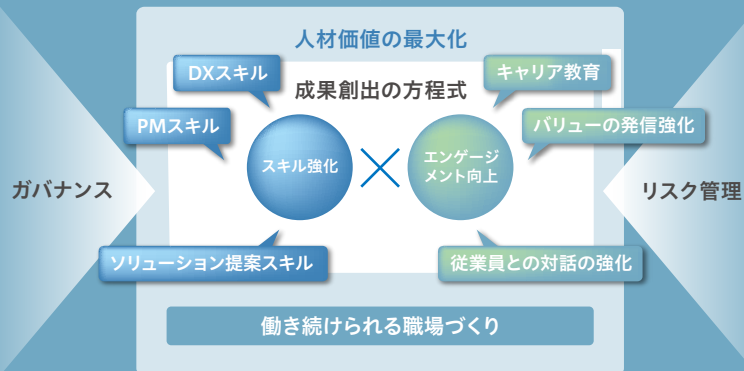
「モノ+コトへの事業構造の変革」を牽引するのは「人」とであるという考えのもと、当社は「人材価値の最大化」を人材戦略の最重要テーマに位置付けています。

その実現に向け、「スキル強化」と「エンゲージメント向上」を掛け合わせた「成果創出の方程式」を実践します。事業変革に直結する専門性や価値創造力の強化を推進すると同時に、キャリア開発や対話の徹底を通じてエンゲージメントを高め、社員の意欲と能力を最大限に引き出します。

これらの施策の盤石な土台として「働き続けられる職場づくり」に注力するとともに、戦略の確実な実行を担保する「ガバナンス」と「リスク管理」の体制を強固なものにします。

こうした人的資本への継続的な投資を通じて組織の活力を最大化し、「VISION 2030」の達成と中長期的な企業価値向上を実現してまいります。

モノ+コトへの事業構造の変革(経営戦略)



VISION2030の達成・企業価値向上

人材マテリアリティ

	項目	2024年3月期以前からの継続活動	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期(予定)
ビジネスユニットが求める人材の供給	新卒採用	・新人教育の強化	・コンセプトの刷新 「社会を支える、自分を叶える」 ・産学連携の強化	・採用マーケティングの強化 ・インターンの強化	
	キャリア採用	・リファラル採用 ・アルムナイ活動	・特定技能の受入れ	・海外・ソリューション人材の積極採用	・エネルギーマネジメントシステム事業人材の積極採用
提案型組織への変革に向けた人材開発	—	・社内公募制度 ・ITアーキテクト社内認定制度 ・社内リスキリング講習	・新人事制度の導入	・タレントマネジメントシステムの導入	・人材ポートフォリオの運用 ・サクセッションプランの運用 ・プロジェクトマネジメントの強化
従業員エンゲージメントの向上	—	・全社エンゲージメントサーベイ ・1on1の推進	・Value Awardの創設 ・パルスサーベイによる継続的な職場改善	・キャリアマップの展開	・社内ポータルを通じた発信力強化
働き続けられる職場づくり	—	・仕事と育児の両立を軸とした施策展開 ・男性社員の育休取得率の向上 ・柔軟な働き方の支援		・ライフサポート休暇の導入 ・有給取得率の向上	・健康経営の実践

		2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
ビジネスユニットが求める人材の供給	新入社員採用人数	21名	22名	17名	17名
	中途社員採用人数	47名	42名	55名	49名
	海外ビジネス従事者	45名	61名	65名	65名
提案型組織への変革に向けた人材開発	社内ITアーキテクト認定者数	—	6名	9名	9名
従業員エンゲージメントの向上	1on1満足度	67.2点	67.5点	69.3点	70.8点
	エンゲージメントスコア	—	—	—	62点
働き続けられる職場づくり	育児休暇取得後の復帰率	100%	100%	100%	100%
	男性育児休暇取得率	10%	67%	100%	100%
	有給休暇取得率	75%	69%	71%	77%

※新入社員の人数は次年度4月の入社者数

人材戦略

エンゲージメント改善に向けた取り組み

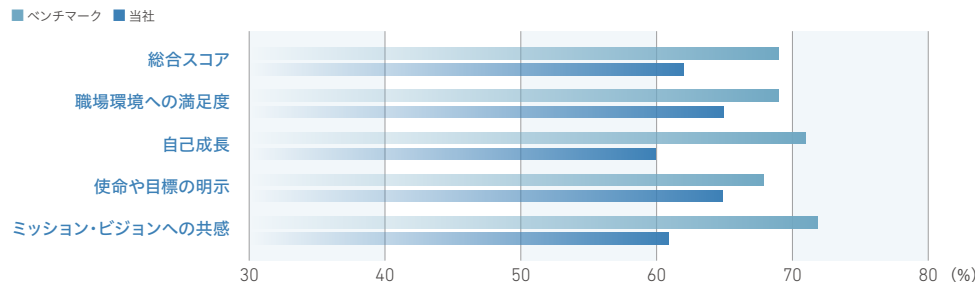
VISION2030の実現に向け、社員一人ひとりが自律的に挑戦する風土の構築を目指しています。その現在地を客観的に把握し、データに基づく組織改善をさらに加速させるため、2025年度よりアトラエ社のWevoxを本格導入し、エンゲージメントの測定・運用体制を構築しました。

サーベイの実施概要

組織状態の解像度を高めるため、2つのサイクルでサーベイを運用しています。営業や設計などの特定部門では、毎月パルスサーベイを実施し、変化をリアルタイムに把握しています。一方、年1回実施する「オーナーシップサーベイ」は全部門を対象としており、これまでGoogleフォーム等を用いて独自に行っていましたが、Wevoxの導入により、標準質問に自社独自の質問を加えた形式で実施できるようになりました。これにより、世間水準との比較と自社特有の課題抽出を両立し、より精緻なデータ分析が可能となりました。

エンゲージメントサーベイ2025

Wevox標準質問 ※昨年度よりデータ収集。企業規模を問わず同業種の平均値をベンチマークとして設定



当社独自の質問 ※2025年度より集計ツールを変更したため、単純比較は不可能

項目	肯定回答率		
	2023年	2024年	2025年
会社・部門の使命や目標は、あなたの仕事を重要なものと感じさせてくれますか？	52.1%	48.8%	47.4%
あなたは、仕事上で、職場のメンバーがオーナーシップを発揮したことを褒めたり、認めたりしていますか？	29.7%	29.4%	29.7%
あなたは仕事上で、必要に応じて自ら学び、成長する機会を作っていますか？	50.3%	48.0%	56.4%

サーベイから見た当社の課題

VISION 2030で掲げる「モノ＋コトへの変革」を完遂するには、顧客の潜在課題に踏み込み自ら主体的に価値を創出できる、エンゲージメントの高い人材が不可欠です。しかし最新のサーベイ結果から、エンゲージメントの源泉であり、主体性を引き出す前提条件となる「自己成長」「ミッション・ビジョンへの共感」「オーナーシップの承認」等が相対的に低いため、戦略実行の重大なボトルネックとなる可能性があることが見て取れます。

この課題を解消するため、社員と組織の成長ベクトルを合わせる「キャリアマップ」の展開と、日々の挑戦を称賛する「バリューアワード」を推進しています。社員が自らの仕事に意味を見出し、主体的に価値創造へ挑むサイクルを確立することで、持続的な企業価値向上を実現します。

キャリアマップの展開 キャリア教育

当社は社会インフラを支える企業として、長期的な視点で社会やお客様に価値を提供し続けることを使命としています。そのため、個人の意志(WILL)を起点とする一般的なキャリア開発ではなく、まず当社が果たすべき使命(MUST)を起点とした独自のキャリアマップを展開しています。社員一人ひとりが組織の使命を理解し、その実現に向けて自らの意志(WILL)や強み(CAN)を重ね合わせることで、個人の成長と企業価値向上の両立を目指しています。

このキャリアマップは、上司との1on1ミーティング等での活用を促進し、現場への徹底的な浸透と社員一人ひとりの納得感の醸成を図っています。制度と対話を一体的に運用することで、社員のキャリアに対するオーナーシップを引き出し、主体的な成長を後押しします。こうしたエンゲージメントの高まりが、経営戦略を確実な成果へ変換する原動力となり、「モノ＋コト」への変革を力強く押し進めます。

バリューアワードの開催 バリューの発信強化

オーナーシップを重んじる企業文化を育むため、全社員参加型の表彰制度「バリューアワード」を創設しました。当社の行動指針「1Value 4Stance」を体現した取り組みを全社で称賛・共有し、その実践を組織の当たり前として定着させることが目的です。

こうした指針が現場に根付くことで、単なる要望対応にとどまらない、深い洞察に基づいた本質的な課題解決や新たな価値の提案が当たり前のように生まれる組織へと成長します。こうした行動変容が、米国を中心とした海外事業や観光DXなどの新規領域の成長を牽引し、LTVの最大化と持続的な企業価値向上を実現します。



人材戦略

戦略実現に向けたスキル強化

当社はこれまで製品起点の営業を中心に事業を展開してきましたが、自社製品の機能やスペックに依存した受動的な提案にとどまっていることが課題となっています。

全社戦略である「モノ+コト」を推進し、VISION2030を実現するためには、顧客の潜在課題を起点とした「提案型組織」へと進化しなければなりません。現状とありたい姿のギャップを埋めるためには、組織間の役割と責任を再定義し、社員一人ひとりのスキルや思考プロセスを根本からアップデートすることが不可欠です。戦略実現の鍵となる、当社の新たなスキル強化の取り組みをご紹介します。

全社員のDXスキル底上げ DXスキル

当社は「ミライ・ワークスデザインチーム」を軸に、全社のDX推進に取り組んでいます。2030年のありたい姿からバックキャストし、AIの活用による業務効率化を推進することで、属人的な定型業務から高付加価値な業務へのシフトを目指しています。また、社内ポータルサイトを通じたAI活用事例の共有や情報発信により、全社員の関心と実践を促進しています。こうした取り組みを通じて、一人ひとりがテクノロジーを自在に活用し、顧客の潜在課題を解決できるDX人材を組織全体で育成していきます。

ITアーキテクト

当社の「ITアーキテクト制度」は、経営課題を解決する高度IT人材の育成を目的としています。審査を経て認定されたアーキテクトには最大で月額10万円の手当を支給し、その活躍を強力に支援しています。本制度の最大の特徴は、審査による詳細なフィードバックを通じた人材育成にあります。技術的な評価だけでなく、事業全体を見据えた視点や、他部門を巻き込むリーダーシップの醸成が促されることで、個人の自律的な成長と、組織全体の推進力向上という確かな成果につながっています。

審査員の声

審査の現場では、高い目標に挑む若手・中堅の姿に私自身も刺激を受けています。一方で、難易度の高い専門スキルの習得には、個人の意志だけでなく、組織として挑戦機会（業務）を与える支援が不可欠です。私も現場でともに働くアーキテクトとして、主体的に未来を創ろうとする専門人材の輩出を後押ししていきます。



レシップ株式会社 AFC開発部 システムアーキテクト 清水国樹

ソリューション営業力の強化 ソリューション提案スキル

「モノ売り」のメーカー営業から脱却し、顧客の課題解決を担う「ソリューション営業」へのシフトに向けた人材のスキル強化を推進しています。具体的には、自社製品起点の「Product-Out」から顧客課題起点の「Market-In」へと視点を転換するため、営業現場における期待行動の言語化・型化を進めるとともに、研修などを通じた実践的な教育に着手しています。

具体的な施策

求めるスキルの定義と行動の型化	ソリューション営業としての期待行動を言語化し、Salesforce等のシステムを用いて標準化することで、営業スキルを習得しやすい土台を作ります
実践的な教育プログラムの提供	外部講師を招き、顧客の本質的な課題を引き出して解決策を提示するための具体的な教育に取り組みます
評価制度のアップデート	習得したスキルが実際の行動として発揮されるよう、個人の目標設定や評価方法の変更といった制度設計を進めています

プロジェクトマネジメント人材の育成 PMスキル

営業部門が付加価値の高い提案活動に専念できるよう、受注後プロセスの役割を再定義し、その実現を担う新たなプロジェクトマネジメント組織や、専門職位として「プロジェクトマネージャー」のポジションを新設しました。今後はプロマネのコンピテンシーの確立や案件を通じた実践を重ねることで、プロジェクトを牽引する専門人材を育成していく方針です。

具体的な施策

専門職位 「プロジェクトマネージャー」の新設	「不確実性の制御とデリバリーの完遂」に責任を持つ専門職のポジションを新たに定義し、キャリアパスとして明確化しました
専門組織の新設を通じた育成基盤の構築	開発部門内に「カスタマーリレーション部」を立ち上げ、専門スキルの育成とノウハウの共有に集中できる体制を整備しました
OJTとOff-JTを連動させた実践的育成	新設した「カスタマーリレーション部」を育成基盤とし、体系的な研修(Off-JT)と実践(OJT)を連動させた実践的な能力開発を行います

人材戦略

生産性を最大化する職場へ 働き続けられる職場づくり

当社は、「法令遵守の徹底(守り)」と「業務効率の最大化(攻め)」の両立を通じて、生産性の高い組織づくりを目指しています。

その実現に向けて重要なのは、社員一人ひとりが心身ともに健康で、安心して働き続けられる環境です。健康で活力ある社員が高いパフォーマンスを発揮し、その力を事業成長へとつなげる。この好循環を生み出すため、当社では健康経営の推進と働きやすい制度整備に取り組んでいます。

主な取り組み

1 心身の健康づくりの推進

社員の健康は、企業の持続的成長を支える重要な経営資源です。健康支援の充実に取り組み、活力のある組織づくりを推進します。

取り組み実績

- 特定保健指導の徹底
- 人間ドック受診の補助拡充

2 ワークライフバランス

適正な労働時間の管理と業務効率の向上を両立させ、長時間労働を未然に防ぐ仕組みづくりを推進しています。

取り組み実績

- 残業時間の計画差異を毎月可視化し、現場と連携した労働時間の適正化を推進
- 有給休暇取得率の向上

3 ダウンサイドリスクの低減

育児や病気など、ライフイベントによる離職リスクを防ぐ環境を整備しています。

取り組み実績

- テレワークや在宅勤務制度の活用による柔軟な働き方の推進
- ライフサポート休暇の導入

不測の事態に備える「ライフサポート休暇」の導入

不測のライフイベントに直面しても安心してキャリアを継続できるよう、新たに「ライフサポート休暇制度」を導入しました。失効する有給休暇を積み立て、自身や家族の病気、介護などの際に活用できる仕組みです。社員の多様なライフステージに寄り添い、優秀な人材の離職リスクを未然に防ぐとともに、心理的安全性の高い職場環境を提供することで、中長期的なエンゲージメントの向上を確かなものにします。

男性育休の推進

男性社員の育児参加を積極的に支援するため、育児休業制度の拡充と取得しやすい環境づくりを進めています。配偶者の出産に伴う特別休暇を従来の2日から5日へ延長したほか、法令改正に合わせ、休業期間中も柔軟に就業できる「使いやすい制度設計」へと見直し、長期間の育休取得を後押ししています。さらに、取得対象者向けの専用情報サイトの開設や、管理職(上長)向けの説明会を実施することで、周囲の理解を深め、性別を問わず仕事と育児を両立できる心理的安全性の高い企業風土を醸成しています。

今後の取り組みについて

誰もが誇りを持って「魅力」を語りたくなる企業を目指して

当社の人事制度は、普遍的な原理原則を軸に「人的資本可視化指針」や他社の先行事例を導入し、奇をてらわない着実な設計と運用を心掛けてきました。現在、経営戦略の実現に向けた採用、育成、エンゲージメント、労務管理の各領域は、個々の課題に向き合いながらも総じて順調に推移しています。数値面もこの歩みを裏付けており、徐々に開示に足る成果として結実しつつあります。

とりわけエンゲージメント領域では、一昨年より導入したエンゲージメント解析ツール「Wevox」を多方面で活用しています。同業他社とのベンチマーク比較による当社の特徴把握や、スコアを左右するキードライバーの特定など、データに基づく現状分析が進んでいます。現在は、これらのデータを活用しながら毎月各現場の管理職とコミュニケーションを図り、組織改善を推進しています。さらに人事としても、キャリア教育の充実や社内情報発信の強化など、具体的な施策展開へとつなげています。

企業の本質は、今も昔も「人」にあります。だからこそ当社は、未来を担う優秀な人材を引き付ける存在でありたいと考えます。そのためには、人事の努力だけでなく、今いる社員やパートナー企業の皆様が、当社の魅力を誇りを持って語ってくださることが不可欠です。つまり、周囲の誰もが語りたくなるほど、当社自身が本質的に魅力的な存在でなければなりません。

皆様に当社を魅力的に語っていただくために、最も重要なのは「互いの信頼(=心理的契約)」です。一人ひとりの想いを決して外さず、この信頼関係を強固にしていくことこそ、今後の人事戦略において最も重視していく方針です。



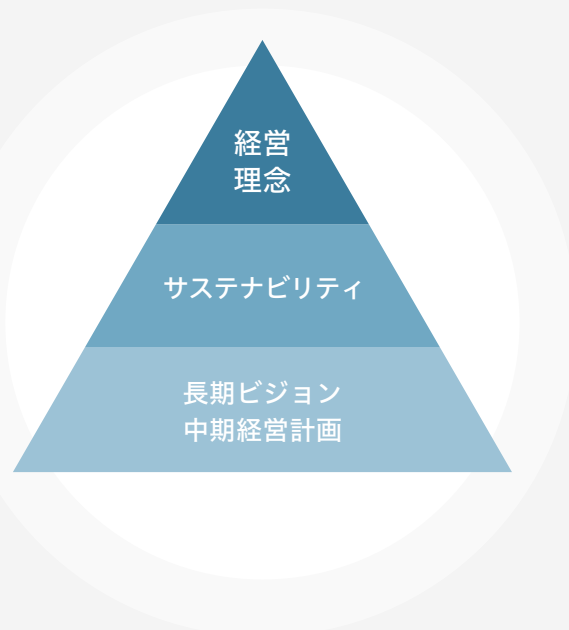
執行役員(人事企画担当)兼人事部ディレクター

野田 篤史

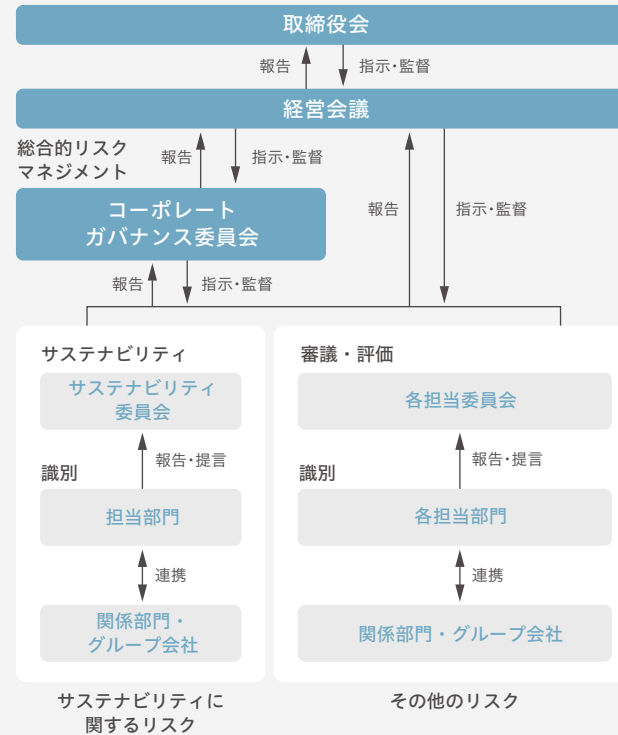
サステナビリティ経営

「快適な日常を実現する」ために

レシップグループは、経営理念のもと、持続可能な社会の実現と企業価値の向上に取り組むため、マテリアリティを特定し、事業戦略とサステナビリティ課題・目標を一体化しました。これらのマテリアリティのもと、長期ビジョン、中期経営計画に基づいた事業展開を行うことで、レシップグループの強みを活かした新たな価値創造による社会課題の解決を目指します。



サステナビリティ推進体制

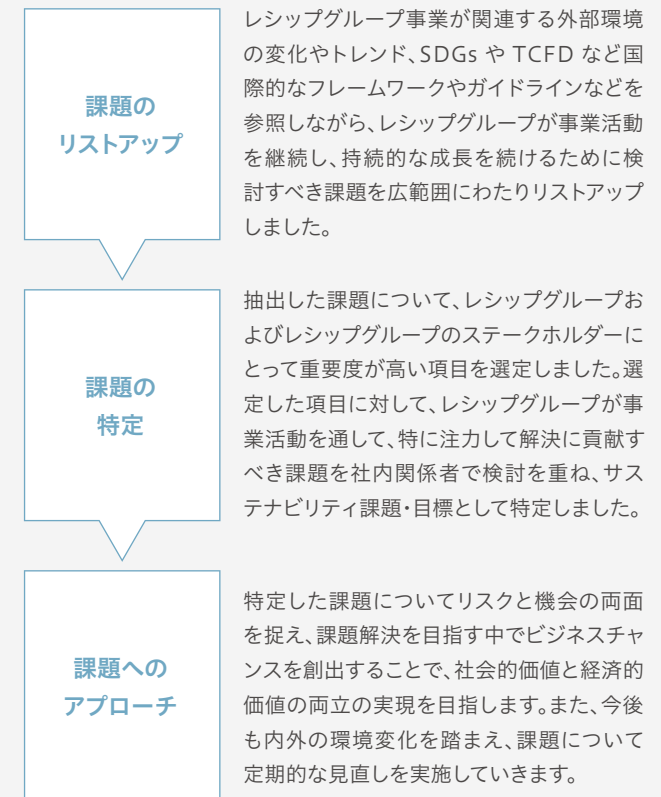


レシップグループは、2022年4月に執行役員を委員長とするサステナビリティ委員会を設置し、グループ全体のサステナビリティに関する推進体制を強化し、取り組みを進めています。グループ全社よりメンバーが参加し、レシップグループにとって重要な課題であると認識するサステナビリティに関するリスク・機会に対し、具体的な活動を議論・決定するために、必要に応じた頻度で会議体を開催しています。重要な案件については、サステナビリティ委員会より、経営会議および取締役会に上申し、経営方針の策定・経営判断に取り入れています。

マテリアリティの特定

レシップグループは、取り組むべきマテリアリティについて以下のプロセスで分析を行い、特定しました。特定したマテリアリティについては、今後も適宜見直しを行っていきます。

マテリアリティ特定プロセス



サステナビリティ課題・目標(マテリアリティ)

マテリアリティ(課題)		主な施策	関連するSDGs
使いやすく持続可能な 輸送システムの提供	・公共交通の利便性向上 ・キャッシュレス化の推進 ・運転士の負荷軽減への貢献	・バスロケーションシステムのラインナップ拡充 ・現金以外の新たなチケットシステムの開発 ・乗務員支援システムの機能拡充と導入数拡大 ・利用者向け情報システム・乗務員支援システムの多言語化 ・路線バス収入データ等の可視化	 
脱炭素社会への貢献	・エネルギーマネジメントシステム事業の育成 ・再生可能エネルギーの活用推進 ・製品の小型・軽量化、低CO₂化 ・温室効果ガス排出量の削減	・蓄電、充電技術を活用した新製品の開発 ・社内太陽光発電設備への投資、社有車のEV化 ・環境負荷を意識した製品設計 ・生産性の改善によるエネルギー消費量削減 ・サプライヤーとの協調による排出量削減 (Scope1,2)	  
持続可能なものづくり	・環境負荷物質の削減 ・製品の品質向上 ・サプライヤーとの関係構築 ・地域社会との共生	・環境設計ガイドラインに基づいた製品開発 ・品質マネジメントシステムの運用による信頼される製品の提供 ・グリーン調達ガイドラインの実施 ・地域との交流による相互理解の促進	  
企業の成長を支える 人材の確保・育成	・ビジネスユニットが求める人材の供給 ・提案型組織への変革に向けた人材開発 ・従業員エンゲージメントの向上 ・働き続けられる職場づくり	・選び選ばれるための採用マーケティングの強化 ・人材ポートフォリオおよびサクセッションプランの運用 ・「1Value 4Stance」および期待行動の浸透 ・エンゲージメントサーベイ結果の継続的改善 ・当社におけるWell-beingの定義付けと実践	  
高い企業倫理を 徹底するための体制づくり	・誠実で公正な事業活動 ・コーポレート・ガバナンスコードを活用したガバナンス強化 ・情報セキュリティの強化	・社内規定の整備とコンプライアンス意識の向上 ・改訂コーポレート・ガバナンスコードへの対応 ・ISMSの運用によるセキュリティ体制の強化	

環境への取り組み

レシップグループ環境VISION

サステナブルな社会の実現に向けて、
地球環境に配慮した魅力あふれる製品とサービスを提供します。

製品ライフサイクル全体で

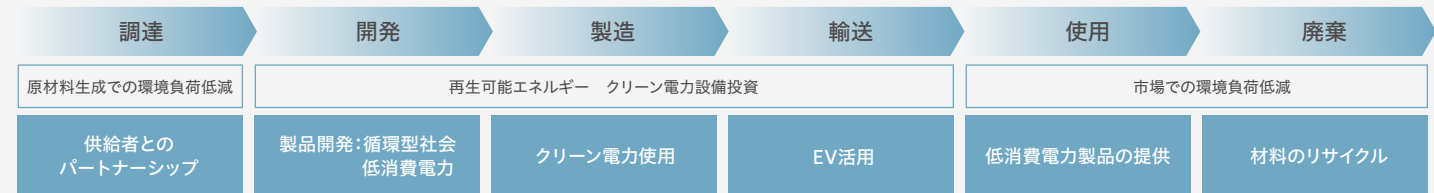
環境に配慮し、
サステナブルな社会の
実現に貢献します。

品質保証本部長
兼 品質管理部 ディレクター

田中 徹

レシップグループでは製品ライフサイクルの各プロセスを通して、一貫して環境に配慮した活動を展開しています。上流工程では、供給者様と開発部門との協力により低CO₂材料・環境負荷物質フリー材料・リサイクル材料への転換を進め、下流工程では低消費電力製品の開発を進めています。製造工程においては、不良撲滅による材料ロス低減と共に製造工程における燃料や電力の使用を抑制し、環境にやさしいものづくりに努めています。さらにレシップグループでの部品のリユーズや材料のリサイクルを確実なものにするために販売した製品の回収を進めています。また、ハードウェアのみならずEV充電支援システム、運行最適化支援システム、ダイヤ編成システムのような既存ビジネスの知見を活かしたサービスを提供することにより、持続可能な公共交通に貢献するサービス開発に取り組んでいます。これら徹底した環境に配慮した活動や持続性を実現するサービスの提供を通して環境にやさしいサステナブルな社会の実現に貢献していきます。

各プロセスにおける環境に配慮した事業活動の推進



レシップグループではライフサイクルの各プロセスを通して一貫して環境に配慮した活動を展開しています。上流においては、供給者とのパートナーシップを強化し、供給者のカーボンニュートラル推進に協力すると共に、CO₂排出量の少ない材料・環境負荷物質の削減材料への転換を進めています。製品開発においては、CO₂排出量の少ない材料・環境負荷物質の削減材料を使用した製品開発、下流工程でのCO₂排出を抑えるためにより消費電力の少ない製品開発を進めています。さらには循環材料を積極的に使用すると共にリサイクルしやすい構造を意識した設計を進めています。生産活動においては、事業所に太陽光パネルの設置を進め、2030年度には生産活動の使用電力の30%を太陽光パネルの発電電力に置き換えます。さらには次世代クリーン電力の導入やクリーン電力の購入により事業活動からのCO₂排出ゼロを目指しています。事業活動・製品輸送においては、燃焼燃料ゼロを目指し社有車のEV化を進めると共に、物流業界の改革に対応した輸送体制への転換を進めていきます。こうした活動を通して、サプライチェーン／ライフサイクル全体を通じたCO₂排出量ゼロを目指すとともに、環境負荷を低減した製品を供給することにより地球環境保全に取り組んでいきます。

中期経営計画RT2026期間でのサステナビリティ活動

製品開発



レシップグループの製品開発においては、環境負荷低減を進めます。

- 製品の低消費電力化
- リサイクル可能な製品設計
- リサイクル材の積極的な使用
- 環境負荷物質の非含有化

生産・ビジネス活動



レシップグループではカーボンニュートラルを目指し積極的に設備投資を進めます。

- 空調設備での燃焼燃料ゼロを目指した設備投資
- 次期中期経営計画に向けた再生可能エネルギー設備の設置プラン作成
- 2030年度までにScope1の半減を実現させます。(2021年度比)
- 2030年度までに再生可能エネルギー率30%以上を目指します。

パートナーシップ



レシップグループは、積極的な情報公開とコミュニケーションの充実を図ります。

- CDPを通じたカーボンニュートラルへの取り組み情報の公開
- 地域に根差した生物多様性保全活動への積極的な参画

カーボンニュートラルに向けて

TCFD提言に基づく気候変動関連の情報開示

レシップグループは2021年10月に「気候関連財務情報開示タスクフォース（以下、TCFD）」の提言に賛同することを表明しました。以下の4項目について、引き続き情報開示を推進していきます。

ガバナンス

- 取締役会による監督体制として、所管する社内重要会議体で審議した気候関連の課題と対応について、年1回以上経営会議を通じた報告を受け、取締役会において審議の上、決議。
- 品質担当執行役員を委員長としたサステナビリティ委員会を設置。気候変動等による事業リスク・機会の共有や対策の検討、企業情報開示についての方針検討・決定・進捗管理を実施。
- 品質担当執行役員を委員長とした品質環境委員会を設置。品質や環境の維持管理とグループに変わる品質・環境問題の解決の推進を実施。

戦略

- 国内グループ会社の輸送機器事業および産業機器事業を対象に、分析対象を2030年と設定し、事業活動に対して気候変動が及ぼす影響評価を実施し、事業活動に与える影響を分類。
- 輸送機器事業では、マイカー保有の規制強化により自動車生産台数は減少する一方、公共交通の利用が推奨され公共交通の利便性が求められる。産業機器事業においては、電動化ニーズの高まりにより、製品の省電力化および電力変換の高効率に対する需要が高まることを機会と認識した。
- 事業全体のリスクとして、原料・資源の価格高騰、災害の激甚化による工場の稼働停止等への対応の検討が必要であると認識した。
- これらの機会・リスクを、中期経営計画および長期ビジョンの事業戦略の中で、対応を行う。

指標と目標

- 2050年度までにカーボンニュートラルを実現することを目指し、そのマイルストーンとして2030年度までの削減目標を設定。
- 2030年度までに、Scope1,2の削減。

リスク・機会		影響
リスク	政策・法規制の変化	- 炭素税の導入による原材料等調達コスト・物流コストの増加 - 化石燃料を使用した車両保有規制の強化、燃料価格の上昇に伴う顧客の設備投資抑制 - グリーン電力購入に伴う電力調達費用の増加
	変化する顧客行動	環境に対する顧客意識の変化による環境対応（省電力・省資源等）製品の需要増加および対応の遅れに伴う機会損失
	異常気象の激甚化	- 物流網の寸断による調達・製造能力の低下 - 異常気象による工場稼働停止
機会	電動化の推進	- 自動車・産業車両（フォークリフト、AGV）のEV化が進むことによる、既存製品の置き換えやEV向け製品のビジネス機会の拡大 - エネルギー効率を高めた充電器の需要増加、効率運用へのニーズ増加充電器・蓄電池の活用範囲の拡大
	公共交通利用の推進	- 公共交通の利用が推奨されることによる利用客数の増加に伴う設備投資の増加 - MaaS関連ビジネスの機会拡大 - 公共交通網の維持・充実に対する公費投入 - 公共交通の効率的な運用（キャッシュレス・運行管理負担軽減等）に対するニーズの増加

※国際エネルギー機関(IEA)および気候変動政府間パネル(IPCC)などを参照し、シナリオ分析を実施

リスク管理

- 気候変動に関する事項を所管する担当部門が、社内関係部門やグループ会社と連携して状況の把握を行い、サステナビリティ委員会またはその他の社内重要会議体にて報告・提言。
- 識別されたリスクと機会については、経営会議を通じて取締役会に報告。（年1回以上）
- サステナビリティ委員会およびその他社内重要会議体は、必要に応じて、コーポレートガバナンス委員会に報告・提言を行う。
- 取締役会は、サステナビリティ委員会およびその他社内重要会議体等から気候変動に関するリスク管理の状況と対応を含む統合的リスク管理の状況と対応について報告を受け、監督を行う。

カーボンニュートラルに向けて

レシップグループでは2050年のカーボンニュートラルに向けて、計画的に使用燃料の削減、使用電力量の削減、再生可能エネルギーへの転換を進めています。

1 Scope1の削減に向けての取り組み(燃焼燃料の削減)



ガソリン使用量の削減

輸送・移動手段の環境配慮車両(EV/HV)への置き換え

- 2025年度・岐阜本社1台のガソリン車をEVへ
 ・全国営業車のうち3台をガソリン車からHVへ
 ・全社員に向けたエコ運転の意識メッセージ



空調機の置き換えガス式から電気式へ

2024年度・第4工場の空調をガス式から電気式へ
 新第1工場は最初から電気式を導入

2028年度・第3工場の空調をガス式から電気式へ

この結果、2030年度にはガス消費量を限りなくゼロに近づけます。

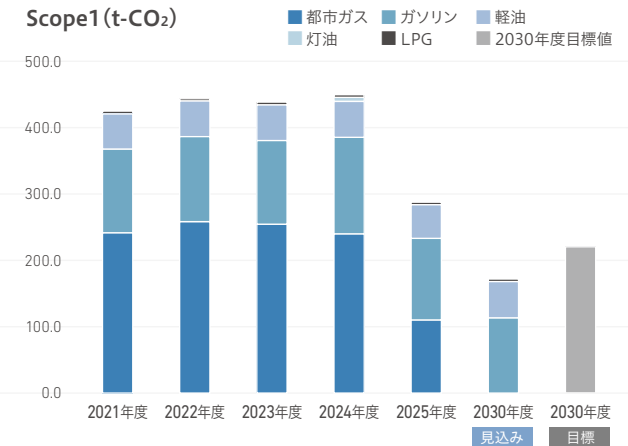
今後の取り組み予定

空調については、順次ガス式から電気式へ
 ガソリン車については、順次EV/HVへ
 Eco運転啓蒙活動

2025年度・岐阜本社EV/HV1台導入
 2026年度以降も・EV/HVへの展開を継続



Scope1 (t-CO₂)



2 購入電力量の削減



2024年8月までに450kW出力の太陽光パネルの設置を完了し、稼働させました。この結果、2025年度実績で539MWhが再生可能エネルギーに置き換わり、227t-CO₂の削減を実現しています。

さらに、既存建屋の天井に太陽光発電設備を設置し、再生可能エネルギー率の増加を検討しています。

また、積極的に節電設備の導入を行い、空調電力の削減、送電ロス削減を進め、2030年度の目標達成を目指しています。

更なるScope2削減に向けて

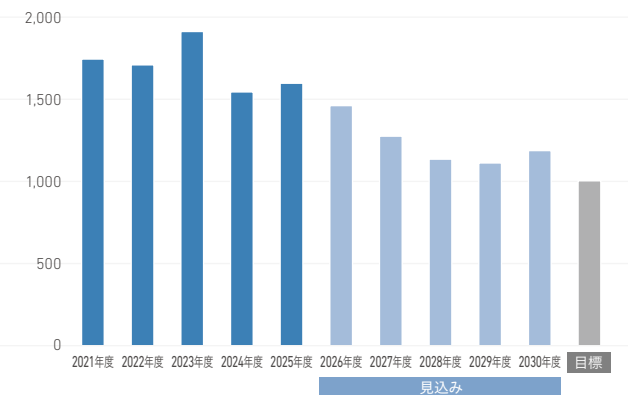
- ・非常用蛍光灯設備をLED化
- ・オフィスエリアの節電意識高揚消費電力低減効果を期待
- ・稼働中の設備について、定期的に低消費電力生産設備・試験設備への更新

今後の取り組み予定

2025年度・節電設備「Ai Glies」の導入
 2026年度・節電設備「ecomio」の導入
 2027年度・第2工場天井太陽光発電設備
 2028年度・第3工場天井太陽光発電設備
 2029年度・第4工場天井太陽光発電設備



Scope2 GHG排出量 (t-CO₂)



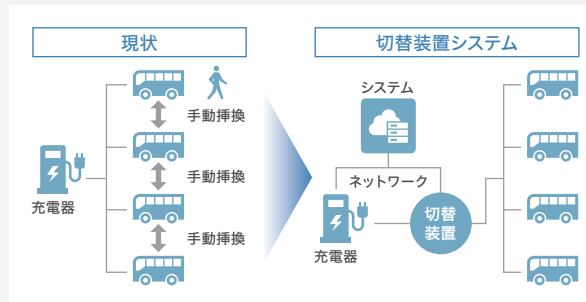
サステナブルな社会の実現に向けて

EV向け充電制御システムの開発

EV化が進む中、レシップグループでは充電の効率化に貢献する充電制御システムを開発しました。切替装置とクラウド監視サービスを組み合わせることで、夜間の時間帯を利用し、1台の充電器で複数の車両に充電を行うことができるようになります。これにより、契約電力の増加の抑制・夜間作業ゼロを実現します。2口の充電器1台を設置することで、路線バスであれば最大4台、乗用車であれば、最大8台（切替装置は2台使用）を夜間に充電することが可能となり、EV化の一助となるシステムです。



EVバス



リサイクル材の採用

レシップグループではサーキュラーエコノミー時代の到来を想定し、樹脂のリサイクル材の採用に積極的に取り組んでいます。日本国内でも法制化が進むと想定される自動車に対するリサイクル樹脂の利用についての対応を進めています。また、バス・トラック向けの灯具について、リサイクル樹脂の採用検討を行い、2027年度に上市を目指しています。

低CO₂製品の開発

レシップグループでは全社活動として製品をご利用いただくお客様でのCO₂排出量を削減する「低CO₂製品」の開発を進めています。2025年度はバス運賃表示器の低消費電力製品へのリニューアルを行い、本製品のライフサイクルの中で1台当たりCO₂排出量8t-CO₂の削減を実現しました。車載機器については、低消費電力化が進んでおり、効果が少なくなっていますが、引き続きCO₂削減製品の上市を継続していきます。

サステナビリティ講演会

レシップグループでは、経営層および管理職を対象としたサステナビリティ講演会を毎年開催しています。2025年度は「多角化するサステナビリティ経営」をテーマに、「脱炭素からネイチャーポジティブ・サーキュラーエコノミーへの移行」について専門家をお招きし、講演をいただきました。



サステナビリティワークショップ

実践的な取り組みとして、部門横断メンバーによるサステナビリティ・ワークショップを年3回開催しました。気候変動、生物多様性、サーキュラーエコノミーについて、国内外の取り組み事例や各国の法規制を学ぶとともに、バックカasting思考で「5年後のレシップグループが実現したい未来」を描き、当社ならではのサステナブルな事業アイデアの創出を行いました。次年度も継続してワークショップを開催し、社員一人ひとりが社会課題を自らの業務と結びつけ、持続可能な社会の実現に貢献できる人材育成に取り組んでいきます。



ステークホルダーとの関わり

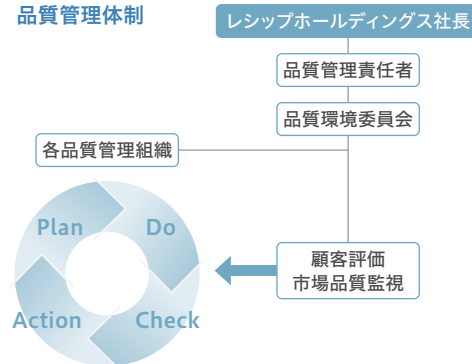
お客様との関わり

品質方針

顧客視点での品質の在り方を念頭に、お客様の期待に応えられる製品およびサービス品質レベルを達成すべく常に改革にチャレンジします。

レシップグループでは、品質環境システムを構築・運営をし、品質維持向上に努めています。その中で、特に重要な、お客様の声や要望に耳を傾け、開発する製品・サービスに積極的に反映する取り組みを実施しています。

品質管理体制



取引先との関わり

基本方針

取引先様とのコミュニケーションを充実させ、品質向上・カーボンニュートラルの実現・環境負荷物質の削減に向けた活動を展開します。

レシップグループでは、持続可能な社会・環境の実現に向けて、自社のみならず、取引先様と連携を取りながら、QCDS（Quality, Cost, Delivery, Safety, Environment）の実現に向けた活動を継続していきます。

人権の尊重

レシップグループの行動憲章において、サプライチェーンに対する人権尊重の働きかけを行う旨を定め、グローバル企業としての社会的責任を強く認識し、サプライチェーンに対しての労働環境改善などの働きかけや、社内での必要な教育の実施に努めています。

レシップグループ行動憲章

抜粋（人権の尊重）

すべての人々の人権を尊重する経営を行う。強制労働、児童労働を認めず、また、若年労働者を健康や安全が危険にさらされる可能性がある業務に従事させることを認めない。

地域社会との関わり

地域社会の一員として、近隣の児童・生徒向けの工場見学・職場体験や、環境保全活動および工場近隣の清掃活動、地域の皆様との交流などの地域貢献に取り組み、市民社会のパートナーシップを推進しています。



清掃活動

株主との対話

中長期的な企業価値の向上を図るために、株主・投資家の皆様との建設的な対話に取り組むことが重要であると考えています。投資判断に必要な情報の適切な開示と理解促進のため、情報開示の充実に努めています。26年3月期は、年2回の決算説明会、年2回の株主報告書の発行、統合報告書の発行、機関投資家との個別ミーティングに加え、当社初となる株主向け工場見学会を開催しました。2025年に稼働した新工場を含む生産拠点をご見学いただき、ものづくりへの取り組みや事業への理解を深めていただく機会となりました。



株主向け工場見学会

ディスクロージャーポリシー

情報開示の基準

当社は、会社法、金融商品取引法および証券取引所の定める適時開示規則に沿って、情報開示を行っております。また、適時開示規則に該当しない情報であっても、当社への理解をより深めていただけるよう有用な情報提供を行い、「透明性の確保」に努めてまいります。

コーポレート・ガバナンス

取締役 (2025年6月25日現在)



代表取締役社長
1 杉本 眞
SUGIMOTO Makoto

専務取締役
2 三井 絃子
MITSUI Hiroko

常務取締役
3 品川 典弘
SHINAGAWA Norihiro

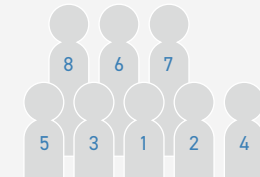
取締役
4 岩佐 幸治
IWASA Kouji

取締役
5 北野 元昭
KITANO Motoaki

取締役 監査等委員
(社外)
6 四井 清裕
SHII Kiyohiro

取締役 監査等委員
(社外)
7 山口 美和
YAMAGUCHI Miwa

取締役 監査等委員
(社外)
8 谷田部 麻美子
YATABE Mamiko



スキルマトリックス

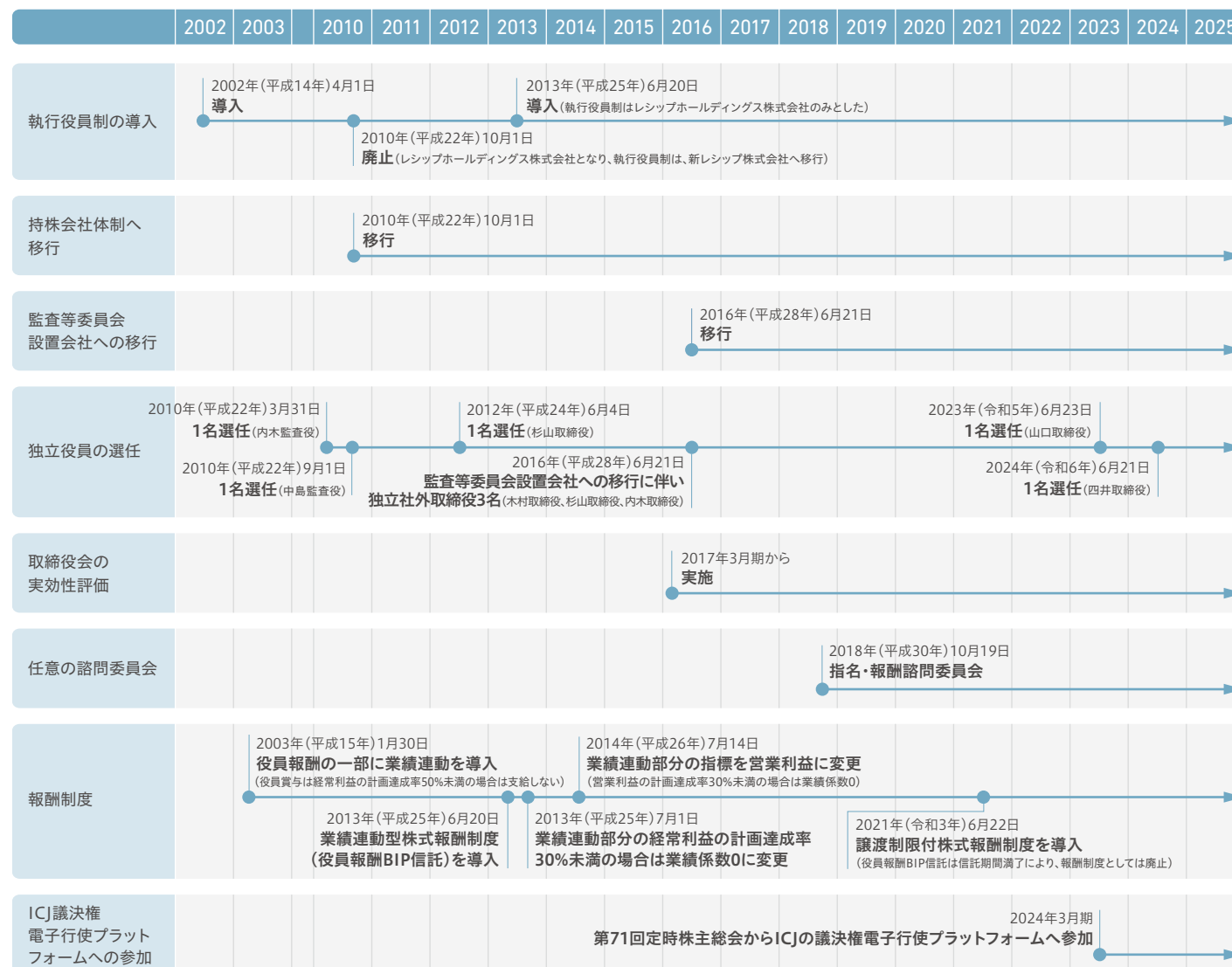
スキルマトリックスは、取締役会が監督機能を発揮するために、各取締役の知識・経験・能力といった「スキル」と「多様性」の組合せを一覧表にまとめたものです。その目的は経営戦略に照らして企業が必要とする取締役の知識・経験・能力と、各取締役の知識・経験・能力とを対照させ、取締役会全体としてバランスの取れた構成であることや経営戦略に合致した取締役選任の適切性を開示することにあります。

レシップグループは、知識・経験および能力等のバランス並びに多様性に配慮して取締役候補者を指名しています。レシップグループの各取締役のスキルマトリックスは、右記の通りです。

	経営	財務・会計	法務・リスク・コンプライアンス	グローバル	営業・マーケティング	DX・デジタル	サステナビリティ・ダイバーシティ	人事・労務	研究・開発
杉本 眞	●	●		●	●	●	●	●	
三井 絃子	●			●	●	●	●	●	
品川 典弘	●	●	●	●		●	●	●	
岩佐 幸治	●		●	●	●	●			●
北野 元昭	●				●	●			
四井 清裕		●	●						
山口 美和	●				●	●	●		
谷田部 麻美子	●		●	●			●	●	

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス強化の変遷



政策保有株式

1. 政策保有株式に関する方針

レシップグループは、事業戦略や取引先との事業上の関係等を総合的に勘案し、中長期的な企業価値の向上に必要な場合に、限定的に政策保有株式として保有しております。その必要性の判断は適宜見直しを行い、意義が不十分、あるいは資本政策に合致しない保有株式については縮減を進めます。

定期的な見直しについては、取締役会で毎年、政策保有している上場株式について、保有による便益やリスクが資本コストに見合っているか等の項目を個別具体的に精査、検証し、その概要を開示します。

レシップグループは、2025年5月開催の取締役会において検証を実施した結果、保有する全ての銘柄について保有の合理性があることを確認しました。ただし、政策保有株式に関する方針に則り、保有の合理性が確認された株式についても、事業戦略や取引先との事業上の関係等を考慮しつつ、意義が不十分、あるいは資本政策に合致しない保有株式については、縮減を進めていきます。

2. 政策保有株式に係る適切な議決権行使を確保するための基準

レシップグループは、政策保有株式に係る議決権の行使について、画一的な基準で賛否を判断するのではなく、当該投資先企業の経営方針・戦略等を十分尊重したうえで、中長期的な企業価値の向上につながるかどうか等の視点に立って判断しております。

取締役会の実効性評価

当社は2017年3月期より、取締役会の実効性向上のため、毎年以下の通り評価を実施しており、評価の結果を踏まえた継続的改善を図っております。

評価の方法	アンケートによる自己評価
評価対象者	社外を含む全ての取締役
評価項目	①取締役会の構成と運営 ②経営戦略と事業戦略 ③企業倫理とリスク管理 ④経営陣の評価と報酬 ⑤株主等との対話

結果の概要

調査項目について概ね適切であり、実効性は確保されているとの評価がされています。取締役会での議論を活性化するために社外役員への情報提供の充実化を図るなど、今後のさらなる実効性向上に向け改善に取り組んでまいります。

独立社外取締役の独立性判断基準

独立性判断基準

レシップグループは、東京証券取引所が定める独立性基準に加え、以下の各要件のいずれかに該当する者は、独立性を有しないものと判断しております。

- (1) 当社又は当社子会社（以下、「当社グループ」という）を主要な取引先とする者^{※1}又はその業務執行者
- (2) 当社グループの主要な取引先^{※2}又はその業務執行者
- (3) 当社グループから役員報酬以外に多額の金銭^{※3}その他の財産を得ているコンサルタント、会計専門家又は法律専門家（当該財産を得ている者が法人、組合等の団体である場合は、当該団体に所属する者をいう。）
- (4) 最近^{※4}において次の1.から3.までのいずれかに該当していた者
 1. (1)、(2)又は(3)に掲げる者
 2. 当社の親会社の業務執行者又は業務執行者でない取締役
 3. 当社の兄弟会社の業務執行者
- (5) 次の1.から5.までのいずれかに掲げる者（重要でない者を除く。）の近親者
 1. (1)から前(4)までに掲げる者
 2. 当社の兄弟会社の業務執行者
 3. 当社の子会社の業務執行者
 4. 当社の子会社の業務執行者
 5. 最近において前2.又は当社の業務執行者に該当していた者
- (6) その他、一般株主との間で利益相反が生じるおそれのある者

※1：「主要な取引先とする者」とは、直近2026年3月期における取引金額が、当該その者の年間連結総売上高の2%以上の者をいう。
 ※2：「主要な取引先」とは、直近2026年3月期における取引金額が、当社グループの年間連結総売上高の2%以上の取引先をいう。
 ※3：「多額の金銭」とは、その価額の総額が、過去3年間の平均で、1,000万円を超えるときをいう。
 ※4：「最近」とは、過去3年のいずれかの時点をいう。

指名・報酬諮問委員会の独立性に関する考え方・権限・役割

レシップグループは、代表取締役、取締役、執行役員等の指名および取締役の報酬等に係る取締役会の機能の独立性・客観性と説明責任を強化することを目的として、取締役会の下に指名・報酬諮問委員会を設置しております。

指名・報酬諮問委員会は、委員5名以上で構成し、その過半数は独立社外取締役で構成しております。

指名・報酬諮問委員会は、取締役会の諮問に応じて、以下の事項について審議をし、取締役会に対して助言・提言を行います。

- (1) 取締役の選任および解任に関する株主総会議案
- (2) 代表取締役社長（最高経営責任者）の選任および解任ならびにその後継者プラン
- (3) 前号以外の代表取締役の選任および解任
- (4) 執行役員の選任および解任
- (5) 独立役員の独立性の基準
- (6) 前各号を決議するために必要な基本方針、規則および手続等の制定、変更、廃止
- (7) その他、前各号に関して指名・報酬諮問委員会が必要と認めた事項
- (8) 取締役および執行役員の個人別の報酬等の内容に係る決定に関する方針（業績連動型報酬についてのリンク対象となる業績等の指標の選定および株式関連報酬の付与基準等を含む。）
- (9) 取締役および執行役員の個人別の報酬等の内容
- (10) 前2号を決議するために必要な基本方針、規則および手続等の制定、変更、廃止
- (11) その他、取締役および重要な使用人の報酬等に関して指名・報酬諮問委員会が必要と認めた事項

社外取締役メッセージ

変化の激しい社会や事業環境の中、会社の持続的な成長と中長期的な企業価値向上のために、社外取締役の視点からレシップグループが果たすべき役割についてお伝えいたします。

社外取締役・監査等委員

四井 清裕



当社の基幹事業であるバス運賃箱事業の新紙幣需要が一巡する中、今後は海外市場や新規市場の拡張がより一層求められる状況にあります。

これらの市場の拡張に当たっては、常に資本コスト及び利益を意識した経営を実践していくことが不可欠であり、私は社外取締役として、中長期的計画(RT2026)の目標達成に向けて、次の2つの観点を念頭に置いて、積極的な意見交換及び分析・検討を行っているところであります。

一つ目に、安定的な売上・利益を生み出すために、資本効率の更なる向上に向けて、ROE(自己資本利益率)9%以上の目標を掲げて、持続的な経営の効率化を図っているところであります。二つ目に、安定的な配当の継続を基本として、株主への利益還元強化に取り組むこととして、DOE(純資産配当率)2%以上の目標を掲げている中で、堅調な業績を背景に、資金力が確保されている状況を鑑み、3%以上の目標としたところであります。

こうした観点を念頭に置きつつ、レシップグループの更なる成長、市場における信頼度の向上及び企業価値の向上に努めてまいります。

社外取締役・監査等委員

山口 美和



公共交通を取り巻く環境変化を受け、レシップグループは主力の輸送機器分野でグローバル展開を着実に進めるとともに、「MoveLe」をはじめとするIT・デジタル領域への挑戦を加速しています。既存事業で培った技術や信頼を基盤に、お客様の声や市場の変化を的確に捉え、顧客価値の創出につなげていく姿勢を高く評価しています。取締役会においても、技術開発やサービス展開について議論する際には、技術の先進性だけでなく、それがお客様や社会にどのような価値をもたらし、将来の競争力につながるかという視点を大切にしています。私も客観的な立場から建設的な意見を述べています。

また、変革を支えるのは人材です。新たな行動指針「1Value 4Stance」の浸透とダイバーシティの推進により、多様な人材が互いの強みを認め合い、挑戦する企業文化が根付くことで、様々な視点やアイデアがイノベーションにつながることを期待しています。社外取締役として、こうした取り組みを支え、お客様や社会から信頼され、必要とされる企業であり続けられるよう努めてまいります。

社外取締役・監査等委員

谷田部 麻美子



レシップグループは、経営環境の変化を的確に捉え、長期ビジョン「VISION2030」のもと、持続的成長と新たな価値創造に向けた取り組みを着実に進めています。①モノ+コトへの事業構造の変革、②エネルギーマネジメントシステム事業の育成、③海外事業における事業拡大は、当社グループの強みを活かしつつ、新たな成長領域に挑戦する重要な戦略であると認識しています。

一方、地政学リスクをはじめとする不確実性が高まるなか、事業拡大に伴うリスクへの対応力が一層重要になっています。社外取締役として、外部の視点から、リスク対応を支えるガバナンス体制が適切に構築・運用されているかを確認してまいります。また、変化の速い市場環境のもと、必要な対策が迅速かつ柔軟に講じられているかを注視し、特にサービス領域および成長が進む米国市場については、取締役会での議論をさらに深めていきたいと考えています。法務・リスク・コンプライアンスの観点から、当社グループの持続的成長と企業価値向上に貢献してまいります。

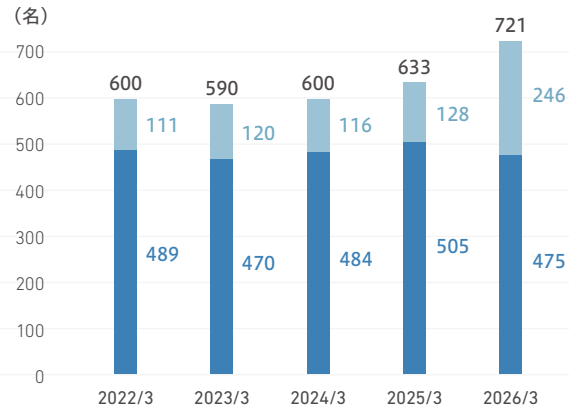
財務ハイライト

	2016 / 3期	2017 / 3期	2018 / 3期	2019 / 3期	2020 / 3期	2021 / 3期	2022 / 3期	2023 / 3期	2024 / 3期	2025 / 3期	2026 / 3期
損益状況											
売上高(百万円)	16,203	16,985	15,749	21,538	26,051	15,553	14,075	14,253	22,684	25,931	23,898
営業利益(百万円)	△571	483	△235	1,021	1,854	△40	149	△310	3,164	3,531	1,268
経常利益(百万円)	△649	354	△248	1,030	1,830	35	325	△207	3,557	3,483	1,508
親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)	△1,378	50	△454	438	891	△124	53	△249	2,416	2,255	1,177
財政状態											
総資産(百万円)	13,173	13,048	12,465	16,445	14,791	15,129	14,449	14,856	19,948	20,403	21,715
純資産(百万円)	3,277	3,499	2,985	3,427	5,078	4,912	4,775	4,688	6,881	10,600	10,977
キャッシュ・フロー状況											
営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	324	1,135	487	125	2,876	△1,130	2,300	△1,494	2,336	1,183	3,603
投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	△555	△387	△326	△452	△685	△481	△138	△222	△105	△1,556	△314
財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円)	402	△59	△187	1,005	△2,239	2,747	△1,415	781	△2,480	△543	△1,039
関連情報											
設備投資額(百万円)	488	306	492	770	916	337	289	239	551	1,620	774
減価償却費(百万円)	528	384	473	534	514	433	476	477	463	645	675
研究開発費(百万円)	395	445	691	761	854	506	576	523	653	622	566
指標											
自己資本比率(%)	24.9	26.8	24.0	20.8	34.3	32.5	33.0	31.6	34.5	49.5	50.6
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	△34.8	1.5	△14.0	13.7	21.0	△2.5	1.1	△5.3	41.8	26.6	11.2
1株当たり当期純利益(EPS)(円)	△125.3	4.6	△40.9	38.8	74.4	△9.8	4.2	△19.2	178.0	152.2	76.3
1株当たり純資産(BPS)(円)	297.0	315.5	267.6	301.9	398.6	385.2	371.6	346.6	505.9	656.8	709.5

※ 2020年3月期に、新株発行(138万株)増資を行っております。

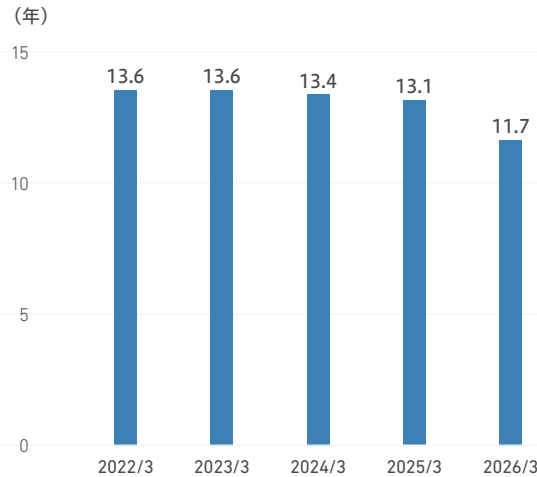
非財務ハイライト

社員数

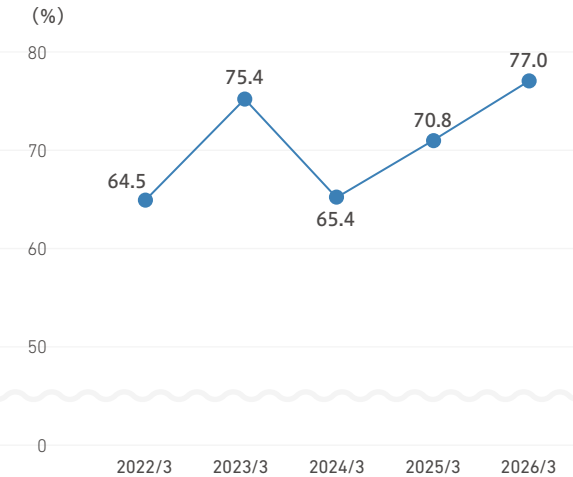


※2026/3期より集計方法を変更し、従来対象外としていた地域職種限定社員(無期雇用社員)を社員数に含めて記載しております

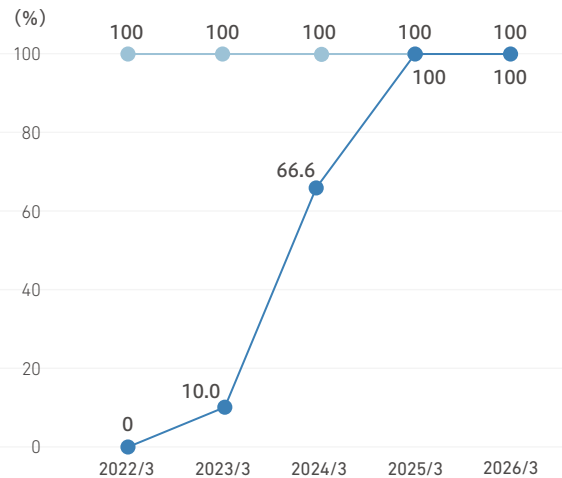
勤続年数



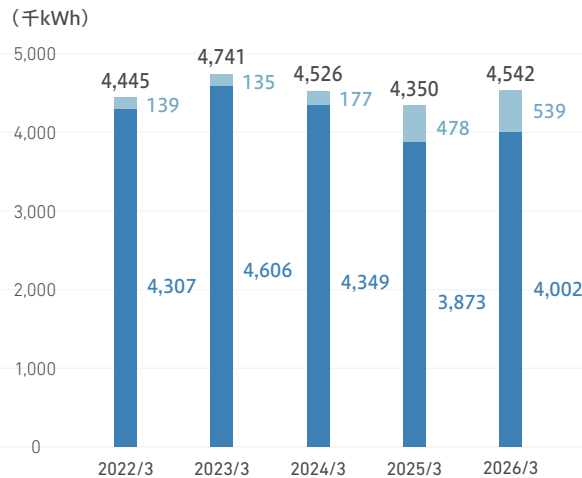
有給休暇消化率



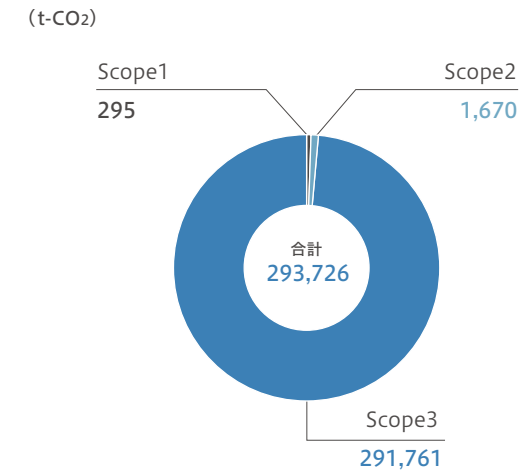
育児休業取得率



国内電力使用量



温室効果ガス排出量 2026年3月期実績



連結財務諸表

連結貸借対照表 (2026年3月31日現在)

	(単位:千円)	
	前連結会計年度 2025年3月31日	当連結会計年度 2026年3月31日
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	2,073,769	4,383,854
受取手形	356,329	121,599
売掛金	5,607,752	4,764,073
商品及び製品	2,497,149	2,578,620
仕掛品	708,071	799,853
原材料及び貯蔵品	4,148,480	3,938,286
未収還付法人税等	67,249	1,546
その他	629,248	270,545
貸倒引当金	△6	△6
流動資産合計	16,088,045	16,858,374
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	4,269,026	4,293,761
減価償却累計額	△2,731,093	△2,824,779
建物及び構築物(純額)	1,537,932	1,468,981
機械装置及び運搬具	1,684,786	1,790,629
減価償却累計額	△1,086,128	△1,281,587
機械装置及び運搬具(純額)	598,657	509,042
工具、器具及び備品	3,492,260	3,371,655
減価償却累計額	△3,318,356	△3,215,385
工具、器具及び備品(純額)	173,904	156,270
土地	110,915	110,915
リース資産	395,134	586,016
減価償却累計額	△208,133	△184,712
リース資産(純額)	187,001	401,303
建設仮勘定	11,185	12,711
使用権資産	7,998	23,834
有形固定資産合計	2,627,596	2,683,059
無形固定資産	294,449	321,220
投資その他の資産		
投資有価証券	750,496	929,406
繰延税金資産	424,461	717,563
その他	260,794	247,425
貸倒引当金	△42,650	△41,550
投資その他の資産合計	1,393,102	1,852,845
固定資産合計	4,315,148	4,857,125
資産合計	20,403,193	21,715,499

	(単位:千円)	
	前連結会計年度 2025年3月31日	当連結会計年度 2026年3月31日
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	1,088,846	1,073,841
電子記録債務	2,544,878	1,957,517
短期借入金	586,320	40,000
1年内返済予定の長期借入金	559,687	484,698
リース債務	68,714	103,430
未払法人税等	263,776	427,401
前受金	2,204,399	2,771,624
賞与引当金	427,239	347,942
製品保証引当金	127,587	148,554
受注損失引当金	36,438	1,310,429
子会社清算損失引当金	66,000	13,289
その他	1,427,241	1,042,230
流動負債合計	9,401,129	9,720,958
固定負債		
長期借入金	388,586	382,983
リース債務	143,541	343,749
繰延税金負債	10,126	17,922
役員報酬BIP信託引当金	80,268	80,268
その他	279,198	192,127
固定負債合計	901,720	1,017,050
負債合計	10,302,849	10,738,009
純資産の部		
株主資本		
資本金	1,718,223	1,718,223
資本剰余金	1,747,974	1,751,209
利益剰余金	6,939,698	7,804,084
自己株式	△226,107	△187,922
株主資本合計	10,179,788	11,085,595
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	224,801	341,314
為替換算調整勘定	△304,246	△449,419
その他の包括利益累計額合計	△79,444	△108,104
純資産合計	10,100,344	10,977,490
負債純資産合計	20,403,193	21,715,499

連結損益計算書 (2025年4月1日から2026年3月31日まで)

	(単位:千円)	
	前連結会計年度 自 2024年4月1日 至 2025年3月31日	当連結会計年度 自 2025年4月1日 至 2026年3月31日
売上高	25,931,893	23,898,213
売上原価	17,300,210	17,503,102
売上総利益	8,631,683	6,395,110
販売費及び一般管理費		
役員報酬	314,833	351,140
給料及び手当	1,689,146	1,770,418
賞与	228,933	176,529
賞与引当金繰入額	168,715	141,392
貸倒引当金繰入額	△21	△0
退職給付費用	56,766	61,436
法定福利費	302,506	293,073
株式報酬費用	41,006	40,999
運賃	222,558	209,616
旅費及び交通費	191,374	156,088
無償修理費	45,555	89,237
製品保証引当金繰入額	92,007	77,054
減価償却費	214,133	192,302
事務委託費	466,203	467,480
その他	1,066,075	1,099,609
販売費及び一般管理費合計	5,099,794	5,126,379
営業利益	3,531,888	1,268,730
営業外収益		
受取配当金	18,186	22,321
為替差益	－	225,718
受取補償金	73,601	－
技術支援料	30,000	－
その他	30,226	50,409
営業外収益合計	152,014	298,449
営業外費用		
支払利息	25,963	18,752
為替差損	70,107	－
支払手数料	－	26,422
技術支援費用	10,508	－
株式交付費	14,448	－
損害賠償金	76,000	－
子会社清算損失引当金繰入額	－	6,704
その他	3,378	6,387
営業外費用合計	200,406	58,266
経常利益	3,483,496	1,508,913
特別利益		
補助金収入	－	298,324
特別利益合計	－	298,324
特別損失		
減損損失	13,990	21,915
固定資産廃棄損	3,626	1,584
子会社清算損失引当金繰入額	66,000	－
特別損失合計	83,616	23,499
税金等調整前当期純利益	3,399,880	1,783,738
法人税、住民税及び事業税	1,061,076	942,132
法人税等調整額	83,339	△336,335
法人税等合計	1,144,416	605,797
当期純利益	2,255,463	1,177,940
親会社株主に帰属する当期純利益	2,255,463	1,177,940

会社情報・株式の状況

会社概要 (2026年3月31日現在)

商 号	レシップホールディングス株式会社 英文社名: LECIP HOLDINGS CORPORATION
所 在 地	〒501-0401 岐阜県本巣市上保1260番地の2
設 立	1953(昭和28)年3月
資 本 金	17億1,822万円
社 員	連結: 721名
事業内容	持株会社としてのグループ経営戦略の策定・推進、その他の経営支援管理

グループ会社一覧と主な事業内容

レシップ株式会社	バス・鉄道用電装機器等の製造および販売・サービス、各種産業機器および自動車部品等の製造および販売・サービス
レシップ電子株式会社	プリント基板の実装・組立
レシップエンジニアリング株式会社	輸送用機械器具及び産業用機械器具、電気機械器具、その他の製品の修理、導入サービス等
LECIP INC.	北米輸送機器市場への当社グループ製品・関連製品の販売
LECIP(SINGAPORE) PTE LTD	ASEAN諸国等輸送機器市場への当社グループ製品・関連製品の販売、修理及び導入サービス等
LECIP ARCONTIA AB	バス・トラム向けの非接触R/W、端末機、ソフトウェアのプラットフォームの設計・開発・販売

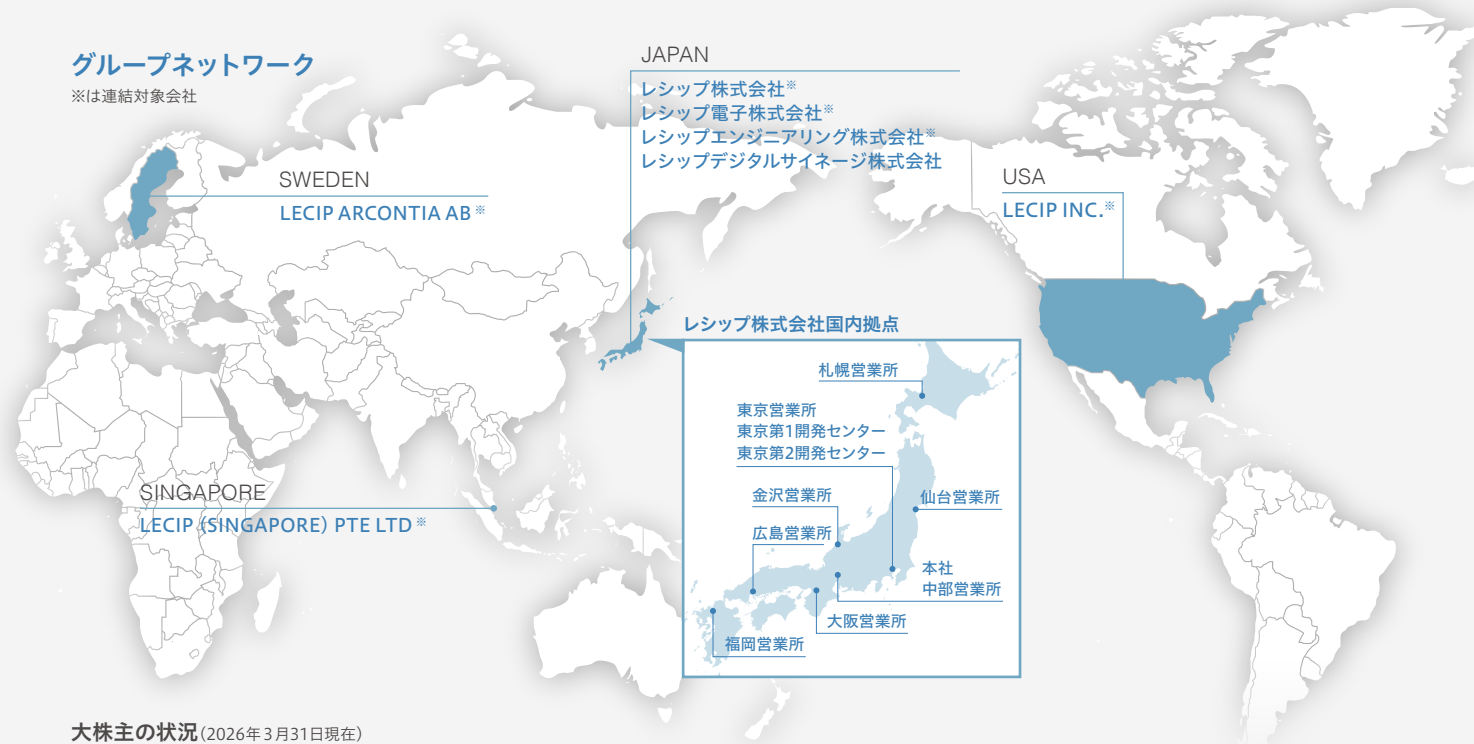
会社の株式に関する事項

株式の状況 (2026年3月31日現在)

発行可能株式総数	44,000,000株
発行済株式の総数	15,771,891株(自己株式119,609株を除く)
当事業年度末株主数	17,364名

グループネットワーク

※は連結対象会社



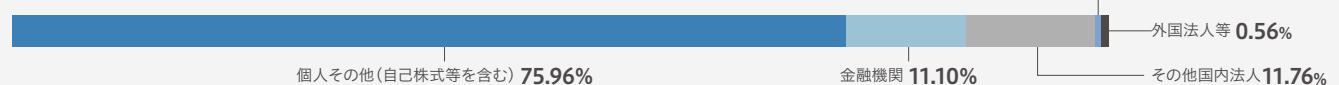
大株主の状況 (2026年3月31日現在)

株主名	持株数	持株比率
名古屋中小企業投資育成株式会社	936,480 株	5.94 %
レシップ社員持株会	890,814	5.65
株式会社十六銀行	560,000	3.55
杉本眞	454,123	2.88
レシップ取引先持株会	405,000	2.57
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(役員報酬BIP信託口)	300,920	1.91
日本生命保険相互会社	260,000	1.65
株式会社三菱UFJ銀行	245,000	1.55
株式会社大垣共立銀行	140,000	0.89
共栄ライフパートナーズ株式会社	140,000	0.89

(注) 1. 当社は、自己株式119,609株を保有しておりますが、上記大株主からは除いております。なお、自己株式(119,609株)には、役員報酬BIP信託口が所有する当社株式(300,920株)を含んでおりません。

2. 持株比率は自己株式(119,609株)を控除して計算しております。

所有者別株式数分布



レシップホールディングス株式会社

<https://www.lecip.com>



〒501-0401 岐阜県本巣市上保1260-2

TEL : 058-324-3121

FAX : 058-323-2597

