



中期経営計画・決算説明会

(2019年度－2021年度)

2019年5月30日

リズム時計工業株式会社
(東証一部 7769)

I 2016-2018年度 中期経営計画の振り返り

II 2019-2021年度 中期経営計画

III 参考資料

注：本資料中、特段の注記がある場合を除き、金額は切り捨て、年は事業年度(4月～翌3月)または、2019年3月末現在の状態を表しています。

I 中期経営計画の振り返り

(2016年度-2018年度)

2018年度決算の概要① 全体

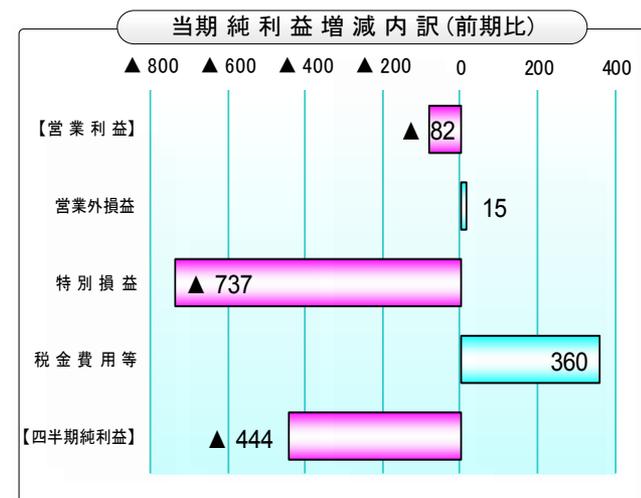


(百万円)

	2017年度(18/3期)	2018年度(19/3期)		比較	
	Q4	Q4	Q4	(計画比)	(前期比)
	(実績)	(計画)	(実績)		
売上高	31,516	33,000	31,016	▲1,983 ▲6.0%	▲500 ▲1.6%
国内売上高	(19,907)	(19,800)	(19,359)	(▲440)	(▲547)
海外売上高	(11,609)	(13,200)	(11,656)	(▲1,543)	(47)
営業利益	844	1,340	761	▲578	▲82
営業利益率	2.7%	4.1%	2.5%	▲1.6%	▲0.2%
経常利益	980	1,400	913	▲486	▲67
親会社株主に帰属する 当期純利益	180	950	▲264	▲1,214	▲444
1株あたり当期 純利益(円)	20.18	114.97	▲31.99	▲31.99	▲52.17
期末日為替レート(US\$=¥)	106	115	111	▲4	+5
[]は期中平均	[111]	[115]	[110]	[▲5]	[▲1]

主な利益増減要因

	当期計上額	前期比利益イパク
【営業外損益】		
貸倒収入	+190百万円	+3百万円
信託収入	+137百万円	▲35百万円
貸倒費用	▲60百万円	+23百万円
信託費用	▲67百万円	+21百万円
為替差損	▲29百万円	+14百万円
【特別損益】		
投資有価証券売却益	+103百万円	▲170百万円
特別調査費用	▲351百万円	▲351百万円
減損損失	▲292百万円	▲51百万円
固定資産処分損	▲159百万円	▲147百万円
【法人税等】		
法人税等調整額	▲15百万円	▲261百万円



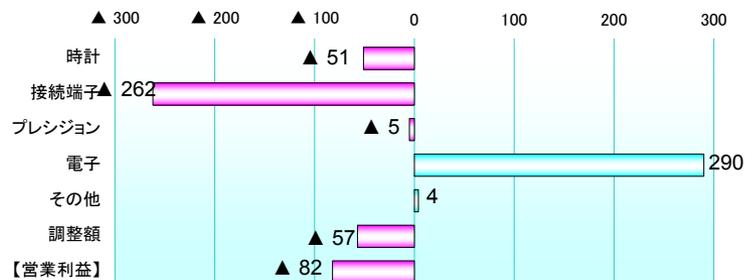
注 計画:2018年5月30日発表『中期経営計画(2016.4~2019.3)の取組状況について』

2018年度決算の概要② セグメント別

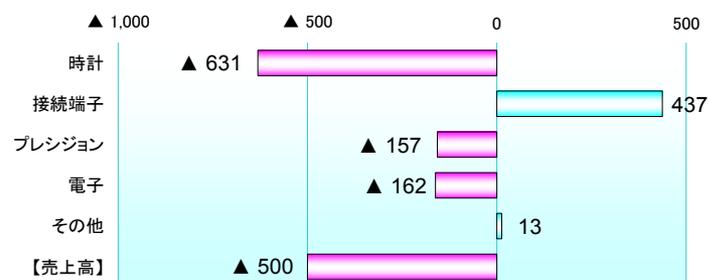
	2017年度(2018/3期)			2018年度(2019/3期)				
	実績	%	前期比	計画	実績	%	計画比	前期比
売上高	31,516	100%	▲1,815	33,000	31,016	100%	▲1,983	▲500
時計事業	10,220	32%	▲1,245	10,320	9,588	31%	▲731	▲631
接続端子事業	8,984	29%	+921	9,770	9,421	30%	▲348	+437
プレシジョン事業	6,506	21%	+288	6,950	6,348	20%	▲601	▲157
電子事業	5,435	17%	▲1,799	5,530	5,273	17%	▲256	▲162
その他	370	1%	+20	430	383	1%	▲46	+13
営業利益	844	2.7%	▲6	1,340	761	2.5%	▲578	▲82
時計事業	▲204	▲2.0%	▲214	210	▲255	▲2.7%	▲465	▲51
接続端子事業	929	10.4%	+132	680	667	7.1%	▲12	▲262
プレシジョン事業	703	10.8%	+320	770	697	11.0%	▲72	▲5
電子事業	▲259	▲4.8%	▲331	60	30	0.6%	▲29	+290
その他	55	15.1%	▲1	60	59	15.6%	+0	+4
調整額	▲380	-	▲88	▲440	▲438	-	+1	▲57

※ %:売上高欄は、構成比、営業利益欄は、売上高営業利益率

営業利益増減内訳(前期比)



売上高増減内訳(前期比)



減収増益となるものの収益性の改善傾向が図られる

	中期計画						
	2015年度	2016年度		2017年度		2018年度	
	実績	当初計画	実績	当初計画	実績	修正計画	実績
営業利益率	1.7%	2.4%	2.6%	3.7%	2.7%	4.1%	2.5%
営業利益	5.5億円	8.0億円	8.5億円	12.5億円	8.4億円	13億円	7.6億円
ROE	3.1%	—	0.0%	—	0.6%	3.3%	▲0.9%
売上高	333億円	334億円	333億円	340億円	315億円	330億円	310億円
海外売上比率	33%	36%	36%	38%	37%	40%	37.6%
ブランド認知率	17.0%	—	18.6%	—	20.5%	25%	17.4%

- 営業利益、営業利益率は計画未達も、2015年度対比でグループ全体の収益力は改善傾向。
- ROE改善に向けて資本の効率化は計画通り推進したものの、利益未達につきROEは計画未達。
- 売上高は社内外経営環境の変化もあり減収。
- 海外売上比率は計画為替レートに対して5円の円高の影響により未達。計画為替レートでは概ね達成。
- ブランド認知率は緩やかな上昇傾向だったが、最終年度停滞。

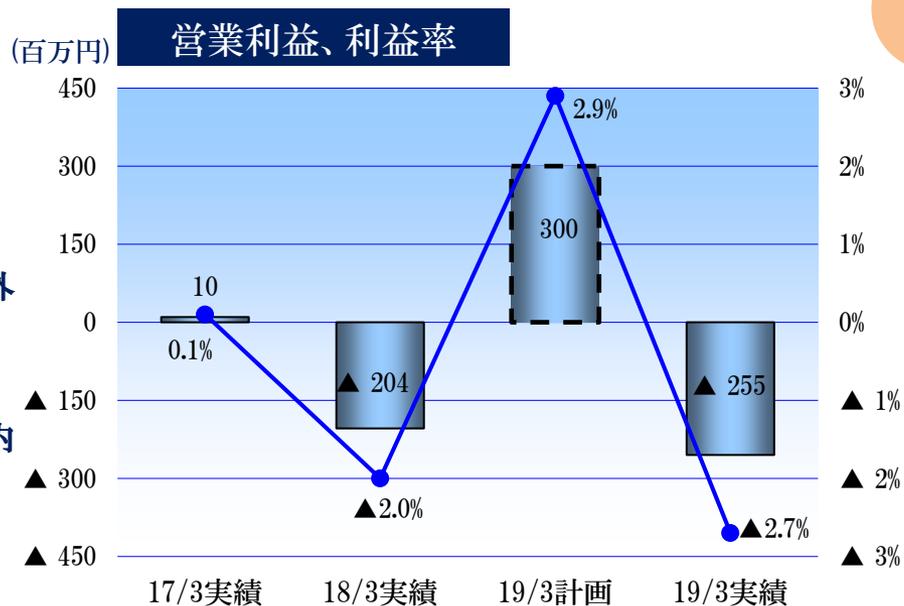
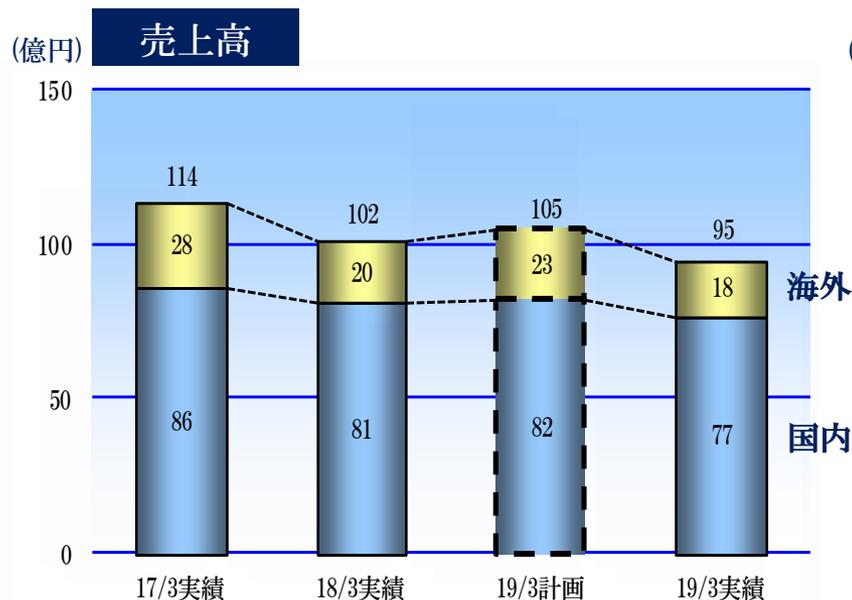
注) 計画は、2018年5月30日発表『中期経営計画(2016.4～2019.3)の取組状況について』を使用しています。

接続端子・プレジジョン上昇、時計下降、電子黒字化

[百万円]

	2015年度	2016年度(2017/3)			2017年度(2018/3)			2018年度(2019/3)				
		実績				実績			実績			修正計画
	実績	通期	率	前期比	通期	率	前期比	通期	率	前期比	通期	率
売上高	33,338	33,332	100%	-5	31,516	100%	-1,815	31,016	100%	-500	33,000	100%
時計事業	12,853	11,466	34%	-1,386	10,220	32%	-1,245	9,588	31%	-631	10,500	32%
接続端子事業	7,839	8,063	24%	+223	8,984	29%	+921	9,421	30%	+437	9,200	28%
プレジジョン事業	5,249	6,217	19%	+967	6,506	21%	+288	6,348	20%	-157	6,800	21%
電子事業	7,065	7,235	22%	+169	5,435	17%	-1,799	5,273	17%	-162	6,000	18%
その他	330	349	1%	+19	370	1%	+20	383	1%	+13	500	1%
営業利益	553	851	2.6%	+297	844	3.2%	-6	761	2.5%	-82	1,340	4.1%
時計事業	402	10	0.1%	-392	-204	-0.5%	-214	-255	-2.7%	-51	300	2.9%
接続端子事業	501	797	9.9%	+295	929	10.3%	+132	667	7.1%	-262	720	7.8%
プレジジョン事業	125	383	6.2%	+258	703	10.8%	+320	697	11.0%	-5	720	10.6%
電子事業	-280	71	1.0%	+351	-259	-4.8%	-331	30	0.6%	+290	0	0.0%
その他	58	57	16.5%	-0	55	15.1%	-1	59	15.6%	+4	50	10.0%
調整額	-254	-469	-	-215	-380	-	+88	-438	-	-57	-450	-

注 率:売上高-構成比、利益-利益率



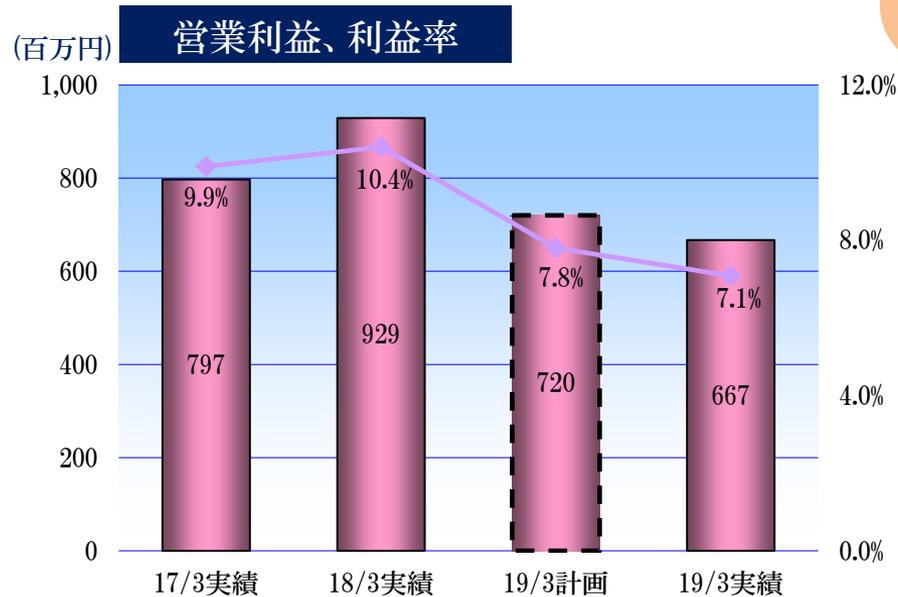
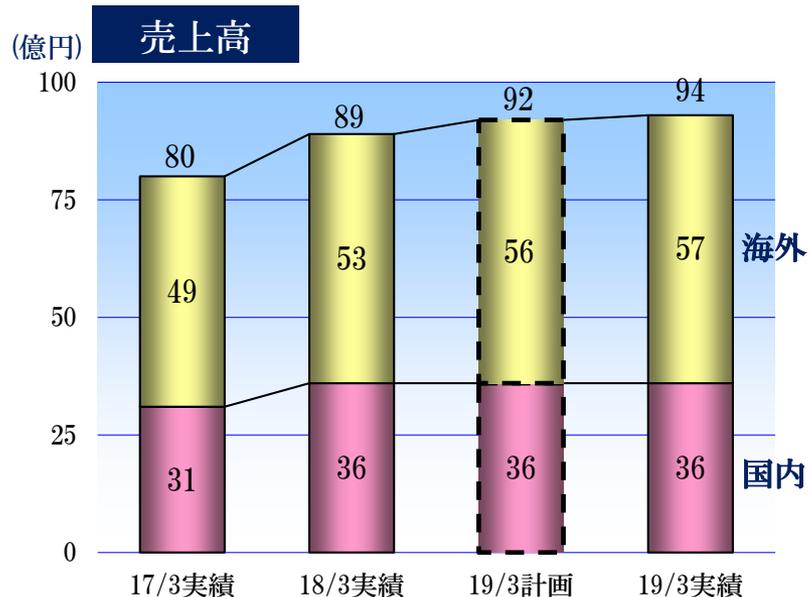
総括

【国内】

- ・クロック市場の縮小により減収。
- ・製品力の強化に取り組んだことにより、新型の売上増加。
- ・ブランド認知率は緩やかな上昇傾向だったが最終年度停滞。

【海外】

- ・ウォッチ事業からの撤退等により減収。
- ・中国、米国でのインターネット販売の増加。
- ・最終年度に麗声東莞での不適切な会計処理の問題が発覚し、生産体制も含め再構築急務。



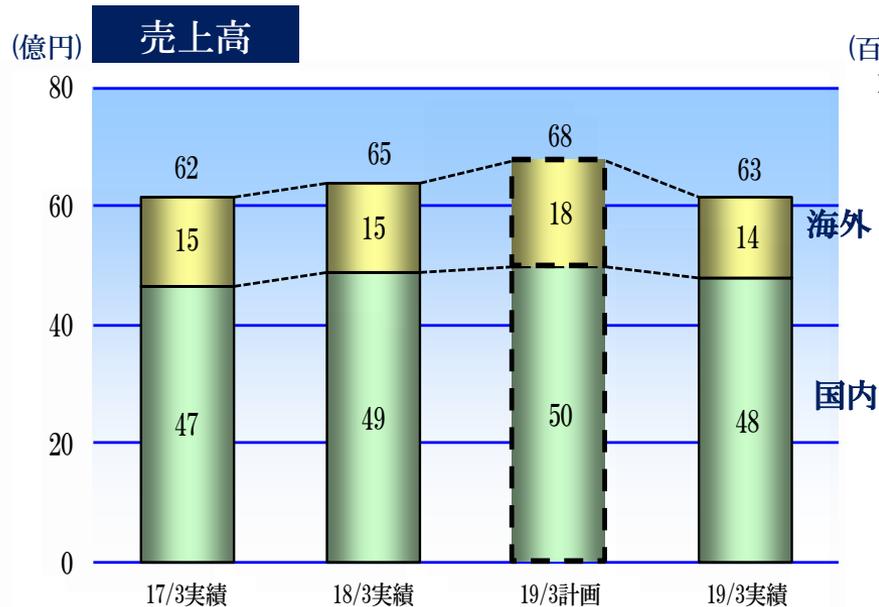
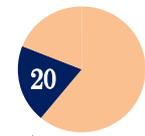
総括

【国内】

- 家電・AV機器向けの部品が堅調に推移し増収。
- 原材料価格の高騰、設備投資による費用増加等により減益。

【海外】

- インドネシアでの自動車や二輪向け部品の受注が好調に推移し増収。
- 売上増加と合理化・省力化の効果はあったが、原材料価格の高騰、設備投資による費用増加等により減益。



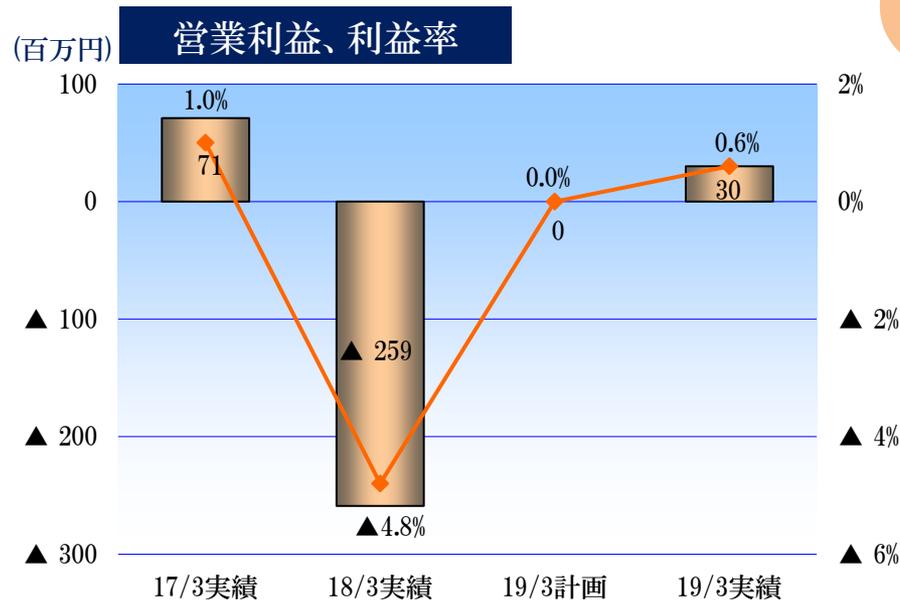
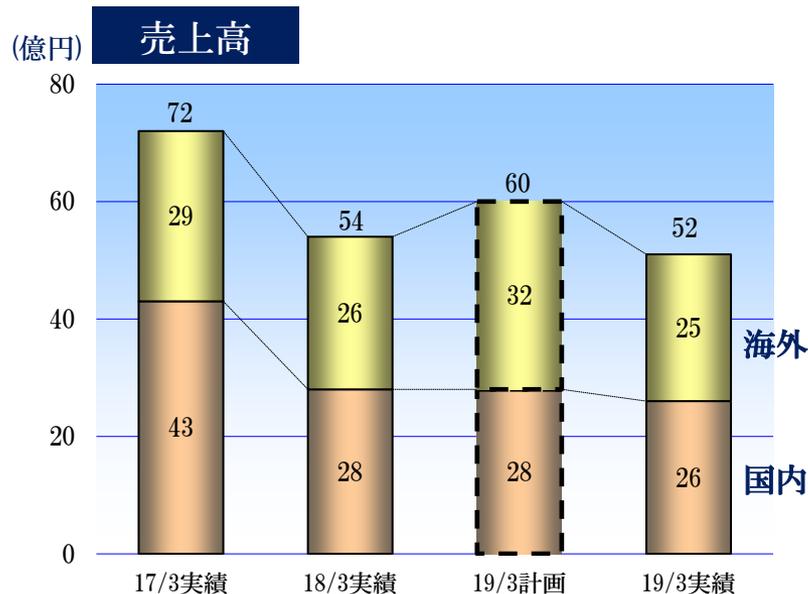
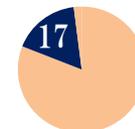
総括

【国内】

- 工作機械部品が好調に推移したが、米中貿易摩擦の問題もあり、最終年度は停滞。
- 合理化・効率化により増益。

【海外】

- ベトナムの精密加工部品が好調に推移したが、最終年度は停滞。



総括

【国内】

- EMS製品の受注好調も、情報機器関連の受注減少により減収。
- 構造改革の効果により黒字に転換も、新規顧客含めた受注拡大が課題。

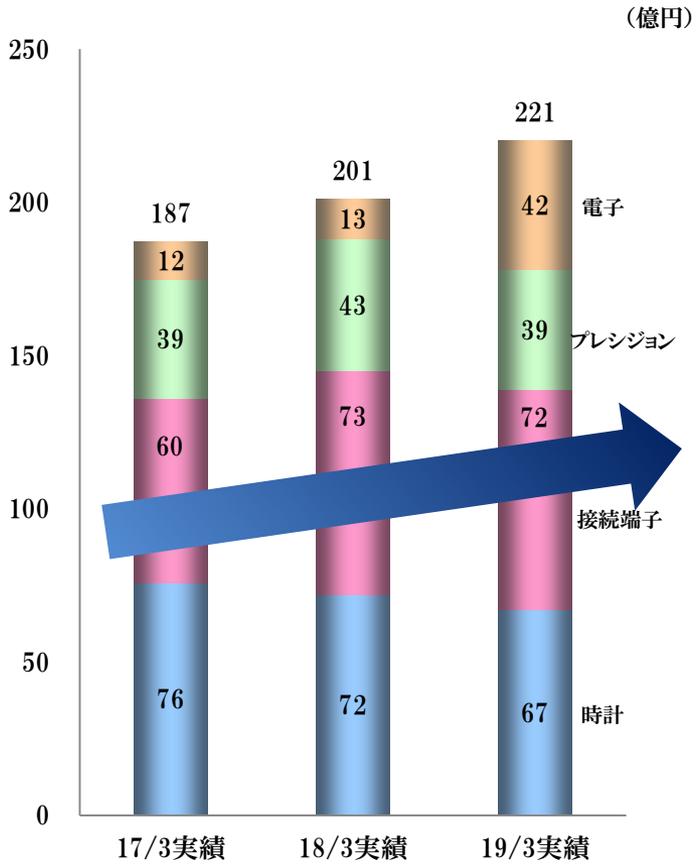
【海外】

- 取引先の在庫調整や中国の受注減等の影響を受けるも、ベトナムのEMS製品が堅調に推移。

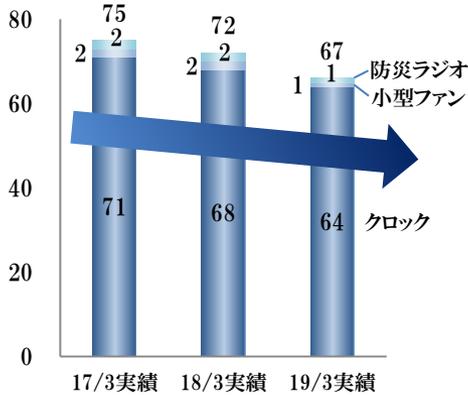
精密加工事業および電子事業は好調に推移するが時計事業は減少

カテゴリーNo.1 売上

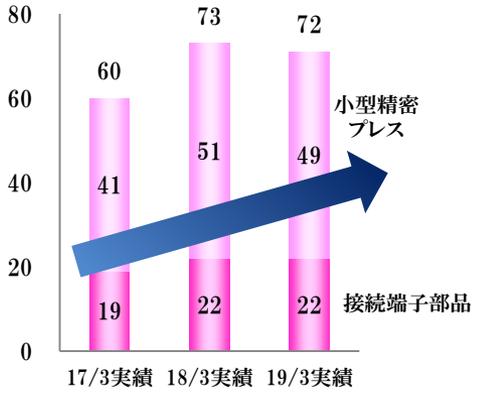
2019/03期実績 221億円



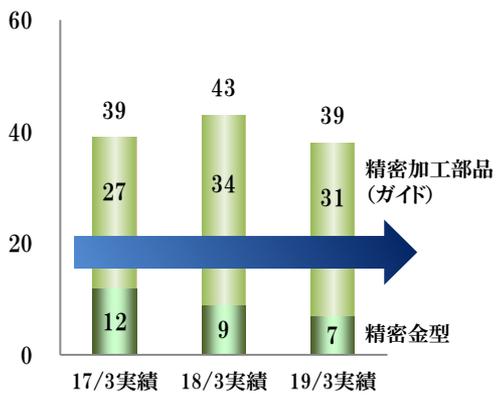
時計事業



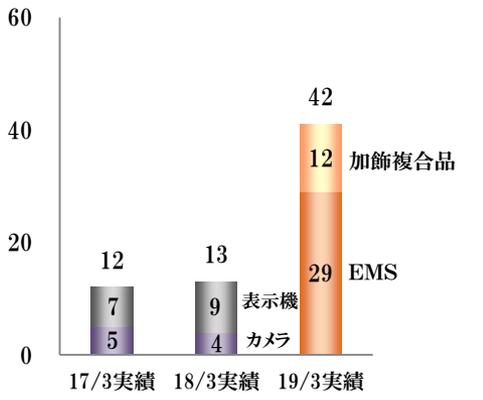
接続端子事業



プレジジョン事業



電子事業



※電子事業は、2018/03期計画よりカテゴリーNo.1を変更しております。

各事業が収益力強化に向けて取り組んだことにより改善傾向にある一方、グループガバナンスの問題が発生し、ガバナンスの強化急務

- 1 **グループガバナンスの強化**
～子会社管理体制の構築～
- 2 **収益力の強化**
～時計・電子事業の収益改善～
- 3 **リズムブランド価値向上**
～ステークホルダーとの関係強化～
- 4 **ROEの改善**
～利益率改善と資産効率化～

Ⅱ 中期経営計画

(2019年度-2021年度)

リズムグループとしての総合力を結集し、更なる収益力の向上へ

1 グループガバナンスの強化

子会社管理体制の再構築
経営幹部人材の育成

2 収益力の強化

海外売上高の拡大
車載関連売上高の拡大(重点投資による拡大)
時計・電子収益力向上
グループ間事業の連携強化による新ビジネスの創造

3 リズムブランド価値向上

ステークホルダーとの関係強化

4 ROEの改善

「事業利益確保」「資産効率化」を両輪に財務体質強化とROAの改善を推進。

リズムグループとしての企業価値を高め続けていく

2021年度数値目標

(計画為替レート@120円)

()内は2018年度実績

売上高営業利益率	5.0% (2.5%)	
営業利益	17億円 (7.6億円)	
ROE	4.3% (▲0.9%)	※ROA 3.0% (▲0.7%)
連結売上高	340億円 (310億円)	
海外売上高比率	50% (37.6%)	

ステークホルダーとの関係

お客様との関係

人々に喜ばれる製品・サービスの提供

従業員との関係

活力ある企業風土と働きがいのある職場作り

社会・地域との関係

社会の一員としての積極的な活動

株主・投資家との関係

企業価値向上と投資家とのコミュニケーション

重点投資を含めた成長戦略による安定収益の確保へ

グループガバナンスの強化

子会社管理体制の再構築

経営幹部人材の育成

収益力強化

海外売上高の拡大 **38%** 海外売上高比率 **50%**

車載関連売上高の拡大 **74億円** 売上高 **110億円**

2.5% 営業利益率 **5.0%**

グループ間事業の連携強化による新ビジネスの創造

リズムブランド価値向上

ステークホルダーとの関係強化

ROEの改善(資産の効率化)

▲0.9% ROE **4.3%**

▲0.7% ROA **3.0%**

カテゴリー
No.1
の実現

企業価値の向上

2016年度から2018年度

2019年度から2021年度

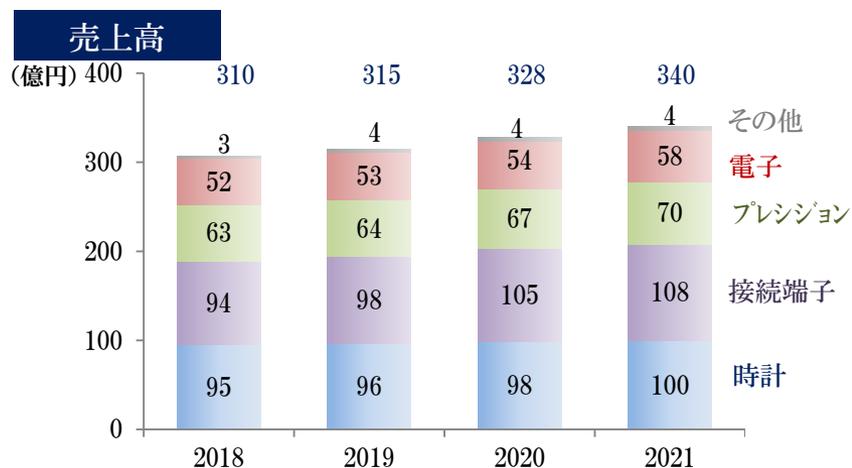
2022年度以降

営業利益率5%以上の必達へ

新中期計画目標値

(百万円)

事業年度	2018年度		2019年度		2020年度		2021年度		2018年度比
	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	金額	前期比	
売上高	31,016	-500	31,500	483	32,800	1,300	34,000	1,200	2,983
時計事業	9,588	-631	9,600	11	9,800	200	10,000	200	411
接続端子事業	9,421	437	9,800	378	10,500	700	10,800	300	1,378
プレジジョン事業	6,348	-157	6,400	51	6,700	300	7,000	300	651
電子事業	5,273	-162	5,300	26	5,400	100	5,800	400	526
その他	383	13	400	16	400	0	400	0	16
営業利益	761	-82	800	38	1,300	500	1,700	400	938
時計事業	-255	-51	0	255	200	200	400	200	655
接続端子事業	667	-262	600	-67	730	130	800	70	132
プレジジョン事業	697	-5	550	-147	680	130	730	50	32
電子事業	30	290	50	19	90	40	150	60	119
その他	59	4	70	10	70	0	80	10	20
調整額	-438	-57	-470	-31	-470	0	-460	10	-21
当期利益	-264	-444	500	764	920	420	1,177	257	1,441
設備投資	2,068	-68	3,594	1,525	1,063	-2,531	580	-483	-1,488
ROE	-0.9%	-1.5%	1.9%	2.8%	3.3%	1.4%	4.3%	1.0%	5.2%
ROA	-0.7%	-1.1%	1.4%	2.1%	2.3%	0.9%	3.0%	0.7%	3.7%
為替レート1ドル	111		120円		120円		120円		-



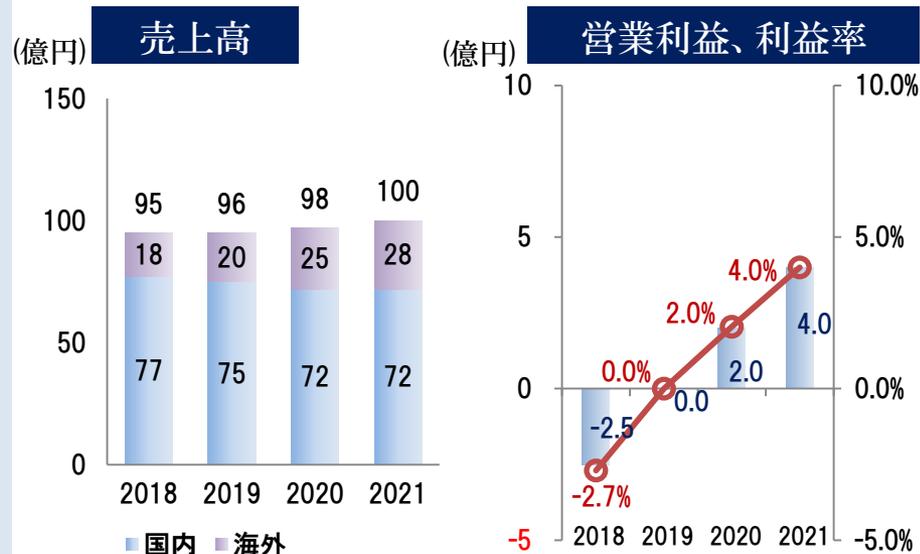
子会社管理体制の再構築

課題	対策	現状
ガバナンス体制不備	グループガバナンス体制の強化	グループ統括部を新設・
	グループ会社経営幹部の育成	任命基準の設定と社内外研修プログラムの策定
コンプライアンス意識の低下	コンプライアンス意識の徹底	グループ管理職に対する研修実施
		全従業員に対するコンプライアンス教育の強化
		内部通報窓口の拡充(多言語対応)
モニタリング体制不備	モニタリング体制強化	リスク視点による実効性のある内部監査の実施
		専門スタッフの育成強化(外部専門家含む)
コミュニケーションの不備	グループ間コミュニケーションの活性化	新設するグループ統括部を中心に経営課題に対し連携して対応

商品力の向上と営業強化、工場改革で収益改善

事業方針

- 開発強化による新型売上の拡大とヒット商品の創出。
- リズムブランドの認知浸透。
- 日本、中国、米国でのインターネット販売の拡大。
- 最適な生産体制の追求による合理化、生産性向上。
- 中国工場の再構築と採算化。



● 新型開発

1 お客様・販売店ニーズへの対応

This is a clock
(見易さ・使い易さ・夜見えるetc.)



2 デザイン・機能・品質への拘り中高級品強化



3 ネットワーク技術による新しい価値提案

Bluetooth® IoT活用



4 外部協創による魅力拡大



5 いつでも、どこでも

Silky Wind Mobile

リズム独自の2重反転ファンを採用したコンパクトなのに大風量のモバイルファン



1 リズムファン作り ニュープロダクト・クロックデザインコンペティション開催

プロ・アマ問わず、デザイナー・建築家・学生を対象にデザインコンペティションを開催し、創造活動を支援



2 リズムファン作り 著名デザイナー/建築家 コラボ商品開発

その年のデザイナーとして、年1名を選出 インフルエンサー・インスタグラマーなどへビジュアル情報発信



3 リズムファン作り オンリーワンクロックギフトクロック

オビニオンリーダーなどこだわりのある贈る方へ贈り手側の想いやメッセージをカタチに



4 売場を活用したブランドイメージ向上

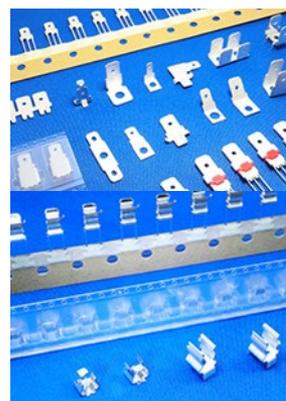
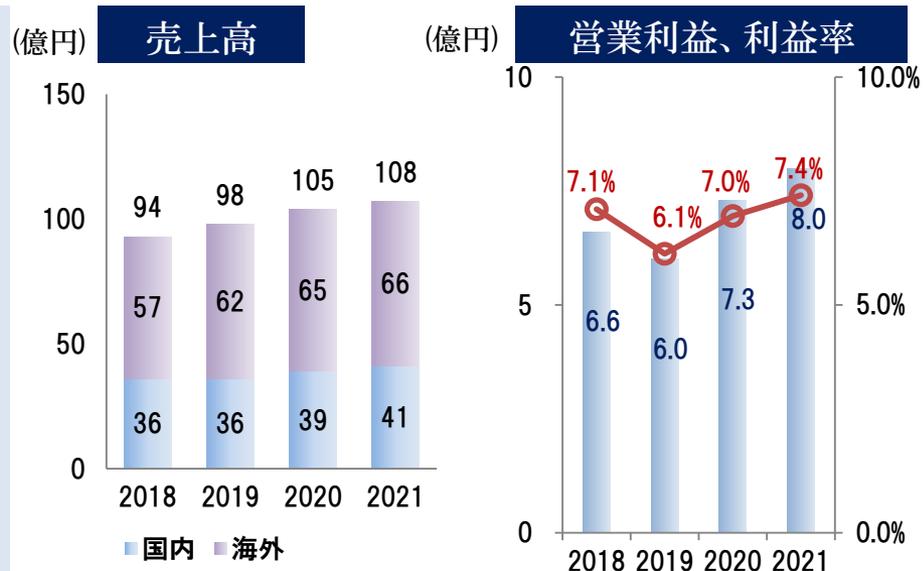
女性タレントによる新たな店頭販促活動



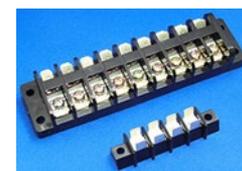
グループのネットワークを活かした製・販・技一体運営

事業方針

- ・グループネットワークを活かした営業活動強化と海外への拡販。
- ・家電民生用機器の売上拡大。
- ・各拠点での内製化推進と半自動化・自動化による収益向上
- ・お客様にご満足いただける品質の確保。
- ・海外を中心とした設備投資とローカルスタッフの強化、充実。



接続端子



端子台



カスタマイズプレス



インサート成形



積層コア

精密成形部品の拡大を基本とし、売上高・営業利益を拡大

事業方針

- 高難度・高品質成形部品の売上拡大。
- 技術力の更なる強化と新素材の研究・実用化。
- 既存製品の売上拡大と新領域の新規受注。
- 工作機械部品新工場と成形新工場の活用による生産能力の拡大。
- 品質管理プロセスの再構築による工程能力改善。



工作機械部品新工場



精密樹脂成形



ユニット組立



精密金型



工作機械部品

新規営業開拓を主軸に技術力、生産力の強化へ

事業方針

- 前中計で実施した構造改革の維持と収益力、技術力、人材の強化。
- 新規顧客、案件の獲得による受注拡大。
- 生産拠点の再編によるコスト競争力の向上。
- 電子事業を中心にBtoB 3事業の連携強化と新ビジネスの獲得。



加飾・銘板



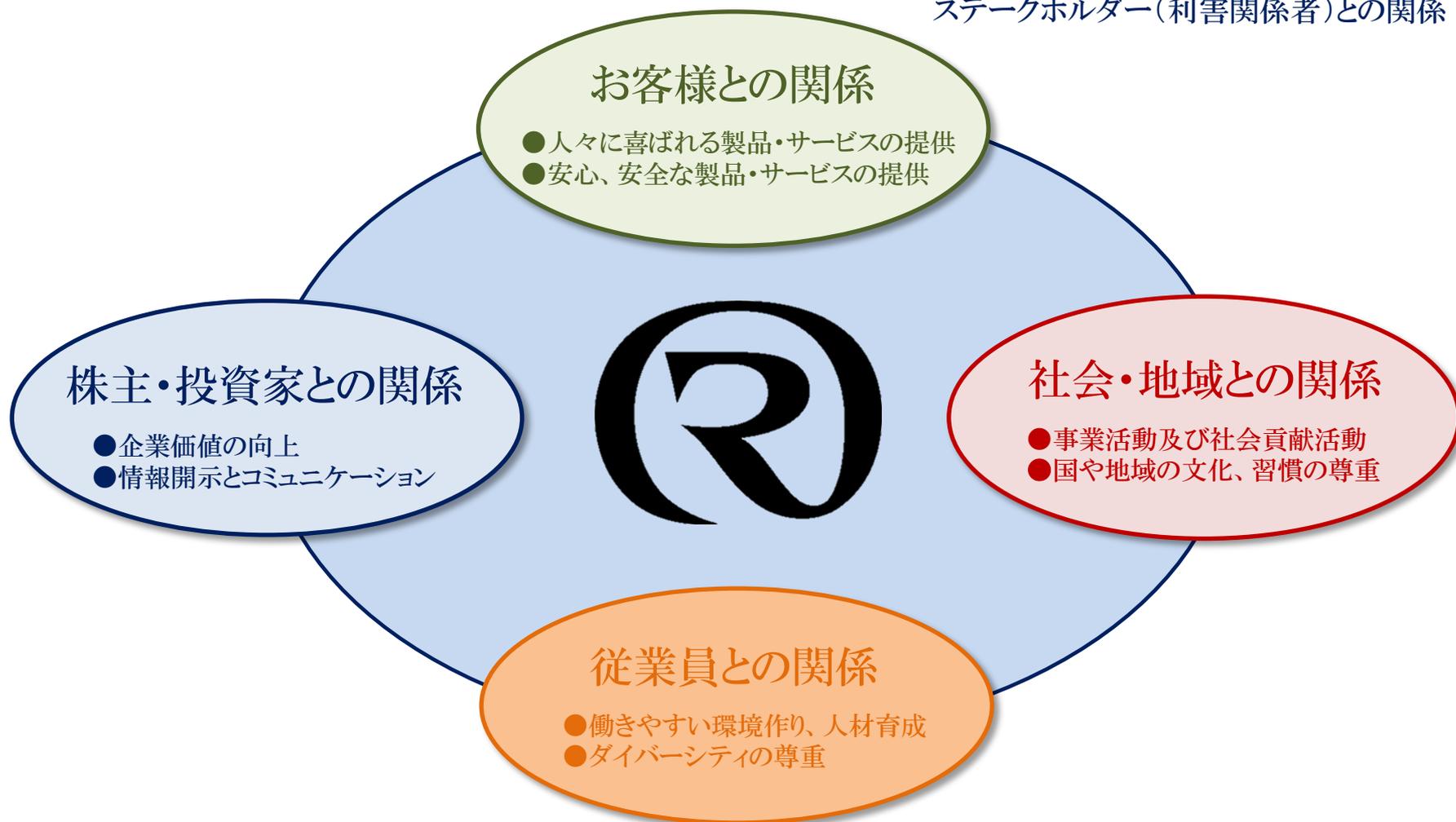
電子機器等のEMS



加飾複合品

ステークホルダーに認められ、社会にとって必要不可欠な会社へ

ステークホルダー(利害関係者)との関係



更なる顧客満足度の向上によるお客様とのより良い関係作りへ

経営理念

『世界の国々における取引を通じ関係者の繁栄を図る』

各事業連携による国内外での情報発信強化

ニュープロダクト・クロックデザインコンペティション開催

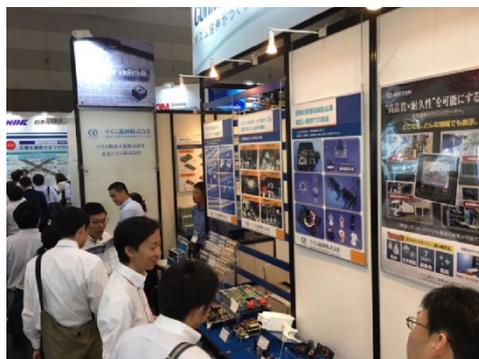
(お客様との新たな交流機会)

インターネット、SNSなどを通じてお客様への情報発信

販売代理店(パートナー)との定期交流



クロックデザインコンペティション



カーエレクトロニクス技術展



海外代理店、販売店との交流

「従業員それぞれが、仕事に誇りとやりがいを持てる」企業に

活力ある企業風土の実現

多様な人材が夢と誇りを持って活躍できる環境作り

(Diversityの尊重)

ワークライフバランス支援

能力・職務に応じた、公平・公正な人事制度

海外人材育成

障害者雇用

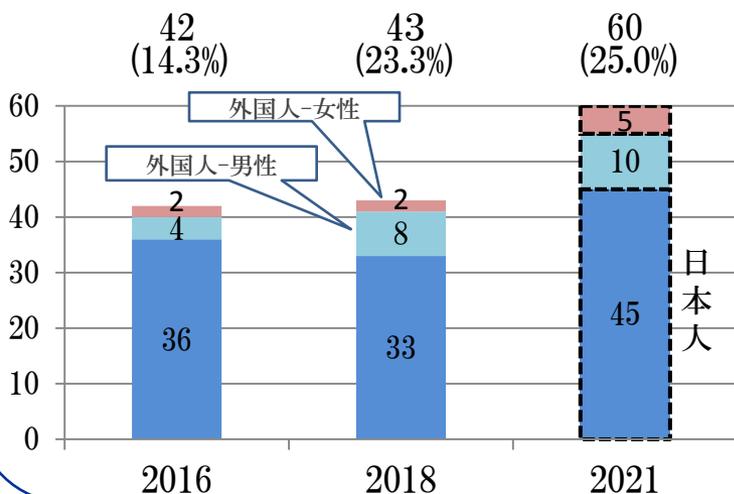


工場見学会

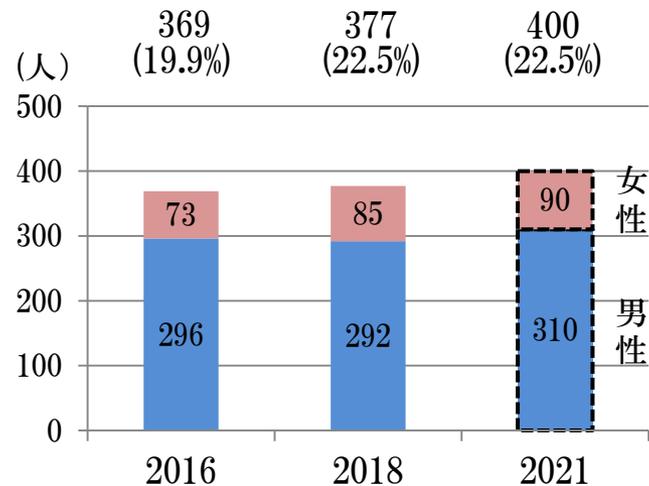


社員研修

役員に占める外国人数の変遷



管理職に占める女性の人数の変遷



積極的に投資していただける会社に

株主還元

企業価値向上に向けて中期的な収益力の強化
安定した配当の実施(配当性向概ね30%以上)

情報開示とコミュニケーション

経営情報の適時開示

投資家向けIR活動の拡大

(決算説明会・One-on-One Meeting等)

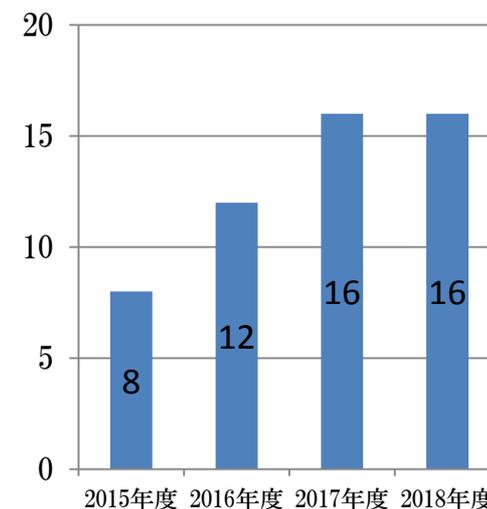
CGCへの適切な対応



株主総会



決算説明会



One-On-One Meeting実績

社会の一員としての積極的な活動

被災地への支援活動

児童施設等への時計の寄贈

時計組立教室の開催

地域社会への貢献

(寄付、環境美化活動等)

工場見学会の実施

人の行き交う場所にシンボリックな時計の設置



時計の寄贈



時計組立教室(経済産業省主催)



会社周辺地域の美化活動



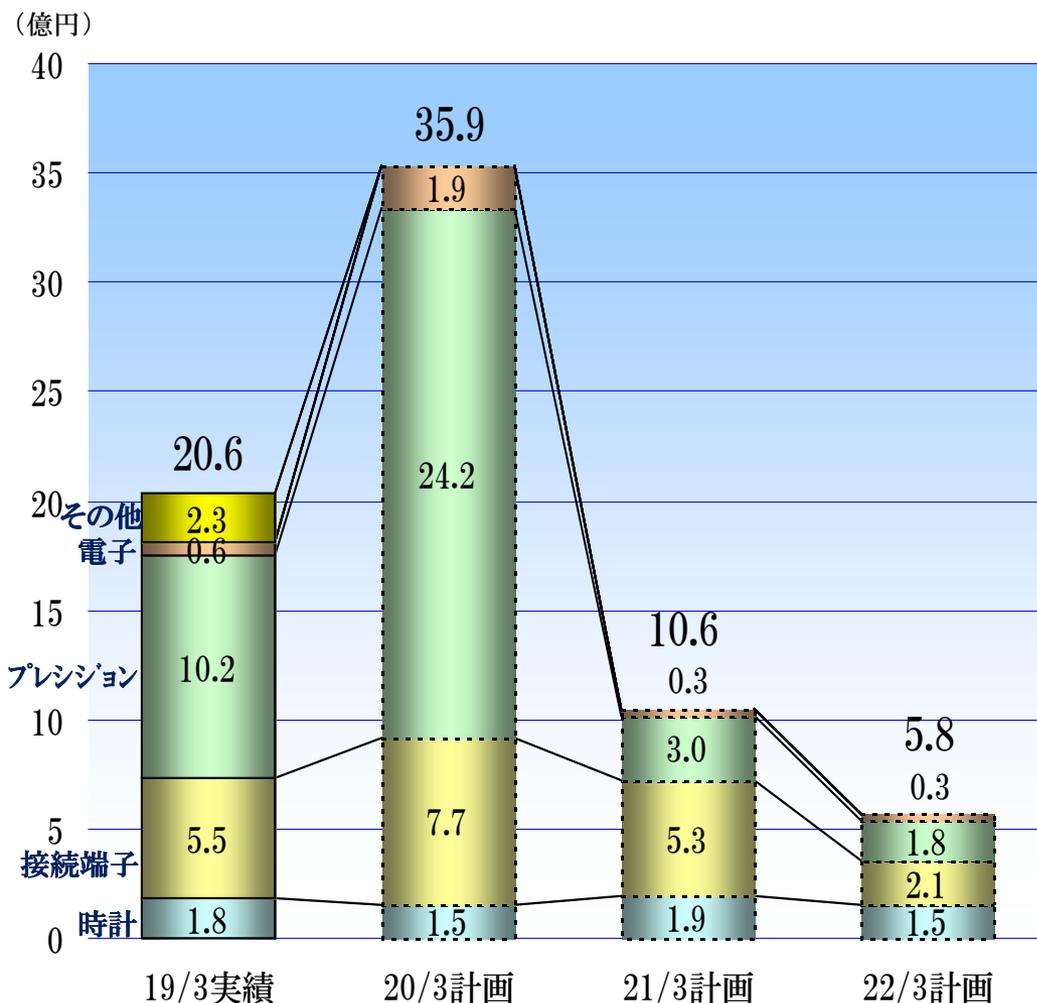
浦和レッズスポンサー

「事業利益確保」「資産効率化」を両輪に
財務体質強化とROAの改善を推進する

基本方針

- ① ROAの目標値を定め、事業利益の拡大と資産効率化を推進
- ② 成長分野への重点投資
(接続端子・プレジジョン事業)
- ③ 資産の効率化による財務体質強化
- ④ M&Aの推進

設備投資

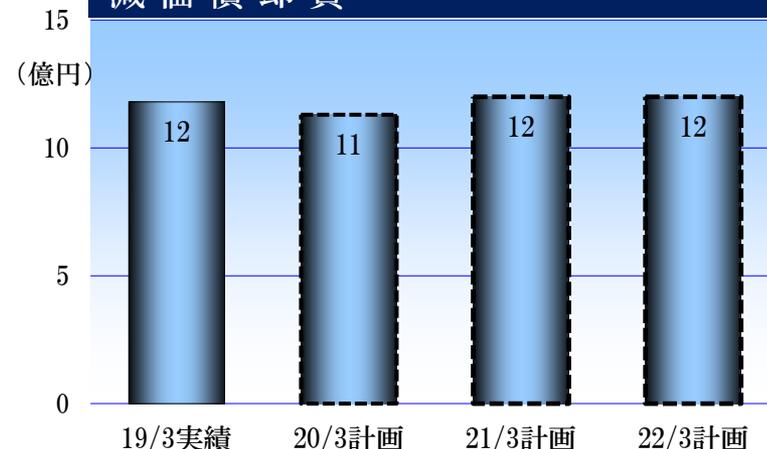


2019年度の主な設備投資計画内訳

(億円)

[時計]	1.5	環境対応工事、成形機、塗装機、振動試験機
[接続端子]	7.7	工場新設(ハノイ)、プレス機、新システム導入、成形機、加工機
[プレシジョン]	24.2	工場新設(自動化、クリーン化)、加工機、自動洗浄乾燥機
[電子]	1.9	外観検査機、実装機、バーコードシステム
合計	35.9	

減価償却費



(2019年3月31日現在)

社名	リズム時計工業株式会社(東証一部:7769)
設立	1950年11月7日
資本金	123億円
発行済株式総数	8,385,093株
主要販売品目	各種クロック(置時計・掛時計・設備時計)、温湿度計、ファン 情報機器、車載機器、電子部品 精密金型・精密成形部品 接続端子 その他精密機械各種
当社拠点	販売拠点:7 製造拠点:2
関係会社	国内:5社 海外:10社 駐在員事務所:2か所
従業員数	連結:3,126名 個別:205名

(参考) プロフィール(2)-沿革 [クロック専業から精密分野へと発展] RHYTHM

- 1946年 当社の前身である株式会社農村時計製作所設立
- 1950年 会社設立(東京都港区)
- 1953年 シチズン時計株式会社、シチズン商事株式会社と技術・販売・資本提携
- 1963年 東京証券取引所第二部へ上場

自動車用時計製造・販売開始-電子事業スタート

- 1965年 自動車用時計製造開始-電子事業スタート

シチズンクロック製造・販売開始

- 1969年 シチズン時計株式会社と商標の相互使用に関する基本契約を締結
- 1972年 東京証券取引所第一部市場へ指定
クロック生産量世界1位となる クォーツ(水晶)時計発売

リズム工機株式会社設立-プレジジョン事業スタート

- 1977年 リズム工機(現:東北リズム株式会社)設立-プレジジョン事業スタート
- 1992年 香港にRHYTHM INDUSTRIAL(H. K.)LTD.設立(中国生産開始)
- 2005年 ベトナムにRHYTHM PRECISION VIETNAM CO., LTD.設立

協伸工業株式会社買収-接続端子事業スタート

- 2011年 協伸工業株式会社(現:リズム協伸株式会社)
KYOSHIN VIETNAM. CO., LTD. KYOSHIN INDUSTRY ASIA.PTE.LTD 買収
- 2012年 RHYTHM KYOSHIN HANOI CO., LTD.設立
- 2013年 PT Umeda Kogyo Indonesia(現:PT. RHYTHM KYOSHIN INDONESIA)買収

「RHYTHMブランド」、国内で復活、ブランド強化へ

- 2014年 国内でリズム時計「RHYTHM」ブランド、45年ぶりに復活
- 2016年 東北リズム株式会社が株式会社プリテックを買収
- 2018年 東北リズム株式会社工作機械部品の専用工場稼働

(参考) プロフィール(3)-組織と事業のマトリクス

産業向け3事業

事業領域		時計事業	接続端子	プレシジョン	電子事業	その他事業
組織及び事業部		リズム時計部 (株)	リズム協伸部 (株) (100%子会社)	東北リズム部 (株) (100%子会社)	リズム時計部 (株)	リズムサービス部 (株) (100%子会社)
販売	国内	6	3	2	1	1
	海外	2	1 ^{※1}	-	-	-
生産	国内	1	3	3	1	1
	海外	2	4	2 ^{※2}	2 ^{※2}	-

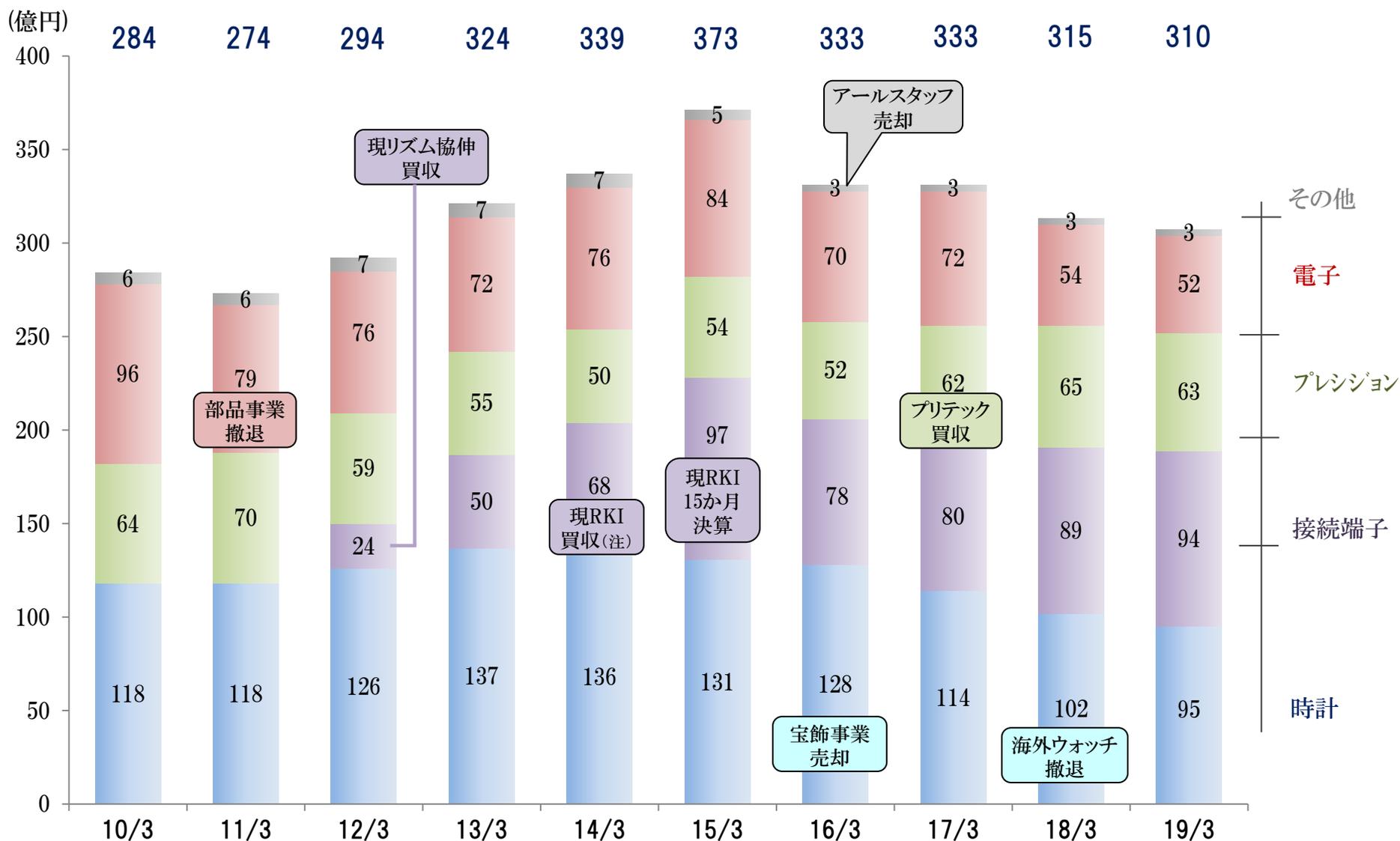


※1 タイ(バンコク)、ドイツ(デュッセルドルフ)に別途駐在員事務所があります。

※2 海外販売拠点も兼ねています。

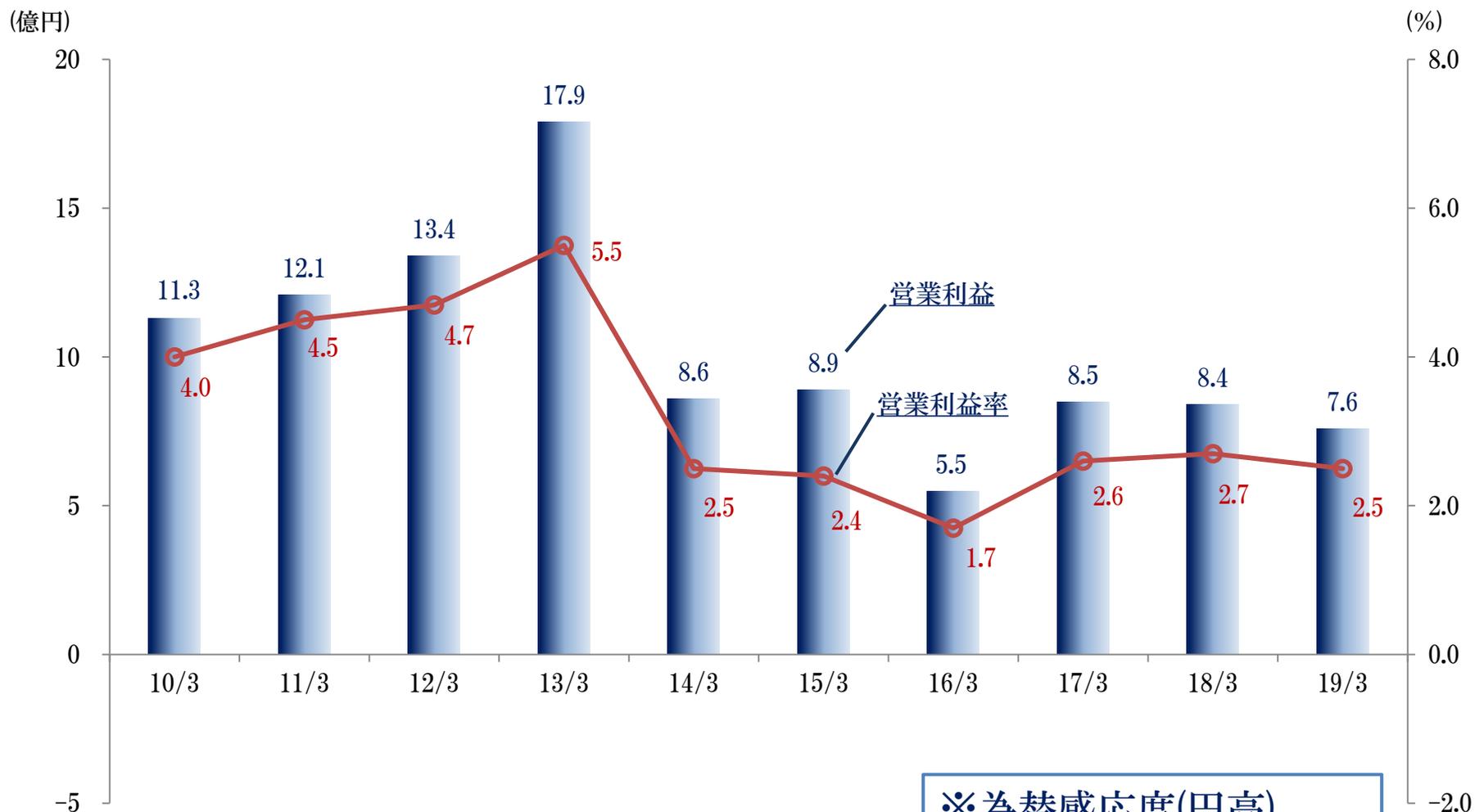
(2019年5月30日現在)

(参考) 業績動向(1) -売上高推移



注RKI:PT. RHYTHM KYOSHIN INDONESIAの略称

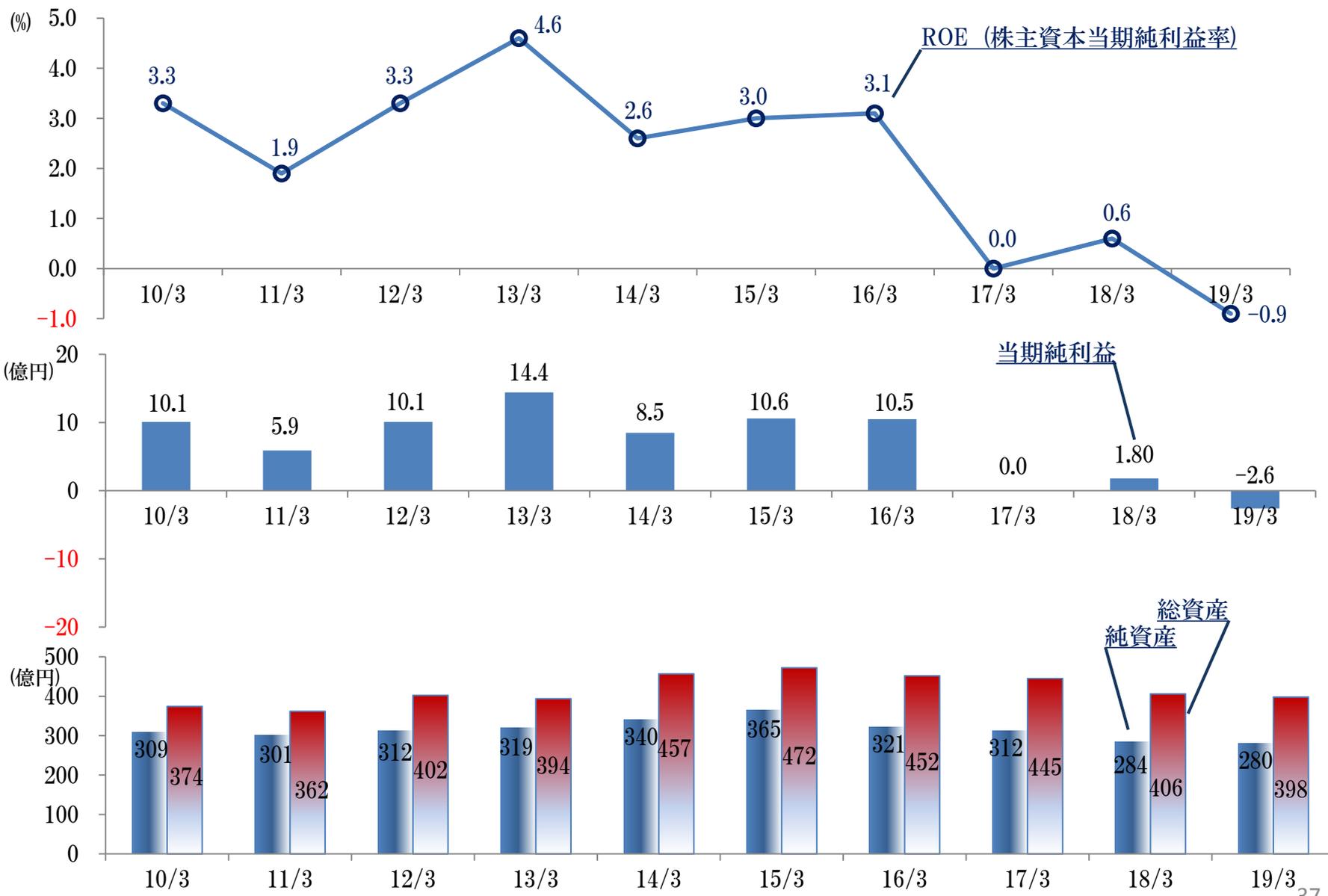
(参考) 業績動向(2) - 営業利益・営業利益率 推移



※為替感応度(円高)
 営業利益:2.1千万円増益
 売上高:1.1億円減収

(US\$に対する1円変動影響)

(参考) 業績動向(3) -ROE・純利益・総資産・純資産 推移



本資料は当社をご理解いただくために作成されたものです。

本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。

また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業績等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、安全性を保証するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

広報IR担当窓口

リズム時計工業株式会社

企画部 片山(カタヤマ)

山口(ヤマグチ)

電話 048-643-7241(企画部直通)