



2025年3月24日

各位

会社名 リズム株式会社
代表者名 代表取締役社長 湯本 武夫
(コード番号 7769 東証プライム)
問合せ先 取締役執行役員 相澤 竜也
(TEL 048-643-7241)

「中期経営計画 2027」策定のお知らせ

当社は、2026年3月期から2028年3月期までの3年間を対象とする「中期経営計画 2027」を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

現在の中期経営計画は「成長戦略の実現」フェーズとして、「製販技一体戦略による成長領域の拡大」及び「事業成長重視の戦略的投資と株主還元の向上」等を基本方針に掲げ、業績改善と企業価値向上への取り組みを進めてまいりました。新たに始まる中期経営計画 2027 では、さらなるステップアップを図り、「事業モデル確立による新たな成長の実現」フェーズと位置づけ、これまでの事業変革への取り組みを完遂するとともに、外部環境変化に負けない自走的成長によりさらなる企業価値向上に取り組んでまいります。

1. 基本方針

- ・事業戦略：新事業モデルの競争力強化
- ・財務戦略：成長投資と資本効率の向上
- ・経営基盤：経営の推進力向上
- ・サステナビリティ戦略：経営・事業活動との同期化

2. 経営目標（計画為替レート US\$1=JPY140）

経営目標	2025年3月期 業績予想 ※	2028年3月期 計画
売上高	330 億円	400 億円
営業利益	12 億円	25 億円
当期純利益	10 億円	21 億円
営業利益率	3.6%	6.3%
ROE	3.2%	6.0%
モビリティ売上高	120 億円	130 億円
快適品売上高	25 億円	50 億円
海外売上高比率	42%	41%

※ 2024年11月14日発表「2025年3月期第2四半期（中間期）決算短信」

以上



中期経営計画2027

(2026年3月期 – 2028年3月期)

2025年3月24日

リズム株式会社

(東証プライム 7769)

1. 中期経営計画2024の振り返り (2023年3月期 – 2025年3月期)

2. 長期ビジョン

3. 中期経営計画2027 (2026年3月期 – 2028年3月期)

注記

- 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）を表します。
- 2024年度業績見通は2024年11月14日発表「2025年3月期第2四半期（中間期）決算短信」の数値です。

1. 中期経営計画2024の振り返り

売上高達成率は約93%にとどまり、収益性に課題。事業環境変化への対応力を要す

計画と実績見通

	2024年度 計画	2024年度 見通
売上高	355 億円	330 億円
営業利益	20 億円	12 億円
当期純利益	16 億円	10 億円
営業利益率	5.6 %	3.6 %
ROE	5.6 %	3.2 %
海外売上高 比率	48 %	42 %
車載関連 売上高	120 億円	120 億円

主な取組成果と課題

事業	M&Aによる拡大と構造改革の断行	
	精密部品	リズム翔栄加入の一方、既存の車載・組立分野は顧客在庫調整等が影響
	生活用品	中国工場で確かな 改革成果 。快適品※1ヒットも 収益確保（円安耐性） に課題
財務	資本コスト経営の推進、株主還元強化	
	計画を上回る 積極投資 、政策株・不動産の一部売却、 増配 を実施。 収益改善によるROE向上 が急務	
サステイナビリティー	環境、D&I活動をグループ一体で推進	
	計画を上回るペースで CO2排出量削減 。 ネットゼロ に向けた対策検討。 女性活躍 の更なる強化へ	
経営基盤	事業を支える基盤の強化	
	ガバナンス、人財、IT、SR ※2等幅広く活動実施。基幹システム入替は計画を見直しリスタート	

※1 モバイルファン、サーキュレーター、加湿器等の小型家電・雑貨類カテゴリ

※2 Stakeholder Relations：ステークホルダーとの関係

損益計算書

単位：百万円	2021年度	2022年度		2023年度		2024年度		
	実績	計画	実績	計画	実績	計画	見通	計画比
売上高	29,999	30,700	31,231	33,000	32,602	35,500	33,000	-2,500
精密部品	22,133	22,700	23,561	24,600	25,173	26,300	25,100	-1,200
生活用品	7,422	7,600	7,222	8,000	7,027	8,800	7,500	-1,300
その他	444	400	446	400	401	400	400	-
営業利益	892	1,000	886	1,600	730	2,000	1,200	-800
精密部品	1,535	1,760	1,873	2,100	1,769	2,300	2,100	-200
生活用品	-174	-280	-432	0	-704	200	-400	-600
その他	64	60	64	70	68	75	50	-25
調整額	-532	-540	-620	-570	-401	-575	-550	25
経常利益	1,286	1,300	1,246	1,850	1,259	2,250	1,600	-650
当期純利益	1,031	1,000	794	1,300	477	1,600	1,000	-600
為替レート	122.39	120.00	133.53	120.00	151.41	120.00	145.00	25.00

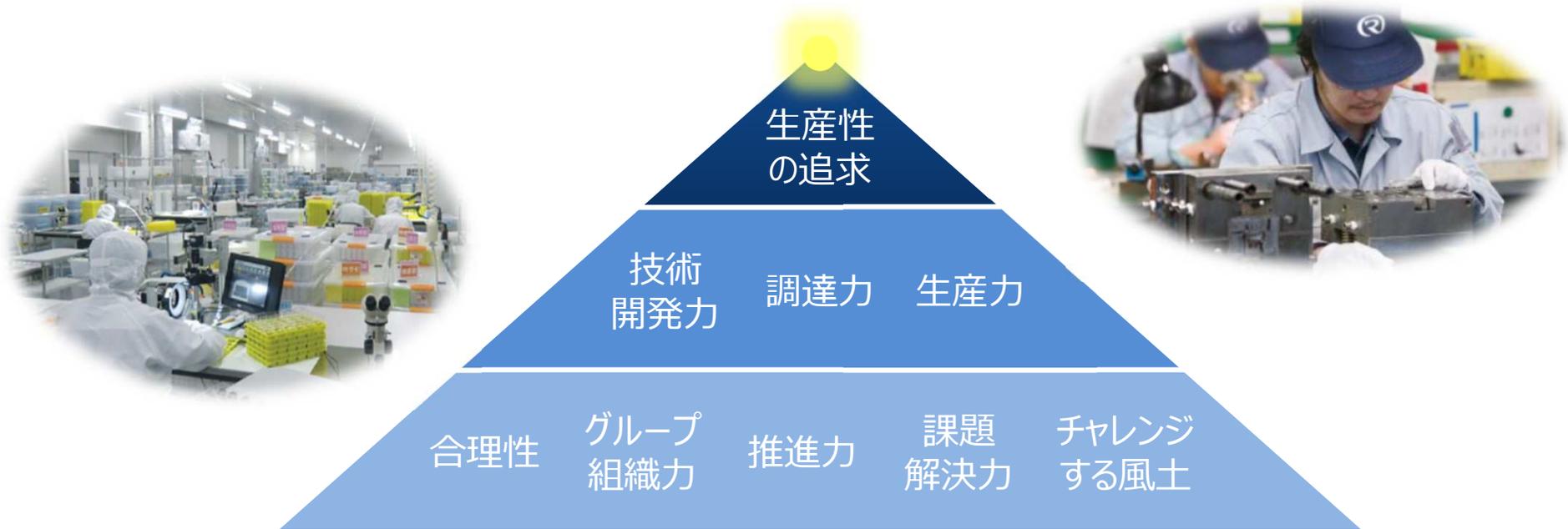
2. 長期ビジョン

70年以上のクロック製造で培ったものづくりで、安心・安全なくらしに快適なひとときを

経営理念

たゆみない創造と革新を続け、豊かで楽しい安全な社会づくりに貢献する

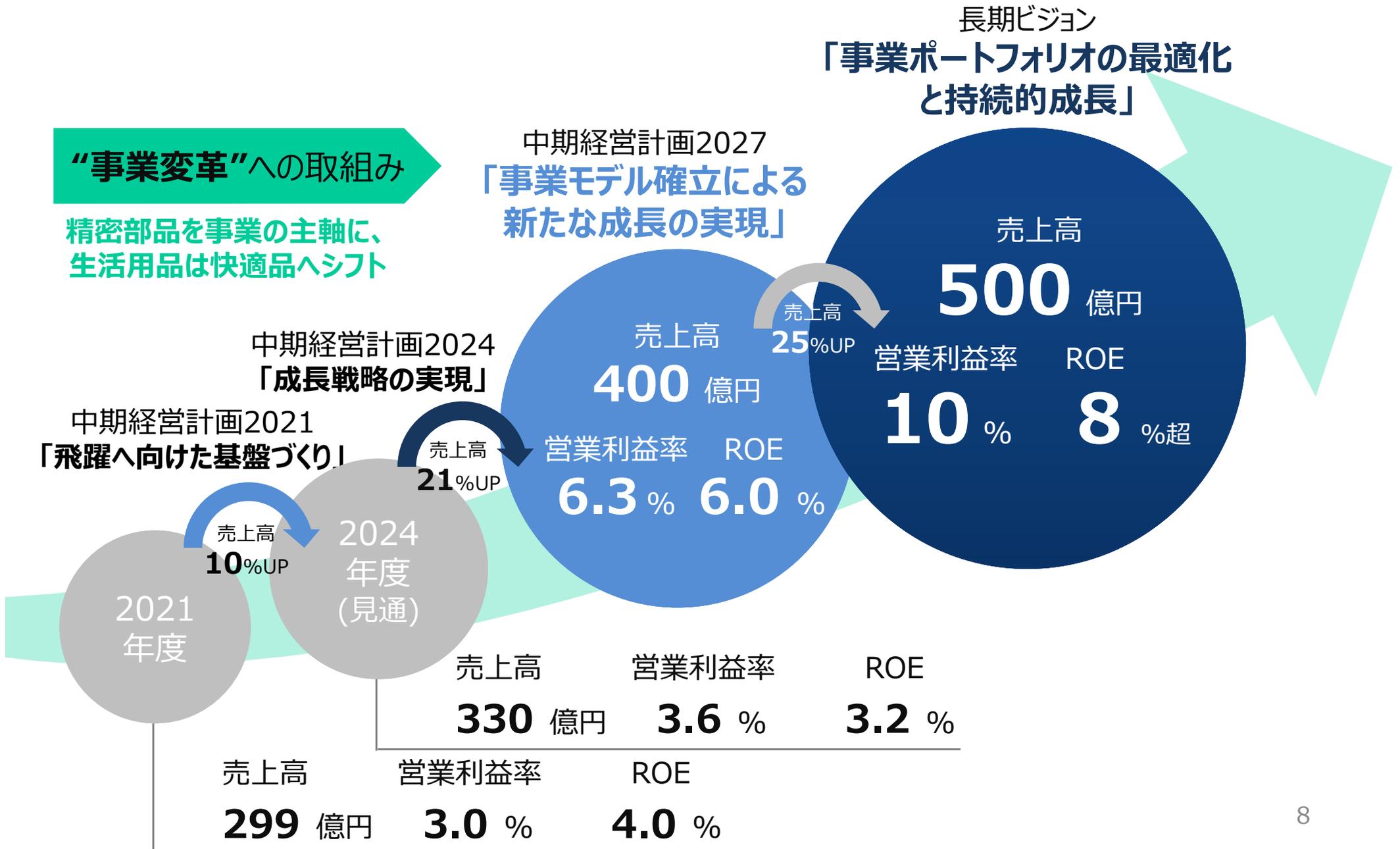
リズムの目指す強いものづくり



ありたい姿

“高精密部品と快適品のリズム”として、
世界に向けて「安心・安全・快適」を届けます

中期経営計画2027で売上高+70億円を目指す。売上高500億円を近く実現へ

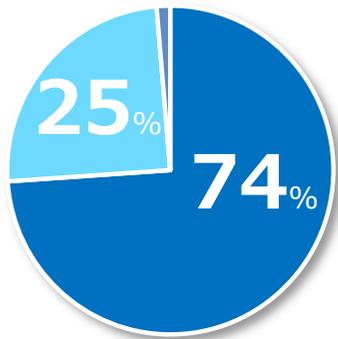


3. 中期経営計画2027

「事業モデル確立による新たな成長の実現」フェーズと位置づけ

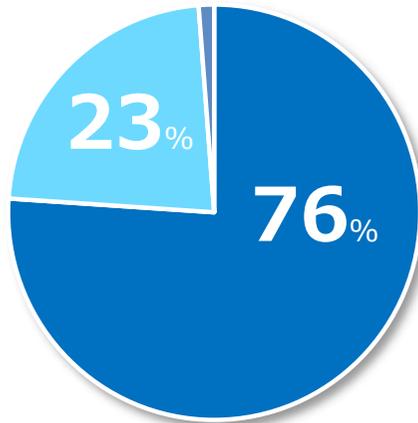
長期ビジョン、さらにその先で…
事業ポートフォリオの最適化
と持続的成長

中期経営計画2021
飛躍へ向けた基盤づくり



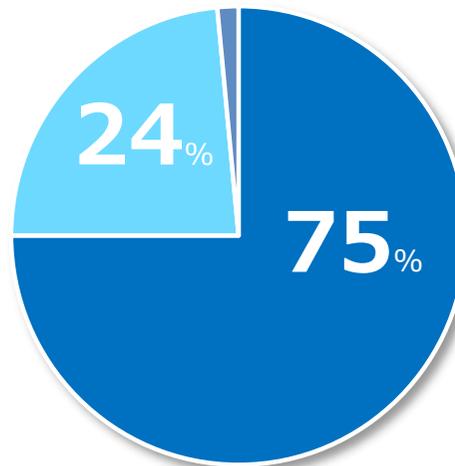
2021年度 実績	売上高 (億円)
精密部品	221
生活用品	74
その他	4
合計	299

中期経営計画2024
成長戦略の実現



2024年度 見通	売上高 (億円)
精密部品	251
生活用品	75
その他	4
合計	330

中期経営計画2027
事業モデル確立による
新たな成長の実現



2027年度 計画	売上高 (億円)
精密部品	300
生活用品	94
その他	6
合計	400



第二
の柱

成長
けん引

景気や為替等の事業環境に左右されない
バランスの取れた事業ポートフォリオ構築へ

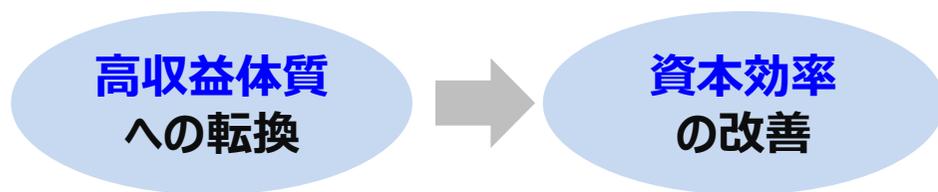
4つの戦略・基本方針により、高収益体質への転換を図り、資本効率の改善へ



中期経営計画2024の課題（収益性、変化対応力）を克服

全体方針

外部環境変化に負けない**自走的成長**により



経営目標

	2027年度計画		2027年度計画
売上高	400 億円	モビリティ売上高	130 億円
営業利益	25 億円	快適品売上高	50 億円
営業利益率	6.3 %	海外売上高比率	41 %
ROE	6.0 %		

4つの戦略・基本方針

事業	新事業モデルの競争力強化	
	精密部品	引き続き モビリティ を最重要市場とし、付加価値の高い リズムオリジナル部品 を拡大
	生活用品	快適品の規模拡大 により、 早期収益化 と事業の 安定収益構造 を確立
財務	成長投資と資本効率の向上	
	資本コスト経営 を強化。業績拡大による安定した収益基盤を築き、将来に向けた 積極投資 を実施	
経営基盤	経営の推進力向上	
	攻守のガバナンス と IT/DX への取組とともに、高い推進力を持つ 人財育成 により成長を実現	
サステイナビリティー	経営・事業活動との同期化	
	企業の 生き残り戦略 として 環境、DEI を推進	

3. 中期経営計画2027 (4) 経営目標

数値目標

単位：百万円	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度		
	見通	計画	計画	計画	2024年度比	
売上高	33,000	33,500	37,000	40,000	7,000	21.2%
精密部品	25,100	24,700	27,500	30,000	4,900	19.5%
生活用品	7,500	8,300	9,000	9,400	1,900	25.3%
その他	400	500	500	600	200	50.0%
営業利益	1,200	1,400	2,000	2,500	1,300	108.3%
精密部品	2,100	2,150	2,450	2,850	750	35.7%
生活用品	-400	-250	50	150	550	—
その他	50	90	100	110	60	120.0%
調整額	-550	-590	-600	-610	-60	—
経常利益	1,600	1,700	2,300	2,800	1,200	75.0%
当期純利益	1,000	1,200	1,700	2,100	1,100	110.0%
為替レート	145.00	140.00	140.00	140.00	-5.00	

重要財務指標

	2024年度 見通	2025年度 計画	2026年度 計画	2027年度 計画 2024年度比	
	営業利益率	3.6 %	4.2 %	5.4 %	6.3 %
ROE	3.2 %	4.0 %	5.0 %	6.0 %	2.8 pt
モビリティ 売上高 ※1	100 億円	105 億円	115 億円	130 億円	30 億円
快適品 売上高	25 億円	37 億円	43 億円	50 億円	28 億円
海外売上高 比率 ※2	42 %	41 %	41 %	41 %	-1 pt
(精密部品)	50 %	48 %	47 %	46 %	-4 pt
(生活用品)	21 %	20 %	26 %	27 %	6 pt

※1 中期経営計画2027より集計方法を変更。2024年度見通は従来の集計方法では120億円

※2 国内売上高伸び率が海外売上高伸び率を上回ることから、2024年度比では低下見込み

中期経営計画2027

事業戦略

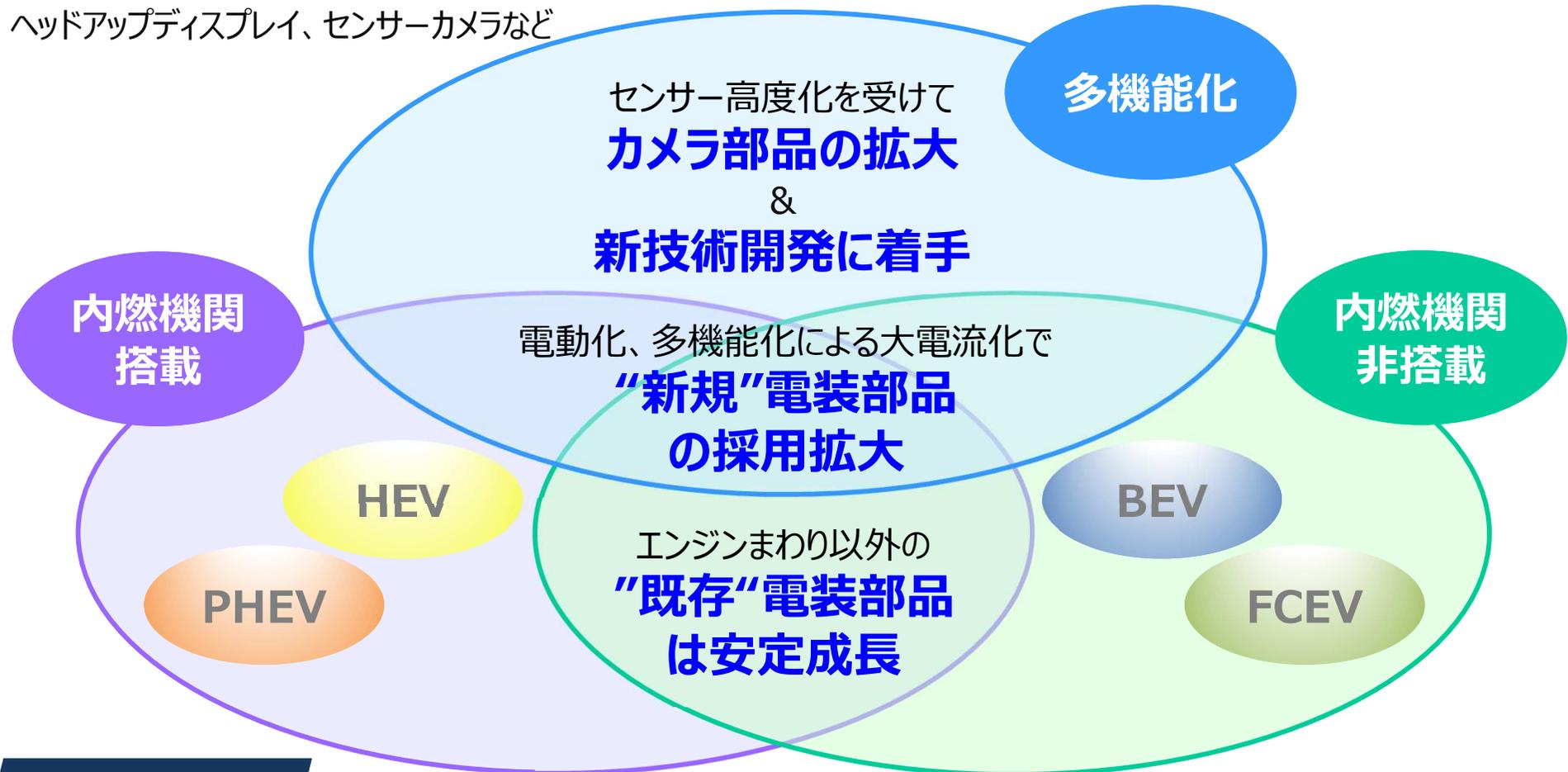
精密部品

モビリティが最重要市場。注力分野は電装品、ADAS。センサー分野にも領域拡大を狙う

ADAS

先進運転支援システム関連で領域拡大

ヘッドアップディスプレイ、センサーカメラなど



電装品

電動車の普及動向に依らず着実な成長を見込む

サスペンション、インバーター、コンバーター、充電器など

リズムの精密部品の強みは「ミクロン単位の成形技術」と「顧客起点の提案力」



プラスチック成形部品

“ミクロン単位の成形技術”

- 加工難易度の高いプラスチックの軽量化・量産化
- **1000分の1ミリ（1ミクロン）**の加工技術で、高い精度要求にも対応



センサーカメラ



金属加工部品

“顧客起点の提案力”

- 顧客課題解決型の技術開発と提案力

自動実装対応

テーピング状で部品提供。
お客様は工場の自動組み立て工程にそのままセット。
生産効率化と品質安定化に貢献

日系・外資系自動車Tier 1、大手家電・光学メーカーをはじめ**1000**社を超える取引実績

電動車普及期に向けた種まきとともに、既存部品、新規部品で確実な刈り取り

重点施策
1

既存部品の深化

ソレノイドコイル

- ✓ 金属加工、プラスチック成形、巻き線の技術をフル活用した新規開発
- ✓ 自動車、家電等幅広い市場への売込強化



重点施策
2

新規部品への進化

ユニット部品

- ✓ プラスチック成形 + αのユニット部品の新規開発

組立品

- ✓ 設計～組立まで。プラスチック成形、金型加工に次ぐ事業に育成

電装部品

- ✓ モビリティ新規部品の開発・売込

重点施策
3

生産性向上

自動化・合理化

- ✓ 完全無人化等による抜本対策の実施
 - 生産能力の拡大
 - リードタイムの短縮

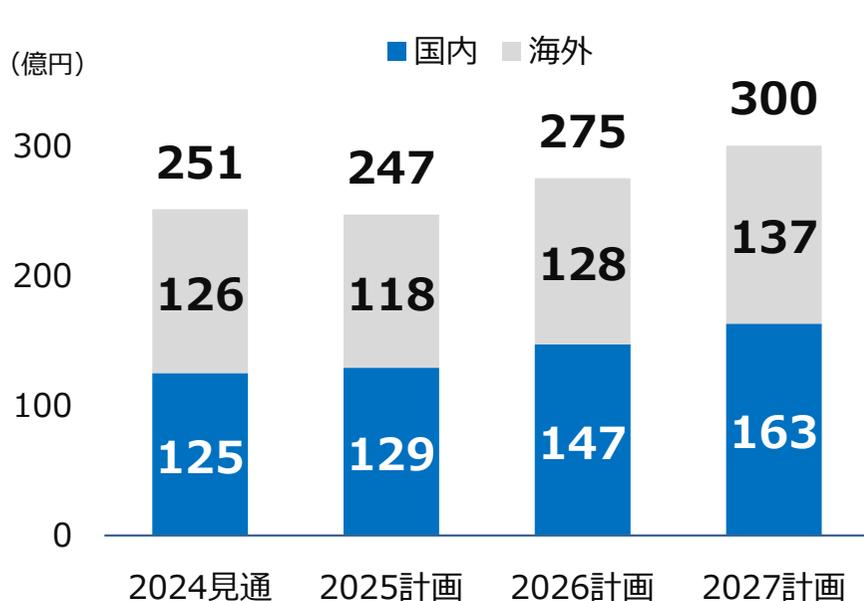
一人当たり
生産高

2027年度
10%超UP
(2024年度比)

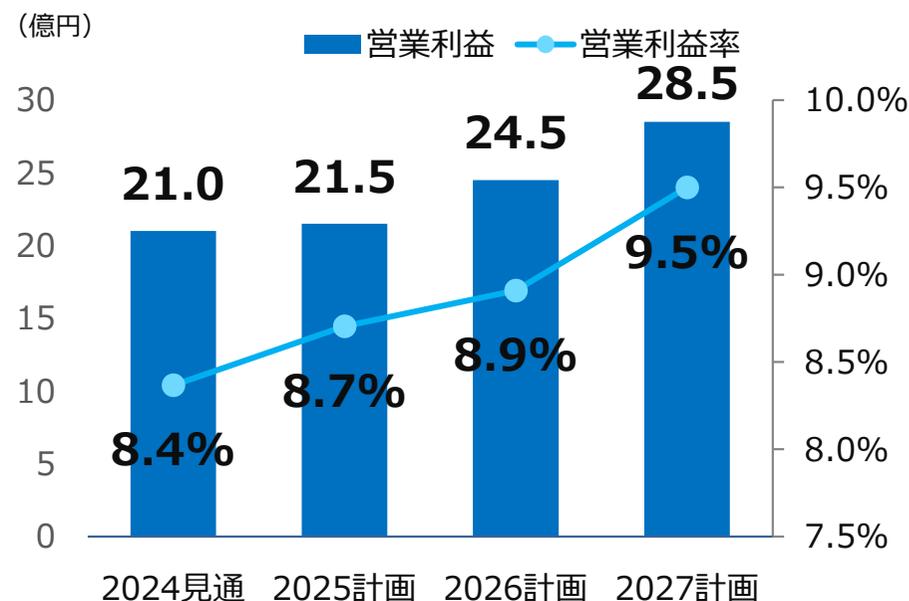
グループ共通方針

- 【製品】 付加価値の高い**リズムオリジナル部品**の開発、**汎用化による量の拡大**
- 【生産】 **一気通貫・一貫生産**のものづくりを活かした**ユニット部品の拡大**
- 【営業】 グローバルネットワークを活かした**戦略顧客の深耕**

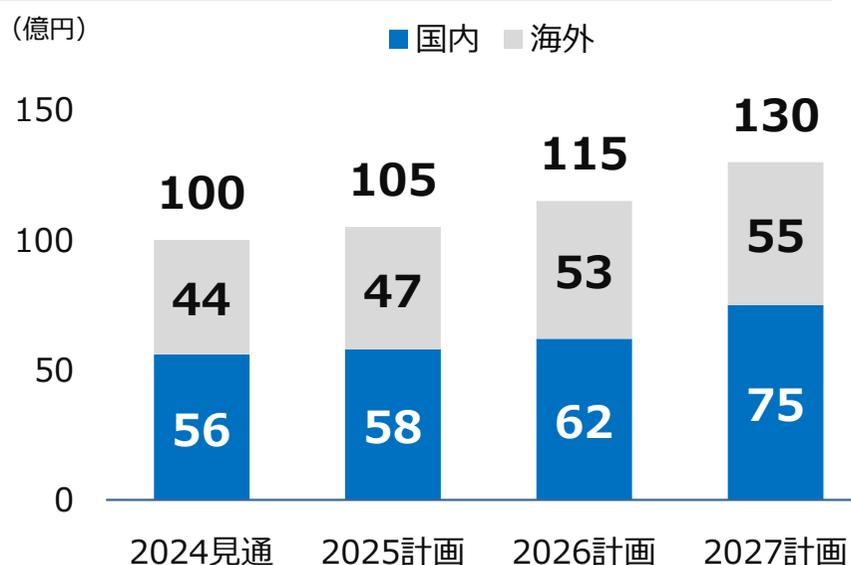
売上高



営業利益・利益率



モビリティ売上高



中期経営計画2027

事業戦略

生活用品

2020年度より大きく事業転換。構造改革の成果を確実にものへ

事業環境

構造改革

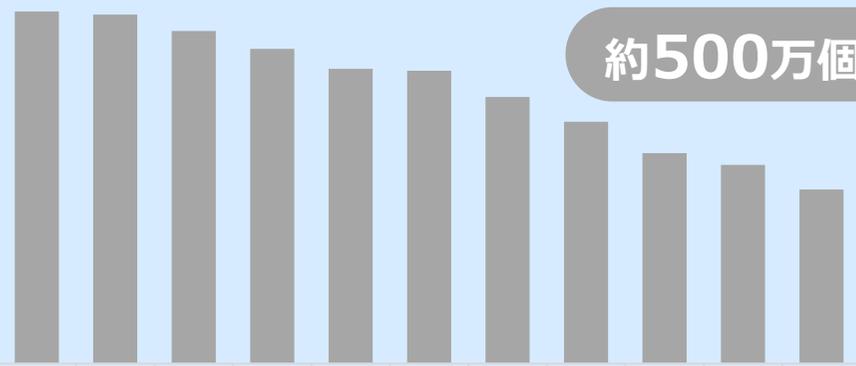
【国内クロック市場】クロック完成品出荷数量

2012年

約1,000万個

2022年

約500万個



※出典：日本時計協会

クロック依存からの脱却

新たな事業モデルの構築

クロック
選択と集中

中国工場
再建

快適品
商品開発

子会社
2社清算

中期経営計画2024

中国工場
採算改善

モバイル
ファンヒット

中期経営計画2027

早期収益化
(海外含む快適品拡大と原価低減)

快適品の次なるヒット創出

本中計期間で収益化必達、快適品を製品ポートフォリオの中核とし売上拡大へ

重点施策

1

快適品の販路拡大

**大手EC・家電量販店
海外重点5か国**

- ✓ チャンネル別販売戦略の推進
- ✓ モバイルファンをフックに中国・東南アジアでの市場開拓
- ✓ SNSマーケティングによる売上拡大とブランド認知獲得

重点施策

2

快適品の次なるヒット

新製品

- ✓ **空調分野のラインアップ拡大と新分野**への研究開発
- ✓ 高付加価値、ロングライフ、通年商材、海外展開重視の製品開発

重点施策

3

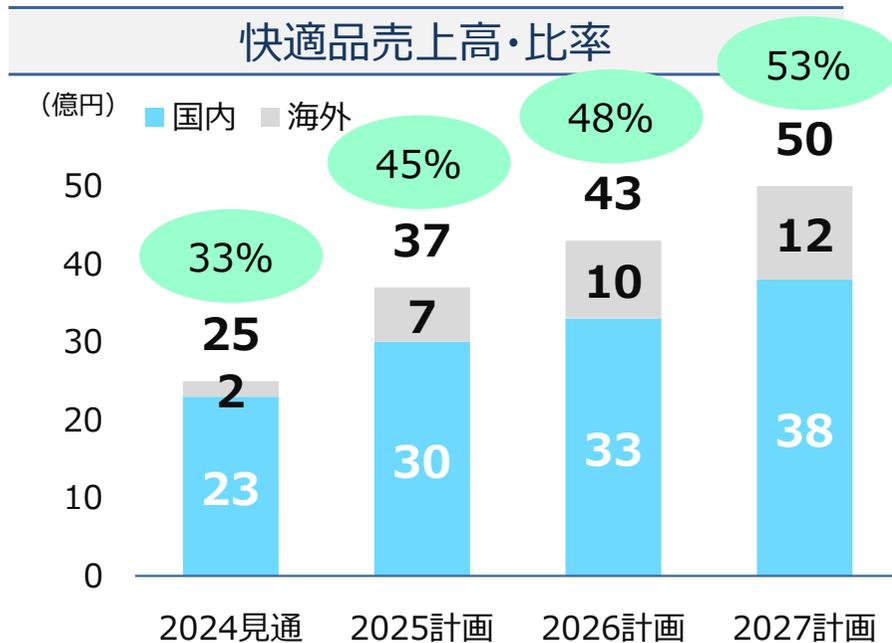
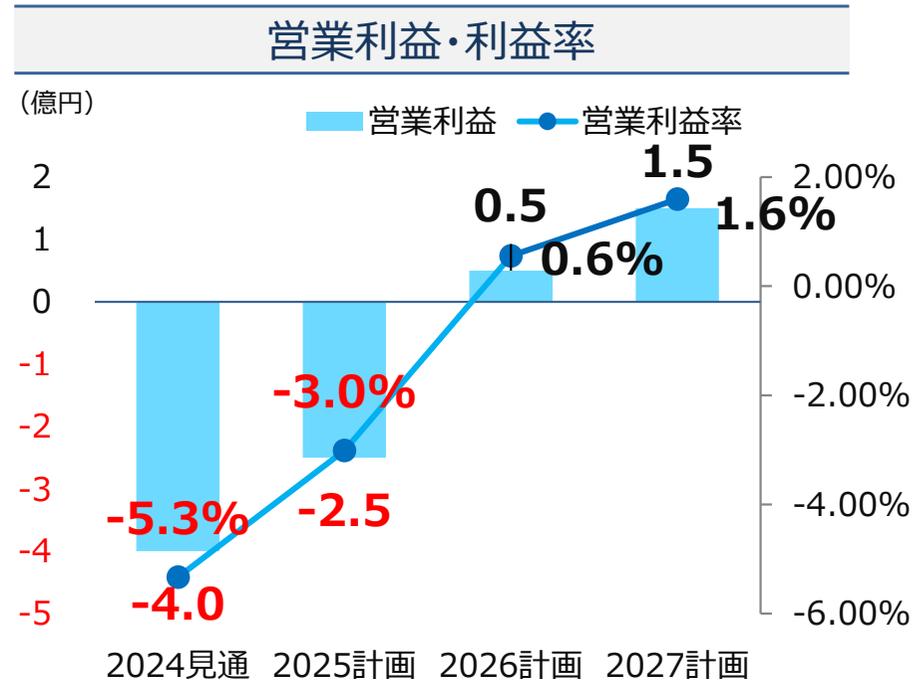
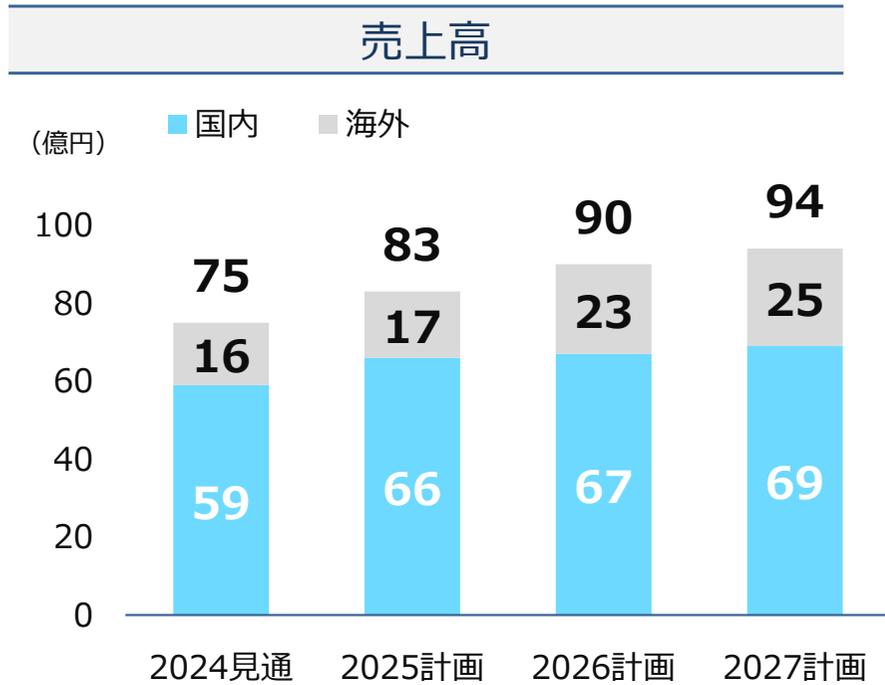
生産体制の強化

原価低減

- ✓ 販売機会損失ゼロへの取組み
- ✓ 購買力強化、集中生産・組立自動化による生産性向上
- ✓ クロックのさらなる絞り込みによる最大効率化

グループ共通方針

早期の売上高100億円事業化へ、**国内外での快適品の売上拡大**
事業のスケール化に寄与する戦略の実行スピードと確度の両立



快適品コンセプト

生活の中の本質的な価値を見極め、
 問題解決、新たな使い方、高品位デザインで
「良い時間を過ごす」くつろぎの商品を提供する

中期経営計画2027

財務戦略

引き続き、ROIC経営フレームワークに基づいた資本コスト経営を推進

体制

取締役会・経営会議

事業ポートフォリオ報告 (年2回)

- 基本方針についての議論
 - 事業ポートフォリオ評価
 - M&Aについての議論 など
- ※M&Aについては別途定例報告

事業ポートフォリオ実務者協議会

担当役員・現場幹部による

- 重点改善指標の設定
- 具体的施策の進捗・効果の確認

ROIC経営フレームワーク

事業ポートフォリオ評価

資本コストを踏まえた
投資判断

(当社試算) WACC 約6%
株主資本コスト 約7%

資産の最適化

不動産の売却
政策株の売却
在庫適正化への取組

ROE改善の道筋

2024年度
3.2%

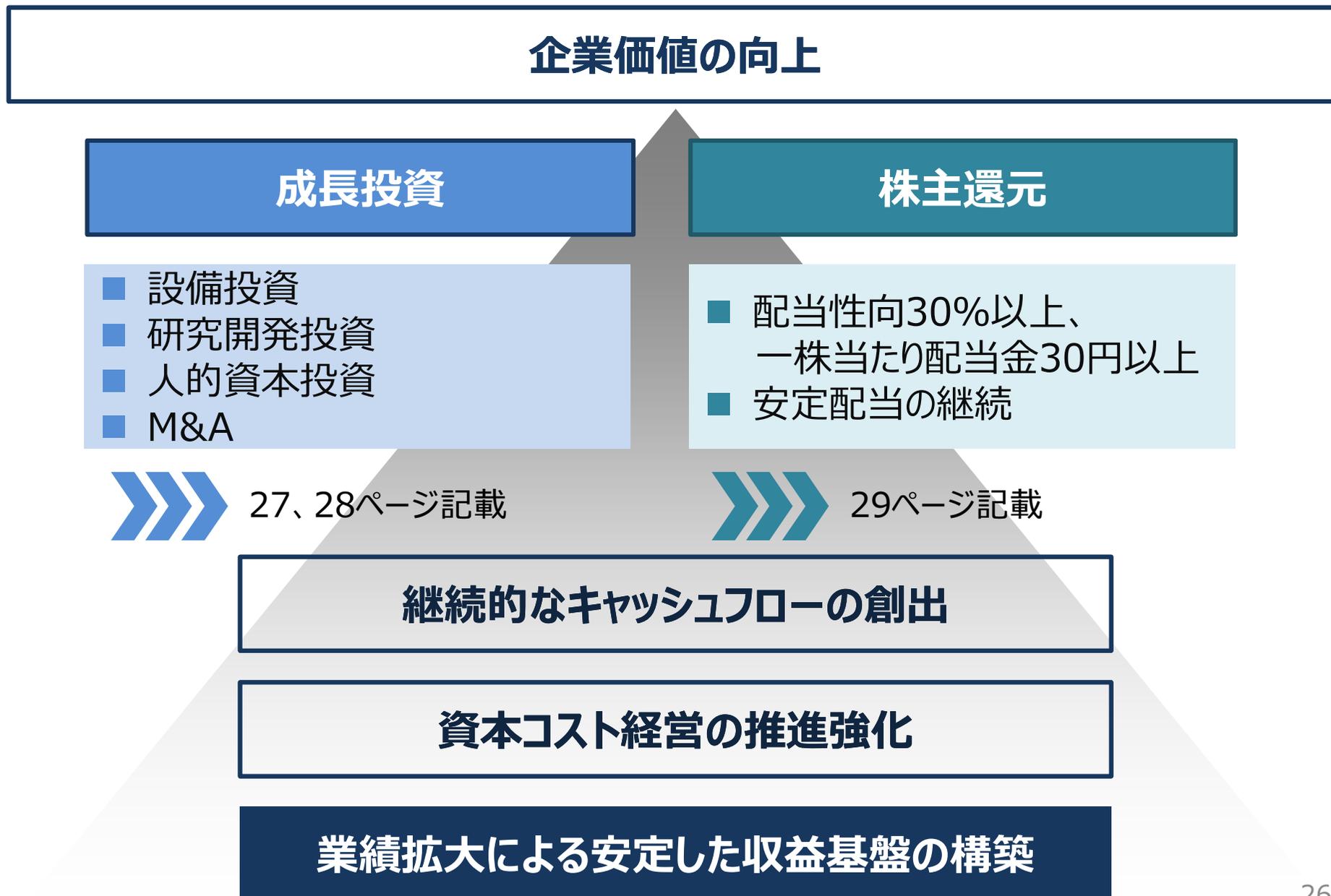
2027年度
6.0%

長期ビジョン
8%超

株主資本マネジメント
最適資本構成の実現

利益の最大化
に向けた積極投資

安定した収益基盤を築き、最適バランスによる資源配分で企業価値向上へ



収益改善や一部資産売却によるキャッシュをもとに、積極的な成長投資を計画

キャッシュイン

キャッシュアウト

120～130億円

120～130億円

- 収益拡大
- 資産効率の向上
(在庫水準の適正化)

営業CF
60～70億円

- 手元資金の有効活用
- 不動産や政策株など
一部資産の売却
- 負債の活用

手元資金
資産売却
借入金
60億円

事業投資
50～60億円

M&A
50億円

株主還元
20億円

精密部品

- 設備増強
- 自動化・省人化設備

生活用品

- 快適品開発

その他

- システム刷新
- 倉庫建設
- 環境対応
- 人的資本

精密部品

- 一定規模を有する
製造会社

生活用品

- 快適品の技術・ノウハウ・人財を有する企業

成長投資の内訳

		中期計画 2027		中期計画2024 (見通)	
事業投資 50~60億円	精密部品	31億円	設備増強、自動化・省人化 国内 18億円 海外 13億円	23億円	
	生活用品	7億円	快適品 7億円	5億円	
	その他	21億円	システム 12億円 倉庫 8億円 環境対応他 1億円	16億円	
M&A 50億円	合計	60億円	+ 16億円	44億円	

生産性向上へ
さらなる自動化・省人化
を検討

その他、生活用品中心に
宣伝広告費として
約12億円を計画

収益改善と更なるキャッシュの創出により、成長投資と併せて株主還元の向上を図る

配当
基本方針

- 配当性向30%以上、一株当たり配当金30円以上
- 安定的な配当を継続

	2024年度 見通	2025年度 計画	2026年度 計画	2027年度 計画
売上高 (百万円)	33,000	33,500	37,000	40,000
当期利益 (百万円)	1,000	1,200	1,700	2,100
一株当たり当期利益 (円)	121.14	145.38	205.96	254.42
一株当たり配当金/年 (円)	73	73	73	76
配当性向 (%)	60	50	35	30

※ 計画値は、中期経営計画2027に基づく試算であり、記載の配当を約束するものではありません

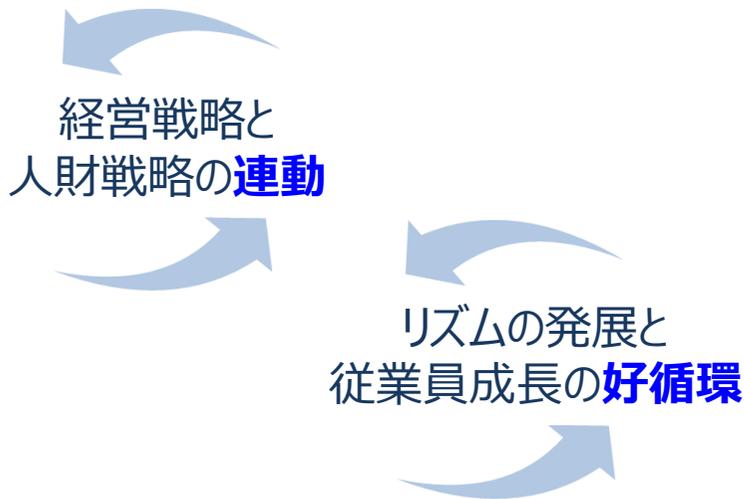
株主還元 **20**億円

業績、手元資金、投資の状況に応じて更なる配当検討

中期経営計画2027

経営基盤戦略

経営戦略を推進する原動力となる人財の確保・育成・適正配置



方針

多様な人財が**高い生産性と創造性**により
経営戦略を推進できる組織作り

求められる人財

- 高い視座を持つ経営幹部
- マネジメント能力の高い管理職・リーダー職
- 専門人財（技術、海外）
- 自律的で、変革にチャレンジできる人財
- デジタルネイティブ人財

経営
コミット
メント

- 経営層・従業員への**人的資本投資**
- サステナビリティ委員会による**DEI**活動の推進

人財
パイプ
ライン

- 人財の**適正配置・活躍機会**の提供
- **階層別、テーマ別教育**の実施
- **リテンション**施策の実施
- **人事制度**の再構築
- **エンゲージメントサーベイ**の活用

人財育成の体系化

現場での実務能力向上へ

IT/DXで圧倒的なスピードを獲得し、ありたい姿の実現へ



長期方針

グループを俯瞰するIT戦略の推進

- 中期経営計画2027にて現状分析・施策立案・遂行スタート

IT/DXの推進

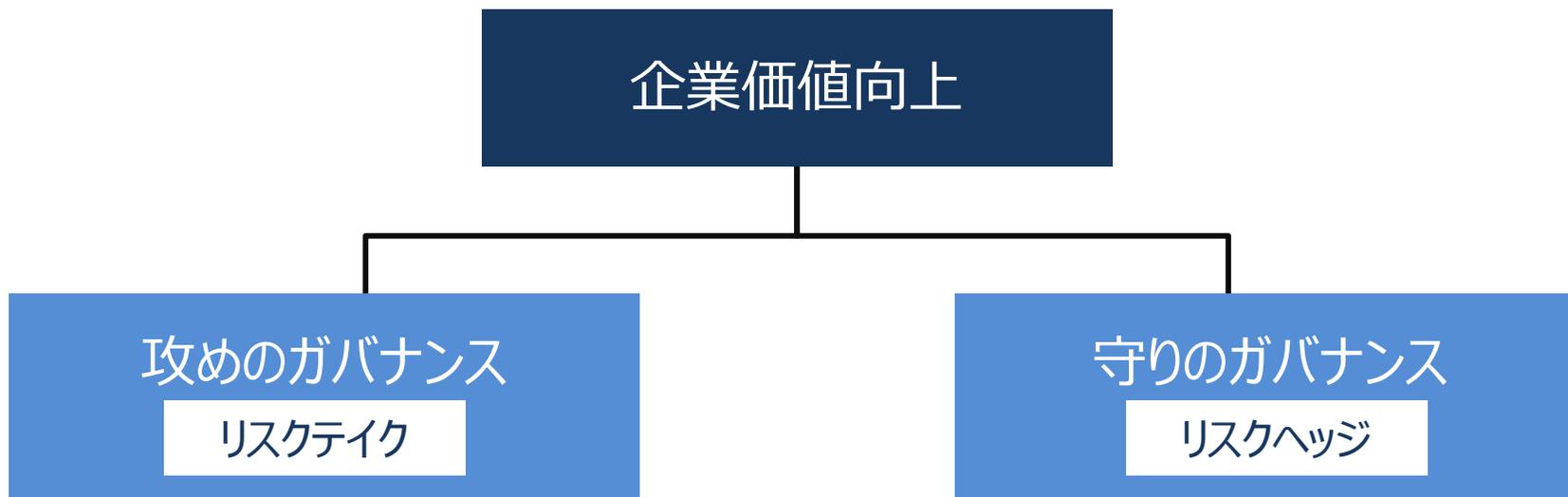
- IT/DX推進専門部隊による最新技術と現場需要のマッチング

中期経営計画2027の重要施策

基幹システムの刷新

- 業務統合による標準化、効率化、統制強化

適切なリスクヘッジと果敢なリスクテイクにより成長を実現



資本コスト経営の強化（事業ポートフォリオ評価）

取締役会の実効性強化

業務執行における意思決定体制・プロセス向上、スピードアップ

内部監査、コンプライアンス、リスク管理のグローバルフレームワークの高度化

全体最適によるグループ経営管理の高度化

リスク診断等によるシステム脆弱性対応、セキュリティの強化

CGコード（全83項目）への対応強化

人的資本

情報開示と
対話の拡充

中期経営計画2027

サステナビリティ戦略

経営・事業活動と同期させ、サステナビリティ経営を推進



**フレームワーク構築
と活動定着**

- グループ推進体制の構築
- 理念体系の整備
- 現状把握と施策の実施
- モニタリングの実施 (PDCA サイクル化)

**経営との同期化
と効果向上**

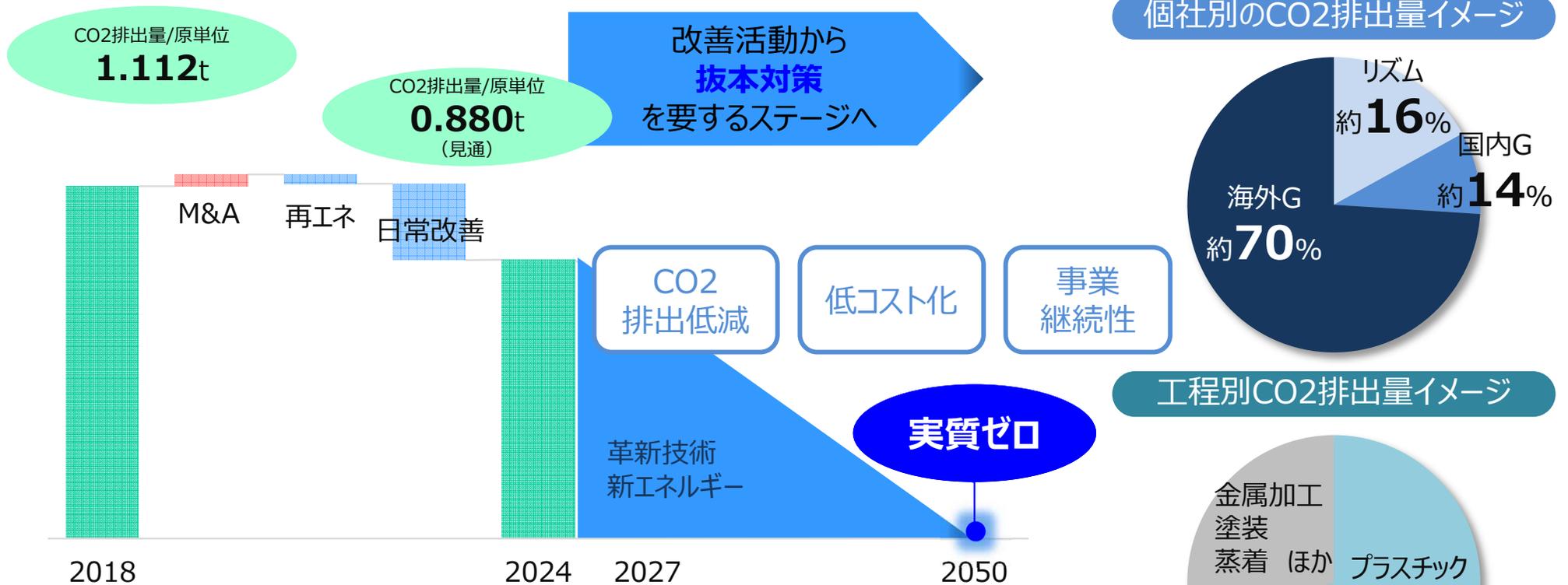
- 生き残り戦略として事業活動との活動の紐づけ
- 各種活動の自律化
- モニタリング効果の拡大

ありたい姿

- リズム独自の製品・サービスにより、社会にとって不可欠な構成員となる
- あらゆるステークホルダーの持続的活動に参画し、ともにあゆみを進める



当初計画から前倒し、2027年度に原単位※1当たりCO2排出量30%削減へ



具体的取組

- CO2排出量実質ゼロに向けた**抜本対策**の検討
国内外パイロット拠点での施策導入と横展開
- リスク対策と事業機会創出 (**TCFD活用**)
- **サプライチェーン**への働きかけ

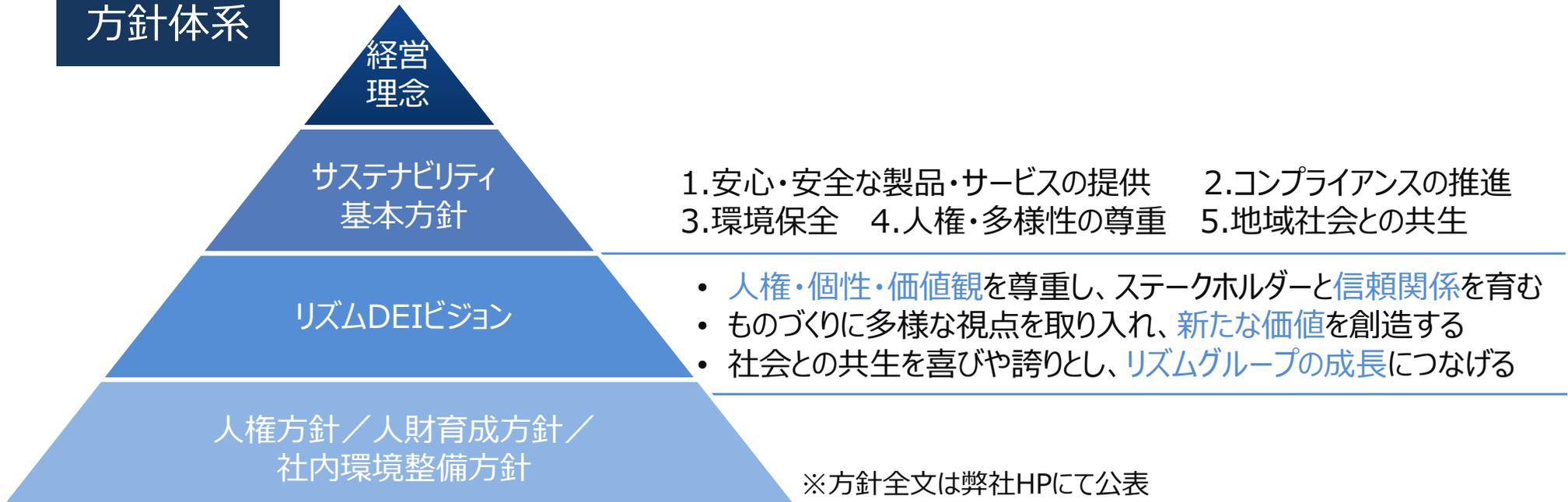
原単位当たりCO2排出量削減目標※2		
2024年度 (見通)	2027年度	2050年度
20%減	30%減	実質ゼロ

※1 売上高百万円あたりのCO2排出量

※2 2018年度比、原単位での削減目標

D&IからDEIへ。人権尊重を基盤に、女性、障がい者等多様な人財の活躍を実現

方針体系



具体的取組

- **人権**への取組 (人権DDの運用強化)
- **女性**活躍への取組
多様な働き方制度、キャリアアップ支援、女性自身・会社全体の意識改革
- **障がい者**の採用・育成支援・定着への取組
- **健康経営**の推進

女性管理職比率目標

2024年度※	2027年度
21.7% (G全体)	30% (G全体)
6.8% (国内G)	10% (国内G)
32.8% (海外G)	40% (海外G)

長期ビジョン
40%超
(G全体)

※2024年9月末時点

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。

本資料における見通、計画等将来に関する記述につきましては、当該時点において入手可能な情報に基づき算出したものであり、確約や保証を与えるものではありません。

将来における当社の業績と異なる可能性がある点を認識された上で、ご利用ください。

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

リズム株式会社
経営企画部 相澤
野村

電話 048-643-7241 (経営企画部直通)