

A light blue, stylized world map is centered in the background of the slide. The map shows the outlines of continents and is composed of several overlapping, semi-transparent layers.

2019年9月期第3四半期 決算説明資料

2019年8月9日
レカム株式会社

| | |
|----------------------|-------------|
| 連結業績ハイライト | P.3 |
| トピックス | P.13 |
| 2019年9月期通期見通し | P.17 |
| 成長戦略 | P.27 |
| 人財戦略 | P.43 |
| 補足資料 | P.52 |



連結ハイライト

| (単位：百万円) | 2018年9月期 3Q 累計実績 | 2019年9月期3Q | |
|----------|------------------------|------------|--------|
| | | 累計実績 | 前年比 |
| 売上高 | 4,964 | 7,086 | 142.7% |
| 売上総利益 | 1,622 | 2,419 | 149.1% |
| 営業利益 | 269 | 266 | 98.9% |
| 経常利益 | 256 | 253 | 98.8% |
| 当期利益 | 127 | 100 | 78.7% |
| EPS | 2.01円 | 1.49円 | △0.52円 |

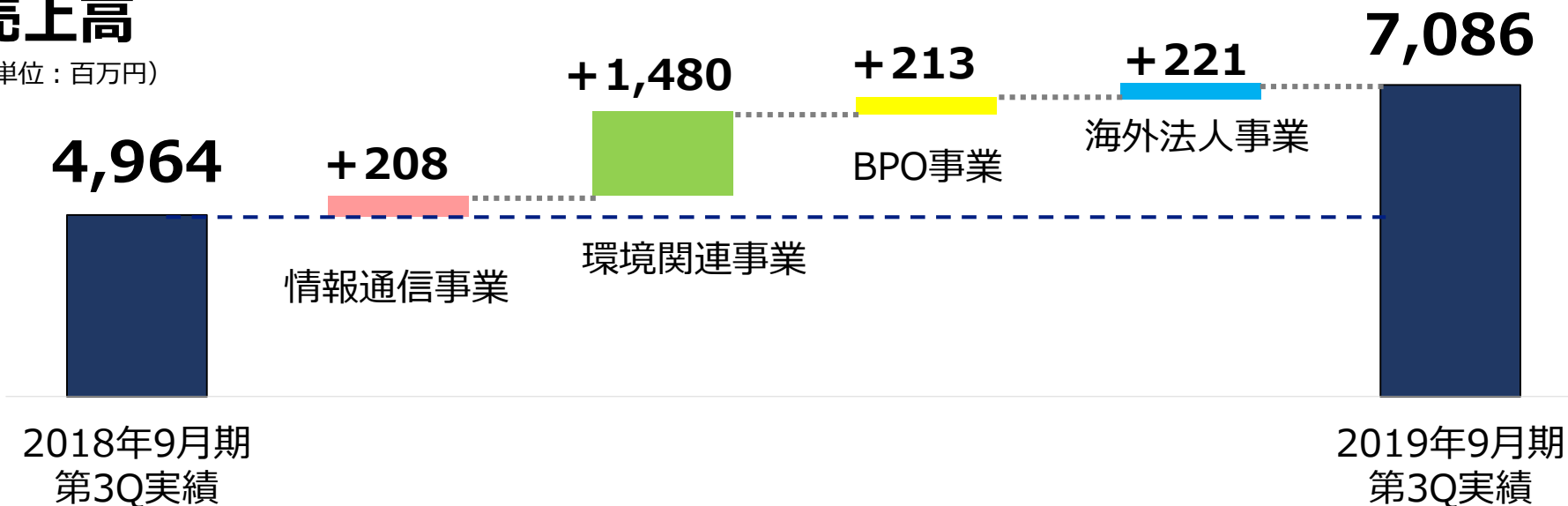
売上高は4期連続増収、4期前から2.8倍に急成長

連結売上高・営業利益サマリー



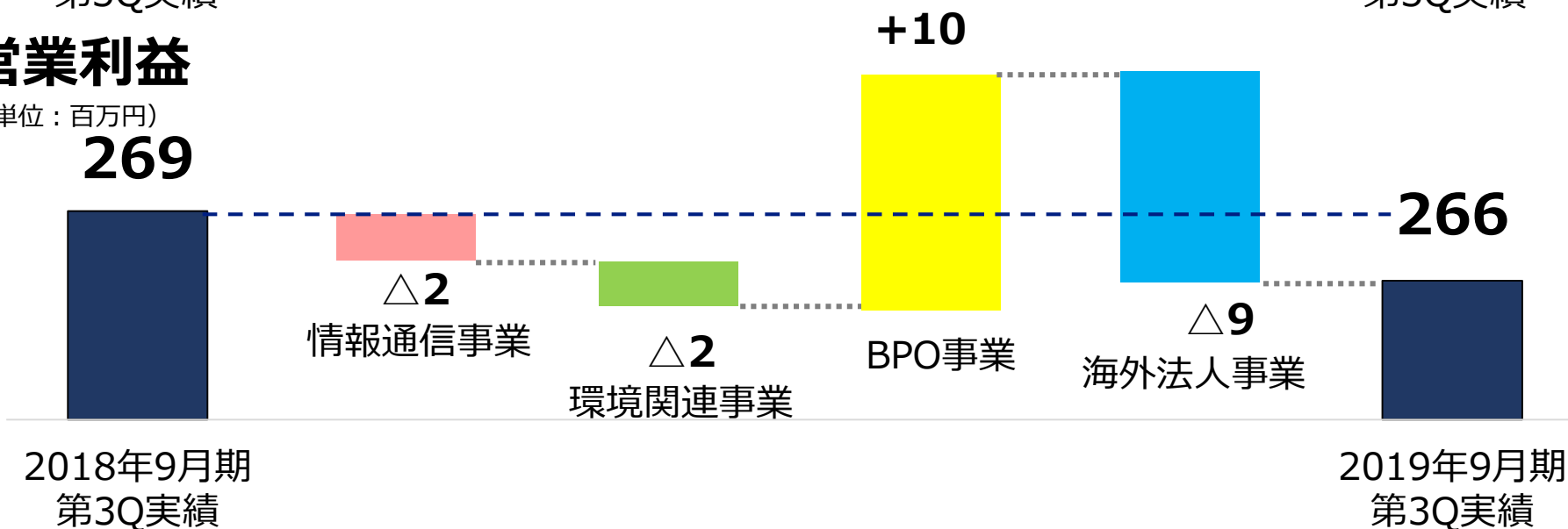
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



連結営業利益について

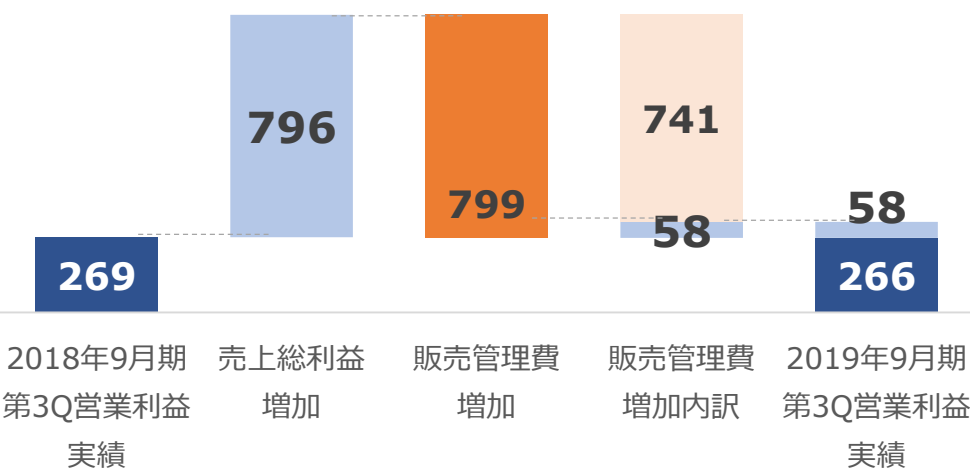
| | 2018年9月期 第3Q実績 | 2019年9月期 第3Q実績 |
|---------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 4,964百万円 | 7,086百万円 |
| 売上総利益 | 1,622百万円 | 2,418百万円 |
| 売上総利益率 | 32.7% | 34.1% |
| 販売管理費 | 1,352百万円 | 2,152百万円 |
| 売上高販管費率 | 27.3% | 30.4% |
| 営業利益 | 269百万円 | 266百万円 |

① 売上総利益は796百万円増加

▶ 売上総利益率は前年度より1.4%上昇し、収益力が向上

② 販売管理費は799百万円増加

▶ そのうち投資コスト（M&A諸費用、海外新拠点開設費用、体制強化の幹部人材招聘コスト）として合計58百万円を投下



一時的な投資コストを除いた実質営業利益は
324百万円

セグメント別業績サマリー



(単位：百万円)

| | | 売上高 | 前年比 | 営業利益 | 前年比 |
|--------|-------|-------|--------|------|--------|
| 連結合計 | 今年度3Q | 7,086 | 142.7% | 266※ | 96.7% |
| | 前年度3Q | 4,964 | | 269※ | |
| 情報通信事業 | 今年度3Q | 3,512 | 106.3% | 101 | 98.1% |
| | 前年度3Q | 3,304 | | 103 | |
| 環境関連事業 | 今年度3Q | 2,215 | 3倍 | 66 | 97.1% |
| | 前年度3Q | 735 | | 68 | |
| BPO事業 | 今年度3Q | 456 | 187.7% | 49 | 125.6% |
| | 前年度3Q | 243 | | 39 | |
| 海外法人事業 | 今年度3Q | 901 | 132.5% | 88 | 90.7% |
| | 前年度3Q | 680 | | 97 | |

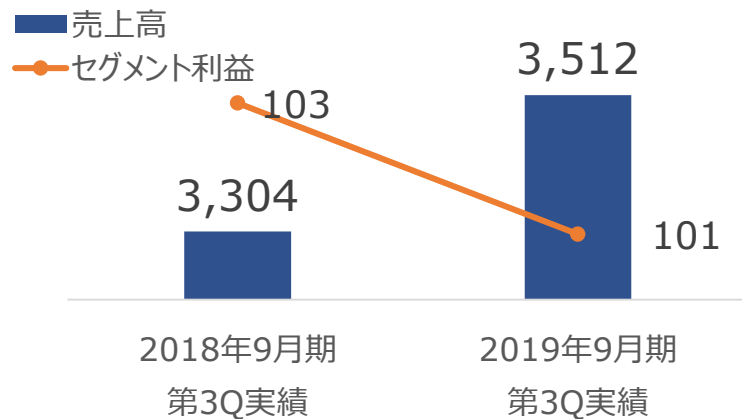
※注：本社費用含む

セグメント別実績



情報通信事業

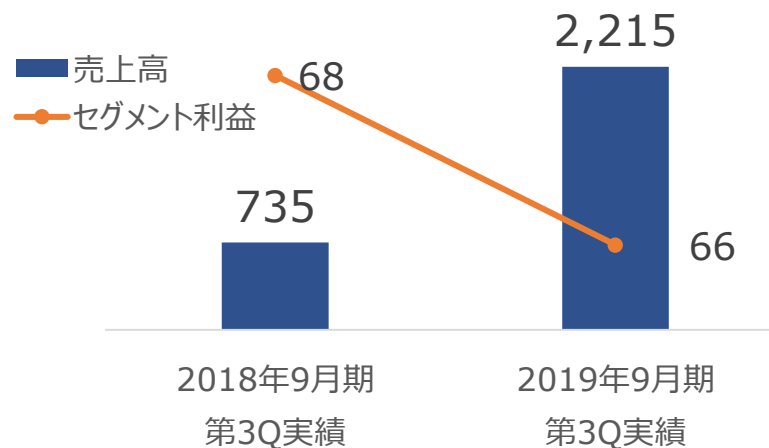
売上高：3,512百万円（前年比：106.3%）
セグメント利益：101百万円（前年比：98.1%）
（単位：百万円）



- 前年度第3四半期より連結子会社化した（株）R・S（現レカムジャパンウエスト株式会社）の効果などにより増収
- 収益力向上のための組織統合を実施したが、立ち上がりが遅れたことで減益

環境関連事業

売上高：2,215百万円（前年比：3倍）
セグメント利益：66百万円（前年比：97.1%）
（単位：百万円）



- 第2四半期からM&Aにより開始した太陽光発電システム販売事業（（株）産電）の効果により増収
- 太陽光発電システム販売事業の業績が加算されるも、LED照明販売等の事業の利益率が低下し減益

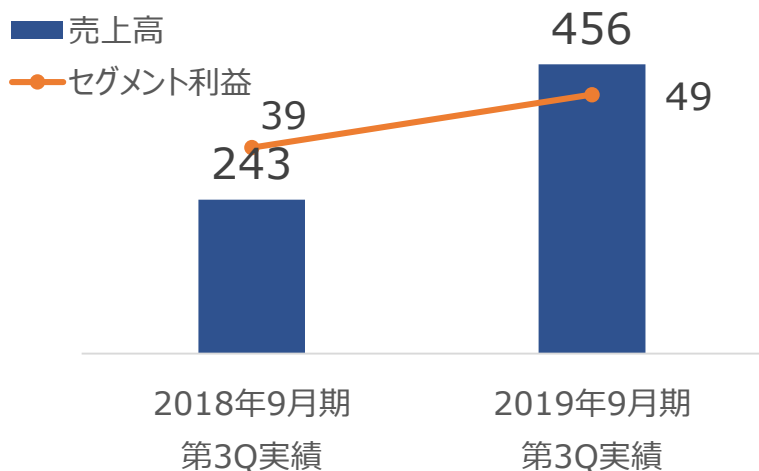
セグメント実績

BPO事業

売上高：456百万円（前年比：187.7%）

セグメント利益：49百万円（前年比：125.6%）

（単位：百万円）



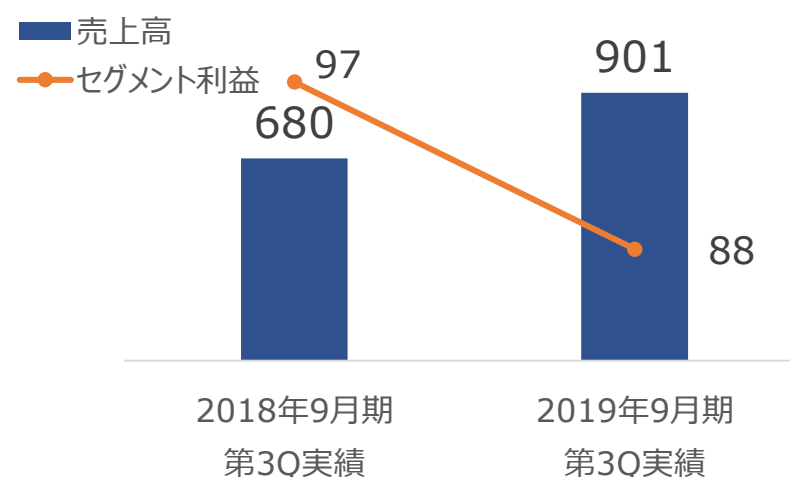
- 第2Qより連結子会社化した大連第2 BPOセンター（マスターピース大連社）の効果やマンマーBPOセンターの収益改善などにより増収増益
- 期初から人民元が円高に進行したことにより、原価・販管費が約20百万円軽減

海外法人事業

売上高：901百万円（前年比：132.5%）

セグメント利益：88百万円（前年比：90.7%）

（単位：百万円）

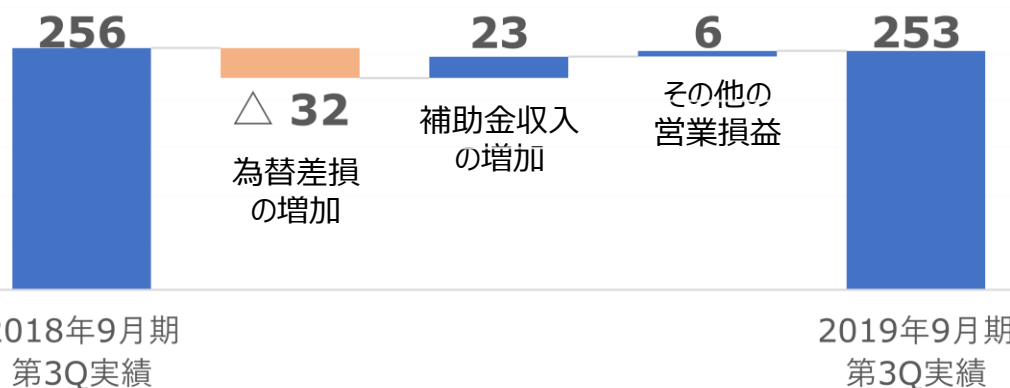


- 今年度に新規出店したインド・台湾が立ち上がり始めたが第3Qでは拠点開設費用を吸収するには至らず
- 中国・ベトナムでのLED照明市場の競争激化に対して「次の商品」の販売立ち上げが遅れ減益
- 期初から為替が円高に進行したことで、想定より売上高は約46百万円下がり、セグメント利益率が悪化

セグメント利益

経常利益

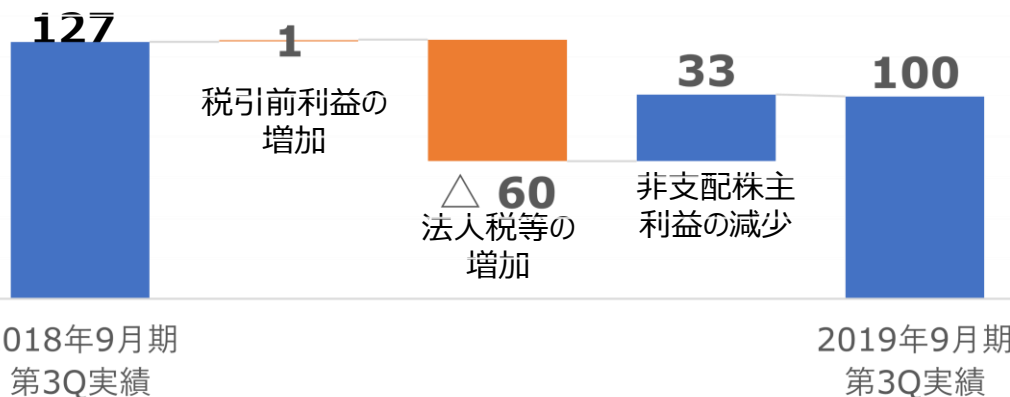
(単位：百万円)



- ✓ 円高の影響により為替差損が33百万円発生
- ✓ 大連子会社で補助金24百万円を獲得

当期純利益

(単位：百万円)



- ✓ 税引前利益：前年度252百万円、今年度253百万円
- ✓ 法人税等：損金不算入であるのれん償却費が61百万円増加したため増加
- ✓ 非支配株主利益：当期純利益において100%子会社が占める割合54%から86%に上昇

連結貸借対照表

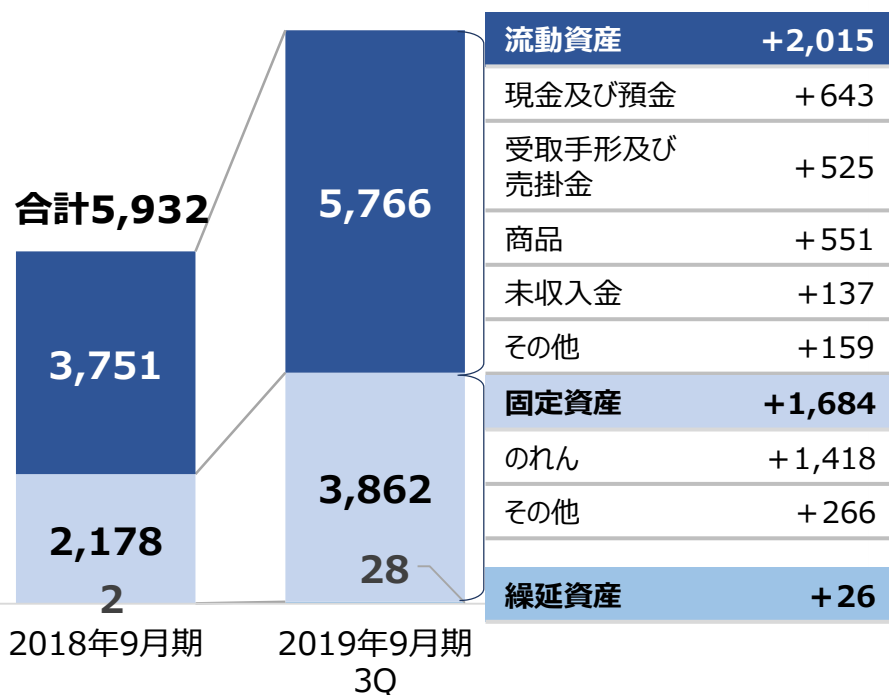


資産合計

(単位：百万円)

■ 繰延資産 ■ 固定資産 ■ 流動資産

資産合計 9657百万円 (+3,725百万円)

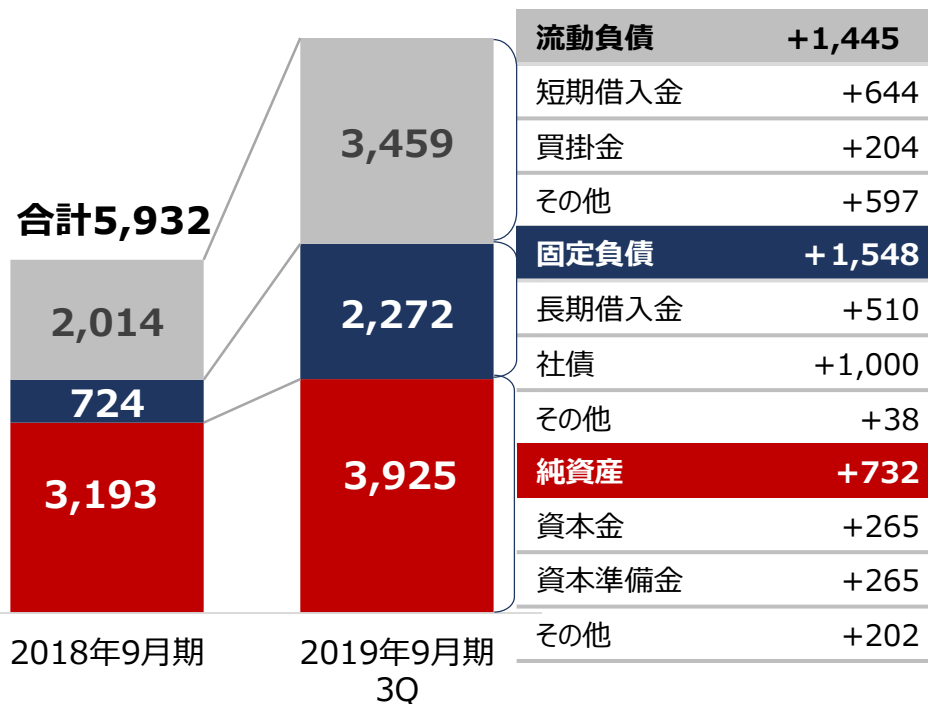


負債純資産合計

(単位：百万円)

■ 純資産 ■ 固定負債 ■ 流動負債

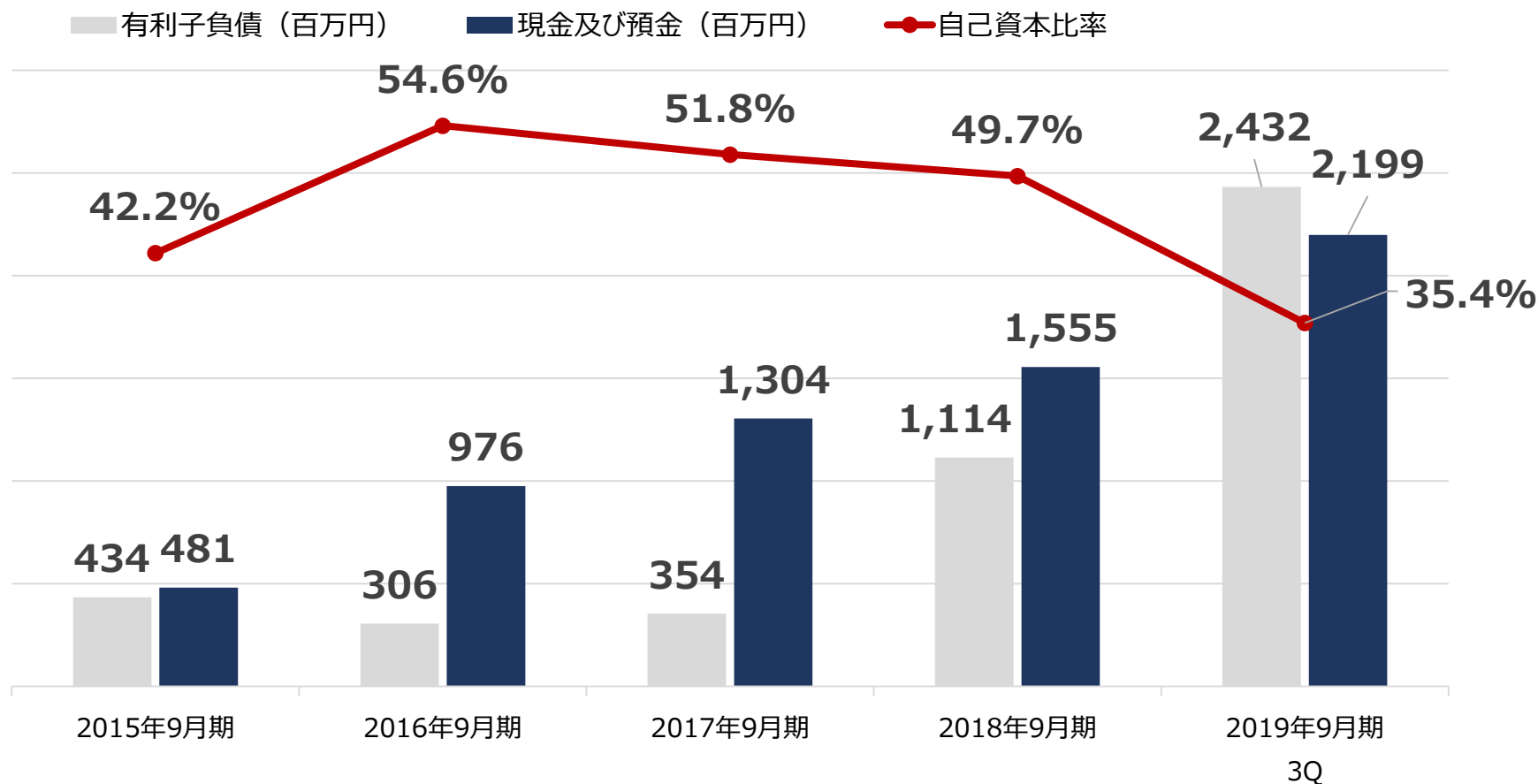
負債合計 5,732百万円 (+2,994百万円)
純資産合計 3,925百万円 (+732百万円)



総資産はM&Aの実施により連結子会社資産およびのれんが大幅に増加したため

M&A資金の調達で、負債は借入金および社債が増加、純資産は資本の増強により増加

財務の状況(現預金と有利子負債の推移)



戦略的なM&A実行のため、新しい資金調達手段として、希薄化を緩やかにするために転換社債型新株予約権付社債10億円を発行したことにより、自己資本比率が低下



トピックス

エフティグループ社のASEAN海外子会社をM&Aにより取得、6月に連結子会社化

【進出国・地域】



黒字：既存
赤字：新規

| 社名 | エフティグループタイ、エフティグループアジア | | |
|------|----------------------------|-----|-------|
| 所在地 | タイ、バンコク市 | 社員数 | 合算40名 |
| 事業内容 | LED照明・空調機器・その他環境関連商品の販売・施工 | | |
| 売上高 | 合算1,224百万円（2019年3月期） | | |

| 社名 | エフティグループフィリピン | | |
|------|----------------------------|-----|-----|
| 所在地 | フィリピン、サンタローザ市 | 社員数 | 28名 |
| 事業内容 | LED照明・空調機器・その他環境関連商品の販売・施工 | | |
| 売上高 | 477百万円（2019年3月期） | | |
| 子会社 | エフティグループトレーディング | | |

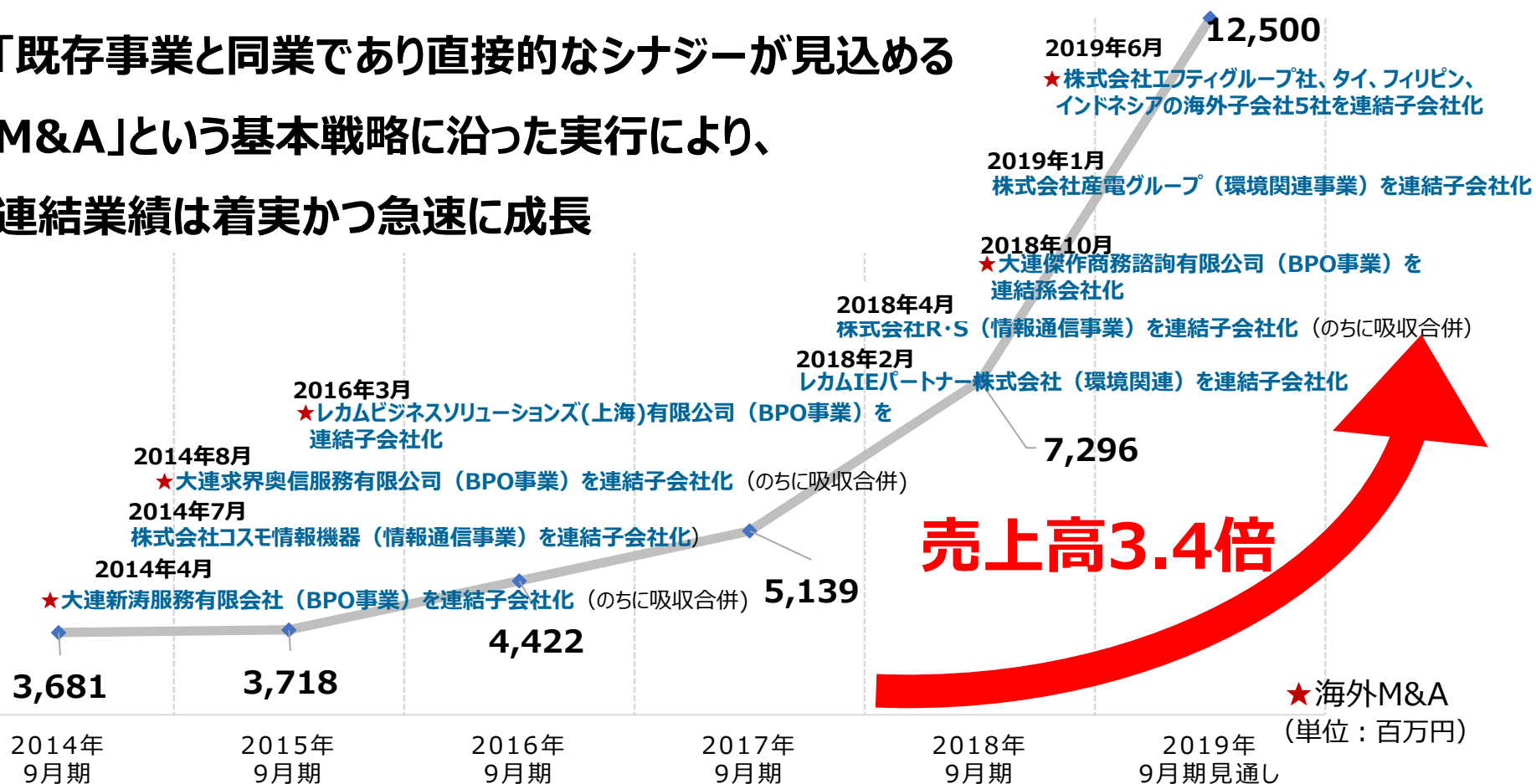
| 社名 | エフティグループインドネシア | | |
|------|-----------------------------|-----|-----|
| 所在地 | インドネシア、チカラン市 | 社員数 | 25名 |
| 事業内容 | LED照明・空調機器・その他環境関連商品の販売・施工等 | | |
| 売上高 | 578百万円（2019年3月期） | | |

- 海外株式取得手続きに時間を要したため第3四半期はBS（貸借対照表）連結までとし、第4四半期からPL（損益計算書）連結。（M&Aに関連する諸費用は第3四半期に計上済み）

これまでのM&Aと業績推移実績




「既存事業と同業であり直接的なシナジーが見込めるM&A」という基本戦略に沿った実行により、
連結業績は着実かつ急速に成長



本格的なM&Aを再開して以来、売上高3.4倍に拡大

| 対象会社 | 期待する効果 |
|---|--|
| エフティグループ社 A S E A N 3か国4社 | <ul style="list-style-type: none">• 既存アジアの事業会社と商品仕入れによるコストダウン、顧客情報の共有化によるアップセルで売上拡大• ローカル企業向け営業ノウハウを海外拠点に応用 |
| 産電 | <ul style="list-style-type: none">• 太陽光発電システム営業のノウハウをアジア各国に拡大予定• レカムグループとの新卒採用活動一本化 |
| レカム騰遠商務サービス諮詢（大連）有限公司＝大連BPO第2センター（旧マスターピース大連） | <ul style="list-style-type: none">• 既存大連BPOセンターに加え、オペレーター社員の増加によって、稼働率がアップ、生産性が向上 |



2019年9月期 通期見通し

2019年9月期通期見通し



| (単位：百万円) | 2018年9月期 通期実績 | 2019年9月期通 期見通し | 前年比 |
|----------|------------------|-------------------|--------|
| 売上高 | 7,296 | 12,500 | 171.3% |
| 営業利益 | 653 | 1,250 | 191.1% |
| 経常利益 | 627 | 1,280 | 204.1% |
| 当期利益 | 304 | 670 | 220.4% |
| EPS | 4.75円 | 9.93円 | 209.1% |

| (単位：百万円) | 2018年9月期 通期実績 | 2019年9月期通 期見通し | 前年比 |
|----------|------------------|-------------------|--------|
| 売上高 | 7,296 | 12,500 | 171.3% |
| 情報通信事業 | 4,639 | 5,280 | 113.8% |
| 環境関連事業 | 1,239 | 3,500 | 282.5% |
| BPO事業 | 452 | 770 | 170.4% |
| 海外法人事業 | 1,101 | 3,200 | 290.6% |

売上高：5,280百万円（前年比113.8%）

セグメント利益：330百万円（前年比302.8%）

売上高（単位：百万円）

■ 実績 ■ 第3四半期実績×4/3 ■ ギャップ



通期見通し達成への施策

- 光コラボレーション（※）の事業者間転用解禁による自社ブランド光回線とビジネスホンやUTMとのセット販売の強化
- 消費税増税前の需要を喚起するキャンペーンを実施することによる受注の推進
- 消費税増税前の需要取り込み施策による受注数の増加
- 利益面は、期末の約定リベートやインセンティブの計上でセグメント利益率6.25%へ向上

※事業者がNTT東日本・西日本より光回線の提供を受け、自社サービス等と組み合わせて提供するサービス

売上高：3,500百万円（対前年比282.5 %）

セグメント利益：280百万円（対前年比137.3%）

売上高（単位：百万円）

■ 実績 ■ 第3四半期実績×4/3 ■ ギャップ



通期見通し達成への施策

- 海外法人事業顧客の日本本社へのアップセルによる売上拡大
 - 太陽光発電システム販売事業の既存顧客への蓄電池販売の強化
 - 消費税増税前の太陽光発電システム取り付け促進
 - 全社営業コンテストである「チャンピオンズカップ（※）」の参加によるモチベーションの向上
- ※当社グループの全営業が参加するコンテスト。P49を参照

売上高：770百万円（対前年比170.4 %）

セグメント利益：100百万円（対前年比163.9%）

売上高（単位：百万円）

■ 実績 ■ 第3四半期実績×4/3 ■ ギャップ



通期見通し達成への施策

- 第2四半期より連結子会社化した大連第2 BPOセンターによる業績が加算
- 売上規模拡大によるオペレーターの稼働率が向上とRPA活用による生産性向上でセグメント利益率13.0%へ向上
- 既存顧客からの追加受託業務の拡大や大企業向け大型案の見込み案件の受注。

売上高：3,200百万円（対前年比290.6%）

セグメント利益：540百万円（対前年比193.5%）

売上高（単位：百万円）

■ 実績 ■ 第3四半期実績×4/3 ■ ギャップ



通期見通し達成への施策

■ 営業拠点の拡大

- ・ M&Aにより新規に連結するASEAN3か国の業績が加算
- ・ 今年度から事業を開始したインド、台湾の本格稼働

■ 営業施策

- ・ M&A先が保有する業務用エアコン、コンプレッサー等の販売ノウハウの活用し、LED照明顧客へのアップセルを強力に推進

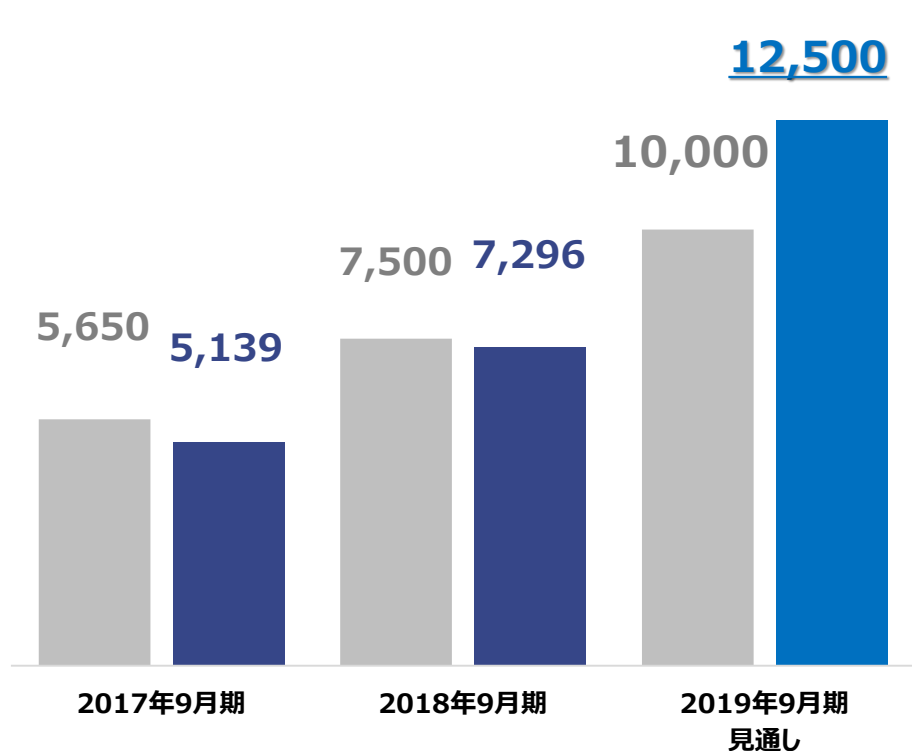
■ セグメント利益率16.9%への向上

- ・ 仕入量増大による原価率の低減
- ・ 事業規模の拡大効果管理機能統合によるコスト削減効果

- ・ 全8カ国と地域に拡大した拠点では初となるチャンピオンズカップ（※）の実施によるモチベーション向上と競争意識の促進
- ・ 決算期末キャンペーンによる売上拡大

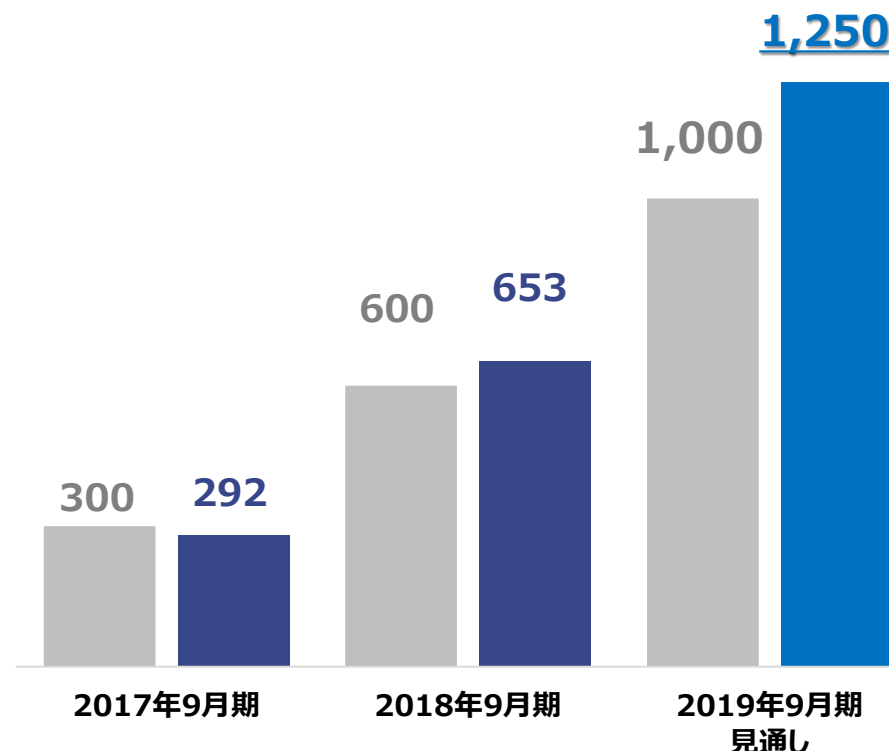
売上高見通し

■ 中期経営計画 ■ 実績 ■ 今年度見通し



営業利益見通し

■ 中期経営計画 ■ 実績 ■ 今年度見通し

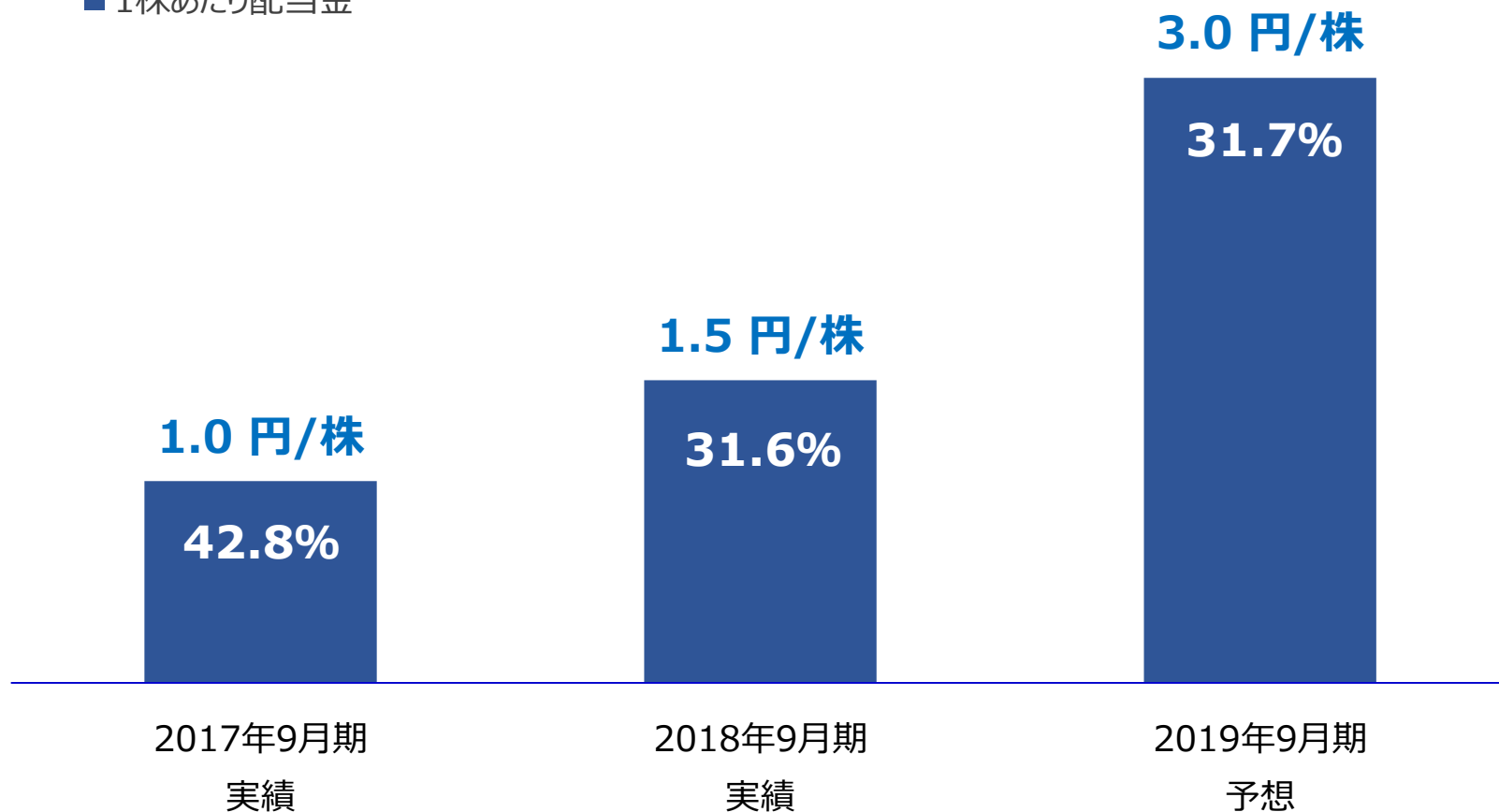


中期経営計画の最終年度数値目標を大幅に上回る見込み

前期比2倍の配当予想

基本方針：配当性向30%を基準に安定的な配当を実施

■ 1株あたり配当金



経営ビジョン

A & A 1 1 1 +

(Action & Achievement 「行動、そして達成」)

- 株主にとって投資リターン「**No.1**」
- 顧客にとって「**オンリー 1**」
- 業界で質量共に「**No.1**」
- 従業員にとって最も魅力的な
「**Best 1**」企業グループ

中期経営計画主要指標

(2017年9月期～2019年9月期)

- 営業利益10億円 (2019年度) の達成
= **3年間で利益約 8 倍を達成**
- オフィスインフラ商材導入率100%の達成
- 営業マン1人あたり売上
業界No.1の達成 (2019年度末)

2019年度に中期経営計画を達成することにより
A & A 1 1 1 + を実現！



成長戦略

これからのレカムグループの目標

IT&エネルギーソリューションに特化した

グローバル専門商社として、

圧倒的な No.1企業になる！

① 海外拠点拡大

② 成長ステージのステップアップ

① 海外の拠点拡大

2020年に日本を含む

世界10カ国（地域） の拠点

開設を目標

① 海外の拠点拡大

日本を含む世界10カ国・地域への進出目標を1年前倒しで達成

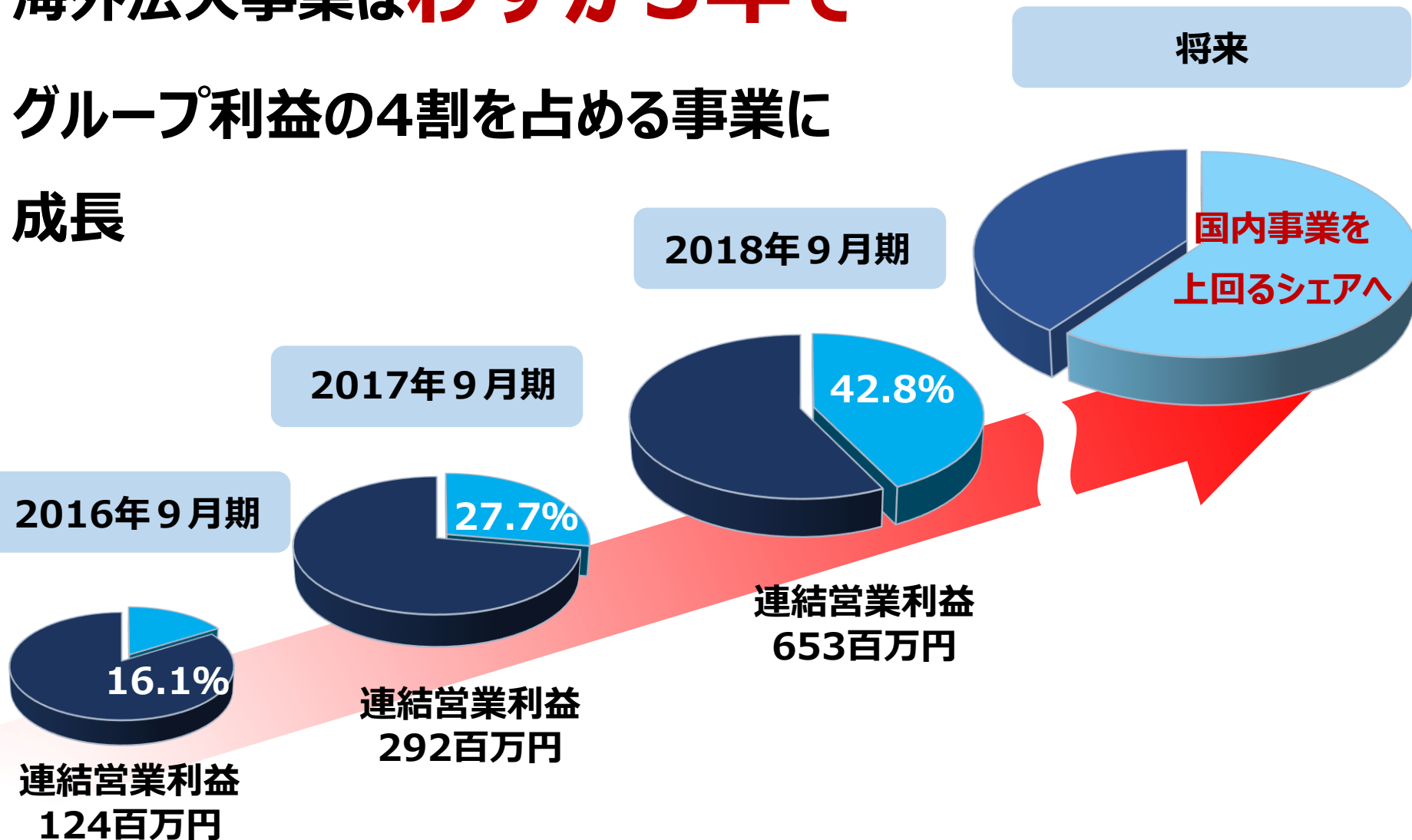
| 進出順 | 開設年度 | 国・地域 |
|-----|----------|--------|
| 1 | 2003年10月 | 中国 |
| 2 | 2014年12月 | ミャンマー |
| 3 | 2017年8月 | ベトナム |
| 4 | 2018年2月 | マレーシア |
| 5 | 2018年10月 | インド |
| 6 | 2019年4月 | 台湾 |
| 7 | 2019年6月 | タイ |
| 7 | 2019年6月 | フィリピン |
| 7 | 2019年6月 | インドネシア |

エフティグループ
の海外子会社
M&A

海外法人事業は**わずか3年で**

グループ利益の4割を占める事業に

成長



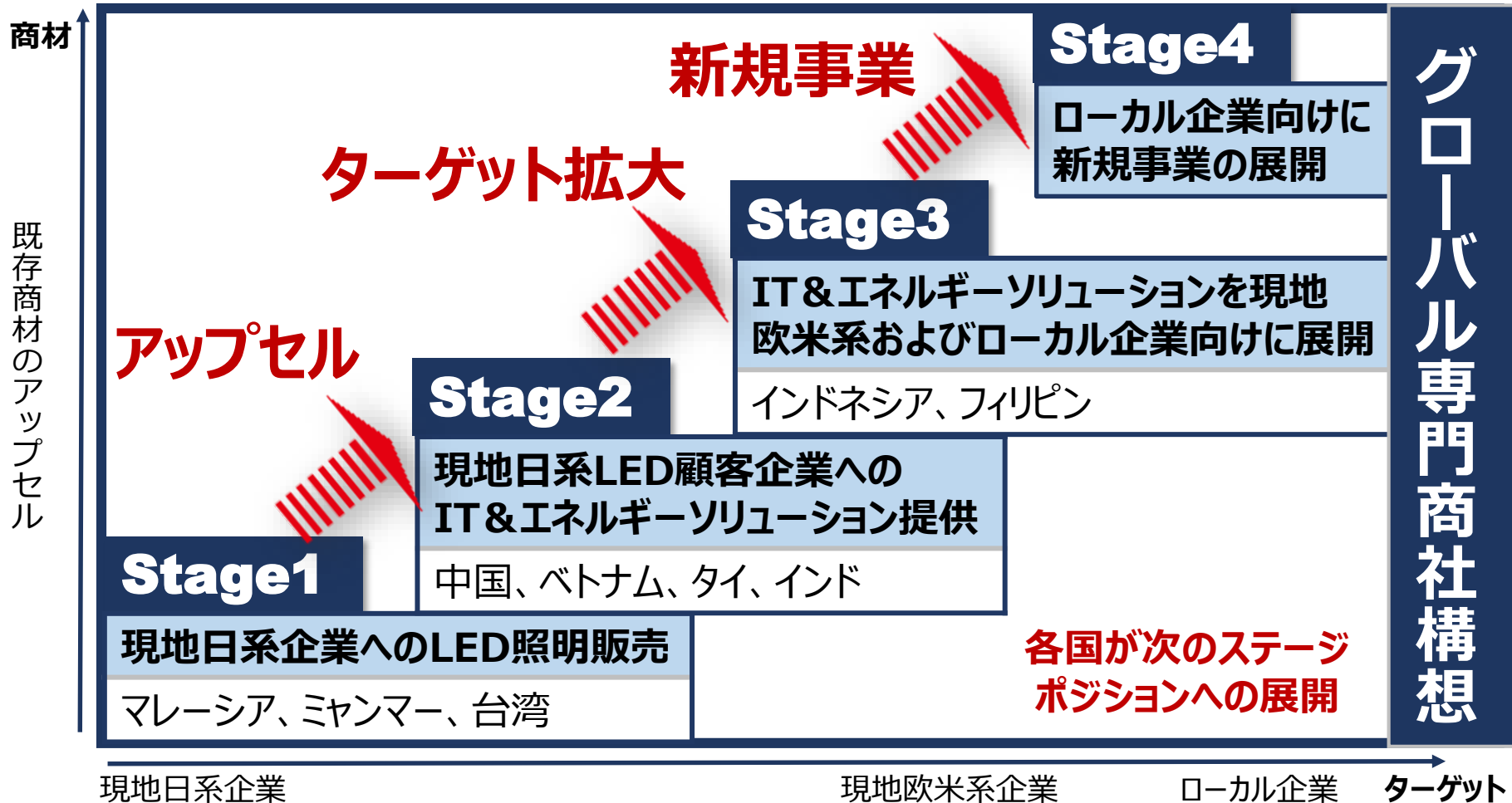
②成長ステージのステップアップ

グローバル専門商社構想の

Next Stepへ

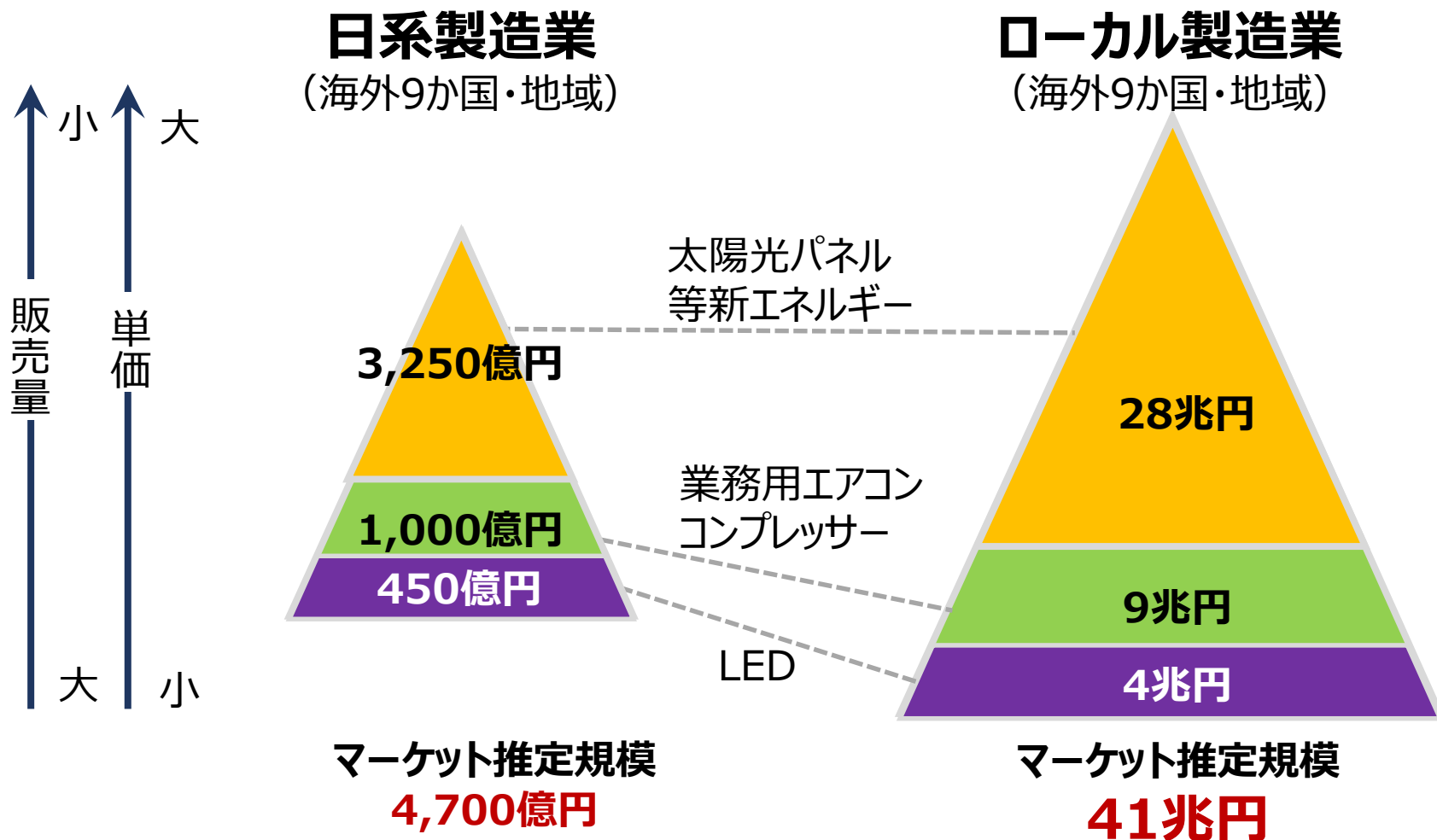
各国の事業会社が4つのステージを
推進し、独自成長を目指す

4つのステージと各国のポジション



IT&エネルギーソリューションをワンストップで提供するグローバル専門商社へ

IT&エネルギーソリューションマーケット推定規模



※当社調べ

※海外9か国・地域：中国、台湾、タイ、ベトナム、フィリピン、マレーシア、ミャンマー、インドネシア、インド

グローバル専門商社構想を実現できる当社の強み

ダイレクトマーケティング力

×

拠点ネットワーク

×

商品コスト競争力

当社の強み：ダイレクトマーケティング

- 新規開拓力：国内情報通信事業で培った営業ノウハウ
- 商品企画力：OEM商品による長期保証や分割支払いなどの独自販売モデル
- 顧客満足度：現地の経営者が日本語で相談ができる体制



| 国・地域名 | 社名 | 日本人営業数 (責任者含む) |
|--------|-------------------------|-------------------|
| 中国 | レカムビジネスソリューションズ・大連 | 5 |
| 台湾 | 台湾レカムエイトツールビジネスソリューションズ | 3 |
| タイ | エフティグループ・タイ、他 | 9 |
| ベトナム | ベトナムレカム | 6 |
| フィリピン | エフティグループ・フィリピン、他 | 2 |
| マレーシア | レカムビジネスソリューションズ・マレーシア | 1 |
| ミャンマー | レカムビジネスソリューションズ・ミャンマー | 2 |
| インドネシア | エフティグループ・インドネシア | 6 |
| インド | レカムビジネスソリューションズ・インド | 4 |

当社の強み：拠点ネットワーク

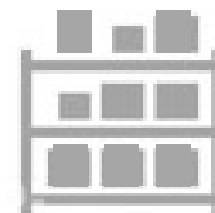
- 多国間対応：中国・ASEAN・インドで多国籍顧客にもワンストップ対応、顧客紹介により他国現地法人にクロスセルを実施
- ソリューション力：多国籍顧客の情報や各国での成功ノウハウを共有、応用し最適なソリューションを提供
- 安心・信頼：どこの国でも日本と変わらないサービスを提供



当社の強み：商品コスト競争力

- OEM生産：日本のノウハウによる高品質な自社ブランド商品をローコストで生産
- 原価圧縮：40名の営業社員による強固な販売力により、大量一括仕入れが

可能となり、仕入コストを低減



日本品質の高品質と商品原価の低減を同時に実現



まとめ：当社の競争優位性

| 比較項目 | レカム | 同業日系他社 | ローカル企業 |
|------------------|-----|--------|--------|
| 商品品質 | ○ | ○ | × |
| 商品価格 | △ | △ | ○ |
| 商品長期保証 | ○ | ○ | × |
| 導入時の イニシャルコスト | ◎ | ○ | × |
| 日本人満足度 | ◎ | ◎ | × |
| 顧客の多国対応 | ○ | ? | × |

グローバル専門商社実現

日本でのノウハウや海外での競争優位性を以って、海外欧米系企業やローカル企業を積極的に取り込む

特命プロジェクト：中国事業の拡大

2018年10月に中国大連子会社の中国
新三板に上場

上場企業の信用力、資金調達力を利用し、
中国ビジネスを拡大

【今後の事業戦略】

- 中国では一般的ではないリース取引を活用したビジネスモデルでのサービス展開
- 現地企業向けBPO事業の展開
- AI-OCRやRPAの事業化

中国は「グローバル専門商社」の**Stage4**に向け始動



世界中の企業へコストダウンソリューションを提供できる

「**グローバル専門商社**」として、

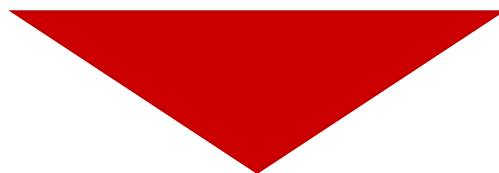
顧客や進出国の成長や発展に貢献していきます



人財戦略

グローバル専門商社構想を実現する人財戦略

グローバル化、ダイバシティ化した人財



**今後は5年先、10年先を見越し、企業の成長
と共にチャレンジできる、多種多様なポテンシャル
人財を採用**

(1) 営業教育部新設 (法人向け)



個人ランキングが貼りだされ、女性が上位を占めることも



男性は声を意識的に高めに、女性はずっくり話すなど、テレアポ※にも実はノウハウがあります

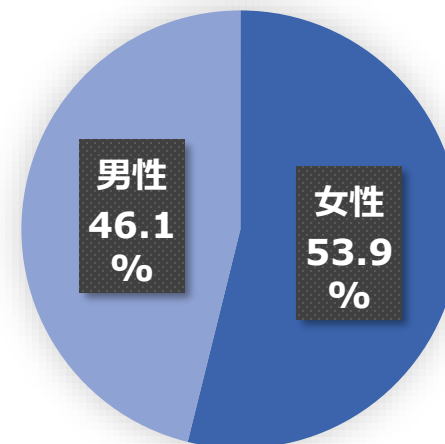
※テレアポとは電話でアポイントを取る行為の略

営業教育部 児玉さん

- 新たな試みとして、法人向け営業の新卒18名は新設した営業教育部に配属
- 営業マンとしての教育をみっちり受けてから適材適所に配属
- 指導者兼相談役のメンターがいることにより、新入社員の離職率ゼロ

(2) 女性活用

レカムグループ全社員男女比率



2019年7月末調べ

■ 女性社員増加

大連BPOセンターの子会社であるレカム騰遠商務服務諮詢（旧マスターピース大連）がレカムグループに加わったことによって、女性社員比率が大幅に増加

■ 女性営業は22.5%で、5人に1人が女性

■ 女性役員は約10人に1人、女性管理職は5人に1人の割合

上場企業の中で女性役員が一人もいない企業が全体の61%を占める中、女性の役員比率が11.7%（社外取締役除外）

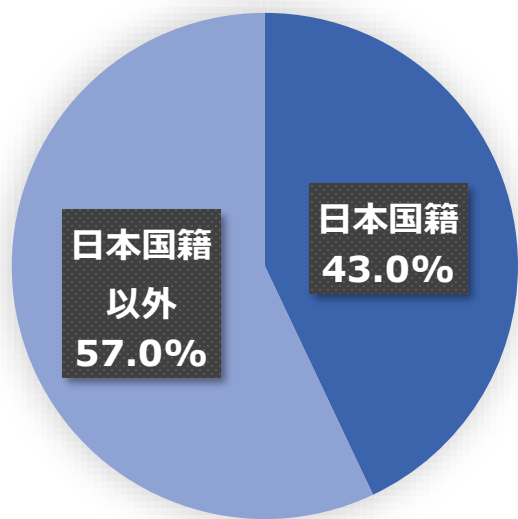
役員を除く女性管理職は17.6%で約5人に1人の割合



女性では初の20代支店長となった 津山さん

(3) グローバル人財積極採用

レカムグループ全社員




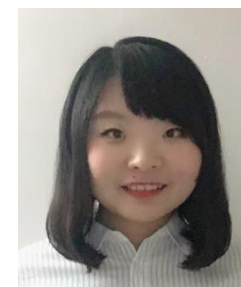
大連レカム騰遠商務服務諮詢（旧マスタピース大連）とエフティグループ3ヶ国4社のM&Aにより、外国籍の従業員比率が半数以上となり、大幅に増加

- 新入社員は積極的にグローバル人財を採用
- 来年度新卒入社は今年より倍以上を採用する予定



ミャンマーレカム勤務の尾崎さん

国籍：ベルー 
勤務先：レカムビジネスソリューションズ（ミャンマー）
配属先：法人向け営業系
職業：営業



レカム本社勤務の李さん

国籍：中国 
勤務先：レカム株式会社
配属先：経営企画系
職業：事務

(4) グローバル幹部候補育成

世界でも通用するビジネスマナーとレカムのビジネススタイルを学ばせて、今後はグローバル幹部候補を育成していく予定

フィリピン・サンタローザ市にある仕事現場



大連レカム一部のメンバーが大連国際徒歩大会に参加



大連BPO第2センターの仕事場



(5) グループ全体で売上を競う



創業時開催から第39回目を迎える

レカムチャンピオンズカップ：

レカムグループの直営店、加盟店、また、全世界10ヶ国・地域にいる営業マン全員が参加する期間限定での売上を競うコンテスト。

第38回目優勝者
上海支店 張さん

UP!!! 営業モチベーション向上

UP!!! TOP営業の育成

UP!!! 売上増収

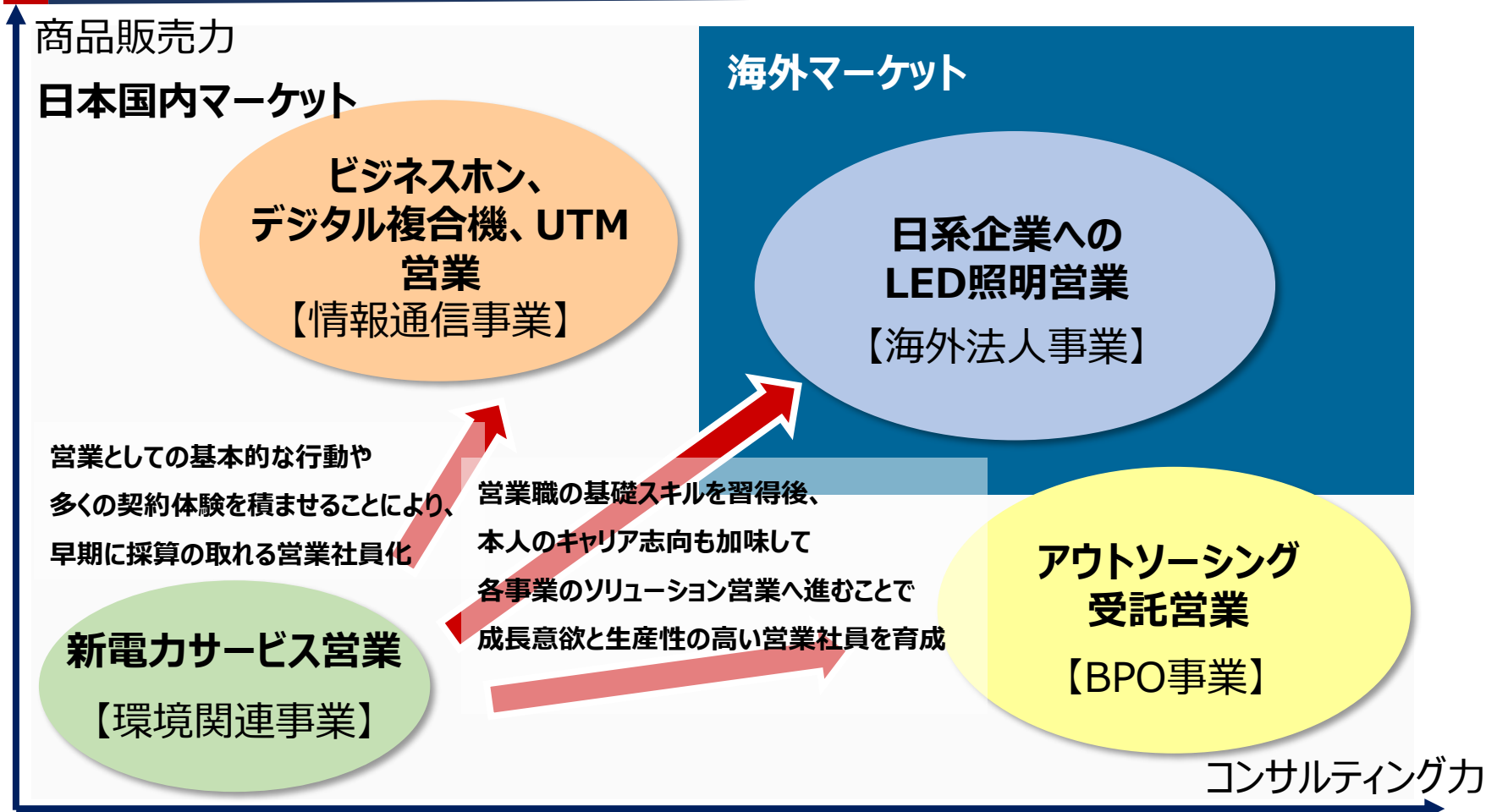
UP!!! グループ全体営業力強化



ジェンダー、国、親子会社関係なく

公平で徹底した実力主義！！

(6) 営業マンのロードマップ



国内で営業力を磨いたのち海外で活躍できる人財を育成！！

- 本資料もしくは口頭による説明において、歴史的事実でないものは、一定の前提の下に作成した将来の見通しです。これらは、現在入手可能な情報を基に当社経営陣が判断したものであり、リスクや不確実性を含んでおります。
- 本資料は、株主・投資家等の皆様に当社の経営方針、計画、財務状況等の情報をご理解いただくことを目的としており、利用者に対して、当社の株式の購入、売却等、投資を勧誘するものではありません。投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われるようお願いいたします。
- 情報・資料の掲載には注意を払っておりますが、掲載された情報の内容が正確であるか等について一切保証するものではありません。また、掲載された情報またはその誤りについて、その理由の如何に関わらず、当社は一切責任を負うものではありません。

本資料に関する御問い合わせ

レカム株式会社 IR担当

Email : ir@recomm.co.jp URL : <http://www.recomm.co.jp>

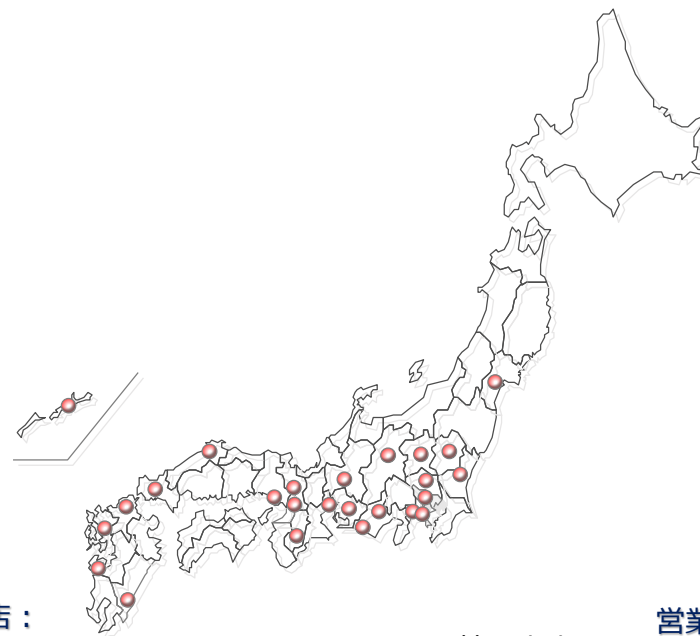


補足資料

会社データ

| | |
|--------|--|
| 商号 | レカム株式会社 (RECOMM CO.,LTD.) |
| 設立 | 1994年9月30日 |
| 上場日 | 2004年5月26日 (JASDAQ : 3323) |
| 所在地 | 東京都渋谷区代々木三丁目2 5 番 3 号 あいおいニッセイ同和損保新宿ビル1 2 階 |
| 代表者 | 代表取締役社長 兼 グループCEO 伊藤 秀博 |
| 事業内容 | 情報通信事業、環境関連事業、BPO事業、海外 法人事業 |
| 発行済株式数 | 70,817,500株(2019年8月9日時点) |
| 資本金 | 1,814百万円(2019年8月9日時点) |
| 従業員数 | 連結633名(2019年7月31日時点) |

国内拠点一覧



支店：

仙台支店
 北関東支店 (足利)
 北関東支店 (前橋)
 水戸支店
 埼玉支店
 東京第一支店
 東京第二支店
 豊島支店
 八王子支店
 横浜支店
 神奈川西支店
 長野支店

長野南支店
 岐阜支店
 静岡支店
 静岡東支店
 浜松支店
 名古屋支店
 名古屋第一支店
 名古屋第二支店
 名古屋中央支店
 豊橋支店
 四日市支店
 京都支店

神戸支店
 大阪支店
 大阪第一支店
 大阪第二支店
 産電テクノ
 松江支店
 周南支店
 北九州支店
 久留米支店
 沖縄支店

営業所：

千代田営業所
 名古屋東営業所
 都城営業所
 八代営業所

補足資料:セグメント別事業内容



本部

内容

属する事業会社

情報通信事業本部

- IT・情報通信機器に関するオフィスの課題解決を提供する事業
- 国内でのビジネスホン、複合機、UTMなどの情報通信機器の販売・保守

環境関連事業本部

- オフィスの電気代削減などのコストソリューションを提供する事業
- 国内でのLED照明・業務用エアコン・太陽光発電システム販売

BPO事業本部

- 企業の経費削減、「働き方改革」をサポートする事業
- バックオフィス業務代行・入力業務代行

海外法人事業本部

- 主として日系企業の海外拠点へ、電力料金等のコストソリューションを提供する事業
- 海外でのLED照明・業務用エアコン等、環境関連の販売・保守

※1：大連BPO第1センターとレカムビジネスソリューションズ（大連）は同一会社ですが、事業別に機能が異なります。

| | |
|-------------------------|----------------------------------|
| レカムジャパンイースト | レカムジャパンウェスト |
| オーパス | ヴィーナステックジャパン |
| レカムIEパートナー | |
| 産電 | 産電テクノ |
| 大連BPO第1センター※1 | 大連BPO第2センター（レカム騰遠商務服務諮詢（大連）有限公司） |
| 長春BPOセンター | ミャンマーBPOセンター |
| レカムBPO（日本） | |
| レカムビジネスソリューションズ（大連）※1 | 天津 上海 広州 |
| 台湾レカムエイトツールビジネスソリューションズ | レカムビジネスソリューションズ（マレーシア） |
| レカムビジネスソリューションズ（ミャンマー） | ベトナムレカム |
| レカムビジネスソリューションズ（インド） | エフティグループタイ |
| エフティグループアジア（タイ） | エフティグループフィリピン |
| エフティグループトレーディング（フィリピン） | エフティグループインドネシア |

補足資料：主要取り扱い商材



情報通信事業

ビジネスホン



複数の電話機で共有することができるオフィス用の電話システムで、複数回線収容や内線通話、保留取り次ぎなどもできるオフィスに不可欠な情報通信機器。

当社の場合

NTT特約店であり、レカム独自の光回線「Ret's光」や設置工事、保守をワンストップサービスを提供。移転やレイアウト変更などに伴う工事にも対応。

複合機



コピー機・プリンター・スキャナ機・ファクシミリなどの事務機器の機能を1つの筐体に収めた情報通信機器。略称はMFP (MultiFunction Printer)。

当社の場合

コストダウンとなるメンテナンスサービスをお客様のニーズに合わせてオリジナルに開発し、ソリューションを提案。

UTM



Unified Threat Management (統合脅威管理) の略称で、インターネットのファイアウォールをベースに、アンチウイルス、不正侵入防御、Webフィルタリングなどの複数のセキュリティ機能が統合された情報通信機器。近年需要が伸びている商品。

当社の場合

セキュリティメーカー「ヴィーナステック社」との合併会社をすることにより中間コスト圧縮、日本全国代理店網を構築。

環境関連事業

LED照明



- ・省電力
- ・長寿命
- ・長期保証



当社の場合

10メーカー、約40,000アイテムの品揃えによる全照明に、初期投資が不要なリース契約での提供。

業務用エアコン



- ダイキン、日立、三菱等
各種メーカー取扱い
- ◆業界トップクラスの省エネ性能
- ◆環境負荷にも配慮



当社の場合

お客様の都合に合わせた買い替えプランやリース契約を提供。

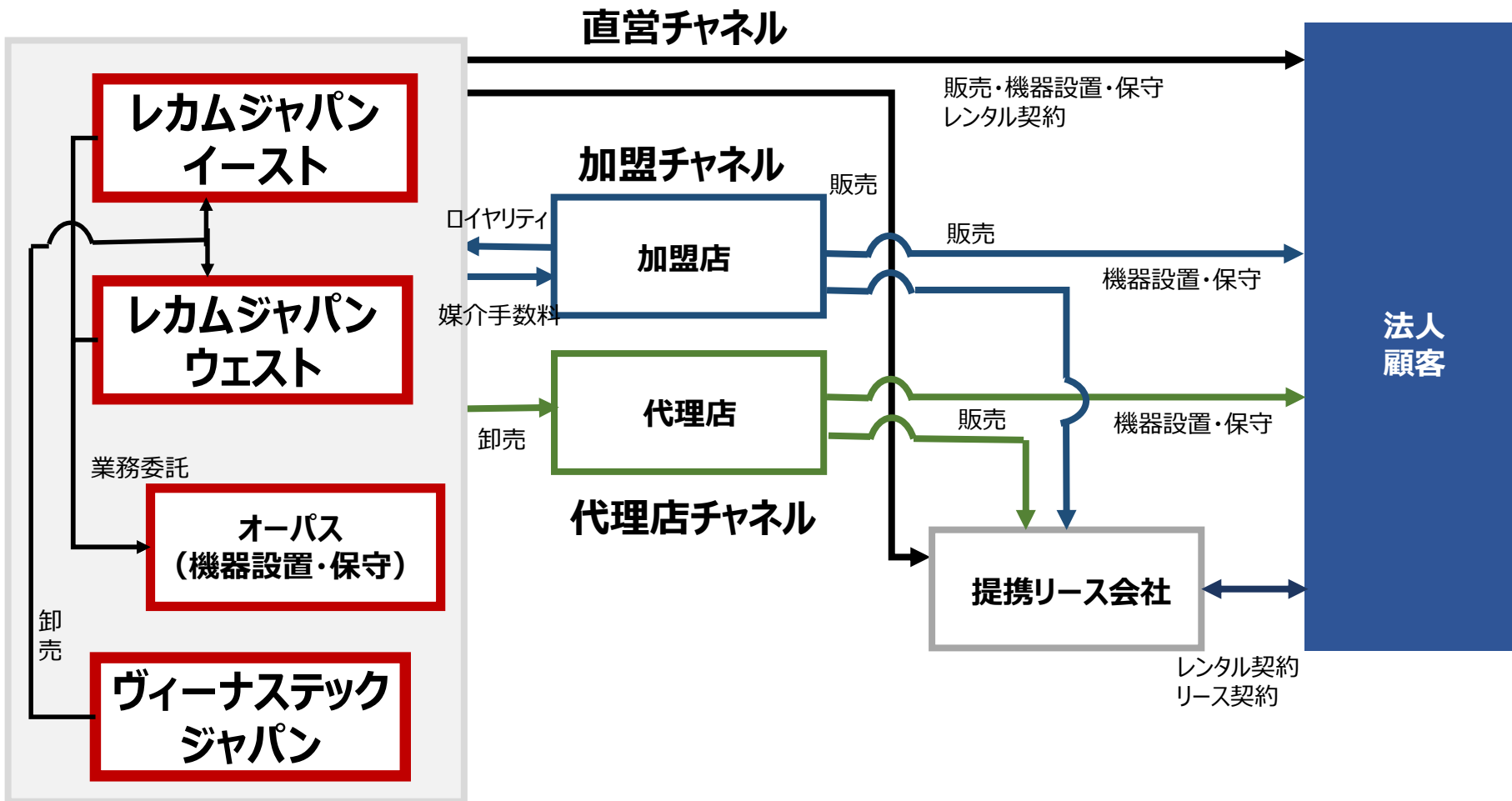
太陽光パネルシステム



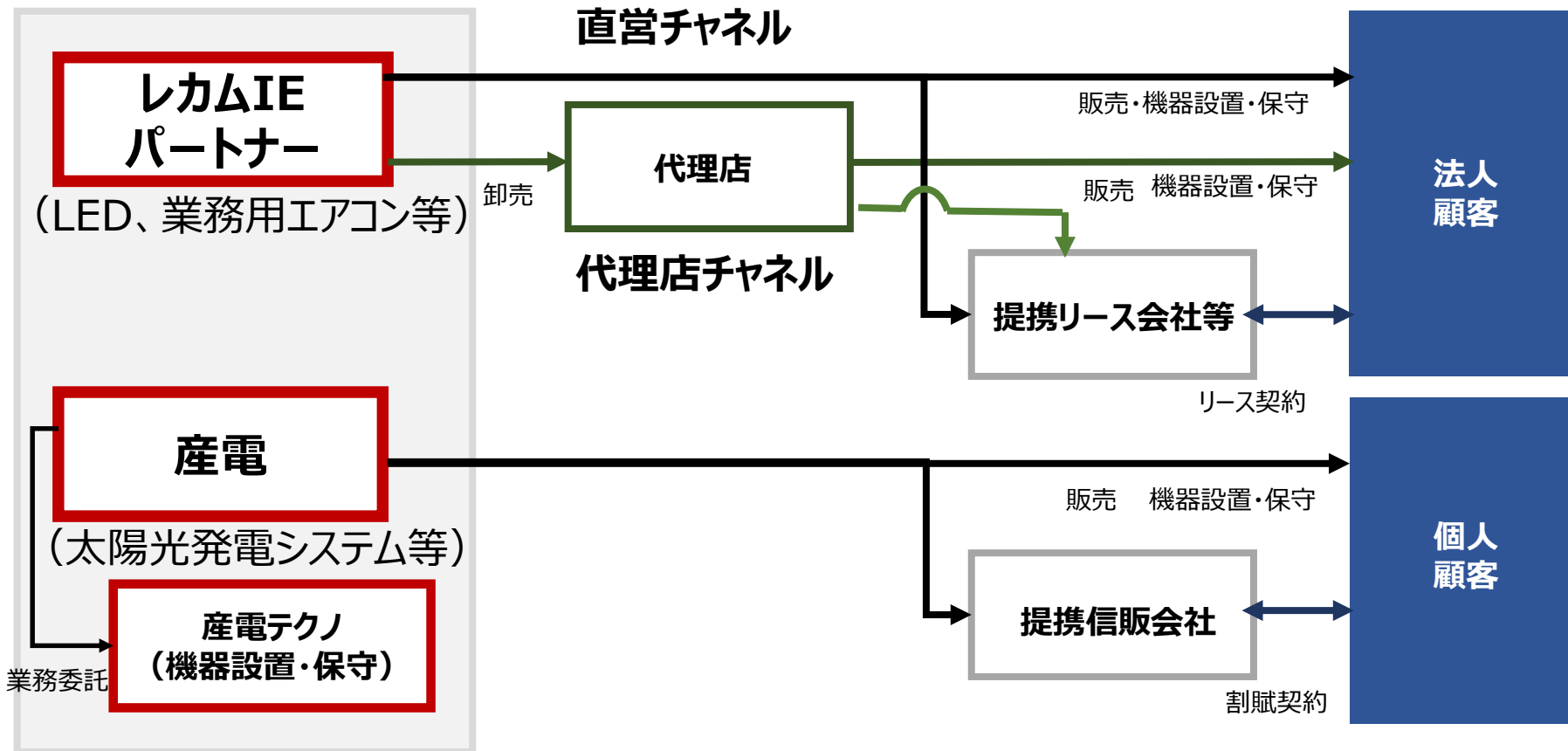
パナソニックE Sソーラーエナジー販売株式会社の正規販売店で、約30年間の実績を持つ。

当社の場合

家庭用太陽光システムとオール電化の販売と設置工事のオールインワンサービスを提供。



情報通信事業は創業時に日本初の法人営業のフランチャイズ事業を開始。

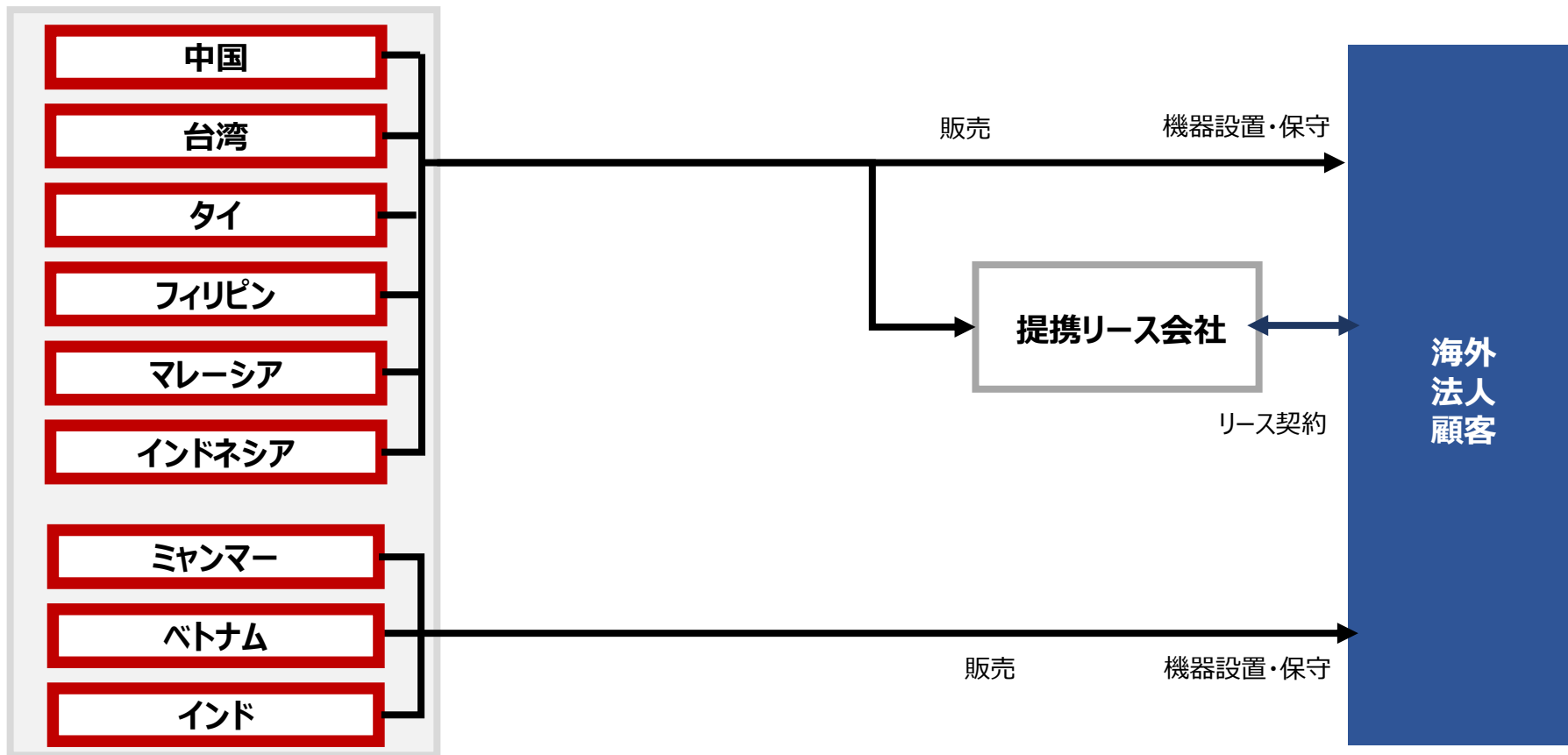


レカムIEパートナーは2018年2月に、株式会社光通信との資本業務提携により、環境関連事業子会社を買収。当社情報通信事業内の一部門から独立して事業化。
産電は2018年12月に完全子会社化。



2018年10月に大連BPO第2センター（旧マスターピース大連）を連結子会社化。

※社名略



中国、台湾、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシアでは提携のリース会社を用いてサービス提供。月額費用の負担のみで導入ができるリース販売やレンタル販売は競合企業がなく、大きく成長中。

補足資料：アジア進出日系企業数



| | 2007年 | 2008年 | 2009年 | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 中国 | 25,764 | 29,199 | 29,876 | 29,959 | 33,420 | 31,060 | 31,661 | 32,667 | 33,390 | 32,313 | 32,349 |
| 増減率 | | 113.3% | 102.3% | 100.3% | 111.6% | 92.9% | 101.9% | 103.2% | 102.2% | 96.8% | 100.1% |
| 台湾 | 436 | 752 | 854 | 996 | 1,100 | 1,141 | 1,119 | 1,112 | 1,125 | 1,152 | 1,179 |
| 増減率 | | 172.5% | 113.6% | 116.6% | 110.4% | 103.7% | 98.1% | 99.4% | 101.2% | 102.4% | 102.3% |
| タイ | 1,344 | 1,356 | 1,366 | 1,370 | 1,363 | 1,469 | 1,580 | 1,641 | 1,725 | 1,783 | 3,925 |
| 増減率 | | 100.9% | 100.7% | 100.3% | 99.5% | 107.8% | 107.6% | 103.9% | 105.1% | 103.4% | 220.1% |
| ベトナム | 820 | 950 | 948 | 981 | 1,081 | 1,211 | 1,309 | 1,452 | 1,578 | 1,687 | 1,816 |
| 増減率 | | 115.9% | 99.8% | 103.5% | 110.2% | 112.0% | 108.1% | 110.9% | 108.7% | 106.9% | 107.6% |
| フィリピン | 618 | 823 | 954 | 1,075 | 1,171 | 1,214 | 1,260 | 1,521 | 1,448 | 1,440 | 1,502 |
| 増減率 | | 133.2% | 115.9% | 112.7% | 108.9% | 103.7% | 103.8% | 120.7% | 95.2% | 99.4% | 104.3% |
| マレーシア | 1,233 | 1,183 | 1,121 | 1,184 | 1,172 | 1,056 | 1,390 | 1,347 | 1,383 | 1,362 | 1,295 |
| 増減率 | | 95.9% | 94.8% | 105.6% | 99.0% | 90.1% | 131.6% | 96.9% | 102.7% | 98.5% | 95.1% |
| ミャンマー | — | — | — | — | — | — | 155 | 259 | 346 | 397 | 438 |
| 増減率 | | | | | | | | 167.1% | 133.6% | 114.7% | 110.3% |
| インドネシア | 1,265 | 1,296 | 1,287 | 1,278 | 1,308 | 1,397 | 1,438 | 1,766 | 1,697 | 1,810 | 1,911 |
| 増減率 | | 102.5% | 99.3% | 99.3% | 102.3% | 106.8% | 102.9% | 122.8% | 96.1% | 106.7% | 105.6% |
| インド | 581 | 810 | 1,049 | 1,228 | 1,428 | 1,713 | 2,510 | 3,880 | 4,315 | 4,590 | 4,805 |
| 増減率 | | 139.4% | 129.5% | 117.1% | 116.3% | 120.0% | 146.5% | 154.6% | 111.2% | 106.4% | 104.7% |

引用：外務省H20～30年「海外在留邦人数調査統計」※ミャンマーは2013年から調査開始

補足資料：アジア進出日系製造業企業数

| | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|--------|-------|--------|--------|
| 中国 | 1810 | 3646 | 3,641 |
| 増減率 | | 201.4% | 99.9% |
| 台湾 | 534 | 532 | 537 |
| 増減率 | | 99.6% | 100.9% |
| タイ | 840 | 853 | 1,587 |
| 増減率 | | 101.5% | 186.0% |
| ベトナム | 721 | 772 | 801 |
| 増減率 | | 107.1% | 103.8% |
| フィリピン | 662 | 632 | 603 |
| 増減率 | | 95.5% | 95.4% |
| マレーシア | 714 | 709 | 678 |
| 増減率 | | 99.3% | 95.6% |
| ミャンマー | 49 | 71 | 83 |
| 増減率 | | 144.9% | 116.9% |
| インドネシア | 870 | 938 | 956 |
| 増減率 | | 107.8% | 101.9% |
| インド | 1408 | 1475 | 1,635 |
| 増減率 | | 104.8% | 110.8% |

引用：外務省H28~30年「海外在留邦人数調査統計」※2014年以前の統計なし

補足資料：中国現地製造業企業数

省別企業数

| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 江蘇省 | 322,605 | 349,839 | 375,128 | 346,771 | 405,636 | 434,394 | 481,869 | 553,654 |
| 増減率 | | 108.4% | 107.2% | 92.4% | 117.0% | 107.1% | 110.9% | 114.9% |
| 浙江省 | 276,974 | 304,763 | 324,348 | 365,388 | 417,132 | 423,211 | 434,321 | 473,283 |
| 増減率 | | 110.0% | 106.4% | 112.7% | 114.2% | 101.5% | 102.6% | 109.0% |
| 山東省 | 212,151 | 220,014 | 228,076 | 183,231 | 208,334 | 235,765 | 284,344 | 342,582 |
| 増減率 | | 103.7% | 103.7% | 80.3% | 113.7% | 113.2% | 120.6% | 120.5% |
| 河北省 | 89,205 | 89,874 | 94,883 | 93,568 | 110,020 | 126,557 | 151,619 | 211,132 |
| 増減率 | | 100.7% | 105.6% | 98.6% | 117.6% | 115.0% | 119.8% | 139.3% |
| 福建省 | 76,980 | 88,371 | 97,279 | 86,140 | 119,932 | 132,615 | 138,926 | 152,699 |
| 増減率 | | 114.8% | 110.1% | 88.5% | 139.2% | 110.6% | 104.8% | 109.9% |
| 安徽省 | 59,271 | 65,867 | 71,928 | 71,494 | 81,904 | 92,414 | 101,640 | 124,605 |
| 増減率 | | 111.1% | 109.2% | 99.4% | 114.6% | 112.8% | 110.0% | 122.6% |
| 河南省 | 115,632 | 117,274 | 119,630 | 100,313 | 116,185 | 127,691 | 110,992 | 124,077 |
| 増減率 | | 101.4% | 102.0% | 83.9% | 115.8% | 109.9% | 86.9% | 111.8% |
| 遼寧省 | 89,447 | 92,284 | 93,851 | 82,972 | 91,540 | 97,001 | 98,922 | 102,403 |
| 増減率 | | 103.2% | 101.7% | 88.4% | 110.3% | 106.0% | 102.0% | 103.5% |
| 湖北省 | 61,239 | 66,246 | 71,998 | 60,233 | 76,294 | 83,366 | 88,664 | 100,481 |
| 増減率 | | 108.2% | 108.7% | 83.7% | 126.7% | 109.3% | 106.4% | 113.3% |

引用：国家統計局「製造業企業数」

補足資料：アジア各国での業務用エアコンの需要



(単位：千台)

| | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 中国 | 43,729 | 39,843 | 43,308 | 42,477 | 39,222 | 40,587 |
| 増加率 | | 91.1% | 108.7% | 98.1% | 92.3% | 103.5% |
| 台湾 | 922 | 987 | 952 | 1,014 | 1,014 | 1,005 |
| 増加率 | | 107.0% | 96.5% | 106.5% | 100.0% | 99.1% |
| タイ | 933 | 1,112 | 1,163 | 1,315 | 1,388 | 1,561 |
| 増加率 | | 119.2% | 104.6% | 113.1% | 105.6% | 112.5% |
| ベトナム | 659 | 917 | 998 | 1,229 | 1,607 | 1,984 |
| 増加率 | | 139.2% | 108.8% | 123.1% | 130.8% | 123.5% |
| フィリピン | 561 | 611 | 664 | 687 | 717 | 800 |
| 増加率 | | 108.9% | 108.7% | 103.5% | 104.4% | 111.6% |
| マレーシア | 816 | 871 | 902 | 898 | 878 | 936 |
| 増加率 | | 106.7% | 103.6% | 99.6% | 97.8% | 106.6% |
| ミャンマー | 70 | 80 | 123 | 180 | 181 | 206 |
| 増加率 | | 114.3% | 153.8% | 146.3% | 100.6% | 113.8% |
| インドネシア | 1,638 | 2,030 | 2,246 | 2,286 | 2,202 | 2,300 |
| 増加率 | | 123.9% | 110.6% | 101.8% | 96.3% | 104.5% |
| インド | 3,547 | 3,500 | 3,633 | 3,862 | 4,063 | 4,507 |
| 増加率 | | 98.7% | 103.8% | 106.3% | 105.2% | 110.9% |

引用：2017年4月一般社団法人JRAIA日本冷凍空調工業会

補足資料：アジア各国の太陽光システムの需要

- 世界の太陽光発電量を現在牽引しているのは中国
- 電力供給が追いつかない国、中国やインドやベトナム、タイ、インドネシアは他地域に比べ太陽光発電や風力発電などの再生エネルギーに依存傾向大
- ASEANは再生可能エネルギーの国家導入目標で今後も国の奨励を受けやすい
- ASEANやインドは日照時間が長く、太陽光システムを有効活用できる好立地

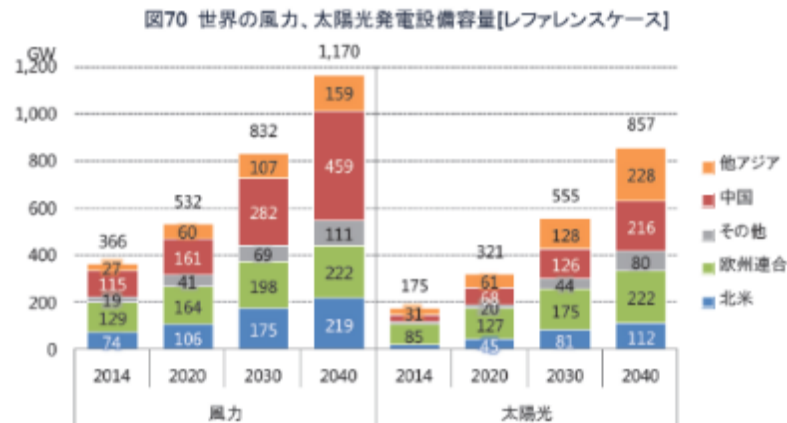
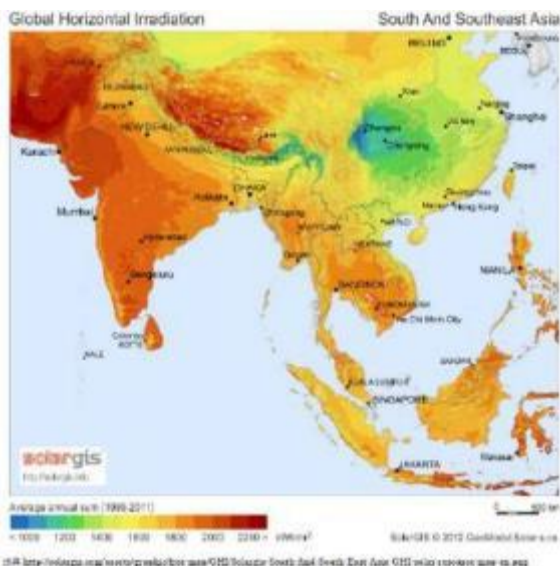


表 2.1.1 ASEAN 及び加盟国の再生可能エネルギー及び太陽光発電導入目標

| 地域/国 | 再生可能エネルギー導入目標 | 太陽光発電導入目標 |
|--------|---|--|
| ASEAN | 2025年までにエネルギーミックスにおける再生可能エネルギーシェアを23% (ASEANエネルギー協力行動計画 (APAEC) (2016~2025年)) | |
| ミャンマー | 2030年までに電源容量の15~20% | |
| タイ | 2036年までのエネルギー消費における代替エネルギーシェア: 30% (2015年9月) | 2036年までの導入目標: 6,000MW (代替エネルギー開発計画 (2015年9月)) |
| ラオス | 2025年までに全エネルギー消費の30% | |
| カンボジア | 2020年までに>2GWの水力発電の導入 | |
| ベトナム | 2030年 27GW (129.5GW) (改正第7次電力開発計画 (2016年3月)) | 2025年までに4GW、2030年までに12GW (改正第7次電力開発計画 (2016年3月)) |
| マレーシア | 2020年 2,080MW、2030年: 4,000MW (国家再生可能エネルギー政策行動計画 (2010年)) | 2020年 175MW、2030年: 4,000MW (国家再生可能エネルギー政策行動計画 (2010年)) |
| シンガポール | | 2020年までに太陽光発電を350MW導入 |
| インドネシア | 2025年までに全エネルギー消費量の23% | |
| ブルネイ | 2035年までに発電量の10% | |
| フィリピン | 2030年までに15GWの発電容量 | 2016年までに500MW ・2030年までに1,528MW |

出典 (株) 資源総合システム調べ <https://www.kankyobusiness.jp/column/012693.php>



アジア地域の日照マップ

引用：「東南アジアの再生可能エネルギー情報」平成30年3月
一般財団法人 新エネルギー財団

上下図表引用：「アジア／世界エネルギーアウトック2016」
一般財団法人 日本エネルギー経済研究所

内閣府が推進する、女性の活躍推進に積極的に取り組んでいる企業の男性リーダーによる「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」に参画し、レカムは独自の3つの行動宣言を掲げています。



発信する
行動を起こし、



私たちは、2020年までに女性管理職の割合を30%に向上することを目指します。



現状を打破する



私たちは、女性がさまざまなライフイベントを経ながら、キャリアを継続するために、成長の機会を計画的に提供し、支援を続けます。



促進する
ネットワーキングを



私たちは、外部パートナーとの長期的な関係を構築・維持し、成功事例を共有するとともに、輝く女性のネットワーク構築を支援し、連携していきます。

新卒採用の女性比率

2019年4月末調べ

| 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 | 2019年 |
|-------------|-------------|-------------|----------------|--|
| 5人 (25%) | 5人 (35%) | 9人 (45%) | 17名 (54.8%) | 8名 (44.4%) 産電除外 (30.6%) 産電含む |

2018年12月にM&Aで取得した産電以前はレカムグループ全体で、女性新卒は半数前後の採用比率

補足資料:2019年までの推移

