



平成 27 年 5 月 19 日

各 位

会 社 名 愛知時計電機株式会社
代表者名 代表取締役社長 神田 廣一
(コード番号 7723 東証・名証 第一部)
問合せ先 取締役 管理本部長
杉野 和記
(TEL. 052-661-5151)

新中期経営計画 2017 の策定に関するお知らせ

当社グループは、平成 24 年 5 月 18 日付で中期経営計画 2016 (2012 年度～2016 年度の 5 カ年計画) を公表し、基盤事業の強化と成長分野へのチャレンジに向けて取り組んでまいりました。

この度、その 3 カ年の期間が終了したことを受け、その間の業績と経営環境変化による新たな課題を踏まえ、2016 年度を最終目標としていた前計画の修正が必要となりました。

そこで、新たに 2015 年度から 2017 年度の 3 カ年を対象期間とした新中期経営計画 2017 を策定いたしましたのでここにお知らせいたします。

I. 前中期経営計画の振り返り

1. 計画対実績比較

具体的な数値目標として策定した 3 カ年計画と実績との比較は次の通りです。

(単位：億円)

	2013/3 期		2014/3 期		2015/3 期	
	計画	実績	計画	実績	計画	実績
売 上 高	423	445	425	431	445	415
経 常 利 益	25	26	32	25	35	19
当期純利益	14	17	17	16	19	11
R O E	8.0%	9.5%	9.5%	8.3%	9.8%	5.7%
配当金/株	—	9 円	—	10 円	—	10 円
配当性向	—	24.7%	—	31.6%	—	44.3%

2. 実績に関する評価・分析

前中期経営計画の初年度は、プロパンガスメーター事業の強化策として立ち上げたリコーエレメックスとの合弁事業が順調に推移し、売上高、利益ともに計画に沿った実績をあげることができました。

また、2 年目は売上高こそほぼ計画通りでしたが、水道メーターの価格競争が予想以上に厳しかったこと、成長分野である民需センサー・システム分野が期待通り伸びなかったことなどにより、利益面では計画を達成することができませんでした。

さらに3年目の前期は、売上高は対前年比で3.6%減、対中期経営計画比では6.6%の未達となり、利益面でも計画を大幅に下回りました。

こうした3年間の実績を振り返ると、2年目以降、当社を取り巻く経営環境が予想以上に厳しくなり、具体的には、基盤事業である水道メーターの価格低下が進み、併せてメーターのケース材料である銅価格が高止まりしたため、利益確保のための選別受注を行わざるを得ませんでした。また、成長分野と見込んでいた民需センサー分野と海外市場への販売は着実に伸びてはいるものの、期待したほどの成果は得られませんでした。

II. 新中期経営計画 2017 について

こうした過年度における計画との乖離要因、また現時点での環境変化等を反映させ、数値目標を修正するとともに、その実現に向けて重点的に取り組むべき施策を設定いたしました。

なお、新中期経営計画 2017 においても中期経営計画 2016 で経営目標として掲げたミッション、ビジョン、基本戦略は引き続き堅持いたします。

{ミッション}

「信頼・創造・奉仕」の企業理念のもと、「スマート社会に貢献するテクノロジー」を磨き、お客様の「新しい価値を創造し、提供し続ける」ことで、社会に貢献する。

{ビジョン}

- ・基盤事業を強化し、「安心・安全・快適」なライフラインの実現に貢献する。
- ・「はかる技術」「スマート技術」「ソリューション」をキーワードに、新しい価値を生み出す商品を提供する。
- ・企業活動におけるESG（環境・社会・ガバナンス）を尊重し、社会に愛され、必要とされる会社を目指す。

{基本戦略}

- ・基盤事業の収益向上
- ・市場拡大・新規事業へのチャレンジ
- ・経営力の強化

1. 数値目標

- ・株主資本利益率（ROE）は、当期間内に8%以上まで引き上げることを目標とする。
- ・株主還元策として配当性向は、3年間平均で30%以上を目標とする。

（単位：億円）

	実績	3ヵ年計画		
	2015/3期	2016/3期	2017/3期	2018/3期
売上高	415	422	452	482
経常利益	19	24	28	32
当期純利益	11	15	18	21
ROE	5.7%	7.1%	7.8%	8.5%

2. 経営環境分析

当社に係わる経営環境は、計画未達の主因となった水道メーターを含む基盤事業の市場競争激化を除き、中期経営計画 2016 策定時の分析結果に基本的には変更はありません。

ただし、基盤事業の市場競争激化への対応、及び新規事業が期待通りのスピードで進展していないことについては、以下のように課題を抽出いたしました。

(1) 基盤事業の収益向上について

- ・過去 2 年間の実績を鑑みると、水道事業体への入札による水道メーター販売は、製品力ではなく価格競争に陥る状況が、今後も継続することが予想される。
⇒選別受注の徹底と価格競争力をいかに強化するかが課題
- ・今後 5 年間で需要サイクルのピーク期を迎えるプロパンガスメーターは、需要の拡大に伴う受注の大幅増加が見込まれるものの、厳しいシェア争いが予想される。
⇒シェアの維持と収益拡大には、QCD（品質、価格、納期）での優位を実現することが課題
- ・計装分野は、電気工事業の特定建設業許可取得等、サービス提供力を向上させたことにより、大型物件の受注も増加している。その対象市場である公共事業は今後も安定的に実施されることが予想される。
⇒工事施工と管理の体制を強化することが課題

(2) 市場拡大・新規事業へのチャレンジについて

- ・資源やエネルギーの適正管理・監視・制御に用いられるセンサー・計測システムに対する需要は、工場市場において予想以上に普及のスピードが鈍い状況である。
⇒新たな市場を開拓するには、新しい技術やサービスの開発が課題
- ・海外水ビジネスへの引き合いはあるものの、成果の刈取りには、なお相当の期間が必要である。
⇒今後も調査・研究を推し進め、将来の事業展開の可能性を検討する。

3. 重点施策

経営環境分析によって抽出されたこれらの課題を踏まえ、新中期経営計画におきましては以下のような重点施策を行ってまいります。

(1) 基盤事業の収益向上について

- ① 水道メーターの収益改善
 - ・生産から納入までの流れ（調達・製造・物流）の中で、最適な組み合わせを実現することで更なるコストダウンを継続する。
 - ・適正な利潤を獲得すべく、採算性の管理を徹底する。
- ② プロパンガスメーター需要期の売上・利益拡大
 - ・需要期のピークに差し掛かる 2017 年度に向けて増産体制を構築し、市場シェアの維持による売上高の拡大につなげる。
 - ・大きな需要変動に柔軟に対応でき、且つ、収益性を維持できる生産・サービス体制を構築し、利益の拡大につなげる。
- ③ 計装市場における売上増
 - ・電気工事業の特定建設業許可を活かし、受注物件規模の拡大を図る。
 - ・営業、施工体制を充実させ、対象市場を拡げて入札参加数を増やす。

(2) 市場拡大・新規事業へのチャレンジについて

① 技術シーズによる新商品へのチャレンジ

- ・他社にないユニークな商品開発につながる技術の優位性を増大させるため、基礎技術、要素技術に関する技術力を強化する。
- ・新たに技術開発戦略チームを設置し、お客様の新しい価値を創出する商品やサービスを提案する。

② 海外市場への拡大

- ・海外パートナーとの関係をさらに強化し、各国のニーズ、仕様適合に迅速に対応して、実績を積み上げる。
- ・海外子会社を国内向け生産拠点から、海外向け生産、及び販売拠点へと拡充する。

(3) 経営力の強化

① 持続的成長と企業価値向上に向けて

- ・株主の皆様、お客様、お取引先、地域社会、及び当社グループ社員とのコミュニケーションを充実させ、適時適切な情報発信と対話を促進し、経営陣へのフィードバックを通じて、さらに透明性の高い経営を実践する。
- ・持続的成長と企業価値向上に向けたコーポレートガバナンス体制を強化する。
- ・資本効率性を重視し、株主還元等についても企業価値及び株主価値の拡大を意識した資本政策を実行する。

② スリムな経営体質への転換

- ・グループにおける経営資源の集中と運営の効率化、要員の最適配置、業務システムの革新により、スリムで強靱な経営体質を確立する。

以 上