



平成 24 年 5 月 18 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 鈴木 登
(コード番号 7723 東証・名証 第一部)
問合せ先 常務取締役 管理統括本部長
小野田 晋也
(Tel 052-661-5151)

Aichi グループ『中期経営計画 2016』を策定

2012 年度から 2016 年度に向けた 5 カ年計画
－「基盤事業の強化」と「成長へのチャレンジ」－

当社は、このほど 2013 年 3 月期を初年度とする『中期経営計画 2016』を策定いたしました。
以下その内容を公表させていただきます。

1. 経営目標

(1) 「ミッション」と「ビジョン 2016」

当社のミッションは、次の通りです。

「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。

また、当社の目指すべき姿として 3 つの目標を「ビジョン 2016」として設定いたしました。

- ・ 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 E S G（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。

(2) 基本戦略

「ビジョン 2016」を実現するため、以下の 3 つを基本戦略といたします。

- ・ 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

(3) 数値目標

- ・株主資本利益率（R O E）は5年間を通じて8 %以上を確保し、5年後には10 %以上の収益性を目指す。
- ・配当性向は5年間の平均で30 %以上を目標とする。

<中期数値目標>

（単位：億円）

	実績	3 ヶ年計画			5 年後目標
	2012/3 期	2013/3 期	2014/3 期	2015/3 期	2017/3 期
売 上 高	410	423	425	445	500
経 常 利 益	29	25	32	35	40
当期純利益	15	14	17	19	22
R O E	9.2 %	8.0 %	9.5 %	9.8 %	10 %以上

2. 経営環境分析

当社に係わる事業環境につきましては、国内外のマクロ環境（経済、社会、市場）の移り変わりに伴い、次のような変化が生じています。当社はこれらを踏まえて、中期的な経営を実行してまいります。

(1) 基盤事業に関して

- ・国内の水道・ガスメーター市場は、法令に基づく定期的な更新が主体である。しかし、近年、国際規格準拠への法改正に伴い貿易障壁が緩和され、海外での製造・販売などのチャンスが広がる一方で、国内外市場での競争も激化する。
- ・国内のプロパンガスメーター市場は、更新需要に大きなサイクル（10年周期）があり、今後、数年間は不需要期（需要期の約40 %）で市場環境は低迷するが、その後は回復する。
- ・原子力のリスクやCO₂削減への対応に伴い、様々な資源の有効活用が求められ、また「安心・安全・快適」な社会の要求により、資源やエネルギーの適正管理・監視・制御のためにセンサー・計測システムに対する需要が拡大する。さらに、シェールガス*の実用化などが進み、ガスエネルギーの利用が拡大するため、計測機器の市場も拡大する。
- ・情報通信技術および情報サービスに関するシステムの高度化、複合化がさらに拡がり、各種端末機器の多様化とサービス市場も拡大する。

(2) 新規事業の拡大

- ・地球レベルでの水資源不足から、水の有効利用、海水の淡水化、再生循環システムなどに関する新規の事業分野が拡大する。
- ・T P P等を契機にわが国を始め、アジア地域の農業において、技術革新や大規模経営へのシフトが起こり、農業分野における計測機器や計測技術に対する需要が拡大する。

*シェールガス（shale gas）とは、貯留層が砂岩でなく泥岩（頁岩^{けつがん}；シェール）から採取される天然ガスのことで、米国などでは、商業生産が既に行われています。

3. 経営戦略

当社は、上記の経営環境の変化を踏まえ、3つの基本戦略に関して、以下のような具体的な戦略を実践してまいります。

(1) 基盤事業の収益向上

①水道・ガスメーター関連分野での競争力の強化

- ・品質・コスト・ラインアップなどの競争力を向上させ、市場での優位性を維持する。
- ・国内外の環境変化に柔軟に対応し、市場ニーズを的確に把握した高付加価値商品（製品・システム）やサービスを提供する。

②「ものづくり体制」の強化

- ・海外生産拠点（ベトナム、中国）の拡充と、国内の生産拠点の適正配置と共に、生産管理システムの一新などの強化策を実施し、コストダウンと短納期化を推進する。

(2) 市場拡大・新規事業へのチャレンジ

①海外市場への拡大

- ・水道・ガスメーター分野はパートナーとの関係を深め、それぞれの国でのニーズに迅速に対応し、実績を積み上げる。
- ・小型電磁流量センサーを武器に、海外メーカーへのマーケティングを積極的に展開する。
- ・海外水ビジネス等の新規事業は、市場調査や分析を継続すると共に、パートナーとの協力体制の構築に努め、事業化を目指す。

②民需市場への拡大

- ・国内工場ユーティリティ分野（水、ガス、空気等の適正管理）では、「省エネルギー化」を推進するための商品群を充実させ、着実に実績を積み上げる。
- ・ビルや商業施設向け等のシステム・ソリューション分野では、自社のセンサー技術を活かし、スマートグリッドなどの実用化の流れを見極めつつ、次世代商品群を構築する。
- ・エネルギー監視の新市場と農業市場については、情報収集と参入準備を進める。

③超音波・電磁応用技術等のコア技術の進化

- ・外部の研究機関との関係強化等により、基礎技術力を含めた総合力を高め、独自性のある商品ラインアップの拡充を図る。

(3) 経営力の強化

①C S Rを意識した透明性の高い経営の実践と内部統制システムの実効性向上

- ・社外広報・情報発信を促進し、透明度を高め、社会の認知度向上を目指す。
- ・全従業員においてコンプライアンスおよびC S Rの意識を高め、品格を持った企業風土を構築する。

②スリムな経営体質への転換

- ・要員の最適配置、業務の効率化などによって、生産性の向上を図る。
- ・サプライチェーン・マネジメント（S C M）の見直しにより、収益力の向上を目指す。

③グループ全体のマネジメント強化

- ・グループ全体での経営管理の一元化を推進し、効率的なグループ会社運営を推進する。

以 上

（注）本資料に記載されている将来に関する記述および数値は、本資料発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は、様々な要因によって大きく異なる結果となる可能性があります。