



2018年5月10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 星加 俊之
 (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2020の策定に関するお知らせ

当社グループは、2015年5月19日付で中期経営計画2017(2015年度～2017年度の3ヵ年計画)を公表し、基盤事業の収益向上と市場拡大・新規事業へのチャレンジ、経営力の強化に向けて取り組んでまいりました。

この度、その3ヵ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を踏まえ、新たに2018年度から2020年度の3ヵ年を対象期間とした、新中期経営計画2020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ヵ年計画と実績との比較は次の通りです。

(単位：億円)

	2016/3期		2017/3期		2018/3期	
	計画	実績	計画	実績	計画	実績
売上高	422	417	452	447	482	472
経常利益	24	19	28	30	32	38
当期純利益	15	14	18	22	21	27
R O E	7.1%	6.6%	7.8%	9.8%	8.5%	10.9%
配当金/株	—	100円※1	—	110円※1※2	—	120円※2
配当性向	—	36.4%	—	25.3%	—	22.0%

※1 当社は、2016年10月1日付で普通株式10株を1株とする株式併合を実施しており、配当金は当該株式併合の影響を考慮した金額を記載しております。

※2 2017年3月期の配当金には特別配当10円を、2018年3月期の配当金には特別配当20円を含んでおります。

2. 実績に関する評価・分析

前中期経営計画の初年度は、成長分野である民需センサー・システム及び計装分野並びに輸出が期待通り伸びなかったことから、売上高が計画を下回るとともに、利益面でも計画を達成することができませんでした。

また、2年目も売上高は計画未達となったものの、利益面では高付加価値製品の売上増がプラスに働いたことに加え、原材料価格の低下やコストダウン効果により、経常利益は対前年比では55.5%増、対中期経営計画比では7.1%増となりました。

前中計の最終年度である3年目も売上高は計画未達となりましたが、利益面では計装分野や輸出など高付加価値分野の製品が計画を上回ったことや、更なるコストダウンによる効果などから計画を大きく上回り、経常利益は対前年比では28.6%増、対中期経営計画比では18.8%増となりました。

前中計の3年間を振り返ると、売上面では各年度計画未達となったものの、家庭用プロパンガスメーターや海外向けガスメーターの需要増加、計装分野の大口物件の受注増により、前期比では大幅に売上を伸ばしました。一方、利益面では高付加価値製品の販売強化による利益増が進んだことや、原材料価格上昇に対応し、コストダウンの追加施策を実施したことなどで2年目からは計画を上回りました。その結果として売上高、利益共に2期連続で過去最高を達成することが出来ました。

II. 新中期経営計画 2020 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、新たな数値目標と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 2020 においても中期経営計画 2017 で経営目標として掲げたミッション、ビジョン、基本戦略を踏襲いたしますが、ビジョンにおいてはより海外市場へのチャレンジを明確に打ち出し、基本戦略においては市場拡大、事業領域拡大へのチャレンジの方向性を海外、計装、民需センサー・システムの3つとして明確にしました。

{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、お客さまに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}

- ・ [はかる技術] [スマート技術] [ソリューション]をキーワードとしたお客さま価値を追求し、新しい商品を提供する。
- ・ 海外市場へ更に踏み出し、世界に当社製品・技術を拡げていく。
- ・ 企業活動における ESG（環境・社会・企業統治）を尊重し、社会に愛される企業となる。

{基本戦略}

- ・ 市場拡大、事業領域拡大へのチャレンジ（海外分野・計装分野・民需センサー・システム分野）
- ・ 基盤事業分野の競争力向上と収益向上
- ・ 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%以上を維持することを目標とする。

(単位：億円)

	実績	3カ年計画		
	2018/3期	2019/3期	2020/3期	2021/3期
売上高	472	474	489	480
経常利益	38	39	41	41
当期純利益	27	27	28	28
R O E	10.9%	9.6%	9.2%	8.6%

2. 経営環境分析

当社の経営環境をマクロ的な視点で見ると、国内の人口減少により基幹商品である家庭用ガス・水道メーターの需要はゆるやかに減少することは明らかであり、また、2021年3月期からプロパンガスメーターの需要は下降期を迎えます。

お客さまの経営環境としては、ガス事業はエネルギー自由化による大きな変革期を迎えており、水道事業は水道法の改正により、民間委託が加速される条件が整いつつありますが、これらの市場環境変化が当社に与える影響については未だ不透明であります。海外に視点を移すと、中国の先進国化による天然ガス転換や ASEAN のインフラ整備投資等、弊社にとっての商機は拡大しております。また、液体や気体を計測する商品をお客さまに提供している当社にとって、データ通信技術の高度化やサービスの変化は着目すべき点であり、スマート社会に貢献できるテクノロジーの一つとして、この利活用を検討すべきと考えております。

一方、ものづくりに目を向けると、生産拠点の老朽化は進み、東海地方は特に自動車産業の影響もあり労働力不足が慢性化する中、お客さまの要求価格はさらに厳しさを増しております。これに対応べく、ものづくりを進化させるための製造技術を深化させると共に、製販開管スタッフ部門の生産性向上が急務であると認識しております。

3. 重点施策

上記の経営環境分析を踏まえ、また、2021年3月期から始まるプロパンガスメーターの需要下降期に対して、以下の施策を速やかに実行することで目標を達成する所存です。

(1) 市場拡大、事業領域拡大へのチャレンジ

- ・海外拠点地産地販を推進、取扱品目拡大に取り組むと共に新たなパートナーの発掘を行う。
- ・計装事業への人員投下、体制強化により売上を拡大する。
- ・民需センサー・システムの工場ユーティリティ市場向け製品ラインナップ 拡充による再チャレンジ。
- ・新しい情報通信技術を活用した計測データの配信サービスを検討する。

(2) 基盤事業分野の競争力向上と収益向上

- ・水道メーター、ガスメーター等、基幹商品のコストダウンを推進する。
- ・品質を最重視したものづくりでお客さまに満足いただける QCD を提供する。
- ・基幹製品の技能伝承と次世代育成を推進する。

(3) 経営力の強化

- ・スタッフ部門の生産性向上によるスリムで強靱な経営体制へ転換する。
- ・全体最適志向によるグループ経営を推進する。
- ・持続的成長と企業価値向上に向けた ESG 重視の経営を展開する。

以上