



2016年6月28日

各位

会社名 アイホン株式会社  
代表者名 代表取締役社長 市川 周作  
(コード番号 6718 東証・名証第一部)  
問合せ先 取締役経営企画室副室長 和田 健  
(TEL 052-228-8181)

## 中期経営計画（2016～2018年度）に関するお知らせ

当社は、2016年度から2018年度までの3年間を対象とする中期経営計画を策定しましたので、概要についてお知らせいたします。添付資料を併せてご参照ください。

### 1. 経営方針

当社は昭和23年の創業以来、インターホンを中心とした通信機器の専門メーカーとして事業を展開し今日に至っております。

基本方針は、経営理念「自分の仕事に責任を持って 他人に迷惑をかけるな」の下、自社ブランドを基本とし、開発から生産・販売・アフターサービスに至るまでを一貫して行い、お客様に満足していただける商品づくりを進めております。

また、経営ビジョン「コミュニケーションとセキュリティの技術で社会に貢献する」の下、「新しい安心をかたちに」をスローガンとして掲げ、新しい安心を実感できる商品を提供し、社会に貢献していきたいと考えております。

### 2. 中期経営計画（2016～2018年度）

このたびの中期経営計画につきましては、  
「競争優位性を生み出す社内基盤を構築し、顧客価値の拡大に繋げ目標を達成する」  
を中期方針とし、以下の戦略を主眼に取り組んでまいります。

#### (1) 重点戦略

- ①受注プロセス管理強化による本格化するリニューアル市場の売上拡大
- ②海外各地域へ適応する営業体制の構築
- ③現事業領域の再検討と新事業への積極的投資
- ④魅力的製品を創造する新商品開発機能の再構築
- ⑤生産活動の全体最適化による製造原価の低減
- ⑥源流管理とデータ解析による品質向上
- ⑦TQM再活性化による仕事の質の追求

(2) 2018年度 業績目標

区分	2015年度(実績)	2018年度(目標)
連結売上高	426億7千万円	500億円
連結売上高営業利益率	7.1%	10.0%

以上

【注意事項】

本資料(添付資料を含む)に記載されている業績目標等の将来に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき算出したものであり、実際の業績は今後さまざまな要因によって大きく異なることがあります。

《添付資料》

**第6次中期経営計画  
AIPHONE Vision 2018**

**アイホン株式会社**

**第5次中期経営計画レビュー**

## 中期経営計画の方針

2013年度～2015年度

### 「輝け！アイホン ～ 真の輝きを求めて～」

当社グループ一丸となって今回の中期経営計画を推進することで、社会やステークホルダーにとって真に輝くアイホンを目指す。

#### 重点戦略

- (1) グローバル化の推進
- (2) ネットワーク対応の市場創造
- (3) コスト競争力の強化
- (4) 生産技術の改革
- (5) 源流管理による品質保証
- (6) 企業体質の強化

#### 連結業績目標【2013年度期初立案】

売上高 450億円  
(434億円※)

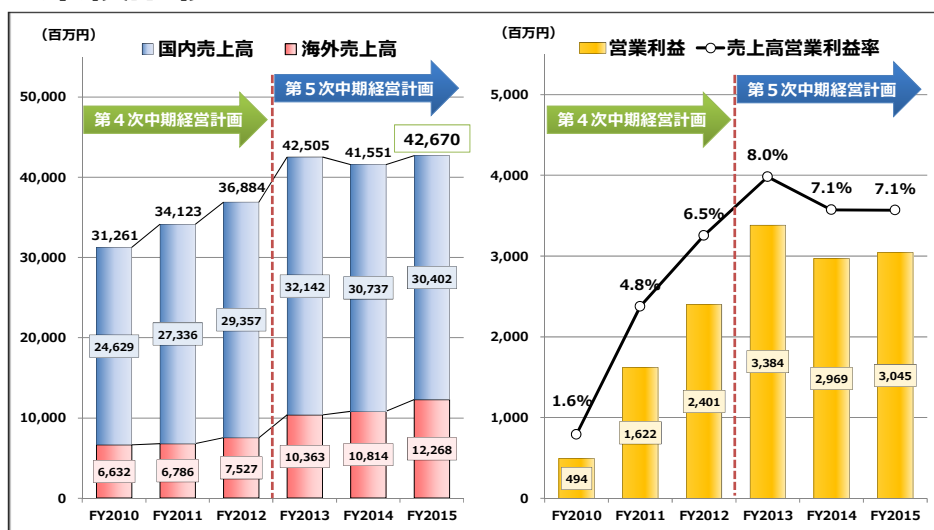
営業利益 45億円  
(31億円※)

売上高営業利益率 10%  
(7.14%※)

※2015年度期初に修正

2

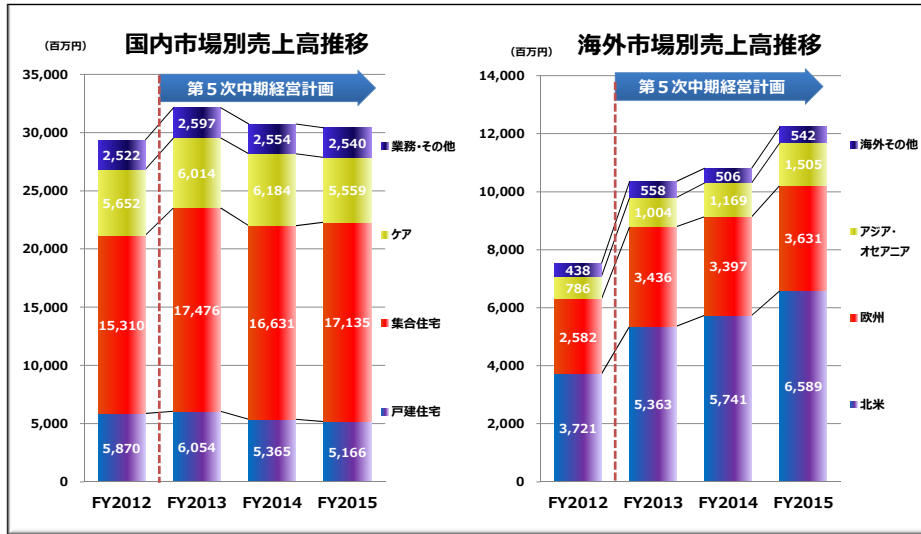
## 業績推移



第5次中期経営計画最終年度は過去最高の売上。  
営業利益は競争の激化により伸び悩んだ。

3

# セグメント別売上高推移



・2013年度に消費税改定前の駆け込み需要により、リニューアル市場を中心に大きく伸ばしたが、その後伸び悩む。  
 ・特に新築市場は全般的に低調。

・北米市場において学校等のセキュリティニーズの高まりにより、大きく拡大。  
 ・他の地域においても順調に拡大を続けている。

# 各戦略について

重点戦略	成果	課題
グローバル化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外市場売上高の大幅増加 (対2012年度比62.9%UP)</li> <li>海外生産比率向上</li> <li>ベトナム工場の黒字化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>より現地に密着した営業</li> <li>海外ニーズへのスピーディな対応</li> <li>生産地の全体最適化</li> </ul>
ネットワーク対応の市場創造	<ul style="list-style-type: none"> <li>海外業務市場でのIP対応商品の販売拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国内住宅市場へのネットワーク商品の浸透</li> </ul>
コスト競争力の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>コスト競争力は向上したが、市場価格下落はさらに激化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コストだけではなく、魅力ある商品の創造とタイムリーな開発</li> </ul>
生産技術の改革	<ul style="list-style-type: none"> <li>開発購買活動と生産技術改革が奏功し、限界利益率は改善</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>グループ全体最適による生産効率の更なる向上</li> </ul>
源流管理による品質保証	<ul style="list-style-type: none"> <li>源流管理強化で故障率低減に一定の成果</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>源流管理の更なる強化</li> <li>市場不良品解析力の強化</li> </ul>
企業体質の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>競争激化の中でも一定の利益を確保</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業収益だけでなく、多面的な企業体質の強化</li> </ul>

# 第6次中期経営計画 (2016年度～2018年度)

6

## 中期方針

競争優位性を生み出す社内基盤を構築し、  
顧客価値の拡大に繋げ目標を達成する

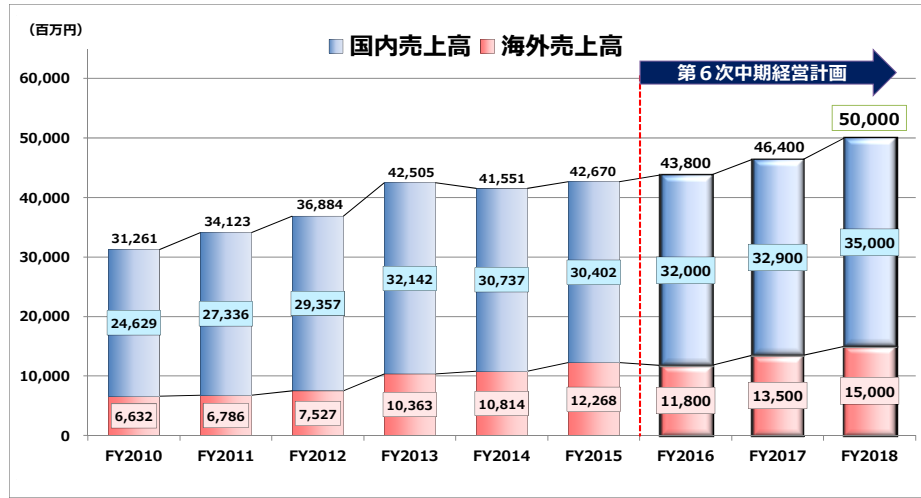
第6次中期経営計画イメージ



7

## 連結業績目標（2018年度）

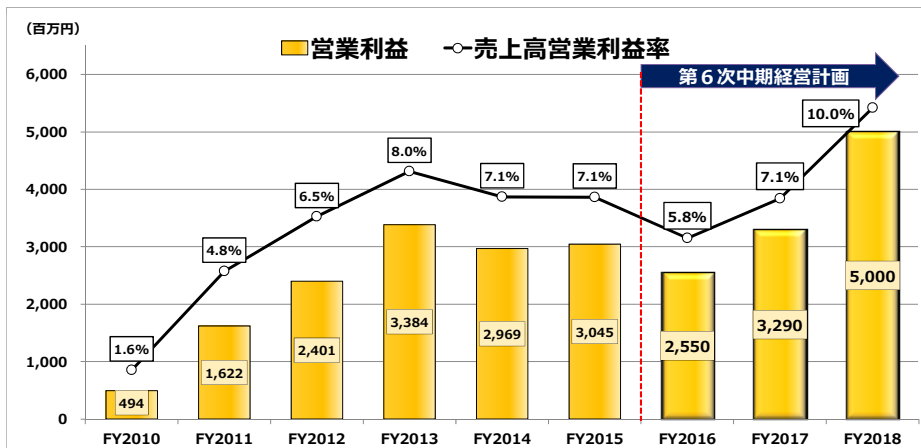
・売上高 500億円（国内350億円 海外150億円）



8

## 連結業績目標（2018年度）

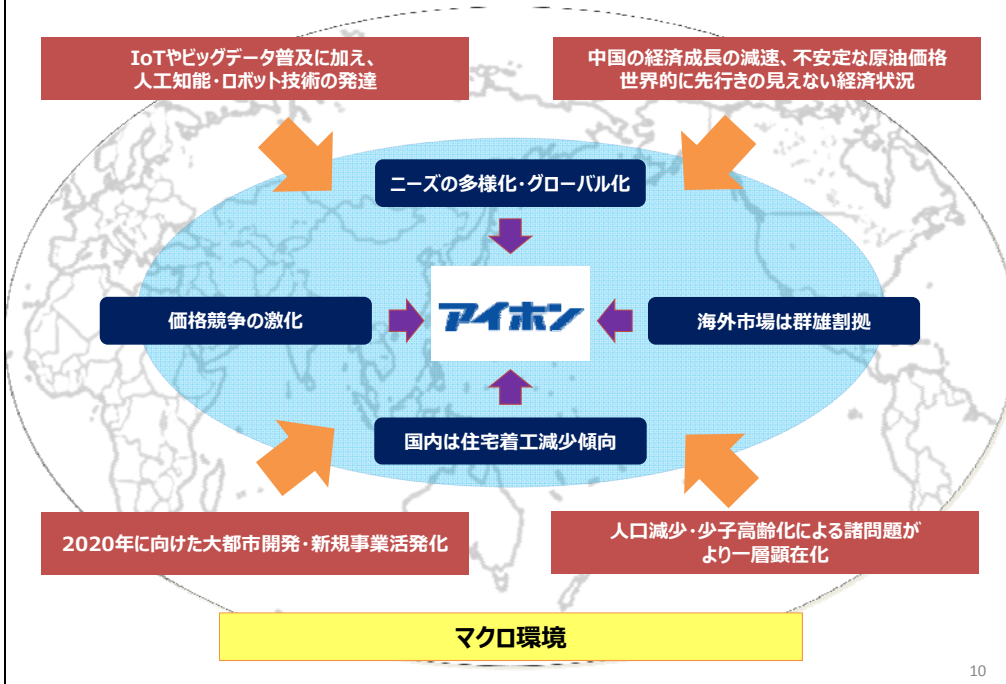
・営業利益 50億円 ・売上高営業利益率 10%



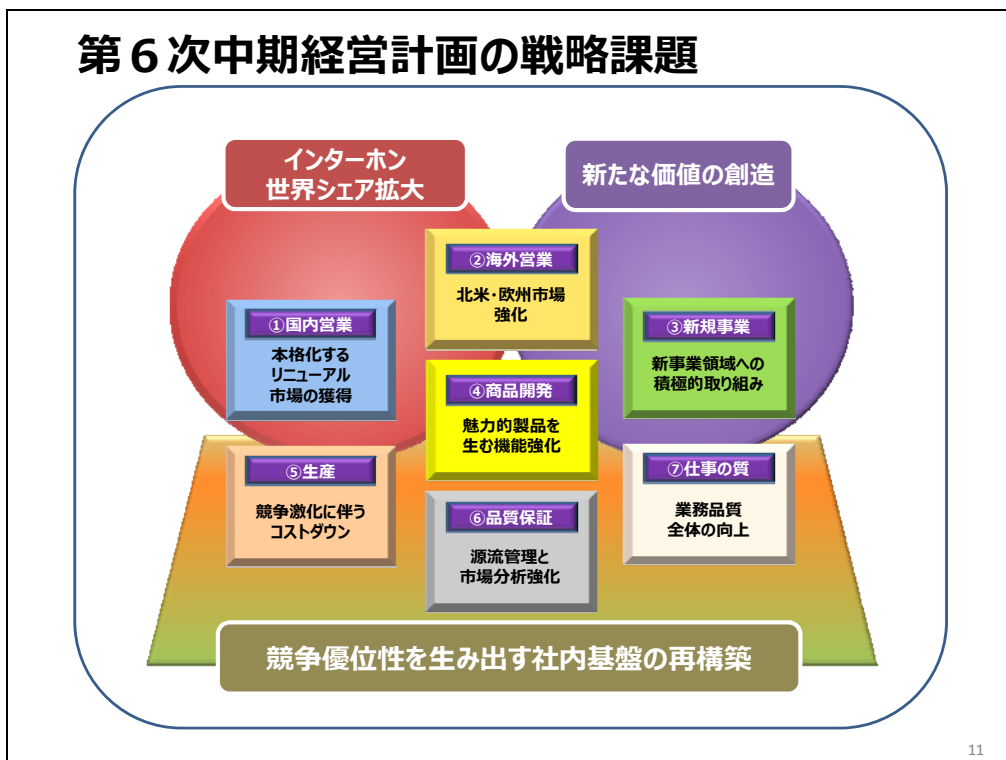
※ 2016年度の営業利益の減益計画は、先々のマーケット需要を見通した積極的な商品開発を進めるため研究開発費を増加したことによるものです。

9

# 外部環境

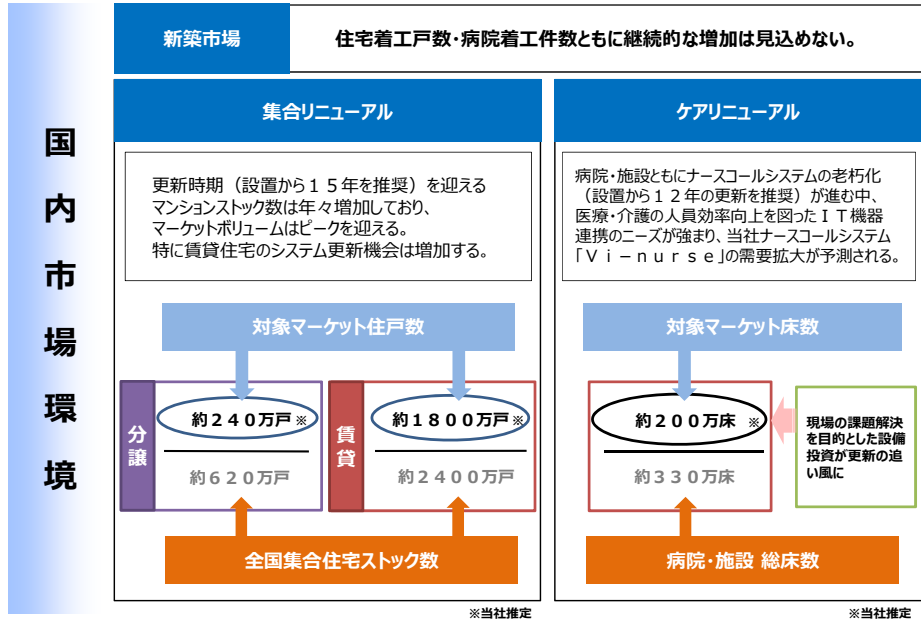


# 第6次中期経営計画の戦略課題





■ 受注プロセス管理強化による  
本格化するリニューアル市場の売上拡大 ■



■ 受注プロセス管理強化による  
本格化するリニューアル市場の売上拡大 ■

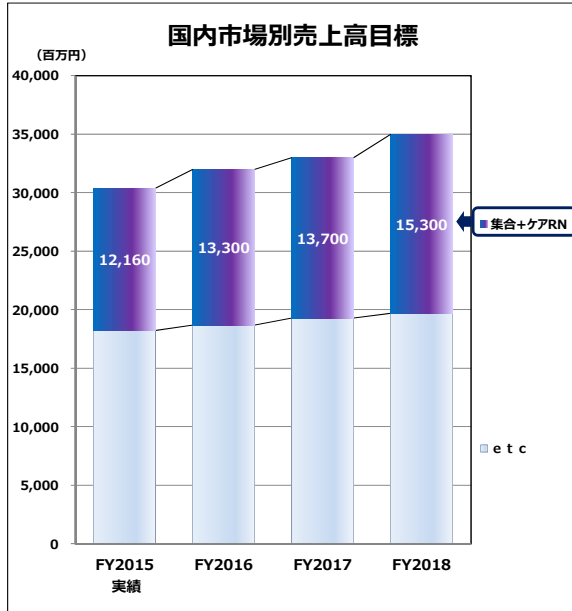
マーケットニーズに合わせて  
組織・仕組みにおける  
『リニューアルシフト』を推進する。

重点市場（集合・ケア）リニューアル売上高

121.6億円

↓

153億円



当社にとって海外市場はまだフロンティア要素が強く、拡大余地は多く残されている。  
各国地域へより密着した営業を進め、海外の市場開拓のスピードアップを図る。

北米市場

①営業人員増強により、  
川上活動・物件受注プロセス管理を強化



②レスキュー市場への本格参入

セキュリティニーズが年々拡大

欧州市場

公共住宅市場への参入

公共住宅向けアクセスコントロールシステムVIGIKと  
当社集合インターホンシステムがシステム連携可能と  
なり、これまで手付かずであった公共住宅市場への参  
入が可能となる。

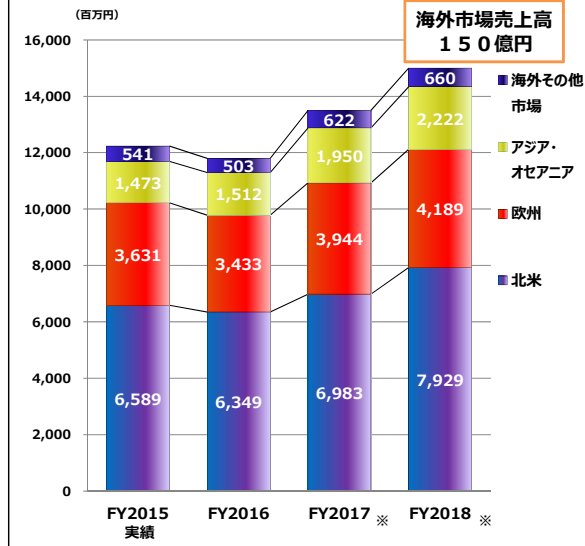
公共住宅市場の専任担当を配置、営業協業により  
受注活動を進め、市場の獲得を図る。

アジア・オセアニア・その他市場

現地密着営業の活動強化をさらに進め、  
システム物件受注を拡大

- ・システム品の販売強化
- ・重点国でのケア市場販売強化

海外市場別売上高目標



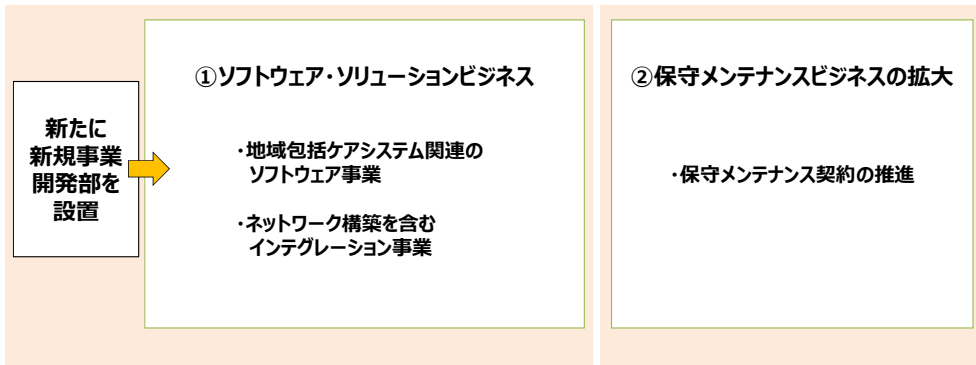
※FY2017, FY2018はFY2015為替レートにて円貨計算

戦略課題③  
新規事業

■ 現事業領域の再検討と新事業への積極的投資 ■

現在の主体事業であるインターホンのハードウェア販売とは別の“新たな領域”において将来の核となる事業の礎を築く。

新規市場売上目標・・・10億円



上記市場開拓を加速する有効手段として、積極的にM&Aを推進する。

戦略課題④  
商品開発

■ 魅力的製品を創造する新商品開発機能の再構築 ■

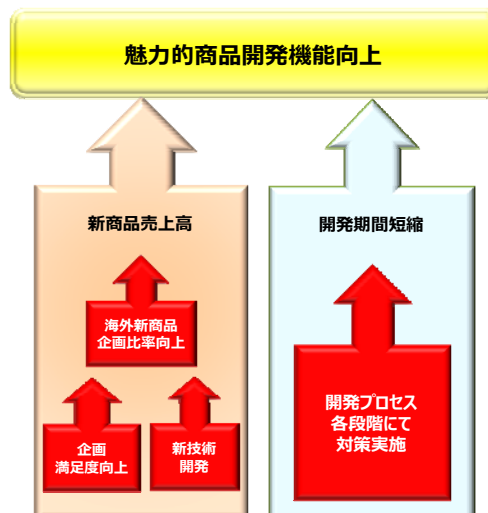
ニーズの多様化やグローバル化が進む中、求められる商品のライフサイクルは日々短期化している。コスト競争力に加え、“より魅力的な商品”を“タイムリー”に開発する機能を構築する。

①魅力的な商品開発

真の顧客満足の把握とマーケティング、先行技術開発を適切に融合する体制作り

②タイムリーな商品開発

市場要求に対応できる開発機能構築



戦略課題⑤  
生産

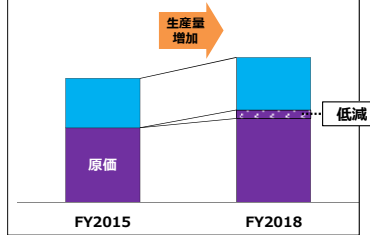
生産活動の全体最適化による製造原価の低減

競争が激化する市場要求に対応するため、生産性向上、海外生産の推進、調達コストの低減をグループ全体最適の視点から推進し、製造原価を低減させる。

製造原価の低減

KPI = 製造原価率 3 ポイント低減

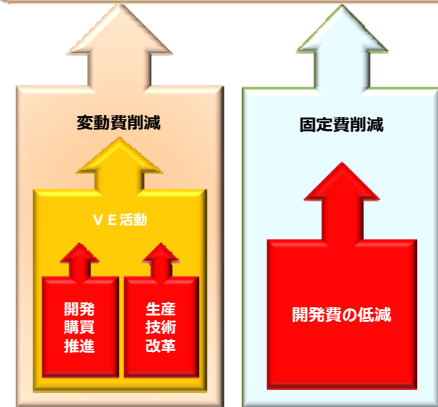
シミュレーション原価からの低減



① 変動費の削減

② 固定費の削減

製造原価低減



戦略課題⑥  
品質保証

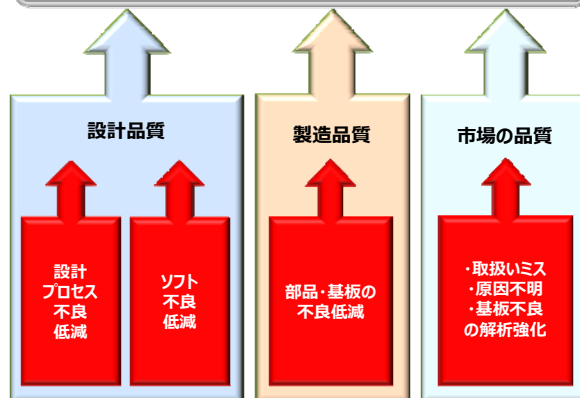
源流管理とデータ解析による品質向上

当社の持続的な発展にとって製品品質の確保は非常に重要な要素である。不具合の原因が発生する全てのプロセスにおいて対策を実施し、品質の改善に繋げる。

製品初期故障の低減

- ① 設計品質の向上
- ② 製造品質の向上
- ③ 市場での解析力向上

品質向上

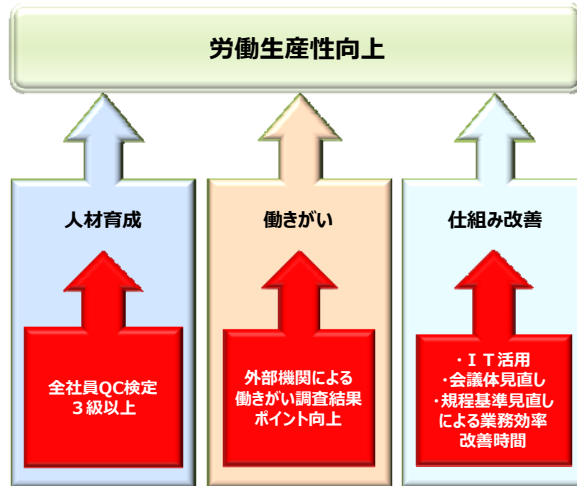


競争に打ち勝つ為の基盤づくりとして、当社の発展にかかわりの深いTQMを活用し、  
永続的な発展に繋がる“仕組み作り・人作り”を進める。

「労働生産性」の向上

「労働生産性」  
を構成する3要素

- ①人材育成
- ②士気・働きがい
- ③業務の仕組み

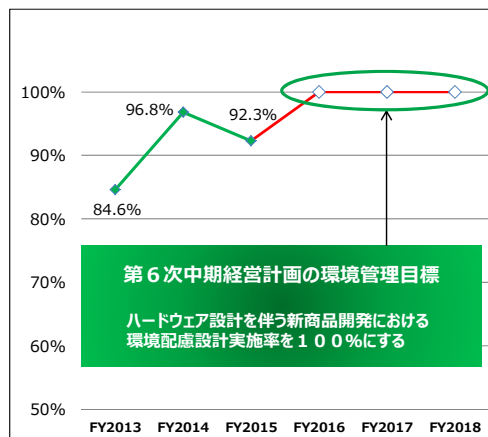


環境に対する取り組み



環境配慮設計

環境配慮設計の更なる推進を狙い、  
中期経営計画の3か年を通して、  
全ての新品開発（ハードウェア設計）  
に対する環境配慮設計の実施を目指します。



設計段階だけではなく、製造・物流・販売など当社の事業活動の各プロセスにおいても  
環境改善を意識した活動を継続。

Communication  
&  
Security

アイホン

弊社ウェブサイト

<http://www.aiphone.co.jp/>

本資料に掲載されております業績予想や将来予想は、現時点において入手可能な情報に基づき弊社が判断して予想したものであり、実際の業績は今後様々な要因の変化により予想とは異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。