

2011年3月期
当期の業績説明(第2・第3四半期)と
今後の戦略・方針について

愛光電気株式会社
代表取締役社長 近藤 保



2011年2月4日

企業プロフィール 経営理念・ビジョン

【会社概要】

- 会社名 : 愛光電気株式会社【 AIKO Corporation 】
- 本社所在地 : 神奈川県小田原市西大友205-2
- 代表者 : 代表取締役社長 近藤 保
- 資本金 : 6億1,165万円(JASDAQ上場:証券コード 9909)
- 創 業 : 1953年(昭和28年)11月8日
- 設 立 : 1959年(昭和34年)10月8日
- 発行済株式数 : 4,411,000株
- 社員数 : 175名 (2010年9月20日 現在)
- 株主数 : 519名 (2010年9月20日 現在)
- 事業内容 : 電気製品、機械器具、資材の販売および修理、電気機械、
器具取付工事の設計および 施工を主な事業とし、これに
附帯する一切の業務

神奈川西営業部

小田原南営業所

小田原北営業所

平塚営業所

厚木営業所

神奈川東営業部

横浜営業所

横須賀営業所

藤沢営業所

港北営業所

東静岡営業部

沼津営業所

伊東営業所

下田営業所

東京営業部

品川営業所

特販営業所

制御機器営業部

藤沢制御機器営業所

厚木制御機器営業所

港北制御機器営業所

環境事業営業部

営業一課

営業二課

交通営業部

東京営業所

小田原商品センター



小田原本社ビル



取扱商品分類	主要品目
照明器具類	照明器具(住宅用・施設用・非常用・店舗用) 電球・蛍光灯・ハロゲン電球・水銀灯・点灯管
電線・パイプ類	高・低圧電力ケーブル・光ケーブル・LANケーブル・合成ゴム電線 警報用電線・耐熱用電線・耐火用電線 鋼管電線管・塩化ビニール電線管・各種電線管付属品・ケーブルラック
開閉器・盤・制御機器類	分電盤・受配電機器・高圧受電設備・ブレーカー 制御機器(FA関連機器・シーケンサ・インバーター)
家電・住設・弱電機器類	家電製品・住宅設備機器・通信機器・OA機器・音響機器 防災セキュリティ・ビル監視設備・太陽光発電システム
その他	配線器具・配線材料・架線材料・碍子・電柱・鋼管ポール・避雷針 工具・計測機器

照明器具



電線



電線管・付属品



盤



制御機器



住宅設備



配線器具



経営理念

『愛光電気株式会社は、電気機器電設資材総合商社として社会への貢献、企業の永続、社員の幸せの三つを調和させ、お客様、仕入先、愛光電気株式会社の三者が共に生成発展する**三位一体の使命感経営**を実践し続けます。』

AIKO10年ビジョン2003-2013

問屋から商社へ「電気の総合商社を目指したい」。



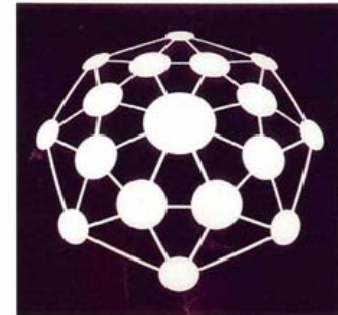
AIKO NEW WING PLAN

「社団法人倫理研究所」のライセンス認定企業プログラム『倫理 17000』に、全国4万社の会員企業の中から53社が認定され、愛光電気株式会社もその中の一社（第25号）として認定されています。（2004年9月1日交付）

倫理とは人間を幸福に導き、平和で豊かな社会を築く基本であり、道徳を超える生きた生活法則と捉えています。1974年（S.49）以来、社員全員が倫理研修に取り組み、その実践を通して人間社会を幸福にするものとして社員一人一人に深く浸透しています。

その高い倫理観は、ビジネスパートナーからの評価も大変高く、コンプライアンスをはじめ、愛光電気の経営の大きな礎となっています。

倫理17000 認定証



**RINRI 17000
CERTIFICATION**

登録企業名 愛光電気 株式会社
所在地 神奈川県小田原市西大友205-2
代表者 近藤 保

貴社は、厳正なる審査の結果、付属書に記載される「倫理法人会憲章」の理念と活動指針に則った経営を行う模範企業であることをここに証します。

登録番号 第25号 登録日 平成16年 9月 1日
更新日 平成20年 1月 1日 有効期限 平成22年12月31日

倫理17000 審査登録委員会

社団法人倫理研究所 元キヤノン株式会社 八洲学園大学
理事長 取締役相談役 学長

丸山敏秋 渡川 精一 高橋 進



社団法人倫理研究所

2011年3月期 第2四半期決算業績説明

比較損益計算書(中間期)



(単位:百万円)

	前期実績 2009/9	当期予想 2010/9	当期実績 2010/9	前期比	当期予想比較
売上高	4,405	4,772	4,507	102.3%	94.4%
営業利益	△ 62	△ 52	△ 58	-	-
経常利益	△ 16	△ 12	△ 9	-	-
純利益	△ 31	△ 13	△ 16	-	-

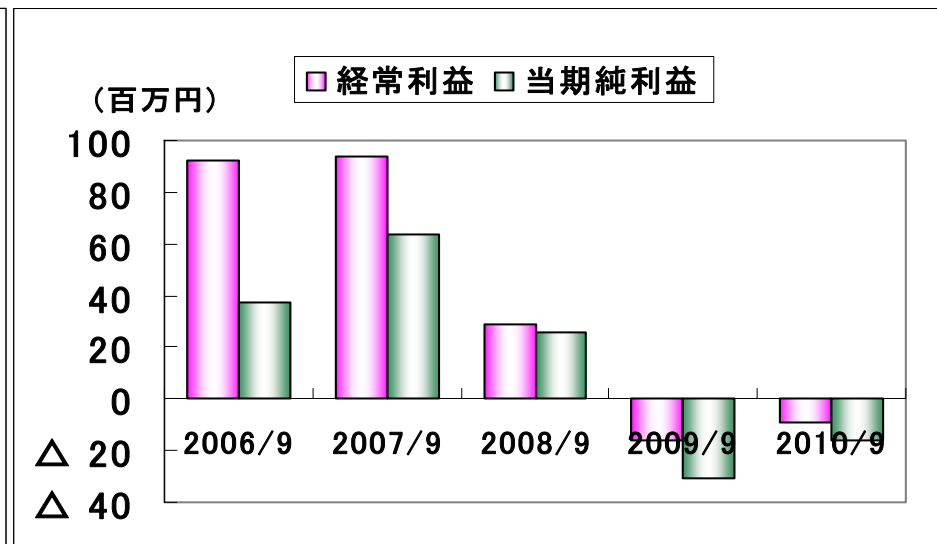
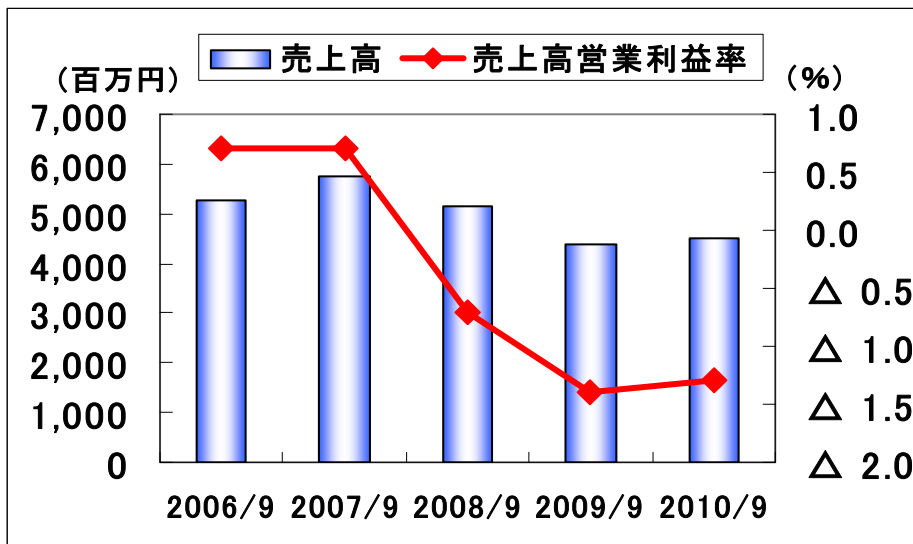
(注)当期予想は2010年07月21日付け第1四半期短信発表時の数値

業績推移



(単位:百万円)

	2006/9	2007/9	2008/9	2009/9	2010/9	増減額	前期比
売上高	5,284	5,762	5,150	4,405	4,507	101	102.3%
営業利益	37	38	△ 36	△ 62	△ 58	3	-
売上高営業利益率	0.7	0.7	△ 0.7	△ 1.4	△ 1.3	-	-
経常利益	92	94	29	△ 16	△ 9	6	-
売上高経常利益率	1.7	1.6	0.6	△ 0.4	△ 0.2	-	-
当期純利益	37	64	26	△ 31	△ 16	15	-
売上高当期純利益率	0.7	1.1	0.5	△ 0.7	△ 0.4	-	-



比較貸借対照表



(単位:百万円)

	2008/9	構成比(%)	2009/9	構成比(%)	2010/9	構成比(%)
流動資産	4,261	79.2	3,681	76.9	3,662	77.7
固定資産	1,119	20.8	1,103	23.1	1,048	22.3
(資産の部)計	5,381	100.0	4,784	100.0	4,711	100.0
流動負債	3,239	60.2	2,684	56.1	2,615	55.5
固定負債	158	3.0	175	3.7	172	3.7
(負債の部)計	3,398	63.2	2,859	59.8	2,787	59.2
資本金	611	11.4	611	12.8	611	13.0
資本剰余金	691	12.8	691	14.5	691	14.7
利益剰余金	687	12.8	632	13.2	635	13.5
自己株式	△ 7.0	△ 0.1	△ 7.7	△ 0.2	△ 8.3	△ 0.2
その他有価証券 評価差額金	△ 1	△ 0.1	△ 2	△ 0.1	△ 7.6	△ 0.2
(純資産の部)計	1,982	36.8	1,925	40.2	1,923	40.8
(負債・純資産)計	5,381	100.0	4,784	100.0	4,711	100.0

2011年3月期 第3四半期業績説明

比較損益計算書(第3四半期)



(単位:百万円)

	2010年3月期 第3四半期	2011年3月期 第3四半期	増減率	2011年3月 決算<予想>
売上高	6,549	7,001	6.9%	9,800
営業利益	△ 74	△ 44	—	△ 59
経常利益	△ 6	25	—	17
当期純利益	△ 25	0	—	5

(注) 通期予想は 2011年01月20日付け 第3四半期決算短信発表値の数値

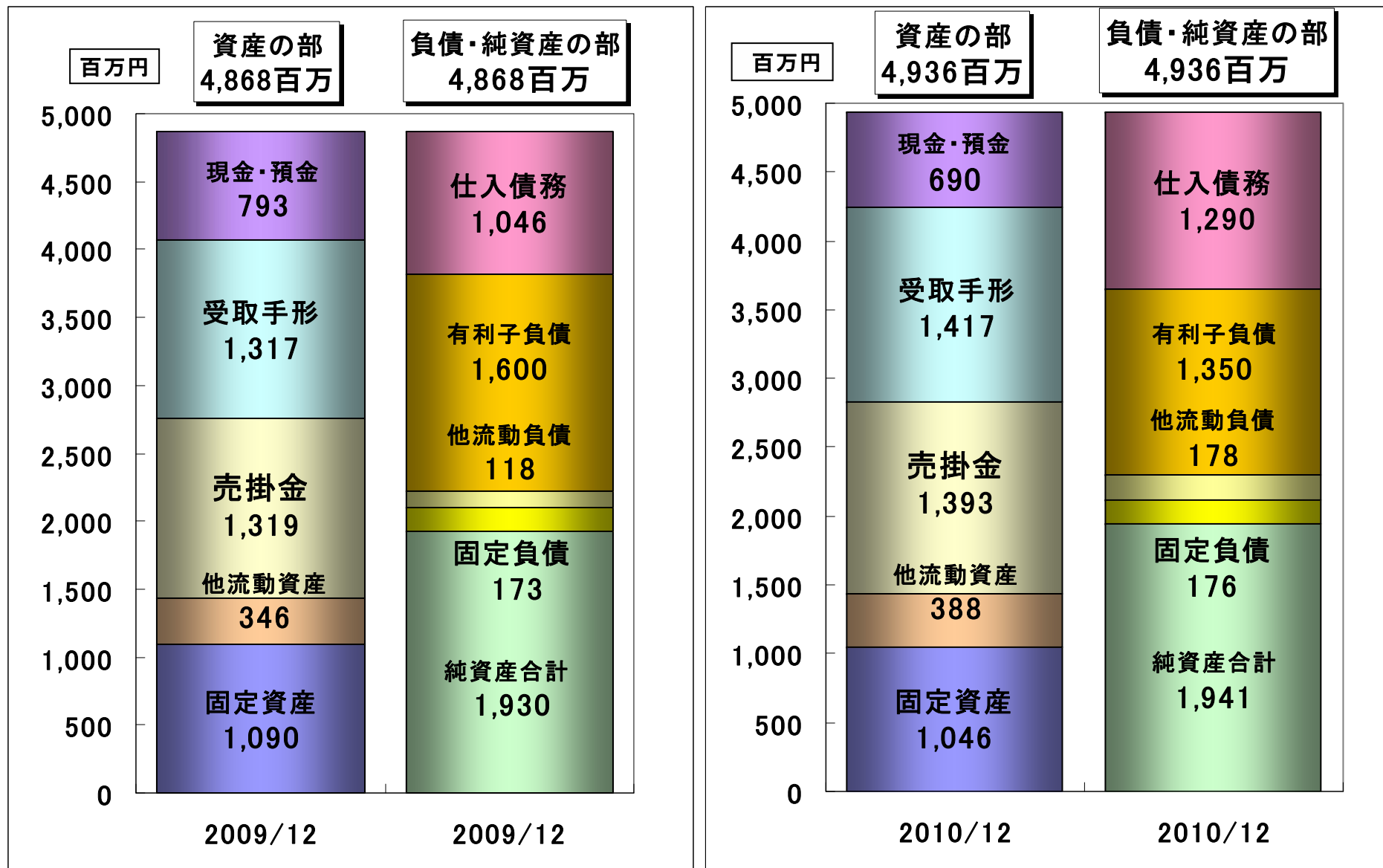
比較貸借対照表



(単位:百万円)

	2008/12	構成比(%)	2009/12	構成比(%)	2010/12	構成比(%)
流動資産	4,582	80.4	3,777	77.6	3,889	78.8
固定資産	1,119	19.6	1,090	22.4	1,046	21.2
(資産の部)計	5,701	100.0	4,868	100.0	4,936	100.0
流動負債	3,555	62.4	2,764	56.8	2,818	57.1
固定負債	163	2.8	173	3.5	176	3.6
(負債の部)計	3,718	65.2	2,938	60.3	2,995	60.7
資本金	611	10.7	611	12.6	611	12.4
資本剰余金	691	12.1	691	14.2	691	14.0
利益剰余金	687	12.1	637	13.1	652	13.2
自己株式	△ 7.3	△ 0.1	△ 7.8	△ 0.2	△ 8.0	△ 0.2
その他有価証券 評価差額金	△ 1	0.0	△ 3	0.0	△ 6	△ 0.1
(純資産の部)計	1,982	34.8	1,930	39.7	1,941	39.3
(負債・純資産)計	5,701	100.0	4,868	100.0	4,936	100.0

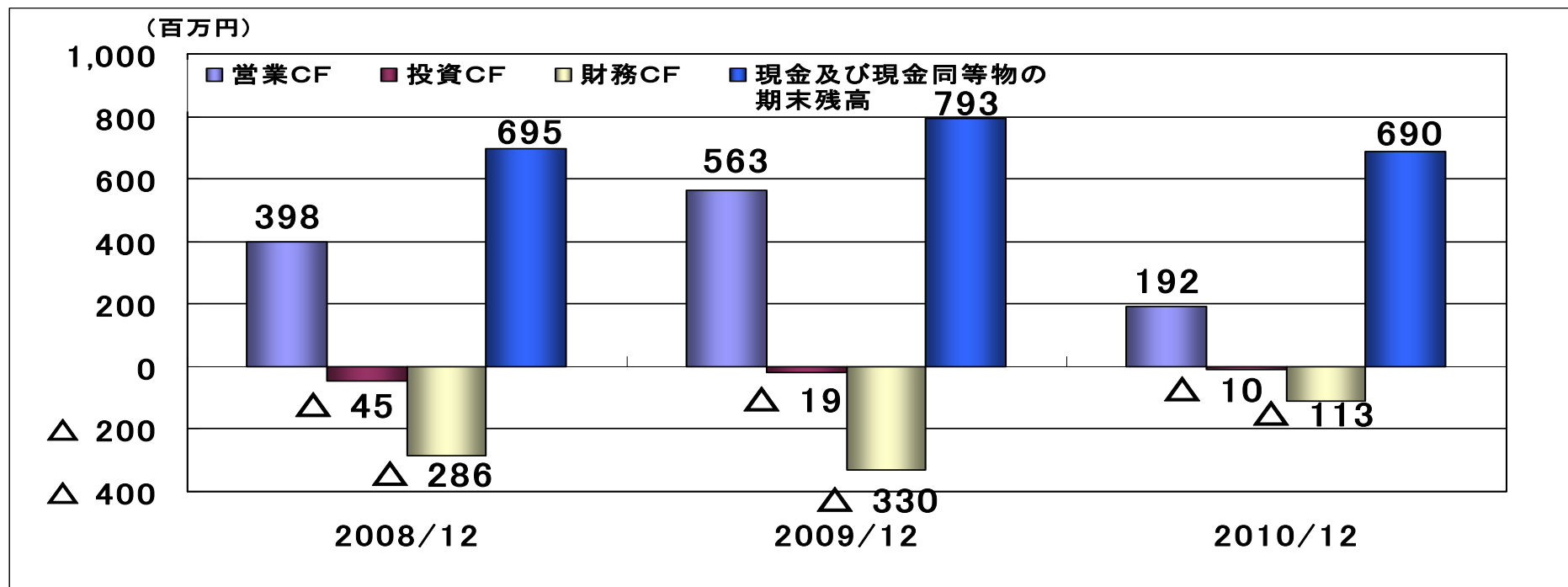
比較貸借対照表 資産の部、負債・純資産の部 (前期比)

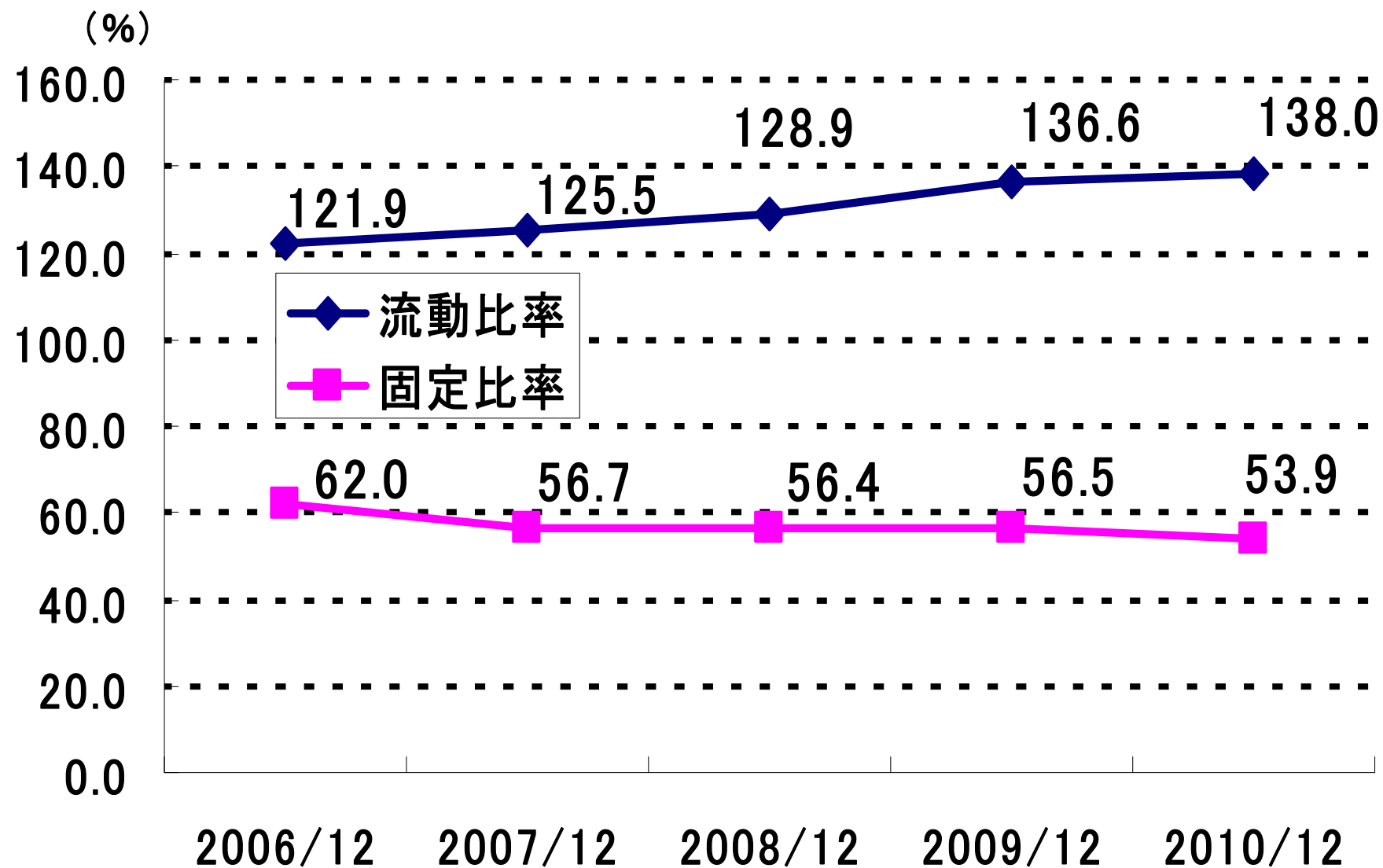


キャッシュフロー

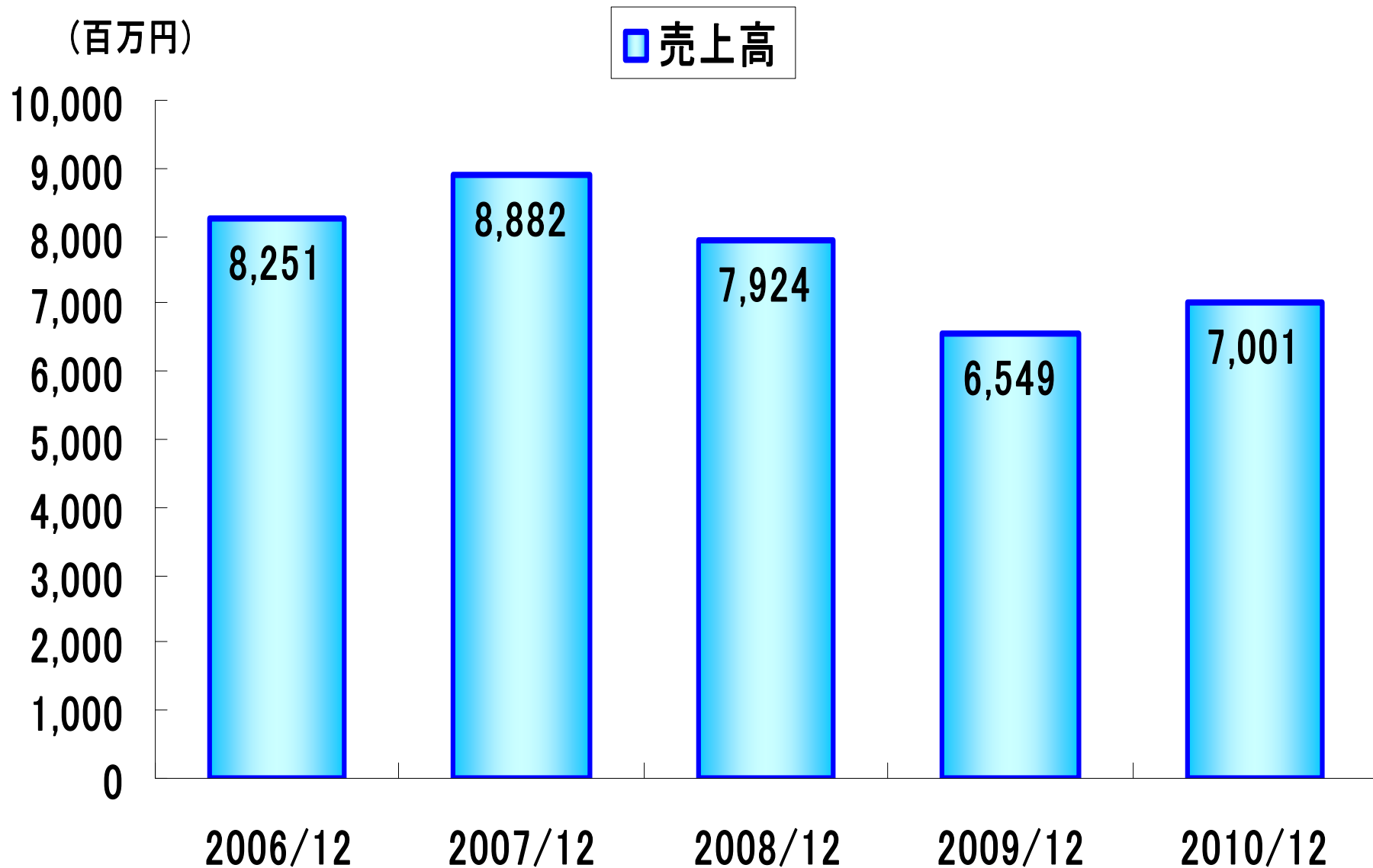


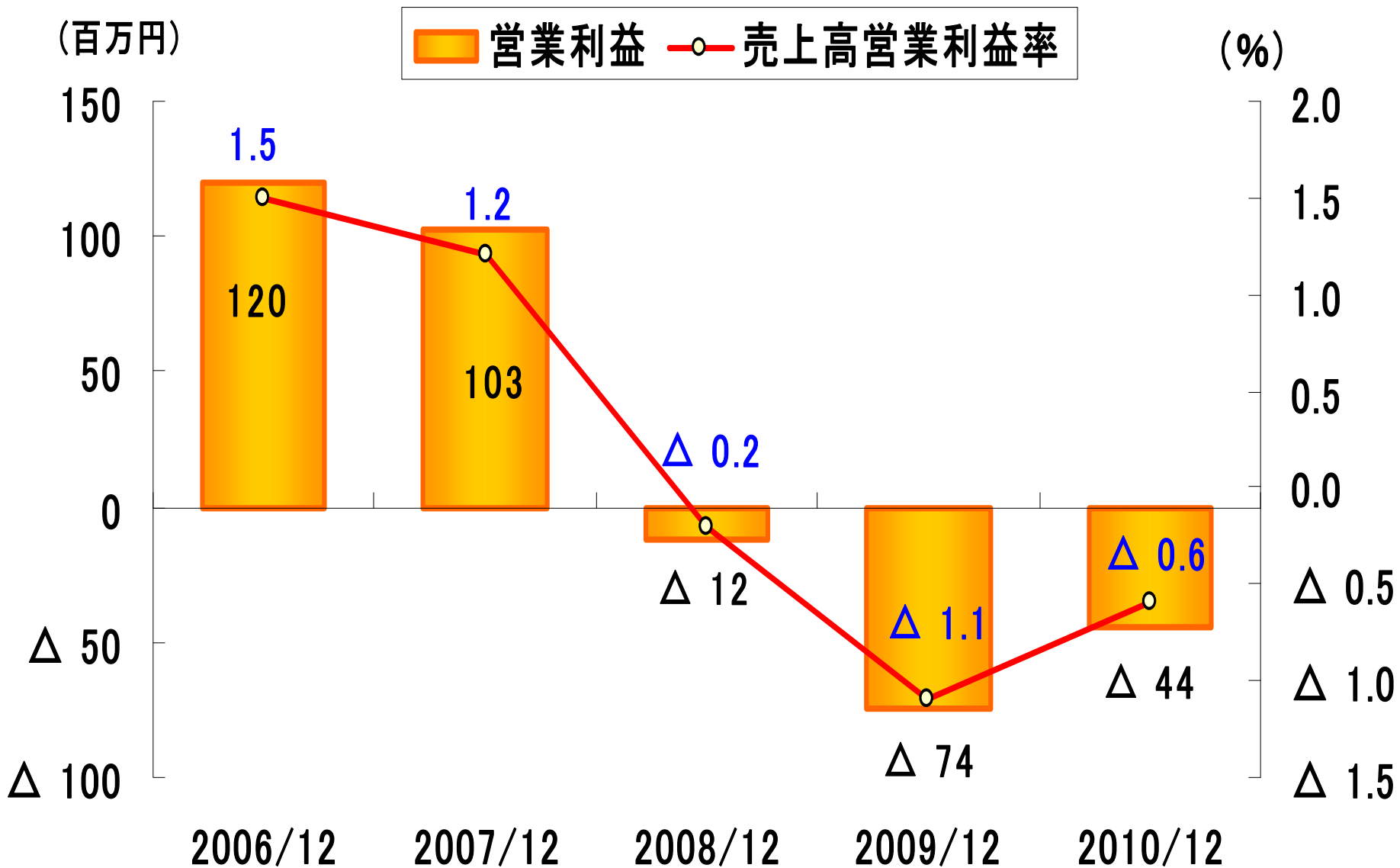
	2008/12	2009/12	2010/12	当期の主な要因
営業活動による キャッシュフロー	398	563	192	増加要因は売上債権の減少(前期末比) + 228 減少要因はたな卸し資産の増加(前期末比) - 110
投資活動による キャッシュフロー	△ 45	△ 19	△ 10	主に固定資産の取得による支出
財務活動による キャッシュフロー	△ 286	△ 330	△ 113	主に短期借入金の返済による支出
現金及び現金同等物の 期末残高	695	793	690	

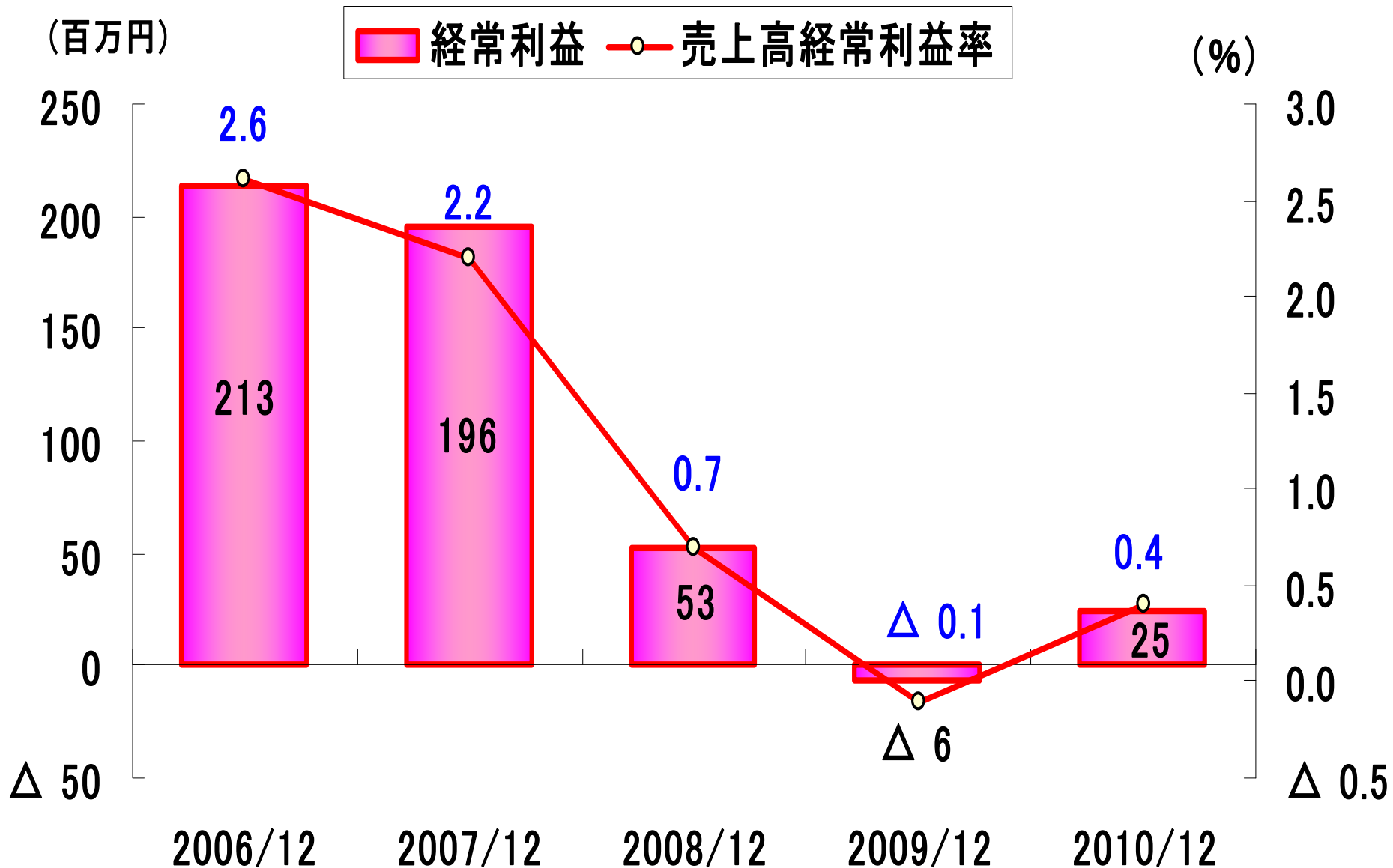




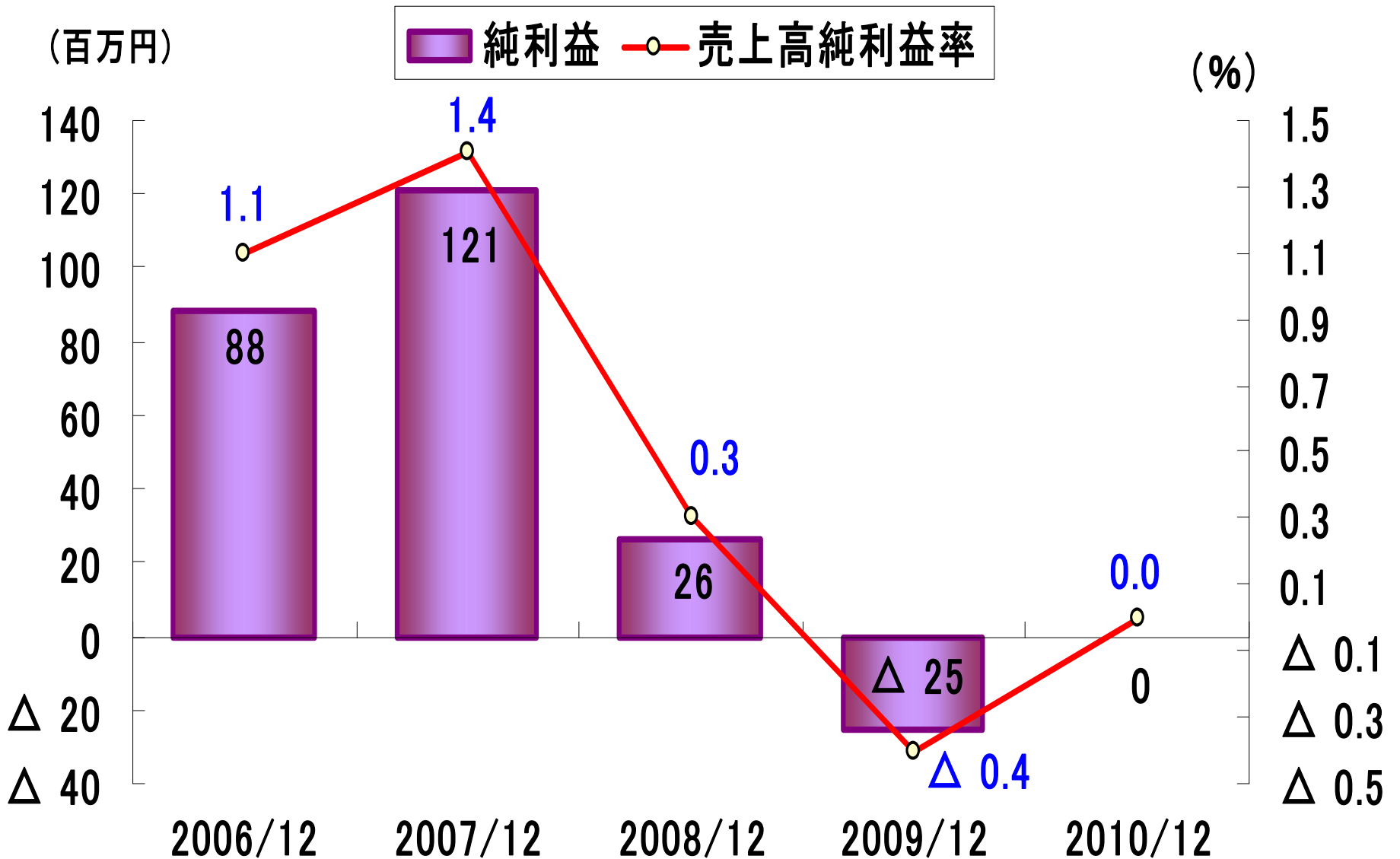
売上高の推移(第3四半期迄)







純利益・売上高純利益率の推移(第3四半期迄)

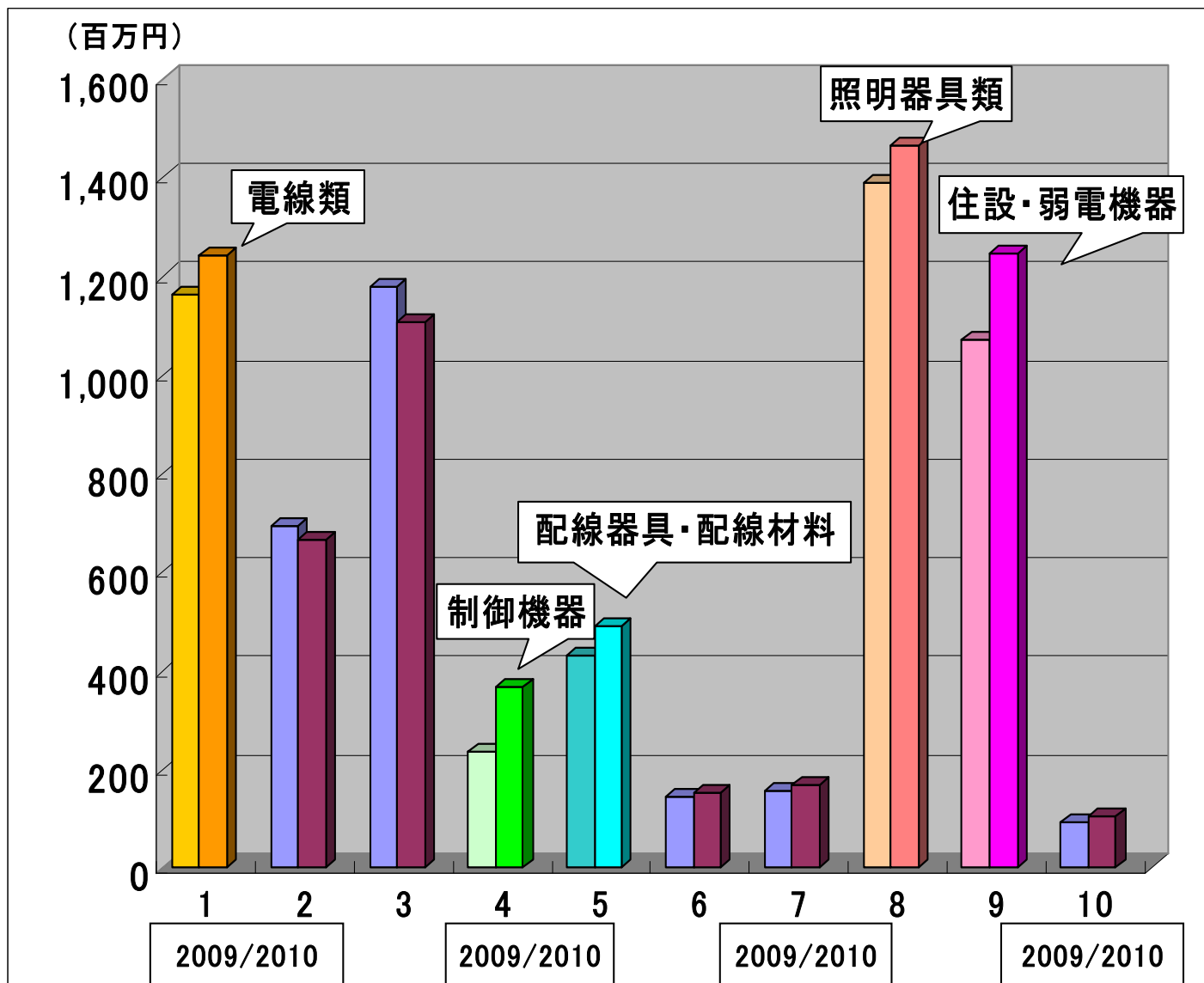


取扱主要品目別売上高(第3四半期比較)



(2009.3.21~2009.12.20 対 2010.3.21~2010.12.20)

1	電線類
2	パイプ・付属品類
3	開閉器・盤類
4	制御機器
5	配線器具・配線材料
6	架線材料・碍子類
7	工具・計測器
8	照明器具類
9	住設・弱電機器
10	家電商品



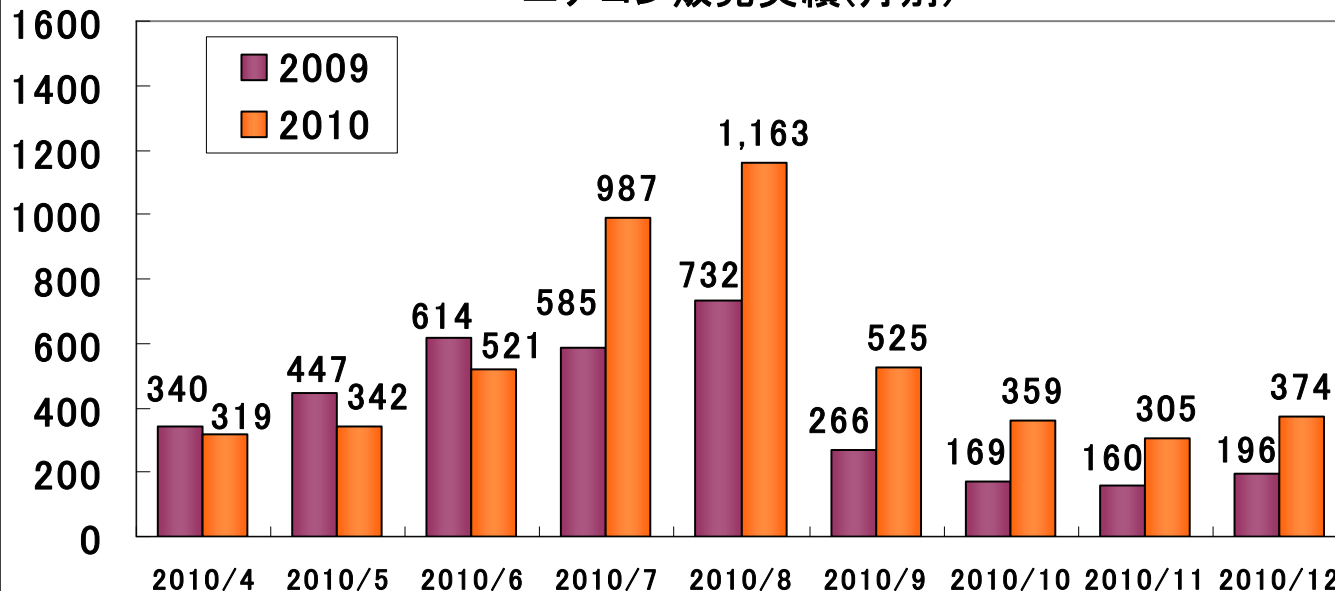
【概況】

●当第3四半期累計期間におけるわが国経済は、景気の後退に一部では歯止めがかかったものの、欧米の財政不安の影響を受けて円高が進んだことにより企業収益に影響が及ぶおそれから、全体的回復には依然として厳しい状況が続いております。

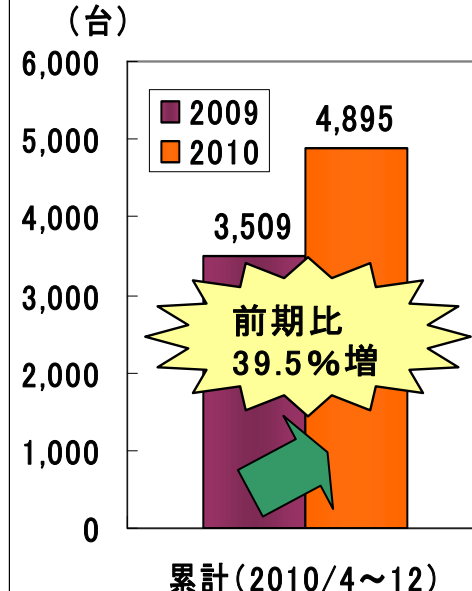
⇒こうした情勢の中で当社においては、雇用・所得環境の低下、デフレ圧力が強まるなかでの市場の冷え込み及びこれに伴う競争激化の影響を受け全般的に売上の回復には至っておりません。

5月には展示即売会「AIKOフェスタ2010」を実施し、夏季の猛暑によるエアコン関連の販売が好調に推移した結果、当第3四半期累計期間における売上高は前年同期比6.9%増となりました。

(台) エアコン販売実績(月別)



エアコン販売実績(累計)

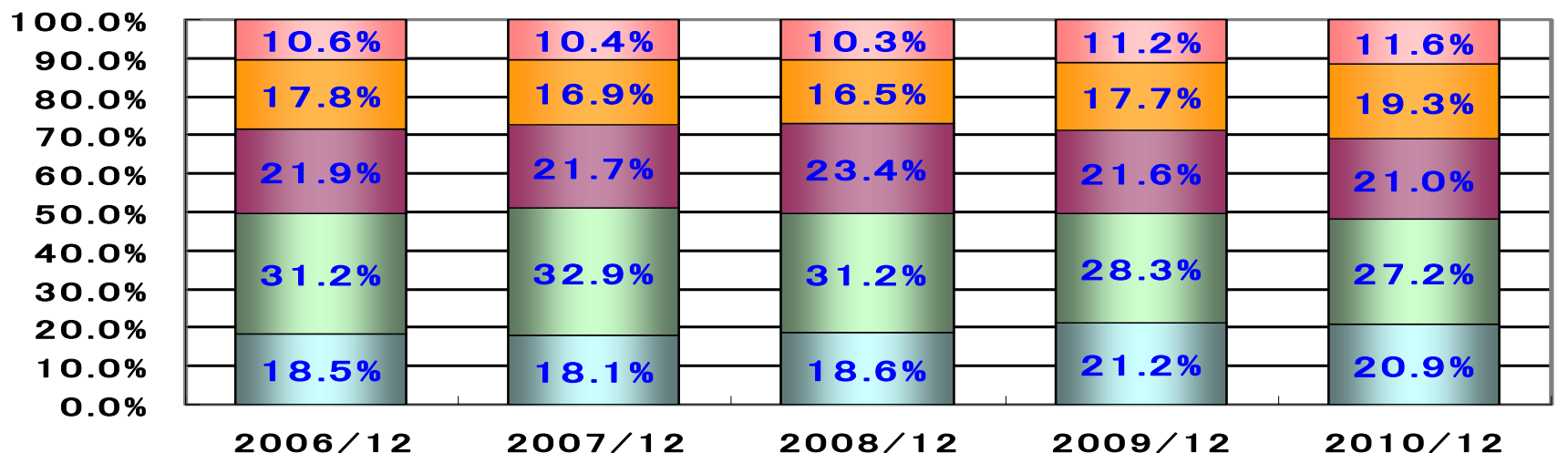


品目別売上高の推移 (第3四半期比較)



(単位:百万円)

	2006/12	2007/12	2008/12	2009/12	2010/12
照明器具類	1,523	1,607	1,474	1,389	1,463
電線・パイプ類	2,577	2,926	2,474	1,853	1,906
開閉器・盤・制御機器類	1,810	1,929	1,853	1,415	1,470
家電・住設・弱電機器類	1,464	1,496	1,310	1,159	1,351
その他	875	922	810	730	810
合計	8,251	8,882	7,924	6,549	7,001



■ 照明器具類
 ■ 電線・パイプ類
 ■ 開閉器・盤・制御機器類
■ 家電・住設・弱電機器類
 ■ その他

2011年3月期. 業績予想

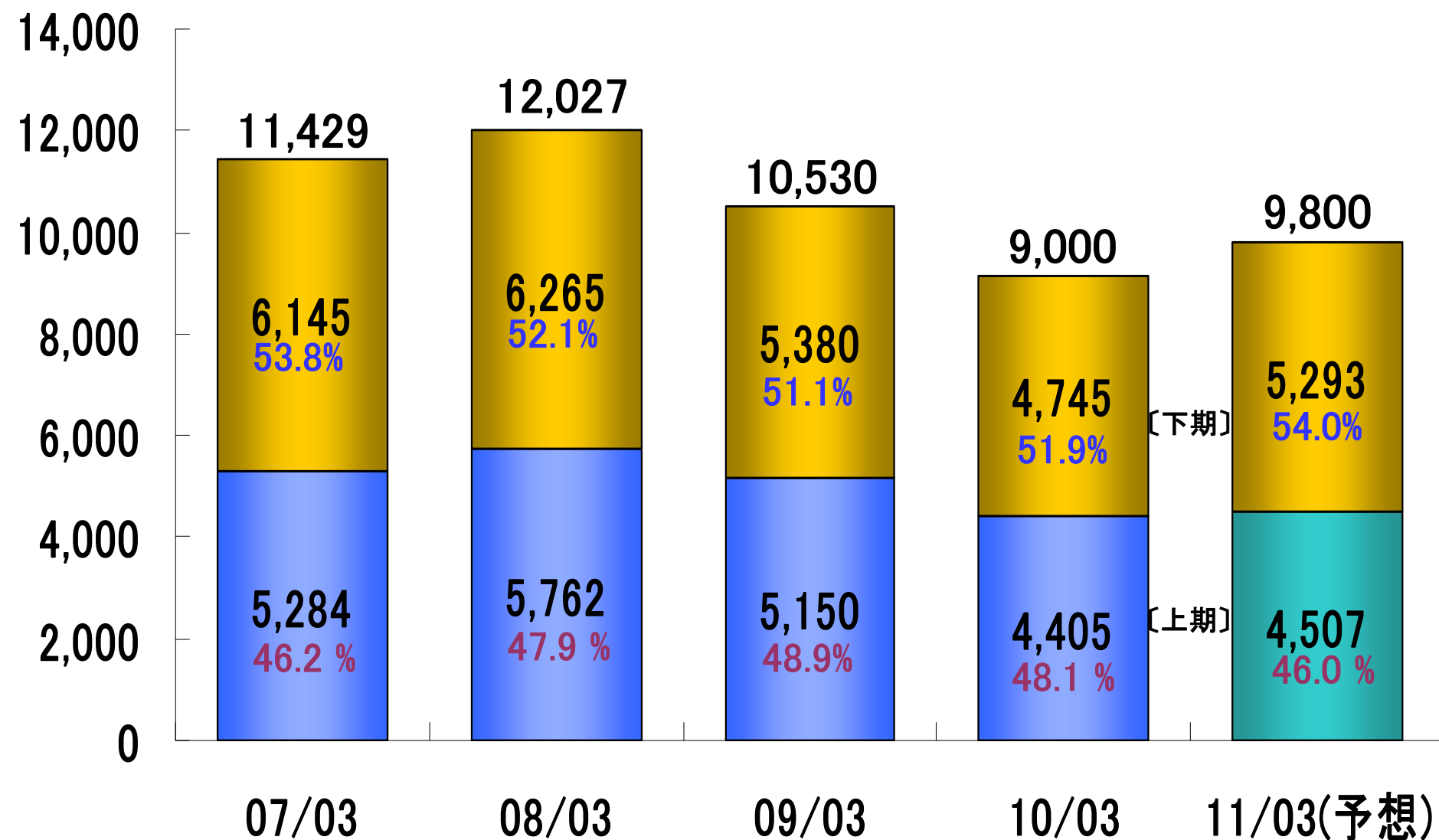
(単位:百万円)

	2011年3月期(予想)		2010年3月期(実績)	
	金額	前期比(%)	金額	前期比(%)
売上高	9,800	7.1	9,150	△ 13.1
営業利益	△ 59	-	△ 50	-
経常利益	17	△ 47.0	33	△ 54.5
当期純利益	5	185.2	1	△ 94.7

(注) 2010年10月28日付け第2四半期決算短信の数値

売上高の実績推移と予想(半期別)

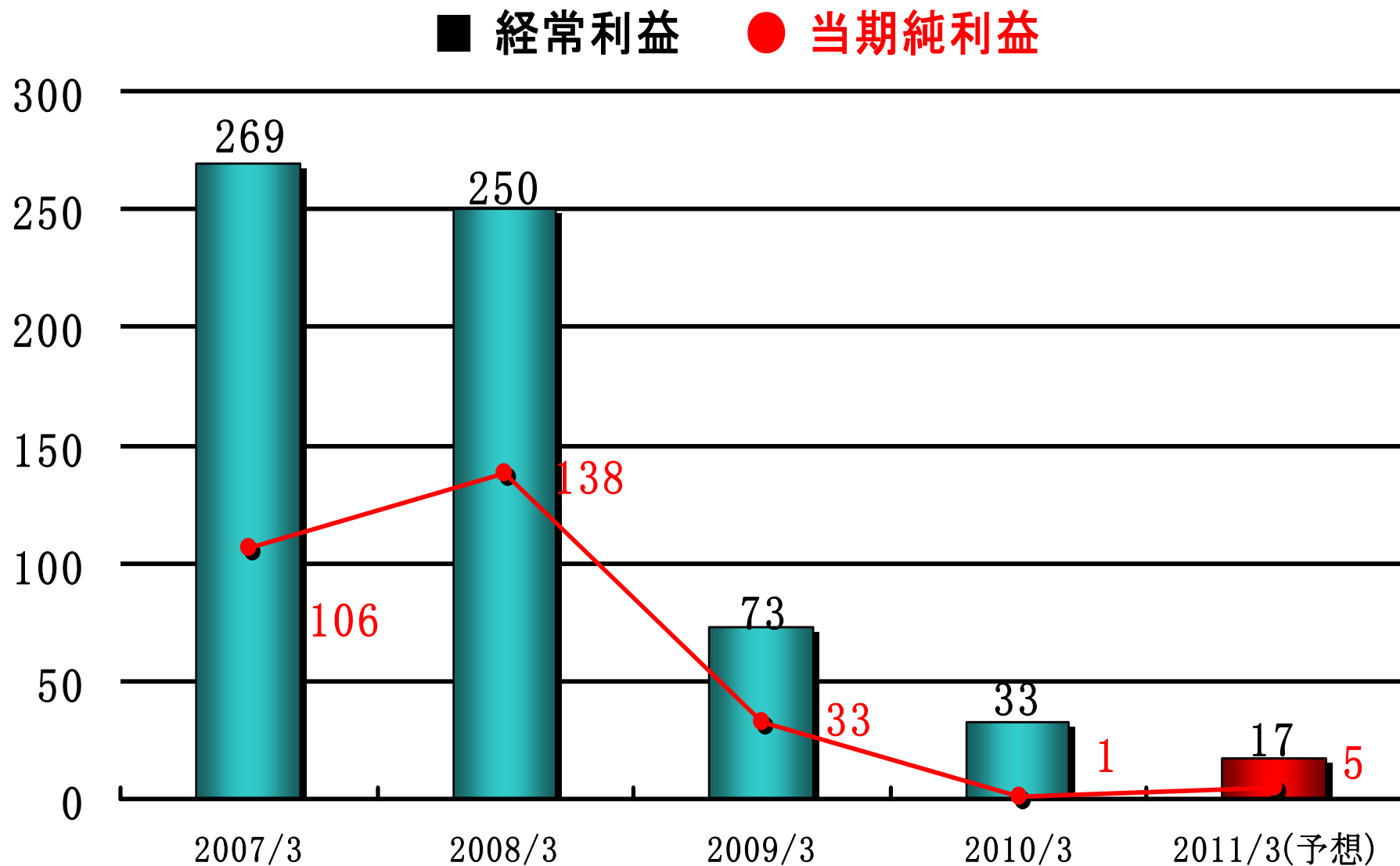
(百万円)



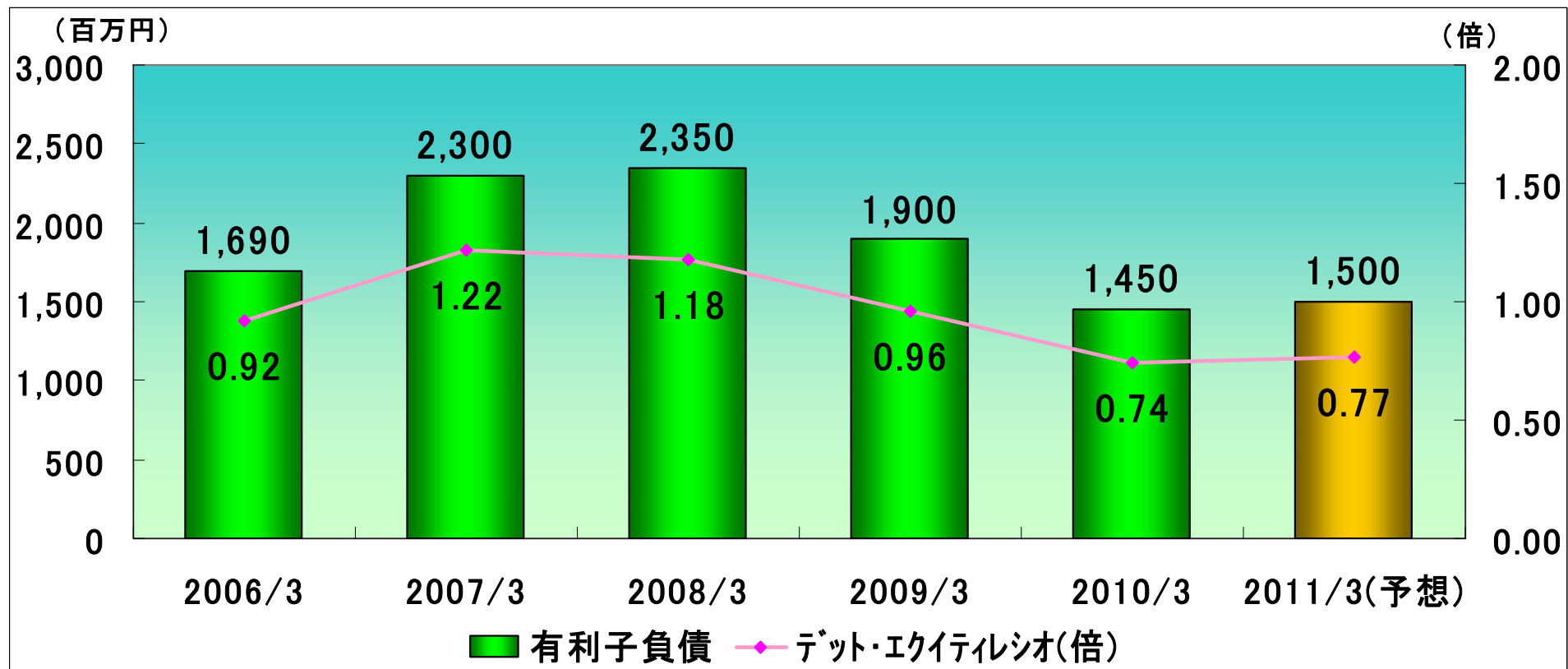
経常利益・当期純利益の実績推移と予想



[単位:百万円]



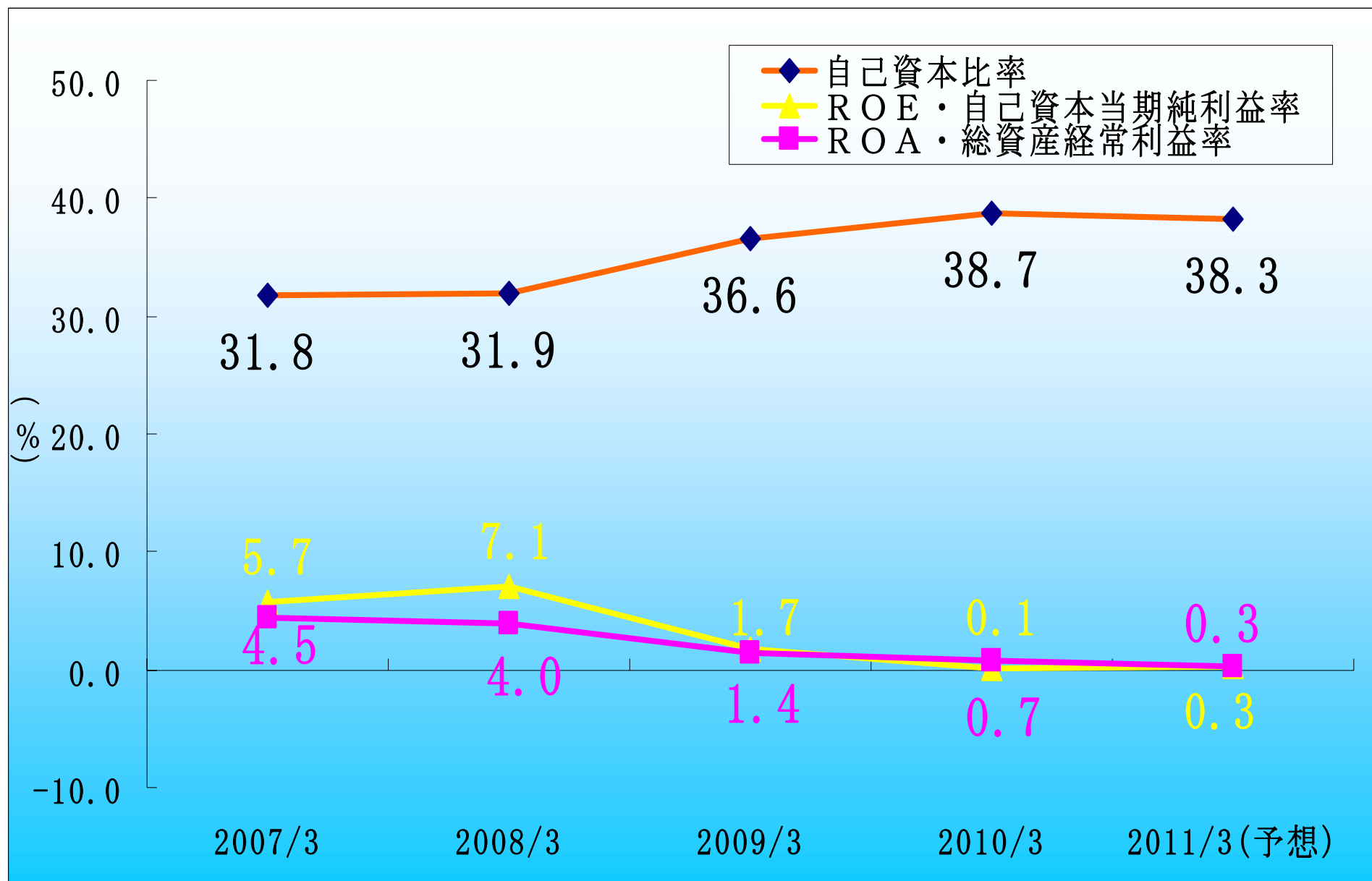
有利子負債の推移と予想



単位:百万円

	2006/3	2007/3	2008/3	2009/3	2010/3	2011/3(予想)
期末株主資本	1,834	1,891	1,993	1,984	1,957	1,949
有利子負債	1,690	2,300	2,350	1,900	1,450	1,500
デット・エクイティレシオ(倍)	0.92	1.22	1.18	0.96	0.74	0.77

自己資本比率・ROE・ROAの推移と予想



重点課題戦略

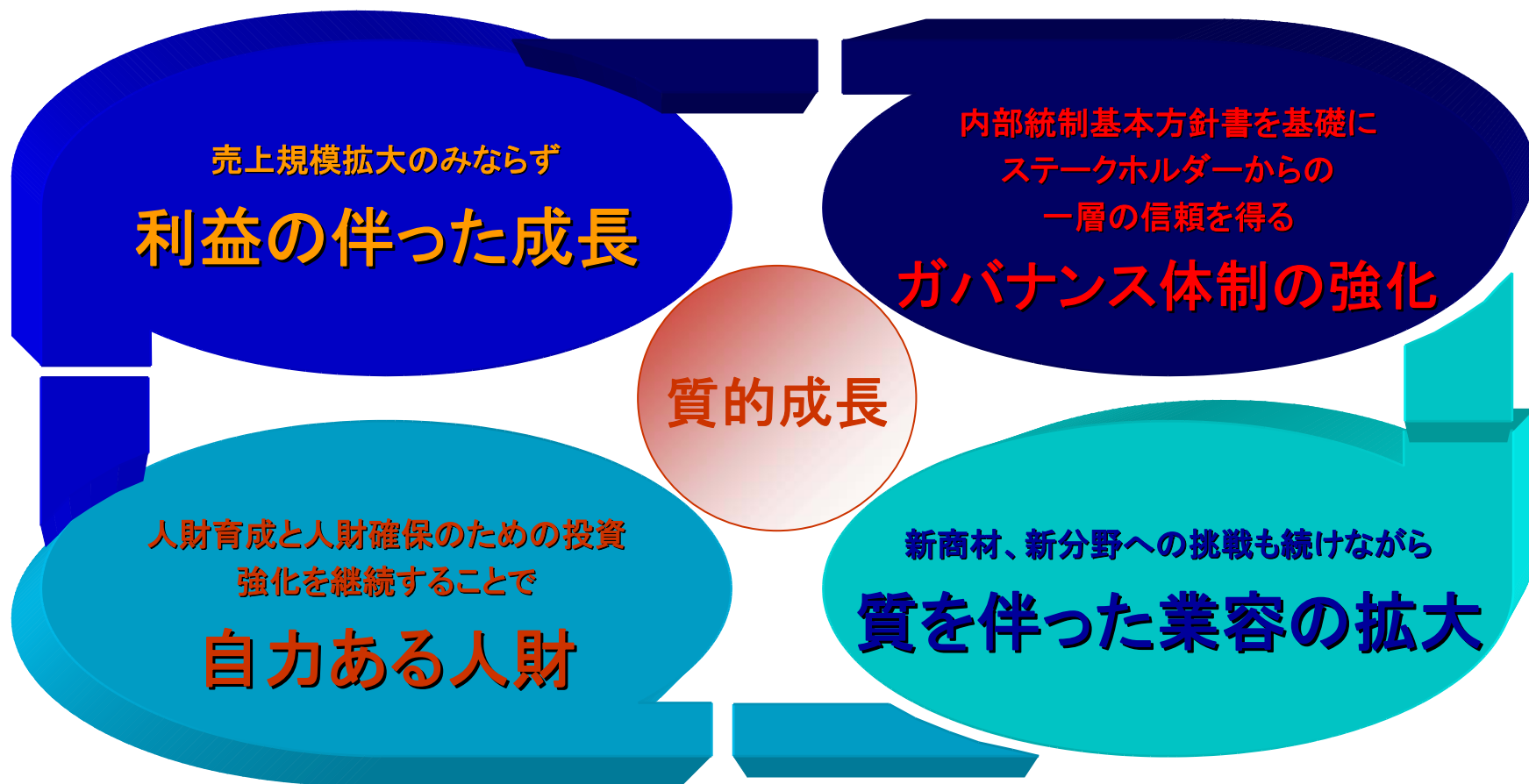
AIKO NEXT 60

中期経営3ヶ年計画 2010年度(第52期)
～ 2012年度(第54期)

- ※ 創業60周年に向けてのメインテーマを「質的成長」とし、このテーマに向かって当社の成長戦略を描き、現状の重点課題に対する具体的な戦術・施策を推進してまいります。これらを具体的に推進するための中期経営計画を「AIKO NEXT 60」とネーミングした。

質的成長

- AIKO NEXT 60 中期経営計画のメインテーマである「質的成長」に向かって、当社が継続的に成長・発展して行く成長戦略を描き、現状の重点課題に対する具体的な戦術・施策を立案するための基本方針並びに全体戦略を定める。



- **基本方針**

1. **ステークホルダーから信頼される企業となる。**
2. **技術の愛光電気を目指す。**
3. **人財育成を基礎として、新たな需要と市場を創造することで持続的成長を図る。**
4. **「質」の伴った規模の拡大を進め、競争優位の確固たるポジションを形成する。**

【単位:百万円】

	2010年3月期	2011年3月期
	2009年度	2010年度
	第51期 (実績)	第52期 (業績予想)
売上高	9,150	9,800
営業利益	△ 50	△ 59
経常利益	33	17
当期純利益	1	5

中期目標値



2013年3月期
2012年度
第54期 (計画)
11,600
126
200
100

2011年度「基本方針・重点戦略」

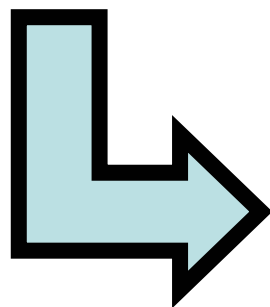
基本方針

既存のビジネス(本業)においては確実に収益を確保し、それに並行して、将来成長が見込まれると思われる商材や市場に対し他社に先んじて営業に着手し、早期に利益貢献が果たせるよう成功に導く。さらにローコストオペレーション体制を構築する。

◆企業の魅力は「成長性と収益性」

- ・競争優位の確固たるポジションを形成すること
- ・質の伴った規模の拡大を計ること
- ・社会の要請を敏感に捉え、経営環境の変化に柔軟に対応すること
- ・社会が必要とする事業体として存続し、勝ち続けること
- ・実効性のある内部統制システムの運用を継続的に実行することで、ガバナンス体制を強化し、ステークホルダーから信頼される企業となること

中期経営計画のメインテーマ
「質的成長」



テーマ実現へ向け、

2011年度は右記の項目を重点的に実施

成長性と収益性の両立

(1) 技術の愛光電気を目指す

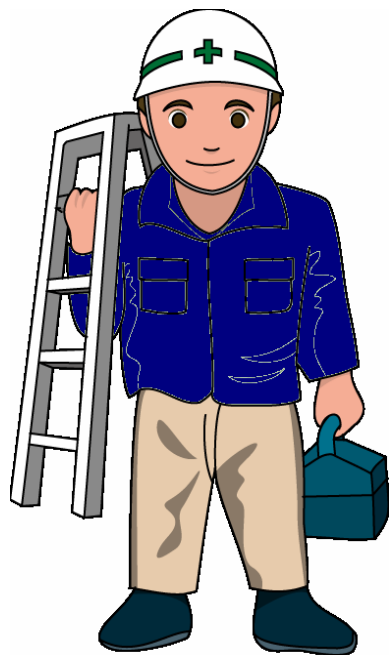
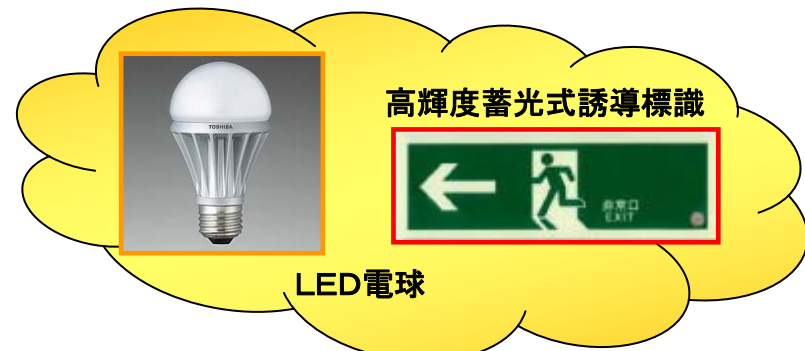
(2) 販売先の新規開拓、
既存得意先のシェアアップ

(3) 新商材、省エネ商材をベースに
新たな販売ネットワークを構築

(4) 人財育成

1. 技術の愛光電気を目指す

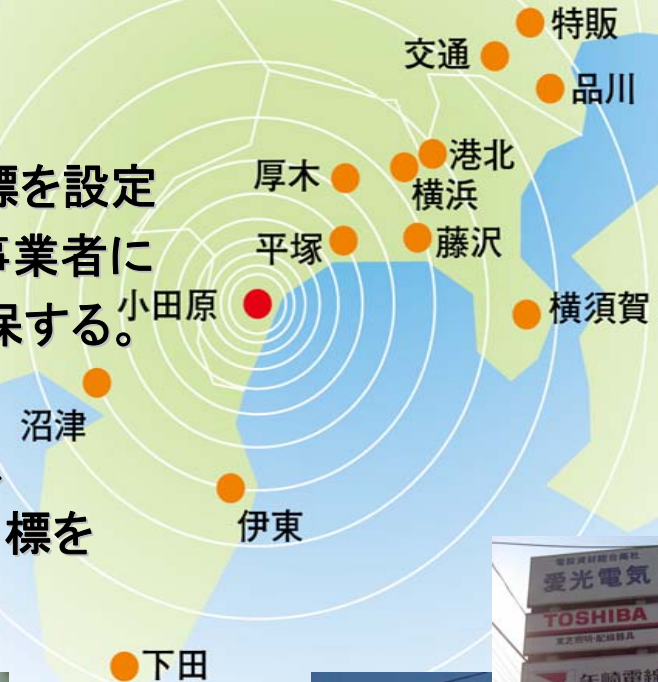
- 本業での収益確保には、価格だけではない得意先の想定を超えるサービスの提供が時には必要となる。
- そのためには、得意先と技術(施工方法の知識)を共有し、技術に裏付けられた商品の提案・提供が出来ることが肝要。



- 現場力、応用力の質的向上を通して、競合他社との差別化を計り、得意先・仕入先との信頼関係を強固にするために、全従業員に電気工事士等の専門資格取得を義務付け、技術の愛光電気を目指す。

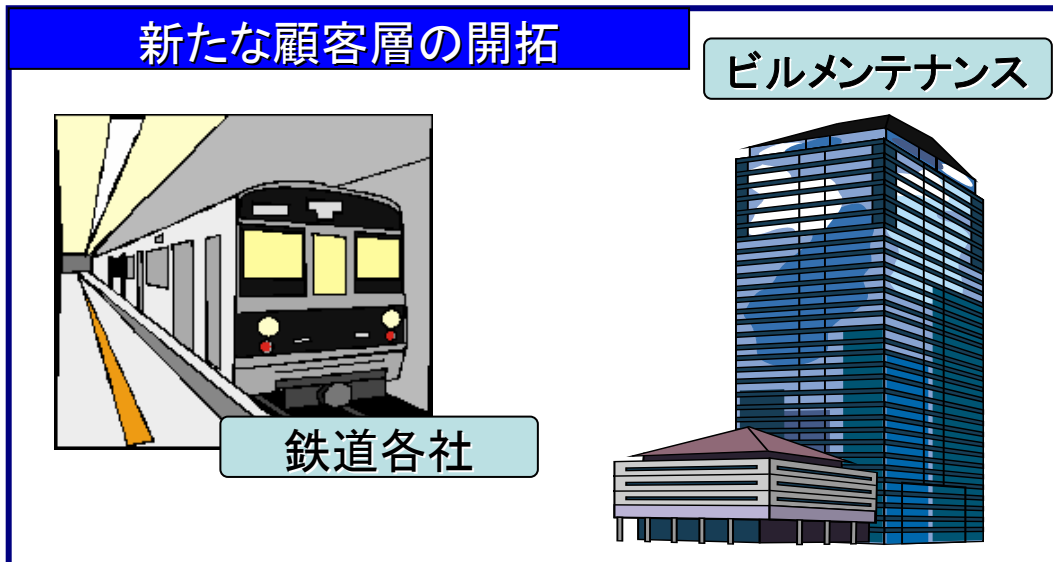
2.販売先の新規開拓、既存得意先のシェアアップ

- 販売先の新規開拓による口座件数を増やすことが店舗展開の目的であり、生き残り条件である。
- 各営業所に新規得意先の件数と売上・粗利目標を設定し、全社で実質稼動する得意先口座を電気工事業者に限定することなく、新たな販売先を100社は確保する。
- 新規口座の開拓の余地が無い地域においては、既存得意先のシェアを再調査し、シェアアップ目標を設定し、達成を計る。



3. 新商材、省エネ商材をベースに新たな販売ネットワークを構築

- 環境事業営業部、交通営業部を中心に新商材、省エネ商材をベースに広域営業展開を推進し、新たな販売ネットワークを構築する。
- 工事業者との協業体制を強化することによりストック市場であるビルメンテナンス等の新市場に参入する。
- 交通営業部の当初の設立の目的である「安心して販売できる得意先の確保」のため、体制を見直し、鉄道各社に対する横展開を強化する。
- これら新規事業展開が将来の事業拡大の礎になれるよう、その基礎を固めてゆく。



太陽光発電



α -FLASH



電球型LEDランプ

※ キーワードは安全安心、環境改善、省エネ、コスト削減

1. 太陽光発電等、オール電化商品を中心とした
直需直販事業の推進



太陽光発電



電気温水器/
エコキュート

2. 新商材を主軸とした新規事業展開

■ 「高輝度蓄光式避難誘導標識：α-FLASH」

災害等暗闇における避難経路を明示する人命救助・安全対策品

※ 2006.12.26「α-FLASH」がステッカータイプの
高輝度蓄光式誘導標識として国内初の「消防認定」
を取得 認定番号:「HP-012号」



※ 2011.01.11

α-FLASH /蓄光ステッカーをセブンイレブン店舗で採用
(2011.1.10発行、日経流通新聞に記事掲載)
(2011.1.24発行、毎日新聞に記事掲載)



α-FLASH

■ 「エコシルフィ」

室内環境の改善と省エネのトータルソリューションを
考えた「天井ファンによる冷暖房環境向上システム」



エコシルフィ

■ PIP高効率「自然触媒」

消臭、水質の浄化、揚げ油の酸化防止、
燃費の改善等、従来の光触媒の数千倍の効力のある特許製品

PIPチタンボール(EVAネット入り)



3. モバイル事業への進出



■ ソフトバンクモバイル株式会社との

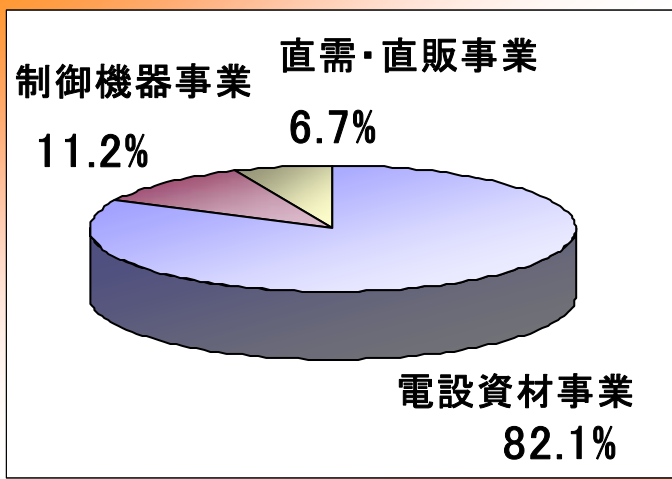
携帯電話販売代理店契約を締結(2009.02.18)

4.人財育成

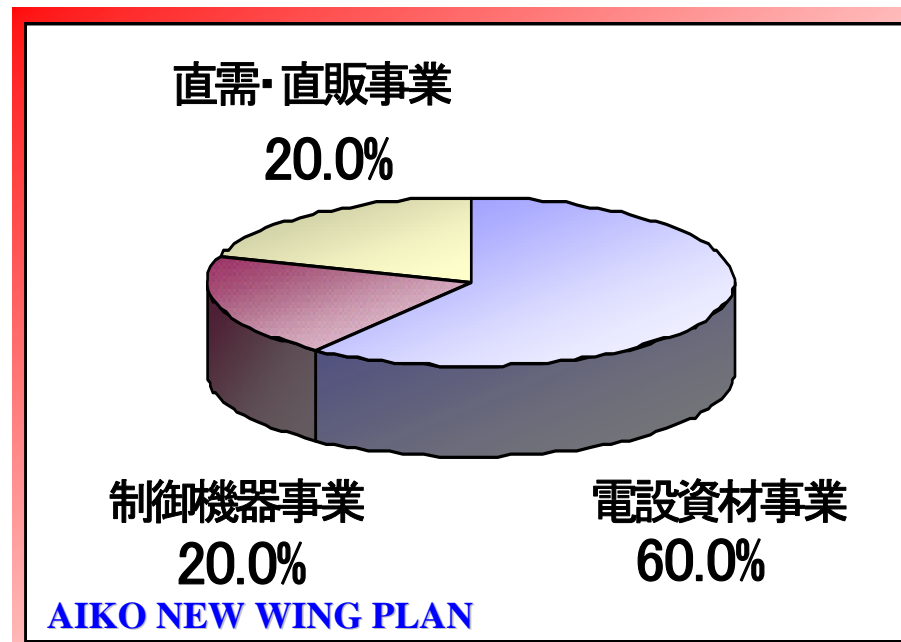
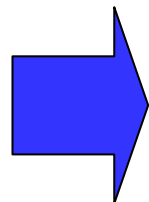
- 企業を支える最も重要な要素は「人財」である。
- 質の伴った規模の拡大(含む店舗展開、アライアンス、M&Aを含む)を継続的に目指すには、人材育成が不可欠である。
- 営業部門、業務部、管理部門を問わず、部門横断的に適切な人員配置を積極的に実施し、新たな活躍の場の提供により成長を促すと共に、人財の層を厚くする。
- 継続的な人財育成のための研修を実施する。



事業バランスの取れた
『電気の総合商社』
を目指します



2011年3月期
(見込み)



本資料のうち、業績予想等に記載されている各数値は、現在入手可能な情報による判断および仮定に基づき算定しており、判断や仮定に内在する不確定性および今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、実際の業績等と大きく異なる可能性があります。

- 本資料に関するお問合せ

- 愛光電気株式会社 経営企画室 IR担当
- TEL : 0465-37-2112
- FAX : 0465-37-2125
- E-Mail : ir@aiko-denki.co.jp

