



2011年3月25日

各 位

上場会社名 株式会社 電 響 社
代表者名 代表取締役社長 藤野 博
コード番号 8144 大阪証券取引所 第二部
問合せ先 常務取締役 管理本部長 辻 正秀
(TEL 06-6644-6711)

3ヶ年中期経営計画（平成24年3月期から平成26年3月期まで）の概要について

当社グループは電気機器、音響通信機器、健康美容器具、家庭用品、電子部品など、主として生活関連商品を取り扱う卸商社であります。消費者第一主義をモットーにあらゆる家電製品、家庭用品等の魅力を存分に引き出し、全国の量販店等に対して、要望を超える提案力で生活関連商品をより楽しく、適切に伝えていくことこそが社会的使命であるとともに社会貢献になるものと信じております。

この度、当社グループは、来期（平成24年3月期）から平成26年3月期までの3ヶ年中期経営計画を策定いたしました。平成18年1月10日にリリースいたしました平成19年3月期から平成23年3月期までの5年間を対象とする中期経営計画（平成22年5月14日一部見直し）の最終年度が終了間近となりましたので、この結果（見込）及び、新たな3ヶ年中期経営計画についてお知らせいたします。

1. 5ヶ年中期経営計画（平成19年3月期から平成23年3月期まで）の結果（見込）について

(1) M&Aの推進

平成18年4月に大和無線電器株式会社、平成21年4月には梶原産業株式会社の全株式を取得し、子会社化したことにより、約200億円（平成23年3月期見込）の売上高が増加いたしました。

(2) オリジナル商品の拡大

オリジナル商品の売上について、年度により変動はあるものの、概ね計画どおり着実に拡大いたしました。

(3) 顧客ニーズにマッチした効率的物流体制の構築

当社においては平成18年4月に関東物流センター、平成19年4月には関西物流センター、また梶原産業株式会社におきましては、平成22年4月に関東物流センターをそれぞれ開設し、物流拠点の統廃合を行い、迅速かつ安定的な商品供給と業務効率の向上を図り、物流基盤を強化してまいりました。

(4) 新しい販売ルートの研究

インターネット通販、テレビ通販、ドラッグストアなど異業種への販売も強化しており、その成果も徐々に出てきております。

2. 3ヶ年中期経営計画（平成24年3月期から平成26年3月期まで）の骨子

(1) コアビジネスへの集中投資による企業価値の向上

当社グループのコアビジネスである家電・家庭用品卸売事業において集中投資（M&Aの推進、オリジナル商品の強化等）を行うことによって独立系家電・家庭用品卸商社としてトップクラスの売上高を目指すとともに、利益率の向上を図り、当社グループの企業価値を高めてまいります。

(2) 事業投資と株主還元強化による資本効率の改善

当社グループの信用力の源泉である安定した財務基盤の維持を前提に、上記企業価値向上のための事業投資への自己資金の活用など当社資産の一層の有効活用を図るとともに、株主還元も強化し、資本効率の改善を進めてまいります。

【経営目標数値（連結ベース）】

| | 平成23年3月期 (予想) | 平成24年3月期 (目標) | 平成25年3月期 (目標) | 平成26年3月期 (目標) |
|------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 売上高 | 390億円 | 425億円 | 455億円 | 500億円 |
| 経常利益 | 10億円 | 12億円 | 14億円 | 16億円 |

3. 当社グループを取り巻く環境と当社の戦略

現在、当社グループの売上高の約8割弱が家電卸売業によるものであります。平成23年3月期の家電業界においては地デジ対応テレビ及び周辺機器、並びにエコポイント制度の後押しによる省エネ家電の売上増加等により、業界全体としては好調に推移してまいりました。その反面、需要の前倒し感は否めず、大手家電量販店などでは、エコポイント制度終了後の需要落ち込みを補うため、国内出店計画、中国出店計画等、あらゆる生き残り戦略を打ち出しております。

また、EV（電気自動車）の販売を一部の大手家電量販店が行うという動きも出てきております。このことは、異業種であっても電子化、情報化、小型軽量化等により、家電流通業界において、まだまだ取扱商品の拡大の可能性があるとともに、流通チャネルの新たな変革をもたらす可能性があることを示唆しております。

さらに、世界の工場といわれた中国から国内家電量販店への直接投資の動きも出てきており、家電流通業界のグローバル化も進んできております。

一方、当社グループの売上高の約2割強が家庭用品卸売業によるものであります。家庭用品は取扱量が比較的安定しておりますが、取扱商品が多種多様であり、取引先個別対応の出荷となっており、売れ筋商品の発掘及び多品種大量物流の個別対応と効率化の両立が課題となっております。

このような状況のなか、大手家電量販店、大手ホームセンター等、流通業界の変革は、今後ますます進むものと思われれます。これにより、取扱商品は多種多様化が進み、家電・家庭用品卸売業界においては、より一層規模・信用力・資金力等が重要視されることになると考えられます。

グループの中核である当社は家電流通業界において、下記のような強みと特徴を有する家電卸

商社として認知されております。

- ・長年培ってきた顧客基盤と信用
- ・メーカー系列に属さない独立系卸のため、取扱商品の制約がないこと
- ・家電卸売業界では数少ない上場企業であること
- ・豊富な資金力
- ・M&Aにより中堅卸商社2社がグループに加わったことによるグループ力の拡大

このような当社の強みと特徴を最大限に生かすことで、当社グループの企業価値をより一層高めることができると考えております。

このような観点から、引き続き当社グループは家電・家庭用品卸売業のリーディングカンパニーとしての地位をさらに固めるべく、財務基盤と資金力を活かし、コアビジネスに引き続き集中投資することによる売上高の増大と利益率の向上を3ヶ年中期経営計画における事業戦略の柱としております。

また、高い自己資本比率と流動比率、実質無借金経営といった財務健全性により、これまで通り積極的に自己資金によるコアビジネスへの投資、賃貸用不動産の有効活用、株主還元の強化等を財務戦略の柱としております。

4. 企業価値向上に向けた具体的な取り組み

(1) 新規事業開発室（仮称）の新設及び「HEROS プロジェクト」発足

当社は創業以来、「中小メーカーの優れた製品を全国に流通させる」等の理念に基づき今日に至ってまいりました。

このことは、今後もこれまでどおり主たる基本方針であると考えておりますが、時代の変革、生活様式の変化、消費者ニーズの多様化に合わせ、取扱商品についても柔軟な対応と変化が必要であると考えております。

こうした中で、当社グループにおきましては、新規事業開発室（仮称）を新設し、「HEROS プロジェクト」を事業戦略として位置づけ推進してまいります。

「HEROS プロジェクト」とは、従来、家電業界では流通していなかった分野の商品で、新たに家電流通業界で取り扱いが可能と見込まれる商品を、早期にビジネスにつなげることを目的とした新たな取り組みであります。

なお、「HEROS」とは、下記のとおりであります。

「H」とはHealth（健康）分野を意味します。

「E」とはElectric Vehicle・Electric Bike（電気自動車・電動バイク）分野を意味します。

「R」とはRobot（ロボット）分野を意味します。

「O」とはオリジナル商品を意味します。

「S」とはSmart House（家庭内の消費電力を集中制御する住宅）分野を意味します。

（図1を参照）

① 健康・医療分野（H）

健康・医療分野においては、具体的に人体検査機器としてウェアラブルセンサーの開発が

台頭しており、家電業界においても取り扱いが期待される商品であります。ウェアラブルセンサーとは、日常生活をしながら、体の一部に体調を管理する人体センサー（デバイス）を装着することで、無線を通じてモニターに映し出す技術で、すでに一部商品化されております。

今後、高齢化社会が進んでいく中で、予防医学の分野から重要性が増していくものと思われます。この分野におきましては、当社を含む家電卸分野のグループ会社で将来取り扱いできるようなあらゆる情報収集を行い、よりよい家庭用医療機器の開拓をしております。

② 電気自動車分野（E）

電気自動車分野においては、平成22年12月に経済産業省、国土交通省より「電気自動車・プラグインハイブリッド自動車のための充電設備設置にあたってのガイドブック」が公表され、電気自動車の普及が現実のものとなってまいりました。

この分野におきましても、充電設備設置に関して電気設備設置工事（ナースコール設備、消防施設工事、通信工事等）を行っている当社のグループ会社を中心となり積極的に情報収集を行い、当社の財務基盤を背景にコインパーキング、マンション等の充電施設を中心とした特殊分野の潜在的な市場の開拓を進めてまいります。

また、当社を含む家電卸分野のグループ会社においても、電気自動車関連商品の取り扱いの可能性を探っております。

③ ロボット分野（R）

ロボット分野において、以前は産業用が一般的でしたが、電子部品の高性能低価格化により、ホビー用、家庭用ロボットが一般的になりつつあります。特に家庭用についてはマッサージチェア、乗馬型健康器具、最近では平成19年12月よりインテリジェントロボットクリーナー「SO-JI」を当社において販売しており、「興味をそそる家電、遊び心をくすぐる家電」をこれからも提供してまいります。

さらに、高機能ホビーロボットは技術及びデザイン的にも世界中から注目されており、国内でも一般的に普及しつつあることから、グループ各社において関連商品の取り扱いの可能性を探っております。

④ スマートハウス分野（S）

スマートハウスとは、電子センサーを家庭内の家電を含む電気設備に装着し、ネットワーク化することで消費電力を集中制御する住宅であり、既存の家電業界と最も親和性のある分野であります。

スマートタップ、スマートリモコン、センサー家電（情報家電・ネット家電、アンドロイド搭載家電）等、比較的容易に商品供給できることが予想され、ゲーム機に使用されているWi-Fi等の無線環境やアンドロイド携帯の一般的普及も市場規模の拡大につながるものと予想されます。

この分野におきましては、当社を含む家電卸分野のグループ会社において、上記商品の取り扱いの可能性を探っております。

また、電気設備設置工事を行っている当社のグループ会社において、音響機器システムの設置、通信工事等のノウハウを活かし、当社グループとして潜在的な市場の開拓を進めてまいります。

⑤ オリジナル商品 (O)

上記①～④の各市場分野における取り扱い商品が高付加価値かつ市場拡大が見込まれることから、同市場分野におけるオリジナル商品開発も視野に入れてまいります。

(2) M&Aの推進

平成 26 年 3 月期の連結売上高 500 億円を達成すべく、引き続き慎重かつ迅速にコアビジネスに関連するM&Aを行ってまいります。

(3) オリジナル商品の拡大

当社グループは、高品質で価格競争力のある商品を提供することを主眼として、オリジナル商品の開発を進めてまいりました。今後もオリジナル商品の企画・開発に一層注力してオリジナル商品の拡大を図ってまいります。

そのために、新商品の金型投資や新商品開発のためのメーカーとのアライアンス等も検討してまいります。

(4) 顧客ニーズにマッチした効率的物流体制の構築

当社グループの主要販売先である大手量販店等においては、物流システムの高度・効率化が進んでおり、取引先にもこれに対応できる物流環境の整備が求められております。

最近では経済産業省推奨の流通BMSの導入が大手量販店等にも広がりを見せており、当社グループにおいても、得意先のニーズに合致した物流サービス構築のために流通BMSの導入を積極的に行ってまいります。

① 物流基盤の強化

当社グループ各社の物流システムは、それぞれが独立しておりますが、グループ全体の大量物流効率化のため、グループ内における物流拠点の統廃合も視野に入れ、さらなる物流基盤の強化を図ってまいります。

② ITシステムの強化

物流基盤強化のためには、物流業務の正確性・効率性ととも大量物流データの入力・出力・加工・管理の迅速性が求められます。これらを支えるITシステム基盤は技術革新により絶え間なく進歩し続けており、当社グループではグループ全体の物流基盤のバランスを考え、必要十分な投資を確実に行ってまいります。

(5) 新しい販売ルートの研究

生活様式の変化や昨今の流通の変革等により、家電製品、家庭用品等の最終消費者への販売ルートもますます多様化しております。

当社グループにおきましては、こうした変化に対応するため、引き続き既存の販売ルートに

おける販売強化と共に、新たな高付加価値・高成長販売チャネルへの研究を進めてまいります。

5. 資本効率の改善について

今後、家電・家庭用品卸売業界の再編の中、当社グループの優位性をさらに推し進めていくためには、当社を含めたグループ会社全体の活力、信用力が不可欠であると考えております。

この観点から、業界再編の過程においては、当社グループの安定した財務基盤の維持及び経営基盤の強化安定化が必要と考えております。一方、世界金融危機後における景気低迷により株価純資産倍率（PBR）が多くの上場企業で1を下回る状況、これは景気後退による業績低迷が上場各社の資本効率を悪化させたためであり、当社も例外ではありません。

そこで、3ヶ年中期経営計画の実施にあたっては、財務基盤の維持を前提に、資本効率を改善し経営基盤の強化を行うため次のように考えております。

(1) 自己資金による投資

当社グループのコアビジネスへの投資を自己資金で賄う計画であります。これによって、当社資産のより一層の有効活用が図られるとともに、資本効率の改善に寄与するものと考えております。

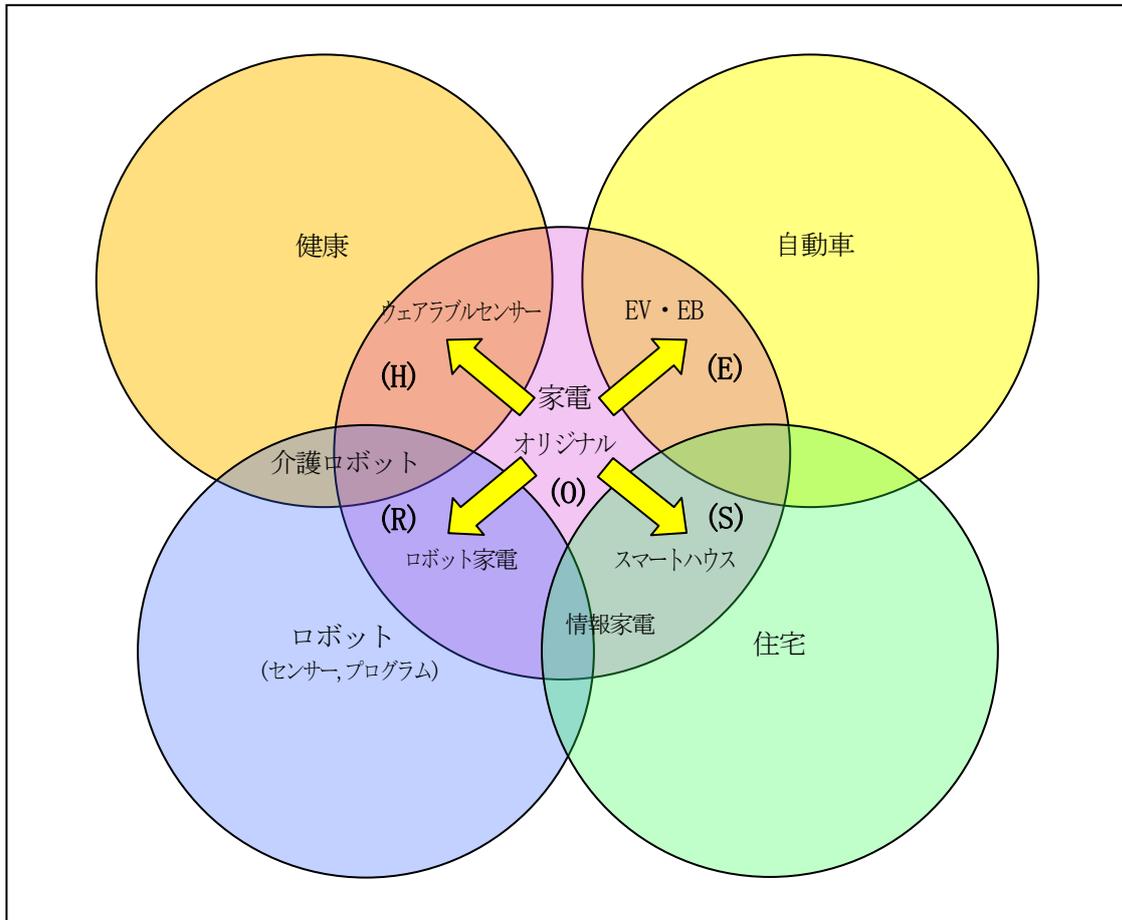
(2) 賃貸用不動産の選択的売却等を含むCRE戦略の検討

賃貸用不動産からの安定的収入は当社グループの信用力の一部を構成しており、収益基盤に寄与しております。しかし、近年の傾向として景気後退により全国的に不動産賃料単価の低下、不動産価格の下落傾向にあることから、CRE戦略（賃貸用不動産を企業価値の向上のために生かす手法）を検討してまいります。具体的には、賃貸用不動産のリニューアル、再開発、用途転用、交換、売却等を行うことで、投資利回りの向上を図ってまいります。

(3) 株主還元強化

引き続き株主還元強化のため、業績動向、投資計画、財務基盤の安定性といった諸事情を勘案し、自己株取得、安定的配当等の維持及び実施をしてまいります。

以上



(図1) 家電業界を取り巻く4つの市場（健康、自動車、ロボット、住宅）及び家電製品