



パンチ工業株式会社

パンチ工業株式会社

本社：〒108-0075
東京都港区港南二丁目12番23号
明産高浜ビル8F
TEL: 03-3474-8007 FAX: 03-3471-8100
<http://www.punch.co.jp/>



Annual Report
2014



世界のものづくりを支える 存在感のある企業へ

経営理念

- 私たちは常に、チャレンジ精神を持ち、お客様のニーズに応える先進技術の開発などをおとして、お客様や社会に提案しつづけます。
- 私たちは常に、若い行動力とフレキシブルな発想を大切に、人々の夢が実現できる活力ある企業（職場）を創造します。
- 私たちは常に、環境への配慮や法令遵守の精神に則り、社会に愛される健全な企業活動を推進し、社会の発展に貢献します。

企業ビジョン

金型部品業界でのトップブランドを確立し、
製販一体企業としての優位性を活かした高収益企業を目指す。

CONTENTS

- | | | | |
|---|-------------|----|--------------|
| 1 | 経営理念・企業ビジョン | 19 | 環境・社会への取組み |
| 2 | トップメッセージ | 23 | コーポレート・ガバナンス |
| 3 | パンチ工業の歩み | 25 | 役員一覧 |
| 4 | 事業分野 | 26 | 会社概要 |
| 5 | ネットワーク | 27 | 当社・グループ会社 |
| 7 | 業績ハイライト | 28 | 投資家情報 |
| 9 | 社長インタビュー | | |

トップメッセージ

金型部品業界の トップブランドを目指して

全てのステークホルダーの皆様へ

当社は、1975年創業の金型部品を製造販売するメーカーであり、日本及び中国を中心に事業を展開しております。

「金型部品業界でのトップブランドを確立し、製販一体企業としての優位性を活かした高収益企業を目指す」という企業ビジョンを掲げ、創業以来一貫してものづくりにこだわり、材料調達から出荷までの一気通貫の生産体制を築き上げ、着実に歩んでまいりました。

また、2012年12月20日に東京証券取引所市場第二部に上場してから約1年3か月後の2014年3月14日付けで市場第一部指定を果たし、新たなスタートを切りました。

現在、企業を取巻く世界経済、社会環境は、あらゆる局面で大変早いスピードで変化しております。とりわけ、新興国を中心とした世界経済の構造変化は、当社

グループの企業活動にも少なからず影響を与えております。

当社グループは、「グローバル化」「新市場の開拓」及び「高収益事業モデルへの転換」の3点を重点経営課題として掲げ、東南アジア、インドや欧米市場での販売拡大、日本及び中国の国内外での新規事業受注活動の強化、そして製造工程の見直しによる製造原価の低減などにグループをあげて全力で取り組んでまいります。

来る2015年3月、当社はおかげさまで創業40周年を迎えます。引き続き、皆様の温かいご支援を賜りますよう、お願い申し上げます。



森久保 有司
代表取締役会長



武田 雅亮
代表取締役社長

当社は、金型用部品を製造販売するメーカーとして1975年に創業して以来、一貫して日本の、そして海外でのものづくりを支えてまいりました。創業40周年を迎える今年度に至るまでの、当社の歩みをご紹介します。

1975年以降 創業～ 事業拡大

1975年
創業者森久保有司が、東京都品川区において神庭商会株式会社を設立、プリント基板用穴あけピン製造

1977年
商号をパンチ工業株式会社に变更

1982年
プラスチック金型用ハイス(高速工具鋼)エジェクタピンの量産化に成功

1983年
岩手県北上市に北上工場を設置
金型用部品の全国販売を開始



1989年
岩手県宮古市に宮古パンチ工業株式会社(現・宮古工場)を設立
プレス金型用部品に進出



1990年以降 中国での 事業基盤確立

1990年
中国遼寧省大連市に盤起工業(大連)有限公司を設立



1995年
中国遼寧省大連瓦房店市に工場を設置

2001年
中国国内に販売拠点を設置

2002年
中国国内で金型用部品の販売を開始

2003年
● 中国遼寧省大連瓦房店市の工場を分離独立し、盤起工業(瓦房店)有限公司を設立
● 中国江蘇省無錫市に盤起工業(無錫)有限公司を設立

2004年
中国広東省東莞市に盤起工業(東莞)有限公司を設立

2006年
中国遼寧省大連市に大連盤起多摩弹簧有限公司を設立(現・盤起スプリング)

2010年以降 株式上場・ グローバル展開

2010年
インド・タミールナド州チェンナイにPUNCH INDUSTRY INDIA PVT. LTD.を設立

2011年
● インド国内で金型用部品の販売を開始

2012年
● マレーシア PANTHER PRECISION TOOLS SDN. BHD.と資本・業務提携
● 東京証券取引所市場第二部へ上場

2013年
● 中国重慶市に生産・物流拠点を設置
● PANTHER PRECISION TOOLS SDN. BHD.を完全子会社化(現・マレーシアパンチ)
● インドネシア・ジャカルタにPT. PUNCH INDUSTRY INDONESIAを設立

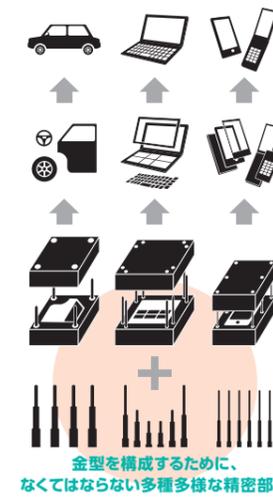
2014年
東京証券取引所市場第一部銘柄に指定



自動車、スマートフォンやタブレットなどの電子機器、冷蔵庫や洗濯機などの家電製品は、私たちの生活に欠かさないものであり、これら製品を製造する際に必要となるのが「金型」です。「金型」とは、製品を速く、均一に、大量につくるための金属でできた型のことで、製品をつくるために必要不可欠な道具です。

当社は、その「金型」を構成するために必要となる高品質の「金型用部品」を作っており、世界の製造メーカーのものづくりを支える上で、とても重宝されています。

そして、日本で築き上げた技術力と品質、高いサービスという強みを活かし、ものづくりだけでなく、皆様の豊かな生活を支える縁の下の力持ちとして、「金型用部品」を世界の現場に提供し続けています。



- 製品** 自動車やスマートフォン、家電製品をはじめ私たちが身近で使っているさまざまな製品
- 構成部品** 製品を構成するために必要となる、金属やプラスチックなどでできている多種多様なパーツ
- 金型** 構成部品を高品質かつ大量に、速く作るために必要となる道具で、金属でできている「型」

金型を構成するために、なくてはならない多種多様な精密部品



パンチ工業の仕事はココ！
金型用部品

「金型」の製造効率化のために、日本発の品質とサービスを世界に提供しています。

当社の製品

プラスチック金型用部品

プラスチック金型は、携帯電話やデジタルカメラの外装など、多くのプラスチック製品の製造に用いられています。加熱熔融したプラスチック樹脂を、射出成型機に実装された金型に注入し、冷却、固化することにより製品が作られています。当社グループでは、この金型を構成する部品を製造・販売しています。



【主要な製品】
エジェクタピン
射出成型された成形品を金型そのものから離し、突き出すための部品(押し出しピン)です。

プレス金型用部品

プレス機(上下運動する機械)に金型を装着し、上下に分かれた金型の間に材料(金属の鋼板)を入れ、プレス機を稼働することにより、金型で型どられた製品ができ上がります。当社グループでは、この金型を構成する部品を製造・販売しています。



【主要な製品】
パンチ
プレス金型に組込まれる代表的な部品で、金属板に穴をあけるための部品です。当社の社名もこのパンチに由来しています。

カタログ品

長さや太さなど詳細な仕様を標準化し、カタログに掲載しています。プラスチック金型用標準製品で約26,000品目*、プレス金型用標準製品で約24,000品目*と合わせて約50,000品目を品揃えしています。

*: 2012年国内版カタログ



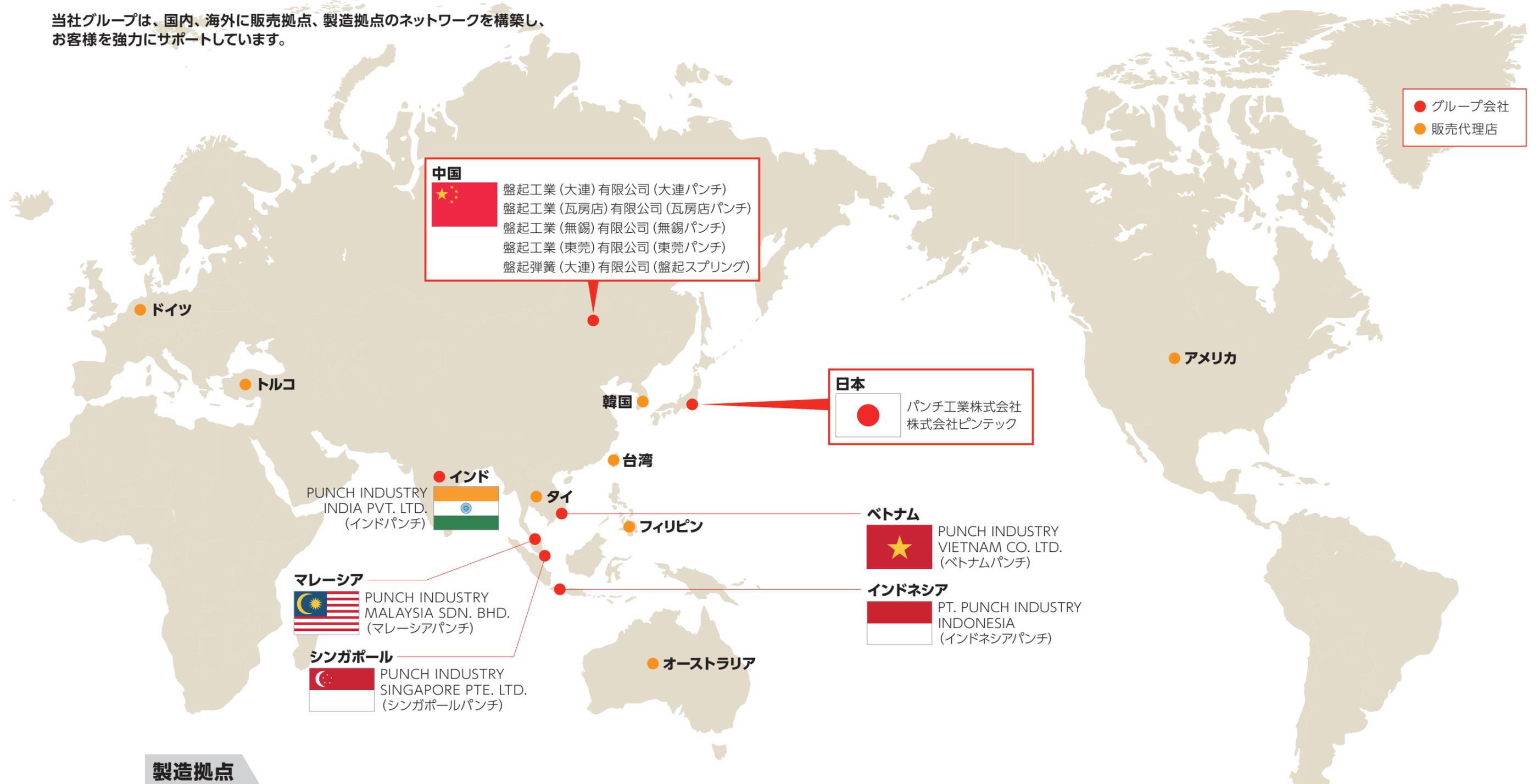
特注品

当社の誇る技術力をベースに、一貫生産体制とお客様密着型営業体制をフルに活用し、カタログ品以外のお客様の仕様による特注品という、様々なサイズ、形状などにもきめ細かく対応しています。



ネットワーク

当社グループは、国内、海外に販売拠点、製造拠点のネットワークを構築し、お客様を強力にサポートしています。



製造拠点



業績ハイライト

自動車関連が好調に推移したうえ、家電・精密機器や電子部品・半導体などが復調し、売上高は過去最高、営業利益は前年比4億54百万円増と、大幅な増収・増益となりました。

(単位:百万円)

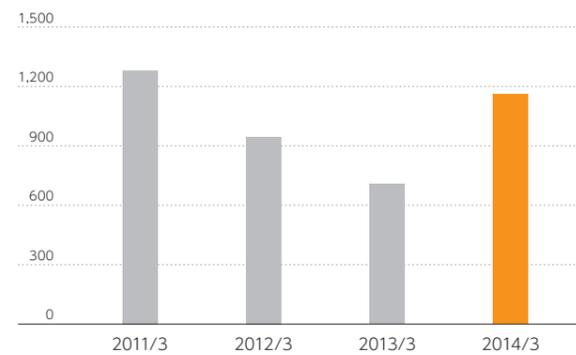
	2011年3月期	2012年3月期	2013年3月期	2014年3月期
売上高	22,750	23,801	25,041	29,436
営業利益	1,281	946	707	1,161
経常利益	995	805	822	1,047
当期純利益	116	394	213	720
1株当たり当期純利益(円)	19.96	67.36	34.30	99.58
総資産	20,797	18,895	20,573	24,471
純資産	3,973	4,296	5,726	9,362
1株当たり純資産(円)	679.24	734.40	800.87	1,043.83
自己資本利益率(%)	2.8	9.5	4.3	9.6
自己資本比率(%)	19.1	22.7	27.8	38.2

※2013年3月期において1株につき10株の株式分割を行いました。2011年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益金額及び1株当たり純資産額を算定しています。

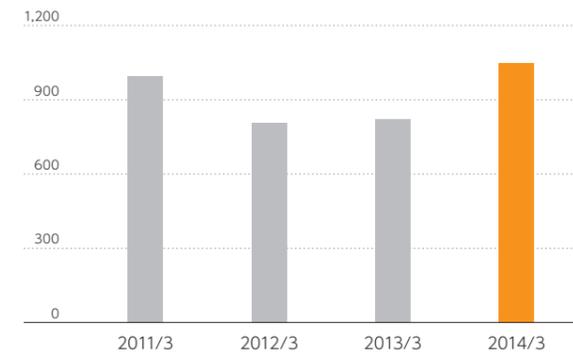
■売上高 (単位:百万円)



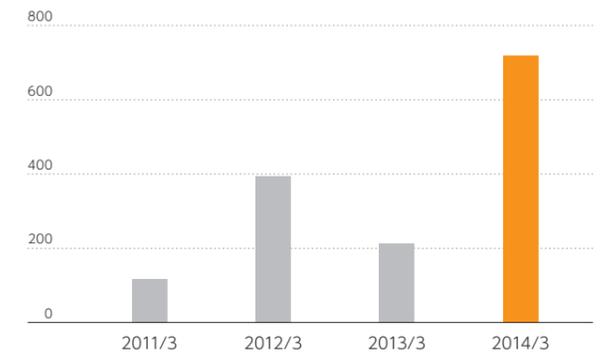
■営業利益 (単位:百万円)



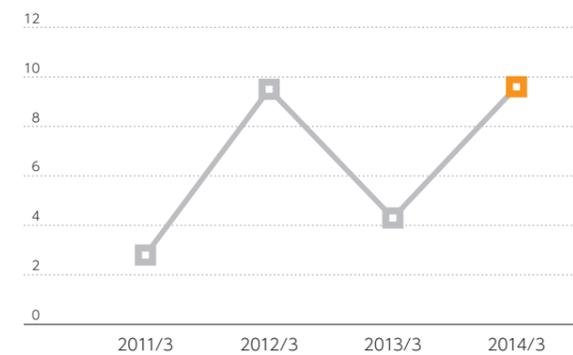
■経常利益 (単位:百万円)



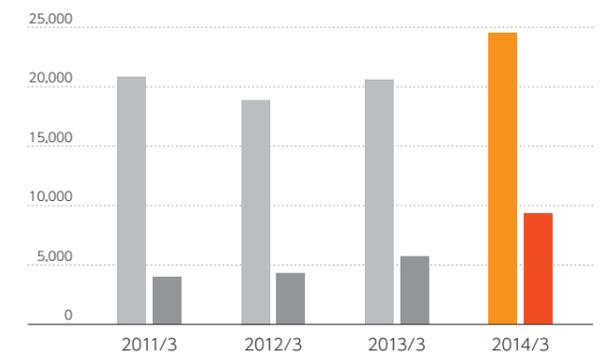
■当期純利益 (単位:百万円)



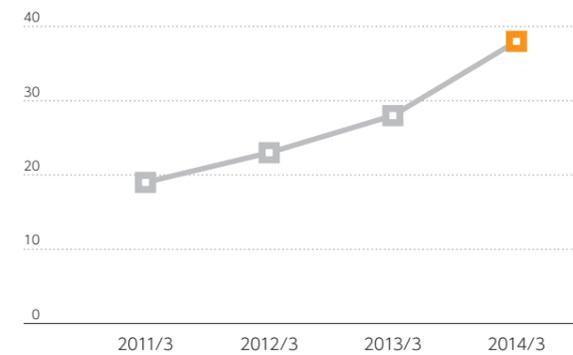
■自己資本利益率 (単位:%)



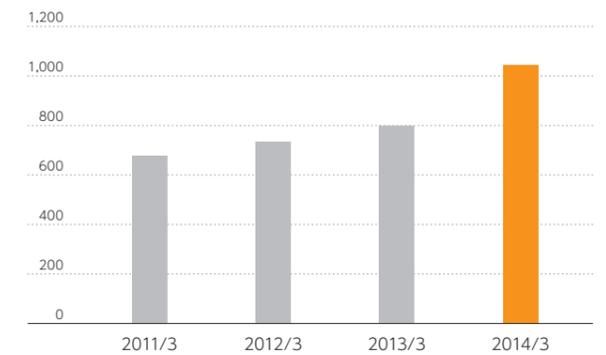
■総資産 ■純資産 (単位:百万円)



■自己資本比率 (単位:%)



■1株当たり純資産 (単位:円)



※2013年3月期において1株につき10株の株式分割を行いました。2011年3月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産額を算定しています。

金型用部品はものづくりの根幹を担う事業であり、
 金型市場は右肩上がりで伸長しています。
 創業以来、一貫してものづくりにこだわり続けてきた当社は、
 今後も金型用部品の製造・販売に軸足を据えながら、
 新分野・新市場へ積極的にチャレンジし、
 世界のものづくりに欠かせない、存在感のある企業を目指していきます。



武田 雅亮
 代表取締役社長

Q 2014年3月期の業績概況と評価についてお聞かせください。

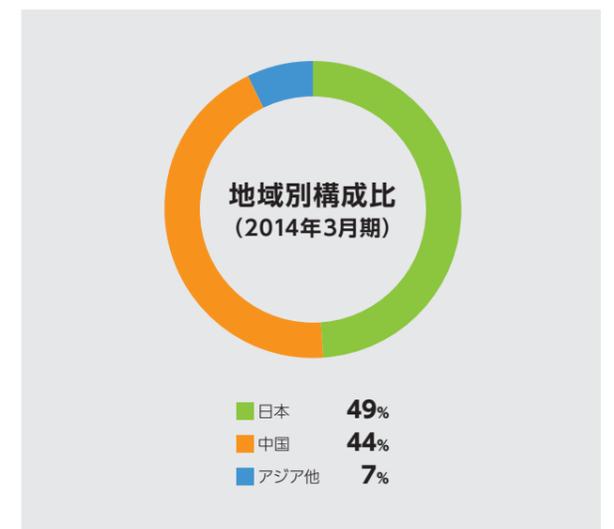
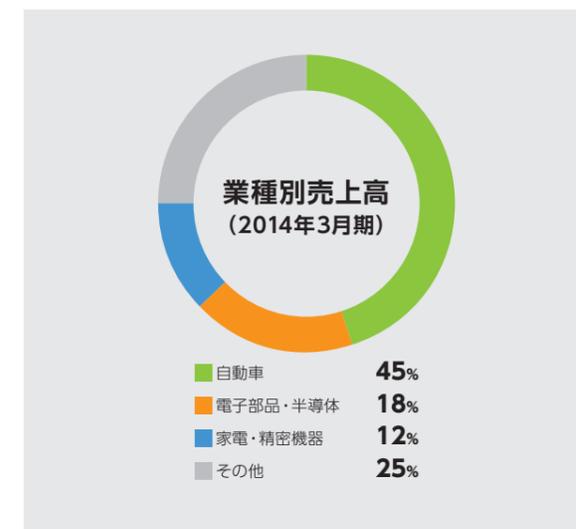
A 食品・飲料関連、医療関連などの新分野への先行投資が業績に寄与しました。

金型市場は、世界的に見ても、リーマン・ショック直後を底として着実に回復基調にあります。2014年3月期は、特に自動車関連が好調なことに加え、家電・精密機器、電子部品・半導体も復調の兆しが見えてきました。金型の需要先としては、この自動車関連、電気電子関連が2大市場となっていますが、当社の取引実績は国内では約6,000社、中国においては約8,000社にのぼりお客様の業種は多種多様です。そこで近年は、この2大市場以外、例えば食品・飲料関連、医療関連といった当社にとっての新分野の拡販・深耕にも力を入れてきました。

2014年3月期は、自動車産業における新車投入数の増加という要因に加え、この新分野・新市場に対す

る取組みに芽が出始めたことで、国内売上高は143億86百万円、海外売上高は150億50百万円となり、連結売上高は294億36百万円(前年比17.6%増)と想定を上回る業績で着地することができました。特に、国内売上高については、近年なかなか超えることができなかった140億円の壁を突破することができ、良い手応えを感じています。もし、新分野への先行投資をしていなければ、市場環境が上向いた分だけ伸びる程度で終わっていたと思われるため、時間はかかっていますが、新分野・新市場に対する取組みが着実に成果に結びついてきたことが、良い結果につながったというのが正直な印象です。

また、ここ2年ほど、特に利益面でやや苦戦していた中国事業が回復してきたこと、2011年1月の操業以来、東日本大震災などの影響もあり立ち上がりが遅れていた兵庫工場が国内の受注環境の良化もあり、稼働が向上してきたことなどが、採算面で大いに貢献することとなりました。さらに、単体収益構造改革(バリュー・クリエーション活動。以下、VC活動)の成果も上がって



きており、営業利益は前年比4億53百万円増の11億61百万円となりました。経常利益、当期純利益も前年を大きく上回る結果となっています。

東南アジアにおけるM&A効果は、第3四半期からの連結で、かつ初期投資負担などもあり、2014年3月期においては限定的でしたが、今後の事業展開に向けた、非常に大きなステップアップになったと認識しています。

Q 中期経営計画「バリュークリエーション15」の進捗状況について説明してください。

A 製販一体企業としての優位性を活かした取組みを強化しています。

企業を取巻く世界経済、社会環境は、あらゆる局面で大変速いスピードで変化しており、ものづくりの舞台も日本から中国、そして新興国へとシフトが加速しつつあります。こうした中で、当社グループは、日本のものづくりには徹底的にこだわりつつ、経営環境の変化に迅速に対応し、グローバルに事業を展開していく礎を確かなものとするため、現在、2016年3月期を最終年度とする3か年の中期経営計画「バリュークリエーション15」の下、「グローバル化」「新市場の開拓」「高収



【東南アジアグループ統括拠点】 マレーシアパンチ

中期経営計画「バリュークリエーション15」の基本戦略

3つの「対処すべき課題」に「攻め(成長戦略)」と「守り(体制・体質改革)」で取り組む!			
	日本	中国	東南アジア他
① グローバル化	■ 戦略本社 グローバル事業本部		
	■ 米州戦略 ■ 欧州戦略		
② 新市場の開拓	■ マーケティング ● 医療関連 ● 食品/飲料関連 ● 金属光造形技術	■ 内陸部市場攻略	■ 東南アジア新体制のフルスイング ● マレーシアを製販のコア拠点とした事業基盤確立 ● インドネシア合併事業の早期立ち上げ ■ インド ● 自動車の深耕と家電攻略
③ 高収益事業モデルへの転換	■ R&D ● 研究開発本部	■ 戦略製品拡販	■ 超硬事業拡大

益事業モデルへの転換」という3つのテーマに取り組んでいます。

① グローバル化

お客様密着型の営業体制

これまでは、どちらかといえば「国内売上」プラス「輸出売上」という建付けで物事を考えていたところがありますが、そうではなく、日本、中国、東南アジア、インド、米州、欧州、これら全てを連結でとらえ、「グローバル」視点で考える、という意識改革を促す体制へと変更しました。これにより、日本と中国が中心の事業から、東南アジア、インド地域への積極展開、米州・欧州への販路開拓へといずれにおいても、手応えのある進捗を得ることができたと認識しています。

意識改革に最も大きなインパクトを与えたのは、やはり、2013年8月に実施したマレーシアのパンサー社（マレーシア、ベトナム、シンガポールの3拠点で展開。

後に社名をマレーシアパンチに変更、東南アジアグループの統括機能。)をグループ会社化したことです。これにより、東南アジア市場における製販一体と製造直販を活かしたビジネスモデルの構築に向け、大きな一歩を踏み出すことになりました。従来、お取引させていただいてきたお客様の海外進出に伴い、進出先でも引き続き、具体的にサポートを提案できる体制が整ってきたことで、社内の意識変革が起こり、全社に浸透し始めました。

さらに、このマレーシアパンチとインドネシアのソマガデ社が2013年11月に設立したインドネシアの合併会社は、2014年4月より本格的に事業をスタートさせました。また、ベトナムではこれまでのホーチミンに加え、ハノイの日系工業団地内にも営業拠点を開設するなど、すでに事業基盤の拡大も進めています。

また、2013年11月にグローバル事業本部を新設し、同本部主導によるグローバル事業戦略の推進も開

始しました。マレーシアパンチを東南アジア事業のマーケティング戦略拠点として位置づけ、傘下の、シンガポール、ベトナム、インドネシアの販売会社を指揮する役割を課しながら、グローバル事業本部において、日本、中国、東南アジアでのマーケティング機能の連携とすみ分けについても戦略的にコントロールしていく体制としており、少しずつではありますが、機能し始めています。なお、同本部において、個々のグループ会社の経営管理も統括していきます。

米州・欧州向け自動車関連をコアとした特注品ビジネスの確立については、既存ルートとして、中国グループ及びマレーシアパンチが有する米州・欧州への輸出販路の幅と奥行きを拡げていきます。加えて、2013年に米国のフォードモーター社の自動車金型部品規格のサプライヤーに指定されたことを足掛かりに、同社向けの米国及び米国以外でのビジネスの立ち上げに取り組めます。特に、自動車中心に金型市場が伸び、大きな可能性のある米国市場については積極的に攻めていきます。具体的には、カタログ品から入り特注品に展開していくという当社のビジネスモデルを確立させていきたいと考えています。

② 新市場の開拓

高い技術力を活かし新分野・新市場の開拓

金型用部品事業に軸足を据えながら、当社グループの技術開発力、ものづくり力を活かせる新分野での事業開拓に注力するとともに、事業エリアの拡大による新市場の開拓を考えています。

新分野での事業開拓としては、多様な業種のお客様とお取引をさせていただいている中で、自動車関連や電気電子関連ほどの市場規模には至らないものの、当社の強みを活かした高付加価値製品を提供できる分野に焦点を絞り、深耕を進めてきた結果、国内における食



加工作業の様子

品・飲料関連、医療関連などで実績ができてきました。両方とも高精度微細加工技術や表面処理技術などで、繊細かつ高いレベルが求められる分野であり、また、量産に対応できる生産規模も必要とされることから、当社の強みがお客様のニーズにマッチしており、新分野としては非常に手応えを感じています。食品・飲料関連では、巨大市場である飲料関連を中心に客層も広がっています。医療関連では、従来からのお客様、新規のお客様をあわせ、高付加価値製品の受注が伸びつつあります。今後は、国内に新設した研究開発本部を中心に日本と中国で連携し、現状の技術レベルをさらに高度化させ、新たな需要の獲得につなげていきます。

2010年から社外とのアライアンスで実用開発を進めている金属光造形技術に関しては、3Dプリンターブームが起こっていることもあって認知度が高まってきており、ここにきて引き合いが増えてきています。まだまだこれからの分野ではありますが、従来の金属加工では不可能であった形状の加工が可能となることから、まったく新しい領域での利用機会も生まれてくる

とみており、さらに取組みを強化していきます。

事業エリアの拡大による新市場の開拓については、お客様の事業拡大に伴い、2013年5月より中国・重慶での事業活動をスタートさせました。物流センターを備えた生産・営業拠点として、想定を上回るペースで受注を獲得しており、順調な立ち上がりを見せています。また、ここを戦略拠点として、成長著しい内陸部市場攻略を狙っていますが、すでに2桁ペースで成長しており、成長市場をしっかりとらえていくことのできる体制が整いつつあると考えています。今後、さらに力を入れていきます。

また、ローカルの自動車関連企業との取引が増えてきているインドについても、自動車関連の深耕はもちろんのこと、家電・電子部品の分野などでの受注活動にも力を入れ始めました。これまでは、事業の早期立ち上げに向けて自動車関連にターゲットを絞ってきましたが、視野をさらに広げ事業展開を進めることで

きるフェーズへと、一段階、ステップアップすることができたと認識しています。

③ 高収益事業モデルへの転換

一貫通貫の生産体制と高い技術力による高付加価値製品の拡販

継続的な原価低減活動であるVC活動による最適コスト体制の構築と、「高付加価値製品の開発・製造」「新市場の開拓」を通じた、製販一体企業の優位性を活かした利益率の高い製品群の拡販という両面から、高収益化に取り組んでいます。

VC活動については、草の根的な改善の積み上げを目指し、2014年3月期より本格化しました。現在、15のタスクフォースで、ものづくり面、マーケティング面、経営管理面から具体的なテーマを設定して、若手メンバーを中心に取組みを進めています。時間のかかるものもありますが、具体的に成果が見え始めたテーマも

パンチグループの強み

製販一体となった製造直販というのは、当社の基本スタイルですが、これを支えているのは何と云っても、「技術力」であると考えています。

1975年の創業以来約40年にわたり蓄積してきたものづくりのスキルやノウハウだけでなく、研究開発本部をコアに日中連携でグループ技術力の強化にも取り組んでいます。これらの技術力をベースに、一貫通貫の生産体制とお客様密着型の営業体制で、カタログ品と特注品をいずれも幅広く取扱い、お客様の多様なニーズにきめ細かく対応できることが当社の最大の強みです。



あり、また、メンバーを中心に事業経営に対する意識も高まりつつあるなど、手応えを感じています。特に、グループを横断した研究開発体制の構築が前進し始め、2014年4月より、研究開発本部主導の下、日本と中国の連携による開発体制をスタートしました。

中国では、3~4年前より、難易度の高いものづくり的を絞った研究開発に力を入れてきましたが、2014年3月期には、付加価値の高い戦略製品の拡販が想定を上回るペースで進んでおり、十数億円規模の売上に貢献するほどにまで成長しています。金型用部品を製造するメーカーは世界に星の数ほどある中で、当社と同等の規模でカタログ品と特注品の両事業を展開している企業は少なく、こうした戦略製品のラインアップの拡充は当社のさらなる強みとして収益性の向上に直結する取組みになると認識しています。今後は、日本と中国の連携による技術のレベルアップと、お客様のニーズをうまくつなぎながら、さらに中身を拡充し、高付加価値製品の規模を拡大していきたいと考えています。

また、東南アジアではマレーシアの生産拠点で展開している高収益な超硬製品の拡大に取り組んでいます。この事業は、専用の加工機械が欠かせないうえに非常に難易度の高い分野です。それだけに、市場規模はそれほど大きくないものの高い付加価値を提供できる分野だと考えています。超硬製品の加工技術をレベルアップさせ、より製品範囲を広げることで、従来の事業規模の域を脱し、グローバル事業本部を中心に、日本、中国、東南アジア、米州、欧州とワールドワイドでの拡販に取り組むことで、売上高・利益ともに連結業績に寄与するよう、ボリュームを拡大していきます。

この3つの取組みを通じて、金型用部品業界でのトップブランドを確立し、製販一体企業としての優位性を活かした高収益事業モデルへの転換を図っていきます。

Q 2015年3月期の業績の見通しと重点取組みについてお聞かせください。

A 好調な業績を踏まえ、中期経営計画の目標を上方修正しました。

2014年3月期の業績における自動車関連、新分野の好調、国内工場稼働アップ、中国事業の復調といったプラス要因を踏まえ、2015年3月期の業績目標は、当初掲げていた中期経営計画2年目の目標を上回る、売上高315億円、営業利益14億円に上方修正しました。

2016年3月期については、中国や新興国の経済動向、そして国内のものづくりの動向など、当面の状況をもう少し時間をかけて見極めたいと考えています。

重点を置く取組みとしては、引き続き、持続的な成長に向け、「グローバル化」「新市場の開拓」「高収益事業モデルへの転換」にしっかり取組み、着実な成果を上げていきたいと考えています。

地域別には、国内については、ものづくりの海外シフトという世の中の流れは認識しつつ、まだまだアプローチしきれないお客様を新たに獲得していくこと、また、新分野でのさらなる拡販を進めること、中国では、内陸部市場攻略と戦略製品拡販をコアにした収益性を向上させることに取組んでいきます。そのためにも2014年4月に国内に新設した研究開発本部をしっかりマネジメントしていくことが大きなポイントになると考えています。そうして日本と中国での事業基盤をさらに盤石なものにしていきます。東南アジアについては、新興国リスクはあるものの、市場としてのポテンシャルは高いので、当社グループとして取込めるチャンスは逃さないようスピード感を持って、東南アジアグループの安定的事業基盤の確立を進め

2015年3月期 業績予想

(単位:百万円)

	2014年3月期 (実績)	2015年3月期 (予想)	前年差	前年比
売上高	29,436	31,500	2,063	107.0%
営業利益	1,161	1,405	243	120.9%
営業利益率	3.9%	4.5%		
経常利益	1,047	1,256	208	119.9%
経常利益率	3.6%	4.0%		
当期純利益	720	848	127	117.7%
当期純利益率	2.4%	2.7%		

配当金の推移

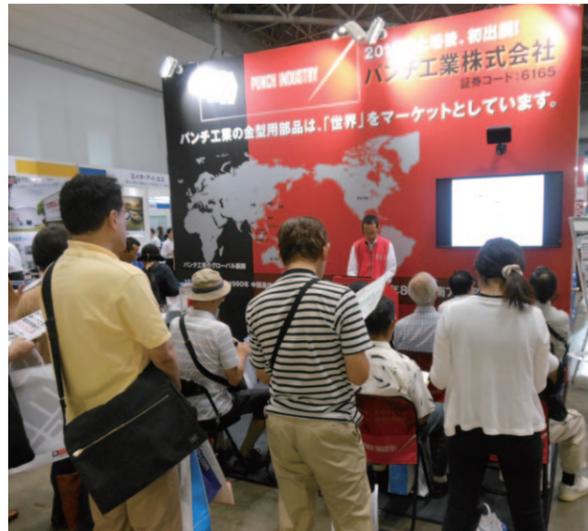
	年間 配当金
2014年 3月期 (実績)	20円
2015年 3月期 (予想)	20円

るとともに、米州・欧州への展開も視野に入れた取組みに着手していきます。インドは、事業基盤が安定しつつあることから、自動車プラスワンの考え方で事業規模の拡大に取り組んでいきます。

また、こうした取組みを支えていくという意味でも、人材育成の強化が重要であると認識しています。社員のモチベーションをしっかりと高め、フルスイングで力を発揮できるような仕組みを整えていくことがマネジメントの仕事であると考えており、2015年3月期はさらに取組みを拡大していきます。

株主還元について

当社では継続的企業価値向上の基盤は株主の皆様からの「信頼」と「応援」であり、そうした「期待」にお応えすることを経営の重要課題の1つと認識しています。配当方針につきましては、安定かつ継続的な配当に加え、業績連動により連結配当性向20%以上を目標に実施していきたいと考えています。



日経IRフェア2013 STOCK WORLDに出展



決算説明会の様子

Q CSR経営に対する考え方を教えてください。

A 世界のものづくりを支える企業であり続けるためにCSR経営を実行しています。

当社は、「金型部品業界でのトップブランドを確立し、製販一体企業としての優位性を活かした高収益企業を目指す。」という企業ビジョンを掲げ、一貫してものづくりにこだわり、1975年より約40年間にわたって着実に歩んできました。今後も引き続き皆様の期待にお応えするため、金型用部品の製造販売にじっくりと軸足を据え、しかしながら、そこに拘泥することなく、新分野・新市場へ積極的にチャレンジし、グローバル展開を進め、世界のものづくりを支える存在感があってキラッと光る企業を目指していきます。

この世界のものづくりを支えることが、当社の最も重要な社会的責任であると考えています。加えて、地

球環境や私たちの健康に有害な影響を与える化学物質の使用を回避するグリーン調達にもしっかり取り組むほか、従業員も含め、全てのステークホルダーの皆様に対し、企業としての説明責任をきっちりと果たしていくこと、そして、一企業市民として、社会の持続的発展に主体的に貢献していくことが重要であると考えています。説明責任については、上場以来、会社説明会、決算説明会、IRイベントへの出展、ホームページの充実など、さまざまな取組みを進めており、今後もさらにレベルアップを目指していく所存です。一企業市民としては、各事業拠点ベースで地域に根ざした取組みとして、事業所周辺での清掃活動、ペットボトルキャップ収集の「エコキャップ活動」などを実施しています。また、2016年に国内2工場がある岩手県で開催される国体に微力ながらも支援し、市民貢献を果たしていきたいと考えています。

Q ステークホルダーの皆様へのメッセージをお願いします。

A さらなる事業規模の拡大と企業価値の向上を目指します。

金型用部品は、ものづくりにおけるマザーツールである金型に必要な不可欠な部品であり、金型用部品を使わない金型はありません。すなわち、ものづくりの根幹を担う事業であると自負しています。

世の中が変化する中で、自動車もガソリンエンジン車からハイブリッド車、電気自動車へと進化していますが、車そのものはなくなりません。家電にしても、主要生産国が変わったところで製品自体がなくなることはありません。つまり、グローバル視点で見れば、ものづくりが廃れることはなく、金型は必要とされ続けるということです。現に、金型市場は右肩上が

りで伸長しています。この伸びをしっかり取込むこと、そのための体制を整えること、これが重要です。お客様がどこで事業を展開されようと、当社はしっかりとサポートできる体制を構築し、世界のものづくりに欠くことのできない、存在感のある企業となることを目指していきます。

当社は、2012年12月に東京証券取引所市場第二部に上場し、2014年3月には市場第一部銘柄への指定を受けることができました。創業者森久保有司の「思い」を創業40周年という節目に実現させることができたのも、ひとえに株主・投資家ならびに全てのステークホルダーの皆様からのご支援の賜物です。心より感謝申し上げます。

今後も皆様のご期待にお応えすべく、企業ビジョンの実現に向け、全力を尽くしてまいりますので、引き続きご支援賜りますようお願い申し上げます。

企業ビジョン



世界のパンチへ

金型部品業界での
トップブランドを確立し
製販一体企業としての
優位性を活かした
高収益企業を目指す

パンチ工業環境理念

パンチ工業株式会社は、かけがえのない自然を大切にし、環境にやさしい商品づくりを通じ、社会の発展に貢献します。

環境方針

環境行動指針

今、正に環境問題は全世界が取組むべき課題であり、環境対応は企業の社会的責任であるとの認識に立ち、当社は金型部品の開発・製造・販売に関わる全ての事業活動を通して環境負荷を積極的に軽減し、社会の持続的発展に寄与できるよう、以下の環境保全活動を全員参加で、継続的に推進してまいります。

1. 常に環境に配慮した事業活動を確実に実践するための組織及び運営体制を整え、継続的に維持・改善する環境管理システムを確立します。
2. 環境に関する「法令・条例などの法規制」や「お客様との合意事項」を遵守するとともに、更に可能な範囲で自主基準を設定し、汚染の予防を進め地域社会との調和を図ります。
3. 「グリーン調達」に取組み、環境に配慮した(環境化学物質の不含有)製品設計や製品づくりに徹します。
4. 各地区での事業活動により生ずる「環境負荷の低減」や資源の有効活用を促進するため、下記項目を重点に環境目的・目標を定めて実行します。また、定期的な見直しを行います。
 1. 省資源、省エネルギーの推進
 2. 廃棄物の削減と再資源化
5. この環境方針は、当社に関わる事業所に周知徹底し、そこで働く人々の意識や能力を高めるとともに、要求に応じて一般にも開示します。

パンチ工業の「環境にやさしい商品」

当社は、「環境にやさしい商品」とは何かを徹底的に考え、金型用部品業界で他社に先駆けて厳しく追求しています。

私たちが最も重視するのは、環境化学物質の削減です。RoHS指令を上回る当社独自の基準に基づいて環境負荷の少ない「環境にやさしい商品」を製造しお届けします。

「環境にやさしい商品」づくりを行うことにより、コストがアップしますが、お客様にご負担いただくことはしません。また、包装材にも環境対応品を採用し、商品カタログにおいても、再生紙の使用、大豆インキを使用するなど、さまざまな面で環境保全に配慮しています。

グリーン調達

パンチ工業は、「環境化学物質の管理」「資源の有効活用」など地球との共生を図ることで、地球環境をよりよい方向へ変えていけると考えています。私たちは、「パンチ工業環境理念」に基づき、使用環境化学物質をより環境リスクの少ない物質へ代替化する「グリーン商品」への取組みを積極的に推進してきました。

中国版RoHSにも積極的に対応しています。



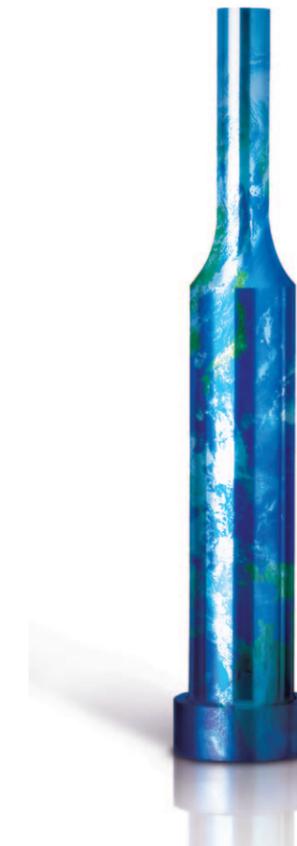
【環境にやさしい】マークについて

当社独自の環境基準を満たした商品であることをお客様へお伝えするために、「環境にやさしい」マークを設定し、商品カタログなどに表示しています。

■ RoHSとは

Restriction of the Use of Certain Hazardous Substances in Electrical and Electronic Equipment でEU(欧州連合)において、2006年7月より施行された電気・電子機器に含まれる特定有害物質の使用制限に関する指令です。これにより欧州市場で販売される製品には次の6物質が使用できなくなりました。

カドミウム／六価クロム／鉛／水銀／PBB／PBDE



品質基本理念

パンチグループは、上場企業の一員で有る事の責任を果たすために【お客様重視】を第一に掲げ、安心いただける高品質な製品とサービスを提供すると共に、自らは【人材育成】【技術革新】【新商品開発】に努め、お客様の信頼がより向上する品質保証を推進します。

品質方針

品質基本方針

1. お客様重視

お客様の満足度向上の為に、お客様とのコミュニケーションと、お客様の声を大切にし、期待に応えられる製品とサービスの提供に努めます。

2. 品質保証体制

高品質な製品とサービスが提供できるように、当社独自の品質管理システムに基づいた品質保証体制の検証と有効性の評価を行い、継続的改善に努めます。

3. 技術改善

市場のニーズに応えられるように、常に先進的な技術と技能の向上に努めると共に、継続的にQDCS【Quality, Delivery, Cost, Safety】の改善に努めます。

4. 危機管理

市場に提供する製品とサービスに要求される各種の法規制、各条令並びに各規格・基準を遵守し、社会に信頼される会社となるように危機管理の推進に努めます。

5. 全員参加の品質保証

従業員一人ひとりが品質目標を持って活動し、お客様にご安心いただける高品質の製品とサービスの提供に全員参加で取り組みます。

社会への取組み

パンチグループは、社会の一員としての責任を自覚し、社会貢献活動を通して、社会、地域の発展に貢献します。

地域の活動

■ 清掃・美化活動

当社グループでは、社会貢献活動の一環として本社事業所及び各工場にて、定期的に清掃活動を実施しています。地域社会の一員として、地域の環境美化に役立てるよう社員一丸となって取り組んでいます。

■ マラソンボランティアに参加

「いわて北上マラソン(2012、2013)」では、北上工場の従業員及びその家族が給水ボランティアを担当し、大会運営をサポートしました。

■ 2016年国体に協賛

当社は、「2016希望郷いわて国体・希望郷いわて大会」にオフィシャルサポーターとして協賛し、生産本拠地である岩手県で行われる国体を応援していきます。



エコキャップ運動

2012年よりNPO法人エコキャップ推進協会が活動を展開するエコキャップ運動に参加しています。エコキャップ運動とは、通常であればゴミとして捨てられるペットボトルのキャップを回収し、その売却益をワクチンの購入にあてるというもので、社員の環境意識やリサイクル意識を高めるとともに、世界の子供たちの尊い命を守る活動につながります。当社では2014年3月までに、約23,000個(ワクチンにして、約27人分)のキャップを送付しました。



ベルマーク・使用済み切手回収活動

2012年よりオフィスの数か所に回収BOXを設置し、ベルマークと使用済み切手の収集活動を行っています。収集したベルマークは、ベルマーク教育助成財団へ寄贈し、学校の教材・設備の充実や、へき地学校、特別支援学校、開発途上国の教育支援などに役立てられます。また、使用済み切手は、海外医療協力活動を行っている団体に寄贈し、アジア・アフリカを中心とする医療に恵まれない地域の人々の健康づくりに協力する活動に役立てられます。

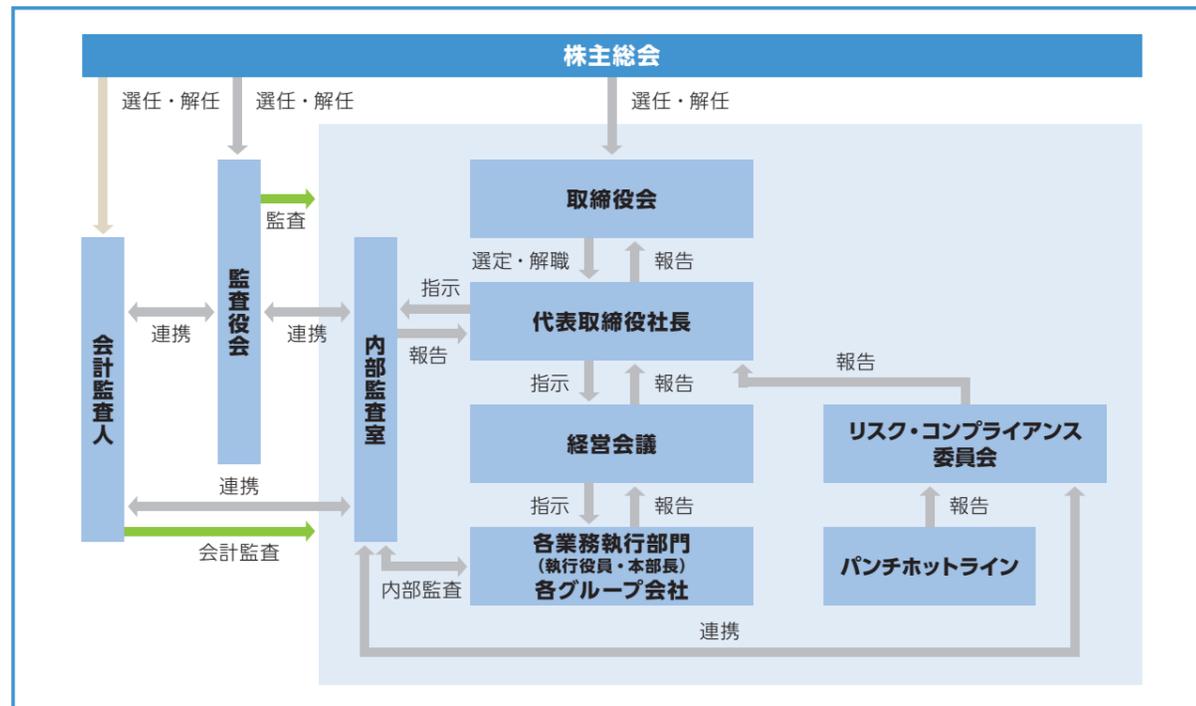


社会に愛される企業であり続けるために、当社グループは、コーポレート・ガバナンスの強化とコンプライアンスの徹底により経営の透明性と健全性をさらに向上させるよう努めています。

基本方針

当社グループは、グローバルに事業を行う企業体として、法令を遵守し誠実に社会的責任を果たすこと、ならびに、経営の健全性及び透明性を高めることが、株主や顧客をはじめとするステークホルダーにとっての利

益を守り、企業価値の継続的な向上を図るための基礎であり、当社グループ共通の経営上の最も重要な責務であるとの認識に立ち、コーポレート・ガバナンスの強化に努めています。



内部監査及び監査役監査の状況

当社の内部監査は、代表取締役社長直轄の組織として内部監査室3名が担当し、監査実施にあたっては、監査役との監査情報の交換など、連携をとっています。

当社の監査役監査は、4名の監査役(内2名は社外監査役)で構成される監査役会で定めた監査方針に従って実施されています。監査実施にあたっては、取締役

会、経営会議に出席するほか、取締役及び執行役員から業務執行について直接、意見聴取等を行うなど、十分な監査を実施しています。

また、当社の内部統制に係る整備、維持管理、評価につきましては主として内部監査室が担当しています。

コンプライアンス

当社グループでは、企業価値向上のためにはコンプライアンスの徹底が必要不可欠であると認識しており、パンチ工業株式会社企業倫理規範を制定し、これに従い全役職員が法令などを遵守した行動、高い倫理観をもった行動をとることを周知徹底しています。

また、リスク管理に関する社内規程及びリスク管理体制を整備し、経営に影響を及ぼす恐れのある経営リスク・事業リスクを総合的に認識し、評価する体制を整備しています。

当社グループ全体のコンプライアンスの徹底を図る体制ならびに経営に影響を及ぼすリスクを認識し評価する体制として、代表取締役社長を委員長とする「リスク・コンプライアンス委員会」を設置し、コンプライアンスに係る継続的な社員教育・研修の実施による周知徹底を行い、また「リスク管理規程」を制定し、経営に影響を及ぼす不測の事態が発生した場合に対応できる体制をとっています。

社外取締役のメッセージ

私は、金融業界において幅広くビジネス経験を積み重ねてまいりました。得意分野は財務分析・証券分析などを通じた企業金融(コーポレート・ファイナンス)及び経営監査を含めた業務監査です。

社外取締役の職責の中核は経営監督を通じた企業価値の向上であると認識しておりますが、それに加えて、今までのビジネス経験・得意分野を生かし、グローバル戦略・内部統制システム・リスクマネジメントなどにつきまして、業務執行に直接関与しない範囲にて助言などを行うことにより、パンチ工業の持続的な成長・発展に少しでも貢献できればと願っております。

取締役会におきましては、当社を取巻く多様な

ステークホルダーを常に意識し、できるだけ社内の空気を読まず、独立的・中立的・客観的な立場から説明を求め、経営の効率性ならびに成果の妥当性を検証し、現在の経営者に引き続き経営を委ねることの是非について判断するよう心がけております。

取締役会に提案される議案については、主に「経営者と会社との利益相反がないか、コンプライアンス上の問題点はないか、社内取締役による決定が社会の常識からかけ離れ偏ったものになっていないか」との観点から質問や発言をするよう努めております。



横山 茂
社外取締役

ホットライン

当社では、役職員の他、役職員の家族、当社の関係会社及び取引先など、当社の事業に何らかの関与がある全ての方々がコンプライアンス上の問題などを発見した場合に報告・通報を行うことができる社内通報システ

ム「パンチホットライン」を整備し、「内部通報制度規程」に基づき内部統制の維持と自浄プロセスの向上を図る体制を構築しています。なお、報告・通報は匿名を可能とし、通報者が不利益を被らないことを確保しています。



森久保 有司
代表取締役会長



武田 雅亮
代表取締役社長



杉田 進
専務取締役
研究開発本部長



真田 保弘
取締役
グローバル事業本部長



村田 隆夫
取締役
財務本部長



八木 裕之
取締役
コーポレート本部長



横山 茂
取締役(社外)



木對 紀夫
常勤監査役



佐々木 信也
監査役



安藤 良一
監査役(社外)



松江 頼篤
監査役(社外)

商号	パンチ工業株式会社
創業	1975年(昭和50年)
資本金	15億7,154万円
従業員数	連結 3,761名
本社所在地	東京都港区港南二丁目12番23号 明産高浜ビル8F TEL:03-3474-8007(代表)
事業内容	金型用部品の製造・販売
取引銀行	三菱東京UFJ銀行、みずほ銀行、三井住友銀行、 りそな銀行、三井住友信託銀行

ホームページのご紹介



パンチ工業株式会社のホームページでは、
会社情報、事業紹介、IR情報をはじめ、
さまざまな情報を掲載しております。

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

IRメールマガジンのご案内



当社では、決算情報やプレスリリース、IR関連情報などをメールでお届けしています。

QRコードもしくはURLよりご登録ください。

<https://fofa.jp/punch/a.p/102/>

当社

パンチ工業株式会社

東京都港区港南二丁目12番23号 明産高浜ビル8F TEL:03-3474-8007

北上工場

岩手県北上市村崎野21-26-17 TEL:0197-68-3087

宮古工場

岩手県宮古市松山第1地割29-1 TEL:0193-62-8007

兵庫工場

兵庫県加西市常吉町字東畑922番地202 TEL:0790-47-8077

グループ会社

株式会社ピンテック

山形県山形市蔵王松ヶ丘2-2-26
TEL:023-688-1770

盤起工業(大連)有限公司

遼寧省大連経済技術開発区錦州街5号
TEL:+86-411-8761-3087

盤起工業(瓦房店)有限公司

遼寧省大連瓦房店市北共済街153号
TEL:+86-411-8550-8785

盤起工業(無錫)有限公司

江蘇省無錫市錫山経済開発区春暉西路11号
TEL:+86-510-8826-6287

盤起工業(東莞)有限公司

広東省東莞市長安鎮湧頭村友誼路塘厦工業区B幢
TEL:+86-769-8507-0387

盤起弾簧(大連)有限公司

遼寧省大連経済技術開発区興城路3号

PUNCH INDUSTRY INDIA PVT. LTD.

No:97/A-1, SIDCO Nagar,
4th Street Villivakkam Chennai 600049 India
TEL:+91-44-42699644

PUNCH INDUSTRY MALAYSIA SDN. BHD.

Nagasari Industrial Park No.3061
Jalan Nagasari1 Prai Industry Zone
Prai Penang 13600 Malaysia
TEL:+60-4-3984826

PUNCH INDUSTRY SINGAPORE PTE. LTD.

33 Ubi Avenue3 #06-10
Vertex Lobby B 408868 Singapore
TEL:+65-6533-4151

PUNCH INDUSTRY VIETNAM CO. LTD.

8th Floor. PTS Office Building 118
Huynh Tan Phat Street., Tan Thuan Tay ward,
District7 HCMC Vietnam
TEL:+84-8-38720087

PT. PUNCH INDUSTRY INDONESIA

Komplek Griya Inti Sentosa Jl.
Griya Agung No.3,
Sunter Agung Jakarta 14350 Indonesia
TEL:+62-21-641-0730

株式の状況

発行可能株式総数	20,000,000株
発行済株式の総数	8,961,200株
株主数	3,391名
上場証券取引所	東京証券取引所 市場第一部
証券コード	6165
売買単位株式数	100株
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社
会計監査人	有限責任監査法人トーマツ

大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
エム・ティ興産株式会社	1,090,000	12.16
森久保 有司	972,000	10.84
パンチ工業従業員持株会	656,700	7.32
森久保 哲司	650,000	7.25
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	443,700	4.95
神庭 道子	298,000	3.32
野村信託銀行株式会社(投信口)	205,000	2.28
森久保 博久	128,000	1.42
日本証券金融株式会社	116,400	1.29
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	98,700	1.10

※持株比率は、小数点第2位未満を切り捨てて表示しています。

お問い合わせ

パンチ工業株式会社 総務部コーポレート課

〒108-0075 東京都港区港南二丁目12番23号 明産高浜ビル8F
TEL:03-5460-8237 FAX:03-3471-8100 E-mail: info-corp@punch.co.jp

見直しに関する注意事項

このアナニュアルレポートに記載されている当社の計画、戦略、見直し及びその他の歴史的事実でないものは、将来に関する見直しであり、これらは、現在入手可能な期待、見積り、予想に基づいています。これらの期待、見積り、予想は、経済情勢の変化、為替レートの変動、競争環境の変化、係争中及び将来の訴訟の結果、資金調達の継続的な有用性等多くの潜在的リスク、不確実な要素、仮定の影響を受けますので、実際の業績は見直しから大きく異なる可能性があります。従って、これらの将来予測に関する記述に全面的に依拠することは差し控えるようお願いいたします。また、当社は新しい情報、将来の出来事等に基づきこれらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。



個人・その他	6,268,483株	69.95%
その他国内法人	1,220,700株	13.62%
外国法人等	202,500株	2.26%
金融商品取引業者	170,017株	1.90%
金融機関	1,099,500株	12.27%

株価・出来高推移

