

## パンチ工業

6165 東証 1 部

<https://www.punch.co.jp/ir/index.html>

2016 年 7 月 13 日 (水)

Important disclosures  
and disclaimers appear  
at the back of this document.

企業調査レポート  
執筆 客員アナリスト  
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

## ■ 自動車向け金型用部品の需要拡大や原価率改善で上場来最高業績更新

金型用部品で国内 2 位、中国で首位。標準製品のほか特注品にも対応できる技術開発力に強み。業種別売上構成比（2016 年 3 月期）は自動車向け 46.5%、電子部品・半導体向け 17.9% と 2 つの категория で 6 割強を占める。地域別売上高では日本向けが 42.5%、中国向けが 48.4% を占めている。

2016 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 6.9% 増の 36,755 百万円、営業利益が同 15.2% 増の 1,986 百万円と連続で上場来最高業績を更新した。期後半に中国経済成長の減速や為替の影響を受けたものの、自動車向け金型用部品の需要拡大や原価率の改善により、ほぼ期初会社計画どおりの着地となった。

2017 年 3 月期は売上高が前期比 0.7% 増の 37,000 百万円、営業利益が同 0.7% 増の 2,000 百万円となる見通し。人民元レートの影響が減収要因となるほか、ベトナム新工場の立上げ費用等があるものの、高付加価値品の売上増や原価改善効果により増収増益を維持する。また、前期に営業外で計上した為替差損に対して、取引通貨の見直しや為替予約によるヘッジ等の対策を実施したこともあり、経常利益ベースでは同 16.1% 増と 2 ケタ増益となる見通し。足元は、中国における自動車向け金型用部品や、車載用電子部品などの受注が堅調で、順調な滑り出しを見せている。

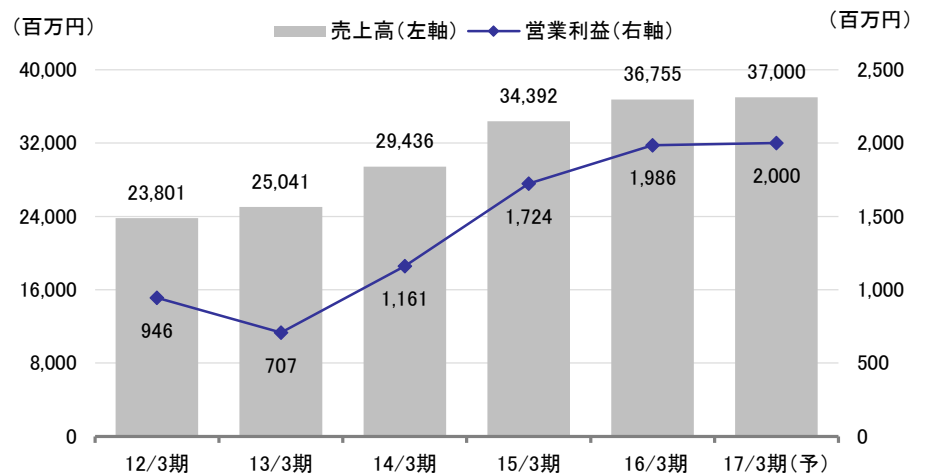
新たに策定した 5 ヶ年の中期経営計画「バリュークリエーション 2020」では、最終年度となる 2021 年 3 月期に、売上高 47,000 百万円以上、営業利益 3,300 百万円以上を目指していく。ベトナム工場が 2016 年 10 月より稼働することで、グループ生産体制の最適化を進めていくほか、食品、医療、航空宇宙産業関連など景気変動の影響を受けにくく、将来の拡大が見込まれる業種との取引拡大を進めていくことで業績の拡大を図っていく。また、現在は売上構成比の 1 割弱にとどまる欧米市場の開拓も進めていく方針だ。

株主還元では、安定かつ継続的な配当を基本としており、連結配当性向の目安としては現状の 20% から、段階的に 30% に引き上げていく方針を示している。業績が中期経営計画の目標通りに推移すれば、増益基調に配当性向の引き上げが相俟って、1 株当たり配当金は 2017 年 3 月期予定の 26.0 円から相当額の増配が見込まれる。

## ■ Check Point

- ・世界の金型用部品市場は 2015 年で 5000 億円超の規模に
- ・食品・飲料関連、医療機器関連の拡販を進め高付加価値品目を拡大
- ・航空宇宙産業関連への研究開発投資や設備投資、認証取得にも取り組む

連結業績推移



## ■ 会社概要

### 世界の金型用部品市場は 2015 年で 5000 億円超の規模に

#### (1) 会社沿革

同社は 1975 年創業の金型用部品メーカーで、当初はプリント基板用穴あけピンの販売からスタートした。同社の事業が大きく成長する契機となったのは、1982 年に世界で初めてプラスチック金型用部品、ハイス（高速度工具鋼）エジェクタピンの標準化と量産化に成功したことである。

当時、主要取引先であったエレクトロニクスメーカーでは、SCM3 エジェクタピン（クロムモリブデン鋼）を使用していたが、精度や耐久性の向上を求める声が強く、こうしたニーズに応えるべく当時は商品化が困難と言われていた高硬度のハイス鋼によるエジェクタピンの開発に取り組んだ。同社では開発を進めるに当たって、金属の専門知識を持つ大学の研究機関に協力を仰ぐだけでなく、社員を大学の研究室に派遣し、金属についての知識や熱処理技術を修得させたほか、材料商社などの協力もあって従来の SCM3 エジェクタピンよりも寸法精度を約 2 倍に高め、耐久性も飛躍的に向上したハイスエジェクタピンの開発に成功し、同社独自の規格で標準化し、量産化していった。

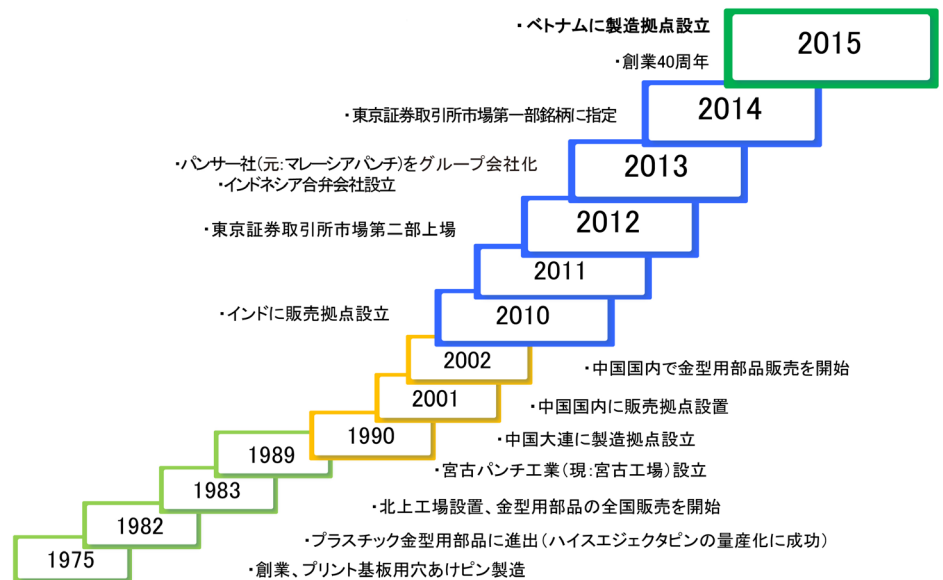
金型用部品業界において後発だった同社のシェアは、ハイスエジェクタピンの量産化によって一気に拡大し、また、1989 年にはプラスチック金型用部品で蓄積してきた技術力や信頼性をベースにプレス金型用部品市場にも進出し、超精密・高耐久性といった要求度の高い顧客ニーズに応えながら市場を開拓してきた。このように、同社の成長力の源泉は、新たな技術を開発する強い意思や柔軟な発想力、行動力などにあると言える。

また、第 2 の成長の契機となったのは、1990 年の中国進出になる。同社は国内での将来の人材確保を予測し、また更なる生産コスト低減を図るために、中国での生産拠点を早期に構築してきた。当初は大連に子会社を設立し、日本から原材料を持ち込み、半製品にして日本に逆輸入することからスタートしたが、その後、中国で家電製品や自動車の生産が拡大していくなかで、現地での金型用部品の需要が増大し、同社も 2001 年に販売拠点を設立し、中国での販売を拡大していった。現在では中国での生産拠点は 6 ヶ所、販売拠点は 32 ヶ所まで拡大し、同社グループの売上比率では 48% (2016 年 3 月期) と国内の 43% を上回るまでに成長している。

その他の海外展開としては、2010 年にインドに販売拠点を設立したほか、2013 年にはマレーシアの金型用部品メーカーである Panther Precision Tools Sdn. Bhd. (現: マレーシアパンチ) をグループ会社化し、また、2015 年にはベトナムに新たな生産拠点 (2016 年 10 月稼働予定) となる子会社を設立するなどアジア圏での事業基盤強化を進めている。

なお、株式上場は 2012 年 12 月で、東京証券取引所市場第 2 部に上場し、2014 年 3 月に第 1 部銘柄に指定されている。

### 会社沿革



### (2) 事業内容

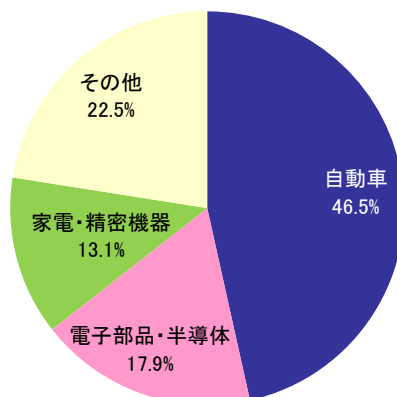
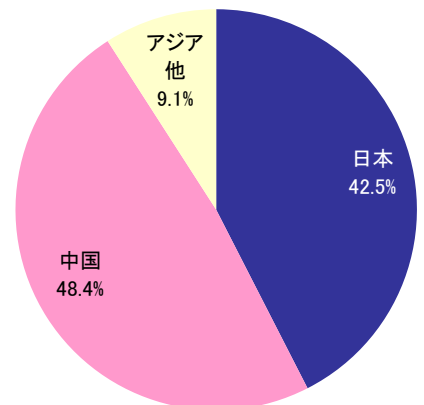
同社は金型用部品専業で製造から販売まで、標準製品から特注品まで手掛けていることを強みとしている。主にプラスチック製品の製造工程で用いられる射出成型用金型に組み込まれるエジェクタピンやスプルーブシュ等の金型用部品、プレス金型用のパンチ・ダイやダイセットガイド等の製造・販売を行っている。

生産拠点は国内 4 拠点、中国 6 拠点、東南アジア 2 拠点の合計 12 拠点 (2016 年 10 月稼働予定のベトナム工場を含む) となり、販売拠点は国内 14 拠点、中国 32 拠点、その他アジア圏で 6 拠点の 52 拠点となっている。欧米市場については現地の販売代理店などを通じて販売しており、今後も販売代理店との関係強化を含む諸施策による取引量拡大を目指している。

国内での生産においては社内で一貫通貫の生産体制を構築しているほか、約 300 の協力工場などをニーズに合わせてながら活用している。外注品としては、ボルトやナットなど社内で生産する必要がないものや、同社で対応できない一品モノなどがあり、一部生産工程の外注を行うケースもある。中国においてもビジネスモデルは国内と同じである。

また、同社の製品はカタログ品と呼ばれる標準製品と顧客のニーズに合わせた特注品があり、売上比率は半々となっている。金型用部品の新規顧客開拓はカタログ品の取引からスタートするケースが一般的で、カタログ品で顧客の信頼を高めてから、付加価値の高い特注品の受注を獲得していく流れとなっている。収益性の観点で見ると、継続的な受注が見込まれるカタログ品が工場の稼働率を安定化させる役割を果たし、付加価値の高い特注品を獲得することで利益率を高めていくバランスのとれた構造になっていると言える。こうした事業構造は、創業以来培ってきた高い技術力と一貫通貫の生産体制、顧客密着型の営業体制を構築してきたことで実現しており、同社の強みでもある。

2016 年 3 月期の顧客業種別売上構成比で見ると自動車向けが 46.5%、電子部品・半導体が 17.9%、家電・精密機器が 13.1% となっており、これら 3 業種で全体の約 77% を占めることから、自動車、エレクトロニクス業界の生産動向と相関性が高いと言える。また、地域別売上構成比では日本が 42.5%、中国が 48.4% と両国で全体の約 90% を占める。中国では 5 割弱が自動車業界向けとなっている。顧客数は国内で約 6,000 社、中国で約 8,000 社となっている。

顧客業種別売上構成比  
(16/3期)地域別売上構成比  
(16/3期)

なお、為替変動が営業利益に与える影響は现阶段では限定的である。同社が輸出入取引を円建てで行っているためだ。中国子会社の業績については、人民元を円換算した際の為替レート変動分の影響が売上高において出るものの、営業利益面では日本向けに一定量、輸出を行っているため、大半が相殺される格好となる。なお、中国子会社には金利の安い US ドル建ローンがあり、人民元安ドル高の局面では、営業外費用として評価損失が発生する可能性がある。また、海外子会社（インド除く）の決算は 12 月決算となっており、同社の連結業績には 1 四半期前の業績が組み込まれている。例えば、2017 年 3 月期第 1 四半期（2016 年 4 月－6 月期）の連結業績には、海外子会社（インド除く）の 1 月－3 月期の業績が反映されることになる。

### (3) 市場動向と同社の業界ポジション

世界の金型用部品の市場については、自動車やエレクトロニクス製品の市場拡大を背景に、2010 年以降緩やかな成長が続いており、金型用部品の市場規模も 2014 年で 4,900 億円、2015 年で 5,000 億円超の規模と同社は見ている。

同推計に基づき同社の地域別業界シェアで見ると、日本では約 20% とミスミグループ本社 <9962> に次ぐ 2 位、中国では約 10% でトップシェア、世界で見ると約 7% となる。ただ、金型用部品も千差万別で、同社が手掛ける精密金型用部品に絞れば、実際のシェアはもう少し高くなる。

## ■業績動向

### 16/3 期は過去最高業績を連続で更新

#### (1) 2016 年 3 月期業績概要

2016 年 5 月 11 日付で発表された 2016 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 6.9% 増の 36,755 百万円、営業利益が同 15.2% 増の 1,986 百万円、経常利益が同 3.1% 増の 1,666 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 5.1% 増の 1,249 百万円となり、上場来最高業績を連続で更新した。2015 年夏以降、中国の自動車生産が停滞し同社の受注が落ち込んだ時期もあったが、期を通して見れば堅調に推移したと言えよう。期初会社計画比で見れば、売上高と営業利益はほぼ計画どおりの着地となったが、経常利益は 12% 程度下回った。これは、2015 年 8 月に中国元レートが切り下げられ、対ドルで安くなったこと等に伴い、営業外で為替差損 293 百万円を計上したことによる。

#### 2016 年 3 月期連結業績

(単位：百万円)

	15/3 期		16/3 期				
	実績	対売上比	期初計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	34,392	-	37,000	36,755	-	+6.9%	-0.7%
売上原価	25,030	72.8%	-	26,577	72.3%	+6.2%	-
販管費	7,637	22.2%	-	8,191	22.3%	+7.3%	-
営業利益	1,724	5.0%	2,000	1,986	5.4%	+15.2%	-0.7%
経常利益	1,617	4.7%	1,900	1,666	4.5%	+3.1%	-12.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,188	3.5%	1,300	1,249	3.4%	+5.1%	-3.9%

地域別の売上動向を見ると、国内向けは自動車、家電向けが堅調に推移したことに加え、食品・飲料関連も伸長し、前期比 3% 増の 156 億円となった。また、中国向けは当第 3 四半期より電子部品・半導体関連が軟調に推移したものの、自動車、家電・精密機器向けがけん引役となり、前期比 10% 増の 178 億円となった。ただ、円安効果で 18 億円の嵩上げ要因となっており、現地通貨ベースではほぼ横ばいとなっている（為替レートは 2015 年 3 月期 17.2 円 /RMB → 2016 年 3 月期 19.2 円 /RMB）。その他地域向けはベトナム、シンガポールが好調に推移したほか、欧米、タイ向けも堅調に推移し、前期比 11% 増の 33 億円となった。

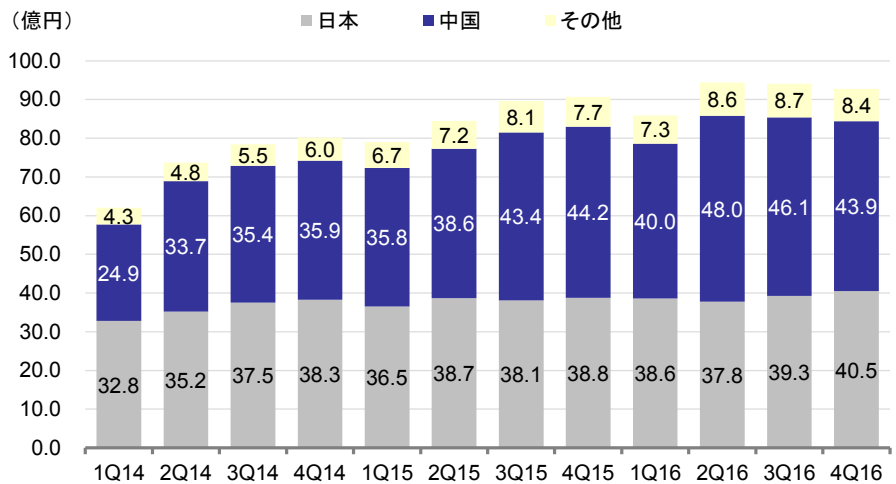
2016 年 7 月 13 日 (水)

また、業種別売上動向では自動車向けが前期比 10% 増の 170 億円、電子部品・半導体  
が同横ばいの 65 億円、家電・精密機器は同 7% 増の 48 億円、その他が同 6% 増の 83 億  
円となった。その他の中には注力市場である食料・飲料向けが含まれている。売上高として  
は数億円規模とまだ小さいものの、国内及び中国市場で既存顧客における取引量の拡大、  
及び新規顧客の開拓が進んでおり、順調に成長を続けている。同社が取り組んでいる新市場・  
新分野の開拓に向けた取り組みが着実に成果につながってきていると言えよう。

営業利益の増減要因を見ると、増収効果で 643 百万円、原価率の改善で 173 百万円 (内  
製品の受注増、工場の稼働アップ等) の増益要因となり、販管費の増加分 553 百万円 (研  
究開発費等に伴う減価償却費の増加や円安要因による海外子会社分の増加) を吸収する格  
好となった。

四半期ベースの売上高の動きを見ると、国内向けに関しては第 4 四半期 (2016 年 1 月 -  
3 月期) に過去最高売上高を更新し、中国及びその他地域向けについても前年同期比で増  
収基調を継続するなど、総じて堅調な推移を見せている。

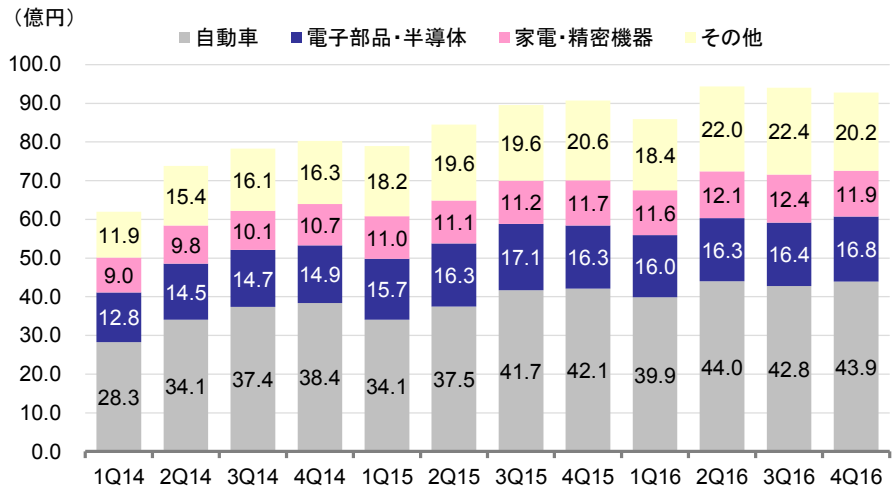
地域別売上高(四半期)



また、業種別では主力の自動車向けが中国の一時的な生産停滞や国内での軽自動車の  
生産台数減少などマイナス要因があったものの、期を通してみれば着実に拡大していると言  
える。これはハイブリッドカーや電気自動車の生産拡大に伴い、モーターや電池関連等の金  
型用部品の需要が拡大していることが一因となっている。また、その他売上高も食品・飲料  
や医療機器等を中心にここ数年着実に売上規模の拡大が進んでいることがうかがえる。



業種別売上高(四半期)



(2) 財務状況

2016 年 3 月末の総資産は前期末比 2,286 百万円減少の 27,337 百万円となった。主な減少要因を見ると、流動資産では売上債権で 999 百万円、棚卸資産で 271 百万円の減少となり、固定資産では有形固定資産で 471 百万円、無形固定資産で 467 百万円減少した。

一方、負債は前期末比 2,080 百万円減少の 13,338 百万円となった。有利子負債が 1,726 百万円減少したことが主因となった。また、純資産は同 205 百万円減少の 13,999 百万円となった。当期純利益の計上に伴い利益剰余金が 906 百万円増加したものの、期末の円高進展に伴い為替換算調整勘定が同 891 百万円減少したほか、退職給付に係る調整累計額も同 225 百万円減少したことが要因となっている。

経営指標を見ると、有利子負債の削減が進んだことで、自己資本比率が前期末の 47.9% から 51.2% に上昇したほか、有利子負債依存度も 24.2% から 19.9% へ低下傾向が続くなど財務体質の改善が着実に続いている。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	13/3 期	14/3 期	15/3 期	16/3 期	増減額
流動資産	12,463	14,668	19,369	17,875	-1,494
(現金及び預金)	1,741	1,527	3,302	3,235	-66
固定資産	8,110	9,803	10,253	9,462	-791
総資産	20,573	24,471	29,623	27,337	-2,286
流動負債	11,897	11,372	12,312	10,451	-1,861
固定負債	2,950	3,736	3,105	2,886	-219
(有利子負債)	8,953	7,743	7,155	5,429	-1,726
負債合計	14,847	15,108	15,418	13,338	-2,080
純資産合計	5,726	9,362	14,205	13,999	-205
(安全性)					
自己資本比率	27.8%	38.2%	47.9%	51.2%	
有利子負債依存度	43.5%	31.6%	24.2%	19.9%	
(収益性)					
ROA	4.2%	4.6%	6.0%	5.9%	
ROE	4.3%	9.6%	10.1%	8.9%	
売上高営業利益率	2.8%	3.9%	5.0%	5.4%	

## ■ 今後の見通し

### 食品・飲料関連、医療機器関連の拡販を進め高付加価値品目を拡大

#### (1) 2017 年 3 月期見通し

2017 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 0.7% 増の 37,000 百万円、営業利益が同 0.7% 増の 2,000 百万円、経常利益が同 16.1% 増の 1,935 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 12.1% 増の 1,400 百万円と増収増益を見込んでいる。今期は新たにスタートする新・中期経営計画「パリュークリエーション 2020」の初年度として、高収益体質の実現に向けた生産体制再編等の先行投資が嵩むものの、増収増益基調は維持していく考えだ。

#### 2017 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	16/3 期		17/3 期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	36,755	-	37,000	-	+0.7%
営業利益	1,986	5.4%	2,000	5.4%	+0.7%
経常利益	1,666	4.5%	1,935	5.2%	+16.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,249	3.4%	1,400	3.8%	+12.1%

売上高では販売 5 極体制の確立に向けたグローバル拡販に取り組み、引き続き新市場・新分野の開拓に注力していく。日本においては主力の自動車、電子部品、精密機器向けに加えて、食品・飲料関連、医療機器関連の拡販を進めていく。また、高付加価値品の品目も拡大していく計画で、売上高は前期比 2.5% 増の 160 億円を見込む。中国においては前期に続き自動車関連や高付加価値品の販売強化を進めていくが円高の影響により、前期比 2.5% 減の 173 億円となる見通し。為替の前提レートは 17.2 円 / RMB (前期比 2 円 / RMB の円高) としており、15 億円の減収要因になると見ている。ただ、現地通貨ベースでは 6% の増収となる見通し。その他地域向けは、東南アジア、インドでの事業拡大及び欧米での販路拡大を進めていく予定で、前期比 8.7% 増の 36 億円を見込んでいる。

営業利益については、高付加価値品の拡販による収益性向上が見込める一方で、今期はベトナムで 10 月から新工場が稼働する予定で、その立ち上げ費用として 1 億円程度の費用増を見込んでいることから、前期比では微増益にとどまる計画となっている。一方、経常利益は前期に計上した為替差損が減少することが見込まれることから 2 ケタ増益となる見通しだ。今期の設備投資は前期比 13 億円増加の 26 億円を計画している。このうち、ベトナムの新工場で 6 億円、研究開発部門の投資で 4 億円を計画している。

なお、ベトナム工場に関してはグローバル生産体制の拡充と最適化、及び将来的には同国内での需要取り込みも目的とした生産拠点となり、生産規模としては数年後に 10 億円規模を目指している。当面は中国で生産している標準製品の前工程を移管していくことになる。人件費だけで見れば中国の 3 割強から半分程度と安く、固定費負担が軽減されるほか、生産ラインも最新の自動化ラインを導入するため、前工程だけで見れば製造コストを大幅に引き下げることが可能となる。中国では空いたラインで新製品や高付加価値品の生産を行っていくことになる。



4 月～5 月の受注状況について見ると、自動車向けは中国で中小型車や電気自動車（タクシー、バス等）の生産が活発化し、金型用部品も動き始めているほか、国内に関しても堅調を持続しているようだ。電子部品向けに関しては、スマートフォンの生産調整の影響があるものの、車載用がモーターや電池向けを中心に好調を持続している。また、スマートフォンについても秋に予定されている大手メーカーの新機種販売に合わせて、引き合いが出始めており、当面の底は打ったものと考えられる。家電向けに関しては中国市場でのエアコンの在庫調整が長引いているものの、全体的には堅調に推移しているようだ。また、飲料関連については国内、中国ともに伸びている。全体で見れば、順調な滑り出しを見せていると言えよう。

## ■新・中期経営計画「バリュークリエーション 2020」

### 航空宇宙産業関連への研究開発投資や設備投資、認証取得にも取り組む

同社は 2016 年 3 月に新・中期経営計画「バリュークリエーション 2020」を発表した。前中期経営計画（2013～2015 年度）で取り組んできた「グローバル化」「新市場の開拓」「高収益事業モデルへの転換」をさらに深化させ、グローバル企業として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していく。

#### (1) 基本戦略

中期計画の基本戦略として、「販売 5 極体制」「お客様サービスの向上」「高収益事業の推進、R&D 強化」「働き方改革」の 4 つのテーマに取り組んでいく方針だ。

バリュークリエーション 2020 基本戦略と施策

	日本	中国	東南アジア インド	欧州	米州
販売 5 極体制					販売体制確立
お客様サービスの向上	リバーエンジニアリング				
高収益事業の推進					カタログ品 & 特注品の生産体制再編 ・ベトナム工場操業開始 ・日本、中国での特注品生産の拡充 ・金型用部品の全世界供給
R&D 強化					食品関連の強化 航空宇宙産業関連へ進出  医療関連の拡販
働き方改革					社員重視の経営・組織力の強化 グローバル人材の育成

出所：会社 HP



## パンチ工業

6165 東証 1 部

<https://www.punch.co.jp/ir/index.html>

2016 年 7 月 13 日（水）

※ 機械を分解したり、製品の動作を観察したり、ソフトウェアの動作を解析するなどして、製品の構造を分析し、そこから製造方法や動作原理、設計図などの仕様やソースコードなどを調査すること。ものづくりにおいては、3DCAD や接触式、非接触式 3 次元形状データ測定器の発達により、リバースエンジニアリングが急速に普及している。

### ○販売 5 極体制

同社の売上高は日本と中国で約 90% を占めており、アジアや欧米に関しては約 1 割と少ないのが現状で、とりわけ、欧米市場では現地の代理店経由での販売にとどまっている。グローバル企業として成長していくためには、欧米市場においても大手企業を顧客として獲得し、売上規模の拡大を図ることが今後の経営課題と考えている。

ターゲットとなるのは現地でも金型需要が見込める自動車や電子部品、食品・飲料業界となる。既にこれら業種においては中国や日本においてグループ企業との取引実績があり、顧客との信頼関係も構築されてきている。こうした取引実績をベースにして、欧米市場での取引も徐々に広げていく戦略だ。中期経営計画の最終年度となる 2021 年 3 月期には、欧米向け売上高で前期実績の 2 倍以上となる 30 億円規模を目指していく。

### ○お客様サービスの向上

顧客サービスの向上として、2 つの取り組みを進めていく。第 1 に、グローバルソーシング（最適調達）による顧客満足度の向上だ。欧米、アジアからの受注に対して、最適な生産拠点（日本、中国、東南アジア）から供給できる体制を整えていく。

また、リバースエンジニアリング※による顧客の課題を解決していくサービスを新たに提供していく。背景には、金型や金型用部品メーカーの再編によって金型用部品の図面が消失してしまい、その金型を使って量産してきた製品が製造できなくなるといったケースが増えてきていることにある。こうした顧客の課題を解決するため、同社では現物から図面や 3D データを制作し、同じ形状の金型用部品を複製するサービスを行っていく。同社ではこうしたサービスが新規顧客開拓のフック役になると見ており、中期計画期間内に同サービスを立ち上げていく考えだ。

### ○高収益事業の推進と R&D の強化

ベトナム工場を起点としたグループ生産体制の最適化を図り、高収益化を実現していく。最初の 3 年間は先行投資期間と位置付け、ベトナム工場の立上げや国内の生産拠点の原価改善、中国生産拠点内での生産移管を進めていく。残り 2 年間でベトナム工場の生産能力強化（日本からも一部、後工程を移管）、国内生産拠点での生産移管と特注品の生産強化を推進していく計画となっている。

また、R&D の強化として食品・飲料、医療機器（注射器や点滴パックなどディスポーザブル型製品）、航空宇宙産業関連への研究開発投資や設備投資、関連する認証取得などに取り組んでいく。これら 3 つの業界については、景気変動の影響を受けにくい業界であると同時に、将来の成長も見込んでいる。既に、食品・飲料や医療関連では売上高も増え始めている。

航空機分野では世界標準の品質マネジメントシステムである AS9100 認証を、中国子会社で 2015 年 1 月に取得している。また、2016 年 3 月には、同中国子会社が国際航空宇宙産業における特殊工程である「熱処理工程」において Nadcap の認証を取得した。ただ、同領域は非常に高い安全性と信頼性が要求されるため参入障壁は高い。このため、今回の中期経営計画では顧客と商談ができるレベルまでの関係構築を目標としており、業績面で寄与するのは早くても 2021 年度以降となりそうだ。

### ○働き方改革

社員重視の経営による組織力の強化を進めていく。創業から 40 年を経て、改めて「ものづくり」や「売り方」「働き方」などに対する考え方を見直し、社員の意識改革を図っていくほか、「人事制度」についてもグローバル企業として成長していくのに適した人事制度の構築を目指す。



パンチ工業

6165 東証 1 部

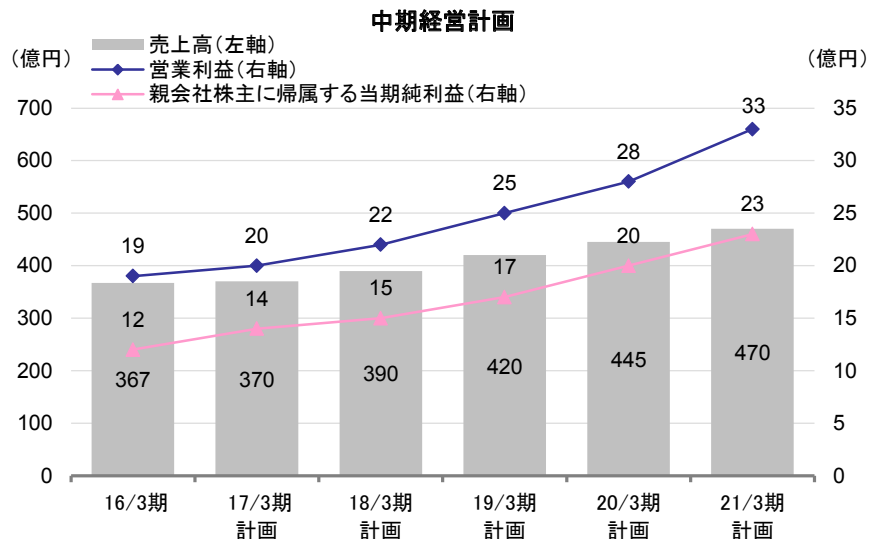
<https://www.punch.co.jp/ir/index.html>

2016 年 7 月 13 日 (水)

## (2) 経営目標値

具体的な経営目標値として、2 段階に分けて設定している。第 1 段階目は最初の 3 年間に当たり、ベトナム工場の立ち上げなど投資による助走期間となる。業績目標値としては 2019 年 3 月期に売上高 420 億円以上、営業利益 25 億円以上、当期純利益 17 億円以上とした。その後、2 年間はグループ新生産体制の本格始動による収益性向上を見込み、最終年度となる 2021 年 3 月期に売上高 470 億円以上、営業利益 33 億円以上、当期純利益 23 億円以上を目標として掲げた。今後 5 年間の総投資額は 140 億円を予定している。過去 4 年間の総投資額が 41 億円であったことからすると、年間では 3 倍弱の投資規模となる。ベトナム工場への投資のほか高付加価値品を強化するための R&D 設備への投資、また、国内や中国で老朽化した設備の更新投資などが含まれる。更新に当たっては、生産性が向上する自動化ラインなどに置き換えていく予定だ。設備投資資金はキャッシュフローの範囲内に収まる見込みだが、不足すれば借入金等で賅う可能性もある。

営業利益率では 2016 年 3 月期の 5.4% から 2019 年 3 月期は 6.0%、2021 年 3 月期は 7.0% を見込んでいる。最初の 3 年間は先行投資期間に当たるため収益性もほとんど変わらないが、後半の 2 年間では投資効果が顕在化し、収益性の向上が進むと見込んでいる。収益性向上の要因としては、グループ生産の最適化に伴う原価低減と高付加価値品の売上構成比上昇による。また、ROE は 2016 年 3 月期の 8.9% から 2021 年 3 月期は 11.0% となる見通しだ。



地域別の売上高では、すべての地域において拡大する計画となっているが、5 年間の年平均成長率で見れば、アジア他地域が 12.4% 成長と最も高い成長率を見込んでおり、次いで中国が 4.7%、日本が 3.6% となっている。2021 年 3 月期時点のアジア他地域の内訳を見ると、東南アジア・インドで 51%、欧州で 29%、米州他で 20% の構成となっている。また、業種別の年平均成長率で見れば、その他が年率 6.7% 成長、次いで家電・精密機器が 6.5%、電子部品・半導体が 5.0%、自動車 が 3.8% となる。

世界の金型用部品の市場規模は約 5,000 億円であり、今後も年率数%の緩やかな成長が続く見通し。現状の同社の市場シェアは 7% 程度となる。精密金型用部品に絞ったシェアで見ればもう少し高いが、それでも同社が開拓できる領域はまだ多く残されており、成長ポテンシャルは大きいと言える。特注品と標準製品の両方の顧客ニーズに対応できる開発力やサポート力を強みに、新規顧客企業の開拓や既存顧客での取引シェア拡大を進めていくことで、更なる業績成長が期待される。

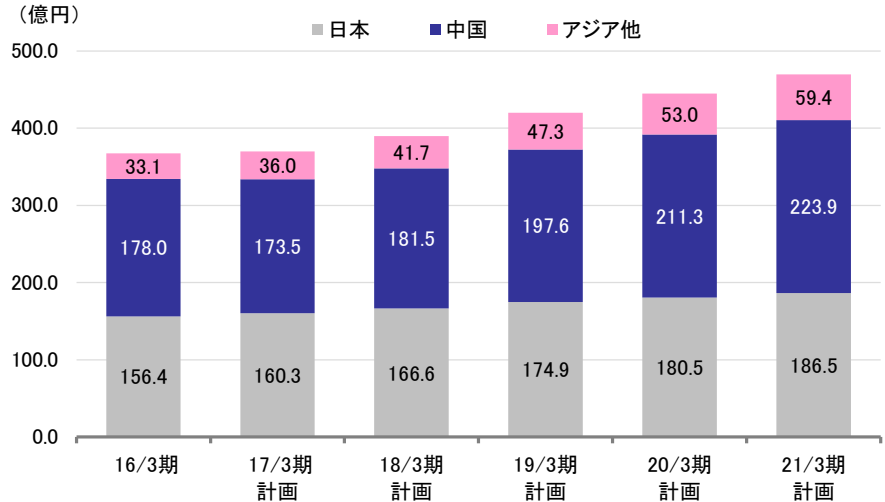
## パンチ工業

6165 東証 1 部

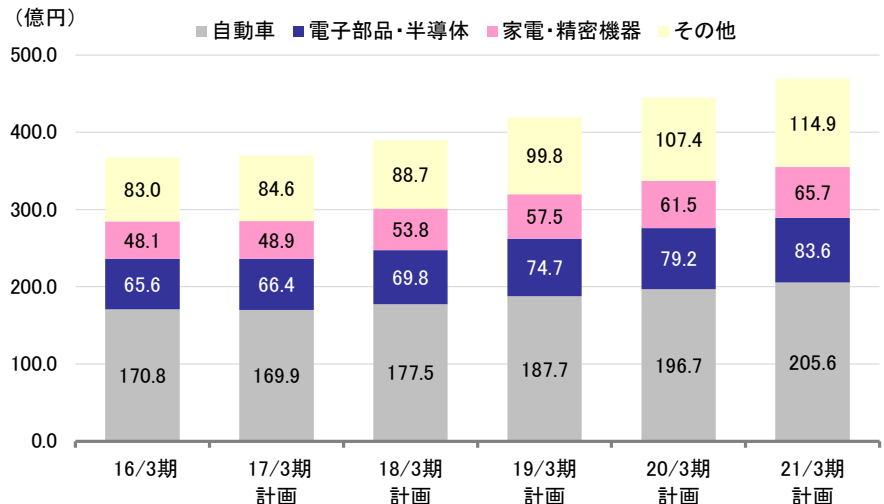
<https://www.punch.co.jp/ir/index.html>

2016 年 7 月 13 日 (水)

### 地域別売上高



### 業種別売上高

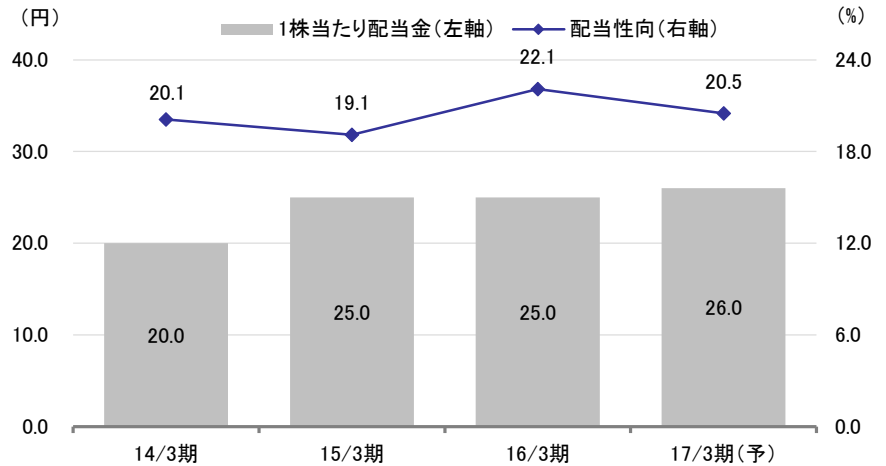


## ■ 株主還元策

### 配当性向は中期経営計画期間中に段階的に引き上げていく方針

同社は株主還元策についても今回、新たな指針を示している。従来は、安定かつ継続的な配当を基本に、業績連動による連結配当性向 20% 以上を目標としてきたが、今回は 30% を目標とし、中期経営計画期間中に段階的に引き上げていく方針を示した。2017 年 3 月期は 1 株当たりで前期比 1.0 円増配の 26.0 円（配当性向 20.5%）を予定している。同社の業績が中期経営計画の目標通りに推移すれば、1 株当たり配当金は増益基調に配当性向の引き上げが相俟って、2017 年 3 月期予定の 26.0 円から、相当額の増配が見込まれる。

1株当たり配当金と配当性向



#### ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ