

パンチ工業 (6165)

連結通期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
FY03/2016		36,755	1,986	1,666	1,249	112.9	25.0	1,265
FY03/2017		36,648	1,990	1,874	1,375	125.0	26.0	1,293
FY03/2018会予		38,000	2,200	2,100	1,400	127.7	27.0	-
FY03/2017	前年比	(0.3%)	0.2%	12.5%	10.1%	-	-	-
FY03/2018会予	前年比	3.7%	10.5%	12.0%	1.8%	-	-	-
連結半期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
1Q-2Q FY03/2017		17,846	841	791	549	-	-	-
3Q-4Q FY03/2017		18,802	1,149	1,082	826	-	-	-
1Q-2Q FY03/2018会予		19,530	1,310	1,300	830	-	-	-
3Q-4Q FY03/2018会予		18,470	890	800	570	-	-	-
1Q-2Q FY03/2018会予	前年比	9.4%	55.7%	64.1%	51.0%	-	-	-
3Q-4Q FY03/2018会予	前年比	(1.8%)	(22.6%)	(26.1%)	(31.0%)	-	-	-
連結四半期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する四半期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
1Q FY03/2018		9,733	701	711	422	-	-	-
1Q FY03/2018	前年比	12.4%	111.7%	115.4%	103.5%	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

1.0 エグゼクティブサマリー (2017年9月20日)

高付加価値の戦略製品

金型用部品の製造及び販売を内外で展開するパンチ工業の短期的な業績動向が大幅に上向いている。高付加価値の戦略製品への注力が奏功していることなどから、中期経営計画の前提を上回る勢いで収益性の向上が進捗している。これに大きく寄与しているのは、中国における「自動車」の売上高が大幅に拡大していることである。2018年3月期第1四半期の実績においては、前年同期に対して現地通貨ベースで30%増である。同社によれば、現地で製造及び販売される最終製品の質の向上などに伴い、同社の高精度の金型用部品（高付加価値の戦略製品）に対する需要が拡大を続けているとのことである。中国でもガソリン車から電気自動車（EV）へと自動車産業の軸足が移りつつあることも影響を及ぼしている模様である。同社は、標準品のカタログ販売及び特注品の販売の両方に深く関与しているが、特に、自社で製造した特注品の販売に注力している。同社の技術力などが十二分に活かされると同時に、これが差別化要因を生み出しているからである。また、なかでも文字通り戦略的に注力しているのが、高付加価値の戦略製品である。中長期的にも高付加価値の戦略製品に対する需要が拡大を続ける見通しであることから、同社は、中国での前工程（半製品の大量製造）を新設したベトナム工場へと移管している一方、これをもって中国で空いたスペースを利用して高付加価値の戦略製品の製造能力を現地で持続的に引き上げている。

2018年3月期第1四半期は、売上高9,733百万円(前年同期比12.4%増)、営業利益701百万円(111.7%増)、営業利益率7.2%(3.4%ポイント上昇)での着地となった。日本で売上高4,230百万円(10.1%増)、中国で売上高4,620百万円(14.4%増)、東南アジアその他で売上高870百万円(13.7%増)と、各地域で増収が達成されており、これを受けて損益が大幅に向上した。営業利益は前年同期との比較で370百万円純増しているのだが、売上高の増加で純増289百万円、原価率の改善で純増156百万円、販売管理費の増加で純減75百万円とのことである。また、原価率の改善には、内外の製造拠点における稼働率の向上及び売上総利益率が高い高付加価値の戦略製品の増収に伴うセールスマックスの向上が寄与している模様である。日本においては、「自動車」の売上高が伸長したことに加えて、「電子部品・半導体」の売上高も好調に推移した。更に、「その他」において食品・飲料関連(ペットボトルなど)の売上高が増加した。一方、円が人民元に対して7%増価(人民元:17.84円16.51円)したことから、中国における邦貨での増収率に対するマイナス要因が発生している。ただし、それでも中国での増収率は日本での増収率を上回っている。現地通貨ベースの増収率は概算で23%である。先述の通り、「自動車」に限っては、ここでの増収率が30%にまで及んでいる一方、「電子部品・半導体」も好調に推移している。新たに取組んでいる高付加価値の戦略製品の売上高が増加しているとのことである。

2018年3月期に対する当初の会社予想は据え置かれている。売上高38,000百万円(前年比3.7%増)、営業利益2,200百万円(10.5%増)、営業利益率5.8%(0.4%ポイント上昇)の見通しである。ただし、第1四半期の実績発表(2017年8月9日)と同時に、第2四半期累計期間に対する会社予想は増額修正されている。増額修正幅は、売上高で410百万円(2.1%)、営業利益で180百万円(15.9%)である。下半期に向けては、日本における先行きの不透明感があることに加えて人民元などによる為替影響が予測困難なことなどから、現状に至る経緯においては、通期会社予想が据え置かれている。また、会社予想の前提においては、人民元=16.00円(前年の人民元=16.56円との比較で円が3%増価)である。人民元の円に対する為替レートの変動は、邦貨ベースでの売上高に直接的に影響を及ぼすとされているものの、同社においては人民元建ての費用に対するエクスポージャーがあるため、損益面での影響は限定的とのことである。そして、以上に鑑みた場合、少なくとも損益面に関しては、通期の業績動向が上振れる方向性にあると考えられよう。

I R 窓口：経営戦略室 広報課長 松田 隼人 (03 5753 3130 info-corp@punch.co.jp)

2.0 会社概要

金型用部品の製造及び販売を内外で展開

商号	パンチ工業株式会社 Web サイト I R 情報 株価情報	
設立年月日	1975 年 3 月 29 日	
上場年月日	2012 年 12 月 20 日：東京証券取引所第 1 部（証券コード：6165）	
資本金	2,897 百万円（2017 年 6 月末）	
発行済株式数	11,061,200 株、自己株式内数 100,049 株（2017 年 6 月末）	
特色	<ul style="list-style-type: none">● 顧客数 15,000 社（日本で 6,000 社、中国で 8,000 社、東南アジアその他で 1,000 社）● 中国でダントツの市場シェア、高付加価値の戦略製品への注力が奏功● 日本では、カタログ販売のみを展開するミスミグループ本社に次いで市場シェア 2 位	
事業内容	. 金型用部品事業	
代表者	代表取締役 社長執行役員 CEO 武田 雅亮	
主要株主	エム・ティ興産 9.9%、森久保 有司 7.5%（2017 年 3 月末）	
本社	東京都品川区	
従業員数	連結 3,959 名、単体 945 名（2017 年 3 月末）	

出所：会社データ

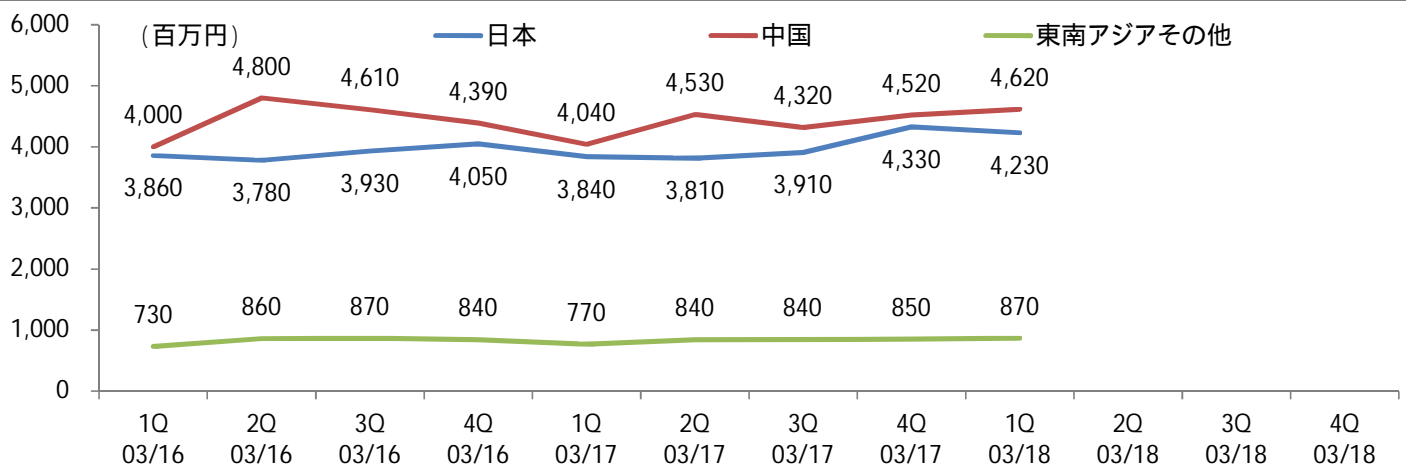
3.0 業績推移

2018年3月期第1四半期

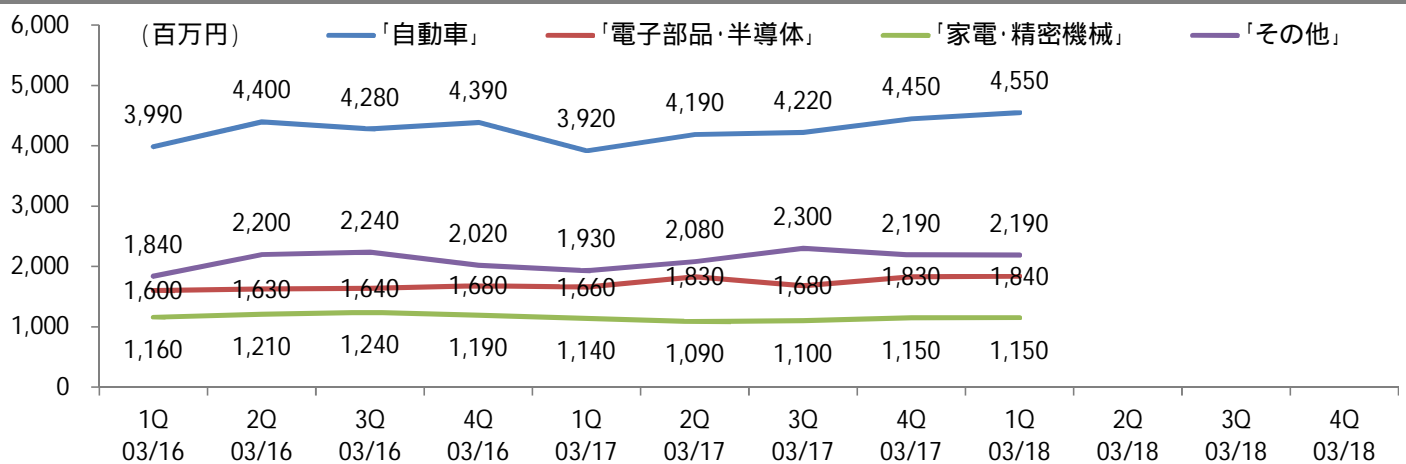
2018年3月期第1四半期は、売上高9,733百万円(前年同期比12.4%増)、営業利益701百万円(111.7%増)、経常利益711百万円(115.4%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益422百万円(103.5%増)での着地となった。また、営業利益率7.2%(3.4%ポイント上昇)である。

当初の会社予想の前提との比較では上振れた業績推移となった模様である一方、四半期別の売上高及び営業利益が上場来最高を更新したとのことである。また、第1四半期の実績発表(2017年8月9日)と同時に第2四半期累計期間に対する会社予想が引き上げられている。当初の想定との比較で内外での売上高が上振れた推移を示しており、損益も同様に推移している模様である。

地域別売上高の推移



業種別売上高の推移



出所：会社データ

地域別では、日本で売上高4,230百万円(10.1%増)、中国で売上高4,620百万円(14.4%増)、東南アジアその他で売上高870百万円(13.7%増)である。一方、業種別では、「自動車」で売上高4,550百万円(16.1%増)、「電子部品・半導体」で売上高1,840百万円(10.8%増)、「家電・精密機械」で売上高1,150百万円(0.9%増)、「その他」で売上高2,190百万円(13.5%増)である。

日本では、2017年3月期第4四半期より回復基調に転じていた「自動車」が引き続き好調に推移していることに加えて、「その他」においては、同社が高付加価値の戦略製品として注力している食品・飲料関連（ペットボトルなど）も好調に推移しており、想定超の売上高が計上されているとのことである。更には、半導体が好調に推移したことから「電子部品・半導体」の売上高が堅調に推移した。前年同期においては、2016年4月14日に発生した熊本地震の影響によって主要な顧客への販売が一時的に調整しており、これに起因する反動も発生している。ただし、この反動による影響を除いても好調な推移とのことである。一方、「家電・精密機械」に限っては、引き続き軟調な推移を余儀なくされている。

また、中国における現地通貨ベースでの増収率は前年同期比で23%である。「自動車」に限っては、ここでの増収率が30%にまで及んでいる一方、「電子部品・半導体」も好調に推移しており、日本と同様に新たに取組んでいる高付加価値の戦略製品の売上高が増加しているとのことである。また、円が人民元に対して7%増価（人民元：17.84円 16.51円）したことから、中国における邦貨での売上高はこの分だけ減少している。ただし、同社においては人民元建ての費用に対するエクスポージャーがあるため、損益面での影響は限定的とのことである。東南アジアその他に関しては、各国で好不調の波はあるものの、欧州、シンガポール、インドネシアが好調に推移したとのことである。

一方、営業利益は前年同期との比較で370百万円純増している。上述の売上高の増加で純増289百万円、原価率の改善で純増156百万円、販売管理費の増加で純減75百万円とのことである。原価率の改善には、内外の製造拠点における稼働率の向上及び売上総利益率が高い高付加価値の戦略製品の増収に伴うセールスマックスの向上が寄与している模様である。同社が明記するところによれば、「海外事業での業績好調による原価率良化」と「内製品の受注増及び工場の稼働アップ」が、原価率の改善における主因とのことである。

販売管理費の増加に関しては、「研究開発費の増加」、「パンチアカデミー発足に伴う人材育成投資」、「売上増に伴う運送費の増加」が、主因として挙げられている。なお、「パンチアカデミー」とは、製造部門の人材育成を主業務としつつも、管理部門や営業部門などの人員に対して、自社製品の製造現場の状況を知らしめ、製版一体企業としての優位性を今迄以上に引き上げていくための研修システムに言及したものである。「発足」に当たっては、研修所への製造設備の導入などに起因する一定の初期費用が発生したとのことである。

損益計算書（四半期累計、四半期）

損益計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2017	2Q累計 03/2017	3Q累計 03/2017	4Q累計 03/2017	1Q 03/2018	2Q累計 03/2018	3Q累計 03/2018	4Q累計 03/2018		
売上高	8,658	17,846	26,926	36,648	9,733	-	-	-	-	+1,075
売上原価	6,330	12,923	19,477	26,457	6,960	-	-	-	-	+630
売上総利益	2,327	4,922	7,449	10,191	2,773	-	-	-	-	+445
販売費及び一般管理費	1,996	4,081	6,044	8,201	2,072	-	-	-	-	+75
営業利益	331	841	1,405	1,990	701	-	-	-	-	+370
営業外損益	0	(49)	(64)	(116)	10	-	-	-	-	+11
経常利益	330	791	1,340	1,874	711	-	-	-	-	+381
特別損益	(4)	(5)	(14)	(44)	(60)	-	-	-	-	(56)
税金等調整前純利益	325	786	1,325	1,830	650	-	-	-	-	+325
法人税等合計	119	238	418	459	226	-	-	-	-	+107
非支配株主に帰属する純利益	(1)	(1)	(2)	(5)	1	-	-	-	-	+2
親会社株主に帰属する当期純利益	207	549	909	1,375	422	-	-	-	-	+214
売上高伸び率	+0.8%	(1.0%)	(1.9%)	(0.3%)	+12.4%	-	-	-	-	-
営業利益伸び率	(30.7%)	(12.5%)	(9.4%)	+0.2%	+111.7%	-	-	-	-	-
経常利益伸び率	(24.7%)	(15.0%)	+2.8%	+12.5%	+115.4%	-	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	(38.1%)	(24.1%)	(0.6%)	+10.1%	+103.5%	-	-	-	-	-
売上総利益率	26.9%	27.6%	27.7%	27.8%	28.5%	-	-	-	-	+1.6%
販売管理費売上高比率	23.1%	22.9%	22.4%	22.4%	21.3%	-	-	-	-	(1.8%)
営業利益率	3.8%	4.7%	5.2%	5.4%	7.2%	-	-	-	-	+3.4%
経常利益率	3.8%	4.4%	5.0%	5.1%	7.3%	-	-	-	-	+3.5%
親会社株主に帰属する当期純利益率	2.4%	3.1%	3.4%	3.8%	4.3%	-	-	-	-	+1.9%
法人税等合計 / 税金等調整前純利益	36.6%	30.3%	31.6%	25.1%	34.8%	-	-	-	-	(1.8%)

損益計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2017	2Q 03/2017	3Q 03/2017	4Q 03/2017	1Q 03/2018	2Q 03/2018	3Q 03/2018	4Q 03/2018		
売上高	8,658	9,188	9,080	9,722	9,733	-	-	-	-	+1,075
売上原価	6,330	6,593	6,553	6,979	6,960	-	-	-	-	+630
売上総利益	2,327	2,594	2,526	2,742	2,773	-	-	-	-	+445
販売費及び一般管理費	1,996	2,085	1,962	2,156	2,072	-	-	-	-	+75
営業利益	331	509	564	585	701	-	-	-	-	+369
営業外損益	0	(48)	(15)	(51)	10	-	-	-	-	+11
経常利益	330	461	548	533	711	-	-	-	-	+381
特別損益	(4)	0	(9)	(29)	(60)	-	-	-	-	(56)
税金等調整前純利益	325	461	539	504	650	-	-	-	-	+325
法人税等合計	119	119	180	41	226	-	-	-	-	+107
非支配株主に帰属する純利益	(1)	-	-	(3)	1	-	-	-	-	+2
親会社株主に帰属する当期純利益	207	341	359	466	422	-	-	-	-	+214
売上高伸び率	+0.8%	(2.6%)	(3.7%)	+4.6%	+12.4%	-	-	-	-	-
営業利益伸び率	(30.7%)	+5.6%	(4.3%)	+34.2%	+111.7%	-	-	-	-	-
経常利益伸び率	(24.7%)	(6.4%)	+47.2%	+47.3%	+115.4%	-	-	-	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	(38.1%)	(12.0%)	+88.2%	+39.6%	+103.5%	-	-	-	-	-
売上総利益率	26.9%	28.2%	27.8%	28.2%	28.5%	-	-	-	-	+1.6%
販売管理費売上高比率	23.1%	22.7%	21.6%	22.2%	21.3%	-	-	-	-	(1.8%)
営業利益率	3.8%	5.5%	6.2%	6.0%	7.2%	-	-	-	-	+3.4%
経常利益率	3.8%	5.0%	6.0%	5.5%	7.3%	-	-	-	-	+3.5%
親会社株主に帰属する当期純利益率	2.4%	3.7%	4.0%	4.8%	4.3%	-	-	-	-	+1.9%
法人税等合計 / 税金等調整前純利益	36.6%	25.9%	33.4%	8.1%	34.8%	-	-	-	-	(1.8%)

出所：会社データ、弊社計算

貸借対照表（四半期）

貸借対照表 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2017	2Q 03/2017	3Q 03/2017	4Q 03/2017	1Q 03/2018	2Q 03/2018	3Q 03/2018	4Q 03/2018		
現金及び預金	3,003	3,797	2,910	3,280	2,934	-	-	-	-	(69)
受取手形及び売掛金	10,672	10,025	10,250	11,468	11,350	-	-	-	-	+678
たな卸資産	3,640	3,469	3,526	3,787	3,835	-	-	-	-	+194
その他	410	585	844	613	531	-	-	-	-	+121
流動資産	17,727	17,878	17,532	19,150	18,652	-	-	-	-	+925
有形固定資産	8,073	8,165	8,210	8,669	8,543	-	-	-	-	+469
無形固定資産	1,380	1,240	1,171	1,242	1,202	-	-	-	-	(177)
投資その他の資産合計	402	311	342	389	392	-	-	-	-	(10)
固定資産	9,856	9,717	9,723	10,301	10,138	-	-	-	-	+281
資産合計	27,584	27,596	27,256	29,451	28,790	-	-	-	-	+1,206
支払手形及び買掛金他	4,305	4,874	4,667	4,287	4,531	-	-	-	-	+226
短期借入金	3,913	3,519	4,004	4,346	4,236	-	-	-	-	+322
その他	3,056	2,722	2,375	3,090	2,538	-	-	-	-	(518)
流動負債	11,275	11,116	11,047	11,724	11,305	-	-	-	-	+30
長期借入金	1,643	2,805	2,616	2,460	2,273	-	-	-	-	+629
その他	1,145	1,088	1,071	1,089	1,099	-	-	-	-	(45)
固定負債	2,788	3,894	3,688	3,550	3,372	-	-	-	-	+583
負債合計	14,064	15,010	14,736	15,275	14,678	-	-	-	-	+614
株主資本	12,655	12,951	13,131	13,598	13,878	-	-	-	-	+1,222
その他合計	864	(365)	(611)	578	233	-	-	-	-	(630)
純資産	13,519	12,585	12,520	14,176	14,112	-	-	-	-	+592
負債純資産合計	27,584	27,596	27,256	29,451	28,790	-	-	-	-	+1,206
自己資本	13,509	12,575	12,509	14,167	14,099	-	-	-	-	+590
有利子負債	5,557	6,325	6,620	6,807	6,509	-	-	-	-	+951
ネットデット	2,553	2,527	3,710	3,526	3,574	-	-	-	-	+1,021
自己資本比率	49.0%	45.6%	45.9%	48.1%	49.0%	-	-	-	-	(0.0%)
ネットデットエクイティ比率	18.9%	20.1%	29.7%	24.9%	25.4%	-	-	-	-	+6.5%
ROE(12ヵ月)	8.1%	7.9%	9.3%	9.8%	11.5%	-	-	-	-	+3.4%
ROA(12ヵ月)	5.6%	5.4%	6.3%	6.6%	8.0%	-	-	-	-	+2.4%
在庫回転日数	52	48	49	50	50	-	-	-	-	-
当座比率	121%	124%	119%	126%	126%	-	-	-	-	-
流動比率	157%	161%	159%	163%	165%	-	-	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

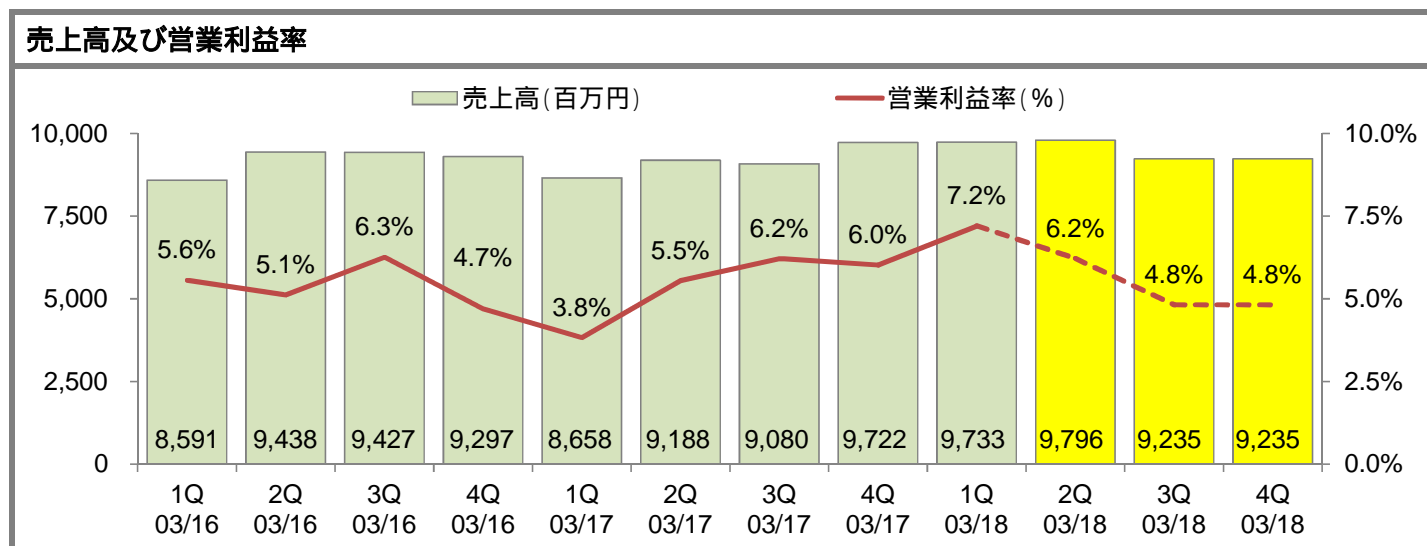
キャッシュフロー計算書（四半期累計）

キャッシュフロー計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	前年比 純増減
	1Q 03/2017	2Q累計 03/2017	3Q累計 03/2017	4Q累計 03/2017	1Q 03/2018	2Q累計 03/2018	3Q累計 03/2018	4Q累計 03/2018		
営業活動によるキャッシュフロー	-	858	-	1,785	-	-	-	-	-	-
投資活動によるキャッシュフロー	-	(995)	-	(2,770)	-	-	-	-	-	-
営業活動CF + 投資活動CF	-	(137)	-	(985)	-	-	-	-	-	-
財務活動によるキャッシュフロー	-	1,125	-	1,199	-	-	-	-	-	-

出所：会社データ、弊社計算

2018年3月期会社予想

2018年3月期に対する当初の会社予想は据え置かれている。売上高 38,000 百万円（前年比 3.7%増）、営業利益 2,200 百万円（10.5%増）、経常利益 2,100 百万円（12.0%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,400 百万円（1.8%増）の見通しである。また、営業利益率 5.8%（0.4%ポイント上昇）である。一方、為替レートに関しての前提は、人民元 = 16.00 円である。



出所：会社データ、弊社計算（2018年3月期3Q及び4Q：下半期会社予想を均等に按分）

通期会社予想は据え置かれているものの、第1四半期の業績動向は、当初の会社予想の前提に対して上振れた推移となった模様である。第1四半期の実績発表（2017年8月9日）と同時に、第2四半期累計期間に対する会社予想の増額修正が公表されている。増額幅は、売上高で 410 百万円（2.1%）、営業利益で 180 百万円（15.9%）、経常利益で 180 百万円（16.0%）、親会社株主に帰属する四半期純利益で 95 百万円（12.9%）である。

以上の結果、単純な計算においては、下半期に対する会社予想がこの分だけ下方修正されていることになるが、これは実態を反映したものではない。現在の同社は、下半期に対する見通しを精査する段階にあるとのことである。そもそも第2四半期に対する現在の前提からして保守的な側面がある模様である。

また、通期の会社予想が据え置かれたこともあり、年間配当金予定 27.0 円（配当性向 21.1%）も据え置かれている。2017年3月期の年間配当金 26.0 円（配当性向 20.8%）との比較では、1.0 円の増配であると同時に配当性向が漸増する。一方、株主還元に対して積極的な姿勢を示す同社は、配当性向 30%の達成を中期経営計画の最終年度に向けての目標として掲げている。中期経営計画の前提及び2018年3月期第1四半期末の発行済株式数に鑑みれば、2021年3月期に対して年間配当金 62.3 円以上が示唆される（2,300 百万円以上 × 30% ÷ 11.0 百万株）。2018年3月期に対して予定されている年間配当金 27.0 円（配当性向 21.1%）との比較では、年間配当金が 2.3 倍増以上になる。

2018年3月期に対する会社予想

連結通期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益
FY03/2018会予	2017年5月11日	4Q決算発表	38,000	2,200	2,100	1,400
FY03/2018会予	2017年8月9日	1Q決算発表	38,000	2,200	2,100	1,400
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
FY03/2018会予	2017年5月11日	4Q決算発表	38,000	2,200	2,100	1,400
FY03/2018会予	2017年8月9日	1Q決算発表	38,000	2,200	2,100	1,400
		増減額	0	0	0	0
		増減率	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
連結半期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益
1Q-2Q FY03/2018会予	2017年5月11日	4Q決算発表	19,120	1,130	1,120	735
1Q-2Q FY03/2018会予	2017年8月9日	1Q決算発表	19,530	1,310	1,300	830
		増減額	410	180	180	95
		増減率	2.1%	15.9%	16.0%	12.9%
1Q-2Q FY03/2018会予	2017年5月11日	4Q決算発表	19,120	1,130	1,120	735
1Q-2Q FY03/2018会予	2017年8月9日	1Q決算発表	19,530	1,310	1,300	830
		増減額	410	180	180	95
		増減率	2.1%	15.9%	16.1%	12.9%
連結半期 (百万円)	発表日	イベント	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属 する当期純利益
3Q-4Q FY03/2018会予	2017年5月11日	4Q決算発表	18,880	1,070	980	665
3Q-4Q FY03/2018会予	2017年8月9日	1Q決算発表	18,470	890	800	570
		増減額	(410)	(180)	(180)	(95)
		増減率	(2.2%)	(16.8%)	(18.4%)	(14.3%)
3Q-4Q FY03/2018会予	2017年5月11日	4Q決算発表	18,880	1,070	980	665
3Q-4Q FY03/2018会予	2017年8月9日	1Q決算発表	18,470	890	800	570
		増減額	(410)	(180)	(180)	(95)
		増減率	(2.2%)	(16.8%)	(18.4%)	(14.3%)

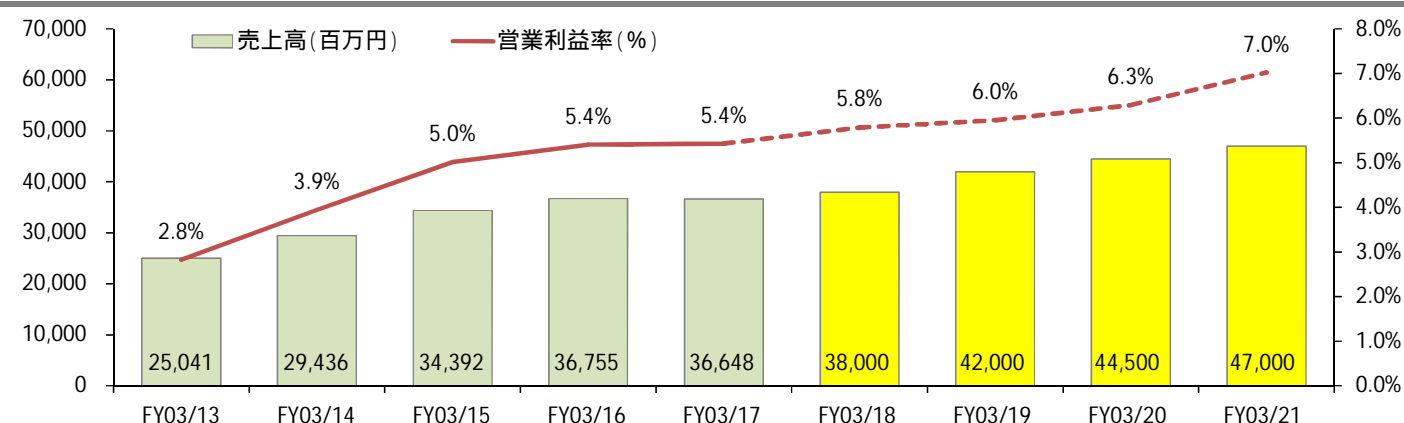
出所：会社データ、弊社計算

中長期業績見通し

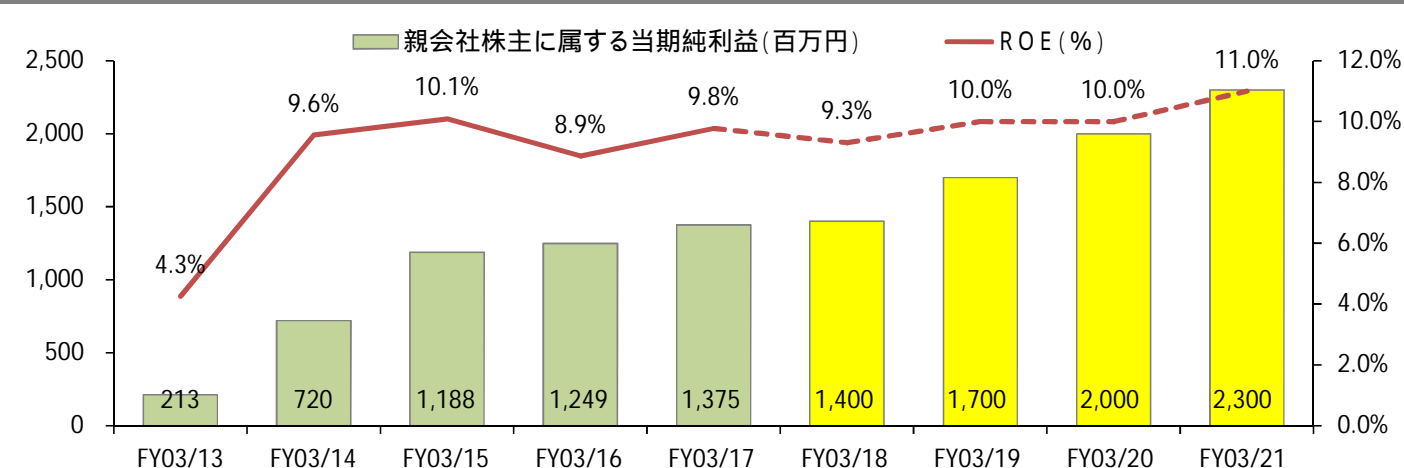
2016年3月11日、同社は、中期経営計画「バリュークリエーション2020」(2017年3月期～2021年3月期)を公表しており、最終年度である2021年3月期に対して、売上高47,000百万円以上、営業利益3,300百万円以上、親会社株主に帰属する当期純利益2,300百万円以上を達成することを業績目標として掲げている。また、為替レートに関する前提は、人民元=18.60円である。

2017年3月期の実績を起点とした場合、2021年3月期に向けて年間平均で増収率6.4%以上、営業利益の増収率13.5%以上が達成されることになる。更には、2021年3月期に対してROE11.0%を達成することも数値目標として掲げられている。ただし、2018年3月期第1四半期の実績においては、過去12ヵ月間のROEが11.5%にまで向上しており、収益性という観点においてはここでの数値目標が既に達成されている。

中期経営計画「バリュークリエーション2020」：売上高と営業利益率



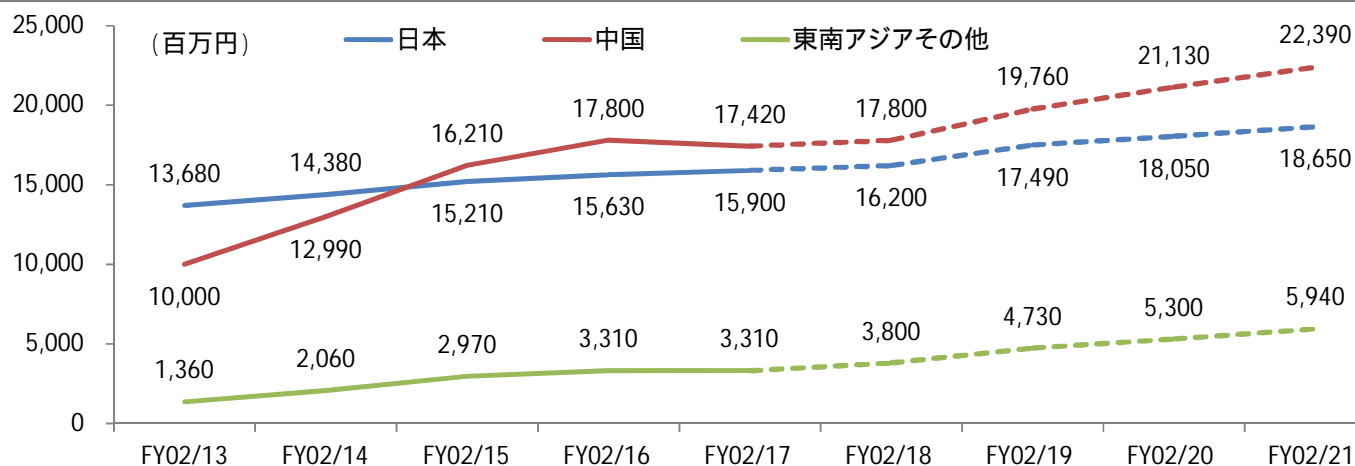
中期経営計画「バリュークリエーション2020」：親会社株主に帰属する当期純利益とROE



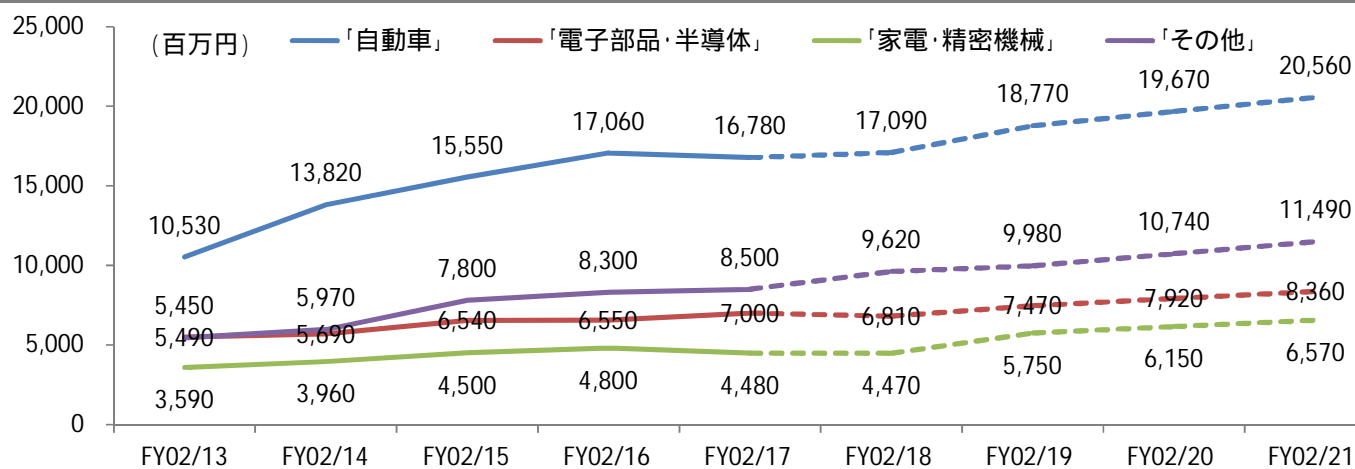
出所：会社データ、弊社計算（2018年3月期：直近の会社予想）

「バリュークリエーション2020」においては、4つの重点経営課題が挙げられている。販売5極体制（日本、中国、アジア、欧州、米州）の確立、お客様サービスの向上、高収益事業の推進及びR&D強化、働き方改革、以上である。特に、販売5極体制の確立が重要視されている模様である。要するに「アジアのパンチ」から「世界のパンチ」への一步を踏み出すとのことである。

中期経営計画「バリュークリエーション 2020」：地域別売上高



中期経営計画「バリュークリエーション 2020」：業種別売上高



出所：会社データ、弊社計算（2018年3月期：直近の会社予想）

現状に至る経緯における同社は、基本的に日本及び中国での事業展開に特化してきた側面が強いのだが、2012年頃より東南アジアへの進出が始まっている。また、欧州及び米州への本格的な進出に向けては、その橋頭保として設立された米国販売拠点（イリノイ州、シカゴ近郊）が、2017年4月に営業を開始している。

米国には、中国に次ぐ規模の金型市場があり、その概算での規模は1.3兆円～1.4兆円に及ぶとのことである。中国などと比較すると成熟市場としての色彩が濃く新規参入が容易ではないものの、同社は、競争力がある高付加価値の戦略製品の拡販を展開し、既存の「自動車」、「電子部品・半導体」に加えて、「その他」に含まれる医療関連（カテーテルや注射器などのプラスチック製品）や食品・飲料関連（ペットボトルなど）といった領域に注力していきたいとしている。従来は、現地の販売代理店を通しての販売のみに留まっていたことに鑑みれば、今般の現地における販売拠点の設立をもって、同社はここでの一步を踏み出したこととなろう。また、欧州においても現地の販売代理店との関係強化を進める一方、同様の展開を検討しているとのことである。

また、お客様サービスの向上に関しては、リバースエンジニアリングの提供が挙げられている。これは、名古屋を拠点として展開されている「図面がなくても金型用部品の現物から3Dデータ化」を行うサービスのことである。まだ緒についたばかりのサービスであるものの、想定外に製造業以外の事業者からの引き合いなどがある一方、製造業の顧客からの引き合いは相当に多業種に及んでいるとのことである。

高収益事業の推進及びR & D強化に関しては、2016年10月に稼働を開始したベトナム工場が大きなポイントである。「グループ生産体制の最適化」及びこれを通じた「特注品への生産シフト」を実施し、高収益事業に対するエクスポージャーを拡大していくとのことである。

原材料を投入して半製品（ブランク材）を大量製造する前工程は、中国の工場で集中的に行われてきた。一方、現状においては、この前工程をベトナム工場に移管していく過程にあるとのことである。これに伴い中国の空いたキャパシティを、現在の同社が積極的に取り組んでいる食品・飲料関連（ペットボトルなど）に代表される高付加価値の戦略製品の製造に充てていくというのが、グループ内の製造移管の第一段階である。また、キャパシティが空くことによって、従来以上に積極的な受注活動を展開することが可能になるとされている。

第二段階においては、現在、日本で行っている後工程をベトナム工場に移管することが計画されている。また、空いたキャパシティの活用方法や受注活動への影響は同様である。また、ベトナム工場は、i P a dでの図面管理やI o Tの活用を通して、「お客様に見せられる（お客様を魅せられる）ハイテク工場」をコンセプトにしているとのことである。また、ここでの第一段階及び第二段階における同社グループとしての生産性向上が、中期経営計画「バリュークリエーション2020」における業績目標を達成していくうえでの肝となる。

また、現在の中国においては需要が旺盛に推移しており、キャパシティが不足しているとのことである。これを受けた同社は、2018年3月を完成予定とした大連工場の増設に着手している。

一方、以上の ~ までの重点経営課題を実施していくためには、当然ながら同社の役員及び社員などが各々の職務を全うしていくことが不可欠であり、ここに働き方改革が必要となる所以がある。製造業に属する同社では、そもそもの製造自体のやり方を見直し、これを起点として売り方も見直す一方、管理体制における方法論も見直すとのことである。即ち、生産性（オペレーション）改革を開始しているとのことである。具体的には、2016年10月、同社は社内で総勢40名強の社員から構成される「働き方改革委員会」を発足させ、「パンチスピリット」に基づき、一人ひとりがチャレンジし、仕事を変え、会社を変えていく意気込みを見せているとのことである。

4.0 ビジネスモデル

金型用部品の製造及び販売を内外で展開

同社は、金型用部品の製造及び販売を内外で展開している。金型用部品とは、金型を形成する必要不可欠な精密部品のことである。また、金型とは、自動車や家電など各種の最終製品を構成する部品（構成部品）を均一かつ大量に製造するための金属でできた「型」のことである。最終製品が顕著に多種多様であることから、構成部品も金型も同様に多種多様であり、これが金型用部品に対するニーズにも当てはまる。

金型用部品

エジェクタピン（プラスチック金型用）



スプルーブシュ（プラスチック金型用）



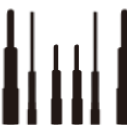
パンチ（プレス金型用）



ダイセットガイド（プレス金型用）



「金型」 「構成部品」 「製品」



たとえばこんな部品



パナソニック工業の仕事はココ！
**金型用
部品**



金型

構成部品を速く、均一に、大量につくるための金属でできた「型」

構成部品

製品を構成するために必要となるパーツ

製品

自動車や家電など私たちが身近で使うさまざまな製品

プラスチック金型とプレス金型

同社が製造及び販売する金型用部品は、プラスチック金型及びプレス金型に用いられている。弊社が概算で推測するところによれば、プラスチック金型向けで売上高構成比 40%、プレス金型向けで売上高構成比 60%である。また、プレス金型向けに対してプラスチック金型向けは売上総利益率が高いとされており、売上総利益構成比としては、両者の数値が逆転する。即ち、プラスチック金型向けで売上総利益構成比 60%、プレス金型向けで売上総利益構成比 40%である。

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種多様なプラスチックでできた構成部品の製造に用いられている。具体的には、射出成型機に実装され、加熱溶融したプラスチック樹脂を冷却し、設計内容に沿った構成部品として固化（成型）する働きを担っている。また、ここで同社が関与しているのは、成型品を金型から離し突き出すための部品（エジェクタピン）や射出成型機の射出ノズルから溶融したプラスチックを金型へ流し込むための部品（スプルーブシュ）である。

プレス金型は、自動車、家電、精密機器などの構成部品を大量製造する際に用いられる。具体的には、プレス機に装着され金属鋼板のプレス加工を担っている。また、ここで同社が関与しているのは、プレス加工で使用される金属鋼板を打ち抜く際や形状を転写する際に用いられるパンチや上下運動するプレス機の動きを保持するダイセットガイドである。

標準品のカタログ販売と特注品の製造及び販売

同社は、標準品のカタログ販売及び特注品の製造及び販売の両方に深く関与している。弊社が概算で推測するところによれば、標準品のカタログ販売で売上高構成比 40%、特注品の製造及び販売で売上高構成比 60%である。また、標準品のカタログ販売に対して特注品の製造及び販売は売上総利益率がかかなり高いとされている。標準品に関しては、同業他社の製品との差別化余地が限られているものの、顧客の個々のニーズに沿って設計及び製造されるカスタム製品を意味する特注品においては、差別化の余地が大きい。なかでも同社の技術力が十二分に活かせる高付加価値製品に関しては、戦略的な拡販が行われている。そして、これが高付加価値の戦略製品と呼ばれている。

また、同社は、プラスチック金型用部品及びプレス金型用部品の両方において高付加価値の戦略製品への注力を強化することを1つの重要な経営戦略として事業を進めている。プラスチック金型用部品では、医療関連（カテーテルや注射器などのプラスチック製品）及び食品・飲料関連（ペットボトルなど）、プレス金型用部品では、製缶などが、高付加価値の戦略製品の事例として挙げられている。

同社は、内製を通じた高付加価値の戦略製品を含む特注品の製造に深く関与している一方、標準品に関しては効率的なアウトソーシングの利用を展開していることに加えて、新設されたベトナム工場での製造が計画されている。弊社が概算で推測するところによれば、現状において内製売上高比率 50%（アウトソーシング売上高比率 50%）である。アウトソーシング先は基本的に小規模事業者であるが、それぞれに得意分野を持っている一方、同社は広範な分野におけるアウトソーシングのネットワークを有しており、これが効率的に活用されている。ただし、いずれも小規模事業者であることから質と量の両方に係るニーズを同時に満たせる業者は少ないとのことである。これを補うために 27 年前に立ち上げられたのが中国における自社の製造拠点である。現状に至る経緯においては、高付加価値の戦略製品を含む特注品の製造にも関与できるほどに技術力が向上している一方、リスク分散及びコストの観点に鑑みて、次なる自社の海外製造拠点として新設されたのがベトナム工場である。

金型市場

各国の金型工業会の最新データに基づき同社が推測するところによれば、2008年9月15日に発生した米国の投資銀行の破綻に伴うリーマン・ショックの直後に当たる2009年には、グローバルベースでの金型市場は大きな調整を余儀なくされたものの、その後においては中国を中心とした新興国での市場成長が著しく、市場は全体としても安定的な拡大を続けてきたとのことである。その規模は2008年において6.4兆円であったのに対して2009年には一旦4.8兆円にまで縮小したのだが、その後においては回復を続け、2016年に至っては8.0兆円にまで拡大したとのことである。2008年の6.4兆円を起点とした2016年に向けての8年間においては、年間平均成長率2.8%である。また、2017年に向けては8.4兆円（前年比5.0%増）を見込むとのことである。また、地域別では、日本及び中国、韓国、インド、東南アジアなどの新興国が市場の70%を占めるに至っている一方、残る30%を占めるのが欧米諸国とのことである。また、今後に向けた長期的な展望においても中国を中心とした新興国へのシフトが持続する一方、年間平均成長率3%前後が維持されるとのことである。

金型用部品市場

金型市場の規模や成長性などが上述の通りである一方、同社が直接対峙する金型用部品の市場規模は、金型市場の7%前後に相当すると同時にこの比率は将来に向けても大きく変化しないとされている。例えば、2016年から2017年に向けての概算値によれば、金型用部品の市場規模は560,000百万円（金型市場の7.0%）から580,000百万円（6.9%）へと3.6%の拡大を示すとされている。従って、金型市場も金型用部品市場も今後に向けて安定的な成長が続くとの認識が明らかにされていると考えられよう。

パンチ工業の市場シェア

同社は、過去5年間において年間平均で増収率9.0%を達成している。また、2016年の金型用部品市場の規模（560,000百万円）と同社の2017年3月期の売上高（36,649百万円）を単純に比較した場合、同社の市場シェアは6.5%となる。金型市場の過去の成長率に鑑みると同時に金型市場に対する金型用部品市場の比率に変化がなかったと想定した場合、同社は持続的に市場シェアを引き上げてきたことになる。更には、ローエンドからハイエンドまで多種多様な金型用部品が存在するなか、高精度のハイエンド製品に対するエクスポージャーが大きい同社においては、ハイエンドの市場に限っては市場シェアが（上述の6.5%との比較で）より大きいとされている。例えば、一眼レフ用レンズの製造に用いられる超精密金型の部品などに関しては、相当に市場シェアが高いとのことである。

また、今後に向けては、成長力の大きいアジア地域（中国を初めとする新興国など）での市場シェアを維持・拡大して、その成長を積極的に取り込んでいきたいとしている一方、相当に大きな市場の開拓余地が残されている欧州及び米州にも注力していくとのことである。例えば、新たに販売拠点を設けた米国においては、医療関連（カテーテルや注射器などのプラスチック製品）の売上高が立ち上がりつつある模様である。また、欧州においてはドイツが販売の中核を占めているとのことである。

日本市場

金型市場の概算規模は 1.0 兆円であり、今後に向けて微増傾向にあると同社は考えている。2016 年の「自動車」においては、前半において受注が調整したものの、後半においては回復が認められた。2016 年 4 月 14 日に発生した熊本地震を受けて、自動車メーカーが生産調整を余儀なくされ、同社の受注も調整を余儀なくされたのだが、現状に至る経緯においてはこれが一巡している。即ち、「自動車」の需要が比較的強含んでいるのだが、これが通年を通して好調だった「電子部品・半導体」を堅調に推移させる傾向にある。車載向けセンサーに係る需要が好調に推移しているとのことである。また、2017 年においてはこの状況が続くとされている。同社の動きとしては、回復基調に転じた「自動車」の受注強化を図る一方、食品・飲料関連（ペットボトルなど）に代表される新分野における積極的な取組を推進していくことが計画されている。

中国市場

金型市場の概算規模は 2.8 兆円にも及んでおり、今後に向けても更なる成長が期待されている。個人消費は堅調な増加を続けている。例えば、「自動車」に関しては、小型車減税縮小の影響はあるものの、政府の電気自動車普及に関する政策の実施などがあり、穏やかな市場成長が予測されている。また、そもそも自動車の世帯普及率がまだ低いことなどから、各自動車メーカーは中国での事業展開に注力しており、今後に向けて成長が持続するとも考えられている。同社の動きとしては、医療関連（カテーテルや注射器などのプラスチック製品）を含む高付加価値の戦略製品への取組を強化する一方、大連工場の拡張による高付加価値の戦略製品の製造能力拡大を通して、質と量の両面から事業を拡大していきたいとのことである。

東南アジア・インド市場

金型市場の概算規模は、東南アジアで 0.5 兆円、インドで 0.3 兆円である。東南アジアに関しては、各国の経済成長にバラツキが認められるものの、台湾、タイ、インドネシアにおいては景気が持ち直す動きが認められる。また、多国籍企業が東南アジアを製造及びサービスのハブ拠点としており、同社の顧客も多く進出しているため、同社としてはグループ内での情報共有を推進し、ここでの顧客へのサービスの更なる拡充を図っていくとのことである。一方、インドに関しては、足元で悪化していた自動車及び 2 輪車の販売や景況感が持ち直しに転じている。2016 年 11 月の高額紙幣廃止・新紙幣交換による新紙幣不足の解消が見込まれる 2017 年 4 月以降の新年度における景気は徐々に底堅さを増しているとされている。同社の動きとしては、ベトナム工場の製造体制強化に伴うグループ製造体制の最適化を推進し、欧米向け輸出事業の拡大に加えて、成長市場である東南アジア・インドにおけるポジションの確立を目指すとのことである。

欧米市場

金型市場の概算規模は、欧州で 1.6 兆円、米州で 1.4 兆円である。欧州では、企業部門の一部に改善の遅れが認められるものの、景気は緩やかに回復しているとされている。また、個人消費が増加していることから製造にも持ち直しがみられる状況にあるとされている。一方、米国の状況に鑑みれば、米州においては個人消費が拡大しており、設備投資が持ち直していることもあり、製造にも好影響が出てきている。同社の動きとしては、2017 年 4 月に営業を開始した米国販売拠点にて米国における高付加価値の戦略製品を主体とした営業活動を強化すると同時に、欧州においては最適な製造拠点への振り分けを行うグローバルソーシングを活用した更なる販路拡大を狙いたいとのことである。

5.0 財務諸表

損益計算書

損益計算書 (百万円)	連結実績 通期 03/2013	連結実績 通期 03/2014	連結実績 通期 03/2015	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結予想 通期 03/2018	前年比 純増減
売上高	25,041	29,436	34,392	36,755	36,648	38,000	+1,351
売上原価	18,908	21,776	25,030	26,577	26,457	-	-
売上総利益	6,132	7,660	9,361	10,178	10,191	-	-
販売費及び一般管理費	5,424	6,498	7,637	8,191	8,201	-	-
営業利益	707	1,161	1,724	1,986	1,990	2,200	+209
営業外損益	114	(114)	(107)	(320)	(116)	(100)	+16
経常利益	822	1,047	1,617	1,666	1,874	2,100	+225
特別損益	(26)	(50)	(4)	(10)	(44)	-	-
税金等調整前純利益	796	997	1,612	1,656	1,830	-	-
法人税等合計	583	277	428	411	459	-	-
非支配株主に帰属する純利益	0	0	(4)	(4)	(5)	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	213	720	1,188	1,249	1,375	1,400	+24
売上高伸び率	+5.2%	+17.6%	+16.8%	+6.9%	(0.3%)	+3.7%	-
営業利益伸び率	(25.2%)	+64.1%	+48.4%	+15.2%	+0.2%	+10.5%	-
経常利益伸び率	+2.1%	+27.3%	+54.4%	+3.1%	+12.5%	+12.0%	-
親会社株主に帰属する当期純利益伸び率	(45.9%)	+238.0%	+64.9%	+5.1%	+10.1%	+1.8%	-
売上総利益率	24.5%	26.0%	27.2%	27.7%	27.8%	-	-
販売管理費売上高比率	21.7%	22.1%	22.2%	22.3%	22.4%	-	-
営業利益率	2.8%	3.9%	5.0%	5.4%	5.4%	5.8%	+0.4%
経常利益率	3.3%	3.6%	4.7%	4.5%	5.1%	5.5%	+0.4%
親会社株主に帰属する当期純利益率	0.9%	2.4%	3.5%	3.4%	3.8%	3.7%	(0.1%)
法人税等合計 / 税金等調整前純利益	73.2%	27.8%	26.6%	24.8%	25.1%	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

地域別売上高

地域別売上高 (百万円)	連結実績 通期 03/2013	連結実績 通期 03/2014	連結実績 通期 03/2015	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結予想 通期 03/2018	前年比 純増減
日本	13,677	14,386	15,211	15,637	15,903	16,200	+296
中国	10,002	12,988	16,208	17,806	17,428	17,800	+371
その他	1,362	2,061	2,973	3,311	3,317	3,800	+482
売上高	25,041	29,436	34,392	36,755	36,648	38,000	+1,351
日本	+2.4%	+5.2%	+5.7%	+2.8%	+1.7%	+2.5%	-
中国	+8.4%	+29.9%	+24.8%	+9.9%	(2.1%)	+2.4%	-
その他	+11.6%	+51.3%	+44.2%	+11.4%	+0.2%	+16.5%	-
売上高(前年比)	+5.2%	+17.6%	+16.8%	+6.9%	(0.3%)	+3.7%	-
日本	54.6%	48.9%	44.2%	42.5%	43.4%	42.6%	(0.8%)
中国	39.9%	44.1%	47.1%	48.4%	47.6%	46.8%	(0.7%)
その他	5.4%	7.0%	8.6%	9.0%	9.0%	10.0%	+1.0%
売上高(構成比)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	+0.0%

出所: 会社データ、弊社計算

1株当たりデータ

1株当たりデータ (株式分割調整前) (円)	連結実績 通期 03/2013	連結実績 通期 03/2014	連結実績 通期 03/2015	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結予想 通期 03/2018	前年比 純増減
期末発行済株式数(千株)	7,150	8,961	11,061	11,061	11,061	-	-
純利益 / EPS(千株)	6,217	7,237	9,076	11,061	11,008	-	-
期末自己株式数(千株)	-	-	-	-	100	-	-
1株当たり純利益 (潜在株式調整後)	34.3	99.6	130.9	112.9	125.0	127.7	-
1株当たり純資産	800.9	1,043.8	1,283.8	1,264.6	1,292.5	-	-
1株当たり配当金	20.0	20.0	25.0	25.0	26.0	27.0	-
配当性向	58.3%	20.1%	19.1%	22.1%	20.8%	21.1%	-
1株当たりデータ (株式分割調整後) (円)	連結実績 通期 03/2013	連結実績 通期 03/2014	連結実績 通期 03/2015	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結予想 通期 03/2018	前年比 純増減
株式分割ファクター	1	1	1	1	1	1	-
1株当たり純利益	34.3	99.6	130.9	112.9	125.0	127.7	-
1株当たり純資産	800.9	1,043.8	1,283.8	1,264.6	1,292.5	-	-
1株当たり配当金	20.0	20.0	25.0	25.0	26.0	27.0	-

出所: 会社データ、弊社計算

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	連結実績 通期 03/2013	連結実績 通期 03/2014	連結実績 通期 03/2015	連結実績 通期 03/2016	連結実績 通期 03/2017	連結予想 通期 03/2018	前年比 純増減
現金及び預金	1,741	1,527	3,302	3,235	3,280	-	-
受取手形及び売掛金	7,270	9,433	11,613	10,614	11,468	-	-
たな卸資産	2,676	3,341	3,992	3,721	3,787	-	-
その他	775	365	461	303	613	-	-
流動資産	12,463	14,668	19,369	17,875	19,150	-	-
有形固定資産	6,654	7,611	8,168	7,696	8,669	-	-
無形固定資産	264	1,799	1,789	1,322	1,242	-	-
投資その他の資産合計	1,191	391	295	443	389	-	-
固定資産	8,110	9,803	10,253	9,462	10,301	-	-
資産合計	20,573	24,471	29,623	27,337	29,451	-	-
支払手形及び買掛金他	2,966	3,426	4,098	3,860	4,287	-	-
短期借入金	7,133	5,303	4,849	3,550	4,346	-	-
その他	1,796	2,642	3,364	3,040	3,090	-	-
流動負債	11,897	11,372	12,312	10,451	11,724	-	-
長期借入金	1,819	2,440	2,306	1,794	2,460	-	-
その他	1,130	1,295	799	1,092	1,089	-	-
固定負債	2,950	3,736	3,105	2,886	3,550	-	-
負債合計	14,847	15,108	15,418	13,338	15,275	-	-
株主資本	5,649	7,968	11,679	12,586	13,598	-	-
その他合計	76	1,394	2,525	1,413	578	-	-
純資産	5,726	9,362	14,205	13,999	14,176	-	-
負債純資産合計	20,573	24,471	29,623	27,337	29,451	-	-
自己資本	5,726	9,353	14,199	13,988	14,167	-	-
有利子負債	8,953	7,743	7,155	5,344	6,807	-	-
ネットデット	7,212	6,216	3,853	2,108	3,526	-	-
自己資本比率	27.8%	38.2%	47.9%	51.2%	48.1%	-	-
ネットデットエクイティ比率	126.0%	66.5%	27.1%	15.1%	24.9%	-	-
ROE(12ヵ月)	4.3%	9.6%	10.1%	8.9%	9.8%	-	-
ROA(12ヵ月)	4.2%	4.6%	6.0%	5.9%	6.6%	-	-
在庫回転日数	52	56	58	51	52	-	-
当座比率	76%	96%	121%	133%	126%	-	-
流動比率	105%	129%	157%	171%	163%	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 (百万円)	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結実績	連結予想	前年比 純増減
	通期 03/2013	通期 03/2014	通期 03/2015	通期 03/2016	通期 03/2017	通期 03/2018	
営業活動によるキャッシュフロー	1,690	1,194	1,805	3,187	1,785	-	-
投資活動によるキャッシュフロー	(1,773)	(1,252)	(1,180)	(1,159)	(2,770)	-	-
営業活動CF + 投資活動CF	(82)	(57)	624	2,028	(984)	-	-
財務活動によるキャッシュフロー	(41)	(370)	1,013	(1,901)	1,199	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

6.0 その他の情報

世界のモノづくりを下支え

同社の創業者である森久保有司氏（2015年6月24日付で名誉会長に就任）は、1975年3月に東京都品川区において神庭商会株式会社を設立し、プリント基板用穴あけピン製造を始め、その後、1977年8月に商号をパンチ工業株式会社に変更し現在の同社の事業を開始している。

1982年8月、同社は、世界で初めてハイスエジクタピンの量産化に成功し、プラスチック金型用部品に本格的な進出を開始している。これに先立っては、基本的に金型用部品の仕入販売を行っていたとのことである。そして、1990年10月には、中国大連で製造拠点が新設されている。当初は日本から輸入した原材料を半製品に加工して日本で改めて加工するための拠点に過ぎなかったのだが、現地における家電製品や自動車の製造の拡大を受けて、2002年4月より、現地で製造された金型用部品の現地での販売が開始されるに至っている。また、これに引き続いて、2010年9月、同社はインドに販売拠点を新設している。

2012年12月、同社は、東京証券取引所第2部に上場し、2013年8月にマレーシアの提携会社を完全子会社化して欧州への販路拡大を行う中、2014年3月、東京証券取引所第1部銘柄に指定されるに至っている。

2016年3月には、経営環境の変化に迅速に対応し、成長をより一層確実なものとするため、2017年3月期から2021年3月期までの5カ年を計画期間とする「バリュークリエーション2020」を公表した。この中期経営計画の下に、2016年10月にはグローバル製造体制の拡充と最適化を実現するべく建設を進めていたベトナム工場が稼働を開始した。これに引き続いて、2017年4月には、販売5極体制の確立への布石として米国における販売会社が営業を開始した。

一方、現在の同社を率いるのは、2013年4月に代表取締役社長に就任した武田雅亮氏である。一般的には分かりにくい金型用部品の製造及び販売に特化した事業を展開しているものの、既に詳述した通り、同社が供給する金型用部品が自動車をはじめとするあらゆる最終製品の製造において必要不可欠であることに鑑みて、武田氏は、世界のモノづくりの下支えをしていると同時に世界の人々の豊かな生活を支えているという自負をもって同社の経営に邁進しているとのことである。そして、「バリュークリエーション2020」の実践を通して、「アジアのパンチ」から「世界のパンチ」へと進化を遂げ、より広範な領域におけるより多くのステークホルダーに対してより大きな利益を提供していきたいとしている。

沿革

年月	事項
1975年3月	創業、プリント基板用穴あけピン製造
1982年8月	プラスチック金型用部品に進出（ハイスエジェクタピンの量産化に成功）
1983年11月	北上工場設置、同年12月に金型用部品の全国販売を開始
1989年5月	宮古パンチ工業（現：宮古工場）設立
1990年10月	中国大連に製造拠点設立
2001年7月	中国国内に販売拠点設置、翌2002年に中国国内で金型用部品販売を開始
2010年9月	インドに販売拠点設立
2012年12月	東京証券取引所市場第二部上場
2013年8月	パンサー社（現：マレーシアパンチ）をグループ会社化
2013年11月	中期経営計画「バリュークリエーション15」公表
2014年3月	東京証券取引所市場第一部銘柄に指定
2015年3月	創業40周年
2015年12月	ベトナムに製造拠点設立
2016年3月	中期経営計画「バリュークリエーション2020」公表
2016年10月	ベトナム工場、本稼働開始
2017年4月	米国販売拠点の営業開始

Disclaimer

ここでの情報は、ウォールデンリサーチジャパンが当該事業会社の発信する「IR情報」を中立的かつ専門的な立場から要約して、レポート形式にまとめたものである。「IR情報」とは、すなわち当該事業会社に係る 弊社との個別取材の内容、 機関投資家向け説明会の内容、 適時開示情報、 ホームページの内容等である。

商号： 株式会社ウォールデンリサーチジャパン

本店所在地： 〒104-0061 東京都中央区銀座 1-13-1 ヒューリック銀座一丁目ビル 4 階

URL: www.walden.co.jp

E-mail: info@walden.co.jp

電話番号： 03 (3553) 3769