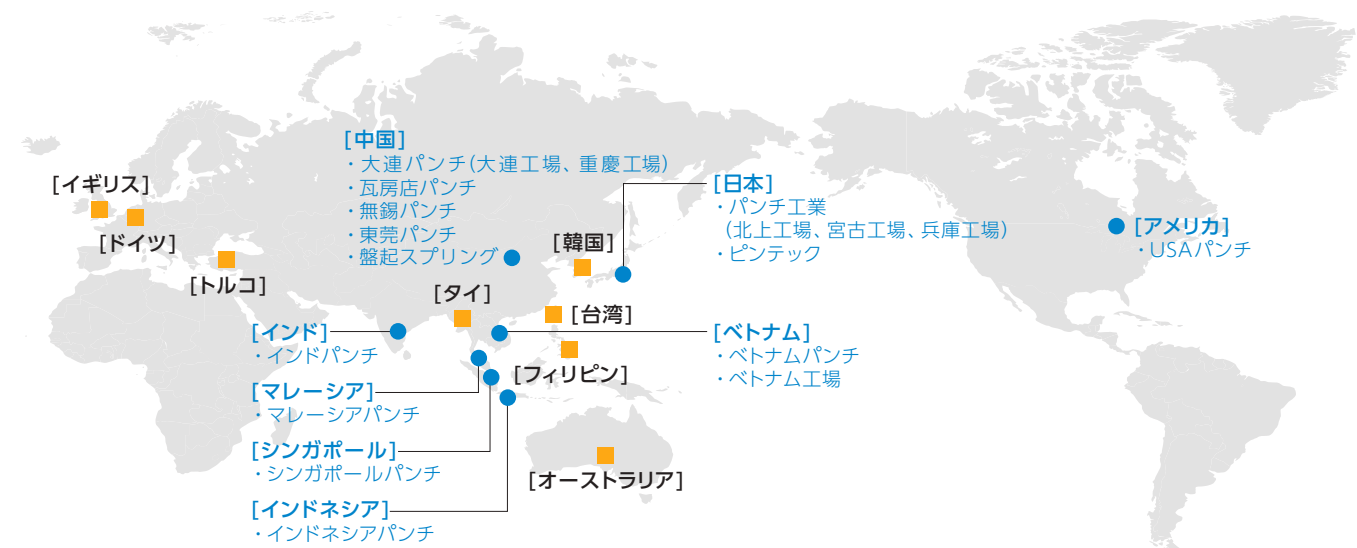


● グループ会社 ■ 販売代理店



2020 ANNUAL REPORT

SUPPORTING PRODUCT MANUFACTURING
AROUND THE WORLD

Webサイト／IRメールマガジンのご紹介

■ Webサイト



トップページ

株主・投資家情報ページ

当社のWebサイトでは、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います。

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

■ お問い合わせ先

パンチ工業株式会社 経営戦略室 広報課

〒140-0013 東京都品川区南大井6-22-7 大森ベルポートE館 5階

TEL: 03-5753-3130 FAX: 03-5753-3175

E-mail: info-corp@punch.co.jp

見通しに関する注意事項

このアニュアルレポートに記載されている当社の計画、戦略、見通し及びその他の歴史的事実でないものは、将来に関する見通しであり、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、実際の業績は見通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。

■ IRメールマガジン



QRコードもしくは
URLよりご登録ください。

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。

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



パンチ工業株式会社

世界のものづくりを支える 存在感のある企業へ

SUPPORTING PRODUCT MANUFACTURING AROUND THE WORLD

パンチグループの強み

お客様に高い満足度を提供

カタログ品

汎用性の高い標準製品を
豊富にラインアップ



タイムリーで的確な ソリューション

一気通貫の
生産体制
2,000台の設備で
幅広い対応力

お客様密着型の
営業体制
きめ細かな
対応・提案力

特注品

カスタムニーズにも
柔軟に対応



高い技術力

創業以来培ったノウハウと
たゆまぬ研究開発

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とおして、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し、
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

事業領域

今や私たちの生活に欠かせない自動車、電子機器、家電製品を、速く、均一に、大量に作るために必要不可欠なのが金型です。
パンチグループは、その金型を構成する金型用部品を作っています。これまでに培った高い技術力と品質、きめ細かいサービ
スという強みを活かし、世界のものづくりを、そして皆様の豊かな生活を支えています。

プラスチック金型用部品

プラスチック金型は、スマートフォン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。加熱溶融したプラスチック樹脂を、射出成形機に実
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ます。パンチグループ
では、この金型を構成する部品を製造・販売しています。

パンチグループの仕事はココ！



主要な製品

エジェクタピン

射出成形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。



主要な製品

コアピン

製品部を成形するのに使用し、コアピンの形が転
写されます。製品部の貫通させた部分を成形した
り、製品部に彫刻をします。

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とな
る金属の鋼板を入れ、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。パンチグループでは、この金型を構成する部品を製造・販売しています。

パンチグループの仕事はココ！



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
板に穴をあけたり、形状を転写するための部品で
す。当社の社名はこのパンチに由来しています。



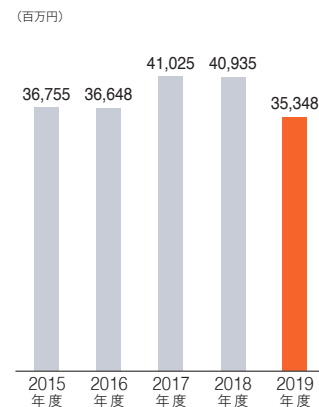
主要な製品

ホルダーガイドポスト関連

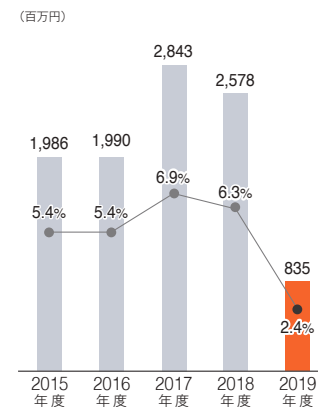
上型と下型の関係を正しく保つために使用する
部品です。

財 務 ハイ ラ イ ト

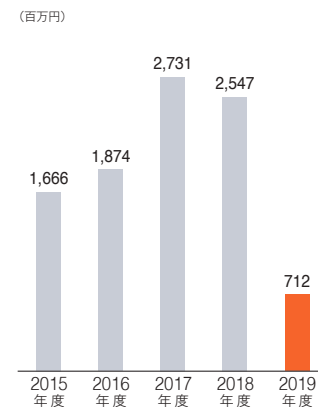
売上高



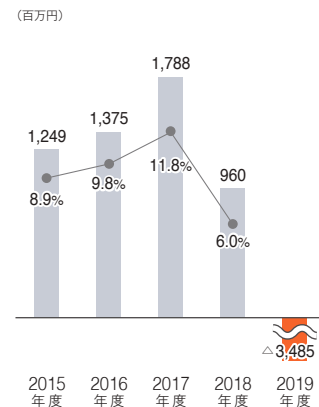
営業利益／営業利益率



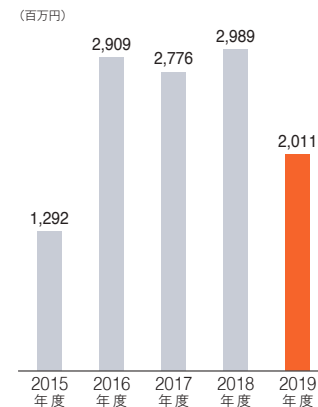
経常利益



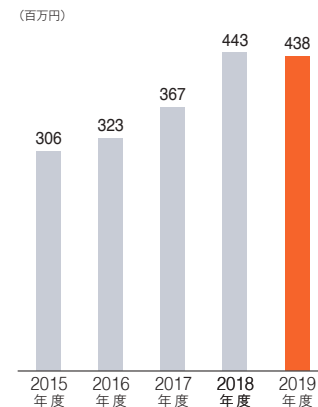
親会社株主に帰属する当期純利益（損失） ／自己資本利益率（ROE）



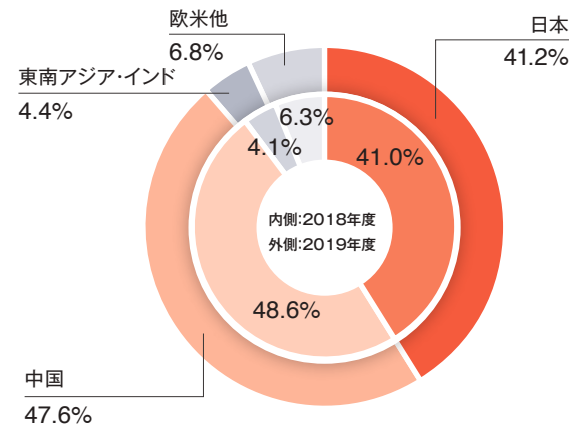
設備投資



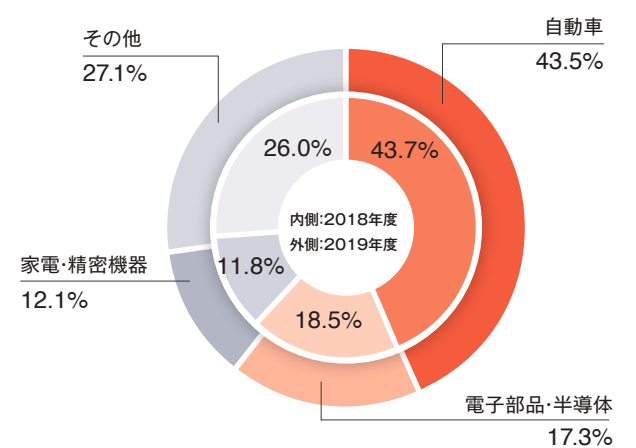
研究開発費



地域別 売上高構成比



業種別 売上高構成比



2022年度からの次期中期経営計画策定に向けて 経営の立て直しを図る、 「VC2020Plus」を実行します

2019年度は、度重なる業績見通しの下方修正、国内外での減損損失計上、減配となり、ステークホルダーの皆様には大変なご迷惑、ご心配をおかけしました。外部環境のさらなる悪化を受け、非常に厳しい業績となりましたが、中期経営計画「VC2020」で掲げた重点経営課題は着実に前進しているとの手応えはあります。この流れを汲みつつ、経営の立て直しを図る、新たな2ヵ年計画をスタートさせました。

代表取締役／社長執行役員／最高経営責任者（CEO） 森久保 哲司

2019年度の業績の振り返り

一昨年から始まった米中貿易摩擦の長期化が影響し、2019年度は売上、利益ともに大きく落とす結果となりました。

売上構成比の大きなウェイトを占める自動車関連は世界的に落ち込みが大きく、次いで電子部品・半導体関連も低迷しました。半導体については2017年度にデータセンターやスマートフォン、パソコン向け需要で大きく伸びた反動として、2019年度は市場が落ち込むと想定はしていましたが、加えて自動車関連の落ち込みが大きく響きました。

過年度、受注が好調に推移していたことを受けて積極投資を進めました。中国・大連に設置した新工場の稼働を加速していくタイミング、また、ベトナム工場へカタログ品を生産移管し、日本の工場に新たなテーマを取り込む準備が整ったタイミングで、市場環境の急激な悪化に見舞われ、収益性を大きく低下させる結果となりました。積極投資により固定費等が増加する中、売上減の影響が顕著に出たことで国内外での減損損失を計上することとなりました。

前中期経営計画「VC2020」の手応えと反省

「世界のパンチ」に向けた販売5極体制の基盤整備を目標に掲げ、米州に設立した販売会社は着実に事業を伸ばし始めました。欧州でも代理店との連携強化によって売上が拡大するなど、着実に

グローバル化を前進させられたことは評価できていると思っています。

製造面においても、中国では、大連に増設した工場を中心に、販売・製造・開発の連携が奏功し、飲料・容器関連や医療関連等の新分野でのお客様・製品の開拓が進み、手応えを感じています。日本でも同様のスタイルの確立を目指します。

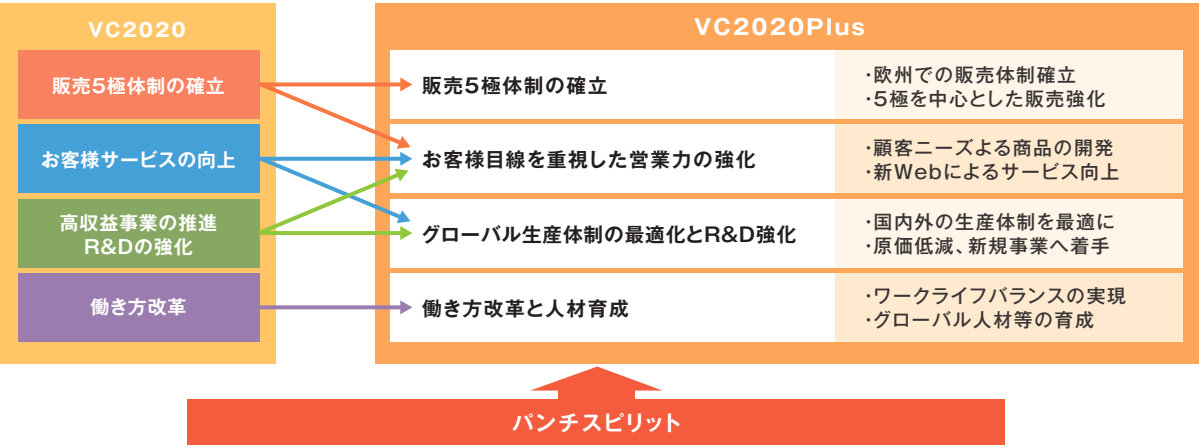
また、ベトナム工場へ日本からカタログ品の移管を行い、日本で新しい特注品を取り込む余力を確保できた点も、今後に寄与してくるものと期待しています。しかしながら、中国一本足からのリスク分散意識を持って立ち上げたベトナム工場でしたが、2期連続で減損損失を計上する結果となり、投資が少し性急だったと反省しています。日本の北上工場や中国の大連工場同様、様子を見ながら少しずつ拡張する進め方も必要だったのではないかと、改めて当社に即した投資のあり方を考えさせられることとなりました。

新中期経営計画「VC2020Plus^{プラス}」について

2019年度の業績を踏まえ、中期経営計画の修正を検討し、「VC2020」の最終年度である2020年度から2021年度までの2年間を経営の立て直し期間と位置づけ、新たに「VC2020Plus」を策定しました。「VC2020」の重点経営課題を深化させた「販売5極体制の確立」「お客様目線を重視した営業力の強化」「グローバル生産体制の最適化とR&D強化」「働き方改革と人材育成」を通じて、早期の業績回復を目指します。

特に日本の収益性改善が急務です。そのためにも、競争力の

連動する「バリュークリエーション（VC）」の重点経営課題



源泉となる、品質・価格・納期・サービスのレベルアップに努め、常にお客様の第一候補となることが、収益性の高い特注品を伸ばし、業績回復につながる道だと考えています。

2019年度を通じて、お客様近隣のきめ細かい対応ができる競合や、お客様自身の内製化等を含め、多様多数な競合先があることを思い知りました。今後、案件ごとに競合先を見極めて臨むためにも、情報収集力やお客様分析力を向上させることの重要性を再認識しています。また、厳しい環境下で生き抜くためには、特に失注原因を特定し、「自分たちができること」から「お客様が求めていること」をできるようになる必要があります。そこで、製造部門スタッフの営業部門への配置転換や、営業部門スタッフに対する教育の充実を進め、図面理解度が高く、加工方法を提案できる人材による営業を起点とした、「お客様目線を重視した営業力の強化」に注力していきます。

「販売5極体制の確立」は、主力の日本、中国の発展のほか、東南アジアではベトナム、インドネシアの成長取り込み、人海戦術による販売が相応しない米州ではインターネット等を効果的に

に活用した販売戦略の模索・検証を継続、そしてこの成果を欧州へ横展開していくことで、その確立を目指します。

「グローバル生産体制の最適化とR&D強化」は、Face to Faceの営業、お客様の近くでのものづくりといった姿勢に加え、今後は日本、中国、マレーシア、ベトナムの各生産拠点の生産効率化を常に考えながら、生産体制の最適化を図ります。また、2019年度に日本に設置した、営業・マーケティング機能とものづくり機能を一体化した開発本部では、工場では製造できない製品や原価低減の進まない製品の加工方法の見直しを手がけるなど、R&Dの強化を推進中です。

「働き方改革と人材育成」に関しては、今回の新型コロナウイルス感染症拡大の影響でテレワークを進めた結果、社員の働き方に対する意識も随分変わりました。社員の安全やワークライフバランスの実現にも寄与することから、今後もテレワークは継続していきます。また、グローバル人材の育成として海外研修制度（日本からマレーシア、インドへ）もスタートしていますが、さらなるグローバル化の推進に向け、長期的な視点での教育を継続していきます。

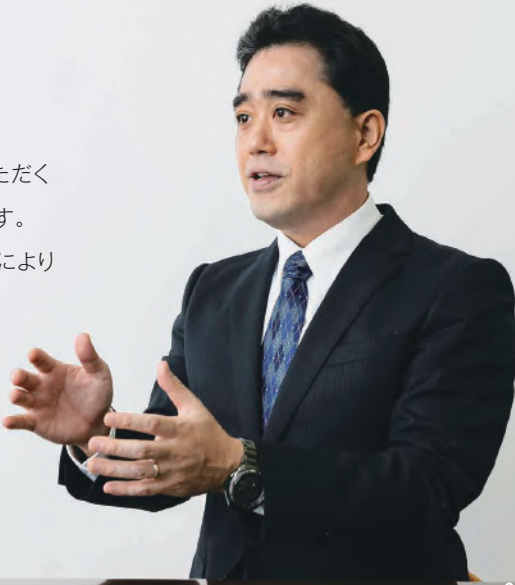
ステークホルダーの皆様へ

まずは会社運営および事業運営の安定性を固めるためにも、確実に利益を創出し、かつ、継続できる会社にしていかなければならないと肝に銘じています。

その上で、世界のものづくりを支える縁の下の力持ちとして、お客様に期待され、選んでいただくという原点に立ち戻り、営業と製造、開発を一体化した取組みのさらなる強化を進めていきます。

2020年度も売上は減収になると見込んでいますが、2019年度に実施した減損損失計上により償却費が低減することに加え、継続的に進めている原価率の低減効果を合わせ、利益水準を向上させ、増益を目指します。

引き続き、パンチ工業らしい取組みを通じて社会的責任を果たすとともに、世界の発展に貢献できるよう、「世界のパンチ」を目指して邁進していきます。長期的な視点でご支援賜りますようお願い申し上げます。



「お客様目線を重視した営業」を強化し、
利便性の提供とあわせ、お客様にとっての
第一候補になることを目指します

営業部門

真田 保弘

取締役／常務執行役員／最高執行責任者（COO・営業）



各生産拠点の特色を活かし、
生産効率を考慮した、
「グローバル生産体制の最適化」を目指します

製造部門

高梨 晃

取締役／上席執行役員／最高執行責任者（COO・製造）



お客様目線を重視した営業力強化に向けて

「VC2020Plus」の重点施策の一つ「お客様目線を重視した営業力の強化」は、主に日本を意識したテーマとして、まず、製造部門スタッフを各営業支店へと配置転換し、技術面を含めた提案能力の強化を図ります。また、製販一体の取組みとして、お客様の新商品を望む声にお応えする取組みを継続していきます。そのほか、これまで仕上げ前の半製品での納入だった製品についても、お客様が要求される完成品での納品ができるよう技術力をさらに上げていきます。加えて、品質における優位性をお客様に認識いただくとともに、工具の選定や加工条件、工程・工数の変更等を通じた原価低減を進めるほか、お客様の利便性向上への追求として、既存のカタログ品Web発注システムの改良や、Web見積システムの早期導入などの取組みも通じて、お客様にとっての第一候補になることを目指します。

「販売5極体制の確立」の進捗と今後の展開

2019年度は米中貿易摩擦の長期化により、中国から米国への電子部品関連、日本から中国への電子部品関連ともに制限を受けたことが、全体の売上低下に大きく影響しました。2020年度は、電子部品関連にも引き続き注力しますが、これ以外の売上総利益が確保できる製品の拡販を強化する方針です。

日本

製造本部と営業本部の協同で案件獲得に取組んだ結果、医療関連等の新規のお客様との取引は得られましたが、工場の仕事量を確保するには至りませんでした。2020年度は、ボリュームの拡大に向けて、医療関連をさらに深掘りするプロジェクトを発足させました。自動車関連では、リチウムイオンバッテリー分野において技術力が必要な精密金型部品の受注拡大に努め、少しずつですが確実に成果が出始めています。

中国

傾注してきた食品・飲料関連や医療関連で大型受注を獲得し、製罐関連も安定して受注できるようになりました。また、ホッ

トランナー関連の深掘りも奏功しましたが、一方で、自動車関連が大きく落ち込みました。自動車関連の回復には時間を要しますが、電子部品・半導体関連は、中国国内での5G対応により需要が上向いており、2020年度は復調してくると期待しています。医療関連では、さらなる高付加価値製品の受注拡大を目指します。

東南アジア・インド

ベトナムとインドネシアでは日系企業向けの特注品が伸長し、ともに通期目標を達成しましたが、シンガポールは未達という結果でした。インドは、従来取組んでいなかった超硬部品の拡販が進み、また、日系電装メーカーとの取引も開始し特注品が増加しましたが、市況の悪化で大きく落ち込んだ自動車関連取引をカバーするには至りませんでした。

欧州

車載用コネクタ分野が大きく減少しました。脱エンジンを掲げる欧州では、マレーシア工場から供給していたコネクタ関連の仕事は減りますが、モーター関連や電子部品、医療関連など、当社が得意とする分野への需要が拡大してくることから、超硬部品を中心として積極的に攻めていきます。また、さらなる最適調達を意図し、中国からの直接取引の検証も進めていきます。

米州

世界最大級の飲料容器メーカーと取引を開始しました。現在は中国で対応していますが、供給量が多いため、日本からの供給も視野に入れ、グループでの対応力強化を進めていきます。さらに難易度の高い部品への挑戦や、他の大手飲料容器メーカーとの取引開始を次なる課題としていきます。新規のお客様は毎月開拓できており、供給製品の拡大、収益の伸長も進んでいます。



2019年11月 FABTECH IN CHICAGOに出展

グループ生産の最適化とリスク分散の実現に向けて

「グローバル生産体制の最適化」では、日本、中国、マレーシア、ベトナム各工場の特色や強みを活かすべく、生産効率を考慮しながらのアイテムの集約、工法・工程改善、自動化・省力化を推進して、ものづくりの根底からの生産性向上を目指します。同時に、「リスク分散」も視野に入れた最適化も求めています。

各生産拠点の特徴と果たすべき役割、 これからの方向性

日本

各工場のムダ・ムラ排除を徹底して原価低減を図るとともに、高付加価値の特注品へのシフトを加速する技術力の向上を図り、2カ年で収益構造改革を成し遂げます。これに向けて、仕損費低減を含む、さまざまな課題の一つ一つを着実に改善していきます。

その上で、北上工場は、医療や飲料・容器関連等の高付加価値製品を強化していくとともに、これらの輸出拡大の準備を進めます。また、開発本部を置く生産拠点として、研究開発との連携にも力を入れていきます。宮古工場では、角形状の高付加価値製品やプレス特注品、FA特注品の取り込みを進めていきます。兵庫工場と子会社ピンテックでは、カタログ品のほか、一部特注品への対応力を高めていきます。

中国

中国のマザー工場である大連工場では、高付加価値製品及び高精度の非自動車向け製品を戦略製品として位置づけ、医療関連、FA関連、ホットランナー関連、冷間鍛造、製罐等の技術力を高めつつ、中国国内のみならず、グローバルな販売拡大も目指していきます。中国開発本部による研究開発も進んでおり、新規分野である航空宇宙関連においても着実に受注が増えています。今後はさらに高精度化に対応しながら売上を伸ばす一方で、徹底した原価低減を各工場で行っていきます。

マレーシア

マレーシアに超硬製品の生産を集約し、欧州向けや東南アジア向けなどグローバルな販売を目指していきます。エンジン車から電気自動車へと転換が進む中、今後はモーター関連の製品等の強化を図るとともに、当社の販売会社や販売代理店と一体となって、各種の受注拡大を狙っていきます。

ベトナム

ベトナム工場は2016年に稼働を開始し、フェーズ1（中国からの半製品の生産移管）、フェーズ2（日本からのカタログ品の生産移管）と進めてきましたが、2020年より半製品生産を一旦停止し、カタログ品のみに特化して再スタートしました。まずはカタログ品の生産性強化と生産アイテム数の増加に注力、並行して新工法による半製品生産再開の検討を行っていきます。

「R&D強化」の目指すところと取組み内容

市場環境の変化に対応し、他社との差別化となる新たな価値を生み出すような事業構築を図ることをR&Dの目的としており、今後は自力成長に加えて、産学連携による開発や他社との共同開発も視野に入れて取組んでいきます。また、日本と中国の両開発本部の共同開発も加速し、既存事業のさらなる深耕、新規事業・製品の創出、工法改善と新技術の開発を強化するほか、R&Dへの意識醸成と人材育成も進めていきます。

製造責任者として

ものづくりの基本である、QCD（品質・コスト・納期）の改善と個々の社員の技術力向上が必要だと考えます。品質不具合を撲滅し、より良い製品を適正な価格で提供すること、お客様が必要とする時にお届けできる対応力を磨くこと、最終的にはお客様の要求精度にすべてお応えできる技術力を備えることが必要です。社員一人ひとりがそれらを常に意識している職場をつくり、活力を維持しながら、継続的に成長できる長寿企業へ導いていくことが、私の責務であると考えています。

当社の強みを活かした
高付加価値事業への変革を通じて、
一刻も早い経営正常化を目指します

村田 隆夫

取締役／上席執行役員／最高財務責任者（CFO）



財務・人材戦略

2019年度は減収減益

一昨年から続く米中貿易摩擦とそれに端を発する市況の低迷の影響を大きく受け、自動車関係をはじめ、各業種で仕事量が減少しました。これに伴い部品メーカー間の価格競争も激化し、売上高は前期比86.4%の減収となりました。売上高に直結する新たな業種・製品分野の開拓や、既存のお客様からの失注削減など、営業・ものづくりの両面から、不況下にも強い体制づくりを行っていく必要性を感じています。

また、営業利益が前期比1／3以下にまで落ち込んだことは、非常に深刻な問題であると認識しています。特に内製品の限界利益率が高く、固定費負担が大きい当社の採算構造の脆弱さが露呈した結果です。この構造を変えるためには、固定費を変動費化して限界利益率を下げる方法もあり得ますが、これを突き詰めると、すべてを外注生産することとなり、当社がこだわってきた、高い技術力を背景にした「一気通貫の生産体制」の強みを活かすことができません。むしろ、技術力にさらに磨きをかけ、利益を稼げる高付加価値製品づくりを拡大し、売上変動によって利益幅が大きく振れない構造にしてい、これが当社の進むべき道であり、全社を挙げて取組まなければならない喫緊の課題であると認識しています。

国内外で減損処理を実施

2019年度は、総額33億円に上る巨額の減損損失を出してしまい、株主・投資家の皆様には多大なるご心配をおかけしました。増収基調にあった国内事業で2016年度から3年間にわたり「積極投資」を実施し、途中までは投資に見合った売上伸長を実現できていましたが、2018年度は横ばい、2019年度には大きく右肩下がりに転じた結果、投資に見合うリターンが得られず、減損損失の計上に至りました。

外部環境に大きな変化があったとはいえ、2016年以降の積極投資が過剰投資となったことは否めません。成長戦略は必要ですが、今回の反省を踏まえ、今後は、設備投資の実施前に、回収可能性や利益創出スキームを従来以上に確認するとともに、投資後の

回収の進捗モニタリングを徹底していきます。また、私自身、管理管掌取締役として、冷静に業務執行を監督する立ち位置をより意識していきます。

マレーシア工場については、2013年の買収時より堅調に業績を伸ばしていましたが、新型コロナウイルスの世界的感染拡大に伴う政府の活動制限令によって工場が稼働休止となった影響を考慮し、将来計画を見直した結果、買収時に発生したのれんと無形資産の減損処理を実施せざるを得ない状況となりました。ベトナム工場は順調に稼働し始めたものの、新型コロナウイルスの影響で航空便が減便となったことで製品出荷がままならず、売上を大幅に落としたこともあって2018年度に続いての減損損失計上となりました。

財務状況について

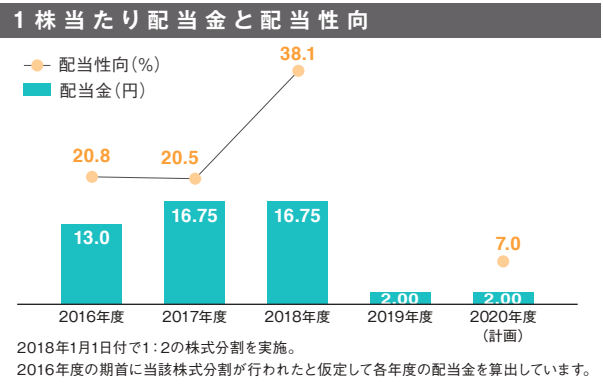
収益面は売上減少、原価率上昇、減損損失計上、繰延税金資産取り崩しにより上場以来初の当期純損失に転じ、財政面も損失計上に伴う純資産の減少により自己資本比率が45.8%と、50%を大きく割り込むなど、残念な結果となりましたが、キャッシュ・フローの面では、7億円のフリー・キャッシュ・フローを計上することができ、ここだけは何とか好結果を維持することができたと認識しています。

営業利益の大幅減少による営業キャッシュ・フローの減少圧力があったものの、投資を抑制した効果に加え、売上債権や棚卸資産などの運転資金の圧縮が進み、減少分をカバーして、プラスにすることができました。稼いだキャッシュ・フローを借入金の返済等に充当し、有利子負債を削減することもできました。

株主還元について

2019年度は、巨額の赤字計上となり、配当を実施すべきか迷いましたが、本業による営業利益は黒字、フリー・キャッシュ・フローはプラスであり、有利子負債削減により財務の健全性も保たれていることから継続実施することとしました。2018年度より大幅減配となったことを、株主・投資家の皆様にお詫び申し上げます。

設備投資／減価償却費					
（百万円）	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度 （計画）
設備投資	2,909	2,776	2,989	2,011	805
減価償却費	1,396	1,597	1,729	1,674	975



設備投資額と減価償却費の推移

2019年度の設備投資額は20億円、減価償却費は16.7億円でした。「VC2020Plus」では、営業力を上げて売上を確保しつつ、投資や経費などは極力抑制し、事業の立て直しを図る2年間としていくこととしています。そのポリシーのもと、2020年度の設備投資額は、回復基調にある中国を中心に、グループ全体で8億円程度と計画を抑えています。減価償却費は、2019年度の減損計上による減少が6億円程度あり、2020年度は10億円程度にまで減少する見込みとなっています。この減少分が、2020年度の営業利益回復への原資の一部となる予定です。

資産回転率の向上への取組み

改善を意識している固定資産回転率は、2019年度は3.64（前年度3.56）と若干の良化となりました。本来、減損計上に伴い大きく良化しなければならないところ、売上の大幅減少によりわずかな上昇にとどまってしまいました。

一方、2018年度大きく改善した売掛金回転率は3.38（前年度3.54）と再び悪化に転じました。中国を中心に回収が進み、売掛金残高は大きく減少しましたが、売上減少がそれを上回りました。また、総資産の減少を売上減少が上回り、総資産回転率は1.24（前年度1.28）と若干の悪化となりました。

働き方改革と人材育成について

新型コロナウイルス感染症対策として本格導入した在宅勤務は、2019年より本社を中心にトライアルを行い、事前に課題への対応も進めていたため、大きな混乱なく一斉に実施することができました。在宅勤務は、通勤の負担がなくなるだけでなく、やり方によっては業務効率も上げられることが分かってきたので、今後も一部継続を指向していきます。

また、製造現場におけるITやロボットの活用による業務の自動化・効率化、本社や営業部門におけるRPA等のITツールを活用

した業務改革など、費用面の本格低減、体質強化につながる地道な働き方改革も進んでいます。RPAによる業務効率化では、残業時間削減やペーパーレス化などに着実に成果が出ています。こうした取組みが進行する中で、若い世代の順応性の高さ、新しい取組みに対する期待の高まりを心強く感じています。今後はさらに、当社の強みを再定義した上で、それに基づいたブランド価値を重要視する企業文化へと変革を促しつつ、社員の一体感を醸成していきたいと考えています。

2019年からは、部下一人ひとりのプライベートな事情に配慮しつつ、組織としてのパフォーマンスも最大化していく上司を目指す、「イクボス運動」の全社展開も新たにスタートしました。管理職全員が「イクボス宣言」を行い、それぞれの職場で部下のワークライフバランスに配慮したマネジメントに取り組んでいます。

人材育成においては、「VC2020Plus」の戦略の目玉の1つである「営業力強化」の実現に向け、内部人材養成機関であるパンチアカデミーの取組みに加え、外部リソースも積極的に活用しながら、営業の教育・研修に力を入れていきます。また、今後の海外事業展開を見据えた人材育成も喫緊の課題として取組みを強化していきます。

経営の正常化に向けて

現在は、株主還元も、内部留保からの成長投資もなかなか実施できない苦しい状態にありますが、「会社の成長」と「株主還元」を両輪でしっかり回していけるよう、「VC2020Plus」の経営再建期間内に一刻も早い経営正常化を目指します。

そのためにも、当社の「強み」を活かした付加価値の高い事業構造へと変革を推し進めることが重要な経営課題であると認識しています。その道のりは平坦ではなく、ものづくり、営業、開発等、全部門がベクトルを合わせ、連携していく必要があります。私が管掌している管理部門においても、人材育成、財務戦略、システム開発などいろいろな側面から、強力にバックアップしていかなければなりません。まずは、経営陣が課題意識を共有し、本業の回復に向け、前進していきます。

前中期経営計画「VC2020」の振り返りおよび
「VC2020Plus」のスタート

当社グループは、2016年4月より2020年度を最終年度とする中期経営計画「VC2020」に取り組んでまいりましたが、米中貿易摩擦の長期化や世界的な新型コロナウイルス感染拡大等による業績悪化もあり、計画の修正を検討してまいりました。

この激しい環境変化に対応するとともに、悪化した業績の立て直しにグループ全体で取組むため、2020年度から2021年度の2カ年を計画期間とする中期経営計画「VC2020Plus」を策定しました。本計画では、「VC2020」で定めた4つの重点経営課題を継続ならびに深化させ、「販売5極体制の確立」「お客様目線を重視した営業力の強化」「グローバル生産体制の最適化とR&D強化」「働き方改革と人材育成」の4つの課題に取り組めます。

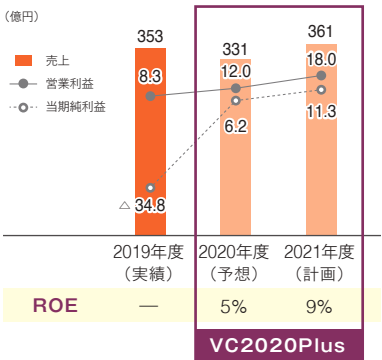
「VC2020Plus」の経営目標と施策

重点経営課題 前中期経営計画「VC2020」で定めた4つの重点経営課題を継続・深化させて取組めます。

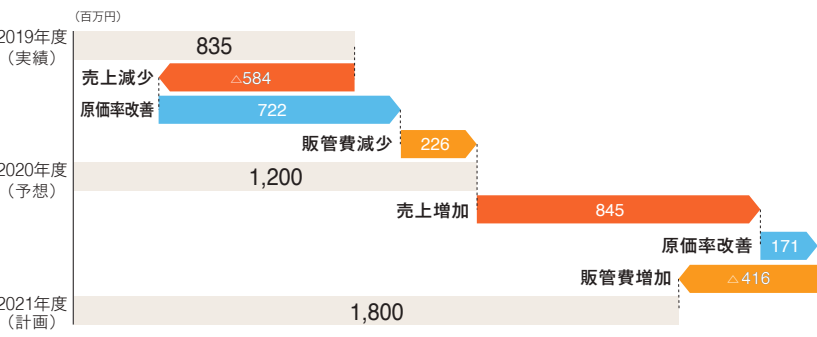
VC2020	VC2020Plus	具体的な施策
販売5極体制の確立	販売5極体制の確立	東南アジア及び欧米販路拡大
お客様サービスの向上	お客様目線を重視した営業力の強化	配置転換、人材育成による加工知識が豊富な営業
高収益事業の推進 R&Dの強化	グローバル生産体制の最適化とR&D強化	工場別の特色を活かした生産体制と 研究開発による工数削減・新工法確立
働き方改革	働き方改革と人材育成	女性活躍推進やワークライフバランス、 グローバル人材の育成

経営目標

売上・利益推移



営業利益増減

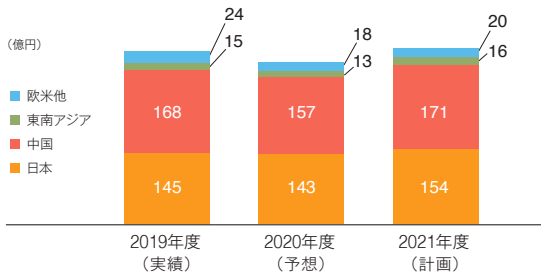


<主な増減要因>

- 売上**
 - 新型コロナウイルス感染拡大にともなう影響等が2020年9月まで継続することを前提
- 原価率**
 - 2019年度の減損により増益効果
 - 投資抑制、採用抑制
- 販管費**
 - 2019年度の減損により増益効果
 - 荷造運搬費等が変動

地域別売上高

欧米他	中国
欧州は代理店との交流促進 米州は医療関連等へ一層注力	医療関連等の高精密部品拡販 短納期対応の生産ライン確立
東南アジア	日本
東南アジア向け特注品の拡販 日本、中国の開発本部と連携	営業人員を増員(配置転換) 受発注システム改良



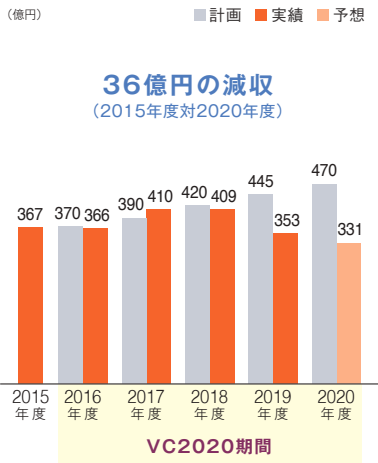
施策

地域別施策

	日本	中国	東南アジア・インド	欧州	米州
販売5極体制確立			東南アジア市場強化	販売体制確立	取引先拡大
お客様目線を重視した営業力強化	顧客ニーズによる商品開発 受発注システムの改良	新分野顧客とのパートナーシップ			
グローバル生産体制の最適化とR&D強化	カタログ品と特注品の国内外生産体制最適化 ・日本、中国での生産省力化・自動化推進 ・医療、飲料関連の生産力強化 ・ベトナム工場の生産性・生産力強化 新規分野・新市場の開拓 他社との業務提携やM&Aも視野 難加工材料の加工技術力向上 航空宇宙関連も継続して開拓				
働き方改革／人材育成		女性活躍推進、ワークライフバランス推進／グローバル人材の育成			

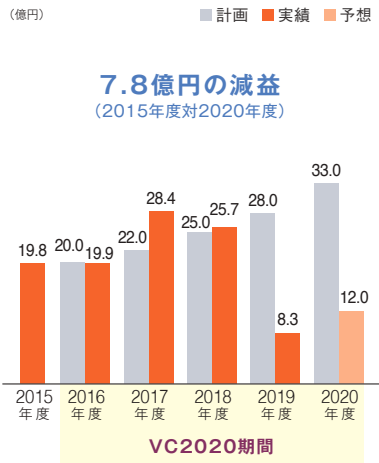
前中期経営計画「VC2020」の振り返り

売上推移



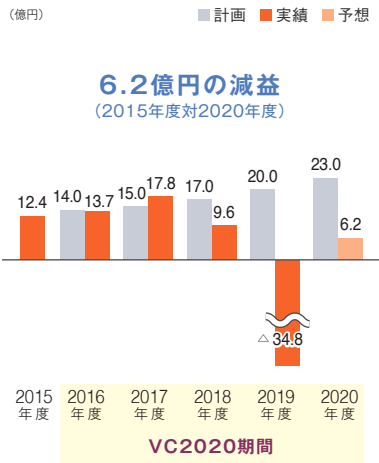
ベトナム、インドネシアでは特注品が伸長したものの、米中貿易摩擦の影響や景気悪化による欧米での減速などにより減収。

営業利益推移



2018年度までは計画以上に進捗したものの、市況悪化による売上減少、工場稼働低下による原価率上昇、円高などにより減益。

当期純利益推移



ベトナム工場、国内工場他の減損計上により、2019年度は上場来初の最終赤字。

施策評価

販売5極体制の確立

- 2016年、米州に現地法人を設立
販路拡大したものの、貿易摩擦の影響によりベースが鈍る
- 欧州進出は既存代理店の活用をベースに推進
代理店との連携は強まるも、景気減速により売上減速

お客様サービスの向上

- デジタルエンジニアリング事業は受注が伸びず、事業縮小
- グローバルソーシングを通じた最適な商品供給体制が実現
- 注力の医療関連、食品・飲料関連はコアとなるお客様との取引が拡大

高収益事業の推進とR&D強化

- 2016年、ベトナムに工場を設立
生産体制確立の遅延・市況悪化から、黒字化進まず減損実施
- 米中貿易摩擦長期化による市況悪化もあり国内工場も減損
- 日本に開発本部を立ち上げ、日中2極体制を整備

働き方改革

- 制度化と運用の両面から各種の働き方改革を推進
- 透明性、公平性のある新人事制度を導入
- 人材養成機関(パンチアカデミー)を設置
各種研修制度を導入

(左)アメリカ販売拠点
(右)ベトナム工場



技術・研究開発

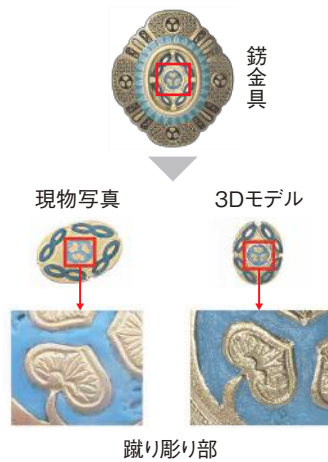
パンチグループは、ものづくり企業の価値創造の源泉となる技術開発や研究開発に積極的に取り組んでいます。

新たな価値を創造する研究開発・マーケティング

パンチグループの研究開発拠点は、日本と中国にあり、双方が連携して、新工法や新製品の開発を行っています。日本においては、デジタル化や電動化の進展、ビジネスモデルの変遷など、当社を取巻く経営環境が著しく変わる中、2019年に新設した「開発本部」は、新規事業・製品に着目したマーケティングや、これを可能とする技術開発及び研究開発を行い、将来に向けた成長戦略を推進しています。

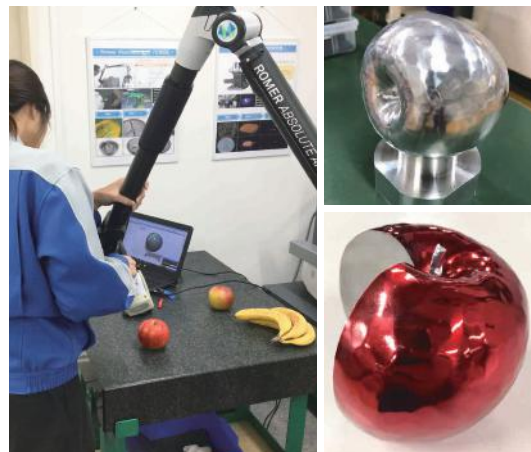
デジタルエンジニアリングサービス

株式会社安藤・間(呼称:安藤ハザマ)と共同で、名古屋城本丸御殿鎔(かざり)金具のスキャンによる3Dデータ化に成功しました。文化財・歴史的建造物の分野では、建物そのものや装飾造作物などをデジタルデータ化して保存しようとする動きがあります。社寺や城郭に取り付けられている鎔金具は、非常に微細な意匠を持ち、写真でも細部の記録が困難です。従来、3Dスキャナには光を反射しない黒色や光沢のあるものはうまくスキャンできないという問題がありましたが、機器選定、光量・撮影モードの調整及び700種類以上の素材を使用したレンダリング(3Dデータに色や質感などの情報を付与すること)を行うことで微細な意匠のデータ化に成功しました。



デジタル×ものづくり

新しい製造プロセスへの挑戦として、「デジタル×ものづくり」をテーマに、「リンゴ」を制作しました。これにより、実物を測定して3Dデータ化し、そのデータを用いて社内加工することが可能となり、実物測定から加工までの社内一貫制作の技術を確立しました。



人材戦略

事業活動の源泉は「人材」であり、「人材」の活性化と成長こそが当社グループの躍進と企業価値向上の最大の原動力であると考え、人材育成や、働き方改革などに取り組んでいます。

人材育成

「パンチスピリット」溢れる人材の育成と、当社グループが長年培ってきた技能の継承を主たる目的として、2017年より人材養成機関「パンチアカデミー」を設置しており、新人教育や階層別研修、営業担当者のための製造研修など多様な研修を実施しています。技能の継承では、製造の最前線から離れる年代のベテラン社員たちが指導員として人材育成という新たなミッションにチャレンジしています。



働き方改革

当社では、仕事とプライベートが相乗効果を上げる働き方の実現を目指しています。国内においては、1時間単位で取得可能な有給休暇や在宅勤務制度の導入など、多様な働き方を可能とする就労環境の整備を進めています。また、IT技術を積極的に取り入れ、ペーパーレス化やRPA導入による業務の効率化・自動化にも取り組んできました。昨今の新型コロナウイルス感染防止対策を機に、さらにオフィスや自宅におけるインフラ整備を進めました。

イクボス推進

部下の生活に配慮しつつ、組織としてのパフォーマンスも最大化するマネジメントができる管理職「イクボス」を目指す運動を2019年より実施しています。イクボスとは、「イク(子育てを意味する)」と「ボス」を合わせた造語です。役員や全管理職が「イクボス宣言」を行った上で、各々が取り組んでいます。



育児・介護支援

男性が育児休暇を取得しやすいように制度を改正し、2019年は3名の男性社員が育児休暇を取得しました。また、積立有給休暇の使用範囲を育児や介護まで拡大しています。出産・育児に関しても、利用できる制度・申請書や上司や同僚が配慮する事項をまとめたハンドブックを作成しました。



女性活躍推進

女性の活躍は会社の持続的な発展において不可欠であるという考えから、女性のキャリア・ライフプランの多様化を支援しています。2018年に発足したPWF(Punch Women's Forum)では、職種や事業所の垣根を越えたミーティングを実施しており、時短勤務年限の延長などの成果を挙げています。



風土改革活動

社員一人ひとりが主役となってイキイキと働く会社を目指し、さまざまな企業風土改革の取組みを展開しています。2019年は、国内の各工場における、地域イベントの運営ボランティアや、本社においては社員同士のコミュニケーション向上を目的とした社内写真展などを行いました。



きたかみ夏油高原ヒルクライムでのボランティア活動

ESG

パンチグループは、ESG(環境・社会・ガバナンス)を経営上の重要な課題と捉え、その対応を進めています。

環境対策

パンチグループは、環境にやさしい製品づくりを通じて社会の発展に貢献することを環境理念として掲げています。この一環として、RoHS指令をはじめとした環境法規制に適合した商品には、「環境にやさしい」マークを商品カタログに表示しています。また、環境マネジメントシステム取得による継続的な改善を進めるとともに、社員の環境に関する意識向上のために定期的に教育も行っています。



SDGs

パンチグループでは、社会の一員としての責任を果たすべく、各グループ会社において、SDGsで掲げられた課題の解決に向けた取組みを行ってきました。2020年からは、SDGsの17項目のうち、当社事業と特に関わりの深い6項目をグループの共通課題として選定し、解決に取り組んでいます。



グループ一斉禁煙デー

世界保健機関(WHO)が世界禁煙デーに定めている毎年5月31日には、当社グループにおいても、たばこフリー社会の構築を目指して、グループ各社で定めた禁煙推進活動を実施しています。



職業訓練校への寄附クラス設置

中国グループでは、地方の職業訓練校に2003年から設備の寄贈や卒業生の雇用などを行ってきましたが、2015年からは寄附クラスを設置し、約120名に対して金属加工や製図の教育を行っています。また、2016年度より同校に奨学金制度も設けています。



ソーラーパネルの設置

マレーシア工場では2018年より工場の屋上に約450基のソーラーパネルを設置しています。工場の使用電力の一部を太陽光エネルギーでまかなっているほか、余剰となる電力は現地の電力会社に販売しています。



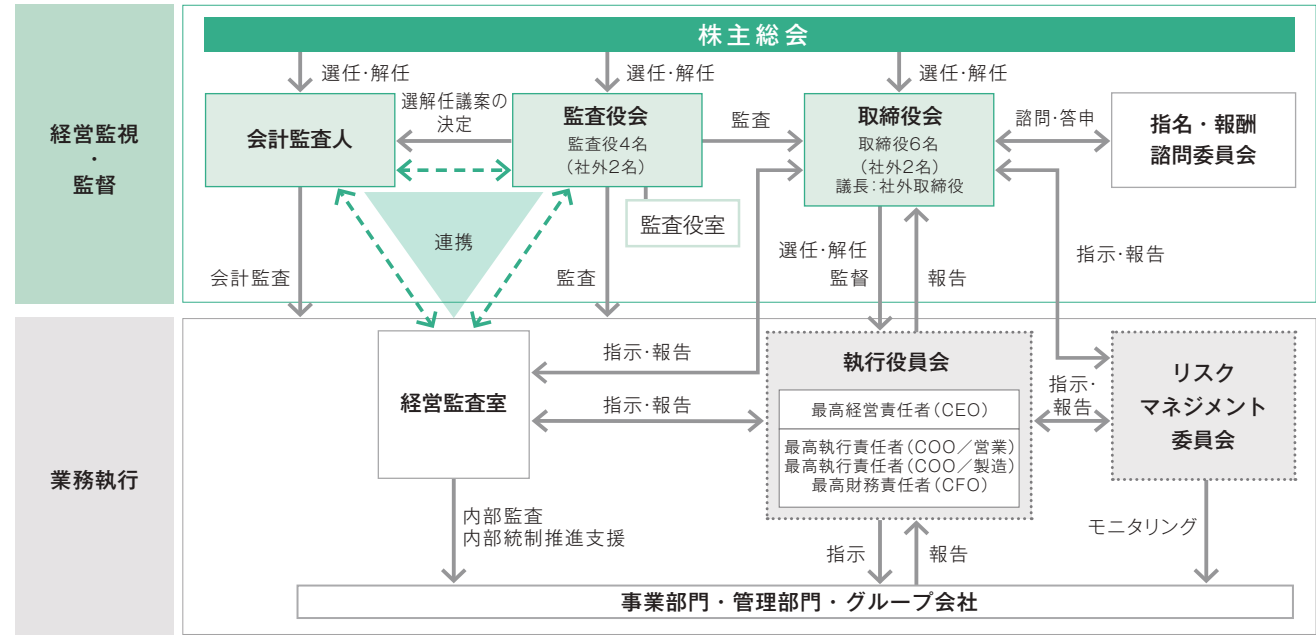
社会に愛される企業であり続けるために、パンチグループは、コーポレート・ガバナンスの強化とコンプライアンスの徹底により、経営の透明性と健全性をさらに向上させるよう努めています。

コーポレート・ガバナンス強化の取組み							
	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
社長	2013年～ 武田雅亮						2019年～ 森久保哲司
取締役会議長	社長が議長を兼任			2016年～ 社外取締役が議長に就任			
独立社外取締役	2013年～ 1名			2016年～ 2名			
諮問委員会等			2015年～ 指名・報酬諮問委員会 ※経営陣幹部の選解任方針策定 ※後継者計画モニタリング				
リスクマネジメント	上場来～ リスクコンプライアンス委員会		2015年～ リスクマネジメント委員会に改称				

基本方針

当社グループは、法令を遵守し誠実に社会的責任を果たすとともに、経営の健全性及び透明性を高め、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、右記記載の考え方のもと、コーポレート・ガバナンスの充実に取組んでいます。

1.株主の権利・平等性の確保
2.株主を含む全ステークホルダーとの適切な協働
3.適切な情報開示による透明性の確保
4.取締役会による業務執行の監督
5.株主との建設的な対話



1. 取締役会・業務執行体制

当社は監査役（監査役会）設置会社です。

当社は、取締役会による経営の監視・監督と、経営陣による業務執行を分離し、経営陣による迅速な意思決定を可能とするため、執行役員制度を強化し、取締役会長を除く役付取締役を廃止し、執行役員の中から社長及び役付執行役員を選定する体制としています。

取締役会は取締役6名（うち社外取締役2名）で構成し、毎月開催する定時取締役会の他、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。また、業務執行の意思決定機関として、全執行役員を構成メンバーとする執行役員会を毎月1回開催し、適法な範囲で取締役会から委任された事項も含め、業務執行にかかる審議並びに決定を行っています。

2. 監査役会・監査役

監査役会は、監査役4名（うち社外監査役2名）で構成され、ガバナンスのあり方とその運営状況を監視し、取締役の職務の執行を含む日常的活動の監査を行っています。社外監査役は弁護士で、コンプライアンスの観点より経営監視を実施しています。また、内部監査部門と連携し、社内各々が社内規程に沿った業務執行及び適正な会計処理がなされているか検証しています。

4. リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント委員会は、執行役員、本部長、経営戦略室長、主要な関係会社の責任者及び経営監査室長で構成しており、リスク管理体制及び法令遵守体制における整備・維持・向上を図っています。

コンプライアンス／リスク管理

社長執行役員の直轄部門として内部監査部門を設置し、法令・定款・規則・規程等の遵守状況について定期的に監査を実施しています。また、コンプライアンス上の問題を発見した場合には、通報・相談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」に基づき内部統制維持と自浄プロセスの向上を図っています。さらに、社員一人ひとりが適正かつ公正な事業活動を行うことを目的として、入社時及び階層別研修でコンプライアンス教育を実施するとともに、定期的に全役職員に対しeラーニングによるコンプライアンス教育を実施しています。

3. 指名・報酬諮問委員会

当社では、取締役、監査役及び執行役員の選解任や取締役及び執行役員の報酬決定に際して、基本方針や基準を明確化し、決定プロセスにおける公正性・透明性を高めるため、取締役会の諮問機関として全社外役員と管理管掌取締役で構成される「指名・報酬諮問委員会」を設置しています。

5. 役員報酬の決定方法

取締役及び監査役の報酬の決定については、株主総会で総枠の決議を得ています。取締役の個別報酬額については、取締役会の諮問機関である「指名・報酬諮問委員会」で、その妥当性について審議し、取締役会で決定しています。また監査役の個別報酬額については監査役会で決定しています。

社外取締役のメッセージ

三橋 友紀子
社外取締役

角田 和好
社外取締役

ニューノーマル(新常态)といわれる中で、私たちの価値観も大きく変わってきています。外出自粛で家族を見直す一方、長時間勤務や男性優位の企業社会が遠のいた気がします。今後ますます、ESG重視が実感をもって進められていくのではないのでしょうか。当社では、2019年度は上場来初の赤字決算となりました。立て直すには、個々人が自由に能力を発揮できる環境整備と、社会から求められる企業のあり方の追求が必要だと考えています。人事制度改革、女性活躍推進及びSDGsの取り組みを通じ、企業価値の一層の向上を進めていきます。

ガバナンスには企業を円滑に運営して収益を高めるという一つの目的がありますが、効率よく運営することは簡単ではありません。2019年度は効率を上げるためフォローの強化を進めましたが、大きな収益改善にはつながりませんでした。2020年度は過去の省察から現場確認数を大幅に増加し、母集団推測の精度を上げると同時にプロジェクト、投資等への評価方法見直しを図り、効率を上げ組織、経営の透明化を進め、当社の企業価値向上に寄与したいと思っています。

取締役・監査役の選任理由と活動状況

氏 名		選任理由	独立 役員	2019年度 取締役会・監査役会 出席状況
取 締 役	森久保 哲司	当社及び中国パンチグループにおいて主要ポストを歴任、マレーシアパンチグループでも責任者として東南アジア事業を統括し、その業績向上に大きく貢献しました。2018年6月取締役就任後は、経営戦略、開発戦略を中心にグループ事業全体を統括し、さらには2019年6月の代表取締役、同年11月の社長執行役員就任後は、グループ経営統括として、企業価値向上に尽力しました。2018年度半ばから続く市況の低迷や昨今の新型コロナウイルスの影響等により業績が悪化する中、早急に経営を立て直し、グループのさらなる成長を指揮する責任者として適任と判断しています。		取締役会 14/14回
	真田 保弘	2012年6月取締役就任後、8年にわたり取締役を務めており、当社及び中国パンチグループでの事業経験も活かし、当社グループ事業の統括責任者としてグローバル展開を率先して指揮してきました。2019年からはグループ営業を統括し、市況が低迷を続ける中、新規需要の開拓、受注の確保に注力しており、かかる経験や実績も踏まえ、中期経営計画「VC2020Plus」の重点課題である「営業力の強化」を推進する責任者として適任と判断しています。		取締役会 13/14回
	高梨 晃	長年の製造部門での経験に加えて、中国パンチグループにおいては、董事長として、製造のみならず、営業、管理、全ての面で同社グループを統括し、大幅な業績向上を実現しました。2018年6月取締役就任後は、当社グループ国内事業を統括する責任者として、CEO、COOを補佐し、2019年からは、グループのものづくりを統括する責任者として、ものづくり力や品質の向上を強力に推進してきました。今後も中期経営計画「VC2020Plus」の重点経営課題である「グローバル生産体制の最適化とR&D強化」を推進する責任者として適任と判断しています。		取締役会 13/14回
	村田 隆夫	2012年6月取締役就任後、8年にわたり取締役を務めており、財務経理分野での長年の経験、見識を活かして管理部門を統括し、当社グループの人・モノ・金を一元的に統括するとともに、「働き方改革」を推進してきました。今後は前期決算により悪化した財務体質の立て直しを図るとともに、事業を下支えする「働き方改革」「人材育成」を推進する責任者として適任と判断しています。		取締役会 14/14回
	三橋 友紀子 （社外）	事業法人における職務経験に加え、弁護士として法務全般に幅広い知見を有していることや、他社での社外取締役の経験を有していることから、「攻め」のガバナンスを実現していく社外取締役として適任と判断しています。また、女性の視点から、当社のダイバーシティ推進に向けた取組みに対し適切なアドバイスをいただいています。	☑	取締役会 14/14回
監 査 役	角田 和好 （社外）	事業会社における「ものづくり」への豊富な経験・知見に加え、執行役としての経営経験、取締役（監査委員）及び監査役としての監査経験もあり、当社の業務執行のモニタリングや経営上の重要な意思決定に際して適切な助言を行うなど重要な役割を發揮していただいております、社外取締役として適任と判断しています。	☑	取締役会 14/14回
	木對 紀夫	2011年6月監査役就任後、9年にわたり常勤監査役を務めています。長年にわたる財務経理分野での経験に裏打ちされた、財務会計に関する高度な専門性で監査役としての職責を果たしており、適任と判断しています。		取締役会 14/14回 監査役会 16/16回
	杉田 進	2015年6月監査役就任後、5年にわたり常勤監査役を務めています。監査役就任前の取締役としての当社グループ事業に関する造詣の深さを活かし、監査業務を行う人材として適任と判断しています。		取締役会 13/14回 監査役会 15/16回
	安藤 良一 （社外）	弁護士としての長年の経験・知見に基づく公正な判断により、当社経営の客観性・中立性の確保に寄与していただいております、社外監査役として適任と判断しています。		取締役会 14/14回 監査役会 16/16回
	松江 頼篤 （社外）	弁護士としての高い見識や企業法務における優れた実績を背景に、当社経営の客観性・中立性の確保に寄与していただいております、社外監査役として適任と判断しています。	☑	取締役会 14/14回 監査役会 16/16回

名誉会長



森久保 有司
創業者・名誉会長

取締役



森久保 哲司
代表取締役 社長執行役員
最高経営責任者（CEO）



真田 保弘
取締役 常務執行役員
最高執行責任者（COO/営業）



高梨 晃
取締役 上席執行役員
最高執行責任者（COO/製造）



村田 隆夫
取締役 上席執行役員
最高財務責任者（CFO）



三橋 友紀子
社外取締役



角田 和好
社外取締役

監査役



木對 紀夫
常勤監査役



杉田 進
常勤監査役



安藤 良一
社外監査役



松江 頼篤
社外監査役

5年間の主要財務・非財務データ

財務データ	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
会計年度(百万円)					
売上高	36,755	36,648	41,025	40,935	35,348
売上総利益	10,178	10,191	11,658	11,472	9,187
販売費及び一般管理費	8,191	8,201	8,814	8,893	8,351
研究開発費	306	323	367	443	438
営業利益	1,986	1,990	2,843	2,578	835
経常利益	1,666	1,874	2,731	2,547	712
設備投資	1,292	2,909	2,776	2,989	2,011
減価償却費	1,432	1,396	1,597	1,729	1,674
親会社株主に帰属する当期純利益(損失)	1,249	1,375	1,788	960	△3,485

キャッシュ・フロー状況(百万円)					
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,187	1,785	3,393	3,185	2,490
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,159	△2,770	△2,335	△3,253	△1,788
フリー・キャッシュ・フロー	2,028	△985	1,058	△68	701
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,901	1,199	△738	74	△772

年度末(百万円)					
総資産	27,337	29,451	32,560	31,155	25,576
純資産	13,999	14,176	16,174	15,734	11,747
現金及び現金同等物	3,235	3,269	3,689	3,516	3,366
有利子負債	5,429	6,857	6,332	7,079	6,455
株主資本	12,586	13,598	15,096	15,500	11,913

1株当たり情報(円)					
当期純利益(損失)*	112.94	62.49	81.61	43.92	△160.01
純資産*	1,264.64	646.25	736.64	721.49	536.64
配当額*	25.0	13.0	16.75	16.75	2.00
配当性向(%)	22.1	20.8	20.5	38.1	—

主な財務指標					
売上総利益率(%)	27.7	27.8	28.4	28.0	26.0
営業利益率(%)	5.4	5.4	6.9	6.3	2.4
自己資本利益率(ROE)(%)	8.9	9.8	11.8	6.0	—
総資産当期純利益率(ROA)(%)	4.4	4.8	5.8	3.0	—
自己資本比率(%)	51.2	48.1	49.6	50.4	45.8
株価収益率(倍)	6.79	9.26	14.09	12.93	—
海外売上高比率(%)	57.5	56.6	58.2	59.0	58.8

非財務データ	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
従業員数(人)	3,836	3,959	4,298	4,282	4,020
海外従業員比率(%)	73.8	74.1	75.6	75.2	73.6
新卒採用における女性比率(単体)(%)	33.3	52.6	42.1	47.8	44.0

※ 2018年1月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っています。2016年度の期首に当該株式分割が行われたものと仮定して算定しています。

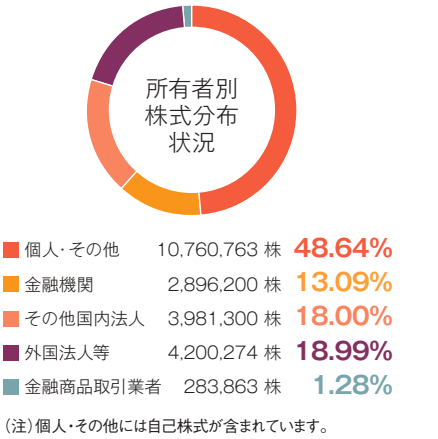
会社概要 (2020年3月31日現在)

商号	パンチ工業株式会社	本社所在地	東京都品川区南大井6-22-7	取引銀行	三菱UFJ銀行
創業	1975年(昭和50年)		大森ベルポートE館 5階		みずほ銀行
資本金	28億9,773万円		TEL:03-6893-8007(代表)		三井住友銀行
従業員数	連結4,020名	事業内容	金型用部品の製造・販売		三井住友信託銀行 りそな銀行

株式情報 (2020年3月31日現在)

株式の状況

発行可能株式総数	80,000,000株
発行済株式の総数	22,122,400株
株主数	5,287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	PwCあらた有限責任監査法人



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	3,804,900	17.45
CACEIS BANK S. A., GERMANY BRANCH - CUSTOMER ACCOUNT	2,415,800	11.08
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	1,319,300	6.05
パンチ工業従業員持株会	879,430	4.03
森久保 有司	663,000	3.04
森久保 哲司	663,000	3.04
神庭 道子	431,000	1.98
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口5)	359,000	1.65
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	284,700	1.31
THE BANK OF NEW YORK 134088	270,800	1.24

(注) 持株比率は自己株式(312,806株)を控除して計算しています。

株価・出来高推移

