

2016年3月期 決算説明会資料

2016年5月20日



PUNCH INDUSTRY

パンチ工業株式会社

(証券コード:6165 東証第一部)

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

本日の内容

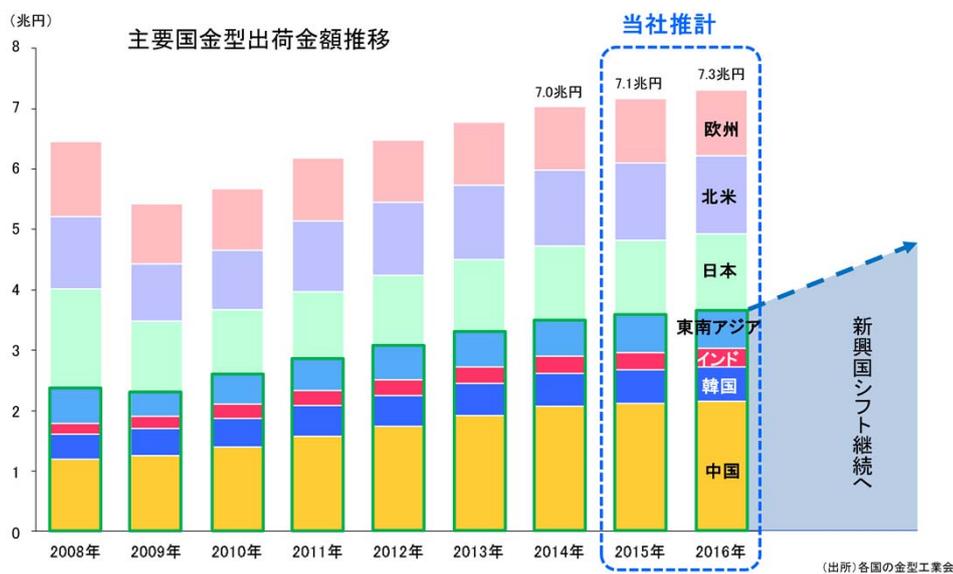
1. 経営環境
2. 2016年3月期 決算概況
3. 2017年3月期 業績予想
4. 前・中期経営計画
「バリュークリエーション15」の総括
5. 新・中期経営計画
「バリュークリエーション2020」の骨子
6. 「バリュークリエーション2020」の施策
7. 「バリュークリエーション2020」の経営目標
8. トップメッセージ



□経営環境です。

金型市場の予想(金額)

リーマンショック直後をボトムに着実に回復。緩やかながらも成長基調。



□世界の金型市場の動向です。

□リーマンショック直後の2009年を底に、その後、中国を中心とした新興国が牽引車となって着実に回復しており、今後も中長期的には緩やかな成長基調が見込まれています。

□金型部品の市場規模としては、金型市場規模の約7%レベルと考えており、現在進行中の2016年は金型市場が7.3兆円、金型部品市場はその7%の5,100億円と見えています。

国内市場



企業収益は改善傾向、設備投資等は持ち直しの動き。
個人消費はおおむね横ばい、電子部品は横ばい、家電が堅調に推移。

顧客業界動向	自動車	2015年の国内自動車生産台数は2年ぶりに前年実績を下回った。
	電子部品	スマートフォンは引き続き高機能化・多機能化への強いニーズ。
	その他	訪日外国人(インバウンド)消費の影響等もあり、家電が堅調。
課題	食品・飲料関連等の新分野への積極的な取組み。	

□国内市場です。

□日本の製造業の状況については、AI、ビッグデータ、モノのインターネット(IoT)、3Dプリンターなどにより、製造業が大きく変わろうとしつつあります。

□そのような中で、高精密、超小型な金型用部品の重要性はますます高まっており、当社は、これらの変化に対応するため、新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」の中で、攻めの構造改革に取り組めます。

中国市場



2015年の実質国内総生産（GDP）成長率は6.9%、25年ぶりの低水準となったものの個人消費は好調。自動車、家電・精密機器が堅調に推移。

顧客業界動向	自動車	2015年の生産台数は2,459万台、2016年は2,604万台となる見込み。
	電子部品	2015年は世界スマートフォン出荷台数のうち、中国メーカーが4割に上り、加えて高機能化が進む。
	その他	家電・精密機器が堅調に推移。
課題	戦略製品や医療関連等の高付加価値製品への取組みと航空宇宙関連の開拓。	

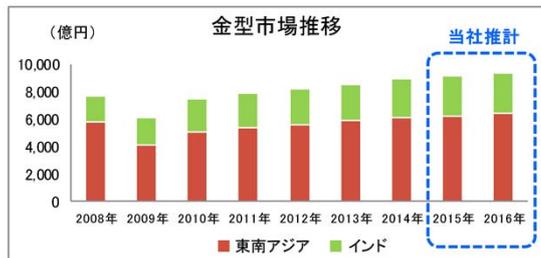
□中国市場です。

□足下では、経済成長の減速が顕在化しているものの、個人消費が好調で、巨大な市場であることには変わらないと考えています。特に自動車市場は、環境対応車を中心に、今後も成長市場であると見えています。

□一方で、日本と同じく、中国においても景気に左右されにくい新市場・新分野の開拓を進める必要があると考えています。

□現在、中国グループでは、航空宇宙産業分野への積極的な参入も視野に入れて取り組んでいますが、2015年1月にAS9100（航空宇宙産業品質マネジメントシステム）を取得したのに続き、2016年3月には、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の認証を取得しました。

東南アジア・インド市場



【東南アジア】足下では経済成長ペースが力強さを欠くものの、ASEAN経済共同体(AEC)の発足による中長期的な成長に期待。

【インド】2015年の国内総生産(GDP)世界順位が7位に上昇。

顧客業界 動向	自動車	生産台数は、フィリピン、マレーシア、タイでは増加したものの、インドネシアは経済成長の鈍化等の影響により減少。
	電子部品	低価格帯スマートフォンの需要が旺盛。
	その他	家電が好調。
課題	事業拡大と成長市場でのポジションの確立。	

□東南アジア・インド市場です。

□東南アジアは、各国の経済成長にバラつきが見られるものの、中長期的には、ASEAN経済共同体の発足が追い風となって、成長していくと考えています。

□また、多国籍企業が東南アジアを製造・サービスのハブ拠点としており、当社の多数のお客様も進出していることから、パンチグループ内における情報共有を強化し、お客様へのサービスの更なる拡充を図ってまいります。

□インドは、モディ政権が進める経済構造改革による経済の活性化に期待をしています。当社は、前・中期経営計画「バリュークリエーション15」の中で事業基盤を構築した結果、徐々にお客様から評価をいただけるようになりました。

2. 2016年3月期 決算概況

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

□2016年3月期の決算概況です。

2016年3月期 決算ハイライト

中期経営計画「バリュークリエーション15」の最終年度は、中国経済成長の減速や為替の影響等を受けたが、次の成長への足がかりを構築。

売上	連結	連結売上高は、前年比106%、23億円増の367億円となった。
	日本	自動車、家電が堅調に推移したことに加え、食品・飲料関連が伸長し、前年比103%の156億円となった。
	中国	経済成長の減速が電子部品・半導体等において顕在化したものの、自動車、家電・精密機器が牽引役となり、前年比110%の178億円となった。
	その他	ベトナム、シンガポールが好調、加えて欧州、米州、タイも堅調に推移し、前年比111%の33億円となった。
利益		研究開発投資などによる販管費の増加はあったものの、工場の稼働アップによる原価率の改善、売上が増加したことによる利益増の効果もあり、営業利益は前年比115%の19.8億円となり、バリュークリエーション15の経営目標をほぼ達成。同時に、人民元切下げ等による為替の影響はあったものの、経常利益、当期純利益も前年を上回った。
ネット資金		親会社株主に帰属する当期純利益の計上により、期首より17億円改善した。

- 2016年3月期の決算ハイライトです。
- グループ全体として、対前年比で増収増益を確保することができました。
- 国内では、自動車、家電が堅調に推移し、食品・飲料関連も伸長しました。
- 中国では、当第3四半期より経済成長の減速が電子部品・半導体等において顕在化したものの、年間を通じては、自動車、家電・精密機器が牽引役となり、前年実績をクリアしました。
- その他の地域は、年間を通してベトナム、シンガポールが好調に推移しました。
- 利益面では、販管費の増加を、売上増や原価低減でカバーし、利益を確保することが出来ました。営業利益は、前・中期経営計画「バリュークリエーション15」の最終目標である20億円を、ほぼ達成することが出来ました。
- ネット資金は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上等により、最終的には期首より17億円の改善となりました。

損益計算書サマリー

中期経営計画「バリュークリエーション15」の経営目標に対して売上は1年前倒しで達成、営業利益もほぼ達成し、上場来最高を更新。
 経常利益以下も、想定外の為替影響があったものの増益は確保。

(単位:百万円)

	2015年3月期 (実績)	2016年3月期			
		修正予想 (2016/3/11公表)	実績	前年差 (前年比)	修正予想差 (修正予想比)
売上高	34,392	37,000	36,755	2,362 (106.9%)	▲244 (99.3%)
営業利益	5.0% 1,724	5.4% 2,000	5.4% 1,986	262 (115.2%)	▲13 (99.3%)
経常利益	4.7% 1,617	4.5% 1,650	4.5% 1,666	49 (103.1%)	16 (101.0%)
親会社株主に帰属 する当期純利益	3.5% 1,188	3.2% 1,200	3.4% 1,249	61 (105.1%)	49 (104.1%)

□決算数値の概要です。

売上高は367.5億円で、前年比106%、23億円の増収となりました。

営業利益は19.8億円、

経常利益は16.6億円、

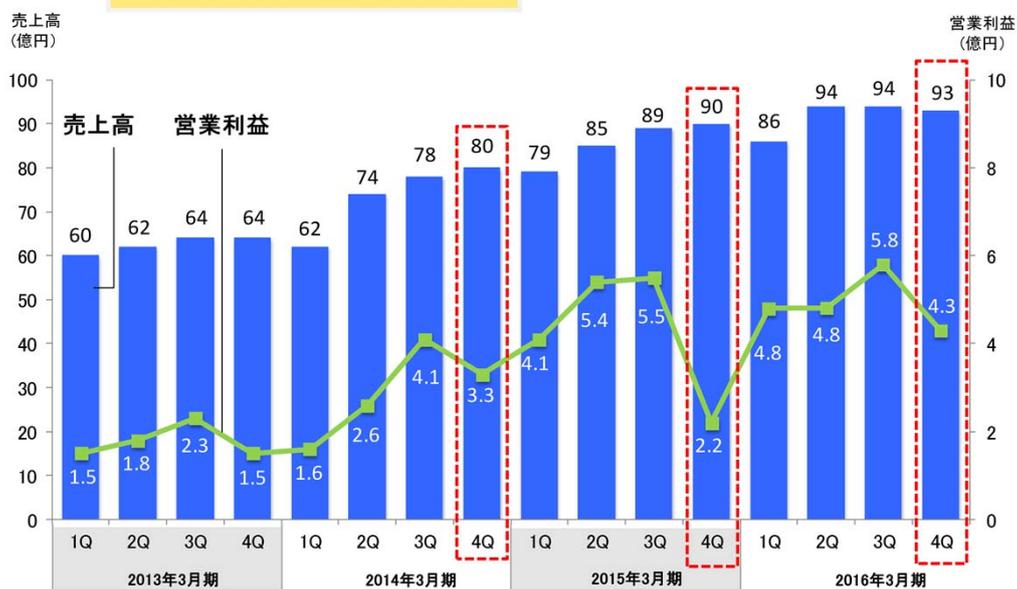
親会社株主に帰属する当期純利益は12.4億円となりました。

□2016年3月期を四半期毎に振り返ると、第1四半期は想定ラインでのスタートとなったものの、第2四半期から第3四半期にかけて中国の経済成長減速など外部環境変化の影響を受けました。しかし第4四半期には、国内の奮闘に加え、中国の回復もあり、通期で前年実績をクリアできました。

□終了した前・中期経営計画「バリュークリエーション15」の経営数値としては、売上320億円以上、営業利益20億円以上を目標として掲げて取り組みました。結果的には、売上は1年前倒しで達成、営業利益も最終年度にほぼ達成しました。

売上高と営業利益の推移

売上高は最高水準を維持。



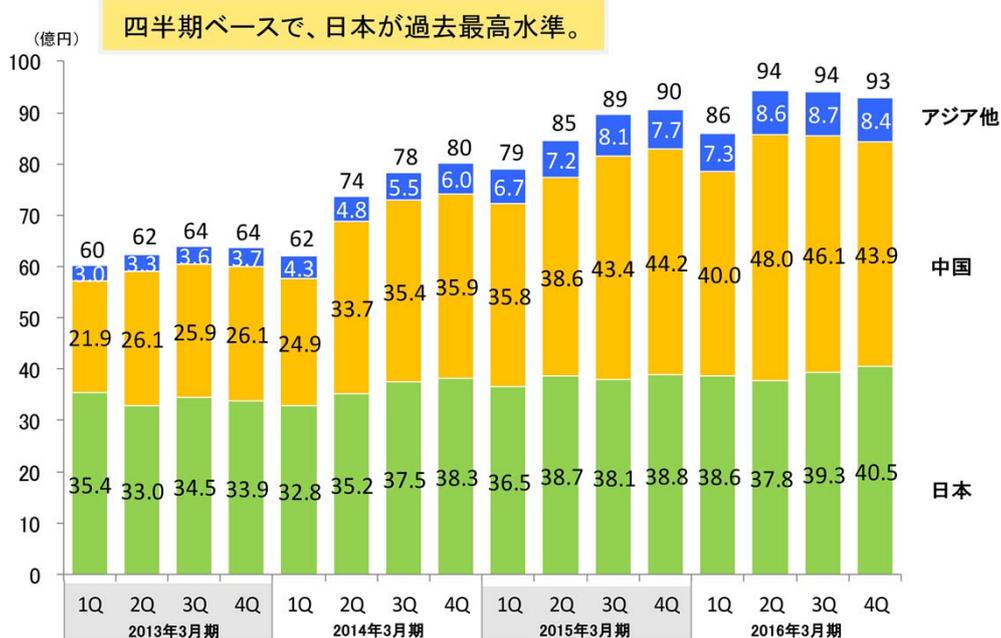
□ 四半期ベースの売上高と営業利益の推移です。

□ 売上高は引き続き過去最高水準を維持しています。

□ 当第4四半期の営業利益は、新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」への仕込みも行ったことなどにより、4.3億円となりました

□ なお、前第4四半期が一時的に減益となっているのは、創業40周年記念配当とあわせ、記念賞与を支給したことや、研究開発投資等を前倒して実施したことなどによるものです。

地域別売上高



□地域別の売上高です。

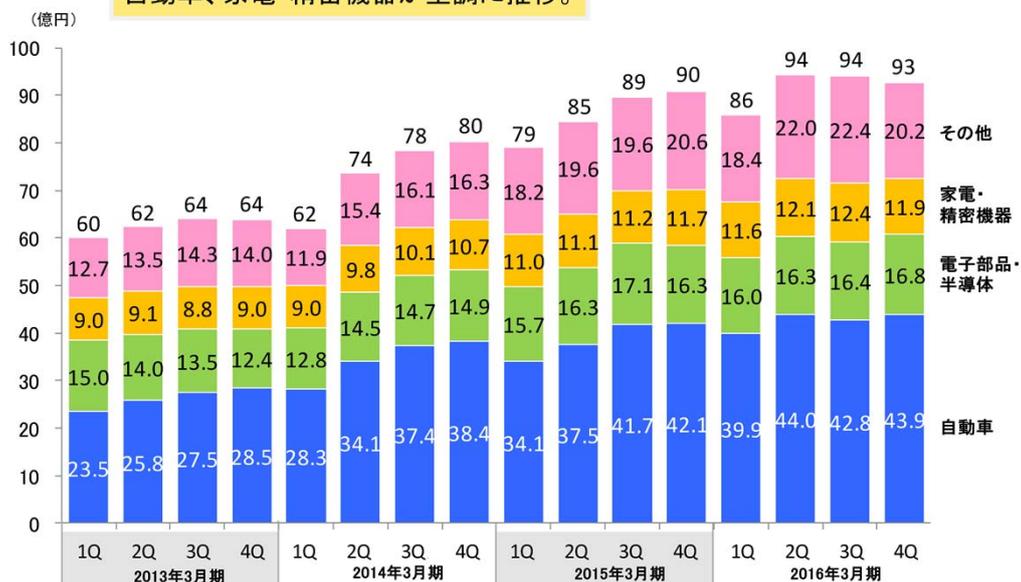
□日本は、製造部門の同行営業を強化し、お客様ニーズにスピード対応したことで、取引社数も増えたことなどもあり、想定以上の売上を確保することができ、四半期ベースでは過去最高水準となりました。

□中国は、中国経済成長の減速による市場環境の悪化の影響により、当第3四半期から苦戦は続いているものの、着実に挽回を図っています。

□アジア他は、まだまだ当社の知名度が高くはありませんので、積極的に展示会へ出展するなどして、少しずつ伸長しています。

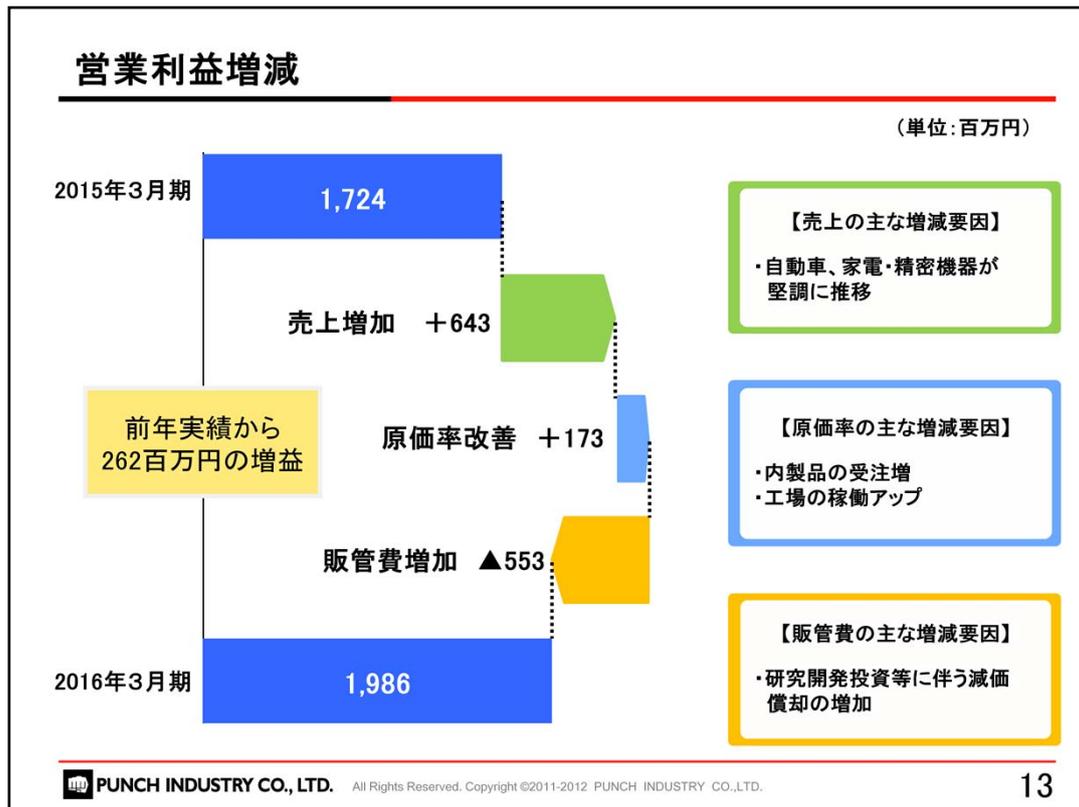
業種別売上高

自動車、家電・精密機器が堅調に推移。



□業種別売上高のグラフです。

□当第3四半期より中国経済成長の減速が顕在化し、自動車関連が一時的に減少したものの、日本市場の活性化にも助けられ、当第4四半期には回復に転じました。また、各地域において家電が伸長しました。その他の中でも、高付加価値製品として当社が注力している食品・飲料関連等は堅調でした。



□ 営業利益の増減グラフです。

□ 前年実績の17.2億円から、

売上高の増加、工場の稼働アップ等による原価率改善により8億円の利益増。

一方、研究開発投資等の増加に伴う販管費増により5億円の利益減。

その結果、当期実績は19.8億円となり、前年に対し2.6億円増加しました。

貸借対照表サマリー

(単位:百万円)

	2015年3月期末	2016年3月期末	比較増減
総資産	29,623	27,337	▲2,286
総負債	15,418	13,338	▲2,080
うち有利子負債	7,155	5,429	▲1,726
純資産	14,205	13,999	▲205
ネット資金	▲3,853	▲2,108	1,744
自己資本比率	47.9%	51.2%	3.3pt
自己資本利益率(ROE)	10.1%	8.9%	▲1.2pt
設備投資額(無形固定資産含む)	1,296	1,292	▲4
減価償却費(無形固定資産含む)	1,316	1,432	116

□財務状況です。

□総資産は、売上債権の減少により、273億円となりました。

□総負債は、借入金の減少により、133億円となりました。

□純資産は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上に伴う利益剰余金の増加並びに為替換算調整勘定の減少により、139億円となりました。

□ネット資金は、フリーキャッシュ・フローにより、前年より17億円増加しました。

□自己資本比率は、前年より3.3ポイント増の51.2%、ROEは8.9%となりました。

□減価償却費は、研究開発投資等により増加しました。

キャッシュ・フローサマリー

(単位:百万円)

	2015年3月期	2016年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,805	3,187
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,180	▲1,159
フリーキャッシュ・フロー	624	2,028
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,013	▲1,901
現金及び現金同等物の増減額(換算差額含む)	1,795	▲66
現金及び現金同等物の期末残高	3,302	3,235

□キャッシュ・フローの状況です。

□税引前利益の計上および運転資金の圧縮等によりフリーキャッシュ・フローは20億円の収入となりました。

3. 2017年3月期 業績予想

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

□2017年3月期の業績予想です。

2017年3月期 業績予想概況

新・中期経営計画のスタート年度として、高収益の実現に向け、体質強化や構造改革を推進するための先行投資はあるものの増収増益を維持。

売上	連結	販売5極体制を確立するため、グローバル拡販に取組み、引き続き新市場・新分野の開拓で前年比100.7%の370億円を見込む。
	日本	堅調な自動車、電子部品、精密機器の販売強化を進め、食品・飲料関連の拡販と合わせ、高付加価値製品の品目拡大も図り、前年比102.5%の160億円を見込む。
	中国	前年に引き続き自動車関連を中心に販売強化を進め、高付加価値製品を拡販していくものの、為替の影響もあり、前年比97.5%の173億円を見込む。
	その他	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行い、前年比108.7%の36億円を見込む。
利益		日中で高付加価値製品の拡販やその他の地域での事業拡大等により増加を見込むものの、高収益の実現に向けた構造改革を推進するための先行投資もあり、営業利益は20億円、当期純利益は14億円を見込む。

□2017年3月期の業績予想です。

□経営環境は依然予断を許さない状況ですが、新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」における成長を確実なものとするために、2017年3月期は攻めの構造改革として、先行投資を進めます。

□日本は、自動車を強化しつつ、電子部品、精密機器への取組みを続けながら、前年比102.5%の160億円の売上を確保します。

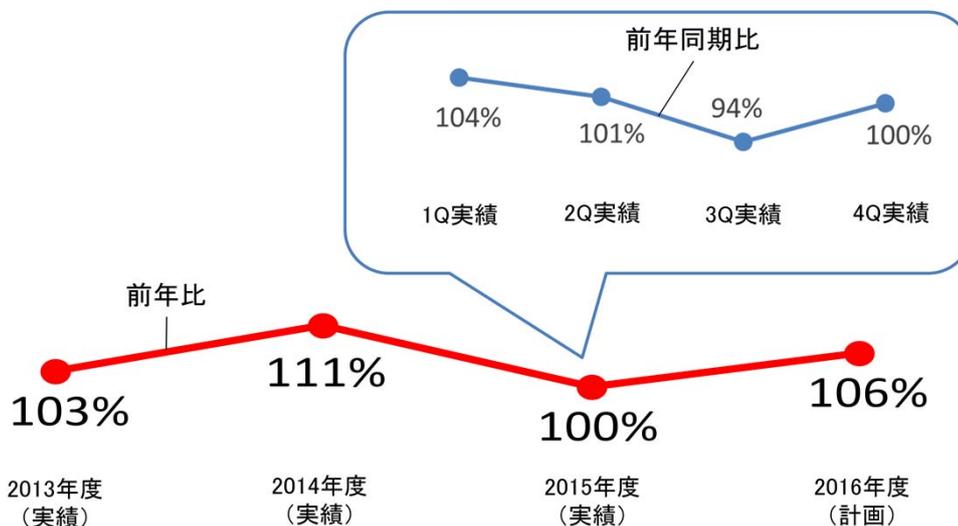
□中国は、高付加価値の戦略製品拡販、そして新しい分野へのチャレンジ等により、現地通貨ベースでは増収を目指しますが、人民元下落の影響により、邦貨ベースでは前年比97.5%の173億円を見込んでいます。

□アジア他は、東南アジアやインドでの事業拡大に加え、中国、東南アジアグループからの欧米への輸出で伸びを見込んでいます。

□利益は、高付加価値製品の拡販等により増益を見込むものの、高収益体質実現のための先行投資もあり、前年より微増の営業利益20億円、親会社株主に帰属する当期純利益は14億円を見込んでいます。

中国グループ(現地通貨)の売上状況

2015年は中国経済成長の減速が鮮明になったものの、2016年も底堅さを見込み、現地通貨ベースでは堅調な売上推移を予測。



□2017年3月期の業績予想の補足です。このチャートは、中国グループの現地通貨における売上の前年比推移です。

□中国現地通貨ベースでは、2014年度は2桁成長、2015年度はほぼ横ばいまで落ち込みましたが、2016年度は前年比106%の成長を見込んでいます。

□2015年度の現地通貨実績が横ばいとなった理由は、夏頃に中国の経済成長減速が顕在化したことによるものです。しかし、2015年度を四半期毎に見ると、第3四半期で一度、落ち込んでいますが、第4四半期には回復しています。したがって、2016年度以降も再び、成長軌道に戻るものと考えています。

2017年3月期 業績及び配当の予想

(単位:百万円)

	2016年3月期 (実績)		2017年3月期 (予想)		前年差	前年比
売上高	36,755		37,000		244	100.7%
営業利益	5.4%	1,986	5.4%	2,000	13	100.7%
経常利益	4.5%	1,666	5.2%	1,935	268	116.1%
親会社株主に帰属 する当期純利益	3.4%	1,249	3.8%	1,400	150	112.1%
自己資本利益率 (ROE)	8.9%		9.6%		0.7pt	
2017年3月期 配当予想	中間 13円 + 期末 13円 = 26円					

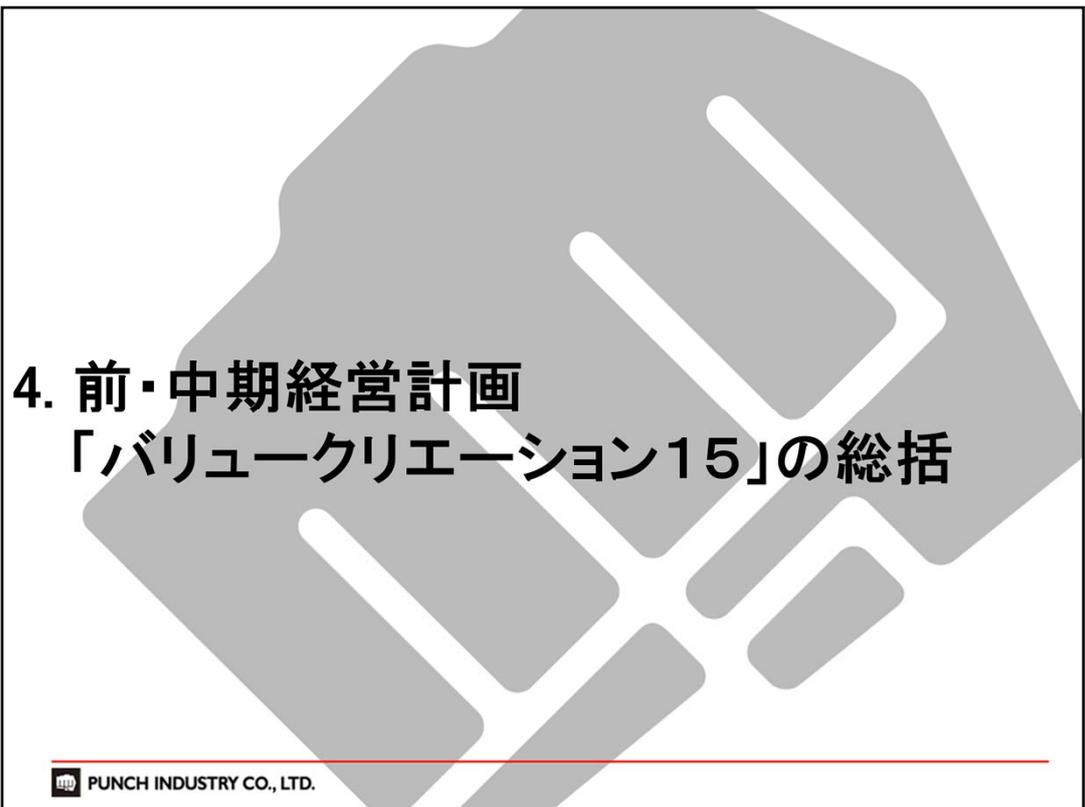
□2017年3月期業績及び配当の予想です。

□売上370億円、営業利益20億円、そして経常利益19億円、親会社株主に帰属する当期純利益は14億円を見込んでいます。

□配当は、中間・期末配当として各13円、年間配当は26円を予定しています。

引き続き安定的な配当を継続していくことを基本に考えています。当社はこれまで、まだ成長途上にあるとして、財務基盤の健全化を優先してきましたが、新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」の策定を機に、連結配当性向を、現在の20%以上から、5年以内を目途に30%に段階的に引き上げることを目指します。

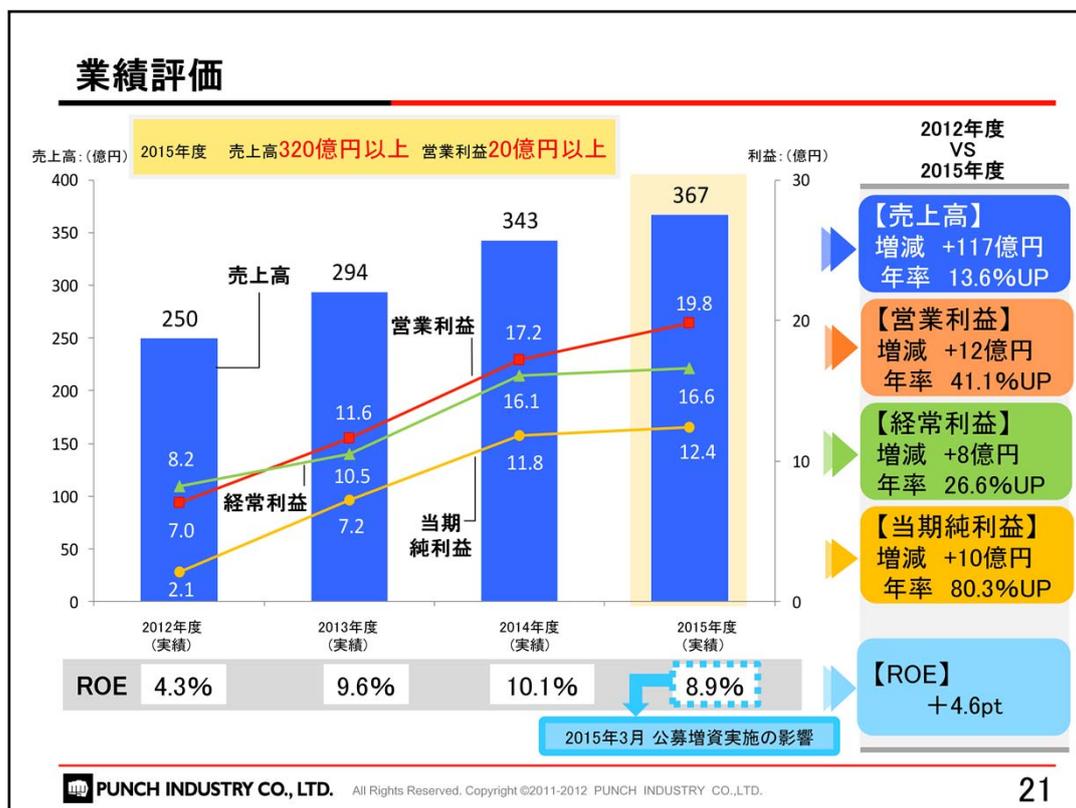
□高収益体質を構築することにより、増益・増配基調を堅持しつつ、盤石な財務基盤と高ROEの両立を目指し、パンチグループ一丸となって取組みます。



4. 前・中期経営計画 「バリュークリエーション15」の総括

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

□前・中期経営計画「バリュークリエーション15」の総括です。



□業績評価です。

□売上目標に関しては、若干、為替に助けられたこともありますが、1年前倒しの達成となり、営業利益は、ほぼ当初予定通りの着地になりました。

□バリュークリエーション15の3年間で振り返ってみますと、3年間で売上は1.5倍近く、営業利益は3倍近く、当期純利益は6倍近くにも伸ばすことが出来ました。

施策評価

グローバル化

インド、東南アジア、
欧米市場の開拓

- ◎M&A実施、生産能力・市場を獲得(東南アジア)
- ◎販路確保(欧州)
- ◎事業基盤確立(インド)

新市場の開拓

未開拓・新分野への
取組み

- ◎AS9100を認証取得
- ◎未開拓分野でのマーケティング
- ◎新分野でのターゲット先の明確化

高収益事業 モデルへの転換

国内外事業の
収益力改革

- ◎研究開発体制の確立(全体)
- ◎高付加価値製品の拡販(日本)
- ◎戦略製品拡充(中国)
- ◎超硬製品事業の拡大(東南アジア)

為替の影響

売上
計画1年前倒し
為替影響で底上げ



利益
計画は未達成
為替影響で押し下げ



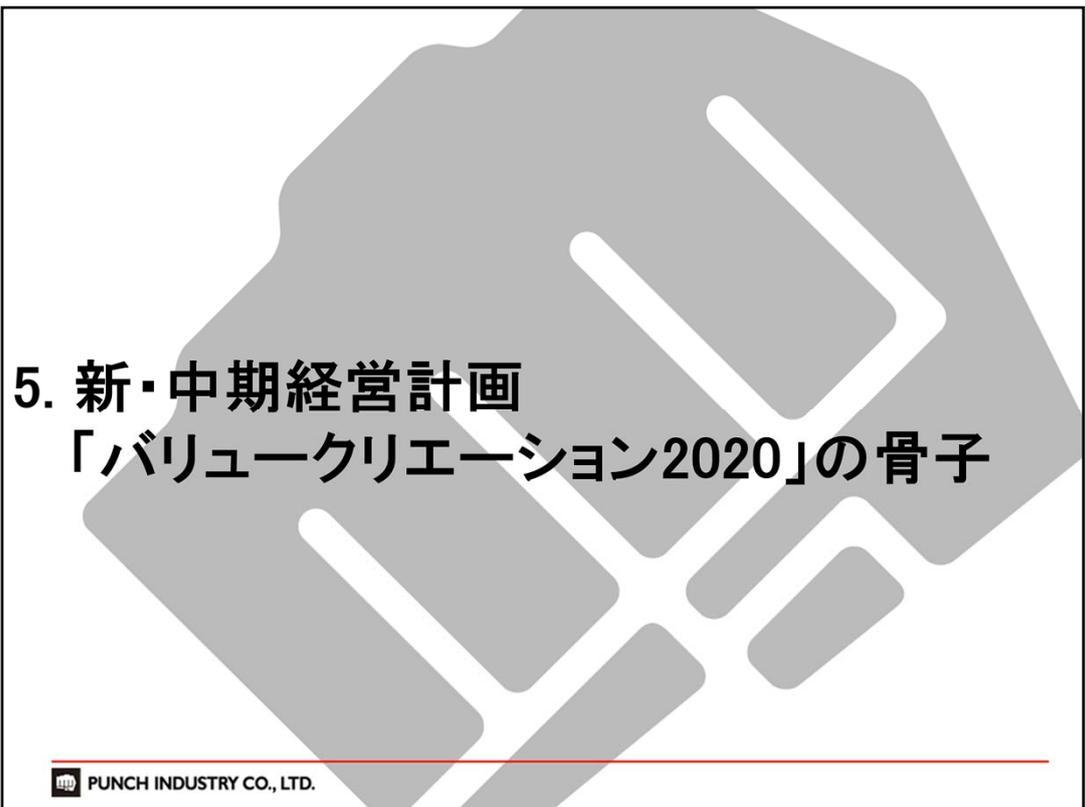
□施策評価です。

□バリュークリエーション15で掲げた三つの課題、

- ①グローバル化
- ②新市場の開拓
- ③高収益事業モデルへの転換

については、東南アジア・インドや欧米市場での販売拡大、日本及び中国などにおける新規事業受注活動の強化、そして製造原価の低減などに、積極的に取り組んできたものの、まだまだ課題も多く残っています。

□これらの残された課題や、新たな課題も含め、新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」で取り組んでいきます。

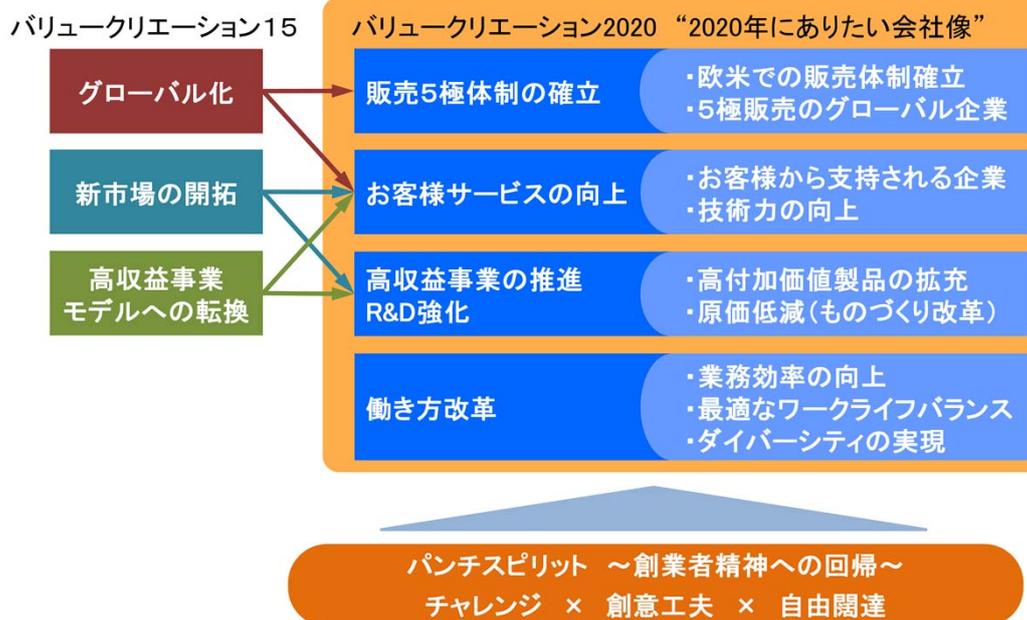


5. 新・中期経営計画 「バリュークリエーション2020」の骨子

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

□新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」の骨子です。

連動する「バリュークリエーション」の重点経営課題



□バリュークリエーション2020の重点経営課題です。

□バリュークリエーション15で取組んだことは、新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」での重点経営課題へ受け継がれていきます。

□2020年度に当社が「ありたい姿」を描き、現状とのギャップを埋めるべく2020年度までの行動を決めました。

- ・販売5極体制確立(5極⇒日本、中国、東南アジア・インド、欧州、米州)
- ・お客様サービスの向上
- ・高収益事業の推進とそのためのR&D強化
- ・働き方改革

を大きな柱として、「パンチスピリット」をもって取組みます。

パンチスピリットとは

パンチスピリット ～創業者精神への回帰～

チャレンジ

未知の領域にチャレンジすることを通じて、
自己の成長と社会への貢献を果たす

創意工夫

あらゆる仕事に創意工夫を凝らし、
夢の実現に向けて粘り強く困難を克服していく

自由闊達

一人ひとりの個性や多様性を尊重し、
自由闊達で活力にあふれた職場を共につくる

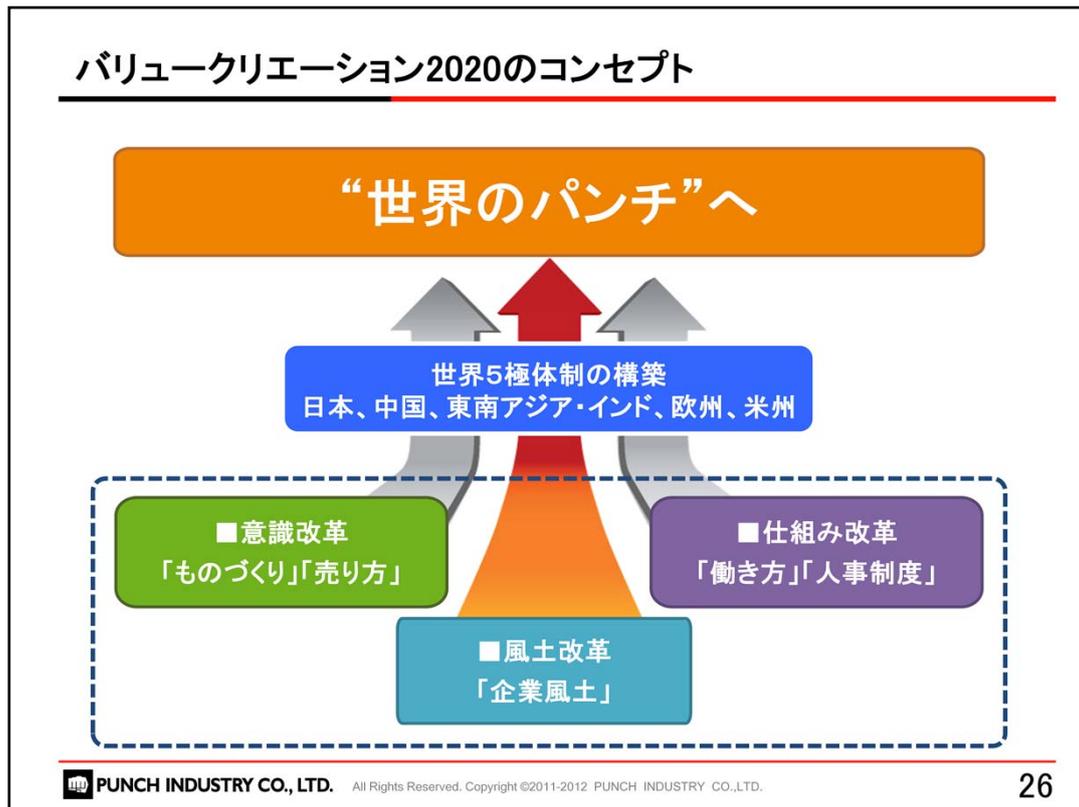
□パンチスピリットについてです。

□今後の成長も視野に入れた時に、現在のような先行きが不透明な時代こそ、今までの仕事をただ漫然とやり続けるのではなく、新たなことに挑戦し、失敗しても諦めずに創意工夫を凝らし、最後までやり抜くという強い意志が必要です。その意味で、パンチグループをゼロから築き上げた、創業者である森久保の情熱や執念といった起業の原点に立ち返るべきだと考えました。

□「パンチスピリット」はこのような思いから制定されたものです。

「チャレンジ」「創意工夫」「自由闊達」の3つをキーワードとして掲げ、パンチグループ全体で取組んでいくことが重要になると考えています。

バリュークリエーション2020のコンセプト



□バリュークリエーション2020のコンセプトです。

□「パンチスピリット」を念頭において、社内では3つの改革を進めていきます。

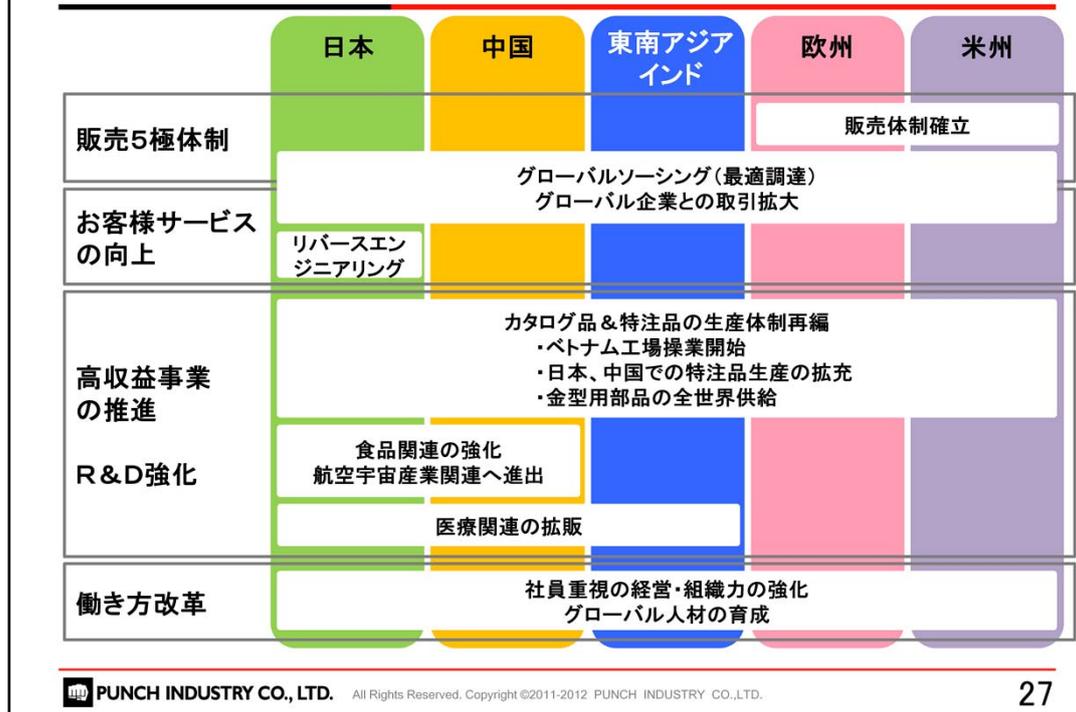
□1つ目は「意識改革」です。ベトナム工場を起点に「ものづくり」を根本的に見直すことや、お客様の幅広いニーズを捉えた新たなビジネス、サービスを開発して行くことなど、さまざまな改革を推進します。

□2つ目は「仕組み改革」です。生産性を上げると同時に、労働時間の短縮やさまざまな働き方を実現していこう、ということです。これに連動させて人事制度改革も進めていきます。

□3つ目は「風土改革」です。意識改革、仕組み改革の二つの改革をトップダウンで進めていくのと並行して、各職場が主体となって企業風土を変革するための「風土改革」活動をボトムアップで進めていきます。

□これらの改革をベースに、狙っていくのは、これまでも掲げている「世界のパンチ」を目指すことであり、世界5極体制を確立していくことです。

バリュークリエーション2020の基本戦略



27

□バリュークリエーション2020の基本戦略です。

□4つの重点課題を各市場で、どういう取組みをしていくか、をまとめたものです。

□生産体制の再編やR&D強化など、グループ各社の連携を強化し、パンチグループの総合力を高め、世界に打って出る、ということです。



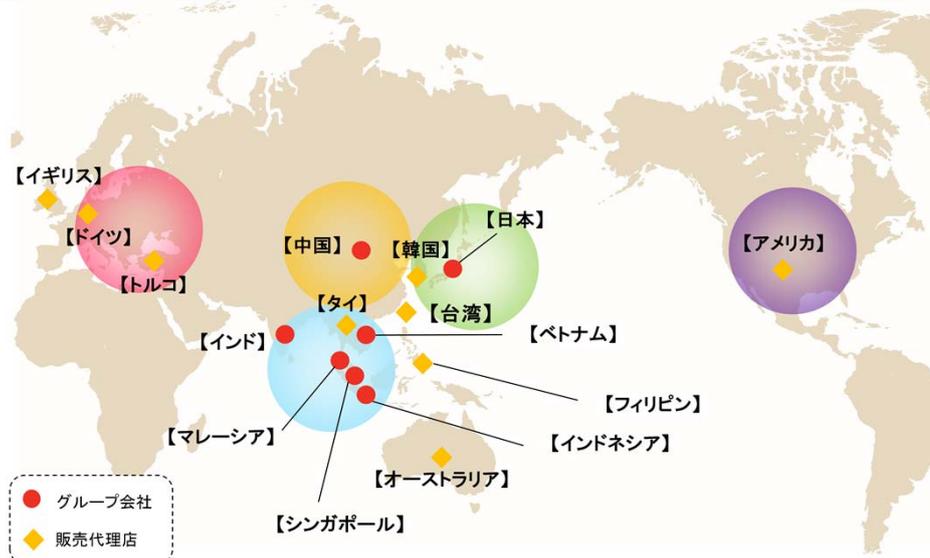
6. 「バリュークリエーション2020」の施策

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

□バリュークリエーション2020の施策です。

販売5極体制

アジア集中から欧米エリアでの販売体制確立



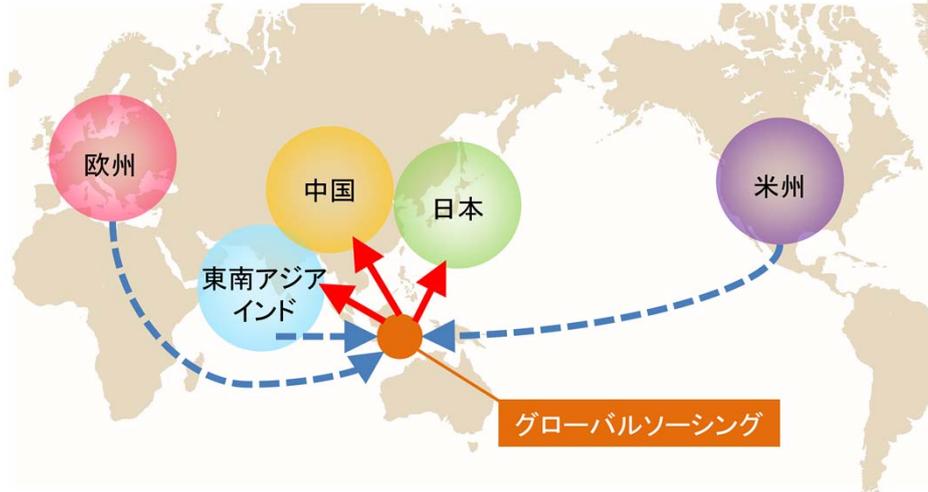
□販売5極体制です。

□現状、パンチグループの拠点はアジアに集中しています。マレーシアにおいて、2012年に資本・業務提携した企業に対して、2013年にM&Aを実施したことにより、欧米にも販路の広がりが出来たとはいえ、更に2020年度までに欧米での販売体制を確立していきます。

お客様サービスの向上①

グローバルソーシング(最適調達)によるお客様満足度の向上

欧米・アジアからの受注  に対し、最適な生産拠点から調達 



□お客様サービスの向上です。

□欧米での販売体制の確立のため、1つめの布石として、欧米・アジアからの受注に対し、最適な生産拠点から調達する機能を持った「グローバルソーシング」という部門を東南アジアグループに設立します。

□見積もり業務を「グローバルソーシング」に集約し、最適な生産拠点へ振分けをすることで、日本・中国・マレーシア・協力工場の持っている資源をフル活用し、お客様の希望納期・コスト等にきめ細かく対応します。これが特注品の受注増につながると考えています。

お客様サービスの向上②

リバースエンジニアリングによるお客様の課題解決



□また、お客様サービスの向上への取組みとして、リバースエンジニアリングによるお客様の課題解決を提案していきます。

□企業合併等で図面を消失しているという企業は多く、この課題に対して、以前より金型用部品の現物は残っており、現物を元にして金型用部品を再現して欲しいというお客様からのご要望が多かったため、バリュークリエイション2020の中で取組むことにしました。

高収益事業の推進

ベトナム工場を起点としたグループ生産体制の最適化

投資による助走期間
(2016年度～2018年度)

グループ新生産体制の本格始動
(2019年度～)

① ベトナム工場の操業開始

① ベトナム工場の生産能力強化

② 日本生産拠点の原価改善

② 日本生産拠点内での生産移管

③ 中国生産拠点内での生産移管

③ 日本生産拠点の特注品生産を強化

コスト低減とリスク分散により、圧倒的な高収益化を実現

□高収益事業の推進です。まず、大きく2つにステージは分かれています。

□1つ目のステージは2018年度までの「投資による助走期間」です。

この期間に

- ①ベトナム工場の操業開始
- ②ベトナム工場の操業開始による日本生産拠点の原価改善
- ③中国生産拠点内での生産移管による最適調達の整理を、行います。

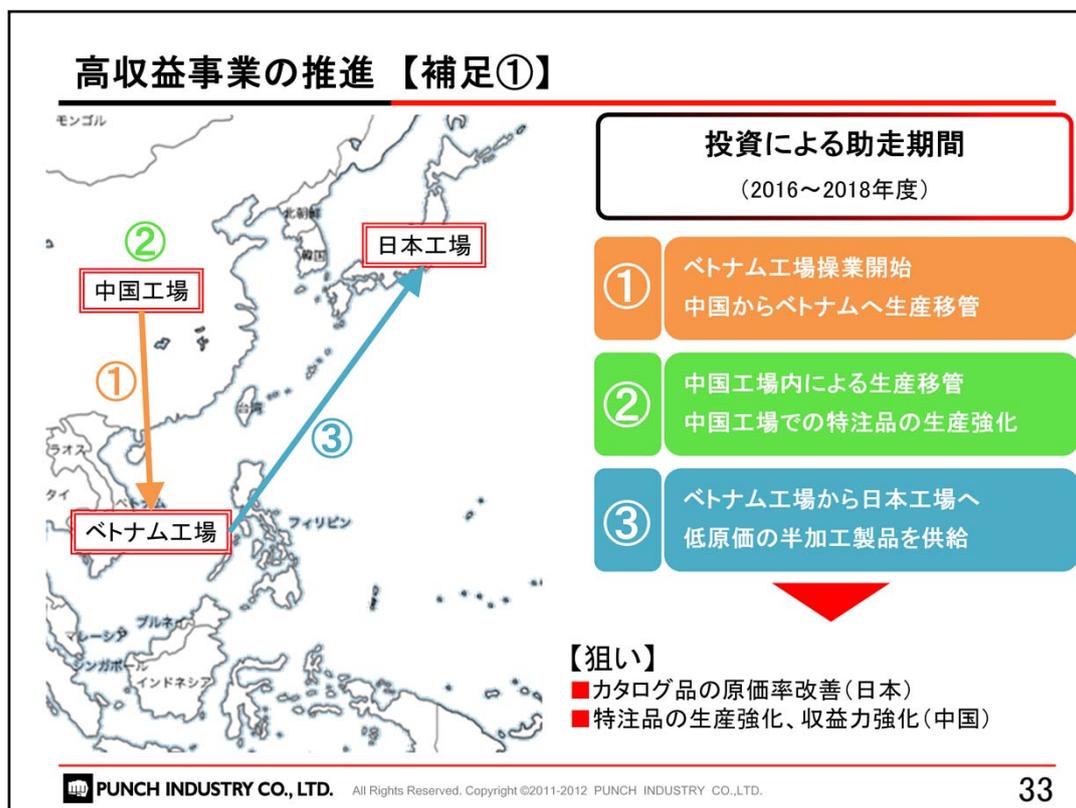
□2つ目のステージは2019年度以降の「グループ新生産体制の本格始動」です。

この期間に

- ①ベトナム工場の生産能力強化
- ②日本生産拠点内での生産移管
- ③日本生産拠点の特注品生産を強化を、行います。

□特注品生産ドライブによる収益力強化が前提の取組みですので、R&Dとマーケティングで、しっかりと芽を育てていきます。

□パンチグループとしての狙いは、コスト低減とリスク分散、そして高付加価値化により、圧倒的な高収益化を実現することにあります。



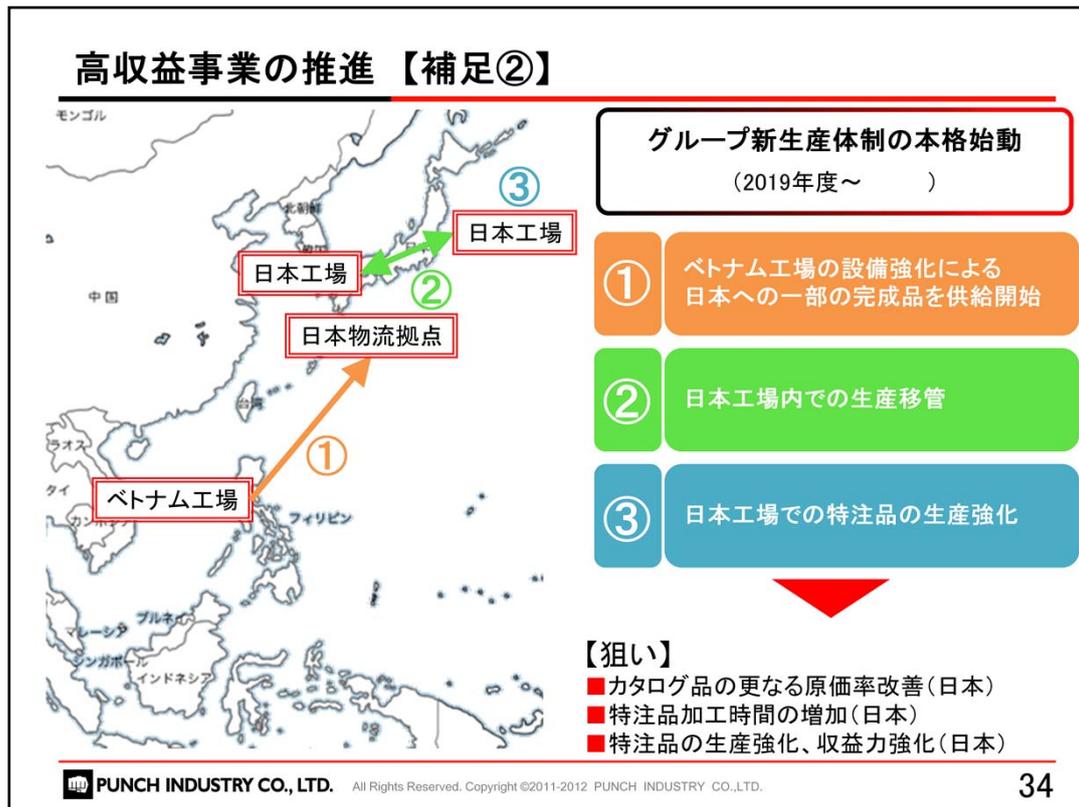
□高収益事業の推進の補足説明です。

□2018年度までの「投資による助走期間」では、

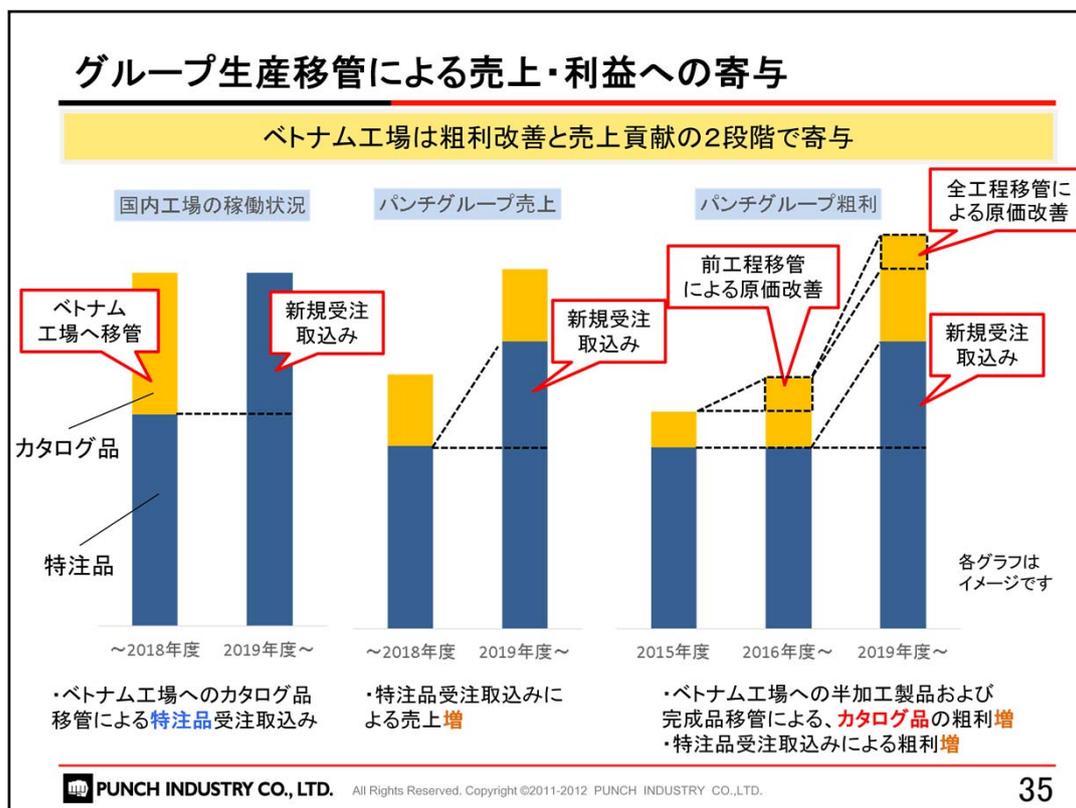
- ①まず、ベトナム工場操業開始により、中国からベトナムへ生産移管
- ②次に、中国工場内でのカタログ品の生産移管を行い、余剰能力を特注品の生産強化に充てます
- ③更に、ベトナム工場から日本工場へ低原価の半加工製品を供給します

□この「投資による助走期間」での狙いは、

- ◆ 日本での、カタログ品の原価率改善
- ◆ 中国での、特注品の生産強化による、収益力強化に、なります。



- 2019年度以降の「グループ新生産体制の本格始動」では、
- ①まず、ベトナム工場から日本物流拠点へ一部の完成品を供給開始します
 - ②次に、日本工場内での生産移管を行います
 - ③更に、日本工場での特注品を生産強化します
- この「グループ新生産体制の本格始動」での狙いは、
- ◆日本での、カタログ品の更なる原価率改善
 - ◆特注品加工時間の増加
 - ◆特注品の生産強化、収益力強化
- に、なります。



□ベトナム工場を中心としたグループ生産移管が、どのように売上・利益へ寄与するのかを、イメージグラフでご説明します。

□ベトナム工場は、「売上を上げる」、「原価を下げる」、「高付加価値製品へのシフト」という、まさに三位一体の合わせ技で、パンチグループの成長に貢献する見込みです。

□簡単に、イメージグラフで、まとめますと

- ①2018年までにカタログ品の大部分をベトナム工場へ移管します。その代わりに特注品の新規受注を取込み、国内工場の稼働は確保します。
- ②売上は、ベトナム工場に移管されたカタログ品の売上に加えて、新たに取込んだ特注品の売上が加わり、このように増加します。
- ③また粗利は、2016年にベトナム工場へ前工程が移管された段階で、カタログ品の原価低減により増加します。次に、2018年に全工程がベトナム工場へ移管された段階で、更に増加します。同時に、新たに取込んだ特注品の高い粗利が上乗せとなります。

□このように、二重三重の施策を連動させることで、高収益化を実現します。グループ売上・粗利の改善をし、大きな効果を出すためにも、生産能力増強への設備投資が先行します。そのため、2018年度までの「投資による助走期間」と、2019年度以降の「グループ新生産体制の本格始動」の2つのステージがあると説明した次第です。

□バリュークリエーション2020の経営目標達成の肝となる部分でもありますので、しっかりとベトナム工場へ設備投資を実施して取組んでいきます。

R&D強化

景気変動を受けにくく、将来の拡大が見込まれる業種との取引拡大

注)3つの画像は、全てイメージ画像です

食品関連



医療関連



航空宇宙産業関連



研究開発投資、設備投資、認証取得による対応

- 新分野でも、しっかりと芽を育てていくため、R&D強化を行います。
- 特注品の新規受注取込みのためにも、研究開発投資、設備投資、認証取得などの手法を用いて、ここに掲げた、景気変動を受けにくく、将来の拡大が見込まれる業種との取引拡大を行います。
- 効果としては即効性のあるもの、遅行性で将来に対する先行投資的な意味合いのものもありますが、グループ生産体制の最適化と連動させながら取組みます。

働き方改革

社員重視の経営による組織力の強化

「ものづくり」を変える

金型用部品の提供を通じて世の中を便利にする

「売り方」を変える

売りやすい物ではなく差別化された物売る

「働き方」を変える

効率改善・生産性向上を意識した働き方に変える

「企業風土」を変える

良い会社になるために自ら考えて行動する

「人事制度」を変える

グローバル人事、人材育成制度を強化する

□ここまで説明してきた重点課題実現のためには、働き方改革による組織の活性化が不可欠だと考えています。

□パンチグループ4,000人それぞれの考え方を換え、行動を変えていくという取り組みを同時並行で進めていきます。

□社員のモチベーションを高めることで、仕事の生産性が上がり、収益力も上がります。その結果、ステークホルダーの皆様には様々な形で貢献して行くとともに、世界の人々の豊かな暮らしを支える縁の下の力持ちとして存在感あるパンチグループを目指します。

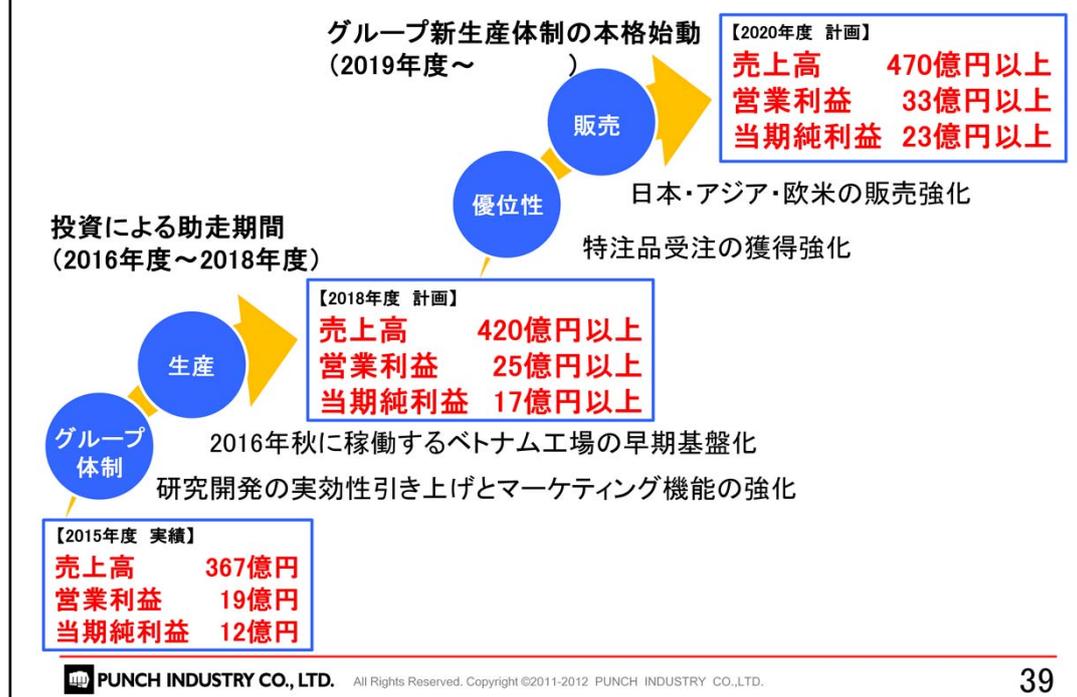
The logo of Punch Industry Co., Ltd. is a large, stylized, grey graphic composed of several thick, rounded rectangular segments arranged in a complex, interlocking pattern. The segments are white on the inside and grey on the outside, creating a sense of depth and structure. The overall shape is roughly diamond-like but with irregular, organic edges.

7.「バリュークリエーション2020」の 経営目標

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

□バリュークリエーション2020の経営目標です。

経営目標①段階別の売上・利益



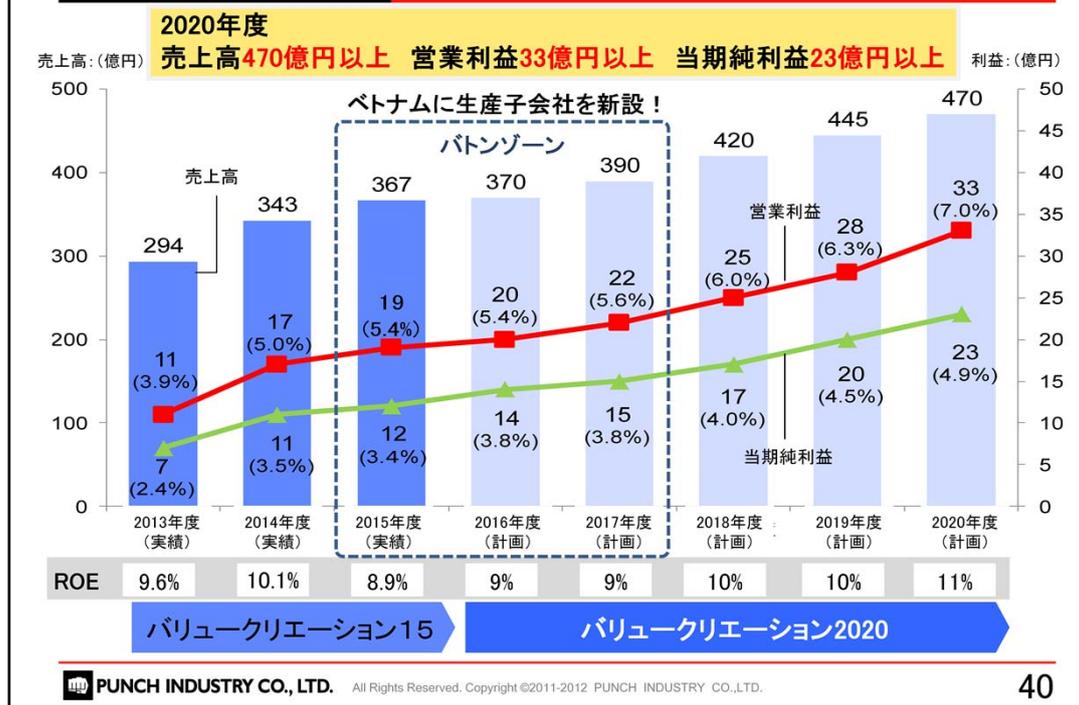
39

□経営目標①段階別の売上・利益です。

□2020年度の売上目標は470億円以上、営業利益目標は33億円以上、当期純利益目標は23億円以上、としました。

□経営目標は、「高収益事業の推進」の所でもご説明したとおり、2つのステージに分かれています。前半の3年間は助走期間とし、後半の2年間に少し急カーブを描いて上昇していく計画を立案しました。後半の2年間に販売5極体制の確立、特注品受注の獲得強化を実現し、しっかりと稼いでいく計画になっています。

経営目標②売上・利益の推移



40

□経営目標②売上・利益の推移です。

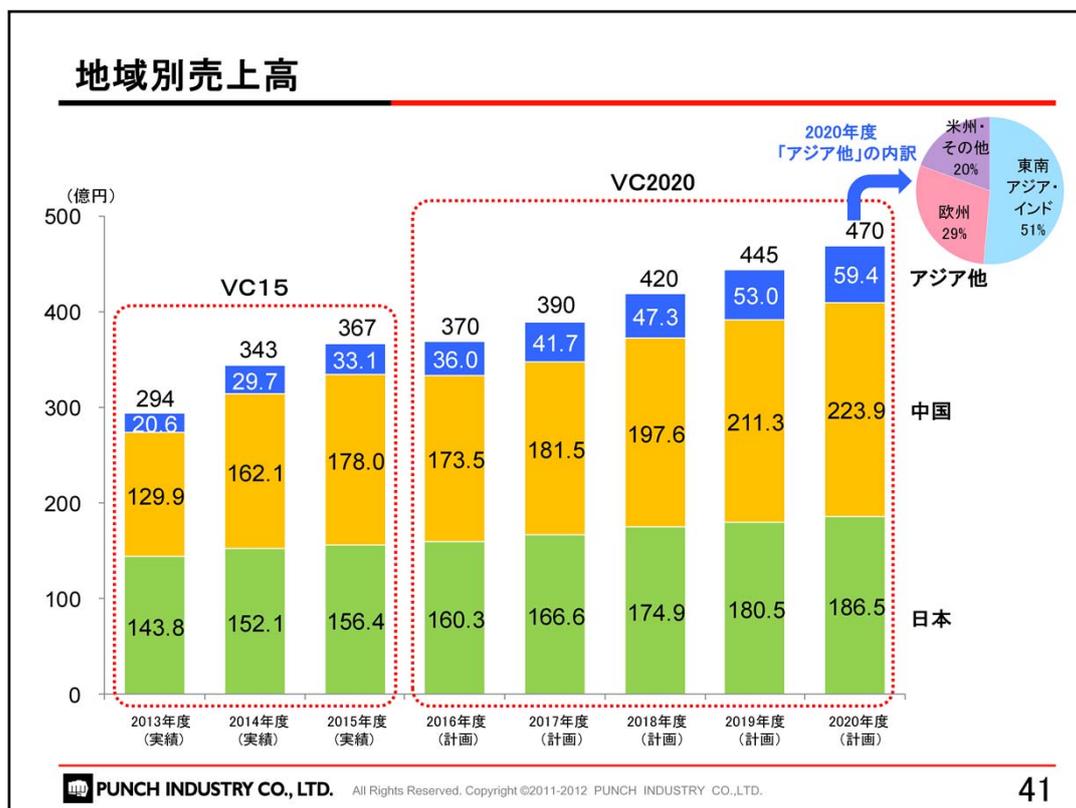
□バリュークリエーション2020の経営目標における、基本的な考え方は、

◆増収増益という基調は崩さない。

◆ベトナム工場を、バリュークリエーション15からバリュークリエーション2020への「繋ぎ」として、しっかりと立ち上げる。

ということです。

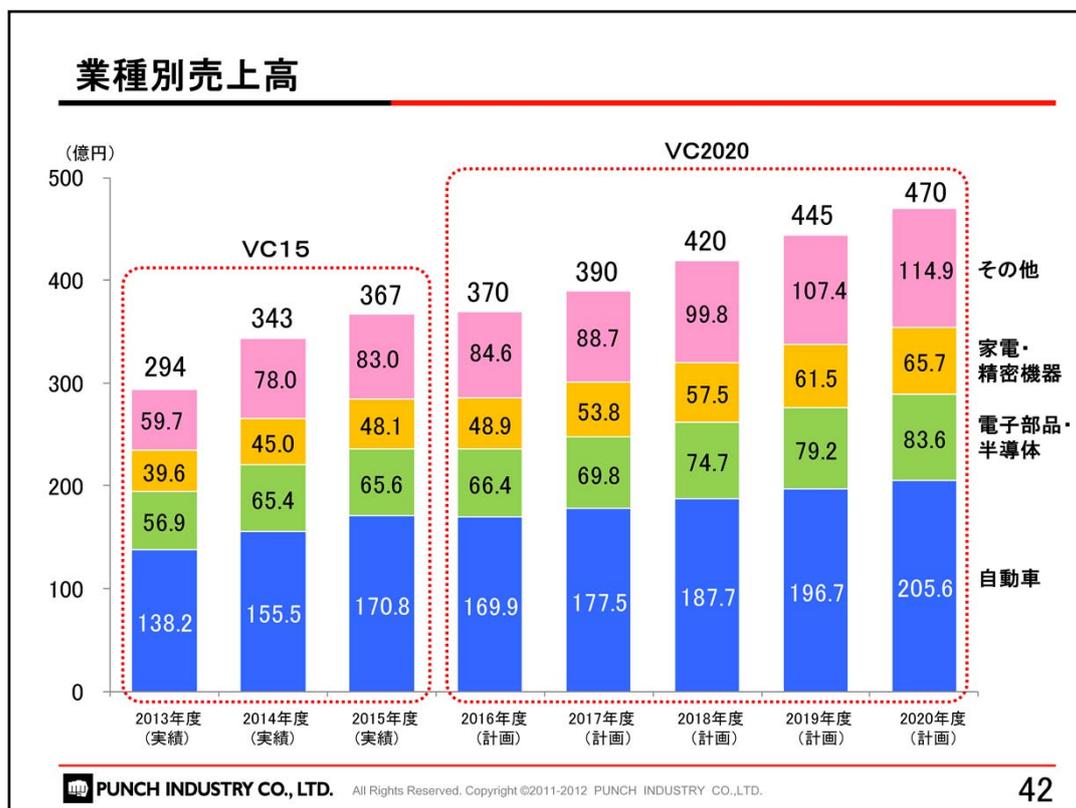
□バリュークリエーション2020初年度となる今期2016年度の業績予想については、P.16～19をご参照下さい。



□地域別売上高です。

□2015年度と2020年度を対比しますと、日本が19%増、中国が26%増、アジア他が79%増となります。

□また、2020年度には「アジア他」の約半分、30億円ほどが「欧米」となる見込みです。東南アジア・インド含め、しっかりと伸ばしたいと考えています。



□業種別売上高です。

□2015年度と2020年度を対比しますと、自動車が20%増、電子部品・半導体が27%増、家電・精密機器が37%増、その他が38%増となります。

□「その他」の伸長を牽引しているのは、「食品関連」「医療関連」「航空宇宙産業関連」等です。

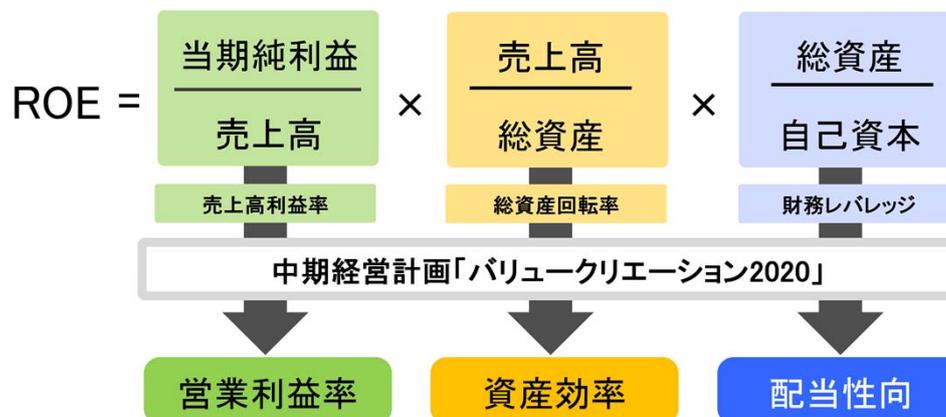
8. トップメッセージ

 PUNCH INDUSTRY CO., LTD.

□トップメッセージです。

株主還元方針の考え方について

持続的な企業価値の向上をより確実なものとするために



【配当方針】

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30%を目標。

□ ROEは、そのベースとなっている3つの経営指標それぞれの改善にしっかりと取り組んでいきたいと考えています。

□ 売上高当期純利益率については、何と言っても、そのベースは営業利益でありますので、本業で「作って」「売って」「稼ぐ」こと、そのために新・中期経営計画「バリュークリエーション2020」でも謳っている高収益事業の推進に取り組めます。

□ 総資産回転率については、当社は製造業ですので、まずは生産設備の稼働を如何に上げていくか、そして売掛債権の回収を如何に早くしていくか、この2点にしっかりと取り組めます。

□ 株主資本の充実と、配当性向も含む株主還元のバランスも意識しながら、ROEの向上に努めます。なお、2020年度の配当性向の目標を、現状の20%から30%へと段階的に引き上げる考えです。

CSR経営と企業ビジョン

CSR経営

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。

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

□CSR経営と企業ビジョンです。

□パンチグループは、この企業ビジョンのもと、一貫してものづくりにこだわり、1975年より40年以上にわたって着実に歩んできました。

□今後も、金型用部品の製造販売にしっかりと軸足を置きながら、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きらりと光る企業を目指します。

□また、昨年定められた企業統治指針の中でも、株主・投資家の皆様も含めた全てのステークホルダーとの対話や協働が求められています。こういった流れもしっかりと受止め、企業価値向上を目指したいと考えています。

ステークホルダーとのコミュニケーション



□パンチグループは、事業を通じて世界のものづくりを支えていくことが使命であると考えていますが、一方で、事業を営むためには、様々なステークホルダーの皆様と良好な関係を築いて行く必要があると認識しています。

□ここに掲げたのはほんの1例です。これからもさまざまな機会を通じて、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションに注力します。

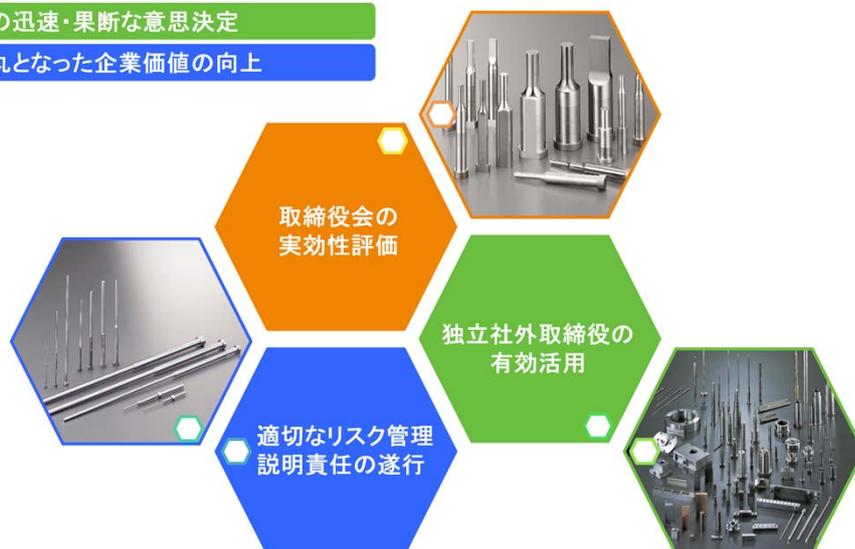
コーポレート・ガバナンス強化への取組み

パンチグループが目指すガバナンス体制

「経営」と「監視・監督」の分離

経営陣の迅速・果断な意思決定

全員一丸となった企業価値の向上



□パンチグループが目指すガバナンス体制は

- ①「経営」と「監視・監督」の分離を推進し
 - ②経営陣の迅速・果断な意思決定を支援し
 - ③全員が一丸となって企業価値向上を目指す
- ことを主眼とします。

□当社は、バリュークリエーション2020の“2020年にありたい会社像”の実現に向けたガバナンス強化を目的として、取締役会による経営陣の監督機能を強化するとともに、経営陣による機動的な意思決定を可能にするため、4月より経営体制を刷新しました。

□また、独立社外取締役については、今年度の株主総会にて新たに社外取締役1名を選任し、2名体制とすることを内定しました。

本日は、誠にありがとうございました。



【IRに関するお問い合わせ先】 パンチ工業株式会社 総務部コーポレート課 電話:03-5753-3130 e-mail: info-corp@punch.co.jp

【将来見通し等に関する注意事項】

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。
本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。
また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。
本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。

■各資料につきましては、弊社Webサイトよりご覧ください。

◆決算短信

<http://www.punch.co.jp/ir/library/tanshin.html>

◆決算説明資料

<http://www.punch.co.jp/ir/library/setsumei.html>

◆IRニュース一覧

<http://www.punch.co.jp/ir/2016/>