



6165

パンチ工業

当レポートは、掲載企業のご依頼により株式会社シェアードリサーチが作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等がございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。



目次

要約	3
主要経営指標の推移	5
直近更新内容	7
業績動向	9
四半期業績動向	9
今期会社予想	12
中期業績の見通し	13
事業内容	23
ビジネスの概要	23
市場とバリューチェーン	31
SW (Strengths, Weaknesses)	36
財務諸表	39
損益計算書	39
貸借対照表	40
キャッシュフロー計算書	41
過去の業績	41
その他の情報	47
ニュース&トピックス	53
企業概要	57

要約

事業概要

パンチ工業株式会社（東証STD 6165、以下、同社）はプラスチック金型やプレス金型に組み込まれる部品であるエジェクタピンやパンチ・ダイなどを製造する金型部品メーカーである（金型自体は製造しない）。熱処理技術、表面処理技術、研削加工技術などの長年積み上げた製造技術を習得した熟練技術者が、材料となる鋼や超硬材を加工し、カタログ品（以下、標準製品）や特注品を製造する。顧客の仕様に基づくオーダーメイド製品を切削、研削などの精密加工技術を駆使し受託製造を行う特注品に注力している（金型部品売上高の約60%）。自動車、電子部品・半導体などの製造業界の企業が顧客である。グローバルで事業を展開しており売上高の約2/3が海外で、特に中国が売上高の半分以上を占める。2024年10月、同社および株式会社ミスミグループ本社（東証PRM 9962、割当予定先）は資本業務提携契約を締結した。商品の相互供給などの協業によりシナジーを早期に実現するため協議を行っている。

大量生産される金属製品やプラスチック製品はほとんどが金型を使った製法によって作られており、自動車、電機（家電用・産業用）、玩具・日用品・雑貨などの部品・製品の製造で幅広く金型が使用されている。同社の金型部品は金型に組み込まれ、金型から製品を突き出す（エジェクタピン）・材料に圧力をかけ加工する（圧力をかける側がパンチ、受ける側がダイ）などの用途で利用される。

1975年に森久保有司氏が創業し、1982年にプラスチック金型用ハイス鋼製エジェクタピンの量産化に世界で初めて成功した（熱処理技術で硬度と靱性を両立）。これによって、従来製品に対して高い精度と耐久性を実現したことで市場シェアを拡大した。1989年にはプレス金型部品の製造に参入した。1990年には安い労働コストに目をつけ日本の製造業としては早くに中国に進出した。その後、バブル経済崩壊、2008年世界金融危機などで国内の金型生産額が減少する中、同社は中国、アジア、欧米などで製造・販売を拡大し、成長を続けた。

2025年3月期の売上高は40,822百万円、営業利益は1,685百万円であった。2025年3月期の業種別売上高割合は、自動車関連が42.1%、電子部品・半導体関連が17.1%、家電・精密機器関連が9.4%、その他（産業機械、情報通信、医療関連、食品関連、商社など）が31.4%だった。製品は、標準製品（売上高構成比40%程度）と特注品（同60%程度）に分けられ、標準製品では、プラスチック成形や金属プレスの金型を中心にさまざまな金型に必要な汎用性の高い製品を豊富にラインナップし、カタログ販売を行う。

同社は特に特注品に注力している。金型はさまざまな最終製品に合わせて作成されるため、すべて固有のサイズ・形状を持っており、標準製品だけで金型を完成させることはできない（標準製品ではパターン（形状）、サイズ、寸法、材質などが該当しないという状況が多く生まれる）。顧客が標準製品をカスタマイズしようとしても技術的に加工できない、あるいは製造コストが高価となり採算が取れないという場合に、顧客は同社に特注品を発注する。特注品の製造にあたっては、同社の技術者が顧客から入手する図面に沿って0.01mmや0.001mmといった単位の微細な加工を行う必要があり、熟練技術者と機械・設備を活用する。

製造では、長年積み上げた技術ノウハウを習得した熟練技術者が社内生産を行う。さらに、築き上げた約300社の協力工場による社外生産を併用する。従業員全体の70%程度が製造部門に属し、2千台を超える工作機械や測定機器および検査機器を駆使し、前工程から後工程まで全プロセス一貫通貫の生産体制を構築している。加工工程ごとに担当の技術者を分けており、特定の機械・設備を使った加工を一人の技術者が長い期間担当することで、一人一人の技術者が手作業による研磨や丸物加工などの高度な専門的加工技術力を習得している。

販売では、標準製品はECサイトによるWeb受注率が70%強程度を占める（残りは訪問営業、メール、FAXなど）。特注品では営業人員が顧客を訪問する密着型の受注活動を行う。営業人員は顧客の技術的な課題を聞き出し、その課題に対して、最適な製品、カスタマイズ（硬度、材質、加工方法、表面処理など）、トータルコスト、納期などを提案する。そのため、営業人員も実際の加工や業界知識を学ぶ研修を受け、技術的な知識を習得している。また、技術者が営業に同行することも行う。このような営業活動によって同社は顧客からの信頼を醸成し、特注品の新規受注につなげる。国内では、全国10カ所に販売拠点を配置し、約6千社の顧客と取引を行う。中国では、1990年に製造子会社を設立し、いち早く海外展開を進めたことで、約8千社の顧客と取引を行う。

出荷数量は、自動車、電機（家電用・産業用）、玩具・日用品・雑貨などの幅広い製造業顧客の金型使用量と連動する。出荷数量に製品単価を乗じた金額が売上高となる。製品単価は標準製品で1個数百円から数千円程度、特注品は1個数千円から数万円程度が多い。一度の注文量は1個から数百個以上とばらつきがあり、消耗したらリピートオーダーとなる。売上高のうちプラスチック金型部品が1/3、プレス金型部品が半分強、残りがFA部品である。売上原価は製品製造に使用する材料費（10%程度）、人件費（30%程度）、外製品の購入にかかる売上原価（40%程度）で構成される。収益性では特注品の売上総利益率が相対的に高く、標準製品が低い。標準製品はウェブ経由の受注が多く営業費用が少ないことから、営業利益率では、標準製品と特注品に大きな差はない。

同社推定の金型部品業界の世界シェアは約6%で世界2位である（同社資料より）。日本におけるシェアは約18%で2位、中国におけるシェアは約10%で1位である（同）。金型部品では株式会社ミスミグループ本社（東証PRM 9962。以下、ミスミグループ）がシェアトップであるが、ミスミグループはほぼ標準製品しか販売していない。同社によれば、特注品においては、同社が日本と中国でそれぞれトップシェアであり、他に規模の大きな競合会社はないという（特注品は金型メーカーや金型ユーザー企業が標準製品をカスタマイズして製造することがあり、特注品だけを集計した統計がないためシェアの正確な推計はできない）。なお、2024年10月にミスミグループとは資本業務提携契約を締結した。商品の相互供給などの協業によりシナジーを早期に実現するため協議を行っている。

金型部品の世界市場規模は、約600,000百万円と同社は認識している。国内の金型生産額は、プレス金型は、2004年の576,174百万円から2022年には436,749百万円に減少した（年平均成長率1.5%減）。プラスチック金型は、2004年の619,313百万円から2022年には403,150百万円となった（同2.4%減）。国内の金型生産額は、メーカーの製造拠点の海外移転、脱プラスチックの流れ、景気悪化、新型コロナウイルス感染症による生産減少などにより減少傾向にあった。ただし、世界の金型生産額は、2008年は91,608百万ドルであったが、2023年には14.6兆円まで増加した。労働力の安さから先進国から生産移転が進んだ中国・アジア地域の成長率が高くなっており、同社は主に中国で売上高を伸ばすことで国内金型部品市場縮小の影響を軽減した。

業績動向

2025年3月期通期実績は、売上高40,822百万円（前期比6.5%増）、営業利益1,685百万円（同35.9%増）、経常利益1,613百万円（同13.5%増）、親会社株主に帰属する当期純利益868百万円（前期は当期純損失577百万円）となった。原材料・資源価格の高騰や部品不足など、協力工場からの仕入品の更なる価格上昇やエネルギーコストの高止まりなどが継続し、日本においては前期を下回る実績となった。一方、中国においては自動車関連の不振、景況悪化などによる低迷からの回復の兆しがみられた。東南アジア地域、欧米他地域では積極的な展示会出展や代理店との関係強化により、前期実績を上回った。

2026年3月期の会社予想は、売上高39,880百万円（前期比2.3%減）、営業利益1,150百万円（同31.8%減）、経常利益1,130百万円（同29.9%減）、親会社株主に帰属する当期純利益180百万円（同79.3%減）である。通期配当は、前期比1.44円減少の18.12円を見込む。中国事業では景況感は回復傾向にある一方、価格競争の影響を受けている製品も多数あり、原価率の上昇が見込まれる状況となっており、かつ米州の通商政策の影響による景気の下振れリスクを踏まえ減益を見込む。

2024年10月、同社は、同社グループおよび株式会社ミスミグループ本社（東証PRM 9962、割当予定先）の間での資本業務提携契約を締結することならびに割当予定先に対する第三者割当による新株式の発行を決議し、当該提携契約を締結した。2026年3月期は中期経営計画を策定せず、ミスミグループ社との資本業務提携の効果の測定を行う期間として設定し、次期中期経営計画「バリュークリエーション28（2027年3月期～2029年3月期）」は2027年3月期より開始する予定である。

同社の強みと弱み

SR社では、同社の強みを以下の3点と考えている。

- ▶ 多くの熟練技術者と機械・設備に支えられた精密加工技術・生産体制と顧客密着型営業拠点網によりグローバルな特注品市場でトップシェアのポジションを確立していること
- ▶ 若手技術者への技術承継、営業人員に顧客の金型や同社の金型部品に関する実技研修、その他の従業員への再教育を行うパンチアカデミーなどの教育体制
- ▶ 中国にいち早く進出し、製造・販売拠点を拡充してきたことで成長市場である中国において8千社の顧客数・シェア1位の地位を確立できていること

SR社では、同社の弱みを以下の3点と考えている。

- ▶ 熟練技術者の育成に時間がかかり、最新の工作機械やロボット・自動化機械の活用が遅れ事業展開スピードが遅いこと
- ▶ 標準製品でEC展開が遅れ、競合に市場シェアが流れていること
- ▶ 成長事業と位置付けているFA事業において、競合対比で出遅れていること

主要経営指標の推移

損益計算書 (百万円)	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 連結	20年3月期 連結	21年3月期 連結	22年3月期 連結	23年3月期 連結	24年3月期 連結	25年3月期 連結	26年3月期 連結会予
売上高	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	39,359	42,800	38,344	40,822	39,880
YoY	6.9%	-0.3%	11.9%	-0.2%	-13.6%	-8.2%	21.2%	8.7%	-10.4%	6.5%	-2.3%
売上総利益	10,178	10,192	11,658	11,472	9,187	9,087	11,445	11,631	10,082	10,810	
YoY	8.7%	0.1%	14.4%	-1.6%	-19.9%	-1.1%	26.0%	1.6%	-13.3%	7.2%	-
売上総利益率	27.7%	27.8%	28.4%	28.0%	26.0%	28.0%	29.1%	27.2%	26.3%	26.5%	
営業利益	1,987	1,991	2,844	2,579	836	1,613	3,042	2,437	1,240	1,685	1,150
YoY	15.2%	0.2%	42.8%	-9.3%	-67.6%	93.0%	88.5%	-19.9%	-49.1%	35.9%	-31.8%
営業利益率	5.4%	5.4%	6.9%	6.3%	2.4%	5.0%	7.7%	5.7%	3.2%	4.1%	2.9%
経常利益	1,667	1,874	2,732	2,547	713	1,677	3,008	2,394	1,421	1,613	1,130
YoY	3.1%	12.5%	45.7%	-6.8%	-72.0%	135.1%	79.4%	-20.4%	-40.6%	13.5%	-29.9%
経常利益率	4.5%	5.1%	6.7%	6.2%	2.0%	5.2%	7.6%	5.6%	3.7%	4.0%	2.8%
当期純利益	1,249	1,376	1,789	960	-3,486	478	2,041	1,390	-577	868	180
YoY	5.1%	10.1%	30.0%	-46.3%	-	-	327.2%	-31.9%	-	-	-79.3%
当期純利益率	3.4%	3.8%	4.4%	2.3%	-	1.5%	5.2%	3.2%	-	2.1%	0.5%
一株当たりデータ											
期末発行済株式数 (千株)	22,122	22,122	22,122	22,122	22,122	22,122	22,332	24,622	24,622	27,622	
うち自己株式数 (千株)	-	100	200	380	313	303	276	191	157	110	
EPS (円)	56.5	62.5	81.6	43.9	-160.0	21.9	93.4	60.6	-23.6	33.7	6.5
EPS (潜在株式調整後) (円)	-	62.4	81.4	43.7	-	21.8	84.4	60.2	-	33.6	
DPS (円)	12.5	13.0	16.8	16.8	2.0	2.0	13.0	19.5	19.4	19.6	18.1
BPS (円)	632	646	737	721	537	568	737	778	765	800	
貸借対照表 (百万円)											
現金・預金・有価証券	3,236	3,280	3,771	3,580	3,390	4,092	4,816	5,213	6,031	6,495	
流動資産合計	17,876	19,150	20,842	19,559	17,792	18,061	21,280	22,078	21,903	23,518	
有形固定資産	7,697	8,669	9,939	9,972	7,135	6,195	7,013	7,315	6,848	7,259	
無形固定資産	1,322	1,243	1,158	1,002	345	175	178	695	618	612	
投資その他の資産	443	390	621	622	305	272	304	368	278	1,579	
固定資産合計	9,462	10,302	11,718	11,596	7,784	6,642	7,494	8,378	7,745	9,451	
資産合計	27,338	29,452	32,561	31,155	25,577	24,703	28,774	30,456	29,649	32,970	
短期有利子負債	3,551	4,346	3,730	4,326	3,149	3,325	2,486	2,039	1,351	1,823	
流動負債合計	10,451	11,725	12,650	11,531	9,280	9,455	10,001	9,181	7,605	8,668	
長期有利子負債	1,794	2,461	2,152	2,342	2,927	1,252	908	676	2,202	1,278	
固定負債合計	2,887	3,551	3,736	3,890	4,549	2,811	2,466	2,223	3,293	2,262	
負債合計	13,338	15,276	16,386	15,421	13,829	12,266	12,467	11,403	10,899	10,931	
自己資本	13,988	14,167	16,149	15,687	11,704	12,399	16,265	19,008	18,712	22,006	
純資産合計	13,999	14,176	16,175	15,734	11,747	12,436	16,307	19,053	18,750	22,038	
有利子負債 (短期及び長期)	5,345	6,807	5,882	6,668	6,076	4,576	3,394	2,715	3,553	3,101	
キャッシュフロー計算書 (百万円)											
営業活動によるキャッシュフロー	3,187	1,785	3,394	3,185	2,490	2,943	2,941	2,560	1,276	2,271	
投資活動によるキャッシュフロー	-1,159	-2,770	-2,336	-3,253	-1,789	-670	-1,100	-1,547	-680	-2,415	
財務活動によるキャッシュフロー	-1,902	1,200	-739	74	-772	-1,685	-1,601	-756	-2	181	
財務指標 (百万円、%、回)											
自己資本純利益率 (ROE)	8.9%	9.8%	11.8%	6.0%	-25.5%	4.0%	14.2%	7.9%	-3.1%	4.3%	
当期純利益率	3.4%	3.8%	4.4%	2.3%	-	1.5%	5.2%	3.2%	-	2.1%	
財務レバレッジ	2.0	2.0	2.0	2.0	2.1	2.1	1.9	1.7	1.6	1.5	
総資産回転率	1.3	1.3	1.3	1.3	1.2	1.3	1.5	1.4	1.3	1.3	

出所：会社資料に基づきSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

*当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

セグメント別業績推移

地域別売上高推移 (百万円)	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 連結	20年3月期 連結	21年3月期 連結	22年3月期 連結	23年3月期 連結	24年3月期 連結	25年3月期 連結
売上高	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	39,359	42,800	38,344	40,822
YoY	6.9%	-0.3%	11.9%	-0.2%	-13.6%	-8.2%	21.2%	8.7%	-10.4%	6.5%
日本	15,637	15,904	17,154	16,777	14,566	12,338	14,020	14,104	12,438	11,613
YoY	2.8%	1.7%	7.9%	-2.2%	-13.2%	-15.3%	13.6%	0.6%	-11.8%	-6.6%
売上高構成比	42.5%	43.4%	41.8%	41.0%	41.2%	38.0%	35.6%	33.0%	32.4%	28.4%
中国	17,807	17,428	20,103	19,899	16,837	16,889	20,956	23,451	20,443	23,383
YoY	9.9%	-2.1%	15.3%	-1.0%	-15.4%	0.3%	24.1%	11.9%	-12.8%	14.4%
売上高構成比	48.4%	47.6%	49.0%	48.6%	47.6%	52.0%	53.2%	54.8%	53.3%	57.3%
その他	3,312	3,317	3,769	4,259	3,946	3,235	4,382	5,244	5,462	5,824
YoY	11.4%	0.2%	13.6%	13.0%	-7.3%	-18.0%	35.5%	19.7%	4.2%	6.6%
売上高構成比	9.0%	9.1%	9.2%	10.4%	11.2%	10.0%	11.1%	12.3%	14.2%	14.3%
うち東南アジア					1,535	1,376	1,740	1,966	1,901	1,951
YoY					-	-10.4%	26.5%	13.0%	-3.3%	2.6%
売上高構成比					4.3%	4.2%	4.4%	4.6%	5.0%	4.8%
うち欧米他					2,410	1,858	2,641	3,277	3,561	3,873
YoY					-	-22.9%	42.1%	24.1%	8.7%	8.8%
売上高構成比					6.8%	5.7%	6.7%	7.7%	9.3%	9.5%
業種別売上高推移 (百万円)	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 連結	20年3月期 連結	21年3月期 連結	22年3月期 連結	23年3月期 連結	24年3月期 連結	25年3月期 連結
売上高	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	39,359	42,800	38,344	40,822
YoY	6.9%	-0.3%	11.9%	-0.2%	-13.6%	-8.2%	21.2%	8.7%	-10.4%	6.5%
自動車関連	17,060	16,780	18,370	17,877	15,370	13,682	16,442	18,082	16,537	17,194
YoY	9.8%	-1.6%	9.5%	-2.7%	-14.0%	-11.0%	20.2%	10.0%	-8.5%	4.0%
売上高構成比	46.4%	45.8%	44.8%	43.7%	43.5%	42.1%	41.8%	42.2%	43.1%	42.1%
電子部品・半導体関連	6,550	7,000	7,880	7,558	6,113	6,315	8,043	7,866	6,930	6,990
YoY	0.2%	6.9%	12.6%	-4.1%	-19.1%	3.3%	27.4%	-2.2%	-11.9%	0.9%
売上高構成比	17.8%	19.1%	19.2%	18.5%	17.3%	19.5%	20.4%	18.4%	18.1%	17.1%
家電・精密機器関連	4,800	4,480	4,780	4,837	4,298	3,888	4,192	4,312	3,647	3,836
YoY	6.4%	-6.7%	6.7%	1.2%	-11.1%	-9.5%	7.8%	2.9%	-15.4%	5.2%
売上高構成比	13.1%	12.2%	11.7%	11.8%	12.2%	12.0%	10.7%	10.1%	9.5%	9.4%
その他	8,300	8,400	9,940	10,662	9,566	8,574	10,679	12,538	11,229	12,800
YoY	6.4%	1.2%	18.3%	7.3%	-10.3%	-10.4%	24.6%	17.4%	-10.4%	14.0%
売上高構成比	22.6%	22.9%	24.2%	26.0%	27.1%	26.4%	27.1%	29.3%	29.3%	31.4%
(FA売上高)							2,741	2,483	2,647	3,058
YoY							-	-9.4%	6.6%	15.5%
売上高構成比							7.0%	5.8%	6.9%	7.5%

出所：会社資料よりSR社作成

直近更新内容

長期ビジョン「Vision60」策定に関して発表

2025年5月23日

パンチ工業株式会社は、2025年3月に創立50周年を迎え、これを機に、次の10年を見据えたパンチグループ長期ビジョン「Vision60」を策定したことにに関して発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

パンチグループ長期ビジョン「Vision60」

「Vision60」の目的

同社は、2025年3月に創立50周年を迎えるにあたり、改めて同社の存在意義を全社員で共有するものとして、2024年8月に「パーパス」(「ものづくりによる信頼・真摯な技術、自由な創造力で、次世代の豊かな未来をカタチづくる」)を策定した。

長期ビジョン「Vision60」は、このパーパスの実現へ向けて、10年後の同社グループの「ありたい姿」を示し、そこへ至る3つの中期経営計画の戦略をバックカスティングにより定めるものである。

「Vision60」の概要

同社のパーパスと、取り巻く環境の将来予測に基づき、10年後の「ありたい姿」として「脱・金型部品依存」を掲げ、事業領域の拡大を図りながら、絶えず変化する社会の多様なニーズに応える企業グループを目指す。

具体的には、金型部品事業の持続的な成長とともに、成長事業と位置づけるFA事業のさらなる拡大を図り、さらに第三の柱となる新たな事業の開拓・育成を推進することで、FA事業および新規事業の売上高構成比を高め、2035年3月期には連結売上高80,000百万円を目指す。そして、「Vision60」を達成するための原動力として、同社グループの企業アイデンティティである「パンチスピリット」(チャレンジ・創意工夫・自由闊達)の精神にもさらに磨きをかける。

詳細はリリースを参照。

剰余金配当および日本事業の物流拠点移転に関して発表

2025年5月13日

パンチ工業株式会社は、剰余金配当および日本事業の物流拠点移転(株式会社ミスミグループ本社との物流統合)に関して発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#)と[こちら](#))

2025年3月期剰余金配当(増配)

2025年3月31日を基準日とする1株当たり期末配当金に関して、配当方針に則り9円76銭となる予定である(直近の配当予想9円68銭)。これにより、1株当たり年間配当金は19円56銭(前期比16銭増)を見込む。

日本事業の物流拠点移転(株式会社ミスミグループ本社との物流統合)

- 移転する物流拠点: 東京ロジスティクスセンター(神奈川県横浜市神奈川区守屋町3-11 SG リアルティ横浜3F 北)
- 移転先の物流拠点(2025年10月中旬移転予定): 東京ロジスティクスセンター(神奈川県川崎市川崎区東扇島7-1 株式会社ミスミ東日本流通センター内)

同社は2024年10月に、ミスミグループ社との間での資本業務提携契約を締結した。当該提携契約においては、両社のリソースの有効活用などを通じて共に成長・発展することを目指しているが、その協業の一環として、ミスミグループ社の物流インフラ活用による、日本事業における物流拠点の統合を決議した。同移転により、両社は物流効率を高め、2024年問題による輸送力不足やコストアップに対応するとともに、さらなるコスト低減に取組む。

2026年3月期においては、物流コストの継続的な低減に繋がる一方、両社の商品規格統合やシステム投資などの一過性の費用発生もあることから、業績に与える影響は軽微であると同社は述べている。両社は当該提携契約を通じて相乗効果を生み、業績向上に寄与するよう、互いに協力している。既に国内における商品の相互供給などの協業も開始しており、シナジーの早期最大化を目指す。なお、2026年3月期においては、業績に与える影響は軽微だが、当該提携契約を通じた2027年3月期以降における相乗効果の業績寄与度合いは合理的な算出が出来次第、改めて公表すると同社は述べている。

業績動向

四半期業績動向

四半期業績推移（累計） （百万円）	23年3月期				24年3月期				25年3月期				25年3月期	
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	進捗率	通期会予
売上高	10,234	21,666	32,694	42,800	9,442	19,120	28,699	38,344	9,660	19,989	30,282	40,822	100.1%	40,800
YoY	10.3%	11.0%	11.3%	8.7%	-7.7%	-11.8%	-12.2%	-10.4%	2.3%	4.5%	5.5%	6.5%		6.4%
売上総利益	2,891	6,049	9,028	11,631	2,416	5,035	7,555	10,082	2,531	5,269	7,995	10,810		
YoY	4.9%	3.1%	3.1%	1.6%	-16.4%	-16.8%	-16.3%	-13.3%	4.8%	4.6%	5.8%	7.2%		
売上総利益率	28.3%	27.9%	27.6%	27.2%	25.6%	26.3%	26.3%	26.3%	26.2%	26.4%	26.4%	26.5%		
販管費	2,185	4,512	6,945	9,194	2,317	4,513	6,621	8,842	2,227	4,576	6,822	9,124		
YoY	11.5%	10.2%	12.2%	9.4%	6.0%	0.0%	-4.7%	-3.8%	-3.9%	1.4%	3.0%	3.2%		
売上高販管費比率	21.4%	20.8%	21.2%	21.5%	24.5%	23.6%	23.1%	23.1%	23.1%	22.9%	22.5%	22.4%		
営業利益	706	1,537	2,083	2,437	98	521	934	1,240	303	692	1,172	1,685	105.3%	1,600
YoY	-11.4%	-13.1%	-19.0%	-19.9%	-86.1%	-66.1%	-55.2%	-49.1%	209.2%	32.8%	25.5%	35.9%		29.0%
営業利益率	6.9%	7.1%	6.4%	5.7%	1.0%	2.7%	3.3%	3.2%	3.1%	3.5%	3.9%	4.1%		3.9%
経常利益	698	1,525	1,983	2,394	338	808	1,164	1,421	358	606	1,194	1,613	107.5%	1,500
YoY	-8.3%	-12.2%	-22.0%	-20.4%	-51.6%	-47.0%	-41.3%	-40.6%	5.9%	-25.0%	2.6%	13.5%		5.6%
経常利益率	6.8%	7.0%	6.1%	5.6%	3.6%	4.2%	4.1%	3.7%	3.7%	3.0%	3.9%	4.0%		3.7%
四半期純利益	428	906	1,094	1,390	119	-950	-793	-577	143	212	624	868	108.5%	800
YoY	-18.7%	-28.0%	-38.5%	-31.9%	-72.2%	-	-	-	20.2%	-	-	-		-
四半期純利益率	4.2%	4.2%	3.3%	3.2%	1.3%	-	-	-	1.5%	1.1%	2.1%	2.1%		2.0%
四半期業績推移（3カ月） （百万円）	23年3月期				24年3月期				25年3月期					
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		
売上高	10,234	11,432	11,029	10,105	9,442	9,678	9,579	9,645	9,660	10,329	10,293	10,540		
YoY	10.3%	11.6%	12.0%	1.2%	-7.7%	-15.3%	-13.1%	-4.6%	2.3%	6.7%	7.5%	9.3%		
売上総利益	2,891	3,158	2,979	2,603	2,416	2,619	2,520	2,527	2,531	2,738	2,726	2,815		
YoY	4.9%	1.6%	2.9%	-3.1%	-16.4%	-17.1%	-15.4%	-2.9%	4.8%	4.5%	8.2%	11.4%		
売上総利益率	28.3%	27.6%	27.0%	25.8%	25.6%	27.1%	26.3%	26.2%	26.2%	26.5%	26.5%	26.7%		
販管費	2,185	2,326	2,433	2,250	2,317	2,196	2,108	2,221	2,227	2,349	2,246	2,302		
YoY	11.5%	8.9%	16.3%	1.6%	6.0%	-5.6%	-13.4%	-1.3%	-3.9%	7.0%	6.5%	3.6%		
売上高販管費比率	21.4%	20.3%	22.1%	22.3%	24.5%	22.7%	22.0%	23.0%	23.1%	22.7%	21.8%	21.8%		
営業利益	706	831	546	353	98	423	413	306	303	389	480	513		
YoY	-11.4%	-14.4%	-31.9%	-25.0%	-86.1%	-49.1%	-24.4%	-13.3%	209.2%	-8.0%	16.2%	67.6%		
営業利益率	6.9%	7.3%	5.0%	3.5%	1.0%	4.4%	4.3%	3.2%	3.1%	3.8%	4.7%	4.9%		
経常利益	698	827	459	411	338	470	356	257	358	248	588	419		
YoY	-8.3%	-15.2%	-43.2%	-11.5%	-51.6%	-43.1%	-22.4%	-37.4%	5.9%	-47.2%	65.2%	63.0%		
経常利益率	6.8%	7.2%	4.2%	4.1%	3.6%	4.9%	3.7%	2.7%	3.7%	2.4%	5.7%	4.0%		
四半期純利益	428	478	188	296	119	-1,069	157	216	143	69	412	244		
YoY	-18.7%	-34.7%	-63.8%	12.8%	-72.2%	-	-16.5%	-27.1%	20.2%	-	162.4%	13.0%		
四半期純利益率	4.2%	4.2%	1.7%	2.9%	1.3%	-	1.6%	2.2%	1.5%	0.7%	4.0%	2.3%		

出所：会社資料よりSR社作成

業種別・地域別売上高

四半期業種別・地域別売上高推移（累計）														25年3月期	
23年3月期														25年3月期	
24年3月期														25年3月期	
25年3月期														25年3月期	
(百万円)	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	進捗率	通期会予	
売上高	10,234	21,666	32,694	42,800	9,442	19,120	28,699	38,344	9,660	19,989	30,282	40,822	100.1%	40,800	
YoY	10.3%	11.0%	11.3%	8.7%	-7.7%	-11.8%	-12.2%	-10.4%	2.3%	4.5%	5.5%	6.5%		6.4%	
自動車関連	4,383	9,115	13,667	18,082	3,998	8,192	12,331	16,537	4,211	8,504	12,716	17,194	99.4%	17,300	
YoY	13.0%	12.4%	11.8%	10.0%	-8.8%	-10.1%	-9.8%	-8.5%	5.3%	3.8%	3.1%	4.0%		4.6%	
電子部品・半導体関連	1,947	4,122	6,098	7,866	1,831	3,599	5,276	6,930	1,569	3,410	5,231	6,990	99.9%	7,000	
YoY	-1.1%	-0.2%	0.1%	-2.2%	-6.0%	-12.7%	-13.5%	-11.9%	-14.3%	-5.3%	-0.9%	0.9%		1.0%	
家電・精密機器関連	1,055	2,213	3,321	4,312	935	1,867	2,745	3,647	911	1,955	2,902	3,836	95.9%	4,000	
YoY	6.8%	7.3%	6.1%	2.9%	-11.4%	-15.6%	-17.3%	-15.4%	-2.6%	4.7%	5.7%	5.2%		9.7%	
その他	2,847	6,214	9,607	12,538	2,677	5,461	8,346	11,229	2,967	6,119	9,430	12,800	102.4%	12,500	
YoY	16.6%	19.2%	21.2%	17.4%	-6.0%	-12.1%	-13.1%	-10.4%	10.8%	12.0%	13.0%	14.0%		11.3%	
日本	3,516	6,977	10,625	14,104	3,285	6,496	9,482	12,438	2,915	5,744	8,636	11,613	99.3%	11,700	
YoY	1.2%	1.2%	1.8%	0.6%	-6.6%	-6.9%	-10.8%	-11.8%	-11.3%	-11.6%	-8.9%	-6.6%		-5.9%	
中国	5,528	12,109	18,047	23,451	4,768	9,815	15,077	20,443	5,408	11,370	17,263	23,383	101.2%	23,100	
YoY	14.0%	16.0%	15.3%	11.9%	-13.7%	-18.9%	-16.5%	-12.8%	13.4%	15.8%	14.5%	14.4%		13.0%	
東南アジア	471	986	1,476	1,966	474	971	1,456	1,901	445	950	1,430	1,951	92.9%	2,100	
YoY	19.5%	17.2%	15.2%	13.0%	0.6%	-1.5%	-1.4%	-3.3%	-6.1%	-2.2%	-1.8%	2.6%		10.5%	
欧米他	717	1,592	2,545	3,277	914	1,836	2,682	3,561	890	1,923	2,950	3,873	99.3%	3,900	
YoY	29.0%	18.6%	27.4%	24.1%	27.5%	15.3%	5.4%	8.7%	-2.6%	4.7%	10.0%	8.8%		9.5%	
四半期業種別・地域別売上高推移（3カ月）														25年3月期	
23年3月期														25年3月期	
24年3月期														25年3月期	
(百万円)	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q			
売上高	10,234	11,432	11,029	10,105	9,442	9,678	9,579	9,645	9,660	10,329	10,293	10,540			
YoY	10.3%	11.6%	12.0%	1.2%	-7.7%	-15.3%	-13.1%	-4.6%	2.3%	6.7%	7.5%	9.3%			
自動車関連	4,383	4,732	4,552	4,415	3,998	4,194	4,139	4,206	4,211	4,293	4,212	4,478			
YoY	13.0%	11.8%	10.8%	4.6%	-8.8%	-11.4%	-9.1%	-4.7%	5.3%	2.4%	1.8%	6.5%			
電子部品・半導体関連	1,947	2,175	1,976	1,768	1,831	1,768	1,677	1,654	1,569	1,841	1,821	1,759			
YoY	-1.1%	0.5%	0.9%	-9.4%	-6.0%	-18.7%	-15.1%	-6.4%	-14.3%	4.1%	8.6%	6.3%			
家電・精密機器関連	1,055	1,158	1,108	991	935	932	878	902	911	1,044	947	934			
YoY	6.8%	7.8%	3.6%	-6.6%	-11.4%	-19.5%	-20.8%	-9.0%	-2.6%	12.0%	7.9%	3.5%			
その他	2,847	3,367	3,393	2,931	2,677	2,784	2,885	2,883	2,967	3,152	3,311	3,370			
YoY	16.6%	21.4%	25.1%	6.5%	-6.0%	-17.3%	-15.0%	-1.6%	10.8%	13.2%	14.8%	16.9%			
日本	3,516	3,461	3,648	3,479	3,285	3,211	2,986	2,956	2,915	2,829	2,892	2,977			
YoY	1.2%	1.1%	3.0%	-2.8%	-6.6%	-7.2%	-18.1%	-15.0%	-11.3%	-11.9%	-3.1%	0.7%			
中国	5,528	6,581	5,938	5,404	4,768	5,047	5,262	5,366	5,408	5,962	5,893	6,120			
YoY	14.0%	17.7%	13.9%	1.9%	-13.7%	-23.3%	-11.4%	-0.7%	13.4%	18.1%	12.0%	14.1%			
東南アジア	471	515	490	490	474	497	485	445	445	505	480	521			
YoY	19.5%	15.2%	11.4%	6.8%	0.6%	-3.5%	-1.0%	-9.2%	-6.1%	1.6%	-1.0%	17.1%			
欧米他	717	875	953	732	914	922	846	879	890	1,033	1,027	923			
YoY	29.0%	11.3%	45.3%	13.8%	27.5%	5.4%	-11.2%	20.1%	-2.6%	12.0%	21.4%	5.0%			

出所：会社資料よりSR社作成

2025年3月期通期実績

業績概要

- 売上高：40,822百万円（前期比6.5%増）
 - 営業利益：1,685百万円（同35.9%増）
 - 経常利益：1,613百万円（同13.5%増）
 - 親会社株主に帰属する当期純利益：868百万円（前期は577百万円の損失）
- ▶ 売上高：売上高は40,822百万円（前期比6.5%増）となった。原材料・資源価格の高騰や部品不足など、協力工場からの仕入品の更なる価格上昇やエネルギーコストの高止まりなどが継続し、日本においては前期を下回る実績となった。一方、中国においては自動車関連の不振、景況悪化などによる低迷からの回復の兆しがみられた。東南アジア地域、欧米他地域では積極的な展示会出展や代理店との関係強化により、前期実績を上回った。
- ▶ 売上総利益：売上総利益は10,810百万円（前期比7.2%増）となった。売上総利益率は26.5%となった（同0.2%ポイント上昇）。
- ▶ 販管費：販管費は9,124百万円（前期比3.2%増）となった。売上高販管費比率は22.4%となり、2023年度に実施した経営合理化による効果などにより、同0.7%ポイント低下した。その結果、営業利益率は4.1%となり、同0.9%ポイント上昇した。営業利益の増減分析では、売上高増加が651百万円増（プラス要因：中国は景況感に回復傾向。マイナス要因：日本は受注減少傾向が継続）、原価率改善が75百万円増（プラス要因：中国などの経営合理化による改善効果。マイナス要因：日本での受注回復遅れ、外注費高騰）、販管費増が282百万円減（プラス要因：経営合理化による改善効果。マイナス要因：増収に伴う物流費や業務委託料などの増加）となった。

通期会社予想に対する進捗

通期修正会社予想に対する達成率は、売上高が100.1%、営業利益が105.3%、経常利益が107.5%、親会社株主に帰属する当期純利益が108.5%であった。実績為替レートは1人民元21.03円、1米ドル151.44円であった。

事業環境

世界経済は、全般的に緩やかな回復基調にあったが、原材料・エネルギーコストの高止まり、物価の上昇、地政学的問題などにより、依然として先行きは不透明な状況が続いた。また、アメリカ大統領の交代による政策転換により、特に中国との貿易において多大な影響が予想されることから、関係各国における景気停滞が懸念されている。加えて、中国では精密機器や電気自動車の輸出が好調な反面、長引く不動産不況と対中直接投資の大幅な減少により国内需要が低迷し、景気停滞が継続した。

地域別・業種別売上高

国内売上高は11,613百万円（前期比6.6%減）、中国売上高は23,383百万円（同14.4%増）、東南アジア売上高は1,951百万円（同2.6%増）、欧米他売上高は3,873百万円（同8.8%増）となった。日本は、医療関連は好調だが、特に電子部品・半導体関連の落ち込みの影響が大きく減収となった。中国は、自動車関連の復調もあり増収となった。東南アジアは、インド、ベトナム、マレーシアは好調だが、シンガポールが不調であった。欧米他は、欧州他が好調に推移し、米州は堅調であった。

自動車関連は17,194百万円（同4.0%増）、電子部品・半導体関連は6,990百万円（同0.9%増）、家電・精密機器関連は3,836百万円（同5.2%増）、その他は12,800百万円（同14.0%増）となった。FA売上高は、3,058百万円（同15.5%増）となった（アスク社が好調）。自動車は、日本は停滞継続だが中国では復調気配となった。電子部品・半導体は、スマホ向け市場が停滞したが、足下はやや復調気配となった。家電・精密機器は、市場の低迷が続いた。その他は、食品関連および医療関連が堅調であった。

2025年4月、同社は日本においてカタログ品価格の値上げ（値上げ幅は10～20%増程度が多い）を行った。

▶ 同社によると競合も値上げを実施しており、競争環境上値上げはしやすい状況であったとのことである。

その他

営業外費用に為替差損148百万円を計上した。特別損失に減損損失107百万円を計上した。

設備投資額は1,058百万円（前期比142百万円増）、減価償却費は1,177百万円（同11百万円増）となった。設備投資は、事業再編を進める中、省力化・自動化投資への絞り込みを行った。

同社グループは、2023年7月から2025年3月を計画期間とする中期経営計画「バリュークリエーション（以下、VC）2024 Revival」に取組んできた。「VC2024 Revival」では、付加価値の高い特注品ビジネスにより特化するとともに、FA領域の「特注品」の販売拡大によって、持続的な利益成長を目指すことを方針としている。最重点施策に「国内事業の再整備」ならびに「海外事業での成長」を掲げ、国内事業においては2023年9月に希望退職者の募集・連結子会社の解散を含めた経営合理化を行い、事業体制の再整備を行う一方、海外事業においては中国での総合機械部品企業への進化への取り組み、インド市場への再注力、販売拠点および販売代理店の新設検討などの成長戦略に継続して取組んだ。

「VC2024 Revival」の方針をより強力に推し進めるべく、2024年10月7日に同社は、株式会社ミスミグループ本社との資本業務提携の契約を締結した。今後、両社グループは、同社グループの保有する高度な精密加工技術と顧客ニーズへのきめ細かい対応力、ミスミグループの持つ先進的なデジタル技術とグローバル確実短納期の供給力といった強みを最大限活かし、自動化装置やその周辺部品、金型部品に限らず、標準品から特注品までの幅広い金属加工分野全般において、それぞれの得意分野の商品の相互供給や物流インフラの有効活用などを通じて相互に補完・強化しながら、共に成長・発展すると同社は述べている。

資本効率については、投下資本利益率（ROIC）が6.0%（前期4.5%）となり、前期からは改善したものの目標（10%以上）に対しては未達となった。ROEは5.4%となった（前期は当期純損失）。

2025年3月、同社は経済産業省および日本健康会議が共同で認定を行う「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」に初めて認定された。

2025年5月、同社創業50周年を機に、次の10年間における同社グループの「ありたい姿」を提示すべく、中長期ビジョンを策定した。

2025年5月、同社は、日本事業の物流拠点移転（株式会社ミスミグループ本社との物流統合）に関して発表した。

2025年3月期剰余金配当（増配）

同社は、決算発表と同時に、2025年3月31日を基準日とする1株当たり期末配当金に関して、配当方針に則り9円76銭となる予定であると発表した（直近の配当予想9円68銭）。これにより、1株当たり年間配当金は19円56銭（前期比16銭増。配当性向58.1%）を見込む。

今期会社予想

	24年3月期			25年3月期			26年3月期		
(百万円)	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期実績	通期実績	上期会予	下期会予	通期会予
売上高	19,120	19,224	38,344	19,989	20,833	40,822	19,950	19,930	39,880
YoY	-11.8%	-9.0%	-10.4%	4.5%	8.4%	6.5%	-0.2%	-4.3%	-2.3%
売上原価	14,085	14,176	28,261	14,719	15,292	30,011			
YoY	-9.8%	-8.8%	-9.3%	4.5%	7.9%	6.2%			
売上総利益	5,035	5,047	10,082	5,269	5,541	10,810			
YoY	-16.8%	-9.6%	-13.3%	4.6%	9.8%	7.2%			
売上総利益率	26.3%	26.3%	26.3%	26.4%	26.6%	26.5%			
販売費及び一般管理費	4,513	4,329	8,842	4,576	4,548	9,124			
YoY	0.0%	-7.6%	-3.8%	1.4%	5.1%	3.2%			
売上高販管費比率	23.6%	22.5%	23.1%	22.9%	21.8%	22.4%			
営業利益	521	719	1,240	692	993	1,685	480	670	1,150
YoY	-66.1%	-20.0%	-49.1%	32.8%	38.1%	35.9%	-30.6%	-32.5%	-31.8%
営業利益率	2.7%	3.7%	3.2%	3.5%	4.8%	4.1%	2.4%	3.4%	2.9%
経常利益	808	613	1,421	606	1,007	1,613	460	670	1,130
YoY	-47.0%	-29.5%	-40.6%	-25.0%	64.3%	13.5%	-24.1%	-33.5%	-29.9%
経常利益率	4.2%	3.2%	3.7%	3.0%	4.8%	4.0%	2.3%	3.4%	2.8%
当期純利益	-950	373	-577	212	656	868	15	165	180
YoY	-	-23.0%	-	-	75.9%	-	-92.9%	-74.8%	-79.3%
純利益率	-	1.9%	-	1.1%	3.1%	2.1%	0.1%	0.8%	0.5%

出所：会社資料よりSR社作成

期初会社予想（2025年5月13日公表）

2026年3月期の会社予想は、売上高39,880百万円（前期比2.3%減）、営業利益1,150百万円（同31.8%減）、経常利益1,130百万円（同29.9%減）、親会社株主に帰属する当期純利益180百万円（同79.3%減）である。通期配当は、前期比1.44円減少の18.12円を見込む（配当性向277.0%。DOE3%ベース）。ROEは1.1%（前期比4.3%ポイント低下）、ROICは4.0%（同2.0%ポイント低下）を見込む。

想定為替レートは1人民元19.5円、1米ドル142.0円である。設備投資は1,400百万円、減価償却費は1,100百万円を見込む。

事業環境の想定・今後の見通し

2024年10月、同社は「VC2024 Revival」で掲げる特注品ビジネスへの特化をより強力に推し進めるべく、ミスミグループとの間で資本業務提携契約を締結した。ミスミグループとは、商品の相互供給を皮切りに、多面的な協業に向けて活動を開始している。当該協業により、大きな効果を見込めると考えている一方、協議中の案件が多く、2026年3月期は、提携による業績寄与の効果を具体的に織り込むことが難しいため、効果の測定を行う期間として中期経営計画を1年間休止し、その間に次期中期経営計画を策定することとした。国内事業ではミスミグループとの提携に沿って生産体制の調整を進め、また、営業体制の見直しを行い、経営合理化による遅れをいち早く取り戻すとともに、将来の成長を見据えて足場を固める。

増減分析

営業利益の増減分析（予想）は、売上高減少249百万円減、原価率上昇43百万円減、販管費増加242百万円減である。売上高では、海外は景気回復基調だが、日本は回復遅れ継続、中国は現地通貨ベースは増収予測だが邦貨換算で減収、米州の通商政策の影響による景気下振れを見込む。原価率では、日本は価格改定を見込むも受注回復の遅れと外注費高騰の影響を見込む。中国は価格競争継続による原価率上昇を見込む。販管費では、中国は効率化による人件費の抑制がある一方、日本は営業活動増に伴う旅費交通費増、営業人員増によるコスト先行、業務委託料の増加により、販管費増加を見込む。

地域別・業種別売上高

地域別売上高では、日本は前期比4.4%減の11,100百万円、中国は同1.6%減の23,000百万円、東南アジアは同2.5%増の2,000百万円、欧米他は同4.5%減の3,700百万円を見込む。業種別売上高は、自動車関連は同8.7%減の15,700百万円、電子部品・半導体関連は同5.6%減の6,600百万円、家電・精密機器関連は同6.2%減の3,600百万円、その他は同8.6%増の13,900百万円を見込む。FA売上高は同11.2%増の3,400百万円を見込む。

日本事業においては、経営合理化後に早期希望退職対象外の退職者が想定外にでた影響により、受注拡大のための体制整備に遅れが発生しており、足下では人財採用および育成は進んでいるものの、十分な体制整備には相応の時間を要する状況となっている。中国事業においては、景況感は回復傾向にある一方、価格競争の影響を受けている製品も多数あり、原価率の上昇が見込まれる状況となっている。加えて、米州の通商政策の影響による景気の下振れの影響も見込む。

その他

設備投資は約1,400百万円（前期は1,058百万円）、減価償却費は約1,100百万円（同1,177百万円）を見込む。

特別損失では、日本における設備投資に伴う減損損失の計上を見込む。

資本効率については、投下資本利益率（ROIC）は4.0%、ROEは1.1%を見込む。

2025年5月に発表したミスミグループとの日本事業の物流拠点統合については、2026年3月期において、物流コストの継続的な低減に繋がる一方、両社の商品規格統合やシステム投資などの一過性の費用発生もあることから、業績に与える影響は軽微であると同社は述べている。両社は当該提携契約を通じて相乗効果を生み、業績向上に寄与するよう、互いに協力している。既に国内における商品の相互供給などの協業も開始しており、シナジーの早期最大化を目指す。なお、2026年3月期においては、シナジーが業績に与える影響は軽微だが、当該提携契約を通じた2027年3月期以降における相乗効果の業績寄与度合いは合理的な算出が出来次第、改めて公表すると同社は述べている（併せて、中期経営計画（VC28）を策定・公表する予定）。

中期業績の見通し

パンチグループ長期ビジョン「Vision60」

2025年5月、同社は、創立50周年を迎え、これを機に、次の10年を見据えたパンチグループ長期ビジョン「Vision60」を策定したことに関して発表した。

「Vision60」の目的

同社は、2025年3月に創立50周年を迎えるにあたり、改めて同社の存在意義を全社員で共有するものとして、2024年8月に「パーパス」（「ものづくりによる信頼、真摯な技術、自由な創造力で、次世代の豊かな未来をカタチづくる」）を策定した。

長期ビジョン「Vision60」は、このパーパスの実現へ向けて、10年後の同社グループの「ありたい姿」を示し、そこへ至る3つの中期経営計画の戦略をバックカスティングにより定めるものである。

「Vision60」の概要

同社のパーパスと、取り巻く環境の将来予測に基づき、10年後の「ありたい姿」として「脱・金型部品依存」を掲げ、事業領域の拡大を図りながら、絶えず変化する社会の多様なニーズに応える企業グループを目指す。

具体的には、金型部品事業の持続的な成長とともに、成長事業と位置づけるFA事業のさらなる拡大を図り、さらに第三の柱となる新たな事業の開拓・育成を推進することで、FA事業および新規事業の売上高構成比を高め、2035年3月期には連結売上高80,000百万円を目指す。そして、「Vision60」を達成するための原動力として、同社グループの企業アイデンティティである「パンチスピリット」（チャレンジ・創意工夫・自由闊達）の精神にもさらに磨きをかける。

同社の考える未来の事業環境

10年後の未来予測として、同社を取り巻く環境について下記を想定している。

同社を取り巻く環境

高スピードで進む技術革新	・デジタル化、AIの進化により「社会」「ものづくり」変化 ・宇宙ビジネスが更に活発化 ・メガキャスト、3Dプリンタ、デジタルツインなどが主流
労働人口減少高齢化社会 国内市場の成長鈍化	・労働人口減少によるロボット化のスピードアップ ・採用、賃金、労働環境などが大きく変化 ・定年延長等により働くシニア層が増加
国際社会情勢の大きな変化 環境への世界意識の高まり	・BRICS、グローバルサウスの更なる台頭 ・世界的な生産国、地域のシフト化 ・大量消費社会から循環型社会へと消費に変化

出所：同社資料よりSR社作成

同社が10年後に目指す姿

パンチグループのパーパス 「ものづくりによる信頼、真摯な技術、自由な創造力で、次世代の豊かな未来をカタチづくる」	技術革新への対応 ・高スピードで進む技術革新 ・「ものづくり」変化・複雑化 高齢化、市場鈍化へ対応 ・労働人口減少、高齢化社会 ・国内市場の成長鈍化	FA事業および新事業（金型部品以外） チャレンジ：中規模企業のM&A 創意工夫：既存事業にとらわれないR&D 自由闊達：成功体験のグループ内連携
	社会情勢への対応 ・国際社会情勢の大きな変化 ・環境への世界意識の高まり	金型部品事業 チャレンジ：資本業務提携の効果最大化 創意工夫：新業種・新地域の発掘 自由闊達：営業と製造の取り組み連携

出所：同社資料よりSR社作成

「Vision60」で目指す事業規模

R&Dによる価値創出（技術革新へ対応）	・金属一体化技術「P-Bas®」の採用顧客数増の推進 ・航空宇宙産業への取り組み強化による技術力向上 ・M&Aやスタートアップ企業連携による受注機会の創出
FA事業の拡大による成長（高齢化、市場鈍化へ対応）	・事業領域拡大を目的としたM&Aやグループ会社活用 ・装置製造の内製化 ・自社工場の生産効率改善
既存事業の持続的成長（社会情勢へ対応）	・資本業務提携での特注特化による収益性向上 ・営業体制および製造体制の最適化に向けた組織編制 ・新業種開拓に向けた技術向上および新地域への進出

出所：同社資料よりSR社作成

2025年5月時点のロードマップとしては、下記を想定している。

- ・ 2026年3月期：資本業務提携の協業内容を確立する期間
- ・ VC28（2027年3月期～2029年3月期）：収益性の改善期
- ・ VC31（2030年3月期～2032年3月期）：FA・新事業・新地域の育成期
- ・ VC34（2033年3月期～2035年3月期）：FA・新事業・新地域の成長期

経営数値目標

2035年3月期の経営数値としては、売上高80,000百万円（2025年3月期実績40,822百万円）、営業利益8,000百万円（同1,685百万円）、営業利益率10%（同4.1%）である。目指す経営数値の実現に向けた取り組みは、①既存事業の持続的成長、②FA事業の拡大による成長、③R&Dによる将来の柱事業となる新事業創出である。

事業別ポートフォリオ

2035年3月期の事業ポートフォリオ（売上高80,000百万円の内訳）は、金型部品事業が55,000百万円（2025年3月期実績約37,800百万円）、FA事業が20,000百万円（同約3,000百万円）、新事業が50,000百万円（同少額）を想定している。

成長要因は、金型部品事業が、①資本業務提携効果の最大化、②継続的な営業活動、③海外を中心とする市場の伸び、④金型部品参入企業の減少である。FA事業が、①積極的なM&Aによる売上向上、②ターゲットを工場（ファクトリー）から他の分野へ拡大、③継続的な営業活動、④自動化・省力化需要による市場の伸びである。新事業が、①取り組み中のR&D案件の加速、②積極的なM&Aによる事業の取り込み、③スタートアップ企業などとの提携による新分野参入、④社内ベンチャー制度導入などによる開発取り組み強化である。

地域別ポートフォリオ

2035年3月期の地域別ポートフォリオ（売上高80,000百万円の内訳）は、日本が27,000百万円（2025年3月期実績約11,600百万円）、中国が35,000百万円（同約23,400百万円）、東南アジアが5,300百万円（同約1,900百万円）、欧米他が12,800百万円（同約3,900百万円）を想定している。

主力の日本、中国はそれぞれ成長するが、販売体制見直しと販売代理店との連携強化で日本、中国以外の地域も拡大する。

業種別ポートフォリオ

2035年3月期の業種別ポートフォリオ（売上高80,000百万円の内訳）は、自動車が30,000百万円（2025年3月期実績約17,200百万円）、電子部品・半導体が12,000百万円（同約7,000百万円）、家電・精密機器が7,000百万円（同約3,800百万円）、その他が31,000百万円（同約12,800百万円）を想定している。

既存業種はそれぞれ成長するが、事業領域拡大による新業種との取引拡大が寄与し、その他の成長を見込む。

ミスミグループとの資本業務提携

2024年10月、同社は、同社グループおよび株式会社ミスミグループ本社（東証PRM 9962、割当予定先）の間での資本業務提携契約を締結することならびに割当予定先に対する第三者割当による新株式の発行を決議し、当該提携契約を締結した。

提携の目的および理由

ミスミグループは、顧客であるインダストリアル・オートメーション産業の自動化、省力化に向けて、「確実短納期」と「顧客の工数削減」による「時間価値」の創出を提供している。メーカー事業では、自動化装置や自動化設備用部品、金型用部品、自動化関連間接材を開発・製造・販売し、流通事業では、他社商品も含めた自動化関連間接材から消耗品まで幅広い商品群を取り扱っている。これらを併せ持つユニークな業態を活かし、カタログやECサイトに加えオンライン部品調達サービス「meviy」など、多様なチャネルおよび先進的なデジタル技術をもって、事業領域の拡大とグローバル展開を加速させている。

同社とミスミグループは、2023年5月以来、両社の役員による情報交換の中から、提携の必要性を互いに認識するに至り、トップ会談を含む役員による会合を十数回、両社の担当レベルでの協議を数十回実施し、両社による提携の可能性やリスク、効果を最大化するための戦略について検討を重ねてきた。

今般、同社グループとミスミグループは対等なパートナーとして、継続的に共存共栄を図り、もって産業界全体の繁栄、さらには社会への貢献を目指し、当該提携契約を締結する。今後、両社グループは、同社グループの保有する高度な精密加工技術と顧客ニーズへのきめ細かい対応力、ミスミグループの持つ先進的なデジタル技術とグローバル確実短納期の供給力といった強みを最大限活かし、自動化装置やその周辺部品、金型用部品に限らず、標準品から特注品までの幅広い金属加工分野全般において、それぞれの得意分野の商品の相互供給や物流インフラの有効活用などを通じて相互に補完・強化しながら、共に成長・発展する。

資本提携の内容

同社は、当該第三者割当により、割当予定先に対して、同社普通株式3,000,000株（当該第三者割当後の所有議決権比率10.93%）を割り当てる。また、ミスミグループは同社株式を継続して保有する方針であり、今回の発行数量およびこれによる株式の希薄化の規模ならびに流通市場への影響はかかる目的達成のうえで、合理的であると同社は判断した。なお、同社は、当該提携契約に基づき、ミスミグループを割当先として、当該新株式の発行を行うとともに、当該第三者割当による払込金額の総額相当額のミスミグループ株式を、東京証券取引所プライム市場において2024年10月24日から2024年12月27日までの間に買い付ける予定である。

業務提携の内容

同社グループとミスミグループは当該提携契約を通じて相乗効果を生み、両社の業績向上に寄与するよう、互いに協力する。まずは国内において商品の相互供給などの協業によりシナジーの早期実現を目指す。また、今後は成長が期待される海外市場において、両社のネットワークを活用し、共同で市場開拓を進めることで、新たなビジネスチャンスを創出する。

なお、調達資金の具体的な使途としては、主に特注品領域の加工工程改善のための設備投資（2025年4月から2028年3月まで）に充当する予定である。

- ▶ この資本業務提携契約は、同社グループとミスミグループが対等なパートナーとして継続的に共存共栄を図り、産業界全体の繁栄を目指すものであると同社は述べている。

「両社が提供する価値」によるシナジー効果の狙い

同社が提供する価値としては、①精密加工技術を活かした特注品供給力、②営業担当による顧客密着型の提案力である。ミスミグループが提供する価値としては、①カタログ品の確実短納期とコスト競争力、②EC基盤を通じた顧客時間価値の最大化である。

- ▶ 両社の強みを最大限に活かし、金型業界の発展に向け持続的に価値を提供する。「標準品」×「特注品」の協業により、グローバルに事業成長を果たすことを目的とする。具体的には、パートナー工場から購入する在庫品仕入れの集約・効率化、カタログ品の安定供給における協力体制、海外展開や物流における協働などが検討課題の模様である。

進捗

日本事業の物流拠点移転（ミスミグループとの物流統合）

2025年5月、同社は日本事業の物流拠点移転（株式会社ミスミグループ本社との物流統合）に関して発表した。

- ・ 移転する物流拠点：東京ロジスティクスセンター（神奈川県横浜市神奈川区守屋町3-11 SG リアルティ横浜3F 北）
- ・ 移転先の物流拠点（2025年10月中旬移転予定）：東京ロジスティクスセンター（神奈川県川崎市川崎区東扇島7-1 株式会社ミスミ東日本流通センター内）

協業の一環として、ミスミグループ社の物流インフラ活用による、日本事業における物流拠点の統合を決議した。同移転により、両社は物流効率を高め、2024年問題による輸送力不足やコストアップに対応するとともに、さらなるコスト低減に取り組む。

次期中期経営計画「バリュークリエーション28（2027年3月期～2029年3月期）」について

- ・ 資本業務提携による業績効果：国内では商品の相互供給などの協業によりシナジーの早期実現を目指す。海外は成長が期待される海外市場において、両社のネットワークを活用し、共同で市場開拓を進めることで、新たなビジネスチャンスを創出する。
 - ・ 両社で協議中のタスク：資本業務提携を通じて相乗効果を生み、両社の業績向上に寄与するよう、互いに「商品供給」「物流」「調達」「海外展開」などが協議中である。協業による大きな効果は見込めるものの協議中案件が多く、上振れ幅は現時点で不透明と同社は述べている。
 - ・ 次期中期経営計画の期間：現中期経営計画は2025年3月期が最終年度となる。2026年3月期は中期経営計画を策定せず、効果の測定を行う期間として設定し、次期中期経営計画は2027年3月期より開始する予定である。
- ▶ 2026年3月期から2029年3月期までの売上高・利益のイメージ（2024年11月時点）としては、2026年3月期は2025年3月期対比売上高は微増となるが、2027年3月期以降は安定増収を見込む。営業利益では、2026年3月期以降安定増益を見込む（2027年3月期に2,400百万円程度まで回復し、その後も増益が続くイメージ）。

「VC 2024 Revival」の最終年度の目標値変更及び増配

2024年5月14日、同社は2023年10月27日に経営数値目標を公表した中期経営計画「バリュークリエーション 2024 Revival」において、2025年3月期の達成目標を設定した。

2025年3月期の通期連結業績予想

「VC 2024 Revival」最終年度となる2025年3月期の通期連結業績予想において、親会社株主に帰属する当期純利益は800百万円を予想していたが、2024年3月期において、日本事業における減損損失が予想を下回ったことや税効果の影響などにより大幅に改善したこともあり、予想数値を1,200百万円（従来の目標対比50%増）に上方修正した。

配当予想

上記上方修正もあり、同社の配当方針「連結配当性向30%以上、かつ株主資本配当率（DOE）3%以上」に則り、2025年3月期の年間配当予想は1株当たり19円61銭（前期比21銭増）となる見込みである。なお、株主資本配当率の計算方法の修正として、期末株主資本のみを分母とする方法に変更した。

中期経営計画「VC 2024 Revival」の経営数値目標の策定

同社は、2023年7月に発表した2023年度から2024年度の2カ年を計画期間とする中期経営計画「バリュークリエーション 2024 Revival」の経営数値目標を策定した。

中期経営計画「VC 2024 Revival」の経営数値目標

- 2025年3月期：売上高38,500百万円、営業利益2,100百万円、親会社株主に帰属する当期純利益800百万円
- 2024年3月期会社計画（2023年10月公表）と比較した2025年3月期における営業利益の増減分解では、売上高増加79百万円増、原価率改善905百万円増、販管費減少15百万円増である。売上高は、日本・中国を中心とした市場環境悪化が続くも、2024年3月期を底として2025年3月期は微増を予測する。原価率は、2024年3月期に実施した経営合理化（生産体制の再構築、人員減少）の効果が通年で寄与することによる改善を見込む。販管費も同様に、経営合理化（営業体制の再整備、人員減少）の効果が通年で寄与することによる経費削減を見込む。

その他（新しく追加となった数値目標・効果など）

- 2025年3月期の連結FA関連売上高目標：3,200百万円
- グループ生産体制の再整備によるベトナム工場の売上高効果：300百万円
- 省力化設備の導入による製造工程の自動化推進：搭載機の稼働時、無人稼働率70%以上。搭載機オペレーター稼働率100%以上
- 2024年3月期および2025年3月期における累計設備投資額3,000百万円、減価償却費2,000百万円
- 単体人員整理および連結子会社ピンテック閉鎖による2025年3月期の営業利益改善効果：約1,200百万円（2024年3月期の効果は700百万円であり、差分の500百万円が増益寄与）
- 2025年3月期の地域別・業種別売上高目標：地域別では、日本13,600百万円、中国19,500百万円、東南アジア1,900百万円、欧米他3,500百万円である。業種別では、自動車16,200百万円、電子部品・半導体7,100百万円、家電・精密機器3,700百万円、その他11,500百万円である。

国内事業の再整備内容

国内事業の再整備で同社が実施した内容は下記である。

- 単体事業205名の人員整理：人員整理により、営業拠点の統廃合および業務集約による受注オペレーションの効率化を見込む。特別損失として、約800百万円を2024年3月期第2四半期に計上した。
 - 連結子会社ピンテック閉鎖：2024年3月期上期時点で、会社清算手続き中である。ピンテック生産品を北上・兵庫へ移管する。特別損失として、約270百万円を2024年3月期第2四半期に計上した。
 - その他：業務の自動化などで効率化の向上を進めた。具体的には、自動運搬車・ロボットなどの活用、IoT機器による稼働監視、IoT機器を活用した自動仕分け・搬送、NC旋盤用自動段取替ロボット導入、製造工程におけるロボットの活用などを推進した。受注業務のレベルアップのため、カスタマーセンターを設立した。
- ▶ 上記の施策により、2025年3月期に約1,200百万円の営業利益の改善効果を見込む。

「VC2024 Revival」

2023年7月、同社は、中期経営計画「バリュークリエーション2024」のブラッシュアップおよび希望退職者の募集・連結子会社の解散による経営合理化、ならびに経営陣の報酬返上に関して発表した。

中期経営計画「VC2024」のブラッシュアップおよび経営合理化を行う理由

世界的な地政学リスクの高まり、原材料・資源価格の高騰や部品不足等により、経営環境が厳しさを増す中、「VC2024」については大幅な遅れを余儀なくされている。同社は、これまでの遅れのリカバリーに加えて、今後の新たな成長戦略も含めた計画のブラッシュアップが必要であると考えた。2023年5月にプライム市場からスタンダード市場への移行を公表し、ブラッシュアップした「VC2024 Revival」の各種施策の実行に経営資源を集中することにした。

「VC2024 Revival」の最重点施策として「国内事業の再整備」を掲げ、生産拠点・販売拠点の統廃合と、それに伴う希望退職者の募集・連結子会社の解散を含めた、経営合理化を行うことを決定した。

中期経営計画「VC2024 Revival」施策の概要

「付加価値の高い特注品ビジネスにより特化し、持続的な利益成長を目指す」ことを基本戦略とし、事業構造の改革に取り組む。

生産体制においては、連結子会社である株式会社ピンテックを解散するとともに、北上工場、宮古工場および兵庫工場から大連工場およびベトナム工場への生産移管を実施し、グループ生産体制の再整備を行う。販売体制においては、カスタマーセンターを設立し、受注業務の効率化に着手する。これらの生産・販売体制の整備に伴い、希望退職者の募集を行う。

海外事業においては引き続き、販売拠点および販売代理店の新設、FA領域の“特注品”の販売拡大、インド市場への再注力など、成長戦略を継続する。

重点施策

国内の重点施策のテーマは再整備とし、下記の施策を実施する。

- 営業体制の再整備：FA領域の“特注品”の販売拡大、カスタマーセンター設立に着手
 - 生産体制の再整備：グループ生産拠点の統廃合、自社工場でのFA活用によるスマート化
 - R&D強化の継続：P-Bas®（新工法）、航空宇宙関連の強化
- ▶ グループ生産拠点の統廃合：2026年までにカタログ品を大連・瓦房店・ベトナム工場へ生産移管することで、国内工場における生産は、特注品に特化する方向である。閉鎖した連結子会社ピンテックの生産品は北上・兵庫へ移管する。短納期のカatalog品は協力工場などを含めた外部リソースを活用する。上記施策により、日本単体事業の収益性を強化し、海外工場の稼働率向上を図る。
- ▶ カスタマーセンターの設立：顧客の注文に対して、見積もりから受注までの同社におけるレスポンスが遅いという課題があった。カスタマーセンター構想により、内勤を別拠点へ集約することで、受注業務レベルの格差標準化により、顧客への早期見積回答を見込む。また、ITツール活用により図面管理の効率化も見込む。加えて、一部の営業支店は閉鎖と規模縮小を実施する。

グループ生産体制の再整備ロードマップ

国	第1フェーズ（～2024年3月期）	第2フェーズ（2025年3月期～）
ベトナム	・既存設備・工場で移管対応 ・設備投資実施で追加移管対応	・プレスカタログ品の更なる追加移管 ・モールドカタログ品の生産準備開始
日本	・経営合理化による生産移管 ・グループ工場および協力工場活用	・日本工場での特注品生産強化
中国	・設備投資実施で移管対応 ・中国工場での特注品生産強化	・第1フェーズを継続

出所：会社資料よりSR社作成

海外の重点施策のテーマは成長とし、下記の施策を実施する。

- 中国：FA強化、販売代理店の新設など総合機械部品企業へ進化
 - 東南アジア：インド市場への再注力・販売拠点の新設、ベトナム工場の活用
 - 欧米他：新規顧客の獲得
- ▶ 中国事業：「金型部品企業から、総合機械部品企業へ進化を図る」をテーマに、金型部品においては、①EVを中心とした新エネルギー関連金型部品、②医療・飲料関連の精密金型部品、③高付加価値の特注金型部品などに注力する。精密・産業機械部品においては、①精密部品の需要深掘、②航空宇宙関連などの精密部品、③医療器械・医療

- ▶ 装置部品分野の拡大などに注力する。FA部品においては、①自動化・省人化ニーズ対応、②FA市場開拓、③FA販売力強化を目的とした専任チームの新設などを実施する。併せて、安定した利益確保のため、自社工場のコストダウンとして、①生産の自動化・スマート化、業務のデジタル化推進による効率向上、②パンチグループ全体でのグローバル調達による仕入れ品のコストダウンなどを進める。
- ▶ インド市場への再注力：従来、インド市場は成長市場という認識はあったものの、現地における金型製造産業が未成熟であった（現地の製造業企業は金型一式を海外から輸入することが多く、金型部品製造の需要が少なかった）。現在は、現地企業における金型製造が徐々に増加傾向にあり、同社の市場開拓余地が拡大している。インド再構築プロジェクトとして、2025年3月期にかけて、販売製品群の見直し（高利益製品）、ITインフラ整備による分析機能強化、外勤営業増員・展示会出展などの施策により、経営の安定化を図る。また、インド国内の協力工場を開拓し、事業拡大の仕込みを行う。その後、2026年3月期以降の次期中期経営計画にかけて、①インド国内・ベトナム工場からの調達、②金型部品以外の商材販売検討、③相乗効果を狙った業務提携やM&Aを視野に現地企業との取引強化を行う方針である。
- ▶ 欧州拡販プロジェクト：短期的取り組みでは、①展示会への共同出展、②販売代理店への人員配置、③販売代理店および商社との同行営業強化、④FA部品、MRO商材含めたアイテム拡充、⑤商社開拓などを進める。中長期的取り組みでは、①販売拠点および物流拠点の設立検討、②DIN規格に対応可能な協力工場の開拓、③超精密・高精度な部品需要への対応、④短納期カタログ品の拡販などを進める。

中期経営計画「バリュークリエーション2024」 (2023年3月期から2025年3月期)

同社は2022年3月に中期経営計画「バリュークリエーション2024」を発表した。自動化・省人化需要を新たな成長エンジンと位置付け、方針として①ものづくり現場での自動化・省人化需要の高まりに「FA領域の“特注品”」で応える②新技術・新サービスの持続的な開発により、金型部品事業での確固たる地位を確立する③SDGsやESGによる「社会課題の解決」を通じて企業価値向上を図ることを掲げた。

重点経営課題

新規・既存事業の拡大	FA領域の特注品の販売拡大、受注サービスの強化、日本・中国以外の販売網拡大
生産体制の強化	グローバル調達、グループ生産体制の整備、自動化・省力化等による生産性改善
R&D強化	P-Bas®（新工法）、金型部品以外の製造・販売、航空宇宙関連の強化

出所：会社資料よりSR社作成

新規・既存事業の拡大

FA領域の特注品の販売拡大では、国内のロボット産業の市場規模は2020年の2.85兆円から2035年には9.7兆円まで拡大すると想定し（出所：国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構の資料を基に同社推定）、日本・中国事業で、FA領域の特注品の販売を強化する（業務提携も活用）。FA領域の売上高は2022年3月期2,700百万円から2025年3月期に5,000百万円を目指す。FA領域の拡大ステップとして、事業段階を①精密部品・精密治工具、②組付け精密部品、③簡易動力付き装置、④生産ライン装置の4段階に分け、現在は②までの精密部品・精密治工具、組付け精密部品の特注品販売まで進捗していると同社は認識している。提携やM&Aも活用し装置販売を伸ばすとしていたが、2022年10月のASCe社の子会社化により、③以降の生産ラインのように装置を組み込んだ高度な装置まで販売拡大を目指すことができるようになった。

受注サービスの強化では、現Web受注システム「Punch-Net」の改良など受注システム改良等による「顧客の利便性向上」や「顧客フォロー体制」の強化を行うことでWeb受注率を2022年3月期39%から2025年3月期48%まで引き上げる。2022年1月からは製品の形状を測定、データを加工・分析し、不具合原因の究明や改善策を提案する新サービス「3D計測パートナーズ」を本格的に推進する。

日本・中国以外の販売網拡大では、前・中計で取り組んだ「販売5極体制の強化」をさらに発展する。東南アジアでは、電子部品・半導体関連の販売強化やベトナム工場を活用した現地販売も強化し、東南アジアの売上高は2022年3月期1,700百万円から2025年3月期に2,600百万円まで拡大する。欧米他では、医療関連等の米国内での販売強化や欧州での販売代理店との関係強化を行い、欧米他の売上高は2022年3月期の2,600百万円から2025年3月期の4,000百万円まで拡大する。

生産体制の強化

グローバル調達では、自社工場や協力工場の海外生産能力をフル活用し、ベトナム工場での生産品目をさらに拡大し、ベトナム工場の持続的成長を目指す。ベトナム工場の売上高は2022年3月期対比2025年3月期に35%増を目指す。また、日本調達部門の海外仕入れ額を増加し、2022年3月期対比2025年3月期に35%増を目指す。

グループ生産体制の整備では、海外工場の生産能力・技術・品質を改善し、国内工場の生産量も向上させる。海外工場投資額は2025年3月期までに累計30億円を計画している。国内4工場（グループ会社工場を含む）で生産移管や設備投資を実施し、生産効率改善を図る。日本内製売上高は2022年3月期対比2025年3月期に25%増を目指す。

自動化・省力化等による生産性改善では、全12工場でITツールを活用した生産効率の改善を行う。具体的には、工場内作業の自動化・省力化、失敗コスト（仕損費）の低減、設備投資による生産能力の拡大、品質・技術力向上による受注強化、早期見積り回答による受注確保を実施する。生産効率は2025年3月期に2022年3月期比10%の効率改善を行う。

R&D強化

R&Dの強化では、さらなる発展を目的に、新技術開発を継続的に推進する。理想的な冷却回路を、分割して加工した複数の部品を接合して製作する技術である新たな接合・材料開発技術P-Bas®（Punch Bonding and sintering）を推進する。金型部品以外の製造・販売はFA領域の特注品へ着手し、将来的なマーケティングを実施する。超精密加工が要求される航空宇宙関連製品に取り組む。

その他

経営基盤強化では、ITツールを活用した新サービスの構築、社内ITインフラ刷新による業務改革、DX人材の育成を行う。DX面では、具体的に図面のAI管理、加工進捗の見える化、販売データでの顧客管理や加工工程の着完データの整備などを実施する予定である。財務戦略では、ROIC経営による「稼ぐ力」の強化、財務基盤の健全化、資本コストを意識した最適資本構成の追求を行う。サステナビリティでは、二酸化炭素排出量の削減、コーポレートガバナンスの強化、人材育成・働き方改革などを行う。ROIC経営では、資本コストを上回るROIC10%以上を目標に企業価値向上を目指す。

業績目標

2025年3月期に売上高50,000百万円（2022年3月期39,358百万円）、営業利益5,000百万円（同3,041百万円）、親会社株主に帰属する当期純利益4,000百万円（同2,040百万円）である。3年間の累計設備投資額5,000百万円（うち中国の工場投資が半分強を占め、国内の設備更新投資2,000百万円）、減価償却費3,000百万円である。2025年3月期の地域別売上高は日本17,900百万円（同14,020百万円）、中国25,500百万円（同20,956百万円）、東南アジア2,600百万円（同1,740百万円）、欧米他4,000百万円（同2,641百万円）である。業種別売上高は自動車20,400百万円（同16,442百万円）、電子部品・半導体10,100百万円（同8,043百万円）、家電・精密機器5,500百万円（同4,192百万円）、その他14,000百万円（同10,679百万円）である。

以前の中期経営計画

目標と実績

		「バリュエーション15」				「バリュエーション2020」				「VC2020Plus」		
		(百万円)	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2021年3月期 (修正)	2022年3月期
売上高	中計目標		28,000	28,900	30,500	37,000	39,000	42,000	44,500	47,000	33,100	36,100
	実績		29,437	34,393	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	32,462	39,359
	差		1,437	5,493	6,256	-351	2,025	-1,064	-9,151	-14,538	-638	3,259
営業利益	中計目標		1,050	1,330	2,000	2,000	2,200	2,500	2,800	3,300	1,200	1,800
	実績		1,162	1,724	1,987	1,991	2,844	2,579	836	1,613	1,613	3,042
	差		112	394	-13	-9	644	79	-1,964	-1,687	413	1,242

出所：会社資料よりSR社作成

*中計目標値はすべて当初発表値

過去の中期経営計画における業績目標と実績では、売上高は9年中5年間で期初目標を上回った。営業利益も9年中5年間で期初目標を上回った。

「バリュートリエンション15」（2014年3月期-2016年3月期）

2013年11月に発表した中期経営計画「バリュートリエンション15」では、同社の課題として①グローバル化（インド、東南アジア、欧米市場の開拓）、②新市場の開拓（未開拓・新分野への取り組み）、③高収益事業モデルへの転換（国内・中国事業の収益力改革）を掲げた。

①グローバル化においては、グローバル事業本部を新設し、顧客密着型の営業体制を整備することで下記を推進することとした。

米州・欧州	自動車関連をコアとした特注品ビジネスの確立
アジア	マレーシアをコアにシンガポール、ベトナム、インドネシア、インドに事業基盤を確立
日本	グローバル事業本部（戦略機能）から全方位対応

出所：会社資料よりSR社作成

②新市場の開拓においては、高い技術力を生かし新分野・新市場を開拓することを目的とし、下記を推進することとした。

中国	重慶を戦略拠点に中西部市場を攻略
アジア	国内および中国戦略横展開の足場固め
日本	グローバル事業本部（マーケティング機能）から全方位対応と、医療、食品等での新市場開拓

出所：会社資料よりSR社作成

③高収益事業モデルへの転換においては、一気通貫の生産体制と高い技術力による高付加価値製品を拡販することを目的とし、下記を推進することとした。

中国	戦略製品ラインアップの拡充
アジア	超硬事業（守備と攻撃のレベルアップ）の拡大
日本	収益体質改革の完遂、研究開発本部によるグループ横断のR&D体制確立

出所：会社資料よりSR社作成

最終年度（2016年3月期）の業績目標は、売上高30,500百万円（2013年3月期25,041百万円）、営業利益2,000百万円（同708百万円）、経常利益1,860百万円（同823百万円）、親会社株主に帰属する当期純利益1,170百万円（同213百万円）、ROE16.0%だった。地域別売上高は、日本14,290百万円（同13,677百万円）、中国13,720百万円（同10,002百万円）、アジア他2,480百万円（同1,362百万円）だった。業種別売上高は、自動車13,000百万円（同10,400百万円）、電子部品・半導体5,600百万円（同5,230百万円）、家電・精密機器3,600百万円（同3,300百万円）、その他8,300百万円（同6,110百万円）だった。

「バリュークリエーション15」の振り返り

①グローバル化では、M&Aを実施し、東南アジア生産能力・市場獲得、欧州販路確保、インド事業基盤確立を行った。②新市場の開拓では、AS9100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を行った。③高収益事業モデルへの転換では、研究開発体制の確立、日本で高付加価値製品の拡販、中国の戦略製品拡充、東南アジアで超硬製品事業の拡大を行った。2016年3月期の売上高は目標30,500百万円に対して36,756百万円の着地と為替影響で底上げされ目標を達成した。営業利益は目標2,000百万円に対して1,987百万円の着地とわずかに未達成となった。

「バリュークリエーション2020」（2017年3月期-2021年3月期）

2016年3月に発表した中期経営計画「バリュークリエーション2020」では、同社の課題として①販売5極体制の確立（欧米での販売体制確立、5極販売のグローバル企業）、②お客様サービスの向上（お客様から支持される企業、技術力の向上）、③高収益事業の推進・R&D強化（高付加価値製品の拡充、原価低減（ものづくり改革））、④働き方改革（業務効率の向上、最適なワークライフバランス、ダイバーシティの実現）を掲げた。その他で、創業者精神（パンチスピリット）への回帰も掲げた。

①販売5極体制の確立においては、アジアに集中している状態から欧米エリアでの販売体制の確立を目指すこととした。②お客様サービスの向上においては、グローバルでの最適調達による顧客満足度の向上を目指すこととした。また、顧客の金型メーカー・金型部品メーカーで統廃合による図面の消失が発生していることから、リバースエンジニアリングによる顧客の課題解決を図ることとした。

③高収益事業の推進においては、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進めるため、2019年3月期までを投資による助走期間と考え、ベトナム工場での操業開始、日本生産拠点の原価改善、中国生産拠点内での生産移管を行うこととした。2020年3月期からはグループ新生産体制の本格始動のため、ベトナム工場の生産能力強化、日本生産拠点内での生産移管、日本生産拠点の特注品生産を強化することとした。R&D強化においては、景気変動を受けにくく、将来の拡大が見込まれる食品関連、医療関連、航空宇宙産業関連との取引拡大を目指すこととした。

最終年度（2021年3月期）の業績目標は、売上高47,000百万円（2016年3月期36,756百万円）、営業利益3,300百万円（同1,987百万円）、親会社株主に帰属する当期純利益2,300百万円（同1,249百万円）・ROE11.0%だった。地域別売上高は、日本18,650百万円（同15,637百万円）、中国22,390百万円（同17,807百万円）、アジアその他5,940百万円（同3,312百万円）だった。業種別売上高は、自動車20,560百万円（同17,060百万円）、電子部品・半導体8,360百万円

(同6,550百万円)、家電・精密機器6,570百万円(同4,800百万円)、その他11,490百万円(同8,300百万円)だった。

そのほかに、配当方針として連結配当性向30%を目標とした。

「バリュークリエーション2020」の振り返り

2019年3月期に発生した米中貿易摩擦で2020年3月期の売上高は目標44,500百万円に対して35,348百万円の着地と大幅に未達成となった。注力した日本・中国以外の東南アジア、欧米他での拡販については、ベトナム、インドネシアで特注品の受注を伸ばした。米国では現地法人を設立したが、米中貿易摩擦の影響から拡大ペースが弱かった。欧州は直接営業と代理店を併用したが、景気悪化で減速した。営業利益は、市況悪化による売り上げ減少、工場稼働低下による原価率上昇、為替(円高)により、営業利益も目標2,800百万円に対して836百万円の着地と大幅に未達成となった。2020年3月期の親会社株主に帰属する当期純損失は国内工場の減損計上により3,486百万円と上場来初の最終赤字となった。加えて2020年のコロナウイルスの世界的な感染拡大を受けて今後の業績が減速する可能性が高まった。

そのため、2020年5月に2021年3月期の修正計画を含んだ新中計「バリュークリエーション2020Plus」を発表した。

「バリュークリエーション2020Plus」(2021年3月期-2022年3月期)

2020年5月に発表した中期経営計画「バリュークリエーション2020Plus」では、同社の課題として①販売5極体制の確立(東南アジアおよび欧米販路拡大)、②お客様目線を重視した営業力の強化(配置転換、人財育成による加工知識が豊富な営業)、③グローバル生産体制の最適化とR&D強化(工場別の特色を生かした生産体制と研究開発による工数削減・新工法確立)、④働き方改革と人財育成(女性活躍推進やワークライフバランス、グローバル人財の育成)を掲げた。

①販売5極体制の確立は、上記「バリュークリエーション2020」と同じ施策だった。②お客様目線を重視した営業力の強化は、特注品受注の強化として、図面理解度が高く加工方法を提案できる製造部門スタッフを営業部門スタッフへ配置転換を行う。人員教育の充実で、金型勉強会・製造研修等を営業部門スタッフにも実施する。受発注システム改良は、標準製品発注のスムーズ化を進める。サテライトオフィス構想の推進では、地域密着型の営業スタイルを強化する。

③グローバル生産体制の最適化は、日本は各工場の特色を生かした生産体制、工法改善と原価低減、お客様との技術交流、新規事業育成を行う。中国は、非自動車向け製品拡販、短納期ライン新設、戦略製品の拡販を行う。マレーシアは、東南アジア域の受注拡大、日中開発本部と連携、特注品の拡販を行う。ベトナムは、標準製品の安定生産、生産効率と原価の改善、早期黒字化を行う。

最終年度(2022年3月期)の業績目標は、売上高36,100百万円(2020年3月期35,349百万円)、営業利益1,800百万円(同836百万円)、親会社株主に帰属する当期純利益1,130百万円(同3,486百万円の当期純損失)・ROE9.0%だった。地域別売上高は、日本15,400百万円(同14,566百万円)、中国17,100百万円(同16,837百万円)、東南アジア1,600百万円(同1,535百万円)、欧米他2,000百万円(同2,410百万円)だった。業種別売上高は、自動車15,600百万円(同15,370百万円)、電子部品・半導体6,500百万円(同6,113百万円)、家電・精密機器4,300百万円(同4,298百万円)、その他9,700百万円(同9,566百万円)だった。

「バリュークリエーション2020Plus」の振り返り

2022年3月期は新型コロナウイルス感染症からの製造業の回復により売上高は目標の36,100百万円に対して39,359百万円と上振れて着地した。売り上げの上振れにより営業利益も目標の1,800百万円に対して3,042百万円と大幅に上振れし、上場来最高益を更新した。

施策に関しては、販売5極体制の確立では新型コロナウイルス感染症からの回復により、中国・東南アジア・欧米他は売り上げを伸ばした。日本は引き続き苦戦しているが、復調方向になった。お客様目線を重視した営業力の強化では製造から営業への配置転換は実施したが、新型コロナウイルス感染症もあり、お客様訪問件数の確保に課題を残した(コロナ禍で顧客から訪問を断られることが多かった)。医療・マスク関連の金型部品等での売り上げを拡大した。グローバル生産体制の最適化とR&D強化ではベトナム工場への完成品移管を行い、生産を安定化させた。研究開発案件は順調に進捗した。働き方改革と人財育成では在宅勤務等の推進による多様な働き方推進を達成した。女性活躍や社員エンゲージメント向上を推進した。

事業内容

ビジネスの概要

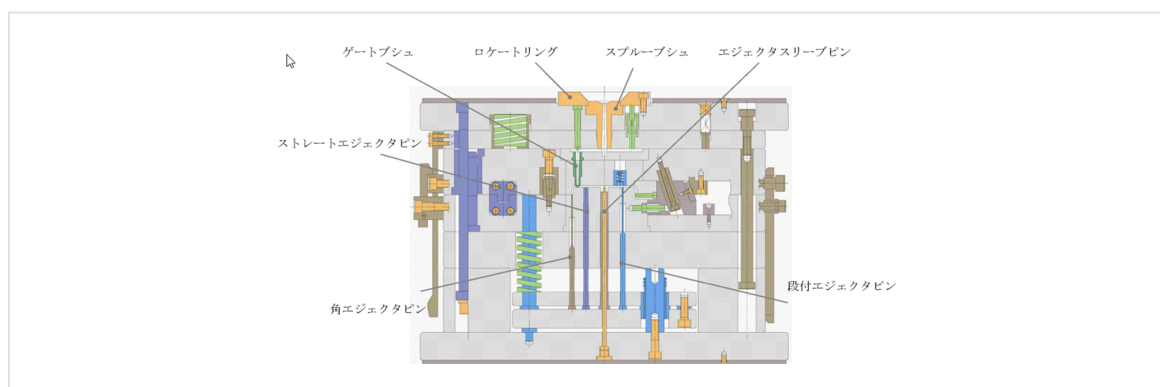
同社は、主にプラスチック金型やプレス金型部品の製造・販売事業を行う。

金型とは、金属または樹脂製の同一形状の工業製品を、プレス加工のような塑性加工や材料を溶かして形状を成形する射出成型などにより、大量生産するための型のことである。

同社の売上高に占める製品割合はプラスチック金型部品が1/3、プレス金型部品が半分強、残りがFA部品とのことである。また、同社はカタログ品（標準製品）とオーダーメイドの特注品を製造している（割合は特注品が60%程度）。標準製品では、プラスチック成形や金属プレスの金型を中心にさまざまな金型に必要な、汎用性の高い高品質な製品を豊富にラインナップし、カタログ販売を行う。標準製品はカタログ冊子やECサイトによるWeb経由の受注が基本となる。特注品は標準製品のカタログ規格から外れるサイズ、形状の製品を求めている顧客向けの製品で、拠点からの営業活動により顧客のニーズにきめ細かく対応しカスタマイズした製品である。

プラスチック金型部品

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る金型であり、加熱溶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る。同社の製品はその金型に取り付けられる下記部品群である。



出所：会社資料より

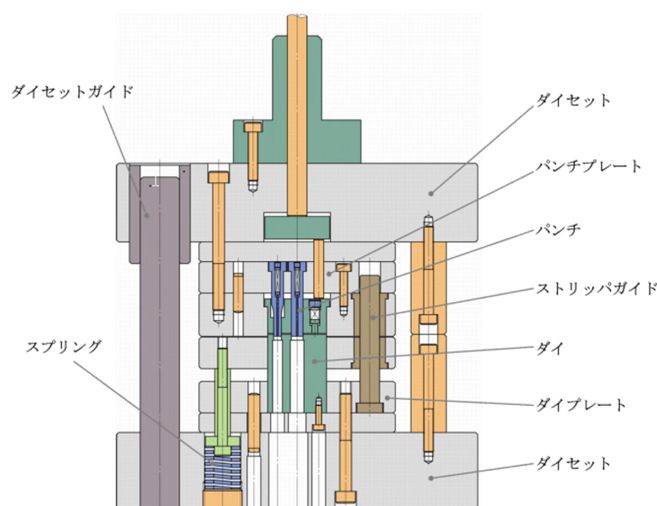
プラスチック金型部品における主な標準製品は、下記である。

スプルーブッシュ	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
ゲートブッシュ	スプルーブッシュから金型内の製品部にプラスチックを流す部分であり、成型後、金型を開く時にこの部分から製品部を切り離す部品
エJECTタビン	成型品を金型から離し、突き出すための部品

エJECTタビンには、ストレートエJECTタビン、段付きエJECTタビン、角エJECTタビンがある。その他には、エJECTスリーブ、センターピン、ストレートコアピン、段付きコアピン、ダイカスト型用エJECTタビン・コアピン、デットマーク・入れ子関連部品、アンギュラピン・ロッキングブロック、スライドコア・ガードレール、ランナー関連部品、ゲート関連部品、型開き制御部品、冷却・温調関連部品、コイルスプリング、ねじ・小物部品などがある。

プレス金型部品

プレス金型は、プレス機に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、プレス機により材料に荷重を加えることに用いられる金型である。同社の製品はその金型に取り付けられる下記部品群である。



出所：会社資料より

プレス金型部品における主な標準製品は、下記である。

ダイセットガイド	上型と下型の関係を正しく保つために使用される部品
パンチ	材料に押しつけて使われる工具で、通常はダイと対で使われ、材料に穴あけ加工等をする
ストリップガイド	パンチ・ダイの関係をダイセットのガイドを用いて位置合わせをして、適正なクリアランスを保つために使用される部品

パンチには、パンチ、ジェクタパンチ、小径パンチ、2段パンチ、厚板用、ノック穴付き、タップ付き、キー溝付き、つば止め、シャンクカット、ストレート、ミニ、ブランクなどの種類がある。その他では、ブロックパンチ、パイロットパンチ、ボタンダイ、ブロックダイ、パンチガイドブッシュ、成型加工用パンチ・ダイ、異形状パンチ・ダイ、リテーナ、超精密・超鋼、ねじ・小物部品、ガイド・リフタ関連部品、ミス検知関連部品、スプリング、ホルダーガイドポスト関連製部品、フック・型保管用部品、自動車型用関連部品、トランスファ型用関連部品などがある。

特注品

特注品は標準製品と違い、顧客の要望に合わせたカスタマイズを行う受注生産のオーダーメイド製品で、プラスチック・プレス金型部品の60%程度を占め、同社が注力している製品群である。顧客の仕様に基づくオーダーメイド製品を切削、研削などの精密加工技術を駆使し受託製造を行う。同社の幅広い標準製品で特注品対応が可能だが、特に多いのはプラスチック金型部品ではエジェクタピン・コアピン、プレス金型部品では、パンチ・ダイである。

金型はさまざまなエンド製品に合わせて作成されるため、すべて固有のサイズ・形状を持っており、標準製品だけで金型を完成させることはできない（標準製品ではパターン（形状）、サイズ、寸法、材質などが該当しないという状況が多く生まれる）。その場合、顧客が標準製品をカスタマイズしようとしても技術的に加工できない、あるいは製造コストが高価となり採算が取れないという場合に、顧客は同社に特注品を発注する。同社は材料調達、熱処理、加工、表面処理、検査・測定まで一気通貫のサービス体制を構築している。

対応可能な素材の種類はプラスチック金型用鋼、冷間・熱間金型用鋼、炭素鋼、合金・炭素工具鋼、ステンレス鋼、超硬合金、クロムモリブデン鋼、銅合金、ばね鋼、高炭素クロム軸受鋼、高比重合金、アルミニウム合金など幅広い。高強度化、耐摩耗性、摺動性などさまざまな機能ニーズに対応した表面処理・熱処理などの二次工程も対応が可能である。CAD（コンピュータ支援設計）データによる注文にも対応している。製造にかかるリードタイムは平均して8～10日程度であり、毎月、一定の受注残は翌月に持ち越されるが、月次の受注高と売上高の差は小さいと同社は述べている。

- ▶ ライン生産を行う大量生産品と違い、技術者が顧客から入手する図面に沿って0.01mmや0.001mmといった単位の微細な加工を行う必要がある。そのため、たくさんの顧客から注文を受けるには大量の熟練技術者と多くの工作機械、測定機器および検査機器が必要となる。

発注は、顧客から図面を入手し、即見積もりを行い、納期・価格を顧客に回答するという流れである。発注にあたっては1個から注文が可能である。特注品の例は下記である。

特注品のカスタマイズ対応範囲例（プラスチック金型用のエジェクタピンの場合）

硬度	59～61ロックウェル硬さ
径	0.2mm～12mm。公差0.002mm
長さ	最大350mm。公差0.005mm
真円度	0.0015mm
表面処理	硬質クロムメッキ、窒化チタン、チタニウムカーボンナイトライド
材質	モリブデン系高速度工具鋼、マルテンサイト系ステンレス、ダイス鋼、ダイス鋼+窒化処理
加工	先端ボス加工、先端形状加工、大きな外R加工、外・内R加工、2段斜面加工、アンダーカット加工、2段テーパ加工、Dカット加工、リブ加工、ガス抜き+凹彫刻、斜面加工+凸彫刻

出所：会社HPに掲載の製品カタログよりSR社作成

- ▶ 標準製品で品目を増やしていくのではなく、特注品で加工範囲の拡大や品質向上、価格・納期などの競争力を上げていく方針である。また、将来的にはECサイトの機能強化の一つとして、特注品の注文をECサイトで受けられるようにしたいと同社は述べている。
- ▶ 営業面では、特注品は顧客のニーズにきめ細かく対応しており、顧客密着型の営業を展開している。特注品への対応により同社に対する信頼が醸成され、その後、標準製品の受注にもつながることも多い。逆に、標準製品から取引を始めた顧客に別サイズや表面処理のニーズをヒアリングし、特注品の受注につなげることもある。

販売・製造

充実した生産設備を備えた製造部門と、顧客密着型の販売部門が一体となった製販一体型の事業展開により、標準製品から顧客仕様の特注品まで幅広く対応することができる。

販売

国内に10カ所、海外40カ所の販売拠点を配置し、グローバルに顧客密着型の受注活動を展開した製造直販を行う。国内では宮城、岩手、栃木、埼玉、神奈川、長野、愛知、大阪、広島、福岡の各県に支店を持つ。海外では、中国子会社の盤起工業（大連）有限公司は上海、北京、広州などに34カ所の営業所を持つ。東南アジアでは、インド、マレーシア、シンガポール、ベトナムで現地子会社、インドネシアは合併会社、タイ、韓国、台湾、オーストラリア、トルコ、フィリピンでは販売代理店を介して販売を行っている。その他の国では、米国は販売子会社、ドイツでは販売代理店を介して販売を行っている。

特注品の営業においては営業人員が顧客を訪問する顧客密着型の受注活動を行う。営業人員は顧客の技術的な課題を聞き出し、それに対して提案を行う。顧客の課題に対して、最も適した製品、カスタマイズ（大きさ、長さ、硬度、表面処理、材質、加工など）、トータルコストなどを提案しないといけないため、営業人員にも技術的な知識が必要となる。そのため、営業配属前に工場で実際の加工を経験する研修が行われる（社内教育機関であるパンチアカデミー（下記参照）を活用）。製品は一度顧客に納入すると、その後は消耗品として繰り返し納入されることが多い。

- ▶ 不具合が発生した場合は、製品に問題がないか、顧客の使用条件に問題がないか、製品のカスタマイズが必要かなどを顧客と一緒に解決策を探る。近年は、より顧客のニーズを深く探るため、製造の技術者が営業に同行する機会を増やしている。そのような顧客密着型の営業を通し、顧客に同社への信頼を醸成することで、顧客から新製品のニーズや既存製品での機能向上ニーズが持ちかけられることが特注品の新規受注につながる。

Web販売

「Punch-Net」というECサイトを展開しウェブカタログで商品を開覧し、見積もり・商品の注文が可能だったが、2023年1月に機能を拡充した新ECサイト「PunchCoco」をリリースした。新サイトでは、サイト上での商品検索、商品カート、マイメニュー、チャットボットなど利便性の高い機能が利用可能となった。標準製品は売上高の70%強程度がEC経由となっている。

- ▶ 同社の製品は製品点数やバリエーションが多いことからカタログのページ・冊数も多くなってしまっており、顧客が新しく製品を探すときに手間取ることが多かった。また、以前のECサイトは、商品検索機能が十分ではなかった。2023年の「PunchCoco」のリリースで顧客利便性が大きく向上した結果、顧客は手軽に製品を検索し、製品の比較を行えるようになった。今までは商品知識がなく、検索の段階で止まっていた新規顧客の増加に期待できると同社は述べている。今後のECサイトの機能強化では、在庫機能や特注品の注文を行える機能、中国語対応などを進めたいとのことである。

- ▶ 2024年4月には「PunchCoco」の機能拡充を行い、プレス金型部品約28,000品番の商品検索が可能となった。既に公開済みのプラスチック金型部品約3,500品番とあわせて、同社が提供するカタログ掲載アイテムの約31,000品番がPunchCocoで検索が可能となり、顧客利便性が向上した。

製造

製造では、創業以来培った精密加工技術ノウハウの蓄積と、2千台を誇る工作機械や1千台近くの測定機器および検査機器を駆使し、全プロセス一貫通貫の生産体制を構築した。材料となる鋼や超硬材に対して、長年積み上げた熱処理技術、表面処理技術、研削加工技術などの技術ノウハウを習得した熟練技術者を大量に抱えている点に特徴がある。

同社が注力する特注品においては、技術者が顧客から入手する図面に沿って0.01mmや0.001mmといった単位の微細な加工を行う必要がある。そのため、多くの熟練技術者と多くの工作機械、測定機器および検査機器が必要となる。技術者については、加工工程で担当を分けており、一つの製品に付き10人以上の技術者が携わることが多い。特定の機械、設備を使った特定の工程を一人の技術者が長時間にわたり担当することで技術に対して習熟が進み、一人一人の技術者が高い専門的な技術力を持っていることが同社の精緻なモノづくりを支えている（その代わり、熟練技術者の育成には時間がかかる）。

人員では全体の約70%（2,800名程度）が製造部門に属する。1日の1人当たり製造数は、標準製品の量産品だと数百個作ることがあるが、特注品だと製品によりばらつきがある。製造に失敗した製品は自社の検査で検出されるため、クレームになる失敗率は1%未満とのことである。

- ▶ 顧客から預かった図面からどのように加工すれば最も顧客の要望にあう特注品が出来上がるのかという点が最も難しいが、同社はそのノウハウを積み上げてきており、そこが他社が模倣しようとしてもできない部分だと同社は述べている。

機械、設備の内訳では、切削加工機640台、研削加工機1,100台、放電加工機200台、熱処理設備80台、表面処理装置10台、検査・測定器具910台を保有している（2024年3月末）。

グローバルで製造を行っており、国内3カ所、海外8カ所の製造拠点がある。国内工場は、岩手県北上工場、岩手県宮古工場、兵庫県兵庫工場がある。海外では、中国6カ所（大連、瓦房店、無錫、東莞など）、マレーシア、ベトナムに製造工場がある。

製造パートナーとして、約300社の協力工場による製造体制も構築されている（売上高のうち半分弱程度が外製）。同社製品として販売する以上、一定の品質を確保できる協力工場を探す必要がある。開拓には時間がかかり、年に数社程度しか増やせないとのことである。

人材育成：パンチアカデミーとは2017年4月に設立した、実習用の機械設備を備えた新人教育、階層別研修、スキルアップ研修、営業担当者のための人材開発・技能実習などを行う人材育成施設である（北上工場に付設）。講師としては、現場を離れる年代のベテラン技術者たちが「指導員」という形で後進を育成するため、同社の強みである熟練技術者の長年培われた製造技術が若手へ承継される機能を果たす。

働き方改革：中期経営計画の施策として、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の改善を進めている。具体的には、ダイバーシティに関する教育の実施、育児・介護・疾病治療等と仕事の両立に向けた支援施策の強化・新設、「パンチ・ファミリーサロン」（産・育休中の社員（性別問わず）を対象とした Web 交流会）の開催、男性社員の育児休暇の取得推進、「マイジョブプラン制度」の導入などを行った。また、地域貢献と地域の将来を担う人材育成の一環として、近隣の高校において資格取得の指導などの取り組みも行う。

顧客・業種別売上高・地域別売上高

顧客業種は自動車、家電をはじめ多方面にわたっている。顧客数は15千社（国内約6千社、中国約8千社、その他1千社）である。15千社のうち、約12千社が金型以外の製造業メーカー（金型ユーザー）、約3千社が金型専門メーカーと同社は推測している。売上高が最大の顧客でも売上高の1~2%程度しか占めておらず、特定の大口顧客はいないと同社は述べている。

業種別売上高の推移

業種別売上高推移 (百万円)	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 連結	20年3月期 連結	21年3月期 連結	22年3月期 連結	23年3月期 連結	24年3月期 連結	25年3月期 連結
売上高	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	39,359	42,800	38,344	40,822
YoY	6.9%	-0.3%	11.9%	-0.2%	-13.6%	-8.2%	21.2%	8.7%	-10.4%	6.5%
自動車関連	17,060	16,780	18,370	17,877	15,370	13,682	16,442	18,082	16,537	17,194
YoY	9.8%	-1.6%	9.5%	-2.7%	-14.0%	-11.0%	20.2%	10.0%	-8.5%	4.0%
売上高構成比	46.4%	45.8%	44.8%	43.7%	43.5%	42.1%	41.8%	42.2%	43.1%	42.1%
電子部品・半導体関連	6,550	7,000	7,880	7,558	6,113	6,315	8,043	7,866	6,930	6,990
YoY	0.2%	6.9%	12.6%	-4.1%	-19.1%	3.3%	27.4%	-2.2%	-11.9%	0.9%
売上高構成比	17.8%	19.1%	19.2%	18.5%	17.3%	19.5%	20.4%	18.4%	18.1%	17.1%
家電・精密機器関連	4,800	4,480	4,780	4,837	4,298	3,888	4,192	4,312	3,647	3,836
YoY	6.4%	-6.7%	6.7%	1.2%	-11.1%	-9.5%	7.8%	2.9%	-15.4%	5.2%
売上高構成比	13.1%	12.2%	11.7%	11.8%	12.2%	12.0%	10.7%	10.1%	9.5%	9.4%
その他	8,300	8,400	9,940	10,662	9,566	8,574	10,679	12,538	11,229	12,800
YoY	6.4%	1.2%	18.3%	7.3%	-10.3%	-10.4%	24.6%	17.4%	-10.4%	14.0%
売上高構成比	22.6%	22.9%	24.2%	26.0%	27.1%	26.4%	27.1%	29.3%	29.3%	31.4%
(FA売上高)							2,741	2,483	2,647	3,058
YoY							-	-9.4%	6.6%	15.5%
売上高構成比							7.0%	5.8%	6.9%	7.5%

出所：会社資料よりSR社作成

*エンドユーザーベース

最も大きい割合を占める自動車関連売上高は2012年3月期の9,170百万円から2018年3月期に18,370百万円まで増加し、その後増減を繰り返している。電子部品・半導体関連の売上高は6,000百万円から8,000百万円のレンジで推移している。家電・精密機器関連は2012年3月期の3,480百万円から2019年3月期に4,837百万円まで増加したがその後減少傾向である。その他の売上高は2012年3月期の5,630百万円から長期的に増加傾向にある（その他には産業機械、情報通信、医療関連、食品関連、商社などが含まれている）。

- 顧客業界別の利益率では、自動車がやや低め、電子部品・半導体はやや高め、家電・精密機器関連およびその他は一定の水準で安定していると同社は述べている。自動車向けは業界慣行として自動車メーカーから原価低減圧力がかかりやすいため収益性は低めになりやすい。ただし、自動車向けの価格に関してはもともと安めに設定しているため金型本体ほど値下げ圧力を受けているわけではなく、横ばい傾向と同社は述べている。なお、自動車の電動化に関しては、需要が減少するエンジン関連は鍛造部品が多いものの同社製品には鍛造部品は少なく、大きな影響は出ないと同社は考えている。
- 家電・精密機器関連は要求される精度が厳しいものが多く、同社の高精度部品の強みを生かせることから比較的利益率が良い。半導体関連では後工程のボンディング装置メーカーへの刻印付のエジェクタピンの納品が多く、その製品市場ではほぼ同社がシェアを独占しているとのことである。家電・精密機器と同様顧客からの要求が多く、顧客ごとに求める規格が違うことから特注品の受注に結び付き、市場の拡大に合わせて増加傾向にある。
- その他では医療、飲料に注力し徐々に売上高を伸ばしている。近年では、医療は新型コロナウイルスのPCR検査を行う試験管用の金型の需要が増加した。飲料はペットボトルのプリフォーム用金型の交換需要部品で業績を伸ばしている。

地域別売上高の推移

地域別売上高推移 (百万円)	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 連結	20年3月期 連結	21年3月期 連結	22年3月期 連結	23年3月期 連結	24年3月期 連結	25年3月期 連結
売上高	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	39,359	42,800	38,344	40,822
YoY	6.9%	-0.3%	11.9%	-0.2%	-13.6%	-8.2%	21.2%	8.7%	-10.4%	6.5%
日本	15,637	15,904	17,154	16,777	14,566	12,338	14,020	14,104	12,438	11,613
YoY	2.8%	1.7%	7.9%	-2.2%	-13.2%	-15.3%	13.6%	0.6%	-11.8%	-6.6%
売上高構成比	42.5%	43.4%	41.8%	41.0%	41.2%	38.0%	35.6%	33.0%	32.4%	28.4%
中国	17,807	17,428	20,103	19,899	16,837	16,889	20,956	23,451	20,443	23,383
YoY	9.9%	-2.1%	15.3%	-1.0%	-15.4%	0.3%	24.1%	11.9%	-12.8%	14.4%
売上高構成比	48.4%	47.6%	49.0%	48.6%	47.6%	52.0%	53.2%	54.8%	53.3%	57.3%
その他	3,312	3,317	3,769	4,259	3,946	3,235	4,382	5,244	5,462	5,824
YoY	11.4%	0.2%	13.6%	13.0%	-7.3%	-18.0%	35.5%	19.7%	4.2%	6.6%
売上高構成比	9.0%	9.1%	9.2%	10.4%	11.2%	10.0%	11.1%	12.3%	14.2%	14.3%
うち東南アジア					1,535	1,376	1,740	1,966	1,901	1,951
YoY					-	-10.4%	26.5%	13.0%	-3.3%	2.6%
売上高構成比					4.3%	4.2%	4.4%	4.6%	5.0%	4.8%
うち欧米他					2,410	1,858	2,641	3,277	3,561	3,873
YoY					-	-22.9%	42.1%	24.1%	8.7%	8.8%
売上高構成比					6.8%	5.7%	6.7%	7.7%	9.3%	9.5%

出所：会社資料よりSR社作成

地域別売上高では、中国売上高が2012年3月期の9,230百万円から長期的に増加傾向にある。中国金型市場の成長率が高いことや中国における製造・販売拠点網拡充が寄与した。日本売上高は2012年3月期の13,351百万円から2018年3月期には17,154百万円まで増加したが、その後は減少傾向にある。国内から海外への製造拠点の移管や国内金型メーカーの減少などが背景にある。東南アジアは増加傾向にあるが、国別内訳では、規模の大きい順にベトナム、シンガポ

ル、タイ、インドネシア、マレーシア、インド、フィリピンなどである。欧米他地域では欧州が2/3程度を占め、残りは米州・その他地域とのことである。

- ▶ 現在過半を占める中国向け売上高は2000年ごろに中国経済の急速な成長と中国のWTO加盟に伴い、中国国内での販売が自由化された時期以降、中国国内の販売拠点や製造拠点を増設し、日本と同様、中国でも製販一体・製造直販体制を整備したことにより、中国経済の成長に伴い売上高を増やしてきた。
- ▶ 顧客数に関しては、営業の現場は人手が足りておらず顧客との接触頻度に改善余地があり、同社がリーチできていない潜在顧客はまだ各地域に多く存在していると同社は述べている。

サプライヤー

原材料は主に鋼や超硬材等であり、仕入れの多くを特定の専門商社や鉄鋼メーカー、鉄鋼会社などから調達している。製造では、協力工場も利用しており、国内に約300社の協力工場がある。

新事業領域・新サービス

FA（ファクトリーオートメーション）事業

現在販売しているFA部品の特注品は、治具ブッシュ、シャフト、シャフトホルダ、位置決め、ガイド関連、スプリング関連、ネジ、ナット関連などや各種装置の特注部品である。

同社のFA部品の歴史では1996年に千葉工場を建設し、FA関連の標準製品事業を展開したものの、日本では価格競争力で苦戦したことから2011年に標準製品事業は撤退し、その後はFA機器用の精密部品・精密治工具、組付け精密部品の特注品販売を行ってきた（2025年3月期におけるFA関連売上高3,058百万円。主にアスク社と精密部品・精密治工具が占める）。販売経路としては、本業の顧客に対してFA機器用精密部品・精密治工具の販売提案を行い、販路を拡大していた。

同社は2022年10月に食品加工・自動車部品・電子デバイス・医療関連等のFA機器の自社開発に強みを持つ株式会社ASCe（以下アスク）の全株式を取得し子会社化した。取得額は550百万円、発生したのれんは491百万円だった（暫定）。アスク社の売上高はまだ数億円程度とのことである。アスク社は省力化・自動化を実現するFA機器、生産設備、各種治具などの設計・製作を手掛けている。食品加工・自動車部品・電子デバイス・医療関連等の幅広い業種の顧客の要望に対して、オーダーメイドで設計から組立・調整・ソフトデバックまで社内で一貫して行うことで、顧客に短納期化のメリットを提供する。

アスク社の製作実績は、ニードルレス調味液注入機、検査装置、圧入機、リークテスター、レーザーマーク機、ロボットハンドリング装置、印字検査機、丸洗いコンベア、製品振り分けコンベア、スポンジスライサーなどである。ニードルレス調味液注入機は、肉や魚などの食品に、水鉄砲のように高圧で調味液を飛ばして注入する装置で、調味液の漬け込み時間が削減できるほか、食品に刺す針がないため、異物混入の恐れがなく設備洗浄にかかる時間も短縮できる（特許取得済み）。

アスク社の子会社化により、FA関連装置の開発・製造まで対応可能になったため、FA事業推進プロジェクトを発足させ、販売戦略の立案推進やFA協力工場の整備・開拓等に取り組んでいる。シナジーでは、アスク社の有するFA機器の高い設計力・技術力を同社グループで活用するほか、アスク社において同社の世界15千社の販売網や協力工場等の調達リソースの活用、相互の技術交流等を推進する。また、同社工場における自社工場の自動化・省人化も促進していくと同社は述べている。

パンチグループ長期ビジョン「Vision60」では、成長事業と位置づけるFA事業のさらなる拡大を図る方針である。FA事業における成長要因では、①積極的なM&Aによる売上向上、②ターゲットを工場（ファクトリー）から他の分野へ拡大、③継続的な営業活動、④自動化・省力化需要による市場の伸びを挙げている。

接合技術P-Bas®

同社は2022年11月に金属を一体化する技術P-Bas®の商標登録が完了したと発表した。P-Bas®（Punch Bonding and sintering）は、接合（Bonding）と焼結（sintering）を意味する同社の造語で、「接合」「焼結」の2つの技術で、分割して加工した複数の部品や素材などを特殊な設備で加圧・加熱して対象物を一体化する技術である。現在は接合を活用して金型部品を製作する技術や、焼結による新素材の開発に取り組んでいる。

「接合」技術は、機械加工では難しく、金属3Dプリンタなどで製作していた複雑な形状の冷却水管などを含有する部品を、分割して製作し接合することで機械加工での製作を可能とする技術である。金属3Dプリンタでの製作と比較

し、製造工数が少ない、材料費が安価、材質選択肢が多い、製品強度が高いなどのメリットがあり、顧客の生産性向上や原価低減に貢献できることから、金属3Dプリンタによる部品製作市場の開拓を狙っている。

- ▶ 「接合」の例：理想的な冷却回路を、分割して加工した複数の部品を接合して製作するなど

「焼結」技術は、接合技術を応用して、機械的な加圧と加熱により素材を焼結し緻密化させるプロセスで、対象の素材が重要となる。金型部品で使用頻度の高い素材は、主に特殊鋼の製造会社が生産しているが、これら特殊鋼メーカーは大きな炉で大量生産し、量産を考慮しての合金設計となるため、必ずしも顧客の用途に最適な素材がラインナップされているとは言えない。特に、プラスチック金型に使用される素材は、プレス金型用と比較し、耐摩耗性や高熱伝導率、ミガキ性や非磁性、防錆性や表面処理との相性など、成形する製品によりさまざまな性能が複合して求められる。それらの課題に対して対応できる新素材を開発するため、2022年6月に北海道立工業技術センターの運営管理を行う函館地域産業振興財団と、プラスチック成型金型用の高機能な粉末合金の開発に関する共同研究契約を締結した。

- ▶ 「焼結」の例：耐摩耗性や高熱伝導率、非磁性、防錆性、表面処理との相性など、既存の材種では網羅出来ていない合金を生成するなど（航空宇宙関連にも応用可能）

月面探査計画「Project YAOKI（ヤオキ）」に参画

2023年5月、同社はロボット・宇宙技術開発ベンチャーの株式会社ダイモンと技術パートナー契約を締結し、ダイモンが手掛ける月面探査計画「Project YAOKI（ヤオキ）」に参画した。月面探査車への3Dスキャナ計測サービスの提供を契機に、金型部品、FA部品・機器の製造で培った技術力を活かし、金属部品加工や金属一体化技術「P-Bas」による新素材開発で、ダイモンとともにProject YAOKIを成功に導く手伝いをするほか、航空宇宙産業の貢献を目指すと同社は述べている。この業務提携により、「受注サービスの強化」、また「R&D強化」の取り組みの一環である「P-Bas®」、「航空宇宙関連の強化」の更なる推進を図るとのことである。

Project YAOKIは、ダイモンが開発した月面探査車YAOKIを月面に輸送し、月面走行および月表面の接写画像データの獲得を行い、資源確保や居住区など人類の活動拠点構築に向けた月面探査を行うプロジェクトである。

2024年4月、同社は、月面探査計画「Project YAOKI 1（PY-1）」が、Intuitive Machines社の月着陸船「Nova-C」と月面探査車YAOKIの統合テストに成功したと発表した。2025年2月、月面探査車YAOKIは月着陸船へ搭載が完了し、初の打ち上げに成功した。2025年3月、月面探査車YAOKIが月面に到達し、月面の撮影に成功した。YAOKIは、日本の民間企業として初めて月面に到達し稼働した月面探査車となった。

JAXA との共同研究契約

2023年8月、同社は国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構（以下、JAXA）と同社が所有している接合技術「P-Bas®」を用いたロケットエンジンの一部分の製造技術について調査し、成立性を検討する共同研究契約を締結したと発表した。

共同研究の背景は、ロケットエンジンの一部分に使用される切削加工ができない複雑形状を持つ部品について、同社が所有している接合技術「P-Bas®」を用いた加工法を技術面・コスト面からJAXAへ提案し、共同研究として取組むこととなった。研究では、①耐熱合金に対する接合条件の取得、②歪みの少ない接合方法の検討を進める。

- ▶ これらの取り組みはすぐに売上高・利益に貢献するものではないが、超微細加工や精密計測を要求される航空宇宙関連に取組むことで同社の技術力向上に繋がると同社は述べている。

3D計測パートナーズ

2022年1月より本格的に開始した3D計測パートナーズとは、3Dスキャナの測定技術を活用したサービスである。同サービスでは、従来の測定では正確に測れなかったり、測定に時間がかかったりする形状を測定して3Dスキャンデータを作成し、そのデータを分析・加工して技術や条件と結び付け、顧客の課題の解決策を提案する。顧客には開発リードタイムの短縮や品質完成度の向上のメリットがある。同社は2016年度から図面がなくても現物から3Dデータ化して部品などを復元するリバースエンジニアリング事業に取り組んできたが、顧客に品質確認まで行いたいというニーズがあったことが同サービスの開始の背景である。

活用できる領域は、開発・設計段階では、形状変化を明らかにすることで、開発理論検証や技術確立を可能にし、設計品質向上、開発時間短縮につながる。生産準備段階では、3Dスキャンデータの分析・データ加工を行うことで製造工程・生産条件の改善や効率化、完成度の確立、品質の底上げを促す。量産段階では、不良品が発生した時、問題となる箇所やその原因特定が可能となり、具体的な対応策を立案できる。

流通事業

2022年11月、同社はトラスコ中山株式会社（東証PRM 9830）と販売契約を締結した。日本事業では第一弾として、トラスコ中山のパーツ・ブレーキクリーナーやニトリル手袋など7商品11点の Web 受注を開始した。今後、中国事業ではトラスコ中山の全商品を対象としてMRO（メンテナンス、リペア、オペレーション）商材の販売を開始し、日本でも取扱商品数を増やす方針である。日本・中国での1万社を超える顧客に対して、金型部品以外の販売を行う流通事業を拡大していく方針と同社は述べている。

2024年2月、同社はECサイト「PunchCoco」において、トラスコ中山社が扱うMRO商材のうち、工場の加工現場で 사용되는ことの多い2,320アイテム、10,790点の商品を発注できるように取扱い品目を拡大した。

- 追加アイテム：工具（穴あけ、ねじ切り、面取り）、ツーリング・治工具、測定工具、化学製品、作業手袋、安全靴・作業靴、保護メガネ・防災面、マスク・耳栓、ヘルメット、テープ用品、ツールワゴン、工場用保管設備、コンテナ・パレット、運搬台車、リフター、ハンドパレットトラック他

今後に関しては、より一層、顧客の利便性向上を図るため、さらなる追加アイテムを検討すると同社は述べている。

収益構造

売上高

- 出荷数量は、製造業顧客の金型使用量と連動する。業種では自動車、電子部品・半導体、家電・精密機器向けが70%程度を占め、業界全体の生産量と連動性が高い。出荷数量に製品単価を乗じた金額が売上高となる。単価は製品ごとにばらつきが大きい。標準製品で数百円から数千円程度、特注品は数千円から数万円程度が多い。一度の注文量は1個から数百個以上とばらつきがあり、消耗したらリピートオーダーが発注される（商品寿命では、代表的なパンチ製品で30万ショット程度）。単価に関しては、原材料価格の上昇などの環境変化を受け、2022年10月に一部の標準製品の値上げを実施した（10～20%増程度）。同社は長期間にわたり値上げを行っておらず久しぶりの値上げであったが、競合も同様に引き上げる傾向にあった。2025年4月にも標準製品の値上げを実施した（10～20%増程度）。原材料価格や人件費などが上昇する中、価格転嫁を進めた（2022年同様、競合も価格を引き上げる傾向にあった）。
- 売上高に占める標準製品：特注品の割合は40%：60%程度と同社は述べている。売上高に占める内製品の割合は60%程度、協力工場が製造した外製品の割合は40%程度とのことである。
- 売上高に占めるプラスチック金型部品、プレス金型部品、FA製品の割合では、プレス金型部品がプラスチック金型部品と比較し若干多いものの同程度で売上高の大部分を占め、FA製品はまだ一桁%とのことである。

売上原価

- 2024年3月期の単体損益計算書の売上原価9,422百万円のうち、製品製造原価が4,540百万円で内訳は労務費2,870百万円、経費1,045百万円、材料費620百万円だった。連結の売上原価では、詳細は開示されていないが、材料費が10%程度、人件費が30%程度、協力工場に支払う外製品売上原価が40%程度とのことである。材料費の占める割合は相対的に小さく、人件費、グループ会社や協力工場から購入する製品代金となる外製品の割合が大きい。材料費で最も大きいものは内製品用の材料となる鉄であり、鉄スクラップ価格と連動するが、同社製品は小さい製品が大部分であり使用量は多くない（仕入元は専門商社）。経費は消耗工具、水道光熱費、減価償却費などで構成される。
- グループ内調達では、日本調達部門の海外子会社からの仕入れ額は2,000百万円程度で、構成比は40%程度とのことである。日本調達部門の海外子会社からの仕入れ額を増加することで原価改善を図っている。
- 収益性では特注品の売上総利益率が若干高めで、標準製品がやや低めとのことである。ただし、標準製品はWeb経由の受注が多く営業費用が少ないことから、営業利益率で考えた場合、標準製品と特注品で利益率には大きな差はないと同社は述べている（標準製品は顧客基盤形成のために必要という考え方とのこと）。

販売費および一般管理費

販売費及び一般管理費 (百万円)	15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期
	単体	単体	単体	単体	単体	単体	単体	単体	単体	単体
販売費及び一般管理費	7,638	8,191	8,201	8,815	8,893	8,352	7,474	8,403	9,194	8,842
給料及び手当	2,073	2,277	2,286	2,515	2,518	2,540	2,491	2,710	2,958	2,884
賞与引当金繰入額	162	162	178	181	171	101	100	156	141	131
役員賞与引当金繰入額	-	-	-	15	2	-	-	17	-	-
退職給付費用	107	86	131	141	127	83	87	84	80	76
荷造運搬費	1,072	1,087	1,061	1,123	1,066	975	903	1,099	1,105	955
貸倒引当金繰入額	-10	56	51	-86	44	3	-11	-5	29	1

出所：会社資料よりSR社作成

販売費及び一般管理費のうち、構成要素として大きいのは人件費関連、製品の輸送にかかる荷造運搬費等物流費である。

- ▶ 変動費の割合は内製品で30%程度、外注品で70%程度であり、内製品と外製品の割合は45：55%程度となることから、限界利益率は50%程度と同社は認識している。

収益性・財務指標

収益性	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	25年3月期
売上総利益率	27.7%	27.8%	28.4%	28.0%	26.0%	28.0%	29.1%	27.2%	26.3%	26.5%
営業利益率	5.4%	5.4%	6.9%	6.3%	2.4%	5.0%	7.7%	5.7%	3.2%	4.1%
EBITDAマージン	9.5%	9.5%	11.0%	10.7%	7.3%	8.0%	10.2%	8.4%	6.4%	7.1%
財務指標	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	25年3月期
総資産利益率（ROA、経常利益ベース）	5.9%	6.6%	8.8%	8.0%	2.5%	6.7%	11.2%	8.1%	4.7%	5.2%
総資産利益率（ROA、当期純利益ベース）	4.4%	4.8%	5.8%	3.0%	-12.3%	1.9%	7.6%	4.7%	-1.9%	2.8%
自己資本純利益率（ROE）	8.9%	9.8%	11.8%	6.0%	-25.5%	4.0%	14.2%	7.9%	-3.1%	0.0%
フリー・キャッシュフロー利回り	18.98%	-3.26%	-4.91%	-2.28%	-17.34%	9.45%	-0.66%	4.49%	4.32%	-0.17%
総資産回転率	129.1%	129.1%	132.3%	128.5%	124.6%	129.1%	147.2%	144.5%	127.6%	130.4%
流動比率	1.34	1.25	1.27	1.27	1.29	1.47	1.71	1.94	2.01	2.15
当座比率	1.33	1.26	1.25	1.26	1.44	1.45	1.60	1.81	2.24	2.12
自己資本比率	51.2%	48.1%	49.7%	50.5%	45.9%	50.3%	56.7%	62.6%	63.2%	66.8%

出所：会社資料よりSR社作成

市場とバリューチェーン

金型市場概略

需要業界別の生産金額構成比

(%)	自動車用	二輪自動車用	電機（家電・一般用）	精密機器用	産業機械用	事務機器用	通信機器用	玩具・日用・雑貨	医療用	その他
需要業界	63.0	1.8	4.4	6.2	3.6	1.6	2.9	4.9	3.8	7.8

出所：日本金型工業会「一目でわかる日本の金型産業（令和7年）」よりSR社作成

国内の顧客業界別生産金額構成比では、自動車が約60%強を占め最大の需要産業となっている（二輪自動車も含む）。残りは、電機（家電・産業）、玩具・日用・雑貨、産業機械、精密機器、通信機器、事務機器、医療などが占める。

金型市場規模の推移

国内金型生産額の推移

(百万円)	1982年	1983年	1984年	1985年	1986年	1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年
金型生産額	865,121	1,012,718	1,121,367	1,361,310	1,304,201	1,241,744	1,376,448	1,531,580	1,798,507	1,957,542	1,729,943
(百万円)	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年
金型生産額	1,542,599	1,387,429	1,517,884	1,682,028	1,828,817	1,895,446	1,637,307	1,686,419	1,570,572	1,463,165	1,557,705
(百万円)	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
金型生産額	1,624,023	1,712,650	1,787,459	1,701,469	1,697,984	1,159,035	1,087,388	1,162,867	1,250,599	1,257,499	1,342,439
(百万円)	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年（推定）		
金型生産額	1,376,759	1,440,944	1,525,782	1,475,268	1,360,230	1,543,858	1,400,481	1,468,405	1,339,586		

出所：経済産業省工業統計、経済センサスよりSR社作成

生産額のピークは1991年の1.96兆円だったが、1992年ごろのバブル崩壊、1999年ごろの平成不況、2008年ごろのリーマンショックなど景気不況期に景気と連動して生産額は増減した。リーマンショック後の2010年には1.09兆円まで減少していたが、その後は復調傾向にあり、近年は約1.3～1.5兆円で推移している。

金型製造業の事業所数の推移

(百万円)	1986年	1987年	1988年	1989年	1990年	1991年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年
事業所数	12,200	11,656	12,885	12,148	13,115	12,815	12,254	12,912	12,227	12,455	12,038
(百万円)	1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
事業所数	11,965	12,953	11,994	12,125	11,330	11,352	10,686	10,483	9,984	10,360	10,234
(百万円)	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年
事業所数	9,741	9,680	9,221	7,588	8,344	8,048	7,820	6,535	7,292	7,074	6,883
(百万円)	2019年	2020年	2021年	2022年							
事業所数	6,696	4,327	4,357	4,357							

出所：経済産業省「工業統計、経済センサス」よりSR社作成

金型製造業の事業所数は1990年の13,115カ所をピークに長期的な減少トレンドをたどっており、2019年には6,696カ所まで減少し、新型コロナウイルス感染症が発生した2021年には4,357まで減少した。特に中小事業者数が減少しており、10名以下の事業所の占める割合は1986年には79.1%だったが、2021年には60.3%まで減少している（出所：経済産業省「工業統計、経済センサス」）。背景は下記である。

- 金型製造業に従事している中小事業者は零細の町工場が多く、高齢化、人手不足、後継者難、景気悪化などの影響を受けやすい
- 同一製品分野向けの金型メーカーが多く存在していたことで、相見積もりによる価格の競争が常態化し採算割れとなる案件が多く発生していたが、価格競争力が弱い中小事業者は相対的に不利だった
- 国内の製造業顧客が労働コストの安い海外（特に中国などのアジア圏）に生産拠点を移転したが、中小事業者は海外展開が遅れていた

規模の大きい事業者の生産額は減少しておらず、100人以上の従業員がいる事業所の生産額は2002年に325,553百万円だったが、2021年には539,496百万円まで増加している（同調査）。

- ▶ 中小金型メーカーのほうが自社で製作できない特注品を注文することが多く、中堅以上の金型メーカーは市場が縮小する中、人員余力を生かして内製化に挑戦する傾向がある。同社では中堅以上のメーカーの顧客も多いものの、中小事業者が減少することは同社にとっては特注品の顧客減少につながる可能性がある。ただし、金型の生産量自体は世界的に増加していくことによる成長が期待できることや（特に中国）、国内の中小事業者が減少することで営業効率の改善により業績面で好影響となる可能性があるとのことから、継続的な成長は可能と同社は述べている。

型種別金型生産額の推移

(百万円)	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
プレス型	576,174	588,447	619,299	588,478	579,971	416,934	357,865	358,677	418,756	473,316
プラスチック型	619,313	642,056	653,393	618,234	589,661	420,827	371,680	375,053	374,748	374,211
鍛造型	53,738	55,609	53,719	57,290	63,150	38,134	42,907	46,245	50,174	47,212
ダイカスト型	107,483	121,271	128,588	117,965	114,527	71,960	70,962	80,947	95,078	97,872
ゴム型・ガラス型	49,565	51,387	52,165	48,456	48,556	38,287	34,435	40,196	41,510	38,745
その他の金型同部 分品・付属品	241,738	238,399	254,173	259,353	253,893	179,825	184,881	207,565	206,879	197,127
合計	1,648,011	1,697,169	1,761,337	1,689,776	1,649,758	1,165,967	1,062,730	1,108,683	1,187,145	1,228,483
(%)	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
プレス型	35.0%	34.7%	35.2%	34.8%	35.2%	35.8%	33.7%	32.4%	35.3%	38.5%
プラスチック型	37.6%	37.8%	37.1%	36.6%	35.7%	36.1%	35.0%	33.8%	31.6%	30.5%
鍛造型	3.3%	3.3%	3.0%	3.4%	3.8%	3.3%	4.0%	4.2%	4.2%	3.8%
ダイカスト型	6.5%	7.1%	7.3%	7.0%	6.9%	6.2%	6.7%	7.3%	8.0%	8.0%
ゴム型・ガラス型	3.0%	3.0%	3.0%	2.9%	2.9%	3.3%	3.2%	3.6%	3.5%	3.2%
その他の金型同部 分品・付属品	14.7%	14.0%	14.4%	15.3%	15.4%	15.4%	17.4%	18.7%	17.4%	16.0%
(百万円)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	
プレス型	474,327	509,354	498,979	510,997	513,059	510,924	463,990	425,409	436,749	
プラスチック型	401,828	442,340	463,865	460,638	432,699	410,829	382,899	377,629	403,150	
鍛造型	48,765	50,748	48,009	47,179	51,012	49,266	53,955	56,489	55,952	
ダイカスト型	101,268	120,809	118,793	117,401	123,174	111,907	95,195	102,978	104,472	
ゴム型・ガラス型	42,942	41,510	43,315	45,396	44,242	44,103	36,998	40,308	38,847	
その他の金型同部 分品・付属品	208,377	232,954	241,110	275,292	277,164	255,457	200,483	228,390	238,288	
合計	1,277,507	1,397,715	1,414,071	1,456,903	1,441,350	1,382,486	1,233,520	1,231,203	1,277,458	
(%)	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	
プレス型	37.1%	36.4%	35.3%	35.1%	35.6%	37.0%	37.6%	34.6%	34.2%	
プラスチック型	31.5%	31.6%	32.8%	31.6%	30.0%	29.7%	31.0%	30.7%	31.6%	
鍛造型	3.8%	3.6%	3.4%	3.2%	3.5%	3.6%	4.4%	4.6%	4.4%	
ダイカスト型	7.9%	8.6%	8.4%	8.1%	8.5%	8.1%	7.7%	8.4%	8.2%	
ゴム型・ガラス型	3.4%	3.0%	3.1%	3.1%	3.1%	3.2%	3.0%	3.3%	3.0%	
その他の金型同部 分品・付属品	16.3%	16.7%	17.1%	18.9%	19.2%	18.5%	16.3%	18.6%	18.7%	

出所：経済産業省工業統計、経済センサスよりSR社作成

型種別金額生産額では、同社の主力製品であるプレス型は、2004年の576,174百万円（全体に占める割合35.0%）から2022年には436,749百万円（同34.2%）に減少した。もう一つの主力製品であるプラスチック型は、2004年の619,313百万円（同37.6%）から2022年には403,150百万円（同31.6%）に減少した。金型生産額の減少の要因としては、①製

造拠点の海外移転②世界的な環境重視のトレンドにより脱プラスチックがさまざまなプラスチック製品で進んだこと
③中小零細の事業者が景気悪化の影響を大きく受けたことなどが考えられる。

グローバル金型市場

世界の金型生産高

(10億円)	中国	米国	日本	韓国	ドイツ	その他	合計	
世界生産高		7,550.0	2,302.8	1,416.7	949.6	635.8	1,183.0	14,037.9

出所：日本金型工業会「一目でわかる日本の金型産業（令和7年）」よりSR社作成
*2023年

世界の金型生産高は約14兆円と推測される（出所：日本金型工業会「一目でわかる日本の金型産業（令和7年）」、ISTMA Statistical Book 2023）。中国が約7.6兆円で最大の生産国となっており、米国約2.3兆円が2位、日本が約1.4兆円で3位となっている。

世界の金型市場規模の推移

(兆円)	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年E	2025年E	2026年E
金型市場規模	11.9	12.7	12.9	12.5	13.5	14.0	14.6	15.1	15.6	16.0

出所：同社資料よりSR社作成
*2024年以降は同社推計

2017年の世界金型市場規模は11.9兆円から、世界の金型市場は安定的に成長し、2026年には16.0兆円まで拡大することを同社は見込む（同期間の年平均成長率3.3%）。近年の推移としては、中国・東南アジアの成長率が高めで、日本は横ばい、米州・欧州は2020年に新型コロナウイルス感染症の影響で生産額が減少し、回復が鈍くなっている傾向がある。

グローバルシェア

同社推定の金型部品市場の世界市場規模は約600,000百万円、世界シェアは約6%で2位である（同社資料より）。日本におけるシェアは約18%で2位、中国におけるシェアは約10%で1位である（同）。シェアは過去10年間おおむね6%前後で横ばいの推移をしていると同社は述べている。同社が注力している金型部品の特注品においては、金型部品トップシェアの株式会社ミスミグループ本社（東証PRM 9962）はほぼ標準製品しか販売しておらず、ほかに同社並みの規模で特注品の事業を展開している競合企業はいないため、特注品においては同社の主要事業地域である日本・中国でトップシェアを取っていると同社は考えている（特注品だけを集計した統計がないため正確なシェアの推定は不可能）。

国内ロボット産業市場規模（FA領域）

国内ロボット産業市場規模

(兆円)	2015年	2020年	2025年	2035年	CAGR
国内ロボット産業市場規模	1.60	2.85	5.26	9.71	8.5%
うち製造分野	1.00	1.26	1.58	2.73	5.3%

出所：国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構
*CAGRは2020年から2035年までの15期間

国立研究開発法人新エネルギー・産業技術総合開発機構によると、国内のロボット産業市場は、2020年に約2.9兆円だったが、2035年に約9.7兆円まで成長すると予測されている。同社が販売を強化しているFA領域の特注品が使用される製造分野は、2020年の約1.3兆円から2035年には約2.7兆円まで拡大することが見込まれている。

競合

世界の主要な競合（株式会社ミスミグループ本社（東証PRM 9962））

株式会社ミスミグループ本社（以下ミスミグループ）は、同社と同じプレス金型部品・プラスチック金型部品を製造する金型部品事業（2025年3月期における売上高比率21.5%）、FA用部品・機器を販売するFA事業（同33.8%）、他社が製造した部品・工具・用品を販売する流通事業（VONA事業。同44.7%）を展開している。2025年3月期の売上高は401,987百万円、営業利益は46,480百万円だった。金型部品事業が祖業で、FA部品、他社製品を取り扱う流通事業に事業を拡大してきた。同社と同様、グローバル展開を行っており、アジア、米州、欧州を中心とした世界各国に、営業拠点、配送センター、生産拠点の3点セットで進出し、海外製造拠点22カ所、販売拠点65カ所、物流拠点20カ所を保有

する。「ミスミQ（Quality：高品質）、C（Cost：低コスト）、T（Time：確実短納期）モデル」と「国内の標準出荷納期2日、納期遵守率は99%以上」を掲げている。

- ▶ 2025年3月期の金型部品事業の売上高は86,451百万円でグローバル金型部品メーカーでトップシェアである（同社推計シェアは約10%強）。金型部品ではほぼ標準製品（カタログ品）しか販売していないため、標準製品では同社と競合しているが、特注品では同社と競合していない。プラスチック金型部品ではエジェクタピン、スプルーブッシュ、パーティングロックセット、テーパピンなどを製造し、プレス金型部品ではパンチ、ボタンダイ、ガイドピン、ガススプリングなどを製造している。部品を「標準化」してカタログに掲載しており、部品の寸法や仕様を一覧表から選ぶだけで発注可能となっている。2012年に米国金型部品メーカー・事業を買収した（Dayton Progress Corp.およびThe Anchor Danly CompanyのComponents事業会社であるAnchor Lamina America, Inc.）。
- ▶ 同期間のFA事業の売上高は135,803百万円でファクトリーオートメーションなどの生産システムで使用される自動機の標準部品を製造している。製品では、FAメカニカル標準部品としてシャフト、タイミングプーリー、リニアブッシュ、平ベルトコンベヤなどを製造し、位置決め・計測機器として自動ステージユニット、アクチュエータ、光学計測器、光デバイス組み立て検査装置などを製造している。
- ▶ 同期間のVONA事業の売上高は179,732百万円でセンサ、スイッチ、継手、ねじ、ボルト、ナット、キャスタ、コネクタ、スイッチ、ケーブル、トランス、エンドミル、レンチ、旋盤用チップ、ノギス、台車、作業用手袋、パーツクリーナーなど工場・製造関連の自社・他社製品を幅広く販売している。国内取扱いメーカーは3千社超で国内最大規模である（ミスミグループ資料より）。グローバルで各地域に根差したECサイトを構築しており、16カ国12言語のECサイトを展開している。
- ▶ 同期間の海外売上高比率は55.8%だった。海外進出では、1987年台湾、1988年米国、1994年シンガポール、1995年香港、1997年タイ、1999年韓国、2003年ドイツ、2003年中国、2006年マレーシア、2006年ベトナム（営業拠点）、2009年インド、2010年イタリアに現地法人を作るなどして進出した。
- ▶ その他では、成長に向けた積極的な投資を行い、デジタルシフトを積極的に進めている（2024年3月期のIT関連投資額10,100百万円）。ECでは、オンラインカタログで800垓（1兆の800億倍）におよぶ商品バリエーションの検索が可能なのが強みで、ECサイト経由の受注率は90%以上である（ミスミグループHPより）。2016年にサービスを開始した商品の設計データ（3D-CADデータ）をアップロードするだけで、即時見積もり、最短1日出荷を実現するサービス「mevii」は、2024年3月期に142,000人まで累計利用者数が拡大した（ミスミグループ資料より）。生産、自動化設備や装置用部品の3D-CADデータライブラリーソフト「RAPiD Design」や簡単なマウス操作で直感的にアルミフレームを用いた筐体設計・発注できるソフトウェア「MiSUMi FRAMES」なども提供している。

同社との比較（ミスミグループ金型部品事業）

		16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	25年3月期	年率平均成長率/ 平均
同社	売上高	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	39,359	42,800	38,344	40,822	1.7%
	営業利益	1,987	1,991	2,844	2,579	836	1,613	3,042	2,437	1,240	1,685	-0.2%
	営業利益率	5.4%	5.4%	6.9%	6.3%	2.4%	5.0%	7.7%	5.7%	3.2%	4.1%	5.2%
ミスミG金型部品事業	売上高	69,732	69,797	76,523	76,443	72,413	66,871	75,108	79,125	79,932	86,451	2.9%
	営業利益	3,464	3,097	5,869	6,109	5,009	4,930	9,542	8,723	9,139	9,504	8.3%
	営業利益率	5.0%	4.4%	7.7%	8.0%	6.9%	7.4%	12.7%	11.0%	11.4%	11.0%	8.6%

出所：会社資料よりSR社作成

- ▶ 過去10年間の売上高年平均成長率は同社が1.7%、ミスミグループが2.9%であり、ミスミグループが同社対比やや高めの伸長率である。同期間の平均年率営業利益成長率は同社が0.2%、ミスミグループが8.3%だった。平均営業利益率は同社が5.2%、ミスミグループが8.6%だった。ミスミグループは標準製品・EC販売に特化し、製造・営業に係るコストが相対的に少ないため営業利益率が高いとSR社は考える。
- ▶ 金型事業における比較では、標準製品の価格に関してはほぼ同じか若干同社が安く、品質・納期に両社で差はないとのことである。品目数に関しては同社標準製品の90%程度はミスミグループでも取り扱いがある。以前は価格競争をしていたこともあったが、現在は激しい価格競争は両社とも行っていないとのことである。営業面では、ミスミグループはカタログ品に特化し、顧客訪問などはあまり行わないが、同社は営業マンが訪問営業を行う顧客密着型営業を展開している点に違いがある。顧客ニーズをくみ取り、標準製品では対応できない顧客の求めるオリジナル製品を提供できる特注品事業では競合しておらず、同社の独壇場である。
- ▶ 2024年10月、同社グループとミスミグループは資本業務提携契約を締結した。同社の①精密加工技術を活かした特注品供給力、②営業担当による顧客密着型の提案力とミスミグループの①カタログ品の確実短納期とコスト競争力、②EC基盤を通じた顧客時間価値の最大化という両社の強みを相互に生かすことで、事業成長を果たすことを目的としている（詳細は中期業績の見通しの項を参照）。

その他の競合は、国内ではオネストン株式会社（非上場。2023年10月期売上高2,870百万円）、株式会社タカノ（非上場）、株式会社チャンピオンコーポレーション（非上場。売上高1,900百万円程度）などである。特注品では、金型関連の中堅以上の企業や中小零細の町工場も自社で必要な部品や顧客から受注した少数品の製造を行うことがあり、競合になる（1品だけ作っているようなケースもあるため、正確な競合の推定は難しい）。

中国の競合は、優徳精密工業（中国深圳 300549。2024年9月期売上高330.9百万元）、北京世茂机电科技（非上場）、北京永茂科技（非上場）などであり、規模の大きい競合は少ないと同社は認識している。その他の地域の競合は、カナダHusky Injection Molding Systems Inc（非上場）、香港Lung Kee Bermuda Holdings Ltd（香港 255。2024年12月期売上高1,553.2百万香港ドル）、ドイツHASCO Hasenclever GmbH + Co KG（非上場）などである。

金型関連上場企業との業績比較

名称	証券コード	決算期	売上高	営業利益	営業利益率	自己資本当期純利益率	自己資本比率	概要
			(百万円)	(百万円)	(%)	(%)	(%)	
株式会社ミスミグループ本社	東証PRM 9962	2025年3月期	401,987	46,480	11.6%	10.5%	83.2%	FAや金型用部品（標準品のみ）のメーカー事業、FA部品や金型用部品の流通事業を行う。金型用部品事業の売上高に占める割合は20%程度。
		2024年3月期	367,649	38,365	10.4%	8.6%	83.3%	
		2023年3月期	373,151	46,615	12.5%	11.7%	82.3%	
富士ダイス株式会社	東証PRM 6167	2025年3月期	16,595	488	2.9%	2.1%	81.0%	超硬合金を用いたダイスやプラグ、工具、金型の製造販売を行う。金型製品が売上高に占める割合は25%程度。
		2024年3月期	16,678	809	4.9%	3.5%	79.0%	
		2023年3月期	17,179	1,150	6.7%	6.5%	77.7%	
三光合成株式会社	東証PRM 7888	2024年5月期	93,784	4,131	4.4%	9.4%	40.2%	自動車や家電、情報通信機器などに用いられるプラスチック成形品や金型の製造・販売を行う。金型製品が売上高に占める割合は20%程度。
		2023年5月期	81,113	3,484	4.3%	8.7%	38.9%	
		2022年5月期	65,661	2,543	3.9%	8.4%	39.1%	
TOWA株式会社	東証PRM 6315	2025年3月期	53,479	8,880	16.6%	13.6%	73.8%	半導体製造用精密金型やモールドینگ装置など半導体製造装置の製造・販売を行う。金型製品が売上高に占める割合は20%強程度。
		2024年3月期	50,471	8,661	17.2%	12.2%	66.5%	
		2023年3月期	53,822	10,037	18.6%	16.7%	64.3%	
パンチ工業株式会社	東証STD 6165	2025年3月期	40,822	1,685	4.1%	4.3%	66.7%	
		2024年3月期	38,344	1,240	3.2%	-3.1%	63.1%	
		2023年3月期	42,799	2,436	5.7%	7.9%	62.4%	

出所：各社会社資料よりSR社作成

金型関連他社4社の過去3年間平均営業利益率9.5%に対して、同社は4.4%とやや低い。同ROEは他社4社が9.3%に対して、同社が3.0%である。同社の利益率が低い理由としては、2024年3月期に同社は経営合理化を行ったこと、他社はミスミグループのFA事業、TOWAの半導体製造装置やプラスチック成型品事業など利益率の高い金型関連以外の事業ウェイトが大きいためである。

上記以外の上場企業で、売上高に占める割合は小さいものの（20%未満）、金型および金型部品製造を行う会社は下記である。

株式会社三井ハイテック（東証PRM 6966）、プレス工業株式会社（東証PRM 7246）、愛知製鋼株式会社（東証PRM 5482）、タツモ株式会社（東証PRM 6266）、株式会社エノモト（東証PRM 6928）、株式会社ニフコ（東証PRM 7988）、株式会社J-MAX（東証STD 3422）、ペガサスミシン製造株式会社（東証PRM 6262）、リズム株式会社（東証PRM 7769）など。

参入障壁

金型部品事業は、当該事業には高額な設備や高い技術力を有する加工技術者の確保等を必要とすることが参入障壁となっているが、少量・少品種の製造であれば少数の技術者と設備さえあれば製作が可能で、参入難易度は高くない（そのため中小零細の事業者が多い）。そうしたなか、同社は標準製品については、顧客のニーズに応じた製品開発やウェブ受注、納期の柔軟対応などの顧客利便性の向上を図るほか、製造原価の低減にも積極的に取り組んで競争力の強化に努めている。特注品については、数多くの品目で細かいカスタマイズに対応できること、大量生産が可能なのが同社の優位性になっている。同社は高い技術力に裏打ちされた一貫通貫の生産体制と顧客密着型の営業体制をより強化することで、他社とのさらなる差別化を図っている。

代替

金型部品に関しては、製造業ユーザーによる内製化や金型メーカーによる内製化が起きることがある。特に国内の中小金型メーカーは長期的に仕事量が減少しており、設備の稼働を維持するために金型部品の内製化を実施する会社が増える傾向にあった。ただし、基本的に金型本体と金型部品ではサイズが大きく異なり、部品の内製化は設備の切り替えロスなどが発生するため非効率である。一度金型部品の内製化を行っても、本来の金型の仕事が戻ってきた場合、部品の内製化を取りやめることが多く、競合の参入が本格的に増えているわけではないとのことである。また、同社の強みである丸物加工は専用設備が多いわりに、金型部品に占める点数が少ないので、内製化しにくく、内製化したとしても同社製品をブランク材として購入するケースが多いなど、完全には内製化されないことが多い。

SW (Strengths, Weaknesses)

強み(Strengths)

多くの熟練技術者と機械・設備に支えられた精密加工技術・生産体制と顧客密着型営業拠点網によりグローバルな特注品市場でトップシェアの地位を確立していること

金型はさまざまな最終製品に合わせて作成されるため、すべて固有のサイズ・形状を持っており、標準製品だけで金型を完成させることはできない（標準製品ではパターン（形状）、サイズ、寸法、材質などが該当しないという状況が多く生まれる）。そのため、顧客が自社で標準製品をカスタマイズしようとしても技術的に加工できない、あるいは製造コストが高価となり採算が取れなくなるという状況が発生するため、顧客には特注品を発注するニーズが生まれる。

特注品はライン生産を行う大量生産品と違い、技術者が顧客から入手する図面に沿って0.01mmや0.001mmといった単位の微細な加工を行う必要がある。そのため、多くの熟練技術者と工作機械、測定機器および検査機器が必要となるが、同社と同規模の企業で熟練技術者（同社の技術者数約2,800名）と機械・設備（同機械・設備台数2千台）を備えた競合はいないとSR社は認識している。また、同社は国内に10カ所、海外40カ所の販売拠点を配置し、グローバルで顧客の特注品のニーズにきめ細かく対応する顧客密着型の営業を展開している。営業人員は顧客の技術的な課題を聞き出し、その課題に対して、最も適した製品、カスタマイズ（大きさ、長さ、硬度、表面処理、材質、加工など）、トータルコストなどを提案する必要があり、営業人員の金型に関する技術的な知識水準も高い。

さらに、日本以外の国においても、グループの技術力や大手金型部品メーカーとしての資本力を生かし、現地採用人材の教育を行ってきた。現在は日本と比較しても海外技術者や営業の技術レベルは遜色ない水準まで向上している（特に中国が高水準）。主要な競合のミスミグループはECによる標準製品販売に特化しており、その他の会社にも同社と同規模で特注品の顧客訪問型営業を展開している会社はいない。特注品の顧客訪問型営業を通し、顧客と信頼関係を構築することで標準製品の受注につなげるというシナジー効果もある。同社は特注品市場で圧倒的な1位のポジションを確立しているが、その背景にある大量の熟練技術者と機械・設備に支えられた高度な精密加工技術とグローバルに構築した顧客密着型営業拠点網は同社の強みであるとSR社では考える。

若手技術者への技術承継、営業人員に顧客の金型や同社の金型部品に関する実技研修、その他の従業員への再教育を行うパンチアカデミーなどの教育体制

同社は実習用の機械設備を備えた新人教育や、階層別研修、スキルアップ研修、営業担当者のための人材開発・技能実習などを行う人材育成施設であるパンチアカデミーを設立し、現場を離れる年代のベテラン社員たちが「指導員」という形で後進を育成している。それにより、同社のコア技術である緻密な製造技術が世代を超えて受け継がれている。また、営業人員は受注にあたって顧客の技術的な課題を聞き出し、その課題に対して最も適した製品（品目、素材など）、さまざまなカスタマイズ（大きさ、硬度、処理、加工など）、トータルコストなどの提案を行う必要がある。そのため、営業人員も配属前に工場で実際の加工を経験する研修が行われ、金型の仕組みや同社製品の役割、カスタマイズ内容などの専門知識を実際に機械・設備を使った実技研修を通して習得する。

同社では新人教育だけではなく社員の階層に合わせた生産教育、品質教育も継続的に実施している（パンチアカデミーで提供している講座数は年間40以上）。また、海外子会社などグループ会社間で教育方法、カリキュラム内容等についての情報共有を行い、全社的な教育のブラッシュアップも図っている。特に力を入れてきた中国では、進出当初、毎年日本に技術者を招聘し、1年間研修を行ってから中国に戻すという取り組みを実施することで現地人材の技術力の底上げを行った。

競合のミスミグループは金型部品事業の占める割合が売上高の20%程度と小さく特注品事業を行っていないことや、自動化機器やデジタル投資などの教育に注力していることから同社並みの金型部品に特化した教育は実施していないとSR社は認識している。その他の同業他社は規模の小さい会社が多く、同社並みの教育体制を維持している会社はないとSR社は理解している。同社の特徴である熟練技術者の長年培われた金型部品に関する製造技術を若手技術者へ承継し、同時に、その他の従業員の再教育も行うことのできる教育体制は同社の強みであるとSR社では考える。

中国にいち早く進出し、製造・販売拠点を拡充してきたことで成長市場である中国において8千社の顧客数・シェア1位の地位を確立できていること

中国は、2000年ごろから経済の急速な成長を遂げ、世界の製造工場としての地位を確立した。グローバル金型生産額においては現在、中国が世界最大の金型生産国となっている（2019年の世界金型生産高のうち約40%が中国）。同社は1990年に日本の製造業企業としてはいち早く中国に進出し現地法人を設立した（ミスミグループは2003年に中国進

出)。当初は製造拠点としての位置付けで、技術力の向上のために毎年日本に数十名の技術者を研修で派遣し高い技術力を習得させた。中国が2001年にWTOに加盟し、中国国内における外資資本企業の金型販売が可能になると、同社は中国の製造と販売を両軸で強化した。中国顧客は新製品にチャレンジするためカスタマイズ製品を求める傾向がある。技術力を向上し、中国顧客の特注品需要をとらえたことが同社の中国における成長の源泉となった。

2025年3月現在、大連、瓦房店、無錫、東莞など6カ所の製造拠点と上海、北京、広州など34カ所の販売拠点を構築し、中国国内に顧客数8千社、中国における金型部品シェア1位（シェア約10%）の地位を確立した。中国以外では東南アジアで、2010年にインド、2013年にマレーシア、シンガポール、ベトナムで現地子会社、インドネシアで合弁会社、2016年に米国に販売子会社を設立した。現在は売上高の71.6%が海外部門、うち中国が57.3%、その他の地域が14.3%を占める。

製造拠点の海外移転が進んだことや中小零細の金型メーカーが高齢化、人手不足、後継者難、景気悪化などの影響を受け減少する傾向にあることなどを背景に、国内の金型生産額は1991年の1.96兆円から2023年には1.34兆円まで長期的に減少している。同社はいち早く中国に成長の軸足を移したことで、金型関連メーカーの中では大きな資本力を活用したこと、日中間で継続的な技術承継活動を行ってきたことなどを背景に、中国において製造・販売・顧客の事業基盤を確立し、現在のトップシェアのポジションを獲得した。中国を筆頭とする海外事業基盤は同社の強みであるとSR社では考える。

弱み(Weaknesses)

熟練技術者の育成に時間がかかり、最新の工作機械やロボット・自動化機械の活用が遅れ事業展開スピードが遅いこと

同社の製造においては、ひとりひとりの技術者が数十年にわたり特定の加工工程を担当し、特定の機械・設備を使い続けることで身につく職人的感覚がミリメートル未満の精度が求められる製品精度を支えている。そのため同社ではパンチアカデミーなどの技術承継に力をかけているが、新人から熟練した技術者に育成するには年単位の時間が必要となる（5年程度の経験が必要とのこと）。新人採用は年間10～20名程度実施するが、同社工場は地方に多く、地方における若年層の減少から採用を増やすのは難しい。定年退職による人員減少が毎年一定数発生し、従業員数は2018年3月期の4,298人から減少傾向にある（2024年3月期3,575人）。新人の採用が難しく、育成に時間がかかり、退職者による減少をカバーできず技術者数が減少していることは同社の事業展開が緩やかな理由の一つとSR社では考える。

また、工具や工具材料の進歩により切削や研磨の機械技術が進歩してきたが、同社では熟練技術者の人手による工作技術を重要視してきたことから、同社における最新式の機械・設備の活用は遅れ気味とのことである（特に切削関連）。製造工程におけるロボット・自動化機械の活用もこれからと同社は述べている（ただし、2023年以降、さまざまな工程において、自動化・省力化ロボット／IoT機器の活用を開始したことに注意）。

競合では効率的な製造が可能な標準製品に特化したミスミグループ金型部品事業の過去10年間の年率平均売上高成長率は3.6%で、同社の2.7%と比較して高い。技術者数増加に制限があり、自動化や最新機械の活用が遅れていることは同社の事業展開を加速させるうえで弱みとなっているとSR社では考える。

標準製品でEC展開が遅れ、競合に市場シェアが流れていること

金型部品競合のミスミグループはデジタルシフトを積極的に進めている（2024年3月期のIT関連投資額10,100百万円）。ECサイトのオンラインカタログでは800垓（1兆の800億倍）におよぶ商品バリエーションの検索が可能であり、ECサイト経由の受注率は90%以上となっている。グローバルで各地域に根差したECサイトを構築しており、16カ国12言語のECサイトを展開している。また、商品の設計データ（3D-CADデータ）をアップロードするだけで、即時見積もり、最短1日出荷を実現するサービス「meviy」も展開しており、2024年3月期に142,000人まで累計利用者数が拡大した。

同社は売り上げの60%程度を占める特注品は対面営業を通す必要があり、40%程度を占める標準製品の受注はECサイト経由の受注が70%強程度とのことから、売り上げに占めるECサイトによる受注比率は30%程度と考えられる。また、売り上げの半分強を占める中国ではEC化が遅れ、ECサイト経由の受注率はまだ20%程度と低い。ECサイトの機能面では商品検索やカートなどのECサイトで必須の標準機能は2023年1月になるまで整備されていなかった（近年は機能強化を継続している点に注意）。また、中国におけるECサイトのリニューアルはこれからである。

トップシェアのミスミグループの金型部品事業の売上高は2024年3月期に79,932百万円と同社の売上高の2倍近い規模まで拡大しているが、標準製品の品質には同社とミスミグループで差がなく、価格は同社のほうがやや安い傾向があるとのことである。そのため、ミスミグループの潤沢なIT関連投資に裏付けされたECサイトの整備により、機能面・商品バリエーション面・グローバル展開などで同社は大きな差をつけられ、シェアを取られた面があるとSR社では考える。また、将来、AI・AR技術や自動化機械の活用により、人の手を介さず金型の選定や精密な作業が可能になる可

能性はある。そのような将来において、標準製品のEC販売が拡大していく場合、将来の成長が抑制される可能性がある」とSR社では考える。

成長事業と位置付けているFA事業において、競合対比で出遅れていること

同社は1996年にFA関連の標準製品を製造する千葉工場を建設し、FA事業に乗り出した。その後、日本では価格競争力で苦戦したことから、同社の強みを生かせる領域（FA関連の特注品領域）に特化することを決断し、2011年にFA関連の標準製品事業は撤退した。ただし、現在の長期ビジョンにおいては工場自動化は今後も引き続き需要が増していく分野と判断し、FA領域の再挑戦としてFA事業の売上高を2025年3月期の約3,000百万円から2035年3月期に20,000百万円まで伸ばすことを計画した。

競合のミスミグループは同社と同じプラスチック・プレス金型部品から事業を開始し、FA関連の標準製品へ事業展開してきたことで、2025年3月期の売上高でFA事業は135,803百万円まで規模を拡大した。FA事業ではFA用メカニカル標準部品や位置決め・計装機器で豊富な商品ラインナップを取り揃えており、FA設計者向けの3D-CADデータライブラリーソフトの提供なども行う。

同社の現在のFA事業の売上高は全体の数%程度だが、FA市場自体は人手不足や省力化、生産性向上、人件費高騰などのニーズにより成長し、今後も世界的な拡大が見込まれている。FA関連の標準製品から早期に撤退したことで、競合が大きく伸ばしてきたFA領域で同社の売上高は伸び悩んできた。同社と同じ祖業を持つ競合が売上高を伸ばしてきたFA領域の成長市場で出遅れたことは同社の弱みであるとSR社では考える（その代わり、今後、同社はミスミグループが注力していないFA特注品領域においてシェアアップを図ろうとしている）。

財務諸表

損益計算書

損益計算書 (百万円)	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 連結	20年3月期 連結	21年3月期 連結	22年3月期 連結	23年3月期 連結	24年3月期 連結	25年3月期 連結
売上高	36,756	36,649	41,025	40,936	35,349	32,462	39,359	42,800	38,344	40,822
YoY	6.9%	-0.3%	11.9%	-0.2%	-13.6%	-8.2%	21.2%	8.7%	-10.4%	6.5%
売上原価	26,578	26,457	29,367	29,464	26,161	23,375	27,914	31,169	28,261	30,011
YoY	6.2%	-0.5%	11.0%	0.3%	-11.2%	-10.6%	19.4%	11.7%	-9.3%	6.2%
原価率	72.3%	72.2%	71.6%	72.0%	74.0%	72.0%	70.9%	72.8%	73.7%	73.5%
売上総利益	10,178	10,192	11,658	11,472	9,187	9,087	11,445	11,631	10,082	10,810
YoY	8.7%	0.1%	14.4%	-1.6%	-19.9%	-1.1%	26.0%	1.6%	-13.3%	7.2%
売上総利益率	27.7%	27.8%	28.4%	28.0%	26.0%	28.0%	29.1%	27.2%	26.3%	26.5%
販売費及び一般管理費	8,191	8,201	8,815	8,893	8,352	7,474	8,403	9,194	8,842	9,124
YoY	7.3%	0.1%	7.5%	0.9%	-6.1%	-10.5%	12.4%	9.4%	-3.8%	3.2%
売上高販管費比率	22.3%	22.4%	21.5%	21.7%	23.6%	23.0%	21.4%	21.5%	23.1%	22.4%
営業利益	1,987	1,991	2,844	2,579	836	1,613	3,042	2,437	1,240	1,685
YoY	15.2%	0.2%	42.8%	-9.3%	-67.6%	93.0%	88.5%	-19.9%	-49.1%	35.9%
営業利益率	5.4%	5.4%	6.9%	6.3%	2.4%	5.0%	7.7%	5.7%	3.2%	4.1%
営業外収益	124	150	136	140	121	294	130	169	297	155
営業外費用	444	267	248	172	243	231	164	211	116	227
経常利益	1,667	1,874	2,732	2,547	713	1,677	3,008	2,394	1,421	1,613
YoY	3.1%	12.5%	45.7%	-6.8%	-72.0%	135.1%	79.4%	-20.4%	-40.6%	13.5%
経常利益率	4.5%	5.1%	6.7%	6.2%	2.0%	5.2%	7.6%	5.6%	3.7%	4.0%
特別利益	7	3	6	4	5	83	6	16	97	3
特別損失	18	47	221	901	3,337	745	166	335	1,619	125
法人税等	411	460	726	687	866	536	802	678	470	617
税率	24.8%	25.1%	28.8%	41.6%	-33.1%	52.8%	28.2%	32.7%	-465.3%	41.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,249	1,376	1,789	960	-3,486	478	2,041	1,390	-577	868
YoY	5.1%	10.1%	30.0%	-46.3%	-	-	327.2%	-31.9%	-	-
当期純利益率	3.4%	3.8%	4.4%	2.3%	-	1.5%	5.2%	3.2%	-	2.1%

出所：会社資料よりSR社作成

為替影響では、中国事業の売上高が大きく、人民元高になると中国子会社の円換算利益が大きくなる。ただし、中国からの輸出製品の採算が悪化することから、為替は営業利益には大きな影響はないと同社は述べている。

貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	16年3月期 連結	17年3月期 連結	18年3月期 連結	19年3月期 連結	20年3月期 連結	21年3月期 連結	22年3月期 連結	23年3月期 連結	24年3月期 連結	25年3月期 連結
資産										
現金及び預金	3,236	3,280	3,771	3,580	3,390	4,092	4,816	5,213	6,031	6,495
受取手形及び売掛金	10,615	11,468	12,096	10,989	9,943	9,630	11,235	11,379	10,968	11,878
棚卸資産	3,721	3,787	4,426	4,664	4,229	3,965	4,791	5,041	4,320	4,764
繰延税金資産	251	297	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	217	409	606	407	298	429	485	485	614	447
貸倒引当金	-164	-92	-57	-79	-68	-55	-48	-40	-33	-68
流動資産合計	17,876	19,150	20,842	19,559	17,792	18,061	21,280	22,078	21,903	23,518
建物及び構築物	1,942	2,075	1,979	2,302	1,729	1,521	1,765	1,771	1,598	1,566
機械装置及び運搬具	4,457	5,320	5,624	5,891	3,835	3,254	3,607	3,893	3,869	4,228
工具、器具及び備品	361	393	531	562	509	410	433	459	440	478
土地	825	821	825	822	777	775	779	830	741	749
建設仮勘定	110	54	976	385	231	61	168	161	42	35
その他	2	6	4	10	54	173	261	200	155	200
有形固定資産合計	7,697	8,669	9,939	9,972	7,135	6,195	7,013	7,315	6,848	7,259
のれん	602	482	437	342	-	-	-	467	417	368
その他	720	761	721	659	345	175	178	229	200	244
無形固定資産合計	1,322	1,243	1,158	1,002	345	175	178	695	618	612
繰延税金資産	192	196	410	391	116	111	119	202	123	130
その他	251	194	212	231	189	161	185	166	155	1,449
投資その他の資産合計	443	390	621	622	305	272	304	368	278	1,579
固定資産合計	9,462	10,302	11,718	11,596	7,784	6,642	7,494	8,378	7,745	9,451
資産合計	27,338	29,452	32,561	31,155	25,577	24,703	28,774	30,456	29,649	32,970
負債										
支払手形及び買掛金	3,860	4,288	3,625	2,914	2,640	2,343	2,739	2,667	2,628	2,990
電子記録債務	-	-	972	1,235	1,020	955	1,078	999	919	600
短期有利子負債	3,551	4,346	3,730	4,326	3,149	3,325	2,486	2,039	1,351	1,823
未払法人税等	210	232	220	204	249	271	384	397	213	318
その他	2,385	2,381	3,593	2,382	1,954	2,291	2,897	2,698	2,192	2,618
流動負債合計	10,451	11,725	12,650	11,531	9,280	9,455	10,001	9,181	7,605	8,668
長期有利子負債	1,794	2,461	2,152	2,342	2,927	1,252	908	676	2,202	1,278
長期借入金	1,794	2,461	2,152	2,342	2,927	1,252	908	676	2,202	1,278
退職給付に係る負債	859	909	966	979	1,080	1,084	1,145	1,244	825	619
その他	234	181	522	476	449	476	413	303	266	365
固定負債合計	2,887	3,551	3,736	3,890	4,549	2,811	2,466	2,223	3,293	2,262
負債合計	13,338	15,276	16,386	15,421	13,829	12,266	12,467	11,403	10,899	10,931
純資産										
資本金	2,898	2,898	2,898	2,898	2,898	2,898	2,945	3,406	3,406	4,040
資本剰余金	2,627	2,627	2,627	2,627	2,631	2,591	2,512	2,968	2,968	3,601
利益剰余金	7,062	8,156	9,655	10,167	6,539	7,017	9,058	10,102	8,961	9,360
自己株式	-	-83	-83	-192	-155	-150	-136	-95	-76	-53
その他の包括利益累計額	1,402	569	1,052	186	-210	44	1,886	2,627	3,451	5,054
新株予約権	-	4	18	38	33	27	26	21	14	5
非支配株主持分	11	6	8	9	10	10	17	24	24	27
純資産合計	13,999	14,176	16,175	15,734	11,747	12,436	16,307	19,053	18,750	22,038
運転資本	10,476	10,968	11,924	11,503	10,512	10,297	12,209	12,753	11,741	13,052
有利子負債合計	5,345	6,807	5,882	6,668	6,076	4,576	3,394	2,715	3,553	3,101
ネット・キャッシュ	-2,109	-3,527	-2,111	-3,089	-2,686	-484	1,423	2,498	2,478	3,394

出所：会社資料よりSR社作成

資産

受取手形及び売掛金が流動資産の半分を占めているのは、平均回収サイトが国内2カ月、中国4カ月とやや長めとなっているためである（金型メーカーは中小事業者が多く、サイトはやや長めになりやすい）。リードタイムが短いこともあり、自社で与信管理を行うことから、貸し倒れはほとんど発生していない。有形固定資産は主に工場関連の建物・設備・工具などで構成される。投資有価証券の保有は少ない。新地域や新事業で事業展開を行う際、ジョイントベンチャーやVC投資を行うよりも自社資本で会社を作る会社文化がある。

負債

有利子負債は2013年3月期の8,953百万円から減少しており、財務体質は改善傾向にある。そのことが2023年1月の配当性向と株主資本配当率の導入の背景にある。

株主資本

目標とする自己資本比率は60%である。2014年3月に新株発行1,691百万円、2015年3月に新株発行2,678百万円を発行した。ストックオプション制度以外の新株予約権も発行しており、直近の発行は2022年1月である（第4回。資金調達額1,268百万円。2023年1月行使完了）。自己株式の取得は、2016年11月に36百万円、2018年11月に117百万円実施した（機動的な資本政策の遂行および株式報酬ストックオプション用途）。

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	25年3月期
(百万円)	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結	連結
営業活動によるキャッシュフロー(1)	3,187	1,785	3,394	3,185	2,490	2,943	2,941	2,560	1,276	2,271
税金等調整前当期純利益	1,656	1,830	2,516	1,650	-2,619	1,014	2,848	2,075	-100	1,491
減価償却費	1,433	1,407	1,597	1,730	1,675	969	972	1,130	1,166	1,177
のれん償却額	89	76	75	78	75	-	-	25	49	49
減損損失	-	-	-	849	3,314	730	160	298	393	107
退職給付に係る負債の増減額 (は減少)	11	103	87	76	77	56	61	47	-317	46
賞与引当金の増減額 (は減少)	6	32	18	-25	-201	3	128	-22	-77	11
貸倒引当金の増減額 (は減少)	18	25	-101	15	-16	-35	-17	12	-12	18
受取利息及び受取配当金	-34	-35	-46	-33	-44	-43	-53	-61	-77	-74
支払利息	92	89	105	133	163	107	54	62	42	38
為替差損益 (は益)	338	230	-195	113	47	-43	1	74	-227	32
売上債権の増減額 (は増加)	463	-1,671	-212	440	777	434	-287	464	948	77
たな卸資産の増減額 (は増加)	109	-279	-538	-444	343	277	-417	83	900	-153
仕入債務の増減額 (は減少)	46	616	205	-299	-296	-251	26	-566	-315	-247
未払金及び未払費用の増減額 (は減少)	-441	251	365	-393	-236	281	168	-276	-293	150
雇用調整助成金	-	-	-	-	-5	-180	-21	-	-	-
その他	-612	-932	-713	-734	-583	-297	-682	-784	-804	-451
投資活動によるキャッシュフロー(2)	-1,159	-2,770	-2,336	-3,253	-1,789	-670	-1,100	-1,547	-680	-2,415
定期預金の純増減額 (は増加)	-	-10	-71	18	39	-106	-17	147	-27	-17
有形固定資産の取得による支出	-1,001	-2,519	-2,165	-3,071	-1,770	-503	-999	-1,139	-866	-1,019
有形固定資産の売却による収入	15	11	10	32	7	10	11	12	253	10
無形固定資産の取得による支出	-126	-306	-113	-218	-83	-81	-73	-148	-47	-117
その他	-47	55	4	-14	18	10	-21	-419	7	-1,272
FCF (1+2)	2,028	-985	1,058	-68	702	2,273	1,842	1,014	596	-144
財務活動によるキャッシュフロー	-1,902	1,200	-739	74	-772	-1,685	-1,601	-756	-2	181
短期借入金の純増減額 (は減少)	-922	556	-308	586	-1,405	-338	-412	-668	-1,302	900
減価償却費及びのれん償却費 (A)	1,522	1,483	1,672	1,808	1,750	969	972	1,155	1,215	1,226
設備投資 (B)	-1,127	-2,826	-2,279	-3,289	-1,853	-584	-1,073	-1,287	-913	-1,136
運転資金増減 (C)	-1,032	492	1,928	-158	-1,206	-279	2,035	465	-1,092	992
単純FCF (NI+A+B-C)	2,676	-459	-746	-363	-2,383	1,142	-95	793	817	-34

出所：会社資料よりSR社作成

営業活動によるキャッシュフロー

2020年3月期を除いておおむね安定した税金等調整前当期純利益と減価償却により安定した営業活動によるキャッシュフローを計上している。2020年3月期は多額の資産減損が発生し税金等調整前当期純利益は赤字となったが、現金の支出を伴わない減損であり、営業キャッシュフローでは減損額が足し戻された。

投資活動によるキャッシュフロー

投資活動によるキャッシュフローは、工場の設備・機械などの投資が継続的に発生し、1,000～3,000百万円程度の負の値が続いている。投資有価証券の取得による支出はない。

財務活動によるキャッシュフロー

有利子負債の削減を続けてきたことから、借入金の減少に伴う負の値が続いている。

過去の業績

2025年3月期第3四半期累計期間実績

業績概要

- 売上高：30,282百万円（前年同期比5.5%増）
 - 営業利益：1,172百万円（同25.5%増）
 - 経常利益：1,194百万円（同2.6%増）
 - 親会社株主に帰属する四半期純利益：624百万円（前年同期は793百万円の損失）
- ▶ 売上高：売上高は30,282百万円（前年同期比5.5%増）となった。原材料・資源価格の高騰や部品不足など、協力工場からの仕入品の更なる価格上昇やエネルギーコストの高止まりなどが継続し、日本、東南アジア地域においては前年同期を下回る実績となった。一方、中国においては自動車関連の不振、景況悪化などによる低迷からの回復の兆しがみられた。
- ▶ 売上総利益：売上総利益は7,995百万円（前年同期比5.8%増）となった。売上総利益率は26.4%となった（同0.1%ポイント上昇）。日本市況は停滞しているが中国の景況感回復傾向もあり、増収増益となった。売上原価では材料費

- ▶ の高止まりや外注費が高騰傾向にあったものの、前期に実施した経営合理化の効果により、売上総利益率は若干改善した。
- ▶ 販管費：販管費は6,822百万円（前年同期比3.0%増）となった。売上高販管費比率は22.5%となった。販管費では業務委託料や営業強化に伴う関連経費などが増加したものの、前期に実施した経営合理化による販管費減少などにより、売上高販管費比率は同0.5%ポイント低下した。その結果、営業利益率は3.9%となり、同0.6%ポイント上昇した。営業利益の増減分析では、売上高増加が前年同期比416百万円増、原価率改善が同22百万円増、販管費増加が同200百万円減であった。

通期会社予想に対する進捗

通期修正会社予想に対する進捗率は、売上高が74.2%、営業利益が73.3%、経常利益が79.6%、親会社株主に帰属する当期純利益が78.0%であった。今期会社予想の達成に向けて、順調に進捗した。

事業環境

世界経済は、景気回復に一部足踏みがみられるものの緩やかな回復基調にあったが、原材料・エネルギーコストの高止まり、物価の上昇、地政学的問題、アメリカ大統領の交代による政策転換の懸念などにより、依然として先行きは不透明な状況が続いた。また、中国では精密機器や電気自動車の輸出が好調な反面、長引く不動産不況と対中直接投資の大幅な減少により国内需要が低迷し、景気減速が継続した。

地域別・業種別売上高

国内売上高は8,636百万円（前年同期比8.9%減）、中国売上高は17,263百万円（同14.5%増）、東南アジア売上高は1,430百万円（同1.8%減）、欧米他売上高は2,950百万円（同10.0%増）となった。国内は、医療関連は好調だが、特に電子部品・半導体関連の落ち込みの影響を大きく受け減収となった。中国は、自動車関連の復調もあり増収となった。東南アジアは、インドは好調だが、シンガポール、ベトナムが不調となり、若干の減収となった。欧米他は、欧州他が好調で、米州は堅調であったことから増収となった。

自動車関連は12,716百万円（同3.1%増）、電子部品・半導体関連は5,231百万円（同0.9%減）、家電・精密機器関連は2,902百万円（同5.7%増）、その他は9,430百万円（同13.0%増）となった。FA売上高は2,343百万円（同17.4%増）となり、国内の単体（FA領域における特注品など）がけん引し、好調であった。自動車関連は、日本は停滞が継続したが、中国では復調気配となり増収となった。電子部品・半導体関連は、スマホ向け市場が停滞し横ばいとなった。家電・精密機器関連は、市場全体は引き続き低迷したものの、前期の反動で増収となった。その他は、食品関連および医療関連が堅調で増収となった。

その他

営業外費用に為替差損50百万円を計上した。特別損失に減損損失105百万円を計上した。

当第3四半期累計期間における設備投資額は744百万円（前年同期比1百万円増）、減価償却費は883百万円（同21百万円増）となった。

中期経営計画の方針をより強力に推し進めるべく、2024年10月7日に同社は、株式会社ミスミグループ本社との資本業務提携の契約を締結した。今後、両社グループは、同社グループの保有する高度な精密加工技術と顧客ニーズへのきめ細かい対応力、ミスミグループの持つ先進的なデジタル技術とグローバル確実短納期の供給力といった強みを最大限活かし、自動化装置やその周辺部品、金型部品に限らず、標準品から特注品までの幅広い金属加工分野全般において、それぞれの得意分野の商品の相互供給や物流インフラの有効活用などを通じて相互に補完・強化しながら、共に成長・発展すると同社は述べている。

- ▶ ミスミグループ本社との協議では、両社の業績向上に寄与するため、「商品供給」「物流」「調達」「海外展開」などの内容について、プロジェクトチームを発足し協議を行っている。協業により、大きな効果は見込めると同社は考えているものの、業績貢献への度合いをどこまで織り込むかの上振れ幅はまだ不透明であると同社は述べている。

2024年10月、ミスミグループ本社より、第三者割当による新株式の発行に係る払込みを受け、当第3四半期連結累計期間において資本金が634百万円、資本準備金が634百万円増加した。

2025年3月の同社創業50周年を機に、次の10年間における同社グループの「ありたい姿」を提示すべく、中長期ビジョンを策定中であり、2025年5月に同社コーポレートサイトおよび決算補足説明資料などにおいて公表予定である。

2025年2月、同社のダイバーシティ推進の姿勢が評価され、兵庫県と神戸市が推進する「ひょうご・こうべ女性活躍推進企業（ミモザ企業）認定制度」において、兵庫工場が「フレッシュミモザ認定」を取得した。

同社が参画する、株式会社ダイモンの月面探査計画「Project YAOKI 1（PY-1）」は、月着陸船への搭載完了および初の打ち上げを経て、2025年3月、月面探査車「YAOKI」が月面に到達した。

2025年3月期第2四半期累計期間実績

業績概要

- 売上高：19,989百万円（前年同期比4.5%増）
 - 営業利益：692百万円（同32.8%増）
 - 経常利益：606百万円（同25.0%減）
 - 親会社株主に帰属する四半期純利益：212百万円（前年同期は950百万円の損失）
- ▶ 売上高：売上高は19,989百万円（前年同期比4.5%増）となった。原材料・資源価格の高騰や部品不足など、協力工場からの仕入品の更なる価格上昇やエネルギーコストの高止まりなどが継続し、日本、東南アジア地域においては前年同期を下回る実績となった。一方、中国においては自動車関連の不振、景況悪化などによる低迷からの回復の兆しがみられた。
- ▶ 売上総利益：売上総利益は5,269百万円（前年同期比4.6%増）となった。売上総利益率は26.4%となった（同0.1%ポイント上昇）。売上総利益率においては、材料費の高止まりや外注費高騰の影響があったものの、前期に実施した経営合理化による改善効果によりわずかに改善した。
- ▶ 販管費：販管費は4,576百万円（前年同期比1.4%増）となった。売上高販管費比率は22.9%となり、同0.7%ポイント低下した。売上高販管費比率においては、業務委託料などの増加があったものの、経営合理化による改善効果が上回り、わずかに改善した。その結果、営業利益率は3.5%となり、同0.7%ポイント上昇した。営業利益の増減分析では、売上高増加が前年同期比228百万円増、原価率改善が同5百万円増、販管費増加が同63百万円減であった。

通期会社予想に対する進捗

通期修正会社予想に対する進捗率は、売上高が49.0%、営業利益が43.3%、経常利益が40.4%、親会社株主に帰属する当期純利益が26.5%であった。

事業環境

世界経済は、米国経済の底堅い成長が牽引し、比較的安定した動きとなった一方、世界的な資源・エネルギーコストの高止まりなどを背景に依然として先行きは不透明な状況が続いた。また、中国では精密機器や電気自動車の輸出が好調な反面、長引く不動産不況と厳しい雇用環境により国内需要が低迷し、景気は予断を許さない状況が続いた。また、日本経済においても、世界的な物価高に円安の影響も加わり、景気の改善が停滞している状況であった。

地域別・業種別売上高

国内売上高は5,744百万円（前年同期比11.6%減）、中国売上高は11,370百万円（同15.8%増）、東南アジア売上高は950百万円（同2.2%減）、欧米他売上高は1,923百万円（同4.7%増）となった。国内は、医療関連は好調に推移したが、当第1四半期に続き、自動車関連、電子部品・半導体関連が低調となり減収となった。中国は、自動車関連の復調もあり増収となった。東南アジアは、インド・インドネシアは好調だが、シンガポール、ベトナムが不調で若干の減収となった。欧米他は、欧州他が好調、米州は堅調で増収となった。

- ▶ 前期に実施した経営合理化の影響としては、生産現場における混乱は落ち着いてきたものの、営業面では顧客訪問がまだ十分に実施できていないと同社は述べている。今後、営業における人材育成や採用を進める方針である。

自動車関連は8,504百万円（同3.8%増）、電子部品・半導体関連は3,410百万円（同5.3%減）、家電・精密機器関連は1,955百万円（同4.7%増）、その他は6,119百万円（同12.0%増）となった。FA売上高は1,434百万円（同5.1%増）となった。自動車関連は、中国においてまだ受注に力強さはないものの復調気配となったことで増収となった。電子部品・半導体関連は、スマホ向け市場の停滞により減収となった。家電・精密機器関連は、市場全体が低迷しているが為替の影響で増収となった。その他は、食品関連が堅調で増収となった。

その他

営業外費用に為替差損133百万円を計上した。特別損失に減損損失103百万円を計上した。

当第2四半期累計期間における設備投資額は474百万円（前年同期は522百万円）、減価償却費は594百万円（同572百万円）となり、概ね計画通りに進捗した。

同社は、当中間期決算発表に併せて、通期連結業績予想および期末配当予想の修正に関して発表した（詳細は下記会社予想を参照）。

中期経営計画の方針をより強力に推し進めるべく、2024年10月7日に同社は、株式会社ミスミグループ本社との資本業務提携の契約を締結した。今後、両社グループは、同社グループの保有する高度な精密加工技術と顧客ニーズへのきめ細かい対応力、ミスミグループの持つ先進的なデジタル技術とグローバル確実短納期の供給力といった強みを最大限活かし、自動化装置やその周辺部品、金型部品に限らず、標準品から特注品までの幅広い金属加工分野全般において、それぞれの得意分野の商品の相互供給や物流インフラの有効活用などを通じて相互に補完・強化しながら、共に成長・発展すると同社は述べている。

2025年3月期第1四半期実績

業績概要

- 売上高：9,660百万円（前年同期比2.3%増）
 - 営業利益：303百万円（同209.2%増）
 - 経常利益：358百万円（同5.9%増）
 - 親会社株主に帰属する四半期純利益：143百万円（同20.2%増）
- ▶ 売上高：売上高は9,660百万円（前年同期比2.3%増）となった。原材料・資源価格の高騰や部品不足に加え、協力工場からの仕入品の価格上昇やエネルギーコストの高止まりなどが継続し、日本、東南アジア地域、欧米他地域においては前年同期を下回る実績となった一方、中国においては自動車関連の不振、景況悪化などによる低迷からの回復の兆しが見られた。
- ▶ 売上総利益：売上総利益は2,531百万円（前年同期比4.8%増）となった。売上総利益率は26.2%となり、同0.6ポイント上昇した。材料費の高止まりや外注費高騰などの影響があったものの、前期に実施した経営合理化の効果で改善した。
- ▶ 販管費：販管費は2,227百万円（前年同期比3.9%減）となった。売上高販管費比率は23.1%となり、前期に実施した経営合理化の効果で同1.5ポイント低下した。その結果、営業利益率は3.1%となり、同2.1ポイント上昇した。

通期会社予想に対する進捗

通期会社予想に対する進捗率は、売上高が25.1%、営業利益が14.1%、経常利益が17.0%、親会社株主に帰属する当期純利益が11.9%であった。当上期会社予想に対する進捗率は、売上高が51.4%、営業利益が43.3%、経常利益が52.6%、親会社株主に帰属する四半期純利益が57.2%となった。

事業環境

世界経済は、設備投資需要に回復の動きがみられるものの、世界的な資源・エネルギーコストの高止まりなどを背景に、総じて予断を許さない状況が続いている。また、日本経済においても、世界的な物価高に円安の影響も加わり、景気の改善が停滞している状況である。

地域別・業種別売上高

国内売上高は2,915百万円（前年同期比11.3%減、通期会社予想に対する進捗率24.5%）となった。医療関連は好調に推移したが、自動車関連および電子部品・半導体関連が低調となり減収となった。

中国売上高は5,408百万円（前年同期比13.4%増、通期会社予想に対する進捗率26.1%）となった。自動車関連の復調となり増収となった。

東南アジア売上高は445百万円（前年同期比6.1%減、通期会社予想に対する進捗率20.2%）となった。インドネシアは引き続き堅調だが、シンガポール、ベトナムが不調であった。

欧米他売上高は890百万円（前年同期比2.6%減、通期会社予想に対する進捗率24.1%）となった。食品・医療関連が堅調を維持した。展示会出展は継続しつつ、既存未受注および新規への訪問対応を継続した。

自動車関連は4,211百万円（前年同期比5.3%増、通期会社予想に対する進捗率25.7%）となった。中国で自動車関連の受注が復調気配となり増収となった。

電子部品・半導体関連は1,569百万円（前年同期比14.3%減、通期会社予想に対する進捗率23.4%）となった。スマホ向け市場が停滞した影響で減収となった。

家電・精密機器関連は911百万円（前年同期比2.6%減、通期会社予想に対する進捗率25.3%）となった。エネルギーコスト上昇などの要因があり、市場全体が低迷し減収となった。

その他は2,967百万円（前年同期比10.8%増、通期会社予想に対する進捗率25.1%）となった。食品・医療関連のみ堅調であった。

また、FA売上高は726百万円（前年同期比14.0%増）となり、前年同期比で増加した。

その他

営業外収益に為替差益38百万円を計上した。特別損失に事業用資産の減損損失96百万円を計上した。設備投資額は210百万円（前年同期比57百万円減）、減価償却費は293百万円（同10百万円増）となり、概ね計画に沿って進捗した。

当第1四半期決算同日、同社はパーパス「ものづくりによる信頼、真摯な技術、自由な創造力で、次世代の豊かな未来をカタチづくる」を策定したと発表した。今後はこのパーパスに基づき、来期以降の次期中期経営計画の策定や会社の方針決定を行うと同社は述べている。

2024年3月期通期実績

業績概要

- 売上高：38,344百万円（前期比10.4%減）
 - 営業利益：1,240百万円（同49.1%減）
 - 経常利益：1,421百万円（同40.6%減）
 - 親会社株主に帰属する当期純損失：577百万円（前期は当期純利益1,390百万円）
- ▶ 売上高：売上高は38,344百万円（前期比10.4%減）となった。世界的な在庫調整の局面やインフレ下の買い控えなどによる需要減を受け、日本並びに中国、東南アジア地域において前期実績を下回る売上高となった。特に、中国においては自動車関連の回復遅れや経済低迷が売上高減少に大きく影響した。一方、欧米他地域においては展示会出展等による新規顧客獲得により、前期実績を上回る実績となった。
- ▶ 売上総利益：売上総利益は10,082百万円（前期比13.3%減）となった。売上総利益率は26.3%となり、同0.9%ポイント低下した。
- ▶ 販管費他：販管費は8,842百万円（前期比3.8%減）となった。中国並びに日本の売上高減少による工場稼働の悪化、エネルギーコスト上昇などにより、営業利益は減少した。営業外収益に為替差益を130百万円計上した。2023年9月に実施した経営合理化に伴う特別加算退職金と再就職支援に係る一時的な損失などの計上により特別損失1,619百万円を計上し、当期純損失となった。投下資本利益率（ROIC）は3.9%（前期8.1%）となり、目標（10%以上）を下回った。

通期会社予想に対する進捗

通期会社予想に対する達成率は、売上高が100.4%、営業利益が107.8%、経常利益が105.3%であった。親会社株主に帰属する当期純損失は予想900百万円に対して577百万円と上振れの着地となった。売上高は、日本事業において食品・飲料関連の売上が予想を上回ったものの、全般的には前回予想に対して微増という結果となった。利益は、上記の日本事業での売上高や、経営合理化の実行による経費削減効果が予想を上回ったことにより、営業利益および経常利益は増加した。また、日本事業における減損損失が予想を下回ったことや税効果の影響などにより、親会社株主に帰属する当期純損失は予想より大幅に改善した。

事業環境

新型コロナウイルス感染症の終息による経済活動の正常化が進む一方、世界的な資源・エネルギーコストの高騰、急激な為替変動や物価の上昇など、依然として予断を許さない状況である。また、製造業では、電子部品・半導体の供給逼迫状況がピークを過ぎ、需要は調整局面となったことに加えて、原材料・資源価格高騰が顕著となり、先行きが不透明な状況が継続している。

地域別・業種別売上高

国内売上高は12,438百万円（前期比11.8%減）、中国売上高は20,443百万円（同12.8%減）、東南アジア売上高は1,901百万円（同3.3%減）、欧米他売上高は3,561百万円（同8.7%増）となった。日本は、食品関連は好調に推移したが、自動車関連の下落幅が大きく影響し、減収となった。中国は、自動車関連の下落幅が大きく影響し、減収となった。東南アジアは、ベトナム、インドネシア、フィリピンが堅調だが、シンガポールが不調であった。欧米他は、展示会出展による知名度向上および新規取引が進み好調を維持した。

自動車関連は16,537百万円（同8.5%減）、電子部品・半導体関連は6,930百万円（同11.9%減）、家電・精密機器関連は3,647百万円（同15.4%減）、その他は11,229百万円（同10.4%減）となった。FA関連売上高は2,647百万円（同6.6%増）となった。自動車は、日本・中国で新車金型の受注が低迷した。電子部品・半導体関連は、スマホ向け需要失速で停滞した。家電・精密機器関連は、エネルギーコスト上昇などの要因があり、市場全体が低迷した。その他は、食品・医療関連のみ堅調だが、それ以外は不調であった。

2024年3月期剰余金配当（増配）

同社は、決算発表と同時に、2024年3月31日を基準日とする1株当たり期末配当金に関して、上記配当方針に則り9円40銭となる予定であると発表した（直近の配当予想9円21銭）。これにより、一株当たり年間配当金は19円40銭（前期比10銭減）を見込む。

その他

設備投資額は前期比436百万円減の915百万円となった。減価償却費は同35百万円増の1,166百万円となった。

2023年10月より同社はDHLジャパン株式会社が提供する、持続可能な航空燃料を使用した輸送サービス「GoGreen Plus」を利用している。2024年4月にDHLが発行した発行証明書によると、2023年10月から12月にかけて7.1トンのCO2排出量を削減した。2024年は、年間で従来比30%のCO2削減を目指す。

2024年5月、同社は、岩手県が推進している「いわて健康経営認定事業所」制度において、岩手県内に有している北上工場・宮古工場の2工場が令和6年度の認定を受けたと発表した。

中期経営計画「VC2024 Revival」の進捗状況

国内

営業体制の再整備では、協力工場の開拓および業務整理を実施している。カスタマーセンターでは業務効率化の遅れを改善しているが、さらに効果を出すために、今後てこ入れを行うと同社は述べている。生産体制の再整備では、子会社を清算し、海外工場への生産移管を遂行している。また、自動運搬車などを活用し、各工程間の運搬自動化に対応した。R&D強化の継続では、P-Bas®（新工法）は順調に受注拡大しているが、更なる認知度向上と生産キャパ拡大が必要との認識である。また、月面探査計画「Project YAOKI 1（PY-1）」に技術貢献した。

海外

中国では、医療・飲料関連などの精密な特注金型部品に注力した。FA販売力強化を目的とした専任チームで営業活動を行った。総合機械部品企業へ向けて精密部品などの営業を行った。東南アジアでは、新販売会社の設置を検討している。インドでは、日本人スタッフを増員し、インド国内の新規協力工場を開拓中である。欧米他では、新規獲得に向け展示会などでの認知度向上に注力した。また、日本で新設した海外事業部と各国販売代理店との関係強化を行った。

経営合理化後の数値効果

2024年3月期の売上高では、上期対比下期の売上高は289百万円減少した。売上構成比の高い自動車関連の受注低迷が継続したことに加え、人員減による営業および製造の一時的な混迷があった。営業利益では、同220百万円増加した。経営合理化による人件費の減少や価格改定による利益の改善、売上高減少による販管費の減少などが寄与した。

その他の情報

沿革

年月	概要
1975年3月	東京都品川区において神庭商会株式会社を設立
1977年8月	商号をパンチ工業株式会社に変更
1982年8月	プラスチック金型用ハイス（高速度工具鋼）エジェクタピンの量産化に成功
1983年11月	岩手県北上市に北上工場を設置
1983年12月	金型部品の全国販売を開始
1989年5月	岩手県宮古市に宮古パンチ工業株式会社を設立（現・宮古工場）
1990年10月	中国遼寧省大連市に盤起工業（大連）有限公司を設立
1996年10月	千葉県飯岡町に千葉工場を設置（2001年12月に千葉県旭市に移転）
2006年3月	株式会社ピンテックの全株式を譲り受け、100%子会社化
2010年9月	インド・チェンナイにPUNCH INDUSTRY INDIA PVT. LTD. を設立
2011年1月	兵庫県加西市に兵庫工場を設置
2012年8月	マレーシアPANTHER PRECISION TOOLS SDN. BHD.と資本・業務提携
2012年12月	東京証券取引所市場第二部に株式を上場
2013年8月	マレーシアPANTHER PRECISION TOOLS SDN. BHD.を完全子会社化
2013年11月	インドネシア・ジャカルタにPT. PUNCH INDUSTRY INDONESIA を設立
2014年3月	東京証券取引所市場第一部銘柄に指定
2015年12月	ベトナム・ビンズン省にPUNCH INDUSTRY MANUFACTURING VIETNAM CO. LTD. を設立
2016年11月	米国イリノイ州にPUNCH INDUSTRY USA INC. を設立
2022年4月	東京証券取引所プライム市場に移行
2022年10月	株式会社ASCeの全株式を譲り受け、グループ会社化
2023年10月	東京証券取引所スタンダード市場へ移行
2024年3月	株式会社ピンテックを解散
2024年8月	「パーパス」を策定
2024年10月	株式会社ミスミグループ本社と資本業務提携を締結

出所：会社資料よりSR社作成

同社の歴史

同社は1975年に創業者の森久保有司氏（以下森久保氏）が前身となる神庭商会株式会社を設立した。設立当初はプリント基板用金型部品のハイス鋼製プリントピンの製造委託販売を行っていた。製造委託では顧客のニーズに十分に対応できないことから、1977年に社名をパンチ工業株式会社に改め、自社による製造を開始した。当初は森久保氏の実家の一部に製造設備を置き、社員7～8名で生産していた。当時、取引の多かった家電業界の業況が好調だったことから増産が続き、工場の移転を行いながら生産を拡大していった。

事業拡大の大きな転機として、1982年のプラスチック金型用ハイス鋼製エジェクタピンの開発があげられる。当時、電子・電気製品メーカーはクロムモリブデン鋼製のSCM3エジェクタピンを使用していたが、精度や耐久性に難があり、品質向上のニーズがあった。森久保氏はまだ技術的に確立されていなかったハイス鋼を材料としたエジェクタピンの開発に粘り強く取り組み、試行錯誤を繰り返したが、開発に難航した。特にハイス鋼に折れにくく、しなるような靱性をつけるためどういった熱処理を行えばよいのかという点が難点だった。そのため金属の専門知識を持つ大学の研究機関に協力を仰ぎ、金属の知識や熱処理技術を自社に取り込んだ。外部から取り込んだ金属に関する知識や技術、ハイス鋼を使用してプリントピンを製造した技術・ノウハウを応用することで世界で初めて、ハイス鋼製のエジェクタピンの標準化と量産化に成功した。

従来のSCM3エジェクタピンの精度が0.02mmだったのに対し、同社のハイスエジェクタピンは0.01mmの寸法精度を実現していた。また、クロムモリブデン鋼と比較し靱性が高く、壊れにくい特性があった。ハイスエジェクタピンは精度と耐久性が向上した製品だったことから、プラスチック製のテレビフレームやパソコンの機構部品など高い精度を必要とするプラスチック金型部品として、クロムモリブデン鋼の市場を奪っていった。

その後、全国展開のため各地に営業所を開設し、1983年の北上工場、1989年の宮古工場（当時は宮古パンチ工業株式会社。同社では初めてプレス金型部品の製造を開始）の建設や1991年のプラスチックおよびプレス金型部品の総合カタログの発行など生産規模や体制の整備を進めてきた。1990年には生産コスト低減のため、日本の製造業企業としてはいち早く中国に進出し現地法人を設立した（当時は半製品製造が中心）。その後、中国国内での工場の増設を進め、同時に現地での社員教育により技術水準の引き上げを図ったことで、中国国内で完成品を製造することができるようになった。2000年ごろになると中国経済の急速な成長と中国のWTO加盟に伴い、中国国内での販売が自由化されたことで中国国内向けの販売が増加した。中国以外では東南アジアで、2010年にインド、2013年にマレーシア、シンガポール、ベトナムで現地子会社、インドネシアで合併会社、2016年に米国に販売子会社を設立した。

スタンダード市場への選択申請

同社は2023年5月、2023年5月1日施行の株式会社東京証券取引所の規則改正に伴い、スタンダード市場への上場の再選択の機会が得られたことから、取締役会においてスタンダード市場へ選択申請することを決議するとともに、申請を行った。選択理由としては、プライム市場の上場維持基準では流通株式時価総額を充たしていないこと、中期経営計画「VC2024」については大幅な遅れを余儀なくされており、これまでの遅れのリカバリーと新たな成長戦略も含めた計画のブラッシュアップが必要であり、その実行に経営資源を集中すべきであると考えたためである。

将来、事業拡大とともに流通株式時価総額がプライム市場の基準を充足できる規模になれば、再度プライム市場上場を検討する可能性があるとしてSR社は考える。

中期経営計画「バリュークリエーション2024」のブラッシュアップおよび希望退職者の募集、連結子会社の解散

2023年7月、経営環境が厳しさを増す中、中期経営計画「バリュークリエーション2024」の遅れのリカバリーに加えて、今後の新たな成長戦略も含めた計画のブラッシュアップが必要であると考え、中期経営計画「VC2024」のブラッシュアップ（「VC2024 Revival」）および希望退職者の募集、連結子会社の解散（ピンテック社）を発表した。「VC2024 Revival」の最重点施策として「国内事業の再整備」を掲げ、生産拠点・販売拠点の統廃合と、それに伴う希望退職者の募集、ピンテック社の解散を含めた経営合理化を行った。

ミスミグループとの資本業務提携および長期ビジョン

2024年10月、同社および株式会社ミスミグループ本社は資本業務提携契約を締結した。商品の相互供給などの協業によるシナジーを実現することを目指している。また、2025年5月、同社は、創立50周年を迎え、これを機に、次の10年を見据えたパンチグループ長期ビジョン「Vision60」を策定した。10年後の「ありたい姿」として「脱・金型部品依存」を掲げ、事業領域の拡大を図りながら、絶えず変化する社会の多様なニーズに応える企業グループを目指す。

大株主（2025年3月末時点）

大株主の状況	所有株式数（株）	所有株式数の割合（％）
エム・ティ興産株式会社	3,804,900	13.82
株式会社ミスミグループ本社	3,000,000	10.90
CLEARSTREAM BANKING S.A.	2,412,400	8.76
大畑 雅穂	929,700	3.37
森久保 哲司	673,600	2.44
森久保 有司	663,000	2.40
パンチ工業従業員持株会	634,499	2.30
立花証券株式会社	617,100	2.24
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	470,700	1.71
神庭 道子	431,000	1.56
計	13,636,899	49.50

出所：同社データよりSR社作成

筆頭株主のエム・ティ興産株式会社は、創業者である森久保有司氏およびその親族が全株式を保有する資産管理会社である。

コーポレートガバナンス（2024年12月時点）

組織形態・資本構成	
組織形態	監査等委員会設置会社
支配株主	-
取締役関係	
定款上の取締役員数	15名
取締役人数	8名
定款上の取締役任期	1年
取締役会議長	社外取締役
社外取締役人数	4名
社外取締役のうち独立役員に指定されている人数	4名
監査等委員の人数	3名
監査等委員のうち社外取締役の人数	2名
監査等委員のうち独立役員に指名されている人数	2名
その他	
取締役へのインセンティブ付与に関する施策の実施状況	業績連動報酬制度の導入、その他
ストックオプションの付与対象者	-
議決権電子行使プラットフォームへの参加	有
招集通知（要約）の英文での提供	有
取締役報酬の開示状況	個別報酬の開示はしていない
報酬の額またはその算定方法の決定方針の有無	有
買収防衛策の導入の有無	有

出所：会社資料よりSR社作成

SDGs

同社は、サステナビリティ方針を設定している。

サステナビリティ方針：私たちは、世界のものづくりを支えることを通じて、たゆまぬ成長と企業価値の向上を実現し、社員やサプライチェーンに関わる全ての人々の暮らしと地球環境を守る企業を目指します。

2022年7月に、持続可能な社会の実現に向けた取り組みの強化を図るためサステナビリティ委員会を設置した。サステナビリティ委員会は、代表取締役社長執行役員CEOを委員長とし、サステナビリティに関する基本方針の策定を行う。また、マテリアリティ（重点課題）の特定、マテリアリティごとの活動計画や目標設定ならびにその進捗管理、そしてそれらの情報開示に関する事項等の審議および業務指示を行い、定期的に取り締り会へ報告・提案を行う。同委員会配下に、「二酸化炭素削減」「廃棄物削減」「人権尊重」に関する社内の部門横断チームを組成し、それぞれのタスクの進捗管理、各マテリアリティへの取り組みの加速を推進する。

同社のマテリアリティ

地球環境への配慮	全事業活動にて、CO2排出量削減、廃棄物排出量削減などに取り組み、環境に配慮した製品・サービスを提供し、地球環境を大切にする社会づくりに貢献
人権の尊重	パンチグループおよび同社のサプライチェーンに関わる全ての人々の人権を尊重し、公正な社会の実現に寄与
人的資本への取り組み	全社員が互いの多様性を認め合い、心身ともに安全、健康で生き生きと働き、能力を最大限発揮できる企業風土と職場環境をつくり、社員の幸せを追求
「製品・サービス」を通じた社会への貢献	高度な技術力と品質により安心安全な製品・サービス提供を継続し、ブランド価値を高め、顧客に選ばれる企業として世界のものづくりをサポート
コーポレート・ガバナンス	より良いガバナンス体制を構築し、経営の公正性・透明性の確保と、高い資本効率の実現により、企業価値を向上

出所：会社資料よりSR社作成

社会への取り組みとして、職場実習の受入れ、清掃・美化活動、植樹活動、エコキャップ運動、ベルマーク・使用済み切手回収活動などを行う。

トップマネジメント

同社の代表取締役社長執行役員の森久保哲司氏は創業者の名誉会長森久保有司氏の長男である。

経歴

2003年5月	同社入社
2005年2月	盤起工業（大連）有限公司勤務
2012年11月	バリュー・クリエーション推進室長
2013年4月	経営企画室長
2015年12月	PUNCH INDUSTRY MALAYSIA SDN. BHD.勤務
2016年12月	執行役員
2018年6月	取締役 上席執行役員 経営戦略統括
2019年4月	最高戦略責任者 グループ事業統括
2019年6月	代表取締役（現任）副社長執行役員
2019年11月	社長執行役員 最高経営責任者 グループ経営統括（現任）

出所：会社資料よりSR社作成

従業員

	15年3月期	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期
連結 従業員数（人）	3,833	3,836	3,959	4,298	4,282	4,020	4,006	3,979	3,923	3,575
国内	993	1,004	1,024	1,047	1,062	1,062	1,029	1,002	981	668
海外	2,840	2,832	2,935	3,251	3,220	2,958	2,977	2,977	2,942	2,907
単体 従業員数（人）	917	927	945	968	982	985	954	927	897	655

出所：会社資料よりSR社作成

人員構成では、全体の70%程度（2,800名程度）が製造部門に属し、残りは販売・管理部門に属する。海外従業員が約3千名と全体の80%程度を占める。新卒採用は国内で多くて20名程度と抑制傾向である。中途採用は退職者の穴埋めで行う。新卒採用では、人手不足から採用は難しくなっていると同社は述べている（特に地方の工業高校生生徒数の減少）。

2025年3月、同社は経済産業省および日本健康会議が共同で認定を行う「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」に初めて認定された。

人的資本経営に関する取り組みとして、同社は、DE&I（ダイバーシティ（多様性）・エクイティ（公平／公正性）・インクルージョン（包摂性））推進（多様な従業員が強みを発揮でき、働きがいのある組織を目指す）、ウェルビーイング（従業員が安心・安全・健康に働くことのできる環境の提供）、人財開発（自ら考え自発的に行動し、成果に繋げられる人財の育成）を推進している。

株主還元方針

配当

	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	25年3月期
配当	12.5	13.0	16.8	16.8	2.0	2.0	13.0	19.5	19.4	19.6
配当性向	22.1%	20.8%	20.5%	38.1%	-1.2%	9.1%	13.9%	32.2%	-	58.1%

出所：会社資料よりSR社作成

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定かつ継続的に、連結業績ならびに財政状態、利益水準、配当性向などを総合的に判断して、配当を行っていくことを基本方針としている。

2023年1月、同社は資本政策の基本方針および株主還元方針の見直しを実施し、連結配当性向30%以上、かつ株主資本配当率（DOE）3%以上を新たに設定した。背景としては、2022年3月期までは単体の利益剰余金が少なかったが、2023年3月期にグループ会社からの配当を増額し、利益剰余金に余力が生まれてきたことから還元強化に踏み切ったとのことである。近年財務体質が改善傾向にあり、自己資本比率が上昇傾向にあることから、目標とする自己資本比率60%を超えた場合は、さらなる株主還元や資本効率性の観点から還元強化や自社株買いを検討する可能性があると同社は述べている。2024年5月、同社は株主資本配当率（DOE）計算方法の修正を行った。従来は、株主資本の期首期末の平均値を分母としていたが、2025年3月期からは株主資本の改善効果を迅速に配当へ反映させるため、期末株主資本のみを分母とする方法に変更した。

ROE・ROIC

	16年3月期	17年3月期	18年3月期	19年3月期	20年3月期	21年3月期	22年3月期	23年3月期	24年3月期	25年3月期
自己資本純利益率（ROE）	8.9%	9.8%	11.8%	6.0%	-25.5%	4.0%	14.2%	7.9%	-3.1%	4.3%
当期純利益率	3.4%	3.8%	4.4%	2.3%	-	1.5%	5.2%	3.2%	-	2.1%
財務レバレッジ	2.0	2.0	2.0	2.0	2.1	2.1	1.9	1.7	1.6	1.5
総資産回転率	1.3	1.3	1.3	1.3	1.2	1.3	1.5	1.4	1.3	1.3

出所：会社資料よりSR社作成

ROEは当期純利益率の変動に伴い増減する傾向があり安定していない。財務レバレッジ、総資産回転率は比較的安定している。ROEは10%以上を目標としている。

ROIC経営・資本コストや株価を意識した経営

同社は現中期経営計画からROIC経営を導入し、資本コストを上回るROIC10%以上を目標に企業価値向上を目指すとしている（EVAスプレッドは3～4%以上が目標）。ROICツリーでは、税引き後営業利益の向上策として、売上高拡大（受注強化、新規顧客開拓、海外売り上げ拡大）とコスト低減（グローバル調達、生産効率向上、失敗コスト低減、業務効率改善）を目標に掲げている。運転資本回転率の向上では、キャッシュコンバージョンサイクル改善として、売上債権の早期回収、棚卸資産の圧縮、適切な支払期日設定を目標に掲げている。固定資産回転率の向上では、有形固定資産回転率向上（投資前のチェック、投資後のモニタリング）、無形固定資産回転率の向上（IT推進による業務改革）を目標に掲げている。ROIC経営に関しては、資産回転率の向上や固定資産投資のチェックなどを先行して実施している。

同社は株主資本コストを8～10%と想定しており、2025年3月期におけるROEは5.4%と株主資本コストを下回った。また、WACCは6～8%と想定しており、同ROICは6.0%とWACCを下回った（株主資本コストおよびWACCは、CAPMに基づき同社が自社で算定した後、外部専門家による助言により確定している）。直近の株価純資産倍率は0.6倍前後と1倍割れが続いており、資本収益性と株式市場での評価の両面で改善が必要な状況と同社は自己評価している。営業利益・資産回転率向上によるROE・ROICの改善と、株式市場に対する成長期待の浸透が課題と同社は述べている。

PBRロジックツリー

企業価値向上 PBR1倍以上	ROE向上	ROIC経営	・原価低減・収益構造改革による稼ぐ力の強化 ・投資効果のモニタリング強化
		財務レバレッジ適正化	・配当性向・DOEに基づく安定・継続配当 ・成長投資残余における更なる自己株式取得
	PER向上	成長期待の醸成	・長期ビジョン・中計による成長ストーリー提示 ・M&Aなどの具体的施策の確度向上
		IR／SR強化	・取締役会の実効性向上等のガバナンス強化 ・2025年度中にIRサイト全面リニューアル

出所：2025年5月23日公表の同社資料「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応に関するお知らせ」よりSR社作成

キャピタルアロケーションの考え方

同社では、キャピタルアロケーションについて、バランスシートやキャッシュフロー配分の最適化により資本収益性・企業価値の向上を図るものと位置付けている。

同社のキャピタルアロケーション基本方針は下記である。

- 基本方針：適正な「キャピタルアロケーション」を通じて中長期的な企業価値の最大化を図る
- 1. 企業価値向上に資する設備投資、M&A投資、研究開発投資、人的資本投資、サステナビリティ投資への資金充当を最優先とする
- 2. 「株主還元方針」に則り、安定的・継続的な配当を実施する。必要投資・利益分配後に残った余剰資金については、機動的に自己株式の取得などを通じて株主へ還元する
- 3. 1および2の原資として、事業価値増大により、継続的な営業キャッシュフロー創出を図るほか、必要に応じて、有利子負債などの活用により資金調達を行う
- 4. 資金調達・株主還元にあたっては、適正な手許流動性を確保するとともに、最適資本構成と財務の健全性の維持を図る

キャピタルアロケーションのイメージとしては、キャッシュインとしては営業キャッシュフローおよび有利子負債の活用を想定し、キャッシュアウトとしては、基本方針1に則り、各成長投資（設備投資、M&A投資、研究開発投資、人的資本投資、サステナビリティ投資）と基本方針2に則り、株主還元（配当・自己株式取得）を同社は想定する。

なお、2025年3月期時点で、具体的にイメージしている成長投資として、設備投資は原価低減のための自動化・省力化、特注品特化へ向けた加工精度向上のための投資を想定している。研究開発投資は金属一体化技術「P-Bas®」、航空宇宙分野への取り組み強化などへの投資を想定している。M&A投資はFA事業拡大、その他の新事業拡大への投資を想定している。人的資本投資は、人財開発、職場環境整備、健康経営などへの投資を想定している。

- ▶ 2027年3月期以降の中期経営計画公表の際には、具体的な数値を示して、中計期間のキャピタルアロケーションの計画を提示し、その後、計画に対する実績の進捗を報告すると同社は述べている。

その他

社名・ロゴ



出所：会社HP

パンチ工業という社名は、創業の製品であるプリント基板用穴あけパンチの「パンチ」と、活力にあふれた「パンチ」の効いた会社という意味が込められている。ゲンコツマークは、「商品である金型用パンチ／ピンと企業としての勢い」を表現しており、斜線は、「稲妻のごとく業界に新風を送らんとする」意気込みを表現している（会社HPより抜粋）。そのほかにも、「チャレンジ」「創意工夫」「自由闊達」をキーワードとした「パンチスピリット～創業者精神への回帰～」という言葉を企業アイデンティティとしている。

パーパス

2024年8月、同社はパーパス「ものづくりによる信頼、真摯な技術、自由な創造力で、次世代の豊かな未来をカタチづくる」を策定した。今後はこのパーパスに基づき、中期経営計画の策定や会社の方針決定を行うと同社は述べている。

なお、パーパス策定に向けて、2024年1月、社内プロジェクトを立ち上げ、さまざまな職種や勤務地から集まった若手・中堅社員約20名がプロジェクトメンバーとなり、社内の意見や社会から求められることを集約しながら、当該パーパスを策定した。「同社らしさ」を表現するために、策定までの過程決定や社員へのインタビュー実施、言語化に至るまでをすべて社員だけで行うことにこだわり、同社グループの存在価値を社員自らが考え抜いた結果、多くの社員が共感するパーパスが完成したと同社は述べている。

ニュース&トピックス

月面探査車「YAOKI」が月面に到達したことに関して発表

2025年3月10日

パンチ工業株式会社は、日本の民間企業で初めて、月面探査車「YAOKI」が月面に到達したことおよび月面の撮影に成功したことに関して発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

同社が参画する、株式会社ダイモンの月面探査計画「Project YAOKI 1 (PY-1)」において、月面探査車「YAOKI」が搭載された Intuitive Machines社の月着陸船が日本時間3月7日未明に月面軟着陸に成功した。さらにその数時間後には、YAOKIが撮影した月面写真データの受信にも成功した。これにより、YAOKIは日本の民間企業として初めて月面に到達し稼働した月面探査車となった。

今回のYAOKIの初月面ミッションに際し、同社では、3Dスキャナによる3D形状測定技術を活用し、YAOKI本体とデプロイヤー (YAOKI輸送用のケース) の最適な隙間 (クリアランス) 設定のサポートを行う他、打ち上げに際して YAOKIが求められる品質保証要件を満たすことで、打ち上げの土台作りに貢献した。

同社では、2016年からR&D強化を目的として「航空宇宙産業関連への進出」への取組みを重点経営課題の一つに掲げており、航空宇宙関連の部品加工を中心に実績を伸ばしている。また、過去にはJAXA (国立研究開発法人 宇宙航空研究開発機構) と共同研究契約を締結し、ロケットエンジン部品などの複雑形状部品について共同研究を行うなど、行政や民間企業とも幅広く連携している。今後さらなる発展が見込まれる航空宇宙産業への取組みを通じて、得られた技術を地球上での既存事業や新規事業に活用することで、より社会から必要とされる企業となることを目指すと同社は述べている。

月面探査車YAOKIを載せた月着陸船が、月に着陸予定であることに関して発表

2025年3月6日

パンチ工業株式会社は、同社が参画する、株式会社ダイモンの月面探査計画「Project YAOKI 1 (PY-1)」において、月面探査車YAOKIを搭載した月着陸船の月への着陸時間が判明したと発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

日本時間3月7日 (金) 午前2時32分ごろ、アメリカの民間企業 Intuitive Machines社の「Nova-C」クラスの着陸機は月に着陸する予定である。YAOKIはその後、3月12日深夜帯に月面に放出され、民間企業が単独で開発した探査車による世界初の月面走行に挑む。

月面探査車YAOKIの初打ち上げに成功したことに関して発表

2025年2月28日

パンチ工業株式会社は、同社が参画する、株式会社ダイモンの月面探査計画「Project YAOKI 1 (PY-1)」について、日本時間2025年2月27日午前9時16分、月面探査車YAOKIを搭載した打ち上げに成功したことを発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

YAOKIは、2025年3月中旬に月面に放出され、民間企業が単独で開発した探査車による世界初の月面走行に挑む。YAOKIは、Intuitive Machines社の「Nova-C」クラスの着陸機「Athena」の外側に取り付けられ、SpaceX社のロケット「Falcon 9」によって、フロリダ州ケープカナベラルのNASAケネディ宇宙センターから打ち上げられた。打ち上げから約8日後に月の南極点「モンス・ムートン」に着陸し、その約5日後に月面を走行して月面の接写撮影やデータ取得を行い、それらを地球へ送信するミッションを果たす予定である。

今回のYAOKIの初月面ミッションに際し、同社では、3Dスキャナによる3D形状測定技術を活用し、YAOKI本体のフライトモデルおよびデプロイヤー (YAOKI 輸送用のケース) の最適な隙間 (クリアランス) 設定のサポートを行うほか、打ち上げに際してYAOKIが求められる品質保証要件を満たすことで、打ち上げの土台作りに貢献した。

同社は、月面探査車への3D測定サービスの提供を契機に、金型部品、FA部品・機器の製造で培った技術力を活かし、金属部品加工や金属一体化技術「P-Bas」による新素材開発で、航空宇宙産業の貢献を目指す。

月面探査車YAOKIの月着陸船への搭載完了に関して発表

2025年2月25日

パンチ工業株式会社は、同社が参画する、株式会社ダイモンの月面探査計画「Project YAOKI 1 (PY-1)」の打ち上げが、2025年2月27日以降に予定されていることに関して発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

本ミッションは、民間企業として世界初の月面探査実現を目指している。YAOKIは、Intuitive Machines社の着陸船「Nova-C」に搭載され、SpaceX社のロケット「Falcon 9」によって、フロリダ州ケープカナベラルのNASAケネディ宇宙センターから月に向けて打ち上げられる。月の南極付近を着陸地の目標としている。

YAOKIの設計開発に際し、同社では、3Dスキャナによる3D形状測定技術を活用し、YAOKI本体のフライトモデルおよびデプロイヤー (YAOKI 輸送用のケース) の最適な隙間 (クリアランス) 設定に貢献した。

同社は、月面探査車への3D測定サービスの提供を契機に、金型部品、FA部品・機器の製造で培った技術力を活かし、金属部品加工や金属一体化技術「P-Bas」による新素材開発で、ダイモンとともにProject YAOKIを成功に導く手伝いをするほか、航空宇宙産業の貢献を目指す。

3D測定技術を活用した月面探査車YAOKIが月着陸船との最終統合に成功したことに発表

2025年1月28日

パンチ工業株式会社は、同社が参画する、株式会社ダイモンの月面探査計画「Project YAOKI 1 (PY-1)」が、米国テキサス州に拠点を置くIntuitive Machines社の施設にて、月面探査車「YAOKI」の最終統合に成功したことに発表された。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

当該ミッションは、民間企業として世界初の月面探査実現を目指しており、打ち上げは早くとも2025年2月下旬を予定している。YAOKIは、Intuitive Machines社の着陸船「Nova-C」に搭載され、SpaceX社のロケット「Falcon 9」によって、フロリダ州ケープカナベラルにあるNASAのケネディ宇宙センターから月に向けて打ち上げられ、月の南極付近を着陸地の目標としている。

YAOKIの設計開発に際し、同社では、3Dスキャナによる3D形状測定技術を活用し、YAOKI本体のフライトモデルおよびデプロイヤー (YAOKI 輸送用のケース) の最適な隙間 (クリアランス) 設定に貢献した。同社は、月面探査車への3D測定サービスの提供を契機に、金型部品、FA部品・機器の製造で培った技術力を活かし、金属部品加工や金属一体化技術「P-Bas」による新素材開発で、ダイモン社とともにProject YAOKIを成功に導く手伝いをするほか、航空宇宙産業への貢献を目指している。

通期連結業績予想および期末配当予想の修正に関して発表

2024年11月12日

パンチ工業株式会社は、通期連結業績予想および期末配当予想の修正に関して発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#)と[こちら](#))

2025年3月期通期連結業績予想数値の修正

- 売上高：40,800百万円 (前回公表予想：38,500百万円)
- 営業利益：1,600百万円 (同：2,150百万円)
- 経常利益：1,500百万円 (同：2,100百万円)
- 親会社株主に帰属する当期純利益：800百万円 (同：1,200百万円)

中間連結会計期間の業績については、世界的な物価高に円安の影響も加わり、景気の改善が停滞している状況を受け、原材料・資源価格の高騰や部品不足など、協力工場からの仕入品の更なる価格上昇やエネルギーコストの高止まりなどが継続し、日本、東南アジア地域においては前年同期を下回る実績となった。一方、中国においては自動車関連の不振、景況悪化などによる低迷からの回復の兆しがみられた。

通期の業績予想については、日本事業では当第3四半期以降、経営合理化による業績改善効果が本格化することを織り込んでいたが、経営合理化後に早期希望退職対象外の退職者が想定外にでた影響により、受注拡大のための体制整備に遅れが発生し、足下では人財採用・人財育成は進んでいるものの、十分な体制整備には相応の時間を要する状況となっている。

中国事業では前年度から景況感は回復傾向にあり、現地通貨ベースでも前年同期を上回り、かつ邦貨換算時の為替影響が売上高の上方修正の主因となっている一方、利益面では、高付加価値製品の拡販などにより利益改善が進んでいる製品はあるものの、価格競争の影響を受けている製品も多数あり、原価率の上昇が見込まれる状況となっている。日本・中国ともに厳しい状況が続いていることから、売上高は上方修正となった一方で、営業利益以下は下方修正となった。

期末配当予想の修正

- 1株当たり期末配当金：9.68円（前回予想：9.81円）

同社では、配当について、指標として「連結配当性向30%以上、かつ株主資本配当率（DOE）3%以上」を設定している。期末配当予想については、上記通期連結業績予想の修正により、1株当たり期末配当金を9.68円（前年同期比0.28円増）に修正し、年間配当金は1株当たり19.48円（前期比0.08円増）を見込む。

資本業務提携、第三者割当による新株式の発行および主要株主の異動に関して発表

2024年10月7日

パンチ工業株式会社は、資本業務提携、第三者割当による新株式の発行および主要株主の異動に関して発表した。

（リリース文へのリンクは[こちら](#)）

同社は、2024年10月7日開催の取締役会において、同社グループおよび株式会社ミスミグループ本社（東証PRM 9962、割当予定先）の間での資本業務提携契約を締結することならびに割当予定先に対する第三者割当による新株式の発行を決議し、当該提携契約を締結した。

提携の目的および理由

ミスミグループは、顧客であるインダストリアル・オートメーション産業の自動化、省力化に向けて、「確実短納期」と「顧客の工数削減」による「時間価値」の創出を提供している。メーカー事業では、自動化装置や自動化設備用部品、金型用部品、自動化関連間接材を開発・製造・販売し、流通事業では、他社商品も含めた自動化関連間接材から消耗品まで幅広い商品群を取り扱っている。これらを併せ持つユニークな業態を活かし、カタログやECサイトに加えオンライン部品調達サービス「meviy」など、多様なチャネルおよび先進的なデジタル技術をもって、事業領域の拡大とグローバル展開を加速させている。

同社とミスミグループは、2023年5月以来、両社の役員による情報交換の中から、提携の必要性を互いに認識するに至り、トップ会談を含む役員による会合を十数回、両社の担当レベルでの協議を数十回実施し、両社による提携の可能性やリスク、効果を最大化するための戦略について検討を重ねてきた。

今般、同社グループとミスミグループは対等なパートナーとして、継続的に共存共栄を図り、もって産業界全体の繁栄、さらには社会への貢献を目指し、当該提携契約を締結する。今後、両社グループは、同社グループの保有する高度な精密加工技術と顧客ニーズへのきめ細かい対応力、ミスミグループの持つ先進的なデジタル技術とグローバル確実短納期の供給力といった強みを最大限活かし、自動化装置やその周辺部品、金型用部品に限らず、標準品から特注品までの幅広い金属加工分野全般において、それぞれの得意分野の商品の相互供給や物流インフラの有効活用などを通じて相互に補完・強化しながら、共に成長・発展する。

資本提携の内容

同社は、当該第三者割当により、割当予定先に対して、同社普通株式3,000,000株（当該第三者割当後の所有議決権比率10.93%）を割り当てる。また、ミスミグループは同社株式を継続して保有する方針であり、今回の発行数量およびこれによる株式の希薄化の規模ならびに流通市場への影響はかかる目的達成のうえで、合理的であると同社は判断した。なお、同社は、当該提携契約に基づき、ミスミグループを割当先として、当該新株式の発行を行うとともに、当該第三者割当による払込金額の総額相当額のミスミグループ株式を、東京証券取引所プライム市場において2024年10月24日から2024年12月27日までの間に買い付ける予定である。

業務提携の内容

同社グループとミスミグループは当該提携契約を通じて相乗効果を生み、両社の業績向上に寄与するよう、互いに協力する。まずは国内において商品の相互供給などの協業によりシナジーの早期実現を目指す。また、今後は成長が期待される海外市場において、両社のネットワークを活用し、共同で市場開拓を進めることで、新たなビジネスチャンスを創出する。

なお、調達資金の具体的な使途としては、主に特注品領域の加工工程改善のための設備投資（2025年4月から2028年3月まで）に充当する予定である。

企業概要

企業正式名称

パンチ工業株式会社

代表電話番号

81-3-3474-8007

設立年月日

1975年3月29日

本社所在地

東京都品川区南大井六丁目 2 2 番 7 号

上場市場

東証スタンダード

上場年月日

2012年12月20日

決算月

3月

株式会社シェアードリサーチについて

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

連絡先

企業正式名称

株式会社シェアードリサーチ／Shared Research Inc.

TEL

+81 (0)3 5834-8787

住所

東京都千代田区神田猿樂町2丁目6-10

Email

info@sharedresearch.jp

HP

<https://sharedresearch.jp>

ディスクレーマー

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご注意ください。

金融商品取引法に基づく表示：本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。