

# 2016年3月期 決算説明会資料

2016年5月20日



**パンチ工業株式会社**

(証券コード: 6165 東証第一部)

## 本日の内容

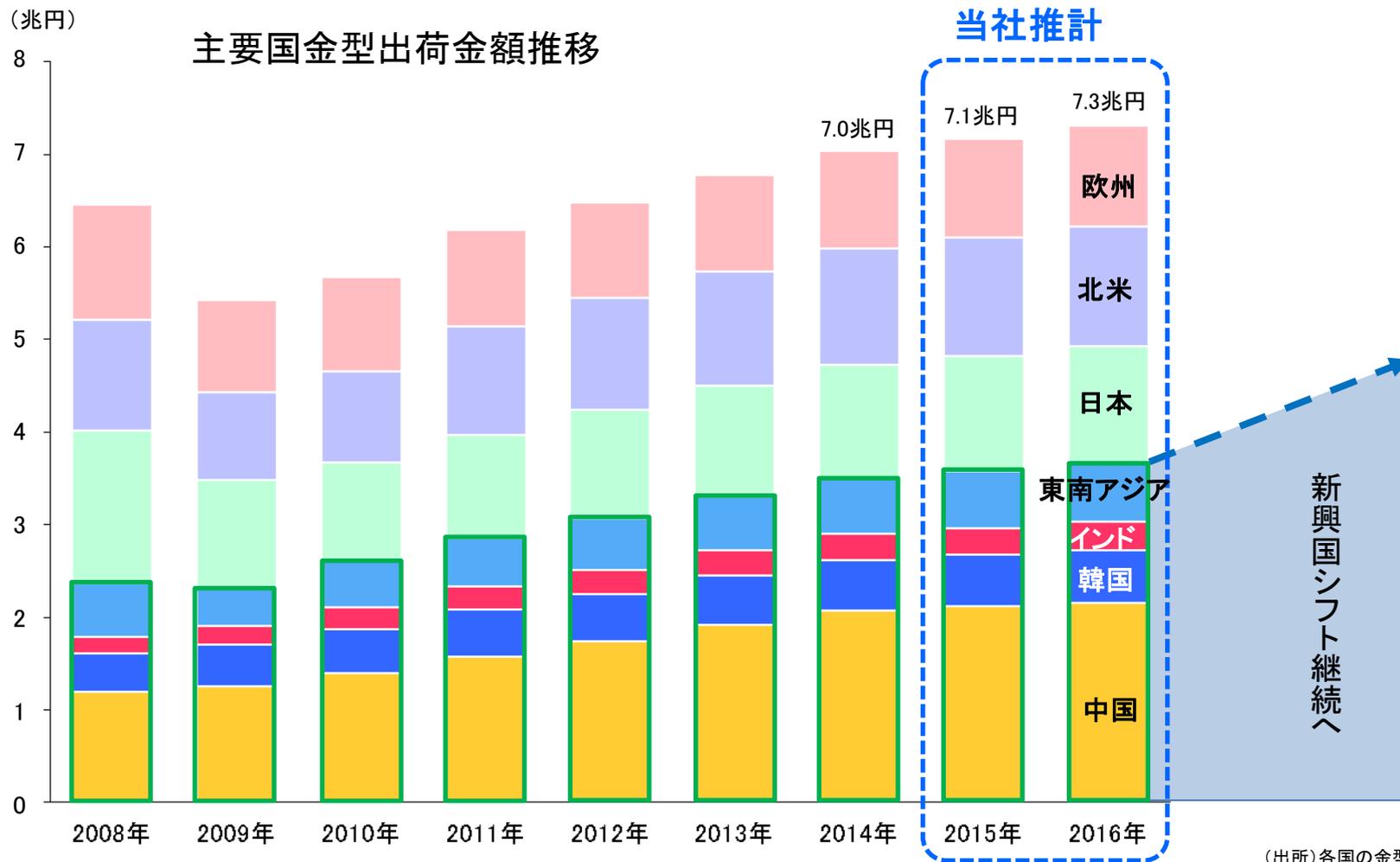
---

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

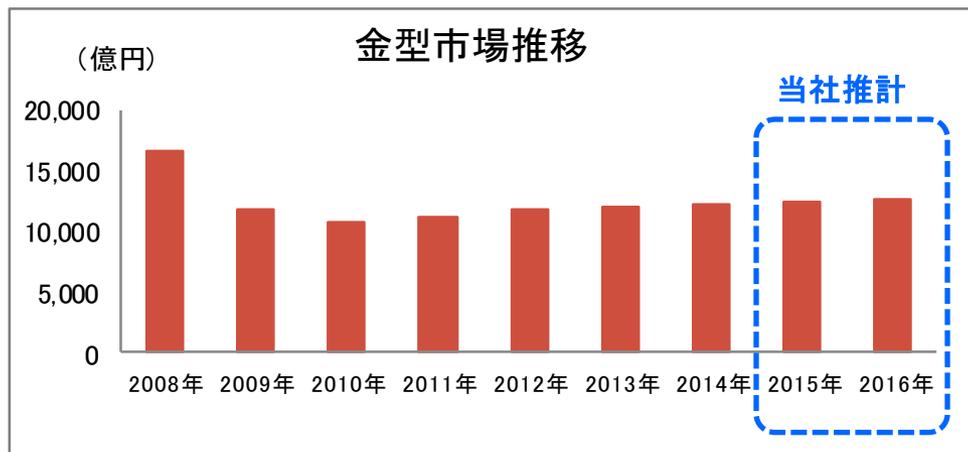
# 1. 經營環境

# 金型市場の予想(金額)

リーマンショック直後をボトムに着実に回復。緩やかながらも成長基調。



# 国内市場



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

## 顧客業界 動向

### 自動車

2015年の国内自動車生産台数は2年ぶりに前年実績を下回った。

### 電子部品

スマートフォンは引き続き高機能化・多機能化への強いニーズ。

### その他

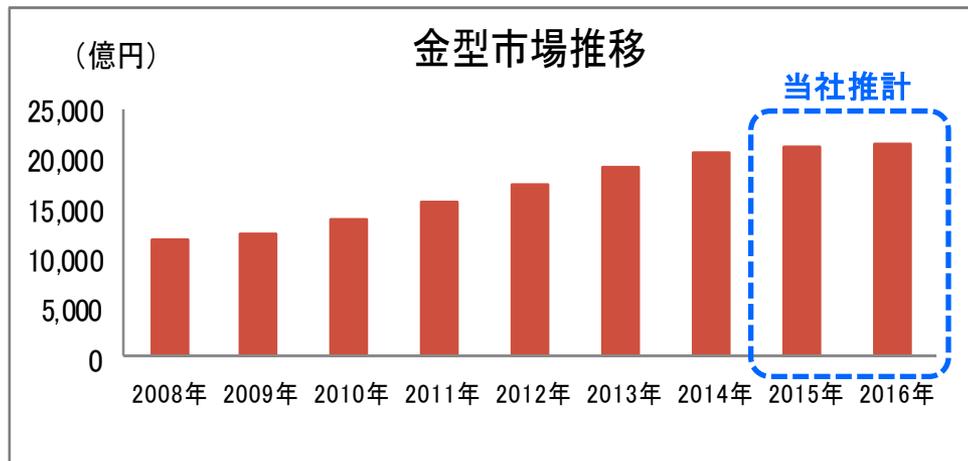
訪日外国人(インバウンド)消費の影響等もあり、家電が堅調。

## 課題

食品・飲料関連等の新分野への積極的な取り組み。



# 中国市場



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

## 顧客業界 動向

### 自動車

2015年の生産台数は2,459万台、2016年は2,604万台となる見込み。

### 電子部品

2015年は世界スマートフォン出荷台数のうち、中国メーカーが4割に上り、加えて高機能化が進む。

### その他

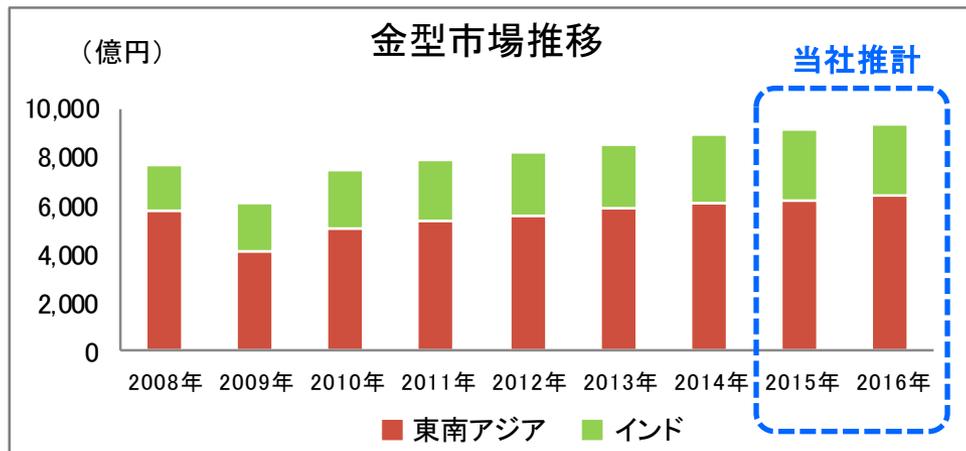
家電・精密機器が堅調に推移。

## 課題

戦略製品や医療関連等の高付加価値製品への取組みと航空宇宙関連の開拓。



# 東南アジア・インド市場



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

【インド】2015年の国内総生産(GDP)世界順位が7位に上昇。

## 顧客業界 動向

### 自動車

生産台数は、フィリピン、マレーシア、タイでは増加したものの、インドネシアは経済成長の鈍化等の影響により減少。

### 電子部品

低価格帯スマートフォンの需要が旺盛。

### その他

家電が好調。

## 課題

事業拡大と成長市場でのポジションの確立。



## 2. 2016年3月期 決算概況

# 2016年3月期 決算ハイライト

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

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



# 損益計算書サマリー

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

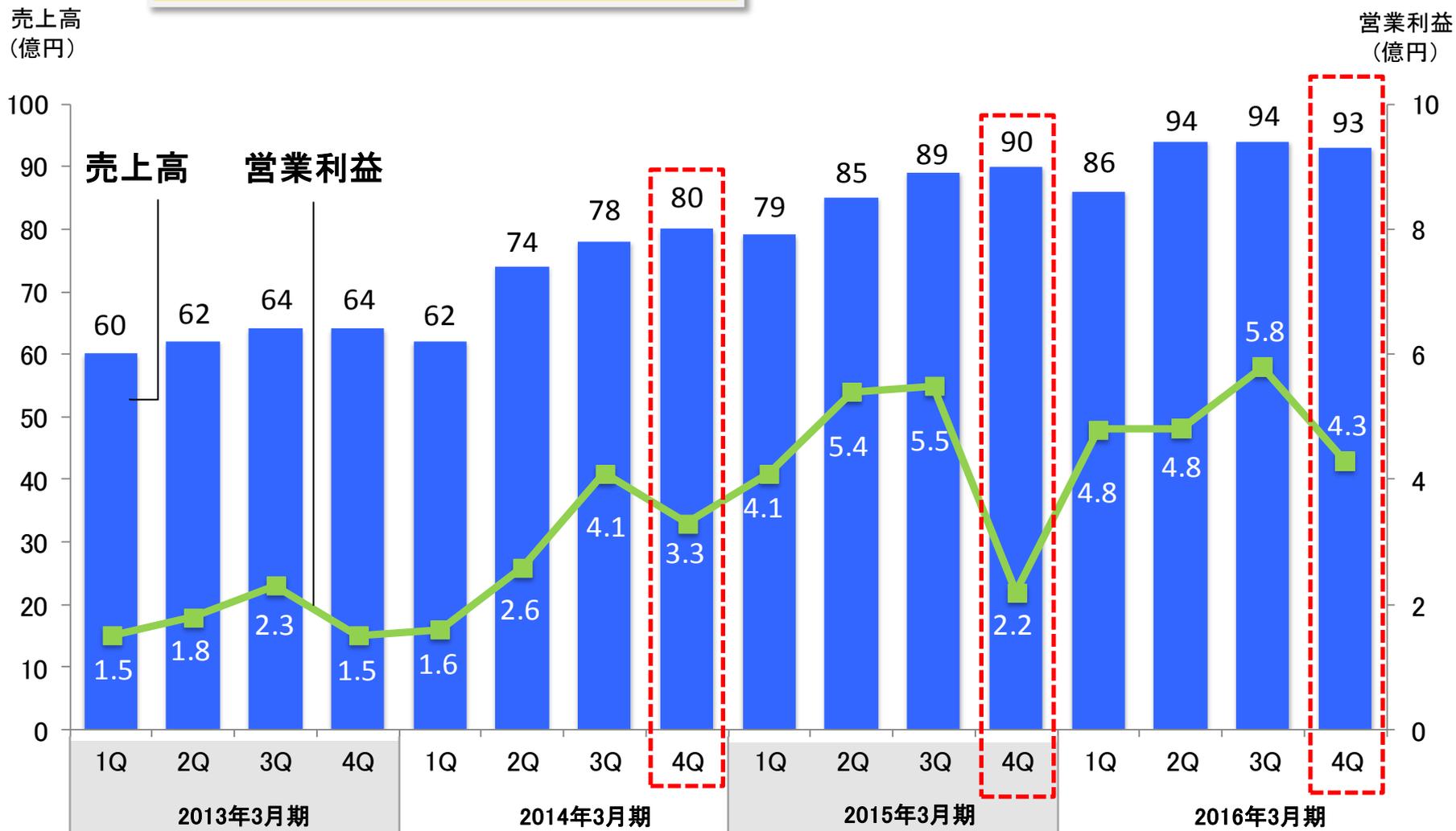
(単位:百万円)

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



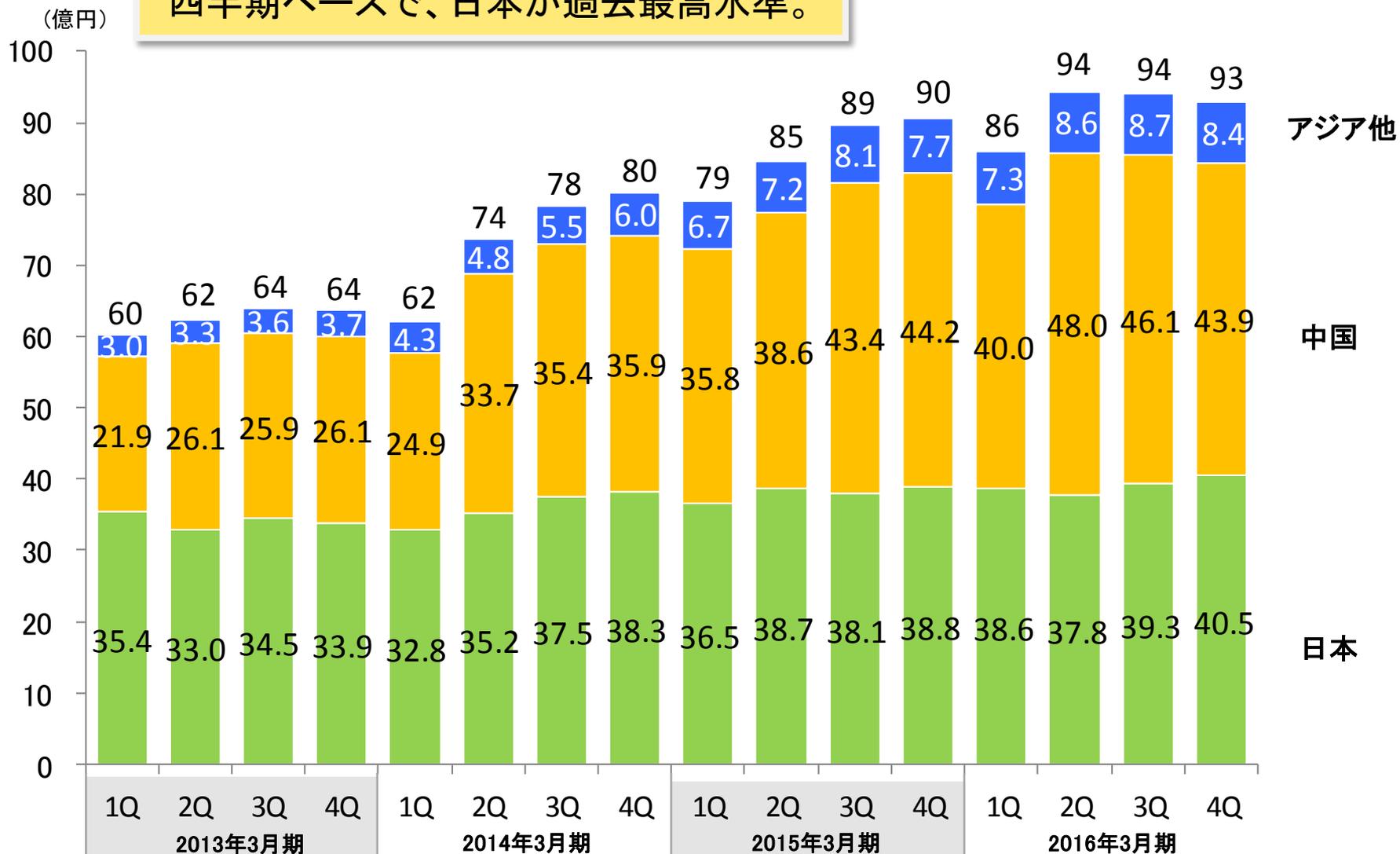
# 売上高と営業利益の推移

売上高は最高水準を維持。



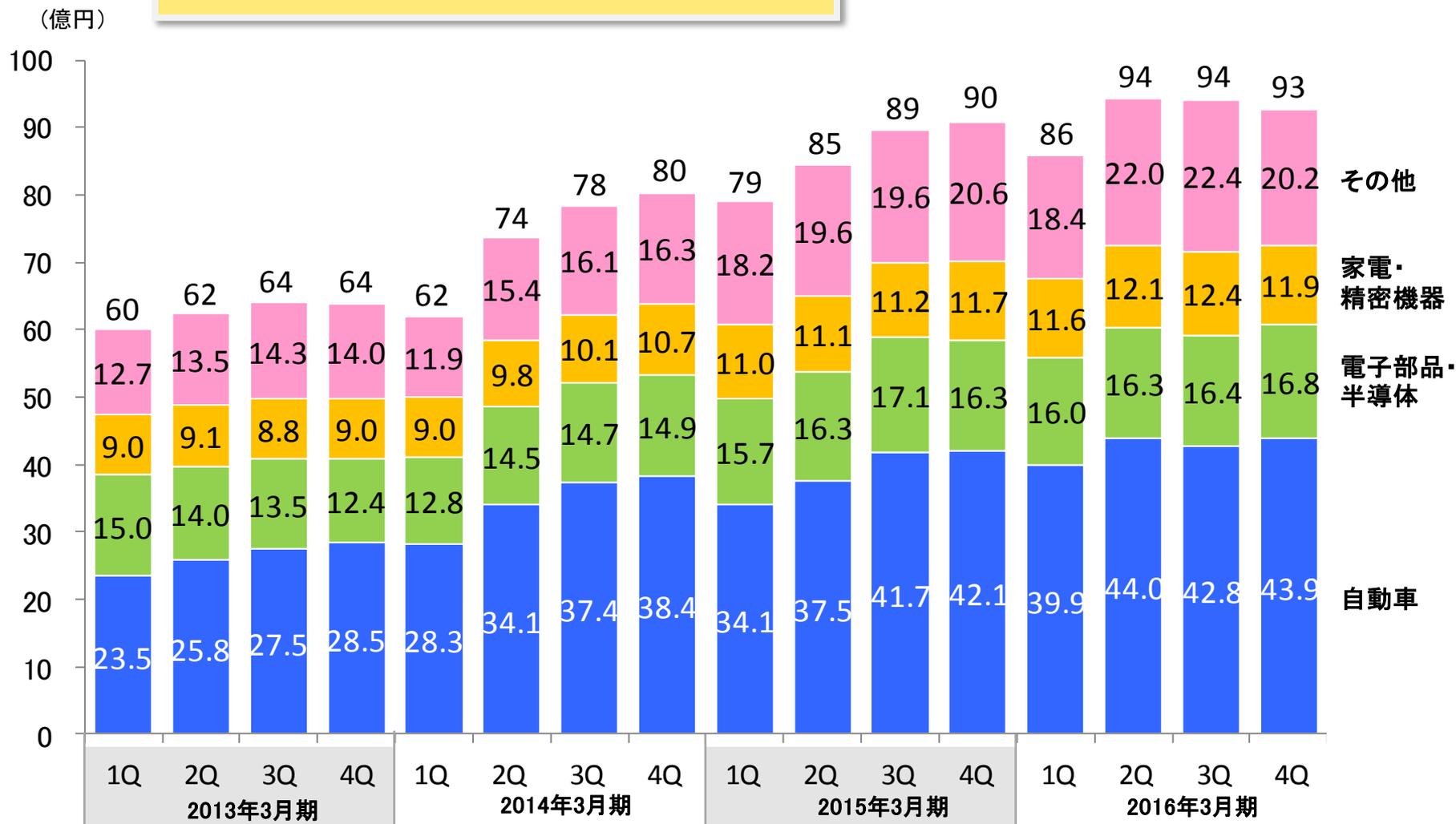
# 地域別売上高

四半期ベースで、日本が過去最高水準。



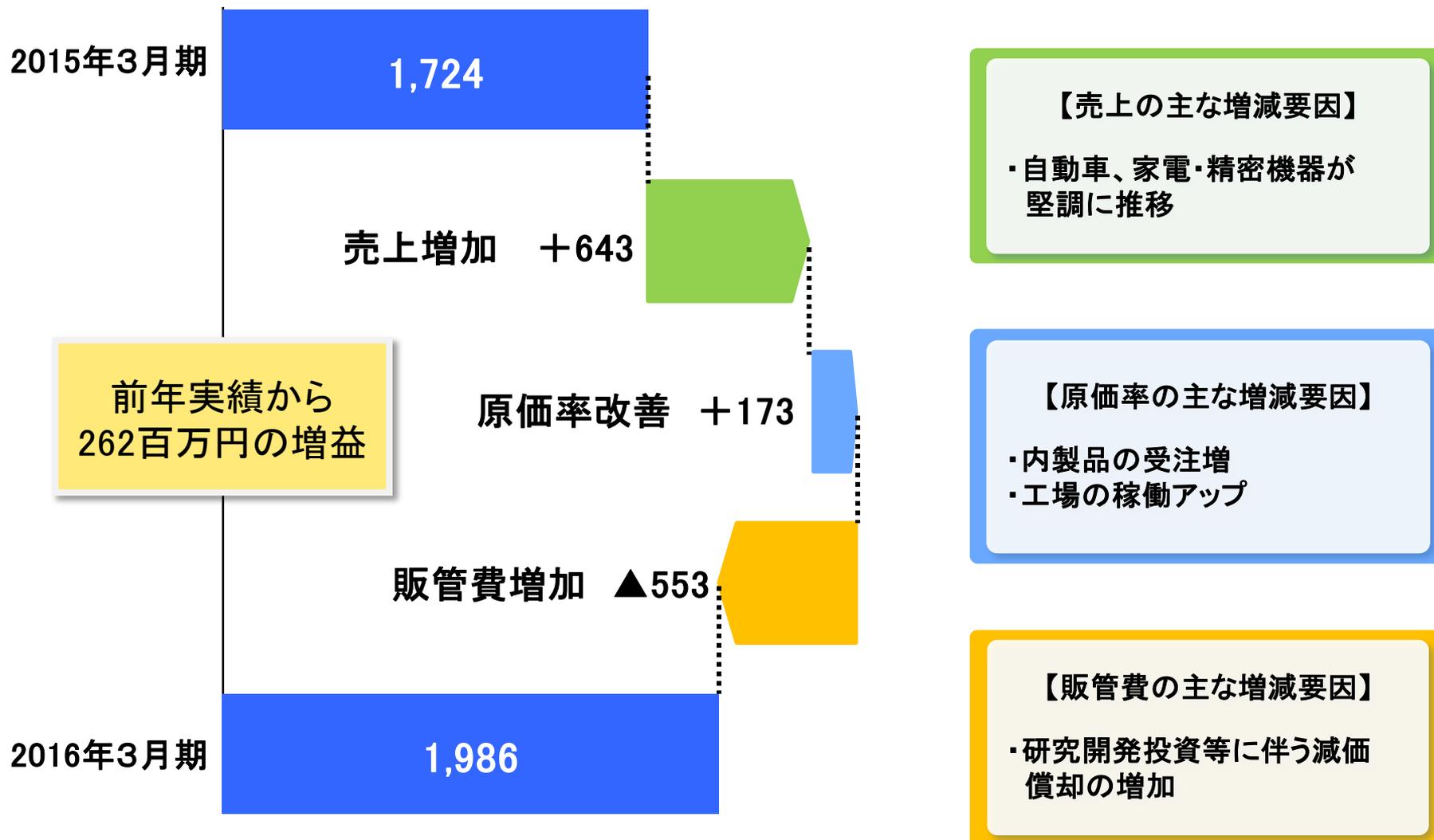
# 業種別売上高

自動車、家電・精密機器が堅調に推移。



# 営業利益増減

(単位:百万円)



# 貸借対照表サマリー

(単位:百万円)

|         | 2015年3月期末 | 2016年3月期末 | 比較増減   |
|---------|-----------|-----------|--------|
| 総資産     | 29,623    | 27,337    | ▲2,286 |
| 総負債     | 15,418    | 13,338    | ▲2,080 |
| うち有利子負債 | 7,155     | 5,429     | ▲1,726 |
| 純資産     | 14,205    | 13,999    | ▲205   |
| ネット資金   | ▲3,853    | ▲2,108    | 1,744  |

|              |       |       |        |
|--------------|-------|-------|--------|
| 自己資本比率       | 47.9% | 51.2% | 3.3pt  |
| 自己資本利益率(ROE) | 10.1% | 8.9%  | ▲1.2pt |

|                 |       |       |     |
|-----------------|-------|-------|-----|
| 設備投資額(無形固定資産含む) | 1,296 | 1,292 | ▲4  |
| 減価償却費(無形固定資産含む) | 1,316 | 1,432 | 116 |



# キャッシュ・フローサマリー

(単位:百万円)

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



# 3. 2017年3月期 業績予想

# 2017年3月期 業績予想概況

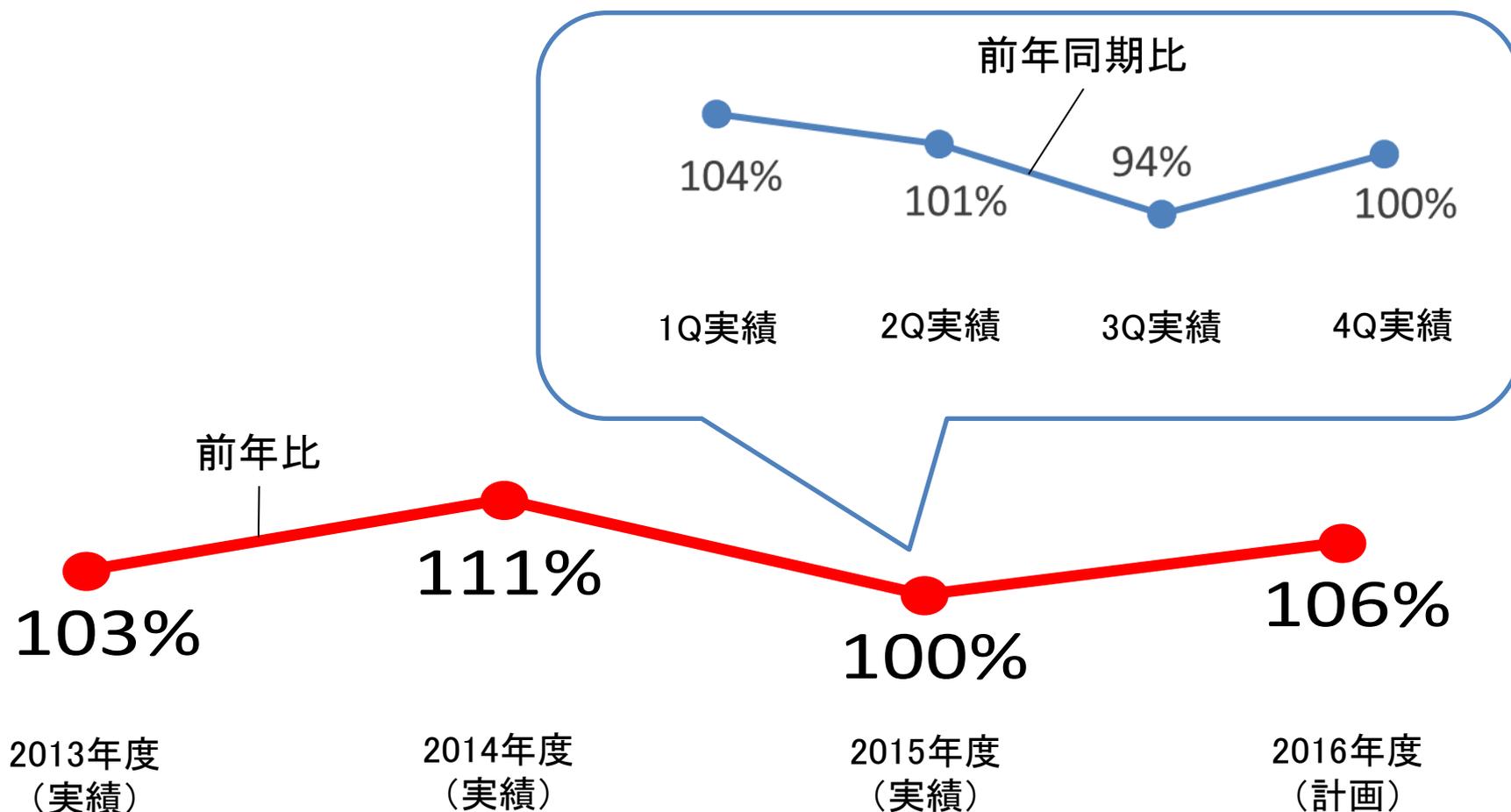
新・中期経営計画のスタート年度として、高収益の実現に向け、体質強化や構造改革を推進するための先行投資はあるものの増収増益を維持。

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



# 中国グループ(現地通貨)の売上状況

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



# 2017年3月期 業績及び配当の予想

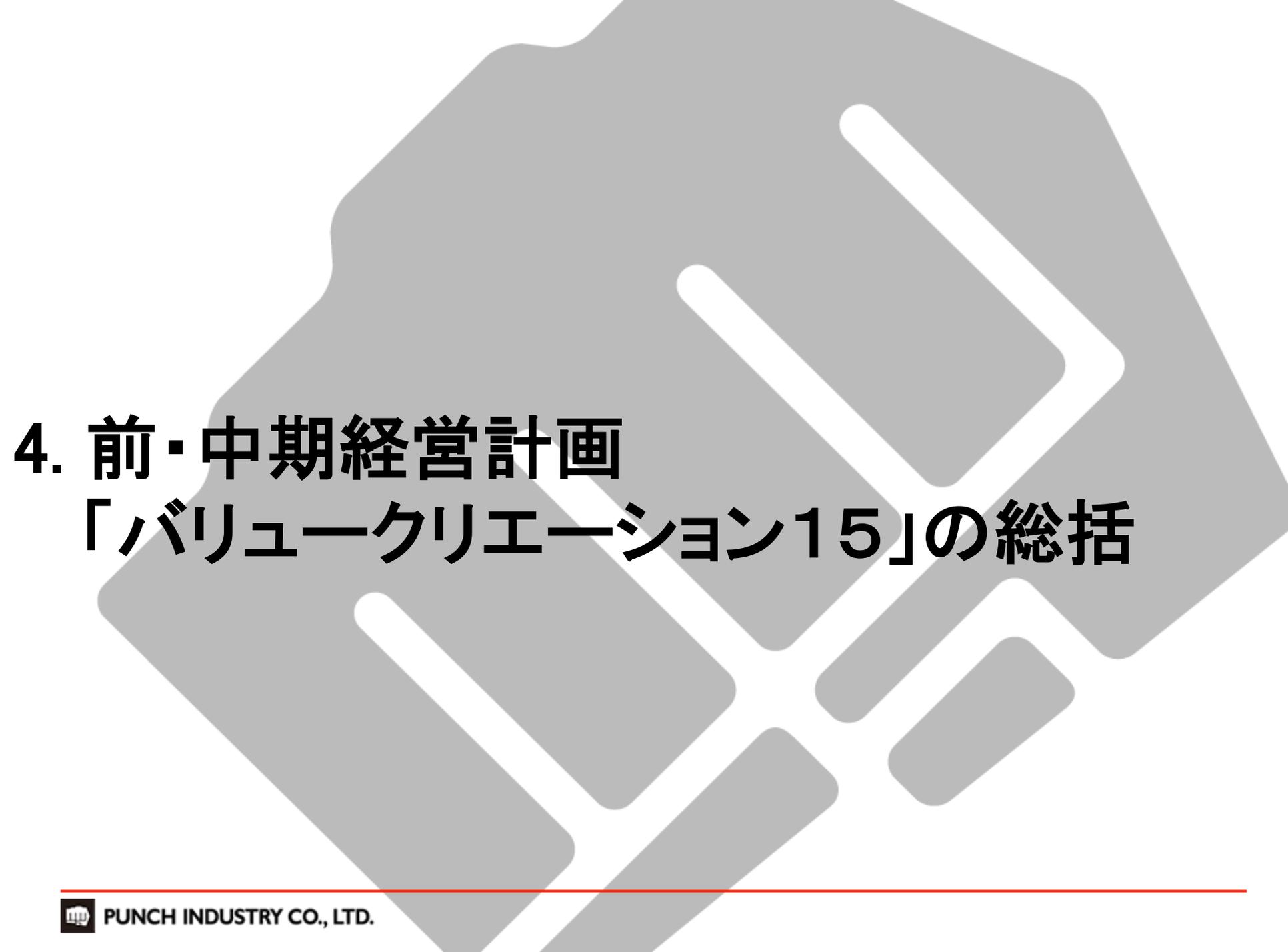
(単位:百万円)

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

2017年3月期  
配当予想

中間 13円 + 期末 13円 = 26円

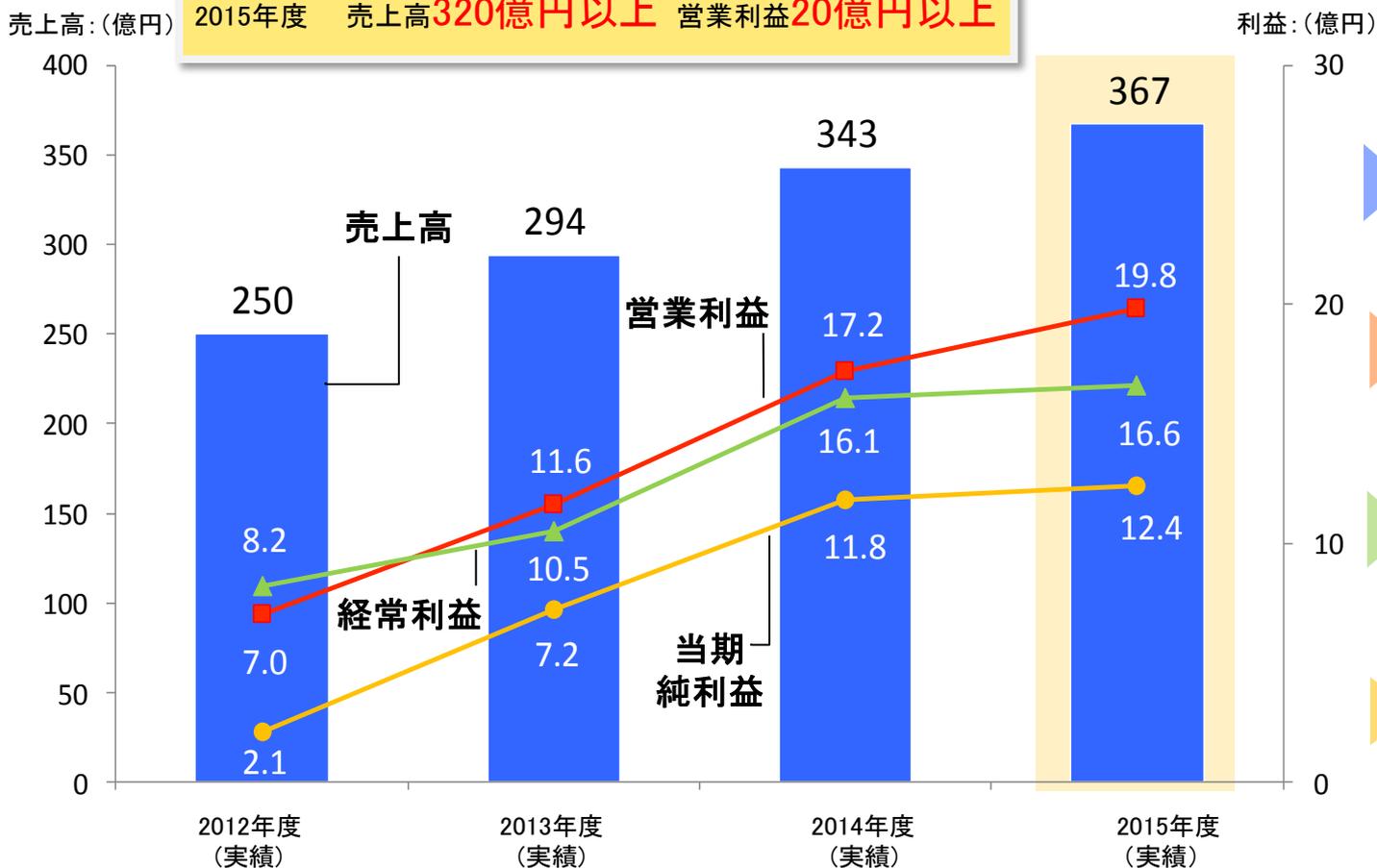




# 4. 前・中期経営計画 「バリュークリエーション15」の総括

# 業績評価

2015年度 売上高**320億円以上** 営業利益**20億円以上**



2012年度 VS 2015年度

- 【売上高】**  
増減 +117億円  
年率 13.6%UP
- 【営業利益】**  
増減 +12億円  
年率 41.1%UP
- 【経常利益】**  
増減 +8億円  
年率 26.6%UP
- 【当期純利益】**  
増減 +10億円  
年率 80.3%UP



**【ROE】**  
+4.6pt

2015年3月 公募増資実施の影響



# 施策評価

## グローバル化

インド、東南アジア、  
欧米市場の開拓

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

## 新市場の開拓

未開拓・新分野への  
取組み

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

## 高収益事業 モデルへの転換

国内外事業の  
収益力改革

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

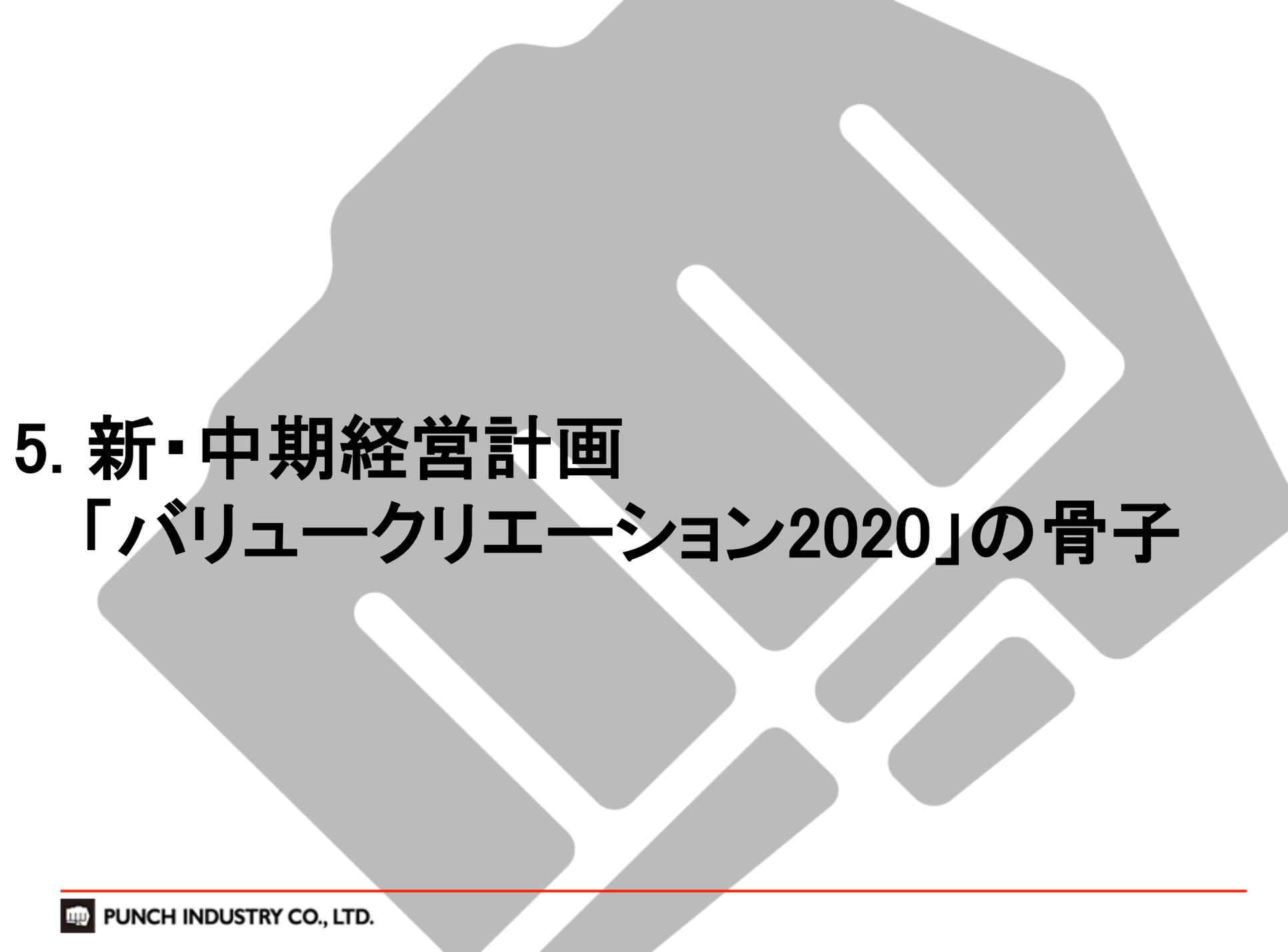
## 為替の影響

売上  
計画1年前倒し  
為替影響で底上げ



利益  
計画は未達成  
為替影響で押し下げ





# 5. 新・中期経営計画 「バリュークリエーション2020」の骨子

# 連動する「バリュークリエーション」の重点経営課題

バリュークリエーション15

グローバル化

新市場の開拓

高収益事業  
モデルへの転換

バリュークリエーション2020 “2020年にありたい会社像”

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

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

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)

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

パンチスピリット ～創業者精神への回帰～  
チャレンジ × 創意工夫 × 自由闊達

## パンチスピリット ～創業者精神への回帰～

### チャレンジ

未知の領域にチャレンジすることを通じて、  
自己の成長と社会への貢献を果たす

### 創意工夫

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

### 自由闊達

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

## “世界のパンチ”へ

世界5極体制の構築  
日本、中国、東南アジア・インド、欧州、米州

■意識改革  
「ものづくり」「売り方」

■仕組み改革  
「働き方」「人事制度」

■風土改革  
「企業風土」

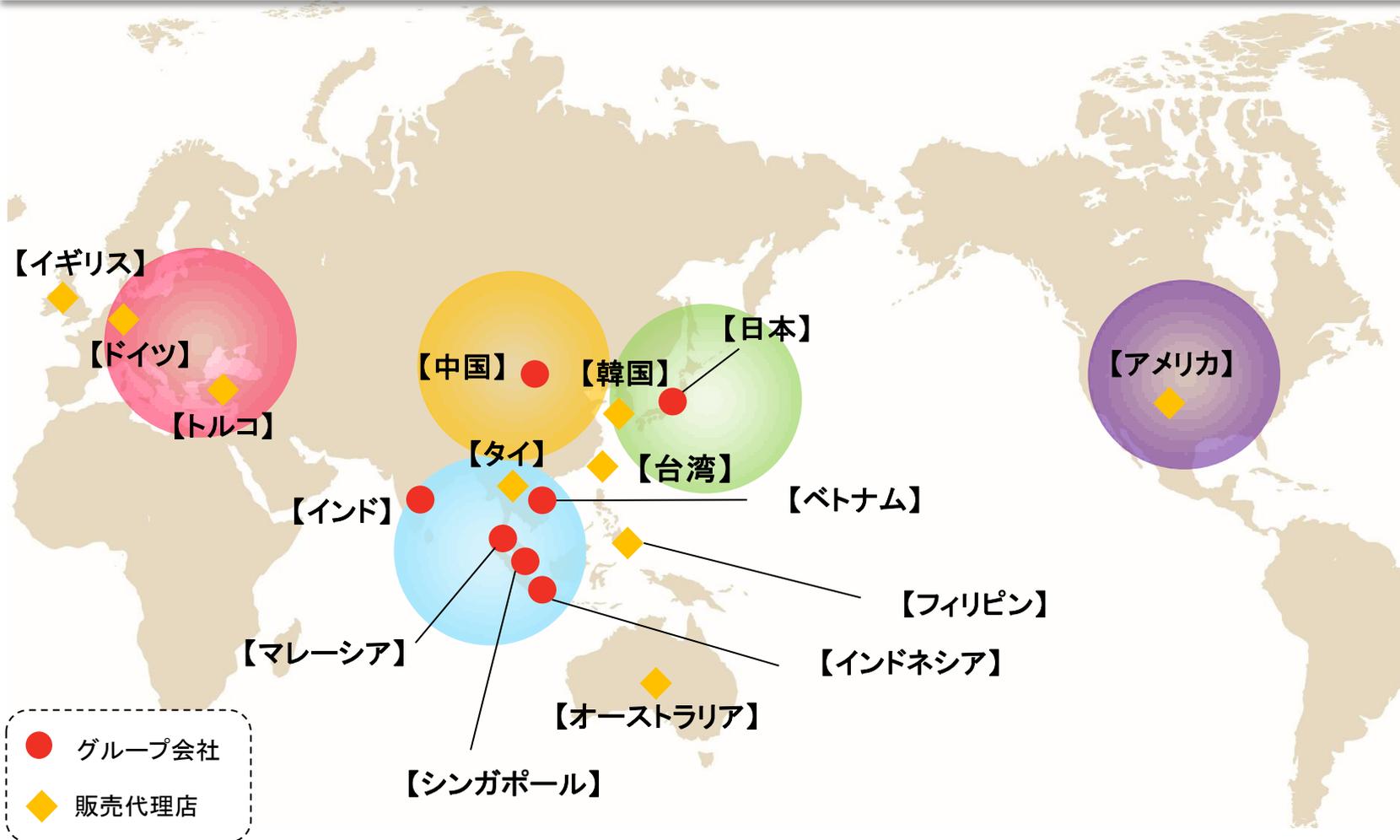
# バリュークリエーション2020の基本戦略

|            | 日本  | 中国 | 東南アジア<br>インド | 欧州     | 米州 |
|------------|---|----|--------------|--------|----|
| 販売5極体制     |   |    |              | 販売体制確立 |    |
| お客様サービスの向上 | グローバルソーシング(最適調達)<br>グローバル企業との取引拡大   |    |              |        |    |
|            | リバースエンジニアリング  |    |              |        |    |
| 高収益事業の推進   | カタログ品 & 特注品の生産体制再編<br><ul style="list-style-type: none"> <li>・ベトナム工場操業開始</li> <li>・日本、中国での特注品生産の拡充</li> <li>・金型用部品の全世界供給</li> </ul> |    |              |        |    |
| R&D強化      | 食品関連の強化<br>航空宇宙産業関連へ進出  |    |              |        |    |
|            | 医療関連の拡販   |    |              |        |    |
| 働き方改革      | 社員重視の経営・組織力の強化<br>グローバル人材の育成  |    |              |        |    |

# 6. 「バリュークリエーション2020」の施策

# 販売5極体制

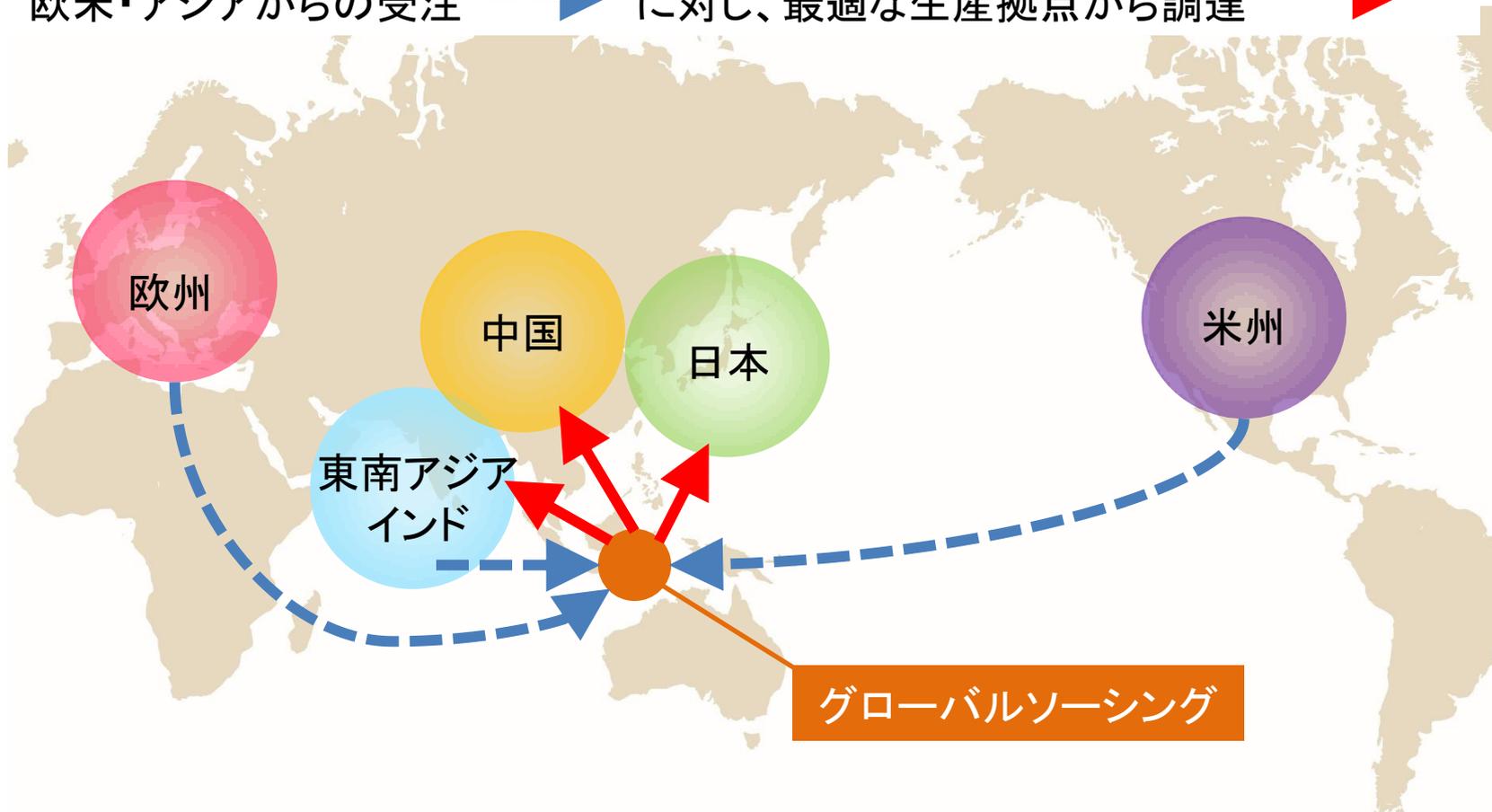
アジア集中から欧米エリアでの販売体制確立



# お客様サービスの向上①

グローバルソーシング(最適調達)によるお客様満足度の向上

欧米・アジアからの受注  に対し、最適な生産拠点から調達 



## お客様サービスの向上②

リバースエンジニアリングによるお客様の課題解決

ものづくり  
企業

金型メーカー

金型用部品  
メーカー

お客様が抱える課題

金型メーカー・金型用部品メーカーの  
統廃合による図面の消失

パンチグループが  
金型用部品を復刻



# 高収益事業の推進

ベトナム工場を起点としたグループ生産体制の最適化

投資による助走期間  
(2016年度～2018年度)

グループ新生産体制の本格始動  
(2019年度～ )

① ベトナム工場の操業開始

① ベトナム工場の生産能力強化

② 日本生産拠点の原価改善

② 日本生産拠点内での生産移管

③ 中国生産拠点内での生産移管

③ 日本生産拠点の特注品生産を強化

コスト低減とリスク分散により、圧倒的な高収益化を実現

# 高収益事業の推進【補足①】



## 投資による助走期間

(2016～2018年度)

①

ベトナム工場操業開始  
中国からベトナムへ生産移管

②

中国工場内による生産移管  
中国工場での特注品の生産強化

③

ベトナム工場から日本工場へ  
低原価の半加工製品を供給

## 【狙い】

- カタログ品の原価率改善(日本)
- 特注品の生産強化、収益力強化(中国)

# 高収益事業の推進【補足②】



## グループ新生産体制の本格始動

(2019年度～ )

①

ベトナム工場の設備強化による  
日本への一部の完成品を供給開始

②

日本工場内での生産移管

③

日本工場での特注品の生産強化

### 【狙い】

- カタログ品の更なる原価率改善(日本)
- 特注品加工時間の増加(日本)
- 特注品の生産強化、収益力強化(日本)



# グループ生産移管による売上・利益への寄与

ベトナム工場は粗利改善と売上貢献の2段階で寄与

国内工場の稼働状況

パンチグループ売上

パンチグループ粗利

全工程移管による原価改善

前工程移管による原価改善

ベトナム工場へ移管

新規受注取込み

新規受注取込み

新規受注取込み

カタログ品

特注品

各グラフはイメージです

～2018年度 2019年度～

～2018年度 2019年度～

2015年度 2016年度～ 2019年度～

・ベトナム工場へのカタログ品移管による**特注品**受注取込み

・特注品受注取込みによる売上**増**

・ベトナム工場への半加工製品および完成品移管による、**カタログ品**の粗利**増**  
 ・特注品受注取込みによる粗利**増**

# R&D強化

景気変動を受けにくく、将来の拡大が見込まれる業種との取引拡大

注)3つの画像は、全てイメージ画像です

食品関連



医療関連



航空宇宙産業関連



研究開発投資、設備投資、認証取得による対応

# 働き方改革

社員重視の経営による組織力の強化

「ものづくり」を変える

金型用部品の提供を通じて世の中を便利にする

「売り方」を変える

売しやすい物ではなく差別化された物売る

「働き方」を変える

効率改善・生産性向上を意識した働き方に変える

「企業風土」を変える

良い会社になるために自ら考えて行動する

「人事制度」を変える

グローバル人事、人材育成制度を強化する





# 7. 「バリュークリエーション2020」の 経営目標

# 経営目標①段階別の売上・利益

グループ新生産体制の本格始動  
(2019年度～)

【2020年度 計画】

**売上高** 470億円以上  
**営業利益** 33億円以上  
**当期純利益** 23億円以上

販売

日本・アジア・欧米の販売強化

優位性

特注品受注の獲得強化

投資による助走期間  
(2016年度～2018年度)

【2018年度 計画】

**売上高** 420億円以上  
**営業利益** 25億円以上  
**当期純利益** 17億円以上

生産

2016年秋に稼働するベトナム工場の早期基盤化

グループ  
体制

研究開発の実効性引き上げとマーケティング機能の強化

【2015年度 実績】

**売上高** 367億円  
**営業利益** 19億円  
**当期純利益** 12億円



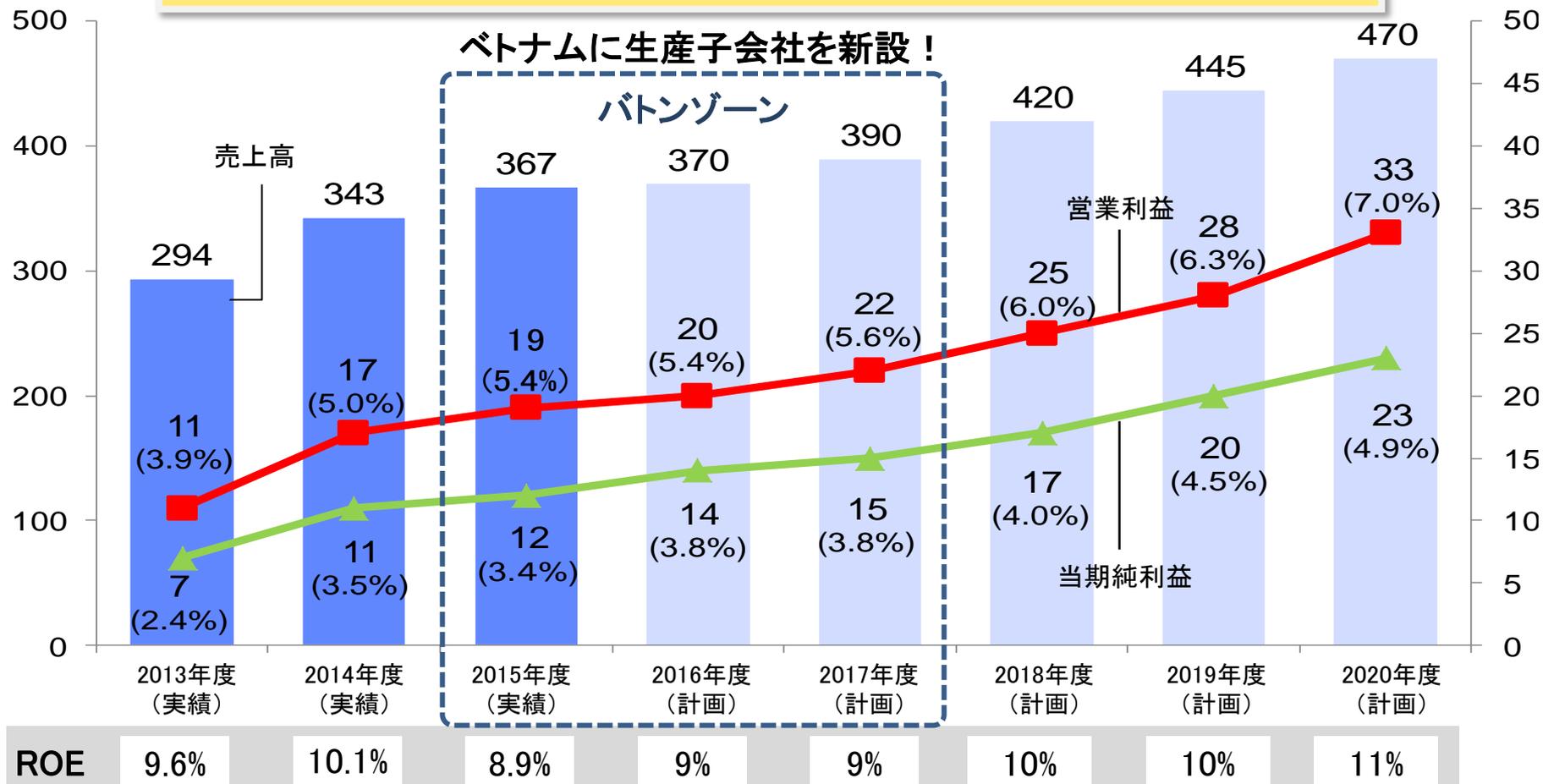
# 経営目標②売上・利益の推移

2020年度

売上高470億円以上 営業利益33億円以上 当期純利益23億円以上

売上高:(億円)

利益:(億円)

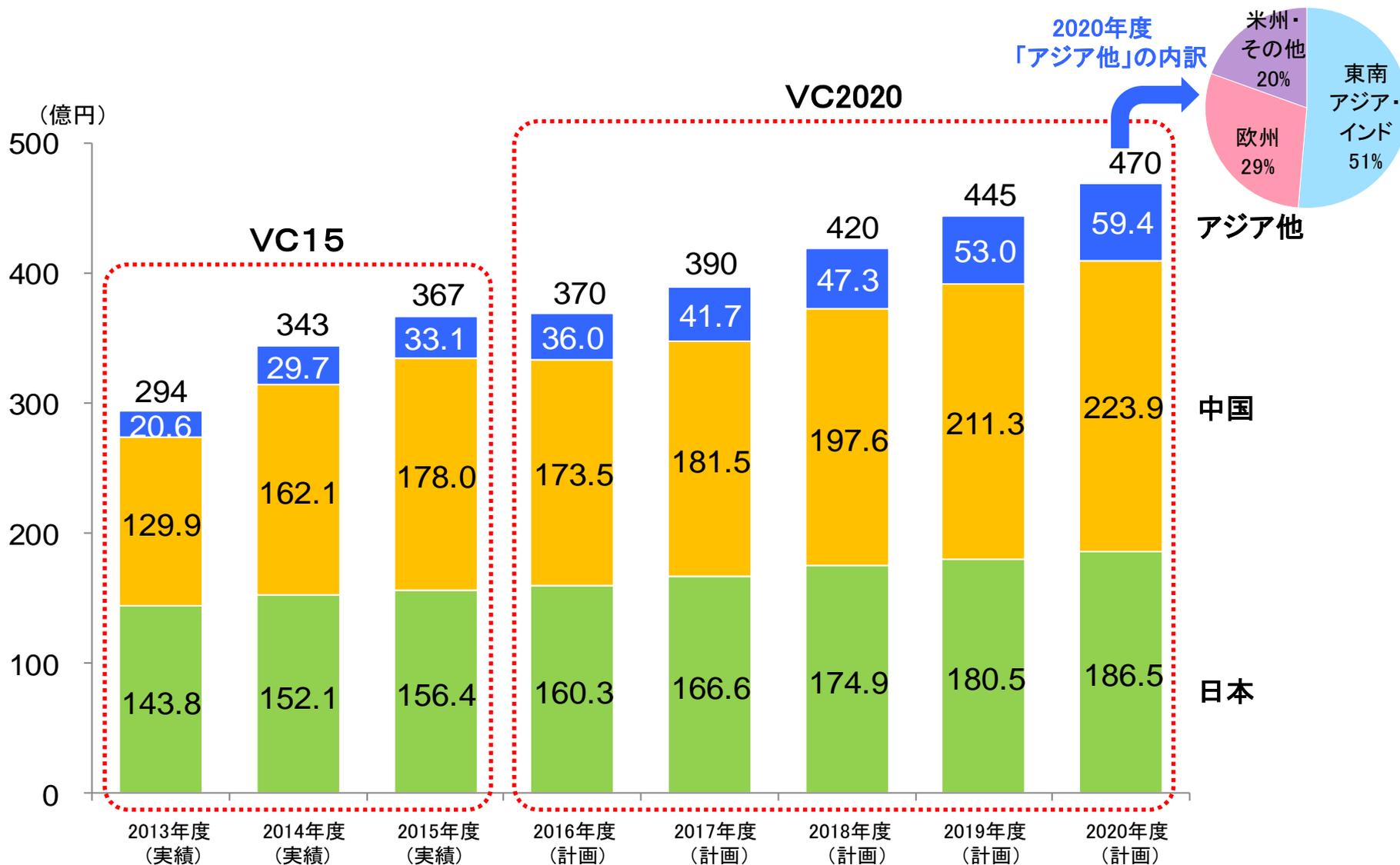


バリュークリエーション15

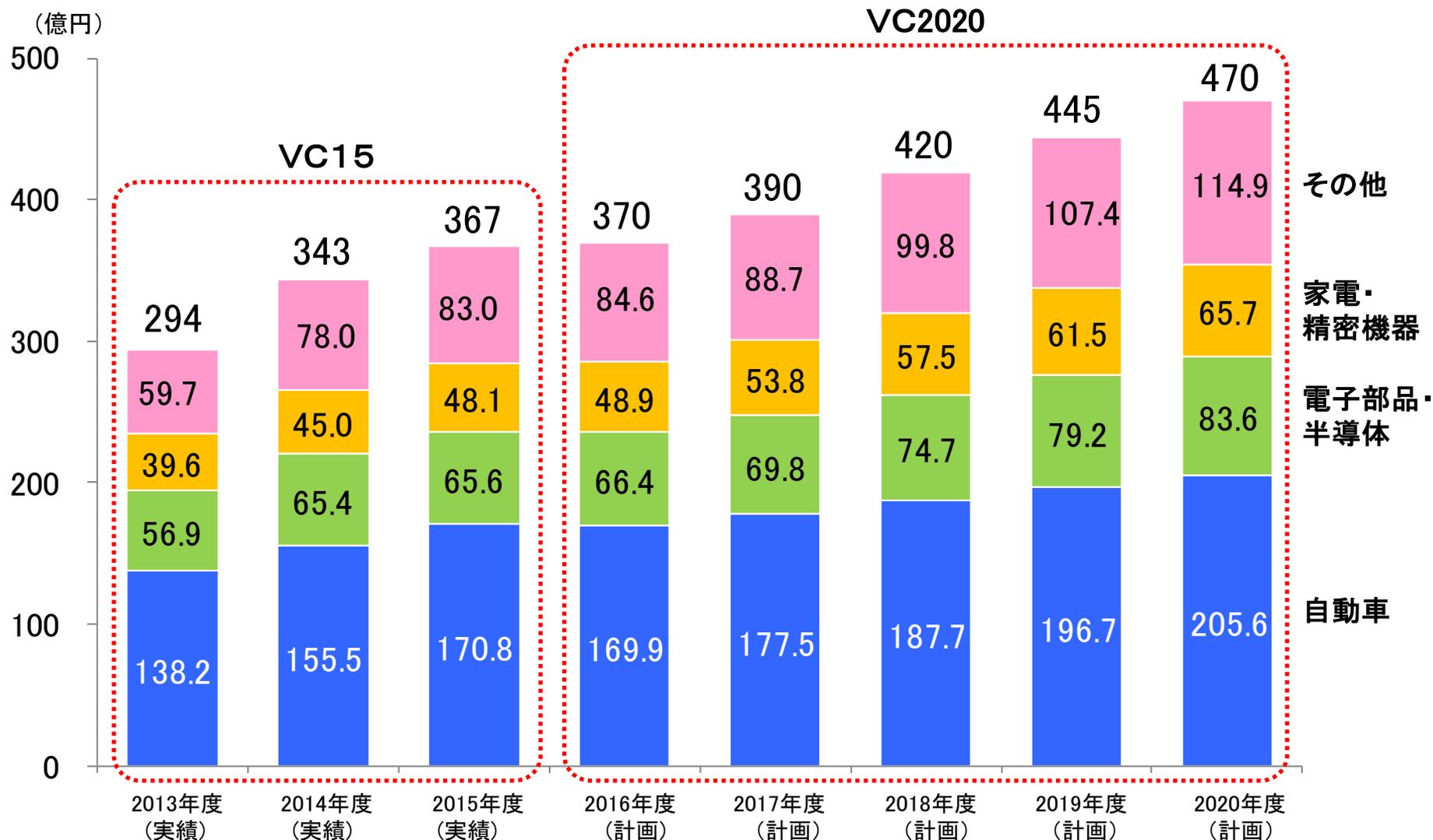
バリュークリエーション20



# 地域別売上高



# 業種別売上高

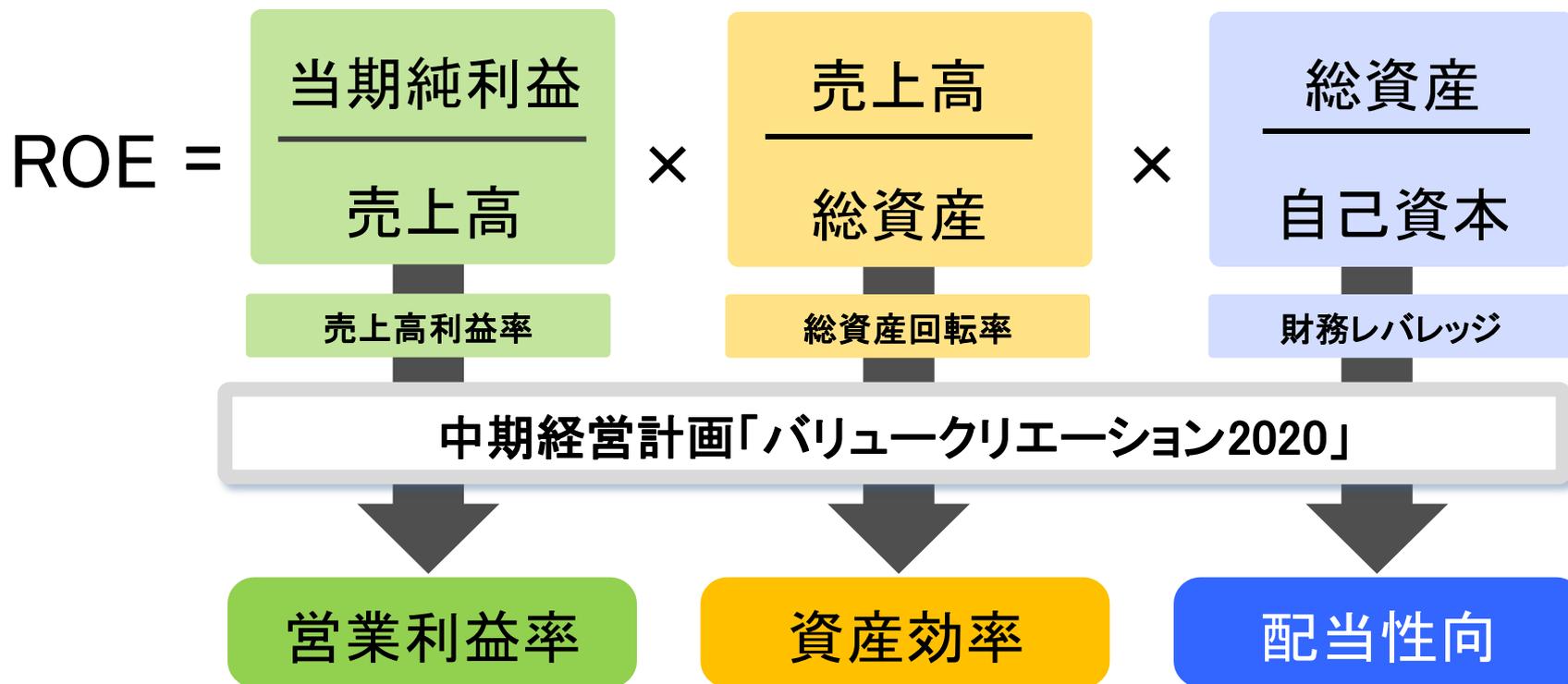


# 8. トップメッセージ



# 株主還元方針の考え方について

持続的な企業価値の向上をより確実なものとするために



## 【配当方針】

安定かつ継続的な配当に加え、業績連動により連結配当性向30%を目標。

# CSR経営と企業ビジョン

## CSR経営

世界のものづくりを支える企業であり続けるために  
CSR経営を実行しています。

## 企業ビジョン

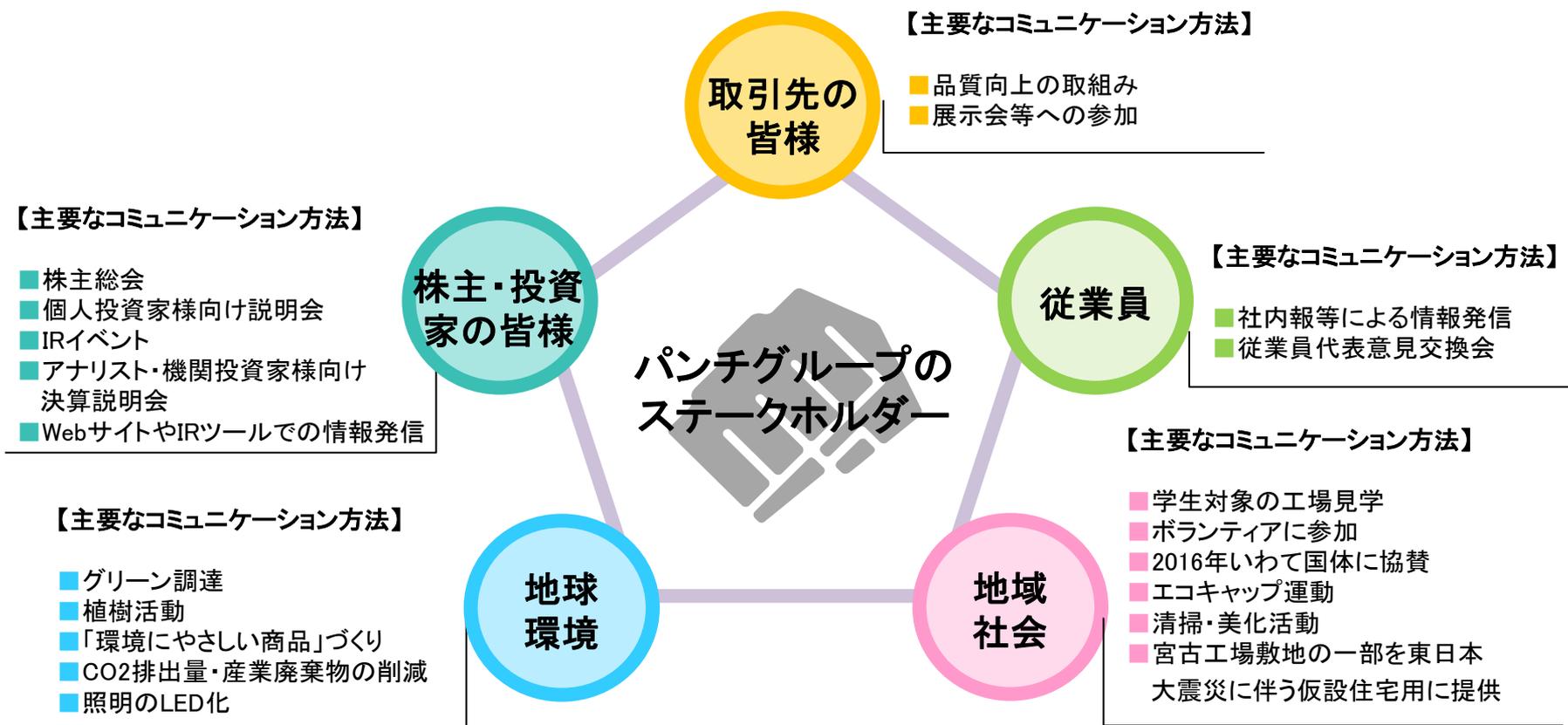


## 世界のパンチへ

金型部品業界での  
トップブランドを確立し  
製販一体企業としての  
優位性を活かした  
高収益企業を目指す



# ステークホルダーとのコミュニケーション



個人投資家様向け会社説明会の様子



植樹活動の様子



エコキャップ運動



【いわて北上マラソン】  
マラソンボランティアの様子

# コーポレート・ガバナンス強化への取組み

パンチグループが目指すガバナンス体制

「経営」と「監視・監督」の分離

経営陣の迅速・果敢な意思決定

全員一丸となった企業価値の向上



本日は、誠にありがとうございました。



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

**【将来見通し等に関する注意事項】**

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