

2024年8月8日

各 位

会 社 名 パンチ工業株式会社
住 所 東京都品川区南大井六丁目22番7号
代 表 者 名 代表取締役 社長執行役員 CEO 森久保 哲司
(コード番号：6165 東証スタンダード)
問 合 せ 先 経営戦略室 広報IR課長 松田 隼人
TEL. 03-5753-3130

パーパス策定に関するお知らせ

当社グループは、2024年8月8日、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」を策定しました。

当社グループは2025年3月に創業50周年を迎えます。1975年の創業以来、当社グループは一貫して、ものづくりに対する情熱を持ち、精密金型部品の提供を通じて世界のものづくりに貢献してまいりました。変化を続ける事業環境や社会において、次の100周年、さらにその先の未来へ進むには、社員が一体となり、さらなる成長と持続可能な社会の実現に貢献していくための起点が必要です。

また、当社グループが取組む人的資本経営推進のためには、全社員で共有できる当社グループの存在意義の明確な言語化が必要との考えのもと、パーパスを策定することとしました。

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ってまいります。

記

1. 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**

2. パーパスに込めた想い

パンチグループの使命は、ものづくりへのこだわりを持ち、真摯に取り組むことで培ってきた信頼と技術、柔軟な創造力で、世の中を豊かにすることです。

私たちの原点は、世界初のプラスチック金型用ハイスエジェクタピンの開発・量産化にあります。この困難な課題を成し遂げる支えとなったのは、お客様の成功を支えたい、お客様に喜んでほしいという熱い想いでした。

この情熱は、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」として受け継がれています。この考えのもと、私たちは、より良い社会実現をものづくりで後押ししたいという想いを持ち、技術の革新や品質向上に挑戦しながら、世界中のお客様や協力工場とともに成長を続けてきました。また、業界に先駆けて環境に配慮したものづくりを行うなど、常に社会課題に目を向け、誠実に取り組んできました。

これからも、私たちは、ものづくりと「パンチ」の効いた創造力、そしてそれを実現する技術力・ソリューションで社会の夢を実現していきます。そして、創業の礎である金型部品が金型に組み込まれて製品を形作るように、まだ無い未来をカタチづくり、世界の可能性を広げていきます。

<パンチグループの約束>

私たちは、暮らしの当たり前を支えるとともに、新しい価値の創造で世界のニーズに応え続けることで、社会の持続可能な発展に貢献します。

また、環境負荷の最小化や社会貢献活動を通じ、次の世代により良い地球を引き継ぎます。

その実現のため、私たちは全てのステークホルダーに寄り添い、共に歩み、社会に価値を提供する誇りを持つ企業であり続けます。

- お客様へ：パンチグループのものづくりソリューションで、成長を支えます。常にお客様の期待を上回る価値を提供します。
- 社員へ：誇りをもって働くことができる環境を提供し、一人一人の成長と自己実現を支援します。
- 社会へ：自然環境・社会の変化に向き合い、次世代へより良い未来を繋ぎます。

3. パーパス策定に関する社内プロジェクトについて

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ました。

様々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、3つのステップで社内の意見や社会から求められることを集約しながら、本パーパスを策定しました。

「当社らしさ」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、パンチ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ました。

また、完成後は次のステップとしてパーパスの社内への浸透を図るべく、引き続きプロジェクトとして取り組んでいきます。

ステップ1：自組織を知る

- ・当社全社員にアンケートを実施、設問は「当社の有形/無形資産」、「当社が優先して取り組むべき課題」など。651名が回答（回答率97%）するなど、パーパスへの社員の関心や期待の高さを知る機会ともなりました。
- ・幅広い役職、年代、職種の社員約30名にインタビューを実施。

ステップ2：未来や社会から求められることを知る

- ・新聞や書籍から、当社に影響を与えるニュースを収集するほか、社員の家族やお客様、金融機関、投資家への、当社を取り巻く事業環境の変化、当社へ期待することの取材を通じて、約250項目を収集しました。集まった情報はワークショップで「当社との親和性」、「社会からの共感度」で分類し、パーパス策定で考慮すべき優先順位付けを行いました。

ステップ3：情報の統合、言語化

- ・「当社らしさ」、「当社のありたい姿」、「貢献したいこと」を中心に据え、ことばの持つ意味や連想させるイメージにも配慮して、表現の一言一句にこだわって選び抜きました。

以 上