

# 2016年3月期 第2四半期 決算説明会資料

2015年11月10日



**パンチ工業株式会社**

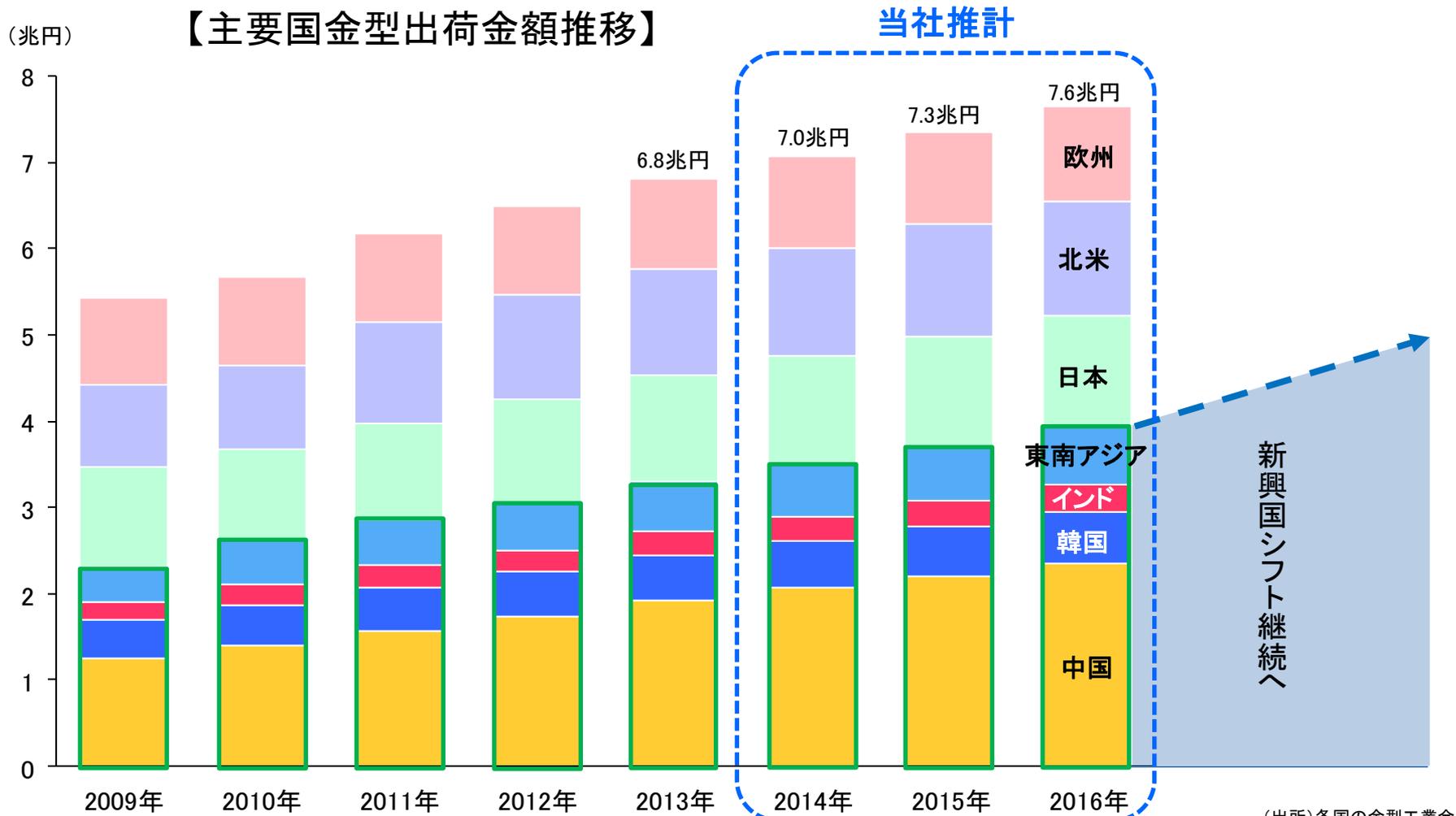
(証券コード: 6165 東証第一部)

1. 経営環境
2. 2016年3月期 第2四半期決算概況
3. 中期経営計画  
「バリュークリエーション15」の進捗
4. 2016年3月期 業績予想
5. 参考資料

# 1. 經營環境

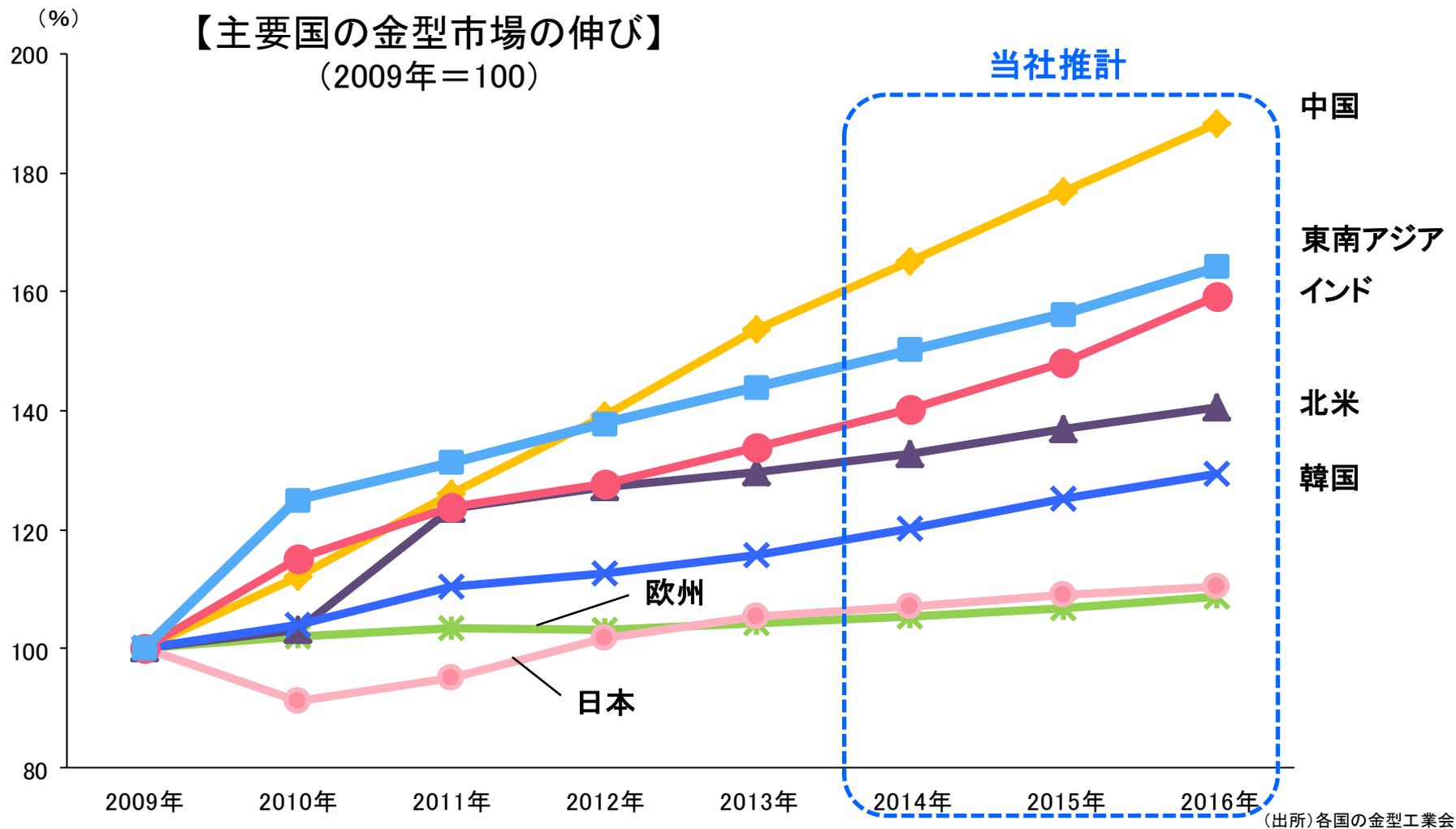
# 金型市場の予想(総論)

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。

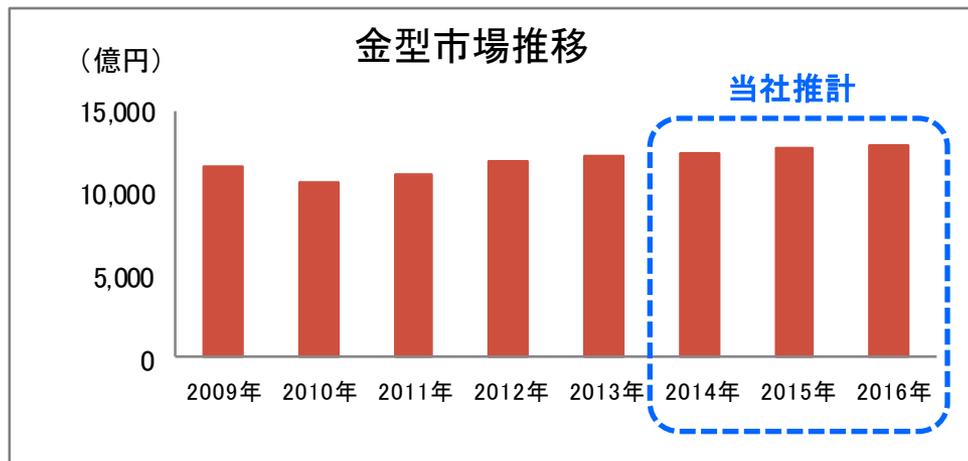


# 金型市場の予想(成長性)

金型需要は成熟市場から新興国市場(中国・東南アジア・インド)へシフト。



# 国内市場



中国をはじめとする海外経済の動向に不透明感があるものの、設備投資は引き続き持直しの傾向が続く。

## 顧客業界 動向

### 自動車

今年4月の軽自動車税見直しの影響等もあり、生産台数は低調に推移。

### 電子部品

中国向けスマホ部品の高機能化が進行。

### その他

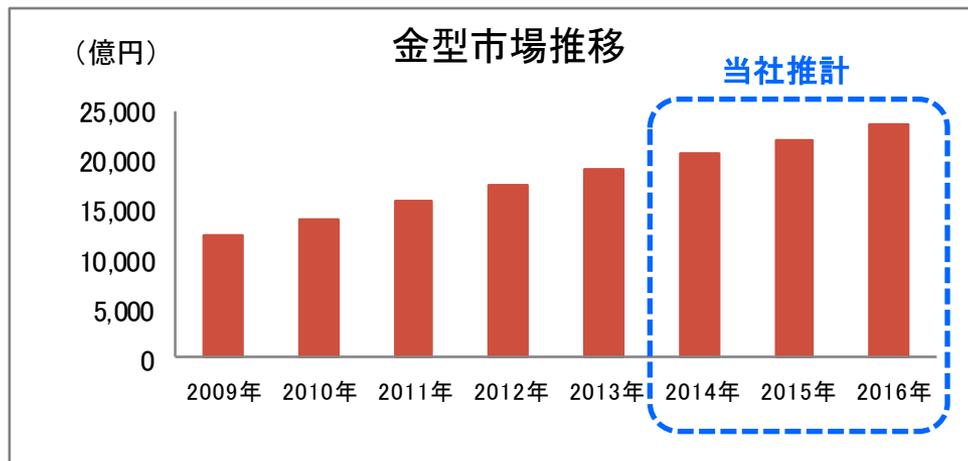
産業機械、家電が堅調。

## 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



経済が安定成長に移行しつつあり、世界の工場から製造強国へ転換。家電、スマホ等で高品質化・高機能化への需要が増している。

## 顧客業界 動向

### 自動車

生産調整等もあり、生産台数は、2015年1-9月累計で前年を下回るなど、不透明感が継続。

### 電子部品

スマホ販売に一服感は見られるものの、部品の高機能化が進行。

### その他

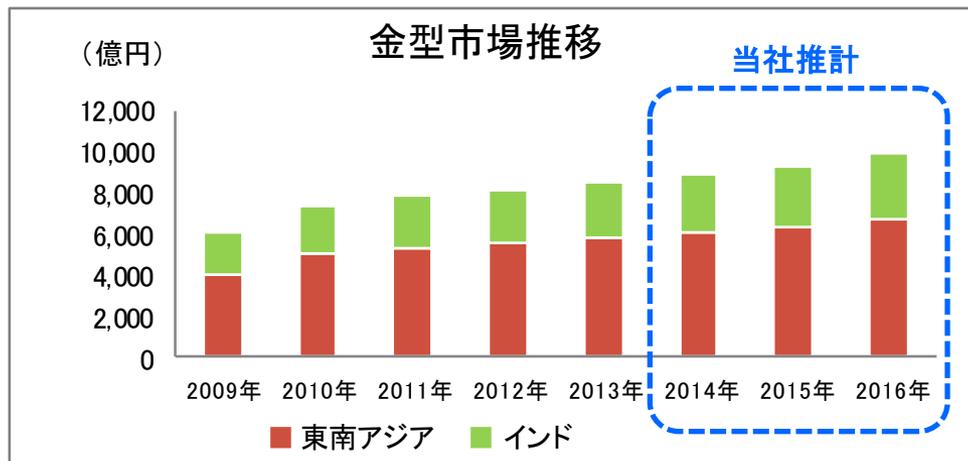
家電・精密機器は堅調。

## 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】2015年末のASEAN経済共同体(AEC)の発足により、経済の活性化に注目。

【インド】「Make in India=インドでものづくりを」で、7%超と高い経済成長率が続く見通し。

## 顧客業界 動向

### 自動車

生産台数は、インドネシアで前年割れ、タイが横ばい推移。

### 電子部品

スマホやタブレットの需要は引き続き好調を維持。

### その他

家電が堅調。

## 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 第2四半期 決算概況

## 第2四半期 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」の最終年度の第2四半期は、売上高、利益ともに増収増益を維持。

|       |     |   |
|-------|-----|---|
| 売上    | 連結  | 連結売上高は、前年同期比110%、16億円増の180億円となった。   |
|       | 日本  | 設備投資では持ち直しの動きが見られ、産業機械や家電が堅調に推移し、前年同期比102%の76億円となった。  |
|       | 中国  | 中国の2Q累計(1-6月)は、自動車や家電・精密機器が堅調で、前年同期比118%の87億円となった。  |
|       | その他 | 欧州、シンガポール、ベトナムは好調、タイも堅調を維持し、前年同期比115%の15億円となった。   |
| 利益    |     | 研究開発投資による減価償却費等の販管費増はあったものの、売上が増加したことによる利益増の効果もあり、営業利益は前年同期比101%の9.6億円となった。同時に、経常利益、親会社株主に帰属する四半期純利益も前年同期を上回った。 |
| ネット資金 |     | 親会社株主に帰属する四半期純利益の計上により、期首から90百万円改善した。   |



# 決算概況

売上高及び各段階利益ともに前年同期実績をクリア。

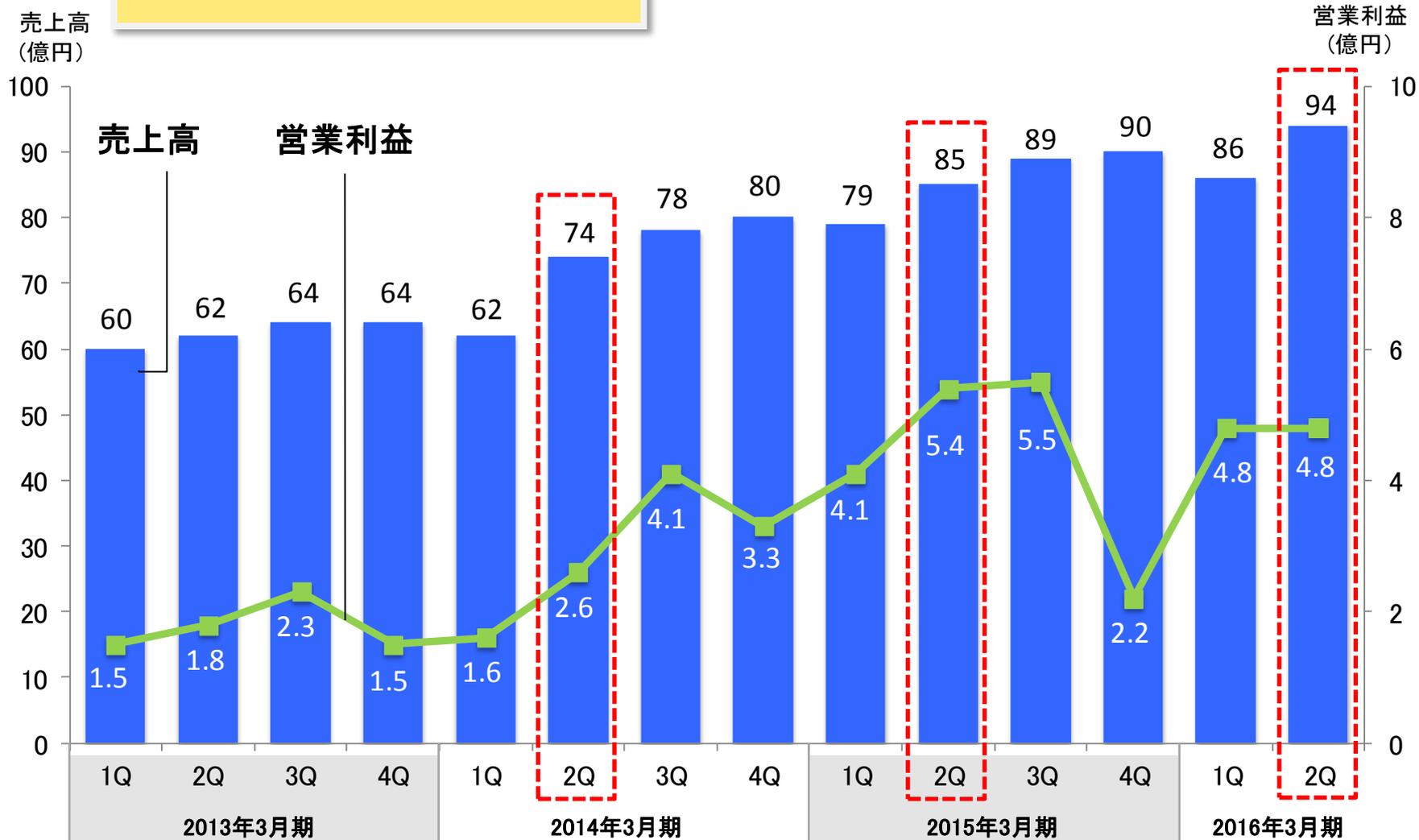
(単位:百万円)

|                      | 2015年3月期<br>第2四半期累計<br>実績 |     | 2016年3月期 第2四半期累計 |     |        |     |                   |                  |
|----------------------|---------------------------|-----|------------------|-----|--------|-----|-------------------|------------------|
|                      |                           |     | 期初予想<br>(5/8公表)  |     | 実績     |     | 前年同期差<br>(前年同期比)  | 期初予想差<br>(期初予想比) |
| 売上高                  | 16,350                    |     | 18,000           |     | 18,030 |     | 1,679<br>(110.3%) | 30<br>(100.2%)   |
| 営業利益                 | 5.8%                      | 950 | 5.3%             | 960 | 5.3%   | 960 | 10<br>(101.1%)    | 0<br>(100.1%)    |
| 経常利益                 | 5.2%                      | 851 | 5.1%             | 910 | 5.2%   | 931 | 79<br>(109.4%)    | 21<br>(102.4%)   |
| 親会社株主に帰属<br>する四半期純利益 | 3.9%                      | 644 | 3.6%             | 650 | 4.0%   | 723 | 79<br>(112.4%)    | 73<br>(111.4%)   |



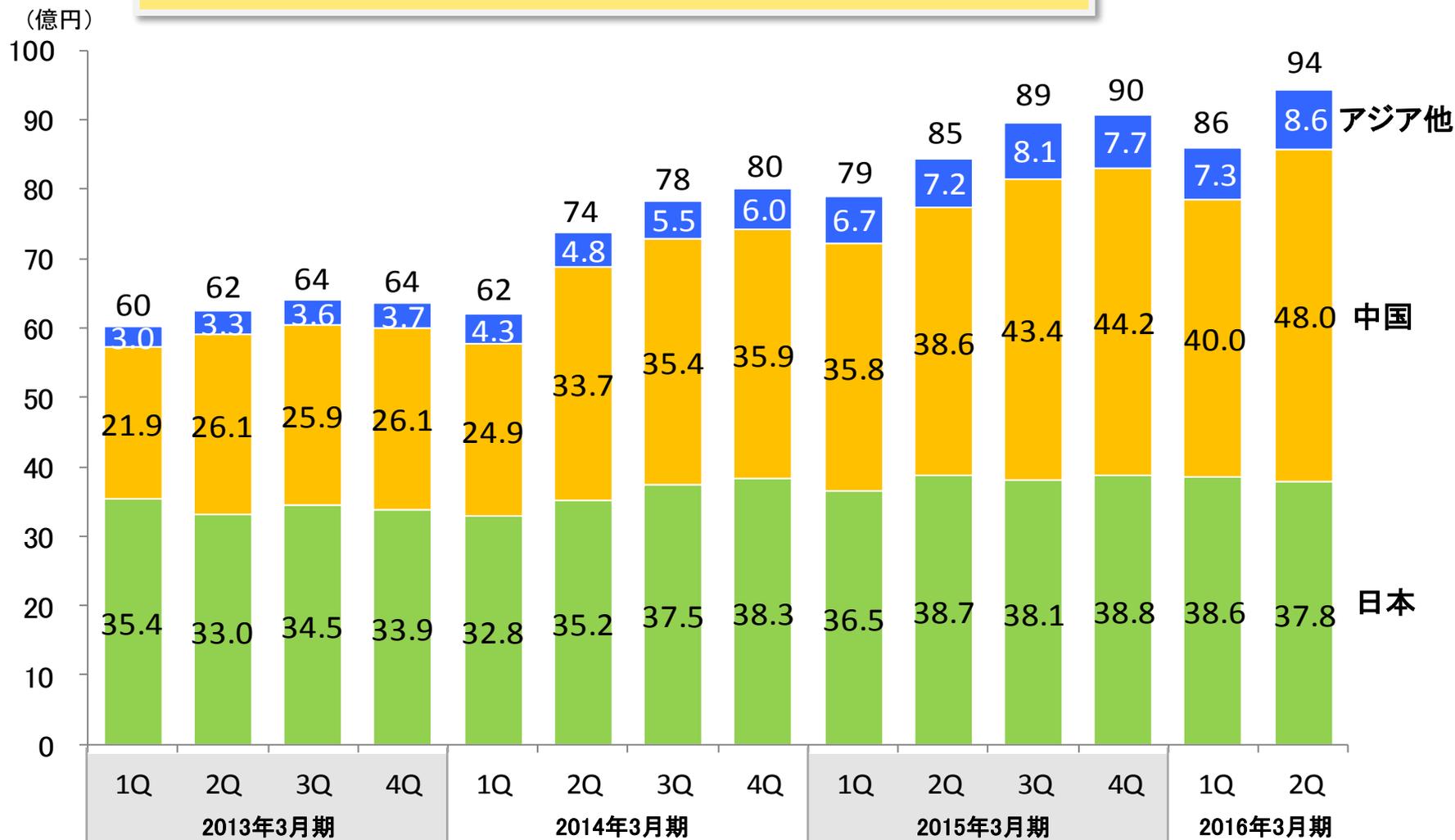
# 売上高と営業利益の推移

売上高は過去最高を更新。



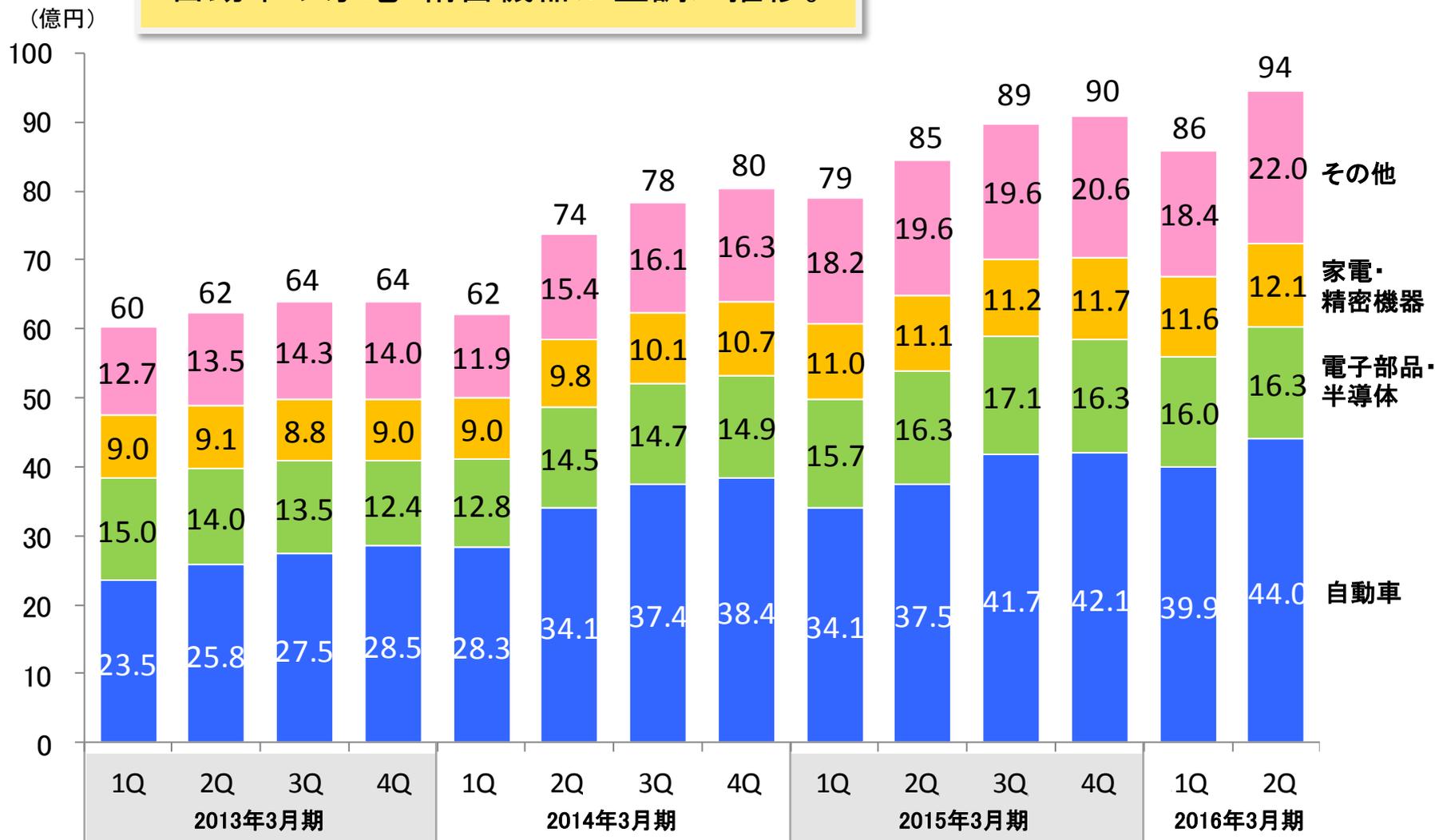
# 地域別売上高

四半期ベースで、中国及びアジア他が過去最高水準。



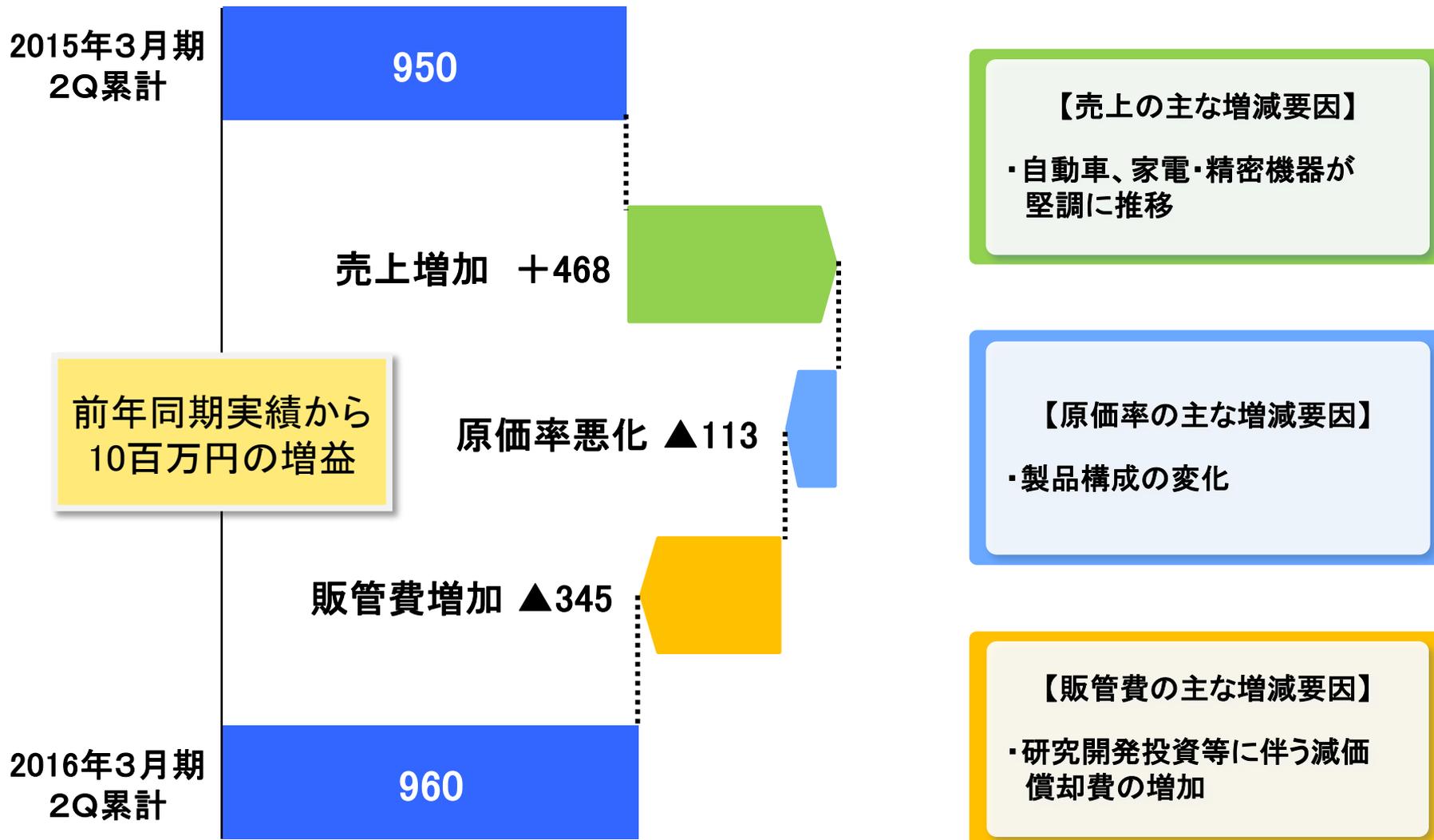
# 業種別売上高

自動車や家電・精密機器が堅調に推移。



# 営業利益増減

(単位:百万円)



# 財務状況

(単位:百万円)

|         | 2015年3月期末 | 2016年3月期<br>第2四半期末 | 比較増減    |
|---------|-----------|--------------------|---------|
| 総資産     | 29,623    | 28,616             | ▲1,007  |
| 総負債     | 15,418    | 13,862             | ▲1,556  |
| うち有利子負債 | 7,155     | 6,695              | ▲460    |
| 純資産     | 14,205    | 14,754             | 548     |
| ネット資金   | ▲3,853    | ▲3,763             | 90      |
| 自己資本比率  | 47.9%     | 51.5%              | 3.6ポイント |

|                 | 2015年3月期<br>第2四半期累計 | 2016年3月期<br>第2四半期累計 | 比較増減 |
|-----------------|---------------------|---------------------|------|
| 設備投資額(無形固定資産含む) | 575                 | 530                 | ▲44  |
| 減価償却費(無形固定資産含む) | 618                 | 706                 | 87   |

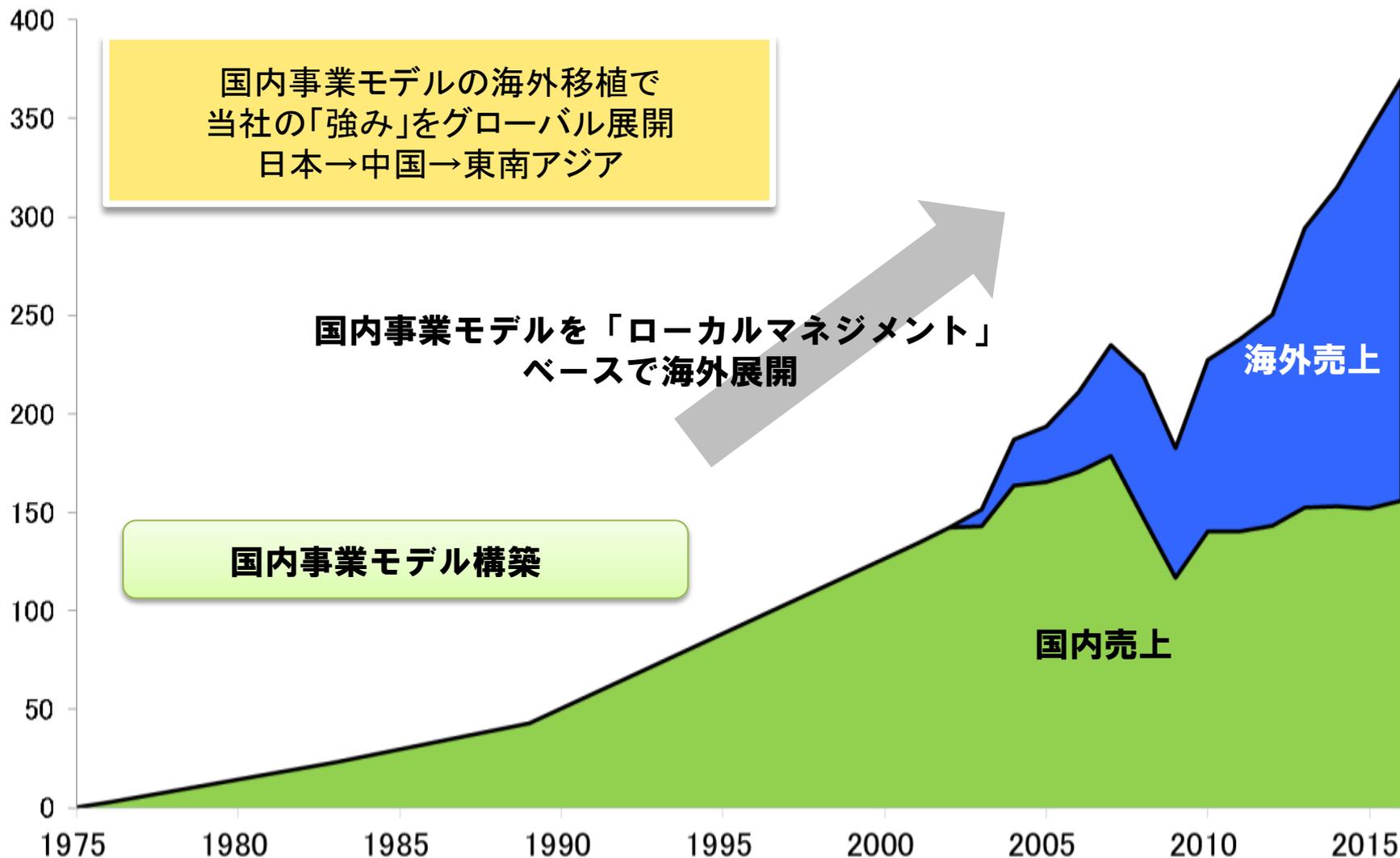


# 3. 中期経営計画 「バリュークリエーション15」の進捗



# パンチグループの歩み

(億円) 【1975年度からの売上高推移】



国内事業モデルの海外移植で  
当社の「強み」をグローバル展開  
日本→中国→東南アジア

国内事業モデルを「ローカルマネジメント」  
ベースで海外展開

国内事業モデル構築

海外売上

国内売上



# 中期経営計画「バリュークリエーション15」の基本戦略

中期経営計画「バリュークリエーション15」の総仕上げを行い、次のフェーズへ。

|                       | 日本  | 中国        | 東南アジア他                               |
|-----------------------|---|-----------|--------------------------------------|
| ①<br>グローバル化           | ■グローバルマネジメント体制を構築し、「攻め」と「守り」を統括                 |           |                                      |
|                       | ■欧米市場戦略   |           |                                      |
| ②<br>新市場の<br>開拓       | ■ 研究開発本部と<br>マーケティング本部の<br>連携により、新市場・<br>新分野を開拓 | ■ 内陸部市場攻略 | ■ 東南アジアグルー<br>プをコアに事業拡大<br>■ インド事業拡大 |
| ③<br>高収益事業<br>モデルへの転換 |   | ■ 戦略製品拡販  | ■ 超硬事業拡大                             |

世界のパンチを目指し、経営基盤を更に強化



# 地域別の進捗①日本

2014年4月に研究開発本部を新設し、日中連携による研究開発体制を強化。2015年4月には経営戦略室とマーケティング本部を新設し、グローバル展開を加速。

## 【主要なプロジェクト】



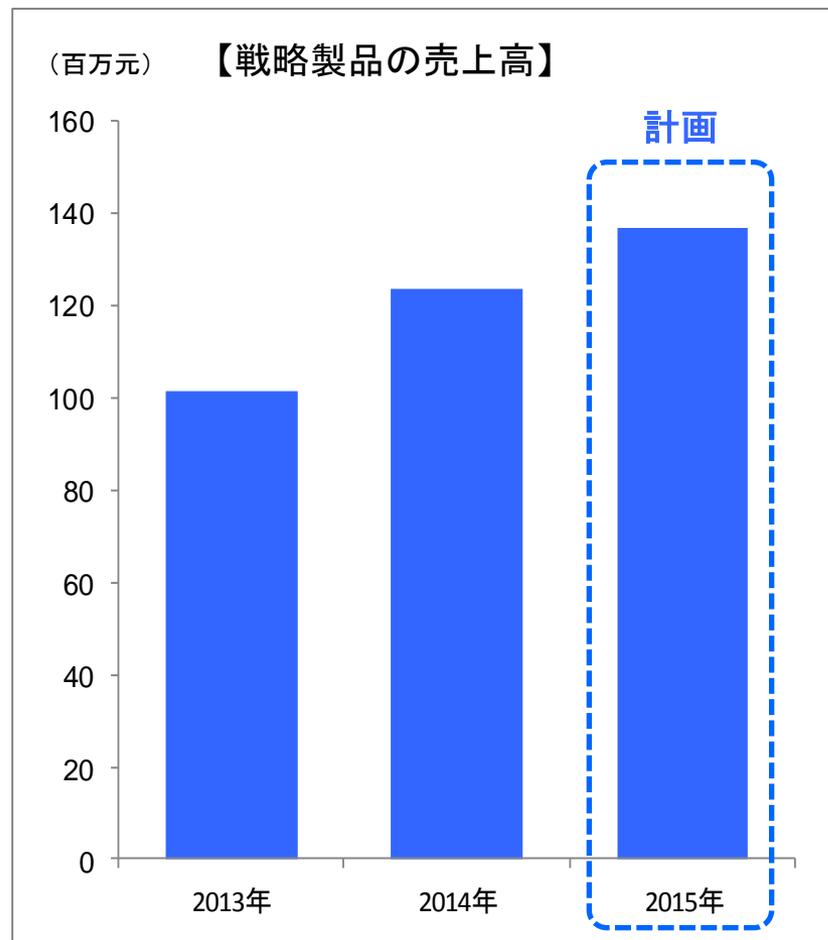
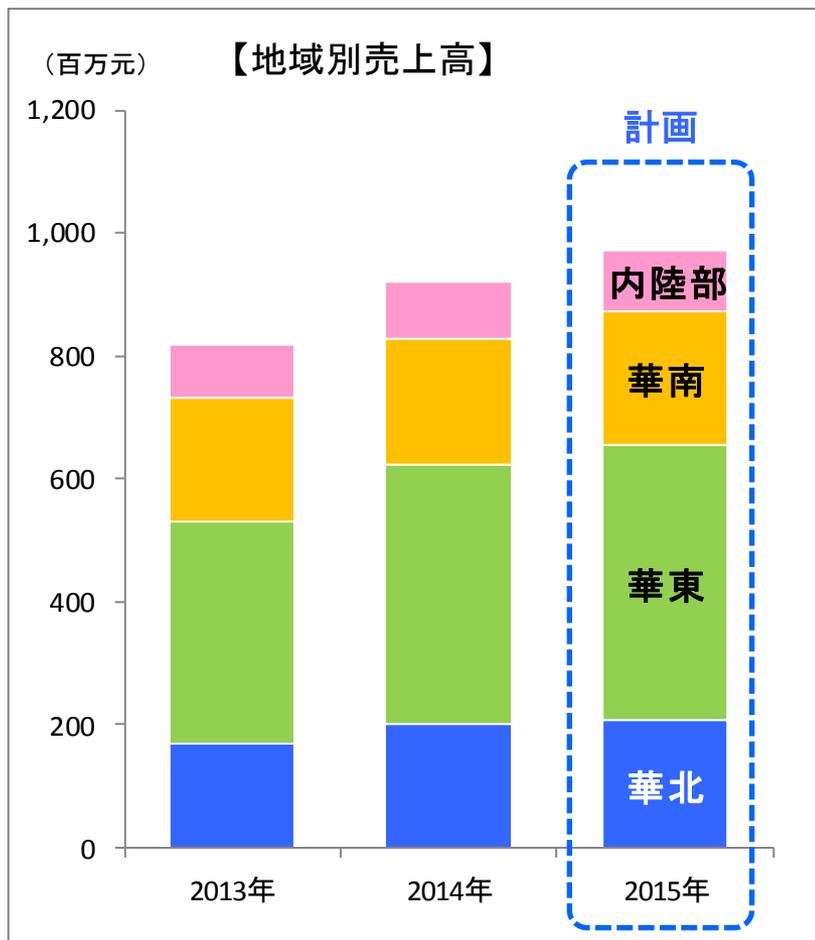
# 地域別の進捗②中国

## 内陸部攻略

内陸部の需要を着実に取込むため、重慶工場の拡張計画を策定中。

## 戦略製品拡販

戦略製品のラインアップ拡充により、新市場・新分野の開拓に注力。



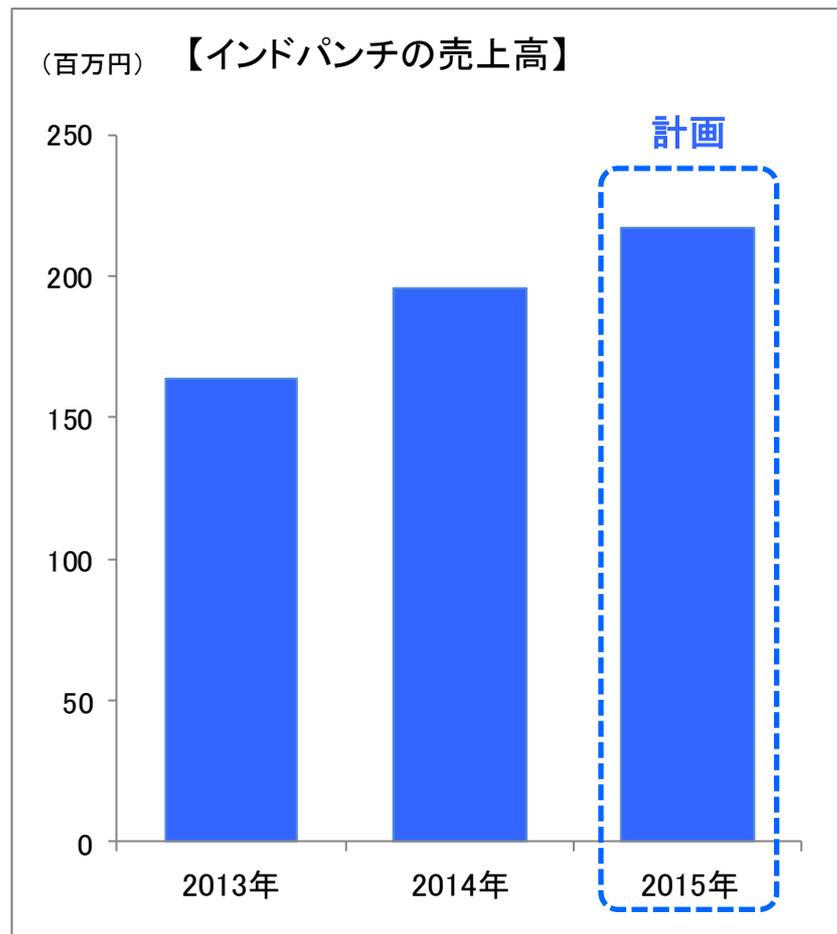
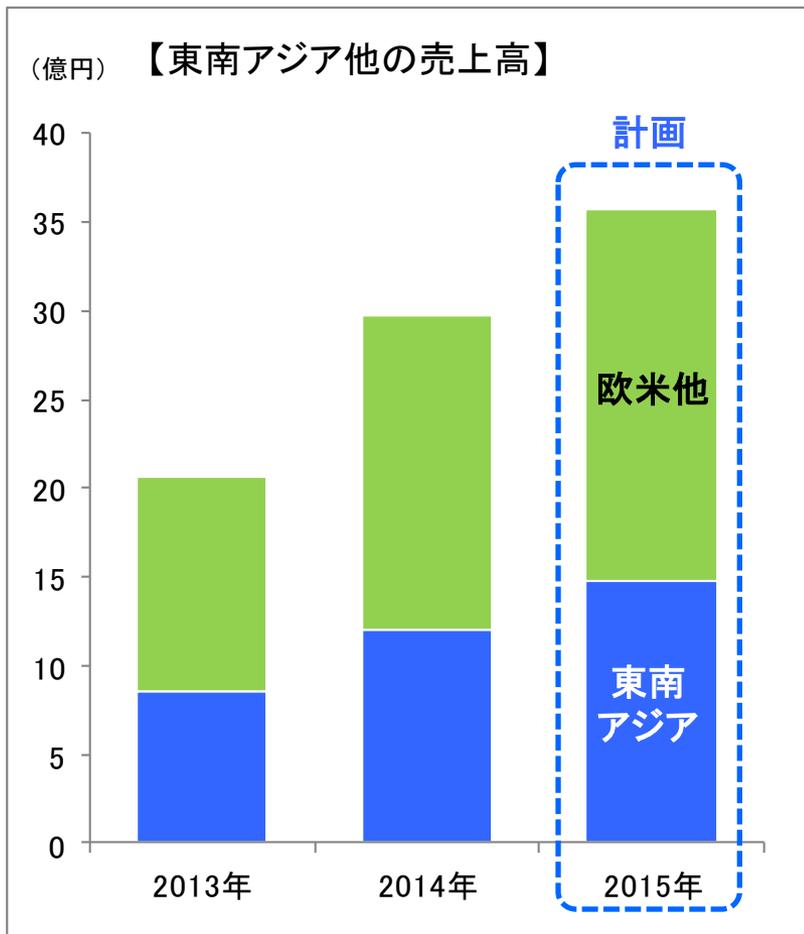
# 地域別の進捗③東南アジア他・インド

## 東南アジア他

設備投資と技術支援により加工の幅が拡大。

## インドパンチ

人的支援により販売エリアを更に拡大。



# 4. 2016年3月期 業績予想

# 2016年3月期 業績及び配当の予想

(単位:百万円)

|                     | 2015年3月期<br>(実績) |        | 2016年3月期<br>(予想) |        | 前年差      | 前年比    |
|---------------------|------------------|--------|------------------|--------|----------|--------|
| 売上高                 |                  | 34,392 |                  | 37,000 | 2,607    | 107.6% |
| 営業利益                | 5.0%             | 1,724  | 5.4%             | 2,000  | 275      | 116.0% |
| 経常利益                | 4.7%             | 1,617  | 5.1%             | 1,900  | 282      | 117.5% |
| 親会社株主に帰属<br>する当期純利益 | 3.5%             | 1,188  | 3.5%             | 1,300  | 111      | 109.4% |
| 自己資本利益率<br>(ROE)    |                  | 10.1%  |                  | 8.8%   | ▲1.3ポイント |        |

**2016年3月期  
配当**

中間配当金12円50銭を実施

年間配当金25円を予定



## 今後の取組み

### 日本

- ・自動車、電子部品等の需要の確実な取込み
- ・新規顧客開拓

### 中国

- ・飲料関連等の高付加価値製品の拡販

### その他

- ・好調な東南アジアや欧州での拡販

通期業績の確保を目指す

# 5. 参考資料

# 会社概要

|        |  |
|--------|--|
| 会社名    | パンチ工業株式会社  |
| 本社所在地  | 東京都港区港南二丁目12番23号   |
| 設立     | 1975年3月  |
| 資本金    | 28億9,773万円   |
| 従業員数   | 3,803名(グループ連結、2015年9月末現在)  |
| 生産拠点   | 北上工場(岩手県北上市)<br>宮古工場(岩手県宮古市)<br>兵庫工場(兵庫県加西市)   |
| グループ会社 | 株式会社ピンテック(山形市)<br>盤起工業(大連)有限公司(中国)<br>盤起工業(瓦房店)有限公司(中国)<br>盤起工業(無錫)有限公司(中国)<br>盤起工業(東莞)有限公司(中国)<br>盤起弹簧(大連)有限公司(中国)<br>PUNCH INDUSTRY INDIA PVT. LTD.(インド)<br>PUNCH INDUSTRY MALAYSIA SDN. BHD.(マレーシア・ペナン)<br>PANTHER PRECISION TOOLS (KL) SDN. BHD.(マレーシア・クアラルンプール)※<br>PUNCH INDUSTRY SINGAPORE PTE. LTD.(シンガポール)<br>PUNCH INDUSTRY VIETNAM CO. LTD.(ベトナム)<br>PT. PUNCH INDUSTRY INDONESIA(インドネシア) |

※PANTHER PRECISION TOOLS (KL) SDN. BHD. は、PUNCH INDUSTRY MALAYSIA SDN. BHD.に事業を移管したため、清算手続中でありませぬ。



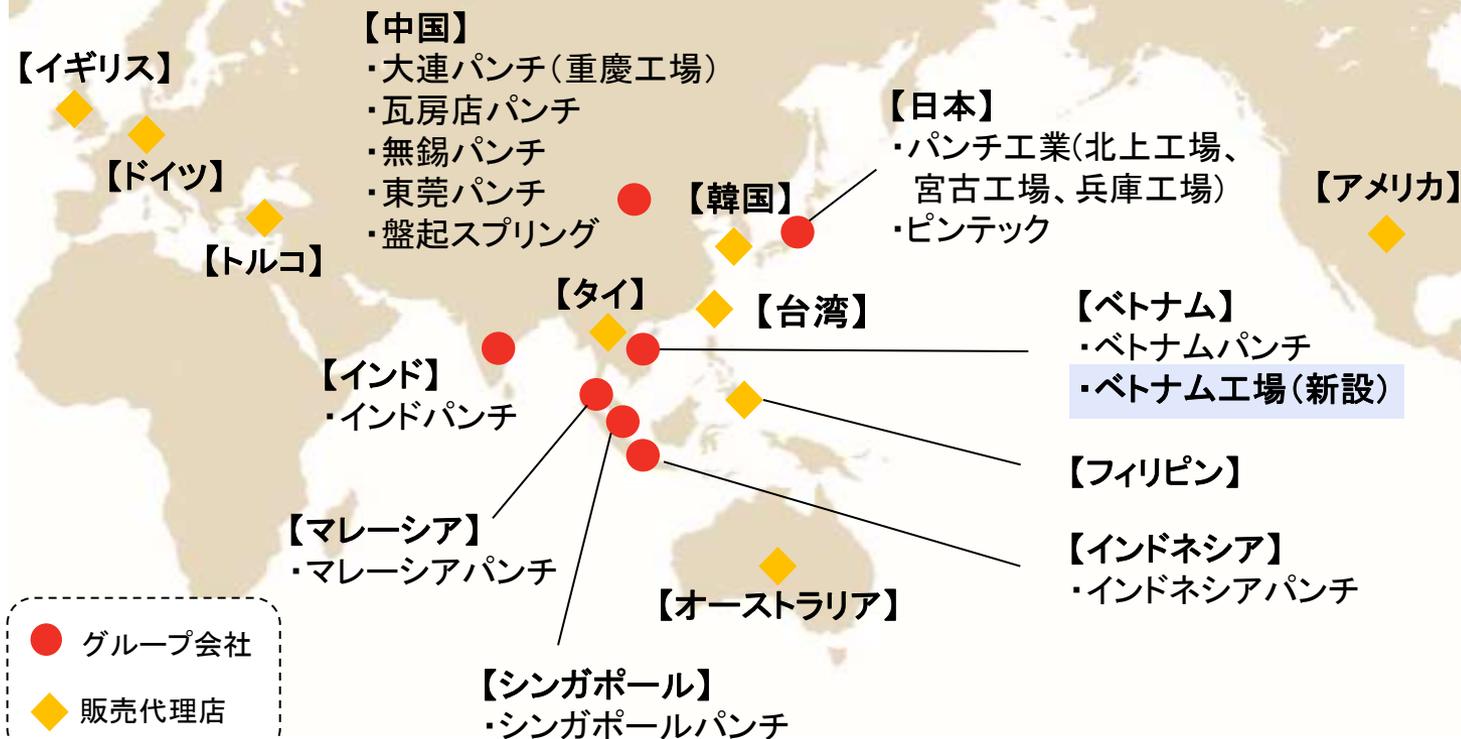
# パンチグループのネットワーク

## 生産拠点数

| 日本 | 海外 |
|----|----|
| 4  | 8  |
| カ所 | カ所 |

## 販売拠点数

| 日本 | 海外 |
|----|----|
| 15 | 38 |
| カ所 | カ所 |



# 沿革



## パンチ工業株式会社

・2015年11月、ベトナムに製造拠点設立(予定)

・創業40周年

2015

・東京証券取引所市場第一部銘柄に指定

2014

・パンサー社(現:マレーシアパンチ)を完全子会社化  
・インドネシア合併会社設立

2013

・東京証券取引所市場第二部上場

2012

2011

・インドに販売拠点設立

2010

2002

・中国国内で金型用部品販売を開始

2001

・中国国内に販売拠点設置

1989

・中国大連に製造拠点設立

・宮古パンチ工業(現:宮古工場)設立

1983

・北上工場設置、金型用部品の全国販売を開始

1982

・プラスチック金型用部品に進出(ハイスエジェクタピンの量産化に成功)

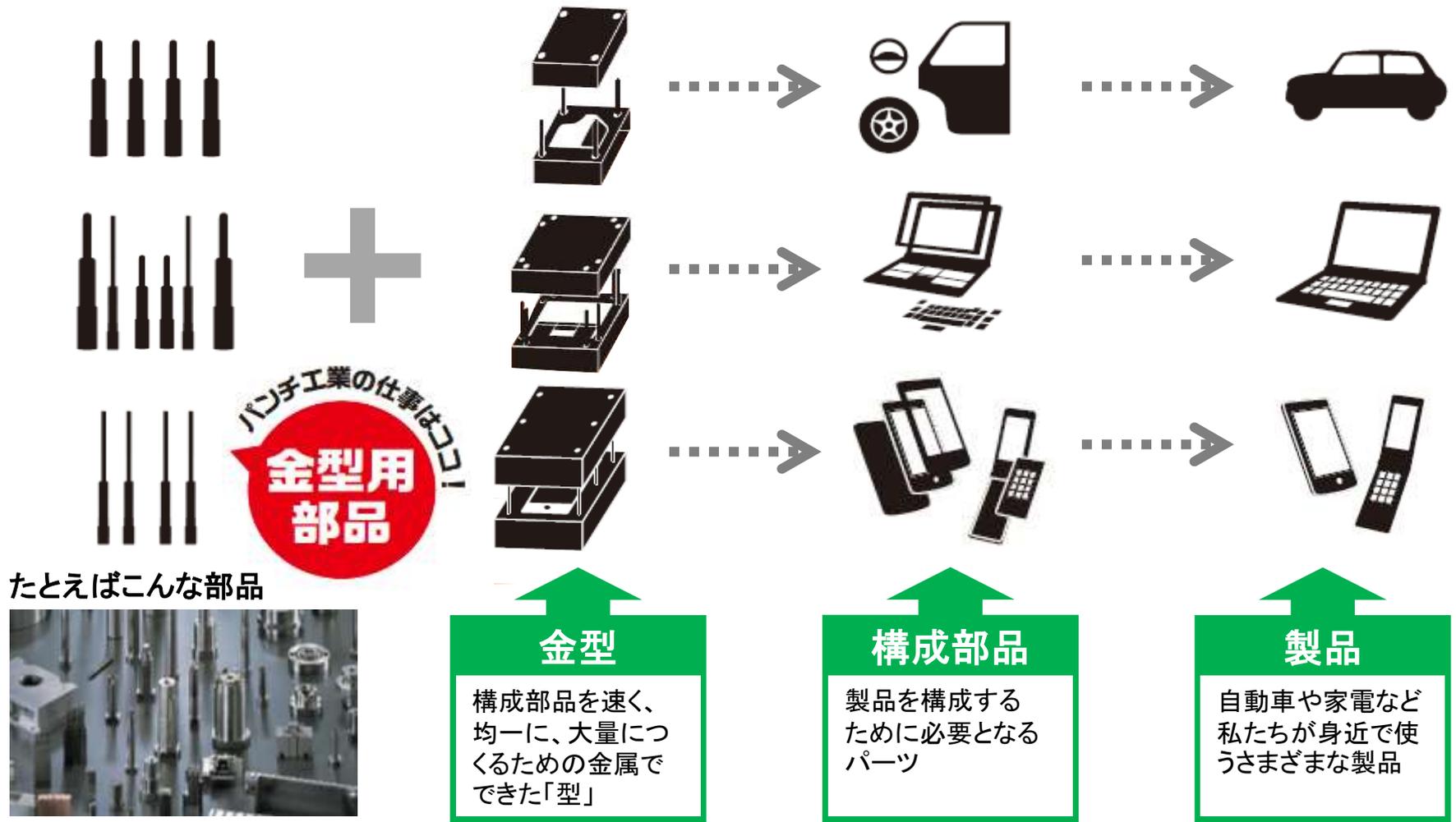
1975

・創業、プリント基板用穴あけピン製造

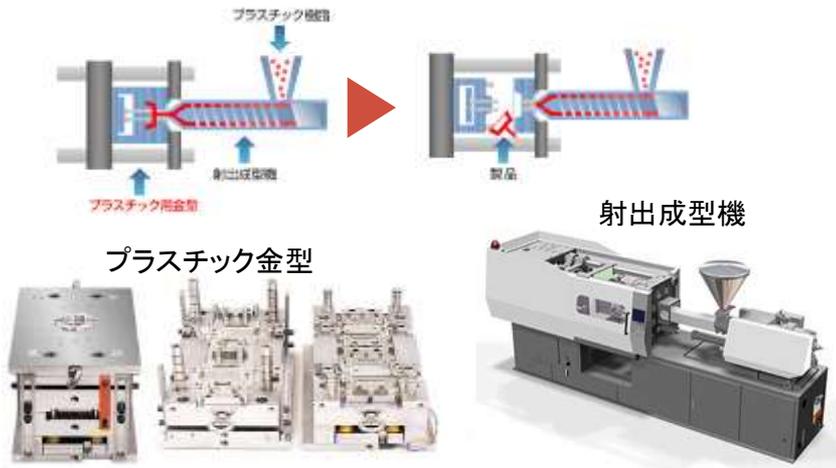


# 事業内容

金型を構成するために、なくてはならない多種多様な精密部品の製造・販売



# プラスチック金型と金型用部品



エジェクタピン



スプルーブシュ・ロケットリング

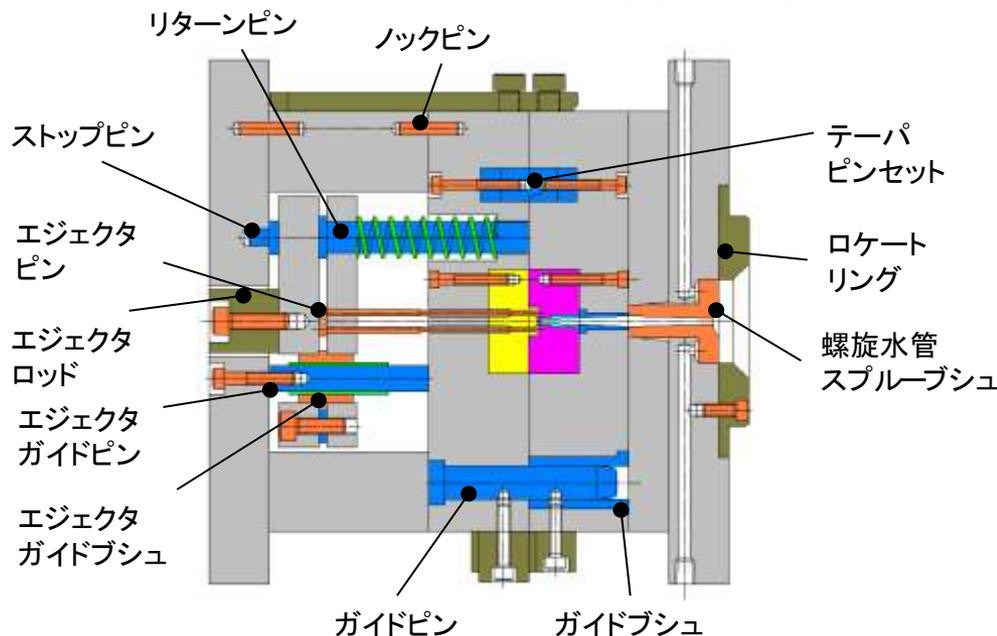
## ●プラスチック金型用部品について

プラスチック金型とは、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ております。

当社グループでは、広範なプラスチック製品の射出成型用金型に組み込まれるエジェクタピン、スプルーブシュ等のプラスチック金型用部品の製造・販売を行っております。

**エジェクタピン**・・・ 成型品を金型から離し、突き出すための部品

**スプルーブシュ**・・・ 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



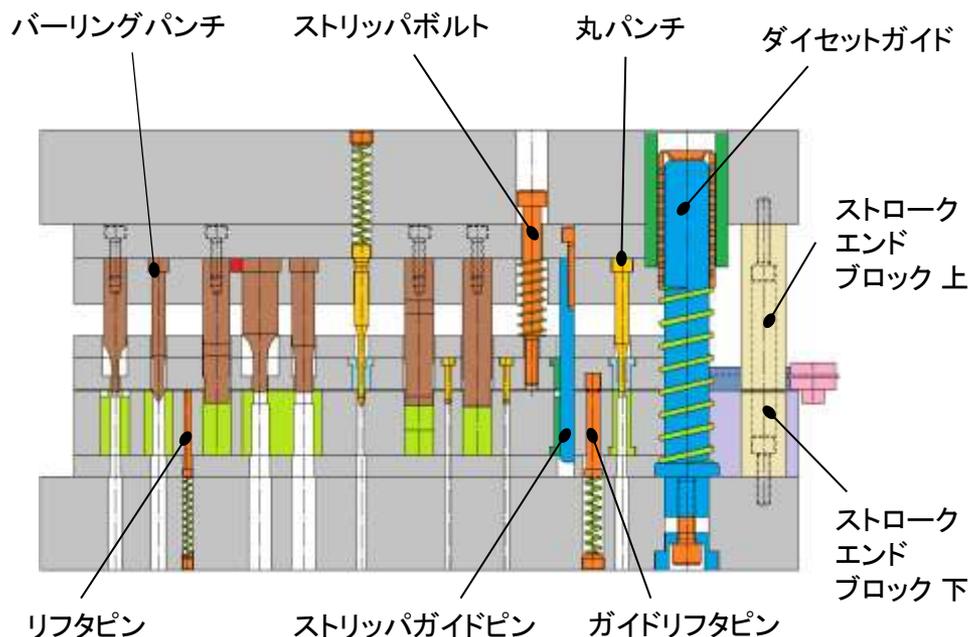
# プレス金型と金型用部品



プレス金型

パンチ

ダイセットガイド



## ●プレス金型用部品について

プレス金型は、プレス機(上下運動する機械)に金型を装着し、上下に分かれた金型の間に材料(金属の鋼板)を入れ、プレス機を稼働することにより、金型で型どられた製品が出来上がります。

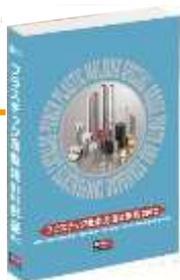
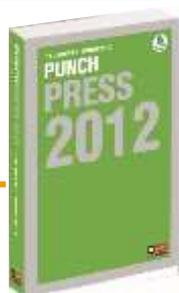
当社グループでは、自動車、家電、精密機器などを大量生産するために必要な、プレス加工で使用される金属の鋼板を打ち抜く際に使用するパンチ・ダイ部品、金型の上下の動きを保持するガイド部品等のプレス金型用部品の製造・販売を行っております。

- パンチ…………… パンチは材料に推しつけて使われる工具で、通常はダイと対で使われ、材料に穴をあけたり、形状を転写する部品
- 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する部品



# パンチグループの強み

## お客様に高い満足度を提供



### カタログ品

汎用性の高い標準製品を  
豊富にラインナップ

スピーディな  
ソリューション

### 特注品

カスタムニーズにも  
柔軟に対応



### 一気通貫の生産体制

1,700台の設備で幅広い対応力

### お客様密着型の営業体制

きめ細かな対応・提案力

### 高い技術力

創業以来培ったノウハウとたゆまぬ研究開発



# 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。

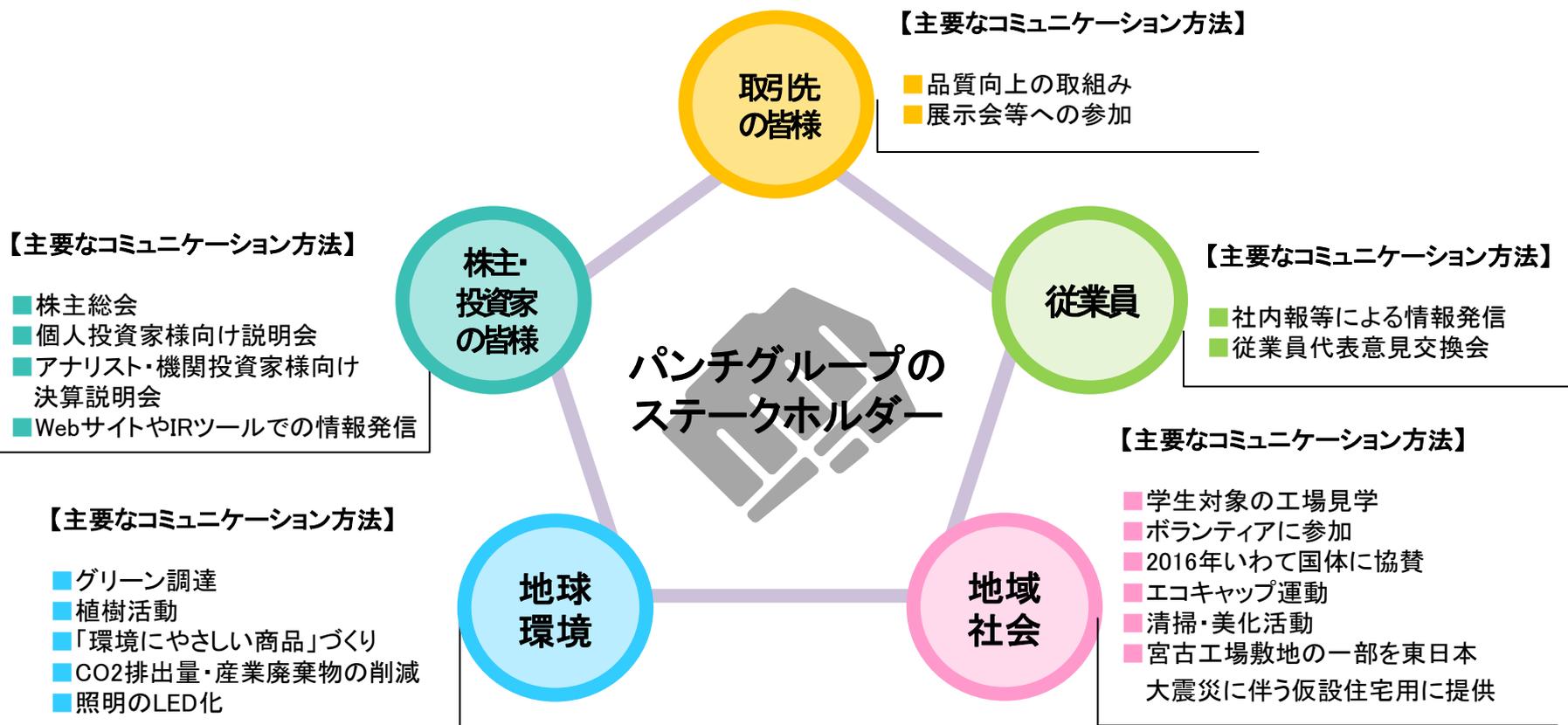
## 企業ビジョン



## 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



決算説明会の様子



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



【環境にやさしい】  
マーク

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:03-5460-8237 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。