

平成17年9月6日

各 位

会 社 名 ゼネラルパッカー株式会社
 代 表 者 名 代表取締役社長 原 淳
 (J A S D A Q ・ コード 6 2 6 7)
 問 い 合 わ せ 先 専務取締役 池澤 晃
 管 理 部 長
 電 話 番 号 0568(23)3111(代表)

中期経営計画の修正に関するお知らせ

平成16年9月7日に公表しました中期経営計画(平成17年7月期~平成19年7月期)に関しまして、見直しを行いましたので、下記の通りお知らせいたします。

記

1. 中期経営計画(平成18年7月期~平成20年7月期)

- (1) 目標とする経営指標(達成時期:平成20年7月期)
 ・前中期経営計画の経営指標の達成時期を1期繰越
 (2) 経営目標

(単位:百万円)

	中期利益計画					
	平成18年7月期 (今期予想)		平成19年7月期 (来期計画)		平成20年7月期 (再来期計画)	
	金額	前計画比	金額	前計画比	金額	前計画比
売上高	4,300	93.5%	4,600	92.0%	5,000	-
経常利益	300	65.2%	400	80.0%	500	-
当期純利益	177	65.3%	235	79.7%	295	-

(ご参考)前中期経営計画(平成17年7月期~平成19年7月期)

- (1) 目標とする経営指標(達成時期:平成19年7月期)
 売上高経常利益率 10%以上
 ROA(総資本経常利益率) 10%以上
 ROE(株主資本当期純利益率) 10%以上
 利益生産性 4百万円以上(=全従業員一人当たり経常利益)
 (2) 経営目標

(単位:百万円)

	平成18年7月期	平成19年7月期
売上高	4,600	5,000
経常利益	460	500
当期純利益	271	295

(注)前回発表(平成16年9月7日付)では、平成19年7月期の計画数値のみの公表でありましたが、今回、平成18年7月期の計画数値につきましても、ご参考に記載しております。

2. 中期経営計画見直しの経緯

前中期経営計画の初年度である前期(平成 17 年 7 月期)は、中小型案件需要が低迷したとともに大型案件のずれ込み等が発生したこともあり、当初計画を大幅に下回る経営成績となりました。

また、包装機械業界においては、最大需要先の食品部門の設備投資意欲は依然として慎重姿勢が続いていることから、当社の今期(平成 18 年 7 月期)以降につきましても、売上高の大幅な伸びと高粗利機種の販売台数の大幅な増加が期待できない状況が続くものと予想されます。

このため、営業体制を強化して受注の拡大に取り組むとともに、今期(平成 18 年 7 月期)を再スタート期として、中期経営計画を推進するための成長基盤づくりを強化するため、展示会を中心とした販売促進投資・研究開発投資・人材投資等の戦略的な投資の増加を図ることとし、今期(平成 18 年 7 月期)及び来期(平成 19 年 7 月期)の売上高経常利益率の計画を見直すこととしました。

以上により、今回、中期経営計画の見直しを行ったものであります。

なお、中期経営戦略については、前中期経営計画で掲げました基本戦略及び主な経営施策をより強力に継続して推進していくものとしております。このため、経営施策項目の一部表現等の見直しを実施していますが、平成 16 年 9 月 7 日付公表の内容と基本的に変更はありません。

<ご参考> 中期経営戦略

(1) 基本戦略

これまで取り組んできた「ドライ分野における包装システムのオンリーワン企業を目指すためのペンタゴン経営」をさらに強力に推進します。

注) ペンタゴン経営とは、経営管理機能の強化を目的とし、開発・生産・営業・財務・管理の 5 機能をバランスの取れた 5 角形にする経営で、内部的な基本方針としています。

差別化集中戦略(高機能を求めるトップ企業に、高い機能を持った製品を提供)を強化し、ドライ分野のオンリーワン企業を目指す

独創的で差別化した新機種を開発し、高収益機種のラインナップを図る

安全でクレームの発生しない高品質の包装システムを販売するとともに、献身的なサービスの提供を図る

社会的責任を果たすため、コンプライアンス・リスクマネジメント体制の強化を図る

少数精鋭主義を実践し、成長スピードを高めるための人材確保、人材育成の強化を図る

各利害関係者の満足度向上、共存共栄のための行動を実践する

(2) 主な経営施策

販売戦略

- ・ 営業本部 4 部制として、企画・管理機能と機動性の強化
- ・ 首都圏を中心とした東京営業部の営業体制の強化(組織体制と戦力の強化)
- ・ 展示スペース併設の新社屋活用によるシステム営業力の強化
- ・ 健康食品関連、医療機器関連、ペットフード関連等への継続拡販
- ・ 海外市場に進出した日本企業への国内サポート及び輸出ルートの拡大、海外展示会への参加

開発戦略

- ・ 開発体制の強化（増員と技術・開発両部の連携強化）
- ・ 新機種開発のスピードアップ
- ・ 標準化によるコストダウンの推進
- ・ 高品質、環境変化への積極的対応
- ・ 営業部への技術支援の強化

生産戦略

- ・ コストダウン体制の強化（設計の見直し、取引先との連携強化等）
- ・ 高品質体制の強化
- ・ 生産対応力の強化
- ・ 5 S 活動の徹底

マネジメント戦略

- ・ 新人事制度の確立（社員の活力向上、少数精鋭主義の人材育成等）
- ・ 財務体質の強化と効率経営の推進
- ・ リスクマネジメント、コンプライアンス体制の確立
- ・ 企業イメージの向上（IRの推進と早期開示体制の確立）

配当政策

株主の皆様への積極的な利益還元を図ることを基本方針として、安定配当を堅持しつつ、配当性向30%を目安に、業績動向を見ながら段階的に配当金の増加を図る。

以上

（注）上記に記載した計画数値は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、業況の変化等により、上記予想数値と異なる場合があります。