

平成19年9月10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 梅森 輝信  
 (JASDAQ・コード6267)  
 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19年7月期の業績及び経営環境の変化をふまえ、平成17年9月6日に公表しました中期経営計画(平成18年7月期～平成20年7月期)に関しまして、最終年度(平成20年7月期)の達成目標を下記の通り修正いたしましたので、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)の達成目標の修正

##### (1) 業績目標の修正

##### 【過年度実績及び修正後の計画】

(単位:百万円)

	平成18年7月期(実績)		平成19年7月期(実績)		平成20年7月期(目標)	
	金額	前計画比	金額	前計画比	金額	前計画比
売上高	4,394	102.2%	4,074	88.6%	4,600	92.0%
経常利益	285	95.0%	213	53.3%	250	50.0%
当期純利益	154	87.0%	118	50.2%	135	45.8%

##### 【当初計画】(平成17年9月6日発表)

(単位:百万円)

	中期利益計画		
	平成18年7月期	平成19年7月期	平成20年7月期
売上高	4,300	4,600	5,000
経常利益	300	400	500
当期純利益	177	235	295

##### (2) 目標とする経営指標の修正

達成時期:平成20年7月期	当初の目標	修正後の目標
売上高経常利益率	10%以上	5.0%以上
ROA(総資産経常利益率)	10%以上	5.0%以上
ROE(自己資本当期純利益率)	10%以上	4.5%以上
利益生産性(全従業員一人当たり経常利益)	4百万円以上	2百万円以上

##### (ご参考) 過年度実績

	平成18年7月期(実績)	平成19年7月期(実績)
売上高経常利益率	6.5%	5.2%
ROA(総資産経常利益率)	5.9%	4.6%
ROE(自己資本当期純利益率)	5.7%	4.3%
利益生産性(全従業員一人当たり経常利益)	2.4百万円	1.7百万円

## 2. 中期経営計画修正の理由

初年度である平成 18 年 7 月期につきましては、当初計画に織り込んでいなかった役員賞与に関する会計基準の適用により、経常利益及び当期純利益は当初計画を下回るものの、業績目標及び経営指標ともに、ほぼ計画通りに推移いたしました。

第 2 年度である平成 19 年 7 月期につきましては、新機種開発の強化、高機能・高価格機種の受注活動の強化、海外向け売上の増加等を見込むとともに、コストダウンに取り組み、増収・増益の確保と各経営指標数値の段階的な増加を計画しておりました。しかしながら、上半期までは順調に推移しましたが、その後、国内の設備投資需要の減退傾向が強まり、特に下半期に入って、大型案件及び高価格機種の需要が減少したことから、受注高は前期に比べて大幅な減少となる大変厳しい状況となりました。

この結果、販売台数の増加や海外向け売上の増加は図れたものの、大型案件の実績が低調であったことから、当初計画より売上高が減収になるとともに、利益面に関しては、高粗利益機種の販売台数の減少と新機種の立ち上げコストの増加等により、売上総利益率が減少したことから、経常利益及び当期純利益は当初計画より大幅な減益となりました。これにより、各経営指標数値につきましても、初年度より減少する結果となりました。

中期経営計画の最終年度である平成 20 年 7 月期の見通しにつきましては、最大需要先の食品部門においては原油価格や素原材料価格の高止まりによるコスト増の影響も懸念されることから、国内の設備投資需要の大幅な回復は期待できない状況にあります。また、当社の経営施策の中で、販売戦略上の重点分野と位置付けて、設備投資需要の伸びを期待していた健康食品関連が、当初想定より早期に減退傾向に転じるという大きな見込み違いが発生しています。

内的要因につきましては、人材面の観点より営業体制及び開発体制の強化が計画通りに進んでいない等、経営計画上のずれも拡大する見通しとなりました。

このような状況のなかで、平成 19 年 7 月期に低調であった大型案件及び高価格機種の需要については、設備投資計画の繰延べ分も含めて、一部回復も期待できる状況となってきたことから、新機種の拡販、展示会を中心とした積極的な販売促進活動、新規顧客開拓の強化、海外向け対応力の強化などに取り組み、売上高の増加を図ってまいりますが、期首の受注残高が少ないこともあり、当初の売上高計画を下回る見通しとなりました。また、引き続き高粗利益機種の販売台数の増加と新機種を中心としたコストダウンの強化に取り組むものの、顧客ニーズの多様化と高度化の加速や素原材料価格の高止まりなどにより売上原価の上昇も懸念されることから、売上総利益率の大幅な増加は期待できない状況となりました。

一方、今後の成長基盤を再強化するために、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とともに、平成 19 年 9 月より稼動する新工場関連費用の増加も見込まれることから、販売費及び一般管理費は当初計画より増加する見通しとなりました。

以上の通り、売上高の減少要因と売上総利益率の減少要因により売上総利益が減少するとともに、販売費及び一般管理費が増加することから、経常利益及び当期純利益は当初計画を大幅に下回る見通しとなりました。このため、最終年度(平成 20 年 7 月期)の業績目標及び目標とする経営指標について、上記の様に修正を行ったものであります。

今後につきましては、今回の中期経営計画の修正をふまえながら、次期中期経営計画(平成 21 年 7 月期～平成 23 年 7 月期)の策定と実行に向けて、平成 20 年 7 月期を戦略の再構築と体制整備の準備期間として位置づけ、成長基盤と収益体質の再強化に努めてまいります。

なお、今回、最終年度(平成 20 年 7 月期)の達成目標の修正を実施しましたが、基本戦略及び主な経営施策につきましては、より強力に継続して推進していくものとしておりますので、平成 17 年 9 月 6 日付公表の内容と基本的に変更はありません。

#### <ご参考>

平成 17 年 9 月 6 日付公表の基本戦略及び主な経営施策につきましては、次の通りであります。

##### (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。

- ① 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
- ② 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
- ③ 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
- ④ 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
- ⑤ 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
- ⑥ 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

###### ①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 of 拡大、海外展示会への参加

###### ②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

###### ③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

④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）

⑤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、上記計画数値と異なる場合があります。