

平成20年9月8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 取締役管理部長 小関 幸太郎
電話番号 0568(23)3111(代表)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、平成21年7月期から平成23年7月期までの3期間を対象とする『第2次中期経営計画』を策定しましたので、その概要を下記の通り、お知らせいたします。

記

I. 中期経営計画の位置づけ

当社は、平成20年7月期を最終年度とする『第1次中期経営計画』を策定し、上場企業としての社会的責務を果たしながら、永続的な安定成長を持続していくために、「新生ゼネラルパッカー(株)の社会的基盤固めの時期」と位置づけて、経営管理体制の強化と成長基盤の強化に取り組んでまいりました。

しかしながら、『第1次中期経営計画』では、経営管理体制の強化は進展したものの、原油価格高騰による包装材料のコスト増加や食品原材料の高騰などを背景に、需要業界の国内設備投資需要が低調に推移する中で、成長基盤作りが事業環境の変化に対応できなかったことから、数値目標が大幅な未達に終わるとともに、2期連続の減収・減益となる不本意な結果となりました。

また、今後の見通しにつきましても、当社を取り巻く経営環境が厳しさを増している中で、既存の商品・市場のみの事業領域では、業績を大幅に回復させることが難しくなっています。

このような状況のもと、当社といたしましては、業績回復および継続的な成長を実現させるためには、中長期的な観点からの戦略的投資を推進しながら、成長基盤の再構築を図ることが重要な経営課題であると認識しております。

このことから、『第2次中期経営計画』につきましては、「**将来の飛躍を目指すための成長基盤再構築の時期**」と位置づけて、成長基盤を再構築するための各施策の強化に取り組み、業績の向上を目指してまいります。

II. 第2次中期経営計画の概要

1. 企業ビジョン

『第1次中期経営計画』で掲げた企業ビジョンを継続するものとしします。

■企業ビジョン

『社会・株主・顧客・取引先・従業員の全てに対し、誠実で透明性の高い経営を実践し、信頼され、支援される企業』の実現を目指してまいります。

■基本方針

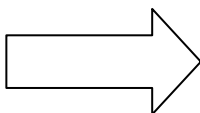
企業ビジョンの実現に向け、社会・株主・顧客・取引先・従業員の5つの利害関係者に対して、バランスの取れた経営を行っていくことを基本方針とした「新ペンタゴン経営の実践」に努めてまいります。

2. 中期経営ビジョン

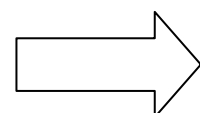
- (1) 世界に通用する包装機メーカー
- (2) 包装システムの高度化に応えるトータルプランナー
- (3) 挑戦心と活力あふれる『モノづくり企業』

3. 中期経営計画の数値目標

(1) 経営目標

	平成20年7月期 実績		平成23年7月期 目標
売上高経常利益率	3.7%		5%以上
ROA（総資本経常利益率）	3.0%		5%以上
ROE（自己資本当期純利益率）	2.6%		5%以上

(2) 業績目標

	平成20年7月期 実績		平成23年7月期 目標
売上高	3,597百万円		4,500百万円
営業利益	117百万円		245百万円
経常利益	132百万円		250百万円
当期純利益	72百万円		140百万円

4. 中期経営戦略

新商品の開発と新市場の拡大を重要課題として、以下の基本戦略を推進し、事業領域の拡大を目指してまいります。

(1) 基本戦略

『包装システムのトータルプランナーとして事業領域の拡大を目指す』

- ① 商品競争力の強化と業界ニッチトップ戦略の推進を図り、ドライ分野のロータリー式自動包装機国内シェア No.1 を維持する
- ② 新たなマーケット開拓のために、独創的な商品開発を推進する
- ③ システム事業の独自性を強化し、売上拡大を目指す
- ④ 中長期的に海外売上高比率 20% を目指して、海外マーケット開拓の強化を図る
- ⑤ 事業・技術提携も視野に入れながら、事業領域の拡大を推進する
- ⑥ 将来の飛躍に向けた人材確保、人材育成の強化を図る

(2) 主な経営施策

①販売戦略

- ・ 海外販売体制の強化
- ・ 新機種と包装形態の提案による新たなマーケットの開拓
- ・ 自社ブランドシステムの商品化とシステム営業体制の強化
- ・ 食品業界以外への新規顧客開拓の強化
- ・ 業界大手上位への重点営業の継続強化

②開発・技術戦略

- ・ 研究開発投資の増加による開発力の強化
- ・ ロータリー式自動包装機のコア技術開発の強化
- ・ 新たなマーケット開拓のための新方式包装機の開発
- ・ 主力機種のカスタム対応力の強化（新機種開発、カスタム設計力の強化）
- ・ 海外向け仕様機設計とコストダウン設計の強化

③生産戦略

- ・ 海外納入機の立ち上げ・アフターサービス対応力の強化
- ・ 高品質体質の構築と技術伝承の推進
- ・ 「見える化」と生産管理改善による生産性の向上
- ・ 在庫管理の徹底による棚卸資産回転率の向上

④マネジメント戦略

- ・ 基本戦略に適合した組織体制の整備と戦略的投資の推進
- ・ 人材の確保・育成体制の強化（研修制度の充実と技術・技能伝承の強化）
- ・ 内部統制システム運用体制の確立とリスクマネジメント体制の強化
- ・ 投資家や就職活動者に対する認知度の向上

⑤IT戦略

- ・ ホームページの充実化と戦略的活用の強化（販売戦略・求人活動・IR向け）
- ・ 財務報告の信頼性と早期化を確保する情報システムの整備
- ・ モノづくり力強化や業務改革のためのIT導入・活用の推進
（CADシステム、生産管理システム、組立・出張作業のIT機器活用等）

⑥配当政策

株主への積極的な利益還元を図ることを基本方針として、配当性向50%または純資産配当率(DOE)2%を目安に、安定配当を堅持しつつ、業績動向を見ながら配当金の増加を目指す。

(注) 上記に記載した予想数値は、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。

以上