

第2次中期経営計画

(2009/7期～2011/7期)

2011/7期ローリング(2010.09.9修正)

包装システムの市場創造型トータルプランナー

ゼネラルパッカー株式会社



証券コード: 6267

事業環境と現状認識

(2010/7期末現在)

<包装機械業界>

●設備投資の抑制傾向が続くとともに、輸出も減少するなど、受注環境は厳しい状況が続いている

●(社)日本包装機械工業会 生産高統計 平成21年度(H21.4~H22.3)

4,000億円台から3,700億円台まで減少 ;平成以降で最低水準

2年連続の減少

■需要先別 前年度比

全体	△288億円(7.2%減)
食品部門	△125億円(6.2%減)
化学部門	△45億円(5.3%減)
その他	△118億円(10.2%減)
<内 輸出	△78億円(24.9%減)>

●平成22年度は下げ止まり、緩やかな回復の見通し

<当社の影響と課題>

●大型案件・高額機種需要が減少し、機械受注高は、前期を大きく下回る

一方、中小型案件が一部回復し、受注件数は微減に留まる

今後の見通し;内食化の定着により、関連需要が増加傾向

医療分野・健康食品・種苗関連等で、高額機種需要が回復傾向


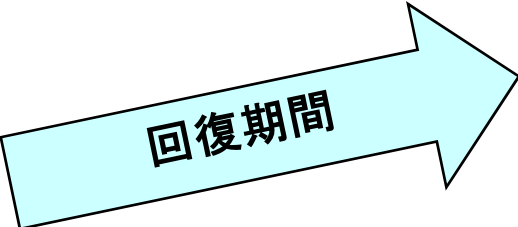
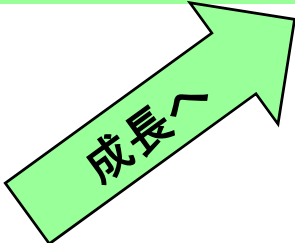
●海外向けの売上高・受注高は、ともに大きく低迷;既存ユーザーの需要減少と円高の影響

・アジア向けの引き合いは、増加傾向にある

●新たなマーケット開拓は、進展が遅れている

・新機種と新分野の引き合いは、増加傾向にある

第2次中期経営計画の位置づけ

第1次中計	第2次中計	第3次中計
<p>業績動向</p>  <p>減収・減益</p>	 <p>回復期間</p>	 <p>成長へ</p>
<p>成長基盤作りが事業環境変化に対応出来ず</p> <p>経営管理体制の強化は進展</p>	<p>将来の成長に向けた戦略的投資を推進</p>	
<p>新生ゼネラルパッカー(株)の社会的基盤固めの時期</p>	<p>将来の飛躍を目指すための成長基盤再構築の時期</p>	<p>飛躍の時期</p>
06/7期 07/7期 08/7期	09/7期 10/7期 11/7期	12/7期~14/7期

企業ビジョン

(第1次中期経営計画で掲げたビジョンを継続)

- 「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

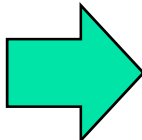


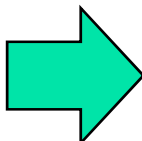
第2次中期経営計画(2009年7月期～2011年7月期)

◆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』

◆中期数値目標

◆経営目標	08/7期実績		11/7期当初目標	11/7期修正目標
売上高経常利益率	3.7%		5%以上	5%以上
ROA(総資産経常利益率)	3.0%		5%以上	5%以上
ROE(自己資本当期純利益率)	2.6%		5%以上	4.5%以上

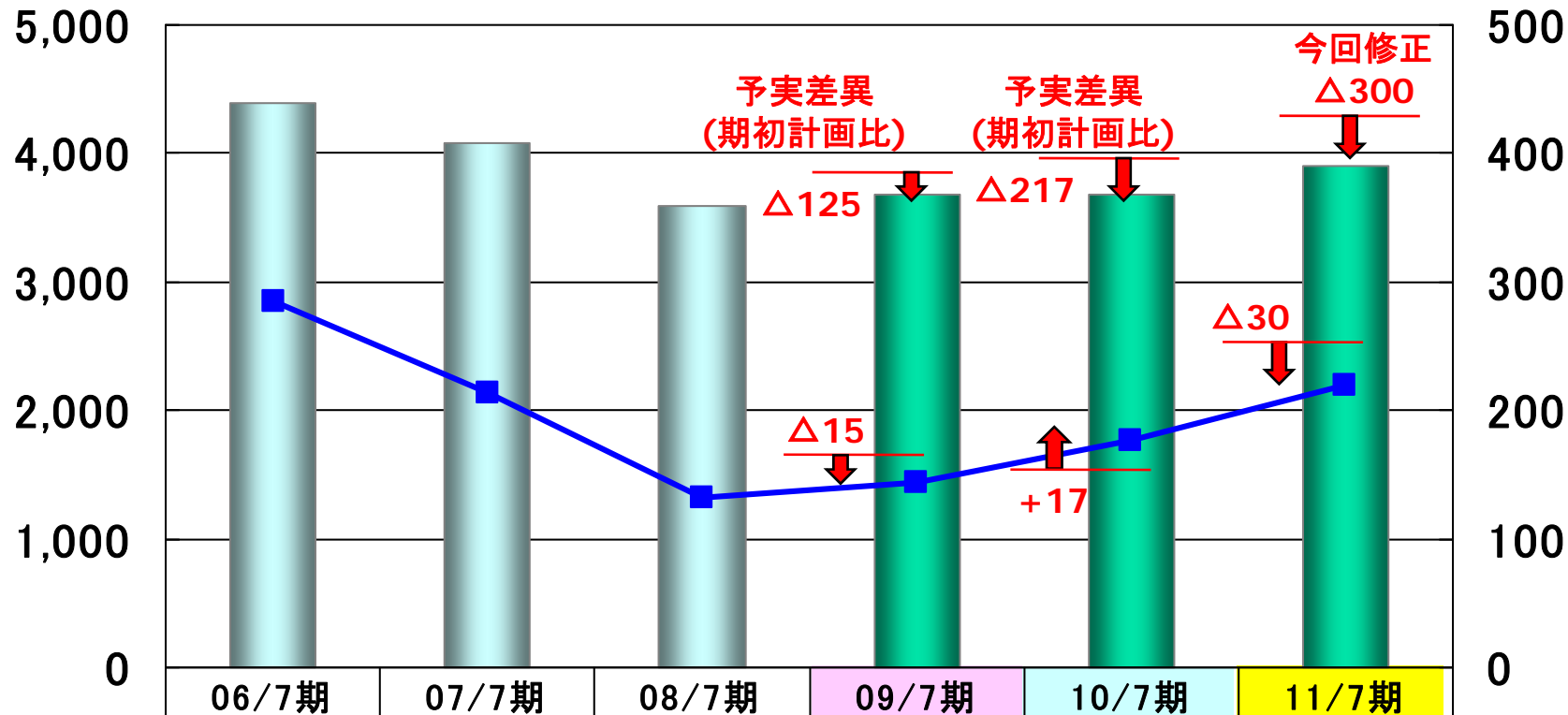
◆業績目標	08/7期実績		11/7期当初目標	11/7期修正目標
売上高	3,597百万円		※4,200百万円	3,900百万円
営業利益	117百万円		245百万円	215百万円
経常利益	132百万円		250百万円	220百万円
当期純利益	72百万円		150百万円	130百万円

業績推移

第2期(10/7期)の経常利益計画は達成したものの、受注が低調であることから、現在の事業環境も踏まえて、最終期の計画値を下方修正

売上高 (百万円)

経常利益

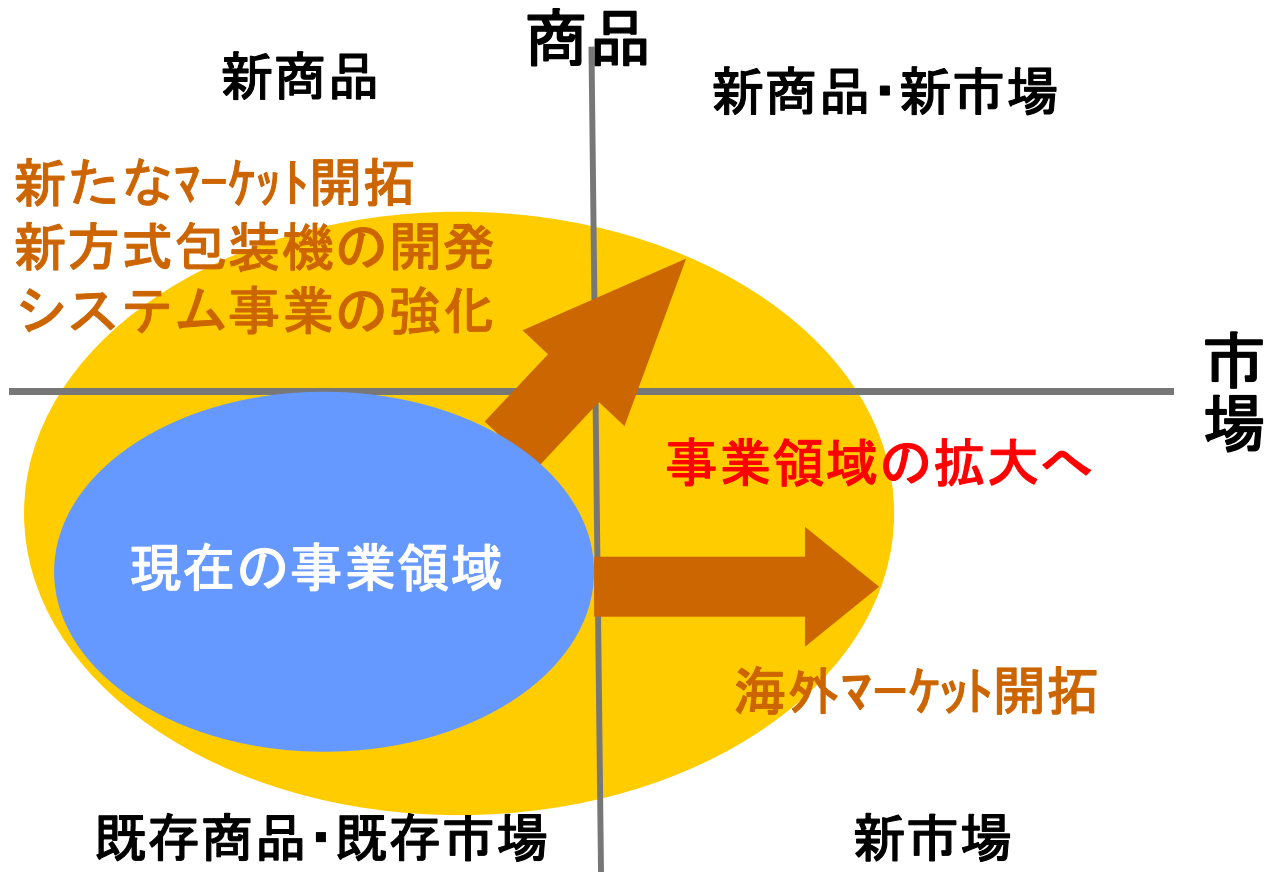


売上高	4,394	4,074	3,597	3,674	3,682	3,900
経常利益	285	213	132	144	177	220

← 第2次計画 →

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」



事業計画モデル

売上高(単位:百万円)	09/7期実績	10/7期 期初予想	10/7期実績	予実差異 今後の見通し	11/7期 修正計画
国内既存市場 (保守消耗部品含む)	3,000	2,900	3,015	・ガス機の需要回復 ・国内需要は横ばいの見通し	3,000
海外市場 (海外部品含む)	364	300	161	・円高の影響と米国市場の開拓進展せず ・アジア向けを中心に活動を強化	300
システム事業	310	500	457	・繰越の発生 ・大型システムが減少	400
新方式包装機 新たなマーケット開拓	0	200	49	・開拓の遅れ ・新機種拡販と新分野への活動を強化	200
	3,674	3,900	3,682		3,900

基本戦略

- ①商品競争力の強化と業界別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

事業領域の拡大へ

主な経営施策

販売戦略

- ①海外販売体制の強化
- ②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
- ③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
- ④食品業界以外の新規顧客開拓の強化
- ⑤業界大手上位への重点営業の継続強化

開発・技術戦略

- ①研究開発投資の増加による開発力の強化
- ②ロータリー式自動包装機のコア技術開発の強化
- ③新たなマーケット開拓のための新方式包装機の開発
- ④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)
- ⑤海外向け仕様機設計とコストダウン設計の強化

生産戦略

- ①海外納入機の立ち上げ・アフターサービス対応力の強化
- ②高品質体質の構築と技術伝承の推進
- ③「見える化」と生産管理改善による生産性向上
- ④在庫管理の徹底による棚卸資産回転率の向上

マネジメント戦略

- ①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
- ②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)
- ③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
- ④投資家や就職活動者に対する認知度の向上

IT戦略

- ①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活動向け)
- ②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
- ③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)

株主還元

中期配当政策

- 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、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。

	2009/7期	2010/7期	2011/7期予想
中間配当	3.50円	3.50円	3.50円
期末配当	3.50円	3.50円	3.50円
年間配当	7円	7円	7円
当期純利益／株	9.19円	11.84円	14.83円
配当性向	76.2%	59.0%	47.2%
DOE	2.2%	2.2%	2.2%

自己株式取得

- 2010年3月 取得株数 224,000株 取得金額 41百万円

当資料取り扱い上の注意点

当資料には将来見通しが含まれております。将来見通しは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいております。この将来見通しは仮定または仮定に基づく根拠が含まれており、環境によっては想定された事実や根拠は実際の結果とは異なる場合があります。当社または当社の経営者は将来の結果についての期待または確信を述べていますが、その期待や確信、あるいはそれに近い結果が実際に達成されるという保証はありません。また法令上、別途の定めがある場合を除き、当社はいかなる将来見通しも最新のものとする義務を負っておりません。

【IR窓口】 経営企画室 長谷川
〒481-8601
愛知県北名古屋市宇福寺神明65
電話:0568-23-3111 FAX:0568-22-3222
E-mail: x-hasegawa@general-packer.co.jp