

平成 23 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 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24年7月期から平成26年7月期までの3期間を対象とする『第3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23年7月期を最終年度とする『第2次中期経営計画』を策定し、業績回復および継続的な成長を図るために、「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、新商品の開発と新市場の開拓などにより事業領域の拡大に取り組んでまいりました。

しかしながら、『第2次中期経営計画』の策定当時(平成20年9月)に比べ、世界同時不況や円高などにより、包装機械業界を取り巻く事業環境が大きく変化する中で、対応策への取り組みが十分にできなかったことから、当初業績目標(売上高及び利益額)については未達に終わるとともに、事業領域の拡大の進展が遅れる結果となりました。

一方、経営目標として掲げた利益率(売上高経常利益率、ROA、ROE)の向上につきましては、売上高が伸び悩む中で、経費削減と予算執行の抑制等により収益性の向上に努めたことから、ほぼ達成することができました。また、当初数値目標は未達となりましたが、業績回復を図ることができ、3期連続の増収・増益を確保できました。

<第2次中期経営計画 数値目標達成状況>

平成20年9月8日発表時計画	平成23年7月期目標	平成23年7月期実績
売上高	4,500百万円	3,937百万円
営業利益	245百万円	225百万円
経常利益	250百万円	232百万円
当期純利益	140百万円	138百万円
売上高経常利益率	5%以上	5.9%
ROA(総資産経常利益率)	5%以上	5.3%
ROE(自己資本当期純利益率)	5%以上	4.9%

今後の見通しにつきましては、包装機械業界の受注環境は厳しい状況が続くものと予想される中で、当社の現在の事業領域では、業績を大幅に成長させることは難しい状況にあります。

このような状況のもと、当社といたしましては、持続的な成長を図るためには、将来を見据えた戦略的投資を増加させながら、安定的な業績を確保し、事業領域のさらなる拡大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3次中期経営計画』につきましては、「次期飛躍に向けた安定成長確立の時期」と位置づけて、事業領域を拡大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3次中期経営計画の概要

1. 中期経営ビジョン

- (1) 世界に信頼される包装機メーカー
- (2) 「なんとかしたい」にトップスピードで応えるトータルプランナー
- (3) 『創造と挑戦』のモノづくり企業

2. 中期経営計画の数値目標

第2次中期経営計画の実績では、経費削減と予算執行の抑制等による収益性の向上に注力してきましたが、第3次中期経営計画では、売上高の安定成長確立に注力することとし、利益率及び利益額については、将来を見据えた積極的な戦略投資と予算支出を推進しながら、平成23年7月期実績と同等レベルを確保することを目標としております。

(1) 経営目標

	平成23年7月期実績		平成26年7月期目標
売上高経常利益率	5.9%	➡	5.5%以上
ROA（総資産経常利益率）	5.3%		5.5%以上
ROE（自己資本当期純利益率）	4.9%		5.0%以上

(2) 業績目標

	平成23年7月期実績		平成26年7月期目標
売上高	3,937百万円	➡	4,400百万円
営業利益	225百万円		245百万円
経常利益	232百万円		250百万円
当期純利益	138百万円		150百万円

3. 中期経営戦略

新分野と海外市場の開拓を重要課題として、以下の基本戦略を推進し、事業領域のさらなる拡大を目指してまいります。

(1) 基本戦略

『持続的成長に向けて事業領域のさらなる拡大を目指す』

- ① 顧客ニーズの積極的吸収と独創的な商品開発を推進し、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 安定的に海外市場向けの売上高比率15%以上の体制を目指す
- ③ 包装システムのトータルプランナーとしての提案力強化を図る
- ④ 事業領域拡大のための商品開発を強化する
- ⑤ 顧客が安心して生産活動できる包装機とサービスを提供する
- ⑥ 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

(2) 主な経営施策

①販売戦略

- ・ 海外販売体制の強化
- ・ 業界大手を中心に、顧客ニーズにマッチした商品の企画提案営業
- ・ 新規顧客開拓の為、営業開拓力の強化
- ・ トータルプランナーとしての営業体制の強化

②開発・技術戦略

- ・ シーズンによる包装機開発とコア技術開発
- ・ 新たなマーケット開拓のための新方式包装機の開発
- ・ コストダウン設計の強化
- ・ 設計業務の基盤強化と効率化
- ・ 電子制御技術による新たな創造

③生産戦略

- ・ 生産管理体制再構築による生産力の強化
- ・ 品質管理システムの構築
- ・ アフターサービス対応力強化
- ・ トータルコストダウンの推進

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
- ・ コーポレートブランドの向上

⑤IT戦略

- ・ ネットPRの継続強化
- ・ 生産管理システムの再構築
- ・ 次期情報システムの具体化

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