
第2次中期経営計画

(2009/7期～2011/7期)

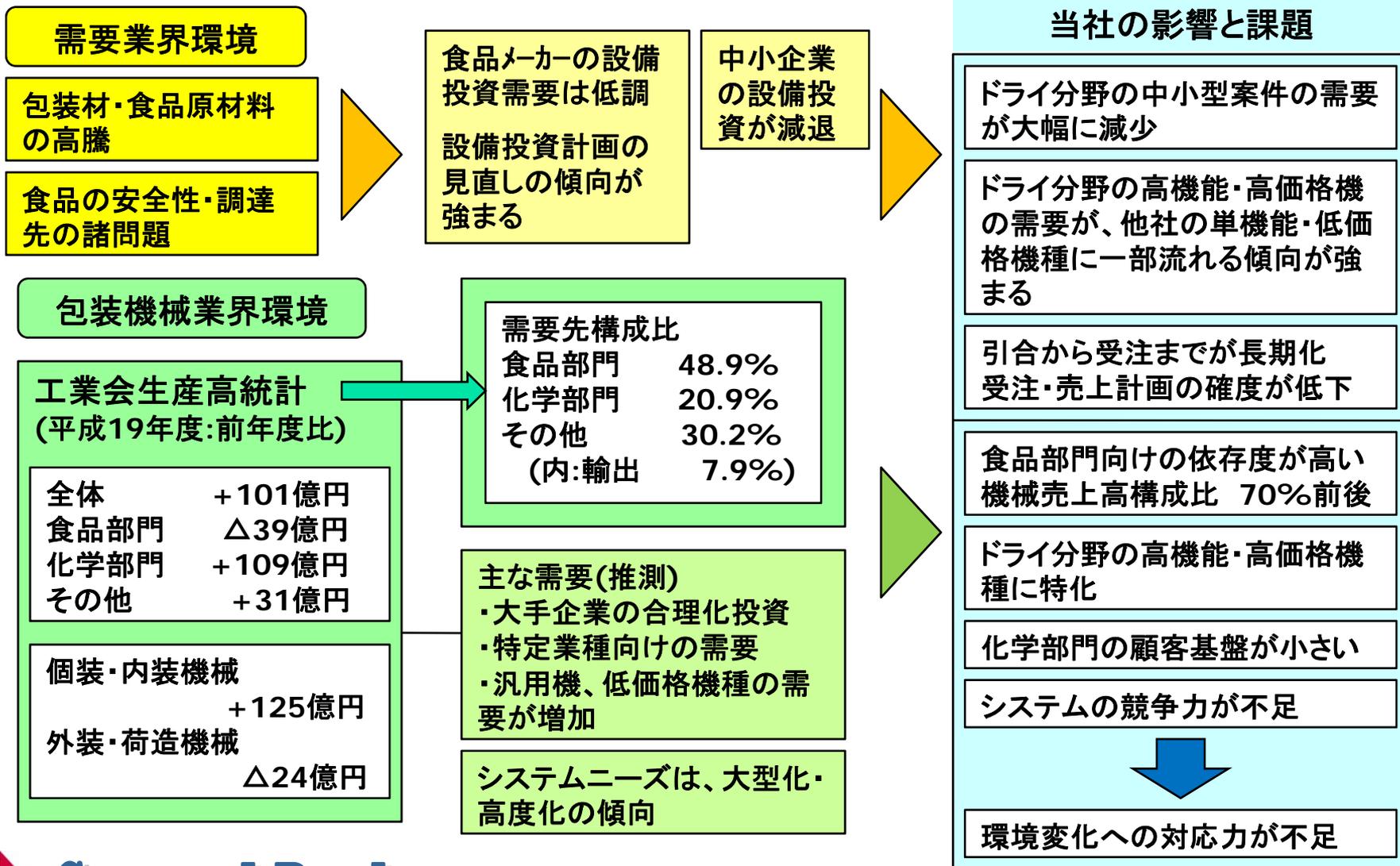
包装システムの市場創造型トータルプランナー

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(2008/7期末現在)



第1次中期経営計画の総括

(2006/7月期～2008/7月期)

数値目標が大幅な未達成

	修正計画※	実績
売上高	4,600百万円	3,597百万円
営業利益	245百万円	117百万円
経常利益	250百万円	132百万円
当期純利益	135百万円	72百万円
売上高経常利益率	5.0%	3.7%
ROA(総資産経常利益率)	5.0%	3.0%
ROE(自己資本当期純利益率)	4.5%	2.6%
利益生産性 (全従業員一人当たり経常利益)	2百万円	1百万円

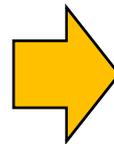
注)2007年9月12日決算発表時の計画

総括

- 目標が、需要動向・実力を超えた高い計画
- 事業環境変化への対応力・スピードが不十分
- 既存ユーザーの需要が計画時の前提より、大幅に減退
- コア商品のガス充填自動包装機の需要が3期間とも回復せず、収益性が低下
- 成長分野と位置づけた重点分野、海外市場の開拓が十分に進展せず
⇒第2次の中計へ持ち越し

今後の見通し

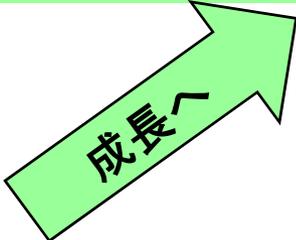
既存の事業領域(既存の商品群・市場)のみでは、業績の大幅な回復は難しいと認識



新商品の開発と新市場の開拓が重要課題

成長基盤の再構築が必要

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

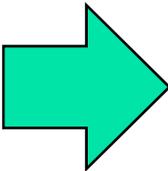


中期経営ビジョン

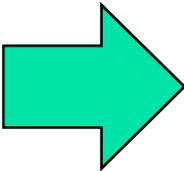
1. 世界に通用する包装機メーカー
2. 包装システムの高度化に応える
トータルプランナー
3. 挑戦心と活力あふれる『モノづくり企業』

中期数值目標

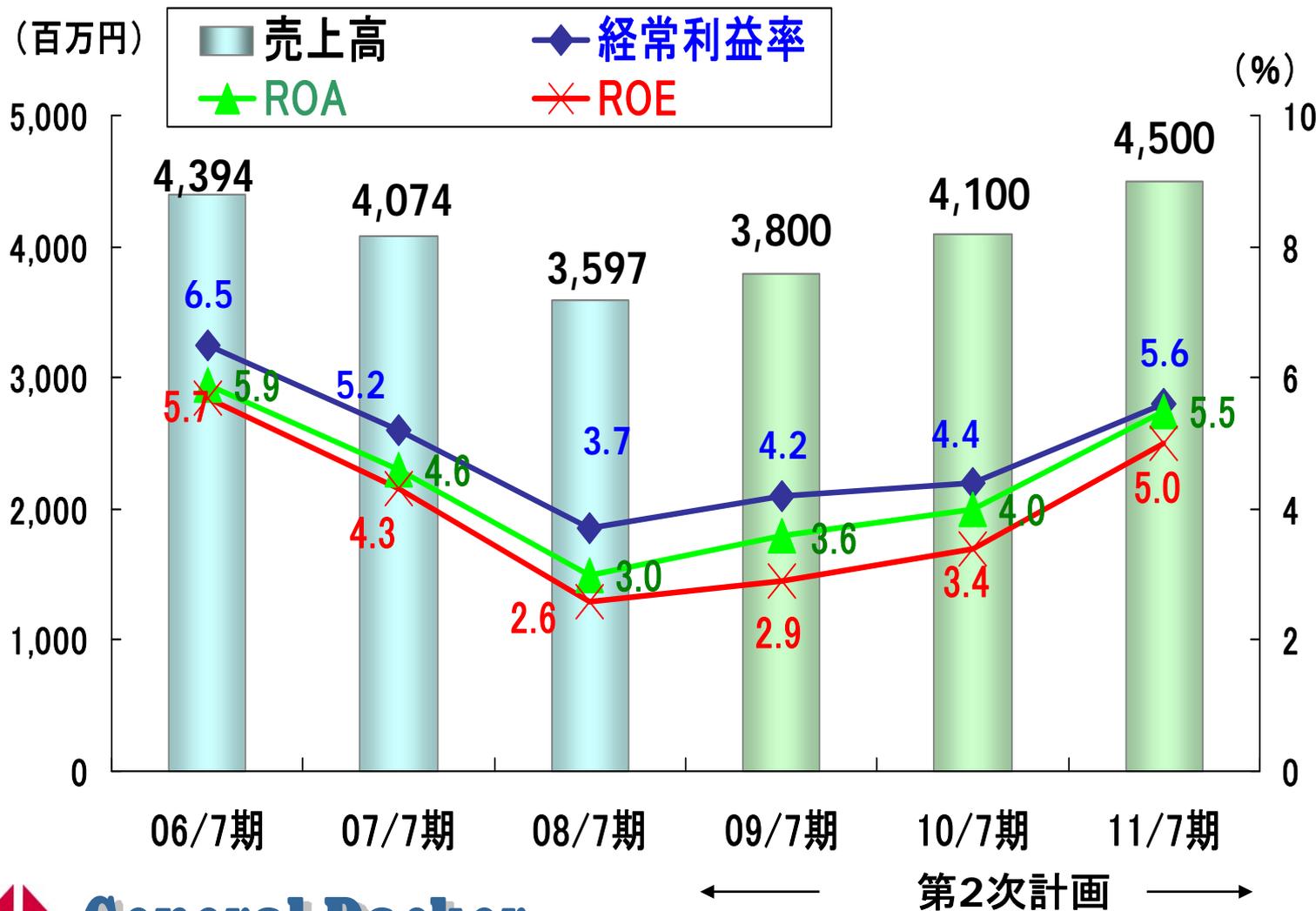
■ 経営目標

	08/7期実績		11/7期目標
売上高経常利益率	3.7%		5%以上
ROA(総資産経常利益率)	3.0%		5%以上
ROE(自己資本当期純利益率)	2.6%		5%以上

■ 業績目標

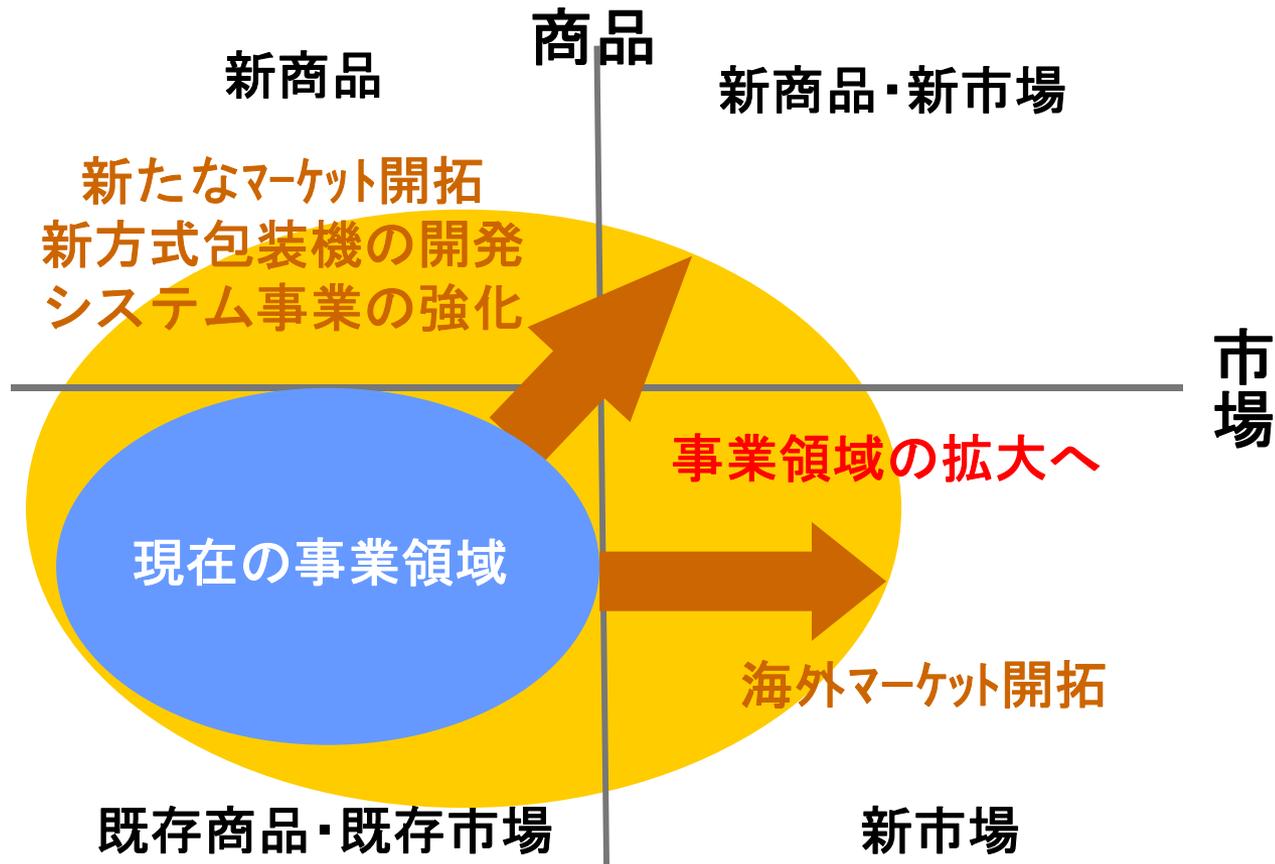
	08/7期実績		11/7期目標
売上高	3,597百万円		4,500百万円
営業利益	117百万円		245百万円
経常利益	132百万円		250百万円
当期純利益	72百万円		140百万円

経営目標・業績目標



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)	08/7期実績	09/7期予想		11/7期計画
国内既存市場 (保守消耗品含む)	3,080	3,000	→	2,700
海外市場 (海外部品含む)	370	400	→	700
システム事業	145	300	→	600
新方式包装機 新たなマーケット開拓		100	→	500

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

基本戦略

- 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

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

海外販売体制の強化

■ 海外市場の実績

* 海外部品売上高含む

	06/7期	07/7期	08/7期
海外売上高*	283百万円	580百万円	371百万円
売上高構成比	6.4%	14.2%	10.3%
輸出国	フランス、ロシア、 ブラジル、アルゼンチン、 タイ、中国 等	フランス、アメリカ、 ポーランド、ベトナム、 インドネシア、中国 等	フランス、アメリカ、 カナダ、イギリス、 インドネシア、タイ等

08/7期

■ 海外営業担当者の設置

■ 米国の包装機械エンジニアリング会社(PTI社)と代理店契約を締結

■ 今後の主な取り組み

■ 海外展示会への出展



PACK EXPO 2008(シカゴ):08/11月
PTI社のブースへ出展

■ 各地域(米国・ヨーロッパ・東南アジア)の代理店・窓口の販売支援強化

■ 海外営業担当の強化

食品業界以外の新規顧客開拓の強化

■新規顧客・販路開拓の実績

受注実績ベース	06/7期	07/7期	08/7期
新規顧客開拓数	28社	21社	30社
業種	製茶、製薬、食品、健康食品、ペットフード等	製茶、製薬、食品、健康食品、化学ペットフード等	製茶、食品、健康食品、化学ペットフード等
新規販路開拓数	2社	3社	3社
業種	商社	エンジニアリング会社、機械メーカー	商社、機械メーカー

現状の課題
食品業界以外の開拓が少ない

■今後の主な取り組み

- 化学業界・製薬業界を重点的に開拓
- 新機種販売による開拓

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。

	2007/7期	2008/7期	2009/7期予想
中間配当	7円	3.50円	3.50円
期末配当	3.50円	3.50円	3.50円
年間配当	10.50円	7円	7円
当期純利益／株	13.17円	8.03円	8.90円
配当性向	53.1%	87.2%	78.7%
DOE	2.3%	2.3%	2.3%

* 2007/7期の1株当たり当期純利益及び配当性向は、株式分割による遡及調整後

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