

第3次中期経営計画

(2012/7期～2014/7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

第2次中期経営計画の総括

(2009/7月期～2011/7月期)

世界同時不況、円高などの影響もあり、当初計画は達成できず

第1次中計

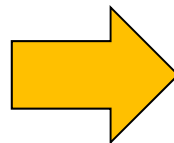
※2008年9月8日発表時の計画	当初計画※	実績	計画比	08/7期実績
売上高	4,500百万円	3,937百万円	▲563百万円	3,597百万円
営業利益	245百万円	225百万円	▲20百万円	117百万円
経常利益	250百万円	232百万円	▲18百万円	132百万円
当期純利益	140百万円	138百万円	▲2百万円	72百万円
売上高経常利益率	5.0%以上	5.9%	+0.9%	3.7%
ROA(総資産経常利益率)	5.0%以上	5.3%	+0.3%	3.0%
ROE(自己資本当期純利益率)	5.0%以上	4.9%	-0.1%	2.6%

総括

- 売上高計画を下方修正し、収益性の向上に注力(経費削減と予算執行の抑制)
 - 成長分野と位置づけた新市場、海外市場の開拓が十分に進展せず
- ⇒第3次中計へ持ち越し

今後の見通し

現在の事業領域では、高い成長率の確保は難しいと認識



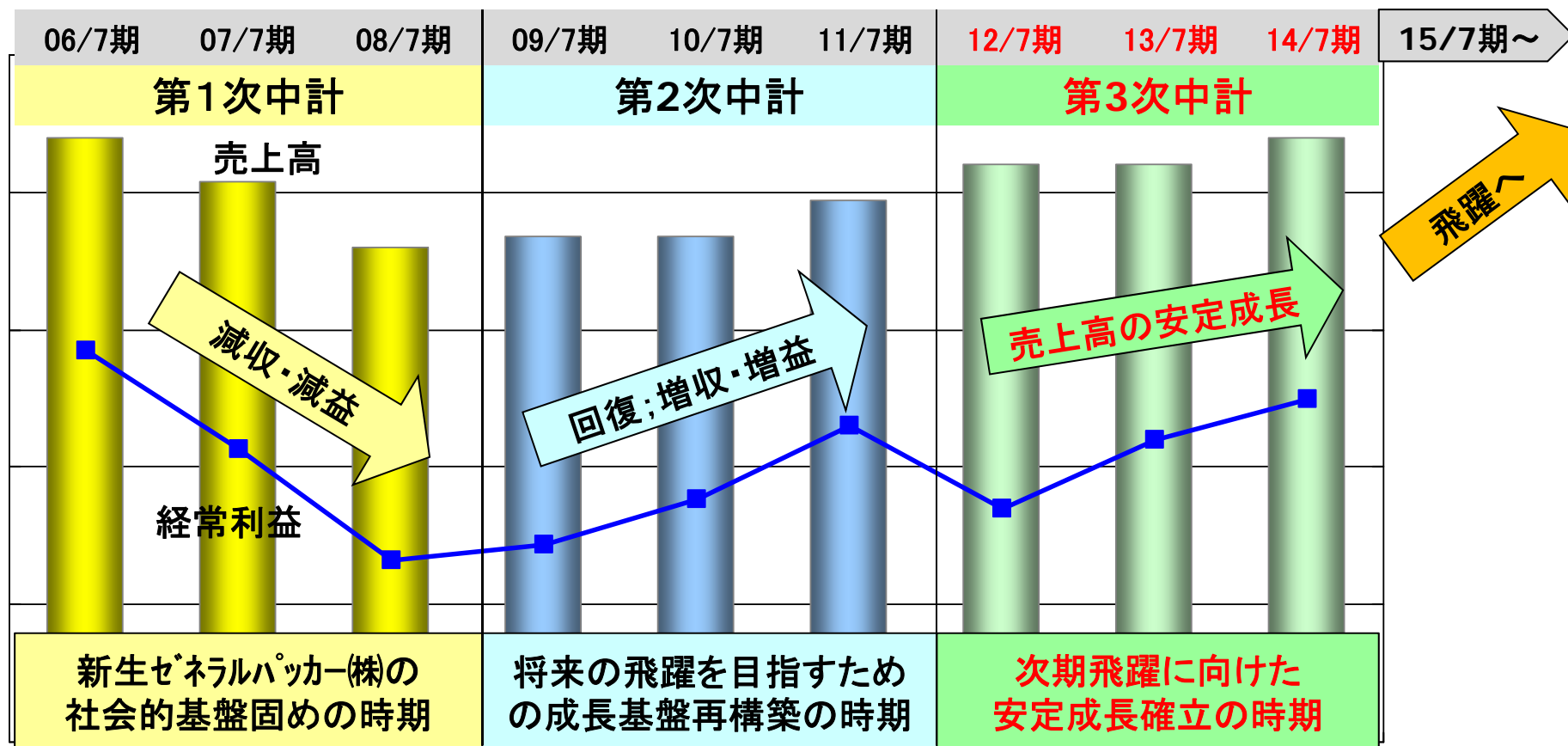
売上高の安定成長に注力

海外市場と新分野の開拓が重要課題

事業計画モデル(第2次中計総括)

売上高(単位:百万円)	08/7期実績	第2次中計 11/7期計画	11/7期実績	計画差異
国内既存市場 (保守消耗部品含む)	3,080	2,700	3,004	・中小型案件の 需要が回復 ・新規開拓による 効果
海外市場 (海外部品含む)	370	700	463	・円高の影響と 米国市場の開拓 が進展せず
システム事業	145	600	371	・大型需要が減少 ・自社ブランドの商 品化が具体化でき ず
新方式包装機 新たなマーケット開拓		500	99	・開拓の遅れ ・新方式販売台 数が計画を大幅 に下回る
	3,597	4,500	3,937	

第3次中期経営計画の位置づけ



事業環境変化に対応
出来ず

業績目標は達成できず
利益率は向上(経費削減
と予算執行の抑制)

将来を見据えた積極的な
戦略的投資と予算支出を
推進

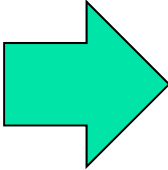
中期経営ビジョン

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

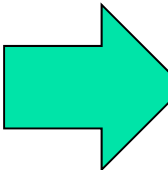
中期数値目標

将来を見据えた戦略的予算を増加させることから、利益率と利益額は同等レベルの目標とする。

■経営目標

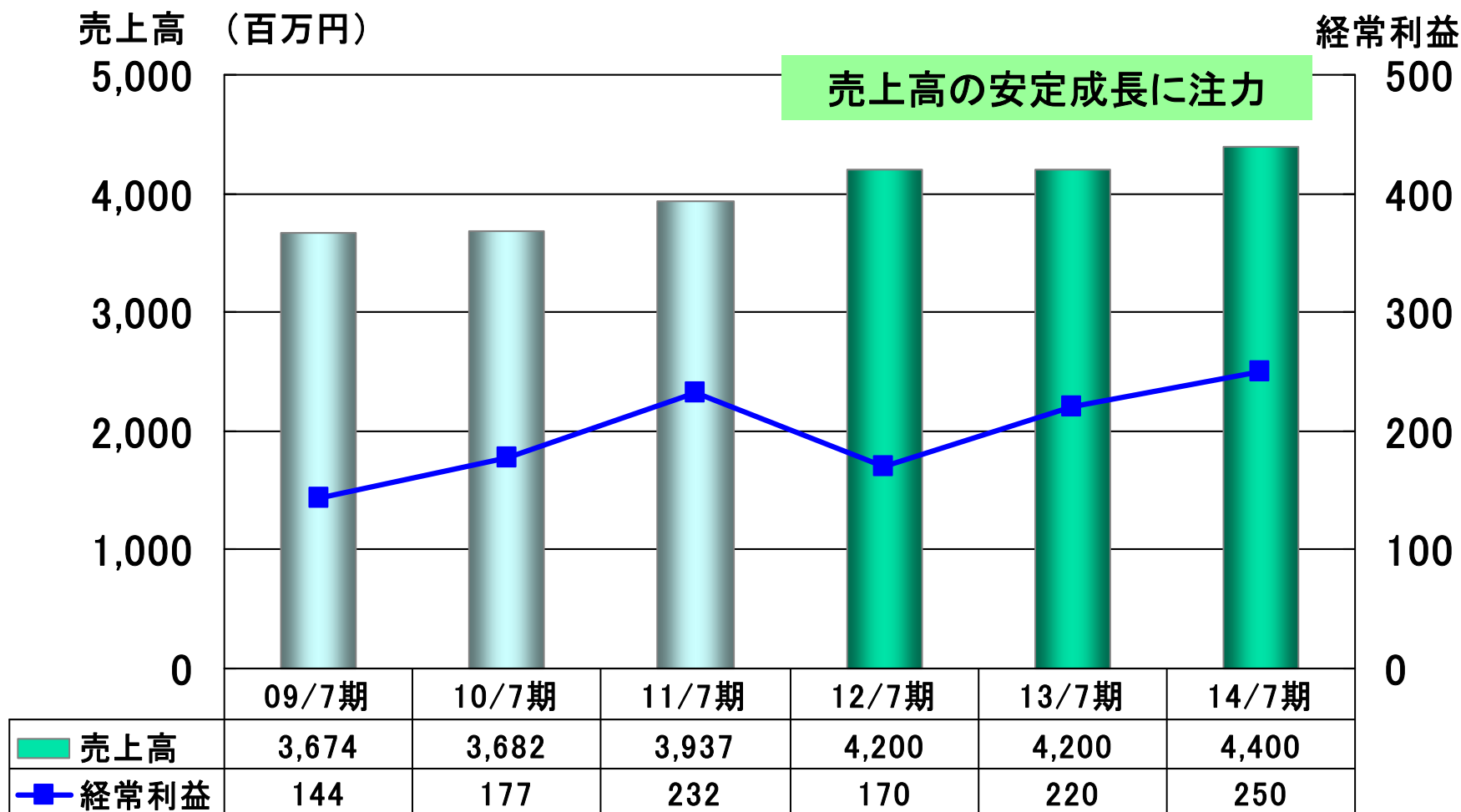
	11/7期実績		14/7期目標
売上高経常利益率	5.9%		5.5%以上
ROA(総資産経常利益率)	5.3%		5.5%以上
ROE(自己資本当期純利益率)	4.9%		5.0%以上

■業績目標

	11/7期実績		14/7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

業績計画

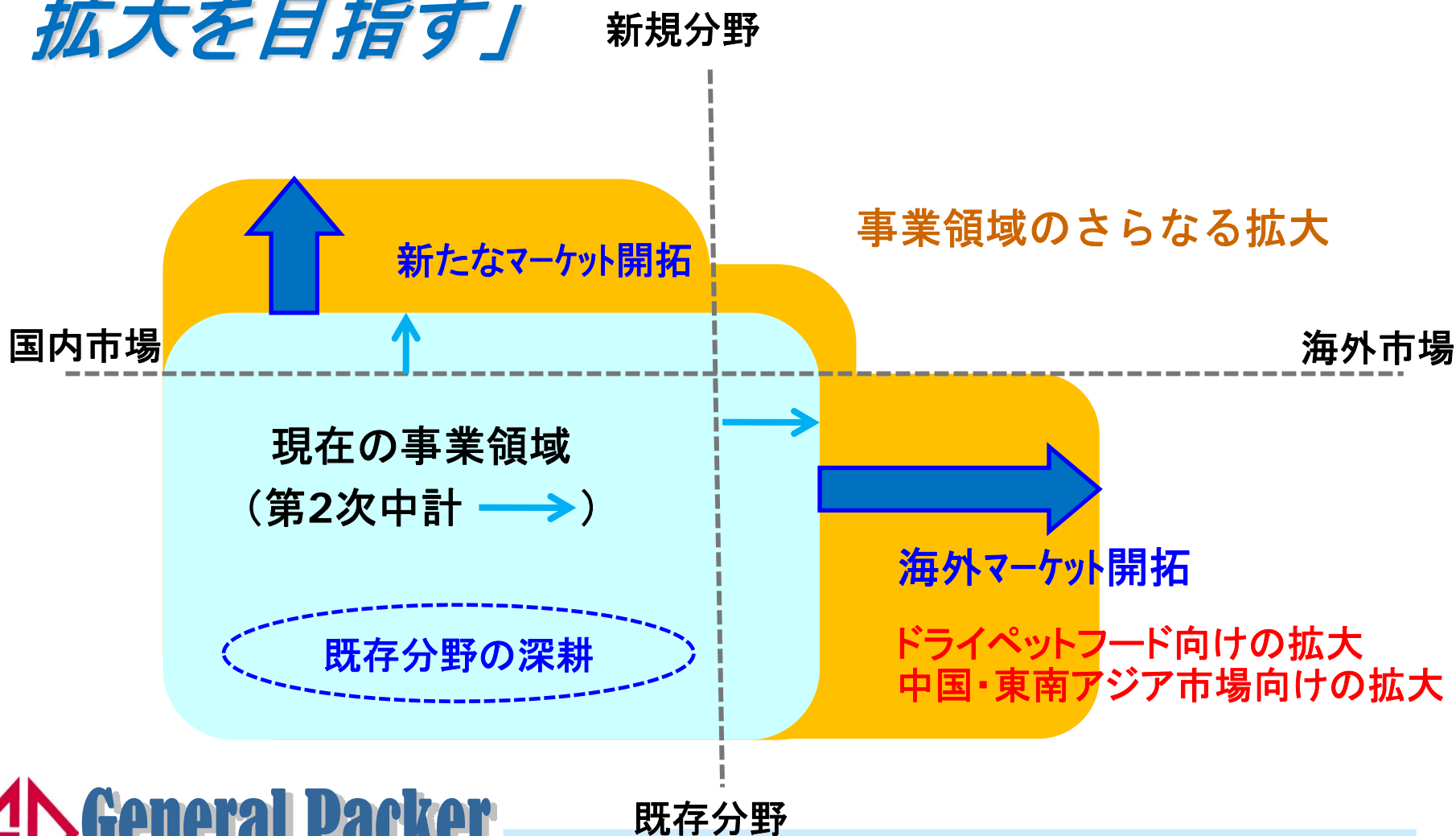
第2期以降の数値については、事業環境と業績動向を踏まえて、ローリングする場合あり



← 第3次計画 →

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」



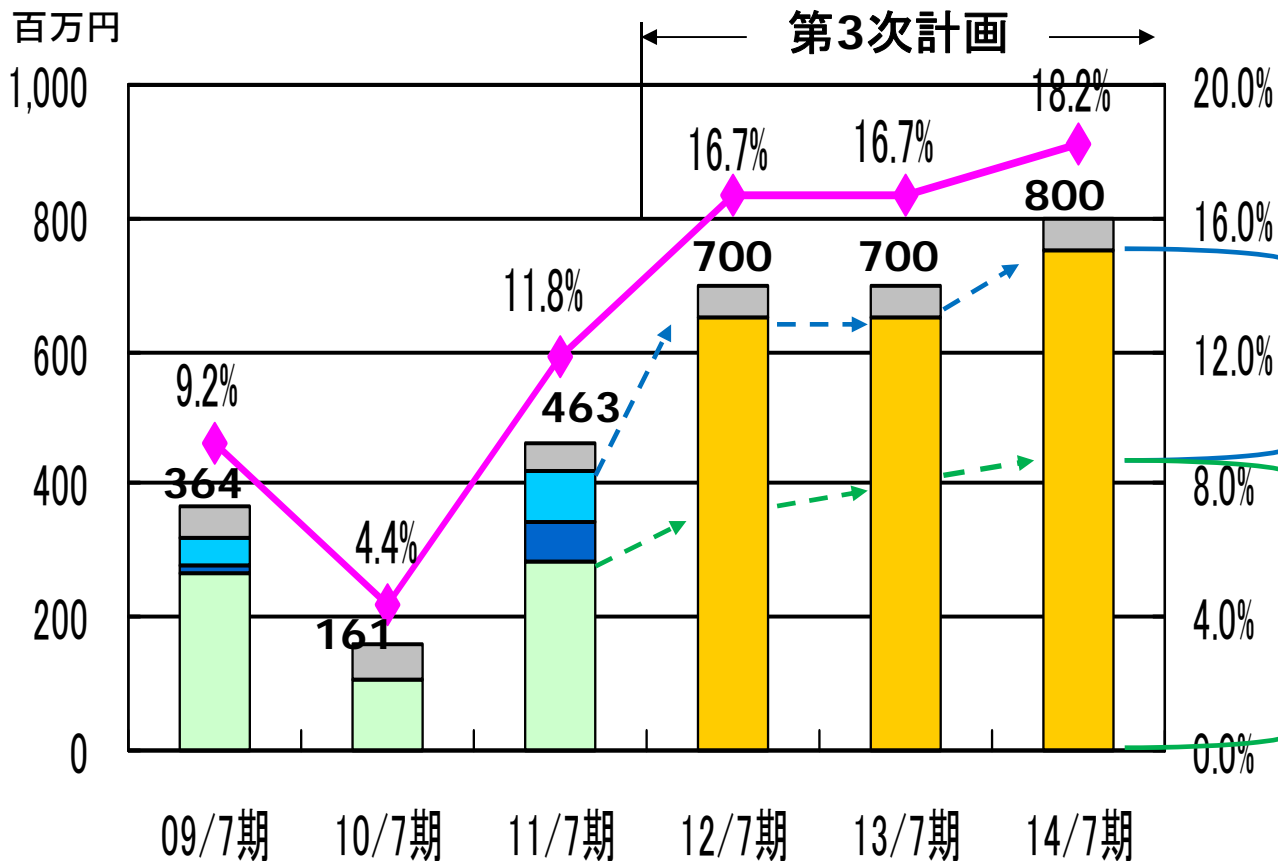
事業計画モデル(第3次中計)

売上高(単位:百万円)	11/7期実績	12/7期計画	13/7期計画	14/7期計画
国内市場 (保守消耗部品含む)	3,474	3,500	3,500	3,600
内、トータルシステム	534	700	750	800
海外市場 (海外部品含む)	463	700	700	800
	3,937	4,200	4,200	4,400

基本戦略

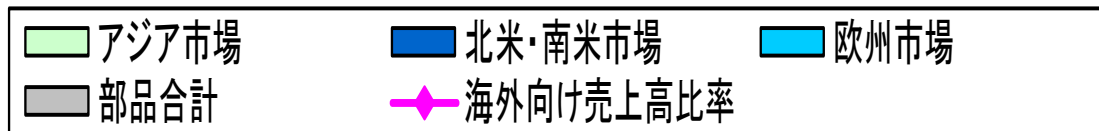
- ①顧客ニーズの積極的吸収と独創的な商品開発を推進し、ドライ分野のロータリー式自動包装機国内シェアNo.1を維持する
- ②安定的に海外市場向けの売上高比率15%以上の体制を目指す
- ③包装システムのトータルプランナーとしての提案力強化を図る
- ④事業領域拡大のための商品開発を強化する
- ⑤顧客が安心して生産活動できる包装機とサービスを提供する
- ⑥事業・技術提携も視野に入れながら、事業領域の拡大を推進する

海外市場向けの売上高



＜北米・南米、欧州市場＞
ドライペットフード向けの拡大
・更新需要
・新機種開発、新規顧客開拓

＜アジア市場＞
中国・東南アジア市場
向けの拡大
・新規窓口開拓
・日系企業への重点営業



※機械売上高;エンドユーザー市場別

主な経営施策

販売戦略

①海外販売体制の強化

・海外営業部新設(11/10月)、販売チャネルの強化

②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

③新規顧客開拓の為、営業開拓力の強化

④トータルプランナーとしての営業体制の強化

開発・技術戦略

①シーズによる包装機開発とコア技術開発

②新たなマーケット開拓のための新方式包装機の開発

③コストダウン設計の強化

④設計業務の基盤強化と効率化

⑤電子制御技術による新たな創造

販売戦略

新規顧客開拓の強化

■新規顧客・販路開拓の実績(第2次中計)

受注実績ベース	09/7期	10/7期	11/7期
新規顧客開拓数	26社	32社	32社
業種	食品、製茶、製薬、健康食品、化学、ペットフード 等	食品、健康食品、製薬、ペットフード、事務機器 製本 等	食品、健康食品、ペットフード、化学、肥料、自動車部品、造幣 等
新規販路開拓数	3社	2社	2社
業種	エンジニアリング会社、機械メーカー	包装会社、機械メーカー	機械商社 電機機器メーカー

海外顧客開拓の
実績: 7社

食品業界以外の
実績: 11社

■新規顧客・販路開拓の重点施策(第3次中計)

■展示会出展を強化

12/7期計画 5展示会(国内:4展示会 + 中国/上海); 出展頻度の増加
<11/10月、12/4月、12/6月、12/7月>

■ネットPRの強化

開発・技術戦略

■開発部・技術部の体制強化

単位:人、百万円

中計	第1次	第2次	第3次
	08/7期	11/7期	12/7期～14/7期
開発部人員	9	13	増員を計画
技術部人員	17	19	
研究開発費	83	137	研究開発投資を増加

■開発実績(第2次中計)

売上実績台数

	機種数	09/7期	10/7期	11/7期
09/7期開発機	2	3	2	3
10/7期開発機	2	—	1	6
11/7期開発機	2	—	—	2

・拡販を強化
・新たなマーケット開拓

第3次中計 每期 3機種以上へ
シーズとニーズの両面からの開発を推進

11/7期開発機
・ペットフード用新機種
・中価格機

主な経営施策

生産戦略

- ①生産管理体制再構築による生産力の強化
- ②品質管理システムの構築
- ③アフターサービス対応力強化
- ④トータルコストダウンの推進

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
- ③コーポレートブランドの向上

IT戦略

- ①ネットPRの継続強化
- ②生産管理システムの再構築
- ③次期情報システムの具体化

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



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	2012/7期予想
中間配当	3.50円	3.50円	3.50円	3.50円
期末配当	3.50円	3.50円	4.50円 (記念配当1円)	3.50円
年間配当	7円	7円	8円	7円
当期純利益／株	9.19円	11.84円	15.83円	11.41円
配当性向	76.2%	59.0%	50.5%	61.3%
DOE	2.2%	2.2%	2.4%	2.1%

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

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:info@general-packer.co.jp

