

7250 太平洋工業

小川 信也 (オガワ シンヤ)

太平洋工業株式会社社長

守りから攻めへ転じ、真のグローバル企業への“シンカ”を目指す

◆会社概要

当社は 1930 年に自動車用バルブコアの国産化で創業し、一昨年 80 周年を迎えた。現在国内 7 工場、国内子会社 4 社、海外子会社 8 社(5 カ国)で事業を展開している。事業セグメントはプレス樹脂製品事業、バルブ製品事業、その他事業の三つに大別され、事業管理上はプレス樹脂、タイヤバルブ・制御機器、TPMS の 3 事業部門とその他情報サービス事業で構成されている。

プレス樹脂製品事業は戦後スタートした事業であり、トヨタグループを中心に三菱、ホンダ、スズキ等を主要顧客とする。海外では台湾、北米、中国に拠点を持っている。バルブ製品事業は、創業来のタイヤバルブに加え、タイヤバルブで蓄積したシール技術、圧力制御技術、流量制御技術を応用したカーエアコン用の制御機器またはメカトロ部品を扱う。海外は 1984 年に進出した台湾をはじめ、現在韓国とタイを加えた 3 拠点で展開している。TPMS はタイヤの空気圧監視装置(Tire Pressure Monitoring System)であり、今後当社では同事業をタイヤバルブ製品に代わる新たな基幹事業として展開していく。その他情報サービス事業は、子会社によりゴルフ場経営、システムハウス、保険代理店業等を行っている。

現在当社の連結子会社は 12 社であるが、当期に中国で家電用制御バルブを製造する JV の出資保有分 55% を売却して連結対象から除外した。また中国の湖南省に自動車用プレス製品の製造・販売を行う子会社を新たに設立した。このほかオートヒューズの国内シェア 100%を有する持分法適用会社 PEC ホールディングス(株)がある。

◆2012 年 3 月期連結決算概要

当期は東日本大震災、タイの大洪水という 2 度の天災に見舞われ、日本経済はサプライチェーンの寸断により大きな影響を受けた。また超円高の継続や電力不足の対応により、日本の製造業は自動車産業を中心に非常に厳しい経営環境に置かれた。期後半に入ると、日本ではエコカー補助金の復活により需要が戻り、さらに米国でも原油高を背景に省エネタイプの小型車人気が高まったことから自動車生産は幾分盛り返したが、上期のマイナス分を挽回するには至らなかった。この結果、当期連結売上高は 795 億 79 百万円(前期比 6.0%減)で 2 期ぶりの減収となったほか、利益面も営業利益 36 億 99 百万円(同 28.2%減)、経常利益 41 億 47 百万円(同 21.5%減)と 3 期ぶりの減益となった。ただし当期純利益は、持分法適用子会社による自己株取得により特別利益 5 億 81 百万円が発生し、32 億 97 百万円(同 11.0%増)と増益を果たした。なお当社グループでは IFRS の導入に備え、海外子会社の決算日を 12 月末日から 3 月末日に順次変更している。前期は米国の子会社を同期化した結果、前期の売上高は 39 億 90 百万円、営業利益は 2 億 27 百万円、経常利益は 2 億 33 百万円、当期純利益は 1 億 87 百万円それぞれ増加しており、当期はタイと台湾の子会社 2 社を同期化した結果、売上高は 17 億 18 百万円、営業利益は 1 億 66 百万円、経常利益は 1 億 78 百万円、当期純利益は 1 億 26 百万円それぞれ増加した。

当期の個別業績については、東日本大震災の影響により大きく落ち込んだ自動車生産が供給網の回復とともに

に持ち直しに転じた結果、プレス樹脂製品の売上高は前期並みとなったが、バルブ製品の売上高は円高の影響等により前期を若干下回った。以上の結果、個別売上高は 578 億 40 百万円(前期比 1.3%減)にとどまり、営業利益は、原価改善の成果や減価償却費の減少等が寄与したものの、円高や原材料価格高騰などの影響により 19 億 34 百万円(同 3.6%減)となった。一方、営業外損益、特別損益の改善により経常利益は 28 億 72 百万円(同 8.9%増)、当期純利益は 18 億 50 百万円(同 28.6%増)と前期実績を上回り、特に当期純利益は 3 期連続の増益となった。

◆2013 年 3 月期連結業績予想

日本ではエコカー補助金終了後の反動が懸念されたが、堅調な自動車生産が継続した。また米国、および中国をはじめとする新興国においても景気の先行き不透明感はあるものの現状ではおおむね一定レベルの生産が想定される。今後も物量増が期待されるが、売価を構成する鋼材価格の下落および原価低減要請等が強まり、販売価格の低下が大きく見込まれる。以上の状況を踏まえ次期の連結売上高は 780 億円(前期比 2.0%減)と若干の減収を予想している。なお想定為替レートは 1 ドル 80 円を前提としている。一方、利益面は販売価格の下落を物量効果、原価改善効果などにより吸収し、営業利益は 38 億円(同 2.7%増)、経常利益は 45 億円(同 8.5%増)の増益を予想している。ROE は 7.5%に減少し、ROA は 4.9%と微増を見込んでいる。また 1 株あたり純資産は 796 円を予想している。

◆セグメント別の状況

プレス樹脂製品事業は、主要市場である日本では前期並みの売上高であったが、米国では前期の子会社の決算期変更および円高の影響、ならびに生産減少により売上高が大きく減少した。さらに中国での金型売上の減少も加わり、同事業全体の売上高は 568 億 41 百万円(前期比 5.6%減)と前期実績を下回った。一方、利益面では、原価改善の成果や減価償却費の減少があったものの、上期での売上高の大幅減少や競争激化に伴う販売価格の低下が影響し、営業利益は 16 億 69 百万円(同 43.4%減)となった。今期は生産物量が増加するものの、子会社の決算期変更の影響、ならびに販売価格と材料建値の低下により、売上高は 594 億円(同 3.4%減)を見込んでいる。また営業利益は、販売価格の低下、決算期変更の影響、および中国に新規設立した会社の初期費用により 12 億 50 百万円(同 25.1%減)を予想している。

バルブ製品事業では、東日本大震災やタイの洪水によるサプライチェーンの寸断が世界各地の主要顧客の生産、購入に影響を及ぼした。さらに主要市場が米国である TPMS 製品の販売が大きく減少したことに円高や子会社の決算期変更の影響が加わり、売上高は 223 億 61 百万円(前期比 7.2%減)となった。営業利益は、円高による為替差損と原材料価格の高騰に加え、韓国の子会社におけるアルミダイカスト新製品の初期投資により 20 億 40 百万円(同 8.1%減)となった。今期の売上高は、中国子会社の連結除外による減収があるものの、タイヤバルブおよび TPMS 製品の生産物量が増加することから 227 億円(同 1.5%増)を予想している。また営業利益は、販売価格の低下や物量増による経費増が見込まれるが、販売物量の増加が大きく作用し、25 億 40 百万円(同 24.5%増)を予想している。

地域別の動向を見ると、日本では、震災の影響による生産の落ち込みを下期の大幅増産がカバーし、売上高は前期並みの 516 億 96 百万円となった。一方、営業利益は、型回収の減少や販売価格の低下を原価改善、償却費および経費の減少がカバーしたが 19 億 20 百万円(前期比 3.9%減)となった。今期は、物量が増加するものの、価格改定や材料建値の低下により、売上高はほぼ横ばいの約 517 億円を予想している。また営業利益は販売価格の低下、物量の増加による経費等の増加に対し、原価改善、物量増の増産効果を加え、27 億 10 百万円(同 41.1%増)を見込んでいる。

北米では、子会社の決算期変更の影響が大きく、さらに自動車生産台数が減少したことから、売上高は前期比

34.8%減と大きく落ち込んだ。また営業利益も決算期変更の影響に加え、販売物量の減少により同 53.3%減少した。今期は材料建値が低下するものの、販売物量の増加により、売上高は 139 億円(前期比 4.3%増)、営業利益は 6 億 30 百万円(同 9.9%増)の増収増益を見込んでいる。

アジアでは、タイおよび台湾の子会社の決算期変更の影響がプラスに作用し、売上高は 145 億 16 百万円に増加した。また営業利益は、中国のプレス子会社の型売上と償却費の端境期の問題、韓国での新製品の初期費用などを要因として 9 億 20 百万円(前期比 43.7%減)に減少した。今期の売上高は、中国の子会社 1 社の連結除外、および決算期変更の影響により 123 億円(同 15.3%減)、営業利益も決算期変更および中国のプレス新工場の初期費用などにより大幅な減少を見込んでいる。

◆長期ビジョンと中期経営計画

当社は 2030 年の創業 100 年に向けた一里塚として PACIFIC GLOBAL VISION 2020 を策定した。このビジョンは CSR を経営の最重要課題と位置づけ、五つの「シンカ」(深化・進化・新化・真価・信加)を追求する企業として事業構造を革新し、融合経営による企業価値の向上を目指すものである。またアクションプランとして 2015 年度を最終年度とする中期経営計画 OCEAN-15 も策定している。

この OCEAN-15 により当社は、技術と海外、ものづくりは人づくり、CSR と環境保全の三つをキーワードに、トップクラスのグローバルな部品メーカーを目指していく。さらに守りから攻めへ転換し、新たな市場を新技術、新製品、新事業で獲得する狙いを掲げた。具体的には、まずグループ全体でコンプライアンスを強化するとともに、大震災やタイの大洪水で顕在化した問題点を踏まえてリスクマネジメントやサプライチェーンの構造のあり方を見直す。次に顧客のニーズや業界動向の変化に対応するため、新技術、新工法の開発にスピード感を持って取り組む。そして環境対応として環境にやさしい製品開発を進め、省エネや太陽光発電の導入等も含めた環境にやさしいものづくりを推進する。事業展開として、新興国対応あるいは既存拠点の再編と活用、アライアンスを含めた拡充を図る。また IFRS 対応の適正な準備を進め、グループ全体の業務効率の向上、経営管理の強化を図る。さらにグローバルに活躍できる人財を育成し、社員が絆と成長を実感できるワークライフバランス活動を進める。

以上の具現策を踏まえ、2015 年度の数値目標は、連結売上高 950 億円、連結経常利益率 6%台、海外売上高比率 40%以上、総資産回転率 1.05 を掲げた。知恵を使った効率的な投資、アライアンスを含めた事業のあり方を探りながら、確実に目標を達成していきたい。

(平成 24 年 5 月 10 日・東京)