

# 2024年3月期 第2四半期 決算説明会

第100期：第2四半期累計期間  
(2023年4月1日～2023年9月30日)

2023年11月6日

思いをこめて、あしたをつくる  
Passion in Creating Tomorrow

太平洋工業株式会社

## 目次

1. 2023年度 第2四半期業績
2. 2023年度 通期予想
3. 中長期取組み状況

### 本資料取り扱い上の注意点

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述は、現時点における情報に基づき判断したものであり、日本および海外の経済情勢や当社の関連する業界動向、為替変動等にかかわるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予想と大幅に異なる可能性があります。

# 1-1 2Q 連結業績



## 堅調な自動車生産により販売物量が増加し、売上・利益ともに過去最高

(億円、%)

	2022年度 2Q累計実績	2023年度 7/27発表 2Q累計予想	2Q累計実績		前年同期比		予想比	
			過去最高		増減	増減率	増減	増減率
売上高	909	975	過去最高 1,026		+117	+12.9	+51	+5.3
営業利益	26	55	過去最高 74		+48	+188.0	+19	+36.3
営業利益率	2.9%	5.6%	7.3%		+4.4P	-	+1.7P	-
経常利益	55	78	過去最高 103		+47	+86.4	+25	+32.5
経常利益率	6.1%	8.0%	10.1%		+4.0P	-	+2.1P	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	41	50	過去最高 75		+33	+82.3	+25	+50.6
四半期純利益率	4.5%	5.1%	7.3%		+2.8P	-	+2.2P	-
平均為替レート (米ドル)	129.8円	132.8円	139.9円		+10.1円	-	+7.1円	-

※2022年度第4四半期以降、プレス鋼材の有償受給化による売上高と売上原価の相殺表示対象増加により、売上高が減少しています。  
2023年度第2四半期累計実績には、上記影響により、前年同期比150億円の売上高減少が含まれています。利益への影響はありません。

3/36

第2四半期の業績は、自動車生産の回復傾向が続いていることによる販売物量の増加や、円安の進展による為替換算差などにより、売上高は前期比12%増の1,026億円と、過去最高となりました。

利益については、販売物量の増加に加え、原価改善や固定費削減活動を継続的に推進したことで、営業利益は前年同期比188%増の74億円となりました。

経常利益は86%増の103億円、四半期純利益は82%増の75億円となり、いずれも2Q累計で過去最高となりました。

## 1-2 2Q 連結売上高 増減要因



プレス鋼材有償受給化による減収以上の販売物量増加により、2Qとして過去最高



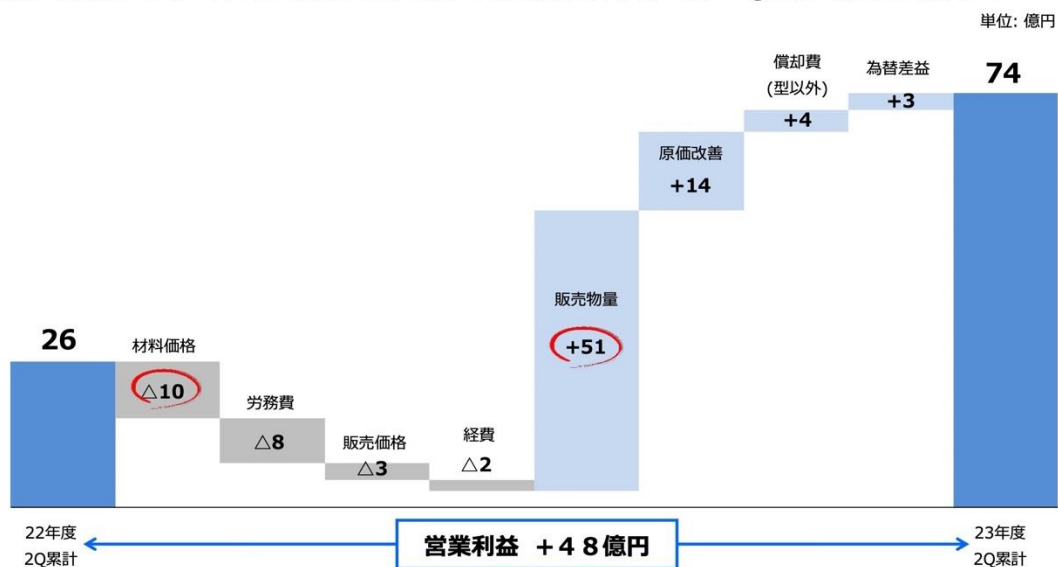
4/36

売上高は、プレス鋼材の有償受給化による減収影響 150 億円がありましたが、販売物量の増加や、円安基調の継続による為替のプラス影響などにより、前年同期比 117 億円増収し、1,026 億円となりました。

# 1-3 2Q 連結営業利益 増減要因



生産物量増加によりコストは増加、販売物量増と原価改善により2Q累計で過去最高益



営業利益は、材料価格の高騰などのマイナス影響や、物量増加による労務費、経費の増加はありますが、販売物量の増加と原価改善の推進により、前年同期比 48 億円増益し、74 億円となりました。

# 1-4 2Q 連結事業別セグメント



プレス・樹脂は販売物量増加により増収・増益  
バルブは為替影響で増収、材料高によるコストアップで減益

(億円、%)

	売上高				営業利益			
	22/2Q 累計実績	23/2Q 累計実績	前年同期比		22/2Q 累計実績	23/2Q 累計実績	前年同期比	
			増減	増減率			増減	増減率
<b>プレス・樹脂</b>	638	<b>741</b>	+103	+16.2	1	<b>55</b>	+53	-
(プレス鋼材有償受給化影響)		※ (△150)						
営業利益率					0.3%	<b>7.5%</b>	+7.2P	
<b>バルブ</b>	269	<b>284</b>	+14	+5.3	23	<b>19</b>	△4	△18.3
営業利益率					8.8%	<b>6.9%</b>	△1.9P	

※2022年度第4四半期より、プレス鋼材有償受給化による売上減少が含まれています。利益への影響はありません。

6/36

プレス・樹脂事業では、物量の増加により、売上高は前年同期比 16%増の 741 億円、営業利益は 53 億円増加し、55 億円となりました。

バルブ事業では、物量は前年並みでしたが、円安影響により、売上高は 5%増の 284 億円、営業利益は材料価格高騰の影響により 4 億円減少し、19 億円となりました。

# 1-5 2Q 連結地域別セグメント



## 日本、欧米、アジアともに販売物量増加により増収・増益

(億円、%)

	売上高				営業利益			
	22/2Q 累計実績	23/2Q 累計実績	前年同期比		22/2Q 累計実績	23/2Q 累計実績	前年同期比	
			増減	増減率			増減	増減率
<b>日本</b>	338	<b>341</b>	+3	+0.9	15	<b>38</b>	+22	+145.1
(プレス鋼材有償受給化影響)		※ (△150)						
営業利益率					4.6%	<b>11.2%</b>	+6.6P	
<b>欧米</b>	379	<b>473</b>	+94	+24.9	△3	<b>15</b>	+18	-
営業利益率					△0.9%	<b>3.2%</b>	+4.1P	
<b>アジア</b>	191	<b>211</b>	+19	+10.4	11	<b>14</b>	+2	+22.6
営業利益率					6.0%	<b>6.7%</b>	+0.7P	

※2022年度第4四半期より、プレス鋼材有償受給化による売上減少が含まれています。利益への影響はありません。

7/36

日本の売上高は前年同期並みの 341 億円、営業利益は 22 億円増加し 38 億円、

欧米の売上高は前年同期比 24%増の 473 億円、営業利益は 18 億円増加し 15 億円、

アジアの売上高は 10%増の 211 億円、営業利益は 2 億円増加し 14 億円となりました。

## 2-1 通期 連結業績予想



2Q累計実績と最新情報を踏まえ通期予想を見直し、売上・利益ともに過去最高を見込む

(億円、%)

	2022年度	2023年度		前期比		7/27発表比	
	通期実績	7/27発表	今回見直し	増減	増減率	増減	増減率
売上高	1,912	1,900	<b>1,980</b>	※3 +67	3.5%	+80	4.2%
営業利益	92	105	<b>120</b>	+27	29.1%	+15	14.3%
営業利益率	4.9%	5.5%	<b>6.1%</b>	+1.2P	-	+0.6P	-
経常利益	132	140	<b>150</b>	+17	13.6%	+10	7.1%
当期純利益 ※1	93	95	<b>105</b>	+11	12.9%	+10	10.5%
ROE	7.0%	6.6%	<b>7.1%</b>	+0.1P	-	+0.5P	-
ROA(営業利益ベース)	3.7%	3.9%	<b>4.5%</b>	+0.8P	-	+0.6P	-
一株当り純資産	2,309円	2,590円	<b>2,712円</b>	403円	17.5%	122円	4.7%
平均為替レート(米ドル)	134.9円	131.4円	※2 <b>140.0円</b>	5.1円	-	8.6円	-

※1 当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益です。

※2 第3四半期以降の為替レート前提を、前回7/27発表値 130円/\$から、今回予想値 140円/\$に見直しています。

※3 2022年度第4四半期以降、プレス鋼材の有償受給化による売上高と売上原価の相殺表示対象増加により、売上高が減少しています。

2023年度は、上記影響により、前期比247億円の売上高減少が含まれています。利益への影響はありません。

9/36

2Qの実績と、顧客の生産計画など、外部環境変化を踏まえ、通期の業績予想を上方修正しました。

7月27日の発表値に比べ、売上高は80億円増加の1,980億円、営業利益は15億円増加の120億円に見直しています。

経常利益は10億円増加の150億円、当期純利益については10億円増加の105億円に見直しています。

下期の想定為替レートは、1ドル130円から140円へ変更しています。為替感応度は、1円につき、年間1億円となっています。

## 2-2 通期 連結売上高 増減要因



プレス鋼材有償受給化による減収を販売物量増加でカバーし、過去最高となる見込み



10/36

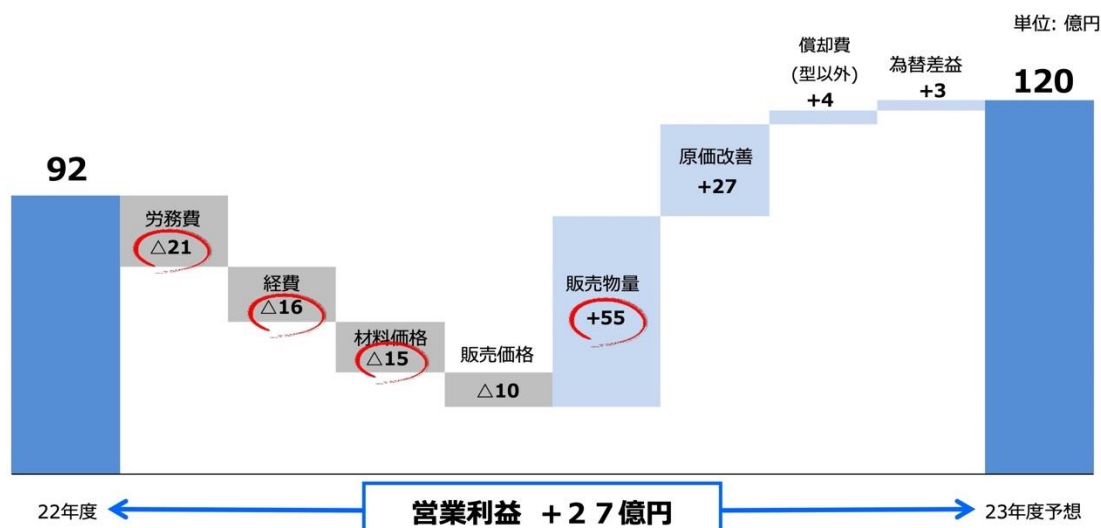
通期の売上高は、プレス鋼材の有償受給化による 247 億円の減収影響を見込みますが、販売物量の増加により 207 億円、材料建値の影響による 75 億円の増収などにより、前期の 1,912 億円から 67 億円増収し、1,980 億円を予想しています。

なお、プレス鋼材の有償受給化による 247 億円の減収、材料建値 75 億円および、為替換算 39 億円の増収による売上高の変動は、利益への影響はありません。



## 2-3 通期 連結営業利益 増減要因

生産物量増加によりコストは上昇、販売物量増加と継続的な改善で過去最高益となる予想



通期の営業利益は、労務費や経費、材料価格などのマイナス影響ありますが、物量増加により 55 億円、原価改善により 27 億円の増益を見込み、120 億円を予想しています。

## 2-4 通期 連結事業別セグメント



プレス・樹脂は販売物量増加により増収・増益、バルブは増収・減益を見込む

(億円、%)

	売上高				営業利益			
	2022年度 実績	2023年度 予想	増減	増減率	2022年度 実績	2023年度 予想	増減	増減率
<b>プレス・樹脂</b>	1,368	1,425	+56	+4.2	49	84	+34	+68.7
(プレス鋼材有償受給化影響)	(△51)	※(△298)	(△247)					
営業利益率					3.6%	5.9%	+2.3P	
<b>バルブ</b>	542	550	+7	+1.5	42	36	△6	△15.5
営業利益率					7.9%	6.5%	△1.4P	

※2022年度第4四半期より、プレス鋼材有償受給化による売上減少が含まれています。利益への影響はありません。

12/36

プレス・樹脂事業の売上高は、前期比 4%増の 1,425 億円、営業利益は販売物量の増加により 34 億円増加し、84 億円と予想しています。

バルブ事業の売上高は、下期以降の為替前提を 140 円としていることにより、前期並みの 550 億円、営業利益は円安による海外からの部品調達価格の上昇や、材料価格高騰が継続するとの想定により 6 億円減少し、36 億円と予想しています。

## 2-5 通期 連結地域別セグメント



日本、欧米は実質的に増収・増益、アジアは減収・減益を見込む

(億円、%)

	売上高				営業利益			
	2022年度 実績	2023年度 予想	前期比 増減	前期比 増減率	2022年度 実績	2023年度 予想	前期比 増減	前期比 増減率
<b>日本</b>	706	<b>685</b>	△21	△3.0	49	<b>59</b>	+9	+18.2
(プレス鋼材有償受給化影響)	(△51)	※ (△298)	(△247)					
営業利益率					7.1%	<b>8.6%</b>	+1.5P	
<b>欧米</b>	781	<b>880</b>	+98	+12.7	△1	<b>28</b>	+29	-
営業利益率					△0.2%	<b>3.2%</b>	+3.4P	
<b>アジア</b>	425	<b>415</b>	△10	△2.4	36	<b>26</b>	△10	△29.5
営業利益率					8.7%	<b>6.3%</b>	△2.4P	

※2022年度第4四半期より、プレス鋼材有償受給化による売上減少が含まれています。利益への影響はありません。

13/36

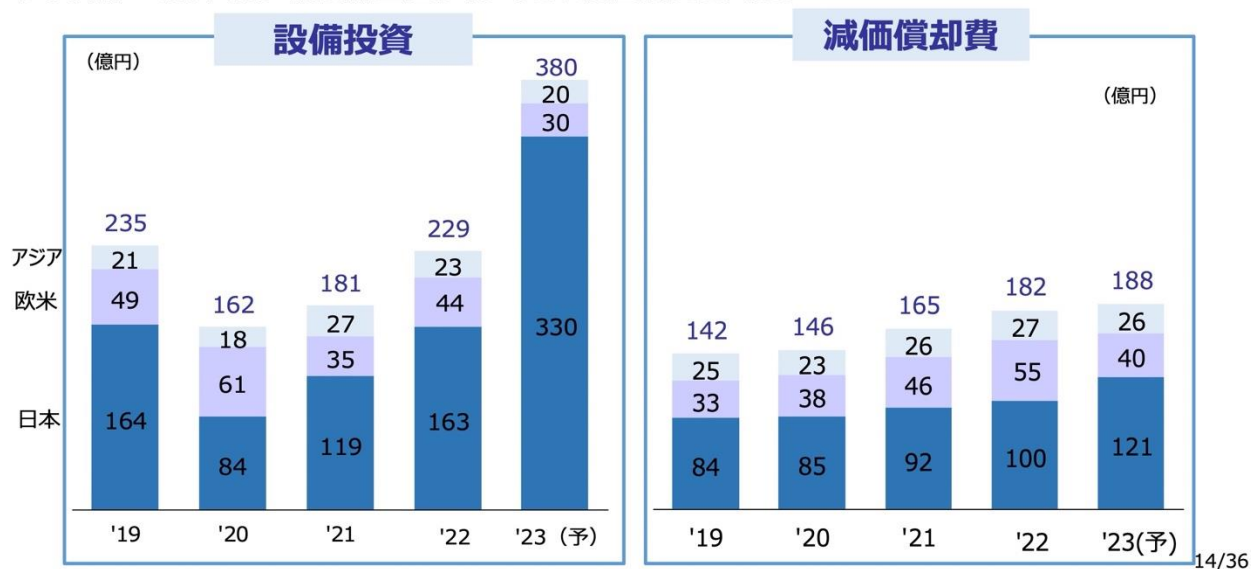
日本の売上高は、前期比 3%減の 685 億円、営業利益は労務費、経費の増加、バルブの材料価格高騰、下期からの工場建設の投資に関わる減価償却の開始などのマイナス影響はありますが、物量増加によるプラスにより 9 億円増加し、59 億円と予想しています。

欧米の売上高は、販売物量の回復と円安による為替換算差により、12%増の 880 億円、営業利益は 29 億円増加し、28 億円と予想しています。なお、今年度より、アメリカ子会社が保有するプレス機の償却期間を従来の 7 年から 15 年へと見直しています。この変更により、減価償却費が従来比約 15 億円減少する予想です。

アジアの売上高は、中国の販売物量の減少を想定し、2%減の 415 億円、営業利益は 10 億円減少し、26 億円と予想しています。

## 2-6 連結設備投資・減価償却費

プレス新工場やバルブ新製品生産ラインなどの積極投資を実施。



23年度は、大垣地区のプレス新工場建設や、バッテリーEV向けの電動膨張弁の生産準備などを含め、380億円の投資を予定しています。

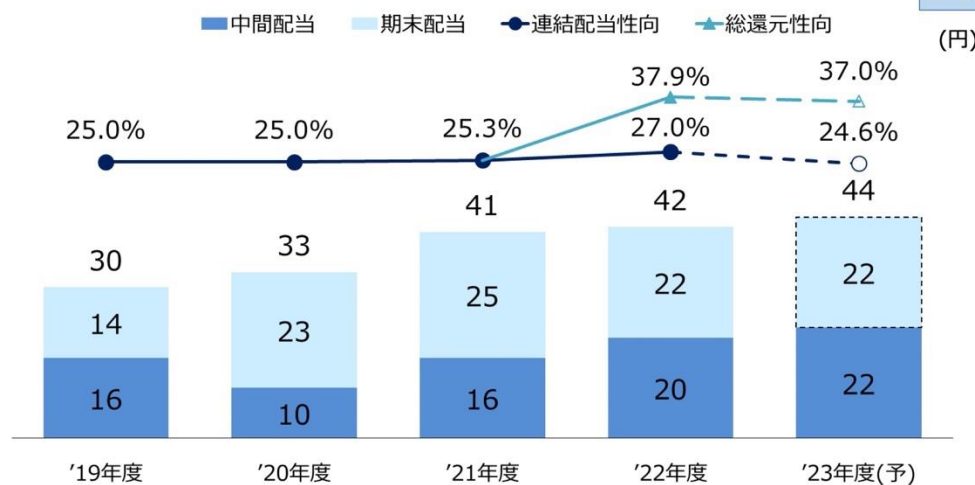
お客様からの受注増加に応じて、生産能力増強を行うとともに、より効率的な生産体制の構築に向けた投資も行い、競争力強化を進めていきます。

## 2-7 株主還元



第2Qの連結業績および通期予想を考慮し、配当予想を修正  
株主還元・資本効率向上を目的として、4月に自己株式取得を実施済

日本格付研究所  
長期発行体格付  
A-安定的



15/36

第2Qの業績、および通期予想を考慮し、配当予想を修正しました。

中間配当は、4月の発表より2円増配の22円といたします。

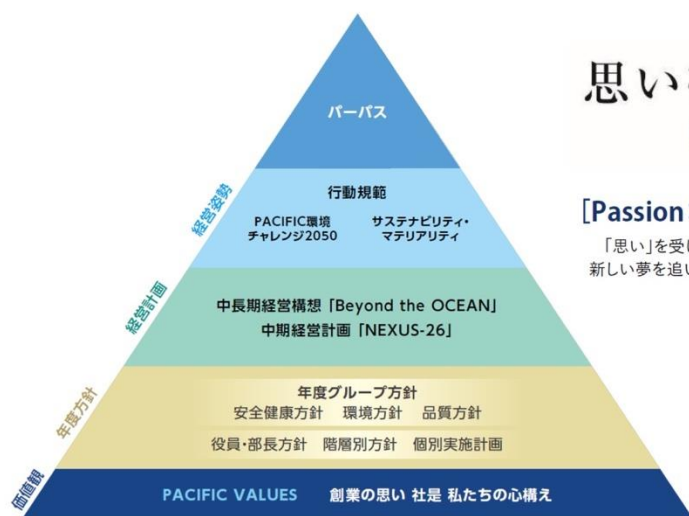
期末配当は22円、年間で44円を想定しています。

なお、通期での配当性向は24.6%、総還元性向は4月に実施した12億円の自己株式取得を含めて37%となる見込みです。

## 3-1 太平洋工業グループ理念体系



パーパス実現のため各方針に落とし込み、持続可能な経営を遂行



思いをこめて、あしたをつくる  
Passion in Creating Tomorrow

[Passion:思い]

「思い」を受け継ぎ、  
新しい夢を追い求める。

[Create:つくる]

カイゼン力で、  
革新的価値を「つくる」。

[Tomorrow:あした]

サステナブルな「あした」に、  
ともに向かう。

多様な従業員が力を発揮し、  
新たな価値を創造する

17/36

当社は、中長期経営構想 Beyond The OCEAN と、中期経営計画 NEXUS-26 を今年の4月に発表し、あわせて、思いをこめて、あしたをつくる、というパーパスを経営の軸と位置づけました。

パーパスが意味する、多様な従業員が力を発揮し、新たな価値を創造することを実現するため、サステナビリティのマテリアリティとともに、統合的に策定した経営計画をグループ全体に共有し、実行部門での方針や計画に落とし込んでいます。

また、創業の精神や社是、私たちの心構えからなる PACIFIC VALUES を根底にある価値観として持ちながら、パーパス実現のための持続可能な経営を進めていきたいと思えます。

## 3-2 サステナビリティに関するマテリアリティ(重要課題)



経営目標とマテリアリティを統合し、優先度を高めて取り組み推進



18/36

パーパスの3つのキーワードともつながっているサステナビリティに関するマテリアリティは、4つの柱と15の重要課題で整理し、関連するSDGsテーマを特定して取り組んでいます。その中でも、企業経営に与える影響も大きく、特に重要と考えるテーマは、経営目標と統合し、優先度を高めて取り組んでいます。

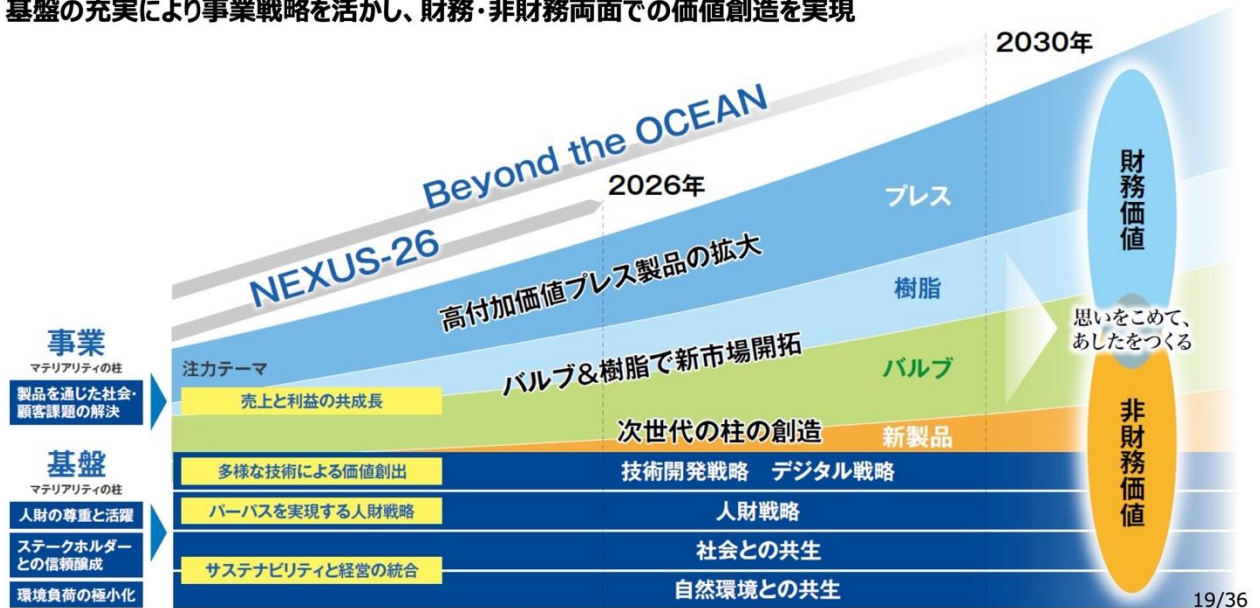
事業を通じたマテリアリティでは、特に主力事業に影響が大きい、環境配慮製品の開発に関する目標として、電動車向け売上比率を設定しています。また、新しい価値を創造していくため、持続可能なモビリティ社会と豊かな暮らしへの貢献に関して、新規商品・サービス上市件数を目標としています。

また、環境負荷の極小化については、CO<sub>2</sub>排出量の削減を経営目標として取り組んでいます。

そして、思いをこめて、あしたをつくる会社となるために重要な、人財の尊重と活躍に関する目標として、従業員エンゲージメントの向上を掲げて取り組みを進めています。

### 3-3 中長期的な成長イメージ

基盤の充実により事業戦略を活かし、財務・非財務両面での価値創造を実現



こちらは、中長期経営構想 Beyond the OCEAN と、中期経営計画 NEXUS-26 で描いている中長期的な成長イメージです。

基盤を充実させることで、事業戦略を活かし、統合的に経営戦略としてつないでいくことで、財務、非財務両面で価値を創りだし、パーパスを実現していきます。



## 3-4 経営目標



財務価値目標と非財務（事業・サステナビリティ）価値目標により  
持続可能な成長とパーパスの具現化をめざす

### 財務価値目標

資本効率を高め、持続可能な成長を実現する

	2022年度実績	2026年度目標	2030年度目標
売上高	1,912億円	2,100億円	持続的成長
営業利益率	4.9%	7%以上	10%以上
ROE	7.0%	8%以上	10%以上

### 非財務価値目標

#### ■事業価値目標

製品を通して、社会・顧客課題を解決する

		2026年度目標	2030年度目標
主力事業	電動車向け売上比率 (当社試算)	50%	70%
新事業	新規商品・サービス上市件数 (2023年度から)	15件	35件

#### ■サステナビリティ価値目標

従業員が力を発揮し、  
持続可能な成長を実現する

		2026年度目標	2030年度目標
人的資本	従業員エンゲージメント	2023年度に初回調査を実施後、 中長期目標を策定	
自然資本	CO <sub>2</sub> 排出量	30%削減	50%削減

(2019年度比、対象：スコープ1、2、範囲：連結)



経営目標としては、財務的な価値のみでなく、非財務的な価値を踏まえた目標も策定しています。

財務価値目標は、資本効率を高め、持続可能な成長を実現するべく、2026年の売上高を2,100億円、営業利益7%、ROE8%とし、その後も持続的な成長と収益性、資本効率の向上をめざしています。

非財務価値目標としては、事業に関する価値目標として、2030年には電動車向け売上比率を70%に高めること、新分野での新規商品・サービスを35件上市することを掲げています。

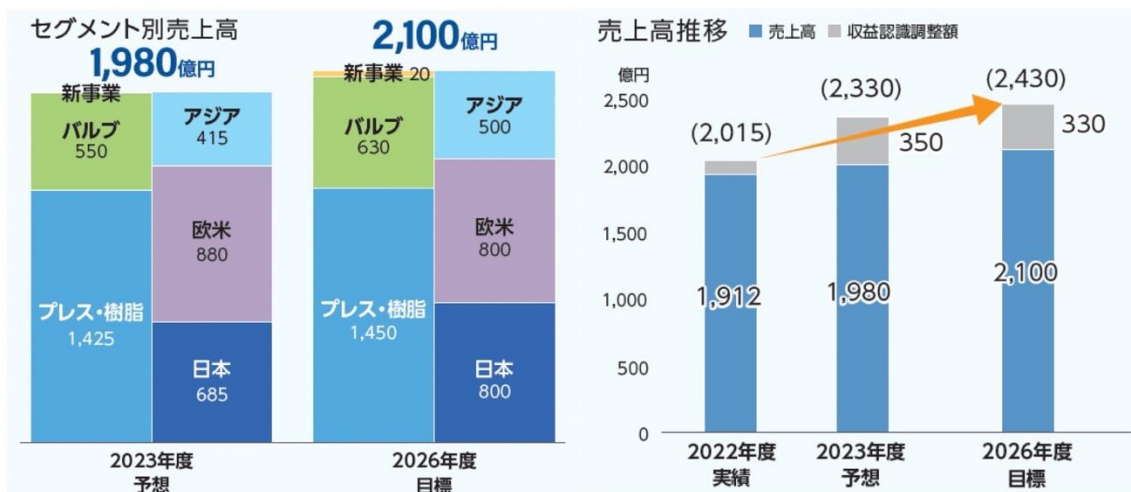
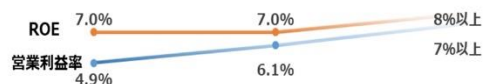
また、サステナビリティ価値目標として、従業員エンゲージメントの向上と、CO<sub>2</sub>排出量の削減を掲げています。

これらの目標に向けた取り組みを進めることで、持続可能な成長とパーパスの具現化をめざしていきます。

# 3-5 NEXUS-26 目標と進捗



中長期的な成長に向けた取り組みは順調に進行



NEXUS-26 の財務目標に対する進捗は、ご覧の通りです。堅調な自動車生産や為替の動向による後押しもありますが、中長期的な成長に向けた開発や拡販などの取り組みや、収益性向上の取り組みも順調に進捗しています。

## 3-6 プレス事業戦略



開発力と生産技術力を磨き、脱炭素と安全性向上に貢献  
高付加価値の創造とコスト競争力の両輪で、収益性を向上

2030年のめざす姿

- ・脱炭素時代に勝ち残るべく、「提案型技術集団」となり高付加価値を創造
- ・生産技術革新&スマートファクトリー化で、他社を凌駕するコスト競争力を確立

プレス売上目標  
2022▶2026年度  
1,290▶1,550億円  
CAGR4.7%  
(収益認識基準変更前)

### NEXUS-26 注カテマ

#### 1.脱炭素に向けた製品づくり

- ・冷間プレス技術の領域拡大
- ・軽量化製品の売上拡大
- ・電動車部品の売上拡大
- ・環境負荷を低減した工場づくり

POINT

#### 2.ものづくり力・技術力向上

- ・次世代ハイテン技術の進化
- ・接合技術の先行開発
- ・構造解析力、ボディ構造提案力強化

#### 3.強固な事業基盤の確立

- ・設備・搬送自動化による省人
- ・AIを活用したラインづくり
- ・国内外拠点の再整備
- ・スマートファクトリー化による効率向上
- ・マルチスキル人材の育成



22/36

プレス事業では、脱炭素に向けた軽量化製品の拡充による売上の拡大と、コスト競争力の強化による収益性向上に取り組んでいます。

特に、当社が得意とする冷間プレス工法は、生産時のCO2削減でホットスタンプ工法に対して優位性があり、冷間プレスへの置き換え提案を進めています。

また、超ハイテンの技術を活かして、バッテリーEVにおける電池周辺領域において、採用拡大のため、お客様に提案を行っています。より付加価値の高い技術・製品開発で、脱炭素と安全性の向上に貢献していきたいと思えます。

## 3-7 ホットスタンプ製品の冷間プレス化

構造解析技術の高度化と積極的な提案で顧客との信頼関係を構築

### 新型プリウスに1470MPa 冷間超ハイテン採用

- ・製造工程全体の生産性に配慮した最適形状
- ・トヨタ自動車 プロジェクト表彰受賞



1470MPa材ルーフセンターリンフォース



### 新型クラウンで1180MPa 冷間超ハイテン化に成功

- ・高剛性、車両意匠、  
ドライバーの視界確保を実現
- ・トヨタ自動車 プロジェクト表彰受賞

コスト  
40%削減

省資源  
67%

CO2排出量  
239t削減

※旧型クラウンの同部品  
(ホットスタンプ品) 比



23/36

次に具体的な事例について説明します。

ホットスタンプから冷間プレスへの置き換え事例を説明します。骨格ユニット単位での構造解析技術を一層高度化し、顧客の車両開発プロジェクトの初期段階から積極的に提案を行うことで、軽量化と高剛性を両立させる最適構造を実現させ、顧客へ貢献し、信頼関係を築いています。

これらの活動により、トヨタ自動車の新型クラウン、プリウスにおいて、主要なボデー部品を多く受注することができました。

例えば、昨年、新型クラウンに採用されたフロントピラーアッパーは、衝突安全性の観点から高い剛性が求められることや、車両デザインやドライバーの視界確保のため、細長い複雑な形状と高い精度が必要とされる部品で、今まではホットスタンプで工法しか製造できないとされてきました。

当社では、冷間プレス化の積極的な提案を行うこととあわせて、CAE解析なども含めた事前検討による課題の洗い出しや対策を行うことなどによって、冷間超ハイテン化に成功し、量産化を実現しています。

他にも多くの車種で超ハイテンの採用が進んでおり、当社では累計で300点以上の冷間超ハイテン製品を量産化しています。今後も、技術開発に加えて、グローバルで体制整備する超ハイテンプレス設備を活用し、更なる事業拡大をめざしていきます。

## 3-8 プレス新工場完成



サステナブルな価値づくりを実現する最新鋭のグローバルマザー工場を新設



- 人 員: **250名**
- 敷地面積: 約92,000㎡ : 延床面積: 約48,000㎡ (工場)
- 投資総額: **300億円** (厚生棟・工機棟・R&D棟を含む)  
プレス機: **6台** (3500tトランスファー他)  
溶接機: **30台** (自働設備・自働搬送含む)

### 売上・利益の拡大

ボディシエル(超ハイテン・アルミ)やバッテリー製品の拡販・増産と自動化・高効率化による収益力向上

### CNに向けた取り組み

設備革新・高効率設備導入・再生可能エネルギー活用

### 働きやすい職場づくり

工場内空調完備、重筋作業の改善(自動化設備・AGV導入)

### 工場レイアウト



### 金型革新

データ管理・短納期化  
シミュレーション多用  
金型製作能力増強

### 開発力強化

樹脂製品開発環境整備  
共創空間の構築

24/36

プレス事業で、特に大きな戦略的投資となるのが、東大垣地区に建設したプレス工場です。10月末にプレス工場と厚生棟が完工し、11月より順次稼働を始めています。

プレス設備の増強、溶接ラインの自動化に加え、再生可能エネルギーの導入や、働きやすさの向上など、時代の要請に応えた工場となっています。

来年以降は、プレス金型の競争力強化のための工機棟や、樹脂とIoT関連製品の開発力を強化するための開発センターなどを建設し、持続可能な価値づくりの実現に向けた環境の構築を進めていきます。

## 3-9 樹脂事業戦略



強みを活かしてグローバルに新市場創出し、競争力の高い樹脂事業を強化

2030年のめざす姿

- ・防音防振・新加飾技術を応用し**新市場の創出**
- ・**サーキュラーエコノミーへの転換**

樹脂売上目標

2022 ▶ 2026年度  
180 ▶ 250億円  
CAGR8.6%

NEXUS-26 注カテーマ

### 1.防音防振技術を確立し 新製品・新事業化

POINT

- ・電動車向け新製品開発加速  
(ウレタン発泡製品等)
- ・新規顧客拡販(メガサプライヤー向け)
- ・自動車分野以外への展開

### 2.加飾技術を進化させ グローバルに顧客開拓

POINT

- ・キャップ・オーナメントの新規顧客  
拡販(ASEAN・インド市場注力)
- ・グローバルでの生産能力拡大  
(北米・アジア)

### 3.材料開発力の強化

- ・ウレタン材、塗装レス材、  
高機能樹脂
- ・樹脂CAE評価環境の強化
- ・マルチマテリアル、  
リサイクル材開発



25/36

樹脂事業は、材料配合からの設計・評価能力、企画・デザインから設計・生産までの社内一貫体制など、多彩な強みがあることから、多様なお客様に拡販可能な成長事業と位置づけています。

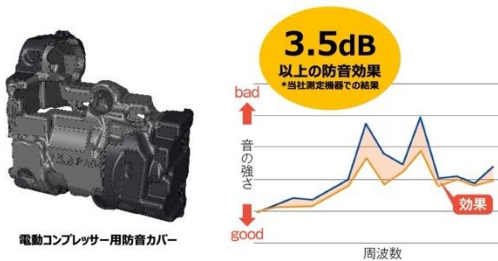
強みである防音技術やフィルム加飾技術を応用して、新市場の創出や材料開発力の強化などを進め、長期的な成長とサーキュラーエコノミーへの転換をめざしています。

## 3-10 電動車での新たなニーズに応える樹脂製品



強みの防音技術・空力制御技術を高め、電動車への採用拡大をグローバルに推進

### 電動車向け防音カバーを開発・採用



### アルミホイール向け空力キャップの採用拡大



「軽量化」と「空力性能向上」の両立を実現し、電費もカイゼン

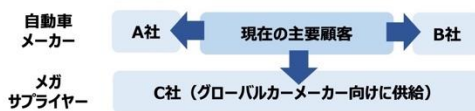


アルミホイール 当社ホイールキャップ

アルミホイール 当社ホイールキャップ

26/36

### 新規顧客開拓を推進



樹脂事業では、電動車市場の拡大に伴う新たなニーズに応えて、グローバルに新たな顧客開拓を推し進めています。

例えば、電動車ではモーターやコンプレッサーなど、特有のノイズが発生することから、電動車ノイズに対する防音ニーズが高まっています。当社は、音域によって素材の密度を変えるなど、適切な部位に、適切な材料を使い、適切な形状を作る技術があるため、そのようなニーズに応え、事業領域を拡大していきたいと思えます。

スライド左の防音カバーは、既に採用いただいております。今後はこれまでの顧客基盤を活かして、自動車メーカーやメガサプライヤーにも拡販を進めていきます。

また、最近では、アルミホイールにも、空力性能の向上と軽量化を両立させることを目的に、ホイールキャップを採用いただくことが増えています。

プリウスや bZ4X など、特に燃費や電費性能が求められるモデルでも、当社はホイールキャップのデザインから生産までを担当し、車の商品力向上に貢献します。

## 3-11 バルブ事業戦略



電動車向け高付加価値製品の開発で、新しい成長の柱を構築

2030年のめざす姿

- ・市場ニーズを先取りした、**スピード感ある開発型事業展開の実現**
- ・電動車用熱マネジメントシステム向け製品で、**新たなる事業の柱を確立**

バルブ売上目標

2022 ▶ 2026年度  
542 ▶ 630億円  
CAGR3.8%

NEXUS-26 注力テーマ

### 1. 電動化を見据えた新製品・新技術開発

POINT

- ・シール技術を活かした熱マネジメント商品確立
- ・無線通信技術を活用したスマート製品開発
- ・グローバルで市場ニーズを先取り、先行開発促進



### 2. 既存事業効率化を進め収益基盤強化

- ・市場動向に応じたグローバル拠点・開発の再編
- ・DXと自動化による体制構築
- ・TPMSの新規顧客開拓を推進



27/36

バルブ事業は、自社設計のバルブ製品を提供しており、複数の製品で世界トップシェアを持っています。

中期計画の注力テーマとしては、特に、電動化を見据えてシール技術を活かした新製品を投入していくことで、新たな事業として成長させていきたいと考えています。

また、TPMSについては、収益性向上の取り組みを進めるのと同時に、新規販売先に積極的に提案することで拡販を進めていき、販売物量の拡大にも取り組んでいます。

加えて、グローバルで生産・開発拠点の最適化や、デジタル革新による生産性の向上等、既存事業の改革を進めています。



## 3-12 熱マネジメントシステム向けバルブ

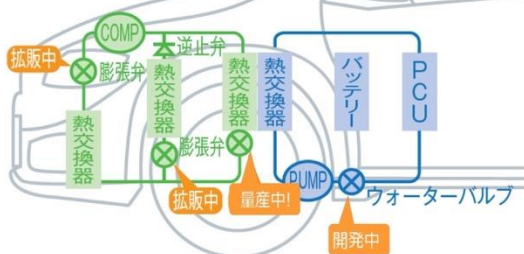


### BEV向け電動膨張弁量産開始、拡販・ラインナップ拡充開発を推進

#### 熱マネジメントシステム

ヒートポンプ式エアコン  
(冷媒回路)

電池冷却システム  
(水回路)



- ・電費向上・熱管理ニーズの高まりで、ヒートポンプ式システムの採用拡大
- ・システム内の冷媒制御用に電動膨張弁の需要が拡大

#### 電動膨張弁量産スタート



機能と品質を兼ね備えた、  
世界最小クラスの小型・軽量設計

自動化・加工点・動線にこだわり、  
高精度・高生産性・最小原価を追求

#### 世界3極体制での開発・拡販推進



28/36

熱マネジメントシステム向けのバルブである電動膨張弁は、ヒートポンプシステムの中で冷媒を膨張させ、低温低圧にさせる機能があります。

当社が開発した製品は、バッテリー冷却用に採用いただき、4月に生産を開始しました。顧客の要求性能を満足した、小型・軽量で、高い品質を兼ね備えた製品です。

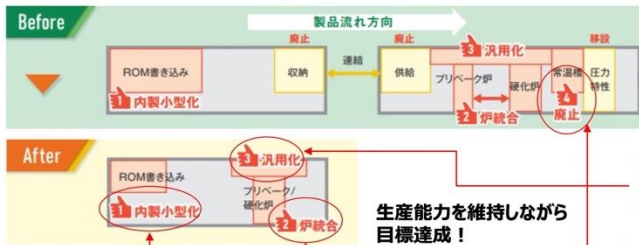
熱マネジメントシステムでは、他にも複数の膨張弁や周辺のバルブも多く使われることから、市場拡大が見込まれるため、採用の拡大に向けて、継続して開発・拡販を進めています。

アメリカ、フランスの開発・営業部門とも連携し、世界3極で開発・拡販の協力体制を作ることで、グローバルに高まる顧客ニーズに応えていきます。

# 3-13 TPMSコンパクト汎用ライン開発

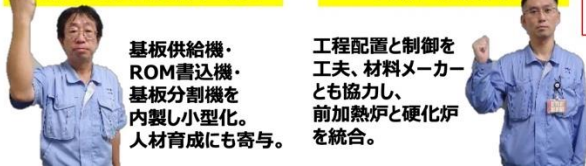


主力製品であるTPMSの生産ラインを改善  
 設備投資1/2、スペース1/2、  
 CO2排出量42%削減を達成



## 1.内製による小型化

基板供給機・ROM書き込み機・基板分割機を内製し小型化。人材育成にも寄与。



## 2.炉の統合

工程配置と制御を工夫、材料メーカーとも協力し、前加熱炉と硬化炉を統合。



## 3.設備の汎用化

製品搬送治具、受け治具を改善し汎用化。3Dプリンターも活用し事前評価を実施。



## 4.常温層廃止

常温検査工程を後へ移設することで製品を自然冷却、常温層が不要に。



## 海外拠点への横展開

### 中国：常熟拠点

2022年4月：Eタイプ生産開始  
 10月：Gタイプ生産開始

### アメリカ：オハイオ拠点

2023年5月：Gタイプ生産開始  
 コンパクト化に加え、自動検査による省人にもチャレンジ

29/36

既存製品の収益基盤強化について事例紹介します。

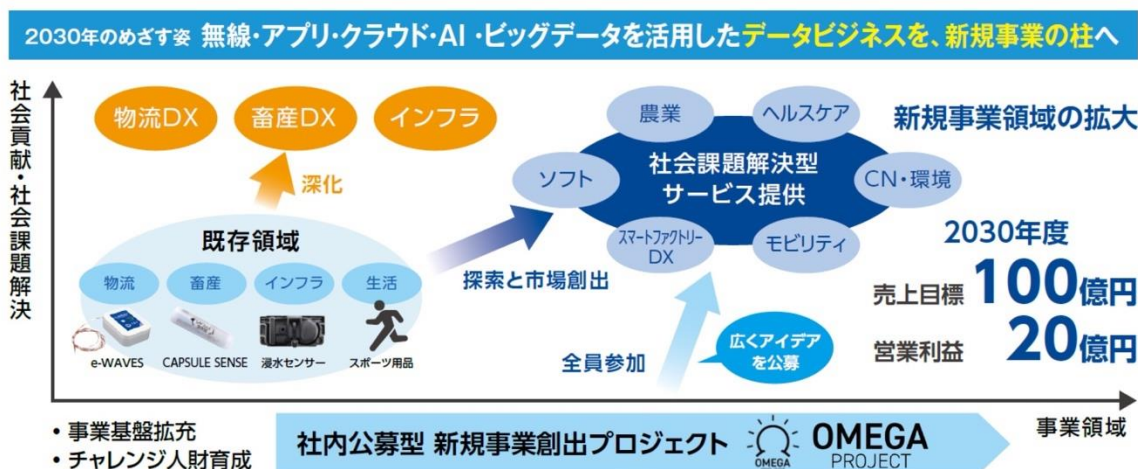
TPMS は、各国での法制化により市場が拡大したことで、事業規模を拡大してきましたが、市場の拡大に伴い価格競争が激化しており、収益性向上が重要な課題となっています。

昨年の新タイプの製品立ち上げに伴う設備導入にあたり、生産能力はそのままに、汎用性を持たせながら、従来の2分の1の設備投資に抑え、さらにスペースも2分の1にしました。生産時のCO2排出量も42%削減しています。

販売ボリュームを拡大していく新規の顧客開拓と、地道で継続的な改善活動も大切にしながら、収益力強化につなげていきます。

## 3-14 新製品開発戦略

社会課題解決に貢献するIoT製品・システムを開発し、目標達成をめざす



モビリティ分野以外での新製品開発では、長期的に事業の柱をつくっていくために、さまざまな挑戦を続けています。

2030年のめざす姿として、無線、アプリ、クラウド、AI、ビッグデータを活用したデータビジネスを新規事業の柱にしていきたいと考えています。

社会貢献や社会課題の解決に結びつくビジネスを軸に、事業領域を広げ、既に上市している物流・畜産・インフラ・生活関連は、製品ラインナップ拡大や機能改善などによる深化を進めていきます。

また、まったく新しい分野の商品・サービスづくりにも取り組み、社会課題を解決していきたいと考えています。

そのために、オメガプロジェクトという名称で、社内公募型の新規事業創出プロジェクトを立ち上げ、100名以上が参加し、100件近いアイデアの応募がありました。その内7件が次のステップに進んでおり、事業創出に向けた検討を深めているところです。

これらの取り組みを推進し、2030年には売上100億円、営業利益20億円をめざしたいと思います。

## 3-15 社会課題を解決するIoT商品



新商品・ソリューションの機能向上と拡販を推進

### マルチセンシングロガー 「e-WAVES」



- ・温度・湿度など6つのセンサーでリアルタイム物流管理
- ・食品、医薬、再生医療向けに幅広い業界ニーズ適合
- ・24/1月、廉価モデルを上市予定

2023年 超モノづくり部品大賞  
ものづくり生命文明機構 理事長賞 受賞

### 牛体調モニタリング 「CAPSULE SENSE」



- ・温度、加速度センサーで牛の体調をモニタリング
- ・生産性向上をIoTで支援、未来につづく畜産へ
- ・各地での拡販活動、性能向上に向けた開発を推進

31/36

これまでに製品化した新しい分野の商品を紹介します。どちらも TPMS で培ったセンシング技術・無線技術などのコア技術を活かし、ソフトも含めて提供している商品になります。

温度、湿度などをセンシングできる、e-WAVES は、HACCP に準拠した食品輸送やワクチンなどの医薬品輸送、再生医療など幅広い業界で活用されています。来年 1 月には、販売拡大を狙って機能と価格を抑えた廉価モデルを販売予定しており、幅広い業界のニーズに応えるための商品ラインナップの拡大を続けています。

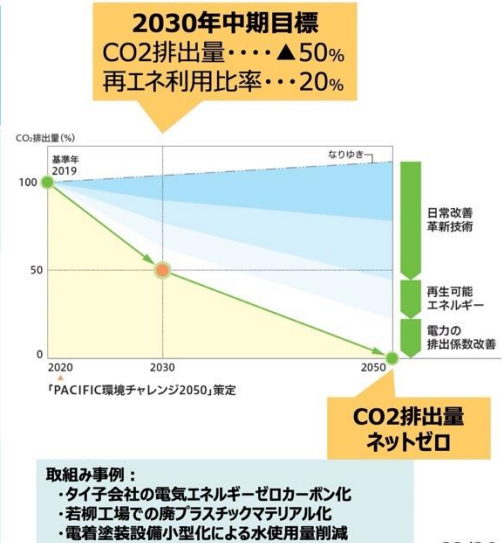
昨年販売を開始した、牛体調モニタリングシステム、CAPSULE SENSE は、胃内の温度・加速度を測定し、牛の体調変化をリアルタイムでモニタリングするシステムです。畜産農家の生産性向上を IoT で支援し、負担の軽減や担い手不足などの課題に貢献する商品としてご評価いただいております。先日発表された、超モノづくり部品大賞では、ものづくり生命文明機構理事長賞を受賞しました。

今後も幅広い農家の皆様にお使いいただくため、北海道から沖縄まで、全国で拡販活動を進めています。並行して、体調変化の検知精度向上のためのアルゴリズムを改善するなど、性能向上やラインナップ拡充の開発も進めており、商品力の強化を図っています。

## 3-16 環境負荷極小化の取組み

「PACIFIC環境チャレンジ2050」でマイルストーンを定めて活動を推進

	マテリアリティ	SDGs	項目	現状 (22年度実績)	2030年 目標	2050年 目標
カーボン ニュートラル	気候変動の 緩和及び 適応	13 気候変動 17 パートナーシップ for sustainable development	CO <sub>2</sub> 排出量	76.1(kt) 2019年度比 ▲19.3%	2019年度比 50% 削減	ネットゼロ
環境負荷 極小化	持続可能な 資源の利用	12 持続可能な 消費と生産	廃棄物 排出量	3,625(t) 2019年度比 国内▲11.8% 海外▲7.9%	2019年度比 国内 60%削減 海外 30%削減	極小化
	水資源の 保全	6 清潔な水と 衛生	水使用 量	1,394 (km <sup>3</sup> ) 2019年度比 ▲20.1%	適正利用	極小化



32/36

マテリアリティの柱の一つである環境負荷の極小化は、製造業として重要な課題であり、長期目標として、PACIFIC 環境チャレンジ 2050 を掲げて取り組んでいます。

特に、CO<sub>2</sub> 排出量の低減は重要なテーマであり、経営目標として設定し、日常改善、革新技術、再生可能エネルギーの導入で、取り組みを加速していきます。

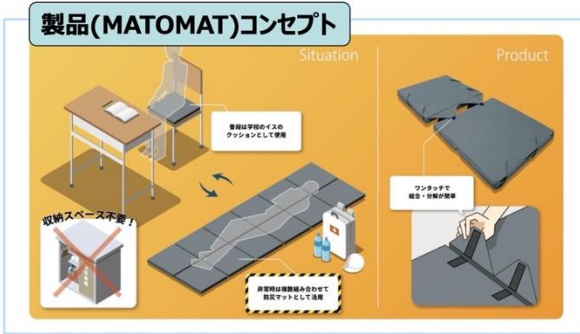
廃棄物排出量の削減については、2050 年の極小化を目指し、循環型の事業へと転換していきたいと思えます。

水資源の保全については、拠点ごとに、地域に応じたリスク低減と地域貢献を行っていきたく考えています。

## 3-17 サーキュラーエコノミーの取組み：防災用マット



廃棄物のアップサイクル製品を地元企業・福祉作業所と連携し実用化



大垣市、大垣市教育委員会、当社で実証実験の協定書締結



廃棄物削減と、サーキュラーエコノミーの取組みとして、樹脂製品を生産する際に発生するウレタン製品の端材を活用し、アップサイクルした防災用マットを開発しましたのでご紹介します。

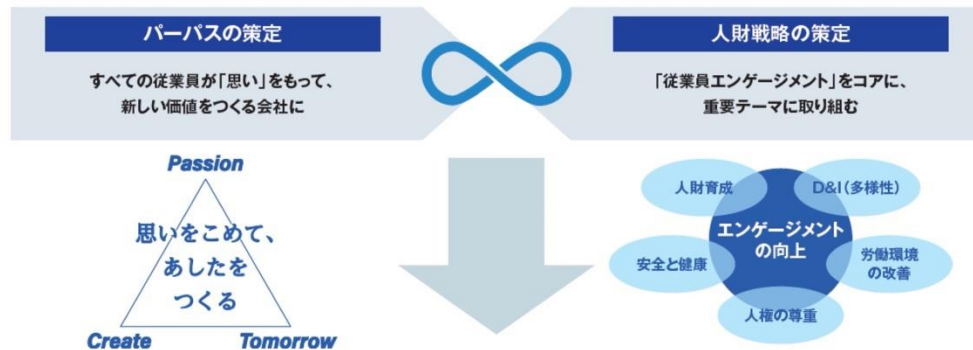
通常時は学校の椅子のクッションとして使用しますが、学校が避難所となるような非常時には、つなぎ合わせることでマットとして利用でき、避難所の居住性を向上する製品です。この製品の良いところは、学校で普段から使っているため、特別に保管用のスペースがなくても、災害に備えることができる点です。

材料加工や部品製造は地域の企業で行い、組付けを近隣の福祉作業所で実施するなど、地域経済や社会福祉といった観点からも、社会課題の解決に貢献できる製品であると考えています。

岐阜県大垣市と連携し、市内の小中学校で実証実験を行っており、来年春に製品化する予定です。

## 3-18 人財の尊重と活躍（人財戦略）

パーパスと戦略を、活かすものにするための取り組みを推進



- ・ビジョンの共有：役員が中心となり従業員への説明会や意見交換会を繰り返し実施
- ・マイパーパス：従業員が自分のパーパスを考え、仲間と共有することで相互理解を深める活動を実施
- ・エンゲージメント：1回目の従業員エンゲージメント調査を実施し、目標値を決定、向上策を実行

34/36

パーパスを実現し、事業やサステナビリティの価値を生み出していくためには、人財戦略が重要です。

その中でも、従業員エンゲージメントは人財戦略の中心であり、これを高めることで事業の成長に結びつく施策が充実し、活力が高まり、それがまたエンゲージメントを高めるという好循環をもたらすと考えています。

そのために重要なことは、心理的安全性を高め、誰もが思ったことが言えて、実践できる職場にすることです。これを実現するために、エンゲージメント調査を実施するだけでなく、従業員への説明会や小規模での意見交換会による、パーパスや中期経営計画などの考え方の共有や、各自が日頃思っていることを素直に話し合う機会を継続して企画、実行しています。

また、日常的には自分の心構えを示す、マイパーパスの共有による相互理解の向上などの取り組みを進めています。

社内コミュニケーションから得られるものは多く、従業員の皆さんの思いを正しく理解していくことで、職場の環境改善だけでなく、今後の経営にも役立てたいと思います。

## 3-19 統合報告書・サステナビリティデータブック発行



「サステナビリティレポート」から進化、統合思考で当社の価値創造ストーリーを開示

統合報告書  
「Creating Tomorrow Report」



<https://www.pacific-ind.co.jp/investor/ctr/>

「サステナビリティデータブック2023」



<https://www.pacific-ind.co.jp/sustainability/sr/>

35/36

当社は、パーパス、中長期経営構想、中期経営計画に沿って、統合思考で当社の価値づくりをお伝えするため、今年から統合報告書として、Creating Tomorrow Report を発行することいたしました。名前の通り、思いをこめて、あしたをつくる、という当社のパーパスを表現するレポートとなります。

また、サステナビリティの取り組みの進捗を説明した従来のサステナビリティレポートは、サステナビリティデータブックとしてウェブサイトを開示しています。

当社の価値づくりを、より良くご理解いただき、双方向の信頼を醸成していくためのコミュニケーションツールと位置付けていますので、是非ご覧いただければと思います。

今後も中長期の成長と、顧客・社会課題解決に向けた取り組みを統合的に推進し、企業価値の向上をめざしていきます。

以上