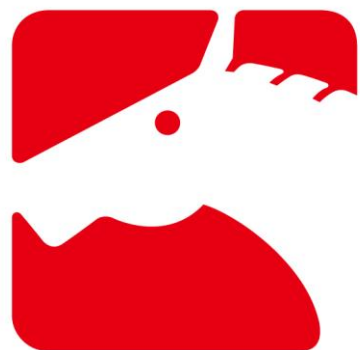




Tenna

Happy life with Tenna

2022年3月期(74期) 本決算説明会資料

2022年6月1日

天馬株式会社

東証プライム市場：7958

事業概要	P 2
2022年3月期 本決算概要	P 12
2023年3月期 通期業績予想	P 22
第3次中期経営計画（2021/4～2024/3）	P 26
トピックス	P 43
（ご参考）企業概要	P 47



事業概要

プラスチック成形加工メーカー

自社製品事業



受託製品事業

- 家庭用品
 - ・収納ケース
 - ・キッチン用品
 - ・サニタリー など

両輪とする希少な存在

- OA機器部品
- 家電機器部品
- 車両部品
- メディアケース など

カテゴリトップの
コンシューマーブランド企業

Fits累計販売数：1億個超



アジアの成長市場において
グローバル企業を顧客とする受託製造会社

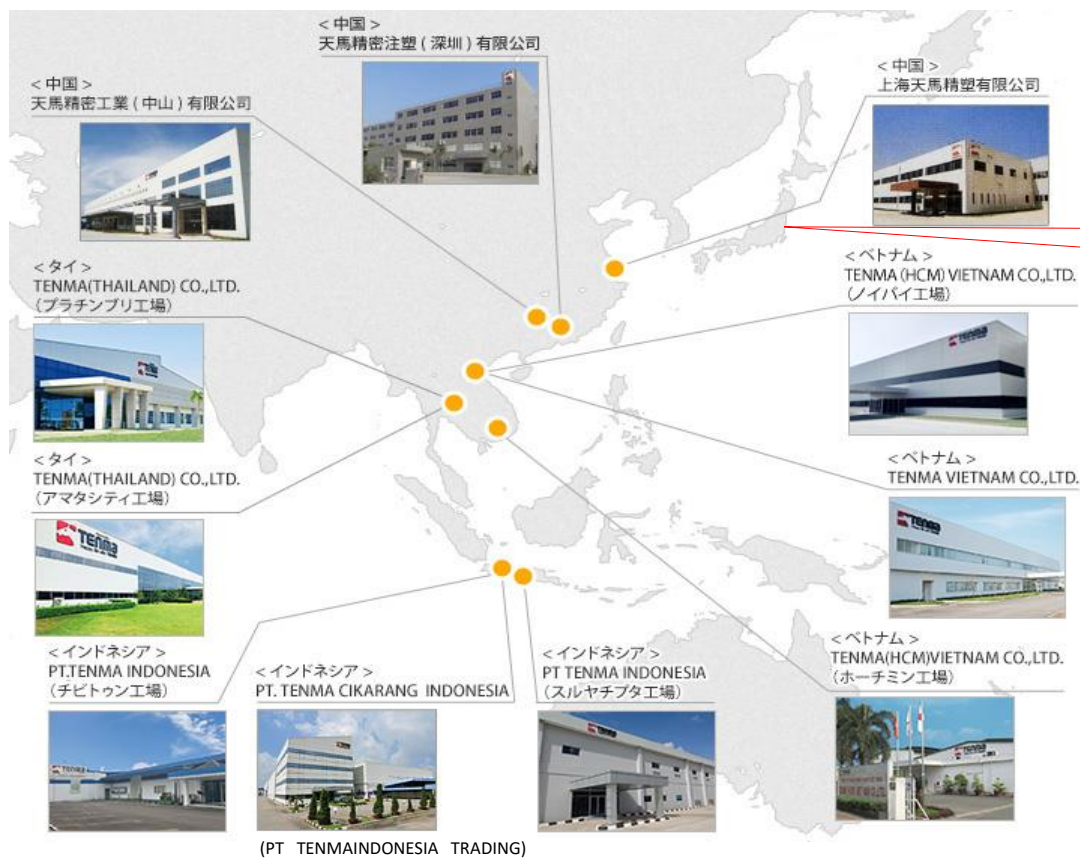
年平均成長率：3.9%（過去10年度）



生産拠点は国内6工場、海外4カ国/11工場

1,000台以上の成形機を有し、国内外で幅広い製品の生産に対応可能

【海外】



【国内】



地域別の事業概要①

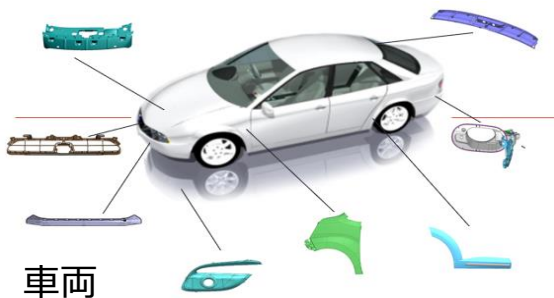
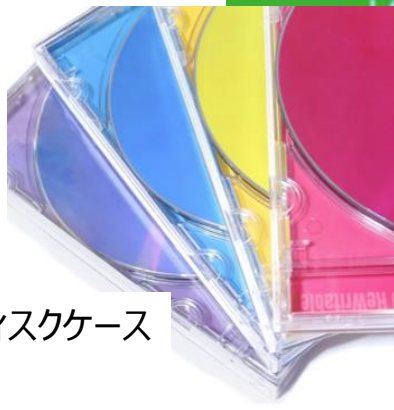
【日本】

- 売上の約7割が自社製品事業（HW）であり、収納用品分野では国内シェア首位
- 受託製造は、OAやディスクケース、車両などをメインに展開
またエネルギー、通信などの新領域開拓を推進中
- 本社技術スタッフ・営業スタッフによる海外事業のサポート体制を構築

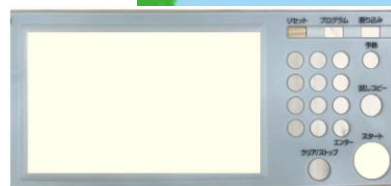
収納衣装ケース



ディスクケース



車両



OA

地域別の事業概要②

【中国】

- 上海・深圳・中山の3拠点体制
- 受託製品事業はOAがメイン、またゲーミング・キーボードなど新しい分野の商材を開拓中
- 自社製品事業（HW）の業容拡大を推進中

OA



自社製品



キーボード（新規）



【タイ】

- 今後の成長が見込まれる空調メーカーが集積しており、エアコンの成形から組立までをトータルで受注
- OA事業も中国からの生産シフトの流れを受けて事業拡大中
- 将来の業容拡大を見据え、倉庫棟の増設が2022/1月に完了し、自動倉庫の設備を導入中

増築後のアマタシティ工場



家電



OA



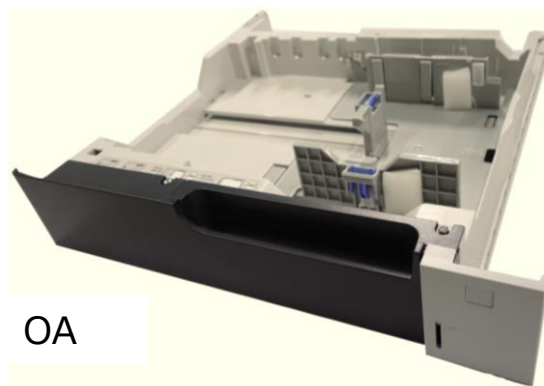
【ベトナム】

- 北部に2拠点、南部に1拠点を構え、北部ではOAと二輪車、南部では家電を中心に事業展開
- コロナ禍の影響が長引いているが、中長期的には成長トレンドが続く市場と想定
- 引き続き、重点投資地域として位置付け、積極的な事業展開を進める

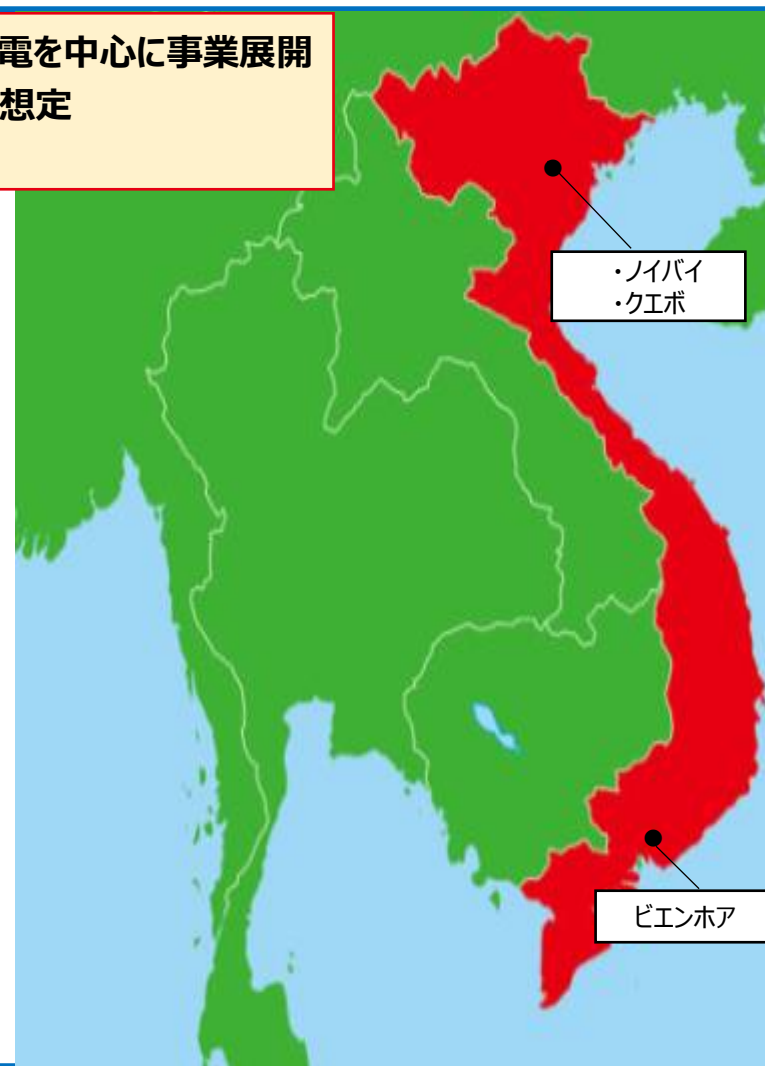
家電



二輪



OA



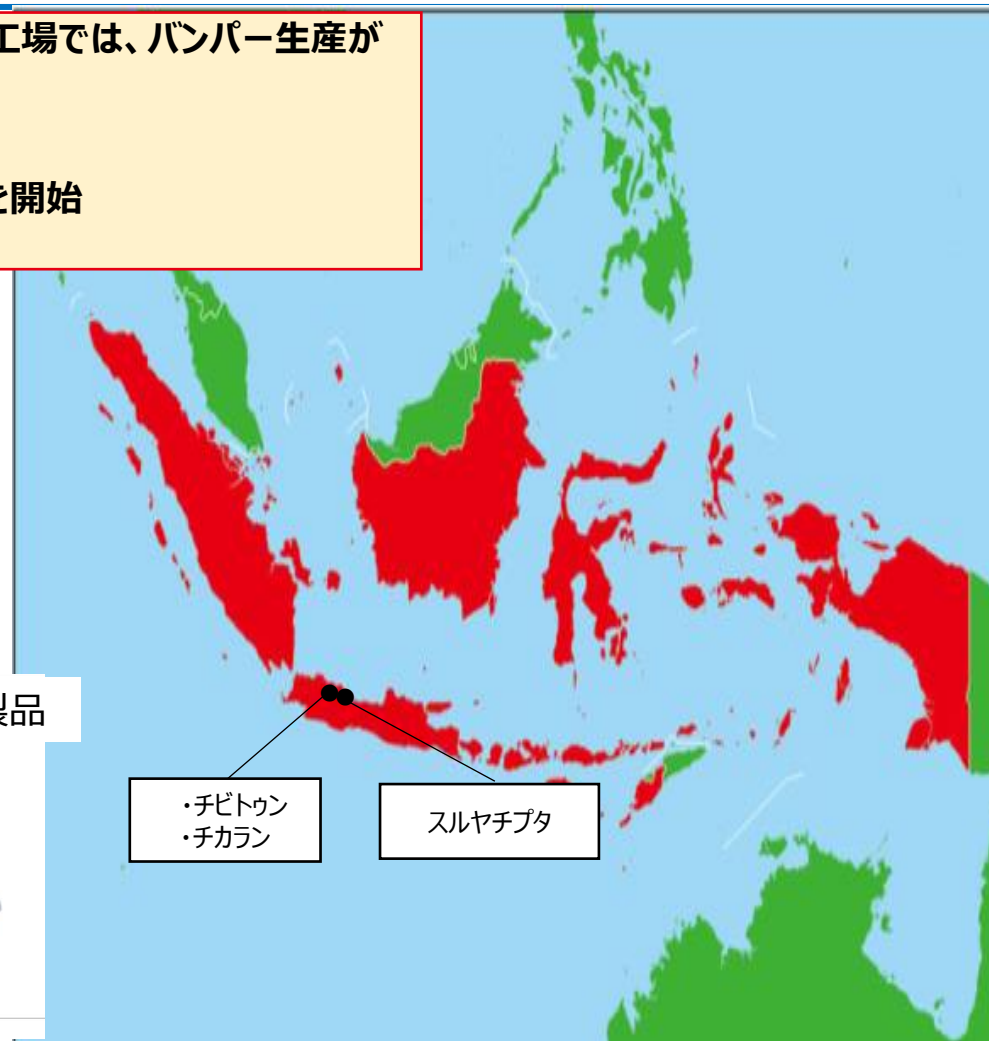
地域別の事業概要⑤

【インドネシア】

- 当社の車両事業の中心地。2016年創業のスルヤチプタ工場では、バンパー生産が可能な大型成形機と塗装ラインを有する
- チカラン工場ではOAの受託製造が堅調
- インドネシアにおける自社製品事業（HW）の本格展開を開始



バンパー



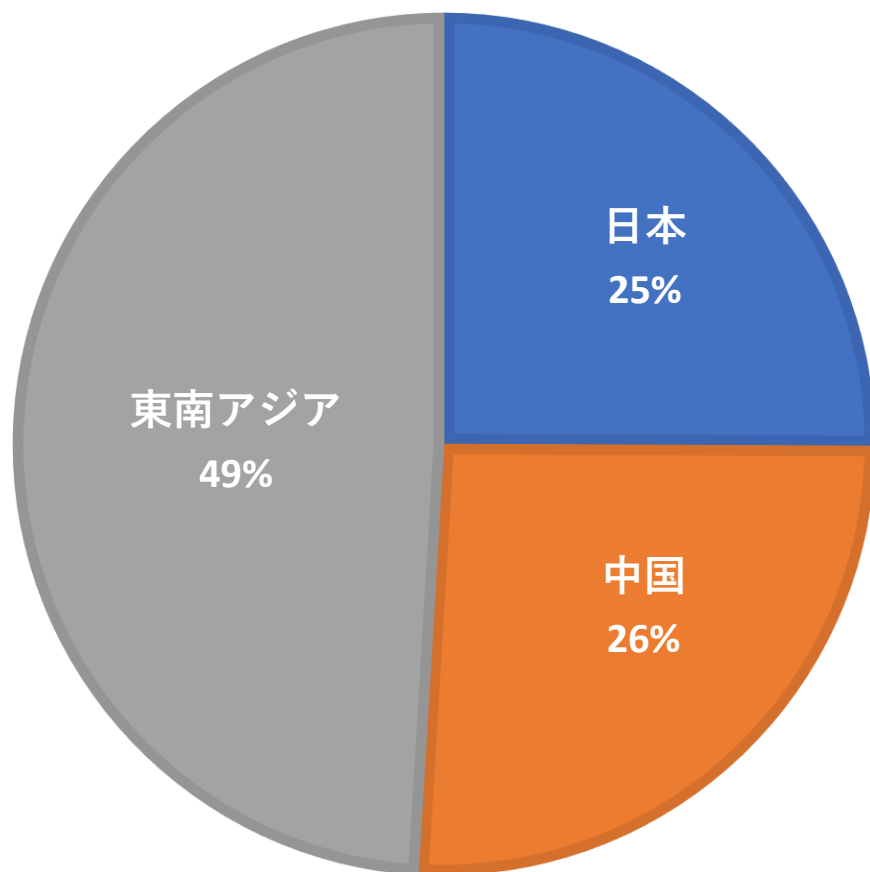
自社製品



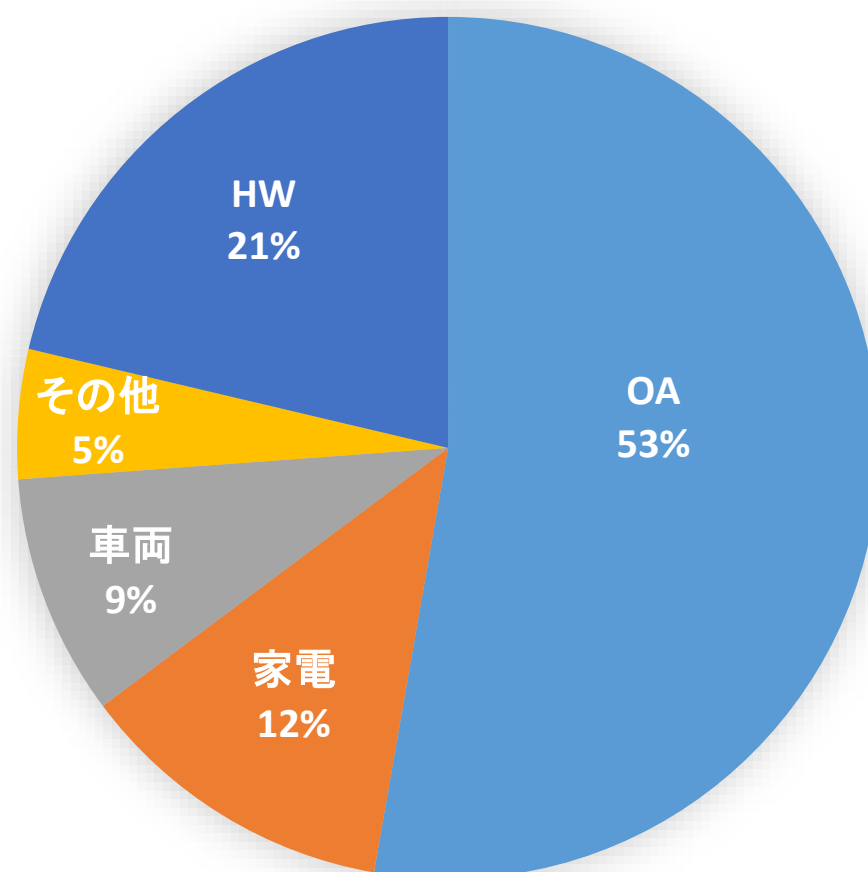
OA



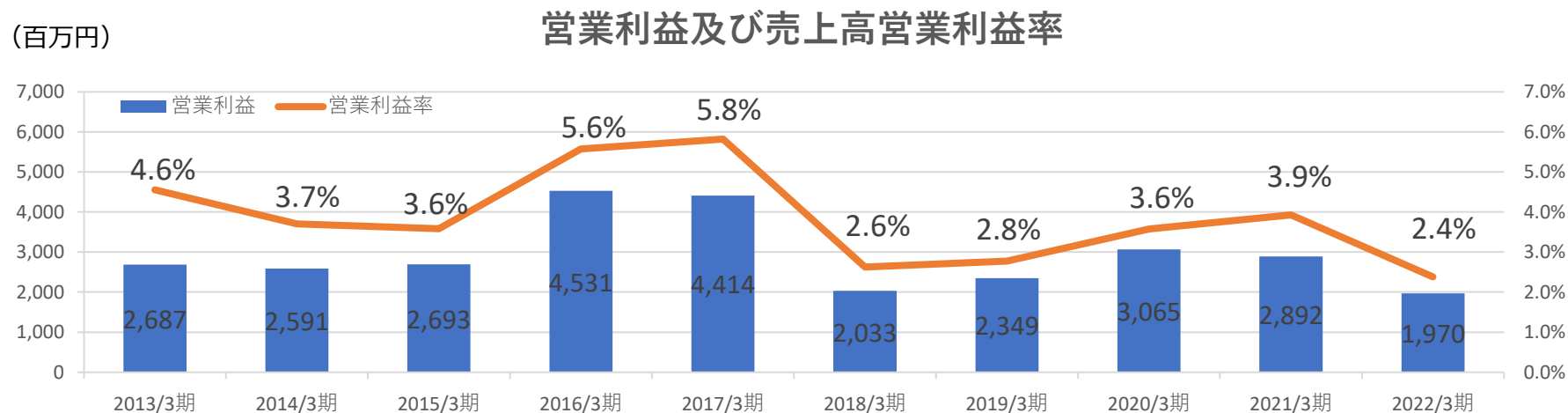
【地域別】



【部門別】



業績推移（過去10力年）





2022年3月期 本決算概要

- 前期実績対比で増収減益、計画対比で増収及び当期純利益を除き増益
- 売上高については、受託製品事業における取引先のリカバリー需要や原材料価格高騰に対する売価反映、円安に伴う円換算金額の増加もあり、前期実績及び計画を上回った
- 収益については、自社製品事業にて原材料価格高騰に対する価格改定の遅れ及び価格改定後の原材料価格の更なる上昇があったこと、また受託製品事業にてコロナ禍や半導体不足等の影響で工場稼働率が乱高下する等、非効率な生産を余儀なくされたことから、前期実績対比で苦戦
当期純利益の減少は海外子会社の清算手続き遅延及び法人税等調整額の増加も一因

(百万円)

	2021/3期	2022/3期					
	通期実績	通期実績	対前期	前期比	通期公表計画	対計画	計画比
売上高	73,639	82,697	9,058	112.3%	81,000	1,697	102.1%
売上総利益	14,318	13,089	△1,228	91.4%	—	—	—
営業利益	2,892	1,970	△922	68.1%	1,800	170	109.4%
経常利益	2,919	2,430	△488	83.3%	2,150	280	113.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,006	1,058	△1,947	35.2%	1,500	△442	70.5%

注) 公表計画は2021/11/5付修正発表後の数値を採用。

2022/3期は収益認識基準適用後、2021/3期は従来基準の数値を採用。従って対前期は参考値。

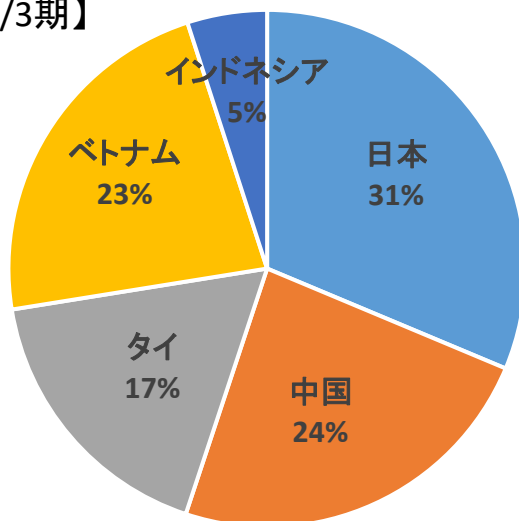
尚、基準適用に係る影響は売上高及び営業利益△103百万円、経常利益及び当期純利益△33百万円。

国別売上高

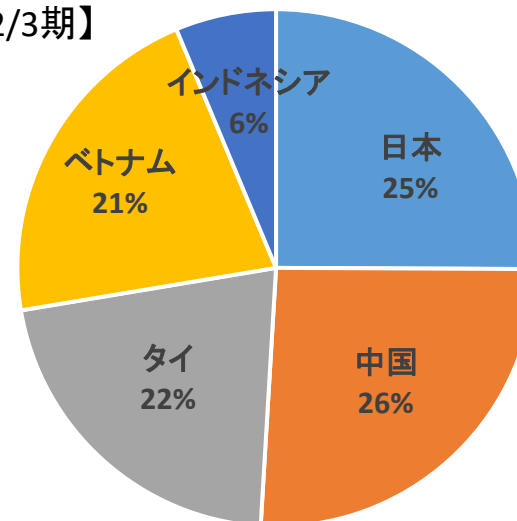
(百万円)

		2021/3期 通期実績		2022/3期 通期実績		前期比	
		金額	構成比	金額	構成比	増減額	前期比率
日	本	23,075	31.3%	20,735	25.1%	△2,340	89.9%
中	国	17,524	23.8%	21,396	25.9%	3,871	122.1%
東	南 ア ジ ア	33,040	44.9%	40,566	49.0%	7,526	122.8%
	タ イ	12,750	17.3%	17,718	21.4%	4,968	139.0%
	ベ ト ナ ム	16,616	22.6%	17,641	21.3%	1,025	106.2%
	イ ン ド ネ シ ア	3,674	5.0%	5,207	6.3%	1,533	141.7%

【2021/3期】



【2022/3期】



【日本】

- 受託製品事業は半導体不足等の影響で自動車関連は減少するも、在宅勤務の増加もありプリンター等の電機電子関連は増加。またエネルギーや通信・デジタル関連等の新規事業分野への取組もあり
- 但し主力の自社製品事業は巣ごもり需要の反動減以降も消費低迷が長引き、大幅減となり、全体でも約10%の減少

【中国】

- 自社製品事業はコロナ禍等もあり、リアル店舗は苦戦するも、EC販売で挽回し、微減にとどまる
- 受託製品事業は、前期はコロナ禍で工場の一時稼働停止もあったが、今期は総じて影響が薄れ、生産活動が復調。一部取引先にて東南アジアから生産移管もあり、大幅に増加
- 米ドル及び人民元に対し円安傾向で推移したため、円換算金額の押し上げ効果もあり、全体で20%超の増加

【タイ】

- 前期はコロナ禍の影響が大きかったものの、今期は受託製品事業にて、家電関連の挽回生産が多く見られたこと、また原材料価格高騰の売価反映等もあり、全体で約40%の増加
- 自社製品事業は現地の高級デパートを中心に販路開拓中

【ベトナム】

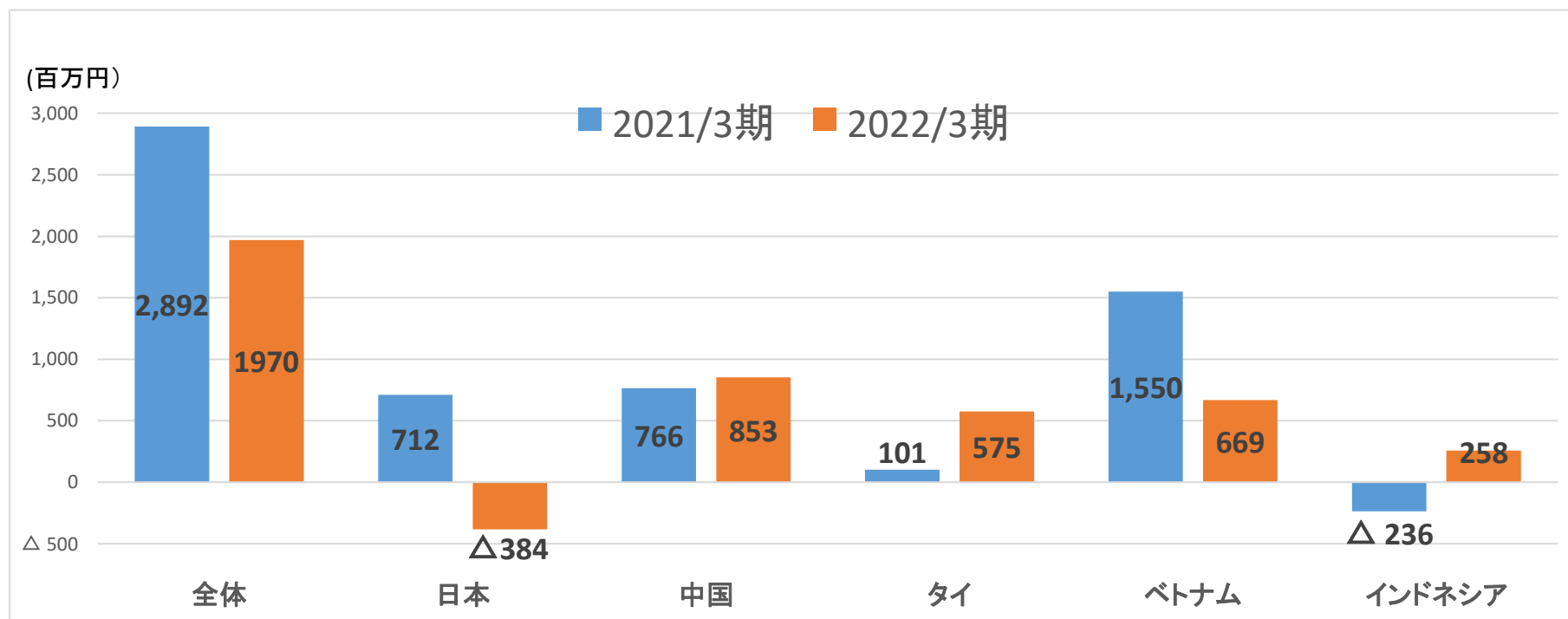
- コロナ禍の厳格なロックダウン施策により、一部の工場では8-9月にかけて、1カ月程度の稼働停止があったものの、取引先での新機種の本格増産開始もあり、全体では6%の増加

【インドネシア】

- 前期にコロナ禍で落ち込んだ車両関連受注の反動増があり、また日本と同様、プリンター関連の需要が旺盛であり、全体で約40%の増加

国別営業利益

- 日本：自社製品事業の売上減少及び原材料価格高騰が続く赤字計上
- 中国：人件費等の上昇や為替影響あるも、売上増加で吸収し増益
- タイ：前期のコロナ禍の影響が緩和され、売上増加に伴い増益
- ベトナム：コロナ禍の厳格なロックダウン施策等により、生産効率が低下し減益
- インドネシア：車両関連の挽回生産もあり、売上増加に伴い黒字回復



注) 日本は全社費用勘案後の数値を採用。

(百万円)

	2021/3月末		2022/3月末			
	金額	構成比	金額	構成比	増減	主な増減要因
流動資産	54,511	59.0%	55,156	58.7%	645	現預金△2,885、受取手形及び売掛金991、商品及び製品780、原材料及び貯蔵品1,713
固定資産	37,876	41.0%	38,829	41.3%	953	建設仮勘定594、退職給付に係る資産237
資産合計	92,387	100.0%	93,984	100.0%	1,598	－
流動負債	14,297	15.5%	14,837	15.8%	540	支払手形及び買掛金837
固定負債	5,195	5.6%	5,951	6.3%	756	資産除去債務303、繰延税金負債402
負債合計	19,491	21.1%	20,787	22.1%	1,296	－
純資産合計	72,895	78.9%	73,197	77.9%	302	資本剰余金△2,675、利益剰余金△792 自己株式（控除項目）280、為替換算調整勘定3,526
負債・純資産合計	92,387	100.0%	93,984	100.0%	1,598	－

(百万円)

	2021/3期 通期実績	2022/3期 通期実績	前期比	今期の発生要因 (増減はCFベースで表記)
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,799	3,054	△2,746	税金等調整前当期純利益2,303、 減価償却費4,096、棚卸資産の増加△2,237
投資活動によるキャッシュ・フロー	2,320	△288	△2,608	定期預金の増減2,725、 有形固定資産の取得△2948
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,241	△4,724	△483	自己株式の取得△2,395、 配当金支払△1,841
現金及び現金同等物に係る 換算差額	△493	1,133	1,626	-
現金及び現金同等物の期首残高	12,721	16,106	3,385	-
現金及び現金同等物の期末残高	16,106	15,281	△825	-

- 更新投資は減価償却費範囲内で継続的に実施
- タイの倉庫棟の建屋増設が2022/1月に完了し、当社グループとして初の自動倉庫のための設備を導入中
- 日本での研究開発投資をはじめ、複数の計画が進行中も、実際の投資は来期以降に本格化

(百万円)

		2019/3期 通期	2020/3期 通期	2021/3期 通期	2022/3期 通期
設	備 投 資 合 計	7,039	4,264	3,625	2,712
	日 本	2,329	2,181	1,903	804
	中 国	690	527	235	344
	東 南 ア ジ ア	4,020	1,375	1,373	1,545
	全 社 資 産 又 は 消 去	—	181	114	66
減	価 償 却 費	3,561	3,813	3,913	4,096

- 株主還元策として自己株式取得を継続中
2021/8月：総額20億円(上限750千株)の取得を決議し、約20億円の取得完了
(前期決議分と合わせ、約24億円を取得)
2021/10月：1,500千株の消却を実施
- 年間配当はDOE2.5%以上を意識し、1株当たり82円の予定とした（当初予想比2円増額）
- 株主還元は着実に進めているが、収益力の低下を主因にROEは低位にとどまる

	2018/3期 通期実績	2019/3期 通期実績	2020/3期 通期実績	2021/3期 通期実績	2022/3期 通期実績
1株当たり配当額 (円)	50	80	80	80	82
配当性向 (%)	63.5%	85.7%	77.1%	63.0%	175.9%
純資産配当率 (DOE) (%)	1.6%	2.6%	2.6%	2.6%	2.5%
総還元性向 (%)	63.7%	86.0%	77.3%	128.8%	401.0%
ROE (株主資本利益率) (%)	2.5%	3.0%	3.4%	4.1%	1.4%



2023年3月期 通期業績予想

2023年3月期 通期業績予想



- 売上高について、上海のロックダウンの影響が東南アジア各地にも広がり、上期は売上・利益ともに苦戦を強いられる見込みであるが、受託製品事業における取引先の挽回生産に係る潜在需要は旺盛であり、下期からは本格的な回復を見込む。また茲許の円安傾向及び原材料価格高騰の売価反映も織り込み、売上高が当社グループとして初の「1,000億円台」を目指す。（売上高：上期460億円、下期540億円）
- 収益について、74期に実施した自社製品事業の価格改定が通期に亘り寄与する見込みであるが、価格改定後の原材料価格の更なる上昇もあり、引続き収益面では厳しい環境が続く見通し
一方、受託製品事業の生産効率は徐々に改善し、同事業の売上増加の効果もあり、全体では増益に転じる見込み（営業利益：上期4億円、下期21億円）

（百万円）

			2022/3期 通期 (実績)	2023/3期 通期 (予想)	前期比	
					増減額	増減率
売	上	高	82,697	100,000	17,303	120.9%
	日	本	20,735	21,400	665	103.2%
	中	国	21,396	24,000	2,604	112.2%
	東	ア	40,566	54,600	14,034	134.6%
		シ	17,718	23,000	5,282	129.8%
		ア	17,641	26,200	8,559	148.5%
		ム	5,207	5,400	193	103.7%
営	業	利	1,970	2,500	530	126.9%
経	常	益	2,430	2,500	70	102.9%
親	会	株	1,058	1,900	842	179.5%
当	社	主				
	期	純				
		利				
		益				

注）通期業績予想には不正競争防止法違反に係る制裁金等の影響額が不明のため反映しておりません。

通期業績予想に関する補足説明①

【国別の現状及び今後の見通し】

«日本» 売上高214億円（前期比+7億円）

- 自社製品事業は、消費回復のシナリオは見込み難いが、74期に実施した価格改定が通期に亘り寄与することや、新製品発売、新規販売ルート開拓等で売上増加を目論む。
- 受託製品事業は74期にあった取引先の大幅増産の反動減や半導体不足等による生産調整の影響で売上減少を見込むが、将来を見据え、引続き新規事業分野の開拓にも注力。
- 収益面は提案や開発から量産までの一貫受注、高度なユニット受注等の付加価値の高いサービス提供により、他社との差別化を図り、収益性改善に取り組んでいくが、自社製品事業における価格改定後の原材料価格に更なる上昇の影響もあり、減益を見込む。

«中国» 売上高240億円（前期比+26億円）

- 受託製品事業は、中山において取引先の東南アジアからの生産移管が通期に亘り貢献することもあり、大幅な売上増加を見込む。
- 自社製品事業は上海と中山にて行っているが、業務効率化及び工場稼働の最適化を図るため、販売及び生産業務の上海への集約を検討していく。また上海では自社製品事業における商品開発の強化を行うべく、日本の開発部門とも連携を行っていく。
- 収益面では人件費や家賃の高騰は続く見通しであるが、受託製品事業の売上増加や自動化・省力化による原価改善もあり、増益となる見込み。
- 但しコロナ禍における上海のロックダウンの状況次第では、売上・利益ともに下振れリスクを内包する。

通期業績予想に関する補足説明②

【国別の現状及び今後の見通し】

《タイ》 売上高230億円（前期比+53億円）

- 受託製品事業は取引先の半導体不足等の影響が依然として残っているものの、新製品の受注・量産開始効果により、売上増加を見込む。
- 自社製品事業は将来的な現地販売を見据えた販路拡大に取り組む。
- 収益面では当社グループ初となる自動倉庫が本格稼働し省力化に寄与、また大型成形機導入による外注費圧縮等も見込まれ、増益となる見込み。

《ベトナム》 売上高262億円（前期比+86億円）

- 依然としてコロナ禍の影響は懸念されるものの、複数の取引先において、74期のコロナ禍の大幅減産から、増産に転じる動きが見られ、また東南アジア域内での取引先の生産移管により、商機が拡大しており、売上増加を見込む。
- 収益面では売上増加に加え、不良率低下等の幅広い原価改善にも取り組み、増益となる見込み。

《インドネシア》 売上高54億円（前期比+2億円）

- 車両関連は取引先の半導体不足等の影響が依然として多く残っており、売上はほぼ横ばいの見込み。
- 新たに自社製品事業を開始するにあたり、現法を設立。日本から金型移管を進め、日本天馬への輸出及びインドネシア国内での販売を開始する。
- システム投資による生産効率改善にも取り組むが、自社製品事業の立ち上げコストをカバーしきれず、減益の見込み。

第3次中期経営計画（2021/4～2024/3）

戦略 ①

人財への取り組み

競争力の源泉である“人財”の活躍推進を強化

1) 多様な人財の登用に向けた取り組み

- ダイバーシティの尊重：性別・年齢・国籍に関わらず全従業員が能力を発揮できる職場づくり
- 人事・報酬制度改革：職能と責任の重さに応じた待遇・評価へ
- 働き方改革：ライフステージに応じた働き方の選択を可能に（テレワーク・フレックス制の導入など）

2) 従業員満足度向上に向けた取り組み

- 社員の労働環境・職場環境の改善・向上
- 非正規社員を正社員に登用する制度の確立
- 「天馬グループ」の企業ブランド価値向上（社員の帰属意識やステータス向上）

戦略 ①

人財への取り組み

【初年度総括】・・・ 戦略実現に向けた基盤整備を着実に実施

- 人事制度の見直しに着手
資格制度・賃金制度・人事考課制度等の設計、再雇用者の賃金見直し
- 内部通報制度の充実と内部通報規程の制定による運用明確化
- 各種制度見直しに伴い、諸規程の見直しを並行して実施
- 働き方改革の一環として、柔軟な働き方ができる体制構築に取組
テレワーク規程の制定、パートタイマー就業規則の改定等
- 経営トップによる実態把握
経営トップが国内全工場及び本社で従業員面談を実施し、職場環境等の実態をヒアリング

【2年目の重点取組】・・・ 中核施策の実施と周辺施策の整備

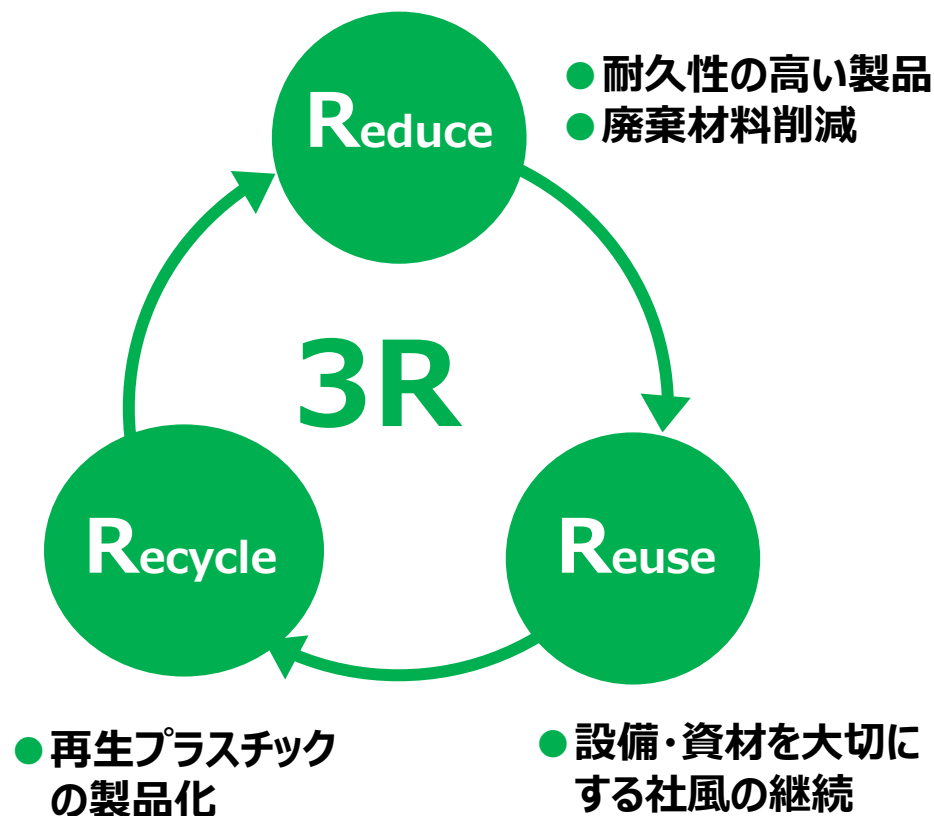
- 新人事制度の導入
- 退職金制度の見直し、正社員登用制度の確立
- 研修体制の整備、資格取得支援制度の拡充
- 労働環境・職場環境改善に向けた具体策遂行

戦略②

環境問題への取り組み

樹脂成形のリーディングカンパニーとして、プラスチックの3Rを推進

- プラスチックを、より有効に活用すべく、**再生プラスチックの製品化**を目指す
- 当社製品への**バイオプラスチック**の活用を研究



戦略 ②

環境問題への取り組み

【初年度総括】・・・ 製品開発と基礎研究等の同時進行

- リサイクル材を含有させたシリーズ製品を開発
- 各種リサイクル材の成形テスト検証を実施
材料は社内のみならず、外部から海洋リサイクルプラスチック等も調達
- バイオプラスチック素材の成形テスト検証を実施、また他社と協業し製品開発を推進
- 新素材研究に伴う材料基礎データ構築及び当社評価基準確立に向けた設備投資の開始

【2年目の重点取組】・・・ 製品化・量産化など次のステップへ

- 取引先とのリサイクル材PB商品開発を推進
- 再生プラスチックを活用した製品の販売開始（まずは内製生産品から）
- バイオプラスチック及び新素材を活用した新製品の来春販売を目指し、製品設計等を実施
- 設備導入を順次進め、自社の要素技術確立に向けた環境を整備

*** サステナビリティ関連の取組はトピックス③ご参照**

戦略 ③

ガバナンス強化

- 任意の**指名報酬委員会**を2020年11月に設置
⇒ より客観的な指名・報酬の決定プロセスを確保
- **独立社外取締役比率**は最低 3 分の 1 以上とし、更なる向上をはかる
⇒ 客観的かつ活発な取締役会の議論を行う
⇒ 透明性、および実効性の高い取締役会の実現
- **内部統制室**を新設し、以下を推進
⇒ 海外子会社の統制強化、規程の見直しと統一性の確保
- **IT投資**による監査業務の効率化

戦略 ③

ガバナンス強化

【初年度総括】・・・体制構築は概ね完了

- 独立社外取締役比率は45%であり、様々な視点から活発な議論を実施中
- 第三者機関による取締役会の実効性評価を実施し、透明性の確保にも取組
- コンプライアンス意識の更なる向上
全社員向け各種情報発信、研修・チェックツールの導入
- 内部統制室主導による各種仕組み作り及び運用開始
外部通報窓口の設置、インシデント報告のルール見直し、重要リスク・機密情報等の管理
- 法務機能の組織的な立上げ
契約審査体制の精緻化、法務相談機能の導入

【2年目の重点取組】・・・施策の浸透・定着化

- リスク管理委員会の体制変更・機能強化
- コンプライアンス活動の継続的強化
- 海外拠点における異常値モニタリングの開始
- 法務体制の機能充実
紛争対応の強化、新規ビジネスのサポート

＊コア組織：「デジタル戦略室」

戦略④

DXと自動化の推進

DX推進によって業務効率化から新たなビジネス機会へとシフトする

1 生産と業務におけるデジタルシフトを積極的に推進

- 全社的なインフラのデジタル化を進め、業務効率化と蓄積するデータを用いた事業戦略を計画・実行・評価することができる経営基盤を整える
- 製品の組み立て、場内物流等の自動化による、コスト競争力の強化

2 自社製品のEC戦略の強化とグローバル展開

- EC市場の成長を見据え、ITを活用した自社製品のグローバル展開と商品開発を行う
- オンラインを積極的に活用し新製品のマーケティングを強化し、市場のニーズを的確に捉えた商品展開を行う

3 新規ビジネスの創出

- ITを活用し、国内流通網やブランド認知力を梃子とした、新しいビジネスモデルの構築を目指す
- レガシー企業文化からの脱却を図り、従来の装置産業の枠組みに囚われない、新たな事業機会に挑戦する

戦略 ④

DXと自動化の推進

【初年度総括】・・・課題認識・環境整備を優先

- 業務プロセス高度化 P J 立上げ
基幹システムの刷新を視野に入れ、全社横断的な諸問題等の可視化・実態把握に着手
- 全社的なインフラの整備
社内ネットワーク増強・セキュリティ強化・テレワーク環境整備 等
- 全工場が連携した自動化 P J 立上げ
人協働ロボットの活用及び各工場に特化した自動化を推進

【2年目の重点取組】・・・戦略の骨格部分を推進

- 業務プロセスの標準化
- 基幹システムのクラウド化
- E C 強化支援
- 全工場で汎用性のある自動化の推進（技術者の育成等を含む）

戦略 ④

DXと自動化の推進

プロジェクト概要

DX推進の一貫として、基幹システムの刷新を視野に入れたグループ全社での業務プロセスの高度化と標準化を推進することを目的としたプロジェクト

1) 天馬グループにおける業務プロセスの実態調査

- 業務プロセスの可視化、業務フローと実態の乖離状況の調査
- 国内と海外拠点の業務プロセスの差異の把握

2) 業務プロセスの標準化

- 共通ワークフローの作成と全社的業務効率化の推進
- ローカルルールの策定

3) システムの業務プロセスへの適合化

- 効率化費用対効果の検討
- 生産性向上効果の検討
- ガバナンス向上効果の検討
- システムから得られる様々なデータの経営への活用

戦略 ⑤

技術開発の推進

技術開発に専念する「**研究開発室**」を、生産本部に新設（2021年5月）



「研究開発室」の主な取り組み内容

- **特殊成形技術、素材開発技術**を自社の要素技術として確立
- **開発部・営業部・技術部・経営企画部と連携**し、これからの市場に求められる機能を具現化するための技術を確立
- **川上技術である素材や金型に関する研究活動**を推進し、付加価値向上につなげる
- 既存事業の付加価値向上に向け、**加飾成形技術やロボット活用技術の強化**を推進

戦略 ⑤

技術開発の推進

【初年度総括】・・・即効性と将来性の両立

- 新商材であるランチボックスの開発で新素材採用
- 組立式製品設計技術の向上により、段ボール使用量を削減
- 加飾成形技術獲得に向けた取組
製品の試作結果等を確認し、今後の方向性を明確化
- 自社の要素技術確立に向けた設備投資計画を策定
- 研究開発金型を立上げ

【2年目の重点取組】・・・技術確立及び高付加価値化を本格化

- 加飾成形技術に関する研究を継続しつつ、製品化を目指す(加飾設備も導入)
- 並行して顔料を用いた加飾技術の向上にも取組
- 高付加価値製品の創出に向け、多色多素材成形機を導入
- 自社の要素技術確立に向けた設備投資を本格化

戦略⑥

ビジネス領域の拡張

マーケティング戦略と技術開発の推進により、**ビジネス領域を拡張**

(戦略④)

(戦略⑤)

「営業企画部」(2021年5月新設)が主体となり、事業化を検討

- ▶ **環境配慮型商材**の開発 (バイオプラ等)
- ▶ ハウスウエア分野での**新領域参入**
- ▶ ハウスウエア事業の**アセアン進出**
- ▶ 金型製作技術獲得による**金型ビジネス**の展開
- ▶ 物流資材・メディカル・ドローン・玩具などの**新規商材への挑戦**
など

戦略 ⑥

ビジネス領域の拡張

【初年度総括】・・・多岐に亘るアプローチを開始

- 環境配慮型商材の開発
- 新たなカテゴリー参入に向けた製品開発（ランチボックス、マグボトル等）
- インドネシアにて自社製品の製造を開始（日本から金型移管）
- 中国での金型事業立上げは行政との調整が難航しているため、一旦白紙に戻し、他国での立上げも視野に再検討
- 複数の市場をリサーチし、新規商材の採用・事業化等の実現性を検証
その過程で外部研修プログラム参加等、外部との連携も加速

【2年目の重点取組】・・・事業の更なる具体化・拡大化へ

- 新たにヘルステック事業の立上げを検討
- 複数の戦略的商材の市場導入
- インドネシアでの自社製品事業の規模拡大

投資戦略

3か年投資総額
180億円

- ▶ 基盤構築： 108億円
- ▶ 収益力強化： 50億円
- ▶ 事業拡大： 22億円

- * 収益力強化投資と事業拡大投資は、案件ごとに投資リスクと収益率を精査
- * 新規投資においては、資本コストを意識し、ROIC向上を念頭に置きながら、規律ある投資判断を行う

資本政策

企業価値向上に向けた取り組みとして、資本政策を通じた株主還元を継続的に実施する

配当政策 ▶ 株主資本配当率（DOE）
2.5%以上

自己株式取得 ▶

- ・長期的に、総額100億円規模の自己株式取得を進め、株主還元に努める

⇒ **うち、2020年8月7日に総額20億円を上限とする自己株取得を公表済（取得期間：21年8月10日まで）**

【初年度総括】

＜投資戦略＞

- 投資額：9億円（基盤構築7.1億円、収益力強化1.9億円、事業拡大－）
- コロナ禍の長期化、原材料価格の高騰等が想定を上回ったことから、慎重に投資判断を実施
- 事業領域拡大等を企図し、スタートアップ企業との接点を持つべく、CVCへの投資を実施

＜資本政策＞

- 2020/8月及び2021/8月の決議に基づき、年度内に約24億円の自己株式を取得
- 2021/10月に自己株式1,500千株（消却前の発行済株式総数に対する割合5.59%）を消却
- 中計でも開示したDOE目標を意識し、1株当たりの配当額を2円増加し、82円の予定とした

【2年目の重点取組】

＜投資戦略＞

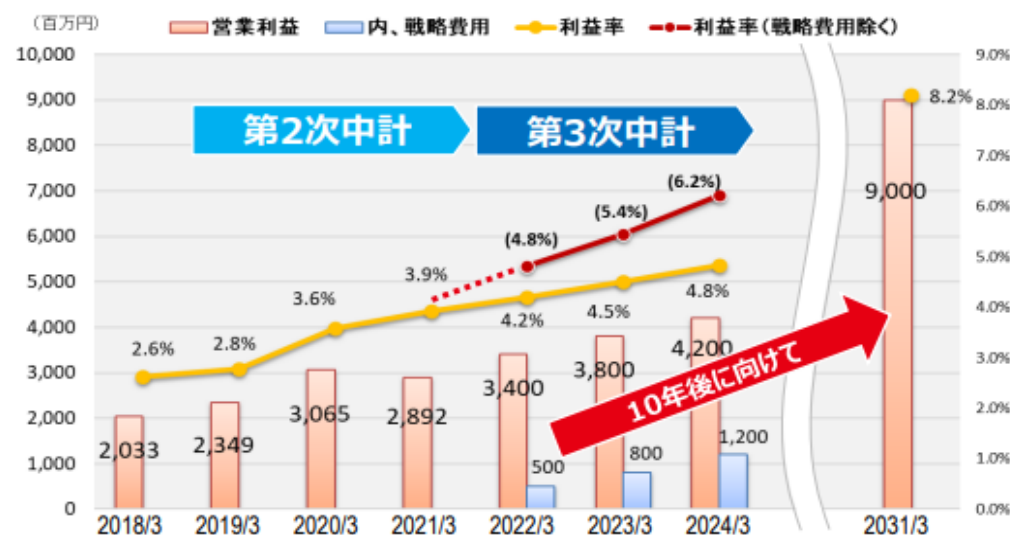
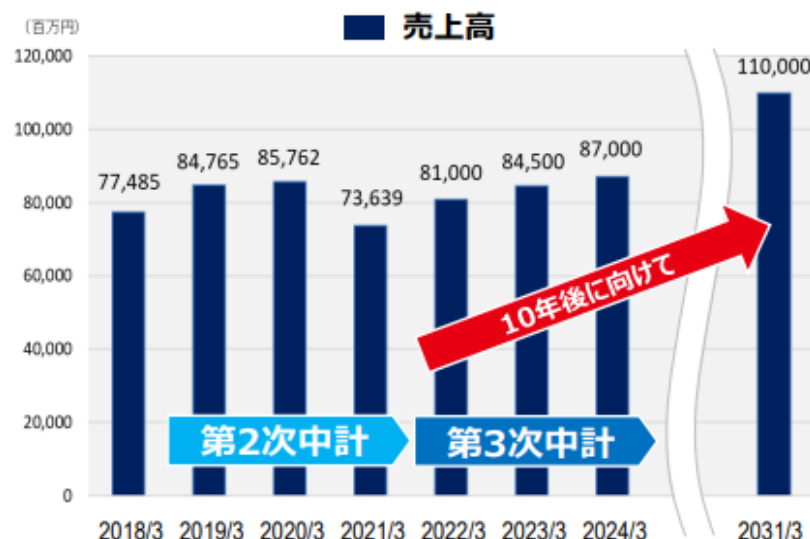
- 国内工場のリニューアル、タイの自動倉庫設備、研究開発設備を中心に総額45億円を計画

＜資本政策＞

- 新たに10億円の自己株式取得枠を設定
- 期末配当は引続きDOEの水準等も見つつ、弾力的に検討

数値目標

	第2次中期経営計画 実績			第3次中期経営計画		
	2019/3	2020/3	2021/3	2022/3	2023/3	2024/3
売上高 (百万円)	84,765	85,762	73,639	81,000	84,500	87,000
営業利益 (百万円)	2,349	3,065	2,892	3,400	3,800	4,200
戦略費用控除後の 営業利益 (百万円)	—	—	—	3,900	4,600	5,400
営業利益率 (%)	2.8	3.6	3.9	4.2	4.5	4.8
同 [戦略費用除く] (%)	—	—	—	4.8	5.4	6.2





トピックス

トピックス① 2022年新製品発表商談会を開催中



- 2022年5月16日から6月3日にかけて「新製品発表商談会」を開催いたします。今回の商談会では、収納用品や家庭用品において新しいカテゴリーでのご提案をメインとした新製品を展示し、お客様に当社の取り組みをご覧いただきたいと考えております。その中で、SDGs環境問題への取り組みについてリサイクル材、バイオ樹脂等、具体的な事例でご紹介させていただいています。当社は、今後も多様化する市場において、新製品を上市させる事でお取引先様のご要望や消費者ニーズに応えて参ります。



約8年ぶりに当社のコーポレートサイトを完全リニューアル

リニューアルポイント

- 様々な端末でのユーザビリティ向上を目指したユーザーインターフェイス
- 当社における企業活動を「天馬ジャーナル」として積極的に発信してゆく方針
- IR情報の充実を目指し、開示項目を増やし、またグラフなど視覚的なプレゼンテーションが可能に



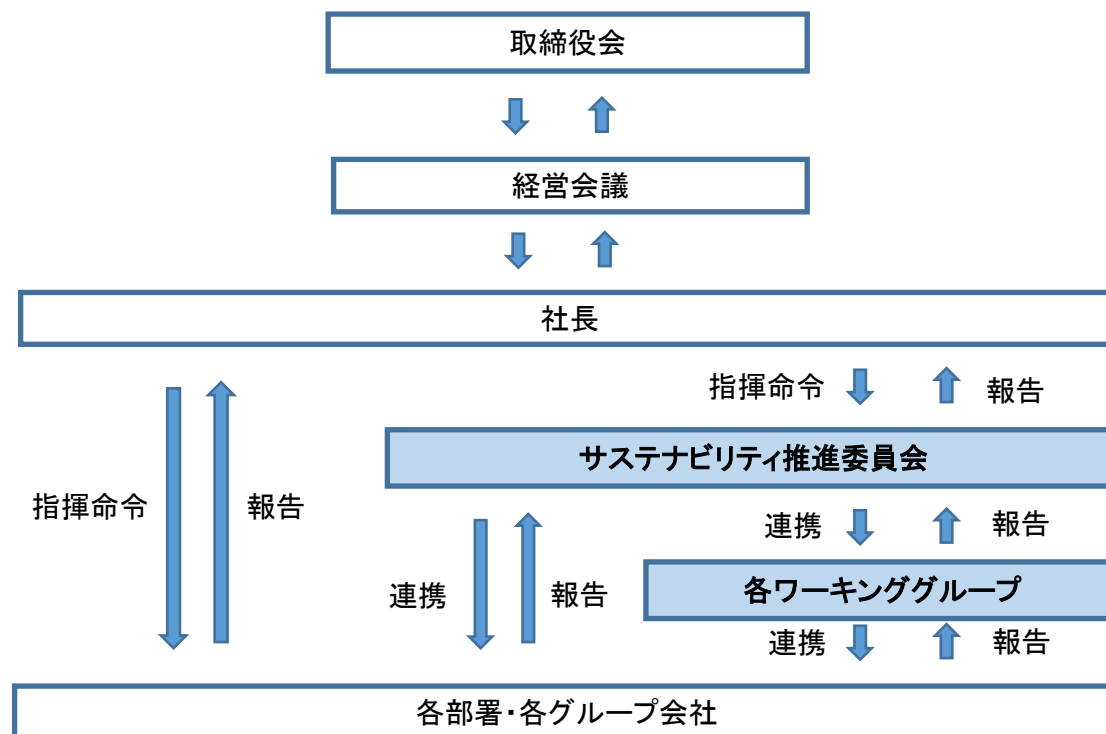
2022年5月12日開催の取締役会において「サステナビリティ推進委員会」の設置を決議

【推進体制】

社長直下の組織として「サステナビリティ推進委員会」を設置し、マテリアリティへの取り組みを中心とするサステナビリティに関する推進活動や、社員の意識啓発、ステークホルダーに対する情報発信などに取り組めます。

また、マテリアリティごとに設けたワーキンググループで具体的な活動方針やKPI等を策定し、推進いたします。

ワーキンググループには各部門・工場、グループ会社からメンバーが参加し、全グループを挙げて取り組む体制を構築いたします。





(ご参考) 企業概要

2022年3月31日現在

会 社 名	天馬株式会社（TENMA CORPORATION）
創 立	1949年8月26日
本 社	東京都北区赤羽一丁目63番6号
資 本 金	19,225百万円
代 表 者	代表取締役社長 廣野 裕彦
従 業 員 数	連結：7,817名 / 単体：648名（2022年3月31日現在）
売 上 高	連結：82,697百万円 / 単体20,561百万円（2022年3月期）

年月	事項
1949年8月	東京都荒川区に太洋商事株式会社を設立、日用品雑貨、ゴム製履物類の製造販売を開始
1953年10月	欧米のプラスチック業界の発展に着目、プラスチック製品の射出成形技術の研究開発を開始
1954年7月	商号を太洋商事株式会社から天馬合成樹脂株式会社に変更
1957年4月	定款目的を変更し、プラスチック製品製造に専業
1961年9月	埼玉県川口市に川口工場を新設、射出成形機30台を設置
1964年1月	東京オリンピック開催に伴う都市美化運動の一助として「ポリトラッシュシリーズ」を開発
1966年10月	西ドイツのシュケン社の技術を導入し、ビールコンテナの生産を開始
1967年10月	千葉県野田市中里工業団地内に野田工場を新設(後に川口工場を統合) <u>以降、現在の6工場体制に至る</u>
1971年5月	大阪市西区に大阪営業所を開設 <u>以降、新設・閉鎖を経て、現在の3営業所体制に至る</u>
1987年4月	商号を天馬株式会社に変更
1988年8月	東京証券取引所市場第二部に上場(1991年4月に市場第一部に指定替え)
1988年8月	英国、スコットランドに現法設立(後に閉鎖)し、海外展開を開始
1992年12月	中国、広東省中山市に現法設立(後に現在の連結子会社である天馬中山が吸収合併)し、アジア初進出
1993年3月	本社ビル完成に伴い、東京都北区赤羽に移転
2007年11月	ベトナム、バクニン省クエボに現法設立
2009年6月	同業者である株式会社タクミック・エスピーの全株式を取得 これを機に当社の海外展開が拡大し、タイ、インドネシアへの進出に繋がる
2022年1月	インドネシア、ブカシ市に現法設立

本資料に係る免責事項



本資料は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しており、当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に掲載されている将来展望と異なる場合がございます。

また、本資料が基礎とした情報の中には、決算短信及び四半期報告書の財務諸表に基づく財務情報並びに財務諸表又は計算書類に基づかない管理計数が含まれており、いずれも独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていないことをご了承ください。



天馬株式会社

証券コード: 7958