



TENMA
Happy life with **TENMA**

2023年3月期（75期）
本決算説明会資料

2023年5月29日

天馬株式会社

東証プライム市場：7958

1. 2023年3月期 本決算概要	P2
2. 2024年3月期 通期業績予想	P13
3. 第3次中期経営計画の進捗状況 (2021/4~2024/3)	P17
4. トピックス	P37
(ご参考) 企業概要	P42



1. 2023年3月期 本決算概要

- **売上高**は過去最高を更新し、当社グループとして初の**1,000億円を突破**。
国別では中国・タイ・ベトナムが、部門別ではOAが牽引。
- **営業利益**はコロナ禍の影響等が薄れたことによる受託製品事業の生産効率改善等もあり、前期対比及び当初計画対比**増益**。
- 為替相場が円安で推移したことによる当初計画対比の影響額。
売上高 + 110億円、営業利益 + 5.7億円

2023年3月期 業績ハイライト

- 前期対比及び当初計画対比で増収増益。
(当初計画 売上高：1,000億円、営業利益及び経常利益：25億円、当期純利益：19億円)
- 売上は受託製品事業において、コロナ禍の影響が薄れ、取引先の生産活動が総じて復調したことから、前期対比では大幅増収。また円安傾向で推移したことも増収に寄与。
- 営業利益は自社製品事業における原材料価格上昇等があったものの、受託製品事業での売上増加やコロナ禍にあった受託製品事業における取引先での生産調整に伴う当社工場稼働率の低下等が概ね解消され、生産効率が改善したこと、また円安傾向で推移したこともあり、前期対比で大幅増益。
- 経常利益は主に為替差益2.3億円や海外での受取利息が押し上げ。
- 当期純利益は関連会社清算益等が押し上げ。

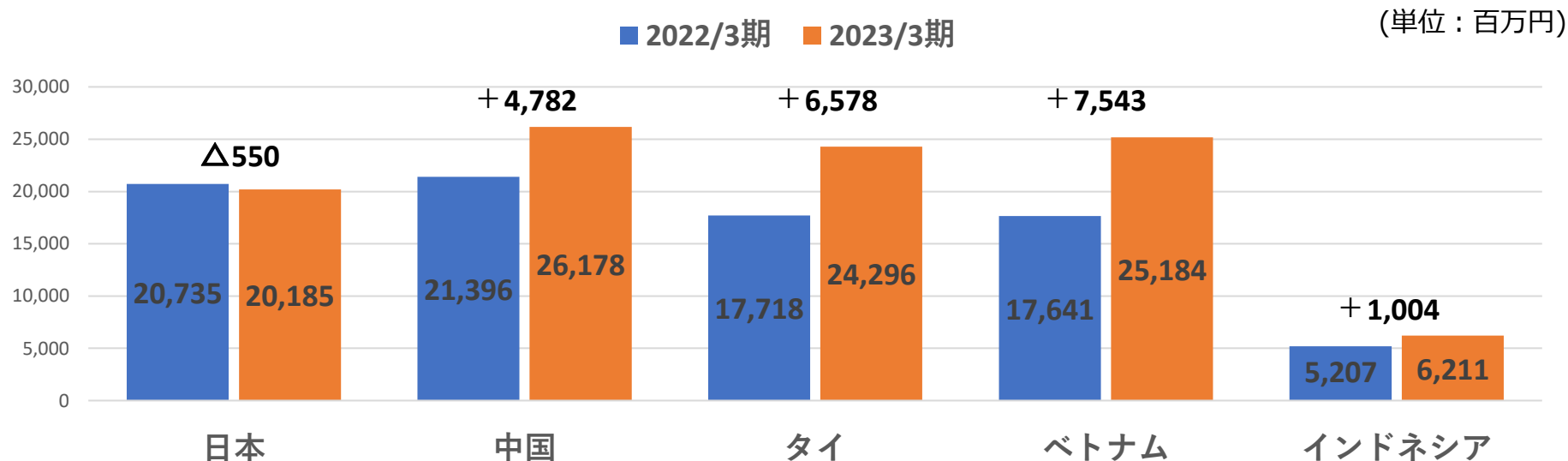
(単位：百万円)

	2022/3期	2023/3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	82,697	102,053	19,356	123.4%	102,000	53	100.1%
売上総利益	13,089	14,775	1,686	112.9%	—	—	—
営業利益	1,970	3,007	1,037	152.6%	3,100	△ 93	97.0%
経常利益	2,430	3,801	1,371	156.4%	3,900	△ 99	97.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,058	2,800	1,742	264.6%	3,100	△ 300	90.3%

注) 通期公表計画は2023/2/10付修正発表後の数値を採用。

2023年3月期 国別売上高

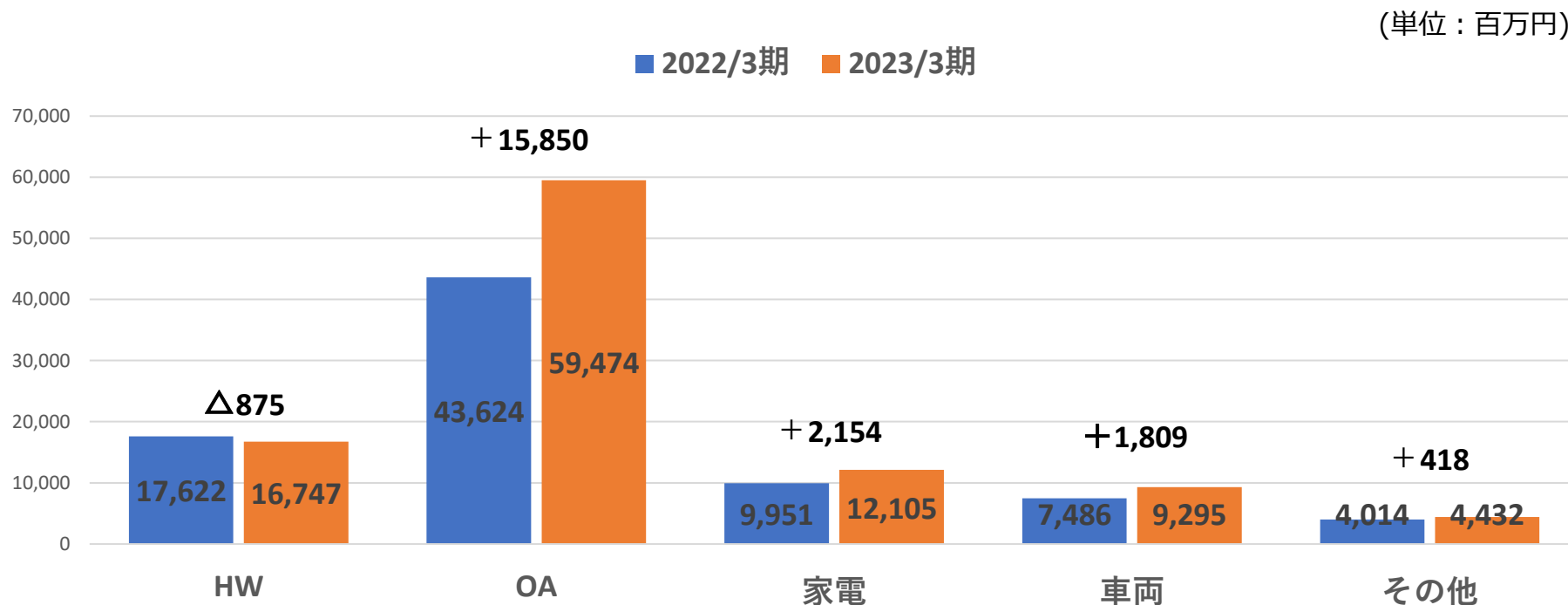
- 日本：受託製品事業は半導体不足の緩和等もあり微増であったが、自社製品事業は物価高騰が続く中、消費財における消費回復の動きが鈍く減収。
- 中国：自社製品事業は上海ロックダウン等の影響もあり減収であったが、受託製品事業は取引先の生産活動が概ね復調したことに加え、東南アジアからの生産移管等もあり増収。
- タイ：電子部品等の供給不足が緩和され、多くの取引先が挽回生産に転じたこともあり増収。
- ベトナム：夏季以降に取引先における部品供給が安定化し、生産が順調に回復。また車両関連のコロナ後の反動需要もあり増収。
- インドネシア：下半期から取引先における半導体や電子部品の不足が緩和され、通期では増収。



注) 連結子会社の決算期は12月。

2023年3月期 部門別売上高

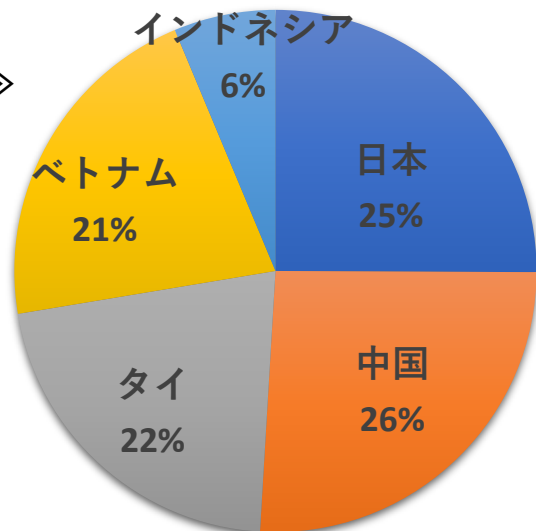
- HW(ハウスイエア)：日本では物価高騰が続く中、消費回復の動きは限定的であり、消費財における節約志向は根強く、中国でも上半期の上海ロックダウンの影響等もあり苦戦。
- OA：中国・タイ・ベトナムにて取引先の挽回生産が多く見られ、大幅に増加。
- 家電：エアコンの国内外の需要が拡大し、順調に増加。
- 車両：ベトナムでの2輪車に加え、インドネシア・日本での4輪車も増加。



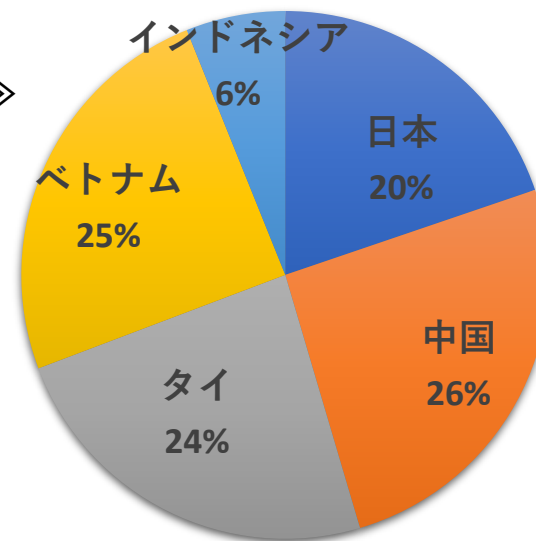
2023年3月期 売上構成推移

【地域別】

《2022/3期》

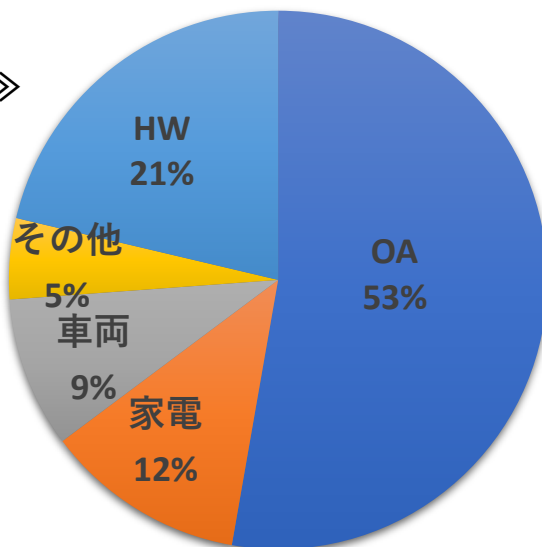


《2023/3期》

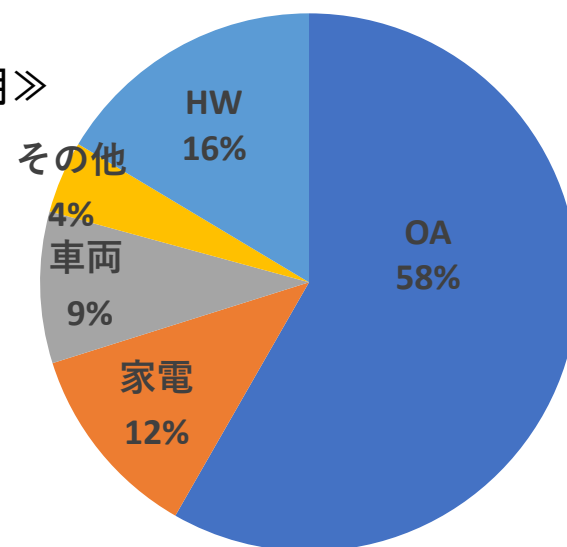


【部門別】

《2022/3期》



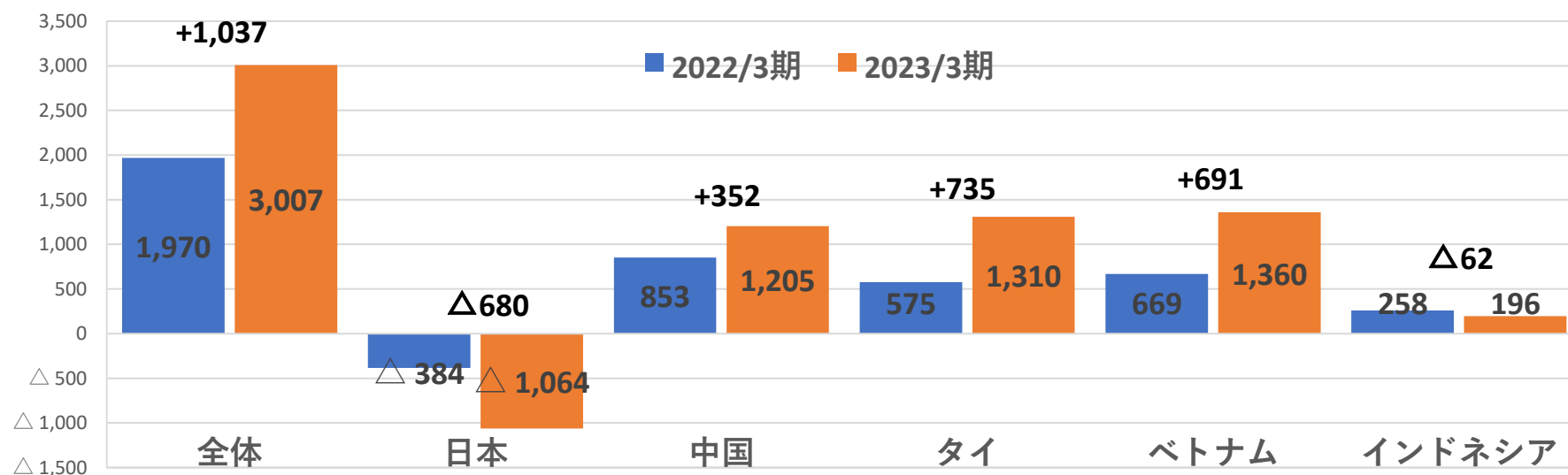
《2023/3期》



2023年3月期 国別営業利益

- 日本：自社製品事業における原材料価格の上昇や電力費の高騰等により赤字幅が拡大。
- 中国：受託製品事業の売上増加に加え、生産効率改善等による労務費の抑制等も奏功。
- タイ：売上増加に加え、自動倉庫の本格稼働により各種の効率化が実現。
- ベトナム：売上増加基調が安定化し、非効率な生産体制が概ね解消。
- インドネシア：売上増加につれて、上半期の赤字を吸収。

(単位：百万円)



注) 日本は全社費用勘案後の数値を採用、また各国はセグメント間取引等調整後の数値を採用。

2023年3月期 要約B/S

(単位：百万円)

	2022/3月末		2023/3月末			
	金額	構成比	金額	構成比	増減	主な増減要因
流動資産	55,156	58.7%	61,588	59.9%	6,432	現預金3,313、受取手形及び売掛金2,683
固定資産	38,829	41.3%	41,214	40.1%	2,385	建物及び構築物937、投資有価証券724
資産合計	93,984	100.0%	102,802	100.0%	8,817	-
流動負債	14,837	15.8%	17,921	17.4%	3,084	支払手形及び買掛金2,313
固定負債	5,951	6.3%	6,571	6.4%	620	繰延税金負債532
負債合計	20,787	22.1%	24,491	23.8%	3,704	-
純資産合計	73,197	77.9%	78,310	76.2%	5,113	為替換算調整勘定4,308、利益剰余金986 自己株式(控除項目)1,001
負債・純資産合計	93,984	100.0%	102,802	100.0%	8,817	-

2023年3月期 要約C/F

(単位：百万円)

	2022/3期 通期実績	2023/3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	3,054	7,495	4,441	税金等調整前当期純利益4,433 減価償却費4,452、仕入債務の増加1,259 売上債権の増加△1,176
投資活動によるキャッシュ・フロー	△288	1,325	1,612	定期預金の減少4,317 有形固定資産の取得△2,941
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,724	△3,235	1,489	配当金支払△1,814 自己株式の取得△1,001
現金及び現金同等物に係る 換算差額	1,133	1,538	404	-
現金及び現金同等物の期首残高	16,106	15,281	△825	-
現金及び現金同等物の四半期 末残高	15,281	22,403	7,123	-

2023年3月期 設備投資動向

- 中間時点で見込んでいた46.7億円には大きく届かず、約31億円の投資となる。（翌期以降への計上時期ズレ等が約7億円あり）。
- 各地域でのメインの投資は成形機や治具であるが、日本では労働環境改善に向けた投資や自社製品事業の金型投資、研究開発投資など幅広く実施。

(単位：百万円)

	2020/3期 通期実績	2021/3期 通期実績	2022/3期 通期実績	2023/3期 通期実績
設 備 投 資 合 計	4,264	3,625	2,712	3,070
日 本	2,181	1,903	929	810
中 国	527	235	344	339
東 南 ア ジ ア	1,375	1,373	1,483	1,911
全 社 資 産 又 は 消 去	181	114	△44	10
減 価 償 却 費	3,813	3,913	4,096	4,452

2023年3月期 資本政策及び経営指標

- 株主還元策として単年度で10億円の自己株式を取得。
- 1株当たり年間配当は当初予定から2円増配し、82円としており、DOE(株主資本配当率)は目標である2.5%以上は超過。
- 純資産の為替換算調整勘定が約43億円増加したものの、当期純利益の増加、また自己株式取得の実施により、ROEは3.7%に改善。

		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	2023/3期 通期実績
1株当たり配当額	(円)	80	80	80	82	82
配当性向	(%)	85.7%	77.1%	63.0%	175.9%	64.4%
株主資本配当率 (DOE)	(%)	2.7%	2.7%	2.6%	2.7%	2.6%
総還元性向	(%)	86.0%	77.3%	128.8%	401.0%	99.9%
ROE (自己資本利益率)	(%)	3.0%	3.4%	4.1%	1.4%	3.7%



2. 2024年3月期 通期業績予想

2024年3月期 通期業績予想

- 売上については日本での自社製品事業における価格改定の効果が通期に亘り、寄与する見通しであるが、受託製品事業において、昨年度の挽回生産の反動減等も見られ、当社工場稼働率が低下する等、上半期は減速する見通しで、通期で減収の予想。
- 収益については上述の価格改定効果に加え、生産効率改善による労務費圧縮等を中心に幅広いコスト削減にも注力し、営業増益を図る。

(単位：百万円)

	2023/3期 通期実績	2024/3期		
		通期予想	対前期	前期比
売上高	102,053	97,000	△ 5,053	95.0%
日本	20,185	22,000	1,815	109.0%
中国	26,178	21,000	△ 5,178	80.2%
東南アジア	55,690	52,500	△ 3,190	94.3%
タイ	24,296	24,000	△ 296	98.8%
ベトナム	25,184	22,500	△ 2,684	89.3%
インドネシア	6,211	6,000	△ 211	96.6%
北米	—	1,500	1,500	—
営業利益	3,007	3,200	193	106.4%
経常利益	3,801	3,800	△ 1	100.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,800	3,100	300	110.7%

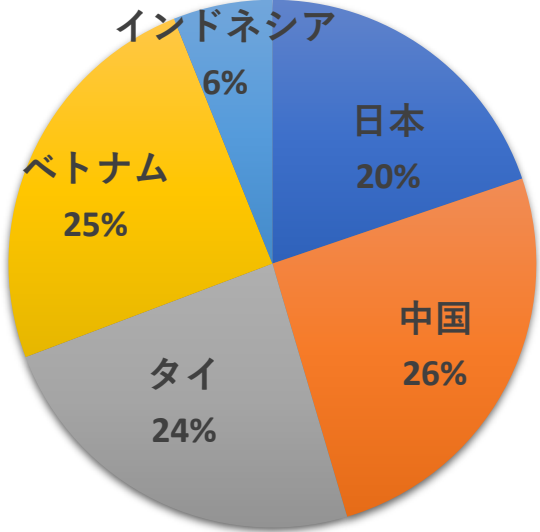
	上半期	下半期
売上高	45,000	52,000
営業利益	1,000	2,200
経常利益	1,300	2,500
当期純利益	1,100	2,000

- 日本：自社製品事業の価格改定効果は売上・収益ともに貢献し、また車両関連の新規受注が見込まれることから、売上増加及び収益性の改善を見込む。
- 中国：一部取引先の東南アジアへの生産シフト、コロナ関連特需の反動減等もあり、売上は大幅に減少見込みであるが、地道なカイゼン活動を通じ、収益性の維持・改善に取り組む。
- タイ：前期に実施した自動倉庫導入により物流及びスペース効率が改善、空いたスペースへの大型成形機導入により生産キャパ拡大し、収益力強化を図る。
- ベトナム：取引先の在庫調整の影響により足元では減収傾向。下半期から新規受注品の量産開始により業績回復を目指す。2023年3月に開示した新工場建設の業績寄与は2025年度からの見込み。
- インドネシア：取引先の在庫調整等も見られるが、通期での売上はほぼ横ばいを見込む。2023年4月に買収した金型メーカー Hyuk Jin Indonesia(以下、HJI社)とのシナジー効果により生産性向上を図る。
- 北米：2023年5月に買収したNankai Enviro-Tech Corporation(以下、NET社)の事業計画を織り込み、また早期のシナジー効果発現を目指す。

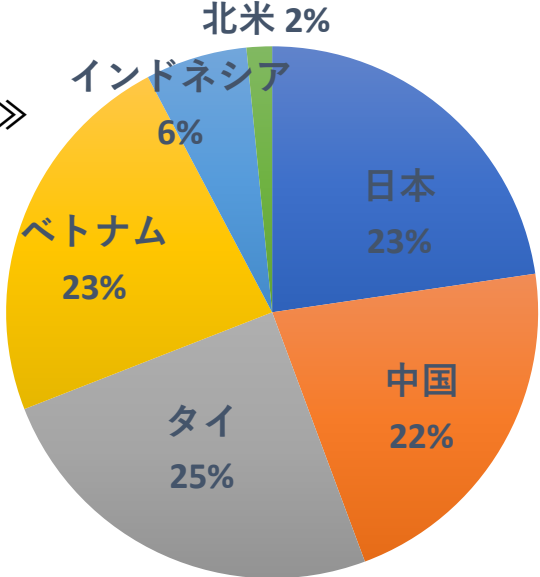
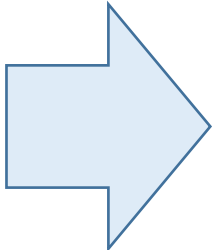
2024年3月期 売上構成見込み

【地域別】

《2023/3期》

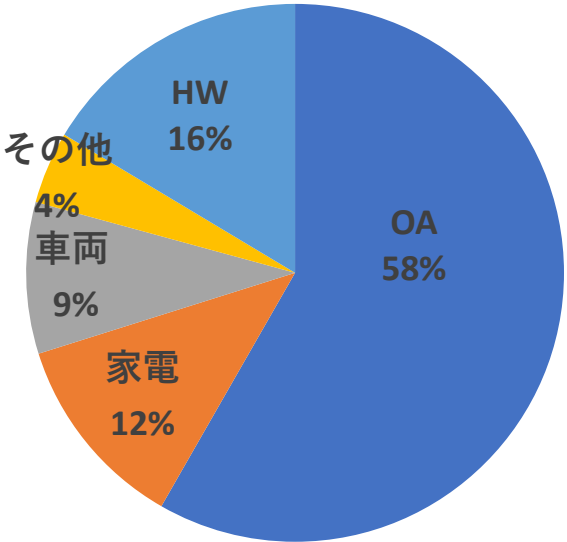


《2024/3期》

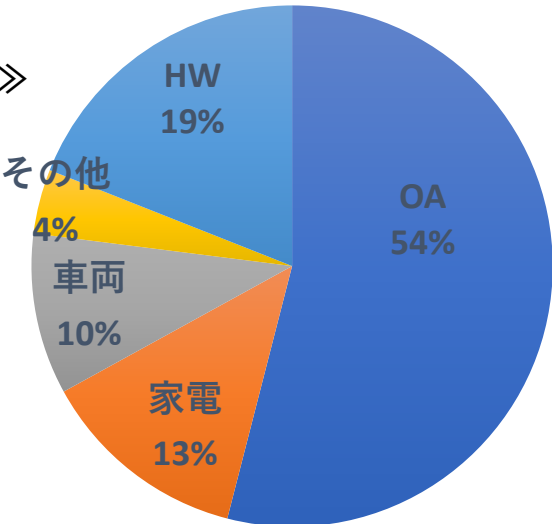
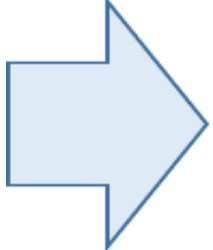


【部門別】

《2023/3期》



《2024/3期》



3. 第3次中期経営計画の進捗状況 (2021/4～2024/3)

長期ビジョン

人とプラスチックの調和した豊かな社会

基本方針 1

サステナブル経営の推進

基本方針 2

成長基盤の構築

戦略 ① 人財への取り組み

戦略 ② 環境問題への取り組み

戦略 ③ ガバナンス強化

【基本方針 1】
サステナブル経営の推進

戦略 ④ DXと自動化の推進

戦略 ⑤ 技術開発の推進

戦略 ⑥ ビジネス領域の拡張

【基本方針 2】
成長基盤の構築

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

【2年目の主な取り組み実績】

- 新人事制度等の導入・見直し
 - ▶ 社員が成長を実感でき、頑張った社員がより報いられるように、2023年4月より新人事制度を導入。
 - ▶ 退職金制度をより会社貢献度に応じたものへ、再雇用社員制度をシニア社員の活躍を図るものへ見直し。
- 人財育成等に向けた体系整備
 - ▶ 研修体系を整備し、若手社員の成長を促すため、入社1～3年目社員のフォローアップ研修を年次毎に実施するとともに、階層別研修として情報交換の場を兼ねて、管理職研修を集合形式で実施。
- 従業員満足度向上に向けた取り組み
 - ▶ ワークライフバランスの実現に向け、新たな休暇制度であるアニバーサリー休暇制度を2022年9月に導入。
 - ▶ 異動者の負担軽減のため、社宅、単身赴任手当等を見直し。
 - ▶ 国内全従業員を対象にした従業員満足度調査を2022年12月に実施。

若手社員の研修風景



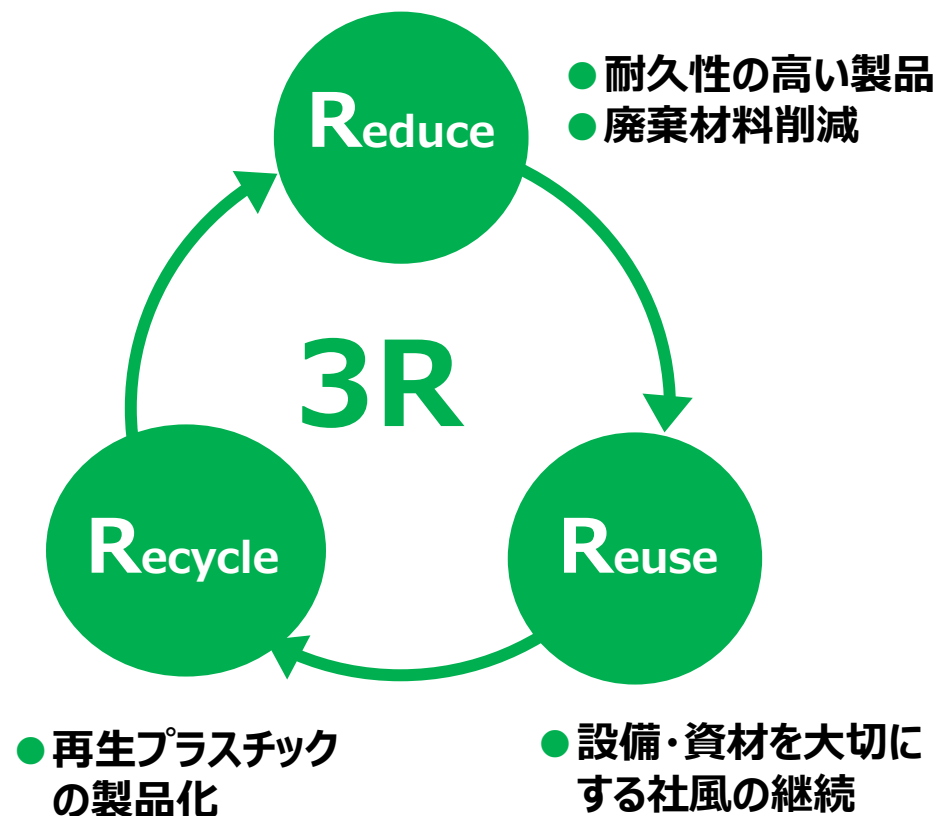
【3年目の重点取り組み】

- 新人事制度の定着化。
- 研修や育成プログラムの充実化。
- 健康経営の認定に向けた取り組み。

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

【2年目の主な取り組み実績】

- 再生プラスチックを活用した製品の販売
 - ▶ 再生材を20%混合した自社製品「樹脂と暮らすRシリーズ」を2022年9月より販売開始。
(累計販売個数 約5,000個 販売店舗数 約150店)
 - ▶ 再生紙30%、PP再生材を70%使用した「樹脂と暮らすR100シリーズ」を展示会に参考出展を行い、製品化を推進中(2023年7月販売予定)。

- 取引先とのリサイクル材PB商品開発を推進
 - ▶ 本年3月より順次販売開始。

【3年目の重点取り組み】

- 既存のNB製品で再生材混合比率10%以上での製品化を継続的に行い、バージンプラ使用量削減。
- 100%再生材での製品化推進。
- バイオプラスチックや複合素材を用いた製品開発。



樹脂と暮らすR100シリーズ

樹脂と暮らすRシリーズ

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

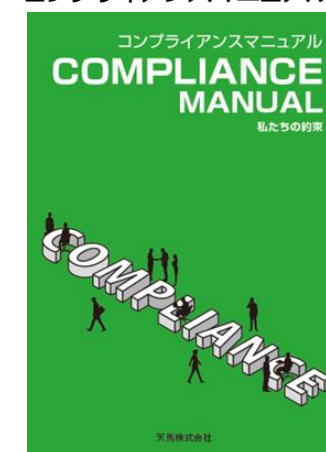
戦略 ③

ガバナンス強化

【2年目の主な取り組み実績】

- 透明性及び実効性の高い取締役会の実現
 - ▶ 独立社外取締役比率は44%であり、1/3以上を維持。
 - ▶ 1年目に実施した外部評価機関を用いた取締役会実効性評価に続き、社内で実効性評価を実施。
- 内部統制の強化
 - ▶ コンプライアンスに関するトップメッセージの発信に加え、教育研修にコンプライアンス研修や内部統制研修を織り込むとともに、定期的な情報発信(1回/月)、コンプライアンスマニュアルの読み合わせ及び理解度テスト(1回/半期)等、多面的な強化策を合計17回実施。
- 法務体制の機能強化
 - ▶ 幅広い法務相談を可能とするため、中国・東南アジアの弁護士事務所とも関係を強化。
 - ▶ 契約審査マニュアルの策定、契約書ひな型の見直し等、業務上のリスク軽減にも取り組み。

コンプライアンスマニュアル



【3年目の重点取り組み】

- 取締役会の透明性及び実効性の向上のため、引続き独立社外取締役比率1/3以上を維持。
- リスク評価の精度向上を図る等、リスクマネジメントの実効性向上。
- 海外子会社における全社統制及びIT統制の実効性等を調査し、更なるリスク低減に取り組み。

*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

【2年目の主な取り組み実績】

- デジタル化の推進
 - ▶ グローバルベースでのデジタルツールの導入により、各種情報共有及びコミュニケーションの円滑化の促進。
 - ▶ インフラ再構築、情報セキュリティ強化等。
 - ▶ デジタル化による業務効率化。
- 基幹システムのクラウド化（2022年12月クラウド化完了）
 - ▶ 運用コストの低減に加え、業務停止リスクの軽減。
- EC強化
 - ▶ デジタルマーケティングにおける効果的な広告戦略を実施。
 - ▶ 海外でのECサイト運用強化(2022年9月からインドネシアで自社ECサイト立上げ、他国でも検討開始)。
- グローバルベースでの汎用性のある自動化の推進
 - ▶ ビジョンセンサ活用による検査工程の自動化、作業支援カメラによる組立作業の自動FP化、AGV導入による搬送作業自動化を促進し、計70件（海外50件+国内20件）実施。

【3年目の重点取り組み】

- 業務プロセスのデジタル化率向上、シンクライアントの実際導入等、更なるデジタル化とIT化のスピードアップ。
- 海外システムの更新・導入。
- 次期基幹システム選定。
- 生産現場における業務プロセスのデジタル化によるバックオフィス業務の効率化。

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

【2年目の主な取り組み実績】

- 加飾成形技術の獲得

- ▶ 2022年9月より自社製品事業でのテスト販売を実施し、量産化に向けた対応設備の発注まで完了。

- 高付加価値製品の創出に向け、多色多素材成形機を導入

- ▶ 2023年4月に成形機を導入し、試運転等を経て、本格的に付加価値成形実現に向けた取り組みを開始。

- バイオプラスチック及び新素材を活用した新製品の市場導入

- ▶ 紙・米・麻・茶殻・石灰石等を含んだ環境配慮複合素材の成形検証を実施し、各種展示会に参考出展。

- 基礎研究設備の運用開始

- ▶ 上半期に金型交換システムを含めた総合試運転等を実施し、材料基礎データ構築に向けて運用開始。

【3年目の重点取り組み】

- 加飾成形品の2023年8月以降の量産開始、多色多素材成形品の製品化。

- プラスチックの廃棄削減に向けて、リサイクル材の物性評価及び生産性の研究を通じた有効再利用の構築。

- 食品残渣物等を混合した当社独自の材料研究を実施。

加飾成形品の製品例



多色多素材成形品のサンプル



茶殻を活用した製品例



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

【2年目の主な取り組み実績】

- ソリューション事業の立上げ
 - ▶ 関連会社であるスピシエルと協業し、ソリューションサービスの販売開始。
ヘルステック事業：MiteCare(ミテケア)
リテールテック事業：Live Call
それ以外のソリューションサービス販売も調査、検討中。
- 複数の戦略的商材の市場導入
 - ▶ 新分野：マグボトル・ランチボックスの販売開始。
新販路：専門店・セレクトショップへの進出。
- インドネシアでの自社製品事業を開始
 - ▶ 現地で製造し、日本への輸出を開始。
 - ▶ 2022年9月より現地でのリアル店舗及びEC販売を開始。

【3年目の重点取り組み】

- 業務提携パートナーであるJEJアステージ様と連携し、北米での自社製品事業を拡大。
- 新たに子会社となったHJI社と連携し、金型ビジネスを拡大。
- 新たに子会社となったNET社を梃子にした車両事業の再構築。



		地域別の区分			
		日本	中国	東南アジア	
事業領域別の区分	受託製品事業	OA事業	→	→	◎
		家電事業	→	◎	◎
		車両事業	→	—	◎
	自社製品事業	ハウスウエア事業	○	◎	☆
	新規事業	●医療 ●物流資材 ●環境 ほか	☆	—	—

- ◎ : 注力
- : 高シェア維持
- ☆ : 新規立ち上げ
- : 現状維持
- : 対象外

事業領域別の戦略

地域別の戦略

2022年1月	天馬タイにて倉庫棟の増設が完了、その後、自動倉庫を導入 (東南アジアでのOA事業・家電事業：◎)
2022年2月	天馬インドネシアにてハウスウエア製品の生産開始、同年9月にはECサイトも立上げ (東南アジアでのハウスウエア事業：☆)
2022年8月	JEJアステージ様と業務提携に向けた検討を開始する合意書を締結、本年3月には 業務提携契約を締結 (日本でのハウスウエア事業：○)
2023年2月	「MiteCare(ミテケア)」の販売開始、3月には「Live Call」の販売開始 (日本での新規事業：☆)
2023年3月	天馬ベトナムでの新工場建設計画発表 (東南アジアでのOA事業・家電事業：◎)
2023年3月	インドネシアの金型メーカーであるHyuk Jin Indonesiaの全株式を取得する 株式譲渡契約を締結し、4月に譲渡手続き完了 (東南アジアでの受託製品事業：◎、同ハウスウエア事業：☆、新規事業：☆)
2023年5月	北米の車両部品製造・販売を行うNankai Enviro-Tech Corporation 及び Nankai Mexico, S.A. de C.V.の全株式を取得する株式譲渡契約書を締結し、 5月に譲渡手続き完了 (新規事業：☆)

◎：注力 ○：高シェア維持 ☆：新規立ち上げ

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、株主還元を努める

【2年目の主な取り組み実績】

＜投資戦略＞

- 2年目までの投資累計に加え、機関決定済の3年目以降の投資案件合計では144億円に達する。
(内、ベトナムでの新工場建設が90億円)

＜資本政策＞

- 10億円の自己株式を取得し、前期までの取得分と合わせ約54億円の取得完了。
- 75期の1株当たりの期末配当を2円増配し、年間82円に修正。

【3年目の重点取り組み】

＜投資戦略＞

- M&Aで取得したHJI社及びNET社等とのシナジー効果の極大化を図る。
- 機関決定済の投資案件を着実に進めるとともに、生産性向上に資する投資を積極的に行う。

＜資本政策＞

- 2023年5月に消却前の発行済株式総数の3.95%に当たる1百万株の自己株式を消却(予定)。
- 2023年6月より新たに20億円の自己株式取得を開始(予定)。

【企業価値向上に向けて】

- ROE改善が急務。現時点において、自社の資本コストを8%と認識しており、投資判断においても8%を上回るハードルレートを設定。第3次中期経営計画で掲げた2030年度のROE目標9%を意識し、今後の第4次中期経営計画にて戦略の更なる具体化を進めていく。

- 第3次中期経営計画の策定時と比較し、新型コロナウイルスの感染拡大・長期化、為替相場の変動、原材料価格の高騰等、外部環境の変化も激しく、売上・収益ともに大幅な差異が発生。
- コロナ禍の影響等により、投資計画の遅れも生じ、収益力改善が道半ば。
- 2024/3期は最終年度でもあり、中計の数値目標自体は変更せず、公表計画の達成を目指す。

(単位：百万円)

	2022/3期			2023/3期			2024/3期	
	中計	実績	差異	中計	実績	差異	中計	公表計画
売上高	81,000	82,697	1,697	84,500	102,053	17,553	87,000	97,000
営業利益	3,400	1,970	△ 1,430	3,800	3,007	△ 793	4,200	3,200
営業利益率	4.2%	2.4%	-1.8%	4.5%	2.9%	-1.6%	4.8%	3.3%

注) 2024/3期の公表計画は2023/5/12付公表の数値を採用。



4. トピックス

【2年目の主な取り組み実績】

2022年5月に天馬グループのサステナブル経営の推進を目的として、サステナビリティ推進委員会を設置。

- マテリアリティ(重要課題)の特定及び取り組み方針の策定
 - ▶2022年5月に天馬グループのマテリアリティを取締役会で決議。
 - ▶同年6月にサステナビリティ基本方針及び関連方針(環境方針,人権方針,品質方針)を策定。
- サステナビリティ情報の開示
 - ▶2022年6月に基本方針策定及びマテリアリティの特定について適時開示。
 - ▶2022年8月に当社HPにサステナビリティページを開設し、①トップメッセージ ②基本方針 ③関連方針 ④推進体制 ⑤マテリアリティ ⑥同特定プロセス を開示。
- 取り組み方針の実践
 - ▶2022年10月に気候変動対応WGを設置し、GHG排出量の算定や削減策を検討。
 - ▶2023年2月に環境マネジメントシステム構築WGを設置し、環境マネジメントの検討開始。
 - ▶2023年3月にGHG排出量削減を推進するため、ICP制度の導入を決定。

【3年目の重点取り組み】

- グループ全体でのGHG排出量の算定及び削減目標の設定。
- TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)提言に基づく情報の開示。
- マテリアリティに対する中長期目標の達成に向けた取り組みの推進。

トピックス② M&Aの取り組み

会社名	PT.Hyuk Jin Indonesia	Nankai Mexico, S.A. de C.V. (Nankai Enviro-Tech Corporation)
株式取得日	2023年4月19日	2023年5月25日
業種	プラスチック成形向けの 金型製造販売	車両部品の製造 (NET社が販売の役割)
所在地	インドネシア (ジャカルタ中心部より約30km)	メキシコ (米国との国境から約5km)
設立年月日	2001年2月26日	1998年7月13日
資本金	76億8千万IDR	5万MXN



トピックス③ CO2排出量削減の取り組み

滋賀工場に太陽光パネルを設置し、CO2排出量削減を図る。



太陽光発電システム

モジュール容量	: 540W
枚数	: 3,528枚
モジュール発電容量	: 1,905KW
システム発電容量	: 1,225KW

年間発電量	: 1,590MW
(滋賀工場の年間需要量の約16%)	
CO2削減量(年)	: 560t-co ₂

北米での展示会に初参加 【2023 インスパイアドホームショー】 (3/4~3/7)



個人投資家向け会社説明会 を初開催 (2023/3/18)



講演者

代表取締役社長 廣野 裕彦

配布資料

・説明会資料 [↓](#)



個人投資家向け会社説明会資料

2023年3月18日(土)

天馬株式会社
東証プライム 証券コード：7958

©2023 TENMA CORPORATION

©2023 TENMA CORPORATION



(ご参考) 企業概要

2023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：8,378名 / 単体：637名 (2023年3月31日現在)
売 上 高	連結：102,053百万円 / 単体20,013百万円 (2023年3月期)

プラスチック成形加工メーカー

自社製品事業(ハウスウエア)



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：6.2% (過去10年度)



【2023年3月末現在】

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】



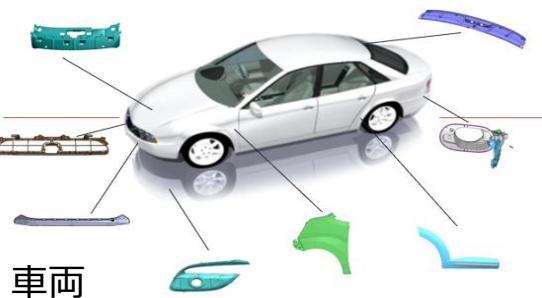
【日本】

- 売上の7割強が自社製品事業（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や車両、ディスクケース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

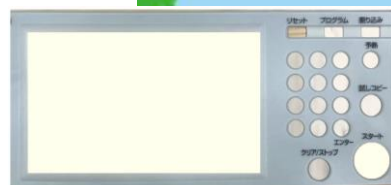
収納衣装ケース



ディスクケース



車両



OA

【中国】

- 上海・深圳・中山の3拠点体制
- 受託製品事業はOAがメインであるが、新しい分野の商材も開拓中
- 自社製品事業（HW）はEC強化など、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、自動倉庫が本格稼働

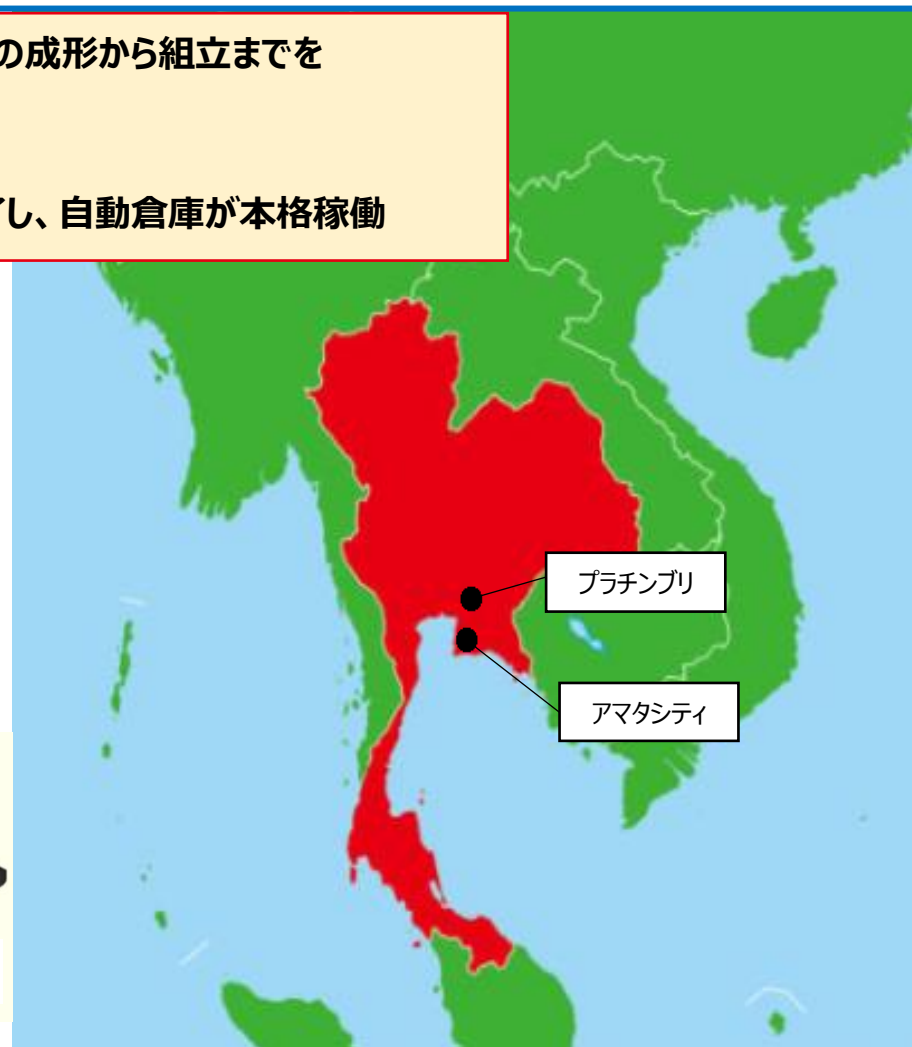
増築後のアマタシティ工場



家電



OA



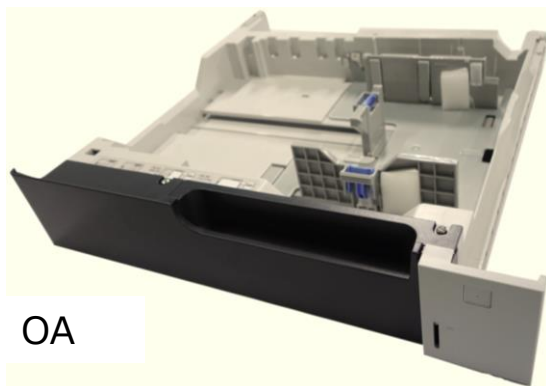
【ベトナム】

- 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
- 中長期的にも成長トレンドが続く市場と想定しており、引き続き、重点投資地域として位置付けており、2023年3月に新工場建設計画をリリース（投資総額90億円）

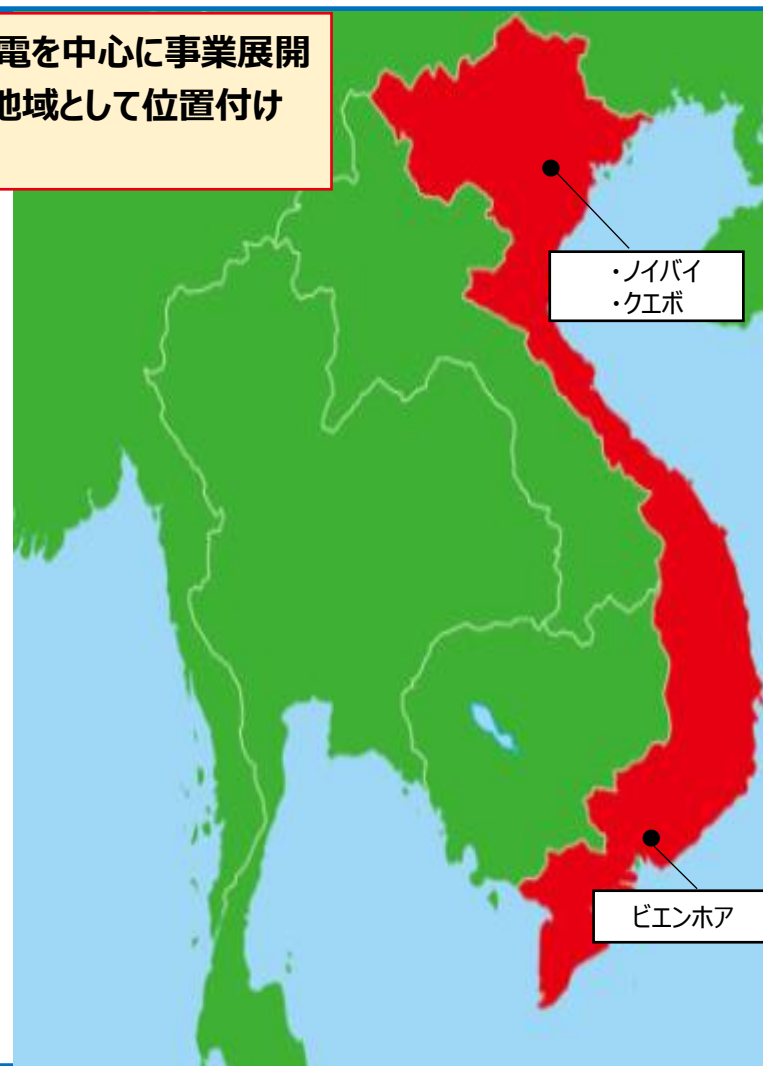
家電



二輪

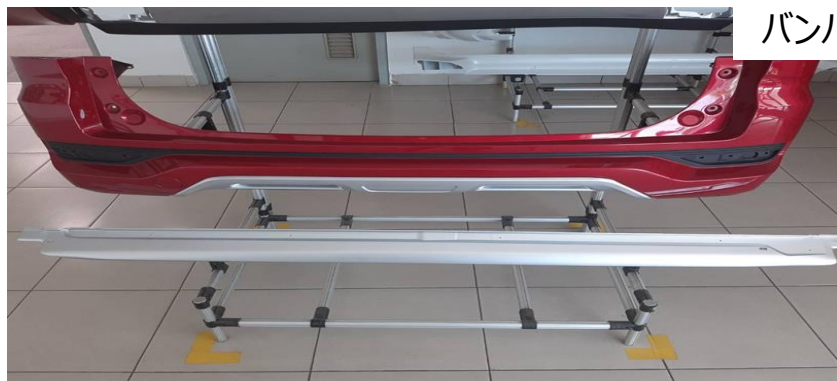


OA

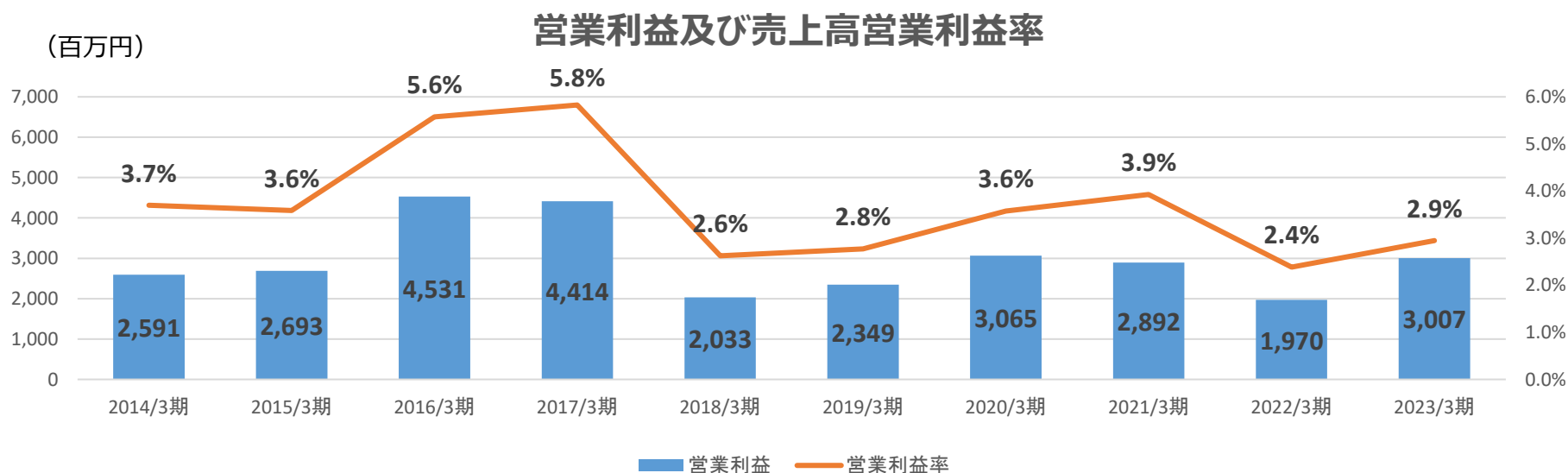
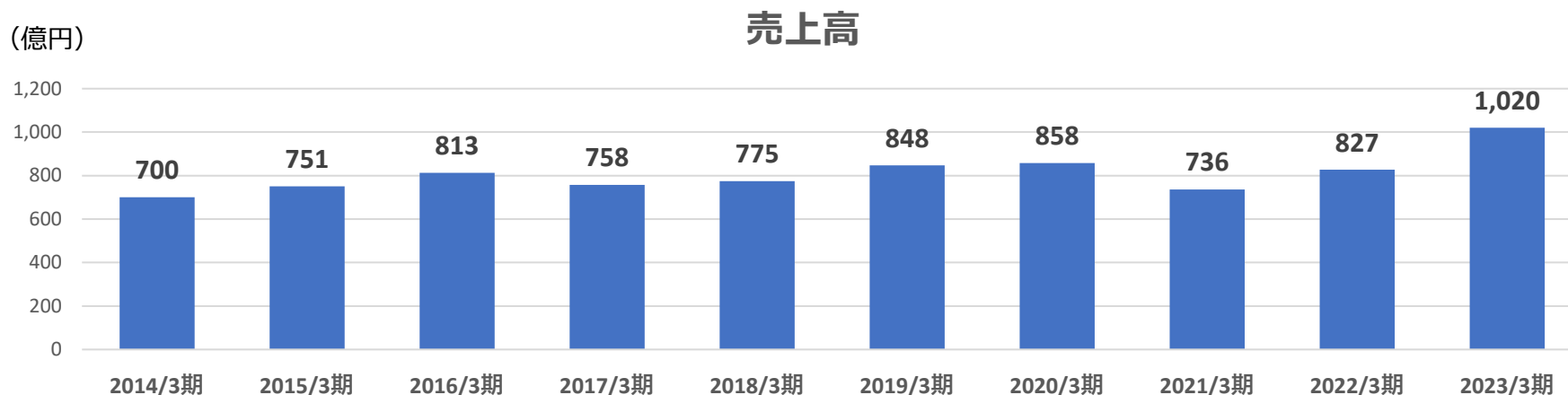


【インドネシア】

- 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の受託製造がメイン
- 自社製品事業（HW）はECサイト立上げを含め、本格展開を開始
- 2023年4月に金型製造業者であるHyuk Jin Indonesia を買収



業績推移（過去10カ年）



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