



TENMA
Happy life with **TENMA**

2023年3月期（75期）
第2四半期 決算説明会資料

2022年11月28日

天馬株式会社

東証プライム市場：7958

1. 決算概要	P2
2. 第3次中期経営計画 (2021/4~2024/3)	P16
3. トピックス	P33
(ご参考) 企業概要	P39

1. 決算概要

- 売上高は過去最高を更新。
国別では中国・タイ・ベトナムが、部門別ではOAが牽引。
- 営業利益は自社製品事業における原材料価格高騰の影響等もあり前期対比減益も、コロナ禍の影響が薄れたことによる生産効率改善等もあり計画対比増益。
- 為替相場が円安で推移したことによる計画対比の影響額。
売上高 + 34億円、営業利益 + 1.1億円

2023年3月期第2四半期 業績ハイライト

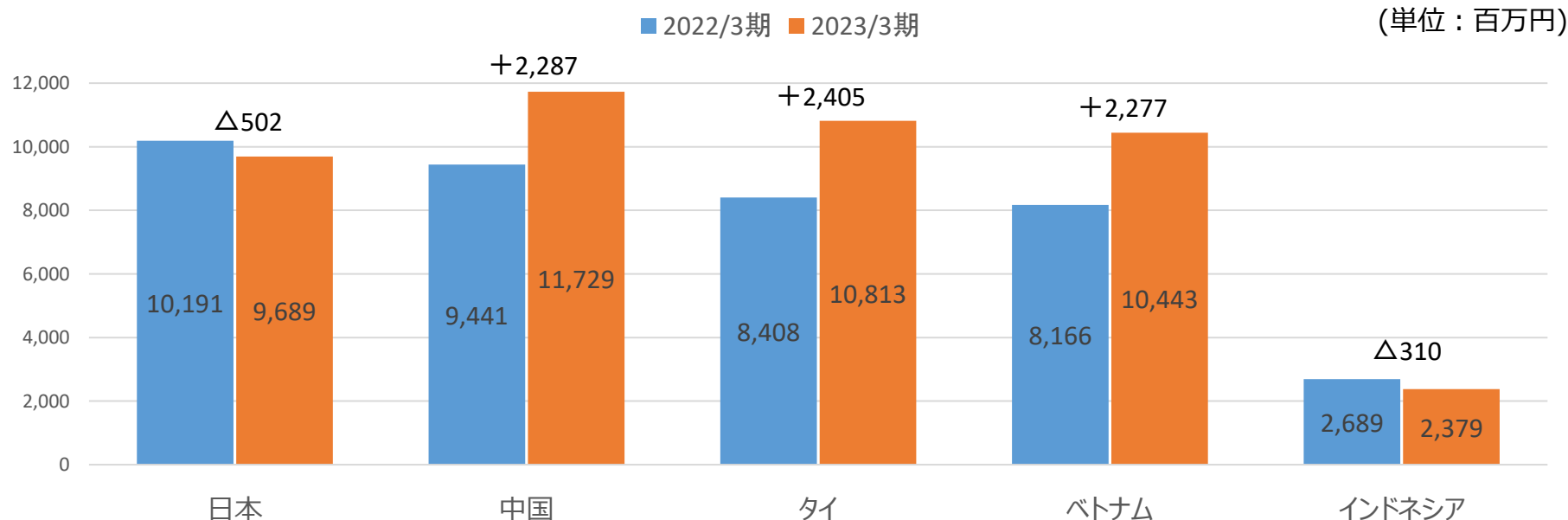
- 前期対比で増収減益、計画対比で減収増益。
- «売上»
 - ・前期対比増収の主たる要因は為替影響に加え、コロナ禍の影響が薄れたことによる取引先の生産活動の復調。
 - ・計画対比減収の主たる要因は自社製品事業の不調に加え、上海ロックダウンの影響が予想以上に長引き、且つ東南アジア各国に電子部品等の供給不足という形で生産に影響が出たこと。
- «営業利益»
 - ・前期対比減益の主たる要因は自社製品事業における原材料価格の高騰（価格改定後の更なる上昇等）。
 - ・計画対比増益の主たる要因は為替影響に加え、コロナ禍の影響が薄れたことにより、生産効率の改善が進んだこと。
- 経常利益については主に為替差損益3.1億円が押し上げ。
- 当期純利益については2Q迄に織り込んでいた海外子会社清算時の特別利益計上が3Q以降にずれ込んだが、経常利益の増加で吸収し、計画を上回る。

(単位：百万円)

	2022/3期	2023/3期					
	2Q累計 実績	2Q累計 実績	対前期	前期比	2Q累計 公表計画	対計画	計画比
売上高	38,895	45,054	6,159	115.8%	46,000	△946	97.9%
売上総利益	6,393	6,210	△183	97.1%	—	—	—
営業利益	878	552	△326	62.9%	400	152	138.0%
経常利益	1,143	1,064	△79	93.1%	400	664	265.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	569	405	△164	71.2%	300	105	135.1%

2023年3月期第2四半期 国別売上高

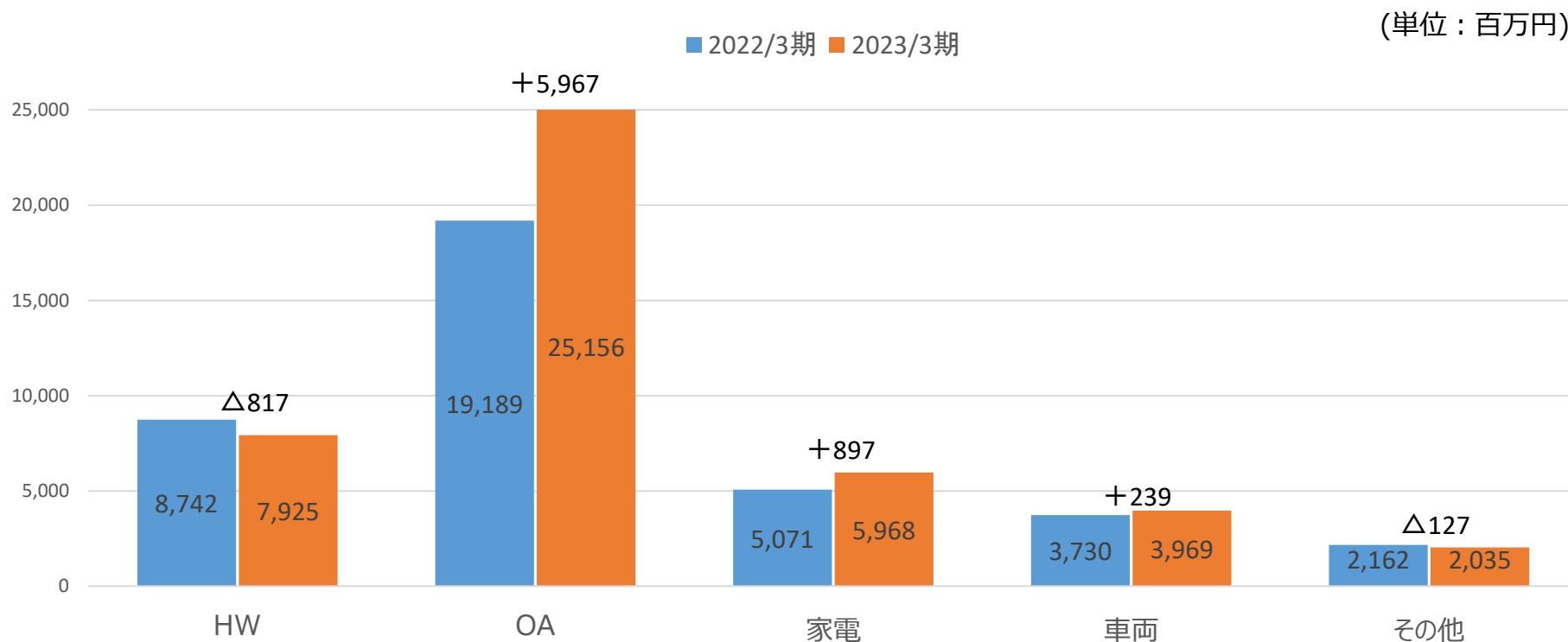
- 日本：受託製品事業は半導体不足等の影響が徐々に緩和され微増に転じるも、自社製品事業は消費回復の動きが限定的でもあり減収。
- 中国：自社製品事業は上海ロックダウン等の影響で減収となるも、受託製品事業は総じて取引先の生産活動が復調し、また一部取引先の東南アジアからの生産移管もあり増収。
- タイ：取引先における電子部品等の供給不足が緩和され、挽回生産に転じた先も多く増収。
- ベトナム：タイと同様のトレンド。
- インドネシア：年初からの半導体不足等の影響による減収を6月迄には挽回しきれず。



注) 連結子会社の決算期は12月。

2023年3月期第2四半期 部門別売上高

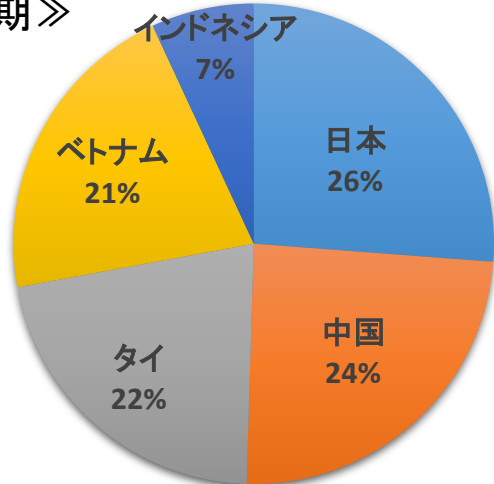
- HW(ハウスイア)：日本では消費動向の回復の遅れ。中国ではロックダウンがリアル店舗の販売に影響を与え、また物流停滞がEC販売にも影響。
- OA：中国・タイ・ベトナムにて生産回復の動きあり。
- 家電：エアコンを主体にタイで伸長。
- 車両：2輪車がベトナムで伸長。



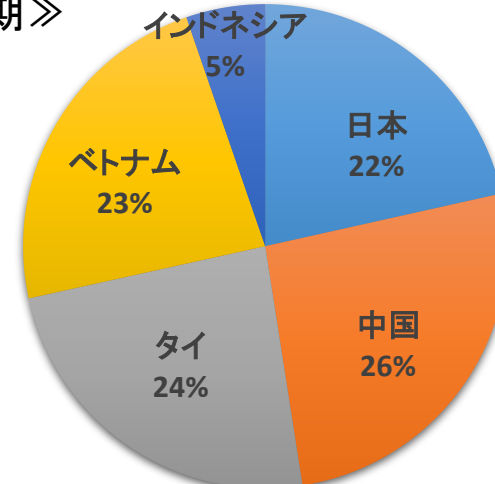
第2四半期 売上構成推移

【地域別】

《2022/3期》

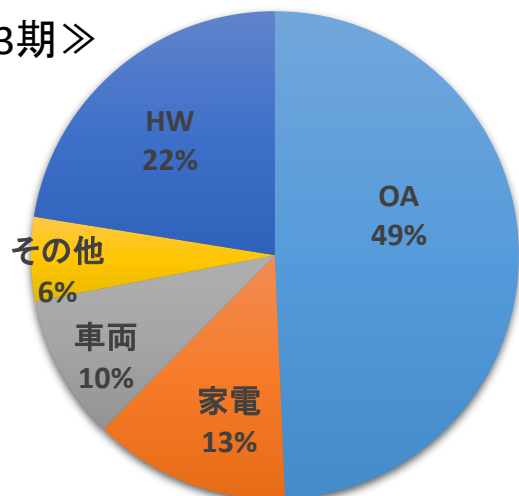


《2023/3期》

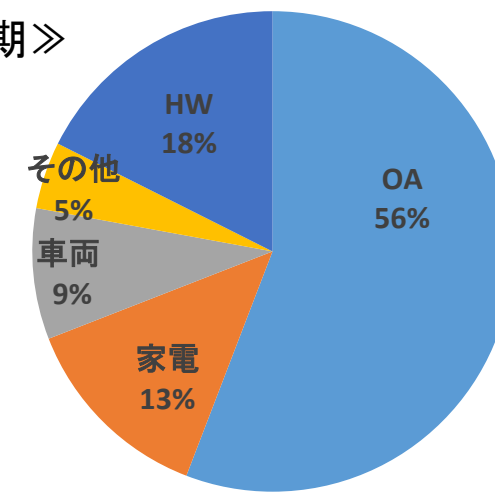


【部門別】

《2022/3期》

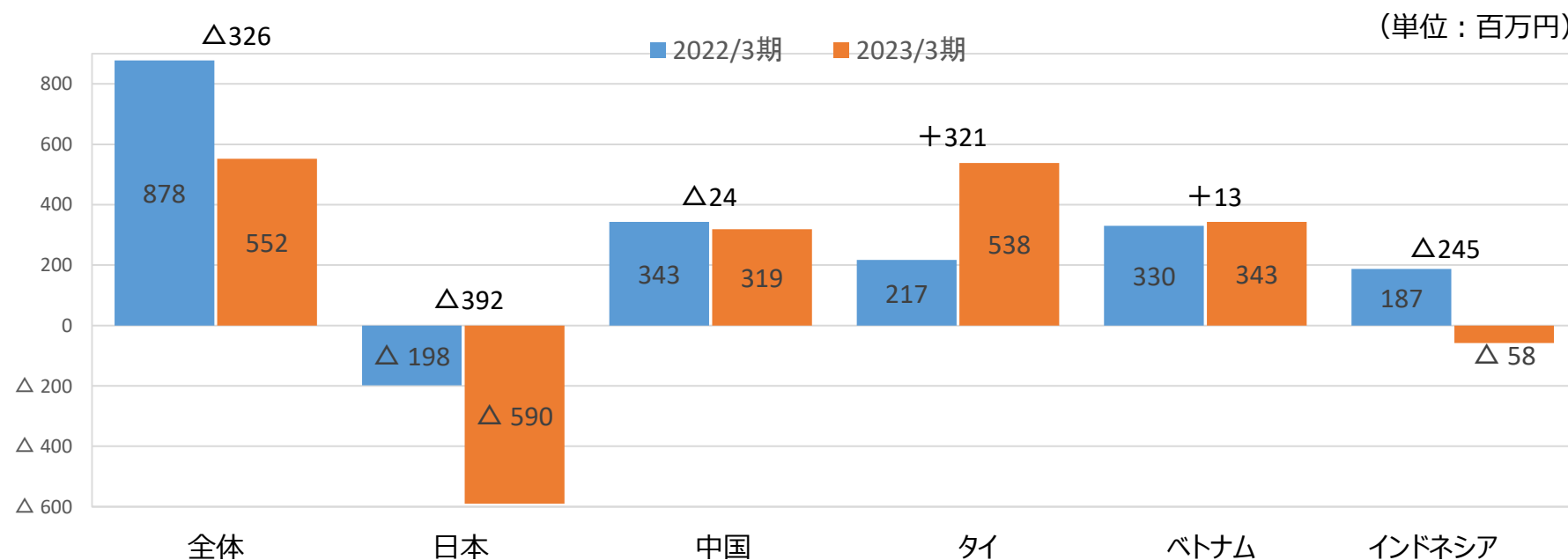


《2023/3期》



2023年3月期第2四半期 国別営業利益

- 日本：自社製品事業の売上減少に加え、原材料価格の高騰が直撃。
- 中国：ロックダウン時の落ち込みを6月末時点ではカバーしきれず減益。
- タイ：売上増加につれ生産効率改善が寄与し大幅増益。
- ベトナム：増産対応に向けて人件費等が嵩み、利益は微増に留まる。
- インドネシア：売上減少に加え、自社製品事業の立上げコスト等も発生し、赤字を計上。



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月期第2四半期 要約B/S

(単位：百万円)

	2022/3月末		2022/9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%	59,741	58.8%	4,585	現預金2,989、原材料及び貯蔵品769
固定資産	38,829	41.3%	41,774	41.2%	2,945	建物及び構築物1,782、機械装置及び運搬具439
資産合計	93,984	100.0%	101,515	100.0%	7,531	-
流動負債	14,837	15.8%	16,086	15.8%	1,249	支払手形及び買掛金208、未払法人税等171
固定負債	5,951	6.3%	6,467	6.4%	516	リース債務337
負債合計	20,787	22.1%	22,552	22.2%	1,765	-
純資産合計	73,197	77.9%	78,963	77.8%	5,766	為替換算調整勘定6,875、自己株式（控除項目）431
負債・純資産合計	93,984	100.0%	101,515	100.0%	7,531	-

2023年3月期第2四半期 要約C/F

(単位：百万円)

	2022/3期 2Q累計	2023/3期 2Q累計	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	2,287	2,824	537	税金等調整前四半期純利益975、 減価償却費1,909、売上債権の減少1,483、 仕入債務の減少△803
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,170	2,121	6,291	定期預金の減少3,546、 有形固定資産の取得△1,364
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,867	△1,508	359	配当金支払△934、自己株式の取得△431
現金及び現金同等物に係る 換算差額	641	2,353	1,712	-
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	12,996	21,071	8,075	-

2023年3月期第2四半期 設備投資動向

- 2Q累計実績ではタイでの自動倉庫関連投資が全体の半分を占める。
- 通期では、日本にて労働環境改善に向けた工場の老朽化対策や研究開発設備の投資、中国にて自社製品事業の金型投資、東南アジアにて成形機や関連設備の増設・更新等がメイン。

(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	
				2Q累計実績	通期見込
設備投資合計	4,264	3,625	2,712	1,488	4,666
日本	2,181	1,903	758	335	1,900
中国	527	235	344	159	450
東南アジア	1,375	1,373	1,483	979	2,300
全社資産又は消去	181	114	128	16	16
減価償却費	3,813	3,913	4,096	1,909	4,300

- 3Q以降は、上海ロックダウンや各地での電子部品等不足の影響が薄れることを見込むが、為替相場や原材料価格の変動等は依然として流動的な状況。
- 上記を勘案し、2Q累計の利益は公表計画対比で大幅に上振れ着地したものの、現時点での通期予想は、売上高とともに期初予想を据え置く。

純資産配当率（DOE）について

当社の配当方針は、連結純資産配当率（DOE）2.5%以上を目標として、**安定した配当を継続**することを基本としている。

昨今の急速な円安により、**為替換算調整勘定**が想定以上に膨らみ、純資産が大幅に増加している。当該項目は外的要因でのボラティリティが高く、安定配当の方針を損ないかねないと判断。よって当社が採用するDOEの計算根拠を以下の通り再定義し、中長期的な安定配当を目指すものとする。

DOE（株主資本配当率） = 年間配当総額 / 株主資本

《為替換算調整勘定》 (百万円)

決算期	金額	純資産に占める割合
2020/3期	1,665	2.2%
2021/3期	△ 197	—
2022/3期	3,328	4.5%
2022/9期	10,204	12.9%

2023年3月期通期 業績予想

(単位：百万円)

	2022/3期 通期実績	2023/3期		
		通期予想	対前期	前期比
売上高	82,697	100,000	17,303	120.9%
日本	20,735	19,700	△1,035	95.0%
中国	21,396	26,500	5,104	123.9%
東南アジア	40,566	53,800	13,234	132.6%
タイ	17,718	23,500	5,782	132.6%
ベトナム	17,641	24,500	6,859	138.9%
インドネシア	5,207	5,800	593	111.4%
営業利益	1,970	2,500	530	126.9%
経常利益	2,430	2,500	70	102.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,058	1,900	842	179.5%

《期初予想比》

日本	△1,700
中国	2,500
東南アジア	△800
タイ	500
ベトナム	△1,700
インドネシア	400

通期業績予想に関する補足説明

- 業績予想は据え置くが、売上内訳は足許の状況も踏まえ修正。

《日本》

- 引続き自社製品事業は販売個数の増加が見通し難しいものの、新製品の開発スピードを上げて、売上減少に歯止めをかける。また利益については、追加の価格改定を進めることと、原材料の仕入方法の見直し等も実施し、改善努力を継続。

《中国》

- 自社製品事業は日本と同様、厳しい状況にあるが、受託製品事業は上海ロックダウンの影響が薄れ、取引先の挽回生産が多く見られ、当初計画より大幅な売上増加を見込む。つれて利益も着実な増加を見込む。

《タイ》

- 自動倉庫が本格稼働し、効率化を促進。また副次的効果としてスペースの有効活用により成形機増設を図り、売上増加にも寄与。

《ベトナム》

- 欧州向け家電用部品の伸び悩み等もあり、当初計画に比べ売上は減少となるものの、前期対比では大幅増加見込み。人件費等は嵩むも、着実に増益を見込む。

《インドネシア》

- 半導体不足等の影響が薄れ、車両関連が回復、また挽回生産に転じる取引先もあり、売上は急回復し、通期での黒字化を見込む。

《売上内訳》 (単位：百万円)

	上期	下期	合計	期初予想
日 本	9,689	10,011	19,700	21,400
中 国	11,729	14,771	26,500	24,000
東南アジア	23,635	30,165	53,800	54,600
タイ	10,813	12,687	23,500	23,000
ベトナム	10,443	14,057	24,500	26,200
インドネシア	2,379	3,421	5,800	5,400
合 計	45,054	54,946	100,000	100,000

- 株主還元策として自己株式の取得を継続中。
2022/5月に総額10億円(上限500千株)を上限とする自己株式取得を決議し、9月末時点で4.3億円を取得済。
- 1株当たりの配当予定80円は据え置くが、DOE(新基準)2.5%以上を目途に安定配当を継続する方針。

		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 通期見込
1株当たり配当額	(円)	80	80	80	82	80
配当性向	(%)	85.7%	77.1%	63.0%	175.9%	92%以上
株主資本配当率 (DOE)	(%)	2.7%	2.7%	2.6%	2.7%	2.5%以上
総還元性向	(%)	86.0%	77.3%	128.8%	401.0%	144%以上
ROE (自己資本利益率)	(%)	3.0%	3.4%	4.1%	1.4%	2.5%

2. 第3次中期経営計画（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

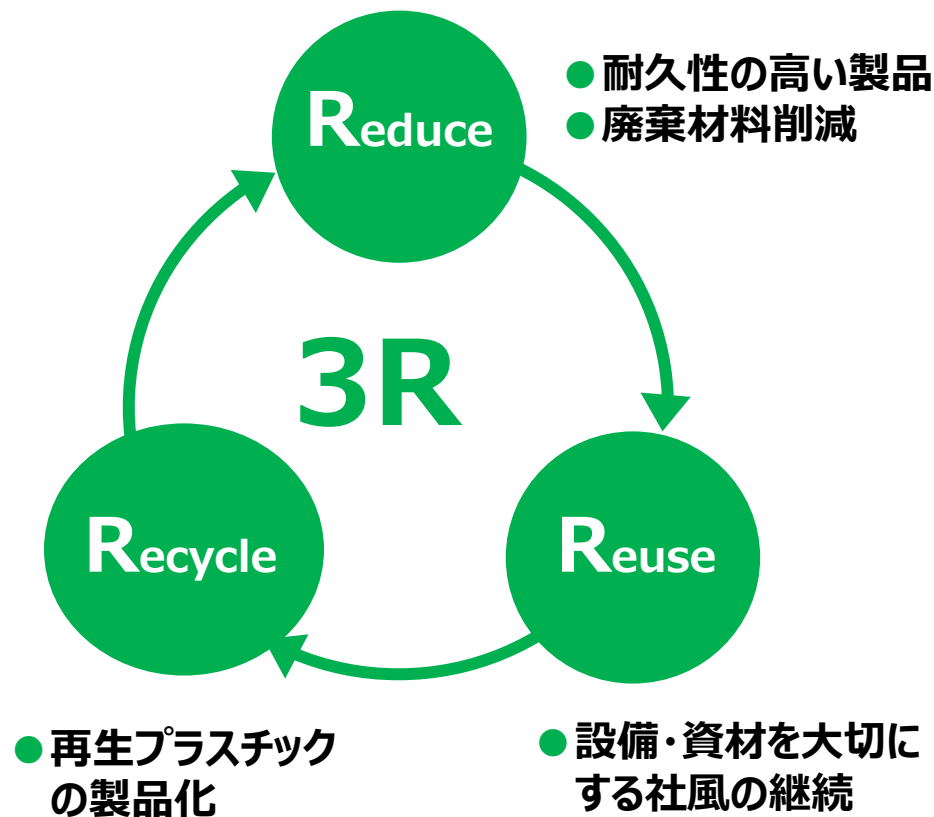
- 新人事制度の導入
 - ▶ 来年4月からの導入に向け、社員向け説明会や評価者研修等を実施。
- 退職金制度の見直し、正社員登用制度の確立
 - ▶ 退職金制度は人事制度変更に合わせ、来年4月の制度変更に向け準備中。
 - ▶ 正社員登用制度は年内に制度を確立し、来年4月からの登用に向け準備中。
- 研修体制の整備、資格取得支援制度の拡充
 - ▶ 階層別研修を新たなものとして10月よりスタート。全社の研修体系の整備も並行して実施中。
 - ▶ 新人事制度の運用開始に合わせ、資格取得支援対象を拡大。
- 労働環境・職場環境改善に向けた具体策遂行
 - ▶ 新たな休暇制度としてアニバーサリー休暇を9月に導入済。
 - ▶ 異動者に関する規程等、環境改善に資する関連諸規程を7月に改定済。

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
 - ▶来春以降、発売予定。
- 再生プラスチックを活用した製品の販売開始
 - ▶複数のプラスチック材を比較検証し、量産化に適した再生材の選定が完了。
 - ▶自社製品である「樹脂と暮らすシリーズ(第二弾)」を9月より販売開始。
- バイオプラスチック及び新素材を活用した新製品の来春販売を目指し、製品設計等を実施
 - ▶複数のバイオプラスチック等の成形テストを実施し、DIYショーに参考出展を行い、製品化を推進中。
- 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
 - ▶研究用成形機及び各種試験機を7月より順次導入開始。
 - ▶当社標準の試験方法を制定し、各種作業要領等を取り纏め中。

*** サステナビリティ関連の取組はトピックス①ご参照**

樹脂と暮らすシリーズ



参考出展



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

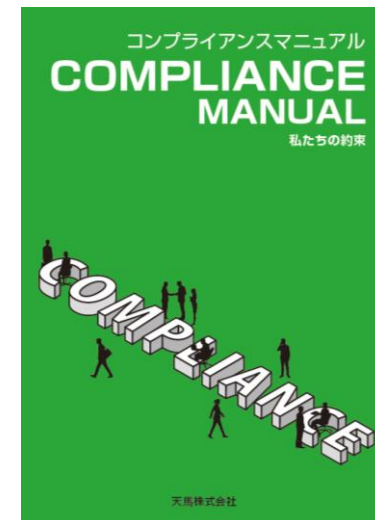
戦略 ③

ガバナンス強化

【2年目の重点取組】・・・ 施策の浸透・定着化

- 第三者機関を用いた取締役会の実効性評価の実施
 - ▶ 外部評価機関を用いた実効性評価を実施。実施結果に基づいた更なる改善・向上に取り組み。
- 内部統制の強化
 - ▶ コンプライアンス意識の継続強化
 - ✓ コンプライアンスに関するトップメッセージの発信。
 - ✓ コンプライアンス研修、定期的な情報配信、理解度チェック等、多面的な強化策を実施。
 - ▶ 重要リスクの洗い出しやセルフチェックのルーティン化等を通じ、自律意識の強化。
- 法務体制の機能充実
 - ▶ ガーディアン機能：契約審査マニュアルの策定等、機能の充実化と訴訟への対応強化。
 - ▶ パートナー機能：法務相談機能の充実化及び新規事業分野の法規制調査の対応。

コンプライアンスマニュアル



*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年目の重点取組】・・・戦略の骨格部分を推進

●業務プロセスの標準化

- ▶業務プロセス高度化PJが中心となり、可視化・実態把握・共通ワークフローの作成等実施。
- ▶各拠点の業務フローを棚卸しし、適切な基幹システムの導入に向けて標準化を推進。
- ▶承認フローの多くをデジタル化し、業務効率化とペーパーレス化を推進。

●社内通信インフラの強化

- ▶当社グループのネットワークインフラ増強を順次展開。
- ▶工場の無線ネットワーク構築による工場におけるDX推進のインフラ整備を開始。

●基幹システムのクラウド化

- ▶データセンター環境の構築は完了し、年内にクラウド化に切り替え予定。

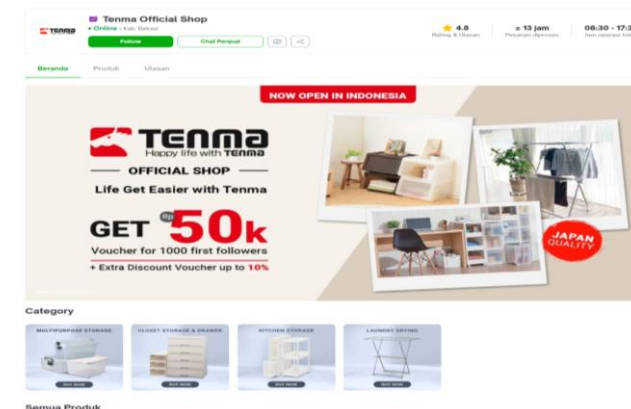
●E C強化支援

- ▶デジタルマーケティング強化。
- ▶海外でのECサイト運用支援。
(9月からインドネシアで自社のECサイト立上げ)

●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）

- ▶ビジョンセンサーを使用した不具合品の選別、AGVの導入等、汎用性のある自動化の推進に着手。
- ▶4月より技術部員2名が工場に常駐し、自動化における専門スキルを習得中。

インドネシアECサイト tokopedia



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）
 - ▶9月より自社製品事業でのテスト販売を実施、来年3月に設備導入予定。
- 並行して顔料を用いた加飾技術の向上にも取組
 - ▶上海拠点でテスト成形等実施し、各種情報を蓄積。
- 高付加価値製品の創出に向け、多色多素材成形機を導入
 - ▶成形機仕様を取り決め、来春導入に向けて準備中。
 - ▶付加価値成形実現化に向けて取り組み開始予定。
- 自社の要素技術確立に向けた設備投資を本格化
 - ▶小型成形機を導入し、金型交換システムを含めた総合試運転を7月に実施済。
 - ▶複数の試験片金型を製作し、また各種試験機を7月より順次導入開始。

木目加飾加工品



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

- ▶ 関連会社であるスピシエルと協業し、ヘルステック分野も含めたソリューション事業として
今秋より2事業開始予定

*** 詳細はトピックス③ご参照**

- 複数の戦略的商材の市場導入

- ▶ 今春よりマグボトル・ランチボックス等の
新領域への商材を順次販売開始。

- インドネシアでの自社製品事業の規模拡大

- ▶ 現地で製造し、日本への輸出を開始。
- ▶ 9月より現地でのリアル店舗及び
EC販売をスタート。

現地製造品 kabako



マグボトル



ランチボックス

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】

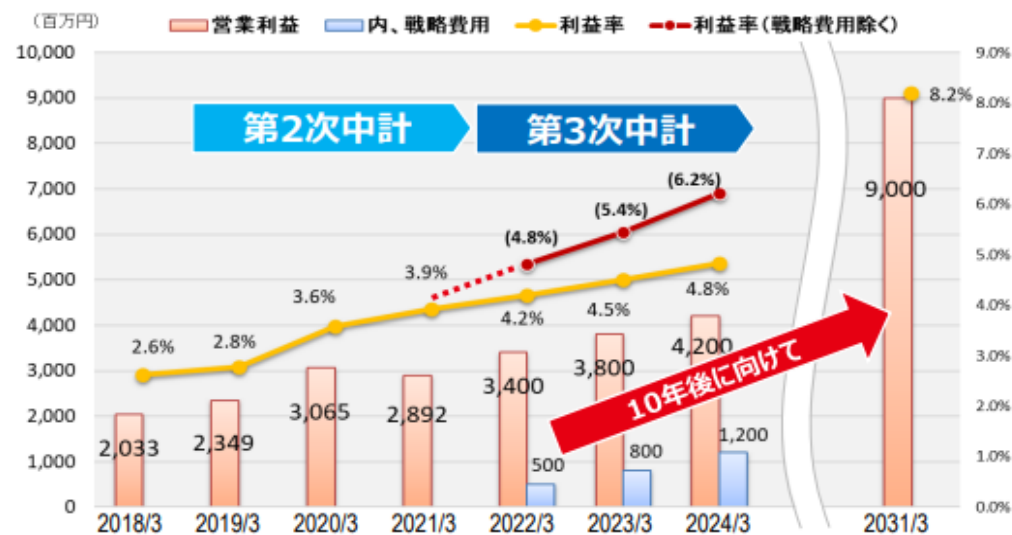
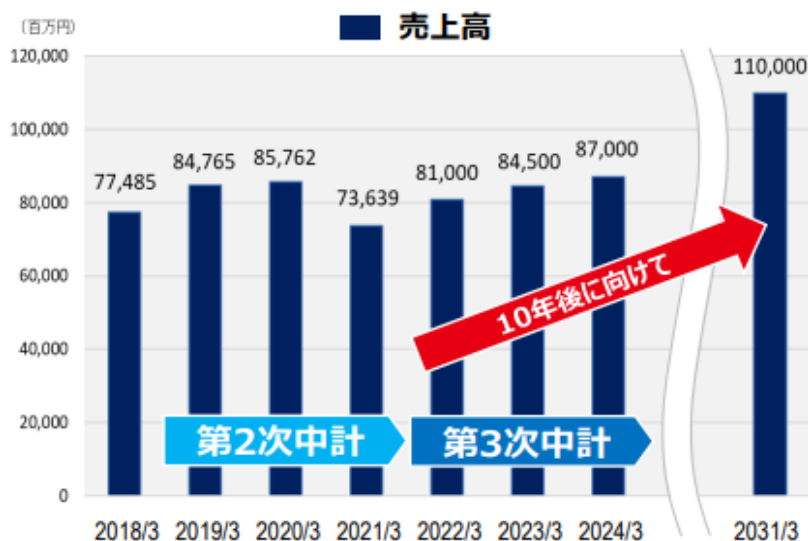
≪投資戦略≫

- 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
 - ▶ タイの自動倉庫設備は投資完了（今期投資額約7.8億円）、日本の研究開発設備も順次導入を決定（今期投資額1.7億円）、また国内外において労働環境改善や自動化、システム等の戦略投資も積極的に実施。

≪資本政策≫

- 新たに10億円の自己株式取得枠を設定
 - ▶ 2022/5月より取得を開始し、9月末時点で4.3億円の取得完了。前期までの取得分と合わせ、総額40億円以上を実施。
- 期末配当は引続きDOEの水準等も見つつ、弾力的に検討
 - ▶ DOEの計算根拠を再定義するも、基本方針は不変であり、今年度も期末時点の状況を踏まえつつ、弾力的な対応を実施予定。

	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



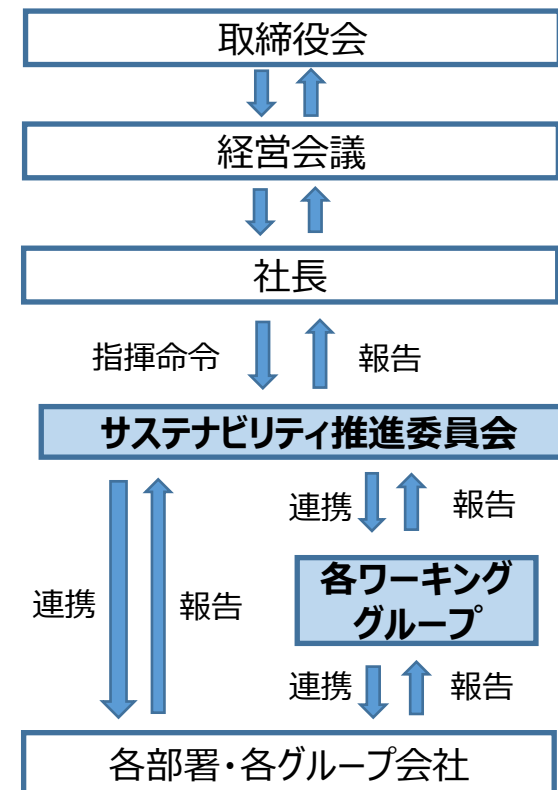


3. トピックス

トピックス① サステナブル経営の推進状況

【推進体制】

サステナビリティに関する事項は、サステナビリティ推進委員会（原則年4回開催）で議論し、その内容およびサステナビリティ活動状況については、必要に応じ取締役会に報告する体制を確立。

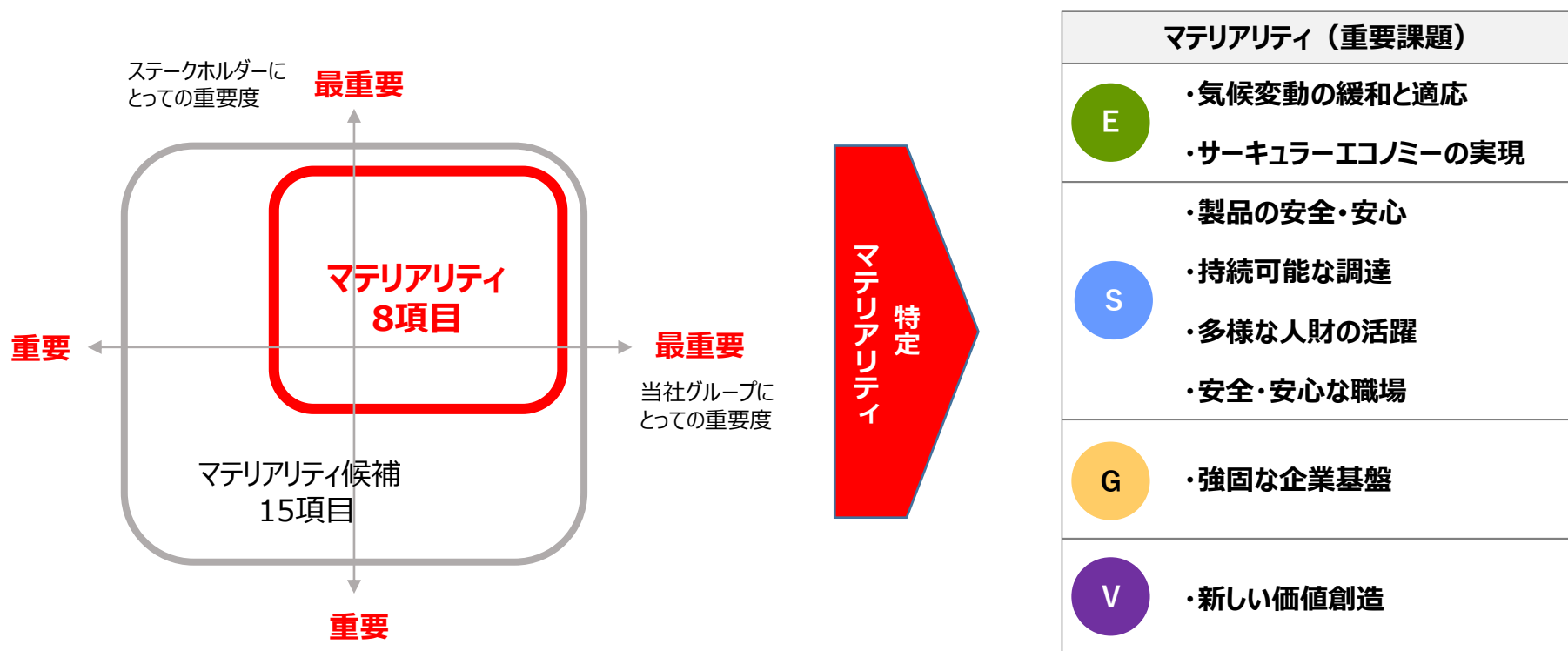


【サステナビリティ基本方針および関連方針の策定】

持続可能な社会の実現と、当社グループの持続的な企業価値向上の両立を図り、グループ全体で戦略的にサステナビリティ活動を推進するために、サステナビリティ基本方針および関連方針を策定し、当社ホームページのサステナビリティページで公開。

【マテリアリティの特定】

ステークホルダーおよび当社グループ双方の観点から、優先して取り組むべき重要な課題を天馬のマテリアリティとして特定。



【マテリアリティへの取り組み方針の策定】

天馬グループの重要課題として特定した8つのマテリアリティと21の構成要素は、中期経営計画とも密接に関連しており、これに取り組むことで当社グループの目指す姿の実現と、社会課題の解決に貢献していく。

今後は、マテリアリティ及び構成要素に対する取り組み方針に基づき、KPIの策定、実践、評価、情報開示に取り組む。

【サステナビリティページの開設】

天馬グループは、社是・経営理念のもと、E（環境）・S（社会）・G（ガバナンス）を重視したサステナブル経営を、長期ビジョン「人とプラスチックの調和した豊かな社会」実現のために不可欠なものとして推進し、持続可能な社会の実現に貢献していく。

サステナビリティに関する活動については、当社ホームページのサステナビリティページにて適時公開していく。

<https://www.tenmacorp.co.jp/sustainability/>

- 2022年8月8日、同業であるJEJアステージ様との間で業務提携に向けた基本合意書を締結。
- 本年中の業務提携契約締結を目指し、実務者同士の分科会を実施中。
 - ▶ 分科会のテーマは、「営業」「開発」「生産」「金型」「調達」と多岐に渡る。
 - ▶ お互いの強みを活かし弱みを補完し合うことにより、付加価値向上と原価低減を実現する。



協議事項の例（一部）

HW事業の海外市場（中国・米国・アセアン）進出に向けた協力関係の構築

環境配慮樹脂の製品化に向けた技術協力、情報交換

運送コスト削減を目的とした共同配送スキームの構築



JEJ
ASTAGE

JEJアステージ株式会社

ソリューション事業への参入検討

ヘルステック分野

リテールテック分野

- **シナジー効果**
 - ・既存販路の活用と新規販路の獲得
 - ・新規事業人材の育成と活用

- **MiteCare**
少子化、不妊という社会課題に合わせた精子チェックサービスの販売

- **LIVECALL**
販売店DXを推進するオンライン接客システムの代理店販売



(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)

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

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

Fits累計販売数：1億個超

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】



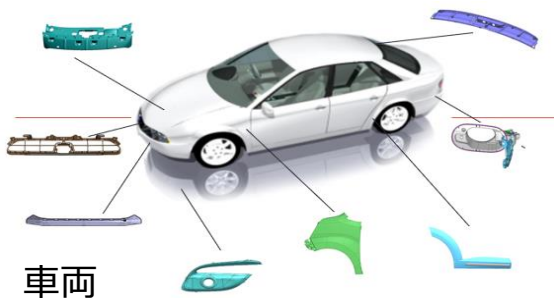
【日本】

- 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

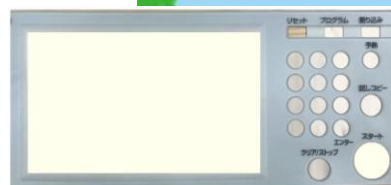
収納衣装ケース



ディスクケース



車両



OA

【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済

増築後のアマタシティ工場



家電



OA



プラチンプリ

アマタシティ

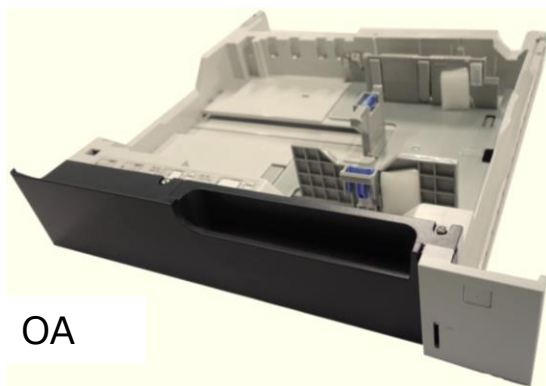
【ベトナム】

- 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、積極的な事業展開を進める

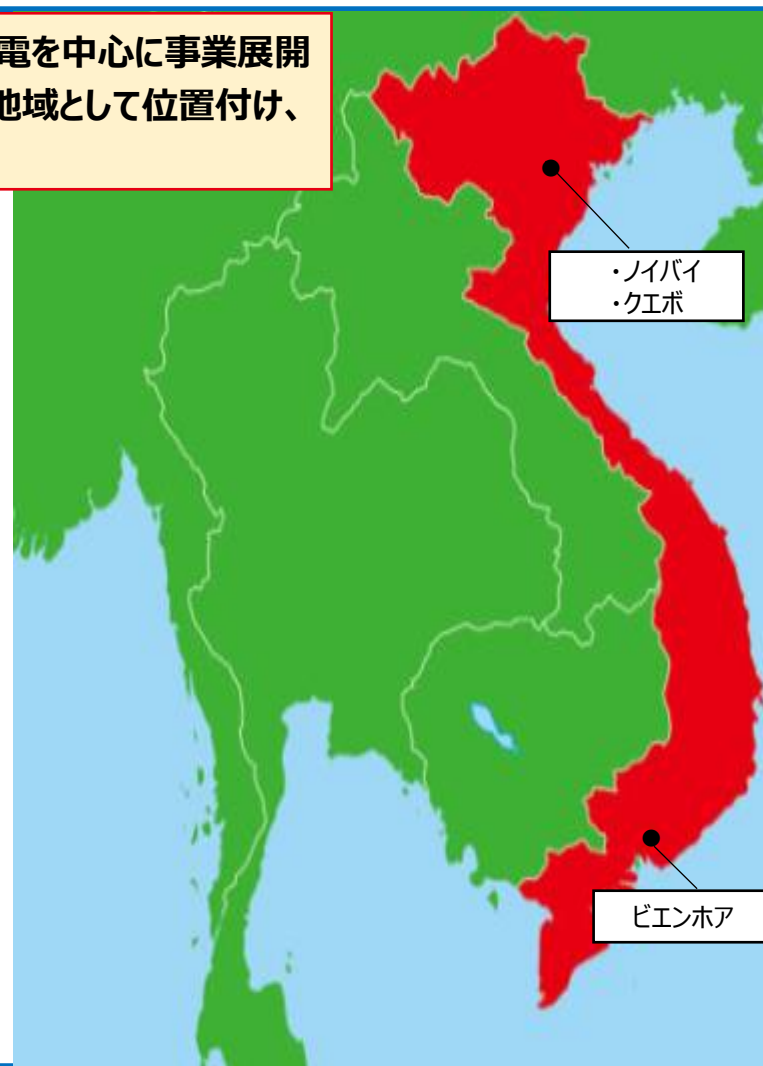
家電



二輪



OA

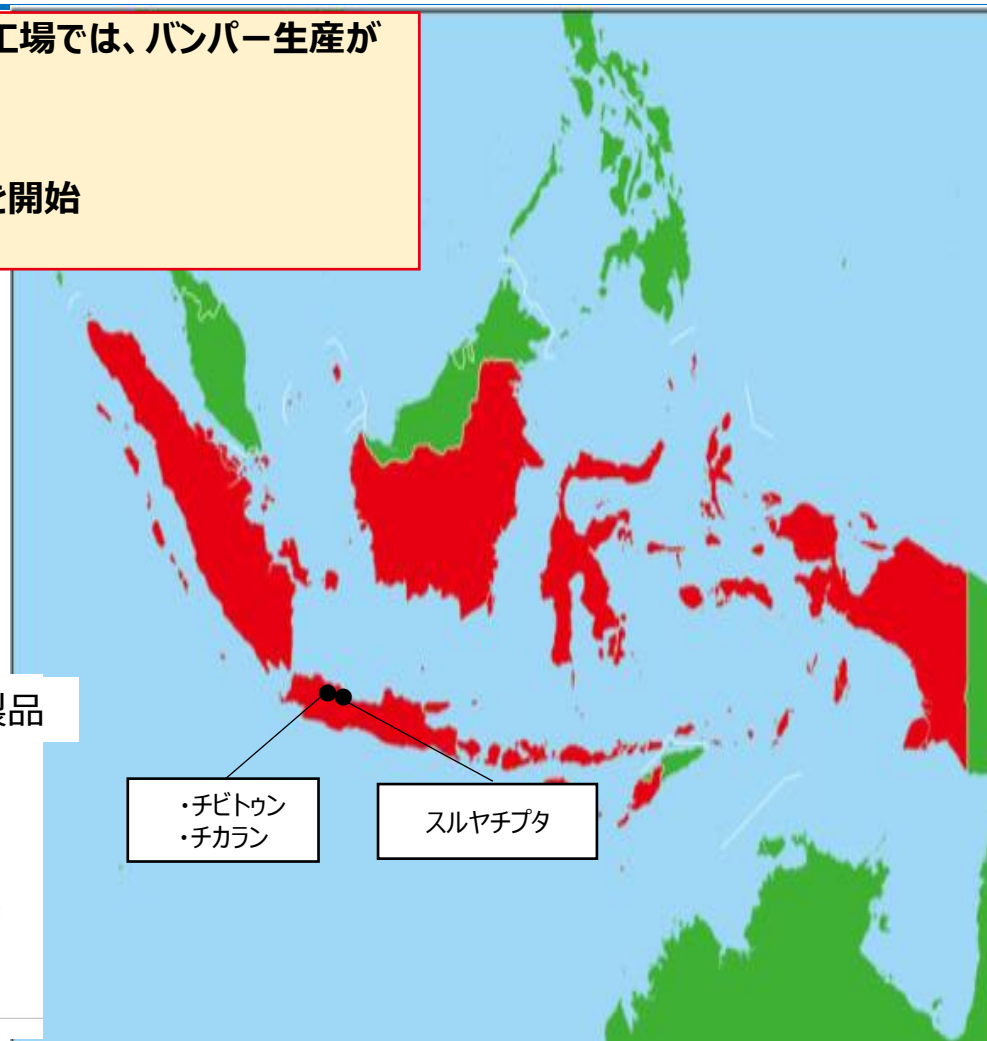


【インドネシア】

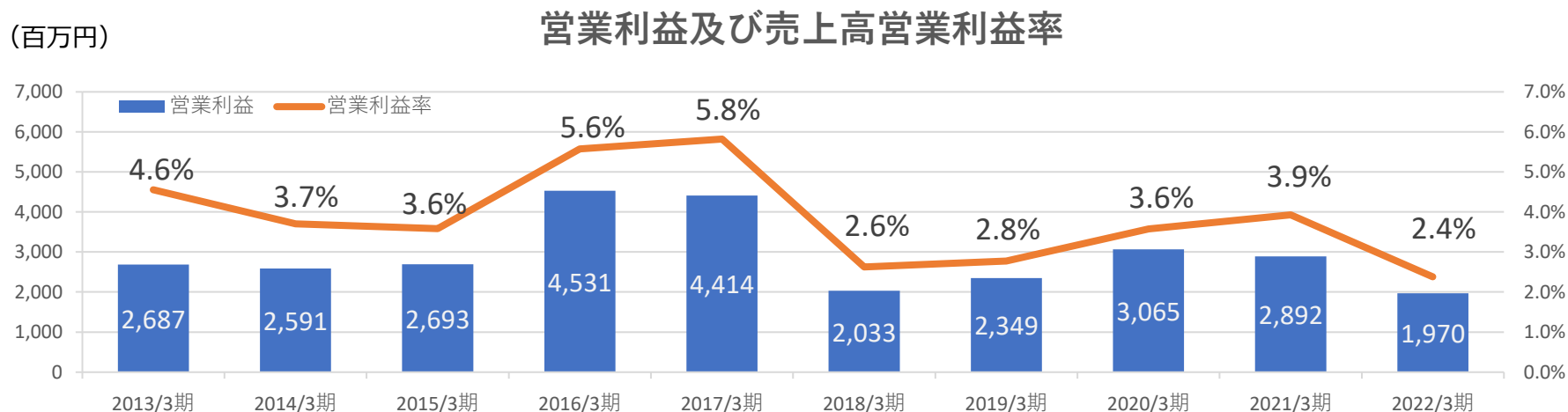
- 当社の車両事業の中心地。2016年創業のスルヤチプタ工場では、バンパー生産が可能な大型成形機と塗装ラインを有する
- チカラン工場ではOAの受託製造がメイン
- インドネシアにおける自社製品事業（HW）の本格展開を開始



自社製品



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