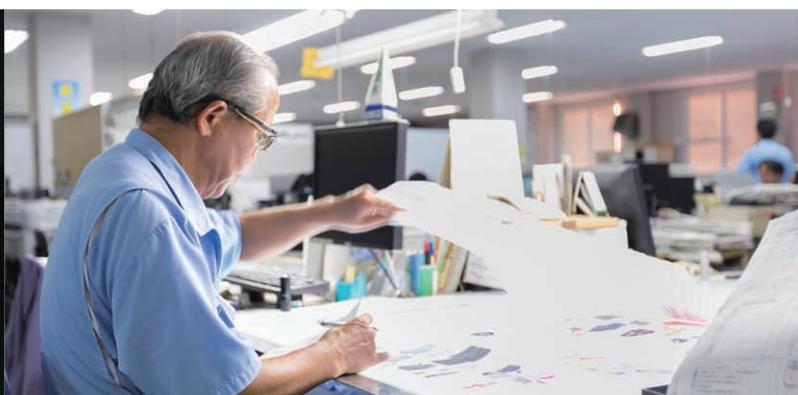
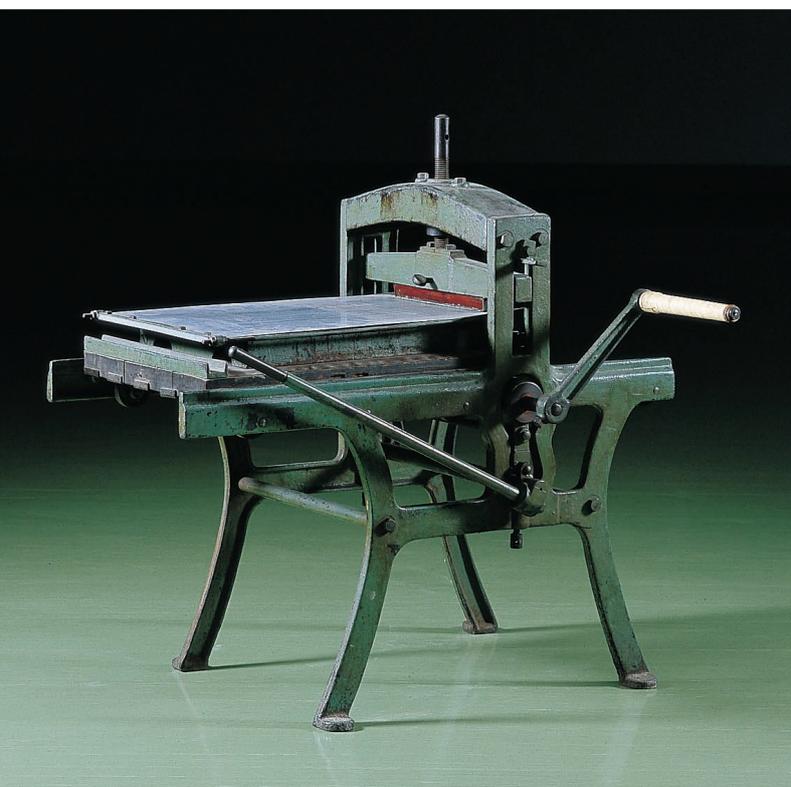


不  
易  
流  
行

Sun Messe  
**REPORT 2018**

April.2017-March.2018

# 不易流行



「不易を知らざれば基立ちがたく、  
流行を知らざれば風新たならず」



当社創業の地、岐阜県大垣市にもゆかりのある俳人、松尾芭蕉が見出した理念とされる「不易流行」。いつまでも変わらぬ本質的なものの中にも、新しい変化を取り入れていくことを意味するこの言葉は、80有余年の歴史を持つ当社の歩みのなかで脈々と受け継がれてきた、まさにDNAともいえる考え方です。初心を疎かにせず、されど変化を恐れず。技術革新により世の中が大きく変化しつつある現代においても、これまで培ったお客さま第一の姿勢を忘れず、同時に新しい時代の息吹にも敏感に反応することで、常にサンメッセならではの最適なソリューションをご提供できるよう、これからも不易流行によって成長を続けてまいります。

# Sun Messe REPORT 2018

April.2017-March.2018

## 編集方針

サンメッセ株式会社では、2002年度より環境や社会に関する取り組みを報告してまいりましたが、2013年度より、財務情報・非財務情報を統合的に報告する「統合レポート」を発行しております。6度目の発行となる今年度は、新社長に就任した代表取締役社長 田中尚一郎の「TOP MESSAGE」をはじめ、当社における「不易流行」についてご紹介した「特集1」、当社の環境貢献に関する施策と活動の歴史と、この先めざすべき姿をご紹介した「特集2」など、激変する印刷業界の中での普遍的な企業価値の再認識と、新事業展開となる「新たな成長戦略」を中心にご紹介しております。本レポートを通じて、当社の現状、課題に対する姿勢や、当社がめざす今後の方向性などについて、多くのステークホルダーの方々にご理解いただければ幸いです。

### 【活動報告の対象期間】

2017年4月～2018年3月（一部、2018年4月以降の情報を含みます）

### 【報告範囲】

サンメッセ株式会社その他、連結対象である日本イベント企画株式会社、Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.を含む

### 【発行時期】

2018年9月 ※次回発行予定2019年9月

### 【お問い合わせ】

ソリューション戦略推進部  
solution-cc@sunmesse.co.jp

### 【参照ガイドライン】

- ・国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワークver 1.0」
- ・環境省「環境報告ガイドライン2018年版」
- ・GRIスタンダード
- ・ISO26000
- ・持続可能な開発目標(SDGs)

### 【見直しに関する注意事項】

本レポートには、リスク・不確実性を含んだ将来見直しによる情報が掲載されており、実際の結果とは異なる可能性があります。サンメッセでは将来に関する見直しの記載について、現時点以降の出来事や環境、予期せぬ事象の発生を反映し、更新して公表する義務を負うものではありません。

## 社 是

顧客の満足  
社員の幸福  
業績の向上

## 経 営 理 念

サンメッセは、  
革新・法令順守・環境の  
3つを経営の柱とし、  
常にお客様を第一に考え、  
人・物・情報を集積・発信し、  
印刷を核に、持続的に発展し、  
社会に貢献します。

## 経 営 基 本 方 針

積極経営  
イノベーション経営  
コンプライアンス経営  
環境経営  
人間尊重企業

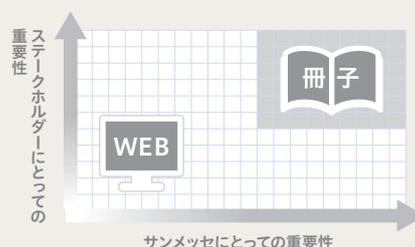
## C S R 方 針

お客様や地域から愛され、  
信頼される  
製品づくりを通して、  
持続可能な社会の実現に  
貢献します。

## 報告メディアについて

冊子とWEBそれぞれのメディアの特性を活かしたレポートングを行っています。冊子版では重要性の高い、または社会からの関心の高い項目に絞って、読みやすく、かつわかりやすく紹介しています。またWEB版ではCSR等の取り組み全体を網羅的に掲載しています。

<https://www.sunmesse.co.jp/report>



# CONTENTS

- 01 INTRODUCTION **不易流行**
- 03 編集方針
- 05 TOP MESSAGE  
「不易流行」を経営思想に、  
サンメッセの新たな時代の  
創造に挑戦いたします。
- 13 価値創造のあゆみ
- 15 価値創造モデル
- 17 特集1  
**不易流行のビジネスモデル**
- 23 新たなる成長戦略4事業
- 27 特集2  
「ハリヨが泳ぎ、ホタルが舞う水都」を  
次世代に受け継ぐために。
- 31 ESGトピックス
- 33 ESGマテリアリティ
- 35 ESGトピックス 1 人財育成・ダイバーシティの推進
- 37 ESGトピックス 2 ハリヨの棲める環境への持続的取り組み
- 39 ESGトピックス 3 地域社会との共生
- 41 ESGトピックス 4 ガバナンス体制の確立・リスクマネジメント
- 43 役員一覧
- 47 DATAで見るSun Messe
- 49 ESGパフォーマンスデータ
- 55 財務情報
- 65 外部専門家意見
- 66 会社概要



「不易流行」を経営思想に、  
サンメッセの新たな時代の  
創造に挑戦いたします。



代表取締役社長

田中尚一郎

## 社長就任にあたって全社員に伝えた思い

本年4月1日付けにて、代表取締役社長に就任いたしました田中 尚一郎です。お客さまをはじめとする、あらゆるステークホルダーの皆さまには、日頃より当社をご支援いただきますこと、心より御礼申し上げます。

このたび、社長内示をいただいた後、あらためてこれまでの当社の歴史を振り返りました。その上で、創業の思いを胸に、日々の業務における「忍耐」「誠実」「努力」、新事業への「創造」「勇気」そして、「挑戦」「行動」さらには社員を家族同様に思うほどの「社員愛」など、『サンメッセDNA』をしっかりと継承していかなければならないと決意した次第です。第6代目社長を仰せつかる者として、創業者をはじめ諸先輩方に負けぬ溢れんばかりの「サンメッセ愛」をもって全身全霊を賭していきたいと考えています。

さて、社長就任早々、まずは4月に管理職以上の前で、続いて5月には全社員の前で、所信表明させていただきました。

そこでシンプルに一言伝えたのが「チャレンジ」です。これをなくしてさまざまな道は拓けぬということを伝えました。私自身、代表者からさまざまな機会を与えていただき、かつての赤坂支店（現在は、東京営業部に統合）立ち上げ、複数新設部門の立ち上げ、そして直近においては当社初の海外進出となった2012年のサンメッセタイランドの合併会社の設立など、成功ばかりでなく多くの失敗を経験しつつも、そのすべてが「チャレンジ」の繰り返しだったと考えています。思い起せば数多くのことを学ばせていただき、よい経験となりました。当時の代表者にも、そしてその時々、サポートしてくれた社員の皆さんにも心から感謝しています。だからこそ私は、この先、社員に多くの「チャレンジ」の機会を作らせていただきますので、失敗を恐れず果敢に挑んで欲しいと思います。

## 「不易流行」と「サンメッセDNA」

今一度、私自身の会社経営に対する考えをお伝えいたします。

社長拝命にあたり、私の座右の銘のひとつである『不易流行』を伝えていきます。変えてはいけないもの、変えなければいけないもの、その本質は何かを、常々考えることが大切であるということです。

その上で『サンメッセDNA』を踏襲した5つのキーワードを掲げました。社員の中には、何を今更？と思っている人も少なくないのかも知れません。ただ、シンプルな言葉に立ち返り、その上

で、誰もが共感できるような言葉で、確実に思いを伝えたいと考えました。当然、当社を取り巻くあらゆるステークホルダーの皆さまが、重要であり優劣をつけられるものでないことを前提に、今の当社に極めて重要な存在は「社員」との結束力であると考えました。印刷業界の変化のスピードは非常に早く、今やペーパーレス化の台頭をはじめ非常に厳しい時代を迎えています。これまで当社が得意としてきた商業印刷事業の中でも、特に折り込みチラシは、その存在価値すらも問われているといっても過言でなく、当社においての需要も激減しています。

# 「不易流行」

「不易」

…時代の新古を超越して不変なるもの

「流行」

…そのときどきにに応じて変化してゆくもの

## 社員の物心両面での幸せを約束する

そんな状況下においては、やはり「人」＝「社員」をいかに大切にせねばならないかという考えに至りました。特に製造現場で働いてくれている社員は、印刷需要の激減は死活問題のように映っていることでしょう。中には、この業界の将来に夢や希望を描けない社員も少なくないと感じます。しかし私には、社員の皆さんの物心両面の幸せに対しての責任があると強く感じています。それは単に給与や評価体系だけでなく、それぞれの仕事を通じてお客さま、上司、部下、同期、同僚の皆さんと一緒に成長することによって、自分自身の成長を実感できるような職場環境や、仕事に強いやりがいを感じてもらうことが、必ずや出来ると確信しています。

私は会社を経営するにあたり、当社の歴代社長をはじめ、数多くの経営者の考え方や言葉を参考にさせていただいておりますが、中でも日本航空を再生させた稲盛和夫氏が主宰する「盛和塾」で学び得ました「人生仕事の結果＝考え方×熱意×能力」との考えに強く共感し、私のような凡人でも前向きな考え方、熱意があれば、必ず事を成し遂げられると考えています。私もこの言葉を実践するとともに、社員の皆さんの前向きな「考え方」、「熱意」を大切にしたいと思います。

## 「社是」の追求こそが持続的成長の源泉

次の重要なポイントは、当社の「社是」、「経営理念」、「行動指針十訓」にフォーカスいたしました。当たり前ですが、会社経営の根底にあるこれらの上位概念をしっかり順守することで、当社はさらにより良い会社に成長できると信じています。当社の存在意義を今一度よく考えることで、なぜこの地（岐阜県大垣市）に本社を構えているのか、何のための社是や経営理念なのかをじっくりと考えました。故田中康義前会長が「社是」を制定する際に発信されたメッセージを下記に紹介します。

「現在の田中印刷は、創業者である当時会長の田中義夫、副会長の田中せきをはじめ、多くの方々の血と汗と頭脳で築き上げてきた尊い歴史と伝統の産物です。我々は今日までの田中印刷の伝統と歴史を継承するだけでなく、第二の創業期に会社を預かる者としての責任を十分自覚し、大いなる自負心をもって、この会社を育てなければなりません。我々はもちろん“印刷”を中心にこの会社を運営するのですが、時代の要求に応え、従来の技術に新しい技術を加味し、新たな業務も積極的に展開するチャレンジ精神を持たねばなりません。サンメッセの前途は、正に洋々たるものです。しかし、皆さんここで最も大切なことは皆さんの意志です。他力本願では会社は絶対伸びません。自分自身による自分自身のための自分自身の生活向上の場であるサンメッセを全員の力を結集して、立派に大きく育てようではありませんか。」と伝え、同時に「企業活動はお客さまの満足を得

られなければ存続していけないし、社員が幸福でなければエネルギーも蓄積されない。これらを支えるのが業績の向上で、この3つのどれかが欠けても当社の進展はあり得ない」と極めて強い情熱を持って、当社の「社是」が制定されたのです。

今から約30年前に制定されたこの社是は、現代においても十分に通用するものです。会社は永続的に成長させねばなりません。何が起ころうとおかしくないこの時流の中で、もしかしたらこの先に「社是」の見直しをする時が来るかも知れませんが、今はこの考えをしっかりと受け継ぎ、社員の先頭に立って行動していくことを誓います。

社是

顧客の満足

社員の幸福

業績の向上

## 時代の変化は可能性に富んだ成長の機会

我々を取り巻く業界の変化と今後の経営戦略について、私の考えをお伝えいたします。

「当社は将来、印刷会社として存在していくのだろうか?10年後、20年後はそうであっても、100周年の時の姿は分からない」これは、田中良幸現会長が今から約15年前に社史に残されたメッセージです。今から約17年後の2035年に、当社は創業100周年を迎えます。このメッセージは、まさにこの激動の時代を生き、次代のサンメッセを創っていく我々が真剣に考えるべき課題です。

スマート社会の到来で、あらゆる分野でパラダイムシフトが起きており、我々の業界もまさにその渦中にあります。正直な話、コアビジネスである商業印刷事業はこの先どうなるのか見通しが難しいと考えます。しかし、これからはお客さまと共に仕事を創り出す時代であると確信しています。

カタログやチラシなどの紙媒体は、ペーパーレス化の流れによって、デジタルメディアへの転換が急速に進んでいます。その点では厳しい経営環境には違いありませんが、お客さまの需要が多様化している中において、印刷の枠にとられない「情報加工産業」として考えれば、製品の持つ価値や必要性を強化することで十分に戦っていけるマーケットが存在します。

いかに時代が変わろうともお客さまから求められる根本的なニーズに変わりはありません。むしろ、その情報発信の手法や内容がより高度化する中で、厳密に管理されたワークフローと効果的に情報発信するためのノウハウなどは、今まで以上に価値が高まっていると実感しています。コアビジネスである商業印刷を堅持しつつも、マルチメディアを含めた多彩な製品をさまざまな業界にご提供させていただける今の社会環境は、当社にとって大きな成長の機会であると考えます。

## 1. 社会環境の変化



ペーパーレス化の加速



お客さま需要の変化



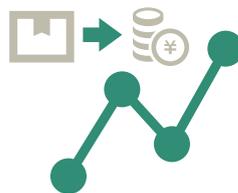
スマート社会の到来

…など

## 2. 事業環境の変化



既存コアビジネスの減退



調達価格の変動

…など

## 4つのアクションプランで新たな価値創造に挑む

今や、各企業のトップは企業の持続的発展のための新事業や成長戦略に真剣に取り組んでいます。あの強靱な経営体制を推進するトヨタ自動車さまでさえ「血みどろの努力」という言葉を使い、「変革を起さねばならない」と豊田社長自ら陣頭指揮を執られています。まさにビジネス構造が大きく変貌していることは明らかであり、当社も例外ではなく、必死になって生き残りを賭けた事業戦略の立案に取り組まねばなりません。

印刷業界を取り巻く社会環境も急速なスピードで変化しています。これまでのビジネス構造が大きく変化し、当社のコアビジネス事業である商業印刷の衰退、また調達材料の価格変動も先行きが不透明です。

しかし、当社における価値創造のための資本リソースには、全国に広がる営業拠点網や豊富な製造設備、そして何よりも多彩な人財と、そこには大きなポテンシャルと成長性があると考えています。当社には、長年培ってきたノウハウと長い歴史に育まれたお客さまからの信頼があり、積極的な設備投資による内製化の充実で『社内一貫生産による一社責任体制』という方針も確立されています。これまでの商業印刷、ビジネスフォーム印刷、パッケージ印刷に加え、これからはコアビジネス事業をベースに新事業にも積極的に取り組んで参ります。

その上で、新中期経営計画のイメージ構想として、“100年企業をめざして、成長分野にシフトし、収益構造を変える”というスローガンを設定、さらにはこのスローガンを達成するための直近における基本戦略を下記の通り掲げました。

新・中期経営計画イメージ図

### 新・中期経営スローガン

# 100年企業を目指して、成長分野にシフトし、 収益構造を変える

コア事業の基盤強化



新たな成長事業からの  
収益創出

新たな価値創造に  
挑戦するための

### 4つのアクション

1

営業エリアの  
拡大

2

事業領域の  
拡大

3

商業印刷事業の  
価値創造

4

人財を大切に  
する経営

当面、特に平成30年度は、新中期経営のスローガンを達成するため、新たな価値創造に挑戦するための4つのアクションを掲げており、これを愚直に推進していく所存です。

**1) 営業エリアの拡大**では、既に今年の4月には静岡営業所を、そして5月には新宿支店を新設し、新たなエリアにて拡販体制を整えています。お客さまの需要の高いエリアに経営資源を集中させ、人員配置も最適化し、今後は成長新事業とのシナジー効果を高めていくつもりです。

**2) 事業領域の拡大**では、新成長戦略として専門性の高い組織力の強化・徹底をします。新たなる成長戦略である4つの新事業(IPS/PK/CC/ICT)の推進を中心に、これら専門性の高い事業におけるプロ集団を創り上げていきます。中でも、IPSとパッケージ事業部門の製造体制を整備し、当社の第五工場を増設し大型の設備投資を行いました。本事業の専任担当の組織を今後、製販一体となった体制にて強化することで、収益をコミットする組織にしていきたく考えています。また、コーポレートコ

ミュニケーション事業部門では、先んじて本格的な組織化を行い、既に印刷会社としての枠を超えた総合コンサルティング業務の受託を担う組織にまで成長し、多くの著名企業のお客さまからの高いご評価を得ています。

**3) 商業印刷事業の価値創造**においては、ペーパーレス化は加速化の傾向にあるものの、お客さまの情報発信を支える業務にはより多様なニーズがございます。当社はこれらをデジタルメディアとの融合による展開力を提案し、さらなる付加価値を向上させていくことで、コア事業である商業印刷分野の堅持を確実に行ってまいります。

**4) 人財を大切に経営**は、文字通り、大切なのは人であること。多様性のある考え方を奨励し、魅力ある働きやすい職場環境を構築していくこと、仕事を通じて自身、仲間が成長できる組織を整備する、そして何よりも、失敗を恐れず新しいことにチャレンジできる環境を整備していくことにも注力して参りたく考えています。

## 「事業領域の拡大」へのアクション

IPS\*事業、パッケージ事業の強化に向けて

### 本社第五工場を増設

\* Information Processing Service

当社の成長戦略事業であるIPS事業、パッケージ事業の生産拠点である本社第五工場を増設いたしました。これによりお客さまのニーズにフレキシブルに対応できる生産能力、また高い品質を求められる製品にも対応できるようになりました。



### 最新設備の導入による生産能力の向上

個人情報記載された複数の封入物の自動照合が可能な2ch封入機や、連続帳票を巻紙から印刷できるプリンタなどを導入いたしました。



### 食品や化粧品のパッケージへの対応が可能に

食品や医薬部外品、化粧品のパッケージングが可能なISO準拠14644-1、JIS準拠クラス6~7のクリーンルームを新設いたしました。



荷物用、人用それぞれのエアシャワーを設置



外部より気圧を高める隔圧装置、埃が留まらない帯電防止床を採用

### さらに高度なセキュリティレベルを実現

静脈認証と暗証番号による入室管理を徹底。人も物も入室を制限することで高いセキュリティを確保いたしました。

## 「営業エリアの拡大」へのアクション

新たな機会創出に向けて営業拠点を新設

### 新宿支店、静岡営業所をオープン

2018年4月開設 **静岡営業所**

静岡エリアでの新規・深耕営業による業務拡大のため、静岡市に新たな営業拠点を開設いたしました。まずは自治体への営業をメインに、特にIPS事業分野の拡販を展開してまいります。



静岡営業所  
静岡県静岡市葵区佐馬町24-2  
相川伝馬町ビル4階

2018年5月開設 **新宿支店**

東京都内、副都心エリアを中心に既存顧客への深耕営業をはじめ、上場企業をはじめとする新規顧客開拓を目的に開設いたしました。特に本社第五工場増設に伴う設備拡充を武器に、化粧品、医薬部外品を取り扱うお客さまへの拡販に注力いたします。



新宿支店  
東京都新宿区西新宿一丁目23-1  
TK新都心ビル2階

## 中期経営計画の開示に対する考え

私が経営トップとして何よりもお詫びすべきは、前年度(平成29年度)の期中に下方修正を行いながらも最終的にその下方修正すら達成することができなかったことです。さらに言いますと「VISION2016」という平成26～28年度の中期経営計画を当社としては初めて対外発表をしたものの、これも未達に終わった次第です。当時、私は営業本部長を拝命しており、営業の最前線で陣頭指揮を執らせていただいていた者としても、実に情けなく悔しい思いです。当然ながら、今後はこのようなことを繰り返す訳にはいきません。上場会社として期初に立てた予算を達成することは当然の義務であり、これをマーケット環境のせいにはしてはいけません。社長就任の所信表明に込めた気持ちを忘れずに、経営目標の達成に邁進いたします。

当社はJASDAQ上場企業であり、東証1部企業でもないのに、5年も前から統合報告書を発行している意義をよく問われますが、この統合報告書の制作を通じて、当社の強みや取り組むべき課題が少しずつ鮮明になってきたと感じています。しかし一方ではコアビジネスである商業印刷事業の先々の見通しが実に不透明な状況下で、いわゆるロールオーバー方式での経営計画を進めていて本当によいのか?という疑問に直面しています。おかげさまで当社には約1万人を超える株主さまがいらっしゃることも事実です。社長を拝命した本年からトップギアを入れて

社業に邁進したい気持ちはやまやまですが、曖昧かつ見切り発車的な経営計画をマーケットに開示するよりも、今一度、すべての課題を並べ挙げ、整理し、本当に社会に必要とされる企業となるためには何を行うべきか?サンメッセはどうありたいのか?をしっかりと考え、その方針や施策を決めていかなければならないと思います。

当然、社内における中期目標は掲げておりますが、上記通り、目標とする経営指標の対外公表までは、今一度、十分な議論を重ねていく考えていますので、来期以降まで非公開とすることにご理解いただきたいと思います。なお、現時点での課題認識として、1)新中期経営計画(2017-2019)のスローガンの裏づけがまだ具体的でないことと、2)新中期経営計画の先に、当社のめざす姿のイメージが具体的に協議されていないことが挙げられます。

本来であれば、これらをしっかりと見出し、当社の、そして社員の向かうべき方向性を定め、それをあらゆるステークホルダーの皆さまに対して自信をもって発信していくべきと認識していますが、今後これらの具体的な議論を着実に進めることで課題認識と解決策を挙げ、そこにリアリティがあるものを早い段階でご提示させていただくことをお約束します。



▲方針発表会



▲ランチョンミーティングとして実施している「社長と語る会」



## 社会になくってはならない100年企業をめざして

さて、日本国内企業において、国連サミットで採択されたSDGs (Sustainable Development Goals) に大きな関心が高まり、これはまさに当社も含めて真剣に取り組むことこそが、今後のビジネスチャンスにもつながるものと考えています。

今年、創業83周年を迎える当社は、あと17年で100周年を迎えます。人材を大切にするという中期の経営方針の通り、100周年の時に当社を動かす人を中心に、どのような会社になりたいか。そして今、何をすべきかを考える「100周年事業プロジェクト“サンメッセ・アワード”」の立ち上げや、私自身、ほとんどが営業組織での会社人生でしたので、製造部門はじめ、当社のあらゆる部門で働いてくれている社員の皆さんと語り合う機会として「社長と語る会」をランチョンミーティングとして実施し、次世代に向けた多くの意見に耳を傾け、そして語りあい、意志を一つにしていきたいと考えています。

当社は、次の90周年、そしてその先の100年企業をめざし、そしてさらに次世代に向け、社会に愛される企業であり続けるため、持続的発展を推進しなければなりません。まだまだ具体的ではない当社の7年後の90周年、17年後の100周年にどんな会社でありたいか？ 真剣に具体的に考えて、描いていきたいと思っています。

創業より培ってきた「サンメッセDNA」、そしてコアビジネスである印刷事業。当社はこれらを基盤に、いつの時代も新しいチャレンジを続けてきました。当社の経営思想は、まさに「不易流行」であると言っても過言ではありません。変化の激しい時代において持続的な成長を続けるためにも、これからも経営の軸にしていきたいと考えています。当社の未来は明るく、期待できるものと確信しています。その実現に向けて、現場の先頭に立って経営に邁進いたします。ステークホルダーの皆さまには引き続き、ご支援を賜りますよう、宜しくお願い申し上げます。

# 価値創造のあゆみ

## 印刷というフィールドを超え、さらに広く、深く。

社内一貫制作  
体制の礎

大量印刷  
への対応

紙以外の  
メディアへの展開

印刷に関する  
環境負荷の低減

1961 >>>>>>

クリエイティブセクション  
の設立



デザイン・フォトの専門部署として「中央デザインセンター」を設立し、ソフト部門の充実をはかる。当初からフォトスタジオも設置されていた。

1971 >>>>>>

東海地方初の両面  
8色オフセット輪転機の導入



当時日本一といわれた超高速オフセット輪転機を、日本で3番目に導入。大企業からの大量受注にも対応できる体制を確立。

1995 >>>>>>

マルチメディア課の新設



ハイビジョン静止画像の制作に始まり、映像制作やデジタルアーカイブの制作、Webにおけるホームページ制作など紙媒体以外のメディアにも進出。

2007 >>>>>>>>

FSC/CoC認証の取得

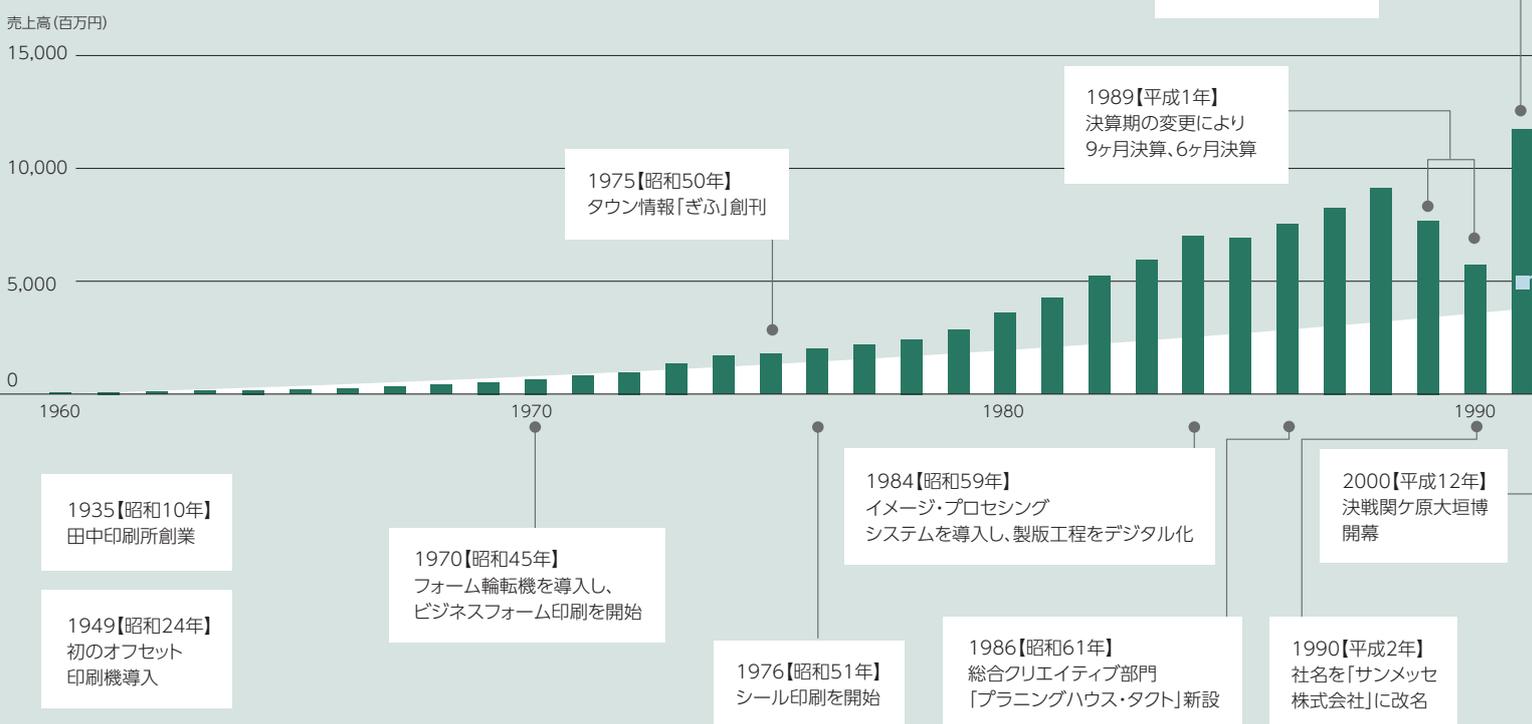


オリンピックの調達基準としても推奨されている「FSC森林認証紙」の取扱サプライヤーであることを証明するCoC認証を取得。

サンメッセの価値創造

### 売上高の推移

■ 売上高 ■ 経常利益



たった1台の活版印刷機から始まったサンメッセの歴史。その歩みは挑戦と革新の連続でした。常にお客さまのベネフィットを考え、地域・地球との共生を大切に続けてきました。これからも、より良いコミュニケーションのカタチを提案し、社会の発展に貢献してまいります。

機密情報を含む  
高付加価値印刷

パッケージ印刷  
への本格参入

ソリューション型  
サービスの提供

工場の生産能力の  
増強

>> 2008 >>>>>>> 2009 >>>>>>> 2014 >>>>>>> 2018

IPS※事業の開始(2008年)

パッケージ製作フローの確立

4つの新事業の立ち上げ

本社第五工場を増床



納税通知書、国政選挙の投票所入場券など、重要な個人情報を含む印刷物のデータ加工から印刷、封入封緘までの一貫生産を実現する専用ラインを構築。

※IPS:Information Processing Service



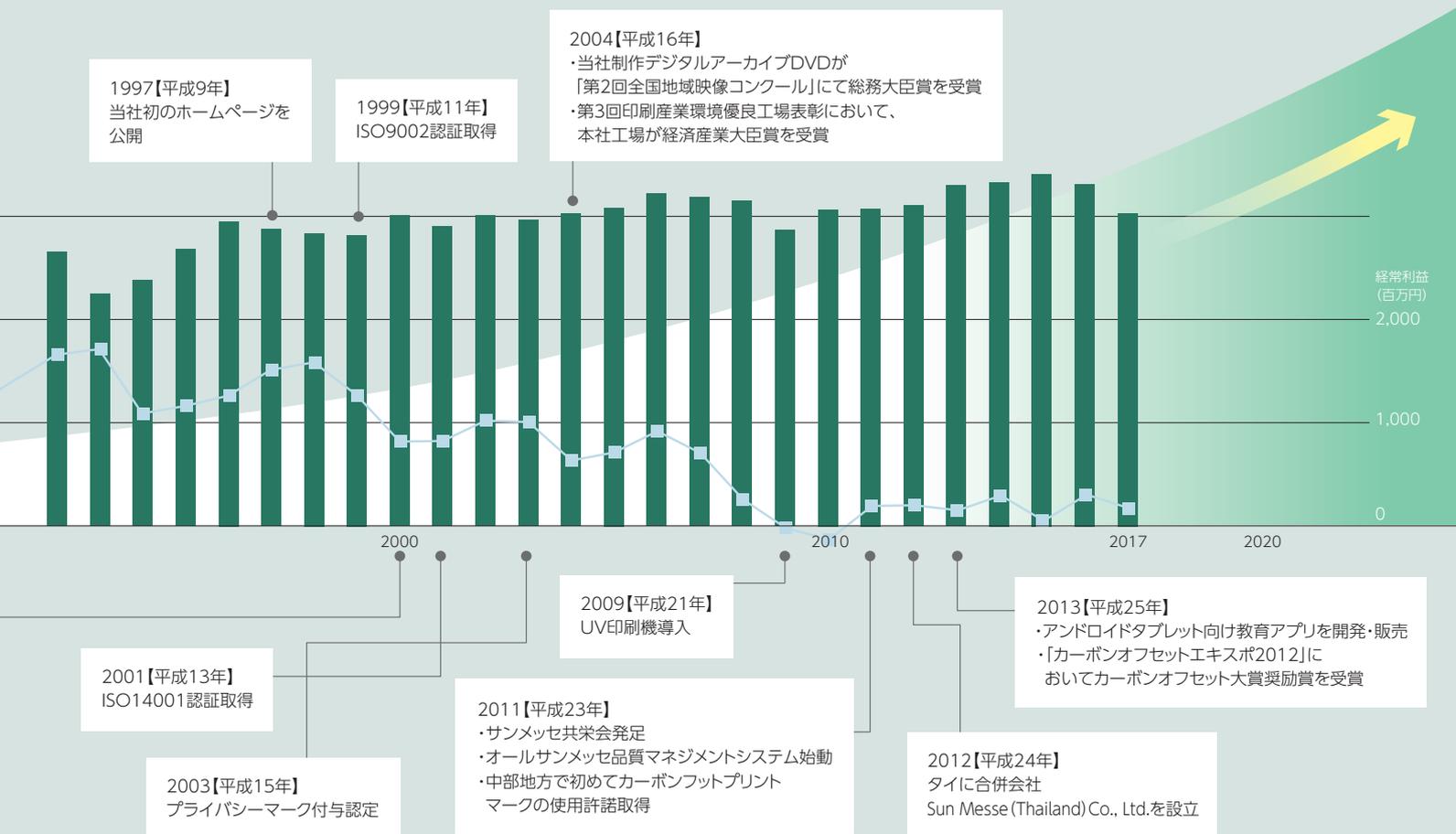
新しくニスコーター付きUV印刷機のほか、型抜き、貼り加工を行う設備などを拡充しパッケージ印刷に関する製作フローを確立。



新たな成長戦略として、IPS、パッケージ、ICT※、コーポレートコミュニケーションを推進すべく、各プロジェクトチームを発足。  
※ICT:Information and Communication Technology



成長戦略事業であるIPS事業、パッケージ事業の生産拠点である本社第5工場を増設。お客さまのニーズにフレキシブルに対応する生産能力、高い品質を要求される製品にも対応可能。



# 価値創造モデル

# 価値創造のための資本リソース

人的資本  
従業員 **713人**  
うち  
女性社員 **24.8%**

知的資本  
ソフト部門  
従事者 **132名**

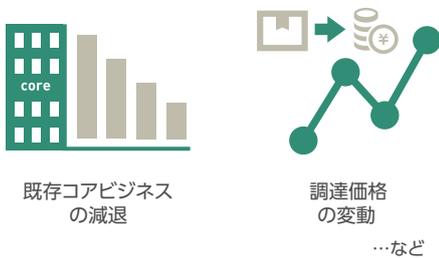
財務資本(連結)  
売上 **151億**  
売上  
総利益率 **20.4%**

## 機会およびリスク

### 1. 社会環境の変化



### 2. 事業環境の変化



新たな価値創造に挑戦するための

## 4つのアクション

**1**  
営業  
エリアの  
拡大

**2**  
事業  
領域の  
拡大

社内一貫・  
一社責任体制

**4**  
人財を  
大切にする  
経営

現在のポートフォリオ



#### 営業エリアの拡大

- 新宿支店・静岡営業所の新設
- エリア広域営業戦略を展開



#### 事業領域の拡大

- 専門性の高い組織力の強化
- IPS・パッケージ事業部門の製造・営業体制を強化
- CC事業部門の本格的な組織化を図り、取り組みを強化



社会・関係資本  
**17**の営業・製造拠点  
 全国の印刷会社  
**14**社との協働体制



製造資本  
 多種多様な  
 製造設備 **167**台

## SDGsへの貢献



ありたい姿

お客さまに愛され、  
 社会に貢献する  
**100**年企業へ

めざすポートフォリオ

創出する価値

**3**  
 商業印刷  
 事業の  
 価値創造



コミュニケーション  
 創出による  
 豊かな生活への貢献

お客さまの価値向上

ハリヨの棲める  
 美しい自然への貢献

地域を活性化させる  
 牽引者としての役割



### 商業印刷事業の価値創造

- お客さまの情報発信を支える商業印刷を堅持
- デジタルメディアとの融合による付加価値の向上



### 人財を大切にする経営

- 多様性を奨励し、魅力ある働きやすい職場環境を構築
- 仕事を通じて自身、仲間が成長できる組織を整備
- 失敗を恐れず新しいことにチャレンジできる環境を整備





# 不易流行の ビジネスモデル

“変わらぬ価値”と“変えていく勇気”が、  
今の当社に最も重要な視点です。

当社は、平成26-28年度において中期経営計画「VISION 2016」を初めて対外的に発表しました。最終年度の経営指標の目標は決してチャレンジングな内容でなかったものの、コアビジネスである商業印刷事業の低迷が顕著となり、この経営計画を未達で終えています。

本来であれば、計画未達に終わったことを真摯に受け止めた上で、上場企業としてマーケットに対して次年度以降の新経営計画を発表すべきと考えましたが、経営層と多くの議論を繰り返し、まずは上層部全員で真剣かつ必死にこれからの“あるべき姿”を今一度、見つめ直すことが大切であると考えました。

前計画未達の主因は、1) 想定以上のマーケットシュリンク(ペーパーレス化)、2) 価格競争激化 が挙げられますものの、実のところ一番の理由は、マーケット環境を楽観視していたことと、売上ならびに利益成長率の目標を短期的思考からなるロールオーバーで掲げていたことに他なりません。

議論を重ねた結果、当社の強みをさまざまな観点から改めて列挙していくと、新たな成長戦略である4つの事業へと、徐々にその軸足をシフトしていく方向性に間違いはないという結論に到達しました。

そして、この4つの新事業に共通している概念は、モノの考え方もお客さまに対するアプローチ策も既存事業とは大きく異なり、これからの成長(市場の拡大)が大いに期待できること、そして何よりも「当社の強み」を活かした価値創造によってお客さまからの高いご評価につながっていることなどが挙げられます。

ただし、こうした事業モデルへの発想の転換は、今に始まったことではありません。

例えば、かつての「朱竹画」\*の一大ブームを強力な生産体制で支えたり、全国的メジャー商品となった新しいタイプのお灸をメーカーさまと共同開発したり、当社の生産力、技術力、開発力がお客さまのビジネスの成功に大きく貢献してきた歴史があります。

また、「タウン情報誌」や「家づくりの本」などの出版事業を通じて、地域の活性化に貢献するイベント事業などにも積極的に取り組み、地域に密着した企業としてもその事業領域を拡げてきました。

まさに時代の転換期における環境変化や市場ニーズへのバイタリティ溢れる対応力にこそ、脈々と流れる当社のDNAを感じ取ることができます。

さらには、当社は設備投資に対しても真摯に取り組むことで、内製化を推進してきました。印刷の業務は一般的に分業が多く、それが納期面やコストパフォーマンスにも大きく影響することにより、当社はそれを「社内一貫による一社責任体制」で担えることを大きな強みとして参りました。これにより、多くのお客さまからの高いご評価をいただけるようになり、同業他社との競争優位性を誇るストロングポイントとなったことは明白です。反面、そのポテンシャルをまだまだ満足いく形で最大限活かしてきていないのが現状の課題といえましょう。

▶ 1960年から「幸運を招く朱竹画」として一大ブームとなった絵画。当時、当社が朱竹画の印刷を一手に担っており、東海地区で初めてオフ輪を導入するきっかけともなった



サンメッセは、創業当時から印刷業を営む傍ら、副業として映画館や劇場の興行を経営するなど、時代の変化に柔軟に対応し、成長し続けてきました。急速な技術革新により、あらゆる分野・業種において、これまでのセオリーが通じなくなっている昨今、あらためて「不易流行」の思考が重要であると考えます。創業以来、80有余年にわたって当社が築き上げてきた価値、そして常に成長を続けていくための数多の挑戦。そんなサンメッセにとっての「不易流行」を今回の特集としてご紹介いたします。

## フレキシビリティを持ったイノベーターでありたい。

今期、社長交代がなされ、前社長の思いを引き継いだ新社長がその就任メッセージとして発した言葉が『不易流行』です。この言葉が今の当社にいかに関わる重要なキーワードであるかを十分に認識した上で、社員が一丸となり、実践に移さねばなりません。

SDGs (Sustainable Development Goals) が世界共通言語となり、新しいビジネスチャンスやビジネスパートナーとして多くのアクターを巻き込み、協働していくことで、当社は単なる印刷業界という枠にとらわれぬ、マーケットの多様なニーズにフレキシブルに 대응していくイノベーターであるべきと考えます。

社会全般におけるペーパーレス化の傾向は続くものの、「不易流行」の言葉にある通り、変わらぬ強さを活かし堅持しつつも、パラダイムシフトともいえる現代の大きな環境変化に対して、柔軟な発想に富んだ思考と、強いパッションを放っていくところが、真の意味で当社の強みを最大限に発揮することに繋がると確信しています。

印刷業を取り巻く経営環境はますます厳しくなる一方ですが、当社は、社長交代を経て次年度以降、そして7年後には創業90周年、さらには、その先の100周年の光明が薄らと見えはじめています。これまで真剣に議論を重ねてきたことを、中長期の視点でしっかりとした時間軸をもってして有言実行に移していくことが、あらゆるステークホルダーの皆さまに対する責務と考えています。当社の経営理念にもある「人・物・情報」を駆使し、いかにお客さまの課題を解決するビジネスのご提案が行っていただけるかに全てがかかっており、今後当社が“なくてはならない企業”であるためにも、持続的成長に向けた取り組みをさらに推進していく所存です。

執行役員 営業副本部長  
ソリューション統括部長  
兼ソリューション戦略推進部長

田中 信康



▲ 当社の出版事業部が出版した情報誌。タウン情報誌「Tじぶ」は、当時の岐阜の若者の間で人気となり、発行部数は32,000部にも及んだ(現在は休刊中)



営業開発第二部長  
静岡営業所長  
宮川 薫

## お客さまの抱える真の 「足を運び対面で会話す

入社当時、あらゆる業種のお客さまとお付き合いのある印刷業界には不況は無いと教えられてきましたが、今や紙媒体そのものの減少という、かつては考えられなかった大きな環境変化に直面しています。

お客さまの元へ訪問すれば仕事を頂けた時代もありましたが、やがて価格競争や付加価値が求められるようになり、今ではお客さまのビジネスを拡大させるためには何をすべきか?という視点が必要です。

それでも当社の営業スタイルとして「お客さまの懐に入り込み、何を求めているかを感じとる」ことを大切にしているのは変わりありません。これを実行するには、地道な努力と嗅覚を磨く

## “変わらぬ

## サンメッセ品質をつくりあげるものは、 一人ひとつの工程を丁寧にやりぬく、というこだ

サンメッセでは、チラシから美術品のカタログまで、まさに多種多様な印刷物を取り扱っていますが、お客さまにとっては、どれも大切な印刷物です。その期待に最大限お応えし、お客さまに喜んでいただけるものをお届けすることを常に大切にしています。では、お客さまに喜んでいただけるにはどうすればよいか。色や画像が美しく再現されるなど、印刷物としての品質を追求することはもちろんですが、私は徹底的に「見栄え・出来栄え」にこだわることを大切にしてきました。

見栄え・出来栄えをよくするには「枠を真っ直ぐで均等にする」と。これは、私が若い頃によく上司から指導をいただいた言

葉です。これは単に自工程を正確にということではありません。断裁精度を高めるには、最終仕上げ工程を理解していなくてはいけません。真物の印刷物であれば「表紙と中身、中身と中身の繋がりはどうか、見通しはきれいであるか。」という創造力が必要です。折工程も同様、折ズレや歪みはないか、折丁と折丁の関係は問題ないか。枠を真っ直ぐで均等にしようとすると、自然と他の部分も気になってきます。ノンブルやインデックスの位置、ズラシ折のズラシ幅など、工程で品質を確保していけば「枠は真っ直ぐ」になっていくのです。製品そのものだけではありません。例えば包装についても同様です。お客さまが製品を手にした時、

# 問題を解決するために、 「事を惜しみません。」

ことが唯一の道であり、我々が多くの先輩から受け継いできたものです。例えば、印刷物としては軽易なものであっても、お客さまにとっては非常に大切に、ミスの許されないツールかもしれない。このようにスペックには現れない、その印刷物にける「熟」というものを感じとるには、やはり直接お会いしてお話を聞き取るしかありません。ここに我々の存在価値があると信じています。

市場では出力媒体の変化やネット印刷との棲み分けも進み、紙にインクをのせるという従来の印刷だけでは、もはや我々の存在意義は無いと言っても過言ではありません。



▲当社の強みである「一社責任体制」。総合力を活かしたワンストップ営業で、お客さまのビジネス負荷を軽減します

予てより当社では、強みである「一社責任体制」を活かしたお客さまの課題解決に取り組んできましたが、最近では、パッケージ類のアセンブリを含んだアウトソーシングや、経営に関わるコンサルティングなど、今まで以上にお客さまと密接な関係を構築しないと成し得ないビジネスへと拡充しています。ここにも当社の強みが活かしているのは間違いありません。

どんな厳しい市場環境となっても、我々はサンメッセの営業の基本である「足を運び、対面で会話をする」事で、お客さまの抱える真の問題を解決するパートナーであり続けたいと思います。

## 価値”

▶多彩な印刷設備を駆使し、  
お客さまの多様かつ複雑  
なニーズにも対応します



## わりです。

包装やラベルの貼り方が整然としていれば、見た目も美しく、お客さまの期待は高まるでしょう。そして包みを開け、最初に目に入る製品の出来栄が良ければ、さらに高いご満足をしていただけるはずで。

このように、サンメッセ品質をつくりあげているのは、すべて製造工程における、一つひとつの小さなこだわりの積み重ねだといえます。これは全工程を自社で一貫生産できる当社ならではの強みです。加工開始の資材から最終の製本まで、知識、技術はもちろん、何より自分の目(モノの見方)を養う事で、これからもお客さまに感動をお届けしていきたいです。



生産管理部長

石井 幹也

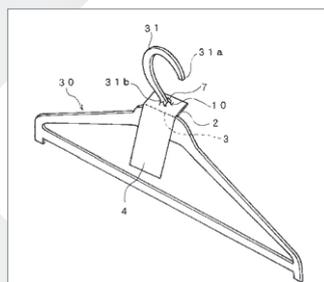
# “変えていく勇気”

ソリューションの幅を広げ、  
より多様なニーズに対応することで  
新たな価値を創造し、100年企業をめざします。

印刷業界を取り巻く環境は急激に変化しています。家庭用プリンターの普及による印刷物の減少から始まり、デジタル化の進化により、いわゆる「紙離れ」のトレンドが顕著となりました。さらには通販型印刷業の登場により競争が益々激化しています。このような厳しい背景から、当社のみならず印刷業界全体が大きな分岐点に立たされている状況です。コモディティ化が進むなかで、当社が作り出す製品にメリットを感じてもらえない限り、当社へのニーズは無いということであり、迅速かつ中長期的に取り組むべき、大きな課題と捉えています。

一方で日本経済全体に目を向けても、東京オリンピックへ向けた再開の竣工ラッシュなど大型投資案件がピークを迎えるなかで、景気の持続性には懐疑的な見方をせざるを得ません。印刷業界は、紙から電子への加速度的なシフトは一段落しているものの、ICT系企業とのM&Aの増加、物価高騰の兆し、AI・仮想通貨・スマートスピーカーの実用化など、技術の進化の影響や、地方創生／地域活性化に関するビジネスチャンスなど、プラスとマイナスの材料が交錯しています。このような状況をプレイスルーするには、当社の総合力を活かした新しい発想によるソリューションが必要だと考えます。

もう20年以上前の事例ですが、ハンガー輸送をするお客さまから、商品に取り付ける荷札の制作を定期的に発注いただいていた。その荷札には針金がついていたのですが、ある日「針金が無い荷札は作れないか?」というご相談を受けたのです。ちょうど全国的に「分別回収」が徹底され始めた時期の事で、荷札から針金を外す手間がかかるのでなんとかしたい、ということでした。早速、営業担当者をはじめ、企画や工務、製造部の担当者によるプロジェクトチームを作成し、試行錯誤の結果、「エコ荷札」の開発に成功しました。このエコ荷札は、鉤状の切り込みによって外れなくしたもので、その後、特許も取得しています。これは各部門が知恵を出し合い、トライ&エラーを繰り返した末の成果ではありますが、やはり当社の強みは総合力にある、ということです。



エコ荷札 ▶



## 印刷であって印刷でない。そんなサービスをめざします。

そのための具体的な取り組みとして、まず印刷のさらなるワンストップソリューションの構築をめざします。これまでの印刷業を柱にした印刷品目、技術、工程をベースに、その前後のサービス領域を拡充させるという試みです。

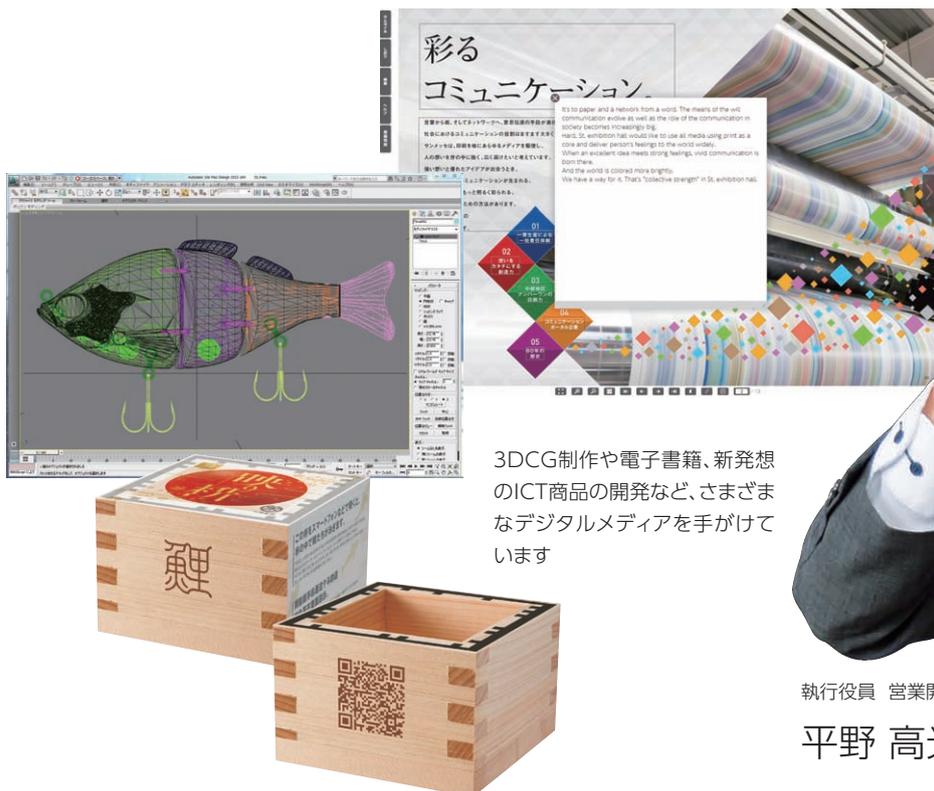
現在進めている新たな成長戦略の4事業についても、1つひとつ単独で事業化をするということではなく、あくまでコアとしての印刷があり、その枠を広げるための切り口であると考えています。それは、明確なロジックに基づいたデザインが施されたパッケージ、カラー印刷による視認性に優れたパーソナル情報印刷物、印刷データとの相互利用により高付加価値かつ安価に提供できる電子ブックなど、これまでにない発想で、当社にしかできないツールを創出していくのが、大きな課題であり、チャレンジです。

前工程では、情報処理機能を備えたマーケティングソリューションに取り組みます。理論に基づいた科学的な提案は、これまでの印刷会社のアプローチとは大きく異なるものであり、他社との大きな差別化に繋がります。また後工程では、出荷・アッセンブリーを備えたロジスティック業務の充実です。完成した製品をクライアントではなく、直接エンドユーザーへ出荷するという、いわば垂直型生産体制によりお客さまにフルフィルメントサービスをご提供できるものと考えています。

そしてこの先のメディアミックス事業は、デジタルコンテンツの制作対価を目的とするのではなく、そのコンテンツを当社の経営資産として活用するという、まさに印刷会社のビジネスモデルを根幹から変えるものをめざします。従来の印刷物のコンテンツを活用して、二次成果物として電子書籍などを作ることは変わりませんが、そのコンテンツを資産としたメディア展開を推進します。例えば書籍データにICタグを貼ることで、社内運用の利便化を加速させ、お客さまへの提案を充実させます。

さらには印刷業で培ったコミュニケーションのノウハウを、よりさまざまなシーンで活用していかなければならないと思っています。ICTソリューションをコンシューマー向けに展開することによって、これまでより幅広い認知を獲得し社会的信頼を得ることで、サンメッセブランドをより向上させていきたいと考えてます。

これからも、当社はお客さまの下支えをする、という事業ポリシーは継承しつつ、これまでになかった新しい価値を創出し、今後100年企業をめざすため、新社長のもと邁進してまいります。



執行役員 営業開発第一部長

平野 高光

# IPS

IPS事業

Information Processing Service

お客さまの幅広い  
品質とスピードの向上を求めて

2018年2月に、  
増床工事を完了し、

## 2018年2月、ISMSを認証取得

※ISMSの取得は、一部業務に限定しております。

### 事業概要

民間企業、官公庁・自治体等から個人情報や機密データをお預かりし、データ加工、印字・印刷、封入・封緘、また圧着加工等を一貫して担うことで付加価値を生む。

### サービスのポイント

静脈認証などを完備したセキュアな環境下で機密データを徹底管理。外部委託のない社内一貫一社責任体制によって、発送まで完結するトータルサービスを提供。

### 将来展望

マスからパーソナルに向けた効果的なアプローチ手段がより求められている中で、マーケティングを絡めた多彩なソリューションを提供することで民間需要を拡大。

### サービスの 流れの一例

台紙・封筒印刷

プログラム設計

データ印字

封入・封緘

圧着加工

バルク処理・出荷

### 主な製品アイテム

- ・契約書類
- ・社会保障関連通知書
- ・請求書
- ・自治体納税通知書類
- ・給与明細
- ・各種ダイレクトメール

### ミスのないワークフローは 人の教育と仕組みが重要

当社のIPS事業は、お客さまからのさまざまな要望に応える形で、数年前から積極的かつ大胆な設備投資を続けてきました。特に官公庁・自治体の案件はノウハウの水平展開が可能であり、一つひとつの実績がお客さまからの信頼につながっていきます。

堅実なワークフローの中でミスのない業務を遂行すべく、セキュアな環境整備はもちろん、業務に携わる人の教育も重要視し、事業の専門性を高めていきます。

名古屋営業部 次長 **渡辺 聡**

profile

1989年入社。5年におよぶ製造部での経験を活かし、さまざまな印刷物の仕様や設計、ワークフロー等に対する提案力でお客さまから高い満足と信頼を得る。

ニーズへの対応と、  
さらなる設備投資を実施

本社第五工場の  
生産規模拡大へ

# PK

パッケージ事業  
Package

## 2018年2月、新クリーンルーム稼働

### 事業概要

商品の魅力を引き出す企画や設計・デザインから、UV印刷、トムソン加工、製函まで、自動検査装置とクリーンルームで、不良品や異物を混入させない製造設備で高い品質要求に応える一貫生産体制を持つ事業。

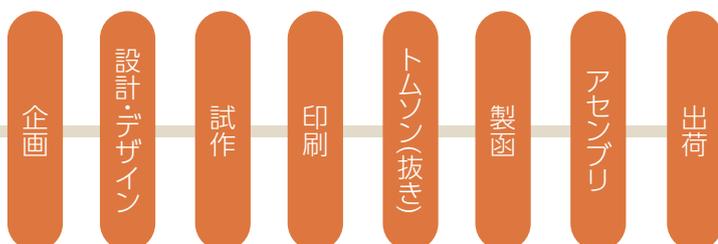
### サービスのポイント

多彩なクリエイティブとそれを形にする生産設備を一貫して揃える。またクリーンルームでは化粧品、医薬部外品、食品等のレベルの高い衛生管理体制を求められるパッケージの製造も可能。

### 将来展望

化粧品、医薬部外品、食品等のパッケージ生産ノウハウを蓄積しており、さらに高い品質レベルが要求されるパッケージを生産できるよう体制を整えていく。

### サービスの 流れの一例



### 主な製品アイテム

- ・各種パッケージ
- ・店頭什器
- ・販促POP
- ・ノベルティ

### 製造、品質保証、営業の三位一体による ワンストップサービスの提供

2018年2月の新クリーンルームでの生産開始によって当事業も第2ステージに入り、盤石な品質保証体制の下、より良い製品を安定的にお客さまに提供していくことが当社の責務です。

例えば、生産工程の数値管理・見える化で、科学的な手法での品質管理を実践したり、紙製パッケージの製造だけでなくセット・アセンブリを含めた新たな包装分野にも挑戦してまいります。

そして、これからも製造本部、品質保証室、営業本部の三位一体による改善・改良を積み重ねつつ、印刷という枠にとられないワンストップサービスをめざしてまいります。

C&R部C&R三課 課長 平野 賢司

#### profile

2001年入社。東京エリアで約8年、飲料・食品・消費財・化粧品メーカーさま等の店頭販促資材を担当。2015年よりサンメッセタイランドのSales Directorとして3年間の駐在を経て現在(本社勤務)に至る。





コーポレートコミュニケーション事業  
Corporate Communication

企業とステーク  
良質なコミュニケーション

2018年  
新ソリューション

## レポート制作にとどまらぬ コンサルティングビジネスまで展開

### 事業概要

企業価値の向上に資する豊富な知見と高い制作力によって企業のあらゆるコミュニケーションを支援する専門チームを中心に、各種レポートやIR、社内報などを制作。

### サービスのポイント

特にコンサルティング力とクリエイティブ力を両輪に、CSRやIRに専門性の高い企業との協業や有識者とのリレーションも充実。トップインタビューにも豊富な実績を有する。

### 将来展望

コーポレートコミュニケーションツールの制作だけでなく、CSRの社内浸透や持続的な企業価値向上に向けたコンサルティングサービスのさらなる充実を図る。

### サービスの 流れの一例

コンサルティング

企画提案

デザイン提案

トップインタビュー

撮影・原稿作成

印刷・製本

PDF版・英語版

### 主な製品アイテム

- ・会社案内
- ・CSRレポート
- ・社内報
- ・事業報告書
- ・統合報告書
- ・コーポレートサイト
- ・アニュアルレポート



### まずはお客さま企業のことをよく知ること

コーポレートコミュニケーションにおける企業のニーズは多種多様です。当社のCC事業は単なるレポート制作にとどまらず、お客さま企業の持続的な価値向上に資する取組みの推進や課題解決に貢献すべく、まずはお客さまのことをよく理解し、そのツールの果たす役割を考え、有益な情報提供や価値のある自主提案を大切にしています。

また、トップインタビューやダイアログのファシリテーション、電子校正システム、環境配慮製品の提供など、ご担当者の負担軽減や環境対策に関するサービスも充実させ、さまざまな業種の企業さまから高いご評価をいただいています。

ソリューション戦略推進部  
コーポレートコミュニケーション・ユニット  
チーフクリエイティブディレクター

林 英樹

### profile

1992年入社。東京支店在籍時には多数の企業レポート、広報媒体、IRツール等制作を担当。現在は名古屋支店に在籍し、東海・関西エリアを中心に活動。

ホルダーをつなぐ、  
を企画・制作からすべて  
4月に、  
部門としてスタート

# ICT

ICT事業  
Information & Communication Technology

## Webサイト制作からコミュニケーション創出まで 一貫してサポート

### 事業概要

アクセス解析からWeb戦略立案、デジタルコンテンツ制作まで、ICTを利用したデジタルメディアを中心としたコミュニケーション施策の提案を行う事業。

### サービスのポイント

印刷会社の利点を活かし、ワンソース・マルチユースを展開。  
システム構築力を活かし物流システムなどの印刷関連サービスも構築。

### 将来展望

Webサイト制作に留まらず、ICTを活用し印刷やデジタルメディア、物流をも巻き込んだサービスの展開を図る。

### サービスの 流れの一例

アクセス解析

Web戦略提案

コミュニケーションデザイン

レスポンスコーディング

デジタルブックサービス  
(多言語・マルチデバイス)

Web最適化・動画制作

オリジナルシステム開発

### 主な製品アイテム

- ・Webサイト制作
- ・デジタルブックサービス
- ・動画制作
- ・デジタルサイネージ
- ・Webシステム開発
- ・Webサイト運営サポート
- ・ARアプリ提供
- ・SNS活用サポート

### 最新技術を取り入れた 新しいソリューションの開発を

印刷業界におけるデジタル化の歴史は古く、当社のデジタル関連事業も20年以上前に遡ります。現代はICTが生活のあらゆるシーンに欠かせないものとして広く深く浸透していく中で、当社が得意とする印刷物とデジタルメディアを絡めたクロスメディア展開やシステム構築、データベース活用、動画制作等のリッチコンテンツの提供など、当社独自のサービスを多数展開していきたいと思っています。

今後は、フィンテックやICタグ、音声認識、AIといった新たな技術分野にも注目し、お客さまを感動させられるような新しいソリューションを創出したいと思っています。

ソリューション企画推進部 上級ウェブ解析士 西村 尚悟

#### profile

2007年入社。以後、Webディレクターとして多数の案件を担当。WACA認定上級ウェブ解析士として、企業サイトの価値向上、機能向上に向けた提案および制作ディレクションを行う。





# 「ハリヨが泳ぎ、ホテルが舞う水都」を次世代に受け継ぐために。

「飛山濃水」という言葉があるように、美しい自然に恵まれた岐阜県。なかでも当社創業の地である大垣市は、古くから水のきれいな地として名を馳せ「全国水の郷100選」にも選ばれている、まさに「水の都」です。この地にはハリヨ※1という、きれいな水でしか生息できない希少な魚が生息しており、市を挙げてその保全活動に取り組んでいます。

当社はこのような環境意識の高い地域において事業活動を展開する企業として、環境に対し積極的に取り組むことは当然の責任と心得ており、環境基本方針にもハリヨの名を含めています。

パリ協定を境に、気候変動リスクが顕著となり、グローバルで環境問題に取り組まなければいけない今、当社は「水の都」を基盤に事業を展開する企業として、環境に貢献できることはなにか?を常に問いながら事業活動を続けてまいります。

※1 トゲウオ科の小魚で、滋賀県北東部と岐阜県西南濃地方にのみ分布している希少魚。湧水や自噴水の枯渇、汚水等の流入などによる水質の悪化により急速に生息地を減らしており、環境省により絶滅危惧IA類に選定されている



サンメッセ経営理念

サンメッセは、  
革新・法令順守・**環境**の  
3つを経営の柱とし、  
常にお客様を第一に考え、  
人・物・情報を集積・発信し、  
印刷を核に、持続的に発展し、  
社会に貢献します。



2000年	2001年	2002年	2004年	2006年	2007年	2009年	2010年
環境方針制定	ISO14001認証取得	初の環境マネジメント活動報告書発行	地域清掃活動「オールサンメッセクリーン大作戦」開始(～現在も継続) 本社工場が環境優良工場として経済産業大臣賞を受賞	「チーム・マイナス6%」に参加	名古屋支店が名古屋市「エコ事業所」に認定。2008年に特別賞受賞 FSC森林認証紙におけるCoC認証を取得	出荷形態の変更による環境影響評価を実施	初のカーボン・オフセット、グリーン電力の活用

## サンメッセが環境活動に取り組む理由

当社は経営の柱の一つとして「環境」を位置づけ、従来から環境を強く意識してまいりました。2000年に環境方針を制定、その翌年にはISO14001を取得するなど環境マネジメント体制の策定に早くより取り組み、本社工場が「環境優良工場」として経済産業大臣賞、営業部門においても名古屋支店が名古屋市認定の「エコ事業所」として特別賞をいただくなど、まさに全社をあげて環境保全に取り組んできました。

また印刷における環境負荷の見える化を推進し、2013年度からはSCOPE3※2算定を自主的に行うなど、LCA(ライフサイクルアセスメント)をベースとしたカーボンマネジメントの取り組みを進めてきました。2015年度からはCDP※3への自主回答を継続して実施しています。さらに廃棄物に関しても、2014年度にはゼロ・エミッションを達成しており、印刷に使用する刷版のリサイクルなど、活動の幅をさらに広げる活動を行っています。

なぜ地方の一印刷会社に過ぎない当社が、ここまで環境問題に対して積極的に取り組むのか。それは、冒頭に述べた通り、当社が環境マインドの高い地域をルーツとする企業であるから、ということだけではなく、そもそも印刷業が、エネルギーや紙、水という大切な資源を大量に使用している、という責任を強く認識しているからです。環境保全に取り組むことで社会に対する価値を創出すべく、さまざまな活動を展開してきました。

その成果の一つとして、2018年2月には当社の統合レポート「サンメッセレポート2017」が、環境省および一般財団法人地球・人間環境フォーラムが主催する「第21回環境コミュニケーション大賞」の環境報告書部門において、209点の応募作品の中から「優良賞」を受賞させていただくことができました。

- ※2 サプライチェーンにおける事業活動に関する間接的な温室効果ガス排出
- ※3 非営利団体CDPが、FTSEインデックスに該当する中から選定した企業に対して、環境戦略や温室効果ガスの排出量の開示を求めているプロジェクト



▲LCA日本フォーラム表彰 奨励賞受賞



▲第21回環境コミュニケーション大賞 優良賞受賞



カーボン  
オフセット製品



▲中部カーボンオフセット大賞 貢献賞受賞



2011年

東海地区で初の  
CFPマーク使用  
許諾認可

2012年

カーボン・  
オフセット大賞  
奨励賞受賞

2013年

どんぐりマーク  
事業への参加  
当社初の  
SCOPE3  
開示

2014年

中部カーボン  
オフセット大賞  
貢献賞受賞  
LCA日本フォーラム  
表彰 奨励賞受賞

2015年

PLATE to PLATEの  
取り組みを開始  
ゼロ・エミッション  
達成  
CDP自主回答の  
開始

2017年

ISO14001:  
2015 移行  
環境省SBT設定  
支援事業参加

2018年

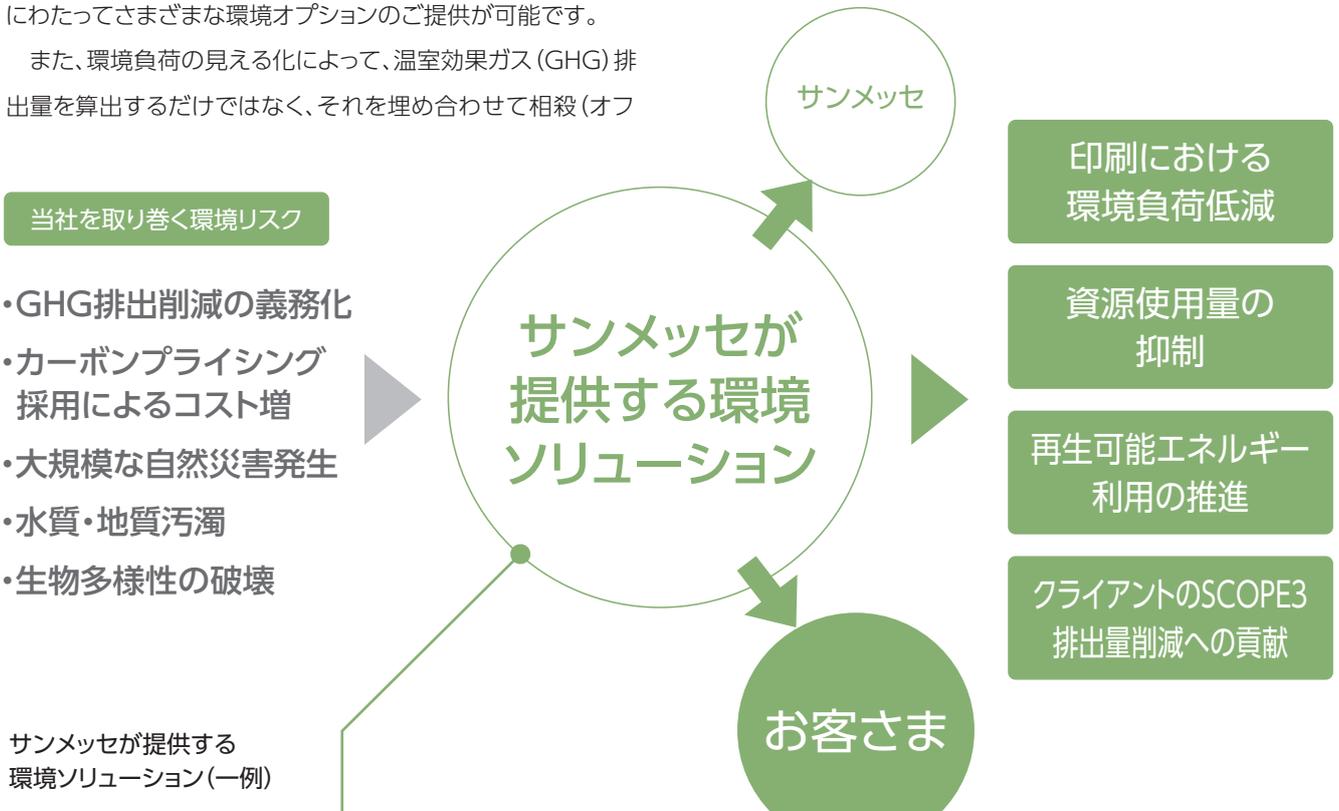
第21回  
環境コミュニケーション大賞  
優良賞受賞

## お客様の環境負荷低減に寄与する環境ソリューション

パリ協定が採択されたことで、環境対応は世界中の組織・企業にとって必須の取り組みとなりました。当社では自社の環境活動を進めることはもちろん、お客様の環境負荷低減に貢献できるよう、環境に配慮された印刷手法に幅広く対応しています。例えば、環境負荷の少ない印刷用紙をはじめ、揮発性有機化合物(VOC)を含まないノンVOCインキ、工場からの排水における環境負荷低減に貢献する水なし印刷など、印刷工程全般にわたってさまざまな環境オプションのご提供が可能です。

また、環境負荷の見える化によって、温室効果ガス(GHG)排出量を算出するだけでなく、それを埋め合わせて相殺(オフ

セット)する「カーボンオフセット」を推奨することで、お客様のSCOPE3削減にも貢献しています。また環境省などが推奨する「カーボンフットプリント(CFP)」の取り組みも2011年から進めるほか、デジタル印刷機の活用により、特に小ロットの印刷物に対して環境負荷の少ないワークフローを実現するなど、新しい取り組みにも積極的にチャレンジしています。



サンメッセが提供する環境ソリューション(一例)



**FSC認証紙**  
適切な管理がなされた森林から伐採された紙であることが証明された印刷用紙



**各種環境対応用紙**  
再生紙をはじめ、間伐材や木材以外の材料を使用した印刷用紙



**ベジタブルインキ**  
石油系溶剤を使用せず、大気中にVOCを発生させない印刷インキ



**水なし印刷**  
通常の印刷工程で使用する「湿し水」を使わない印刷手法。水資源の節約のほか、有害な廃液を排出しない



**UVニス加工**  
通常の表面加工の手法であるフィルム貼り(PP貼り)に比べて、環境負荷の少ないUVニスを使用



**グリーン電力**  
太陽光や風力、自然を利用した「再生可能エネルギー」で作った電気



**ノリフル**  
針金の代わりにのりで製本する手法。資源の削減のほか、安全性向上にも貢献



**カーボン・オフセット**  
直接削減できないCO<sub>2</sub>に対して、削減されたCO<sub>2</sub>で相殺すること



**カーボン・フットプリント**  
製品のライフサイクルを通して排出される温室効果ガスの排出量をCO<sub>2</sub>に換算・表示する仕組み



**オンデマンドデジタル印刷**  
必要な枚数のみ印刷が可能で予備紙を必要としないほか、刷版が不要

## これからの環境施策 (めざす姿)

気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)<sup>※4</sup>による、企業の気候変動リスクへの対応に関する開示要求をはじめ、近年のESG投資の拡大により、企業に対する環境情報開示のニーズは以前より格段に高まっており、当社がこれまで取り組んできた、環境負荷の見える化に関するノウハウが貢献できるシーンが増えるものと認識しています。

当社では、2017年度より環境省「平成29年度サプライチェーンにおける温室効果ガス排出量等算定方法調査委託業務」に採択され、SBT<sup>※5</sup>の取り組みを開始しました。今後はその

活動を基に、当社における環境活動を長期的かつ科学的に進めていくこととなります。これらの取り組みで培ったノウハウを、さらにお客さまへ提供する環境ソリューションにフィードバックさせることで、より効果的な環境活動を実現し、パリ協定のめざす2℃目標達成へ貢献できるよう、これからも活動を進めてまいります。

※4 金融安定理事会が設置した、気候関連財務情報開示タスクフォース

※5 Science Based Targets の略。温室効果ガスの増加による問題を解決するため、CDP、国連グローバル・コンパクト、世界資源研究所(WRI)、世界自然保護基金(WWF)が設立した共同イニシアティブ

### SBTプロセス

#### STEP 1

SBTイニシアティブにSBTを設定することをコミットする

2年以内にSBTを設定することを宣言する。

#### STEP 2

SBTを開発する

SBTイニシアティブに認定を申請する。

#### STEP 3

開発したSBTがSBTイニシアティブの認定審査を受ける

SBTイニシアティブがSBTをフォロワーチェックして回答する。

#### STEP 4

SBTを公表する

排出量と対策の進捗を、年1回報告・開示する。定期的に、SBTの妥当性を確認する。

### サンメッセがめざす環境ビジョン

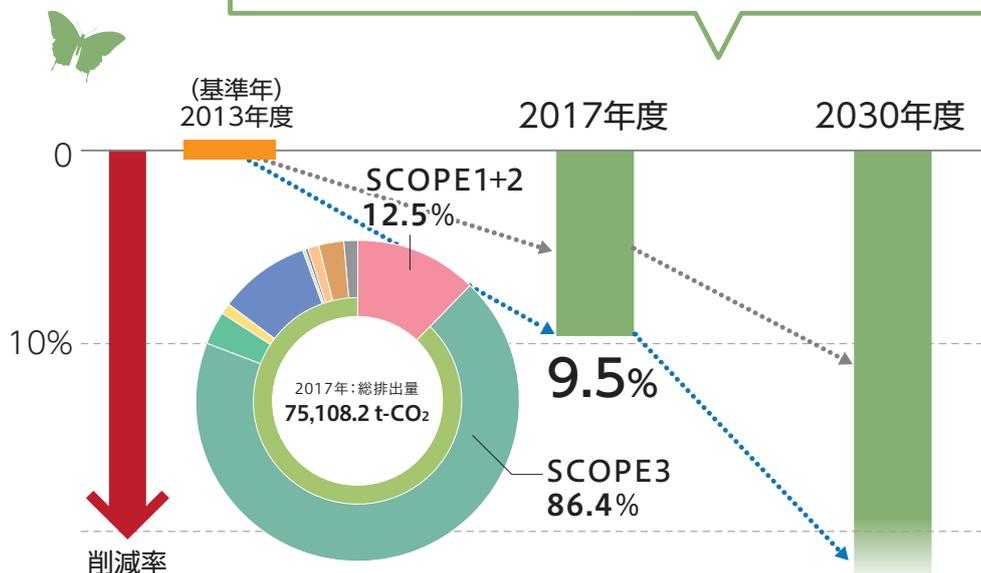


SCIENCE  
BASED  
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

#### SBTを活用したGHG削減活動

※現在当社では、2017年度より環境省「平成29年度サプライチェーンにおける温室効果ガス排出量等算定方法調査委託業務」に採択され、SBT認定取得に向けた取り組みを進めています。



事業活動全体におけるGHG排出量削減

サプライチェーンとの連携によるGHG排出量削減

再生可能エネルギーの積極活用

より精緻な環境負荷の見える化の推進



**S**ocial **E**nvironment  
**G**overnance



The cover features a white background with large, overlapping geometric shapes in shades of grey, pink, and blue. In the top left, there is a photograph of green trees. In the middle left, a woman with long dark hair, wearing a blue lab coat, is smiling. In the bottom right, there is a photograph of hands holding a pen over a document with a red line graph.

# ESG Topics

ESGトピックス

# ESGマテリアリティ

持続的な企業価値向上をめざすために、サンメッセでは ESG(環境(Environment)、社会(Social)、ガバナンス(Governance))課題に対して積極的に取り組んでいます。また国連で採択された「持続可能な開発目標(Sustainable Development Goals: SDGs)」など、さまざまなイニシアチブにも対応すべく検討しています。

## 特定されたマテリアリティ



### マテリアリティ特定のねらいとポイント

当社創業者の理念である「人のために尽くす」は、創業からの不変のキーワードです。印刷を核に、事業を通じた地域社会への貢献を行うことで、持続的な発展を担わねばなりません。

この背景の中、特定したマテリアルな側面と経営戦略との関係を整理し、「持続的な成長をめざす企業としての価値創造をいかに行っていくか」にフォーカスをあてることが重要と判断しました。

多様なビジネスフィールドにおいて、当社の強みを活かし、どうアプローチするか分析は、当社グループだけでなく、ステークホルダーにとって非常に重要な関心事です。そのため重点的に取り組むテーマ選定を行い、戦略の中核に位置付けることで、さらなる活動のレベルアップをはかっていくべく、さまざまなプロセスを経て、コア事業を核に、大きく4つの重要(マテリアル)課題としての抽出を行いました。

2017年度の取り組み概要

	主な社内規定 (企業行動憲章より)	主な取り組み内容	掲載 ページ	今後の課題	SDGsとの 関連
<b>重要課題01</b> 人財育成・ ダイバーシティの推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>●お客さま、株主さま、取引先、社員および地域社会の人たちなど、当社に関わる人々とのコミュニケーションを図り、社会への説明責任を果たすために適正な情報を適時に開示します。</li> <li>●健康で安全な働きやすい職場環境をつくり、ゆとりと豊かさの実現に向けて、人を大切にする経営を追求します。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・女性活躍推進のための研修を実施</li> <li>・障がい者雇用の推進</li> <li>・定年退職者の再雇用推進</li> <li>・目標管理制度の導入</li> <li>・各種教育プログラムの実施</li> <li>・各種資格取得支援(技能検定、CSR検定、DTPエキスパート他)</li> <li>・安全パトロールの実施(各工場)</li> <li>・働き方改革の推進</li> </ul>	→P35 →Web(人権と雇用) →Web(人権と雇用) →Web(人権と雇用) →Web(人権と雇用) →Web(人権と雇用) →Web(人権と雇用) →P36	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ステークホルダーダイアログの定期的実施</li> <li>・働きやすく能力を活かせる労働環境の整備</li> <li>・より有効な研修・教育制度の開発</li> <li>・多様な働き方のための支援制度の整備</li> <li>・SDGsなど国際イニシアチブへの対応</li> </ul>	     
<b>重要課題02</b> ハリヨの棲める環境への 持続的取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>●地球環境保全を重要課題と認識し、環境法等を順守し、積極的に資源の有効活用、省資源、省エネルギー化に努めます。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・環境基本行動指針の推進</li> <li>・各職場においてEMS教育の実施</li> <li>・SCOPE3算出によるCO<sub>2</sub>排出量の見える化・削減</li> <li>・カーボンオフセットの採用前年比10%アップ</li> <li>・ゼロ・エミッションの活動レベル向上</li> <li>・刷版を再生して使用するPLATE to PLATEの取り組み</li> <li>・有害物質含有ゼロ体制の確立</li> <li>・グリーン購入の推進とターゲット目標設定</li> <li>・FSC森林認証紙の受注件数前年比10%アップ</li> <li>・岐阜県産間伐材ペーパーの利用促進</li> <li>・LED蛍光灯、空調交換などの推進</li> <li>・冷暖房の設定温度管理</li> <li>・ノーマイカーデーの実施</li> </ul>	→P29 →Web(環境保全活動) →P51 →P52 →Web(環境保全活動) →P38 →Web(環境保全活動) →Web(環境保全活動) →P38 →Web(環境保全活動) →Web(環境保全活動) →Web(環境保全活動) →Web(環境保全活動)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・SBTの活用によるパリ協定への対応(長期環境ビジョン策定)</li> <li>・ゼロ・エミッションのさらなる推進</li> <li>・再生可能エネルギーの活用</li> <li>・ハリヨ保護の推進</li> <li>・環境対応商品の開発</li> <li>・SDGsなど国際イニシアチブへの対応</li> <li>・CDPのスコアアップ(C→B)</li> </ul>	  
<b>重要課題03</b> 地域社会との 共生	<ul style="list-style-type: none"> <li>●社会の一員であることを自覚し、「良き企業市民」と認められるように積極的に、継続的に社会貢献活動を行います。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・安全・安心QQステーションに3工場が認定</li> <li>・NPOとの協働</li> <li>・インターンシップ受入れ(本社)</li> <li>・地域住民を対象とした工場見学会の実施</li> <li>・本社周辺における地域イベントへの参加・協力を実施</li> <li>・事業所周辺の清掃活動(各事業所)</li> </ul>	→Web(社会貢献活動) →P39 →P40 →Web(社会貢献活動) →P40 →Web(社会貢献活動)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域社会へのより積極的な貢献活動</li> <li>・協働による地域課題の解決</li> <li>・SDGsなど国際イニシアチブへの対応</li> </ul>	
<b>重要課題04</b> ガバナンス体制の確立・ リスクマネジメント	<ul style="list-style-type: none"> <li>●企業活動において、関連法規・企業倫理の順守はもとより、公正で責任のある企業活動を行います。</li> <li>●お客さまからお預りした個人情報の保護を含め、当社が保有している重要な情報について情報セキュリティの確保に努めます。</li> <li>●社会の秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力および団体とは毅然とした態度で臨み、公序良俗に反する行為はしません。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株主総会での事業報告のビジュアル化</li> <li>・地域との協働・連携によるBCP構築</li> <li>・ISMS認証(ISO/IEC27001)取得</li> <li>・品質保証通信の発行による社員への啓発</li> <li>・監査等委員会設置会社への移行</li> <li>・基幹システムのセキュリティ強化</li> <li>・「倫理委員会窓口」の設置</li> <li>・「コンプライアンス委員会」の設置</li> <li>・各職場において教育(QMS/FSC/EMS)とコンプライアンス研修を実施</li> <li>・「購買業務管理規定」に則った公正・公平な取引の推進</li> <li>・サンメッセ共栄会研修会の開催</li> <li>・製造委託協力会社に対する「PMS供給者評価」の実施</li> <li>・リスクマネジメントの強化</li> </ul>	→P41 →P42 →P42 →P42 →Web(コーポレートガバナンス) →Web(コーポレートガバナンス) →Web(コーポレートガバナンス) →Web(コーポレートガバナンス) →Web(コーポレートガバナンス) →Web(コーポレートガバナンス) →P42 →Web(コーポレートガバナンス) →Web(コーポレートガバナンス)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中長期の持続的成長ビジョン策定</li> <li>・CSR推進体制の確立</li> <li>・コーポレートガバナンス・コードへのフルコンプライ</li> <li>・BCPのより具体的なプラン作成</li> <li>・事業リスクの具体的設定およびその対策</li> <li>・ESG投資を意識したエンゲージメント</li> </ul>	

## 人財育成・ダイバーシティの推進

誰もが健康で働きがいのある職場づくりと  
多様な人財の育成によって、  
人間力の豊かな企業をめざしています。

### 誰もが輝ける企業風土の醸成

当社は2016年、「係長、チーフ職に占める女性の割合を15%」を目標とする行動計画(3カ年)を策定。当初は8.4%ほどでしたが翌年8月には目標を大きく上回って16.7%となりました。また、2018年8月にはグループ会社である日本イベント企画株式会社において、サンメッセグループ初となる女性部長が誕生するなど、女性がキャリアアップを実現して活躍し続けるための支援を進めるとともに、働きやすい職場環境づくりに努めています。



また、岐阜県では仕事と家庭の両立支援に取り組む「岐阜県ワーク・ライフ・バランス推進企業」の中で、特に優良な取り組みや独自の取り組みを行い、県が定める認定要件を満たす企業を「岐阜県ワーク・ライフ・バランス推進エクセレント企業」として認定しています。当社においても誰もが働きやすく、魅力的な職場環境づくりを推進する目的で2017年9月に推進企業として登録。現在は「エクセレント企業」認定に向けてさらに働きやすい就労環境をめざして各種制度を整備しています。



### VOICE



日本イベント企画(株)  
部長  
矢野 純子

#### “今”にあった働き方をめざして

私が日本イベント企画に入社した平成元年頃にTVCMで流れていた栄養ドリンクのキャッチコピーは“24時間戦えますか”でした。今は、“3、4時間戦えますか”に変わっているそうです。ライフスタイルに対する価値観が大きく変わる中、「仕事かプライベートか」の選択ではなく、それぞれが豊かな人生をおくるために、仕事を通じて、個人の自己実現を手助けできるような会社を皆さんと創っていくのが理想です。その上で、より良い地域の未来をつくる事業やサービスを提供していきたいと思っています。



▲写真左より、岐阜労働局長、総務部長、労働組合書記長



◀新はつらつ職場づくり宣言事業場の登録証

## 新はつらつ職場づくり宣言

当社は2017年度会社方針の重点課題に働き方改革を盛り込み、労使による「新はつらつ職場づくり宣言」を行い、2017年6月に岐阜労働局が進める「新はつらつ職場づくり宣言」事業場に登録しました。

主な取り組みとして、36協定に「勤務間インターバル規制」を明記し、勤怠管理システムにおいて毎月0と5の付く日に時間外労働と合わせて勤務時間を確認することで、長時間労働の抑制に努めています。

また、有給休暇取得率の向上、女性活躍の推進、多様な働き方の推奨、ストレスチェックの実施、ハラスメント対策など9項目で、健康・快適で仕事のしやすい職場づくりをめざしていきます。



## グローバルな人財の育成

2012年に設立した当社グループのサンメッセタイランド(株)では、当社やタイ国内のパートナーと協働し、現地日系企業や外資系企業の印刷物及び関連商材の製作を行っています。現在、当社社長の田中が同社の代表取締役社長を兼務し、日本人駐在員1名、タイ人スタッフ7名の計9名にて事業活動を行っています。

タイにおいても日本と同じ品質の製品、サービスをお客さまにご提供するため、現地スタッフへの人財教育を行っています。また日本人駐在員もタイの文化や商習慣について現地スタッフから学ぶなど、同社では「教え、教えられる文化」が醸成されています。今後もこの文化を育んでいくとともに、グローバルに活躍できる多様な人財の育成を進めていきます。

## VOICE



サンメッセ(タイランド)㈱  
高木 威

### 「曖昧さ」の無い文化の中で多くの学びを得ています

タイに赴任して半年以上経ちましたが、こちらで動いていて感じる日本との大きな違いは「曖昧」や「付度」、相手の思いや意図を汲んで行動するという事が一切通用しないということです。相手に仕事を依頼する際、的確・簡潔に指示しなければ、指示した内容以上の成果は見込めません。もちろんスタッフに指示すればサポートしてもらえるのですが、管理者であるこちらがしっかり指示出来ないと仕事が成り立ちません。ある意味このスタイルは正しく、日本に帰ってからの自分自身の糧にもなると感じています。また、日本以上にルールづくりという点で、しっかりしていると感心させられました。チェックシート、マニュアルが細かく定められていて、曖昧さが入らないようになっているのも素晴らしいです。

ハリヨの棲める環境への持続的取り組み

カーボンマネジメントの積極推進と  
バリューチェーン全体での脱炭素化に向け、  
さらなる挑戦を続けていきます。

ISO 14001:2015への対応

当社では、2001年からISO14001による環境マネジメントシステム(EMS)を構築・運用しています。2015年にISO14001規格が2004年版から2015年版に改訂され、それに対応すべく、環境マニュアルの改訂、内部環境監査の実施、臨時マネジメントレビューの開催と段階的に取り組みを進め、2017年8月には定期・移行審査を通過することができました。



▲審査風景



▲品質保証室

審査では各部署の取り組みが評価され、5つのグッドポイントをいただきました。今後も社内の環境への意識がさらに高まるように取り組んでまいります。



VOICE



ソリューション  
戦略推進部  
**中村 洋之**  
技術士(環境部門)

ISO 14001の環境保全活動から、サプライチェーンの気候変動対策

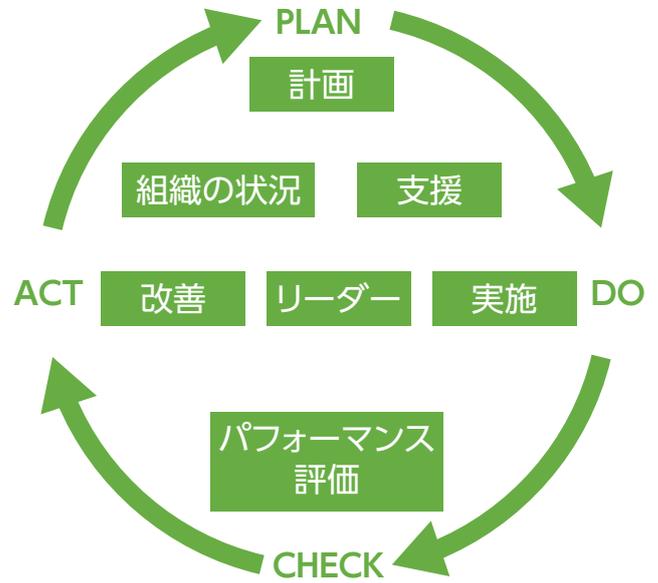
継続的な環境保全活動により、環境パフォーマンスを確保している中で、印刷業の最重要課題である温暖化対策に重点を置いています。

総エネルギー投入量は過去5年間でほぼ変化はありませんが、排出係数の少ないエネルギーへの転換を進めたことで、温室効果ガス排出量(SCOPE1,2)は減少しています。これを反映して、SCOPE1,2,3の合計も減少傾向ですが、2017年度はSCOPE3のカテゴリー1(用紙)が増えたために、2016年度に比べて増加しました。

SBT(企業版2℃目標)の活動にも参加しましたので、今後、サプライチェーンの気候変動対策をより一層推進していきます。

## ISO 14001:2015移行に伴う主な取り組み

- 1 リーダーシップとコミットメントを実践するために、新たに代表取締役社長による内部監査を実施して、トップに直接に情報提供するとともに指示を受けるようにしました。
- 2 リスクと機会を洗い出しました。例えば、環境負荷の高い化学物質の利用はリスクとなるため、PRTR(化学物質排出移動量届出制度)対象物質の新たな使用がないように、購入材料を確認するとともに、製造現場での使用材料の一覧表管理を徹底しました。
- 3 文書化した情報の電子化を図っています。社内のイントラネットでの環境マニュアルの閲覧や各種提出書類の出力等を行っています。
- 4 パフォーマンス評価を3カ月ごとに実施して、環境負荷の低減を見える化しています。
- 5 教育訓練により環境保全の力量を向上し、自覚による認識を促すため、年度はじめに環境教育実施方針を社内内で共有し、部署ごとで環境改善の進捗調査をしました。



▲ISO 14001:2015概念図

## FSC森林認証紙の利用推進

大量に紙を消費する印刷会社の責任として、適切な管理がされた森林から作られた製品であることを証明する、FSC森林認証紙におけるCoC認証を2007年に取得。その利用を積極的に進めています。2017年度は目標304件に対し、実績346件で、目標比14%アップを達成しました。

- ▶ 当社の印刷物にも FSC森林認証紙を使用しています



## SCOPE3の拡張による「組織のLCA」への取り組み

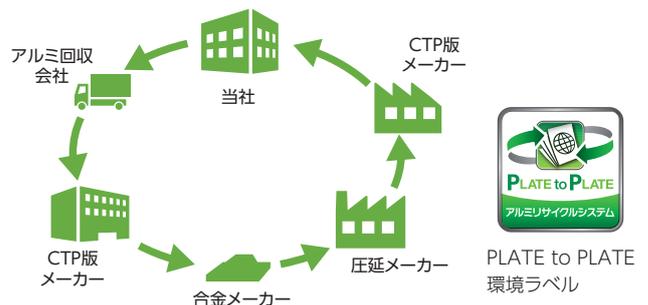
当社では、以前より企業活動で排出される二酸化炭素等の温室効果ガスを対象とするSCOPE3の算定に取り組んでまいりました。さらにその結果を拡張し、「組織のLCA」※に展開するための研究に取り組んでいます。

※ 組織のLCA: 環境影響を複合的な要素で統合評価をする手法

## 刷版リサイクルの推進による環境負荷低減

当社では2015年より、PLATE to PLATEの取り組みを行っています。PLATE to PLATEは、使用した刷版(アルミ製の版)をリサイクルして再度新品の刷版へと再生させるクローズドループリサイクルの仕組みです。これによりCO<sub>2</sub>、廃棄量ともに削減することができました。

印刷用刷版のリサイクルによる温室効果ガス削減 564t-CO<sub>2</sub>e  
印刷用刷版のリサイクルシステム採用 78,660kg



## 地域社会との共生

地域社会の一員として、地域とともに歩み、  
社会課題の解決に貢献できる  
価値のある企業をめざしています。



▲当社デザイナーが学生に講義

### 大学での出張講座の実施

当社におけるプロボノ\*の取り組みとして、地域の大垣女子短期大学が実施する「専門的職業講話 デザイン編」に対し、毎年、当社デザイナーを講師として派遣しています。デザインのプロをめざす学生たちに実際の制作事例等をもとに、お客さまとの打ち合わせから、企画、デザイン、校正チェックなど、仕事の流れやポイントを説明し、将来に向けたレクチャーを行っています。

※専門的な知識やスキル、経験を活かし社会に貢献する活動

### NPOとの協働「ペット産業 CSR白書」の発行

動物の殺処分や生体販売などの課題解決をテーマに、動物の福祉に関する啓蒙活動を展開されている、岐阜市のNPO法人 人と動物の共生センター様。当社は同センターの活動支援として当社発行のウェブマガジンでの紹介等を行っています。

当社ウェブマガジン「E! Talk's」

<https://www.sunmesse.co.jp/solution/cc/e-talks/>



▲ペット産業 CSR白書

2018年3月、同センターは「ペット産業 CSR白書」をクラウドファンディングによって発行、6月には東京で「ペット産業のCSR 社会的責任を考える」と題したシンポジウムを開催しました。また、「ペット産業 CSR白書」の発行にあたって、デザインから印刷まで出版に関するお手伝いを行いました。

### VOICE



NPO法人  
人と動物の共生センター  
理事長

奥田 順之 様

### 「ペット産業 CSR白書」の発行にあたって

サンメッセさんには、2015年2月に開催した「岐阜市の人と動物の共生を考えるタウンミーティング」に現執行役員の田中信康氏にパネルとして参加していただいて以来、東京開催のシンポジウム「ペット産業の社会的責任を考える」でも取材や広報にご協力いただくなど、私たちの活動にご賛同いただき、感謝しています。

今回の「ペット産業 CSR白書」の発行にあたっては、書籍の仕様やデザインに関するアドバイスをはじめ、校正・校閲の面でも不慣れな出版作業において、大いに助けていただきました。

これからも当センターの活動にご理解、ご協力をお願いしたいと思っています。



▲当社アスリート社員の活躍

## スポーツ活動支援を通じた地域貢献

当社には軟式野球、ソフトボールなど、多くのアスリート社員が活躍しています。中でもアーチェリーは、当社副会長の田中勝英が全日本実業団アーチェリー協会副会長を務め、全国組織でのスポーツ振興に貢献するほか、実力も全国レベルの大会で好成績を収め、大垣市体育連盟から団体表彰に加え2名の個人表彰を受けています。また、2017年には当社社員2名が所属する大垣ミナモソフトボールクラブが、悲願であった日本女子ソフトボールリーグの1部リーグ昇格を果たし、今季は全国のトップレベルのチームを相手に熱戦を繰り広げています。

## 障がい者支援

当社の夏祭りでは、知的障がい者施設「西美濃の里」の入所者の方々に、毎年ジュース販売の担当をお願いしています。販売価格はあえて90円とすることで、お釣りの受け渡しで買い手とふれあう機会が増えるようにしています。ジュースの仕入れ代金等は当社が負担し、売上金は「西美濃の里」に寄付しています。入所者の方には、お祭りのアトラクションも楽しんでいただいています。



▲当社主催夏祭りでの「西美濃の里」ジュース販売



▲当社工場における職場体験

## インターンシップ・職場体験の実施

大学生や中高生を対象にインターンシップを実施しています。大学生には、総合印刷会社として、営業、企画、印刷、製本と一連の制作工程を学ぶことができ、詳しく印刷業界を知ることができると好評を得ています。地元の中高生には、製本作業などの簡単な職業体験を中心に、働くことの尊さや楽しさ、厳しさを肌で感じてもらえるようなプログラムを用意しています。

## 岐阜県レクリエーション推進団体に認定

当社はレクリエーション活動の一層の普及のために、岐阜県が推進するミナモ体操や各種のレクリエーション活動に積極的に取り組む推進団体として認定されました。当社社員はレクリエーションやスポーツに親しむための行動計画を作成し、実践しています。レクリエーションを通じて、体・心・頭の健康を増進させ、明るく健康で笑顔があふれる地域社会のために努めています。



▲当社の認定書

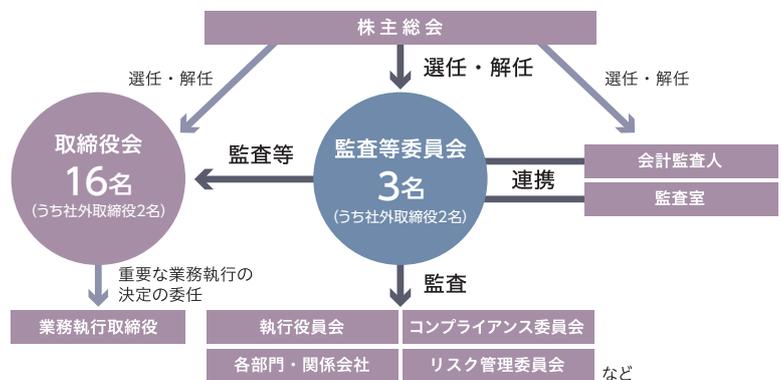
## ガバナンス体制の確立・リスクマネジメント

企業市民として関連法規の順守はもちろん、  
社会的規範に基づく企業倫理の下、  
公正で責任のある企業活動に努めています。

### ガバナンス体制

当社は、取締役会に対する監督機能強化や、意思決定の迅速化・効率化などをはかるため、監査等委員会設置会社制度を採用しています。取締役会には、社外取締役を複数名専任することで、取締役会の活性化や適切な意思決定が成されるための仕組みを構築しています。

また、監査等委員会につきましては、監査等委員3名のうち2名を社外取締役とすることで、監査・監督機能の強化を図っています。



### 株主総会での事業報告のビジュアル化

昨年までの株主総会では、スライドを用いた説明を行っていましたが、本年より高画質な動画やアニメーションを駆使したショートムービーを制作し、当社を取り巻く事業環境や今後の経営方針戦略について株主の皆さまに分かりやすく紹介しました。重要なステークホルダーである株主さまとのエンゲージメント向上にむけて、今後もさまざまな取り組みを実践します。

### VOICE



総務部総務課  
課長  
中嶋 孝行

### 株主さまとの“分かりやすい”対話を促進します

コーポレートガバナンス・コードにおいても、「株主総会における権利行使に係る適切な環境整備を行うこと」、「経営戦略や経営計画の策定・公表」等が求められておりますが、この度の新社長就任のタイミングで、当社の魅力やめざす姿を、より分かりやすい形で株主さまに発信し、当社事業への理解を深めていただくため、株主総会における事業報告のビジュアル化を企画しました。

ご参加いただいた株主さまからは、「改めてサンメッセの多彩な設備や人財を実感した」、「今後の経営戦略について理解が深まった」などの声をいただきました。

## 地域との協働・連携によるBCP構築

大垣地域活性化研究会CSR委員会では、地域との協働・連携による、災害に強い地域づくりに取り組んでいます。各企業が取り組む地震対策について、現地での実践的な研修会を開催するなど、企業間の情報交流を図っています。また行政や地域と連携し、災害発生時における物資や避難所の提供など、地域としてのBCP構築にも積極的に取り組んでいます。



◀サンメッセ共栄会

## サプライチェーンマネジメント

当社では、インキや印刷用紙、印刷機、製本機などのサプライヤーと情報交換の機会を積極的に設けるため、「サンメッセ共栄会」を開催しています。2017年11月には第4回となる研修会を実施し、総勢56名の方々に参加いただきました。当社からは水谷和則営業副本部長が営業本部の取り組みについて説明し、社外からは富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ株式会社さまからデジタルプレスのトレンドについて講義を受けて、情報の共有や意見交換を行い、事業を取り巻く現状や展望について認識を深めました。

## ISMS認証(ISO/IEC27001)取得

2017年12月、本社第五工場IPS課と管理本部システム開発課を対象に、情報セキュリティマネジメントシステム適合評価制度であるISMS認証(ISO/IEC27001)を取得いたしました。同部門における情報管理がISO/IEC27001に準拠したことが第三者機関によって認定されたことにより、機密性の高い情報を取り扱うビジネスや、顧客情報や個人情報を取り扱うプロジェクトにおいても、安心してお任せいただける環境が整いました。



▲品質保証通信

## 品質保証通信の発行による社員への啓発

「品質」と「環境」という大きなテーマに対して当社の窓口となっている品質保証室が、2017年8月より「品質保証通信」の発行をスタートしました。社員への品質・環境に関する教育・啓蒙を目的に、社内外のタイムリーな話題を掲載し、印刷会社の社員として成長するための情報発信を行っています。

代表取締役



田中 良幸

代表取締役会長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 39年 11月 当社入社  
平成 10年 6月 当社代表取締役社長  
平成 18年 6月 当社代表取締役会長(現任)  
[重要な兼職の状況]  
日本イベント企画株式会社 代表取締役会長

選任の理由

同氏は、当社取締役社長を歴任し、平成18年より取締役会長を務めております。当社業務のみならず、政財界にも精通した同氏を取締役とすることにより、取締役会の監督機能が強化されることを期待し、取締役として適任と判断しました。



田中 勝英

代表取締役副会長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 39年 4月 当社入社  
平成 13年 10月 当社代表取締役専務取締役管理本部長  
平成 18年 6月 当社代表取締役社長  
平成 21年 6月 当社代表取締役副会長(現任)  
[重要な兼職の状況]  
日本イベント企画株式会社 代表取締役社長

選任の理由

同氏は、当社の営業部門や管理部門で要職を歴任し、平成18年から取締役社長を務めるなど、豊富な経験と実績を有しております。また、平成21年からは取締役副会長として、経営の管理、監督機能を担っており、取締役として適任と判断しました。



田中 尚一郎

代表取締役社長  
社長執行役員営業本部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

平成 元年 12月 当社入社  
平成 22年 4月 当社取締役執行役員関東統括部長  
平成 22年 6月 当社取締役執行役員営業副本部長兼関東統括部長  
平成 23年 6月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼関東統括部長  
平成 25年 4月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼関東統括部長兼C&R部長  
平成 27年 4月 当社取締役常務執行役員営業本部長  
平成 27年 6月 当社取締役専務執行役員営業本部長  
平成30年 4月 当社代表取締役社長  
社長執行役員営業本部長(現任)  
[重要な兼職の状況]  
Sun Messe(Thailand)Co.,Ltd. 代表取締役社長

選任の理由

同氏は、当社の営業本部長として国内営業部門を統括し営業力強化を推進するとともに海外子会社の取締役社長として経営を担ってきました。また本年4月からは当社の取締役社長として業績拡大の責任を担っており、今後も当社の企業価値向上へさらなる貢献が期待できることから、取締役として適任と判断しました。

## 取締役常務執行役員



### 水谷 和則

取締役常務執行役員  
営業副本部長 岐阜統括部長兼本社営業部長

#### 略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 54年 4月 当社入社  
平成 19年 6月 当社取締役執行役員営業副本部長兼営業開発部長  
平成 25年 4月 当社取締役執行役員営業副本部長  
兼ソリューション経営部門統括部長兼営業開発部長  
平成 27年 4月 当社取締役執行役員営業副本部長  
兼岐阜・ソリューション統括部長兼本社営業部長  
平成 27年 6月 当社取締役常務執行役員営業副本部長  
兼岐阜・ソリューション統括部長兼本社営業部長  
平成 27年 8月 当社取締役常務執行役員営業副本部長  
兼岐阜統括部長兼本社営業部長  
平成 28年 8月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼岐阜統括部長  
平成 30年 4月 当社取締役常務執行役員営業副本部長 岐阜統括部長兼本社営業部長(現任)

#### 選任の理由

同氏は、新規開拓部門、ITソリューション部門長を歴任し、営業部門等における幅広い経験と実績を踏まえ、取締役として適任と判断しました。



### 今井 稔

取締役常務執行役員  
営業副本部長 愛知統括部長

#### 略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 55年 4月 当社入社  
平成 21年 6月 当社取締役執行役員マーケティング開発部長  
平成 21年 7月 当社取締役執行役員購買本部長兼購買部長  
平成 26年 6月 当社取締役執行役員営業副本部長兼愛知統括部長  
平成 27年 6月 当社取締役常務執行役員営業副本部長  
愛知統括部長(現任)

#### 選任の理由

同氏は、営業戦略部門などの営業部門だけでなく、購買部門長を歴任し、その幅広い経験と実績は当社の業績向上に資するため、取締役として適任と判断しました。



### 伊東 覚

取締役常務執行役員  
製造本部長

#### 略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 59年 4月 当社入社  
平成 21年 6月 当社執行役員製造副本部長兼本社工場長  
平成 23年 6月 当社取締役執行役員製造副本部長兼本社工場長  
平成 23年 8月 当社取締役執行役員製造副本部長  
平成 24年 4月 当社取締役執行役員製造本部長  
平成 27年 4月 当社取締役執行役員製造本部長兼生産管理部長  
平成 27年 6月 当社取締役常務執行役員製造本部長兼生産管理部長  
平成 27年 8月 当社取締役常務執行役員製造本部長  
平成 28年 4月 当社取締役常務執行役員製造本部長兼生産管理部長  
平成 28年 8月 当社取締役常務執行役員製造本部長(現任)

#### 選任の理由

同氏は、製造本部長として製造部門を統括し、牽引してきた実績とものづくりに対する豊富な経験を踏まえ、取締役として適任と判断しました。

取締役執行役員



長井 芳郎

取締役執行役員  
購買本部長兼購買部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 53年 3月 当社入社  
平成 19年 6月 当社取締役執行役員営業副本部長  
兼名古屋営業部長  
平成 24年 4月 当社取締役執行役員営業副本部長  
兼愛知統括部長  
平成 26年 6月 当社取締役執行役員購買本部長  
兼購買部長(現任)

選任の理由

同氏は、これまで営業部門での豊富な経験があり、現在は購買本部長として資材発注部門の重責を担っており、当社の業績向上に資するため、取締役として適任と判断しました。



竹林 啓路

取締役執行役員  
総務部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 57年 4月 当社入社  
平成 19年 6月 当社執行役員製造副本部長  
平成 21年 6月 当社取締役執行役員製造本部長  
平成 24年 4月 当社取締役執行役員品質保証室長  
平成 27年 8月 当社取締役執行役員総務部長(現任)

選任の理由

同氏は、これまで製造、品質保証分野の部門長を歴任し、現在は総務部長を担っており、その経験と実績は、強いリーダーシップで当社全体を牽引できるため、取締役として適任と判断しました。



橋本 勝之

取締役執行役員  
営業副本部長 大阪統括部長兼大阪営業部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 55年 4月 当社入社  
平成 18年 7月 当社滋賀営業部長  
平成 23年 6月 当社執行役員滋賀営業部長  
平成 24年 4月 当社執行役員大阪営業部長  
平成 27年 6月 当社取締役執行役員大阪営業部長  
平成 27年 8月 当社取締役執行役員大阪統括部長  
兼大阪営業部長  
平成 30年 4月 当社取締役執行役員営業副本部長  
大阪統括部長兼大阪営業部長(現任)

選任の理由

同氏は、各営業拠点長を歴任し、その拠点での事業成長に向けた体制整備の経験、実績は当社の業績向上に資するため、取締役として適任と判断しました。



千代 耕司

取締役執行役員  
管理本部長兼経理部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 57年 4月 当社入社  
平成 13年 5月 当社購買部長  
平成 18年 6月 当社執行役員経理部長  
平成 27年 6月 当社取締役執行役員経理部長  
平成 27年 8月 当社取締役執行役員管理本部長  
兼経理部長(現任)

選任の理由

同氏は、製造、購買、経理部門を歴任し、当社全般の経営知識と豊富な経験は、当社の経営判断に重要な情報を提供できるため、取締役として適任と判断しました。



衣斐 輝臣

取締役執行役員  
品質保証室長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 59年 4月 当社入社  
平成 21年 6月 当社執行役員管理本部長兼総務部長  
平成 27年 6月 当社取締役執行役員管理本部長  
兼総務部長  
平成 27年 8月 当社取締役執行役員製造副本部長  
兼本社工場長  
平成 28年 8月 当社取締役執行役員製造副本部長  
兼生産管理部長  
平成 29年 1月 当社取締役執行役員品質保証室長(現任)

選任の理由

同氏は、営業、製造、総務、品質保証部門を歴任し、社内の風土改革に取り組んできた実績と経営全般における豊富な見識や職務経験は、当社の業績向上に資するため、取締役として適任と判断しました。



由良 直之

取締役執行役員  
営業副本部長 東京統括部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 59年 4月 当社入社  
平成 19年 6月 当社赤坂営業部長  
平成 22年 4月 当社東京営業部長  
平成 23年 6月 当社執行役員東京営業部長  
平成 25年 8月 当社執行役員東京統括部長  
平成 27年 6月 当社取締役執行役員営業副本部長  
東京統括部長(現任)

選任の理由

同氏は、東京地区を牽引してきた実績と、さらなる成長に向けた体制整備の経験は、当社の業績向上に資するため、取締役として適任と判断しました。

## 取締役相談役



### 田中 義一

取締役相談役

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 41年 2月 当社入社  
 平成 13年 10月 当社代表取締役専務取締役営業本部長  
 平成 19年 6月 当社代表取締役副社長  
 平成 21年 6月 当社代表取締役社長  
 平成 30年 4月 当社取締役相談役(現任)

#### 選任の理由

同氏は、平成21年より当社取締役社長を務め、経営トップとしてグループ全体を牽引してきました。本年4月より取締役相談役に就任し、その豊富な経営経験は、当社のさらなる機能強化に資するため、取締役として適任と判断しました。

## 監査等委員である取締役



### 松井 巖

取締役(監査等委員・常勤)

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 52年 3月 当社入社  
 平成 20年 8月 当社取締役執行役員営業本部長  
 平成 21年 7月 当社取締役執行役員営業本部長  
 兼公共営業部長  
 平成 23年 6月 当社取締役常務執行役員営業本部長  
 兼公共営業部長  
 平成 25年 4月 当社取締役常務執行役員営業本部長  
 平成 27年 4月 当社取締役常務執行役員営業本部長補位  
 平成 27年 6月 当社取締役(常勤監査等委員)(現任)

#### 選任の理由

同氏は、長年にわたり当社の営業部門に携わり、営業統括責任者を務めるなど豊富な経験と知見を有しており、当社の経営管理体制の監査・監督に有効な助言をいただけるため、監査等委員である取締役として適任と判断しました。



### 長屋 英機

取締役(監査等委員・社外)

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 51年 4月 株式会社大垣共立銀行入行  
 平成 9年 1月 同行茶屋坂支店 支店長  
 平成 11年 5月 共立ミリオカード株式会社 社長  
 株式会社大垣共立銀行春日井支店 支店長  
 平成 16年 5月 同行各務原支店 支店長  
 平成 18年 5月 共友リース株式会社 常務取締役  
 平成 20年 3月 いわなか株式会社 総務部長  
 平成 22年 2月 当社本社第一営業部参事  
 平成 22年 6月 当社常勤監査役  
 平成 27年 6月 当社取締役(監査等委員)(現任)

#### 選任の理由

同氏は、長年にわたり金融業務に携わるとともに企業経営の経験も有しており、その豊富な経験と幅広い見識を当社の経営管理体制に活かせるため、監査等委員である取締役(社外取締役)として適任と判断しました。

## 執行役員



### 石岡 秀夫

取締役(監査等委員・社外)

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

平成 18年 7月 名古屋国税局課税第二部 酒類監理官  
 平成 19年 7月 岐阜北税務署長  
 平成 20年 8月 名古屋税理士会に税理士登録  
 平成 20年 9月 石岡秀夫税理士事務所代表(現任)  
 平成 21年 4月 中部大学大学院非常勤講師(現任)  
 平成 24年 6月 当社監査役  
 平成 27年 6月 当社取締役(監査等委員)(現任)  
 [重要な兼職の状況]  
 石岡秀夫税理士事務所代表

#### 選任の理由

同氏は、直接企業の経営に関与された経験はありませんが、税務署等勤務及び税理士として培われた税務、財務及び会計に関する相当程度の見識を有しており、その専門的な見識を当社の経営管理体制に助言及び提言をいただけるため、監査等委員である取締役(社外取締役)として適任と判断しました。



### 田中 信康

執行役員

営業副本部長 ソリューション統括部長  
 兼ソリューション戦略推進部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

平成 23年 1月 当社入社  
 平成 26年 8月 当社東京営業部長  
 平成 28年 8月 当社執行役員営業企画第一部長  
 平成 29年 8月 当社執行役員  
 ソリューション戦略推進部長  
 平成 30年 4月 当社執行役員営業副本部長  
 ソリューション統括部長  
 兼ソリューション戦略推進部長(現任)



### 平野 高光

執行役員

営業開発第一部長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

昭和 62年 4月 当社入社  
 平成 25年 2月 当社本社営業部長  
 平成 27年 4月 当社営業開発部長  
 平成 28年 8月 当社執行役員営業開発部長  
 平成 30年 4月 当社執行役員  
 営業開発第一部長(現任)

# DATA 2018 2019 Sun Messe

24.8%

多様性と可能性を拓ける、  
輝く女性社員

28人

ICT戦略を支える  
スペシャリスト集団





167 台

東海地区最大の規模を誇る  
多彩な製造設備

99.5%

循環型社会の実現に向けた  
ゼロ・エミッション\*の推進

※リサイクル率99%以上

Environment 環境

INPUT

用紙	26,944.2 t	▲
インキ	394.4 t	▼
PS版	138.9 t	▼

PPC用紙	17.1 t	▼
ストレッチングフィルム	30.2 t	▲
PPバンド	7.7 t	▼

購入電力	13,340.4 kWh	▼
都市ガス	614.2 千m <sup>3</sup>	▲
A重油	536.3 kl	▼
水道	6,370.0 m <sup>3</sup>	▲
井戸水	1,154.3 千m <sup>3</sup>	▲
ガソリン	188.1 kl	▲

**営業・企画**  
環境関連製品販売促進  
環境品質についても最新の情報を積極的に提供しています。

**デザイン・製版**  
工程のデジタル化  
どんどん進化を遂げ、現像液を使用しない刷版も利用しています。

**印刷**  
VOCの削減  
多くの化学物質が使用される印刷の工程では、VOC削減が最大の課題です。

**製本・加工**  
包装材料のリサイクル化  
最終的に製品になる工程です。目に見えない環境品質には細心の注意を払っています。

**配送・納品**  
エコドライブの実施  
安全にそして正確にお客さまに製品を届け、さらにCO<sub>2</sub>を削減することが使命です。

**お客さま**  
環境品質の向上  
最終の廃棄まで考え環境品質の向上に努めています。

OUTPUT

汚泥(スラッジ)	15.8 t	▼
廃油	54.3 t	▲
廃酸	0.5 t	▼
廃アルカリ	29.8 t	▲
廃プラスチック	51.5 t	▼
紙くず (難処理古紙) (カーボン)	45.5 t	▼
木くず	65.4 t	▲
繊維くず	19.7 t	▲

用紙量	4,491.7 t	▼
リサイクルの 廃プラスチック	11.5 t	▲
使用済み刷版・ アルミ板	141.0 t	▲

### リサイクル率

99.5%

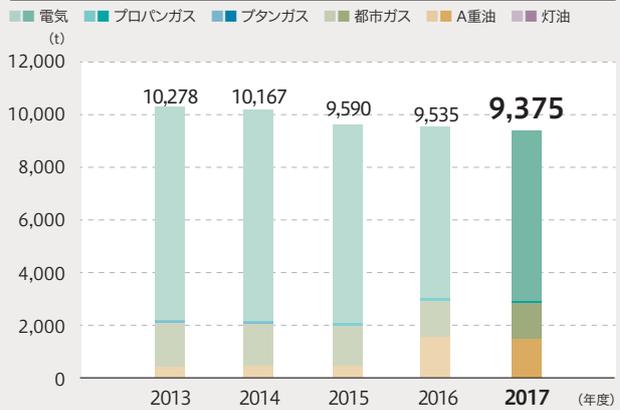
### グリーン購入 比率(文具類)

75.3%

### カーボンオフセット 件数

14件

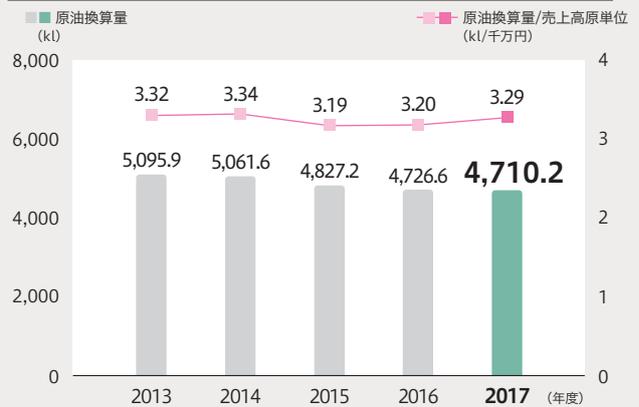
### 温室効果ガス排出量



### 総エネルギー投入量



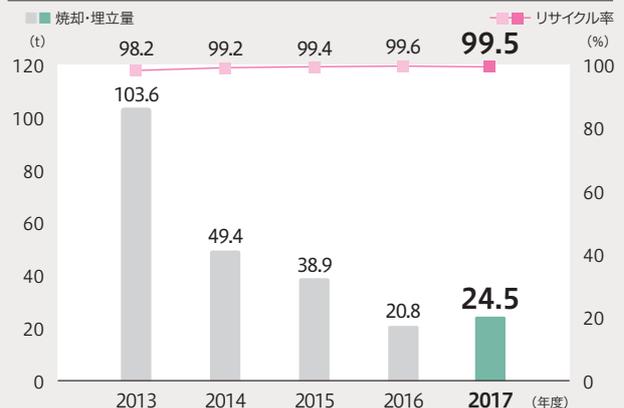
### 原油換算量/売上高原単位の推移



### 廃棄物等総排出量



### 焼却処分・圧縮埋立量の推移とリサイクル率の推移

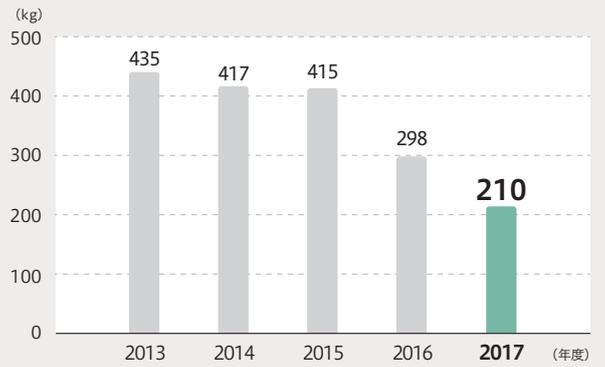


Environment 環境

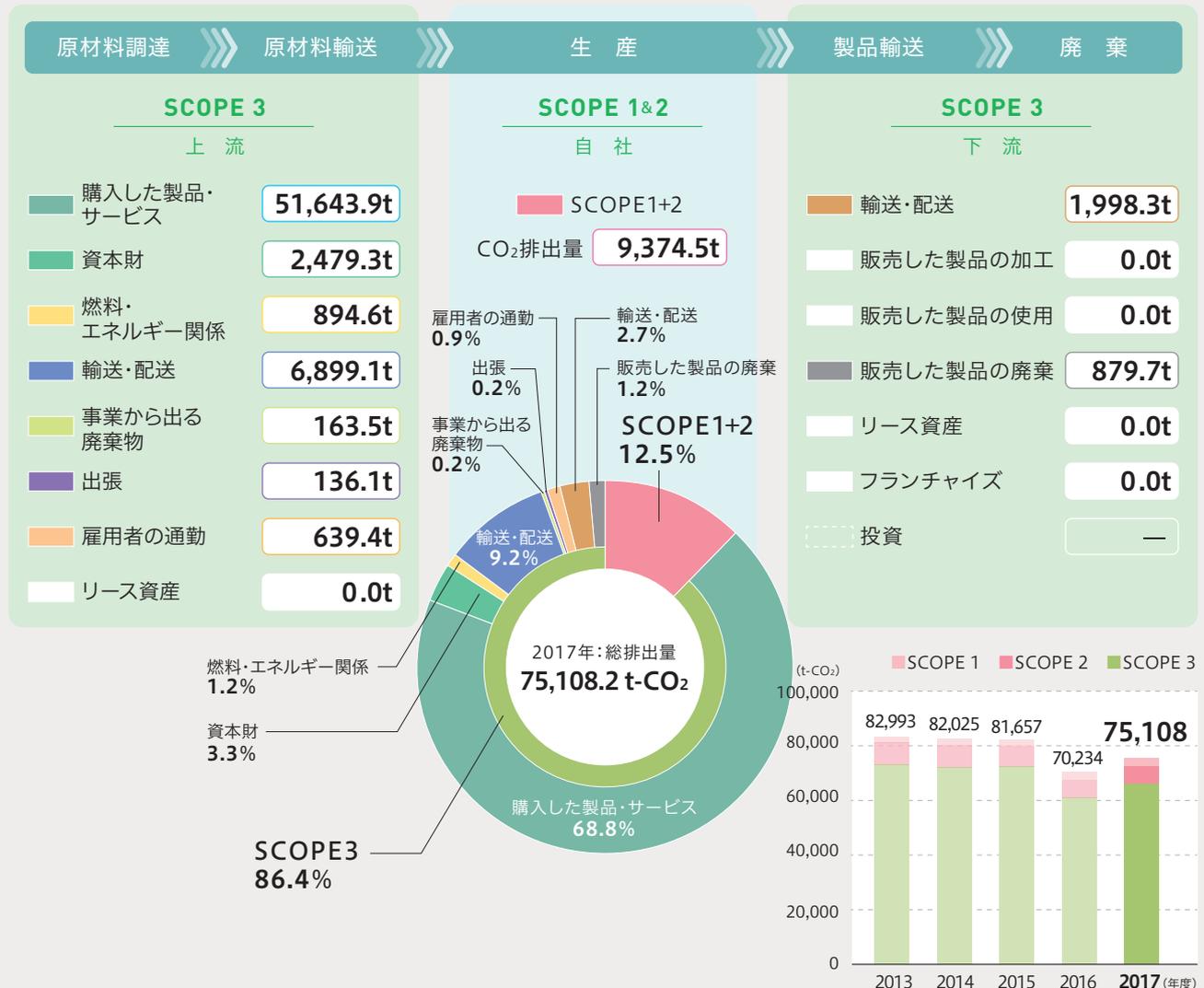
排水量



化学物質排出量



SCOPE 3 (サプライチェーン全体の温室効果ガス(GHG)削減)



2017年度環境活動概要



目標達成



改善が見られたが  
目標未達



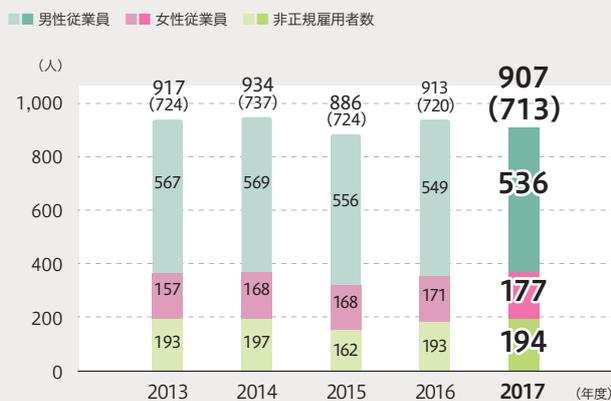
目標未達

	2017年度計画 および目標	2017年度実績	評価
省エネ、省資源、 リサイクル活動を 積極的に推進する	印刷用紙起因のCO <sub>2</sub> を 対前年度目標比20%削減	営業本部が76,852.9kg、目標比167.5%と目標を達成出来ませんでした。製造本部は181,166.5kg、目標比299.9%で目標を達成出来ませんでした。営業本部、製造本部の印刷用紙の追加数が目標より増加していることが影響しています。	
	電気使用量原単位 対前年比1%削減	本社工場、中工場、西工場の累計実績は、10,220kWh/千万円、対前年比100.1%でした。昨年に比べて電気使用量は減少したが、売上がそれ以上に減少したためです。	
	電気需要平準化原単位 対前年比1%削減	本社工場、中工場、西工場の累計実績の合計は10,183kWh/千万円、対前年比102.2%でした。昨年に比べてエネルギー使用量と電気需要平準化時間帯の電気使用量の合計は減少したが、売上がそれ以上に減少したためです。	
	都市ガス使用量原単位 対前年比1%削減	累計実績は、本社第一・第三工場で106m <sup>3</sup> /10万枚(対前年比100.2%)、第五工場で63m <sup>3</sup> /10万枚(対前年比103.8%)、本社工場全体で、93m <sup>3</sup> /10万枚(対前年比100.0%)でした。昨年に比べて都市ガス使用量は減少したが、用紙の枚数がそれ以上に減少したためです。	
	焼却・埋め立てごみの 削減 (リサイクル率99.5%以上)	昨年に比べ0.1%リサイクル率が低下した。 2012年度実績98.0%    2013年度実績98.2%    2014年度実績99.2% 2015年度実績99.4%    2016年度実績99.6%    2017年度実績99.5%	
有害物質の削減	化学物質のリスクアセスメントの運用方法の確立	16件(7部署)のリスクアセスメントを実施しました。	
	PRTR物質を含む製品 追加0(ゼロ)件の達成	PRTR自動集計表を元に、各部署のPRTR物質を含む使用材料と取扱量を把握した。PRTR物質の追加はありませんでした。	
法と秩序を守り、 汚染防止に努める	クレーム0(ゼロ)件	今年度は、クレームはありませんでした。	
	環境設備からの 漏洩0(ゼロ)件	環境設備からの漏洩はありませんでした。	
	業務用エアコン簡易 点検の運用方法の確立	本社工場、中工場、西工場、各拠点において、エアコン、チャラーの簡易点検を3ヶ月に1回実施しています。また、圧縮機7.5kw以上の空調設備は3年に1回、チャラーは1年に1回の定期点検を実施しました。	
自社独自の 環境保全活動の 推進	グリーン購入の推進	制服・作業服、作業手袋、自動車については100%グリーン購入でした。文具類については、年間目標80%に対して75.3%と目標に届いていませんでした。	
	カーボンオフセット受注 件数 前年実績比10%アップ	2017年度のカーボンオフセットの受注件数は14件、77t(昨年度17件、72t)で件数では昨年度の実績に及びませんでした。東日本大震災の被災地で創出された排出権を用いたものは、7件、61t(昨年度8件、55t)でした。グリーン電力購入量は2件、1,000kWh(昨年度1件、300kWh)でした。カーボンフットプリントは1件(昨年度1件)でした。	
	FSC森林認証紙の受注 件数 前年実績比10%アップ	FSC受注件数は392件(昨年度339件)となり、前年度を上回っています。また、環境関連製品の受注獲得にも力を入れています。 5年に1回の更新審査を受け、2017年10月16日に認証を更新しました。  FSC受注件数と購入量 2011年度136件    351(t)    2012年度162件    944(t) 2013年度191件    1,003(t)    2014年度199件    937(t) 2015年度277件    863(t)    2016年度339件    885(t) 2017年度392件    819(t)	
環境マネジメント システムの推進	定期審査と2015年版移行の複合審査を受ける  内部監査では、ストロングポイント6件、カテゴリーA0件、カテゴリーB6件、カテゴリーC45件となり、全て審査前には是正、改善を行いました。 定期・移行審査では、グッドポイント5件、カテゴリーB以上0件、カテゴリーC10件でした。カテゴリーCについては、是正と水平展開を実施しました。		
職場教育の 完全実施	教育計画の実施率80% 以上	教育訓練実施報告書の提出率は、73.4%となっています。	
	清掃活動、ボランティア 活動を通じて地域住民との コミュニケーションの 充実	年間2回の「オールサンメッセグリーン作戦」では、各拠点の敷地内だけでなく、地域の公共部分(道路等)も、活動範囲として取り組んでいます。また、年1回の小さな親切運動では、地域の企業と共に、大垣地域のグリーン活動に100人程度参加しています。毎年8月には、社員の家族と地域住民の方を対象とした工場見学を実施しています。一昨年重油漏洩事故で地域にご迷惑をお掛けし、お詫びの意味も含めて行った「大垣運河の清掃」を引継ぎ形で今年も10月に運河の清掃を行いました。11月には、ボランティア委員会主催にてスタンブラー&グリーン作戦を地元大垣市にて行いました。	

Social 社会

従業員数の推移

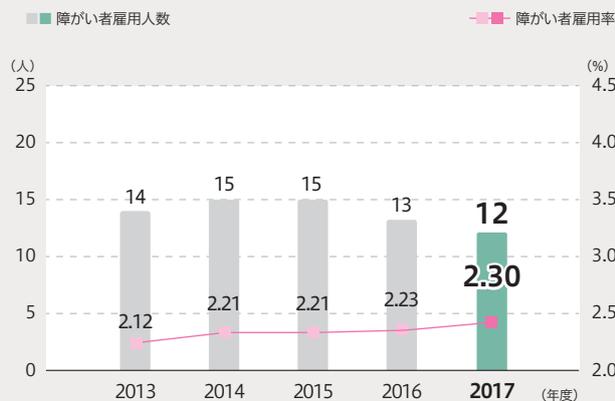
( )は正社員数



育児休職の推移



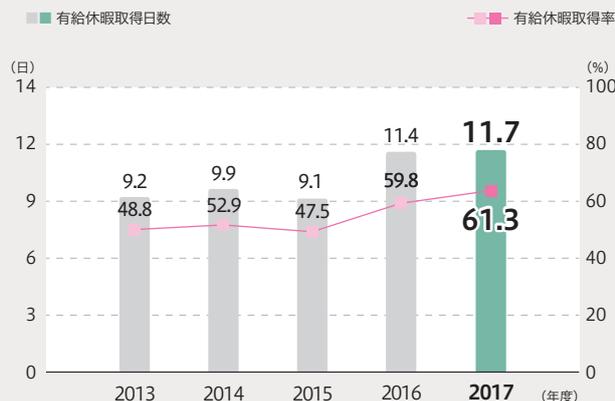
障がい者雇用の推移



従業員一人あたりの年間総労働時間の推移



有給休暇取得の推移



女性管理職数

3名

管理職に占める女性の割合

3.9%

従業員に占める  
女性の割合(正社員)

24.8 %

社会貢献支出総額(広告協賛費+寄付金)

28,321,130 円

資格・技能検定取得  
奨励手当支給者数

293 名

平均年齢(正社員)

40.5 歳

平均勤続年数(正社員)

19.4 年

教育研修実施回数

43 回

(平成29年度 教育計画より)

## Governance ガバナンス



取締役の人数

16 名

うち監査等委員である  
取締役

3 名

うち社外取締役の  
人数

2 名

取締役会開催回数

16 回

役員の  
取締役会への  
出席率

96.875 %

重大な情報セキュリティ  
事故件数

0 件

セキュリティ研修  
実施回数

83 回

コンプライアンス研修  
実施回数

15 回

通報・相談案件件数

9 件

※各データはサンメッセ株式会社単体(SCOPE3 除く)の2017年度(2017年4月1日~2018年3月31日)における累計数値を報告しています。

## 11ヵ年財務サマリー

※2007～2013年度は単体、2014年度以降は連結の数値です。

3月31日に終了した事業年度	2017	2016	2015
<b>事業年度</b>			
売上高	15,103	15,493	15,727
売上原価	12,019	12,250	12,538
対売上高比率	79.6	79.1	79.7
販売費及び一般管理費	3,044	3,020	3,041
対売上高比率	20.2	19.5	19.3
営業利益(損失)	39	222	147
経常利益(損失)	159	325	261
親会社株主に帰属する当期純利益(純損失)	142	219	151
自己資本当期純利益率(ROE) [%]	1.4	2.2	1.5
総資産当期純利益率(ROA) [%]	0.8	1.2	0.8
営業活動によるキャッシュ・フロー	896	1,020	880
投資活動によるキャッシュ・フロー	△791	△409	△507
財務活動によるキャッシュ・フロー	△198	△53	△72
減価償却費	662	678	661
有形固定資産の取得	898	492	811
<b>1株当たり情報(円)</b>			
当期純利益(純損失)	8.26	12.79	8.80
配当額	6	6	7
純資産	608.67	592.64	568.64
<b>事業年度末</b>			
流動資産	7,436	7,781	7,293
流動負債	4,881	5,190	5,047
現金及び現金同等物	2,868	2,958	2,402
有形固定資産	7,293	7,050	7,244
総資産	18,756	18,665	18,075
短期借入金及び長期借入金	1,869	1,979	1,921
純資産	10,470	10,194	9,781

※売上原価、売上総利益並びに営業利益について、前期より従来、営業外収益に計算していた作業くず売却益を、製造原価より控除する方法に変更しております。そのため2015年度以前の売上原価、売上総利益並びに営業利益について遡及修正後の数値を記載しております。

(単位:百万円[1株情報を除く])

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007
15,360	15,215	14,313	14,176	14,138	13,222	14,512	14,676
12,466	12,240	11,511	11,536	11,622	11,097	11,934	12,006
81.2	80.4	80.4	81.4	82.2	83.9	82.2	81.8
2,959	2,815	2,760	2,601	2,416	2,326	2,660	2,539
19.3	18.5	19.3	18.4	17.1	17.6	18.3	17.3
△65	159	41	37	99	△202	△82	130
41	253	129	171	166	△117	△22	219
19	△324	58	△47	11	△115	△146	104
0.2	△3.2	0.6	△0.5	0.1	△1.1	△1.4	1.0
0.1	△1.9	0.3	△0.3	0.1	△0.7	△0.8	0.6
895	985	988	731	1,024	772	1,000	1,052
△238	△537	△584	△453	△143	△1,199	△663	△1,123
△331	△219	△362	△227	△402	53	△116	115
669	695	743	780	905	954	815	867
352	585	669	108	265	1,012	933	310
1.15	△18.86	3.42	△2.76	0.69	△6.71	△8.54	6.07
6	6	6	6	6	6	6	6
584.25	578.44	596.57	587.48	592.03	594.15	604.24	636.84
6,978	6,603	5,852	6,236	5,850	5,082	5,502	5,882
4,977	4,890	4,886	5,008	5,009	5,004	5,127	5,525
2,100	1,667	1,439	1,398	1,347	869	1,242	1,022
7,095	7,391	8,180	8,161	8,716	9,379	9,381	9,297
18,083	17,549	17,495	17,532	17,575	17,756	17,925	18,576
1,851	2,006	2,045	2,225	2,270	2,497	2,270	2,230
10,050	9,950	10,262	10,106	10,184	10,220	10,394	10,955

財務レビュー



取締役  
執行役員  
管理本部長 兼 経理部長

千代 耕司

事業概況

2018年3月期における日本経済は、企業収益や雇用環境の改善など緩やかな回復基調にあるものの、欧米の政策動向や新興国経済の景気減速など、海外経済の不確実性により、先行きは不透明な状況が続きました。

当印刷業界におきましては、ペーパーレス化に伴う需要の減少や同業者間の受注競争の激化による受注単価の下落などが続いており、依然として厳しい経営環境が続きました。

このような事業環境のもと、当社グループにおきましては、顧客第一主義に基づいて強みである総合力を活かし、持続的に発展して地域社会に貢献できる企業をめざして取り組んでまいりましたが、残念ながら満足できる成果を残すことができませんでした。しかしながら、当社の成長戦略の鍵として、4つの事業を推進、拡販しており、受注増による売上、利益への貢献など、少しずつではありますが手ごたえを感じております。また、事業

領域の拡大を目的とした本社第五工場の増設、新宿支店と静岡営業所の新規開設による営業エリアの拡大など、中長期的での持続的な成長を図る積極的な投資も行っております。これらの新たな取り組みは必ずや収益向上につながっていくものと考えております。

売上高

2018年3月期の売上高は151億3百万円となり、3億89百万円の減収となりました。これは、印刷事業において、パッケージなどの増加により包装印刷物が26百万円、出版印刷物が1億93百万円増加しましたが、主力製品であるカタログや折込チラシなどの減少により一般商業印刷物が6億5百万円減少したことによるものです。

売上総利益

売上総利益は30億84百万円となり、1億59百万円の減益となりました。これは主に売上高が減少したことによるものです。

営業利益

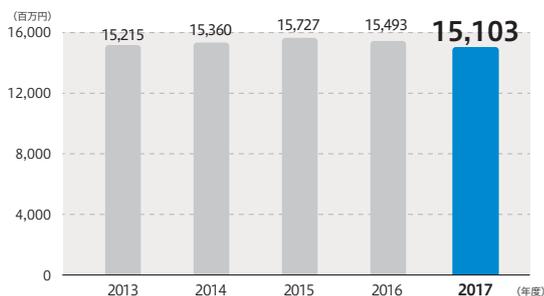
営業利益は39百万円となり、1億83百万円の減益となりました。これは売上高が減少したことに加え、主に給料手当などの人件費が増加したことで販売費及び一般管理費が24百万円増加したことによるものです。

経常利益

経常利益は、営業外収益で受取配当金が4百万円増加しましたが、1億59百万円となり1億65百万円の減益となりました。

連結決算ハイライト

売上高 **151億3百万円**



営業利益(損失) **39百万円** 営業利益率 **0.3%**



## 親会社株主に帰属する当期純利益

親会社株主に帰属する当期純利益は、特別利益で投資有価証券売却益が1億5百万円増加しましたが、1億42百万円となり77百万円の減益となりました。

## セグメント別業績

(印刷事業)

一般商業印刷物の売上高は、カタログや折込チラシなどの減少により101億58百万円と前期比6億5百万円の減少となりました。対して包装印刷物の売上高は、パッケージ製品などの増加により26億63百万円と26百万円、出版印刷物の売上高は、18億65百万円と1億93百万円、それぞれ前期比において増加しました。印刷事業における合計売上高は前期比2.6%減の146億87百万円となり、営業利益は前期比86.1%減の27百万円となりました。

(イベント事業)

売上高は官公庁等からのイベント業務を中心に前期比2.3%減の4億38百万円となりました。また、営業利益は前期比57.9%減の8百万円となりました。

## 設備投資

2018年3月期の設備投資の総額は、9億78百万円と前期比4億69百万円増加しました。印刷事業において、主に本社第五工場の増築に5億59百万円、合理化・省力化を目的とした機械装置の購入(リース資産を含む)に1億57百万円、ソフトウェアの購入に79百万円、建物附属設備購入その他に1億78百万円を投資しました。イベント事業においては、重要な設備投資はありません。

## 研究開発

当社は、データ分析処理技術と可変印字によるOne To Oneマーケティングの研究、デジタルサイネージや在庫管理、発送業務を中心としたBPO事業関連システム等、Webを活用したシステムの開発や、多視点映像、電子書籍といったデジタル教材関連のコンテンツ開発のほか、動画・AR技術やSNSを活用したクロスメディアプロモーションに関する研究開発を行っております。また、仮想化技術及びクラウドサービスを活用することによって、情報システムの安定稼働、システム障害からの早期復旧、クライアントとの情報共有の効率化を図るとともにセキュリティ面の強化とテレワークの実現をめざした研究、情報収集も行っております。これらに対する2018年3月期の研究開発費は、前期実績21百万円とほぼ同額の25百万円となりました。

## 財政状態

2018年3月期末における流動資産は74億36百万円となり、3億45百万円減少しました。これは、主に電子記録債権が1億51百万円増加しましたが、現金及び預金が71百万円、受取手形及び売掛金が3億16百万円それぞれ減少したことによるものです。

固定資産は113億20百万円となり、4億36百万円増加しました。これは、主に機械装置及び運搬具が3億13百万円減少しましたが、建物及び構築物が5億14百万円、投資有価証券が1億89百万円増加したことによるものです。

2018年3月期末における流動負債は48億81百万円となり、3億8百万円減少しました。これは、主に支払手形及び買掛金が61百万円、1年内返済予定の長期借入金が70百万円、賞与引当金が53百万円それぞれ減少したことによるものです。

※2013年度以前は単体の数値となります。

経常利益 **1億59百万円** 経常利益率 **1.1%**



親会社株主に帰属する当期純利益 **1億42百万円** 当期純利益率 **0.9%**



※2013年度は「当期純利益(純損失)」

固定負債は34億4百万円となり、1億24百万円増加しました。これは、主に退職給付に係る負債が1億12百万円増加したことによるものです。

2018年3月期末における純資産は104億70百万円となり、2億75百万円増加しました。これは、主にその他有価証券評価差額金が1億62百万円増加したことによるものです。

### キャッシュ・フロー

2018年3月期の営業活動によるキャッシュ・フローは、主に投資有価証券売却益1億14百万円や、法人税等の支払額1億50百万円に対し、減価償却費6億73百万円、売上債権の減少額1億65百万円、退職給付にかかる負債の増加額1億83百万円などがあつたことにより8億96百万円の収入(前年同期は10億20百万円の収入)となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、主に投資有価証券の売却及び償還による収入1億94百万円に対し、有形固定資産の取得による支出8億98百万円があつたことにより7億91百万円の支出(前年同期は4億9百万円の支出)となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、主に短期借入による収入25億60百万円に対し、短期借入金の返済による支出25億90百万円、配当金の支払額1億円があつたことにより1億98百万円の支出(前年同期は53百万円の支出)となりました。

これらの活動の結果、キャッシュ・フローの期末残高は、前期末に比べ89百万円減少し、28億68百万円となりました。

### 株主還元

当社グループは、将来における経営体質の強化や収益の向上に必要な設備投資、研究開発等を実行するための内部留保資金を確保しつつ、経営成績などを勘案し、安定かつ継続的に行うことを配当政策の基本方針としております。また、毎事業年度における配当の回数についての基本的な方針は、中間と期末の年2回の配当を行うこととしており、取締役会の決議によって剰余金の配当を行うことができる旨及び中間配当を行うことができる旨を定款に定めております。

この方針のもと、2017年度の年間配当につきましては、1株当たり6円(中間配当3円、期末配当3円)とさせていただき、純資産配当率は1%となります。内部留保資金につきましては、生産性効率向上のための設備投資に充当するとともに、経営体質の強化のために活用し、今後一層の事業展開を図ってまいります。

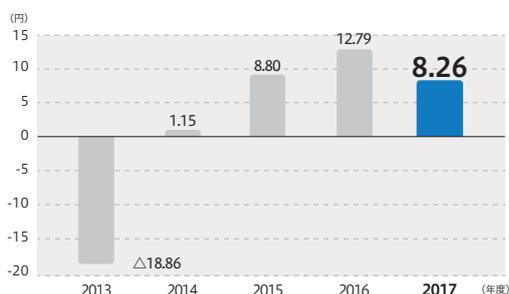
### 投資家の方々へ

当期は残念ながら減収減益という厳しい結果となりました。当社グループにおける課題は営業利益を安定的に向上させることであり、その最良の解決策は売上高の底上げであると考えております。そのためにも当社グループの強みを発揮し一丸となって課題解決に取り組むとともに、積極的かつ効率的な投資を推進し、中長期視点での成長戦略に注力してまいります。

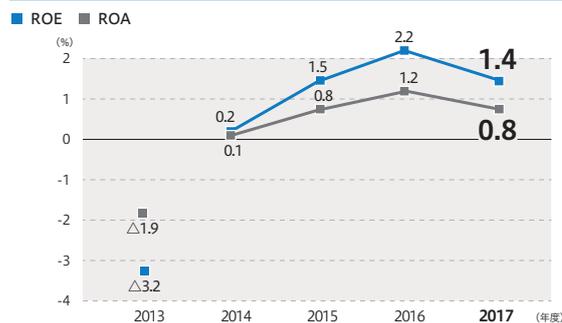
株主の皆さま、投資家の皆さまのご期待に応えるべく、当社グループを挙げて精一杯努力してまいりますので、今後とも、より一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

## 決算ハイライト

1株当たりの当期純利益(純損失) **8.26円**



ROE (自己資本利益率) **1.4%** ROA (総資産利益率) **0.8%**



## 連結損益計算書 (各年度4月1日～3月31日の期間)

(単位:千円)

年 度	2017	2016
売上高	15,103,845	15,493,597
売上原価	12,019,706	12,250,389
売上総利益	3,084,138	3,243,207
販売費及び一般管理費	3,044,628	3,020,232
営業利益	39,510	222,975
営業外収益		
受取利息	1,657	1,461
受取配当金	61,305	56,841
不動産賃貸料	63,413	63,540
その他	29,302	16,975
営業外収益合計	155,678	138,818
営業外費用		
支払利息	10,678	12,721
不動産賃貸費用	20,081	20,810
その他	4,772	3,156
営業外費用合計	35,532	36,687
経常利益	159,656	325,105
特別利益		
固定資産売却益	1,162	14,383
投資有価証券売却益	114,540	8,639
補助金収入	2,000	2,000
特別利益合計	117,703	25,023
特別損失		
固定資産売却損	1,474	3,681
固定資産廃棄損	3,722	1,368
会員権評価損	690	—
特別損失合計	5,886	5,050
税金等調整前当期純利益	271,473	345,078
法人税、住民税及び事業税	139,838	157,177
法人税等調整額	△31,206	△43,897
法人税等合計	108,632	113,280
当期純利益	162,841	231,798
非支配株主に帰属する当期純利益	20,720	11,858
親会社株主に帰属する当期純利益	142,120	219,939

## 連結貸借対照表(各事業年度末となる3月31日時点)

(単位:千円)

年 度	2017	2016
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	3,021,761	3,092,811
受取手形及び売掛金	3,126,840	3,443,481
電子記録債権	539,573	388,021
商品及び製品	80,895	110,306
仕掛品	329,849	355,991
原材料及び貯蔵品	101,996	104,813
繰延税金資産	130,113	153,004
その他	105,763	134,469
貸倒引当金	△696	△1,465
流動資産合計	7,436,098	7,781,433
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	6,209,556	5,595,393
減価償却累計額	△4,057,963	△3,958,106
建物及び構築物(純額)	2,151,592	1,637,287
機械装置及び運搬具	11,603,483	11,842,960
減価償却累計額	△10,018,912	△9,945,217
機械装置及び運搬具(純額)	1,584,571	1,897,743
土地	3,330,134	3,330,134
その他	722,985	665,145
減価償却累計額	△495,702	△479,472
その他(純額)	227,282	185,673
有形固定資産合計	7,293,581	7,050,838
無形固定資産	97,901	71,301
投資その他の資産		
投資有価証券	3,315,159	3,125,967
繰延税金資産	386,518	431,242
その他	236,650	213,273
貸倒引当金	△9,252	△8,755
投資その他の資産合計	3,929,075	3,761,727
固定資産合計	11,320,558	10,883,867
資産合計	18,756,656	18,665,301

## 連結貸借対照表 (各事業年度末となる3月31日時点)

(単位:千円)

年 度	2017	2016
<b>負債の部</b>		
流動負債		
支払手形及び買掛金	1,835,131	1,896,783
短期借入金	1,760,000	1,790,000
1年内償還予定の社債	50,000	-
1年内返済予定の長期借入金	59,830	130,040
未払法人税等	72,198	95,537
賞与引当金	305,457	358,564
その他	799,280	919,523
流動負債合計	4,881,897	5,190,448
固定負債		
社債	50,000	50,000
長期借入金	50,000	59,830
役員退職慰労引当金	391,725	372,717
退職給付に係る負債	2,789,333	2,677,293
その他	123,224	120,163
固定負債合計	3,404,282	3,280,003
負債合計	8,286,180	8,470,452
<b>純資産の部</b>		
株主資本		
資本金	1,236,114	1,236,114
資本剰余金	1,049,534	1,049,534
利益剰余金	7,534,018	7,495,111
自己株式	△405,285	△405,285
株主資本合計	9,414,382	9,375,476
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,171,780	1,009,589
為替換算調整勘定	2,295	345
退職給付に係る調整累計額	△158,778	△208,779
その他の包括利益累計額合計	1,015,298	801,155
非支配株主持分	40,795	18,217
純資産合計	10,470,476	10,194,849
負債純資産合計	18,756,656	18,665,301

連結キャッシュ・フロー計算書 (各年度4月1日~3月31日の期間)

(単位:千円)

年 度	2017	2016
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	271,473	345,078
減価償却費	673,371	688,873
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△271	△4,581
受取利息及び受取配当金(△は減少)	△62,962	△58,303
支払利息	10,678	12,721
有形固定資産売却損益(△は益)	311	△10,701
投資有価証券売却損益(△は益)	△114,540	△8,639
固定資産廃棄損	3,722	1,368
補助金収入	△2,000	△2,000
売上債権の増減額	165,089	96,787
たな卸資産の増減額(△は増加)	58,369	△75,819
仕入債務の増減額(△は減少)	△61,651	△113,545
預り金の増減額(△は減少)	△994	2,856
賞与引当金の増減額(△は減少)	△53,107	79,512
役員退職慰労引当金の増減額	19,008	17,945
退職給付に係る負債の増減額	183,388	191,115
未払金の増減額(△は減少)	△19,980	49,976
未払消費税等の増減額(△は減少)	△90,442	68,953
その他	12,510	△59,395
小計	991,973	1,222,200
利息及び配当金の受取額	62,842	58,303
利息の支払額	△10,648	△12,450
法人税等の支払額	△150,236	△249,235
法人税等の還付額	2,472	1,273
営業活動によるキャッシュ・フロー	896,403	1,020,091
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△18,089	△19,750
有形固定資産の取得による支出	△898,991	△372,560
有形固定資産の売却による収入	2,599	35,066
無形固定資産の取得による支出	△31,480	△42,245
投資有価証券の取得による支出	△29,871	△29,308
投資有価証券の売却及び償還による収入	194,874	16,058
補助金による収入	2,000	2,000
その他	△12,324	840
投資活動によるキャッシュ・フロー	△791,284	△409,899
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入れによる収入	2,560,000	2,180,000
短期借入金返済による支出	△2,590,000	△2,040,000
長期借入金返済による支出	△80,040	△80,903
社債の発行による収入	50,000	50,000
リース債務の返済による支出	△37,566	△41,345
配当金の支払額	△100,458	△120,431
非支配株主への配当金の支払額	△341	△329
財務活動によるキャッシュ・フロー	△198,406	△53,009
現金及び現金同等物に係る換算差額	4,149	△1,656
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△89,138	555,526
現金及び現金同等物の期首残高	2,958,061	2,402,534
現金及び現金同等物の期末残高	2,868,922	2,958,061

## 株式情報 (2018年3月31日現在)

### 株式の状況

発行可能株式総数

**60,000,000株**

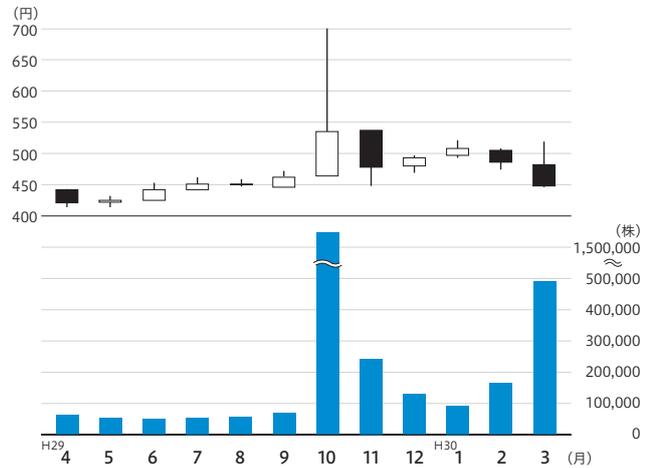
発行済株式の総数

**17,825,050株**

株主数

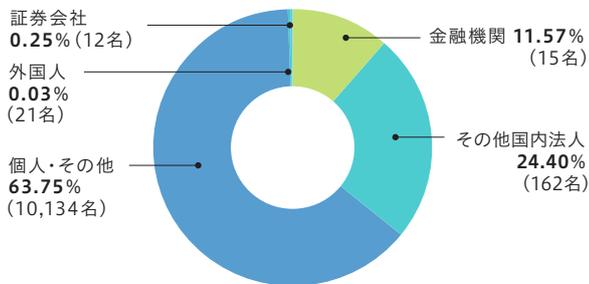
**10,344名**

### 株価推移

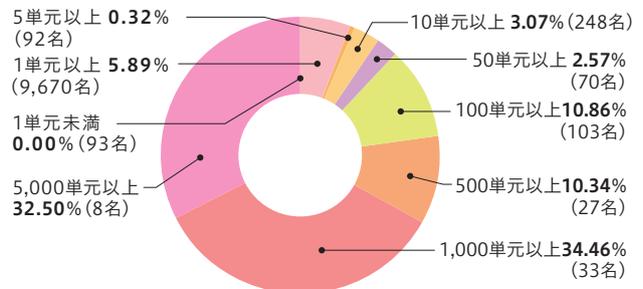


### 株式分布状況 (注)比率は小数点以下第三位を四捨五入しております

#### ●所有者別株式分布状況 (株式数比率)

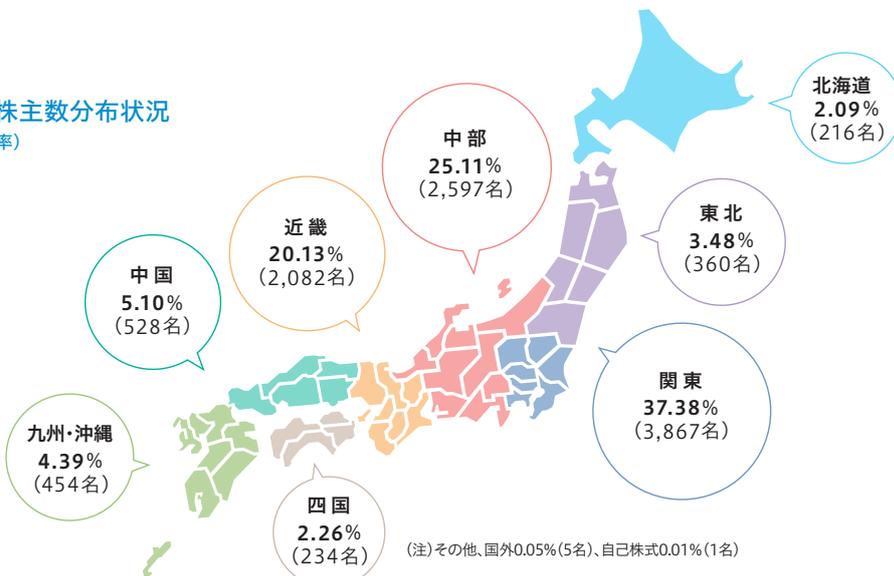


#### ●所有数別株式分布状況 (株式数比率)



#### ●地域別株主数分布状況

(株主数比率)



## 外部専門家意見



ロイドレジスタージャパン株式会社  
取締役 事業開発部門長

### 富田 秀実 氏

#### サンメッセレポート2018を読んで

サンメッセ株式会社はJASDAQ上場企業としていち早く統合報告書の作成に取り組み、すでに本報告書で6度目の発行となりました。その継続性は、新たなスローガンである「不易流行」にも通ずるところがあります。一方、その間、日本企業の統合報告書のレベルは徐々に改善しており、ステークホルダーの期待もより高まっていますので、統合報告書を単に発行することから、その質が問われる時代になったといつてよいでしょう。

今回、経営体制が変更になり、VISION2016に続く、新たな中期経営計画が期待されるタイミングですが、残念ながら本報告書では記載されていません。ただし、議論が不十分とのこと、あえてその拙速な公開は避けたことは英断ともいえるかもしれません。統合報告の観点からいえば、単に中期経営計画を開示するだけでは十分とは言えません。まず前の経営計画の何が達成でき、何が達成できなかったのか、さらにその原因、課題を明確に説明する必要があります。そのうえで、新たな経営計画を提示し、何が従来と変わったのかを示す必要があります。さもなければ、新たな計画の説得性は十分なものとはならないでしょう。また、本報告書でも新たな4事業に言及され、それぞれ成長しつつあるように記載されていますが、こうした

事業の規模感や従来のビジネスとのシナジーが明確に説明されなければ、サンメッセが100年企業に向けて成長してゆくというストーリーを読者に納得させることは難しいと思われます。今後、発表される新中期経営計画とともに、こうした点が明確に説明されることを期待したいと思います。

本報告書で、ESGTピックスとして記載されているように、サンメッセの特徴の一つが、中堅企業の中でも非常に積極的な取り組みを行っていることでしょう。ダイバーシティの取り組みも徐々に成果を上げつつあるように見受けられますし、気候変動では、きわめて先進的な取り組みとしてSBTに基づく目標設定の準備が進められています。ただ、こうした取り組みが、サンメッセの事業や価値創造にどのように関係・影響しているのかがまだ明確になっていないようです。例えば、残念ながら取締役会にはダイバーシティが依然として欠如しています。

サステナビリティが全世界的な課題となりビジネスに大きな影響を与える中、サンメッセにとってこうしたESGの課題を経営的に確に統合し、価値創造のドライバーとする余地は多分にあるように感じられます。100周年に向け、新たな展開を期待したいと思います。

#### 外部専門家意見をいただいて

富田様、毎年継続して多くの示唆に富む貴重なご意見を賜り、誠にありがとうございます。

当社は、本年4月よりトップマネジメントが交代し、「不易流行」は新社長から発せられた我々社員に対するメッセージの中の一つとして、当社のもつ強みや、バリューは何か?を今一度問うためのものです。

印刷業界はまさに激動のマーケットであり、統廃合も後を絶ちません。この統合報告書を2013年から発行する中において、さまざまな取り組みが可視化され、その中で見出した経営課題を顕在化し、どう克服していくか?というところまでたどり着く事が出来ました。「JASDAQ企業なのだから報告書を出さなくてもよいのでは?」と複数の投資家からご意見もいただきますが、一番大切なのは本報告書を通じて、当社のケイパビリティを軸に、いかに価値創造していくかの“経営のデザイン”を描けるか?ということであると捉えています。

その上で、富田様からいただいた厳しいご意見を真摯に受け止めているのと同時に、ご指摘いただいている内容が、まさに当社の最大の課題であることも認識しております。

反面、同時に当社であるからこそその強みや向かうべき方向性が定められてきていることが、確かな手応えであることも事実です。この強みこそが非財務情報でもあり、まだまだ明確に可視化できていないことから、当社のもつポテンシャルには大きな可能性が秘められているとも言えましょう。

新社長の下、新たな航海に出たサンメッセのバリューを最大限発揮し、100年企業に向けた成長ストーリーをより具体的にイメージいただけるよう、成長の軌道を着実にアピールできることに、一層努めさせていただきます。



執行役員  
営業副本部長  
ソリューション統括部長  
兼ソリューション戦略推進部長

### 田中 信康

# 会社概要

2018年8月1日現在

## ■ 基本情報

商号 サンメッセ株式会社  
 創業 1935年(昭和10年)5月10日  
 設立 1946年(昭和21年)9月20日  
 代表取締役社長 田中 尚一郎  
 社員数 713名(連結730名)  
(2018年3月31日現在) ※嘱託、パートは含まれておりません。  
 資本金 1,236,114千円  
 売上高(連結) 151億03百万円(2018年3月期)  
 証券コード 7883 (東証 JASDAQ スタandard)

## ■ 主要な事業内容

一般商業印刷を中心に出版印刷、包装印刷を営む総合印刷会社。  
 企画、デザイン、製版、印刷、製本、製袋等に至る設備を有し一貫生産。チラシ制作  
 支援等のシステム開発、セキュリティ、衛生管理を徹底したサービスを実施。印字、  
 封入、封緘を行うDPS(デジタルプリントサービス)やPOD(プリントオンデマンド)  
 を強化。WebサイトやDVDなどのコンテンツ制作等の企画開発。

## ■ 役員

取締役 会長	田中 良幸	(代表取締役)
取締役 副会長	田中 勝英	(代表取締役)
取締役 社長	田中 尚一郎	(代表取締役) 営業本部長
取締役 常務執行役員	水谷 和則	営業副本部長 岐阜統括部長 兼 本社営業部長
取締役 常務執行役員	今井 稔	営業副本部長 愛知統括部長
取締役 常務執行役員	伊東 覚	製造本部長
取締役 執行役員	長井 芳郎	購買本部長 兼 購買部長
取締役 執行役員	竹林 啓路	総務部長
取締役 執行役員	橋本 勝之	営業副本部長 大阪統括部長 兼 大阪営業部長
取締役 執行役員	千代 耕司	管理本部長 兼 経理部長
取締役 執行役員	衣斐 輝臣	品質保証室長
取締役 執行役員	由良 直之	営業副本部長 東京統括部長
取締役 相談役	田中 義一	
取締役 (監査等委員)	松井 巖	(常勤)
取締役 (監査等委員)	長屋 英機	(社外)
取締役 (監査等委員)	石岡 秀夫	(社外)
執行役員	田中 信康	営業副本部長、ソリューション統括部長 兼ソリューション戦略推進部長
執行役員	平野 高光	営業開発第一部長

## ■ 本社及び事務所

本社 〒503-8518 岐阜県大垣市久瀬川町7丁目5-1  
 工場 本工場 (岐阜県大垣市)  
 中工場 (岐阜県大垣市)  
 西工場 (岐阜県大垣市)  
 支店 東京支店 (東京都江東区)  
 新宿支店 (東京都新宿区)  
 大阪支店 (大阪市中央区)  
 名古屋支店 (名古屋市中区)  
 岐阜支店 (岐阜県岐阜市)  
 営業所 三重営業所 (三重県四日市市)  
 滋賀営業所 (滋賀県彦根市)  
 静岡営業所 (静岡市葵区)  
 京都営業所 (京都市下京区)  
 愛岐営業所 (愛知県一宮市)  
 岡崎営業所 (愛知県岡崎市)  
 系列会社 日本イベント企画株式会社 (岐阜県大垣市)  
 Sun Messe (Thailand) Co., Ltd. (タイ王国バンコク市)



本社・本工場 【生産品目】商業印刷物、出版印刷物およびデータプリントサービス、パッケージ  
 【土地面積】34,724m<sup>2</sup>  
 【建物延べ面積】29,013m<sup>2</sup>



中工場 【生産品目】商業印刷物、出版印刷物  
 【土地面積】7,164m<sup>2</sup>  
 【建物延べ面積】7,367m<sup>2</sup>



西工場 【生産品目】商業印刷物、一般・連続伝票、  
 パッケージ、シール  
 【土地面積】7,367m<sup>2</sup>  
 【建物延べ面積】8,839m<sup>2</sup>



東京支店



新宿支店



大阪支店



名古屋支店



岐阜支店



## Sun Messe Photo Team

Sun Messe REPORT 2018に  
 掲載された写真は、  
 当社フォトチームが  
 撮影しました。

※一部提供写真等除く



人・物・情報を集積・発信 印刷を核に、情報社会に貢献します

# サンメッセ株式会社

1部あたり  
**1200g**  
**CO<sub>2</sub>**

カーボンフットプリントを算定・表示しています。このCFP値は、「商業および一般証券印刷物」CFP-PCRにより算定しています。

<http://www.cfp-japan.jp>  
CR-BS05-18021



- FSC®森林認証紙を使用しています。
- UDフォントを使用しています。
- 揮発性有機化合物(VOC)を含まない植物油100%のノンVOCインキを使用しています。
- 有害物質を含む湿し水を使用しない、水なし印刷方式にて印刷しています。

「サンメッセレポート2018」はサンメッセのウェブサイトにも掲載しています。  
過去の報告書も閲覧可能です。

<https://www.sunmesse.co.jp/report>

「サンメッセレポート2018」へのご意見・ご感想をお聞かせください。

専用アンケートサイト

<https://www.sunmesse.co.jp/form/hp-mailform/mailform.cgi?id=enquete2018>

