



2026年5月14日

各位

会社名 サンメッセ株式会社
代表取締役社長 田中信康
社長執行役員
(コード番号：7883 東証スタンダード市場)
問合せ先 取締役常務執行役員 由良直之
管理本部長兼総務部長
(TEL：0584-81-9111)

サンメッセグループ「新経営ビジョン（中長期経営計画）」策定に関するお知らせ

この度、当社グループは、創業100周年にあたる2035年を見据えた新経営ビジョン（中長期経営計画）「Change-SX2035- 印刷を、超える。」並びに、その実現に向けた計画として、2028年度を最終年度とする「第一次中期経営計画」を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

1. 「新経営ビジョン」並びに「第一次中期経営計画」策定の背景

当社グループを取り巻く事業環境は、デジタルシフトの進展による情報伝達手段の多様化やペーパーレス化の加速により、大きく変化しております。加えて、原材料・エネルギー価格の高騰、脱炭素社会に向けた環境負荷低減への要請、人手不足への対応など、事業運営における課題は一層複雑化しております。

このような環境下において、当社は従来の印刷事業の枠組みに留まることなく、事業構造及び経営基盤そのものの変革を進め、持続的な成長と企業価値向上を実現するため、新経営ビジョンを策定することといたしました。

2. 新経営ビジョン「Change SX2035 印刷を、超える。」について

本ビジョンは、創業100周年となる2035年に向け、印刷業の枠を超えた新たな顧客価値の創造を目指すものです。

コア事業である商業印刷を堅持しながら、IPS（セキュア事業）及びパッケージ分野などの成長領域へ経営資源を重点配分し、2035年までに「印刷を超えた領域」での収益基盤の確立を目指してまいります。また、従来の「受託型」から「共創型」へとビジネスモデルを転換し、情報価値を創造する「総合コミュニケーション企業」として事業ドメインを再定義することで、持続可能な成長軌道を描いてまいります。

業績指標

	FY2034 (2035年3月期)
連結売上高	200億円以上
営業利益	10億円以上
ROE	7.0%以上
株主還元	配当性向 40%以上

3. 第一次中期経営計画 (FY2026-FY2028) について

第一次中期経営計画は、新経営ビジョン実現に向けた基盤構築の重要な位置づけとし、「構造改革」と「会社変革に向けた事業推進」を基本方針として、(1) 利益創出 (2) 稼ぐ会社への体質改善 (3) 事業ポートフォリオ変革に向けた基盤づくりを重点施策として推進いたします。同時にサステナビリティ施策として「人的資本経営」と「DX」を重点テーマに位置付け、経営ビジョン実現を支える経営基盤の強化に努めてまいります。

また、持続的な企業価値向上と資本効率改善を重視した資本政策を推進するとともに、安定的な配当を基本とした株主還元を努めてまいります。

業績指標

	FY2028
連結売上高	183.3億円
営業利益	4.7億円
ROE	4.0%以上
株主還元	配当性向 40%

詳細につきましては、添付資料をご確認ください。

(注) 本資料記載の将来に関する一切の記載内容は、発表日現在において入手可能な情報に基づき推計したものであり、実際には様々な要因により予想と異なる結果になる可能性があることをご承知おきください。

以上

新経営ビジョン (中長期経営計画)

Change — SX^{Sun Messe Transformation} 2035 —
印刷を、**超**える。



サンメッセ株式会社

東証スタンダード 証券コード 7883

新経営ビジョン
(中長期経営計画)



01 新経営ビジョン(中長期経営計画)に向けて



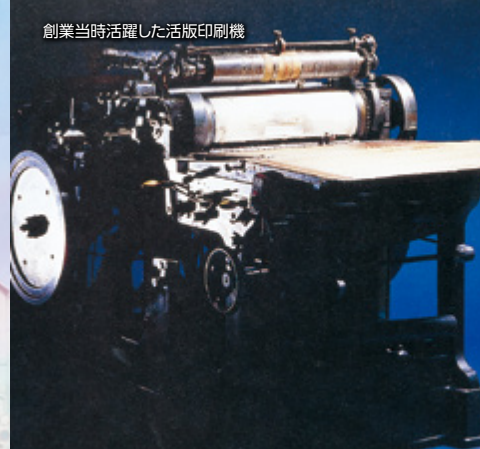
03 第一次中期経営計画(FY2026-FY2028)

- 重点施策
- サステナビリティ施策
- 資本政策



1942

創業まもないころの田中印刷



創業当時活躍した活版印刷機



1971

東海地方初の東芝ATF 両面8色オフセット輪転機導入



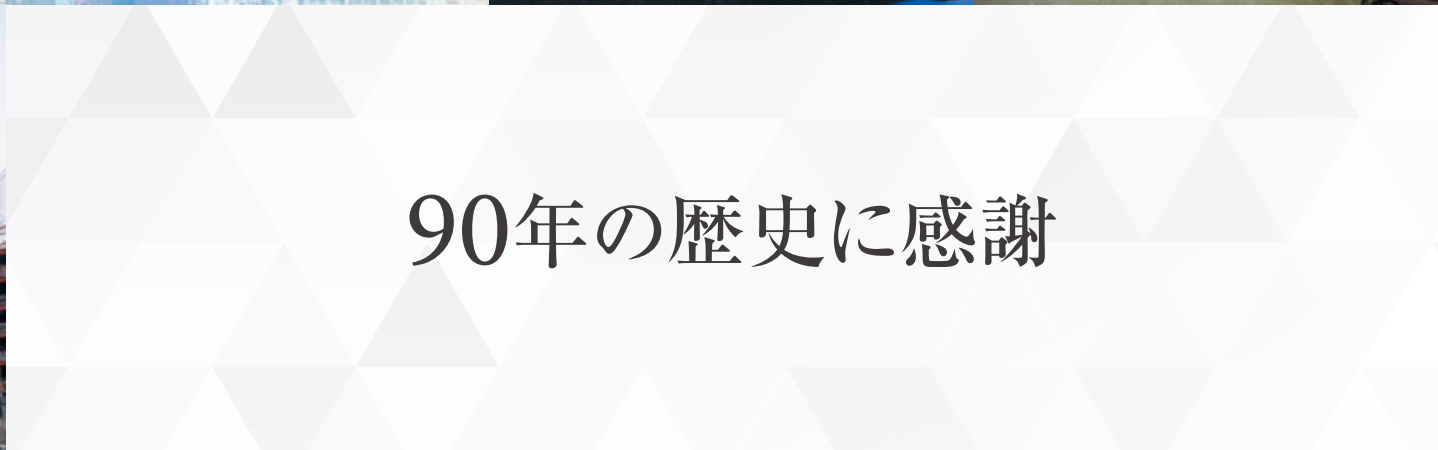
1975

本社兼工場(現・中工場)を大垣市内に新設



1994

地下1階、地上9階建の「サンメッセ東京ビル」が竣工



90年の歴史に感謝



1999

新本社および新工場(現・岐阜本社、本社第一工場)が竣工



2004

第3回印刷産業環境優良工場表彰において本社工場が経済産業大臣賞を受賞



2013

個人情報などを含むオンデマンド印刷に対応した富士ゼロックス社製「Z8001」を導入



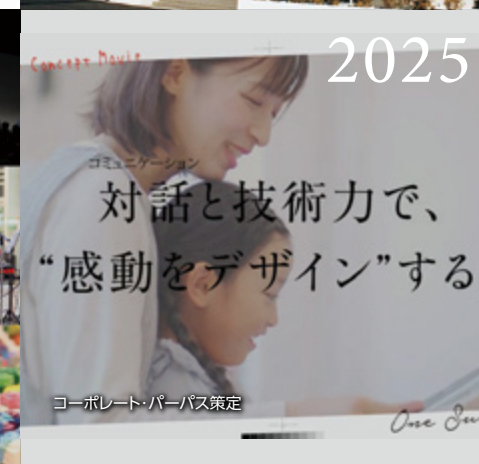
2022

ハイデルベルグ社製「XL106-4P」「XL106-8P」を導入



2024

コーポレート・コミュニケーション事業の拡大のため株式会社Sincを設立



2025

対話と技術力で、「感動をデザイン」する。

コーポレート・パーパス策定

One Team

2025年7月1日 経営理念を一部改定及び理念体系の策定(社是・経営理念)

社是

経営理念

お客さまの満足

持続的成長

社員の幸せ

サンメッセは、
常にお客さまを第一に考え、
印刷を核に、持続的に発展し、
社会に貢献します。

2025年7月1日 経営理念を一部改定及び理念体系の策定(コーポレート・パーパス)

コーポレート・パーパス

コミュニケーション

対話と技術力で、 “感動をデザイン”する。

コミュニケーション

私たちの価値の源は、対話です。

事業活動を通じて、ステークホルダーと真摯に向き合い、新たな発想で、感動を提供します。

ステークホルダーが伝えたい内容を、強みである印刷の技術力を活かし、

“感動をデザインする”ことで、社会に貢献することを価値とします。

私たちは、製品やサービスをつくるだけでなく、驚きや楽しさ、

ワクワクといった“感動”を社会に届ける存在として、人々の心が動く瞬間を“デザイン”していきます。

2025年7月1日 経営理念を一部改定及び理念体系の策定(ミッション・ビジョン・バリューズ)

ミッション

情熱

情熱は、対話を“感動”へと変える原動力です。お客さま第一で、困難な課題や、答えのない問いに応えるため、心からの熱意で前進し続けます。

挑戦

現状に満足せず、常に新しい可能性を愚直に、真摯に追い求めます。失敗を恐れず、情熱をもって取り組むことがサンメッセらしさです。

共創

挑戦を“感動”へと導くため、異なる視点や知見を持ったパートナーとの積極的な対話を行います。そこから生まれた相乗効果により、大きなインパクトを目指します。

ビジョン

『印刷を、超えた 総合コミュニケーション企業』へ

私たちは「印刷」を核に、様々な発展を遂げてきました。

しかしながら、時代の流れと共に、

コミュニケーションや表現の在り方は複雑かつ多様性を増しています。

これまでの印刷を核に、デジタルメディア、マーケティング等のあらゆる対話手段を通し、コミュニケーションの幅を広げる「総合コミュニケーション企業」へと、進化を遂げていきます。

バリューズ

One Sun Messe

社員に

お客さま第一で情熱をもって対応し、挑戦や変革を楽しむ人材である

お客さまに

お客さまと共に価値を創造する姿勢を忘れず、共に歩む

地域社会に

大垣という私たちが成長してきた地域に対し、共創の想いで価値を届ける

地球に

全てのステークホルダーとの共創により、お客さまや地域社会のその先までより良く、かけがえのない地球を守る

新経営ビジョン
(中長期経営計画)

SX2035
Change
印刷を、超える。

▶ 01 新経営ビジョン(中長期経営計画)に向けて

02 新経営ビジョン **Change**
(中長期経営計画) 印刷を、超える。

03 第一次中期経営計画(FY2026-FY2028)

● 重点施策 ● サステナビリティ施策 ● 資本政策

FY2019-FY2025の振り返り(基本施策)

90thスローガン

Challenge for Change 2025

～変革への挑戦～

FY2019-FY2025期間における
 目標を達成するための基本施策である、
 「守る・攻める・挑戦する」を実施した



FY2019-FY2025の振り返り(トピック)

基本方針である事業領域の拡大、営業エリアの拡大に向けた施策を推進してきた



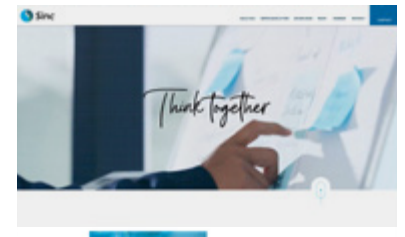
2012年・2022年
 本社第五工場を
 増築、増床

2022年
 IPS事業を
 事業部化

2023年
 DX推進室新設

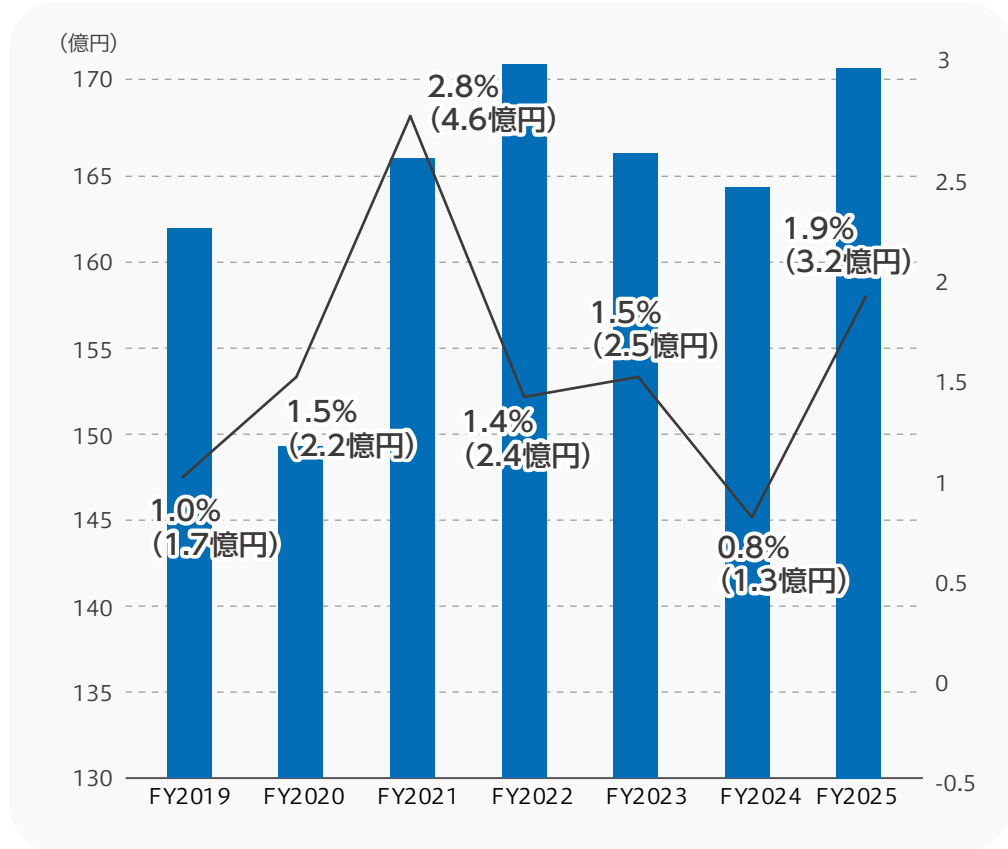
2024年
 金沢支店開設

Sinc設立

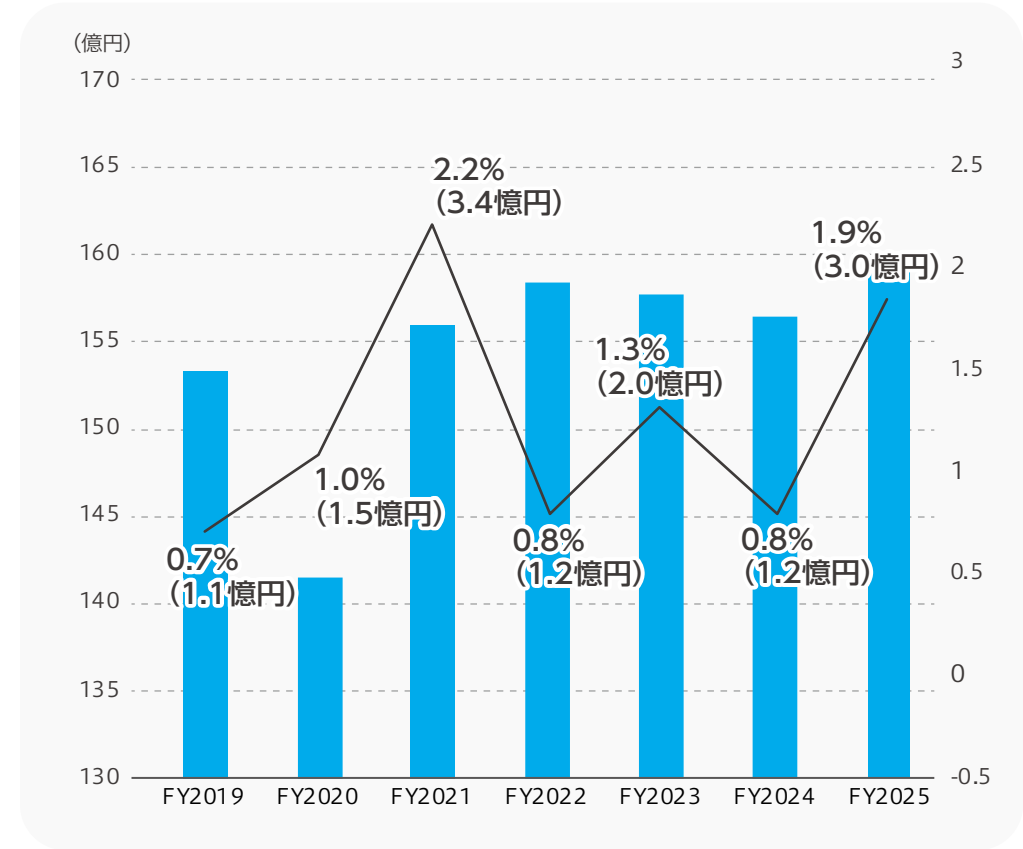


FY2019-FY2025経営指標の推移(売上高、営業利益率)

連結 ■ 実績 — 営業利益率



単体 ■ 実績 — 営業利益率



経営指標の推移

連結

FY2019

売上高 161.9億円

営業利益 1.70億円

経常利益 2.97億円

当期純利益 1.83億円

FY2025

売上高 **171.3**億円
 CAGR(FY19-25) 0.9%

営業利益 **3.24**億円
 CAGR(FY19-25) 11.3%

経常利益 **5.43**億円
 CAGR(FY19-25) 10.5%

当期純利益 **4.60**億円
 CAGR(FY19-25) 16.6%

単体

FY2019

売上高 153.3億円

営業利益 1.09億円

経常利益 2.50億円

当期純利益 1.58億円

FY2025

売上高 **159.4**億円
 CAGR(FY19-25) 0.6%

営業利益 **3.09**億円
 CAGR(FY19-25) 18.9%

経常利益 **5.08**億円
 CAGR(FY19-25) 12.5%

当期純利益 **4.16**億円
 CAGR(FY19-25) 17.5%

当社が直面する課題

経営課題

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

- コア事業である商業印刷の収益性向上
- 印刷を超える、事業領域の拡大
- 製造工程における利益改善
- DXの推進
- 次代に対応する人事評価制度の改訂

事業環境の変化

既存コアビジネスの減退
 競争の激化・調達価格の変動
 品質の追求
 人材の確保が困難
 収益性の低下

新経営ビジョン
(中長期経営計画)



01 新経営ビジョン(中長期経営計画)に向けて

▶ 02 新経営ビジョン **Change** SX2035
(中長期経営計画) 印刷を、超える。

03 第一次中期経営計画(FY2026-FY2028)

- 重点施策
- サステナビリティ施策
- 資本政策

新経営ビジョン

(中長期経営計画)

Change
SX2035
Sun Messe Transformation
印刷を、超える。

コンセプト・ステートメント



Change

「Change」に込めた想いは多様です。

「Change(=変わる)」し、課題を克服する。

「Change(=再認識)」し、(当社の)強みを仕事に活かし、守り抜く。

「Change(=行動)」で、すぐ行動し、変える。

社員一人ひとりが「Change」し、自ら未来を切り拓くことが必要です。

サンメッセが100年企業を見据え、

立ちほだかる多くのミッションに「Change」して挑みましょう。

SX2035

「S」は、Sun Messeの「S」であり、Sustainability(持続可能性)の「S」でもあります。

「X」は、Transformationで、「変革」です。

SX2035は、新経営ビジョン「Change」に、「S(サンメッセ)」と「X(変革)」を掛け合わせ、スピードある変革を推進することをイメージしています。

当面のターゲットは、未踏である「2035年の100周年」です。

100年企業を見据えた各々個人と組織の変革で、

サンメッセの前に立ちほだかる壁を打ち破るのです。

そして、「印刷を、超える。」

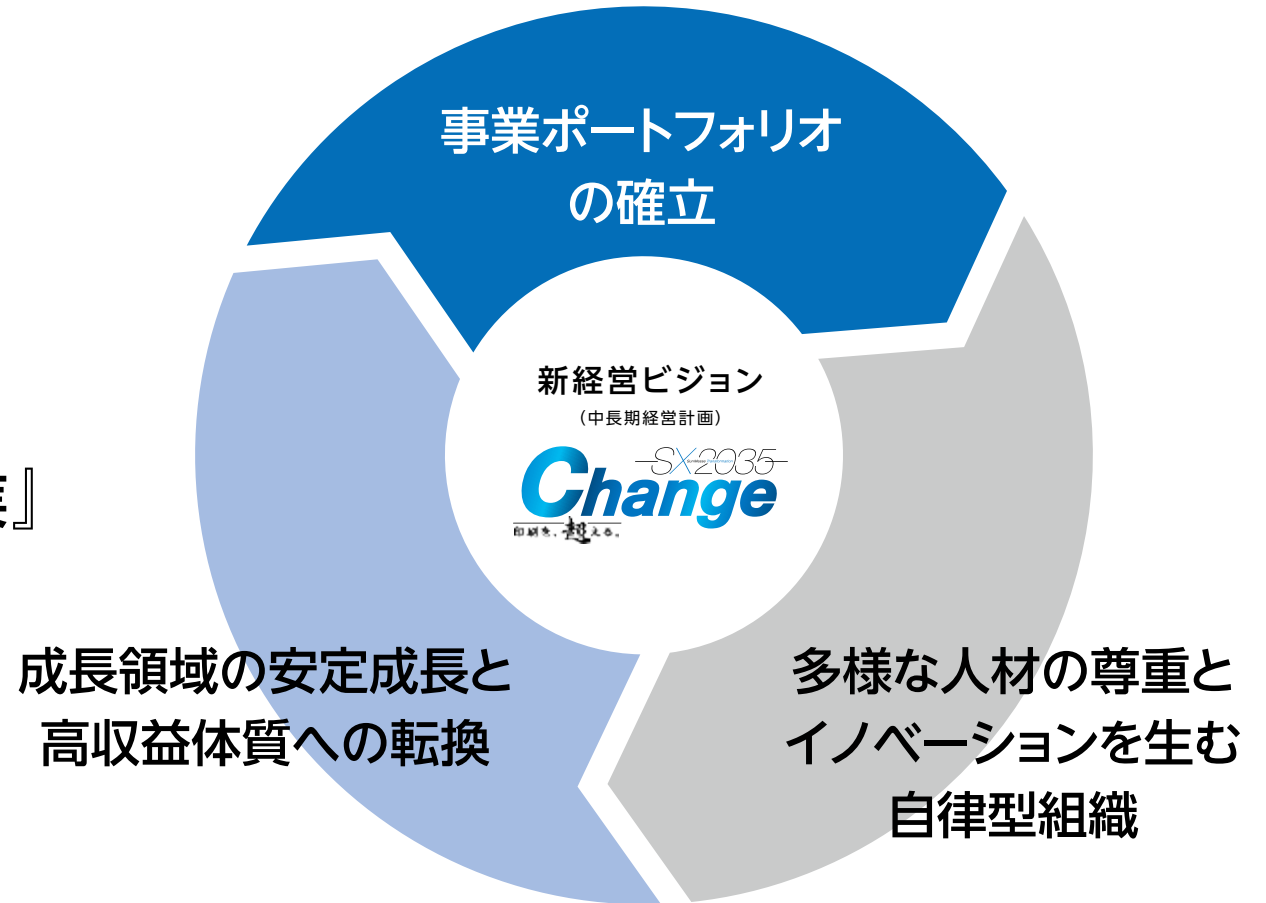
2035年の100周年を迎えるその時に、私たちは、

印刷を超えた存在になっていることでしょう。

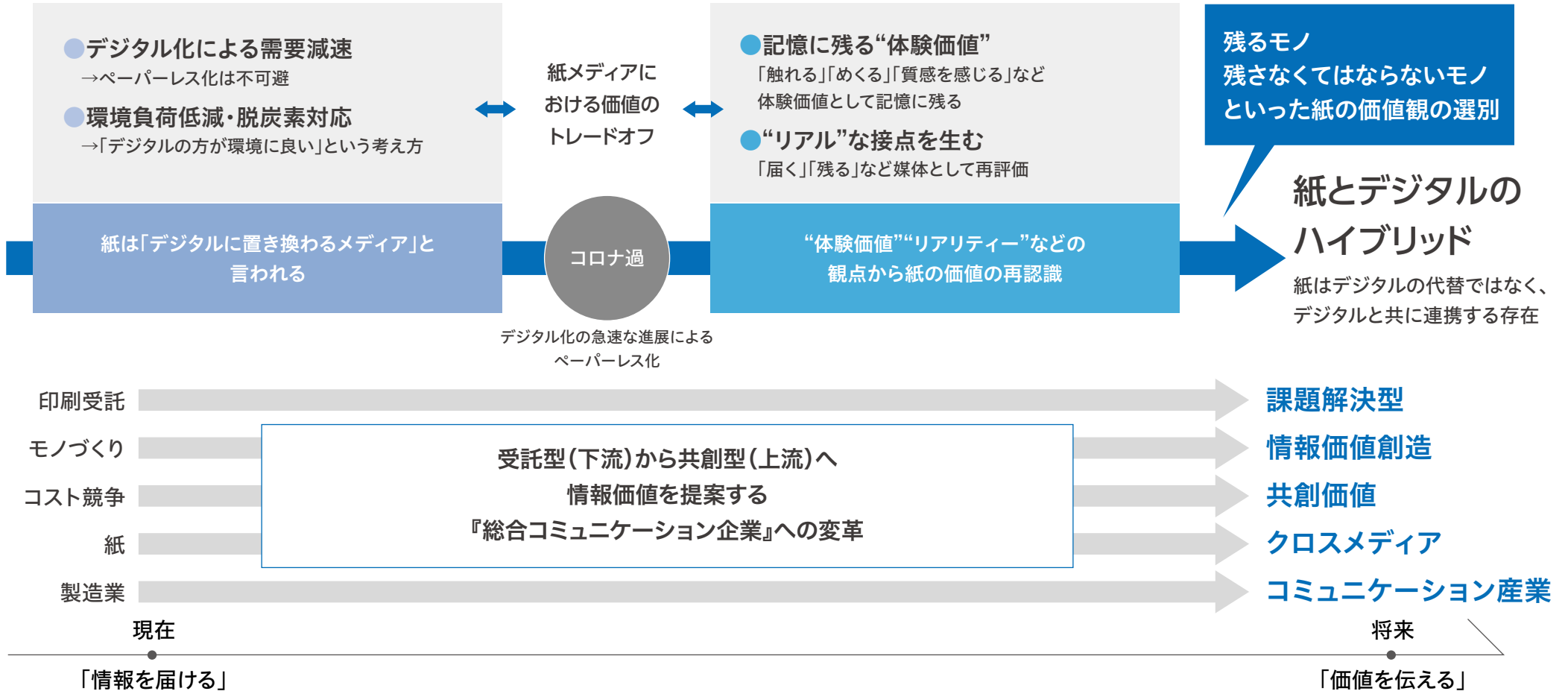
ビジョンである「総合コミュニケーション企業」への変貌を
ありたい姿として目指し、サンメッセは「Change」します。

基本方針:2035年のありたい姿

印刷を、超えた
『総合コミュニケーション企業』

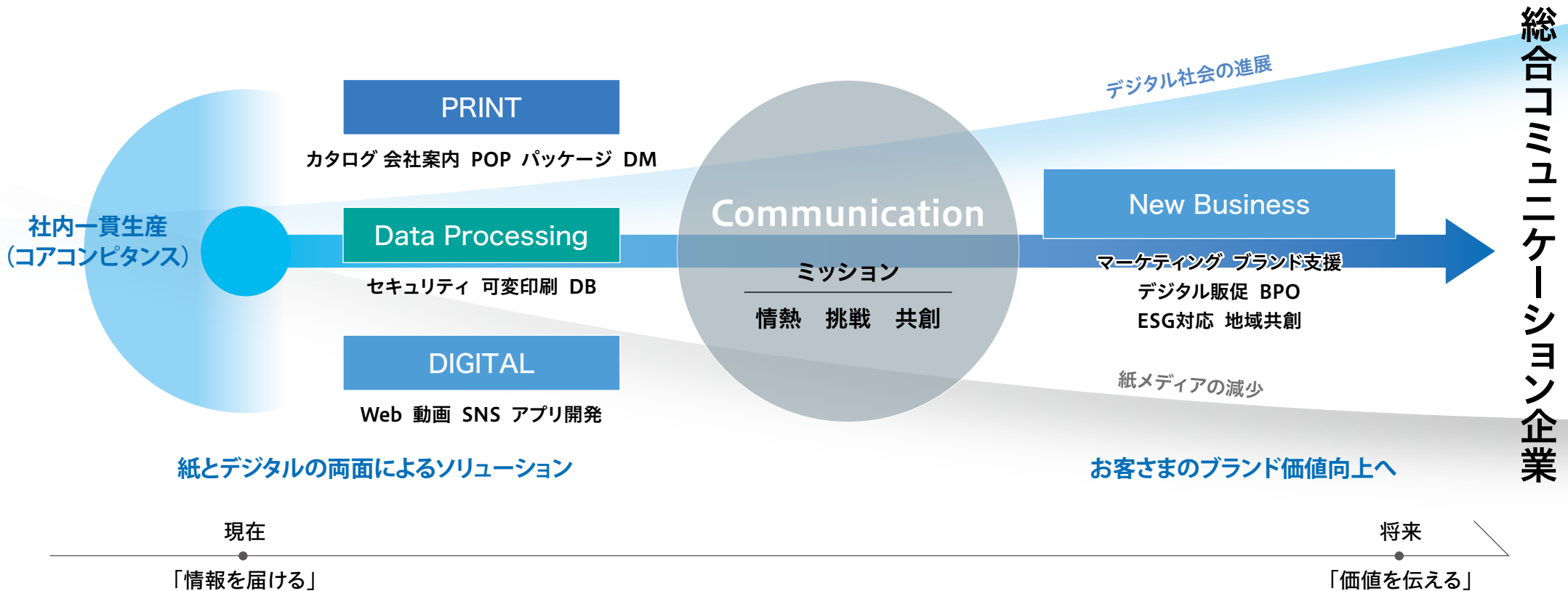


社会変化に対応する当社のスタンス



総合コミュニケーション企業のイメージ

印刷で培った「伝える力」を核に、『総合コミュニケーション企業』へと進化



タイムライン&ポートフォリオ変革イメージ

新経営ビジョン

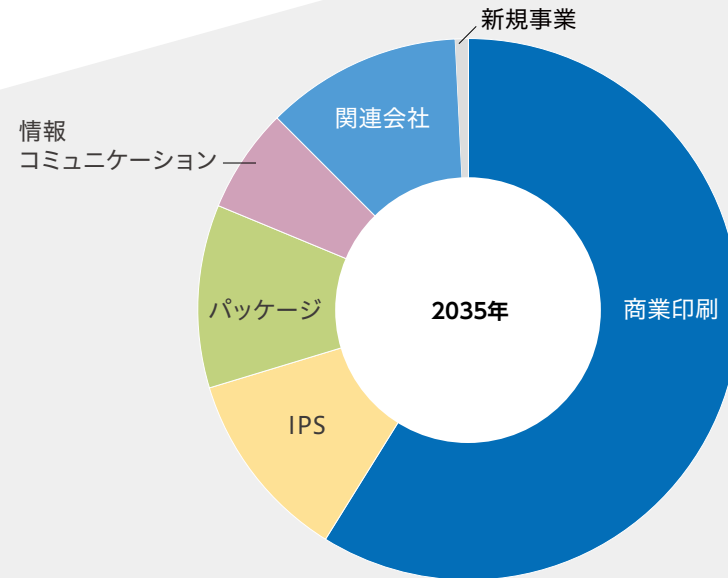
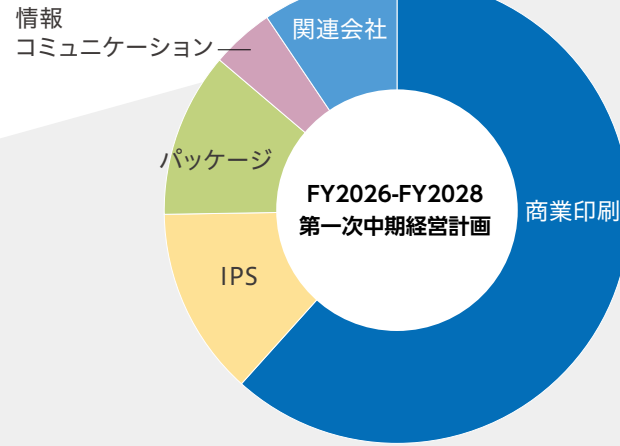
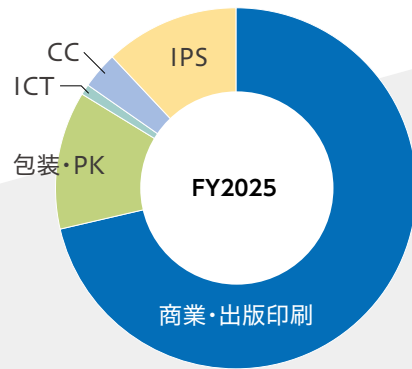


FY2026-FY2034

2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
第一次中計			第二次中計			第三次中計		

印刷を、超えた
『総合コミュニケーション企業』へ

← 2035年を見据え、長期視点で当面3年目標を毎年ローリング →



定量目標(連結)

FY2025

売上高 **171.3億円**営業利益 **3.24億円**経常利益 **5.43億円**当期純利益 **4.60億円**

FY2028(目標)

売上高 **183.3億円**営業利益 **4.7億円**ROE **4.0%以上**FY2026~FY2028
戦略投資(3カ年) **25億円**

FY2034(目標)

売上高 **200億円以上**営業利益 **10億円以上**ROE **7.0%以上**

2035年3月期 定量目標(連結)

売上高	200億円以上
営業利益率	5%以上
営業利益額	10億円以上
ROE	7%以上

新経営ビジョン
(中長期経営計画)



01 新経営ビジョン(中長期経営計画)に向けて

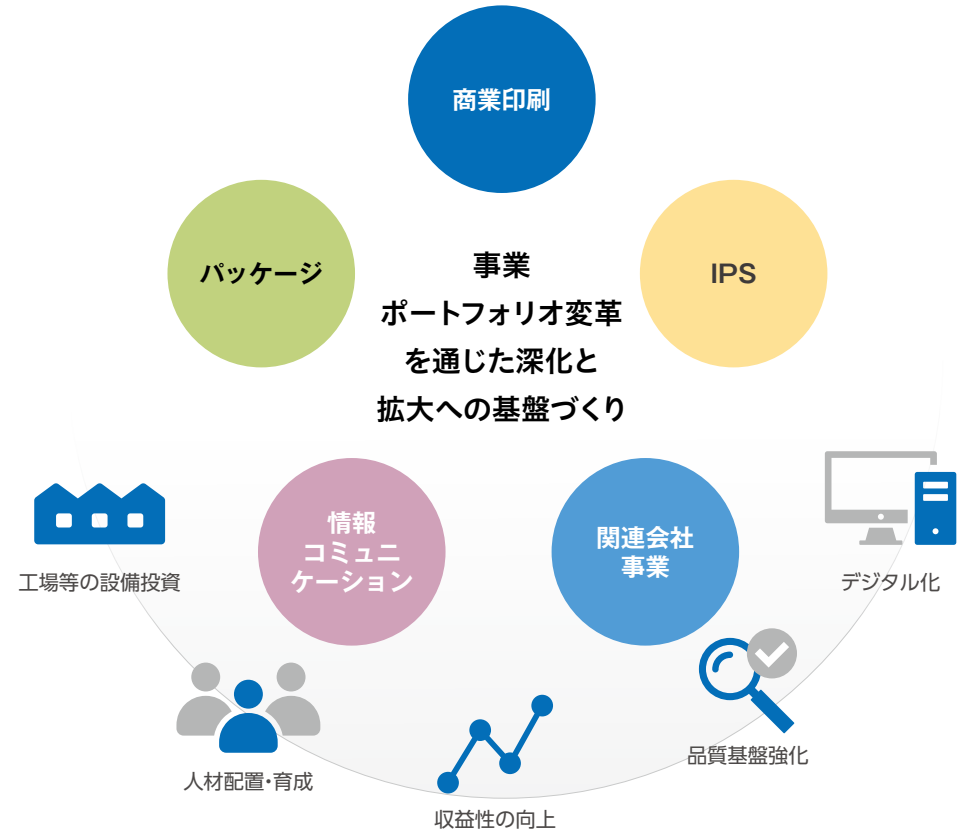
02 新経営ビジョン **Change**
(中長期経営計画) 印刷を、超える。

▶ 03 第一次中期経営計画(FY2026-FY2028)

- 重点施策
- サステナビリティ施策
- 資本政策

基本方針

構造改革と 会社変革に向けた推進



基本方針に対する重点施策

構造改革

1.利益創出

成長を高めるための基盤づくり

2.稼ぐ会社への体質改善

新たな市場、新たな領域への挑戦
高付加価値化に向けたアクション

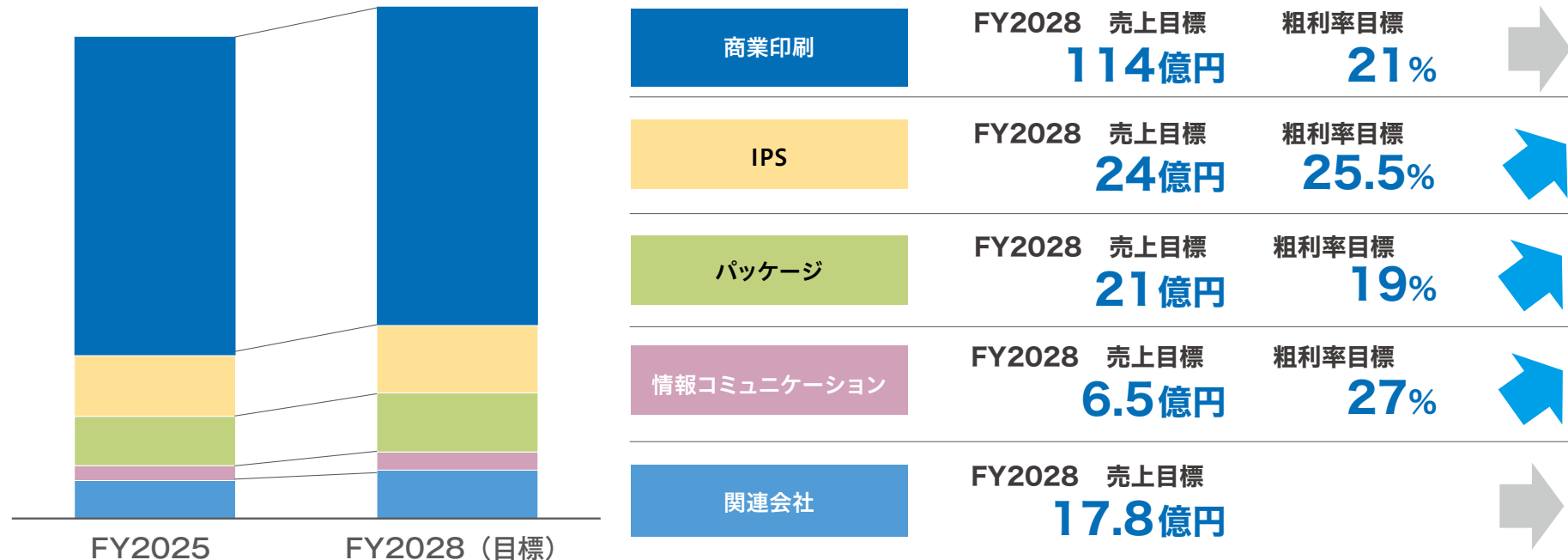
会社変革に向けた推進

3.事業ポートフォリオ確立(に向けた強固な基盤づくり)

成長領域へのメリハリのある投資配分

2029年3月期 カテゴリー別定量目標 (連結)

売上高 **183.3億円** 営業利益率 **2.6%** 営業利益額 **4.7億円**



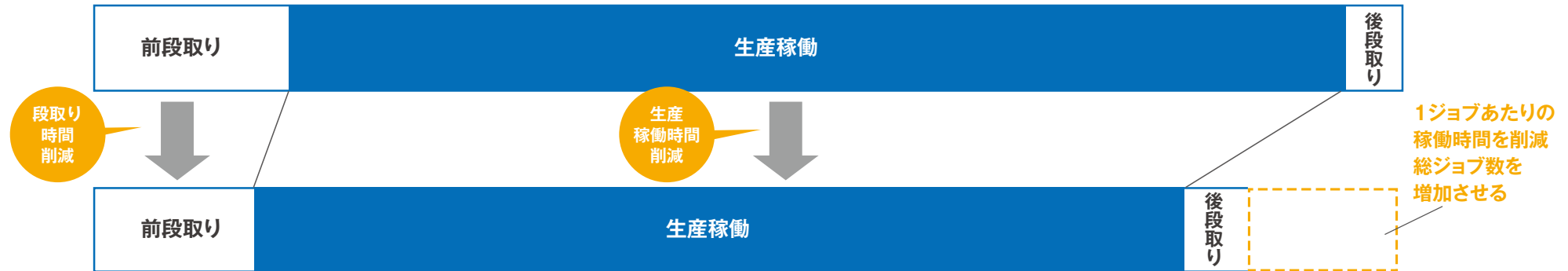
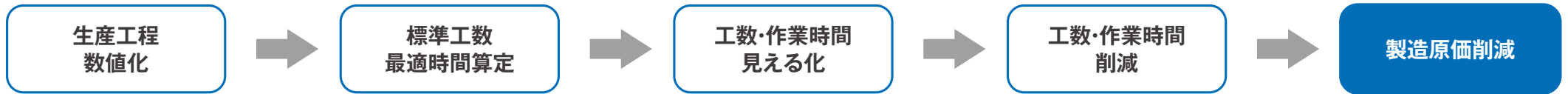
重点施策

重点施策1:利益創出

①生産稼働の最適化による製造原価低減

各生産工程を数値化・可視化し、段取りおよび稼働時間を削減(ジョブ単位の製造原価を低減)

固定費比率を下げ、資産回転率と供給力を高めることで収益性を向上



KPI:生産リードタイム10%削減

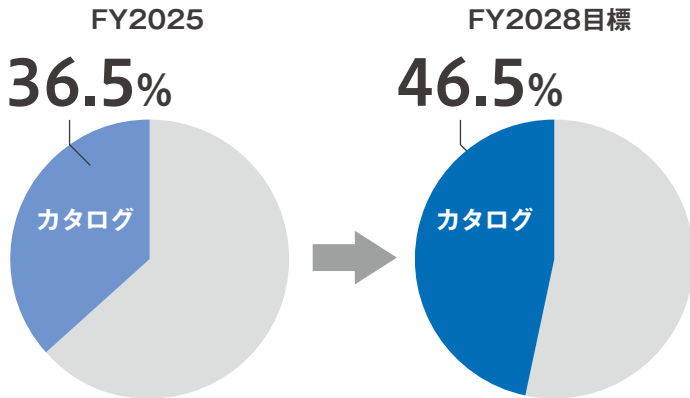
※2025年度実績比

重点施策1:利益創出

②コアコンピタンスの最大化によるカタログ領域の推進

製造業が集積する東海圏において、当社のコアコンピタンスである社内一貫生産を最大活用。カタログ領域の推進により、限界利益を重視した高効率な収益モデルを確立

商業印刷カテゴリにおける売上構成



社内一貫生産を基盤にした カタログ制作における強み

- 企画・制作から印刷・発送までをワンストップで対応
- 各工程が分断しないため余剰な管理コストやミスを削減
- 新製品のリリース前情報などを一貫して自社内で管理

+

収益性を高める新たな付加価値戦略

制作工程における先端技術の導入

カタログ制作における最新のデジタルアセット管理など、お客さまの販促業務及び商品DB管理における負担軽減を実現するソリューションの提供

BPO(業務代行)への拡張

カタログ制作に付随する在庫管理、配送、販促品のセットアップなど、お客さまの周辺業務を包括受託

DXによる制作支援と周辺業務の包括受託で、付加価値を高め収益基盤を拡大

KPI: 商印カテゴリにおける売上高比率10%※アップ/制作におけるリードタイム10%削減

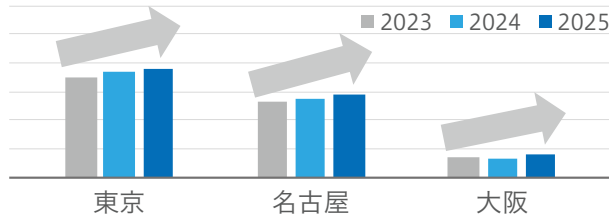
※2025年度実績比

重点施策2: 稼ぐ会社への体質改善

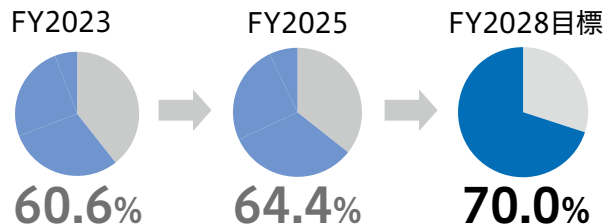
① 大都市圏 (東・名・阪) の営業力強化

市場成長率の高い大都市圏にリソースを集中。「拠点拡大」と「組織機能の最適化」の両軸により、案件の獲得から進行、実務までをシームレスかつ強力にサポートする営業体制を構築

大都市圏における売上実績 (単体)



売上全体に占める構成比



新たな営業拠点の設置を検討

大都市圏における新たな営業拠点の設置を検討

包括的な受注に対する営業支援機能を拡充

大都市圏における営業支援機能を強化。既存業務の上流、下流まで包括的に顧客インサイトに基づいた高品質な製品、ソリューション、サービスの提供

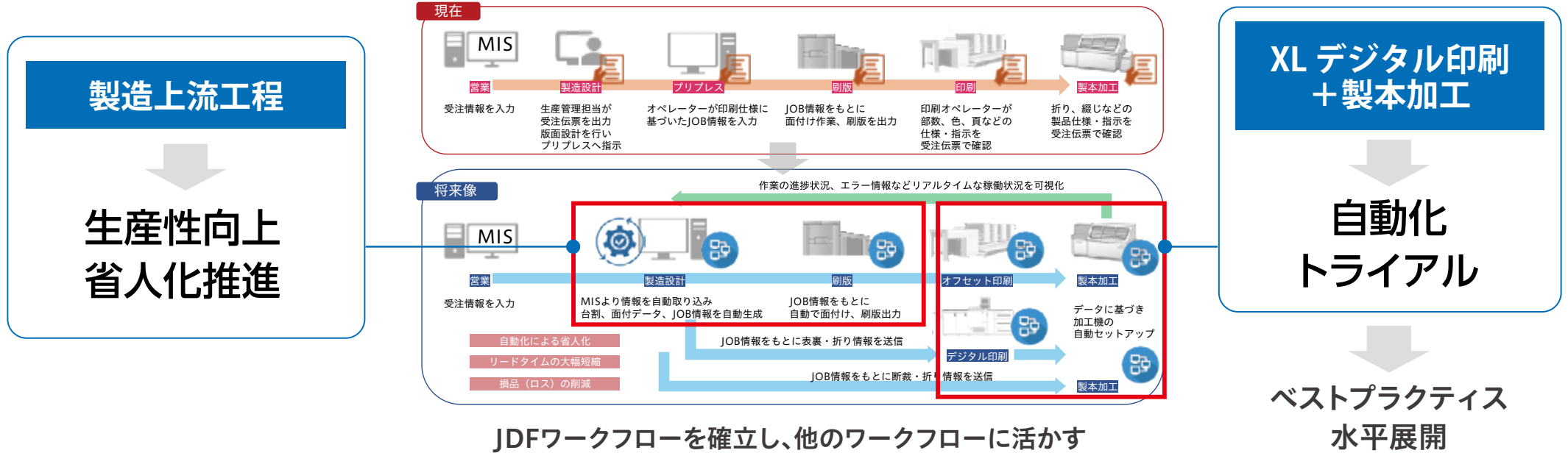


KPI: 売上構成比※70%以上

※サンメッセ単体

重点施策2: 稼ぐ会社への体質改善

② 印刷ワークフローの自動化



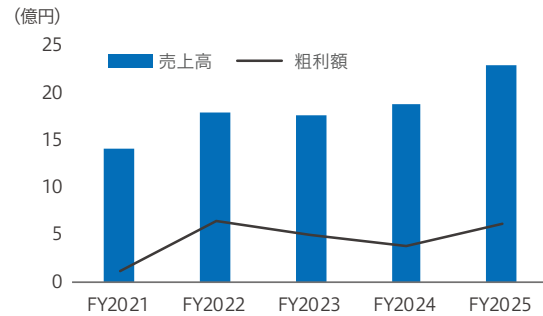
KPI: デジタルプレス自動化率50%以上

重点施策3: 事業ポートフォリオ確立

① IPS事業の拡充による収益力の強化

拠点の拡充と研究開発による高度な封入技術を導入し、競合の少ない官公庁案件の市場を拡大。コールセンター・事務局・パンチ入力業務など、関連業務も取り込むことで競争力を強化し、事業をスケール

過去5年間の売上、粗利の推移



年平均成長率13.3%、平均粗利率24%と安定的に成長。カテゴリーシェア率も11.2から14.3%に伸長

研究開発による 高度な封入技術を導入

高付加価値な封入・特殊加工技術の強化。コールセンター、事務局業務などの付帯する関連業務を取り込むことで官公庁業務を拡充

- ・ 3チャンネル以上対応
- ・ 角2封筒2チャンネル対応
- ・ 封筒アドヘア加工・アドヘア封筒の封入封緘

民間企業の受注拡大

2万件の既存顧客の深耕により、変則DMや定期通知物などの民間受注を拡大



変則DMなど深耕営業

営業エリア、拠点の拡充

拠点拡充と専門営業の育成により官公庁市場の営業エリアを拡大。BCPの観点から新たな生産拠点の設置を推進



生産拠点の2拠点化を検討

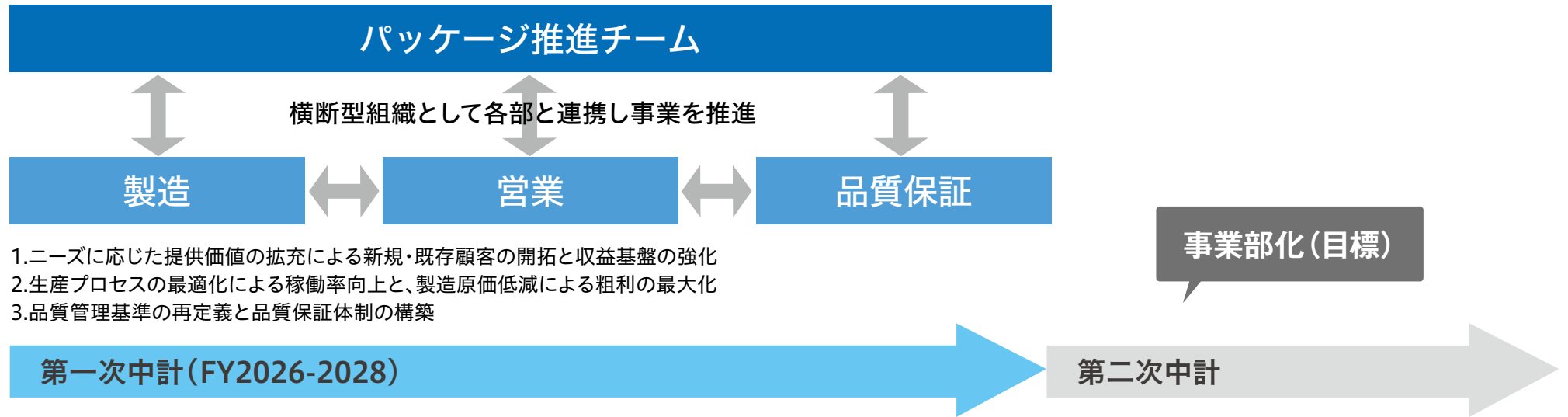
KPI: IPSカテゴリー売上24億円・売上構成比14.5%※

※FY2025実績: 売上22.8億円・売上構成比14.3%

重点施策3: 事業ポートフォリオ確立

② パッケージ分野を事業化するための施策を推進

パッケージ推進チーム主導のもと、顧客基盤の「拡大」と、生産・品質の「変革」という2軸戦略を推進。将来の本格的な事業部化に向けた強固な体制を構築



KPI: パッケージカテゴリー売上21億円・売上構成比11.8%※

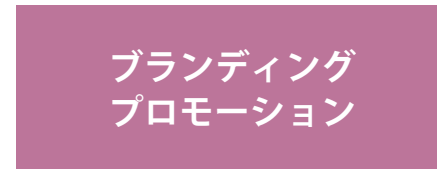
※FY2025実績: 売上18億円・売上構成比11.3%

重点施策3: 事業ポートフォリオ確立

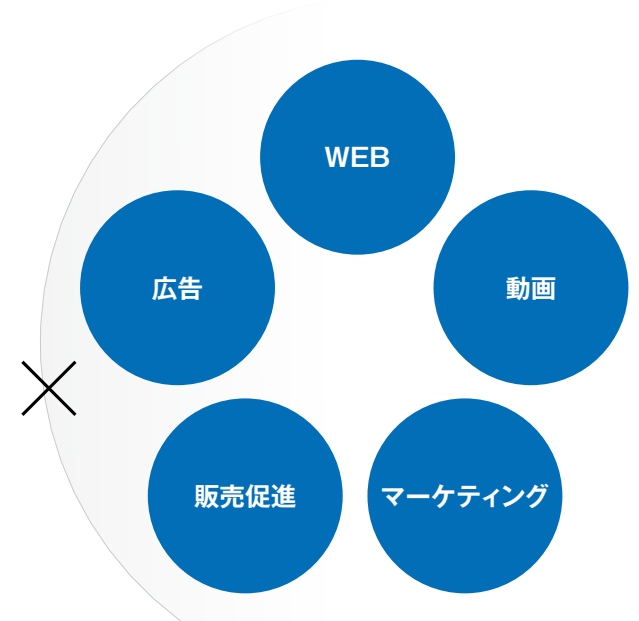
③ 業務提携先との協業を通じた事業領域の拡大

プロフィットセンターとしてのI&C部(情報コミュニケーションカテゴリー)の機能を強化。印刷を超えた、『総合コミュニケーション企業』としての基盤を拡張し、業務提携先との協業を通じ、事業領域を拡大

業務提携先の得意領域



当社の得意領域



株式会社トーン・アップの広告・クリエイティブ分野ならびにデジタル分野における高度な専門性を相互に活用することで、各種印刷物ならびにデジタル領域の企画・制作から、企業の情報発信・ブランド形成を支える企業コミュニケーション領域までを一体化した提案・支援の体制整備

事業領域の拡大を目的に外部との提携を強化

KPI: 情報コミュニケーションカテゴリー売上6.5億円・売上構成比4%※

※FY2025実績: 売上5.8億円・売上構成比3.6%

重点施策3: 事業ポートフォリオ確立

④ 関連会社における事業の拡大



地方創生に新たな価値の創出

- ① デジタルを活用した新たなサービスを展開
- ② 民間市場への積極進出
- ③ 自主事業の拡充と収益性強化による
イベント閑散期の売上確保

SUN MESSE (Thailand) Co.,Ltd.

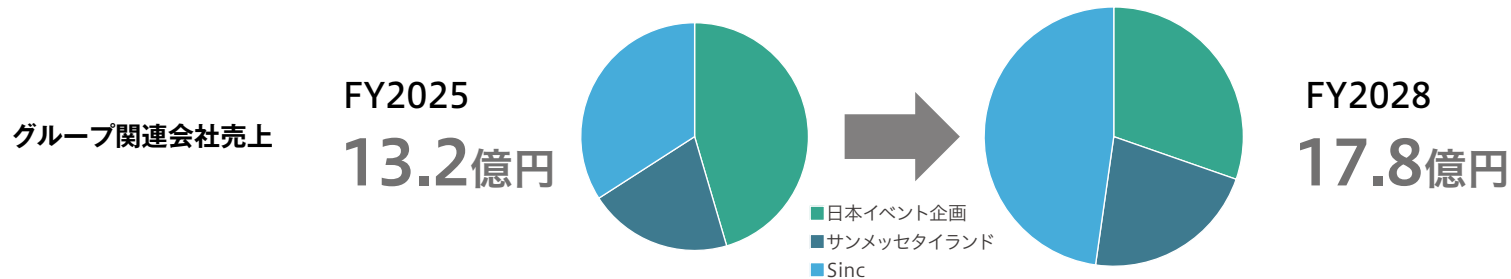
日本の品質と信頼を基盤に 日本とタイ双方の共創プラットフォームへ

- ① 「待つ営業」から「攻める営業」への転換
- ② 徹底的な原価管理と利益率の改善
- ③ 「共創プラットフォーム」への進化



サステナビリティ及びクリエイティブを 軸とした新たなビジネスモデルの創出

- ① 事業規模の拡大と主力2事業の強化
- ② 統合型コミュニケーション支援による価値提供
- ③ 地域ネットワークを活用した
共創型ビジネスモデルの構築



KPI: 関連会社売上17.8億円

サステナビリティ施策

サステナビリティ施策: 人的資本経営①

人材投資

<人材を資本として捉える>

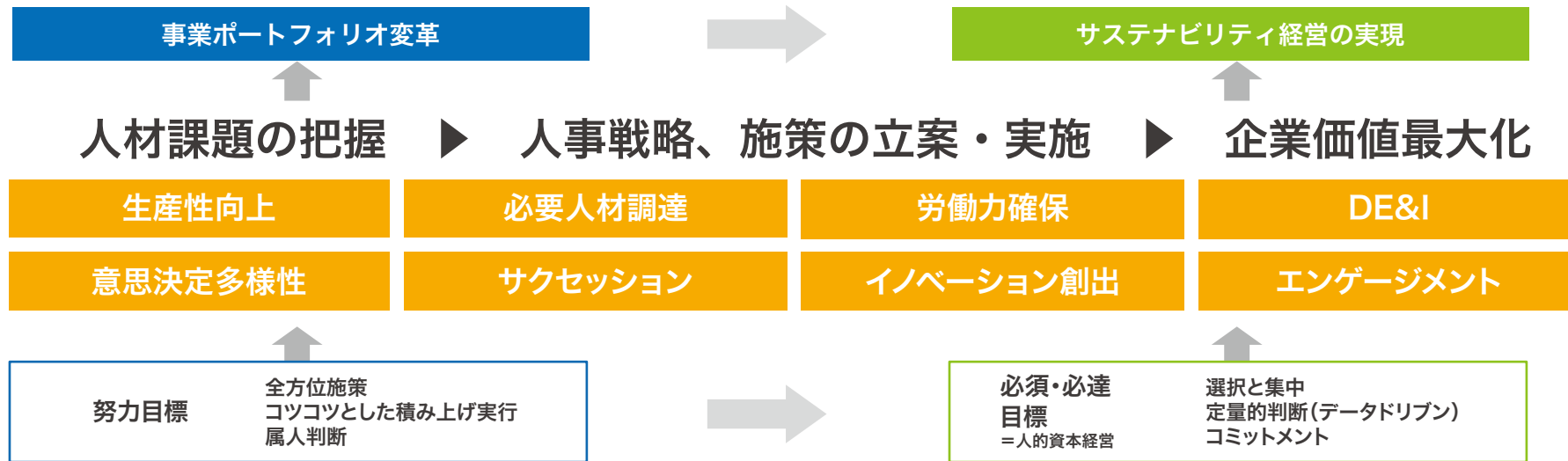
選択と集中

<価値を最大限に引き出す>

ビジョン・事業具現化

<中長期の企業価値創出>

人材課題に対する戦略、施策を通じて、将来的な事業活動の成果につなげる



従来の「全方位施策・属人的判断」による努力目標型から、データドリブンな判断とコミットメントを重視した「必須・必達目標」型の経営へ移行し、人的資本経営を加速させます。

サステナビリティ施策: 人的資本経営②

中長期経営戦略と人事戦略をいかに連動させるか、の考え方

FY2019~FY2025

Challenge to Change 2025
 変革への挑戦

社員にやさしく、公平な人事思考により、
 社員の成長と共に、事業成長を後押し

人材の活用と人材育成(伸ばす)

- 終身雇用
- 年功序列
- 年功賃金・手当



FY2026~FY2028

Change SX2035
 印刷を、超える。

構造改革
 利益重視へのシフト

人材のプロ化・目標達成に応じた、
 メリハリある成果主義の導入

- 職能資格+成果主義
- 目標達成度重視の評価
- 能力と成果に応じた処遇の適用
- 次世代リーダー抜擢+サクセッション

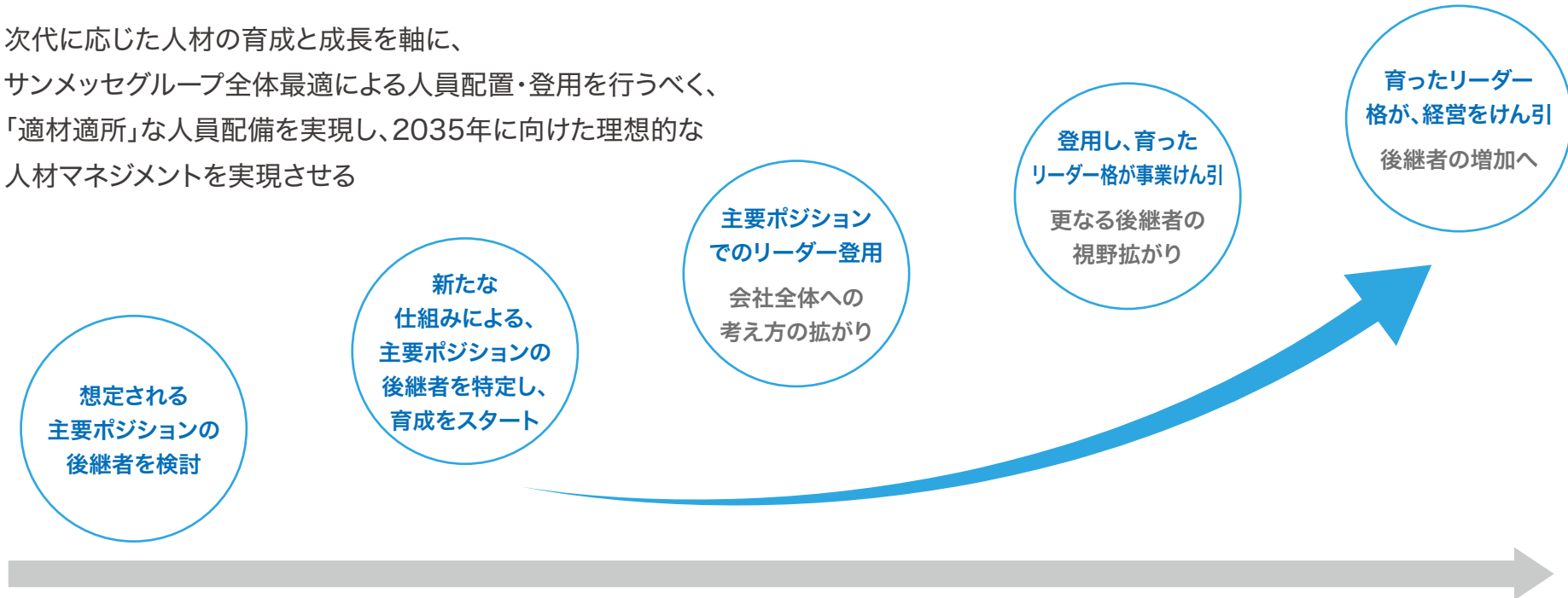
社員の挑戦を引き出し、
 成長へと促す

サステナビリティ施策: 人的資本経営③

中長期における人事戦略のロードマップ

人材マネジメントへの転換が必須

次代に応じた人材の育成と成長を軸に、
 サンメッセグループ全体最適による人員配置・登用を行うべく、
 「適材適所」な人員配備を実現し、2035年に向けた理想的な
 人材マネジメントを実現させる



サステナビリティ施策: 人的資本経営④

中長期における重点施策

①リーダーの育成

<p>目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 属人的育成や、能力軸からの脱却 ● 新経営ビジョンの実現に必要な役割の訴求 ● 計画的な人材育成・登用と処遇の実現 	<p>施策 (検討含む)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 役割軸の人事制度構築を検討 ● 計画的なリーダー育成・登用の整理～開始へ
--	---

②社員の積極的な参画・挑戦する意志の喚起

<p>目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新経営ビジョンの実現に向けた社員の挑戦する意志の引き出し ● 失敗を恐れず、挑戦するカルチャーの醸成 	<p>施策 (検討含む)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 中長期ビジョン浸透と挑戦を促す行動変容への展開 ● ESG経営推進におけるアワードの制定検討
--	---

③グループ全社員に向けた人事制度の再構築

<p>目的</p> <ul style="list-style-type: none"> ● グループ全社員がイキイキと働く環境の実現に向けた処遇の改革 ● 役職定年延長の検討 	<p>施策 (検討含む)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 2027年度より、段階的な新人事制度の再構築・開始 ● 役職定年延長の開始(予定)
---	--

サステナビリティ施策:カーボンニュートラル①

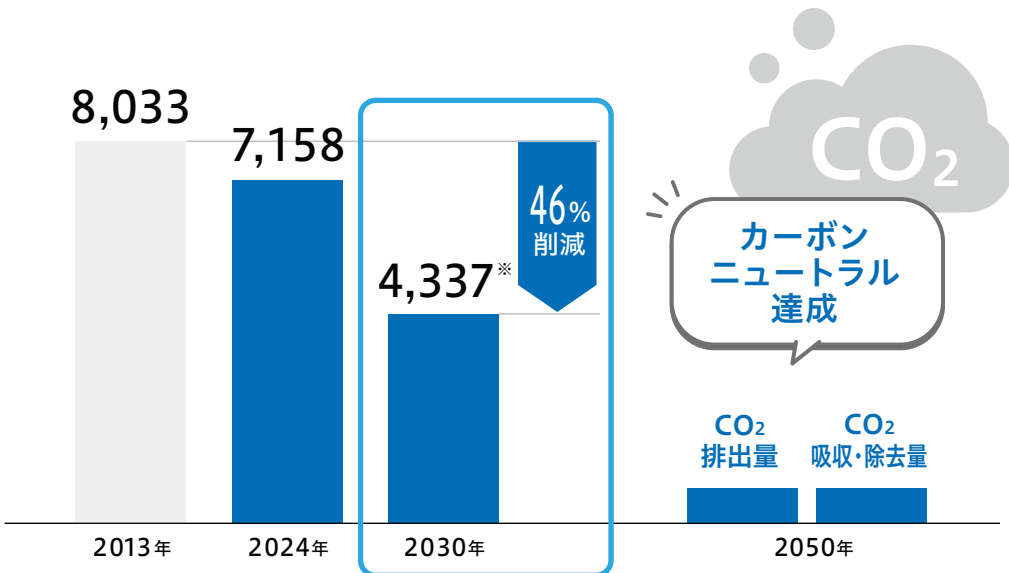
事業活動全体における
GHG排出量削減

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

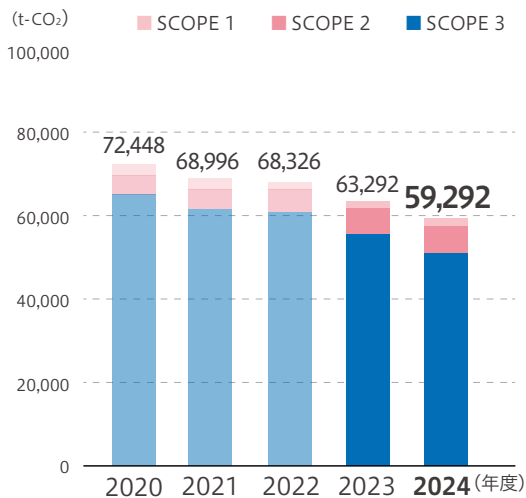
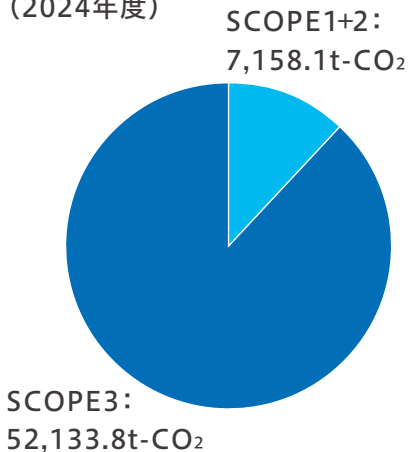
Scope1 + 2による温室効果ガス排出量 (t-CO₂)



※日本政府による、温室効果ガス排出量の削減目標:2030年までに46%削減(2013年比)に準ずる

- 2022年度「カーボンニュートラル宣言2050」を公開(Scop1+2の排出量削減目標算出は2013年のCO₂排出量を基準値)
- 2013年度排出量算出の係数は実排出係数を利用していましたが、今後、調整後排出係数を利用。基準値を10,278tから8,033tに修正
- 2030年度のCO₂排出目標値を4,337tとする

当社GHG排出量の内訳 (2024年度)



サステナビリティ施策:カーボンニュートラル②

Scope3の取り組み

印刷・情報関連事業を担う当社にとって、紙をはじめとする原材料の調達から製品の使用・廃棄に至るまでのバリューチェーン全体で発生するCO₂排出量は、自社拠点の排出量を大きく上回る規模となる。算定にあたっては国際的な基準の高度化や一次データの拡充が進んでおり、当社においても算定範囲や計算方法の見直しを行うことで、開示情報の精度向上に努めます。

外部評価・イニシアチブへの対応を通じた脱炭素への取り組み

科学的根拠に基づく温室効果ガス削減目標「SBT (Science Based Targets)」の認定取得に向けた取り組みを本格的に開始。Scope1・2・3すべてを対象とした、パリ協定の水準 (1.5℃目標) と整合する削減目標の設定に向けて、社内横断のプロジェクト体制で取り組みを加速し、早期の認定取得を目指す (今期中の取得目標)。
また、GXリーグについても、当社は発足当初から賛同企業として参画してまいりました。2026年度以降は新たな枠組み「GX フューチャー・リーグ」へと名称・体制が変わりますが、当社は引き続き同枠組みに参画し、脱炭素社会の実現に向けて取り組みます。



Step1

現状把握/ 準備・排出量分析

- 現状のGHG排出状況を正確に把握し詳細な分析を行う
- 現状の排出インベントリ把握
 - 排出量データの詳細分析
 - データ収集体制と分析準備



Step2

削減目標設定・削減プラン策定

- 1.5℃に整合した削減目標を掲げ、Scope1~3をカバーする削減プランを再設定
- 絶対量削減目標の設定
 - 削減戦略の策定①:自社Scope 1,2における排出ゼロ化推進
 - 製品・サービスのエネルギー効率向上、ソフトウェア最適化
 - 削減戦略の策定②:Scope 3の主要カテゴリへの個別対策、主要サプライヤーとの協働による排出削減



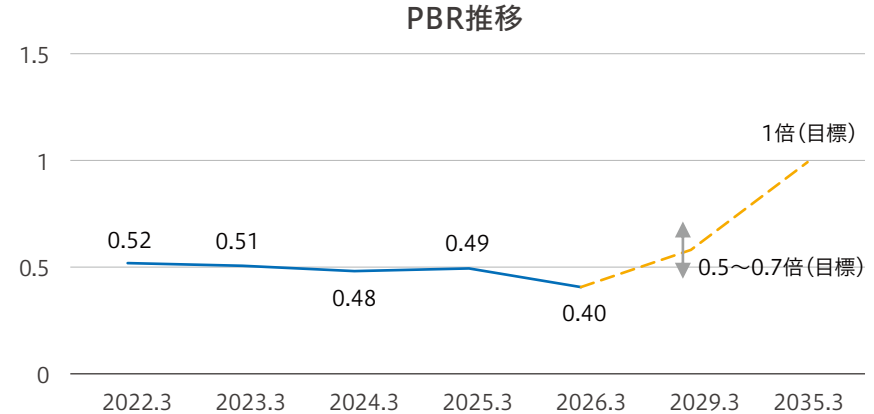
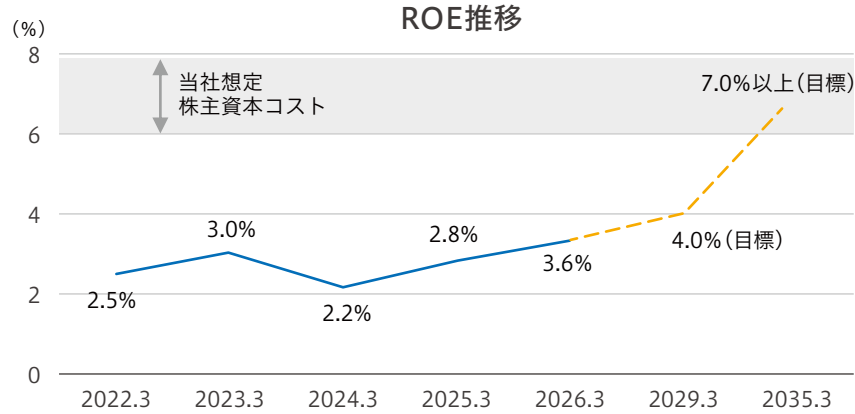
Step3

SBT申請及び認定・ 目標の公開

- SBT承認取得と効果的な目標の対外発信
- SBTiへの申請
 - 目標の認定、対外発信
 - ステークホルダーとのコミュニケーション

資本政策

資本効率を高める財務戦略



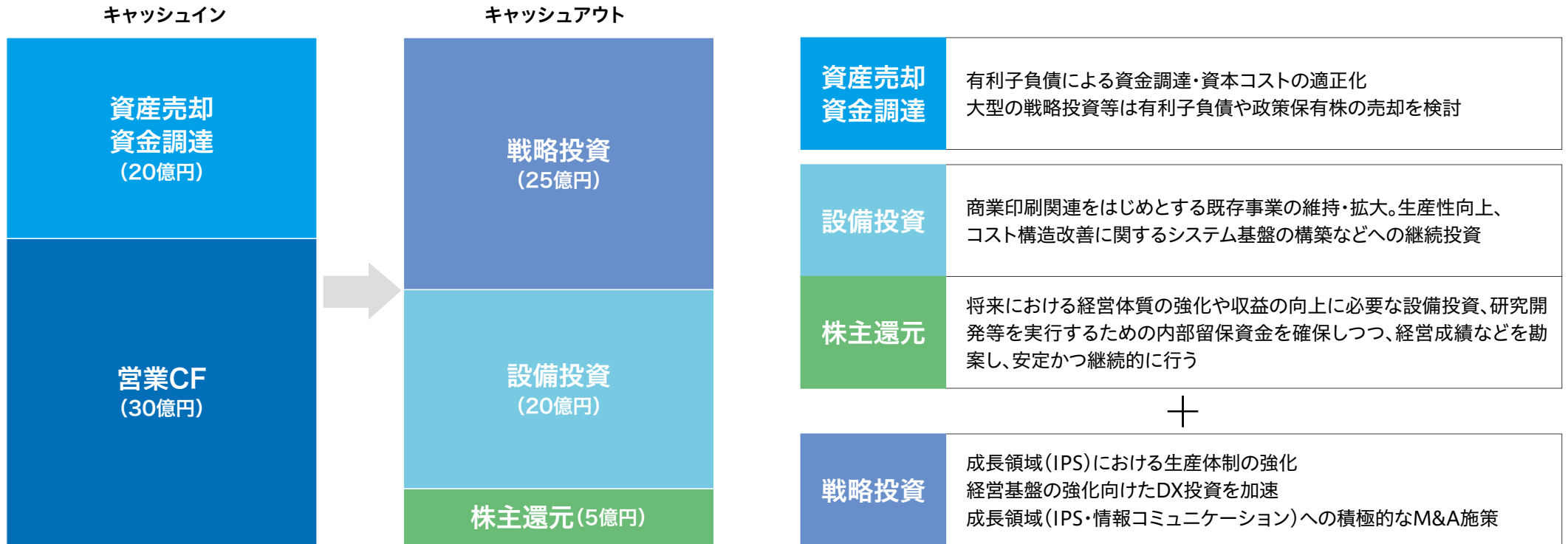
現状認識
 ROEは2%~3%台で推移しており、国内企業全体や業界平均と比較しても低い水準
 資本コストに対してROEが十分な水準に達しておらず、資本効率の観点から市場評価(PBR)に影響を与えている

方針
 資本収益性の指標としてROEを採用し、エクイティスプレッドの黒字化
 事業戦略と財務戦略によるROEの向上、PBR1倍(2035年目標)
 株主資本コストの低減

施策	収益性向上	資本効率向上	資本コスト低減
	<ul style="list-style-type: none"> ● 構造改革による利益創出と稼ぐ会社への体質改善 ● 成長領域への積極的な投資 	<ul style="list-style-type: none"> ● 政策保有株式等の売却 ● 機動的な自己株式取得・消却 ● 安定した継続配当 	<ul style="list-style-type: none"> ● 有利子負債の活用 ● 資本市場との対話やIR活動の強化

キャピタルアロケーション方針

創出したキャッシュを戦略的に配分し、事業成長および資本収益性の向上を目指す

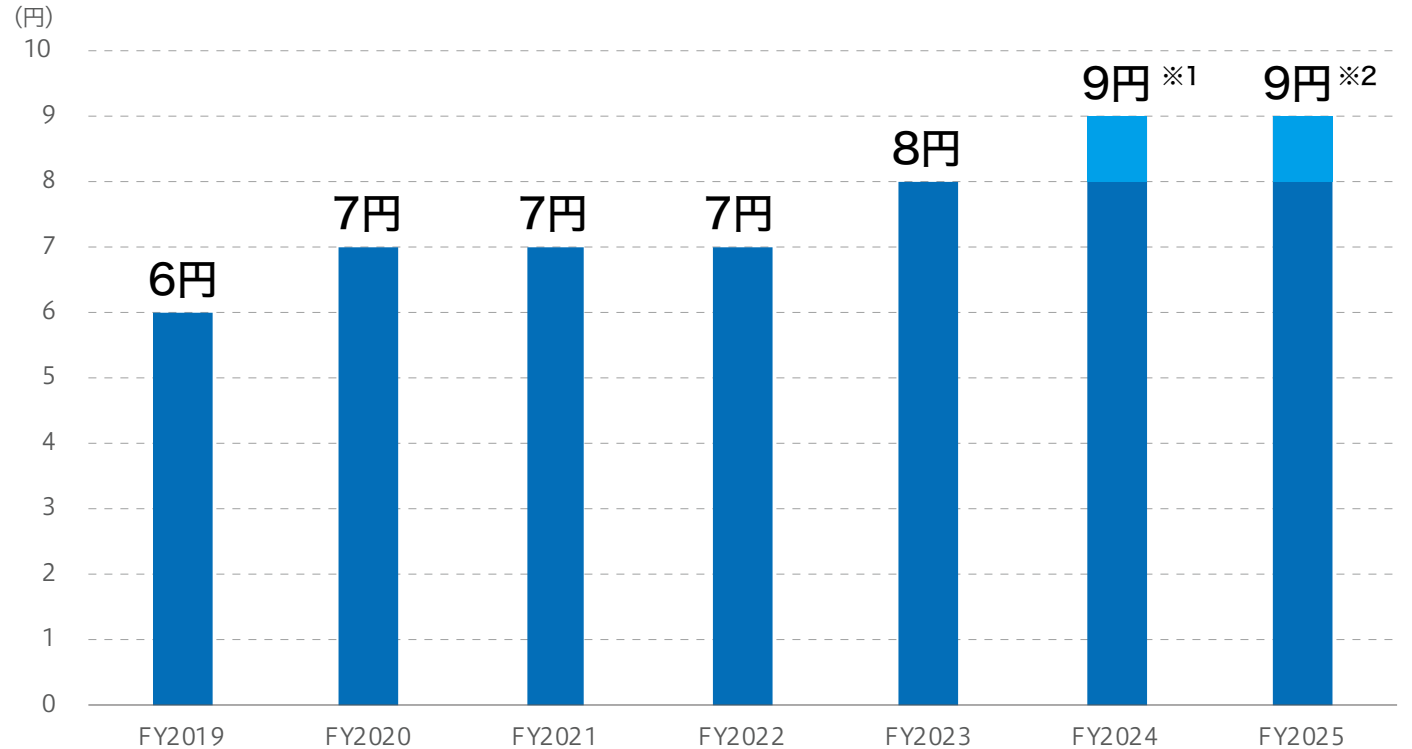


株主還元強化

配当方針

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。

年間配当金の推移



※1 創立90周年記念配当1円含む ※2 配当予想より1円引き上げ

財務指標

“総合コミュニケーション企業”として持続的な企業成長と、株主を意識した資本政策を実施する

財務指標サマリー

項目	指標	2026年3月期	2027年3月期 (目標)	2028年3月期 (目標)	2029年3月期 (目標)	2035年3月期 (目標)
業績	連結売上高	171.3億円	172.3億円	178.0億円	183.3億円	200億円以上
	営業利益(率)	3.2億円(1.9%)	1.9億円(1.1%)	2.9億円(1.6%)	4.7億円(2.6%)	10億円(5.0%)以上
	経常利益	5.4億円	3.7億円	5.6億円	9.1億円	19億円以上
	当期純利益	4.6億円	2.4億円	3.6億円	5.9億円	12億円以上
資本収益性	ROE	3.6%	3.7%	3.9%	4.0%以上	7.0%以上
株主還元	DOE	1.1%	1.2%	1.3%	1.6%	2.8%以上
	配当性向	30.3%	33%	35%	40%	40%以上
投資	戦略投資	3.0億円	5.0億円	10.0億円	10.0億円	—



Change SX2035
Sun Messe Transformation
印刷を、超える。



サンメッセ株式会社

NEP 日本イベント企画株式会社
NIPPON EVENT PLANNING CO., LTD.

SUN MESSE (Thailand) Co.,Ltd.



本資料記載の将来に関する一切の記載内容は、発表日現在において入手可能な情報に基づき推計したものであり、実際には様々な要因により予想と異なる結果になる可能性があることをご承知おきください。