

SUN MESSE REPORT 2013

April.2012 – March.2013

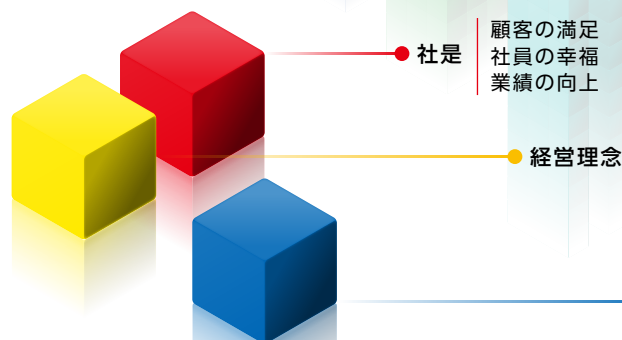
We will contribute to the sustainable development of society through making the best product for the customer and the community.



SUN MESSE REPORT 2013

April.2012 – March.2013

We will contribute to the sustainable development of society through making the best product for the customer and the community.



● **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、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

編集方針

サンメッセ株式会社では、2002年度より「環境マネジメント活動報告書」、2005年からは社会性報告を含めた「環境・社会報告書」、2008年度からはさらに社会性報告の内容を充実させた「社会・環境報告書」を発行してまいりましたが、今年度より財務情報・非財務情報を総合的に報告する「統合レポート」として編集しました。

このレポートを通じて、サンメッセ株式会社の企業姿勢や、ESGなどの社会的課題に対する取り組み、企業価値の向上への取り組みなどについて、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】

2012年4月～2013年3月（一部、2013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

※系列会社である日本イベント企画株式会社、サンメッセ(タイランド)株式会社は除く

【発行時期】

2013年9月 ※次回発行予定2014年9月

【参照ガイドライン】

- ・環境省「環境報告ガイドライン2012年版」
- ・GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第3.1版」
- ・ISO26000

【見通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通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通しの記載について、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。

お問い合わせ

IR/CSR企画推進室 ircsr@sunmesse.co.jp

「サンメッセレポート 2013」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。

企業活動全般[コーポレートホームページ]

<http://www.sunmesse.co.jp/>

財務情報

<http://www.sunmesse.co.jp/ir/index.html>

CSR情報

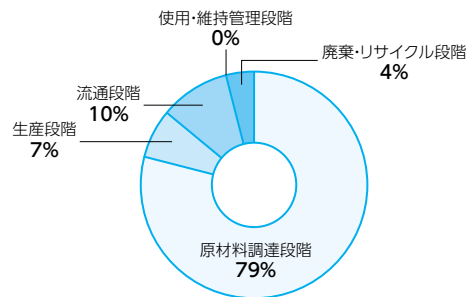
<http://www.sunmesse.co.jp/csr/index.html>



Corporate profile	<p>3 トップメッセージ</p> <p>5 サンメッセ価値創造の歩み</p> <p>7 サンメッセの経営方針とCSR</p> <p>9 社内一貫・一社責任体制</p> <p>11 リスクと事業機会</p> <p>13 ダイアログ「サンメッセの未来を語る」</p>	CSR section CSR セクション	<p>25 コーポレート・ガバナンス</p> <p>27 リスクマネジメント</p> <p>29 お客様とともに</p> <p>30 地域社会とともに</p> <p>31 株主・投資家とともに</p> <p>32 ビジネスパートナーとともに</p> <p>33 社員とともに</p>
Financial section 財務 セクション	<p>19 業績の概況</p> <p>24 財務状況</p>	Environmental section 環境 セクション	<p>35 環境マネジメント</p> <p>37 2012年度環境活動概要</p> <p>39 環境保全活動</p>
			<p>41 会社概要</p> <p>42 役員紹介</p> <p>44 第三者意見</p>

この報告書はカーボンフットプリントを算定・表示しています。

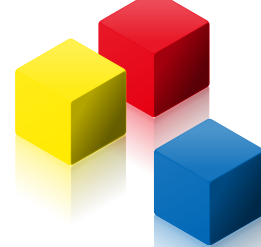
カーボンフットプリント(CFP)とは、商品やサービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通じて排出される温室効果ガスをCO₂に換算して、分かりやすく表示する仕組みです。一般社団法人産業環境管理協会が第三者認証を行い、算定結果を保証しています。



CFP値は水なし印刷の算定に特化したCFP-PCRIにより算定



- FSC®森林認証紙を使用しています。
- ユニバーサルデザインの視点にもとづいた書体(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。



常に変化・変革し、果敢にチャレンジすることで、チャンスが生まれます。

当社は、持続的に成長する企業であり続けることで、事業を通して、社会に貢献する企業を目指します。



代表取締役社長

田中 義一

「お客様第一主義」を貫くなか、品質を向上させ、生産性を高め、更なる企業価値向上へ

印刷業界は、紙媒体から電子媒体への移行に伴う需要の減少が進むなか、同業者間の受注競争の激化や企業の経費削減による需要の減少が続くなど、依然として厳しい経営環境で推移しています。

当社においても、材料費・外注費の高騰、人件費の増大により純利益として大変厳しい状況にあります。

業界として、下期に数字を押し上げる傾向がありますが、やはり月次でしっかりと利益を出せる企業にしていかなばなりません。

品質の向上を大切に、高い生産性を保ちながら、企業として永續するための適正な利益を確保し、それを社員皆さんの幸福に、またステークホルダーである株主の皆様にもご理解をいただくことで、経営の軸である「お客様第一主義」であることを貫き、付加価値の高い製品・サービスを通じて、更なる企業価値向上に結び付けていきたいと考えております。

当社の経営環境について

第68期の業績では、売上高については、前期比1.0%増の143億13百万円、営業利益も前期比32.7%増の増収増益という成績を収めることができました。

印刷業界は、一般的に利益率が必ずしも高くない業界ですが、ご発注いただけるお客様はもちろんのこと、社員の売上増加、収益改善に対する努力が、黒字化に結びついたものと考えております。

掲げた目標を一步一步、確実にクリアし、今後、それらの目標を、より高く掲げられるように努力し

この度、サンメッセ株式会社は、初の統合レポートを発行させていただき運びとなりました。

当社の全体像から将来への期待をお伝えすることで、あらゆるステークホルダーの方々からのご意見を賜り、そして更なる飛躍をするためにも、皆様から引き続きご支援賜れば幸いです。



ていきたいと考えております。

当社は、優秀な人材と充実した設備を備えているということをお前提に、大量ロットの印刷が可能で、またお客様に近い、といった地域密着型企業であることで、大量ロットのオフセット印刷に限らず、多品種小ロット生産にもお応えできるオンデマンド関連業務にも取り組み、さらにはペーパーレスの傾向から、web やデジタル端末へのマルチユースなど、お客様の多種多様なご要望にお応えできる体制を整えております。

印刷業は、これからも必要な産業であり、また、今日では印刷産業と言わず、情報産業へとより幅広くサービスをご提供させていただけると考えております。

今後もより一層、我々社員一丸となって、お互いの業務をさまざまな観点から意識をして、より多くの社員の皆さんに意識を高めていただけるよう、人材育成に力を入れていきたいと強く思っております。

サンメッセのCSR

サンメッセの本社がある岐阜県西濃地区は、大手運輸業や製造メーカーなどが多数存在していますが、特徴としていえるのは、どの企業も「地域愛が強い」ということです。経営者同士の連携も強く、何かあれば必ず皆で団結して協力しようというスタンスが今でも根付いています。

地域貢献というのは、とても大切なことだと思います。当社でも、企業間や地域との連携を図らせていただきながら、ボランティア委員会を作り、東日本大震災への義援金寄付やクリーン大作戦など、さまざまな形で地域貢献に取り組んでおります。

また、CSRのグローバル基準として発行されたISO26000をガイドラインに据え、背伸びをせず、一步一步ではありますが、より良い考えを取り入れることで、当社のDNAから根付いている環境

配慮はもちろんのこと、社員皆さんの考えとして、「この程度で良いじゃないか。」という事ではなく、さらに良い製品をつくろう、さらに良い企業になろうという思考を少しでも浸透させることで、透明性のある企業経営に邁進したいと考えております。

100周年を迎える2035年を見据えて…

平成7年に、株式を店頭公開（現在：JASDAQスタンダード）いたしました。今後、必ずや東証2部へ指定替え、そして、東証1部へと、日本の優良企業として認められるような企業へ成長すべく、持続可能なビジネスを行うため、同時に環境負荷低減の活動を推し進め、常に変化・変革し、果敢にチャレンジを続けるつもりです。

100周年を迎える時には、世界の潮流として更なるグローバル化が進み、アジアが一つの単位となって、もはや海外ではなくなっているかもしれない。

ただ生まれた地、この岐阜県大垣市の本社にある地を大切にしながら、この地域をどうやって発展させていくかを考え、地域を愛し、地域に貢献し、皆様とともにより良い企業であり続けることで、常に社会から高い信頼をいただける企業でありたいと考えております。

私がいつも大切にしている事は、株主の皆様、取引先様そして社員の皆さんなど、あらゆるステークホルダーの皆様が“サンメッセ愛をもったパートナー”であるということ。

ただ利益のみを追求すればよいというのではない、グッドカンパニーでありたい。そのためには皆でグッドコミュニケーションを図るのだ。と伝えております。

当社の取り組みを、本報告書を通じてよりご理解をいただき、より多くのステークホルダーである皆様から引き続きご支援を賜れば幸いです。

印刷というフィールドを超え、さらに広く、深く。

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。常にお客様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。

1935【昭和10年】
田中印刷所創業

1935【昭和10年】
初のオフセット印刷機導入



1961【昭和36年】
中央デザインセンター設立



1970【昭和45年】
フォーム輪転機を導入し、ビジネスフォーム印刷を開始



1971【昭和46年】
東海地方初の東芝ATF両面8色オフセット輪転機導入



1975【昭和50年】
タウン情報「ぎふ」創刊



1976【昭和51年】
シール印刷を開始

1984【昭和59年】
イメージ・プロセッシングシステムを導入し、製版工程をデジタル化



1986【昭和61年】
総合クリエイティブ部門「プランニングハウス・タクト」新設

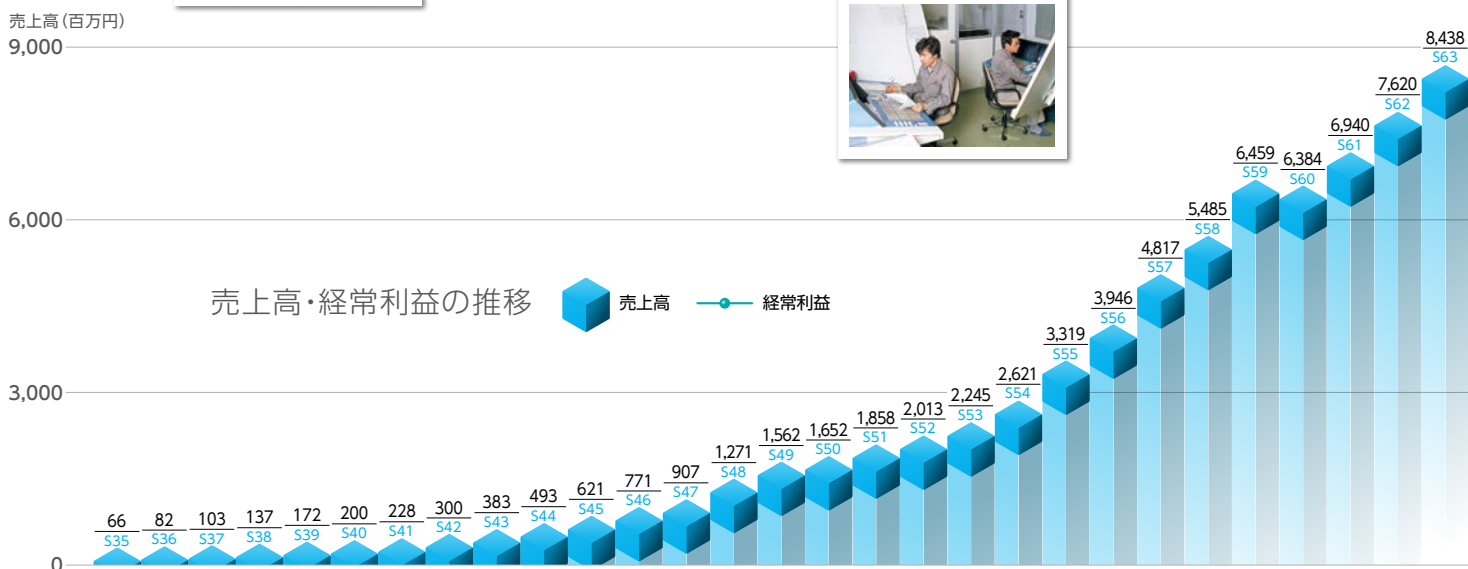


1988【昭和63年】
「ぎふ中部未来博」で配布する「日刊・未来博ニュース」にて初のDTPシステム導入



1991【平成3年】
スクリーン印刷機導入





1935【昭和10年】
田中印刷所創業



1953【昭和28年】
田中印刷興行(株)設立

1966【昭和41年】
田中印刷興業(株)と改称

1968【昭和43年】
名古屋支店を開設



1969【昭和44年】
製造部門を田中工業(株)と改称、販売部門を独立し、田中印刷興業(株)を資本金1,500万円で設立

1975【昭和50年】
本社を移転、旧本社を東工場と改称

1980【昭和55年】
岐阜支店を開設



1983【昭和58年】
西工場を新築



1985【昭和60年】
東京支店を開設

1989【平成元年】
本社工場を新設



1990【平成2年】
田中印刷興業(株)、田中工業(株)、(株)日劇不動産、(株)スイト会館の4社を統合のうえ、新社名をサンメッセ株式会社と改称。資本金54,185,800円



1989【平成元年】
大阪支店を開設
日本イベント企画(株)設立



1997【平成9年】
当社初のホームページを公開

1999【平成11年】
ISO9002認証取得



2001【平成13年】
ISO14001認証取得

2003【平成15年】
プライバシーマーク
付与認定



2004【平成16年】
当社制作デジタルアーカイブ
DVDが「第2回全国地域映像
コンクール」にて総務大臣賞
を受賞



2007【平成19年】
FSC®/CoC
森林認証取得



2008【平成20年】
サンメッセ IPS (Information
Processing Service) システムの
構築

2004【平成16年】
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【平成25年】
アンドロイド
タブレット向け
教育アプリを開発・販売



2012【平成24年】
UVパッケージ部発足

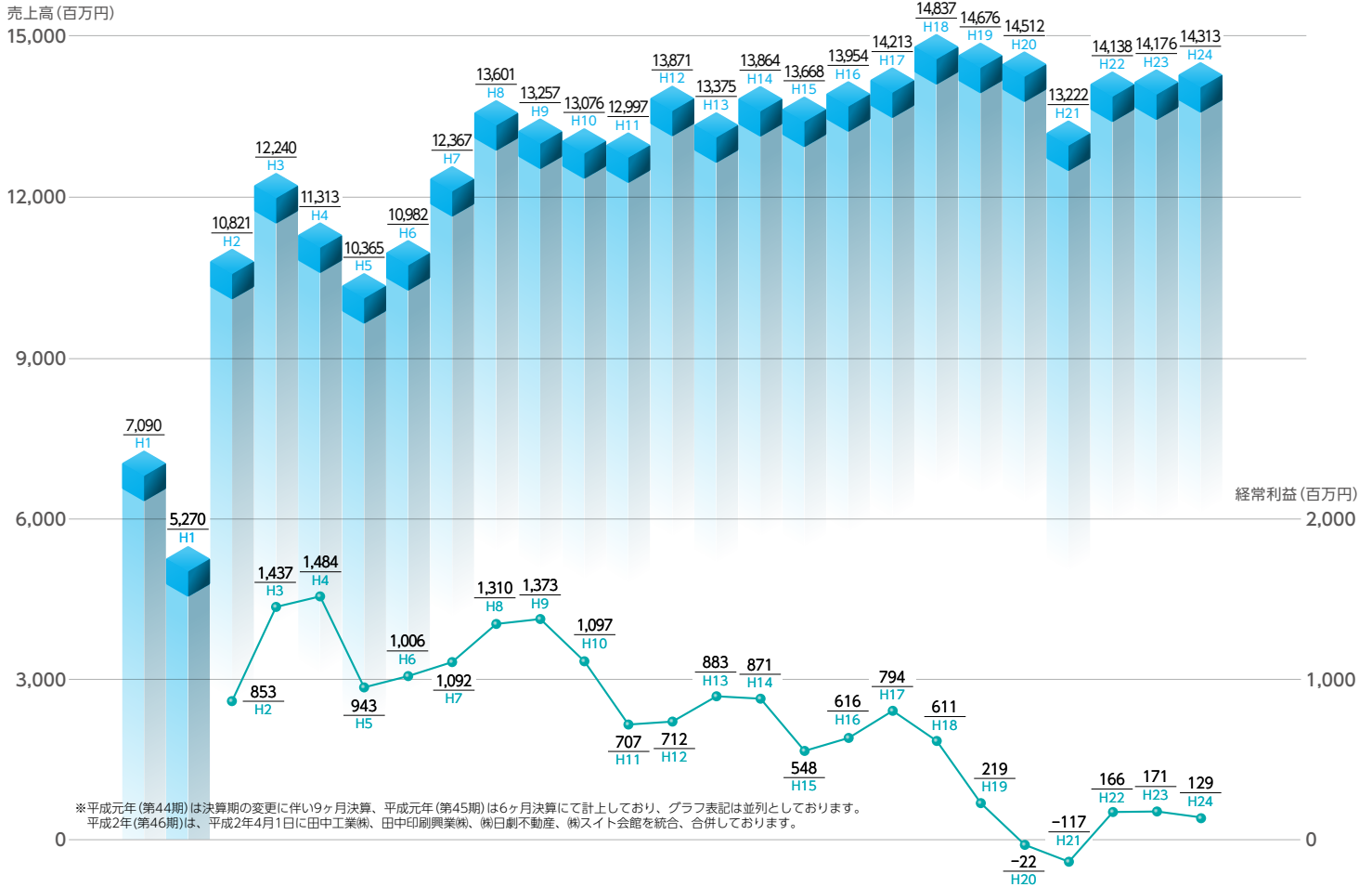


2011【平成23年】
オールサンメッセ品質
マネジメントシステム始動

2011【平成23年】
中部地方で初めて
カーボンフットプリント
マークの使用許諾取得



売上高(百万円)
15,000



1994【平成6年】

東京支店を
新築



1996【平成8年】

サンメッセ
情報館開設



1998【平成10年】

名古屋支店を
新築移転



2002【平成14年】

愛岐支店を
開設



2003【平成15年】

岡崎支店
(現・岡崎営業所)
を開設



2004【平成16年】

東工場を閉鎖し、本社工場
へ移設

2007【平成19年】

京都営業所を開設

1995【平成7年】

株式を店頭公開、
資本金1,236,114,800円

1996【平成8年】

株式分割1対1.1実施、
発行済株式数8,912,525
株となる

1999【平成11年】

本社・本社工場を新築



2003【平成15年】
赤坂支店を
開設

2005【平成17年】

三重支店(現・津営業所)を開設

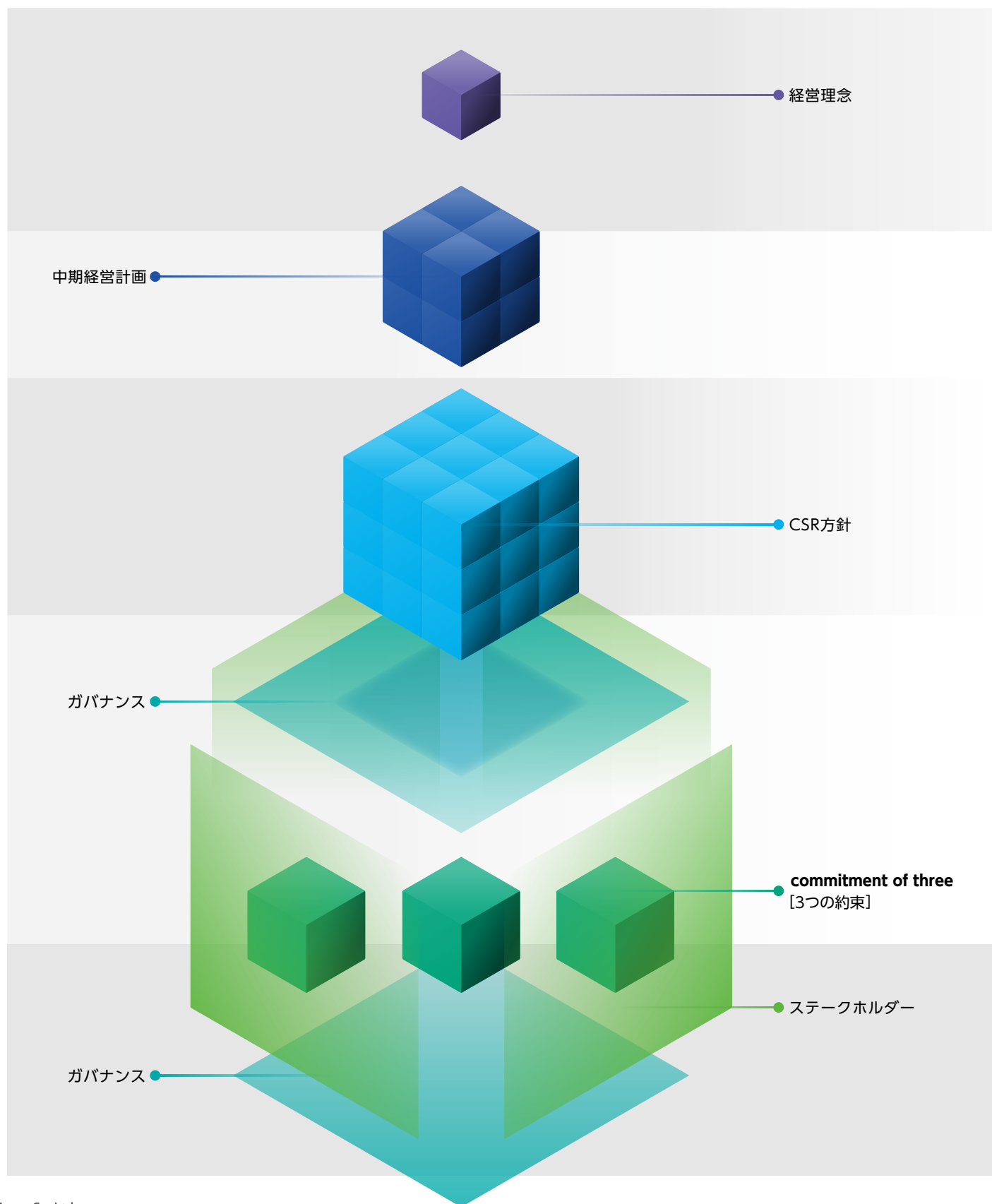
2012【平成24年】

タイに合併会社
Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.
を設立

2006【平成18年】

滋賀支店(現・滋賀営業所)を
開設

コミュニケーションが持つ力で、
社会の持続的な発展に貢献します。



人間は、言葉による意思の疎通—コミュニケーションを手に入れてから、飛躍的な発展を遂げてきました。言葉から紙、そしてネットワークへと、情報通信の手段が進化するに従い、コミュニケーションの役割もどんどん大きくなっています。サンメッセは印刷を中心に、出版、デジタルメディア、イベントまで、人と人、人と企業のあらゆるコミュニケーションにワンストップでお応えする、コミュニケーションポータル企業です。これらのコンテンツ制作、メディア開発、システム構築などを通じて、社会の持続的な発展に貢献していきます。

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、社会に貢献します。

CSR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。

commitment of three

■ お客様を第一に考えるコミュニケーション

お客様あるいはお客様のお客様にご満足いただけるコミュニケーションをご提案することで、お客様とサンメッセがともに持続的な成長を実現できるようにしていきます。

3つの約束

■ 地域の活性化に役立つコミュニケーション

社会、生活者、企業の課題を解決するコミュニケーションをご提案することで、人や自然がいつまでもいきいきと暮らせる地域社会づくりに役割を果たしていきます。

■ 地球環境にやさしいコミュニケーション

人や地球にやさしい環境印刷はもちろん、地球環境にやさしいコミュニケーションをご提案することで、美しく豊かな自然とその恵みを子どもたちに引き継いでいきます。

ステークホルダー

お客様

株主

社員

地域

取引先

地球

First One For Customer

多様なモノづくりで、 お客様により高い満足を。

「お客様第一主義」を掲げるサンメッセは、お客様からご依頼を受けた製品を、お打ち合わせから納品まで、一貫した一社責任体制の下で作りあげたいとの思いから、あらゆるモノづくりにおいて、人財や技術、設備の充実と、シナジー創造を図っています。



Non VOC Ink

Zero Emission

Carbon Management

Recycle Paper

地球環境

低炭素社会の実現や
ゼロエミッションによる
モノづくり

Digital Signage

Event

地域社会

製品やメディアを通じての
地域社会の発展・活性化

Paper Bag

DVD

Poster

生活者の皆様

製品やメディアを手にする
生活者の皆様の満足

Wrapping Bus

Web Site

Books

Direct Mail

Catalog

Leaflet

Package

お客様

お客様と社会との
良好なコミュニケーション



サンメッセは、多種多様なお客様からの幅広いご要望に、迅速かつ柔軟に対応するため、“社内一貫・一社責任体制”の充実に取り組んでまいりました。

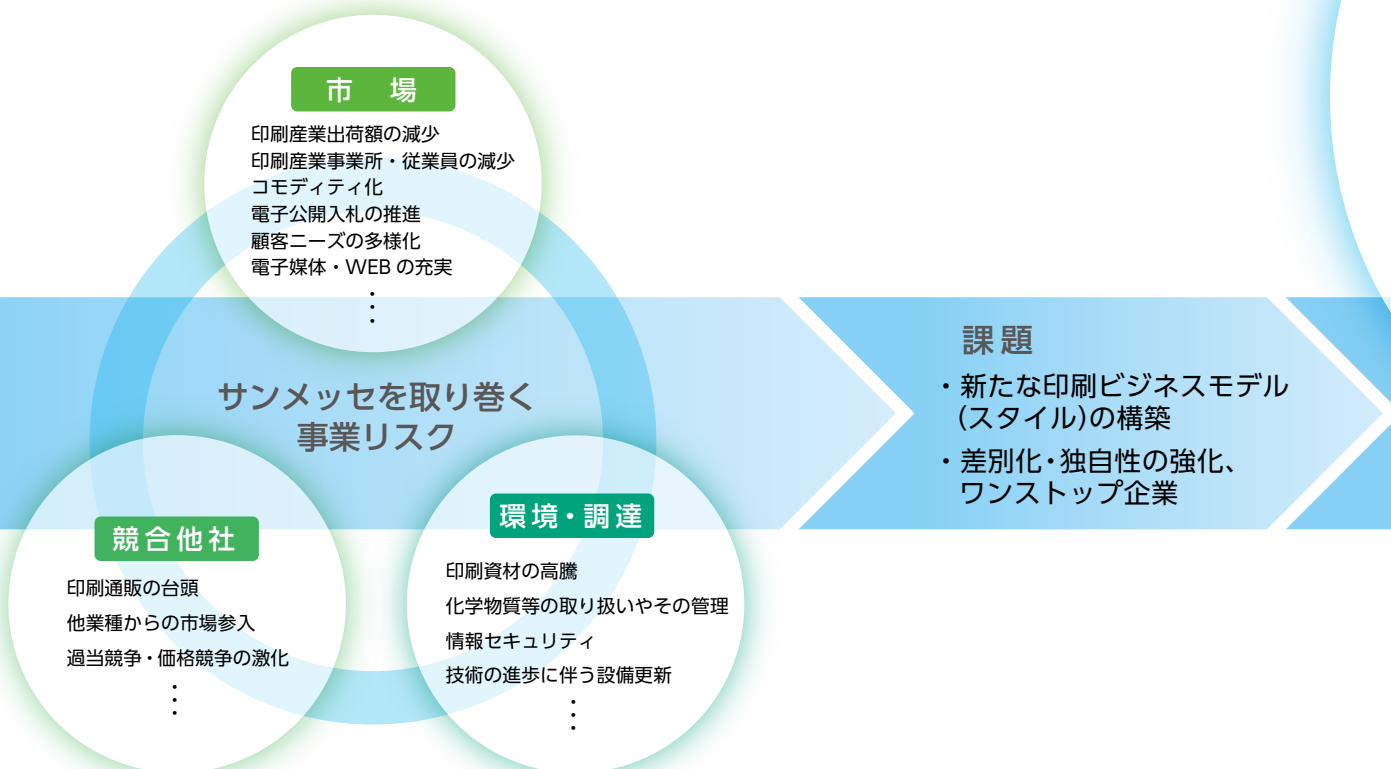
そして、優秀な人財(材)の育成や積極的な設備投資によって、どんなご依頼にも社内一貫・一社責任体制でご対応できるという、独自の強みを築き上げました。また、紙やインキなどのサプライヤーをはじめ、ブレーン、マーケター、パートナー企業など、より充実したモノづくりのための強力なサプライチェーンにも支えられています。

私たちは“お客様の大切なコミュニケーションツールを作らせていただいている”という自負を持ち、営業部門、企画部門、製造部門のスタッフが、互いの技術やノウハウ、アイデアを融合させることで、お客様が求める以上の価値を生み出せるよう取り組んでいます。

そして、お客様の満足はもちろんのこと、製品を利用いただく生活者の皆様や、私たちを取り巻く地域社会への貢献も視野に入れ、より付加価値の高いモノづくりを実践してまいります。

環境やニーズの多様化に対し、 総合力と創造力でお応えします。

サンメッセは、当社を取り巻くさまざまなリスクや課題に対し、回避するのではなくむしろ積極的に向き合うことで、お客様や地域社会にとっての新しい価値を生み出せるものと考えています。当社の強みである総合力を活かし、印刷を核とした新しいコミュニケーションのカタチを常に追求していきます。



**お客様の課題をしっかりと捉え、
メリットが大きい印刷物をご提供します。**

本社営業部長 平野高光

印刷業界は長きにわたり緩やかながら成長をしてきました。しかし印刷のデジタル化による、業界を超えた企業の台頭、さらに業界内では機械設備に大きな格差がないこともあり、価格競争が激化しています。その中で今後成長を続けるには「早い」「安い」「キレイ」な印刷物に加えて「価値(サービス)」の提供が必要です。そのため、お客様の企業情報や業界動向などにも常にアンテナを張っています。これにより案件の予見段階で精度の高いヒアリングができ、的を射た提案ができるからです。我々はそんな営業を育成していきます。お客様にメリットを感じてもらえる印刷物が提供できるかどうかは他社との差別化となると考えています。



**ICTにも対応できる人材の育成と、
新しい技術への挑戦を
続けています。**

営業企画部長 近藤敬幸

印刷会社が、デジタルデータを多彩に表現する能力を生かして、webやスマートフォンなどデジタルメディア分野へ進出してきたのは、自明の理と言えます。近年では、単なるコンテンツ制作にとどまらず、ペーパーメディアとのメディアミックス、さらには、システム構築やアプリケーション開発へと、印刷会社の守備範囲はどんどん広がっています。今後、ICTが勢いよく発展するに伴い、この分野へはたくさんの方がコンペティターが押し寄せ、激しい競争が繰り広げられることが予想されます。おそらく、それは、印刷受注にも大きな影響を与えることでしょう。そのため、当社では、ICTでも戦える人材の育成や新しい技術への挑戦を続けています。



長期スローガン

新事業の創造と人材育成

印刷業は、製造業からサービス業へ、
そして情報業へ

単品受注から多面的受注へ

「マーケティング発想」を基軸に、
お客様のビジネスを中心に
見据えながらの営業体制

総合力営業の展開

営業体制の確立

顧客の創造 優良顧客との新規取引

製品・サービスの供給

製造業から
サービス業へ

リーダーの育成

マネージャーから
経営者へ

お客様第一主義の具現化

「総合力」を活かして、専門性を高める
マーケティング力の強化体制
ワンストップソリューション営業体制



お客様のご満足を追求し、
社会に愛される企業を
目指します。

製造副本部長兼本社工場長 渡辺数巳

サンメッセは大型輪転機から平台印刷機、またそれを加工する多種多様の製本機器を完備した、東海エリア有数の総合印刷会社です。お客様第一主義を掲げ、「社内教育」「技術革新」「ソフト開発」などの活動を行い、品質の向上ならびに事故のない製品づくりに努めています。また環境負荷低減のために、原材料の仕入れから製造工程まで、環境に配慮した生産活動を行っています。しかしながら高品質の要求は当然のこと、納期や価格面での競争も非常に激しくなっており、お客様にご満足いただくのに精一杯です。今後お客様にさらに高いご満足をいただけるよう、これからも改善改良を推し進め、真に愛される企業を目指します。



情報を有効かつ安全に活用し、
きめ細やかなサービスを
ご提供します。

IPS部長 山岸光則

顧客ニーズの多様化にお応えするため、IPS部ではお預かりした大切な個人情報を有効活用し、お客様一人ひとりに合わせた、きめ細やかな情報やサービスをご提供します。情報セキュリティについては、個人情報漏洩のない、さらに強固な仕組みづくりや、印刷プログラム・設計からの提案を積極的に進めていきます。また当社が誇る「社内一貫・一社責任体制」を武器に、積極的に同行営業なども行い、お客様が本当に欲しい印刷モデルを実現できるようにしています。ファシリティの充実も含め、お客様へ先を見据えた提案ができるよう、営業とコミュニケーションをうまく取りながら、IPS事業の新規拡大・新規事業に取り組んでいきたいと考えています。



Special Feature



【ダイアログ】サンメッセの未来を語る

サンメッセが一体となり、 地域に根付いた新しい価値創造を 目指してまいります。

取締役 兼 常務執行役員

田中 尚一郎 [営業副本部長 兼 関東統括部長
兼 C&R部長 サンメッセ (タイランド) ㈱代表取締役]

取締役 兼 執行役員

水谷 和則 [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]

取締役 兼 執行役員

今井 稔 [購買本部長 兼 購買部長]

取締役 兼 執行役員

竹林 啓路 [品質保証室長]

取締役 兼 執行役員

伊東 覚 [製造本部長]

執行役員

衣斐 輝臣 [管理本部長 兼 総務部長]

ファシリテーター

田中 信康 [IR/CSR企画推進室 室長]



今後のビジョン、そして課題

田中 (以下、FA) この度、経営的視点から当社役員にビジョンを語っていただき、より企業価値を高めていきたい思いでこの場を設けました。当社は約80年の歴史があるなかで、さまざまな試行錯誤もあったと思います。東京へ進出し間もなく30年が経とうとしてますが、関東統括としてのお立場で振り返ってください。

田中 (尚) 東京に赴任当初、支店の雰囲気がとても暗かったです。私語もなく「お疲れさま」の挨拶すらなかったかもしれません。まずはこの雰囲気を変えて行こうと思いました。売上も赴任当時は7億円でしたが、その後、順調に売上げを拡大させ、40億円にまで伸ばすことができました。東京では「サンメッセ」の知名度が全くなく、市場を開拓していく過程はとても大変でしたが、東京という市場においては、戦略も必要でしたが、ここまでは勢いで達成できた感があります。支店を現在の場所へ移し、一時は港区赤坂にも支店を構え、順調に拡大路線をたどりましたが、価格競争や市場縮小に伴い、現在は非常に厳しい。ただ、やはりトップの強き思いが一番大切で、今後も売上げを伸長させるため、更なるプランを企て、新しい市場に挑戦していかなければならないと考えています。競争激化の市場のなか、各拠点におけるマーケットニーズに合ったご提案と、当社の豊富な設備をより円滑に利用できるワークフローを作れば、もっと色々なことができると思います。今期、新設部署のC&R部を立ち上げたのも、第2、第3の大口のお客様を掴むという目標があるからです。成功したワークフローを、良い形で社内に展開したいと思っています。

FA 片や製造側の視点でお聞きしたいのですが、長年当社の製造に携われ、昔と今では色々な面で大きな違いもあると思います。人員も増え、管理面、品質面において多々苦労されている事があると思いますが。

伊東 製造部は、現在約600人の社員（パート・アルバイト含む）が在籍しています。適材適所にどう人材を配置し、より生産性を高めていくかが課題です。本部長に就任し、まず初めに着手したのが「オフ輪」*1の増産体制。他部署からの異動や新入社員でオフ輪の増員を行い、フル生産体制を整えました。今後、繁忙期に備えフル生産体制をとれる仕組みを作るべきとの考えのもと実施しました。当社売上高のほとんどは印刷物ですが、現在は、大量ロットだけでなく多品種小ロットの仕事もたくさんあります。規模の大小に関わらず、お客様からいただいた仕事にしっかり対応できる体制を整えねばなりま

せん。もう一つは「製本」の問題です。可能な限り、当社内製でできる体制を整えていくべき。手作業を伴うアッセンブリ作業などもあるため、今後よりキャパシティを増やし、生産体制を強化していきたいと思います。

FA 小さな事も徹底させるのがマネジメントに課された使命かと。各部門の責任者と、どう連携を取る事が必要でしょうか？

伊東 以前は、お客様からいただいた案件を、すべて手渡しによる伝票管理にて行っていたのですが、その都度、しっかりと担当者同士のコミュニケーションがとられていました。現在は、伝票発行を行えば、納期までに仕事が仕上がってくるという時代です。ただ、お客様の要求は非常に厳しくなっていますので、確認作業もよりシビアに、周知徹底しながら進めています。

FA 営業部では管理職を中心にマネジメントスキルを強化していますが、製造部の取り組みは？

伊東 「プロセス研修」といって、印刷に関する研修を行っています。また、各課の目標を立てて実践し、その進捗管理も行っています。とにかく製造部の人員は多い事から、各工場で徹底されているかが確認できるよう、副工場長のポストも設置し、最適化を図っています。

FA 品質保証の面で、特にケアしていることは？

竹林 昔と今を比べて劇的に変わったことは、我々が進出した東京市場が大きくなった事とともに、お客様に提供する品質も向上してきたことです。同時に、お客様の要求も大変厳しくなってきました。お客様から「仕組みはしっかりしているが、運用をより徹底ください。」と言われる事もあります。そういった事にも丁寧に対応し、文書化して仕組みを徹底し、それを活用していく事で社内外に対して可視化を図らねばなりません。前期4月に品質保証室を発足し、約1年が経ちました。今期は結果を出していかなければなりません。前期挙げたさまざまな問題を分析し、それを現場にアドバイスしていきながら品質を高めていくべきと考えています。実際に作



*1：オフ輪 オフセット輪転機の略。巻き取り紙を用いて印刷する印刷機で、高速かつ大量に印刷できるため、新聞やチラシなど大部数が必要な印刷に適している。



業しているのは、現場の皆さんなので、一人ひとりがどうやって品質に対する意識を高めてもらうのが、私たちの仕事です。昨年1年間、西工場の印刷・パッケージ課が事故ゼロ件を達成しました。これも彼ら一人ひとりが、品質に対する高い意識を持って、当たり前のことを愚直に実践した。また強いリーダーシップをもって課員を引っ張ったという事が大きな要因だったと思います。彼らの頑張りを見て、他の工場の皆さんも「自分達も頑張ろう」という意識を持つようになったという点では、本当に良い事例だと思います。

FA 西工場の事例はとても素晴らしいと思います。工場長をはじめマネージャー職を中心に、全員の高い意識から達成したという事かと。また、品質保証室が取り組む好事例である良い事例も悪い事例も、可視化して全員で共有する事を徹底していかねば、現場に伝わらない。お客様の満足度を高めるためには、一人ひとりの高い意識こそが成功に繋がるものと考えます。

個から組織へ。意識改革が急務

FA 『営業部のマネジメント』では、社員研修などを通じ、前期1年におけるマネージャー職の意識に大きな変化が見られます。どう意識改革をさせていった？

水谷 現在、営業部の人員は200名ほどが在籍しています。これだけの人数をどう動かし、どう売上に結びつけていくのが大きな課題です。実際これだけの人数ならば、もっと高い売上目標を掲げてい

かねばならないのです。当社のこれまでの営業スタイルは、個人の資質に頼っておりましたが、印刷市場が縮小傾向にある現在は、組織力の強化が急務です。実務経験の豊富な管理職のマネジメント力を高めていくほかに考えています。そのため、前期からさまざまな仕組みを作り、実践に移しました。今期はそこからさらに進歩し、リーダーのあり方について検討を行い、200億円の売上を達成できる体制を組み立てていきたいと思っています。

FA 意識を変えていくのは容易なことではありませんが、非常に重要です。個から組織へといった意識改革がキーになるということですね。

水谷 当社は昔から「一貫生産・一社責任体制」という総合力を強みとしてアピールをしてきました。ですが、それを社員があまり気づいていないという所が課題です。当社は、幅広い商品を扱っていながら、また、十分な設備投資をしておきながら、営業担当がその幅広い商品知識を展開できていない面も問題です。ただし、多品種志向の市場において、これからは、一営業担当が全ての知識を持つことは困難です。より高い専門性と機能性を持たせたスペシャリストの集団を、エリア単位で持ちたいと考えています。まさに組織力の拡大で、既にその取り組みをスタートし始めた所です。

FA さて、当社において資材調達には「会社の心臓部」といっても過言ではありません。購買本部は、非常に重要なセクションを担われています。サプライヤーとのつながりや、サンメッセ共栄会との連携も含め、現状についてお聞かせください。

今井 私も長年営業畑にいましたので、営業で受注できなかった痛い思いは分かっていますから、それを逆の立場に置き換えるという発想は念頭にあります。購買本部配属当初に受講した研修で、「調達の仕方」を勉強しましたが、その中の一つに『泣き脅しも必要だ!』という作戦を学びました。半分、冗談ですが、「調達」は、ある程度パフォーマンスも重要だということです。当然、当社は相見積を原則としておりますが、当社側の意向を相手に理解していただく事が重要です。お取引のあるサプライヤーには、「互いに共存共栄し、成長していくためには、お互いの協力が必要。」ということをお願いしてご理解をお願いしています。私が購買本部に就くまでは、戦略的な調達という思考はほとんどありませんでした。それでも利益が出ていた時代でしたが、今は、大変厳しい環境です。しっかりと戦略を立て、サプライヤーと真剣な議論をしていかなければなりません。調達による利益は購買本部の使命だと考えています。

FA 管理本部にお聞きします。この直近、人事異動



が活発化するなか、人事戦略面においてこういった方向性を描いていらっしゃいますか？

衣斐 「戦略的な人事を」との命を受けていますが、実際はとても難しい。各拠点での諸事情も多面的に考慮せねばなりません。ですが、色々な部署・拠点を経験することにマイナス要素は、何一つありません。むしろ、プラス面ばかりだと思います。私自身、支店長や工場長も経験させていただき、製造部も営業部も経験している事が、財産になっています。人事交流は、職場活性化に非常に有益ですので、今後も上層部を含めた人事交流を活発に行っていきたいと考えています。

当社の強みとは

FA 当社を、一言で言うとどんな会社？と考えます。日頃、社長から仰られる一つにも「印刷会社は、サンメッセだけじゃないよ。付加価値を提案し、いかにお客様の満足度を得られるか？」という言葉がごございます。当社の優位性についてお聞かせください。

水谷 商業印刷の市場は縮小傾向にあるなか、当社がより競争力を高めるには、新市場への挑戦しかありません。それは「パッケージ」、「Roll to Roll」※2、「IR/CSR」のビジネスとなります。しかしながら、現状は拡販に繋げるためのリレーションと具体的な戦略が構築できていないため、現在、体制面を含めた戦略立案を行っています。ただ、印刷業は、あらゆる業態にメリットを享受できる業種でもあります。例えば金融業と同様に、様々な業種のお客様とのお付き合いが可能であり、とてもお客様の裾野が広い。この環境を最大限に活かすため、従来までの受注型スタイルでなく、お客様とのビジネスマッチング的な発想を持つ事で、印刷業のスタイルを変えるべきだと思います。

FA もはや印刷業は「情報サービス業」として我々が捉え、お客様の裾野が広い事を武器に仕事のフィールドをさらに川上へと意識する事で、これまでになかった発想も生まれるかと。集積し、分析された情報を、お客様にご提案する事で、今後の当社の将来の姿も、かなりの変化が生まれるかと思えます。また、ダイバーシティといった多様な思考をもった社員が在籍することで、豊富なアイディアも生まれてくるかと。田中常務はタイに会社を設立され、日本との市場の違い、文化の違い、考え方の違いなどから、まさに今、さまざまなことに直面されていると思いますが。

田中(尚) タイに行ってもまず感じている事は、所詮、私たち日本人は島国育ちだと。私自身、アジアという市場を上から見ていたことを反省しました。タイでは、私よりも高学歴の方とお仕事をともにしています。語学力もレベルが高く、考え方一つにしても



学ぶことがたくさんあります。印刷技術は、当社とそれほど大きな差はありませんが、タイでは「品質保証」という考えは、日本よりも厳しいです。それらの面でも、とても刺激を受けています。

FA 品質にとっても厳しいお仕事をさせていただく中で、お客様と協働しながら徐々に改善を求めていくといったケースもごございます。

衣斐 そうですね。多品種かつ複雑化している商品が多い事からも、より高品質にするためにお客様に育ててもらっている事もありますからね。

FA 「サンメッセQMS」を提唱し、運営をスタートして1年以上になりますが、進捗はいかがでしょう？

竹林 「サンメッセQMS」はISO9001をベースに、いかに職場の実際の仕事に照合できるかを、具体的に運用面に落とし込んでいます。同時にマネジメントに関する仕組みづくりにも着手しています。印刷事故件数の目標は「ゼロ」が当然の目標ですが、ハードルが高い。その中で、今年は「半減」を必達させたいと思います。そこから数年かけて「事故ゼロは当たり前」となるよう取り組んでいます。今後は、起こりうるであろう事故を事前予測し、体質構造をも変化させたいと思います。

FA 製造本部と品質保証室は、どう連携をとっていらっしゃいますか？

竹林 今期の製造部方針を「自工程保証」として品質を一番に掲げていますので、互いの方向性が合い、うまく進んでいます。



※2：Roll to Roll 連続用紙（ロール紙）に、フルカラーで高速バリアブル印字。印字された用紙は、連続用紙およびシートカットされた状態で排出され、後加工機（線糊加工）および封入封緘機にて加工される。シームレスなフローで短納期・大量印刷に対応している。



製造本部

製造本部長

伊東 覚

伊東 我々は「一品生産」しているという気持ちで仕事に取り組んでいます。データを作るまでの工程と、データから大量生産に入る工程では、意識を切り替えなければなりません。目標は基本的に「事故ゼロ」ですし、実際に事故ゼロという部署が出てきています。できる限りデータ設計など、製造ラインの川上におけるケアを最大限に行うよう体制を整えていくつもりです。

FA 営業経験者として購買本部の立ち位置から営業本部への要望はありますか？

今井 資材調達をしている購買本部との連携（相談、連絡）を密にして、お客様に接して欲しいです。仮に受注できなかった場合は、必ず何故受注できなかったのかを聞くようにしています。購買本部として、営業担当がお客様に提示した価格を検証しつつ、仕入れコスト分析なども行い、必ず仕入れ側にもフィードバックをするような取り組みもしています。

FA こうして聞いていくなかで、“当社の強み”って一体何だと言えますか？

水谷 「社内一貫・一社責任体制」です。この言葉は特に声高々に挙げてはませんが、昨年の中期経営計画で初めて発しました。自然に当社に根付いていた言葉のように思います。

FA 自社の強みを表現するのは、案外難しいテーマなのかもしれません。ただ、厳しいマーケット環境のなか、競合他社とどう差別化をはかるか？という点をはっきり見出すことがとても重要です。当社が岐阜県大垣市という地域に根差す企業として、どう貢献できるのか？例えば、昔の大垣市の商店街はもっと活気があった。地域振興の方策をどうするか、バスの巡回エリアのパネルに眼を向けたり、ちょっと考えただけで地域活性のヒントは多々あるように感じる。昨年、大垣市の観光協会が「芭蕉記念館」を設立した事も、地域振興の一貫であるかと。今後、大垣市により活気を。と、あらゆるお客様と協働でビジネスを行う事で、地域コミッティの観点からも取り組むべき事は多々あるような気がする。「社内一貫・一社責任体制」という会社の強みは、これから益々見出ししていくと同時に、地域に根差

す企業としての社会的責任という観点でビジネスを行わねばいけないですね。

これからのサンメッセ

FA さて、アベノミクスでも、世間的にも、女性の活躍がよりフォーカスされています。遅まきながらも、当社初の女性管理職が今期誕生しましたし、今後益々、印刷の現場で、女性に活躍の場を広げてもらう事に、大きな期待をしています。

水谷 女性の才能が会社の中に埋もれてしまっているのは実にもったいない。今回の女性管理職誕生をきっかけとして、営業部に女性チームを作って、女性ならではの視点と発想でお客様にさまざまなご提案を行うというプランがあります。

衣斐 古くは西濃地域の企業で、女性の営業担当を配属したのは当社が初なのです。当社は、昔から女性の能力を高く評価していました。新卒採用をしても、女性の方が元気あるな、と感じることがあります。

FA 製造部でも、女性ならではの視点で、きめ細やかなチェックをしていただき、何度もサポートしてもらった事もあります。

衣斐 ただ女性の場合は、個人の意志や家庭の環境もより考慮しなくてはなりません。今後、女性社員の希望に応じたサポートをできる制度を整えていきたいと思います。現在11名の社員が育児休暇制度を利用し、勤務時間の短縮制度を、8名の社員が利用しています。今後こうした取り組みをより推進していきたいですね。

FA 育児休暇制度の利用率や女性管理職の比率などは、当社は今後より積極的に取り組まねばなりません。ISO26000の国際ガイドラインの良い所をしっかりと考え、当社に合った形で運用をしていけば良い。“社会的責任”とは、言ってみれば社会貢献と違い、社会に還元していこうとするものですが、当社はグリーン大作戦や地域振興など、昔から社会的責任というDNAが根付いています。今年から「戦略的CSR」というキーワードが、中期経営計画の中



管理本部

管理本部長 兼 総務部長

衣斐 輝臣



にも据えられていますが、やはりトップの本気度を示しなさいとか、マネジメントシステムに組み入れて取り組みなさいというもので、当社がこれまで取り組んできたことを具体的に落とし込んでいけば良い事だと思えます。

田中(尚) 当社の社是に「顧客の満足・社員の幸福・業績の向上」があります。社長が仰る通り、ちゃんとした利益を生まなければ社員に幸福は訪れません。例えば、会社として中期経営計画をもっと真剣に見直して、上場会社としての責任として積極開示し、PDCAをしっかりと回してチャレンジしてみようじゃないか！ということも話題に挙がっています。

水谷 当社の全部門の役員で、^{かんかんがくがく}侃々諤々と議論を交わしながら組み立て、当社のビジョンとして、将来どこを目指すか？といったより具体的な議論を行うべきだと思います。既に当社は、売上高で200億円を達成できる体制を構築できていると思います。設備投資もしっかり行ってききましたので、中期経営計画を公表し、社員一丸となって前進したい。計画達成のためにやらねばならないこと、人事戦略、品質向上策、製造部のフル体制、営業改革など…しっかりと具体的に落とし込みを行いたい。

FA 具体的な計画は、役員皆さんを中心に議論を行い、問題を先送りにせず課題解決していく事で必ずや達成できると思います。目標達成に向けたベクトルを全社員一丸となり、次世代の育成も同時に意識して行っていくべきです。

衣斐 我々がもっと高い次元で議論を行い、方針を練り上げ、その方針を全社員に説明し、一人ひとりに落とし込んでいくという基礎は、ようやくできている環境にあると思いますので、これからは辛抱強く継続していかねばなりません。

FA 経営理念を軸に会社方針を、そしてトップであ

る社長が、口をすっぱくして仰る事を、しっかりと全社員で意識し、ブレない気持ちで取り組んでいきたいですね。最後に役員皆さんからメッセージをお願いします。

田中(尚) 口をすっぱくして言っていますが、トップのビジョンがあって、それに対して課員にミッションを与え、課員にコミットメントさせ、それに対して評価をしています。こうしたことを全社的にやらなければならないと思います。それとPDCAです。スピード感を持って進めていきたいですね。

今井 購買ではとにかく利益を出したい。それに向かって作戦をより具体的に考えていきたいと思えます。

竹林 当社の社会的責任の中で忘れてならないものがもう一つあります。それは環境への取り組みです。当社は2012年度廃棄物の再資源化を進め、97.7%をリサイクルしています。特に廃油や廃インキが大きいので、これを再利用できるようにしたいと考えています。こういった廃棄物減量対策を実施して、2014年度末までにリサイクル率99%にし、それをもって「ゼロエミッション」達成とします。

衣斐 当たり前ですが、人を大切にしていきたいと思えます。自己啓発や研修などを充実させて、人材育成にはより注力していきたいですね。

伊東 オフ輪や製本などの売上を毎月チェックしていますが、仕事量は増えても売上が増えないというアンマッチな状況が続いています。営業あつての製造ですので、人事交流も含めてもっと営業と製造が密接なつながりを築いていく事で、よりシナジーを高める事が可能だと思います。

水谷 売上を上げる、利益を出す事は、営業本部の使命です。営業部は新しい時代に即した、新しい発想と体制を構築する事で、新事業に果敢にチャレンジしていきます。

当社ダイアログを終えて

ファシリテーター IR/CSR 企画推進室 室長 田中 信康



私たちを取り巻く印刷業界の環境は激変し、今やお客様、地域から求められるご要望が多種多様なものに変化するなか、当社もそれらに即応していかねばならない厳しい経営環境にあります。

今回、各担当役員を中心に、初のダイアログを開催いたしました。まだまだ当社は発展途上にあり、今後より高い理念を持ち、お客様の満足度を高め、高い品質をご提供差し上げるなかで、当社に更なる独自性と訴求力をつけていく事が急務であると考えます。地域に根差す“情報サービス企業”として全役員が一丸となり、これからの経営に邁進することで、地域に貢献し、地域に愛される企業、より良い企業であり続ける事が必要であると存じます。

来期は、是非とも第三者の方々を交えた真の意味でのステークホルダー・ダイアログを開催したいと願っております。常に新しい事にチャレンジすることで、当社の進むべき方向性を示唆し、それをより深く浸透させ、当社の経営に活かしていきたいと考えております。

Financial section

[財務セクション]



執行役員 経理部長 千代 耕司

2013年3月期の業績につきましては、売上高はわずかではありますが増収となりました。利益面においては、経常利益は減益となったものの、営業利益、当期純利益につきましては増益となりました。

今後の課題としては継続的なコストダウンはもちろんのこと、当社の特徴である社内一貫・一社責任体制を活かすためには、まずは売上高の更なる底上げが必要であり、基本的なことではありますが、利益率の改善につなげられる重点課題であると考えています。引き続き、財務的な見地からの分析、関係部署への提言を積極的に行い、利益改善に寄与する取り組みを推進してまいります。

業績の概況

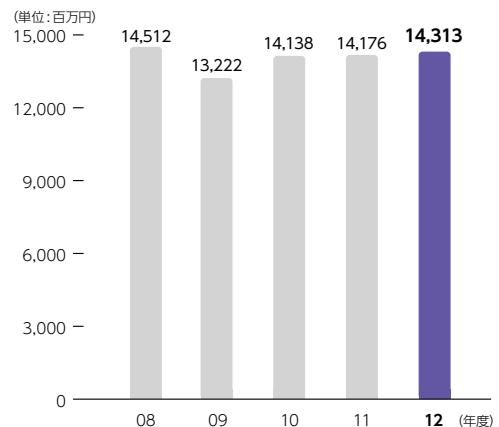
当期の日本経済は、欧州債務問題等による海外経済減速やデフレの長期化、日中関係の悪化等により、先行き不透明な状況が続いておりましたが、東日本大震災の復興需要が本格化し、政権交代による期待感から円安、株高が急速に進行するなど明るい兆しも見えはじめております。印刷業界におきましては、紙媒体から電子媒体への移行に伴う需要の減少が進む中、同業者間の受注競争の激化や、企業の経費削減による需要の減少が依然として続くなど、厳しい経営環境で推移いたしました。

このような事業環境の中で当社は、「人材育成の年」を会社方針として、印刷業界を取り巻く環境が著しく変化して需要の低迷が続く中、今一番大切なのはオールサンメッセとして人材を活かすことであるとの認識に基づき、社会や企業に役立ち、プロとして成長し続ける人財となることが経営基盤の強化に、そして企業の成長につながると考え取り組んでまいりました。

その結果、売上高は前期と比べて1.0%増加し、143億13百万円となりました。部門別では、一般商業印刷物は、定期刊行物や折込チラシ等が前期を上回り104億85百万円と2.9%の増収となりました。包装印刷物は、パッケージ等が前期を下回り20億89百万円と8.7%の減収となり、出版印刷物は17億38百万円と2.2%の増収となりました。

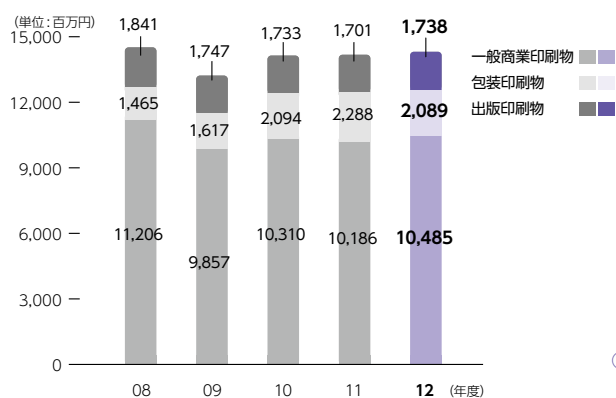
利益面におきましては、営業利益は22百万円と32.7%の増益となりましたが、経常利益につきましては、受取保険金の減少等の影響により1億29百万円と24.8%の減益となりました。また、当期純利益につきましては、前期に計上した減損損失等がなく、58百万円と損失を解消することができました。

売上高

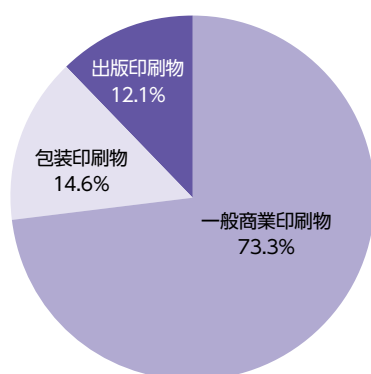


※データは各年度、4月1日～3月31日。ただし特記のあるものは除く。

セグメント別売上高



セグメント別売上構成比 (3月31日現在)



○一般商業印刷物

当期の一般商業印刷物は、大口の製品カタログの出荷が翌期に延びた影響等により、カタログ・ダイレクトメールが減少しましたが、フリーペーパーや広報誌などの定期刊行物や折込チラシ等が増加して、部門全体では2.9%の増収となりました。

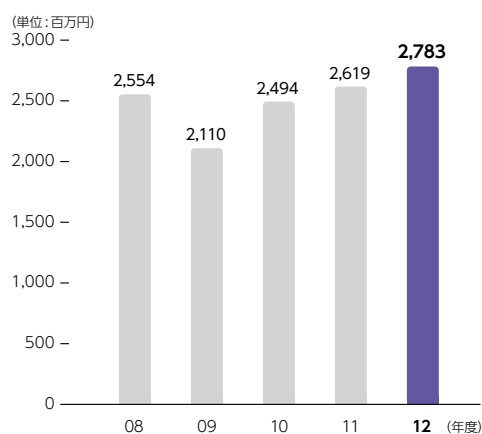
○包装印刷物

当期の包装印刷物は、パッケージ等の減少により8.7%の減収となりました。

○出版印刷物

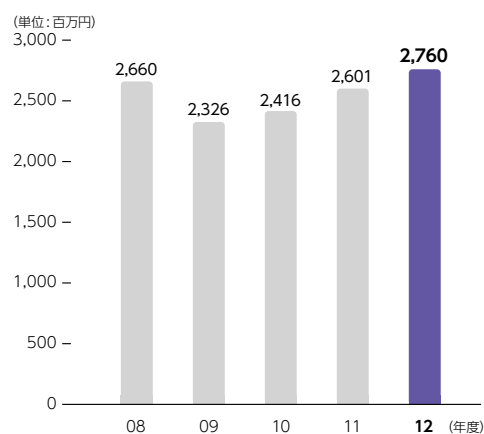
当期の出版印刷物は、地元で開催された国体関連の特需の影響等により2.2%の増収となりました。

売上総利益



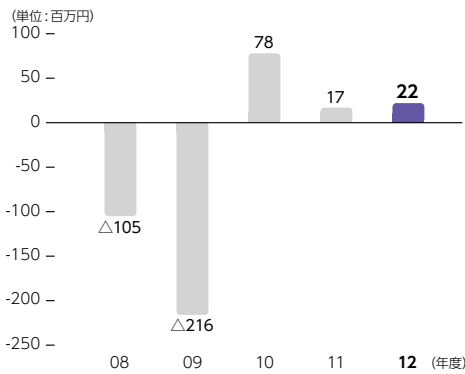
当期の売上総利益は、売上高が若干増加したことに加えて、外注加工費が減少したこと等により、前期と比べて1億63百万円増加し、27億83百万円となりました。

販売費及び一般管理費



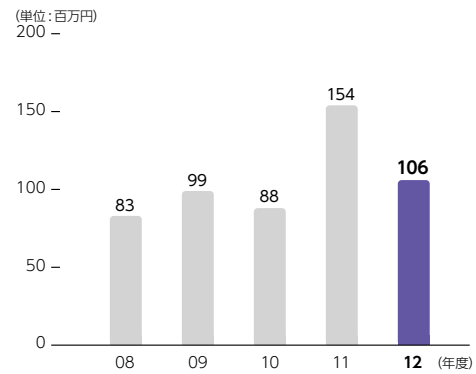
当期の販売費及び一般管理費は、給料及び手当が42百万円増加したこと等により、前期と比べて1億58百万円増加し、27億60百万円となりました。

営業利益 (損失)



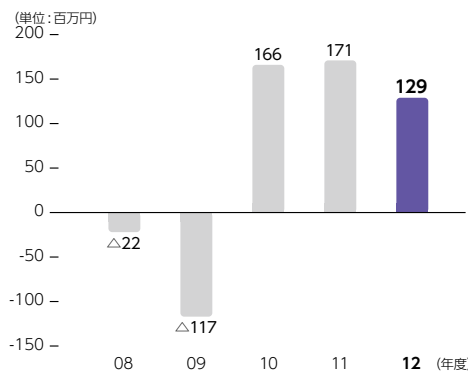
当期の営業利益は、22百万円となり、前期と比べて5百万円の増益となりました。

営業外損益



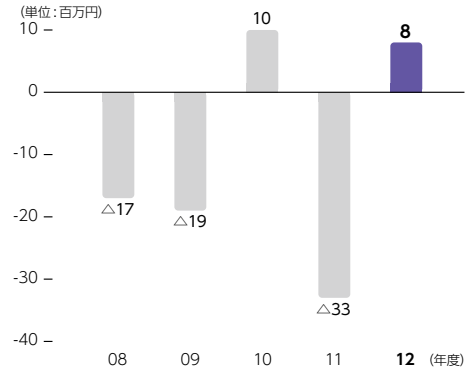
当期の営業外損益は、受取保険金が35百万円減少したこと等により、前期と比べて48百万円減少し、1億6百万円となりました。

経常利益 (損失)



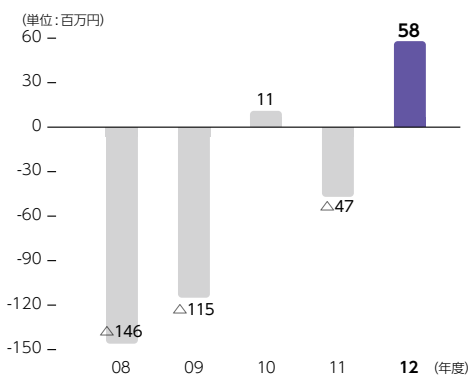
当期の経常利益は、1億29百万円となり、前期と比べて42百万円の減益となりました。

特別損益



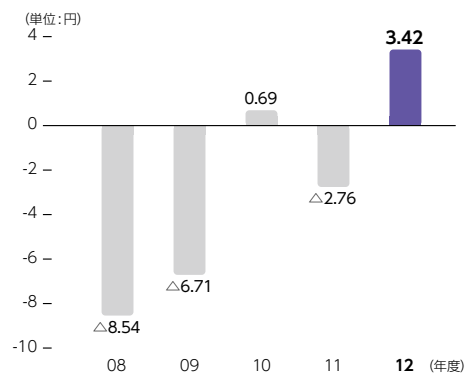
当期の特別損益は、前期において減損損失38百万円を計上したこと等により、前期と比べて41百万円増加し、8百万円となりました。

当期純利益 (純損失)



当期の当期純利益は、上記の要因に加え、前期において法人税等の税率の変更により法人税等調整額が増加したこと等で58百万円となり、前期と比べて1億6百万円の増益となりました。

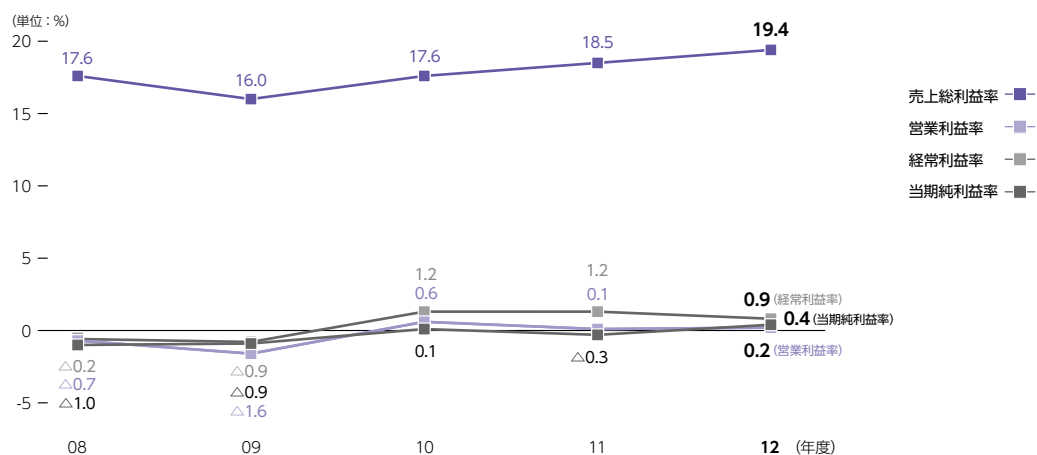
1株当たりの当期純利益 (純損失)



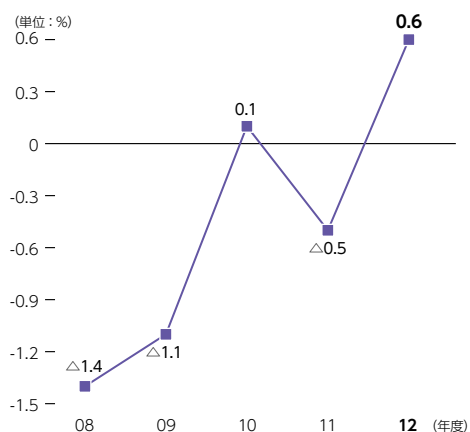
1株当たりの当期純利益は3.42円となり、前期と比べて6.18円増加しました。

※データは各年度、4月1日～3月31日。ただし特記のあるものは除く。

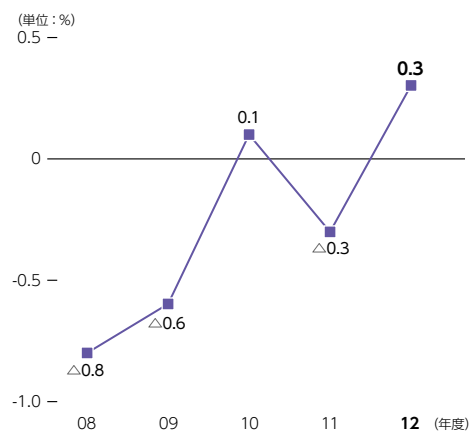
利益率



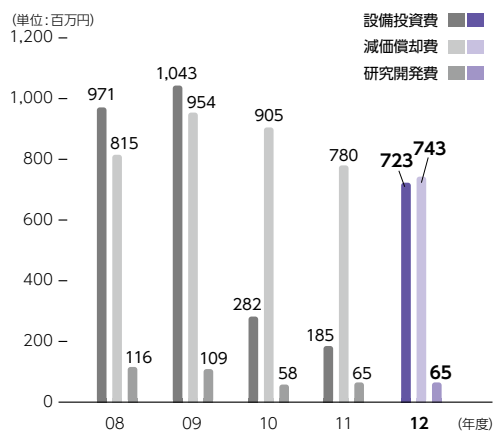
ROE (株式資本利益率)



ROA (総資産利益率)



設備投資費・減価償却費・研究開発費

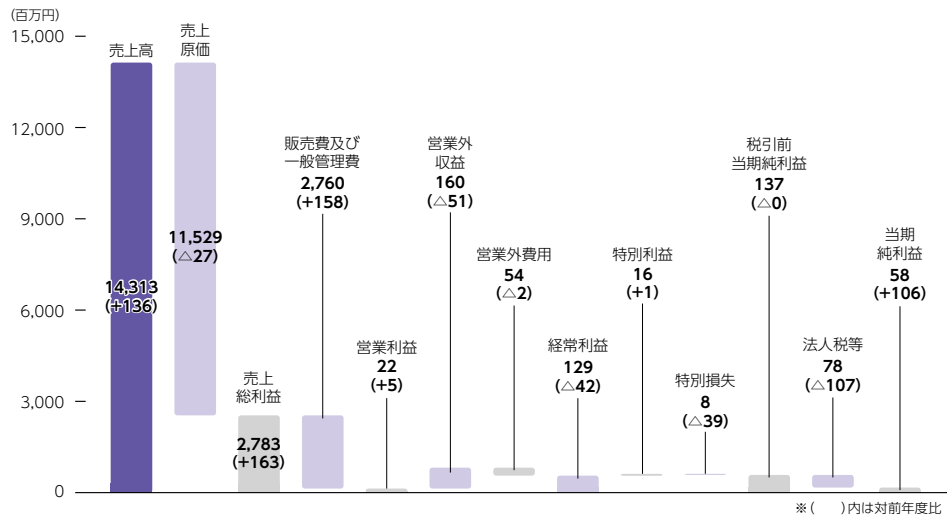


当期の設備投資額は、前期と比べて290.0%増加し、7億23百万円となりました。主に合理化・省力化を目的とした機械装置の購入のため5億76百万円、ソフトウェアの購入のため53百万円、建物購入その他に93百万円を投資しました。

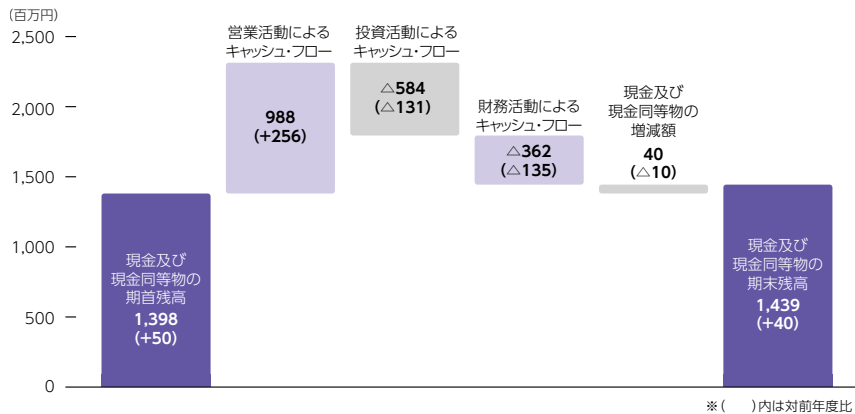
当期の減価償却費は7億43百万円で、前期と比べて4.7%の減少となりました。

また、当期の研究開発費は前期とほぼ同額の65百万円となりました。主には、印刷技術をベースとした、プリンテッドエレクトロニクスの分野に取り組んでいます。

損益計算書 (2012年4月1日～2013年3月31日)



キャッシュ・フロー計算書 (2012年4月1日～2013年3月31日)



当期の営業活動により増加したキャッシュ・フローは、前期と比べて35.0%増加し、9億88百万円となりました。これは、原材料の仕入・外注費の支出が2億11百万円、法人税等の支払額が1億11百万円それぞれ増加しましたが、営業収入が6億56百万円、立替金等の回収による収入が1億12百万円増加したこと等によるものです。

投資活動により減少したキャッシュ・フローは、前期と比べて29.0%増加し、5億84百万円となりました。これは、投資有価証券の取得による支出が1億26百万円減少しましたが、

有形固定資産の取得による支出が2億17百万円増加したこと等によるものです。

財務活動により減少したキャッシュ・フローは、前期と比べて59.3%増加し、3億62百万円となりました。これは、短期借入金の返済による支出が1億70百万円増加したこと等によるものであります。

以上の結果、当期末時点における現金及び現金同等物は、前期末と比べて2.9%増加し、14億39百万円となりました。

※データは各年度、4月1日～3月31日。ただし特記のあるものは除く。

■財務状況

当期末の流動資産は、前期末と比べて3億83百万円減少し、58億52百万円となりました。これは、現金及び預金が50百万円増加しましたが、受取手形が54百万円、売掛金が3億43百万円それぞれ減少したこと等によるものです。

固定資産は、前期末と比べて3億47百万円増加し、116億42百万円となりました。これは、建物が86百万円減少しましたが、機械及び装置が42百万円、投資有価証券が3億83百万円それぞれ増加したこと等によるものです。

流動負債は、前期末と比べて1億21百万円減少し、48億86百万円となりました。これは、1年内返済予定の長期借入金が50百万円、設備関係未払金が2億28百万円それぞれ増加しましたが、支払手形が62百万円、買掛金が1億87百万円、短期借入金が1億30百万円それぞれ減少したこと等による

ものです。

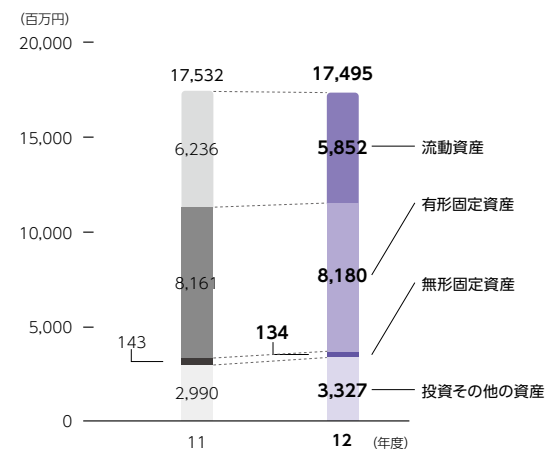
固定負債は、前期末と比べて71百万円減少し、23億46百万円となりました。これは、退職給付引当金が51百万円増加しましたが、長期借入金が99百万円、リース債務が38百万円それぞれ減少したこと等によるものです。

純資産は、前期末と比べて1億56百万円増加し、102億62百万円となりました。これは、剰余金の配当等のため、利益剰余金が44百万円減少しましたが、その他有価証券評価差額金が2億円増加したこと等によるものです。

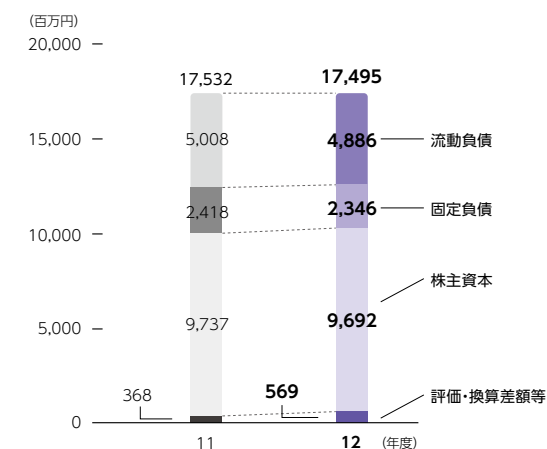
自己資本比率は、前期の57.6%から当期は58.7%となり、1株当たりの純資産は前期比1.5%増加して596.57円となりました。また、当期末の総資産は、前期比0.2%減少して174億95百万円となりました。

貸借対照表 (3月31日現在)

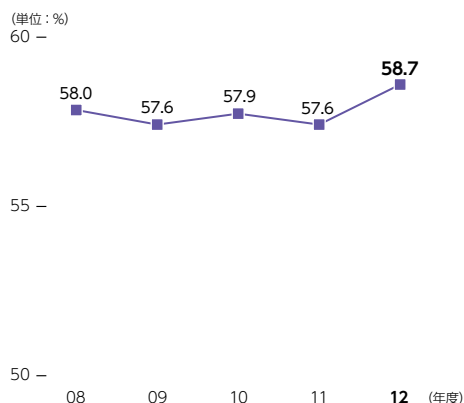
資産の部



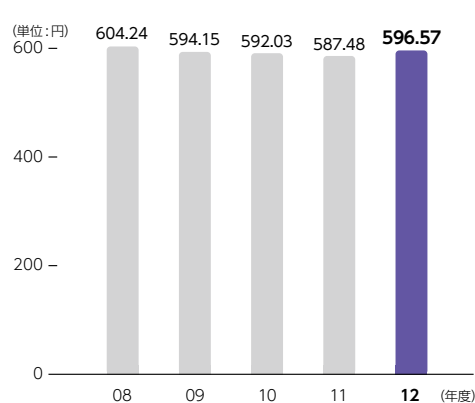
負債・純資産の部



自己資本比率



1株当たりの純資産





CSR section

[CSRセクション]

執行役員 管理本部長 兼 総務部長

衣斐 輝臣

サンメッセは「正しく強かれ」の精神のもと、業務に取り組んでおります。「不正」のない正しいことを着実に実行することが、企業の風土をつくり、社員の人材育成にも通じると考えております。企業の宝である人材を育成し、お客様とともに、地域とともに、株主・投資家とともに、ビジネスパートナーとともに、そして社員とともに、一緒に成長し「正しく、そして、強いサンメッセ」になるように努力し続けてまいります。



コーポレート・ガバナンス

ステークホルダーの皆様信頼されるためには、常に健全かつ透明性の高い経営が必要です。そのためにコーポレート・ガバナンスの徹底・強化を図り、経営の効率化と公平性、透明性を実現し、企業価値の向上に努めています。

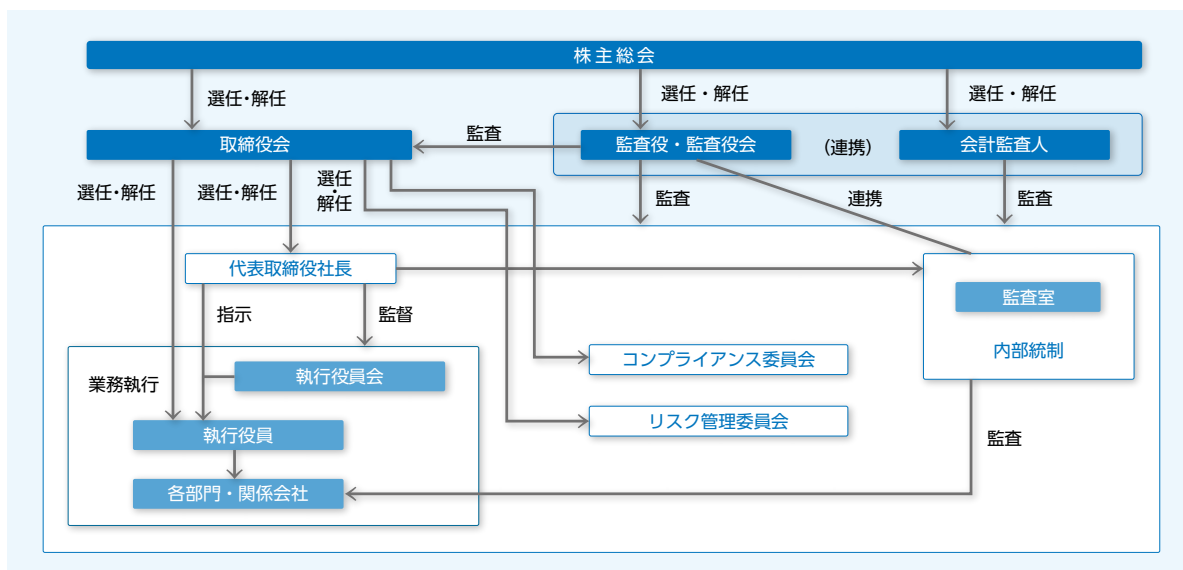
コーポレート・ガバナンス体制

取締役会は経営に関する重要事項の社内の最高意思決定機関として毎月開催し、監査役の意見を参考にしながら、適切な意思決定を行っています。また監査役会は毎月開催され、経営監督機能の充実に努めています。

サンメッセでは執行役員制度を導入して「業務執行機能」の分離を推進しています。取締役会は、「業務執行に関する意思決定」「業務執行の監督」を担い、執行役員は、取締役会で選任され、社長の指示のもと業務を執行しています。

内部監査体制

内部監査部門としては監査室が設置されており、年間を通じて内部監査を実施しています。別に内部監査人が1名選任され、期中および期末に内部統制内部監査を実施して、その結果を社長に報告しています。また会計監査人から、期末のみでなく期中においても厳正な監査を受けています。監査役、監査室および会計監査人は、監査の実効性を高めるため必要に応じて相互の情報、意見の交換を行うなど、相互連携を強化しています。



コンプライアンス

■コンプライアンスの基本的な考え方

企業を取り巻く環境は日々変化し、企業は「社会の公器」として、「社会的責任」を果たすことが要求されています。サンメッセはこれまで、「コンプライアンス」や「環境保全」「社会貢献」など、企業としての社会的責任を果たすため、さまざまな活動を行ってきました。これからも引き続き、「良き企業市民」を目指し、企業を取り巻くすべての人々の信頼と期待に、しっかりと応えるよう行動していきたいと考えています。その決意を行動に表すため、「企業行動憲章」を策定し、全社員に周知徹底しています。

■コンプライアンスの推進・チェック体制

社長を委員長、各本部長を委員とする「コンプライアンス委員会」を設置しています。コンプライアンス委員会は、事業活動および社員等の社会活動に関連する法令ならびにその他社会一般に求められるルール・倫理等の順守、社内規程・ISO 規定の浸透・定着のための推進活動をはじめ、不祥事の未然防止や早期対応、コンプライアンスの徹底に向けた継続的活動など全社的なコンプライアンス体制を推進しています。

■コンプライアンス教育の実施

毎年4月、全社員に配付している「サンメッセ社員手帳」には経営理念や品質方針、災害対策のほか、企業行動憲章・社員行動指針十訓が掲載されており、常に携帯することでコンプライアンスの意識の浸透を図っています。

新入社員には、「新入社員研修」において、コンプライアンスの重要性を理解してもらうよう、「社員行動基準」に基づき教育をしています。また社内報には、コンプライアンスに関する考え方や事例を掲載して、トップ層から社員一人ひとりに至るまで、法令順守に対する理解・意識付けを行い、コンプライアンスの浸透を図っています。

■倫理・苦情相談窓口の設置

コンプライアンス経営への取り組みを強化するため、組織的または個人的な法令違反行為・企業倫理上問題のある行為などコンプライアンス上問題のある行為やそのおそれがある行為、疑問に思った行為に関する情報を会社内において早期に発見し、その是正をはかるとともに適切に処理し、再発防止を目的とするために、通報・相談窓口として「倫理委員

会窓口」を設置しています。また、社員だけでなくお取引先様などからも、通報・相談を受け付けています。通報・相談内容は、細心の注意を払って速やかに事実関係を調査し、直ちに問題処理にあたります。また、通報・相談者のプライバシーを厳守するとともに、通報・相談したことで不利益を被ることがないように保護しています。

■コンプライアンスの状況

2012年度に、事業活動における重大な法令違反や事故は発生しておりません。

企業行動憲章

サンメッセは、印刷を核としたあらゆる事業活動を通じて利潤を追求し存続させると同時に、社会的責任を果たすことによって、「良き企業市民」として有用な存在で有り続けなければなりません。私たちは、社会に貢献し、あわせて企業の発展と個人の幸せを図るため、次の10の原則に基づき、社会的良識をもって自主的に行動します。

1. 誠意と熱意でおお客様の満足と信頼を獲得することに努め、俊敏な判断力と行動力で迅速に対応し、営業・製造共に前向きな投資には積極的に取り組んでいきます。
2. 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。
3. お客様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。
4. お客様、株主様、取引先、社員及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。
5. 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。
6. 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。
7. 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。
8. 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。
9. 経営トップは、本憲章の実現のために、社内整備を図り、自ら率先垂範の上、役員はもとより、全社員・グループ企業や取引先に徹底を図ります。
10. 本憲章に反するような事態が発生したときには、経営トップ自らが問題解決、原因究明、再発防止に努めます。さらに、社会への的確な情報の公開と説明責任を遂行し、自らを含めて厳正な処分を行います。

リスクマネジメント

企業を取り巻くさまざまなリスクに対して、適切に対処し、『お客様第一を継続できる体制の構築』に努めています。

BCP (事業継続計画)

■ リスクマネジメント体制

サンメッセの事業活動において重要な影響を及ぼすリスクを把握し、合理的に判断して、発生しうるリスクの発生防止にかかわる管理体制を整備しています。その実行組織が損害を最小限にする適切な対応を取るため、社長を委員長、各本部長を委員とする「リスク管理委員会」です。

リスク管理委員会は、全社リスクを一元的に管理するとともに重要リスクの対応方針、対応方法を審議し、対応状況の確認を行います。また継続的なリスク管理を行うことにより、リスクの未然防止や低減、リスク発生時の対応に努めています。

■ BCP 策定への取り組み

2011年3月に発生した東日本大震災では、当社東京支店でも棚やキャビネットが倒れ、壁が剥離するなどの被害がありました。幸い人的被害には至りませんでしたが、準備不足を痛感し、BCP策定に向けて、今後より一層真摯に取り組まなければならないと認識しました。

『お客様第一を継続できる体制の構築』をモットーに、これまでの取り組みを一つずつ見直しながら、活用できるBCPの策定に努めてまいります。

■ EPC-JAPAN での相互協力体制

サンメッセは、全国地域の中堅印刷会社16社が集まるEPC-JAPANという事業共同組合に所属しています。東日本大震災の時には、メンバーの1社である(株)ユーメディア様(宮城県仙台市)が被災により機械を動かすことができない状況にあり、サンメッセが代替印刷を行いました。



EPC-JAPAN全国ネットワーク

このように全国各地に広がるネットワークを活用し、万が一の際にはともに協力し合うという会社を超えた協力体制を確立することで、お客様を第一に考えた備えをしています。

■ 大垣地域活性化研究会 CSR 委員会

サンメッセの本社がある岐阜県大垣市には大垣商工会議所の組織として「大垣地域活性化研究会」があり、その中のCSR委員会ではサンメッセが委員長を担当しています。

この委員会では、地域と共同した災害対策が話し合わせ、企業と行政とが共同した形で万が一の対応ができるよう、市に提言しました。委員会で作成した地域の地震対策マニュアルの定期改訂にも力を入れ、心配されている大地震に備え、地域の協力体制も万全なものにしようと注意を向けています。

■ 災害マニュアルの充実

これまで、万が一に備え8種12編のマニュアルを作成しました。

これらは、社員一人ひとりに配られてはいますが、東京支店での被災例を加味し、より活きたマニュアルとなるように、またこのマニュアルに基づいた訓練ができるように準備を進めています。

あわせて、毎月発行している社内報でも定期的の特集ページとして取り上げており、常日ごろから啓発・教育活動を行っています。



津波マニュアル



社内報誌面での啓発

[マニュアルのテーマ]

- ・ 新型インフルエンザ対策 (vol.1 ~ 3)
- ・ 地震防災
- ・ 帰宅困難支援
- ・ 風水害 (vol.1 ~ 2)
- ・ 反社会的勢力対応
- ・ 火災 (vol.1 ~ 2)
- ・ 電巻注意報
- ・ 津波

情報セキュリティ

■セキュリティ対策

サンメッセではお客様から、多くの重要なデータをお預かりしています。そのため、データをあらゆるリスクから守ることはもっとも重要な取り組みと認識しています。そこでサンメッセではIT統制のもと情報セキュリティに取り組んでおり、制度と技術の両面から対策を施し、情報セキュリティレベルの一層の向上を目指しています。

なかでも数年前から「IPS (Information Processing Service)」という独自の生産システムを構築し、今年度中にはさらに拡張をする予定です。このIPSでは顧客情報などを加工し、宛名印字や封入封緘を行うため、戸開閉への「指静脈認証システム」や24時間体制の「監視カメラ」のほか、製品のトレーサビリティが確保できる「製品検査装置」を導入するなど、何重にも特別なセキュリティが施されています。



サンメッセIPSルームでは指静脈認証を採用するなど、厳重なセキュリティ管理を行っています。

■SSN (Sun Messe Secure Network)

お客様の個人情報を安心安全なネットワークでやり取りする仕組みとしてSSNを構築しています。このSSNはインターネットバンキングなどでも利用されている強固なセキュリティを持っており、通信を

傍受される危険性は極めて低いと考えています。また、この仕組みを利用できる端末は社内でも限られており、担当者しかアクセスできないような仕組みとなっています。

■基幹データバックアップ

サンメッセが生産に使う基幹システムは本社のある大垣市以外にも、遠隔地の複数箇所に夜間自動バックアップシステムを導入しており、万が一の災害に備えて、データの消失防止、迅速な復旧が可能な対応を取っています。また、基幹システムサーバー、バックアップサーバーについては免震装置上に設置されており、巨大地震に対しても対応できる状態にあります。

■個人情報保護

印刷を核とした事業活動を行うなかで、お客様からお預かりするさまざまな個人情報および、直接取得した個人情報に対し、その重要性を十分認識しています。個人情報を適切に管理することは企業として最も重要な責務の一つであると捉え、2003年にプライバシーマーク認証を取得しました。以後、適切な管理を行っています。また、個人情報管理システムの維持向上に努め、定期的にプライバシーマーク付与適格性(更新)審査を受けています。

今回は2013年10月に更新審査を受ける予定です。



プライバシーマーク 19000127

危機管理を要するリスクと主管部門

	危機管理を要するリスク	主管部門
製品事故・製造物責任	製品事故・クレーム	[製造本部]
事業活動に伴う事故・災害	労災、交通事故など、社員の人身事故	[総務部]
	受注物に関する法的トラブル	[営業本部]
	個人情報・社内機密情報などの漏えい	[営業本部]
	火災・爆発による事故・災害	[総務部]
	溶剤保管・危険薬品保管などの法令違反	[製造本部]
誹謗・中傷、その他犯罪被害	社内用システムへのサイバーテロ、不正アクセス・使用、個人・社内情報などの漏えい	[システム開発部]
反社会的勢力との関係	反社会的勢力からの不当要求、取引先と反社会的勢力との取引	[営業本部]
自然災害	地震、風水害、落雷などによるお客様および会社資産の損害、人身事故	[総務部]
企業経営にかかわるリスク	株主代表訴訟、敵対的買収	[総務部]
外部発注における法令違反	下請法違反、取引先との不正取引	[購買本部]
知的財産権侵害	特許、商標、著作権侵害	[システム開発部]
環境問題	環境関連法令基準違反、産業廃棄物処理違反	[総務部・品質保証室]



お客様とともに

「常にお客様を第一に考え、人・物・情報を集積・発信し、印刷を核に社会に貢献する」
サンメッセには創業以来、「お客様第一主義」のDNAが脈々と受け継がれています。昨年発足した品質保証室を中心に品質の管理に努め、またお客様に満足していただける製品・サービスの提供を心がけています。

品質向上への取り組み

■2012年度「サンメッセ QMS」の現況

昨年度発足した品質保証室を中心に、2012年度は「再発事故50%削減」を目標に、社内報での啓蒙なども含めさまざまな取り組みを行ったものの、目標31件に対し実績62件(200%)と目標を大きくオーバーしてしまいました。今後、洗い出された印刷事故をしっかりと分析し対策を実施していきます。

また、品質内部監査は年4回実施し、サンメッセ QMS の維持管理を確認しました。結果は下表の通りでした。

2012年度 品質監査結果の合計	件数
QMS に対し重要な不一致・欠落	0件
大きな問題とはならないが是正すべき不適合	56件
改善の機会	206件
優れた取り組み・内容	11件

■トレーナーによる技能認定教育の開始

職種・階層ごとに要求される技能等級を体系化しました。職場の課員を該当する技能等級に分け、上級者が下級者に対して教育実施および効果の評価を行う、技能認定教育を開始しました。技能に合った教育を適切に行い、各自の取得意欲を促し、人材を育成します。



■生産管理システムの

見直しプロジェクト始動

より効率的な生産を実現するため、生産管理システムのリニューアルプロジェクトを発足。営業見積から製造仕様入力・予定作成、そして実績収集などから適切な生産工程をデータで管理するシステムへのリニューアルを進めています。

新事業へのチャレンジ

■IR/CSR 事業の本格化

近年、企業の社会的責任に対して求められるものがより高次・広範囲に広がっており、さらには本業との一体化が求められています。同じく、投資家・株主とのリレーションについても、より効果的かつ戦略的な働きかけが必要とされるようになりました。

そこで、サンメッセはIR/CSR 企画推進室を発足し、「IR/CSR 事業」を本格的にスタートさせました。2012年10月には「戦略的 CSR セミナー 2012」を開催。また、各社様のIR/CSR 担当者へ情報発信を行うなど、コンサルティングや各種報告書の制作を通じて、お客様のIR/CSR 活動の充実・改善をアシストします。



戦略的CSRセミナーを開催

■サンメッセ(タイランド)(株)の設立

2012年9月19日、グローバル展開の進むマーケットに対応するため、またアジア拠点に進出されているお客様のご要望にお応えすべく、「アジア戦略」の第一歩として、タイ王国に合弁会社を設立しました。

オフィスはバンコックの中心市街地に位置し、ビジネスには良好な環境です。ここを拠点に更なる成長を実現していくため、売上・市場シェアアップを目指していきます。



サンメッセ(タイランド)(株)スタッフ

■アプリ開発

印刷業で培った企画力・デザイン力、システム開発力を生かして、スマートフォン、タブレット端末を対象としたアプリの企画・開発を行っています。コンテンツ制作とシステム開発の両面からワンストップでお客様のご要望にお応えしています。

地域社会とともに

地域社会とともに歩んできたサンメッセは、お客様や地域社会のためにできることを考え、実行しています。地域との絆を深め、地域を活性化する「社会貢献活動」を推進するとともに、社員一人ひとりの取り組みを支援しています。

地域との交流

■地域の活性化を目指して

地域とともに歩み、活力ある街づくりに貢献するため、本社のある岐阜県大垣市で催される、さまざまなイベントに積極的に参加しています。夏は「大垣水都まつり」、秋は「大垣十萬石まつり」、冬は「芭蕉元禄大垣イルミネーション」など年間を通して参加。また、毎年本社の駐車場にて「サンメッセ夏祭り」を開催し、地域との交流を深めています。

地域住民の皆様を招いて工場見学も行っており、

製造工程や環境への取り組みを見ていただき、サンメッセの事業に対する理解を深めていただきました。



工場見学会



サンメッセ夏祭り



大垣十萬石まつり



芭蕉元禄大垣イルミネーション

地域貢献活動

■インターンシップの実施・工場見学への協力

学校教育の支援という観点から、インターンシップ（就業体験）を積極的に受け入れています。大学生・短大生のインターンシップについては、2012年度は4名を受け入れ、営業同行をはじめ、プリプレス、印刷、製本の各職場を体験してもらいました。

また、地域の中学校や高校、特別支援学校などからの要請に応じて、職場体験や工場見学を積極的に実施しています。



■サンメッセ陸上教室

サンメッセ陸上部の社員が講師になり、地域の子どもたちを対象にした陸上教室を開催しました。大垣市や養老町の小中学生ら約150名が、大垣市浅中公園陸上競技場に集まり、活気あふれるイベントとなりました。



■当社アスリートたちが表彰

2012年10月に開催された「ぎふ清流国体」に、サンメッセからも7名が出場し、各競技で活躍。全力で競技に臨む姿は、多くの社員の励みになりました。さらに特に好成績を収めた、陸上競技の2選手と女子ソフトボール競技の1選手が公益財団法人大垣市体育連盟により表彰を受けました。

株主・投資家とともに

株主・投資家の皆様との信頼構築を重視し、企業価値の向上を常に意識した経営に努め、積極的な情報開示とコミュニケーションの充実を図っていきます。

IR コミュニケーション

■ IR 情報の開示

ホームページ内に「IR 情報」のコーナーを設け、投資に関わる情報を速く正確に開示するよう努めています。このコーナーでは、IR リリースはもちろん、決算短信や決算説明会資料、サンメッセの株価情報、そして株主総会関連資料などを掲載しています。

Web <http://www.sunmesse.co.jp/ir/index.html>

■ 株主・投資家の皆様とのコミュニケーション

株主・投資家の皆様向けに、年1回、決算説明会を東京で開催し、経営幹部が業績や今後の見通し、事業環境などについて説明するほか、個別面談にも

お応えしています。

また、年2回発行する「報告書」では、経営状況、決算情報などを写真や図表を用いてわかりやすく紹介するほか、当社の最新技術などをご紹介し、よりサンメッセの魅力をお伝えできるよう努めています。

■ 株主総会

2012年6月28日、第67回定時株主総会をサンメッセ本社5階会議室にて開催。81名の株主様にご出席いただき、当社の現況などをプロジェクターにてわかりやすく説明いたしました。



ビジネスレポート(第67期・第68期[中間期])

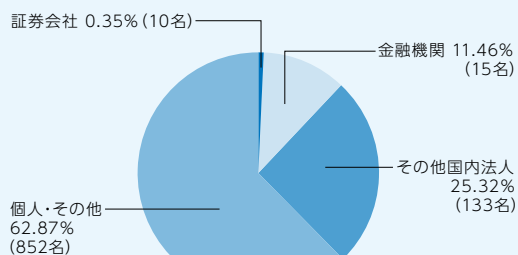


株主総会

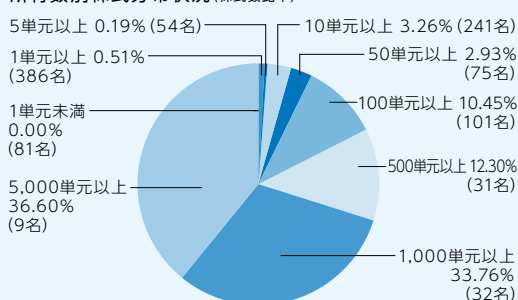
(平成25年3月31日現在)

■ 株式分布状況

所有者別株式分布状況(株式数比率)



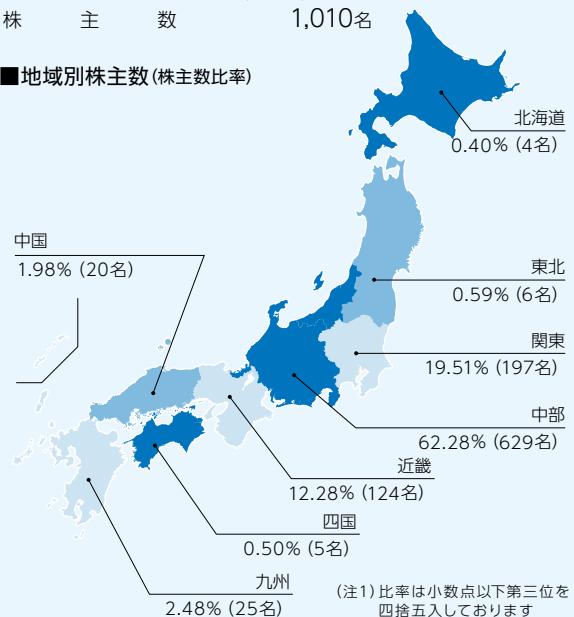
所有数別株式分布状況(株式数比率)



■ 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 1,010名

■ 地域別株主数(株主数比率)



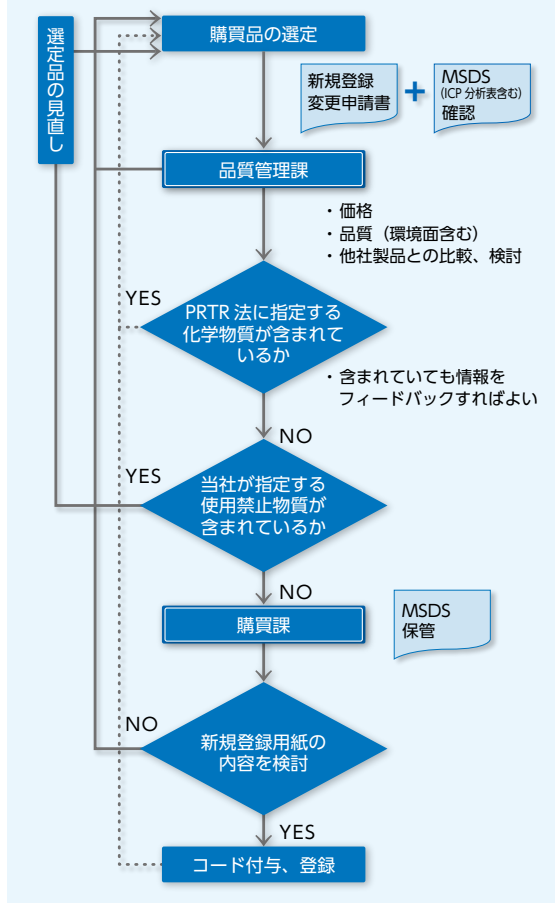
ビジネスパートナーとともに

お客様に安心して製品をお使いいただくために、サンメッセでは調達取引先様や製造委託協力会社様に対して、調査や情報交換などのコミュニケーションを図るとともに、ビジネスパートナーとしての信頼関係を深めています。

CSR 調達の推進

取引先企業との信頼関係をより深く構築するため「サンメッセ共栄会」を設立し、会員相互の情報交流を図っています。また、「購買管理規定」により必要に応じて改善を要請、支援しています。調達取引や製造委託協力を新規に開始する場合は、調達する物品やサービスだけでなく、それぞれの製造現場や管理の仕組み、経営状況などがサンメッセの選定方針に則しているかを確認しています。

■購買品の選定および登録までの基本フロー



■サンメッセ QMS への準拠

お客様に満足していただき、信頼を得るためには、開発・制作・製造のすべての段階で品質の高い製品づくりに努めていかなければなりません。製造委託協力会社様にもその意識で業務に取り組んでいただいています。

しかし、協力会社様で製造された製品に不備が生じた場合は、すべて購買本部に「購買品不適合報告書」として報告され、内容や頻度に応じて登録の見

直しと再評価を実施。その内容によっては監査に入り、当社からの直接指導や、工程・作業方法の改善要請を行います。

■個人情報保護への取り組み

お客様からお預かりする個人情報の適切な保護のため、製造委託協力会社様に対しても、「PMS 供給者評価表」に基づいて、評価・査定を行っています。基準を満たしている場合は、購買部によって登録され、個人情報を含む仕事を発注する際には、この評価の高い会社へ委託しています。

また、毎年1回協力会社様に監査に入り、PMSに関する取り組みが実施されているかをチェックするなど、お客様の大切な個人情報を適切に管理する体制を相互で整えています。

PMS供給者評価表

■製造委託協力会社様への品質調査

11月の品質強化月間に、製造委託協力会社様2社に対して、監査を実施しました。その結果、工場内の製品保管や整理整頓について改善のお願いをしましたが、重大な問題はありませんでした。

voice お取引先様の声



信頼関係から生まれる成長

華陽紙業株式会社 代表取締役社長
白木 雄一郎 様

7年前の監査では大きな問題点はなかったのですが、この時いただいたアドバイスや経験が当社の品質管理向上に繋がりました。また、機能強化に取り組んだ物流機能などはいち早く評価していただき、ビジネスに繋がっております。信頼関係は社員に責任とやりがいを感じさせ成長意欲に繋がります。今後もサンメッセ共栄会を通じ情報交流を図り信頼関係を深め、機能の強化とお客様満足の向上に取り組んでいきます。

社員とともに

新しい技術・メディアにチャレンジし、クロスメディア化の進展にも取り組むなか、オールサンメッセでの「人材」を活かしていきたいとの方針の下、「人材育成の年」という会社方針を掲げました。社員一人ひとりの能力を伸ばし、その能力を十分に発揮できる機会と環境を提供していきます。

人権尊重と雇用

「企業は人なり」という言葉があるように、多様な人材が互いの価値観の違いを認め合い、組織力を高め、オールサンメッセで大きな目標に挑戦していくことが企業の力になると考えています。その上で、女性の活躍を推進することを重要なテーマの一つと位置づけており、女性の積極的採用と女性社員の活躍が促進される環境づくりなどに順次取り組んでいます。

雇用の現況を見ると、社員の構成は大きく変化はしていませんが、パートも含めると年々女性の雇用比率が高くなっています。また、2011年度に比べると12年度は女性の採用率が向上し、13年度は男性の採用を上回りました。

社員雇用の現況(系列会社を含む) 社員数

	2011年3月末		2012年3月末		2013年3月末	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
役員	15名	0名	15名	0名	15名	0名
管理職	74名	1名	75名	1名	75名	1名
一般・嘱託	534名	170名	526名	169名	525名	162名
パート・アルバイト	55名	218名	39名	196名	45名	210名
計	1,067名		1,021名		1,033名	

採用人数(定期採用)

	2011年4月		2012年4月		2013年4月	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性
大学卒	6名	2名	7名	4名	2名	5名
高校卒	3名	2名	6名	3名	3名	3名
計	13名		20名		13名	

※大学卒には大学院卒・短大卒・専門学校卒を含みます

■定年退職者の継続雇用制度

高齢者の活用を重要課題の一つと捉え、労働組合との協定で60歳定年後も最高65歳までの再雇用

制度があります。定年後も、今までの豊富な経験と技術を活かし、ベテラン社員として活躍することと、技術を伝承することを目的としています。

また、57歳以上の社員を対象とした年金対策セミナーを毎年開催しており、参加者から好評を得ています。

定年退職者の再雇用状況

	2010年度	2011年度	2012年度
定年退職者	6名	9名	9名
再雇用者数	5名	9名	7名
再雇用率	83.3%	100%	77.7%

voice 再雇用者の声



働き続ける事が、健康の源

中工場 製本課
野中 昇

慣れ親しんだ当社で再雇用の場を与えていただき、すでに1年半経過しました。ストレス無く今の仕事に没頭できる喜びを、日々味わっています。毎日リズムをもって適度の運動量で働き続ける事が、健康の源となっています。感謝!!現在は在庫管理が仕事のため、誰が行っても速く正確に処理できる仕組みを常に考えています。残りの時間もわずかになりましたが、当社で働いた自分の足跡が一つでも多く残せるようがんばりたいですね。

■障がい者の雇用

障がい者の雇用にも積極的に取り組んでいます。2013年3月現在の障がい者雇用率は2.12%で法定雇用率を上回っています。

障がい者雇用状況(2013年3月現在)

障がいの種類	人数
重度身体障がい者、重度知的障がい者	5名
重度以外の身体障がい者、知的障がい者等	9名

職場での安全と衛生

安全第一を基本として、すべての社員が健康で安全・安心に働ける職場環境の実現を目指しています。



ライフアップセミナー

また、心の健康維持にも取り組んでおり、メンタルヘルス教育をはじめ、保健指導や健康相談などの支援活動

を実施し、メンタル問題の未然防止と早期発見に努めています。メンタル不調になった社員に対しては、職場変更や短時間勤務制度を導入するなど、そのケースに応じた柔軟な対応を行っています。

■「サンメッセ交通安全の日」

毎月9日を「サンメッセ交通安全の日」と制定し、交通安全についての情報をアナウンスするなど、啓発活動を続けています。この効果もあり、重大な人身事故件数は減少しています。

ワーク・ライフ・バランスの推進

■総労働時間短縮への取り組み

社員の健康を確保するため、総労働時間の短縮に取り組んでいます。具体的な取り組みとしては、年間休日数の増加と有給休暇取得の促進です。有給休暇については、年度の初めに、有給休暇年間計画届を作成して、計画的な有給休暇取得を奨めるとともに、年2回の「有休消化日」、年1回の「有休奨励日」を設け、有給休暇の取得を推奨しています。

また、時間外労働を削減するために、毎月の安全衛生委員会で労働時間データを基に審議し、管理を行っています。

年間休日数

	2010年度	2011年度	2012年度
年間休日数	111日	112日	113日

有給休暇の取得状況

	2010年度	2011年度	2012年度
平均取得日数	9.9日	9.3日	9.5日
平均取得率	53.7%	49.7%	50.8%

■育児休業・介護休業の取得状況

育児休業・介護休業に関する協定を労働組合との間で締結し、育児・介護のための短時間勤務や時差勤務、時間外労働や深夜業の制限を、社員からの申し出により取得できる制度を設けています。

2012年度に新たに育児休業を取得した社員は8名(前年度比2名増)となりました。残念ながら、男性社員の育児休業取得の実績はまだ無く、今後の課題となっています。

voice 育児休業者の声



育児休業制度を利用して

タクト部デザイン制作3課

小林 佳代子【平成15年4月入社】

子どもが生まれてから1年2ヶ月の育児休業をさせていただき、職場復帰後は短時間勤務で働いています。育児休業制度があることで「出産後も職場に戻ることができる」という安心感があり、休業中育児に専念できたことは、とても有り難く感じました。また、サンメッセには出産後も仕事を続けている女性が多いためか、周囲の理解があるように思います。今後もますます、子育てしながらでも働きやすい環境が整っていくことを期待しています。

人材育成

■企業人として

「人材育成の年」という会社方針の下、「社会人として、企業人として、プロとして」の3つの観点から、社員の成長を促しています。新入社員研修や社内技術研修など、職場における日々の業務に通じた育成に加え、以下のような教育・研修プログラムを実施し、個人の能力や専門性を高めています。

「七日研修会」

全社員を対象とし、印刷基礎知識を共有して、向上心を持ち自己研鑽、レベルアップを図るためのセミナー。参加者数は毎回平均45人。

[実施テーマ]

第1回 ページ物の基本知識

第2回 パッケージに関する知識

第3回 IPSに関する知識

第4回 チラシに関する知識

第5回 印刷用紙に関する知識

第6回 オフ輪に関する知識

第7回 製本に関する知識



フォークリフト講習



新入社員フォロー研修

「土曜セミナー」

自社の特徴を知り、専門分野の情報・知識を得ることによって、お客様に対して積極的かつ多方面に提案するための営業担当者中心のセミナー。東京支店など遠隔拠点とはWeb会議で実施。

[実施テーマ]

第1回 最新AR技術の紹介と当社の取り組み
当社海外事業展開の紹介

第2回 「ActiBook」およびメディア情報
印刷産業の動向、「戦略的CSR」

第3回 成長戦略を目指して
iPadを活用した営業展開活動

Environmental section

[環境セクション]



取締役兼執行役員 品質保証室長 竹林 啓路

環境目標については主に「電気使用量の原単位の向上」を目指して取り組んできましたが、組織の活動がなかなか結果に結びつかず、苦戦していました。今後は本来業務に係わる環境側面を積極的に取り上げ、サンメッセ QMSと連動させ、より一層の環境経営につながる活動に切り替えていきたいと考えています。そして、2014年度末にはゼロエミッションを達成し、さらに環境パフォーマンスに磨きをかけていきたいと思っています。



サンメッセ環境宣言

■基本方針

サンメッセ株式会社は創業の地大垣の「ハリヨが泳ぎ、ホテルが舞う水都」の美しい環境を次の世代に引き継ぐことが、かけがえのない地球（オンリーワンアース）を守ることにつながるとの認識に立って、当社に関わる全ての人々と共に、印刷を核としたあらゆる事業活動を通じて、環境保全に努めます。

■基本行動指針

1. 循環型社会を目指し、省エネ、省資源、リサイクル活動を積極的に推進します。
2. 有害な危険性のある物質には代替物質を探求し、事業活動において、確実かつ継続的に有害物質の削減に努め、可能となり次第その使用を中止します。
3. 法と社会秩序を守り、業界の指針、お客様の環境保全にも積極的に協力し、進んで汚染の防止に努めます。
4. 自らの業務を通して、影響力を行使できる環境保全活動に対して積極的に活動を行います。
5. 全ての拠点に対し、環境マネジメントシステムを導入します。
6. 全従業員に環境保全の大切さを自覚させ、積極的に環境保全を推進する社員を育てます。
7. 地域社会との共生を大切にし、地域の皆さんに愛される開かれた企業を目指します。

2000年11月1日 制定
2005年4月6日 改訂

環境マネジメント

「サンメッセ環境宣言」に基づく環境経営を推進するため、社長を含めたオールサンメッセとしてのマネジメント体制を構築しています。また取り組みについてはPDCAによる継続的な改善を行い、常に環境マネジメントのレベルアップを図っています。

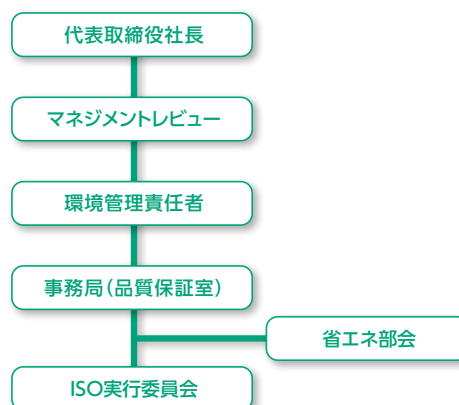
環境推進体制

ISO14001 マネジメントシステムの実質的な維持管理の実行部隊である「ISO 実行委員会」と省エネを中心に環境の保全の役割を担う「省エネ部会」が環境推進体制の中心です。活動のなかで明らかになった問題は、年4回行われるマネジメントレビュー（経営者による見直し会議）で社長に報告され、改善や是正のための指示を受ける体制となっています。

■省エネ部会

毎月1回会合が持たれているほか、メンバーによる現場パトロールも実施しています。部会は2003年に本社工場に設置され、その後、中・西工場のメンバーも加え現在9名で運営しています。また事務局である品質保証室の環境推進担当が中心となり、特定事業

者および第1種エネルギー管理指定工場として取り組みの実質的な決定機関の役割を担っています。



監査

■2012年度内部環境監査

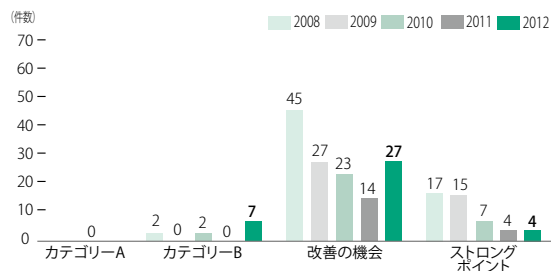
2012年度は本社、中、西の3工場を中心に、

1. 監査の複合化
2. 前回の内部監査指摘事項の改善
3. 定期審査是正処置後の状況確認

の3つの項目を監査方針に掲げ監査を実施しました。その結果ストロングポイント（良かった点）が4件、カテゴリーA（重大な不適合）が0件、カテゴリーB（軽微な不適合）が7件、改善の機会（できれば改善した方が良くと思われる点）が27件ありました。

その他、お客様による第2者監査も随時行っています。

内部環境監査結果



■外部機関による審査

サンメッセではISO14001に基づき、認証機関による定期審査を年1回実施しています。今回の総合所見では、環境方針に沿った環境目的が設定され、内部監査の実施やマネジメントレビューによって全体的にPDCAを回して継続的改善を進め、概ね目標が達成されていると評価を受けました。

改善の機会として、「産業廃棄物保管場所」の表示内容に不明瞭な点があるとの指摘や、緊急事態に備えて吸着マットが準備されていないなど10件の指摘を受けました。改善可能な指摘に関しては是正と、関連部署への水平展開を行いました。

また、FSC®（森林認証制度）の審査においても2012年7月2日・3日の2日間にわたって維持審査を受けました。審査拠点は名古屋支店および本社・中・西工場で、いずれも重大、軽微ともに該当はありませんでした。観察/確認事項として、内部監査実施記録の保管について改善の余地があると指摘を受けました。

環境教育

年度ごとに総務部で立案される「研修計画書」に沿って、環境教育を実施しています。環境目標達成のための教育など環境マネジメントシステム推進を

中心に、すべての社員を対象に実施。e-ラーニングも取り入れており、入社時の新入社員教育の一つとして行っています。

環境コミュニケーション

■カーボンマネジメントの推進

印刷における地球温暖化対策として、カーボンマネジメントを推進しています。カーボン・オフセットやカーボンフットプリント、グリーン電力の取り組みを2010年よりはじめ、昨年度の当社の社会環境報告書においてカーボンフットプリントの認定を受けました。

また、お客様にも積極的に、この取り組みを紹介・提案し、その実績から、2012年2月にカーボン・オフセット大賞（主催：カーボン・オフセット推進ネットワーク）において、奨励賞を受賞いたしました。

この他にも、被災地を応援するカーボン・オフセットをはじめ、経済産業省の試行事業に取り組むなど、さまざまな活動を進めています。

■環境保全・美化活動

「地域との共生・自然との共生」という視点から、自ら進んで行う社会奉仕活動として美化活動に取り組んでいます。年に2回行われる「オールサンメッセクリーン大作戦」をはじめ、ボランティア委員会を中心に地域のクリーン活動に多くの社員が参加しています。

■異臭に関するクレーム

本社第五工場ドライヤーの排気ダクトより煙の発生および異臭がするとのクレームがあったため、すぐに現場調査を行い、触媒のメカニズムなどを確認しました。調査の結果、触媒システムの不良が見つかり排ガスがほぼ脱臭できない状態であることが判明したので、直ちに工事を実施し、対策を施しました。



2012年度環境活動概要

■環境活動の目標・実践



目標達成



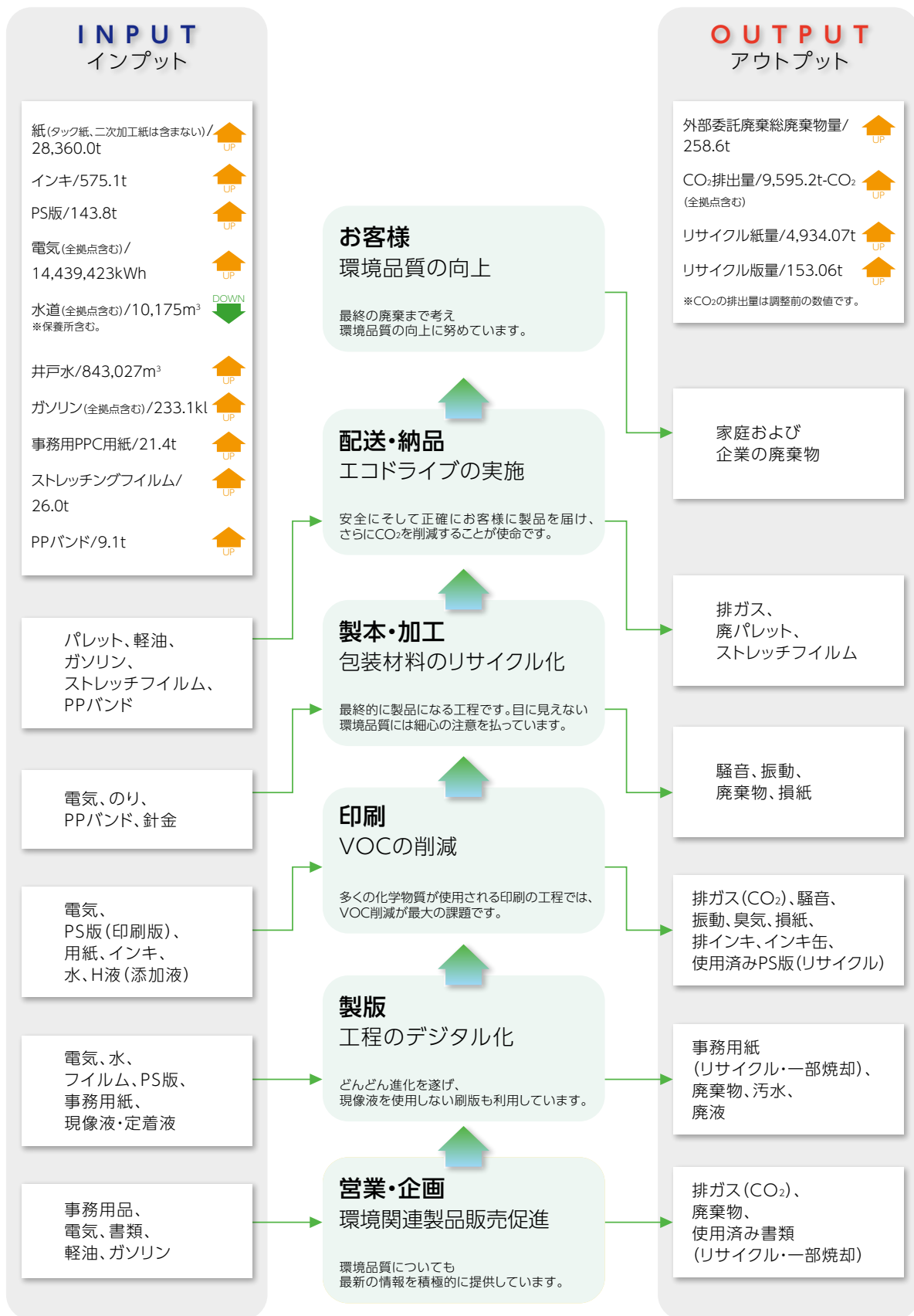
改善が見られたが
目標未達



目標未達

基本行動指針	2012年度計画 および目標	2012年度実績	評価	該当主管部署
循環型社会を目指し、省エネ、省資源、リサイクル活動を積極的に推進します。	電気使用量のエネルギー原単位対前年比2%削減	目標達成には至りませんでした。電気使用量のエネルギー原単位対前年比0.4%削減することができました。		全工場・全営業拠点
	エアコンの温度設定をチェックする。	省エネパトロールにて本社工場のエアコンフィルターの清掃状況を確認しました。清掃状況を確認すると、清掃表の掲示がなく、いくつかのフィルターも汚れていました。改善策として清掃表を貼り毎月5S時にフィルター清掃の実施日を記入、また未実施の所は課長より指摘してもらうように省エネ部会にて報告しました。		全工場・全営業拠点
	都市ガスのエネルギー原単位対前年比2%削減	都市ガスのエネルギー原単位対前年比1.1%アップしました。		本社工場オフ輪課
	地下水使用量の対前年実績比2%削減	地下水使用量の対前年実績比が17%アップしました。原因の一つとして水冷式エアコン使用時における地下水の使用量が挙げられます。エアコン停止時は、地下水汲み上げ用コックを全閉することを再度徹底。また、エアコン使用時においても地下水汲み上げ用コックを半開とし地下水使用量を削減していきます。		全工場
	産業廃棄物の回収処理費用を削減する。	産業廃棄物の回収処理費用を8.7%削減することができました。廃インキ、廃アルカリ、木くずの処理費用が減少しました。		全工場
有害な危険性のある物質には代替物質を探索し、事業活動において、確実かつ継続的に有害物質の削減に努め、可能となり次第その使用を中止します。	RoHS、REACH、新PRT R制度への対応調査の実績を報告する。	化学物質の調査依頼は18件ありました。有害な危険性のある物質はゼロでした。		全工場・全営業拠点
法と社会秩序を守り、業界の指針、お客様の環境保全に積極的に協力し、進んで汚染の防止に努めます。	法的小およびその他の要求事項におけるクレームを0件にする。	製紙メーカー引取りの古紙回収カゴの中に、オフ輪シート出しで使用する差込金具や血液の付着した紙ごみが混入するクレームがありました。いずれも環境情報処理報告書を発行し是正しました。		全工場・全営業拠点
	グリーン購入の推進	制服、作業服、作業手袋、自動車については前年度同様100%グリーン購入でした。文具類においては年間目標値を75%から80%に引き上げましたが、エコマーク商品の購入を意識してもらうことで目標がクリアされています。		全工場・全営業拠点
	VOC排出抑制自主的取り組みの推進	UVインキはNONVOCインキのため、油性印刷からUV印刷に変更していくことで、VOC排出の削減に取り組んでいます。また、廃ウエスの密閉管理、蓋締め励行も全社的に実施しています。		印刷課
自らの業務を通して、影響力を行使できる環境保全活動に対しても積極的に活動を行います。	電力監視装置によるカーボンフットプリントの算出を構築して受注拡大につなげる。	カーボンオフセットの受注件数は31件で57t、グリーン電力購入量は3件で1,100kwhでした。東日本大震災の被災地で創出された排出権を活用する地産地消型の印刷物を提案し、3年間で延べ48件で79tになりました。こうした取り組みが評価され第2回カーボンオフセット大賞奨励賞を受賞しました。		全営業拠点・品質保証室・管理開発室
	FSC®森林認証紙の受注拡大の推進	2011年度136件、350,608kgに対して2012年度は162件、944,416kgと受注が増えています。		購買本部・全工場・全営業拠点
すべての拠点に対し、環境マネジメントシステムを導入します。	すでに導入されているのでこれを維持・改善する。	8月に行われた定期審査では、カテゴリーB以上の指摘はありませんでした。しかし、限りなくカテゴリーBに近い指摘として12件の指摘を受けました。ISO実行委員会で報告し水平展開も含め是正を行いました。		全営業拠点
全社員に環境保全の大切さを自覚させ、積極的に環境保全を推進する社員を育てます。	職場教育の完全実施(年3回以上計画通りに実施率100%達成)。テストなどを実施して教育成果レベルの向上を図る。	環境についての教育訓練の実施率は67.7%という結果となりました。		全社全部署 (総務部人事課)
地域社会との共生を大切にし、地域の皆様に愛される開かれた企業を目指します。	地域住民の方とのコミュニケーションの充実 地域行事への参加	年2回の「オールサンメッセクリーン作戦」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ともに大垣地域のクリーン活動に参加しました。家族と地域住民の方を対象とした工場見学も実施しています。		全工場・全営業拠点 (総務部)

■マテリアルフロー



※CO₂量は温室効果ガス6種をCO₂換算にしたものも含んでいます。

環境保全活動

サンメッセでは、あらゆる製造・物流工程、そして営業・事務活動も含めたすべての企業活動において、環境への配慮を徹底しています。具体的な活動として、低炭素社会実現への貢献、ゼロエミッションへの挑戦などに取り組んでいます。

低炭素社会実現に向けて

各製造工程において製品を製造する際に発生するCO₂排出量の削減と、エネルギー使用量削減のため、さまざまな取り組みを推進しています。その一つとして2010年よりカーボンマネジメントとしてライフサイクルアセスメント(LCA)の手法を用い、CO₂排出量の「見える化」に取り組んでいます。

工程ごとの環境負荷の「見える化」として、製版・印刷工程における環境負荷について、一般社団法人日本水なし印刷協会(日本WPA)の資料をもとに自社での数値化を行っています。これまで工程単位、

そして製品単位でのカーボンフットプリントに取り組んできましたが、今後はサプライチェーン全体での温室効果ガス排出量(SCOPE3)へと算出範囲を拡げ、製品のライフスタイル全体で温室効果ガスの削減に貢献していきたいと考えています。

また、CO₂排出量を大幅に抑制できる原材料・資材調達分野については、プロダクトマイレージを意識した製品にも取り組んでいます。もちろんオフィス分野においても節電・省エネに取り組み、会社全体としてCO₂排出量削減を推進しています。

■設備の省エネ化

2012年にUVパッケージ部が発足したことで大型設備を導入。それによる電気使用量増加への対策を行いました。

コンデンサー水噴霧装置の設置

空調設備16台に対し、噴霧した水の気化熱を利用して冷房効率を上げる装置を導入しました。



コンデンサー水噴霧装置

年間電気使用量
20,000kWh/年削減
最大需要電力
32kw削減

省エネ効果の高い変圧器導入

配電用変圧器を、省エネ効果が高い「トップランナー方式変圧器※」にリプレイスしました。

※省エネ法に規定する基準エネルギー消費効率以上の効率を達成した変圧器の呼称

年間電気使用量
3,900kWh/年削減
エネルギー消費効率
26%削減

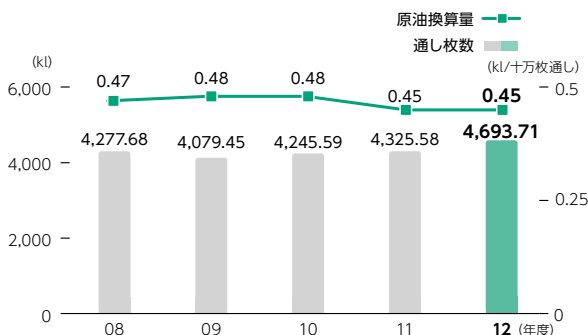
■省エネ対策

電力需要が増加する夏のピーク時間帯(9～20時)の電力を抑制するための対策を行いました。

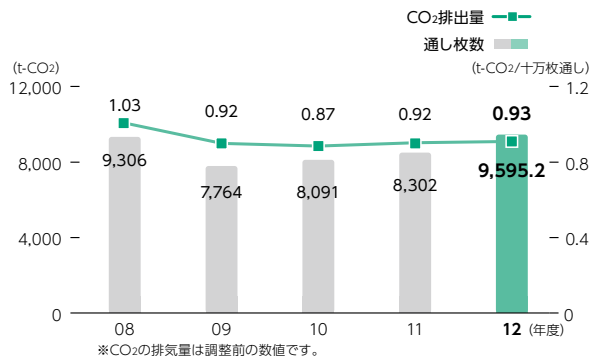
省エネ対策

夏季休日契約電力量の抑制 (本社第五工場)	本社第一、三工場へ負荷移転させることにより、第五工場の契約電力量50%以上の負荷調整(850kw → 400kw)を実施。
自家発電の出力増加 (本社第五工場)	昨年と比較して430kw出力増加させることにより、契約電力を抑制。
需要電源の分散化等 (中工場、西工場)	時差出勤などにより需要電力の分散化や、生産設備・ユーティリティ設備などの節電により、最大需要電力を5%削減。

原油換算量/通し枚数原単位の推移



CO₂排出量/通し枚数原単位の推移



ゼロエミッションへの取り組み

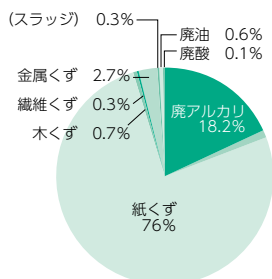
廃棄物を再資源化し、焼却処分・圧縮埋立量をゼロに近づける「ゼロエミッション※」を推進しています。ISO14001の活動の一環として各拠点で目標を立てて確実に取り組みを進めており、2014年度末までにゼロエミッション達成を目指しています。

※ゼロエミッション＝廃棄物について「焼却処分」「圧縮埋立処分」を減らし、99%以上をリサイクル化することと定義しています。

■ 不要物総発生量

2012年度は生産量の増加に伴い、不要物総発生量も6,489.40 tと昨年度比で102%増加しました。

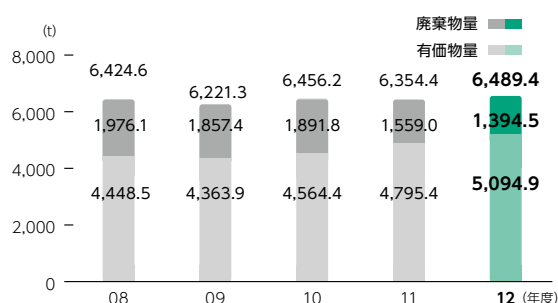
不要物総発生量の内訳



その内訳を見ると紙くずの割合が高くなっています。しかし、これは有価で買い取りを行っているため、実質的な廃棄物には当たりません。

そのほか、廃アルカリの割合が減少しました。2010年度より中工場、本

不要物総発生量の推移



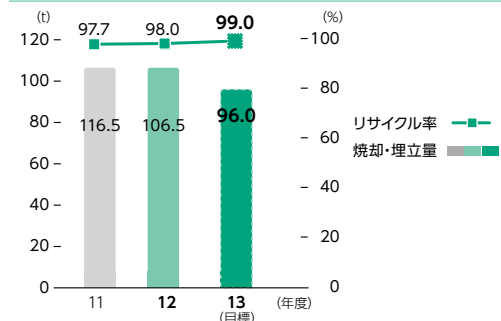
社工場、西工場に「現像廃液削減装置」を順次導入したことにより、廃液量の大幅な削減に効果が表れたものです。全体の廃棄物量は「リデュース（減らす）」、「リフューズ（発生源で断つ）」、「リユース（繰り返し使う）」、「リサイクル（再生資源に戻す）」の4Rを徹底し、1,559 t→1,395 tに減らしました。

■ 焼却・埋立量とリサイクル率

効果的な廃棄物減量対策として、廃棄物の実態調査を実施しました。その結果、圧縮埋立で処分しているなかに、有価で買い取り可能なものや、RPFとしてサーマルリサイクル可能なものがありました。そこで、それらを有価物としてリサイクルできるようにし、リサイクル率を高めていきます。

2013年度は、廃棄物のRPF化・有価物としての検討・エマルジョン燃料・改質分級等により、焼却処分と圧縮埋立化率を2%から1%以下に削減することで、リサイクル率を98%→99%以上とし、ゼロエミッションに向けて会社全体で取り組んでいきます。

焼却処分・圧縮埋立量の推移とリサイクル率の推移



化学物質の管理

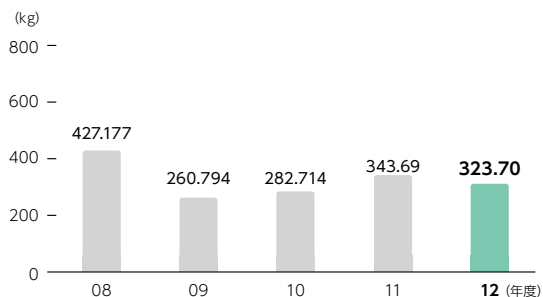
■ PRTRの数値管理

各部署で発注・購入している物品のなかには、生産方法、使用方法、廃棄の方法によって作業者の健康や、生態系に悪影響を及ぼす化学物質が含まれている場合があります。資材メーカーから材料を購入する際、PRTR物質が含まれる場合は、MSDS(化学物質安全性シート)に含まれている物質量を記入していますが、2011年度より社内の購買システムから自動でその集計ができるしくみが完成し、PRTR物質の正確な把握ならびに開示に努めています。

また、PRTR物質の使用量を極力少なくする取り組みも行っており、PRTR物質が混入している材料があれば、入っていない材料をテストして、代替品

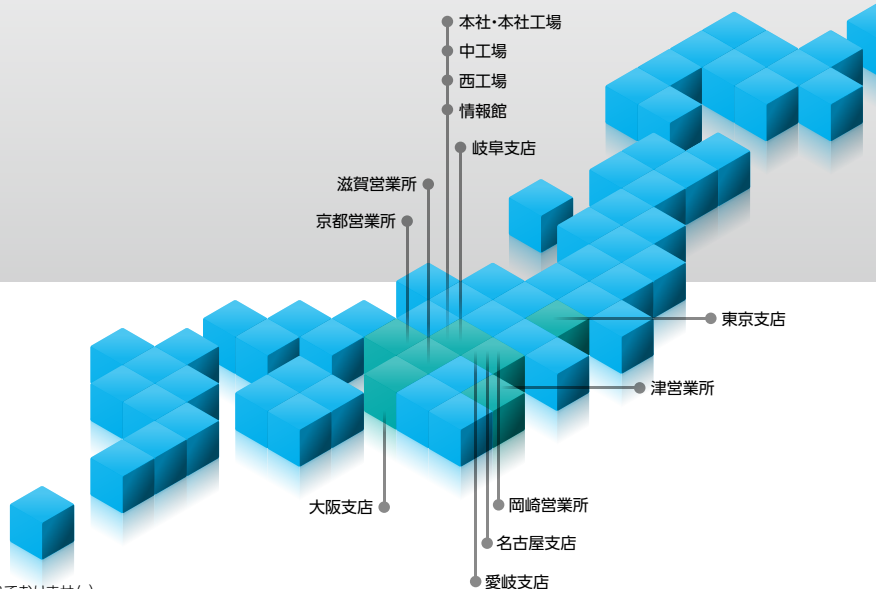
に変えるようにしています。その他、有機溶剤作業規則に則って局所排気装置の設置、特殊健康診断の6ヶ月以内ごとの実施、有機溶剤作業主任者の選任、作業環境測定の実施なども行っています。

PRTR取扱い量の推移



会社概要

2013年3月31日現在



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	田中義一
社員数	727名(他社への出向者、嘱託、パートは含まれておりません)
資本金	1,236,114千円
本社	〒503-8518 岐阜県大垣市久瀬川町7丁目5-1
工場	本 社 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) 大 阪 支 店 (大阪市中央区) 名 古 屋 支 店 (名古屋市中区) 愛 岐 支 店 (愛知県一宮市) 岐 阜 支 店 (岐阜県岐阜市)
営業所	津 営 業 所 (三重県津市) 滋 賀 営 業 所 (滋賀県彦根市) 京 都 営 業 所 (京都市下京区) 岡 崎 営 業 所 (愛知県岡崎市)
研究所	情 報 館 (岐阜県大垣市)
系列会社	日本イベント企画株式会社 サンメッセ(タイランド)株式会社

本 社 本 社 工 場

【生産品目】 商業印刷物、出版印刷物およびカード類、パッケージ
 【土地面積】 34,724m²
 【建物延べ面積】 29,013m²



東京支店



大阪支店



名古屋支店



中工場

【生産品目】 商業印刷物、出版印刷物
 【土地面積】 7,164m²
 【建物延べ面積】 7,367m²



愛岐支店



岐阜支店



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】 7,367m²
 【建物延べ面積】 8,839m²



役員紹介



前列

取締役 兼 執行役員
品質保証室長
竹林 啓路

取締役 兼 執行役員
営業副本部長 兼 愛知統括部長
長井 芳郎

取締役 兼 常務執行役員
営業本部長
松井 巖

代表取締役社長
田中 義一

代表取締役会長
田中 良幸

後列

執行役員
大阪営業部長
橋本 勝之

執行役員
管理本部長 兼 総務部長
衣斐 輝臣

取締役 兼 執行役員
購買本部長 兼 購買部長
今井 稔

取締役 兼 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
水谷 和則



代表取締役副会長
田中 勝英

取締役 兼 執行役員
監査室長
木村 伸男

取締役 兼 常務執行役員
営業副本部長
兼 関東統括部長 兼 C&R部長
兼 サンメッセ(タイランド)代表取締役
田中 尚一郎

監査役
石岡 秀夫
(税理士)

取締役 兼 執行役員
製造本部長
伊東 覚

常勤監査役
長屋 英機

執行役員
経理部長
千代 耕司

監査役
伊藤 暁

執行役員
東京統括部長
由良 直之

第三者意見



特定非営利活動法人
パートナーシップ・サポートセンター(PSC)
代表理事

岸田 眞代 氏

フリーの新聞・雑誌記者などを経て、企業や自治体の研修講師を多数務める。1993年にNPOと出会い、1996年に「企業とNPOのパートナーシップ・スタディツアー」を企画実施。1998年に「NPOと企業の協働推進」をミッションに掲げ、パートナーシップ・サポートセンター(PSC)を設立。2002年から「パートナーシップ大賞」事業を展開。中堅・中小企業のCSR推進にも力を入れている。

1. 印刷会社らしいスマートな報告書

第一に、印刷会社らしい「よみやすさ」「見やすさ」にこだわった、とてもスマートな出来栄の報告書になったと思います。今回は社内向けに、CSRを広く普及していこうと全社員に配布する予定とのことですから、これはとても大事な要素のひとつと言えます。

また、初の「統合レポート」というチャレンジについても、コンパクトに丸ごと会社を知っていただくという目的から言えば、ほぼ成功していると言ってもいいのではないのでしょうか。

ただ、社員が自宅に持ち帰った時、家族がおもしろがって手にしてくれるかどうかという点からすれば、より魅力あるコンテンツづくりが必要かもしれません。

2. 実践が反映されたレポートになっているか

次に、このレポート全体の構成(と原稿を誰が書いたのか、という点)です。「環境マネジメント報告書」から「環境・社会報告書」、さらに社会性を重視した「社会・環境報告書」を経て今回の「統合レポート」と変遷を重ねてきたこともあって、基本的にしっかりと構成されています。おそらく貴社の制作チームのIR/CSR企画推進室の手によるものなのでしょう。

ただ、私個人としては、たとえ少々出来栄はごつごつしていたとしても、全社の取り組みそのものが反映された手づくり感満載のものに興味を覚えます。自分たちが1年間実践したものを、自分たちの言葉で綴っていく、それがCSRを社内全体のものにができる近道だと考えています。その点では、理念や方針が先行していて、各部署での実践的な取り組みがあまり見えてこないように感じました。

3. 役員によるダイアログ

今回それを補ってくれたのが、「ダイアログ」サンメッセの未来を語る、と題した執行役員らによる座談会です。ISO26000というステークホルダー・ダイアログや、ステークホルダー・エンゲージメントという感覚から言えば、役員によるダイアログというのは若干違和感が無きにしても非ずですが、むしろ具体的な取り組みについては、ビジョンとともに語られており、会社としての姿勢や方向性が見えてきたのは「統合レポート」第1回目としてはよかったと思います。

4. 強みと改善への期待

最後に、貴社の強みとしての「社内一貫・一社責任体制」をはじめ、いろいろな部署・拠点を経験することにマイナス要素は何一つないという「戦略的な人事」、さまざまな業種の方との付き合いを活かした「ビジネスマッチング的な視点」による受注型スタイルからの転換など、いくつかのキーワードに関心をもちました。さらに、女性の採用が増え、貴社にとっては初の女性管理職の誕生や高齢者の再雇用率の高さなど、今後につながる注目点も見逃せません。

ただ、「再発事故50%削減」の目標は達成できておらず、逆に目標を200%オーバーしてしまったことへの反省と分析にもっと厳しい目が向けられるべきではないのでしょうか。

そのためにも、お客様はもちろんですが、地域やNPOにも目を向けた「ステークホルダー・ダイアログ」をもっと有効に展開していくことが求められているのではないかと思います。

統合レポート発刊にあたり

「まだ早すぎる。」が、制作の第一歩を踏み出す前の期待と迷いでした。しかし、経営トップからの力強い後押しをいただき、前進する事こそ、将来の発展になり、それが当社の企業価値を向上させる事と信じ進めました。正直、アニュアルレポートもCSRレポートもリリースしていない現状であった事から、統合レポート発刊のハードルはかなり高い次元ではありましたが、IIRC(国際統合報告評議会)の提唱する“統合思考”には、強い共感と高い意識を持ち制作を指揮いたしました。

そのなかでも、“サンメッセの強み”については時間をかけ理解を深められた事は、今回の大きな成果であり、今後、あらゆるステークホルダーの皆様にも、より当社の事をご理解いただける一助になれば幸いです。

反面、内容の充実にはまだまだ不足している面は否めませんが、社内の部門障壁を限りなくクリアにし、サンメッセに足りない何か?について、より理解を深められた事により、来期以降の活動を行う上でのキーポイントを掴めたと考えております。

サンメッセの挑戦は始まったばかりです。今後より一層のご指導ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。



IR/CSR 企画推進室 室長

田中 信康



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

<http://www.sunmesse.co.jp/>