

Sun Messe Report 2014

April.2013 — March.2014

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



サンメッセ株式会社



Sun Messe Report 2014

April.2013 – March.2014

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

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性についての取り組みを開示してまいりましたが、昨年度より、財務情報・非財務情報を総合的に報告する「統合レポート」を発行しております。

今年度は2014年5月に開示しました「新・中期経営計画」に示された経営戦略やビジョンを、社内関係者によるダイアログなどを通じて、より分かりやすくご紹介する、というコンセプトで編集・制作いたしました。また特集記事として、セイノーホールディングス株式会社 代表取締役会長 田口義嘉壽氏をお招きし、当社会長との対談を掲載しております。地域に根ざし、地域貢献を担う企業としてのあり方について、様々な意見を交わしました。どうぞご覧ください。

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】

2013年4月～2014年3月(一部、2014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】

2014年9月 ※次回発行予定2015年9月

【参照ガイドライン】

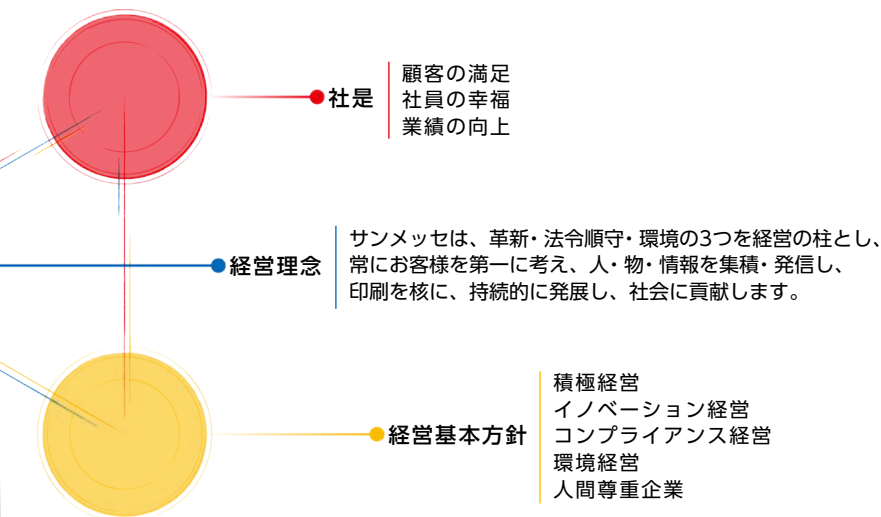
- ・環境省「環境報告ガイドライン2012年版」
- ・GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第3.1版、第4版」
- ・ISO26000

【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



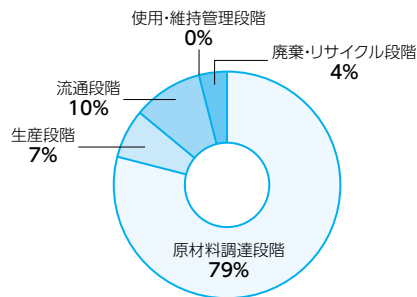
CONTENTS

- 1 編集方針
 - 3 スペシャル対談
 - セイノーホールディングス株式会社
代表取締役会長 田口 義嘉壽 氏
 - サンメッセ株式会社
代表取締役会長 田中 良幸
 - 7 トップメッセージ
 - 11 CSR経営方針
 - 13 ダイアログ① サンメッセの新事業
 - 15 ダイアログ② サンメッセの海外戦略
 - 17 ダイアログ③ サンメッセの品質
 - 19 ダイアログ④ サンメッセの夢
- 重点活動報告
- 23 コーポレート・ガバナンス
 - 25 社会貢献活動
 - 27 サプライチェーン
 - 29 人権と雇用
 - 31 環境保全活動
 - 35 財務
 - 37 第三者意見
 - 38 会社概要

この報告書はカーボンフットプリント(CFP)を計算し、カーボンオフセットを実施しています。

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CO₂を、わかりやすく表示する仕組みです。

第三者認証を受けたこの数値を生かし、カーボンオフセットすることで一歩進んだ環境配慮を実現しています。



CFP値は水なし印刷の算定に特化したCFP-PCR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。

スペシャル対談

地域に根差す企業として、もっとも大切な価値創造ビジネスとは何か？
いかにして地域と共存共栄し、ビジネスを発展させていくか？ について、
セイノーホールディングス株式会社 代表取締役会長の田口義嘉壽氏をお迎えし、
地域のオピニオンリーダーであられるご見識から、またセイノーホールディングス
の取り組みなどを、事例を交えていただき対談を行いました。

「ふるさとを大切にす 強き心を持つことが大切

ファシリテーター(以下、FA) 田口会長には、セイノーホールディングスの代表取締役会長というお立場はもちろんのこと、岐阜県そして大垣市という地域のオピニオンリーダーとして、総合印刷企業である当社に期待されることや、御社での取り組み、また地域との協働について忌憚なきご意見を賜りたく存じます。

田中会長(以下、田中) まずは、この度の第85回 都市対抗野球大会での優勝、誠におめでとうございます。私はこの大会で「大垣市」という名が何度も呼ばれ、とても嬉しく、同時に誇らしく思いました。岐阜県は知っていても「大垣市」という地名まではなかなか知られておりません。この大会で「大垣市」という地名を大々的に紹介されたのは、まさに西濃運輸さんのおかげで、全国的に地名を広めていただいたことに心から感謝いたします。

田口会長(以下、田口) 何より、皆様のおかげで全国優勝することができました。これも地域貢献の一つの形と思います。大垣市は昔から一つのことに對して、常に皆様が協力し合う面が多々見受けられます。今回は、野球を通じてお応えし、大垣市に、そして岐阜県に貢献ができたことを喜んでおります。

田中 私自身、これからの役割として「ふるさとを想う心」をより強く意識するようになりました。大垣市で、岐阜県で様々なお役を引き受けさせていただく中で、ビジネスの観点だけでなく、“ふるさとの為になること”をせねばならないという気持ちを非常に強く感じています。一昨年には、田口会長におかれましては、岐阜清流国体の団長



西濃運輸野球部の優勝パレード(大垣市)

価値を『創造』することで、 “あらたな道”が 拓けると考えます

セイノーホールディングス株式会社 代表取締役会長

田口 義嘉壽 氏

たぐち よしかず

60年西濃運輸入社。87年社長、03年会長最高経営責任者。05年西濃運輸を商号変更し、持株会社セイノーホールディングスの代表取締役会長CEO。全日本トラック協会副会長などを歴任、日本ボート協会名誉顧問、日本野球東海地区連盟会長などの要職を務める。03年藍綬褒章、14年岐阜県名誉県民表彰、大垣市名誉市民表彰。



をお引き受けいただき、大成功に導いていただきました。こうしたことも企業の社会的責任であり、自社だけでなく地域の発展こそが使命であるとお考えの下でのことだと思います。

田口 仰せの通り「ふるさとを大切にする」ということは本当に大事なことです。今は亡き、当社の田口利八名誉会長もまさにそういう気持ちが人一倍強かったと思います。その強き思いをDNAとしてしっかりと大切に受け継いでいるつもりであります。岐阜清流国体の成功は私ではなく、むしろ岐阜県知事自らの強力なリーダーシップがあったからこそだと感じています。官民一体での成功には大きな意味があると思います。

自社の発展こそが、 真の社会貢献につながる

FA 当社DNAの一つとして「顧客の満足 社員の幸福 業績の向上」の社是が挙げられますが、この想いを今一度お伝えいただけますか？

田中 一言で言えば、社会に貢献していくためには会社を良くしていかなければなりません。そのための三原則として捉えていただいて結構かと思います。同時に、社員の幸福が実現せねば、会社の発展はあり得ません。経営者として、これだけは忘れてはなりません。

田口 当社も基本にあるのは「経営理念」です。とにかく社員を幸せにしなければならない。そのためには会社を発展させなければならない、これしかありません。もし社員が路頭に迷うようなことがあったら、それはトップの責任であるということを常に念頭に置いております。これが基本であり、その上に、時代の様々な変化がありますので、その変化に対応しながら会社をどう発展させていくかということを考えていかなければならないと思っています。

人材育成を大切に、 地域に貢献できる より良い企業でありたい

サンメッセ株式会社 代表取締役会長

田中 良幸

たなか よしゆき

64年入社。98年代表取締役社長、06年代表取締役会長。大垣市観光協会会長、大垣国際交流協会理事長などの職を務め、14年6月まで岐阜県経済同友会常任幹事を務める。04年岐阜県教育功労者表彰、05年大垣市功労章、10年大垣市文化功労章、11年岐阜県功労者表彰。





本業を通じた 社会貢献こそが、 地域を発展させる 真のチカラに繋がる

FA 現在の日本経済はいわゆる競争激化、企業淘汰等々、非常に厳しい状態に置かれているわけですが、御社がよくお話しをされます「変化に対応する」中で、大垣市という地で地域貢献をしていく企業として、社員を大切に思うことの重要さが必要だ、ということですね。

田中 セイノーグループさんの福寿草精神「踏まれても踏まれても、強く野に咲く福寿草」が何より印象的です。

田口 このエピソードは、よく社員にも話しています。私は30代の頃から名誉会長にしっかりと叩き込まれました。名誉会長はとても厳しい人でしたが「この人についていけば間違いない」と、社員を強く惹きつける魅力がありました。

田中 名誉会長が立ち上げられました「公益財団法人田口福寿会」では、スポーツ振興だけでなく、福祉、教育、文化、芸術などにもご支援をされ、これまた大垣市のため、岐阜県のため、地域のためということを非常に大切にされていることが分かります。

田口 この福寿会の活動も幅広くさせていただいております。特に名誉会長が力を入れていた活動の一つに「田口文庫」が挙げられます。小学生に本を読んでもらおうと、毎年、本を寄贈させていただいております。

教育の基本は読み書きです。今では岐阜県全ての学校に寄贈し、皆様から非常に喜んでいただいております。

田中 田口福寿会は、こうした社会貢献の良きお手本になっていらっしゃる。当社でも、いかにして本業を通じた社会貢献をさせていただけるか?というアクションを起こしていかなければなりませんので、セイノーホールディングス

さんをはじめとして大垣市、岐阜県のたくさんの企業の良い面を勉強させていただき、見習っていきたいと思っております。こうした活動の環が、当社を含めた様々な企業にも根付き、更なる地域の活性化を図れるといいですね。私は、当社の全社員に対して「当社もある程度の規模になってきているのだから、これからはもっと社会貢献活動を行い、地域のあらゆるステークホルダーの方々に恩返しをしていかなければいけない」とも伝えております。

価値を『創造』することで、 新たなビジネスに果敢にチャレンジする

FA 安倍首相のアベノミクスを皮切りに、企業に課せられる使命はより高く、より透明性を求めるものになってきております。社外取締役導入、女性の登用、コーポレート・ガバナンス強化など、積極的な取り組みや開示が求められておりますが、両社の現状はいかがでしょうか?

田中 当社は昨年度、JASDAQで(フルレポートとして)初の統合レポートを発信させていただきました。おかげさまで、株主様をはじめとしたあらゆるステークホルダーの方々からのご評価をいただいたと同時に、加えて当社の社員全員にも配布をいたしました。当社も全従業員で言えば既に1,000名を超える規模になりますので、残念ながら全員が集まる



サンメッセレポート2013

機会もそう多くはございません。こうしたレポートを通じて、社員にもあらためて当社の取り組みを知ってもらい良いきっかけになったと思います。この取り組みは、今後も継続させていくつもりです。

田口 私がグループ全体に伝えていることとして、景気の見通しは現状において堅調に推移する中で、消費税増税の影響はあるものの、2020年には東京オリンピック・パラリンピックが実施されることにより、決して楽観視してはいけませんが、堅調に推移し、当社の経営にも大きな影響はないであろうと話しています。

しかしながら、問題はその2020年の後がどうなるか?ということ。それ以降のことを考えて今から進めていかないと、大きな間違いを起こしてしまいます。

私どもは毎年グループスローガンを掲げていますが、今年は『創造』にしました。それは、追い風の吹いているうちに次なる行動を起こさないと、それが止んだ時に淘汰されてしまう。

順風である今から社員一人ひとりが創造と革新の精神で、新しい価値を創造し、攻めの経営で邁進していきたい。そうすれば私たちグループの使命である真の意味での社会貢献につながると信じております。

田中 当社もこれから益々頑張っていかなければなりません。今年の5月には、2020年に向けての新たな経営ビジョンをリリースさせていただきました。

印刷業界は実に厳しいことから、「印刷」だけに捉われずに、情報産業の最先端企業という自負を持ち、様々なフィールドに挑戦していかなければならないと考えています。田口会長の仰せの「価値創造」という概念を、当社でも示していかなければなりません。

田口 私どもも、「経営の基本は増収増益で、健全な経営を

続けるには5%の利益が必要だ。それを確保するためにはどうしたら良いのかを全員で考え行動しよう」と訴えています。

田中 当社も、特に昨今の原材料高騰による影響が大きく、加えて、価格競争の激化も収まりません。

ですからこそ、印刷を核に、そこから広がる新たなビジネスに果敢にチャレンジしていかなければならないと思っております。

お客様のためをもって考えることで、道は必ず拓ける

FA 本業を通じたCSRの論点にて議論させていただいた訳ですが、企業としてだけでなく、社員にとっても地域に共生する、なくてはならない会社だと思われるようにしっかり努めねばならないと思いますし、代々築きあげていただいた道を、私たちの手で継承し、更に発展させていかなければならないことを強く感じました。

最後に、田口会長より地域のオピニオンリーダーとして、一言、私ども印刷会社に期待することをお聞かせ願います。

田口 何より印刷業界が非常に厳しいというのは、私たち外部から見ても感じます。これからは、いかにグローバルに展開していかれるか、ということではないでしょうか。これは当社にも共通して言えることです。それから、やはり人として礼節を尽くし、お客様のことを最優先に考えること。そうすれば道は必ず拓けていくと思います。

田中 私の想いは、ただ一つです。お客様に「サンメッセさんになら任せてもいい」と仰っていただけるような強い信頼関係を構築できることを目指し、何より人材育成に積極的に取り組み、より一層、地域に貢献できるより良い企業でありたいと願っております。但し、優しいことばかりではだめ。厳しく叱るという文化も大切だと考えています。

FA 本日は、貴重な機会とご教示を賜り、誠にありがとうございました。



[ファシリテーター(司会進行)]

IR/CSR企画推進室長 田中 信康

Go With●

～次なるステージへ～

※ ●（ドット）には、各部門単位、社員が各々の言葉を据え、常に“前へ”の姿勢で突き進むことを示します。

代表取締役社長 田中義一

当社を取り巻く経営環境

印刷業界は、ペーパーレス化に伴う需要の減少が加速するなか、同業者間の受注競争の激化による単価の低迷や、原材料の更なる高騰から、依然として厳しい経営環境が続いております。

このような環境下において、当社は、前期に引き続き「人材育成の年」を会社方針に掲げてまいりました。常に変化・変革し、何事にも積極果敢にチャレンジすることができる人材、そして新たなチャンスを活かすことができる人材を育てていくこと、それこそが経営基盤の強化や企業の持続的成長につながるものと考え取り組んでまいりました。

また、品質の向上を大切に、高い生産性を保ちながら、企業として持続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

株主の皆様にご貢献する。あるいはサプライチェーンである取引先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。

第69期の業績では、売上高において、最終的に過去最高の売上高を達成することができました。利益面では、営業利益、経常利益は当初の予想通りの数値に落ち着きましたが、当期純利益において、減損損失を計上したため、当期純損失となりました。

この直近において、増加傾向にある当社の株主様はもちろん、あらゆるステークホルダーの皆様のご期待に添えることができず、残念な思いがございました。

上場企業として恥ずべきことのないよう、適切かつ正確な情報開示を行うことが不可欠ですので、今後活かしていかなければなりません。それがお客様とのお取引の中で、より大きな信用力につながっていることを社員一丸となって意識してまいります。

経営を持続的に発展させていくため、 お客様のグッド・パートナーを目指し、 真摯に取り組んでまいります

経営理念を一部改訂し 「持続的に発展」を加えました

経営理念は、企業の根幹です。「持続的に発展」という言葉を加えたのも、私が日々社員に「グッド・カンパニーであり続けたい」と伝えてきた延長にあります。あらゆるステークホルダーの皆様とは、当社と関わりのあるすべての皆様を示しますが、そういった関係性を越えたグッド・パートナーでありたいと私たちは考えています。

持続的に発展させていくためには、売上と利益をしっかりと計上し「パートナーとして取引したい」と思われるような企業にしていかなければいけない、と強く感じています。社名であるサンメッセの「サン」は“(印刷の3原色である)3色とともに太陽のごとく永遠に輝く”を意味しているのです。

創業者のDNAを受け継ぎ、CSRを推進

創業者から受け継いだ「人のために尽くしなさい」という言葉があります。人のために、という理念のもと、リーダーシップにも意識して取り組んでいたと聞きます。まさにコミュニケーションをしっかりと取りなさい、ということかと思えます。

人に喜んでいただいて、働かせていただける、ということ大切にしたい。大きな飛躍をするということではなく、これまでの歴史と創業者の考えが結び付いて、地域社会に密着した、より良い企業でありたいと常に考えております。さまざまな形で会社として社会貢献できるCSR企業としての力を発揮していかなければなりません。

その中で、当社のCSR推進として次のコミットメントを掲げております。

1 お客様を第一に考えるコミュニケーション

2 地域の活性化に役立つコミュニケーション

3 地球環境にやさしいコミュニケーション

この「3つの約束」を軸に、コミュニケーションが持つ力で、あらゆるステークホルダーの皆様とのエンゲージメントを図ってまいります。

新・中期経営計画のスローガンについて 「Go With ●」に込めた思い

「VISION 2016」のスローガンを『Go With ●^{ドット}』～次なるステージへ～ と掲げました。これは造語なのですが、●(ドット)には、各部門単位、社員が各々の言葉を据え、常に“前へ”の姿勢で突き進むということを示しています。

たとえば、Go With Change、Go With Challenge でもいい。社員それぞれの思いで考えてもらい、当社の一員として意識してもらうことが大切です。

この新・中期経営計画「VISION 2016」を達成すべく、全社員一丸となって取り組まねばなりません。開示することによって、会社だけでなく、上場企業に勤める社員自身の責任感にも影響が出てくると思いますし、やはり無責任なことではいけません。これも意識改革の一步と捉えています。

皆様のご期待にお応えできるよう、社員全員で企業価値の向上に邁進いたしますので、より一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。



当社の「総合力を活かし、 一貫生産による一社責任体制の強化」を 推進することで、企業価値の向上に 取り組んでまいります

対外発表としては初の、新・中期経営計画 「VISION 2016」をリリース

お客様のご要望は、ますます多様化しています。従来までの営業スタイルではなく、マーケットニーズを的確に捉えることが大切です。この新・中期経営計画「VISION 2016」は向こう3年間の計画となります。

当社の強みは何か、を検討した結果「総合力を活かし、一貫生産による一社責任体制の強化」という、まさに当社ならではの力強くマッチングした言葉を見い出せたと考えています。

適切な情報開示という意味において、開示にはイコール責任が伴います。まずはこの経営計画を確実なものにすることで、強固な経営基盤と体質を構築するためのステップにしたいと考えています。

具体戦略について

計画を達成するために3つの軸を明確に掲げました。

1つは『ソリューション志向』（NEWビジネスへ）です。当期から推し進めてきた「全方位型営業」の根幹であるマーケティング視点・志向を意識することで、営業スタイルそのものを変革していきます。

2つめは『製品技術・生産体制の強化』です。当社の豊富な生産設備をフル活用し、印刷から加工、配送に至るまで、ワンストップ・サービスで一貫生産を強化します。まさに当社の独自性でもあり、差別化を図れるものだと思います。

3つめとして『人間力の育成・強化』です。当期も管理職クラスのマネジメント力強化に取り組んでまいりました。引き続き、ナレッジ集積と、何より社員一人ひとりが成長するため、組織力の強化に取り組んでまいります。

「印刷」をコアに、付加価値の高いサービスに 積極的に取り組みます

お客様のニーズが多様化しているからこそ、営業担当があらゆることに精通するのは大変な市場環境となりました。デジタル化も進み、様々な角度からの企画提案が必要です。

そのためには、専門性の高いスペシャリスト集団をつくりあげることが大切です。

具体的には、まず4つの新事業を正式に立ち上げました。一つは、パッケージ事業です。多品種小ロット生産でもしっかり利益を出せる収益構造にしていくことを主眼に、製品開発から販売まで包括的に対応いたします。

IPS事業では、バリアブル印刷^{*1}を活用した、お客様の大切な情報をお預かりする機密性の高い業務にも注力し、

- 2020年の売上高:200億円
- 売上高に対する成長率:3%強
- 営業利益目標:5%水準

NEWビジネスへ

ソリューション志向

『Go With ●』

ドット

～次なるステージへ～

2016年目標

売上高 **160億円**
営業利益率 **1.50%**

独自性と差別化

製品技術・
生産体制の強化

意識改革

人間力の育成・強化

「総合力を活かし、一貫生産による一社責任体制の強化」

お客様の関心はより高まっております。

先行して立ち上げていたIR/CSRの関連業務では、コーポレート・コミュニケーション事業と名称変更し、お客様の広報関連業務のコンサルティングサービスに着手しており、すでに高いご評価をいただいております。

さらには、ICT^{*2}事業となります。こちらは、社内のソリューションだけでなく、本社のある大垣のベンチャー企業と協働し、さまざまなビジネスにも着手しており、具体事例も続出しております。

このように、一社で一貫生産体制を構築しているからこそ、複合的なご提案を実現することが可能です。“これに強い”というプロと一緒にあってお客様にソリューション提案を行うことで、付加価値の高いビジネスフィールドへ広げ、本格的な事業ポートフォリオにしていきたいと願っています。

ステークホルダーの皆様へ

正直申しまして中期経営計画の目標としては、まだまだ満足のできる内容ではございません。

最終年度の2016年目標の売上高を160億円。営業利益率は1.50%目標です。但し、開示したからには、我々は

達成しなければいけない義務が発生します。

この新・中期経営計画「VISION 2016」を達成すべく、全社員一丸となって取り組まねばなりません。開示することによって、会社だけでなく、上場企業に勤める社員自身の責任感にも影響が出てくると思いますし、やはり無責任なことではいけません。これも意識改革の一歩と捉えています。

そして、まずはこの2016年までの目標を達成することを前提として、同時に2020年までのビジョンも描きました。数値目標は、2020年の売上高を200億円。売上高に対する成長率を3%強。営業利益目標として5%水準です。そして、当社の目指すあるべき姿として、“お客様に愛され、社会に貢献するエリアNo.1企業へ”と、目標を定めています。

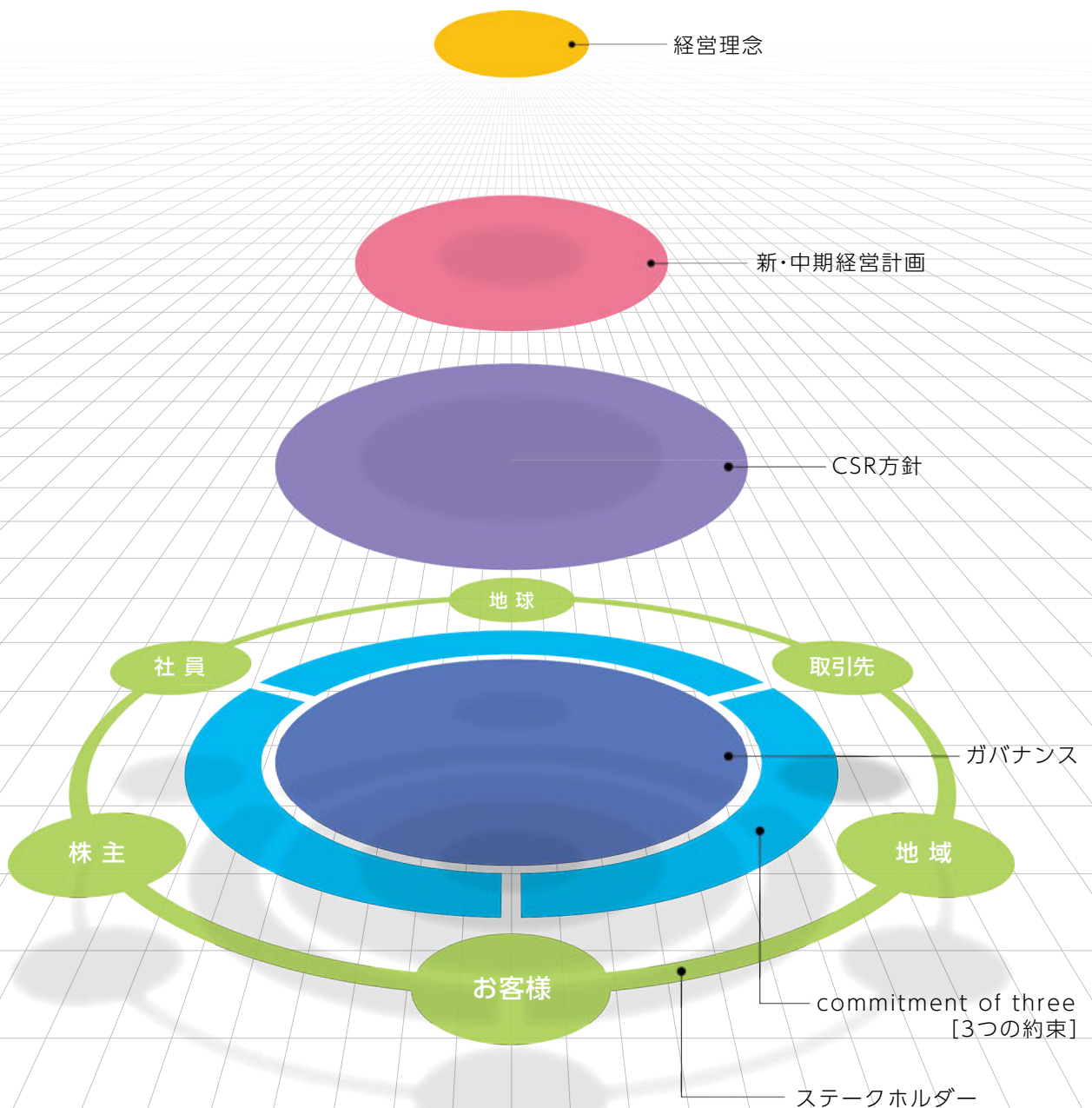
ステークホルダー皆様のご期待にお応えできるよう、社員全員で企業価値の向上に邁進いたしますので、より一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

^{*1} パリアブル印刷 性別や年齢、住所など、送り先が一点一点異なるDMなどで、それぞれの属性に合わせたビジュアルやコピーを個別に可変印刷する印刷方法。

^{*2} ICT ICT (Information and Communication Technology) = 情報通信技術。情報処理や情報通信等、コンピューターやネットワークに関連する技術やサービス。

Go With Sustainability.

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、持続的に発展し、社会に貢献します。

VISION 2016

新・中期経営計画

『Go With^{ドット}』～次なるステージへ～

「総合力を活かし、一貫生産による一社責任体制の強化」

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。



dialogue

1

新・中期経営計画にて示された「4つの新事業」。これらの、サンメッセの新たなチャレンジを牽引する各事業の責任者に、新事業にかける思いや課題、ビジョンを語っていただきました。

Go With Strength.

新事業成功のカギは「サンメッセ力」 全員が意志を持てば、必ず^{ひら}拓ける^{パワー}

**臆する必要は何も無い
自信を持って取り組もう**

ファシリテーター(以下FA) サンメッセの新しい挑戦として、4つの新事業がスタートしました。まずはそれぞれの事業に対するビジョンなどをお話いただけますか。

世戸口 パッケージ事業といっても、既に専門の業者はたくさんありますし、ただ単に「パッケージください」という売り方では難しいと思います。我々にはせっかく商業印刷で培ってきた基盤があるのだから、これを活かさない手はない。カタログだけではなく、パッケージと連動させたプロモーション、といった切り口を提示できれば、それは十分な魅力だと思います。それがパッケージ事業の基本です。

宮川 最近は個人情報の取り扱いに対する関心が非常に高くなっており、お客様からの問い合わせや要求も多様です。しかし、当社はプライバシーマークも取得していますし、指紋認証による入退室の管理など、ソフト面でもハード面でも引けをとらない

対策を施しています。個人のニーズや趣向に応じて情報をカスタマイズする、というサービスは今後更に拡大していくと思います。ありがたい事に、徐々に実績も増えてきましたので、地道な営業活動を続けるとともに、この分野に対するスキルも高めていきたいです。



IPS事業責任者
営業部長
宮川 薫

島津 当社はかつてCD-ROM制作やホームページなどを他社より先んじてビジネスにしている、いわゆる進取の精神を持った企業であったと思います。しかし最近のICT技術に関しては、正直遅れを感じています。これを挽回すべく、今地元のベンチャー企業などと積極的にコンタクトをとっています。彼らが持つアイデアやノウハウは本当に凄い。メディアで話題となっているような事でも、恐らくほとんどの事が可能ではないでしょうか。だから営業の皆さんには、自信を持って

アピールしてきてほしいですね。

田中 特に「3.11 東日本大震災」以降、企業のあり方、ステークホルダーとのコミュニケーションに対する考え方は大きく変わりました。IRやCSRコミュニケーションとして「何に取り組むか」だけでなく「どうエンゲージメントするか」が、フォーカスされるようになりました。私の持つコンサルティング・ノウハウを、当社が元々持っていた強い企画力、コンテンツ制作力と融合させれば、他社に引けをとらぬ良いものができる実感した時、この事業の可能性を確認しました。企業の中核に入り込む案件だけに相応の厳しさはありますが、ナレッジを集積かつ蓄積させることで、チーム全体のレベルアップをはかってきました。手応えは感じています。



コーポレート・コミュニケーション
事業責任者
IR/CSR企画推進室長
田中 信康

Go With Strength.

IPS事業



大量のデータを処理しながら、一つ一つカスタマイズされた印刷物を作成することができるデータプリントサービス。

パッケージ事業



高品質なパッケージ印刷はもちろん、印刷に留まらず、製品開発から販売プロモーションまでを包括的にワンストップで対応。

ICT事業



最新のICT技術を駆使したコンテンツ制作のほか、Web to Printなど、Webを使ったビジネスモデルを構築。

コーポレート・コミュニケーション事業



コンサルティングサービスを含めたノウハウの提供と、ハイレベルの編集・デザインの融合で企業価値の向上をサポート。

共通のキーワードは「一貫生産による一社責任体制」

FA 4事業に共通して言えるのは、このバックボーンに、当社の強みである「一社責任体制」がある、ということでしょうか。

宮川 個人情報を取り扱ううえで、これは大きな強みですね。IRやCSRの分野でもそうだと思います。IPS事業でいうと、当社のデジタルプレス機の活用方法として狙っているのは、デジタルプレスと商業印刷の融合。これは一社責任体制を実現している当社ならではのサービスだと思います。

世戸口 パッケージは先も言いましたが、それ単体で新規受注は難しいですからね。私は「ワンストップサービス」と言っていますが、印刷物をトータルで考えることができるのが、当社の強みであり、パッケージに限らず新事業成功のポイントだと思っています。



パッケージ事業責任者
営業部 次長
世戸口 文泰

FA ICT事業ではベンチャー企業との協働を重視している、ということですが？

島津 そこは勘違いしてはいけません。何も完全にすべての業務を社内だけで遂行することが一社責任体制ではありません。「一社責任体制」はあくまで当社のストロングポイント。それに固執しては前に進めません。

田中 業界全体を見ても「まさか!」と思うような提携の話が少なくないですし、先ほどナレッジ集積と言いましたが、チーム力を高めるには、時に外部のノウハウを吸収することも大切だと思います。



ICT事業責任者
営業部長
島津 正義

島津 新事業をプレゼンテーションするうえでも、営業企画の方に協力してもらったほうが、はるかに良いものができる。ベンチャー企業との連携は着実に成果も出ていますが、社内にもとてもスキルの高いスタッフがいますし、そこはやはり大きな強みです。

新事業の成功だけが、目的ではない

FA それでは、実際に新事業を進めていくうえで大切なことは何でしょうか。

田中 確かに新規開拓は難しいですが、どんなお客様においても、課題や問題を抱えていらっしゃると思います。どこかに必ずチャンスはある。その切り口のの一つとして、この新事業を捉えてもらえるかと思っています。

宮川 なかなか通常の印刷営業の切り口では新規開拓は難しいのですが、「CSRのノウハウがある」ことで訪問を受け入れていただいた事例はいくつかあります。

世戸口 パッケージ事業で最近あった

事例ですが、実は最初はパッケージじゃなくてWebの相談だったのです。それが話を進めていくうちに、どんどん広がっていき、結果パッケージのお仕事をいただきました。お客様から降りてくる情報だけでなく、こちらから歩み寄って、少しでもお客様のお悩みに耳を傾けることが必要ではないでしょうか。

島津 ICT事業でもBIGデータを活用したWebビジネスのモデル構築をしたいと考えています。そうなるとIPS事業との接点が広がっていく。また、パッケージにも例えばARを印刷したり、ということもできる。



[ファシリテーター]
IR/CSR企画推進室
CSRディレクター
岡部 孝弘

FA 新事業は切り口であって、それ自体が目的ではない、ということですね。

田中 その通り。新事業という言葉が先行してしましますが、「一社責任体制」で、サンメッセの総合力を発揮させることが大切だと思います。その目的はやはり当社全体の業績向上。そして同時に大切なことは、「チーム力の向上」です。4つの事業がうまく融合して一つの形になることで、また新たな切り口が生まれることも視野に入れ、新事業という言葉にとらわれ過ぎず、ポジティブに取り組んで参ります。



dialogue

2

サンメッセ初の海外拠点となる「サンメッセタイランド」。2012年の設立から2年を経た今、当社がグローバルで貢献するための課題について、現地のスタッフに語っていただきました。

Go With Global.

岐阜から日本、そして世界へ グローバル化に貢献できる企業をめざして

グローバルカンパニーになるための挑戦

田中 サンメッセタイランドは今年で3期目に入りました。この2年を振り返ってどのように感じていますか。

Jintana やっと軌道に乗ってきて、いよいよビジネスが始まったなという気持ちです。皆真剣に仕事に取り組んでいるし、現状はとてもハッピーです。

Somruethai チームワークが良く、職制の分け隔てなく接していただけるので、とても仕事をしやすい環境です。

Suthee ただ、やはりお客様の数がまだまだ少ない。これからはタイだけでなく他のアジア圏のお客様にも展開していけたらと思います。例えば輸出だけでなく、輸入ビジネスなどにも挑戦できるといいですね。



Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.
Managing Director
田中 尚一郎



Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.
Director
平野 賢司

平野 いよいよ事業が本格化してきましたが、同時に様々な課題も出てくるようになりました。これから皆さんにお願いすることも多くなりますね。

田中 「会社を作る」という第1ステージが終わり、「ビジネス」という第2ステージのスタート地点によりやく立てた状態です。今後は新しいお客様を探すとか、新しい別の仕事をいただくことなどが必要になってきますね。

アジア圏はこれまで日本企業がリードしてきました。しかし、近年では中国やシンガポール、タイ等へ徐々にシフトしていると思います。タイから見ると日本はどのような存在でしょうか。

Somruethai 日本がアジアにおいてリーダー的存在だということは変わりないと思います。中国には確かに勢いがありますが、技術的な面からも、やはり日本

の位置は揺るがないですよ。

Jintana そうですね。日本製というブランド力には自信を持っていいと思います。



Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.
General Administration Manager
Jintana Panaworn
(ジントナ・パナウォーン)

Mantana ただし他国にも日本以上に優れた製品や技術がありますので、日本もいつまでも安心はしていただけないと思います。

Suthee 「ガラパゴス化*」という言葉があります。日本にはたくさんのいいビジネスモデルがあるのに、国内でしか通用しないことが多く非常にもったいないと思います。アイデアだけでなく、多くの製品を世界市場に送り出せるスピードも必要だと思います。

平野 日本を一度離れてみると、劣っているところがたくさんあることに気が付かされます。その一つは「言葉の壁」だと思います。いざ世界に飛び出した時に、日本語が全く通じないという状況の中で、

いかに自分たちの技術や製品をアピールするのか?という点で言葉は大きな課題ですね。

タイでの成功、さらにアジア圏へと挑戦し続ける

田中 当社の社是は「顧客の満足 社員の幸福 業績の向上」です。タイでも同じようにこの考えで進めていきたいと考えていますが、皆さんから当社に望むことはありますか。また、夢などあれば教えてください。

Mantana これからだと思いますが、もう少し売り上げが伸びるようにせねばなりませんね。



Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.
General Administration
Mantana Lertkitsiri
(マンタナ・ラーキツリ)

平野 目先のことで言うと、当社のアジア圏進出のきっかけとなった大切なお客様を、もっとサポートせねばなりません。大きな期待をいただいていますので、積極的なご提案を行い、チャレンジしていきたいですね。そうすることにより「サンメッセ」のブランド価値も上がり、日本でも仕事が増え、シンガポールなど違う国でも当社の認知度が上がるかもしれません。今回の海外進出によって当社の海外ビジネスに大きな可能性を感じています。

Mantana どんどん大きくなって欲しいですね。私たちは皆さんの営業を頑張ってサポートしていきたいです。

Somruethai 私は、自社ビルが欲しいですね(笑)。



Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.
General Administration
Somruethai Narongplian
(ソムルタイ・ナロンプリアン)

田中 私の一番身近な夢は、社員の皆さんを日本にお連れし、当社本社を見て、感じていただくことで、よりモチベーションを上げていただくことです。

Suthee サンメッセはこれからも印刷物に特化した事業を行っていくのですか?

田中 もちろん印刷だけに固執しているわけではありません。当社は、お客様のニーズに合わせて情報発信のお手伝いをする企業ですから、それがデジタルでも、ペーパーでも、もしくはイベントであっても、様々な形でお客様の情報発信のサポートをさせていただくことが使命だと思っています。



Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.
顧問コンサルタント
UBCL Co., Ltd. Managing Director
Suthee Panaworn
(スティー・パナウオーン)

Suthee そういうビジネスモデルを考えていただきたいです。最近では、社員の福利厚生を点数に換えてサービスを提供する

企業がタイに進出したりしています。

田中 確かにそうですね。日本でも現在、様々なビジネスモデルを考え、行動しております。既存のビジネスをコアに、付加価値を高めることが大切です。

Jintana 順調に大きくなって欲しいです。こちら精一杯頑張ります。

Somruethai 将来は、サンメッセタイランドも上場できるようにしたいですね。

Mantana 会社の利益に貢献し、是非とも日本に行けるよう楽しみにしています。

平野 私は日本への行き来が多いことから、タイに来たときにはできる限り皆さんとコミュニケーションを取らせていただき、売上だけでなく、利益もしっかり出せるように努めます。

田中 こちらで他の日系企業の方とお話していると、社員採用・教育に苦慮されているところもあるようですが、当社の場合その不安はありません。その分、営業活動に専念できますから、当社は本当に恵まれていると思います。

日本のサンメッセは来年80周年を迎えますが、サンメッセタイランドも80周年、100周年を迎えることができる企業になれるよう皆で頑張っていきましょう。今日はどうもありがとうございました。

※ ガラパゴス化 ガラパゴス諸島の生物進化のように周囲とはかけ離れた独自の進化をすること。特にIT技術やサービスなどが国際規格とは違う方向で発達すること。

両社の技術を結集し、強固なパートナーシップを。

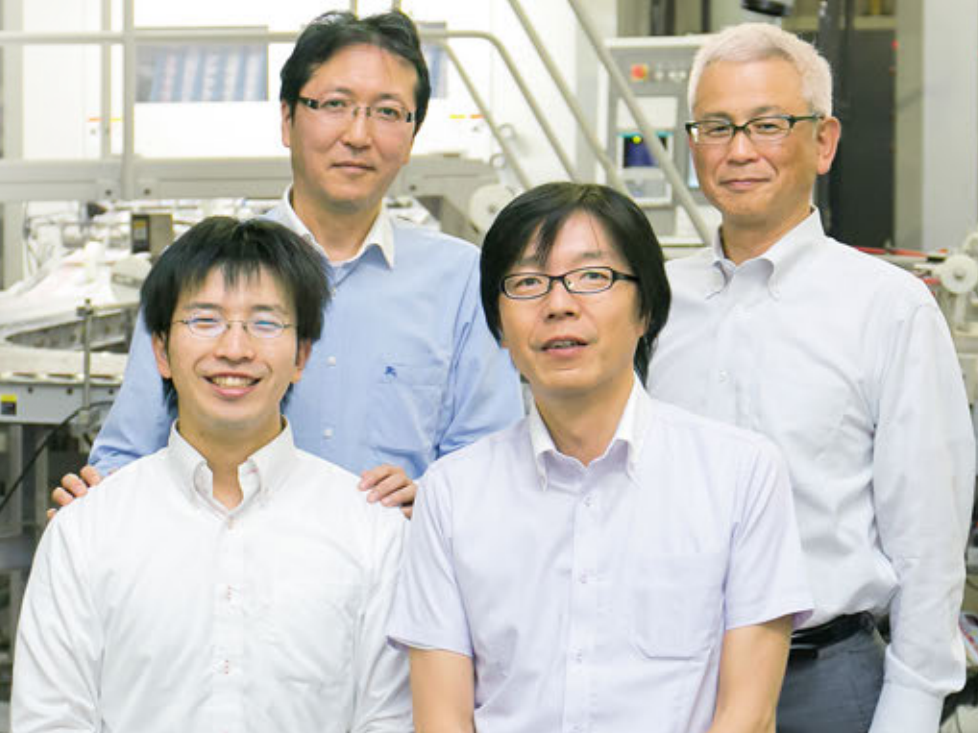


Chanwanich security printing co., ltd
Executive Director
Naiyapong Kongboonma
(ナイヤポン・コンブヌマー)

タイは近年、経済的飛躍が期待される国として大変注目されています。2015年にはASEAN経済共同体(AEC)が発足し、欧州連合(EU)のようにアジア10カ国間で自由に物品取引ができるようになり、約6億人とのビジネスに繋がるなど、ビジネスチャンスはさらに広がると予想されますが、その中心に位置しているのがタイです。その重要な時期にサンメッセがこの地に進出したことは大きな意味がありますし、そのパートナーとして弊社が少なからず貢献できると信じております。私どもチャンワニット・セキュリティ・プリンティング(CSP)は、2013年の連結収益がおよそ1.6億

ドル、93年の歴史を持つタイで大手のセキュリティ印刷会社であり、通帳やカード、電子パスポートの印刷からITセキュリティ機能をつけた包装資材まで、主要顧客に最適なソリューションを提供しています。

弊社の専門分野であるセキュリティ技術と貴社の特色ある印刷技術・工程管理を組み合わせることで、双方にとって良い相乗効果を生むことができるでしょう。また、100年近い歴史を持つ両社にとって、この提携は良いスタートとなり、これから先のお互いにとってwin-winの戦略になることを切に願っています。



サンメッセでは独自の品質保証システム「サンメッセQMS」のもと、品質の向上をはかっています。サンメッセが目指す品質について、それぞれ営業と製造の代表者に語っていただきました。

Go With Confidence.

お客様によりご満足いただくための、 当社のクオリティ(サンメッセQMS)とは

仕組みだけでは 完璧とは言えない

ファシリテーター(以下FA) 当社のクオリティを支える「サンメッセQMS」について、現状と課題を教えてください。



取締役 執行役員
品質保証室長
竹林 啓路

竹林 品質を支える仕組みとしての「サンメッセQMS」は、品質ISOを返上し、当社独自の体系にして2年が経ちました。大きな柱は、プロセスアプローチとPDCA。そして、現在の実態に合致するよう規定を見直しました。サンメッセQMSの課題は、仕組みは成立しているものの、全社員への周知や機械のメンテナンス、作業ルールの遵守が、不足しているように感じることです。仕組みは完全でも運用するのは、「人」。当社のクオリティをいかにして全社的に浸透させていくかがポイントだと考えています。

伊東 製造本部として、社員に浸透させるために、自分の仕事は自分で責任を持つ「自工程保証」を徹底しています。製造工程は大きく分けると、一品生産を行うプリプレス工程と大量生産を行う印刷・製本工程になります。そのため、プリプレス工程と印刷・製本工程とは異なる対応をしています。

地道に積み重ねて いくことが大切

FA 「自工程保証」について、もう少し詳しくお聞かせください。

伊東 大きなミスは、小さなミスの積み重ねから発生していると考えます。そこで、ミスの大小にかかわらず、部署ごとになるべくたくさん原因を挙げてもらっています。小さなミスを見逃さず改善することが、自工程保証なのです。以前は、改善を提出すること自体が目的になっていた部分がありましたが、最近では、間違いをなくす必要性を問うことで改善ができるようになってきました。これは大きな進歩です。ミスの

原因となる些細なヒューマンエラーなどに、どれだけ真剣に向かい合えるか、それらミスの芽をいかに摘み取っていけるかが、「現場力」だと思います。現場力を強固なものにしていくということは、地道な見える化をコツコツと続けていくこと。その積み重ねが、やがてサンメッセQMSを現場に浸透させていくことにつながると確信しています。

FA 営業側から見て当社のクオリティとは、どうお考えでしょうか？



本社営業部長
平野 高光

平野 営業担当は、お客様の品質に関するご要望に、どれだけ敏感になれるか、だと思います。お客様自身がお気づきにならない点にまで配慮を行い、最適なお提案ができていけるかがポイントとなります。これが営業担当としてのお客様に与える付加価値であり、ご満足いただけるクオリティをつくることになると思います。それには、

Go With Confidence.

やはり「人」だと思います。人材育成の基本は教育。一度教えてダメならば、言い方を変え、手本を見せながら変化が現れるまで続ける。これも地道に積み重ねていくことが大切だと考えています。

伊東 ミスをしたことの改善ばかりではなく、よき事例を継続していくことも改善であると思います。それらも含めて、仕組みとしてPDCAのサイクルに組み込んでいけたらよいと思います。



取締役 執行役員
製造本部長
伊東 覚

竹林 品質ISOは、取得時、対象範囲を製造本部に限定していました。現在、多くの問題は営業製造間に起因しているため、サンメッセQMSに移行した時、営業を「受注プロセス」として、対象範囲に含めました。現在、営業本部の仕組みの文書化に取り組んでいます。

変化の先に見えるものは

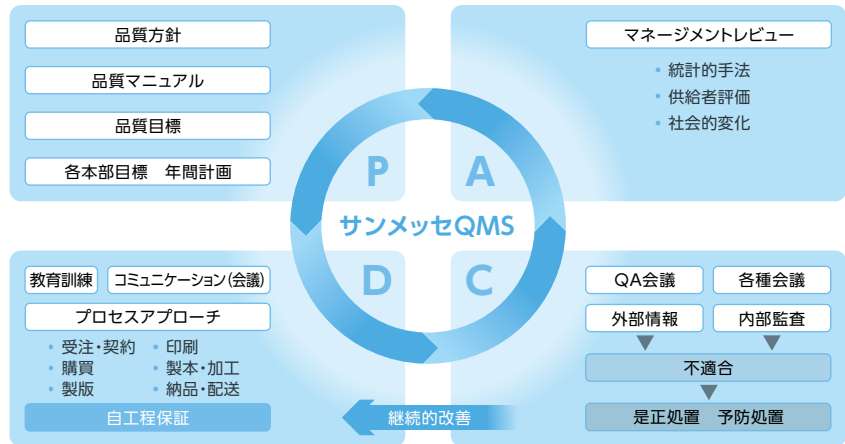
FA 今まさに変化の真っ只中という印象を受けましたが、この先、当社のクオリティは、どのように変化していくのでしょうか？

平野 製品を安定した品質で生産できれば、お客様満足につながり、営業担当もより自信をもって営業活動ができる。その好循環が、当社のクオリティをより向上させるように思います。

伊東 ものづくりの基本はQCD。お客様にご満足いただける品質 (Quality) を、適正価格 (Cost) で、遅滞なく納める (Delivery) こと、このごく当たり前のことを当たり前にできることが大切だと思います。

竹林 当社はこれまで、お客様から成長させていただいたという認識があります。レベルの高い仕事をやらせていただくことが社員の成長につながり、そのうえで、新しい機械や技術を導入し、生産できる製品の幅を増やしてきました。これからも製販一体となって取り組んでいく形を継続していきたいと思っています。今後、より

●サンメッセの品質保証体制



レベルの高い仕事を受注できるように、また、お客様のご期待にお応えできるクオリティを向上させていきたいと思っています。

サンメッセの環境推進

FA 当社が積極的に取り組んできたカーボンフットプリント (CFP) や、カーボンオフセットの取り組みも、お客様のご要望に付加価値をつけてお応えするための好事例と言えます。



[ファシリテーター]
IR/CSR企画推進室
LCAディレクター
佐々木 弘道

平野 環境負荷低減といった新たな切り口での企画提案を、ご評価いただけるお客様は確実に増えています。

伊東 これまでいくつかの取り組みをメディアに取り上げていただきました。これらは、お客様からのご期待やご満足にしっかりとお応えできている体制になっていると感じています。

平野 最近の事例では、間伐材ペーパーを採用したカレンダーの制作に強い可能性を感じています。環境というキーワードは新たなビジネスです。これはまさに、当社がこれまで環境対策に真摯に向き合い、取り組んできた実績があるからこそ、信頼をいただけていると感じています。

竹林 直近では、大きなポイントとして、SCOPE3*の開示を行いました。これは

サプライチェーン全体での温室効果ガスを可視化することで、ライフサイクルから削減可能箇所を見つける手法です。最近、国内だけでなくグローバルでも脚光を浴びている取り組みの一つです。

FA 昨年秋より、国内の研究会に参画させていただき、最新動向にも注目しています。研究成果について、対外発表も行いました。

伊東 このような積極的な情報開示は、今後も注目を浴びると思いますし、当社の企業姿勢を示すよい機会だと思います。これからもより積極的に推進していくべきですね。

竹林 現場力の向上、価値観の共有、新たな付加価値が、これからの更なる品質向上につながる。当社のクオリティとは、日々の細やかな気付きや、お客様の課題解決を行うなど、様々な積み重ねが大切であり、環境とも調和したものでなければなりませんと感じています。

今後もPDCAのサイクルを徹底し、お客様によりご満足いただけるクオリティを追求すべく社員一同邁進していきます。



LCA日本フォーラム総会での発表風景

* SCOPE3 開示データに関しては、P.32、P.34をご参照下さい。



職域も職場環境も違う当社の社員たちが、サンメッセのこと、仕事のこと、そして当社の未来や『夢』について本音で語り合いました。

Go With

社員やお客様、地域社会を大切にする企業風土

ファシリテーター(以下FA) 当社で働く皆さんにとって、サンメッセとはどんな会社ですか？

高橋(肇) 一つのことに対する団結力の強さ。そして発揮されるパワーは凄いですね。例えば、厳しい納期の仕事であっても、社員が一致団結して、必ず納期に間に合わせます。これが「社内一貫生産」「一社責任体制」という当社の強みにもなっています。

小寺 私は社員を大切にする企業だと感じますね。また、わりと自由に仕事をさせてもらえる環境だとも感じます。ただ、当社を取り巻く環境がめまぐるしく変化中、このままでいいのか、悪いのかという点は、今後しっかり考えていかなければならないと思います。

FA 良い部分は継承しながら、時代の移り変わりに合わせて変化することが大切ですね。

中村 入社当時、創業者のお一人である田中せき副会長(当時)と一緒に、全拠点分の御中元、御歳暮を買いにいきましたが、お客様お一人お一人に贈られる品物が全て違っていました。せき副会長の細やかな心づかりに感激し、お客様を大切にする会社だと思いました。また、当時のアットホームな雰囲気は今でも、企業風土

として受け継がれていると感じます。

高橋(肇) 現副会長も毎日のように、工場を回られて社員一人ひとりに「どうやー、頑張つとるかあ?」と声をかけてくださいますよね。

中村 会長をはじめ、副会長、社長とも、お客様、社員、そして地域社会をととても大切にしておられるということを感じますね。

FA 自社だけでなく、地域とともに成長していかなければなりませんね。女性という立場からはどのように感じられていますか？

木下 私が働く工務課は、製造部の各工程が効率良く仕事が進められるように調整、手配するのが仕事です。主婦として家事をオールラウンドにこなさなければならないという点で通じる部分が多く、女性向きの職域だと感じています。また、社員同士に壁がない、とても働きやすい職場だと思いますね。

FA このメンバーの中で一番若い西村さんですが、入社前と入社後で当社に対する印象は変わりましたか？

西村 最終面接の際、役員の方々と和やかな雰囲気の中でお話をさせていただいたことで、とても親近感が湧き、楽しい会社なのかなと感じていました。入社してからは2つの部署を経験させていただいていますが、どちらの職場でもある程度、個人の判断に任せていただいていますので、個の能力を発揮しやすい環境ではないかと感じますね。入社後、何度か会社説明会の場で学生の皆さんにお話させていただく機会がありましたが、「とてもいい



タクト部 デザイン制作一課

高橋 美保

Go With
Consideration

会社の仲間やお客様、そして
家族への思いやりを大切に。



西工場長

小寺 良樹

Go With
チャレンジ継続 失敗を恐れない

失敗を恐れず、仕事でも家庭でも
どんな時でも、常にチャレンジ。



本社営業部 営業第一課

中村 裕子

Go With
Everyone

サンメッセの仲間と同じ方向に
進み、皆で大きな目標を達成する。

会社だよ」「のびのびと仕事をさせてもらえる会社だよ」ということをアピールしています(笑)。

斉藤 当社はとても素晴らしい会社なのに、少しアピールすることが下手ですね。私と岡部君は同世代ですが、私たちが入社した頃、サンメッセといえば「タウン情報ぎふ」という雑誌を作る「クリエイティブで先進的な企業」というイメージでした。

岡部 私も「タウン情報ぎふ」を作りたいくて当社に入社しました。サンメッセに対して印刷会社という認識は全くなく、編集プロダクションだと思っていました。

斉藤 当時からサンメッセは「なんだか楽しいことができるぞ」とか「ものづくりがすごい!」という印象を受けていましたね。いまま職人気質的な部分を継承しながら、先端的なことにも積極的に取り組む、実はすごい会社なんだと思うんですよ。ただ、そういう

変わったように感じましたね。また、会話をとにかく大事にしています。絶対毎日みんなに挨拶して、何かあればきちんとその人の考えを聞く。そして必ず返答をすることを心がけています。一声掛けるとみんなも、それに応えて動いてくれるようになりました。最近では「意見箱」を置くなど、社員の声を吸い上げることを意識していますね。そういったことが、外から見たら活気があるように見えるのではないのでしょうか。西工場の取り組みを全工場に広めて、西工場がサンメッセの模範工場になるんだ、という意識をみんなが持っていると思います。

高橋(肇) 言葉ってなかなかうまく伝わらないですよ。10言ったとしても、みんなの心に届くのは7くらい。だから言葉だけではダメなんですよ。小寺さんが素晴らしいのは、言葉だけでなく行動で部下に示している。そこは私も学ばなければなりません。

Dream。

私たちの『未来』、 サンメッセの『夢』を語ろう

部分が世の中にうまく発信できていない気がするんですよ。

小寺 当社はスポーツにも力を入れてますよね。野球はもちろん、陸上やアーチェリー、ソフトボールでも活躍している選手が当社にはいます。そういう面もどんどんアピールしていくべきでしょうね。

しっかり伝えることで、一人ひとりの意識は変わる

FA 当社の魅力をもっとアピールしていくことも含め、これから当社が成長するためには、どんなことに取り組むべきでしょうか?

中村 斉藤さんや岡部さんみたいな、自分の意思や個性をちゃんと表現できる人が増えて欲しいですね。個性はちゃんと出している方がいいですよ。周りのみんなの発想も豊かになるし、仕事の幅も広がり社内に活気が出てくると思います。

FA いま当社の中で、特に西工場が「元気」で活気があるという印象なのですが、小寺さんは工場長として何か取り組んでいることがあるのですか?

小寺 工場長就任時の所信表明で「これは必ずやり遂げる」という具体的な目標と、「西工場のみんなと共にサンメッセを大きくしていきたい」という私の思いを伝えてから、みんなの意識が

岡部 「意見箱」には、けっこう意見が集まるんですか?

小寺 今のところ50件くらいかな。寄せられた意見には必ずフィードバックするようにしています。古典的なやり方ですが、自分では見えなかった問題に気付かされることもあり、やって良かったと思いますね。

岡部 製造部では大きな仕事に取り組む時など、各セクションから担当者が集まってミーティングなどは行っていますか?

高橋(肇) 管理者が集まって話し合い、それを課員に伝えるということはしていますよ。こういったミーティングにも担当者を参加させれば、みんなのモチベーションも上がるんでしょうけど。

斉藤 社員のモチベーションを上げる仕組みづくりをした方がいいですよ。やっぱり、もう少し活気があるといいなって感じますよ。営業の立場からすると、工場の方が「まかせとけ!あとは何とかするぞ!」と言ってくれると、安心してどんな仕事でも取ることができそうです。





高橋(肇) お互いをもっと尊重し合うことも大切ですね。

FA その通りだと思いますね。お互いを尊重しながら、時には議論を重ねて一つの仕事に取り組む。モチベーションも上がりますよね。

もっと女性が働きやすい環境とは

FA 政府も「女性の活躍」を推進していますが、女性がより働きやすい職場環境づくりのために必要なこととは、どんなことだと思いますか？

木下 私は時短勤務制度を利用させていただいているのですが、自分自身で効率良く仕事を進めているため、特に問題はありません。

高橋(美) 私の職場は女性も多く、男女関係はなく同等に責任を持たされています。その分やりがいはあると思いますが残業もあるため、家庭を持っている身としては、仕事とのバランスが難しいですね。これから職場環境の整備を図るならば、残業という面で少し改善の余地があると思います。

中村 営業部はお客様と直接関わる業務なので、どうしても帰宅が遅くなってしまう場合がありますね。管理職という立場上、家庭で急な用事ができたときなど、フォローを頼みづらいと思う時があります。もう少し同じ立場の女性管理職が増えるとフォローし合えるのではないかと感じますよね。

斉藤 営業職となると人数は少なくなりますが、営業部全体で見ると独身時代に営業をしていた女性が、結婚、出産を経て庶務として復帰され、営業職時代の経験を活かして活躍されている方も数多くいらっしゃいます。

一人ひとりの改革が目標達成の鍵

FA 新しい中期経営計画が発表されましたが、目標達成のために何が必要だと思いますか？

斉藤 先ほど製造部の話が出ましたが、もっと営業部も変わっていかねばなりませんよね。営業部ではチームで取り組んでいこうという方針が出ていますが、僕はそういう流れに大賛成です。チームで話し合ったり高め合ったりして、もっと戦略的に組織が機能するといいですよ。

岡部 新・中期経営計画では、2020年に200億円という売上目標を掲げていますが、率直な意見として達成できると思いますか？

斉藤 3年後にあたる2016年の160億円という売上目標は現実的な数字だと思います。そうやって少しずつ底上げしていけば、2020年の200億円も難しくない数字になるのかな、という気はしますね。そのためには改革が必要。その一つとして効率の良い営業スタイルに変えていく必要があると思っています。

FA 目標を達成するためにはお客様のニーズをしっかり捉えて、応えていくことが大切だと思いますが？

斉藤 お客様のニーズに応える術も当然変えていきたいですよ。当社にはこれだけの人材がいるのですから、企画から印刷・製本までが一つのチームとなって応えることで、当社はきっと成長できると思います。

中村 部署間の壁を取り払い、気軽に相談ができる環境をつくるべきですよ。

岡部 製造部の方も営業的な意識を持って積極的にお客様に関わって欲しいですね。要所要所でお客様の所に同行してもらって





営業企画部 名古屋営業企画課

岡部 孝弘

Go With
PLAY

仕事を「DO」ではなく「楽しむ」というニュアンスを込めた「PLAY」というスタンスで臨む。



営業企画部 メディア企画課

西村 尚悟

Go With
Activation

情報提供する側の立場として知識や感性を活性化。



【ファシリテーター】

営業企画部 名古屋営業企画課

竹中 賢

Go With TRUST

“いい仕事”をするために、お客様や会社の仲間との信頼関係を築く。

対話を通じて会社や自身の『夢』実現のための行動をしていきたい

「品質はおまかせ下さい」と。そうすればお客様も安心してくれると思いますよ。

西村 お客様が当社に対して求めているのは結局のところ、お客様自身の目標達成のために有益な製品、サービスなんだと思います。当社の場合、印刷がメインのサービスにはなりますが「イベントをやりませんか?」「WEBサイトを作りませんか?」というように、当社の多彩なチャンネルをフル活用して、お客様の目標達成をサポートするような取り組みをしていきたいですね。そのためには、お客様の業界について深く知ること、そして新しい技術の習得が必須ですが、こういう意識、行動が全社員に浸透すれば、必ず成長できると思います。

高橋(肇) 「サンメッセさんの印刷物のおかげで売上がUPしたよ」なんていう声をお客様から聞くことはあるのかな?

高橋(美) デザイナーの立場からすると、ちょっとしたことでも言ってもらいたいですね。

斉藤 納品の後の反応は聞くようにしています。お客様ではありませんが、ディレクターやデザイナーから上がった物に対して、自分が感じたことはきちんと話すようにしています。それがたとえ悪いことであっても、きちんと言わないと良い仕事はできない。これは部下や後輩にも実践するように指導しています。

小寺 仕事に対して真剣に取り組んでいたら、そういう言葉は自然に出るものですよ。しっかり向き合っている仕事には「妥協」という言葉はないのですから。悪いものは悪い、良いものは良いときちんと言ってあげないとね。西工場もそうした意識をしっかりと共有しているからこそ2年連続「印刷事故0」を達成することができたのだと思います。

高橋(肇) そうした姿勢をお客様に見せれば、お客様も「サンメッセはいいものつくろうとしてくれているんだな」というように思ってくれますよね。

「Go With Communication」で行こう!

FA 「こんなサンメッセであって欲しいな」といった、当社に対する皆さんの『夢』を教えてください。

斉藤 社員全員が自分の会社を自慢できる会社になりたいですね。ネガティブな発想は色々な面でマイナスですよ。みんなが前向きになったらすごいと思いますよ。

高橋(肇) 海外に自社工場を建設して日本から社員が赴任し、



現地生産を軌道にのせたいです。

岡部 テレビのスポンサーになっているような企業になりたいですね。それによって世間の皆さんが当社を広く知ることにもなるし、社員は誇りを持つこともできますからね。

西村 強力な製造力を持ったプロダクションになりたいですね。他社に負けない企画力、そして迅速対応の営業マン。そして高い技術力を有する製造スタッフ。単なる印刷会社ではなくトータルにプロデュースできるプロダクションです。

高橋(美) 私は残業のない会社になりたいですね。まっ、あってもいいんですが、ほどほどで楽しくやりがいのある会社になるといいですね。

木下 非現実的なことかもしれませんが…当社には意外とグルメな人が多いんですね。ということで「サンメッセ café」なんてどうですか? 工場の一部で無農薬野菜を作ったりして。

高橋(肇) 飲食店ってこと?異業種にもチャレンジしようということですね。

中村 世の中に無い技術や製品、ビジネスモデルを発明できるような、創造力溢れる会社になれば楽しいでしょうね。

小寺 ものづくり企業として、会社規模、話題性など「サンメッセって凄いな」と世間から思われ、社員が誇りを持って働くことのできる会社になればと思います。

FA とても夢がありますね。皆さんの『夢』が叶うように、積極的な行動をしていきたいものですね。最後に、これまでの話を踏まえて「Go with ^{ドット}●」の『●』にふさわしい言葉を考えてみませんか?

岡部 そうですね、色々な話が出ましたが、結局のところ「コミュニケーション」なのかなと感じましたね。当社には素晴らしい設備があり人材も豊富です。あとはそれをいかに爆発させるかがポイントになってきますが、それにはコミュニケーションが重要なんでしょうと思います。今日のような対話がい러んな場面であれば、当社はずっと良い会社になると思いますよ。

小寺 こういう対話があることでモチベーションが上がりますよね。

FA それでは、本日お集りいただいた皆さんが、まずは「Go with Communication」を実践することで、サンメッセをより良い会社へと導いていきましょう。どうもありがとうございました。

Go With Sincerely.



コーポレート・ガバナンス

ステークホルダーの皆様へ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

企業価値の持続的な向上を実現させていくための体制づくり

●経営体制

当社では、取締役会と監査役・監査役会を中心としたコーポレート・ガバナンス体制を構築しています。取締役会は経営に関する重要事項の社内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。

さらに当社では経営の意思決定や監督機能と業務執行機能を分離し、双方の機能強化を図るべく「執行役員制度」を導入しています。

●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。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、その結果を社長に報告しています。

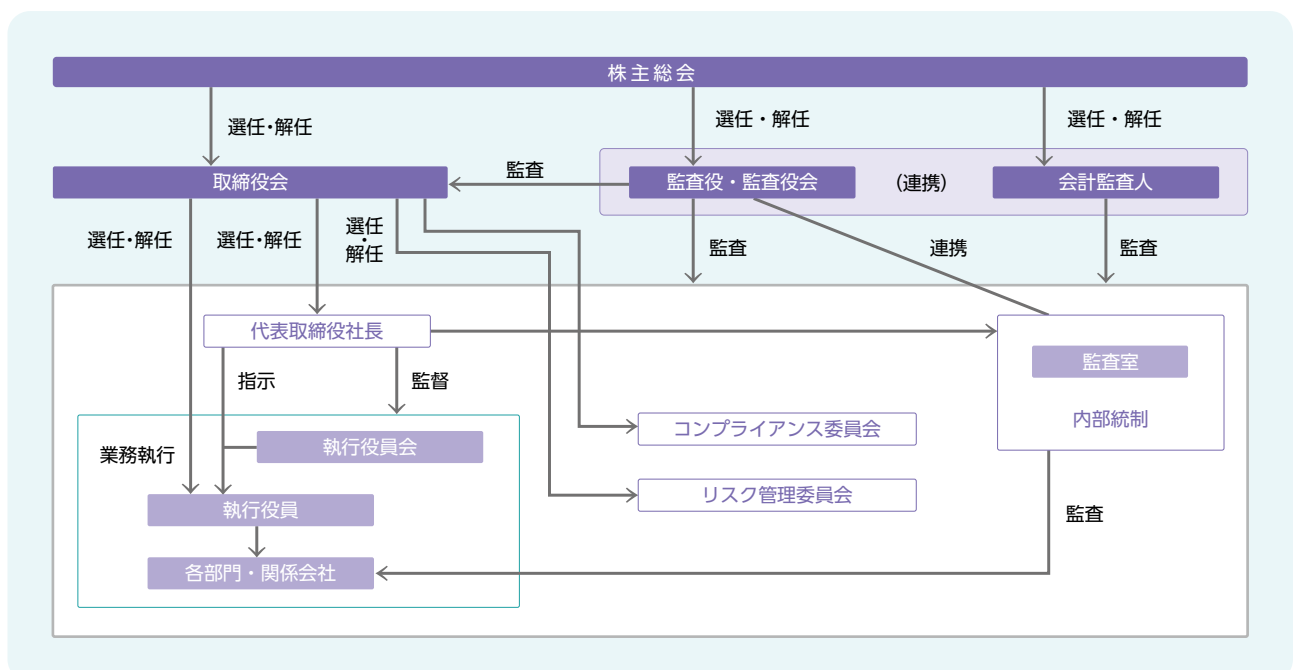
また、会計監査人からは期中において厳正な監査を受けています。監査役、監査室および会計監査人は、監査の実効性を高めるため必要に応じて相互の情報、意見の交換を行うなど、相互連携を強化しています。

●コンプライアンスの徹底

当社では「社是」「社員行動指針十訓」「企業行動憲章」「社員行動基準」を通し、役員および社員一人ひとりが高い倫理観に基づいて行動しています。

そして、社長が委員長を務め、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、コンプライアンスに関する教育をはじめ、コンプライアンス徹底に向けた継続的活動などを推進しています。

2013年度においては、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。



今こそ、コーポレート・ガバナンスの強化を

サンメッセは、「良き企業市民」として持続的成長を企業経営理念として心掛けています。そのために、健全かつ透明性の高い企業経営を基に、組織全体での企業倫理の逸脱を防ぐためにコーポレート・ガバナンスの強化に努めてまいりました。

社外監査役、執行役員制度から行動規範、憲章を作成して周知徹底を図り、内部統制システムも早い時期から導入し、社内の違法行為や背任行為のリスクを低減しています。また、さまざまな教育を実施することにより、社員の人材育成にも力を注いでいます。

今こそ、更なるコーポレート・ガバナンスの強化を図り、ステークホルダーの皆様へ信頼される強いサンメッセを目指し企業価値の向上に努め続けます。

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 水谷 和則



情報セキュリティ

情報に対する安全と安心な管理体制を維持・強化

●プライバシーマーク更新審査に合格

当社は情報社会において重要な役割を果たす企業であることを認識し、「情報管理 基本10カ条」に従って、個人情報保護の観点からマネジメントシステムを確立し、実施・維持しています。

また、プライバシーマーク認証を取得し、管理システムの維持向上に努め、2年に一度の更新審査を受けています。2013年10月に行われた更新審査では、個人情報保護の取り組みや体制についての確認が行われ、「幅広い事業展開においてその重要性を認識し、プライバシーマークの取得を通して着実に個人情報保護マネジメントシステムの構築と維持に取り組んでいる」との評価を受け、無事合格しました。

●AD (Active Directory) の構築

情報通信技術が発達するに伴い、情報資産の安全性確保やリスク管理の重要性が増しており、情報セキュリティは欠くことのできない重要な経営課題となっています。

当社では様々なセキュリティ対策を講じており、2013年度にはAD (Active Directory) の構築に取り組み、増え続けるITリソースを一元管理することで、セキュリティ環境を強化しています。

ADとは、一般的にディレクトリサービスと呼ばれる機能の一種で、ネットワーク上に存在するサーバーやクライアントPC、プリンタなどのハードウェア資源や、それらを使用する利用者の識別情報や各資源へのアクセス権限などの情報を一元管理することができます。

IT内部統制において年1回行っているパスワードの変更やセキュリティパッチの処理も、従来であれば個々のクライアントPC毎に行っていましたが、このシステム構築により、ADサーバーのみの処理作業となるため、今後さらにセキュリティの強化を図る上で、効率良く実行することが可能となります。

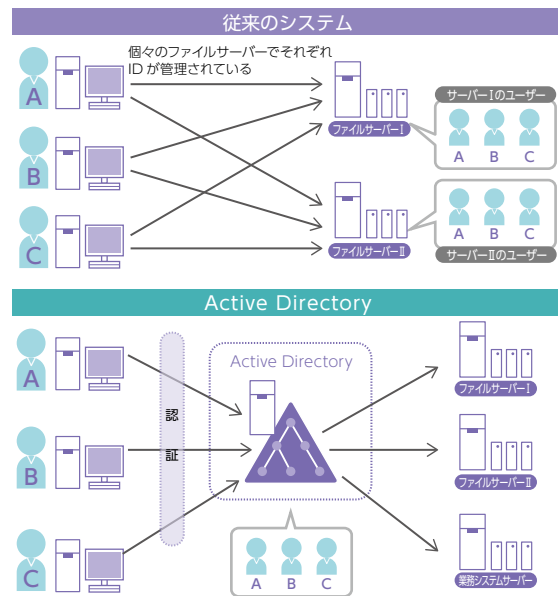
また、このシステムによって「誰が」「いつ」「どこから」「何の」社内システムにログインしたのかといった情報も取得できるため、情



Active Directoryサーバー

報漏洩などの抑止力にもつながります。

2013年度は営業部のPCについてAD構築を実施。他部署に関しては2014年度中の構築終了を予定しています。さらに、USBデバイスの使用に制限を設定できる機能などもあり、AD構築終了後にはこうした制限も視野に入れ、徹底したセキュリティ環境を目指していきます。



VOICE システム制作者の声



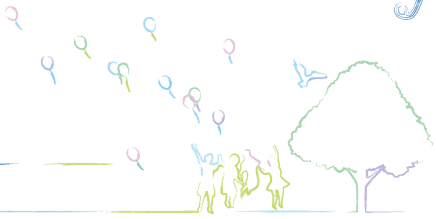
セキュアで統制のとれたIT環境の構築を目指して

システム開発部 システム開発課

服部 光伸

数年来、検討を続けてきたAD環境の構築ですが、予算的な問題もあり、着手できずにいました。セキュリティ強化、業務効率の向上のためにいつかはやらなければいけないとの思いで、皆で勉強をし、構築作業の大半を自分たちで行うことで、当初の予算の3分の1で構築を進めることができました。今年度中に全社のパソコンを移行完了予定で計画しています。

今後もお客様が安心してデータを預けられる強固なセキュリティ環境の構築を進めてまいります。



社会貢献活動

サンメッセでは豊かな社会の実現とその持続的な発展のため、お客様や地域社会のためにできることを考え、持てる資源を有効に活用しながら社会貢献活動を展開しています。

地域社会とのコミュニケーション

「地域社会から信用される良き企業市民」を目指し、積極的に活動

●継続的な清掃活動

当社ボランティア委員会主催の「スタンプラリー&クリーン作戦」を2013年11月、岐阜県揖斐郡池田町において開催し、社員および家族27名が参加しました。

この活動は、指定された5カ所のチェックポイントを楽しんで回りながら、周辺の清掃活動を行うという企画で、毎年岐阜県の西濃地域で実施しています。

そのほか、年に2回実施される「オールサンメッセグリーン大作戦」では、全社員が参加して本社をはじめ各工場、各支店・営業所の周辺地域を清掃しています。



スタンプラリー&クリーン作戦



会社周辺の清掃活動

●地域清掃活動に積極的に参加

2014年4月、社員20名が岐阜県西濃建設業協会主催の「西濃地域河川クリーン作戦」に参加しました。大垣市内を流れる揖斐川右岸一帯の清掃活動で、毎年実施され多くの社員が参加しています。

そのほか、地域で行われる清掃活動にも積極的に参加しています。



西濃地域河川クリーン作戦

●地域交流の活性化

地域とともに歩み、活力あるまち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様々なイベントに年間を通して積極的に参加し、地域との交流を深めています。

また、毎年地域住民の皆様を招いて工場見学を行っており、製造工程や環境への取り組みを見ていただいて事業に対する理解を深めています。



工場見学会



十万石まつり



芭蕉元禄大垣イルミネーション



ソフこい祭り

社会貢献は会社の使命

サンメッセは、印刷を中心に情報産業としての役割を果たし、地域の皆様に愛される企業を目指しております。我々はお客様のニーズにお応えするため、積極かつ効果的な設備投資を行い、より良い製品をお値打ちに提供できる体制を整えており、雇用面でも継続的に新卒者を採用し、臨時従業員などの募集をするなど広く社会に役立つよう努めています。業務以外では、毎年行われる労使主催の夏祭りの売上金の一部を市内の小中学校に寄付するなど、地域社会との共生および貢献も常に考えて活動しております。また、会社周辺の清掃活動を定期的に行い工場周辺の環境整備にも努めるなど、ISO14000認定企業として率先して地域環境への配慮も重視しています。今後もサンメッセは革新、法令順守、環境の3つを経営の柱として、常にお客様を第一に考え、印刷を核とした情報産業として継続的に発展し、社会貢献することを誓い活動してまいります。

本社工場長 渡辺 数巳



教育・学術支援活動

若い世代に夢や希望を与え、豊かな心を育む活動をサポート

●当社開発教材を利用した教育支援活動

当社は教育支援の一環として、各団体が主催する教育イベントへの協賛や教育プロジェクトに参加し、積極的に次世代育成貢献活動に取り組んでいます。

2013年7月、未来を担う子どもたちの創造力を伸ばし、科学の持つ不思議さ・楽しさを学ぶ「未来の博士を育てる科学教室（主催：公益財団法人 大垣市文化事業団）」が開催され、当社は「電気を通すインク」で印刷した教材（パッチンLED）を使った電気回路の実験教室を開講、定員数である30名の親子に参



未来の博士を育てる科学教室



タブレットPCを活用した授業

加いただきました。

また、政府が進める「ICTツール（情報通信技術ツール）を活用し先進的な学習を行う学校教育」の岐阜県プロジェクトに全面協力。アプリケーション開発に関わるとともに、2014年1月に白川郷学園で行われたキックオフ授業にも参加しました。

VOICE 科学教室参加者の声



楽しく勉強することができました

(小学3年生)

古山 ゆうすけくん

回路を工夫すると、明るさが変わる事が分かりました。まだ小学校で習っていませんが、理科の授業で電気の勉強をするのが楽しみになりました。

障がい者支援

障がい者の方が企業そして社会と繋がるための支援

社員の慰労や懇親の意味とともに、地域の皆様とより身近に交流を図る場として、毎年、本社駐車場にて「サンメッセ夏祭り」を開催しています。この夏祭りには、障がい者福祉施設である「大垣市立かわなみ作業所」「西美濃の里」の皆さんにも出店していただき、ジュースやみたらし団子を販売、皆で楽しむイベントとなっています。

また、本社食堂では週に一回、「ハーモニー大垣」様によるパンの出張販売会を開催しており、売り上げの一部を障がい者の自立支援に役立ててもらっています。

このように、障がいを持った方々が働くこと、そして当社社員との交流を通して社会とつながり、自立していく自信を深めていただけるよう、支援を行っています。

VOICE 職員の声



ハーモニー大垣様

サンメッセ様には当施設が開設当初から大変お世話になっております。社員の方々もいつも明るく

接してくださり感謝しております。パンの製造販売を通して、障がいを持った皆さんも働く喜びを感じています。今後も、パンの種類を増やすなど工夫をしながらお届けしたいと思っておりますので、皆さんからも「こんなパンが食べたいな」などのご要望がありましたら、是非お声をかけてください。

Go With Sincerely.



サプライチェーン

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と協力し、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

調達パートナーと当社双方の企業価値向上を目指す

●サプライヤーへの調査活動

CSR調達活動の一環として、サプライヤーのCSR取り組み状況を調査しています。調査は定期的を実施し、「購買管理規定」により必要に応じて改善要請を行ったり、サプライヤーへ監査に入りPMSに関する取り組みが実施されているかをチェックしています。

また、11月の品質強化月間には製造委託協力会社1社に対して監査を実施。その結果、社員教育は徹底されており、重大な問題はありませんでした。作業に関する指示書やチェックシートなどを独自で作成しておらず、当社においても管理しづらいことが判明しました。そこで、当社の外注管理課とともに指導を行い、当社規定の指示書・チェックシートで管理することとしました。

●印刷予定変更確認システムの導入

2013年8月、購買部資材係に「印刷予定変更確認システム」を導入しました。このシステムは生産情報や紙発注情報と連動しており、印刷機ごとに紙資材を供給する際に活用されています。

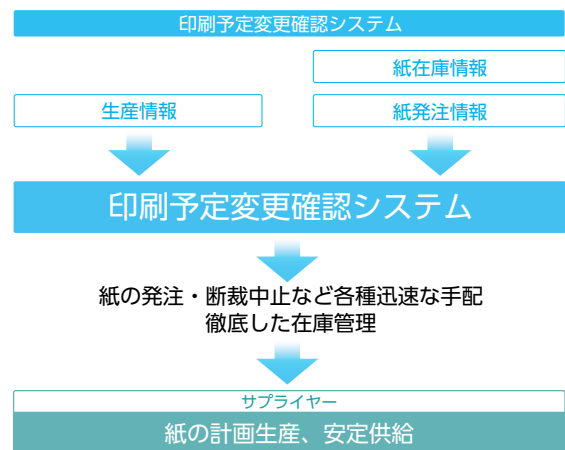
印刷予定の変更や通し枚数・面付けなどに急遽変更が生じた際、



印刷予定変更確認システム

従来のシステムでは変更の確認作業に時間がかかるため、紙資材の発注をキャンセルできず在庫を多く抱えてしまったり、紙の断裁中止が間に合わないなど、無駄にすることも多くありました。しかし、新システムではこうした変更をリアルタイムに確認できるため作業も効率化され、さらに紙資材メーカー様への対応もスムーズになります。

また、当システムでは紙資材の在庫状況が「注文紙・在庫紙・工場間の移動」で色分けされており、一目で分かるなど管理もしやすくなりました。この機能によって工場間の在庫状況が把握でき無駄な発注もなくなるため、紙資材メーカー様においては紙の計画生産や安定供給といったCSR調達という点において、有効に運用されています。



サプライヤーとのコミュニケーション

事業活動に協力いただいているサプライヤーの皆様との交流を大切にしています

●第4回サンメッセ共栄会総会の開催

当社とサプライヤーの皆様との信頼関係構築と、相互のメリットを向上させることを主な目的として発足した「サンメッセ共栄会」。

会員企業内の結束を強めるとともに、日頃からの協力に対し感謝を伝える場として、2014年1月に「第4回サンメッセ共栄会総会」が大垣フォーラムホテルにおいて行われ、90名の皆様にご参加いただきました。

サプライヤーとの協力体制を強化

サプライヤーとの相互信頼、相互発展を基本として、公正かつ自由な競争原則のもと、良いものを早く安く調達することを購買理念とし、基本方針としては選定に際して価格、品質、納期、技術力、実績、安定供給の可能性、サービス対応などを総合的に判断して購買先を決定しています。今年度購買方針は、使用頻度が高い品種の総量契約の実施により、メーカーの計画生産、必要案件の物の安定供給、まとめ買いによる大量購入でのグロスメリットによる仕入額の低減を図ります。また、同じ品質・仕様のものであれば、1円といわず1銭でも安く調達していきます。

今後の方向性としては、サプライヤーからの情報活用とさらに社内ではデザインレビューに踏み込んだ設計・提案段階からの参画で開発購買的要素を入れて機会創出をしていきたいと考えています。

取締役 執行役員 購買本部長 長井 芳郎



サプライヤーとの連携による価値創造

企業や産業の枠組みを超えた新たな価値の創出

●「岐阜県生まれの“間伐材ペーパー”」普及への取り組み

“地産地消”と“森林保全”を目的とした「岐阜県の間伐材を使った地産地消型製品」を共同プロデュースしました。これは、岐阜県森林組合連合会様と大王製紙株式会社様による間伐材を使用した「間伐材ペーパー」を、当社で印刷・加工し、製品化したものです。

間伐とは立木密度を調整するために、劣勢木や不用木など林木の一部を伐採することです。二酸化炭素の吸収や生態系の維持、水源かん養といった森林本来の機能をよみがえらせるうえでとても重要とされており、伐採された木材（間伐材）の有効利用は全国的にも積極的に推進されています。

当社は、森林率が全国2位という非常に多くの森林資源をもつ岐阜県の企業として、この間伐材を利用することを社会的責任と考え、サプライヤーである大王製紙株式会社が生産した間伐材ペーパーを製品化。この製品の普及により間伐材利用が進むことで、適切な森作りに貢献するモデルを提案しています。

この製品は原料調達から納品まで全てが岐阜県内で完結するため、他の用紙と比べると運搬面での環境負荷が少なく、さらに地域貢献を謳うことができる社会貢献型の製品として有効で、岐阜県内に事務所を置く環境マインドの高い企業や地方自治体を中心に提案を進めています。

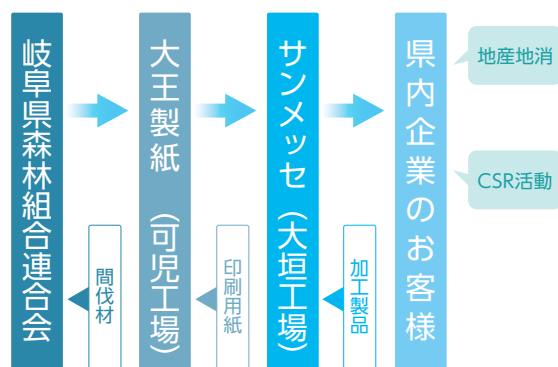
お客様からも賛同を得られ、カレンダーや封筒、ペーパーバッグなどの受注に繋がっています。今後もさらなる普及を推し進めていきます。



間伐材ペーパーを利用した製品

今回の「岐阜県生まれの“間伐材ペーパー”」の事例のように、当社はサプライヤーとの連携を深め、より良いパートナーシップの構築に努めるとともに、企業や産業の枠組みを超えた多様性で高い付加価値をもった製品作りを進めていきたいと考えています。

間伐材ペーパー製品ができるまで



VOICE 製紙メーカー様の声

間伐材製品の開発を通して信頼を深め合う

東京紙パルプ交易株式会社様

現在、製紙メーカー各社は「環境に配慮した」用紙づくりに取り組んでいます。

これらの取り組みをより一層社会に普及させるためには、この用紙を利用して「製品化」することが重要であり、封筒や名刺といった身近な製品へ加工できる印刷会社様と共同で取り組むことが、必須であると考えています。

今回、大王製紙可児工場において岐阜県の間伐材を使って抄造された用紙をサンメッセ様で製品化し、県内の企業へ販売をしていただくスキームは、弊社の環境製品への取り組みをより一層充実したものにさせていただきました。

今後もサンメッセ様と情報交換を密に行い、お客様の満足向上に取り組んで参ります。

Go With Sincerely.



人権と雇用

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、2012・2013年度と2年に亘って「人材育成の年」を会社方針に掲げました。社員の能力を十分に発揮できる機会と環境を提供します。

社員教育への取り組み

社員一人ひとりの向上心や目標達成意識の啓発

●社内研修

事業を推進していくうえで最も重要な課題の一つが人材育成です。会社方針にも「人材育成」を掲げ、社内研修を通して企業人としての成長を促すとともに、モチベーションアップにつながるような色々な切り口で研修・セミナーを開催しています。



戦略的CSRセミナー

各部署に必要な知識・技能を学ぶ「部署別研修」をはじめ、前年に本格スタートしたIR/CSR事業を社員により深く理解してもらう「戦略的CSRセミナー」、「プレゼン能力向上セミナー」、「女性の意識改革セミナー」など年間60



プレゼン能力向上セミナー

回以上の研修・セミナーが開催されました。毎回多くの社員が参加し、知識・技術力の向上を目指しています。

●資格取得への支援

社員一人ひとりが主体的に行動し、能力を最大限に発揮することは会社の発展にもつながります。サンメッセでは業

務遂行上必要なスキルの取得を積極的に推奨しています。

2013年度にはウェブ上で得られる数値を活用して市場動向や顧客業態などと絡めてマーケティングを行う「上級ウェブ解析士」の第1号が誕生しました。



「上級ウェブ解析士」取得

VOICE セミナー参加者の声



努めて・務めて・勤めて

本社工場 プリプレス2課
安田 泉

「女性の意識改革セミナー」に参加し、首都圏では長く勤める女性が少ないということを知り、これをきっかけに今までの自分を振り返ることができました。結婚して出産し育児休暇を経て職場復帰させていただき、現在も子育て真っ最中ですが、仕事を続けていられるのも今まで関わってきた職場の人や家族の協力があるからこそ。これからは協力する側に努めていけるよう、より一層業務にも励みたいと思います。

安全で働きやすい職場づくり

ワークライフバランスの推進で、より豊かな暮らしを目指す

●総労働時間短縮への取り組み

社員の健康を確保し、余暇の有効活用によるモチベーションアップを図るため、総労働時間の短縮に取り組んでいます。年間休日数については、2013年度が114日と、昨年度より1日多く設けました。また有給休暇については年間計画届を作成し、計画的な取得を奨めるとともに、年に2回の「有休消化日」と年1回の「有給奨励日」を設けています。

●時間外労働検討会の実施

当社では適正な総労働時間の継続に向け、時間外労働の削減を進めてきました。時間外労働時間の限度時間を月間、年間などそれぞれの期間単位で定めており、毎月1回労働時間データを元に審議する検討会を実施しています。

この検討会には、総務部人事課と営業・製造の両本部長、そして組合委員長も参加し、時間外労働削減対策に全社で取り組み、改善指導も行っています。

「人は、宝」～自らの成長を感じ、楽しく働く社風を目指して～

「人は、宝」よく使われる言葉ですが、その意味は非常に重要であり、今の当社にとって、あらためて認識し、取り組まなければならない言葉です。社員を単に「労働力」としてみているだけの会社に、継続的な発展は期待できません。社員の一人ひとりが業務を通じて、自らの成長を感じ、仕事にやりがいを見つけ、明るく笑顔で、楽しく、そして、厳しく仕事ができる状況を作り出すことが会社を発展させる重要なポイントであると思っております。

サンメッセでは、「誉める文化」「叱る文化」「話し合う文化」「認める文化」を築き、この四つの文化を、社員の礎となる「社風」にすることを目標として、社員の人權・人格を尊重し、社員の成長と共に、会社が成長し続けることを目指します。

執行役員 管理本部長 兼 総務部長 衣斐 輝臣



ダイバーシティ・マネジメントの推進

多様な人財が活躍できる職場づくりを実践

●働く女性を応援

当社では「育児休業制度」をはじめ、社員が安心して育児できるよう、子どもの年齢に関係なく子どもを育てる社員を対象とした「育児短時間制度」や時差勤務、時間外労働・深夜業の制限などを社員からの申し出によって取得できる制度を設けています。

2013年度中、新たに「育児休業制度」を取得した社員は8名、「育児短時間制度」を利用している社員は9名(学校の春・夏・冬休み期間はさらに4名が申請)で、臨機応変に制度を利用できることで、育児をしながら働く女性を応援しています。

また近年では女性社員の活躍もめざましく、女性の活躍推進に向けた体制の整備や風土づくりが重要と認識し、積極的に女性の管理職への登用を推進しています。2013年度は当社で初めての女性管理職が2名誕生しました。

このような取り組みが評価され、2013年1月に本社のある岐阜県大垣市より「大垣市男と女のがやままちづくり表彰(事業者の部)」をいただきました。



表彰状



大垣市男と女のがやままちづくり表彰

●障がい者、高齢者の雇用

当社は障がい者の雇用に積極的に取り組み、個々の適性に応じた就業環境整備に注力しています。その結果、障がい者雇用率は2013年4月には2.12%と、法定雇用率(2.0%)を上回っています。

また、60歳以上の定年退職者を対象に「再雇用制度」を

導入し、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後輩への育成と、技術を伝承することを目的に活躍していただいています。2013年度は定年退職者6名のうち5名の方に継続的に勤務していただいています。

VOICE 社員の声



うまれ、はぐくむ

タフト部デザイン制作1課
木村 さおり

育児休業制度という大きな受け皿があったからこそ、子どもと過ごした一年間はとても充実していました。「ずっと一緒に過ごしたい」けれど…。限られた時間の中で真摯に息子と向き合い、いろいろな人とふれあったり地域の施設を利用したりする時間をいただけたのは、私自身の成長にもつながったと思います。

また、復帰後も以前と同じ環境で働かせていただけることに感謝しながら、女性ならではの目線で少しでも会社の役に立てる人間になりたいと、仕事への考え方にも変化がありました。これからもダイバーシティがさらに進み、いろいろな視点からの企画がうまれて、ともにはぐくんでいける会社になるといいなと思います。

VOICE 社員の声



働ける環境に感謝

本社工場 製本一課
吉川 美芳

再雇用にて勤務させていただき、はや2年経過しました。仕事は外注管理業務で、仕様内容・日程等に苦慮する面がありますが、製品が計画通りに入荷し、そしてその出来栄えが良かった時は、ホッとすると同時に嬉しさがあります。緊張感と感動をもって働けることが、気持ちの張りとなり日々の暮らしに充実感があるように感じます。再雇用制度に感謝!そして家族に感謝です。残り期間、健康に留意し、微力ながら貢献したいと思っています。



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・事務活動も含めた全ての企業活動において、環境への負荷低減を心がけ、持続可能な社会の構築に貢献できるよう、積極的に行動します。

環境マネジメントシステム

外部・内部の監査体制を充実させ、運用状況を厳しくチェック

●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。

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）において問題などが社長に報告され、改善や是正のための指示を受ける体制となっています。

●2013年度内部環境監査

2013年度は本社、中、西の3工場を中心に、

1. 過去の内部監査指摘事項の把握と確認
 2. 定期審査は是正処置後の状況確認
- の2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6件と前年度を上回ることができました。しかし、改善の機会（できれば改善した方がよいと思われる点）が48件あり、直ちに改善策を話し合い実施しました。

●外部機関による審査

2013年8月6日～9日、ISO14001に基づいて更新審査が行われました。総合所見では過去3年間の環境目的・目

標に対する取り組みが審査され、一部の目標については苦戦しているものの、PDCAを回し継続的改善を進め目標達成に向け努力していると評価を受けました。

ストロングポイントとしては「第2回カーボンオフセット大賞奨励賞」の受賞が取り上げられました。その際に「被災地支援型・地産地消型カーボンオフセット等の印刷普及・啓蒙活動」の取り組みは、印刷物の先進的な新たな環境対応の一つとして評価いただきました。

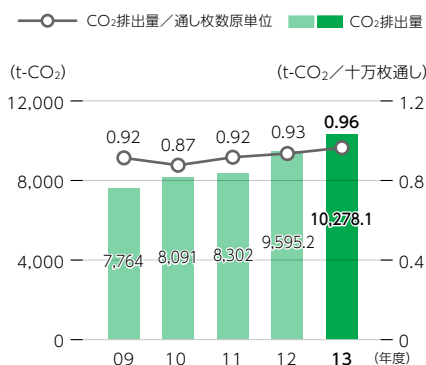
改善の機会としては、より危険性の高い特管廃油の漏洩手順を作成してテストを行う必要があるなど、11件の指摘を受けました。改善可能な指摘に関しては是正と関連部署への水平展開を行いました。

また、FSC®（森林認証制度）の審査においても、2日間にかけて維持審査を受け、重大・軽微ともに該当はありませんでした。観察事項として、委託先情報の整理・管理方法について改善の余地があるなど3件の指摘を受けました。



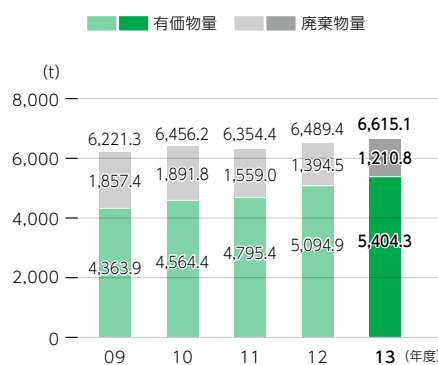
FSC®森林認証の維持審査

CO₂排出量／通し枚数原単位の推移

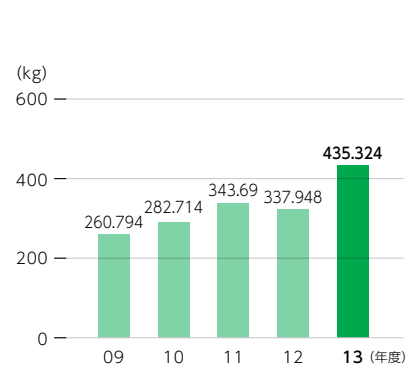


※CO₂の排出量は調整前の数値です。

不要物総発生量の推移



PRTR取扱量の推移



QMSとEMSを連動させた取組み

本社社屋にて飼育している大垣の魚“ハリヨ”に象徴されるように、当社では「ハリヨが泳ぎ、ホテルが舞う水都」をめざして、廃水による水質汚染防止に継続的に取り組んでいます。

また、地球温暖化の防止策としてCO₂排出量の算出システムを構築し、カーボンオフセット情報収集や該当算出システムの推進をテーマに活動してきました。この経験をもとに2014年度より「事故・刷り直し報告書のCO₂排出量を対前年比50%削減」を新たに全社テーマとし、各工場・各部門で具体的な手段を講じた取り組みをスタートしました。これは品質トラブルの削減を環境の指標で評価する、サンメッセQMSとEMSを連動させた活動です。

また、2014年度にはゼロエミッションを達成すべく廃液の再資源化に取り組んでいます。

取締役 執行役員 品質保証室長 竹林 啓路



低炭素社会実現に向けて

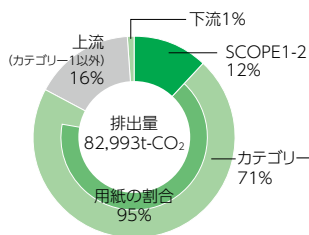
積極的な情報開示で、環境先進企業を目指す

●「SCOPE3基準」に対応した社内ガイドラインの策定

カーボンディスクロージャープロジェクト(CDP)をはじめ、ステークホルダーを中心としたサプライチェーンマネジメントの一環として、「SCOPE3基準」による温室効果ガスを算定する動きが強まっています。

当社では、「サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン(環境省/経済産業省)」に沿って、具体的な算定方法を整理した社内ガイドラインを制定しました。

カテゴリ1にフォーカスした 当社のCO₂排出量



2013年度は、対象の15カテゴリのうち、9カテゴリ(非該当:5カテゴリ、非対象:1カテゴリ)において排出量

算定を行いました。今後は、対象項目の追加や数値の精緻化を行い、取り組み管理項目を選定することで、継続的に排出量の可視化や削減に向けた取り組みを実施する予定です。

特に、「カテゴリ1:購入した製品・サービス」の占める割合が高く、中でも用紙の割合が95%となっています。この結果から、用紙の環境対応が今後の課題であると考え、FSC認証紙や間伐材ペーパー等の環境対応紙の活用を推進しています。

※各カテゴリについての詳細はP.34をご参照ください。

●電気使用量の削減

2013年にIPS部門が本社第5工場の3階に移転したことによる電気使用量増加への対策を行いました。具体的には空調設備の冷房効率を上げる装置導入や、省エネ効果の高い配電用変圧器の導入によって、年間電気使用量を13,000kWh/年の削減を図ることができました。

ゼロエミッションへの取り組み

活動を拡げ、ゼロエミッションに向け前進

●不要物総発生量

2013年度は生産量の増加に伴い、不要物総発生量が前年度比で2%増加しました。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。

また、各工場が「現像廃液削減装置」を稼働させていることで、生産量が増加しても廃アルカリの割合が減少しました。

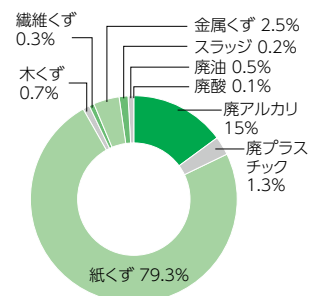
●対象物質を拡げリサイクル率をUP

2013年度のリサイクル率は前年度より0.18%アップさせ98.18%となりました。従来、硬質プラスチックについては粉碎し埋立をしていましたが、処理業者の変更により再生ペレットやRPFとしてリサイクルを可能にしました。

その結果、埋立量を0.38t減少させてリサイクル率向上につなげました。

2014年度は各工場から発生する廃油・廃酸・廃アルカリについて順次リサイクル化を進めることによって、リサイクル率をさらに0.87%上げ99%を目指します。工場ごとの年間計画・目標を立て、ゼロエミッションに向け会社全体で取り組んでいきます。

不要物総発生量の内訳



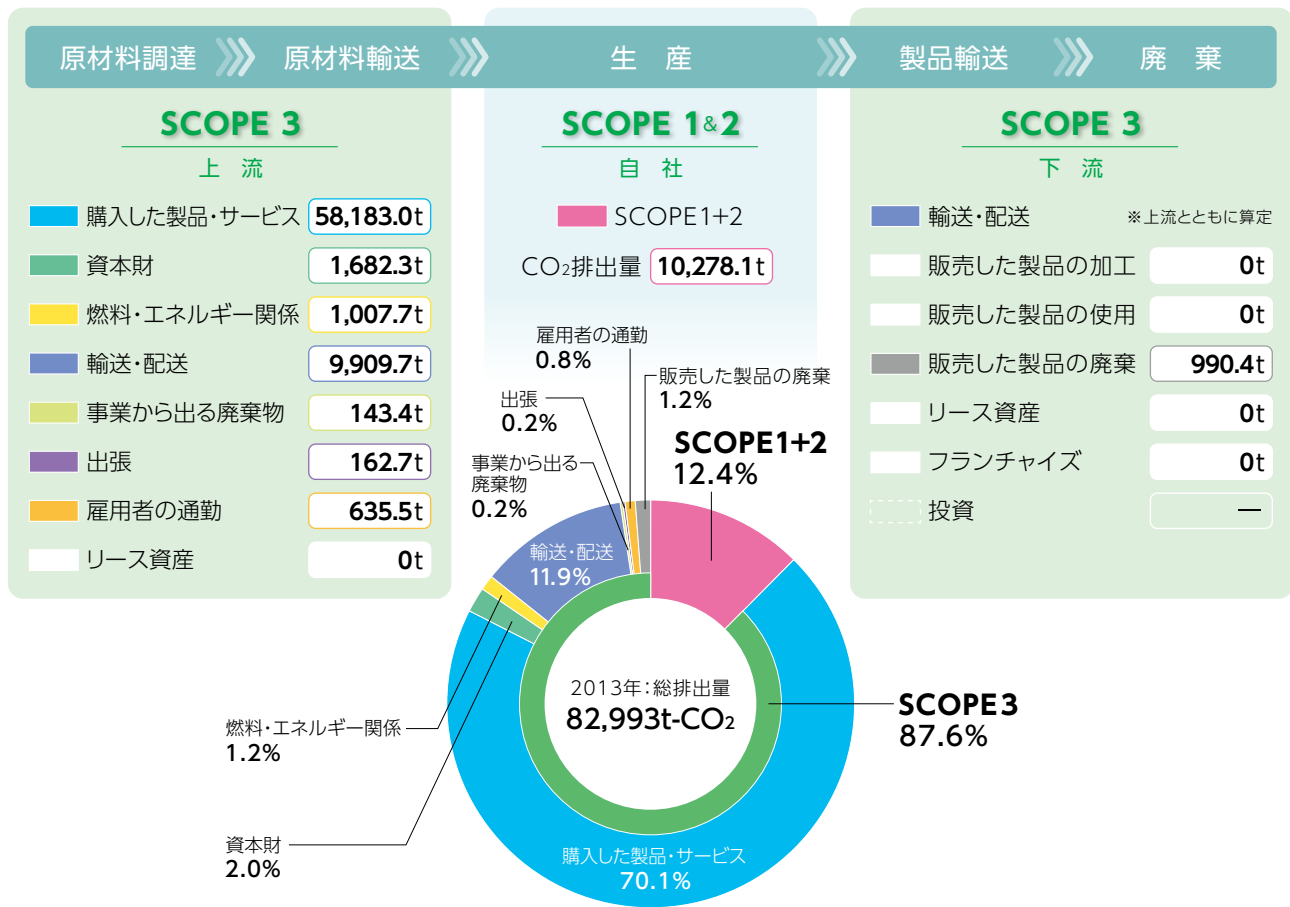
2013年度環境活動概要

環境活動の目標・実践



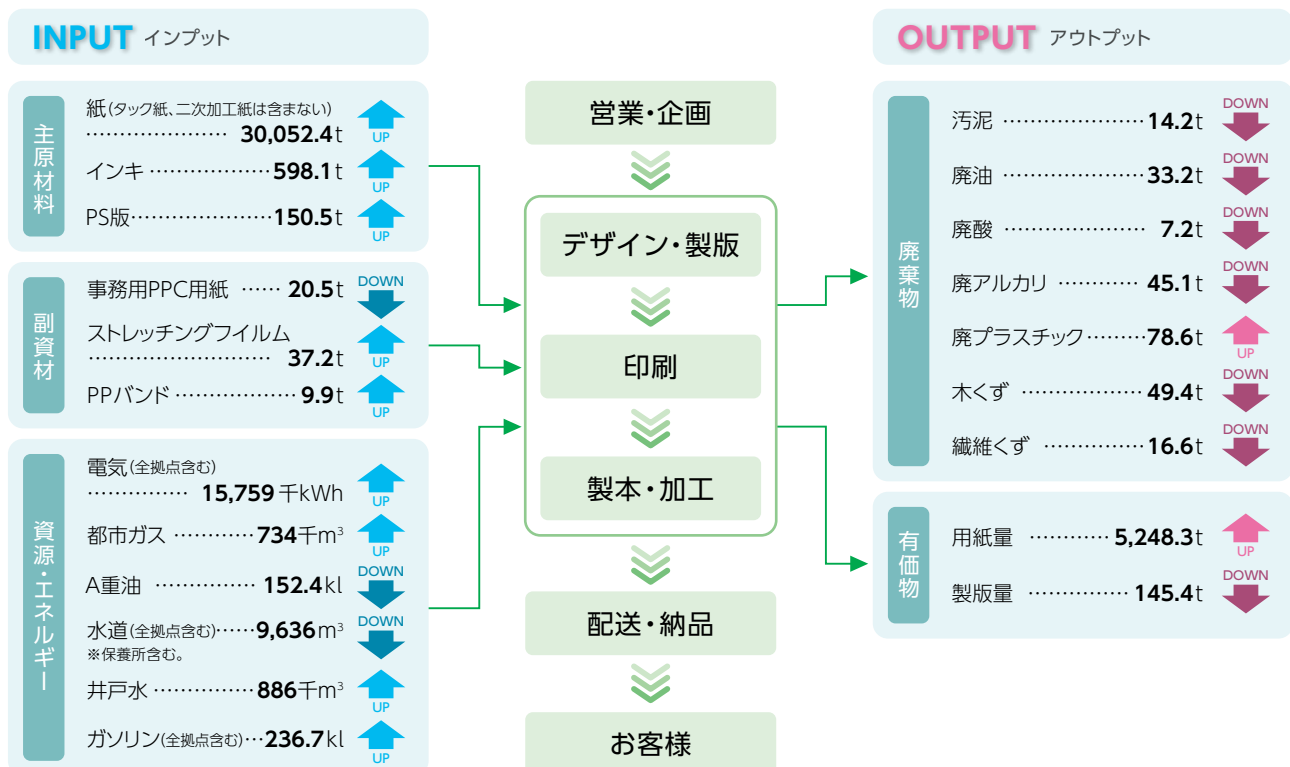
基本行動指針	2013 年度計画 および目標	2013 年度実績	評価	該当主管部署
循環型社会を目指し、省エネ、省資源、リサイクル活動を積極的に推進します。	電気使用量原単位を対前年比 1%削減	UV印刷機・中綴じ機の二交代勤務などで電気使用量が増加し、目標達成には至りませんでした。電気使用量原単位対前年比 4.3%増加しました。		全工場 全営業拠点
	都市ガス使用量原単位を対前年比 1%削減	都市ガスの使用量原単位対前年比 3.9%増加しました。		本社工場オフ輪課
	産業廃棄物の削減（リサイクル率 99%以上）	クリーンセンター行き焼却ゴミについては、外観から内容物が確認できるように透明ビニール袋の使用を徹底するとともに、可燃ゴミシール、RPF シールの運用で分別意識の向上を図りました。 プリプレスからの廃棄物は焼却・埋立処分されていた物を、軟質・硬質のプラスチックに分類して有価物として回収、再生ペレットの原料として再利用となりました。フィルム端材も RPF として再利用となりました。（リサイクル率：前年度実績 98.019% → 2013 年度実績 98.175%）		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。	調査依頼件数の実績報告	化学物質の調査依頼は 17 件あり、有害で危険性のある物質はありませんでした。また、四半期ごとに開催されるマネジメントレビューにて実績報告を行いました。		全営業拠点 品質保証室
	代替品件数の実績報告	新規登録される材料において MSDS（化学物質安全性シート）を確認し、PRTTR 物質に該当するか否かの調査を実施。該当物質を含む材料であれば PRTTR 自動集計に登録を行い、物質名・取扱量・排出量・移動量の把握を行いました。しかし、代替品件数の把握には至りませんでした。		全工場 品質保証室
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。	クレーム0件	前年度、第 5 工場オフセット輪転印刷機から排出される臭気に対するクレーム対応として、白金触媒を交換したこともあり、臭気クレームはありませんでした。製紙メーカー引取りの古紙回収カゴへの異物混入クレームもありませんでした。		全工場 全営業拠点
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。	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%グリーン購入しました。文具類については年間目標 80%に対して 82.2%となり、エコマーク商品の購入を意識することで目標がクリアされています。		全工場 全営業拠点
	CO ₂ 排出量の算出システム推進	カーボンオフセットの受注件数は 27 件で 56t でした。そのうち東日本大震災の被災地支援型カーボンオフセットは 14 件で 42t でした。グリーン電力購入量は 1 件で 600kWh、カーボンフットプリントは 4 件でした。		営業企画 全営業拠点
	FSC® 森林認証の受注推進	2013 年度実績は、191 件：1,002,817kg と前年度実績より受注が増えています。（2012 年度実績：162 件：944,416kg）		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。	EMS のレベルアップと維持・改善	8 月に行われた更新審査ではカテゴリー B 以上の指摘はありませんでした。また、審査前には内部監査員へのレベルアップ教育を行うとともに、監査する部署に対して過去に指摘された事項（外部・内部監査）の把握を行い、内部監査を実施しました。 カテゴリー B：7 件、カテゴリー C：48 件、ストロングポイント：6 件の指摘を挙げ、是正を行いました。		全工場 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。	教育・訓練計画の完全実施（各 MS との同時開催を推進）	環境についての教育訓練の実施率は 56.3%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。	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を充実	年間 2 回の「オールサンメッセグリーン作戦」では、各拠点の敷地内及び周辺地域の清掃を行いました。また、「小さな親切運動」など地域のクリーン活動にも参加。当社ボランティア委員会主催による「スタンプラリー&グリーン作戦」では、社員とご家族の参加を募り、地域の清掃活動を行いました。		全工場 全営業拠点（総務部）

サンメッセのSCOPE3



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。



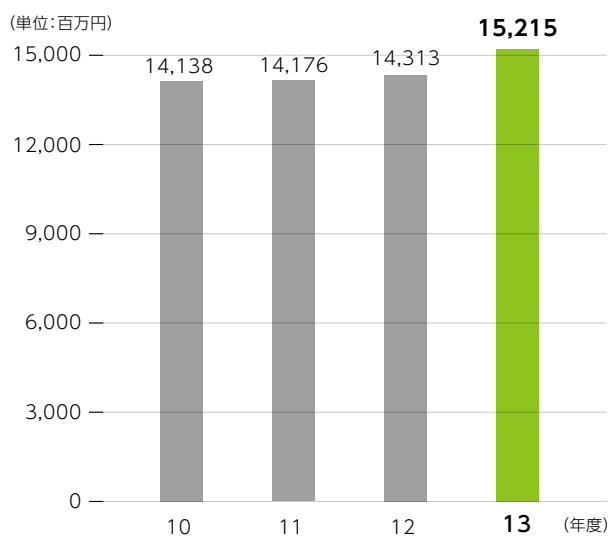
Go With Sincerely.



財務

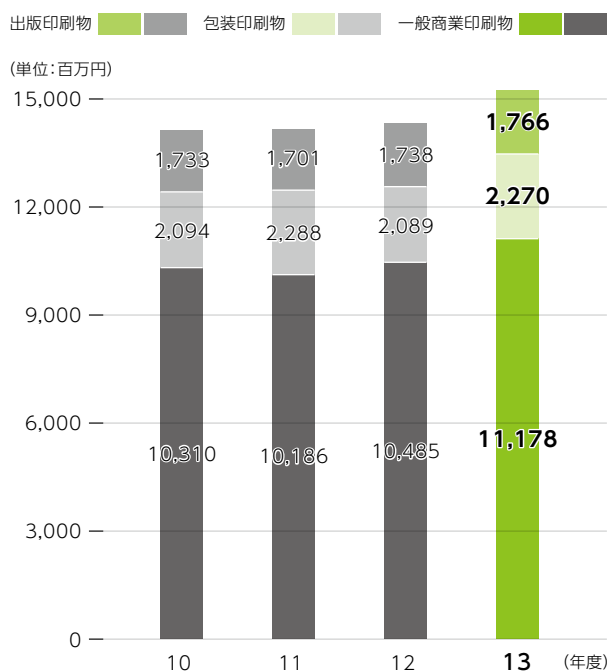
サンメッセでは、会計上の法令遵守はもちろんのこと、ステークホルダーに向けた積極的な財務情報の開示に今後も努めていきます。

売上高

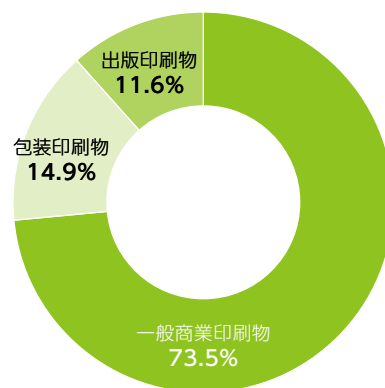


当期の売上高は、一般商業印刷物のカタログ等が前期を上回ったこと等により、前期と比べて9億2百万円増加し、152億15百万円となりました。

セグメント別売上高



セグメント別売上構成比 (2014年3月31日現在)



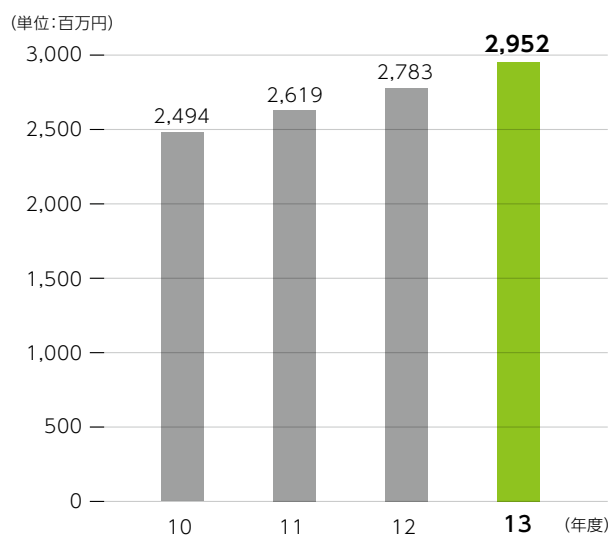
財務的な見地から業績向上に努める

2014年3月期の業績につきましては、特需的な要因もあって売上高は増収となりました。利益面におきましては、営業利益、経常利益ともに増益となりましたが、当期純利益につきましては、土地に係る減損損失を特別損失に計上したことにより大幅な損失となりました。なお、今まで当社は、子会社の資産や損益などからその重要性は乏しいものとして、連結財務諸表は作成していませんでした。しかし、一昨年に設立したサンメッセタイランドの営業活動も軌道に乗りはじめ、今後は更に海外ビジネスを強化していく必要があり、その重要性は増すものと思われるため、2015年3月期より、子会社2社を対象に連結決算に移行することとなりました。今後は、企業グループ全体の経営管理を効果的に実施していくことが必要になります。引き続き、財務的な見地等から業績向上に向けて努力してまいります。

執行役員 経理部長 千代 耕司

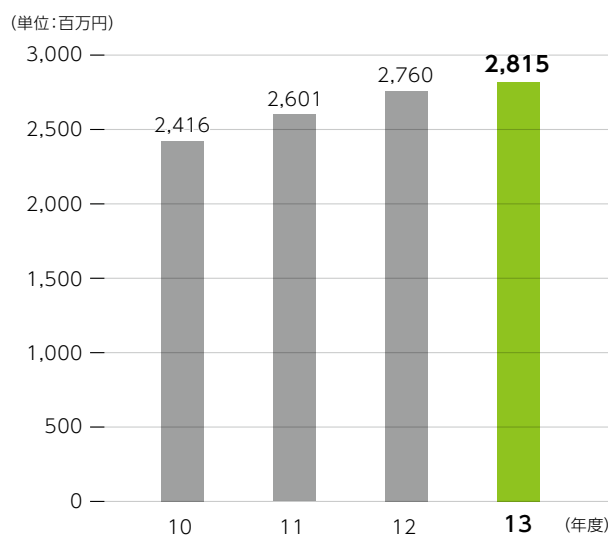


売上総利益



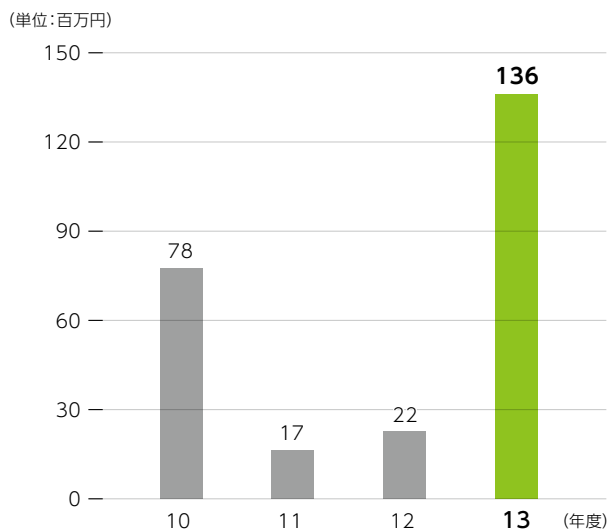
当期の売上総利益は、売上高が増加したこと等により、前期と比べて1億68百万円増加し、29億52百万円となりました。

販売費及び一般管理費



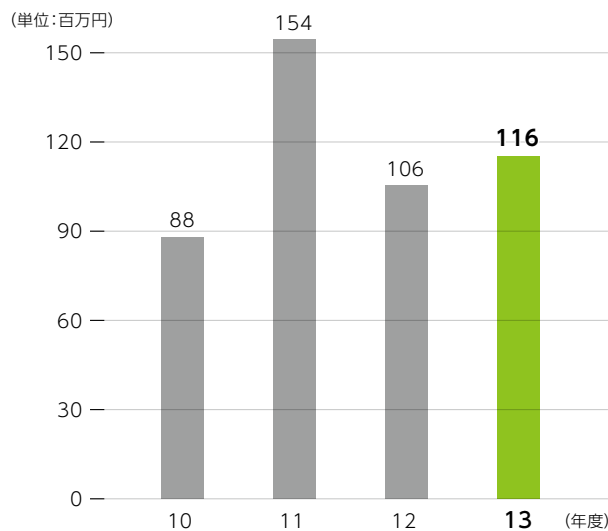
当期の販売費及び一般管理費は、運賃及び荷造費35百万円、賞与引当金繰入額が16百万円それぞれ増加したこと等により、前期と比べて55百万円増加し、28億15百万円となりました。

営業利益



当期の営業利益は、1億36百万円となり、前期と比べて1億13百万円の増益となりました。

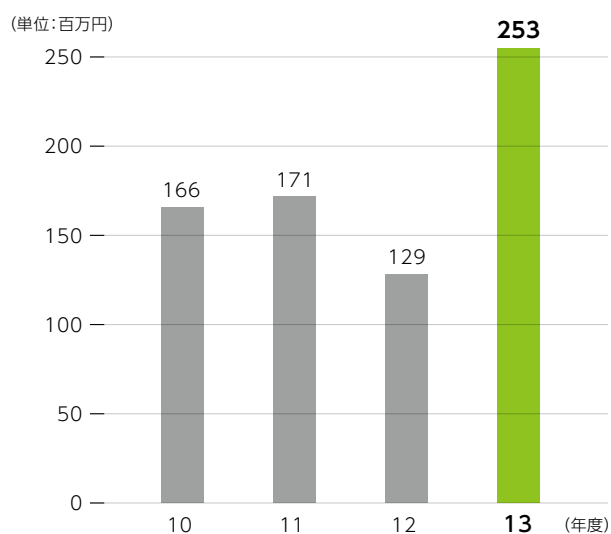
営業外損益



当期の営業外損益は、受取配当金が6百万円増加したこと等により、前期と比べて10百万円増加し、1億16百万円の収益となりました。

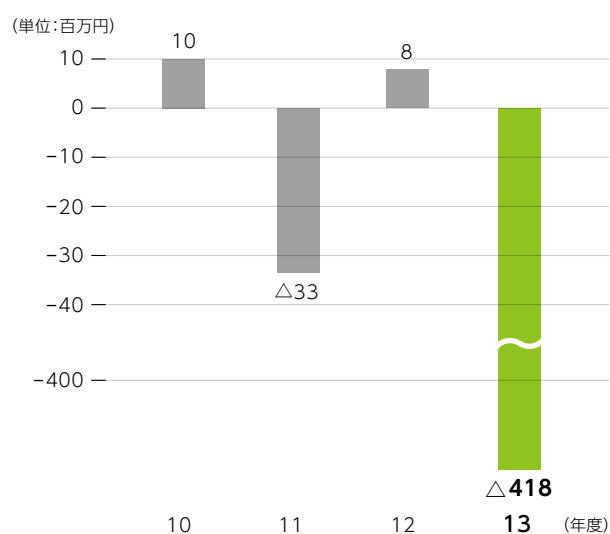
財務

経常利益



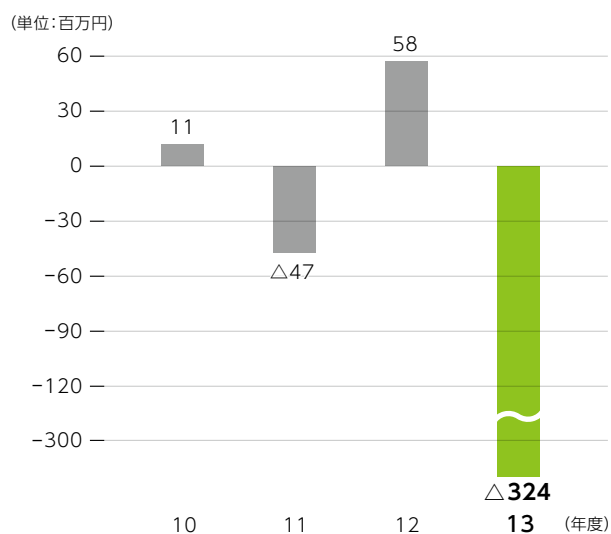
当期の経常利益は、2億53百万円となり、前期と比べて1億24百万円の増益となりました。

特別損益



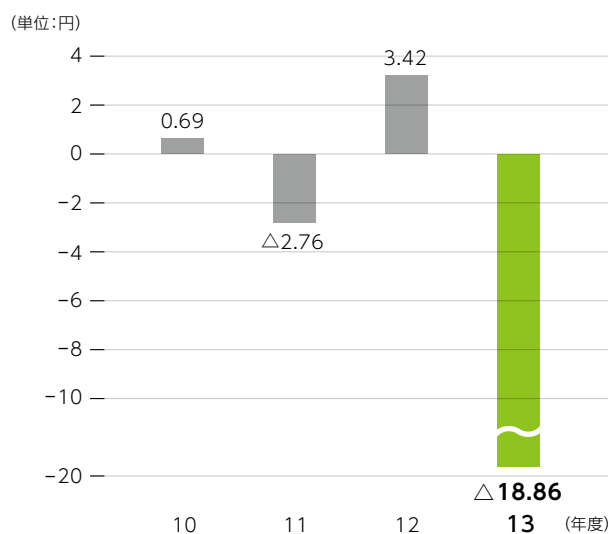
当期の特別損益は、減損損失4億58百万円を計上したこと等により、前期と比べて4億26百万円減少し、4億18百万円の損失となりました。

当期純利益(純損失)



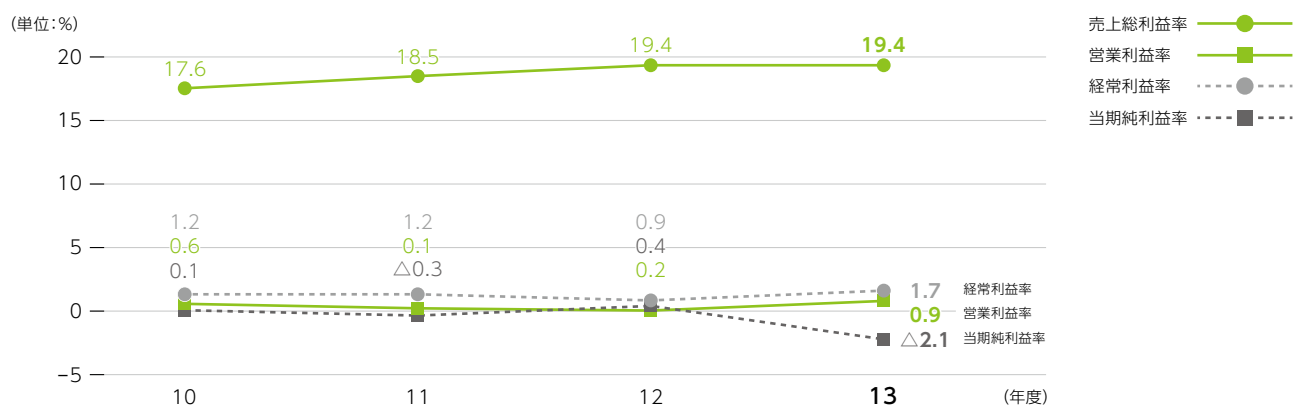
当期の当期純損失は、上記の要因に加え、法人税等が増加したことにより3億24百万円となり、前期と比べて3億83百万円の減益となりました。

1株当たりの当期純利益(純損失)

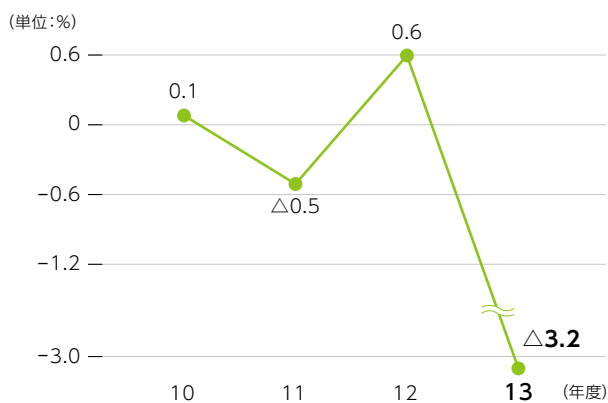


1株当たりの当期純損失は18.86円となり、前期と比べて22.28円減少しました。

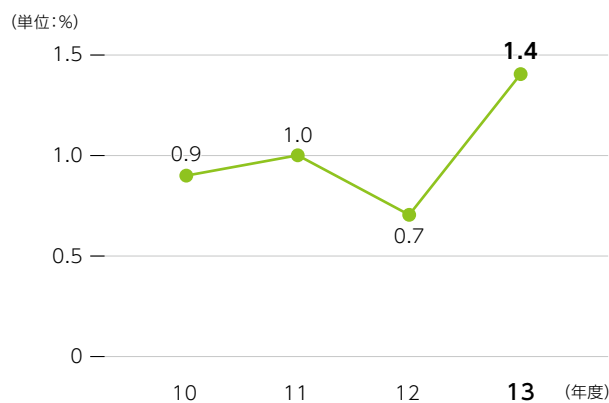
利益率



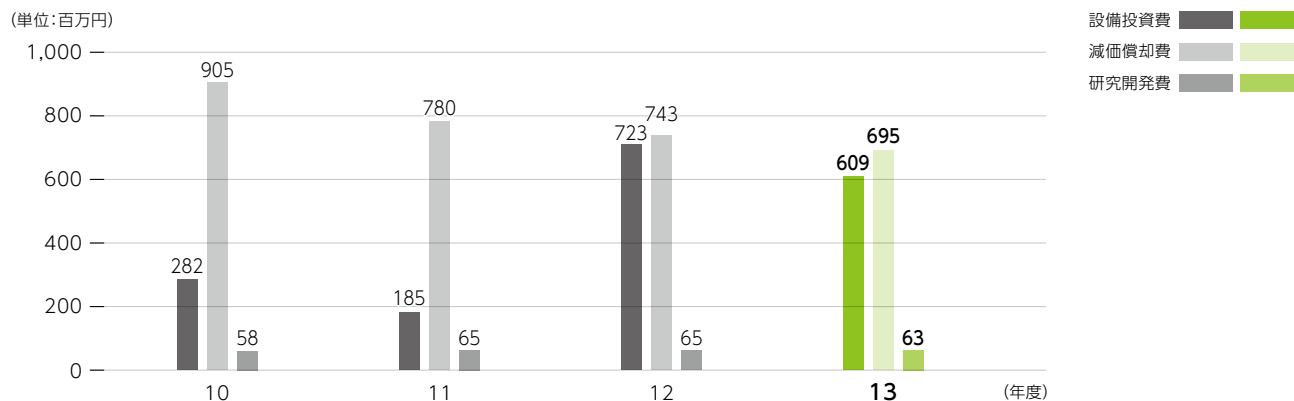
ROE (自己資本当期純利益率)



ROA (総資産経常利益率)



設備投資費・減価償却費・研究開発費

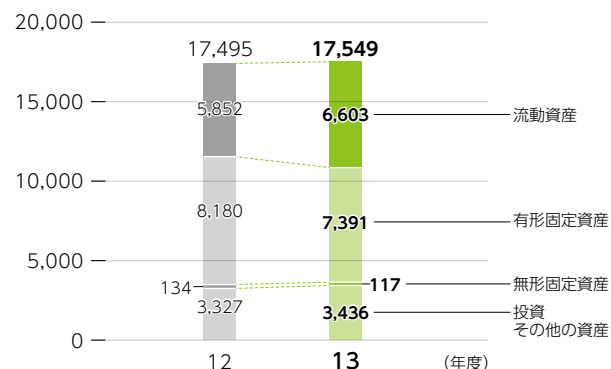


財務

貸借対照表 (2014年3月31日現在)

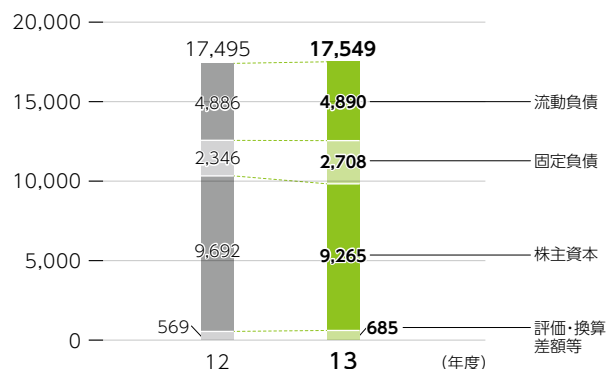
資産の部

(単位:百万円)



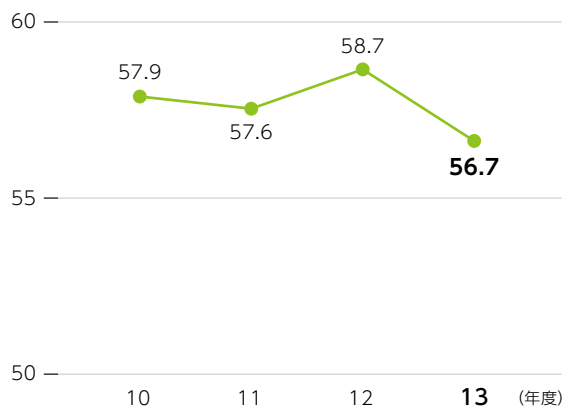
負債・純資産の部

(単位:百万円)



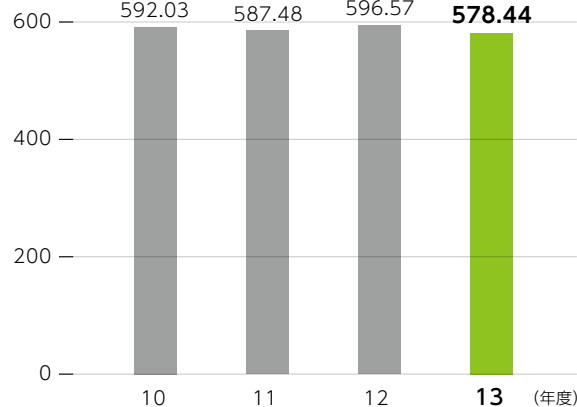
自己資本比率

(単位:%)



1株当たりの純資産

(単位:円)



当期末の流動資産は、前期末と比べて7億51百万円増加し、66億3百万円となりました。これは、現金及び預金が2億33百万円、売掛金が4億17百万円それぞれ増加したこと等が主な要因です。

固定資産は、前期末と比べて6億97百万円減少し、109億45百万円となりました。この主な要因としては、土地の減損処理により4億58百万円減少したこと等にあります。

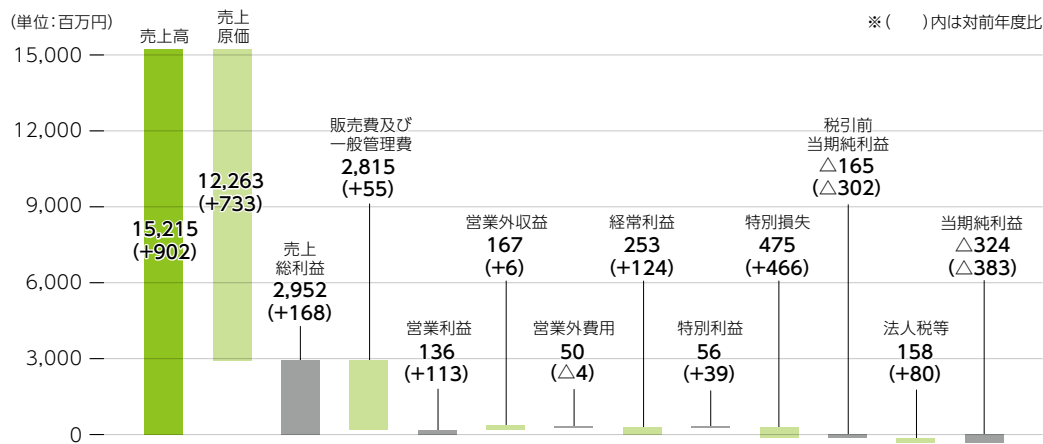
流動負債は、前期末と比べて3百万円増加し、48億90百万円となりました。短期借入金が4億円、設備関係未払金が2億47百

万円それぞれ減少しましたが、買掛金が2億90百万円、未払法人税等が91百万円、それぞれ増加したこと等が主な要因です。

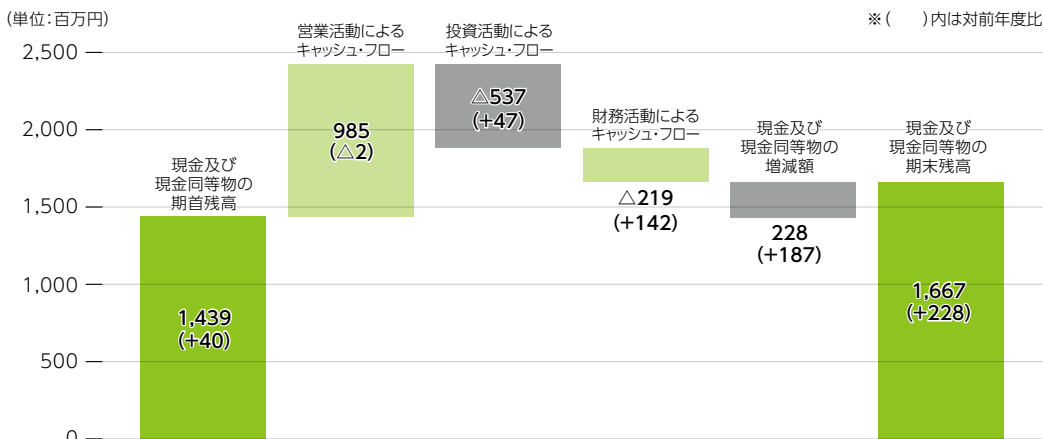
固定負債は、前期末と比べて3億61百万円増加し、27億8百万円となりました。この主な要因としては、長期借入金が3億6百万円増加したこと等にあります。

純資産は、前期末と比べて3億11百万円減少し、99億50百万円となりました。これは、その他有価証券評価差額金が1億15百万円増加しましたが、減損損失の発生等のため、繰越利益剰余金が4億27百万円減少したこと等が主な要因です。

損益計算書 (2013年4月1日~2014年3月31日)



キャッシュ・フロー計算書 (2013年4月1日~2014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2百万円減少し、9億85百万円となりました。これは営業収入が54百万円増加しましたが、人件費の支出が57百万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47百万円増加し、5億37百万円となりました。これは有形固定資産の取得による支出が1億32百万円増加しましたが、投資有価証券の売却及び償還による収入が1億48百万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1億42百万円増加し、2億19百万円となりました。これは短期借入金の返済による支出が6億70百万円増加しましたが、短期借入による収入が4億円増加し、長期借入による収入が4億50百万円増加したこと等によるものです。

これらの結果、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2億28百万円増加し、16億67百万円となりました。

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。「企業が伸びる 地域が活きる 協働推進の15年」(サンライズ出版)他著書多数。

1.「内」なるステークホルダーをクローズアップ

昨年も高く評価した「読みやすさ」は、今年も健在です。いえ、昨年以上に読みやすくなっています。本業を活かした最大の強みと言ってもいいでしょう。特に、たくさんの社員がステークホルダーとして登場しているのが、何と言っても今回の特徴です。

40名近い人が、座談会という形式を中心に、自分の言葉で意見を述べており、「内」なるステークホルダーをクローズアップしたことの意味は大きいと思います。身近な人の登場が、社員への大いなる刺激になることでしょう。「次は私も」という雰囲気が出てくれれば大成功!?、と言えるのではないのでしょうか。

2.「Go With ●」と「●」に入るもの

「VISION 2016」新・中期経営計画のスローガンとして、「Go With ●」が掲げられています。この「●(ドット)」に入るものとして、報告書の中では「Sustainability」を大前提に、「Strength」「Global」「Confidence」「Dream」「Sincerely」(コーポレート・ガバナンス、社会貢献活動、サプライチェーン、人権と雇用、環境保全活動、財務)が挙げられています。これらはそれぞれが意味をもち、サンメッセとしての「次なるステージ」を示唆しているものと考えます。

社員それぞれの「●」を大切に、「常に“前へ”の姿勢で突き進む」「お客様に愛され、社会に貢献するエリアNo.1企業へ」向けの風土づくりが期待されます。同時に、「●」には社員だけでなく、お客様、取引先、株主、地域・NPOなどステークホルダーそれぞれを想定することも必要かもしれません。

3.キーワードは、「コミュニケーションとエンゲージメント」

そのキーワードが、CSR推進の3つの約束、「①お客様を第一に考えるコミュニケーション」「②地域の活性化に役立つコミュニケーション」「③地球環境にやさしいコミュニケーション」であり、コミュニケーションが持つ力で、あらゆるステークホルダーとのエンゲージメントを図っていくことが求められています。

経営理念の改訂、4つの新事業のスタートなど、内部では意欲的に取り組みが進んでいるようですが、こうした方針や事業等を具体化する時に、どれだけステークホルダーの真摯な声が反映されているかが、これからの経営に問われてくるのではないのでしょうか?まさに、「コミュニケーションとエンゲージメント」の具現化です。

4.一歩進んだ「ステークホルダー・ダイアログ」をぜひ!

そのヒントは、一歩進んだ「ステークホルダー・ダイアログの実践」にあります。貴社が実施した「経営戦略セミナー2013」をヒントに、それを試みる企業も出てきました。セミナーの折に私から提案させていただいた「ステークホルダー・ダイアログ」は、ただ企業トップがいろんなステークホルダーから意見を聞く場を設けるのにとどめることなく、さまざまなステークホルダーとの「協働」によるダイアログのなかで、めざす方向や取り組むべき内容を具体化していくというものです。

その成果として、内部だけでは考えられないような、これまで思ってもみなかった新製品の開発や社員の意識変革などにつながりもしています。方針や事業を決めるプロセスの思い切った転換が、社内を変え、地域とつながり、社会とともに歩む企業に変身していく～という可能性を秘めた、一歩進んだ「ステークホルダー・ダイアログ」の実践に踏み出すことを期待しています。

第三者意見をいただいて

「SUN MESSE REPORT」の名称での統合レポート発行は、今回で2回目となります。文字通り、CSR活動にとどまらず本年リリースの新・中期経営計画「VISION 2016」のもと、2020年に向けた“当社のめざすべき姿”に向けて、社員一丸となり新たに始動いたしました。

経営トップの示す「Go With ●」の「●(ドット)」には、様々な思いやビジョンを描き、あらゆるステークホルダーの方々とのコミュニケーションの成果をお示しするため、関わる多くの社員による“伝えることの責任”に注力いたしました。

第三者意見では、まさにこの点に関するご評価をいただきましたものの、これら様々な活動を、今後はステークホルダー皆様のご意見を取り入れ、更なる取り組みを推進していくべきと考えております。ご指摘いただいた“一歩進んだ「ステークホルダー・ダイアログ」”へのチャレンジは、今後の大きなテーマとして掲げます。

また、依然として厳しい環境下にある印刷業界において「エンゲージメント」は、競争力をもたらす最大のキーワードであると感じております。その大きなヒントは、“地域を愛し、地域と共に…”という、経営の掲げる当社ならではの言葉に集約されていると考えております。

今後、ワークフロー改善、PDCA管理、ガバナンス面等々、改善の余地は多々ございますが、背伸びせず、あらゆるステークホルダーの皆様との対話を行うことで、レポーティングのレベルアップに努め、更なる持続可能な社会形成に貢献できる企業として、より一層成長してまいります。

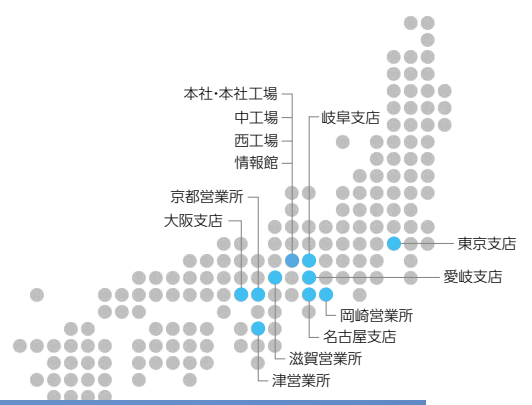


IR/CSR 企画推進室長
田中 信康

会社概要

2014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 724名(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



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



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



東京支店



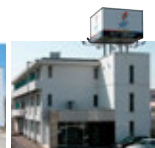
大阪支店



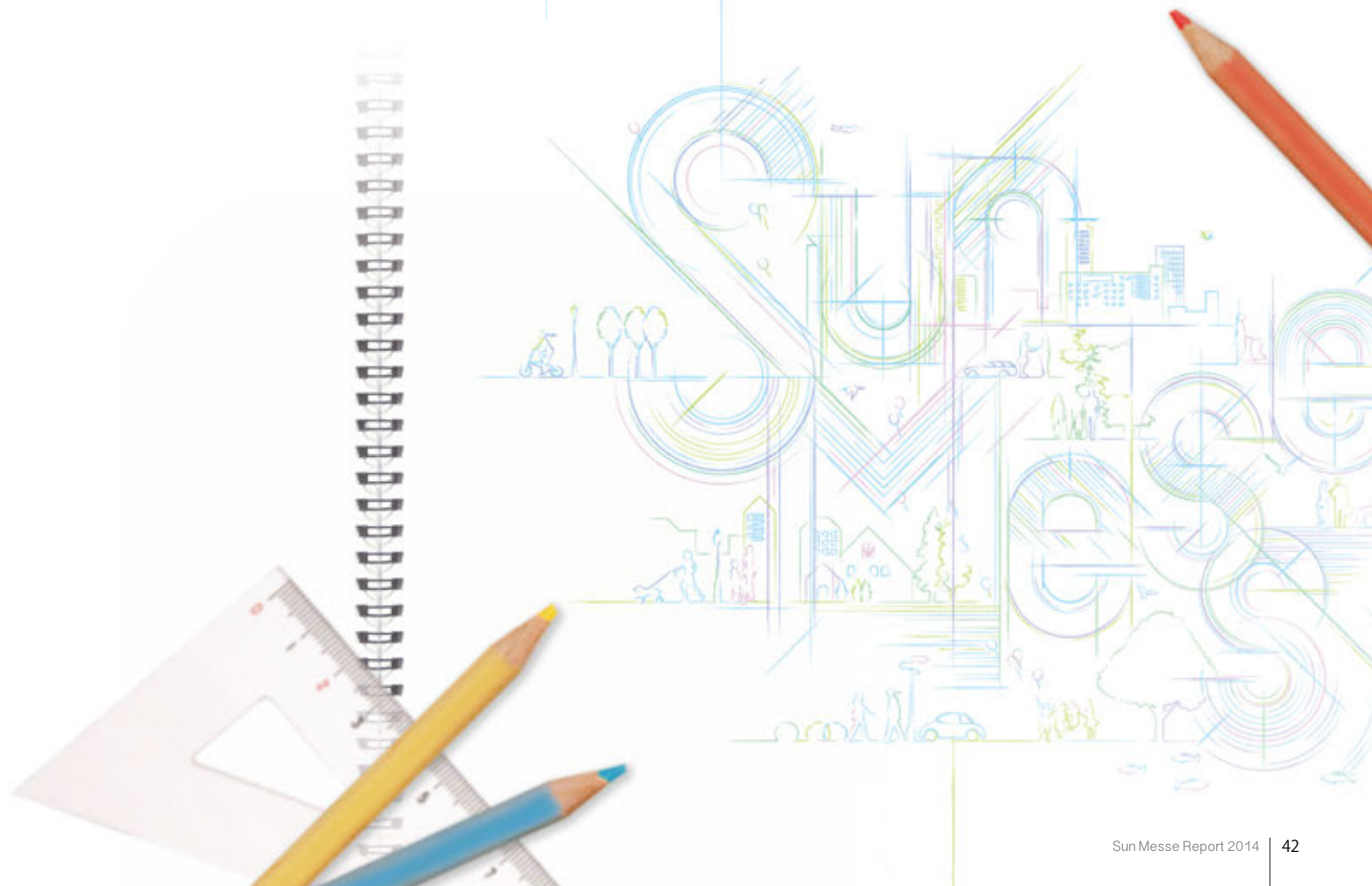
名古屋支店



愛岐支店



岐阜支店



「サンメッセレポート2014」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/>



CSR情報

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



財務情報

[http://www.sunm
ir/index.html](http://www.sunm
ir/index.html)

