

SUNMESSE



つくる。つたえる。つなげていく。

サンメッセ統合レポート 2015

Sun Messe Report 2015

おかげさまでサンメッセは 創業80周年を迎えました。



1935

昭和10年

田中印刷所創業

1966

昭和41年

田中印刷興業(株)と改称



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



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



Sun Messe
80th
Anniversary

つくる。つたえる。つなげていく。

【ロゴマーク】主に祝い事で用いられる水引をイメージ。束ねられた紙紐のラインは社員の結束と、ステークホルダーの皆様とのつながりを表わしています。一筆書きとすることでサンメッセの強みである社内一貫体制と、未来永続の願いを表現しています。

【キャッチコピー】サンメッセが新たなビジネスを「つくる」企業であること。それを多くの人に「つたえる」企業であること。そして、新しいビジネスを次の時代、未来へ「つなげていく」企業であることを表現しています。

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関する取り組みを報告してまいりましたが、2013年度より、財務情報・非財務情報を総合的に報告する「統合レポート」を発行しております。

3度目の発行となる今年度は「サンメッセの重要課題(マテリアリティ)」にフォーカスしました。

当社を取り巻く環境をベースに取り組みべき課題を検討・抽出し、それに対する経営の考え方や施策、具体的な取り組みまでを一つのストーリーとして描くよう編集いたしました。

本レポートを通じて、当社の現状、課題に対する姿勢や、当社がめざす今後の方向性などについて、多くのステークホルダーの方々にご理解いただければ幸いです。

【活動報告の対象期間】

2014年4月～2015年3月(一部、2015年4月以降の情報を含まず)

【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】

2015年10月 ※次回発行予定2016年9月

【参照ガイドライン】

- ・国際統合報告評議会(IIRC)「国際統合報告フレームワークver 1.0」
- ・環境省「環境報告ガイドライン2012年版」
- ・GRI「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版」
- ・ISO26000

【見直しに関する注意事項】

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

【お問い合わせ】

コーポレートコミュニケーション戦略推進室
ircsr@sunmesse.co.jp

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

2000
平成12年
決戦関ヶ原大垣博開幕

2007
平成19年
FSC®/CoC森林認証取得

2013
平成25年
Roll to Roll機導入

1989
平成元年
日本イベント企画(株)設立

2001
平成13年
ISO14001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

2009
平成21年
UV印刷機導入

2015
平成27年
第11回LCA日本フォーラム表彰において奨励賞を受賞

2015
平成27年
創業80周年



1990
平成2年
田中印刷興業(株)を中心に関連会社4社を統合し、新社名をサンメッセ株式会社と改称。資本金54,185,800円

2003
平成15年
プライバシーマーク付与認定

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

2015
平成27年
ハイブリッドUV印刷機導入

1995
平成7年
株式を店頭公開、資本金1,236,114,800円

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

2012
平成24年
タイに合併会社 Sun Messe (Thailand) Co., Ltd. を設立

1999
平成11年
本社・本社工場を新築

報告メディアについて

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



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

社是

顧客の満足
社員の幸福
業績の向上

経営理念

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

経営基本方針

積極経営
イノベーション経営
コンプライアンス経営
環境経営
人間尊重企業

CONTENTS

- 1 プロローグ～サンメッセ創業80周年～ 編集方針
- 3 トップメッセージ
- 7 財務レビュー
- 企業価値創造
- 9 営業戦略
- 11 製造戦略
- 13 [特集]サンメッセのマテリアリティ
- 2014年度ハイライト
- 17 ①女性の活躍を推進
- 19 ②LCAの積極的な取り組み
- 21 ③地域とともに歩む
- 23 ④誠実な企業活動
- 25 外部専門家意見
- 26 会社概要

Top Message

**「お客様第一主義」を貫き、
さらなる企業価値向上を
めざすうえで、
事業を通して社会に貢献する
グッド・パートナー企業で
あり続けることが大切です。**

代表取締役社長

田中義一



Go With^{ドット}

～次なるステージへ～

2014年度をふりかえり

2014年度は、新・中期経営計画「VISION 2016」をリリースし、「総合力を活かし、一貫生産による一社責任体制の強化」を推進してまいりましたが、厳しい経営環境の中、売上高は当社グループの主力製品である商業印刷物のカタログ・ダイレクトメールの受注が減少したこと等により、連結で153億60百万円と当初予想をやや下回りました。また、予想以上に原材料費の値上がり等の影響が大きく、利益面では連結ベースで営業利益92百万円の営業損失、経常利益41百万円、当期純利益19百万円と、ともに当初予想を下回る数値を計上する残念な結果となりました。

決して満足いく結果を残すことはできませんでしたが、当社グループの今後の成長のための土台づくりはしっかり行うことができたと感じております。

2015年度は、当社グループ全社一丸となって、経営目標の達成に向け取り組みを進めてまいります。

新・中期経営計画「VISION 2016」

まずはじめに、新・中期経営計画「VISION 2016」を策定した意図についてご説明いたします。

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中、同業者間の受注競争の激化による価格の低迷や、原材料のさらなる高騰から、依然として厳しい経営環境が続いております。同時に、品質の向上は非常に重要なファクターであり、その中で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することが必要です。そうすることで社員の幸福に、またステークホルダーである株主の皆様へ貢献し、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、さら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。

GO With^{ドット} ～次なるステージへ～

「VISION 2016」のスローガンとして、「GO With^{ドット}」～次なるステージへ～を掲げました。

当社の造語ですが、^{ドット}には、各部門単位、社員が各々の言葉を捉え、常に“前へ”の姿勢を示しています。

お客様のご要望は、ますます多様化する傾向の中、従来までの営業スタイルだけでなく、お客様のニーズを的確に捉えることが大切です。このような中で、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」という今の当社に一番フィットする言葉を見出しました。

サンメッセ株式会社
新・中期経営計画

VISION 2016

[平成26年度～平成28年度]

NEWビジネス ソリューション志向

直近、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、従来の営業スタイルそのものを変革していきます。

当社のめざすべき姿

お客様に愛され、
社会に貢献する
エリアNo.1
企業へ

『Go With^{ドット}』

～次なるステージへ～

独自性と差別化

製品技術・生産体制の強化

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と考えています。

意識改革 人間力の育成・強化

この数年において、特に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おります。

Top Message

① IPS※1事業

機密情報を含む印刷物に特化したサービス。万全のセキュリティ体制のもと、可変印刷から、封入・封緘・デリバリーまでワンストップで対応。



② パッケージ事業

多品種小ロット生産でも対応可能。製品開発から形状設計、制作、販売プロモーションに至るまで、トータルサービス。



新たな成長戦略として位置づける

4つの新事業

③ ICT※2事業

ICTを利用したデジタルコミュニケーションサービス。ICTと印刷技術との融合から、デジタルメディアを活用したご提案やコンテンツ制作まで一貫サポート。



④ コーポレート・コミュニケーション事業

お客様の企業広報全般をサポートするサービス。IRやCSRをはじめ、コンサルティングから広報コンテンツの企画制作まで、トータルに対応。



※1 IPS… Information Processing Service=万全なセキュリティのもと、個人情報などを含む印刷サービス。

※2 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。

新たな成長戦略 『4つの新事業』

お客様のご要望が多様化し、デジタル化も進み、様々な角度からの企画立案・提案力が必要不可欠な状況下、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肝要です。具体的に、新たな成長戦略として4つの新事業は上記表の通りとなります。

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。“この分野にとっても強い”というプロとともに、お客様にソリューション提案を行うことで、より付加価値の高いビジネスフィールドへ拡張、本格的な事業ポートフォリオとして成長させるべく大いに期待しております。

創業80周年「進化の年」 ～2015年度会社方針～

本年5月をもちまして創業80周年を迎えることができました。これもひとえに株主・投資家の皆様、地域の皆様をはじめとするステークホルダーの皆様を支えていただいていたからと感謝しております。

そこで、さらに当社が発展していく新たな進化のはじまりの年にしたいという思いを込めて、2015年度の会社方針を「進化の年」としました。社員一人ひとりが「進化」し、会社としても「進化」し、次のステージに進化していく意識を持って取り組んでまいります。

サンメッセ80周年ロゴマーク



つくる。つたえる。つなげていく。



当社のめざすべき姿

お客様に愛され、社会に貢献する

エリアNo.1
企業へ

[2016年目標]

(単体目標値)

売上高:
160億

営業利益率:
1.50%

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

創業者のDNAを 受け継ぐとは

～社会的責任の重要性～

創業者から受け継いだ「人のために
尽くしなさい」という言葉を大切に
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。当
社は創業より地域貢献に対して、非
常に敏感な企業体質を持っております。
企業間や地域との連携をはかり、ボ
ランティア委員会の設置や、クリーン
大作戦と称する清掃活動にも積極的
に取り組んでおります。

しかしながら、大変残念なことに
2015年8月20日、本社工場の送油管
の一部の施工不良が原因でA重油が
流出し、近隣の皆様ならびに関係者
の皆様にご迷惑、ご心配をおかけ
いたしました。深くお詫び申し上げ
ます。事故の発覚後、ただちに緊急
対策本部を設置し、被害を最小限に
留める対策を行い、事後、当該水路
近郊の清掃活動も努めさせていただきました。

全工場における緊急時の環境リ
スク評価を見直すとともに、今後
より一層のBCP対策、リスクマネジ
メントの強化をはかる必要性を強
く感じております。

ハリヨ^{※3}が泳ぎ、 ホタルが舞う水都

～当社の環境宣言～

当社の環境宣言でもあり、創業の精
神にも結びつきますが、『創業の地
である大垣の「ハリヨが泳ぎ、ホタル
が舞う水都」の美しい環境を次の
世代に引き継ぐ』、私はこの言葉に
当社の環境に対する思いのすべて
が集約されていると考えており
ます。

昨今、どの企業も環境問題を避
けて通ることはできません。当
社は環境宣言を声高らかに
行うとともに、総合印刷
企業として、CO₂排出量削減、
FSC(森林認証)の取得、
カーボンオフセットやCFP
(カーボンフットプリント)
など製品のLCA(ライフサイ
クルアセスメント)に
対する取り組みを積極的に注
力しております。そして、
これもまた何より、社員全
員の努力と協力が必要だと
考えております。

※3 ハリヨ…環境省のレッドデータリストの絶滅危惧種に指定されている大変希少な淡水魚。
冷たくきれいな水環境を必要とし、サンメッセ本社のある岐阜県西濃地方や琵琶湖東部などに
生息している。

当社のめざすべき姿

2016年度までの目標である
「VISION 2016」を達成することが
大前提となりますが、同時に
2020年までの当社のめざす
べき姿も描いております。社会
人として、サンメッセ人として、
プロとして、さらなる進化を
し、「お客様に愛され、社会に
貢献するエリアNo.1企業」の
実現をめざしていきたく
思います。

当社グループは、コーポレート・ガ
バナンスのさらなる改善を進め、
株主様をはじめとするス
トークホルダーの皆様のご
期待にお応えできるよう、
企業価値の向上に邁進いた
します。是非とも、本書に
お目通しいただき、ご意見
をいただき、より一層の
ご支援を賜りますようお願い
申し上げます。



サンメッセ大垣運河クリーン作戦



ハリヨ



取締役
執行役員
管理本部長 兼 経理部長

千代 耕司

強みである総合力を結集し、 全社を挙げて利益改善に取り組みます。

2014年度の財務的な トピックについて

当社は2015年3月期より子会社である日本イベント企画株式会社とサンメッセ(タイランド)株式会社を対象に連結決算に移行いたしました。子会社の規模は決して大きくはありませんが、今後、当社グループが成長をはかるうえで海外ビジネスについても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ま。企業価値の向上をはかるうえでも、グループ全体

の経営管理を効果的に実施していかなければならないと考えております。

2014年度の業績について

売上高につきましては、消費税増税の反動減からの回復が鈍い中、当社グループの強みである総合力を活かし受注拡大に努めた結果、連結で153億60百万円となりました。

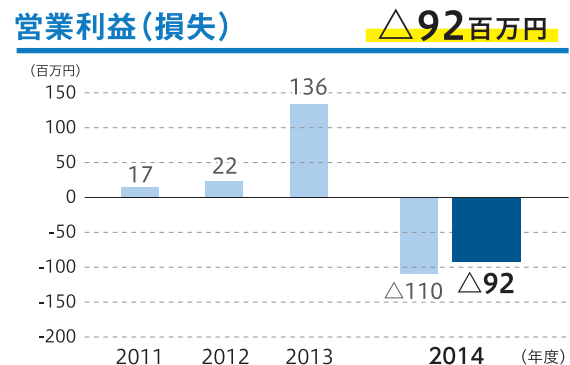
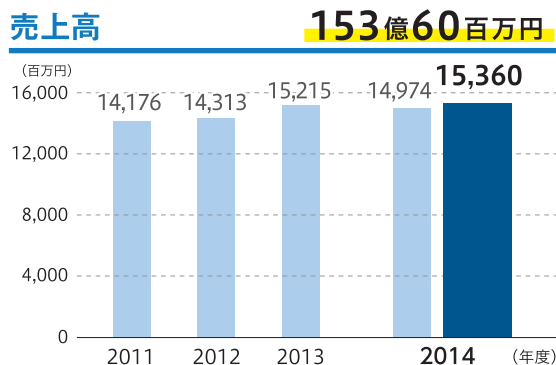
利益面につきましては、競争激化に伴う受注価額の下落が続く中、円安による原材料費の値上がり等の影響も大きく、営業損失

は92百万円となりました。経常利益は、受取配当金の増加等の影響により41百万円となりました。また、平成27年4月1日以降の事業年度に適用される、法人税率等の引下げの影響による繰延税金資産の取り崩しのため、法人税等調整額が増加したこと等により、当期純利益は19百万円となりました。

2016年3月期は、連結ベースで売上高159億89百万円(当期比4.1%増)、営業利益2億19百万円、経常利益3億23百万円(当期比684.3%増)、当期純利益1億69百万円(当期比758.5%増)を見込んでおります。

連結決算ハイライト

連結 ● 単体 ○ (参考)



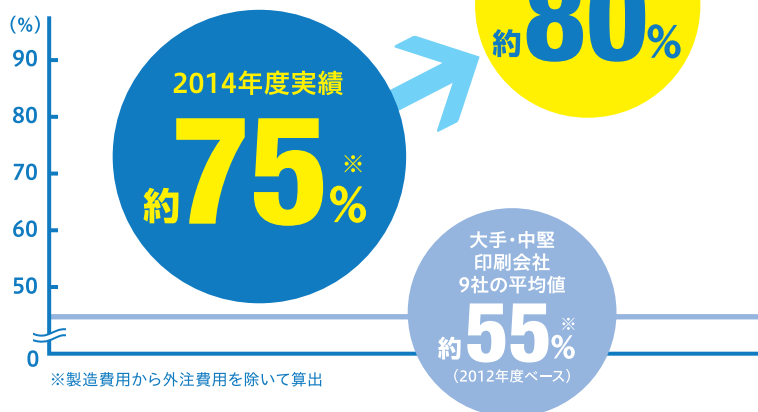
財務戦略について

当社グループの強みでもあります「社内一貫生産体制」のメリットを最大限活かすためには、当社の特長である多様な製造機器を活用した内製比率の向上が大きなポイントとなります。そのため、まずは外注加工費や原材料費などの変動費を極力抑える必要があります。加えて、売上高をもう一段底上げすることにより、利益率は大きく改善すると考えております。そのためにも営業、製造、購買、そして管理の各部門がそれぞれの課題を共有化し、全社を挙げてコスト低減、売上拡大に取り組むことで業績改善に努力してまいります。

株主還元に関する方針について

株主還元につきましては、将来における経営体質の強化や収益の向上に必要な設備投資、研究開発のための内部留保資金を確保しつつ、さらに経営成績などを勘案したうえで、安定的かつ継続的に行うことを配当政策の基本方針としております。

製造費用における内製化率



投資家の方々へのメッセージ

当社は、創業当時より『お客様第一主義』を掲げ、企業価値向上につながる投資を積極的に行ってまいりました。

今後、より一層、当社の強みを最大限に発揮し、まずは目の前の課題解決に真摯に取り組む、「新たな事業の創出」「さらなる生産性の向上」など、中長期的視点での成長戦略に基づいた経営に注力してまいります。

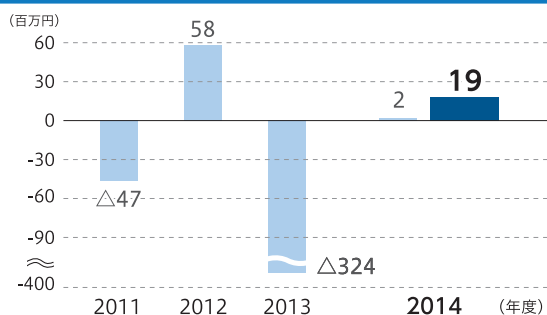
株主の皆様、投資家の皆様のご期待にお応えすべく、当社グループを挙げて精一杯努力してまいりますので、今後ともより一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

この方針のもと、2014年度の年間配当につきましては1株当たり6円（中間・期末配当各3円）とさせていただきます。今後もこの基本方針を維持しつつ、株主に対する利益還元を経営上重要な施策の一つとして位置づけ、一層の株主価値向上をめざした配当政策を実施してまいります。

これらの取り組みに注力することで、抜本的な利益面の改善を行い、近い将来において、マーケットで注目されるROEの向上に向けた資本政策に取り組んでまいりたく考えております。

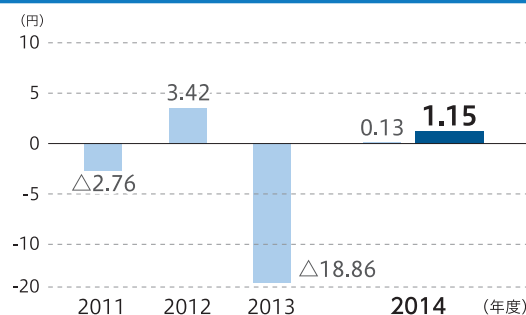
当期純利益（純損失）

19百万円



1株当たりの当期純利益（純損失）

1.15円





取締役
専務執行役員
営業本部長

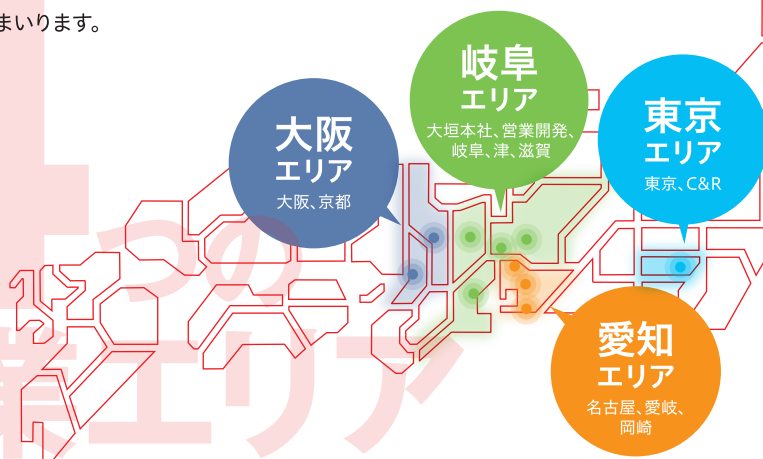
田中 尚一郎

総合力を活かした企業価値の創造と組織力の強化で、さらなる発展に向けて邁進いたします。

戦略 1 「4つのエリア営業」への展開

新・中期経営計画「VISION 2016」に掲げる2016年の売上高160億円、営業利益1.5%（単体目標値）という目標達成のため、今期、会社方針にて掲げる『進化の年』を受け、営業本部分針を「営業進化」としました。

これまでの単一拠点での活動だけでは、競争が激しい市場で優位に立てぬことも多くなりました。このため、営業拠点近郊のエリア内で連携し「エリア営業」への展開をはかることで、組織力と営業力の強化を推し進めています。この4つのエリア内で情報共有・連携をはかることで、そのエリアに即したお客様に対し、様々なソリューションをご提案し、積極的な営業活動を展開してまいります。



大阪
エリア
大阪、京都

岐阜
エリア
大垣本社、営業開発、
岐阜、津、滋賀

東京
エリア
東京、C&R

愛知
エリア
名古屋、愛岐、
岡崎

戦略 2 新たな成長 ~4つ

新たな成長戦略として「4つの新
全力で牽引してまいります。

現在、当社売上の約85%を商業
パッケージ事業、ICT事業、コーポレ
事業領域にて拡販し、新たな事業の
本格的な始動から2年目を迎え、少
ります。今後はさらに専門的な営業
持ってこれらの事業を推進してまい

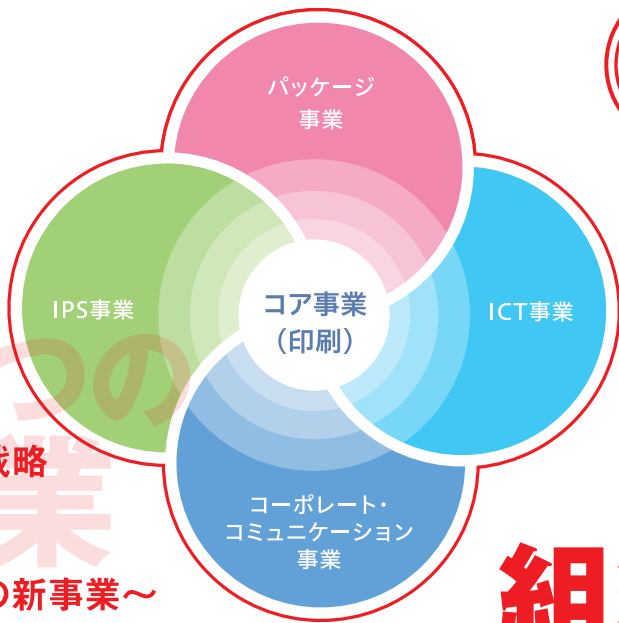
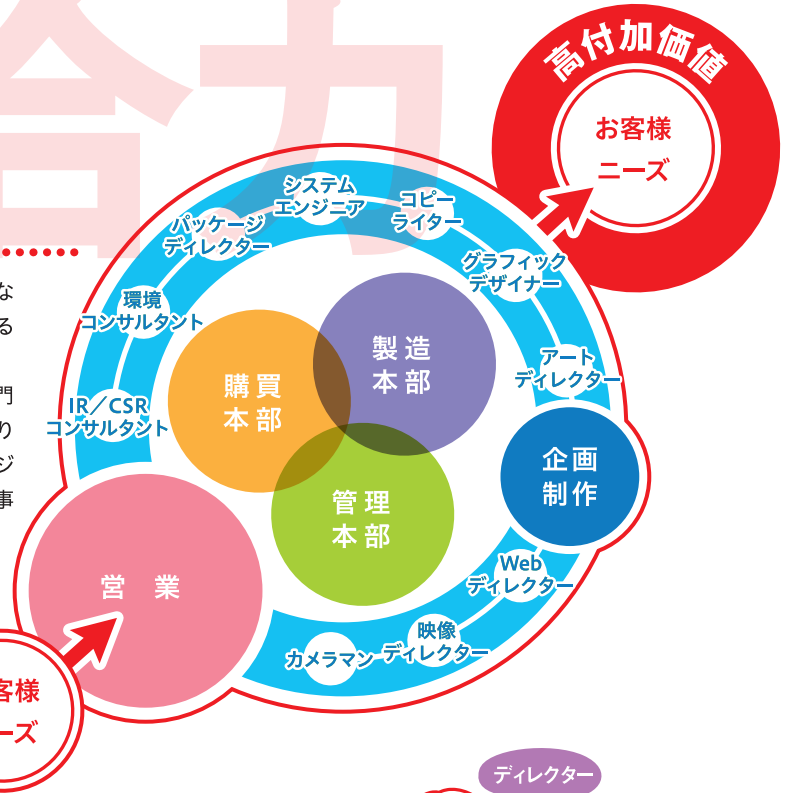
他部門との連携

～総合力の結集～

戦略 **3**

基本、受注型産業と言われる印刷業において、利益確保は重要なテーマです。その方策として、いかにお客様に付加価値をご提供することでプライスアップできるかを考えることが重要です。

持続的な成長をはかるうえで重要なポジションを担うのが、企画部門やデザイン部門が生み出す付加価値です。これらをお客様にしっかりとお示しし、お認めいただくことで対価をいただく。営業とリンクし、企画・デザイン部門の知識や技術を集結させて、価値のある仕事を生み出していきたくと考えています。



戦略 の 新事業～

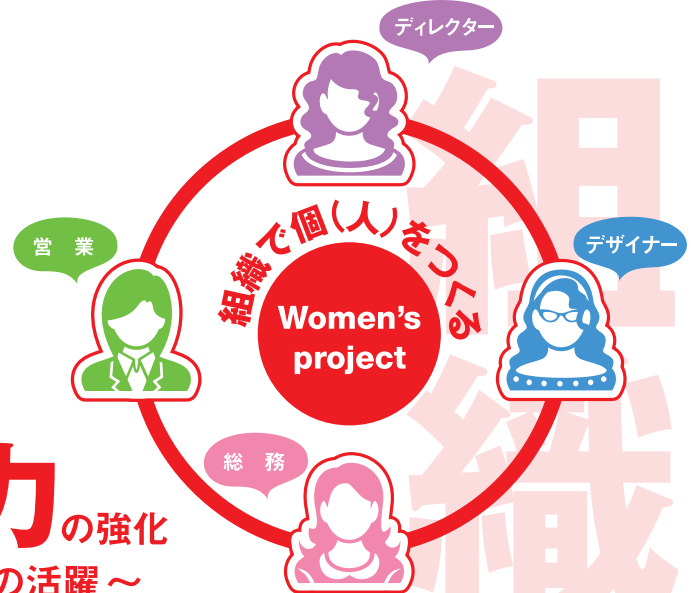
事業」を企業成長のための中核に据え、

印刷物が占めておりますが、IPS事業、アート・コミュニケーション事業の4つの柱として育てていきたいと考えております。しずつではありますが、好感触を得るに特化し、これまで以上にスピード感をります。

戦略 **4**

組織力の強化

～人財育成・女性の活躍～



「人財育成」は避けて通れない最重要課題の1つです。今後より一層、適材適所な人員配置を積極的に行い、次世代を担う優秀な人財を育てていきたいと考えています。これまでの「個人」の集団から、「組織で個人をつくる」という思考で、一人ひとりがスキルアップできる組織づくりや、教育・研修プログラムの実施を行います。

さらに、当社では多くの女性社員が活躍してくれていますが、既に、部署間の垣根を越えた女性グループを作り、女性目線の商品企画・開発を行う活動を展開しております。今後より女性活躍の理解と職場での配慮を高め、同時に管理職のさらなる登用もふまえ、売上拡大と利益創出へとつなげてまいります。



取締役
常務執行役員
製造本部長

伊東 覚

品質責任を第一にさらなる生産革新をはかり、 お客様のご要望に真摯に対応いたします。

当社は、大型輪転機から平台印刷機、またそれら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企業です。

お客様に信頼いただける、お客様に必要なとされる第一条件は、「品質責任」です。私たちは、当社の理念にもある、お客様第一主義を掲げ、「社内教育」「技術革新」「ソフト開発」などの社内活動にも注力し、品質の向上ならびにお客様にお喜びいただける製品づくりに努めています。

同時に、さらなる生産革新を推し進める中、プレス部門の改革とポストプレス部門を統合すべく検討を進めており、これにより高いレベルでの生産革新が進むものと考えています。

製造部門は、普段からお客様と直に接する機会はありませんが、自ら関わっている業

務が、お客様だけでなく、社会にも、そして自社にも貢献している、という意識を持つことが大切です。この意識が高まることで、私たちはより成長できるといっても過言ではないでしょう。

そして、私たち社員が成長することで、当然、関わる業務に対する取り組み姿勢

や、意識はもちろんのこと、当社における責任や、当社に対する愛社精神も高まり、企業価値向上につながると考えております。同時に、製造過程において、いかに良いものを作りあげていくかを、営業本部、購買本部と連携しながら、企業が成長すべき要素として欠かせぬ利益率向上を重要なテーマと掲げ、様々な策を講じていく必要があると考えています。

今後も、さらなる品質責任・生産革新をはかり、お客様に信頼いただける、お客様に必要なとされる要素である



Quality 「必要とされる品質」

Cost 「必要とされる価格」

Delivery 「必要とされる納期」

にて、対応してまいります。

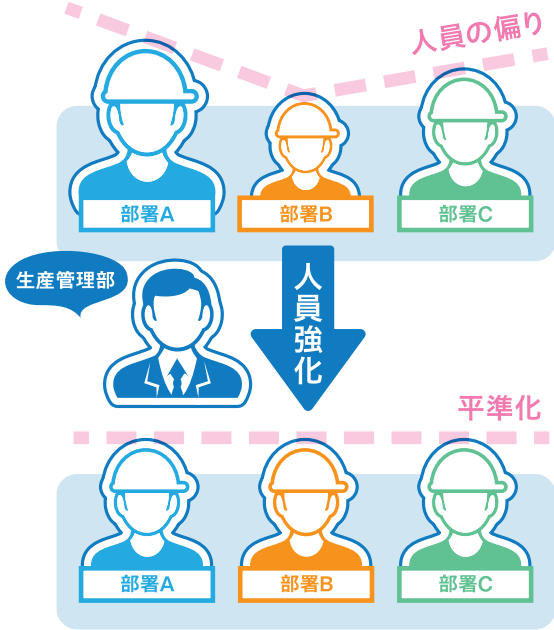
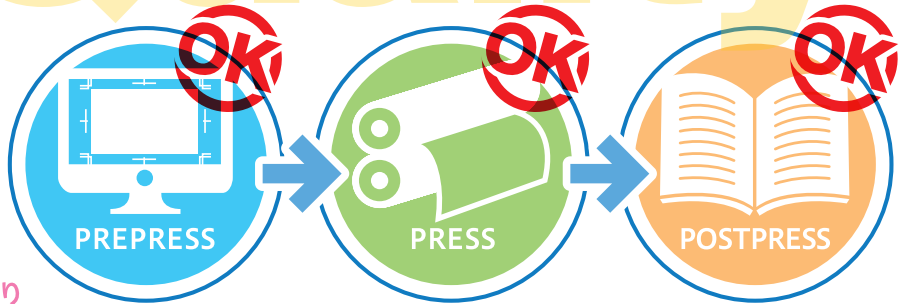
Production
innovation
生産革新

戦略 1

Quality

～自工程保証の確立～

1. 「プリプレス」「プレス」「ポストプレス」の製造工程において、完全製品を次工程に送る仕組みを確立。
2. 重要部署において、現場に工務を配置し、トータルにおいて品質を確保。
3. 油性印刷からUV印刷への転換。



戦略 2

Cost

～平準化による内製化～

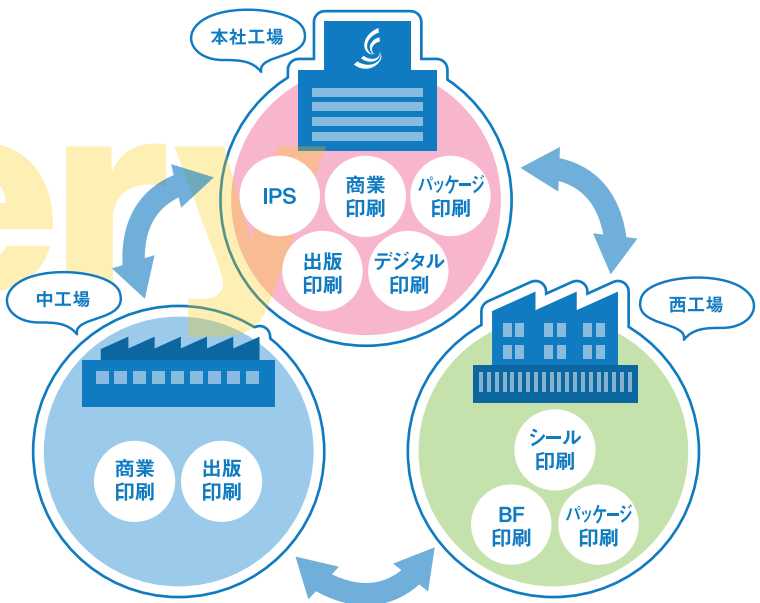
1. 生産管理部の権限委譲・人員強化により、部署間での人財流動を円滑に仕事の平準化をはかる。
2. セットアッセンブリー作業の価格を統一し、利益確保できる価格体制を確立。
3. UV印刷化による納期・品質に対応できる体制を確立。
4. 第一四半期から第二四半期における、非繁忙期の内製化を推進。
 - 製本において生産性の高い機械を導入し、外注費を削減
 - アッセンブリー作業の外注費を見直し、トータルな費用を削減
 - 生産管理部による各工場の仕事の分散化で外注費を見直し、設備投資で内製化を推進

戦略 3

Delivery

～最適な生産体制の確立～

1. 本社・中・西工場の生産品目を見直し、最適な生産体制を確立する。
2. 工場間の人事異動を積極的に行い、経営資源の投資を必要な部署に集中させる。
3. 積極的な設備投資を行い、出荷作業の機械化をはかる。

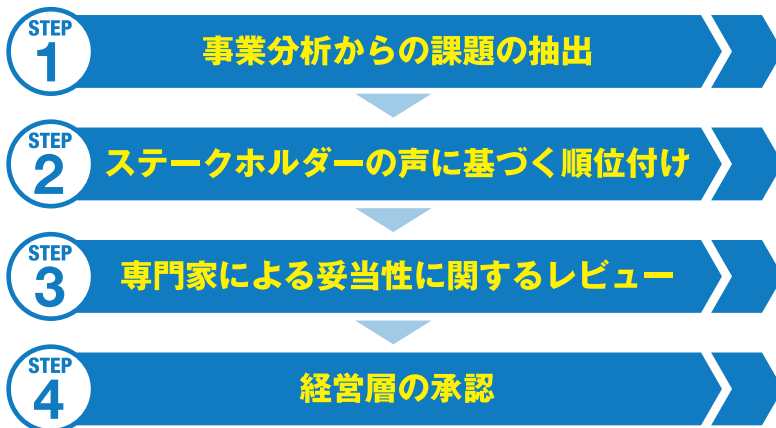


サンメッセは、ステークホルダーのニーズをよりの確に捉え、それにお応えすることで、お客様や社会に貢献できる企業であり続けねばならないと考えています。本紙では、当社にとっての重要課題(マテリアリティ)を特定し、戦略の中核に据えることで、さらなる活動のレベルアップをめざします。



実施したマテリアリティ特定のプロセス

社内プロジェクトチームを中心に、マテリアリティ特定のためのワークショップを実施。事業プロセス単位として、コア事業である「印刷」を核に、「4つの新事業」「営業」「ソリューション(企画部門)」など、それぞれの側面から課題抽出を行いました。その後、重要度に応じた順位付けを行い、専門家による妥当性に関するレビューを経て、当社のマテリアリティを特定いたしました。



当社のめざすべき姿

- 高品質の追求
- 新しいお客様の創造
- 生産革新
- リーダーの育成
- 環境負荷低減

お客様に愛され、
社会に貢献する

**エリア
No.1
企業へ**

理念

CSR方針
新・中期経営計画
VISION 2016

コア事業の更なる推進

社内一貫・
一社責任体制

新規事業への挑戦

- IPS事業…個人情報管理の徹底
- パッケージ事業…コア事業をベースとしたソリューション展開
- ICT事業…ペーパーレス化に伴うニーズへの対応
- コーポレート・コミュニケーション事業…戦略的広報活動の支援

事業を通じた社会課題の解決へ

私たちを取り巻く事業リスクは、印刷産業出荷額の減少やペーパーレス化、価格をはじめとした競争激化をはじめ、マーケット規模はますます縮小傾向にあります。同時に、これまで以上の高品質を求められることはもちろんのこと、納期や価格面での要求も高く、さらなる生産革新が問われています。

また、時代の流れは、デジタル化へスピードを早め、紙媒体との融合、メディアミックス、システム構築やアプリケーション開発へと、守備範囲はますます広がる一方です。今後、ICT業界の発展に伴い、私たちの事業により大きな影響力をもたらすことが想定されています。

また、環境負荷低減の取り組みも、さらなる多様化が求められる中、当社では、原材料の仕入れから製造工程まで、環境配慮の生産活動に注力していますが、大量の資源(紙)を取り扱う企業として、今後より一層、活動の推進を行ってまいります。

一方、人(ひと)は、言葉による意志の疎通(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。言葉から紙へ、そしてネットワークへと、情報通信の手段が進化するに伴い、

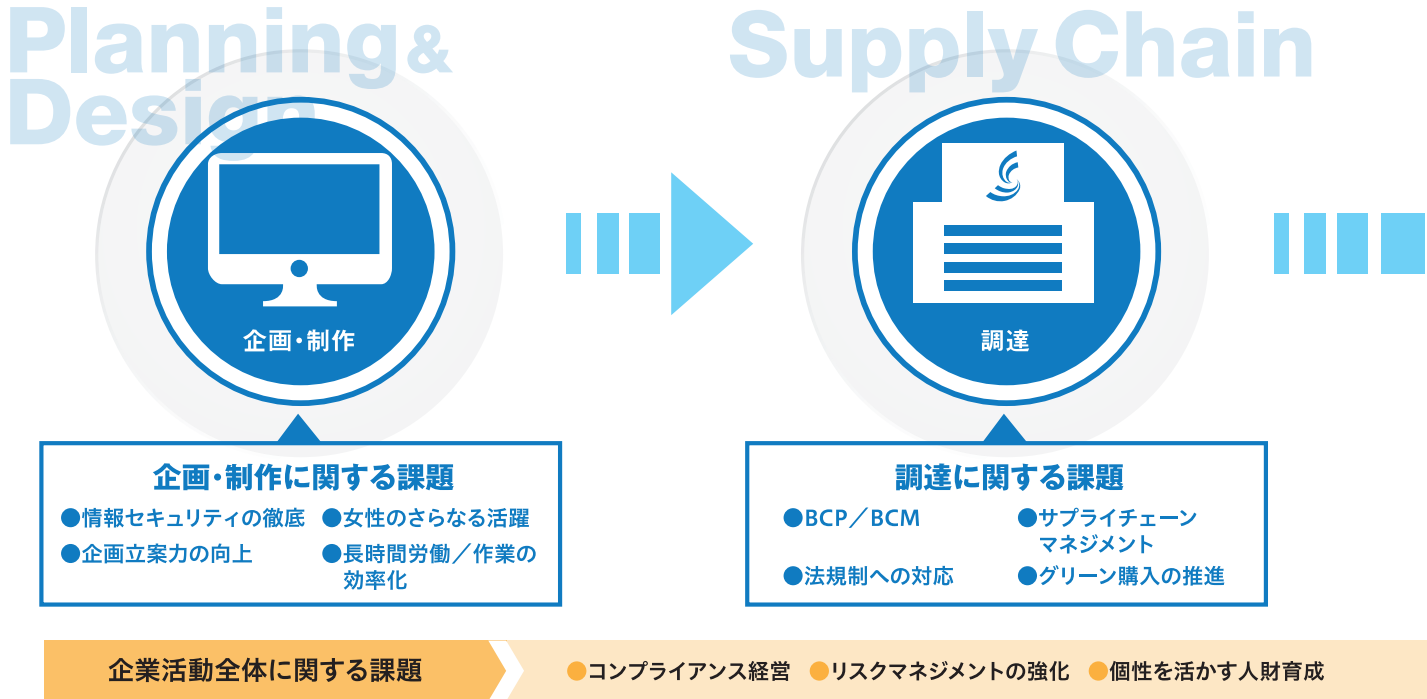
印刷企業としてコミュニケーションの役割も、ますます大きくなっていきます。

今後、当社が持続的成長を遂げるには、高い品質を保ちつつも、他社との差別化・独自性と「付加価値(サービス)」をご提供することが重要です。同時に、下記の点を基軸に、お客様のビジネスを中心に据えた体制強化が重要なポイントです。

- ① 新事業の創造と人材育成
- ② 印刷・製造業ではなく、サービス業・情報産業へ
- ③ 単品から多面的受注へのシフティング
- ④ 「マーケティング思考」

お客様の多種多様なご要望に、迅速かつ柔軟な対応をすべく、「社内一貫・一社責任体制」の充実に取り組み、お客様の満足度向上はもちろん、製品をご利用いただく生活者の皆様や、地域社会への貢献も視野に入れた、より付加価値の高いモノづくりを実践してまいります。

STEP 1で行った重要課題の抽出(抜粋)



マテリアリティ特定のねらいとポイント

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

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

多様なビジネスフィールドにおいて、当社の強みを活かし、どうアプローチするか分析は、当グループだけでなく、ステークホルダーにとって非常に重要な関心事です。

この度、本報告書において、今後、重点的に取り組むテーマ選定を行い、戦略の中核に位置付けることで、さらなる活動のレベルアップをはかっていくことが肝要であると考えました。

この結果、様々なプロセスを経て、コア事業を核に、大きく4つの重要(マテリアル)課題としての抽出を行いました。

経営理念

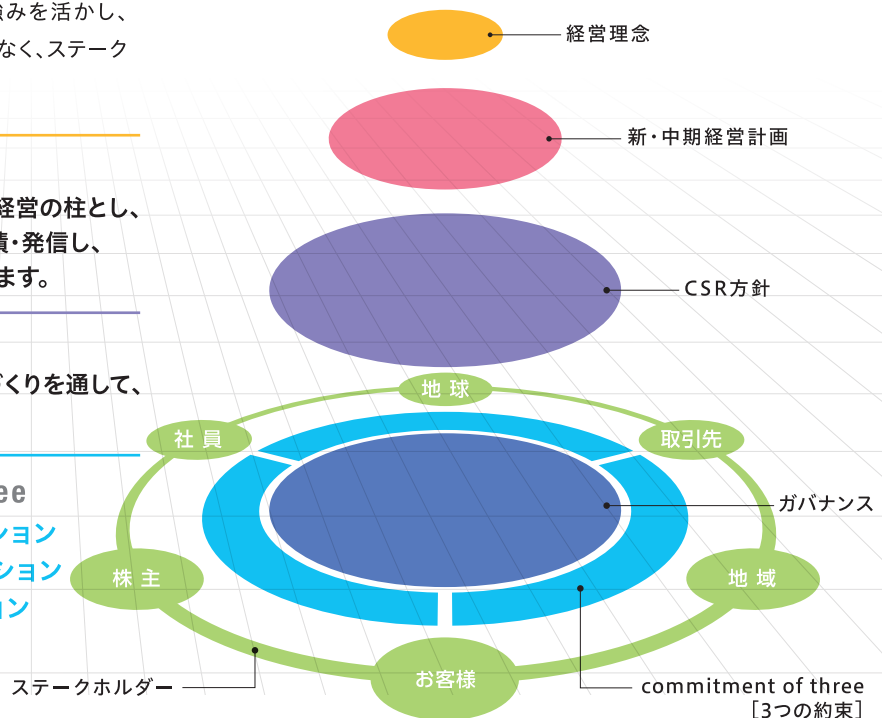
サンメッセは、革新・法令順守・環境の3つを経営の柱とし、常にお客様を第一に考え、人・物・情報を集積・発信し、印刷を核に、持続的に発展し、社会に貢献します。

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。

3つの約束 commitment of three

- お客様を第一に考えるコミュニケーション
- 地域の活性化に役立つコミュニケーション
- 地球環境にやさしいコミュニケーション



Printing



印刷・製本に関する課題

- 品質の向上
- 省エネ／ゼロエミッション
- 生産革新
- 安全衛生管理の徹底

Use & Disposal Recycle

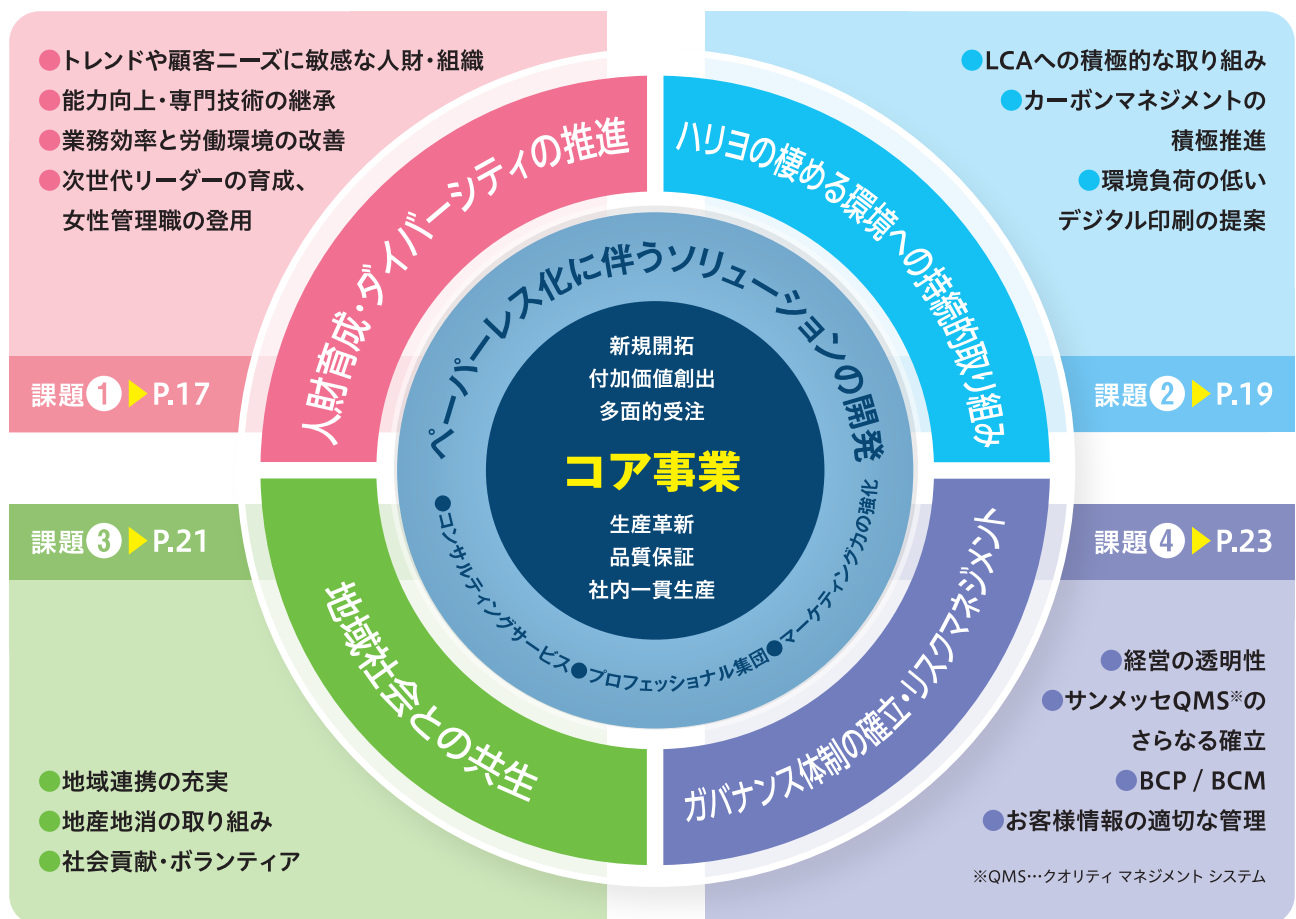


使用・廃棄・リサイクルに関する課題

- リサイクルへの対応
- 間伐材ペーパーの推進
- カーボンオフセットの推進
- 地域やNPOとの協働

●事業を通じた地域貢献 ●ガバナンス体制の確立 ●ペーパーレス化への対応 ●ダイバーシティの推進 ●地域コミュニケーションの充実

特定されたマテリアリティ





女性の活躍を推進

課題①

人財育成・ダイバーシティの推進

WEB 詳しくはホームページをご覧ください。

女性のワーキンググループが立ち上がるなど、多様な人財活用の促進に取り組んでいます。

女性社員構成比率
(パート・アルバイト含む)

35.6%

(2015年3月末現在)



▲Passo提案の制作物

Sensibility
女性の想い・感性を活かした価値創造

2014年4月、大垣本社と名古屋支店の各拠点に女性を中心としたチームがそれぞれ立ち上がりました。立ち上げ経緯は、女性の活躍を応援するという企業風土があったこと。そして、多様化するお客様のニーズに対応するために、当社にできる課題解決策として女性のワーキンググループが誕生しました。

それぞれのチームでは、これまで携わってきた業務のノウハウを活かし、女性ならではの視点や感性がプラスαされた企画提案・商品開発を進め、女性社員がイキイキと活躍する姿が見られます。

今後は、ワークライフバランスの一環として「女性の働き方」も課題の一つとして取り上げ、一人ひとりのワークスタイルに合わせた“より自分らしく”輝ける職場環境の拡充をめざしてまいります。

Message

女性
ワーキンググループ
Passoリーダー
中村 裕子

女性の感性でお客様をサポートします！

本社を活動拠点とする「Passo (パッソ)」は、20代から40代までの営業、企画、デザイン、総務などさまざまな部署に所属する7名のメンバーで構成されています。独身者、既婚者の混成チームで幅広い意見を出し合えることも特徴の1つです。

ミーティングが始まると、さまざまな話題で会話が弾み、その一端から、女性らしいアイデアが浮かびます。これらの発想を活かし、多様なお客様のご要望に、丁寧にお応えてまいります。

印刷機・加工機
女性オペレーター数

3名

(2015年3月末現在)



トムソン機長として活躍する女性社員

Message

女性スタッフを積極登用

社員の活力を高めて成果を上げ続ける企業風土づくりを推進する当社では、女性社員の活躍に関しても、積極的に推進しており、営業や企画など営業本部所属のスタッフだけでなく、製版や製本、出荷といった製造現場においても多くの女性社員が配属され、きめ細やかさや丁寧さを発揮した仕事ぶりが評価されています。

近年では、印刷機を稼働させる女性機長が誕生するなど、従来、男性社員が主に行っていた作業現場においても、意欲と能力のある女性社員を積極的に登用し、活躍の場を広げています。



何でもチャレンジし仕事を楽しむ

西工場 BFシール課 鈴木 千春

自らの希望で事務・製本から転身し印刷機長となり、オフセット印刷機技能検定を受検する機会を与えてもらった時も、絶対自分のものにするという強い気持ちで臨みました。「女性だから無理」とか、最初から決めつけしないで、日頃から何にでも挑戦させてくれることがモチベーションになっています。印刷に限らず、どこに行っても「使える」人材になりたいと毎日楽しんで作業しています。

グループ会社で活躍する女性社員



女性という個性を活かして 職場を活性化

日本イベント企画株式会社
次長
矢野 純子

主に岐阜県や市町村の地域活性化事業の企画・プロデュースを担当しており、現在は、県のアンテナショップ、岐阜の宝もの選ばれた中山道や地歌舞伎を活用した観光振興、婚活事業などを手がけています。仕事のテーマも、地場産業から観光、福祉までさまざまですが、旅行も買物も消費の原動力となるのは女性ですから、女性としての視点が仕事に生きています。また仕事柄、多くの人と関わり、さまざまな業態の中に飛び込んでいかなければならないのですが、そんな時の武器になるのが、女性のしなやかさと笑顔、そして、好奇心ではないでしょうか。



素晴らしい環境で 仕事ができる喜び

Sun Messe (Thailand) Co.,Ltd.
タマス・タンジットブムラン
Jutamas Tungjitbumrung

セールスサポートとして勤務して1年、印刷知識もない私に一から親切に指導していただき、いろいろなことにチャレンジするチャンスも与えてくれました。タイでは、女性も働くことが当たり前という社会的慣習があり、結婚・出産後も継続して仕事をする女性が多く、サンメッセ(タイランド)のような安定した企業で働けることは、私自身成長のチャンスだと感じています。当社のチームワークはとても素晴らしく、タイでのビジネスをさらに成長させるために、私たち女性もメンバーの一員として男性のみなさんが考え、行動していることと同様に仕事に取り組んでいきたいと思えます。

Topics

若手社員がサンメッセの未来を考える。「未来塾^{エイティ}80」結成

80周年記念事業として、会社の将来に対する問題意識や危機意識に関わる議論をすべく、次世代を担う中堅・若手社員を中心に、社内公募によって集まった組織で、衣斐取締役執行役員を塾長とし、現在10名のメンバーで構成。月1回の会合では、担当役員や外部講師を招き、財務状況や当社の強みなどを学びながら、今後の新たな取り組みについて模索するほか、社内の問題点を解決するための草の根運動などを行っています。



未来塾主催のパネルディスカッション

LCAの積極的な取り組み

ハリヨの棲める環境への持続的取り組み

WEB 詳しくはホームページをご覧ください。

環境負荷の「見える化」によって、 より具体的なソリューションを見出していきます。

私たちがLCAに積極的に取り組む理由

創業者の『人のために尽くさない』という言葉は、当社が本社を構える岐阜県大垣市における企業活動を行ううえで、自然保護の持続的な行動に繋がるものと考えています。

当社は、印刷業として、水や紙などの資源を大量に消費する産業であることを認識し、2000年11月に「環境方針」を制定。翌年に「ISO14001」を認証取得するなど、環境保全活動に早くから積極的に取り組んできました。

昨今では、企業単体だけでなく、サプライチェーンを巻き込んだ

先進的な「環境負荷の見える化」への取り組みが脚光を浴びています。このような背景の中、当社はおお客様のグリーン購入のニーズにお応えすべくさまざまな挑戦を行い、見える化の手法の一つであるLCA(ライフサイクルアセスメント)^{※1}にも着手しました。

この手法を用いることで、客観的な視点で「削減すべき工程」を見つけることができるようになり、当社の取り組みとしてだけでなく、お客様のさまざまなビジネスシーンにおいても、以前よりも幅広く環境対応について提案活動を行っています。

具体的なLCA施策

さまざまな取り組みの中で得た気づきを当社の環境施策に反映させ、試行錯誤を繰り返す中、外部機関からLCAをベースとしたカーボンマネジメント^{※2}の取り組みに対し、極めて先進的であるとのご評価を数々いただいています。

「製品規模」での環境負荷の見える化は「カーボンフットプリント(CFP)」と称されています。当社は、環境省が推進する「CFPを活用したカーボンオフセット^{※3}事業」にも積極参加し、この事業への参画が、エポックメイキングとなり、その後、被災地のクレジットを購入することによる復興支援や、「地産地消」、「地域貢献」をキーワードに、岐阜県の森から生まれるクレジットを活用した事業にも注力する

そして、未来へ

昨今、企業の環境活動において注目される「Scope3^{※4}」の算定を、2013年度から自主的にスタートしたことを契機に、製品の見える化から企業全体の見える化、サプライチェーンを巻き込んだ見える化に着手するなど、年々その自発的な取り組み範囲を拡大させています。

2015年度においては、算定値をもちいて「CDP^{※5} 2015」に初の自主回答も行い、第三者視点からの客観的なご評価をいただくことにも踏み込みました。

また、印刷から製本までを一台で行うことができる最新のデジタル印刷機の活用においても、LCAの観点からの環境負荷低減活動は実に有効です。

今後、より環境にやさしい新たな印刷手法のさらなる提案力が求められていると考えています。

など、バリエーション豊かな環境活動とアイデアを直結させ、新たな付加価値をお客様へのご提案活動に活かしています。

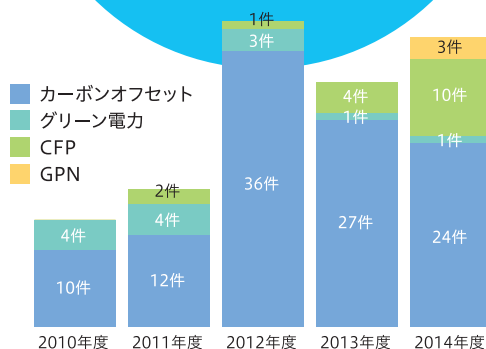
また、当社は「ゼロエミッション達成(リサイクル率99%)」にも注力し、2014年度には、これまで廃棄物としてきた印刷時の廃液(湿し水)のリサイクルを実現し、達成することができました。

さらには、2015年より印刷に使用した刷版(アルミ製の版)を新品の刷版に再生する(クローズドループリサイクル:PLATE to PLATE)の取り組みをサプライチェーンとともにスタートさせています。

これまでの
カーボンマネジメントの
累計実績
(カーボンオフセット・グリーン電力・CFP・GPN)

142件

(2010年～2015年3月末現在)



※1 ライフサイクルアセスメント(LCA) … 原材料から生産、輸送、廃棄までの環境負荷(主にCO₂排出量)を工程ごとの数値化をはかること。

※2 カーボンマネジメント … 当社が実施する、カーボン(CO₂)に関わる環境の取り組み。

※3 カーボンオフセット … 直接削減することができないCO₂に対して、削減されたCO₂で相殺すること。

※4 Scope3 … 政府・公的機関などで組織された「GHGプロトコル」が定めたLCAを算定する際のガイドラインの一つ。

※5 CDP … 時価総額が上位にある会社の企業価値を測る指標の一つとして、環境等の取り組みについてスコアリングし、開示する組織。

地球温暖化防止策に 当社が取り組むべき 社会的責任



P15D00521
当社は、印刷版のクローズドリサイクルシステムに参加し環境負荷削減に貢献しています。



3月 PLATE to PLATE
取り組み開始
3月 ゼロエミッション99%達成
6月 CDP自主回答実施



6月 CFP-PCR「電子メディア」の策定に参画
7月 どんぐりマーク事業参加
8月 岐阜県産間伐材ペーパーの取り扱い開始
8月 Scope3算定開始
9月 LCA日本フォーラム
「Scope3と組織のLCA」研究会に参画
12月 日本WPA(水なし印刷協会)
システム認証を取得
3月 グリーンバリューチェーンプラットフォーム
当社Scope3開示

12月 日本WPAの一員としてCFPのグループ認証を取得
12月 CFPを活用したカーボンオフセット
製品等試行事業に参加
3月 カーボンオフセット大賞奨励賞受賞



9月 東海地区初
CFPマーク使用許諾認可

1部あたり
840g
CO₂

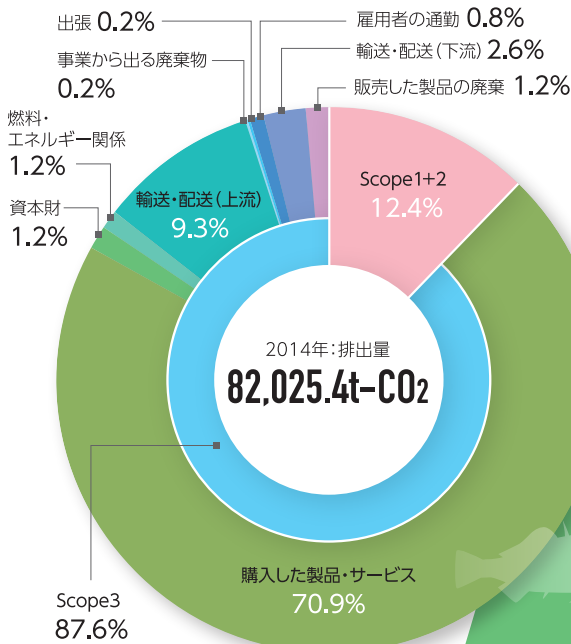
6月 初めて
カーボンオフセットを活用
6月 初めて
グリーン電力証書を活用



▲カーボンオフセット大賞奨励賞受賞風景

9月 初めて出荷形態の変更による環境影響評価を実施

Scope3 (2014年度)



4月 グリーン購入ネットワークに加入
6月 サンメッセレポート2014 Scope3開示
9月 LCA日本フォーラム表彰 奨励賞受賞
1月 中部カーボンオフセット大賞
貢献賞受賞



▲LCA日本フォーラム表彰
奨励賞受賞



▲中部カーボンオフセット大賞
貢献賞受賞風景

Topics

カーボンマネジメントの積極推進

当社のカーボンマネジメントの中核を担う、カーボンオフセット・カーボンフットプリント(CFP)の取り組みは2010年から始まり、2015年3月までの累計でカーボンオフセットは109件(253t)、CFPIは17件にのびます。また、CFPを活用したカーボンオフセットは9件実施し、お客様がISO審査でストロングポイントをいただくなど好評を博しております。また、昨年は印刷物ではなく、スポーツイベントで地産地消のカーボンオフセットも実施しました。

環境負荷の低いデジタル印刷の提案

一台で印刷から後加工まで可能な最新のデジタル印刷機。省エネで、刷版を使用せず、印刷準備に使う用紙も少なく、可変印刷にも対応しています。特に少ロットの印刷物に関しては環境負荷を大幅に減らすことが可能で、環境印刷をご希望されるお客様に積極的にご提案させていただいております。



地域とともに歩む

地域社会とのコミュニケーションを深め、 地域とともに歩み発展する企業をめざしています。



地域密着・地域活性化の 可能性を広げる

最新技術を使った“地産地消”の取り組みの一環として、「この地域でしか生まれ得ない製品」を生み出すプロジェクト「コア・ブースター・プロジェクト^{※1}」が情報科学芸術大学院大学(IAMAS)の小林茂教授と、有限会社トリガーデバイス様の主導の下で2013年に始動しました。当社も事業を通じた地域産業の発展に貢献すべく、本プロジェクトに積極的な参加を行いました。

第一弾として、生産量が全国シェア8割を占める大垣市の特産品である「木枧」の開発に取り組みました。「木を光らせたら綺麗!そんな木枧で飲めたら素敵!」このような遊び心から開発されたのが「光枧(発売元:有限会社 大橋量器様)」です。枧の底にLEDを埋め込み、専用アプリで光りを制御するという仕組みで、日本酒を飲む際に枧を傾けるとそれに応じて底面が光るといったもの。当社はこの開発において、主に製品のコンセプトとデザインを担当。さらにリリースに合わせて「光枧」のプロモーション動画やパッケージ制作ならびに、ツールなどの制作にも携わらせていただきました。

Message



これからもアイデアと行動力で、
地元・大垣を盛り上げて
いきましょう。

有限会社 大橋量器 代表
大橋 博行様

「コア・ブースター・プロジェクト」に参加して、異業種の方々と一緒に新しい商品を生み出していくという体験はとてもエキサイティングでした。中でも、サンメッセさんは「枧を光らせる」という突飛なアイデア出しから、試作品の提示、パッケージの制作、PRムービーの撮影と、多方面で活躍していただきました。

以前にも「カーボンオフセット枧」のご提案をいただきましたが、クリエイティブで多彩な人材がいる会社という印象がさらに深まりました。

※1 コア・ブースター・プロジェクト…

岐阜県内のもづくり企業をはじめ、ソフトウェアエンジニア、デザイナーなど、分野の異なる多様な主体が集まってチームを組成し、短期間で製品を開発、事業化をめざすプロジェクト。当社からは3DCGクリエイター 井戸義智をはじめ、複数の社員が本プロジェクトに参加。



[左上]大垣ミナソフトボールクラブ
[左下]陸上部
[右上]アーチェリー部
[右下]野球部

サンメッセの
スポーツアスリート数

25名

(2015年3月末現在)

Activity

スポーツ振興による地域活性化への貢献

スポーツを通じた地域社会への貢献として、『大垣ミナソフトボールクラブ』を支援しています。

同クラブは、ぎふ清流国体を機に発足し、地域の絆づくりと活性化をめざして、2013年度に公益財団法人日本ソフトボール協会女子リーグ2部へ加入。現在は、西濃地域に本社を構える企業10社が協賛し、選手の雇用などを通じて、クラブ活動を全面的に支援しています。

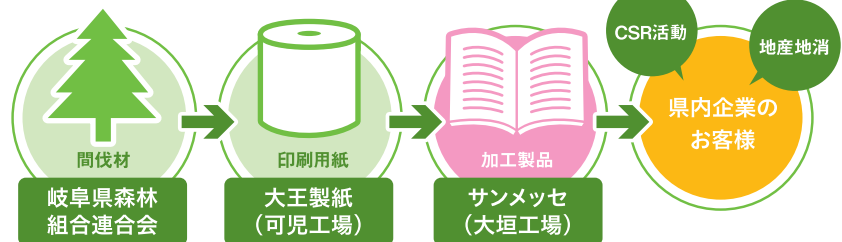
当社においても2名の選手を雇用(2015年度)しているほか、社員にも試合観戦やイベントへの参加などを積極的に呼びかけ、会社全体として同クラブを応援しています。また、印刷会社としても、会報誌やポスターなど、さまざまなツールの制作を通じてクラブをサポートし、地域スポーツの振興と貢献に努めています。

間伐材ペーパー
採用件数

11件

(2014年度)

[間伐材ペーパーができるまで]



間伐材ペーパーの普及で“地産地消”を推進

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。その岐阜県に本社を構える当社は、この森林資源を活用することを社会的責任と考え、サプライヤーである岐阜県森林組合連合会様と大王製紙株式会社様が生産した「岐阜県産間伐材ペーパー※2」を使用した製品を共同プロデュースしています。

この製品は“地産地消”“森林保全”を目的とすることはもちろん、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も有効で、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。



間伐材ペーパーを利用した当社製品ロゴ



間伐材ペーパーを利用した製品

※2 間伐材ペーパー…

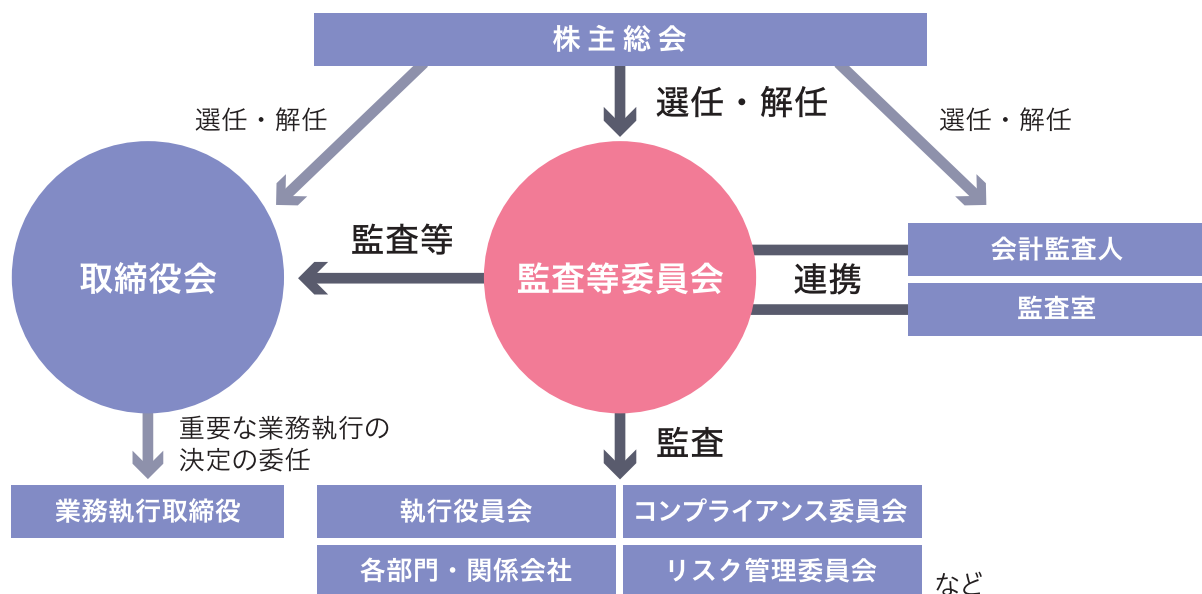
二酸化炭素の吸収や生態系の維持、水源かん養といった森林本来の機能をよみがえらせるうえで、劣勢木や不用木など林木の一部を伐採して立木密度を調整しており、その伐採された木材(間伐材)を利用して製紙された用紙のこと。

誠実な企業活動

経営の効率化と公平性、透明性を実現するため、コーポレート・ガバナンスの徹底・強化をはかり、企業価値の向上に努めています。

コーポレート・ガバナンスの強化

2015年6月25日開催の第70回定時株主総会において、監査等委員会設置会社へ移行しました。これにより、監査等委員会を設置し、自ら業務執行をしない監査等委員である取締役（複数の社外取締役を含む）に取締役会における議決権を付与することで、監査・監督機能のより一層の強化をはかります。また、社外取締役の比率を高めることで、客観的な監査の実施とともに、重要な業務執行の決定の全部または一部の取締役への委任を行うことのできる体制となります。これらを通じて、取締役会における迅速かつ柔軟な意思決定を実現し、コーポレート・ガバナンスのさらなる充実をはかることを目的としています。



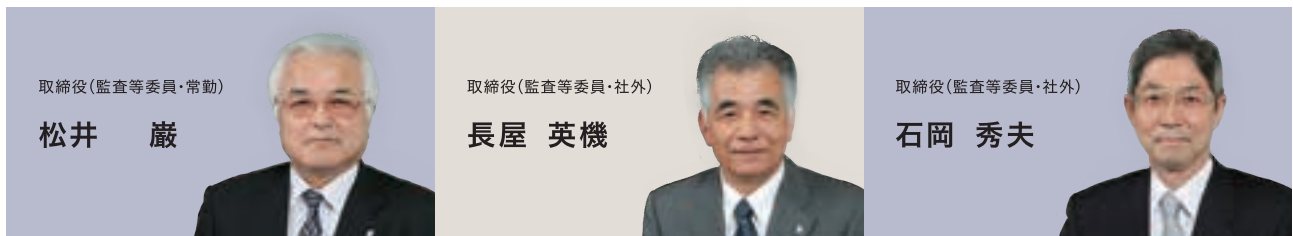
リスクマネジメントの整備

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)の観点から、リスクを一元的に管理する「リスク管理委員会」を中心に、発生防止にかかわる管理体制を整備しています。継続的な管理を行うことにより、リスクの未然防止、低減、発生時の対応に努めます。また、全国各地の印刷会社15社が加盟する事業共同組合「EPC-JAPAN」に所属し、万が一の際にはともに協力し合う体制を整えています。

情報セキュリティについても、安全・安心な管理体制に取り組んでいます。2015年8月には、大型地震や水害等の災害時に基幹システムやお客様の大切なデータを守るため、社内に設置していた基幹サーバー類を外部の堅牢な設備を備えた最先端のセキュアな環境へ移設し、セキュリティ環境の強化をはかりました。



監査等委員である取締役

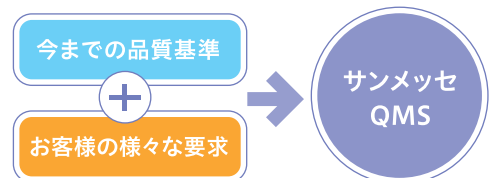


Topics

サンメッセQMS※の徹底

※QMS…クオリティ マネジメント システム

2011年、10年以上継続したISO9001の認証を返上し、当社独自の品質マネジメントシステム「サンメッセQMS」へ移行しました。これは、ISO9001で培ったノウハウを基本に、営業、製造一体となってお客様の要求に応え続けることで、品質の向上に努めるシステムです。今後も社員へのさらなる浸透により、PDCAのサイクルを徹底することで、お客様に満足いただけるクオリティを追求していきます。



外部専門家意見



ロイドレジスター
クオリティ アシュアランス リミテッド
事業開発部門長

富田 秀実 氏

サンメッセ統合レポート2015を読んで

サンメッセ株式会社はJASDAQ上場企業としていち早く統合レポートの作成に取り組み、すでに本報告書で3度目の発行となっている。名称は従来のSun Messe Report から「サンメッセ統合レポート」とし、ページ数も28ページまで凝縮、IIRC(国際統合報告評議会)の唱える統合報告のイメージに近づけたつくりとなっている。また、日本の大手企業のいわゆる統合報告書が、従来のアニュアルレポートとCSRレポートの合冊の域を出ないことが多い中、果敢に新しい報告書づくりに挑戦する姿には好感が持てる。

特に、前半の事業戦略から、特集としてハイライトした「マテリアリティ」を接着剤として後半のCSRの取り組みにつなげることで、事業とCSRの関連性が明確になり、サンメッセの全体戦略の一貫性が表現されていることは、高く評価できる。特にマテリアリティの特定に関しては、問題意識からプロセスそして結果まで4ページを割いて表現し、説得力のある論理展開がなされている。

また、トップメッセージでは、前期のレビューと中期計画をきちんと踏まえるのみでなく、一方、不幸にして工場内で発生した重油流出事故についても社長自ら言及する態度は真摯な企業姿勢を感じさせる。報告書としては、簡潔ながら躍動感があるストーリー展開で、「統合報告書」として、幅広い想定読者に読みやすく、かつ伝わる報告書となっているといえよう。

原材料の高騰や市場自体の縮小といった印刷業界を取り巻く厳しい事業環境の中、サンメッセ独自の強みとして、事業における内製化率の高さ、LCAをはじめとする環境付加価値の向上、地域に根ざしたビジネス展開などへの方向性が、この簡潔な統合報告書から明確に伝わってくる。

一方、残念ながら現時点では、これらの強みが業績に明確に貢献する段階には至っていない模様である。4つの新規事業の方向性も含め、この報告書で表現された戦略をいかに着実に実行できるかが、次の大きな課題であることはいうまでもない。戦略の具現化には、報告書に述べられるように総合力と組織力が必須の条件と考えられる。

この総合力と組織力向上のために、特に期待されるのが、女性の積極的な登用と未来塾80の若手の活躍である。我が国では女性の登用が声高に叫ばれているが、形式的な数合わせになっている場合も散見される。サンメッセには、その「Go with ●」の^{ドット}スローガン通り、女性と若手による新しい発想を、マネジメントがしっかりと受けとめ、生かし、伸ばすことで、着実に次のステージへの飛躍を果たすことを是非とも期待したい。

外部専門家意見をいただいて

この度、3度目の発行にて名称を「サンメッセ統合レポート」とさせていただきます。

各種国際ガイドラインは当然意識しておりますが、今回はその中でも、“身の丈合った、当社らしさ”という面にフォーカスいたしました。これは、2回の統合レポート発行経験の中で学ばせていただいたことであり、「より読んでいただける、そして、ご理解をいただく」ということに注力した結果、IIRCの指針にもある「コンサイス」なレポートを意識し、これまでの紙面ボリュームを大胆に削減し、詳細はWebサイトにて網羅する手法を選択いたしました。

これにより、トップメッセージを受け、一貫性あるストーリーを描くことができ、当社のマテリアリティにフォーカスすることで、様々なセクションによる統合思考のエッセンスを見出すことができましたと考えております。一方で、課題も多々散見され、当社の取り組むべきアクションプランは山積していることも、あらためて認識することができました。

当社は、皆様のおかげさまをもちまして80周年を迎えることができましたが、富田様のご指摘を真摯に受け止め、財務・非財務情報の融合をより見出すことで、企業価値向上に最大限注力してまいります。

今後より一層の内容充実にも努めてまいりますので、是非皆様方の忌憚なきご意見・ご感想をお寄せいただきますようお願い申し上げます。

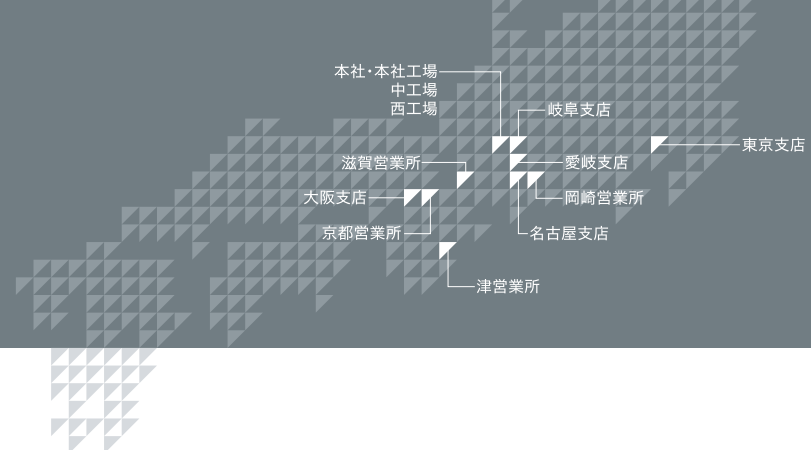


コーポレート
コミュニケーション
戦略推進室長

田中 信康

会社概要

2015年3月31日現在



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

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	737名(嘱託、パートは含まれておりません)
資本金	1,236,114千円
証券コード	7883(東証JASDAQスタンダード)
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)
系列会社	日本イベント企画株式会社 Sun Messe (Thailand) Co.,Ltd.

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。

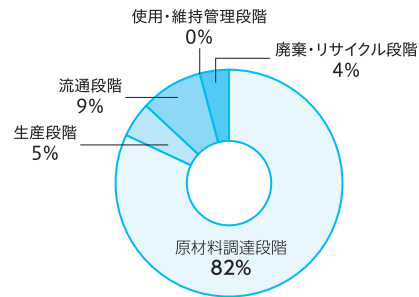
CFPとは、商品やサービスの原材料調達から廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通じて排出されるCO₂を、わかりやすく表示する仕組みです。第三者認証を受けたこの数値を生かし、カーボンオフセットすることで一歩進んだ環境配慮を実現しています。

1部あたり

550g

CO₂

CO₂の「見える化」
 カーボンフットプリント
<http://www.cfp-japan.jp>
 CR-DD01-14018



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。

「サンメッセ統合レポート2015」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。

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



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

SUNMESSE