

Sun Messe
REPORT 2020

April.2019 — March.2020



印刷業界は**危機**か

そして、

ポストコロナの時代に 必要とされるのか

お取引するお客さまが特定の業界に偏らないことから、かつては「不況に強い業種」と認識されていた印刷業界は今、ペーパーレス、資源枯渇、消費者ニーズの多様化といった社会の変化の中で、その存在価値を問われています。そこに発生した新型コロナウイルス感染症(COVID-19)は、それまでの生活やワークスタイル、ものの考え方までを変える大きな分岐点となりました。コロナを経験したこれからの社会に、印刷会社はどう貢献していくのか。サンメッセを取り巻く環境は大きく変化しています。

未曾有の大変革期を
生き抜いていくために
私たちは「3つの基本経営戦略」を
同時多発的に展開していくことで
2035年の100周年を見据え
「社会に選ばれる会社」で
有り続けることに挑みます。



承
る

創業以来受け継いできた
当社らしさを次世代へつなぐ



挑戦する

当社だからできることを追求し
さらなる高みをめざす



攻める

当社の強みを生かし
もっとお客さまの傍へ駆け寄る

サンメッセレポート2020の構成



Sun Messe REPORT 2020

April.2019 – March.2020

サンメッセレポート2020コンセプト

「サンメッセレポート2020」は、私たちが推進している「3つの基本戦略」

守る・攻める・挑戦する

にフォーカスし、それぞれの戦略において、「何を目指し、何をしようとしているのか、コロナ禍によって大きく変化した社会において、どのような価値を創出しようとしているのか」という点について、統合思考の視点で描くことをコンセプトとして制作しました。

編集方針

サンメッセレポート2020は、サンメッセにおけるリスクや課題を明確にし、今後長期にわたって、どのように価値を創造し続けていくのかをご理解いただき、エンゲージメントを促進する対話ツールとなることを目的に編集しています。

想定しているステークホルダー

- ・社員およびその家族
- ・お客さま
- ・投資家（機関投資家・個人投資家）
- ・サプライヤー（印刷資材）
- ・パートナー（制作、生産、物流）
- ・地域社会
- ・そのほかサンメッセにご関心をいただく皆さま

CONTENTS

価値創造

- 07 価値創造の歩み
- 09 企業理念
- 10 事業概要
- 11 サンメッセの強み
- 13 サンメッセの価値創造プロセス
- 15 トップメッセージ
- 23 新しいサンメッセを牽引するリーダーたち
- 25 サンメッセフィロソフィー
- 27 新・中長期経営ビジョン

29

守る

31 コア事業 商業印刷事業

33 価値を生む現場力

35 品質へのこだわり

37 多様な人財

3つ

攻める

39

41 事業領域の拡大

45 営業エリアの拡大

【活動報告の対象期間】

2019年4月～2020年3月(一部、2020年4月以降の情報を含みます)

【報告範囲】

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

【発行時期】

2020年10月 ※次回発行予定2021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」
- ・経済産業省「価値協創ガイダンス」
- ・経済産業省「気候関連財務情報開示に関するガイダンス(TCFD ガイダンス)」
- ・環境省「環境報告ガイドライン2018年版」
- ・気候関連財務情報開示に関するガイダンス
- ・GRI「サステナビリティ・レポート・スタンダード」
- ・ISO26000
- ・SDGコンパス



【レポートिंग体系】



【報告メディアについて】

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

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

【お問い合わせ】

経営企画室 solution-cc@sunmesse.co.jp

【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。

の基本経営戦略

47 **挑戦** する

49 新ビジネスへの飛躍

51 SDGs構想

ESG

57 環境

61 ステークホルダーエンゲージメント

63 コーポレートガバナンス

69 ESGパフォーマンスデータ

財務・企業情報

75 財務情報

84 株式情報

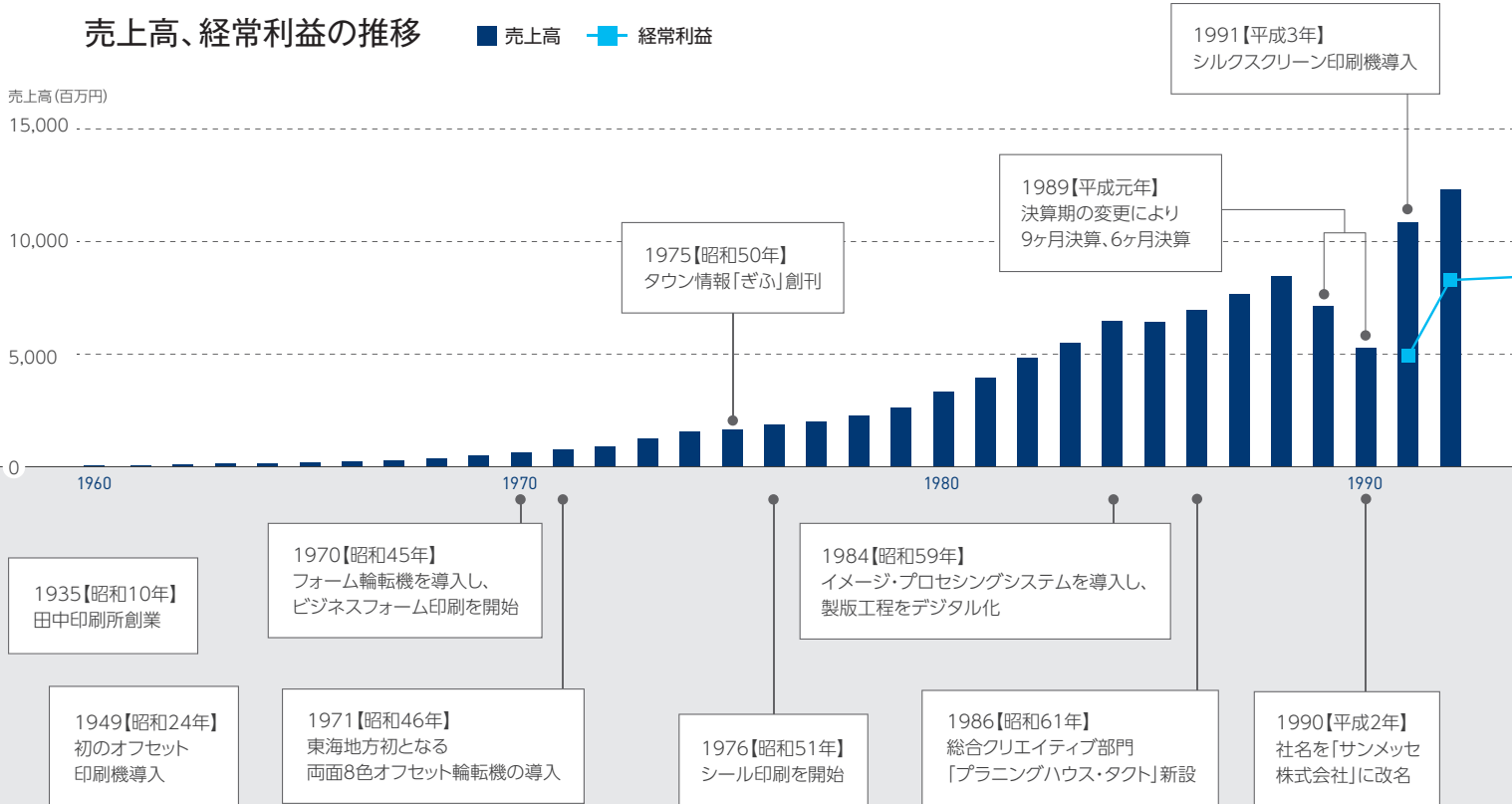
85 会社概要

86 外部専門家意見

価値創造の歩み

サンメッセの歩みは、挑戦と革新の連続でした。
 常にお客さまのベネフィットを考え、地域・地球との共生を大切に続けてきました。
 これからも、より良いコミュニケーションのカタチを提案し、
 より豊かで持続可能な社会づくりに貢献していきます。

売上高、経常利益の推移



社内一貫生産体制の礎

大量印刷への対応

第2の創業

新しい挑戦の足跡

1961

クリエイティブセクションの
設立



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

1971

東海地方初となる両面8色
オフセット輪転機の導入



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

1975

タウン情報「ぎふ」創刊



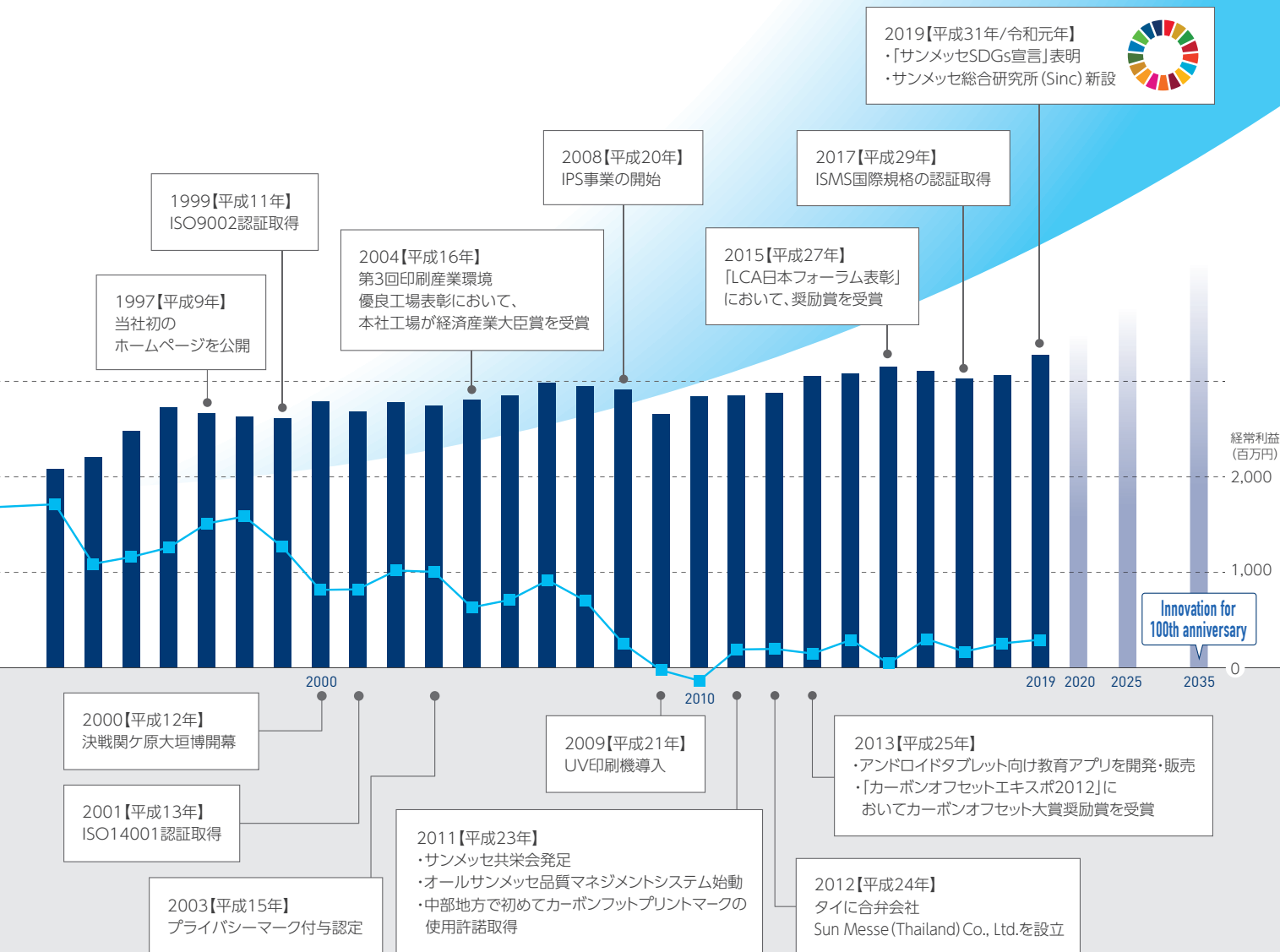
出版事業への進出。当時は発行部数が3万部にもおよびタウン誌として、岐阜の若者に絶大な人気を誇っていました。

1989

日本イベント企画(株)設立



イベントによって地域活性化をはかるといふ岐阜県の行政目的に呼応して、岐阜県経済界を中心とした92社の出資をいただき事業をスタートさせました。



印刷に関する
環境負荷の低減

機密情報を含む
高付加価値印刷

パッケージ印刷
への本格参入

ソリューション型
サービスの提供

工場の生産
能力の増強

1995

マルチメディア課の新設



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

2012

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



グローバル展開が進む市場に対応するため、2012年9月にタイの首都バンコクに当社初の海外拠点として設立しました。

2019

IPS事業の強化



IPS事業拡大のための設備強化を実施。名寄せ処理やマルチブックシステムなどの機能が付加され、官公庁関連の業務への対応が可能となりました。

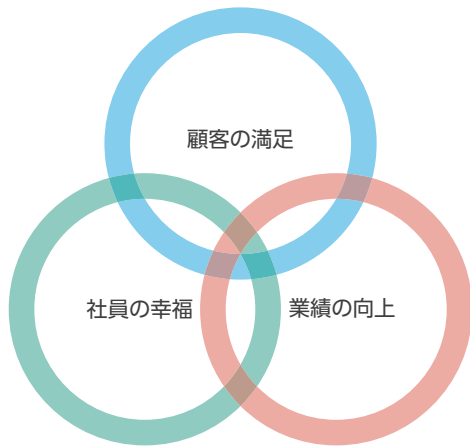
2019

サンメッセ総合研究所(Sinc)、SB Japan Labの新設



サステナビリティ経営のアドバイザー業務推進をはかるため、「サンメッセ総合研究所(Sinc)」、(株)博展との業務提携による「SB Japan Lab」を新設しました。

社是



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

技術革新

印刷業界は日進月歩で技術が進化を続けています。サンメッセでも、その波に乗り遅れることなく、常に新しい技術を開発し、または設備を導入し、最先端の技術革新を続けてきました。これからも、最先端の情報に敏感に、常に新しい技術革新に挑戦していきます。

法令順守

サンメッセでは、法令はもちろん各種規則や社会的規範などを守り、常に公正な企業活動を行うことを基本としています。社内には「監査室(内部統制)」や「コンプライアンス委員会」「リスク管理委員会」などを設け、コンプライアンスに対する社員の意識向上のための整備を進めています。

環境保護

サンメッセでは、社会の一翼を担う企業として、「サンメッセ環境宣言」を発して、印刷を核とした環境保全に努めています。数々の環境にやさしい印刷技術を採用してお客様に提供している他、社内でも社員一丸となって環境活動を実施しています。

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らない。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。

社名のコンセプト



連続性

印刷は赤・青・黄の3原色を用いて様々な色を表現することから、当社では長年、看板から名刺まで3原色を使用してきました。メッセはメッセージやメッセンジャーを表現したもので、印刷を核にお客さまのコミュニケーションに寄与したいという意味を込めました。

現代性・未来志向

サンは太陽のことで、エネルギー源であり永遠不滅のシンボルです。またメッセはドイツ語の見本市、人・物・情報が集積する場所になります。すなわち、太陽のように永遠で膨大なエネルギーを内蔵し、情報を集積・発信したいという企業マインドを表現しました。



IPS事業
詳しくはP41



PMS事業
詳しくはP50



パッケージ事業
詳しくはP43



商業印刷事業
詳しくはP31



BPO事業
詳しくはP49

Printing Innovation

多彩な事業で広がる
印刷イノベーション



SC事業
詳しくはP49



イベント事業
詳しくはP44



海外事業
詳しくはP44



コーポレート
コミュニケーション
事業
詳しくはP43



ICT事業
詳しくはP43

サンメッセの強み

サンメッセの強みは、「あらゆる業種のお客さま」からいただく多種多様なニーズに応えることができる「豊富な人財」と「充実した生産設備」および、それらが実現する「社内一貫・一社責任体制」です。すべての工程を社内一貫で対応することで実現する高品質・工程短縮・高セキュリティなどを通じて、社是に掲げる「顧客の満足」の実現に取り組んでいます。

人財



当社は社是に「社員の幸福」を掲げており、働いていただいている「人」が、会社にとって何よりの「財産」であると考え、「人財」という言葉を使用しています。一人ひとりの「人財」がそれぞれの能力や個性を活かすことで、当社の強みである「社内一貫・一社責任体制」が成り立っています。

サンメッセファミリー

Sun Messe Family



お客さま



あらゆる業種とのお取引が可能な印刷業界ならではの強みを活かした、幅広いネットワークを構築しています。

クライアント数

20,253社



コンサルタント



企画立案

社内一貫・一社責任体制が実現

アウトプットを想定した
トータルでの仕様設計が可能

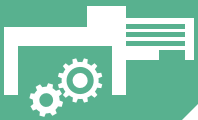
サンメッセの強み

社内一貫・一社責任体制

およびそれを実現する

- ① 80余年培ったノウハウを受け継ぐ豊富な人財
- ② エリアNo.1を誇る充実した生産設備
- ③ あらゆる業種のお客さまとのリレーション

生産設備



多様化・複雑化するお客さまのニーズにお応えするために、様々な印刷関連機器を備えています。

製造拠点 **3** 拠点

生産設備 **167** 台



オフセット輪転機



高速バリエブル印刷機



クリーンルーム



デジタル印刷機



サンプルカッター



封入封緘検査装置



高速圧着加工機



社内一貫・一社責任体制



取材・
ライティング



デザイン・撮影



制作・校正



印刷・加工



アッセンブリ・
デリバリー



分析・改善

するメリット

センシティブな情報の
外部漏洩リスクを回避

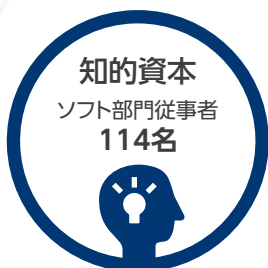
製品の物理的な移動による
工程のロスが無い

多能工化による、
受注状況に応じた生産体制の
柔軟な対応

サンメッセの価値創造プロセス

サンメッセは幅広い業種のお客さまとのリレーションを通じて、多種多様な課題やニーズをキャッチし、各種資本の活用によって、その解決をはかる様々なソリューションを提供しています。それらは、当社の強みである「社内一貫・一社責任体制」によって生成され、各工程のシナジーによって、お客さまの期待を超えるアウトプットをご提供することで、独自の価値を創出しています。

サンメッセの資本



SDGs で特定される
社会的課題や地域課題

地域社会やお客様の
ニーズ抽出

挑戦する
既存ビジネスからの
地域の課題解決へ
詳しくはP47

攻める
事業領域の拡大
営業エリアの拡大
詳しくはP39

守る
詳しくはP29
コア事業(商業印刷事業)
価値を生む現場力
品質へのこだわり
多様な人材

Innovation for

STEP UP

STEP

強み ▶ 社内一貫・

2035年 100周年

社会への提供価値



コミュニケーション創出による
豊かな生活への貢献



ノウハウの高度化



社員の物・心両面の満足



ハリヨの棲める
美しい自然への貢献



稼働率アップによる
更なる利益向上



SDGsへの貢献・
持続可能な社会の実現

飛躍
の貢献

100th anniversary

一社責任体制

STEP UP

UP

トップメッセージ

不確実性な時代だからこそ 創業の原点に立ち返り、 100年企業に向け、 夢ある企業への創造にチャレンジします。

代表取締役社長

田中尚一郎

危機をふり払い、常にチャレンジャーでありたい

“印刷業界は危機か？”

この響きに私は、大きな危機感とチャレンジャーとして胸の高鳴りの両面を感じています。

世の中のトレンドラインは、ペーパーレスの方向に傾いていることは事実として認識していますし、業界全体に漂う大きな危機でもあります。それだけでなく今や、我々の業界だけでなく、あらゆる業界が危機的状況に立たされているといえるでしょう。そこに新型コロナウイルス感染症拡大の影響が加わり、社会全体のペーパーレス化はより拍車がかかっていると感じています。

一方で、私はこの危機感の中、チャレンジャーとしての意志をより固めた時期にもなりました。

失うものはないといっちは言い過ぎですが、あらゆる面においてこれまでのセオリーが通じなくなった今、強い情熱の下で経営を推進することこそが、印刷業のみに留まらない当社の価値を高められる多くの可能性を強く認識しています。

私は関連会社であるサンメッセタイランドの立ち上げを行い、2013年から2015年まで現地法人社長として駐在させていただきました。本体の役員も担いながらの舵取りでしたので容易ではなかったものの、高い目標を掲げ、それを達成することで自身の成長にも繋がったと自負していますし、後進にも道を譲らせていただきました。

仕事を通じて人として成長できることは幸せなことだと思います。経営も同様で、ゴールを決め、その戦略・戦術を明確にして、それが色彩を帯びるほどになれば成功に向けた確率は高まります。

だからこそ、今期、特に成長事業の中でIPS事業とパッケージ事業を、より成長軌道にのせるため大規模な設備投資の判断に踏み切りました。執行役員会ならびに取締役会では、今この厳しいタイミングで大丈夫なのか？という意見も多々出る中、慎重に議論を行いました。必ずこの事業をより成功させることをお約束します。

私は、リスクを恐れず常にチャレンジャーでありたい。この危機を乗り越えるための基本戦略を、「守る」「攻める」「挑戦する」の言葉に置き換え、それぞれの課題に具体的なチャレンジとしてお応えしてまいります。



TOP MESSAGE

事業領域の拡大と営業エリアの拡大が寄与。 前期、過去最高の売上を達成

前第75期の業績は、売上高161億94百万円(前年同期比6.0%増)、営業利益1億70百万円(前年同期比36.5%増)、経常利益2億97百万円(前年同期比19.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益1億83百万円(前年同期比5.8%増)となり、前年同期比において増収増益という結果になりました。

印刷市場全体の需要減や価格競争の激化など、印刷単価の下落傾向は続いておりますが、個人情報扱うダイレクトメールや圧着ハガキ、パッケージなどの受注増を背景に、サンメッセ単体だけでなくサンメッセグループの連結決算としても過去最高の売上を達成することができたことは、社員の自信にも繋がったと考えます。

この戦略として、一昨年に掲げた「事業領域の拡大」と「営業エリアの拡大」の取り組みに、「守る」「攻める」「挑戦する」の3つの基本経営戦略を加え、攻めの姿勢を全面に押し出した経営推進を行いました。その中、特に売上を牽引したのは一昨年新設の新宿支店と、昨年4月に本格稼働させたIPS・パッケージ本部であり、私が社長就任直後に取り組んできた成果が、少しずつではありますが実ってきたことを示しています。

ただし本年に入り、新型コロナウイルス感染症の拡大によって「世界は一変した」といっても過言ではないでしょう。社員の皆さんも、大きな変化に戸惑うことや不安に思うことも多々あると思いますが、私はあまりネガティブ思考に陥らないように気をつけています。

何よりこうした変化時は、大きなチャンスでもあります。これまで当社の発展を支えていただいた先人たちも、様々な社会変化に柔軟に対応し、数多のイノベーションを起こしてきたことで今の当社があります。しかしながら謙虚に考えますと、まだまだ私たちは先人たちにお喜びいただけるような成果を示せていないと考えています。

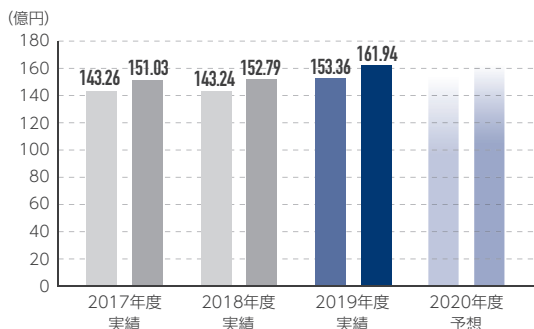
新型コロナウイルス感染症拡大によって、今期の決算はやや落ち込むことを想定しておりますが、今一度、社員一丸となって、より強いサンメッセグループの総力を進化させることで、売上・利益の確実な成長に繋げていくことを誓います。

2017~2019年度 主要経営指標推移

売上高

売上(単体) **153億36百万円** 売上(連結) **161億94百万円**

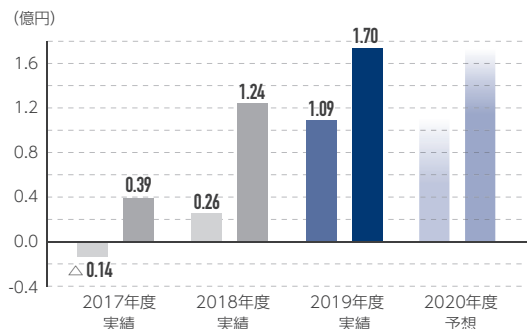
■単体 ■連結



営業利益

営業利益(単体) **1億9百万円** 営業利益(連結) **1億70百万円**

■単体 ■連結



※2020年度の業績予想は、新型コロナウイルスの影響により、今後の動向等が極めて不透明であることから、現時点では未定となっております。

利益の源泉は、製造部門の変革にあり

新型コロナウイルス感染症の影響による全体的な需要の減退、さらにはお客さまへの訪問自粛による機会損失などもあって、その影響がいつまで続くのか未だ不透明な状況下にあります。当社も当初その影響を受けておりますものの、それらは現在概ね改善されてきておりますが、一方で新たに取り組むべき課題も見つかっています。

その一つとして、利益の源泉は製造部門であることを今一度再認識しています。多くの業務経験を通じて仕事の流れを可視化し、製造部門の多能工化の推進を図ることで、より柔軟な対応で働ける人財を増やすことと、より積極的な利益創出を意識した取り組みに繋げねばなりません。

印刷業務は時代の変遷と共に、価格競争の激化により、我々が考える利益創出が非常に困難な業種となりました。お客さまの求める高い品質要求にお応えすることはもちろんですが、その中で時間や工数管理などを徹底することで工程業務をマネジメントし、ムダな作業をより削減することは十分可能です。

さらには、常に同じ製品を製造することでなく、お客さまからのご要望に応じこれまでも非常に多くの製品をこの世に送り出してきました。そのほとんどがカスタマイズとあってよいほど、効率化の実現が難しい業務ですし、“紙にインクを刷る”という単純に見えて難しい作業には、多くの経験とノウハウを要します。

この匠の技といっても過言でない業務を遂行している自負心をもってまいり、お客さまに製品をお届けするため利益を創出する工夫を行うことで、当社もより高い価値を創出することに注力してまいります。

製造業の醍醐味は、製造部門にあり。ここで“稼ぐ力”をつけることで、お客さまへの価値をより高めてご提供することで、現場で働く社員の皆さんには、お客さまの課題を解決し社会に貢献しているという自負心をより強くもって欲しく考えています。



不確実な時代だからこそ、当社の存在意義を自ら問う

当社は多業界・多業種のお客さまとお取引させていただいておりますが、コロナ禍によって多くのお客さまがたいへん厳しい状況を迎えられています。この中において、自治体の景気対策関連の特需や抗菌対策としてオリジナルマスクケースのご提案など、新たな需要の獲得にも柔軟に対応し、おかげさまで高いご評価もいただいております。

社員には「どうしたらお客さまの課題を解決できるか」ということを常に考えて行動しようと伝えていきます。当社の経営理念の一節に“常にお客さまを第一に考え”という言葉がありますが、当社の存在がお客さまにとっていかに必要であるか、ということをお大義としています。ニューノーマルといわれる新しい社会の変化を踏まえ、より大胆な発想力で、自らの存在意義を問いながら、提供する価値をさらに高めてほしいと思います。

この一例として、サンメッセSolution Webinar「GALLEY+オンライン」を実施しています。お客さま訪問自粛の中、当社が印刷業務のみに偏らぬ幅広いソリューションを認識いただく場をご提供することで、より多くのお客さまにお役立ていただければ幸いです。



サンメッセSolution Webinar「GALLEY+オンライン」

これからの時代、当社も大きく変化を遂げていかねばなりません。当社は製造業ですが、私は「当社は、情報加工業である」と伝えていきます。単なる印刷会社ではなく、コミュニケーションの価値を高める広い領域のビジネスとして認識を強めることで、当社の存在意義はまだまだ多くの可能性を秘めていると考えます。

具体的な事業戦略については、私が大きな信頼と期待を寄せるキーパーソンたちに後述する頁にてそれぞれ語っていただきます。今期は部長職をはじめ役員構成に大きな変化を伴い、これまで以上に取締役会での意思決定や執行業務を担う執行役員メンバーでの議案内容や意思決定のスピードも問うていくことで、コーポレートガバナンス側面での透明性ある経営にもより一層努めてまいります。

新・中長期経営ビジョン Innovation for 100th anniversary 夢ある企業への創造にチャレンジ

昨年、当社は新・中長期経営ビジョンを策定しました。5年後の2025年に創業90周年、15年後の2035年に創業100周年を迎えます。社員の皆さんが当社だけでなく自身の未来に対して希望が持てて、何よりサンメッセで働くことに喜びを感じてもらうために新しい経営ビジョンが必要不可欠でした。

この不確実性の時代において、2035年に100周年を迎える際に、どういう企業でありたいか？

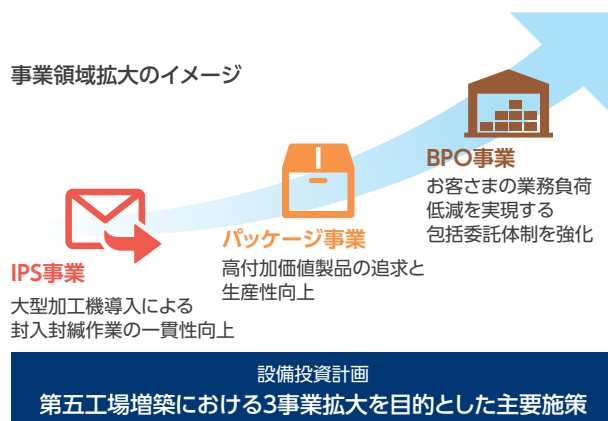
ビジョン実現のために“臆せず挑戦すること”と“勇気をもって変える意志”が必要でさらには“スピード感をもって取り組む”ことが何よりも大切と考え、当面のゴールを2035年の100周年に据え、この時のありたい姿を模索しながら足元を固めています。



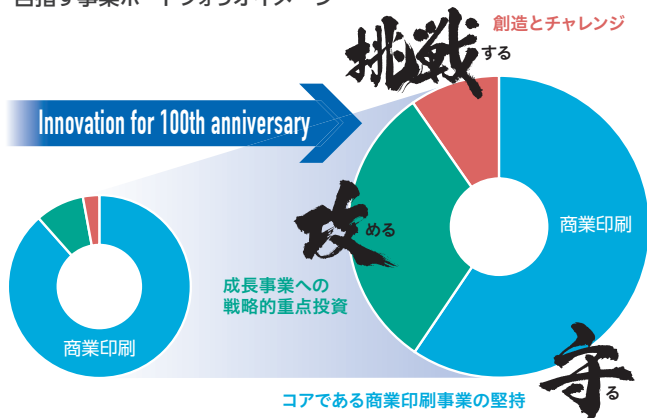
そうした中、まずは2025年の90周年に向かう直近5年間に於いて「Challenge for Change 2025～変革への挑戦～」のスローガンの下、限られた時間の中で「創造」・「挑戦」・「変革」を起こし、人財育成にも注力しながら次世代にバトンを繋ぐことが私の仕事と考えています。

厳しい時こそ、攻めの姿勢をもつことも必要です。特に今期は事業領域の拡大のため成長戦略を図る上で欠かせぬIPS事業とパッケージ事業ならびにBPO事業に対して、本社第五工場増築の設備投資を決定しました。先行き不透明な状況の中において大きな設備投資を見送ることも協議しましたが、コアである商業印刷事業の売上・利益がますます厳しい環境下にあるためこうした決断も要します。

事業領域拡大のイメージ



目指す事業ポートフォリオイメージ



同時に、来期にはこれまでの課題であった事業ポートフォリオ改革を行わねばなりません。当社の事業ポートフォリオは単に商業印刷をほぼ大半として括っていることで、成長事業が伸びているのか、否かの判断が出来ないことも課題でした。これを可視化することで、引き続き営業エリアの拡大と事業領域の拡大を謳い、「守る」「攻める」「挑戦する」の基本戦略の下、然るべき経営判断も行き、伸ばすべき事業には積極的な投資と人財を投じて自社変革・自社改革に取り組んでまいります。

SDGsを起点に、創業の原点に立ち返る

2019年5月に岐阜県の上場企業としては初となるSDGs宣言を行いました。新しいことをいち早く手がけたということだけでなく、創業から地域貢献の側面で非常に多くのご縁をいただいていた当社にとってSDGs思考を採り入れることに抵抗感は全くなく、むしろ率先して取り組まねばならないと考えました。

何よりSDGsの考え方を参考にこれまで通りの取り組みだけでなく、自ら変革を推進せねばなりません。その中で、2020年9月に朝日大学(岐阜県瑞穂市)とSDGs連携と協力に関する包括協定を締結しました。そして、これに留まることなく、さらには我々の地元である岐阜県をはじめとした自治体や企業、学校、団体とも、SDGsをキーワードにさまざまな形での産官学連携を積極的に進めているところです。

また、当社は予てより環境への持続的取り組みに積極的推進を図ってまいりました。経営理念における「革新・法令順守・環境」を3つの経営の柱とし社会に貢献することを掲げ、ESGとして特定した4つの重要課題の一つに、「ハリヨが棲める環境への持続的取り組み」を選定し、環境負荷低減の取り組みを推進しています。

TCFDの提言に賛同を行ったことも同様で、気候変動が持続的成長へ影響を及ぼすことを認識し、事業にもたらすリスクと機会のシナリオを分析することで積極的な情報開示とともに企業価値向上に努めています。



朝日大学との連携協定式

社長塾発足を機に、サンメッセフィロソフィー策定。 100年企業を目指し、多様性の尊重で人財を愛する

2035年の100周年において、持続的成長を遂げ社会に必要とされる企業であるために共に考え、その時にリーダーとなる人財育成と人財発掘のため、2019年度、これからの当社の未来を考える「社長塾」を発足しました。

その中において今一度、社是、経営理念をかみしめるように創業の原点に立ち返った際、経営理念を根底におきながら、日々の活動を推進する上で心の拠り所が必要と感じたのです。

社長塾のメンバー全員で、自発的に行動し各々の考えを持ち寄り、各々が中心となって自らの経験や想いをもとに「サンメッセフィロソフィー」を創り出してくれました。この中では「経営の心」という私の思いが強く込められた8つの言葉を筆頭にしていますが、それ以外、私は多くを語らず、そこから続く大半の内容を社長塾メンバーが社員に向けた言葉として発してくれたことは誇りになったと思います。

「サンメッセフィロソフィー」は、社員皆が同じ方向に、同じ思いで仕事ができるように、そして創業100周年を迎えた後でも、社会に必要とされる企業となるために必要な共有すべき考え方や行動を言葉にして表現したものです。このフィロソフィーを信じ、実践することで自らも磨き、当社の社員であることに自信と誇りをもっていただきたいと思います。社員一人ひとりの心に浸透していくことで、会社を動かす大きな原動力になっていくことを期待しています。



Sun Messe Book



社長塾

私は人財育成には特に注力してまいります。当社は、パートの方々も含めると実に約1,100名の社員皆さんが当社の屋台骨を支えてくれています。時には生産工程において、製造ラインの上長よりもパートの方々の方が業務遂行力に長けており、正社員でも驚くほどのパフォーマンスを上げてくれていますし、製造業でありながら女性社員も非常に多く働いていただいています。まだまだこのダイバーシティを活かされていない課題認識があることも事実です。

何よりも単に女性活躍推進とか、女性の管理職登用ということだけでなく、多様性ある考え方、多様性ある働き方を尊重し、環境変化に適応することで新しい考え方をビジネスに直結させることも重要な視点です。ここに関してはまだまだ経営が本気で取り組めていない点でもあることを反省し、今後より一層、人財を愛し、人財を大切に育てていくことこそ経営課題として、これらを積極的に改善させることで風通しのよい会社にしていきたく考えます。

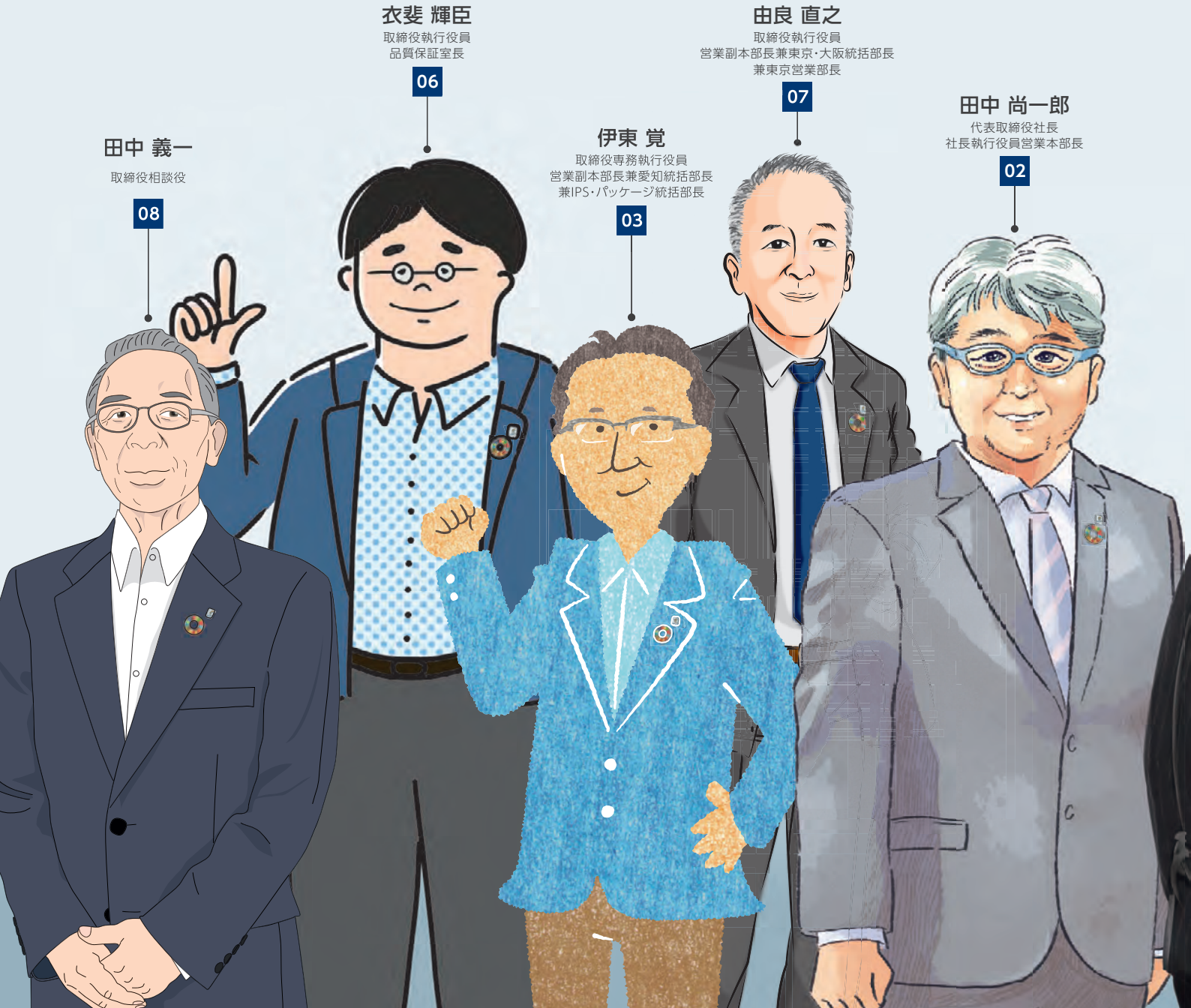
これにより今後より一層、年功序列に関係なく多様性ある考え方や行動を重んじて優秀な人財に将来のサンメッセを託す想いで責任の権限委譲も行い、私自身がサンメッセの未来の夢を社員皆さんと共に考え、それに共感し、社員皆さんの力で「ありたい姿」への実現に導いてくれることを心から願っています。

100年企業になるためのハードルはまだいくつもあります。そして社会から必要といわれる企業でなくてはなりません。創業者からの想いを受け継ぎ、時代の変化に立ち向かうチャレンジャースピリッツを絶やさず、どんな苦境も乗り越えていくことで“夢ある企業への創造にチャレンジ”します。

夢ある企業への創造にチャレンジ



新しいサンメッセを牽引するリーダーたち



田中 義一
取締役相談役

08

衣斐 輝臣
取締役執行役員
品質保証室長

06

伊東 覚
取締役専務執行役員
営業副本部長兼愛知統括部長
兼IPS・パッケージ統括部長

03

由良 直之
取締役執行役員
営業副本部長兼東京・大阪統括部長
兼東京営業部長

07

田中 尚一郎
代表取締役社長
社長執行役員営業本部長

02

Sun Messe Creator

役員を描いた
サンメッセの
クリエイターたち



ソリューション企画部
本社ユニット 主任
福田 慎太郎

08 実直なリーダーという風格があり、それをビジネスアニメ風に表現しました。



本社製造部
デザイン制作二課
古田 真菜穂

06 ニコッと笑った優しい笑顔とやわらかい雰囲気を描きました。



ソリューション企画部
名古屋ユニット 主任
佐藤 美文

03 熱い想いで前向きにチャレンジする、アクティブなリーダーです!



ソリューション企画部
東京ユニット
半戸 友之

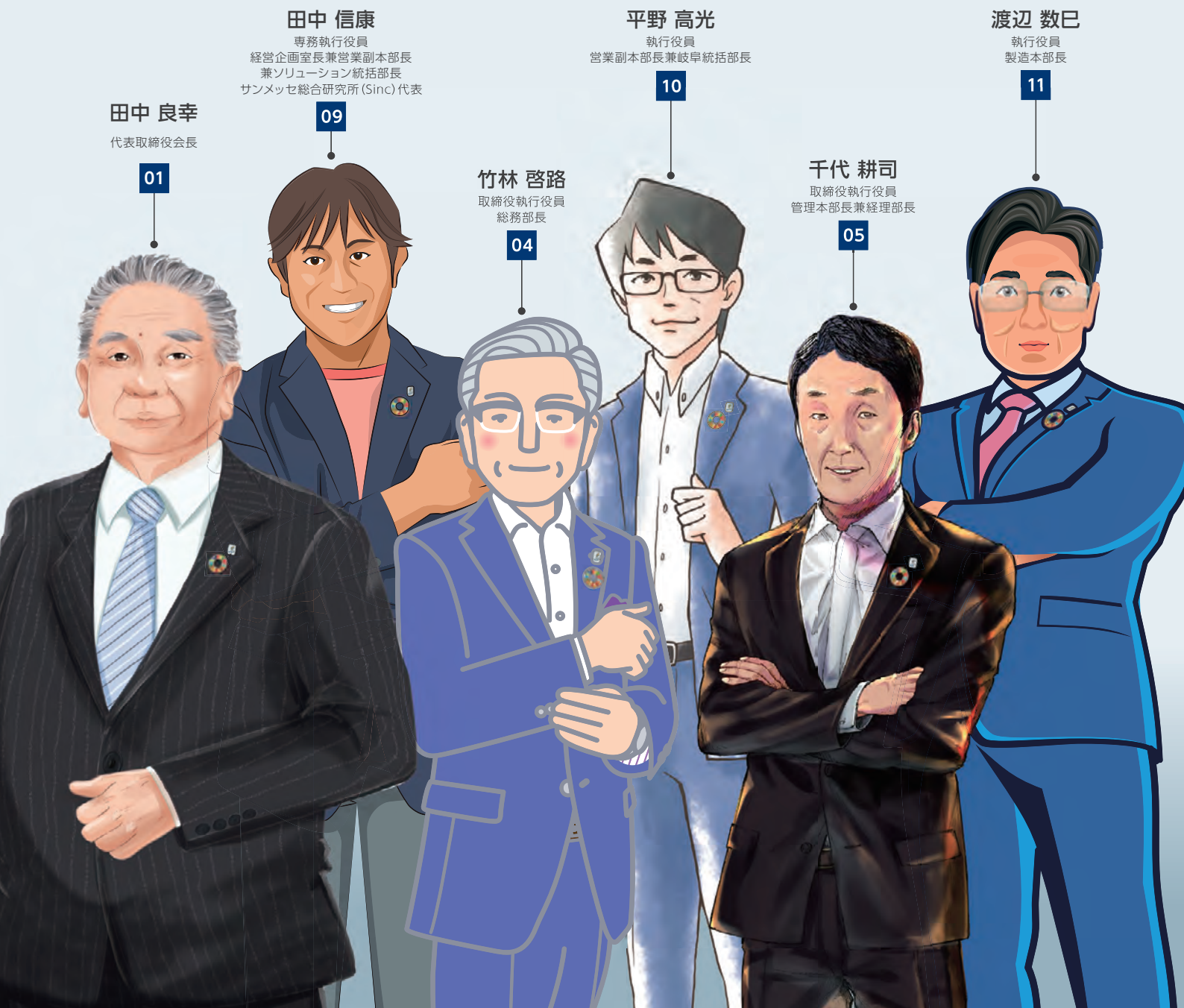
07 優しく責任感のある方、体も鍛えていらっしゃるシュッとした方です。



ソリューション企画部
本社ユニット
井村 光里

02 エネルギッシュでパワーにあふれる姿と、包容力のある優しい笑顔が社長の魅力です。

2020年6月の株主総会での承認を経て、当社は新しい経営陣のもと、新たなスタートを切りました。変化の早い現在の社会情勢に対応すべく、迅速な意思決定と、多様な発想を生かした柔軟性を併せ持ち、新しいサンメッセを牽引するリーダーシップを発揮していきます。この個性豊かなリーダーを表現するために、当社のクリエイターがそれぞれのイメージに基づき、各役員のイラストを描きました。



田中 信康

専務執行役員
経営企画室長兼営業副本部長
兼ソリューション統括部長
サンメッセ総合研究所 (Sinc) 代表

09

平野 高光

執行役員
営業副本部長兼岐阜統括部長

10

渡辺 数巳

執行役員
製造副本部長

11

田中 良幸

代表取締役会長

01

竹林 啓路

取締役執行役員
総務部長

04

千代 耕司

取締役執行役員
管理副本部長兼経理部長

05



ソリューション企画部
本社ユニット

岩橋 有希

01 物腰は柔らかく、厳格さもありませんが、包み込むような優しい印象を抱きました。



ソリューション企画部
東京ユニット

三上 弥生

09 印象はまさに「豪傑」。明るく、大きな笑顔が印象的で、大きな笑顔が印象的でした。



ソリューション企画部
本社ユニット 課長代理

花村 征樹

04 表情は少年のあどけなさを残しつつ、大人の余裕を表現しました。



ソリューション企画部
本社ユニット

小林 佳代子

10 信念を持って仕事に取り組まれている、そんな凛としたお人柄を描きました。



本社営業部
営業推進課

吉村 七海

05 堅固な印象でしたが、顔立ちにアレンジを加えず、親しみやすさを入れました。



ソリューション企画部
本社ユニット 係長

丸山 和孝

11 優しい風貌と熱いハートを持ったリーダーで、そんな雰囲気表現しました。

サンメッセフィロソフィー

社員全員が同じ方向を向き、同じ思いで仕事ができるように。
2035年に社員全員が笑顔で100周年を迎えられるように。
そして100周年を越えた先にも、当社が社会に選ばれる企業であり続けるために。
あらためてサンメッセの理念やDNAとは何かを見つめ直しました。

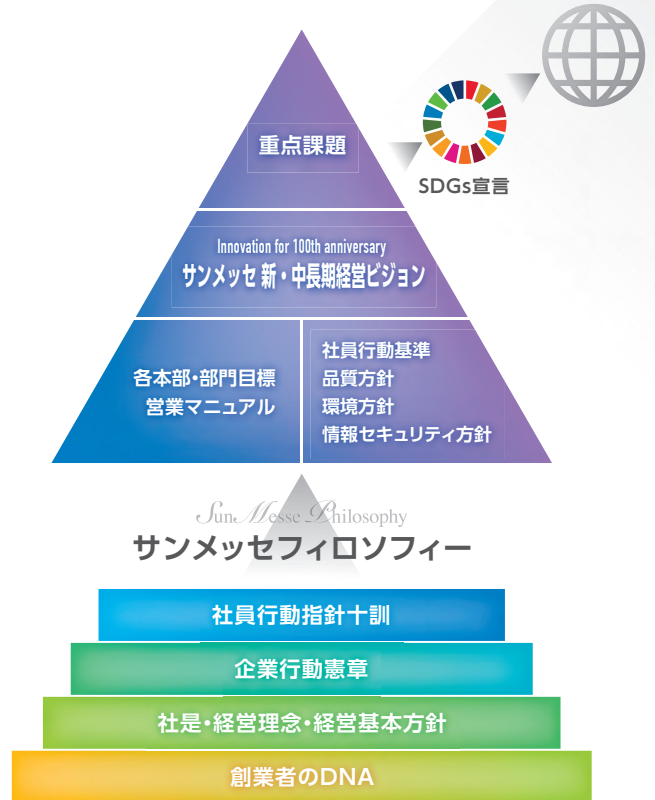
「サンメッセらしさ」を改めて定義する

2019年9月、社長が発起人となり「社長塾」が発足しました。サンメッセの未来を考えることを目的とした、部署や職歴を問わないハイブリッドなメンバーによって構成された社長塾で取り組んだことは、「サンメッセとは?」を見つめ直すことでした。

サンメッセらしさとは、サンメッセのDNAとは何か。メンバーが真剣に考え、それぞれの考えを出し合い、まさにゼロから作り上げたサンメッセフィロソフィーは、10ヶ月近くの議論を重ね、2020年5月に完成。7つのテーマ、80のフィロソフィーが全社に発表されました。

フィロソフィーが発表されてから、それぞれの部署でその浸透を図るための取り組みが成されています。毎朝の朝礼で復唱する部署、社員がそれぞれのフィロソフィーに関するエピソードをスピーチしている部署もあります。またイントラネットでは、毎日ランダムにフィロソフィーが表示されるようになっていました。フィロソフィーができたことで、社員全員がサンメッセらしさを考えるきっかけを得ることに繋がりました。

100周年(2035年)のありたい姿



フィロソフィー誕生までの流れ

フィロソフィー策定は、まさに手探りでした。
メンバー全員がフィロソフィー策定という
共通の目的に向かって考え、
行動した成果だといえます。

1 社長塾、発足。 集まった有志たち。

「これからのサンメッセは自分たちで創る」という熱い思いを持った社員を公募したところ、19人が名乗りを上げ、社長塾に入塾しました。



2 会社の未来のため、 議論を重ねる。

まずは社員一人ひとりの意識を変えていくことが大切だと感じた私たちは、チームに分かれて、フィロソフィーの作成を実施しました。議論が白熱し、メンバー同士がぶつかり合うこともありました。

2019年9月
社長塾始動

その後、オンラインを通じた
会合を毎月開催

各部署から有志が集まり、やる気に満ち溢れてはいたが、当初は「フィロソフィーってなに?」という始まりでした。

購買部 部長 植田 浩暢



サンメッセフィロソフィー

(2020.5制定)

1. 経営の心
2. 先取の精神
3. 奉仕のこころ
4. 仲間への思いやり
5. 仕事への誇り
6. 持続的発展への追求
7. 豊かな人生の歩きかた



社長塾

サンメッセの将来を担う経営幹部候補生の育成をねらいとした、社長直轄によるプロジェクトです。職場も年齢も大きく異なるメンバーが集い、サンメッセの未来について真剣な議論を重ねています。メンバーは岐阜・大垣、東京、名古屋のほか、海外(タイ)にもいるため、毎回オンラインを活用しながらの会議となります。

第1期は19名が参加し、フィロソフィーの作成にあたりました。また2020年度は第2期社長塾がスタートし、それぞれ新たな取り組みテーマを設定し、その解決に取り組んでいます。

Sun Messe BOOKの発刊

策定したフィロソフィーをどう社員に伝えるか、という点も議論のポイントでした。検討の結果、「Sun Messe BOOK」としてフィロソフィーだけでなく、社是や経営理念をはじめ、新中期経営計画、品質方針や環境方針などの各種ステートメント、業績情報に至るまで、まさにサンメッセに関する情報が一つにまとまった冊子を作成することに決定しました。

これまではポケットサイズの「サンメッセ手帳」が配布されていましたが、それに代わるものとして、サンメッセのことを社員により深く知っていただき、日々の活動に役立てるためのコミュニケーションツールとして活用されることが期待されています。



会社にとって必要なこと、従業員の皆さんへ伝えたいことを軸にタイトル案を作成しました。

経理部 経理課 課長代理 北野 健二



3 誕生、サンメッセフィロソフィー。

自らの経験や想いがつまったフィロソフィーが完成しました。これは仲間たちにとって仕事の道標になると、強く確信しました。



2020年5月
フィロソフィーを発表

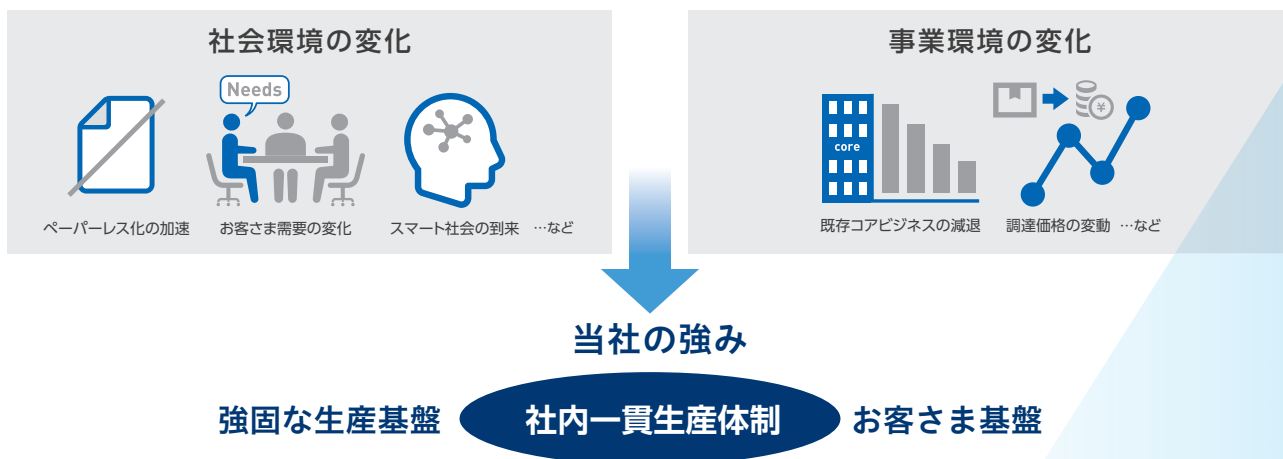
フィロソフィーは進化する

今回策定したフィロソフィーは絶対的なものではありません。今後社会が変わり、サンメッセが成長するにつれて、新たなフィロソフィーが生まれることを期待しています。

新・中長期経営ビジョン

2035年の創業100周年に向け、当社の「ありたい姿」を意識した新・中長期経営ビジョンを策定しました。その第1期として、2025年に至るまでの事業計画を策定、「Challenge for Change 2025 ～変革への挑戦～」をスローガンとした、意欲的なアクションプランを推進しています。スピード感ある構造改革と企業価値向上に向けた、3つの基本経営戦略によって展開しています。

外部環境



Innovation for 100th anniversary

サンメッセ 新・中長期経営ビジョン

90thスローガン

Challenge for Change 2025

～変革への挑戦～

サンメッセ・プライド

「自社理解・
自私自慢」

「自社変革」

Innovation
「自己改革」

STEP 1
2019

STEP 2

2020

STEP 3
2021

2022

2023

2024

2025

2035

100周年の
“ありたい姿”

2034
2033
2032
2031
2030
2029
2028
2027
2026

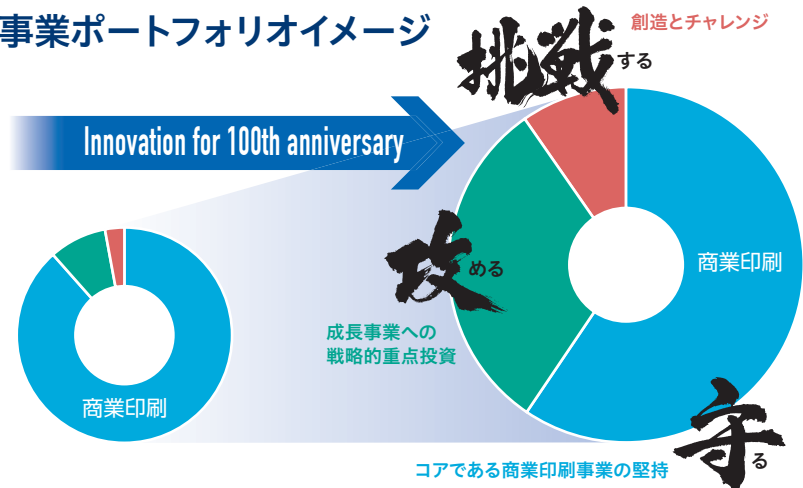
3つの基本経営戦略

100周年を見据えた新・中長期経営ビジョンにおける「3つの基本経営戦略」は、事業だけでなくサステナビリティに関する取り組みを含めた戦略として位置付けているものです。この3つの戦略を多角的に展開することで、当社の持続的な成長を目指します。



目指す事業ポートフォリオイメージ

現在当社の売上の大半は商業印刷が占めていますが、3つの基本経営戦略を推進していくことで、将来的には商業印刷のみに依存しない事業ポートフォリオの再構築を目指していきます。





守

る

MAMORU

カタログやパンフレット、ダイレクトメール、店頭什器など、多種多様な商業印刷物の企画・製造が、サンメッセのコア事業です。これらを創り出すための生産設備、高品質を担保する技術、そして人財が当社の資産であり、基盤となるものです。さらに印刷会社の強みとして、幅広い業種のお客さまが挙げられます。メーカー、流通、金融、大学、官公庁、広告代理店など多岐にわたり、その数は20,253社にも及びます。これらの関係資本によって、様々な社会的課題をキャッチし、そしてパートナーシップを実現していくことができると考えています。



コア事業

商業印刷事業

何を守る

- ・社内一貫・一社責任体制による、多種多様な印刷物への対応
- ・80年余に培った印刷技術・ノウハウの蓄積
- ・企画デザインからデリバリーまで社内一貫生産の提供
- ・(コロナ禍でも)お客さまとの緊密なコミュニケーション

事業概要

当社のコア事業となる商業印刷事業は、ペーパーレス化やネット印刷の台頭などの大きな変革期にあります。

印刷業界全体の需要は減少しているものの、当社は「社内一貫生産による一社責任体制」によって、さまざまな印刷、加工を社内で完結できることが強みであり、直取引のお客さまはもちろん、広告代理店や同業者からも重宝されています。これからも営業エリアおよび事業領域の拡大によって、コア事業である商業印刷の売上と付加価値を向上させてまいります。

エリアごとの事業環境

【愛知エリア】

今回のコロナ禍では、民間企業への訪問を自粛せざるを得ませんでした。その間、自治体への営業活動を推進し、特にこれまで取引が少なかった

取締役専務執行役員
営業副本部長兼愛知統括部長
兼IPS・パッケージ統括部長

伊東 覚

名古屋市役所からの仕事を増やすことができました。市場全体としては、自動車産業、機械メーカーなど製造業が多いことから、カタログやプロモーションツールにくわえ、社内報や記念誌など、コーポレートコミュニケーションツールの仕事が堅調に推移しています。

【東京エリア】

今回のコロナ禍では、同じ東京エリアでも、2つの拠点で大きく明暗が分かれました。開設以降、快進撃を続けてきた新宿営業部は急ブレーキがかかり、売上の面で苦戦を強いられました。一方、東京営業部は、お客さまの多様性と層の厚さがリスクヘッジとなり、売上を維持することができました。これからも両拠点の連携を深め、商業印刷を核に店頭販促資材(立体什器やPOP類)やセットアッセンブリを含めたワンストップ受注など、守備範囲の広さを武器にお客さまの満足を高めてまいります。

取締役執行役員
営業副本部長
兼東京・大阪統括部長兼東京営業部長

由良 直之

新型コロナウイルスによる事業への影響

コロナ禍においては、特に民間企業における需要の減退と訪問自粛ムードが、今上期の業績に少なからず影響しています。しかし、民間企業への営業活動が停滞する中、国や自治体の経済支援策においては、高いセキュリティ管理体制が求められる新規需要が発生しており、瞬

発力を持って積極的に受注しました。

このように当社は幅広い業種と取引しているため、ゆっくりと影響が出てきた感もありますが、これからはオンラインでのアプローチも含め、積極的な営業活動を再開させてまいります。

戦略と成果

DX(デジタルトランスフォーメーション)やペーパーレス化、少子化などによって、大口の印刷物は今後減少していくと思われまます。しかし、ニューノーマルといわれる時代の中で、新しい暮らし方や考え方が生まれることで新たな需要が発生します。これからも、当社が有する多種多様な人財と設備をフルに活かし、お客さまの課題解決に貢献できるソリューション型の印刷営業を展開してまいります。

当社は「社内一貫生産による一社責任体制」を大きな武器にしていますが、一方では多様な外部ブレン、パートナー企業との連携ネットワークも、お客さまへの提供価値を生んでいます。これからも「顧客第一主義」を実践し、事業を通じてお客さまの発展、満足に貢献し、当社のコア事業である商業印刷事業の堅持・伸長に取り組んでまいります。



チームミーティングでいろいろとアイデアを

Highlight / コロナ禍におけるオリジナル商品の開発

この度のコロナ禍において、当社も社会のお役に立てるオリジナル商品を創りたいと考え、抗菌効果のある表面加工を施した使い捨てマスクケースとマスクハンガーを開発しました。

飲食店や商業施設で食事をする時や一時的に外したい時に、マスクを安全に収納できるツールです。マスクケースは各社にご購入いただいただけでなく、お取引先のオリジナル商品として販売されています。マスクハンガーも今年の大河ドラマの主人公・明智光秀をモチーフにした商品が関ヶ原町で販売されています。コロナ禍ならではの衛生関連グッズとして、多くの人にご愛用いただいています。



マスクケース

マスクハンガー

価値を生む現場力

何を守る

- ・社内一貫・一社責任体制によるシームレスな生産フロー
- ・80年余に培った印刷・製本・加工技術
- ・多能工化による柔軟な生産体制とムダの排除
- ・高品質にこだわる職人魂

“稼ぐ製造部”へのあくなき挑戦

「利益の源泉は製造部にある」という考えの下、製造部の全社員が同じ方向を向いて“より稼ぐ製造部”へと進化すべく、まずは各現場のマネージャーが「高品質」と「コスト削減」に強くこだわり、それぞれの現場で意識改革、業務フローの見直しなどに取り組んでいます。

特に「高品質なモノづくり」については、「良い製品をつくるのが結果的にムダを省き、コスト削減につながる」と考え、より厳しい品質基準を設けています。

そして、利益の捻出という点では、常に今の仕事のやり方に疑問を投げかけ、一円(お金)、一秒(時間)、一ミリ(移動距離)に、とことんこだわろうと考えています。印刷・製本工程はもちろん、BPO事業におけるセットアセンブリ業務においても、ムダの排除を突き詰めた動線設計によって、不良品が出ない仕組みづくり(ワークフロー)と生産効率の向上を追求していきます。

執行役員製造本部長

渡辺 数巳

本社工場長

小寺 良樹

大胆な部署転換で、より広い視点を持った人財を育てる

今上期は新型コロナウイルス感染症の拡大によって印刷需要が徐々に減退していく中で、多能工化による柔軟性の高い勤務シフトを実践しました。その時々で忙しい部署に、仕事の少ない部署の人員を配置することで短納期に対応すると同時に、製造部全体での残業縮減にもつながりました。その意味では、例年にない閑散期を迎えたことがきっかけとなり、これまで実行できなかった大胆な部署異動にも挑戦することができ、ワークシェアリングの

観点でも貴重なノウハウを得ることとなりました。

なによりも新しい仕事を体験することは視野を広げたり、モチベーションの向上につながります。慣れない仕事に挑戦することは不安もあるでしょうが、特に若い世代は失敗を恐れずに、どんどん新しい知識と技術の習得に貪欲になってほしいと思います。「チャレンジする人を応援する」が当社の社風です。



VOICE

高品質を実現する現場力／多能工化への取り組み



西工場 BF・シール課チーフ
鈴木 千春

何事にも挑戦し、目指すはスキル数ナンバーワン!!

西工場出荷係に配属されて以来、「いつか印刷機を動かしてみたい」と思い続け、自ら志願して印刷課に配属していただきました。その後、印刷技能検定2級を取得する際には印刷の基礎を学び直したことで知識が高まり、さまざまなトラブルにも柔軟に対応できるようになりました。

今、製造部では多能工化が奨励されていますが、色々な工程のスキルを身に付けることは、その時々で忙しい部署で働ける強みだけでなく、モノづくり全体が理解できるという利点もあります。



品質へのこだわり

何を守る

- ・サンメッセクオリティへのこだわり
- ・品質を保証するしくみや設備
- ・徹底した情報セキュリティ

品質保証室の設置

製品の品質を保証する部門として、「品質保証室」を設置したのは2012年のことです。それまでは、品質管理の一環として印刷事故の防止対策を展開したり、公的認証の取得や更新などを中心に行っていました。当社の事業が商業印刷からIPSやパッケージ、上場企業のコーポレートコミュニケーションへと拡大するにともない、お客さまから求められる品質管理も多様化することとなりました。そして、単なる品質管理体制にとどまらず、盤石な生産体制や経営が問われる時代を迎え、営業本部、製造本部、管理本部からも独立し、全社でサンメッセクオリティを追求していくことが必要となりました。

お客さま視点の品質

お客さまから求められる品質水準が高度化、多様化していく中で、「品質を求めるなら、サンメッセに依頼せよ」というありがたい言葉をいただくことも少なくありません。そんなお客さまからの期待をモチベーションにして、当社では「良い製品 安定した品質で顧客の満足を得る」を品質方針に掲げ、常にお客さま視点で品質について考えています。IPSやパッケージへの事業拡大にともない新しい標準規格等の認証を取得するのはもちろん、お客さまからの要請にも柔軟に対応しています。

また、当社では、お客さまが求める品質管理にとどまらず、さらに一歩先を見据えた品質保証にも取り組んでいます。製品ごとに設定した品質基準をクリアした場合に「合格証」を発行することで、品質管理の付加価値化とともにサンメッセクオリティのブランディングも目指しています。製品の品質を保証する。高いレベルの生産体制をアピールする。そして、自信を持って製品を出荷する。正しい指示があれば、正しい、良い製品ができるという「川上理論」を進めながら、当社の強みである社内一貫生産、一社責任体制に、サンメッセクオリティを加え、お客さまにご満足いただける製品づくりをしていきたいと考えています。

取締役執行役員
品質保証室長

衣斐 輝臣

品質向上のための取り組み

これまで製造部においても、製品ごとの検査が終了したもののについては、検査証（押印）を発行することで、品質管理の有効性を担保してきました。この製造部の検査体制は維持しながらも、品質保証室が並行して製品検査を実施することで、サンメッセクオリティとしての品質基準づくりや運用について試みを始めています。

IPSにおける機密情報の漏洩やパッケージにおける異物混入などは、お客さまにとっても、当社にとっても甚大な損害を生じさせます。そのため、最先端の機器を導入した製造体制と検査体制を構築しており、こうした高度な品質が要求される製品をサンメッセクオリティのプロトタイプにして、これを全社に広げていきたいと考えています。

標準規格等の認証取得への対応

当社では、商業印刷からIPSやパッケージへと事業を拡大するとともに、時代やお客さまからの要請に応えるため、新たな公的認証の取得にも取り組んできました。環境対応のISO14001や個人情報保護対応のプライバシーマークのほか、機密性の高い情報を取り扱うIPS事業の受注拡大にともない、ISO27001 (ISMS) を認証取得しています。

また、パッケージやその延長線上にあるセットアッセンブリ、BPOにおいては、防虫や異物混入防止対策をはじめとする衛生管理を徹底し、エアシャワーで入室するクリーンルームを設置しました。化粧品や医薬部外品の包装、表示、

保管ができる製造業許可証を取得しています。また、医療機器の製造業許可も取得しています。



ISMS認証



エアシャワーで衛生管理した第5工場2階



IPSルームの顔認証システム

高度なセキュリティシステム

当社には、個人情報や機密情報を印刷加工する高度なセキュリティのIPS専用工場があります。こうしたノウハウを一般工場にも応用することで、製造部としてセキュリティのレベルや意識を向上しています。一般工場でも個人情報や機密情報が取り扱えれば、IPS事業の作業効率を高めることにもなり、当社の成長戦略を品質保証の側面からもサポートしています。

VOICE

企業情報開示ツールの制作にあたり

私が所属するソリューション企画部では、統合報告書や株主通信、社内報など、企業のコミュニケーションツールを制作しています。有益な情報発信に向けたコンサルティングに始まり、より魅力的な企画、誌面づくりを提案し、お客さまの企業価値向上に貢献していく中で、より高い品質を追求しています。各種システムを活用し、ミスのない効率的なワークフローを提供する一方で、専門の校正部署と専用ソフトによる複数のチェック工程を通じて、間違いのない制作フローを実践しています。



ソリューション企画部
本社ユニット 主任

箕浦 弘樹



多様な人財



- ・真面目な企業風土
- ・人財のダイバーシティ
- ・働きやすさのための制度支援

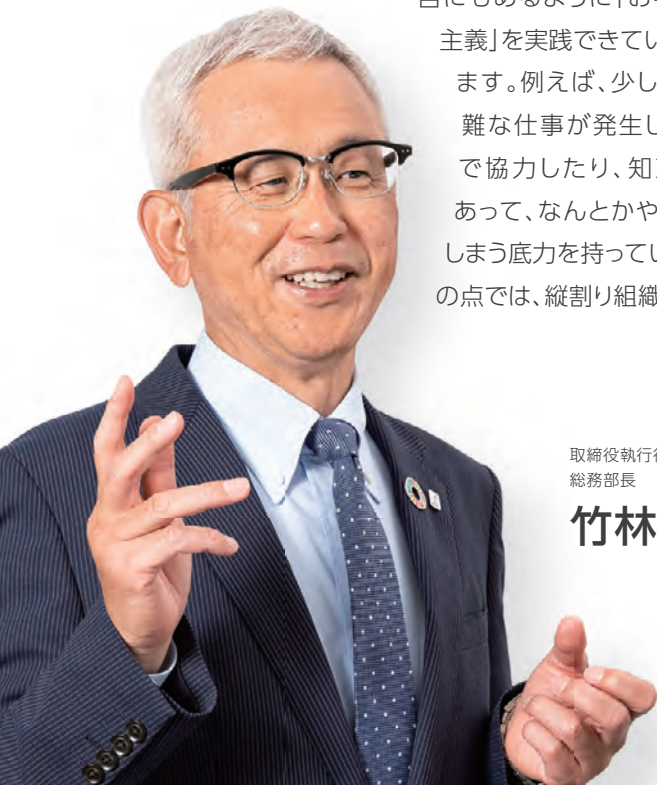
お客さま第一主義を実践できる多様な人財

当社の社員は、岐阜県大垣市という地方都市に本社を置く企業ならではの特色かもしれませんが、全体的にとっても真面目で、地元志向が強く、家庭を大切にするタイプの人が多いと感じます。

一方、仕事の面では、サンメッセフィロソフィーの一番目にもあるように「お客様第一主義」を実践できていると感じます。例えば、少しばかり困難な仕事が発生しても、皆で協力したり、知恵を出しあって、なんとかやり遂げてしまう底力を持っています。その点では、縦割り組織の弊害

などは比較的少なく、まさに「大家族主義」の経営が浸透しており、個の力だけでなく組織力や連携によって「顧客の満足」を実現していくという、チームワークも含めた“人財力”に恵まれていると思います。

今後、ペーパーレス化等が進む中で、一人ひとりが「先取の精神」に磨きをかけて、新しい社会に適応した発想やスキルを身に付けていかなければなりません。そのためにも、研修プログラムや教育システムをさらに充実させてまいります。



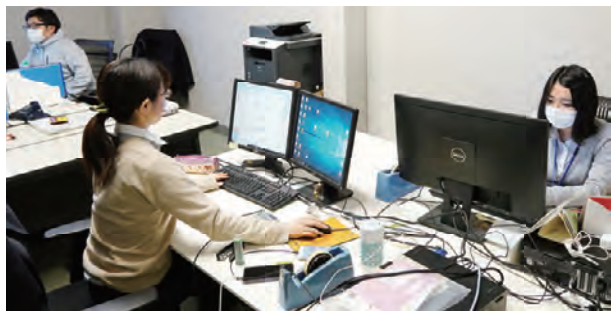
取締役執行役員
総務部長

竹林 啓路



新型コロナウイルスへの対応

コロナ禍においては、なによりも社員の健康・安全を守ることが第一であり、感染予防策としては、人との接触を最小限にするために在宅勤務の推奨や時差出勤、Web会



コロナ禍での職場二重化

議などを積極的に推奨・活用しています。また、警戒レベルが特に高かった時は、社内で感染者が発生した場合の機能停止を避けるために職場の二重化(分離)も行いました。中でもソリューション企画部・東京企画ユニットでは、80%以上の社員が在宅勤務を実践するなど、コロナ禍をきっかけに当社のワークスタイルも大きく変わりました。同時にクライアント企業でも訪問自粛や在宅勤務が進み、今ではWeb会議が当たり前の世の中となりました。出張や移動の負荷が軽減された反面、コミュニケーション不足が悪影響とならないよう、社内イントラを見やすく改訂するなど、社員同士のコミュニケーションは“密”にとってまいります。

一人ひとりが活躍できる環境づくり

「働き方改革」とは残業を削減することも一つですが、一人ひとりの生産性を向上させることが最も大切と考えています。人は、何も意識していないで仕事をしている時と、目的や目標・やりがいを持って仕事をしている時では、生産性や品質に大きな差が出ます。そのため、社員の皆さんが日頃から、会社や、仕事内容に対して、何を思い、何を求めているのかを吸い上げ、可視化し、足りない部分を補っていきたく考え「従業員意識調査」を実施しました。その結果、多くの課題が導き出されました。今後はこれらの課題の改善に努め、社員の皆さんの満足度を向上させていきたいと思っております。

具体的な取り組みとしては、お互い褒め合う文化を醸成する「Good Job制度」+「ピアボーナス」、女性活躍推進

のための教育・研修の企画、人事考課制度の改訂、長時間労働の削減など、社員一人ひとりが働きがいを持てるよう、夢ある企業への創造にチャレンジしてまいります。



「女性活躍ワークショップ」を開催

VOICE

従業員満足度調査を実施

昨年度、当社初の「従業員意識調査アンケート」を実施しました。ストレスチェックに続き、当社のオリジナル設問で、取締役、執行役員を除く全社員を対象とし、回答率は95.2%となりました。

総合満足度は33.8%。年代別では50歳以上の満足度が最も高く、部署別ではソリューション企画部や大阪・東京の営業部が高い満足度となりました。今後は、いくつかの具体的な施策に取り組み、さらなる満足度の向上を図ります。



総務部総務課 主任

新藤 磨美



SEMERU

心める

商業印刷で培ったノウハウをもとに、新たな価値を創出する事業に取り組んでいます。その中核を担う、「IPS事業」「パッケージ事業」「CC/ICT事業」は着実に成長を続けており、サンメッセの新たな事業として定着しつつあります。連結対象の系列会社が展開するイベント事業、海外事業もそれぞれの強みを活かして活躍のフィールドを増やしています。またもう一つの戦略として営業エリアの拡大に取り組んでおり、特に東京・大阪の大都市圏におけるプレゼンス向上をねらった投資を行うなど、当社をより多くの企業にリーチさせるための取り組みを推進しています。



事業領域の拡大



取締役専務執行役員
営業副本部長兼愛知統括部長兼
IPS・パッケージ統括部長

伊東 覚

IPS事業の成長

計画的な資源投入で新たな柱に成長

IPS事業は当社の成長戦略事業の一つとして、昨年度は「IPS・パッケージ本部」を立ち上げ、営業部と製造部からスタッフを拡充し、当社初の製販一体の専任組織にて、さらに受注拡大に取り組んでまいりました。

厳重なセキュリティ管理体制の下で機密情報や個人情報を取り扱うIPS事業は、2017年度には、ISO27001 (ISMS)の認証を取得し、官公庁や自治体の案件を中心に着実に実績を積み上げ、売上を大きく伸ばしています。

この事業は商業印刷に比べて参入障壁が非常に高く、当社はこれまでに人財・設備面で、大きな資源投入を積み重ねてきました。当社がIPS事業をいち早く立ち上げられたのは、商業印刷事業で培ったさまざまなノウハウを随所で活かすことができたからです。現在は、より複雑で難易度の高い案件に対応できるよう、入札参加前からターゲット

となる案件を調査分析し、システムプログラミングの検証および検査装置も含め必要な設備投資を行い、地方自治体をはじめ中央省庁、機関からの大型案件も複数受注しています。今後も人財および設備、そして品質保証体制を着実に強化してまいります。





- ・ハイセキュリティで難易度の高い機密情報案件
- ・官公庁・自治体だけでなく民間需要の開拓
- ・ICT領域や高機能設備への積極投資



新しい時代のダイレクトマーケティング

今後、デジタル庁の新設による電子化が急速に進めば、現在の売上の大半を占める官公庁関連のIPS案件も、数年後には大きくペーパーレスに切り替える可能性もあり、これからは民間企業の案件を積極的に受注していかなければなりません。Withコロナの時代にあって、金融、保険、医療、教育、通販、流通、メーカーなど、あらゆる業界において、今後益々ワンツーワンの「ダイレクトコミュニケーション」が進展すると予想され、ICTと連動した可变印刷の需要は幅広く潜在していると考えます。

こうした民間需要の取り込みにおいては、DXに代表されるICTソリューションはもちろん、当社の強みである商業印刷で培った企画・デザインのノウハウや、さらにはパッケージ事業、BPO事業のセットアッセンブリ機能などを活用し、デジタルとリアルのカロスメディアソリューションによって、お客さまとエンドユーザーの良好なコミュニケーションづくりに貢献していきたいと思っております。

担当部長メッセージ

セキュリティレベルの高い仕事に携わるプライド

IPS事業と商業印刷事業の大きく異なる点は、取り扱う情報のセキュリティレベルの高さにあります。

お客さまから大量の個人情報をお預かりし、圧着ハガキや封筒および封入物に一通ごとに違う可变情報を正確に印字、加工するのがIPS事業の根幹であり、各工程における検査機能はもちろん、ログ管理によるトレーサビリティの実装が必要不可欠です。

さらにはお客さまに安心して業務を任せいただけるよう、実証テストの段取りからデータ授受、納品方法に至るまで、専門的な知識を有する専任営業がお客様の要望や仕様書に沿った、全工程の管理を担います。

製造部門においては、顔認証システムによる入退室管理や高度なプログラム開発・設計を行うなど、まさに製販一体となって構築した盤石な体制の下で事業を行っており、関係者一同、高いプライドを持って業務に取り組んでいます。

IPS・パッケージ営業部長 **白木 広勝**

事業領域の拡大 パッケージ事業

パッケージワンストップ生産をベースとした「攻め」の体制

UV印刷～抜き加工～検査～貼り加工の一貫生産に加え、セットアSEMBリに関する付帯設備（重量検査機・Lot印字機・画像検査機・シュリンク機）も充実を図ったことで、化粧品、健康食品、消費財、食品・飲料メーカーなどから、ご相談いただくことが多くなりました。

コロナ禍の影響も少なくはないと感じますが、なんとか



持ちこたえており、紙の包装資材に対するニーズは堅調であると再認識しています。

これからは製造・品質保証・営業の三位一体による盤石な体制に、セキュリティ対策を完備して、次のステージに向かうべく尽力してまいります。

IPS・パッケージ営業部
次長

平野 賢司



CC/ICT事業

コンサルティングとクリエイティブでお客さまに貢献

ソリューション企画部は、企画・制作及びコンサルティング業務において豊富な経験値を有するスタッフがそれぞれの強みを活かし、コーポレートコミュニケーション事業、ICT事業を中心とした各種ソリューションを提供しています。

お客さまはグローバル企業から中小企業、自治体までと



幅広く、お悩みや課題はそれぞれ異なりますが、これからも時代の変化の先を見据え、コンサルティングとクリエイティブにさらに磨きをかけ、お客さまの価値向上に貢献してまいります。

ソリューション企画部
部長

林 英樹



海外事業

COVID-19の先に見える生活環境に対応した印刷商社へ

タイにおいても、3月には全土に非常事態宣言が出され、日本よりも厳しく日常生活が制限されていました。当社では、主要顧客がCOVID-19の影響が少ない企業であったため、業績への影響が今回は少なかったですが、新たな課題が見えてきたのも事実です。

ひとつは、将来COVID-19とは違った変数が発生した場合、顧客基盤の弱さで業績に深刻な影響を受ける可能性があり、顧客数の増加は早急に取り組むべき課題です。



サンメッセタイランドの社員

ふたつめは、タイで日本との連携や日本式の品質管理と納期管理を強みに取り組んできましたが、年々タイ企業の品質や管理手法も向上しており差別化が難しくなってきたので、印刷商社としてさらなる高い付加価値を見つけ出し提供できるようにしていくことです。

次へのステップとして、これらの課題を解決していきながら、さらなる成長を目指していきます。

サンメッセタイランド株式会社
Director

高木 威



イベント事業

Withコロナ時代の新たなイベント発想

この度の新型コロナウイルス感染症の拡大にともない、イベント関連業界は非常に厳しい状況に晒されましたが、一方で、人々の価値観も変わり始め、イベントの手法もライブからWEB上に展開されるなど、さまざまな工夫をする中で新しいビジネスチャンスのタネも見えてきました。コロナ対策を十分に講じることでイベントの実施も徐々に再開し、ニュー



サイクリングでサステナブルツーリズムを推進

ノーマルのイベントの在り方や手法についてノウハウを蓄積しながら、新しい発想で効果的なイベントを提案してまいります。

また、来年度以降に必ず戻ってくるであろうインバウンド需要の取り込みに備えた自治体への新規提案や自社での観光商品開発等を意欲的に展開してまいります。

日本イベント企画株式会社
執行役員

矢野 純子



営業エリアの拡大

新宿

エリア特性、主要クライアント

東京都内、副都心エリアを中心とし、埼玉から神奈川まで幅広い営業活動を行う。主要クライアントは広告代理店からメーカー系上場企業まであり、商業印刷だけでなく、店頭什器、パッケージ、セットアッセンブリまで幅広い対応でお客さまより高い評価を得ている。

新宿支店長

川瀬 直樹



グローバルクライアントへも果敢に挑戦

新宿支店は、大手企業が徐々に副都心エリアへと移転し、山手線西エリアへの営業強化が急務となる中で、営業エリア拡大を目的に、2018年5月に開設されました。主要クライアントには、従来の広告代理店や各種メーカー企業が多く、最近では特にグローバル企業との取引が年々増加しています。単純な印刷だけではなく、トータルでのソリューション提案が求められており、例えばパッケージ作成と合わせて、製品へのセットアッセンブリ作業までを一括でおこなったり、キャンペーンの企画・立案に携わったりなど、製品の販促施策にも関わる事が多くなってきました。これを印刷会社へのニーズ変化だと捉え、今まで培ってきた「対応力+アジリティ」に加えて、さらに「ソリューション力」を高めることによって、市場開拓を進めていきたいと考えています。

市場ではまさにこれからが、当社の基本スタイルである

「社内一貫生産による一社責任体制」が強みになってきます。東京市場は、まだ印刷の分業制が成り立っており、中間会社が多く存在しています。当社の強みを活かしてコスト削減と納期短縮を実現することにより、お客さまのさらなる満足度を上げる事が可能だと確信しています。

非常にポテンシャルの高い営業エリアですが、現在のコロナ禍では広告費削減での影響を大きく受け、クライアント数が少ない、用度品などの安定受注品が少ないことも露呈しました。そのため、これを機に、新たな営業戦略を講じ、それを実践する組織編成などを行いました。

当支店の最大の使命は「市場開拓/拡大」です。今後も「攻めの姿勢」に磨きをかけ、今まで培ってきたノウハウを活かし、新たなお客さまを増やしてまいります。





- ・過去の実績にとらわれない新業種の開拓
- ・コロナ禍での“お困りごと”への自主提案
- ・人とのご縁を大切に“人間力”で勝負

大阪

エリア特性、主要クライアント

大阪支店と京都営業所の2つの拠点で、南は奈良県から西は兵庫県までの幅広い営業活動を行う。主要クライアントは広告代理店、印刷会社からメーカー、自治体と幅広く、商業印刷を中心にIPS、パッケージ、セットアッセンブリまで幅広い製品を受注している。

大阪支店長

三木 幸彦



厳しい市場環境のブレイクスルーを果たす

2020年4月に、新規クライアント開拓の命を受け、支店長に就任しました。

大阪エリアの特徴として、同業者や広告代理店からの印刷・製本案件の比率が高く、高い売上は確保できても、利益が出しづらい構造となっています。その課題を解消するためには、直取引のお客さまの比率を高めていく必要があります。

当社には「社内一貫生産による一社責任体制」があり、実に幅広いソリューションを有しています。この魅力をうまく伝えていくことで、新しいお客さまとの取引は必ず得られるものと考えており、営業マンの自社の強みに対する認識を高めると同時に、お客さまの困りごとを聞き出し、それを解決できるソリューション型の営業スタイルを再教育し、推進していきます。

コロナ禍での訪問自粛という状況にあって、新規訪問のアポ取りはなかなか厳しいものがありますが、新宿支店長時代には複数の大手外資系企業とも取引させていただいており、その頃のお客さまから声をかけていただいたり、関西エリアの支社、支店をご紹介いただくなど、新天地でも“ご縁”を大切に営業活動に邁進しています。



挑戦する

CHOSENSURU



印刷会社という固定概念を崩し、新たな価値創造モデルの実現に挑戦しています。ペーパーレスの時代になっても、「伝える」という概念は無くなりません。私たちは印刷のプロからコミュニケーションのプロへと変革を遂げることで、お客さまの課題解決に寄り添い、解決へと導くソリューションプロバイダーとして、地域社会に貢献できる存在になることを目指します。「守る」「攻める」の取り組みを通じて得られた知見・資本を積極的に活用することで、サンメッセにしかできない、サンメッセだからこそできる課題解決のあり方を見出してまいります。



新ビジネスへの 飛躍



執行役員
営業副本部長兼岐阜統括部長

平野 高光

BPO事業の成長

強みのワンストップ・ソリューションで、お客さまのビジネス発展に貢献する



BPO: Business Process Outsourcing
企業活動における業務プロセスを専門業者に外部委託すること

SC事業

ショッピングセンターの価値創造に貢献します

当社では、長年、スーパーやドラッグストアなどのチラシ、DM、WEBサイトなどを受注してきました。こうしたコンテンツ制作力やメディア展開力を活かし、ショッピングセンター（SC）の価値創造を目指し、デベロッパーと協業する事業を強化しています。個別のテナントの販売促進支援ではなく、施設への集客施策に特化し、年間を通じてトータルにマネジメントすることで、安定した売上と収益力の向上を実現したいと考えています。時期や地域性に合わせたイベント企画・運営からチラシやマス広告の企画制作、DMやSNSなどクロスメディアでのターゲットマーケティングをご提案しています。



ショッピングモールにおける販売促進の一例

・顧客課題に対して、より積極的に向き合うことで 新たなビジネス領域を拡大

豊富な実績に裏付けられた当社BPOサービスへの発展

当社は日本のほぼ中心にある岐阜県大垣市に生産拠点があり、全国に製品を発送する上で非常に有利な立地条件となります。今やお客さまからのご要望は、印刷物の製造だけでなく、製品をセットアッセンブリし、デリバリーまで包括する「BPOサービス」へのニーズがより強くなりました。

当社のBPO事業は、ADD ON (アド・オン) 型ですので、納期の短縮や機能の強化など、お客さまへのサービス向上を

実現していく事業です。当社には多彩な印刷機や製本・加工機があり、豊富なバリエーションで対応することが可能です。また出荷部門における梱包・封入作業も多種多様な中、各種作業マニュアルの作成から作業者の教育まで豊富な実績を有しています。何よりも、セキュリティレベルの高い環境下での作業に関して、お客さまに高いご評価をいただいております。

Withコロナの時代に益々高まるセットアッセンブリの価値

Withコロナの時代にあって、宅配や通信販売の利用は今後より増加するでしょう。当社は自社で製造する書籍やカタログ、パッケージをラック倉庫にて保管・管理し、お客さまの要望に応じてピッキングし発送する発注システムを

独自に開発しています。これからは移動コストの削減だけでなく、例えば、可変印刷機と連動させ、発送先の属性情報に応じてお勤めの試供品や販促物を同梱するなど、さらに付加価値の高いBPOサービスを展開してまいります。

アイデアで大いに発展する可能性の高い事業

多くのお客さまの課題は、今や一貫し、かつ安心して業務委託できる社との連携を図ることで、働き方改革に標榜される人不足を解消出来るメリットの享受も重要な視点です。

何よりも当社は業務の川上から川下までワンストップ・ソリューションで展開できる会社であることが最大の強みです。

このBPO事業はまだまだ大きな可能性を秘めていると

思います。お客さまの課題は多様であることにより、私たちのアイデア次第で大いに発展する可能性の高い事業です。お客さまとの連携強化と最適な設備とヒトを投資することで、より価値の高い新しいビジネスとして発展させていきたいと考えています。

PMS事業

PMS:Print Management Service

印刷のプロとして、印刷周辺業務の最適化を実現します

企業や大学などにおける印刷物の最適化やクオリティ管理などを、プロの視点でマネジメントします。例えば、企画・デザイン会社からの提案に対するアドバイザリーや全体的なブランド管理、一方では発注量や仕様の最適化を提案し、コストダウンにつなげるなど、担当部署の負担を削減すると同時にパフォーマンスを向上します。





SDGs構想

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

専務執行役員
経営企画室長兼営業副本部長
兼ソリューション統括部長
サンメッセ総合研究所 (Sinc) 代表

田中 信康

SDGsで機会創出し、経営に実装

自律的アクションで地域をRe:デザインする

危機意識からの発想転換

危機意識からの発想転換。よく当社がSDGsに積極的に取り組む背景や意義について問われる場面で、常々発している言葉です。コロナがペーパーレス化を加速したといっても過言でないほど、ニューノーマル思考において紙であることの必然性をより問われ、私たちのコア事業である印刷ビジネスは、徐々にシュリンクする傾向下にあります。

新しいビジネスモデルを模索し発想転換する上で、SDGsは新市場の源泉でもあり、マーケットの変化を先取りしたイノベーションであると考えます。発想力をより膨らますことでSDGsのもつ可能性の大きさに気づきます。

当社は、岐阜県下の上場企業で真っ先にSDGs宣言を発し、現在主に6つのゴールに向けた経営推進を行っております。2019年の役員会にてSDGs宣言することを企画し決裁を仰いだ際、会長、社長をはじめ全従業員の賛同を得たことは記憶に新しいのですが、この本質には当社が創業以来大切にしてきた「事業を通じて地域社会の発展に貢献する」という普遍的なポリシーがあります。

地域への愛、お客さまに対する奉仕の精神で、地域から頼られ、そして期待される存在でありたい。これが当社の根幹となるDNAですし、SDGs推進はむしろ必然であったようにも感じます。同時に当社は創業来より「先取の精神」として、

新しいことに積極的に挑戦する気構えをもちあわせていたことにもよります。

SDGsを経営に実装

当然のことながら、これらは容易ではありません。特に事業を通じた視点を強く意識し、SDGsを経営に実装する上で、基本構想でもあるTransforming our worldは、文字通り“我々の世界を変革する”と示され、当社の事業構造をベースとしながらも、それを変えていく判断とスピードが要求されます。

その中において、特に2つのゴールに意欲的な推進を図っています。ゴール13における気候変動対策や環境に関する取り組みには、CDPへの自主回答、TCFDの賛同をはじめ、これまで以上にカーボンマネジメントの積極推進を図っていること。

そしてもう一つは、ゴール17のパートナーシップ強化により意欲的な実践をしています。当社のお客さまは、民間企業はもちろんのこと、学校教育、医療、金融、官公庁などの自治体、公共団体、NPO/NGO、個人等々、非常に裾野が広く多種多様なお客さまのネットワークが大きな財産です。このように特にゴール13と17にはかなり意識を高くもつ独自思考でSDGs推進を図っています。

何に挑戦する

・多様なパートナーシップを実践していくことで、社会的課題の解決に貢献する

2019【令和元年】5月17日 サンメッセSDGs宣言を表明

社会的課題の解決を通じた
ビジネス機会の創出



パートナーシップの
拡がりによる
ビジネス領域の拡大

2035
100th

顧客の満足、社員の幸福 (CSR/ESGの推進)

業績の向上 (ビジネス成長)

当社ソリューションと、外部との連携強化で社会課題を解決

印刷業に求められるニーズは大きく変化し、ペーパーメディアに偏らぬあらゆるメディアとしてお客さまにご提案することは既に当たり前のことになりました。そこで、お客さまとのネットワークの価値を最大化し、その延長上に“お客さまの課題解決を様々なソリューションを通じて解決する”という必然性に着目し、2019年5月にサンメッセ総合研究所 (Sinc) を新設しました。

サステナビリティがより問われる今、お客さまの持続可能な経営に関する関心は高まる一方です。その中で、外部との連携強化にもより一層注力し、2019年8月株式会社博展 (東証JQG) との業務提携を締結しました。株式会社博展が主催するサステナブル・ブランド国際会議^{※1}において、私が ESG プロデューサーとして参画することで、日本全体のローカルイシューだけでなく、まさにグローバル全体での課題解決の場面に立ち遭えることで、今後の大きな共創の場としてお客さまから大きなご期待をいただいております。

※1 世界13ヶ国14都市にて連携するグローバルコミュニティ。
日本は、株式会社博展が主催。



▶ サステナブル・ブランド国際会議:
セッションファシリテーター



▲ 全国SDGs未来都市ブランド会議:
SDGsの達成に向けた地方自治体とビジネスセクターとの連携に関する意識調査報告

もはや多くのお客さまに介在する課題は、SDGsが示す通り日本だけに留まらぬ大きな社会的課題になりつつあります。今後当社グループがイノベーションを起こす上で、多種多様なお客さまの価値やネットワーク網を活かすことと、『SDGsを共通言語』にこれまで以上の多様なお客さまとの連携を通じ、価値創造に繋げることは当社ビジネスの成長に確実に繋がるものと確信しています。

SDGs構想



そして、マルチステークホルダーとの協働へ

マルチステークホルダーとの協働は、今後の当社においてよりサンメッセらしさや、サンメッセのDNAを活かす視点として非常に重要な切り口と考えており、これは私たちがSDGsを通して何がしたいのか?という示唆に繋がっています。

特に、当社が本社を構える岐阜県を中心とした市町村における各地域の社会的課題を解決するという視点で、非常に重要な位置づけとして捉え、「SDGsを共通言語」とすることでこれまで出逢えなかったステークホルダーとの連携を意識し、既に多くの活動に繋がっています。

この中でも、民間企業と官公庁・自治体との協働として、既に各市町村に様々なご提案や活動連携にチャレンジしていることは、今後の経営にも大きなインパクトを示すものと考えます。SDGsの象徴的conceptであるLeave no one behind (誰一人取り残さない)には強い共感を覚えますし、実際の活動において自社だけでなく、お客さまを含めた共創に大きな意義を感じています。

2020年9月に公表した岐阜県の朝日大学とのSDGs連携と協力に関する包括協定の締結は、大学×サンメッセの共創を、地域の活性化、環境保全、次世代育成、レジリエントなまちづくりに様々な協働を通じた価値創出に繋げるべくSDGsの達成に向けた機会を拡げてまいります。



当社と朝日大学とのSDGs連携と協力に関する包括協定締結 (2020年9月9日)



また、岐阜県は製造業が非常に多い産業構造の地域です。ここには上場企業だけでなく、中小企業にも大変魅力的なキラ星と称される企業が非常に多いことが挙げられます。建設業であるSUNSHOW GROUP、三承工業株式会社(代表取締役:西岡徹人様)との連携強化もその一つです。まだ多くの活動事例には至っていませんが、同グループとの連携をはじめ岐阜県内企業とのネットワーク強化、岐阜県ブランドの向上と発信力の強化にもつなげ、同グループと連携強化を互いの共創価値向上に繋げていきたいと考えています。



SUNSHOW GROUP
外務省主催第2回ジャパンSDGsアワード 特別賞受賞 (2018年12月21日 表彰式にて)



SDGsを「共通言語」として、
どえらい出逢いを創りたい



岐阜県主催 SDGs推進フォーラム



株式会社三井住友銀行主催 SDGs推進セミナー in Gifu



大垣ユネスコ協会主催
ESDパスポート体験発表会 in 大垣

ローカルならではの強みで共創し、世界に発信する



中でも岐阜県内の自治体・官公庁や教育機関、各団体との協働を通じた産官学における地域活性化、地域課題の解決には強い関心があります。「行政・教育機関×サンメッセ」というチェーンを構築するため、2019年より特に岐阜県全域を中心に各市町村との連携強化のための啓蒙啓発に努め、岐阜県の各団体、各企業との連携を積極的に行っています。まだ満足のいく成果に繋がってはいませんが、その連携を展開する上で、当社が岐阜県の市町村においてどんな存在でありたいのか、何をしたいのか。という訴求に多くのステークホルダーからの共感をいただいております。

“岐阜ならではのSDGsの創出”を追求し、私たちが生まれそして育った水と緑にあふれるこの素晴らしい地域から、ローカルならではの素晴らしさ、美しさを訴求し、岐阜から日本へ、そして世界へと発信していくことで、このまちで共生する多様なステークホルダーとのパートナーシップを強固なモノとして推進してまいりたく考えています。

この構想こそが、当社が考える自律的アクションです。これまでの発想にない視点とアイディンティを大切に、この素晴らしいまちを未来に向けたサステナブルシティへとRe:デザインすることをプロデュースし、当社のもつポテンシャルを大いに発揮していきたいと考えています。

こうした考えやアクションこそが地域に共生し、そして何よりも当社がこのまちにおいてなくてはならない存在として感じていただけるよう企業価値向上に努め、多様なステークホルダーからの共感を共創に変えることで、意欲的な変革に努めてまいります。



社会の課題解決に貢献する ソリューション・コンサルティング

統合思考に基づくサステナビリティ経営のコンサルティングをはじめ、ESG経営・SDGs対応の動向を踏まえた経営戦略サポートや情報開示支援、そして新しいコーポレートコミュニケーション施策のご提案などを行うシンクタンクとして、2019年5月に創設しました。



サンメッセ総合研究所(Sinc)



サンメッセ総合研究所(Sinc)
所長/首席研究員

川村 雅彦

Sinc設立の狙い: Sustainability Solution Provider

サステナブルな社会経済を創らねばなりません。今のまま行けば、地球の環境と社会は持続「不」可能となることは必定でしょう。

2050年には世界人口は100億人に近づき、経済規模は4倍とも推計されています。その結果、食糧・水・資源・エネルギーの消費が増大し、CO₂排出も止まらず、気候変動は常態化します。翻って、日本は人口減少など様々な課題を抱えながら、21世紀型産業とともに地方創生を模索しています。

このような構造変化を背景に、企業は長期視点に立った企業価値の創造と棄損防止の戦略が不可欠です。この考え方を私どもは『統合思考経営』と呼び、お客さまにサステナビリティの解決策を提供したいと考えています。

Sincのビジョン: Competitive Sustainability

環境と社会が持続可能でなければ、企業も持続可能ではいられません。バランスの取れた経済・環境・社会の構築が必須です。同時に、それを実践する企業には競争力のあるサステナビリティも求められ、私どもは多側面から支援いたします。

Sincは地域の社会的課題解決に向けた活動を着実に推進しています。

2020年2月に開催された「第4回サステナブル・ブランド国際会議2020 横浜」では、主催の博展と共に「全国SDGs未来都市ブランド会議」を運営し、代表の田中が「SDGsの達成に向けた地方自治体のビジネスセクターとの連携に関する報告」を発表しました。地元中部・岐阜エリアでモデル事業を創出をしながら、SDGsを基軸とした自治体・企業・大学の協業による地方創生の可能性を広げていきます。



サンメッセ総合研究所(Sinc)
副所長/上席研究員

山吹 善彦

TOPICS

サステナビリティ経営に関するアドバイザリーサービス『SB Japan Lab』開始

当社は2019年8月、サステナブル・ブランド コミュニティ活動を推進する株式会社博展と業務提携を締結し、サステナビリティ経営や地方自治体におけるSDGs推進に関するアドバイザリーサービス『SB Japan Lab』の運用を開始しました。新型コロナ禍においては、オンラインを活用した「SB_ESGシンポジウム」を開催し、ESGにおける最新動向を発信しました。



ダイバーシティの活用による 新たな視点をご提案

当社の企画部門・デザイン部門の女性メンバーによるクリエイティブチーム「Link」。2014年に結成した営業部・企画部・製造部の女性による社内活動チーム「Passo (パッソ)」を前身に、2017年、クリエイティブチーム「Link企画推進室」として立ち上げました。以来、社内での活動だけでなく、多くのクライアントから「女性の意見が聞きたい」「女性目線の企画やデザインにしてほしい」など、さまざまなリクエストにお応えしています。

女子力で「今」と「未来」をつなぎます。

Link

サンメッセ女子クリエイティブチーム



LinK Eye (リンク・アイ)

イントラネットLinkメンバーによるブログから、生活や趣味など、さまざまな情報を発信



女性活躍リーダー研修

外部講師を招いた全社女性リーダー対象の研修に、Linkメンバーからも数名が参加



LinK PRESENTS

「“SDGs時代の働き方”とは」Webinar配信



2020年10月、三承工業様 サテライトスペースSUNSHOW.BASEにて

SDGsを軸とした他業種とのパートナーシップ

持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現を目指して、「Goal 17 パートナーシップで目標を達成しよう」というSDGsの観点を軸に他社女性チームとの交流&協業をスタートさせました。2020年10月に開催したGALLEY+オンライン講座「“SDGs時代の働き方”とは」は、その第一歩。「女性活躍の時代」ではなく、誰一人取り残すことなく、それぞれのスタイルで働ける「Goal 4 ジェンダー平等を実現しよう」「Goal 8 働きがいも経済成長も」のSDGs達成と、地域創生、共生、そして新たなビジネスチャンス創出へ向けて挑戦を始めます。

主な活動

- 高齢者向け商品
・商品のネーミング、パッケージデザインの提案
- プロスポーツチームのノベルティー
・お酒ラベルの似顔絵デザイン
- 産婦人科Webサイト
・コンテンツ提案、サイト構築
- 女性向けリクルートパンフレット
・デザイン提案
- カーディーラー
・折込チラシ
- そのほか
・女性専用商品の店頭販促ツールデザイン提案
・ブランドネーミング提案
・展示会ブースデザイン提案
・イベント企画

ENVIRONMENT

環境

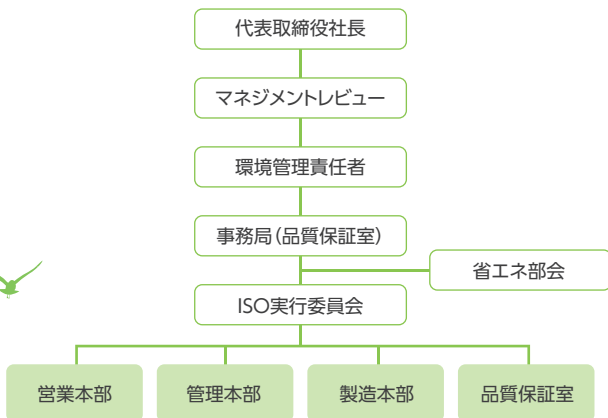
ハリヨの棲める環境への
持続的取り組み

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

| 環境に対する考え方

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

環境活動取組体制



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(利害関係者)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。
3. 法と社会秩序を守り、業界の指針、お客様及び協力会社の環境保全にも積極的に協力し、進んで汚染の防止(予防)に努めます。
4. 自らの業務を通して、内外に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. 全ての拠点が、環境マネジメントシステムに適合します。
6. 全従業員に環境保全の大切さを認識させ、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。

サンメッセ経営理念

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

2000年

環境方針制定

2001年

ISO14001
認証取得

2002年

初の環境
マネジメント活動
報告書発行

2004年

地域清掃活動
「オールサンメッセ
グリーン大作戦」開始
(～現在も継続)
本社工場が環境優良工場として
経済産業大臣賞を受賞

2006年

「チーム・
マイナス6%」に
参加

2007年

名古屋支店が名古屋市
「エコ事業所」に認定
2008年に特別賞受賞
CoC認証を取得し、
FSC®認証紙を取り扱い

2009年

出荷形態の
変更による
環境影響
評価を実施

2010年

初のカーボン・
オフセット、
グリーン電力の
活用

2011年

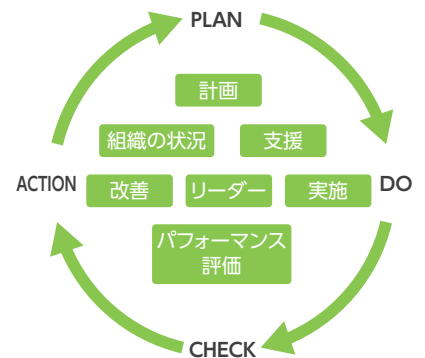
東海地区で初の
CFPマーク使用
許諾認可

当社が提供する環境ソリューション



ISO 14001:2015移行に伴う主な取り組み

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



▲ISO 14001:2015概念図



▲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



▲第22回環境コミュニケーション大賞 優良賞受賞



気候変動に対する取り組み

13 気候変動に
具体的な対策を

TCFDへの対応

気候変動は今や世界中のあらゆる企業、組織が取り組むべき喫緊の課題であり、サンメッセにとっても、事業の持続性に大きく関与する問題として認識しています。その対策の一つとして、当社では、気候関連財務情報開示タスクフォース (Task Force on Climate-related Financial Disclosures, 以下「TCFD」) の提言へ賛同、経済産業省、金融庁、環境省が推進する「TCFDコンソーシアム」に参画し、対応を進めています。

ガバナンス

サンメッセは気候変動への対応を重要な経営課題と位置づけています。「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」による環境推進体制において、年2回行われるマネジメントレビューで、サステナビリティ全般の方針や目標、その進捗や目標達成状況について社長に報告され、改善や是正の検討を行っています。

戦略

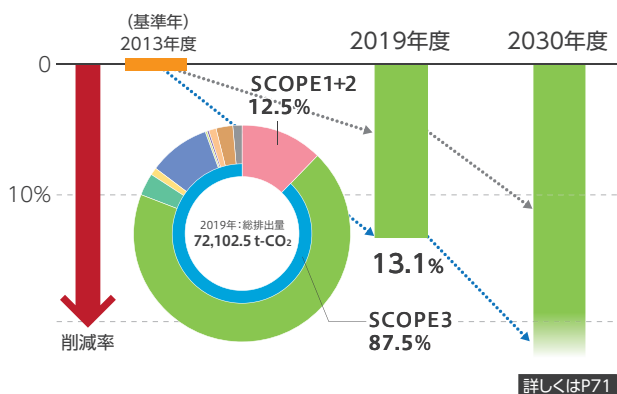
気候変動に伴う移行リスク、物理リスク、機会要因などを分析し、脱炭素社会実現に向け、今後の事業ポートフォリオの変化とともに戦略的な対応を行っています。複数のシナリオに基づく分析については今後、実施し、その影響によりどのような施策を実施するか決定していきます。

リスク管理

頻発する自然災害に伴う生産拠点・工場への影響や、気候変動によって各種原材料の調達コストが増加するリスクについては物理的に影響を伴うリスクマネジメントの一環として対処していきます。同時に、今後想定される規制の変化、炭素税の導入や消費者の環境配慮への意識の高まりなど、移行リスクに対しても準備をまいります。同時に、FSC認証紙や環境に配慮した印刷方法の認証取得等により、受注につなげることを可能にし、CC-ICT部門の専門性においては事業機会を拓げるビジネスチャンスがあります。

目標

現状では、単年でのCO₂削減目標の到達状況を管理しながら、SBTへの対応など、中長期でのCO₂削減目標に向けた目標づくりへの準備を行っています。



事業活動全体における
GHG排出量削減

サプライチェーンとの
連携によるGHG排出量削減

再生可能エネルギーの
積極活用

より精緻な環境負荷の
見える化の推進

2019年度の成果

72,102.5
t-CO₂

昨年比3%削減

TOPICS

TCFDコンソーシアム[※]への参画

サンメッセは2019年5月に、経済産業省、金融庁、環境省が推進するTCFDコンソーシアム[※]への参画を表明しました。これによりTCFDに対する取り組みをより一層進歩させ、事業活動が環境に及ぼす影響を可能な限り把握することで、事業を通じて脱炭素社会、循環型社会の実現に貢献できるように、持続的な成長を目指していきます。

[※]TCFD 提言へ賛同する企業や金融機関等が一体となって取り組みを推進し、企業の効果的な情報開示や、開示された情報を金融機関等の適切な投資判断に繋げるための取り組みについて議論する場として発足したものです。

お客様のGHG排出量削減への貢献

FSC®森林認証紙や非木材紙といった、環境機能型の用紙をはじめ、グリーン電力の採用、印刷時に発生するCO₂排出量のオフセット支援など、お客様の印刷物における環境負荷を低減する支援活動を行っています。これにより自社だけで環境活動を推進するより、より広範囲で大規模な環境支援が実現できると考えています。

2019年度の成果



カーボン・オフセット
取り扱い量

17 t

昨年比34%



グリーン電力

1,400 kWh

昨年比108%



FSC®森林認証紙の利用推進

大量に紙を消費する印刷会社の責任として、適切に管理された森林から作られた製品であることを証明するCoC認証を取得。2007年よりFSC®認証紙を取り扱い、その利用を積極的に進めています。2019年度は696件の取り扱いがありました。目標に対しては大幅な達成となりました。



責任ある森林管理
のマーク

2019年度の成果

696 件

昨年比169.3%

刷版リサイクルの推進による環境負荷低減

当社では2015年より、PLATE to PLATEの取り組みを行っています。PLATE to PLATEは、使用した刷版(アルミ製の版)をリサイクルして再度新品の刷版へと再生させるクローズドループリサイクルの仕組みです。これによりCO₂、廃棄量ともに削減することができました。

2019年度の成果

印刷用刷版のリサイクルによる
温室効果ガス削減

589 t-CO₂e

昨年比117%

印刷用刷版の
リサイクルシステム採用

82,030 kg

昨年比117%



当社



アルミ回収会社



CTP版メーカー



合金メーカー



圧延メーカー



CTP版メーカー



PLATE to PLATE
環境ラベル

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

ステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダーとの
対話・共創

サンメッセ情報技術展

| 地域社会とのコミュニケーション

当社は、地域社会の一員として、地域とともに歩み、社会的課題の解決に貢献できる価値のある企業を目指しています。法人としての協力はもちろん、ビジネス上のスキルを展開するものから、社員一人ひとりが参加するものまで、大小様々な活動を展開しています。

大学での出張講座の実施

当社におけるプロボノ^{*}の取り組みとして、大垣女子短期大学が実施する「専門的職業講話 デザイン編」に対し、毎年、当社のデザイナーを講師として派遣しています。デザインのプロを志す学生たちに、実際の制作事例などをもとに基礎知識から企画・デザインのポイントなどを説明し、将来に向けた実践的なレクチャーを行っています。

^{*}専門的な知識やスキル、経験を活かし社会に貢献する活動



大垣女子短期大学での講義

環境クリーン活動

当社は、春と秋の年に2回、「オールサンメッセグリーン大作戦」を実施し、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。また、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っています。



本社



三重営業所

| 社員とのコミュニケーション



社長とのランチミーティング

社長と社員が気軽な雰囲気の中で意見交換できる機会として、「ランチミーティング」を毎月1回実施しています。「改善・提案活動」や「働き方を考える」など毎回テーマを設定し、次世代を担う若手社員から中堅社員、育児休暇を取得した女性社員などテーマに沿った人選で開催しています。またミーティングの内容は、社内報を通じて全社に開示されています。

また2019年度は当社初の従業員満足度調査を実施しました。この結果を踏まえ、今後社員のモチベーションを高めるための施策を検討していきます。 [詳しくはP38](#)

お客さまとのコミュニケーション

毎年定期的に「サンメッセ情報技術展」として、お客さまをお招きし、当社の生産設備をご覧いただく機会を設けています。2019年度は「IPS事業」「パッケージ事業」の2つの事業に特化した内容として開催し、セキュリティ体制など、当社が目指す新事業について紹介しました。



サンメッセ情報技術展

パートナー企業とのコミュニケーション

当社では、インキや用紙、印刷機、製本機などのサプライヤーと情報交換の機会を積極的に設けるため「サンメッセ共栄会」を設立し、定期的に会合を開催して情報共有や意見交換を行っています。

また、サプライヤーへの満足度調査や訪問監査などを定期的に行い、当社の品質への取り組みを理解いただくように啓発・支援を行い、サプライチェーン全体で品質向上に努めています。



サンメッセ共栄会

株主・投資家とのコミュニケーション



定時株主総会

当社についてより総合的な理解を深めていただくために、経営・財務情報と非財務情報を統合した「サンメッセレポート」を年1回発行しています。また、「定時株主総会招集ご通知」や、中間期に発行する「株主通信」において、定期的な情報発信を行うほか、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早く正確に開示するよう努めています。



定時株主総会招集ご通知

定時株主総会

ご来場株主数 **126**名 議決権行使率 **82.0**%

VOICE

「女性社員のための改善・提案活動フォーラム」に参加して

「改善・提案活動」を通して女性社員のモチベーションと創造力を高めることを目的とした本フォーラムに参加し、女性が多い職場でのコミュニケーションの良さから協力体制の構築などの改善活動について発表させていただき、皆さん興味深く耳を傾けてくださいました。

このような場で発表できたことは社内QC活動へのやりがいを持つことができ、また他企業の事例も聞いたことで、違った視点で新たなことを生み出すきっかけにもなりました。



西工場特品課 チーフ

森脇 麻耶

GOVERNANCE

コーポレートガバナンス

ガバナンス強化による
企業価値向上の追求

| コーポレートガバナンス

基本的な考え方

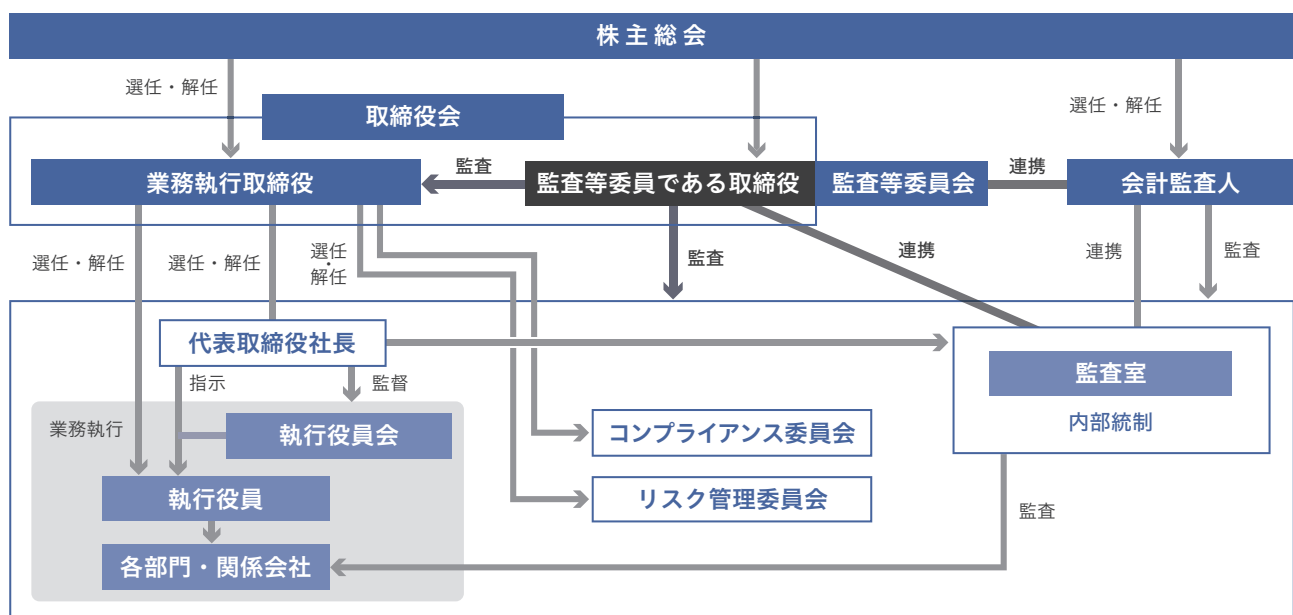
当社は、「法令順守」「環境保護」「技術革新」を経営の三本柱として、企業価値の継続的強化を目指しています。この経営の三本柱のもと、株主およびその他のステークホルダーに対して、効率的かつ健全で透明性の高い経営が実現できるよう経営体制、経営組織を整備し実施していくことが、当社のコーポレートガバナンスに関する基本的な考え方であり、経営の最重要課題のひとつと位置づけております。

コーポレートガバナンス体制

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

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

体制図



取締役会における社外取締役の割合 **18%**

取締役 **11**名 (うち社外取締役 **2**名)

取締役・執行役員スキルマトリックス

新・中長期ビジョンの実現に向けて、当社取締役・執行役員のマネジメントスキルを多面的に理解いただくために、スキルマトリックスを初の試みとして作成しました。

氏名	役職	経営全般	ESG サステナビリティ	財務会計	人事・労務 人財育成	法務 コンプライアンス リスク管理	ブランド 戦略 マーケティング	海外戦略	R&D 新規事業	印刷設備 技術	ICT DX	渉外 地域共生
田中 良幸	代表取締役会長	●		●	●					●		●
田中 尚一郎	代表取締役社長 社長執行役員	●		●	●	●		●	●	●		●
伊東 覚	取締役 専務執行役員	●							●	●		
竹林 啓路	取締役 執行役員				●	●				●		●
千代 耕司	取締役 執行役員			●	●	●				●		
衣斐 輝臣	取締役 執行役員				●	●				●		●
由良 直之	取締役 執行役員				●	●				●		
田中 義一	取締役 相談役	●		●	●	●				●		●
松井 巖	取締役 監査等委員(常勤)					●				●		
長屋 英機	取締役 監査等委員(社外)			●		●						
石岡 秀夫	取締役 監査等委員(社外)			●		●						
田中 信康	専務執行役員	●	●	●	●	●	●	●	●		●	●
平野 高光	執行役員								●	●	●	
渡辺 数巳	執行役員									●		

監査等委員である取締役メッセージ

監査等委員会設置会社に移行し、6年が経過いたしました。私は入社以来、営業一筋の経験しかございませんが、常勤監査等委員として公正かつ客観的な監査業務を通じて、コンプライアンスの順守とともに、夢があって、かつ健全で持続的な会社の成長に貢献したいと考えています。

直近10年で見ても会社も変化に富んできていると思いますし、それに伴い私自身の視点も随分変わりました。他業界と比較しても引けを取らぬ経営推進はしていると思いますが、一方でまだ甘さの拭えぬ点は否めません。

取締役会は十分に審議できる雰囲気に変化してきましたし、当然ルールに則して審議もなされていますが反面、監査の精度もより向上している中で、当社は取締役選任や、報酬制度などに関しても協議すべき点は多々ございます。

つまりはより深掘りしていくことも重要な中、今後は監督と執行業務の分離をより明確にしていくべきでしょう。

中長期経営ビジョンはより練られてきて、分かりやすくなってきたことは非常にいい傾向と感じています。この中でよりその方向性を示し、夢ある会社に行くことが田中社長の仕事であり、夢がなくては社員にも共感を得られないと思います。

会社はどのような事業環境下でも新たな可能性を追求する柔軟性を発揮しながら、成長発展し続けなければなりません。

当社が策定した中長期経営ビジョンが、適法・適正な業務執行のもとで推進され成果が上がっているかを監視・検証するため、監査環境の整備や、監査の実効性を高めるように努めます。

コロナ禍によってペーパーレスはより進み、業務のデジタル化や多様な働き方への対応などは、企業にとって喫緊の課題であります。焦る必要はありませんし、地に足をつけた具体的な取り組みを一步一步進め、それをより一層加速させる必要性を感じています。

我々の仕事は、単なる印刷企業でなく、“情報や文化を伝えること”でもあると考えています。今後、会社がどんな形になっても当社のDNAを忘れず、100周年をめがけて新しいことにも挑戦してください。近い将来、「え、こんなことまでやるの?」という良いニュースが聞こえてくることを楽しみにしています。

取締役 監査等委員(常勤)

松井 巖



役員報酬 算定方法の決定方針の開示内容

取締役(監査等委員である取締役を除く)と監査等委員である取締役に区別して各々その総額を株主総会で定め、取締役(監査等委員である取締役を除く)の配分はその資格に基づき、取締役社長が原案を作成、社外取締役と協議のうえ、取締役会に諮り、決定しております。監査等委員である取締役の配分は総額の範囲内において監査等委員である取締役の協議のうえ決定しております。なお、2015年6月25日開催の第70回定時株主総会において、取締役(監査等委員である取締役を除く)報酬限度額は年額200,000千円以内、また、監査等委員である取締役報酬限度額は年額20,000千円以内と決議しております。

社外取締役の選任理由

氏名	地位および担当	選任理由	2019年度監査等委員会出席状況	2019年度取締役会出席状況
長屋 英機	取締役 (監査等委員)	長屋英機氏は、長年にわたり金融業務に携わるとともに企業経営の経験も有しており、その豊富な経験と幅広い見識を当社の経営体制に活かしていただけるものと判断し、また、一般株主と利益相反が生じるおそれがないため、独立役員として指定いたします。	100% (12/12回)	100% (16/16回)
	社外 独立役員			
石岡 秀夫	取締役 (監査等委員)	石岡秀夫氏は、直接企業の経営に関与された経験はありませんが、税務署等勤務および税理士として培われた税務、財務および会計に関する相当程度の見識を有しており、その専門的な見識を当社の経営体制に活かしていただけるものと判断し、また、一般株主と利益相反が生じるおそれがないため、独立役員として指定いたします。	100% (12/12回)	100% (16/16回)
	社外 独立役員			

コンプライアンス

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。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、様々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、会社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。

コンプライアンス推進体制

社長を委員長、各本部長等を委員とする「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では、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。

なお、2019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。

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や疑問に思った行為に関する情報を早期に発見し、その是正と適切な処理、再発防止を目的とする通報・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さまなどからも、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るとともに通報・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。

リスクマネジメント

基本的な考え方

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、発生し得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。その実行組織である「リスク管理委員会」にて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や対応方法を審議し、対応状況の確認を行います。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。

事業等のリスク

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| (1) 事業を取り巻く経済環境及び需要動向に関するリスク | (8) 印刷用紙の価格変動に関するリスク |
| (2) 法律・規制・著作権に関するリスク | (9) 原材料調達に関するリスク |
| (3) 事業活動中断のリスク | (10) 売上債権回収に関するリスク |
| (4) 気候変動に関するリスク | (11) 設備投資に関するリスク |
| (5) 競争激化に関するリスク | (12) 有価証券投資に関するリスク |
| (6) 製品の欠陥に関するリスク | (13) 感染症発生及び拡大に関する影響について |
| (7) 知的財産侵害に関するリスク | |

※詳細は有価証券報告書をご覧ください

情報セキュリティ

お客さまからお預かりするデータを、あらゆるリスクから守ることは最も重要な取り組みと認識しています。そこで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。2017年12月にISO/IEC27001情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)国際規格の認証、2003年12月に一般財団法人日本情報経済社会推進協会(JIPDEC)が保証するプライバシーマークの認定を取得。適切な運用と情報管理の徹底に努めています。



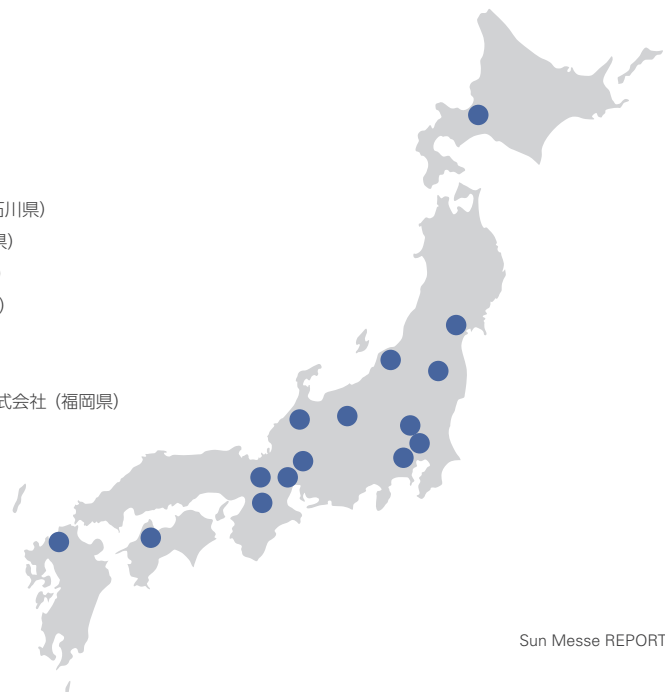
BCP(事業継続計画)

全国の印刷会社15社が集まるEPC-JAPANという事業共同組合に所属しています。各地に広がるネットワークを活用し、万が一の際には共に協力し合う会社を超えた協力体制を確立することで、お客さまを第一に考えた備えを実施しています。

また、2018年8月には、緊急事態において社員および家族の安全を確保しながら、当社の事業継続を目的にした、BCPマニュアルの初版を作成しました。

EPC-JAPAN

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| ● 株式会社アイワード (北海道) | ● 高桑美術印刷株式会社 (石川県) |
| ● 株式会社ユーメディア (宮城県) | ● サンメッセ株式会社 (岐阜県) |
| ● 株式会社日進堂印刷所 (福島県) | ● アインズ株式会社 (滋賀県) |
| ● 株式会社第一印刷所 (新潟県) | ● 大平印刷株式会社 (京都府) |
| ● カシヨ株式会社 (長野県) | ● 株式会社研文社 (大阪府) |
| ● 望月印刷株式会社 (埼玉県) | ● セキ株式会社 (愛媛県) |
| ● グラパックジャパン株式会社 (東京都) | ● ダイヤモンド秀巧社印刷株式会社 (福岡県) |
| ● 欧文印刷株式会社 (東京都) | |



役員一覧 2020年8月1日現在



代表取締役

田中 良幸

代表取締役会長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1964年 11月 当社入社
1998年 6月 当社代表取締役社長
2006年 6月 当社代表取締役会長(現任)
[重要な兼職の状況] 日本イベント企画株式会社 代表取締役会長

選任の理由

同氏は、当社取締役社長等を歴任し、2006年より取締役会長を務めております。当社業務のみならず、政財界にも精通した同氏を取締役とすることにより、取締役会の監督機能が強化されることを期待し、引き続き取締役として適任と判断しました。



代表取締役

田中 尚一郎

代表取締役社長
社長執行役員営業本部長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1989年 12月 当社入社
2010年 4月 当社取締役執行役員関東統括部長
2010年 6月 当社取締役執行役員営業副本部長兼関東統括部長
2011年 6月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼関東統括部長
2013年 4月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼関東統括部長兼C&R部長
2015年 4月 当社取締役常務執行役員営業本部長
2015年 6月 当社取締役専務執行役員営業本部長
2018年 4月 当社代表取締役社長社長執行役員営業本部長(現任)
[重要な兼職の状況] Sun Messe(Thailand)Co.,Ltd. 代表取締役社長

選任の理由

同氏は、当社の営業本部長として国内営業部門を統括し営業力強化を推進するとともに海外子会社の取締役社長として経営を担ってきました。また、2018年4月から当社の取締役社長として業績拡大の責任を担っており、今後も当社の企業価値向上へさらなる貢献が期待できることから、引き続き取締役として適任と判断しました。



取締役専務執行役員

伊東 覚

取締役専務執行役員
営業副本部長兼愛知統括部長
兼IPS・パッケージ統括部長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1984年 4月 当社入社
2012年 4月 当社取締役執行役員製造本部長
2015年 4月 当社取締役執行役員製造本部長兼生産管理部長
2015年 6月 当社取締役常務執行役員製造本部長兼生産管理部長
2015年 8月 当社取締役常務執行役員製造本部長
2016年 4月 当社取締役常務執行役員製造本部長兼生産管理部長
2016年 8月 当社取締役常務執行役員製造本部長
2019年 4月 当社取締役常務執行役員IPS・パッケージ本部長
2020年 4月 当社取締役常務執行役員営業副本部長
2020年 6月 当社取締役専務執行役員営業副本部長兼愛知統括部長兼IPS・パッケージ統括部長(現任)

選任の理由

同氏は、製造部門長として長年にわたり製造部門を統括し、牽引してきた実績とものづくりに対する豊富な経験は成長分野事業の販路拡大、収益力強化に資するため、引き続き取締役として適任と判断しました。



取締役執行役員

竹林 啓路

取締役執行役員
総務部長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1982年 4月 当社入社
2009年 6月 当社取締役執行役員製造本部長
2012年 4月 当社取締役執行役員品質保証室長
2015年 8月 当社取締役執行役員総務部長(現任)

選任の理由

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



取締役執行役員

千代 耕司

取締役執行役員
管理本部長兼経理部長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1982年 4月 当社入社
2006年 6月 当社執行役員経理部長
2015年 6月 当社取締役執行役員経理部長
2015年 8月 当社取締役執行役員管理本部長兼経理部長(現任)

選任の理由

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



取締役執行役員

衣斐 輝臣

取締役執行役員
品質保証室長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1984年 4月 当社入社
2009年 6月 当社執行役員管理本部長兼総務部長
2015年 6月 当社取締役執行役員管理本部長兼総務部長
2015年 8月 当社取締役執行役員製造副本部長兼本社工場長
2016年 8月 当社取締役執行役員製造副本部長兼生産管理部長
2017年 1月 当社取締役執行役員品質保証室長(現任)

選任の理由

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



取締役執行役員

由良 直之

取締役執行役員
営業副本部長兼東京・大阪統括部長兼東京営業部長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1984年	4月	当社入社
2011年	6月	当社執行役員東京営業部長
2013年	8月	当社執行役員東京統括部長
2015年	6月	当社取締役執行役員東京統括部長
2018年	4月	当社取締役執行役員営業副本部長兼東京統括部長
2019年	4月	当社取締役執行役員営業副本部長兼東京統括部長兼東京営業部長
2020年	6月	当社取締役執行役員営業副本部長兼東京・大阪統括部長兼東京営業部長(現任)

選任の理由

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



監査等委員である取締役

松井 巖

取締役(監査等委員・常勤)

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1977年	3月	当社入社
2008年	8月	当社取締役執行役員営業副本部長
2009年	7月	当社取締役執行役員営業副本部長兼公共営業部長
2011年	6月	当社取締役常務執行役員営業副本部長兼公共営業部長
2013年	4月	当社取締役常務執行役員営業副本部長
2015年	4月	当社取締役常務執行役員営業副本部長補佐
2015年	6月	当社取締役(常勤監査等委員)(現任)

選任の理由

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



監査等委員である取締役

石岡 秀夫

取締役(監査等委員・社外)

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

2006年	7月	名古屋国税局課税第二部 酒類監理官
2007年	7月	岐阜北税務署長
2008年	8月	名古屋税理士会に税理士登録
2008年	9月	石岡秀夫税理士事務所代表(現任)
2012年	6月	当社監査役
2015年	6月	当社取締役(監査等委員)(現任)

[重要な兼職の状況] 石岡秀夫税理士事務所代表

選任の理由

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



執行役員

平野 高光

執行役員
営業副本部長兼岐阜統括部長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1987年	4月	当社入社
2013年	2月	当社本社営業部長
2015年	4月	当社営業開発部長
2016年	8月	当社執行役員営業開発部長
2018年	4月	当社執行役員営業開発第一部長
2019年	4月	当社執行役員営業副本部長兼岐阜統括部長兼営業開発部長
2020年	4月	当社執行役員営業副本部長兼岐阜統括部長(現任)



取締役相談役

田中 義一

取締役相談役

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1966年	2月	当社入社
2007年	6月	当社代表取締役副社長
2009年	6月	当社代表取締役社長
2018年	4月	当社取締役相談役(現任)

選任の理由

同氏は、2009年より当社取締役社長を務め、経営トップとしてグループ全体を牽引してきました。2018年4月からは取締役相談役に就任し、その豊富な経営経験は、当社のさらなる機能強化に資するため、引き続き取締役として適任と判断しました。



監査等委員である取締役

長屋 英機

取締役(監査等委員・社外)

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1976年	4月	株式会社大垣共立銀行入行
1997年	1月	同行茶屋坂支店 支店長
1999年	5月	共立ミリオンカード株式会社 社長
2001年	5月	株式会社大垣共立銀行春日井支店 支店長
2004年	5月	同行各務原支店 支店長
2006年	5月	共友リース株式会社 常務取締役
2008年	3月	いわなか株式会社 総務部長
2010年	2月	当社本社第一営業部参事
2010年	6月	当社常勤監査役
2015年	6月	当社取締役(監査等委員)(現任)

選任の理由

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



専務執行役員

田中 信康

専務執行役員
経営企画室長兼営業副本部長
兼ソリューション統括部長
サンメッセ総合研究所(Sinc)代表

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

2011年	1月	当社入社
2014年	8月	当社東京営業部長
2016年	8月	当社執行役員営業企画第一部長
2017年	8月	当社執行役員ソリューション戦略推進部長
2018年	4月	当社執行役員営業副本部長兼ソリューション統括部長 兼ソリューション戦略推進部長
2019年	4月	当社常務執行役員 経営企画室長兼営業副本部長兼ソリューション統括部長
2019年	5月	サンメッセ総合研究所(Sinc)代表(現任)
2020年	6月	専務執行役員経営企画室長兼営業副本部長兼ソリューション統括部長(現任)



執行役員

渡辺 数巳

執行役員 製造副本部長

略歴、地位および担当並びに重要な兼職の状況

1986年	4月	当社入社
2011年	8月	本社工場長
2012年	8月	製造副本部長兼本社工場長
2015年	8月	製造副本部長兼生産管理部長
2016年	4月	岐阜営業部長
2019年	4月	製造副本部長
2019年	8月	IPSパッケージ製造部長
2020年	4月	執行役員製造副本部長
2020年	6月	執行役員製造副本部長(現任)

ENVIRONMENT / 環境

INPUT



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

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

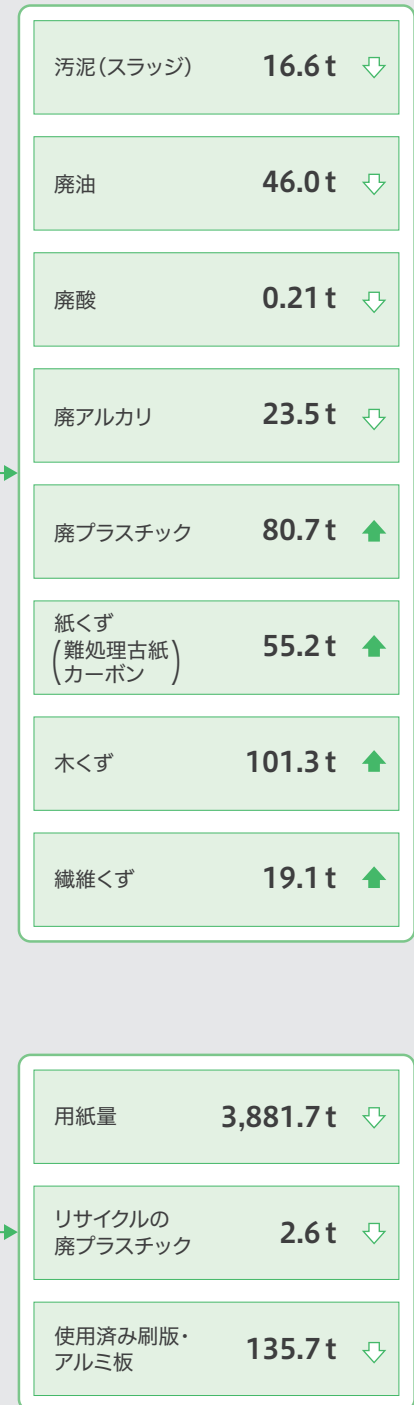
印刷
VOCの削減
多くの化学物質が使用される印刷の工程では、VOC削減が最大の課題です。

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

配送・納品
エコドライブの実施
安全にそして正確にお客さまに製品を届け、さらにCO₂を削減することが使命です。

お客さま
環境品質の向上
最終の廃棄まで考え環境品質の向上に努めています。

OUTPUT



リサイクル率

98.6%

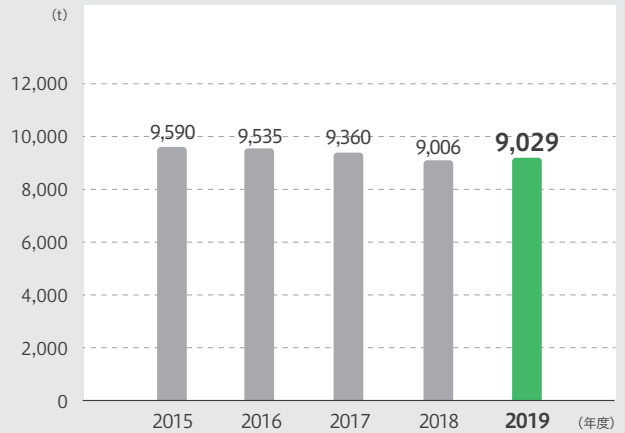
グリーン購入比率(文具類)

76.2%

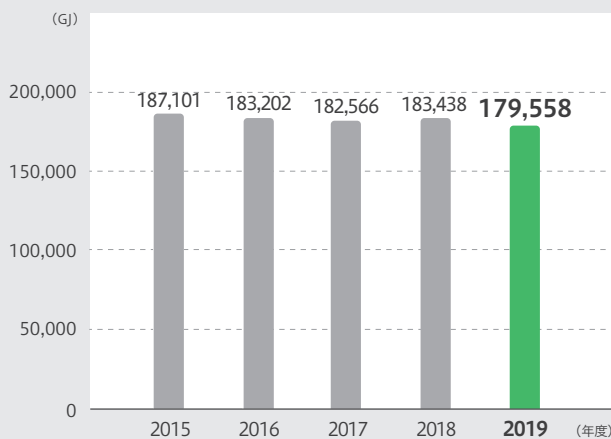
カーボンオフセット件数

8件

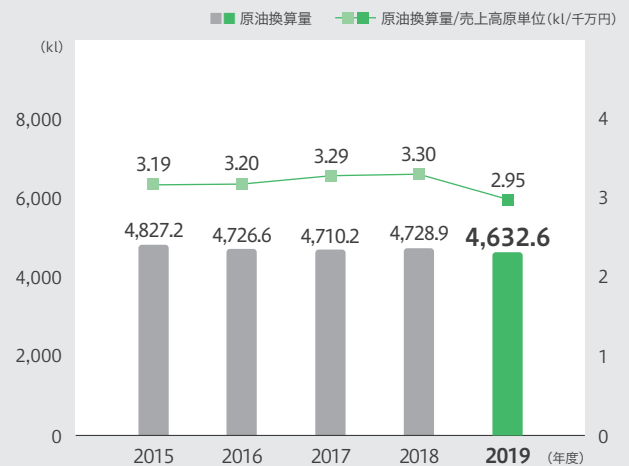
温室効果ガス排出量



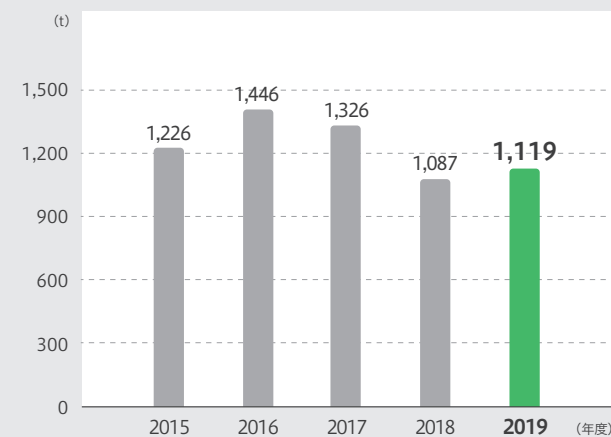
総エネルギー投入量



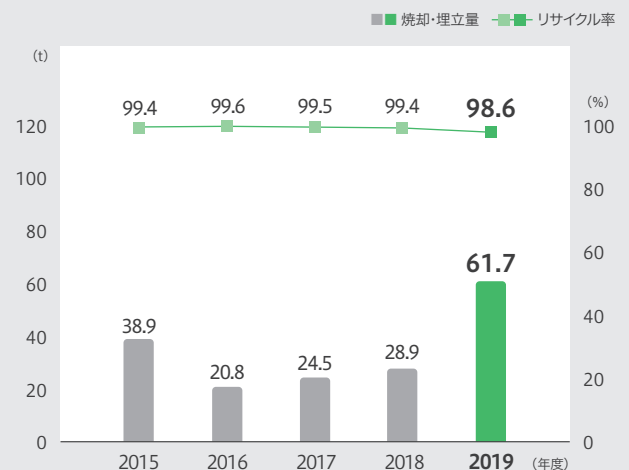
原油換算量／売上高原単位の推移



廃棄物等総排出量

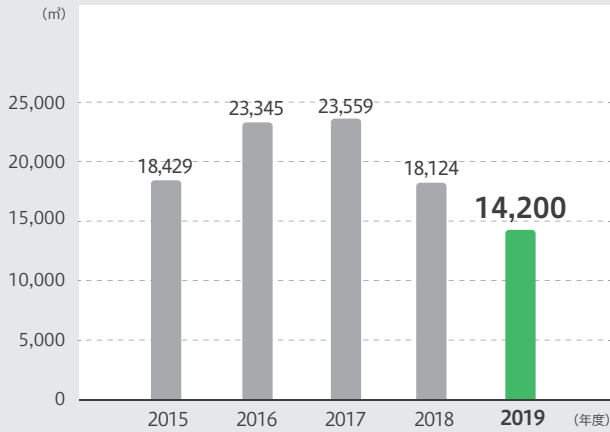


焼却処分・圧縮埋立量の推移とリサイクル率の推移

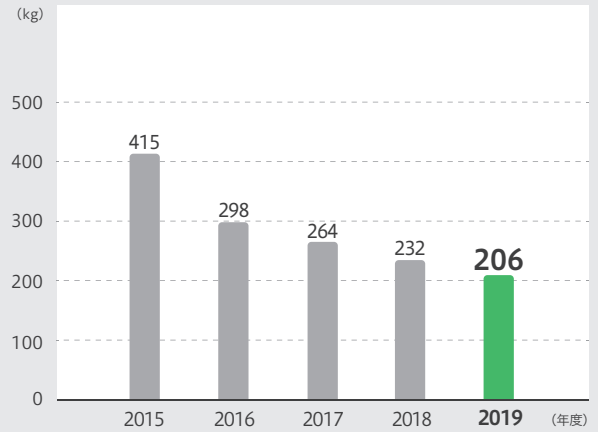


ENVIRONMENT / 環境

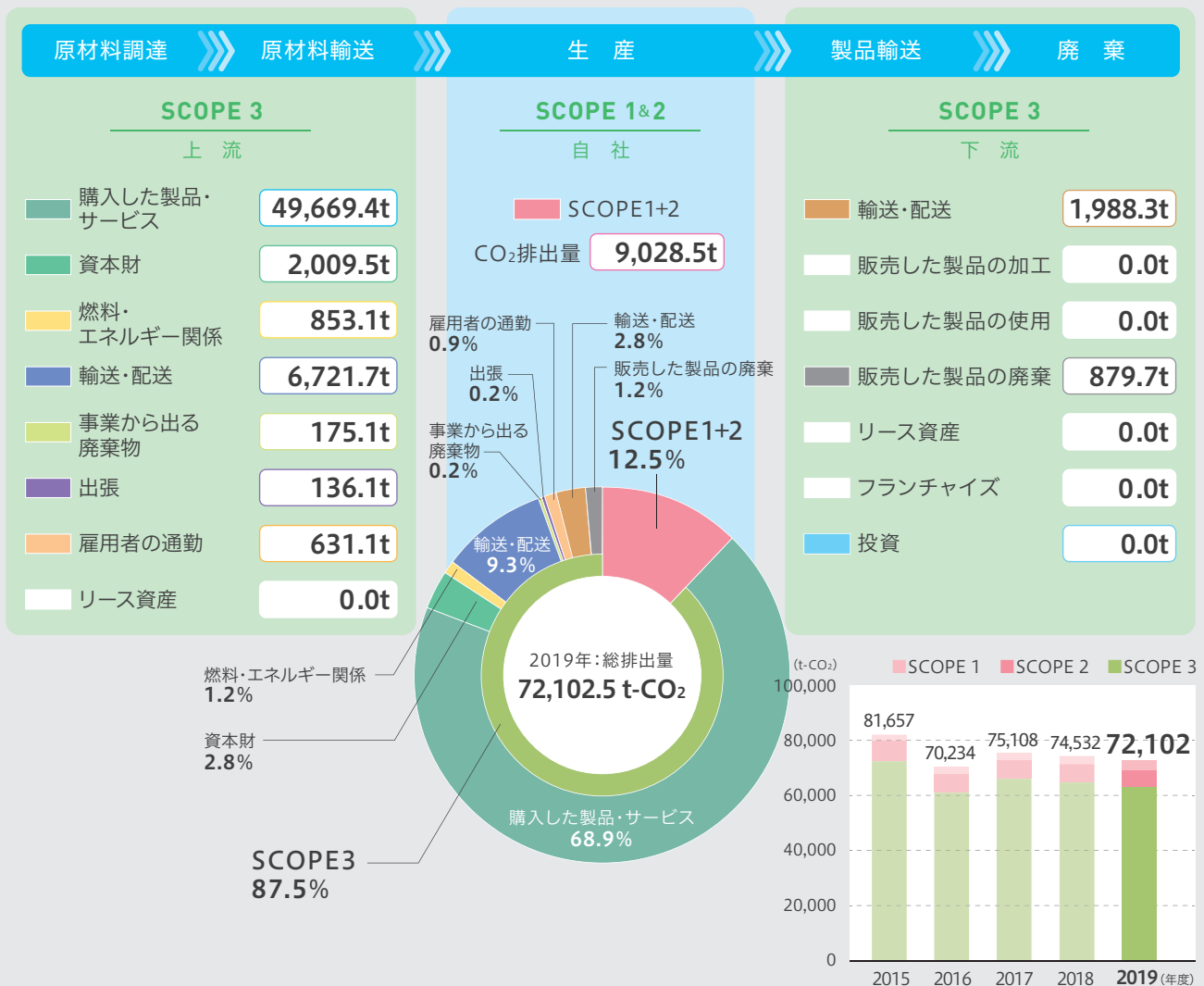
排水量



化学物質排出量



SCOPE3 [サプライチェーン全体の温室効果ガス(GHG)削減]



2019年度環境活動概要



目標達成



改善が見られたが
目標未達

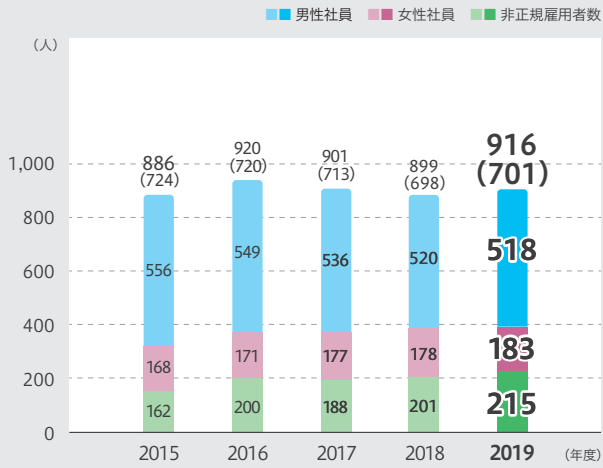


目標未達

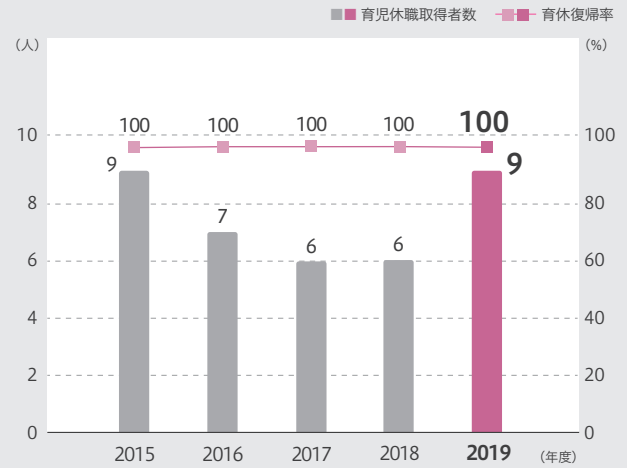
	2019年度計画 および目標	2019年度実績	評価
省エネ、省資源、 リサイクル活動を 積極的に推進する	事故・刷り直し報告書のCO ₂ を対前年度目標比20%削減	営業本部は22,515kg、目標比94.2%と目標を達成しました。IPS・PK本部は17,791.2kg、目標比426.2%とIPS・PK製造部の事故・刷り直しが大きく影響し目標を大きく超えました。製造本部は事故と刷り直しの合算で112,537.0kg、目標比281.7%と目標を超えています。事故・刷り直しによる用紙の使用や再納品による運送距離が大きく影響しました。	
	電気使用量原単位対前年比1%削減	各営業拠点、フォト課(スタジオ)、総務部(アメニティハウス養老)の累計実績は352,932kWh、目標比97.5%。本社工場、中工場、西工場の累計実績は、売り上げの増加にも関わらず9,686kWh/千万円、対前年比91.8%と目標を達成しました。印刷事故や刷り直しを削減するために、引き続きチョコ停の削減、予防保全、ヒヤリハットの削減に取り組むとともに、早朝パトロールによる節電意識の向上に努めています。	
	電気需要平準化原単位対前年比1%削減	東京営業部、名古屋営業部、フォト課(スタジオ)、総務部(アメニティハウス養老)の累計実績の合計は248,374kWh、目標比98.4%。本社工場、中工場、西工場の累計実績の合計は10,155kWh/千万円、対前年比90.2%と目標を達成しました。	
	都市ガス使用量原単位対前年比1%削減	第1・第3工場で109m ³ /十万枚(対前年比98.7%)、第5工場で73m ³ /十万枚(対前年比104.9%)、本社工場全体で、100m ³ /十万枚(対前年比101.2%)となりました。オフ輪の稼働率が減少する中、版換え、色換え、洗浄作業、小ロット作業の増加や用紙品質が低いケースもあり燃焼温度が下げられないことなどが影響しました。	
	焼却・埋め立てごみの削減(リサイクル率99.2%以上)	2019年度のリサイクル率実績は98.6%でした。焼却・埋め立て処分の廃プラスチック類は、総廃棄物量に対して約0.9%となり、前年度の約4倍に増えています。硬質プラスチック、不織布、ブランケットが、再生ペレットやRPFの原料から埋め立て処分に変更されたこと、印刷総通し枚数の減少も影響し、昨年度よりリサイクル率は0.8%下がりました。	
有害物質の削減	化学物質のリスクアセスメントの実施	10件(6部署)のリスクアセスメントを実施しました。リスク低減措置として、全体換気、保護手袋と保護眼鏡の着用をお願いしました。また、使用材料一覧表にリスクアセスメント実施物質名を記載し、代替品の検討や使用方法、使用量の削減などの検討を継続して実施しました。	
	PRTR物質を含む製品追加0(ゼロ)件の維持	PRTR物質の追加はありませんでした。新規登録品に対するPRTR物質の該当、非該当については、SDSでどの項目を確認すれば良いかISO実行委員会で説明しました。	
法と秩序を守り、 汚染防止に努める	苦情を含む利害関係者からのニーズと期待を把握する方法を検討する	クレームはありませんでしたが、過去に異臭クレームが幾度と入っており、定期的なメンテナンスや臭気測定を実施するために、法的及びその他の要求事項一覧に「3年程度の周期で臭気濃度測定を実施する。分析結果は、一覧表にして白金触媒交換の時期を判断出来るようにする。」ことを明記し対応しています。また、本社工場、中工場、西工場で行われた消防署の立入検査への対応など、苦情を含む利害関係者からのニーズと期待を把握する方法として、今後も「環境情報処置報告書」を有効に活用していきます。	
	環境設備からの漏洩0(ゼロ)件	環境設備からの漏洩はありませんでした。	
	業務用エアコン簡易点検、定期点検の実施	本社工場、中工場、西工場、各拠点において、エアコン、チャラーの簡易点検を3ヶ月に1回実施しています。チャラーにおいては、業者による定期点検を1年に1回実施しました。	
自社独自の 環境保全活動の 推進	グリーン購入の推進	制服・作業服、作業手袋、自動車については100%グリーン購入でした。文具類については、年間目標80%に対して76.2%と目標に届きませんでした。	
	カーボンオフセット受注件数(前年実績比10%アップ)	カーボンオフセットの受注件数は8件、17t(昨年度14件、50t)でした。その内、東日本大震災の被災地で創出された排出権を用いたものは、2件、5t(昨年度5件、30t)。グリーン電力購入量は2件、1,400kWh(昨年度2件、1,300kWh)、カーボンフットプリントは1件(昨年度1件)でした。	
	FSC®森林認証紙の受注件数前年実績比10%アップ	注件数は696件(昨年度411件)でした。また、間伐材ペーパーを使った製品等の環境関連製品の受注獲得にも力を入れています。FSC森林認証制度のCoC認証の維持審査を2019年9月26日、27日に受審しました。 FSC®受注件数と購入量 2014年度199件 937(t) 2015年度277件 863(t) 2016年度340件 885(t) 2017年度392件 819(t) 2018年度411件 914(t) 2019年度696件 844(t)	
環境マネジメントシステムの推進	定期審査で不適合(カテゴリB)0(ゼロ)件	内部監査では、ストロングポイント12件、カテゴリA0件、カテゴリB1件、カテゴリC26件、カテゴリD43件となり、複合審査(更新審査)前には是正、改善を行いました。8月5日~9日に行われた複合審査(更新審査)では、カテゴリB以上の指摘はありませんでした。カテゴリC15件については、是正と水平展開を実施しました。	
職場教育の完全実施	教育計画の実施率80%以上	教育訓練実施報告書の提出率は、76.7%と目標未達。ISO実行委員会では、教育の実施と教育訓練実施報告書の作成、また、提出経路での停滞が無いように啓蒙。総務部人事課が主体となり、教育訓練計画表で実施状況を確認し、遅れている部署に督促を行いました。目標達成に至りませんでした。	
地域社会との共生	清掃活動、ボランティア活動を通じて地域住民とのコミュニケーションの充実	西濃河川クリーン作戦に参加(4月)。オールサンメッセグリーン作戦実施(5月・10月)。小さな親切運動への参加(6月/100人程度)。社員の家族と地域住民の方を対象とした工場見学を実施(8月)。12月には、ボランティア委員会主催にてスタンプラリー&グリーン作戦を実施(12月/不破郡垂井町)。	

SOCIAL / 社会

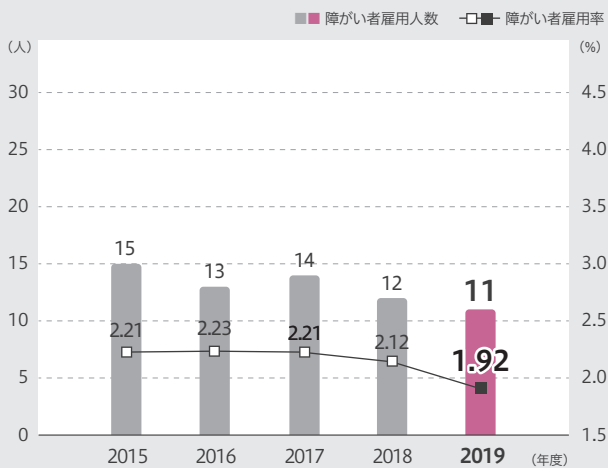
社員数の推移



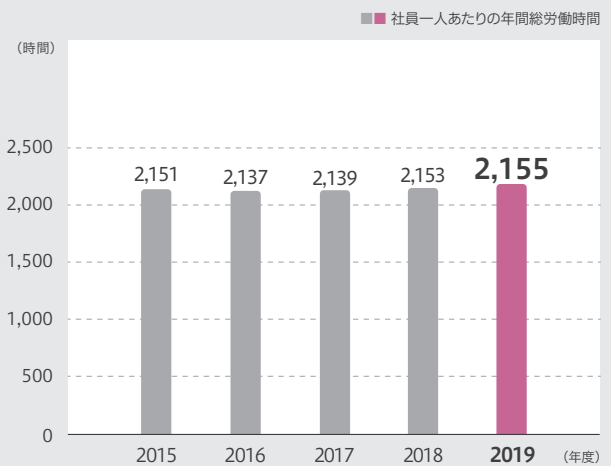
育児休職の推移



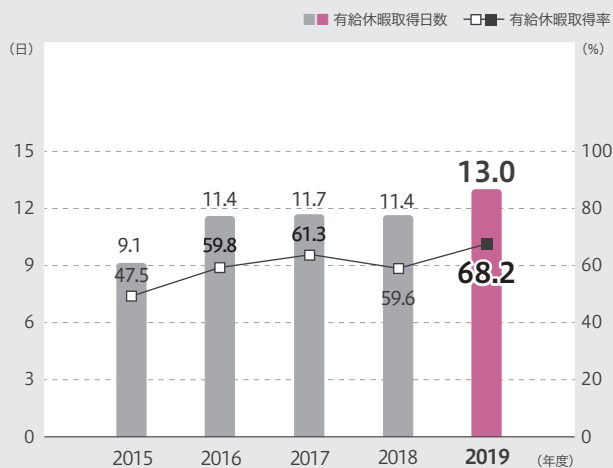
障がい者雇用の推移



社員一人あたりの年間総労働時間の推移



有給休暇取得の推移



女性管理職数

4名

管理職に占める女性の割合

5.0%

社員に占める
女性の割合(正社員)

26.1%

社会貢献支出総額(広告協賛費+寄付金)

26,010,100円

資格・技能検定取得
奨励手当支給者数

283名

平均年齢(正社員)

41.8歳

平均勤続年数(正社員)

20.5年

教育研修実施回数

39回
(2019年度 教育計画より)

GOVERNANCE / ガバナンス



取締役の人数

11名

うち監査等委員である
取締役

3名

うち社外取締役の
人数

2名

(2020年7月時点)

取締役会開催回数

16回

役員の
取締役会への
出席率

99.432%

重大な情報セキュリティ
事故件数

0件

セキュリティ研修
実施回数

84回

コンプライアンス研修
実施回数

12回

通報・相談案件件数

4件

*各データはサンメッセ株式会社単体の2019年度(2019年4月1日~2020年3月31日)における累計数値を報告しています。

11ヵ年財務サマリー

※2009～2013年度は単体、2014年度以降は連結の数値です。

3月31日に終了した事業年度	2019	2018	2017
事業年度			
売上高	16,194	15,279	15,103
売上原価	12,765	12,074	12,019
対売上高比率	78.8	79.0	79.6
販売費及び一般管理費	3,257	3,079	3,044
対売上高比率	20.1	20.2	20.2
営業利益(損失)	170	124	39
経常利益(損失)	297	249	159
親会社株主に帰属する当期純利益(純損失)	183	173	142
自己資本当期純利益率(ROE) [%]	1.9	1.7	1.4
総資産当期純利益率(ROA) [%]	1.0	0.9	0.8
営業活動によるキャッシュ・フロー	974	960	896
投資活動によるキャッシュ・フロー	△721	△457	△791
財務活動によるキャッシュ・フロー	△133	△986	△198
減価償却費	679	652	662
有形固定資産の取得	728	751	898
1株当たり情報(円)			
当期純利益(純損失)	11.82	10.63	8.26
配当額	6	6	6
純資産	633.62	633.39	608.67
事業年度末			
流動資産	7,505	7,043	7,305
流動負債	5,401	5,357	4,881
現金及び現金同等物	2,510	2,384	2,868
有形固定資産	7,374	7,474	7,293
総資産	18,786	18,582	18,756
短期借入金及び長期借入金	1,730	1,830	1,869
純資産	9,819	9,815	10,470

※売上原価、売上総利益並びに営業利益について、2016年度より従来、営業外収益に計算していた作業くず売却益を、製造原価より控除する方法に変更しております。そのため2015年度以前の売上原価、売上総利益並びに営業利益について遡及修正後の数値を記載しております。

(単位:百万円[1株情報を除く])

2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
15,493	15,727	15,360	15,215	14,313	14,176	14,138	13,222
12,250	12,538	12,466	12,240	11,511	11,536	11,622	11,097
79.1	79.7	81.2	80.4	80.4	81.4	82.2	83.9
3,020	3,041	2,959	2,815	2,760	2,601	2,416	2,326
19.5	19.3	19.3	18.5	19.3	18.4	17.1	17.6
222	147	△65	159	41	37	99	△202
325	261	41	253	129	171	166	△117
219	151	19	△324	58	△47	11	△115
2.2	1.5	0.2	△3.2	0.6	△0.5	0.1	△1.1
1.2	0.8	0.1	△1.9	0.3	△0.3	0.1	△0.7
1,020	880	895	985	988	731	1,024	772
△409	△507	△238	△537	△584	△453	△143	△1,199
△53	△72	△331	△219	△362	△227	△402	53
678	661	669	695	743	780	905	954
492	811	352	585	669	108	265	1,012
12.79	8.80	1.15	△18.86	3.42	△2.76	0.69	△6.71
6	7	6	6	6	6	6	6
592.64	568.64	584.25	578.44	596.57	587.48	592.03	594.15
7,781	7,293	6,978	6,603	5,852	6,236	5,850	5,082
5,190	5,047	4,977	4,890	4,886	5,008	5,009	5,004
2,958	2,402	2,100	1,667	1,439	1,398	1,347	869
7,050	7,244	7,095	7,391	8,180	8,161	8,716	9,379
18,665	18,075	18,083	17,549	17,495	17,532	17,575	17,756
1,979	1,921	1,851	2,006	2,045	2,225	2,270	2,497
10,194	9,781	10,050	9,950	10,262	10,106	10,184	10,220

財務レビュー



事業概況

2020年3月期における我が国経済は、雇用・所得環境の改善、個人消費の持ち直しが見られるなど、緩やかな回復が続いたものの、米中貿易摩擦や、英国のEU離脱問題など、企業収益は慎重な見方で推移いたしました。さらに、期末にかけて発生いたしました、新型コロナウイルス感染症拡大からの経済活動の減速による景気の悪化が懸念されるなど、先行きはより一層不透明感が深まる状況となりました。

印刷業界におきましては、デジタル化の進展による紙媒体需要の縮小、競争の激化による受注単価の低迷という構図が長期にわたり継続するなど、経営環境は依然として厳しい状況が続きました。

このような環境下において当社グループは、2019年度からInnovation for 100th anniversaryサンメッセ 新・中長期経営のアクションプランを達成すべく、2035年の100周年を迎えることを意識した“当社のありたい姿”を追求し、2025年に向けた90周年スローガン「Challenge for Change 2025 ～変革への挑戦～」を推進しております。コアである商業印刷事業を堅持していくとともに、成長事業への戦略的重点投資を行い、次なる収益の柱を目指すとともに、印刷に偏らぬ新しいビジネスの創造、新しい考え方のビジネス展開にも取り組みました。

売上高

2020年3月期の売上高は161億94百万円となり、9億14百万円の増収となりました。これは、印刷事業において、出版印刷物が2億74百万円減少しましたが、個人情報扱うダイレクトメールなどの増加により一般商業印刷物が9億34百万円増加したことや、パッケージなどの増加により包装印刷物が2億95百万円増加したことによるものです。

売上総利益

売上総利益は34億28百万円となり、2億24百万円の増益となりました。これは主に売上高が増加したことによるものです。

営業利益

営業利益は1億70百万円となり、45百万円の増益となりました。これは主に売上高が増加したことによるものです。

経常利益

経常利益は2億97百万円となり、47百万円の増益となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益

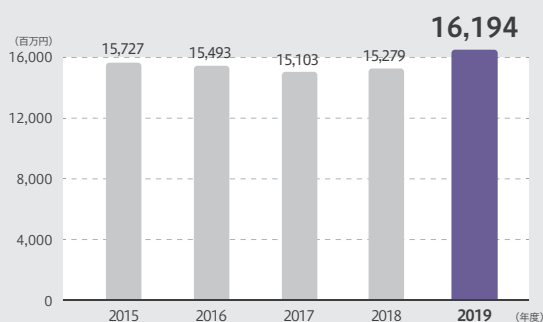
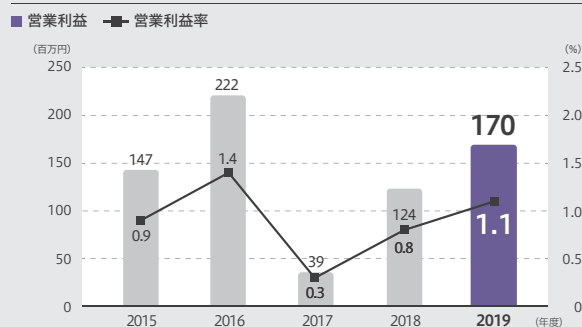
親会社株主に帰属する当期純利益は、特別利益で投資有価証券売却益が20百万円減少し、特別損失で固定資産売却損が42百万円増加しましたが、主に売上高が増加したことにより1億83百万円と10百万円の増益となりました。

セグメント別業績

【印刷事業】

一般商業印刷物の売上高は折込チラシなどが減少しましたが、個人情報扱うダイレクトメールなどが増加したことで114億44百万円となり、9億34百万円の増収となりました。

連結決算ハイライト

売上高 **161億94百万円**営業利益 **1億70百万円** 営業利益率 **1.1%**

また、包装印刷物の売上高はパッケージなどが増加したこと
で26億82百万円となり、2億95百万円の増収、出版印刷物
の売上高は15億28百万円となり、2億74百万円の減収とな
りました。印刷事業における合計売上高は、前期比6.5%増の
156億56百万円となり、営業利益は前期比113.1%増の1億
28百万円となりました。

【イベント事業】

昨年度は官公庁からの特需等の影響があったため、売上高は
5億55百万円と7.2%減少しました。また、営業利益は26.7%
減の38百万円となりました。

設備投資

2020年3月期の設備投資の総額は7億72百万円となり、
前期実績7億71百万円より微増となりました。印刷事業にお
いては、主に合理化・省力化を目的とした機械装置の購入
(リース資産を含む)に5億70百万円、建物附属設備購入そ
の他に2億2百万円を投資いたしました。イベント事業におい
ては、重要な設備投資はありません。

研究開発

当社は、成長事業となっているデータプリントサービスに
おける、データ加工から仕分け・発送までの効率を追求した
業務フローの研究、データ加工技術を応用したOne to
Oneマーケティングの研究及びデジタルサイネージシステム
や受発注、進捗管理、在庫管理、発送業務を中心とした
BPO事業関連システム等、Webを活用したシステムの開発
や、多視点映像、電子書籍といったデジタル教材関連のコン
텐츠開発のほか、動画・AR技術やSNSを活用したクロスメ
ディアプロモーション、IoT活用によるビジネスモデルに関す
る研究開発を行っております。

また、MIS活用による受注別、製造工程別のタイムリーで

精度の高い損益把握(生産業務の可視化)や、テレワークの
拡大に対応するオンラインコミュニケーションツールの研究、
情報収集も行っております。

なお、2020年3月期の研究開発費は、前期実績29百万円
から微増の31百万円となりました。

財政状態

2020年3月期末における流動資産は75億5百万円となり、
4億61百万円増加しました。これは、主に現金及び預金が1億
58百万円、受取手形及び売掛金が1億80百万円、電子記録
債権が1億57百万円それぞれ増加したことによるものです。

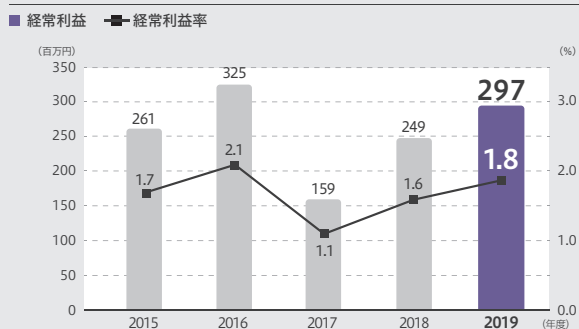
固定資産は112億81百万円となり、2億57百万円減少し
ました。これは、主に機械装置及び運搬具が1億8百万円、繰
延税金資産が1億26百万円それぞれ増加しましたが、投資有
価証券が2億69百万円減少したことによるものです。

流動負債は54億1百万円となり、43百万円増加しました。
これは、主に支払手形及び買掛金が1億42百万円、短期借入
金が1億円それぞれ減少しましたが、支払手形の電子化への
移行により電子記録債務が2億80百万円となったことや、賞
与引当金が1億8百万円増加したことによるものです。

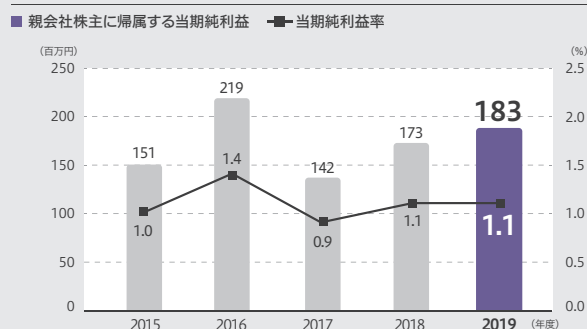
固定負債は35億66百万円となり、1億56百万円増加しま
した。これは、主に社債を1億50百万円発行したことによるも
のです。

純資産は98億19百万円となり、3百万円増加しました。
これは、主にその他有価証券評価差額金が2億40百万円減少
しましたが、利益剰余金が90百万円、退職給付に係る調整累計
額が1億40百万円それぞれ増加したことによるものです。

経常利益 **2億97百万円** 経常利益率 **1.8%**



親会社株主に帰属する当期純利益 **1億83百万円** 当期純利益率 **1.1%**



キャッシュ・フロー

2020年3月期の営業活動によるキャッシュ・フローは、9億74百万円の収入（前年同期は9億60百万円の収入）となりました。増加の主な要因といたしましては、税金等調整前当期純利益2億97百万円、減価償却費6億89百万円、退職給付にかかる負債の増加額1億80百万円等であり、減少の主な要因といたしましては、売上債権の増加額3億37百万円、法人税等の支払額1億50百万円等によるものであります。

投資活動によるキャッシュ・フローは、7億21百万円の支出（前年同期は4億57百万円の支出）となりました。収入の主な要因といたしましては、投資有価証券の売却及び償還による収入1億4百万円等であり、支出の主な要因といたしましては、有形固定資産の取得による支出7億34百万円等によるものであります。

財務活動によるキャッシュ・フローは、1億33百万円の支出（前年同期は9億86百万円の支出）となりました。収入の要因といたしましては、短期借入による収入9億80百万円、社債の発行による収入1億50百万円等であり、支出の主な要因といたしましては、短期借入金の返済による支出10億80百万円、配当金の支払額93百万円等によるものであります。

これらの活動の結果、キャッシュ・フローの期末残高は、前期末に比べ1億26百万円増加し、25億10百万円となりました。

株主還元

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

当を行うことができる旨を定款に定めております。

このような方針のもとに、2019年度の年間配当につきましては、1株につき6円（中間配当3円、期末配当3円）とさせていただきます。このように、当事業年度の純資産配当率は1.0%となりました。内部留保資金につきましては、生産効率向上のための設備投資資金に充当するとともに、経営体制の強化のために活用し、今後の一層の事業展開を図ってまいります。

投資家の方々へ

お陰さまで当期は増収増益という結果となりましたが、まだまだ満足いく結果ではありません。当社の強みである「社内一貫生産による一社責任体制」を最大限活かし、コア事業である商業印刷における価値の基盤を堅持・伸長していくとともに、従来までの印刷に偏らぬ付加価値の高い提案や成長事業への戦略的重点投資を行い、更なる事業成長と企業価値向上を実現できるよう努めてまいります。なお、顧客、取引先および従業員の安全を第一に、引き続き新型コロナウイルス感染拡大の影響には十分な注意を払いながら、感染リスクの低減及び生産・営業活動の継続に努めてまいります。

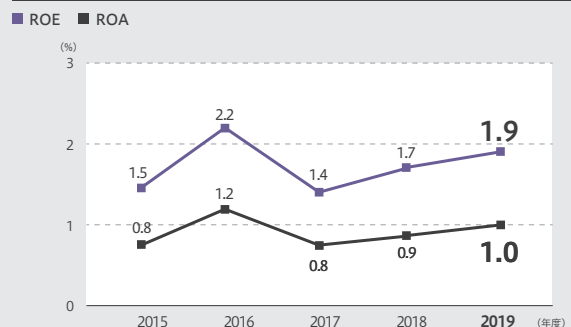
株主の皆様、投資家の皆様におかれましても、今後ともより一層のご支援、ご指導を賜りますようお願い申し上げます。

連結決算ハイライト

1株当たりの当期純利益 **11.82円**



ROE (自己資本利益率) **1.9%** ROA (総資産利益率) **1.0%**



連結損益計算書 (各年度4月1日～3月31日の期間)

(単位:千円)

年 度	2019	2018
売上高	16,194,033	15,279,264
売上原価	12,765,478	12,074,855
売上総利益	3,428,555	3,204,409
販売費及び一般管理費	3,257,966	3,079,428
営業利益	170,588	124,980
営業外収益		
受取利息	1,691	1,538
受取配当金	69,559	67,991
不動産賃貸料	65,136	66,665
保険解約返戻金	19,441	—
その他	8,356	23,032
営業外収益合計	164,185	159,228
営業外費用		
支払利息	10,029	10,353
不動産賃貸費用	19,254	19,503
その他	7,871	4,539
営業外費用合計	37,155	34,397
経常利益	297,618	249,811
特別利益		
固定資産売却益	11,767	8,634
投資有価証券売却益	42,187	63,105
補助金収入	—	2,000
特別利益合計	53,955	73,740
特別損失		
固定資産売却損	42,311	68
固定資産廃棄損	5,882	1,160
減損損失	1,513	—
投資有価証券評価損	133	21,967
会員権評価損	3,576	—
その他	920	—
特別損失合計	54,338	23,196
税金等調整前当期純利益	297,236	300,355
法人税、住民税及び事業税	201,896	162,767
法人税等調整額	△94,595	△49,933
法人税等合計	107,300	112,834
当期純利益	189,936	187,520
非支配株主に帰属する当期純利益	6,820	14,494
親会社株主に帰属する当期純利益	183,115	173,026

連結貸借対照表

(各事業年度末となる3月31日時点)

(単位:千円)

年 度	2019	2018
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	2,702,358	2,543,994
受取手形及び売掛金	3,325,435	3,145,216
電子記録債権	748,417	591,313
有価証券	—	49,650
商品及び製品	76,623	74,007
仕掛品	443,755	416,862
原材料及び貯蔵品	116,955	129,406
その他	92,043	94,372
貸倒引当金	△388	△954
流動資産合計	7,505,201	7,043,868
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	6,258,985	6,211,525
減価償却累計額	△4,291,532	△4,179,894
建物及び構築物(純額)	1,967,452	2,031,630
機械装置及び運搬具	12,307,440	12,051,864
減価償却累計額	△10,355,959	△10,209,124
機械装置及び運搬具(純額)	1,951,480	1,842,740
土地	3,283,192	3,327,915
建設仮勘定	—	72,684
その他	762,954	740,664
減価償却累計額	△590,698	△541,063
その他(純額)	172,255	199,600
有形固定資産合計	7,374,381	7,474,571
無形固定資産	108,565	89,039
投資その他の資産		
投資有価証券	2,909,039	3,178,202
繰延税金資産	685,450	558,874
その他	214,652	249,295
貸倒引当金	△10,600	△11,036
投資その他の資産合計	3,798,542	3,975,335
固定資産合計	11,281,489	11,538,946
資産合計	18,786,690	18,582,814

連結貸借対照表 (各事業年度末となる3月31日時点)

(単位:千円)

年 度	2019	2018
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	1,739,483	1,881,718
電子記録債務	280,157	—
短期借入金	1,680,000	1,780,000
1年内償還予定の社債	—	50,000
1年内返済予定の長期借入金	—	50,000
未払法人税等	156,945	95,705
賞与引当金	414,500	306,396
その他	1,130,194	1,193,563
流動負債合計	5,401,280	5,357,383
固定負債		
社債	150,000	—
長期借入金	50,000	—
役員退職慰労引当金	425,799	416,597
退職給付に係る負債	2,878,463	2,898,747
その他	61,933	94,265
固定負債合計	3,566,196	3,409,610
負債合計	8,967,476	8,766,994
純資産の部		
株主資本		
資本金	1,236,114	1,236,114
資本剰余金	1,049,534	1,049,534
利益剰余金	7,699,076	7,608,944
自己株式	△1,162,491	△1,162,304
株主資本合計	8,822,233	8,732,290
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	912,086	1,152,618
為替換算調整勘定	4,961	1,694
退職給付に係る調整累計額	16,290	△124,662
その他の包括利益累計額合計	933,338	1,029,649
非支配株主持分	63,641	53,880
純資産合計	9,819,214	9,815,820
負債純資産合計	18,786,690	18,582,814

連結キャッシュ・フロー計算書 (各年度4月1日～3月31日の期間)

(単位:千円)

年 度	2019	2018
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益	297,236	300,355
減価償却費	689,013	662,915
減損損失	1,513	—
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△1,002	2,041
受取利息及び受取配当金	△71,250	△69,529
支払利息	10,029	10,353
有形固定資産売却損益(△は益)	30,543	△8,565
投資有価証券売却損益(△は益)	△42,187	△63,105
投資有価証券評価損益(△は益)	133	21,967
会員権評価損	3,576	—
固定資産廃棄損	5,683	1,160
補助金収入	—	△2,000
売上債権の増減額(△は増加)	△337,323	△70,115
たな卸資産の増減額(△は増加)	△17,057	△107,534
仕入債務の増減額(△は減少)	137,922	46,586
預り金の増減額(△は減少)	△42,801	42,295
賞与引当金の増減額(△は減少)	108,103	939
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	9,201	24,872
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	180,848	158,094
未払金の増減額(△は減少)	16,122	△5,957
未払消費税等の増減額(△は減少)	82,739	58,958
その他	345	43,112
小計	1,061,389	1,046,844
利息及び配当金の受取額	71,156	69,530
利息の支払額	△10,323	△10,104
法人税等の支払額	△150,086	△148,528
法人税等の還付額	2,536	3,069
営業活動によるキャッシュ・フロー	974,672	960,811
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の預入による支出	△31,727	△6,843
有形固定資産の取得による支出	△734,875	△529,648
有形固定資産の売却による収入	56,973	16,364
無形固定資産の取得による支出	△48,244	△41,196
投資有価証券の取得による支出	△79,313	△111,142
投資有価証券の売却及び償還による収入	104,729	213,650
補助金による収入	—	2,000
その他	11,362	△826
投資活動によるキャッシュ・フロー	△721,094	△457,642
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入れによる収入	980,000	930,000
短期借入金の返済による支出	△1,080,000	△910,000
長期借入れによる収入	50,000	—
長期借入金の返済による支出	△50,000	△59,830
社債の発行による収入	150,000	—
社債の償還による支出	△50,000	△50,000
リース債務の返済による支出	△39,960	△38,422
自己株式の取得による支出	△187	△757,019
配当金の支払額	△93,000	△100,496
非支配株主への配当金の支払額	△744	△731
財務活動によるキャッシュ・フロー	△133,892	△986,499
現金及び現金同等物に係る換算差額	6,950	△1,279
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	126,636	△484,610
現金及び現金同等物の期首残高	2,384,311	2,868,922
現金及び現金同等物の期末残高	2,510,947	2,384,311

株式の状況

発行可能株式総数

60,000,000株

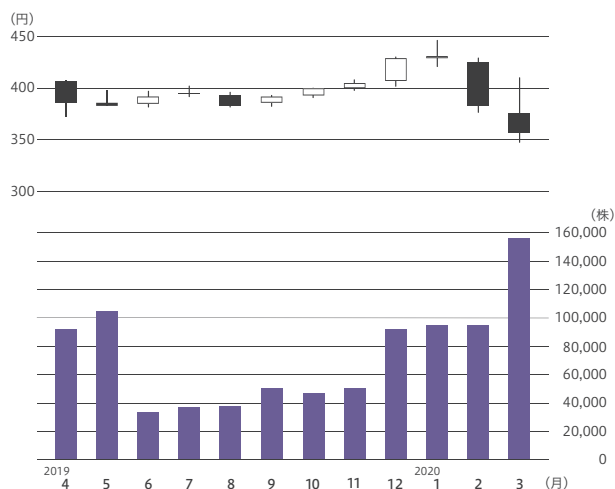
発行済株式の総数

17,825,050株

株 主 数

12,128名

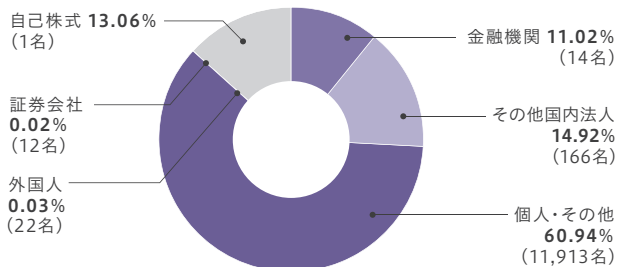
株価推移



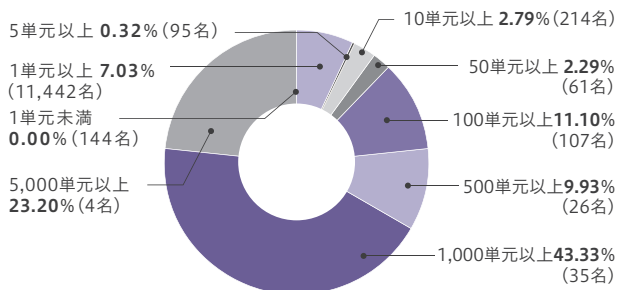
株式分布状況

(注)比率は小数点以下第三位を四捨五入しております

●所有者別株式分布状況(株式数比率)

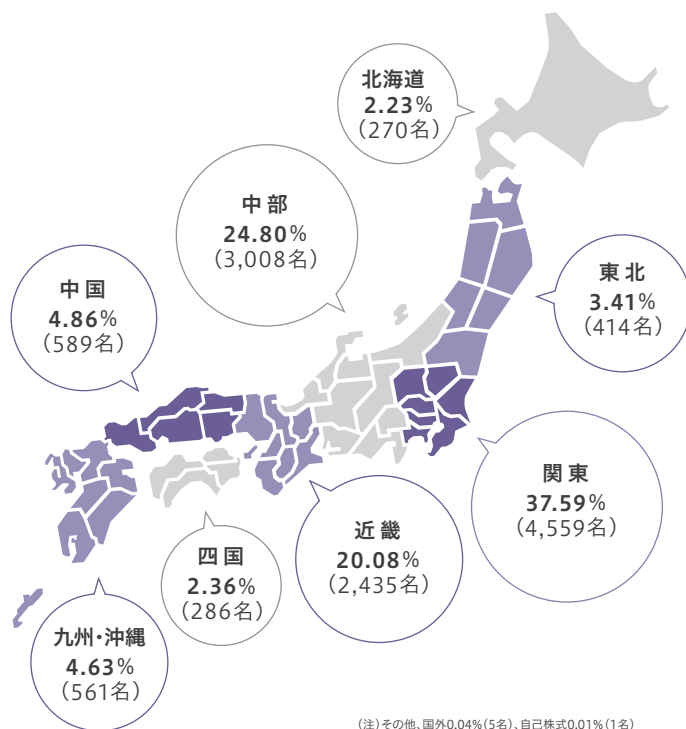


●所有数別株式分布状況(株式数比率)



地域別株主数分布状況

(株主数比率)



基本情報

商号	サンメッセ株式会社
創業	1935年(昭和10年)5月10日
設立	1946年(昭和21年)9月20日
代表取締役社長	田中 尚一郎
社員数	701名(連結718名) (2020年3月31日現在)※嘱託、パートは含まれておりません。
資本金	1,236,114千円
売上高(連結)	161億94百万円(2020年3月期)
証券コード	7883(東証 JASDAQ スタンダード)

主要な事業内容

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

本社および事務所

岐阜本社	〒503-8518 岐阜県大垣市久瀬川町7丁目5-1
東京本社	〒135-0016 東京都江東区東陽3丁目22-4
工場・研究所	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) サンメッセ総合研究所(東京都江東区) Sun Messe Innovative Network Center (Sinc)
支店	東京支店(東京都江東区) 新宿支店(東京都新宿区) 大阪支店(大阪市中央区) 名古屋支店(名古屋市中区) 岐阜支店(岐阜県岐阜市)
営業所	三重営業所(三重県四日市市) 滋賀営業所(滋賀県彦根市) 静岡営業所(静岡市葵区) 京都営業所(京都市下京区) 愛岐営業所(愛知県一宮市) 岡崎営業所(愛知県岡崎市)
系列会社	日本イベント企画株式会社(岐阜県大垣市) Sun Messe (Thailand) Co., Ltd.(タイ王国バンコク市)

役員

取締役 会長	田中 良幸 (代表取締役)
取締役 社長 社長執行役員	田中 尚一郎 (代表取締役) 営業本部長
取締役 専務執行役員	伊東 覚 営業副本部長兼愛知統括部長兼 IPS・パッケージ統括部長
取締役 執行役員	竹林 啓路 総務部長
取締役 執行役員	千代 耕司 管理本部長兼経理部長
取締役 執行役員	衣斐 輝臣 品質保証室長
取締役 執行役員	由良 直之 営業副本部長兼 東京・大阪統括部長兼東京営業部長
取締役 相談役	田中 義一
取締役 (監査等委員)	松井 巖 (常勤)
取締役 (監査等委員)	長屋 英機 (社外)
取締役 (監査等委員)	石岡 秀夫 (社外)
専務執行役員	田中 信康 経営企画室長兼営業副本部長兼 ソリューション統括部長 サンメッセ総合研究所(Sinc)代表
執行役員	平野 高光 営業副本部長 兼 岐阜統括部長
執行役員	渡辺 数巳 製造本部長



岐阜本社・本社工場 【生産品目】商業印刷物、出版印刷物およびデータプリントサービス、パッケージ
【土地面積】34,724m² 【建物延べ面積】31,798m²



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



東京本社



新宿支店



大阪支店



名古屋支店



岐阜支店



ロイドレジスタージャパン株式会社
代表取締役

富田 秀実 氏

サンメッセレポート2020を読んで

サンメッセ株式会社はJASDAQ上場企業としていち早く統合報告書の作成に取り組み、すでに本報告書で8度目の発行となりました。このSun Messe REPORT 2020は、昨年同様、社長メッセージの「印刷業界は危機か?」という問題提起に始まり、印刷業界や新型コロナを含めた、サンメッセを取り巻く環境変化に対応する事業戦略の記載は、例年以上によく整理されているように感じます。

本年の報告書では新たに打ち出された「守る」「攻める」「挑戦する」という3つの基本経営戦略を軸とし、その基盤となるサンメッセフィロソフィーの導入など、新たな経営層の目指す方向性が明確になってきたことは、サンメッセの今後の成長に期待が持てる内容となっています。また、ガバナンスの記載においてもスキルマトリックスの掲載など、サンメッセを理解するために必要な情報を盛り込みつつ、リーダーたちのイラストを掲載するなど、経営陣のパーソナルな印象を交え、読み物として楽しめる工夫も施されて報告書の魅力を高めているように感じられます。

新・中長期経営ビジョンで、目指す姿は明確になり、目指す事業ポートフォリオイメージなど方向性に関しては、一定の納得感はあるものの、それらが具体的な

数値で示されていないのは、サンメッセが本当に印刷業界の危機を乗り越えて行けるのかという命題に対する説得力という点では、まだ課題が残ります。昨年指摘しましたが、財務レビューでも、セグメント別の情報がイベント事業に限られているのは、報告書の主な読者である投資家に対する情報としては十分とは言えないと思われます。どの程度「守れているのか」「攻めているのか」についての目標と結果の数値を示すことで、真のアカウンタビリティが達成されるのではないのでしょうか。

また、サンメッセの強みとして様々な設備などが示されていますが、これらの強みを生かしたサービスにおいて、他社と比較してどのような優位性があるのかをより明確に表現できると、説得力が向上すると思われます。

日本においては大企業のみならず、中堅企業にも統合報告が急速な広がりを見せています。サンメッセは中堅企業としていち早く統合報告に取り組んでいますが、それらの模範となると同時に、サンメッセ総合研究所のビジネスチャンスとして、SDGs等の分野で大きなトレンドを作り出す役割にも期待したいと思います。

外部専門家意見をいただいて

富田様には、統合報告書発行当初より経年変化を見守りくださり、ストレートかつ多くのご示唆に富む貴重なご意見を賜りますことに、心より御礼申し上げます。

当社の代表取締役社長交代から3年目を迎え、直近、当社社長の思いや戦略にフォーカスし様々な観点から、インナーブランディングと社内浸透の強化に努めております。

Withコロナの渦中に加え、社会全体がサステナブル志向に共感を強める中において、ペーパーレス化はより拍車がかかっていることを実感していますし、“印刷業界の社会における存在意義”を自問自答する契機として捉えています。

本年は当社社長自らの課題認識から自社の経営哲学を創るべく、社長塾有志メンバーを中心に議論を交わし産声を上げた「サンメッセフィロソフィー」は、哲学というよりも、当社の燃える心とチャレンジャーとしてのスピリッツを表現したことで、全社員に多くの共感を得られたことはこの先の十数年において、会社がどうあるべきかを問うための代え難い財産となりました。

毎年ご指摘をいただいている事業ポートフォリオ変革には、残念ながらまだ開示に踏み切れておりませんが、課題をより鮮明に出来たことで経営課題の重要な位置づけとして捉えております。

これまでのセオリーが通じなくなった今を危機感として認識し、変化せざるを得ぬ環境下において、今の当社の位置づけを様々なアイディアを出し激論する“未来投資の強化合宿”の時期と捉えています。

その中SDGsの経営への実装は、universalであることが多くの経営推進のヒントとこれまでにないエンゲージメントを産み、イノベーションを起こせることが非常に有効です。岐阜県発で“どえらい出逢い”を創り、“当社のありたい姿”と、社会的課題に本業を通じた解決を行い“なくてはならない企業”へと存在感を強め、次世代へ、そして未来へのバトンを『つなげて』いくことを意識してまいります。



専務執行役員
経営企画室長兼営業副本部長
兼ソリューション統括部長
サンメッセ総合研究所 (Sinc) 代表

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



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

「サンメッセレポート2020」はサンメッセのウェブサイトにも掲載しています。
過去の報告書も閲覧可能です。

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

「サンメッセレポート2020」へのご意見・ご感想をお聞かせください。

専用アンケートサイト

<https://www.sunmesse.co.jp/form/hp-mailform/mailform.cgi?id=enquete2020>

