

Sun Messe Report 2023

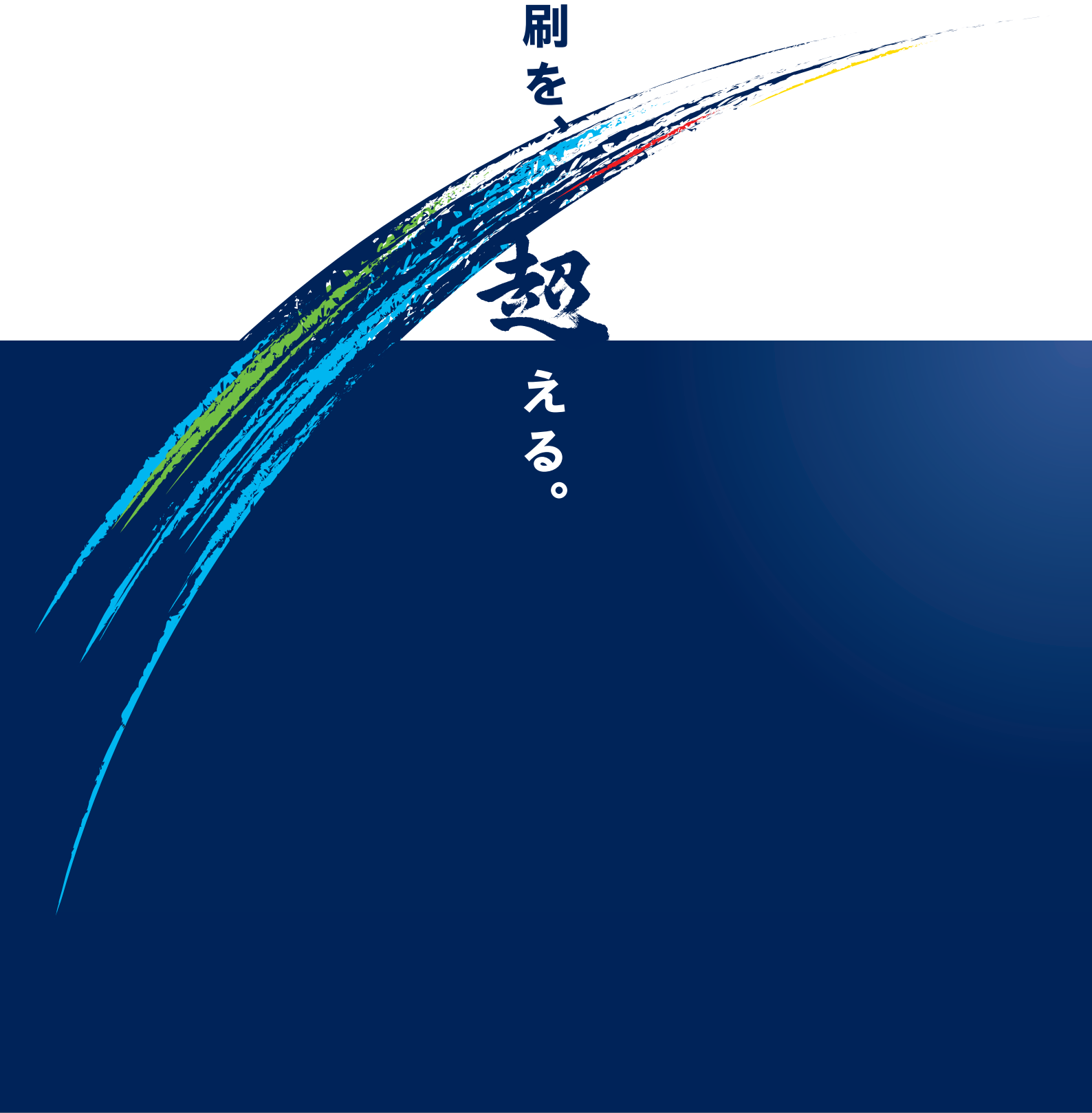
April.2022-March.2023



印刷を

超

える。



私たちが、**超**えるもの。

紙はオワコン、
という固定観念。



情報を伝える手段が、
どんどん変わってきている。
「もう、紙はいいよ」
そういう声も少くない。

本当にそうだろうか？
紙の可能性は、まだまだあるのでは
ないだろうか。
デジタルの時代だからこそ、
必要とされるものがあるはずだ。
自分は技術で印刷を、超える。



ものづくりを 突き詰めたい

プレス部オフ輪課オフ輪3係

中川 祐太さん



A young woman with dark hair and round glasses is looking down at a laptop screen. She is wearing a light-colored, ribbed turtleneck sweater. Her right hand is resting on her forehead, with her index finger pointing upwards. The background is blurred, showing what appears to be an office or classroom setting. A large yellow triangle is in the bottom-left corner of the image.

私たちが、**超**えるもの。

**お客さまからの
期待。**

AIがイラストを描く時代。
クリエイターが不要になる可能性も
言われているが、それはそれ。

お客さまが望むものはできても、
お客さまも思いつかない感動を
生み出すことなんて、
AIにできるのだろうか。

私は創造で印刷を、超える。

イラストスキルを もっと高めたい

情報・コミュニケーション企画部
デザインユニット 本社デザイン係

吉村 七海さん



私たちが、**超**えるもの。

サンメッセの
可能性。

お客さまの期待に応えたい。
そのためにできることを広げてきて、
今のサンメッセがある。

世の中が大きく変わっていく中、
お客さまの課題も変化している。
私たちももっと耳を傾け、
できることを広げていかななくては。

私たちは対話で印刷を、超える。

明るく、楽しく、
元気よく!

本社営業部営業第一課営業係

長野 有紗さん

もっとお客さまから
頼りにされたい

本社営業部営業第一課営業係 主任

樋口 雄基さん



私たちは、超えてきた。
アナログから、デジタル。
平面から、立体。
大垣から、世界。
きっと、これからも超えられる。



印刷を、





超える。

今から30余年前、当社は会社の屋号から「印刷」という文字を廃し、サンメッセ株式会社として新たな歴史を歩み出しました。

それは自分たちがただの印刷会社ではなく、情報加工のプロフェッショナルになる、という当時の経営者、そして社員の強い決意の表れでした。

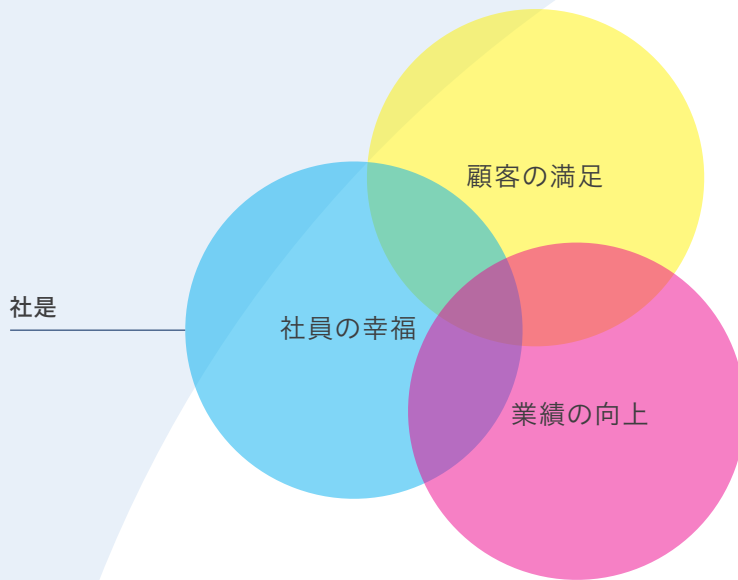
そして、90周年を目前にした今。

私たちは100周年という大きな節目を明るく迎えるために、もう一度、大きな壁を超えなくてはなりません。

コミュニケーションがより複雑化した時代において、メディアにとらわれないことの重要性がかつてないほど高まっています。

当社の先人がめざした方向に時代は動いています。
今こそ、超える時です。





経営理念

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

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さまに提供している他、社内でも社員一丸となって環境活動を実施しています。

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

社名のコンセプト



連続性

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。

現代性・未来志向

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。

印刷を、 超える。

Sun Messe Report 2023

April.2022-March.2023

編集方針

2013年から発行している「サンメッセレポート」は、トップを含めた経営陣のコミットメントの下、お届けする、様々なステークホルダーとの対話のためのツールです。財務価値、非財務価値の両側面から、統合思考の視点で当社の現在と未来を描くことを目的に作成しています。

今の当社姿をご覧いただくため、例年より社員に多く誌面に登場いただきました。

またカーボンニュートラルや、人的資本経営に関する取り組みなど、これからの企業経営にとっての重要課題についても現時点で可能な限りの情報を開示しました。

ぜひご覧いただき、忌憚なきご意見をいただければ幸いです。

※所属・役職については、2024年3月時点の情報です。

想定しているステークホルダー

・社員およびその家族・投資家(機関投資家・個人投資家)・パートナー(制作、生産、物流)・お客さま
・サプライヤー(印刷資材)・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

【活動報告の対象期間】

2022年4月～2023年3月(2023年4月以降の情報を含みます)

【報告範囲】

サンメッセグループ

サンメッセ株式会社、日本イベント企画株式会社、Sun Messe(Thailand) Co., Ltd.

※非財務データは単体です(一部連結もあり)

【発行時期】

2024年3月 ※次回発行予定2024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2013年版」,「国際統合報告フレームワーク2021年版」
- ・経済産業省「価値協創ガイドライン」
- ・経済産業省「気候関連財務情報開示に関するガイドライン(TCFD ガイドライン)」
- ・環境省「環境報告ガイドライン2018年版」
- ・経済産業省「人的資本経営の実現に向けた検討会報告書 人材版伊藤レポート2.0」
- ・GRI「サステナビリティ・レポート・スタンダード」
- ・ISO26000
- ・ISO30414
- ・SDGコンパス



【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。

【レポートング体系】

財務情報	非財務情報
・決算資料 ・有価証券報告書	・企業情報 ・CSR情報 ・コーポレート・ガバナンス報告書

【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

CONTENTS

01 Cover Story

09 Value Creation

09 経営理念・フィロソフィー

11 サンメッセの事業と強み

13 サンメッセの価値創造プロセス

15 Top Message

21 Business Strategy

サンメッセの価値共創戦略

27 3つの基本経営戦略 守る

27 商業印刷事業

29 3つの基本経営戦略 攻める

29 IPS事業

31 PK・BPO事業

33 CC・ICT事業

35 3つの基本経営戦略 挑戦する

35 地方創生

37 DX推進

40 Sun Messe Group

40 サンメッセ タイランド

40 日本イベント企画株式会社

41 90周年事業実行委員会ダイアログ

45 Environmental Impact

45 サンメッセ環境インパクト

47 サンメッセのカーボンニュートラル戦略

49 Human Rights

49 人権への対応

51 人財活躍のために

53 Corporate Governance

53 ガバナンス強化による企業価値向上の追求

60 ESG Data

67 Finance / Corporate Information

67 財務情報

74 株式情報

75 会社概要

76 外部専門家意見

商業印刷事業

カタログ・チラシ・パンフレット・DM・広報誌・記念誌から、伝票・金券などお客さまのあらゆるご要望に中部地区ナンバーワンの生産力と高い技術力でお応えしています。

P.27

Printing

サンメッセの事業

当社は一般商業印刷をコア事業に、新たな5事業を展開しています。これらを有機的に組み合わせ、新たな可能性を探りながら、事業領域を拡大していくとともに、より豊かで持続可能な社会づくりに貢献していきます。

Package & Business Process Outsourcing

パッケージ・BPO事業

複雑な形状や化粧品などにも対応できる設備を備え、パッケージの企画・設計・デザインから印刷・加工・アッセンブリまでをセキュリティレベルの高い環境下で社内一貫生産にて対応しています。

P.31

お客さま

Customer



人財

Human Resources



当社は社是に「社員の幸福」を掲げており、「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「社内一貫生産・一社責任体制」が成り立っています。

サンメッセ

「あらゆる業種のお客さまの」「豊富な人財」と「充実した実現する「社内一貫生産・社内一貫で実現する高品質・顧客の満足」を

あらゆる業種とのお取引が可能な印刷業界ならではの多種多様な共創関係を構築しています。

クライアント数

21,022社

生産設備

Production Equipment



の強み

多種多様なニーズに応える
生産設備」、それらを
「一社責任体制」が強みです。
工程短縮・高セキュリティで
実現していきます。

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 生産設備
3 拠点 **172** 台

社内一貫生産・ 一社責任体制

In-house Integrated System



コンサルティング > 企画立案 > デザイン・撮影 > 制作・校正 > 印刷・加工 > アッセンブリー・デリバリー > 分析・改善

社内一貫生産・一社責任体制が 実現するメリット

- ・アウトプットを想定したトータルでの仕様設計が可能
- ・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ない
- ・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

IPS事業

パーソナルデータを安全に管理できるセ
キュリティを万全にした環境設備の下、ダ
イレクトメールや契約書類、金融書類など
あらゆる情報加工技術を提供しています。

Information Processing Service

P.29

Corporate Communication & Information and Communication Technology

CC・ICT事業

企業の情報開示や会社案内、社内報と
いった広報ツール、Webサイトなど、コー
ポレートコミュニケーションを支援するあ
らゆるツールの提案・企画・制作を行って
います。

P.33

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、その解決を図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「社内一貫生産・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。

挑戦する

P.35

攻める

P.29

守る

P.27

サンメッセの資本

知的資本

ソフト部門従事者
143名



自然資本

用紙調達量(年間)
25,706t



製造資本

設備投資費(直近)
2億73百万円



人的資本

社員数
670名
(うち女性社員 28.9%)



社会関係資本

協働するサプライヤー
753社



財務資本

売上高
171.4億円



サンメッセの強み

P.11

SDGsで特定される
社会的課題や地域課題

地域社会やお客さまの
ニーズ抽出



技術



知見・ノウハウ



コアである
商業印刷事業の堅持



成長事業への
戦略的重点投資

創造とチャレンジ

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

2035

100周年

SDGsへの貢献・
持続可能な社会の実現

2025



社会価値共創事業モデル



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

Top Message



SHOICHIRO TANAKA

100周年に向けた アクションプランとして、 90周年事業をスタートし、 時代の変化を捉えた 次のステージを目指します。

サンメッセ株式会社
代表取締役社長 社長執行役員

田中尚一郎

はじめに、2024年1月に発生した能登半島地震により被害を受けられた皆様に、お見舞いを申し上げます。一日も早い復旧を心よりお祈り申し上げます。

当社は2024年2月に金沢支店を開設いたしました。これまで当社は、社会の一員としてそれぞれの拠点において、地域社会とともに力を合わせ、未来を築いていくことを目指してきました。金沢支店開設を契機に、金沢をはじめ北陸地方でも、地域の方々とともにあゆみを進め、寄り添いながら、これからの一刻も早い復興へ向けて出来る限りの協力をしてまいります。

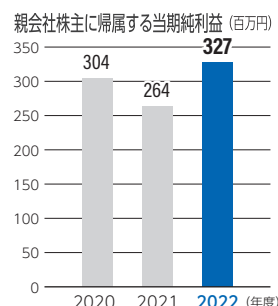
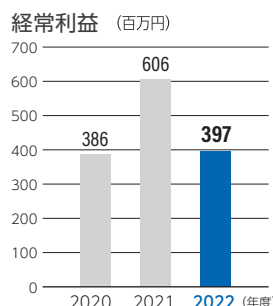
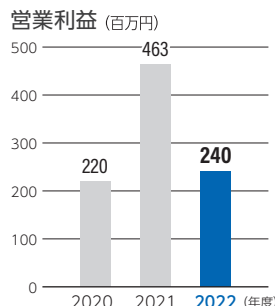
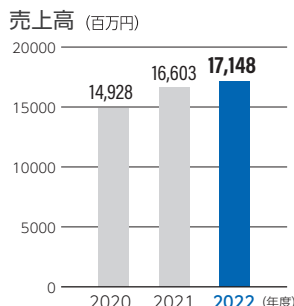
2022年度は2期連続で過去最高の売上を実現

2022年度の業績は、売上高171億48百万円（前年同期比3.3%増）、営業利益2億40百万円（前年同期比48.1%減）、経常利益3億97百万円（前年同期比34.4%減）、親会社株主に帰属する当期純利益3億27百万円（前年同期比23.9%増）となりました。コア事業である商業印刷事業は、情報媒体のデジタルシフトによるペーパーレス化に伴い、市場全体の需要が減少している厳しい状況の中にあります。しかし、成長戦略として取り組んでいるIPS事業、PK・BPO事業、CC・ICT事業は順調に推移し、またイベント事業においてもウィズコロナ時代に対応したイベント運営への需要が増加したことで、2期連続の過去最高売上を更新することができました。営業利益については、原材料費やエネルギーコストの高騰、物流コストの上昇が想定を上回るスピードで進んでおり、より厳しい経営環境が

続いたことが影響しました。今後も安定した品質の製品をご提供するためにも、製品価格の見直しをお願いせざるを得ない状況であることをご理解いただくとともに、お客さまからの声を真摯に受け止め、コストダウンに注力し、当社だからできる製品やサービスをご提供する努力を続けてまいります。

売上高	171億48百万円
営業利益	2億40百万円
経常利益	3億97百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	3億27百万円

連結 決算ハイライト



「稼ぐ」会社への転換 一社長就任から来期で7年目を迎えて

当社は、1935年（昭和10年）に私の祖父母である田中義夫とせきが、たった1台きりの活版印刷機と活字を携え岐阜県大垣市に創業した田中印刷所が始まりです。そんな小さな印刷所が、地域の方々の期待や要望にコツコツと応えてきたことが、これまであゆみを進めることができた原点だと考えています。トップとしてのバトンを受けとってからも、社長就任時に発信した「不易流行」の精神を自分自

身の軸とし、「変わるもの」、「これまでの意識にとらわれない取り組みと、変えてはいけけないもの」、「当社の強みを伸ばしていくこと」を意識し邁進してきました。これからもその想いは変わらず持ち続け、2025年に迎える90周年、2035年の100周年をマイルストーンとしながら、この先も持続可能な会社を目指してまいります。

就任からこれまでの6年間で取り組み続けたことは「利益改善」でした。利益の源泉である製造現場の意識改革から着手し、内製化率の向上を目指しました。徐々に結果が数字となって見えてくることで、現場一人ひとりの理解も進み、現在、さらなる改善も期待できる段階へとステップアップしています。さらに、2023年度からはDX推進室も開設し、これまで暗黙知で蓄積してきたあらゆる業務やノウハウをデータとしてオープン化することに取り組んでいます。このデータを活用し、製造部の生産効率、生産加工高をさらに上げていくことで、「稼ぐ」会社を目指していきます。

また、印刷市場全体の規模は縮小傾向にあるものの、当社が担える役割はまだまだポテンシャルを秘めていると考え、「営業エリアの拡大」と「事業領域の拡大」にも注力してきました。「営業エリアの拡大」では、首都圏企業の拠点が新宿副都心エリアへ徐々に移転していくことへの対応として、2018年5月に新宿支店を開設しました。直近では、2024年2月1日に金沢支店を開設し、今後の北陸地方への営業活動をより強化することで顧客基盤の拡大を進めていきます。「事業領域の拡大」では、成長戦略として取り組んでいるIPS事業、PK・BPO事業、CC・ICT事業の拡大を推進し、より川上でお客様の業務を包括的にサポートできる当社の強みを活かして事業領域を広げ、商業印刷事業にかたよらないポートフォリオを形成しています。今後は、これらの事業の進化と各々のシナジーを発揮させながらさらなる成長を進めるとともに、新規事業の開発へもチャレンジしていきます。

一方、課題と捉えている点は、人財の育成です。社員一人ひとりが活躍するための教育計画の整備・充実、多様な働き方やダイバーシティの推進など、職場環境づくりや制度改革を順次進めており、「えるぼし」認定を受けるなど成果もあらわれてきています。しかし、まだまだ社員のポテンシャルを十分に引き出す人財育成が足りていないのではないかと考えています。私はかつて、赤坂支店（2011年に東京支店へ統合）の開設やサンメッセタイランドの立ち上げを経験し、様々な挑戦をしてきたことがいまに役立っています。そういったチャレンジを後押し、貴重な経験を得てもらうには、会社として、そして経営陣として、社員のチャレンジに対する「責任」を引き受けながら、チャレンジャーとなった社員が適切な「責任感」を持って業務に邁進し成長できる、様々な教育や風土改革が必要であると感じています。



100周年をあるべき姿で迎えるための「90周年事業」

2035年に迎える100周年、さらにはその先も持続可能な会社となるためには、これまでの成果をさらにスピード感を持って拡大しつつ、課題を克服していくことが、重要だと考えています。そのため、2025年に迎える90周年までの期間を100周年に向けた多様な課題解決を行うための重要な期間として位置づけ、2024年度より「90周年事業」をスタートさせます。

まずは、2035年における当社の目指すべき事業ポートフォリオをしっかりと分析し、2025年からの10年で具体的な対策を講じられるよう、経営層中心の議論とともに、次代を担う社員からの意見を取り入れながらその指針を明示していきます。

課題となっている人財育成では、まず、次代の経営を担っていくリーダーを養成するサクセッションプランを導入します。社員から候補者を募り、必要なスキルやノウハウ、リーダーシップやマネジメントの基本を学んでもらい、これからのサンメッセを担うリーダーを育てていきます。このサクセッションプランの導入をはじめとして、100周年を見据えた人財のための様々な環境づくり、人財育成制度のさらなる充実も同時に図っていきます。

また、既存印刷事業・成長戦略事業の強みを活かしながらも、100周年で目指すべき未来の姿に向け、印刷に依存しない新たな事業創出のための開発プログラムを進めていきます。部門や世代を越えて新事業開発メンバーを募集し社内で共創を図るとともに、最先端のテクノロジーやソリューションを持ったスタートアップなどの企業とのイノベーションも視野に入れながら、早期での新規事業の立案、事業化を目指していきます。そして、このプロセスを

通じて、変化の激しい時代においても、事業を着実に推進できる資質を持ったリーダーを輩出していきます。

このような90周年事業の施策を推進していくため、入社5年以内の若手社員を中心とした実行委員組織をすでに立ち上げています。このメンバーは、企業の社会的な存続価値や社会的意義を示すパーパスの制定も担う計画となっており、100周年の際に会社の中心となるような人財が、サンメッセのあるべき姿を真剣に議論していくことに大きな期待を持っています。

当社にとって人財は「宝」だと思っています。よりやりがいのある仕事を、自分らしく働くことのできる環境、多様な考え方を尊重できる風土のもと、十分にその能力を発揮してもらいたい。90周年事業はそのための取り組みでもありとも考えています。より幅広い知見やノウハウ、経験を持ち寄り、能力を活かすことで、個々の成長を今以上に実感できる会社となることが、当社の発展、そして持続可能性にもつながると信じ、「90周年事業」を推進してまいります。



社会課題を解決し、「印刷を、超える。」価値でサステナブル社会に貢献

これまで述べてきたような成長を続けていくためには、事業を通じて社会的課題を解決し、企業として社会から必要とされなければなりません。

当社は、経営方針の一つに「環境」を入れるなど、地域へ

の想い、地球環境への貢献に向けた取り組みを行ってきました。これをさらに中長期の視点で経営課題として推進していくために、2021年4月、私が委員長を務め、執行役員を中心メンバーとするサステナビリティ経営に関する決定

機関「サステナビリティ委員会」と、その実行組織である「サステナビリティ推進室」を立ち上げました。また、2022年2月21日には、岐阜県内の企業として初めて「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。国連グローバル・コンパクトが掲げる、「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」の4分野10原則を支持、推進していくことで社会の持続可能な成長の実現に貢献していきます。

そして2022年6月には、2050年のカーボンニュートラル実現を目指す「カーボンニュートラル宣言」を発表しました。カーボンニュートラルの実現は決して簡単なことではありませんが、高い志をもって、取り組んでいきます。

また、これまでも差別やハラスメントのない職場づくりのために、社内啓発活動や社内規程の整備などを通じて人権の尊重に取り組んできましたが、昨今の世界情勢や事業環境において明確な方針が必要だと考え、2023年5月に「サンメッセ人権方針」を策定しました。

加えて、製造業として、お取引先さまとサプライチェーン全体で、脱炭素社会、循環型社会の実現に貢献する持続可能な調達を推進していくための「サステナブル調達ガイドライン」も定めました。持続可能な社会の実現に貢献していくため、調達活動においても、環境や人権、コンプライアンスなどに配慮したサステナブル調達を推進します。

当社では、サステナビリティ活動やSDGsへの取り組みは「社会への貢献」であるとともに「企業成長のチャンス」

と捉えています。SDGsにおいては2019年5月に当社ならではのSDGs達成への貢献を表明した「SDGs宣言」を掲げましたが、2022年5月にこれを改訂し、新たにゴール11を重点課題に加えたほか、当社のSDGs活動を体系的に示す、社会価値共創事業モデルSun Messe Social Impact Gifu (略称SSI-G) を発表しました。その中核となるのが、SDGs連携コミュニティポータルサイト「Re:touch (リ：タッチ)」*です。本サイトが提供するパートナーシップ構築の仕組みが大垣市や岐阜県、そして全国各地で展開されていけば、日本におけるSDGsの好事例として、さらに注目されるのではないかと期待しています。

「90周年事業」がこれからスタートし、2035年に向けた土台づくりをさまざまな改革とともに進めていきますが、100年企業になるためにはまだ高い壁が立ちはだかっていると認識しています。この壁を超えていくためにも、「人財」のもつポテンシャルを最大限に引き出し、その個性が一丸となって協力することで大きな成果を生み出してまいります。そして、社会・経済の将来が見通しにくい不確実性の高い時代において、確実にお客様のご要望にお答えするため、これまでの強みを活かした幅広いサポートにより「印刷を、超える。」価値を提供してまいります。

*「Re:touch」：岐阜県の企業・団体を中心に、SDGs達成に大きな貢献を果たすと考えられる活動を紹介し、サステナブルな社会をつくるための企業・団体のパートナーシップ構築を目的としたメディア。



Sun Messe Strategy of Co-creation Value

サンメッセの価値共創戦略

取締役専務執行役員経営企画室長
DX・SX・管理本部・広報・情報コミュニケーション管掌

田中信康

サンメッセの経済価値と社会的価値の2つの価値を高めるため、当社の強みと課題を分析し、それらを経営戦略に落とし込むことで、当社の持つポテンシャルを最大限に発揮させていくこと、さらにはその基盤となる企業活動の活性化がこの直近の大命題となります。

社会における企業の存在意義が問われるなか、これからも当社が選ばれ続ける会社となるため、経済価値と社会価値のよりよいバランスを強く意識した経営推進を行います。

印刷を、**超**える。新たな事業ポートフォリオ戦略

新規事業 100周年以降を見据えた種まき

印刷市場におけるダウンサイドリスク

成長戦略5事業 ペーパーレスを生き抜く高付加価値事業

コア事業 収益基盤としての強化

持続的な事業成長

成長を実現する人財の拡大

新人事評価導入の早期検討 ・新人事評価制度改訂 ・シニア雇用活性策 ・男女賃金格差策 ・ジェンダー課題 ・人事部門新設



100thに向けた90th事業の推進 当社理念体系の再制定:当社のMVV・パーパス制定

2024年	2025年(90周年)	2030年	2035年(100周年)
90th事業① 90周年事業実行委員会の発足 若手社員を中心とした風土改革	90th事業② 新事業開発プログラム実施 当社の未来収益源の確度を高める	90th事業③ Sun Messe Passion & Excution次世代リーダー育成プラン実施 サクセッションプラン	



1 当社をとりまく環境 (リスク認識)

私たちの業界においてまず最大の懸念は、社会全体のペーパーレス化となります。新型コロナウイルス感染症拡大よりリモートワークの急激な普及が、ペーパーレス化への加速度を早めたといえます。当然ながら近い将来到来するであろうメガトレンドとしてその対応を進めていますが、そのスピードが予想範疇を超えた加速度であることが大きな経営のリスク認識となっています。さらには、サプライチェーンの混乱や地政学的リスクによるエネルギーや資材価格、物流コストなど軒並み高騰し、お客さま自身のコスト意識がより厳しさを増大しているといえましょう。

この厳しい環境下であるものの、2021年度は当社創業以来、過去最高の売上高を達成することができました。当社を取り巻く環境の先行き不透明感は増大していますが、お客さまに真摯な姿勢で向き合う『信頼』を今後もより一層高いレベルでの評価として得ていかねばなりません。

2019年度から取り組むInnovation for 100th anniversary サンメッセ新・中長期経営ビジョンのもと「守る」「攻める」「挑戦する」の3つの基本経営戦略のなかで、稼ぐ力が少しずつ身についてきたことは一定の評価が出来ますが、取り巻く環境のダウンサイドリスクとそのスピードが予想以上に早いため、次なる一手により具体性が求められていることは言うまでもありません。

様々な業務のIT、AI化によりスマートフォン一つで様々な行動変容を起こすことも可能な社会形成が、当社のこれからのビジネスモデルをトランスフォームしていくため避けては通れぬ事実であり、デジタル化に後れを取っては甚大な経営リスクに発展する可能性が高いでしょう。

この中で当社は「印刷に依存しない新たな提供価値の創出」に向けた具体的なアクションをより加速化するための具体的な施策に打って出ることが必須課題となっています。

資本政策

- ROIC経営導入の検討
- ROE、PBRなど
主要経営指標を中心に
資本政策への経営意識
- CCC経営改革への
挑戦検討

2 サンメッセ新・中長期経営ビジョン フェーズ2「One Sun Messe」

サンメッセ新・中長期経営ビジョンは、2022年度よりフェーズ2へと移行しました。自社基点での課題解決策であった期初3年間から、現在は文字通り社会課題解決の事業モデルに移行していく中で、今一度社員全員で自らを見直し、会社全体が一つになりこの難局に立ち向かっていくため、フェーズ2のメインテーマを「One Sun Messe」としています。組織間の連携によりシナジーを生み出すことは今の当社にふさわしいテーマとなり、「原点回帰」から「変

わる、変える。」のスローガンの下、来年度2024年度には「印刷を、超える。」と、本業の印刷事業を凌駕するための事業変革を推進していくストラクチャーを確立していくことのチャレンジの年として、当社の存在意義や提供価値、組織など、あらゆることを見つめ直し、2035年の100周年に向けて確実な一歩を踏み出すための重要な年と位置づけています。

2025年の90周年に向けた
フェーズ2のメインテーマ

One Sun Messe

印刷を、超える。

3 本業転換?!事業ポートフォリオ改革と資本政策で挑む真の変革

急務は事業ポートフォリオ改革こそが、変革に向けた重要なキーワードです。当社のビジネスモデルは、既に大型の輪転印刷機の稼働率を高めることで価値増大を図るビジネスモデルが成り立たなくなっています。反面、私はお客さまとの会話の中で、当社が総合印刷会社であることをアピールするというよりも、お客さまの多様な課題解決のための役割を担う企業側面を押し出しています。「人のために奉仕しなさい。」という当社創業者の強いDNAが脈々と流れる中において、創業後は興行主として映画館を営み、岐阜県全域におけるタウン誌「月刊タウン情報ぎふ」といった地域コミュニティの一翼を担わせていただき、多くの岐阜県民の皆さまに愛されてきた自負心もごぞいます。

もちろん、急速なペーパーレスのリスクは経営に大きな影響を及ぼしますが、2018年度から新たな成長戦略として取り組んできた情報セキュリティ事業（IPS事業）、パッケージ事業、情報コミュニケーション事業（コーポレート・コミュニケーション事業、ICT事業）、BPO事業など、付加価値の高い印刷事業へのシフトを推進しています。この総合印刷企業でありながらも、情報を加工し新たな価値を見

い出すことの強みを活かすことこそが当社最大の強みであり、これら事業がようやく形になりつつあります。

これら事業の内訳の数値公表をずっと控えてきましたが、来年度はその事業内訳としてのセグメントを四半期決算より公表することを予定しています。情報開示のおおよそのイメージは図表の通りとなり、図表のパイの大きさは各事業のCAGR（年平均成長率）を実際にシミュレーションしたものととなります。コア事業である商業印刷事業は全体でシュリンクする傾向下にある中、情報セキュリティ、パッケージ、情報コミュニケーション、BPOを中心に、他新規事業にも目を向けたトランスフォームを図ってまいります。

事業ポートフォリオ改革と併行して進めねばならないもう一つの大きな課題は、資本政策です。これまで当社は一般商業印刷中心の考え方で売上、利益を中心に経営推進を担ってまいりましたが、資本コストを意識した経営改革も急務です。とくに事業成長を伴う設備投資を進める上で、その投資が将来収益を生む経済性評価において資本コス

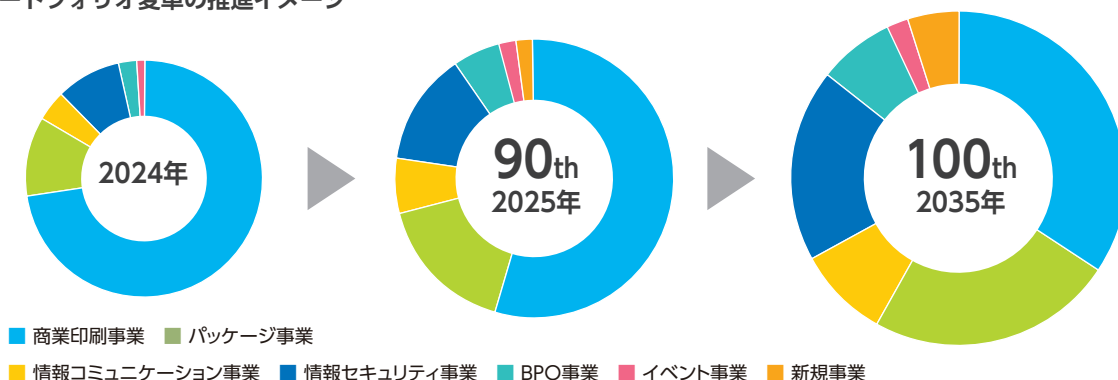
トを目安により慎重に判断していかねばなりません。今後の新規事業の投資判断、事業建て直しに加え、これからは事業売却や撤退判断も伴います。事業のライフサイクルを慎重に議論しながら、今後は「ROE」「ROA」などの経営指標を重要な位置づけとして検討し、資本コストや資本収益性を意識した経営を実践において、ROIC（投下資本利益率）を経営目標として掲げる検討を進めています。その前段階において、ROICを意識するため投下資本のうち運転資本の効率を高めるCCC（キャッシュ・コンバージョン・サイクル 以下、CCC）の短縮を進めることが先決であり、現時点では実現に向けた準備を構築する段階です。CCCの短縮は、サプライチェーンにかかわる全部門の参加なくし

て実現できないため、文字通り全社プロジェクトとして捉え、資本効率向上のためのCCC改革を進めることを今後の経営推進に活かしていく予定です。そのためには、1) まずは本業の利益向上が挙げられ、売上高を伸ばし費用を減らすという中で利益追求が第一であり、来期以降において2) 資産効率の向上（本業に関係ない資産や、利益の出ない事業について今後の検討を進めること、3) 政策保有株式の縮減あるいは一部売却の検討も視野に入れ、自社の資本コストや資本収益性を的確に把握しながら、その内容や評価に関して、取締役会での現状分析・評価を諮ることで、具体的な資本コストや株価を意識した経営推進の計画を進めてまいります。

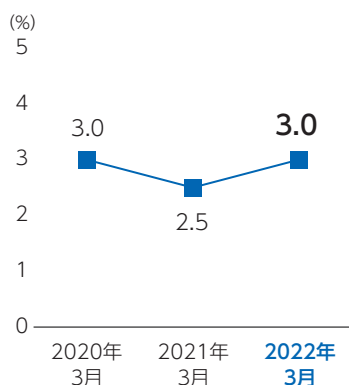
資本効率向上に向けた取り組み



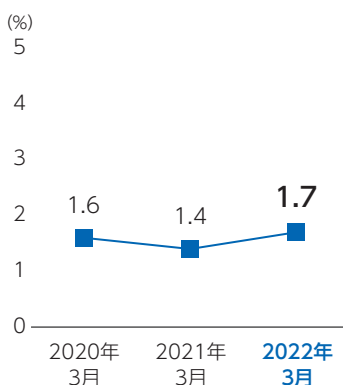
事業ポートフォリオ変革の推進イメージ



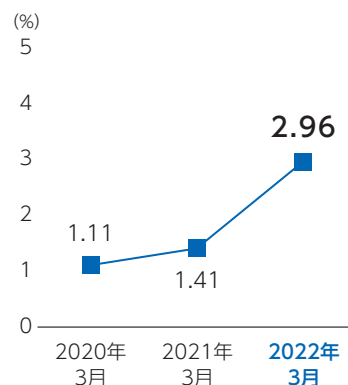
ROE (自己資本利益率)



ROA (総資産利益率)



ROIC (投下資本利益率)



4 戦略的人財改革 ~100周年に向けた90周年事業のスタート

人的資本経営の重要性が問われる中、当社では人財活用に関して戦略的に検証し、人的資本経営に関するISO30414の視点も取り入れながら、当社ならではの人事戦略の構築を進めています。当社人財のポテンシャルを示す大きなチャンスとして捉えており、次世代を担うリーダーシップの育成や経営に関わるスキルを習得する機会を提供するほか、個人のスキルを活かせる専門職の導入や、より柔軟な働き方の整備など、会社と個人がフェアで対等な関係となり、共に価値を生み出すパートナーという

90周年事業の施策

- 1 事業ポートフォリオ改革
- 2 周年事業実行委員会設置
- 3 Sun Messe Passion & Excution 次世代リーダー育成プラン
- 4 新事業開発プロジェクト

関係づくりを目指すため、来年度以降、人事評価制度を抜本的に見直し、ヒト中心の人財マネジメントを大切に、生産性向上を欠かせぬ重要な視点としての推進を行います。

これらは100周年を見据えた2025年に到来する90周年事業「印刷を、超える。」をテーマとして、来年度以降より1年前倒して進めます。その目的は、全社員意識による1) 事業ポートフォリオ改革を中心に、2) 周年事業実行委員会組織を若手社員中心に設置し、会社全体の風土改革を推進、3)サクセッションプラン策定の位置づけとしたSun Messe Passion & Excution 次世代リーダー育成プランのスタート、4) 新事業開発プロジェクトと位置づけた当社の将来の収益の源泉を目的とした社内でのスタートアップ施策として大きく4つの具体的なアクションを推し進めます。もちろん、この推進において多様性をより尊重しながら、ウェルビーイングとダイバーシティなどの価値観を意識した視点を大切にしながら、戦略的人事改革に果敢に挑んでまいります。



5 社会的価値の共創に向けて

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7つのゴールに向けた経営推進を行っております。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続けるため、SDGs含むサステナビリティ経営推進は、事業を通じた共創視点を強く意識し、サステナビリティを経営実装すべく意欲的な推進を図っています。

特に気候変動対策や環境に関する取り組みにおいて、CDP*への自主回答、TCFD**への賛同をはじめ、これまで以上のカーボンマネジメントの推進を図ることで、カーボンニュートラルに向けた積極推進を図ります。2022年6月には、カーボンニュートラル宣言を公表しました。今後においてそのロードマップ策とKPI策定について来年度中にはその具体的な戦略を公表できるよう努めます。

環境側面においても、当社の取り組みが地域全体の環境の取り組みが推進されるよう高い志を持って取り組んでまいります。

パートナーシップ強化による意欲的な実践において、当社のお客さまネットワーク網を活かし、企業、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、と裾野が広く多種多様なマルチステークホルダーとの協働は、今後の当社における地域での共存共栄により活かしています。

当社本社のあ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を重要課題と捉え、「SDGsを共通言語」とすることで様々なステークホルダーとの連携を意識し、既に多くの共創に繋げています。すでに、官公庁・自治体との協働や、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、岐阜協立大学とのSDGs連携など地域における多くの共創を、地域活性化、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創出に拡げています。

これらの活動を、当社独自の考え方による「社会価値共創事業モデルSSI-G (Sun Messe Social Impact Gifu)」として体系づけました。

今後、より多くのパートナーと出逢いの場を共創につなげていくことは、当社がサステナビリティ経営を実装し、これらの社会変革に真摯に取り組んでいく姿勢を示していくことで、当社が目指す未来への価値共創をさらに推進し、なくてはならない企業としての変革に努めてまいります。



*Carbon Disclosure Project
**気候関連財務情報開示タスクフォース (Task Force on Climate-related Financial Disclosures)

文化 | 岐阜出身のサクソ奏者
野々田 万照氏との協働プロジェクト

教育 | 地域の行政・団体・企業が協働し高校生と
SDGsをテーマに未来を考える

地域との共創拡大

リジェネレーション (再生) | 地域の財産を今の時代に
マッチさせ再生する

長良川リトリート
NAGAHARA RETREAT
一般社団法人
長良川リトリートを設立

環境 | 循環型社会を目指して
ガラスびんの循環プロジェクト

BinLoop
OSAKI GLASS BOTTLE RECYCLE PROJECT
つなげ、ガラスびんリサイクル。

守る

コア事業 商業印刷事業



お客さまに貢献するという視点で
営業領域や事業領域を見直し、
1%の自社市場シェアを拡大します

当社が得意とする社内一貫生産や一社責任体制に守備範囲を限定することなく、お客さまの業績拡大に貢献するという視点で商業印刷の営業領域を広げます。

今後の方向性

コロナ禍のリモートワークが脱印刷を加速したことは疑う余地がありません。当社のコア事業である商業印刷も全国的に見ると減少傾向にあります。各地域での商業印刷シェア拡大という視点で捉えれば、まだまだ戦えるフィールドだと考えています。商業印刷を堅持していくためには、当社が得意とするクリエイティブから印刷、製本までの一貫生産を生かした一括受託により、お客さまの業績拡大に貢献するという視点から営業領域を広げるとともに、SC事業やPMSのように守備範囲を限定しない営業展開を進めていきます。



取締役常務執行役員
営業本部長 営業本部管掌

由良 直之

事業環境の認識



Politics
(政治)

- コロナ禍のリモートワークが脱印刷を加速
- ポストコロナで生活様式がどのように変化するか見極めが必要
- 2024年問題は物流の課題のみならず全工程にまで波及



Economy
(経済)

- インフレや円安が定着することで印刷資材の高騰に拍車
- 情報加工業としての紙媒体印刷はシュリンクする



Society
(社会)

- 大都市と地方とでは印刷が果たす役割に大きな差異
- カーボンニュートラルやサステナビリティへの対応



Technology
(技術)

- コミュニケーションという視点から事業領域を拡大
- クリエイティブや印刷工程でのAIの活用
- 自然災害の甚大化でBCPへの不安

リスク・機会

リスク

- ポストコロナでの生活様式の変化で脱印刷が予測を上回って進展
- 自然災害が甚大化するなかで、製造拠点が想定を超えて被災

機会

- 商業印刷における当社のシェアはわずか1%
- コンテンツからメディア、ツールまで、コミュニケーションの一括受託への期待

強み・課題

強み

- クリエイティブからBPOまで守備範囲の広い一貫生産と一社責任体制
- コピーライターやデザイナーからSDGsコンサルタントやSEまで幅広いスペシャリスト

課題

- 商業印刷に偏らないポートフォリオの明確化
- 地域の特性に合わせた営業拠点づくりと人材の配置



具体的な取り組み

2023年度に金沢支店を開設、SC事業の営業エリアを拡大

当社では、ショッピングモールで実施する集客イベントなど、商業施設の販促計画を企画立案し、その運営を行うSC事業を展開。新聞折り込みチラシをキーメディアとした店頭POPやディスプレイなどのプロモーションから、集客・販促イベントや自己啓発教室などのオペレーションまで、一括受託しています。

また近年、商業施設は地域の生活文化を発信する場となっており、地域住民とのコミュニケーションに果たす役割も担っています。当社では、WEBやデジタルサイネージ、アプリをはじめとするリテールメディア開発などを行い、地域特性に合わせた施設運営をサポートしています。2023年度には金沢支店を開設し、SC事業の営業エリア拡大を図っています。

印刷会社としての目で印刷物の品質やコストを最適化するPMS※

お客さまの販促ツールをはじめとする大量の印刷物を最適化するため、全社の印刷物を運用管理するネットワークシステムの開発や、当社の社員をお客さまに常駐させることで印刷会社の目で品質とコストを判断して印刷物を発注するPMSを提供しています。

お客さまとの強固な信頼関係のうえに成り立つこのサービスで、印刷物の大幅なコスト削減や省人化などに成果を上げています。今後は、DXによる管理システムの見直し、また、販促ツールの効果把握へと視野を広げます。PMSではお客さまが本来の業務に集中できる支援業務を担い、印刷物の品質やコストを追求するための大きな指針を与えてくれています。



※PMS:Print Management Service

地球沸騰化による気候変動が頻発し、再び注目を集める環境印刷

2000年代、印刷業界では、地球環境を保全しようと環境負荷を削減した技術が確立しました。当社では、用紙からインキ、資材、印刷様式、表面加工、製本まで、環境印刷を体系化し、カーボンオフセットやカーボンフットプリントにも取り組んできました。

近年、喫緊の社会課題として気候変動への対応、SDGsをはじめとするサステナビリティへの取り組みが求められ、企業ではカーボンニュートラル宣言をして脱炭素社会へ貢献する動きが高まっています。

こうしたなか環境印刷は再び注目を集めるようになっており、当社ではお客さまに積極的に提案しています。



IPS事業

Information Processing Service



**IPS市場の動向を注視しながら、
お客さまに寄り添った
IPSサポートを実現しています**

IPS市場の動向や綿密な受注予測から、数年先を見据えた生産体制を構築。
IPS設計部がアカウントの役割を担い、お客さまに寄り添ったサービスをトータルに提供します。

今後の方向性



ステークホルダーの皆さまにご迷惑やご心配をおかけした2021年の年金通知書誤送付をきっかけに、ワークフローや品質管理、組織体制などすべてを見直すことから始めた2022年度でした。お客さまからの温かいお言葉を励みに、全社を挙げて信頼回復に取り組んだ結果、新たな成長曲線を描けるまでになりました。

IPS市場は成熟期を迎えようとしています。市町村オープンデータの全国統一化が加速する動きは、営業エリア拡大のチャンスとなります。また民間については、ターゲットマーケティングの販促ツールである圧着はがきの付加価値化を進め、需要の取り込みにも力を注いでいきます。

取締役 専務執行役員
IPS本部長 兼 IPS製造部長
製造本部・IPS本部管掌

伊東 覚

事業環境の認識



Politics
(政治)

- マイナ保険証への移行にともなう医療費通知などのデジタル化
- 新型コロナワクチン摂取が有料化することで接種者が減少



Economy
(経済)

- 2024年問題や燃料費の高騰などによる届かないリスクや輸送コストの増大
- IPS事業が成熟期を迎えており、今後、大きな市場拡大を見込めない



Society
(社会)

- 個人情報をはじめとする機密情報の管理の厳格化と漏洩リスクの多様化



Technology
(技術)

- 市町村オープンデータのデータ形式が全国統一となることで、IPSのシステム設計の汎用性が高まる
- DXやAIなどを活用したIPSイノベーションへの期待

リスク・機会

リスク

- 納税通知や医療費通知などのデジタル化による可変印刷の減少
- 機密情報の漏洩リスクの多様化と社会的影響の甚大化
- 郵送料金の改定や輸送コストの増大による民間企業のIPS離れ

機会

- 市町村オープンデータの全国統一が加速することで、営業エリアの拡大や市町村からのお知らせの新規開拓
- 納税通知や医療費通知のデジタル化にともなうネットワーク配信やオペレーション業務を含めた一括受託

強み・課題

強み

- 可変印刷から封入・封緘、圧着はがき、BF印刷、封筒製袋までを社内一貫生産できる万全の資材供給体制
- 国、県、政令指定都市の納税通知や医療費通知、検診通知、投票所入場券、新型コロナワクチン摂取券など多岐にわたるIPS実績
- 市町村オープンデータの全国統一、納税通知や医療費通知のデジタル化を見越した組織改革

課題

- ターゲットマーケティングをはじめとするIPSにおける民間需要の拡大
- アカウント(IPS製品ごとの統括責任者)やSEなどIPS人材の育成、また、リーダーシップやマネジメント力の強化



具体的な取り組み

■ 圧着はがき加工機を強化することで、全国レベルの大型案件を受注



IPS事業では、1～2年先の市場動向や受注予測を踏まえて生産体制を整えています。近年、年金通知書をはじめ圧着はがきへの需要は増加しており、2024年問題や燃料費の高騰などで輸送コストの増大が予想されるなか、今後もこの傾向は継続していくものと思われます。

当社では、2024年3月にラテックス(エマルジョン)糊を使用する圧着はがき加工機を導入する予定です。日本でも最速クラスの圧着はがき加工機で、IPS製品を安定供給できる生産体制を構築するとともに、全国や大都市圏レベルの大型案件の受注につなげます。

また、ターゲットマーケティングにおいても、イメージバリアブルなどで圧着はがきの付加価値を進めることで、民間需要を取り込んでいきます。

■ IPS設計部がアカウントを兼務することで、ハイタッチなサポートを実現

IPS事業は新規参入が難しい反面、競合他社との競争が激化しています。当社ではIPS体制を強化するため、IPS営業部、IPS設計部、IPS製造部と組織を細分化。IPSにおける社内の役割分担を明確にするとともに、スペシャリストを育成できるようにしています。

特に、IPS設計部ではシステム設計に特化したSEを配置しており、設計スキルやノウハウを組織として継承しています。また、IPS製品をトータルに指揮する部門としても機能させています。

IPS設計部のSEがIPS営業部と同行。お客さまに寄り添いながら、お客さまの多様化しているご要望に迅速かつ確にお応えできるようにすることで、商業印刷がそうであるようにIPSにおいてもハイタッチなサポートを実現していきます。



Topics

■ コールセンターや事務局としてオペレーション業務を一括受託

納税通知や医療費通知などのデジタル化によるIPS市場の縮小が迫るなか、当社では、IPS製品の製造・発送だけでなく、地域住民からの相談や問い合わせに対応するコールセンターや事務局としてのオペレーション業務まで一括して受託しています。すでに地方自治体において実績を積んでおり、地域住民からの電話対応のほか、照合や入力といったデータ更新業務などを行っています。今後は、IPS製品にとどまらない付帯サービスを含めた一括受託を民間企業にも展開するとともに、音声自動応対システムの導入や更新業務のDXなどオペレーション業務を効率化してお客さまにサービスを提供していきます。

PK・BPO事業

Package • Business Process Outsourcing



パッケージとBPOは、
他事業との柔軟な連携で
新しいサービスを提案します

パッケージとBPO、また、商業印刷、IPSも含めた当社の事業全般を活用し、
ポストコロナなど生活様式の変化に対応した新たなサービスを創出していきます。

今後の方向性

パッケージは、重要なマーケティングツールとして認識されています。当社では売れるパッケージづくりからご提案するワンストップ・パッケージング・サービスを展開し、店頭プロモーションを含めた売り場づくりから、商品に同梱するリーフレットや振込用紙に至るまで、トータルなパッケージソリューションを強化しています。BPOでは、商業印刷やIPS、パッケージなどの各製品にBPOサービスを付加することで、お客さまへのご提供価値をより高めています。お客さまのご要望に沿った業務管理システムを独自開発するほか、シミュレーションデータを重視してオペレーションの最適化や自動化を図り、お客さまのアセンブリコストを削減しています。





PK・BPO事業は、業界内の競争地位ではチャレンジャーの位置づけですが、チャンレンジャーだからこそできる発想で、ポストコロナやサステナビリティなど生活様式の変化に対応した新しいサービスを創出していきます。

執行役員
営業副本部長 中部統括部長

平野 高光



事業環境の認識

 Politics (政治)	<ul style="list-style-type: none"> 2024年問題でロジスティクスへの不安と輸送コストの増大
 Economy (経済)	<ul style="list-style-type: none"> 買いたいと思えるパッケージづくりの提案 パッケージと店頭プロモーションが一体になった売り場づくりへの期待 データ重視のアセンブリ設計とオートメーション化でコスト削減
 Society (社会)	<ul style="list-style-type: none"> 海洋プラスチック問題で脱プラスチックと紙器への回帰というメガトレンド 人件費の高騰や困難な作業場の確保から、アセンブリが流通のボトルネックに
 Technology (技術)	<ul style="list-style-type: none"> マーケティングのデジタル化にともなうIoTなどスマートパッケージ化 セキュリティ管理や衛生管理など高品位なアセンブリの増大

リスク・機会

リスク	<ul style="list-style-type: none"> 円安による用紙を中心にしたパッケージ資材の高騰や、2024年問題による物流リスクやコストの拡大 インフレが進行することで人件費が増大するほか、BPO人材を確保すること自体が困難
機会	<ul style="list-style-type: none"> パッケージだけでなくアセンブリやロジスティクスを含めたBPOの需要拡大 衛生管理の認証取得、機密情報を取り扱えるセキュリティ管理の設備とノウハウ、顧客管理システムや業務管理システムのDXなど周辺環境の変化
強み	<ul style="list-style-type: none"> あらゆる業種にわたる2万社を超える既存のお客さまが、パッケージやBPOを販促するターゲットが可能 パッケージやBPOにとどまらず商業印刷やIPSを含めた一貫生産で、時代に対応する新たなソリューションを創出 日本まん真ん中という地の利に加え、BPOサービスに特化した工場の建設
課題	<ul style="list-style-type: none"> BPOにおけるオペレーションの最適化や自動化、また、在庫管理システムなど業務管理システムのDX 専門性の高いパッケージ営業の育成とパッケージに特化した営業部門の設置

強み・課題



具体的な取り組み

■ パッケージWGでワンストップ・パッケージング・サービスの販促を展開

商品の売上を左右するといわれるパッケージ。当社では、パッケージの企画からデザイン、形状設計、印刷加工、セットアSEMBリーまで一気通貫でご提案する「ワンストップ・パッケージング・サービス」を展開しています。

エアシャワーで入室する陽圧管理したアSEMBリールームもあり、徹底した衛生管理が求められる化粧品や医薬部外品の二次包装にも対応。商品と同梱するリーフレットや取扱説明書、振込用紙など、商業印刷、IPS、BPOとの連携でトータルなサービスを提供しています。2023年には、こうした当社のパッケージングソリューションを販売促進するため、営業本部にパッケージ・ワーキンググループを設置。店頭プロモーションを含めた売り場づくりの販促を行うとともに、専門性の高いパッケージ営業を担う人材の育成も行っています。



■ データ重視のアSEMBリー設計でオペレーションを最適化

お客さまからお預かりしている製品をピッキングして、販売代理店やエンドユーザーなどに発送代行させていただくBPOサービス。当社では、作業所が日本のまん真ん中に位置するという地の利から輸送コストが平準化できます。また、製品の入出庫を一元管理する在庫管理システムを独自開発し、お客さまとWEBで在庫についての情報を共有するとともに、お客さまが製品の出庫を指示できるようにしています。

また、ご要望に沿ったアSEMBリーをシミュレーションした上で、作業手順などの実測データを分析し、手作業を最適化あるいは自動化することで、お客さまのアSEMBリーコストの削減につなげています。商業印刷だけでなくパッケージやIPSなどの製品にもBPOサービスを付加していくほか、ポストコロナなど生活様式の変化にあわせて付加価値を向上させていきます。



Topics

プレミアム価値の高い商品をセキュリティ管理してBPO

商業印刷、パッケージ、IPS、そして、BPOはそれぞれが単独で事業計画を立案していますが、お客さまのご要望に合わせて4つの事業が迅速に連携できるようにしています。例えば、商品と同梱する請求明細書などの可変印刷とBPOの連携以外にも、コレクターに大人気のプレミアム価値の高い商品などは商品自体を機密情報として取り扱い、セキュリティ管理が徹底したIPS工場で行っています。

水谷 秀幸

本社営業部
営業第三課
課長



CC・ICT事業

Corporate Communication ・ Information and Communication Technology



専門性とクリエイティブ力を
高い次元で融合し、より伝わる
コミュニケーションを創出します

全社員の20%を占める充実したクリエイティブスタッフを基盤に、高い専門性を融合させることで、ますます複雑化するコーポレート・コミュニケーションに対応するソリューションを提案します。

今後の方向性



1961年にクリエイティブ部門を発足して以来、デザイナー、フォトグラファー、コピーライターなど多様なスキルを持ったクリエイティブ人材を育ててきました。今では100名を超えるスタッフが在籍しており、当社の大きな強みになっています。

このクリエイティブ力が大いに活用されているのが、CC事業とICT事業です。CC事業においては昨今のESG、サステナビリティに対する社会や資本市場からの要請の高まりを背景に、そのニーズが急激に高まっています。またICT事業においては、コロナ禍のなかでデジタルシフトが急激に進んだことにより、多くの企業や組織においてDX(デジタル・トランスフォーメーション)への対応が待たなしとなり需要が大きく創出されています。このような社会的課題に対し、当社ではクリエイティブ力で貢献しようと、情報・コミュニケーション事業の確立に向け、取り組みを進めています。そのためには何より「人材」が必要であり、継続的にプロフェッショナル人材を育成し続けられる仕組みづくりが喫緊の課題です。

情報・コミュニケーション企画部

コーポレートコミュニケーションユニット 次長 **岡部 孝弘**

事業環境の認識



Politics
(政治)

- SDGs推進、GXリーグ発足など、国がサステナビリティ施策を強力に推進



Economy
(経済)

- 経団連をはじめ経済界全体がサステナビリティを推進
- ESG投資は国内でも拡大



Society
(社会)

- SDGsの認知・取り組みの拡大、多様性や人権に対する意識の高まり
- 相対的貧困や健康不安、デジタルデバイドなど社会的課題への対応



Technology
(技術)

- AI、ビッグデータの利活用

リスク・機会

リスク

- 情報開示手法の確立、フレームワークの取れんによる、ビジネスニーズの低下
- 破壊的なソリューションによる市場の大きな変化

機会

- 企業への情報開示ニーズのさらなる高まり、外的圧力
- ニッチなソリューションの開発による需要の高まり

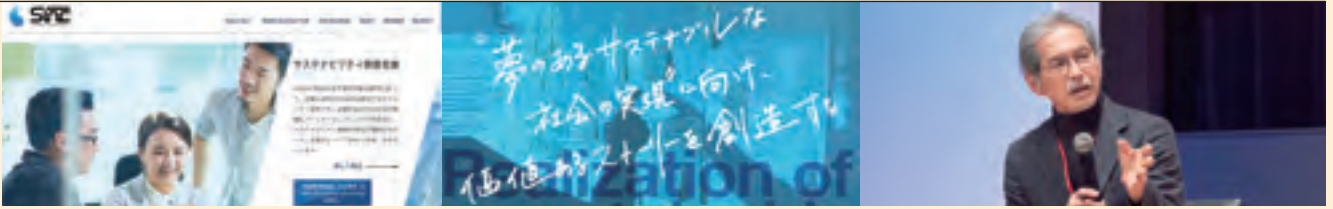
強み・課題

強み

- コンサルタントとプランナー、デザイナーが所属する一気通貫のプロジェクト体制

課題

- 人的リソースの継続的な確保



具体的な取り組み

さらなるハイレベルが求められる企業の情報開示を、さまざまな形で支援

ESGやサステナビリティが企業経営における重要課題となり、それに伴い企業の情報開示に対する要請のレベルが高まっています。

当社のシンクタンク、サンメッセ総合研究所(Sinc)では、この課題に対し、統合報告書等のツール制作支援をはじめ、経営者に対する意識啓発など、さまざまな形でサステナビリティ経営推進のサポートを行っています。

当社が制作支援を担ったレポートには、「GPIFの運用機関が選ぶ『優れた統合報告書』」に選定されたものもあり、Sinc発足以来、手掛ける業種やサポートの領域を拡げています。

また2023年2月に開催された、アジア最大のサステナビリティに関するコミュニティイベント「サステナブル・ブランド国際会議2023」では、当社取締役専務執行役員であり、Sincの代表を務める田中信康をはじめとする4名のコンサルタントが登壇。人的資本経営や脱炭素など、サステナビリティの重要 이슈 についての発信を行いました。



サステナブル・ブランド国際会議2023

当社が制作・運用サポートを担ったe-ラーニングプログラムが、「消防庁長官表彰」を受賞



岐阜市消防本部の皆さまと当社プロジェクト担当者(右端)

ICT分野では、お客さまのお悩みや課題をデジタルソリューションによって解決する取り組みを進めています。

岐阜市消防本部様からいただいたご相談には、甲種防火管理者講習のe-ラーニング化により、受講者ならびに職員双方の講習にかかる負担を軽減し、かつ講義の品質向上にもつながるという効果を創出することができました。

従来は2日間の実講習が必須でしたが、新型コロナウイルスの影響もあり、岐阜市では、令和4年度より全国に先駆けてe-ラーニング導入を決定。学習管理システム開発のロゴスウェア株式会社(本社:茨城県)と協業し、教材構築・e-ラーニングの運営サポートを行いました。講習にかかる負担軽減だけでなく、理解促進にも繋がったとの声もいただいています。

この取り組みが、全国に先駆けたDX推進の好事例として評価され、総務省消防庁の「予防業務優良事業表彰」最上位である「消防庁長官表彰」を受賞。その後、岐阜市以外の自治体からもご相談をいただくようになりました。

Topics

当社社内報『PRINTER』が、「社内報アワード2023」でブロンズ賞を受賞

当社が発行する社内報『PRINTER』が、ウィズワークス株式会社主催「社内報アワード2023」の紙社内報部門の「1冊子(19ページ以下)」にて、ブロンズ賞を受賞しました。

同アワードへは3回目のエントリーで、3年連続のブロンズ賞受賞となります。

当社の社内報はデザインやコピーライト、撮影まですべて社員が制作しており、そのクリエイティブ力に高いご評価をいただいています。



■社内報アワード公式サイト
<https://wis-works.jp/award/>



地方創生



はじまりは「笑顔」のために。
当社のDNAが未来世代へ、
ぎふの価値をつないでいく

かつて、岐阜県下で発行していた「タウン情報ぎふ」は、地域メディアでの一翼を担い多くの岐阜県民に愛されてきました。
このノウハウを活かし、岐阜県のSDGs実装を推進するため、
2021年1月に岐阜県初のSDGsポータルサイト『Re:touch(リ:タッチ)』を立ち上げました。





今後の方向性

岐阜県に本社を構える当社では、岐阜ならではのSDGsの実現には、行政・教育機関・企業などマルチステークホルダーの共創による、イノベーションが不可欠だと考えています。その実現に向けて、2020年にリリースした共創プラットフォーム Re:touch(リ:タッチ)での出逢いを通じ、様々な共創が生まれてきています。
また、2023年には官民連携の強化を目的とした行政機関の専門ユニット「岐阜県行政連携推進ユニット」を発足しました。岐阜県の豊かな自然や文化を次世代につなげていくのが私たちのミッションだと考えています。

情報・コミュニケーション企画部
岐阜県行政連携推進ユニット 課長代理 **清水 渡**



事業環境の認識

 Politics (政治)	<ul style="list-style-type: none"> 化石燃料から脱炭素の加速
 Economy (経済)	<ul style="list-style-type: none"> コロナ収束によるインバウンド需要増 エシカル消費など消費者の意識変化 担い手不足による、事業継承問題
 Society (社会)	<ul style="list-style-type: none"> 少子高齢化の加速 ライフスタイルの多様化
 Technology (技術)	<ul style="list-style-type: none"> AIの進化、浸透 モビリティの進化

リスク・機会

リスク	環境型製品・サービスへのシフト <ul style="list-style-type: none"> モノに依存するサービスの衰退 人口流出・少子高齢化の加速 伝統的な産業の衰退 インフラの老朽化や空き家、地域間でのサービスの格差
機会	環境型製品・サービスへのシフト <ul style="list-style-type: none"> 岐阜県の豊富な自然資源や文化資源を活用した新たな産業 情報加工技術やイベントなど当社のノウハウの活用 人口流出・少子高齢化の加速 デジタル技術を活用した新たなサービスの創出 新たな広域コミュニティの形成
<h3>強み・課題</h3>	
強み	<ul style="list-style-type: none"> 関連会社である日本イベント企画とのシナジー効果 クライアント数20,000社を超える印刷会社ならではのネットワーク
課題	<ul style="list-style-type: none"> これまでの受注型生産業とは異なる事業体系



Re:touchを基軸にした社会価値共創事業モデル

社会価値共創事業モデル Sun Messe Social Impact Gifu



Re:touchを玄関口として、様々なステークホルダーとの対話の中で協働と共創を具現化し、ソーシャルビジネスとして可視化した「サンメッセ社会価値共創事業モデル（略称）SSI-G」を2022年に発表。文化・教育・リジェネレーション(再生)・環境・DXの5つのフィールドにおいて、新たな価値創造を進めています。



Topics



西尾 美智子

情報・コミュニケーション企画部
岐阜県行政連携推進ユニット 課長

観光庁 サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業に採択

持続可能な観光コンテンツの造成を目的とした、令和4年度観光庁の「サステナブルな観光コンテンツ強化モデル事業」に採択いただき、長良川流域を中心にした観光事業に挑戦いたしました。岐阜には、魅力的な多くの観光コンテンツが点在していますが、その点と点を繋ぎ面としてオーガナイズすることは、これからの観光に不可欠な要素だと感じています。

また、今回の事業を通じ、2022年9月には一般社団法人長良川リトリートを設立。多様な分野において地域資源を活用し、地域社会の課題解決、環境への配慮をテーマとした社会実装プロジェクトを実行していきます。



DX推進



これまで構造化してきた
膨大なデータを見える化し、
業務改善などに役立ってます

社内で構造化してきた販売や生産、購買などの膨大なデータを見える化して、印刷の業務プロセス改善だけでなく製品やサービスの向上に活用していきます。

今後の方向性



当社では年間数万点に及ぶ製品を生産しており、製品ごとに業務プロセスや工数、資材、減価償却などが異なります。この膨大なデータに販売や生産、購買などの管理システムを連携、クリエイティブから印刷、製本、表面加工といった複雑な印刷工程までの業務改善や製品・サービスの品質向上に役立ててきました。

また、ネットワーク社会やICTの進展に対応し、デジタルコンテンツのデータベースシステムやCMS (Contents Management System) などの制作管理システム、IPSやBPOを円滑に進めるための顧客管理システム、在庫管理システムなどを独自開発。社内での運用にとどまらず、お客さまにも利活用していただけるようシステム開発力を強化しています。

近年、売上データやマーケティングデータ、WEB解析データなどを分析して経営や販売、生産などに生かすDXが叫ばれています。当社でも、2023年にDX推進室を設置し、社内はもちろんお客さまの業務改善や業績拡大に貢献できるよう、これまで構造化してきた膨大な業務データの見える化を加速させています。

経営企画室 DX推進室 室長 川瀬 直樹

事業環境の認識



Politics
(政治)

- コロナ禍のリモートワークがDXを加速、アフターコロナでもこの傾向は継続
- 高度化かつ巧妙化しているサーバーテロの存在



Economy
(経済)

- 経営やマーケティング、生産管理などでDXの取り組みが進展
- データドリブな経営やマーケティング、生産管理の定着



Society
(社会)

- デジタル教材や出版物の普及
- 個人情報をはじめとする機密情報のIPSの増大



Technology
(技術)

- データ・ツウ・プリントのインフラや機器の充実
- デジタルコンテンツのDBシステムやCMSなど制作管理システムの多様化
- 印刷やWEB、マーケティングのオートメーション化
- AIや生成AIサービスの登場でDXへの活用が本格化



社内DX事例

Internal DX

	リスク・機会	強み・課題
リスク	<ul style="list-style-type: none"> 膨大なデータの一元管理や分析に要する人材とコストの増大 事業領域の拡大にともなう新たなデータの収集手段や分析手法の開発 	<ul style="list-style-type: none"> 社内にWEBやシステム開発に特化したSEが在籍し、社内外のさまざまなデータ形式に対応 デジタルコンテンツのDBシステムやBPOの在庫管理システムなど社内外での豊富な実績 IPSをはじめとする機密情報のデータ加工インフラノウハウの蓄積
機会	<ul style="list-style-type: none"> データの一元管理や見える化でデータ分析やレポートなどが最適化 経営や販売、生産、購買などのデータの統合で新たな課題や解決策の発見 個人情報のデータ加工の増大と管理体制の厳格化 	<ul style="list-style-type: none"> 印刷工程だけでなくマーケティングやデジタルメディアに詳しいSEの育成 被害が甚大化しているサイバー攻撃への対策 新たなコンペティターとしてシステム開発会社への対応

データドリブな経営や販売、生産を進めるダッシュボードに着手

当社では、販売や生産、購買などさまざまな管理システムを運用しており、大量のデータを構造化しています。こうした情報ソースから用途に合わせて関連情報を分析するビジネスインテリジェンスツールとしてダッシュボードの開発に着手しています。集計値のほか表やグラフなどを活用した立体的なインターフェイスで、リアルタイムにわかりやすくデータを可視化できるようにします。これまで部門や部署で必要に応じて集約してきた多様なデータを一元管理できるようにすることで、迅速な経営や販売、生産などの意思決定に役立てます。また、年間数万点に及ぶ製品に加え、クリエイティブから印刷、製本、表面加工まで多岐にわたる印刷工程において、あらゆる業務プロセスで業務改善を実施するほか、製品やサービスの品質向上にも貢献していきます。



イメージ

印刷から製本、加工まで、印刷機器のDXで稼働効率を改善

当社は、商業印刷にとどまらずパッケージやIPSまで社内一貫生産しており、印刷機だけでもデジタル印刷機、オフセット枚葉機、オフセット輪転機など数十台を保有しています。これに製版機、製本機、表面加工機を加えれば数百台に及ぶ印刷関連機器を扱っており、それらの品質基準を担保したまま稼働効率を高めるため、DXで取り組みを始めています。

2023年、製品の品質や原価へのインパクトが大きい大型印刷機から取り組みを開始。印刷工程を色合わせ、印刷、胴洗浄などと細分化し、業務プロセスごとに用紙の種類、通し枚数、工数などを最適化することで、当社の品質基準を損なわずに稼働効率を高められるかを検討しています。得られた分析結果は、製品の見積もりや生産計画などにフィードバックできるようにしていきます。



DX推進

社外DX事例

External DX

	リスク・機会	強み・課題
リスク	<ul style="list-style-type: none"> 印刷需要の縮小によるコンテンツ制作やシステム開発の機会喪失 システム開発の標準化とコストの増大 	<ul style="list-style-type: none"> 印刷やデジタルメディアを問わず、コンテンツ制作から管理システムまで一括受託 印刷やデジタルメディアのDBシステムやCMSの豊富な開発実績
機会	<ul style="list-style-type: none"> 印刷データの二次利用やクロスメディアの需要拡大 ネットショッピングのほかにも、デジタル教材やデジタル出版物の普及 	<ul style="list-style-type: none"> デジタルコンテンツのDBシステムやCMSなどのパッケージ販売 商品開発からプロモーション、在庫管理、発送代行までのワンストップ対応

WEB社内報を簡単な操作で更新することができるCMS開発

社員へのコーポレートブランドの浸透やエンゲージメントの向上などインターナルコミュニケーションに欠かせない社内報。近年では、ペーパーとWEBの両面でインターナルコミュニケーションを進めるハイブリッド社内報が登場し、WEB社内報は自社メディアとして企業情報を発信するオウンドメディアとして活用されることも多くなってきました。当社では、WEB社内報のCMSを独自開発し、オウンドメディアとしての高いセキュリティを備えるほか、ドラッグ&ドロップなどの簡単な操作でお客さまが内容を更新できるようにしています。また、付帯サービスとして画像データベースなど既存のデータベースシステムの統合、さらにはスペシャリストによるアクセス解析などをご提案。社内外へのコミュニケーションのDXに取り組んでいます。



WEBマーケティング未実施のお客さまへの導入支援

企業の広報、販促活動において重要視されているWEBマーケティングですが、導入されていない企業が多くあります。お客さまからは「導入したいが何からやればいいのか」との声をいただき、当社でチラシの制作を担っているお客さまを中心に「WEB広告」を活用したマーケティング支援のサービスを開始しました。

チラシでの訴求が届かないかつお客さまのニーズに合う方々をターゲットングし、そこへ適したWEB広告の配信プランをご提案します。関連したキャンペーンなどの企画運営、LPやバナー類の制作、ペーパー資材等、当社の強みを交えてお客さまのマーケティング領域でのDX推進をサポートします。



Sun Messe Group

サンメッセグループ会社の取り組み

サンメッセタイランド

2022年度はコロナの影響により純利益が赤字となりましたが、2023年度は社員のがんばりが実を結び黒字化させることができました。

サンメッセタイランドには、取り扱える品種の幅が広いという強みがあります。提案できる価値の差別化を徹底して行うことを目標とし、さらなる高付加価値の提供とともに、印刷にとらわれない仕事の可能性も模索していきたいと考えています。そして、今後事業を拡大していくため、2024年度は新規開拓を中心とした営業活動に今まで以上に力を入れて取り組んでいきます。メインサプライヤーであるChanwanich Security printing (CSP) 社とは11年を超えるアライアンスを組んでおり、感謝の気持ちを忘れずこれからも力を合わせ共に成長していきます。

さらに社員との連携や協力も重要になります。日本から駐在するのは私ひとりであり、異国の地でやることには限界があります。一緒に働いてくれている社員とのコミュニケーションを大切にし、協力していきながらサンメッセタイランドのさらなる成長を目指し、今後20年30年と続いて行く会社にしていきます。



サンメッセタイランド株式会社
Director

箕浦 聡史



日本イベント企画株式会社

35年前、岐阜県のイベント・コンベンション産業を担うべく設立をされた当社は、観光やものづくり、文化振興や結婚支援など、地域社会の様々な課題解決をお手伝いするエキスパートとして実績を積み重ねてきました。地域活性化への貢献というミッションは今後も不変であり、社会全体がサステナブルでウェルビーイングな方向を目指す中、私たちの活躍の場はさらに広がると感じています。一方、時間と人手が必要で、廃棄物も少なからぬイベント産業の課題については、大胆な発想の転換とデジタル技術の活用による変容(トランスフォーメーション)が必要です。イベント産業のサステナビリティとデジタル化への対応をしっかりと行うかどうか、今後の当社の発展のカギであると考え、さらに強気に推進していきます。



オリジナルのイベント管理システムを東白川村「つちのこフェスタ」様はじめ自治体、企業様に導入いただいています。

日本イベント企画株式会社
取締役 執行役員
常務

矢野 純子



Can you imagine?

90周年事業実行委員会 ダイアログ



Sun Messe



Future



サンメッセが100周年を明るく迎える未来のために、未来を見据える90周年事業実行委員会メンバーの皆さんに、事業への意気込みを語っていただきました。



90周年事業実行委員会とは？

2024年1月、サンメッセの90周年事業を推進する実行委員会が立ち上がりました。この委員会は入社5年目未満の社員を中心に構成されています。これからのサンメッセを担う若手社員の意見を尊重し、様々な施策に反映させていくことで、社内の風土改革に向けた重要な役割を担っています。サンメッセが100周年を明るく迎える未来のために、全社員が一体となれる様々な企画などにも積極的にチャレンジしていきます。



(出席者)

- | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|---|------------------------------------|
| 1 東京営業部
営業第一課 営業係
高木 憂斗 | 2 本社営業部
営業第一課 営業係 主任
樋口 雄基 | 3 IPS設計部
設計課 設計係
大岡 拓輝 | 4 情報・コミュニケーション企画部
デザインユニット 本社デザイン係
吉村 七海 | |
| 5 生産管理部
工務課 工務係
住田 一音 | 6 DX推進室
社内DX推進 係長
田中 尚輝 | 7 岐阜営業部
営業第二課 営業係
上田 麻央 | 8 岐阜営業部
営業第一課 営業係
山田 壮真 | 9 IPS設計部
設計課 設計係
三品 翔 |
| 10 DX推進室
社内システム担当
錦野 文雄 | 11 新宿営業部
営業第二課 営業係
野口 航椰 | 12 情報・コミュニケーション企画部
コーポレートコミュニケーションユニット
東京企画係
野々田 美笛 | 13 名古屋営業部
営業第一課
神谷 玲央 | |



■ サンメッセ90周年事業への意気込み

樋口 私は90周年という節目に会社の成長や変革に携わって貢献することで、自分の成長につなげたいと思い実行委員会に立候補しました。

吉村 会社が動こうとしているのに、自分が何もしないまま90周年、100周年を迎えるのはもったいないなど。私にできることがあればチャレンジしたいです。

高木 私は経験者採用で当社に入社しましたが、前職でもこういった社内プロジェクトに参加をしたことがなかったので思い切って挑戦しました。

上田 90周年事業として、全社員が参加できるようなイベントを企画したいですね。業務でもイベント関連の仕事をしているので、この経験が相互作用して日常業務にもいい影響があるといいです。

山田 楽しく、ワクワクするようなイベントを企画したいですね。実行委員として若手の自分が思いを発信できるのはとても意義があることだと思っているので、この機会を糧にしたいです。

錦野 60周年、70周年、80周年と経験してきましたが、社員がここまで参加できる機会はありませんでした。皆さんと違い、私は100周年を外で見ることになるので、この90周年があったから100周年を迎えられたと実感するために、実行委員に手を挙げました。

野口 正直、斜陽産業といわれる印刷業界の未来に危機感を感じています。だからこそこの90周年事業に携わり、100周年に向けた良い土台づくりがしたいです。

田中 野口さんと同じく、私も危機感を感じています。でも悪い意味ではなく、それこそが課題を自分事として捉えるきっかけになるはず。サンメッセの歴史を知り、今後のビジョンを考える。そしてどんな目的を持って進んでいきたいかをみんなで真剣に議論していくことが、サンメッセのパーパスの構築にもつながっていくはず。まずはこの実行委員が会社を変えていこうとする姿勢を見せ、社員全員に伝播するといいです。

■ 100周年の自分の姿、会社の姿

FA 90周年は、100周年に向けて重要な助走期間としても位置付けられています。100周年を迎えるときの理想像はありますか。

樋口 自分の目指す姿として、先を見据えた計画に対して目標を明確にし、どういうフローをたどっていけば実現できるのか、ちゃんと順序立てて進めていける営業になりたいです。

上田 私も営業としてまだまだ未熟なので、オールマイティーに対応できるようになりたいですね。その中でも何か1つ、自分の得意分野をつくりたいです。

神谷 成長のために知識を付けるのはもちろん、尻込みせず失敗も積んでいきたいです。

三品 当社は今、IPS事業が好調なので、今後さらに業績を上げていくために、100周年の時には自分が役職に就いてこの事業を引っ張っていける存在になりたいですね。

大岡 身近に尊敬できる上司がいるので、私も10年後にはリーダーシップが発揮できる立場になればと。

野々田 私は憧れられる存在になりたいです。個人としての成長はもちろん、会社も同様に「サンメッセってすごいよね」と、同業他社やクライアント、就活生などから憧れられるような会社にしていきたいです。

吉村 当社の企画力やデザイン力が主軸となるクリエイ

ター事業が立ち上がると面白そうです。

住田 ペーパーレス化が進みつつも印刷自体がなくなるわけではないので、私も印刷に付加価値を付けられる企画や編集業務に興味があります。

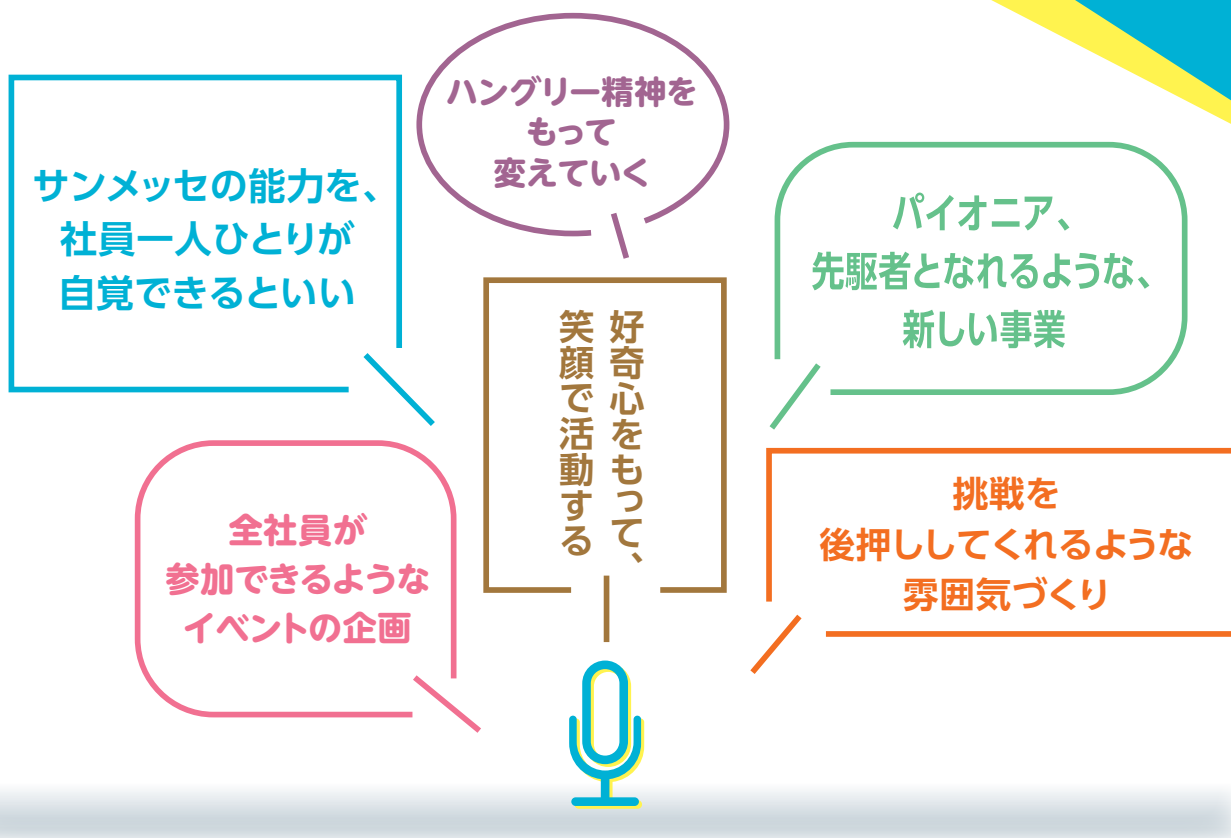
野口 お客さまからの相談で自分ができないと以为っていても、上司や製造部の方に相談すると実はできるという案件が多々あります。サンメッセは、ポテンシャルが高いんです。でもそれに気づけていない社員が多い。サンメッセの能力を、社員一人ひとりが自覚できるといいです。

田中 実体験でアグレッシブにアクションを起こしたからこそつかめた縁というのがあって。改めて自分から行動を起こすことの大切さに気付きました。挑戦を続けて100周年を迎える時、自分が変わった先で会社にも何か良い影響を与えられたらいいです。

山田 社員全員が100年企業という自信を持っていること、そこに慢心せずに新しく変わっていこうとすること。自信とチャレンジ精神、この2つがある会社になりたいですね。

錦野 やっぱり会社が成熟してきたその先どうなっていくかは、挑戦する熱量を維持できるかだと思うんです。この実行委員会の熱量をほかの社員に伝えていけば、全社を巻き込んで挑戦して成長していける雰囲気ができるはずですよ。そうすれば絶対に90周年の成功と100周年への道は自ずと開けてきます。





■ 100周年を迎えるために、サンメッセに望むこと

FA 皆さんが思い描く100周年を迎えるために、サンメッセには何が必要だと思いますか。

野々田 営業部と製造部それぞれで、思い描くサンメッセの理想像は違うと思います。まずは一人ひとりの声に耳を傾け、そのギャップを埋めていきたいです。

神谷 当社は商業印刷を軸としながらパッケージやIPS事業にも力を入れています。印刷とまったく関係のない分野で強みとなる事業に取り組む必要があると考えています。100周年に向け、何か新たにスタートを切れる状態を整えるべきだと思います。

樋口 当社がパイオニア、先駆者となれるような、新しい取り組みや事業ができるといいですね。

山田 印刷物はあくまでお客さまの製品なので、当社の名前が世に出ることは少ないです。だからもっとサンメッセという名前そのものを発信できるような仕組みがあればいいなど。“サンメッセブランド”の確立というような、例えば、大垣は水が豊かだからサンメッセで農業や酒造りをするとか。そういうアイデアが生まれたときに「いいよ、やってみな」と挑戦を押ししてくれる雰囲気があるといいです。

高木 10年後は世の中の情勢がまた変わっていると思うので、柔軟に取り組める雰囲気が必要ですね。

野口 今年度、DX推進室という新しい組織が新しくできま

したが、やはり新しいものを生み出したり変化したりすることに対して、どうしても抵抗や反発が生じます。でも、挑戦しないと社会の変化にどんどん飲み込まれて淘汰されてしまう。社員全員がもっと貪欲にハングリー精神を持って、一丸とならなければと感じています。

住田 将来も自慢できるような会社にするためには、やはりハングリー精神が必要ですし、そのためには社員全員が同じ方向を向くことが大切です。そのためにまず、コミュニケーションの重要性を感じています。

三品 確かに、異なる部署とのコミュニケーションが少ないかもしれません。もっと柔らかい雰囲気的交流できる時間があると、もっと会社全体に強いつながりができて業務がスムーズに進みそうです。

大岡 私も部門間の連携不足が気になっています。コミュニケーション不足から通達のすれ違いがあり、そこが印刷事故につながるリスクとなっています。90周年事業を通じ、自らが旗振り役となってこの課題を解消したいです。

田中 この90周年事業というチャンスを生かして、サンメッセを僕らが望むかたちに変えていくしかない。皆さんが言われたように、思い付くことに対してまずは自分が旗振り役になることが必要です。実行委員として楽しみながら、100周年に向けて風土改革を進めていきましょう。

サンメッセ 環境インパクト

サプライチェーン 全体で環境に配慮し、 環境負荷を低減



サンメッセの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ならない今、当社はハリヨが棲む「水の都」の地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。

社内一貫生産体制で事業活動を行っていく上で、バリューチェーン全体の環境負荷を考慮し、その低減に努めます。

サンメッセ環境宣言

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。

環境活動取組体制

代表取締役 社長	マネジメント レビュー	環境管理 責任者	事務局 品質保証室
-------------	----------------	-------------	--------------

サンメッセが提供する環境ソリューション

CO₂ 71.8%

生産フロー



STEP 01 原材料調達

提供する環境ソリューション



FSC®森林認証紙

当社はCoC認証を取得し、印刷物にFSC®認証紙を使うことが許されています。



ベジタブルインキ

印刷インキ中に再生可能な大豆油、亜麻仁油、桐油、ヤシ油、パーム油など植物由来の油を、一定量以上含むインキをいいます。

FSC®森林認証紙の利用推進

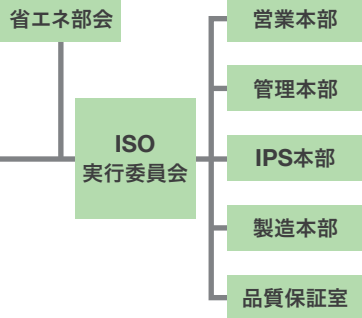
大量に紙を消費する印刷会社の責任として、適切に管理された森林から作られた紙に印刷した製品であることを証明するCoC認証を取得。2007年よりFSC®森林認証紙を取り扱い、その利用を積極的に進めています。2022年度は1,650件の取り扱いがありました。目標に対しては大幅な達成となりました。

2022年度の成果

1,650件

昨年比
136%





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。

シジョンと生産フロー



お客様のGHG排出量削減への貢献

■ 水なし印刷

湿し水を使わず、水資源を節約できるほか、有害な廃液を出さない印刷。

■ オンデマンドデジタル印刷

刷版を使用せず、必要な時に必要な分だけ印刷可能で、用紙のムダも少ない印刷。

■ UVニス

従来表面加工方法であるフィルム貼り(PP貼り)よりも環境負荷の低いUVニスを使用した表面加工を行っています。

■ のり綴じ製本

パンフレットやカタログなどを針金の代わりにのりで製本するものです。



■ 簡易包装

当社では環境負荷軽減の面からできるだけ簡易包装に努めています。

■ 工場間輸送を削減

工場間をまたいで生産していた製品を一つの工場内で完結させることで、工場間の輸送作業を削減し、効率のよい生産フローを確立いたしました。

■ 難細裂化のり

古紙再生時に、ミキサーの中で細かくならない製本のりで、フィルターで除去しやすく、再生パルプへののりの混入を少なくできます。

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。

2022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

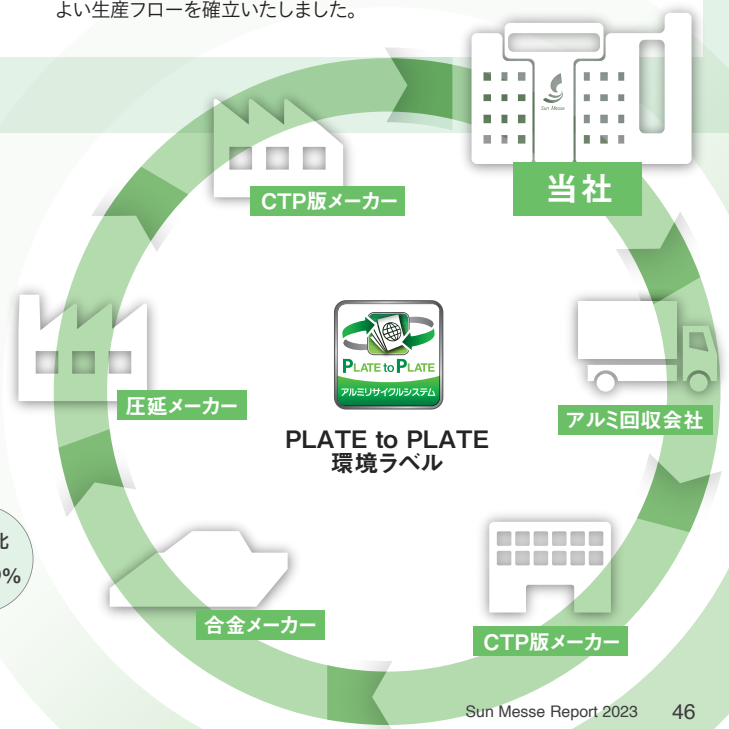
804t-CO₂e

昨年比 135%

印刷用刷版のリサイクルシステム採用

97,955 kg

昨年比 135%



サンメッセの カーボンニュートラル戦略

2050

TCFDへの対応

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。2021年には「サステナビリティ委員会」を創設し、事業戦略と結びつけた社会課題の解決と、ネガティブインパクトの低減に向けた取り組みを開始しています。「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で、年2回行われるマネジメントレビューを通じて、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

2022年6月に「カーボンニュートラル宣言」を公表。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転換とともに「移行計画」による戦略的な対応を行ってまいります。複数のシナリオに基づく分析については今年度より検討を始め、その影響や実施すべき施策を決定してまいります。

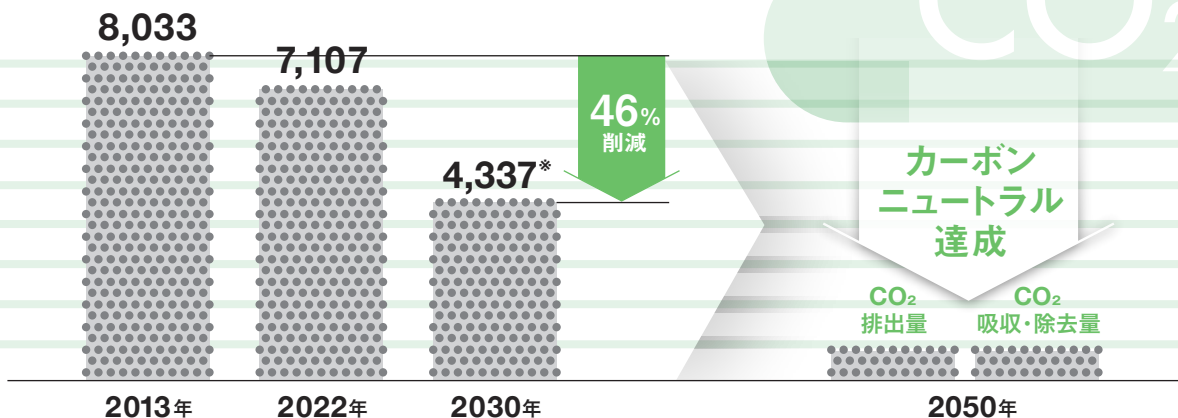
リスク管理

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まいります。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しております。同時に、FSC®森林認証紙や環境に配慮した印刷手法の採用等により、環境印刷の受注増が期待されるほか、環境コンサルティングに関する事業機会を拓げるビジネスチャンスがあります。

指標及び目標

指標及び目標 気候変動関連目標として、2050年カーボンニュートラルの実現、2030年に2013年度比46%のCO₂排出量削減、そして単年での目標として、「事故・刷り直し報告書のCO₂を対前年度目標比20%削減」や「環境配慮印刷対応製品、サービスの提供件数及び受注件数」を目標化し、その進捗を管理しております。

Scope1+2による温室効果ガス排出量 (t-CO₂)



※当社は、2022年度「カーボンニュートラル宣言2050」を公開しました。このScope1+2の排出量削減目標算出にあたっては2013年のCO₂排出量を基準値としています。これまで、2013年度排出係数算出の係数として実排出係数を利用していましたが、今後、調整後排出係数を利用することとし、基準値を10,278tから8,033tに修正いたします。これにともない、2030年度のCO₂排出目標値は、5,550tから4,337tとなります。

Webinar開催

トライアル1tキャンペーンを実施

2022年11月、コロナ禍のためウェビナーでの開催となったサンメッセ情報技術展。当社の最新コミュニケーション事例を紹介する毎年恒例のプライベートショーにおいて、この1st stageで『印刷とサステナビリティの「共創」』をテーマに、印刷が貢献するSDGsやカーボンニュートラルの具体例についてご提案しています。

また、2022年のプライベートショーをキックオフにして、お客さまのGHG排出量を削減するカーボン・オフセットやグリーン電力などを販促展開。カーボン・オフセットのトライアル1tキャンペーンと題して、1tあたりのキャンペーン価格を設定するほか取扱手数料を無料にするなど、お客さまにカーボン・オフセットを手軽にご利用いただけるようにしています。

当社では、地球環境の保全が叫ばれるようになった2000年代から環境印刷を独自に体系化しており、用紙やインキから印刷や製本まであらゆる印刷工程で環境負荷の低減に取り組んできました。今後も、2050年のカーボンニュートラルの実現に向けて、印刷にとどまらないコミュニケーションとサステナビリティの「共創」を、お客さまやサプライチェーンに働きかけていきます。



カーボン・オフセットをわかりやすくまとめた「トライアル1tキャンペーン」のリーフレット



サンメッセ情報技術展2022では、「印刷とサステナビリティの共創」をプレゼン

トライアル1tキャンペーンのリーフレットを作って、お客さまにカーボン・オフセットをご案内しています。カーボン・オフセットの仕組みがよくわかったと、お客さまにも大変喜んでいただいています。GHG排出量を削減するコミュニケーションへの関心も高まっており、カーボンニュートラルへ向けた販促キャンペーンの第2弾、第3弾も実施していきたいと思えます。

岡本 雄磨さん

東京営業部 部長



お客さまの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、お客さま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。

2022年度の成果



カーボン・オフセット
取り扱い量

50t

昨年比
45%

EcoVadis社のサステナビリティ評価で「シルバー」取得

2023年1月、当社はEcoVadis(エコバディス)社のサステナビリティ評価で、全体の上位25%に該当する「シルバー」を取得、中でも「環境」で優れた評価をいただきました。EcoVadis社は世界175カ国、200業種、10万社以上の企業や団体を評価するプラットフォームで、環境、労働と人権、倫理、持続可能な資材調達4分野で包括的にサステナビリティを評価しています。

人権への対応



サンメッセは、2023年5月に「人権方針」を策定しました。その内容は国連「ビジネスと人権に関する指導原則」などの国際規範、および令和4年9月に日本政府が策定した「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」を参考にしています。

当社は、2022年2月21日に岐阜県内企業として初めて「国連グローバル・コンパクト」に署名しました。これまで取り組んできた、差別やハラスメントのない職場づくり、人権に関する社内啓発活動や社内規程の整備等を通じてさらなる人権の尊重に取り組んできています。

人権方針の公開

■ サンメッセグループ人権方針

本方針は、サンメッセ経営理念および経営基本方針に掲げる「法令順守」に基づき、すべてのステークホルダーに対する責任を果たすため、人権尊重の取り組みを約束するものです。サンメッセグループは、自らの事業活動が人権へ影響を及ぼす可能性があることを認識するとともに、人権リスクを防止または軽減するため、また人権への負の影響を及ぼす可能性に対応するために、企業として人権を尊重する責任を果たしていきます。当社グループは、人権に関する各国法令を遵守し、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」などの国際規範を尊重するとともに、国連グローバルコンパクトに署名し、人権・労働を含む、その10原則を支持しています。

- 本方針は、国内外の系列会社を含むサンメッセグループのすべての役員と従業員に適用します。また当社のビジネスパートナー（サプライヤーおよび業務委託先など）に対しても、本方針の支持と遵守を期待します。
- いかなる理由（雇用形態、年齢、性別、人種、信条、宗教、国籍、民族、障がいの有無、LGBT等）をもってしても、差別・ハラスメント・誹謗・中傷を直接的にも間接的にも行いません。
- 労働に関する基本的な権利を尊重し、児童労働、強制労働を認めません。
- 人権デューデリジェンスの仕組みを構築し、人権に関する負の影響を防止または軽減することに努め、その進捗と結果について情報を開示します。
- 人権に関する負の影響が顕在化した、あるいはこれを助長した可能性を認識した場合、すみやかに適切な手続きを通じて人権侵害状態を救済し、解決を図ります。
- 本方針が理解され効果的に実施されるよう、適切な教育や指導を行い、人権を尊重する企業風土の醸成および維持向上に努めます。

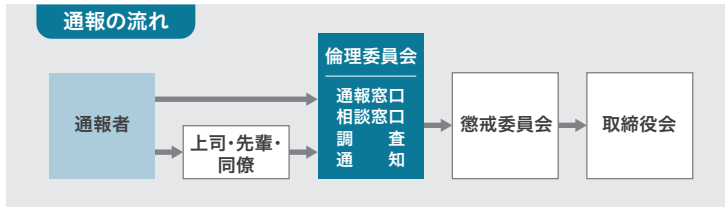
2023年5月12日 代表取締役社長

田中尚一郎

通報・相談窓口

サンメッセは、人権方針の策定とともに、通報制度、相談窓口制度を設けています。人権に関する被害を受けている、または人権侵害を発見したら、上司への報告あるいは倫理委員会（通報・相談窓口）へメールもしくは電話で相談できる制度です。倫理委員会は、社内有識者と社内労働組合の代表によって構成されています。通報者の保護を第一に考え、コンプライアンス経営に関する方針や、万一違反があった場合の対応について審議しています。また、ビジネスパートナーの皆さまを対象とした「人権や調達、コンプライアンスに関する通報・お問い合わせ窓口」も設置しました。当社とのお取引において、従業員等に取引契約や調達方針、法令等に違反する行為があった場合、またはその疑いがある場合にご連絡をいただける窓口となります。

通報の流れ



☎ 人権や調達、コンプライアンスに関する通報・お問い合わせ

【ビジネスパートナー様向け】 <https://www.sunmesse.co.jp/form/hp-mailform/mailform.cgi?id=compliance>

Human Rights

人権方針の社内浸透

社内報での人権啓発

「人権方針」策定に伴い、社内報「Printer」7月号において、「リスペクト、人権！」として人権関連の取り組みに関して、特集で紹介しています。

人権方針の個別ワードの補足説明も行ないながら、策定の理由、どういったポイントを踏まえて作成しているか。そして従業員はこの方針に基づきどう行動すればよいかについて、サステナビリティ推進室長がQ&A形式で返答しています。

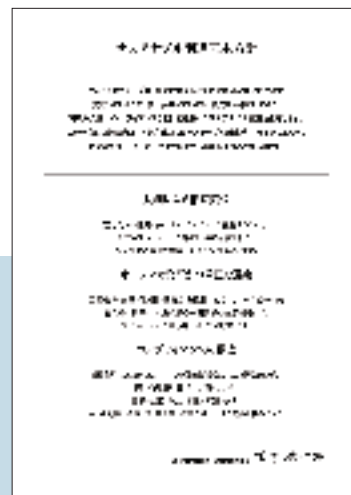


サステナブル調達ガイドラインの策定

人権方針と共に、当社の調達に関する方針を示した「サンメッセサステナブル調達基本方針」を作成しました。品質・コストだけでなく、調達先が人権や環境、働きやすさなどに配慮しサステナブルな事業活動を行うことを要請しています。

サステナブル調達基準

- | | |
|------------|-------------|
| 1 コンプライアンス | 4 情報セキュリティ |
| 2 労働・人権 | 5 安定供給体制の構築 |
| 3 環境 | 6 地域社会との共生 |



共栄会での講演を実施

サンメッセのサプライヤー企業との情報交換の場として設立された「サンメッセ共栄会」において、策定した「人権方針」と「調達ガイドライン」そして、「パートナー向け問い合わせ窓口新設」について、当社取締役専務執行役員の田中信康が説明しました。



人財活躍のために

当社では、人は財と捉え、新しい時代をリードしていく人財育成のため、階層別・職種別の社員教育を実施しています。また、ワークライフバランス、ダイバーシティ&インクルージョン(D&I)などに対応することで、社員一人ひとりが生きがいを持って働ける環境づくりも進めてきました。

さらに、人的資本に関する情報開示のガイドラインISO30414の視点を取り入れ、人的資本経営の推進にも取り組んでいます。



Human Resources

人財の育成

社員研修は重要課題であるとの認識のもと、プログラムを組んでいます。新入社員研修、養成コーチ研修、部署別研修(営業、管理本部、プリプレス、プレス、ポストプレス、デザイン制作)、階層別研修、営業候補者実務研修、年会对策セミナー、営業戦略会議、製造戦略会議、ライフアップセミナー(例:交通安全、メンタルヘルス、資産形成など)、新入社員フォロー研修などを実施しています。

階層別教育では、2023年9月に課長代理職を対象とした研修を実施しました。トヨタL&F中部様から外部講師を招き「トヨタ生産方式に基づく4Sの考え方」を学びました。社員から好評で、2024年はチーフ職で実施予定です。



オンラインを活用した全社研修



教育計画(一例)

■ 階層別教育

入社1~6年 新人研修、新人営業研修、e-ラーニングによるビジネススキル・ビジネスマナー研修、途中入社教育

係長・チーフ 考課者研修、e-ラーニングによるマネジメント研修等

課長級 職種別管理職研修、考課者研修、e-ラーニングによるマネジメント研修等

部長級 ガバナンス教育

■ 職種別教育

営業職 OJT営業研修
役職別営業研修

技能職 OJT技能教育

全員共通 ITパスポート研修、情報セキュリティ講座、ハラスメント講座

女性昇進候補者 女性活躍推進研修

■ 年代別教育

20代 社会人基礎力

30代 健康管理

40代 メンタルヘルス

50代 年金セミナー
介護サービス

社員エンゲージメント

当社では社員の会社に対する意識や問題点などを把握し、改善につなげていくため、ES(Employee Satisfaction調査)を2019年度・2021年度に実施しました。2021年度は、総合満足度32.1%(前回34%)と1.9ポイント減少。各項目の分析を行い、魅力ある会社にしていきます。

アンケートで社員から「ここ数年はこういったアンケートに応える機会が増えて、会社を良くしていこうとしているのが伝わってきます」「上司以外の相談窓口がほしい」など、様々な思い、意見をj知る機会となりました。

多様な働き方

当社は、自宅やシェアオフィスなどでのリモートワーク、時短勤務を採用しています。「時短や在宅勤務ができるので子育てをしながらでも働きやすい」との理由から、女性の育児休業取得率は100%、復帰率100%です。半数以上が子育て中の総務部では、午前中は出勤、午後は在宅勤務にするなど、お互いにフォローしながら業務を行っています。また、男性社員の育児休暇取得も徐々に増えてきており、今後も取得しやすい環境づくりを続けます。



シェアオフィス[WASITA MINO] (美濃市)



リモートワークの様子

ダイバーシティ推進

2023年7月、厚生労働省が女性活躍推進に取り組む企業を認定する「えるぼし認定」の最高位である3つ星を取得しました。「えるぼし認定」は、女性活躍推進法に基づく行動計画の策定と届け出を行った企業のうち、女性の活躍促進に関する取り組み状況が優良な企業について、厚生労働大臣が認定を行う制度です。女性が採用されてから仕事をしていく上で、能力を発揮しやすい職場環境であるかという観点から、5つの評価項目「採用」「継続就業」「労働時間等の働き方」「管理職比率」「多様なキャリアコース」について基準に応じて3段階で評価されます。サンメッセは5つの認定基準を全て満たし、最高位の3つ星を取得いたしました。2021年6月に総務部人事課内で取得を目指すチームが発足。子育てなどで時間に制約がある社員が中心でしたが、それだけにこの認証の必要性を認識し、2年間粘り強く取り組んだ結果、3つ星取得につながりました。今後も、女性に限らず社員が安心して継続して働ける制度づくりに取り組んでいきます。



えるぼし認定 認定通知書交付式



労働安全・健康

毎月1回、安全衛生委員会を開催し、安全衛生に関する事項について、労働組合と会社で協議を行っています。2023年3月には、トヨタ式安全セミナーを4名が受講し、トヨタの安全に関する理念や具体的な安全に関する取り組みについて学びました。労働災害は長期的には減少傾向にありますが、今後も集合研修やOJTでの安全教育を定期的を実施して、労使で協力して事故撲滅を目指します。

健康面では、2023年6月に岐阜健康管理センターから保健師の方を講師としてお招きし、メンタルヘルス研修会を実施しました。また健康診断後の保健師の指導、産業医の指導も行い、健康で安全な労働環境づくりに取り組んでいます。

交通安全の面では、大垣警察署の交通課の方を講師に招き、毎年交通安全講習を実施。受講者からは、「警察署の方の話を聞くことで気が引き締まります。今後も安全運転を心がけます」と好評です。



メンタルヘルス研修



ライフアップセミナー



交通安全講習



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。

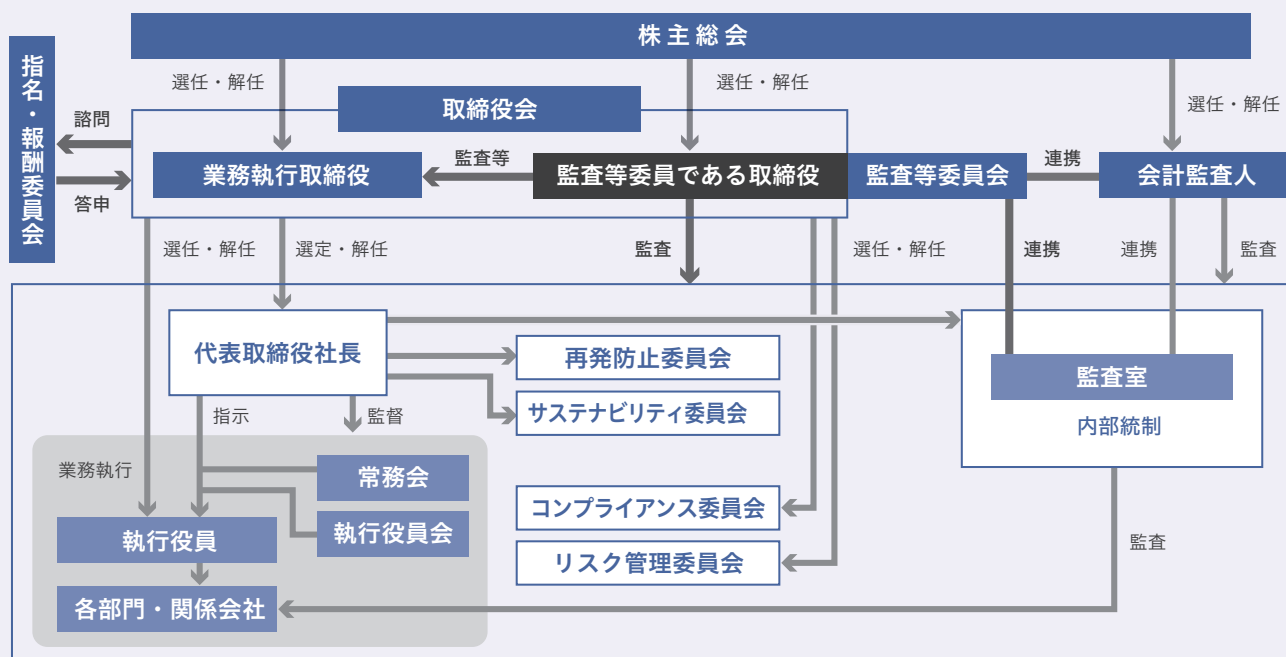
コーポレートガバナンス体制

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。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。

また「年金振込通知書」の誤送付事故を受け「再発防止委員会」を新設したほか、サステナビリティを経営課題として推進していくため、2021年度より「サステナビリティ委員会」を、それぞれ社長直下の組織として設置しました。

さらに執行役員会における意思決定の迅速化をはかるべく、2022年度からは「常務会」を新設しています。

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**)

取締役の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にまとめています。

役職	氏名	企業経営	ESG/ サステナビリティ	財務・会計 ファイナンス	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
代表取締役会長	田中 良幸	●		●	●					●		●
代表取締役社長 社長執行役員	田中 尚一郎	●		●	●	●		●	●	●		●
取締役 専務執行役員	伊東 覚				●	●	●		●	●		
取締役 専務執行役員	田中 信康		●	●	●	●	●	●	●		●	●
取締役 常務執行役員	由良 直之				●	●				●		
取締役 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 監査等委員(常勤)	水谷 和則			●		●	●		●	●		
取締役 監査等委員(社外)	石岡 秀夫			●		●						
取締役 監査等委員(社外)	澁谷 英司			●		●						

(注) 上記の一覧表は各氏の経験などを踏まえて、より専門性が発揮できる領域を記載しており、有する全ての知見を表すものではありません。

監査等委員である取締役メッセージ

私は、1979年(昭和54年)に田中印刷興業株式会社(現サンメッセ株式会社)へ入社しました。長く営業部門を経験していましたが、新規開拓部門、ソリューション部門、そして製造部門も担当させていただきました。

現在の取締役会は、取締役8名、監査等委員3名(内、社外取締役2名)で構成されています。専門スキルを持つメンバーで構成され、様々な意見交換をはじめ、社外取締役からも当社の「あるべき姿」に向けた活発な意見や助言をいただいています。

監査等委員は、各種社内重要会議に参加し、各部門、各部署の往査、巡回・ヒアリングを行い、内部監査室との監査活動を通じて情報を共有し、審議しています。

その中で、主に取り組んでいるのは、コンプライアンス・リスク管理等に関する会社の取り組みやコーポレートガバナンスの構築です。「企業価値」を高めるためには、継続的に成長していく必要があります。そのためにも取引先様、仕入先様、投資家様などの皆様から期待される企業にならなければなりません。また、当社で働く社員や家族にとっても価値のある企業であり続ける必要があります。現在、社会のデジタル化によりペーパーレス化が急速に進み、印刷業は斜陽産業と言われて

います。その中で、当社としては、従来の印刷会社の枠を超え「情報や文化を発信する」企業としての存在価値を見出し、正に、「印刷を、超える。」を具体的かつ明確に提示していきます。これからの当社の歩みは、2025年の90周年に向けて、そして、さらに2035年の100周年をいかに迎えるかの重要な期間でもあります。

当社は、さらに大きく変化をしなければなりません。ビジョンを明確して、持続的に成長できるよう監査等委員としての職務を果たしたいと考えています。

取締役 監査等委員(常勤)

水谷 和則



Corporate Governance



た なか よし ゆき
田中 良幸

代表取締役会長

略歴、地位及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



た なか しやう いち ろう
田中 尚一郎

代表取締役社長
社長執行役員

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

1989年 12月 当社入社
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
2022年 4月 当社代表取締役社長 社長執行役員(現任)

[重要な兼職の状況]

Sun Messe(Thailand) Co.,Ltd. 代表取締役社長



い とう さとる
伊東 覚

取締役専務執行役員
IPS本部長兼IPS製造部長 製造本部・IPS本部管掌

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

1984年 4月 当社入社
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
2021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統括部長
2022年 4月 当社取締役専務執行役員IPS本部長
製造本部・IPS本部管掌
2023年 6月 当社取締役専務執行役員IPS本部長兼
IPS製造部長 製造本部・IPS本部管掌(現任)



た なか のぶ やす
田中 信康

取締役専務執行役員
経営企画室長 DX・SX・管理本部・広報・情報コミュニケーション管掌

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

1989年 9月 日興証券株式会社(現SMBC日興証券株式会社)入社
2008年 3月 日興コーディアル証券株式会社
(現SMBC日興証券株式会社)退社
2011年 1月 当社入社
2015年 4月 当社東京営業部長兼
コーポレートコミュニケーション推進戦略室長
2016年 4月 当社営業企画第一部長兼
ソリューション戦略推進部長
2016年 8月 当社執行役員営業企画第一部長兼
ソリューション戦略推進部長
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
2020年 6月 当社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
2021年 4月 当社専務執行役員経営企画室長サステナビリティ担当兼
営業副本部長兼ソリューション統括部長
2021年 6月 当社取締役専務執行役員経営企画室長
サステナビリティ担当兼営業副本部長兼
ソリューション統括部長
2022年 4月 当社取締役専務執行役員経営企画室長
管理本部・広報・サステナビリティ・ソリューション管掌
2023年 4月 当社取締役専務執行役員経営企画室長
DX・SX・管理本部・広報・情報コミュニケーション管掌(現任)



ゆ ら なお ゆき
由良 直之

取締役常務執行役員
営業本部長 営業本部管掌

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

1984年 4月 当社入社
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
2021年 6月 当社取締役常務執行役員
営業副本部長兼
東京・大阪統括部長兼東京営業部長
2022年 4月 当社取締役常務執行役員営業本部長
営業本部管掌(現任)



たけばやし けいじ
竹林 啓路

取締役執行役員
総務部長

略歴、地位及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)



ちよこうじ
千代 耕司

取締役執行役員
管理本部長兼経理部長

略歴、地位及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)



いび てるおみ
衣斐 輝臣

取締役執行役員
品質保証室長

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

1984年 4月 当社入社
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)



みず たに かずのり
水谷 和則

取締役 常勤監査等委員

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

1979年 4月 当社入社
2015年 6月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼
岐阜・ソリューション統括部長兼本社営業部長
2015年 8月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼
岐阜統括部長兼本社営業部長
2016年 8月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼
岐阜統括部長
2018年 4月 当社取締役常務執行役員営業副本部長兼
岐阜統括部長兼本社営業部長
2019年 4月 当社取締役常務執行役員製造本部長
2020年 6月 当社製造本部参与
2021年 6月 当社取締役(常勤監査等委員)(現任)



いしおか ひでお
石岡 秀夫

社外取締役 監査等委員
社外 独立役員

略歴、地位及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 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 当社社外監査役
2015年 6月 当社社外取締役(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



しぶや えいじ
澁谷 英司

社外監査役 監査等委員
社外 独立役員

略歴、地位及び担当並びに重要な兼職の状況

1979年 10月 等松・青木監査法人
(現 有限責任監査法人トーマツ)入社
1983年 3月 公認会計士登録
2004年 5月 監査法人トーマツ代表社員
2013年 7月 日本公認会計士協会理事
2018年 7月 有限責任監査法人トーマツ退社
2018年 8月 澁谷英司公認会計士事務所所長(現任)
税理士登録
2019年 6月 日本公認会計士協会東海会岐阜県会会長
美濃窯業株式会社社外取締役
(監査等委員)(現任)
2021年 6月 トランコム株式会社社外取締役
(監査等委員)(現任)
当社社外取締役(監査等委員)(現任)
2022年 6月 株式会社丸順(現 株式会社J-MAX)
社外監査役(現任)

[重要な兼職の状況]
澁谷英司公認会計士事務所所長
美濃窯業株式会社社外取締役(監査等委員)
トランコム株式会社社外取締役(監査等委員)
株式会社J-MAX社外監査役

Corporate Governance

役員の報酬等に関する事項

①取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針

当社の取締役（監査等委員である者を除く）の報酬については、固定報酬としての「月額報酬」と退任時に支給する「退職慰労金」で構成されております。よって業績連動報酬等や非金銭報酬等を支給していないため、業績指標に連動しない報酬等が個人別の報酬等の額の全部を占めることとなります。その報酬は、経済環境、業界動向及び業績を勘案し、各取締役（監査等委員である者を除く）が担当する職務の質及び量に応じて算定し、指名・報酬委員会の審議及び答申を踏まえ、取締役会で決議いたします。

取締役（監査等委員）の報酬についても、同じく固定報酬としての「月額報酬」と退任時に支給する「退職慰労金」で構成されております。各取締役（監査等委員）が担当する職務の質及び量に応じてその報酬額を取締役（監査等委員）の協議により決定しております。

退職慰労金につきましては、「役員退職慰労金内規」において定めており、役位、職責、在任期間等を勘案し、業績を考慮のうえ算定し、取締役（監査等委員である者を除く）については、指名・報酬委員会の審議及び答申を踏まえ、取締役会で決議いたします。取締役（監査等委員）については取締役（監査等委員）の協議により決定しております。

②取締役の報酬等についての株主総会の決議に関する事項

取締役（監査等委員である者を除く）の報酬（固定報酬）限度額は、2015年6月25日開催の第70回定時株主総会において年額200,000千円以内と決議されております（使用人兼務取締役の使用人分給与は含んでおりません）。当該決議時の取締役は13名であります。

取締役（監査等委員）の報酬（固定報酬）限度額は、2015年6月25日開催の第70回定時株主総会において年額20,000千円以内と決議されております。当該決議時の取締役（監査等委員）は3名であります。

③取締役の個人別の報酬等の内容が決定方針に沿うものであると取締役が判断した理由

当事業年度に係る取締役の個人別の報酬等の内容については、株主総会で承認された報酬限度額の範囲内で、指名・報酬委員会が決定方針に定める内容と整合性を含む多角的な審議を行ったうえで答申を行い、取締役会において決議していることから、取締役会は、その内容が決定方針に沿うものであると判断しております。

④取締役の個人別の報酬等の内容の決定に係る委任に関する事項

取締役の個人別の報酬等の内容の決定は、指名・報酬委員会の審議及び答申を踏まえ、取締役会が行っており、委任していません。

中核人材の登用における多様性の確保

当社は、企業経営にとって多様性はイノベーションや新しい価値創造の源泉であって経営戦略の要であることを認識しております。そのような認識のもと、社内における人材の多様性の観点から女性、中途採用者の管理職登用を行っております。なお、外国人の登用については、自社の事業が国内中心であるという特性を鑑みて採用及び管理職への登用は現時点で考えておりません。

女性の管理職への登用については、2023年3月31日現在の当社における女性管理職は5名、管理職に占める割合は6.8%です。今後とも能力のある女性を積極的に管理職に登用し、女性管理職比率を2024年4月に女性管理職比率を7.5%(6名)とすることを目標とします。

中途採用者の管理職への登用については、2023年3月31日現在の当社における中途採用者の管理職は9名、管理職に占める割合は11.5%です。今後とも中途採用を実施し、能力のある者を管理職に登用していきますが、目標ありきの採用となる可能性があるため管理職比率は現時点では定めることはいたしません。

なお、当社では、女性の活躍を推進するため、女性だけの部署の設置や女性活躍リーダー研修などを実施しております。また、パートタイマー等が正社員に転換できる制度があり、年間数名が正社員となっております。

| 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・倫理等の遵守、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、2022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

Corporate Governance

情報セキュリティ

お客さまからお預かりするデータを、リスクから守り、適正に対応することは重要課題と認識し「制度(しくみ)と人(教育)」の両面から対策し、会社全体の情報セキュリティレベルの向上を目指しております。制度としては、全社でプライバシーマークの取得と、本社第5工場にてISO27001の認定を受け、大切な情報を扱うための社員教育を計画的に実施しています。また、外部からのウイルス攻撃に対する防御策も実施し、適正な運用と管理に努めています。



標的型攻撃メールに対する体制強化

2022年1月25日に当社社員PC端末に標的型攻撃メール「Emotet」感染が発生し、当社社員を装った不審メールの送信が確認されました。

これを受け、下記のセキュリティ体制向上と再発防止策を実施し、情報セキュリティ体制の強化を図っており、以後の被害は確認されておられません。

- ・再発防止策(メールソフトの運用ルール統一、ウイルスソフトを次世代型アンチウイルスソフトへ変更、ファイアウォール・メールサーバを更新)
- ・全社的なEDR運用を実施すると共に、セキュリティ専門業者によるSOCサービス契約を締結。
- ・社員への教育実施。2023年度教育計画内に「ITパスポート」取得を盛り込み、標的型メール訓練を実施し、全社員のITリテラシー向上を目指します。

※EDR: Endpoint Detection and Response ネットワーク上の不審な挙動を検知し、登録者に通知するしくみ

※SOCサービス: Security Operation Center 24時間情報システムを監視し、サイバー攻撃の検出・分析を行い、対応策のアドバイスを行う専門組織

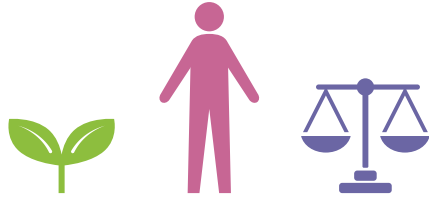
BCP(事業継続計画)

全国の印刷会社14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

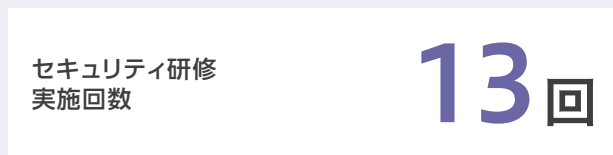
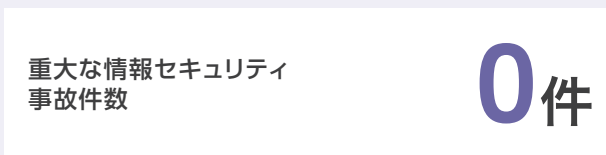
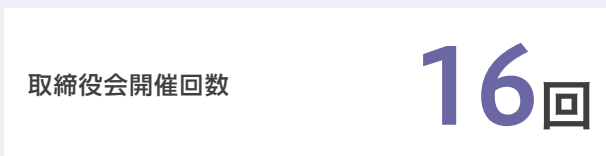
- | | |
|------------------------|-------------------------|
| ● 株式会社アイワード (北海道) | ● 高桑美術印刷株式会社 (石川県) |
| ● 株式会社ユーメディア (宮城県) | ● サンメッセ株式会社 (岐阜県) |
| ● 株式会社日進堂印刷所 (福島県) | ● アインズ株式会社 (滋賀県) |
| ● 株式会社DI Palette (新潟県) | ● 大平印刷株式会社 (京都府) |
| ● カシヨ株式会社 (長野県) | ● 株式会社研文社 (大阪府) |
| ● グラパックジャパン株式会社 (東京都) | ●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





ESG Data

GOVERNANCE / ガバナンス



※各データはサンメッセ株式会社単体の2022年度(2022年4月1日~2023年3月31日)における累計数値を報告しています。

INPUT

用紙	25,706t	▲
インキ	364.3t	▲
PS版	112.3t	▼

PPC用紙	6.5t	▼
ストレッチングフィルム	23.6t	▼
PPバンド	9.8t	▲

購入電力	14,954.2千kWh	▼
都市ガス	543.4千m ³	▲
A重油	7.9kl	▼
水道	8,447.0m ³	▲
井戸水	847.2千m ³	▼
ガソリン	144.4kl	▼

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

汚泥(スラッジ)	14.8t	▼
廃油	44.3t	▼
廃酸	0t	◀
廃アルカリ	11.1t	▲
廃プラスチック	107.9t	▼
紙くず (難処理古紙) カーボン	160.9t	▲
木くず	75.4t	▼
繊維くず	14.5t	▼

用紙量	3,616.7t	▼
リサイクルの 廃プラスチック	7.8t	▲
使用済み刷版・ アルミ板	122.3t	▼

リサイクル率

99.2%

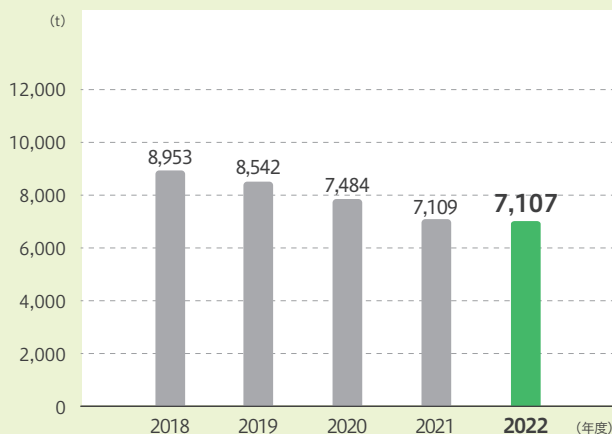
グリーン購入比率(文具類)

69.8%

カーボンオフセット件数

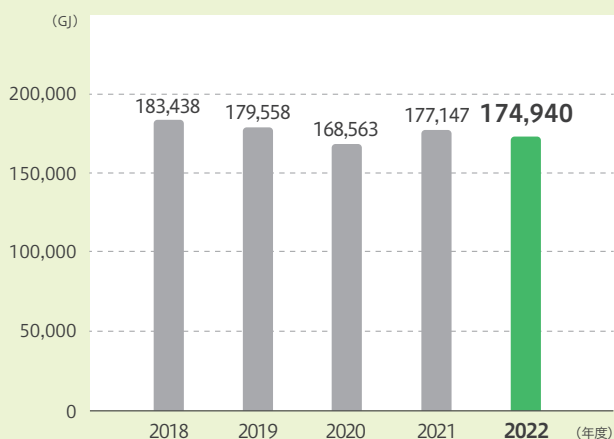
15件

温室効果ガス排出量 (Scope1+2)

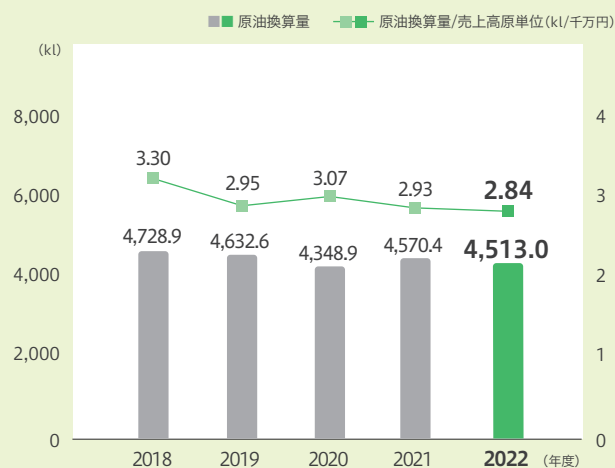


※今回より調整後排出係数を用いた数値に変更しました。

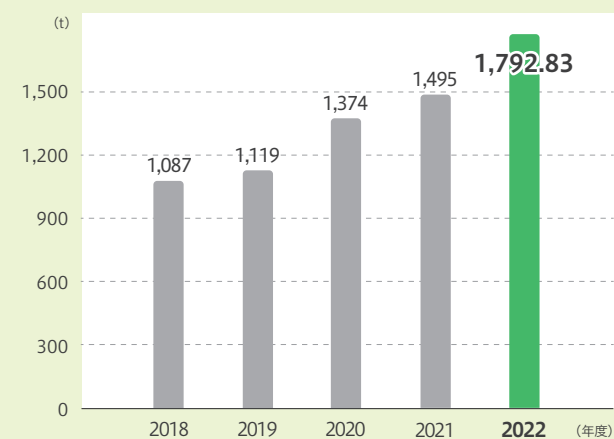
総エネルギー投入量



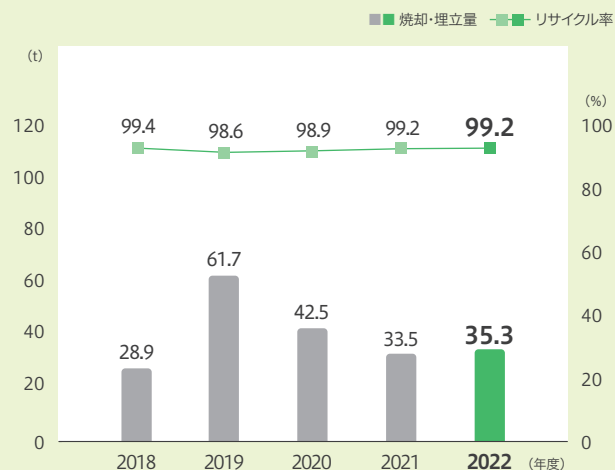
原油換算量 / 売上高原単位の推移



廃棄物等総排出量



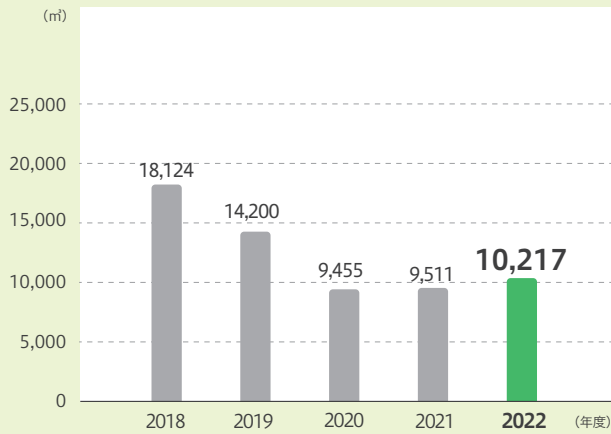
焼却処分・圧縮埋立量の推移とリサイクル率の推移



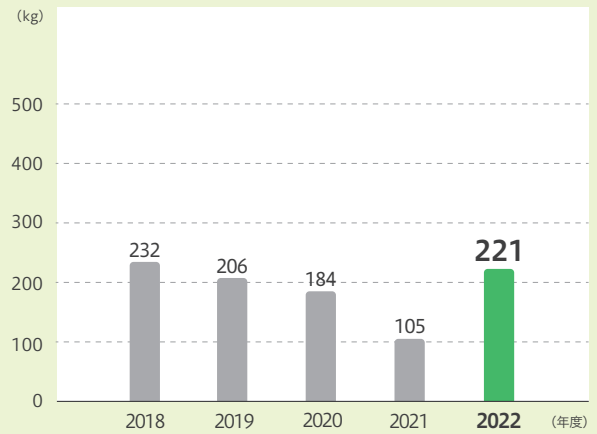
ESG Data

ENVIRONMENT / 環境

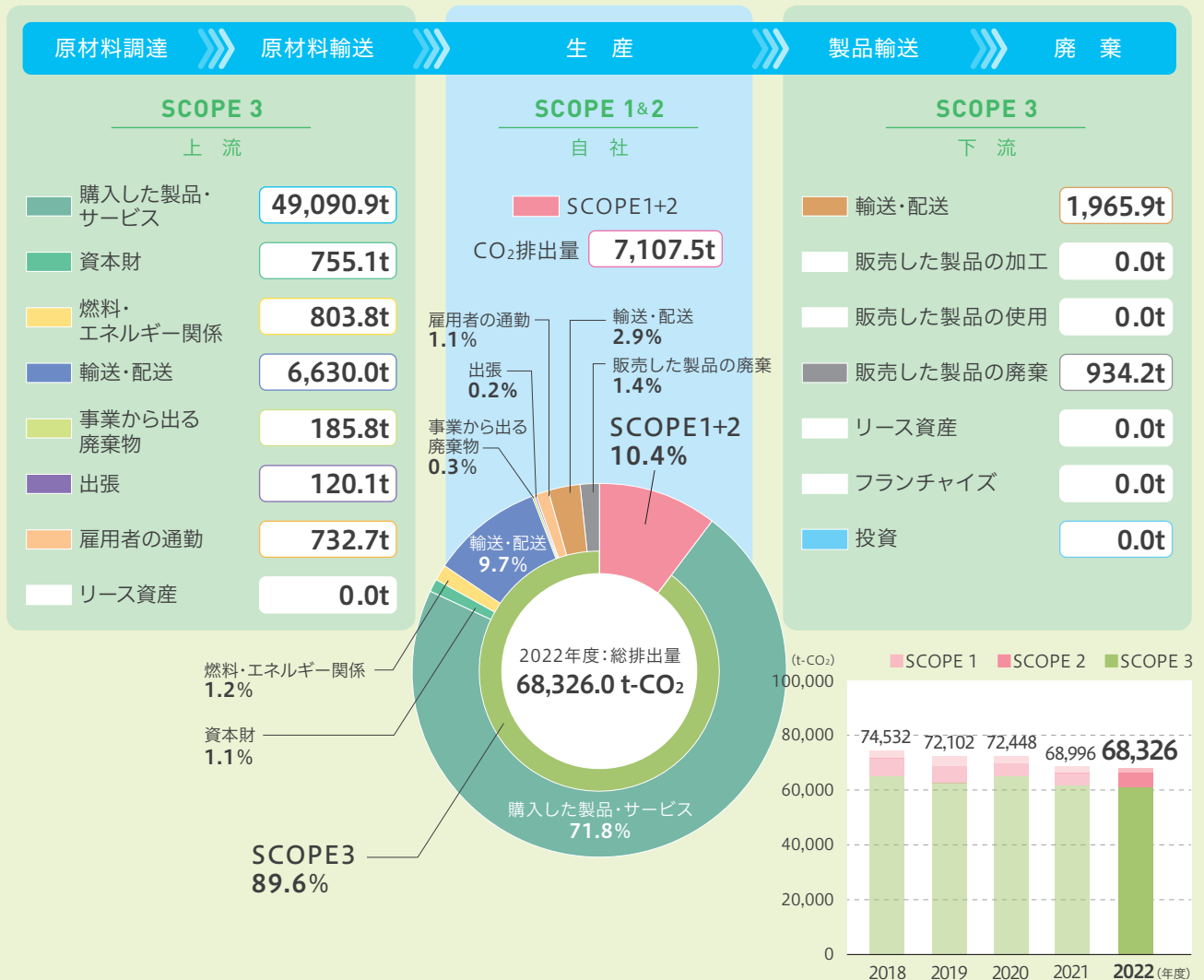
排水量



第1種指定化学物質排出量



SCOPE3 [サプライチェーン全体の温室効果ガス(GHG)削減]



2022年度環境活動概要



目標達成



改善が見られたが
目標未達



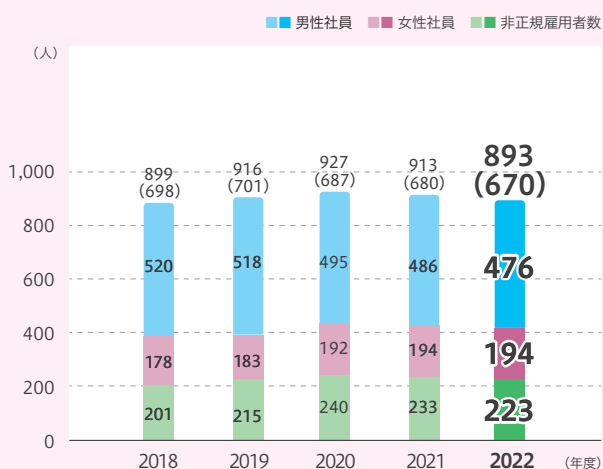
目標未達

	2022年度計画 および目標	2022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 を対前年度実績20%削減	営業本部は11,967.10kg、目標比42.5%、製造本部、購買部、IPS本部は、事故と刷り直しの合算で95,362.30kg、目標比99.5%でした。良い製品を作るための意識を高める教育や、定期的な適正2Sで快適な作業環境づくりなどで、事故や刷り直しの削減につなげています。	
	電気使用量原単位 対前年比1%削減	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292,245kWh、目標比は88.4%でした。エアコンの運転時間や設定温度を、空調設備管理票(エアコン)の「入り」「切り」チェックで、体調を崩さない範囲で監視しました。本社工場、中工場、西工場の累計実績は、9,271kWh/千円、対前年比96.8%でした。ヒヤリハットを解決することで事故や刷り直しを削減し、最終的に電気使用量削減につなげています。	
	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195,127kWh、目標比87.9%でした。本社工場、中工場、西工場の累計実績の合計は10,429kWh/千円、対前年比98.0%でした。	
	都市ガス使用量原単位 対前年比1%削減	第1・第3工場で107m ³ /10万枚(対前年比97.0%)、第5工場で77m ³ /10万枚(対前年比104.7%)、本社工場全体で100m ³ /10万枚(対前年比99.6%)でした。ドライヤー紙面温度を印刷物の絵柄、紙質に応じて乾燥しているか確認し、設定温度を調整して適切な温度設定で作業しましたが、引き続き燃焼温度の低温化に取り組む必要があります。	
	焼却・埋め立てごみの削減(リサイクル率99%以上)	リサイクル率は99.2%でしたが、当社のゼロエミッションの定義である「99%以上リサイクル」は維持しています。リサイクル率に影響する埋め立て処分の管理型混合廃棄物は約26tで総廃棄物量に対して約0.6%を占めており、今後は、使用済み不織布、プランケット、硬質プラスチック、種類が混在した廃棄物、また、印刷機械で使用したインクカートリッジの空容器などを、リサイクル可能な業者に検討し変更していく必要があります。	
	蛍光灯からLEDへの更新 …西工場全部	西工場と岐阜支店の蛍光灯をLED照明にする計画でしたが、西工場、名古屋支店、岐阜支店、愛岐営業所、タナカハイツ、第1工場5階北側を完了しました。	
有害物質の削減	化学物質のリスクアセスメントの維持管理	17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依頼しました。リスクアセスメント結果を使い、製品に含まれる化学物質が身体に与える影響について、現場責任者より作業員へ繰り返し指導しました。	
	PRTR物質を含む製品追加(ゼロ)件の維持	PRTR物質の追加はありませんでした。新規登録時には、購入業者との打ち合わせ段階や取得後のSDSの情報からPRTR物質の含有確認を行います。	
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(ポジティブな良い情報を含む)	第5工場で異臭がする苦情がありました。屋上で臭気官能検査を実施し、第5工場輪転機1台のドライヤー触媒が経年劣化していることが判明したため、運転をストップし触媒を交換しました。臭気濃度測定、触媒交換など保全計画の遅れが原因で、今後、触媒の交換時期や臭気濃度測定の時期や目安をスケジュール化して管理することとしました。	
	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。省エネパトロールや該当部署で緊急事態対応訓練を繰り返し行い、事故の未然防止や万が一の場合に備えています。	
	業務用エアコン、チャラーの簡易点検、定期点検結果による予防保全の実施	本社工場、中工場、西工場、営業拠点でエアコン、チャラーの簡易点検を3カ月に1回、また、チャラーは業者による年1回の定期点検を実施しました。本社工場で簡易点検表への追記遅れがあり、簡易点検を実施しなかったことになってしまったため、簡易点検表の見直しを行いました。	
自社独自の環境 保全活動の推進	文具類のグリーン購入80%以上	総購入金額961,963円に対してグリーン購入金額671,007円、年間目標80%に対して69.8%でした。前年度数値が悪かった部署は、環境目標実施管理表で購入意識を高めたため、改善が見られました。制服・作業服、作業手袋、自動車(4台)は100%グリーン購入でした。	
	再生可能エネルギー使用の推進	顧客への提案17件の目標に対して17件の提案を行いました。部署別環境目標実施管理表を作成し各営業部で目標を設定して取り組んだほか、各営業部で独自に再生エネルギーやグリーン電力の基礎教育やセールスポイントについて教育を行いました。	
	カーボンオフセット前年度受注件数+2件	営業部全体で21件の目標に対して15件、50t(昨年度13件、60t)でした。今後もカーボンオフセットの具体的なセールスポイントやメリットを学び、新規顧客に限らず既存顧客にも積極的に提案していくことが必要です。	
	FSC®森林認証紙新規クライアントの獲得前年度受注先実績+2社	目標135社に対して128社でした。FSC受注件数は1,650件(昨年度1,211件)、購入量も2,274t(昨年度1,780t)と大幅に増加しました。 FSC®受注件数と購入量 2017年度 392件 819(t) 2020年度 691件 956(t) 2018年度 392件 914(t) 2021年度 1,211件 1,780(t) 2019年度 659件 844(t) 2022年度 1,650件 2,274(t)	
環境マネジメントシステムの推進	更新審査で不適合(カテゴリーB)0(ゼロ)件 QMSとの複合審査で、カテゴリーB以上の指摘はありませんでした。環境としてはカテゴリーC 6件の指摘を受け、是正処置依頼票で対応しました。滋賀営業所単独の変更審査でもカテゴリーB以上の指摘はなく、認証範囲に営業拠点として初めて滋賀営業所が加わりました。		
職場教育の完全実施	教育計画の実施率80%以上 全社の教育訓練実施率は85.7%でした。EMS教育実施方針で年間の目標回数、教育内容を明確にし、各部署で教育訓練計画管理表に反映して取り組みました。総務部人事課で月次チェックを行い、教育・訓練実施報告書が未提出部署は、担当課長にメールなどで督促しました。		
地域社会との共生	清掃活動、ボランティア活動、工場見学を通じて地域住民とのコミュニケーションの充実 計画していた行事やイベントはできませんでしたが、ガラスびんを回収して地域内循環をさせ、廃棄物やCO ₂ を削減するプロジェクト「BinLoop(ビンループ)」に、大垣市の企業と協働しています。		

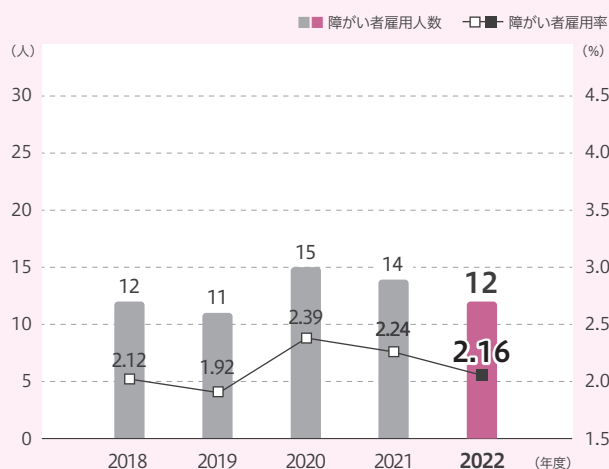
ESG Data

SOCIAL / 社会

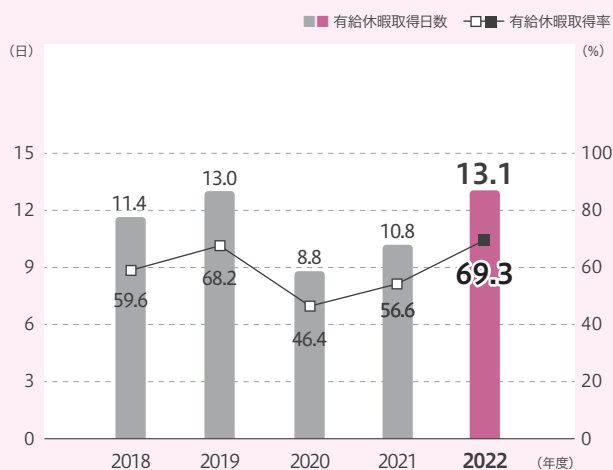
社員数の推移



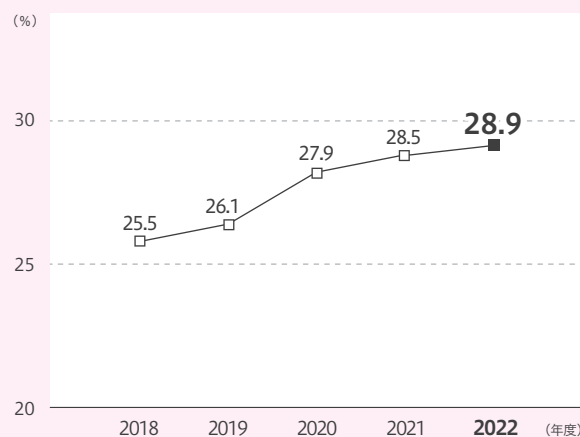
障がい者雇用の推移



有給休暇取得の推移



社員に占める女性の割合 (正社員)



社会貢献支出総額 (広告協賛費+寄付金)

25,897,208 円

資格・技能検定取得
奨励手当支給者数

235 名

平均年齢 (正社員)

42.5 歳

平均勤続年数 (正社員)

20.8 年

教育研修実施回数

49 回
(2022年度 教育計画より)

4.7.2 コンプライアンス及び倫理	
苦情の件数及び種類	苦情件数 14件
懲戒処分の件数及び種類	懲戒処分件数 4件
4.7.3 コスト	
全ての労働コスト	8,436,664千円
外部の労働力にかかるコスト	3,818,410千円
平均給与及び報酬の割合	年額報酬平均5,396千円 (男性 5,998千円、女性 3,909千円)
総雇用コスト	4,990,022千円
従業員一人当たりのコスト	5,020千円
採用コスト	1,300千円
4.7.4 多様性(ダイバーシティ)	
a)年齢	正社員の人数(2023.4.1現在) 0-14(歳):0名 30-50(歳):364名 15-30(歳):119名 50超(歳):207名
b)性別	正社員の人数(2023.4.1現在) 男性:487名 女性:203名
c)障がい	障がい者雇用率(2023.6現在) 2.16%
4.7.6 組織文化	
エンゲージメント/従業員満足度/コミットメント	従業員満足度調査(2023.12-2024.1実施)
4.7.7 組織の健全性,安全性及びウェルビーイング	
労働災害の件数	労働災害の状況 労働災害の件数:8件 災害率(度数率):0.54 強度率:0.0027
工作中的の死亡者数	業務中死亡者数 0名
4.7.8 生産性	
EBIT/収益/売上高/従業員当たり利益	124.0千円
人的資本RoI	0.029
4.7.9 採用,異動及び離職	
離職率	新卒3年後離職率(2020年4月入社分) 18.75%
希望退職率(定年退職を除く)	希望退職率 2.8%
退職/離職の理由/理由ごとの退職・離職者	希望退職者数 20人※定年後再雇用者を除く
4.7.12 労働力の利用可能性	
従業員数	総従業員数(2023.3現在) 1,008名 ※役員、正社員、嘱託、パート、アルバイト含む
フルタイム換算人数	フルタイム換算人数従業員数(2023.3現在) 939名
臨時的な労働力	パートタイム人員数(2023.3現在) 160名

11ヵ年財務サマリー

※2012・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	2022	2021	2020
事業年度			
売上高	17,148	16,603	14,928
売上原価	13,691	13,033	11,820
対売上高比率	79.8	78.5	79.2
販売費及び一般管理費	3,216	3,106	2,887
対売上高比率	18.8	18.7	19.3
営業利益(損失)	240	463	220
経常利益	397	606	386
親会社株主に帰属する当期純利益(純損失)	327	264	304
自己資本当期純利益率(ROE) [%]	3.0	2.5	3.0
総資産当期純利益率(ROA) [%]	1.7	1.4	1.6
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,166	944	485
投資活動によるキャッシュ・フロー	△465	△1,594	△749
財務活動によるキャッシュ・フロー	△132	△292	△92
減価償却費	678	579	693
有形固定資産の取得	242	1,624	532
1株当たり情報(円)			
当期純利益(純損失)	21.16	17.08	19.67
配当額	7	7	7
純資産	704.45	686.86	684.57
事業年度末			
流動資産	7,142	6,556	7,464
流動負債	5,322	5,258	5,130
現金及び現金同等物	1,794	1,208	2,152
有形固定資産	7,965	8,291	7,229
総資産	19,551	19,288	19,107
短期借入金及び長期借入金	1,650	1,657	1,764
純資産	11,002	10,727	10,608

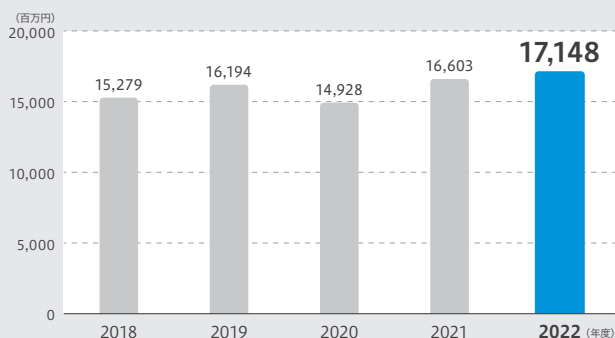
※売上原価、売上総利益並びに営業利益について、2016年度より従来、営業外収益に計算していた作業くず売却益を、製造原価より控除する方法に変更しております。そのため2015年度以前の売上原価、売上総利益並びに営業利益について遡及修正後の数値を記載しております。

(単位:百万円[1株情報を除く])

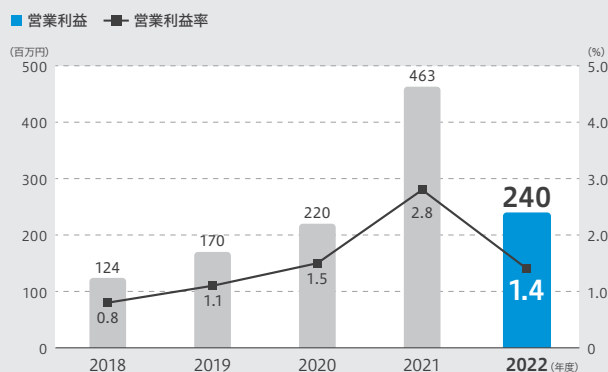
2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
16,194	15,279	15,103	15,493	15,727	15,360	15,215	14,313
12,765	12,074	12,019	12,250	12,538	12,466	12,240	11,511
78.8	79.0	79.6	79.1	79.7	81.2	80.4	80.4
3,257	3,079	3,044	3,020	3,041	2,959	2,815	2,760
20.1	20.2	20.2	19.5	19.3	19.3	18.5	19.3
170	124	39	222	147	△65	159	41
297	249	159	325	261	41	253	129
183	173	142	219	151	19	△324	58
1.9	1.7	1.4	2.2	1.5	0.2	△3.2	0.6
1.0	0.9	0.8	1.2	0.8	0.1	△1.9	0.3
974	960	896	1,020	880	895	985	988
△721	△457	△791	△409	△507	△238	△537	△584
△133	△986	△198	△53	△72	△331	△219	△362
679	652	662	678	661	669	695	743
728	751	898	492	811	352	585	669
11.82	10.63	8.26	12.79	8.80	1.15	△18.86	3.42
6	6	6	6	7	6	6	6
633.62	633.39	608.67	592.64	568.64	584.25	578.44	596.57
7,505	7,043	7,305	7,781	7,293	6,978	6,603	5,852
5,401	5,357	4,881	5,190	5,047	4,977	4,890	4,886
2,510	2,384	2,868	2,958	2,402	2,100	1,667	1,439
7,374	7,474	7,293	7,050	7,244	7,095	7,391	8,180
18,786	18,582	18,756	18,665	18,075	18,083	17,549	17,495
1,730	1,830	1,869	1,979	1,921	1,851	2,006	2,045
9,819	9,815	10,470	10,194	9,781	10,050	9,950	10,262

連結決算ハイライト

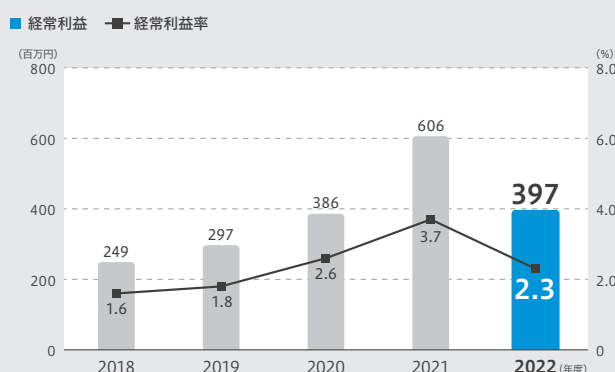
売上高 **171億48百万円**



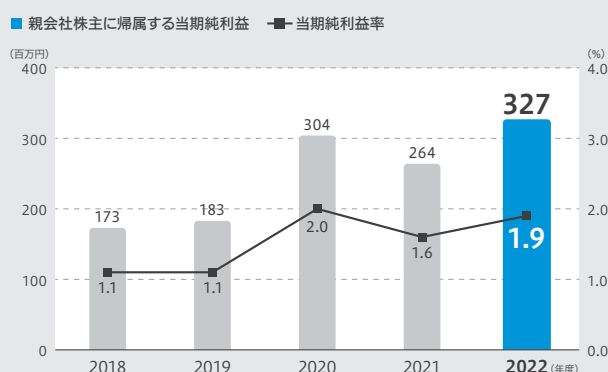
営業利益 **2億40百万円** 営業利益率 **1.4%**



経常利益 **3億97百万円** 経常利益率 **2.3%**



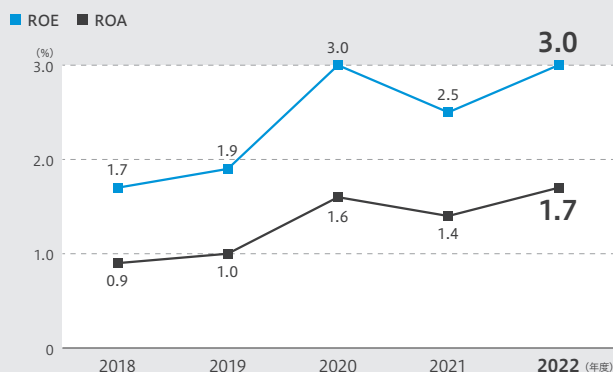
親会社株主に帰属する当期純利益 **3億27百万円** 当期純利益率 **1.9%**



1株当たりの当期純利益 **21.16円**



ROE (自己資本利益率) **3.0%** ROA (総資産利益率) **1.7%**



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	2022	2021	2020
売上高	17,148,448	16,603,865	14,928,567
売上原価	13,691,090	13,033,016	11,820,664
売上総利益	3,457,358	3,570,848	3,107,903
販売費及び一般管理費	3,216,615	3,106,970	2,887,351
営業利益	240,742	463,878	220,552
営業外収益			
受取利息	1,482	1,059	2,075
受取配当金	90,245	77,557	64,147
不動産賃貸料	65,613	64,781	64,557
保険解約返戻金	—	8,133	49,552
その他	25,063	16,818	16,736
営業外収益合計	182,405	168,350	197,069
営業外費用			
支払利息	8,506	9,024	9,805
不動産賃貸費用	17,182	16,988	18,811
その他	29	60	2,074
営業外費用合計	25,718	26,073	30,691
経常利益	397,429	606,155	386,929
特別利益			
固定資産売却益	23,113	24,327	398
投資有価証券売却益	1,388	6,549	37,248
投資有価証券償還益	—	—	2,790
助成金収入	—	58,551	85,672
受取保険金	33,449	—	—
過年度消費税等還付額	14,220	—	—
特別利益合計	72,171	89,428	126,108
特別損失			
固定資産売却損	—	—	4,740
固定資産廃棄損	758	6,485	4,646
投資有価証券売却損	2	—	—
投資有価証券評価損	—	87,729	—
会員権評価損	—	400	—
会員権貸倒引当金繰入額	—	4,860	—
新型コロナウイルス感染症による損失	—	62,329	77,300
製品保証費	—	207,437	—
特別損失合計	760	369,241	86,687
税金等調整前当期純利益	468,839	326,342	426,350
法人税、住民税及び事業税	110,768	127,266	93,314
法人税等調整額	35,900	△75,547	17,058
法人税等合計	146,668	51,718	110,372
当期純利益	322,171	274,624	315,978
非支配株主に帰属する当期純利益又は非支配株主に帰属する当期純損失(△)	△5,712	9,904	11,123
親会社株主に帰属する当期純利益	327,883	264,720	304,854

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	2022	2021	2020
資産の部			
流動資産			
現金及び預金	1,966,612	1,283,680	2,340,737
受取手形及び売掛金	—	—	3,664,919
受取手形	522,924	604,565	—
売掛金	3,196,191	3,221,210	—
契約資産	347	76	—
電子記録債権	671,793	711,041	688,048
商品及び製品	91,778	93,310	90,943
仕掛品	464,571	405,779	458,085
原材料及び貯蔵品	125,871	91,334	96,785
その他	112,409	148,780	125,447
貸倒引当金	△9,984	△3,631	—
流動資産合計	7,142,516	6,556,147	7,464,968
固定資産			
有形固定資産			
建物及び構築物	7,118,955	7,065,810	6,261,400
減価償却累計額	△4,682,552	△4,527,919	△4,397,581
建物及び構築物(純額)	2,436,402	2,537,891	1,863,818
機械装置及び運搬具	12,303,686	12,479,834	12,597,646
減価償却累計額	△10,256,168	△10,144,093	△10,648,180
機械装置及び運搬具(純額)	2,047,517	2,335,741	1,949,466
土地	3,283,192	3,283,192	3,283,192
建設仮勘定	96,525	—	4,675
その他	655,385	713,779	713,852
減価償却累計額	△553,160	△579,245	△585,577
その他(純額)	102,225	134,534	128,275
有形固定資産合計	7,965,863	8,291,359	7,229,428
無形固定資産	70,406	74,888	86,791
投資その他の資産			
投資有価証券	3,650,196	3,555,468	3,713,456
繰延税金資産	479,096	526,730	429,251
その他	264,096	309,879	194,157
貸倒引当金	△21,062	△25,922	△10,600
投資その他の資産合計	4,372,326	4,366,156	4,326,265
固定資産合計	12,408,596	12,732,404	11,642,484
資産合計	19,551,112	19,288,551	19,107,453

(単位:千円)

年 度	2022	2021	2020
負債の部			
流動負債			
支払手形及び買掛金	1,902,095	1,845,464	1,825,722
電子記録債務	305,096	267,481	247,879
短期借入金	1,530,000	1,530,000	1,630,000
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	59,517	7,200	57,200
未払法人税等	60,327	99,563	32,754
賞与引当金	449,165	418,454	408,300
その他	1,016,252	1,089,893	878,790
流動負債合計	5,322,454	5,258,057	5,130,646
固定負債			
社債	100,000	100,000	100,000
長期借入金	60,683	120,200	77,400
役員退職慰労引当金	226,908	215,665	305,350
退職給付に係る負債	2,826,555	2,847,229	2,849,486
その他	12,312	20,147	35,857
固定負債合計	3,226,458	3,303,241	3,368,094
負債合計	8,548,913	8,561,299	8,498,741
純資産の部			
株主資本			
資本金	1,236,114	1,236,114	1,236,114
資本剰余金	1,049,534	1,049,534	1,049,534
利益剰余金	8,286,597	8,067,191	7,910,949
自己株式	△1,162,491	△1,162,491	△1,162,491
株主資本合計	9,409,755	9,190,349	9,034,107
その他の包括利益累計額			
その他有価証券評価差額金	1,422,476	1,403,906	1,468,961
為替換算調整勘定	10,137	1,867	2,050
退職給付に係る調整累計額	74,376	48,083	29,142
その他の包括利益累計額合計	1,506,991	1,453,857	1,500,155
非支配株主持分	85,453	83,045	74,448
純資産合計	11,002,199	10,727,252	10,608,711
負債純資産合計	19,551,112	19,288,551	19,107,453

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	2022	2021	2020
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	468,839	326,342	426,350
減価償却費	686,190	587,550	702,696
貸倒引当金の増減額(△は減少)	1,492	18,953	△388
受取利息及び受取配当金	△91,727	△78,616	△66,222
支払利息	8,506	9,024	9,805
有形固定資産売却損益(△は益)	△23,113	△24,327	4,342
投資有価証券売却損益(△は益)	△1,385	△6,549	△37,248
投資有価証券償還損益(△は益)	—	—	△2,790
投資有価証券評価損益(△は益)	—	87,729	—
会員権評価損	—	400	—
固定資産廃棄損	758	6,485	4,646
助成金収入	—	△58,551	△85,672
新型コロナウイルス感染症による損失	—	62,329	77,300
製品保証費	—	207,437	—
受取保険金	△33,449	—	—
売上債権の増減額(△は増加)	—	—	△279,114
売上債権及び契約資産の増減額(△は増加)	145,636	△183,926	—
棚卸資産の増減額(△は増加)	△91,796	55,391	△8,480
仕入債務の増減額(△は減少)	94,246	39,344	53,961
預り金の増減額(△は減少)	6,984	△1,094	△297
賞与引当金の増減額(△は減少)	30,711	10,154	△6,200
役員退職慰労引当金の増減額(△は減少)	11,243	△89,685	△120,449
退職給付に係る負債の増減額(△は減少)	16,844	24,770	△10,637
未払金の増減額(△は減少)	△1,579	18,753	30,478
未払消費税等の増減額(△は減少)	159,393	△61,532	△50,970
その他	△181,401	172,568	25,401
小計	1,206,393	1,122,951	666,513
利息及び配当金の受取額	91,856	78,191	65,962
利息の支払額	△8,499	△8,916	△9,818
助成金の受取額	—	81,633	55,090
新型コロナウイルス感染症による損失の支払額	—	△74,385	△65,244
製品保証費の支払額	—	△207,437	—
保険金の受取額	33,449	—	—
法人税等の支払額	△156,779	△77,418	△226,863
法人税等の還付額	—	29,534	—
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,166,419	944,153	485,640
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	△10,137	△17,260	△684
有形固定資産の取得による支出	△390,584	△1,552,087	△775,280
有形固定資産の売却による収入	32,000	24,327	5,082
無形固定資産の取得による支出	△27,831	△22,738	△10,239
投資有価証券の取得による支出	△76,391	△26,962	△130,564
投資有価証券の売却及び償還による収入	2,199	8,699	156,701
その他	5,124	△8,618	5,055
投資活動によるキャッシュ・フロー	△465,621	△1,594,640	△749,929
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	280,000	280,000	280,000
短期借入金の返済による支出	△280,000	△380,000	△330,000
長期借入れによる収入	—	50,000	90,000
長期借入金の返済による支出	△7,200	△57,200	△5,400
社債の償還による支出	—	△50,000	—
リース債務の返済による支出	△15,758	△25,680	△32,778
配当金の支払額	△108,276	△108,579	△93,139
非支配株主への配当金の支払額	△1,205	△1,100	△701
財務活動によるキャッシュ・フロー	△132,440	△292,560	△92,020
現金及び現金同等物に係る換算差額	17,596	△390	△2,524
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	585,954	△943,437	△358,833
現金及び現金同等物の期首残高	1,208,676	2,152,113	2,510,947
現金及び現金同等物の期末残高	1,794,630	1,208,676	2,152,113

株式情報

株式の状況

発行可能株式総数

60,000,000株

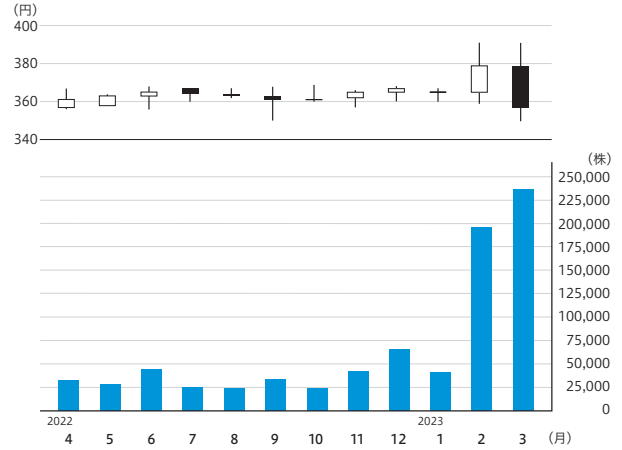
発行済株式の総数

17,825,050株

株 主 数

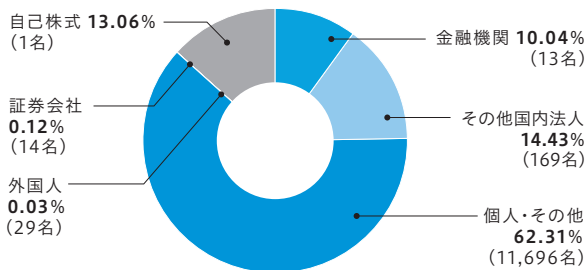
11,922名

株価推移

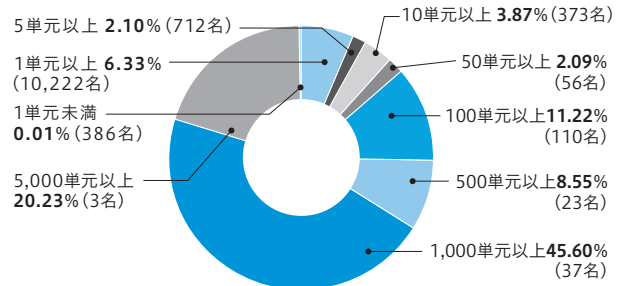


株式分布状況 (注)比率は小数点以下第三位を四捨五入しております

●所有者別株式分布状況(株式数比率)

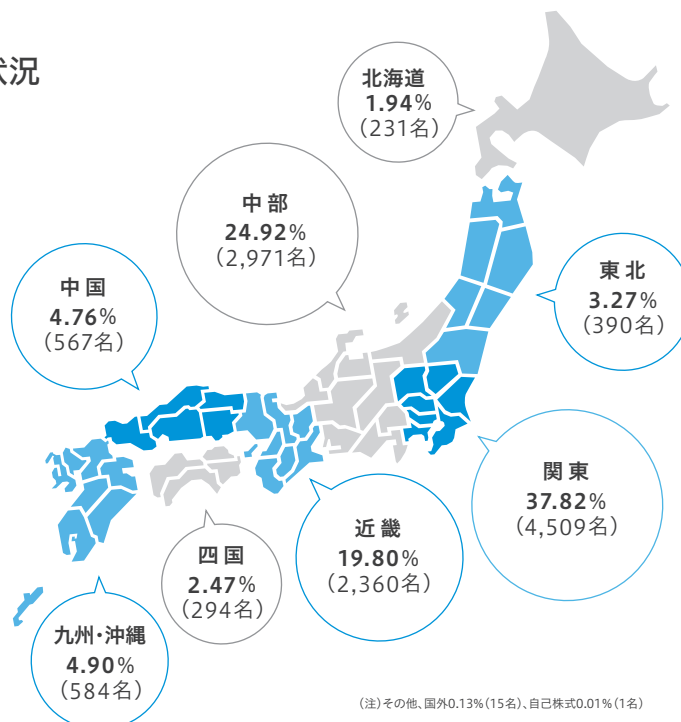


●所有数別株式分布状況(株式数比率)



地域別株主数分布状況

(株主数比率)



(注) その他、国外0.13%(15名)、自己株式0.01%(1名)

(2023年3月31日現在)

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	670名(連結690名) <small>(2023年3月31日現在)※嘱託、パートは含まれておりません。</small>
資本金	1,236,114千円
売上高(連結)	171億48百万円(2023年3月期)
証券コード	7883(東証スタンダード)

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。

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)
取締役 専務執行役員	伊東 覚 IPS本部長 兼 IPS製造部長 製造本部・IPS本部管掌
取締役 専務執行役員	田中 信康 経営企画室長 DX・SX・管理本部・広報・ 情報コミュニケーション管掌
取締役 常務執行役員	由良 直之 営業本部長 営業本部管掌
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 (監査等委員)	水谷 和則 (常勤)
取締役 (監査等委員)	石岡 秀夫 (社外)
取締役 (監査等委員)	澁谷 英司 (社外)
執行役員	平野 高光 営業副本部長 兼 中部統括部長
執行役員	渡辺 数巳 製造本部長
執行役員	宮川 薫 営業副本部長 兼 名古屋営業部長

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(大阪府中央区) 名古屋支店(名古屋市中区) 岐阜支店(岐阜県岐阜市) 金沢支店(石川県金沢市)
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)
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)



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】36,914m²



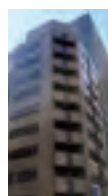
中工場【生産品目】商業印刷物、出版印刷物
【土地面積】7,164m² 【建物延べ面積】7,367m²



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

外部専門家意見



LRQAサステナビリティ株式会社
代表取締役

富田 秀実 氏

サンメッセレポート2023を読んで

編集方針において「想定しているステークホルダー」の一番目の項目が、「社員及びその家族」とされているように読者として社員が強く意識されていることはサンメッセレポートの特徴です。社員が数多く登場し、90周年に向けての意気込みを語る企画は、社員一人一人が改革を加速させ、成功させるための主役であることを再認識させる良い試みといえます。このレポートでも繰り返し述べられているように、サンメッセにとって人財の改革が諸課題を克服するために急務であることは言うまでもありませんが、このレポートをOne Sun Messeを推進する重要なツールとしても位置付けているような印象をまず持ちました。

また、これまで5年以上に渡り、継続的にこの外部意見を述べさせていただいておりますが、その中でこれまで繰り返し指摘してきたセグメント別売り上げ情報の開示が、今後行われる予定とのことで、ついに大きな一歩を踏み出した印象があります。この背景には、これまで取り組んできたポートフォリオ改革が成果を上げつつあるという自信が出てきたような印象を持ちます。

過去の報告書でも掲載されていましたが、サンメッセの環境インパクトの項目で、提供する環境ソリューションがわかりやすく表現され、また、ISO30414に基づく人的資本関連の情報開示がされているなど、ユニークな情報開示が行われているのもレポートの特徴ですが、コーポレートコミュニケーション事業のノウハウが、このように随所に垣間見られることも、改革の成果のように感じます。

また、今回のレポートでは、各事業の説明の中で、事業環境の認識やリスク・機会、強み・課題が明確に開示され、サンメッセの事業の方向性がより明確に理解できるようになったことも評価できます。売り上げも2期連続で最高を更新したことを含め、徐々にこれまでの改革への取り組みの歯車が噛み合ってきていると言えるかもしれません。

印刷業界が直面する劇的な環境変化の中、まだ克服しなくてはならない課題が数多いことはいうまでもありませんが、次のサンメッセレポートでは、従来のサンメッセを超えた新たな姿を提示してくれることを期待します。

外部専門家意見をいただいて

毎年、当社統合報告書に貴重なご意見を賜り、心より御礼申し上げます。富田さまには、当社マテリアリティ特定プロセスのアドバイスをいただいた以前よりご意見をいただき、今回で8回目となります。こうして継続的に当社の進歩をご確認いただくことは非常にありがたく、厳しいご意見もお聞きしながら当社発展に努めてまいりました。

当社は2025年に90周年を迎えようとしています。当面のロードマップは2035年に迎える100周年という節目を見据え、来年度2024年度より先行して90周年事業をスタートさせ、「印刷を、超える。」というテーマのもと全社一丸となった施策につなげてまいります。VUCAと呼ばれるこの時代の中で、我々印刷業界も先行きが危ぶまれています。このような中、大袈裟ではなく生き残りをかけた施策を本気で取り組まねばなりません。

そこで今一度、見つめ直し注力する 이슈が、昨今注目されている人的資本経営となります。当社は創業より、人を大切にする文化醸成に努めてきま

した。しかしこれまでは不明瞭な線引きも多く、見えない資産の可視化を行うという視点がなかったことも事実です。今後、人的資本可視化の優位性を活かし、人を大切にする会社を目指してまいります。

その具体策として、90周年事業において若手社員登用の周年実行委員会を中心に風土改革を行い、手挙げによる「新事業開発プログラム開発」を推し進め、文字通りイノベーション創出にチャレンジします。同時にサクセッションプランを意識した「Sun Messe Passion & Execution Plan」を推進することで次世代リーダー育成のプログラムもスタートさせます。

これらの布石は、当社の課題の一つとして捉えている『事業ポートフォリオ改革』に集約されます。資本政策にも踏み込んだ議論を進めていくことで、来年度にはご期待いただいている当社の大いなる挑戦の姿をお示しできるよう社員一丸となり経営推進してまいります。



取締役専務執行役員
経営企画室長
DX・SX・管理本部・広報・
情報コミュニケーション管掌

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

「サンメッセレポート2023」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2023」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=enquete2023>

