DNP

Annual Report
アニュアルレポート
2011

経営理念

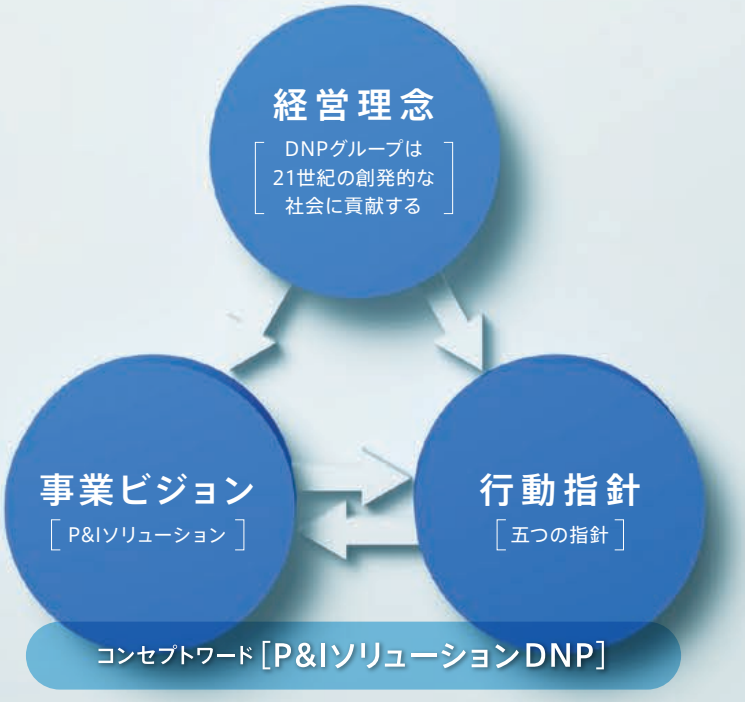
DNPグループは
21世紀の創発的な社会に
貢献する。

事業ビジョン

私たちは、
印刷技術（PT）と情報技術（IT）を融合させて
創発的な社会における顧客の問題や課題を発見し、
解決します。

行動指針

1．私たちが関わるあらゆる人と「対話」する
2．課題解決に向け「自立・協働」する
3．困難な課題にも果敢に「挑戦」する
4．公正・公平を旨として、常に「誠実」に行動する
5．自らの判断や行動に「責任」をもつ



目次

2 業績の概要

6 株主の皆様へ 代表取締役社長 北島 義俊

12 特集:さらなる飛躍への原動力

14 マネジメント・メッセージ:「21世紀ビジョン」の成果と展望
18 マネジメント・メッセージ:出版印刷事業
20 マネジメント・メッセージ:商業印刷事業
22 マネジメント・メッセージ:ビジネスフォーム事業
24 マネジメント・メッセージ:エネルギーシステム事業
26 DNPのグローバル展開

30 DNPの概要

32 DNPの概観
34 DNPの製品一覧
36 DNPの技術開発と事業展開の足跡
38 当期の主な出来事
40 投資家情報

42 部門別情報

44 情報コミュニケーション部門
44 事業戦略
46 業績の概要
47 サブセグメントの状況
50 トピックス
52 生活・産業部門
52 事業戦略
54 業績の概要
55 サブセグメントの状況
58 トピックス
60 エレクトロニクス部門
60 事業戦略
62 業績の概要
63 サブセグメントの状況
65 トピックス

66 コーポレート・ガバナンス

68 コーポレート・ガバナンスの状況等
75 取締役・監査役および役員

76 持続可能な発展に向けての取り組み

78 研究開発・知的財産
80 情報の適切な管理・運用
82 災害対策と事業継続性の確保
83 活力あふれる職場づくり
84 環境保全への取り組みと関連事業の拡大
87 トピックス

88 財務セクション

90 2011年3月期の業績に関する分析および説明
100 連結財務情報
102 連結財務諸表

110 参考情報

110 技術を核とした事業展開
110 「P&Iソリューション」を支える技術
112 技術を核とした事業展開の歩みと今後の展開
113 印刷技術と情報技術を活かした製品・サービスの事例
116 子会社・関連会社
118 用語集
121 DNPに関する情報提供

当アニュアルレポートは、DNPの事業ビジョンや業績に関する情報の提供を目的としており、記載された意見および予測は、作成時点でのDNPの判断に基づいたもので、これらの情報の完全性を保証するものではありません。

当アニュアルレポートでは、「DNP」は「DNPグループ全体」を意味しています。「私たち」「われわれ」という言葉は、「DNP」または「DNPの経営陣」を意味しています。
(なお、P66-75の「コーポレート・ガバナンス」では「DNP」は「大日本印刷株式会社」を指しています。)

業績の概要

連結財務グランドサマリー

大日本印刷株式会社および子会社　3月31日に終了した各会計年度

	2011	2010	2009	増減 2011/2010
損益計算書関連（百万円）				
売上高	¥ 1,589,373	¥ 1,583,382	¥ 1,584,844	0.4%
営業利益	67,818	66,513	46,177	2.0%
経常利益	62,786	68,841	47,390	−8.8%
税金等調整前当期純利益（純損失）	52,696	49,495	−27,842	6.5%
当期純利益（純損失）	25,032	23,278	−20,933	7.5%
バランスシート関連（百万円）				
純資産合計	¥ 952,440	¥ 956,863	¥ 940,085	−0.5%
有利子負債	229,140	166,751	124,263	37.4%
総資産	1,649,784	1,618,853	1,536,556	1.9%
キャッシュ・フロー関連（百万円）				
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 140,053	¥ 140,574	¥ 131,569	−0.4%
投資活動によるキャッシュ・フロー	−82,561	−120,683	−100,726	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	15,185	13,126	−33,951	15.7%
フリーキャッシュ・フロー*	57,492	19,891	30,843	189.0%
一株当たりデータ**（円）				
当期純利益（純損失）	¥ 38.85	¥ 36.12	¥ −32.35	7.6%
純資産	1,410.43	1,422.33	1,393.90	−0.8%
配当金	32	32	32	—
売上高利益率（%）				
営業利益率	4.27	4.20	2.91	0.07
EBITDAマージン	9.65	9.07	5.09	0.58
当期純利益率	1.57	1.47	−1.32	0.10
財務比率				
ROE（%）	2.74	2.57	−2.20	0.17
ROA（%）	1.53	1.48	−1.33	0.05
D/E レシオ（%）	25	18	14	—
インタレストカバレッジレシオ（倍）	25.65	29.50	30.22	—
バリュエーション（3月31日の株価）				
PER（倍）	26.07	34.97	—	—
PBR（倍）	0.72	0.89	0.64	—
EV/EBITDA（倍）	4.29	5.77	7.19	—
PCFR（倍）	5.30	7.08	6.74	—
配当利回り（%）	3.16	2.53	3.56	0.63
株主還元				
自己株式の買付（百万円）	—	—	26,550	—
配当性向（%）	82.3	88.6	—	—
その他				
長期格付け（R&I）	AA（安定的）	AA（安定的）	AA（安定的）	—
外国人保有率（%）	24.54	25.38	23.63	—

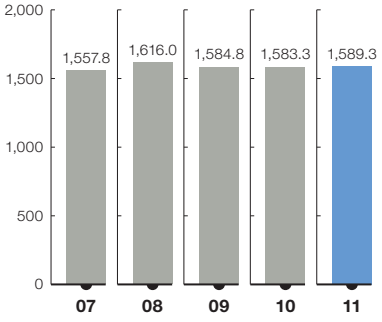
* 営業活動によるキャッシュ・フロー − 投資活動によるキャッシュ・フロー　** 発行済の希薄化証券はありません。

■ 2期連続で増益を達成

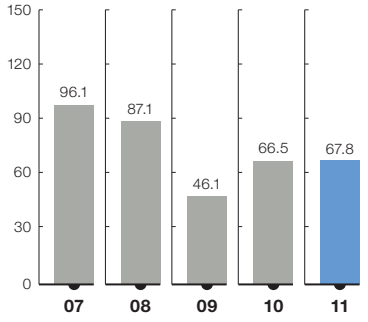
■液晶ディスプレイの旺盛な需要により、カラーフィルターや光学フィルムが伸張

■東日本大震災関連の特別損失60億円を計上したが、当期純利益で増益を確保

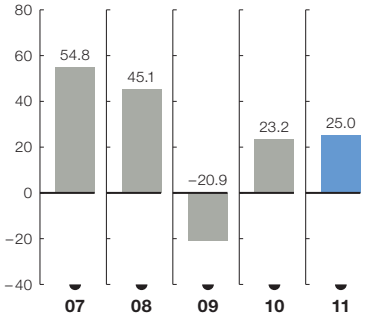
売上高
（単位：十億円）



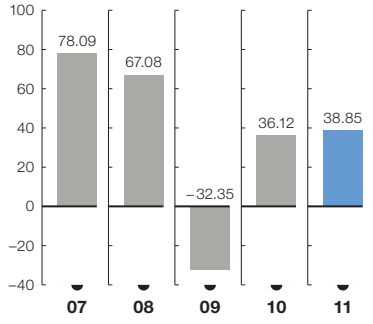
営業利益
（単位：十億円）



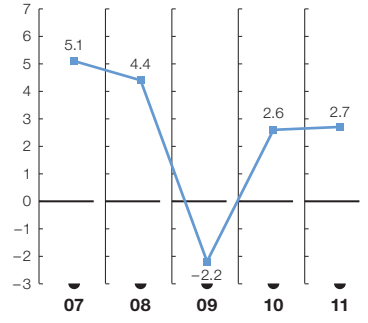
当期純利益（純損失）
（単位：十億円）



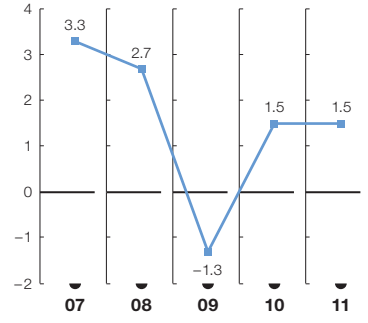
一株当たり当期純利益（純損失）
（単位：円）



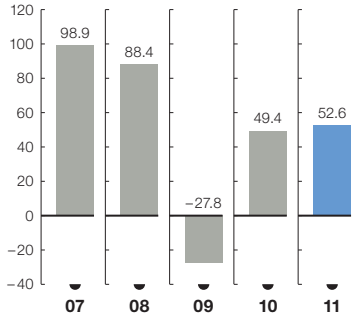
ROE
（単位：%）



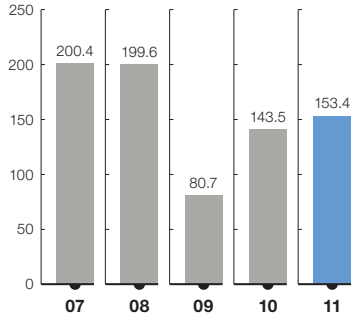
ROA
（単位：%）



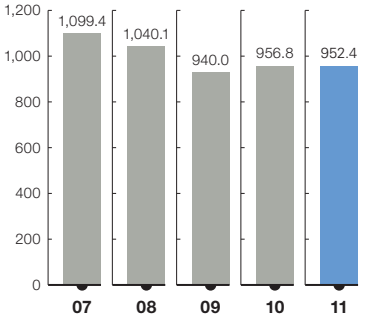
税金等調整前当期純利益（純損失）
（単位：十億円）



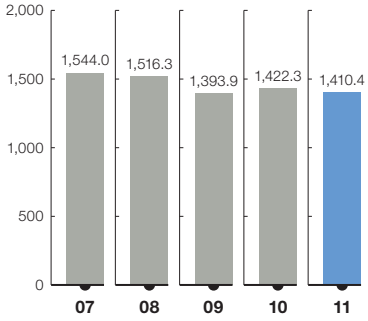
EBITDA
（単位：十億円）



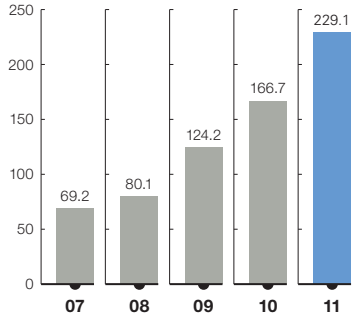
純資産
（単位：十億円）



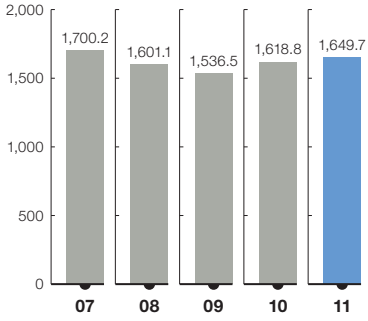
一株当たり純資産
（単位：円）



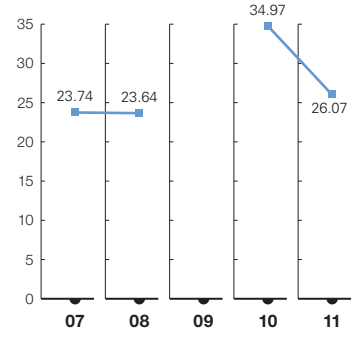
有利子負債
（単位：十億円）



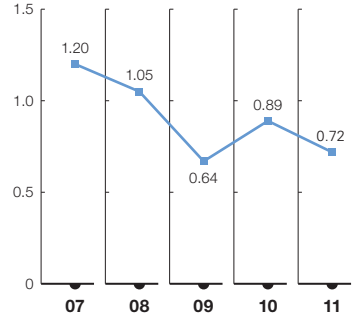
総資産
（単位：十億円）



PER（株価収益率）*
（単位：倍）



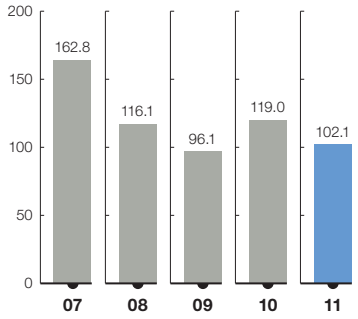
PBR（株価純資産倍率）
（単位：倍）



＊ 2009年3月期は、当期純損失のため表示していません。

設備投資*

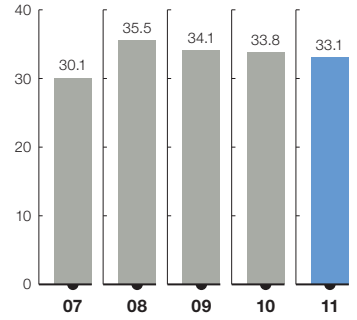
（単位：十億円）



＊ 無形固定資産への投資も含んでいます。

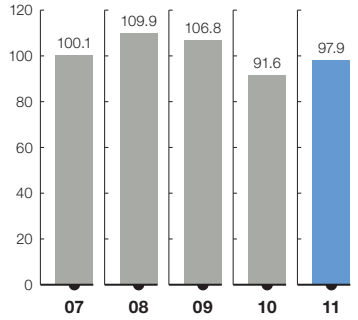
研究開発費

（単位：十億円）



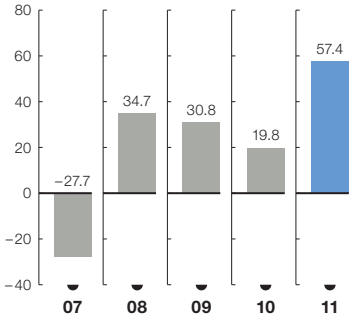
減価償却費

（単位：十億円）



フリーキャッシュ・フロー*

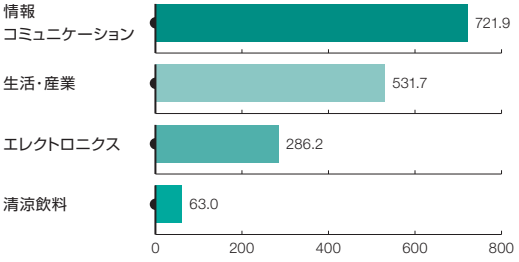
（単位：十億円）



＊ 営業活動によるキャッシュ・フロー － 投資活動によるキャッシュ・フロー

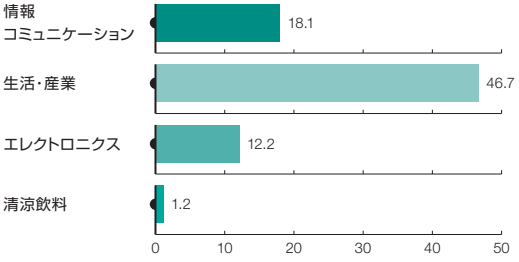
セグメント別売上高

（単位：十億円）



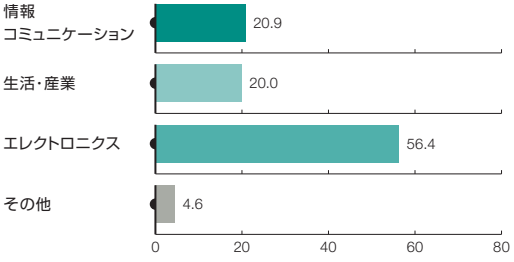
セグメント別営業利益

（単位：十億円）



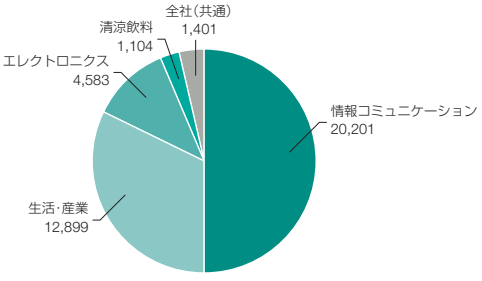
セグメント別設備投資

（単位：十億円）



セグメント別従業員数

（単位：名）



株主の皆様へ

代表取締役社長 **北島 義俊**

2011年3月11日に発生した東日本大震災で被災された皆様に、謹んでお見舞い申しあげますとともに、一日も早い復興を心からお祈り申しあげます。

今回の震災で、DNPグループでは、株式会社DNP東北（宮城県仙台市）などが被災して一部操業を停止するなどの影響を受けましたが、グループを挙げて復旧に取り組み、5月初旬までにほぼ操業を再開いたしました。この間、全国の拠点を活用した代替生産の実施や、原材料メーカーや物流会社との連携などによる安定的な生産体制の確保にも努めました。電力の供給不足に対しては、節電の徹底や自家発電装置の導入を進めるとともに、事業継続計画（BCP）を強化し、最適な生産計画を立案するなど、その影響を最小限に抑えるよう努めています。

節目の年、社会とDNPの“新たな成長”に挑む

いま、日本は大きな試練の時を迎えています。今回の震災を乗り越え、新たな発展に向けたスタートを切る中で、私たちDNPもこれまで以上に社会の発展に貢献していきたいと考えています。その意味でも、今年はDNPにとっても大きな節目です。

また今年は、明治維新の直後、1876年にDNPの前身である秀英舎が創業してから135年となります。当時の最新技術である活版印刷を駆使して出版事業を支え、日本の近代化、文明開化に貢献する強い思いを抱いて創業されました。この思いを「文明ノ営業」という言葉で舎則に記しています。

主に出版印刷や商業印刷を事業の柱としてきたDNPですが、既存の印刷分野だけでは成長できないという強い危機感のもと、事業領域を拡大する「拡印刷」への取り組みに注力しました。この試みは、ちょうど60年前の1951年に包装分野、建材分野への進出として実を結びました。そして1958年にはディスプレイ製品へ、1959年には電子デバイスへと次々と進出を果たし、世界でも稀な“総合印刷業”という事業スタイルを生み出しました。

また今年は、DNPが「P&Iソリューション」を事業ビジョンとして掲げてから10年目を迎えます。

企業や生活者、そしてその基盤となる社会自体が抱えるさまざまな課題を、私たちが長年培ってきた印刷技術と情報技術、経験やノウハウなどを活かして解決していくことで、社会の発展を、そして自らの事業の成長を実現していきます。

DNPの歴史は、活版印刷という当時の最先端技術をもとに、ベンチャー精神をもって創業して以来、新しいもの、新しい環境への挑戦の連続だったと言えるでしょう。いま、復興を目指す日本社会には、これまで経験したことのない複雑で困難な課題が山積しています。私たちDNPも地球環境やエネルギー関連なども含め、日本が直面している課題の一つひとつに真摯に向き合い、的確な解決策を提供していくことで、社会とDNPがともに成長していけると考えます。そして、これらの課題の解決に、主体的に、積極的に挑戦していくことこそが、私たちの務めでもあります。この挑戦を一歩一歩着実に成果に結びつけていくことが、社会から高い信頼をいただくことにつながり、DNPの企業価値向上をもたらすものと確信しています。

当期および2012年3月期の主要な取り組みについて

当期は、新興国を中心とする海外経済の成長によって、国内経済も一部に持ち直しの動きが見られましたが、円高の進行や原油価格の上昇の影響に加え、失業率が高水準にあるなど、依然厳しい状況にありました。印刷業界においても、個人消費の伸び悩みや企業の広告宣伝費の低迷などにより競争が激化したほか、年度末には震災による需要の一層の落ち込みなどもあり、厳しい経営環境が続きました。

そのなかで私たちは、積極的な営業活動を展開して、顧客の課題解決につながる製品やサービスを提供し、事業の拡大に努めてまいりました。例えば、拡大が期待される電子出版市場に対し、規格の統一、著作権管理や課金方式の調整などを進めるとともに、電子書店を開設して電子出版コンテンツの販売に努めました。また、兵庫県姫路市でカラーフィルターの新工場を、台湾の新竹市でフォトマスクの新工場を稼働させ、需要拡大に対応してきました。今年4月には、福岡県北九州市に、太陽電池用のバックシートや封止材、リチウムイオン二次電池用のソフトパックを生産する新工場を開設しました。

また、生産体制や製造設備の強化・見直しなどによる事業構造改革を推進したほか、徹底したコスト削減による収益基盤の強化にも取り組みました。当期は、関東と関西に展開している商業印刷の営業・企画・開発・製造の組織を統合・再編するなど、人員の適正配置や最適地生産、生産性の向上を図りました。また、今年4月には、中部地域を担当する製造と販売の部門を統合して株式会社DNP中部を発足させ、地域との連携を深めた受注の拡大、効率性の向上などを推進していきます。

こうした取り組みの結果、当期は、震災の影響もありましたが、売上、営業利益とも前年を上回ることができました。

企業価値の向上と持続的な成長のための事業戦略

私たちは、今後中長期にわたって企業価値を高め、持続的な成長を実現していくことを目指して、「P&Iソリューション」という事業ビジョンを掲げています。このビジョンのもと、具体的な成果につなげていくために、「生活者の視点」、「グローバルな事業展開の視点」、「強い収益体質を確立する視点」を重視した事業戦略を推進していきます。

① 生活者視点を重視したP&Iソリューションの推進

今日のように事業環境や生活環境が、大きな変化に直面している現状では、企業も生活者も、自らの課題を明確に把握することが難しく、どんな課題をどんな優先順位で解決すればよいのか、見通すことが難しくなっているのではないでしょうか。“課題の解決（ソリューション）”による事業の拡大を推進している私たちにとって、社会や市場の変化にいち早く気づき、仮説を立案し、企業や生活者に一歩

先んじて提案していくことが、ますます重要になってきています。

このような動きを進めていくには、私たち自身が「生活者の視点」を持ち、私たち自らが積極的に社会や市場と接していくことが大切だと考えています。生活者視点で変化を捉えていくことが、仮説と提案の精度を高め、企業や生活者にとっての有効な解決策の提供につながっていきます。営業や企画だけでなく、製造、研究・開発など、DNPグループ全体で生活者視点を重視し、新しい製品やサービスの開発、既存事業の見直し、新たなビジネスモデルの確立や迅速な事業化などを推進していきます。

② ビジネスをグローバルに考える

紙への印刷を中心としたいわゆる印刷産業は、もともと内需型であり、国内の企業の動向に大きく左右されてきました。しかし、少子高齢化などによる国内市場の縮小とともに、企業の海外展開や市場のボーダーレス化が加速する中で、私たちも「グローバルな視点」で事業を捉えていくことが重要だと考えています。

私たちが推進するグローバル戦略のキーワードは、「私たちの強みを活かすこと」です。日本の市場の成長が期待できないから海外に出ていくという考えではなく、国内に限らず全世界の企業や生活者が抱える課題をDNPの強みによって解決していくという考え方こそが重要なのです。

DNPの海外での事業展開の歴史は古く、1964年の香港事務所開設にまで遡ります。1970年代から1990年代にかけては、ヨーロッパ、アジア、米国、オーストラリアに拠点を拡大してきました。DNPヨーロッパ（ドイツ）、テンワプレス（シンガポール、マレーシア）、DNPインドネシア、DNPアメリカ、DNPオーストラリア、DNPデンマークなどを次々に設立し、現在では15の国と地域に25の営業拠点、10の国と地域に12の生産工場を展開しています。例えば、包装関連の製造販売会社として“東南アジアNo.1”の地位にあるDNPインドネシアは、顧客企業のニーズにきめ細かく対応し、求めに応じて優れた品質の製品をタイムリーに供給することによって、ASEAN諸国に輸出しています。

このように世界各地にDNPの拠点を展開する一方で、現在、34の国と地域のパートナー企業とデジタルネットワークを結び、約60の言語に対応した多言語翻訳、編集・デザインなどの情報サービスも推進しています。このデジタルネットワークを活かし、納入地近くの生産拠点にデータを送って、印刷から製本・配送までを行う最適地生産システムも構築しています。

③ 強い収益体質の確立

私たちは、いかに利益を生み出していくかということについて常に考え、大小さまざまな対策を打ってきました。特に「利益を設計する」という考え方を重視し、製造部門と営業・企画部門が連携を深め、業務プロセスの見直しや工程の合理化などに取り組んでいます。

2002年にスタートした、全社の生産性向上を目指す「モノづくり21活動」では、“全体最

適”をテーマに工程間や部門間の流れを円滑にして、徹底的に無駄を排除する効率的な生産システムの構築を進め、着実な成果をあげています。

また、生産設備などのメンテナンスに関して、“モノづくりの根幹をなすもの”との認識のもとで、徹底して取り組んでいます。日常的な努力の積み重ねにより、歩留りの向上や材料ロスの削減、準備時間の短縮などの効果を生むとともに、今回の震災のような不測の事態に対しても、より適切な処置につなげていくことができます。

私たちは、「生活者視点」と「グローバルな視点」に立った事業の拡大とともに、「強い収益体質を確立する視点」で、利益の重要性をグループ全体で深く認識し、企業価値を高めていきます。

株主の皆様とのより良い関係づくりに向けて

株主の皆様への利益還元は、経営の重要政策と位置づけています。

利益の配分については、株主の皆様へ安定配当を行うことを基本とし、業績と配当性向などを勘案して実行していきます。また、将来の事業展開に備えて、内部留保による財務体質の充実にも努め、経営基盤の強化を図ります。

内部留保資金は、今後の新製品・新技術のための研究開発投資と、新規事業展開のための設備投資、戦略的提携やM&Aなどに充当していきます。これらは中長期的な企業価値の向上に寄与し、株主の皆様への利益還元にも貢献するものと考えています。

私たちは、あらゆるステークホルダーとの「対話」を重視しており、対話を活発にし、新たな課題の発見と解決を図るため、適切な情報をタイムリーに開示し、説明責任を果たすことに力を注いでいます。また、コーポレート・ガバナンスを経営上の重要課題と位置づけており、的確で適正な、そして迅速な意思決定と業務執行に向けて、充分な監督体制を構築し、適切なチェックと運用を維持してまいります。

私たちDNPは、株主の皆様をはじめ、すべてのステークホルダーの皆様に信頼いただけるよう、これからも事業活動を通して企業価値を高めてまいります。今後とも一層のご指導とお力添えを賜りますようお願いいたします。

代表取締役社長 北島義俊

特集：

さらなる飛躍への原動力

～「21世紀ビジョン」の新たな挑戦～

新しい世紀が幕を開ける2001年、DNPは「21世紀ビジョン」を策定し、事業ビジョンとして「P&Iソリューション」を掲げました。これは、企業や生活者の課題をいち早く捉え、DNPの強みである印刷技術と情報技術を活かしてこれらの課題を解決し、社会の発展に尽くすことで事業を拡大していくというものです。

それから10年。当特集では、これまでの成果と、この間に見えてきた新しい課題を整理し、今後の飛躍と中長期にわたる持続的な成長に向けた展望を紹介します。

目次

14 マネジメント･メッセージ：「21世紀ビジョン」の成果と展望
18 マネジメント･メッセージ：出版印刷事業
20 マネジメント･メッセージ：商業印刷事業
22 マネジメント･メッセージ：ビジネスフォーム事業
24 マネジメント･メッセージ：エネルギーシステム事業
26 DNPのグローバル展開

生活者の視点に立ち、世界規模でソーシャルな課題の解決を図る

常務取締役　森野 鉄治

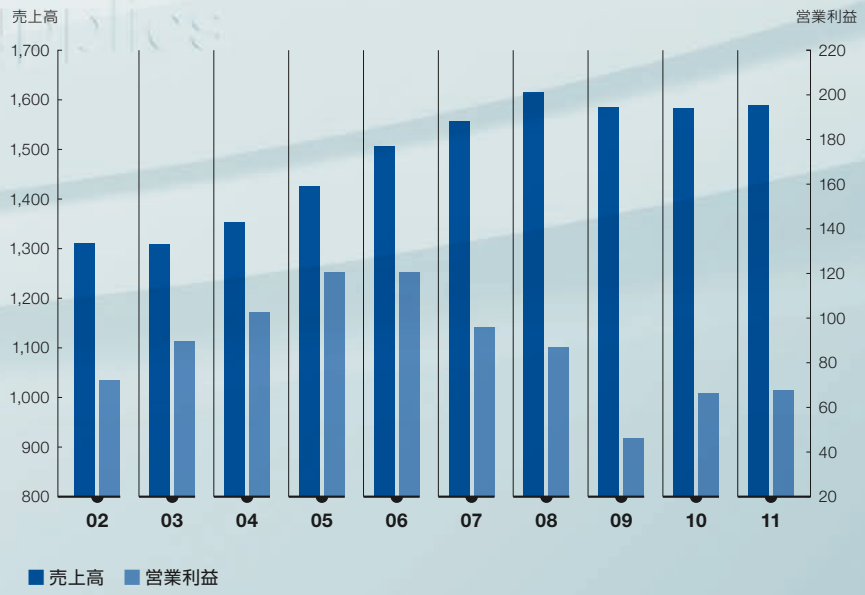
「P&Iソリューション」の基本戦略

国内のバブル経済が崩壊し、“失われた10年”とも言われる1990年代。それまでの画一的な大量生産、大量消費のスタイルが一変し、多様な価値観を持った生活者が、情報ネットワークの進展とともに、製品やサービスを主体的に選択することが一般的になりました。企業としても、同じ製品を大量に生み出すだけでは不十分で、生活者の多様なニーズにきめ細かく対応していくことが不可欠となりました。この傾向は、創業以来、顧客の声に応え、基本的にすべてがオーダーメイドである印刷製品を手がけてきた私たちにとって、追い風となるものでした。

そして、今世紀初頭の2001年、“対話”を深めることによって企業や生活者の課題をいち早く捉え、その解決に注力していくことを「21世紀ビジョン」として示しました。課題の解決にあたっては、印刷技術と情報技術のほか、営業·企画·研究開発·製造の経験やノウハウに基づく仮説立案能力、製品やサービスなどを柔軟に組み合わせるグループの総合力を活かしています。また、日常的に“対話”ができる30,000社を超える顧客企業の存在が、課題の発見と解決の原動力ともなっています。

「P&Iソリューション」を事業ビジョンとして掲げてから10年。こうした強みを積極的に活かし、この間、私たちは着実な成果をあげてきました。

ビジョン策定後10年間の売上高と営業利益の推移
（単位：十億円）



これまでの成果と見えてきた課題

1990年代は国内景気の低迷が続き、1999年3月期にはアジア通貨危機にともなう企業業績の低迷や個人消費の落ち込みなどにより、DNPの業績も悪化しました。私たちは大きな危機感を抱きつつ、新しいスタートの意味を込めて2001年に「21世紀ビジョン」を策定しましたが、その策定年度である2002年3月期を底に業績は回復に転じました。そして、2006年3月期には、連結ベースで過去最高の売上高と営業利益を達成しました。

ビジョンの実現に向けた良いスタートを切った私たちでしたが、2008年の世界的な金融危機の前後に、業績は再び低迷しました。それに対して、技術開発やM&Aなどによる新規事業の創出、エレクトロニクス部門を中心とした収益性改善のための事業構造改革などを推進し、昨年度および当期（2011年3月期）の業績改善につなげることができました。しかし、過去最高の売上高と営業利益を更新できていないことを考えると、まだまだ取り組みの余地は大きく残されていると考えています。この10年の成果を振り返る中で見えてきた課題とともに、これからの事業の方向性について触れていきます。

飛躍へのテーマ①

ハイブリッド＋双方向＋情報セキュリティ

まず、情報コミュニケーション部門に関する課題を考えてみましょう。近年、デジタルネットワークの進展などにより、私たちが接する情報量が急速に増加しているのに対して、これらの情報を適切に処理することは難しくなっています。このような環境において私たちは、デジタルメディアと紙媒体を最適に組み合わせて利用することが、知的な生産性を高める上でとても重要だと考えています。

DNPは、1970年代初めから印刷物の制作工程のデジタル化に取り組んできました。1985年に世界初のCD-ROM版電子辞書を手がけた後、各種情報端末に合わせたコンテンツを数多く制作した実績などを強みとして、最適なデジタルデータを紙の印刷物と電子出版コンテンツの両方に対応させる“ハイブリッド制作ソリューション”を提供しています。また、丸善やジュンク堂、文教堂などのリアルな書店と、オンライン書店「bk1」や電子書籍ストアを連携させ、共通するサービスなどを提供する国内初の“ハイブリッド型総合書店”の構築も進めています。“紙とデジタルのハイブリッド”を進めることで、生活者の利便性を高め、出版市場を活性化していけると信じています。

一方、広告・宣伝については、それが本来どういうもので、どのような効果が期待されているのか、本質的な意味が問われていると感じています。一方的に配信される広告よりも、信頼できる人による確かな情報、クチコミやTwitterなどのソーシャルメディアの情報などが重視されるようになってきました。そのキーワードは“双方向”。情報を受け取るだけの一方通行ではなく、入手した情報や商品を評価し、自分の言葉で発信し、仲間と共有して、次のアクションにつなげるような動きも活発になっています。私たちも、安全で効果的な双方向コミュニケーションを支援する事業に取り組んでいきます。

また、“ハイブリッド”と“双方向”に加え、“情報セキュリティ”の重要性もますます高まっています。DNPは、高度な情報セキュリティ環境を構築しており、企業から生活者の個人情報を預かって、データ処理、各種アウトプットの作成、資料の送付だけでなく、カスタマーセンターやデータサーバの運用など生活者との双方向サービスを一貫して行っています。情報セキュリティを強みとし、企業のビジネスプロセス全体を事業領域として、商品開発やマーケティングなどの上流工程にも展開し、あらゆる課題の解決に取り組んでいきます。

飛躍へのテーマ②

ソーシャルというキーワード

次に、生活・産業部門とエレクトロニクス部門を中心に、グループ全体に関わる課題を考えてみます。私たちはこれまで、企業や生活者の課題の解決に主に取り組んできました。しかし現在は、企業も生活者も自らの課題を明確に把握できなくなっているように感じます。そしてそれは、社会基盤の変革が起きているからなのではないか、企業や生活者を取り巻く社会環境が大きく変化しているからなのではないか、と思い至りました。企業や生活者の課題の前に、社会そのものに課題があり、それを解決していくことが重要なのだと思うのです。

このような、社会そのものを対象とする“ソーシャル”な視点を重視し、社会が求めているものは何か、社会が困っていることは何かと整理していった時、環境、エネルギー、ユニバーサルデザイン、ライフサイエンスなどのテーマが挙がってきました。

例えば、全世界でエネルギー施策の見直しの動きもある中、急速な拡大が見込まれる太陽電池やリチウムイオン二次電池の市場に対して、今年4月、福岡県北九州市に新しい工場を開設しました。私たちは、太陽電池用のバックシートや封止材、リチウムイオン二次電池用のソフトパックの生産能力を従来の3倍に引き上げ、2013年にはエネルギー関連製品全体で300億円の売上規模を目指します。

ユニバーサルデザイン（UD）に関しては、特に包装事業分野において、「誰もが可能な限り快適に使用できるように配慮されたパッケージ」という理念のもと、製品化に取り組んできました。小さな力でも開けやすく、表示内容が認識しやすいパッケージのほか、近年は医療･医薬品分野での誤認使用を防止するパッケージの開発やUDに関するコンサルティングサービスも推進しています。

また、病気や事故で失われた臓器や組織に対する新しい治療法として、人工的に培養した細胞を用いた再生医療に注目が集まっています。DNPは印刷技術を応用し、細胞の培養を効果的に行う製品を開発するなど、社会の新しい要請に応えていきます。

ソーシャルな課題を解決していくには、単なる部材や単独の製品を提供するだけでは充分ではないと考えています。強みを持った企業が集まり、それぞれの技術やノウハウを集結させて、ひとつの有機的なシステムとして実用化していくことが重要です。これらの取り組みのスピードを上げ、効果を高めていくためには、M&Aも含めた積極的な業務提携も必要でしょう。私たちは総力を挙げて、社会に寄与する“ソーシャル･イノベーション”を生み出していきたいと考えています。

飛躍へのテーマ③

グローバルに広がるソーシャル･イノベーション

ソーシャルな課題を考える時、日本は国内だけで成り立っているわけではなく、世界全体とつながっているということを痛感します。環境問題やエネルギー問題はまさに地球規模で解決する必要がありますし、私たちの事業の多くが世界の動きに大きく影響を受けています。

例えば、情報コミュニケーション関連では、デジタルネットワークとTwitterなどのソーシャルメディアによって、国境を意識することの無い、双方向でリアルタイムな情報のやり取りが実現しています。その際、日本語フォントの表示をどうするか、多言語変換の負荷をいかに減らすか、言語バリアをいかに取り除くかといった課題に対し、日本語の情報処理に深く携わってきたDNPが解決策を提示していくことは可能でしょう。

また、包装や建材の分野では、日本国内で求められる製品スペックと、東南アジア、ヨーロッパ、アメリカなどで必要とされる機能が大きく異なる場合があります。それぞれの地域で“対話”を深め、本当に求められている機能やソリューションを提供していくことが重要です。

私たちは、半世紀近くも前の1964年に香港に事務所を開設して以来、東南アジアNo.1の包装関連の製造販売会社であるDNPインドネシアをはじめ、15の国と地域に25の営業拠点、10の国と地域に12の生産工場を展開しています。これまでは主に事業分野ごとに、海外での事業を展開してきましたが、近年はDNPグループの総合力が発揮できるような拠点の整備にも力を入れています。

DNPが推進するグローバル戦略のキーワードは、“私たちの強みを活かすこと”です。「日本の市場の成長が期待できないから、日本で行っているビジネスを海外に展開しよう」という発想では成功は難しいでしょう。日本でも成功しており、さまざまな課題を解決してきた製品やサービスを、海外のそれぞれのニーズに合わせて提供していくという姿勢で、積極的に取り組んでいきます。

長期的な成長に向けて生活者の視点を大切に

いま、企業や生活者を取り巻く社会全体が急速に変化し、地球規模での課題の解決が求められています。それは、「P&Iソリューション」という事業ビジョンを掲げ、課題解決による事業の拡大を標榜しているDNPにとっては、大きなチャンスにほかなりません。私たち自身が「生活者の視点」を持ち、社会を自分の目できちんと見て、自分の問題として主体的に社会の課題に取り組むことによって、このチャンスを活かし、さらなる事業拡大と持続可能な成長を実現していきます。

「出版業界のNo.1パートナー」として電子出版市場の創出と業界活性化に挑む

常務取締役　北島 元治

DNPの取り組み

出版市場の活性化に向けて

出版印刷事業は、創業以来の私たちの基幹事業であり、社会や文化の発展に貢献するという志のもとで、常に拡大を図ってきました。しかし出版市場全体は、1996年の2兆6,564億円をピークに縮小が続き、2009年には2兆円を割り込んでしまいました。日本の出版業界には、高い返本率やデジタル化コストの増大、生活者の書籍離れなどの課題があり、雑誌広告だけに頼らないビジネスモデルの確立も求められています。こうした状況の中でDNPの出版印刷事業が活気を取り戻すには、私たちも含めた出版業界全体の構造改革が大切であると考えています。

これまでDNPは、印刷という製造の立場で出版業界に貢献してきましたが、マーケティングや企画、販売や流通、顧客サービスの強化など、メディア制作の前後の工程全体に事業領域を広げています。出版のすべてのプロセスに関わる“タテの展開”とともに、紙だけでなく、スマートフォンやタブレットPCなど、あらゆる情報メディアに対応する“ヨコの展開”も急ピッチで進めていきます。丸善、ジュンク堂、文教堂、図書館流通センターなど、グループとしての強みを持っている私たちは、「出版業界のNo.1パートナー」として、出版市場の活性化に向けた課題解決に努めていきます。

飛躍へのテーマ

電子出版市場の創出とハイブリッド戦略

私たちは、成長が期待される電子出版市場に対しても、積極的な取り組みを続けています。国内では、携帯端末向けのコミックを中心に市場が拡大しており、2009年度の574億円から、2014年度には1,300億円規模になるとの予測もあります（インプレスR&D調べ）。このチャンスを最大限に活かしていくため、DNPは業界各社とともに、電子出版コンテンツの規格統一、制作負荷の低減、流通･販売用の基本機能の構築、顧客との接点拡大やマーケティングの強化などに取り組んでいます。

私たちは、今後の飛躍のためのキーワードとして、“ハイブリッド制作ソリューション”と“ハイブリッド型総合書店”を掲げています。

出版社が電子出版事業を進める際、コンテンツをデジタル化し、それぞれの販売サイトや表示端末に適したデータを作成する必要があります。DNPは、印刷物の製造プロセスのデジタル化に1970年代初めから取り組んでおり、その実績とノウハウを活かして“ハイブリッド制作ソリューション”を出版社向けのサービスとして提供しています。このサービスは、DNP独自の汎用性のある形式でデジタルデータを構築し、出版社や読者の要求に応じて、紙の印刷物や電子出版コンテンツの制作、プリントオンデマンドへの対応などを効率的に行うもので、業界から高い評価をいただいています。

一方、流通･販売に関しては、リアルな店舗を構える書店、ウェブサイトで印刷物を販売するネット書店、電子出版コンテンツを販売する電子書店の3つの形態が融合しながら発展していくと考えています。この3つの販売形態すべてをグループ内に保有しているのは国内でDNPだけであり、これらを連動させた国内初の“ハイブリッド型総合書店”として事業を拡大していく方針です。この総合書店の会員は、どの書店でどんな形態の商品を購入しても、共通ポイントサービスや購入履歴を活かした推奨書籍の情報サービスなどが受けられるようにしていきます。

電子書店としては、2010年11月にパソコン、iPhone、iPad向けの電子書籍サービス「honto（ホント）」を開始し、2011年1月には、株式会社エヌ･ティ･ティ･ドコモとの連携により、ドコモのスマートフォン向けにコンテンツを販売する「2Dfacto（トゥ･ディファクト）」を開設しました。文芸書やコミックを中心に、今後は約10万点に拡充していく計画です。海外市場に対しては、世界各国で人気が高い日本のコミックを中心に、翻訳や販売用データ作成、著作権処理などに、さらに力を入れていきます。

私たちは、“ハイブリッド制作ソリューション”によって出版社の負荷を軽減し、“ハイブリッド型総合書店”によって生活者に最大限のメリットを提供することによって、出版業界全体の活性化を図るとともに、DNPの事業の安定的な成長を目指します。

DNPの強み

- 出版社をはじめとした出版関連企業との深いパートナーシップ
- 培ってきた高度な印刷技術と情報技術、新サービスを生み出す研究開発力
- 紙の印刷物からデジタルメディアまでのあらゆる情報メディアに対応可能な“ハイブリッド制作ソリューション”
- リアル書店、ネット書店、電子書店をすべてグループ内に抱え、複合的なサービスが提供できる国内初の“ハイブリッド型総合書店”

多様化するメディアのすべてに対応するコミュニケーション事業の戦略的な拡大を図る

常務取締役　清水 孝夫

DNPの取り組み

トータルSPソリューションからクロスメディアファクトリーへ

私たちは、これまで「トータルSP*ソリューション」(*Sales Promotion)という考え方のもと、顧客企業の販売促進をより効果的にする製品、サービスを提供してきました。これは、商品などの販促情報を広く伝えるマスのアプローチ、個人のニーズに合わせて最適な情報を発信するダイレクトアプローチ、購買時点での意思決定を促す店頭アプローチの3つをトータルに組み合わせるものでした。私たちは、この手法をさらに発展させ、2011年3月期に「クロスメディアファクトリー事業」をスタートさせました。

この事業は、チラシやカタログなどの紙媒体、スマートフォンなどの携帯端末やパソコンで利用するウェブサイトなどの情報サービス、デジタルサイネージ(電子看板)や店頭メディアなど、多種多様なコミュニケーションメディアに対して、顧客企業が商品情報などを効果的に発信し、バリアブルに更新できるDNPのコンテンツマネジメントシステム(CMS)に支えられています。このシステムにより企業は、情報の一元管理と、メディアに合わせた柔軟な対応が両立できるとともに、複数メディア間の情報発信の時間差を解消することもできます。

私たちの主力事業のひとつである商業印刷は、少子高齢化など国内の人口動態の変化、マス媒体からネット広告へのシフト、生活者自身による積極的な情報の発信などにより、大きく変化してきています。メディアが多様化し、双方向性が高いソーシャルメディアなども急速に普及してきました。

このような状況に対し、私たちが推進するクロスメディアファクトリー事業は、大きな効果をあげると考えています。この仕組みは、多様なコミュニケーションメディアに向けて、より効率的に、より低コストで企業が情報を提供できるため、急速に受け入れられていくと見込んでいます。

飛躍へのテーマ

「B to B」へ、多業種の連携へ、そして世界へ

私たちは、メディアの多様化を追い風に、クロスメディアファクトリー事業を、今後の長期的な成長を支える戦略事業として積極的に推進していきます。この事業はDNPの独自技術に支えられているため、従来の紙への印刷などに比べ、収益性も向上させることができると考えています。

また、これまでの商業印刷事業は、企業が生活者に情報を発信する「B to C」を主体としてきましたが、今後はこれに加え、企業内や企業間の情報発信の最適化や、企業の業務効率化を実現するBPO(Business Process Outsourcing)サービスの提供といった「B to B」分野の拡大にも注力します。また、DNPと顧客企業のそれぞれの強みを活かして、協同で事業を展開する動きも具体化しています。たとえば、DNPが培った強みを活かして新商品やサービスを協同開発し、顧客企業の持つチャネルを活用して販売を行うなど、従来に無かったビジネスモデルにも取り組んでいます。

また、私たちは海外での事業展開も、これまで以上に積極的に行っていきます。「グローバルクロスメディアファクトリー事業」では、世界中の拠点に置いた少数のスタッフが個別のニーズを的確に集約し、その指示に従って日本国内で適切に加工した情報を、ネットワークを介して各拠点に送ることが可能です。例えば、国内外にチェーン展開する企業が、カラーマネジメントされたロゴや商品画像などのデータを一元管理し、ネットワークを通じて各拠点で利用できるようになります。この事業のコアとなるのは、高度なCMSで、必ずしも紙媒体を印刷する大型輪転機を自社で保有する必要がないため、東南アジアや中国などのアジア地域を中心に、全世界へ展開しやすいと考えています。

さらに、クロスメディアファクトリー

では、ネットを利用した商品販売や決済、強固な情報セキュリティ環境のもとでの個人情報処理などの機能も提供していきます。これらの分野で、豊富な実績や高度なノウハウを持つ金融機関と提携を図るなど、業種を越えた多くの企業とも協業していきます。

企業のマーケティングの手法が変わり、生活者のニーズが多様化し、生活者と企業の双方向なコミュニケーションが増えてくる中、私たちは、クロスメディアファクトリーを強みとした事業展開を積極的に行っていきます。

DNPの強み

- マーケティングや販促施策の企画立案から、情報処理、各種メディア制作、技術開発、サーバ運用、キャンペーン等の事務局運用、カスタマー対応まで、一貫して対応可能な総合力
- チラシやカタログなどの紙媒体だけでなく、ネットワークメディア、店頭メディア、デジタルサイネージ（電子看板）など、あらゆるコミュニケーションメディアに対応する技術開発力、制作・運用力
- 紙でもデジタルメディアでも、商品の色を鮮やかに的確に再現するカラーマネジメント力
- 印刷物および電子媒体のすべてのメディアデザインにおいて、伝達する相手や内容に応じて最適な書体（フォント）や大きさ等を設定して、コミュニケーション効果を最大に高める文字表現力

国内外の情報セキュリティの課題を解決するトータルサービスを拡大

常務取締役　墓田（ひきた）栄（さかえ）

DNPの取り組み

高度な情報セキュリティ基盤を活かした事業展開

近年、企業の重要情報や生活者の個人情報などを、より安全に、より適切に扱うことが強く求められています。このような情報セキュリティへの関心がまだ薄かった1981年、今から30年も前に、私たちはICカードの開発をスタートさせました。それ以前も、証券や磁気カードなどを手がけており、DNPは、情報を扱うあらゆる企業や生活者を顧客として、高度な情報セキュリティ基盤を活かした製品やサービスの実績を積み重ねてきました。

私たちは、“モノづくり”と“情報処理”に関する独自のセキュリティ技術を強みとして事業を展開しています。モノづくりに関しては、証券や金券、各種カードなどの偽造防止を目的としたホログラムなどのセキュリティ印刷を中心に取り組んでいます。偽造防止の効果が高いリップマンホログラムは、DNPを含め世界でも数社しか製造することができません。情報処理に関しては、ICカードの基本ソフト（OS）やアプリケーションソフト、データの暗号化や認証のシステム、情報ネットワーク関連のシステムなどの開発、運用を中心に、取り組みを強化しています。

これらの技術を活かし、私たちは、企業の事業プロセス全体を支援するBPO

（Business Process Outsourcing）事業にも注力してきました。従来から、数百万通にもおよぶ利用明細書などをバリアブルに印刷するIPS（Information Processing Services）で、データ処理、各種アウトプットの制作、封入や発送などを行ってきました。BPOでは、これらの工程に加え、書類の受付や審査、データベースの入力やメンテナンス、データの分析やカスタマーセンターの運営など、あらゆる事業プロセスの業務代行を引き受けています。この事業を推進するには、高いセキュリティ環境に支えられた豊富な実績などをもとに、顧客の信頼を得ることが不可欠です。

その信頼につながる一例として、DNPの蕨工場が、2010年7月に情報セキュリティ格付けで、17段階のうち最高ランクである「AAAis（トリプルエー·アイエス）」の評価を取得しました。世界初の民間格付会社である株式会社アイ·エス·レーティングが認定するこの格付けは、企業などが取り扱う技術情報、営業機密、個人情報に関するセキュリティのレベルを示す指標です。最高ランクの評価は、DNPを含む4社6拠点しか取得しておらず、印刷業界では初の認証となりました。

飛躍へのテーマ

アライアンスなどで世界規模の需要の高まりに対応

いま、情報ネットワークは国境を越えて広がっており、私たちのセキュリティビジネスの領域もますます拡大していくと考えています。国内では、社会保障や税金などの次世代社会インフラにおいて必要とされる公的ICカードなど、高い利便性と情報セキュリティを兼ね備えた仕組みの構築、運用に関わっていきます。海外でも、情報セキュリティへのニーズはますます強まっており、モノづくりの面では、リップマンホログラムや各種カードなどの製品を、情報処理の面では、ネットワークを介したICカード向けのアプリケーションサービスであるCDMS（Card Data Management Service）などを積極的に提供していきます。海外の展示会への出展などを通じて、DNPへの評価が高まっており、受注や引き合いが急増しています。今後、アジアや欧米を中心に海外での事業も活発化させていきます。

このような取り組みのスピードを上げ、充分な成果をあげていくには、国内外のパートナー企業との連携を深めていくことが重要です。その一環として私たちは、2010年4月に株式会社インテリジェント ウェイブをDNPグループの一員として迎えました。同社は、クレジット会社向けのオーソリゼーションシステムや不正検知システムに強みを持っており、そのほかにもマネーロンダリング対策ソフトなども開発しています。需要が高まるオフィスセキュリティの分野では、1人1枚のICカードで、オフィスの入退室、パソコンへのログイン、プリンター利用などを管理し、不正利用をチェックする一元管理システムの提供を推進しています。

私たちは、インテリジェント ウェイブをはじめとして、それぞれの強みを持った企業との連携を深め、相乗効果をあげていくことによってサービスを拡充し、国内および海外でのセキュリティビジネスを拡大していきます。

DNPの強み

- 企業の重要情報や生活者の個人情報などを扱うための高度なセキュリティ基盤
- ICカードの基本ソフト（OS）やアプリケーションソフトなど多数の実績を有する技術開発力
- 情報処理だけでなく、各種アウトプットの制作、封入、発送、カスタマーセンターの運営など、一貫して対応可能な総合力
- システムの導入に向けたコンサルティング、実証実験の実施、導入後のフォローなどをトータルに行うサポート力

エネルギー関連部材で世界No.1シェアのリーディングカンパニーであり続ける

エネルギーシステム事業部長　海瀬 茂樹

DNPの取り組み

エネルギーを新しい事業の柱に

私たちが、エネルギーをテーマとした事業開発に取り組みはじめたのは、太陽電池やリチウムイオン二次電池が今ほど話題になっていない1990年代前半でした。その後、2003年には太陽電池用のバックシートと封止材を製品化し、ここ数年は市場の追い風を受けて、事業が順調に拡大しています。

太陽電池は、石油などの化石燃料を使わず、環境負荷の低減につながる新しいクリーンエネルギーとして大きく期待されています。各国政府による強い支援を背景に、2010年には、世界市場が前年比2倍となる約3兆円規模の産業に成長しました。今後は、技術開発による発電効率の向上や、量産効果による太陽光発電コストの低減なども進み、さらに需要は拡大していくでしょう。

私たちは、期待されている太陽電池市場に対し、パネルの裏面に貼って風雨の浸入を防ぐ「バックシート」と、セル（発電素子）や集電配線を固定して外部環境から保護するための「封止材」を製造･販売しています。

一方、リチウムイオン二次電池は、急速に普及してきたスマートフォンやタブレットPCなどのモバイル機器での利用が進み、2010年には1兆円規模に市場が拡大しました。今後は、電池容量の大きな電気自動車用途での普及が予想され、一層の市場拡大が見込まれています。

このリチウムイオン二次電池用の外装パッケージとして、これまでは金属缶が多く用いられてきましたが、より軽く、より耐久性に優れ、柔軟で加工が容易な多層フィルム製のソフトパックの用途が広がっています。私たちは、このソフトパックの世界市場においてトップシェアを占めています。

DNPが培ってきた材料技術やコーティング技術、ラミネート（貼り合わせ）技術などを活かしたこれらの製品は、国内外の顧客企業から高い評価を受けています。

飛躍へのテーマ

スピーディーな対応で拡大市場での事業基盤を強化

世界規模で需要の拡大が見込まれるクリーンエネルギーの中で、太陽電池は重要な位置を占めると考えています。現状はまだ、太陽光発電システムの価格も割高な水準にありますが、太陽光発電の電力コストを火力などの従来方式と同程度まで引き下げることを目標に、私たちが提供する部材の高機能化、高付加価値化、低コスト化に取り組んでいきます。

リチウムイオン二次電池については、モバイル機器だけでなく、電気自動車やハイブリッド車向け、家庭用蓄電池などへの拡大が見込まれており、それぞれの用途に合わせた最適な機能を持った製品の開発に注力していきます。

私たちは、こうした市場の拡大に対応するため、2011年4月に福岡県北九州市にエネルギーシステム関連製品の工場を新設しました。新工場の投資額は約60億円で、生産能力を従来の3倍に引き上げる計画です。

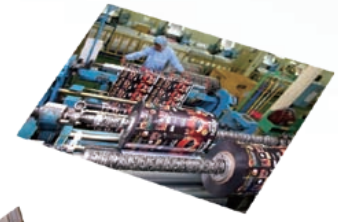
この新工場では、クリーン度の高い環境で、性能や品質に優れた製品を製造することが可能で、顧客企業に対する信頼性を従来以上に高めることができると考えています。この設備増強により、伸張を続ける太陽電池とリチウムイオン二次電池の需要に柔軟に対応し、エネルギー関連部材の売上を2013年までに300億円まで引き上げる予定です。また、この工場をマザープラントとして、中国などの新興国や欧米を含めた全世界へ製品を供給していく重要な拠点としていきます。

世界規模でエネルギーに関する施策の見直しなどが進むなか、私たちのエネルギーシステム関連の製品は、機能性と品質を強みとして、顧客企業の信頼を得ていけると信じています。生産性の向上や技術開発にも努め、リーディングカンパニーとして市場に貢献していきます。

DNPの強み

- 単一材料の機能を最高レベルに高める材料開発力
- 個々の機能を最大限に引き出し、複数の材料の最適な組み合わせを実現するラミネート技術やコーティング技術
- 顧客企業の工程に合わせて、柔軟に条件などを設定できる提案力

生活者の視点に立ち、グローバルな課題解決をビジネスチャンスに



DNPのこれまでの、そしてこれからの飛躍を牽引する力のひとつが、海外での事業展開です。現在、地球環境やエネルギーの問題、世界規模での情報ネットワークの進展など、多くの課題が日本国内だけでは解決できない状況にあります。これをチャンスと捉え、グローバルな視点で課題解決に挑んでいくことは、DNPにとっての重要な成長戦略です。

世界規模で課題解決に挑む DNPのグローバル戦略

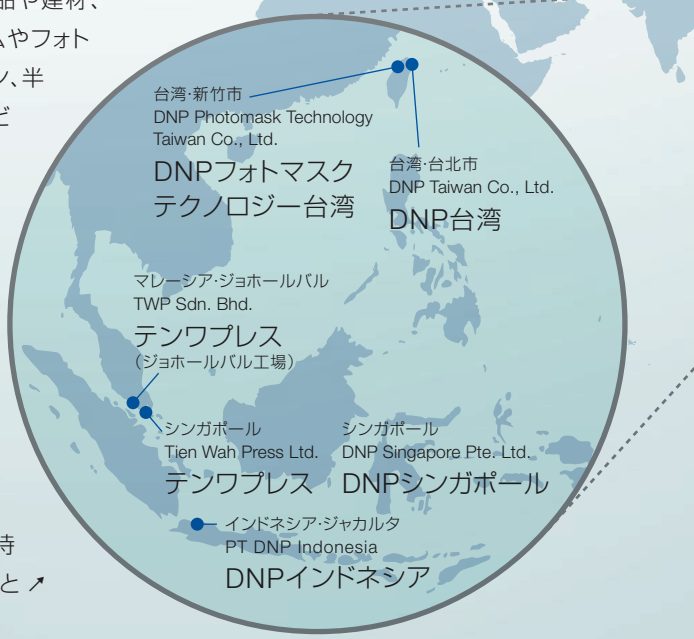
DNPのグローバル戦略のキーワードは、国内に限定せず全世界で「私たちの強みを活かすこと」です。国内では、少子高齢化や産業構造の変化などによる市場の縮小が叫ばれていますが、DNPは、日本の成長が期待できないから海外に出ていくという考えには立っていません。世界中のそれぞれの国や地域の実情に合わせて、DNPの強みをいかに発揮し、いかにきめ細かく課題を解決していくか、という点に焦点を合わせた事業展開を推進しています。

DNPの課題解決力とは、これまでに培ってきた印刷技術や情報技術、ノウハウなどを強みとして、地域ごとに異なる企業や生活者のニーズに合わせて、最適な製品やサービスを提供していくことを意味します。DNPは、単に既存の製品やサービスを販売することで売上を確保するのではなく、それぞれの基盤となる社会そのものの課題や、企業、生活者が抱える課題を解決していくことで、新たな価値の創造に貢献し、地域とともに成長していくことを目指しています。

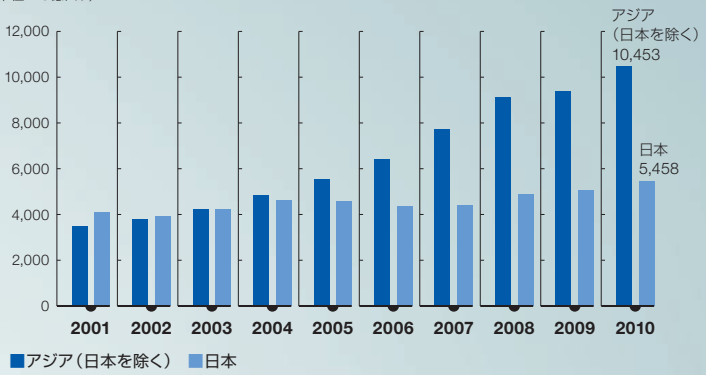
DNPのグローバル展開の取り組みと課題

DNPは、半世紀ほど前の1964年に、香港に海外駐在員事務所を開設したのを皮切りに、1970年代以降、海外での事業展開を活発に行ってきました。現在では、アジア･北米･欧州を中心として、10の国と地域に12の製造拠点、15の国と地域に25の営業拠点を展開しています。これらの地域でチラシやカタログなどの商業印刷物、包装関連製品や建材、ディスプレイ用の光学フィルムやフォトプリント用のカラーインクリボン、半導体製品用のフォトマスクなどの製造と販売を行っています。

当期（2011年3月期）の海外売上高は、1,976億円、連結売上高に占める割合は12.4%となりました。この内、アジア地域での売上高は1,347億円で、海外売上高の68%を占めています。今後DNPが、海外での事業拡大を図っていくためには、めざましい経済成長が期待されるアジア地域をターゲットと↗



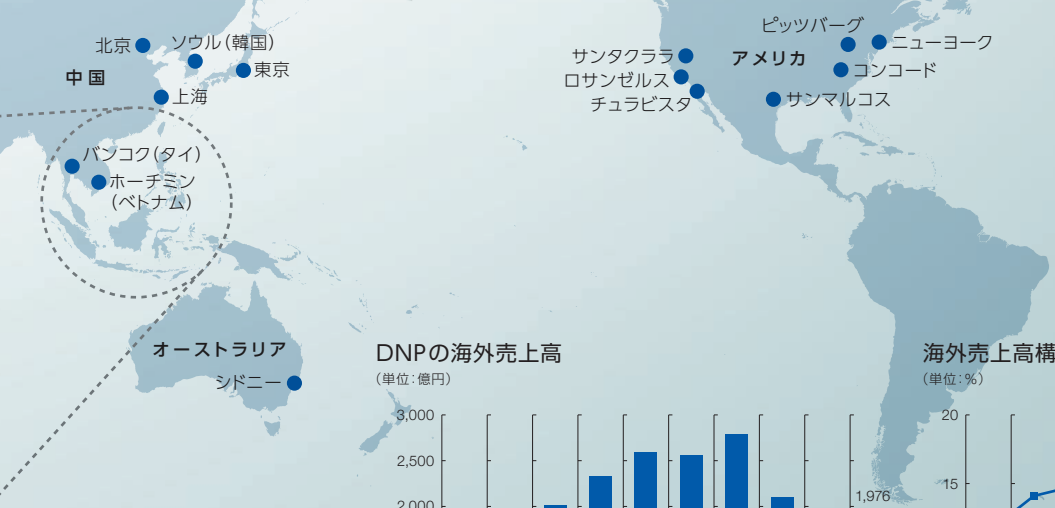
名目GDP
（単位：10億ドル）



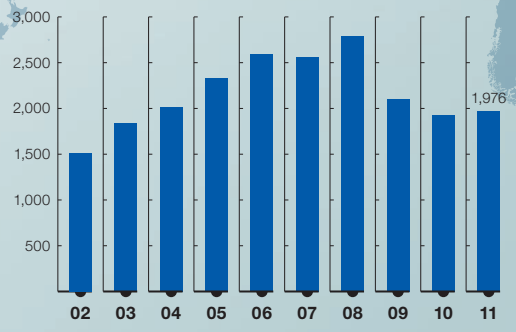
することが、重要な戦略のひとつとなっています。

ASEANを中心に、中国やインドなども含むアジア地域は、DNPの事業拡大においても、大きな可能性にあふれています。アジア諸国の内需拡大とともに、人々の生活の質的向上が期待されるなか、DNPが提供する機能性に優れた包装材や建材などの生活関連製品はもちろん、美しさなどをありのままにグラフィック表現する技術力の高さは、出版印刷や商業印刷の分野での需要を確実に獲得していくでしょう。エレクトロニクス部門でも、世界の生産・技術開発拠点としてのアジアの役割が強まっており、この地域での事業基盤の拡充は、DNPのグローバル展開の要ともなります。

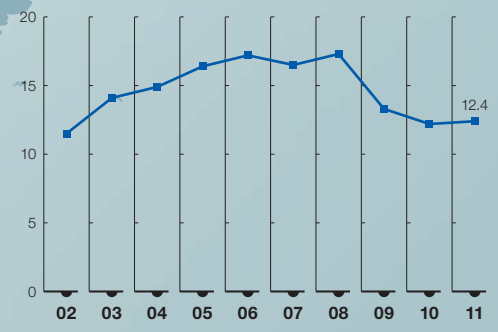
今後DNPは、日本国内だけでなく、より広くグローバルな課題の解決を進めるなかで、グループ全体での連携を深め、研究開発や製品・サービス開発の促進、最適地生産や業務効率化による収益性の向上などに取り組み、国内外で売上と利益の拡大に努めていきます。



DNPの海外売上高
（単位：億円）



海外売上高構成比
（単位：%）



**DNPのグローバル展開を支える重要な地域であるアジア。
インドネシア、シンガポール、台湾の3つのグループ会社の具体的な取り組みの
一端をご紹介します。**

DNPインドネシア

“アジアNo.1のパッケージングカンパニーへ”

■事業概況：1972年、DNPは「インドネシアにパッケージングの文化を広める」ことを目指し、DNPインドネシアを設立しました。操業当初から、全製造工程の完全内製化を実現することで、顧客企業の多様なニーズに対応した高品質な製品とサービスを提供し、今日につながる確固たる信頼を築きあげてきました。現在では、日用品、洗剤、食品など、数多くのパッケージ分野でトップシェアを獲得しているほか、現地にも進出した化粧品やスポーツ用品の世界大手企業にも高級オフセット印刷によるパッケージを提供しています。同社は、インドネシア国内だけでなく、ASEAN地域でも圧倒的な競争優位を確立し、安定した業績を確保しています。DNPインドネシアは、汎用的な製品から高機能製品まで、企業や生活者のニーズに的確にマッチしたパッケージを提供し、それぞれの課題解決を実現できる企業として存在感を増しています。

■事業環境：インドネシアは過去9年連続で年率4%以上の経済成長を遂げており、今後も6～7%程度の成長が見込まれています。最近では、政府が2014年までに総額約15兆円の社会インフラ整備計画を打ち出すなど、10年後に1人当たりGDPを10倍に増やす計画も進んでいます。こうした経済状況は、DNPにとっても大きなビジネスチャンスになると考えています。なぜなら、モノが動き、消費が拡大するなかにあって、パッケージは食品や飲料、生活用品や医薬品など、あらゆる事業分野で必要とされているからです。今後の市場動向を踏まえ、生活者の要望を的確に把握した製品開発を進めるとともに、一層の生産能力の増強も視野に入れた事業規模の拡大を図ります。

■成長戦略：パッケージ分野におけるASEAN地域のリーディングカンパニーの地位をより確固たるものとし、世界標準の優れた技術、高品質な製品とサービスを提供し続けることで、「アジア地域No.1のパッケージング会社」へと飛躍します。あわせて、新興国を中心とした消費地での生産拠点の開設により、アジア、中東、アフリカを中心に世界規模の製品供給をしている現在の体制をさらに強いものとします。

一方、2010年にはASEAN諸国と中国との自由貿易協定（FTA）が発効し、域内関税が原則ゼロになりました。これはDNPインドネシアにとって輸出拡大の追い風になると同時に、中国やほかの域内諸国からインドネシアへの安価な製品の流入によって、市場競争が激化する要因とも考えられます。DNPインドネシアは、域内の同業他社を圧倒する生産規模、技術・開発力、品質、サービスを強みとして、顧客企業の多様で高度な要望にきめ細かく応え、インドネシア国内で他社の追随を許さない体制を築きます。製品開発に関しては、DNPグループのノウハウと技術力を活かして、レトルト用包装材やIBフィルム（酸素や水蒸気のバリア性に優れたプラスチック製包装材料）などを、東南アジア市場のニーズに合わせてアレンジするなど、付加価値や機能をさらに高めていきます。

また、地域社会に根ざした事業の「現地化」にも積極的に取り組んでいきます。特に、地元採用の人材を育成していくことは、会社の発展に不可欠であると考えています。人材登用における多様性の確保や、研修制度の充実による能力開発などの取り組みを続けた結果、10年前とほぼ変わらない従業員数で、約2倍の売上高を確保するなど、着実な成果をあげています。

パッケージの色調チェック

テンワプレス（シンガポール、マレーシア）

“出版印刷事業のグローバル展開を支える東南アジアのハブ工場に”

■事業概況：テンワプレスは、料理本などのハードカバーの書籍や飛び出す絵本（ポップアップブック）などの製造を強みとして、出版印刷事業をグローバルに展開しています。同社は1935年にパンフレットなどの商業印刷物を製造する会社としてスタートしました。DNPは1970年に資本参加し、2003年に完全子会社化しました。

現在、テンワプレスの売上高の約95%はシンガポールからの輸出によるもので、欧米の大手出版社が主要顧客になっています。同社は、シンガポールを事業活動の中心拠点にしながらも、アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリアに営業拠点を、そしてマレーシアにも生産拠点を展開しています。

■事業環境：シンガポールの多くの企業と同様、テンワプレスの売上げのほとんど

は欧米市場向けの輸出で成り立っており、現地の経済情勢は直接的に同社の業績に影響を与えるものではありません。一方、シンガポールは世界でも有数の経済拠点であり、国際的な物流インフラやビジネスネットワークなどが発達しているため、今後の事業拡大を図るには理想的な環境にあります。政府機関も、企業支援に積極的で、新技術の開発、生産性向上、設備投資等を支援するため、多くのインセンティブプログラムを用意しています。

テンワプレスはこうした事業環境を味方にしながら、東南アジアにおけるDNPグループの"印刷ハブ工場"として、DNPの海外事業の拡大に寄与していきます。

■成長戦略：テンワプレスには、長年にわたって構築してきた世界の大手出版社との信頼関係と、高品質な製品の提供により培われてきたブランド力があります。加えて、グローバルに広がる営業拠点や、最新の印刷設備、優秀な人材によって同社の競争優位性は確保されています。こうした強みをさらに磨き、品質やコスト競争力を高めていくことがテンワプレスの基本戦略です。

DNPグループの東南アジアにおける"印刷ハブ工場"としての機能を高めるとともに、DNPグループの印刷出版部門との連携を強化し、日本向けの製造拠点としての役割も果たしていく計画です。

また、DNPの技術やノウハウを活かし、出版印刷以外の新しい事業領域にも進出していきます。最近は、バーコードラベル向けの情報記録材事業を開始したほか、電子出版事業でも、コンテンツの制作や配信プラットフォームの構築などに取り組んでいます。テンワプレスは、これからもさまざまな可能性を追求しながら、着実な事業拡大を図っていきます。

ジョホールバル工場でのポップアップブック加工

DNPフォトマスクテクノロジー台湾

"最先端フォトマスクの海外供給体制を強化し、一層のシェア拡大を"

■事業概況：DNPは、1959年に半導体製品の原版となるフォトマスクの開発に成功して以来、技術開発と事業の拡大に努め、現在では世界でトップシェアを誇るフォトマスクメーカーに成長しました。フォトマスクは、ガラス基板上に微細な半導体回路パターンを形成したもので、印刷で培ってきたパターニング技術やエッチング技術などが活かされています。DNPはこれまで、日本国内の4つの製造拠点（上福岡工場、京都工場、川崎工場、北上工場）と、イタリアのミラノ近郊にあるアグラテ工場でフォトマスクを生産してきましたが、2010年には海外の2つ目の製造拠点として台湾·新竹市に新工場を建設し、量産を開始しました。

■事業環境：台湾は、世界の半導体生産の中心拠点のひとつとして、多くのメーカーが集まっています。ここ数年は、台湾をはじめとする東南アジア諸国で半導体市場が大きく発展し、フォトマスクの需要も拡大傾向にあります。半導体業界は、絶え間ない技術革新とシリコンサイクルと呼ばれる需給変動があるものの、多くの電子機器で半導体製品が不可欠となっており、長期的な成長が見込まれています。

DNPは、ナノインプリントやEUV（極端紫外線）をはじめとしたフォトマスクの最先端技術の開発に努めるとともに、海外での需要拡大に対応した生産体制の確立に努めています。台湾の新工場は、グローバル市場を視野に入れた、当社のフォトマスク事業の競争力強化に大きく貢献する拠点です。

■成長戦略：新工場の運営を行う製造子会社のDNPフォトマスクテクノロジー台湾は、65nm（ナノメートル）のフォトマスクの量産からスタートし、より微細な45nmおよび40nm製品の量産へと事業を広げてきました。現在は、台湾国内の半導体メーカーに対する先端フォトマスクの供給が中心ですが、今後、東南アジア各国や日本国内の半導体メーカーなどに供給先を広げていく計画です。

半導体メーカーの微細化投資も活発化しつつあり、回路線幅の微細化の進展に合わせて、最先端分野でのフォトマスクのシェアアップが不可欠になっています。45nm以下の製品需要が本格的な拡大を見せるなか、台湾工場も戦略的な生産拠点として重要な役割を担っていきます。

DNPは、今後増加する最先端フォトマスクのグローバルな供給体制を強化し、世界市場において一層のシェア拡大を図ります。

工場外観

DNPの概要

目次

32 DNPの概観
34 DNPの製品一覧
36 DNPの技術開発と事業展開の足跡
38 当期の主な出来事
40 投資家情報

LOUVRE-DNP
MUSEUM LAB
LOUVRE-DNP
MUSEUM LAB

DNPの概観

プロフィール

印刷技術と情報技術を強みとして、数多くの世界No.1シェア製品を提供する総合印刷会社

DNPは、国内外の約3万社の顧客企業や生活者に対し、幅広い事業分野で多様な製品やサービスを提供する世界最大規模の総合印刷会社です。1876年の創業以来培ってきた印刷技術と情報技術を強みとして、出版印刷や商業印刷から、包装や建材、ディスプレイ製品や電子デバイスなどへと事業領域を拡げ、世界シェアNo.1の製品を数多く開発してきました。また、環境、エネルギー、ライフサイエンスなどの分野に事業を拡大していく挑戦も続けています。

DNPは、グループ全体での経営の効率化に早くから取り組み、全体最適や収益性の向上、経営資源の有効活用などを進めてきました。本社に企画や営業、研究·開発などの機能を集中させ、製造部門や個別の技術開発部門をグループ会社に配置するなど、効率的な経営に努めています。

DNPの従業員数は40,188名で、国内に48の営業拠点、59の生産工場を持っています。海外では15の国と地域に25の営業拠点、10の国と地域に12の生産工場を持ち、12.4%の売上規模となっています（2011年3月末時点）。また、北海道、東北、西日本に加え、2011年4月には中部地域においても、営業·企画·製造の機能を統括するグループ会社を立ち上げ、各地域の特色あるニーズに適切に対応しています。

事業ポートフォリオ

安定性、収益性、成長性、事業リスクの観点からバランスのとれた事業ポートフォリオ

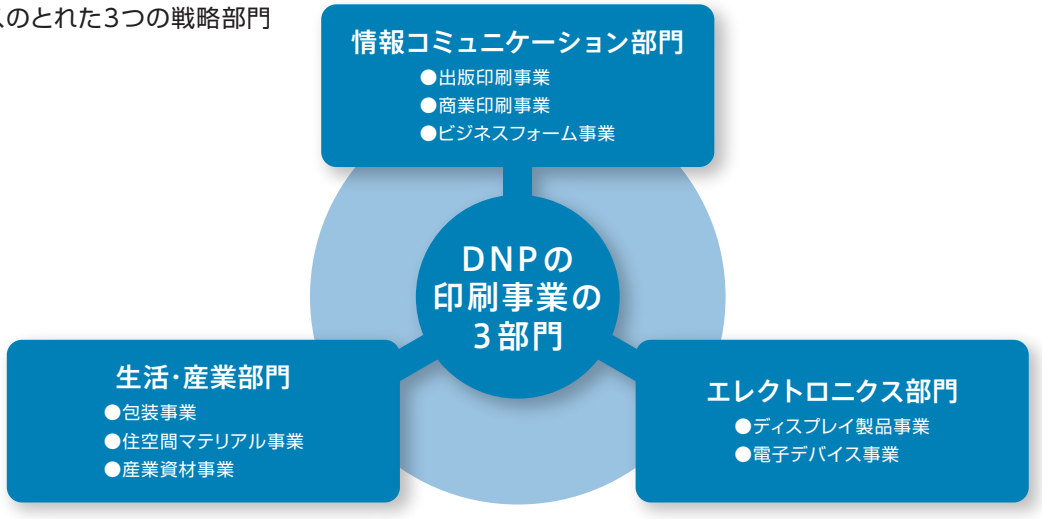
DNPの事業は、連結売上高の約96%を占める印刷事業と、約4%を占める北海道コカ·コーラボトリング株式会社の清涼飲料事業で構成されています。

印刷事業は、印刷技術と情報技術の応用·発展によって、あらゆる業種·業態の企業や生活者の課題を解決していく多彩な事業で成り立っています。創業当初から取り組んでいる出版印刷や商業印刷などの「情報コミュニケーション部門」、包装や建材、光学フィルムやカラーインクリボン、エネルギー関連部材など幅広い製品を提供する「生活·産業部門」、ディスプレイ製品や電子デバイスなどの「エレクトロニクス部門」の3部門に分かれています。これらの部門は相互に連携し合うとともに、安定性、収益性、成長性、事業リスクの観点から、バランスのとれた事業ポートフォリオを構成しています。

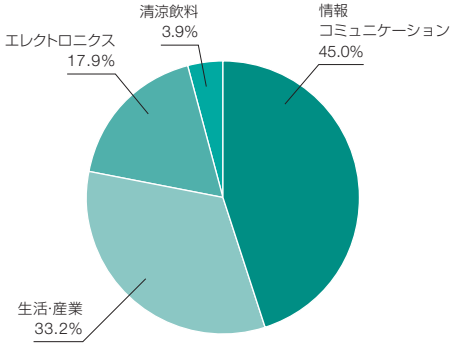
清涼飲料事業では、コカ·コーラのブランド力を活かし、独自の製品開発なども行っています。国内他地域のボトラーと連携した生産や調達も進めるなど、事業基盤の強化に努めています。

DNPは、この事業ポートフォリオを強みとして、企業や生活者の課題解決に努めることにより、事業の拡大と企業価値の向上を実現していきます。

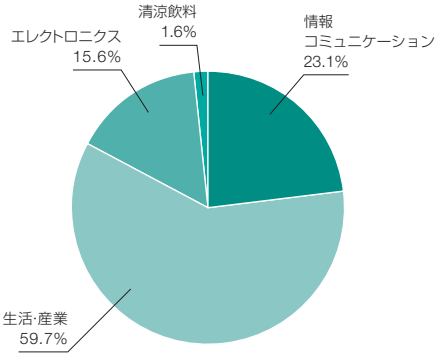
バランスのとれた3つの戦略部門



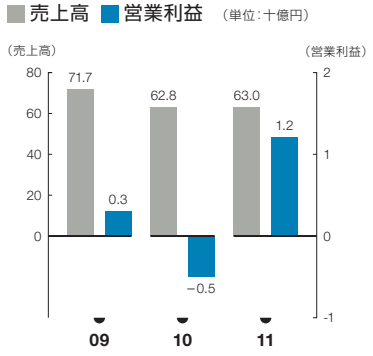
セグメント別
売上高構成比



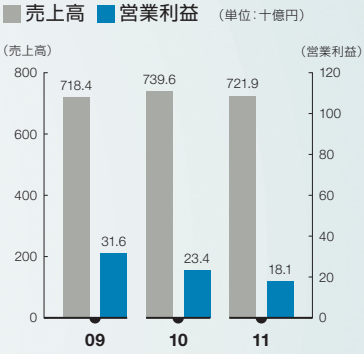
セグメント別
営業利益構成比

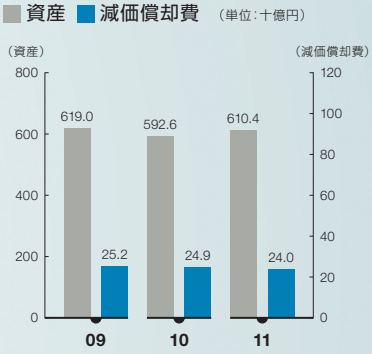


清涼飲料部門

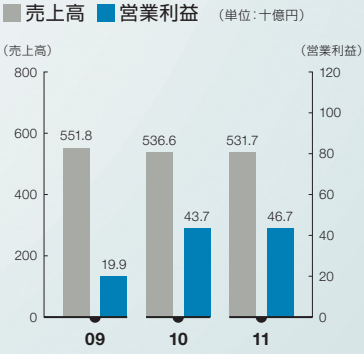


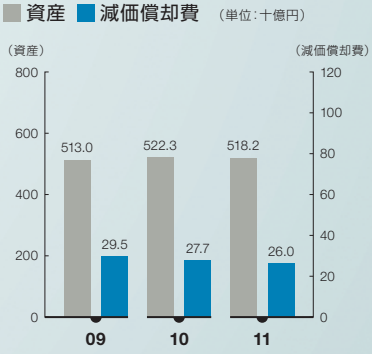
情報コミュニケーション部門



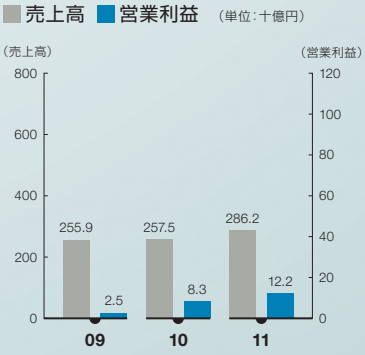


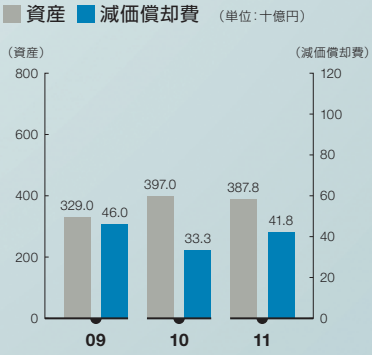
生活・産業部門





エレクトロニクス部門





DNPの製品一覧

情報コミュニケーション部門

● 出版印刷

[1]雑誌、[2]書籍(ポップアップブック)、[3]辞書・辞典
[4]電子書籍閲覧ソフト『Image Viewer』

● 商業印刷

[5]カタログ、[6]カレンダー、
[7]みんなの本作りサイト『ドリームページ』、
[8]拡張現実(AR:オーグメンテッドリアリティ)
[9]デジタルサイネージ(電子看板)『トールビジョン』

● ビジネスフォーム

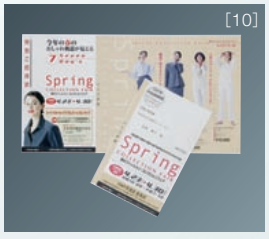
[10]パーソナルメール、[11]ICカード、[12]SIMカード、
[13]ホログラム、
[14]デジタルペン活用システム『OpenSTAGE™』

[1]

[2]

[3]

[9]



[10]

生活・産業部門

● 包装

[15]食品パッケージ、[16]トイレタリー・医薬品パッケージ、
[17]開けやすいユニバーサルデザイン対応製品、
[18]IBフィルムパッケージ、[19]PETボトルとプリフォーム、
[20]PETボトル無菌充填システム

● 住空間マテリアル

[21]住宅用内装材、[22]自動車用内装材、
[23]車両用内装材(天井・側天井)

● 産業資材

[24]ディスプレイ用光学フィルム、[25]プロジェクター用
スクリーン、[26]太陽電池用部材(封止材、バックシート)、
[27]昇華型熱転写記録材、[28]溶融型熱転写記録材、
[29]セルフ型プリントシステム『PrintRush』

[15]

[16]

[17]

[23]

[24]

[25]

エレクトロニクス部門

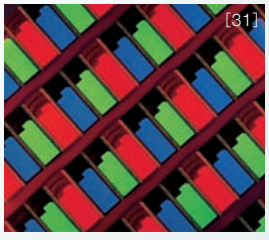
● ディスプレイ製品

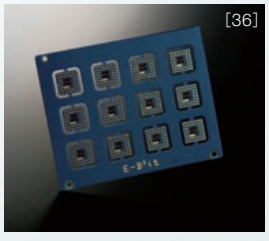
[30,31]液晶カラーフィルター、
[32]ラージスケールフォトマスク、
[33]タッチパネルセンサー

● 電子デバイス

[34]半導体用フォトマスク、
[35]半導体パッケージ用リードフレーム、
[36]部品内蔵プリント基板、
[37]カメラ用モジュール、
[38]リーダーライター用モジュール、
[39]ICタグ、[40]超小型ICタグ、
[41]MEMS(微小電子機械システム)製品

[30]


[31]


[36]

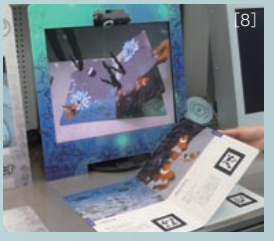
＊[　]はP34−35の写真番号です。

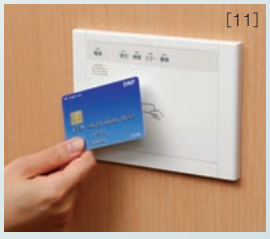
[4]

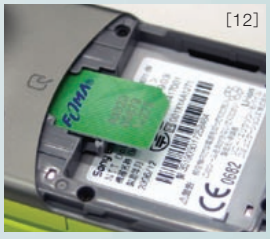
[5]

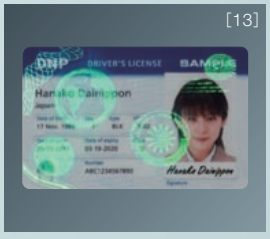
[6]

[7]

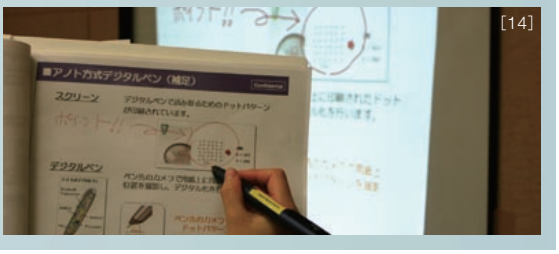

[8]


[11]

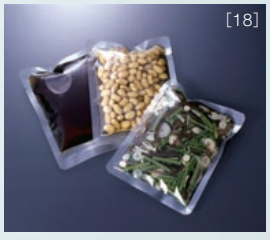

[12]



[13]

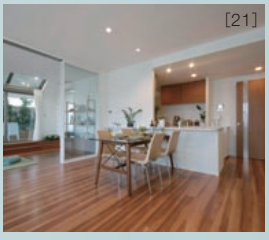


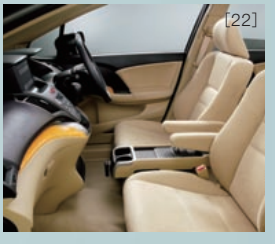
[14]

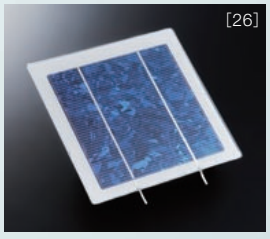

[18]

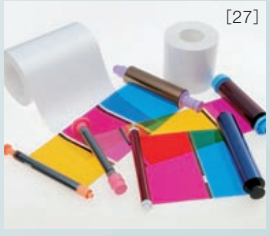
[19]

[20]


[21]

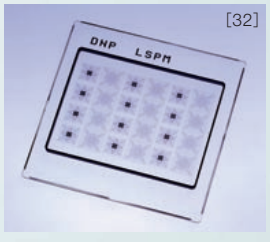

[22]


[26]

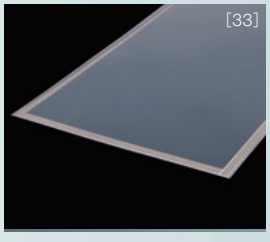

[27]

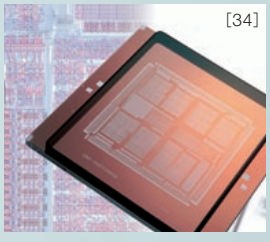
[28]

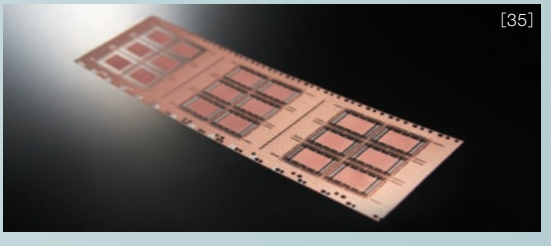
[29]



[32]


[33]

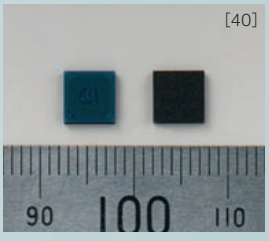

[34]


[35]

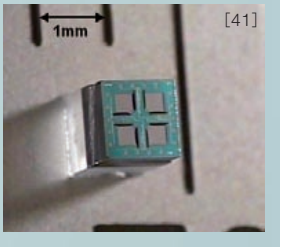
[37]

[38]

[39]



[40]



[41]

DNPの技術開発と事業展開の足跡

1876〈創業〉　1950　1960　1970　1980

印刷業 ▶ 総合印刷業 ▶ 情報加工産業

▶1876 DNPの前身「秀英舎」創業
活版印刷開始
▶1935 秀英舎と日清印刷合併。大日本印刷発足
▶1949 東京証券取引所に株式上場
▶1951 「拡印刷」の推進

情報コミュニケーション部門

出版印刷事業

▶1877 日本初の国産洋装本「改正 西国立志編」完成
▶1882 活字の販売開始
▶1912 オリジナル書体「秀英体」完成
▶1925 雑誌「キング」創刊号74万部を受注・印刷
▶1956 出版社による初の週刊誌「週刊新潮」を印刷
▶1972 文字・画像のデジタル化に取り組む（CTS）

商業印刷事業

▶1885 石版印刷開始
▶1971 香りの印刷開発
▶1981 ビデオプリンティングシステムの技術を確立

ビジネスフォーム事業

▶1898 大阪市築港公債を印刷（証券印刷開始）
▶1946 大蔵省管理工場に指定され、紙幣を印刷
▶1954 帳票用裏カーボンの印刷開始
▶1965 帳票量産開始
▶1974 磁気通帳・磁気カードの本格生産開始
▶1983 ICカード開発

生活・産業部門

包装事業

▶1951 紙器分野に本格参入
▶1951 軟包装の内製化開始
▶1961 ブローボトル成型開始
▶1962 紙カップ生産開始
▶1969 ラミネートチューブ生産開始
▶1975 レトルトパウチ生産開始
▶1983 プラスチック成型品への絵付技術「サーモジェクト」を開発
▶1984 PETボトルの生産開始

住空間マテリアル事業

▶1951 ビニール、セロハン、布などの特殊（建材）印刷開始
▶1961 鋼板への直接印刷開始
▶1974 曲面印刷技術の導入（カールフィット）
▶1977 ステンレス化粧板の開発

産業資材事業

▶1983 プロジェクションスクリーン生産開始
▶1984－85 溶融型・昇華型熱転写記録材の開発

エレクトロニクス部門

ディスプレイ製品事業

▶1958 シャドウマスクの試作に成功
▶1973 カラーフィルター研究開発開始
▶1978 新型シャドウマスク（フラットマスク）の開発

電子デバイス事業

▶1959 フォトマスクの試作に成功
▶1964 リードフレーム製造開始

1990　2000　2010

情報コミュニケーション産業 ▶ P&Iソリューション

▶2001 DNPグループ21世紀ビジョン発表
（創業125周年を迎える）

▶1985 世界初のCD-ROM版電子辞書を開発
▶1992 秀英体TrueTypeフォント開発開始
▶1997 オンライン出版事業開始
▶2008－10 図書館流通センター（TRC）、丸善、ジュンク堂書店、文教堂グループホールディングスと提携
▶2010 電子書籍サービス「honto」開始

▶1989 グローバルネットワークシステム構築
▶1995 インターネットサービス「Media Galaxy」の運用開始
▶1997 電子商取引「ECギャラクシー」開設
▶2001 インターネットチラシサイト「オリコミーオ!」サービス開始
▶2007 デジタルサイネージプロジェクト発足

▶1990 Sメール（複数ページを圧着したDM）の開発
▶1993 非接触ICカード開発
▶1999 IPS事業の推進／ICタグプロジェクト発足
▶2004 カードデータマネジメントサービス（CDMS）開始
▶2005 オフィスセキュリティの企業連合「SSFC」設立
▶2007 生体認証ダブル搭載ICキャッシュカード提供開始

▶1992 PETボトルのプリフォーム法と無菌充填システムを開発
▶1998 透明蒸着バリアフィルム（IBフィルム）開発
▶2007 宇宙日本食向け包装材を開発

▶1995 EBコーティングシートの生産開始

▶1996 液晶ディスプレイ向け防眩フィルムの設計技術確立
▶2004 フロントプロジェクションスクリーン「JETBLACK」を開発
▶2005 セルフ型プリントシステム「PrintRush」開始

▶1985 液晶カラーフィルター生産技術の開発（1987生産開始）
▶2002 フレキシブル有機ELディスプレイを開発
▶2003 フルカラー有機ELパネルを開発
▶2006 インクジェット方式カラーフィルター量産化

▶1995 多層配線形成技術を発表
▶1999 半導体パッケージ基板分野に進出
▶2001 MEMS（微小電子機械システム）の受託加工開始
▶2002 高密度ビルドアップ配線板「B^{2}it」製造ライン完成

ニュービジネス

エネルギーシステム

▶1999 リチウムイオン二次電池用ソフトパックを製品化
▶2003 太陽電池用部材を開発
▶2005 燃料電池用部材を開発
▶2007 印刷方式による有機太陽電池を開発

ライフサイエンス（再生医療など）

▶2004 毛細血管パターン形成に成功
▶2008 細胞パターン培養基板「CytoGraph」開発
▶2008 細胞シート培養フィルム開発

当期の主な出来事

2010

4月

●台湾に先端フォトマスクの製造拠点を開設、海外供給体制を強化

→P65に詳細情報あり

●株式会社インテリジェント ウェイブを連結子会社化

DNPは、ネットワーク認証技術などの強みを有する株式会社インテリジェント ウェイブの株式公開買付（TOB）を実施し、発行済株式総数の50.61％を所有して同社を連結子会社としました。今後、ネット決済時の本人認証サービスや不正検知システムのASPサービスなど、デジタルセキュリティ分野での業務拡大と、金融機関のバックオフィス業務やビジネスプロセスのアウトソーシング業務の拡大を行っていきます。

●兵庫県姫路市のカラーフィルター新工場の稼働を開始

→P65に詳細情報あり

5月

●株式会社文教堂グループホールディングスを連結子会社化

DNPは教育･出版流通事業を強化するため、株式会社文教堂グループホールディングス（文教堂）が実施する第三者割当増資を引き受け、同社を連結子会社としました。丸善やジュンク堂などの大型店を運営する丸善CHIホールディングス株式会社と、中･小型店舗を主体とした書店網を展開する文教堂の連携を深めることで、デジタル時代に対応した出版流通基盤の構築を進めていきます。

7月

●電子出版制作･流通協議会の設立

DNPと凸版印刷株式会社が発起人となり、日本の電子出版ビジネスの成長と健全な発展のための環境の整備を目指し、出版業界との密接な連携のもと、電子出版制作･流通関連事業者による協議会を設立しました。DNPは本協議会を通じて、日本の電子出版ビジネスの発展に貢献していきます。

→P50に関連情報あり

10月

●書籍の一貫製造会社DNP書籍ファクトリーを設立

DNPは書籍製造に関連するグループ会社2社を統合し、書籍専門の製造会社 株式会社DNP書籍ファクトリーを設立しました。文庫や新書、コミックスなどの書籍を短納期かつ小ロットで製作したいという出版社のニーズに応えて、高品質、短納期、低コストでの書籍製造を可能にしました。今後もDNPは、POD（プリントオンデマンド）による製造や、電子出版への対応を強化し、書籍印刷事業の強化を図っていきます。

11月

●国内最大級の電子書籍ストア『honto』を開設

DNPは国内最大級の電子出版コンテンツを揃えた電子書籍ストア「honto（ホント）」を開設しました。オンライン書店「bk1(ビーケーワン)」や、丸善、ジュンク堂、文教堂などのリアルな書店との連携を深め、「ハイブリッド型総合書店」を展開し、生活者が「読みたい本に必ず出会え」「読みたい本を読みたい形で読める」ことを実現することで、事業拡大につなげていきます。

→P50に関連情報あり

2011

1月

●トゥ・ディファクトによる電子書籍サービスを開始

DNP、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ、CHIグループ株式会社（現丸善CHIホールディングス株式会社）の3社は紙と電子の書籍を販売する新しいタイプのハイブリッド型総合書店を運営することを目指して、2010年12月に共同事業会社　株式会社トゥ・ディファクトを設立しました。1月にはドコモのスマートフォン等向け電子書籍ストア「2Dfacto（トゥ・ディファクト）」を開設しました。電子書籍ストア「2Dfacto」は、文芸書やコミックを中心とした約2万点の電子書籍の販売からスタートし、今後は10万点規模に拡充していく計画です。

→P50に関連情報あり

2月

●教育・出版流通事業の推進体制を再編（CHIグループに新たにジュンク堂書店、雄松堂書店を迎えて新体制に）

CHIグループ株式会社は、輸入学術書に強みを持つ株式会社雄松堂書店と、豊富な店舗運営ノウハウを持つ株式会社ジュンク堂書店を株式交換の方法により連結子会社としました。また、事業領域別の迅速な戦略の実行を目指し、事業会社の再編を行い、5月1日には、社名を「丸善CHIホールディングス株式会社」に改め、新体制でのスタートを切りました。

3月

●第3回無担保社債を発行し500億円を調達

3月3日に第3回無担保社債を発行し、500億円を調達しました。今回の社債発行にあたっては、株式会社格付投資情報センターより「AA（ダブルA）安定的」の高い格付けを取得しています。調達した資金は、京都府京田辺市の包装関連の新工場や、福岡県北九州市のエネルギーシステム関連製品の工場などの設備投資に充当する計画です。

●東日本大震災の被災に関連して、特別損失60億円を計上

4月

●ソニーから業務用デジタルフォトプリンター事業を譲り受け

DNPはソニー株式会社から、プリンターの製造を除く業務用デジタルフォトプリンター事業を譲り受けました。これにより、ソニーのグローバル規模の顧客基盤を承継するとともに、ソニーが設置した写真即時プリントや証明写真用プリンター向けに、昇華型プリントメディアを供給していきます。今後もデジタルフォトプリント事業のさらなる強化・拡大を図っていきます。

●エネルギーシステムの新工場が稼働開始

DNPは、福岡県北九州市に、リチウムイオン二次電池の外装材であるソフトパックや、太陽電池用のバックシートと封止材を生産する工場を新設し、2011年4月に稼働を開始しました。今後、化石燃料に代わる新しいエネルギーに対するニーズは、世界規模で拡大すると考えています。新工場をマザープラントとして稼働させ、中国などの新興国や欧米を含めた全世界へ製品を供給していく重要な拠点としていきます。

投資家情報

（2011年3月31日現在）

大日本印刷株式会社

本社：
〒162-8001
東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

創業：
1876年

従業員数（連結）：
40,188名

資本金：
114,464百万円

株式の総数：
会社が発行する株式の総数　1,490,000,000株
発行済株式総数　700,480,693株

株主の総数（1,000株以上）：
23,990名

上場証券取引所：
東京、大阪

大株主の状況：

	持株数（千株）	持株比率（%）
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	40,614	6.30
第一生命保険株式会社	30,882	4.79
ザ バンク オブ ニューヨーク メロン アズ デポジタリ バンク フォー デポジタリ レシート ホルダーズ	29,411	4.56
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	27,525	4.27
株式会社みずほコーポレート銀行	15,242	2.36
日本生命保険相互会社	14,349	2.23
株式会社みずほ銀行	12,471	1.93
自社従業員持株会	12,323	1.91
SSBT OD05 OMNIBUS ACCOUNT – TREATY CLIENTS	11,280	1.75
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口9）	10,385	1.61

注）1. 自己株式（55,814,518株）は、上記大株主からは除外しています。
2. 持株比率は、発行済株式総数から自己株式を控除した株式数（644,666,175株）を基準に算出しています。

DNPが組み込まれている主なインデックス：
日経平均株価
TOPIX Large70
MSCI World Index
S&P/TOPIX 150
Dow Jones Sustainability Indexes
FTSE4Good Index Series
Ethibel PIONEER Register
& Ethibel EXCELLENCE Register
モーニングスター社会的責任投資株価指数
Sustainable Asset Management

株式コード：
7912

株主名簿管理人：
みずほ信託銀行株式会社　本店証券代行部
東京都中央区八重洲一丁目2番1号

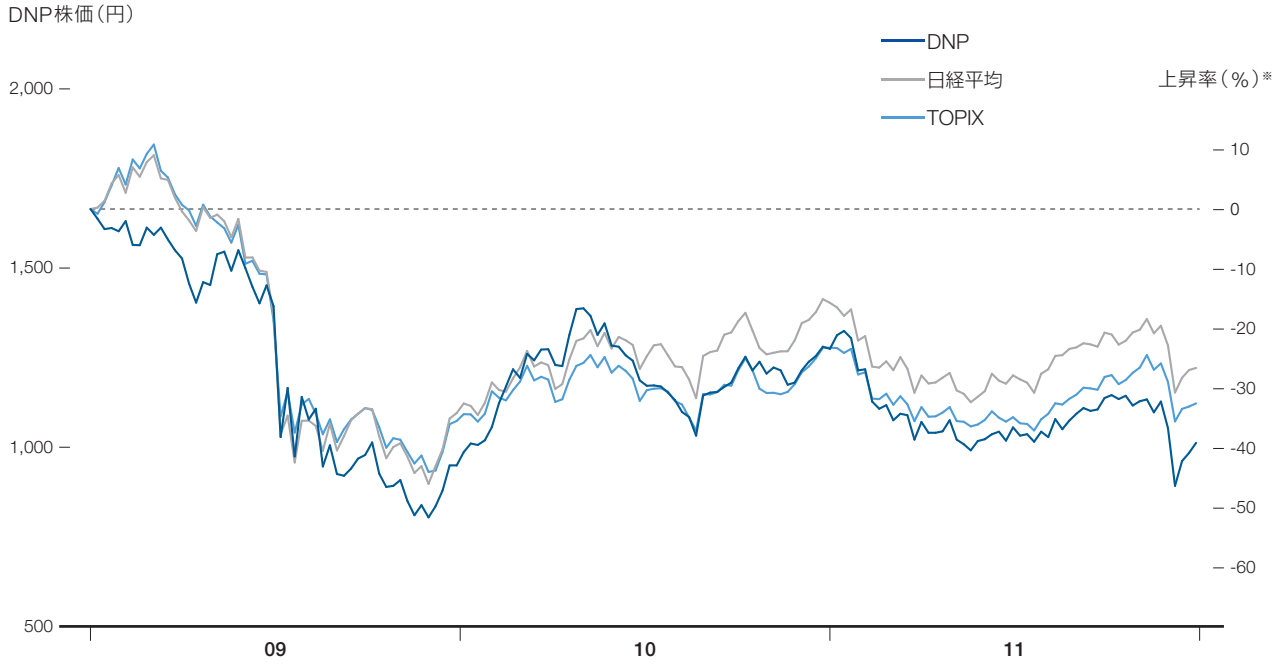
米国預託証券（ADR）：
比率（ADR：普通株）：1：1
上場市場：OTC（店頭取引）
シンボル：DNPLY
CUSIP番号：233806306
名義書換・預託代理人：
The Bank of New York Mellon
101 Barclay Street, 22 West, New York, NY 10286, U.S.A.
電話：（201）680-6825
フリーダイヤル（米国内）：888-269-2377
（888-BNY-ADRS）
URL：http://www.adrbnymellon.com/

定時株主総会：
6月中

投資家情報に関するお問い合わせ：
大日本印刷株式会社
広報室　IRグループ
東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号
Tel: 03-5225-8220
Fax: 03-5225-8239

ウェブサイト：
http://www.dnp.co.jp/

株価推移の状況（東京証券取引所）
（2009年、2010年、2011年3月期）



※2008年3月31日の終値を基準にしています。

議決権の状況
（2011年3月31日現在）

区分		株式数（株）	議決権の数（個）
無議決権株式		—	—
議決権制限株式（自己株式等）		—	—
議決権制限株式（その他）		—	—
完全議決権株式（自己株式等）	普通株式	56,899,000	—
完全議決権株式（その他）	普通株式	641,272,000	641,271
単元未満株式	普通株式	2,309,693	—
発行済株式総数		700,480,693	—
総株主の議決権		—	641,271

自己株式等
（2011年3月31日現在）

保有者	保有株式数（株）	発行株式数に対する割合（%）
大日本印刷（株）	55,814,000	7.97
教育出版（株）	1,085,000	0.15
合計	56,899,000	8.12

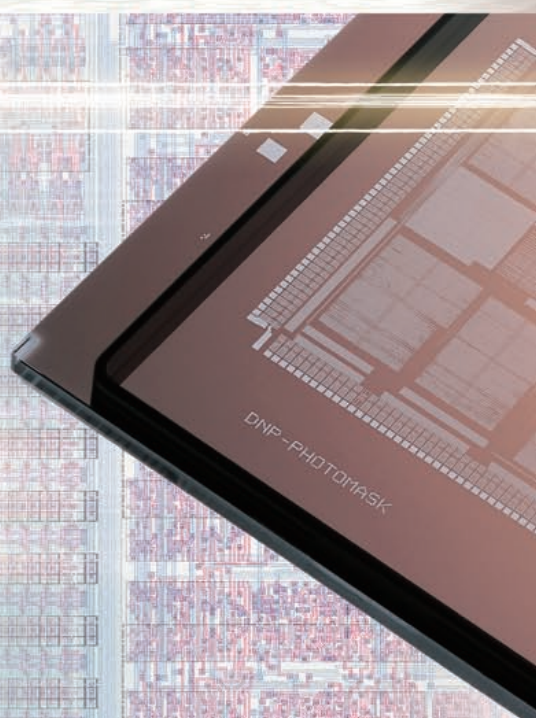
部門別情報

目次

44 情報コミュニケーション部門
- 44 事業戦略
- 46 業績の概要
- 47 サブセグメントの状況
- 50 トピックス

52 生活・産業部門
- 52 事業戦略
- 54 業績の概要
- 55 サブセグメントの状況
- 58 トピックス

60 エレクトロニクス部門
- 60 事業戦略
- 62 業績の概要
- 63 サブセグメントの状況
- 65 トピックス



千夜千冊

情報コミュニケーション部門

事業戦略

当部門は、創業以来の基幹事業である出版印刷事業と商業印刷事業、ビジネスフォーム事業などで構成されています。モノづくりを中心とした従来の事業に留まらず、その領域を大きく拡げ、印刷技術と情報技術を組み合わせて、企業と生活者、企業間、生活者相互のコミュニケーションに関わるあらゆるソリューションを提供していきます。

基本戦略

ソーシャルメディアの出現などにより、生活者は自ら情報の受発信を行うようになりました。企業がマスメディアや店頭で発信する情報だけでなく、生活者の意識や価値観、専門家の評価などの情報をネットワークで探索し、それをもとに購買する動きも増えてきました。企業は、これまでのマスメディア重視のマーケティングから、企業活動に生活者を参加させ、協働していくソーシャル型のマーケティングにシフトしつつあります。

このような変化に対して当部門は、各種アウトプットの制作だけでなく、生活者の声を企業活動に活かすためのコンサルティングや市場分析、プロモーション企画、キャンペーン事務局やカスタマーセンターの運営、景品の応募受付や発送、ウェブサイトの運用など、多様なソリューションの提供を行っていきます。また、企業や生活者の情報に関わる事業部門として、高度な情報セキュリティ環境と世界に広がる情報ネットワークを構築しており、これらを強みとした事業展開も積極的に行っていきます。

重点施策

■ P&Iソリューションの推進

DNPが掲げる事業ビジョン「P&Iソリューション」に関して、特に企業や生活者の情報に密接に関わる部門として、積極的な製品・サービスの開発に努めます。企業や生活者、社会の課題をいち早く発見し、印刷技術や情報技術、仮説立案能力や製品・サービスの開発力などを強みとし、最適な解決策=ソリューションを提供していきます。

■ 安心・安全なビジネスプラットフォームを活かしたBPO(ビジネス・プロセス・アウトソーシング)事業の強化

DNPは、企業や生活者からお預かりする情報を安心、安全に扱うことを責務とし、高度な情報セキュリティ環境を構築しています。この環境を強みとし、大量の情報を高速に処理するだけでなく、きめ細かく一人ひとりの生活者に対応したパーソナルな情報サービスなども行える情報プラットフォームを提供します。

このプラットフォームをはじめとしたDNPの総合力を活かし、最適なメディアやコンテンツの制作はもちろん、各種調査の実施、コンサルティングやプロモーション企画の開発、インターネットデータセンターの運営、ネット上での商取引対応、カスタマーセンターやキャンペーン事務局の運営、販促物や景品の封入・発送などのバックオフィス業務、一枚一枚異なった情報を印刷するプリントオンデマンドなど、企業の事業プロセス全体に関わるアウトソーシング業務の受託に注力していきます。

■ ハイブリッド制作ソリューションおよびハイブリッド型総合書店の展開

厳しい状況が続く出版市場の活性化に向けて、DNPは、印刷という製造の立場だけでなく、マーケティング企画、販売や流通の効率化、顧客サービスの強化などにおいても、グループを挙げて取り組んでいます。「出版業界のNo.1パートナー」として、さまざまな課題の解決に努めるとともに、電子出版事業の拡大など、新たな収益基盤の確立にも取り組んでいきます。

紙の書籍だけでなく、プリントオンデマンドや電子出版コンテンツにも一貫して対応する“ハイブリッド制作ソリューション”、そして、リアルな書店、印刷物を販売するネット書店、電子書籍ストアの3つの販売形態を連動させた国内初の“ハイブリッド型総合書店”によって、出版市場の活性化を実現していきます。

■ さらなるグローバル展開

40年近い歴史があるシンガポールやインドネシアなどの拠点に加え、2005年に設立した上海現地法人を活用してアジア市場の開拓に注力していきます。また、世界で34の国・地域の印刷会社と構築しているネットワークを活かし、約60の言語に対応した多言語翻訳サービスや印刷データの伝送による最適地生産をより一層推進します。

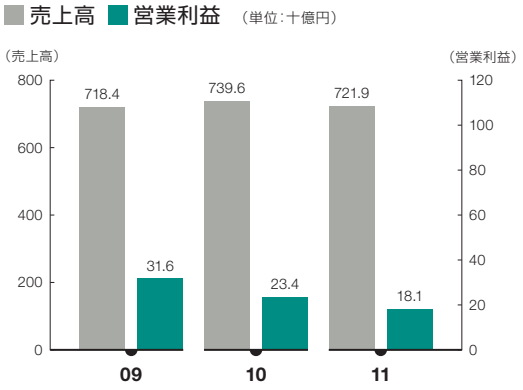
DNPは、情報コミュニケーションに関わる海外の課題解決にも積極的に取り組み、世界規模で事業を拡大していきます。

業績の概要

財務ハイライト

（単位：十億円、%）

	2009.3	2010.3	2011.3
売上高	¥ 718.4	¥ 739.6	¥ 721.9
営業利益	31.6	23.4	18.1
営業利益率	4.4%	3.2%	2.5%



事業環境

2011年3月期は、出版市場の総販売金額が2005年以降6年連続で前年を下回り、長期低落傾向に歯止めのかからない状況が続きました。また、個人消費の伸び悩みや企業広告の低迷などにより、商業印刷物や雑誌広告などに大きな影響がありました。ビジネスフォーム関連では、ペーパーレス化の進展による請求書等発行物の減少のほか、コスト削減によるクレジットカードの発行枚数の絞り込みなど、厳しい環境が続きました。さらに競争激化による受注単価の下落の傾向に加え、3月の震災によるキャンペーンの自粛など需要の一層の落ち込みなどもあり、経営環境は依然として厳しい状況で推移しました。

決算概要

出版印刷関連は、長期にわたる出版市場の低迷により書籍、雑誌ともに減少しました。商業印刷関連は、企業の広告宣伝費削減の影響を受け、チラシ、パンフレット、POPなどが減少しました。ビジネスフォーム関連はパーソナルメールなどのデータ入力から印刷・発送までの業務を一貫して行うIPS(Information Processing Services)、ICカード関連が減少しました。

書店の文教堂グループホールディングスを連結子会社としたことから教育・出版流通事業の売上が増加しましたが、部門全体の売上高は前期比177億4百万円、2.4%減の7,219億81百万円となりました。営業利益は、出版印刷や商業印刷などの売上減少や受注単価下落の影響を受け、前期比53億22百万円、22.7%減の181億44百万円となり、営業利益率も0.7ポイント低下し、2.5%となりました。なお、当部門のDNP全体に占める構成比は、売上高で45.0%（前期46.3%）に、営業利益で23.1%（前期31.1%）になりました。

サブセグメントの状況

出版印刷事業

主な事業について

雑誌や書籍の印刷のほか、デジタルコンテンツに関しても企画･制作からネットワークを通じた流通･販売、プロモーションや顧客動向分析まで幅広く手がけるなど、拡大が期待される電子出版市場に対する取り組みを強化しています。出版社をはじめ国内外のあらゆるコンテンツホルダーを顧客とし、その課題の解決に向けて、コンテンツを最適なかたちに編集･加工して、製品やサービスとして提供しています。

市場トレンドおよび決算概要

既存の出版市場は依然として低迷が続き、2010年4月～2011年3月の販売実績は前期を3.2%下回る1兆8,574億円となりました。このうち書籍は前期比2.5%減の8,198億円、雑誌は同3.8%減の1兆376億円となりました。書籍は2007年以降4年連続の減少となり、雑誌も1998年以降13年連続の減少となるなど、長期低落傾向に歯止めのかからない状況が続いています。人気ファッションブランドと提携したグッズつきの女性誌が話題を呼び、その販売金額は3年連続で増加していますが、雑誌全体の回復までには至りませんでした。

これら出版市場の低迷による発行部数の減少、雑誌の広告減少によるページ数削減や発行サイクルの見直し、および受注単価の下落などにより、DNPの出版印刷関連全体の売上高は前年を下回りました。

戦略的チャンスと今後の展開

当サブセグメントでは、市場の拡大が期待される電子出版事業において、普及に向けた環境の整備に注力しています。規格の統一、著作権管理など、電子出版事業の体制作りに努めるとともに、株式会社エヌ･ティ･ティ･ドコモと提携し、電子書籍コンテンツを販売する電子書店「2Dfacto（トゥ･ディファクト）」を開設し独自のサービスを始めるなどの取り組みに力を入れています。

これら新事業をさらに加速し、紙の書籍から電子出版コンテンツまで、さまざまなメディアに対応したハイブリッド制作ソリューションの体制を構築するとともに、「電子書籍を販売する電子書店」「オンライン書店」「リアル書店」を連携させたハイブリッド型総合書店を展開していきます。そして、丸善CHIホールディングスなどとのシナジーを発揮し、生活者が「読みたい本に必ず出会える」「読みたい本を読みたい形で読める」環境を実現していきます。

商業印刷事業

主な事業について

カタログやパンフレットなどの印刷、ウェブサイトや店頭でのセールスプロモーションのほか、キャンペーンなどの企画開発、マーケティングの支援、プレゼントの配送やカスタマーセンターの運営など、企業の販売促進に関わる多様な製品とサービスを提供しています。当サブセグメントは、メーカーや流通などさまざまな業界の多様な企業を顧客として、DNPの営業･企画･開発･製造の部門が連携を深め、セールスプロモーション全体に関わる一貫したサービスを提供しています。

市場トレンドおよび決算概要

昨今の企業の販売促進戦略は、長引く景気の低迷、生活者ニーズの多様化などの影響を受けて、大きく変化しています。従来のマスメディア広告から、生活者への個々のアプローチが顕著になってきました。より大きな反応が得られるインターネット広告やモバイル端末などへの広告宣伝にシフトする傾向などが表われています。

国内の広告費の動向については、2010年4月～2011年3月の「広告業関連企業の売上高」（経済産業省調べ）によると、雑誌(9.5%減)、新聞(5.8%減)などが減少しましたが、テレビ広告(3.6%増)、ネット広告(17.3%増)、ダイレクトメール(4.4%増)が前年を上回り、全体でも前期比2.7%の増加となりました。しかし、依然として2008年度の国際的な金融危機による大幅な落ち込みからは立ち直っていない状況でした。一方、ネット広告費は、引き続き増加の基調にあり、より費用対効果の高い広告宣伝手法に対する企業の期待が高まっていることがうかがえます。

このような状況のもと、DNPの商業印刷関連は、キャンペーン運営、イベントなどは前年を上回りましたが、チラシ、カタログなどの印刷物全般が減少し、売上高は前年を下回りました。業種別では、専門小売店、家電などは前期を上回りましたが、広告、サービス、化粧品などは前期を下回りました。

戦略的チャンスと今後の展開

社会生活においてインターネットの利用が深く浸透し、企業の多くがネット広告を最大限活用するようになってきました。また、多くの生活者が、購買情報をチラシやカタログなどの紙メディアだけでなく、ウェブサイト上のユーザーコメント、店頭POPやデジタルサイネージ（電子看板）など、複数の情報メディアから入手し、活用しています。

DNPは、「クロスメディアファクトリー」という構想のもと、デジタルサイネージやタブレットPCなど多様化するデジタルメディアに対応し、印刷メディアも含めて最も効果的な組み合わせによる「多メディア配信」を基本に、顧客企業のコミュニケーション活動を活発化させ、企業と生活者を結びつけるソリューションを提供していきます。

ビジネスフォーム事業

主な事業について

帳票類や通帳、商品券などの印刷のほか、パーソナルメールなどのデータ入力･印刷･発送の業務を一貫して行うIPS(Information Processing Services)、ICカードの製造･発行および各種システム開発、ICタグ関連のサービス開発などを推進しています。個人情報などの重要情報を扱うすべての企業を顧客とし、高い情報セキュリティ体制を基盤として、企業のビジネスプロセスを代行するBPO(Business Process Outsourcing)事業も積極的に展開しています。

市場トレンドおよび決算概要

カード関連では、クレジットカードやキャッシュカードなどの金融系ICカードが低調で、携帯電話用のSIMカードも販売不振から減少しました。

しかし、顧客企業や生活者が、個人情報などに対する高い情報セキュリティを求める傾向は強く、安心･安全に大量の情報を処理できる高付加価値サービスへの需要はますます増加しています。このニーズの高まりを背景として、ICカードを利用したセキュリティの強化、利便性や顧客満足度の向上を図るソリューションへの期待も大きくなっており、ICカードの国内発行枚数は、現在の年間1億7,000万枚程度からさらなる拡大が見込まれます。

2011年3月期については、IPS関連の市場では、企業の広告宣伝費削減による封入物の減少、パーソナルメールの簡素化やウェブサイトの利用などによる通知物の減少の影響を受けました。こうした状況のなか、当期はIPS、ICカードとも売上高が前年を下回りました。

戦略的チャンスと今後の展開

カード関連についてDNPは、クレジットカードやキャッシュカードなどの国内の金融系ICカードで約60%のシェアを獲得しています。今後は、個人情報や企業の重要情報などの情報セキュリティのニーズがさらに高まる見込みです。DNPとしては金融のほか、流通･交通･通信･公共など多様な業種に対して、安心･安全に大量な情報を処理するICカードを利用したセキュリティソリューションを提供していきます。IPSについては、高度な情報セキュリティ体制のもと大量の情報を個別に処理する機能を活かし、ネット配信、事務局運営、カスタマーセンター業務、製品･景品の発送など、印刷以外のサービスの組み合わせによりBPO事業を拡大していきます。

トピックス

出版印刷事業

● 映像や音声などを加えたデジタル雑誌の配信を開始

DNPは、紙の雑誌用のDTPデータとソフトウェアを使用し、文字・写真・イラストに、映像や音声などの情報を組み合わせたデジタル雑誌を制作するサービスを開始しました。これにより、紙の雑誌とデジタル雑誌の同時制作が可能になります。

第1弾として、株式会社山と溪谷社と共同で、女性向けアウトドア雑誌「Hütte（ヒュッテ）」のデジタル版を制作し、iPad向けに配信を開始しました。今後DNPは、紙とデジタルコンテンツの両方に対応した"ハイブリッド制作ソリューション"を強化し、出版社の事業拡大をサポートします。

山と溪谷社「Hütte」
（左：デジタル版レイアウトイメージ、右：第3号表紙）

● 電子出版市場の立ち上げに注力

携帯電話に加え、スマートフォンやタブレットPC、専用端末などの登場により、電子出版市場が急速に拡大しはじめています。DNPは、この動きを新たな事業拡大のチャンスと捉え、さまざまな取り組みを行っています。

2010年7月、日本の電子出版ビジネスの成長に向けた環境整備を目指し、発起人の一社として、電子出版制作・流通協議会の発足に取り組みました。会長にDNPの髙波光一副社長が就任し、150にもおよぶ企業や団体とともに活動を推進しています。

電子出版コンテンツの販売に関しては、2010年11月に、パソコン、iPhone、iPad向けの電子書籍サービス「honto（ホント）」を開始しました。2011年1月には、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモとの連携により、電子書店「2Dfacto（トゥ・ディファクト）」を開設し、ドコモのスマートフォン向けにコンテンツ販売を開始しました。文芸書・コミックを中心にスタートし、今後は新刊書や雑誌、動画や音声を盛り込んだリッチコンテンツの提供も目指していきます。

商業印刷事業

● 商業印刷分野で初めて「カーボンフットプリントマーク」の使用許諾を取得

DNPは、ポスターやパンフレットなどの商業印刷物の分野で、国内で初めてカーボンフットプリントマークの使用許諾を取得しました。カーボンフットプリントとは、製品の原材料調達から、製造、流通、使用、廃棄・リサイクルまでのライフサイクル全体で発生する温室効果ガスをCO_2量に換算し、マークを使ってその排出量をわかりやすく表示する仕組みです。この取り組みは、現在世界中に拡がっており、2011年度中には国際規格も制定される予定です。

DNPは、自社が発行する印刷物のほか、顧客企業の商業印刷物などを対象としたサービスとして、カーボンフットプリントの算定、表示を行っていきます。このほか、環境に配慮した製品やサービスの開発も積極的に行い、持続可能な社会の実現に寄与していきます。

2620g
CO_2

CO_2の「見える化」
カーボンフットプリント
http://www.cfp-japan.jp
検証番号：CV-BS01-017

カーボンフットプリントマーク

セキュリティソリューション事業

● 高級感のあるデザインと偽造防止効果をホログラムで実現

近年、多くの企業から、会員の新規獲得に加え、優良会員に対するサービスの付加価値を高めたいとのニーズが寄せられています。その一環として、会員カードを高級感のあるデザインにしたいという要望も多く、DNPは、立体表現に優れたリップマン型ホログラムをカードと一体化した製品を開発しました。

ホログラムの材料やカード製造プロセスを見直すことで、ホログラムのサイズや位置の自由度を高め、耐久性も向上させました。また、リップマン型ホログラムの製造には、特殊な材料やノウハウが必要であり、より高い偽造防止効果を実現します。DNPは、金融や流通をはじめ、多くの業種への当製品の販売を強化していきます。

リップマン型ホログラムカード

● 国内で初めて中国銀聯（ぎんれん）カードの製造・発行者認定を取得

ICカードの製造・発行などを行うDNP牛久工場（茨城県）は、中国銀聯ブランドのクレジットカードの発行者認定を新たに取得しました。2009年7月に取得した製造者認定と合わせ、国内で初めて、銀聯カードの製造から発行まで、一貫して対応できる体制を確立しました。これによりDNPは、国内で唯一、銀聯、Visa、MasterCard、JCB、American Express、Dinersの大手6社全ての製造・発行者認定を取得したベンダーとなりました。

今後は国内だけでなく、アジアを中心とした海外の金融機関にも、付加価値の高いICカードや磁気カードを提供することで、銀聯ブランド関連の事業を拡大していきます。

● 最高レベルの情報セキュリティ格付けを印刷業界で初めて取得

大量の個人情報を扱い、パーソナルメールの製造などを行うDNP蕨工場（埼玉県）が、情報セキュリティ格付け会社の株式会社アイ・エス・レーティングから、17段階の評価のうち最高ランクの「AAAis（トリプルエー・アイエス）」を取得しました。最高ランクの評価を受けた企業はDNPを含めて4社6拠点だけであり、データ処理部門と製造部門の両方での取得は今回が初めてで、印刷業界でも初の認証となりました。

この格付けは、企業などが取り扱う技術情報、営業機密、個人情報に関するセキュリティのレベルを示す指標で、マネジメントの成熟度、情報漏えい防止策の強度、コンプライアンスへの取り組みなどの視点から審査が行われます。DNPは今後も、高度な情報セキュリティ環境を強みとして、IPS事業などを積極的に推進していきます。

AAAis（トリプルエー・アイエス）の評価マーク

蕨工場

生活・産業部門

事業戦略

当部門は、包装事業、住空間マテリアル事業、産業資材事業（オプトマテリアル、情報記録材、エネルギーシステム）の3つの分野で構成され、企業の製造プロセスに深く関わるとともに、日常生活に密着した製品を提供しています。DNPは、印刷技術を応用・発展させ、環境、エネルギー、ライフサイエンスなど、新たな事業領域にも積極的に挑戦し続けます。

基本戦略

人々の生活において、近年、地球環境への配慮、衣食住における安心・安全などが強く求められています。省資源化やクリーンエネルギーへの対応、できる限り多くの人が使いやすいよう配慮するユニバーサルデザインへの対応も重要です。当部門では、企業や生活者の多様なニーズに的確に応え、人々の生活に密着した製品や、企業の製造プロセスに欠かせない多様な製品を開発し、提供していきます。その際、安全性や使いやすさに配慮するだけでなく、製造から使用、廃棄にいたる製品のライフサイクル全体における環境やエネルギーの負荷軽減も実現していきます。

DNPは“印刷”の事業領域をより広く捉え、社会的なニーズの高い環境、エネルギー、ライフサイエンスなどを新規事業の領域として取り込み、先進的で独自性のある製品を提供していきます。新規事業開発においては、DNPの独自技術を活かすとともに、強みを持った企業や研究機関とも積極的に連携し、スピードアップを図っていきます。

重点施策

■ 包装事業：
環境配慮と高機能を軸に新たな価値創造へ

この分野では、「持続可能な社会と生活者の豊かさの実現」を目指し、環境配慮製品や高機能製品のラインナップを拡充していきます。生活者の意識や製品の利用実態などの分析にも注力し、社会が求める価値を創出していきます。

材料開発においては、サトウキビ由来の原料を使用したPETフィルムを2011年に世界に先駆けて発売するなど、地球環境に配慮したパッケージの開発を推進していきます。また、透明でバリア性に優れた包装用の「IB（Innovative Barrier）フィルム」を戦略製品のひとつと位置づけ、海外への販売を強化して食品用途での拡大を図るとともに、さらなる高機能化により、医療・医薬品用途や産業資材用途にも展開していきます。

■ 住空間マテリアル事業：
環境・健康・快適・安全・安心を基軸に

人が関係するあらゆる空間を事業領域とする当分野では、業界から高い評価を得ているDNP独自のEB（電子線：Electron Beam）コーティング技術を活用した高付加価値製品の開発に注力していきます。EB製品は、耐傷性、防汚性、耐久性などに優れており、床材や壁紙、建具、収納、玄関ドアなど、住宅やオフィスなどの内外装材に用途を広げています。住宅設備メーカーや建材メーカーとも連携し、建設計画の段階から働きかけ、サプライチェーン全体に関わる事業を幅広く展開していきます。また、建築材料から放出されるVOC（揮発性有機化合物）について、独自に居住環境の評価測定を行うなど、環境への配慮をより強めるとともに、欧米や新興国などの市場も含めたグローバルな事業展開を積極的に推進します。

■ 産業資材事業：
多彩な製品の供給により中・長期にわたる成長へ

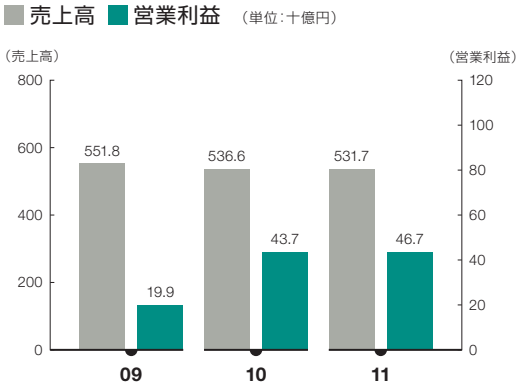
- **オプトマテリアル分野**：コーティング、ラミネート、パターニングなどの技術を応用・発展させ、製品の精度と品質を高める“クリーンコンバーティング技術”を核として、薄型ディスプレイ向けの各種光学フィルムの提供に注力します。特に、DNPの液晶ディスプレイ用反射防止フィルムは全世界で約70%のシェアを獲得しており、今後はそれに加えてタッチパネルや電子ペーパーなど、指で触れて操作するインタラクティブディスプレイ向けにも事業を拡大していきます。
- **情報記録材分野**：「拡写真」というコンセプトのもと、フォトプリント関連の事業を幅広く展開していきます。昇華型熱転写記録材（カラーインクリボンと受像紙）では、製造・販売の一貫体制を活かして自社ブランド製品の販売を強化し、ワールドワイドでシェアを高めていきます。また、セルフ型プリントシステム「PrintRush」や証明写真ボックス「Ki-Re-i」の開発・運用にも注力し、事業を拡大していきます。
- **エネルギーシステム分野**：当分野は、クリーンエネルギーへのニーズの高まりを受けて、関連する市場が急拡大しており、DNPの新規事業の柱のひとつとして、世界の市場で積極的に事業を推進していきます。2009年1月に太陽電池用部材の専用工場を福島県泉崎市に開設したのち、2011年4月には、リチウムイオン二次電池用のソフトパックと、太陽電池用部材の新工場を福岡県北九州市に開設し、生産能力を3倍に増やしていきます。太陽電池関連では、バックシートや封止材の高機能化、低コスト化に注力し、顧客企業のニーズに対応した製品の開発に努めます。リチウムイオン二次電池用の外装材であるソフトパックは、すでにワールドワイドでトップシェアを獲得しており、スマートフォンやタブレットPCなどのモバイル機器、電動アシスト自転車、電気自動車などの用途で、さらなる事業拡大を図っていきます。

業績の概要

財務ハイライト

（単位：十億円、%）

	2009.3	2010.3	2011.3
売上高	¥ 551.8	¥ 536.6	¥ 531.7
営業利益	19.9	43.7	46.7
営業利益率	3.6%	8.1%	8.8%



事業環境

当期の生活・産業部門は、政府による景気刺激策として実施されたエコカー補助金やエコポイント制度の効果、猛暑の効果などにより、期の前半には個人消費に持ち直しの動きが見られました。一方で後半は、円高や夏場以降の原油価格上昇にともなう原材料の値上がりに加え、消費の伸び悩みや、3月の東日本大震災の影響もあって、厳しい事業環境となりました。

2010年度の国内住宅着工戸数は前年度比5.6%増の82万戸となったものの、光学フィルム製品については薄型ディスプレイパネルの生産調整が期の後半にかけて実施されたため、需要が伸び悩みました。一方、太陽電池やリチウムイオン二次電池などの電池関連市場は、期を通じて拡大しました。

決算概要

生活・産業部門の当期の売上高は、産業資材関連の液晶ディスプレイ用反射防止フィルムが、期の後半に液晶パネルの生産調整の影響を受けて伸び悩んだものの、通期では前期を上回り、インクリボン関連や住空間マテリアル関連も増加しました。しかし、包装関連でPETボトル用無菌充填システムの販売や紙器が減少したことから、部門全体の売上高は前期比49億24百万円、0.9%減少し5,317億14百万円となりました。営業利益は、包装関連を中心に原材料の値上がりや震災による需要の落ち込みの影響を受けたものの、液晶ディスプレイ用反射防止フィルムが増加したことに加え、住空間マテリアル関連も好調に推移したことから、部門全体では前期比30億76百万円、7.0%増加し、467億89百万円となりました。なお、当部門のDNP全体に占める構成比は、売上高で33.2%（前期33.6%）、営業利益で59.7%（前期57.9%）となりました。

サブセグメントの状況

包装事業

主な事業について

DNPは、各種パッケージの企画の段階から参画し、設計・デザインなどのアイデアを提供しているほか、全国に展開する生産拠点の柔軟な製造体制を活かしたタイムリーな製品の供給を行っています。また、機能性フィルムなどの素材開発や無菌充填システムの設計・製造など、パッケージの製造にとどまらない総合的な包装事業を展開しています。食品・飲料、医療・医薬品、電子部材のメーカーなど、『モノを包む』ニーズがあるすべての企業を顧客とし、生活者の視点に立った使いやすさの追求と、企業ニーズへのきめ細かな対応により、事業を拡大しています。

市場トレンドおよび決算概要

近年、日本国内では、環境や健康についての生活者の意識が高まり、少子高齢化や女性の社会進出などにより生活スタイルが多様化しています。また、雇用情勢の停滞や個人消費の低迷など厳しい経済状況が続くなか、豊かで便利な生活の追求とともに、省資源化や環境負荷の低減なども重要なテーマとなってきました。企業や生活者は、より厳しい視点で環境や健康に配慮した製品を選択しており、今後ますますこの傾向が顕著になると想定しています。DNPは、このようなトレンドをいち早く捉え、高い技術力と豊富なノウハウを強みとして、パッケージ関連の技術や製品の開発に取り組んでいます。

当期の包装事業は、無菌充填システムで使用されるPETボトル用の第一次成型品のプリフォームなど、プラスチック容器類は増加しましたが、紙器や軟包装類、PETボトル用無菌充填システムの販売が減少しました。この結果、売上高は前期比微減となりました。

戦略的チャンスと今後の展開

生活に関する人々の意識やライフスタイルの変化は、DNPの包装事業にとって、チャンスだと捉えています。例えば、環境負荷を低減したいという意識の高まりに対して、植物由来の原料を用いたバイオマスプラスチックの包装材を実用化したり、一人暮らしや共働き家庭の増加に対して、長期保存が可能な個包装製品を開発したりしています。また、誰もが使いやすいよう配慮するユニバーサルデザイン（UD）についても、一定の指針を設け、UD対応パッケージの開発を進めています。ほかに、内容物保護のために水蒸気や酸素の透過を抑える透明蒸着バリアフィルム「IBフィルム」の開発や、内容物の味や香りを損なわない無菌充填システムの開発などでも実績をあげています。

製品開発にあたっては、生活者の消費行動などを分析して、商品戦略やマーケティング戦略の策定につなげる「ヒューマンセンタードマーケティング」や、生活者の実際の食卓をマーケットに見立てて分析する「食MAP（しょくマップ）」などの成果を、各種ソリューションの提案に活かしていきます。またDNPは、より効率的で環境負荷が低い製造プロセスを構築するとともに、使い勝手の良さに配慮した製品の開発に努め、企業や生活者のニーズに応えていきます。

住空間マテリアル事業

主な事業について

“快適な住空間”に関わる国内外のあらゆる企業を顧客とし、住宅やオフィス、商業施設などの内外装材、建具・収納製品、自動車や鉄道車両の内装材など幅広い製品を提供しています。DNP独自のEBコーティング技術*を強みとし、高機能な環境配慮製品を数多く提供し、顧客企業や生活者から高い評価を得ています。また、建設事業者などに対して、工法上の課題を解決するソリューションの提供なども行っています。

市場トレンドおよび決算概要

2010年度の国内住宅着工戸数は、優遇税制などの政策効果により、首都圏のマンション販売や低価格の戸建住宅が増加し、前年比5.6%増の82万戸となりました。また、環境や健康に配慮した製品、デザイン性や機能性に優れた高付加価値製品などの需要も前年に続き増加しました。

当期、DNP独自のEBコーティング技術を活用した環境対応製品は、市場での高い評価を維持し、壁紙用や床材用が市場シェアを拡大するとともに、自動車内装材向けなども増加しました。この結果、売上高は前期比で増収となりました。

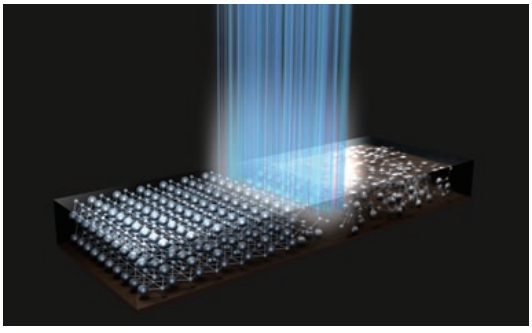
戦略的チャンスと今後の展開

DNPが優位性を持つEB製品は、耐傷性、防汚性、耐久性に優れ、メンテナンスの負荷が軽減できる点が市場で高く評価されており、シェアが拡大しています。また、燃焼しても有毒ガスが発生しにくい非塩ビ（オレフィン）基材や水性インキを使用した製品、シックハウス症候群の原因とされるホルムアルデヒドなどのVOC（揮発性有機化合物）を使用しない製品についても需要が増加しています。DNPは、これら環境配慮製品へのニーズの高まりをチャンスと捉え、新興国を中心とした海外市場も含め、販売を強化していきます。

また、今後普及が期待される電気自動車は、重量のある電池を搭載するため、より軽量で強いボディ素材が求められています。そのため、自動車の主要素材のプラスチックへの置き換えが強まると予想しています。このような用途に向けて、EBコーティングによるプラスチック素材の強度や機能の向上に取り組んでいきます。

さらに、高い耐候性や製品表面の高い自浄性が保てるといったEBコーティングの特徴を活かし、屋外用の広告ディスプレイや看板などの広告・宣伝市場への拡販も進めていきます。

＊EB（Electron Beam：電子線）コーティング技術：
電子線の照射により、塗工樹脂の原子を重合反応させて硬化させる技術です。ウレタンや紫外線硬化型樹脂に比べ、表面硬度の高い膜が得られます。この技術により、傷や汚れ、日光などに強く、実用性能や品質安定性に優れた製品が提供できます。製造工程での省エネルギー化やCO_2排出量削減、無溶剤塗工も可能な次世代型環境対応技術です。



EBコーティング（イメージ）

産業資材事業

主な事業について

液晶ディスプレイ用の反射防止フィルム、フォトプリント用の昇華型熱転写記録材（カラーインクリボンと受像紙）など、世界トップシェアを獲得している製品を数多く提供しています。国内外の家電メーカー、エレクトロニクス関連企業を主な顧客とする一方、フォトプリント事業では生活者を顧客とし、DNP独自ブランドの製品やサービスを提供しています。エネルギーシステム事業では、市場が期待する太陽電池向け部材やリチウムイオン二次電池用ソフトパック（外装材）を提供しています。

市場トレンドおよび決算概要

光学フィルム関連では、液晶ディスプレイ市場の拡大にともない、画面への光の映り込みを防止して画質を向上させる反射防止フィルムの需要が増加しています。PDP（プラズマディスプレイパネル）用では、電磁波防止フィルムが減少しましたが、コントラスト向上フィルムが増加し、光学フィルム全体では前年を上回りました。

情報記録材事業では、昇華型熱転写記録材の需要がデジタルフォトプリント向けに増加したほか、IDカードやアミューズメント、メディカル分野でも堅調に推移しました。また、溶融型熱転写記録材（モノクロインクリボン）については、バーコード用の需要が海外向けに増加しました。

また、電池関連では、補助金制度の政策効果により太陽電池の需要が拡大し、太陽電池向け部材が大幅に増加したほか、リチウムイオン二次電池用ソフトパックもスマートフォンなどのモバイル製品向けを中心に好調に推移しました。この結果、産業資材事業全体の売上高は前期比微増となりました。

戦略的チャンスと今後の展開

液晶ディスプレイ市場は、テレビ向け液晶パネルの需要が今後も新興国を中心として拡大する見込みで、2012年には中国を含む新興国向けの割合が市場全体の5割を超えるという市場予測もあります。また、中小型パネルについてはスマートフォンやタブレットPCの普及などにより、今後も拡大が続く見通しです。こうした液晶パネル需要に対応して、反射防止フィルムの販売拡大に努めるとともに、傷や汚れに強いタッチパネル向け表面フィルムなどの提供にも注力し、機能性光学フィルムの事業を成長させていきます。

フォトプリント市場においては、デジタルカメラや携帯端末で撮影した写真のプリント需要が高まっており、プリント速度や耐久性などに優れた昇華型熱転写記録材の拡大が期待されています。セルフ型プリントシステムの設置推進や業務用途への展開により、当事業を拡大させていきます。

電池関連では、太陽電池やリチウムイオン二次電池の旺盛な需要に対応するため、2011年4月に北九州に工場を新設し、生産能力を従来の3倍に引き上げます。この新工場をマザープラントとして、中国などの新興国や欧米を含めた全世界の顧客に向けて性能や品質に優れた製品を提供し、DNP製品のシェアを高めていきます。

トピックス

包装事業

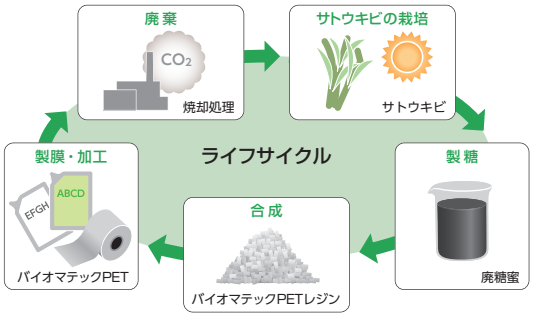
● バイオマスプラスチックフィルム「バイオマテックPET」を開発

DNPは、生物多様性と持続可能性への配慮を重視しており、その一環として、植物由来の原料を用いたバイオマスプラスチックの包装材の実用化を進めています。これは、従来のプラスチックと比べて、石油の使用量や焼却時のCO_2排出量を低減できるため、環境負荷の低い材料として注目されています。

2011年5月に量産を開始した「バイオマテックPET」は、PETフィルムの原料の約3割を占めるエチレングリコールを、石油由来からサトウキビ由来のものに置き換えることで、石油使用量の削減を実現しました。DNPは、食品や飲料、日用品などの包装材のPETフィルムを順次当製品に切り替えるとともに、コストダウンの取り組みを継続し、植物由来の原料を用いた包装材関連の事業を拡充していきます。

バイオマテックPETを使用した製品サンプル

バイオマテックPETのライフサイクル



住空間マテリアル事業

● 医療機関向けに、ウィルス感染防止用の簡易型隔離ブースを開発

DNPは清水建設株式会社と共同で、組み立てや撤去が容易な低価格の医療機関向け簡易型隔離ブース「飛沫プロテクター™」を開発しました。

医療機関では、ウィルス感染を防止する手段の一つとして、感染者を隔離するための設備の導入が進められています。今回開発した簡易型隔離ブースは、紙製の支柱と透明なフィルムシートで構成されており、誰でも簡単に組み立てることができ、使用後は医療機関内で焼却処分できます。また、コンパクトな収納形態で、省スペースで多数保管できるため、インフルエンザなどの流行時には、隔離設備の急な新設や増設に対応できます。

2011年2月からサンプル出荷しており、9月には本格的な販売を開始する予定です。今後DNPは、抗菌や抗ウィルスなどの機能を付与した製品なども医療福祉などの用途で販売していきます。

飛沫プロテクターの構成部材

飛沫プロテクターの設置イメージ

エネルギーシステム事業

● 結晶シリコン太陽電池に適したポリオレフィン系封止材を開発

DNPは、成長が著しい太陽電池向けに、バックシートや封止材を製造・販売するなど、積極的にエネルギー関連の事業を推進しています。その取り組みの中で、2010年6月には、結晶シリコン太陽電池に適したポリオレフィン系封止材「CVF1」を開発しました。

これまで、コスト削減などの目的で結晶シリコン太陽電池に使用するシリコンを薄くした場合、ひび割れが起こるなどの問題がありました。この新製品は、0℃以下の低温でも優れた柔軟性を維持できるため、ひび割れなどが起きず、太陽電池セルの薄型化、封止材の薄膜化に貢献できます。今後、量産に向けた開発を進め、日本だけでなく、中国、ヨーロッパ、北米などの太陽電池モジュールメーカーに積極的に販売していきます。

また、バックシートについても、結晶シリコン太陽電池などに向けて、フッ素樹脂フィルムを使用した製品を開発していきます。

情報記録材事業

● セルフ型プリントシステム「PrintRush」の新機種・新機能を開発

DNPは、印刷で培ってきたコーティング技術などを応用し、1980年代に溶融型と昇華型という2つの熱転写記録材の開発に成功して、情報記録材関連の事業を開始しました。溶融型はバーコード用のモノクロインクリボンなどに、昇華型はフォトプリント用のカラーインクリボンなどに主に使用され、どちらも全世界でNo.1のシェアを占めています。また、強みを持った企業との提携も積極的に進め、コニカミノルタグループから証明写真事業、写真関連商品の製造・販売事業を、2011年4月にはソニー株式会社から業務用デジタルフォトプリンター事業を譲り受け、グローバルに事業を展開しています。

特に近年は、デジタルカメラや携帯端末で写真を撮る機会が増え、手軽にプリントやフォトブックを作成したいというニーズが高まっています。こうしたニーズを受けて、株式会社フォトルシオ（DNP100%子会社）は、生活者自身が店頭でプリントできる「PrintRush」を全国に2500台以上（2011年3月現在）設置しています。入学式や卒業式、旅行や結婚式など、テーマ別の写真集を店頭ですぐに作成できる「PrintRushフォトブック」も好評を得ています。また、1枚の写真に複数の画像を表示する「分割プリント」、手書きの文字・絵を写真と合成できる「お絵かきモード」、iPhoneやiPadから直接画像データを転送してプリントできる機能なども開発し、身近な写真の楽しさを向上させています。

『PrintRush』の新機種
T-2101

分割プリントのサンプル

お絵かきモードのサンプル

エレクトロニクス部門

事業戦略

当部門は、微細加工技術やパターニング技術など、世界最高水準の印刷技術を応用し、情報化社会を支える多様なディスプレイ製品や電子デバイスを提供しています。例えば、液晶ディスプレイ用カラーフィルター、LSI回路の原版であるフォトマスク、多層プリント配線板など、顧客企業のニーズに合致した製品を次々と開発し、事業を拡大していきます。

基本戦略

私たちの生活は、スマートフォンやタブレットPCなどの情報機器、家電製品を含む多様な電子機器の普及によって、ますます便利になってきました。電子機器は、常に新しい機能や使いやすさが求められる一方、生活者が購入しやすい価格帯であることが重要です。この相反するニーズに応えるには、エレクトロニクス製品の開発・製造においても、高機能化と低価格化をともに追求する必要があります。

DNPは、半世紀以上前の1958年にカラーテレビ用のシャドウマスクを日本で初めて開発し、1959年には半導体製品用のフォトマスクの開発に成功しました。以来、先端技術を磨き続けることで常に業界をリードし、変化の急激なエレクトロニクス関連の市場において、多くの製品で世界トップベンダーの地位を確保してきました。今後も、電子機器の高機能化と低価格化に対応し、先端技術や新製品の開発を積極的に進めるとともに、多くの企業とのアライアンスにより事業展開のスピードを速めていきます。

重点施策

■ 新製品開発・収益基盤強化：ニーズへの迅速な対応と生産体制の全体最適化

DNPは、急激に変化する電子機器関連の市場ニーズに迅速に対応するため、生産能力の増強と新技術・新製品の開発に、経営資源を重点的に配分していきます。

例えば、液晶ディスプレイ用カラーフィルターにおいて、インクジェットとフォトリソグラフィーの両方式での量産に、世界で唯一成功した実績を持っています。これらの成果を強みとして、生産性の向上や生産体制の全体最適化などを図り、収益体質をさらに強化して競争力を高めていきます。また、既存製品の高性能化や付加価値の向上とともに、タッチパネル関連や有機ELディスプレイ関連の製品開発にも注力し、新製品のラインナップを拡充して、さらに事業を拡大していきます。

■ カラーフィルター事業：収益性を重視したフレキシブルなビジネスモデル

液晶パネルの基板サイズの大型化や中小型ディスプレイの需要拡大などにともない、カラーフィルターのビジネスモデルも、市場や顧客企業のニーズに柔軟に対応させることが重要となっています。DNPは、顧客企業の工場に隣接するバイプラントや、顧客企業の製造ラインに直結するインプラントの手法で工場を建設するなど、投資に対する収益性（ROI※1）を十分考慮し、製造プロセスの変化にも迅速に対応しています。また国内だけでなく、海外の市場においても、関連企業との業務提携やDNPの技術に関するロイヤリティビジネスを推進するなど、幅広い選択肢の中から、ROIを重視したビジネスモデルを構築していきます。

■ フォトマスク事業：高い技術力で世界トップシェアを獲得

DNPのフォトマスクは、優れた品質に定評があり、フォトマスク専業メーカーの中で世界トップシェアを獲得しています。特に線幅45nm（ナノメートル）※2以下の最先端製品においては、世界シェアの過半数を獲得するなど、高い技術開発力を強みとして、顧客企業の微細化ニーズに対応した事業拡大を推進しています。フォトマスクの海外の生産拠点としては、イタリア、アグラテ市の工場に続き、2010年度には台湾の新竹市に新工場を開設し、半導体需要の伸張著しいアジア地域における先端フォトマスクの供給拠点として量産を開始しました。

今後は顧客企業との連携をさらに深め、共同開発の成果などを活かして、22nm以下の最先端製品の開発・供給体制を整備し、さらにEUV露光※3やナノインプリントといった次世代半導体製造技術の開発を進め、世界トップシェアを堅持していきます。

■ 各種電子デバイス：新しい事業の柱を育成し、強い事業体質を構築

フォトマスクに加えて、HDD（ハードディスクドライブ）用部材、LED用メタル基板、部品内蔵配線板、MEMS※4製品など、微細加工技術をはじめとした印刷技術を応用し、幅広い製品の開発を積極的に進めていきます。なかでも、画像処理用などの各種電子モジュールを今後の成長分野と位置づけ、経営資源を集中させて、半導体市況に左右されにくい柔軟かつ強固な事業体質を構築していきます。

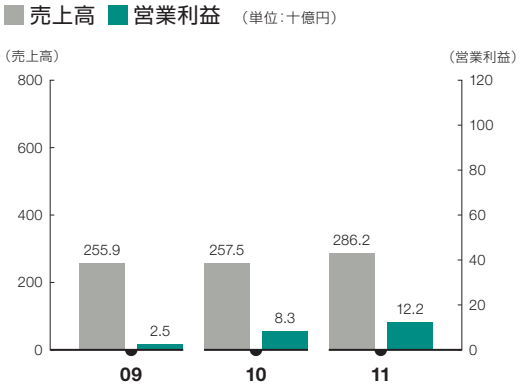
※1：ROI（Return On Investment）：投下資本利益率といい、事業に対して投下した資本から生まれる利益の比率
※2：nm（ナノメートル）：10^{-9}（10億分の1）メートル
※3：EUV（Extreme Ultra-Violet）露光：波長の短い極端紫外線を用いて、ウェハーに微細な回路を焼き付ける技術
※4：MEMS（Micro Electro Mechanical System）：微小電子機械システムといい、半導体の微細加工技術を利用して作成した微小部品の集合体

業績の概要

財務ハイライト

（単位：十億円、%）

	2009.3	2010.3	2011.3
売上高	¥ 255.9	¥ 257.5	¥ 286.2
営業利益	2.5	8.3	12.2
営業利益率	1.0%	3.2%	4.3%



事業環境

調査会社によると、2010年（1～12月）の全世界における電子機器の年間出荷台数は、液晶テレビが1億9,000万台超、パソコンが3億4,500万台となり前年比で大幅な増加となりました。また、携帯電話はスマートフォンの増加などにより前年比19%増となりました。2011年に入り液晶テレビ、パソコンの増加傾向は鈍化しているものの、携帯電話は新興国でのスマートフォンの増加などにより2011年1～3月も20%増と、旺盛な伸びとなっています。

決算概要

当期の売上高について、フォトマスクは、海外需要の取り込みに努めましたが、国内需要の伸び悩みなどから減少しました。カラーフィルターは、第10世代向けの堺工場や、2010年4月に稼働を開始した兵庫県の姫路工場などの生産によりテレビ向け大型サイズが増加したほか、中小型液晶ディスプレイ向け製品も増加し、前年を上回りました。その結果、部門全体の売上高は、前期比287億93百万円、11.2%増加し、2,862億95百万円となりました。

営業利益は、東日本大震災の影響により第4四半期の収益性が悪化しましたが、カラーフィルターが液晶パネルの期前半の旺盛な需要のもと、テレビ向けで大型化が進んだことや、スマートフォン、タブレットPC向けの高精細で付加価値の高い製品が増加したことから、前期比47.0%増の122億22百万円となりました。

なお、当部門のDNP全体に占める構成比は、売上高は前期の16.1%から17.9%に、営業利益は前期の11.0%から15.6%に拡大しました。

サブセグメントの状況

ディスプレイ製品事業

主な事業について

DNPのディスプレイ製品事業は、半世紀以上前の1958年に、国内で初めてブラウン管テレビ用シャドウマスクの開発に成功したことを契機にスタートしました。

現在は、パソコンやテレビで主力となった液晶ディスプレイ向けカラーフィルターの製造に注力し、国内メーカーを中心に、韓国、中国、台湾など、グローバルなニーズに対応しています。パネルサイズの大型化にともない、カラーフィルターの生産設備を顧客企業の液晶パネル工場に近接させ、顧客企業とのパートナー関係を強化するとともに、インクジェット方式などの新技術を開発し、品質の向上とコスト競争力の強化を図っています。近年需要が急拡大しているスマートフォンやタブレットPCについては、中小型サイズの製造ラインを活かして高精細で付加価値の高い製品への取り組みを強化しています。このほか、タッチパネル用センサーや有機ELディスプレイ部材など、新たな収益源の創出にも積極的に取り組んでいます。

市場トレンドおよび決算概要

世界の液晶テレビ市場は、新興国経済の成長や国内のエコポイント制度による追い風もあり、需要が世界的に拡大しました。これに対して、DNPの顧客であるパネルメーカー各社は積極的に生産を拡大し、2010年夏ごろまではパネルのフル生産の状況が続きました。しかし夏以降は在庫過剰感が高まり、8月から年末にかけて世界規模で生産調整が行われました。一方、中小型サイズの液晶パネルについては、スマートフォンやタブレットPCなどの新たな需要が拡大しました。このような状況のなか、DNPは2009年10月に大阪府の第10世代向け堺工場を、2010年4月には兵庫県に第8世代向け姫路工場を開設して生産能力を増強し、テレビ向け液晶パネルの旺盛な需要の取り込みに努めました。

戦略的チャンスと今後の展開

今後の液晶テレビは、調査会社の分析によると、2012年に中国を含む新興国向けの割合が市場全体の5割を超えるなど、新興国を中心に需要が拡大すると見られています。一方で、新興国向けの主力製品では汎用化が進み、厳しい販売競争が大きな価格下落を招き、結果として製品･部材の採算性が一段と厳しくなると考えられます。また、主力製品の数量増を期待して、韓国や台湾、中国の大手パネルメーカー各社が中国での大型サイズの工場建設を予定しており、設備能力過剰による価格の暴落を懸念する声も強まっています。他方で、日本や欧米などの先進国市場では、LEDバックライトの採用による省電力化や3D対応など、ディスプレイの高付加価値化が続くと考えられます。

DNPはテレビ向けカラーフィルターではコスト対応力と先進技術開発力の両方の追求を今後も続けていきます。

中小型液晶パネルでは、スマートフォンやタブレットPCなどの先進製品の急速な普及により、先端技術を取り入れたパネルの需要が急増しています。技術力に優れた日本の液晶パネルメーカーによる、中小型品向け工場の新設や増産なども計画されています。

DNPは、中小型向けカラーフィルターにおいて、高精細化や高輝度化などの先端製品への取り組みを強化しています。

電子デバイス事業

主な事業について

1959年DNPは、半導体製品の原版となるフォトマスクの開発に成功しました。フォトマスクは、ガラス基板上に微細な半導体回路パターンを形成したもので、印刷で培ってきたパターニング技術やエッチング技術などが活かされています。1964年には、半導体製品の配線に使用するリードフレームの開発に成功し、その後、国内外のメーカーとの連携を深めることにより、電子機器に無くてはならない多様な製品を提供してきました。近年は、ビルドアップ配線板やMEMS製品など、より微細な加工が求められる高密度かつ高機能な製品の開発にも注力しています。

市場トレンドおよび決算概要

2010年度の半導体市場は、2008～2009年度と続いた世界的な景気後退から脱却するとともに、新興国における電子機器の需要が増加し、前年比で32%の増加となりました。これは、2007年の市場規模を上回るもので、これまでで最大となり、今後も緩やかな成長を継続していく見込みです。

こうした中DNPは、イタリアのアグラテ工場や、2010年に稼働を開始した台湾の新工場などを活用した海外需要の取り込みに努めました。しかし、国内需要は依然として厳しく、また期末に震災や計画停電等の影響を受けた結果、当期のDNPのフォトマスクの売上は前年を下回りました。

エッチング製品は、リードフレームが前年を上回ったものの、サスペンションなどのHDD（ハードディスクドライブ）用部材は減少しました。

高密度ビルドアップ配線板は、主力の携帯電話向けカメラモジュールが減少し、前年を下回りました。

戦略的チャンスと今後の展開

フォトマスクについては、半導体市場の回復にともない、半導体メーカーの微細化投資も活発化しつつあります。DNPは、回路線幅の微細化の進展に合わせて、最先端分野でのシェアアップを図っていきます。製品別では、需要が本格的に拡大している45nm（ナノメートル）製品の量産に対応するとともに、32nm製品や28nm製品で用いられるArF液浸と二重露光という2つの製造方式を組み合わせたフォトリソグラフィー技術にも対応し、微細化技術で業界をリードしてきた強みを活かして、今後もビジネスチャンスを拡げていきます。また、半導体メーカーと協力し、EUV露光や、ナノインプリントなどの次世代半導体リソグラフィー技術の研究開発を加速させていくとともに、台湾などのファウンダリへの半導体メーカーのアウトソーシング化への動きなどにも注意深く対応していきます。

エッチング製品については、小型で薄く、密度の高い半導体パッケージの需要が拡大しており、今後もDNPの強みである微細加工技術を活かして、シェアを拡大していきます。また、LED用メタル基板などの半導体製品以外の用途開発や画像処理などの各種電子モジュールやMEMS製品など新たな製品の開発も積極的に進めていきます。

トピックス

カラーフィルター事業

● 兵庫県姫路市の第8世代カラーフィルター新工場が稼働

DNPは2010年4月、兵庫県姫路市に新設した第8世代カラーフィルター工場の稼働を開始しました。この新工場への投資額は約300億円で、液晶パネルを製造するパナソニック液晶ディスプレイ株式会社の姫路工場に隣接していることにより、生産効率を高めています。姫路工場の稼働により、2009年10月に生産開始した大阪府堺市の第10世代工場も含めて、DNPのカラーフィルター生産能力は世界最大規模となりました。

DNPは世界で唯一、フォトリソグラフィーとインクジェットの2つのカラーフィルター製造方式に対応しており、さらに、すべての液晶パネルの方式（VA方式、IPS方式など）にも対応したカラーフィルターを供給しています。今後も全世界で市場の拡大が見込まれる液晶ディスプレイ向けに、顧客企業のニーズに合致した最適な製品を供給していきます。

姫路工場

電子デバイス事業

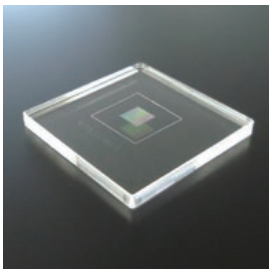
● 台湾新竹市でフォトマスク新工場の稼働を開始

DNPは、台湾の新竹サイエンスパーク内に先端フォトマスクの新工場を開設し、2010年4月に竣工式を行いました。65nm製品の量産からスタートし、2010年度中に最先端の45nmおよび40nm製品にも対応しました。台湾工場の開設により、半導体製品の需要の伸びが著しい東南アジアにおいて、フォトマスクの安定的な供給体制を確立しました。海外のフォトマスク工場は、イタリアのアグラテ市に続いて2拠点となり、国内の製造拠点との連携を深めながら、全世界で拡大が見込まれる電子機器向けなどの需要に対応していきます。

● 次世代半導体製造技術の確立へナノインプリント技術の開発を加速

ナノインプリントリソグラフィー技術は、超微細な次世代半導体の製造技術として注目されており、従来の光学系製造技術に比べ、設備負担が小さいなどのメリットがあります。しかし、ナノインプリントでは電子回路パターンを転写するテンプレートを定期的に交換する必要があり、そのコスト低減が課題でした。DNPは、米国モレキュラーインプリント社のテンプレート複製装置を業界に先駆けて導入しました。この装置で1枚のマスターテンプレートから複数のレプリカテンプレート（複製）を製造することで、製造コストの低減を実現します。DNPは、次世代半導体の量産に対応した開発を今後も進めていきます。

テンプレート複製装置
「PERFECTA™ MR5000」


ナノインプリント用
マスターテンプレート

コーポレート・ガバナンス

目次

68 コーポレート・ガバナンスの状況等
75 取締役・監査役および役員

for your life
P&I Solutions
いろはにほへと
永国愛袋霊酬
秀英中太ゴシック体

コーポレート・ガバナンスの状況等

（「DNP」は「大日本印刷株式会社」を指しています。）

（1）コーポレート・ガバナンスの状況

■コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

DNPは、「21世紀ビジョン」において「21世紀の創発的な社会に貢献する」ことを経営理念として掲げており、21世紀にふさわしい創発的な企業として、社会的責任(CSR)を果たし、株主や顧客、生活者、社員などさまざまなステークホルダーから信頼されることが、今後の事業競争力の向上に不可欠であると認識しています。そのためには、コーポレート・ガバナンスの充実は、経営上の重要課題であると考えています。的確な経営の意思決定、それに基づく適正かつ迅速な業務執行、ならびにそれらの監督・監査を可能とする体制を構築・運用するとともに、個々人のコンプライアンス意識を高めるため研修・教育を徹底し、総合的にコーポレート・ガバナンスの充実が図れるよう努めています。

■コーポレート・ガバナンスに関する施策の実施状況

① 企業統治の体制

DNPは、多岐にわたる事業分野に関しそれぞれの専門的知識や経験を備えた取締役が経営の意思決定に参加し、責任と権限を持って職務を執行するとともに、他の取締役の職務執行の監督を行うことのできる体制としています。また、経営に関する的確かつ迅速な意思決定、それに基づく円滑な業務執行、及び適正な監督機能を一層強化するため、独立性を有する社外取締役が経営の意思決定に参画するとともに、役員を取締役会により選任し、取締役会で決定された事項の業務執行を担当し、取締役から委譲された事項の決定とその執行につき責任と権限を有し、また取締役との密接な対話を通じて、より現場に近い立場からの意見を経営に反映しています。

DNPは、経営環境の変化に対応して、最適な経営体制を機動的に構築するとともに、事業年度における経営責任をより一層明確にするために、取締役の任期を1年としています。

取締役会は、社外取締役1名を含む20名から構成され、原則として月1回開催し、「取締役会規則」に基づきその適切な運営を確保するとともに、取締役は相互に職務の執行を監督しています。なお、取締役及び役員は、月3回開催される経営執行会議において、効率的な経営の意思決定に資する情報交換を行っています。また、経営活動の迅速性及び効率性を高めるため、専務以上の取締役で構成する経営会議を設置し、原則として月1回開催し、経営方針、経営戦略及び経営上の重要な案件等について検討・審議しています。

DNPは監査役会設置会社であり、監査役会は、財務及び会計に関する相当程度の知見を有する監査役1名や社外監査役3名を含む5名から構成され、各監査役は、取締役の職務執行について、監査役会の定める監査基準及び分担に従い、監査を実施しており、必要に応じて、取締役及び使用人に対して、業務執行に関する報告を求めています。

このようなコーポレート・ガバナンス体制を採用することにより、取締役会における適切かつ効率的な意思決定が担保されると考えています。

② 内部監査および監査役監査

DNPでは、的確な経営の意思決定、適正かつ迅速な業務執行、ならびにそれらの検査及び監査を可能とする体制を維持していくため、企業倫理行動委員会が、内部統制の統括組織として、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」に基づき業務執行部門を検査、指導し、運用状況等について定期的に監査役へ報告しています。また、監査室（人員：17名）が、「内部監査規程」に基づき会計監査・業務監査を実施し、監査役及び会計監査人へ実施状況を連絡することで、業務の適正を確保しています。

監査役は、定期的に監査役会を実施し、監査の分担などについて他の監査役と連携してその職務を遂行するとともに、会計監査人からは期初に監査計画の説明を受け、期中に適宜監査状況を聴取し、期末に監査結果の報告を受けるなど、密接な連携を図っています。

DNPの会計監査業務を執行した公認会計士の氏名、所属する監査法人及び監査業務に係る補助者の構成については、以下のとおりです。

・業務を執行した公認会計士の氏名(継続監査年数)

代表社員・業務執行社員

二階堂　博文（2年）、寺田　一彦（4年）、
塚越　継弘（2年）、志磨　純子（4年）

・所属する監査法人

明治監査法人

・会計監査業務に係る補助者数

公認会計士　10名、その他　10名

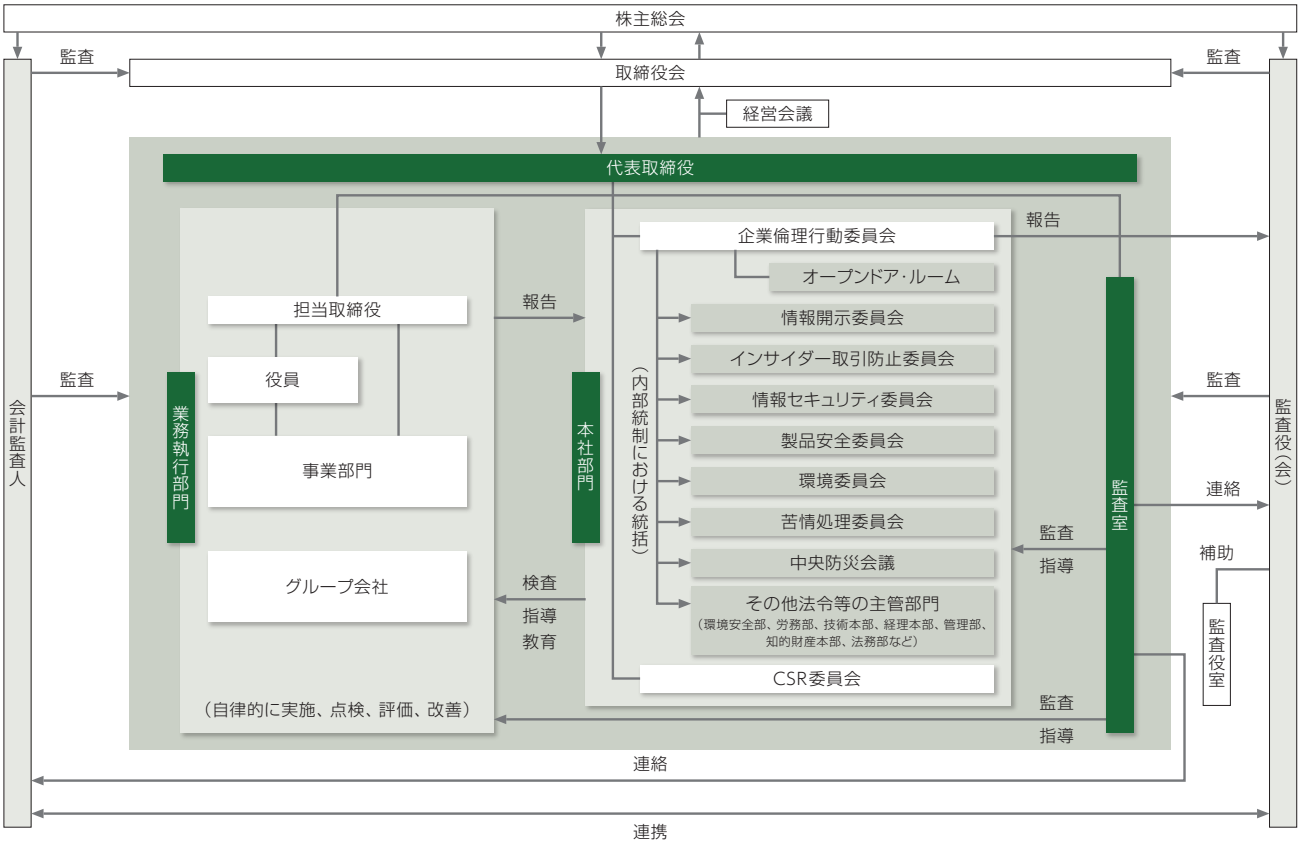
③ リスク管理体制の整備の状況

コンプライアンス、情報セキュリティ、環境、災害、製品安全、インサイダー取引及び輸出管理等に係るリスク管理については、企業倫理行動委員会、各専門の委員会その他の本社各部において、規程等の整備、研修の実施等を行い、リスクの未然防止に努めるとともに、リスク発生時には、DNPグループにおける損失を回避・軽減するため、速やかにこれに対応します。また、新たに生じたリスクについては、速やかに対応すべき組織及び責任者たる取締役を定めることとしています。

④ その他のコーポレート・ガバナンスに関する実施状況

「DNPグループ行動規範」を制定し、社会の繁栄と着実な発展への寄与、公平・公正な企業活動、地球環境の保全、社会貢献、自由闊達な企業文化の確立など、DNPグループ社員の行動の規範と具体的な行動の指針を定めています。その中に、反社会的勢力との企業活動を行わないことはもとより、創発的な企業として社会的責任(CSR)を果たし、株主や顧客、生活者、社員などさまざまなステークホルダーを尊重し、信頼を得られるよう行動していくことを規定しています。

⑤ 前記①および④の内容を表したDNPのコーポレート・ガバナンス体制の模式図は、以下のとおりです。



⑥ 社外取締役及び社外監査役とDNPとの関係

DNPの社外取締役は1名です。また、社外監査役は3名です。DNPと人的関係、資本的関係、または取引関係その他の利害関係はなく、当社業務から独立した視点で経営に対する中立的な監督・監査が行われていると考えています。社外取締役は、社内取締役に対する監督機能に加え、見識に基づく経営助言を通じて、取締役会の透明性と説明責任の向上に貢献する役割を担っています。社外監査役は、会計監査及び業務監査双方の妥当性を高め、経営に対する監視機能を果たしています。なお、社外取締役である塚田忠夫氏及び社外監査役である池田眞一氏及び松浦恂氏は、有価証券上場規程施行規則第211条第4項第5号のaからeに定める要件に該当せず、一般株主と利益相反の生じるおそれはないと判断されることから、独立役員として指定しています。

DNPの社外取締役である塚田忠夫氏はDNP株式2千株、また社外監査役である池田眞一氏はDNP株式2千株を、各々保有しています。

DNPと社外取締役及び社外監査役は、その職務を行うにつき善意でかつ重大な過失がないときは、会社法第423条第1項の損害賠償責任を法令の定める限度まで限定することができる契約を締結しています。

⑦ 取締役の定数

DNPは、定款で取締役の定数を20名以内と定めています。

⑧ 取締役の選任の決議要件

DNPは、取締役の選任決議について、議決権を行使することができる株主の議決権の3分の1以上を有する株主が出席し、その議決権の過半数をもって行う旨、及び累積投票によらない旨を、定款で定めています。

⑨ 株主総会決議事項を取締役会で決議することができることとした事項

1. 自己の株式の取得

DNPは、資本効率の向上と経営環境に応じた機動的な資本政策の遂行のため、会社法第165条第2項により、取締役会の決議によって同条第1項に定める市場取引等により自己の株式を取得することができる旨を定款で定めています。

2. 取締役の責任免除

DNPは、取締役が期待される役割を十分に発揮できるようにするため、会社法第426条第1項の規定により、同法第423条第1項の取締役(取締役であった者を含む。)の責任を、法令の限度において、取締役会決議によって免除することができる旨を定款で定めています。

3. 監査役の責任免除

DNPは、監査役が期待される役割を十分に発揮できるようにするため、会社法第426条第1項の規定により、同法第423条第1項の監査役(監査役であった者を含む。)の責任を、法令の限度において、取締役会決議によって免除することができる旨を定款で定めています。

4. 中間配当

DNPは、株主への機動的な利益還元のため、取締役会決議によって毎年9月30日の最終の株主名簿に記載または記録された株主または登録株式質権者に対して、会社法第454条第5項に定める金銭による剰余金の配当をすることができる旨を定款で定めています。

⑩ 株主総会の特別決議要件

DNPは、株主総会の円滑な運営のため、会社法第309条第2項に定める株主総会の特別決議要件について、議決権を行使することができる株主の議決権の3分の1以上を有する株主が出席し、その議決権の3分の2以上をもって決議を行う旨を定款で定めています。

■役員の報酬等

① DNPの役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

役員区分	報酬等の総額（百万円）	報酬等の種類別の総額（百万円）		対象となる役員の員数（名）
		基本報酬	賞与	
取締役（社外取締役を除く）	1,541	1,356	185	24
監査役（社外監査役を除く）	82	82	—	2
社外役員	94	94	—	4

（注） 1. 賞与は、当事業年度における役員賞与引当金繰入額です。
2. 当期末現在の人員は、取締役（社外取締役を除く）23名、監査役（社外監査役を除く）2名、社外役員4名です。

② DNPの役員ごとの連結報酬等の総額等

氏名（役員区分）	連結報酬等の総額（百万円）	会社区分	連結報酬等の種類別の額（百万円）	
			基本報酬	賞与
北島　義俊（取締役）	353	大日本印刷（株）	289	25
		北海道コカ・コーラボトリング（株）	38	—
髙波　光一（取締役）	126	大日本印刷（株）	113	12
猿渡　智（取締役）	121	大日本印刷（株）	109	12
山田　雅義（取締役）	126	大日本印刷（株）	113	12

（注） 1. 連結報酬等の総額が1億円以上である者に限定して記載しています。
2. 基本報酬のうち、北海道コカ・コーラボトリング（株）分は、同社において賞与を年間報酬に一本化したことに伴う賞与相当分が含まれています。
3. 大日本印刷（株）の賞与は、当事業年度に係る賞与として支払い予定の金額です。

③ 役員の報酬等の額の決定に関する方針

取締役の報酬等については、株主総会で承認された取締役報酬等の限度内で算定しており、経営会議において検討・審議し、取締役会において協議、決定しています。

各取締役の報酬等については、担当する職務、責任、業績、貢献度等の要素を基準として、総合的に勘案し決定しています。

監査役の報酬等については、監査役報酬等の限度内で算定しており、各監査役の報酬等については監査役の協議により決定しています。

■株式の保有状況

① 保有目的が純投資目的以外の目的である投資株式

銘柄数　433銘柄

貸借対照表計上額の合計額　110,943百万円

② 保有目的が純投資目的以外の目的である投資株式の保有区分、銘柄、株式数、貸借対照表計上額及び保有目的

（前事業年度）

特定投資株式

銘柄	株式数（株）	貸借対照表計上額（百万円）	保有目的
テルモ（株）	1,081,000	5,383	営業取引の関係強化
大正製薬（株）	2,309,000	3,925	営業取引の関係強化
江崎グリコ（株）	3,215,751	3,508	営業取引の関係強化
アサヒビール（株）	1,860,029	3,260	営業取引の関係強化
（株）みずほフィナンシャルグループ	15,501,000	2,867	営業取引の関係強化
日清食品ホールディングス（株）	898,711	2,826	営業取引の関係強化
富士フイルムホールディングス（株）	685,965	2,208	営業取引の関係強化
（株）東芝	4,547,000	2,196	事業の連携強化
ヤマトホールディングス（株）	1,660,600	2,182	営業取引の関係強化
東洋水産（株）	794,980	1,922	営業取引の関係強化
ローム（株）	265,101	1,850	営業取引の関係強化
（株）三菱ケミカルホールディングス	3,598,790	1,720	事業の連携強化
新日本製鐵（株）	4,594,768	1,686	事業の連携強化
SMK（株）	3,200,000	1,536	営業取引の関係強化
ライオン（株）	3,140,665	1,479	営業取引の関係強化
（株）資生堂	677,619	1,375	営業取引の関係強化
アイカ工業（株）	1,293,743	1,348	営業取引の関係強化
日本精工（株）	1,814,000	1,338	事業の連携強化
（株）ニューフレアテクノロジー	10,000	1,232	事業の連携強化
シャープ（株）	1,011,140	1,182	営業取引の関係強化
（株）三菱UFJフィナンシャル･グループ	2,399,760	1,175	営業取引の関係強化
ダイキン工業（株）	300,000	1,147	営業取引の関係強化

（当事業年度）

特定投資株式

銘柄	株式数（株）	貸借対照表計上額（百万円）	保有目的
第一生命保険（株）	66,066	8,291	営業取引の関係強化
テルモ（株）	1,081,000	4,740	営業取引の関係強化
大正製薬（株）	2,309,000	4,156	営業取引の関係強化
（株）みずほフィナンシャルグループ	25,385,680	3,503	営業取引の関係強化
江崎グリコ（株）	3,218,348	3,108	営業取引の関係強化
日清食品ホールディングス（株）	898,711	2,635	営業取引の関係強化
アサヒビール（株）	1,860,029	2,572	営業取引の関係強化
ヤマトホールディングス（株）	1,660,600	2,142	営業取引の関係強化
（株）三菱ケミカルホールディングス	3,598,790	1,882	事業の連携強化
（株）東芝	4,547,000	1,850	事業の連携強化
富士フイルムホールディングス（株）	685,965	1,767	営業取引の関係強化
東洋水産（株）	794,980	1,435	営業取引の関係強化
アイカ工業（株）	1,293,743	1,410	営業取引の関係強化
ローム（株）	265,706	1,384	営業取引の関係強化
（株）ニューフレアテクノロジー	10,000	1,355	事業の連携強化
ライオン（株）	3,140,665	1,328	営業取引の関係強化
日本精工（株）	1,814,000	1,300	事業の連携強化
三菱電機（株）	1,300,000	1,276	営業取引の関係強化
SMK（株）	3,200,000	1,235	営業取引の関係強化
新日本製鐵（株）	4,594,768	1,222	事業の連携強化
サッポロホールディングス（株）	3,796,388	1,176	営業取引の関係強化
（株）資生堂	677,619	975	営業取引の関係強化
栗田工業（株）	387,000	951	事業の連携強化
明治ホールディングス（株）	282,200	943	営業取引の関係強化
ウシオ電機（株）	572,957	932	事業の連携強化
シンフォニアテクノロジー（株）	3,664,000	923	事業の連携強化

みなし保有株式

銘柄	株式数（株）	貸借対照表計上額（百万円）	保有目的
テルモ（株）	1,930,500	8,465	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有
（株）テレビ朝日	40,300	5,234	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有
アステラス製薬（株）	913,770	2,814	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有
日本たばこ産業（株）	5,000	1,502	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有

（注）貸借対照表計上額の上位銘柄を選定する段階で、特定投資株式とみなし保有株式を合算していません。

③ 保有目的が純投資目的である投資株式

該当事項はありません。

(2) 監査報酬の内容等

① 監査公認会計士等に対する報酬の内容

区分	前連結会計年度		当連結会計年度	
	監査証明業務に基づく報酬(百万円)	非監査業務に基づく報酬(百万円)	監査証明業務に基づく報酬(百万円)	非監査業務に基づく報酬(百万円)
大日本印刷(株)	91	—	83	—
連結子会社	106	—	130	—
計	197	—	213	—

② その他重要な報酬の内容

該当事項はありません。

③ 監査公認会計士等のDNPに対する非監査業務の内容

該当事項はありません。

④ 監査報酬の決定方針

DNPの監査報酬の決定方針は、監査予定日数、会社規模等を総合的に勘案の上、決定しています。

取締役・監査役および役員

（2011年6月29日現在）

代表取締役社長

北島　義俊

代表取締役副社長

髙波　光一
猿渡　智
山田　雅義
北島　義斉

専務取締役

波木井 光彦
土田　修
吉野　晃臣
黒田 雄次郎
和田　正彦

常務取締役

広木　一正
森野　鉄治
秋重　邦和
永野　義昭
北島　元治
清水　孝夫
野坂　良樹
塚田　正樹
蟇田　栄

取締役

塚田　忠夫（社外取締役）

常勤監査役

野口　賢治
米田　稔
池田　眞一（社外監査役）

監査役

松浦　恂（社外監査役）
野村　晋右（社外監査役）

常務役員

西村　達也
小槙　達男
北湯口 達郎
山崎 富士雄
斎藤　隆
古谷　滋海

役員

土屋　純一
神田　徳次
和田　隆
峯村　隆二
小池　正人
山口　正登
竹田　泰夫
村本　守弘
宮　健司
小川　良夫
杉本 登志樹

山田副社長　髙波副社長　北島社長　猿渡副社長　北島副社長

持続可能な発展に向けての取り組み

目次

78 研究開発･知的財産
80 情報の適切な管理･運用
82 災害対策と事業継続性の確保
83 活力あふれる職場づくり
84 環境保全への取り組みと関連事業の拡大
87 トピックス

DNPは、「社会から信頼される企業」として持続的な成長を実現していくために、本業を通じて、企業や生活者、そして社会が抱える課題を解決していきます。そのために、社会に提供する「価値の創造」、そのプロセスを公正・公平に遂行する「誠実な行動」、説明責任を果たし「高い透明性」を有するという、企業が果たすべき3つの責任を同時に果たしています。

DNPは、事業活動そのものが社会貢献であり、DNPが提供する製品やサービスがさまざまな課題を解決に導くものであるという前提に立って、事業の拡大に努めています。その際、製品やサービスの開発と合わせて、研究開発・知的財産、情報セキュリティ、事業継続性の確保、人材の育成、環境保全などを重要なテーマと捉え、企業価値の向上に取り組んでいます。このような活動が評価され、DNPの株式は、多くの主要な社会的責任投資（SRI: Socially Responsible Investment）の構成銘柄となっています。2011年5月時点の組み入れ状況は下記の通りです。

○Dow Jones Indexesが提供する責任投資指標「Dow Jones Sustainability Indexes」
○FTSEが提供する責任投資指標「FTSE4Good Index Series」
○Forum ETHIBELが提供する責任投資指標「Ethibel PIONEER Register & Ethibel EXCELLENCE Register」
○モーニングスター社が提供する責任投資指標「モーニングスター社会的責任投資株価指数」
○SAMが提供する責任投資指標「Sustainable Asset Management」

研究開発・知的財産

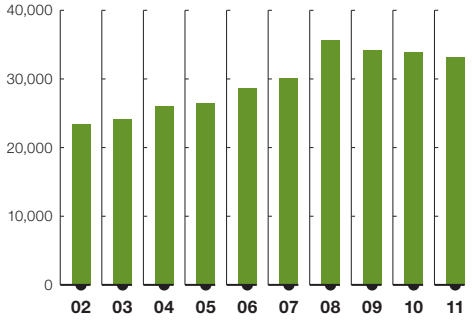
事業ビジョンとして「P&Iソリューション」を掲げ、印刷技術と情報技術の応用発展によって事業を拡大してきたDNPにとって、研究開発は非常に重要な企業活動のひとつです。特に今、変化の激しい時代にあって、生活者の視点に立ち、社会で起きていることをよく見て、どのような課題が存在し、その解決に必要な技術は何か、いち早く見極める必要があります。その上で、DNPの独自技術を開発するとともに、強みを持った他社との連携も積極的に推進し、技術開発のスピードを速めています。また、製品・サービスのイノベーションとともに、ビジネスモデルのイノベーションも進める中で、その成果を知的財産として獲得し、適切に管理・運用するよう努めています。

これからもDNPは、研究開発活動と知的財産のマネジメントをさらに強化することにより、企業や生活者、そして社会が求める製品やサービスを他社に先駆けてタイムリーに開発し、企業価値を高めていきます。

研究開発投資

DNPは新規事業の創出、新製品や新サービスの開発、生産技術の開発など、幅広いテーマで研究開発を推進しています。研究開発に対する継続的な投資は、中長期的に企業価値を高めていく上でも重要です。当期（2011年3月期）の研究開発費は331億円で（前期実績：338億円）、連結売上高に占める割合は約2%です。長期（5年以内）を視野に入れた基礎研究から、中期（3年以内）の生産技術開発、短期（1年以内）の新製品・新技術開発まで、包括的な研究開発活動を推進しています。

研究開発費の推移（連結）
（単位：百万円）



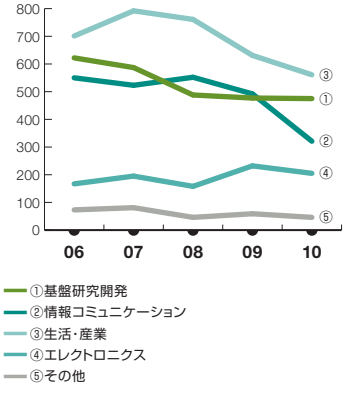
知的財産戦略

DNPはグループ全体の知的財産の創出・活用のスキルアップを図るため、基礎から応用までの知的財産研修を実施しています。また、自己の権利と同様に他者の権利も尊重するフェアな企業文化を醸成し、コンプライアンス遵守の風土を作るとともに、強い権利の獲得を進めています。

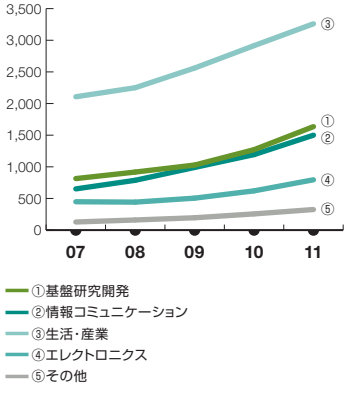
知的財産の事業価値の向上に当たっては、自社のパテント・ポートフォリオの充実、戦略的な出願の推進、特許明細書の質の評価、法令の遵守などに取り組んでいます。

また、知的財産の関連団体に委員を派遣し、積極的な提言を行うほか、企業に対しても、著作権や景品表示、商標などの法令を考慮した企画提案や研修会を行うなど、積極的な支援を進めています。

特許公開件数の推移（1-12月、5ヵ年）
（単位：件）



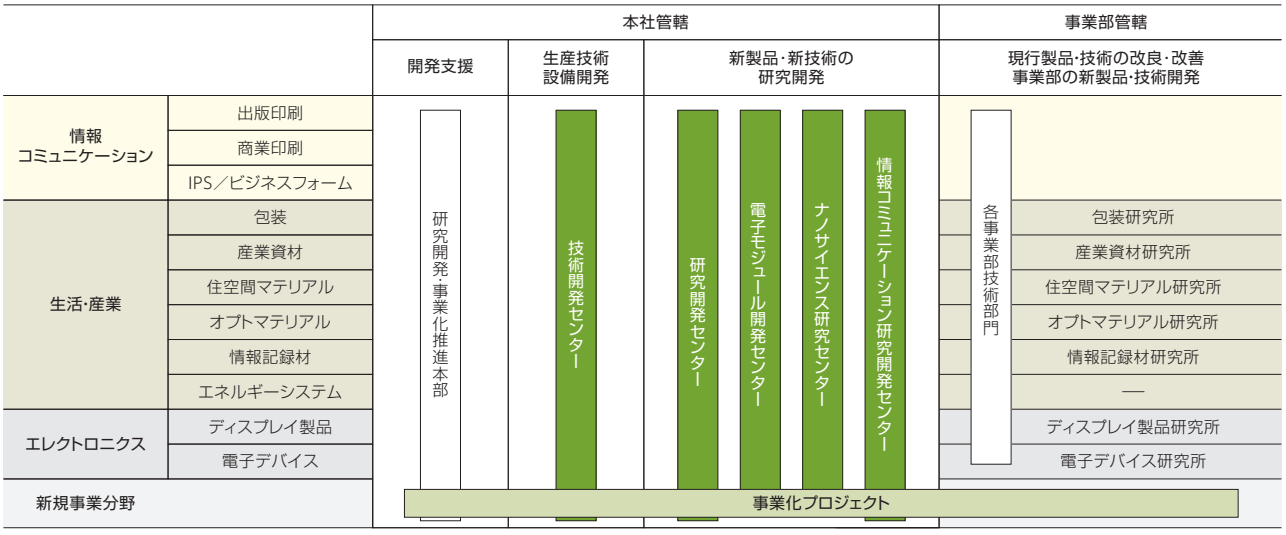
特許・実用新案保有件数の推移（5ヵ年）
（単位：件）



研究開発体制

研究開発部門は、幅広い分野で、さまざまな課題の解決につながる独自技術の開発を進めています。これらの独自技術を活かすとともに、技術的な強みを持った他社とも連携し、新規事業の創出などにつながる柔軟な体制を構築しています。

具体的には、研究開発センター、ナノサイエンス研究センター、情報コミュニケーション研究開発センター、電子モジュール開発センター、技術開発センター、7つの事業分野別研究所が中心となり、各事業分野の営業・企画・製造部門との連携を深めながら、新たな価値の創造に注力しています。



研究開発組織の役割・開発期間

	研究開発組織	役　割		開発期間
本社研究所	研究開発センター	新製品、新生産プロセスに関わる研究開発		中・長期（3-5年以内）
	電子モジュール開発センター	電子モジュールに関わる技術・製品・サービスの開発		
	ナノサイエンス研究センター	材料開発および製品やプロセスの解析技術の研究開発		
	情報コミュニケーション研究開発センター	情報コミュニケーションに関わる技術・製品・サービスの研究開発		
	技術開発センター	生産技術に関わる研究開発		中期（3年以内）
事業部研究所	包装研究所	包装技術、鮮度保持技術に関わる研究開発	新製品開発	短期（1年以内）
	産業資材研究所	産業資材に関わる研究開発		
	住空間マテリアル研究所	内外装表面材の研究開発		
	オプトマテリアル研究所	光学部材に関わる研究開発		
	情報記録材研究所	各種記録材の研究開発		
	ディスプレイ製品研究所	各種ディスプレイデバイス、部品の研究開発		
	電子デバイス研究所	先端フォトマスク、実装部材、LSI設計に関わる研究開発		

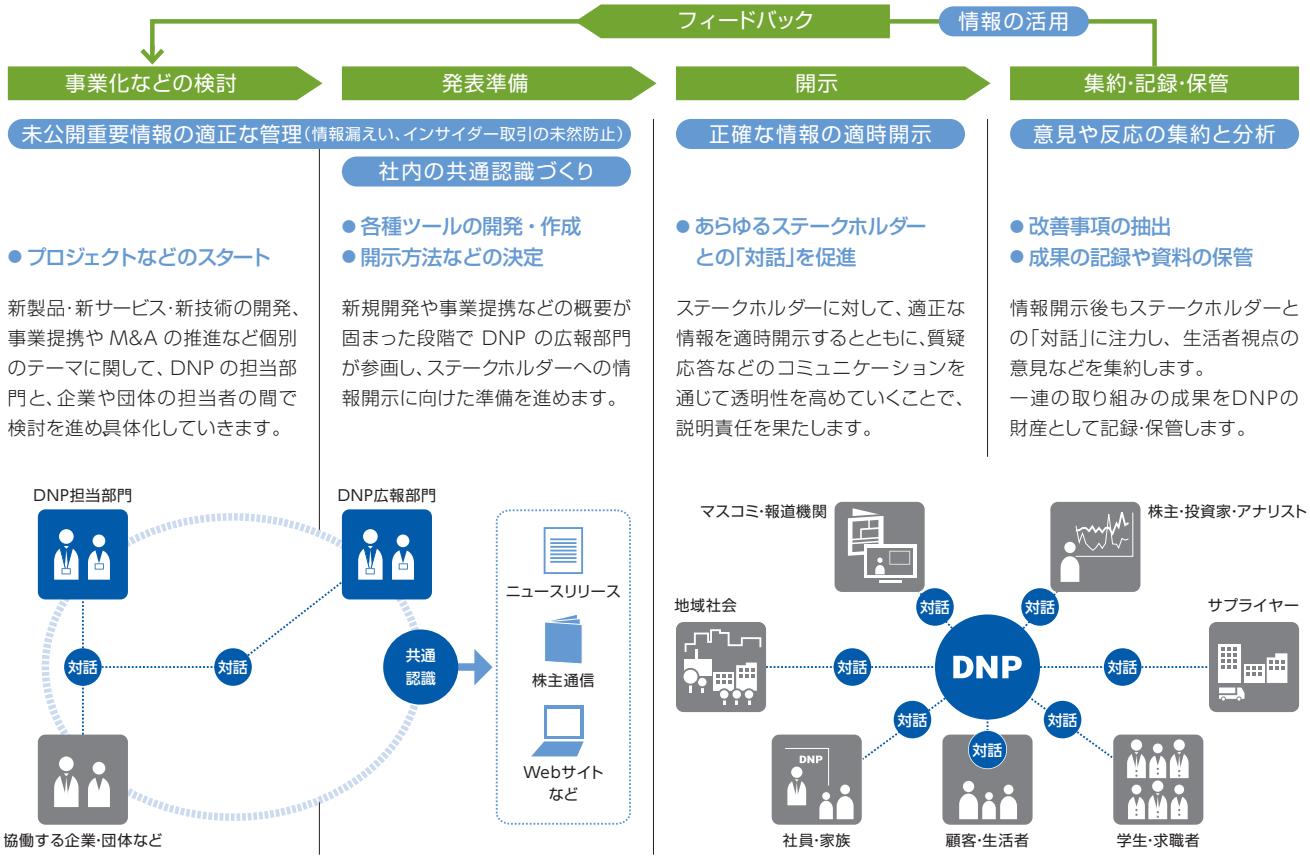
情報の適切な管理・運用

情報マネジメントの取り組み

DNPが持続的に発展していくためには、ステークホルダーとの信頼の構築が不可欠です。事業内容や企業活動に対するステークホルダーの理解を深めるため、またDNP自身が社会からどのように見られているかを正しく認識するために、幅広いステークホルダーと活発に“対話”するよう努めています。

DNPは、株主・投資家、顧客企業や生活者、サプライヤー、学生や求職者、マスコミ・報道機関、地域社会、そして社員やその家族など、ステークホルダーとの関係強化を進めています。その際、企業の説明責任として、適時、適正に情報を開示する一方で、機密情報や個人情報を適切に管理することも重要です。ステークホルダーの声を製品・サービスの創出や企業風土の変革につなげていく上でも、情報マネジメントは不可欠であり、DNPはその取り組みに注力しています。

情報マネジメントの流れ



情報セキュリティの取り組み

事業を推進するうえで、生活者の個人情報や顧客企業の重要情報などを適切に管理していくことは、企業として当然の責務です。DNPは、情報セキュリティの徹底を経営の最重要課題のひとつとして捉え、情報資産の厳密な管理・運用を継続して行っています。

組織的な対応としては、1999年に個人情報保護規定を整備し、個人情報保護事務局を設置して、全社における情報セキュリティ推進体制の構築を進めました。また、個人情報保護マネジメントシステム（JISQ15001）に準拠した仕組みの構築、プライバシーマーク認証の取得・維持などにも積極的に取り組んでいます。そのほか、集合教育やネットワークラーニングなどで社員一人ひとりの意識を向上させる人的対応、ICカード社員証を利用したセキュリティゲートなどの物理的対応、同じくICカード社員証を利用したアクセス制御などの技術的対応も進めています。

DNPは、このような取り組みを通じて情報セキュリティ関連のノウハウを蓄積し、さまざまな製品やサービスを開発しており、顧客企業に対して提供することによって、セキュリティソリューション事業の拡大にもつなげています。

個人情報を取り扱う電算処理室の事例

物理的対策	●生体認証を導入した入退場管理による部外者侵入防止 ●監視カメラの設置による不正行為の牽制 ●ポケットのない作業着着用によるデータ等の持ち出し防止 ●データ記憶媒体の書き出し場所の分離 ●金属探知機を用いた検査　など	指静脈認証 虹彩認証回転ゲート
技術的対策	●アクセスログの取得の実施 → データ記憶媒体に書き出す作業員の少数化 → データ記憶媒体に書き出す作業員のDNPグループ会社社員への限定 → データ記憶媒体への書き出しログのチェック頻度向上	

ユニバーサルデザインの取り組み

多様性を認め合う社会において、さまざまな環境にある人々が利用可能な“ユニバーサルデザイン”の必要性が高まっています。DNPは、すべての人々が安全で快適に暮らせるユニバーサル社会の実現に向けて、生活者の視点を重視した製品やサービスの開発を進め、例えば、無理のない動作で直感的に使用できるパッケージの開発、汎用的な評価手法の確立、カラーユニバーサルデザインの推進などに取り組んでいます。

DNPの事業領域は多岐にわたっており、それぞれの事業分野でユニバーサルデザインの視点を取り入れるために、「DNPグループ ユニバーサルデザイン5原則」を制定し、また、各種セミナーや研究会を開催し社員への徹底をはかっています。

ユニバーサルデザイン・パッケージ「USE・FULLカートン」

災害対策と事業継続性の確保

DNPは、グループの災害対策全般の強化を図るため「DNPグループ災害対策基本規程」を定め、平時より防災計画に基づく予防対策を推進して「災害に強いDNPグループ」を目指すとともに、大規模災害発生時における早期復旧のために事業継続計画（BCP*）を整備しています。

*BCP（Business Continuity Plan）

組織と体制

本社には、グループの総合的な防災対策の整備･推進を図るために中央防災会議を、各事業部およびグループ会社には、防災対策をより実践的に推進するために事業部･グループ会社防災会議をそれぞれ設置しています。また、地域特性に合った予防対策をはじめとする防災対策を横断的に推進するために、各地区には地区防災会議を設置しています。大規模災害発生時には、これらの組織が災害対策本部に移行して、応急対策および復旧･復興対策を統括し、推進します。

防災計画と事業継続計画（BCP）の充実

具体的な防災施策は、中央防災会議が策定したグループ全体の総合的かつ長期的な防災計画である「DNPグループ防災基本計画」および、各事業部･グループ会社がそれぞれの事業特性や地域特性を踏まえて作成した「防災業務計画」に基づいて実施されます。

また、大規模災害の発生時に、許容される時間内に重要な事業･業務を復旧するために事業継続計画を策定しています。

東日本大震災においては、印刷業界でも印刷用紙やインキ、フィルムなどの資材の調達が、メーカー、代理店、さらにその原材料プラントの被災により滞り、計画停電の実施や燃料不足によって計画生産や物流にも影響がおよびました。DNPは、あらためて事業継続計画を見直し、サプライチェーン全体を考慮して、物流や代替生産の体制の整備、国内外の製造拠点の配置などの検討を進め、事業への影響を最小限に抑えるよう努めていきます。

予防対策の強化

今回の震災において、従業員本人に人身の被害はないなど予防対策の成果が確認されており、さらにその強化を図っていきます。各事業場において地域の災害リスクを再確認し、建物や設備の点検･補強、防災用備品･備蓄品およびインフラの整備を進めます。また災害発生時の災害対策本部体制および緊急連絡体制を充実させて緊急時の情報収集および発信機能を強化します。そして緊急時においても従業員全員が落ち着いて行動し安全を確保できるように継続して防災教育および訓練を実施していきます。

中央災害対策本部と現地対策本部とのテレビ会議（東日本大震災での例）

震災情報掲示板の設置（被災地）

活力あふれる職場づくり

活力を高める人材の育成

DNPの持続的な成長のためには、社員一人ひとりが成長し、社内外との協働によって企業活動を活性化させていくことが不可欠です。人材は企業の活力の源であり、DNPは、それぞれが自立した個として最大限に役割を果たし、自己実現を図ることができるよう、より良い制度･仕組みの構築や研修の充実などに取り組んでいます。

DNPは人材育成ビジョンを策定しており、社員研修を行う専門組織と各事業部、グループ会社が連携しながら、社会のニーズや会社の経営課題に則した人材育成を実施しています。専門的な技術習得を目的とする複数の研修施設をはじめ、職場を離れて集中できる環境として、研修会館（東京都新宿区）や箱根研修センターなどを運用しています。社内の研修のほか、異業種交流研修、各部門の中長期目標策定合宿、顧客企業との共同検討合宿など、さまざまなステークホルダーとの対話の場としても活用しています。

働き方の変革

多様な個性を持つ人材が、それぞれの多様性に応じた働き方によって、期待される役割を果たしていくことが、DNPの事業活動の活性化には不可欠です。企業を取り巻く経営環境は大きく変化していますが、この変化をチャンスに変えて、事業成果に結び付けていくためにも、一人ひとりが最大限の力を発揮することが重要です。

その第一歩として、仕事の仕組みや流れを見直すことで業務効率化を図り、時間資源を生み出すことを基本として「働き方の変革」の取り組みを推進しています。この取り組みにより、新しい仕事へのチャレンジ、生活者視点に立った製品やサービスの開発、新たな価値の創出、社員一人ひとりのワーク･ライフ･バランスの実現にもつなげていきます。

環境保全への取り組みと関連事業の拡大

環境管理体制の構築と運用

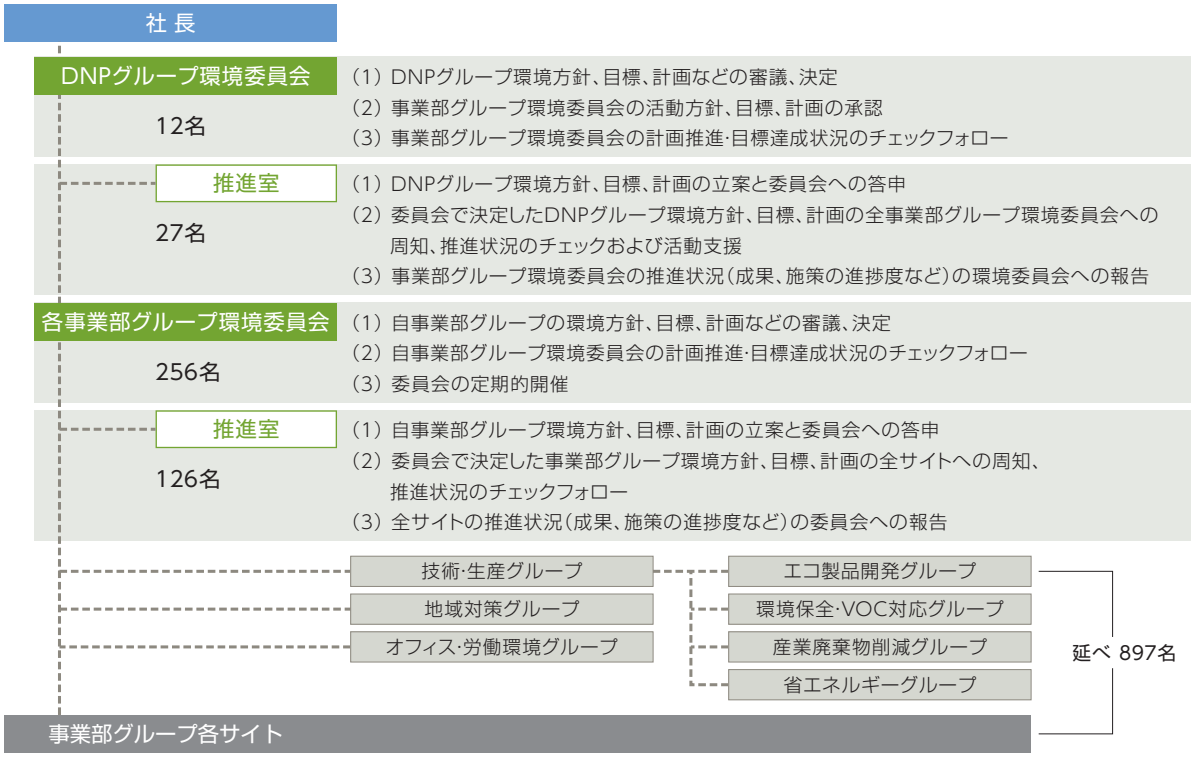
製品やサービスの提供によって、企業や生活者、社会の課題を解決するDNPは、“地球環境との共生”を経営の重要課題のひとつとして捉えています。限りある地球の資源を無駄にせず、自然との共生を図りながら次世代に引き渡すことを使命と位置づけ、“地球環境の保全”と“資源の有効利用”を環境活動の基本方針として掲げ、国内および海外にて、具体的な施策を推進しています。

推進体制は、グループ全体を統括し、環境方針や計画の策定、目標達成状況のチェックなどを行うDNPグループ環境委員会と、事業領域ごとの特性を踏まえた活動を展開する各事業部グループ環境委員会などで構成されています。

DNPは、事業活動における環境負荷を極力低減し、資源の有効活用を進めて環境効率を向上させるとともに、環境配慮製品の開発にも一層力を入れていきます。

DNPは、紙、フィルム、樹脂、金属（鉄、アルミなど）、インキなどを主要な原材料として、多岐にわたる製品やサービスを提供しています。各事業部門の特徴は以下の通りです。

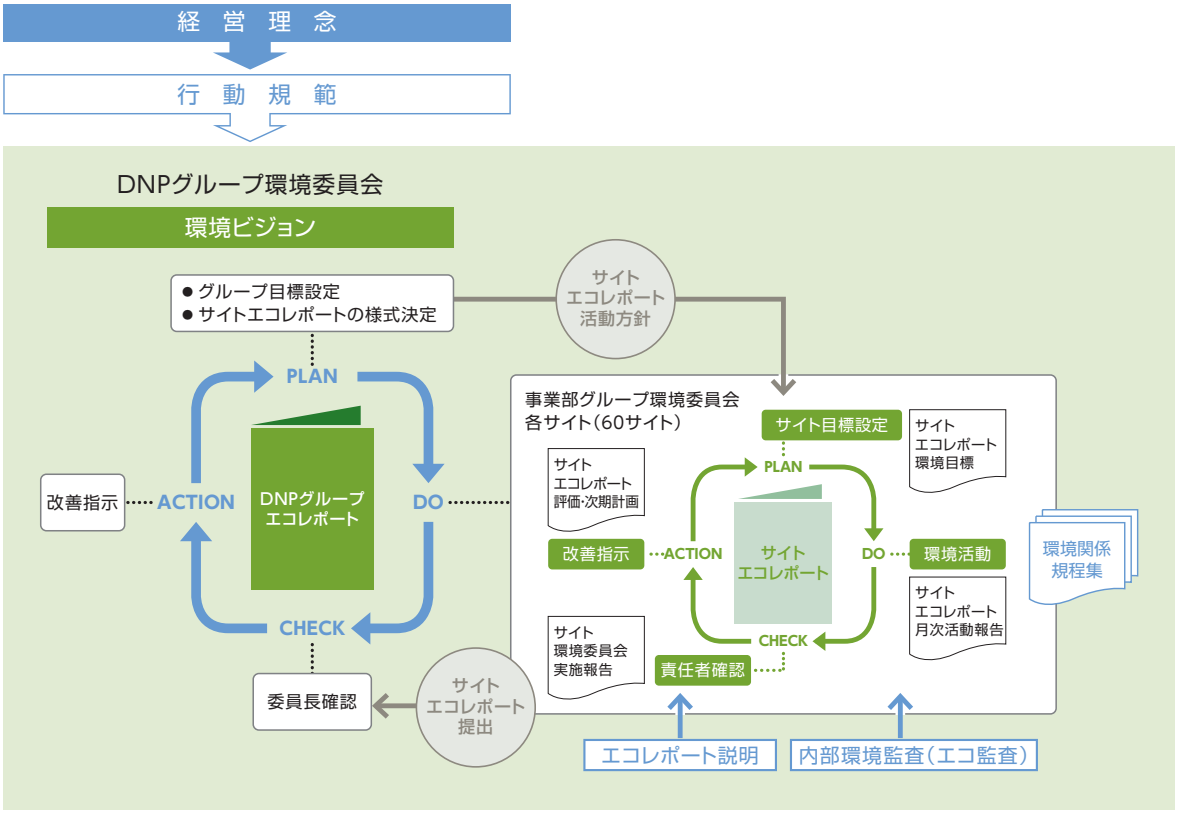
情報コミュニケーション部門	主にオフセット印刷で、雑誌や商業印刷物などを製造しており、多くの印刷用紙を使用しています。
生活・産業部門	グラビア印刷、コーティング、ラミネート加工などで、包装材や建材、光学フィルムやカラーインクリボンなどを製造しており、プラスチックフィルムや溶剤などを多く使用しています。
エレクトロニクス部門	エッチング技術やフォトリソグラフィー技術を応用して、液晶ディスプレイ用のカラーフィルター、半導体製品用のフォトマスクなどを製造しており、洗浄用などに多くの水を使用しています。



環境マネジメントシステム

DNPの環境に対する取り組みは早く、1972年には業界に先駆けて専門の部署を設け（現·環境安全部）、公害対策や地域の皆様との対話をスタートさせました。1990年以降は地球環境問題への取り組みにも注力し、環境マネジメントシステムに関する国際規格（ISO14001）の発行（1996年）以前の1993年には、独自の環境マネジメントシステム（EMS）を構築しました。これは、半年ごとに「Plan-Do-Check-Action」のサイクルを回す仕組みで、DNPの環境管理活動の基本となるものです。

このEMSをさらに有効なものにするため、1996年にはエコ監査を開始しました。監査によって、万一、是正処置が必要となった場合は、該当する拠点とDNPグループ環境委員会の間で要求書と回答書のやり取りを行います。この監査や、定期的な「エコレポート」の発行などに取り組むことで、法規制に則った活動を推進しています。また、法規制を上回る自主基準（大気、水質、騒音、振動、悪臭）や自主管理ガイド（化学物質管理、土壌汚染対策）を設け、その遵守に努めています。



生物多様性への取り組み

DNPは、2010年3月に「DNPグループ生物多様性宣言」を制定し、生物多様性を育む社会づくりに向けた取り組みを強化しました。企業活動を推進する上で、常に生物多様性への影響に配慮し、持続可能な社会の形成に貢献していきます。

取り組みの一例としてDNPは、植物由来の原料を使用したバイオマスプラスチックの包装材の実用化を推進しています。再生可能な資源を利用することで、石油への依存度を軽減するなどの効果があります。今後、食品·飲料メーカー、日用品メーカーなどに向けて提供している包装材のPETフィルムを順次この製品に切り替えていく計画です。

環境配慮製品の開発

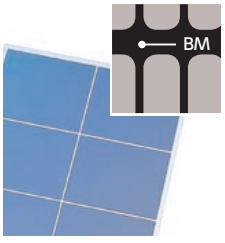
DNPは、製品の設計・開発から、製造、流通、消費、廃棄、リサイクルまでのライフサイクル全体において、環境負荷を低減する取り組みを推進しています。「環境配慮製品の開発指針」に基づいた製品づくりを進め、2010年度の環境配慮製品の販売額は、3,180億円（2009年度3,121億円）となりました。今後、この取り組みをさらに強化し、2015年度までに、環境配慮製品・サービスの売上高を4,000億円にする計画です。

1 環境汚染物質の削減

オゾン層破壊物質、重金属、有機系塩素化合物の排除、窒素酸化物などの物質の環境中への放出の抑制

製品例 ● **樹脂膜BMカラーフィルター**

従来の重金属を用いたブラックマトリックス（BM）を樹脂膜にした液晶カラーフィルターです。この製品の開発により、環境負荷の低減とコストダウンを実現しています。



2 省資源・省エネルギー

金属資源や化石燃料の使用を抑制
省エネルギー化した製品・システム

製品例 ● **エルボーパウチ**

開けやすさ、注ぎやすさを向上させた詰め替え用パウチ。本体ボトルの省資源に役立ち、詰め替え後は、減容化できます。

3 持続可能な資源採取

天然資源の持続可能な活用

製品例 ● **HI-CUP**

本体の紙カップとスリーブ状の外装紙からなる紙製の二重構造の断熱カップです。使用後に減容化でき、再生紙の利用も可能です。

4 長期使用が可能

修理や部品交換の容易さ、保守・修理サービス期間の長さ、機能拡張性などを考慮

製品例 ● **サフマーレ**

「健康」「清潔」「安全」などの要求に即応した空間づくりを可能にする「オレフィンベース」の造作・建具用オリジナル化粧シートです。

5 再使用可能

部位・部品などの場合、分解、洗浄、再充填などを考慮、購入者が容易に利用できる回収・再使用システムの確立

製品例 ● **はがせる配送伝票**

包装紙や段ボールに接着してもきれいに、簡単にはがせる配送伝票です。一枚ものの伝票であるため、紙の節約になり、またはがした跡が残らないため、段ボールなどの再利用も容易です。

6 リサイクル可能

製品がリサイクルしやすい素材を使用しているか、素材ごとに分離・分解・分別が容易な設計がされているか、購入者が容易に利用できる回収・リサイクルシステムがあるかどうかを考慮

製品例 ● **環境配慮カレンダー**

再生紙や環境負荷の少ないインキを使用しているカレンダーです。また金具やプラスチックを使用しない加工方法を採用しているため、使用後の分離・分別が不要です。

7 再生素材の利用

回収・再生された素材や部品を多く利用

製品例 ● **再生紙利用の雑誌・パンフレット**

雑誌古紙や新聞古紙等の古紙を配合した再生紙などを使用した印刷物です。また、紙だけでなく、環境負荷の少ない大豆インキ、ノンVOCインキなどの採用も増えています。

8 処理・処分の容易性

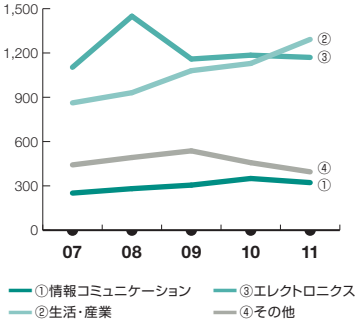
焼却施設や埋立処分場にできるだけ負荷をかけないように配慮

製品例 ● **IB（Innovative Barrier）フィルム**

非塩素系であるためダイオキシン対策に適した包装用透明蒸着バリアフィルム。バリア性を必要とする食品、トイレタリーおよび日用品用の包材として多数の実績があります。

環境配慮製品販売額の推移

（単位：億円）



トピックス

出張理科授業「色の不思議」を実施

DNPは、社会貢献の活動テーマのひとつに「次世代育成」を掲げています。

2010年度は、本社研究所のある千葉県の4つの小学校で「出張理科授業」を行いました。これは、経済産業省の「社会人講師活用型教育支援プロジェクト」に賛同した活動でもあります。子どもたちの科学技術への興味や関心を高めるため、「社会で役立っている印刷技術が、学校の理科授業の内容とどう関係しているのか」を分かりやすく理解できる授業プログラムを作成し、提供しました。

印刷物が色の三原色（シアン、マゼンタ、イエロー）の網点だけで表現されていることに驚く子どもたち

海外における地域貢献活動

シンガポールにあるグループ会社、テンワプレスは、ハードカバーの書籍やポップアップブック（飛び出す絵本）などを製造しています。その本業と関わりが深い“教育”を中心に、社会問題の改善に向けた取り組みを地域と一体となって行っています。

例えば、リサイクル活動などで得た収益を地域の子どもたちの学費に充てる、シンガポール南西地区のリサイクル&チャリティ活動に、民間企業として初めて2007年から参加しています。2010年度は、中国のお正月用のオリジナルグリーティングカードや、地域の子どもたちが環境をテーマにした絵を表紙に描いたスケッチブックを販売し、その売上と募金、地元地域からの寄付を合わせたS$35,000が、282人の子どもたちの学費に充てられました。

社員やシンガポール南西地区長、地元小中学生等、約250人が参加して、2011年3月に行われたチャリティランの様子

DNPオリジナル書体「秀英体」の展覧会を開催

2011年、DNPが運営する3つのギャラリーで、DNPのオリジナル書体である「秀英体」の誕生100年を記念する展覧会を開催しています。

明治45年（1912年）に生まれ、読みやすさと洗練されたデザインで高い評価を得ている秀英体は、活版印刷にはじまり、DTP用、電子書籍用、映像用のフォントにも展開してきました。現在DNPは、秀英体のリニューアル事業「平成の大改刻」を推進しています。本文用の明朝体は最新の印刷環境に合わせてリニューアルし、また活版時代の書体をデジタルフォント化して、一般販売を開始しました。また、電子書籍、映像用字幕、携帯電話やゲームソフトなど、新しい分野での利用も広がっています。

企画展「秀英体100」のポスター

財務セクション

目次

90　2011年3月期の業績に関する分析および説明
100　連結財務情報
102　連結財務諸表

2011年3月期の業績に関する分析および説明

当期決算

事業環境

当期の日本経済は、新興国を中心とする海外経済の成長により、一部に持ち直しの動きが見られたものの、円高の進行や原油価格の上昇の影響に加え、失業率が高水準にあるなど、依然として厳しい状況にありました。また、今年３月に発生した東日本大震災は、国内経済に極めて大きな影響をおよぼす可能性があり、先行きの不透明感が強まりました。

印刷業界においても、個人消費の伸び悩みや企業の広告宣伝費の低迷などにより競争が激化して受注単価が下落したほか、年度末には震災による需要の一層の落ち込みなどもあり、厳しい経営環境が続きました。

情報コミュニケーション部門を取り巻く環境は、出版印刷関連で、2010年４月から2011年３月の日本国内における出版物の推定販売金額が前年比3.2%減となり、1997年からの減少傾向に歯止めがかかりませんでした。また、2010年は書籍でミリオンセラーが計５点あったものの、新刊発行部数は4.9%減となりました。そのほか、出版市場への震災の影響として、燃料不足と道路状況の悪化による配達遅延や、用紙・インキの不足による発売中止や発行延期などが見られました。商業印刷関連では、2010年４月から2011年３月の広告業関連企業の売上高は、前期比2.7%増となり、雑誌が9.5%減、新聞が5.8%減となった反面、テレビ広告が3.6%増、ネット広告は17.3%増、ダイレクトメールが4.4%増と前期を上回りました。しかし、依然として2008年の世界的な金融危機以前の水準までは回復していません。ビジネスフォーム関連では、企業の経費削減による帳票類の簡素化や、クレジットカードやキャッシュカードなどが伸び悩み、厳しい状況が続きました。

生活・産業部門では、包装関連は、国内市場がデフレの影響や個人消費の低迷により、全体として低調に推移しました。住空間マテリアル関連は、2010年４月から2011年３月の日本国内における新設住宅着工戸数は、前期に45年ぶりに80万戸を割り込んだ低迷から回復し、前期比5.6%増となりました。産業資材関連は、液晶テレビの需要の増加に伴い、ディスプレイ向け光学フィルムの販売が好調に推移しました。

エレクトロニクス部門は、2010年１月から12月の全世界での液晶テレビの出荷台数は１億9,000万台超、パソコンは３億4,500万台の出荷となった模様で、前年比で大幅な増加となりました。このほか、携帯電話はスマートフォンの増加などにより前年比19%増となりました。一方、今年３月の震災により、国内エレクトロニクス関連企業では、部品供給が一時困難になるなどサプライチェーンや需要面で大きな影響が発生しました。

決算の概況

DNPグループは、事業ビジョンとして掲げる「P&Iソリューション」に基づき、積極的な営業活動を展開して、顧客ニーズに対応した製品、サービスおよびソリューションを提供するとともに、品質、コスト、納期など、あらゆる面で強い体質を持った生産体制の確立を目指す「モノづくり21活動」にグループを挙げて取り組み、業績の確保に努めました。

2011年3月期のDNPの連結売上高は、前期比0.4%増加し1兆5,893億円となりました。部門別に見ると情報コミュニケーション部門の売上高は、出版市場の低迷や、企業の経費や広告宣伝費の削減、ビジネスフォームにおける前年大きく伸びた品目の反動減などにより2.4%減少しました。生活・産業部門は個人消費の低迷から食品パッケージなどが全般的に減少したことなどから0.9%の減収。エレクトロニクス部門は、大型サイズを中心に液晶ディスプレイ需要が拡大したことから、11.2%の伸びとなりました。清涼飲料部門は 0.3%の増加となりました。

利益に関しては、情報コミュニケーション部門で、出版市場の低迷や企業の広告宣伝費削減など厳しい市場環境が続きましたが、生活・産業部門の反射防止フィルムや建材製品、エレクトロニクス部門の液晶カラーフィルターなどが増加したことから、堅調に推移しました。しかし、今年3月の震災の影響から、一部の製品での売上高の減少や、工場の稼働率低下などにより、収益性は急激に悪化しました。その結果、連結営業利益は前期比2.0%の増加となりました。

連結営業利益率は、4.3%と前期比0.1ポイント上昇しましたが、連結経常利益率は 4.0%となり、前期比0.3ポイント低下し、当期純利益は、震災に関連した特別損失約60億円を計上したことなどから、250億円となり、前期比17億円、7.5%の増益となりました。

部門別の連結営業利益率は、情報コミュニケーション部門は2.5%で0.7ポイント低下、生活・産業部門は8.8%で0.7ポイントの上昇、エレクトロニクス部門は4.3%で1.1ポイント上昇、清涼飲料部門は2.0%で2.9ポイントの改善となりました。

	2011.3	2010.3	2009.3
売上高（百万円）	**¥1,589,373**	¥1,583,382	¥1,584,844
売上総利益率（%）	**19.0%**	18.7%	16.4%
営業利益率（%）	**4.3%**	4.2%	2.9%
経常利益率（%）	**4.0%**	4.3%	3.0%
売上高純利益率（%）	**1.6%**	1.5%	—%
1株当たり当期純利益又は当期純損失（円）	**¥ 38.85**	¥ 36.12	¥ -32.35

売上高

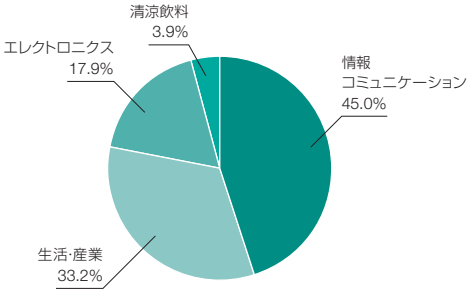
当期の売上高は、前期比59億91百万円、0.4%増加して1兆5,893億73百万円となりました。個人消費の伸び悩みや企業の広告宣伝費の低迷などによる競争激化から受注単価が下落しましたが、液晶関連部材の旺盛な需要の取り込みや、住宅着工件数の回復に伴う建材製品の増加が寄与しました。

セグメント別の売上の状況については、情報コミュニケーション部門では出版印刷関連において、書籍に持ち直しの動きが見られるなど、下期にかけて上向く気配もありましたが、1月から3月は震災の影響などもあり再び減少に転じ、通期で前年を下回りました。拡販に取り組む書籍は、前年並みを確保しましたが、雑誌は部数、ページ数の減少に加え、単価ダウン、休刊の増加もあり前年を下回りました。教育・出版流通関連については、株式会社文教堂グループホールディングスなどの新規連結子会社の増加もあり、増収となりました。商業印刷関連では、イベント企画やキャンペーン事務局運営などのサービスは前年を上回りましたが、チラシ、カタログ、POPなどは減少しました。業種別では、専門小売店、家電などが前年を上回りましたが、広告・企画宣伝、サービス業、化粧品などは減少しました。ビジネスフォーム関連は、IPSは企業の経費削減により需要が減少しました。また、ICカードは、クレジットカードやキャッシュカードなどの金融系カードの発行が伸び悩み、前年に好調であった高速道路用のETCカードが減少しました。その結果、部門全体としての売上高は2.4%減少しました。

生活・産業部門では、産業資材関連はディスプレイ向けの反射防止フィルムが、期後半に生産調整が実施されたものの、通年では前年を上回り、デジタルフォトプリント用インクリボンも増加しました。また、住空間マテリアル関連も市場の持ち直しに伴い好調に推移しました。包装関連はPETボトル用無菌充填システムの販売減少や、食品パッケージなどが全般に減少したことなどにより前年を下回り、部門全体としては0.9%の減収となりました。

エレクトロニクス部門は、液晶カラーフィルターが、テレビ向け大型パネルは新興国での需要増や、国内のエコポイント制度などを受けて需要が旺盛でした。また、中小型向けの需要もスマートフォン向けなどが好調で底堅く推移しました。3月の震災により、部材供給の停止などサプライチェーンや需要面で一部混乱があり、第4四半期は前期比で減少しましたが、通年で

連結セグメント別売上高構成比（2011年3月期）



は増収となりました。フォトマスクは、海外需要の取り込みに注力しましたが、国内の需要は依然厳しく、また国内の半導体業界への震災の影響も大きかったことから、通期で減収となりました。部門全体では、通期の売上高はカラーフィルターが液晶パネルの期前半の旺盛な需要を新工場の稼働などにより取り込んだことから11.2%の増収となりました。

清涼飲料事業は、個人消費が低調に推移し、販売競争が激化する厳しい市場環境のなかで、主力商品の「コカ·コーラ」「ジョージア」のほか、国内最軽量ボトル「ecoる ボトル しぼる」を使ったミネラルウォーター「い·ろ·は·す」の販売拡大に努め、夏の猛暑による需要増もあり、0.3%の増収となりました。

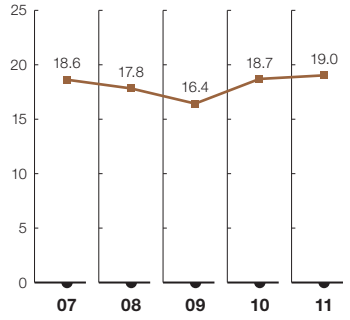
売上原価

売上原価は、前期比8億99百万円、0.1%増加して1兆2,875億81百万円となりました。売上総利益率は、18.7%から0.3ポイント上昇して19.0%となりました。

当期は、米国の金融緩和による余剰マネーの流入や、新興国の需要増、米国の景気回復観測などを受けて、石油価格が2011年1月には1バレル92ドルの高値となるなど高騰し、フィルムやレジンなど原材料価格が数度にわたり値上がりとなりました。また、印刷用紙は製紙用原燃料価格が上昇基調にあったものの、国内の印刷需要は依然として弱く、年間を通じて価格が維持されました。その結果、フィルムを中心とする当期の原材料値上げの影響額は34億円となり、この影響額のうち、得意先との交渉を通じて、20%程度を製品価格に転嫁しました。

またDNPは、2002年4月から「モノづくり21活動」をグループ全体で推進し、製造工程の効率化、歩留りの向上、材料ロスの削減、製造の段取りや調整時間の短縮などに重点をおいたコスト削減に取り組んでいるほか、間接費の圧縮に努め、年間322億円のコスト削減を図りました。

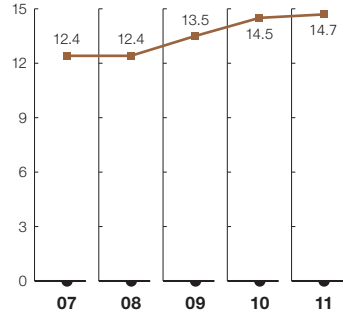
売上総利益率
（単位：%）



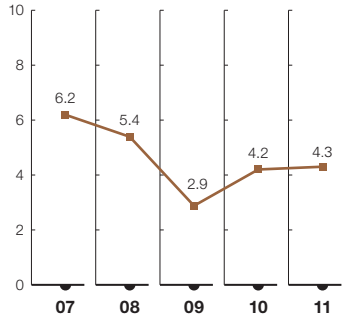
販売費および一般管理費

販売費および一般管理費に関しては、IT活用による業務効率化、予算管理の強化による変動コストの削減を進め、経費圧縮を継続しましたが、削減効果は通期で5億円となりました。一方、販促費の増加や、新規連結子会社による人件費の増加などがあり、販売費および一般管理費全体では前期比37億87百万円、1.6%増加して2,339億73百万円となり、売上高に占める比率は前期より0.2ポイント上昇して14.7%となりました。

販売費および一般管理費/売上高
（単位：%）



営業利益率
（単位：%）

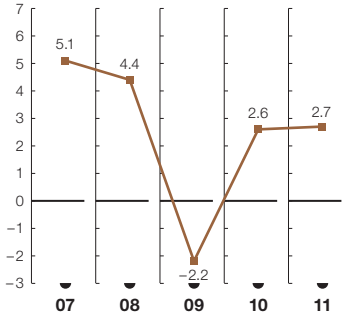


営業利益

当期の営業利益は、期末に発生した東日本大震災の影響を受けましたが、生活・産業部門、エレクトロニクス部門を中心に増益となり、前期比13億5百万円、2.0%増加して678億18百万円となりました。売上高営業利益率は前期の4.2%から0.1ポイント上昇し、当期は4.3%になりました。

セグメント別に見ると、情報コミュニケーション部門は出版印刷の不振や、ビジネスフォーム関連の減少、教育・出版流通事業の収益性悪化などにより前期比53億円、22.7%減の181億円、生活・産業部門は反射防止フィルムの増加や建材製品の増加などにより30億円、7.0%増の467億円、エレクトロニクス部門は期前半好調であったカラーフィルターの売上拡大などにより39億円、47.0%増の122億円、清涼飲料部門は猛暑の影響による販売増から18億円改善し、12億円となりました。

ROE
（単位：%）



営業外損益および特別損益

営業外収益は前期比26億90百万円、21.8%減少して96億71百万円、営業外費用は46億71百万円、46.6%増加して147億4百万円となりました。その結果、営業外損益は、50億33百万円の損失となりました。

経常利益は前期比60億55百万円、8.8%減少して627億86百万円となりました。

また、特別利益は前期比30億93百万円、233.8%増加して44億16百万円となり、特別損失は震災に関連した損失など60億円88百万円を計上しましたが、前期比61億63百万円、29.8%減少して145億6百万円となりました。この結果、特別損益は前期の193億46百万円の損失から、当期は100億90百万円の損失となりました。

これらの結果、税金等調整前当期純利益は、32億1百万円、6.5%増加し、526億96百万円となりました。

当期純利益または当期純損失

以上の結果、当期純利益は、17億54百万円、7.5%増加し、250億32百万円となりました。

1株当たり当期純利益は、前期の36.12円から、38.85円となりました。

流動性と資金の源泉

DNPは、積極的な営業活動によりキャッシュ・フローを着実に拡大するとともに、戦略分野への重点投資を実施していくことが事業拡大にとって重要であると考えています。また、財務体質の強化は、中長期の安定的な成長に不可欠であり、当期もその取り組みを進めてきました。

キャッシュ・フロー

	2011.3	2010.3	2009.3
営業活動による キャッシュ・フロー	**¥ 140,053**	¥ 140,574	¥ 131,569
投資活動による キャッシュ・フロー	**(82,561)**	(120,683)	(100,726)
フリーキャッシュ・フロー	**57,492**	19,891	30,843

(単位：百万円)

当期の営業活動によるキャッシュ・フローは、前期比0.4%減少して1,400億53百万円となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得による支出の減少などから、前期の1,206億83百万円の支出から、381億22百万円、31.6%減少し、825億61百万円の支出となりました。

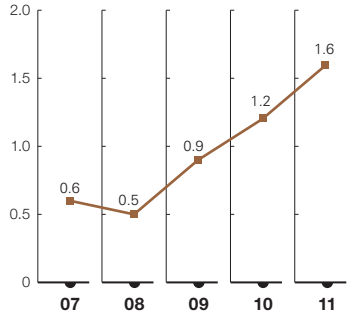
財務活動によるキャッシュ・フローは、前期の131億26百万円の収入と比較して20億59百万円、15.7%増加し、151億85百万円の収入となりました。

これらの活動の結果、当期末における現金および現金同等物の期末残高は前期比703億47百万円、46.4%増加して2,220億56百万円となりました。

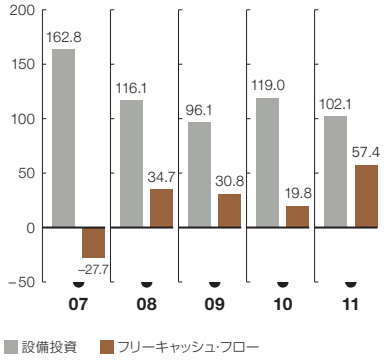
営業活動によるキャッシュ・フローから投資活動によるキャッシュ・フローを差し引いた当期のフリーキャッシュ・フローは、574億92百万円の収入となり、前期の198億91百万円から376億1百万円増加しました。

有利子負債キャッシュ・フロー倍率

(単位：倍)



設備投資とフリーキャッシュ・フロー
（単位：十億円）



設備投資、研究開発費等

DNPは、競争優位性を確保するために、戦略分野への重点投資と既存設備の改善に重点をおいて設備投資を実施しています。当期は、前期比168億円、14.2%減少して、1,021億円の設備投資を実施しました。

当期の主な設備投資は、兵庫県姫路市のカラーフィルター新工場や、台湾のフォトマスク新工場などです。

セグメント別の内訳は、情報コミュニケーション部門が前期比28億円減少の209億円で構成比21%、生活・産業部門が前期比26億円減少の200億円で構成比20%、エレクトロニクス部門が114億円減少の564億円で構成比55%、その他が前期比1億円増加の46億円で構成比4%となりました。

当期の減価償却費は979億円となり、前期比62億円、6.9%の増加となりました。セグメント別では、情報コミュニケーション部門が前期比8億円減少の240億円で構成比25%、生活・産業部門は前期比16億円減少の260億円で構成比27%、エレクトロニクス部門は前期比85億円増加の418億円で構成比43%、その他が前期比3億円増加の59億円で構成比5%となりました。

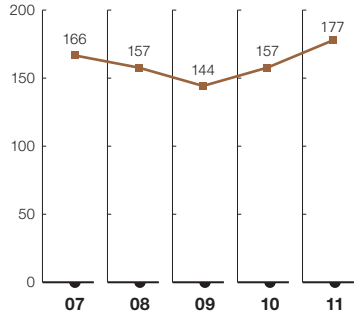
また、当期の研究開発費は前期比7億円、2.1%減少して331億円となりました。

バランスシート

DNPは、事業環境の変化に迅速に対応していくため、必要な流動性を確保するとともに資本効率の向上に努め、企業価値の向上に取り組んでいきます。

	2011.3	2010.3	2009.3
総資産（百万円）	**¥1,649,784**	¥1,618,853	¥1,536,556
流動比率（%）	**177%**	157%	144%
運転資本/売上高（%）	**22%**	17%	13%
D/E レシオ（%）	**25%**	18%	14%
1株当たり純資産（円）	**¥ 1,410.43**	¥ 1,422.33	¥ 1,393.90

流動比率
（単位：%）



当期末のDNPの総資産は、309億31百万円、1.9%増加して1兆6,497億84百万円となりました。

流動資産は、現金及び預金が714億31百万円、46.9%増加して2,238億47百万円となりました。受取手形及び売掛金は450億34百万円、10.0%減少して4,039億86百万円となりました。商品及び製品・仕掛品・原材料及び貯蔵品の合計額は、197億88百万円、16.7%増加して1,386億6百万円となりました。この結果、流動資産は509億91百万円、6.9%増

加して7,909億42百万円となりました。

固定資産は、有形固定資産が20億20百万円、0.3%減少して6,148億27百万円に、無形固定資産が11億74百万円、3.4%増加して358億91百万円に、投資その他の資産が188億63百万円、8.4%減少して2,068億68百万円になりました。この結果、固定資産合計は197億9百万円、2.2%減少して8,575億87百万円となりました。

流動負債は、241億77百万円、5.1%減少して4,477億68百万円となりました。

固定負債は、595億29百万円、31.3%増加して2,495億74百万円となりました。これは、社債が前期比523億53百万円増加して1,535億20百万円となったことが主な要因です。

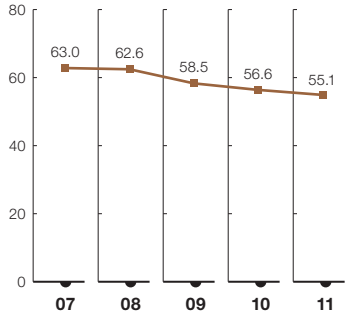
この結果、負債合計は、前期比353億53百万円、5.3%増加して6,973億43百万円となりました。

また、当期の純資産は、44億23百万円、0.5%減少して9,524億40百万円となりました。

DNPは、2003年2月から2008年6月までの6年間に、累計約1億1,286万株の自己株式を取得しました。また、2004年から2008年の5年間で累計5,900万株の自己株式消却を実施しました。2011年3月31日現在では、発行済株式総数7億48万693株の7.97%に相当する5,581万株の自己株式を保有しています。

自己資本比率

（単位：%）



事業等のリスク

DNPグループの業績などは、今後起こりうるさまざまな要因により大きな影響を受ける可能性があります。DNPグループはこれらのリスク発生の可能性を認識した上で、その影響を最小限にとどめるよう努めていきます。

当アニュアルレポート発行時現在で、DNPグループがリスクと判断した主な事項は、下記のとおりです。

国内景気と消費動向

DNPグループは、幅広い業種の、非常に多くの顧客企業と取引を行っており、特定の顧客に偏らない安定的な事業活動を展開しています。その市場の多くは日本国内で、海外売上高の割合は約12%となっています。しかしながら、世界経済の動向とも連動して国内景気が変動し、個人消費など内需が低迷した場合には、受注量の減少や受注単価の下落など、業績等に影響が生じる可能性があります。

エレクトロニクス業界の市場変化

エレクトロニクス部門は、引き続き事業拡大に努めていく戦略部門であり、綿密な情報収集に基づく事業戦略の構築、収益性の高い生産体制の確立、市場競争力の高い付加価値製品の開発に注力して、安定的な収益を確保していきます。しかしながら、ディスプレイや半導体関連製品の市場は、急激な変化による大幅な需要の変動や単価の下落などが発生する場合もあり、当部門の業績に影響を与える可能性があります。

原材料調達の変動

原材料の調達については、国内および海外の複数のメーカーから印刷用紙やフィルム材料などを購入することにより、安定的な数量の確保と最適な調達価格の維持に努めています。しかしながら、石油価格の大幅な変動や新興国市場での急激な需要増加、大規模災害の影響などにより、需給バランスが崩れる懸念もあります。そのような状況においては、当社の顧客や取引先との交渉を通じて対応していきますが、原材料調達がきわめて困難になった場合や購入価格が著しく上昇した場合は、業績に影響を与える可能性があります。

新製品・新技術・新サービスの開発

DNPグループは、印刷技術と情報技術を応用して企業や生活者のニーズに対応した新製品・新技術・新サービスを開発し、幅広い産業分野へ提供しています。これらの開発においては、近年、技術革新のスピードがますます速まっており、ニーズの多様化も急激に進んでいます。今後、開発競争は一層激化するものと思われ、予想を上回る商品サイクルの短期化や市場動向の変化によって、業績などが大きく変動する可能性があります。

為替の変動

エレクトロニクス部門や生活・産業部門などを中心に海外顧客との取引が拡大しており、為替の影響は、次第にその比重が増してくると予想されます。為替予約などにより相場の変動リスクをヘッジしていますが、急激な為替変動があった場合には、業績への影響が大きくなる可能性があります。

法的規制への対応

法と社会倫理の遵守を基本として事業を進めるなかで、製造物責任、独占禁止法、個人情報保護法、特許法、税制、輸出入関連など、国内、海外を問わずさまざまな法的規制等を受けており、今後さらにその規制が強化されることも考えられます。一方、規制緩和により、市場や業界の動向などが大きく変化することも予想されます。そのような場合、事業活動に対する制約の拡大、変化に対応するための負荷やコストの増加も予想され、DNPグループの事業活動に影響をおよぼす可能性があります。

環境保全および規制の強化

DNPグループは、省エネルギー、有害物質の使用削減、大気汚染防止、水質保全および廃棄物処理、製品リサイクルなどに関して国内、海外の法的な規制を受けています。国際的な気候変動の影響から、今後こうした規制は強化される可能性があります。また、有害物質による土壌汚染などが発生した場合には、その環境汚染の調査と浄化の責任を負っており、万一そうした事態に直面した場合は、経営に大きな影響をおよぼす可能性があります。

情報セキュリティおよび個人情報保護

事業活動を継続する上で、コンピュータネットワークや情報システムの果たす役割がますます高まるなかで、ソフト、ハードの不具合やコンピュータウィルスなどによる情報システムの障害、個人情報の漏えいなど、さまざまなリスクが発生する可能性が高まっています。DNPグループは、情報セキュリティおよび個人情報保護を経営の最重要課題のひとつとして捉え、体制の強化や社員教育などを通じてシステムとデータの保守・管理に万全を尽くしていますが、万一これらの事故が発生した場合には、事業活動に影響をおよぼす可能性があります。

災害の発生

製造設備などの主要施設に関して、防火、耐震対策などを実施するとともに、製造拠点の分散化を図り、災害などによる生産活動の停止や製品供給への混乱を避けるよう努めています。また、各種保険によるリスク移転も図っています。しかしながら、大地震をはじめとする自然災害やテロの発生、感染症の流行など、社会インフラの大規模な損壊や機能低下および生産活動の停止にもつながるような予想を超える事態が発生した場合は、業績に大きな影響をおよぼす可能性があります。

連結財務情報

	2011	2010	2009	2008
損益計算書関連（百万円）				
売上高	**¥ 1,589,373**	¥ 1,583,382	¥ 1,584,844	¥ 1,616,053
売上原価	**1,287,581**	1,286,682	1,324,522	1,327,871
売上総利益	**301,791**	296,700	260,322	288,181
販売費及び一般管理費	**233,973**	230,186	214,144	201,077
営業利益	**67,818**	66,513	46,177	87,104
経常利益	**62,786**	68,841	47,390	86,502
税金等調整前当期純利益（純損失）	**52,696**	49,495	–27,842	88,469
当期純利益（純損失）	**25,032**	23,278	–20,933	45,171
貸借対照表関連（百万円）				
総資産	**¥ 1,649,784**	¥ 1,618,853	¥ 1,536,556	¥ 1,601,192
有形固定資産	**614,827**	616,847	604,904	639,343
固定負債	**249,574**	190,045	126,671	106,690
負債合計	**697,343**	661,990	596,471	561,057
資本合計	**–**	–	–	–
株主資本	**925,702**	921,774	917,348	990,122
純資産合計	**952,440**	956,863	940,085	1,040,135
その他（百万円）				
設備投資	**¥ 102,172**	¥ 119,063	¥ 96,156	¥ 116,139
減価償却費	**97,977**	91,694	106,882	109,902
研究開発費	**33,146**	33,849	34,111	35,556
普通株式データ（円、株）				
1 株当たり当期純利益（純損失） – 基本的	**¥ 38.85**	¥ 36.12	¥ –32.35	¥ 67.08
1 株当たり当期純利益 – 希薄化後	**–**	–	–	–
1 株当たり配当金	**32.00**	32.00	32.00	36.00
1 株当たり純資産	**1,410.43**	1,422.33	1,393.90	1,516.34
発行済普通株式数（自己株式控除後）	**644,142,530（株）**	644,238,930（株）	644,357,076（株）	661,366,377（株）
財務比率（%）				
売上高に占める割合：				
売上総利益	**18.99%**	18.74%	16.43%	17.83%
販売費及び一般管理費	**14.72**	14.54	13.51	12.44
営業利益	**4.27**	4.20	2.91	5.39
税金等調整前当期純利益（純損失）	**3.32**	3.13	–1.76	5.47
当期純利益（純損失）	**1.57**	1.47	–1.32	2.80
ROE	**2.74**	2.57	–2.20	4.35
流動比率	**177**	157	144	157
D/E レシオ	**25**	18	14	8

2007	2006	2005	2004	2003	2002
¥ 1,557,802	¥ 1,507,505	¥ 1,424,942	¥ 1,354,101	¥ 1,309,002	¥ 1,311,934
1,268,072	1,202,159	1,121,373	1,073,118	1,043,456	1,071,163
289,730	305,345	303,569	280,983	265,546	240,771
193,585	184,676	183,041	178,545	175,665	168,529
96,144	120,669	120,528	102,438	89,881	72,242
101,348	124,715	120,485	97,276	88,177	74,775
98,950	114,639	107,686	93,137	42,244	26,150
54,841	65,187	59,936	52,971	28,774	15,609
¥ 1,700,250	¥ 1,662,377	¥ 1,600,129	¥ 1,513,734	¥ 1,450,027	¥ 1,432,458
635,783	568,965	528,008	513,175	540,874	543,962
118,436	118,287	115,801	119,277	66,821	79,013
600,810	571,170	566,796	510,970	484,581	460,691
–	1,063,308	1,007,943	978,736	942,083	946,998
1,027,475	–	–	–	–	–
1,099,439	–	–	–	–	–
¥ 162,885	¥ 136,059	¥ 86,057	¥ 69,834	¥ 73,789	¥ 85,096
100,161	87,263	80,440	85,182	89,239	94,870
30,112	28,692	26,386	26,050	24,097	23,367
¥ 78.09	¥ 91.22	¥ 82.56	¥ 71.49	¥ 37.80	¥ 20.55
–	–	–	–	37.67	20.53
32.00	26.00	24.00	21.00	19.00	18.00
1,544.01	1,507.89	1,409.18	1,348.40	1,270.81	1,246.99
694,226,171（株）	704,972,101（株）	715,076,830（株）	725,677,422（株）	741,161,150（株）	759,480,693（株）
18.60%	20.25%	21.30%	20.75%	20.29%	18.35%
12.43	12.25	12.85	13.19	13.42	12.85
6.17	8.00	8.46	7.57	6.87	5.51
6.35	7.60	7.56	6.88	3.23	1.99
3.52	4.32	4.21	3.91	2.20	1.19
5.14	6.29	6.03	5.52	3.02	1.65
166	178	186	197	171	181
6	6	7	7	6	7

連結財務諸表

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	前連結会計年度（平成22年3月31日）	当連結会計年度（平成23年3月31日）
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	152,416	223,847
受取手形及び売掛金	449,020	403,986
有価証券	8	8
商品及び製品	71,340	87,446
仕掛品	29,722	31,585
原材料及び貯蔵品	17,756	19,575
繰延税金資産	9,775	10,415
その他	14,238	21,072
貸倒引当金	△4,327	△6,994
流動資産合計	739,951	790,942
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	508,518	531,440
減価償却累計額	△301,261	△318,455
建物及び構築物（純額）	207,256	212,984
機械装置及び運搬具	896,479	918,201
減価償却累計額	△717,352	△744,352
機械装置及び運搬具（純額）	179,127	173,849
土地	135,485	138,650
建設仮勘定	51,433	47,036
その他	136,047	143,432
減価償却累計額	△92,502	△101,126
その他（純額）	43,544	42,306
有形固定資産合計	616,847	614,827
無形固定資産		
のれん	10,281	10,633
ソフトウエア	20,489	22,304
その他	3,945	2,953
無形固定資産合計	34,717	35,891
投資その他の資産		
投資有価証券	142,381	130,793
長期貸付金	1,741	1,990
繰延税金資産	40,574	37,196
その他	54,702	48,139
貸倒引当金	△13,668	△11,250
投資その他の資産合計	225,731	206,868
固定資産合計	877,296	857,587
繰延資産		
開業費	1,605	1,235
その他	–	18
繰延資産合計	1,605	1,253
資産合計	1,618,853	1,649,784

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （平成22年3月31日）	当連結会計年度 （平成23年3月31日）
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	308,630	275,525
短期借入金	50,547	51,403
1年内返済予定の長期借入金	4,019	9,415
未払法人税等	15,623	10,486
賞与引当金	16,341	16,650
災害損失引当金	–	4,648
その他	76,783	79,638
流動負債合計	471,945	447,768
固定負債		
社債	101,167	153,520
長期借入金	11,018	14,802
繰延税金負債	2,710	2,628
退職給付引当金	43,229	39,260
その他	31,917	39,363
固定負債合計	190,045	249,574
負債合計	661,990	697,343
純資産の部		
株主資本		
資本金	114,464	114,464
資本剰余金	144,898	144,898
利益剰余金	756,428	760,452
自己株式	△94,016	△94,113
株主資本合計	921,774	925,702
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	8,059	832
繰延ヘッジ損益	△10	△12
為替換算調整勘定	△13,498	△18,000
その他の包括利益累計額合計	△5,449	△17,180
新株予約権	–	16
少数株主持分	40,538	43,902
純資産合計	956,863	952,440
負債純資産合計	1,618,853	1,649,784

連結損益計算書

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日）	**当連結会計年度** （自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日）
売上高	1,583,382	**1,589,373**
売上原価	1,286,682	**1,287,581**
売上総利益	296,700	**301,791**
販売費及び一般管理費	230,186	**233,973**
営業利益	66,513	**67,818**
営業外収益		
受取利息	736	**455**
受取配当金	2,460	**2,897**
設備賃貸料	1,395	**1,849**
助成金収入	4,065	**–**
その他	3,703	**4,468**
営業外収益合計	12,361	**9,671**
営業外費用		
支払利息	2,363	**2,775**
貸与資産減価償却費	941	**1,127**
持分法による投資損失	102	**412**
為替差損	116	**1,672**
寄付金	1,553	**–**
その他	4,956	**8,716**
営業外費用合計	10,033	**14,704**
経常利益	68,841	**62,786**
特別利益		
固定資産売却益	1,007	**3,334**
投資有価証券売却益	45	**696**
その他	270	**385**
特別利益合計	1,323	**4,416**
特別損失		
固定資産売却損	697	**620**
固定資産除却損	6,395	**3,617**
減損損失	377	**1,685**
災害損失及び災害損失引当金繰入額	–	**6,088**
投資有価証券売却損	5	**2**
関係会社株式売却損	0	**–**
投資有価証券評価損	1,196	**430**
関係会社株式評価損	3	**5**
ゴルフ会員権評価損	5	**1**
ゴルフ会員権貸倒引当金繰入額	61	**8**
のれん償却額	11,063	**–**
その他	863	**2,045**
特別損失合計	20,669	**14,506**
税金等調整前当期純利益	49,495	**52,696**
法人税、住民税及び事業税	22,061	**20,026**
法人税等調整額	3,699	**8,003**
法人税等合計	25,761	**28,030**
少数株主損益調整前当期純利益	–	**24,666**
少数株主利益又は少数株主損失（△）	455	**△366**
当期純利益	23,278	**25,032**

連結包括利益計算書

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日）	**当連結会計年度** （自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日）
少数株主損益調整前当期純利益	–	24,666
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	–	△7,108
繰延ヘッジ損益	–	△1
為替換算調整勘定	–	△5,023
持分法適用会社に対する持分相当額	–	△59
その他の包括利益合計	–	△12,191
包括利益	–	12,474
（内訳）		
親会社株主に係る包括利益	–	13,302
少数株主に係る包括利益	–	△827

連結株主資本等変動計算書

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日）	**当連結会計年度** （自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日）
株主資本		
資本金		
前期末残高	114,464	**114,464**
当期末残高	114,464	**114,464**
資本剰余金		
前期末残高	144,898	**144,898**
当期末残高	144,898	**144,898**
利益剰余金		
前期末残高	751,869	**756,428**
当期変動額		
剰余金の配当	△19,346	**△20,631**
当期純利益	23,278	**25,032**
連結子会社と非連結子会社との合併による減少	–	**△368**
連結範囲の変動	192	**–**
株式移転による増加	441	**–**
自己株式の処分	△7	**△8**
当期変動額合計	4,558	**4,024**
当期末残高	756,428	**760,452**
自己株式		
前期末残高	△93,884	**△94,016**
当期変動額		
自己株式の取得	△153	**△118**
自己株式の処分	20	**21**
当期変動額合計	△132	**△96**
当期末残高	△94,016	**△94,113**
株主資本合計		
前期末残高	917,348	**921,774**
当期変動額		
剰余金の配当	△19,346	**△20,631**
当期純利益	23,278	**25,032**
連結子会社と非連結子会社との合併による減少	–	**△368**
連結範囲の変動	192	**–**
株式移転による増加	441	**–**
自己株式の取得	△153	**△118**
自己株式の処分	13	**13**
当期変動額合計	4,426	**3,927**
当期末残高	921,774	**925,702**

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日）	**当連結会計年度** （自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日）
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金		
前期末残高	△3,882	8,059
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	11,942	△7,227
当期変動額合計	11,942	△7,227
当期末残高	8,059	832
繰延ヘッジ損益		
前期末残高	△4	△10
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	△6	△1
当期変動額合計	△6	△1
当期末残高	△10	△12
為替換算調整勘定		
前期末残高	△15,285	△13,498
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	1,787	△4,501
当期変動額合計	1,787	△4,501
当期末残高	△13,498	△18,000
その他の包括利益累計額合計		
前期末残高	△19,173	△5,449
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	13,723	△11,730
当期変動額合計	13,723	△11,730
当期末残高	△5,449	△17,180
新株予約権		
前期末残高	–	–
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	–	16
当期変動額合計	–	16
当期末残高	–	16
少数株主持分		
前期末残高	41,910	40,538
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	△1,371	3,363
当期変動額合計	△1,371	3,363
当期末残高	40,538	43,902
純資産合計		
前期末残高	940,085	956,863
当期変動額		
剰余金の配当	△19,346	△20,631
当期純利益	23,278	25,032
連結子会社と非連結子会社との合併による減少	–	△368
連結範囲の変動	192	–
株式移転による増加	441	–
自己株式の取得	△153	△118
自己株式の処分	13	13
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	12,351	△8,350
当期変動額合計	16,777	△4,422
当期末残高	956,863	952,440

連結キャッシュ･フロー計算書

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日）	**当連結会計年度** （自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日）
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	49,495	**52,696**
減価償却費	91,694	**97,977**
減損損失	377	**1,685**
貸倒引当金の増減額（△は減少）	△79	**1,145**
退職給付引当金の増減額（△は減少）	2,262	**△4,177**
持分法による投資損益（△は益）	102	**412**
のれん償却額	16,219	**2,553**
受取利息及び受取配当金	△3,196	**△3,353**
支払利息	2,363	**2,775**
投資有価証券売却損益（△は益）	△52	**△694**
投資有価証券評価損益（△は益）	1,199	**436**
固定資産除売却損益（△は益）	6,085	**903**
売上債権の増減額（△は増加）	△39,672	**48,851**
たな卸資産の増減額（△は増加）	1,969	**△7,135**
仕入債務の増減額（△は減少）	17,899	**△36,476**
その他	2,776	**4,782**
小計	149,446	**162,383**
法人税等の支払額	△8,872	**△22,330**
営業活動によるキャッシュ･フロー	140,574	**140,053**
投資活動によるキャッシュ･フロー		
定期預金の純増減額（△は増加）	6,130	**△171**
有形固定資産の取得による支出	△108,595	**△89,846**
有形固定資産の売却による収入	2,556	**7,058**
投資有価証券の取得による支出	△13,456	**△2,155**
投資有価証券の売却による収入	7,047	**11,095**
子会社株式の取得による支出	△5,639	**–**
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	–	**908**
営業譲受による支出	△49	**–**
利息及び配当金の受取額	3,163	**3,501**
その他	△11,841	**△12,951**
投資活動によるキャッシュ･フロー	△120,683	**△82,561**

（単位：百万円）

	前連結会計年度 （自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日）	**当連結会計年度** （自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日）
財務活動によるキャッシュ･フロー		
短期借入金の純増減額（△は減少）	△10,119	**△12,447**
長期借入れによる収入	3,340	**14,698**
長期借入金の返済による支出	△3,484	**△9,786**
社債の発行による収入	50,000	**53,700**
社債の償還による支出	△217	**△306**
自己株式の取得による支出	△153	**△118**
子会社の自己株式の取得による支出	△2	**–**
利息の支払額	△2,201	**△2,660**
配当金の支払額	△19,360	**△20,634**
少数株主への配当金の支払額	△323	**△459**
その他	△4,352	**△6,800**
財務活動によるキャッシュ･フロー	13,126	**15,185**
現金及び現金同等物に係る換算差額	889	**△2,458**
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	33,905	**70,218**
現金及び現金同等物の期首残高	117,200	**151,709**
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	604	**–**
非連結子会社との合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	–	**128**
現金及び現金同等物の期末残高	151,709	**222,056**

（注）「その他の包括利益累計額」及び「その他の包括利益累計額合計」の前連結会計年度の金額は、「評価・換算差額等」及び「評価・換算差額等合計」の金額を記載しております。

「P&Iソリューション」を支える技術

DNPは、印刷技術と情報技術をコア技術とし、製品やサービスを支える生産技術や品質管理・保証技術、営業・企画・研究開発・製造の知識や経験、ノウハウなども組み合わせて、企業や生活者、社会の課題解決に取り組んでいます。

印刷技術（Printing Technology）は、①材料技術、②パターニング技術、③コンバーティング技術から成り、設計仕様などに基づいて情報や機能を“かたち”にしていくコア技術を指します。情報技術（Information Technology）は、①情報処理技術、②情報と人との関わり合いに関するHMI（Human Media Interaction）技術、③情報セキュリティ技術から成り、コミュニケーションを実り豊かなものにするコア技術を指します。

DNPはこれらの技術を新たに生み出し、深めていくとともに、自由に組み合わせていくことで、数多くの実績に結びつけてきました。今では、単一の製品を提供するだけでなく、モノづくりの周辺にある付帯業務も全て事業の対象とし、ビジネスモデルそのものの開発や社会が求めるインフラの構築などにも力を入れています。今後も、ステークホルダーとの“対話”を深めることで変化の兆しをいち早く捉え、他社にはない技術と総合力を強みとし、課題の解決を通じた社会への貢献を進めていきます。

印刷の基本的なプロセスとDNPのコア技術

印刷技術（Printing Technology）

材料技術

新たな材料を合成あるいは分散･混合する技術で、インクや接着剤、感光性材料、コーティング材料などの設計･製作技術を指しています。

印刷の基本的な工程では、刷版（印刷用原版）に付けたインクを紙に塗布して定着させます。例えば、このインクの代わりに光の映り込みや静電気を防止する材料を、紙の代わりにフィルムなどの材料を使用して、各種光学フィルムを開発しています。また、紙ではなく、プラスチックフィルムを使用した包装製品やインクリボン、金属を使用した建材製品なども提供しています。それぞれの製品で最大の効果を得られるよう、材料そのものの開発にも取り組んでいます。

パターニング技術

基材に文字、画像や柄などを形成する技術で、刷版（印刷用原版）技術、活版･オフセット･グラビア印刷技術、リソグラフィー技術、インクジェットなどの無版印刷技術を指しています。

100分の1mm程度のインクの網点で構成される高品位印刷から、100万分の1mmのナノメートルレベルの精度が求められる半導体製品用のフォトマスクまで、DNPは生産設備やシステムの開発も含めて、この技術を世界最高レベルに高めてきました。液晶ディスプレイ用のカラーフィルターでは、フォトリソグラフィーとインクジェットの2つの方式による量産に、世界で唯一対応しています。

コンバーティング技術

材料の形を変える、あるいは複合するなどの材料加工技術で、製膜、コーティング、ラミネート、賦型、転写、切断や研磨、製袋･成型や製本など、紙やフィルムなどの素材の加工技術を指しています。

印刷された紙やフィルムは、それだけでは製品として提供できません。書籍や雑誌を本の形にし、食品や日用品などのパッケージを生活者にとって優しい形にするなどの工程が不可欠です。DNPは、立体加工の技術のほか、フィルムやプラスチックなどの多様な材料に対応した成型加工技術、ラミネートチューブやPETボトル用無菌充填システムの開発など、多様な取り組みを進めています。

情報技術（Information Technology）

情報処理技術

情報の変換、蓄積、伝達に関する技術で、文字処理技術、色分解や文字･画像編集技術、ラスターベクター変換、デジタルアナログ変換、データベース設計技術、サーバ管理技術、ネットワーク技術などを指しています。

世界規模でのデジタル化、ネットワーク化の進展により、文字･写真･イラストのほか、音声や動画などの情報を大量に、かつスピーディーに処理するニーズが高まっています。DNPは、情報のデジタル化と適切なタイミングでのメンテナンス、紙とデジタル両方の情報メディアへの対応、全世界の拠点を結んだ情報ネットワークの活用など、情報処理に関するあらゆるニーズに応えています。

HMI（Human Media Interaction）技術

情報と人との関わり合いに関する技術で、フォント設計、カラーマッチング、トーンリプロダクション、意匠設計、フォトリアルCGなどの表現技術、画面設計などのインターフェース設計技術、自然言語処理や認知工学などを指しています。

さまざまな情報を扱い、心地よく表現し、コミュニケーションの中で情報をやり取りするのは、一人ひとりの人間です。DNPは、オリジナル書体「秀英体」の開発を含め、創業以来、情報の心地よい表現に取り組んできました。紙とデジタルメディアでの色の再現性の統一、ユニバーサルデザインへの対応、CGを利用した拡張現実（AR）関連の開発など、HMI技術の充実に努めています。

情報セキュリティ技術

情報を正しい対象に正確に伝達する、正しく保管し、不正に扱われないようにするなどの技術で、暗号化処理技術、個人データ処理･管理技術、著作権管理技術、バイオメトリックス（生体認証）技術、ICカード関連情報技術などを指しています。

企業の重要情報や生活者の個人情報などを安心･安全に扱っていくためには、高度な情報セキュリティ基盤の確立が不可欠です。DNPは、この基盤を整備するとともに、多様なシステム開発などを進めています。例えば、ICカードを利用して個人を認証し、情報機器の起動制御やデータの暗号化、ゲートや部屋への入退室管理を一元的に行うシステムなども提供しています。

技術を核とした事業展開の歩みと今後の展開

DNPの事業拡大は、コア技術である「印刷技術」と「情報技術」の開発と応用に支えられてきました。DNPは1876年（明治9年）の創業以来、常に時代の最先端の技術を追求し続け、世界最高水準にまで高めてきました。1950年代には「拡印刷」というコンセプトにもとづき、技術を核とした事業領域の拡大に積極的に取り組み、紙への印刷を中心としてきた情報コミュニケーション部門以外の事業の柱を構築しました。

印刷技術の応用により、紙だけでなく、プラスチックフィルムや金属などへの印刷も可能とすることで、1951年に包装事業と建材事業を立ち上げました。その後、ラミネート技術やコーティング技術などを深め、フォトプリント用の昇華型熱転写記録材や薄型ディスプレイ用の反射防止フィルムなどの製品を生み出し、生活・産業部門の事業を確立してきました。

また1958年には、日本で初めてカラーテレビ用シャドウマスクの開発を成功させ、エレクトロニクス部門の事業を開始しました。0.2mmほどの薄い銅板に、数百万の超微細な孔を開ける技術は、印刷の製版工程で培ったフォトリソグラフィーなどの超微細加工技術を応用したものです。1959年には半導体製品用のフォトマスクの開発にも成功し、その後、液晶ディスプレイ用のカラーフィルター、リードフレームをはじめとする電子デバイスなどを開発・提供してきました。

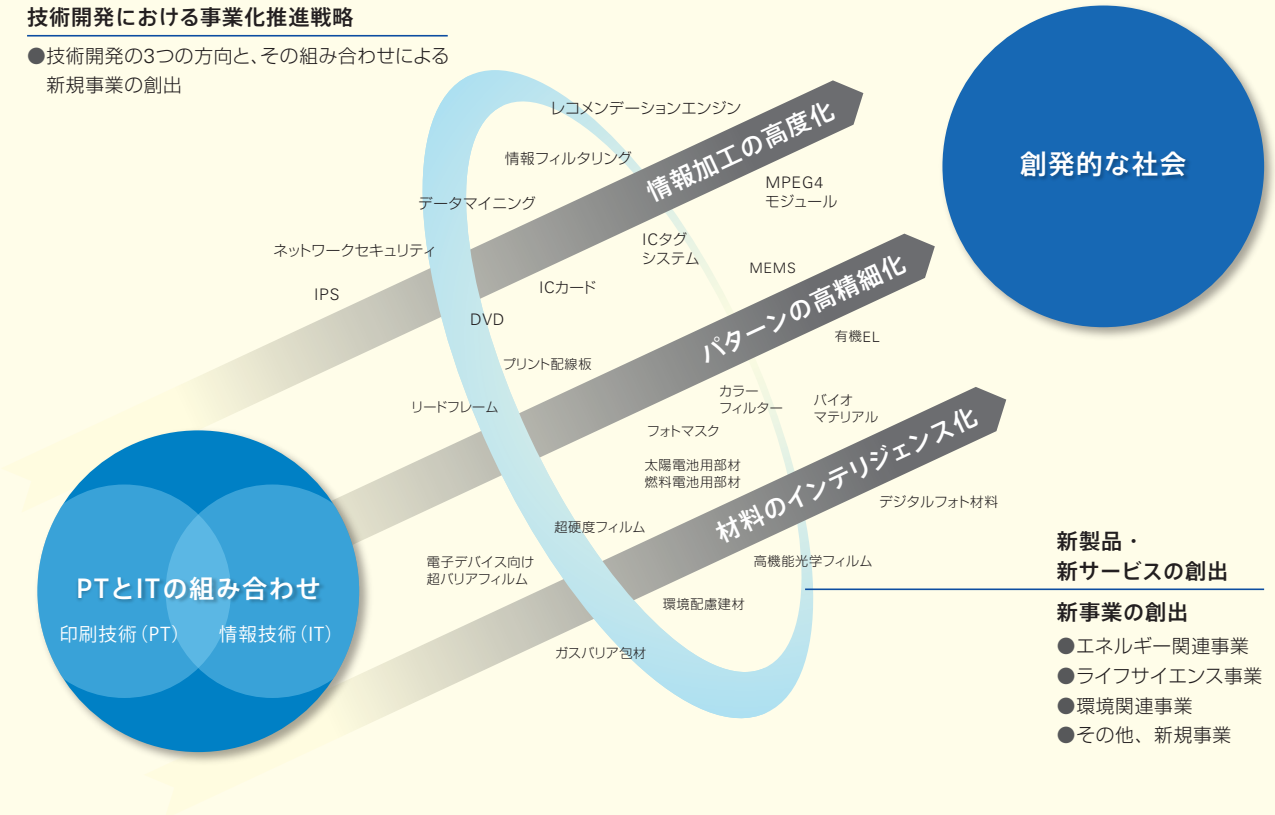
一方、「情報技術」についても、創業以来、いかに心地よく文字や画像を表現するか、いかに安全に企業や生活者の情報を扱うかといった取り組みを進めてきました。明治時代から続くDNPオリジナル書体「秀英体」の開発、カラーマネジメントシステムや意匠・デザインの開発、高いセキュリティ環境のもとでの印刷物の製造など、幅広いテーマで技術を培っています。

また、今から40年も前の1970年代初めには、印刷プロセスのデジタル化への取り組みをスタートさせました。1985年には世界で初めてCD-ROM版の電子辞書を開発するなど、デジタル化、ネットワーク化の進展にも迅速に対応し、今日の電子出版事業にもつながる技術・ノウハウを蓄積してきました。さらに、高度な情報セキュリティ基盤の確立にも注力し、ICカードやIPS（Information Processing Services）など、ソフトウェアの開発からモノづくりまで、一貫した事業として展開しています。

現在DNPは、事業ビジョンとして「P&Iソリューション」を掲げています。これは、印刷技術と情報技術のさらなる応用・発展を通じ、企業や生活者、そして社会の課題を解決することによって、事業の発展と社会への貢献を達成することを意味しています。DNPは、情報加工の高度化、パターンの高精細化、材料のインテリジェンス化などの流れに沿った技術開発を戦略的に推進していきます。それによって、太陽電池用部材などのエネルギー分野、毛細血管のパターン形成や細胞シート工学などのライフサイエンス分野をはじめとした新規事業を拡大させるほか、既存事業の収益性を高めるなど、DNPならではの強みを活かした成長を実現していきます。

技術開発における事業化推進戦略

●技術開発の3つの方向と、その組み合わせによる新規事業の創出



新製品・新サービスの創出

新事業の創出

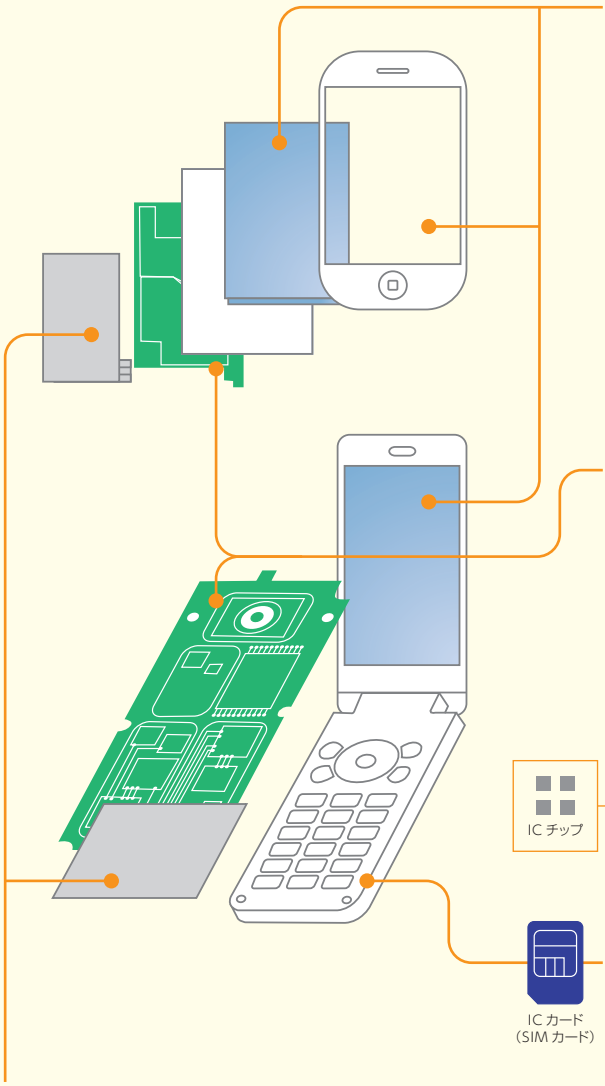
●エネルギー関連事業
●ライフサイエンス事業
●環境関連事業
●その他、新規事業

印刷技術と情報技術を活かした製品・サービスの事例

生活に密着したDNP製品の事例

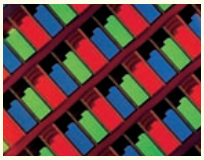
携帯端末（スマートフォン・携帯電話等）を支える製品・技術

今日の私たちの暮らしに欠かせない情報機器や情報サービス。その多くを、DNPの技術を活かした製品やサービスが支えています。例えば、スマートフォンなどの携帯端末にも、カラーフィルターや各種電子デバイス、利用者を識別するSIMカード、リチウムイオン二次電池用のソフトパックやタッチパネルセンサーなど、多様な製品が使われています。また、小説やコミックなどの電子書籍、利用者の興味に合わせた情報のレコメンデーションシステムなど、携帯端末向けの情報サービスも数多く提供しています。



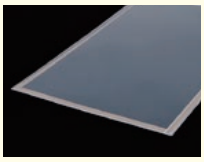
液晶ディスプレイ用
カラーフィルター／光学フィルム

携帯端末でのワンセグ視聴やコンテンツ閲覧が普及し、より見えやすいディスプレイが求められています。DNPは、屋外での良好な視認性や広い視野角などのニーズに合わせて、外光の映り込みを抑える反射防止フィルムやカラーフィルターなどを提供しています。


液晶カラーフィルター

タッチパネル用部材

指で操作するタッチパネル式端末の増加に対し、DNPは、ディスプレイを汚れや傷から守る表面フィルムなどを提供してきたほか、2009年には透明導電膜フィルムセンサーを開発しました。これは1枚の基材だけでセンサーを構成できるため、薄型・軽量で高品質のタッチパネルが製造できます。

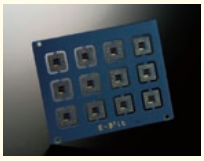

タッチパネルセンサー

各種電子デバイス

携帯端末では機能の向上とともに、薄型化・小型化が常に求められています。DNPは微細加工の技術、パターニングやエッチングの技術などにより、このニーズに応える多様な製品を提供しています。ICチップなどの半導体製品の原版であるフォトマスクでは、ナノメートル単位の微細化を実現しています。また、プリント基板上でICチップを支え、電気信号を伝えるリードフレームでは、従来品の約20分の1となる0.15mmの薄さの製品を開発しました。カメラモジュールなどに使われる部品内蔵プリント基板では、B²it（ビー・スクエア・イット）という独自技術により、一層の小型化・高密度化を実現しています。

半導体製品用フォトマスク

リードフレーム


部品内蔵プリント基板
（カメラモジュールなど）

ICカード（SIMカード）

DNPは、1981年にICカードの開発に着手して以来、技術的な強みを活かして市場をリードしてきました。ユーザー認証用の識別情報や電話番号などが記録される携帯電話用のSIMカードをはじめ、キャッシュカードやクレジットカード、電子マネーやETCカードなど、国内ICカード市場全体でトップシェアを獲得しています。

リチウムイオン二次電池用ソフトパック

リチウムイオン二次電池用
ソフトパック

複数のソフトパックを
パッケージ化した電池モジュール

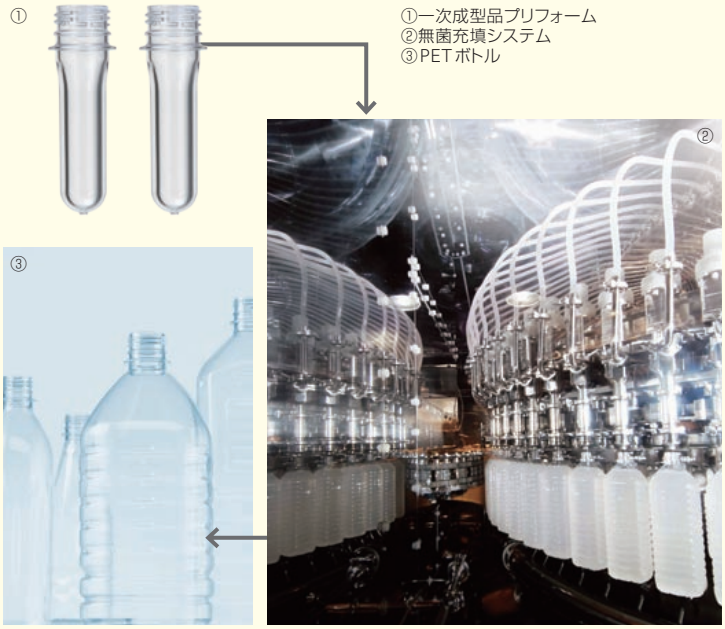
蓄電容量が大きく出力も高いリチウムイオン二次電池用に、DNPは、多層フィルムを使用するソフトパック外装材を開発しました。従来主流だった金属缶と比べて柔軟で成型しやすく、より軽く、より薄くできるソフトパックは、携帯端末や電気自動車など多くの用途に広がっています。現在DNPは、ソフトパックの世界市場におけるリーディングカンパニーとなっています。

可能性が広がる無菌充填システム

技術開発から機器の製造・導入にまで対応する一貫体制

食品や飲料を安心・安全に生活者へ届けることは、包装の大切な役割のひとつです。滅菌された内容物を滅菌された容器・包材に、無菌環境下で充填・密封する"無菌包装"は、安心・安全に加え、高温での長時間の殺菌が不要なため、栄養素が壊れにくく、味や食感、色や香りなどを損ないません。

DNPは1978年に、国産の無菌包装第1号商品、ミルクポーションの開発に携わり、さらにパッケージの複雑化などに合わせて技術革新を重ねてきました。1994年に、国内初となるミルク飲料のPETボトル用無菌充填システムを開発し、1997年には、試験管のような小さなプリフォームを膨らませながら無菌充填するシステムを稼働させ、国内最大シェアにまで拡大してきました。DNPは、製品を形づくるコンバーティング技術や、40年間も取り組んできた無菌化技術などを深め、技術開発から機器の設計・製造、導入に至るまでの一貫体制を構築し、市場開拓に取り組んでいます。

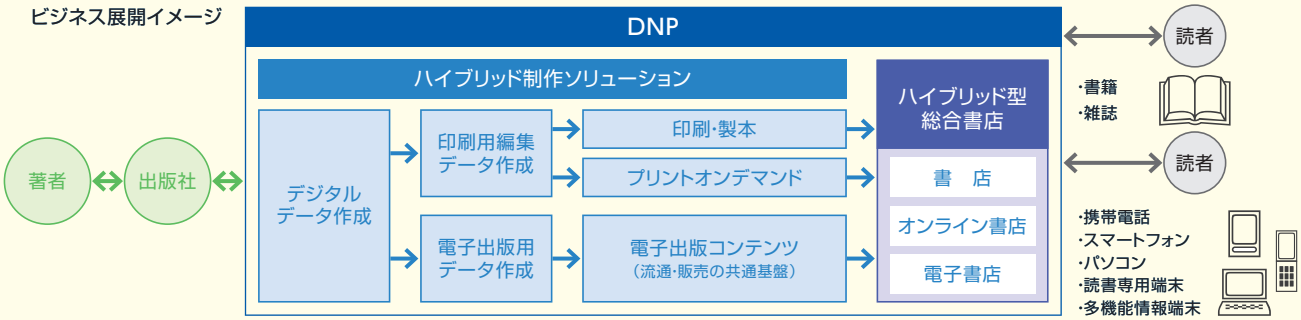


ハイブリッド制作ソリューション＆ハイブリッド型総合書店の展開

モノづくりと情報技術の強みを組み合わせたトータルサービス

DNPは、創業以来135年にわたる出版印刷の技術・ノウハウに、1970年代初めから取り組んできたデジタル化の技術・ノウハウを組み合わせ、あらゆる情報メディアに対応してきました。現在では、効率的なデジタルデータの構築、紙の書籍と電子書籍の制作、プリントオンデマンドによる小部数印刷など、紙とデジタルの両方に対応した"ハイブリッド制作ソリューション"の提供に注力しています。

また、印刷という製造の役割だけでなく、流通・販売に必要な基本機能の構築、生活者との接点拡大、マーケティングの強化、電子書籍の規格の統一など、「出版業界のNo.1パートナー」として、さまざまな課題解決に取り組んでいます。流通・販売に関しては、リアルな店舗を構える書店、ウェブサイトで印刷物を販売するネット書店、電子書籍を販売する電子書店を連携させた、他社にはできない国内初の"ハイブリッド型総合書店"として事業を展開していきます。

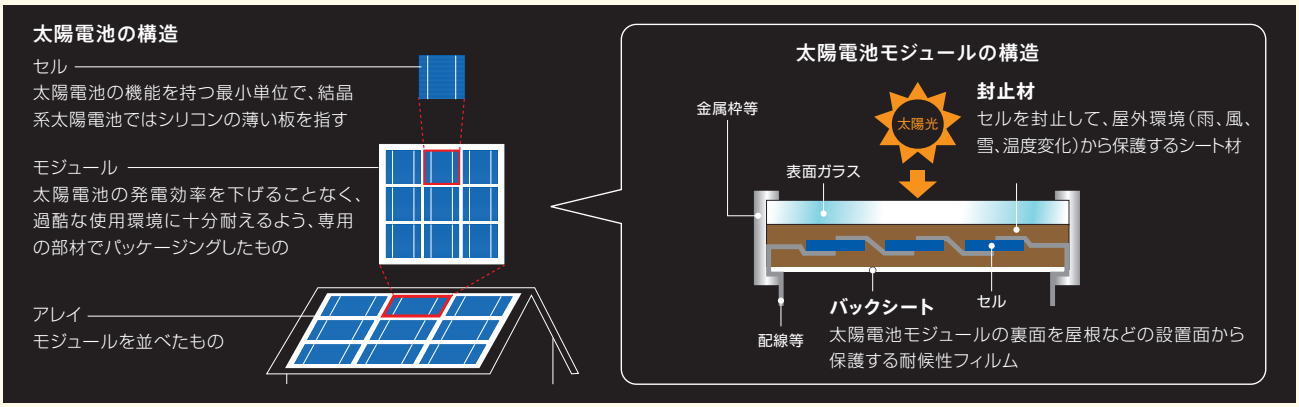


クリーンエネルギーへの社会のニーズに対応

材料技術や製造技術により高機能な太陽電池用部材を提供

石油などの化石燃料を使わないクリーンエネルギーとしての太陽電池への需要が、全世界で高まっています。DNPは、10年以上前に太陽電池向け部材の研究開発をスタートさせ、独自の材料技術や製造技術を活かして、2003年にはバックシートと封止材の開発に成功しました。

バックシートは、太陽電池モジュールを外界から保護する耐候性フィルムです。DNPの製品は、独自のラミネート技術などにより耐候性の向上と製造コストの低減をともに実現しています。封止材は、太陽電池のセルやその周辺配線を固定する接着性保護シートです。DNPは、水蒸気バリアー性に優れ、太陽電池を劣化させる酸性ガスが発生しない製品や、低温での柔軟性に優れた製品など、企業ニーズに対応した多様な封止材を提供しています。今後は、2011年4月に稼働開始した北九州の新工場などの生産体制と、高い技術力を強みとして、さらなる事業の拡大を目指します。



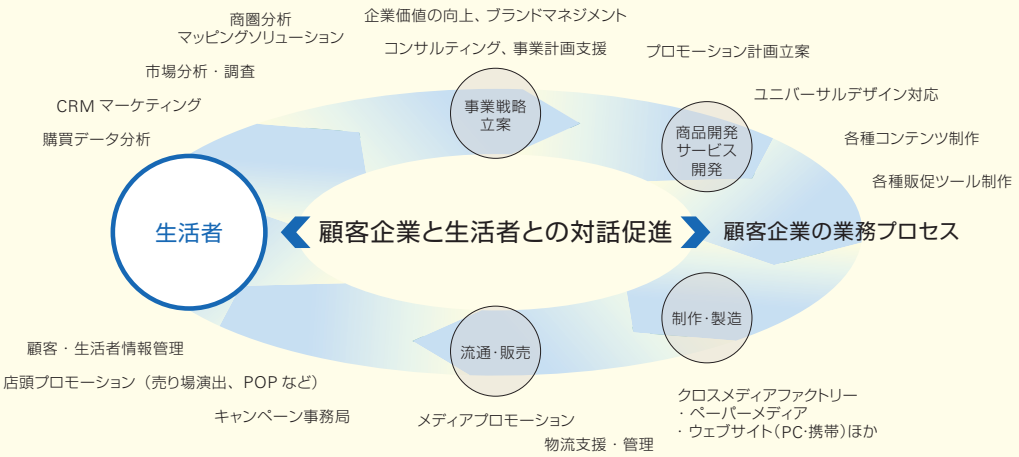
企業の業務プロセスすべてを対象とした事業展開

生活者の視点を重視した技術開発で課題解決に注力

積極的に情報を収集、発信し、企業とも活発にコミュニケーションを図る生活者が増えています。グローバルな双方向のネットワークが世界規模で広がるなか、生活者の消費行動が変わり、生活者と企業の関係も大きく変わってきました。

このような変化に対してDNPは、紙の印刷物の製造だけでなく、デジタルメディアを含めたあらゆる情報メディアに対応する「横」への展開と、市場分析や企画提案、プロモーションの実施や物流支援、販促キャンペーン事務局やカスタマーセンターの運用など、あらゆる業務プロセスに対応する「縦」への展開を進めています。その際、生活者の個人情報や企業の重要情報は、高度な情報セキュリティ環境のもとで、適切に扱っています。

DNPは生活者の視点に立ち、課題解決に向けた仮説立案能力を高め、情報技術と印刷技術を組み合わせたさまざまなソリューションの提供に注力しています。



子会社・関連会社

印刷事業

		資本金（百万円）	出資比率（%）
（株）DNP北海道	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	350	100.0
（株）DNP東北	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	350	100.0
（株）DNP東海	製版・印刷・製本・包装用品の製造	120	100.0
（株）DNP西日本	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	400	100.0
（株）DNP四国	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	50	97.0
情報コミュニケーション部門			
出版印刷関連			
（株）DNP書籍ファクトリー	製版・印刷・製本	200	100.0
（株）DNPメディア・アート	製版	180	100.0
（株）DNPトータルプロセス前橋	製版	100	100.0
（株）DNPユニプロセス	製版	80	100.0
（株）DNPトータルプロセス長岡	製版	50	100.0
大口製本印刷（株）	印刷・製本	49	84.9 (15.2)
Tien Wah Press (Pte.) Ltd.	製版・印刷・製本	(S$1,000) 4,600	100.0
商業印刷関連			
（株）DNPメディアテクノ関西	企画・制作・製版・印刷・製本	200	100.0
（株）DNPグラフィカ	印刷・製本	100	100.0
（株）DNPメディアクリエイト	企画・制作・製版	100	100.0
（株）DNPマルチプリント	製版・印刷・製本	100	100.0
ビジネスフォーム関連			
（株）インテリジェント ウェイブ	カードビジネス、セキュリティシステム構築	843	50.6
（株）DNPデータテクノ	各種プラスチックカードの製造	100	100.0
（株）DNPデータテクノ関西	各種帳票およびプラスチックカードの製造	100	100.0
（株）DNPトータルプロセス蕨	製版・刷版	80	100.0
ネクサンティス（株）*	ICカード関連ソフトウェアおよび各種機器の提供・販売	25	100.0
（株）エヌビーシー*	発送業務	20	100.0 (100.0)
DNP France SAS*	ICカードおよびセキュリティビジネスに関する調査	(Euro1,000) 37	100.0
C&I関連			
（株）DNPドリームページ	オリジナルブックの製造・販売	400	100.0
（株）am3*	映像、コンテンツなどの企画・製造・販売	340	85.9
（株）DNPアートコミュニケーションズ	美術品画像・映像の企画、制作、販売	300	100.0
（株）DNP映像センター	テレビ放送、映画、ビデオソフトの企画・制作・販売	100	100.0
（株）DNPデジタルコム	ホームページの企画・作成および配信業務	100	100.0
（株）DNP年史センター	企業・団体などの年史の企画・編集・制作	50	100.0
（株）ユートゥ*	インターネット、携帯電話を利用した情報提供事業	50	100.0
（株）シービーデザインコンサルティング*	個人情報の保護・危機管理に関するコンサルテーション	40	92.5
（株）エムズコミュニケイト*	顧客会員制サービスに関するコンサルテーションおよび仲介	30	95.0
（株）アットテーブル*	食品スーパーなどの製造・販促に関する調査、コンサルティング、企画	30	95.0
（株）DNPソーシャルリンク	ダイレクトマーケティングサービスの提供	10	100.0
生活・産業部門			
包装関連			
（株）DNPテクノパック東海	包装用品の製造・印刷・加工	430	100.0
（株）ライフスケープマーケティング	各種情報の調査・サービス	430	50.7
（株）DNPテクノパック	包装用品の製造・印刷・加工	300	100.0
（株）DNPテクノパック横浜	包装用品の製造・印刷・加工	280	100.0
（株）DNPテクノパック関西	包装用品の製造・印刷・加工	200	100.0
相模容器（株）	各種プラスチックチューブの製造	200	90.0
（株）アセプティック・システム	無菌充填システムの製造・販売およびコンサルテーション	100	100.0
（株）DNPテクノポリマー	プラスチック成型加工および印刷	100	100.0
（株）DNP包装	充填および包装加工	80	100.0
（株）DNPフィールドアイ	各種情報の調査・サービス	50	100.0
PT DNP Indonesia	包装用品の製造・販売	(US$1,000) 26,000	51.0
迪文普塑料成型（上海）有限公司	プラスチック容器類の成型、印刷、加工、販売	(US$1,000) 6,350	100.0
住空間マテリアル関連			
DNP住空間マテリアル販売（株）	建材製品の販売	300	100.0
（株）DNPエリオ	鋼板・アルミプリントなどの金属板印刷・加工	300	50.0
（株）DNP住空間マテリアル	建材製品の製造・印刷・加工	200	100.0
オプトマテリアル／産業資材関連			
（株）DNPフォトイメージング	事業会社への投資	9,680	100.0
（株）DNPアイディーシステム	運転免許証用・証明写真用機器の販売	60	100.0 (100.0)
（株）DNPフォトルシオ	証明写真事業および写真用材料・部品の販売	450	100.0 (33.3)
（株）DNPアイ・エム・エス小田原	写真材料の製造・販売	300	100.0
（株）DNPエネルギーシステム	太陽電池用部材の製造	200	100.0
（株）DNPアイ・エム・エス	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造	100	100.0
（株）DNPオプトマテリアル	光学関連製品の製造	100	100.0
DNP IMS America Corporation	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(US$1,000) 71,980	(100.0) 100.0
DNP Photo Imaging America Corporation	デジタル写真用ラボシステム・写真材料の販売	(US$1,000) 45,898	(99.9) 99.9
DNP Electronics America, LLC	電子精密部品の製造・販売	(US$1,000) 15,045	(100.0) 100.0
Compagnie de Découpe de l'Ouest・CDO SAS	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(Euro 1,000) 3,040	23.4
DNP Photo Imaging Europe SAS	写真関連商品の販売	(Euro 1,000) 2,408	(66.0) 66.0

		資本金（百万円）	出資比率（%）
DNP IMS Netherlands B.V.	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(Euro 1,000) 1,000	100.0
DNP Denmark A/S	電子精密部品の製造・販売	(Dkr1,000) 135,000	100.0
エレクトロニクス部門			
ディスプレイ製品関連			
（株）DNPカラーテクノ亀山	液晶カラーフィルターの製造・販売	2,500	100.0
（株）DNPプレシジョンデバイス	ディスプレイ関連製品の製造	450	100.0
（株）DNPプレシジョンデバイス姫路	液晶カラーフィルターの製造	400	100.0
（株）DNPカラーテクノ堺	液晶カラーフィルターの製造	400	100.0
電子デバイス関連			
ディー・ティー・ファインエレクトロニクス（株）	半導体製造用部品の製造・販売	490	65.0
（株）DNPファインエレクトロニクス	半導体製造用部品の製造	300	100.0
（株）DNPエル・エス・アイ・デザイン	半導体製造用図面の設計・制作	100	100.0
（株）DNPミクロテクニカ	電子精密部品の検査・加工・荷役作業	40	100.0
DNP Photomask Europe S.p.A.	フォトマスクの製造・販売	(Euro 1,000) 47,200	80.6
DNP Photomask Technology Taiwan Co., Ltd.	フォトマスクの製造・販売	(NT1,000) 5,170,618	(0.3) 100.0
その他			
CHIグループ（株）	事業会社への投資	3,000	53.0
丸善（株）	書籍、雑誌、文房具の販売	4,821	53.0 (53.0)
丸善書店（株）	書籍、雑誌、文房具の販売	50	53.0 (53.0)
丸善出版（株）	出版業	50	53.0 (53.0)
（株）図書館流通センター	図書販売、データ作成	266	53.0 (53.0)
（株）honto	電子出版コンテンツ開発	50	53.0 (53.0)
（株）ジュンク堂書店	書籍販売	39	53.0 (53.0)
（株）雄松堂書店	書籍販売	35	53.0 (53.0)
ブックオフコーポレーション（株）	書籍販売	2,564	16.5 (9.9)
（株）主婦の友社	出版業	2,111	56.7
（株）文教堂グループホールディングス	事業会社への投資	2,035	45.3 (14.0)
（株）DNPファインケミカル	インキ・ワニス・顔料・染料などの製造・販売	2,000	100.0
（株）DNPファインケミカル福島	写真用薬品の製造・販売	100	100.0 (100.0)
（株）DNPロジスティクス	梱包・発送・貨物運送・倉庫業	626	100.0
DICグラフィックス（株）	印刷インキなどの製造・販売	500	33.4
（株）トゥ・ディファクト	電子書籍・端末開発	490	60.0 (9.0)
（株）ディー・エヌ・ケー	印刷機械、工作機械などの製造・修理・販売	100	100.0
大日本商事（株）	用紙など各種商品の売買	100	94.3
（株）ダイレック	学習相談などの運営	96	100.0
（株）DNPエス・ピー・テック	各種広告宣伝物の企画、製造	80	100.0
教育出版（株）	教科書・教材品の編集、販売	60	48.3
（合）マイアース・プロジェクト*	トレーディングカードの企画・制作・販売	50	99.8
迪文普企業諮詢（上海）有限公司*	中国市場、事業化の調査他	(US$1,000) 420	100.0
福利厚生・施設管理会社など			
（株）DNPファシリティサービス	ビル施設の管理・清掃・警備、厚生施設の運営	350	100.0
（株）DNP情報システム	情報システムの設計・開発・保守およびソフトウェアの制作・販売	100	100.0
（株）DNPヒューマンサービス	人事関連施策の企画・運営	90	100.0
（株）宇津峰カントリー倶楽部*	ゴルフ場の経営	33	88.8
（株）DNPアカウンティングサービス	経理事務代行およびコンサルテーション	30	100.0
（株）DNPテクノリサーチ*	特許関係の調査、契約書の作成	20	100.0
海外販社			
DNP Corporation USA	事業会社への投資	(US$1,000) 62,164	(7.2) 100.0
DNP America, LLC	印刷物、電子精密部品、建材の販売	(US$1,000) 100	(100.0) 100.0
DNP Holding USA Corporation	事業会社への投資	(US$1,000) 100	(100.0) 100.0
DNP Europa GmbH*	電子精密部品、建材の販売	(Euro 1,000) 92	100.0
DNP UK Co., Ltd.*	建材の販売	(£1,000) 120	100.0
Dai Nippon Printing Co. (Australia) Pty. Ltd.*	印刷物、建材の販売	(A$1,000) 70	100.0
DNP Singapore Pte. Ltd.*	電子精密部品、建材の販売	(S$1,000) 350	100.0
DNP Korea Co., Ltd.*	電子精密部品の販売	(Krw1,000) 500,000	100.0
DNP Taiwan Co., Ltd.	電子精密部品の販売	(NT1,000) 10,000	100.0
迪文普国際貿易（上海）有限公司*	印刷物等の販売（商印・包装）	(US$1,000) 5,400	100.0

清涼飲料事業

清涼飲料			
北海道コカ・コーラボトリング（株）	清涼飲料水の製造・販売	2,935	(6.5) 57.5

注：1. 出資比率欄の（　）内は間接所有割合（内数）です。2. ＊は、連結対象外、持分法非適用関連会社です。

用語集

一般用語、一般の製品名・サービス名など

■ BPO（Business Process Outsourcing）
企業のさまざまな活動のうち、一部のビジネスプロセスを専門的な技術やノウハウを有した外部の企業などに委託すること。

■ ICカード
データの入出力や演算を行うICチップ（集積回路）を搭載したカード。生体認証や暗号化など、高度な利用者認証の機能を持ち、キャッシュカードやクレジットカード、電子マネーや交通カード、社員証などの幅広い用途で普及している。携帯電話の契約者情報を記録した小型のSIM（シム:Subscriber Identity Module）カードもICカードの一種。DNPは1980年代からICカード事業に取り組み、基本OSのMULTOSや各種アプリケーションソフトの開発、ICカードの発行・製造、ネットワークを活用したセキュリティサービスなどを広く手がけている。

■ ICタグ（RFIDタグ）
情報を記録するICチップ（集積回路）と小型アンテナを組み合わせた電子部品。専用の読み取り機との無線（RF:Radio Frequency）通信により、ICタグをつけた物品を一つひとつ識別することができる。形状はさまざまで、ラベル型、カード型、コイン型などがある。

■ MEMS（Micro Electro Mechanical System）（微小電子機械システム）
ICチップやセンサー、電子回路などをシリコンウェハーなどの基板上に、三次元の立体構造物として集積した電子デバイス。

■ インクリボン
インクを薄く均等に塗布したロール状のフィルムで、熱転写プリンターで使用される。プリンターのサーマルヘッドの熱でインクを溶かして転写する溶融型と、インクを気化（昇華）させて転写する昇華型の2つの方式がある。DNPは、溶融型で主にバーコード用のモノクロインクリボンを、昇華型で主にフォトプリント用のカラーインクリボンを提供している。DNPが開発した昇華型熱転写記録材は、印刷の3原色（YMC:黄・赤・藍）のインクリボンと専用受像紙で構成され、滑らかな色の階調を表現することができる。

■ 液晶カラーフィルター
液晶ディスプレイのカラー表示に必要な部材。ガラス基板上に光の3原色（RGB:赤・緑・青）のパターンを着色したもので、光がこの部材を透過することで、画像がカラー表示される。RGBに黄（Y:イエロー）や藍（C:シアン）などを加えた多色カラーフィルターもある。カラーフィルターの製造工程のうち着色層の形成には、感光性材料を塗布した基材を露光してパターンを形成するフォトリソグラフィー方式と、小さい穴が開いたノズルからインクを射出して塗布するインクジェット方式があり、DNPは両方式での量産に世界で唯一対応している。また液晶パネルの製造には、液晶分子の配列方法の違いにより、VA（Vertical Alignment）方式やIPS（In Plane Switching）方式がある。液晶ディスプレイは、電圧で液晶分子の向きを変え、光の透過量を制御して映像を映し出しており、パネル面に対してVA方式は垂直方向に、IPS方式は水平方向に液晶分子を配列させる。DNPは両方式に対応し、それぞれのパネルの特性に合ったカラーフィルターを提供している。

■ 拡張現実（AR:Augmented Reality）技術
利用者の目の前にある現実の風景や対象物の上に、映像やイラスト、文字情報など、実際にはないバーチャルな情報を重ねて、現実を拡張するような豊かな表現を可能にする技術。例えば、パソコンや携帯電話のカメラで、印刷された識別用の記号や画像、実際の風景などを撮影すると、あらかじめ登録されている3次元CGなどの情報が、撮影画像と合成されてディスプレイに表示される。

■ コンテンツマネジメントシステム（CMS:Content Management System）
ウェブサイトなどを運用する際、テキストや画像、レイアウト情報などのさまざまなデジタルコンテンツを統合的に管理し、更新や配信などの処理を効率的に行う仕組み、またはソフトウェアのこと。

■ 再生医療
病気や事故などで失われた体の細胞組織や臓器について、復元や機能の回復を行うために、人工的に培養した細胞などを利用する治療方法。

■ 太陽電池用部材
- バックシート：太陽電池モジュールを外界から保護する耐候性フィルムで、長期間の屋外使用に対応できるよう、雨水が内部に入るのを防ぐなど、高い耐久性・防湿性・電気絶縁性などの機能を備えている。
- 封止材：発電用の太陽電池セルや周辺配線を固定して、太陽電池モジュールを形成するための接着性保護シートで、バックシートとフロントガラスを強力に接着する役割などを担っている。

■ デジタルサイネージ（電子看板）
店頭や駅、公共施設などに設置した大型の薄型ディスプレイをネットワーク

に接続し、時間や地域に応じた即時性の高い情報配信を行う広告媒体。生活者がタッチパネルや携帯電話などを利用して必要な情報を得られるなど、双方向なコミュニケーション機能も組み込める。

■ **ナノインプリント**
次世代半導体製品の製造プロセスのひとつ。樹脂を塗布したウェハーに、ナノメートルレベルの微細なパターン加工を施した型（テンプレート）を押し付け、パターンを樹脂に物理的に転写して製造する技術。製造装置の構造が従来方式よりも単純で、複雑な光学系の製造装置も不要なため、コストの軽減につながるなどのメリットがある。

■ **バイオマス材料**
バイオマスは、ある地域に生息する生物の総量を指し、石油などの化石資源を除く、生物由来の有機性資源を意味する。バイオマス材料は、植物由来樹脂や天然繊維など、生物由来資源でつくられる材料のこと。植物が成長する過程で吸収するCO_2と、バイオマス材料の燃焼時に発生するCO_2は相殺されると考えられており、環境負荷が少ない材料として注目されている。また、再生可能資源として、安定的な調達も期待されている。

■ **反射防止フィルム**
テレビやパソコンなどのディスプレイ表面に、外光や室内光が映り込むことを防止するためのフィルム。AG（Anti Glare）フィルム、LR（Low Reflection）フィルムなどの種類がある。DNPはロール状のフィルム基材に、光を拡散させる原料などを薄く均等にコーティングする技術などを応用し、多様な製品を提供している。

■ **半導体フォトマスク**
フォトマスクは半導体製品の回路を形成するための原版で、ガラス基板上に微細な回路パターンを描画したもの。基板のウェハーに塗布した感光性材料に、フォトマスクを通った光によって回路パターンを転写し、エッチングなどの工程を経て半導体製品が製造される。

■ **フォトリソグラフィー**
感光性材料を塗布した基材の表面に光を照射し、露光された部分と露光されていない部分によるパターンを生成する技術。DNPは印刷用原版である刷版の作成を通じてフォトリソグラフィーの技術を高め、カラーフィルターや各種電子デバイスの製造などに応用している。近年は、新たな光源としてEUV（極端紫外線）を用いた次世代半導体向けのフォトリソグラフィー技術の開発も進めている。

■ **プリプレス**
印刷工程のうち、文字・写真・イラストなどのデジタル化、編集・レイアウト、製版・刷版など、印刷（プレス）の前に行う一連の工程を指す。DTP（Desk Top Publishing）の進展によって、パソコン上でプリプレスの一連の作業ができるようになっている。なお、印刷後に行う製本や加工などの工程は、後加工（ポストプレス）と呼ばれる。

■ **無菌充填システム**
無菌の製造環境（無菌チャンバー）の中で、滅菌した飲料や食品を、PETボトルなどの滅菌した容器に充填するシステム。DNPは、コーヒーミルクなど少量に小分けされたポーションパック用、固形物も入れられる食品パウチ用、飲料の風味を損なわないPETボトル用などの用途に合わせて、当システムの設計から、機器製造、導入支援、プリフォームなどの部材の提供まで、一貫して行っている。

■ **有機ELディスプレイ**
電気が流れた時に自らが光る性質を持った有機化合物（発光体）を使用したディスプレイ。広い視野角と高いコントラストなど、優れた特長を持つ。ELは、エレクトロ・ルミネセンス（電界発光）の意味。

■ **ユニバーサルデザイン**
「普遍的な、全体の」を意味するユニバーサルという言葉を用い、「できる限り多くの人々に利用可能なように最初から意図して、機器、建築、身の回りの生活空間などをデザインすること（国際ユニヴァーサルデザイン協議会:IAUD）」を示しています。

■ **リードフレーム**
半導体パッケージの内部にあり、ICチップを支えて電気信号を伝えるための金属部品。

■ **リチウムイオン二次電池*用ソフトパック**
フィルムタイプの材料を使ったラミネート型の外装材で、電解質やセパレータなどの電池材料を密封する。従来の金属缶型の外装材と比べ、寸法や形状の自由度が高く、軽量化や低コスト化にも対応できる。また、内部の圧力を逃がす機能を持ち、熱による変形を避けられるなどの利点がある。

*二次電池＝充電によって繰り返し使用できる電池

■ **リップマン型ホログラム**
レーザーを使って記録した立体画像であるホログラムの一種。上下左右の立体感や奥行き感の表現に優れるだけでなく、特殊な製造装置が必要なため偽造が極めて困難でもあり、意匠性とセキュリティ性能の高さが世界的に評価されている。

DNP関連の用語

■ **B²it（ビー・スクエア・イット）**
絶縁層と配線層を積層したプリント基板であるビルドアップ基板において、スクリーン印刷で形成したバンプ（層間を電気的に接続する伝導性を持ったペースト）により層間接続（ビア接続）を行うDNPの独自技術。

■ **CDMS（Card Data Management Service）**
ICカードに書き込む情報を、ネットワークを通して総合的に管理するサービス。窓口でのICカードの即時発行、ATMでの暗証番号変更、携帯電話などへのアプリケーションとパーソナルデータの配信、オンラインショッピングでの本人認証などを行う。2004年開始。

■ **EB（電子線：Electron Beam）コーティング技術**
電子線の照射によって、塗工する樹脂を硬化させるDNP独自技術。ウレタンや紫外線硬化法の樹脂に比べ、表面硬度の高い膜を形成することができる。この技術により、傷や汚れ、日光などに強く、耐久性、実用性、品質安定性に優れた製品が提供できる。また、製造工程での省エネルギー化やCO_2排出量の削減、溶剤を使わない塗工が可能な次世代型環境対応技術でもある。

■ **IBフィルム（Innovative Barrier Film）**
水蒸気や酸素のバリア性に優れ、高い耐熱性や透明性も備えたパッケージ用フィルムで、主に食品や医療・医薬品、電子部品などに使用されるDNP製品。
バリア性を高める素材を、透明なフィルム基材上に製膜（薄く均一にコーティング）して製造する。従来は、加熱によって素材を気化させて物理的に製膜するPVD（Physical Vapor Deposition）方式が主流だったが、DNPは、素材と基材の化学反応によって製膜するCVD（Chemical Vapor Deposition）方式での量産を可能とした。CVD方式では、素材と基材の強固な結びつきが得られるため、折り曲げてもコーティング層が割れにくい製品となる。

■ **IPS（Information Processing Services）**
高度な情報セキュリティ環境のもとで、個人情報などの大量データの入力から、編集・加工、請求書や利用明細、パーソナルメールなどの印刷・製造、配送やデータ配信まで、多様な業務を行うDNP独自のサービス。

■ **「拡印刷」と「P&Iソリューション」**
拡印刷は、創業以来培ってきた印刷技術をさまざまな分野に応用・発展させ、事業を拡大していくことを表わすキーワード。拡印刷の展開例として、1951年に包装分野と建材分野に進出し、1958年にシャドウマスク、1959年にフォトマスクの開発に成功してエレクトロニクス部門にも進出した。
P&Iソリューションは、「DNPグループ21世紀ビジョン」の中で掲げた事業ビジョン。DNPは、印刷技術や情報技術などを活かして企業や生活者、社会の課題を解決し、企業価値の向上と社会への貢献を実現していく。このビジョンのもと、既存事業の拡大とともに、エネルギー分野やライフサイエンス分野などの新規事業も積極的に展開している。

■ **秀英体**
明治時代から開発を続けているDNPのオリジナル書体で、優美でしなやかなデザインで、美しく読みやすい書体として、書籍のつくり手や読者から高い評価を得ている。1970年代からデジタル化にも対応しており、2001年からデジタルフォントのライセンス提供を行っているほか、2005年からは既存書体の改訂や新書体の開発などを行う「平成の大改刻」にも取り組んでいる。

■ **モノづくり21活動**
TPM（Total Productive Maintenance）に基づいた活動で、収益性の向上や、一層の高品質・高能率・低コストに向けた持続的な改善を進め、柔軟で迅速なニーズへの対応を実現させていくもの。品質、コスト、納期などあらゆる面で強い体質を持つ生産体制の確立を目指す。

DNPに関する情報提供

ウェブサイト（http://www.dnp.co.jp/）

印刷事業の3部門の事業内容を分かりやすく整理して紹介しています。情報の適時、適正な開示を進めるとともに、サイト内の検索性を向上させるなどの工夫もしています。下記の発行物および報告書のPDFデータも、ウェブサイトからダウンロードできます。

ウェブサイト（http://www.dnp.co.jp/）

発行物

- **アニュアルレポート（日本語版、英語版）**
  7月末頃、日本語版、英語版を発行しています。社長メッセージのほか、特集、連結財務諸表、事業戦略、業績の概要、トピックス、財務分析などを掲載しています。
- **データブック（日本語・英語併記）（ウェブサイトからダウンロード可能なPDFのみ）**
  7月末頃に発行し、過去10年間の財務諸表数値と財務分析数値などを表やグラフの形で提供しています。財務諸表の数値は有価証券報告書のものを使用しています。
- **株主通信「DNP Report」（日本語版）**
  四半期（3ヵ月）ごとに発行し、株主の皆様向けに郵送しています。決算の概要、事業のハイライト、技術紹介、株式情報などを掲載しています。
- **DNPグループCSR報告書（日本語版、英語版）**
  （英語版はウェブサイトからダウンロード可能なPDFのみ）
  6月末頃、企業の社会的責任に対する年次報告として発行しています。1998年に「エコレポート」を発行して以来、毎年継続して発行しています。
- **会社案内（日本語版、英語版）**
  部門別の製品やサービス、営業・企画・研究開発・生産の拠点、沿革や活動概要などを紹介しています。

株主通信「DNP Report」

DNPグループCSR報告書

報告書

- **有価証券報告書等（日本語版）**
  金融商品取引法第24条に基づき、四半期ごとに金融庁へ提出しています（8月、11月、2月に四半期報告書、6月に有価証券報告書を提出）。監査報告書つきの連結財務諸表、単独財務諸表のほか、業績等の概況、株式や役員の状況など、幅広い報告を行っています。
- **決算短信（日本語版、英語版）**
  東京証券取引所のルールに則り、四半期ごとに報告しています。連結財務諸表のほか、営業の概況などを報告しています。

※当アニュアルレポートに記載されたDNPの製品やサービスに関する商標は、日本国内のものです。

2620g
CO_2

CO_2の「見える化」
カーボンフットプリント
http://www.cfp-japan.jp
検証番号：CV-BS01-017

当アニュアルレポートはカーボンフットプリントを算定・表示しています

カーボンフットプリント（CFP）とは、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの製品のライフサイクル全体で発生する温室効果ガスをCO_2量に換算し、マークを使ってその排出量をわかりやすく表示する仕組みです。経済産業省と関係省庁が行う「CFP制度試行事業」にDNPはいち早く参加し、自社発行物でCFPの算定・表示を展開するとともに、CFP制度の普及を推進しています。

ミックス
責任ある木質資源を使用した紙
FSC www.fsc.org FSC™ C022784

Green Power

グリーン電力を導入しました。（年間115万kWh）。本報告書を印刷・製本する際の電力（500kWh）は、自然エネルギーでまかなわれています。

お問い合わせ先

大日本印刷株式会社

広報室

〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1

TEL：03-3266-2111（ダイヤルイン案内台）

URL：http://www.dnp.co.jp/