

刻

印

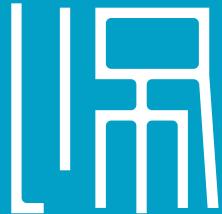


DNP アニュアルレポート 2007
2007年3月期

刷

新

Imprint for Innovation



no

thing

Table of Contents

2	主な経営指標
4	株主の皆様へ
12	特集:刻印と刷新 Imprint for Innovation
14	DNPの“刻印”と“刷新”的歴史
16	拡大し続ける印刷技術と情報技術の応用分野
18	事業トップインタビュー
18	出版印刷事業
22	ソリューションビジネス
26	住空間マテリアル事業
30	ディスプレイ製品事業
20	ICカード、ICタグ事業
24	包装事業
28	フォトプリント事業
32	電子デバイス事業
34	DNPの概要
36	概観
40	部門別事業一覧
42	ソリューションサービス一覧
44	当期の主な出来事
46	行動指針／DNPグループ行動規範
48	コーポレート・ガバナンス
53	取締役・監査役および役員(コーポレート・オフィサー)
54	投資家情報
56	部門別情報
58	情報コミュニケーション
58	業績の概要
60	事業戦略
62	トピックス
66	生活・産業
66	業績の概要
68	事業戦略
70	トピックス
72	エレクトロニクス
72	業績の概要
74	事業戦略
76	トピックス
78	持続可能な発展に向けての取り組み
80	法および社会倫理の遵守
82	情報セキュリティへの取り組み
84	知的財産管理への取り組み
86	研究開発への取り組み
87	製品安全への取り組み
88	環境保全への取り組み
91	活力ある職場づくりへの取り組み
94	社会貢献活動への取り組み
96	財務セクション
98	2007年3月期の業績に関する分析および説明
108	連結財務情報
110	連結財務諸表
123	連結財務諸表注記事項
137	参考資料:印刷プロセスと基本となる技術
142	子会社・関連会社
144	DNPに関する情報

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。

主な経営指標

連結財務ハイライト

大日本印刷株式会社及び子会社
3月31日に終了した各会計年度

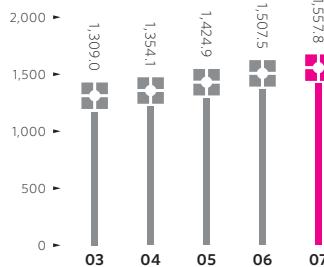
単位：百万円(一株当たり情報を除く)

増減率(%)

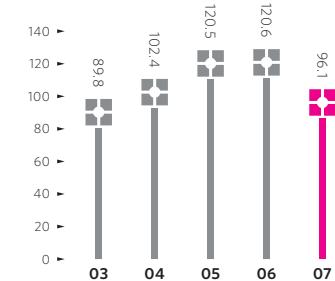
会計年度	2007	2006	2005	2007/2006
売上高	¥ 1,557,802	¥ 1,507,505	¥ 1,424,942	3.3%
営業利益	96,144	120,669	120,528	-20.3
経常利益	101,348	124,715	120,485	-18.7
税金等調整前当期純利益	98,950	114,639	107,686	-13.7
当期純利益	54,841	65,187	59,936	-15.9
一株当たり(円)				
当期純利益 基本的	¥ 78.09	¥ 91.22	¥ 82.56	-14.4%
当期純利益 希薄化後	—	—	—	—
配当金	32.00	26.00	24.00	23.1
会計年度末				
純資産合計*	¥ 1,099,439	¥ 1,063,308	¥ 1,007,943	3.4%
総資産	1,700,250	1,662,377	1,600,129	2.3

*2005年3月期および2006年3月期は、資本合計を表示しています。

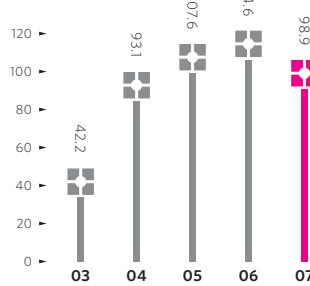
売上高
(単位:十億円)



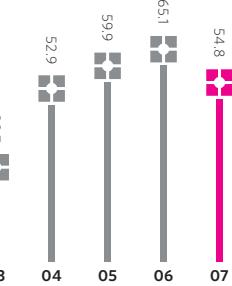
営業利益
(単位:十億円)



税金等調整前当期純利益
(単位:十億円)



当期純利益
(単位:十億円)



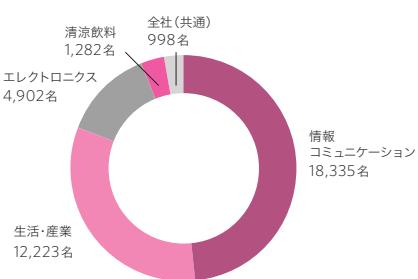
一株当たり当期純利益

(単位:円)



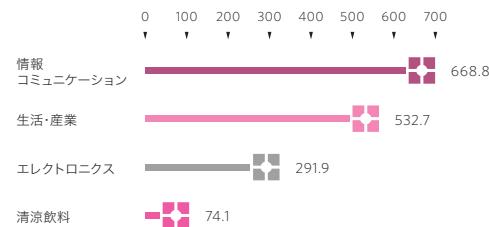
セグメント別従業員数

(単位:名)



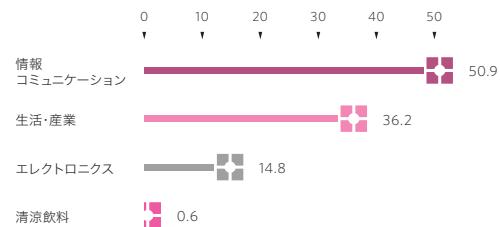
セグメント別売上高

(単位:十億円)



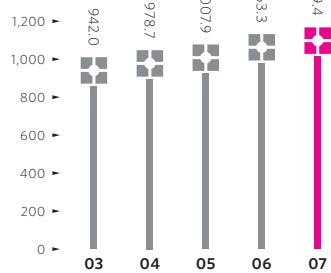
セグメント別営業利益

(単位:十億円)



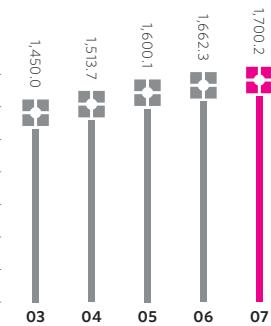
純資産

(単位:十億円)



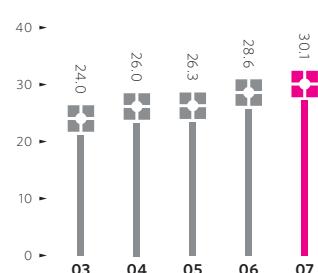
総資産

(単位:十億円)



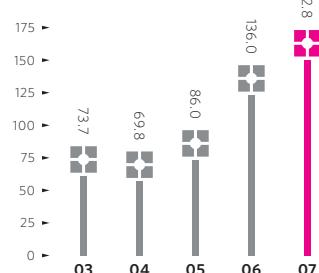
研究開発費

(単位:十億円)



設備投資

(単位:十億円)



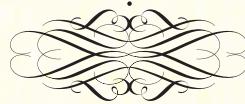
無形固定資産への投資も含む

株主の皆様へ

To Our Shareholders

The Dawn of a New History

新たな歴史をスタートさせる年



DNPが誕生してから130年。創業以来、私たちは、たゆまぬ技術革新により事業の拡大を図ってまいりました。そして今日、日本の誰もが毎日どこかで、私たちの製品やサービスに触れていると言われるほど、私たちの活動が、生活の隅々に浸透するまでになりました。

130周年という節目を迎え、私たちは売上高2兆円という目標を掲げ、新たな歴史をスタートさせることを宣言しました。成功のカギとなるのは、DNPの遺伝子とも言える印刷技術(PT:Printing Technology)と情報技術(IT:Information Technology)の力、そしてそれを支える研究開発力と企画力、製造力です。世界をリードする2つの技術、PとIを融合させ、顧客の課題をきめ細かく解決していく“P&Iソリューション”が、印刷市場を長期的に力強く拡大させる原動力になると確信しています。

2006年から2007年にかけて、P&Iソリューションの事業拠点のほか、先進的な製品の製造拠点、研究開発施設などが新たに始動します。DNPの総力を挙げて、顧客が求める優れた製品やサービスを開発し、新たな歴史を創造すべく邁進していきます。

DNPを取り巻く事業環境については、いっそう厳しさを増しています。当期決算では、4期連続の増収により過去最高の売上高を更新したものの、主にエレクトロニクス部門の不振により、利益は5年ぶりに減益となりました。今後は、厳しい状況を打破するために、さらなるコスト構造改革や経営改革にも果敢に取り組んでいく所存です。

私たちDNPは、今後も株主の皆様をはじめ、すべてのステークホルダーの期待に応えるべく、企業価値の向上に努めてまいります。そして、今後も社会的責任を果たしつつ、人びとから信頼される誠実な企業であり続け、新しい価値を社会に提供しながら持続的な成長の実現に最善を尽くしてまいります。



代表取締役社長
北島 義俊

■当期決算の評価

Q1 当期の決算概要と、社長の評価を教えてください。

ICカードなど高付加価値事業の積極的な拡大を図り、4期連続の増収を確保したものの、エレクトロニクス部門の不振により減益となりました。

連結ベースでの売上高は前期比3.3%増の1兆5,578億2百万円、営業利益は20.3%減の961億44百万円、当期利益は15.9%減の548億41百万円です。

印刷業界は、競争激化による受注単価の下落や原材料価格の値上げなど、引き続き厳しい状況にありました。そうしたなか、DNPは技術力やソリューション提案力をベースにして高付加価値事業の拡大に努め、高い市場シェアと顧客からの信頼を獲得することができました。これは、これまで推し進めてきた“P&Iソリューション”という事業ビジョンが目指す方向性に、誤りがなかったためだと確信しています。

なかでも、ICカード事業やIPS事業は毎年着実に拡大しており、ますます多様になる顧客のニーズに十分に応えられていると感じています。カラープリンター用インクリボンや光学フィルムなども大幅に増加しました。その結果、情報コミュニケーション部門の売上高が1.0%増の6,688億円、生活・産業部門の売上高が11.0%増の5,327億円となりました。一方、エレクトロニクス部門は、売上高が2,919億円と1.6%減少、営業利益が60.6%減の148億円と大幅に減少し、DNP全体の減益の要因となりました。

なお、コスト削減につきましては、製造部門を中心に行留り改善や準備時間の短縮など、きめ細かな活動を展開し、総額で約230億円のコスト削減を達成しました。

■エレクトロニクス部門

Q2 当期は、特にエレクトロニクス部門で減収減益となりましたが、その背景と今後の見通しについて教えてください。

主力の液晶カラーフィルター市場は、今後も拡大することが予想されています。

当期のエレクトロニクス部門の不振は、主にディスプレイ関連製品の落ち込みによるものでした。フォトマスクなどの半導体関連製品は、概ね堅調に推移しました。

主力の液晶カラーフィルター市場は、テレビ用やパソコン用モニターの急激な需要拡大などにより、引き続き大きな成長が見込まれています。しかしながら、当期においては液晶パネルの大幅な値下がりの影響から、カラーフィルターの受注単価も平均で約15%下落しました。

また、上半期には、パネルメーカー各社が長期にわたる生産調整を行ったため、急激に受注量が減少し、工場の稼働率が悪化する事態となりました。しかし下半期以降は、生産調整の終了とともに受注量も上向き、生産が安定しました。また、2006年10月には、当社が量産化に成功したインクジェット方式による第8世代製品をシャープに供給開始しました。

今後、テレビやパソコンの液晶モニターの増加にともない、カラーフィルター市場の拡大が予想されています。当社としても生産能力の増強と、新技術や新製品の開発に経営資源を重点的に配分していきます。

設備投資につきましては、2005年5月の北九州黒崎工場での第6世代ライン開設に続いて、2006年10月にはシャープ亀山第2工場内で、インクジェット方式の第8世代ラインの稼働を開始しました。今後、黒崎工場にインクジェット方式の第6世代ラインと第8世代ラインを増設するなど、積極的な投資を実施していく計画です。

	2008.3(予)	2007.3	2006.3	2005.3
売上高(百万円)	¥1,660,000	¥1,557,802	¥1,507,505	¥1,424,942
営業利益(百万円)	87,000	96,144	120,669	120,528
営業利益率(%)	5.2%	6.2%	8.0%	8.5%
当期利益(百万円)	¥49,500	¥54,841	¥65,187	¥59,936
ROE(%)	-	5.1%	6.3%	6.0%

■ これからの目標

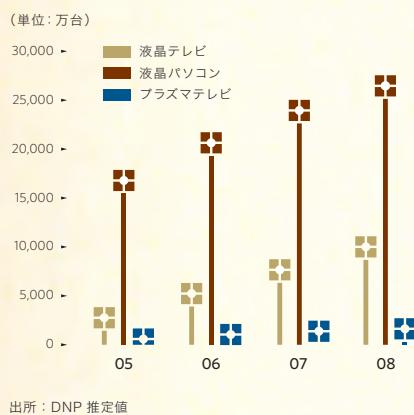
Q3 2兆円企業に向けて、

「新たな歴史をスタートさせる年」と

述べられていますが、その意味を教えてください。

フォトマスクについては、2008年1月の稼働を目指して、回路線幅45nm（ナノメートル）に対応したラインを京都工場に増設する計画です。また、2008年5月には、台湾でフォトマスクの量産をはじめる計画です。この工場は、イタリアに次ぐ2番目の海外生産拠点として稼働を開始するもので、半導体工場の建設が相次ぐ台湾地域でのシェアアップを図っていく方針です。45nm以下のハイエンド製品については、日本国内での生産に注力し、汎用品については台湾の新工場で生産するなど、最適な形で高い技術力を活かした事業の拡大を図っていきます。

ディスプレイ製品の世界総生産数



印刷技術と情報技術の融合により、提案型の高付加価値市場を切り拓いていきます。

DNPは、2006年10月に創業130周年を迎えました。私たちはこれをひとつの大きな節目と捉え、売上高2兆円という目標を掲げ、2007年を「新たな歴史をスタートさせる年」と位置づけました。

130年の歴史のなかで、DNPには世界をリードする技術が蓄積され、そしてそれらを常に開発し続け、有効に使いこなす人材が育ってきました。また、3万社を超える顧客企業をはじめ、ステークホルダーの皆様を含めた有形無形の貴重な財産を築いてきました。「新たな歴史」という言葉には、これらの財産をあらためて見直し、まったく新しい観点から、新しい価値を創造しようという想いが込められています。

その実現のために、新たな事業拠点の構築、労使がともにビジョン実現に邁進するための「労使共同宣言」の調印、研究開発の推進などに取り組んでいますが、私たちが質的に変化していくことが最も重要だと考えています。

印刷業界は、一般的に受注産業として事業を展開していました。ともすれば、「受注して納入すれば仕事は完了する」という受け身の姿勢に陥りがちですが、より主体的にアクションを起こし、より積極的に顧客の課題を解決する提案型企業として活動していくことが重要です。もともと私たちには、オーダーメイドを基本とし、顧客と意見を出し合うことで本質的な課題を引き出して、ともに解決していくという伝統がありました。そして、私たちのDNAとも言える印刷と情報に関するユニークな技術が他分野に応用されたとき、高付加価値型のまったく新しい市場が出現し、事業規模を拡大してきました。

この新市場開拓をさらに推し進めていくためには、顧客との「対話」を通じて最適なソリューションを提供する提案型企業へと体質を転換しなくてはなりません。2001年に「21世紀ビジョン」を提唱してこの姿勢を明確にして以来、成果が決算にも恒常的に表れるようになりました。ここで一気にこの流れを加速させるべく、2007年を「新たな歴史をスタートさせる年」として位置づけたのです。

■目標に向けた当期の成果

Q4 当期は、この目標に向けどどのような成果がありましたか。

当期は多くの事業拠点づくりや業務提携を積極的に進めてきました。

私たちは、「新たな歴史をスタートさせる年」に照準を合わせ、さまざまな拠点づくりや業務提携などを例年以上に積極的に行ってきました。その主なものを別表にまとめました。これら一連の新しい動きは、印刷技術と情報技術の融合による“P&Iソリューション”的具体的な成果であり、それを支える研究開発の推進が背景となっています。

DNPの事業部門	内容
情報コミュニケーション部門	ドイツ・RTT社と三次元CG制作で業務提携
	日本初のインストアメディア専門の新会社を設立
	電子書籍流通のモバイルブック・ジャービーへの出資率引き上げ
	店頭マーケティングの電通リテールマーケティングを設立
	RSA社とワンタイムパスワード認証事業で業務提携
	ハリウッドのデジタルドメイン社と三次元CG制作で業務提携
生活・産業部門	コニカミノルタグループから証明写真事業などを譲り受ける
	住空間マテリアルの新会社設立など建材製品の体制を一新
	薄型ディスプレイ用反射防止フィルムの新工場開設
	植物由来プラスチックによるバイオマス包装材料を開発
	第三者割当増資による大型リチウムイオン電池開発会社発足
	初のDNPブランドの写真関連商品の販売を開始
エレクトロニクス部門	サムスン電機と高密度プリント基板のライセンス提供で合意
	シャープへインクジェット方式第8世代カラーフィルター供給を開始
	プライオントekノロジーズと最先端フォトマスクを共同開発
	京都工場に45nmフォトマスク量産ライン増設(2008年1月稼働)
	NECからの半導体フォトマスク事業譲渡に合意
	台湾にフォトマスク新工場建設(2008年5月稼働)
DNPグループ全体	インテルから「ブリファード・クリティー・サプライヤー賞」受賞
	お仕事体験施設「キッザニア東京」に「印刷工房」出展
	ソリューションビジネスの拠点、DNP五反田ビルを開設
	ICタグ実験工房をリニューアル
	ルーヴル美術館との「ルーヴル・DNPミュージアムラボ」開始

■P&Iソリューション

Q5 21世紀のDNPの事業ビジョンである“P&Iソリューション”的進捗状況を教えてください。

成功例を増やすために積極的な推進策を講じてきます。

既述のように、2001年より“P&Iソリューション”を掲げ、さまざまな取り組みを推進した結果、顕著な成功例が現れましたが、まだまだ十分と言えるレベルではありません。成功例をさらに拡げていくために、P&Iソリューションのこれまでの事例を分析し、以下の4つの類型に整理しました。

1. 製品やサービスを自由に組み合わせて、顧客のプロセスに提供するタイプ（多色オンデマンド[パーソナル]教材など）
2. コア技術・材料とソフトの最適な組み合わせにより顧客のプロセスに提供するタイプ（多機能ICカードの開発・製造・発行など）
3. 顧客のビジネスプロセスを設計するタイプ（KIOSK端末型セルフプリントシステム「PrintRush」の開発およびサプライ品の販売など）
4. 創発を生み出す社会基盤を設計するタイプ（秀英体フォント開発とデジタル化など）

このうち収益に大きく貢献はじめているのは、さまざまな技術の組み合わせにより顧客の業務プロセスを変える力を持ったICカードやICタグ、IPS(Information Processing Services)などの事業、新しいビジネスモデルを設計し実施しているフォトプリント事業などです。タイプ4の社会基盤の設計は時間のかかる取り組みですが、タイプ1～3ではすでに大きな売上・利益を上げています。2006年10月に竣工したDNP五反田ビルに「P&Iソリューションワークショップ」を開設し、これらの事例の展示やセミナー、討議などを行い、P&Iソリューションの取り組みを加速させていきます。

■今後の課題と対策

Q6 今後の課題と対策を教えてください。

事業領域拡大の原動力である研究開発をさらに推し進め、一つひとつの課題を解決していきます。

DNPがこれからも長期的で安定的な成長を実現していくためには、P&Iソリューションの成功がカギを握っています。そのためにも、研究開発の推進が不可欠です。

今後は、すでに世界トップレベルにあるDNPの印刷技術と情報技術のさらなる深耕をテーマに、情報コミュニケーション、生活・産業、エレクトロニクスの各部門および新規事業分野における研究開発に力を入れていく計画です。当期の研究開発費は301億円となりました。2007年度は、総額で前年度比9.6%増の330億円を見込んでいます。イノベーションにつながる新技術や新素材を他社に先駆けて開発し、顧客の変化を先取りしたタイムリーな新商品を開発する能力も強化していきます。

これから特に注目し、中期的に傾注していく分野としては、印刷技術を使い人工的に培養した細胞などで治療を行う再生医療分野、太陽電池のモジュール用部材開発などのエネルギー分野などがあります。また、認証技術を応用したセキュリティ関連ビジネスや、地球環境に配慮した製品やサービスの開発などにも注力していきます。

短期的な課題としては、エレクトロニクス部門の立て直しが急務です。私たちは、液晶やプラズマの薄型ディスプレイおよび最先端フォトマスクのマーケットは、これからも間違いなく成長すると予想しています。市場の拡大とそれにともなう低価格化の傾向を見極めながら、品質の向上とコストダウンに対応できる技術開発、そして機能性に優れた新製品の開発により、競争力を高めてまいります。

■個人情報流出について

Q7 本年2月と3月、業務委託先の元社員による個人情報の不正持ち出しを公表しました。この事件の概要と、今後の対策について教えてください。

公表により企業の説明責任を果たすとともに、第三者による外部監査を含めた再発防止策を徹底し、信頼回復に努めてまいります。

捜査当局の協力を得て、自主的に全容の解明を行い、その内容を公表しました。その概要是、ダイレクトメールなどの印刷物を作成するために得意先からお預かりした個人情報が、当社の業務委託先の元社員によって不正に持ち出され、その一部がインターネット通販詐欺グループに売り渡されていたというものです。

対象となられた皆様をはじめ、関係する多くの方々に多大なご迷惑、ご心配をおかけしましたことを、深くお詫び申し上げます。

私たちは今回の事態を重く受け止め、あらためて個人情報の管理体制を総点検し、第三者による外部監査を含めた再発防止策を講じました。私たちは、これらの対策を着実に実行し、個人情報のセキュリティ確保について細心の注意を払い、二度と個人情報の流出を引き起こすことのないよう、信頼回復に努めてまいります。

なお、今回の事態にともなう、損害賠償費用約33億円を、当期の特別損失として計上いたしました。この関連費用については、ほぼ当期中に処理を完了していることをご報告申し上げます。

個人情報流出に関する<再発防止策>

1. データ記憶媒体取扱い者の極少化と社員限定
2. データ記憶媒体への書き出し防止策およびチェック機能の強化
3. データ記憶媒体の持ち出し防止策
4. 再発防止策の運用徹底、教育
5. 第三者による情報セキュリティ監査の実施

(P82~83参照)

■株主還元

Q8 株主還元の方針について教えてください。

5年連続して増配と自己株式の買い入れを積極的に行ってきました。

株主の皆様に対する利益の還元については、長期にわたって安定的に行なうことが大切であると私たちは考えています。なによりも業績の向上を図り、企業価値を向上させることができ、株主の皆様の期待に応えることであると考えています。

企業価値の持続的な拡大を実現するためには、DNPが展開するすべての事業において、新たな価値を創造し続けなければなりません。そのためには、適切な財務戦略により資金調達コストを最小化し、付加価値を創出する利益率の高い事業へと戦略的に投資して、長期的なキャッシュフローを最大化することが重要であると考えています。

適切な財務戦略には、経営陣が常に長期的な視野に立ち、設備投資、研究開発、M&Aなどに必要な資金を充当し、かつバランスシートの十分な流動性や高い格付けを維持できるという、総合的な視点とマネジメントが不可欠であると認識しています。このような視点から、当期は資産の流動性と効率性を高めることを目的に、保有有価証券の売却などを推進してきました。

DNPは、株主の皆様への利益還元を経営の重要な政策と位置づけています。配当については、2003年3月期より毎年増配し、当期6円の増配により年32円としました。これにより当期の配当性向は連結ベースで約41%となります。2002年3月期は年18円でしたので、この5年間で14円引き上げたことになります。私たちは、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、配当を行っていきます。

自己株式については、過去5年間で63,527千株、1,031億42百万円分の取得を行なったが、今後も資金需要や市場動向を見ながら、株主還元の一環として自己株式の取得を検討していきます。

過去5年間の自己株式取得数と額

2003年3月期	17,000千株	20,910百万円
2004年3月期	15,392千株	24,425百万円
2005年3月期	10,477千株	17,847百万円
2006年3月期	10,000千株	20,485百万円
2007年3月期	10,658千株	19,475百万円
5年間合計	63,527千株	103,142百万円

■CSR

Q9 最後にCSRの考え方について教えてください。

DNPはCSRの先進企業として高い評価をいただいております。これからもそうあり続けるよう努力していきます。

ここ数年、日本ではCSRという言葉が重要視されるようになりました。しかし私たちは、CSRがこれほど注目される前から、常に社会的な責任を果たすべく積極的な取り組みを進めてきました。私たちの顧客である得意先企業やその先にいる生活者、私たちを取り巻く社会全体をステークホルダーとして常に意識し、また、製造業としての責任を果たすべく環境保全にも前向きに取り組んできました。2005年に「誠実な企業賞」大賞、「地球環境大賞」環境大臣賞を受賞したほか、2006年には「働きやすい会社ランキング」第3位にあげられるなど、私たちの活動は、社会的にもさまざまなかたちで評価されています。

DNPのCSRの基本にあるのは、持続可能な成長のため、創発的な社会に貢献していくという理念であり、そのための第一歩としてまずすべてのステークホルダーに対して誠実な企業でありたいという想いです。

この考え方のもと、DNPはこれまで社外取締役の導入、企業倫理行動委員会やオープンドア・ルームの設置をはじめ、さまざまな内部統制強化策を講じてきました※。こうした制度により、経営資源の最適配分や経営の透明性を確保し、社会に貢献する価値を創造しながら持続可能な成長を実現し、ステークホルダーの皆様に利益を還元し続けたいと考えています。

※詳細は「DNPグループCSR報告書2007」を参照

北島義俊

代表取締役社長 北島 義俊

*本文にDNPのオリジナル書体「秀英体」を使用しています。



特集：

刻

印

新

印

新

Imprint for Innovation

技術を「刻印」し、価値を「刷新」し続けてきた130年間。 そしてDNPは、いま、新たな歴史をスタートすべく 始動しました。

「文明ノ業ヲ當ム」を理念に、DNPの前身である秀英舎が創業したのは、文明開化華やかなりし明治維新の直後のこと。以来、130年間、私たちはこの想いに込められた「社会の発展に貢献する志」を胸に“刻印”し、現在に至るまで貫いてきました。

この間、印刷技術と情報技術を世界最高レベルに高め、その応用範囲を飛躍的に拡大させてきたDNPは、顧客の信頼を獲得して、その製品とサービスを世の中の隅々にまで行き渡らせてきました。印刷技術と情報技術は、まさに、DNPの成長とともに私たち一人ひとりがDNPの遺伝子として“刻印”してきた財産です。

また、DNPの歴史は、絶えることのない“刷新”的な繰り返しでもありました。事業領域を加速度的に拡げてきた130年間の実績は、顧客や市場のニーズを常に一步先取りし、提供する価値を“刷新”し続けることによってのみ積み重ねることが可能であるからです。

そして2007年。DNPは、売上高2兆円を目指し、「新たな歴史をスタートさせる年にする」という方針を掲げ始動しました。成熟した日本の社会で、さらなる成長を遂げるためには、各事業の強化だけではなく、事業領域を拡大し続けることが必要であると認識しています。これまでのDNPの歩みが“刻印”と“刷新”的な歴史であった以上に、ここからの新たな歴史は、“刻印”された志と技術を核に、すべての事業において社会に提供する価値を“刷新”していくことが重要であり、それによって事業の拡大と収益の成長を実現していきます。

DNPの“刻印”と“刷新”の歴史

DNPは、1876年の創業以来、出版印刷、商業印刷を広く手がけ、印刷技術を世界最高水準にまで高めてきました。日本中の若者を熱くさせた明治時代最大のベストセラーと言われる「改正西国立志編」や、150万部という戦前の出版物での最大部数を記録した雑誌「キング」の印刷などを担当しました。

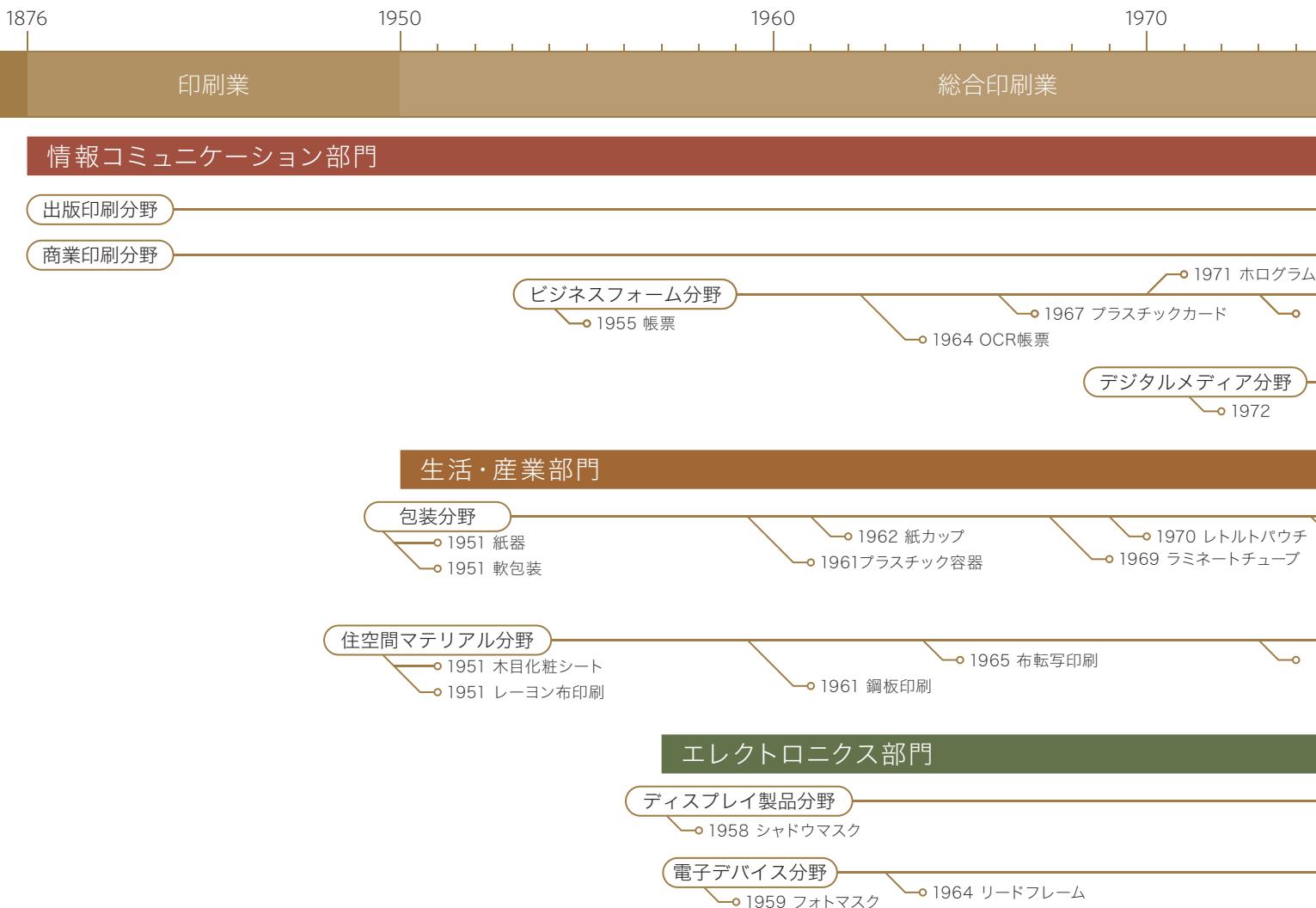
1950年代からは、創業以来培ってき

た印刷技術をさまざまな分野に応用・発展させる「拡印刷」を基本ポリシーに、事業領域を拡大してきました。

1951年には、コーティングや転写の技術を応用・発展させ、包装分野と建材分野に進出し、その後、環境や健康に対する意識の高まりに合わせて、高機能化を進めてきました。さらに、後加工技術と連動させ、PETボトルの無菌充填シス

ムの開発、プリフォーム供給などを実現しています。

1958年、DNPはシャドウマスクの開発に成功して、エレクトロニクス分野への扉を開きました。この分野では、パターニング、フォトリソグラフィー、エッチングなど超高精度の微細加工技術を活かし、カラーフィルター、フォトマスク、リードフレームなどの多くの製品を生み出しています。現在



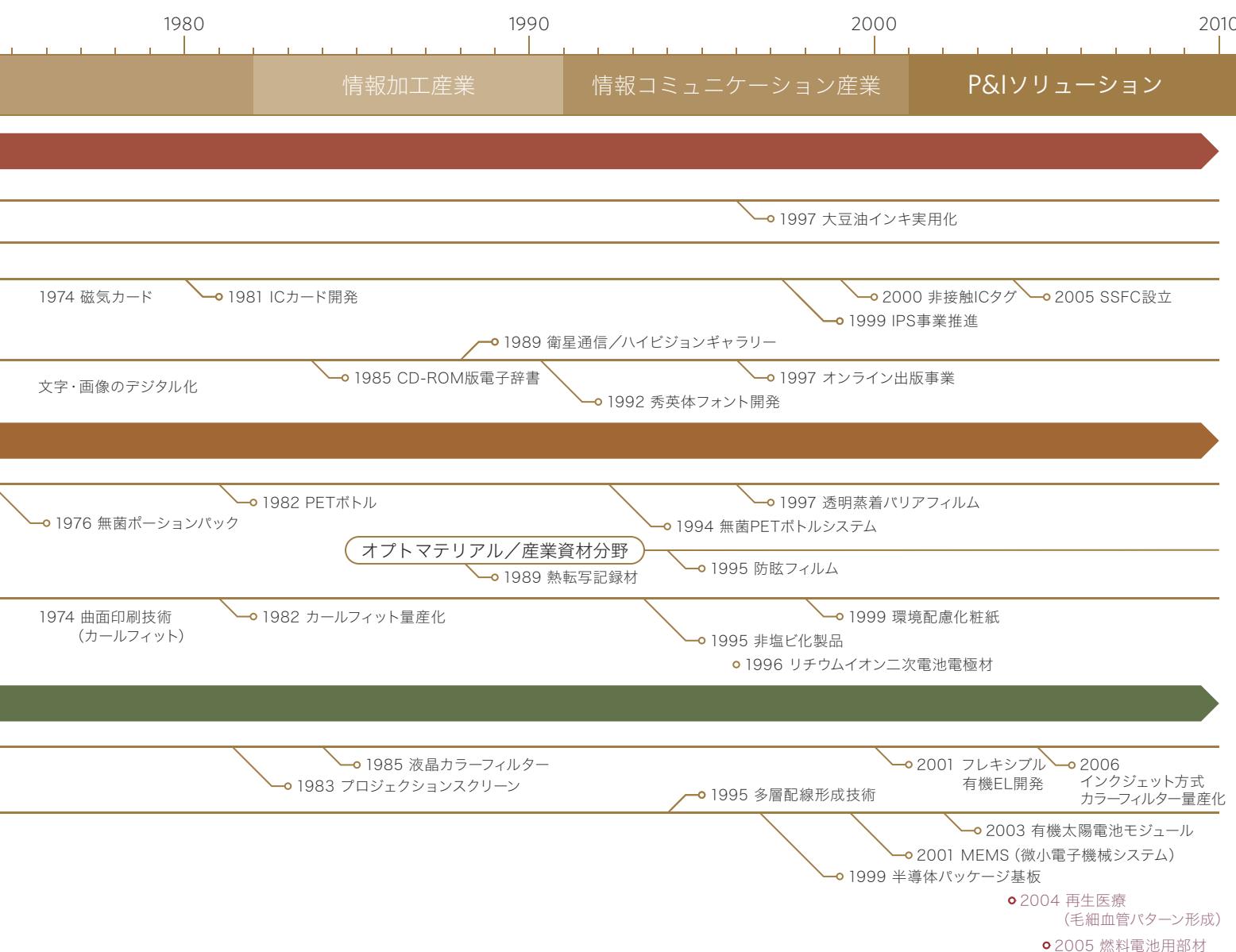
では、国内だけでなく世界の市場においても、多くの分野でトップシェアを獲得するまでに成長しました。

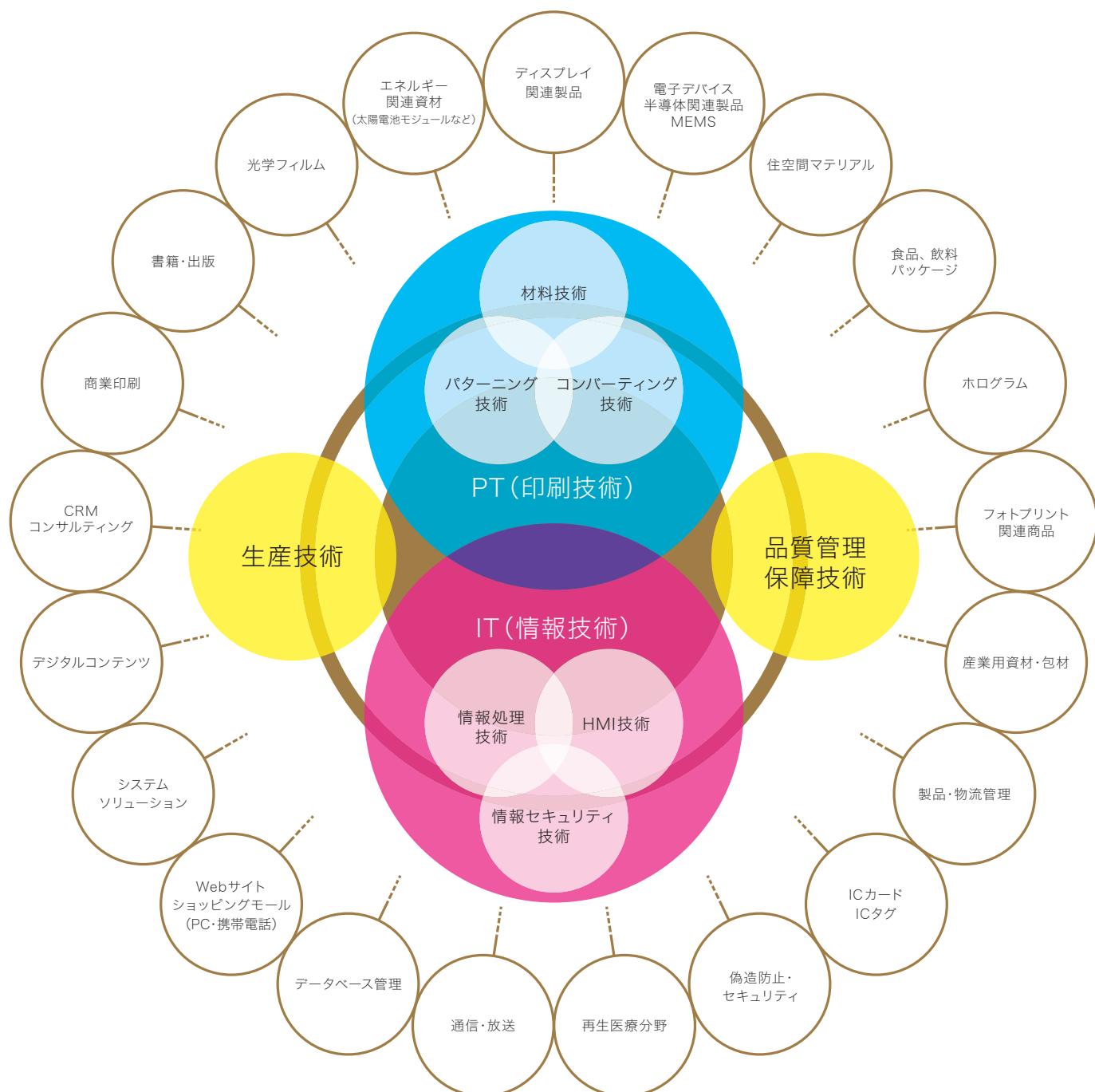
また、1970年代初頭には、文字や画像のデジタル化にいち早く取り組みました。急激に進展する情報技術に対応し、顧客企業や生活者のニーズを反映させ、その時代の最先端メディアの企画制作を行うとともに、顧客企業の業務プロセス

の改革などにも取り組みました。1985年に、世界初のCD-ROM版電子辞書を制作した後は、情報技術をみがきながら、ハイビジョンやデジタル放送、PCや携帯電話で利用するインターネットサービスなどに幅広く対応し、事業化を推進しています。

こうした事業展開のなかで、DNPは自ら“刷新”を続け、「印刷業」から「総合印刷

業」、「情報加工産業」そして「情報コミュニケーション産業」へと業態を変化させてきました。そして現在は、印刷技術と情報技術を組み合わせて新たなソリューションを提供する「P&Iソリューション」を事業ビジョンとして掲げ、“刻印”してきた技術を強みとして事業展開を加速させています。





拡大し続ける印刷技術と情報技術の応用分野

暮らしと密接している DNPの技術

印刷技術と情報技術の応用範囲を拡大させてきた結果、いまやDNPの製品やサービスは、日々の暮らしのいたるところで見ることができるようになりました。

その範囲は、書籍や雑誌、ポスターやパンフレット、お菓子のパッケージなどの印刷物はじめ、PETボトル、クレジットカードやキャッシュカード、社員証や携帯電話などに使われている安心で便利なICカード、そして、ICタグやフォトプリント用リボンなどにも拡大しています。また、直接手に取れない製品では、液晶テレビ用のカラーフィルター、プラズマテレビ用の光学フィルム、コンピュータの半導体に不可欠なフォトマスクやリードフレームなどのエレクトロニクス製品が重要な役割を果たしています。

今日では、「誰もが、毎日、どこかで、必ずDNPの製品やサービスに触れている」と言われるほど、それらは社会の隅々まで浸透しているのです。

そして、今後も、印刷のパターニング技術を応用した毛細血管の再生、超微細加工技術を応用したマイクロマシン、コーティング技術を応用した太陽電池モジュール開発など、印刷技術と情報技術の応用範囲は限りない可能性を秘めています。

これからのDNP：印刷技術と情報技術を融合させ さまざまなソリューション事業を展開

これまでDNPは、総合印刷会社という世界的に類のない事業構造を持つユニークな会社として成長してきました。これは、印刷技術と情報技術の奥の深さと、幅の広さによるものです。

事業分野の拡大を可能にしたもうひとつの原動力は、DNPが持つ30,000社を超える顧客企業の存在です。印刷製品は、基本的にすべてがオーダーメイドであるため、顧客の望む製品をつくり上げるまでには、膨大な“対話”が必要となります。顧客の要望を聞き、形に表わし、確認を行い、修正を重ね、最終製品を完成させます。こうした顧客と“対話”する姿勢は、DNPにとって大変重要な資質として継承されました。

顧客のニーズに応え、あるいは先取りしながら、顧客と一体となって製品をつくり上げるDNPの文化が、印刷技術と情報技術を多様に組み合わせ、既存の製品やサービスだけでは解決できない場合にも新たな発想のもとで課題を解決する“P&Iソリューション”として発展しました。

今後もDNPは、印刷技術と情報技術の融合により社会に提供する価値の“刷新”をし続け、一見、印刷とは関連性のないような領域においても、顧客と“対話”を重ねてソリューションを提供し、顧客が抱える問題を解決しながら事業領域の拡大を図り、持続可能な成長を実現していきます。

P&Iソリューションを支える技術

PT=印刷技術(Printing Technology)

製品設計仕様に基づき、情報や機能を形にし、複製するコア技術。

■**材料技術**:新たな材料を合成あるいは分散・混合する技術。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・製作技術を指す。

■**パターニング技術**:基材に文字、画像、柄などを形成する技術。刷版技術、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。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加工技術を指す。

IT=情報技術(Information Technology)

人と人とのコミュニケーションを実り豊かなものにするコア技術。

■**情報処理技術**:情報の入出力、変換、合成、蓄積、伝達に関する技術。文字・画像の処理・編集技術、データベース作成技術、CG技術、ネットワーク技術などを指す。

■**HMI(Human Media Interaction)技術**:人と情報とのかかわり合いに関する技術。フォント設計やカラーマッチングなどの表現技術、画面設計などのインターフェイス技術、自然言語処理技術などを指す。

■**情報セキュリティ技術**:情報を正しい対象に正確に伝達し保管して、不正利用を防ぐ技術。暗号処理技術、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技術などを指す。

電子出版市場とコンテンツのグローバル展開への取り組み

出版印刷市場の微減傾向が続いているが、私たちは、顧客の製品・サービスの付加価値を高めるソリューションの提供、急成長する電子出版分野への積極的な取り組み、コンテンツのグローバル展開へのサポートなど、DNPの技術力と総合力を活かした包括的なサービス提供により、顧客であるコンテンツビジネス業界全体の活性化を図るとともに、自らのビジネス領域を拡大し、安定的な成長を目指します。

事業概要

出版印刷は、明治9年（1876年）創業以来のDNPの基幹事業です。印刷技術を世界最高レベルにまで高めてきた開発力が、DNPのこれまでの事業拡大を支えてきました。1970年代には、出版分野においていち早く文字と画像のデジタル処理をスタートさせ、電子組版システムを実用化しましたが、この取り組みが印刷技術と情報技術の融合の基盤となりました。さらに、1985年には、世界初のCD-ROM版電子辞書を開発するなど、印刷用のデジタルデータを多様な情報メディアに変換する技術を開発し、コンテンツのクロスメディア展開を実現しました。その後も社会的なインフラであるネットワークの整備とともに、印刷技術と情報技術の融合はさらに高度なものへと進化し、1994年にはPC向けWebサイト、1999年には携帯電話情報サービスへと事業領域を拡げてきました。

市場動向とDNPのポジション

年間約2兆1,500億円と言われる国内出版市場は、書籍が堅調に推移しているものの、雑誌はインターネットをはじめとする各種メディアの急伸などにより減少傾向にあります。一方、2002年に10億円程度であった電子出版市場は、4年後の2006年には180億円に急成長しました。私たちは、これまでの基幹事業分野である紙メディアだけではなく、さまざまなメディアに積極的に取り組むことで、通信・放送・パッケージなど、14兆円とも言われるコンテンツ市場全般を視野に入れた活動を進めています。

DNPの強み

- 創業以来130年間にわたって培ってきた印刷技術と情報技術、そしてそれらを支えるDNPの研究開発力と総合力。
- 編集・制作支援システムの開発提供など、出版社の業務効率化のサポート体制。印刷・製本から配送まで、時間との戦いでもある雑誌ビジネスを支える一貫大量製造体制。
- 企画・編集段階でのプリントイングディレクターによる色調管理や造本設計などのサポートと、製造工程の一貫管理により顧客の求める価値を実現する書籍製造体制。
- 出版企画のサポートから販売促進まで、また異業種コラボレーションによる新しいビジネスの提案など、顧客の出版ビジネスにおける課題をトータルに解決するソリューションの開発と提案。

常務取締役 西村 達也



これからの展開

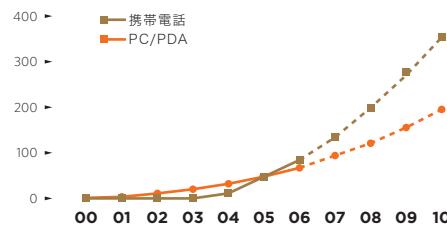
コンテンツの制作から販売サイト運営までの一貫サポート体制を構築し、電子出版事業領域を拡大する

私たちの電子出版への取り組みは1980年代に遡ります。以来四半世紀にわたって、常にその時々の最先端メディアに着目し、業界をリードする技術を提供してきました。

ここ数年、電子出版市場は急拡大しており、この基調は今後も継続していくものと、出版業界はもとより多くの生活者からも期待されています。若年層を中心には新しいメディアでの情報消費のスタイルは定着し、なかでも携帯電話は最も重要なメディアとして市場の成長を支えています。

2006年7月には株式会社モバイルブック・ジェーピーへの出資比率を34.7%に引き上げて筆頭株主となり、「電子出版流通プラットフォーム事業(取次事業)」の積極的な展開を進めています。あわせて、電子出版コンテンツの企画・制作、販売プラットフォームの提供、マーケティング、販売促進活動など、顧客の電子出版ビジネスのあらゆるステージに対応する総合的なサービスを提供し、包括的にサポートする体制を構築しています。

拡大する電子出版市場
(単位:億円)



出所:インプレスR&D刊「電子書籍ビジネス調査報告書2006」
(なお、2007~2010年はDNP推定値)

コンテンツのグローバル展開へのサポートを充実させる

私たちは創業以来、出版印刷事業を通して日本文化に貢献するとともに、自らの事業そのものを伸ばしてきました。近年は、海外コンテンツの日本市場への展開はもとより、コミックや文芸作品、ファンション誌などを中心に、日本のコンテンツの海外市場への進出も拡大する傾向にあり、グローバル化の流れはますます加速していくものと思われます。出版をはじめとするコンテンツビジネスの国際展開にも、私たちは積極的に取り組んでいく方針です。

国内外のメディアパートナーとの連携により、国や地域の文化的背景や言語特性を理解した上で行なう多言語編集サービス、海外とネットワークで結ばれ多言語に対応したプリプレスシステム、最適地生産などにより、顧客の保有するコンテンツのグローバル化をサポートし、私たちのビジネスのグローバル化も進めていきます。

高付加価値化、全体最適

私たちは、出版社など顧客の注文に応じて印刷物を納入するだけではなく、企業や生活者が直面している課題を発見し、真に求めている価値を創造するソリューションビジネスに力を入れています。

例えば、雑誌記事と連動した通販サイトの構築や、注文受付から顧客管理・発送までの一貫したサポート、携帯電話を活用したキャンペーン企画の実施、DVDや商品サンプルの雑誌への添付など、顧客の製品・サービスの付加価値を高めるソリューションを積極的に提案しています。また、価値の高いコンテンツ、ブランド、キャラクターを保有する出版社と一般企業とのコラボレーションビジネスを提案、顧客にとっても私たちにとっても新しいビジネス領域の拡大に努めています。

製造部門においては、前工程のデジタル化への対応、後工程での一貫生産をはじめとして、生産プロセスの合理化やコストダウンに取り組んでいます。今後は更に顧客との対話を密にし、印刷のプロフェッショナルとして、企画・製品設計段階から製造・納入にいたるまで、いわゆる全体最適の視点での提案を積極的に行なうことにより、品質においてもコストにおいても、顧客満足度の高い製品とサービスを提供していきます。

安心・安全と利便性を実現する ICカード&ICタグソリューション

セキュリティや利便性に対する社会のニーズの高まりによってICカードが急速に普及し、生活やビジネスを支えるインフラのひとつとなりつつあります。私たちは国内トップメーカーとして最良のICカードを提供するとともに、技術力と総合力を活かして、利用者が安心・安全・便利を実感するソリューションを提供し、事業領域を拡大していきます。また、ICカードとICタグを組み合わせた付加価値の高いソリューションを展開し、収益の向上を目指します。

事業概要

DNPは、1970年代から金融向け磁気カードのリーディングカンパニーとして活動し、1981年には、ICカードの研究開発を開始しました。カードの製造だけでなく、ICカードに装着するICチップの動作を制御する基本ソフトウェア(Operating System:OS)を含むソフト開発、各種アプリケーションの開発、データマネジメント、ICチップにデータを書き込む発行処理、さらに周辺技術の開発など、幅広いサービスを提供しているのが、DNPの特長です。最近では世界に先駆けて静脈認証方式のICカード開発に成功し、実用化を進めています。一方、1999年からICタグの開発にも取り組み、2001年には米国AUTO-IDセンター(現在はAUTO-IDラボ)の活動に日本企業として初めて参画しました。現在、国家プロジェクトをはじめ、さまざまな取り組みに参加し、ICタグの普及に向けた活動を進めており、具体的な実用例で各業界から高い評価を得ています。

市場動向とDNPのポジション

2006年における全世界のICカード市場規模は約24億枚で、このうち約75%が携帯電話内蔵用のICカードです。日本の市場規模は約1億5,000万枚で、前年比で約30%増加しました。このうち接触型が約17%、非接触型が60%以上の増加となっています。日本市場は全世界の傾向と異なり、全発行枚数のうち80%が携帯電話以外で使用され、利用範囲が金融、交通など多岐にわたっています。DNPの国内でのICカードシェアは約40%で、業界第一位を誇っており、なかでも金融関連向けでは約60%のシェアを獲得しています。一方、ICタグを利用してサプライチェーンの効率化を実現するため、業界ごとに共通した仕組みづくりが進んでいます。そのなかでDNPは、多くの実証実験やプロジェクトで中心的な役割を果たし、ICタグの持つ機能を活用した実用例の創出に努めています。

DNPの強み

- 万全なセキュリティ体制のもと、ICカードの製造から発行処理まで一貫して行える大量製造体制。
- ICカードのOSや暗号の実装、各種アプリケーションソフト(例:世界初の静脈認証による金融決済アプリケーション)などのソフト開発力。
- ICカードやICタグを使って顧客の課題解決を実現するさまざまなソリューションの開発と提供。
- ICカードやICタグの導入に向けたコンサルティング、実証実験環境の提供、導入後のフォローなどを一貫して行う顧客サポート力。

常務取締役 池田 博充



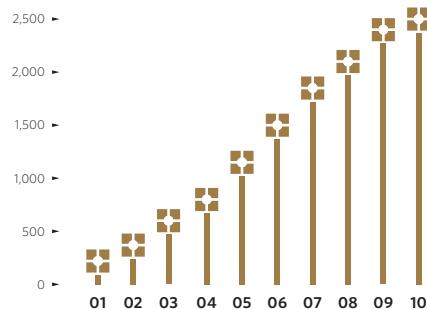
これからの展開

生活者が安心・安全・便利を実感できる ICカードの導入をトータルにサポート

国内のICカード市場は、これまで市場拡大を担ってきたクレジットや携帯電話などの用途で、今後も急激ではないものの安定的に増加していく見込みです。一方、利用者が安心・安全・便利を実感できるツールとして、電子マネーや社員証・証明書などの、より生活やビジネスに密着した用途が拡大していくと考えています。私たちは、今後1枚のカードにより多くの機能が求められるという予測に立ち、このニーズに的確に応えていきます。ICカード導入のコンサルティングから、ICカード発行後にも安全にアプリケーションの変更や追加ができるネットワークサービスまで、周辺事業を含めた包括的なサービスを提供していきます。

また、カード製造プロセスを画期的に革新する技術開発にも取り組んでいます。これが実現すれば、従来は考えられなかった幅広い業界で、ICカードの機能を活用していただけるものと期待しています。

国内・ICカード市場
(単位:十萬枚)



出所:DNP推定値

ICタグマーケットへの布石

国内のサプライチェーンの効率化に関連してICタグが注目を集め、業界ごとに共通の仕組みをつくっていくための実証実験やプロジェクトが進んでいます。これからはじまる本格的な実用化の時代に先駆け、製造分野での工程管理や資材管理、セキュリティ分野での書類管理やユニフォーム管理などにICタグを導入する事例が着実に増えています。私たちは、微細加工技術を用いたICタグの開発・製造にとどまらず、情報処理技術を活かした各種システム開発やサービスの運用まで、幅広いビジネスを展開しています。

人を認証するICカードと、モノを認証するICタグの両方に積極的に取り組んでいることが、私たちの大きな強みになっています。今後、この強みを活かしてサプライチェーンやオフィスセキュリティなどの企業業務プロセスでの利用のほか、例えば、ICタグの付いた商品と、クレジットカードや電子マネーなどの決済方法とを結びつけた新しいセールスプロモーション手法の創出など、事業の拡大を図っていきます。

オフィスセキュリティを支える IDカード市場の拡大に対応する

近年、個人情報の管理や、財務報告に関する内部統制の強化が重要な課題になっています。DNPは、このような課題に対応するため、SSFC(Shared Security Formats Cooperation)という企業連合を立ち上げ、ICカードと各種機器を共通フォーマットで連携させる取り組みを推進しています。例えば、社員証ICカードとゲートシステムや監視カメラが連動してつくりだす入退出記録をもとに、パソコン、プリンター、ロッカーなどの機器利用を許可するなど、共通フォーマットの利用によってオフィスセキュリティの向上を実現します。DNPが事務局を務めるSSFCには130社以上の企業が参加しており、高い評価をいただいています。

DNPはカードの提供に加えて、即時発行プリンターなどの周辺機器、電子認証PKI*やパソコン管理ソフトなどのソフトウェアも準備しており、連携企業とともに総合的なソリューションを提供しています。

*PKI(Public Key Infrastructure):公開鍵暗号基盤。公開鍵暗号方式を用いて、暗号化、デジタル署名、認証などを行うセキュリティインフラ。信頼できる認証局が電子証明書を発行して公開鍵の名義人を証明する。



企業が自社製品を持込み、ICタグ導入メリットを検証できる「ICタグ実験工房」

印刷技術と情報技術の融合による顧客の課題解決を成長事業に

時代の変化とともに多様化する生活者や企業のニーズを的確に捉え、企業の「販売促進」や「電子商取引(EC)」、「ビジネスプロセスマネジメント」などにおいて、印刷技術と情報技術の融合による新たなソリューションを提供し、事業としての飛躍的な成長と収益性の向上を実現していきます。

事業概要

DNPが、印刷・製造の前工程で、受注獲得の重要な факторとなる企画機能の強化に取り組みはじめたのは1960年代。商品の企画開発や、プロモーション企画の立案など、積極的な提案活動に取り組んできました。その後、商品の販売や広告販促のルートが、店舗から通信販売へ、そしてネット通販・ECへと多様化するにつれ、さまざまなメディアを活用した、より効果的で効率的な販促の企画、ツール制作やサービスの提供が求められるようになりました。現在DNPは、顧客の戦略立案からシステム開発、コンテンツと情報メディアの開発や企画制作、運用保守、CRM施策まで、統合された課題解決を行うビジネスを展開しています。

市場動向とDNPのポジション

“P&Iソリューション”を事業ビジョンとして掲げるDNPは、すべての事業分野で、顧客の課題解決の実現を目指しています。ソリューションビジネスの市場を広い意味で捉えると、DNPの顧客企業3万社の戦略立案や商品開発、企画・設計、広告宣伝、各種ツールの制作やサービス運用などが私たちのビジネスの対象になります。そのなかで、特に、コンサルティングや市場分析、最適なコンテンツや情報メディアの開発などを専門で手がける部署として、2002年にC&I事業部を開設し、幅広いソリューションビジネスを展開しています。

DNPの強み

- 戦略や企画の立案から、具体的な製品の開発や製造、販売促進や各種サービス運用まで、顧客企業に対する一貫したサービス提供力。
- プリントメディア、DVDなどのパッケージメディア、インターネットなどの通信メディア、放送メディアなど、あらゆる情報メディアを効果的に組み合わせ、最適な施策を提供する力。
- 3万社の顧客企業や生活者の課題解決の実績を積み重ねていくことにより、ソリューションの汎用メニュー化と個々のニーズに合わせたカスタマイズを実現する力。

常務取締役 秋重 邦和



これからの展開

情報収集力に優れた

ハイブリッドコンシューマーの分析を もとにプロモーション手法を開拓

私たちは、企業と生活者の間のコミュニケーションの変化に注目しています。テレビや雑誌などに加え、インターネットが日常の生活に浸透することによって、商品情報の入手や比較検討が容易になってきました。こうした情報メディアと流通チャネルを“コミュニケーションチャネル”として時と場合に応じて使い分ける生活者を、私たちは“ハイブリッドコンシューマー”と呼び、その行動と変化を分析することにより、その先にある課題を明確にする取り組みを進めています。一人ひとりの生活者のニーズをビジネスチャンスと捉え、EC関連ソリューションの充実、プリントメディアと携帯電話などを連動させたプロモーション手法、企業と生活者、企業同士、生活者同士の結びつきが新たな価値を生むさまざまなソリューションの開発などに注力しています。

専門スタッフ育成と

ビジネスプロセスマネジメントへの注力

一人ひとりの生活スタイルの変化に対して、企業にもスピーディーな変化が求められています。私たちの顧客企業においても、あらゆるビジネスプロセスの見直しが必要になってきています。特に、実際に商品を購入しサービスを利用した生活者の反応を集め、次のビジネス目標の設定や戦略立案、企画開発などに反映させたいというニーズが増加しています。私たちは、それぞれの業界動向を熟知した専門スタッフを育成し、業務内容の現状分析から最適な解決策の提案、業務効率化のためのシステム設計や運用まで、一貫した対応を進めています。これらの取り組みは、顧客企業と一緒に大きなプロジェクトとなることも多く、コンサルティングやプロジェクトマネジメントといったビジネスプロセスの中核を私たちが担う場合も増加しています。

DNPグループ全体での付加価値向上

－メニュー化とカスタマイズ

企業1社に10の課題があるとすると、100社に対して1,000種類のソリューションを提供する必要があります。私たちは、一つひとつの課題にきめ細かく対応する実績を積み重ね、そのノウハウを集約して効果的で効率的なソリューションメニューを構築しています。これらのメニューに、個々のニーズに合わせたきめ細かいカスタマイズを行うことで、さらに質の高いサービスを提供しています。

例えば、企業の会員管理やポイントサービスの導入支援、顧客情報を収集・分析して次の戦略につなげるCRMソリューション、キャンペーンなどの企画立案から事務局運営までを行う販促ソリューション、ICタグやICカードの活用、ECサイトの構築・運用などさまざまなメニューをそろえ、その上で顧客企業のニーズに合わせたカスタマイズを行っています。さらに、全社組織としてソリューションビジネス推進委員会を設置し、各分野の専門家同士が連携することによって相乗効果を高め、付加価値の向上を図っています。

●ソリューションビジネスの中心拠点として

DNP五反田ビルをオープン

2006年10月、P&Iソリューションを具体的に創出する中心的な拠点のひとつとして、DNP五反田ビルをオープンしました。「全館ショールーム」という構想のもと、DNPの幅広い製品・サービスを展示・紹介するプレゼンテーション施設を開設。また、情報技術を活用したシステムやサービスに関連する営業・企画・開発の各部門と関連子会社を集約しました。部門間の連携を強化し、顧客の要望に迅速に対応して課題解決を図ることにより、事業を拡大していきます。



地球環境保全と人々の生活の変化を追い風に パッケージ事業を拡大

これからの包装事業は、地球環境保全、人々の生活の変化、ユニバーサルデザインへの対応が大きなテーマになると認識しています。無菌充填システムや透明蒸着パリアフィルムなど、DNPが強みとする技術力に裏付けられた製品を武器として収益の拡大を図るとともに、海外への拡販も積極的に推し進めることで、将来につながる事業の成長を目指していきます。

事業概要

DNPが包装事業に進出したのは1951年。紙器や軟包装の製造を皮切りに、現在では、パッケージデザイン、包装材の開発、充填機やプラントの設計、セールスプロモーションの企画提案など、包装に関連するあらゆる事業を一貫体制のもとで展開しています。

無菌充填システムへの取り組みも早く、1976年には、常温での長期保存が可能なコーヒー用クリームのポーションパックの開発に日本で初めて成功しました。また環境対応製品として、透明蒸着パリアフィルム「IBフィルム」(Innovative Barrier Film)に注力しています。この製品は、水蒸気や酸素のバリア性が高く、非塩素系のため燃焼時にダイオキシンなどの有害物質が発生しません。DNPは、生活者や企業のニーズに応える新たな価値や機能を創造し、市場の拡大に取り組んでいます。

市場動向とDNPのポジション

国内のPETボトル市場は、2006年度の推定で、前年度比5%増の165億本。現在、全体の約3割を占める無菌充填システムによるPETボトルは、原材料費削減や内容物の風味の向上などのメリットにより、今後も拡大していく見込みです。無菌充填システムへの取り組みが早かったDNPは、この拡大市場のなかでトップシェアを獲得しています。

一方、「IBフィルム」は、塩素系フィルムやアルミ箔の代替材料として、医薬・医療品用や食品用、産業資材用などでニーズが高まっています。DNPは、世界で唯一、CVD^{※1}方式による商業用生産を行っています。DNPはさらに、CVD方式の強みを活かしたグレードの高い製品開発を進め、販売を拡大していきます。

DNPの強み

- 国内トップシェアの無菌充填システムを支える技術開発力とプラント設計力。
- 専門の企画スタッフや研究所を中心とした製品開発力、デザイン力、企画ノウハウ。
- 印刷で培った技術を基盤としたユニバーサルデザインへの対応力。

取締役 矢吹 健次



これからの展開

地球環境保全、人々の生活の変化、ユニバーサルデザインへの対応

地球環境に対する意識の高まりや、少子高齢化、小世帯家族化の進行、女性の社会進出、健康志向の高揚といった社会の大きな流れが、人々の食習慣にも大きな影響を与えています。半世紀以上にわたり、人々の暮らしに密着した包装製品をつくってきた私たちは、近年のこうした変化もビジネスチャンスと捉えています。変化に合わせて、より使いやすいパッケージデザインや包装材などの開発、包装機の開発も含めた製造プロセスの構築、商品企画やプロモーション企画などを一貫して行っており、今後さらに力を入れていきます。

地球環境保全については、「Reduce、Reuse、Recycle、Sustainability、LCA」の環境5原則を重視し、環境対応製品やシステムを提供することで、事業の拡大を図る計画です。また、「UD5原則」を策定するなど、ユニバーサルデザインにも力を入れ、子供から高齢者まで、また障がいを持つ人々だけでなく、すべての人々にとって快適に利用できるパッケージをプロデュースしていきます。

無菌充填システムの強みを活かしたシェア拡大戦略

私たちは、現在ほど食の安全や地球環境への配慮が注目されていなかった1970年代から、食品や飲料の無菌充填システムの開発に取り組んできました。いまでは国内のPETボトル無菌充填システムでトップシェアを占めており、内容物の殺菌から、容器の成型、充填、製品化までを総合的に最適化したシステムに、常に改良を加えてきました。

このシステムは常温での充填が可能であり、充填時の耐熱性を考慮する必要がないため、薄肉化による原材料の削減が可能となります。さらに、熱による味や香りの変質が起きにくいため、今後、牛乳用容器などの巨大市場での採用が期待されています。また、ボトル供給ではなく、ボトル成型前の第一次成型品であるプリフォーム供給を行うことで、輸送コストの低減と輸送車両によるCO₂排出量の削減などにつなげることができます。これらのメリットを持つ無菌充填システムには、現在市場の約7割を占めるホットパック方式からの切り替え需要も期待されており、製造ラインの更新時期に焦点を合わせた販売戦略などを推進していきます。

優れた属性を持つCVD方式のIBフィルムでシェア拡大を目指す

透明で中身が確認でき、水蒸気や酸素の透過を抑える透明蒸着バリアフィルムの需要が伸びています。アルミ箔と異なり、直接電子レンジで加熱できることも強みです。私たちはこのフィルムを、従来のPVD^{※2}方式に加えて、世界で唯一CVD方式でも商業用に生産しています。CVD方式は屈曲性が高く、過酷な使用条件でもバリア性を保持できるだけでなく、高度な加工適性も備えています。この特性を活かし、食品分野のほか、医薬・医療品分野や産業資材分野まで視野に入れて、開発・販売を強化していきます。

これまでアルミ箔が使われてきた高度なバリア性が要求される製品分野を、高い利益率が望める市場と捉え、2010年までにシェアを倍増させるべく取り組んでいきます。また、私たちがリードするCVD技術を強みとして、海外でも北米やヨーロッパを中心に、食品・医療品を軸として拡販を進めます。

※1 CVD(Chemical Vapor Deposition)は、化学気相成長法を用いた薄膜形成技術。DNPは世界で初めて本格的に包装材料用に当技術を採用了した。真空中で膜の原料となるガスを化学反応させて、フィルム上に薄膜を形成する。この技術を用いて製造した薄膜は、フィルムの伸縮や曲げなどによる劣化が少ない。

※2 PVD(Physical Vapor Deposition)は、イオンプレーティング法をはじめとする物理気相成長法を用いた薄膜形成技術。

DNPのUD理念

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



“環境・健康”市場の拡大と、 高機能・高品質デザインニーズへの対応

環境と健康をテーマに、いま、住空間マテリアル市場のニーズが大きく変化してきています。私たちは、この変化をチャンスと捉え、EBコーティング※などの圧倒的な技術力、優れたデザイン力などを武器とし、住空間に関する幅広いソリューション提案を展開しています。住宅に加え、オフィス・病院・商業施設や車両などの分野へ、そして海外市場へと積極的な展開を進め、収益拡大を目指していきます。

※ EB(Electron Beam: 電子線)コーティング技術: 従来のウレタンコーティングやUVコーティングに比べ、表面硬度や耐光性などの性能、品質、安定性に優れ、また、製造時の省エネルギー化やCO₂排出量削減、無溶剤塗工が可能なDNP独自の次世代環境対応型技術です。

事業概要

DNPは、1951年に日本で初めて継ぎ目なくエンドレスに木目柄を印刷する技術の開発に成功して以来、1961年には新日本製鐵株式会社と協力して鋼板に印刷する技術を、1974年には凹凸面にも印刷できる曲面印刷技術(カールフィット)を開発し、製品領域を拡大してきました。また、1980年代に、業界に先駆けて開発した独自のEBコーティング技術が、今日、環境対応製品の需要が伸びるなかでDNPの圧倒的な優位性を支えています。現在では、建築内装材をはじめ、建具収納製品、水廻り製品、外装部材、自動車や鉄道車両の内装材など、豊かな暮らしを演出する製品を幅広く提供しています。また、DNPオリジナルブランド製品「WS(ウッディーシリーズ)」、DNPオリジナル化粧鋼板「エリオ鋼板」なども開発、販売しています。DNPは、住空間全体を事業領域とした“住空間マテリアル”的製品やサービスを提供し、生活者のニーズと工法上の課題をともに解決する“住空間ソリューション”を展開しています。

市場動向とDNPのポジション

少子高齢化などにより新設住宅着工件数が伸び悩んでいるものの、環境や健康に配慮し、デザイン性や機能性に優れた製品の需要は拡大しています。また、オフィス・病院・商業施設など大規模開発における総合的なコストダウンや合理化に対応できる製品や工法への需要も高まっています。こうしたニーズに対して、DNPの住空間マテリアル製品は市場で高く評価されており、例えば、建具収納製品で60～70%のトップシェア、近年伸びが著しいフロア用の印刷系製品では約60%のシェアを占めています。

一方、自動車の快適性や高機能性が求められるなか、DNPの自動車内装材は国内で約70%のシェアを確保し、海外でも現在約30%のシェアをさらに伸ばしています。また、鉄道車両の内装材では、2007年1月に開業した台湾高速鉄道(台湾版の新幹線)や、2007年夏に投入される日本の新幹線新型車両N700系などで採用されました。

DNPの強み

- EBコーティング技術をはじめ、圧倒的な優位性で業界をリードする技術開発力と、さまざまな技術の応用による新商品の開発力。
- 印刷で培ったデザイン力による豊かな表情と優れた機能を持った多彩な品揃えを武器に、住空間全体への総合的な提案を行う力。
- 得意先企業との幅広いネットワークをベースに、新しい価値を提案し、課題を解決していくプロデュース力。

取締役 塚田 正樹



これからの展開

DNPの独自技術を活かし、 住空間全体に事業を拡大

私たちは、環境に優しく、健康にも配慮した“快適な住空間”を提供する“住空間ソリューション”を取り組んでいます。DNP独自の技術を駆使して、人々が生活するすべての住空間のためのトータルな製品を提供し、生活者のニーズと工法上の課題をともに解決するソリューション提案を行っています。

国内では、人口の減少や少子高齢化、小世帯家族化の進行などから、今後、戸建て住宅の減少、マンションや賃貸住宅の増加、リフォーム需要の拡大が見込まれるなど、住空間事業を取り巻く市場が大きく変化すると予測しています。このような市場のなかで、環境と健康を基軸として、製品やサービスの付加価値を高めていくことが事業拡大のポイントになると認識しています。

環境・健康をテーマとした 住空間ソリューションの具体的な取り組み

環境対応としては、非塩ビ基材であるオレフィン系樹脂フィルムの採用を加速させるとともに、インキの水性化も積極的に推進しています。また、シックハウス症候群の原因とされるホルムアルデヒド、トルエン、キシレンなどのVOC(揮発性有機化合物)を使用しない、健康配慮製品も多く開発しています。さらに、再生材や植林材合板などの基材を使用することにより、森林保護にも貢献しています。

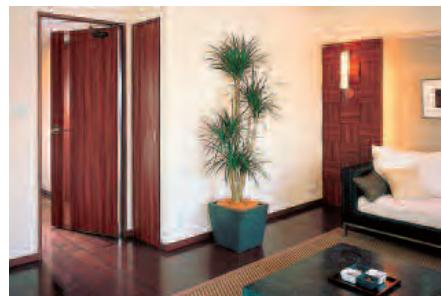
一方、生産工場には、業界でいち早く溶剤処理装置を導入し、生産工程における環境対策にも積極的に取り組んでいます。また、2002年には、小形チャンバー法で日本初のISO/IEC17025を取得し、建築材料から放出されるVOCの測定を行う専用施設「住空間分析評価センター」を設置しました。ここでは、自社製品のVOC測定のほか、社外からの依頼による測定業務も行っています。

今後も、環境と健康に配慮した技術や製品の開発に注力し、新しい分野にも積極的に参入していく計画です。

環境対応製品を中心 国内外での販売活動を強力に推進

私たちは、高品質の空間デザインと、優れた性能・機能の開発に取り組み、得意先企業に提供することで、さまざまな要望に応えてきました。特に、世界トップレベルの環境対応技術をもとに、国内はもとより、海外での販売活動も進めてきました。しかしながら、巨大な海外市場には、私たちにとって、まだまだ大きなビジネスチャンスがあると考えています。

いま、全世界で環境問題に注目が集まるなか、環境配慮製品として圧倒的な競争力を持つEBコーティング製品には、全世界で売上・利益を大幅に拡大させる力があると確信しています。米国はもとより、韓国、中国、ヨーロッパなど、販促活動を幅広く展開していきます。



DNPが提供する多様な“住空間マテリアル”製品

「拡写真」による新市場の創造とグローバルな市場展開

私たちは、これまでのフォトプリント事業で培った強みをさまざまな事業分野に応用・発展させ、新市場の創出も含めてフォトプリント事業をさらに拡大していきます。この戦略を「拡写真」と呼び、あらゆる事業分野と密接に関係しているDNPグループの総合力、急成長する昇華型熱転写記録材のNo.1シェアを支える技術力、そして長期的な成長が見込めるグローバル市場への展開力を強みとして、持続的で安定的な成長を実現します。

事業概要

DNPは、印刷で培ってきたコーティング技術などの応用により、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、1980年代後半に情報記録材事業を開始しました。溶融型はバーコードや普通紙ファクシミリの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メディアとして主に使用され、売上を伸ばしてきました。これに加え、2006年には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・販売事業を譲り受け、銀塗(ウェット)と昇華型(ドライ)の両プリント方式への対応を可能としました。DNPは「拡写真」を基本戦略として、フォトプリントをさまざまな事業分野に応用・発展させ、ソリューションの提案から、製品やサービスの提供までの一貫体制を構築して、積極的に市場を拡大していきます。

市場動向とDNPのポジション

ここ数年、デジタルカメラやカメラ付き携帯電話で撮影した写真のプリント需要が急速に拡大しています。現在のフォトプリント市場は、全世界で年間約850億枚。このうち約200億枚強を占めるデジタルフォトプリントは、毎年2桁の成長を続けており、2010年には500億枚強になると見込まれています。DNPは、この急拡大するデジタルフォトプリント用の昇華型熱転写記録材で、全世界のトップシェアを占めています。

DNPは、今後さらなる成長が見込まれるフォトプリント市場を牽引するとともに、「拡写真」による新市場の開拓を加速させていきます。

DNPの強み

- 世界トップシェアの昇華型熱転写記録材など、各種製品を支える独自の技術力。
- コニカミノルタグループから継承した高品質な銀塗印画紙。
- IDカードをはじめとした幅広いアプリケーションに応用できるソリューションの開発・提供力。
- グローバルな市場展開を可能にする製造・販売体制。



常務取締役 柏原 茂

これからの展開

デジタルフォトプリント事業を拡大する

いま、デジタルフォトプリントの市場が急速に拡大しています。カメラ付き携帯電話やデジタルカメラの普及により、ユーザーがシャッターを切る回数が飛躍的に伸び、写真をプリントしたいというニーズも増えています。そして、家庭用プリンターの普及により、一時は減少傾向にあった写真店でのプリントが、耐久性や発色性といった品質の向上、プリントスピードの高速化などにより、再び急増しています。

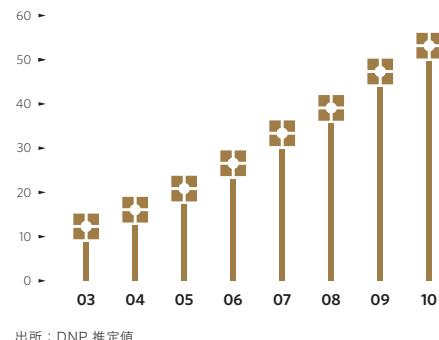
私たちはこのニーズに対応するため、北米では大手ドラッグチェーンに対して、昇華型ドライミニラボ(NEXLAB1000)などのプリントシステムを提供し、そのサポート業務を実施しています。国内では、顧客が自分でプリントできるKIOSK端末型セルフプリントシステム「PrintRush」を開発し、その販売を行う株式会社DNPプリントラッシュを設立しました。1枚3秒の高速プリントが可能な「PrintRush」は顧客の人気も高く、今後、導入台数をさらに拡大していきます。

国内外の製造・販売・サービス体制を整備・拡充する

私たちはこれまで、日本国内だけでなく、海外でも主に北米や欧州を中心に製造・販売・サービス体制を整備してきました。今後はDNPの独自ルートに加え、2006年に事業譲渡を受けた旧コニカミノルタグループの顧客との関係を継承し、より強固な事業体制を構築していきます。

海外各国では、デジタル化の進展度合いや企業のサポート体制などの違いにより、フォトプリントに求める顧客のニーズが多様化してきています。私たちは、グローバルな事業展開力を強みとして、今後いつそうの普及が見込まれるデジタルフォトプリント市場において、世界規模でシェアの拡大を進めています。

世界のデジタル写真のプリント枚数
(単位：億枚／月[4×6インチサイズ換算])



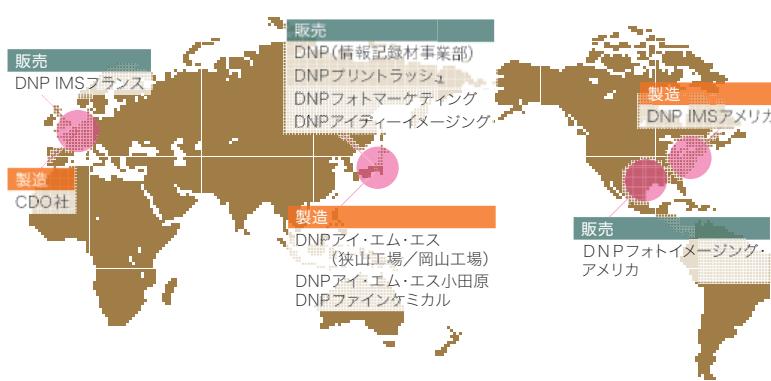
「拡写真」により新市場を創造する

私たちのフォトプリント事業は、世界的に見て、きわめてユニークなポジションを占めています。

ひとつは、銀塗と昇華型の両方式への対応が可能なことです。プリントメディアを提供するだけでなく、両方式に対応したカラーマネジメント技術やサービスなども提供していきます。

もうひとつは、「拡写真」という戦略と、それを実現させるDNPの総合力です。「拡写真」は、これまでのフォトプリント事業で培った強みを核として、さまざまな事業分野に応用・発展させ、新市場の創出も含めてフォトプリント事業のさらなる拡大を図っていく戦略です。例えば、DNPがトップシェアを占めている写真入りIDカードの普及を進めることで、個人認証の精度を高め、オフィスや各種施設でのセキュリティ強化を図ることができます。このほか、販促用途で写真を利用したギフトカードを提供したり、編集・出版機能と連動してフォトブックを作成したりするなど、さまざまな展開が可能です。これは、DNPが世界をリードする総合印刷会社であり、あらゆる業種の顧客企業と関係を結び、企画・製造・販売・運用の一貫体制を構築していることによって、はじめて実現できるものです。これからも、私たちだけが提供できる独創的な製品やサービスを開発し、新しい市場を創造していく方針です。

昇華型熱転写記録材の製造・販売拠点



薄型ディスプレイ市場での競争力強化と、 次世代ディスプレイの開発

液晶カラーフィルター製造におけるインクジェット方式の優位性訴求による顧客基盤の拡大と、高性能化、低成本化に貢献する周辺部材開発による収益基盤の拡大を柱に、伸長する薄型ディスプレイ市場での収益力強化を図ります。また、次世代ディスプレイの分野では、有機ELディスプレイを中心に事業領域の拡大を推進します。

事業概要

DNPのディスプレイ製品事業は、1958年のブラウン管テレビ用シャドウマスク開発の成功にはじまりました。現在は、液晶ディスプレイ用のカラーフィルターや反射防止フィルム、プラズマディスプレイ用の背面板、プロジェクションスクリーンなど、さまざまな製品に広がってきています。さらに、次世代ディスプレイにおいては、有機ELディスプレイ向けに製品供給を開始するなど、新たな成長分野での展開もスタートしています。

市場動向とDNPのポジション

液晶やプラズマなどの薄型ディスプレイの市場は、年間2～3割のペースで拡大を続けています。関連製品として、約1兆円の市場規模を持つ液晶カラーフィルターでは、全体の約3分の1を占める外販市場のうち、DNPが約40%のシェアを占めています。また、約2,000億円の市場規模を持つプラズマディスプレイ用背面板では、全体の約25%を占める外販市場のうち、約30%のシェアをDNPが占めています。今後、液晶ディスプレイは主にテレビやノートパソコン用パネル、モバイル端末や車載機のモニターなどで、プラズマディスプレイは主に50インチ以上の大型テレビなどで、需要がさらに増加すると予想されています。

また、DNPは反射防止フィルムや電磁波シールドフィルムなどの光学フィルムも提供しています。さらに、2010年に2,000億円規模への急成長が期待されている有機ELディスプレイにも積極的に対応するなど、各種ディスプレイに対して包括的に取り組んでいます。

DNPの強み

- 印刷技術で培った微細加工技術、カラーマネジメント技術、品質管理技術、そして新技術や新製品を創造する開発力。
- 技術力と開発力、高品質な製品を生み出す製造力などを支える一貫体制と総合的な組織力
- これらの強みが、製品の高機能化と高い生産性を実現し、急速に変化する市場と多様化する顧客ニーズへの対応を可能としています。

常務取締役 和田 正彦

これからの展開

インクジェット方式の優位性を活かし、積極的に顧客基盤の拡大を推進

カラーフィルター市場は、いま、大きな転換期を迎えようとしています。最先端の主力製品が第8世代サイズ以上の生産に移行するにともない、インクジェット方式への転換が必要となり、製造に求められる技術力もこれまでになく高度化していきます。これまで、従来方式でカラーフィルターを内製していたパネルメーカーにとっては、新たにインクジェット技術を開発するか、外販のカラーフィルターを調達するか、選択することとなります。

こうした動向の変化に対して、現在DNPだけが量産の実用化に成功しているインクジェット方式の優位性を訴求して、顧客基盤の拡大を図っていきます。インクジェット方式のメリットは、比較的安価な初期投資で構築できる製造設備、大型マスクを使用せず必要な箇所だけに材料を塗布することによるコスト競争力、よりピュアな色が表現できる材料面での優位性、多色一括プロセスによるカラー・マネジメントの高い技術力など、とても大きいものがあります。また、パネルメーカー各社の個別ニーズに対して、インプラント、バイオラントなどの方式にも柔軟に対応していく方針です。さらに、カラー・フィルターと位相差フィルム、偏光板の一体化など、製品の高付加価値化を進めることで価格下落にも対応し、利益率の改善を目指していきます。

高性能化、低コスト化に貢献する周辺部材開発により収益基盤を強化する

ディスプレイ分野には、パネルの高性能化や低コスト化に関する多くのビジネスチャンスが広がっていると私たちを考えています。

私たちが周辺部材としてすでに供給している製品も多く、例えば、液晶ディスプレイ用の反射防止フィルムでは70%のシェアを、プラズマディスプレイ用のコントラスト向上フィルムではほぼ100%のシェアを占めています。このほか、液晶ディスプレイ用フォトマスク分野では、特に大型パネル用にDNP製のハーフトーンマスクの採用が進んでおり、1年後に25%のシェア獲得を目指します。また、バックライトの周辺部材を一体化した製品や、複数の層に分かれていた機能性フィルムを一体化した複合フィルムなど、高性能化、低コスト化を追求し、パネルメーカーの期待に応えていきます。

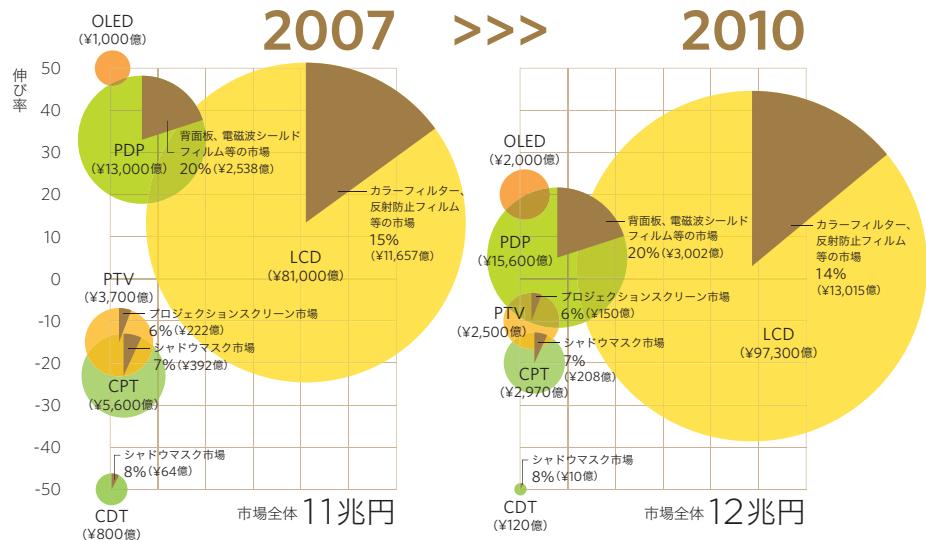
また、私たちのナノサイエンス研究センターでは、印刷加工技術と高度なナノ材料技術を組み合わせた高機能製品の開発を行っています。幅広い最先端分野の研究を通じて、新たな部材と高機能化の開発を進め、収益基盤の拡大に努めます。

有機ELディスプレイでは新たなビジネスモデルに立って事業化を推進する

次世代ディスプレイとして大きな期待が集まる有機ELディスプレイに対して、私たちは、広い範囲で製品を提供していくことが可能で、現在、より自然な色に調光するためのカラー・フィルターや、製造過程で使用するマスクを提供しているほか、今後、発光効率を向上させるレンズフィルムも展開する予定です。

有機ELディスプレイは、自発光のため見やすく、構造が比較的単純であるという特長から幅広い用途での普及が期待されており、液晶ディスプレイを凌ぐ市場規模に拡大するものと予想しています。私たちは、カラー・フィルターなどの部品供給にとどまらず、モジュール化したパネルの提供など、新しいビジネスモデルに基づいた事業拡大のチャンスとして積極的な製品開発に取り組んでいます。今後、さらに各メーカーとの連携を深め、新たな生産体制の構築なども進めていきます。

ディスプレイ市場の推移と拡大



CDT : PC用ブラウン管
CPT : テレビ用ブラウン管
LCD : 液晶ディスプレイ
OLED : 有機ELディスプレイ
PDP : プラズマディスプレイパネル
PTV : プロジェクションテレビ

台湾と国内での新拠点構築と、 45nm製品の量産技術、32nm製品の製造技術開発に注力

半導体市場が安定的な成長を続けるなかで、DNPのフォトマスクは最先端分野で圧倒的なシェアを獲得しています。今後は、特に、需要の急拡大が予測されるアジア市場に備えた供給体制を整えるとともに、45nm製品の量産と32nm製品の開発に傾注し、市場全体の成長率を上回る成長を目指します。

事業概要

DNPは、1958年に、印刷で培ったフォトリソグラフィー技術を応用したシャドウマスクの開発に成功し、1959年には、この技術を応用したフォトマスクの試作にも成功しました。ICが発明された1958年以来、DNPはまさに半導体産業の草創期からその発展の一翼を担ってきました。その後1990年代には、インテルなど世界を代表する半導体メーカーが、生産拠点のグローバル化やアウトソーシング化を行うのに対応してきました。これら半導体メーカーとの協業や海外生産拠点の構築など積極的な活動を行い、現在では先行する技術力で、フォトマスク市場で圧倒的な地位を築いています。

市場動向とDNPのポジション

2006年のフォトマスク市場は約3,200億円(うち外販市場は約2,200億円)と推定されており、今後、金額ベースで年率5~6%の成長が予想されています。現行の主流は90nm製品ですが、2007年の下期からは65nm製品の需要が本格化するほか、2008年には45nm製品の量産化がはじまることが予想されており、さらに現在32nm製品の開発も進められています。内製を含めたDNPの市場シェアは20%強、外販市場では31~32%と推測されます。また65nm製品では、現在外販市場で70%程度(DNP推定)と高いシェアを獲得しており今後、さらに販売を強化していきます。

DNPの強み

- DNPの遺伝子とも言える印刷技術そのものが、フォトマスク事業を支える強み。
- 描画、プロセス管理、検査などで求められる高い精度と安定した品質を実現する人材の力および微細加工などの技術力。
- 先端品の量産化における積極的な設備投資など、他社に一步先行してきた事業拡大戦略。
- 半導体メーカー、機器メーカー、研究開発機関などとの積極的な連携による市場トレンドの創出。

常務取締役 永野 義昭



これからの展開

私たちは今後、技術開発力の強化、グローバル展開、他社とのアライアンスの3つの戦略を柱に、収益の拡大を実現していきます。

技術開発力の強化： さらなる微細化と次世代技術の開発を目指す

私たちはこれまで、微細加工などの技術力やシステム開発力を武器とし、フォトマスクに関する技術開発のすべてを日本国内で行ってきました。今後も継続して、最先端分野の技術開発を継続していきます。

特に直近では、45nm製品の量産技術の確立と、32nm製品およびそれ以降の製品の開発に注力していきます。45nm製品は2008年には量産がスタートすると見込んでおり、私たちはすでに量産に対応した製造プロセスの開発に成功して、製品サンプルの出荷をはじめています。そして、2008年の稼働を目指して、45nmの最先端フォトマスクの量産に対応した最新鋭製造ラインを京都工場に建設していきます。量産化にあたっては、安定した品質での製品供給ができる体制と技術の確立を目指します。

また、32nm製品では、ArF液浸と二重露光の組み合わせが次世代フォトリソグラフィー技術の有力候補になってきています。私たちは、今後ArF液浸スキャナーの普及が拡大し、32nm製品のフォトマスク需要も旺盛になると予想しており、二重露光に対応した重ね合わせ精度の改善など技術的な課題をクリアしていく予定です。

グローバル展開：

台湾での新製造拠点構築

欧米の半導体メーカーのファブライト化、ファブレス化が進み、フォトマスク市場はアジア、特に台湾にシフトしています。台湾は、大手ファウンドリーを中心に最新の300mmウエハーに対応した半導体工場が集積し、世界的な一大生産拠点となっており、最新鋭の投資にも積極的です。今後、当地域における先端のフォトマスク需要は、さらに高まるものと推測しています。すでに私たちは65nmの先端フォトマスク製品では圧倒的なシェアを獲得していますが、台湾のファウンドリーに対しても65nm製品で他社より先行してフォトマスク供給を開始し、長期契約を交わしています。

私たちは現在、先端フォトマスクの新工場を台湾に建設しており、2008年5月の稼働開始を目指しています。この新拠点をベースに、より多くの半導体メーカーへの安定供給と短納期対応を実現し、さらには顧客へのきめ細かな対応やニーズに合致した販売活動を通じ、国際市場でのポジションをより強固なものとしていきます。

フォトマスク市場

(単位：億円)



出所：DNP 推定値

他社とのアライアンス： 半導体、装置・材料メーカーとの共同開発を展開

他社とのアライアンス戦略では、現在進行中の半導体、装置・材料メーカーとの共同開発を今後も継続し、他の可能性も積極的に検討していくつもりです。

これまで長期にわたって最先端マスク技術の共同開発を進めてきたインテルとは、2006年1月にEUV（超紫外線露光技術）を含む、32nm製品以降の技術協力についても合意し、これからも顧客、パートナーとして良好な関係を継続していきます。

また、今後の重要性を想定して、台湾のファウンドリーとの関係強化にも積極的に取り組んでいきます。



め

る

は

れ

め

め

DNP in Brief

DNPの概要

Contents

概観	36
部門別事業一覧	40
ソリューションサービス一覧	42
当期の主な出来事	44
行動指針／DNPグループ行動規範	46
コーポレート・ガバナンス	48
取締役・監査役および役員(コーポレート・オフィサー)	53
投資家情報	54



概観

プロフィール

2006年10月、大日本印刷株式会社は創業130周年を迎えました。

前身である秀英舎は、日本初の本格的な印刷会社として1876年に設立されました。創業時の舍則にある「文明ノ業ヲ営ム」という言葉には、「社会の発展に貢献するという志」が込められており、以来、私たちはこの志を継承してきました。出版印刷からスタートし、その後、商業印刷、包装、建材、ビジネスフォーム、エレクトロニクス、産業資材などさまざまな分野に進出し、今日では、世界最大規模の総合印刷会社としての地位を築き上げています。

現在、グループ全体の従業員数は約38,000人で、日本国内の主要都市に20の事業部、48の営業拠点、58の工場を持ち、海外には21の営業所、7つの工場があります。また、DNPグループは、大日本印刷株式会社と連結子会社96社および持分法適用会社11社から構成されています。

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。また「私たち」という言葉は、「DNP」または「DNPの経営陣」という意味で使用しています。



秀英舎社屋(明治20年代)



経営方針

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。

21世紀の社会では、自立性を持った多様な個人や組織が相互に作用しあい、予期しなかった現象が生まれ、社会が変化していくと私たちは考えます。その変化の結果が、再び個人や組織に影響を与え、さらに次の予期せぬ現象が生まれていく、そんな変化の激しい社会への対応が求められるようになります。

私たちは、こうした社会を「創発的な社会」と捉え、その発展に貢献していくことを経営理念として掲げました。時代の変化を見据えながら、社会の進化発展を積極的にリードし、さらなる事業の拡大を図るとともに、社会的責任を果たしていきます。

事業ビジョン

P&Iソリューション

私たちは、創発的な社会において顧客の問題や課題を発見し、印刷技術(PT)と情報技術(IT)を融合して解決します。

創発的な社会では、マーケットや生活者のニーズなどが予測していなかった変化を起こし、通信ネットワーク、金融や流通、教育や衣食住などの社会の基盤も絶えず変化していきます。こうした変化にどのように対応すれば良いのか、生活者や顧客の戸惑いが増していくなかで、これらの課題を解決するところに私たちの事業機会を見出することができます。

私たちは、変化の兆しにいち早く気づき、課題解決に向けた仮説を立案し、一步先んじた提案を行っていくことが、事業の発展と社会への貢献につながると思っています。私たちが培ってきた印刷技術(PT : Printing Technology)と情報技術(IT : Information Technology)を活用し、さまざまな製品やサービスを提供するとともに、新しいソリューションの開発や、新たな基盤づくりそのものにも関わることで、事業機会を拓げていきます。

■ DNPの価値創造イメージ



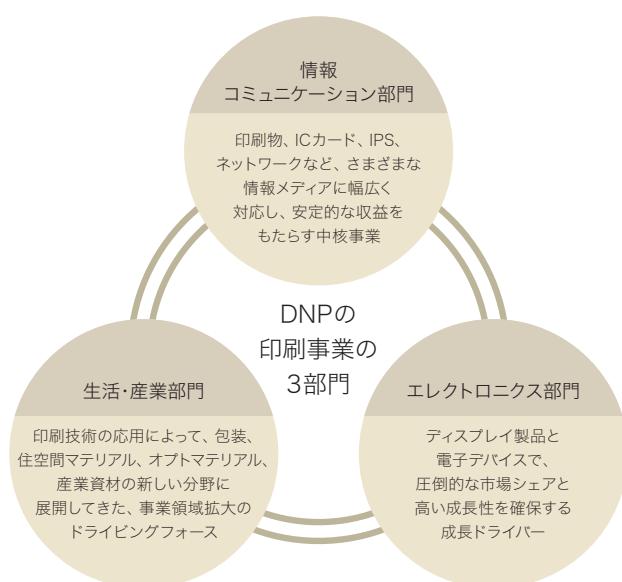
DNPの事業

事業ポートフォリオとセグメント

DNPグループの事業は、印刷技術と情報技術の応用により発展してきた「印刷事業」と、北海道コカ・コーラボトリング株式会社による「清涼飲料事業」の2事業で構成されています。

印刷事業は、情報コミュニケーション、生活・産業、エレクトロニクスの3つの事業部門で構成されています。印刷事業の3部門は、DNPグループ連結売上高の約95%を占め、安定性、発展性、成長性、事業リスクの面でバランスのとれた事業ポートフォリオを構築しています。

■ バランスのとれた3つの戦略部門



● 印刷事業

情報コミュニケーション部門

情報コミュニケーション部門は、創業以来の基幹事業である出版印刷と、商業印刷、ビジネスフォームの3つの事業分野で構成されています。紙メディアをはじめ、インターネット(PC・携帯電話)、DVD、デジタル放送など、あらゆる情報メディアを事業領域と捉えています。各種印刷物のほか、市場分析・CRM、企画立案、システムの設計・開発、コンテンツの制作や配信、情報セキュリティ管理などを組み合わせ、DNP独自のソリューションを提供することにより事業の拡大を図ります。

生活・産業部門

生活・産業部門は、包装、住空間マテリアル、オプトマテリアル／産業資材の3つの事業分野で構成されており、いずれも生活者と密接に関わる製品を多く扱っています。フィルムや鋼材など紙以外の材料への印刷をはじめ、印刷の基本技術であるコーティング技術やエッチング技術を利用したディスプレイ用光学フィルムの製造などを行っています。デジタルフォトプリント用のカラーリボンなどで世界トップシェアを獲得しているほか、携帯電話のリチウムイオン二次電池用の電極材などを幅広く展開し、今後も事業領域を拡げていきます。

エレクトロニクス部門

エレクトロニクス部門は、世界最高水準にある微細加工技術を活かし、半導体回路の原版であるフォトマスクや、液晶ディスプレイ用カラーフィルターなど、多くの製品を提供しています。約半世紀前の1958年、国産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て以来、高い技術力を活用して電子デバイスやディスプレイ製品を次々と開発し、顧客の信頼とメーカーとしての優位性を獲得して、着実にエレクトロニクス事業の基盤を固めてきました。現在、多くの情報関連機器において、DNPのエレクトロニクス製品が進歩のカギを握っています。

● 清涼飲料事業

北海道コカ・コーラボトリング株式会社を子会社として、清涼飲料事業を展開しています。コカ・コーラのブランド力を活かし、日本独自の新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の体制の特徴

総合印刷会社としてのDNP

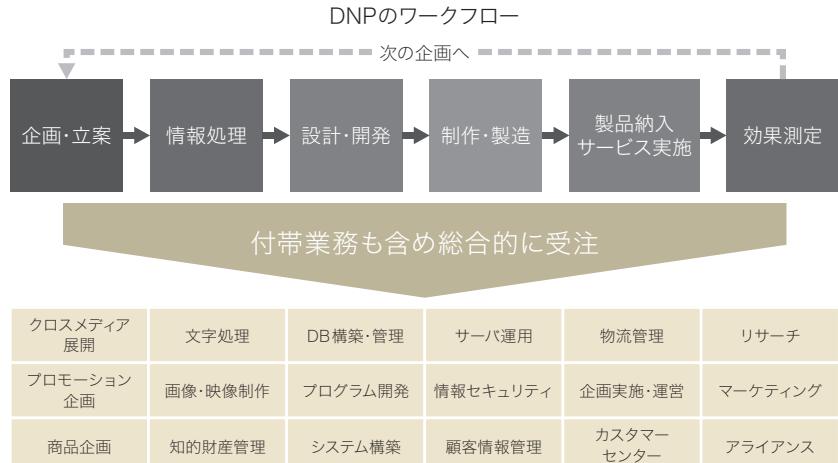
私たちDNPは、印刷技術を核として事業領域を拡大してきた結果、出版印刷から、商業印刷、ビジュアルフォーム、包装、住空間マテリアル、オプトマテリアル／産業資材、ディスプレイ製品、電子デバイスまで、幅広く手掛ける総合印刷会社となりました。さらに印刷技術と情報技術を組み合わせることにより、事業領域の拡大を加速させています。この総合印刷会社という事業形態そのものが世界にも類を見ないものであり、DNPの強みとなっています。

また私たちは、製品やサービスを開発し提供するだけでなく、コーディネート役として顧客企業や生活者と「対話」を繰り返し、さまざまな課題の解決に取り組んでいます。研究・開発、製造、営業、企画、管理などの各部門が機能的に連携することにより、積極的に受注をつくり出す「造注」への対応を可能とし、付帯業務を含めた総合的な受注を実現しています。

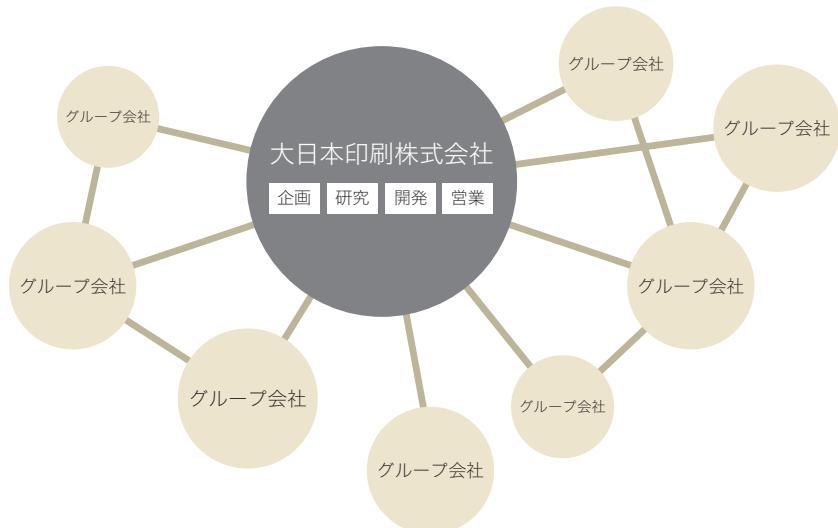
DNPのグループ体制

DNPグループは、本社である大日本印刷株式会社に企画、研究・開発、営業などの機能を集中させるとともに、グループ会社の製造部門や技術部門と密接に連携することにより、グループ一体となった体制を構築しています。DNP本社とグループ企業がそれぞれの役割に集中することによって、業務の効率性および収益性を高めています。

■ 総合受注により拡大する事業



■ 効率的なオペレーションを可能にするグループ体制

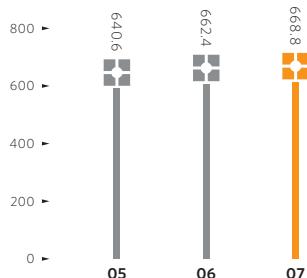


部門別事業一覧

DNPの主要事業は、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の3つの連結セグメントから構成されており、これらの売上高を合計すると、DNPグループ全体の95.3%になります。この3つのセグメントのほか、DNPには清涼飲料事業セグメントがあり、売上高の4.7%を占めています。

情報コミュニケーション部門

売上高
(単位:十億円)



営業利益
(単位:十億円)



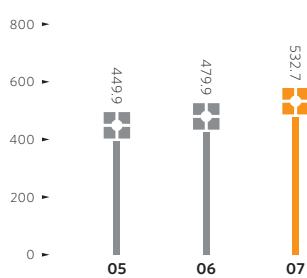
出版印刷

書籍、雑誌・コミック[1][2]、
辞書[3]、CD-ROM[3]、
教科書、アート・グラフィック、
社史・年史、その他の出版物



生活・産業部門

売上高
(単位:十億円)



営業利益
(単位:十億円)



包装

印刷包装製品および環境
対応型容器(飲料[13]、
食品[14][15]、生活用品
[16]、化粧品、医薬品など)、
無菌充填システム、
PETボトルおよびプリフォーム
[17]

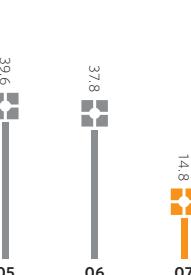


エレクトロニクス部門

売上高
(単位:十億円)

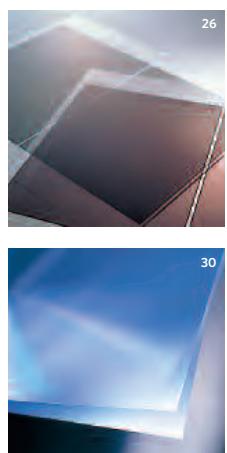


営業利益
(単位:十億円)



ディスプレイ製品

液晶カラーフィルター[26]、
PDP用背面板[27]、ホログラム
スクリーン[28]、シャドウマスク[29]、
プロジェクションTV用スクリーン[30]、
有機ELディスプレイ[31]、
プロジェクター用スクリーン[32]





ソリューションサービス一覧

日常の業務をいかに効率化するか、市場の開拓や拡大に役立つデータをどのように収集するか、あるいは、販売促進の効果をいかに高めるか、企業や個人の情報セキュリティをどのように守るか、といった顧客企業が抱えるさまざまな課題に対し、DNPは、これまで培ってきたノウハウや技術力を活かして、柔軟にソリューションを提供します。

業務プロセス別ソリューション

販売促進関連ソリューション

- 商品開発支援
- 営業施策強化
- マーケティング&リサーチ
- プロモーション戦略提案
- 販促ツールの制作および制作プロセスの効率化
- プレゼンテーション支援ツール
- 顧客データ管理 など

商品販売関連ソリューション

- 資材受発注の効率化
- 商品情報のデータベース化
- 製造ライン管理システム
- 配送・物流システム
- 代金回収システム
- 生産業務の効率化 など

組織管理関連ソリューション

- 知的財産に関する各種業務支援
- 資材調達システム
- ID発行・管理
- 電子帳票システム
- 社内情報電子化 など

広報・IR関連ソリューション

- コーポレートコミュニケーション支援
- 企業情報のアーカイブ
- IR関連ソリューション など

研修関連ソリューション

- ネットワークラーニング
- 教材制作支援
- カリキュラム情報の編集 など

部門別ソリューション

情報コミュニケーション

出版印刷、商業印刷、IPS／ビジネスフォーム

DNPは新しいメディアにおける情報加工はもちろん、企画からコンテンツ制作、製品納入までの全工程にかかわっています。あらゆる業界の顧客の負担を軽減し、より迅速な生活者への情報発信をサポートするとともに、ネットワーク時代のより有効な情報マーケティング戦略も提案しています。また、個人や企業の情報を守る強固なセキュリティシステムを構築するために、ICカードを利用したセキュリティソリューションも数多く提供しています。

編集サポートシステム

パーソナルDM・カタログ

オンデマンド出版

クロスメディアソリューション

生活・産業

包装、住空間マテリアル、オプトマテリアル／産業資材

DNPは印刷技術を応用して、生活に密着し、産業の発展に欠かせない製品を開発してきました。この分野では、確かな製造技術を基盤に、環境対応ソリューションをはじめ、商品開発、デザイン、機械設計、システムエンジニアリング、セールスプロモーションなど、より便利で安全な社会を実現するさまざまなソリューションを提供しています。

パッケージデザインシステム

トレーサビリティシステム

パッケージ校正回観システム

無菌充填システム

建設資材の環境評価システム

食品・飲料市場調査

エレクトロニクス

ディスプレイ製品、電子デバイス

世界最高レベルのエレクトロニクス加工技術を持つDNPの製造部門を、顧客が自分の工場のように利用できるソリューション、バーチャルプラント。発注から納品までの全工程が確認できるシステムです。その他にも、半導体の回路設計から最終パッケージ製品まで、一貫して製造することができるターンキービジネスなど、製造だけではない、付加価値の高いサービスを提供しています。

LSIデザイン

ターンキービジネス

バーチャルプラントシステム

デジタル・ソリューション

ネットワーク&データベースソリューション

アプリケーション開発やネットワークシステムの構築などにより、さまざまなソリューションを提供しています。

Webサイトへの機能提供(PC・携帯電話)

各種ASPサービスの開発、提供
電子フォームシステム構築／電子明細書発行
Web性能計測サービス
レコメンデーションシステム
決済機能 など

コンテンツ販売ソリューション

コンテンツ流通プラットフォーム
コンテンツ不正流通防止システム
コンテンツIDの発行
版権保護システム など

データベース／CRMソリューション

各種CRM支援(ポイント分析など)
データマイニング
マーケティング情報マッピング など

DNP独自の情報サイト運営

デジタルコンテンツ販売
地図情報サービス
携帯電話用ショッピングサイト
インセンティブマーケティングサイト など

ICカードソリューション

DNPはICカードの製造だけではなく、OSやアプリケーションの開発、ASPサービスの提供、各種システムの構築などを行っています。

ICカード導入支援コンサルテーション

DNPチップ・マイグレーション・プログラム など

ICカード発行処理

接触ICカード (Native OS、MULTOSTM、JavaCardTM)
非接触ICカード (TypeA、TypeB、Felica[®])
ハイブリッドカード デュアルインターフェイスカード など

ICカードソフトウェア開発、ASPサービス

OS (Native OS、MULTOSTM、JavaCardTM)
認証システム、デスクトップアプリケーション、ドライバーソフト など

ICカード周辺機器販売

リーダライタ/カード発行システム/ゲートシステム など

ICタグソリューション

本や食品パッケージなどを製造しているDNPは、それぞれの製品一つひとつにICタグを取り付ける最適なポジションにあります。

アプリケーション開発

商品流通管理/トレーサビリティシステム
入退場システム(会議、イベント、コンサートなど)
登下校情報配信サービス 電波ポスター など

ICタグ周辺機器販売

ナビゲーションカート/リーダライタ など

バックアップシステム

DNPは、さまざまなソリューション提案を可能にするため、強固なバックアップ体制を整備しています。

セキュリティシステム

プライバシーマークやISOなどの認定取得、権利保護やセキュリティのソフト開発、ハードウェアの整備など

インターネットデータセンター

ネットワークサービスのためのデータセンターを完備。ホスティング、ハウジングをサポート。ICカード用のデータサービスにも対応

データベースマネジメント

販売提案や顧客戦略立案に活用するための、購買履歴やレスポンステータの分析・加工

流通プラットフォーム

e-ビジネス、コンテンツ流通などを運営する顧客のためのプラットフォームを整備。著作権保護、課金・認証機能に対応

エージェント機能

DNPは、顧客の最適なビジネスプロセス構築のために、さまざまな代行業務を用意し、顧客企業をサポートしています。

プロジェクト・マネジメント

マーケティング・リサーチ、企画立案、キャンペーン運営体制の整備など、各種プロジェクトのトータルサポート

クリエイティブサポート

印刷物、Webサイト(PC・携帯電話)、CD・DVD、動画などあらゆる情報メディアの制作サポート

フルフィルメントサポート

注文受付センター、カスタマーセンター、ロジスティクス、代金回収、キャンペーン事務局などのバックエンドサポート

当期の主な出来事

2006年4月

- ドイツの3次元CGソフトサービス会社 Realtime Technology AG (RTT社)と業務提携し、CADデータからの3次元CG制作を開始しました。(P63参照)

2006年5月

- ICタグを用いた物流管理の実験施設「ICタグSCMソリューションテストセンター」を開設しました。(P63参照)
- サムスン電機株式会社に対して、DNPが保有する高密度ビルドアップ基板「B²it™ (ビー・スクエア・イット)」に関する特許権をライセンスすることで合意しました。(P77参照)

2006年6月

- ニューズウィーク日本版「世界企業ランキング500」の2006年版で、DNPが世界総合で35位、国内総合で3位、CSR分野で世界28位に選ばされました。
- DNPが開発し、販売しているプロジェクター用透明スクリーン「Crystal Illusion Screen」が、SID (Society for Information Display) 2006 の「Display Component of the year 金賞」を受賞しました。

2006年7月

- コニカミノルタホールディングス株式会社より譲り受けた2事業について、証明写真事業を行う株式会社DNPアイディーイメージングと、写真関連製品の国内販売を行う株式会社DNPフォトマーケティングを設立しました。また、カラー銀塩写真用印画紙を製造する小田原工場を、同社よりさらに譲り受けることで合意しました。(P71参照)

- 株式会社モバイルブック・ジェーピーへの出資比率を34.7%に引き上げて筆頭株主となり、電子書籍の制作・流通ライセンス事業に本格参入しました。(P64参照)

- 国連が提唱する「グローバル・コンパクト」に国内の印刷業界で初めて参加しました。

2006年8月

- 三井物産株式会社、株式会社アサツードイ・ケイ、DNPの3社が、日本初のインストアメディア中心の媒体開発会社を設立しました。
- 米国ブライオンテクノロジーズと、最先端フォトマスクの生産性と品質精度の向上を目的とした共同開発を開始しました。(P77参照)

- 建材事業部門の一部と、大日本商事株式会社(DNP子会社)の建材販売部門、同社地方支店の一部を分離・統合し、建材製品の開発・加工・販売を行う新会社DNP住空間マテリアル販売株式会社を設立しました。(P70参照)

- 日本経済新聞社による「2006年働きやすい会社ランキング」で、調査対象企業252社中、DNPが3位に選ばされました。

2006年9月

- 社団法人日本包装技術協会が、包装技術の研究・開発に顕著な業績をあげたものに贈る「第30回木下賞」で、DNPが包装技術賞を受賞しました。

- 社団法人日本自動認識システム協会による「第8回自動認識システム大賞」で、DNPの非接触ICタグによる衣料用生地原反の個別管理システムが入賞しました。

- The Confederation of Danish Industries(デンマーク)により、明るい部屋でも鮮やかに映るプロジェクター用スクリーン「The Supernova Screen™ (日本名:JETBLACK™)」が「Product of the Year 2006」に選ばれました。

2006年10月

- インクジェット方式による世界初の第8世代カラーフィルターの量産化技術を確立し、シャープ亀山第2工場にインプラントでの供給を開始しました。(P76参照)
- ルーヴル美術館とともに、新しい美術鑑賞のあり方を探る共同プロジェクト「ルーヴル-DNPミュージアムラボ」を開発しました。(P95参照)
- ソリューションビジネスの中心拠点として、東京都品川区にDNP五反田ビルをオープンしました。(P23参照)
- 2008年1月の稼働を目指し、45nmの最先端フォトマスクの量産に対応した最新鋭製造ラインを京都工場に増設することを発表しました。(P77参照)

2006年11月

- メーカーと小売業の商談支援、店頭での販促や商品管理など、マーケティング支援サービスを提供する新会社、株式会社電通リテールマーケティングを設立しました。
- エリーパワー株式会社への第三者割当による増資を受け、大型リチウムイオン電池の研究開発と実用化の支援を本格化しました。

■ RSAセキュリティ株式会社とワンタイムパスワード認証事業で業務提携し、認証用サーバのASPサービスや小型機器(トークン)の販売などを開始しました。

■ DNPは、2003年2月より自己株式の取得を行っており、今年度は2006年11月から2007年1月の期間に、1,000万株を182億60百万円で買入れました。

■ 2006年11月21日、1,000万株、165億円の自己株式の消却を行いました。

2006年12月

■ ハリウッドの映像制作会社デジタルドメイン社と業務提携し、ハリウッド映画レベルの3次元CG動画をCADデータから制作する事業を開始しました。(P63～64参照)

2007年1月

■ 需要が拡大するアジア地域への供給体制を強化するため、2008年5月の稼働を目指して、台湾に65nm製品を中心とした先端フォトマスクの新工場を建設することを発表しました。(P77参照)

■ 「DNPファミリーフェスタ in KANSAI」と「第8回DNPグループ総合体育祭」での模擬店収益金の一部を国連難民高等弁務官事務所(UNHCR)に寄付したことに対して、UNHCRより感謝状が贈られました。

■ 日刊工業新聞社による第3回「企業力格付け」調査で、対象企業272社中、DNPが6位に選ばされました。

■ 日本経済新聞社が主催する「2006年日経優秀製品・サービス賞」で、ICタグとPHSを利用した物流履歴管理システム「トレイルキャッチ」が、優秀賞・日経産業新聞賞を受賞しました。

2007年3月

■ インテル コーポレーションより、製品とサービスの供給において同社に大きく貢献した企業に贈られる「プリファード・クオリティー・サプライヤー賞」を受賞しました。

■ 2007年3月23日から2007年7月31日までの期間に、2,500万株(上限)の自己株式を540億円(上限)で東京証券取引所より市場買付することを取締役会において決議しました。

この決議にもどづき、3月23日には、65万8千株を12億14百万円で取得しました。

■ DNPの開発した「受動部品内蔵プリント配線板」が、日刊工業新聞社主催の「第4回モノづくり部品大賞」で電気・電子部品賞を受賞しました。

行動指針／DNPグループ行動規範

行動指針

1. 私たちが関わるあらゆる人と

「対話」する

生活者や顧客の希望や夢、さらには自身が気づいていない課題を「対話」によって発見します。認識した課題について、社内のさまざまな部門の人と「対話」を深め、解決法を見いだします。

2. 課題解決に向け「自立・協働」する

専門的な知識と技術を身につけ、自立することで、対話の中に散りばめられた課題への気づきが得られます。そのうえで、相互の役割と価値観を認め合いながら協働し、生活者・顧客の満足を得るソリューションを提案します。

3. 困難な課題にもすばやく「挑戦」する

私たちはプロとして、課題が困難であればあるほど、それだけ大きな期待を寄せられていると認識し、その課題に積極的に挑戦し、プロとしての能力をさらに磨きあげます。

4. 公正・公平を旨として、常に「誠実に」行動する

私たちは法や社会の規範に従うことはもちろん、他者を思いやり、率直に対話し、誠実に行動します。こうした行動は、社会からの共感や信頼を生み、私たちが、社会に提供する「価値」を高めることにつながります。

5. 自らの判断や行動に「責任」をもつ

自分自身の判断と行動について、一人ひとりが責任をもちます。これにより、仲間からの信頼を高めるとともに、自分が実行したプロセスを客観的に、適確に評価することができ、次の機会の大きな飛躍につながります。

DNPグループ行動規範

DNPグループの全社員が遵守すべきものとして、経営理念を実現するあらゆる活動の前提となる規範を制定しました。

1. 社会の発展への貢献
1. 法令と社会倫理の遵守
1. 人類の尊厳と多様性の尊重
1. 環境保全と循環型社会の実現
1. ユニバーサル社会の実現
1. 情報の適正な開示
1. 情報セキュリティの確保
1. 製品・サービスの安全性と品質の確保
1. 安全と活力ある職場の実現
1. 企業市民としての社会貢献



コーポレート・ガバナンス

基本的な考え方

DNPは、「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、内部統制システムを含めたコーポレート・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、並びにそれらの監督・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。

施策の実施状況

1. 経営上の意思決定、執行及び監督に関する経営管理組織その他のコーポレート・ガバナンス体制の状況

① 機関の内容

DNPは、多岐にわたる事業分野に関する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、役員(コーポレート・オフィサー)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し、株主からの信任の機会を増やすために、2007年6月28日開催の定時株主総会において、取締役の任期を2年から1年に変更しました。また、コーポレート・ガバナンス及び経営体制の強化を図るため、代表取締役を4名選定し、社長1名、副社長3名の体制としました。

取締役会は、社外取締役1名を含む28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。また、取

締役は、月1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。

DNPは監査役会設置会社であり、監査役会は、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。

② 内部統制システム並びに監査の状況

DNPでは、的確な経営の意思決定、適正かつ迅速な業務執行、並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、指導するとともに、監査部が、内部監査規程に基づき会計監査・業務監査を実施し、それぞれが監査役へ実施状況を報告することで、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、以下の通りです。

■ 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

笹山 淳(5年)、堀江 清久(2年)

業務執行社員

来田 弘一郎(2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 7名、会計士補 8名、

その他 1名

③ リスク管理体制の整備の状況

コンプライアンス、環境、災害、製品安全、情報セキュリティ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。

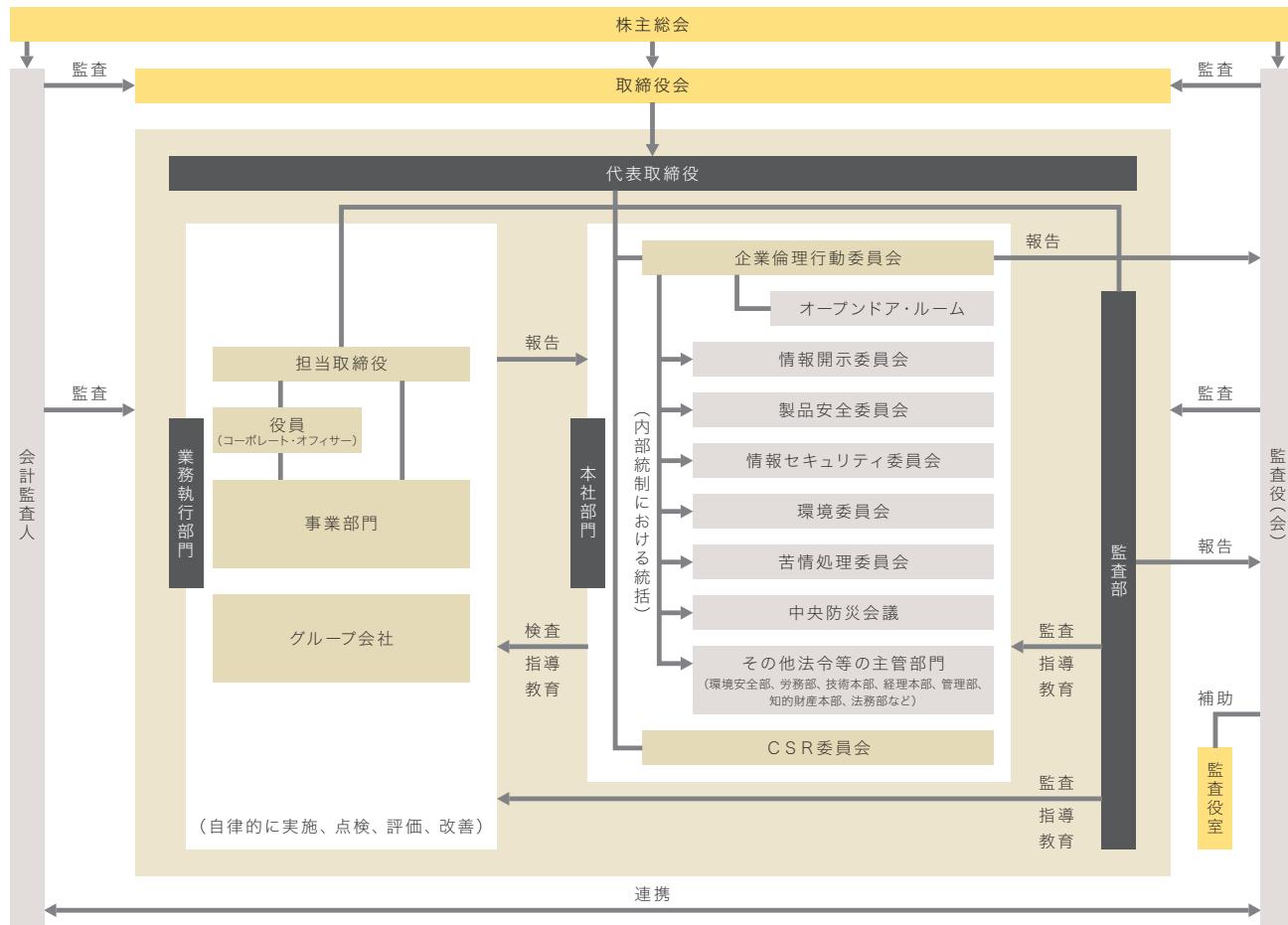
④ その他のコーポレート・ガバナンスに

関する実施状況

「DNPグループ行動憲章」(1992年制定、2002年改訂)、「大日本印刷グループ社員行動規準」(1993年制定、1998年改訂)、「DNPグループ行動規範」(2007年制定)を策定し、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。そのなかに、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。また、DNPグループの経済活動のみならず、社会的課題への取り組み、環境保全活動などをまとめた「DNPグループCSR報告書」において、さまざまなステークホルダーとのコミュニケーションを通じて理解を深め、相互に信用・信頼を高めていくことを掲げています。

DNPは、2006年5月に、財務報告の信頼性を確保するための体制及び当社が会社情報の適時適切な開示を行うための体制を整備するための組織として、「情報開示委員会」を設置し、同年10月には、その機能をより明確化するため「情報開示規程」を制定しました。DNPは、株主、投資家、顧客、生活者その他のステークホルダーのDNPグループに対する適正な評価及び信頼の確保に資することを目的として、今後も、適時適切な会社情報の開示に努めています。

DNPのコーポレート・ガバナンス体制の模式図は、以下の通りです。



⑤ 役員報酬の内容

DNPの取締役及び監査役に対する報酬内容は下記の通りです。

	定款又は株主総会 決議に基づく報酬		利益処分による 役員賞与		株主総会決議に 基づく退職慰労金	
	人員	百万円	人員	百万円	人員	百万円
取締役	26	669	26	265	—	—
(内社外取締役)	(1)	(21)	(1)	(0)	(—)	(—)
監査役	5	104	—	—	—	—
合計	31	773	26	265	—	—

- (注) 1. 記載金額は、百万円未満の端数を切り捨てて表示している。
2. 上記の他に、使用人兼務取締役の使用人分賞与が、22百万円支給されている。
3. 当期末現在の人員は、取締役26名、監査役5名である。

DNPは、2007年6月28日開催の定時株主総会終結の時をもって、取締役及び監査役に対する退職慰労金制度を廃止した。また、中長期的な企業成長と株式価値の向上に連動する報酬制度の性格を持たせるべく、同年7月以降、常勤の取締役は、自額報酬の一部を当社公呂持株会に毎年割り出し「セブン」とした。

⑥ 監査報酬の内容

DNP会計監査人である明治監査法人に対する報酬内容は下記の通りです。

		(単位:百万円)
公認会計士法(昭和23年 法律第103号)第2条第1項に規定する業務に基づく報酬の金額		70
上記以外の報酬		—
合計		70

(注)記載金額は、百万円未満の端数を切り捨てて表示している。

2. DNPと社外取締役及び社外監査役との利害関係の概要

DNPと人的関係、資本的関係、又は取引関係その他の利害関係はありません。

3. DNPのコーポレート・ガバナンスの充実に向けた取り組み

2006年5月10日の取締役会において、以下の事項を概要とする「業務の適正を確保するための体制の整備」に関する決議を行い、その決議内容に添った体制を整備しました。

(1) 取締役及び使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

①DNPグループでは、全社員(取締役を含む)の行動規範を定めており、研修等を通じてこれらの徹底を図る。

②業務執行取締役は、役員(コーポレート・オフィサー)を含む各業務執行部門の長の業務執行を監督することにより、法令定款違反行為を未然に防止する。

③DNPグループにおける業務の適正を確保するための体制等の構築及び運用に関して、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」を制定するとともに、本社担当取締役で構成する企業倫理行動委員会の業務分掌を改定して、当委員会を当該規程に基づくDNPグループの内部統制を統括する組織とする。

④環境委員会、製品安全委員会、情報セキュリティ委員会、苦情処理委員会、

中央防災会議等及び特定の法令等を主管する本社各部は、企業倫理行動委員会の統括のもと、その主管する分野について、他の各業務執行部門及び各グループ会社に対し検査・指導・教育を行う。

⑤財務報告の信頼性を確保するための体制及び当社が会社情報の適時適切な開示を行うための体制を整備するための組織として、「情報開示委員会」を新たに設置し、企業倫理行動委員会の統括のもと、当社及び連結対象となるグループ会社情報の適時適切な開示を行うものとする。

⑥当社の内部監査部門については、業務執行部門から独立した監査部が、各業務執行部門及び各グループ会社に対して、業務の適正を確保するための体制等の構築・運用状況等についての内部監査・指導・教育を行うものとする。

⑦当社各業務執行部門の長は、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」に基づき、それぞれの業務内容等に照らして自部門に必要な体制・手続を自律的に決定し、実施・点検・評価・改善を行う。

⑧企業倫理行動委員会内に設置されているオープンドア・ルームは、DNPグループにおける内部通報の窓口として、法令違反等に関するDNPグループ社員等からの通報を受け、その対応を行う。

(2) 損失の危険の管理に関する規程 その他の体制

コンプライアンス、環境、災害、製品安全、情報セキュリティ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する。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。

(3) 取締役の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

①取締役会を月1回開催するほか、必要に応じて適宜開催する。また、効率的な経営の意思決定に資するため、経営執行会議を月1回開催し、経営情報の共有を行う。

②取締役会の決定に基づく職務の執行については、組織規則、職務権限規程、稟議規程その他の社内規則等に則り、それぞれの責任者がその権限に従って行う。

(4) 取締役の職務の執行に係る情報の保存及び管理に関する体制

取締役の職務の執行に係る情報は、取締役会議事録、各種委員会議事録、稟議書その他の文書又は電子文書に記載・記録する。また、これらの情報を記載・記録した文書及び電子文書を、「情報セキュリティ基本規程」並びに「文書管理基準」及び「電子情報管理基準」に従って、適切かつ安全に、検索性の高い状態で、10年間以上保存・管理する。

(5) DNPグループの業務の適正を確保するための体制

①DNPグループにおける業務の適正を確保するため、全社員(取締役を含む)の行動規範を定めており、研修等を通じてこれらの徹底を図るとともに、業務の適正を確保するための体制等の構築及び運用に関して、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」を制定し、各グループ会社は、これらを基礎として、それぞれ諸規程を制定・整備する。

②各グループ会社は、①の方針等に基づき、事業内容・規模等に照らして自社に必要な体制・手続を自律的に決定し、実施・点検・評価・改善を行う。

③当社監査部、企業倫理行動委員会、各専門の委員会その他の本社各部は、①及び②の実施状況について、監査もしくは検査、指導・教育を行う。

(6) 監査役の監査が実効的に行われることを確保するための体制

①監査役の職務を補助するため、監査役室を設置し、専任のスタッフを置く。

また、監査役室のスタッフは、監査役の指揮命令の下にその職務を執行する。

②監査部及び企業倫理行動委員会は、その監査内容、業務の適正を確保するための体制等の構築・運用状況等について、それぞれ定期的に監査役へ報告する。

③代表取締役は、定期的に、監査役会と意見交換を行う。

4. 責任限定契約の内容の概要

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。

5. 取締役の定数

DNPは、定款で取締役の定数を28名以内と定めています。

取締役・監査役および役員（コーポレート・オフィサー）

(2007年6月28日現在)

代表取締役社長

北島義俊

代表取締役副社長

高波光一

猿渡智

山田雅義

専務取締役

波木井光彦

土田修

吉野晃臣

北島義斎

常務取締役

池田博充

川田寿男

広木一正

黒田雄次郎

西村達也

和田正彦

森野鉄治

戸井田孝

柏原茂

秋重邦和

野口賢治

永野義昭

北島元治

取締役

小槻達男

矢吹健次

清水孝夫

横溝彰

野坂良樹

塚田正樹

塚田忠夫（社外取締役）

常勤監査役

米田稔

中村憲昭

湯澤清（社外監査役）

監査役

根來泰周（社外監査役）

野村晋右（社外監査役）

役員（コーポレート・オフィサー）

井上潤次郎

小栗明

北湯口達郎

橋本耕一

赤田正典

山崎富士雄

斎藤隆

古谷滋海

不動田勝久

西田吉男

土屋純一

中村研介

神田徳次

山川洋二

和田隆

墓田栄

峯村隆二



猿渡副社長

北島社長

高波副社長

山田副社長

投資家情報

(2007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

株主名簿管理人:

みずほ信託銀行株式会社 証券代行部
東京都中央区八重洲一丁目2番1号

創業:

1876年

定時株主総会:

6月中

従業員数(連結):

37,740人

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
e-mail: info@mail.dnp.co.jp

資本金:

114,464百万円

ホームページ:

<http://www.dnp.co.jp>

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 730,480,693株

株主の総数(1,000株以上):

22,998人

上場証券取引所:

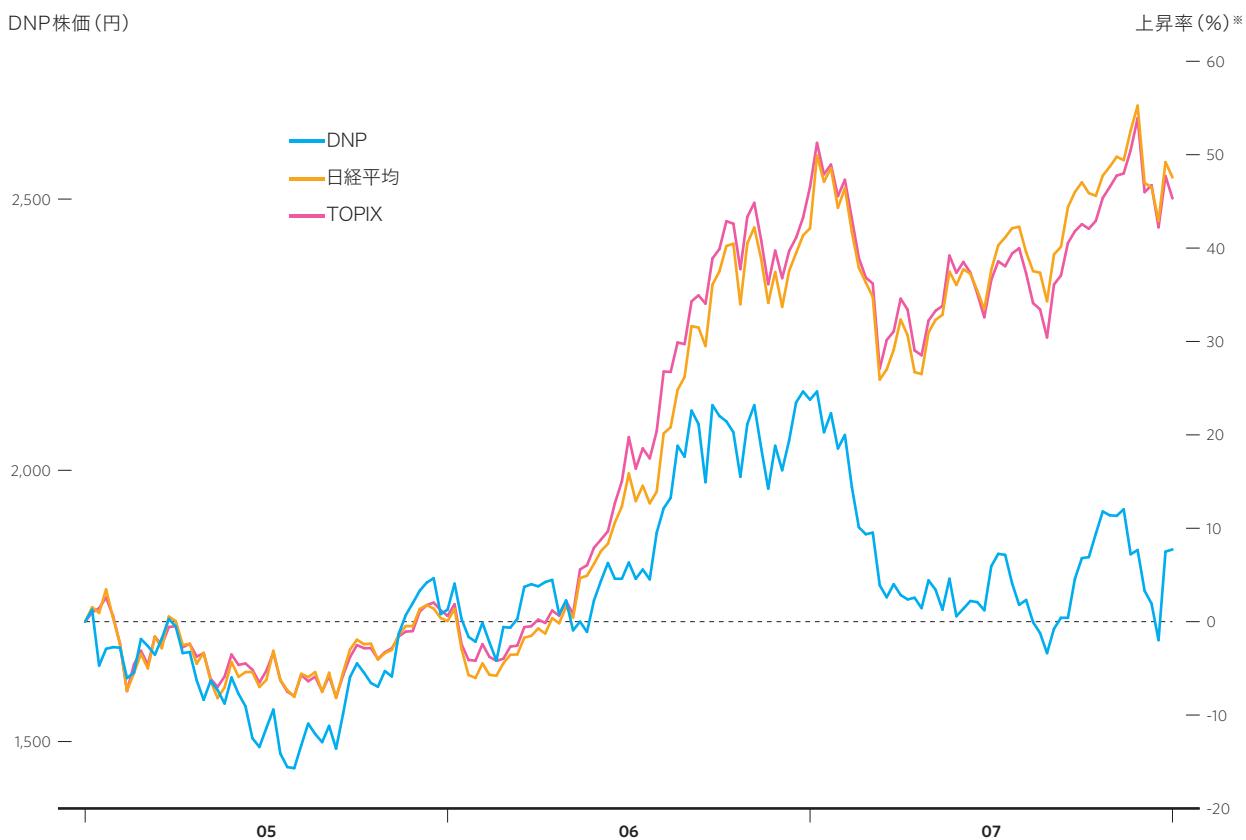
東京、大阪

大株主の状況:

	持ち株数(千株)	出資比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	46,044	6.30%
第一生命保険相互会社	34,646	4.74%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	23,444	3.21%
ユーピーエス エージー ロンドン アカウント		
アイビービー セグリゲイテッド クライアント アカウント	23,179	3.17%
ステート ストリート バンク アンド トラスト カンパニー 505103	21,050	2.88%
ナツツクムコ	19,644	2.69%
株式会社みずほコーポレート銀行	15,242	2.09%
日本生命保険相互会社	14,349	1.96%
株式会社みずほ銀行	12,471	1.71%
自社従業員持株会	9,934	1.36%

上記表以外に、大日本印刷(株)は自己株式35,563,002株を保有しています。
なお、当該株式数には、株主名簿上は大日本印刷(株)名義となっていますが、
実質的に所有していない株式が1,000株含まれています。

株価推移の状況(東京証券取引所)
(2005年、2006年、2007年3月期)

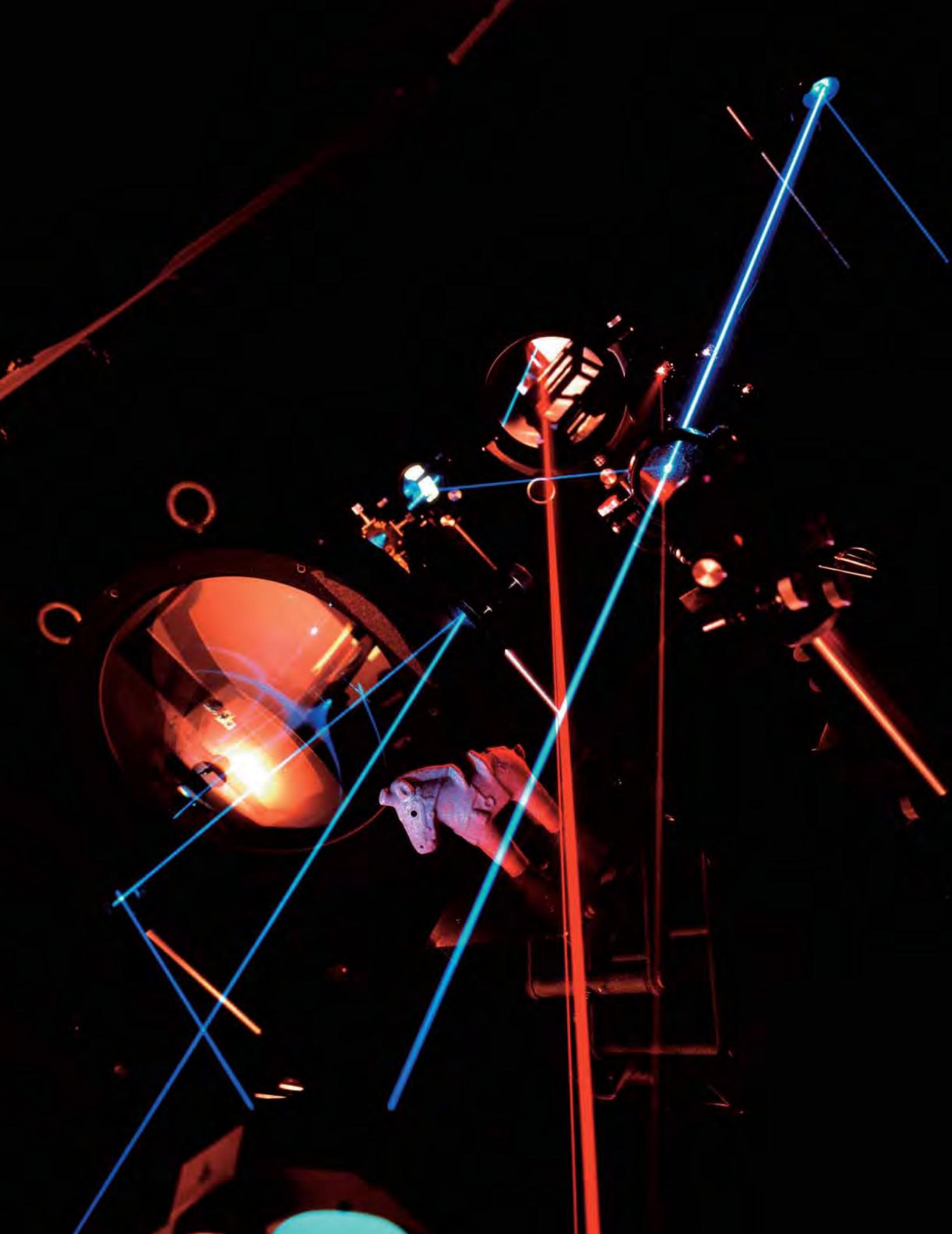


議決権の状況 (2007年3月31日現在)

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 36,997,000	—
完全議決権株式(その他)	普通株式 690,543,000	690,543
単元未満株式	普通株式 2,940,693	—
発行済株式総数	730,480,693	—
総株主の議決権	—	690,543

自己株式等 (2007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)	35,562,000	4.87
教育出版(株)	1,435,000	0.20
合計	36,997,000	5.06



SEGMENT INFORMATION

部門別情報

CONTENTS

情報コミュニケーション	業績の概要	58
	事業戦略	60
	トピックス	62
生活・産業	業績の概要	66
	事業戦略	68
	トピックス	70
エレクトロニクス	業績の概要	72
	事業戦略	74
	トピックス	76

INFORMATION COMMUNICATION

情報コミュニケーション

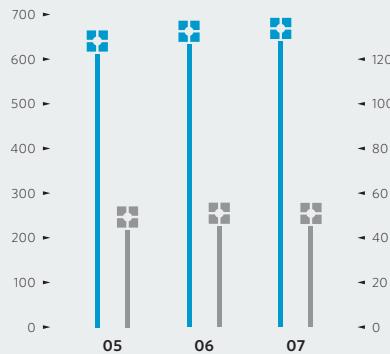
業績の概要

財務ハイライト

	(単位:十億円、%)	
	2007.3	2006.3
売上高	¥668.8	¥662.4
営業利益	50.9	51.0
営業利益率	7.6%	7.7%

■ 売上高(左)
■ 営業利益(右)

(単位:十億円)



決算概要

出版印刷関連は、フリーペーパーが増加したものの、出版市場の低迷が続き、好調なジャンルのない雑誌が減少しました。商業印刷関連は、上半期における活発な企業の販売促進活動にともない、チラシ、パンフレット、プレミアム製品が増加して、売上高が約5%増加しました。ビジネスフォーム関連は、ペーパルメールなどのデータ入力から印刷・発送までの業務を行うIPS(Information Processing Services)が好調に推移しましたほか、ICカードも銀行向けを中心に大幅に増加しました。これらにより、当期の部門全体の売上高は、前期比63億66百万円、1.0%増の6,688億41百万円となりました。

利益については、積極的なコスト削減を展開しましたが、受注単価の下落や原材料価格の値上がりの影響が大きく、営業利益が前期比58百万円、0.1%減の509億57百万円、営業利益率も0.1ポイント低下し、7.6%となりました。

なお、当部門がDNP全体に占める構成比は、売上高で43%、営業利益で50%となっています。

出版印刷関連

2006年1月から12月までの国内出版販売金額は、前期比2.0%減の2兆1,525億円と、引き続き減少傾向にあります。書籍がミリオンセラーや教養新書の好調を受けて2年ぶりに前年を上回り、1.4%増の9,326億円となった反面、

雑誌は創刊点数が減少し、販売金額が4.4%減の1兆2,200億円、販売部数が6.1%の減少となるなど低調でした。一方、フリーペーパーは発行タイトル数の増加が寄与し、順調に増加しました。

2006年4月～2007年3月における創刊誌は、前期比19誌減少し179誌となりました。このうちDNPは創刊誌全体の30%にあたる54誌を受注し、受注点数で前期比7誌増となりました。一方、休刊誌は前期比53誌減少の170誌となり、このうち21%にあたる35誌がDNPの受注誌でした。

営業活動を強化し創刊誌獲得などで成果を上げましたが、市場の伸び悩みを受け、売上高は前期比3%の減少となりました。利益面でも内製化率の向上、物流費の削減など、コストダウンを推進しましたが、販売量の減少を相殺するには至りませんでした。

商業印刷関連

2006年度の広告関連の売上高は、前期比1.6%増と、3年連続して前年を上回る好調が続きました。企業の広告費は、2006年の前半に、トリノ冬季オリンピックやサッカーワールドカップなどがプラス材料となり堅調に推移しましたが、後半には企業業績の伸び率低下を受けて減少しました。媒体別では、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌のマスコミ四媒体の広告費が減少するなか、インターネット広告費が前期比29%増と引き続き好調に推移しました。

売上高は、カタログが微減となったも

のの、チラシ、パンフレット、プレミアム製品が増加し、前期比5%増となりました。

一方、受注競争の激化など、経営環境が厳しさを増すなかで、コスト削減策として段取り時間の短縮、歩留りの向上、外注先への技術指導やコンサルティングによる協業体制の強化、たな卸資産圧縮による外部倉庫料の削減などを進め、収益の確保に努めました。

ビジネスフォーム関連

帳票類は、生命保険・損害保険等の重要事項説明文改定や、一部損害保険の契約者宛詫び状、印刷幹事会社制による一括取り込みなどが寄与し、増加しました。IPSについては、競合先との価格競争が激化しましたが、請求書などの発行業務だけではなく、関連

するバックオフィス業務の一括アウトソーシングを得意先に提案するなど、受注拡大を図りました。こうした活動の結果、売上高は、IPS、ICカードの順調な拡大により前期比9%増となりました。

IPSの主要取り扱い品目は、携帯電話、クレジット、運輸関連の請求書、損害保険会社の保険証券や申込書、銀行や証券会社のカスタマーセンター関連の書類やステートメント、通信教育その他のダイレクトメール、チケットなどの発行、発送業務です。DNPは、二次元コードを利用した一通ごとのトレーサビリティシステムなどにより、他社との差別化を図っています。

ICカードにおけるDNPの国内シェアは約40%で、基本OSのMULTOS™や各種アプリケーションソフトの開発により、

業界No.1の地位を獲得しています。分野別では、静脈による生体認証技術などを強みとして、銀行ICキャッシュカードで90%以上のシェアとなっています。そのほか、クレジットカードなどの金融関連で60%、携帯電話向けSIMカードなどの通信関連で40%、ETCで50%、鉄道関連で15%、社員証や会員証などのID関連で40%と、それぞれの分野でシェアを保持しています。



事業戦略

創発的な社会の進展にともない、通信・ネットワーク、金融や流通の仕組み、教育のシステム、衣食住をはじめとした生活文化などの社会基盤は絶えず変化しています。こうした変化に対し、どのように事業を展開していくべきか、どのような行動が適切なのかという顧客企業や生活者の課題も大きくなっています。

私たちは、変化の兆しにいち早く気づき、DNPグループの持つ強みを活用して、これらの課題に対する仮説を立案し解決していくことで、また新たな基盤づくりにも関わることで、多くの事業機会を獲得し、事業の拡大を図っていきます。

P&Iソリューション

創業の頃から培ってきた「印刷技術」(Printing Technology)と、1970年代はじめから蓄積してきた「情報技術」(Information Technology)を組み合わせ、情報コミュニケーションに関する独自のソリューションを生活者や顧客企業に提供していきます。私たちは、情報流通の仕組み全体を事業領域として、創発的な社会に役立つソリューションビジネスを展開します。

多様な コミュニケーション 形態への展開

いまや生活者は、印刷メディアだけではなく、インターネット(PC・携帯電話)やデジタル放送など、あらゆる情報メディアを組み合わせて利用するようになりました。私たちは、こうしたコミュニケーション形態の拡がりに合わせて、情報メディアごとに最適な技術を開発するとともに、複数の情報メディアを組み合わせたDNP独自のソリューションを提供して、生活者や顧客企業の課題解決を実現します。

顧客の コミュニケーション 活動全体の アウトソーシング

大容量データの処理に関する印刷で培ってきた技術・ノウハウと、重要情報の取り扱いに関する高い情報セキュリティの知見・技術を基盤として、調査、分析、コンサルティング、コンテンツの企画制作、オンデマンドを含めた印刷、物流、ネットワーク配信、カスタマーセンター運用など、顧客企業のコミュニケーション活動のあらゆる業務プロセスにおいて、アウトソーシングの積極的な受託を進めています。

重点施策

P&Iソリューションでビジネスの拡大を図る

モノづくりを中心とした事業を一步前進させ、印刷技術と情報技術の融合を図り、DNP独自のソリューションを提供して顧客の課題を解決する提案型(ソリューション型)事業をさらに拡大していきます。

情報コミュニケーション部門では、製品の付加価値を高めるための企画、デザイン、マーケティング戦略などさまざまな提案を行っています。また、企業のダイレクトマーケティングのニーズに対応し、個人情報と販促情報のマッチングから、デジタルプリント、配送までを一貫して行う事業などを推進しています。さらに、ICカード、電子フォームなど決済系ソリューションを中心とする事業と、ICタグ、オンデマンドプリント、パーソナルDMなどの製品やサービスを連携させて、顧客が抱える課題を総合的に解決する企画提案力を強化とともに、顧客の新しいビジネスの仕組みをも創出するソリューション提供を積極的に行います。

また、私たちは、情報メディアの多様化という環境の変化を見据え、電子書籍や音楽の配信など、デジタルコンテンツ関連ビジネスにも取り組んでいます。変化にいち早く対応したソリューションビジネスの比率を高めることにより、収益の拡大を目指します。

他の事業部門との連携強化によるソリューション拡大

DNP五反田ビル(東京都品川区)や、DNP神谷ソリューションセンター(東京都北区)など、2006年に完成した新たな拠点を活用し、他の事業部門との連携をより強化していきます。特定の顧客や業種に特化したソリューションに加え、複数の業種にまたがる共通課題も解決していく取り組みを進め、体制も整備していきます。

DNP五反田ビルに、“全館ショールーム”という構想のもと、多様なプレゼンテーションスペースをオープンさせるとともに、営業、企画、制作、研究などの部門を集約し、業務の効率を高めています。顧客の課題抽出やソリューション立案など、新たな提案を創り出す場として活用し、さまざまな企業とのコラボレーションを実践しています。

また、DNP神谷ソリューションセンターは、顧客企業にとって最適な、新しいビジネスモデルを実現する“製造拠点”として、稼働を開始しました。

アウトソーシング受託事業推進に向けての取り組み

今後、顧客の業務プロセスを深く理解し、その改善を図るとともに、積極的に顧客のアウトソーシングを受託していく事業に注力していきます。

これまで、決済系ソリューション分野では、データの入出力、データセンターの運営、事務局機能の提供など、バックオフィス業務の支援に積極的に取り組んできました。今後は、情報処理サービスやデジタル印刷機によるオンデマンドプリント機能などを融合させ、

得意先のプロモーション企画の立案やCRMの支援といったフロントオフィス業務にも積極的に取り組んでいきます。

さらに、新規事業立ち上げのスピードアップ、新たな技術やノウハウの取得などのために、必要に応じてM&Aやアライアンスなども行い、アウトソーシング受託事業を強化していきます。

グローバル展開による新市場開拓

2005年に設立した上海の現地法人を活用したアジア市場への展開に加え、ネットワークを活用して、印刷データを世界各地の印刷会社に伝送して最適地生産を行うGMM(グローバルメディア)の展開など、海外印刷需要への対応を強化していきます。

INFORMATION COMMUNICATION

情報コミュニケーション

トピックス

ICカードの用途開発と普及促進でさらなる事業拡大へ

DNPは、1981年にICカードへの取り組みを開始して以来、マルチOSやアプリケーションソフトの開発、ICカードの製造・発行などを通じて、ビジネスや生活の高付加価値化に貢献してきました。現在では国内ICカード市場の約40%のシェアを獲得し、特にICキャッシュカードでは、メガバンクを中心に90%以上の製造・発行を行っています。また、社員証や交通カード、電子マネー用などで需要が急増している非接触ICカードでも約5割のシェアを確保しています。今後も、公共やアミューズメントなどへの用途の広がりが期待され、接触と非接触の共用タイプなどの需要が高まるなか、さらなるビジネスの拡大に向けてマーケットをリードしていきます。

**2つの生体認証に対応する
ICキャッシュカードを開発**

2006年5月、DNPは、指静脈と手のひら静脈の2つの生体認証に対応したICキャッシュカードを国内で初めて開発しました。1枚のICキャッシュカードだけで、認証方式が異なる金融機関のATMも利用したいという要望に応え、2006年3月に全国銀行協会の標準仕様が改訂されたのを受けて、今回DNPが製品化しました。MULTOS™、JavaCard™、および1つのICチップに接触と非接触の両機能を備えたデュアルインターフェイスカードを提供します。すでにいくつかの金融機関で採用されているほか、今後全国規模での拡販を進め、3年間で50億円の売上を目指します。

第2世代暗号鍵でATMのセキュリティを向上

ATM利用時には、ICキャッシュカードとATM内蔵のセキュリティカードの間で、暗号

鍵を利用したデータの暗号化や正当性確認が行われます。安全性の向上を目的に、1,024ビットの第1世代から1,152ビットの第2世代へ、暗号鍵の変更が進められていますが、その際、より速い演算処理がセキュリティカードに求められます。

このニーズに対応し、2006年6月、DNPは第2世代暗号鍵を搭載し、より高速な演算処理を行うセキュリティカードの販売を開始しました。また、第2世代暗号鍵を搭載したICキャッシュカードとセキュリティカードの発行手順を定型化・簡便化し、カード発行用のソフトウェアを複数の金融機関で共用できるようにした「第2世代鍵パック」の提供も開始しました。現在、DNPは、約200社の金融機関にICキャッシュカードを供給しており、ほぼすべてのATMメーカーにセキュリティカードを供給しています。第2世代鍵パックも、2006年6月の時点で、すでに約80社の金融機関から受注していました。このシェアとソフト開発の強みを活かし、今後5年間で400億円の売上を目指します。

**低価格のFeliCa®対応
デュアルインターフェイスカードを開発**

低価格FeliCa®対応デュアルインターフェイスカード

2006年7月、DNPは、1枚のICカードでさまざまなサービスを利用できる、低価格なFeliCa®対応デュアルインターフェイスカードを開発しました。この製品は、あらかじめアプリケーションソフトを搭載しておくネイティブカードで、接触方式のICクレジットカード、ICキャッシュカードといった必要最低限の機能に絞ることによって低価格化を実現しました。非接触方式の電子マネーやポイントサー

ビスなどのアプリケーションは、用途に合わせて自由に追加できます。例えば、ATMを使用してICキャッシュカードの口座から電子マネーをチャージする、というサービスも可能です。金融機関向けに販売を進め、今後3年間で80億円の売上を目指します。

**1枚50円の非接触ICカードを開発、
新たな市場の掘り起しへ**

2007年3月、国際規格ISO/IEC14443 Type Aに準拠した低価格の非接触ICカードを開発しました。メモリー容量を抑え（書き換え可能領域48バイト、書き換え不能な個別ID7バイト）、カード基材を紙またはPETにすることなどにより、10万枚の紙カードで1枚約50円という、これまでにない低価格を実現しました。交通乗車券、診察券、商品券、社員証などの用途で導入を促進し、3年間で50億円の売上を目指します。

ISO/IEC14443 Type Aに準拠した
低価格の非接触ICカード**本格導入の加速により急拡大する
ICタグ市場をリード**

DNPは、大規模な伸びが見込まれるICタグにおいて、用途に応じた標準規格の策定、利用しやすい環境の構築やアプリケーションの開発などを行い、タグソリューションベンダーとして事業の拡大を推進しています。顧客企業と連携し、さまざまな業界の実証実験にもパートナーとして参加することにより、商品流通の変革にとどまらず、より安全で快適な暮らしの実現に向けたソリューションの提供も推進していきます。

アクティブ型ICタグを用いた生鮮食料品向けトレーサビリティシステムを開発

DNPは、温度・位置センサー、携帯電話モジュールを搭載したアクティブ型ICタグを使ったトレーサビリティシステムを開発しました。

食の安全への関心が高まるなか、特に冷凍食品や生鮮食品では、品質劣化を避けるために流通過程での適切な温度管理が求められています。当システムでは、携帯電話モジュールを通じて商品の外箱に付けたICタグにアクセスし、流通過程での温度・位置情報の取得や到着確認などを行います。これにより、搬送中の温度変化への迅速な対応や、到着時間の正確な予測などが可能になります。この物流履歴管理システム「トレイルキャッチ」は、2006年日経優秀製品・サービス賞の優秀賞、日経産業新聞賞を受賞しました。今後は、湿度、照度、圧力、加速度などの測定機能を開発し、販促を強化していきます。



トレイルキャッチ

ICタグ関連の展示・体験・実験施設を拡充

DNPは、顧客企業がICタグの基本機能を把握し、機器・サービスの両面でシステム導入を検討できる「ICタグ実験工房」を東京と大阪で運用しています。2006年10月、東京の施設をリニューアルし、従来の展示・商談スペースに加えて、顧客企業の実際の製品などにICタグを貼り付け、読み取りテストなどを行うことができる実験スペースを新設しました。

また、2006年5月には、ICタグを用いた物流管理の実験施設「ICタグSCMソリューションテスセンター」を開設しました。ICタグの導入にあたっては、利用環境によってICタグの情報を正確に読み取れないなどの障害が発生する可能性があります。この障

害を抑えるため、当施設で顧客企業の物流環境を再現し、最適なICタグとリーダーの選定や環境設定を行うことで、円滑なシステム導入を支援します。



ICタグSCMソリューションテスセンター

UHF帯ICタグの量産を開始し、2007年度中に年間1億枚規模へ

DNPはUHF帯ICタグの生産体制を強化して、2006年6月より月産数十万枚規模で量産を開始しました。2007年度中には年間1億枚規模に拡大していきます。

通信距離が長く、広範囲での読み取りが可能なUHF帯ICタグは、欧米の大手流通チェーンの物流管理などに本格導入されており、日本でも2005年4月と2006年1月の国内電波法省令改定により利用が可能になりました。すでに大手家電量販店での導入が決定し、今後の普及が見込まれているなか、DNPは量産体制を整えて市場の拡大に対応していきます。価格は、ラベル形状で1枚40円程度。ICタグと周辺機器・システムで、2008年度に50億円の売上を目指します。



UHF帯ICタグ

新機軸のソリューション開発を加速

自分の顔写真を使って

シミュレーションできるシステムが人気

DNPは、新婦の顔写真と、さまざまなか

エディングドレスや披露宴会場の画像を組み合わせたシミュレーションイメージを表示する「Tri-V DESIGNER for Bridal」を開発しました。ドレスやヘアスタイル、ブーケ、テーブルクロスやナップキンなどのシミュレーションにより、結婚式当日のイメージを事前に確認することができます。

また、携帯電話で撮影した顔写真と、好みのヘアスタイルやファッショントを組み合わせてシミュレーションできる「モバイル版Tri-V DESIGNER for Mystyle」も開発し、顧客企業の携帯サイトで導入されています。

今後、ブライダル業界、アパレル業界、ヘアサロン、携帯サイトなど、さまざまな業界のサービスに応用し売上を拡大していきます。



「Tri-V DESIGNER for Bridal」画面イメージ

表現技術の深化による事業の拡大

CADデータからの3次元CG制作で 欧米2社と業務提携

DNPは、自動車、輸送機械、重機、電器、住宅メーカーなどの製品のCADデータから、さまざまな販促媒体にも使用可能な実写レベルの3次元CGを制作する事業で、欧米の2社と業務提携しました。メーカーの多くはCADシステムで製品の設計や開発を行っており、製品の完成前から展開する販促活動において、このCADデータを利用したいというニーズを持っていました。DNPは、CADデータから高品質な3次元CGを制作することにより、販促効果を高めるとともに、コストの削減を実現します。

2006年4月には、ドイツのRealtime Technology AG(RTT社)と提携し、カタログ用の3次元CG画像や、RTT社の技術を利用して制作したインターラクティブ・コンテンツの制作などを開始しました。また、2006年12月には、

INFORMATION COMMUNICATION

情報コミュニケーション

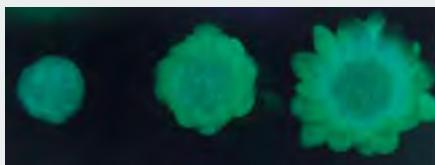
米国ハリウッドの特撮・CGスタジオ、デジタルドメイン社と提携し、ハリウッド映画レベルの3次元CG動画の制作をはじめています。2010年には、両社との提携によるビジネスを計200億円にまで広げる計画です。



CADデータから制作した3次元CGの画面イメージ

アニメーションのように動く ホログラムを開発

DNPは、リアルな立体画像がアニメーションのように動いて見える新型ホログラム「モーションイメージ™」を開発し、ブランド商品の模倣品対策などの用途で販売を開始しました。



特殊な装置や技術を用いて製造するホログラムは、有効な偽造防止手段としてクレジットカードや金券類、ブランド保護シールなどに採用されていますが、絵柄が単純なものについては一部で模倣品が出回るようになりました。今回開発したモーションイメージ™では、立体画像やアニメーションの動きなどの正規品の特徴を店員や生活者が把握しやすいため、店頭などにおける真贋判定が瞬時に正確に行えます。また、非常に高度な技術を要するため、偽造がきわめて困難です。模倣品対策用途などで、今後3年間で10億円の売上を目指します。

大画面向け高精彩デジタル映像 システムの販売を開始

DNPは、企業のプレゼンテーション施設や博物館・美術館などの大画面映像施設に

向けて、高精彩デジタル映像コンテンツの製作、映像設備の選定・施工、配信・上映用の映像システムなどをトータルに提供するサービスを開始します。印刷を通じて培った画像処理技術を活用し、20年以上にわたって全国の美術館などに高精彩映像コンテンツやシステムを提供してきた実績をもとに、一貫したサービスを行います。各種映像フォーマットに対応したコンテンツを製作し、利用環境に応じてリアプロジェクションスクリーンや、明るい場所でもきれいな映像が映せる「JETBLACK™」なども提供します。



高精彩デジタル映像システムの例

印刷技術と情報技術を核とする Webソリューション

携帯電話に印刷物と同じ体裁で コンテンツを表示するサービスを開発

DNPは、携帯電話の画面上に印刷物と同じ体裁でコンテンツを表示するサービス「モバイルデジタルページメディア™」を開発しました。利用者は、見やすい体裁で、カタログやチラシなどを閲覧することができます。印刷用データがあれば携帯電話用のコンテンツを制作することができ、またDNPのASPサービスを利用することにより、システム導入の期間やコストを抑えることができます。出版社や通販事業者などへの販促を強化し、3年間で5億円の売上を目指します。



携帯電話の画面上での表示イメージ

電子書籍の制作・流通ライセンス事業に 本格参入

2006年7月、DNPは株式会社モバイルブック・ジェーピーへの出資比率を引き上げて筆頭株主になるとともに、10月より人員を派遣するなど協力関係を強化しました。今後は電子書籍の制作・流通ライセンス事業の展開を加速させていきます。

ここ数年、ブロードバンドの普及や携帯端末の機能向上により、電子書籍市場が急成長しています。DNPは、この市場の拡大を事業機会と捉え、これまで培ってきたデジタルコンテンツの制作ノウハウと、出版社との密接な窓口機能を活用して、事業の拡大を推進します。2007年度には、出版社100社以上、電子書籍サイト100店舗以上の契約を予定しており、20億円、2万タイトルの販売を見込んでいます。

ワンセグ放送向け

地図データ配信ASPサービスを開始

DNPは株式会社ゼンリンデータコムと提携し、ワンセグ放送（携帯端末向け地上デジタル放送）用に、日本全国の詳細な地図データを配信するASPサービスを開始しました。ワンセグでは、画面上部にテレビ映像、下部に文字や静止画像などのデータ放送コンテンツが表示されます。このASPサービスでは、番組で紹介される店舗や観光地、イベント会場などの場所を知りたいという視聴者の要望に応え、放送局がデータ放送コンテンツ内に地図データを表示することができます。ゼンリンデータコムが提供する地図データは、全国の道路地図に加え、約1,300の主要都市の市街地図を収録しており、データ放送画面向けに最適化されたものです。



携帯電話の画面上での
表示イメージ



LIFESTYLE & INDUSTRIAL SUPPLIES

生活・産業

業績の概要

財務ハイライト

	(単位:十億円、%)	
	2007.3	2006.3
売上高	¥532.7	¥479.9
営業利益	36.2	37.5
営業利益率	6.8%	7.8%
	8.0%	

■ 売上高(左)
■ 営業利益(右)

(単位:十億円)



事業環境

2006年1月から12月の国内個人消費の動向は、コンビニエンスストア販売実績で前期比0.5%増と伸び率が鈍化したものの、売上の増加を維持しました。百貨店・スーパーの販売実績は前期比0.9%の減少となりましたが、小売業全体では0.1%の増加となりました。

2006年度の住宅着工戸数は、前期比2.9%増と4年連続の増加となりました。

一方、依然として受注競争が激しく、石化製品の値上がりなどもあり、厳しい収益環境が続きました。

決算概要

当期の売上高は、コニカミノルタホールディングス株式会社より譲渡を受けた写真関連事業の寄与もあり、前期比527億30百万円、11.0%増の5,327億13百万円となりました。

営業利益は、住空間マテリアルの環境対応製品や光学フィルムなどが増加したものの、原材料価格の値上がりと受注単価下落の影響を受け、前期比13億39百万円、3.6%減の362億52百万円となりました。営業利益率も前期を1.0ポイント下回り、6.8%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34%、営業利益で35%となっています。

包装関連

包装関連製品は、プリフォームと軟包装材が増加しましたが、紙器、紙カップが減少し、売上高が前期比2%減となりました。プリフォームは、PETボトルを成型する材料となる試験管形状の第一次成型物で、大型無菌充填システムの増加にともない販売量が増加しています。当期は、この大型無菌充填システムを2ライン販売しました。収益面では、フィルムやレジンなどの原材料価格の値上がりの影響を受け、厳しい状況が続きました。

住空間マテリアル関連

住空間マテリアル関連は、環境・健康に配慮した化粧シート「サフマーレ」をはじめとする環境対応製品がマンションや賃貸住宅向けに増加し、北米を中心とした海外輸出も堅調に推移するなど、売上高が前期比1%増となりました。

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、残材処理時にダイオキシンがほとんど発生しない非塩ビ材を基材に使用し、表面加工にはシックハウス症候群の原因物質となる溶剤を使用していない点などが、市場で高い評価を得ています。

オプトマテリアル／産業資材関連

この分野では、PDP(プラズマディスプレイパネル)用電磁波シールドフィルムが、PDPの販売不振による生産調整の影響を受け、前期を下回る結果となりましたが、光学フィルムの主力製品である液晶ディスプレイ向け防眩フィルム、デジタルプリント市場の拡大により需要が増加しているカラープリンターやインクリボンが大幅に増加し、売上高が前期比12%増となりました。

液晶ディスプレイ向け防眩フィルムは、すべての偏光板メーカーへの供給により、約70%のシェアを獲得しています。PDP用電磁波シールドフィルムは、電磁波カット機能に優れたエッティングメッシュ方式で、トップシェアを獲得しています。

インクリボンは、ファクシミリ向けなど

モノクロタイプで大幅減となりましたが、家庭用、業務用とも、デジタルカラープリンター向けの製品が大幅に増加しています。また、KIOSK端末型セルフプリントシステム「PrintRush」は、高速、高精細プリントの強みが市場で評価され、大手家電量販店などへの展開が順調に進み、2007年3月末の設置台数が900台となりました。

また、従来から取り組んできたフォトプリント事業を強化するため、2006年にコニカミノルタホールディングスより証明写真事業と写真関連商品販売事業、カラー印画紙を製造している小田原工場の譲渡を受けました。昇華型熱転写記録材のほか、銀塩写真用印画紙の供給なども展開し、フォトプリント事業の拡大を図っていきます。



事業戦略

生活・産業部門は、創発的な社会の実現を目指し、機能性、環境対応、高付加価値化を重視した製品やサービスを開発し、国内および海外への拡販に努めています。

包装事業、住空間マテリアル事業は、機能性や環境対応を重視した製品の開発と、顧客の課題を解決するソリューションの提供により、安定的な成長と収益性の向上を図っていきます。また、オプトマテリアル／産業資材事業では、高付加価値製品、新カテゴリー製品を積極的に開発し、新たな市場を開拓していきます。

機能性と環境への対応

ユニバーサルデザインや地球環境保全への対応を指針とし、より健康、より安全、より快適、より便利を願う生活者のニーズにマッチする、機能性を備えた環境配慮製品の開発を進めます。

高付加価値化と成長領域へのシフト

これまでもDNPのビジネスを大きく変革・拡大してきたコーティング技術をコアに、印刷技術の可能性をさらに追求し、高付加価値製品とサービスの開発を活発化させていくとともに、将来の成長が期待できる領域へシフトしていきます。

オプトマテリアル／ 産業資材事業における新規展開

市場をより広く捉え、エネルギー分野、ライフサイエンス分野、素材関連分野などの成長領域において、先端的で独自性のある技術や製品を開発し、新規事業を創出していくとともに、アライアンスも活用した新しいビジネスモデルづくりを推進します。

重点施策

包装事業： 機能性、環境対応を追求した 製品を強化

少子高齢化などの影響により、日本国内では、数量だけを見てみると食品パッケージなどの大幅な増加は期待できないと考えています。しかし、地球環境保全や食の安全に対する意識の高まりが、新機能への需要を生み出し、新たなビジネスチャンスが広がっています。プラスチック材料の減量化や、顧客企業の製品製造時に環境負荷やコストを軽減するシステムの開発などが求められており、私たちは積極的な開発を進めています。また、食の安全に対する生活者のニーズの高まりを受け、食品の素材、加工や流通のプロセスなどの情報をデータベース管理するトレーサビリティのサービスにも、新たなビジネスとしての成長が期待されています。

今後は、こうした市場のニーズを柔軟に取り入れ、付加価値が高く機能性に優れた製品へのシフトを進め、競争力を高めています。

住空間マテリアル事業： 環境対応型の高付加価値製品を ポートフォリオの中心に

新設住宅着工件数が伸び悩むなか、住空間マテリアル事業では、収益確保を目指した高付加価値戦略を展開します。DNP独自のEBコーティング技術を施した木目化粧材「グランモード」、DNPオリジナルブランドの木目化粧鋼板「エリオ鋼板WSセレクション」、オリジナル木目化粧材「WSシリーズ」をは

じめとして、環境や健康に配慮し、デザイン性や機能性に優れた製品を開発し、オフィスや病院、商業施設といった住宅以外の分野にも積極的に販促していきます。また、日本国内だけでなく、家具表面材などの用途で化粧シートの需要が旺盛な海外市場にも積極的に拡販していきます。一方、2002年に設置した住空間分析評価センターでは、建築材料から放出される揮発性有機化合物(VOC)の測定などを行っています。

私たちは、住空間全体を事業の対象とし、そこにあるさまざまな課題を解決する「住空間ソリューション」によって事業の拡大を図っていきます。また環境対応型の高付加価値製品を中心にポートフォリオを充実させ、安定成長と収益力の向上を図っていきます。

オプトマテリアル事業： 光学フィルム向けに積極投資

オプトマテリアル関連では、今後も大きな伸びが期待されるディスプレイ市場に向けて光学機能性フィルムに積極的に投資し、生産能力を大幅に拡大しました。広島県三原に約70億円を投じて新工場を建設し、岡山工場と合わせて、生産量を従来の2倍に引き上げました。DNPは現在、液晶ディスプレイ向けの反射防止フィルムにおいて、全世界で約7割のシェアを獲得していますが、機能性を向上させた新型フィルムの投入などにより、今後もこの市場を牽引していく方針です。

情報記録材事業：

コニカミノルタグループの資源を 有効活用し、大幅な拡大を目指す

2006年、DNPは、フォトプリント事業を強化するため、コニカミノルタホールディングスから、写真関連製品の国内販売事業と証明写真事業などを譲り受けました。コニカミノルタグループが保有していた販売チャネルを活用することによって、DNPがトップシェアを占めている昇華型熱転写記録材の販売強化にもつなげていきます。また、KIOSK端末型セルフプリントシステム「PrintRush」と、証明写真ボックスとの併設などにより、国内での両プリント端末事業の拡大も図っていきます。

グローバル展開による新市場開拓

包装および住空間マテリアルの両事業については、国内の製造拠点をマザーワークとして、東アジアなどの海外需要に対応し、新市場を開拓していきます。情報記録材事業では、フランスに開設したインクリボンのアセンブリを行う合弁会社と、米国の昇華型プリント材料の販売会社を拠点として、グローバルな市場に対する最適な生産と販売の体制を構築していきます。

トピックス

未来の包装材にチャレンジ

国内初、宇宙日本食向け包装材を開発

DNPは、国内で初めて宇宙日本食向けの包装材を開発し、2007年度より、食品メーカーへのサンプル出荷を開始します。

独立行政法人 宇宙航空研究開発機構(JAXA)は、国際宇宙ステーションに接続する実験棟「きぼう」での利用を想定し、宇宙日本食の開発を進めています。DNPは、国内トップレベルの包装材メーカーとしての開発力を認められ、2002年より宇宙日本食向け包装材の基準作成および開発に参加してきました。そして2007年2月、宇宙飛行に耐えられる強度と保存性、無重力空間でも容易に調理・飲食できる機能を合わせ持った包装材の開発に成功しました。今回開発した包装材はフリーズドライ食品用で、水またはお湯で戻すだけで飲食できます。JAXAの認証基準に適合した当包装材の指定メーカーは、2006年度末の時点でDNP1社のみです。今後、2007年度中の運用開始が予定されている宇宙日本食用に必要なパッケージを供給し、食品メーカーに風味や保存性のテスト用包装材を提供するなど、未来の市場開拓を進めていきます。



宇宙日本食向け包装材



飲み口部品(左)、注入口部品(右)

世界で初めてCVD技術を採用した透明蒸着バリアフィルムを開発

DNPは、世界で初めて、薄膜形成技術のひとつであるCVD (Chemical Vapor Deposition: 化学気相成長法) 技術を包装材に採用した透明蒸着バリアフィルムを開発しました。この新製品「IB-PET-XB (アイビーペットエックスビー)」は、水蒸気と酸素の透過に対する高いバリア性と、フィルムの伸びや折り曲げに対する高い耐久性を兼ね備えています。アルミ箔の代替材料として、耐久性・保存性が求められる食品、医療・医薬、電子部材、産業部材分野などの用途で、積極的な販売を行っていきます。



透明蒸着バリアフィルム「IB-PET-XB」

市場構造変化を見極め、建材から住空間全体へ事業を拡大

住空間全体を対象とした事業の拡大に向け、製販体制を一新

2006年8月、建材事業部門の一部と大日本商事株式会社(DNPの子会社)の建材販売部門および同社地方支店の一部を分離・統合し、建材製品の開発・加工・販売を行う新会社、DNP住空間マテリアル販売株式会社を設立しました。

DNPは1951年より、住宅市場を中心に、建具や収納システム、床やキッチンなどに使用する高機能化粧シート、玄関ドアなどに使用する化粧鋼板、高機能壁紙など、住空間に関わるさまざまな製品を供給しています。電子線(Electron Beam)を使ったEBコーティング

ティング技術など、DNP独自の印刷加工技術を活用したこれらの製品は、環境対応性をはじめ、意匠性や機能性に優れ、国内トップシェアを誇っています。

一方、今後の国内住宅市場は、人口の減少や少子高齢化、小世帯家族化の進展などにより、大きく変化すると予測されています。DNPは、このような変化に対して、住宅だけではなくオフィスや病院、ショッピングセンターなど多目的施設など、住空間全体への対応を強化することにより、さらなる事業の拡大を推進します。そして、今回の新体制で製造と販売をまとめ、一つの事業会社にすることにより、迅速な経営判断や部門間連携の強化、商品開発力や顧客対応力の向上を実現させます。また仕入・管理システムの統合などにより、全国レベルでの効率的な物流・在庫管理体制を整備し、より高度な品質管理などを実現することで、売上・利益の拡大につなげていきます。

鏡面仕上げ化粧シート「PIAFORTE」の販売を開始

近年、システムキッチンの収納扉、家具や室内ドアなどの用途で、鏡面仕上げされた建材製品の人気が高まっています。しかし、ウレタンや紫外線硬化型樹脂などで塗装された従来製品は、傷が付きやすく、汚れが落ちにくいという問題がありました。

DNPは、独自技術であるEBコーティングで表面処理を行うことで、傷や汚れに強く、手入れが簡単な鏡面仕上げ化粧シート「PIAFORTE (ピアフォルテ)」を開発し、販売を開始しました。EBコーティングは、電子線の照射により樹脂を硬化させる技術で、従来製品に比べて、傷や汚れ、日光などに強く、耐久性や実用性、品質安定性に優れています。また、製造工程での省エネルギー化やCO₂排出量の削減、無溶剤塗工が可能な次世代型環境対応技術です。

今後、高級感が求められる住宅インテリア用途のほか、住宅以外も含めた幅広い用途での受注拡大を目指し、住宅建材メーカーや設計事務所などへの積極的な販促を行います。



PIAFORTE見本帳



PIAFORTEを使った扉サンプル

拡大する薄型テレビ市場への積極的な対応

反射防止フィルムの新工場が稼働開始

DNPは、液晶テレビとプラズマテレビの急速な普及に対応するため、広島県呉三原西部工業団地(小原地区)に、フラットパネルディスプレイ用反射防止フィルムの新工場を建設し、2006年10月に稼働を開始しました。同工業団地内でDNPは、液晶ディスプレイ用カラーフィルター、プロジェクションテレビ用スクリーン、ブラウン管用シャドウマスクなど、各種ディスプレイ用部材の工場を保有し、1993年から製造を行っています。今回新設した工場はこの隣接地にあたり、敷地面積53,000m²、建築面積7,200m²、延べ床面積17,000m²、免震構造の鉄骨3階建です。製造設備と付帯設備を合わせた投資額は3年間で約150億円です。反射防止フィルムの生産能力は、当初月産500万m²とし、2008年までに月産1,000万m²まで倍増させ、市場の拡大に対応していきます。



三原新工場の外観

フォトプリントビジネスを拡充し、新しいB to Cマーケットを開拓

DNPは、フォトプリントに適した昇華型熱転写記録材の生産を1980年代後半からスタートさせ、世界トップシェアを獲得しています。2004年には米国のピクセル・マジック・イメージング社を買収し、2005年よりKIOSK端末型セルフプリントシステム「PrintRush」の日本国内での展開を開始しました。2006年には、コニカミノルタグループから証明写真事業、写真関連商品販売事業、およびカラー銀塩写真用印画紙を製造している小田原工場を譲り受け、昇華型に加え、銀塩方式でのフォトプリントにも対応が可能となりました。この強みを活かし、フォトプリント事業の一層の拡大に力を入れていきます。

コニカミノルタグループから2つの事業と小田原工場の譲渡が完了

DNPは、コニカミノルタグループから2つの事業を譲り受け、証明写真事業を行う株式会社DNPアイディーイメージングと、写真関連製品の国内販売を行う株式会社DNPフォトマーケティングをそれぞれ2006年7月に設立しました。また、コニカミノルタグループ小田原工場の土地、建物およびカラー印画紙製造事業を譲り受け、2006年10月に株式会社DNPアイ・エム・エス小田原を設立して運営を開始しました。

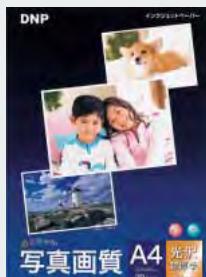
DNPは、プリントメディアの製造からプリントシステムの開発、販売まで、フォトプリントに関する製品やサービスをトータルで提供する体制を整備し、事業拡大を図ります。

初のDNPブランドの写真関連商品を発売

株式会社DNPフォトマーケティングは、2007年3月以降、フォトプリント用に、カラー印画紙「CENTURIA PAPER(センチュリアペーパー)」シリーズおよびインクジェットペーパーの新製品を順次発売します。

「CENTURIA PAPER」シリーズは、コニカミノルタグループから譲り受けた小田原

工場で製造してきた銀塩写真用のカラー印画紙で、新たにDNPブランドの製品として発売します。



DNPブランドのインクジェットペーパー



DNPブランドのカラーフィルム

フォトケースを使った新しい広告事業を開始

DNPは株式会社DNPプリントラッシュと共に、プリントした写真を入れる紙製のフォトケースを媒体とした、新しい広告事業を開始しました。デジタルカメラなどの普及により、店頭などで手軽に写真をプリントできるセルフプリントシステムの導入が進んでいます。DNPプリントラッシュが独自で日本全国に展開する「PrintRush」に、広告が入ったフォトケースを設置することにより、生活者への訴求力を高めていきます。



広告が掲載されたフォトケース(イメージ)

ELECTRONICS

エレクトロニクス

業績の概要

財務ハイライト

	(単位:十億円、%)		
	2007.3	2006.3	2005.3
売上高	¥291.9	¥296.7	¥269.6
営業利益	14.8	37.8	39.6
営業利益率	5.1%	12.7%	14.7%

■ 売上高(左)
■ 営業利益(右)

(単位:十億円)



事業環境

2006年の薄型テレビの全世界における出荷台数は、液晶テレビが前期比2,440万台増の4,640万台、プラズマテレビが340万台増の920万台となり、依然として高い水準の伸びが続いています。

2006年の半導体市場は、携帯電話、携帯音楽プレイヤーなど、コンシューマー向け製品の牽引により、2005年に引き続き堅調に推移し、全世界で前期比8.9%増の2,477億ドルとなりました。なかでも中国を含むアジア太平洋地域(日本を除く)は、前期比12.7%増と順調な伸びを示しました。

また、パソコンの全世界での出荷台数は前期比7%増の2億3,500万台となりました。携帯電話は、全世界出荷台数が10億1,880万台と初めて10億台を突破し、伸び率で25%増と大幅な増加が続いています。

決算概要

当期は、半導体関連が堅調に推移したものの、液晶カラーフィルターなどのディスプレイ製品関連で、前期にパネルメーカーが実施した、生産能力の大幅増強の反動による生産調整などの影響を大きく受けました。

この結果、当期の売上高は、前期比1.6%減の2,919億16百万円となりました。営業利益においても、カラーフィルターの受注単価下落に加えて、設備投資にともなう減価償却費負担増の影響を受け、229億19百万円減少し148億92百万円となり、60.6%の大幅減益となりました。

なお、当部門のDNP全体に占める構成比は、売上高で19%、営業利益で15%です。

ディスプレイ製品関連

液晶カラーフィルターは、パネルメーカーの生産調整により受注数量が大幅減となったことにともない、三原工場の第5世代向けラインの稼働率が一時的に低下するなど、収益面で大きな影響を受けました。しかしながら、下期に入ってパネルメーカーの需要が急回復し、受注数量も大幅に増加し、生産ラインの稼働率も改善しました。一方、価格面では、期を通じて値下げ要請が強く、通期の平均販売価格が15%下落しました。

プロジェクションスクリーンは、北米市場の需要後退がようやく底打ちし、MD^{*1}タイプの受注単価下落の影響があったものの、新規受注が寄与して数量が増加しました。一方CRT^{*2}タイプ

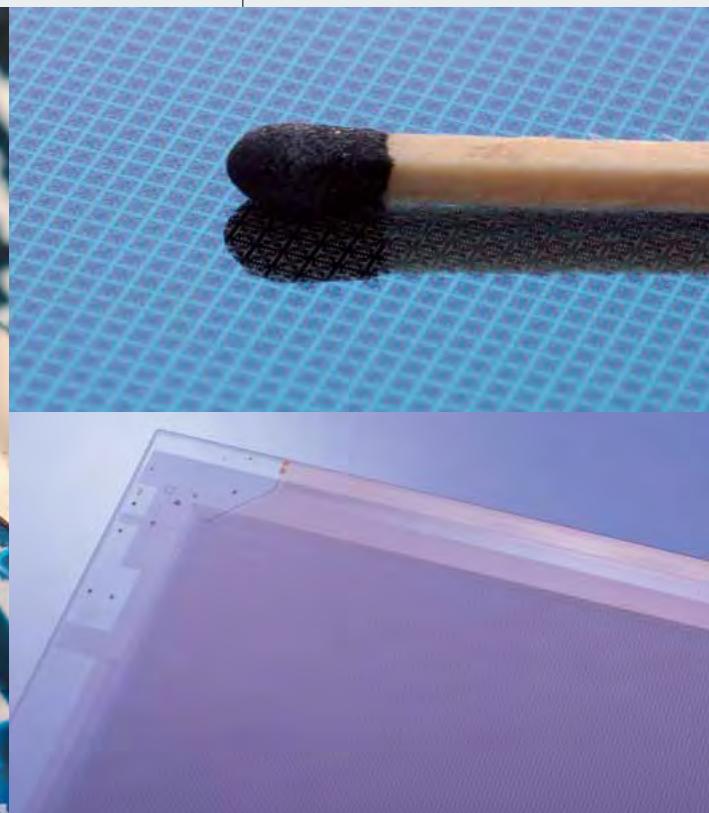
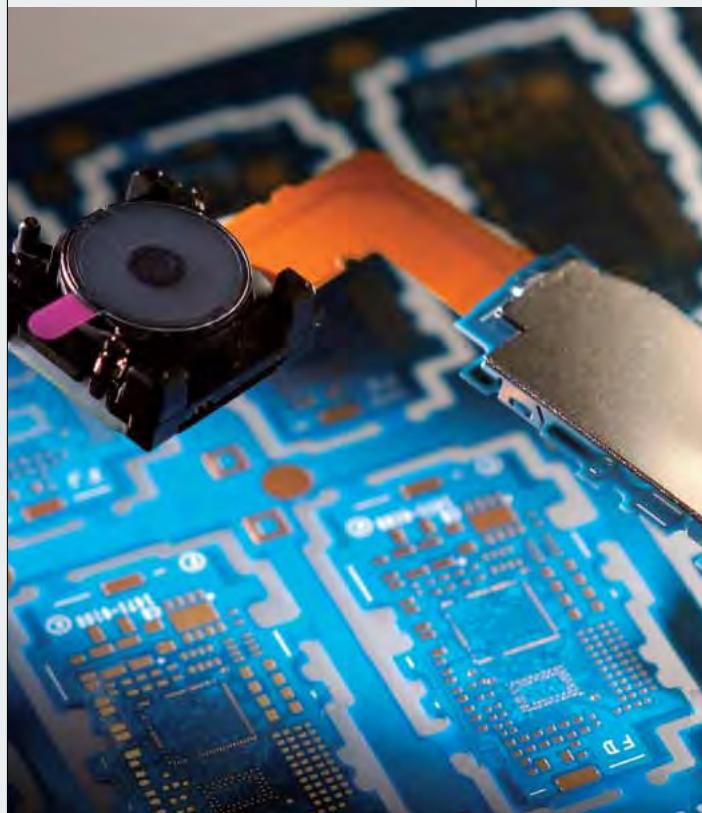
については、最終製品の需要の落ち込みが顕著で、大幅な減少となりました。

※1 MD (Micro Display) デジタル方式

※2 CRT (Cathode Ray Tube) ブラウン管方式

電子デバイス関連

フォトマスクについては、これまでの中心であった90nm製品から、2006年には65nmの最先端製品への移行期を迎えると捉え、65nm製品の拡大を見込みましたが、需要が全般的に伸び悩み、小幅な増加にとどまりました。2007年には、65nm製品への旺盛な需要が増加すると予測しています。



事業戦略

DNPは、ディスプレイ製品事業および電子デバイス事業において、市場ニーズを的確に捉えるとともに先端技術をみがき続けることで、常に業界をリードし、変化が急速な市場においてもトップベンダーのポジションを確保しています。

製品には、開発期・普及期・成熟期そして衰退期というライフサイクルがあります。こうしたライフサイクルを意識しながら、常に次世代製品の開発に注力するとともに、積極的に設備投資を実施していくことが重要だと考え、積極的な攻めのビジネス戦略をバランスよく展開しています。

技術開発重視

世界トップクラスの高度な技術を強みとして、DNPのエレクトロニクス製品は多くの分野で世界No.1の評価を得ています。これを維持し、さらに競争力を高めていくため、研究開発をより重視し、品質管理技術と超微細加工技術を極めることによって新たな製品開発に取り組んでいきます。

変化への迅速な対応

部材供給からモジュール化までを視野に入れ、インプラントやバイオプラントなどの柔軟な生産体制の構築など、急激に変化する市場や顧客ニーズに適切に対応し、事業の拡大を図ります。

経営資源の重点配分

製品ライフサイクルの変化など事業リスクを充分検討しつつ、戦略製品に経営資源を重点配分していくほか、国内の最先端マザー工場に加えて、海外生産の体制を整備し、高い収益性を確保していきます。

事業化のスピードアップ

事業展開のスピードを速めていくために、常に強みを持ったもの同士が協力し合うM&Aやアライアンスの可能性を検討し、効率的な事業の拡大を目指します。

重点施策

ライフサイクルに合わせ、幅広い製品を、タイムリーに供給する体制

急速な技術開発により、さまざまな方式が登場するディスプレイ市場においては、製品のライフサイクルも短命化し、いつ、どの製品が次世代を担うのかという動向を的確に予測して、すみやかに生産体制を整備しなければなりません。DNPでは、単一製品への集中というリスクを避け、どの製品が主力となっても対応可能な「フルラインナップ体制」をとると同時に、小型から大型まで各サイズのあらゆるタイプのディスプレイに対応していくことを基本戦略としています。また、販売戦略においては、世界マーケットを視野に入れ、海外の顧客との幅広い取り引きを行うことでリスクの分散化を図り、安定した受注を維持して収益を確保していきます。

収益性を重視したフレキシブルなビジネスモデル

今後、液晶パネルの基板サイズが第6、8世代へと大型化するにともない、カラーフィルター製造においても、顧客企業の課題や要望に柔軟に対応したビジネスモデルを構築していくことが求められています。基板サイズの大型化に対応して、北九州の第6世代ラインをはじめとした設備増強を図るとともに、顧客企業の工場に隣接するバイオプラントや、顧客のライン内に直結するインプラントなどの製造のあり方に合わせて、顧客企業と共同で合弁会社を設立するなど、今後も柔軟に対応していきま

す。また、M&A、アライアンス、ロイヤリティビジネスなど、幅広い選択肢のなかから収益性を重視したビジネスモデルを確立して、安定的に事業基盤を強化していく方針です。

液晶カラーフィルターの製造に、世界で初めてインクジェット方式を導入

シャープ株式会社との協業によって、三重県亀山市のシャープ亀山第2工場での第8世代カラーフィルター供給において、世界で初めてインクジェット方式を導入しました。インクジェット方式は、より効率的な生産能力の拡大やコストダウンへの対応に優れた製造方式であり、従来のフォトリソグラフィー方式では達成できなかった純度の高い色の再現も可能にします。DNPは、こうした低コスト、高品質を実現させる技術開発を進め、顧客企業のニーズや、急速に変化する市場のニーズにいち早く対応した生産体制を整え、業界発展に寄与できるよう液晶カラーフィルターの供給に努めています。

フォトマスクは高い技術力で世界トップシェアを維持

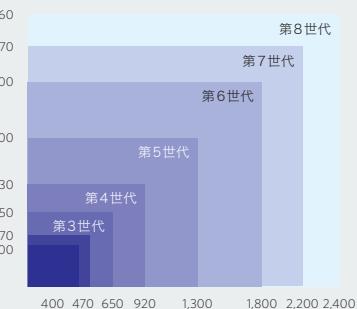
DNPのフォトマスクは、他社の追随を許さない高い技術力を背景とし、その優れた品質が高く評価されています。現在、DNPのフォトマスクの半数以上は、線幅90nm以下の製品が占めており、特に65nmの最先端製品においては、世界シェアの過半数を獲得しています。今後、顧客企業との共同開発の成果を活かして、技術ロードマップに先行した45nm製品以降の供給と開

発を加速させ、世界トップシェアを獲得し続けていきます。

新たな電子デバイス事業の柱の育成を図り、強い事業体質を構築

DNPは、フォトマスクのほかに、半導体パッケージ、ビルドアップ基板、燃料電池などといった微細加工技術を応用した製品の開発と拡販を積極的に進め、新たな事業の柱の育成を目指します。また、アプリケーション開発と連動したICタグビジネスの展開など、顧客企業と生活者の課題を解決するソリューション事業の強化により、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。

参考：世代別ガラス基板の面積比較
(mm)



※液晶パネルメーカーによってサイズが異なります。

トピックス

カラーフィルター製品を拡充、 市場ニーズの喚起へ

世界初、インクジェット方式による 第8世代カラーフィルターを シャープ亀山工場に供給

DNPは、世界で初めて、インクジェット方式による第8世代カラーフィルターの量産化技術を確立し、2006年10月より、シャープ株式会社の亀山第2工場にインプラントでの供給を開始しました。

必要な部分だけに必要な材料を塗布するインクジェット方式は、設備の導入コストやランニングコストを比較的安価に抑えることができます。また、DNPのカラーマネジメント技術などによって、安定した高品質製品の製造を実現しました。この方式での第8世代カラーフィルターの量産化と、インプラントでの供給は、ともに世界初の取り組みです。

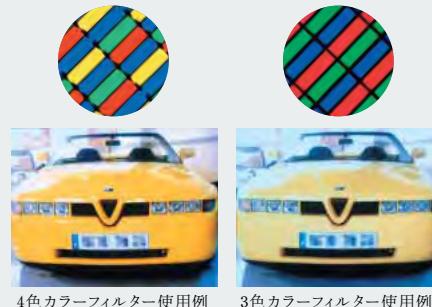
DNPは、インクジェット方式の第6世代および第8世代ラインの増強を推進し、液晶パネルメーカーへの供給体制を強化しています。これから世界標準技術になると期待されているインクジェット方式に積極的に取り組むことにより、カラーフィルターのシェア拡大と収益性の向上に努めます。

より美しい映像を表現する 多色カラーフィルターを開白数

DNPは、液晶ディスプレイの色再現領域を大幅に広げるため、従来の光の三原色（レッド、グリーン、ブルー）に黄色（イエロー）と明るい青色（シアン）を加えた、多色カラーフィルターを開発しました。

ここ数年、液晶ディスプレイの市場がますます拡大し、パソコンでのテレビ番組やDVDの視聴、携帯電話でのワンセグ視聴が増えるにつれて、これまで以上に、実物に近い色再現への要求が高まっています。今回開発した多色カラーフィルターでは、こ

れまで再現が難しかった黄色、金色、水色などを鮮やかに表示できるようになりました。2006年秋から量産を開始し、2007年度で100億円以上の売上を見込んでいます。今後は、DNPが開発したインクジェット方式によるカラーフィルター製造技術と組み合わせることで、より純度の高い色再現の実現や、コストの低減を進めています。



次世代ディスプレイ “有機EL”への 積極的な取り組み

長寿命、高輝度、高精細な 有機ELディスプレイを開白数

DNPは財団法人山形県産業技術振興機構 有機エレクトロニクス研究所（RIOE）と共同で、長寿命、高輝度、高精細な有機ELディスプレイを開発しました。

今回開発した有機ELディスプレイは、ガラスなどの基板上の発光層を直列式に複数積層して高効率化を実現するマルチフォトン構造で、従来に比べ約10倍以上の寿命を実現しました。また、高輝度表示が可能であるため屋外や明るい所でも視認性に優れ、さらに、現在電光掲示板に多く使用されているLEDに比べて高精細な表示が可能です。DNPは、フレキシブルな基材を用いた有機ELの用途開発を進めており、今後、電車内や店頭に設置する電光掲示板など、広告用途の拡大につなげていきます。

コアテクノロジーで捉える、 多様なエレクトロニクスピジネス

印刷方式による有機太陽電池で 世界最高レベルの変換効率を達成

太陽電池については、さらなる普及に向けて軽量化と低コスト化が求められており、ガラスやシリコンよりも軽いフィルム基板に注目が集まっています。しかし、フィルムは耐熱性が低く、高熱処理が必要な発電層の形成には不向きで、より生産性の高い製造技術が求められています。

今回DNPが開発した製造技術は、二酸化チタン、有機色素、電解質溶液を組み合わせた色素増感太陽電池の発電層に関するもので、印刷技術を活用した独自の転写技術により、フィルム基板で世界最高レベルの変換効率7%（自社評価）を達成しました。DNPは、フィルム基板の太陽電池の実用化を進め、軽量化と低コスト化を実現するとともに、有機色素をさまざまな色やデザインで形成して意匠性を高めることにより、屋内の壁紙での利用を可能にするなど、今までにない用途も開発していきます。



色素増感太陽電池モジュール

低コスト化が可能な単層の 超バリア性透明フィルムを開発

これまでガラス基板が多く使われてきた有機ELや液晶パネルに、薄型化や軽量化、フレキシブル化の要望が高まってきています。これらの要望に対しフレキシブル有機ELやプラスチック液晶の開発が進められています

が、実用化のためには水蒸気や酸素に対する高いバリア性とフレキシブル性、透明性を備えた薄型フィルムが必要でした。従来のフィルムは、4~6層を真空蒸着方式で積層して高いバリア性を実現していましたが、工程が多いためにコストが割高で、積層による透明性の低下などの課題もありました。

今回DNPは、これらの課題に対応するため、イオンプレーティング技術を用いて、単層でありながらバリア性が高く、フレキシブル性に富み、高い透明性を備えた低コストのフィルムを開発しました。今後、量産に向けた製造技術の開発を行い、フレキシブル有機EL、プラスチック液晶、有機太陽電池への応用を進めていきます。2007年度中にサンプル出荷し、2010年に8億円の売上を目指します。

サムスン電機への、高密度プリント基板「B²it™」特許権のライセンス提供で合意

DNPと韓国のサムスン電機株式会社は、DNPが保有するビルドアップ基板*の製造技術「B²it™（ビー・スクエア・イット）」に関する特許権を、サムスン電機にライセンスすることで合意しました。「B²it™」は現在、日本国内の高機能な第3世代携帯電話などのプリント配線板向けに使用されています。両社は、次世代ビルドアップ基板の高密度化、低コスト化を目指して開発を行い、世界市場に向けたビルドアップ基板供給で相互協力を進めています。

*ビルドアップ基板は、絶縁層と配線層の薄膜を順に積層したプリント基板です。DNPが開発した「B²it™」は、印刷技術を応用した次世代ビルドアップ配線板の製造技術です。スクリーン印刷で通電層をつくることにより、コア基板を不要とし、基板の薄型化、部品の実装領域拡大による高密度化、設計の自由度の向上を実現します。

業界トップの強みを發揮し、 フォトマスク市場のさらなる開拓へ

DNPは、1959年にフォトマスクの試作に成功して以来、常に最先端の微細加工技術の開発に取り組み、現在、65nm、90nmのフォトマスクでトップシェアを誇っています。半導体メーカーから寄せられる高機能化、

低消費電力化、小型化などの要望に対して、回路パターンのいっそうの微細化と高集積化に応えるとともに、最先端製品の量産を進めていきます。

国内と海外にフォトマスクの最新鋭製造拠点を建設

DNPは、フォトマスクの需要拡大に備え、国内と海外にそれぞれ新しく製造拠点を建設します。いずれも微振動対策免震構造で、最高水準のClass-1環境のクリーンルームを完備しています。

国内では、2008年1月の稼働を目指し、45nmの最先端フォトマスクの量産に対応した最新鋭製造ラインを京都府吉祥院工場内に建設します。建物、製造設備、付帯設備を合わせて160億円を投資する新工場は、今後の最先端製品の需要増と、国内の大規模災害時のリスク分散を考慮したものです。

海外では、2008年5月の稼働を目指し、台湾の新竹科学工業園区（サイエンス・パーク）内に65nmを中心とした先端フォトマスクの新工場を建設します。この新工場は、台湾およびアジア地域の旺盛な半導体生産に対し、顧客企業により近い場所での製造やサポートを行うことにより、安定供給と短納期対応を実現していくためのものです。建物、製造設備、付帯設備を合わせて、投資額は約200億円です。

DNPは、国内4拠点（埼玉県上福岡工場、京都府吉祥院工場、神奈川県川崎工場、岩手県北上工場）の製造能力強化とリスク分散を図るとともに、イタリアのアグラテ工場に次ぐ新たな海外製造拠点を持つことでフォトマスクの供給体制をワールドワイドで展開し、今後の需要増が予測される65nmおよび45nmフォトマスクのシェア拡大を目指します。

フォトマスク関連の事業協力と共同開発を積極的に推進

DNPは、2006年12月に、NECエレクトロニクス株式会社およびNECファブサーブ株式会社より、半導体フォトマスクの製造・販売事業を譲り受けることで合意しました。

2007年6月1日設立の新会社、株式会社DNPファインエレクトロニクス相模原で営業を開始します。3社は、新会社設立後もフォトマスクの開発と製造に関する事業協力を継続していきます。DNPはNECエレクトロニクスから譲り受けるフォトマスク関連の設備などにより開発・製造体制を強化し、量産効率を高め、トータルコストの低減を図りながらフォトマスク事業の拡大を目指します。新会社で製造したフォトマスクは、DNPを通じてNECエレクトロニクスをはじめとする半導体メーカーに供給されます。

DNPと米国・巧テクノロジーコーポレーションは共同で、半導体メーカーから求められる品質精度のレベルに対応し、フォトマスクの検査と欠陥分類を自動的に行うシステムの開発を開始します。両社は、フォトマスクメーカーと半導体メーカーの連携による自動検査システムの開発を通じて、製造プロセスの改善を進め、フォトマスク製造の低コスト化と短納期化に対応していきます。2008年3月までにシステムを完成させ、提供を開始する予定です。

DNPと米国・プライオントekノロジーズは、最先端フォトマスクの生産性および製品精度の向上を目的とした共同開発を開始します。プライオントekノロジーズは、フォトマスクパターン全体の精密な光露光シミュレーションを高速に行える「Tachyon（タキオン）システム」を開発しています。今回、DNP内にTachyonシステムを設置し、半導体メーカーのフォトマスクパターンデータの光露光シミュレーションを行い、半導体製造時に問題となる回路パターンを特定します。これにより、より高精度で高品質なフォトマスクの製造を実現し、不良や欠陥を防止し、半導体メーカーを含む業界全体の生産性向上に貢献することを目指します。

Sustainable Development

持続可能な発展に向けての取り組み

DNPは、「21世紀の創発的な社会に貢献する」という理念を柱に、社員としての使命と責任を示した「DNPグループ行動規範」と、これからの事業の方向性とあるべき企業文化を示した「DNPグループ21世紀ビジョン」を定め、全社員への浸透に取り組んでいます。

行動規範に基づく誠実な行動と、21世紀ビジョンによる新しい価値創造を積極的に推進し、理念を実現していくことが社会とDNPの持続可能な発展につながると思っています。



Contents

法および社会倫理の遵守	80
情報セキュリティへの取り組み	82
知的財産管理への取り組み	84
研究開発への取り組み	86
製品安全への取り組み	87
環境保全への取り組み	88
活力ある職場づくりへの取り組み	91
社会貢献活動への取り組み	94

法および社会倫理の遵守

DNPグループは、社会から信頼される誠実な企業であり続けるための取り組みを行っています。法および社会倫理の遵守には、社員一人ひとりが高い目的意識と責任感を持って、継続した活動を自主的に行うことが重要であり、その結果がDNPグループの発展にもつながっていくと認識しています。1992年には、企業倫理行動委員会を設置し、「大日本印刷グループ行動憲章」を制定して、公平・公正な企業活動を推進していくための指導・チェックも実施しています。

2006年度は、5月に施行された会社法で、「業務の適正を確保するための体制の整備(いわゆる内部統制システム)」が義務付けられたことを受けて、「コンプライアンス管理基本規程」を制定しました。そのなかで、企業倫理行動委員会を内部統制のための統括組織として位置付けました。また、6月に成立した金融商品取引法で定められた「財務報告の信頼性確保」についても、その根拠となる適正な業務プロセスを証明する社内制度の構築を進め、すでに一部で運用を開始しました。

企業倫理の定着と浸透のための取り組み

1. 企業倫理行動委員会

本社各部の担当役員を委員とし、毎月1回の定例会のほか、適宜臨時の委員会も開催しています。また、各事業部やグループ会社にも企業倫理行動委員会を設け、企業倫理の定着と浸透を推進しています。

企業倫理行動委員会は、内部統制の統括組織として、各部門の専門委員会などから定期的な活動報告を受け、新たな方針や施策を打ち出すなど、その推進にあたっています。

2. 目標管理評価制度

企業倫理に基づいた企業活動を支えるのは、社員一人ひとりの日常の誠実な行動にあるとの考え方から、目標管理評価制度に企業倫理の要素を取り入れています。各人の行動目標設定時と半期後の行動結果の自己評価の際に、上司との意見交換を通して、社員一人ひとりの誠実な行動をより確実なものとしています。

3. 法・ルールの自主点検

1997年、法・ルールを遵守した企業活動が行われているかどうかを確認する目的で、自主点検制度を導入しました。

年1回、本社主管部が作成するチェックリストに基づき、全事業部門が自ら点検を実施し、主体的に改善に取り組んでいます。点検結果は、テーマごとに本社企業倫理行動委員会に報告され、その後の全社施策に反映されています。法令の動きに合わせて、チェック項目や方法を随時見直しており、2006年度も点検項目を改訂しました。また、この自主点検を進めるなかで、全社共通の課題に一律に取り組むよりも、各部門の特性を考慮した個別の課題に重点的に取り組むほうが、より実効性が高いと判断し、2004年に「重点実施計画」をスタートさせました。

4. コンプライアンス評価制度

この制度は、本社主管部が各部門のコンプライアンスへの取り組み度合いを測定し、客観的に評価することにより、部門ごとのばらつきをなくして、グループ全体のレベルアップを図る目的で、2005年にスタートしました。年2回集約される評価結果は、本社企業倫理行動委員会に報告され、全グループに公表されます。2006年度は、評価結果の客観性を高めるため、相対評価より絶対評価に重きを置くといった観点から評価方法を見直しました。

5. 企業倫理研修の体系化と実施

企業倫理に関する社員一人ひとりの当事者意識を常に喚起し続けるため、企業倫理研修を次のように体系化することで、社員がタイミング良く企業倫理研修を受講できるようにしています。

①階層別定期研修

入社時の新入社員導入教育、幹部登用時の新任幹部研修など、入社後も社員がそれぞれのキャリアの節目で、企業倫理の重要性を認識できるようなカリキュラムを組んで、研修を行っています。

②自律的企業倫理研修

各部門の特性に応じた課題の抽出と解決に取り組むことを目的に、2003年に導入した研修です。各部門のトップが自ら講師となり、企業倫理に関するそれぞれの課題や施策を自分の言葉で部下に伝えることによって、より自律性を高める研修となっています。

③本社主管部による巡回研修

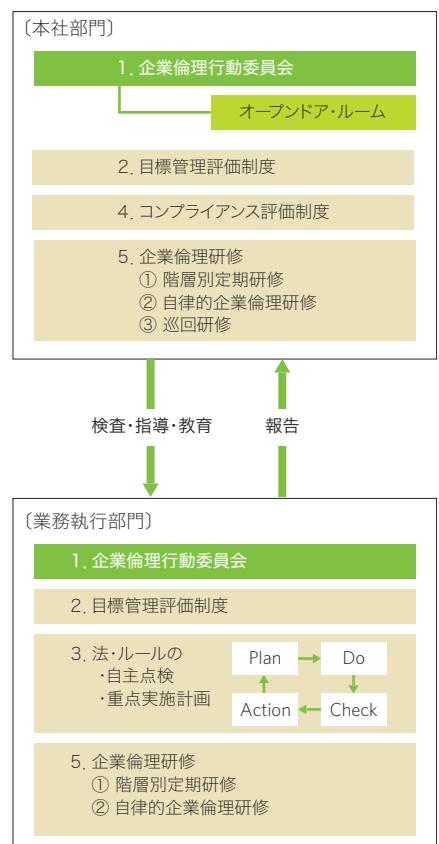
階層別研修や自律的研修ではカバーしきれない個別のテーマに対応し、本社主管部が事業部門を巡回して研修を行っています。

相談・通報制度とオープンドア・ルーム

2002年10月、企業倫理に関わる社員の疑問や悩みに対応する窓口として「オープンドア・ルーム」を設置し、DNPグループの相談・通報制度を本格的にスタートさせました。

2006年4月には、「DNPグループ オープンドア・ルーム運用規準」を制定し、グループ内に公開しました。相談・通報の事実や個人情報などの秘密を厳守し、相談・通報した社員が不利益を被ることのないよう、適切に運用するためのルールが明確に定められています。2006年度には、インターネットや社内報を活用してこの制度の紹介を行ったため、これまでと比べて利用件数が増えましたが、特に、事業活動に影響を与えるような問題は認められませんでした。現在では、「オープンドア・ルーム」はグループ内に定着し、内部統制を支える有効なシステムのひとつとして機能しています。

企業倫理の定着と浸透のための体制と取り組み



情報セキュリティへの取り組み

DNPは顧客からさまざまな個人情報を預かりし、企業、生活者双方にとってメリットのある新しいサービスやシステムを生み出していく分野において、必要不可欠な社会的役割を担っています。情報セキュリティおよび個人情報保護には、経営の最重要課題のひとつとして取り組んでおります。

個人情報保護方針

当社では、さまざまな企業や団体から個人情報を預かりし、生活者に向けて発信する各種サービスや製品の提供をお手伝いしております。また、当社が独自に行うビジネスとしても、個人情報を有効活用した各種サービスや製品の開発を手掛けてまいりました。こうしたビジネスを通じて、個人情報の重要性を充分認識してまいりましたし、情報を適切に保護していくことは当然の責務であると考えております。

当社は、個人情報保護方針に従い、個人情報の適正な取扱いを致します。

1. 個人情報の取扱いに関する法令、国が定める指針その他の規範を遵守し、個人情報の保護に努めます。
2. 個人情報の漏えい、滅失、き損の防止など、個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じるとともに、これらの問題が発生した場合は遅滞なく是正措置を講じます。
3. 個人情報の利用目的を特定し、公正かつ適正に取得、利用および提供を行います。また特定した利用目的の達成に必要な範囲を超えた個人情報の取扱いを防止するための措置を講じます。
4. 当社の保有する個人情報について、本人から開示等の求めがあった場合には、適正に対応します。
5. 顧客企業から個人情報を取り扱う業務を受託する場合には、受託した業務範囲内で個人情報を取り扱います。
6. 個人情報保護に関する社内規程を定め、体制を構築・維持するとともに、その継続的な改善に努めます。
7. 当社の個人情報の取扱いおよび個人情報保護体制に関して、本人から苦情・相談があった場合には適正に対応します。

情報セキュリティ推進体制



推進体制

全社統括組織として、本社に「DNPグループ情報セキュリティ委員会」を設置。事業部・グループ会社にもそれぞれ「情報セキュリティ委員会」を設け、基本方針に基づき、教育計画、セキュリティエリア、コンピュータ対策などの担当に分かれ、徹底した品質管理を行っています。

教育への取り組み実績

社員一人ひとりの意識向上に向けた教育、啓蒙活動として、冊子配布、集合教育、ネットワークラーニングなどの手段で研修を実施しています。2006年度は、「個人情報保護入門」「個人情報保護マネジメントシステム(PMS)」「個人情報保護に関する危機管理計画」「プライバシーステートメントの公表と個人情報の利用に関する同意の取得」「情報セキュリティ講座」、スタッフ社員向け全国会議および説明会を実施しました。

マネジメントシステムの確立

個人情報を取り扱うすべての事業所に対して、法令遵守を徹底するとともに、日本工業規格「個人情報保護マネジメントシステム—要求事項」(JISQ15001)に準拠したマネジメントシステムの確立を推進しています。2007年6月までに、プライバシーマークを19部門で、ISMS BS7799を4部門で、それぞれ取得しています。

情報セキュリティの物理的対応

生体認証での電算処理室の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、ポケットの無い作業着着用によるデータ等の持ち出し防止などの対策を実施しています。2006年度は、その実施を強化するとともに、設備増設を推進しました。また、記憶媒体へのデータ書き出し場所の分離、金属探知機を用いた検査を実施し、さらなる情報管理体制強化を進めています。

情報セキュリティの技術的対応

電算処理室における個人情報へのアクセスログの取得を実施しています。また、データ記憶媒体へのデータ書き出し処理を行う作業員を従来よりも少数化するとともに、DNPグループ会社社員に限定し、データ記録媒体へのデータ書き出しログのチェック頻度を高めるなど、その管理をより強化しています。

個人情報の流出について — さらなる情報セキュリティの強化に向けて

ダイレクトメールなどの印刷物作成のために得意先企業からお預かりした個人情報の一部が、DNPの業務委託先の元社員により不正に持ち出され、インターネット通販詐欺グループに売り渡された事態について、捜査当局と協力し、自主的に全容の解明を行って、2007年3月にその内容を公表しました。DNPはこの事態を真摯に受け止め、全面的な情報セキュリティ対策の見直しを行い、個人情報管理体制の総点検と強化を図り、従来の施策をさらに掘り下げる再発防止策を徹底いたしました。

<再発防止策>

- (1) データ記憶媒体取扱い者の極少化と社員限定
- (2) データ記憶媒体へのデータ書き出し防止策およびチェック機能の強化
- (3) データ記憶媒体の持ち出し防止策
- (4) 再発防止策の運用徹底、教育
- (5) 第三者による情報セキュリティ監査の実施

知的財産管理への取り組み

基本方針

DNPでは、知的財産を企業収益の柱の一つとするため、事業部ごとに独自の知的財産戦略を策定し、有望な知的財産の育成や活用を組み入れた事業戦略を立案しています。P&Iソリューションおよび研究開発の推進を通じて知的財産を創出・育成し、技術的・事業的価値の「質」の向上を図り、権利化した知的財産についてDNPの事業活動に最大限活かしていきます。合わせて、知的財産に関するコンサルティングやリーガルサポートにも積極的に取り組んでいます。

また、DNPでは、全従業員に対する知的財産の教育・啓蒙を通じて、自己の権利を正当に主張しつつ、他者の権利も尊重するフェアな企業文化が醸成されており、知的財産法規を遵守する企業風土づくりとコンプライアンス体制の確立を推進します。

活動概要

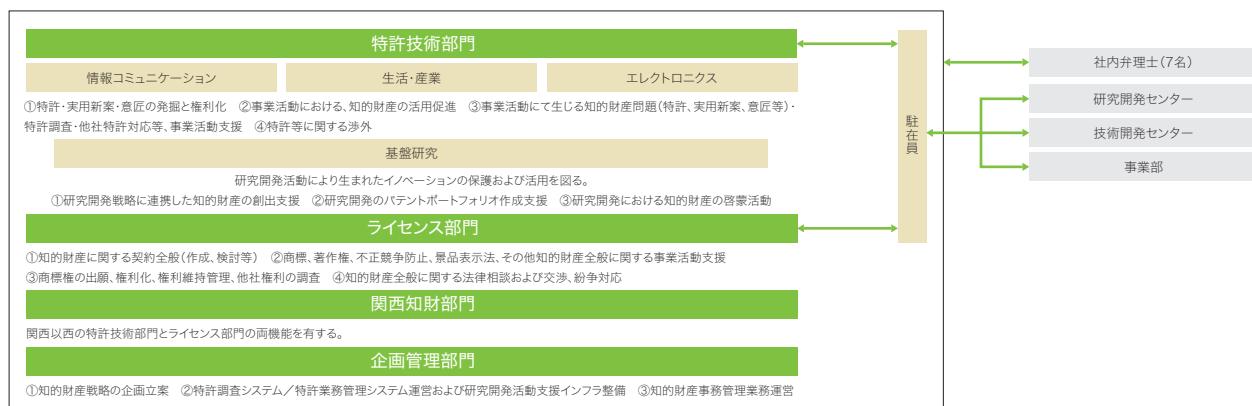
- 1) 知的財産の創出・活用についてのスキルアップを図るため、知的財産研修体系を確立し、運用しています。
- 2) 知的財産報償制度の適正な運用により、従業員に対して知的財産の創造・活用を奨励します。
- 3) 知的財産の創出にあたり、他者権利への抵触を予防すべく、先行技術の調査およびデータ利用環境の整備を推進します。
- 4) 発明の質を評価し、重要出願については公開前の補充や審査請求の見直しを行います。
また、外部事務所の業績を評価して有効的な活用を図ります。
- 5) 取得した権利を適正に維持管理する仕組みを構築し運用します。
- 6) 重要案件ごとに、当社の保有する知的財産を評価・整理することにより発明の強化を行い、事業部門の事業目標の達成を補佐します。
- 7) 事業部門の戦略に合わせて、知的財産の権利確保に関する戦略を立案し、実施します。
- 8) 各事業分野のテーマに対して、他社を意識したパテント・ポートフォリオを構築し、適切に活用します。
- 9) 既存の領域から新たな領域に事業が移行した場合、想定されるリスクを顕在化し、リスクの低減を実現するための指導教育を行います。
- 10) 得意先企業を対象として、知的財産関連の法律(著作権、景品表示規制や商標等)についての講演会を開催し、得意先業務の支援を行っています。
- 11) 得意先企業に対して、商標調査の代行など、さまざまな業務支援を行います。
- 12) 事業部門に対し、事業活動と整合性がとれた各種契約書の原案を提示するなど、契約締結を支援するとともに、契約の遵守を指示します。
- 13) 知的財産関連の各種団体(日本知的財産協会、公正取引委員会、ライセンス協会)に委員を派遣し、積極的な提言を行うとともに、業界に対しても有利となるような事業環境の構築を図ります。

推進体制

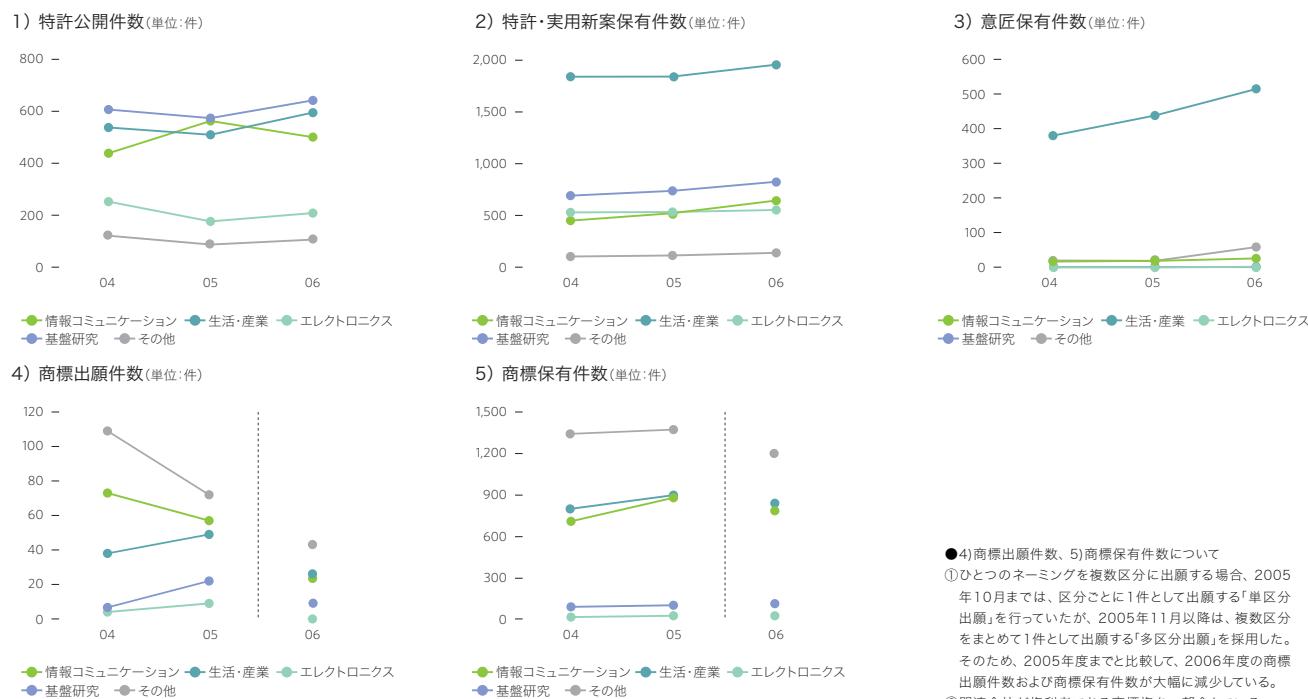
知的財産推進体制は、情報コミュニケーション、生活・産業、エレクトロニクス、基盤研究といったDNPの事業領域に対応した「特許技術部門」と、知的財産の契約や法律問題を扱う「ライセンス部門」および関西以西を担当する上記の両部門の機能を兼ね備えた「関西知財部門」に加え、知的財産戦略立案や特許情報管理システムなどの運営を行う「企画管理部門」の4部門から構成されており、7名の社内弁理士が在籍しています。

さらに、事業活動に密着した知的財産活動を推進するため、全国の開発拠点に駐在員を配置しています。

推進体制



最近3年間の国内の特許公開・商標出願件数、特許・実用新案・意匠・商標保有件数



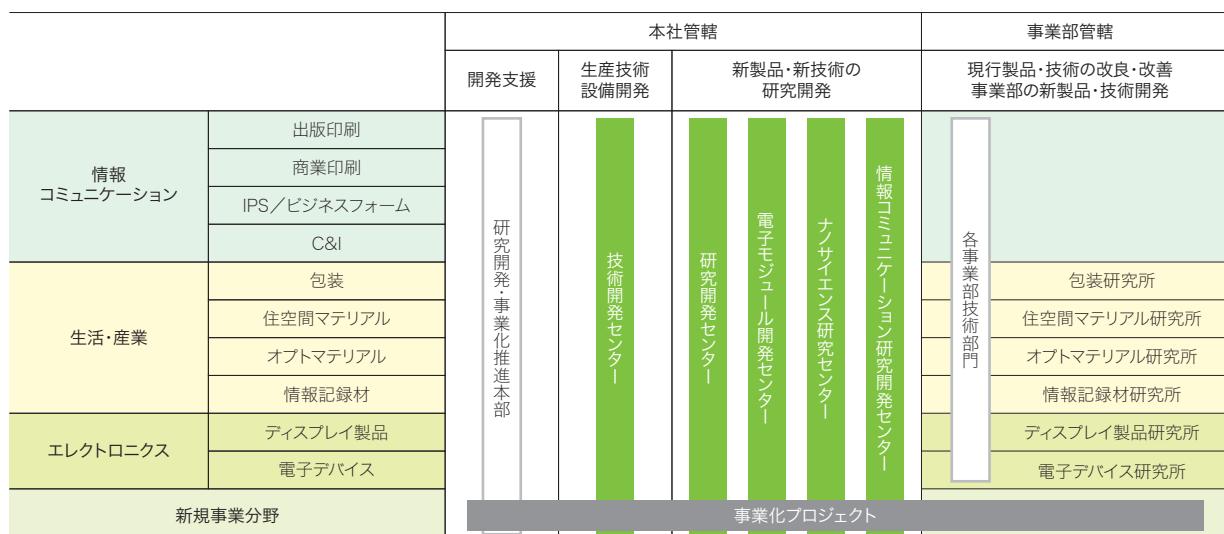
研究開発への取り組み

DNPは、印刷技術(PT)と情報技術(IT)を核としたP&Iソリューションによって、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います。創発的な社会では、さまざまなスタイルのコミュニケーションが活性化するため、研究開発の役割として、印刷技術と情報技術を活用し、情報の入力から、蓄積、処理、加工、出力までの全プロセスにかかる革新的な新技術や新素材を、他社に先駆けてスピーディーに開発することが求められています。市場のニーズに即応し、常に新しい事業展開の布石を打ち、顧客企業と生活者に対する新たなソリューション提供を可能にしていきます。

研究開発体制

DNPの研究開発体制は、研究開発センターを中心とした5センターと、事業部ごとに設けられた6つの分野別研究所によって構成されています。これらの研究所は、DNPが提唱するP&Iソリューションの発想を支える原動力となっており、それらが有機的に結合することにより新たな製品・技術・システムを創出しています。

また、各研究所は各工場の技術部門とも連携し、生産現場での問題解決を支援しています。そこで蓄積した技術・ノウハウをDNP独自の生産機器の開発にも活かし、より効果的な生産技術を提供しています。



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、新生産プロセスにかかる研究開発	中長期(5年以内)
	電子モジュール開発センター	電子モジュールにかかる技術・製品・サービスの開発	
	ナノサイエンス研究センター	材料やプロセスにかかる研究開発および製品分析	
	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かかる技術・製品・サービスの開発	
事業部 研究所	技術開発センター	生産技術開発にかかる研究開発	中期(3年以内)
	包装研究所	包装技術、鮮度保持技術にかかる研究開発	新製品開発 短期(1年以内)
	住空間マテリアル研究所	内外装表面素材の研究開発	
	オプトマテリアル研究所	光学部材にかかる研究開発	
	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設計にかかる研究開発	

製品安全への取り組み

DNPグループは、製品の安全性確保を最優先課題のひとつと位置づけ、グループ全社共通の製品安全マネジメントシステムを構築し、グループ一丸となって製品安全への取り組みを推進しています。

製品安全への管理体制

製品に求められる規格や法の規制に適合することはもちろん、製品の安全性について顧客のニーズと期待を上回る製品を提供することで、企業としての社会的責任を果たすことを基本方針としています。

製品安全への取り組みは、継続性が重要です。年2回すべての製品群に対してリスク評価を実施し、その結果に応じて、安全性を確保するための設計変更や技術の改善を行い、製品安全基準書として文書化し運用しています。

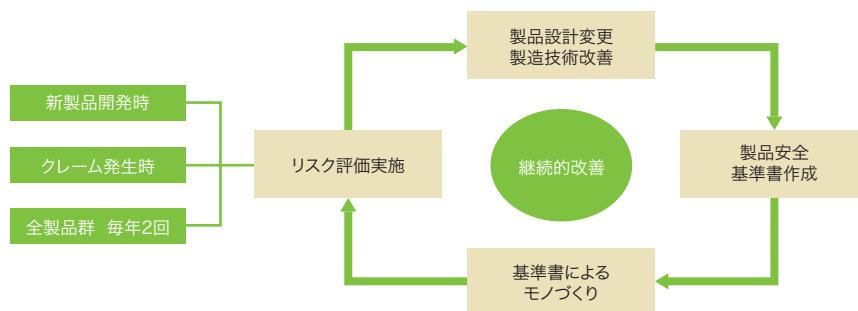
また、1994年からPL(製造物責任)研修を実施。2000年度からは社内ネットワークによる研修を開始しており、これまでのネットワークラーニングの修了者が、延べ14,058人に達しました。

生活用製品の新たな安全対応に向けて

2007年5月に施行された改正「消費生活用製品安全法」は、一般消費者が生活の中で使用する製品を対象に、製品事故に関する情報の収集および提供などにより、事故の再発防止を図ることを目的とするものです。DNPグループでは製品の安全に関する統括組織としてDNPグループ製品安全委員会を設置し、万一製品事故が発生した場合にはすべての情報が集約される体制を確立しています。また、事故対策本部の設置や情報の公開など、被害の拡大を防ぐために迅速かつ適切な対応を行うための「DNPグループ製品安全規程」を定めています。

DNPグループでは、消費生活用製品に限定せずに、すべての製品を対象とした製品安全管理体制を推進します。

製品安全マネジメントシステム



環境保全への取り組み

DNPグループは、より環境負荷の少ない製品の開発と需要の創出に取り組むことで、持続可能な社会の実現に貢献しています。1972年に業界に先駆け、環境部をいち早く発足させました。1993年には独自の環境マネジメントシステムである「エコレポートシステム」を構築。2000年には「DNPグループ環境委員会」を組織し、環境配慮製品の販売促進、産業廃棄物の削減、温暖化防止、有害物質の排出削減などに積極的に取り組んできました。

環境配慮製品の開発・販売

DNPグループは、製品のライフサイクルを通じて環境負荷を低減するために、グリーン購入ネットワークの「グリーン購入基本原則」(2001年6月12日改訂)の「製品・サービスのライフサイクルの考慮」をもとに、「環境配慮製品の開発指針」を定め、環境配慮製品の開発・販売を推進しています。

2006年度の環境配慮製品売上高は2,658億円と、前年度に比べて4%増加しました。

環境保全に関する実績・評価および次期目標

DNPグループは、環境方針を踏まえて、事業活動に見合った環境目標を設定し、着実に成果に結びつけています。右ページの表はDNPグループ環境委員会で決定した2006年度の目標とその結果です。

DNPグループの環境管理体制



テーマ	目標（目標達成年度）と2006年度実績
温暖化防止	CO ₂ 排出量原単位(CO ₂ 排出量／生産量)を1990年度比で15%削減する。 (2010年度) 1990年度比 8.7%削減(目標達成)
輸送環境負荷削減	CO ₂ 排出量原単位(CO ₂ 排出量／輸送重量／移動距離)を2000年度比で40%削減する。(2010年度) 2000年度比 26%削減(目標達成)
	輸送用燃料使用量原単位(燃料使用量／売上高)を2000年度比で20%削減する。 (2010年度) 2000年度比 6%削減
VOC	すべての揮発性有機化合物(メタンを除く)の大気排出量をDNPグループ全体で2002年度比70%削減する。(2008年度) 2002年度比 47.3%削減
産業廃棄物削減	廃棄物排出量原単位(廃棄物排出量／生産金額)を2000年度比で50%削減する。 (2010年度) 2000年度比 39.4%削減
	不要物発生率(不要物発生量／材料総投入量)を2000年度比で35%削減する。 (2010年度) 2000年度比 28.8%削減
	リサイクル率(リサイクル量／不要物総発生量)を主要原材料に起因する不要物の処理において98%達成する。(2010年度) 2006年度リサイクル率 紙99.9%、廃プラスチック94.5%、金属くず99.2%、ガラスくず76.1%
	ゼロエミッションをDNPグループ全体で達成する。(2010年度) 2006年度最終処分場利用率 1.9%
環境配慮製品の開発・販売	環境配慮製品の売上高を毎年度対前年度比10%アップし、3,000億円を達成する。 (2010年度) 2006年度 環境配慮製品売上高 2,658億円(目標達成)
グリーン購入	原材料購入額に占める当社基準(購買本部グリーン購入基準)該当品の購入比率を40%までアップする。(2010年度) 2006年度 37.4%(目標達成)
	一般資材(事務用品・備品等)購入総額に占めるエコマークなど環境ラベル認定品の購入比率を50%までアップする。(2010年度) 2006年度 43.3%(目標達成)
オフィス環境	古紙分別回収率を一般廃棄物比で70%以上とする。(毎年) 2006年度 71.2%(目標達成)
環境保全	大気排出規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持する。 2006年度目標(自主基準)達成率 98%(目標達成)
	排水規制項目の最大濃度を規制基準の70%以下に維持する。 2006年度目標(自主基準)達成率 96%(目標達成)
	敷地境界における最大騒音レベルを規制基準の95%以下に維持する。 2006年度目標(自主基準)達成率 64%(目標達成)
	敷地境界における最大振動レベルを規制基準の95%以下に維持する。 2006年度目標(自主基準)達成率 100%(目標達成)
	敷地境界における最大臭気を規制基準の70%以下に維持する。 2006年度目標(自主基準)達成率 98%(目標達成)



活力ある職場づくりへの取り組み

DNPグループの社員一人ひとりは、自立したプロとしての責任と自信を持ちながら、積極果敢に課題に挑戦していくために、努力し成長して自己実現を図っていきます。

DNPは、社員一人ひとりがプロとして力を発揮できるよう、創発的な組織風土・文化を醸成し、個人個人の成長と自己実現を支援していくための環境と仕組みを提供していきます。

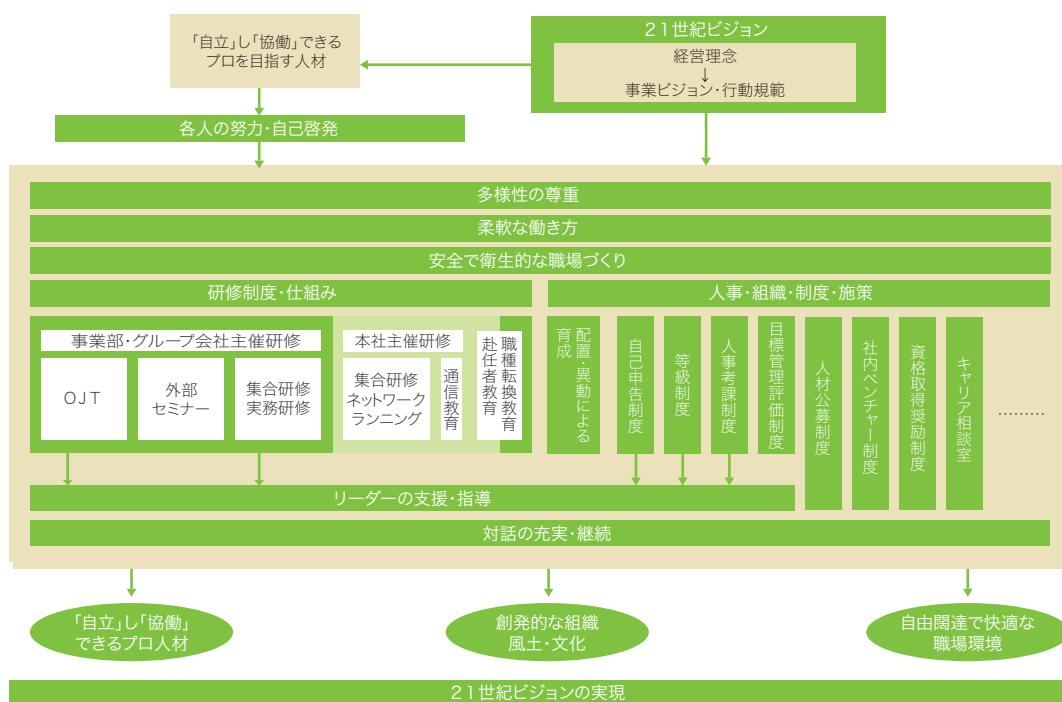
オープンで公正な採用活動

DNPグループのビジョンに共感して協働し、自己実現を図りたいという人に対して、誰にでも均等に機会を提供し、公平・公正に採用を行っています。また、インターンシップについても積極的に取り組んでいます。

施策	内容	実績
新卒採用	DNPが求める人材像や選考ステップ、スケジュール、また各面接時に確認する内容などを、応募者に対し公開。またミスマッチを防ぐために、等身大のDNPを理解してもらう目的で、若手社員によるリクルーティング・パートナー制度を導入。	2006年度採用者 事務系：150名(男100名 女50名) 技術系：260名(男210名 女50名)
中途採用	年齢制限を設げず、広くインターネットで募集。 また、募集職種の仕事内容を、具体的かつ明確に公表。	2006年度採用者 65名
インターンシップ (グループ会社と共同実施)	学校や学生から寄せられている実社会での活動を体験したいという希望に応えるため、仕事が体験できる場を提供。採用とは直結しない。	2006年7～9月受入 74テーマ・105名

自立したプロの人材育成

DNPは、社員一人ひとりが自己啓発とともに、自分のキャリアを考え、自分の目指す仕事を選択し、仕事の幅を広げていくことが大切だと考えています。これを支援するために、希望する仕事を選択できる人事制度、専門知識、技術・技能習得を促進する制度、評価・待遇制度を設けています。



1. 人事諸制度

制度	内容	実績
人材公募制度	新事業、新製品開発、専門知識が必要な仕事について、能力・経験を持ちチャレンジしたい人が自由に応募できる。人材の発掘と自己実現がねらい。	2006年度 募集人数 120名 異動人数 51名
社内ベンチャー制度	起業意欲があり、独立法人として事業化したいという希望を持つ人に対して、財務や研修などの支援を行う。提案者は通常、社長に就任する。	2002年4月 (株)シーピーデザインコンサルティング 2003年9月 (株)エムズコミュニケーション 2004年9月 (株)アットテーブル 2005年1月 (株)モバイルインパルス 2006年1月 (株)ユートゥ
社内留学制度	自分の仕事についてのスキルの向上のために、一定期間、他の部署で経験を積んだ後、原職場に復帰する。	2006年度 3名
資格取得奨励制度	業務に必要な専門知識・技術にかかる資格を取得した人に奨励金が支給される。(約90資格、最高10万円)	IT関連をはじめとした業務に必要な専門知識・技術の有資格者の増加 2006年度 593名取得
マイスター制度	モノづくりにおける貴重な技能を持った人に称号を与え、専門技術の習得と後継者育成の意識づけを行う。社長から認定証が授与され、手当が支給される。	2007年3月末までの累計認定 47名
専門職制度	特に社内外から高く評価されている高度な専門性を持った人を特別に待遇する。	2006年度 3名認定 2007年3月末までの累計認定 16名
評価待遇制度 (目標管理評価制度ほか)	目標設定と評価の時期に上長と本人が面談・対話しアドバイスを行い、評価について相互の理解を深める。評価結果を、直接賞金・賞与に反映する。	2003年10月にほぼ全員対象まで拡大 2005年冬期賞与から、人事考課結果のフィードバックを一般職まで拡大
自己申告制度	本人からキャリアアップのための職務変更・職場異動・ライフプランの希望を聞き取り、会社と合意した場合、実現に向かう。	2006年度 自己申告面談実施者302名中120名異動

2. キャリアアップを目指す人を支援する研修体系

社員一人ひとりは、将来像とそこ向けての能力習得の道筋を描き出し、自分の担当分野で自立したプロとして責任と自信を持って、社内外の人々と協働できることを目指します。

DNPは、各分野で必要な基礎知識や専門知識の習得、自己管理能力や対人能力(ヒューマンスキル)、情報や概念を扱う能力(コンセプチュアルスキル)の開発など、実践的で多彩な研修プログラムを提供して、プロとしての社員のキャリアデザインを支援します。

自由闊達で快適な職場環境

1. 多様性の尊重

自由闊達で創発的な企業文化を実現し、社会に貢献していくためには、社員一人ひとりが自己実現を図りながら、力を發揮していくことが必要です。そのためには、お互いの立場を尊重し、性差、障がい、年齢などにとらわれず、快適に働く環境を整えることが大切です。

制度	内容	実績
障がい者への取り組み	「ノーマライゼーション*」を前提として法定雇用率を達成。 職場のリーダーに対し、必要な教育を進めている。	2006年度 雇用率 1.87%
高齢者への取り組み (シニアスタッフ制度)	定年年齢後も職場のプロとして活動を続けたい人は会社と相談の上、「シニアスタッフ」として活動する。	2006年度 DNPグループ制度利用者 65.8%
ジェンダーフリー (固定的な性差の概念 にとらわれない職場)	・管理職に対する女性活躍支援のための研修実施 ・職域の拡大 ・女性マネージャー対象の外部セミナーへの参加	管理職に対する女性活躍支援のための研修： 2003年6月から2007年3月まで1,825名受講

*障がいを持つ人が、社会のなかで他の人と同じように活動することが、社会の本来あるべき姿である、という考え方。

2. 柔軟な働き方

社員一人ひとりがプロとして充実するためには、個人の生活の充実とともに、キャリアプランとライフプランを考えながら仕事時間と、自己啓発や個人生活を豊かにするための時間とのバランスを取ることが大切です。同様にまわりの人の時間資源を尊重することも大切です。

また、従業員とその家族の心とからだの健康づくりの取り組みをグループ全体の「トータルヘルスサポートシステム」と定め、社員一人ひとりが心身ともにベストの状態を保つための自助努力を支援する制度を進めています。

体制・仕組み	内容	実績
育児休業	・1歳直後の4月30日まで、または子が1歳6ヶ月まで。 ・育休期間内であれば子1人につき2回まで取得可。2005年4月改定	2006年度取得者数77名（大日本印刷単体）
育児休業からの職場復帰プログラム	出産・育児を迎える社員が安心して休業でき、スムーズに職場復帰して、 仕事と家庭を両立しながら力を発揮できる環境づくりを目的とした制度。「wiwiw」登録者54名	2007年3月現在 インターネットプログラム 2007年1月カンガルーの会参加者 東京27名、大阪10名
ライフプラン相談室	退職後のライフプランを個別に設計するための年金や雇用保険、生きがい、 生涯学習などの情報提供。	2006年度 相談件数 718件
キャリア相談室	キャリアについての考え方や将来への取り組み方についてカウンセリング・ 指導を行う。	2006年度 相談者数 136名

3. 安全で衛生的な職場

社員一人ひとりが安全で快適な職場づくりを目指し、自ら安全衛生活動を展開しています。DNPは、従業員が安心して働く「働きやすい快適な職場環境づくり」と「家族を含めた生活環境づくり」を支援していくことを基本方針として、社員全員参加の安全衛生活動の体制を構築し、重要施策として推進しています。

施策	内容	実績
基準・ガイドライン	中央安全衛生委員会で年間の安全衛生活動方針を決定。事業部、 グループ会社は、その方針をベースとし、各職場の特性を加味して、職 場ごとの方針を決定。	<策定された主な基準、ガイドライン> ①職場環境改善 職場環境基準、職場騒音防止に関するガイドライン、 喫煙対策ガイドライン ②労働災害防止 機械等による労働災害防止ガイドライン
スキルアップ	職場の特性に応じた活動を推進し、安全衛生委員会を有効に機能さ せるために必要なスタッフのスキルアップも併せ推進している。	2007年3月末の資格保有者 衛生管理者 385名 作業主任者資格取得者 2,367名 就業制限業務技能講習修了者 6,051名 特別教育受講修了者 1,955名
災害防止活動	災害要因の分析を行い、労働災害の要因となっているリスクの洗い出し、 および、評価からリスク低減対策を推進する活動を展開。	労働災害発生率は全産業、全印刷業と比較しても 低率。 2006年1～12月 労働災害発生率(休業度数率)*グループ 0.44

*休業度数率：休業災害被災者数÷延べ労働時間(100万時間単位)

4. 安心して働く環境(防災体制)

DNPは、震災時の社員の安全確保、事業所復旧対応、家族への支援、地域住民への支援を目的とし、地震対策要綱および中央防災基本計画を制定しています。震災対策推進組織として「防災会議」を中央と地区の事業部・グループ各社に設置しており、震災発生時には、これらの組織が対策本部に移行する仕組みになっています。具体的な災害予防対策、震災時の応急対策および震災後復旧対策などは、人的、構築物等、財産保全、事業活動、広報、地域の6つの対策部会により推進しています。

社会貢献活動への取り組み

文化活動の推進

DNPは、印刷の基本である複製技術を、芸術文化の発展に寄与する新しい創造技術と位置付け、グラフィックアート分野への支援を中心に、オリジナリティあふれる文化活動を推進しています。

東京と大阪の2つのギャラリーではグラフィックデザインや印刷をテーマに、国内外の作家や団体のクリエイティブな作品を紹介する企画展を開催しています。2007年1月・2月には、gggの開設20周年を記念して、今日のグラフィックデザイン20年間の歩みを検証する「EXHIBITIONS」展を開催しました。

ggg [ギンザ・グラフィック・ギャラリー] 1986年設立

URL: <http://www.dnp.co.jp/gallery/ggg/>

- ・企画展回数: 250回
- ・累計来場者数: 81.5万人

所在地: 〒104-0061 東京都中央区銀座
7-7-2 DNP銀座ビル1F
TEL: 03-3571-5206
開館時間: 11:00~19:00(土曜は18:00まで)
休館: 日曜・祝日 入場無料



dddギャラリー] 1991年設立

URL: <http://www.dnp.co.jp/gallery/ddd/>

- ・企画展回数: 152回
- ・累計来場者数: 22万人

所在地: 〒550-8508 大阪府大阪市西区南堀江
1-17-28 なんばSSビル1F
TEL: 06-6110-4635
開館時間: 11:00~19:00(土曜は18:00まで)
休館: 日曜・月曜・祝日 入場無料



MAISON des [メゾン・デ・ミュゼ・ド・フランス] MUSÉES de 2003年開設 FRANCE

URL: <http://www.museesdefrance.org/>

メゾン・デ・ミュゼ・ド・フランスはフランスの文化・芸術に親しむための施設で、インフォメーション・センター、ブティック、ギャラリーの3つの機能を持っています。フランスの美術館や美術作品の情報提供とあわせて、ミュージアムグッズの販売も行っています。また学生、研究者、評論家によるセミナーも随時開催しています。



- ・MMF来場者数: 2.1万人
- ・セミナー開催回数: 計34回
- ・セミナー累計参加者数: 1,531人

所在地: 〒104-0061 東京都中央区銀座7-7-4 DNP銀座アネックス
TEL: 03-3574-2384
開館時間: 11:00~19:00 休館: 日曜



[現代グラフィックアートセンター]
1995年設立

URL: <http://www.dnp.co.jp/gallery/ccga/>

米国を代表する版画工房、タイラーグラフィックス社の「タイラーグラフィックス・アーカイブコレクション」を収蔵し、定期的に所蔵品展で公開するほか、現代グラフィックアートを幅広く紹介する展覧会も開催しています。



- ・展覧会回数: 41回
- ・累計来場者数: 5.9万人

所在地: 〒962-0711 福島県須賀川市塙田宮田1
TEL: 0248-79-4811

開館時間: 10:00~17:00(入館は16:45まで)
休館: 月曜(祝日、振替休日の場合はその翌日)、祝日の翌日(ただし土曜・日曜にあたる場合は除く)、年末年始および展示替え期間中、冬期(12月下旬~2月末)
入館料: 一般 300円 学生 200円
(小学生以下、65歳以上、障がい者手帳をお持ちの方は無料)

DNP Museum Information Japan
artscape
(アーツスケープ)
Run by DNP ARCHIVES.COM

Webサイト
「DNP Museum Information
Japanアーツスケープ」

URL: <http://www.dnp.co.jp/artscape/>

全国の美術館の展覧会や美術イベントなど美術館とアートに関する情報を月2回の更新頻度で配信しています。2005年には、美術に特化したWebサイトとして情報の拡充に努めてきた点が評価され、「メセナアワード2005」の「アート情報文化賞」を受賞しました。2006年には、「international」(英語版)も開設しました。



- ・更新頻度: 2回/月
- ・アクセス数: 約150万ページビュー/月

1995年に開設した美術館情報配信サイト「Museum Information Japan」が前身となっています。

LOUVRE - DNP [ルーヴル - DNP ミュージアムラボ] URL: <http://www.museumlab.jp>

「ルーヴル - DNP ミュージアムラボ」は、ルーヴル美術館とDNPによる共同プロジェクトとして、2006年10月、美術作品の新しい鑑賞方法の提案などの活動を開始しました。この共同プロジェクトでは、DNPが誇る最先端の情報加工技術や映像技術と、ルーヴル美術館の文化財普及分野でのノウハウを結集し、2009年まで、DNP五反田ビルにて、6つの異なる展示を各5ヶ月間の会期で行います。同施設では一般的の観覧を受付けており、観覧者はICタグを内蔵したチケットやPDAシステムにより、事前に登録した言語(日本語・フランス語・英語)など、希望の観覧方法に合わせ展示作品や作家についての情報を入手することができます。



第1回展示テーマ テオドール・ジェリコー作『銃騎兵』 ©Photo DNP
2006年10月30日～2007年3月10日



第2回展示テーマ 古代ギリシアの小像、タナグラの優美 ©Photo DNP
2007年4月26日～2007年9月8日

所在地:〒141-8001 東京都品川区西五反田3-5-20 DNP五反田ビル1F TEL:03-5435-0880
会期中の開館時間:月・火・木 17:00～19:00/水・金 17:00～20:30/土 11:00～17:30
入場無料（予約制） 休館日:日曜・祝日・年末年始

KidZania [キッザニア東京 DNPパビリオン「印刷工房」]

URL: <http://www.dnp.co.jp/kidzania/index.html>

キッザニア東京は、日本初のこども向け“お仕事体験タウン”として、2006年10月5日に東京都江東区豊洲にオープンしました。DNPは、ポスターの制作を通じて、グラフィックデザイナーとしての仕事が体験できる「印刷工房」をパビリオンとして出展しています。子どもたちは、パソコン上でメッセージや写真・イラストなどをデザインし、プリントアウトしたポスターを持ち帰ることができます。こうした活動を通して、「人に情報を伝える」という印刷の役割に気付き、目的に合わせたデザインや表現を学べます。2007年3月からは、キッザニア東京の「こどもエコアクション6宣言」を使って、地球環境保全を訴求するエコポスターを制作しています。

DNPは、印刷で培った技術やノウハウを伝え、子どもたちの未来を拓くことにより、社会に広く貢献していきます。

「こどもエコアクション6宣言」

1. 冷房は28°C、暖房は20°C。
- 2.マイおはしやマイバッグを持つ。
袋はいりませんってレジで言う。
- 3.電気はちゃんと消す。
水道はきちんとしめる。
- 4.文房具は大事に、最後まで使う。
- 5.動物や植物を大切にする。
大切に育てる。
- 6.二酸化炭素をへらそうと大人たちに言う。





Financial Section

財務セクション



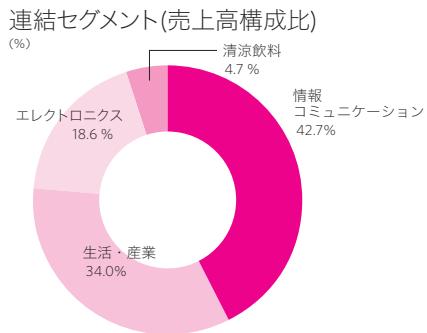


Contents

2007年3月期の業績に関する分析および説明	98
連結財務情報	108
連結財務諸表	110
連結財務諸表注記事項	123

2007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、企業収益の改善にともない設備投資が増加し、個人消費も底堅く推移するなど緩やかな回復が続きました。

しかしながら、印刷業界においては、原油価格急騰にともなう原材料価格の上昇や競争激化による受注単価の下落など、引き続き厳しい経営環境にありました。

情報コミュニケーション部門については、出版業界で、フリーページが増加したものの、雑誌の創刊点数が減少し、発行部数も大幅に減少するなど、9年連続の前年割れとなり、業界全体の出版販売金額が前年比で2.8%減となるなど低調でした。一方、広告関連は、2006年4月から2007年3月の売上が前年同期比1.6%増と3年連続して前年を上回り、堅調に推移しました。前半はサッカーワールドカップなどのプラス材料により増加したものの、後半は企業業績の伸び率の鈍化もあり、広告費が減少に転じました。ビジネスフォーム関連は、請求書発行などIPS関連需要が増加し、手のひらや指先の静脈で本人を認証するICキャッシュカードの普及により、ICカード関連市場も順調に拡大しました。

生活・産業部門については、国内の個人消費が底堅く推移し、包装分野で食品向け紙器、紙カップの需要が低下したものの、軟包装材の需要が増加しました。また、無菌化技術への関心も高く、飲料用大型無菌充填システムの普及も進みました。建材関連は、新設住宅着工戸数が前年比2.9%増と4年連続の増加となり、環境対応製品の需要が増加したほか、海外市場需要も堅調に推移しました。産業資材関連は、フラットディスプレイ市場の拡大を受け、液晶ディスプレイ向け反射防止フィルムなどの光学機能性フィルム市場が拡大し、デジタルカメラの普及によりデジタルカラープリンター向けインクリボンの需要も好調に推移しました。

エレクトロニクス部門については、薄型テレビを中心にディスプレイ市場の拡大が続きましたが、液晶パネルの供給過剰から大幅な生産調整が実施され、パネル価格も急落するなど収益環境が悪化しました。

決算の概況

DNPグループは、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とサービスを提供するとともに、コスト削減を目指した「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。連結売上高は前期比3.3%増加しました。部門別で見ると、情報コミュニケーション部門は出版関連が減少したものの、商業印刷、ビジネスフォームが増加し1.0%増。生活・産業部門は包装関連が減少しましたが、建材及び産業資材が増加し、コニカミノルタホールディングス株式会社から譲り受けた写真関連事業が加わったため、11.0%増と大幅な伸びとなりました。エレクトロニクス部門は液晶カラーフィルターなどディスプレイ製品が不振で1.6%減となりました。清涼飲料部門は競争の激化から販売が伸び悩み、3.0%減の結果となりました。

連結営業利益は前期比20.3%減、連結経常利益も18.7%減と、厳しい状況となりました。これは、受注の減少、値下げ要請や競争激化による受注単価の下落や、原材料費の値上がりの影響及び減価償却費の増加によるものです。

連結営業利益率は6.2%と前年比1.8ポイント減少し、連結経常利益率も6.5%と1.8ポイント低下しました。

以上の通り、当期の業績はきわめて厳しい状況で推移し、当期純利益も15.9%の減益となりました。

	2007.3	2006.3	2005.3
売上高(百万円)	¥ 1,557,802	¥ 1,507,505	¥ 1,424,942
総利益率(%)	18.6%	20.3%	21.3%
営業利益率(%)	6.2%	8.0%	8.5%
経常利益率(%)	6.5%	8.3%	8.5%
売上高純利益率(%)	3.5%	4.3%	4.2%
1株あたり当期純利益(円)	¥ 78.09	¥ 91.22	¥ 82.56

売上高

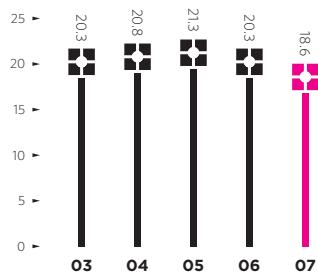
当期の売上高は前期比502億97百万円、3.3%増加し、1兆5,578億2百万円となり、過去最高額を4年連続で更新しました。一方、競争の激化による受注単価の下落は一層厳しさを増し、売上高への受注単価下落の影響額が約216億円となりました。

セグメント別の売上の状況を見ると、まず情報コミュニケーション部門は、出版印刷関連で、フリーペーパーが増加したものの、書籍、雑誌ともに減少しました。一方、商業印刷関連はチラシやパンフレットが増加して堅調に推移したほか、ビジネスフォーム関連はIPS、ICカードとともに好調に推移しました。

生活・産業部門は、包装関連で、食品向け軟包装材が増加したほか、無菌化技術が評価され5年連続して大型無菌充填システムを販売し、プリフォームも順調に拡大しました。建材関連は、住宅部材用の環境対応製品が好調に推移しました。産業資材関連は、液晶ディスプレイ用反射防止フィルムが大幅に増加し、カラープリンター用インクリボンもデジタルフォトプリント市場の拡大により大幅に増加しました。

エレクトロニクス部門は、カラーフィルターなどのディスプレイ関連製品が、液晶パネルの生産調整と受注単価ダウンの影響を受けて減少したほか、フォトマスクで65nmの最先端需要が伸び悩みました。

売上総利益率
(%)



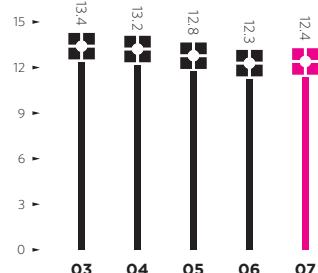
売上原価

売上原価は前期比659億13百万円、5.5%増加し、1兆2,680億72百万円となり、総利益率は20.3%から18.6%に1.7ポイント低下しました。

当期も前期に引き続き、石化製品や印刷用紙などの原材料価格の値上がりにより、約97億円の影響を受けました。これは前期の影響額からは37億円、61.7%の増加となりました。

このようなコスト上昇に対処するため、DNPは2002年4月から「モノづくり21活動」を展開し、工程の効率化、歩留りの向上、材料ロスの低減、段取り・調整時間の短縮などに重点をおいたコスト削減を進めてきました。当期においては、これまでの成果をグループ全体に水平展開して、製造部門全体の水準引き上げに努めた結果、何も対策を施さなかった場合に比べた製造コストの削減効果が通期で222億円となりました。

販売費および一般管理費/売上高
(%)



販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費は前期比89億9百万円、4.8%増加し、1,935億85百万円となり、売上高に占める比率は前期の12.3%から12.4%に0.1ポイント悪化しました。

一方で、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削減などを進め、経費の圧縮を継続した結果、何も対策を施さなかった場合に比べた削減効果が通期で8億円となりました。これにより、製造コストの削減効果222億円と合わせて、全体のコスト削減効果が230億円となりました。

営業利益

当期の営業利益は、受注単価の下落や原材料価格の上昇の影響を大きく受け、前期比で245億25百万円、20.3%減少し、961億44百万円となりました。原材料価格の値上がりの影響約97億円のうち、約50%を価格転嫁しましたが、業績への大きなマイナスの影響が残りました。その結果、売上高営業利益率も前期の8.0%から当期は6.2%に大きく低下しました。

セグメント別に見ると、情報コミュニケーション部門が58百万円、0.1%減少して509億57百万円、生活・産業部門が13億39百万円、3.6%減少して362億52百万円、エレクトロニクス部門が229億19百万円、60.6%減少して148億92百万円となりました。清涼飲料事業は3億52百万円、122.5%増加して6億39百万円となりました。

営業外損益及び特別損益

営業外収益は前期比9億22百万円、9.5%増加し、105億92百万円、営業外費用は2億35百万円減少し53億89百万円となりました。その結果、営業外損益は前期を11億57百万円上回り、52億3百万円の収益となりました。

経常利益は、前期比233億67百万円、18.7%減少し、1,013億48百万円となりました。

また、特別利益は前期比38億74百万円、52.7%増加し、112億21百万円となり、特別損失は前期比38億2百万円、21.8%減少し、136億20百万円となりました。

前期に比べて特別損益の損失が縮小していますが、原因として、投資有価証券売却益64億49百万円の増加、減損損失60億64百万円の減少などにより、固定資産売却益の23億83百万円の減少、投資有価証券売却損の20億87百万円の増加などの損失拡大要因を吸収したことが挙げられます。

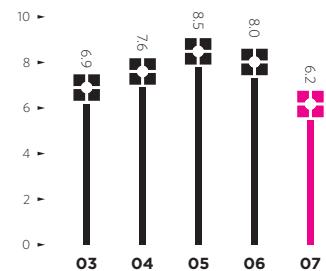
これらの結果、当期の税金等調整前当期純利益は前期比156億89百万円、13.7%減少し、989億50百万円となりました。

当期純利益

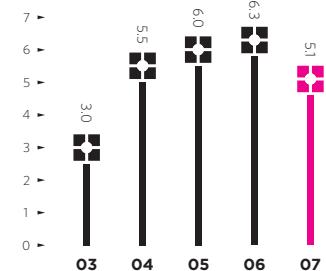
以上の結果、当期純利益は、103億46百万円、15.9%減少し、548億41百万円となりました。

1株あたり当期純利益も前期の91.22円から78.09円へと大きく低下しました。

営業利益率
(%)



ROE
(%)



設備投資、研究開発費等

DNPは1997年3月期から2001年3月期の5期にわたり各期1,000億円を上回る設備投資を続けましたが、2002年3月期から2005年3月期までは4期続けて設備投資を圧縮して、戦略分野への重点投資と既存設備の有効活用の徹底に努めてきました。2006年3月期からは、景気回復による需要の増加と将来の市場拡大に対応するため、戦略製品であるカラーフィルター、光学フィルム、ICカードの製造能力増強に加え、P&Iソリューションの実現を推進する拠点としてDNP五反田ビルを建設したほか、既存分野の印刷機の更新投資についても見直しを図り、積極的な設備投資を実施しました。

当期は、シャープ株式会社より譲渡を受けた亀山第2工場内液晶カラーフィルター製造ライン、広島三原工場の光学フィルム製造ラインなどの戦略製品への積極投資のほか、印刷機の更新投資を引き続き行うなど、前期の1,360億円を268億円、19.7%上回る1,628億円の設備投資を実施しました。

セグメント別に見ると、情報コミュニケーション部門が前期比145億円増加して411億円となり、設備投資額全体から見た構成比で25%を占めています。生活・産業部門が前期比111億円増の399億円で構成比25%、エレクトロニクス部門が13億円増の759億円で構成比47%、その他が前期比1億円の減少で58億円、構成比3%となりました。

当期の研究開発費は前期比14億円、4.9%増加して301億円となりました。

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重要であると考えています。さらに、中長期の安定的な成長に不可欠なものとして、財務体質の充実に努めてきました。

キャッシュフロー

	2007.3	2006.3	2005.3
営業活動によるキャッシュフロー	¥ 123,010	¥ 141,673	¥ 178,341
投資活動によるキャッシュフロー	(150,717)	(151,780)	(126,228)
フリーキャッシュフロー	(27,707)	(10,107)	52,113

(百万円)

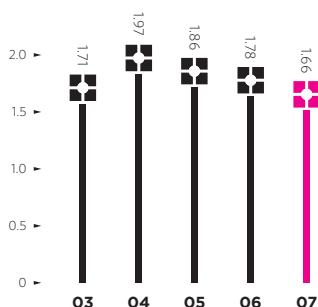
当期、営業活動により創出されたキャッシュフローは前期と比較して186億63百万円、13.2%減少して1,230億10百万円となりました。これは、売上高の増加による売上債権の増加額が342億38百万円と、前期に比べ145億43百万円増加したこと、また、たな卸資産の増加額が180億42百万円と、前期に比べ195億89百万円増加したことが大きな要因となっています。

投資活動により使用されたキャッシュフローは、前期と比較して10億63百万円、0.7%減少して1,507億17百万円となりました。

財務活動に使用したキャッシュフローは、前期比41億23百万円、8.8%減少して425億89百万円となりました。主な現金の用途と額は、自己株式取得による支出の196億63百万円と、配当金支払額190億52百万円などです。

これらの活動の結果、当期末における現金同等物は前期比687億33百万円、28.7%減少して1,704億88百万円となりました。

当期は、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フリーキャッシュフローが、277億7百万円のマイナスとなりましたが、これは主に今後も大きな需要が見込まれるカラーフィルター、光学フィルム、IPS、ICカードなどの戦略製品への設備投資を積極的に実施したことによるものです。

流動比率
(倍)

バランスシート

私たちは、企業価値の増大を実現すべく、DNPの事業戦略の柔軟な展開や、事業環境の変化等に迅速に対応するために、必要な流動性を維持するとともに資本効率を高めていくよう努めています。

	2007.3	2006.3	2005.3
総資産(百万円)	¥ 1,700,250	¥ 1,662,377	¥ 1,600,129
流動比率(%)	166%	178%	186%
運転資本/売上高(%)	20%	23%	27%
D/E レシオ	6	6	7
1株当たり純資産(円)	¥ 1,544.01	¥ 1,507.89	¥ 1,409.18

当期末のDNPの総資産は、378億73百万円、2.3%増加して1兆7,002億50百万円となりました。

流動資産は、現金及び預金が727億39百万円、27.1%減少し1,955億95百万円となりました。受取手形及び売掛金は408億26百万円、9.4%増加して4,771億57百万円となり、有価証券は31億95百万円、47.0%増加して99億92百万円に、たな卸資産は187億61百万円、24.5%増加して952億46百万円となりました。この結果、流動資産は48億54百万円、0.6%減少して8,002億73百万円となりました。

固定資産は、有形固定資産が668億18百万円、11.7%増加し、6,357億83百万円となりました。この増加は、建物及び構築物が275億98百万円、15.7%、機械装置及び運搬具が258億60百万円、11.7%、土地が55億16百万円、4.6%、建設仮勘定が35億93百万円、11.8%、それぞれ前期に比較して増加したことが主な要因です。また、無形固定資産は前期比38億27百万円、17.8%増加して252億80百万円となりました。一方、投資その他の資産では、投資有価証券が前期比303億6百万円、13.5%減少して1,941億97百万円となったほか、長期貸付金が42億63百万円、55.3%減少して34億51百万円となりましたが、繰延税金資産は19億38百万円、29.8%増加して84億48百万円となり、投資その他の資産全体では279億18百万円、10.5%減少して2,389億12百万円となりました。この結果、固定資産は前期比427億27百万円、5.0%増加して8,999億76百万円となりました。

当期末の流動負債は、294億90百万円、6.5%増加して4,823億73百万円となりました。これは、支払手形及び買掛金が売上高の増加により前期比260億23百万円、8.4%増加して3,375億90百万円となった反面、未払法人税等が101億35百万円、36.0%減少して180億34百万円となったことが大きな要因となっています。

固定負債は、長期借入金が前期比28億78百万円、77.4%増加しましたが、退職給付引当金が前期比31億72百万円減少し、552億75百万円となったことなどで、前期比1億49百万円、0.1%増加して1,184億36百万円となりました。社債の発行残高は前期と同じ500億円でした。

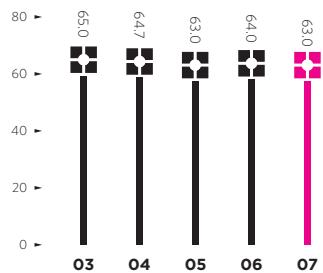
この結果、負債合計は、前期比296億40百万円、5.2%増加して6,008億10百万円となりました。

DNPは2003年2月より自己株式の取得を実施しています。当期も1,065万株、194億75百万円の買入を行っており、これまでの取得累計は6,352.7万株、1,031億42百万円となりました。一方、当期は2006年11月21日に1,000万株、165億円の消却を実施し、これまでの消却累計が2,900万株、441億円となりました。

これらの結果、自己株式勘定のマイナス幅は前期の574億50百万円から31億44百万円拡大して605億94百万円となり、純資産の減少要因となりました。反面、利益剰余金が前期比222億61百万円、2.8%増加して8,287億7百万円となったことが純資産の増加要因となりました。

これらの結果として、当期の純資産は、361億31百万円、3.4%増加して1兆994億39百万円となりました。

株主資本比率
(%)



事業等のリスク

DNPの業績等は、今後起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、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対応に努めていく方針です。

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、下記の通りです。

国内景気と消費動向

DNPは、幅広い業種の非常に多くの顧客と取引を行っており、特定の顧客に偏らない事業活動を展開しています。その市場は、主として日本国内を中心としており、海外売上高の割合は約17%となっています。したがって、日本国内の景気変動により、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により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、高い収益性と成長性が見込まれ、今後も綿密な情報収集に基づく事業戦略の構築と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の確保を目指していきます。しかし、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等が発生する場合もあり、これは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、国内及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し、安定的な原材料の確保と最適な価格の維持に努めています。しかし、石油価格の高騰や中国市場での急激な需要増加などにより、一時的に需給バランスが崩れる懸念もあります。そのような場合には、当社の顧客との交渉を通じて対応していくますが、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、業績等に影響を与える可能性があります。

新製品・新技術の開発

DNPは、印刷技術を応用して顧客や市場のニーズに対応した新製品・新技術を開発し、幅広い産業分野へ製品・サービスを供給しています。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、開発競争はますます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、業績等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などを中心に海外顧客等との製品・サービス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。したがって、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、業績等への影響が大きくなる可能性があります。

法的規制等

法令の遵守を基本として事業を進めていますが、製造物責任や環境・リサイクル関連、独占禁止法、個人情報保護法、特許法、税制、輸出入関連などにおいて、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。そのような場合、事業活動に対する制約の拡大やコストの増加も予想され、DNPの事業活動に影響を及ぼす可能性があります。

情報システムとセキュリティ

インターネットをはじめとする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高まり、情報システムの構築やセキュリティ対策の確立は、事業活動を継続する上で、いまや不可欠となってきています。これに対して、近年ソフト・ハードの不具合やコンピュータウイルス等による情報システムの障害の発生、顧客生活情報の漏えいなどさまざまなりスクの発生の可能性が高まっています。DNPグループでは、情報セキュリティの高度化や社員教育を通じてシステムとデータの保守・管理には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、事業活動に影響を及ぼす可能性があります。

災害の発生

製造設備等の主要施設に関しては、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、災害等によって生産活動の停止、あるいは製品供給に混乱をきたすことのないよう努めています。また、各種保険によるリスク移転も図っています。しかし、大地震やテロなどの発生により、生産活動の停止や社会インフラの大規模な損壊など予想を超える事故が発生した場合は、業績等に大きな影響を及ぼす可能性があります。

連結財務情報

	2007	2006	2005	2004
損益計算書関連(百万円)				
売上高	¥ 1,557,802	¥ 1,507,505	¥ 1,424,942	¥ 1,354,101
売上原価	1,268,072	1,202,159	1,121,373	1,073,118
売上総利益	289,730	305,345	303,569	280,983
販売費及び一般管理費	193,585	184,676	183,041	178,545
営業利益	96,144	120,669	120,528	102,438
経常利益	101,348	124,715	120,485	97,276
税金等調整前当期純利益	98,950	114,639	107,686	93,137
当期純利益	54,841	65,187	59,936	52,971
貸借対照表関連(百万円)				
総資産	¥ 1,700,250	¥ 1,662,377	¥ 1,600,129	¥ 1,513,734
有形固定資産	635,783	568,965	528,008	513,175
固定負債	118,436	118,287	115,801	119,277
負債合計	600,810	571,170	566,796	510,970
資本合計	–	1,063,308	1,007,943	978,736
純資産合計	1,099,439	–	–	–
その他(百万円)				
設備投資	¥ 162,885	¥ 136,059	¥ 86,057	¥ 69,834
減価償却費	100,161	87,263	80,440	85,182
研究開発費	30,112	28,692	26,386	26,050
普通株式データ(円、株)				
1株当たり純利益 - 基本的	¥ 78.09	¥ 91.22	¥ 82.56	¥ 71.49
1株当たり純利益 - 希薄化後	–	–	–	–
1株当たり配当金	32.00	26.00	24.00	21.00
1株当たり純資産	1,544.01	1,507.89	1,409.18	1,348.40
発行済普通株式数	694,226,171 (株)	704,972,101 (株)	715,076,830 (株)	725,677,422 (株)
財務比率(%)				
売上高に占める割合:				
売上総利益	18.60%	20.25%	21.30%	20.75%
販売費及び一般管理費	12.43	12.25	12.85	13.19
営業利益	6.17	8.00	8.46	7.57
税金等調整前当期純利益	6.35	7.60	7.56	6.88
当期純利益	3.52	4.32	4.21	3.91
ROE	5.14	6.29	6.03	5.52
流動比率	166	178	186	197
D/Eレシオ	6	6	7	7

	2003		2002		2001		2000		1999		1998
¥	1,309,002	¥	1,311,934	¥	1,342,035	¥	1,286,703	¥	1,269,543	¥	1,336,604
	1,043,456		1,071,163		1,091,386		1,039,006		1,033,926		1,056,962
	265,546		240,771		250,649		247,697		235,617		279,642
	175,665		168,529		164,708		161,811		166,008		172,824
	89,881		72,242		85,941		85,886		69,609		106,818
	88,177		74,775		92,349		87,976		77,996		111,673
	42,244		26,150		69,116		79,199		77,703		100,634
	28,774		15,609		33,409		39,034		30,493		56,539
¥	1,450,027	¥	1,432,458	¥	1,489,871	¥	1,451,700	¥	1,445,293	¥	1,450,709
	540,874		543,962		561,017		561,898		570,860		536,364
	66,821		79,013		86,012		77,637		100,695		100,214
	484,581		460,691		522,105		495,541		518,323		538,113
	942,083		946,998		939,441		925,646		898,646		885,507
	-		-		-		-		-		-
¥	73,789	¥	85,096	¥	103,050	¥	113,858	¥	119,372	¥	111,341
	89,239		94,870		94,312		94,588		82,800		73,908
	24,097		23,367		24,664		23,571		n.a.		n.a.
¥	37.80	¥	20.55	¥	43.99	¥	51.40	¥	40.15	¥	74.49
	37.67		20.53		43.45		50.47		39.54		72.53
	19.00		18.00		18.00		18.00		18.00		18.00
	1,270.81		1,246.99		1,236.96		1,218.79		1,183.24		1,165.94
	741,161,150 (株)		759,480,693 (株)								
20.29%		18.35%		18.68%		19.25%		18.56%		20.92%	
13.42		12.85		12.27		12.58		13.08		12.93	
6.87		5.51		6.40		6.67		5.48		7.99	
3.23		1.99		5.15		6.16		6.12		7.53	
2.20		1.19		2.49		3.03		2.40		4.23	
3.02		1.65		3.58		4.28		3.42		6.59	
171		181		165		160		159		165	
6		7		8		9		10		10	

連結財務諸表

1. 連結財務諸表及び財務諸表の作成方法について

(1) 当社の連結財務諸表は、「連結財務諸表の用語、様式及び作成方法に関する規則」（昭和51年大蔵省令第28号。以下「連結財務諸表規則」という。）に基づいて作成している。

前連結会計年度（平成17年4月1日から平成18年3月31日まで）は、改正前の連結財務諸表規則に基づき、当連結会計年度（平成18年4月1日から平成19年3月31日まで）は、改正後の連結財務諸表規則に基づいて作成している。

(2) 当社の財務諸表は、「財務諸表等の用語、様式及び作成方法に関する規則」（昭和38年大蔵省令第59号。以下「財務諸表等規則」という。）に基づいて作成している。

前事業年度（平成17年4月1日から平成18年3月31日まで）は、改正前の財務諸表等規則に基づき、当事業年度（平成18年4月1日から平成19年3月31日まで）は、改正後の財務諸表等規則に基づいて作成している。

2. 監査証明について

当社は、証券取引法第193条の2の規定に基づき、前連結会計年度（平成17年4月1日から平成18年3月31日まで）及び当連結会計年度（平成18年4月1日から平成19年3月31日まで）の連結財務諸表並びに前事業年度（平成17年4月1日から平成18年3月31日まで）及び当事業年度（平成18年4月1日から平成19年3月31日まで）の財務諸表について、明治監査法人により監査を受けている。

1 【連結財務諸表等】

(1) 【連結財務諸表】

①【連結貸借対照表】

区分	注記番号	前連結会計年度 (平成18年3月31日)		当連結会計年度 (平成19年3月31日)	
		金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)
(資産の部)					
I 流動資産					
1. 現金及び預金		268,334		195,595	
2. 受取手形及び売掛金	※5	436,331		477,157	
3. 有価証券		6,797		9,992	
4. たな卸資産		76,485		95,246	
5. 繰延税金資産		13,333		14,216	
6. その他		10,962		13,275	
貸倒引当金		△7,118		△5,209	
流動資産合計		805,127	48.4	800,273	47.1
II 固定資産					
1. 有形固定資産					
(1) 建物及び構築物	※1	424,733		463,863	
減価償却累計額		△248,879		△260,410	
(2) 機械装置及び運搬具	※1	859,775		908,461	
減価償却累計額		△639,041		△661,866	
(3) 土地	※1	220,734		246,594	
(4) 建設仮勘定		119,399		124,915	
(5) その他	※1	30,532		34,125	
減価償却累計額		99,718		107,297	
有形固定資産合計		△77,273		△80,602	
2. 無形固定資産					
(1) ソフトウェア		568,965	34.2	635,783	37.4
(2) その他	※6	15,615		18,008	
無形固定資産合計		5,838		7,271	
3. 投資その他の資産					
(1) 投資有価証券	※2	21,453	1.3	25,280	1.5
(2) 長期貸付金		224,503		194,197	
(3) 繰延税金資産		7,714		3,451	
(4) その他	※2	6,510		8,448	
貸倒引当金		39,597		42,831	
投資その他の資産合計		△11,496		△10,016	
固定資産合計		266,830	16.1	238,912	14.0
資産合計		857,249	51.6	899,976	52.9
		1,662,377	100.0	1,700,250	100.0

		前連結会計年度 (平成18年3月31日)			当連結会計年度 (平成19年3月31日)		
区分	注記番号	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)		
(負債の部)							
I 流動負債							
1. 支払手形及び買掛金	※5	311,567		337,590			
2. 短期借入金		11,654		9,511			
3. 一年内返済長期借入金	※1	2,620		3,120			
4. 未払法人税等		28,169		18,034			
5. 賞与引当金		17,303		18,338			
6. 損害補償損失引当金		—		2,400			
7. その他	※5	81,568		93,378			
流動負債合計		452,883	27.2	482,373	28.3		
II 固定負債							
1. 社債		50,000		50,000			
2. 長期借入金	※1	3,719		6,597			
3. 繰延税金負債		6,116		5,546			
4. 退職給付引当金		58,447		55,275			
5. その他		3		1,016			
固定負債合計		118,287	7.1	118,436	7.0		
負債合計		571,170	34.3	600,810	35.3		
(少数株主持分)							
少数株主持分		27,898	1.7	—	—		
(資本の部)							
I 資本金	※7	114,464	6.9	—	—		
II 資本剰余金		144,908	8.7	—	—		
III 利益剰余金		806,446	48.5	—	—		
IV その他有価証券評価差額金		55,489	3.3	—	—		
V 為替換算調整勘定		△549	△0.0	—	—		
VI 自己株式	※8	△57,450	△3.4	—	—		
資本合計		1,063,308	64.0	—	—		
負債、少数株主持分 及び資本合計		1,662,377	100.0	—	—		

		前連結会計年度 (平成18年3月31日)			当連結会計年度 (平成19年3月31日)	
区分	注記番号	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	
(純資産の部)						
I 株主資本			—	—	114,464	6.7
1. 資本金			—	—	144,898	8.5
2. 資本剰余金			—	—	828,707	48.8
3. 利益剰余金			—	—	△60,594	△3.5
4. 自己株式			—	—	1,027,475	60.5
株主資本合計		—	—	—	—	—
II 評価・換算差額等			—	—	41,331	2.4
1. その他有価証券評価差額金			—	—	△3	△0.0
2. 繰延ヘッジ損益			—	—	3,093	0.2
3. 為替換算調整勘定			—	—	44,421	2.6
評価・換算差額等合計		—	—	—	—	—
III 少数株主持分			—	—	27,542	1.6
純資産合計		—	—	—	1,099,439	64.7
負債純資産合計		—	—	—	1,700,250	100.0

②【連結損益計算書】

		前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)		当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)	
区分	注記番号	金額 (百万円)	百分比 (%)	金額 (百万円)	百分比 (%)
I 売上高		1,507,505	100.0	1,557,802	100.0
II 売上原価	※2	1,202,159	79.7	1,268,072	81.4
売上総利益		305,345	20.3	289,730	18.6
III 販売費及び一般管理費	※1・2	184,676	12.3	193,585	12.4
営業利益		120,669	8.0	96,144	6.2
IV 営業外収益					
1. 受取利息		1,298		2,031	
2. 受取配当金		1,428		1,754	
3. 持分法による投資利益		442		—	
4. 設備賃貸料		2,043		1,158	
5. 助成金収入		1,212		1,247	
6. その他		3,245	9,670	4,401	10,592
V 営業外費用			0.6		0.7
1. 支払利息		1,323		1,307	
2. 貸倒設備減価償却費		1,451		778	
3. 持分法による投資損失		—		99	
4. 為替差損		336		253	
5. その他		2,512	5,624	2,950	5,389
経常利益			0.3		0.4
VI 特別利益		124,715	8.3	101,348	6.5
1. 固定資産売却益	※3	3,095		712	
2. 投資有価証券売却益		3,713		10,162	
3. 貸倒引当金取崩益		411		343	
4. その他		127	7,347	3	11,221
VII 特別損失			0.5		0.7
1. 固定資産売却損	※4	735		898	
2. 固定資産除却損		4,258		4,950	
3. 減損損失	※5	7,346		1,282	
4. 投資有価証券売却損		33		2,120	
5. 関係会社株式売却損		361		157	
6. 投資有価証券評価損		1,650		384	
7. 関係会社株式評価損		1		—	
8. ゴルフ会員権評価損		5		1	
9. ゴルフ会員権等貸倒引当金繰入額		—		7	
10. 退職給付引当金繰入額		1,809		—	
11. 損害補償損失及び損害補償損失引当金繰入額		—		3,323	
12. 従業員臨時退職金		716		—	
13. その他		503	17,422	492	13,620
税金等調整前当期純利益		114,639	1.2		0.8
法人税、住民税及び事業税		47,550	7.6		6.4
法人税等調整額		514	48,065	36,858	
少数株主利益			3.2	6,149	2.8
当期純利益		1,386	0.1	43,008	0.1
		65,187	4.3	1,099	0.1
				54,841	3.5

③【連結剰余金計算書及び連結株主資本等変動計算書】

〔連結剰余金計算書〕

		前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	
区分	注記番号	金額 (百万円)	
(資本剰余金の部)			
I 資本剰余金期首残高			144,905
II 資本剰余金増加高 自己株式処分差益	3	3	
III 資本剰余金期末残高		144,908	
(利益剰余金の部)			
I 利益剰余金期首残高			774,652
II 利益剰余金増加高 当期純利益	65,187	65,187	
III 利益剰余金減少高 1. 配当金	18,251		
2. 役員賞与	271		
3. 自己株式消却額	14,870	33,393	
IV 利益剰余金期末残高		806,446	

〔連結株主資本等変動計算書〕

当連結会計年度（自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日）

	株主資本				
	資本金	資本剰余金	利益剰余金	自己株式	株主資本合計
平成18年3月31日 残高 (百万円)	114,464	144,908	806,446	△57,450	1,008,369
連結会計年度中の変動額					
利益処分による剰余金の配当			△9,879		△9,879
剰余金の配当			△9,173		△9,173
利益処分による役員賞与			△283		△283
当期純利益			54,841		54,841
連結範囲の変動及び持分法の適用範囲の変動			3,236		3,236
自己株式の取得				△19,663	△19,663
自己株式の処分		2		24	26
自己株式の消却		△12	△16,482	16,495	—
株主資本以外の項目の連結会計年度中の変動額（純額）					—
連結会計年度中の変動額合計 (百万円)	—	△10	22,260	△3,143	19,106
平成19年3月31日 残高 (百万円)	114,464	144,898	828,707	△60,594	1,027,475

	評価・換算差額等				少數株主 持分	純資産合計
	その他 有価証券 評価差額金	繰延 ヘッジ損益	為替換算 調整勘定	評価・換算 差額等合計		
平成18年3月31日 残高 (百万円)	55,489	—	△549	54,939	27,898	1,091,207
連結会計年度中の変動額						
利益処分による剰余金の配当						△9,879
剰余金の配当						△9,173
利益処分による役員賞与						△283
当期純利益						54,841
連結範囲の変動及び持分法の適用範囲の変動						3,236
自己株式の取得						△19,663
自己株式の処分						26
自己株式の消却						—
株主資本以外の項目の連結会計年度中の変動額（純額）	△14,157	△3	3,642	△10,518	△355	△10,873
連結会計年度中の変動額合計 (百万円)	△14,157	△3	3,642	△10,518	△355	8,232
平成19年3月31日 残高 (百万円)	41,331	△3	3,093	44,421	27,542	1,099,439

④【連結キャッシュ・フロー計算書】

			前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
区分	注記番号		金額 (百万円)	金額 (百万円)
I 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			114,639	98,950
減価償却費			87,263	100,161
減損損失			7,346	1,282
貸倒引当金の減少額			△1,060	△1,036
退職給付引当金の減少額			△971	△4,707
持分法による投資損益（益：△）			△442	99
連結調整勘定債却額			1,079	—
のれん償却額			—	1,475
受取利息及び受取配当金			△2,727	△3,785
支払利息			1,323	1,307
投資有価証券売却益			△3,679	△8,042
投資有価証券評価損			1,650	384
関係会社株式評価損			1	—
有形固定資産売除却損			1,898	5,135
売上債権の増加額			△19,695	△34,238
たな卸資産の増減額（増加：△）			1,547	△18,042
仕入債務の増加額			5,669	15,211
その他			△1,540	16,220
小計			192,303	170,375
従業員臨時退職金の支払額			△716	—
法人税等の支払額			△49,913	△47,364
営業活動によるキャッシュ・フロー			141,673	123,010
II 投資活動によるキャッシュ・フロー				
短期投資の純減少額			18	5,008
有価証券の取得による支出			—	△501
有価証券の売却等による収入			6,711	7,201
有形固定資産の取得による支出			△129,471	△153,994
有形固定資産の売却による収入			4,978	2,139
投資有価証券の取得による支出			△32,156	△13,886
投資有価証券の売却等による収入			5,092	16,988
利息及び配当金の受取額			3,042	3,916
その他			△9,995	△17,588
投資活動によるキャッシュ・フロー			△151,780	△150,717
III 財務活動によるキャッシュ・フロー				
短期借入金の純減少額			△1,308	△3,265
長期借入れによる収入			585	4,731
長期借入金の返済による支出			△4,997	△4,365
利息の支払額			△1,333	△1,311
配当金の支払額			△18,247	△19,052
少数株主への配当金の支払額			△714	△633
自己株式の取得による支出			△20,710	△19,663
子会社の自己株式の取得による支出			△6	△2
その他			21	972
財務活動によるキャッシュ・フロー			△46,712	△42,589
IV 現金及び現金同等物に係る換算差額			2,685	1,492
V 現金及び現金同等物の減少額			△54,133	△68,803
VI 現金及び現金同等物の期首残高			293,355	239,221
VII 連結会社増加による現金及び現金同等物の増加額			—	69
VIII 現金及び現金同等物の期末残高			239,221	170,488

連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
1. 連結の範囲に関する事項	<p>(1) 連結子会社の数 82社 連結子会社名は、「第1.企業の概況」の「4.関係会社の状況」に記載しているため省略した。 なお、㈱DNPプリントラッシュは当連結会計年度において新たに設立されたことから当連結会計年度より連結子会社に含めることとした。</p> <p>(2) 主要な非連結子会社の名称等 主要な非連結子会社は、㈱DNPスペースデザインである。</p> <p>(連結の範囲から除いた理由) 非連結子会社は、いずれも小規模であり、合計の総資産、売上高、当期純損益（持分に見合う額）及び利益剰余金（持分に見合う額）等は、いずれも連結財務諸表に重要な影響を及ぼしていないためである。</p>	<p>(1) 連結子会社の数 96社 連結子会社名は、「第1.企業の概況」の「4.関係会社の状況」に記載しているため省略した。 なお、㈱DNPカラーテクノ亀山他8社は当連結会計年度において新たに設立されたことから、また、㈱DNP情報システム他5社を重要性の観点から、当連結会計年度より連結子会社に含めることとした。また、ディー・エー・ピー・テクノロジー㈱は増資に伴う出資引受により議決権割合が増加したことから当連結会計年度より持分法適用関連会社から連結子会社に含めることとした。また、北海道大日本印刷㈱他1社については清算結了により除外した。</p> <p>(2) 主要な非連結子会社の名称等 主要な非連結子会社は、㈱DNPテクノリサーチである。</p> <p>(連結の範囲から除いた理由) 同 左</p>
2. 持分法の適用に関する事項	<p>(1) 関連会社9社に対する投資について、持分法を適用している。主要な持分法適用会社は教育出版㈱、ディー・エー・ピー・テクノロジー㈱、パナソニックバッテリーエレクトロード㈱である。 なお、当連結会計年度において新たに株式を取得した㈱早稲田大学メディアミックスを持分法適用の関連会社の範囲に含め、また、㈱キャットについては、株式の売却により除外した。</p> <p>(2) 持分法を適用していない非連結子会社（㈱DNPスペースデザイン他）は、いずれも連結純損益及び利益剰余金等に及ぼす影響が軽微であり、かつ全体としても重要性がないため、持分法の適用範囲から除外している。</p> <p>(3) 持分法適用会社のうち、決算日が連結決算日と異なる会社については、各社の事業年度に係る財務諸表を使用している。</p>	<p>(1) 関連会社11社に対する投資について、持分法を適用している。主要な持分法適用会社は教育出版㈱、パナソニックバッテリーエレクトロード㈱である。 なお、当連結会計年度において新たに設立されたエイディ・アンド・エム㈱他1社を、また、増資に伴う出資引受等により㈱モバイルブック・ジェーピー他1社を持分法適用の関連会社の範囲に含め、また、日本メタライジング工業㈱については、株式の売却により除外した。</p> <p>(2) 持分法を適用していない非連結子会社（㈱DNPテクノリサーチ他）は、いずれも連結純損益及び利益剰余金等に及ぼす影響が軽微であり、かつ全体としても重要性がないため、持分法の適用範囲から除外している。</p> <p>(3) 同 左</p>

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
3. 連結子会社の事業年度等に関する事項	<p>連結子会社のうち、 北海道コカ・コーラボトリング㈱、 マイポイント・ドット・コム㈱、 DNP America, LLC、 DNP Corporation USA、 DNP Electronics America, LLC、 DNP Holding USA Corporation、 DNP IMS America Corporation、 DNP Taiwan Co., Ltd.、 PT DNP Indonesia、 Tien Wah Press(Pte.)Ltd.</p> <p>他14社の決算日は12月31日であるが、連結財務諸表の作成にあたっては同日現在の財務諸表を使用し、連結決算日との間に生じた重要な取引については、連結上必要な調整を行っている。</p>	<p>連結子会社のうち、 北海道コカ・コーラボトリング㈱、 DNP America, LLC、 DNP Corporation USA、 DNP Electronics America, LLC、 DNP Holding USA Corporation、 DNP IMS America Corporation、 DNP Taiwan Co., Ltd.、 PT DNP Indonesia、 Tien Wah Press(Pte.)Ltd.</p> <p>他16社の決算日は12月31日であるが、連結財務諸表の作成にあたっては同日現在の財務諸表を使用し、連結決算日との間に生じた重要な取引については、連結上必要な調整を行っている。</p>
4. 会計処理基準に関する事項	<p>(1) 重要な資産の評価基準及び評価方法</p> <p>イ. 有価証券</p> <p>　満期保有目的の債券 　主として償却原価法</p> <p>　その他有価証券 　時価のあるもの 　　決算期末日の市場価格等に基づく時価法（評価差額は全部資本直入法により処理し、売却原価は主として移動平均法により算定している）</p> <p>　時価のないもの 　　主として移動平均法による原価法</p> <p>ロ. デリバティブ 　主として時価法</p> <p>ハ. たな卸資産</p> <p>　商品　　主として個別法による原価法</p> <p>　製品・仕掛品　主として売価還元法による原価法</p> <p>　原材料　主として移動平均法による原価法</p> <p>　貯蔵品　主として最終仕入原価法による原価法</p> <p>　ただし、北海道コカ・コーラボトリング㈱、ザ・インクテック㈱及び大日本商事㈱の商品、製品、原材料については、移動平均法による原価法で評価している。また、在外連結子会社のたな卸資産については、低価法によっている。</p> <p>(2) 重要な減価償却資産の減価償却の方法</p> <p>イ. 有形固定資産</p> <p>　当社および国内連結子会社は、主として定率法を採用している。 　ただし、平成10年4月1日以降に取得した建物（建物附属設備を除く）については、定額法を採用している。 　なお、取得価額が10万円以上20万円未満の資産については、主として3年間で均等償却する方法を採用している。 　また在外連結子会社は、主として定額法を採用している。 　なお、主な耐用年数は以下のとおりである。</p> <p>　建物及び構築物　　3～50年</p> <p>　機械装置及び運搬具　2～13年</p>	<p>(1) 重要な資産の評価基準及び評価方法</p> <p>イ. 有価証券</p> <p>　満期保有目的の債券 　同 左</p> <p>　その他有価証券 　時価のあるもの 　　決算期末日の市場価格等に基づく時価法（評価差額は全部純資産直入法により処理し、売却原価は主として移動平均法により算定している）</p> <p>　時価のないもの 　同 左</p> <p>ロ. デリバティブ 　同 左</p> <p>ハ. たな卸資産 　同 左</p> <p>(2) 重要な減価償却資産の減価償却の方法</p> <p>イ. 有形固定資産</p> <p>　同 左</p>

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
	<p>ロ. 無形固定資産 主として定額法を採用している。 なお、自社利用のソフトウェアについては、主として社内における利用可能期間（5年）に基づく定額法を採用している。</p> <p>(3) 重要な引当金の計上基準 イ. 貸倒引当金 売上債権、貸付金等の貸倒損失に備えるため、一般債権については貸倒実績率により、貸倒懸念債権等特定の債権については個別に回収可能性を検討し、回収不能見込額を計上している。</p> <p>ロ. 賞与引当金 従業員に対して翌連結会計年度に支給する賞与のうち、当連結会計年度に負担すべき支給見込額を計上している。</p> <p>ハ.</p> <p>ニ.</p> <p>ホ. 退職給付引当金 従業員の退職給付に備えるため、当連結会計年度末における退職給付債務及び年金資産の見込額に基づき計上している。 過去勤務債務は、その発生時の従業員の平均残存勤務期間以内の一定年数（主として6年）による定額法により費用処理している。 数理計算上の差異は、各連結会計年度の発生時における従業員の平均残存勤務期間以内の一定年数（主として11年）による定率法により計算した額をそれぞれ発生の翌連結会計年度から費用処理している。</p> <p>(追加情報) 連結子会社の一部は、平成17年10月1日に退職給付制度の改定を行い、同時に、当社が前連結会計年度に設立した確定給付企業年金法に基づく企業年金制度に加入した。この制度改定に伴い、過去勤務債務（債務の増額）が8,748百万円発生し、当連結会計年度より費用処理している。</p>	<p>ロ. 無形固定資産 同 左</p> <p>(3) 重要な引当金の計上基準 イ. 貸倒引当金 同 左</p> <p>ロ. 賞与引当金 同 左</p> <p>ハ. 役員賞与引当金 役員に対して翌連結会計年度に支給する賞与のうち、当連結会計年度に負担すべき支給見込額を計上している。</p> <p>ニ. 損害補償損失引当金 当連結会計年度における事故などにより将来負担すると見込まれる補償費用等の支出に備えるため、当連結会計年度末における費用負担見込額を計上している。</p> <p>ホ. 退職給付引当金 従業員の退職給付に備えるため、当連結会計年度末における退職給付債務及び年金資産の見込額に基づき計上している。 過去勤務債務は、その発生時の従業員の平均残存勤務期間以内の一定年数（主として6年）による定額法により費用処理している。 数理計算上の差異は、各連結会計年度の発生時における従業員の平均残存勤務期間以内の一定年数（主として9年）による定率法により計算した額をそれぞれ発生の翌連結会計年度から費用処理している。 なお、当社及び連結子会社の一部は、従業員の平均残存勤務期間が短縮されたことに伴い、数理計算上の差異の費用処理年数を変更している。この変更による影響は軽微である。</p> <p>(追加情報) 連結子会社の一部は、平成18年4月1日、7月1日及び10月1日に退職給付制度の改定を行い、同時に、確定給付企業年金制度に加入した。この制度改定に伴い、過去勤務債務（債務の増額）が1,779百万円発生し、当連結会計年度より費用処理している。</p>

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)				
	<p>(4) 重要な外貨建の資産又は負債の本邦通貨への換算の基準</p> <p>外貨建金銭債権債務は、連結決算日の直物為替相場により円貨に換算し、換算差額は損益として処理している。なお、在外子会社等の資産及び負債は、連結決算日の直物為替相場により円貨に換算し、収益及び費用は期中平均相場により円貨に換算し、換算差額は少數株主持分及び資本の部における為替換算調整勘定に含めて計上している。</p> <p>(5) 重要なリース取引の処理方法</p> <p>主としてリース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引については、通常の賃貸借取引に係る方法に準じた会計処理によっている。</p> <p>(6) 重要なヘッジ会計の方法</p> <p>イ. ヘッジ会計の方法</p> <p>繰延ヘッジ処理を採用している。なお、為替予約の振当処理の要件を満たしている場合は振当処理を採用している。</p> <p>ロ. ヘッジ手段とヘッジ対象</p> <table> <thead> <tr> <th>ヘッジ手段</th> <th>ヘッジ対象</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>為替予約</td> <td>外貨建売上債権 外貨建買入債務 及び外貨建予定取引</td> </tr> </tbody> </table> <p>ハ. ヘッジ方針</p> <p>当社及び連結子会社の市場リスクに係る社内規程に基づき、為替変動リスク及び金利変動リスクをヘッジしている。</p> <p>ニ. ヘッジ有効性評価の方法</p> <p>外貨建予定取引の実行可能性・時期を厳密に検討した上で、為替予約を行っている。</p> <p>(7) その他連結財務諸表作成のための重要な事項</p> <p>消費税等の会計処理</p> <p>消費税及び地方消費税の会計処理は税抜方式によっている。</p>	ヘッジ手段	ヘッジ対象	為替予約	外貨建売上債権 外貨建買入債務 及び外貨建予定取引	<p>(4) 重要な外貨建の資産又は負債の本邦通貨への換算の基準</p> <p>外貨建金銭債権債務は、連結決算日の直物為替相場により円貨に換算し、換算差額は損益として処理している。なお、在外子会社等の資産及び負債は、連結決算日の直物為替相場により円貨に換算し、収益及び費用は期中平均相場により円貨に換算し、換算差額は純資産の部における為替換算調整勘定及び少數株主持分に含めている。</p> <p>(5) 重要なリース取引の処理方法</p> <p>同 左</p> <p>(6) 重要なヘッジ会計の方法</p> <p>イ. ヘッジ会計の方法</p> <p>同 左</p> <p>ロ. ヘッジ手段とヘッジ対象</p> <p>同 左</p> <p>ハ. ヘッジ方針</p> <p>同 左</p> <p>ニ. ヘッジ有効性評価の方法</p> <p>同 左</p> <p>(7) その他連結財務諸表作成のための重要な事項</p> <p>消費税等の会計処理</p> <p>同 左</p>
ヘッジ手段	ヘッジ対象					
為替予約	外貨建売上債権 外貨建買入債務 及び外貨建予定取引					
5. 連結子会社の資産及び負債の評価に関する事項	連結子会社の資産及び負債の評価については、全面時価評価法を採用している。	同 左				
6. 連結調整勘定の償却に関する事項	連結調整勘定の償却については、5年間の均等償却を行っている。	————				
7. のれん及び負ののれんの償却に関する事項	————	のれん及び負ののれんの償却については、20年以内のその効果の発現する期間にわたって定額法により償却することとしている。当連結会計年度においては、主として5年間の均等償却を行っている。				
8. 利益処分項目等の取扱いに関する事項	連結剰余金計算書は、連結会社の利益処分について連結会計年度中に確定した利益処分に基づいて作成している。	————				

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
9. 連結キャッシュ・フロー計算書における資金の範囲	連結キャッシュ・フロー計算書における資金（現金及び現金同等物）は、手許現金、隨時引き出し可能な預金及び容易に換金可能であり、かつ、価値の変動について僅少なリスクしか負わない取得日から3ヶ月以内に償還期限の到来する短期投資からなる。	同 左

連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項の変更

前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
<p>(固定資産の減損に係る会計基準) 当連結会計年度より、固定資産の減損に係る会計基準（「固定資産の減損に係る会計基準の設定に関する意見書」（企業会計審議会 平成14年8月9日））及び「固定資産の減損に係る会計基準の適用指針」（企業会計基準適用指針第6号 平成15年10月31日）を適用している。これにより税金等調整前当期純利益は、7,158百万円減少している。 なお、減損損失累計額については、改正後の連結財務諸表規則に基づき各資産の金額から直接控除している。</p> <hr/> <p>(貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準) 当連結会計年度より、「貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準」（企業会計基準第5号 平成17年12月9日）及び「貸借対照表の純資産の部の表示に関する会計基準等の適用指針」（企業会計基準適用指針第8号 平成17年12月9日）を適用している。 これまでの資本の部の合計に相当する金額は、1,071,900百万円である。 なお、当連結会計年度における連結貸借対照表の純資産の部については、連結財務諸表規則の改正に伴い、改正後の連結財務諸表規則により作成している。</p> <p>(役員賞与に関する会計基準) 当連結会計年度より、「役員賞与に関する会計基準」（企業会計基準第4号 平成17年11月29日）を適用している。これにより、営業利益、経常利益及び税金等調整前当期純利益はそれぞれ297百万円減少している。 なお、セグメント情報に与える影響は、当該箇所に記載している。</p>	

表示方法の変更

前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
	<p>(連結キャッシュ・フロー計算書関係) 前連結会計年度において、連結調整勘定償却額として掲記されていたものは、当連結会計年度から、のれん償却額として表示している。</p>

注記事項

(連結貸借対照表関係)

前連結会計年度 (平成18年3月31日)	当連結会計年度 (平成19年3月31日)
※1. 担保提供資産及び担保付債務 担保に供している資産は次のとおりである。	※1. 担保提供資産及び担保付債務 担保に供している資産は次のとおりである。
建物及び構築物 320百万円 機械装置及び運搬具 5,481〃 土地 1,185〃 その他の有形固定資産 23〃 <hr/> 計 7,010〃	機械装置及び運搬具 7,128百万円 その他の有形固定資産 14〃 <hr/> 計 7,142〃
担保付債務は次のとおりである。 一年内返済長期借入金 1,520百万円 長期借入金 1,854〃 <hr/> 計 3,375〃	担保付債務は次のとおりである。 一年内返済長期借入金 1,488百万円 長期借入金 2,584〃 <hr/> 計 4,073〃
※2. 非連結子会社及び関連会社に対するものは、次のとおりである。 投資有価証券（株式） 3,250百万円 その他の投資その他の資産（貸付金） 1,375〃 その他の投資その他の資産（出資金） 225〃	※2. 非連結子会社及び関連会社に対するものは、次のとおりである。 投資有価証券（株式） 3,340百万円 その他の投資その他の資産（貸付金） 1,370〃 その他の投資その他の資産（出資金） 225〃
3. 保証債務 連結会社以外の会社の金融機関等からの借入に対し、債務保証を行っている。	3. 保証債務 連結会社以外の会社の金融機関等からの借入に対し、債務保証を行っている。
クイニヨン植林㈱ 103百万円 (879千米ドル) <hr/> 計 103〃	クイニヨン植林㈱ 100百万円 (855千米ドル) <hr/> 計 100〃
4. 受取手形割引高 820百万円	4. 受取手形割引高 820百万円
※5.	※5.
※6. 無形固定資産「その他の無形固定資産」に含まれる「連結調整勘定」 1,826百万円	※6.
※7. 当社の発行済株式総数は、普通株式740,480千株である。	※7.
※8. 連結会社及び持分法適用関連会社が保有する自己株式の数は、普通株式35,508千株である。	※8.

(連結損益計算書関係)

(連結株主資本等変動計算書関係)

当連結会計年度（自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日）

1. 発行済株式の種類及び総数並びに自己株式の種類及び株式数に関する事項

	前連結会計 年度末株式数 (千株)	当連結会計年度 増加株式数 (千株)	当連結会計年度 減少株式数 (千株)	当連結会計 年度末株式数 (千株)
発行済株式				
普通株式	740,480	—	10,000	730,480
合 計	740,480	—	10,000	730,480
自己株式				
普通株式	35,508	10,760	10,014	36,254
合 計	35,508	10,760	10,014	36,254

- (注) 1. 普通株式の発行済株式総数の減少10,000千株は、自己株式の消却によるものである。
 2. 普通株式の自己株式の株式数の増加10,760千株は、単元未満株式の買取りによる102千株と取締役会決議による取得10,658千株である。
 3. 普通株式の自己株式の株式数の減少10,014千株は、単元未満株式の売渡しによる14千株と自己株式消却による10,000千株である。

2. 配当に関する事項

(1) 配当金支払額

決 議	株式の種類	配当金の総額 (百万円)	1株当たり 配当額(円)	基 準 日	効力発生日
平成18年6月29日 定時株主総会	普通株式	9,879	14	平成18年3月31日	平成18年6月30日
平成18年11月10日 取締役会	普通株式	9,173	13	平成18年9月30日	平成18年12月8日

(2) 基準日が当連結会計年度に属する配当のうち、配当の効力発生日が翌連結会計年度となるもの

決 議	株式の種類	配当金の総額 (百万円)	配当の原資	1株当たり 配当額(円)	基 準 日	効力発生日
平成19年6月28日 定時株主総会	普通株式	13,203	利益剰余金	19	平成19年3月31日	平成19年6月29日

(連結キャッシュ・フロー計算書関係)

前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
現金及び現金同等物の期末残高と連結貸借対照表に掲記されている科目的金額との関係 (平成18年3月31日現在)	現金及び現金同等物の期末残高と連結貸借対照表に掲記されている科目の金額との関係 (平成19年3月31日現在)
現金及び預金勘定 268,334百万円	現金及び預金勘定 195,595百万円
預入期間が3か月を超える定期預金 △30,112〃	預入期間が3か月を超える定期預金 △25,106〃
取得日から3か月以内に償還期限の到来する短期投資(その他の流動資産) 999〃	現金及び現金同等物合計 170,488〃
現金及び現金同等物合計 239,221〃	

(リース取引関係)

前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)		
1. リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引	1. リース物件の所有権が借主に移転すると認められるもの以外のファイナンス・リース取引		
① リース物件の取得価額相当額、減価償却累計額相当額及び期末残高相当額	① リース物件の取得価額相当額、減価償却累計額相当額及び期末残高相当額		
	取 得 価 額 相 当 額 (百 万 円)	減 価 償 却 累 計 額 相 当 額 (百 万 円)	期 末 残 高 相 当 額 (百 万 円)
機械装置及び運搬具	24,675	12,991	11,683
その他 (工具器具備品、建物)	8,042	3,522	4,520
合 計	32,717	16,513	16,204
なお、取得価額相当額は、未経過リース料期末残高が有形固定資産の期末残高等に占める割合が低いため、支払利子込み法により算定している。			
② 未経過リース料期末残高相当額	② 未経過リース料期末残高相当額		
1 年 内 6,318百万円	1 年 内 8,492百万円		
1 年 超 9,885〃	1 年 超 13,879〃		
合 計 16,204〃	合 計 22,371〃		
なお、未経過リース料期末残高相当額は、未経過リース料期末残高が有形固定資産の期末残高等に占める割合が低いため、支払利子込み法により算定している。			
③ 支払リース料及び減価償却費相当額	③ 支払リース料及び減価償却費相当額		
支払リース料 8,430百万円	支払リース料 10,438百万円		
減価償却費相当額 8,430〃	減価償却費相当額 10,438〃		
④ 減価償却費相当額の算定方法	④ 減価償却費相当額の算定方法		
リース期間を耐用年数とし、残存価額を零とする定額法によっている。	同 左		
2. オペレーティング・リース取引	2. オペレーティング・リース取引		
未経過リース料	未経過リース料		
1 年 内 584百万円	1 年 内 756百万円		
1 年 超 2,798〃	1 年 超 2,746〃		
合 計 3,383〃	合 計 3,502〃		

(有価証券関係)

I 前連結会計年度

- 満期保有目的の債券で時価のあるもの（平成18年3月31日現在）
該当なし

- その他有価証券で時価のあるもの（平成18年3月31日現在）

	種類	取得原価 (百万円)	連結貸借対照表 計上額 (百万円)	差額 (百万円)
連結貸借対照表計上額が 取得原価を超えるもの	株式	56,489	152,447	95,957
	債券	9,793	9,829	36
	その他	10	20	9
	小計	66,293	162,296	96,003
連結貸借対照表計上額が 取得原価を超えないもの	株式	10,437	8,417	△2,019
	債券	31,060	30,735	△325
	小計	41,497	39,153	△2,344
合計		107,790	201,449	93,658

- 当連結会計年度中に売却したその他有価証券（自平成17年4月1日 至平成18年3月31日）

売却額 (百万円)	売却益の合計額 (百万円)	売却損の合計額 (百万円)
5,056	3,713	33

- 時価評価されていない主な有価証券の内容及び連結貸借対照表計上額（平成18年3月31日現在）

(1) 満期保有目的の債券 非上場外国債券	3,000百万円
(2) その他有価証券 非上場株式 その他の	23,560百万円 41 "

- その他有価証券のうち満期があるもの及び満期保有目的の債券の今後の償還予定額（平成18年3月31日現在）

	1年以内 (百万円)	1年超5年以内 (百万円)	5年超10年以内 (百万円)	10年超 (百万円)
債券				
国債	6,700	20,000	—	—
社債	—	60	30	—
非上場外国債券	—	—	12,000	—
合計	6,700	20,060	12,030	—

II 当連結会計年度

- 満期保有目的の債券で時価のあるもの（平成19年3月31日現在）
該当なし

- その他有価証券で時価のあるもの（平成19年3月31日現在）

	種類	取得原価 (百万円)	連結貸借対照表 計上額 (百万円)	差額 (百万円)
連結貸借対照表計上額が 取得原価を超えるもの	株式	54,978	126,681	71,702
	その他	10	21	11
	小計	54,988	126,702	71,713
連結貸借対照表計上額が 取得原価を超えないもの	株式	15,654	13,869	△1,784
	債券	34,038	33,881	△156
	小計	49,692	47,751	△1,940
合計		104,681	174,454	69,772

- 当連結会計年度中に売却したその他有価証券（自平成18年4月1日 至平成19年3月31日）

売却額 (百万円)	売却益の合計額 (百万円)	売却損の合計額 (百万円)
14,770	10,162	2,120

4. 時価評価されていない主な有価証券の内容及び連結貸借対照表計上額（平成19年3月31日現在）

(1) 満期保有目的の債券	
非上場外国債券	3,000百万円
(2) その他有価証券	
非上場株式	23,261百万円
その他の	133〃

5. その他有価証券のうち満期があるもの及び満期保有目的の債券の今後の償還予定額（平成19年3月31日現在）

債券	1年以内 (百万円)	1年超5年以内 (百万円)	5年超10年以内 (百万円)	10年超 (百万円)
国債	9,997	10,040	—	—
社債	—	—	30	—
非上場外国債券	—	—	12,000	—
合計	9,997	10,040	12,030	—

(デリバティブ取引関係)

1. 取引の状況に関する事項

	前連結会計年度 (自平成17年4月1日 至平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自平成18年4月1日 至平成19年3月31日)
(1) 取引の内容、取引に対する取組方針、取引の利用目的		
当社及び連結子会社は、為替相場の変動による損失を防ぐ目的で、輸出取引に関しては外貨建売掛債権額及び受注残高を限度として、輸入取引に関しては一定額以上の取引に関しての外貨建買掛債務について、為替予約取引を行っている。		(1) 取引の内容、取引に対する取組方針、取引の利用目的 同 左
なお、投機目的のためにデリバティブ取引は利用していない。		
(2) 取引に係るリスクの内容		
当社及び連結子会社が利用している為替予約取引は為替相場の変動に係るリスクを有している。		(2) 取引に係るリスクの内容 同 左
なお、デリバティブ取引の契約先は、信用度の高い国内の銀行であり、相手方の契約不履行によるリスクは極めて少ないものである。		
(3) 取引に係るリスクの管理体制		
当社及び連結子会社は、為替予約取引に関して取引方法及び取引限度額を定めた社内規程により、取引の管理及び実行を経理本部等にて行っている。		(3) 取引に係るリスクの管理体制 同 左

2. 取引の時価等に関する事項

デリバティブ取引の契約額等、時価及び評価損益

通貨関連

区分	取引の種類	前連結会計年度末 (平成18年3月31日)				当連結会計年度末 (平成19年3月31日)			
		契約額等 (百万円)	うち1年超 (百万円)	時価 (百万円)	評価損益 (百万円)	契約額等 (百万円)	うち1年超 (百万円)	時価 (百万円)	評価損益 (百万円)
市場取引以外の取引	為替予約取引								
	売建								
	米ドル	10,062	—	10,165	△103	8,784	—	8,831	△47
	ユーロ	824	—	843	△18	601	—	608	△6
	合計	—	—	—	△122	—	—	—	△53

(注)

前連結会計年度末
(平成18年3月31日)

当連結会計年度末
(平成19年3月31日)

1. 時価の算定方法

先物為替相場によっている。

2. ヘッジ会計が適用されているものについては、記載の対象から除いている。

1. 時価の算定方法

同 左

2. 同 左

(退職給付関係)

1. 採用している退職給付制度の概要

(1) 制度の種類

当社及び国内連結子会社は、確定給付型の制度として、確定給付企業年金制度、適格退職年金制度、厚生年金基金制度及び退職一時金制度を設けている。

また、従業員の退職等に際して割増退職金を支払う場合がある。なお、一部の海外子会社では、確定給付型の制度を設けている。

当連結会計年度においては、一部の連結子会社が当社の確定給付企業年金制度に加入し、適格退職年金制度を廃止した。

(2) 当社の状況

確定給付企業年金制度を有し、平成17年3月1日に厚生年金基金の代行部分返上について認可を受け、企業年金基金を設立した。

退職一時金制度は、会社設立時に設定した。

なお、当社は退職給付信託を設定している。

(3) 連結子会社の状況

確定給付企業年金制度は59社、適格退職年金制度は10社、厚生年金基金制度は1社で有している。

退職一時金制度は各社設立時に設定し、75社で有している。

なお、連結子会社の一部は、平成18年4月1日、7月1日及び10月1日に退職給付制度の改定を行い、同時に当社の確定給付企業年金制度に加入した。

2. 退職給付債務に関する事項

	前連結会計年度 (平成18年3月31日)(百万円)	当連結会計年度 (平成19年3月31日)(百万円)
イ. 退職給付債務	△148,799	△156,426
ロ. 年金資産	79,755	95,896
ハ. 未積立退職給付債務（イ+ロ）	△69,043	△60,530
ニ. 未認識数理計算上の差異	2,816	△2,280
ホ. 未認識過去勤務債務（債務の増額）	8,605	9,173
ヘ. 連結貸借対照表計上額純額（ハ+ニ+ホ）	△57,621	△53,637
ト. 前払年金費用	825	1,638
チ. 退職給付引当金（ヘ-ト）	△58,447	△55,275

前連結会計年度
(平成18年3月31日)

当連結会計年度
(平成19年3月31日)

- (注) 1. 連結子会社の一部は退職金給付制度の改定を行ったことに伴い、過去勤務債務（債務の増額）が8,748百万円発生し、当連結会計年度より費用処理している。
 2. 一部の子会社は、退職給付債務の算定にあたり、簡便法を採用している。

- (注) 1. 連結子会社の一部は退職金給付制度の改定を行ったことに伴い、過去勤務債務（債務の増額）が1,779百万円発生し、当連結会計年度より費用処理している。

2. 同 左

3. 退職給付費用に関する事項

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日) (百万円)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日) (百万円)
イ. 勤務費用	7,613 (注) 2・3	9,249 (注) 1・2
ロ. 利息費用	3,215	3,693
ハ. 期待運用収益	△1,410	△2,013
二. 数理計算上の差異の費用処理額	1,281	349
ホ. 過去勤務債務の費用処理額	1,783	2,291
ヘ. 簡便法から原則法への変更による費用処理額	1,809	—
ト. 退職給付費用 (イ+ロ+ハ+二+ホ+ヘ)	14,292	13,569

前連結会計年度
(平成18年3月31日)

当連結会計年度
(平成19年3月31日)

- (注) 1. 上記退職給付費用以外に、割増退職金716百万円支払っており、特別損失として計上している。
 2. 企業年金基金に対する従業員拠出額を控除している。
 3. 簡便法を採用している連結子会社の退職給付費用は「イ. 勤務費用」に計上している。
 4. 「ヘ. 簡便法から原則法への変更による費用処理額」は、処理方法の変更により発生した連結子会社の退職給付費用を計上している。

- (注) 1. 企業年金基金に対する従業員拠出額を控除している。
 2. 簡便法を採用している連結子会社の退職給付費用は「イ. 勤務費用」に計上している。

4. 退職給付債務等の計算の基礎に関する事項

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
イ. 退職給付見込額の期間配分方法	期間定額基準	同 左
ロ. 割引率	主として2.5%	同 左
ハ. 期待運用收益率	主として2.1%	主として2.5%
二. 過去勤務債務の額の処理年数	主として6年（発生時の従業員の平均残存勤務期間以内の一定年数による定額法による）	同 左
ホ. 数理計算上の差異の処理年数	主として11年（各連結会計年度の発生時における従業員の平均残存勤務期間以内の一定年数による定率法によりそれぞれ発生の翌連結会計年度から費用処理している）	主として9年（各連結会計年度の発生時における従業員の平均残存勤務期間以内の一定年数による定率法によりそれぞれ発生の翌連結会計年度から費用処理している）

(税効果会計関係)

前連結会計年度 (平成18年3月31日)	当連結会計年度 (平成19年3月31日)
1. 繰延税金資産及び繰延税金負債の発生の主な原因別の内訳	1. 繰延税金資産及び繰延税金負債の発生の主な原因別の内訳
繰延税金資産	繰延税金資産
退職給付引当金 22,971百万円	退職給付引当金 23,007百万円
投資有価証券評価損 16,383〃	投資有価証券評価損 13,742〃
貸倒引当金 6,274〃	貸倒引当金 4,965〃
賞与引当金 5,820〃	賞与引当金 6,536〃
税務上の繰越欠損金 5,554〃	税務上の繰越欠損金 7,532〃
連結会社間内部利益消去 2,218〃	連結会社間内部利益消去 2,113〃
未払事業税 2,184〃	未払事業税 1,457〃
減損損失 2,907〃	減損損失 2,724〃
その他 4,298〃	その他 5,777〃
繰延税金資産 小 計 68,613〃	繰延税金資産 小 計 67,858〃
評価性引当額 △7,328〃	評価性引当額 △11,771〃
繰延税金資産 合 計 61,285〃	繰延税金資産 合 計 56,086〃
繰延税金負債	繰延税金負債
その他有価証券評価差額金 △38,105百万円	その他有価証券評価差額金 △28,464百万円
子会社の留保利益金 △8,180〃	子会社の留保利益金 △9,048〃
その他 △1,271〃	その他 △1,473〃
繰延税金負債 合 計 △47,558〃	繰延税金負債 合 計 △38,987〃
繰延税金資産の純額 13,727〃	繰延税金資産の純額 17,099〃
(注) 繰延税金資産の純額は、連結貸借対照表の以下の項目に含まれている。	(注) 繰延税金資産の純額は、連結貸借対照表の以下の項目に含まれている。
流动資産－繰延税金資産 13,333百万円	流动資産－繰延税金資産 14,216百万円
固定資産－繰延税金資産 6,510〃	固定資産－繰延税金資産 8,448〃
固定負債－繰延税金負債 △6,116〃	流动負債－その他 △19〃
	固定負債－繰延税金負債 △5,546〃
2. 法定実効税率と税効果会計適用後の法人税等の負担率との差異の原因の主な項目別の内訳	2. 法定実効税率と税効果会計適用後の法人税等の負担率との差異の原因の主な項目別の内訳
法定実効税率と税効果会計適用後の法人税等の負担率との間の差異が法定実効税率の100分の5以下であるため、その差異についての記載を省略している。	法定実効税率 40.7% (調整)
	税効果対象外申告調整項目 1.7〃
	評価性引当額 1.9〃
	のれん償却等 1.1〃
	子会社の留保利益金 0.9〃
	税額控除 △2.9〃
	その他 0.1〃
	税効果会計適用後の法人税等の負担率 43.5〃

(セグメント情報)

【事業の種類別セグメント情報】

前連結会計年度（自平成17年4月1日 至平成18年3月31日）

	情報コミュニケーション (百万円)	生活・産業 (百万円)	エレクトロニクス (百万円)	清涼飲料 (百万円)	計 (百万円)	消去又は全社 (百万円)	連結 (百万円)
I 売上高及び営業損益							
売上高							
(1) 外部顧客に対する売上高	655,974	478,368	296,766	76,396	1,507,505	—	1,507,505
(2) セグメント間の内部売上高 又は振替高	6,501	1,614	—	55	8,171	△8,171	—
計	662,475	479,983	296,766	76,451	1,515,677	△8,171	1,507,505
営業費用	611,460	442,391	258,955	76,164	1,388,971	△2,134	1,386,836
営業利益	51,015	37,591	37,811	287	126,705	△6,036	120,669
II 資産、減価償却費、減損損失 及び資本的支出							
資産	522,420	436,190	366,246	41,562	1,366,420	295,956	1,662,377
減価償却費	19,298	23,210	39,515	3,858	85,882	1,380	87,263
減損損失	—	13	1,861	64	1,938	5,407	7,346
資本的支出	26,601	28,817	74,655	4,483	134,556	1,502	136,059

当連結会計年度（自平成18年4月1日 至平成19年3月31日）

	情報コミュニケーション (百万円)	生活・産業 (百万円)	エレクトロニクス (百万円)	清涼飲料 (百万円)	計 (百万円)	消去又は全社 (百万円)	連結 (百万円)
I 売上高及び営業損益							
売上高							
(1) 外部顧客に対する売上高	662,886	528,918	291,911	74,085	1,557,802	—	1,557,802
(2) セグメント間の内部売上高 又は振替高	5,954	3,794	5	36	9,790	△9,790	—
計	668,841	532,713	291,916	74,121	1,567,593	△9,790	1,557,802
営業費用	617,883	496,460	277,024	73,482	1,464,851	△3,194	1,461,657
営業利益	50,957	36,252	14,892	639	102,741	△6,596	96,144
II 資産、減価償却費、減損損失 及び資本的支出							
資産	539,221	522,161	438,745	41,354	1,541,483	158,766	1,700,250
減価償却費	20,862	24,733	49,632	3,568	98,797	1,363	100,161
減損損失	—	1,282	—	—	1,282	—	1,282
資本的支出	41,106	39,918	75,995	3,130	160,152	2,733	162,885

(注) 1. セグメント区分の方法

当社グループの事業を、製品の種類・性質及び製造方法の類似性に基づき、事業区分を行っている。

2. 主要な製品の名称

セグメント区分	主 要 製 品
情報コミュニケーション	教科書、一般書籍、週刊・月刊・季刊等の雑誌類、広告宣伝物、有価証券類、事務用帳票類、カード類、事務用機器及びシステム、店舗及び広告宣伝媒体の企画、設計、施工、監理など
生活・産業	容器及び包装資材、包装用機器及びシステム、建築内外装資材、産業資材など
エレクトロニクス	シャドウマスク、リードフレーム、フォトマスク、液晶ディスプレイ用カラーフィルター、プロジェクションテレビ用スクリーンなど
清涼飲料	炭酸飲料、非炭酸飲料

3. 「消去又は全社」に含めた金額及び主な内容

	前連結会計年度 (百万円)	当連結会計年度 (百万円)	主な内容
消去又は全社に含めた配賦不能営業費用の金額	6,036	6,596	提出会社の基礎研究及び各セグメント共有の研究に係る費用
消去又は全社に含めた全社資産の金額	408,387	301,738	提出会社の余資運用資金（現金及び預金、有価証券）、長期投資資金（投資有価証券、長期貸付金）及び基礎研究部門等に係る資産等

4. 会計処理の方法の変更

（前連結会計年度）

当連結会計年度より、固定資産の減損に係る会計基準（「固定資産の減損に係る会計基準の設定に関する意見書」（企業会計審議会 平成14年8月9日））及び「固定資産の減損に係る会計基準の適用指針」（企業会計基準適用指針第6号 平成15年10月31日）を適用している。これによる各セグメントへ与える影響は軽微である。

（当連結会計年度）

当連結会計年度より、「役員賞与に関する会計基準」（企業会計基準第4号平成17年11月29日）を適用している。

この変更に伴い、従来の方法に比較して、当連結会計年度の営業費用は、情報コミュニケーションが135百万円、生活・産業が78百万円、エレクトロニクスが40百万円、清涼飲料が42百万円増加し、営業利益が同額減少している。

【所在地別セグメント情報】

前連結会計年度（自平成17年4月1日 至平成18年3月31日）及び当連結会計年度（自平成18年4月1日 至平成19年3月31日）全セグメントの売上高の合計及び全セグメントの資産の金額の合計額に占める本邦の割合がいずれも90%を超えていたため、所在地別セグメント情報の記載を省略している。

【海外売上高】

前連結会計年度（自平成17年4月1日 至平成18年3月31日）

	アジア	その他の地域	合 計
I 海外売上高	190,514百万円	68,967百万円	259,481百万円
II 連結売上高			1,507,505 "
III 連結売上高に占める海外売上高の割合	12.6%	4.6%	17.2%

（注）1. 国又は地域の区分の方法は、地理的近接度によっている。

2. 各区分に属する主な国又は地域は以下のとおりである。

ア ジ ア：台湾、韓国、中国、インドネシア

その他の地域：アメリカ、フランス、ドイツ、イギリス

3. 海外売上高は、当社及び連結子会社の本邦以外の国又は地域における売上高である。

当連結会計年度（自平成18年4月1日 至平成19年3月31日）

	アジア	その他の地域	合 計
I 海外売上高	177,713百万円	78,566百万円	256,280百万円
II 連結売上高			1,557,802 "
III 連結売上高に占める海外売上高の割合	11.4%	5.1%	16.5%

（注）1. 国又は地域の区分の方法は、地理的近接度によっている。

2. 各区分に属する主な国又は地域は以下のとおりである。

ア ジ ア：台湾、韓国、中国、インドネシア

その他の地域：アメリカ、フランス、ドイツ、イギリス

3. 海外売上高は、当社及び連結子会社の本邦以外の国又は地域における売上高である。

【関連当事者との取引】

該当事項はない。

(1株当たり情報)

前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
1株当たり純資産額 1,507円89銭	1株当たり純資産額 1,544円01銭
1株当たり当期純利益金額 91円22銭	1株当たり当期純利益金額 78円09銭
潜在株式調整後 1株当たり当期純利益金額については、潜在株式が存在していないため記載していない。	

(注) 1. 1株当たり当期純利益金額の算定上の基礎は、以下のとおりである。

	前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
1株当たり当期純利益金額		
当期純利益（百万円）	65,187	54,841
普通株主に帰属しない金額（百万円）	283	—
（うち利益処分による役員賞与（百万円））	283	—
普通株式に係る当期純利益（百万円）	64,904	54,841
普通株式の期中平均株式数（千株）	711,471	702,211

2. 1株当たり純資産額の算定上の基礎は、以下のとおりである。

	前連結会計年度末 (平成18年3月31日)	当連結会計年度末 (平成19年3月31日)
1株当たり純資産額		
純資産の部の合計額（百万円）	—	1,099,439
純資産の部の合計額から控除する金額（百万円）	—	27,542
（うち少数株主持分（百万円））	—	27,542
普通株式に係る期末の純資産額（百万円）	—	1,071,897
普通株式の発行済株式数（千株）	—	730,480
普通株式の自己株式数（千株）	—	36,254
1株当たり純資産額の算定に用いられた期末の普通株式の数（千株）	—	694,226

(重要な後発事象)

前連結会計年度 (自 平成17年4月1日 至 平成18年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成18年4月1日 至 平成19年3月31日)
——	<p>役員退職慰労金制度の廃止 当社は、平成19年5月11日開催の取締役会において、取締役及び監査役に対する退職慰労金制度を平成19年6月28日開催の定期株主総会終結の時をもって廃止することを決議した。 なお、役員退職慰労金制度廃止日（同定期株主総会終結時）までの在任期間に応する退職慰労金を打ち切り支給することと、支給時を退任時とすることが、平成19年6月28日開催の定期株主総会において承認された。</p>

⑤【連結附属明細表】

【社債明細表】

会 社 名	銘 柄	発 行 年月日	前期末残高 (百万円)	当期末残高 (百万円)	利率 (%)	担保	償還期限
大日本印刷株式会社	第1回無担保社債	平成15年 9月25日	50,000	50,000	1.67	なし	平成25年 9月20日

(注) 連結決算日後5年内における償還予定額は以下のとおりである。

1年以内 (百万円)	1年超2年以内 (百万円)	2年超3年以内 (百万円)	3年超4年以内 (百万円)	4年超5年以内 (百万円)
—	—	—	—	—

【借入金等明細表】

区 分	前期末残高 (百万円)	当期末残高 (百万円)	平均利率 (%)	返済期限
短期借入金	11,654	9,511	1.5	—
1年以内に返済予定の長期借入金	2,620	3,120	3.4	—
長期借入金（1年以内に返済予定のものを除く。）	3,719	6,597	3.0	平成20年4月30日から 平成25年2月28日まで
合 計	17,994	19,229	—	—

(注) 1. 平均利率は期末の利率及び残高を用いて加重平均により算出している。

2. 長期借入金（1年以内に返済予定のものを除く。）の連結決算日後5年内における返済予定額は以下のとおりである。

	1年超2年以内 (百万円)	2年超3年以内 (百万円)	3年超4年以内 (百万円)	4年超5年以内 (百万円)
長期借入金	2,795	1,667	1,006	637

参考情報: 印刷プロセスと基本となる技術

印刷工程ごとの基本技術と展開製品

印刷とは、「版画像のインキを、画像複製を行う物体に転移させる技術の総称」と定義されます*。そのプロセスは、①企画、②製版、③刷版、④印刷、⑤製本・加工——という5つの主工程からなり、それぞれに幅広い技術・ノウハウが集積されています。

まず、前工程と呼ばれる企画の工程は、マーケティングからメディア選定、情報の収集・編集・加工などに関する技術・ノウハウ

の複合です。次に、製版・刷版という版づくりのプロセスには、文字・画像の高度なデジタル処理にはじまり、カラーマネジメント・光学・微細加工などの技術が含まれます。また、印刷の工程は、紙やフィルムなどの印刷対象物やインキなど多様な材料に関する技術・知識や、インキを定着させるための塗布技術、印刷機を適正に操作する機械オペレーション技術が必要とされます。さらに、製本・加工には、袋状

のとじ込みページやCD-ROM・DVDのバインディングのほか、包装資材の製袋、カップやPETボトルの成型など、さまざまな印刷物の最終形態をつくり上げる仕上げ技術があります。

つまり、印刷は、コンテンツ、各種メディア、素材、機械システム制御などを含む、ソフトからハードまでを一貫して取り扱うプロセスです。



*出典:角田隆弘、西田駿之助、藤田淨「基本印刷技術」産業図書 1988

それぞれの技術と応用

情報処理技術

文字や画像を情報として捉え、メディアに合わせて自在に加工

印刷の準備段階として、文字・写真・イラストなどの原稿を情報として捉えて処理する前工程があります。この前工程では、入稿された原稿が、鮮明に、読みやすく、最も効果的に表現されるよう、印刷の方法や、サイズ、素材や表現方法の検討を行います。そしてさらに、最も効果的な表現に合わせて、原稿を加工します。加工された情報を、辞典や名簿、商品カタログなどの更新や改訂に活用できるように、整理・保管するといったこともこの工程に含まれています。

こうしたDNPの情報処理技術は、紙への印刷の領域にとどまらず、あらゆるメディアに対応することで進化をしてきました。特に、

1970年代の印刷プロセスのデジタル化により、応用分野が一気に拡大しました。

情報処理技術には、画像の色彩、輪郭、コントラスト、発色などの表現を最適化するための画像処理の技術や、紙、CD-ROM、DVD、インターネット、デジタル放送など、メディアに合わせてデータの言語や形式、容量などを変換させる情報変換技術、そしてこれら的情報を整理、保管、管理するデータベースの技術などが含まれています。

パーソナルメールなどのデータ入力・印刷・発送業務を一貫して行うIPS(Information Processing Services)や、絵画・美術品などの文化遺産をデジタル化し、検索性や活用

法を考慮しつつデータベース化するデジタルアーカイブ、さらにはインフラも含めた高いセキュリティ環境を提供するデータセンター事業などにまで発展しました。

近年、個人情報保護や偽造防止、トレーサビリティといった新たな社会的ニーズに対応し、DNPの情報処理技術はさらに進化しています。顧客の大切な情報である原稿を預かってきた企業風土、通帳やカード、証券といった重要性・機密性の高い印刷物を扱ってきた実績が、顧客からの信頼を得る結果となり、ICカードやICタグといったハードとソフトが融合した、他の産業には見られない情報処理分野への展開を見せてています。

情報処理技術の応用例

DNPは、デジタル情報の加工・処理のノウハウを活かして、CD-ROM、DVD、インターネット、放送などさまざまなメディアに取り組んできました。いつでもどこでも必要な情報を入手できる本格的なユビキタス社会の到来や、個人情報保護へのニーズなどに合わせて事業範囲を拡大しています。

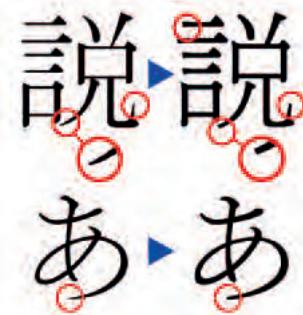
応用例①

ユーザー オリエンティッドなメディア展開

急速な情報化の進展により、生活者と企業の情報接点が多様化しています。情報発信の効果を高めるには、ターゲットとする生活者の情報活用スタイルを理解し、最適なメディア展開を行うことが重要です。

DNPは、1970年代には組版の電子化に取り組み、明治時代に開発したDNPオリジナル書体「秀英体」のデジタル化にも着手しました。1985年に世界初となるCD-ROM版の電子辞書を制作した後、インターネット(PC・携帯電話)やデジタル放送にもいち早く対応しています。秀英体については、2005年にJIS第3・第4水準に対応させてワープロソフトに展開したほか、2006年にはディスプレイ上の読みやすさを向上させたフォントを開発しました。

私たちは、情報を見やすく、伝わりやすく加工するための情報処理技術をみがき、今後も情報メディアの進展に合わせてビジネスを拡大していきます。



左：従来の秀英明朝 右：ディスプレイ用に読みやすく加工した秀英明朝

応用例②

求められる高度な情報セキュリティに対応

個人情報保護法やe-文書法への対応、企業情報の漏えい対策など、情報セキュリティに関するニーズが急速に高まっています。特に、重要情報の保護・管理体制の強化が求められています。

DNPは、創業の頃より、顧客企業から預かる原稿を厳重に管理し、大切に扱うなかで情報処理の技術を高めてきました。情報をデータベース化し、効果的に再利用していく技術や、よりセキュアなネットワークシステム、偽造防止の機能を高めた製品などを開発しています。

最近では、ICカードを使ってパソコンの起動制御、データの暗号化、個人認証による機器の利用制限、ゲートの入退室管理などを行なうシステムの構築を進めています。また、オフィスセキュリティのスタンダード構築を目指す企業連合SSFCでは事務局を務めるなど、いま求められる高度な情報セキュリティに対応した活動を広げています。



パターニング技術

露光、現像、エッチング—文字も半導体の回路も原理は同じ

パターニングは、印刷の製版工程で用いられる、文字・写真・イラストなどの版画像をつくる技術です。

フルデジタル化以前の製版工程では、版下や写真原稿を製版カメラで撮影し、それをフィルムに焼き付けてポジフィルムまたはネガフィルムをつくります。この時、カラー写真是黄・赤・藍・黒の4原色に分解され、微細な網点(ドット)として4枚のフィルムに定着されます。

パターニング技術によりフィルム上に微細に描かれた版画像は、その後、樹脂板や金属板などの印刷版に焼き付けられます。具体的には、あらかじめ感光剤を塗布した樹

脂板や金属板などに版画像を焼き付け(フォトリソグラフィー)、必要な部分だけ樹脂・金属を露出させた後、酸により腐食・清浄を行い、凹版をつくります(エッチング)。

DNPは、生産設備やシステムの開発を行なながら、この技術を世界最高レベルの精度にまで高めてきました。現在、ハイクオリティ印刷の網点サイズはわずか100分の1mm程度です。

DNPは、こうした超高精度のパターニング、フォトリソグラフィー、エッチングに関する微細加工技術の蓄積を、エレクトロニクス分野に応用しました。DNPが最初に取り組んだエレクトロニクス関連製品が、シャドウマスク

です。電子ビームを発光体へ導くシャドウマスクは、TV画像をカラー化するためには欠かせない部品で、わずか0.2mm程度の薄い銅版に数百万個を超える超微細な孔を開いたものです。その精度は、打ち抜き加工では不可能だと言われ、高度な印刷技術が高速かつ大量な製造を可能にしました。

現在、DNPのパターニング技術は、半導体の原版であるフォトマスク製造においてナノレベルにまで高められており、超微細化の追求に不可欠な技術として実績を重ね、今後の期待も集めています。

パターニング技術の応用例

DNPは、シャドウマスクで世界トップシェアを保持しているほか、半導体回路の原版であるフォトマスクや液晶ディスプレイ用カラーフィルターなどについても、世界トップクラスのポジションを獲得しています。

応用例①

ディスプレイ製品/カラーフィルター

液晶カラーフィルターは、ガラス基板に赤・緑・青の光の3原色を規則正しく配列したものであり、液晶を経由したバックライトの光がカラーフィルターを透過することによってあらゆる色をつくり出しています。したがって、あらかじめ決められた位置に正確に数百万におよぶ画素を形成することが品質を左右することとなり、きわめて高度なパターニング技術が求められています。

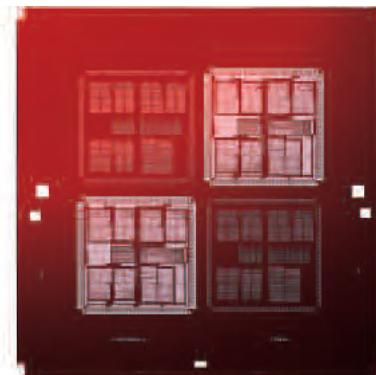
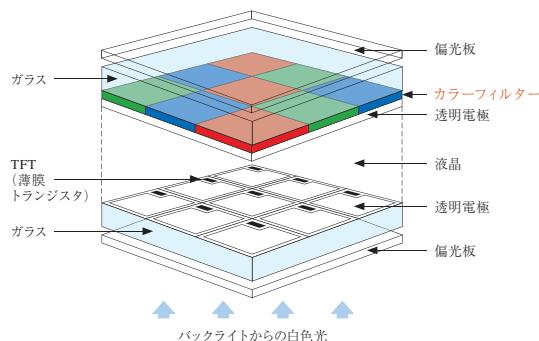
2006年には、光の3原色にイエロー、シアン(明るい青色)を加えた多色カラーフィルターを開発し、色の再現性を高めています。

応用例②

電子デバイス/フォトマスク

フォトマスクは、ガラス基板上にサブミクロンからナノメートル単位の高精細な回路パターンを作成したもので、LSIやICの製造においてシリコンウェハー表面に回路を焼き付けるために不可欠な原版です。近年の高集積・大容量化の進展とともに、ハイエンド製品においてはその描画の線幅の微細化が進み、100nm以下の65nm製品の量産化や45、32nmといった超最先端品の開発などを進めています。

DNPは、フォトマスクの生産を開始して以来、一貫して最先端の微細加工技術に取り組み、技術開発のトップを走り続けています。



それぞれの技術と応用

コーティング・転写技術

“機能”を塗り、“装い”を転写するテクノロジー

印刷用の刷版上に塗ったインキを紙やフィルムなどに塗布・定着させることをコーティング技術といいます。インキを被印刷物に転移させる、という意味では、広義の「印刷」工程になります。DNPは、インキの量や印圧を調整することで、画像の再現性や精度を高める基本的な技術開発はもちろん、紙の表面にニスや顔料をコーティングして発色を良くし、耐久性を高めるといった機能の開発も進めてきました。さらに、エンボスやバーコといった凹凸の加工や、箔印刷などのように意匠性を高める転写技術の開発も行ってきました。

こうした技術を根幹として、フィルム包装材

への印刷、銀行の通帳やキャッシュカードの磁気テープコーティング、床材、壁紙、木目印刷、自動車内装材などの住空間マテリアルへと事業領域を発展させてきました。さらに、耐摩擦・摩耗、潤滑、導電性制御・帯電防止、耐熱・熱遮蔽、光触媒などの機能を付与することで、市場価値を高めてきました。近年では、ディスプレイ市場の急拡大とともに、ディスプレイ上の光のぎらつきや反射を抑えたり、プラズマディスプレイの電磁波をシールドするなどの機能を持ったフィルムが大きな伸びを見せており、新しい事業分野として育っています。

また、被印刷物に直接印刷するのではなく、いったんフィルムなど別の素材にインキを塗布し、それを熱などで基材に写す転写技術も重要な技術です。ファクシミリ用のインクリボンにはじまった熱転写記録材は、1990年代に大流行した写真シールで用いられ、受像紙とともに大きく需要を伸ばしました。現在は、デジタルフォトプリンター用のインクリボンとして引き続き市場が拡大しています。

コーティング・転写技術の応用例

DNPが培ってきたコーティング技術は、キャッシュカードの磁気テープコーティングや光学機能性フィルムなど高度な産業用用途のほか、生活に密着したフィルムパッケージや、床材・壁紙といった住空間マテリアルなど広範な分野で応用され、いずれも高いシェアを誇っています。

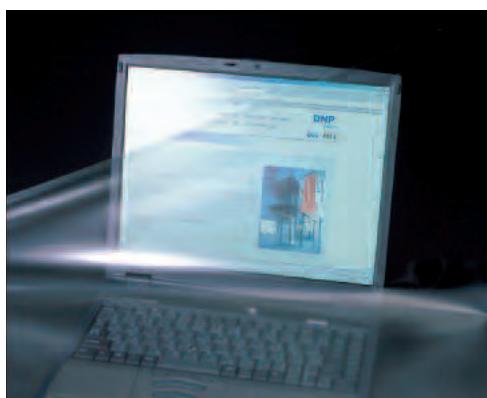
また、転写技術は、写真シールやデジタルフォトプリントなどに用いられるインクリボンに活用されています。また、水圧でパターンを転写させるDNP独自の曲面印刷技術「カールフィット」は、自動車内装材やプラスチック成型品などの曲面印刷に使われています。

応用例①

光学機能性フィルム

液晶ディスプレイなどの最前面に組み込まれる偏光板の表面には、反射防止フィルムなどの特殊な機能性フィルムが使われています。このフィルムには、画面の傷つき防止および、外光や蛍光灯の光の映り込みや眩しさを抑えて、画面を見やすくする役割があります。また、PDP(プラズマディスプレイ)の最表面にも前面フィルターと呼ばれるガラスの表面に、PDP用反射防止フィルムが使われています。

DNPは、印刷のコア技術であるコーティング技術を駆使し、見やすく、目に優しい光学フィルムを提供して、フラットパネルディスプレイ市場における表面機能性フィルム分野で圧倒的なシェアを獲得しています。



応用例②

デジタルフォトプリンター用インクリボン

デジタルフォトプリンター用インクリボンは、一定の厚み管理のもと基材フィルムに黄・赤・藍・黒の4色のインクをコーティングしたものです。プリンターのサーマルヘッドのエネルギーに応じて各色を任意の量だけ昇華させ、専用受像紙に転写する方式であるため、微妙な色合いの表現など銀塩写真に近い高品位のプリントが可能です。

デジタルカメラやカメラ付き携帯電話の急速な普及により、撮影した画像をプリントしたいというニーズが拡大しており、家庭用プリンター向け需要のほか、大手量販店の店頭でのプリントサービス向けなど業務用の需要も急速に拡大しています。



後加工技術

形を整え、使い勝手よく — 高機能性の追求

印刷された印刷物は、それだけでは最終製品ではありません。書籍・雑誌であれば、印刷紙を折ったり、綴じ合わせたり、断ち落として切り揃えたりといった製本の加工をしてようやく完成ということになります。

この製本工程ひとつをとっても、高級感を持たせる上製本と安価で大量に製造できる並製といった仕上りや、中綴じ、平綴じ、かがり綴じ、無線綴じといったページ数や用途に応じた綴じ方など、最終製品として仕上げるための工程が数多くあります。

印刷物を顧客の望む使用目的や用途に合わせ、最終製品に加工する工夫は、創業以

来続きられてきました。1950年代に入り、包装分野に進出するのに合わせて、紙器など紙製品の立体加工にはじまり、フィルム包装封止加工、プラスチック成型加工など、次々と後加工技術を開発していきました。こうした取り組みは、その後ラミネートチューブ、PETボトルなど、さまざまな素材の成型技術を開発・進化させていくことになります。

この工程では、印刷の美しさだけでなく、機能性の向上が主要なテーマとなります。また、耐久性などといった強さだけではなく、使い勝手への配慮が必要となります。製本では、パソコンの解説書などの分厚いものは、

しっかりと継じられていなければなりません。加えて、パソコンを使用するため両手を本から離してもページが戻らない、などの工夫がなされています。さらに、後加工技術は、消費者が生活の場で実際に使用するための機能性を追求するものであるため、環境への配慮、ユニバーサルデザインなどへの対応や意匠性などへの配慮も必要となります。

こうしてできた後加工技術を応用した製品は、DNPの技術力と顧客の要望が一体となってできあがった結果でもあります。

後加工技術の応用例

後加工技術の発展は、製本技術にその原点があります。近年では、雑誌付録の規制緩和により、衣類、化粧品サンプル、アクセサリーなどといった、これまで想定されなかったような付録が付くようになり、DNPでも新たな加工技術の開発を急速に進めています。このように、後加工技術は、常に社会環境や、生活者の要望の変化を先取りし、素早く対応していかなければなりません。

1950年代より取り組んできた包装分野の製品においては、最近では、「便利さ」「耐久性」といった機能面だけではなく、地球環境への配慮や少子高齢化といった変化への対応なども進めています。

応用例 ①

機能性と快適さを設計

日々の生活のなかで大量に使用されている包装資材は、環境負荷の低減はもちろん、機能性の向上を考慮した設計指針のもとに開発されています。例えば、ヨーグルトカップのアルミ蓋は、中身が漏れないよう完全にシールされていますが、開ける時には弱い力でも容易に開封できるよう、目に見えない工夫が施されています。また、カップ麺などの容器では、熱湯を注いでもカップの表面が熱くならないよう、構造を二重にする、といった快適さに配慮した設計を行っています。飲料用カップについても、薄肉化、軽量化に取り組んでいます。



応用例 ②

デリケートな風味を壊さない無菌充填システム

DNPは、1976年に無菌充填技術を確立し、常温で長期保存を可能とする容器を開発しました。コーヒーカップのポーションパックやシチュー、パスタソースなどの包装資材に採用されています。近年この無菌充填技術を活かし、多様な飲料をPETボトルに詰める充填システムの開発も行い、高い評価を得ています。このシステムは、無菌の環境下で内容物の充填を行うため、熱殺菌などによる内容物への影響が無く、日本茶や紅茶など、デリケートな風味をそのまま封じ出荷できるようになりました。また、試験管のような形の第一次成型品プリフォームを提供し、充填の直前にボトル成型を行う方式としたため、物流における輸送コストの低減とCO₂排出の削減も実現しています。これらの特長が、環境に対する負荷軽減に有効であるとして、2004年12月、第1回LCA(Life Cycle Assessment)日本フォーラム表彰の奨励賞を受賞しました。



子会社・関連会社

Printing

		資本金 (百万円)	持ち株比率 (%)
(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			
書籍・出版関連			
(株) DNPオフセット	オフセット印刷	200	100.0
(株) DNP製本	製本加工	200	100.0
(株) DNPトータルプロセス市谷	製版	100	100.0
(株) DNPトータルプロセス前橋	製版	100	100.0
(株) DNPアート	製版用原稿の製作、製版	80	100.0
(株) DNPテクニクス市谷	製本加工	80	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
(株) DNP物流システム市谷	梱包・荷役作業及び倉庫管理	40	100.0
Tien Wah Press (Pte.) Ltd.	製版・印刷・製本	(\$\\$1,000)	100.0
		4,600	
商業印刷関連			
(株) DNPメディアクリエイト関西	企画・製作・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・製作・製版	100	100.0
(株) マルチプリント	製版・印刷・製本	100	100.0
(株) DNP物流システム商印	梱包・荷役作業及び倉庫管理	50	100.0
ビジネスフォーム関連			
(株) DNPデータテクノ	各種プラスチックカードの製造・販売	100	100.0
(株) DNPデータテクノ関西	各種帳票及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及び各種機器の提供・販売	25	100.0
(株) DNPテクニクス蕨	印刷物の加工及び梱包・荷役作業	20	100.0
DNP France SAS*	ICカード及びセキュリティビジネスに関する調査	(Euro1,000)	100.0
		37	
C&I 関連			
(株) DNPアーカイブ・コム	美術品画像や映像の企画・制作・販売	100	100.0
(株) DNP映像センター	TV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・作成及び配信業務	100	100.0
(株) DNPスペースデザイン	商業施設、展示ブースなど空間の企画・設計・管理・施工	100	100.0
(株) モバイルインパルス*	携帯電話のショッピングサイト運営及び物販に関する小売活動代行	90	100.0
(株) メゾン・ド・DNPギンザ*	ミュゼ・ド・フランス関連のミュージアムグッズ等の販売	60	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・販売	50	100.0
(株) トランスクアート*	美術関連商品及び書籍の販売	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) エムズコミュニケーション*	顧客会員制サービスに関するコンサルテーション及び仲介	30	95.0
(株) アットテープル*	食品スーパー等の販促に関する調査、コンサルティング、企画	30	95.0
マイポイント・ドット・コム(株)	ダイレクトマーケティングサービスの提供	10	83.0
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) DNPテクノフィルム	合成樹脂フィルムの製造及び加工	380	100.0
(株) DNPテクノパック	包装用品の製造・印刷・加工	300	100.0
(株) DNPテクノパック関西	包装用品の製造・印刷・加工	200	100.0
(株) DNPテクノパック横浜	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) アセブティック・システム	無菌充填システムの販売及びコンサルテーション	100	100.0
(株) DNPテクノボリマー	プラスチック成型加工及び印刷	100	100.0
(株) DNPカップテクノ	各種紙器の成型及び加工	80	100.0
(株) DNP包装	充填及び包装加工	80	100.0
PT DNP Indonesia	包装用品の製造・販売	(\$\\$1,000)	51.0
		26,000	
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・アルミプリント等の金属板印刷・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
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	5,100	100.0
(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プリントラッシュ	デジタル写真用ラボシステム、写真材料の販売	300	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、販売	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
(株) DNPファインケミカル	写真用薬品の製造・販売	100	100.0 (100.0)
(株) DNPフォトマーケティング	写真関連商品の販売	100	100.0 (100.0)
(株) DNPアイティーイメージング	証明写真の撮影・販売	50	100.0 (100.0)

		資本金 (百万円)	持ち株比率 (%)
DNP Photo Imaging America, Inc.	デジタル写真用ラボシステム・写真材料の販売	(US\$1,000) 45,172	(84.0) 84.0
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) 47,920	(100.0) 100.0
Compagnie de Découpe de l'Ouest SAS	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(Euro1,000) 3,040	23.4 3,040
DNP IMS France SAS*	熱転写用および昇華型転写用リボンの販売	(Euro1,000) 300	100.0 100.0
■エレクトロニクス部門			
ディスプレイ関連			
ディー・エー・ピー・テクノロジー（株）	プラズマディスプレイパネル用背面版の製造・販売	9,000	65.0
（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
アドバンスト・カラーテック（株）	液晶カラーフィルターの販売	350	100.0
DNP Denmark A/S	プロジェクトションスクリーンの製造・販売	(DKr1,000) 135,000	100.0 100.0
DNP Electronics America, LLC	プロジェクトションスクリーンの製造・販売	(US\$1,000) 15,045	(100.0) 100.0
DNP Display Technology Taiwan Co., Ltd.	ディスプレイ製品の販売、技術コンサルティング業務	(NT1,000) 448,000	(99.0) 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・販売	300	100.0
（株）DNPエル・エス・アイ・デザイン	半導体製造用回路の設計・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	(Euro1,000) 47,200	80.6 80.6
DNP Photomask Technology Taiwan Co., Ltd.	フォトマスクの製造・販売	(NT1,000) 448,000	(3.3) 100.0
■その他			
ザ・インクテック（株）	インキ・ワニス・顔料・染料等の製造・販売	2,000	83.4
（株）DNPロジティクス	梱包・発送・貨物運送・倉庫業	626	100.0
（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）	用紙等各種商品の販賣	100	94.3
（株）ダイレック	学習相談等の運営	96	55.0
（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
■福利厚生・施設管理会社など			
大日本開発（株）	不動産の売買及び建物・駐車場の賃貸、管理	250	100.0
（株）塩原グリーンビレッジ*	レクリエーション施設の経営	200	99.6
（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	100	100.0
（株）DNP情報システム	情報システムの設計・開発・保守及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）宇津峰カントリー俱乐部*	ゴルフ場の経営	33	88.8
（株）DNPアカウンティングサービス	経理事務代行及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 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 Corporation USA	事業会社への投資	(US\$1,000) 52,212	(8.5) 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	(Euro1,000) 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) 2,000	100.0

B e v e r a g e s

■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	(3.8)
		57.0	

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

報告書

有価証券報告書(日本語)

証券取引法第24条に基づき、年2回金融庁へ提出しています(12月に半期報告書、6月に年次報告書を提出)。監査報告書付きの連結財務諸表、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、一部英語)

東京証券取引所のルールに則り、毎年四半期ごとに報告しています(四半期報告書はルール改正のあった2003年3月期以降より報告)。連結、単独の財務諸表のほか、営業の概況などを報告しています。

発行物

アニュアルレポート(日本語、英語)

毎年8～9月頃、日本語版、英語版を発行しています。連結財務諸表のほか、社長メッセージ、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。日本語版には、有価証券報告書と同じ財務諸表と注記を監査報告書なしで、英語版には監査報告書付きの財務諸表を掲載しています。

株主通信「DNP Report」(日本語)

毎年四半期ごとに発行し、株主の皆様向けに郵送しています。事業報告書の概要、経営陣へのインタビュー、トピックス、株式情報などを掲載しています。

データブック(日本語・英語併記)

毎年8～9月頃に発行し、過去10年間の財務諸表数値と財務分析数値などを、表やグラフの形で掲載しています。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。

DNPグループCSR報告書(日本語、英語はPDFのみ)

毎年8～9月頃に発行し、企業としての社会的責任に対する報告を行っています。1998年に「エコレポート」を発行して以来、「環境報告書」「サステナビリティ報告書」などと名称を変えながら、継続して発行しています。

会社案内(日本語、英語)

DNPの事業内容をより深く理解していただくために、会社案内を発行しています。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。

ウェブサイト

<http://www.dnp.co.jp>

私たちは、多くのステークホルダーとのコミュニケーションの窓口として、ウェブサイトを運営しています。会社案内や最新情報の紹介はもちろん、各種報告書や発行物のPDFでの提供、製品やサービスの概要紹介、国内・海外の拠点の紹介、メールでの問い合わせ受け付けなどを行っています。DNPグループ各社のサイトにもリンクしています。

主なメニュー

- ・ニュースリリース
- ・IR情報:財務ハイライト、社債・格付け情報、ディスクロージャーポリシー、株式情報など
- ・PDFでの提供:有価証券報告書、決算短信、電子公告、アニュアルレポート、
株主通信「DNP Report」、データブック、DNPグループCSR報告書、会社案内など
- ・部門別事業概要の紹介:製品、サービス一覧
- ・個人情報保護
- ・資材調達
- ・採用情報
- ・イベント、ギャラリー情報
- ・問い合わせ窓口 その他

掲載写真

P11上: DNPショールーム「infopark」

P11下: 「活字モニュメント」

P33-35: DNPオリジナルフォント「秀英体」

P47上: 「ルーヴル - DNP ミュージアムラボ」

P47下: 「映像ワークスタジオ」

P56: ホログラム作成風景

P59左上・右上・右下: 「秀英体展示室」

P59左下: ICキャッシュカード

P64上: フォトプリント関連商品

P64下: 薄型テレビと反射防止フィルム

P67左: 住空間マテリアルのショールーム
「ボザール(VOX・ART)」

P67右: PETボトル無菌充填システム

P73左: カメラモジュール基板イメージ

P73右上: MEMS(微小電子機械システム)製品

P73右下: プラズマディスプレイ用背面板

P78-79: セキュリティゲート

P90上下、P96-97: DNP五反田ビル

※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。

大日本印刷株式会社
〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1

大豆油インキ使用
本文用紙にFSC認証紙を使用

