

Contents

2 株主の皆様へ

8 DNPの概要

- 10 業績の概要
- 14 DNPの概要
- 16 DNPの製品一覧
- 18 経営理念、事業ビジョン
- 19 技術を核とした事業展開
- 20 DNPの成り立ち
- 22 当期の主な出来事
- 24 投資家情報

26 特集:コミュニケーションを創造する

- 28 第1部:情報コミュニケーション部門の全体戦略
 - 28 北島副社長インタビュー
- 32 第2部:戦略的ビジネスアプローチ
 - 32 出版流通の新潮流創出へ
 - 34 生活者視点の企画アプローチ
 - 36 セキュリティソリューションのその先に
 - 38 コミュニケーション技術の未来
 - 40 トピックス 先端事例紹介

44 部門別情報

- 46 情報コミュニケーション
 - 46 事業戦略
 - 48 ポートレイト
 - 50 業績の概要
 - 52 トピックス
- 56 生活・産業
 - 56 事業戦略
 - 58 ポートレイト
 - 60 業績の概要
 - 62 トピックス
- 64 エレクトロニクス
 - 64 事業戦略
 - 66 ポートレイト
 - 68 業績の概要
 - 70 トピックス

72 持続可能な発展に向けての取り組み

- 74 法と社会倫理の遵守
- 76 情報セキュリティ・個人情報保護への取り組み
- 78 知的財産管理への取り組み
- 79 研究開発への取り組み
- 80 製品安全への取り組み
- 80 ユニバーサルデザインへの取り組み
- 81 活力ある職場づくりへの取り組み
- 82 環境保全への取り組み
- 84 社会貢献活動への取り組み

86 コーポレート・ガバナンス

- 88 コーポレート・ガバナンス
- 93 行動指針と行動規範
- 94 内部統制
- 95 取締役・監査役および役員

96 財務セクション

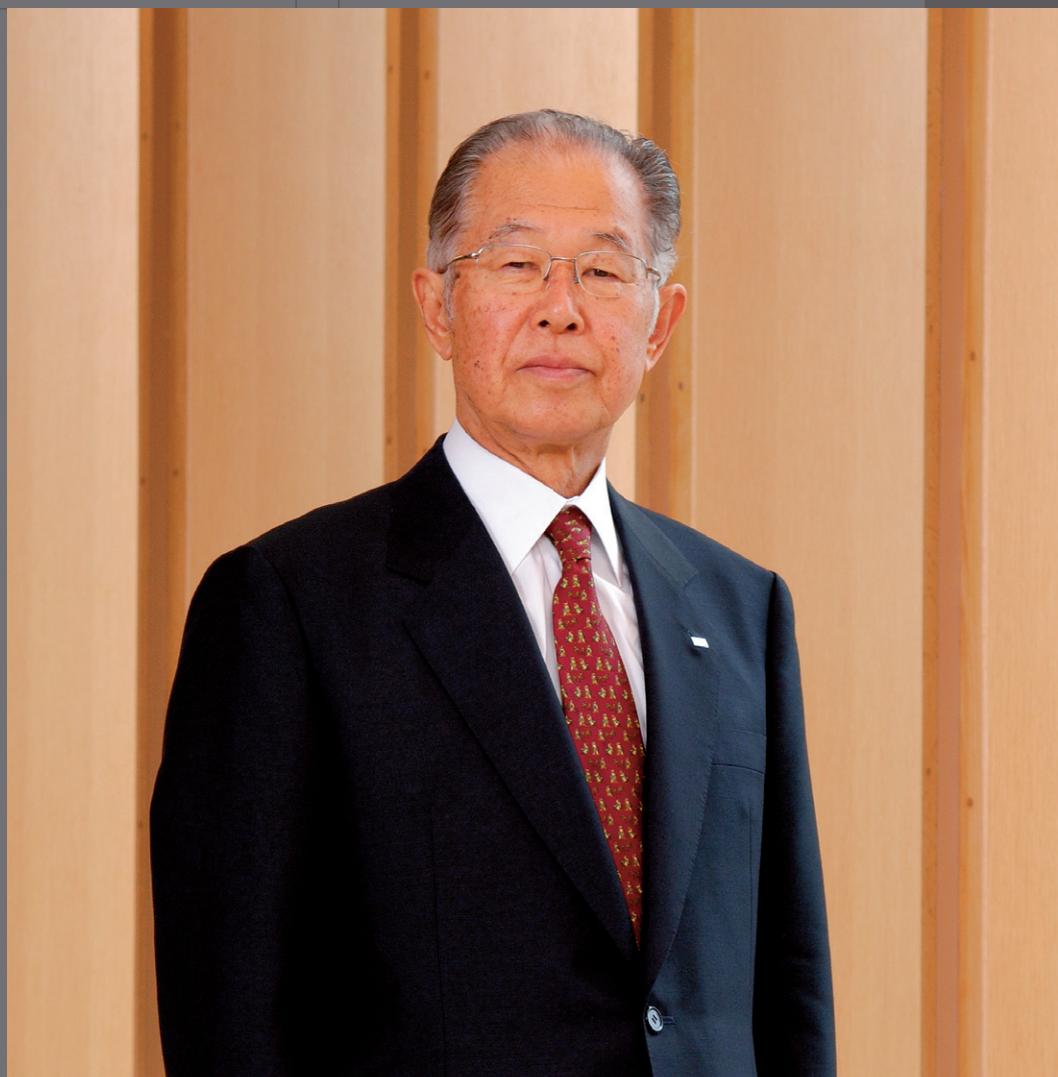
- 98 2009年3月期の業績に関する分析および説明
- 108 連結財務情報
- 110 連結財務諸表等

144 参考情報

- 144 印刷プロセスと基本となる技術
- 149 DNPに関する情報提供
- 150 子会社・関連会社
- 152 用語集

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。
また、当アニュアルレポートでは、「DNP」はDNPグループ全体を意味しています。「私たち」「われわれ」という言葉は、「DNP」または「DNPの経営陣」という意味で使用しています。
(なお、P88-92の「コーポレート・ガバナンス」では「DNP」は大日本印刷株式会社を指しています。)

株主の皆様へ



2009年3月期は、米国の金融危機に端を発した世界的な金融不安の広がりや消費の大幅な減少の影響を大きく受けた激動の年となりました。国内では特に期後半から、企業収益や雇用情勢が急速に悪化するなど、景気の後退が顕著でした。印刷業界でも、需要の低迷や原材料価格の値上がり、競争激化による受注単価の下落などが重なり、経営環境は厳しさを増しました。

この状況のなかで、私たちは、DNPの企業価値を永続的に向上させていくために、次のような施策を実施しました。

まず、急激な市況の悪化に直面したエレクトロニクス部門では、市場の変化と技術の進展にすばやく対応して事業を立て直すべく、事業構造改革に着手しました。液晶ディスプレイ用カラーフィルター、半導体フォトマスクについては、生産拠点の集約や製造ラインの切り替えを行うなど、急激な受注環境の変化にも迅速に対応できる体制への転換を進めています。また、製造設備などを将来キャッシュフローに基づいて再評価し、約487億円の減損を実施いたしました。

次に、1996年をピークに長期にわたって市場の低迷が続く出版印刷事業に関しては、出版に関わる多くの企業とともに、魅力的なコンテンツの制作や、より活発なコンテンツ流通プラットフォームの確立など、出版業界の発展のための取り組みを加速させました。私たちは、出版業界全体が活力を取り戻すことこそが、当社の発展にもつながるものと考えています。出版社はもとより、書店や図書館との連携、電子書籍やグローバル化への対応など、さまざまな施策を具体的に推進しています。「印刷」という製造の立場からだけでなく、よりさまざまな役割を担うことによって出版業界を活性化させていくよう、教育・出版流通事業を強化していきます。

さらに、エネルギー分野やライフサイエンス分野など、今後の成長が期待される新規事業に関しても事業化を加速させています。今年1月、化石燃料に

代わるクリーンエネルギーへの世界的なニーズに応えるため、太陽電池用部材を製造する新工場を福島県西白河郡に開設するとともに、営業、製造、開発の一貫体制を構築するため、新たにエネルギーシステム事業部を発足させました。医薬、医療、ヘルスケアなどのライフサイエンス分野でも、印刷技術の応用により、先端的で独自性のある技術や製品を開発しています。当期は、国内で初めて細胞パターン培養基板を製品化したほか、再生医療用に期待が高まっている細胞シート培養フィルムの効率的な生産技術を確立しました。

これらの取り組みの結果、当期の売上高は1兆5,848億円、営業利益は461億円、経常利益は473億円となりました。当期純利益については、エレクトロニクス部門を中心とした減損損失と投資有価証券評価損を計上したことなどから、209億円の当期純損失となりました。また、当期の厳しい業績に鑑み、年間配当金は一株につき4円減配し、32円とさせていただきます。

現在、あらゆる産業の事業環境が悪化し、各企業が業績を回復させるための糸口を模索しています。私たちは、深い信頼で結び付いた得意先企業との対話を通じて顧客の課題を発見し、きめ細かな対応によって解決に導いていくことこそが、DNPの発展につながるものと確信しています。課題の解決には、私たちがこれまで培ってきた印刷技術と情報技術が大きな力となります。このピンチをチャンスに変え、顧客とともに発展していくことを通じて、社会に貢献する企業として持続的な成長を図っていきます。

これからも、株主の皆様をはじめ、すべてのステークホルダーの皆様の期待に応えていけるよう努めてまいります。

代表取締役社長 北島 義俊

北島義俊

2009年3月期の業績について

Q1 2009年3月期の業績について お話しください。

当期のDNPの業績は、世界的な景気悪化による需要の急激な落ち込み、原材料価格の値上がりや受注単価の下落などの影響を受け、非常に厳しい結果となりました。特に期の後半は、液晶パネルメーカーの大幅な生産調整の影響を受け、液晶カラーフィルターや反射防止フィルムの需要が急速に減少し、また、半導体製品の低迷からフォトマスクその他の電子デバイスも減少しました。このほか、出版市場は10年来の低迷から抜け出せず、商業印刷についても企業の業績悪化にともなう広告費削減などの影響を受けて減少しました。その結果、売上は前期比1.9%減の1兆5,848億44百万円、営業利益は47.0%減の461億77百万円となりました。

この厳しい状況に対応するため、エレクトロニクス部門における事業構造改革をスタートさせました。その取り組みの一環として、カラーフィルターやフォトマスクの製造設備などに対して、将来のキャッシュフロー予測に基づいた再評価を行い、約487億円の減損処理を実施しました。この減損のほか、約136億円の投資有価証券評価損を計上したことなどにより、209億33百万円の当期純損失となりました。

原材料価格に関しては、包装用フィルムをはじめとする石化製品や印刷用紙などが値上がりし、それらの影響は前期よりも約14億円多い約132億円となりました。コストアップ分については、顧客企業との交渉に努め、アップ分の半分程度を価格転嫁しました。また、競争の激化にともなう受注単価の下落の影響は約160億円となりました。

このような収益を圧迫する要因に対し、引き続き全社を挙げてコスト構造改革に取り組みました。製造部門を中心として、グループ全体で「モノづくり21活動」を推進し、工程の効率化、歩留りの向上、材料ロスの削減、段取り・調整時間の短縮などを行った結果、前期を約15億円上回る約365億円のコスト削減を実現しました。

エレクトロニクス部門と 情報コミュニケーション部門

Q2 エレクトロニクス部門は大幅な減収減益となりましたが、今後の対応についてお話しください。

私たちは、今後もエレクトロニクス部門を戦略部門として位置づけ、高い成長性と強い競争力の確保を目指した事業構造改革を推進していきます。当期は、急激な需要の落ち込みと価格ダウンにより、当部門の業績が大幅に悪化しましたが、次のような緊急対策を実施して業績の立て直しに取り組みました。

まずディスプレイ製品の分野では、液晶カラーフィルターの製造において、現在建設を進めている堺と姫路の両工場を主力とし、第8世代や第10世代の大型基板サイズの製造を中心として、大画面テレビなど高付加価値製品への集中を図っていきます。携帯電話やモニター、ノートパソコン向けの中小型カラーフィルターについては、より大きな基板サイズに対応した製造ラインへの切り替えを図り、多面付けの効率生産方式とすることで収益体質を強化します。また、液晶以外のディスプレイ製品についても、今後大きな成長が見込まれる有機ELディスプレイやタッチパネルについて、DNPの技術を活かした多様な製品を開発することによって、事業の拡大を図っていきます。

次にフォトマスクについては、現状の製造拠点や製造設備の統廃合を進め、製造能力の最大活用を図ることにより収益体質を強化していきます。具体的には、今年5月に相模原工場を閉鎖したほか、各製造拠点の老朽設備の除却や、現在建設中の台湾新工場への製造設備の移設などを進めていきます。私たちは、東南アジア市場を重点地域と位置づけており、この地域における事業拡大のためのスピーディーな製品供給拠点として台湾工場の開設を進めています。さらに、DNPが強みとしている先端品の開発において、32nm（ナノメートル）や22nmといった次世代製品への投資を継続的に実施していきます。ナノインプリントやEUVリソグラフィー*等の新技術も取り入れ、技術力を武器とした付加価値の高い次世代製品の開発を加速させます。

* EUVリソグラフィー:きわめて波長の短い超紫外線(Extreme Ultraviolet)を用いて、ウェハーに微細な回路イメージを焼き付ける技術

Q3 売上・利益の大きな柱である情報コミュニケーション部門でも厳しい状況が続いているようですが。

情報コミュニケーション部門は、安定して高い収益を確保し続けてきたDNPの中核事業部門です。この位置づけに変更はありませんが、当期も引き続き厳しい事業環境にあり、そのなかで出版業界の活性化に向けた施策を積極的に実施しました。

出版印刷事業については、出版市場そのものが10年以上にわたる長期の低迷した状況にあり、これこそが重要な問題であると認識しています。明治9年の創業以来、出版業界とともに発展してきたDNPにとって、この業界全体を活性化させる取り組みを推進することが何より大切です。

これら取り組みの一環として、当期は丸善株式会社と株式会社ジュンク堂書店を連結子会社とし、すでにDNPグループにある株式会社図書館流通センターとの連携を図るなど、教育・出版流通事業の強化を進めました。各社が培ってきた書店や図書館の運営ノウハウ、顧客開発力、ブランド力などに、DNPの持つCRM分析、電子出版やネット通販、各種プロモーションなどのサービスや製品を組み合わせ、事業の拡大に取り組んでいきます。

また、小説やコミックを携帯電話などに配信する電子出版市場の拡大に対応し、デジタルコンテンツの企画制作から、マーケティングや販促活動、各種システムの構築まで幅広い活動を展開しています。さらに、海外において、日本のコミックやファッションなどの出版コンテンツの需要が高まっていることに対応し、海外各地の拠点をネットワークで結び、最適地生産を行うGMM（グローバルメタメディア）を推進しています。こうしたデジタル化、ネットワーク化、そしてグローバル化に対応して新しい事業の創出を目指します。

一方、多くの企業の業績が悪化するなかで、広告宣伝費などが削減されたこともあり、カタログやパンフレット、ダイレクトメールなどが減少しました。今後も厳しい状況が続くと予想されますが、企業はより広告効果の高い企画提案を求めていると、紙からネットまであらゆる情報メディアに対応し、市場や顧客動向の分析、カスタマーセンターやキャンペーン事務局の運用、オンデマンドプリントなど、顧客の課題を解決する多彩なサービスが提供できる私たちにとって、大きなビジネスチャンスが広がっています。

また、情報セキュリティおよび個人情報保護に関する企業のニーズも高まっており、事業活動を継続する上で、情報セキュリティの信頼性を高めることが不可欠となっています。DNPでは近年、情報処理を担当する部門やグループ会社でプライバシーマークの取得を推進してきましたが、当期は大日本印刷株式会社での全社プライバシーマーク認証を取得しました。このような体制を整えるとともに、ICカードを中心としたセキュリティソリューションなどを企業に提供していきます。

DNPの強みと長期的な戦略

Q4 企業価値の向上と持続可能な成長に向けて、いま取り組んでいることを教えてください。

いま、あらゆる産業の事業環境が悪化し、多くの企業が業績を回復させるための糸口を模索しています。企業の課題が多いということは、解決すべき課題が多いということにほかなりません。これは「P&Iソリューション」を事業ビジョンとして掲げるDNPにとっては大きなビジネスチャンスであり、課題の解決によって企業や社会に貢献することができます。印刷技術と情報技術を活かして、さまざまな課題を明確にさせ、きめ細かく一つひとつ解決していくことがDNPの成長の力ともなります。

DNPはこれまで、生活を豊かにする先進的な製品やサービスを数多く生み出してきました。古くは雑誌の週刊化の実現、シャドウマスクの開発によるカラーテレビの普及などに貢献し、デジタル化やネットワーク化にもいち早く取り組み、電子出版を実現しました。また、高度な情報セキュリティを備えたICカード、誰にでも使いやすく高機能なパッケージ製品や環境に配慮した住空間マテリアルの開発、CRM分析に基づく企画開発から顧客対応や物流対応まで、幅広い事業分野で成果をあげてきています。

これらの成果を生み出す源泉は、絶えざるイノベーションであり、そこでは特に「生活者の視点」を持つことが重要であると考えています。生活者は何を求めているのか、生活者にとって何が有益かについて常に注目し、安全で便利で高機能、そして配慮が行き届いた製品やサービスを提供することによって、イノベーションを起こしてきました。これからも、企業や生活者との対話を深化させることによって、ニーズの変化にいち早く気づき、ビジネスモデルも含め、社会に広く受け入れられる変革を進めていきます。

またDNPは、変革をスピーディーに実行し、競争力を高めていくため、戦略的な提携や連携を積極的に行っていきます。さらに、生産性向上のために全グループで取り組んでいる「モノづくり21活動」に全体最適の視点を取り入れ、よりレベルアップさせていきます。こうした活動を通じて、企業価値の向上と持続的な成長を図ってまいります。

Q5 長期的な成長に向け、具体的な成果があれば教えてください。

今後成長が期待される分野での成果として、ライフサイエンス事業やエネルギー事業への進出があります。

私たちの印刷技術や情報技術を“細胞”に応用することにより、再生医療や予防医療の進展に寄与する製品を生み出し、ライフサイエンス事業を拡大していくことができると考えています。

例えば、2004年には東京医科歯科大学とともに、毛細血管のパターン形成に成功し、2008年7月にはこの成果を踏まえ、任意のパターンで細胞を培養することができる基板「CytoGraph™」を世界で初めて製品化しました。この技術は毛細血管の再生のほか、床ずれなどで損傷した皮膚の修復や歯周病の治療などにも応用していく計画です。また、シャーレ上で培養した細胞を、手術などで使用しやすいシートの形状のままに取り出す細胞シート工学において、DNPは量産化のための技術を確認しました。これは皮膚や角膜、歯根膜や心臓の筋肉など、シート状の細胞を貼り付けて患部を再生する治療で大きな効果を発揮すると期待されています。現在、ライフサイエンス関連製品の売上は年間300億円程度ですが、2016年に700億円規模への成長を目指します。

一方、石油などの化石燃料を使わず、CO₂の排出削減に効果のある太陽電池に注目が集まっており、DNPは太陽電池用部材の製造などでエネルギー分野の事業拡大にも取り組んでいます。市場の急拡大に合わせ、2009年1月には福島県西白河郡で太陽電池部材の新工場を稼働させ、体制を整備しました。新工場では太陽電池のバックシートや充填剤を生産し、2010年度には120億円の売上を見込んでいるほか、海外へも積極的に販促活動を行い、クリーンエネルギービジネスの成長を推進していきます。

私たちは、印刷技術と情報技術を武器として、中長期的な視野に立って事業分野の拡大に取り組んでまいります。

株主還元とCSR

Q6 厳しい事業環境下での株主還元の考え方について教えてください。

株主の皆様への利益還元については、経営の重要政策と位置づけています。

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

内部留保資金は、今後の新製品・新技術の研究開発に関わる投資と、新規事業展開のための設備投資、戦略的提携やM&Aなどに充当するとともに、資金需要や市場動向をみながら、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。これらは将来にわたる利益の向上に寄与し、株主の皆様への利益還元に貢献するものと考えています。

当期は、世界的な景気悪化の影響を受け、各社とも厳しい経営判断が迫られるなか、DNPではエレクトロニクスの事業構造改革に着手するなど、改善のための抜本的な施策を推進しました。私たちは2003年3月期より6年連続で増配を実施してまいりましたが、当期の厳しい業績に鑑み、年間配当を一株につき4円減配し、32円といたしました。なお、取締役、役員の賞与を役位に応じて50%から20%の幅で減額しました。自己株式の取得については、2003年3月期以降7年連続で実施し、当期は1,665万株を取得したことをご報告いたします。

現段階で、次期の年間配当は32円を予定しています。

Q7 コーポレート・ガバナンス、内部統制、CSRの取り組みについて教えてください。

私たちDNPは、あらゆるステークホルダーとの「対話」を重視しています。そして、活発な「対話」を通じて新たな課題を発見し、解決していくためにも、適切な情報をタイムリーに開示し、説明責任を果たすことに力を注いでいます。

そして、長期的かつ持続的な企業価値の向上や、株主の皆様をはじめとするステークホルダーの皆様の信頼を得るために、コーポレート・ガバナンスを経営上の重要課題として位置づけています。的確で適正な、そして迅速な意思決定と業務執行に向けて、十分な監督体制を構築し、適切な運用を維持してまいります。

2006年5月には、内部統制システムの構築に向け、スタートをきりました。当期からは、金融商品取引法により法制化された内部統制報告制度に基づき内部統制報告書を作成しており、一層の透明性の確保に努めています。

一方、DNPはCSRの先駆的な企業としてこれまで、「誠実な企業賞」、「地球環境大賞」の受賞など、さまざまな方面から高い評価を得てきました。これは私たちの「誠実な企業でありたい」という想いと、その想いをオープンドア・ルームの設置、CSR調達規定の制定など着実に具現化し、実践してきたことが評価されたものと受け止めています。

これからもDNPの事業を通し、すべてのステークホルダーの皆様に価値を創造し続け、社会から信頼され必要とされる企業としての責任を果たしてまいります。

DNP Encyclopedia

Collegiate Communities

2024-2025

DNPの概要

— CONTENTS

- 10 業績の概要
- 14 DNPの概要
- 16 DNPの製品一覧
- 18 経営理念、事業ビジョン
- 19 技術を核とした事業展開
- 20 DNPの成り立ち
- 22 当期の主な出来事
- 24 投資家情報

業績の概要

連結財務グランドサマリー

大日本印刷株式会社及び子会社 3月31日に終了した各会計年度

	2009	2008	2007	増減 2009/2008
損益計算書関連 (百万円)				
売上高	¥ 1,584,844	¥ 1,616,053	¥ 1,557,802	-1.9%
営業利益	46,177	87,104	96,144	-47.0%
経常利益	47,390	86,502	101,348	-45.2%
税金等調整前当期純利益(純損失)	-27,842	88,469	98,950	—
当期純利益(純損失)	-20,933	45,171	54,841	—
バランスシート関連 (百万円)				
純資産合計	¥ 940,085	¥ 1,040,135	¥ 1,099,439	-9.6%
有利子負債	124,263	80,104	69,228	55.1%
総資産	1,536,556	1,601,192	1,700,250	-4.0%
キャッシュフロー関連 (百万円)				
営業活動によるキャッシュフロー	¥ 131,569	¥ 157,282	¥ 123,010	-16.3%
投資活動によるキャッシュフロー	-100,726	-122,522	-150,717	-17.8%
財務活動によるキャッシュフロー	-33,951	-73,727	-42,589	-54.0%
フリーキャッシュフロー*	30,843	34,760	-27,707	-11.3%
一株当たりデータ**(円)				
当期純利益(純損失)	¥ -32.35	¥ 67.08	¥ 78.09	—
純資産	1,393.90	1,516.34	1,544.01	-8.1%
配当金	32	36	32	-11.1%
売上高利益率(%)				
営業利益率	2.91	5.39	6.17	-2.48
EBITDAマージン	5.09	12.36	12.87	-7.27
当期純利益率	-1.32	2.80	3.52	-4.12
財務比率				
ROE(%)	-2.20	4.35	5.14	-6.55
ROA(%)	-1.33	2.74	3.26	-4.07
D/E レシオ(%)	14	8	6	—
インタレストカバレッジレシオ(倍)	30.22	70.09	76.46	—
バリュエーション (3月31日の株価)				
PER(倍)	—	23.64	23.74	—
PBR(倍)	0.64	1.05	1.20	—
EV/EBITDA(倍)	7.19	4.94	5.74	—
PCFR(倍)	6.74	6.76	8.30	—
配当利回り(%)	3.56	2.27	1.73	1.29
株主還元				
自己株式の買付(百万円)	26,550	58,312	19,475	-54.5%
配当性向(%)	—	53.7	41.0	—
その他				
長期格付け(R&I)	AA(安定的)	AA+(安定的)	AA+(安定的)	—
外国人保有率(%)	23.63	29.53	34.53	—

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

教育・出版流通事業の取り組みを加速

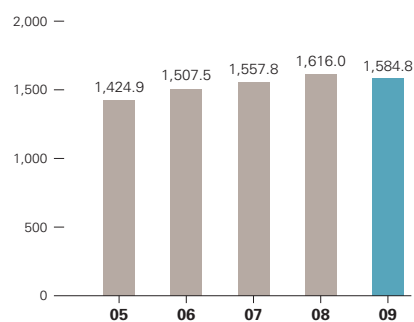
エレクトロニクス部門で事業構造改革に着手し、約487億円の減損を実施

営業キャッシュフロー1,315億円、フリーキャッシュフロー*308億円を確保

* 営業キャッシュフロー－投資キャッシュフロー

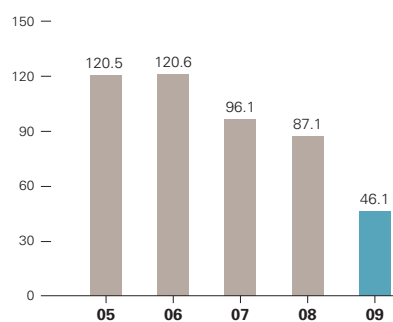
売上高

(単位:十億円)



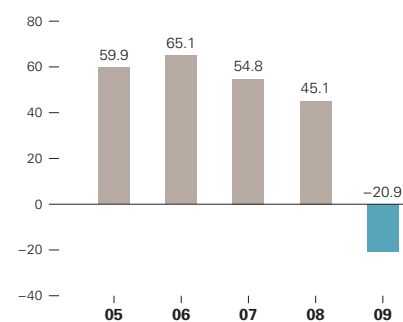
営業利益

(単位:十億円)



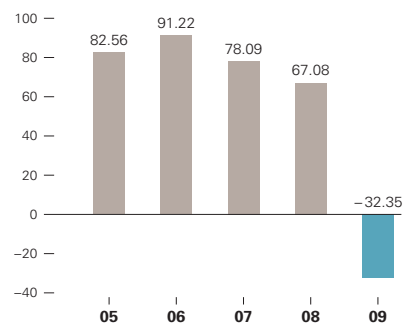
当期純利益(純損失)

(単位:十億円)



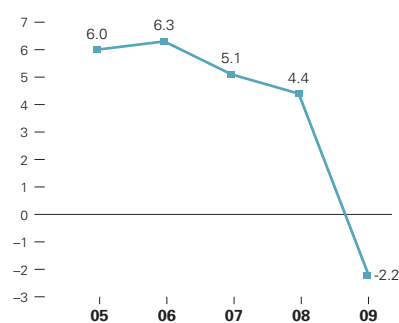
一株当たり当期純利益(純損失)

(単位:円)



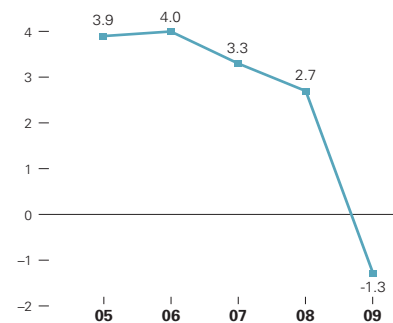
ROE

(単位:%)



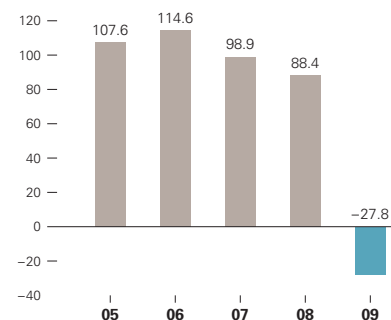
ROA

(単位:%)



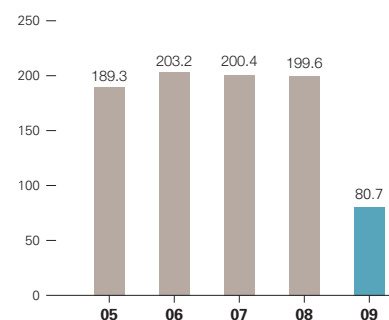
税金等調整前当期純利益(純損失)

(単位:十億円)



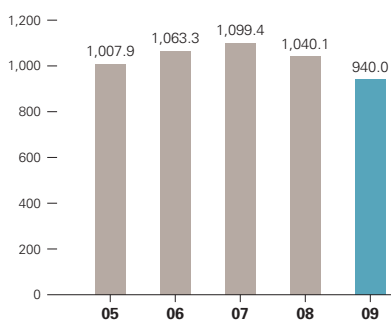
EBITDA

(単位:十億円)



純資産*

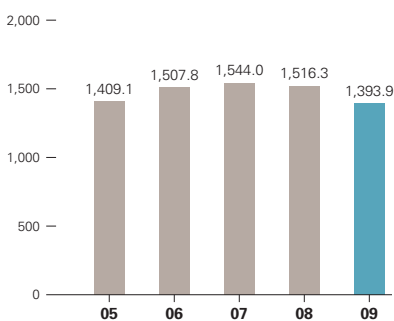
(単位:十億円)



* 2006年3月期以前は、資本合計を表示しています。

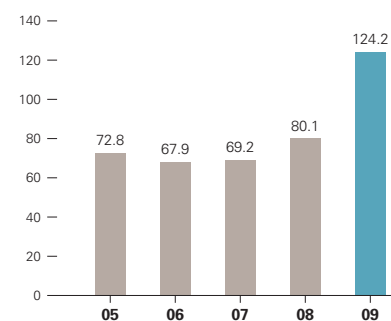
一株当たり純資産

(単位:円)



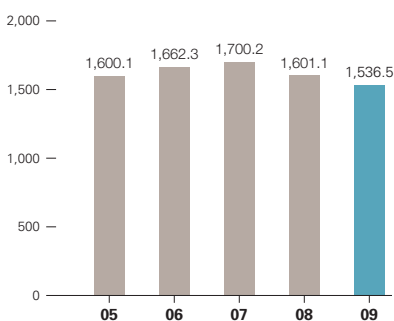
有利子負債

(単位:十億円)



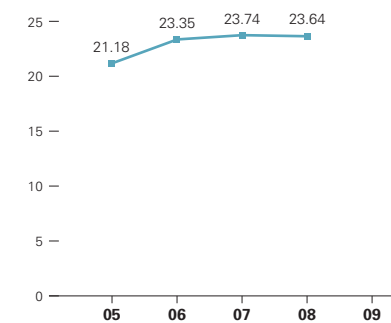
総資産

(単位:十億円)



PER (株価収益率)*

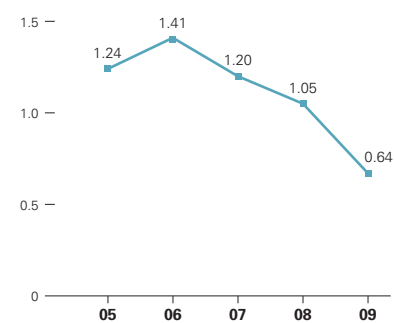
(単位:倍)



* 2009年3月期は、当期純損失のため表示していません。

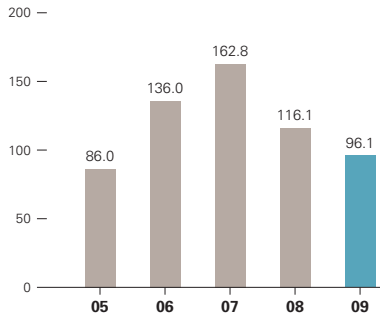
PBR (株価純資産倍率)

(単位:倍)



設備投資*

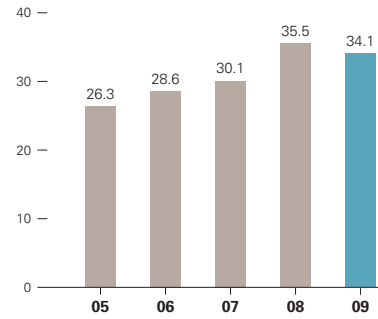
(単位:十億円)



* 無形固定資産への投資も含んでいます。

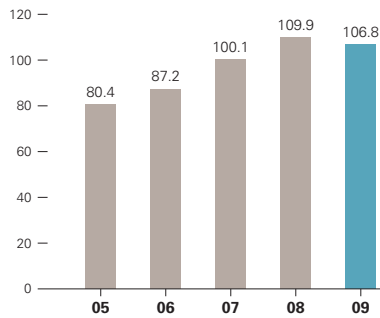
研究開発費

(単位:十億円)



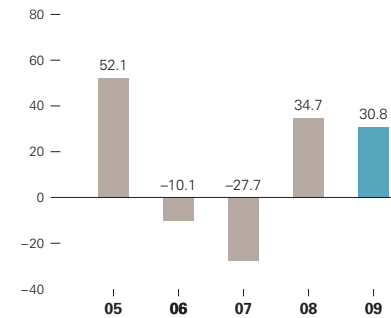
減価償却費

(単位:十億円)



フリーキャッシュフロー*

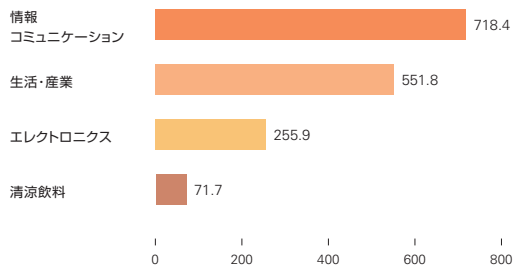
(単位:十億円)



* 営業活動によるキャッシュフロー - 投資活動によるキャッシュフロー

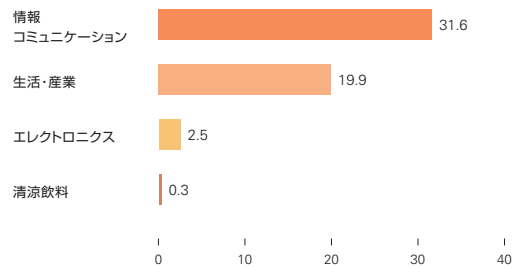
セグメント別売上高

(単位:十億円)



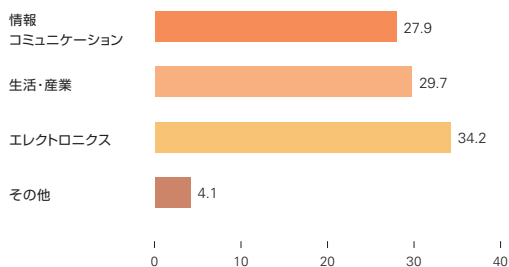
セグメント別営業利益

(単位:十億円)



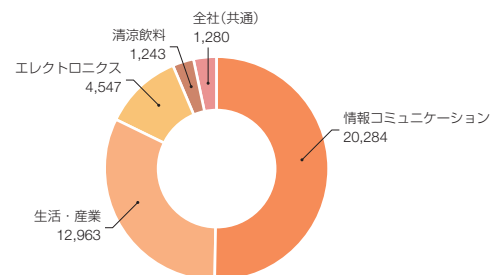
セグメント別設備投資

(単位:十億円)



セグメント別従業員数

(単位:名)



DNPの概要

Profile

印刷技術と情報技術を核に、

数多くの世界No. 1シェア製品を提供する総合印刷会社

DNPは、約3万社におよぶ国内外の顧客企業や生活者に対し、幅広い分野で多様な製品やサービスを提供する世界最大規模の総合印刷会社です。1876年の創業以来培ってきた印刷技術と情報技術を強みとして、出版印刷や商業印刷をはじめ、包装、建材、ディスプレイ製品、電子デバイスなどの分野にも進出し、世界シェア第1位を誇る多くの製品を提供しています。さらに、環境、エネルギー、ライフサイエンスなどの分野へと、事業を拡大していく挑戦を続けています。企業や生活者との対話を深め、技術の進化と融合を図ることにより、あらゆる課題の解決を図っていきます。

DNPグループの従業員数は約40,000人で、国内に48の営業拠点、60の生産工場を持っています。海外には、13カ国に21の営業拠点、7カ国に9つの生産工場を持ち、グループの売上高の13.3%の規模となっています。

Business Portfolio

安定性、発展性、成長性、事業リスクの観点から

バランスのとれた事業ポートフォリオ

DNPグループの事業は、連結売上高の約95%を占める印刷事業と、約5%を占める北海道コカ・コーラボトリング株式会社の清涼飲料事業で構成されています。

印刷事業は、印刷技術と情報技術の応用により発展してきた事業群で、あらゆる業種・業態に対応し、多彩な事業分野に戦略的に展開してきました。印刷事業は、提供する製品・サービスにより、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部門に分かれています。これらの部門は、安定性、収益性、成長性、事業リスクの観点から、バランスのとれた事業ポートフォリオを構成しています。

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

バランスのとれた3つの戦略部門



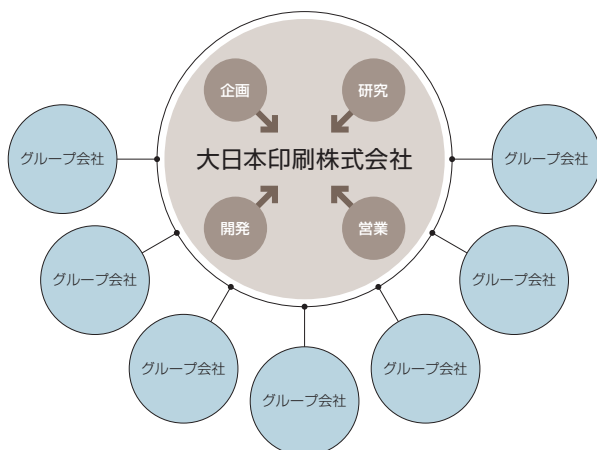
Structure

企画、研究・開発、営業などの機能を集中させた 効率的なグループ体制

DNPは、グループ全体を視野に入れた経営の効率化に早くから取り組み、グループとしての経営資源の有効活用や、より適切な体制の確立などを進めてきました。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一方、製造部門や技術部門を主にグループ会社に配置することにより効率的な経営を行っています。子会社157社、関連会社12社を含むDNPグループは、本社とグループ企業がそれぞれの役割に集中しながらも密接に連携することにより、収益性の高い経営を可能にしています。

北海道、東北、中国、四国、九州については、地域ごとに特色のあるニーズに適切に対応すべく、営業、企画、製造を統合した地域別の統括会社を設立するなど、総合力の向上に努めています。

効率的なオペレーションを可能にするグループ体制



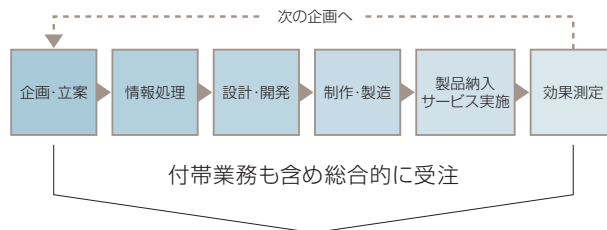
A Comprehensive Printing Company

総合印刷会社としてのDNP

DNPは、印刷技術と情報技術を核として、出版印刷や商業印刷からICカードやIPS、包装・建材、エレクトロニクス製品へと、事業の対象を水平方向に展開する「横」の「拡印刷」を実現してきました。さらに、モノづくりだけでなく、企画提案やデザイン、マーケットリサーチや商品開発、生活者とのコミュニケーションなど、業務プロセスの「縦」方向に展開する「拡印刷」も推進しています。

こうした事業展開をグループ全体で可能にする一貫体制が、DNPの強みのひとつとなっています。社会と顧客の変化に適切に対応し続けてきたことによって、世界にも稀な総合印刷会社としての体制が整備され、さらなる事業拡大のための枠組みとして機能しています。研究・開発、製造、営業、企画、管理などのチームが有機的な連携を図り、顧客企業や生活者の課題解決の方法を提案しながら事業につなげていくソリューション型事業を積極的に推し進めています。

総合受注を可能にするワークフロー

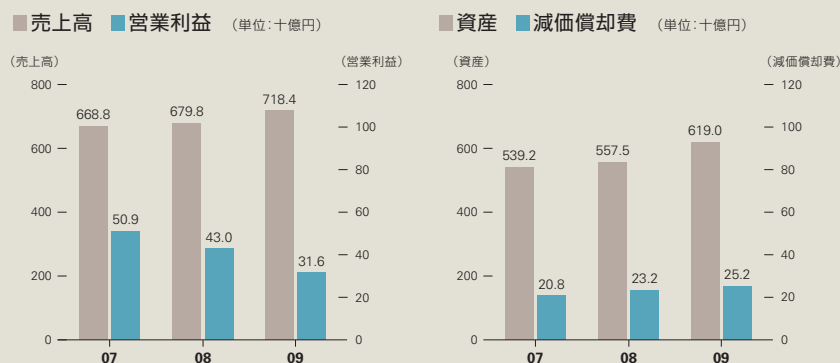


クロスメディア展開	文字情報処理	DB構築・管理	サーバ運用	物流管理	リサーチ
プロモーション企画	画像・映像制作	プログラム開発	情報セキュリティ	企画実施・運営	マーケティング
商品企画	知的財産管理	システム構築	顧客情報管理	カスタマーセンター	アライアンス

DNPの製品一覧

Product Lineup

情報コミュニケーション部門



■出版印刷

[1] 雑誌、[2] 書籍、[3] 辞書、[4] 電子出版事業

その他: フリーペーパー、PR誌、教科書、CD-ROM・DVD等の電子出版物、マルチメディアソフトの企画・制作、図書販売など

■商業印刷

[5] カタログ、[6] カレンダー、[7] POP

その他: チラシ、パンフレット、ポスター、イベント企画・運営、店舗設計、カスタマーセンターの運営、各種企画開発、ネットワーク事業など

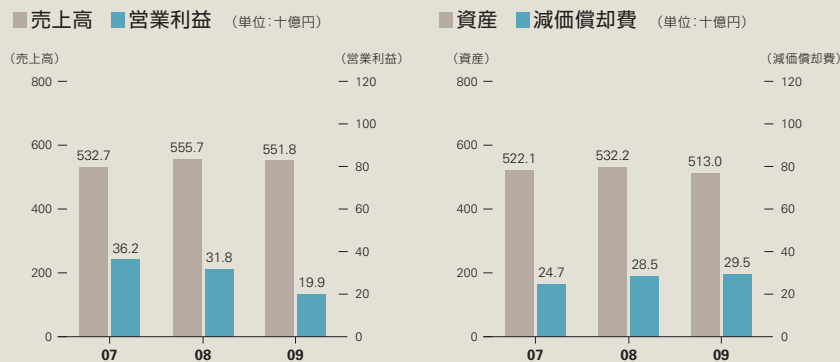
■IPS／ビジネスフォーム

[8] パーソナルメール、[9] ICカード、[10] SIMカード、[11] デジタルペン、[12] ホログラム

その他: 商品券、通帳、ビジネスフォーム、磁気カードなど

*[]はP17の写真番号です。

生活・産業部門



■包装

・包装製品および環境対応型容器

[13] 加工食品、[14] トイレタリー／医薬品、[15] UD対応商品、[16] PETボトルとプリフォーム、[17] 無菌充填システム、[18] 宇宙日本食包材

■住空間マテリアル

[19] 住宅用内装材、[20] 自動車内装材

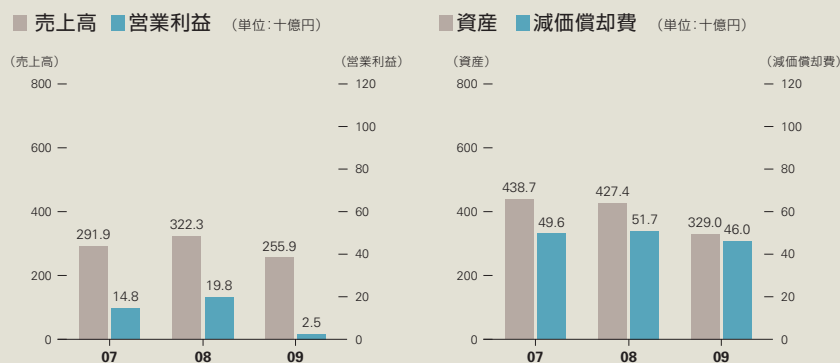
その他: 店舗・事務所・住宅用建材(床材、家具表面材、ユニットバス内装材、外装材など)、家電製品用表面材など

■オプトマテリアル／産業資材

[21] ディスプレイ用光学フィルム、[22] プロジェクター用スクリーン、[23] カラープリンター用転写リボン、[24] セルフプリントシステム「PrintRush」

*[]はP17の写真番号です。

エレクトロニクス部門



■ディスプレイ製品

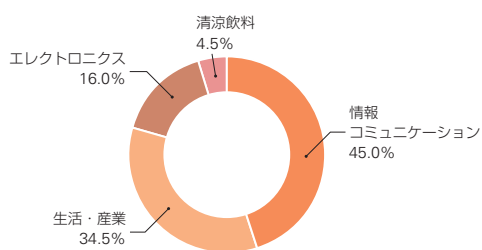
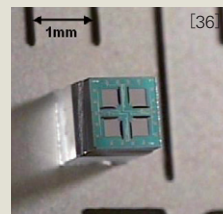
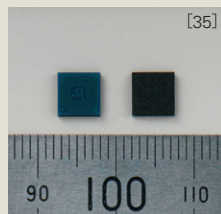
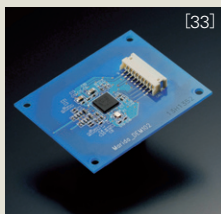
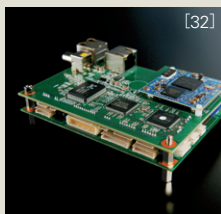
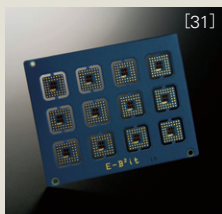
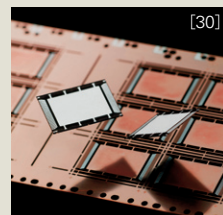
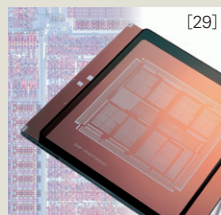
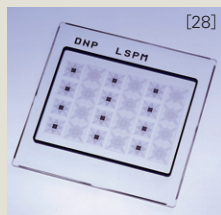
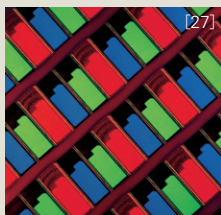
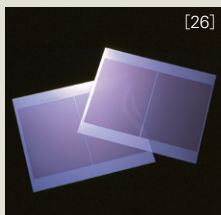
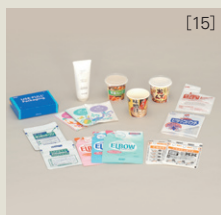
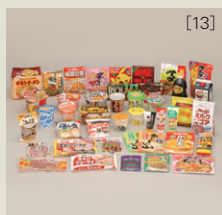
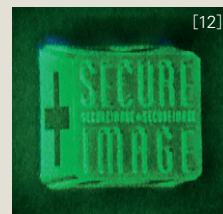
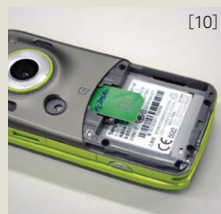
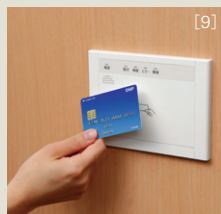
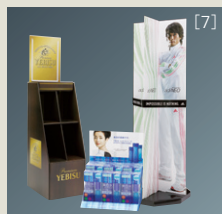
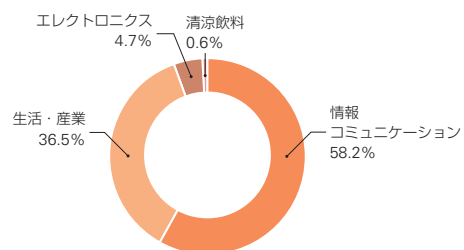
[25, 26, 27] 液晶カラーフィルター、[28] ラージスケールフォトマスク

その他: 有機ELディスプレイなど

■電子デバイス

[29] 半導体用フォトマスク、[30] 半導体パッケージ用リードフレーム、[31] 部品内蔵基板、[32] 監視カメラ用モジュール、[33] リーダーライター用モジュール、[34] ICタグ、[35] 超小型ICタグ、[36] MEMS製品

*[]はP17の写真番号です。

セグメント別
売上高構成比セグメント別
営業利益構成比

経営理念、事業ビジョン

Management Concept

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。

DNPの創業時の舎則に「文明ノ業ヲ営ム」という言葉があります。これは、明治維新直後の日本にあって、広く社会の発展に貢献する志が込められたもので、以来130年以上にわたり、私たちはこの志を継承してきました。21世紀にあっても、社会に貢献するという志は変わりません。

自立性を持った個人や組織が影響を与え合い、予期しなかった現象が生まれて社会が変化し、さらに個人や組織に影響を与えていく。このような現代の「創発的な社会」にあっては、変化をいち早く捉え、顧客企業や生活者が抱える課題を明確にして解決を図ることが、社会貢献につながると考えています。私たちは社員一丸となって、この理念の実現に向けて日々の努力を継続し、社会の進化発展を積極的にリードすることによって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。

Business Vision

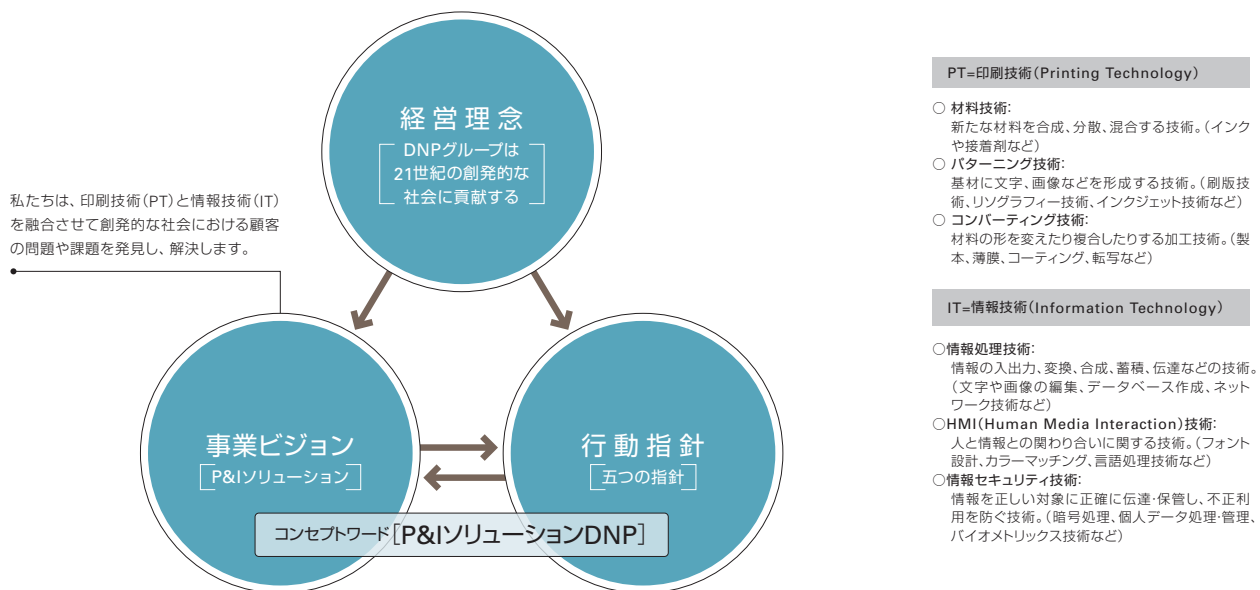
事業ビジョン

P&Iソリューション

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

創発的な社会では、市場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、顧客企業や生活者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いだすことができます。

私たちは、顧客企業や生活者との「対話」を深めることにより、問題の発見、課題の設定、解決に向けた仮説の構築を進め、一歩先んじた提案を行っています。そして、DNP固有の強みである印刷技術 (PT : Printing Technology) と情報技術 (IT : Information Technology) を活用して、新しい製品やサービスを開発し、DNP独自のソリューションを提供することにより、事業を拡大していきます。



技術を核とした事業展開

“Expansion Printing” and “P&I Solutions”

“拡印刷”と“P&Iソリューション”による事業の拡大

DNPの事業拡大の歴史は、コア技術である印刷技術と情報技術の進化と応用の歴史です。1876年の創業以来、DNPはこれらの技術を世界最高水準にまで高め、印刷から派生する多様な技術を多くの分野に応用することにより、事業領域を拡大してきました。

「拡印刷」をコンセプトとした事業の拡大は、1950年代に一気に花開きました。印刷技術を紙以外にも展開するという発想から、1951年に包装分野へ進出した後、布や木材、プラスチックや金属などへの印刷を可能としました。建材などを扱う住空間マテリアル事業や、フォトプリント用の熱転写記録材、薄型ディスプレイ用反射防止フィルムなどの事業を生み出し、生活・産業部門という柱を確立しました。さらに1958年には、DNPが日本で初めて国産カラーテレビ用のシャドウマスクの開発に成功しました。0.2mmほどの薄い銅板に、数百万の超微細な孔を開ける技術は、印刷の製版に使用されるフォトリソグラフィなどの超微細加工技術を応用し

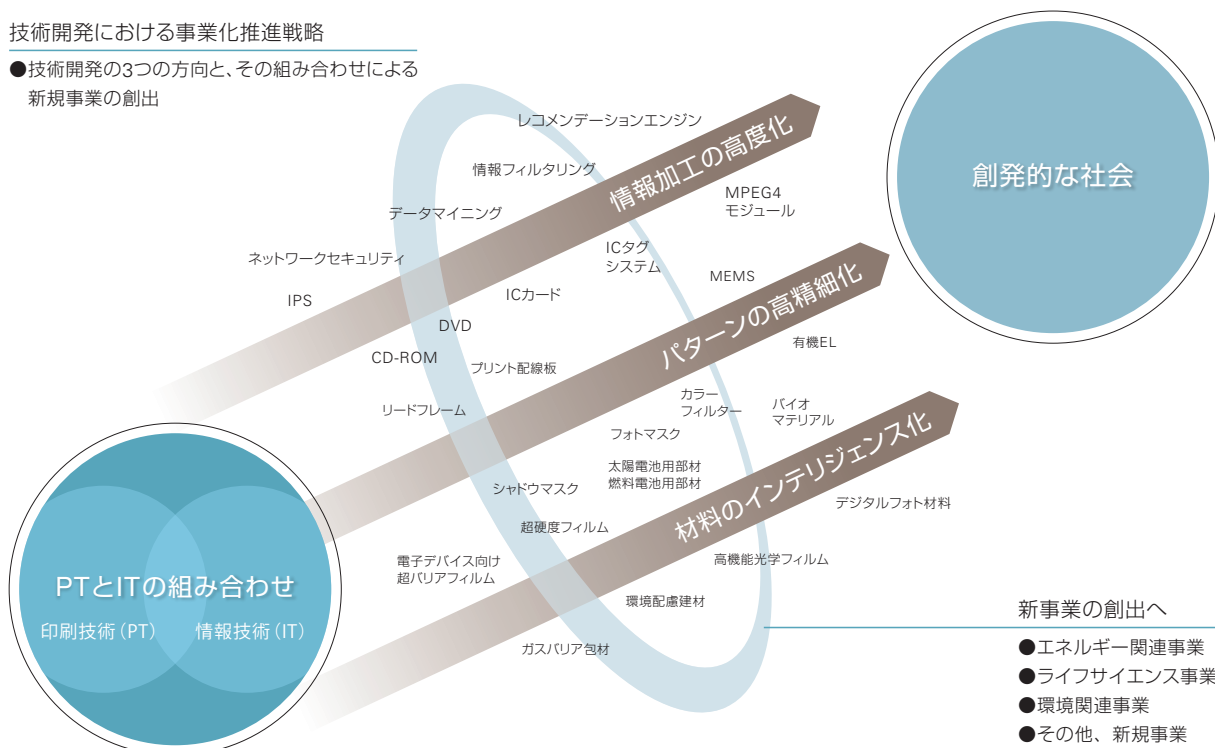
たものです。そして、半導体用のリードフレームやフォトマスク、MEMS(超微細電子機械システム)などに技術の応用範囲を拡げ、エレクトロニクス部門を立ち上げました。

一方、情報技術についても、いかに心地よく情報を表現するかといった技術にはじまり、創業以来進化を続けてきました。明治時代から続くDNPオリジナル書体「秀英体」の開発、カラーマネジメントや意匠・デザイン、そして、1970年初めからのデジタル化への取り組みが大きな転換点となりました。急速に進展したデジタル化、ネットワーク化の流れに迅速に対応し、DNP独自技術の開発なども積極的に進めることにより、今日の社会基盤として不可欠な情報セキュリティ技術などを確立して、多様な事業展開を可能にしています。

現在、DNPは、事業ビジョンとして「P&Iソリューション」を掲げ、印刷技術と情報技術を融合させて、顧客をはじめとする多くの人々の課題を解決することで、事業の発展と社会への貢献を目指しています。太陽電池部材などのエネルギー分野、毛細血管のパターン形成や細胞シート工学などの再生医療分野をはじめ、DNPの技術を必要とするあらゆる領域に、事業を拡げていきます。

技術開発における事業化推進戦略

- 技術開発の3つの方向と、その組み合わせによる新規事業の創出



DNPの成り立ち

1876 (創業)

1950

1960

1970

印刷業

総合印刷業

▶ 1878 舎則を定める（「文明ノ営業」など）

▶ 「拡印刷」の推進

情報コミュニケーション部門

出版印刷事業

▶ 1877 日本初の国産洋装本完成

▶ DNPオリジナル書体「秀英体」開発開始

▶ 1909 5号明朝の秀英体完成

▶ 1914 日清印刷が東京大正博覧会にオフセット印刷物を出展

▶ 1956 出版社による初の週刊誌を印刷

▶ 1972 文字・画像のデジタル化に取り組む(CTS)

商業印刷事業

▶ 1926 グラビア印刷機導入

▶ 1971 香りの印刷開発

ビジネスフォーム事業

▶ 1898 大阪市築港公債を印刷

▶ 1955 帳票用輪転機を設置

▶ 1965 OCR帳票量産開始

▶ 1970 プラスチックカード印刷開始

▶ 1973 磁気プラスチックカード量産

▶ 1974 磁気通帳の本格生産

生活・産業部門

包装事業

▶ 1951 紙器分野に本格参入

▶ 1951 軟包装の内製化開始

▶ 1961プラスチック容器印刷発表 ▶ 1969 ラミネートチューブ生産開始

▶ 1962 紙カップ生産開始

▶ 1972 無菌包装システム開発

住空間マテリアル事業

▶ 1951 ビニール、セロハン(建材)、布などの特殊印刷開始

▶ 1961 鋼板への直接印刷開始

▶ 1974 曲面印刷技術の導入(カールフィット)

エレクトロニクス部門

ディスプレイ製品事業

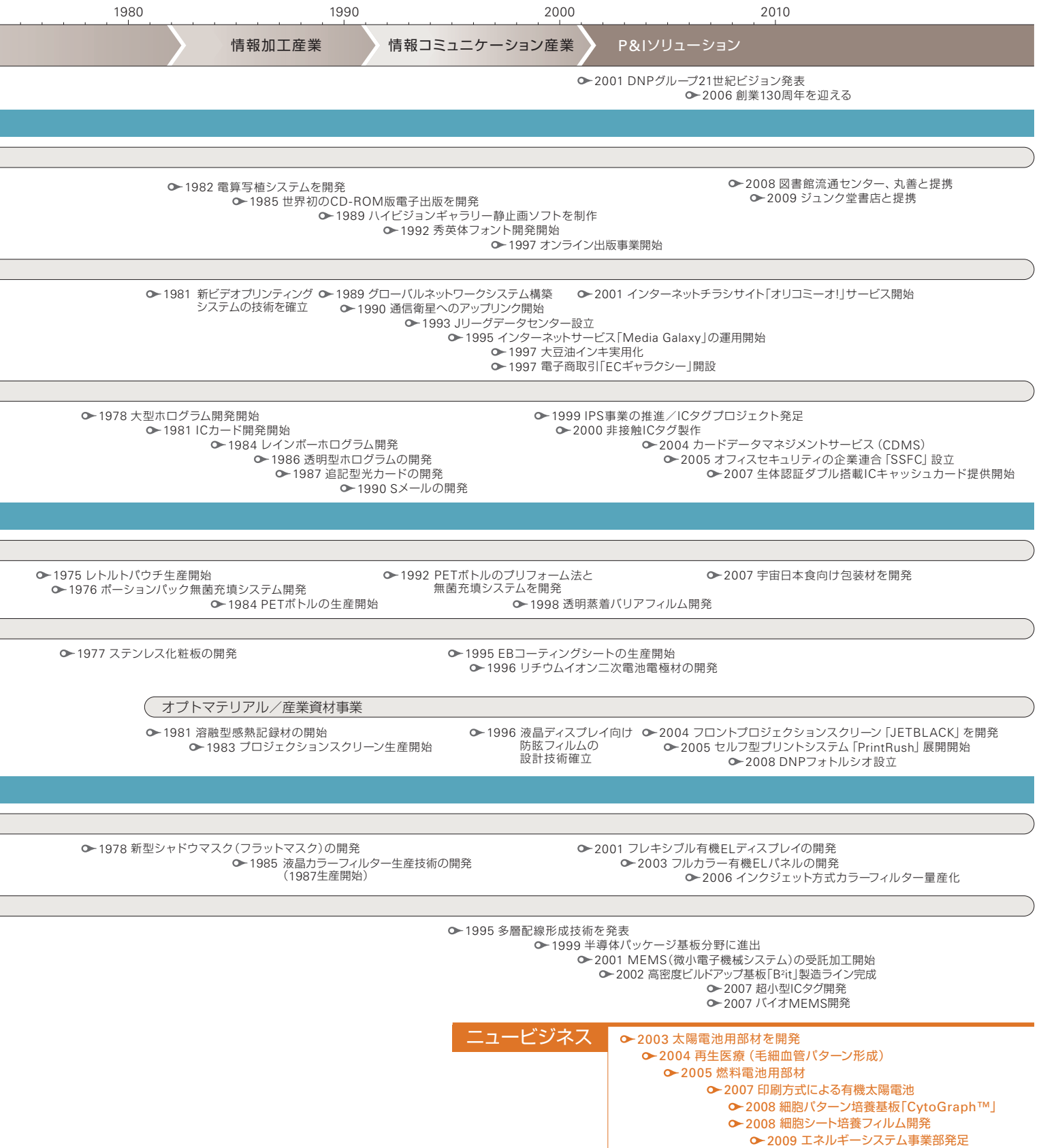
▶ 1958 シャドウマスクの試作に成功

▶ 1971 カラーフィルター研究開発開始

電子デバイス事業

▶ 1959 フォトマスクの試作に成功

▶ 1964 リードフレーム製造開始



2008

7月

▶ 慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスの学生による起業を支援し、合同会社マイアース・プロジェクトを7月7日に設立しました。新会社は、独自に開発した小中学生向けカードゲーム「My Earth®(マイアース)」の販売などを手がけます。このカードゲームは、子どもたちが楽しみながら生態系の働きや人間活動が自然環境におよぼす影響などを学べる商品であり、環境問題に取り組む企業とも連携して事業を拡大していきます。

▶ 台湾の世界的なプリント基板メーカーであるユニマイクロン・テクノロジー・コーポレーションと合併で、プリント基板の製造・販売を行うユーディー・アライアンス・テクノロジー・リミテッドを7月9日、香港に設立しました。新会社はDNPの独自技術であるB²it(ビー・スクエア・イット)を用いてプリント基板を製造し、中国をはじめとするアジア地域の携帯電話端末メーカーなどに販売します。DNPは新会社への製造技術支援を行うとともに、B²itの世界標準化を進めていきます。

▶ 財団法人日本情報処理開発協会より、大日本印刷株式会社の全社プライバシーマーク認証を7月24日に取得しました。この認証は、個人情報の保護措置を適切に講じていると認定された事業者と与えられるもので、グループ全体では情報処理を行う複数の子会社で当認証を取得してきました。大日本印刷株式会社では2000年9月以降、商印事業部、IPS事業部、C&I事業部などの部署単位で取得していましたが、今回全社での取得となりました。

▶ 7月31日、DNPと丸善株式会社は、業務・資本提携に関する契約を締結しました。この契約は、2007年8月に締結した両社の業務・資本提携をより強化するための具体的な内容を取り決めたもので、丸善の第三者割当増資のDNPIによる全額引き受け、広範な事業領域における協業の推進などが盛り込まれています。

また同日、この協業領域のひとつである「大学向け図書販売の強化」に向けて、DNP、丸善、株式会社図書館流通センター(TRC)(DNPのグループ会社)の3社は、協業体制構築の協議開始に関する基本合意書を締結しました。

▶ 医療・研究機関などで使われる細胞培養基板として、生物の細胞を多様なパターンで安定的に培養できる「CytoGraph(サイトグラフ)」を国内で初めて製品化し、7月より販売開始しました。この製品は、印刷原版をつくるパターンニング技

術を応用し、ガラス表面に細胞が定着する領域と定着しない領域を任意のパターンで形成することで、線状やドット状など、必要な形での細胞の培養を可能としたものです。今回の製品化を通じて、医療・研究機関との連携、市場ニーズなどの情報収集を進め、将来的に再生医療分野への参入を目指していきます。

8月

▶ DNPは、グラフィックアートや印刷技術を活用した歴史的文化財などの保存・普及活動を中心に、芸術・文化の振興を支援しています。そして、美術品画像の著作権処理やデジタルデータの提供、各種コンテンツや関連グッズの企画・制作・販売、展示会の企画・運営などを事業として展開してきました。こうした事業の拡大を図るため、これまで同事業を手がけてきたグループ会社3社*を統合し、株式会社DNPアートコミュニケーションズを設立して、8月1日より営業を開始しました。

* 株式会社トランスアート、株式会社DNPアーカイブ・コム、株式会社メゾンド・DNPギンザの3社。いずれも、DNP100%子会社。

▶ 兵庫県姫路市での第8世代カラーフィルターの新工場建設に着手しました。この新工場は、パナソニック株式会社と株式会社日立製作所の液晶パネル製造会社である株式会社IPSアルファテクノロジーが姫路市で建設を進めている新工場に併設されるもので、2010年夏に稼働する予定です。また、シャープ株式会社が大阪府堺市に建設中の工場内に、第10世代カラーフィルターの新工場建設を進めており、2009年秋の稼働を計画しています。これら両工場を加えて、大型液晶パネル向けのカラーフィルターとして、世界最大の供給能力を目指します。

9月

▶ 東京女子医科大学、株式会社セルシードと共同で、印刷技術を活用した再生医療用細胞シート培養フィルムの効率的な生産技術を確認しました。細胞シート工学は、シャーレ上に均一に培養された細胞を、手術などで使用しやすいシートの形状のまま取り出す技術です。今回開発した培養フィルムは、温度によって伸縮する高分子の層で、これをシャーレに貼ることにより、シート状に培養された細胞が取り出しやすくなります。皮膚、角膜、歯根膜、心臓の筋肉など、シート状の細胞を貼り付けて患部を再生させる細胞シート工学の応用範囲は広く、期待が高まっています。

2009

10月

- ▶ デジタルフォトプリント事業の強化・発展を図るため、関連するグループ会社3社*を統合した新会社、株式会社DNP フォトルシオを10月1日に設立しました。DNPは、カラープリンター用インクリボンなどの昇華型熱転写記録材で世界のトップシェアを獲得しています。また、証明写真事業や、1枚あたり3秒の高速プリントが可能なKIOSK端末型セルフプリントシステム「PrintRush」などを展開しています。デジタルカメラやカメラ付き携帯電話の普及とともに、デジタルフォトプリント市場が拡大しており、今回の統合により事業の展開を加速させます。

* 株式会社DNPアイディーイメージング、株式会社DNPフォトマーケティング、株式会社DNPプリントラッシュの3社。いずれも、DNP100%子会社。

12月

- ▶ DNPとDIC株式会社(旧大日本インキ化学工業株式会社)、ザ・インクテック株式会社(DNP子会社)の3社は12月15日、DICの国内印刷インキ事業とザ・インクテックの印刷インキ事業の統合に向けた協議開始について、各取締役会で決議しました。両社のノウハウや経営資源を統合することで事業の効率化を図り、厳しい事業環境下においても持続的に事業を推進できる強靱な企業体質の実現と競争力の強化を図っていきます。また、高い品質と競争力に優れた新製品の開発と安定的な供給体制の実現を目指します。
- ▶ 丸善とTRCが、株式移転による共同持株会社を設立するかたちで経営統合を進めることに基本合意し、両社の親会社であるDNPもこの合意に賛同したことを12月16日に発表しました。TRCが持つITや物流システム、販売手法に関するノウハウと、丸善のブランド力や顧客基盤などの強みを活かし、事業協力を進めていくための体制を検討していきます。両社は経営統合により、図書館業務受託事業、大学向け書籍販売事業などでの協業を強化します。

1月

- ▶ 泉崎工場(福島県西白河郡)に、太陽電池用バックシートと充填材を製造する新工場を建設し、1月から稼働を開始しました。太陽電池はクリーンエネルギーとして注目され、今後順調な市場の拡大が見込まれています。新工場では、2009年度に順次生産能力を増強して、現在の約3倍となる年間1ギガワットの発電量相当の太陽電池部材を供給する計画です。また同じ1月に発足したエネルギーシステム事業部が、太陽電池関連製品の製造・販売を統括することによって、成長するエネルギー分野への取り組みを強化します。

3月

- ▶ 東京女子医科大学内の研究教育施設「TWIns(ツインズ)」に、最先端再生医療研究を行う拠点としてDNP研究室を開設し、研究体制を強化しました。この研究室は、細胞シート工学の共同研究を一段と強化することを目的としたもので、東京女子医大、セルシード、オリンパス株式会社との連携を一層深めていきます。
また、DNPは再生医療関連の事業の拡大を重点施策のひとつに位置づけており、ライフサイエンス分野全体で2016年度に700億円の売上を目指しています。
- ▶ DNPは、3月18日に株式会社ジュンク堂書店の株式の51%を取得しました。ジュンク堂書店は神戸市に本拠を置く書店チェーンで、全国に33の大型書店を展開しています。同社はかねてより将来の事業拡大を見据えた資本増強を検討しており、DNPは教育・出版流通事業の強化を経営方針のひとつとしているため両社の考えが一致し、この提携が実現しました。DNPは今後、CRM分析、電子出版などのノウハウを提供することによりジュンク堂書店の事業を支援します。
- ▶ 丸善、ジュンク堂書店、DNPの3社が3月24日、3社間の業務提携に関する協議を進めるための基本合意書を締結しました。この提携協議は書籍販売市場の活性化を目的としたもので、店舗事業や教育・学術事業などに注力していきます。3社は今後、事業面での提携、資本提携、経営統合、役職員の派遣などについて協議を行い、2009年8月末までに提携に関する最終合意書を締結する予定です。

* DNPの教育・出版流通事業への取り組みについては、当アニュアルレポートの特集(P32)をご参照ください。

(2009年3月31日現在)

大日本印刷株式会社

本社：

〒162-8001
東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号

創業：

1876年

従業員数（連結）：

40,317人

資本金：

114,464百万円

株式の総数：

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

株主の総数（1,000株以上）：

23,369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）	40,945	5.85
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口4G）	31,774	4.54
第一生命保険相互会社	30,882	4.41
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	28,455	4.06
ザバンク オブ ニューヨーク メロン アズ デポジタリ		
バンク フォー デポジタリ レシート ホルダーズ	20,745	2.96
株式会社みずほコーポレート銀行	15,242	2.18
日本生命保険相互会社	14,349	2.05
株式会社みずほ銀行	12,471	1.78
自社従業員持株会	10,797	1.54
ステート ストリート バンク アンド		
トラスト カンパニー 505225	6,800	0.97

(注)上記表以外に、大日本印刷(株)は自己株式55,600,972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。

DNPが組み込まれている主なインデックス：

日経平均株価
TOPIX Large70
MSCI World Index
S&P/TOPIX 150
Dow Jones Sustainability Indexes
Ethibel Sustainability index
モーニングスター社会的責任投資株式指数

株式コード：

7912

株主名簿管理人：

みずほ信託銀行株式会社
東京都中央区八重洲一丁目2番1号

定時株主総会：

6月中

投資家情報に関するお問い合わせ：

大日本印刷株式会社
広報室 IRグループ
東京都新宿区市谷加賀町一丁目1番1号
Tel: 03-5225-8220
Fax: 03-5225-8239

ウェブサイト：

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

株価推移の状況(東京証券取引所)
(2007年、2008年、2009年3月期)



議決権の状況


(2009年3月31日現在)

区分	株式数(株)	議決権の数(個)
無議決権株式	—	—
議決権制限株式(自己株式等)	—	—
議決権制限株式(その他)	—	—
完全議決権株式(自己株式等) 普通株式	56,684,000	—
完全議決権株式(その他) 普通株式	641,131,000	641,131
単元未満株式 普通株式	2,665,693	—
発行済株式総数	700,480,693	—
総株主の議決権	—	641,131

自己株式等

(2009年3月31日現在)


保有者	保有株式数(株)	発行株式数に対する割合(%)
大日本印刷(株)	55,599,000	7.94
教育出版(株)	1,085,000	0.15
合計	56,684,000	8.09



特集：

コミュニケーションを創造する

特集では、出版印刷事業、商業印刷事業、ビジネスフォーム事業などで構成される情報コミュニケーション部門の成長戦略を、各事業のリーダーが紹介します。企業や生活者の課題を掘り起こし、その解決のためにコミュニケーションの在り方そのものを創造するDNPの現在と未来に触れてみてください。



— CONTENTS

- 28 第1部: 情報コミュニケーション部門の全体戦略
- 28 北島副社長インタビュー
- 32 第2部: 戦略的ビジネスアプローチ
- 32 出版流通の新潮流創出へ
- 34 生活者視点の企画アプローチ
- 36 セキュリティソリューションのその先に
- 38 コミュニケーション技術の未来
- 40 トピックス 先端事例紹介

第1部：

情報コミュニケーション部門の全体戦略



Q 最初に、DNPにとっての情報コミュニケーション部門の位置づけについて教えてください。

2009年3月期、DNPグループ全体の事業の中で、当部門は売上の45%、営業利益の58%を占めています。

明治9年(1876年)の創業から1950年代初頭までの75年間、当部門の出版印刷事業と商業印刷事業がDNPの中核をなしてきました。その後、印刷技術と情報技術を応用・発展させて、包装や建材などの生活・産業部門、カラーフィルターやフォトマスクなどのエレクトロニクス部門へ事業を拡大してきましたが、ICカードやIPSなどのビジネスフォーム分野を加えた当部門は、常に収益基盤として役割を果たしてきたと言えるでしょう。

Q 昨今は、この部門も厳しい状況が続いているのではないのでしょうか。

ここ数年、当部門の営業利益率が低下してきていることは大きな課題だと認識しています。

特に当期は、世界的な金融不安の広がりから消費も大きく落ち込み、企業の業績が急激に悪化するなかで、広告宣伝費の削減や需要の大幅な減少などの影響を受けました。商業印刷やビジネスフォームにおいて、カタログやパンフレットなどが減少し、ICカードの発行が抑えられるなど、当社の受注面でも厳しい状況が続きました。

一方、出版印刷については、1996年をピークに出版市場全体の縮小が続いています。2008年度の出版物の推定販売金額も、書籍がマイナス1.5%、雑誌がマイナス4.5%と、減少に歯止めがかかる気配はありません。こうした状況にあって出版印刷事業が活気を取り戻すためには、私たちも含めた出版業界全体での構造改革と、それによる活性化が大切であると考えています。その実現のために、これまで出版社とともに歩んできた私たちにはできることは何かを検討してきました。

代表取締役副社長

北島 義斉

Q 出版業界の活性化に関する 具体的な取り組みは？

現在、出版印刷に携わる部門では「出版業界のNo.1パートナーとして、川上から川下まで、事業領域を拡大していく」ことを基本方針として掲げています。出版市場の拡大につながる具体的な施策を積極的に推進し、出版市場の活性化に貢献していきたいと考えています。

出版というバリューチェーンの中で、DNPはこれまで「印刷」という製造の立場にいましたが、今後は書店や図書館、インターネットなど、読者との接点を拡大し、読者のニーズを収集・分析して販売促進の企画につなげていくなど、メディアの企画から編集・製造・販売に至る「縦」への展開を推進していきます。国内では、丸善、ジュンク堂書店、図書館流通センターをグループに迎え、書店や図書館を中心とした出版流通の活性化に取り組んでいます。例えば、多くの図書館で運用がはじまっている書籍データベースやICタグを使った書籍管理システム、商業印刷分野で培ってきた店頭プロモーションの手法など、さまざまなノウハウを出版流通の場にも広げていきたいと考えています。

また、DNPは、40年ほど前から工程のデジタル化に取り組み、いち早く出版コンテンツの電子化にも対応してきました。こうした実績を活かし、紙だけでなく多様な情報メディアを手がける「横」への展開にも、さらに力を入れていきます。特に、近年成長が著しい電子出版市場に対して、DNP独自の電子書店サイトの運用、電子書籍コンテンツの企画・制作、電子書店の運営受託や取次ぎサービスなど、さまざまな事業展開を加速させています。

Q 出版印刷に関連したその他の取り組みも 教えてください。

例えば、美しく読みやすい日本語の書体として、本の作り手や読者から高い評価を得ている「秀英体」は、日本の印刷業黎明期にDNPが開発したものです。以来、数多くの出版物に使用されるとともに、時代の要請に応じてデジタル化にも対応し、高精細ディスプレイや携帯電話でも見やすくユニバーサルデザインに配慮したフォントの開発など、多様な展開を図っています。

一方、ファッション誌やコミックなどを中心に、日本の雑誌コンテンツは海外で高い人気を誇っており、また美術関係の書籍や各種商品カタログなどの印刷物についても、ワールドワイドに展開したいという需要が増えています。DNPは1990年代後半から、世界の有力拠点50ヵ所以上をネットワークで結び、デジタル化した印刷データを伝送して各拠点における最適地生産を行っています。これとともに、60ヵ国以上の多言語に対応した翻訳や編集のサービスも推進して、グローバルな出版流通にも力を注いでいます。

Q 商業印刷やビジネスフォームについての
取り組みはいかがですか。

まず背景として、生活者のニーズが多様化し、生活者が商品情報に触れるメディアも多様になり、購買動向が大きく変化してきています。その結果、従来の販売促進手法に加えて、生活者が商品に対する意見を交換したり、生活者と企業がよりダイレクトな関係を築いたりできるメディアの重要性が高まってきたと捉えています。実際に、TVコマーシャルや新聞広告が大きく減少し、ネット広告が増加する傾向なども出てきています。

DNPの当期の商業印刷事業でも、チラシやパンフレットなどの印刷物がやや減少したのに対して、顧客や市場の分析、イベントやプロモーション企画の立案、ウェブサイトの構築、キャンペーン事務局の運用などの受注が順調に伸びています。こうした変化に対して私たちは、「トータルSP*ソリューション」をキーワードに、企業の販売促進活動全体の課題を解決する事業を展開しています。“マス”、“ダイレクト”、“店頭”という3つのアプローチを駆使した「連動型プロモーション」により、販売促進の効果を高めていきます。

*SP=Sales Promotion

ビジネスフォーム分野については、企業のあらゆる業務プロセスをアウトソーシングとして受託する「BPO（Business Process Outsourcing）事業」の強化に取り組んでいます。BPO事業を推進するにあたり、企業の顧客情報や重要情報などをお預かりするため、DNPは高い情報セキュリティ環境と運用体制を構築しています。私たちが高度なセキュリティ機能を提供することで、企業は安心して業務をアウトソーシングすることができ、それによって本業に集中することが可能となるのです。

Q 情報を扱う事業領域が広がるに従い、情報
セキュリティはますます重要になってきましたね。

近年、企業の顧客情報をもとにした各種利用明細や請求書の作成、ICカードの製造・発行、キャンペーン事務局やカスタマーセンターの運用、購買動向の分析などを行う業務が増えてきています。ビジネスフォーム分野では「セキュリティソリューション」をキーワードとして掲げ、DNPの高度なセキュリティ技術を核とした事業展開を推進しています。

この情報セキュリティで重要な役割を果たすICカードに関しては、約30年前に研究開発に着手し、カードの製造技術、個人情報を書き込む発行技術、ソフトウェア開発技術を高めてきました。MULTOS（マルトス）と呼ばれるマルチOSを開発してICカードの多機能化を実現したほか、世界で初めて静脈認証対応のICカードを開発し、キャッシュカードやIDカードのセキュリティを飛躍的に高めるなど、市場のニーズに密着した展開によって圧倒的なシェアを獲得するまでになりました。私たちが事務局となって、オフィス機器や入退場ゲート、監視システムなどを扱う多くの企業とともに、ICカードを活用したオフィスセキュリティの標準規格の構築を目指すSSFC（Shared Security Formats Cooperation）も、情報セキュリティを高める取り組みのひとつです。

私たちは、情報セキュリティと個人情報保護を重要な経営課題のひとつとして捉えています。私たちが信頼して企業が預けてくださるすべての情報を適切に保護していくことは、創業以来の私たちの重要な責務であり、そうした精神は代々私たち社員の中に受け継がれてきました。近年も個人情報保護の取り組みとして、本社での全社プライバシーマーク認証のほか、情報処理を担当するグループ各社でプライバシーマーク認証を取得するなど対応を強化しています。

Q 多岐にわたる課題をより効果的に解決していくポイントは？

これまでご説明したように、“出版業界のNo.1パートナー”としての取り組みをはじめ、トータルSPソリューションの展開、BPO事業やセキュリティソリューションの推進など、事業戦略のキーワードを並べるだけでも、当部門のビジネスの広がりや奥行きが分かっていただけたと思います。私たちは顧客の課題を解決することがビジネスの拡大に通じると考えていますが、ここで重要なポイントは、企業や生活者が抱える課題は、こちらから働きかけなければ発見できないということです。

グループ全体で私たちの顧客企業は3万社を数えます。そして、これらの企業の先には、数え切れないほどの生活者がいます。私たちは、企業の方々や生活者との「対話」を繰り返し、曖昧なまま明確化されていない課題なども浮き彫りにして、一つひとついねいに解決してきました。この過程を通じて、私たちが重点的に取り組むべきテーマが明確になってきたのです。

情報コミュニケーション部門についても、出版社をはじめ、流通やメーカーなど多くの企業の課題に直面し、それを解決するなかで重点テーマを絞り込むことができました。こうした重点テーマに経営資源を集中させ、優先順位を付けながら解決を図っていくことが大切だと考えています。

Q 最後に、情報コミュニケーション事業の拡大に向けた考え方をお聞かせください。

読者の声を集めたい出版社と、著者や出版社に声を届けたい読者。新商品のアイディアがほしい企業と、商品に対する意見を伝えたい消費者。顧客との関係を強めたい企業と、ファンとして応援したい生活者。このような人と人との関係づくりのすべてに、私たちのビジネスチャンスがあると考えています。

例えば、書籍や雑誌、カタログやパンフレットなどの印刷物を通じて企業と生活者がつながりますが、それに加えて、イベントやキャンペーンの実施、ウェブサイトやデジタルメディアの活用などによって、コミュニケーションの機会を増やすこともできます。私たちの役割は印刷物の製造だけではありません。高い情報セキュリティのもとで、心地よく分かりやすい形に情報を加工し、あらゆる情報メディアをその特性に応じて使いこなすことによって、企業や生活者のコミュニケーション活動全体を事業領域とすることができるのです。

1876年のDNP創業当時、「文明ノ営業」という言葉を舍則に掲げ、当時の最先端技術である活版印刷技術を取り入れて事業を展開してきました。その後、「人々が求める情報を求めるカタチに」という意識のもと、私たちは常にその時代の最先端技術に取り組み続け、心地よく使いやすい形に情報を加工して、人と人とのコミュニケーションを活性化させてきました。

現在、経営を取り巻く環境も厳しく、解決すべき課題が全世界に数多く存在しているなか、人と人とのコミュニケーションを深めていく重要性がますます高まっていると言えるでしょう。私たちの情報コミュニケーション部門は、こうした課題に取り組むとともに、引き続き安定した収益基盤となっていくよう努力をしております。



出版流通の新潮流創出へ

出版業界全体を活性化させるプラットフォームを構築し、事業拡大を狙う

DNPは2008年3月期以降、書籍販売の丸善とジュンク堂書店、公共図書館への配本などを手がける図書館流通センター、さらに出版社の主婦の友社と業務・資本提携を結びました。また、講談社、集英社、小学館などとともに中古書販売のブックオフコーポレーションに資本参加しました。これまで「拡印刷」というコンセプトのもと、印刷の領域を広げることで事業の拡大を図ってきたDNPは、出版印刷に関するサプライチェーンの上流、下流に進出することによって新たなプラットフォームビジネスへの展開をスタートさせました。

Q 出版社や出版流通など、これまでとは異なる業務・資本提携が進んでいますが、その全容を教えてください。

“横”の「拡印刷」から“縦”の「拡印刷」へ

DNPには関連会社に教育出版（DNPの出資比率48.3%）という出版社がありますが、2008年3月期以降、国内書店大手の丸善（同51.3%）、ジュンク堂書店（同51.0%）のほか、公共図書館への配本や運営受託を行う図書館流通センター（同50.3%）と、計3社の出版流通関連の会社を連結子会社とし、包括的な業務提携を行っていくこととしました。また2009年5月には、出版社大手の主婦の友社と、中古書販売最大手のブックオフコーポレーションにも出資しました。

これまでDNPは、事業コンセプトでもあった「拡印刷」のもと、カタログやパンフレットなどの商業印刷、ICカードなどのビジネスフォーム、包装や建材、エレクトロニクス製品など、さまざまな分野に印刷の領域を広げることによって事業を拡大していく“横”の展開を行ってきました。出版印刷事業では、メディアの

制作だけでなく、企画から販売・流通までを手がける“縦”の展開に進出したということです。DNPはこれまでどおり、「モノづくり」を強みとした立場で関わっていますが、これまで以上に生活者および社会の視点を重視して事業を進めていきたいと考えています。

Q この一連の業務・資本提携の狙いを教えてください。

出版業界が抱える問題を解決し、業界全体を活性化し、結果としてDNPのコアビジネスとしてのメディア制作ビジネスの再成長を目指す

DNPはこれまで、印刷事業を通じて国内の出版業界と深く結び付いてきましたが、インターネットなどの新たな媒体の普及などを背景に、この業界は近年、好調ではありません。日本の出版業界には高い返本率、デジタルコストの増加、広告収入への依存という3つの課題があり、これらを解決していくことによって、再び活力を取り戻せると私たちは考えています。

こうした問題は、ひとつの出版社や書店だけで解決していくには大きすぎます。しかし、今回提携した各社との協力関係を基本として、DNPの印刷技術と情報技術、商業印刷やビジネスフォーム分野などで培ってきた企画力などを組み合わせ課題を解決していく総合力によって、出版業界が抱えるこれらの問題の解決に貢献し、業界を活性化することに寄与できると考えています。そして、出版業界が再生していくことは、当社の印刷・メディア制作事業の再成長にも結び付くこととなります。

常務取締役

森野 鉄治



Q DNPは高返本率の問題をどのように解決することができるのでしょうか。

マーケティングとオンデマンドなメディア制作により、出版流通の最適化を図る

出版業界の第1の課題は高い返本率です。日本の出版流通は、委託販売制度のもと、書店から出版社への返本が認められています。現在、書籍や雑誌の約40%が返本されており、これにともなうコストは出版業界の売上の十数%にも達すると言われています。この返本率を低減することによって、業界全体のコストを抑えることができ、業界全体の利益率の向上と出版社の活性化につながっていくと考えています。私たちはこの返本率低減を目指して、丸善、ジュンク堂書店、図書館流通センターと力を合わせ、マーケティングとオンデマンド技術に基づいた出版流通の改善を推進していこうと考えています。

これまで、図書館流通センターは書籍情報のデータベースを構築し、精度の高い予測に基づいた仕入・配本によって返本率の低減で実績をあげるなど、マーケティング志向による事業展開を行ってきました。また、ジュンク堂書店は専門書のマーケットに精通し、丸善は130年を超えるブランド力と独自のノウハウを持っています。こうした強みと、DNPの技術や販促ノウハウを有機的に結合させることにより、読者が求める出版物を求める時期に求める流通チャンネルで提供し、それにより返本率を低減していく計画です。

さらに、将来的にはプリント・オン・デマンド(POD)と新しい在庫管理を組み合わせたいと考えています。PODは読者の要請に応じて必要部数だけを印刷するシステムで、これが実現すれば出版物の在庫は大幅に減少し、コスト削減が可能となるだけでなく、きめ細かい重版の発行によって売上の拡大にもつながります。返本率の低下それ自体は、印刷業を営むDNPにとって直近の売上減少の要因となるでしょう。しかし中長期的に見ると、返本率の低下は出版各社の経営改善につながり、それをマーケティングの強化などに活かし、生活者の求めるコンテンツを提供することで出版業界の拡大、再生につながるでしょう。また、PODと在庫管理のプラットフォームを提供していくことは、DNPのシェアを拡大することにもなり、その結果、DNPの事業にも好影響をおよぼすと私たちは考えています。

Q デジタルコストの問題に対しては、どのように対応していきますか。

プリントメディアとデジタルメディアをトータルに手がけるプラットフォーム

出版業界の第2の課題はデジタルコストの増加です。パソコンや携帯電話、そしてネットワークの普及にともない、新聞や雑誌の内容は、部分的にインターネットで開示されるようになりました。しかし、インターネットでの閲覧に課金することは一部のコンテンツを除いて困難で、デジタルコンテンツの製作コストがそのまま追加の負担となり、出版各社の経営圧迫要因となっています。

私たちはこの状況を打破するため、デジタルコンテンツを集中管理することによるコストの削減や、インターネット上での閲覧を印刷物の売上に結び付ける仕組みの導入などを進めます。出版

業界の新しい基盤づくりに貢献できるよう、プリントメディアとデジタルメディアの両方をトータルに手がけるコンテンツ流通プラットフォームを構築し、それを先行して実用化することでDNPの事業拡大も図っていきます。

Q 出版社の広告依存体質の問題に対しては、どのように対応していきますか。

雑誌ブランドの“横”展開や、海外への進出で収益力を高める

出版業界の第3の課題は、企業広告の減少による雑誌の不振です。私たちは雑誌ブランドの活用や海外展開により、この課題の解決を図ろうと考えています。例えば、今年提携した主婦の友社には「S Cawaii!」という雑誌があり、若い女性の間で好評です。この雑誌ブランドとファッションブランドを連携させ、メーカーや流通各社の企画力やノウハウと結び付けることによって、若い女性向けのファッション商品の開発などに展開することも可能です。

また、日本の雑誌は近年、アジア諸国を中心に読者を伸ばしています。DNPは世界50カ国とコンテンツデータの電送ネットワークを構築しており、約60の言語に対応した翻訳体制を整えています。こうしたグローバルな体制と、雑誌ブランドを活かすことによって、海外の読者をさらに増やしていくことも可能です。また、出版コンテンツの海外展開にあたっては丸善のノウハウが有効となります。丸善は洋書輸入の老舗で、洋書の輸入販売においては現在も国内随一の地位を占めています。そこで培われた海外ネットワークを活用して、出版社の海外展開をサポートしていきます。

このように、雑誌ブランドの各種商品への展開や、雑誌コンテンツの海外展開を推進することにより、これまでになかった新たな収益源の獲得や、各出版社の経営基盤の強化をサポートしていきます。

Q DNPの事業への効果は、ほかにもありますか。

業界の課題解決がDNPの事業拡大につながると考えています

今回の“縦”の展開によって、新しいプラットフォームを構築し、出版業界全体の課題を解決していくことがDNPの事業拡大につながっていくと、私たちは考えています。

一例を挙げると、ICタグによる書籍管理システムが、返本率の低下や売上拡大の有効な手段になると考え、導入に主体的に係わっています。ブックオフコーポレーションの株式取得によって出版物の健全な二次流通市場を整備していきたいと考えていますが、その際にも、サプライチェーン全体での出版物の流通履歴を個別に把握できるICタグは有効だと考えています。また、図書館流通センターが運営を受託しているある公共図書館では、約85万冊の全蔵書にICタグを貼付して、利用者が専用端末で検索した本の場合が画面に表示されたり、利用者が予約した本が置かれた棚のライトが光るなど、利便性の向上や運営管理の効率化に大きな効果をあげています。

DNPは、ICタグだけでなく、出版業界全体を活性化させるさまざまな試みを積極的に推進していきます。

生活者視点の企画アプローチ

顧客や市場動向の分析などを含めた「連動型プロモーション」を展開

近年、商業印刷分野の事業領域が大きく広がり、今では販売促進計画の企画立案・実施から、販促効果の分析まで、企業のセールスプロモーション全体をビジネスの対象としています。顧客企業の商品開発から製造・販売に至るすべての過程を視野に入れながら、商品の特性をどのように消費者に伝えるか、どのようにして消費者を惹き付けて購買させるかなど、より効果的な商品販売のアプローチについて、顧客企業への提案を推進しています。

Q 商業印刷分野では、これまでどのような事業を展開してきましたか。

印刷というモノづくりの機能を核に「トータルSP*ソリューション」を展開してきました

*SP=Sales Promotion

商業印刷分野では5年前、事業領域の拡大にあわせて「トータルSPソリューション」という考え方を打ち出しました。それ以前は、チラシなどのように多くの生活者に商品やサービスの情報を同時に一括して伝える“マス”のアプローチを取っていました。しかし、これでは個々の生活者の個別のニーズに対して、効果的な訴求が十分にできなくなってきました。そのため、従来どおりの“マス”の手法に加えて、個人のニーズに基づいた個別の情報を発信する“ダイレクト”アプローチ、および店頭で消費者に直接働きかける“店頭”アプローチを融合させることにより、一段と

強力なセールスプロモーションを展開することにしました。これが「トータルSPソリューション」です。

セールスプロモーションの市場では、現在、広告代理店をはじめ、さまざまなプレーヤーが市場シェアを競っています。しかし、多くの広告代理店は印刷物や販促物の製造機能を持たず、主としてテレビ・ラジオ・新聞などを中心とする“マス”のアプローチを強みとしています。これに対し、DNPはあらゆる情報メディアの制作・製造機能を持ち、マスだけでなくパーソナルや店頭のアプローチに対しても、ウェブサイトやダイレクトメール、店頭で設置するPOPの制作、カスタマーセンターの運用などでノウハウを培ってきました。私たちは、あらゆる業種と取り引きを行っており、窓口としての営業部門、コンサルティングや企画開発などを行う企画部門、コンテンツ制作やプリプレス（印刷の前工程）を手がける製造部門などが連携を深め、セールスプロモーション全体に関わる一貫したサービスを提供しています。

Q 「トータルSPソリューション」では、これからどのような展開を考えていますか。

“マス”、“ダイレクト”、“店頭”を結び付けた「連動型プロモーション」を展開していきます

顧客企業のプロモーションにおける課題解決のために、“マス”、“ダイレクト”、“店頭”の3つのアプローチを有機的に機能させるシナリオを構築することが重要です。これら3要素を連動させた「連動型プロモーション」により、販促活動全体の相乗的な付加価値を生み出します。

私たちは、生活者の購買履歴や店頭での行動などを基に購買行動を分析し、商品やビジネスモデルの開発につなげていくなど、マーケティング機能を強化しています。さまざまな販促ツールの特性と機能を明確にし、より多様で柔軟な販促ツール



常務取締役

清水 孝夫

を開発していくことで、より効果的なプロモーション戦略の企画立案を行っています。個別のエリアやターゲットの属性に対応し、カタログやパンフレットなどのカスタマイズ、ページ数・厚み・紙質などの最適化、「立ち寄り率」「手に取り率」の向上につながるPOPの開発などの対応を進めています。

購買履歴の分析などマーケティング機能を活かした連動型プロモーションの成功事例として、ポイントカードシステム強化のケースが挙げられます。具体的には、カード会員のデータベースの整備、ポイントカードの刷新、チラシ・パンフレットの企画・制作、イベントやキャンペーンの企画・運営、店頭広告の改善、ウェブサイトの構築・運営などを行いました。その結果、ポイントカードの会員数、商品販売額ともに大きく増加し、顧客企業の業績向上に貢献することができました。

Q 「連動型プロモーション」を推進するために、商業印刷分野ではどのような機能を強化していきますか。

企画、コンサルティング、マーケティング機能などを強化していきます

DNPの商業印刷分野では、印刷・製造主体のビジネスモデルから、企業のセールスプロモーション全体を支援するビジネスモデルに転換してきました。これにともない、顧客企業からの私たちに對する要求も、印刷物の出来栄えといったことだけでなく、企業がターゲットとする生活者の消費行動全体に関わる販促施策の企画開発・運用などに重点を移しています。また、当分野の利益構造をみても、企画、コンサルティング、マーケティングなどによる利益の比率が大幅に増加してきており、今後はこうした機能を一層強化していきます。

一方、印刷物や各種製造物の品質向上を図るため、より客観的なDNP独自の品質基準を現在構築しています。セールスプロモーション全体を手がけるようになった今、企業だけでなく、その先の生活者にも満足を提供していくことが大切だと考え、生活者視点に立った新しい品質基準を構築していく計画です。

Q 商業印刷分野の今後の戦略について教えてください。

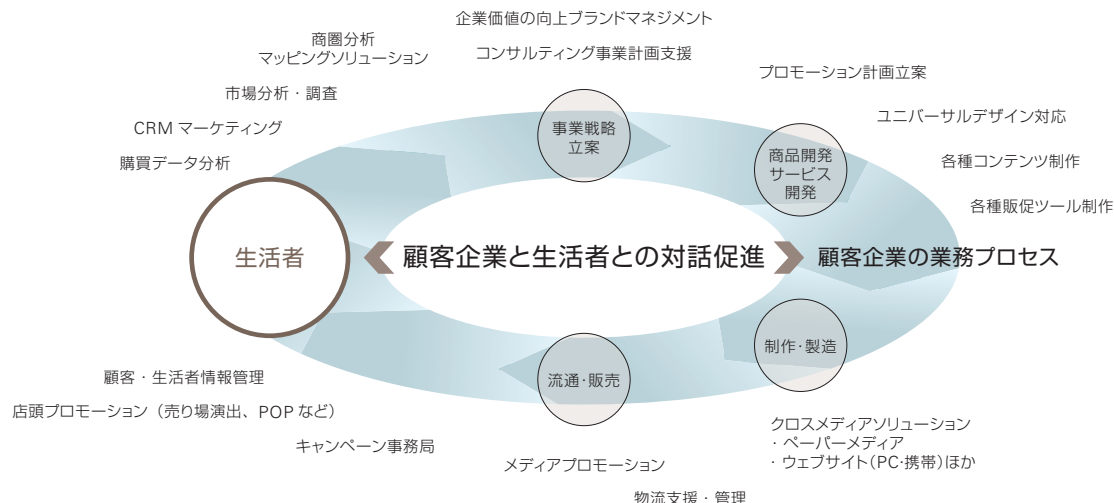
企業と生活者のコミュニケーションを深めるための戦略の立案や一貫したソリューションの提供を推進します

私たちはあらゆる業種と取り引きしており、多くの企業のさまざまな部門と多様な接点があることを強みとしています。企業が生活者とのコミュニケーションを深め、商品やサービスの販促効果を高めていくにあたり、DNPは、社会全体の動きや業界横断的な動きを俯瞰し、より客観的に生活者視点を取り入れて、企業のコミュニケーション活動やプロモーション戦略の構築などを支援します。そして、企業とともにさまざまな課題を発見し、それらを解決するためのソリューションを提供していきます。

具体的な戦略として、私たちは、以下のことに注力しています。

まず、POD（プリント・オン・デマンド）を推進し、企業や生活者の多様な要望にきめ細かく対応できる印刷システムと体制を構築していきます。次に、企業のビジネスプロセスをより効率化していくため、DNPの情報技術や各種ノウハウを活用した“デジタルワークフロー”を構築しています。また、店頭を企業から見た“売り場”ではなく、生活者から見た“買い場”と位置づけ、店頭での効果的な販促手法の調査・開発などを行う「買い場研究所」という企画開発チームを編成しています。買い場研究所では、早稲田大学のマーケティングコミュニケーション研究所（恩蔵直人所長）と「感性マーケティング研究会」を共催し、各界の専門家を交えて五感を刺激する音や香りなどとマーケティングの関係を研究しました。また、実際の店舗においても、カレーの香りを発生させることで、香りの販促効果を検証しました。最後は、商業印刷部門の中に立ち上げた企画開発部門です。ここでは、P&Iソリューションにつながるセールスプロモーションへの応用開発を推進しています。

DNPは、「トータルSPソリューション」をキーワードに、企画・営業・技術開発・製造などの部門が連携し、「連動型プロモーション」の取り組みを進め、商業印刷事業のさらなる拡大を図っていきます。



セキュリティソリューションのその先に

情報セキュリティ技術を核に、ソリューションビジネスの領域を拡大

セキュリティに関連する事業では、証券・磁気カード・ビジネスフォームから、通知物やパーソナルDMのプリント・封入・封緘、ICカードなどへ領域を拡大し、さらにそれらを組み合わせた多彩なソリューションの提供によって、業界のリーダーとしての地位を確立してきました。近年のグローバル化の進展や競争の激化、法制度等の改正などにより事業環境は大きく変化しており、DNPの高度なセキュリティ技術を核とした事業展開は、企業や社会が抱えるさまざまな課題を解決していく新たなフェーズを迎えています。

Q DNPの情報セキュリティ技術を利用した、新しいビジネス展開を教えてください。

高いセキュリティ環境と運営体制で、ビジネスプロセス全体を請け負います

近年、DNPは多くの企業にBPO (Business Process Outsourcing) のサービスを提供しています。BPOとは、情報セキュリティ技術を核として、企業の多様なビジネスプロセスを、そっくり代行するサービスのことです。DNPは、これまでIPS (Information Processing Services) というサービスで、例えば企業から生活者の個人情報を探り、データ編集、出力、封入・封緘、配送など、ビジネスプロセスの中でも主にアウトプット系の事業を展開してきました。BPOでは、これに書類受付・審査、データエントリー、データベースのメンテナンス、データ分析、コールセンターの運営など、インプット系の事業を加え、企業のビジネスプロセス全体の運用を請け負います。

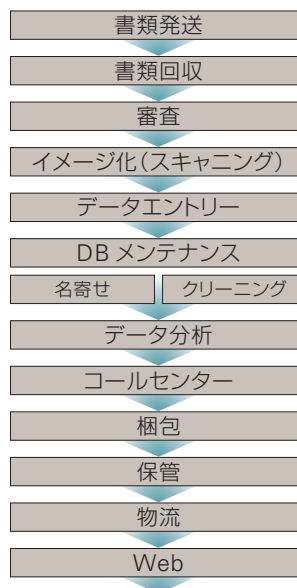
BPOには、企業やその先の生活者から信頼される、高いセキュリティ環境と運用体制が要求されます。現在、国内においてDNPのBPOと並ぶ大規模かつ高度なサービスを提供している企業は、ほかにはありません。

具体的な事例のひとつとして、金融機関の新規口座の開設業務があります。生活者が金融機関に口座開設を申請する際に、運転免許証のコピーなどの本人確認書類を添付した申込書を窓口に出したり、郵送したりしますが、DNPのソリューションセンターは金融機関になり代わりこれを受け取り、必要事項をコンピュータシステムに入力します。また、本人確認書類に不備がないかをチェックし、必要に応じて、コールセンターから申込者に対して内容の確認を行うこともあります。こうして作成された申請データを金融機関に納め、口座開設のBPOが完結します。

企業にとってBPO導入の最大のメリットは、業務をアウトソーシングすることにより、中核業務に経営資源を集中できることになることです。BPOサービスを導入する企業は、世界金融危機、法改正や制度変更にとまなう規制強化によって現在厳しい事業

環境に置かれています。それだけに本業に一段と注力する必要があり、DNPが企業に対してニーズを捉えた提案を行うことによってBPOの領域はさらに広がると確信しています。

BPO 事業の業務プロセス



Q ICカードの事業で、海外展開は考えられていますか。

DNP独自のサービス「CDMS」を海外で展開します

ICカードの利用は、日本だけでなくアジア諸国においても、金融、交通、通信などさまざまな分野で拡大しつつあります。アジア諸国においては、現在は単機能のICカードが主流ですが、私たちは次世代のニーズを先取りして、多機能ICカードとDNP独自の認証技術を活かした高付加価値のソリューションを提供していきます。なかでもCDMSは海外にも例のないユ

ニークなサービスであり、広く受け入れられる可能性が大きいと考えています。

CDMSとは、Card Data Management Serviceの略で、ICカードに書き込む情報を、ネットワークを通して総合的に管理するサービスのことで、窓口におけるICカードの即時発行、ATMでの暗証番号の迅速な変更、携帯電話のチップにアプリケーションとパーソナルデータを配信するモバイルビュー口、さらにはオンラインショッピングにおける本人認証などを行うサービスです。

このCDMSは今後、アジア市場に限らず、欧米においても数多くのビジネスチャンスがあると見込んでいます。2008年、フランスで開催された世界最大のICカードの展示会でCDMSを含むDNP独自のソリューションを紹介するとともに、直接現地の声に耳を傾けることによって、世界中のお客様とのコンタクトを拡大していくよう努力しています。海外ではICカードの用途として携帯電話の加入者情報を特定するSIMカードが大半ですが、ICカードによる高度なソリューションの広がりも充分大きいと考えています。そのなかで、CDMSを含むICカードのトータルなソリューションを提供している企業は少なく、DNPの強みを発揮する余地は大きいと考えています。そのため、私たちはICカードビジネスの拡大を目指して、アライアンスやM&Aも視野に入れた積極的な海外展開を図っていきます。

Q 国内のICカード事業での新たな取り組みについて、教えてください。

機器認証などの新たなソリューションを展開します

私たちは、ICカードの国内顧客の開拓にも力を注いでいます。国内人口が減少局面に入った現在、金融・通信・交通など既存の市場において、ただ単純にICカード需要が急拡大することは期待できないでしょう。しかし、これからの情報ネットワーク社会においては、セキュリティや認証技術を活かし、各種家電、自動車、携帯電話に組み込まれたICがネットワークに接続して、コンテンツ配信や各種機能の設定・保守を行うことが可能となると言われています。そのようなシステムを支える各種機器認証などの新たなソリューションを展開していきます。

Q 金融機関以外の企業を対象とした取り組みについてお話しください。

オフィスのセキュリティを高める「SSFC」を主導していきます

ICカード事業に関連して、DNPはオフィスのセキュリティを総合的に高めるSSFC(Shared Security Formats Cooperation)を主導しています。

企業は今まで、入退室記録やパソコンのログイン履歴などをそれぞれ別々のシステムで管理していました。SSFCは、これらのオフィスセキュリティを高めるためのシステムの一元管理を可能とする仕組みで、ICカードのデータフォーマットと、ゲートやキャビネット、パソコンやプリンターなどの機器を連携させる共通仕様からなります。オフィスの入退室、パソコンへのログイン、プリンター利用などの多様な行動を、利用者が1人1枚ずつ携帯するICカードのID番号で管理します。重要情報にアクセスできる権限を特定の社員に限定して付与し、誰がどのような情報にアクセスし、情報を持ち出したりコピーを行ったりしたかを記録することにより、情報の不正利用や漏えいを抑止しようというものです。その結果、導入企業は、情報漏えいの防止、業務の効率化などに大きな効果をあげています。SSFCを導入する企業は着実に増加しており、SSFC規格に対応したICカードは既に100万枚の発行実績があります。国内市場の開拓に加え、フランスの展示会での反響に応えるべく、海外展開も視野に入れた取り組みを進めています。

オフィスにおけるさまざまな行動を一元管理するには多数の専門企業の協力が必要であり、事務機器、情報システムなどに関わる国内180社がSSFCのコンソーシアムに参加しています。このSSFCはDNPが提唱して結成したもので、コンソーシアムの事務局もDNPが運営し、この活動を積極的に推進しています。

DNPは、情報セキュリティの分野で、IPSやICカードを中核にさまざまなソリューションを提供してきました。今後は、BPOによる領域の拡大、CDMSやSSFCなどのデジタルセキュリティソリューションの推進、そしてICカードの海外展開に力を注ぎ、セキュリティソリューションビジネスの積極的な拡大を図っていく計画です。



取締役
ひろのぶ さい
薮田 栄

コミュニケーション技術の未来

デジタルワークフローの構築など生産技術の開発と新しい情報流通の探索で
情報コミュニケーションの未来を切り開く

情報コミュニケーション部門の技術・研究開発には、主として印刷などの製造プロセスにおけるデジタルワークフローの構築と、ITの進展による新たなビジネスの可能性追求があります。これら2つの側面から情報コミュニケーションの未来を探り、企業や生活者の課題に対して、DNP独自の解決策を提案していきます。

Q 情報コミュニケーション部門における技術・研究開発の役割と成果を教えてください。

製品・製造プロセスのイノベーションと
ビジネスモデルのイノベーションを担う

情報コミュニケーション部門の技術・研究開発体制は、印刷工程のデジタルワークフロー構築といった生産技術を開発する技術開発センターと、紙への印刷に代わる新たな情報技術を開発する情報コミュニケーション研究開発センターを中心としています。この2つに、情報流通における新しい表現技術などの研究開発を担う研究開発センター、表示用のデバイスやモジュールを開発する電子モジュール開発センター、これらを支える材料やプロセスを研究開発するナノサイエンス研究センターなどが相互に連携する体制となっています。私自身は本社の研究開発・事業化推進本部の責任者として、これら5つのセンターを統括しています。

現在、当部門に関して、デジタル化とネットワーク化への対応を基に、顧客の企業活動全般に対する合理化、効率化はもとより、顧客の先にいる生活者のニーズを反映させる情報流通技

術の構築を最大の課題と考え、その解決に向けた研究開発を進めています。

かつて、文字原稿や写真原稿を集めて製版フィルムや刷版をつくる工程は、アナログな技術に支えられていました。しかし1970年代以降、こうした工程のコンピュータ化が進み、今ではデジタル技術が中心となっています。印刷物という製品は変わりませんが、製造プロセスを情報技術の研究開発によって進化させることで、多くの課題を解決してきました。また、従来型の紙メディアだけでなく、さまざまなメディアを使って生活者との情報流通を活性化させる研究開発も行っています。これらの研究開発を製品のイノベーションだけではなく、DNPが顧客企業に提案するビジネスモデルのイノベーションにもつなげていく計画です。

Q 現在注力している研究分野にはどのようなものがありますか。

製造技術では無版印刷技術を基にした印刷のデジタルワークフローの整備とこれを利用したPOD（プリント・オン・デマンド）、生活者ニーズの収集・分析ではCGM（Consumer Generated Media）に関する技術に注力

ここ数年、製版や刷版の工程を必要とせず、デジタル処理した文字や画像をインクジェット方式や電子写真方式などのプリンターで出力する方法が確立され、スピードと品質の両立が可能となってきました。DNPは、この印刷技術を活用したデジタルワークフローの構築を基に、内容を変えながら必要とされる部数だけを印刷するPOD（プリント・オン・デマンド）の開発を進めています。PODによって、カタログや雑誌を輪転機で大量に作成する方法に加え、必要な情報を必要な人だけに届けることが可能になりました。例えば、自作の詩や写真集などを数十部から数百部程度印刷

役員

和田 隆



して、親しい人たちに配りたいと思う人は多く、PODへの潜在需要は大きいと見込まれます。また、将来的には書店の店頭などに印刷機を設置し、顧客の求めに応じて1冊だけ印刷するサービスなども可能にしていきたいと思います。

一方、このようなPODが可能になり、インターネットや携帯電話による情報の受発信が可能となった現在、企業の関心は、カスタマイズして配信するコンテンツが生活者ニーズをどの程度捉えているかにあります。私たちが注力しているもうひとつのテーマは、この生活者ニーズの収集と分析に関する技術の開発です。

これまで、企業の商品販促などに関わる商業印刷事業では、カタログやチラシを制作する際に、企業の要望を聞くことが中心となっていました。しかし現在、インターネット上などで生活者自らが商品の評価といったコンテンツを作り出すCGM (Consumer Generated Media) が拡大しており、DNPはこの流れに対応して生活者の声を直接聞き、企業の商品開発などに活用していく情報流通技術の研究開発を強化しています。

例えば、私たちは2008年からインターネット上の生活者の声を分析する『未来見 (サキミ) ™』というサービスを提供しています。このサービスは、生活者がインターネット上のブログや掲示板で発信するさまざまな情報を、DNP独自の言語処理技術を用いて分析し、抽出したキーワードや集計データをランキングやグラフ、文字を平面配置するタグクラウドなどの分かりやすい形で表示するもので、企業はこれをマーケティングに活用することができます。

また、生活者の現在地や時間、嗜好に合わせて、その人のための最適な消費行動をコンピュータが推測し、お奨め情報として携帯端末で知らせる『Magitti (マジッティ) ™』という情報推薦サービスを開発しました。このほか、読みやすい文字や色使い、開封が容易な封筒などのユニバーサルデザインに基づいた開発などを進めています。

時間や負荷がかかる大きな研究テーマだけでなく、実験を繰り返しながら実用化を目指すようなフットワークの軽い研究についても、非常に大事なこととして数多く積み重ねています。

Q セキュリティ技術はDNPの強みのひとつと なっているようですが。

モノも情報も守るセキュリティ技術を さらに深化させていく

従来から、証券や商品券、磁気カードやICカードなどの偽造防止やコピー牽制という観点から、ホログラムを含む特殊な印刷技術を用いたセキュリティ技術を開発、蓄積してきました。最近も、浮かび上がって見える立体的な画像や、アニメーションのように動く画像をホログラムにする技術を開発し、偽造防止や真贋判定の効果を高めています。

また近年、情報セキュリティと個人情報保護の強化に関するニーズが高まっており、特に個人を認証する技術が重要になってくると考えています。DNPは、世界で初めて静脈認証に対応したICカードを開発するなど、バイオメトリックス技術を深化させています。また、社員証や学生証などをICカード化し、オフィスをはじめとした施設のセキュリティを高める取り組みも進めて

います。そのほか、ICカードやネットワークでデジタルデータをやり取りする際の暗号化技術、それが正しいデータであることを示す著作権管理技術など、セキュリティを高めるための技術開発を進め、社会が必要とするインフラとして応用していく計画です。

Q コミュニケーション技術において、有機ELなどの 新素材や新メディアの開発も重要ですね。

顧客の個別のニーズに応える デジタルサイネージなどの提案力で差別化

研究開発センター、ナノサイエンス研究センター、電子モジュール開発センターなどの開発チームが連携し、有機ELや電子ペーパーなど、新たな情報メディアとなりうる素材の開発を進めています。これら製品は、薄型テレビやモバイル機器向けだけでなく、店舗や各種施設に設置して情報を表示するデジタルサイネージなど、新たな用途としての活用が期待されています。

DNPは企業や生活者のニーズに基づいた用途開発ができるだけでなく、ディスプレイそのものの開発、生産に携わることができます。実際に広告としてデジタルサイネージが使われる店頭において、どのような見せ方が最も効果的かを提案し、それに合わせたディスプレイを提供できる。このハードとソフトを合わせた提案力がDNPの大きな強みとなっています。

Q 情報コミュニケーション部門の研究開発において、 これから特に注力する分野について教えてください。

プリント・オン・デマンドや“サービスサイエンス”に注力

ひとつは、先ほど触れたプリント・オン・デマンドを、生活者を対象として拡大していく際の情報技術の開発に注力していこうと考えています。生活者からのデータをもとに印刷・製本し、配送まで一貫して行うサービスとなるため、高い情報セキュリティを確保することが重要です。今後増加が見込まれるパーソナルニーズに対応したサービスが、より使いやすく、より安心して利用できるものになるよう、私たちの技術を活かしていきます。

もうひとつの注力分野は、情報コミュニケーション研究開発センターと複数の大学が共同で研究を進めている言語処理やそのアルゴリズムの開発など、基礎研究の分野です。人間の感性や行動原理を科学的手法で分析し、体系化していくことによって、サービスの品質や生産性の向上につなげていく“サービスサイエンス”の研究にも取り組んでいきます。これらのテーマは今後ますます重要になっていくと考えており、共同研究などを加速させていきます。

私たちは、このような研究開発を通して企業や生活者が抱えるあらゆる課題を解決していくよう、提案を繰り返していきます。

企業の収益力向上に直結するPIMソリューション

DNPはかねてより、データベースを用いたソリューションを顧客企業に提供してきましたが、これをさらに発展させるため、顧客企業の業務改革を推進するBPR（Business Process Reengineering）本部をC&I事業部に2006年に発足させました。BPR本部は情報システムやアプリケーションの設計、構築、保守を行い、顧客企業に文書管理やデータ管理のソリューションを提供しています。その一環として、BPR本部は商品情報を統合的に活用するPIM（Product Information Management）*を手がけています。

* DNPはデンマークのIT企業 Stibo Systems社と提携してPIMソリューションを提供しており、同社が開発したPIMソフトウェア「STEP」を国内向けに「Pro-V（プロ・ファイブ）」の商品名で展開しています。Stibo Systems社は、1794年創立の老舗の印刷会社、Stibo社を中核とする企業グループに属し、Stibo社がカタログなどの制作を手がけていた経緯から、他社製品を上回る高機能のPIMソフトウェアの開発に成功しました。DNPのPro-Vはすでに国内数社に導入されています。



C&I事業部 BPR本部
第1DB企画開発室
PIMグループ
リーダー 川上 能徳

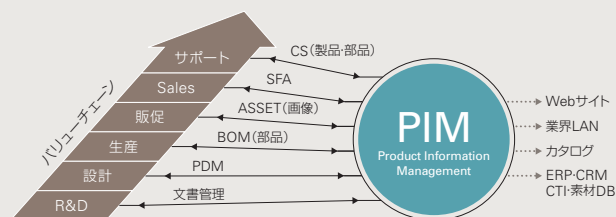
DNPらしさを活かしたPIMソリューションは、企業経営の戦略ツールに

PIMはすでに欧米諸国で広く普及し、DNPが提携するStibo Systems社のPIMソフト「STEP」も、GEやジエムスなど欧米の有力企業100社以上に導入されています。日本におけるPIMの利用ははじまったばかりですが、多くのIT系ソリューションは欧米から2～3年遅れて日本でピークを迎える傾向があり、このためPIMもここ数年以内に普及すると見込まれます。

DNPの提供するPIMソフト「Pro-V（プロ・ファイブ）」は、顧客企業の商品情報がどのように活用され、アウトプットされるのかを熟知している印刷会社のノウハウが活かされています。他のITベンダーと異なり、ニーズに応じた確かな機能の使いこなしまでコンサルティングしながら仕組みを構築し、顧客企業の収益力を最大化します。PIMソリューションは戦略的なマーケティングとセールスを可能にするソリューションです。

その最大のメリットは収益機会の損失を防げるということです。あらゆる商品情報（仕様スペック、マニュアル情報、販促情報、

画像データ、問合せ先など）を関連づけて適切にコントロールすることで、情報伝達や加工でのタイムラグが解消されるのです。



●主な用語解説

SFA(セールス・フォース・オートメーション):情報技術を活用して、企業の営業部門をサポートし、その業務効率性や顧客満足度をアップさせる考え方。この考えに基づく、顧客情報、顧客との接触履歴、商談の進捗状況、営業担当の行動予定などを一元管理することができる。

BOM(Bills of Materials):ある製品について、どのような部品が、いくつ必要かを示した表や指示書のことをBOM(部品表)と呼ぶ。一覧形式と、ツリー構造形式がある。
PDM(Product Data Management):各種製品の開発工程において、設計・開発に関するあらゆる情報を一元管理し、工程の効率化や期間の短縮をはかるシステムのこと。

CTI(Computer Telephony Integration):サポートセンター、お客様相談室など、お客様に電話で対応するコールセンター業務に広く利用される電話やFAXをコンピュータに統合して管理する技術。

実用例 1 新製品の情報を世界各地に一括提供

電気機器メーカー大手のA社は、商品情報の一括提供にPro-Vを利用しています。A社はグローバルに事業を行い、世界各地に販売会社を展開しています。新製品を発売する際、世界中の販売会社がカタログやWebコンテンツなどを制作しており、本社からの製品情報の提供が必要となります。これまで海外の販売会社は、国内の担当者に個別に問い合わせる形で新製品情報を入手していました。新製品の企画部門や営業部門、宣伝・広報部門に世界各地の販売会社から同じような問い合わせが数多く寄せられ、担当者はこれに一つひとつ回答していました。そのため、世界各地に新製品の情報が行き渡るまで相当な時間

が必要で、このタイムラグが販売開始の遅延につながっていました。

Pro-V導入により、A社は迅速な発売と、販売機会損失の回避を実現しました。国内の担当者がPIMのサーバに入力した新商品の仕様、マニュアル、画像など、海外でのプロモーションに必要な情報を海外の販売会社はこのサーバにアクセスして引き出すことができます。このシステムにより、国内担当者はPIMのサーバを介することで、海外の販売会社とスムーズな製品情報の流通を形づくることができ、その結果、販売会社は戦略的なプロモーションやセールスが可能となりました。

実用例 2 多種類のチラシを印刷

家電量販店国内大手のB社は多種類のチラシ制作にPro-Vを活用しています。B社は全国に店舗展開しており、地域性や店ごとの販売戦略の違いなどから、部分的に内容が異なる数十種類のチラシを全国で制作しています。これまでは本社が制作したチラシをひな型とし、各店舗の販売企画担当者が各店舗用に修正を施していました。この際、商品の画像、価格、仕様な

どの情報を本社の関連部署から入手する必要があり、相当な時間をこの作業に費やしていました。Pro-Vを導入することにより、販売企画の担当者はPIMのサーバにアクセスするだけで効率的に情報を入手できるようになり、空いた時間をマーケティングや販売促進などの本来の業務に充てることが可能となりました。

拡張現実 (AR) によるソリューション提供

DNPは印刷で培った画像処理技術などを応用し、拡張現実 (AR: Augmented Reality) 技術を用いたソリューションを提供しています。この技術は、利用者の目の前にある現実の風景や対象物の上に、実在しない画像や映像を合成することで、現実の世界を広げるような、より豊かな表現を創りあげるものです。ARソリューションには、実際の情景を撮影するカメラと、撮影する空間や対象物を認識するための識別記号 (マーカー)、通常3次元CGで表現される付加情報とそれを表示するディスプレイが構成要素として必要です。

ARは今後、販促プロモーション、出版物、ゲーム、美術鑑賞、教育、医療など幅広い分野での応用が期待されており、DNPは新しいコミュニケーションツールとして多様な用途を開拓し、ARソリューションを提供していきます。



C&I事業部 IT開発本部
第4開発室
室長 宮間 三奈子

カメラの普及と用途開発が事業発展のカギ

AR技術は販売促進から医療、ゲーム、教育などさまざまな分野に応用可能です。DNPは、印刷事業などを通じて高精細な画像処理技術やCG技術を培ってきており、企画、製造、営業といったDNPの総合力とAR技術を連携させたソリューションの提供が可能です。現在、ARを事業化している国内企業はDNPのみであり、これらの優位性を活かしながら私たちはAR事業を力強く推進していきます。

ARが身近なソリューションとなるためには、パソコン用カメラの普及といった課題も残されています。また、カメラ付き携

帯電話はARに必要な構成要素を持ち合わせていますが、CG画像の質感表現やCPUの能力、対応機種拡大などの課題があります。

ARの用途開発についても、積極的に取り組んでいきます。例えば、DNPが販売する地球環境問題が学べるトレーディングカードゲーム『My Earth® (マイアース)』と連携して、教育分野へのARの展開も進めています。VR (Virtual Reality) はすべて仮想の世界ですが、ARは現実の場とバーチャルをつなぐことで、夢とリアリティを共存させた展開が可能であり、私たちはこの有望分野を事業として積極的に開拓していきます。

実用例 1 新しい美術鑑賞システムでの展開

私たちは、新しい美術鑑賞の方法を探るルーヴル美術館とDNPの共同プロジェクト「ルーヴル-DNP ミュージアムラボ」の展示にもAR技術を活用しています。DNPが開発した作品鑑賞システムは、来場者がカメラ付きディスプレイを展示品にかざすと、イスラム文明初期の陶器作品を立体的に認識して、実物の映像と過去に修復した部分のCG画像を重ね合わせてディスプレイに表示します。また、ルートガイダンスシステムとして、展示ルートの各所に設置した絵柄やマーカーを端末のカメラで読み取ると、CGキャラクターが順路を案内する仕組みを開発しました。このシステムは、小型パソコンおよびスマートフォン (携帯電話) でご利用いただけます。このスマートフォンによるAR

ルートガイダンスシステムは、携帯電話上で動作するARとして多くの方々の注目を集めています。



携帯ARルートガイダンスシステム



携帯ディスプレイ画面

実用例 2 飛び出す電子絵本の開発

DNPはAR技術を用いて「飛び出す電子絵本」を開発しました。印刷された絵本をカメラの前に置くと、撮影中の絵本の紙面とそこに掲載された熱帯魚の3次元CGがディスプレイに表示され、立体感あふれる岩肌の間を悠々と泳ぐ熱帯魚の動画や解説などを楽しむことができます。絵本の各ページに印刷された識別用のマーカーをカメラが読み込むことで、絵本の角度やカメラとの距離などをシステムが認識し、紙面では表現できない3次元映像と絵本に印刷された画像を組み合わせ、違和感なくディスプレイに映し出します。読者はコンピュータの操作を意識することなく、ページをめくるだけで紙面の内容を受

け取り、この魚への理解を深めることができるなど、教育・娯楽の効果を高めることができます。



モニターには熱帯魚の動画が出現

電子出版事業の展開

近年、日本国内における電子出版市場が急成長しています。DNPはこの市場で、出版物の企画・制作、流通・販売、販売促進活動、受託・開発など、サプライチェーンのあらゆる段階で総合的なサービスを提供し、幅広い事業を展開しています。

急拡大する電子出版市場

1999年にi-modeやEZwebといった携帯電話向け情報サービスがはじまって以来、電子出版市場は携帯電話向けを中心に急成長し、2003年に18億円だった市場が2008年には500億円近くに達したと推定されています。現在、携帯電話でコミックを読む「携帯コミック」が電子出版市場の約7割を占め、このほか、文芸、写真集、オーディオブックなども成長しています。

電子出版の読者は、携帯電話や携帯ゲーム機に親しみなが

ら育った20代、30代が中心であり、機能が向上していく携帯端末の主な購入層にも当たるため、市場は今後も着実に拡大すると見込まれています。世界的にも、クールジャパンと呼ばれるようにコミックをはじめとした日本のコンテンツが注目を集めており、また、紙を消費しない情報メディアであるというエコロジーの観点からも、全世界での電子出版市場の発展が期待されています。

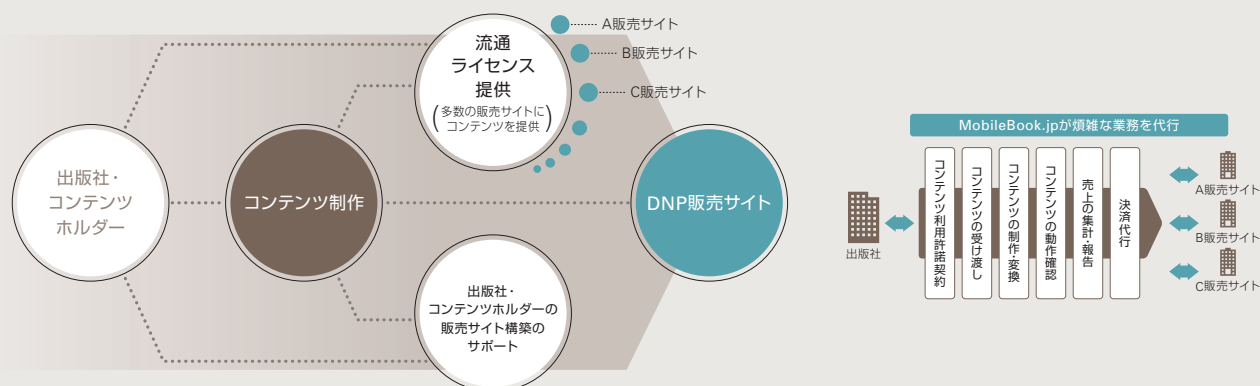
DNPの電子出版への取り組み

DNPの電子出版への取り組みは、1985年に世界で初めて開発したCD-ROM版電子辞書にさかのぼります。以来、衛星通信やデジタル放送、インターネットなど、その時代の最先端の情報メディアを対象としたサービスと、業界をリードする規格や技術の開発によって、この分野の事業を拡大してきました。

2006年には、電子書籍の配信サービスを行う株式会社モバイルブック・ジェーピー（MBJ）*への出資比率を引き上げて

DNPの関連会社とし、コンテンツ流通プラットフォームを構築して電子書籍の取次ぎサービスを行うなど、取り組みを加速させています。DNP自身によるコンテンツ販売事業としても、パソコンや携帯電話で利用する複数の電子書店サイトを運用しています。その他、企業向けのソリューションとして、電子書籍コンテンツの企画・制作、電子書店の開発や運営の受託など、DNPグループ全体で包括的なサービスを提供しています。

*MBJのWebサイトURL：mobilebook.jp



出版社とともに推進するMBJの電子書籍ビジネス

MBJは、出版各社およびDNPが健全な電子出版流通と市場創造を目指して2005年1月に共同で設立した会社で、現在DNPは筆頭株主として経営にも主導的に参画しています。また大手出版社19社が主要株主となり、そのうち講談社、角川書店、光文社、新潮社が社外取締役としても参加しています。

MBJは、電子書籍の取次ぎサービスおよび電子書店サイトの開設・運用に必要な機能のASPサービスを行う流通プラットフォーム事業と、コンテンツ配信事業を主たる業務としています。取次ぎサービスは、出版社からコミックや小説などのコンテンツを預かり、これら

の流通ライセンスをインターネット上の電子書店に提供するビジネスで、現在、MBJの中核事業となっています。ASPサービスは、出版社が経営する電子書店のシステム開発や運用を受託するビジネスで、現在、講談社、小学館、集英社、角川書店など出版大手13社が共同で経営する「電子文庫パブリ」、光文社の電子書店「文庫YomYom」などが当サービスを利用しています。

MBJは2009年6月現在で、延べ300の出版社から提供される36,000タイトルのコンテンツを460の電子書店に提供しており、国内の電子出版取次ぎ会社としてはトップクラスの規模となっています。



株式会社モバイルブック・ジェーピー
代表取締役社長
野村 虎之進

Column

コミュニケーション型生活者マーケティングの推進

商品やサービスに関する情報を積極的に収集し、キャンペーンへの参加など企業との関係づくりにも積極的な新しいタイプの「コミュニケーション型生活者」が増えています。こうした生活者はクチコミを重視する傾向があり、インターネット上のブログや掲示板で生活者が手軽に情報を受発信できるようになった現在、企業はこのタイプの生活者への対応を迫られています。

DNPは「コミュニケーション型生活者」に働きかけ、企業の販売促進につなげていく「コミュニケーション型生活者マーケティング」を推進しています。

コミュニケーション型生活者マーケティングとは

情報の収集や発信に積極的で、企業との関係づくりにも積極的な「コミュニケーション型生活者」の増加にともない、商品の機能やスペックだけでなく、企業と生活者のコミュニケーションそのものが、売上を大きく左右するようになってきました。DNPが推進する「コミュニケーション型生活者マーケティング」では、商品ではなく生活者を中心に考え、

商品を購入してもらった後のコミュニケーションを重視した施策を推進しています。また、生活者と企業が直接コミュニケーションできるチャネルの構築も行っています。DNPは、より長期的な視点に立って、生活者との関係を大切に育て、企業のブランド価値を生活者とともに広げていくことが重要だと考えています。

「CGM (Consumer Generated Media)*チャネル」の拡大

企業と生活者のコミュニケーションは、これまではテレビや新聞の広告をはじめとした「媒体チャネル」と、POPなどによる店頭でのコミュニケーションといった「購買チャネル」を中心に行われてきました。現在、コミュニケーション型生活者の増加にともなって、これら2つのチャネルに加え「パブリシティチャネル」と「CGMチャネル」が重要性を増しており、DNPは対応を進めています。

パブリシティチャネルは、単なる広告ではなく、放送番

組や新聞・雑誌の記事への情報提供など、商品やサービスへの理解を高める活動全体を意味しています。CGMチャネルでは、企業との直接的な対話、インターネットなどによるクチコミ、専門家の推奨などに基づいて生活者が商品やサービスを評価し、その結果を共有することができます。CGMチャネルはコミュニケーション型生活者の増加と歩調を合わせて拡大しており、このチャネルへの働きかけが販売促進の力を握るようになりました。

*CGM：生活者が自らコンテンツを作り、情報発信や意見の交換などを介して内容をさらに充実させていくメディアのこと。

コミュニケーション型生活者研究会の活動

コミュニケーション型生活者が存在感を増すなか、DNPは複数の企業とコミュニケーション型生活者研究会を立ち上げ、インターネットを通じた調査活動などを行っています。これまでに「チョコレート菓子に関する調査」「お酒に関する調査」を行いました。その結果、コミュニケーション型生活者が好む商品の傾向や、広告の内容を上回る詳細な情報が求められていることなどが明らかになりました。当研究会は、調査結果に基づいてコミュニケーション型生活者の特徴を

分析し、今後のマーケティングの方向性の検討などにつなげています。

コミュニケーション型生活者は今後も増えていくと見込まれ、DNPは取り組みを強化し、企業活動に貢献していきます。



パンフレット表紙



Information Communication 2009

Portrait
Business Strategies
Financial Results
Topics

Electro

部門別情報

— CONTENTS

46 情報コミュニケーション

- 46 事業戦略
- 48 ポートレイト
- 50 業績の概要
- 52 トピックス

56 生活・産業

- 56 事業戦略
- 58 ポートレイト
- 60 業績の概要
- 62 トピックス

64 エレクトロニクス

- 64 事業戦略
- 66 ポートレイト
- 68 業績の概要
- 70 トピックス

情報コミュニケーション 事業戦略

当部門は、創業以来の基幹事業である出版印刷事業と商業印刷事業、ビジネスフォーム事業で構成され、安定的な収益基盤を確立しています。紙メディアはもちろん、インターネットやデジタル放送など、あらゆる情報メディアに対応し、ICカードなどのソフト開発力、CRMなどの市場分析力、情報セキュリティといった強みを発揮した独自のソリューションで事業を拡大していきます。

Basic Strategies

基本戦略

世界規模での情報ネットワークの進展とともに、生活者は多様なコミュニケーションチャネルを通じて、自らが求める情報を収集し、積極的に自らの声を発信するようになりました。そして、生活者の価値観が多様化するなか、企業は生活者のニーズを把握することが困難となり、その一方で、情報セキュリティへの万全な備えも求められています。

このような状況において当部門は、生活者が求める情報を生活者の望むかたちに編集・加工する情報処理に加えて、安全かつ確実なコミュニケーションを可能とするサービスやシステムの提供を推進しています。また、顧客企業に対しては、生活者の生きた声を収集して企業活動に活かしていくためのコンサルティングや市場分析をはじめ、販促などの企画開発、各種サービスのバックオフィスまでの一貫したソリューションを提供し、事業を拡大していきます。

P&Iソリューションの推進による事業拡大

人と人とのコミュニケーションに深く関わる部門として、印刷技術と情報技術を融合した独自のソリューションを開発し、情報コミュニケーションに関する生活者や顧客企業の課題を解決していきます。

多様なコミュニケーション形態への展開

生活者や顧客企業の課題解決に向けて、多様なメディアと多様なコンテンツを組み合わせた最適なかたちをつくり出し、コミュニケーション基盤の構築や、新たな製品・サービスの創出を実現していきます。

顧客企業の業務プロセスの課題を総合的に解決

大量な情報の編集・加工、重要情報を取り扱うための高度な情報セキュリティなどを強みとし、顧客企業のあらゆる業務プロセスの課題を解決するためのアウトソーシング業務を積極的に取り込んでいきます。

グローバル化と事業連携による新事業の創出

海外拠点とのネットワークを活かしたグローバルな事業展開、専門的な強みを持った企業との連携によるシナジー効果などによって、これまでにない事業領域の開拓に挑戦していきます。

Major Policies

重点施策

提案型事業の拡大によるP&Iソリューションの推進

モノづくりを中心としたこれまでの事業展開を前進させ、印刷技術と情報技術の組み合わせにより、DNP独自のソリューションを提供していく提案型事業をさらに拡大していきます。

当部門では、製品やサービスの付加価値を高めるため、販促企画や商品開発企画、マーケットリサーチやCRMなど、モノづくりの上流・下流を含めた業務プロセス全体にわたる多彩な提案に力を入れていきます。

例えば、個人情報保護や情報セキュリティの機能を顧客企業に提供することで、よりダイレクトな企業と生活者のコミュニケーションを実現します。また、ICカードを中心としたセキュリティソリューションと、電子フォームやICタグ、プリントオンデマンド、パーソナルDMなどを連携させ、顧客の課題を総合的に解決する新しい事業やサービスを創出していきます。

さらに、多様化する情報メディアに対応し、書籍や映像をはじめとしたデジタルコンテンツのネットワーク配信事業などを展開します。出版業界はもとより、流通やメーカーなどさまざまな業界の活性化に向けて、戦略的な業務提携や生活者視点による情報サービスの開発などを進めていきます。今後はこうした提案型のソリューションビジネスの比率を高め、収益の拡大を目指します。

部門連携の強化によるソリューション事業拡大

事業部門間の連携強化に注力し、体制の強化や拠点の有効活用を進めることにより、顧客企業の業種・業界に特化した業務プロセス改善のソリューションだけでなく、より包括的なサービスの提供を可能とするシステムと体制を整えていきます。

DNP五反田ビル（東京都品川区）やなんばSSビル（大阪市西区）は、多彩なプレゼンテーション機能を備え、顧客企業とともに課題を抽出して最適なソリューションを創り出す場となっています。

今後は、P&Iソリューションの一層の推進を図り、将来の発展を確実なものとするため、その中核的拠点である市谷工場を再開発して体制の強化を図っていきます。DNPは1876年に秀英舎として創業し、1886年に市谷工場を開設して以来120余年にわたり、この地を中心として、さまざま

な分野へと事業を拡大してきました。再開発計画では、現在近郊に分散している各事業部門の企画開発と営業および本社機能を集約するとともに、物流など全体最適の視点から製造体制を見直し、製造拠点の統合などを進めていきます。2009年度から工事に着手し、2017年の完成を予定しています。

アウトソーシング受託事業推進に向けての取り組み

これまで培ってきた技術やノウハウ、そして顧客企業との良好な関係を強みとして、企業の業務プロセス全体を支援する事業を推進していきます。

企業や生活者からの情報を高度なセキュリティのもとで扱うことを責務とし、大量な情報の入出力や編集・加工・保存などを行います。また、各種調査分析やコンサルティング、インターネットデータセンターの運営、カスタマーセンターやキャンペーン事務局の運営、発送業務などのバックオフィス機能の提供に加え、1枚1枚異なった情報を印刷するオンデマンドプリントなどにも対応していきます。企業の個別の課題や業界全体の業務プロセスに関わる課題に対し、総合的にソリューションを提供して事業の拡大を図ります。

さらに、専門性の高い技術・ノウハウを取得し、事業化のスピードを高めるため、必要に応じてM&Aや業務提携なども実施し、アウトソーシング受託事業を強化していきます。

新事業創出のためのグローバル展開と事業連携の推進

世界各地の印刷会社とのネットワークを構築し、印刷データを伝送して最適地生産を行うGMM（グローバルメタメディア）を推進していきます。また、多言語翻訳サービスや、2005年に設立した上海現地法人を活用したアジア市場への進出など、海外印刷需要にも積極的に対応し、市場を世界的規模で捉えた新事業を開拓していきます。

当期は、丸善株式会社、株式会社ジュンク堂書店を連結子会社とし、前期より連結子会社としている株式会社図書館流通センターも含め、教育・出版流通事業での連携を強化しました。これにより各社のノウハウにDNPの製品やサービスを融合させ、書店における販促プロモーションの充実、大学や公共の図書館業務におけるICカードやICタグの導入を推進して、教育・出版市場全体の活性化を図るとともに、DNPのコアビジネスである出版印刷事業の強化を目指していきます。

Strength

強み

- 創業以来培ってきた印刷技術と情報技術、そしてそれらを支え、応用・発展させる研究開発力。
- 文字や画像などの各種情報を、見やすく使いやすく、心地よい品質で提供する表現技術。業界をリードするソフトウェア開発力と、それに支えられた情報セキュリティ技術。
- 紙からネットワークまであらゆる情報メディアを効果的に活用し、製品やサービスの企画・制作・運用などの課題をトータルに解決する一貫体制。
- 各種システムの導入コンサルティングから、設計・開発・製造、導入後のフォローまで一貫して行えるマネジメント力。
- 業種・業界を超えてコラボレーションを図り、連携による相乗効果をあげ、新たなビジネスを推進する力。
- 顧客企業や生活者の課題解決の実績を積み重ねることにより、ソリューションの汎用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。



出版印刷事業

Operating Divisions

主要事業

書籍・雑誌の印刷のほか、CD-ROMやDVDなどの企画・制作、ネットワークを通じた電子出版なども広く手がけています。出版社をはじめ国内外のあらゆるコンテンツホルダーを顧客とし、顧客の課題解決に向けて、コンテンツを最適なかたちに編集・加工し、製品やサービスとして提供することにより事業を拡大しています。

Industrial Trends

市場トレンド

近年、インターネットやデジタル放送の普及などにより、生活者が接する情報メディアが多様化し、コミュニケーションの在り方が大きく変化しています。2008年の市場規模が年間約2兆170億円と言われる国内出版業界は、主にインターネットの影響などにより雑誌を中心に販売の減少傾向が続いています。一方、携帯小説ブームなどに見られるように、電子出版の市場が急速に拡大しています。2002年度に10億円程度だった市場規模が、2007年度には前年比倍増の355億円となり、今後、数年のうちに1,000億円を超えると予想されています。また、海外において、日本のコミックやファッションなどを中心とした出版コンテンツへの需要が高まっています。

Strategic Opportunities

戦略的チャンス

まず、電子出版市場の成長が期待されています。電子出版市場は、情報メディアや生活者ニーズの多様化とともに、今後も拡大が続くことが予想されます。これにともない、電子出版の企画やデジタルデータの制作、コンテンツの流通と課金を行う基盤の提供、マーケティングや販売促進活動など、出版社をはじめとしたコンテンツホルダーのニーズが強まっています。

次に、コンテンツのグローバル展開のチャンスが広がっています。アニメーションやコミック、ファッション誌などを中心に、コンテンツのグローバル化はこれからも加速すると予想されます。海外での最適地生産を含め、新たなグローバル展開のチャンスが到来しています。

商業印刷事業

カタログやパンフレットなどの印刷、ウェブサイトや店頭でのセールスプロモーションのほか、キャンペーン事務局の運営、配送センターやカスタマーセンターの運営など、販売促進に関わる多様な製品とサービスを提供しています。当事業は、製造、流通、広告などさまざまな業界の多くの企業を顧客とし、顧客企業の売上拡大、コストや業務負荷の削減といった課題の解決に取り組んでいます。

消費生活の多様化に対応して、企業の販売促進戦略が変化しています。生活者に直接アプローチすることができ、最大の効果を得られるような、多様な情報メディアを駆使した活動に広告費が多く配分される傾向も現われています。

カタログやポスター、DMや各種販促物など商業印刷物に影響を与える国内の広告費は、2008年後半から、世界的な金融危機による景気減退が大きく影響し、年間6兆6,926億円と、前年比4.7%の減少となりました。テレビCMや新聞広告などのマスコミ広告費が4年連続で減少したほか、販売促進関連の広告費も5年ぶりに減少しましたが、インターネット広告費は手法の拡大や高度化をとめない、引き続き伸びています。

パソコンや携帯電話によるインターネットの利用が日常生活に浸透し、広告費のネットへのシフトが起きています。こうした状況に対して、販売促進活動における課題を明確化すると同時に、ネットへの移行に適切に対応していくことが求められています。

また、複数の情報メディアを使いこなす生活者に対して、店頭メディアやペーパーメディア、ウェブサイトなどを連動させた販売促進とEC関連ビジネスなど、企業と生活者を結び付けるソリューションへのニーズが拡大しています。

ビジネスフォーム事業

大量のパーソナルデータを個別に処理するIPS、およびICカードやICタグの開発・製造・サービス運営などが大きく伸展しています。情報を扱うすべての企業を顧客とし、情報セキュリティおよび個人情報保護に対応した体制を構築することによって、国内だけでなく海外に対しても、当分野の事業拡大を推進しています。

情報セキュリティと個人情報保護に関する生活者の意識の高まりの中で、安心・安全で、高いセキュリティを確保した高付加価値な情報サービスが求められています。

ICカードに関して、直近では、クレジットやキャッシュカードなどの金融系のICカード需要が法改正や金融危機の影響から減少し、携帯電話向けSIMカードも電話端末の販売不振から減少しています。しかし、情報セキュリティへのニーズの高まりを背景として、ICカードの国内市場規模は、2007年で1億7,500万枚、2012年度には3億枚を超えると予測されています。さらに、ICカードを利用してセキュリティや利便性、顧客満足度の向上を図るソリューション市場も成長を続けています。

IPS市場は顧客分析やCRMなどを絡めた高付加価値化の進展にともない高いセキュリティを確保できる印刷会社に受注が集まっています。

ICタグについては、サプライチェーンの効率化の実現に向けて、業界ごとに共通した仕組みづくりが進んでいます。

今後も安定的なICカード市場の成長が見込まれるなか、企業の内部統制強化の流れからIDカードを利用したオフィスセキュリティの必要性も高まっています。高いセキュリティが求められるのはもちろんのこと、ICカードの多機能化やネットワークと連動したサービス提供なども求められています。

またIPSでは、個人の請求書に購買動向分析から割り出された個別の広告を掲載するなどの、高付加価値サービスの市場が拡大しており、ビジネスチャンスとなっています。

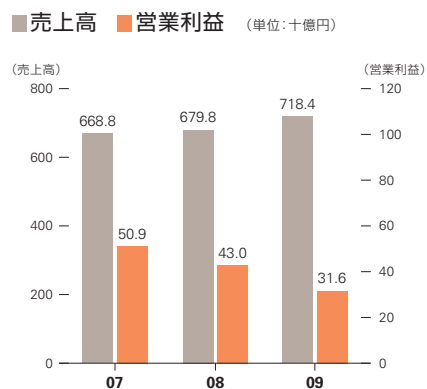
情報コミュニケーション 業績の概要

Financial Highlights

財務ハイライト

(単位: 十億円、%)

	2009.3	2008.3	2007.3
売上高	¥ 718.4	¥ 679.8	¥ 668.8
営業利益	31.6	43.0	50.9
営業利益率	4.4%	6.3%	7.6%



Business Environment

事業環境

2009年3月期における印刷需要は、出版印刷関連について、出版物の販売金額が4年連続で前年を下回り、1997年以降のマイナス傾向に歯止めがかからない状況が続きました。商業印刷関連では、広告関連企業の売上高が減少するなど、これまでの増加傾向から一転して悪化し、北京五輪などのプラス要因もあったものの、企業の業績悪化にともなう広告宣伝費の落ち込みが顕著となりました。ビジネスフォーム関連では、前年に実施された金融商品取引法改正にともなう特需の反動から需要の一時的な減少があったほか、改正貸金業規制法の影響により金融機関向けICカードの需要が伸び悩みました。また、原材料価格の高騰、競争の激化による受注単価の下落の影響も大きく、経営環境はより一層厳しさを増しました。

Summary of Financial Results

決算概要

出版印刷関連は、書籍が増加しましたが、雑誌は減少しました。商業印刷関連は、広告宣伝費の減少の影響からカタログ、チラシ、パンフレットが減少しましたが、店舗のデザイン、設計、イベント関連は前年を上回りました。ビジネスフォーム関連は、IPS、ICカード、帳票類ともに減少しました。なお、当期の部門全体の売上高は、教育・出版流通事業の連結子会社の売上が加わったことなどにより、前期比385億28百万円、5.7%増の7,184億25百万円となりました。

利益については、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、積極的なコスト削減策を展開しましたが、営業利益は前期比113億86百万円、26.4%減の316億90百万円となり、営業利益率も1.9ポイント低下し、4.4%となりました。

なお、当部門のDNP全体に占める構成比は、売上高で45.0%、営業利益で58.2%です。

出版印刷

2008年4月から2009年3月の日本国内における出版物推定販売金額は、前期を3.3%下回る1兆9,949億円で、書籍は前期比1.5%減の8,772億円、雑誌が同4.5%減の1兆1,176億円となりました。書籍・雑誌の返本率には大きな改善は見られず、また雑誌広告は2008年8月以降前年より15%以上の急速な落ち込みに見舞われ、休刊が相次ぎました。この期間に創刊された雑誌は182誌で、このうちDNPは37%にあたる67誌を獲得し、前期の獲得数と比べて22誌の増加となりました。同様に休刊誌は全体で203誌あり、このうち23%にあたる46誌がDNPの受注誌でした。このほか、売れ行き不振による雑誌の部数減の影響が顕著となりました。

市場の長期低落傾向が続くなか、DNPは積極的な営業活動を展開し、書籍は前期比で増加しましたが、出版印刷関連全体の売上高は前期比5%の減少となりました。

商業印刷

2008年4月から2009年3月までの広告関連企業の売上高は、インターネット広告費が8%増と依然好調だったものの、全体としては前期比9%減と、企業の業績悪化にともなってこれまでの増加傾向から一転して減少に転じました。特に、マスコミ四媒体（テレビ・ラジオ・新聞・雑誌）の広告費の落ち込みがきわめて顕著となりました。

このようななか、売上高については、カタログ、チラシ、パンフレットが減少しましたが、店舗デザイン、設計、イベント関連の受注は前期を上回りました。また、企画など利益率の高い受注が増加しましたが、全体として受注単価の下落や印刷用紙の値上がりも大きく影響し、売上高は前期比3%の減少となりました。

ビジネスフォーム

ビジネスフォーム関連は、2007年に実施された金融商品取引法の改正にともなった生損保・証券の契約確認帳票等の特需の反動による市場の縮小を補いきれず、帳票類が大幅に減少したほか、銀行通帳類も、利用明細のネット配信化の影響もあり減少しました。パーソナルメールなどのデータ入力から印刷・発送までの業務を行うIPS（Information Processing Services）でも、金融商品取引法の改正にともなうカラー化の促進などのプラス要因があったものの、広告宣伝費の減少や競合先との価格競争激化のため、売上は伸び悩みました。その結果、売上高は前期比7%減となりました。

出版印刷事業

■パートナーシップの強化による市場全体の活性化へ

出版印刷事業は1876年の創業以来の基幹事業であり、当時の舎則にある「文明ノ業ヲ営ム」という志のもと、社会・文化の発展に貢献しつつ成長してきました。これまでDNPは、主にモノづくりの立場から出版業界に関わってきましたが、近年、出版市場の低迷が続くなか、より多角的な役割を担い、広く業界を活性化させることを目的として教育・出版流通事業を強化しています。急速に拡大する電子出版市場で携帯電話向けコンテンツ販売事業を推進するほか、書店や図書館などを含むマーケティングや販促支援、コンテンツの制作・加工・流通など幅広い事業を展開しています。多くの企業との積極的な提携なども進め、信頼されるパートナーとして出版印刷の可能性を開拓していきます。

■出版市場の活性化に向けた業務提携の推進

DNPは、2008年2月に株式会社図書館流通センター(TRC)を、同8月に丸善株式会社を、2009年3月には株式会社ジュンク堂書店をそれぞれ子会社化しました。

TRCは書誌データベース「TRCマーク」の提供のほか、公共図書館の運営やコンサルティングなどに強みを持っています。1869年創業の丸善は、全国49店舗での書籍販売や、教育・研究機関との強い関係を背景とした学校図書館の運営などを推進し、また、ジュンク堂書店は、全国主要都市に大型書店33店を展開して業績を大きく伸ばしています。こうした各社のノウハウやブランド力、顧客基盤などの強みと、DNPのCRM分析やプロモーション企画開発、コンテンツ制作やネットワークサービス、プリントオンデマンドなどの強みを融合させ、新しいサービスの提供を推進します。DNPは、出版市場の活性化を図ることにより、コアビジネスである出版印刷事業を強化していきます。

*店舗数は2009年3月現在



丸善の店頭に設置した
デジタルサイネージ（電子看板）
「マルエムビジョン」

■拡大する電子書籍市場への積極的なアプローチ

近年、電子書籍の市場が急速に拡大しており、2007年度は355億円（インターネットメディア総合研究所調べ）と、前年比でほぼ倍増となりました。特に携帯電話向けコミックが市場の拡大を牽引しており、DNPも独自に運営する電子コミックサイト「まんがこっち」などに注力しています。

DNPは、株式会社EMIミュージック・ジャパン、株式会社ジー・ビーと共同で音楽とコミックを融合させた携帯コンテンツ「うたコミ」を開発し、「まんがこっち」で2008年12月から配信しています。「うたコミ」は電子コミックに楽曲を最大45秒挿入するもので、楽曲のプロモーションとコミックの付加価値向上を目的としています。

また、携帯電話向けの電子書籍販売サイト「よみっち」で販売中のケータイ絵本のコンテンツに新作を追加しました。ケータイ絵本は、1場面ずつ携帯電話の画面に表示する紙芝居形式のコンテンツで、今後も、人気の高い絵本や企業のオリジナルキャラクターのコンテンツなども配信していく計画です。



商業印刷事業

■新しいプロモーションスタイルの提案

厳しい経営環境のもと、業績が低迷する企業が増えるなか、広告宣伝費の圧縮や、より顧客の反応が把握しやすい広告媒体へのシフトなどが目立ってきています。テレビCMや新聞広告などが減少する一方で、インターネット広告が大きく成長し、店頭や街頭を活用したプロモーションも活発化しています。DNPは、生活者の動向分析、イベントやキャンペーン企画の開発、ウェブサイトと印刷物の連携、商品の発送、カスタマーセンターの運用など、あらゆる機能を提供し、新しいプロモーションのあり方を提案しています。

■ デジタルサイネージ(電子看板)の新機軸

店頭や各種施設など、人が集まる場所に設置し、商品情報などをディスプレイに表示する電子看板、デジタルサイネージが拡大しています。DNPは、株式会社日立製作所と共同で、複数の携帯電話画面を用いたデジタルサイネージシステムを国内で初めて開発しました。

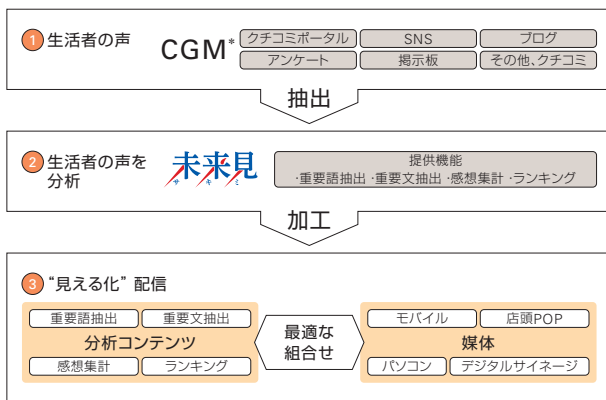
このシステムは、複数の携帯電話の画面を、あたかも1つの画面のように連動させて、アイキャッチ効果の高い広告を表示する、これまでにない仕組みです。2009年3月からの約2ヵ月、KDDI株式会社の「auショップ品川」で試験サービスを実施し、今後、広告効果の検証を行うとともに、地域や時間帯によって配信する広告を変更するなどの機能を加え、事業化を進めていきます。



携帯電話を利用したデジタルサイネージの画面イメージ

■ インターネット上のクチコミ情報をマーケティングに活用

生活者が発信するブログなどの情報が、購買をはじめとする他の生活者の行動に強い影響力を与えるようになりました。そのため、企業は、従来の販促手法に加え、生活者の声をいかに収集し活用するかということに注目しはじめています。DNPは、独自開発した言語処理技術を活用し、ブログなどに掲載された生活者の声(クチコミ)から話題になっているキーワードを抽出し、グラフやランキングなどで分かりやすく提供するサービス「未来見(サキミ)™」を開始しました。このサービスにより、顧客企業は生活者のニーズを把握しやすくなるため、マーケティングや販促企画などの効果を高めていくことができます。DNPは、未来見のサービスを2010年度までに約100社に提供し、10億円程度の売上を見込んでいます。



「未来見(サキミ)」のサービスイメージ

* CGM : Consumer Generated Media
インターネットなどで生活者が自らコンテンツをつくり、情報発信や意見交換などを経て、内容をさらに充実させることができるメディアのこと。

■ オンデマンドの地理情報システムを提供

店舗の出店計画、営業員や営業所の効率的な配置、折り込みチラシやダイレクトメールの配布計画などのエリアマーケティングにおいて、地図上で視覚的な分析が行える地理情報システム(GIS)へのニーズが高まっています。こうしたニーズに応えるため、DNPは、測量国内大手の国際航業株式会社と共同でエリアマーケティング向けGISサービス「Earth Finder SaaS(アースファインダーサース)」を開発し、2008年11月に販売を開始しました。このサービスは、インターネットなどを介して必要な機能のみを提供するSaaS(Software as a Service)型のため、導入時のコスト低減とスピードアップが可能です。DNPでは2009年度までに3億円の売上を見込んでいます。

ICカード

■ ネットワークとICカードの連動でセキュリティ事業の拡大へ

DNPは、1981年にICカードに取り組みはじめて以来、デファクトスタンダードとしての基本ソフトやアプリケーションソフトの開発、ICカードの製造・発行などを展開し、常に市場をリードしてきました。現在、国内ICカード市場全体で約4割のシェアを占め、特にICキャッシュカードではメガバンク向けを中心に約9割のシェアを獲得しています。また、社員証や交通カード、電子マネーなどでの利用が急増している非接触ICカードでも約5割の市場シェアを確保しています。

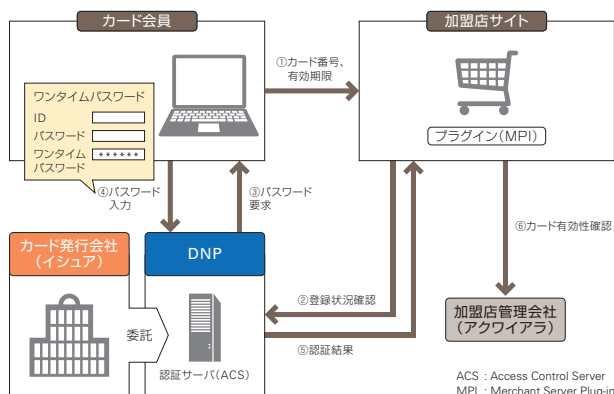
今後も、高度な認証機能を活かしたセキュリティソリューション事業の拡大に向けて、ネットワークとICカードの連動によるサービスの拡大、公共用途やアミューズメント用途の開拓などを行っていきます。

■ ICカードと顔認証システムを融合させた入退室システム

近年、オフィスやイベント会場などのセキュリティ対策として、入退室管理を行うセキュリティ機器やシステムの開発が活発になっています。DNPは、タツタシステム・エレクトロニクス株式会社、株式会社芝電子システムズと共同で、確実な本人認証とスムーズな入退室を両立させる入退室システムを開発しました。このシステムは、ID証、入退室ゲート、顔認証システムを連動させることにより、ID証貸与によるなりすましや、認証時間の長さなどの問題を解決できます。また、このシステムを、オフィスセキュリティの標準的な規格であるSSFC(Shared Security Formats Cooperation)仕様にすることで、パソコンやプリンター、ロッカーなどのオフィス機器との連携を図り、よりハイレベルなセキュリティ環境を構築することも可能です。DNPは本システムの営業窓口として、2010年度までに10億円の売上を目指します。

オンラインショッピングの普及につれて、なりすましやフィッシングなどによる被害も増加し、電子決済におけるセキュリティの確保が求められています。こうしたニーズに応えるため、DNPIは、ビザ・インターナショナル(Visa)が策定した、インターネット上のカード決済における本人認証技術「3-Dセキュア」に準拠した本人認証ソフトウェアを開発し、国内開発ソフトウェアとして初めてVisaの認定を受けました。この新ソフトウェアを使用し、インターネット上の本人認証サービス「SIGN3D™(サインD)」を2008年8月より提供しています。SIGN3Dは、カード会員とカード加盟店、DNPの認証サーバをインターネットで結び、1回のみ有効なワンタイムパスワードなどの活用により、高度な安全性を実現します。

〈3-D セキュア概略図〉



DNPIは三菱電機株式会社と共同で、工場のセキュリティ強化を目的に、SSFCフォーマットのICカード社員証とETC型車載器を活用したフォークリフトの入退場管理システムを国内で初めて開発しました。従来、施設へのフォークリフトの入退場時には、運転者がいったん運転台から降りて社員証をICカードリーダーにかざす必要があり、作業効率の低下につながっていました。新システムはこの問題を解決するもので、フォークリフトに搭載したETC車載器に社員証を挿入しておけば、管理システムと自動的に通信を行い、入退場の有資格者がどうかを確認して入退場口の開閉を行います。DNPIは、このシステムを2009年秋から自社工場に順次導入し、運用状況を確認した後、外販へつなげていきます。

物流や製造の現場における業務効率化、トレーサビリティシステムの構築など、ICタグの利用シーンは多様化し、その重要性がますます高まっています。DNPは、標準規格の策定や利用環境の構築、各種アプリケーションの開発などを進め、ICタグ市場の拡大に貢献しています。

また、適切な温度管理が求められる食品の製造・販売の現場に向けて、確実かつ低コストの温度管理システムとして、ICタグを用いた冷蔵庫の温度監視システムを開発しました。このシステムは、内蔵電池により電波が発信できるアクティブタグを使用し、このICタグに装着した温度センサーが冷蔵庫内の温度を測定して、DNPが運営するセンサー情報集中管理サーバに送信します。異常を感知した場合は、自動音声の電話や電子メールで工場や店舗に知らせます。飲食店やホテル、食品メーカーなど多様な顧客に販売し、2010年度までに10億円の売上を目指します。

図柄が立体的に浮き出て見えるホログラムは、偽造が困難なことから、クレジットカードやキャッシュカード、金券類、社員証をはじめとした身分証明カード等の偽造防止、各種製品のブランド保護などの用途で需要が高まっています。DNPのホログラムへの取り組みは早く、1972年から製品開発に着手し、1981年にはエンボス型ホログラムの量産に成功しました。また、エンボス型よりも製造が難しいリップマン型ホログラムについては、2001年に量産体制を確立しました。現在、この技術を保有しているのは、世界でDNPを含む2社だけです。

また、DNPのエンボス型ホログラムが、リップマン型ホログラム

に続いて、中国政府の全国偽造防止技術製品管理弁公室が認定する、優れた偽造防止効果を証する「防偽技術評審証書」を取得しました。当証書の取得によって、模倣品被害が深刻な中国で急速に拡大しているセキュリティラベル市場に対し、積極的な展開を図っていきます。



周囲に対して地球の画像が
浮かび上がって見える
ハイセキュリティホログラム
「レリーフグラム™」

■遊びながら環境問題を学べるカードゲームを事業化

DNPは、慶應義塾大学湘南藤沢キャンパスの学生の起業を支援する取り組みとして、学生2名との合同会社マイアース・プロジェクトを2008年7月に設立しました。同社は、独自に開発したカードゲーム「My Earth®(マイアース)」の販売と関連事業を展開しています。My Earthは、地球環境を守る側と破壊する側に分かれて、カードを使って戦うゲームで、地球を取り巻くさまざまな問題点や環境保全活動の大切さを学ぶことができます。また、環境保全に関する各企業の活動内容を紹介するカード商品「チャレンジ・オブ・ザ・カンパニーズ」も発行しており、トヨタ自動車、ソニーなど十数社の協賛をいただいています。



カードゲーム「MyEarth®」

■高度な立体感を備えた3次元印刷技術を開発

DNPは、企業の販促ツールの企画・制作を手がける株式会社DNPメディアクリエイト(DNP100%子会社)、東京農工大学の高木康博准教授の研究室と共同で、高度な立体感をつくり出す3次元印刷技術「DynaCube 3D™(ダイナキューブスリーディー)」を開発し、2008年11月から販売を開始しました。3次元印刷は一般に、表面に微細な凸レンズが並んだレンチキュラーシートを印刷物に貼り合わせることで、立体に見える画像をつくり出します。DynaCube 3Dもこの技術に基づいています

が、新たな画像処理と印刷手法により、印刷物中の構成要素相互の遠近感を高め、従来よりも奥行き感や立体感を向上させました。DynaCube 3Dは現在、A3判(420×297mm)から550×450mmまでのサイズに対応しており、今後さらに大型化を進め、ポスターやPOP(店頭広告)などへの利用を促進します。



「DynaCube 3D™」サンプル
左図は左方向から、右図は右方向から撮影

■既存の印刷機で紙や布に印刷できる発光材料

DNPは、既存の印刷機を使って、文字や絵柄など任意のパターンを紙や布に印刷でき、低電圧で光る発光材料を開発しました。近年、広告効果を高めるためポスターやPOPなどに発光材料を用いる事例が増えています。今回開発した発光材料は、特殊な金属化合物やイオン液体を原料とすることで、クリーンルームや真空装置などの大規模な設備を必要とせず、スクリーン印刷機やオフセット印刷機を用いることが可能となりました。既存の印刷機をそのまま利用できるため、有機ELなどに比べ、低価格かつ短納期でポスターやPOPを製作することが可能となります。DNPは今後、発光性能の向上などを図り、2014年までにこの発光材料を実用化する計画です。



各種素材に発光材料を印刷し、発光させた様子
[左] ガラス板に印刷、[右] 布に印刷

当部門は、包装事業、住空間マテリアル事業、オプトマテリアル／産業資材事業の3つの分野で構成され、企業の製造プロセスに深く関わるとともに、日常生活に密着した製品の提供などを行っています。印刷技術を応用・発展させ、環境、エネルギー、ライフサイエンスなど、新たな事業領域にも積極的に挑戦し続けるDNPのドライビングフォースとなる部門です。

Basic Strategies

基本戦略

人々の生活において、近年、地球環境への配慮、過剰なエネルギー消費の抑制、衣食住における安心・安全などが強く求められるようになりました。こうした生活者のニーズに応えるため、メーカー各社を中心に、環境や食の安全などに配慮した製品の開発、製造プロセスにおける環境負荷の軽減などに注力しています。そして、環境に優しい社会の形成にもつなげていくという大きな使命も担っています。

そうした意識を持って当部門は、高い機能性や環境適応性、高付加価値化を重視し、生活者にとっても、得意先企業の製造プロセスにとっても不可欠な製品を次々と開発しています。フィルムや鋼材など紙以外の材料への印刷をはじめ、印刷の基本技術を活用したディスプレイ用光学フィルムやデジタルフォトリソ用のカラーリボンなど、世界トップシェアを誇る製品も含め、多彩な高機能・高品質製品を供給し、国内および海外に拡販していきます。

高い機能性を備えた 環境配慮型製品の拡充

誰もが使いやすいユニバーサルデザインや環境への対応を指針として、“健康・安全・快適・便利”を願う生活者のニーズを満たす、高い機能性を備えた環境配慮型製品の開発を推進していきます。

高付加価値化と 成長領域へのシフト

印刷技術の可能性をさらに追求し、生活者や顧客企業の要求にきめ細かく応える付加価値の高い製品・サービスの開発を活発化させます。特に、EBコーティング技術を活用した建材製品、包装用の機能性フィルム、各種光学フィルムやインクリボンなど、将来の成長が期待できる領域では、いち早く市場動向を捉え、その開発に注力していきます。

新規事業分野の 積極的な開拓

DNPは、市場をより広く捉え、環境、エネルギー、ライフサイエンスなど、社会的な関心の高い分野を成長領域として、先進的で独自性のある技術や製品を開発していきます。新規事業の創出にあたっては、DNPの独自技術を応用するとともに、多くの企業や研究機関などとのアライアンスも積極的に展開していきます。

Major Policies

重点施策

包装事業は、機能性や環境対応性を追求した製品を強化

地球環境問題や食の安全に対する意識の高まりを、新たなビジネスチャンスと捉え、企業や生活者のニーズに対応した環境配慮型製品のラインナップの拡大を図っていきます。

製品製造プロセスにおけるメーカー各社の環境負荷やコストの軽減に寄与すべく、PETボトル用無菌充填システムなどを開発し、着実に売上を拡大していきます。また、透明でバリア性に優れた包装用機能性フィルム、IBフィルム（Innovative Barrier Film）を食品向けだけでなく医療・医薬、産業資材向けにも展開し、用途の拡大を図ります。

さらに、生活者の消費行動を独自の方法により調査・分析・評価し、商品の企画から、製造、プロモーション展開までの一貫したソリューションを展開することにより事業の拡大を図ります。

住空間マテリアル事業は、

環境対応の高付加価値製品中心のポートフォリオに

健康で快適な暮らしを演出する当事業では、業界から高い評価を得ているDNP独自のEB（電子線：Electron Beam）コーティング技術を活用した高付加価値製品に注力します。この製品は、耐擦傷性、耐汚染性、耐候性などに優れており、主力の環境配慮型非塩ビ内装用化粧シート「サフマーレ」をはじめ、床材、壁紙、外装分野へ積極的に事業領域を拡大していきます。

また、「WSサフマーレ」などのDNPオリジナルブランド製品を活かして建材メーカーなどと連携し、ディベロッパやゼネコンなどに対して計画・設計段階から働きかけていくなど、住宅・建築のサプライチェーン全体に関わる幅広いビジネスを展開します。そして、住空間分析評価センターなどにおいて、居住環境評価の測定業務を行うなど、住環境全体におけるソリューションビジネスも拡大していきます。

DNPは、環境対応型の高機能製品を中心としたポートフォリオを充実させ、住空間に関わる多様な事業を開拓するとともに、海外への販売も積極的に推進します。

オプトマテリアル／産業資材事業は、

多彩な製品の供給により中・長期的な成長へ

オプトマテリアル事業では、コーティング、ラミネート、パターニングなどの技術を応用・発展させ、テレビやパソ

コン、携帯端末などの薄型ディスプレイ向けに各種光学フィルム製品を展開します。タッチパネルや電子ペーパーなど、触れて操作するインタラクティブディスプレイ向けにも、高機能製品を展開していきます。また、高精度で高品質な表面加工を実現するクリーンコンバーティング技術を応用し、半導体や電気機器などのエレクトロニクス分野などで求められる機能性フィルムも展開していきます。

情報記録材関連では、フォトプリント事業での一層の競争力強化のため、既存の子会社3社を統合した株式会社DNPフォトルシオを2008年10月に設立しました。これまでの製品や販売チャネルを有効活用し、シナジー効果による拡販と業務効率化によるコストダウンを進め、収益拡大を図ります。また、海外の販売チャネルを拡充し、米国・欧州などに積極的に展開していきます。

このほか、バーコード用インクリボンについて、ソニーケミカル&インフォメーションデバイス株式会社から国内外の熱転写インクリボン事業を継承して、海外の製造拠点を整備し、グローバルな営業・生産体制の強化を進めていきます。

エネルギーシステム事業を本格的に展開

エネルギー分野において、営業、開発、製造の一貫体制を構築するため、エネルギーシステム事業部を2009年1月に発足させました。この新体制のもと、印刷技術の応用によって市場が求める製品を開発し、積極的に市場に供給していきます。需要の拡大が見込まれる太陽電池関連では、コーティング技術やラミネート技術、多層共押出技術、各種コンバーティング技術を活用した充填材（封止材）やバックシート（裏面保護シート）のさらなる高性能化、低コスト化に注力していきます。また、環境への影響に配慮して、環境負荷の少ない新製品を開発し、展開していきます。

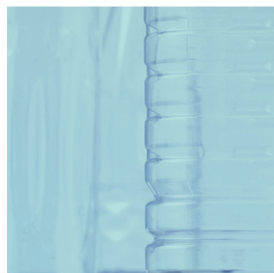
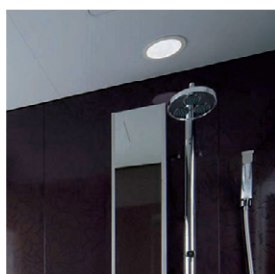
グローバル展開による新市場開拓

包装事業および住空間マテリアル事業では、国内での製造を基本としていますが、販売については国内のみならず、東アジアなどの海外市場の開拓も積極的に推進していきます。情報記録材事業では、フランスにおけるインクリボン製造の合併会社や米国における昇華型プリント材料販売会社など、海外における製造・販売の拠点を中心にグローバルな市場に対する販売を強化していきます。また、太陽電池用部材などの多くの製品においても、海外市場を視野に入れたビジネスを推進していきます。

Strength

強み

- 専門の企画スタッフや研究開発スタッフを中心とした製品開発力、デザイン力、さらに誰もが利用しやすいユニバーサルデザインへの対応力。
- 業界をリードする先進的で独自性の高い技術開発力。
- 包装分野においては、国内トップシェアを誇る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。住空間マテリアル分野では、数多くの高機能な環境配慮製品を生み出すEBコーティング技術。オプトマテリアル／産業資材分野における世界トップシェアを占める昇華型熱転写記録材の技術開発力など。
- 顧客企業との幅広いネットワークをベースに、総合的な提案を行うプロデュース力と、さまざまな課題を解決するソリューションの開発・提供力。
- 事業拡大を円滑に進めるためのM&Aや業務提携の推進力。
- グローバルな市場展開を可能にする製造・販売体制。



包装事業

Operating Divisions

主要事業

各種パッケージの企画から、設計・デザイン、求められる機能に対応する素材の開発、大小のロットに対応したフレキシブルな製造体制、充填機やプラントの設計・開発など、さまざまな包装製品の企画開発を総合的に行っています。食品・飲料、医療・医薬、電子部材や産業部材のメーカーなど、“モノを包み装う”ニーズがあるすべての企業を顧客とし、包むモノの特性に合わせたきめ細かな対応を進め、事業を拡大しています。

Industrial Trends

市場トレンド

生活者の環境意識や健康志向の高まり、少子高齢化、女性の社会進出などにより生活スタイルが多様化する一方、地球温暖化の影響などが顕在化しており、豊かさや便利さの追求と同時に、省資源化と安心・安全な生活の両立が重要な課題となっています。企業や生活者は、環境や健康に充分配慮した製品を求めており、今後ますますこの傾向が顕著になると予想されます。内容物の鮮度を保持するために水蒸気や酸素の透過を抑える素材を使用するなど、より安心で安全なパッケージの開発が求められてきています。また、高機能かつ便利な製品へのニーズに応えるために、誰もが使いやすいようユニバーサルデザインの指針に基づいた製品や、それらを支える高い技術力と豊富なノウハウが必要とされています。

Strategic Opportunities

戦略的チャンス

より環境に優しく、より安全・安心な包装製品、一人暮らしや夫婦共働きの家庭などでも利用しやすい製品、誰もが使いやすいユニバーサルデザインに配慮した製品などの需要が拡大を続けています。これらの製品では、より効率的で環境負荷の低い製造プロセスの構築とともに、ユーザビリティに配慮した製品開発力がDNPの大きな強みであると市場から高い評価を受けています。

また、内容物の味や香りを大切に保持する無菌充填システムや、医療・医療分野向けの水蒸気や酸素の透過を抑える透明蒸着バリアフィルムなどでビジネスチャンスが拡大しています。

住空間マテリアル事業

“快適な住空間”に関わる国内外のあらゆる企業を顧客とし、住宅や施設の内装材や外装材、建具・収納製品、自動車や鉄道車両の内装材など幅広い製品を開発・供給しています。DNP独自のEBコーティング技術を強みとし、高機能な環境配慮製品を数多く提供し、企業や生活者から高い評価をいただいています。また、建設事業者などに対して、工法上の課題をともに解決するソリューション提供なども行っています。

2007年の建築基準法の改正や景気後退の影響により、国内の新築住宅着工件数の低迷が続いていますが、今後、景気の浮揚にともなう需要拡大が期待されています。この状況のなかでも、環境や健康に配慮した製品、デザイン性や機能性に優れた製品などの需要は着実に増加しています。

また、オフィス・病院・商業施設などの大規模開発においては、総合的なコストダウンや、施工時の合理化が求められており、こうしたニーズに応える技術力と開発力に対する期待が高まっています。

機能性に優れ、環境に優しく健康にも配慮した製品の市場拡大が続いていることは、DNPにとってのチャンスです。環境対応型の非塩ビ(オレフィン)基材や水性インキを使用した製品、シックハウス症候群の原因とされるホルムアルデヒドなどのVOC(揮発性有機化合物)を使用しない製品の需要も拡大しています。環境配慮型製品の開発は日本が最も進んでおり、今後、海外市場でも大きく拡大すると見込んでいます。

また、建築物の工法上の課題を解決し、施工時の環境負荷などを軽減するソリューションビジネスも大きなチャンスとなっています。

オプトマテリアル／産業資材事業

液晶ディスプレイ用反射防止フィルムやフォトリソ用インクリボンの昇華型熱転写記録材など、世界トップシェアを獲得している製品などを数多く開発・製造しています。世界をリードする国内外の家電・エレクトロニクス関連企業を主な顧客とする一方、フォトリソ関連では生活者に向けて、DNPの独自ブランド製品を販売しています。またエネルギー関連では、市場が急拡大している太陽電池向けにバックシートや充填材を提供しています。

液晶テレビなどの薄型ディスプレイ市場の拡大にともない、各種光学フィルムの需要が高まっています。光学フィルムの高機能化と低価格化、および安定的な大量供給へのニーズは、今後も継続していくと予想されます。一方、フォトリソ市場は、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。写真プリントの需要は、全世界で年間約850億枚といわれ、そのうちの約4分の1を占めるデジタルフォトリソが成長を続けており、2010年には500億枚強になると見込まれています。また、化石燃料に代わるクリーンエネルギーとして注目されている太陽電池市場は、2012年に約4兆7千億円にまで成長するという見通しもあるなど、今後も拡大が見込まれています。

新興国などでの拡大が見込まれる薄型テレビやパソコン用モニターで、画面への光の映り込みを防止し画質を向上させる表面フィルムや、傷や汚れを防止する機能を持つタッチパネル向け表面フィルムなど、機能性光学フィルムを成長させていきます。

デジタルプリント市場においては、プリント速度や耐久性などに優れた昇華型熱転写記録材によるプリント方式が成長を維持すると予測されています。また、カメラ専門店や家電量販店、コンビニエンスストアなどに設置されているデジタルフォトリソ用のKIOSK端末での需要拡大もチャンスとなっています。

太陽電池部材については、パネルコストの削減や変換効率の向上に貢献するとともに、製造装置および電池の劣化を防ぎつつ、環境にも優しい製品の開発をビジネスチャンスとしていきます。

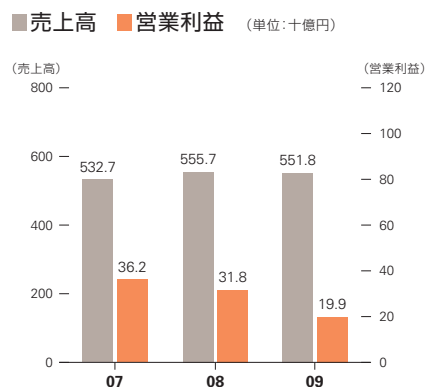
業績の概要

Financial Highlights

財務ハイライト

(単位: 十億円、%)

	2009.3	2008.3	2007.3
売上高	¥ 551.8	¥ 555.7	¥ 532.7
営業利益	19.9	31.8	36.2
営業利益率	3.6%	5.7%	6.8%



Business Environment

事業環境

米国の金融危機に端を発した景気後退の影響から、企業業績の低迷にともない雇用情勢も悪化しました。その結果、2008年度の国内個人消費は急激に落ち込み、年間を通した減少幅は前期比マイナス4.8%となりました。

一方、住宅着工戸数は、2008年度を通じて0.3%増と前年度の大幅な減少に歯止めがかかってきたものの、景気低迷による先行き不透明感などから年度後半からは減少傾向が続いています。

また、石化製品関連の原材料価格の上昇や、激しい受注競争による単価下落、フラットディスプレイ向け光学フィルムの需要の減少など、厳しい収益環境が続きました。

Summary of Financial Results

決算概要

当期の生活・産業部門は、包装関連は全般に堅調に推移しましたが、景気不安による住宅需要の低迷から、住空間マテリアル関連は2期連続で減少しました。また、産業資材関連では各種電池部材は好調に推移したものの、光学フィルム関連が大幅に減少し、部門全体の売上高は前期比39億70百万円、0.7%減少の5,518億21百万円となりました。

営業利益は、主力の反射防止フィルムの第3四半期以降の急激な受注の落ち込みや、円高による写真関連事業の収益性悪化から減少し、前期比119億47百万円、37.5%減の199億16百万円となりました。営業利益率も前期を2.1ポイント下回り、3.6%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34.5%、営業利益で36.5%です。

包装

包装関連は、PETボトル用の第一次成型物プリフォームが減少しましたが、軟包装材や紙器、紙カップが増加したほか、大型無菌充填システム*の販売が大幅に増加しました。一方、フィルムやレジンなどの原材料価格の値上がりの影響もありましたが、食品業界などで最終製品価格を値上げする動きもあり、包装製品の価格転嫁も比較的進展するなど、負担の軽減につながりました。この結果、売上高は前期比4%の増収となりました。

*無菌充填システム：

無菌充填とは、無菌環境の中で滅菌した包装材料に、滅菌した飲料や食品を充填すること。1976年にDNPが開発したポーシェンミルクが国産第1号です。1994年には、PETボトル入り清涼飲料の無菌充填システムラインを日本で初めて開発しました。その後、高速化やプリフォーム使用などの開発を進め、PETボトルの無菌充填システムにおける過去5年間での国内導入実績では約80%のシェアを獲得しています。

住空間マテリアル

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、非塩ビ壁紙に加えて床材でも増加し、フローリング材市場でのシェアが拡大しました。しかし、期後半からは住宅需要の低迷を受けて急激に需要が落ち込み、北米向けの家具用化粧板や自動車用内装材を含め、全般に売上が減少しました。この結果、当期の売上高は7%減となりました。

*EB (Electron Beam：電子線) コーティング技術：

電子線の照射により、塗工樹脂の原子を重合反応させて硬化させる技術です。ウレタンや紫外線硬化型樹脂に比べ、表面硬度の高い膜が得られます。この技術により、傷や汚れ、日光などに強く、高耐久で実用性能や品質安定性に優れた製品となります。製造工程での省エネルギー化やCO₂排出量削減、無溶剤塗工も可能な次世代型環境対応技術です。

オプトマテリアル／産業資材

オプトマテリアル／産業資材関連製品は、環境に対する社会の関心の高まりを背景として、太陽電池用バックシートや充填材などの各種電池用部材が大幅な増加を見せましたが、液晶ディスプレイ用反射防止フィルムやPDP（プラズマディスプレイパネル）用コントラスト向上フィルムなどの光学フィルムが大幅に減少しました。また、インクリボンも世界的な景気低迷を受けて、カラー、モノクロともに厳しい状況が続きました。この結果、売上高は前期比6%減少しました。

光学フィルムの主力製品である反射防止フィルムは、偏光板メーカーへの供給で約70%のシェアを獲得していますが、2008年8月以降、液晶パネルメーカーの急激な生産調整の影響を受け、偏光板メーカー各社からの受注減少が顕著となり、大幅な減少となりました。

インクリボンのうちカラーインクリボンは、銀塩方式から昇華型方式への変換期にあるフォトプリント市場において、業務用昇華型プリンターを採用するDPE店は増加傾向にありますが、デジタルカメラやカメラ付き携帯電話の販売台数が低迷し、デジタルフォトプリント市場全体の出力枚数が減少するなど厳しい状況が続きました。モノクロインクリボンは、ファクシミリ向けの製品が毎年大幅に減少しており、この傾向は今後も継続する見込みですが、一方でソニーケミカル&インフォメーションデバイス株式会社から譲渡を受けたバーコード事業が売上増加に寄与しています。

包装事業

■ブランド戦略の拠点「ヒューマンリサーチラボ」を開設

DNPは2009年2月、商品やサービスのブランドを生活者に適切に訴求する販売促進方法やパッケージデザインの調査・分析を行う「ヒューマンリサーチラボ」を開設しました。

生活者の価値観の多様化、製品情報の増加などにもとない、個々の商品やサービスのブランドメッセージを生活者に確実に伝達することが企業にとって一段と重要になってきました。ヒューマンリサーチラボは、生活者の消費行動における商品認知から選択、購買、使用までの心理や行動などを調査し、ブランドの価値が生活者に適切に伝わっているかどうかを独自の手法で数値化し、提案に活かしていくものです。一般の被験者が商品やサービスを体験する「テストルーム」、体験の状況を企業側が視察する「モニタールーム」を主な施設とし、被験者へのインタビュー、被験者の行動や視線の動きなどから、広告やパッケージデザインの効果を評価します。当施設により、パッケージデザインや店頭広告の開発体制を強化し、関連分野全体で2010年度までに15億円の売上を目指します。



ヒューマンリサーチラボの
モニタールーム

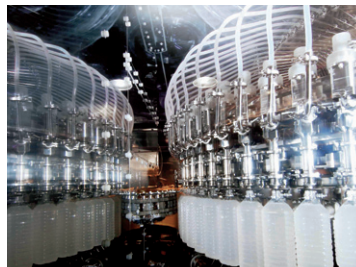
■業務用に最適な無菌充填システムを開発

DNPは、業務用の調味料やスープなどの1～5リットル(ℓ)の内容量に対応した液体用無菌充填システム「DynAsept-Deca(ダイナセプトデカ)」を開発し、2009年3月に販売を開始しました。

近年、少子高齢化や女性の社会進出などの社会情勢の変化にもとない、ライフスタイルが多様化しています。特に食生活において、調理済みの惣菜や弁当類の販売が好調に推移しており、これらの原材料や調味料に一斗缶(20ℓ)や1号缶(3ℓ)などの大容量で金属製の容器が多く使用されています。一方、ごみの減量化などの環境問題に対応し、風味や味の保持、食品の安心・安全に配慮するとともに、開封しやすく使い勝手の良い、比較的小さな容器を求める声が高まっています。ダイナセプトデカはこうした要望に応えるもので、常温かつ無菌の環境下で、液状の食材を容量1～5ℓのPET容器に充填するシステムです。

DNPは、1970年代にポーションミルク用の無菌充填システム

を開発して以来、食品用の無菌充填システムや、PETボトル飲料用無菌充填システムなどを開発してきました。こうしたノウハウを活かし、業務用として需要の多い分野に新システムを投入することにより、市場を拡大していきます。



PETボトル用無菌充填システム

オプトマテリアル事業

■世界最高レベルの硬度を持つディスプレイ用表面フィルム

近年、薄型化・小型化するパソコンやタッチパネル方式の端末を、モバイル機器として多様な環境下で利用したいというニーズが拡大しています。これらの機器には、外出先や屋外での使用や、タッチパネルの繰り返し使用の際などでも鮮明な画面を保持させるため、ディスプレイ表面を傷や汚れから保護するためのハードコートフィルムが貼られています。しかし従来のフィルムは、ディスプレイ画面に指先やペンで強く触れた時などに細かい傷が付きやすいという問題がありました。

DNPは、多様な材料に対応した製造プロセスの設計・開発で培ったクリーンコンバーティング技術を活かして、世界最高レベルの硬度を持つフラットディスプレイ用のハードコートフィルムを開発しました。このフィルムは傷が付きにくく、指紋や油などの汚れが付着しにくく、汚れが付いた場合でも拭き取りやすいという特長を持っています。高硬度が要求されるノートパソコンやタッチパネル方式のゲーム機、PDAなどの携帯端末向けに積極的に販売していきます。また、当フィルムの技術を、従来から販売している反射防止機能や防眩機能を持つ表面フィルムにも応用していく予定です。



左：従来のハードコートフィルム



右：新たに開発したハードコートフィルム

新製品・新サービス

■ガラス同等レベルの

有機デバイス用バリアフィルムを開発

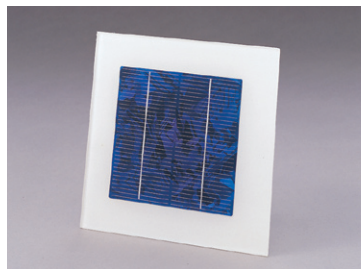
有機ELや有機薄膜太陽電池などの有機デバイスが、次世代の電子部材として期待を集めています。これらの有機デバイスは水分に弱く、基材には水蒸気の透過率が低いガラスなどの無機材料が使用されてきました。しかしガラスは、フィルム基材と比べて重く柔軟性に乏しいため、電子機器の薄型化や軽量化、フレキシブル化といった要望に対応するためには、高いバリア性能を持つフィルム基材が必要でした。

DNPはこの課題の解決に向け、水蒸気透過率 $10^{-7}\text{g}/\text{m}^2/\text{day}$ という高いバリア性を達成する樹脂フィルム基材の超バリアフィルムの開発に成功しました。製造工程のクリーン度向上、真空プロセスの精密な制御などにより、緻密で平滑なバリア層の形成を可能としました。DNPは今後このバリアフィルムの量産化技術の開発を進め、2013年度までに8億円の売上を目指します。

新事業分野の開拓

■新工場稼働など、太陽電池事業を本格展開

太陽電池は、石油や石炭などの石化燃料に代わるクリーンエネルギーとして注目されており、近年は年率30～40%で市場が拡大しています。DNPは1990年代後半から太陽電池部材の研究開発に取り組み、2003年にバックシートと充填材を開発しました。そして、市場の拡大に応じた生産能力増強のため、泉崎工場（福島県西白河郡）内に新工場を建設し、2009年1月にバックシートと充填材の生産を開始しました。今年度中に順次生産を増やし、年間1ギガワットの発電量に相当する太陽電池部材を供給する予定です。



太陽電池パネル

また、太陽電池事業の強化に向けて、営業、開発、製造の一貫体制としてエネルギーシステム事業部を2009年1月に発足させました。新事業部は、DNPが長年培ってきたコンバーティング技術を核として、バックシートと充填材の開発・製造・販売などを行い、クリーンエネルギー社会実現への貢献を目指します。

今後は、コーティングやラミネートの技術、材料技術や多層共押出技術などを活用して、太陽電池部材の高性能化と低コスト化を目指していきます。また、バックシートと充填材の両部材を製造している点を活かし、両部材の組み合わせや貼り合わせによる新製品の提供など、太陽電池パネルメーカーの合理化や品質の向上に寄与していきます。DNPは、日本、欧米、アジアなどへ積極的に展開し、2010年度には約120億円の売上を見込んでいます。

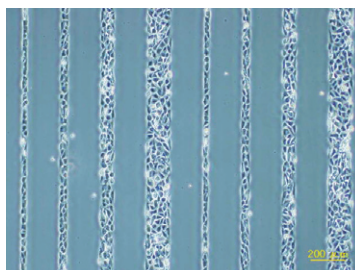
■国内で初めて細胞パターン培養基板

「CytoGraph™」を製品化

DNPのバイオマテリアル研究所と東京医科歯科大学は、印刷に使われるパターンニング技術を再生医療分野に応用する共同研究を進め、2004年に毛細血管の転写技術の確立に成功しました。この成果を活かし、2008年7月に、細胞をさまざまなパターンで安定的に培養できる基板「CytoGraph™（サイトグラフ）」の販売を開始しました。この製品は、印刷技術を活用して、基板のガラス表面に細胞が定着する領域と定着しない領域を任意のパターンで形成するものです。医療・研究機関などで使われる細胞培養用の基板として、日本で初めて製品化しました。この技術は、床ずれなどで損傷した皮膚の修復、歯周病の治療などにも効果を発揮すると見込まれています。

またDNPは、東京女子医科大学と早稲田大学の連携研究教育施設「TWIns」内に、最先端再生医療研究を行う拠点としてDNP研究室を開設しました。東京女子医科大学とは、2004年より、細胞シートを用いた再生医療の実用化に向けた研究を共同で進めています。細胞シート工学は、シャーレ上に均一に培養された細胞を、手術などで使用しやすいシートの形状のまま取り出す技術です。皮膚、角膜、歯根膜、心臓の筋肉など、シート状の細胞を貼り付けて患部を再生させる細胞シート工学の応用範囲は広く、期待が高まっています。

DNPは、印刷技術をライフサイエンス分野に応用し、Quality of Life（生活の質）の向上に寄与するビジネスモデルを構築していくことで、持続可能な社会への貢献と私たち自身の成長を実現していきます。



パターン状に培養した細胞の顕微鏡写真

エレクトロニクス 事業戦略

当部門は、微細加工技術など、世界最高水準にある印刷技術を発展させ、社会を支える多様な半導体製品やディスプレイ製品を提供しています。LSI 回路の原版であるフォトマスクや多層配線基板、液晶ディスプレイ用カラーフィルターなど、顧客企業のニーズに合致した製品を次々と開発し、市場の拡大とともに高い成長性を確保するDNPの成長ドライバーです。

Basic Strategies

基本戦略

私たちの生活は、テレビやパソコン、携帯電話などの情報機器をはじめ、家電製品を含む多様な電子機器の普及にともなって、より便利なものになってきました。電子機器は、常に新しい機能を付与しながらも、生活者が購入しやすい価格に設定することが重要です。こうしたニーズに応えるため、エレクトロニクス製品の開発・製造においても、高機能化と低価格化が主要なテーマとなっています。

DNPは、半世紀以上前の1958年にカラーテレビ用のシャドウマスクを日本で初めて開発し、1959年にはフォトマスクの開発に成功しました。以来、先端技術を磨き続けることで、常に業界をリードし、変化の激しい市場においても多くの製品で世界トップベンダーのポジションを確保してきました。先端技術の開発や最新設備の展開を積極的に実施するとともに、M&Aやアライアンスにより、事業展開のスピードアップを図っています。

技術開発重視

世界トップクラスの高度な技術力に支えられた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、新たな技術の開発に努めていきます。

変化への迅速な対応

最適な部材の供給、新技術のモジュール化なども視野に入れ、インプラントやバイプラントも含めた柔軟な生産体制の構築などを進めることで、急激に変化する市場や顧客のニーズに適切に対応し、事業の持続的な成長を図ります。

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十分検討しつつ、戦略製品に経営資源を重点配分して高い収益性の確保を目指します。

事業化のスピードアップ

市場ニーズの急速な変化に対応すべく、開発と事業展開のスピードを高めていきます。そのためにも、強みを持ったもの同士が常に協力し合うM&Aやアライアンスの可能性の検討も含めて、効率的な事業の拡大を目指します。

Major Policies

重点施策

製品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を構築する

DNPはこれまで、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できる「フルラインナップ体制」を採ると同時に、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きました。今後は、急激に変化する市場ニーズに迅速に対応できるよう、生産能力の増強と新技術・新製品の開発に、経営資源を重点的に配分していきます。

液晶ディスプレイ分野で予測される厳しい市況に対応するため、インクジェットを含め、カラーフィルター製造におけるコストダウン技術に磨きをかけ、徹底的に無駄を排除して収益体質を改善し、競争力を高めていきます。一方、液晶パネルメーカー各社の大型ラインの立ち上げに連携して、新製造拠点の整備を推進し、従来拠点と合わせて生産体制の全体最適化を図ります。

さらに研究開発を加速し、既存製品の高性能化やタッチパネル機能などの付加価値の向上を進め、コストダウンを図るとともに競争力を強化します。また有機ELディスプレイ向けのメタルマスクなど、次世代ディスプレイ関連の研究開発を進め、新製品分野での事業拡大に努めていきます。

収益性を重視したフレキシブルなビジネスモデル

液晶パネルの基板サイズが第8世代、第10世代へと大型化するにともない、カラーフィルターの製造においても、顧客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。

このうち、基板サイズ的大型化に対応し、顧客企業の工場に隣接するパイプラインや、顧客企業の製造ラインに直結するインプラントなどの手法で新拠点を建設する場合なども含め、投資に対する収益性（ROI）を十分考慮した対応を進めます。加えて、関連する企業との業務提携の推進、ロイヤリティビジネスの展開など、幅広い選択肢の中から、ROIを重視したビジネスモデルを適宜検討し、顧客企業の要望に柔軟に対応しながら事業を拡大していく方針です。

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、先端製品を中心として優れた品質に定評があり、半導体メーカーの内製を除き、世界のトップシェアを維持し続けています。その特長は、他社の追従を許さない高い技術開発力です。DNPのフォトマスク売上の約3分の2は線幅90nm以下の先端製品が占めており、45nm、65nmの最先端製品においても世界シェアの過半数を獲得しています。

イタリアのDNPフォトマスクヨーロッパに続いて、台湾の新竹サイエンスパークに新工場を建設し、量産を進めていく計画です。今後、顧客企業との連携を深め、共同開発の成果などを活かして、技術ロードマップに先行して32nm以降の開発と供給の体制を整備し、世界のトップシェアを堅持していきます。

電子デバイス事業では、新しい事業の柱の育成を図り、強い事業体質を構築

フォトマスクに加えて、LSI設計ビジネスの拡大、ハードディスクドライブ用部材、半導体パッケージ用部材、高密度ビルドアップ配線板、MEMS製品、燃料電池用部材など、微細加工技術をはじめとした印刷技術を応用し、幅広い製品の開発と拡販を積極的に進め、新しい事業の柱を育成していきます。なかでも、各種電子モジュールを今後の成長分野と位置づけ、経営資源を集中させていきます。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。

Strength

強み

- 微細加工技術、カラーマネジメント技術、パターンニング技術、フォトリソグラフィー技術など、印刷技術に裏付けられた世界最高レベルの技術力、そして新技術や新製品を独自に創造していく開発力。
- 精度が高く安定した品質を実現する品質管理技術。
- 高い製造力と開発力を支える一貫体制と総合的な組織力。
- 独自技術の開発や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力。
- さまざまな強みを組み合わせて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する柔軟な総合力。



電子デバイス事業

Operating Divisions

主要事業

50年前の1959年に、DNPの電子デバイス事業の取り組みはスタートしました。高精細なパターンニング技術やエッチング技術などを活かすことで、ガラス基板上に高精細な半導体回路パターンを形成したフォトマスクの開発に成功しました。1964年には、半導体製品の配線に使われるリードフレームの開発に成功し、その後、国内外のメーカーとの連携を深めることにより、電子機器になくてはならない多様な製品群を次々と提供してきました。また、ビルドアップ配線板やMEMS製品など、より微細な加工が求められる高密度かつ高機能な製品で強みを発揮しています。

Industrial Trends

市場トレンド

世界的な景気後退を受け、市場を牽引してきた自動車や携帯電話などの需要が低迷し、DRAMやNANDフラッシュなどメモリー製品の価格が急激に下がったため、2008年の世界の半導体市場は2.8%の減少となりました。2009年についても引き続き厳しい状況が予想され、回復までには時間がかかるという見通しもあり、今後は半導体メーカーなどを中心に、業界再編が進む可能性も指摘されています。

こうした状況において、業界をリードする半導体メーカーの多くは、競争力の維持に向け、回路線幅のさらなる微細化に取り組み、2009年からは45nmや32nmの最先端品の量産化が見込まれています。

一方、微細化にともなう投資負担の増大から、半導体メーカーのなかには自社開発および生産を断念し、台湾やシンガポールのファウンドリに開発や生産を委託する動きも加速しています。

Strategic Opportunities

戦略的チャンス

世界的な景気低迷の影響は大きいものの、大手半導体メーカーや台湾、シンガポールのファウンドリは今後も回路線幅の微細化を進める見込みです。製品別では、65nm製品の増加に加え、最先端の45nm製品の需要が本格的に拡大していくと見込まれています。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おり、今後、ArF液浸スキャナーの普及と32nm製品のフォトマスク需要の拡大をビジネスチャンスとしていきます。半導体メーカーの再編統合の動きとファウンドリへのアウトソーシング化への対応もポイントとなっています。

ディスプレイ製品事業

DNPのディスプレイ製品事業は、半世紀前の1958年に、ブラウン管テレビ用シャドウマスクの開発に成功してスタートしました。その後、市場の変遷とともに、メーカーの課題を解決するさまざまな製品を提供してきました。

現在、液晶ディスプレイ用カラーフィルターをはじめとして、ディスプレイ関連製品の開発・製造を広く手がけ、日本、韓国、中国、台湾など、世界を代表するメーカーに製品を提供しています。カラーフィルターについては、インプラントやバイプラントなど、顧客企業の生産設備との連携も深めています。また、有機ELディスプレイなど、次世代ディスプレイの開発にも積極的に取り組んでいます。

世界の液晶パネル市場は、メーカー各社の生産調整の影響を受け、2008年後半から急激に失速しました。金融危機にともなう世界的な景気後退の影響もあり、今後も薄型ディスプレイ市場全体の低迷が続く可能性が高いものの、地上波テレビ放送のデジタル化や製品価格の値下がりにもともなう需要拡大もあり、中長期的には市場成長が続くものと期待されています。

こうした状況のなか、液晶ディスプレイについては、大型化やモバイル化などの多様化が進んでいます。液晶テレビの主力製品が大型へシフトするにともない、比較的安価な初期投資で構築でき、製造段階におけるコスト競争力の高いインクジェット方式の導入がポイントになってきています。一方、フォトリソグラフィー方式の特長を活かした製品の展開も求められており、両方式に対応した開発力と製造能力の増強がますます重要となっています。

中小型の液晶ディスプレイでは、スマートフォンや携帯ゲーム機において、屋外でもはっきり見える視認性の向上が求められ、カーナビ用のモニターにおいて、広い視野角が求められています。また、次世代の薄型ディスプレイとして期待されている有機ELディスプレイの製品が市場に登場してきており、今後価格や動画対応における応答速度、大画面化、消費電力などの点について、液晶ディスプレイとの競争が激しくなるものと予想されます。

液晶ディスプレイ市場においては、製品の低価格化と、ガラス基板の大型化にともなう投資負担の増大が大きな経営課題となっています。そこで、優れた技術力とコスト競争力を保持し、顧客であるパネルメーカーの要望に柔軟に対応することができる体制を備えることによって、カラーフィルターメーカーとしてのビジネスチャンスを拡大していきます。

また今後は、有機ELディスプレイをはじめとした次世代ディスプレイの市場の拡大が予想されています。有機EL向けのカラーフィルターなどの部品供給、モジュール化したパネルの提供など次世代ディスプレイ向けのビジネスチャンスも拡大させていきます。さらに、通常RGB(赤・緑・青)の3色で構成されているカラーフィルターに、4色目を加えて色再現領域を大幅に広げる多色カラーフィルターや、カラーフィルターと位相差フィルム、偏光板の一体化製品など、高付加価値な製品の市場拡大もチャンスにつなげていきます。

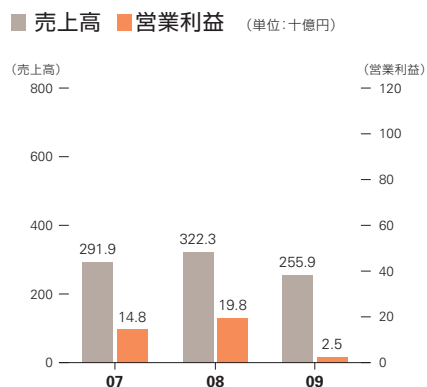
エレクトロニクス 業績の概要

Financial Highlights

財務ハイライト

(単位: 十億円、%)

	2009.3	2008.3	2007.3
売上高	¥ 255.9	¥ 322.3	¥ 291.9
営業利益	2.5	19.8	14.8
営業利益率	1.0%	6.1%	5.1%



Business Environment

事業環境

当部門の製品に関連した電子機器について、2008年の全世界における生産台数は、液晶テレビが前年比2,700万台増の1億600万台となったものの、伸び率は前年の75%増から34%増へと鈍化しました。パソコンは3億220万台で前年比10.9%増となり、前年の伸び率13%増から若干後退しました。携帯電話は11億8千万台と3年連続して10億台を維持しましたが、伸び率の鈍化は否めず、前年の12%増から3.5%増の小幅な伸びにとどまりました。各製品ともに年間合計では前年を上回りましたが、2008年10-12月の3ヵ月に限ると、液晶テレビを含めたテレビ全体で前年同期比5%減、携帯電話は同12.6%減とそれぞれ減少に転じ、液晶不況の傾向が顕著となりました。こうした状況は2009年に入っても続き、2009年1-3月の3ヵ月ではパソコンが前年同期比7.1%減、テレビも6%減となり、2008年度の市場環境は後半にかけて急速に悪化しました。

Summary of Financial Results

決算概要

当期の液晶ディスプレイ用カラーフィルターは、第2四半期までは堅調に推移しましたが、2008年9月以降はパネルメーカーの生産調整が月を追うごとに厳しさを増し、通期でも大幅な減少となりました。PDP（プラズマディスプレイパネル）用背面板は、販売先のパネルメーカーの生産中止の決定を受けて、2008年12月に製造を終了しました。半導体用フォトマスクについても、主要顧客である半導体メーカー各社の業績不振が顕著となり需要が急減し、前年を下回りました。

こうした急激な市況の悪化を受け、カラーフィルターやフォトマスクを中心に、生産拠点の集約や製造ラインの切り替えなど、受注環境の急激な変化にも迅速に対応できる体制への転換を進めました。また、製造設備などを将来キャッシュフローに基づいて再評価し、約487億円の減損を実施しました。

この結果、当期の売上高は、前期比663億37百万円、20.6%減の2,559億75百万円となりました。営業利益については、第3四半期以降に収益性が急激に悪化し、前期比172億41百万円、87.0%減の25億77百万円となりました。また、営業利益率も前期比5.1ポイント後退し、1.0%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16.0%、営業利益で4.7%です。

ディスプレイ製品

カラーフィルターは、第2四半期までは堅調に推移しましたが、第3四半期以降パネルメーカーの生産調整が世界中に拡大し、特に中国や台湾では70%もの大規模かつ長期間にわたる減産が実施されるなど、中小型サイズから第8世代までのすべての生産ラインで大きな影響を受けました。平均販売価格についても第2四半期までは安定的に推移しましたが、第3四半期以降は需要の落ち込みから価格ダウンの要請が強まり、前年同期比約15%の値下がりとなりました。

電子デバイス

フォトマスクは、半導体業界の業績不振に回復の兆しが見られず、新製品開発の延期や中止が相次いだほか、年間を通じた需要の減少や受注単価下落の影響もあり、大幅な落ち込みとなりました。

エッチング製品は、第2四半期まで、リードフレームが低調であったものの、サスペンションなどHDD（ハードディスクドライブ）向け部材は好調に推移しました。しかし、第3四半期以降は企業のIT投資抑制や個人消費の減退が顕著となり、需要は急速に減少しました。

高密度ビルドアップ配線板は、高機能化の進む携帯電話向けに、プリント配線板の小型化や高密度化に優れたDNP独自の製造技術であるB²it（ビー・スクエア・イット）*が市場で評価され、第2四半期までは好調に推移しました。しかし、主力の携帯電話向けのカメラモジュール需要が2008年11月以降急激に減速するなど、通期では大きく減少しました。

*B²it（ビー・スクエア・イット）：

ビルドアップ基板（絶縁層と配線層を積み上げて作成したプリント基板）で、スクリーン印刷により形成したバンパ（層間を電氣的に接続するための伝導性を持ったペースト）で層間接続（ビア接続）を行うDNPの独自技術。部品を実装できる領域が広く、全層にわたって自由に接続位置を配置できることから設計の自由度が高いなどの特長を持っています。

ディスプレイ製品事業

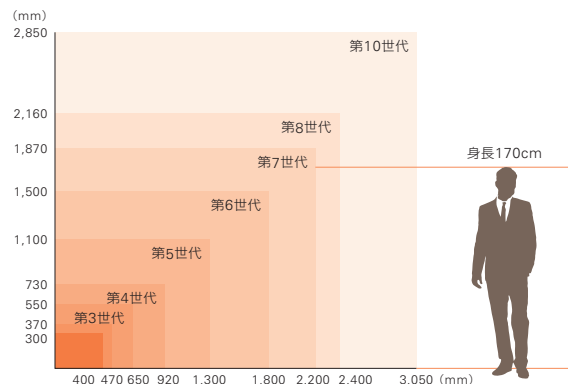
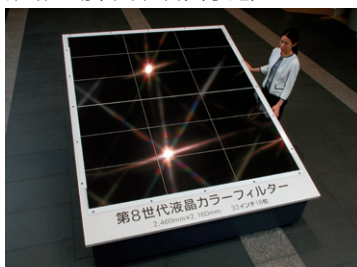
■大型カラーフィルターの世界最大の供給能力へ

近年、フラットパネルディスプレイ市場が拡大を続けており、なかでもブラウン管テレビからの置き換えや、パソコン、携帯端末などの需要増により、液晶ディスプレイの継続的な拡大が見込まれています。特に、大型の液晶ディスプレイの普及にともない、カラーフィルターの大型化も進んでいます。製造効率をあげるにはガラス基板の大型化が必要ですが、第8世代や第10世代では1辺が2m以上で、厚さ0.7mmほどのとても薄いガラスを破損させることなく、高い精度で大量生産する技術が必要です。DNPは、こうした製造ノウハウを確立し、高い品質の製品を供給し続けることによって、顧客企業の信頼を獲得しています。そして、液晶パネルメーカー各社との連携を強め、大型サイズ向けのカラーフィルターをメインターゲットとした生産能力の増強により、生産効率の向上と付加価値の創出を進め、拡大する市場に対応していきます。

2008年8月には、兵庫県姫路市での第8世代液晶カラーフィルターの新工場建設に着手しました。この新工場は、パナソニック株式会社と株式会社日立製作所の液晶パネル製造会社である株式会社IPSアルファテクノロジーが姫路市で建設を進めている新工場に併設されるもので、2010年夏に稼働する予定です。また、シャープ株式会社が大阪府堺市に建設中の工場内に、第10世代カラーフィルターの新工場建設を進めており、2009年秋の稼働を計画中です。これら両工場を合わせて、大型液晶パネル向けのカラーフィルターとして、世界最大の供給能力を目指します。

〔DNPのカラーフィルター事業拡大のあゆみ〕

1989年	久喜工場で事業スタート(第1世代)
1994年	大利根工場(第2～4世代)
2001～2004年	三原工場(第4.5～5世代)
2002年	黒崎工場(第3～4.5世代)
2005～2006年	黒崎工場(第6世代)
2006年	DNPカラーテクノ亀山(第8世代)
2008年	黒崎工場(第8世代)
2009年	堺工場(第10世代)(予定)
2010年	姫路工場(第8世代)(予定)



※液晶パネルメーカーによってサイズが異なります。

電子デバイス事業

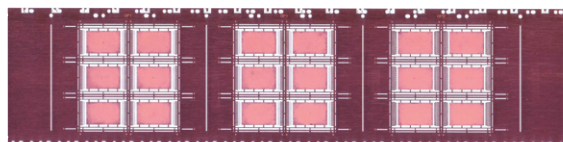
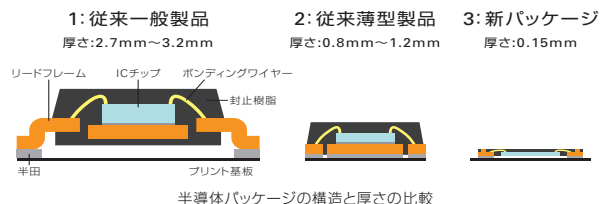
■薄くて小さい電子デバイスの開発でシェアを拡大

携帯電話、ノートパソコン、デジタルカメラ、カーナビゲーションシステムなどのデジタル機器では、高性能化とともに、薄型化・小型化のニーズが高まっており、半導体パッケージにおいてもさらなる小型化や薄型化、高密度化への要求が急速に高まっています。こうした要求に応えるため、DNPは独自技術を応用した薄くて小さい電子デバイスの開発を推進しており、2009年1月に2つの新製品を発表しました。

ひとつは、世界で最も薄い部品内蔵プリント基板です。ICチップやコンデンサなどの電子部品を一体化した部品内蔵プリント基板は、電子機器の小型化に大きく貢献するデバイスです。DNPは競合他社に先駆けて2006年4月から部品内蔵プリント基板の量産を開始し、2008年11月には生産累計1億個を突破するなど、この分野で業界をリードしています。今回の新製品は、DNP独自の製造技術であるB²it(ビー・スクエア・イト)を用い、基板材料や配線材などに改良を加えることで、厚さ0.45mmと、従来品に比べて30%以上の薄型化に成功しました。

もうひとつの新製品は、世界最薄の半導体パッケージ用リードフレームです。リードフレームは、ICチップなどの半導体パッケージの配線に使われる薄板の金属で、小型化・薄型化と高密度化の両立への対応が課題となっていました。今回開発した新製品は、リードフレームの上にICチップを載せる従来方式とは異なり、必要な配線部分のみを残してICチップを載せる部分を取り払い、凹型にエッチングした部分にICチップを埋め込む技術を確認しました。リードフレームだけでなく、ICチップや封止樹脂も極限まで薄くすることにより、従来の一般製品に比べ20分の1程度の

0.15mmという薄さを実現しました。DNPはこの製品について2008年7月に米国で特許を取得、国内でも現在特許を出願しており、2009年度に3億円の売上を目指します。



新パッケージ用リードフレーム

■印刷でフィルム基材に銅配線パターンを形成

DNPはマイクロ波関連装置を手がけるマイクロ電子株式会社と共同で、印刷によりPETフィルムなどの汎用プラスチック基材に、銅を用いて配線パターンを形成する技術を開発しました。

電子機器の多様化にともなって、PETフィルムなどの安価で柔軟な基材に電子回路を形成する技術が求められており、銀のナノ粒子を用いる手法がすでに開発されています。しかし、銀は高価な上、長時間使用すると絶縁不良が発生する欠点があります。一方、銀よりも安価な銅を用いる場合、配線パターンを印刷した後、300℃以上の高温で1時間程度焼結する必要がありました。今回の新技術はマイクロ波の利用によりこの問題を解決したもので、マイクロ波プラズマ照射で銅のナノ粒子を焼結することにより焼結温度を150℃前後に低減するとともに、焼結時間を数分以下に短縮しました。

新技術は電子回路のほかディスプレイや有機太陽電池にも応用可能で、DNPは2011年までの実用化を目指しています。

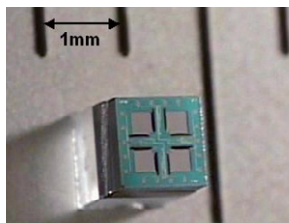
MEMS 事業

■バイオ、医療、創薬用マイクロ流路チップなどのMEMSを積極的に開発

DNPは、半導体フォトリソの製造で培った微細加工技術やシリコンの深掘り技術を活かし、基板上に微小な部品を集積化したデバイス「MEMS(メムス: Micro Electro Mechanical Systems)」「微小電子機械システム」の開発を進めています。2001年にMEMSの試作サービスを開始し、2007年には6インチおよび8インチウェハーに対応したMEMS専用量産開発ラインを完成させ、設計・試作から量産まで一貫したサービスを提供しています。DNPは自社製品を持たない国内唯一のMEMSファウンドリであり、中立性を保っていることを大きな強みとしてMEMS事業を推進しています。

このMEMSを医療の診断や研究に用いたマイクロ流路チップについて、東京大学の竹内昌治准教授の研究グループと共同で開発を進めており、2008年7月には計4種類のマイクロ流路パターンを設計・開発してラインナップに追加しました。マイクロ流路チップは、基板上に微細な流路を形成したもので、DNPの製品は有機材料より硬いシリコンを基材としているため変形しにくく、耐熱性が高いなどの利点を備えています。新しいラインナップは、マイクロメートルサイズの水と油の均一な微粒子を形成できるチップ、微小液滴を1個レベルで取り出せるチップなどで、細胞やタンパク質などの機能解析や医療用薬品、化学薬品の開発、製造に応用することが可能です。チップの製造に半導体製造用の局所クリーン化技術を採用することで、大きなサイズのチップでも高い歩留りを実現し、従来よりも低価格でチップを提供できるようになりました。

DNPは今後もMEMSの開発に力を注ぎ、この有望市場におけるシェアを拡大していきます。



MEMS製品





持続可能な発展に向けての取り組み

— CONTENTS

- 74 法と社会倫理の遵守
- 76 情報セキュリティ・個人情報保護への取り組み
- 78 知的財産管理への取り組み
- 79 研究開発への取り組み
- 80 製品安全への取り組み
- 80 ユニバーサルデザインへの取り組み
- 81 活力ある職場づくりへの取り組み
- 82 環境保全への取り組み
- 84 社会貢献活動への取り組み

法と社会倫理の遵守

誠実な企業であり続けるために

DNPグループは、これからも社会から信頼され、社会に貢献できる誠実な企業として歩み続けていくため、企業倫理の定着・浸透を怠ることなく、法と社会倫理を遵守した企業活動を続けていきます。

DNPグループの企業倫理活動は、**継続性・自主性・ポジティブ性**の3つのキーワードで表現することができます。

- 継続性 日常業務のなかに取り込み、日々取り組み続ける
- 自主性 他人事でなく、自らの問題として積極的に取り組む
- ポジティブ性 社会の信頼を得るため、企業にとって必須の活動として前向きに取り組む

この3つのキーワードは、DNPグループの企業倫理への取り組み姿勢を表しています。社員一人ひとりがこのように行動することで、DNPグループが一丸となって取り組む誠実な企業活動に結び付いていきます。

法と企業倫理の遵守への取り組み

- 1991年 企業倫理研修スタート
- 1992年 企業倫理行動委員会を設置
 DNPグループ行動憲章の制定
- 1993年 DNPグループ社員行動規準の制定
- 1994年 各グループ会社に企業倫理行動委員会を設置
- 1997年 自主点検制度を導入
- 1998年 DNPグループ社員行動規準の改訂
- 1999年 企業倫理行動委員会事務局長会議を開始
- 2002年 DNPグループ行動憲章の改訂
 オープンドア・ルームを設置
- 2003年 自律的企業倫理研修を導入
- 2004年 重点実施計画を導入
- 2005年 コンプライアンス評価制度を導入
 内部統制検討プロジェクトチーム発足
- 2006年 コンプライアンス管理基本規程を制定
 オープンドア・ルーム運用基準を制定
- 2007年 DNPグループ行動憲章および社員行動規準を見直し、
 「DNPグループ行動規範」として制定
- 2008年 海外グループ会社で自律的企業倫理研修を導入

企業倫理行動委員会

「DNPグループの推進組織として」

企業倫理行動委員会は、DNPグループにおける企業倫理の定着・浸透を推進する組織として1992年に設置され、本社各部を担当する役員によって構成されています。本社だけでなく業務執行部門にもそれぞれ設置されており、委員会の下には事務局が置かれ、グループ丸となった企業倫理への取り組みの推進役として活動しています。

目標管理評価制度

「一人ひとりの日常活動にするため」

DNPグループでは、企業倫理をグループ内にしっかり根付かせるためには、社員一人ひとりの積極的な参加が欠かせないと考え、目標管理評価制度のテーマのひとつに企業倫理を取り入れています。

法・ルール of 自主点検

法・ルール of 自主点検は、「自分の組織は自分で守る」を合言葉として、1997年から取り組んでいる点検活動です。本社各部が策定した点検項目を、業務執行部門が自ら点検・評価し、改善に取り組んでいます。

コンプライアンス評価制度

業務執行部門が、自ら点検し、改善活動を進める自主点検に対して、コンプライアンス評価制度は、本社主管部が業務執行部門を全グループ共通の指標で評価する制度として2005年から導入され、毎年2回定期的実施されています。

各部門のコンプライアンスの遵守状況とグループ内における自部門のレベルが客観的に分かる仕組みとなっており、その結果は経営執行会議に報告され、各部門はグループ内での自部門の達成度合いを認識した上で、改善に取り組んでいます。

企業倫理研修

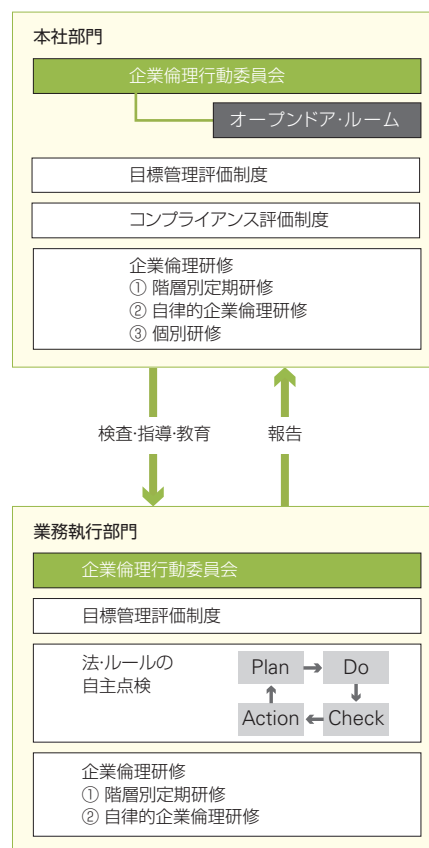
DNPグループでは、社員一人ひとりの意識の高さと正しい理解こそが、企業倫理の取り組みをより確かなものにできると信じています。そのため、さまざまな教育研修の場を設けて社員一人ひとりに企業倫理の大切さを訴え、社員自らが考え、行動することで企業倫理の定着・浸透を図っています。

DNPグループ相談・通報窓口

「オープンドア・ルーム」

オープンドア・ルームは、企業倫理に係る相談・通報の窓口として2002年に設置されました。その後、「DNPグループ オープンドア・ルーム運用規準」を制定し、相談・通報者が安心して相談・通報できる制度としました。あわせて、周知徹底にも努め、グループ内での認知度を高めた結果、現在では内部統制上、欠くことのできない重要な機能のひとつとなりました。

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・個人情報保護への取り組み

P&Iソリューションの推進において、個人情報や顧客からお預かりする情報などの情報資産の保護は当然の責務であると考えています。DNPグループは、情報セキュリティおよび個人情報保護を経営の最重要課題のひとつとして捉え、体制の強化や社員教育などを通じて、厳密な管理を維持・継続していきます。

情報管理の維持・継続と今後の展開

DNPは、個人情報保護方針に従って情報を適切に取り扱い、個人の権利・利益を保護しています。今後も引き続き、万全な個人情報保護体制と、情報セキュリティ全般にわたる厳密な管理の維持・継続に努めます。さらに、セキュリティ管理施策の策定、実施、課題の把握といったPDCAサイクルに全社員が取り組むことで、ITを活用した職場の省人化・効率化を図ります。また、それらのノウハウや技術をDNPが企業に提供するセキュリティソリューションにも活かしていきます。

個人情報保護への取り組み

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お預かりし、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、滅失又はき損の防止その他の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及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。

平成11年 12月1日制定
平成17年 2月1日改訂
平成18年 12月1日改訂

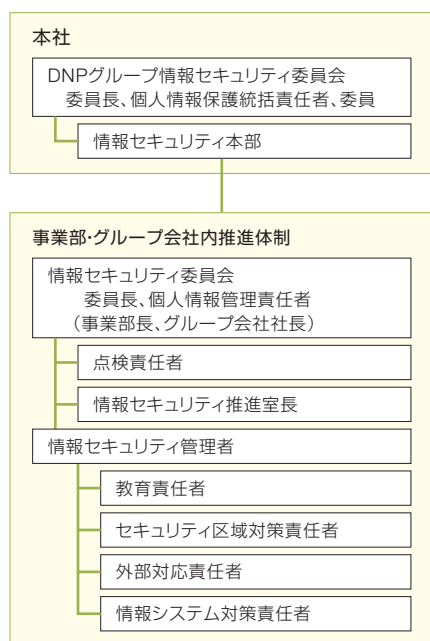
大日本印刷株式会社
代表取締役社長 北島 義俊

組織的対応

1. 体制の整備

1999年4月に個人情報保護事務局を設置し、以来内外の環境変化への対応と一層の情報セキュリティ施策の強化を図ってきました。現在の体制は、全社の統括組織として、本社にDNPグループ情報セキュリティ委員会、同委員会の下に情報セキュリティ本部を設置し、事業部・グループ会社の検査・指導を実施しています。さらに、事業主体となる事業部・グループ会社にも、それぞれに情報セキュリティ委員会を置き、委員長、個人情報管理責任者のもとに、教育、セキュリティ区域対策、情報システム対策など課題ごとの責任者や点検責任者を任命しています。

情報セキュリティ推進体制



2. 社内規程、ルールの整備

個人情報保護については、個人情報保護規程（1999年制定、2006年改訂）を整備しているほか、具体的な基準についてはDNPグループ内で共通ルールを制定しています。情報セキュリティについては、2002年に各種関連規程を見直し、新たな体系として情報セキュリティ基本方針（2002年制定）、情報セキュリティ基本規程（2002年制定、2005年改訂）を整備し、この下に、文書管理、コンピュータ利用、外部者立入り禁止区域など7つの基準を定めています。

3. 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。また、JISQ15001に適合し、適切な個人情報保護措置を講ずる体制を整備している事業者の認定制度であるプライバシーマークや、情報セキュリティ管理実施基準であるISO/IEC27001の取得を積極的に進めています。2008年7月には、大日本印刷は法人としてプライバシーマーク認証を取得しました。

人的対応

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。

物理的対応

2008年度は、ICカード社員証を利用したセキュリティゲートシステムを19拠点に新規導入し、これまでの導入拠点は営業所なども含む107拠点となりました。また、工場のセキュリティ体制の強化を目的に、三菱電機株式会社と共同で開発した国内初のフォークリフトの入退場管理システムを2009年度より順次導入する予定です。

技術的対応

1. 個人情報取り扱い部署での対策

電算処理室では、生体認証を導入した入退場管理による部外者侵入防止、監視カメラの設置による不正行為の牽制、ポケットの無い作業着着用によるデータ等の持ち出し防止、記憶媒体の書出し場所の分離、金属探知機を用いた検査などの対策を実施しています。

2. 情報の安全な受渡し

顧客との個人情報の受け渡しをネットワーク経由で安全に行うために、DNPで開発した認証処理システム「ジャンダルム」を運用しています。顧客とDNP双方で、ICカード内に格納された電子証明書により認証を行います。

知的財産管理への取り組み

知的財産推進体制

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、基盤研究というDNPの事業領域に即した「特許技術部門」と、知的財産の契約やリーガルサポートを行う「法規・契約部門」と、知的財産の関西以西を担当する「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の運営を行う「管理部門」の4部門から構成されています。

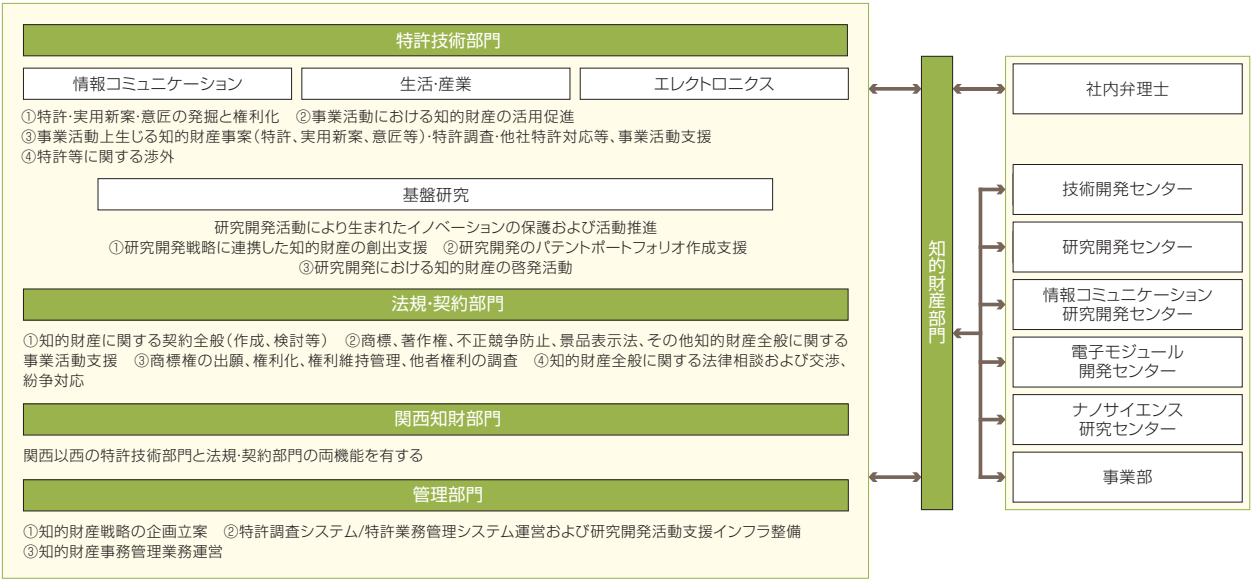
知的財産活動

P&Iソリューションの実現に向け、事業価値の高い知的財産を創出・育成し、さらに知的財産の「質」の向上を図っています。また、特許権などの知的財産の取得、保護管理に努めるとともに他者の知的財産に抵触することのないよう予防体制を整えています。

従業員に対しては、知的財産の教育・啓発を通じて知的財産法規を遵守する企業風土づくりを推進し、コンプライアンス体制の確立に取り組んでいます。

また、コスト意識を持ち、効果の最大化を考えて権利の取得、権利網の構築、自社のパテントポートフォリオの最大化に努めます。

推進体制



研究開発への取り組み

DNPの研究開発

DNPは、長年にわたって培ってきた印刷技術(PT)と情報技術(IT)を融合させて、顧客や生活者の課題を解決し、新たな価値の創出を目指しています。

市場動向や技術が大きく変化するなか、研究開発部門を中心に独自技術を発展させて、新たな「解決のタネ」を生み出し、より高度なソリューションを提供することで、顧客の信頼にこたえていきます。

創発的社会への貢献を高める研究開発

研究開発体制

研究開発体部門は、幅広い分野研究でソリューションのシーズを開発し、シーズからの事業化も視野に入れた体制を構築しています。

研究開発センター、ナノサイエンス研究センター、情報コミュニケーション研究開発センター、電子モジュール開発センター、技術開発センター、事業分野別研究所(包装、産業資材、住空間マテリアル、オプトマテリアル、情報記録材、ディスプレイ製品、電子デバイスの各研究所)を中心に各事業分野と連携し、新しい価値創造に向けた活動に注力しています。

		本社管轄					事業部管轄		
		開発支援	生産技術 設備開発	新製品・新技術の 研究開発			現行製品・技術の改良・改善 事業部の新製品・技術開発		
情報 コミュニケーション	出版印刷	研究開発 事業化推進本部	技術開発センター	研究開発センター	電子モジュール開発センター	ナノサイエンス研究センター	情報コミュニケーション研究開発センター	各事業部技術部門	
	商業印刷								
	IPS／ビジネスフォーム								
生活・産業	包装								
	産業資材								
	住空間マテリアル								
	オプトマテリアル								
	情報記録材								
エレクトロニクス	ディスプレイ製品								
	電子デバイス								
	エネルギーシステム								
新規事業分野		事業化プロジェクト							

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わる研究開発	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わる技術・製品・サービスの開発	
	ナノサイエンス研究センター	材料やプロセスにかかわ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わる技術・製品・サービスの研究開発	
事業部研究所	技術開発センター	生産技術開発にかかわる研究開発	中期(3年以内)
	包装研究所	包装技術、鮮度保持技術にかかわる研究開発	新製品開発 短期(1年以内)
	産業資材研究所	産業資材にかかわる研究開発	
	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	光学部材にかかわる研究開発	
	情報記録材研究所	各種記録材の研究開発	
	ディスプレイ製品研究所	各種ディスプレイデバイス、部品の研究開発	
	電子デバイス研究所	先端フォトマスク、実装部材、LSI設計にかかわる研究開発	

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。

この基本方針のもと、次の施策を実施しています。

1. 製品の安全性確保を最優先の課題として行動する。
2. 新製品の販売にあたっては、安全性評価を十分に実施する。
3. 安全性に関する生活者・顧客の情報の収集に努める。
4. 製品事故が発生した場合は、被害の拡大を防ぐため、情報の収集、グループ内外への伝達、製品回収などの対応を、迅速かつ適切に行う。

より高い安全性の確保

製品安全への取り組みは、継続性が重要です。年2回定期的に、製品安全確保の仕組みの点検やすべての製品群に対するリスク評価を実施しています。その結果をふまえ、製品の設計変更、製造プロセスの改善や仕組みの見直しを行い、より高い安全性確保を推進しています。

製品に含まれる化学物質管理については、国内の法律の遵守はもとより、「残留性有機汚染物質に関するストックホルム条約(POPs)」「米国化学物質規制法(TSCA)」や2007年からはじまった「欧州化学品規制(REACH)」などの規制をふまえ取り組んでいます。

また、製造物責任法(PL法)施行前の1994年からPL研修を実施。これに加え2000年度からは、受講対象を全社員に広げたネットワークラーニング(PCによる個別研修)を開始し、製品安全に対する従業員の啓発・教育を行っています。

ユニバーサルデザインへの 取り組み

DNPはユニバーサルデザインに一部の社員だけが取り組むのではなく、全社員が日々の業務のなかで実践することが重要だと考えています。2008年度は、製品やサービスにおけるユニバーサルデザインの実践を継続するとともに、その取り組みを加速するため全事業分野における「ユニバーサルデザイン宣言」を発表し、また、理解向上を図るための教育・啓発活動、外部機関との連携を推進しました。

事業におけるユニバーサルデザインの展開

DNPはこれまで、包装分野が中心となってユニバーサルデザインを推進してきました。パッケージは内容物の保護や情報の提供という基本的な機能に加えて、高齢者や障がいを持つ方にとっても識別しやすく、取り扱いやすいといった配慮が求められていたからです。2008年度はユニバーサルデザインの質的向上のため、製品の評価機能の充実を推進しています。

DNPの意志を伝える取り組み「ユニバーサルデザイン宣言」

ステークホルダーの方々にDNPの姿勢を理解していただくために、2008年10月にUD推進委員会委員長による「DNPグループ ユニバーサルデザイン宣言」を発表しました。この宣言は、創業以来の「誰もが読みやすく美しい文字へのこだわり」や「生活者一人ひとりにとって使いやすく、安心・安全で快適なモノづくりへのこだわり」を核に、顧客企業や生活者のニーズに応えていく意志を示しています。「DNPグループ ユニバーサルデザイン5原則」*1とともに、社員がユニバーサルデザインを実践するための指針となっています。

多くの人に知ってもらう取り組み 「ネットワークラーニング」「専用ウェブサイト」

社内にユニバーサルデザインの理解と浸透を図るために、基本知識のほか自社の製品情報をまとめたネットワークラーニング「ユニバーサルデザイン入門」を実施しました。

社外に対しては、DNPのユニバーサルデザインの取り組みを知ってもらうために、DNPのウェブサイト専用ページ*2を開設しました。サイトでは、ユニバーサルデザイン宣言や自社事例の情報発信などを行っています。また、2008年10月に開催された2008東京国際包装展(東京パック)をはじめ複数の展示会でDNPのユニバーサルデザインへの取り組みを紹介しています。

*1 DNPグループ ユニバーサルデザイン5原則(2007年制定 2008年公開)

- 原則-1 明確にする 情報を伝えたい相手の状況にあわせ、適切に表現する。
- 原則-2 直感的にする 使い方が容易にわかり、直感的に扱えるように設計する。
- 原則-3 柔軟にする 多様な使い手、使い方に対応できるように設計する。
- 原則-4 安全にする 使い方を間違えたとしても危険につながらないようにする。
- 原則-5 容易にする 楽な姿勢や弱い力で扱えるようにする。

*2 詳細情報:<http://www.dnp.co.jp/ud/>

活力ある職場づくりへの取り組み

人事労務施策についての方針

DNPグループの社員一人ひとりは、専門的な知識と技術を身につけ、自立した個として、「DNPグループ21世紀ビジョン」に掲げる「対話」を中核とした「行動指針」および「DNPグループ行動規範」に基づき行動し、事業ビジョンを実現するとともに、自らの成長と自己実現を図っていきます。

DNPは、社員一人ひとりが自立した個として、最大限に役割を果たし、自らの成長と自己実現を図ることができるよう、またその基盤となる創発的な企業風土を醸成するために、よりよい環境、仕組み、および組織を構築します。

オープンで公正な採用活動

DNP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、誰にでも機会を提供し、公平・公正に採用・選考を行っています。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、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。	2009年度採用者（単体） 事務系：187名（男122名、女65名） 技術系：241名（男183名、女58名）
中途採用	年齢制限を設けず、広くインターネットで募集。 また、募集職種の具体的な仕事内容を明確に公表。	2008年度採用者（単体） 31名
インターンシップ （グループ会社と共同実施）	実社会での活動を体験したいという学校や学生の希望に応えるため、仕事を体験できる場を提供。 なお、このインターンシップは採用とは直結しない仕組み。	2008年8～9月受入 43テーマ、85名

次世代育成支援

体制・仕組み	内容	実績
育児休業	・子どもが1歳直後の4月30日まで、または1歳6ヵ月まで取得が可能。 ・育休期間内であれば子ども1人につき2回まで取得可。	2008年度 取得者数 109名（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。	2009年3月現在インターネットプログラム 「wiwivw」登録者数 125名（単体） 2009年1月カンガルーの会参加者 東京56名 （うち男性12名）、大阪8名
re-work 制度	育児や介護のため、やむを得ず退職を選択した後、生活環境が変わったことで、再度経験を活かして働きたいという希望を持つ元従業員に対し、一定の要件のもと再雇用する制度。	2009年3月現在 登録者数 80名 2008年度 再雇用成立件数 0件

キャリアアップを支援する諸制度

制度	内容	実績
社内人材公募制度	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。必要な人材を確保したい募集部門と自己実現を図りたい社員とのマッチングが目的。	2008年度 募集人数90名、異動人数40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。	2008年度 1社 合同会社マイアースプロジェクト
資格取得奨励制度	業務に必要な専門知識や技術、資格の取得に挑戦し、取得できた社員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。 2008年度 745名（単体362名）修得
マイスター制度	モノづくりにおける貴重な職人的技能を持った製造技能職者を対象に、マイスターの称号を付与。製造業の原点に立ちかえり、職人的技能の継承の重要性を認識し、育成、評価、処遇するもの。マイスターは自部門だけでなくグループ全体に、自己が持つ優れた技能を伝承する役割も担っている。	2008年度 2名認定 2009年3月末までの累計認定49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処遇する。	2008年度 ・主席研究員 / 主席企画員 2008年度 0名認定、 2009年3月末までの累計認定16名 ・フェロー 2008年度 0名認定、2009年3月末までの累計認定1名
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調査して、会社のニーズに合致した場合、希望する職務や職場に異動となる。	2008年度 自己申告面談実施者302名中112名異動
社内留学制度	自分の仕事についてのスキル、知識向上のために、一定期間他の部署で経験を積み、原職場に復帰する制度。	2008年度 1名

環境保全への取り組み

DNPグループは、事業活動における環境負荷の低減のみならず、より環境負荷の少ない製品の開発と、環境への意識が高い企業や生活者の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、業界に先駆けて環境に対応する専門部署を発足させ、1993年にはDNPグループ独自の環境マネジメントシステム(EMS)を構築しました。2000年には「DNPグループ環境委員会」を組織し、温暖化防止、有害物質の削減、産業廃棄物の削減、環境配慮製品の販売促進などに積極的に取り組んでいます。

DNPグループ環境方針

DNPグループは、限られた地球資源のなかで持続的に経済社会を発展させ、循環型社会を形成していくために、環境法規の遵守はもとより、あらゆる事業活動において環境との関わりを認識し、環境への負荷を低減する。

1. DNPグループ各社は、環境方針を掲げ、目的および目標を定め、定期的に見直し、継続的改善および汚染の予防に努める。
2. 建物を建築するときや設備を開発、導入するときは、環境への影響について、事前に十分な調査、予測、評価を行い、環境保全に適正な配慮をする。また、再生可能エネルギーの利用などについて積極的に取り組む。
3. 製品を研究、開発、設計するときは、原材料の調達から生産、流通、使用、廃棄に至るまでの環境への影響、特に省エネ、省資源、有害物質の削減に配慮する。
4. 原材料、事務用品、備品等を購入するときは、天然資源の保護に有益であり、かつ、リサイクルしやすい物品を選択する。
5. 製品を製造するときは、環境法規を遵守することはもとより、さらに高い目標を掲げて、大気、水域、土壌への汚染物質の排出を減少させるとともに、悪臭、騒音、振動、地盤沈下の原因をつくりださないよう細心の注意を払う。また、地球温暖化防止、省資源、産業廃棄物の削減を図るため、設備、技術、生産工程を改善する。
6. 事業活動に伴って排出される不要物は、まず、決められた基準で分別回収し、ゼロエミッション（廃棄物ゼロ）を目指して可能な限りリサイクルを推進する。

環境配慮製品の開発・販売

DNPグループでは、製品のライフサイクルを通じて、環境負荷を低減するという視点から「環境配慮製品の開発指針」を定め、設計段階から環境に配慮した製品づくりを行っています。持続可能な社会の実現のために、事業分野ごとに製品の環境負荷低減などのソリューションを提供していきます。

2008年度の環境配慮製品の販売額は、3,081億円(2007年度3,154億円)でした。PET-Gカード(非塩ビ素材「PET-G」を使用したカード)、FSC森林認証紙(環境に配慮して適切に管理された森林から産出された木材を用いて製造されていることが認証された紙)を使用した印刷物などの販売が伸びました。

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、事業活動に見合った環境目標を設定し、着実に成果をあげています。下の図に、DNPグループ環境委員会で決定した2008年度の目標とその成果を示します。

テーマ	目標	実績
温暖化防止	温室効果ガス排出量を2020年度までに、2005年度比で10%削減する。	2005年度比5.3%削減（目標達成）
	CO ₂ 排出量原単位（CO ₂ 排出量／生産量）を2010年度までに、1990年度比で15%削減する。	1990年度比 2.0%増加
輸送環境負荷削減	輸送用燃料使用量原単位を毎年1%削減し、2010年度までに、2006年度比で4%削減する。	2006年度比 14.4%削減（目標達成）
VOC	すべての揮発性有機化合物の大気排出量をDNPグループ全体で2008年度までに、2002年度比で70%削減する。	2002年度比50.4%削減
産業廃棄物削減	廃棄物排出量原単位（廃棄物排出量／生産高）を2010年度までに、2000年度比で50%削減する。	2000年度比 46.8%削減（目標達成）
	不要物発生率（不要物発生量／材料総投入量）を全サイトで毎年3%改善し、2010年度までに、2000年度比で35%削減する。	2000年度比 24.3%削減
	主要原材料に起因する不要物の処理におけるリサイクル率（リサイクル量／不要物総発生量）98%を2010年度までに達成する。	2008年度 リサイクル率 紙：99.8%・金属くず：99.3%（目標達成） 廃プラスチック：95.9%、ガラスくず：65.1%
	ゼロエミッションを2010年度までに、DNPグループ全体で達成する。	2008年度 最終処分場利用率 1.3%（目標達成）
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、2010年度までに、3,000億円を達成する。	2008年度 環境配慮製品売上高 3,081億円（目標達成）
グリーン購入	原材料購入額に占める当社グリーン購入基準該当品の購入比率を2010年度までに、40%までアップする。	2008年度 グリーン材料購入比率 42.5%（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2010年度までに、50%までアップする。	2008年度グリーン資材購入比率 48.2%（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。	2008年度目標（自主基準）達成率 93%（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。	2008年度目標（自主基準）達成率 93%（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。	2008年度目標（自主基準）達成率 93%（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。	2008年度目標（自主基準）達成率 65%
	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。	2008年度目標（自主基準）達成率 100%（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。	2008年度古紙分別回収率 73.1%（目標達成）
環境マネジメントシステム	全サイトでエコ監査を実施する。	2008年度全サイトで実施（目標達成）

社会貢献活動への取り組み

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創造技術と位置づけ、グラフィックアート分野を中心に、独自の文化活動を推進しています。

グラフィックデザイン、グラフィックアートの拠点

ggg、ddd ギャラリー、CCGA

DNPは、1986年3月に日本初のグラフィックデザイン専門ギャラリー、ggg（ギンザ・グラフィック・ギャラリー）を開設しました。以来20余年にわたり、国内外の優れた作品・作家を紹介する独自の展覧会を毎月開催しています。また大阪にはdddギャラリーを1991年に、福島・須賀川には1995年にCCGA（現代グラフィックアートセンター）を開設しました。3拠点での展覧会に今年度は82,500名、これまでの累計では124.5万名の方々に来場いただきました。

またgggとdddにおいては、展覧会出展作家によるギャラリートークを開催。第一線で活躍するデザイナーやアートディレクターの話に、社会人や学生の方々が熱心に聞き入っています。

こうした活動をより公共的で継続的なものとすべく、DNP創立130周年記念事業の一環として、2008年7月「財団法人DNP文化振興財団」を設立しました。今後は、従来の展示事業はもとより、アーカイブ事業、教育・普及事業、国際交流事業、研究助成事業などを通じ、活動の一層の充実を図っていきます。



ギンザ・グラフィック・ギャラリー
www.dnp.co.jp/gallery/ggg/

1986年設立

展覧会: 12回

年間入場者: 65,000名

累計入場者: 936,000名



dddギャラリー
www.dnp.co.jp/gallery/ddd/

1991年設立

展覧会: 8回

年間入場者: 15,000名

累計入場者: 245,000名



現代グラフィックアートセンター
www.dnp.co.jp/gallery/ccga/

1995年設立

展覧会: 3回

年間入場者: 2,500名

累計入場者: 64,000名

フランス文化の情報発信基地

● ● ● MAISON des
● ● ● MUSÉES de
● ● ● FRANCE
「メゾン・デ・ミュゼ・ド・
フランス (MMF)」
http://www.museesdefrance.org

来場者にフランスの美術館や展覧会に関する情報を提供する施設として「メゾン・デ・ミュゼ・ド・フランス (MMF)」があります。各種セミナーの開催他、「インフォメーション・センター」では、資料閲覧はもとより専門スタッフによるアドバイスや調査のお手伝いも実施しています。年間2,000名の方が書斎感覚で訪れるこの場所は、大人の学びの場として、新しい銀座の名所となりつつあります。



インフォメーション・センター

講演会回数: 14回

参加者数: 330名

お問い合わせ: 03-3574-2382



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

DNP Museum Information Japan アーツスケープ

日本語版: http://artscape.jp/
インターナショナル(英語版): http://www.dnp.co.jp/artscape/eng/

アーツスケープは、美術ファンにはお馴染みのサイト。1995年に開設した「Museum Information Japan」が前身で、日本の美術館や展覧会などの情報を2回/月配信しています。2006年に開設した「artscape international(英語版)」は日本語版の翻訳だけでなく、各国の研究者や評論家の視点からみた日本の美術館や展覧会など独自の情報もあわせ、1回/月配信しています。



アートを通じた、さまざまな出会いや交流

LOUVRE-DNP「ルーヴル - DNP ミュージアムラボ」

MUSEUM LAB <http://www.museumlab.jp/>

「美術作品の新しい鑑賞方法の提案」をテーマに、2006年10月オープンしたフランス・ルーヴル美術館とDNPとの共同プロジェクト『ルーヴル-DNPミュージアムラボ』。2008年度は2回の展覧会を開催し、12,000名のお客様に、ルーヴル美術館所蔵の作品をDNPの最先端の映像・通信技術を通じて鑑賞・体験いただきました。またセミナーや映画会などでも2,640名の方が参加されました。日本、フランスの教育機関にも好評で、授業の一環としてご利用いただいています。一方、海外の専門機関からはフランス・ポンピドゥーセンター、アメリカ・ボストン美術館、ドイツ・ノイエ・ザムルング美術館などのミュージアム関係者の視察が相次ぎ、新しい美術鑑賞のありかたを巡って知見を交換しました。

展覧会数: 2回
年間入場者数: 12,000名
イベント回数: 64回
参加者数: 2,640名
お問合せ:03-5435-0880



第5回展覧風景



リセ・フランコ・ジャポネ・東京の生徒たちの観覧

キッズニア東京&キッズニア甲子園

DNPパビリオン「印刷工房」

キッズニアは、子どもたちがあこがれの仕事にチャレンジでき、楽しみながら社会のしくみを学べる「エデュテインメントタウン」です。体験を通じて、子どもたちに社会学習の場を提供する日本初の施設として、2006年10月に東京都江東区豊洲に「キッズニア東京」、2009年3月には兵庫県西宮市甲子園に「キッズニア甲子園」を、それぞれオープンしました。DNPは、この2つのキッズニアのオフィシャルスポンサーとして「印刷工房」パビリオンを出展しています。

東京では、エコロジーなどのテーマで、メッセージや写真・イラストをパソコンでレイアウトするグラフィックデザイナーの仕事を通じて、「情報を伝えること」の難しさや楽しさの体験ができます。プリントアウトしたポスターは持ち帰ることができます。一方、甲子園では、パソコン、活字（ゴム製のレプリカ）と活版印刷機により「印刷技術の豊かな表現力」を伝える仕事として印刷技師を体験できます。パソコンでデザインし、ポストカードにゴム活字と樹脂版を使って文字や模様を自分自身で印刷する仕事です。

DNPは、印刷で培った技術やノウハウ、印刷の表現力やモノづくりの面白さを伝え、子どもたちの未来への可能性を拓くお手伝いをする事で、社会に広く貢献していきます。



【キッズニア東京】

東京都江東区豊洲2-4-9
アーバンドック ららぽーと豊洲 ノースポート3F

営業時間(1部2部完全入替え制): 第1部 9:00-15:00/第2部 16:00-21:00
お問い合わせ:キッズニア東京インフォメーションセンター0570-06-4646



【キッズニア甲子園】

兵庫県西宮市甲子園八番町1-100 ららぽーと甲子園

営業時間(1部2部完全入替え制): 第1部 9:00-15:00/第2部 16:00-21:00
お問い合わせ:キッズニア甲子園インフォメーションセンター0570-06-4343

【DNPパビリオン「印刷工房」情報】 <http://www.dnp.co.jp/kidzania/>

【キッズニア オフィシャルサイト】 <http://www.kidzania.jp/>

吾輩

は猫で

ある。

名前

は

(第

一)

コーポレート・ガバナンス

(1) コーポレート・ガバナンスの状況

■コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

DNPは、「21世紀ビジョン」において「21世紀の創発的な社会に貢献する」ことを経営理念として掲げており、21世紀にふさわしい創発的な企業として、社会的責任（CSR）を果たし、株主や顧客、生活者、社員などさまざまなステークホルダーから信頼されることが、今後の事業競争力の向上に不可欠であると認識しています。そのためには、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、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。

■コーポレート・ガバナンスに関する施策の実施状況

①機関の内容

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

DNPは、経営環境の変化に対応して、最適な経営体制を機動的に構築するとともに、事業年度における経営責任をより一層明確にし、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。

取締役会は、社外取締役1名を含む25名から構成され、原則として月1回開催し、「取締役会規則」に基づきその

適切な運営を確保するとともに、取締役は相互に職務の執行を監督しています。なお、取締役及び役員は、月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。また、経営活動の迅速性及び効率性を高めるため、専務以上の取締役で構成する経営会議を設置し、原則として月1回開催し、経営方針、経営戦略及び経営上の重要な案件等について検討・審議しています。

DNPは監査役会設置会社であり、監査役会は、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、指導しています。また、監査室（人員：19名）が、「内部監査規程」に基づき会計監査・業務監査を実施し、監査役及び会計監査人へ実施状況を報告することで、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、以下のとおりです。

●業務を執行した公認会計士の氏名（継続監査年数）

代表社員・業務執行社員

笹山 淳（7年）、細屋 多一郎（2年）

業務執行社員

寺田 一彦（2年）、志磨 純子（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 9名、会計士補等 5名、その他 2名

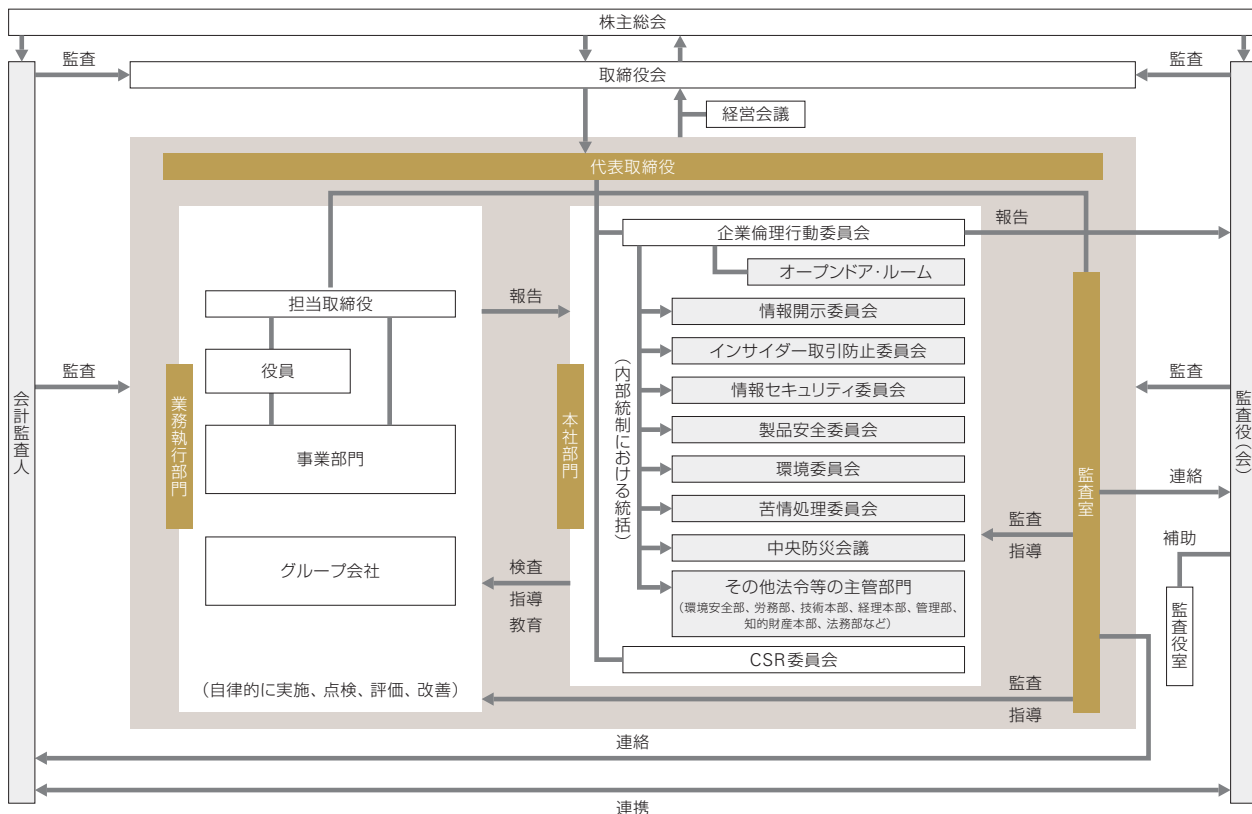
③リスク管理体制の整備の状況

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きます。

④その他のコーポレート・ガバナンスに関する実施状況

2007年10月、「DNPグループ行動憲章」と「大日本印刷グループ社員行動規準」の内容を拡充して「DNPグループ行動規範」として制定し、社会の繁栄と着実な発展への寄与、公平・公正な企業活動、地球環境の保全、社会貢献、自由闊達な企業文化の確立など、DNPグループ社員の行動の規範と具体的な行動の指針を定めています。その中に、反社会的勢力との企業活動を行わないことはもとより、創発的な企業として社会的責任（CSR）を果たし、株主や顧客、生活者、社員などさまざまなステークホルダーを尊重し、信頼を得られるよう行動していくことを規定しています。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2009」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。

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



⑥ 役員報酬の内容

DNPの取締役及び監査役に対する当事業年度に係る報酬内容は下記のとおりです。

区 分	人 数 (名)	報酬等の額 (百万円)
取締役 (うち社外取締役)	28 (1)	1,921 (26)
監査役 (うち社外監査役)	5 (3)	144 (65)
計	33	2,066

(注) 1. 上記金額には、当事業年度における役員賞与引当金繰入額(取締役180百万円)が含まれています。
2. 上記金額の他に、使用人兼務取締役の使用人分給与17百万円が支給されています。
3. 当期末現在の人員は、取締役25名、監査役5名です。

⑦ 社外取締役及び社外監査役とDNPとの関係

DNPと人的関係、資本的关系、又は取引関係その他の利害関係はありません。

なお、DNPの社外取締役である塚田忠夫は、DNP株式2千株、社外監査役である湯澤清は、DNP株式2千株、社外監査役である根来泰周は、DNP株式3千株を各々保有しています。

(2) 監査報酬の内容等

① 監査公認会計士等に対する報酬の内容

(単位:百万円)

区 分	前連結会計年度		当連結会計年度	
	監査証明業務に 基づく報酬	非監査業務に 基づく報酬	監査証明業務に 基づく報酬	非監査業務に 基づく報酬
提出会社	—	—	91	—
連結子会社	—	—	92	—
計	—	—	183	—

② その他重要な報酬の内容

該当事項はありません。

③ 監査公認会計士等の提出会社に対する非監査業務の内容

該当事項はありません。

④ 監査報酬の決定方針

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

(3) 会社のコーポレート・ガバナンスの充実に 向けた取り組み

DNPは、会社法及び会社法施行規則に基づき、2006年5月10日の取締役会においてDNPの業務の適正を確保するための体制の整備を決議しましたが、その後の整備状況を踏まえ、2007年11月15日の取締役会決議により、以下のとおり改訂しました。

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

- 創業130年の節目に「DNPグループ21世紀ビジョン」の考察を深めたのを機に、DNPグループ全社員(取締役を含む)の行動規範として定めていた「DNPグループ行動憲章」及び「大日本印刷グループ社員行動規準」を見直し、内容を拡充させ、新たに「DNPグループ行動規範」として制定して全社員に配布するとともに、研修等を通じてその徹底を図る。
- 取締役会は、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する。また、DNPと利害関係を有しない社外取締役を選任することにより、取締役の職務執行の適法性を牽制する機能を確保する。さらに業務執行取締役は、役員を含む各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。
なお、DNPは監査役会設置会社であり、社外監査役を含む各監査役は、取締役の職務執行について、監査役会の定める監査基準及び分担に従い、監査を実施する。
- 本社各部門の担当取締役で構成する企業倫理行動委員会は、「DNPグループ・コンプライアンス管理基本規程」に基づき、DNP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を統括する。
- 情報開示委員会、インサイダー取引防止委員会、情報セキュリティ委員会、製品安全委員会、環境委員会、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門は、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、他の部門及び各グループ会社に対し検査・指導・教育を行う。
- 各部門の長は、「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。

- ⑥ 監査室は、「内部監査規程」に基づき、業務執行部門から独立した立場で、各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及び指導を行う。
- ⑦ 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

- ① コンプライアンス、環境、災害、製品安全、インサイダー取引及び輸出管理等の経営に重要な影響を及ぼすリスクの管理については、企業倫理行動委員会、各専門の委員会その他の本社各部門において、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。
- ② 情報セキュリティについては、情報セキュリティ委員会を中心に、個人情報管理体制を総点検し、情報セキュリティ本部の設置及び増員、規程・ルール拡充・見直し、研修内容の拡充、生体認証による入退場管理、監視カメラの増設、作業員の極少化等の情報管理強化策を講じ、継続的にそのリスク管理に取り組む。
- ③ 財務報告に係るリスク管理（財務報告の信頼性を確保するための内部統制の整備・運用）については、会計監査人と必要な調整を図りつつ、企業倫理行動委員会の統括のもと、公表された内部統制の整備・評価基準等に準拠し、連結財務報告に重要な影響を及ぼす業務プロセス（販売、生産、購買、資産管理、決算業務等）及び関係部門（連結子会社を含む）を適切に識別・選定し、関連業務管理規程、手順書、点検表等の文書化を推進するとともに、評価対象部門における業務の自己点検及び内部監査報告を通じ、当該内部統制の有効性を適時適切に評価・公表しうる体制を構築する。
- ④ 企業倫理行動委員会の統括のもと、定期的にリスクの棚卸しを行い、経営に重要な影響を及ぼす新たなリスクについては、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の基礎として、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、専務以上の取締役からなる経営会議を原則として月1回開催し、経営上の重要な案件について検討・審議を行うとともに、取締役間における経営情報の共有化を図るため、経営執行会議を月1回開催する。
- 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。また、業務執行取締役は、役員へ適切な権限委譲を実施することにより、業務執行の効率化を図る。

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、各専門の委員会議事録、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. 株式会社並びにその親会社及び子会社から成る企業集団における業務の適正を確保するための体制

- ① DNP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）が「DNPグループ行動規範」に則って行動すべく、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 監査室、企業倫理行動委員会、各専門の委員会その他の本社各部門は、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. 監査役の職務を補助すべき使用人に関する体制と当該使用人の取締役からの独立性に関する事項

- 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。
- ② 監査役室スタッフは、監査役の指揮命令の下にその職務を執行する。なお、当該スタッフの人事考課、異動、懲戒については、監査役会の同意を得る。

7. 取締役及び使用人が監査役に報告をするための体制その他の監査役への報告に関する体制及び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 監査役は、必要に応じて、いつでも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ることができるものとし、DNPグループの取締役及び使用人は、当該報告を求められた場合は、速やかに報告を行う。
- ② 取締役は、法令に違反する事実その他会社に著しい損害を与える恐れのある事実を発見したときは、監査役に対して当該事実を速やかに報告する。
- ③ 監査室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。
- ④ 代表取締役社長は、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と社外取締役および社外監査役は、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25名以内と定めています。

(6) 取締役の選任の決議要件

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

(7) 株主総会決議事項を取締役会で決議することができることとした事項

① 自己の株式の取得

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

② 取締役の責任免除

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

③ 監査役の責任免除

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

④ 中間配当

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

(8) 株主総会の特別決議要件

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

行動指針と行動規範

DNPは、事業ビジョンである“P&Iソリューション”の実現に向けて、私たちがとるべき行動のあり方を示す行動指針を定めています。また、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「DNPグループ行動規範」を制定しています。

私たちは顧客企業や生活者との「対話」を重視しており、まずは相手の話を聞くことからはじめ、共通の理解を生み、課題を明確にして解決に至るまで「対話」を繰り返していきます。そして、新たな価値の創造を通じて、社会に貢献していくことを目指していきます。

Guiding Principles

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・得意先の希望や夢、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、社内外のさまざまな人と「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、相互の価値観と役割を認め合いながら協働し、顧客の満足を得るソリューションを提案します。

3. 困難な課題にも果敢に「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、その課題に積極果敢に挑戦し、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 Group Code of Conduct

DNPグループ行動規範

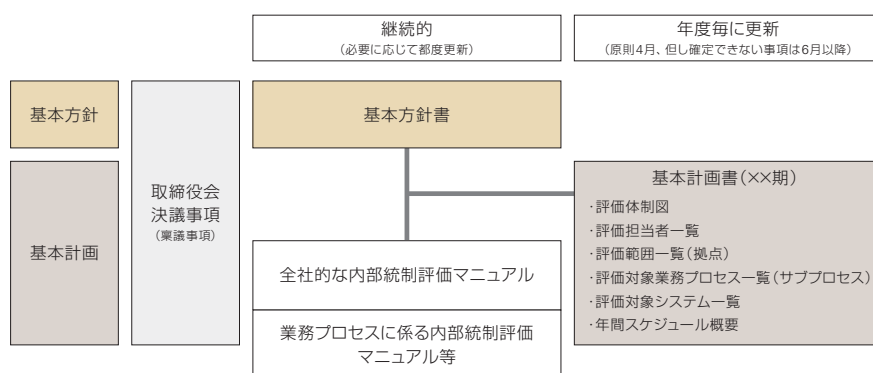
1. 社会の発展への貢献
 1. 企業市民としての社会貢献
 1. 法令と社会倫理の遵守
 1. 人類の尊厳と多様性の尊重
 1. 環境保全と循環型社会の実現
 1. ユニバーサル社会の実現
 1. 製品・サービスの安全性と品質の確保
 1. 情報セキュリティの確保
 1. 情報の適正な開示
 1. 安全で活力ある職場の実現

内部統制

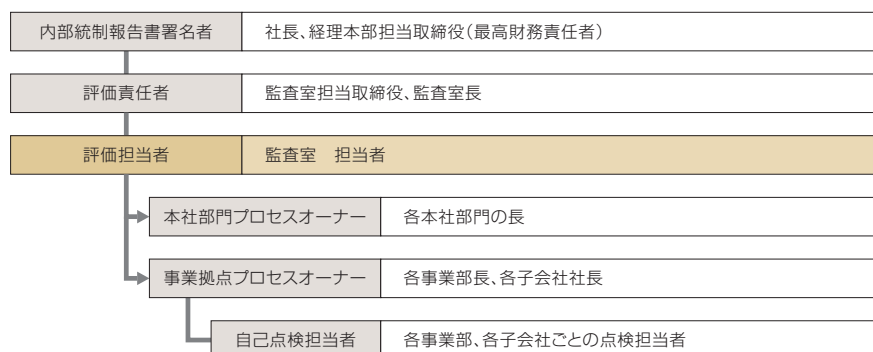
内部統制報告制度への対応

DNPは、金融商品取引法により法制化された「内部統制報告制度」（財務報告に係る内部統制の経営者評価及び外部監査の制度）への対応を重視し、当該制度が目的とする有価証券報告書等の利用者（ステークホルダー）への説明責任を果たすとともに、グループ経営基盤を一層強化するために、準備年度から現在に至るまで継続して、外部監査人との協議、グループベースでの内部統制の文書化、内部統制の自己評価、独立的評価、発見された不備の改善、経営者への報告等を実施しています。

内部統制に関する方針・体制・計画等の策定

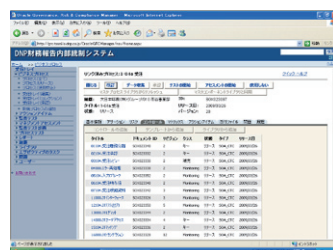


金融庁内部統制実施基準等に従い、当社としての評価方針・手続、評価体制、評価範囲、評価スケジュール等を定めた基本方針・計画書・各種マニュアル等を策定しています。



経営者を関与させた評価体制を定めています。評価にあたっては、広範な評価範囲への対応、内部統制の改善促進のため、被評価部門自身による自己評価（CSA）を積極的に活用しています。

内部統制の評価ツールの整備



内部統制の適切かつ効率的な評価に役立てるため、専用の情報システムを活用し、内部統制の評価に関する大量の情報をデータベース化して管理しています。

※写真は日本オラクル(株) Oracle GRC Manager リリース7.7.1の画面です。

当社経営者による内部統制の評価範囲、基準、手続及び評価結果等の表明は、「内部統制報告書」（評価基準日：2009年3月31日）に記載し、第115期有価証券報告書とともに、情報開示委員会及び取締役会の承認を経て、6月26日付で関東財務局長宛提出しています。

上記「内部統制報告書」の内容については、こちらをご覧ください ▶ <http://www.dnp.co.jp/ir>

取締役・監査役および役員

(2009年6月26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

北 島 義 斉

専務取締役

波木井 光彦

土 田 修

吉 野 晃 臣

黒田 雄次郎

和 田 正 彦

常務取締役

広 木 一 正

森 野 鉄 治

戸 井 田 孝

柏 原 茂

秋 重 邦 和

野 口 賢 治

永 野 義 昭

北 島 元 治

清 水 孝 夫

取締役

小 槇 達 男

横 溝 彰

野 坂 良 樹

塚 田 正 樹

墓 田 栄

塚 田 忠 夫 (社外取締役)

常勤監査役

中 村 憲 昭

米 田 稔

湯 澤 清 (社外監査役)

監査役

根 来 泰 周 (社外監査役)

野 村 晋 右 (社外監査役)

常務役員

西 村 達 也

北湯口 達郎

橋 本 耕 一

役員

小 栗 明

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

峯 村 隆 二

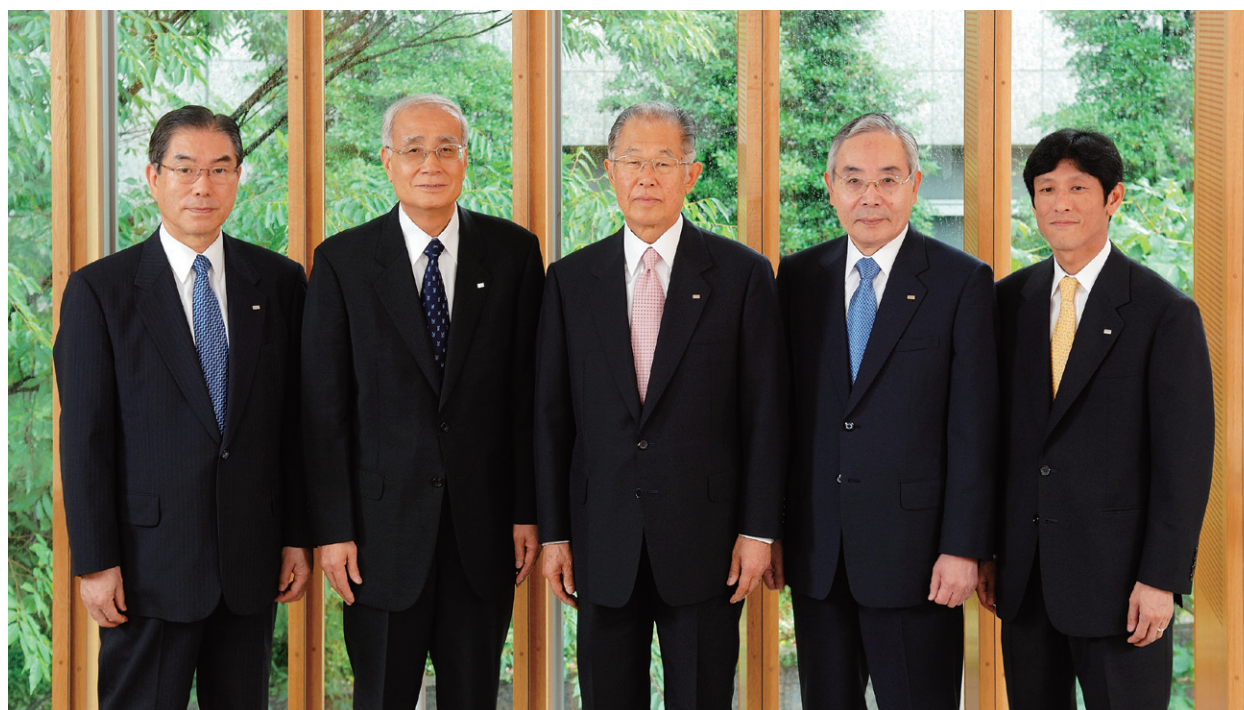
小 池 正 人

山 口 正 登

竹 田 泰 夫

船 津 順 一

村 本 守 弘



山田副社長

高波副社長

北島社長

猿渡副社長

北島副社長



財務セクション

— CONTENTS

- 98 2009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 連結財務諸表等

2009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、期後半より米国の金融危機に端を発した世界的な金融不安の広がりと需要の大幅な減少、急激な円高を背景にして、企業収益や雇用情勢が急速に悪化するなど、景気後退がきわめて顕著となりました。

印刷業界においても、需要の低迷に加えて、原材料価格の変動や、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を取り巻く環境では、出版印刷関連市場において、2008年4月から2009年3月の日本国内における出版物推定販売の累計金額が前年比3.3%減となり、1997年からの減少傾向に歯止めのかからない状況が続いています。なかでも雑誌に関しては、出版各社の収益性の低下による有名雑誌の相次ぐ休刊や、創刊点数の減少などから低迷しました。商業印刷関連市場では、2008年4月から2009年3月の日本国内の広告関連企業の売上高が9%減と減少傾向に転じました。媒体別では、インターネット広告費は前期比8%増と成長を続けている一方、マスコミ四媒体（テレビ・ラジオ・新聞・雑誌）の広告費は、企業業績の悪化にともなう広告宣伝費の削減の影響から落ち込みました。また、ビジネスフォーム関連市場では、金融機関の収益悪化や企業の広告宣伝費の削減などの影響から需要が減少したほか、携帯電話の新規加入者数の伸び悩みなどからICカードも前年を下回るなど、全体的に低迷しました。

生活・産業部門では、包装関連は、個人消費の減少から全般に低調で、小麦などの食材やフィルムなど包装資材の値上がりの影響もあり厳しい環境が続きました。また、住空間マテリアル関連は、環境対応製品の需要は増加しているものの、景気の先行き不透明感などから国内の住宅着工戸数は12月以降マイナスに転じるなど、急速に悪化しました。また、産業資材関連は、環境意識の高まりなどから太陽電池用のバックシートや充填材などの各種電池用部材の需要が増加したものの、前年まで好調であった液晶ディスプレイ向けの光学フィルムの需要が、液晶パネルメーカーの急激な生産調整などにより大幅に減少しました。

エレクトロニクス部門については、2008年の全世界の生産状況を見ると、液晶テレビが34%増の1億600万台、パソコンは3億220万台で前年比10.9%増、携帯電話は11億8千万台で3.5%増と、年間合計で生産台数は増加しました。しかし、2008年の秋以降、状況は一変し、全世界的に大幅な生産調整が実施され、生産台数は減少に向かいました。統計の公表されている2008年10月から12月の3ヵ月間を見ると、液晶テレビを含めたテレビ全体で前期比5%減、携帯電話は同12.6%減となりました。パソコンは通期では前期比1.1%増でしたが、2009年1月から3月には前期比7.1%減となりました。このような状況から、期後半からの市場環境は厳しい状況で推移しました。

決算の概況

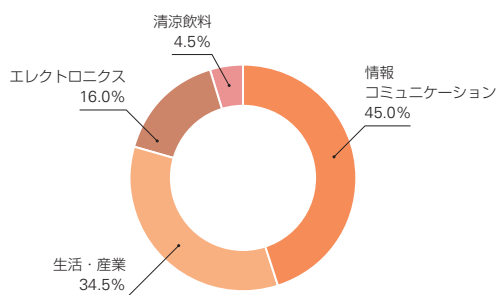
DNPグループは、事業ビジョンとして掲げる「P&Iソリューション」に基づき、積極的な営業活動を展開して顧客ニーズに対応した製品とサービスを提供するとともに、品質やコスト、納期など、あらゆる面で強い体質を持った生産体制の確立を目指した「モノづくり21活動」にグループを挙げて取り組み、業績の確保に努めました。2009年3月期、DNPの連結業績は第2四半期までは売上、利益ともにほぼ期初の計画通りに進捗していましたが、第3四半期以降の経営環境の急速な悪化にともない、全部門にわたって厳しい状況が続きました。その結果、連結売上高は前期比1.9%減少しました。部門別で見ると、情報コミュニケーション部門は、出版印刷、商業印刷、ビジネスフォームともに前年を下回りましたが、教育・出版流通事業の連結子会社の売上が新たに加わったことにより全体としては5.7%増加しました。生活・産業部門は包装関連が軟包装材や紙器、紙カップの増加と大型無菌充填システムの販売が寄与して増加しましたが、住空間マテリアル関連、産業資材関連などが減少し部門全体では0.7%減少しました。エレクトロニクス部門は急激な需要の落ち込みと価格下落により20.6%の大幅減となりました。また、清涼飲料事業も2.4%減となりました。

利益についても、石化製品や用紙などの原材料の値上がりの影響や全部門にわたる単価下落に加えて、液晶カラーフィルターや反射防止フィルム、半導体フォトリソマスクなどの市況が急激に落ち込み、主力製品の収益が大幅に悪化しました。また、その他の分野も低調であったことから、連結営業利益は前期比47.0%減、連結経常利益も45.2%減となりました。

連結営業利益率は2.9%と前期比2.5ポイント低下し、連結経常利益率も3.0%と前期比2.4ポイント低下しました。

以上のとおり当期の業績はきわめて厳しい状況で推移しました。これに加え、エレクトロニクス関連の製造設備を中心とした減損や、投資有価証券の評価損を計上したことなどから、209億33百万円の当期純損失となりました。

連結セグメント別売上高構成比 (2009年3月期)



	2009.3	2008.3	2007.3
売上高 (百万円)	¥1,584,844	¥1,616,053	¥1,557,802
売上総利益率 (%)	16.4%	17.8%	18.6%
営業利益率 (%)	2.9%	5.4%	6.2%
経常利益率 (%)	3.0%	5.4%	6.5%
売上高純利益率 (%)	-1.3%	2.8%	3.5%
1株当たり当期純利益 又は当期純損失 (円)	¥ -32.35	¥ 67.08	¥ 78.09

売上高

当期の売上高は第3四半期からの急激な経営環境悪化の影響を受け、前期比312億9百万円、1.9%減少して1兆5,848億44百万円となりました。一方、競争の激化による受注単価の下落については、依然として値下げ要請が強い状況にはありましたが、高騰が続いた原材料コストの販売価格への転嫁を積極的に進めた結果、受注単価下落による影響額は前期比約120億円減少し約160億円となりました。

セグメント別の売上の状況については、情報コミュニケーション部門では出版印刷関連で書籍が増加したものの、雑誌は減少し、フリーペーパーも住宅情報関連を中心に低調でした。商業印刷関連では、店舗のデザインや設計、イベント企画は増加したものの、カタログ、チラシ、パンフレットが減少しました。ビジネスフォーム関連ではIPS、ICカード、帳票類ともに減少しました。一方、教育・出版流通事業の連結子会社の売上が新たに加わったことから、当期の情報コミュニケーション部門全体での売上高は増加しました。

生活・産業部門では、包装関連でPETボトル一次成型品のプリフォームが減少しましたが、軟包装材や紙器、紙カップが増加したほか、PETボトル用無菌充填システムの販売も増加しました。住空間マテリアル関連は環境対応製品が減少し、北米向けの家具用化粧板や自動車用内装材も急減しました。産業資材関連では、太陽電池用バックシートや充填材などの各種電池用部材は増加しましたが、液晶ディスプレイ向け光学フィルムは大幅な減少となり、インクリボン関連もカラー、モノクロともに低調に推移しました。

エレクトロニクス部門では、液晶カラーフィルターの需要が9月以降、液晶パネルメーカーの大幅な生産調整の影響を受けて急速に落ち込んだほか、フォトマスク、ハードディスク用サスペンションなどのエッチング製品、高密度ビルドアップ配線板も減少しました。

売上原価

売上原価は前期比33億49百万円、0.3%減少し、1兆3,245億22百万円となりました。また、売上総利益率は17.8%から1.4ポイント低下して16.4%となりました。

当期も、前期に引き続き、石化製品や用紙などの原材料価格の値上げにより、その影響額は約132億円となりました。これは前期と比較すると金額で約14億円、率にして12%の増加です。

このようなコスト上昇に対処するため、DNPは2002年4月から取り組んでいる「モノづくり21活動」をグループ全体で推進し、工程の効率化、歩留りの向上、材料ロスの削減、段取り・調整時間の短縮などに重点をおいたコスト削減に努めています。当期においても、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、当期の製造コスト削減効果は通期で355億円となり、前期実績の340億円を15億円上回る成果をあげました。

販売費及び一般管理費

販売費及び一般管理費は、IT活用による業務効率化や予算管理の強化による経費の圧縮を継続した結果、約10億円の削減効果をあげたものの、連結子会社の増加や販促活動のための費用増加などから前期比130億67百万円、6.5%増加し2,141億44百万円となり、売上高に占める比率は前期より1.1ポイント上昇し13.5%となりました。

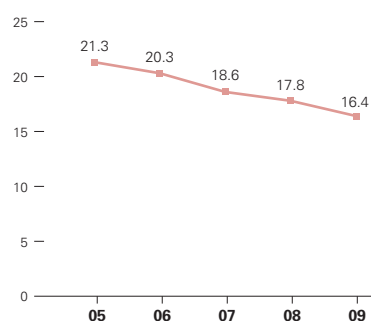
営業利益

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409億27百万円、47.0%減少し、461億77百万円となりました。原材料価格の値上がりに対しては、そのうち約70%を価格転嫁しましたが、残分は製造コストとして負担せざるを得ず、業績に大きな影響を与えました。これらの結果、売上高営業利益率は前期の5.4%から当期は2.9%に低下しました。

セグメント別に見ると、情報コミュニケーション部門が113億86百万円、26.4%減少して316億90百万円、生活・産業部門が119億47百万円、37.5%減少して199億16百万円、エレクトロニクス部門は172億41百万円、87.0%減少して25億77百万円となり、清涼飲料事業も10億3百万円、75.7%減少して3億22百万円となりました。

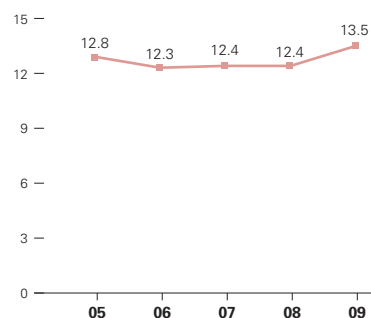
売上総利益率

(単位: %)



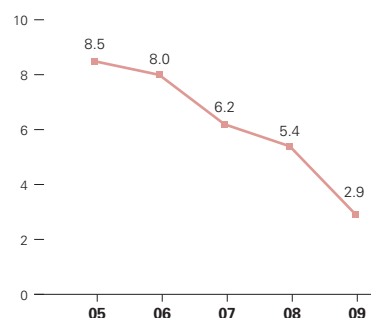
販売費及び一般管理費/売上高

(単位: %)

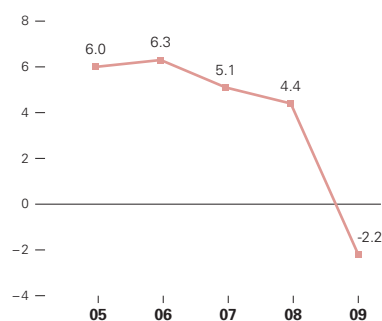


営業利益率

(単位: %)



ROE
(単位: %)



営業外損益及び特別損益

営業外収益は前期比 16 億 21 百万円、16.2% 増加して 116 億 26 百万円、営業外費用は 1 億 95 百万円、1.8% 減少して 104 億 13 百万円となりました。その結果、営業外損益は前期を 18 億 16 百万円上回り、12 億 13 百万円の収益となりました。

経常利益は、前期比 391 億 12 百万円、45.2% 減少し、473 億 90 百万円となりました。

また、特別利益は前期比 185 億 60 百万円、94.3% 減少し、11 億 24 百万円となり、特別損失は前期比 586 億 40 百万円、331.0% 増加し、763 億 57 百万円となりました。この結果、特別損益は前期の 19 億 67 百万円の利益から、当期は 752 億 33 百万円の損失となりました。

特別損益が大幅な損失に転じた主な要因としては、エレクトロニクス部門の急激な市況悪化を受け、製造設備などについての減損処理を実施するなど、グループ全体として将来キャッシュフローに基づく収益性の観点から 506 億 90 百万円の減損損失を計上したことと、株式市場の低迷にともない投資有価証券の評価損を 136 億 15 百万円を計上したことがあげられます。

これらの結果、当期の税金等調整前当期純損失は 278 億 42 百万円となりました。

当期純利益又は当期純損失

以上の結果、当期純損失は 209 億 33 百万円となりました。

1 株当たり当期純損失は 32.35 円となりました。

流動性と資金の源泉

DNPは、積極的な営業活動によりキャッシュフローを着実に拡大するとともに、戦略分野への重点投資を実施していくことが事業拡大にとって重要であると考えています。また、財務体質の強化についても中長期の安定的な成長に不可欠であるとして、その充実に努めてきました。

	2009.3	2008.3	2007.3
営業活動による キャッシュフロー	¥ 131,569	¥ 157,282	¥ 123,010
投資活動による キャッシュフロー	(100,726)	(122,522)	(150,717)
フリーキャッシュフロー	30,843	34,760	(27,707)

(百万円)

当期、営業活動によるキャッシュフローは、前期の1,572億82百万円と比較して257億13百万円、16.3%減少して1,315億69百万円となりました。これは税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失が前期の884億69百万円の利益から当期は278億42百万円の損失となったことが主な要因です。

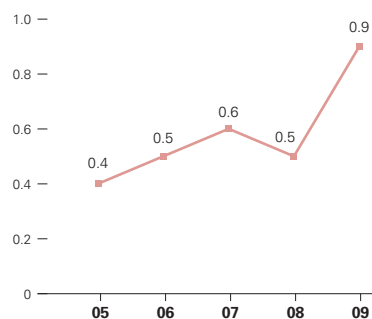
投資活動によるキャッシュフローは、前期の1,225億22百万円と比較して217億96百万円、17.8%減少し、1,007億26百万円となりました。

財務活動によるキャッシュフローは、前期の737億27百万円と比較して、397億76百万円、54.0%減少して339億51百万円となりました。これは、自己株式取得による支出が前期の586億42百万円から274億24百万円に減少したことなどによるものです。

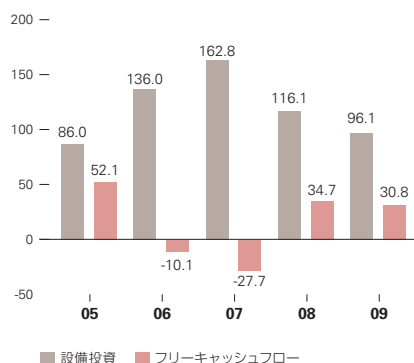
これらの活動の結果、当期末における現金及び現金同等物の残高は前期比134億95百万円、10.3%減少し、1,172億円となりました。

営業活動によるキャッシュフローから投資活動によるキャッシュフローを差し引いたフリーキャッシュフローは、308億43百万円となり前期の347億60百万円から39億17百万円減少しました。

有利子負債キャッシュフロー倍率
(単位:倍)



設備投資とフリーキャッシュフロー
(単位：十億円)



設備投資、研究開発費等

DNPは競争優位を確保するため、戦略分野への重点投資と既存設備の改善に重点をおいて設備投資を実施しています。当期は、戦略製品である液晶カラーフィルターと既存分野への自動化や省力化の投資を中心に実施しましたが、各分野における市場動向や業績の状況から計画を見直し、投資額は前期比200億円、17.2%減の961億円となりました。

当期の主な設備投資は、2008年8月に稼働開始した液晶カラーフィルターの北九州黒崎工場の第8世代向けインクジェット方式ラインおよび、同9月、同工場の第6世代向けラインの増強のほか、既存の印刷分野におけるオフセット印刷機やグラビア印刷機の増強などを行いました。

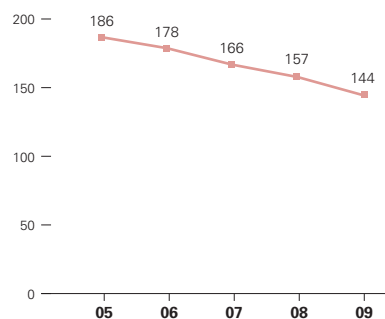
セグメント別の内訳で見ると、情報コミュニケーション部門が前期比14億円増加して279億円で構成比29%、生活・産業部門が前期比21億円減少の297億円で構成比31%、エレクトロニクス部門が117億円減少の342億円で構成比36%、その他が前期比76億円減少の41億円で構成比4%となりました。

当期の研究開発費は前期比14億円、4.1%減の341億円となりました。

バランスシート

私たちは、DNPの企業価値を増大すべく、DNPの事業戦略の柔軟な展開や、事業環境の変化等への迅速な対応を行ううえで、必要な流動性を維持するとともに資本効率の向上に努めています。

流動比率
(単位：%)



	2009.3	2008.3	2007.3
総資産 (百万円)	¥1,536,556	¥1,601,192	¥1,700,250
流動比率 (%)	144%	157%	166%
運転資本/売上高 (%)	13%	16%	20%
D/E レシオ (%)	14%	8%	6%
1株当たり純資産 (円)	¥ 1,393.90	¥ 1,516.34	¥ 1,544.01

当期末のDNPの総資産は、646億36百万円、4.0%減少して1兆5,365億56百万円となりました。

流動資産は、現金及び預金が74億89百万円、5.7%減少し1,235億69百万円となりました。受取手形及び売掛金は510億56百万円、11.2%減少して4,058億76百万円となりました。

有価証券は110億94百万円、99.9%減少して8百万円、商品及び製品、仕掛品、原材料及び貯蔵品の合計額は前期のたな卸資産と比較して、242億53百万円増加して1,206億45百万円となりました。この結果、流動資産は388億27百万円、5.4%減少して6,761億49百万円となりました。

固定資産は、有形固定資産が344億39百万円、5.4%減少し、6,049億4百万円となり、無形固定資産が134億46百万円、38.0%増加し、488億50百万円、投資その他の資産が55億51百万円、2.6%減少し、2,059億17百万円となりました。この結果、固定資産は265億44百万円、3.0%減の8,596億72百万円となりました。

流動負債は、154億32百万円、3.4%増加して4,697億99百万円となりました。これは、支払手形及び買掛金が269億84百万円減少して2,908億71百万円となった反面、短期借入金が、379億6百万円増加して598億75百万円となったことが、主な要因です。

固定負債は、前期比199億81百万円、18.7%増加して1,266億71百万円となりました。

この結果、負債合計は、前期比354億14百万円、6.3%増加して5,964億71百万円となりました。

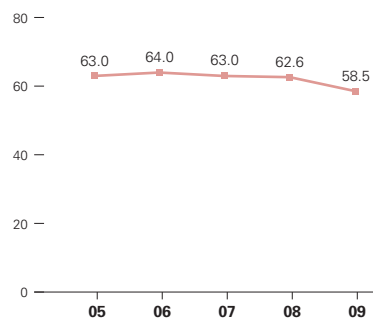
DNPは2003年2月より自己株式の取得を実施していますが、当期も1,665万6千株、265億50百万円の買入を行っており、これまでの取得累計は1億1,286万9千株、1,880億5百万円となりました。一方、当期は消却を実施していませんが、これまでの消却累計は5,900万株、968億円となっています。

これらの結果、自己株式勘定のマイナス幅は前期の665億56百万円から273億28百万円拡大して938億84百万円となり、純資産の減少要因となりました。また、利益剰余金が前期比454億47百万円、5.7%減少して7,518億69百万円となったことも、純資産の減少要因となりました。

これらの結果、当期の純資産は、1,000億50百万円、9.6%減少して9,400億85百万円となりました。

株主資本比率*

(単位: %)



* 2006年3月期以前は資本合計で計算しています。

事業等のリスク

DNPグループの業績などは、今後起こりうるさまざまな要因により大きな影響を受ける可能性があり、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、下記のとおりです。

国内景気と消費動向

DNPグループは、幅広い業種の非常に多くの顧客と取引を行っており、特定の顧客に偏らない安定的な事業活動を展開しています。その市場は、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13%となっています。しかしながら、世界経済の動向とも連動し、日本国内の景気変動することにより、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、引き続き事業拡大に努めていく戦略部門です。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。しかしながら、ディスプレイや半導体関連製品の市場は、急激な変化による大幅な需要の変動や単価の下落などが発生する場合もあり、当部門の業績に影響を与える可能性があります。

原材料調達の変動

原材料の調達については、国内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することにより、安定的な数量の確保と最適な調達価格の維持に努めています。しかしながら、石油価格の大幅な変動や新興国市場での急激な需要増加などにより、一時的に需給バランスが崩れる懸念もあります。そのような状況には、当社の顧客や取引先との交渉を通じて対応していきますが、原材料調達がきわめて困難になった場合や購入価格が著しく上昇した場合は、業績に影響を与える可能性があります。

新製品・新技術・新サービスの開発

DNPグループは、印刷技術と情報技術を応用して顧客企業や生活者のニーズに対応した新製品・新技術・新サービスを開発し、幅広い産業分野へ供給しています。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るとともに、ニーズの多様化も急激に進んでいます。今後、開発競争はいっそう激化

するものと思われ、予想を上回る商品サイクルの短期化や市場動向の変化によって、業績などが大きく変動する可能性があります。

為替の変動

エレクトロニクス部門や生活・産業部門などを中心に海外顧客との製品・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、業績への影響が大きくなる可能性があります。

法的規制等

法と社会倫理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グループの事業活動に影響を及ぼす可能性があります。

情報セキュリティ及び個人情報保護

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、情報セキュリティ及び個人情報保護に関する対応は、事業活動を継続する上で不可欠となってきました。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ィルスなどによる情報システムの障害、個人情報の漏えいなど、さまざまなリスクが発生する可能性が高まってきました。DNPグループは、情報セキュリティ及び個人情報保護を経営の最重要課題のひとつとして捉え、体制の強化や社員教育などを通じてシステムとデータの保守・管理に万全を尽くしていますが、万一これらの事故が発生した場合には、事業活動に影響を及ぼす可能性があります。

災害の発生

製造設備などの主要施設に関しては、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、災害など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。しかしながら、大地震やテロ、新型インフルエンザといった感染症など、生産活動の停止及び社会インフラの大規模な損壊や機能低下などにつながるような、予想を超える事態が発生した場合は、業績に大きな影響を及ぼす可能性があります。

連結財務情報

	2009	2008	2007	2006
損益計算書関連 (百万円)				
売上高	¥ 1,584,844	¥ 1,616,053	¥ 1,557,802	¥ 1,507,505
売上原価	1,324,522	1,327,871	1,268,072	1,202,159
売上総利益	260,322	288,181	289,730	305,345
販売費及び一般管理費	214,144	201,077	193,585	184,676
営業利益	46,177	87,104	96,144	120,669
経常利益	47,390	86,502	101,348	124,715
税金等調整前当期純利益 (純損失)	-27,842	88,469	98,950	114,639
当期純利益 (純損失)	-20,933	45,171	54,841	65,187
貸借対照表関連 (百万円)				
総資産	¥ 1,536,556	¥ 1,601,192	¥ 1,700,250	¥ 1,662,377
有形固定資産	604,904	639,343	635,783	568,965
固定負債	126,671	106,690	118,436	118,287
負債合計	596,471	561,057	600,810	571,170
資本合計	-	-	-	1,063,308
株主資本	917,348	990,122	1,027,475	-
純資産合計	940,085	1,040,135	1,099,439	-
その他 (百万円)				
設備投資	¥ 96,156	¥ 116,139	¥ 162,885	¥ 136,059
減価償却費	106,882	109,902	100,161	87,263
研究開発費	34,111	35,556	30,112	28,692
普通株式データ (円、株)				
1株当たり当期純利益 (純損失) - 基本的	¥ -32.35	¥ 67.08	¥ 78.09	¥ 91.22
1株当たり純当期利益 - 希薄化後	-	-	-	-
1株当たり配当金	32.00	36.00	32.00	26.00
1株当たり純資産	1,393.90	1,516.34	1,544.01	1,507.89
発行済普通株式数	644,357,076 (株)	661,366,377 (株)	694,226,171 (株)	704,972,101 (株)
財務比率 (%)				
売上高に占める割合:				
売上総利益	16.43%	17.83%	18.60%	20.25%
販売費及び一般管理費	13.51	12.44	12.43	12.25
営業利益	2.91	5.39	6.17	8.00
税金等調整前当期純利益 (純損失)	-1.76	5.47	6.35	7.60
当期純利益 (純損失)	-1.32	2.80	3.52	4.32
ROE	-2.20	4.35	5.14	6.29
流動比率	144	157	166	178
D/E レシオ	14	8	6	6

2005	2004	2003	2002	2001	2000
¥ 1,424,942	¥ 1,354,101	¥ 1,309,002	¥ 1,311,934	¥ 1,342,035	¥ 1,286,703
1,121,373	1,073,118	1,043,456	1,071,163	1,091,386	1,039,006
303,569	280,983	265,546	240,771	250,649	247,697
183,041	178,545	175,665	168,529	164,708	161,811
120,528	102,438	89,881	72,242	85,941	85,886
120,485	97,276	88,177	74,775	92,349	87,976
107,686	93,137	42,244	26,150	69,116	79,199
59,936	52,971	28,774	15,609	33,409	39,034
¥ 1,600,129	¥ 1,513,734	¥ 1,450,027	¥ 1,432,458	¥ 1,489,871	¥ 1,451,700
528,008	513,175	540,874	543,962	561,017	561,898
115,801	119,277	66,821	79,013	86,012	77,637
566,796	510,970	484,581	460,691	522,105	495,541
1,007,943	978,736	942,083	946,998	939,441	925,646
—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—
¥ 86,057	¥ 69,834	¥ 73,789	¥ 85,096	¥ 103,050	¥ 113,858
80,440	85,182	89,239	94,870	94,312	94,588
26,386	26,050	24,097	23,367	24,664	23,571
¥ 82.56	¥ 71.49	¥ 37.80	¥ 20.55	¥ 43.99	¥ 51.40
—	—	37.67	20.53	43.45	50.47
24.00	21.00	19.00	18.00	18.00	18.00
1,409.18	1,348.40	1,270.81	1,246.99	1,236.96	1,218.79
715,076,830 (株)	725,677,422 (株)	741,161,150 (株)	759,480,693 (株)	759,480,693 (株)	759,480,693 (株)
21.30%	20.75%	20.29%	18.35%	18.68%	19.25%
12.85	13.19	13.42	12.85	12.27	12.58
8.46	7.57	6.87	5.51	6.40	6.67
7.56	6.88	3.23	1.99	5.15	6.16
4.21	3.91	2.20	1.19	2.49	3.03
6.03	5.52	3.02	1.65	3.58	4.28
186	197	171	181	165	160
7	7	6	7	8	9

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19年4月1日から平成20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20年4月1日から平成21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19年4月1日から平成20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20年4月1日から平成21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、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき、前連結会計年度（平成19年4月1日から平成20年3月31日まで）及び当連結会計年度（平成20年4月1日から平成21年3月31日まで）の連結財務諸表並びに前事業年度（平成19年4月1日から平成20年3月31日まで）及び当事業年度（平成20年4月1日から平成21年3月31日まで）の財務諸表について、明治監査法人による監査を受けている。

1 【連結財務諸表等】
 (1) 【連結財務諸表】
 ① 【連結貸借対照表】

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (平成20年3月31日)	当連結会計年度 (平成21年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	※1 131,058	※1 123,569
受取手形及び売掛金	456,932	405,876
有価証券	11,102	8
たな卸資産	96,392	—
商品及び製品	—	73,372
仕掛品	—	29,707
原材料及び貯蔵品	—	17,566
繰延税金資産	12,992	10,278
その他	11,781	21,048
貸倒引当金	△5,283	△5,280
流動資産合計	714,976	676,149
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	484,577	※1 491,602
減価償却累計額	△275,033	△292,336
建物及び構築物（純額）	209,544	199,265
機械装置及び運搬具	※1 949,931	※1 907,428
減価償却累計額	△712,938	△723,538
機械装置及び運搬具（純額）	236,993	183,890
土地	130,655	※1 132,888
建設仮勘定	35,413	57,756
その他	※1 112,567	119,167
減価償却累計額	△85,830	△88,064
その他（純額）	26,736	31,103
有形固定資産合計	639,343	604,904
無形固定資産		
のれん	—	24,099
ソフトウェア	※1 19,473	※1 20,053
その他	15,931	4,696
無形固定資産合計	35,404	48,850
投資その他の資産		
投資有価証券	※2 150,057	※2 113,448
長期貸付金	4,436	3,015
繰延税金資産	18,601	50,015
その他	※1・2 49,041	※1・2 51,923
貸倒引当金	△10,668	△12,484
投資その他の資産合計	211,468	205,917
固定資産合計	886,216	859,672
繰延資産		
開業費	—	735
繰延資産合計	—	735
資産合計	1,601,192	1,536,556

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (平成20年3月31日)	当連結会計年度 (平成21年3月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	317,855	290,871
短期借入金	21,969	59,875
1年内返済予定の長期借入金	※1 3,185	※1 2,898
未払法人税等	16,911	7,891
賞与引当金	18,232	16,186
その他	76,212	92,075
流動負債合計	454,367	469,799
固定負債		
社債	50,100	51,000
長期借入金	※1 4,850	※1 10,490
繰延税金負債	2,798	3,352
退職給付引当金	40,349	41,451
その他	8,591	20,377
固定負債合計	106,690	126,671
負債合計	561,057	596,471
純資産の部		
株主資本		
資本金	114,464	114,464
資本剰余金	144,898	144,898
利益剰余金	797,316	751,869
自己株式	△66,556	△93,884
株主資本合計	990,122	917,348
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	10,610	△3,882
繰延ヘッジ損益	7	△4
為替換算調整勘定	2,120	△15,285
評価・換算差額等合計	12,738	△19,173
少数株主持分	37,274	41,910
純資産合計	1,040,135	940,085
負債純資産合計	1,601,192	1,536,556

②【連結損益計算書】

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)		当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)	
売上高		1,616,053		1,584,844
売上原価	※2	1,327,871	※2	1,324,522
売上総利益		288,181		260,322
販売費及び一般管理費	※1・2	201,077	※1・2	214,144
営業利益		87,104		46,177
営業外収益				
受取利息		2,032		1,393
受取配当金		2,613		2,770
設備賃貸料		1,162		916
助成金収入		1,185		2,326
その他		3,012		4,221
営業外収益合計		10,005		11,626
営業外費用				
支払利息		1,309		1,666
貸与資産減価償却費		744		648
持分法による投資損失		1,440		1,247
為替差損		1,528		2,003
原材料売却損		1,099		—
その他		4,484		4,848
営業外費用合計		10,608		10,413
経常利益		86,502		47,390
特別利益				
固定資産売却益	※3	285	※3	214
投資有価証券売却益		8,736		373
退職給付信託設定益		7,310		—
退職給付制度改定益		2,787		—
貸倒引当金戻入額		462		—
持分変動利益		—		531
その他		101		4
特別利益合計		19,684		1,124

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)
特別損失		
固定資産売却損	※4 311	※4 1,240
固定資産除却損	3,391	5,713
減損損失	※5 3,300	※5 50,690
投資有価証券売却損	199	0
関係会社株式売却損	—	58
投資有価証券評価損	1,745	13,615
関係会社株式評価損	12	330
ゴルフ会員権評価損	1	5
ゴルフ会員権貸倒引当金繰入額	24	48
損害補償損失	697	—
役員退職慰労引当金繰入額	1,396	—
役員退職慰労金	6,553	—
従業員臨時退職金	29	—
退職給付制度改定損	—	144
のれん償却額	—	1,859
その他	53	2,649
特別損失合計	17,717	76,357
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	88,469	△27,842
法人税、住民税及び事業税	31,791	15,374
法人税等調整額	10,102	△20,857
法人税等合計	41,893	△5,482
少数株主利益又は少数株主損失(△)	1,403	△1,427
当期純利益又は当期純損失(△)	45,171	△20,933

③【連結株主資本等変動計算書】

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)
株主資本		
資本金		
前期末残高	114,464	114,464
当期末残高	114,464	114,464
資本剰余金		
前期末残高	144,898	144,898
当期末残高	144,898	144,898
利益剰余金		
前期末残高	828,707	797,316
在外子会社の会計処理の変更に伴う増減	—	363
当期変動額		
剰余金の配当	△23,931	△24,849
当期純利益又は当期純損失(△)	45,171	△20,933
決算期変更による剰余金の増減	16	—
自己株式の処分	△1	△27
自己株式の消却	△52,646	—
当期変動額合計	△31,391	△45,809
当期末残高	797,316	751,869
自己株式		
前期末残高	△60,594	△66,556
当期変動額		
自己株式の取得	△58,642	△27,424
自己株式の処分	34	89
自己株式の消却	52,646	—
その他	—	7
当期変動額合計	△5,962	△27,327
当期末残高	△66,556	△93,884
株主資本合計		
前期末残高	1,027,475	990,122
在外子会社の会計処理の変更に伴う増減	—	363
当期変動額		
剰余金の配当	△23,931	△24,849
当期純利益又は当期純損失(△)	45,171	△20,933
決算期変更による剰余金の増減	16	—
自己株式の取得	△58,642	△27,424
自己株式の処分	32	62
自己株式の消却	—	—
その他	—	7
当期変動額合計	△37,353	△73,137
当期末残高	990,122	917,348

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成19年 4 月 1 日 至 平成20年 3 月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年 4 月 1 日 至 平成21年 3 月31日)
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金		
前期末残高	41,331	10,610
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	△30,721	△14,492
当期変動額合計	△30,721	△14,492
当期末残高	10,610	△3,882
繰延ヘッジ損益		
前期末残高	△3	7
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	10	△11
当期変動額合計	10	△11
当期末残高	7	△4
為替換算調整勘定		
前期末残高	3,093	2,120
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	△972	△17,406
当期変動額合計	△972	△17,406
当期末残高	2,120	△15,285
評価・換算差額等合計		
前期末残高	44,421	12,738
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	△31,683	△31,911
当期変動額合計	△31,683	△31,911
当期末残高	12,738	△19,173
少数株主持分		
前期末残高	27,542	37,274
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	9,732	4,635
当期変動額合計	9,732	4,635
当期末残高	37,274	41,910
純資産合計		
前期末残高	1,099,439	1,040,135
在外子会社の会計処理の変更に伴う増減	—	363
当期変動額		
剰余金の配当	△23,931	△24,849
当期純利益又は当期純損失（△）	45,171	△20,933
決算期変更による剰余金の増減	16	—
自己株式の取得	△58,642	△27,424
自己株式の処分	32	62
その他	—	7
株主資本以外の項目の当期変動額（純額）	△21,950	△27,275
当期変動額合計	△59,304	△100,412
当期末残高	1,040,135	940,085

④【連結キャッシュ・フロー計算書】

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	88,469	△27,842
減価償却費	109,902	106,882
減損損失	3,300	50,690
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△69	△522
退職給付引当金の増減額(△は減少)	△16,823	△3,111
持分法による投資損益(△は益)	1,440	1,247
のれん償却額	2,049	6,406
受取利息及び受取配当金	△4,645	△4,163
支払利息	1,309	1,666
投資有価証券売却損益(△は益)	△8,537	△373
投資有価証券評価損益(△は益)	1,745	13,946
固定資産除売却損益(△は益)	3,418	6,739
売上債権の増減額(△は増加)	26,965	56,827
たな卸資産の増減額(△は増加)	2,989	4,370
仕入債務の増減額(△は減少)	△27,495	△42,200
その他	6,929	△4,037
小計	190,948	166,526
法人税等の支払額	△33,665	△34,957
営業活動によるキャッシュ・フロー	157,282	131,569
投資活動によるキャッシュ・フロー		
定期預金の純増減額(△は増加)	24,904	△14
有価証券の売却による収入	10,000	10,980
有形固定資産の取得による支出	△124,127	△95,555
有形固定資産の売却による収入	1,900	3,307
投資有価証券の取得による支出	△32,706	△8,200
投資有価証券の売却による収入	18,411	1,387
子会社株式の取得による支出	—	※2 △2,082
営業譲受による支出	—	△6,528
利息及び配当金の受取額	4,678	4,173
その他	△25,584	△8,193
投資活動によるキャッシュ・フロー	△122,522	△100,726

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成19年 4 月 1 日 至 平成20年 3 月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年 4 月 1 日 至 平成21年 3 月31日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額（△は減少）	12,535	23,323
長期借入れによる収入	1,253	4,961
長期借入金の返済による支出	△3,479	△6,563
社債の償還による支出	—	△100
利息の支払額	△1,309	△1,650
配当金の支払額	△23,927	△24,831
少数株主への配当金の支払額	△418	△421
自己株式の取得による支出	△58,642	△27,424
子会社の自己株式の取得による支出	△3	△10
その他	264	△1,234
財務活動によるキャッシュ・フロー	△73,727	△33,951
現金及び現金同等物に係る換算差額	△825	△10,386
現金及び現金同等物の増減額（△は減少）	△39,793	△13,495
現金及び現金同等物の期首残高	170,488	130,695
現金及び現金同等物の期末残高	※ 130,695	※ ¹ 117,200

【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19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21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 99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、㈱早稲田経営出版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ファインエレクトロニクス相模原他3社は新たに株式を取得したことから、当連結会計年度より連結子会社に含めることとした。また、㈱DNPアート他1社については、合併に伴う解散により除外した。</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テクノロジーサーチである。</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 108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フォトルシオ他5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、㈱ジュンク堂書店他1社は新たに株式を取得したことから、当連結会計年度より連結子会社に含めることとした。また、丸善㈱は増資に伴う出資引受により議決権割合が増加したため、持分法適用関連会社から連結子会社に含め、丸善㈱の連結子会社6社についても連結の範囲に含めている。また、㈱DNPフォトマーケティング他5社については、合併により連結の範囲から除外した。</p> <p>(2) 主要な非連結子会社の名称等 同 左</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株式を取得した丸善㈱を持分法適用の関連会社の範囲に含め、また㈱早稲田大学メディアミックスについては、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テクノロジーサーチ他)は、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)等からみて、持分法の対象から除いても連結財務諸表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10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㈱である。 なお、当連結会計年度において新規設立等によりUD Alliance Technology Limited他1社を持分法適用の関連会社の範囲に含め、パナソニックバッテリーエレクトロード㈱他1社については、株式の売却により除外した。また、丸善㈱は増資に伴う出資引受により議決権割合が増加したため、持分法適用関連会社の範囲から除外し、連結子会社に含めることとした。</p> <p>(2) 同 左</p> <p>(3) 同 左</p>
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㈱、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. 他17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. 他21社の決算日は12月31日であり、また丸善㈱他5社の決算日は1月31日であるが、連結財務諸表の作成にあたってはそれぞれ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>

	前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)
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 満期保有目的の債券 主として償却原価法 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） 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 商品 主として個別法による原価法 製品・仕掛品 主として売価還元法による原価法 原材料 主として移動平均法による原価法 貯蔵品 主として最終仕入原価法による原価法 ただし、北海道コカ・コーラボトリング(株)、ザ・インクテック(株)及び大日本商事(株)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 当社及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、当社の黒崎第1工場（第2期）の機械装置については定額法を採用している。 なお、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。 また、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。 建物及び構築物 3～50年 機械装置及び運搬具 2～13年 （追加情報） 当社及び国内連結子会社は、法人税法改正に伴い、平成19年3月31日以前に取得した資産については、改正前の法人税法に基づく減価償却の方法の適用により取得価額の5%に到達した連結会計年度の翌連結会計年度より、取得価額の5%相当額と備忘価額との差額を5年間にわたり均等償却し、減価償却費に含めて計上している。 これにより、営業利益は3,193百万円減少し、経常利益及び税金等調整前当期純利益はそれぞれ3,215百万円減少している。 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> <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>(1) 重要な資産の評価基準及び評価方法</p> <p>イ. 有価証券 満期保有目的の債券 同 左 その他有価証券 時価のあるもの 同 左 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 貸借対照表価額については、収益性の低下による簿価切下げの方法により算定している。 商品 主として個別法による原価法 製品・仕掛品 主として売価還元法による原価法 原材料 主として移動平均法による原価法 貯蔵品 主として最終仕入原価法による原価法 （会計方針の変更） 当連結会計年度より、「棚卸資産の評価に関する会計基準」（企業会計基準第9号平成18年7月5日公表分）を適用している。 これによる損益への影響は軽微である。</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（リース資産を除く） 当社及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、当社の黒崎第1工場（第2期）及び第3工場の機械装置については定額法を採用している。 なお、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。 また、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。 建物及び構築物 3～50年 機械装置及び運搬具 2～13年</p> <p>ロ. 無形固定資産（リース資産を除く） 同 左</p>

	前連結会計年度 (自 平成19年 4月 1日 至 平成20年 3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年 4月 1日 至 平成21年 3月31日)
	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>(3) 重要な引当金の計上基準</p> <p>イ. 貸倒引当金</p> <p>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</p> <p>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. 役員賞与引当金</p> <p>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. 退職給付引当金</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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翌連結会計年度から費用処理している。</p> <p>（追加情報）</p> <p>決算日が連結決算日と異なる一部の国内連結子会社は、平成19年10月に確定給付年金制度の一部について確定拠出年金制度へ移行するとともに、退職一時金制度を廃止している。（なお、「退職給付制度間の移行等に関する会計処理」（企業会計基準適用指針第1号）を適用し、当中間連結会計期間において上記移行の会計処理を行っている。）</p> <p>これに伴う影響額は、特別利益として2,787百万円を計上している。</p>	<p>ハ. リース資産</p> <p>所有権移転外ファイナンス・リース取引に係るリース資産</p> <p>リース期間を耐用年数とし、残存価額を零とする定額法を採用している。</p> <p>なお、所有権移転外ファイナンス・リース取引のうち、リース取引開始日が平成20年3月31日以前の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>(3) 重要な繰延資産の処理方法</p> <p>一部の連結子会社において開業費を繰延資産に計上しており、開業から5年で均等償却している。</p> <p>(4) 重要な引当金の計上基準</p> <p>イ. 貸倒引当金</p> <p>同 左</p> <p>ロ. 賞与引当金</p> <p>同 左</p> <p>ハ. 役員賞与引当金</p> <p>同 左</p> <p>ニ. 退職給付引当金</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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翌連結会計年度から費用処理している。</p> <p>（追加情報）</p> <p>一部の国内連結子会社は、平成20年12月に適格退職年金制度を確定拠出年金制度へ移行し、「退職給付制度間の移行等に関する会計処理」（企業会計基準適用指針第1号）を適用している。これに伴う影響額は、特別損失として144百万円を計上している。</p>

	前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)										
	<p>ホ. 役員退職慰労引当金 国内連結子会社は、役員の退職慰労金の支出に備えて、役員退職慰労金の支給に関する内規に基づく期末要支給額を計上している。</p> <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 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数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 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 イ. ヘッジ会計の方法 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><tr><th>ヘッジ手段</th><th>ヘッジ対象</th></tr><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></table> <p>ハ. ヘッジ方針 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 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 消費税等の会計処理 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>ホ. 役員退職慰労引当金 同 左</p> <p>(5) 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 同 左</p> <p>(6) 重要なヘッジ会計の方法 イ. ヘッジ会計の方法 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為替予約については振当処理に、特例処理の要件を満たしている金利スワップについては特例処理によっている。</p> <p>ロ. ヘッジ手段とヘッジ対象</p> <table><tr><th>ヘッジ手段</th><th>ヘッジ対象</th></tr><tr><td>(1) 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><tr><td>(2) 金利スワップ</td><td>借入金及び社債</td></tr></table> <p>ハ. ヘッジ方針 同 左</p> <p>ニ. ヘッジ有効性評価の方法 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。ただし、特例処理によっている金利スワップについては、有効性の評価を省略している。</p> <p>(7) その他連結財務諸表作成のための重要な事項 消費税等の会計処理 同 左</p>	ヘッジ手段	ヘッジ対象	(1) 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	(2) 金利スワップ	借入金及び社債
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											
ヘッジ手段	ヘッジ対象											
(1) 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											
(2) 金利スワップ	借入金及び社債											
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										

	前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)
6. 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。	同 左
7. 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、随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】

<p>前連結会計年度 (自 平成19年 4月 1日 至 平成20年 3月31日)</p>	<p>当連結会計年度 (自 平成20年 4月 1日 至 平成21年 3月31日)</p>
<p>(役員退職慰労引当金に関する会計基準)</p> <p>国内連結子会社の役員退職慰労金は、従来支出時の費用として処理していたが、「租税特別措置法上の準備金及び特別法上の引当金又は準備金並びに役員退職慰労引当金等に関する監査上の取扱い」(日本公認会計士協会 監査・保証実務委員会報告第42号 平成19年 4月13日)が公表されたことに伴い、当連結会計年度から内規に基づく期末要支給額を役員退職慰労引当金として計上する方法に変更した。この変更により、当連結会計年度での発生額を販売費及び一般管理費に計上し、過年度対応額については、特別損失に計上している。</p> <p>これにより、営業利益及び経常利益はそれぞれ220百万円減少し、税金等調整前当期純利益は1,617百万円減少している。</p> <p>(有形固定資産の減価償却の方法)</p> <p>当社及び国内連結子会社は、法人税法の改正に伴い、当連結会計年度より、平成19年 4月 1日以降に取得した有形固定資産について、改正後の法人税法に基づく減価償却の方法に変更している。</p> <p>これにより、営業利益は3,139百万円減少し、経常利益及び税金等調整前当期純利益はそれぞれ3,158百万円減少している。</p> <p>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> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>(連結財務諸表作成における在外子会社の会計処理に関する当面の取扱い)</p> <p>当連結会計年度より、「連結財務諸表作成における在外子会社の会計処理に関する当面の取扱い」(実務対応報告第18号 平成18年 5月17日)を適用し、連結決算上必要な修正を行っている。</p> <p>これによる、損益への影響は軽微である。</p> <p>(リース取引に関する会計基準)</p> <p>所有権移転外ファイナンス・リース取引については、従来、賃貸借取引に係る方法に準じた会計処理によっていたが、当連結会計年度より「リース取引に関する会計基準」(企業会計基準第13号(平成 5年 6月17日(企業会計審議会第一部会)、平成19年 3月30日改正))及び「リース取引に関する会計基準の適用指針」(企業会計基準適用指針第16号(平成 6年 1月18日(日本公認会計士協会 会計制度委員会)、平成19年 3月30日改正))を適用し、通常の売買取引に係る方法に準じた会計処理によっている。なお、所有権移転外ファイナンス・リース取引のうち、リース取引開始日が平成20年 3月31日以前の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>これによる、損益への影響は軽微である。</p>

【表示方法の変更】

<p>前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)</p>	<p>当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)</p>
<p>—————</p> <p>(連結損益計算書関係)</p> <p>「原材料売却損」は、前連結会計年度まで、営業外費用の「その他」に含めて表示していたが、当連結会計年度において営業外費用の総額の100分の10を超えたため区分掲記した。</p> <p>なお、前連結会計年度における「原材料売却損」の金額は17百万円である。</p> <p>—————</p>	<p>(連結貸借対照表関係)</p> <p>財務諸表等規則等の一部を改正する内閣府令（平成20年8月7日内閣府令第50号）が適用となることに伴い、前連結会計年度において、「たな卸資産」として掲記されていたものは、当連結会計年度から「商品及び製品」「仕掛品」「原材料及び貯蔵品」に区分掲記している。なお、前連結会計年度の「たな卸資産」に含まれる「商品及び製品」「仕掛品」「原材料及び貯蔵品」は、それぞれ40,498百万円、36,669百万円、19,224百万円である。</p> <p>前連結会計年度において、無形固定資産の「その他」に含めていた「のれん」は、資産総額の100分の1を超えたため、当連結会計年度より区分掲記することとした。なお、前連結会計年度の無形固定資産の「その他」に含まれる「のれん」は12,684百万円である。</p> <p>(連結損益計算書関係)</p> <p>前連結会計年度において区分掲記していた「原材料売却損」（当連結会計年度10百万円）は、営業外費用の総額の100分の10以下となったため、当連結会計年度より営業外費用の「その他」に含めて表示することとした。</p> <p>(連結キャッシュ・フロー計算書関係)</p> <p>前連結会計年度において「投資活動によるキャッシュ・フロー」の「短期投資の純減少額」として掲記されていたものは、E D I N E TへのX B R L導入に伴い連結財務諸表の比較可能性を向上するため、当連結会計年度より「定期預金の純増減額（△は増加）」として掲記することとした。</p> <p>前連結会計年度において「投資活動によるキャッシュ・フロー」の「その他」に含めていた「子会社株式の取得による支出」（7,920百万円）及び「営業譲受による支出」（5,708百万円）は、重要性が増加したため、当連結会計年度より区分掲記することとした。</p>

【注記事項】

(連結貸借対照表関係)

前連結会計年度 (平成20年3月31日)	当連結会計年度 (平成21年3月31日)																																																				
<p>※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。</p> <table> <tr> <td>機械装置及び運搬具</td><td>6,595百万円</td></tr> <tr> <td>その他</td><td>316 "</td></tr> <tr> <td>計</td><td>6,912 "</td></tr> </table> <p>担保付債務は次のとおりである。</p> <table> <tr> <td>一年内返済長期借入金</td><td>1,191百万円</td></tr> <tr> <td>長期借入金</td><td>1,984 "</td></tr> <tr> <td>計</td><td>3,175 "</td></tr> </table> <p>※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。</p> <table> <tr> <td>投資有価証券(株式)</td><td>14,331百万円</td></tr> <tr> <td>その他の投資その他の資産(貸付金)</td><td>1,370 "</td></tr> <tr> <td>その他の投資その他の資産(出資金)</td><td>225 "</td></tr> </table> <p>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。</p> <table> <tr> <td>クイニョン植林㈱</td><td>90百万円(905千米ドル)</td></tr> <tr> <td>計</td><td>90 "</td></tr> </table> <p>4. 受取手形割引高 820百万円</p>	機械装置及び運搬具	6,595百万円	その他	316 "	計	6,912 "	一年内返済長期借入金	1,191百万円	長期借入金	1,984 "	計	3,175 "	投資有価証券(株式)	14,331百万円	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 "	クイニョン植林㈱	90百万円(905千米ドル)	計	90 "	<p>※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。</p> <table> <tr> <td>建物及び構築物</td><td>918百万円</td></tr> <tr> <td>機械装置及び運搬具</td><td>4,894 "</td></tr> <tr> <td>土地</td><td>1,193 "</td></tr> <tr> <td>その他</td><td>343 "</td></tr> <tr> <td>計</td><td>7,350 "</td></tr> </table> <p>担保付債務は次のとおりである。</p> <table> <tr> <td>一年内返済長期借入金</td><td>1,101百万円</td></tr> <tr> <td>長期借入金</td><td>2,014 "</td></tr> <tr> <td>計</td><td>3,116 "</td></tr> </table> <p>※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。</p> <table> <tr> <td>投資有価証券(株式)</td><td>5,473百万円</td></tr> <tr> <td>その他の投資その他の資産(貸付金)</td><td>3,072 "</td></tr> <tr> <td>その他の投資その他の資産(出資金)</td><td>275 "</td></tr> </table> <p>3. 偶発債務 (1) 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。</p> <table> <tr> <td>クイニョン植林㈱</td><td>88百万円(905千米ドル)</td></tr> <tr> <td>京セラ丸善システムインテグレーション㈱</td><td>2百万円</td></tr> <tr> <td>㈱栄松堂書店</td><td>1 "</td></tr> <tr> <td>計</td><td>92 "</td></tr> </table> <p>(2) 差入保証金の流動化による譲渡高 369百万円</p> <p>4. 受取手形割引高 670百万円</p>	建物及び構築物	918百万円	機械装置及び運搬具	4,894 "	土地	1,193 "	その他	343 "	計	7,350 "	一年内返済長期借入金	1,101百万円	長期借入金	2,014 "	計	3,116 "	投資有価証券(株式)	5,473百万円	その他の投資その他の資産(貸付金)	3,072 "	その他の投資その他の資産(出資金)	275 "	クイニョン植林㈱	88百万円(905千米ドル)	京セラ丸善システムインテグレーション㈱	2百万円	㈱栄松堂書店	1 "	計	92 "
機械装置及び運搬具	6,595百万円																																																				
その他	316 "																																																				
計	6,912 "																																																				
一年内返済長期借入金	1,191百万円																																																				
長期借入金	1,984 "																																																				
計	3,175 "																																																				
投資有価証券(株式)	14,331百万円																																																				
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 "																																																				
クイニョン植林㈱	90百万円(905千米ドル)																																																				
計	90 "																																																				
建物及び構築物	918百万円																																																				
機械装置及び運搬具	4,894 "																																																				
土地	1,193 "																																																				
その他	343 "																																																				
計	7,350 "																																																				
一年内返済長期借入金	1,101百万円																																																				
長期借入金	2,014 "																																																				
計	3,116 "																																																				
投資有価証券(株式)	5,473百万円																																																				
その他の投資その他の資産(貸付金)	3,072 "																																																				
その他の投資その他の資産(出資金)	275 "																																																				
クイニョン植林㈱	88百万円(905千米ドル)																																																				
京セラ丸善システムインテグレーション㈱	2百万円																																																				
㈱栄松堂書店	1 "																																																				
計	92 "																																																				

(連結損益計算書関係)

前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)																																		
※1. 販売費及び一般管理費の主要な費目及び金額は、次のとおりである。 <table><tr><td>発送費</td><td>21,704百万円</td></tr><tr><td>給料及び手当</td><td>53,129 "</td></tr><tr><td>賞与引当金繰入額</td><td>6,493 "</td></tr><tr><td>退職給付引当金繰入額</td><td>2,614 "</td></tr><tr><td>減価償却費</td><td>10,066 "</td></tr><tr><td>研究開発費</td><td>32,839 "</td></tr><tr><td>その他</td><td>74,232 "</td></tr><tr><td></td><td>201,077 "</td></tr></table>	発送費	21,704百万円	給料及び手当	53,129 "	賞与引当金繰入額	6,493 "	退職給付引当金繰入額	2,614 "	減価償却費	10,066 "	研究開発費	32,839 "	その他	74,232 "		201,077 "	※1. 販売費及び一般管理費の主要な費目及び金額は、次のとおりである。 <table><tr><td>発送費</td><td>19,022百万円</td></tr><tr><td>貸倒引当金繰入額</td><td>1,068 "</td></tr><tr><td>給料及び手当</td><td>59,577 "</td></tr><tr><td>賞与引当金繰入額</td><td>5,515 "</td></tr><tr><td>退職給付引当金繰入額</td><td>4,010 "</td></tr><tr><td>減価償却費</td><td>10,158 "</td></tr><tr><td>研究開発費</td><td>31,097 "</td></tr><tr><td>その他</td><td>83,694 "</td></tr><tr><td></td><td>214,144 "</td></tr></table>	発送費	19,022百万円	貸倒引当金繰入額	1,068 "	給料及び手当	59,577 "	賞与引当金繰入額	5,515 "	退職給付引当金繰入額	4,010 "	減価償却費	10,158 "	研究開発費	31,097 "	その他	83,694 "		214,144 "
発送費	21,704百万円																																		
給料及び手当	53,129 "																																		
賞与引当金繰入額	6,493 "																																		
退職給付引当金繰入額	2,614 "																																		
減価償却費	10,066 "																																		
研究開発費	32,839 "																																		
その他	74,232 "																																		
	201,077 "																																		
発送費	19,022百万円																																		
貸倒引当金繰入額	1,068 "																																		
給料及び手当	59,577 "																																		
賞与引当金繰入額	5,515 "																																		
退職給付引当金繰入額	4,010 "																																		
減価償却費	10,158 "																																		
研究開発費	31,097 "																																		
その他	83,694 "																																		
	214,144 "																																		
※2. 販売費及び一般管理費並びに当期製造費用に含まれる研究開発費 35,556百万円	※2. 販売費及び一般管理費並びに当期製造費用に含まれる研究開発費 34,111百万円																																		
※3. 固定資産売却益の内訳 <table><tr><td>機械装置</td><td>92百万円</td></tr><tr><td>土地</td><td>181 "</td></tr><tr><td>その他</td><td>10 "</td></tr></table>	機械装置	92百万円	土地	181 "	その他	10 "	※3. 固定資産売却益の内訳 <table><tr><td>機械装置</td><td>64百万円</td></tr><tr><td>土地</td><td>91 "</td></tr><tr><td>その他</td><td>58 "</td></tr></table>	機械装置	64百万円	土地	91 "	その他	58 "																						
機械装置	92百万円																																		
土地	181 "																																		
その他	10 "																																		
機械装置	64百万円																																		
土地	91 "																																		
その他	58 "																																		
※4. 固定資産売却損の内訳 <table><tr><td>機械装置</td><td>278百万円</td></tr><tr><td>その他</td><td>33 "</td></tr></table>	機械装置	278百万円	その他	33 "	※4. 固定資産売却損の内訳 <table><tr><td>機械装置</td><td>1,193百万円</td></tr><tr><td>その他</td><td>47 "</td></tr></table>	機械装置	1,193百万円	その他	47 "																										
機械装置	278百万円																																		
その他	33 "																																		
機械装置	1,193百万円																																		
その他	47 "																																		
※5. 減損損失 当連結会計年度において、当社グループは以下の資産について減損損失を計上した。 <table><tr><th>場 所</th><th>用 途</th><th>種 類</th></tr><tr><td>広島県三原市</td><td>遊休シャドウマスク製造設備</td><td>機械装置、建物及び構築物、その他</td></tr><tr><td>北海道夕張郡由仁町</td><td>遊休地（営業所）</td><td>建物及び構築物、土地、その他</td></tr><tr><td>アメリカ合衆国カリフォルニア州</td><td>—</td><td>機械装置、建物及び構築物、その他</td></tr><tr><td>アメリカ合衆国テキサス州</td><td>—</td><td>その他</td></tr></table> <p>当社グループは、減損損失の算定に当たり損益の単位となる事業グループを基準にグルーピングを行っている。また、貸与資産、遊休資産については個別に減損の検討を行っている。回収可能価額は、遊休資産については正味売却価額を、それ以外の資産は主として使用価値を適用している。また、重要な資産については、不動産鑑定評価によっている。</p> <p>この結果、資産の時価が著しく下落した資産について、帳簿価額を回収可能価額まで減額し、当該減少額を減損損失（3,300百万円）として特別損失に計上した。その内訳は、機械装置1,554百万円、建物及び構築物652百万円、土地45百万円、その他1,047百万円である。なお、当社の米国連結子会社は、米国会計基準に基づき、減損損失を計上している。</p>	場 所	用 途	種 類	広島県三原市	遊休シャドウマスク製造設備	機械装置、建物及び構築物、その他	北海道夕張郡由仁町	遊休地（営業所）	建物及び構築物、土地、その他	アメリカ合衆国カリフォルニア州	—	機械装置、建物及び構築物、その他	アメリカ合衆国テキサス州	—	その他	※5. 減損損失 当連結会計年度において、当社グループは以下の資産について減損損失を計上した。 <table><tr><th>場 所</th><th>用 途</th><th>種 類</th></tr><tr><td>福岡県北九州市八幡西区 他</td><td>カラーフィルター製造設備</td><td>機械装置、建物及び構築物、建設仮勘定</td></tr><tr><td>埼玉県ふじみ野市 他</td><td>フォトマスク製造設備</td><td>機械装置、建物及び構築物、建設仮勘定</td></tr><tr><td>福岡県北九州市戸畑区</td><td>遊休プラズマディスプレイパネル用背面板製造設備</td><td>機械装置、建設仮勘定、その他</td></tr><tr><td>岡山県岡山市北区 他</td><td>店舗 他</td><td>建物及び構築物、その他</td></tr></table> <p>当社グループは、減損損失の算定に当たり主として損益の単位となる事業グループを基準にグルーピングを行っている。また、貸与資産、遊休資産については個別に減損の検討を行っている。回収可能価額は、遊休資産については正味売却価額を、それ以外の資産は使用価値を適用している。正味売却価額は、主として建物等については不動産鑑定評価により、また機械装置等で売却価額の算定が困難な資産については0円で評価している。使用価値は主として将来キャッシュ・フローを10%で割り引いて算定している。</p> <p>この結果、当連結会計年度においては、急激な需要の落ち込みと価格ダウンにより業績が大幅に悪化したエレクトロニクス部門を中心に、時価が著しく下落した資産について、帳簿価額を回収可能価額まで減額し、当該減少額を減損損失（50,690百万円）として特別損失に計上した。</p> <p>その資産グループ別の内訳は、カラーフィルター製造設備26,480百万円、フォトマスク製造設備14,830百万円、遊休プラズマディスプレイパネル用背面板製造設備7,382百万円、店舗その他1,997百万円であり、固定資産の種類別の内訳は、機械装置25,242百万円、建物及び構築物11,992百万円、建設仮勘定10,968百万円、その他2,486百万円である。</p>	場 所	用 途	種 類	福岡県北九州市八幡西区 他	カラーフィルター製造設備	機械装置、建物及び構築物、建設仮勘定	埼玉県ふじみ野市 他	フォトマスク製造設備	機械装置、建物及び構築物、建設仮勘定	福岡県北九州市戸畑区	遊休プラズマディスプレイパネル用背面板製造設備	機械装置、建設仮勘定、その他	岡山県岡山市北区 他	店舗 他	建物及び構築物、その他				
場 所	用 途	種 類																																	
広島県三原市	遊休シャドウマスク製造設備	機械装置、建物及び構築物、その他																																	
北海道夕張郡由仁町	遊休地（営業所）	建物及び構築物、土地、その他																																	
アメリカ合衆国カリフォルニア州	—	機械装置、建物及び構築物、その他																																	
アメリカ合衆国テキサス州	—	その他																																	
場 所	用 途	種 類																																	
福岡県北九州市八幡西区 他	カラーフィルター製造設備	機械装置、建物及び構築物、建設仮勘定																																	
埼玉県ふじみ野市 他	フォトマスク製造設備	機械装置、建物及び構築物、建設仮勘定																																	
福岡県北九州市戸畑区	遊休プラズマディスプレイパネル用背面板製造設備	機械装置、建設仮勘定、その他																																	
岡山県岡山市北区 他	店舗 他	建物及び構築物、その他																																	

(連結株主資本等変動計算書関係)

I 前連結会計年度(自 平成19年4月1日 至 平成20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	730,480	—	30,000	700,480
合 計	730,480	—	30,000	700,480
自己株式				
普通株式	36,254	32,879	30,019	39,114
合 計	36,254	32,879	30,019	39,114

- (注) 1. 普通株式の発行済株式総数の減少30,000千株は、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32,879千株は、取締役会決議による取得32,686千株、単元未満株式の買取りによる108千株、及び株式買取請求による取得85千株である。
3. 普通株式の自己株式の株式数の減少30,019千株は、自己株式消却による30,000千株と単元未満株式の売渡しによる19千株である。

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19年6月28日 定時株主総会	普通株式	13,203	19	平成19年3月31日	平成19年6月29日
平成19年11月9日 取締役会	普通株式	10,728	16	平成19年9月30日	平成19年12月7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20年6月27日 定時株主総会	普通株式	13,241	利益剰余金	20	平成20年3月31日	平成20年6月30日

II 当連結会計年度（自 平成20年4月1日 至 平成21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	700,480	—	—	700,480
合 計	700,480	—	—	700,480
自己株式				
普通株式	39,114	17,231	221	56,123
合 計	39,114	17,231	221	56,123

- (注) 1. 普通株式の自己株式の株式数の増加17,231千株は、取締役会決議による取得16,656千株、単元未満株式の買取りによる119千株、及び株式買取請求による取得456千株である。
2. 普通株式の自己株式の株式数の減少221千株は、単元未満株式の売渡しによる53千株及び持分法適用関連会社が売却した自己株式（当社株式）の当社帰属分168千株である。

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20年6月27日 定時株主総会	普通株式	13,241	20	平成20年3月31日	平成20年6月30日
平成20年11月14日 取締役会	普通株式	11,608	18	平成20年9月30日	平成20年12月10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21年6月26日 定時株主総会	普通株式	9,028	利益剰余金	14	平成21年3月31日	平成21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19年 4月 1日 至 平成20年 3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年 4月 1日 至 平成21年 3月31日)																																		
<p>※ 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20年 3月31日現在)</p> <table> <tr> <td>現金及び預金勘定</td><td>131,058百万円</td></tr> <tr> <td>預入期間が3か月を超える定期預金</td><td>△363 "</td></tr> <tr> <td>現金及び現金同等物合計</td><td><u>130,695 "</u></td></tr> </table>	現金及び預金勘定	131,058百万円	預入期間が3か月を超える定期預金	△363 "	現金及び現金同等物合計	<u>130,695 "</u>	<p>※ 1. 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21年 3月31日現在)</p> <table> <tr> <td>現金及び預金勘定</td><td>123,569百万円</td></tr> <tr> <td>預入期間が3か月を超える定期預金</td><td>△6,369 "</td></tr> <tr> <td>現金及び現金同等物合計</td><td><u>117,200 "</u></td></tr> </table> <p>※ 2. 株式の取得により新たに連結子会社となった会社の資産及び負債の主な内訳</p> <p>株式の取得により新たに丸善㈱を連結したことに伴う連結開始時の資産及び負債の内訳並びに丸善㈱株式の取得価額と丸善㈱取得のための支出(純額)との関係は次のとおりである。</p> <table> <tr> <td>流動資産</td><td>33,259百万円</td></tr> <tr> <td>固定資産</td><td>10,150 "</td></tr> <tr> <td>のれん</td><td>10,175 "</td></tr> <tr> <td>流動負債</td><td>△26,999 "</td></tr> <tr> <td>固定負債</td><td>△4,911 "</td></tr> <tr> <td>評価差額</td><td>330 "</td></tr> <tr> <td>少数株主持分</td><td>△5,782 "</td></tr> <tr> <td>支配獲得時までの連結貸借対照表計上額</td><td>△8,580 "</td></tr> <tr> <td>支配獲得時の丸善㈱株式の取得価額</td><td><u>7,642 "</u></td></tr> <tr> <td>丸善㈱の現金及び現金同等物</td><td>△9,575 "</td></tr> <tr> <td>差引：丸善㈱取得のための支出</td><td><u>△1,932 "</u></td></tr> </table>	現金及び預金勘定	123,569百万円	預入期間が3か月を超える定期預金	△6,369 "	現金及び現金同等物合計	<u>117,200 "</u>	流動資産	33,259百万円	固定資産	10,150 "	のれん	10,175 "	流動負債	△26,999 "	固定負債	△4,911 "	評価差額	330 "	少数株主持分	△5,782 "	支配獲得時までの連結貸借対照表計上額	△8,580 "	支配獲得時の丸善㈱株式の取得価額	<u>7,642 "</u>	丸善㈱の現金及び現金同等物	△9,575 "	差引：丸善㈱取得のための支出	<u>△1,932 "</u>
現金及び預金勘定	131,058百万円																																		
預入期間が3か月を超える定期預金	△363 "																																		
現金及び現金同等物合計	<u>130,695 "</u>																																		
現金及び預金勘定	123,569百万円																																		
預入期間が3か月を超える定期預金	△6,369 "																																		
現金及び現金同等物合計	<u>117,200 "</u>																																		
流動資産	33,259百万円																																		
固定資産	10,150 "																																		
のれん	10,175 "																																		
流動負債	△26,999 "																																		
固定負債	△4,911 "																																		
評価差額	330 "																																		
少数株主持分	△5,782 "																																		
支配獲得時までの連結貸借対照表計上額	△8,580 "																																		
支配獲得時の丸善㈱株式の取得価額	<u>7,642 "</u>																																		
丸善㈱の現金及び現金同等物	△9,575 "																																		
差引：丸善㈱取得のための支出	<u>△1,932 "</u>																																		

(リース取引関係)

I 前連結会計年度(自 平成19年 4月 1日 至 平成20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	減価償却 累計額 相当額	期末残高 相当額
	(百万円)	(百万円)	(百万円)
機械装置 及び運搬具	32,520	15,614	16,905
その他	14,361	7,611	6,750
合 計	<u>46,881</u>	<u>23,225</u>	<u>23,656</u>

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場合、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

1 年内	9,758百万円
1 年超	13,897 "
合計	<u>23,656 "</u>

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場合、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

支払リース料	11,415百万円
減価償却費相当額	11,415 "

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。

2. オペレーティング・リース取引

未経過リース料

1年内	705百万円
1年超	2,538 "
合計	3,244 "

II 当連結会計年度（自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日）

1. ファイナンス・リース取引

所有権移転外ファイナンス・リース取引

① リース資産の内容

有形固定資産

主として、出版・商業印刷関連製造設備（機械装置）、電子デバイス関連製造設備（機械装置）である。

② リース資産の減価償却の方法

連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項「4.（2）重要な減価償却資産の減価償却の方法」に記載のとおりである。

2. オペレーティング・リース取引

オペレーティング・リース取引のうち解約不能のものに係る未経過リース料

1年内	2,656百万円
1年超	16,898 "
合計	19,555 "

リース取引開始日が平成20年3月31日以前の所有権移転外ファイナンス・リース取引について、通常の賃貸借取引に係る方法に準じて会計処理を行っている。

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、減損損失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)	減損損失 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	26,904	16,840	939	9,124
その他	19,977	11,392	365	8,218
合計	46,882	28,233	1,305	17,343

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等

未経過リース料期末残高相当額

1年内	10,577百万円
1年超	8,111 "
合計	18,688 "

リース資産減損勘定の残高

1,305百万円

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、減価償却費相当額及び減損損失

支払リース料	11,723百万円
減価償却費相当額	11,723 "
減損損失	1,101 "

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。

(有価証券関係)

I 前連結会計年度

1. 満期保有目的の債券で時価のあるもの (平成20年3月31日現在)
該当なし

2. その他有価証券で時価のあるもの (平成20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	42,173	67,773	25,600
	そ の 他	10	15	5
	小 計	42,183	67,789	25,605
連結貸借対照表計上額が 取得原価を超えないもの	株 式	42,430	34,980	△7,449
	債 券	24,013	23,875	△137
	小 計	66,443	58,856	△7,587
合 計		108,627	126,645	18,018

3. 当連結会計年度中に売却したその他有価証券 (自平成19年4月1日 至平成20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)
12,283	8,736	199

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20年3月31日現在)

(1) 満期保有目的の債券	
社 債	14百万円
(2) その他有価証券	
非上場株式	18,797百万円
社 債	180 〃
そ の 他	1,191 〃

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20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	10,013	—	—	—
社 債	—	164	30	—
非上場外国債券	—	—	9,000	—
合 計	10,013	164	9,030	—

Ⅱ 当連結会計年度

1. 満期保有目的の債券で時価のあるもの（平成21年3月31日現在）
該当なし

2. その他有価証券で時価のあるもの（平成21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	21,325	31,142	9,816
	小 計	21,325	31,142	9,816
連結貸借対照表計上額が 取得原価を超えないもの	株 式	57,041	43,769	△13,271
	債 券	14,000	13,819	△180
	そ の 他	11	9	△1
	小 計	71,052	57,598	△13,454
合 計		92,377	88,740	△3,637

(注) 当連結会計年度において、その他有価証券で時価のある株式について13,436百万円の減損処理を行っている。

3. 当連結会計年度中に売却したその他有価証券（自平成20年4月1日 至平成21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)
1,185	373	0

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21年3月31日現在）

その他有価証券	
非上場株式	18,965百万円
そ の 他	277 "

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21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				
社 債	—	150	30	—
非上場外国債券	—	—	9,000	—
合 計	—	150	9,030	—

(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19年4月1日 至平成20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。
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。
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行っている。

当連結会計年度
(自平成20年4月1日 至平成21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。また、一部の連結子会社は、資金調達コスト及び資金運用利回りの確定を図る目的で、借入金に係る金利変動リスクに対して金利オプション、金利スワップを利用している。
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。また、金利スワップ取引は市場金利の変動に係るリスクを有している。
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、デリバティブ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行っている。

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		前連結会計年度末 (平成20年3月31日)				当連結会計年度末 (平成21年3月31日)			
区分	取引の種類	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 ユ ー ロ	4,927 367	— —	4,679 366	247 0	5,250 1,697	— —	5,494 1,779	△243 △81
合 計		—	—	—	248	—	—	—	△325

- (注) 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。

金利関連

金利関連		前連結会計年度末 (平成20年3月31日)				当連結会計年度末 (平成21年3月31日)			
区分	取引の種類	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	金利スワップ取引								
	受取変動・ 支払固定	—	—	—	—	13,800	—	△75	△75
合 計		—	—	—	—	—	—	—	△75

- (注) 1. 時価の算定方法 取引先金融機関から提示された価格によっている。
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。

(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、退職一時金制度の他、確定給付型の年金制度として、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、確定拠出型の年金制度として、確定拠出年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、確定給付型の年金制度を設けている。

(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56社、適格退職年金制度は10社、厚生年金基金制度は1社、確定拠出年金制度は6社で有している。

退職一時金制度は各社設立時に設定し、76社で有している。

なお、連結子会社の一部は、平成20年12月に退職給付制度の改定を行い、適格退職年金制度を確定拠出年金制度へ移行した。

2. 退職給付債務に関する事項

	前連結会計年度 (平成20年3月31日)(百万円)	当連結会計年度 (平成21年3月31日)(百万円)
イ. 退職給付債務	△158,731	△171,672
ロ. 年金資産	106,267	94,009
ハ. 未積立退職給付債務 (イ+ロ)	△52,463	△77,663
ニ. 未認識数理計算上の差異	10,280	36,694
ホ. 未認識過去勤務債務 (債務の増額)	6,865	4,522
ヘ. 連結貸借対照表計上額純額 (ハ+ニ+ホ)	△35,317	△36,446
ト. 前払年金費用	5,032	5,005
チ. 退職給付引当金 (ヘ+ト)	△40,349	△41,451

前連結会計年度
(平成20年3月31日)

当連結会計年度
(平成21年3月31日)

(注) 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) 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19年4月1日 至 平成20年3月31日) (百万円)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日) (百万円)
イ. 勤務費用	9,439 (注) 2・3	9,612 (注) 1・2
ロ. 利息費用	3,753	3,896
ハ. 期待運用収益	△2,274	△2,497
ニ. 数理計算上の差異の費用処理額	△977	1,931
ホ. 過去勤務債務の費用処理額	2,294	2,321
ヘ. 退職給付費用 (イ+ロ+ハ+ニ+ホ)	12,235	15,264
ト. 退職給付信託設定益	△7,310	—
チ. 退職給付制度改定益	△2,787	—
リ. 退職給付制度改定損	—	144
ヌ. 確定拠出年金への掛金支払額等	—	89
ル. 計	2,137	15,498

前連結会計年度
(平成20年3月31日)

当連結会計年度
(平成21年3月31日)

- (注) 1. 上記退職給付費用以外に、割増退職金29百万円を支払っており、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。

- (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19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21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. 期待運用収益率	主として2.5%	同 左
ニ. 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)	同 左

(税効果会計関係)

前連結会計年度 (平成20年3月31日)		当連結会計年度 (平成21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	17,150百万円	退職給付引当金	19,355百万円
投資有価証券評価損	14,917 "	投資有価証券評価損	4,872 "
貸倒引当金	5,619 "	貸倒引当金	5,690 "
賞与引当金	7,271 "	賞与引当金	6,430 "
税務上の繰越欠損金	8,904 "	棚卸資産	1,045 "
連結会社間内部利益消去	1,423 "	税務上の繰越欠損金	31,266 "
未払事業税	1,456 "	減損損失	24,341 "
減損損失	3,393 "	その他有価証券評価差額金	1,505 "
その他	8,793 "	その他	10,983 "
繰延税金資産 小 計	68,931 "	繰延税金資産 小 計	105,492 "
評価性引当額	△21,807 "	評価性引当額	△43,306 "
繰延税金資産 合 計	47,123 "	繰延税金資産 合 計	62,186 "
繰延税金負債		繰延税金負債	
その他有価証券評価差額金	△7,318百万円	子会社の留保利益金	△1,189百万円
子会社の留保利益金	△9,519 "	その他	△4,065 "
その他	△1,508 "	繰延税金負債 合 計	△5,255 "
繰延税金負債 合 計	△18,347 "	繰延税金資産の純額	56,930 "
繰延税金資産の純額	28,776 "		
(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。	
流動資産－繰延税金資産	12,992百万円	流動資産－繰延税金資産	10,278百万円
固定資産－繰延税金資産	18,601 "	固定資産－繰延税金資産	50,015 "
流動負債－その他	△18 "	流動負債－その他	△10 "
固定負債－繰延税金負債	△2,798 "	固定負債－繰延税金負債	△3,352 "
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	40.7%	税金等調整前当期純損失が計上されているため、記載を省略している。	
(調整)			
税効果対象外申告調整項目	1.3 "		
評価性引当額	6.7 "		
のれん償却等	1.2 "		
子会社の留保利益金	0.5 "		
税額控除	△3.3 "		
その他	0.3 "		
税効果会計適用後の法人税等の負担率	47.4 "		

(企業結合等関係)

I 前連結会計年度(自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)

該当事項なし。

II 当連結会計年度(自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)

パーチェス法の適用

- (1) 被取得企業の名称及び事業の内容、企業結合を行った主な理由、企業結合の法的形式並びに結合後企業の名称及び取得した議決権比率

① 被取得企業の名称及びその事業の内容

被取得企業の名称 丸善株式会社

事業の内容 教育・学術事業、店舗事業、出版事業、店舗内装事業及びその他事業

② 企業結合を行った主な理由

当社グループの教育・出版流通事業の拡大を図るため。

③ 企業結合日

平成20年8月20日

④ 企業結合の法的形式並びに結合後企業の名称

企業結合の法的形式 株式取得

結合後企業の名称 丸善株式会社

⑤ 取得した議決権比率

51.3%

- (2) 連結財務諸表に含まれている被取得企業の業績の期間

平成20年8月1日から平成21年1月31日まで

- (3) 被取得企業の取得原価及びその内訳

取得の対価	丸善株式会社の普通株式及び優先株式	18,147百万円
取得に直接要した費用	アドバイザー費用等	170 "
取得原価		18,317 "

- (4) 発生したのれんの金額、発生原因、償却方法及び償却期間

① 発生したのれん

10,175百万円

② 発生原因

今後の事業展開によって期待されるシナジーを含む将来の超過収益力から発生したものである。

③ 償却方法及び償却期間

5年間にわたる均等償却

- (5) 企業結合日に受け入れた資産及び引き受けた負債の額並びにその主な内訳

流動資産	33,259百万円
固定資産	10,150 "
資産合計	43,410 "
流動負債	26,999 "
固定負債	4,911 "
負債合計	31,911 "

- (6) 企業結合が当連結会計年度の開始の日に完了したと仮定した場合の当連結会計年度の連結損益計算書に及ぼす影響の概算額

売上高	52,006百万円
営業利益	287 "
経常利益	117 "
税金等調整前当期純利益	85 "
当期純利益	47 "
1株当たり当期純利益	△0.70円

(概算額の算定方法)

企業結合が連結会計年度開始の日に完了したと仮定して算定された売上高及び損益情報と取得企業の連結損益計算書における売上高及び損益情報との差額を、影響の概算額としている。

なお、当該注記は監査証明を受けていない。

(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19年4月1日 至平成20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	672,772	547,567	322,264	73,449	1,616,053	—	1,616,053
(2) セグメント間の内部売上高又は振替高	7,125	8,224	48	44	15,442	△15,442	—
計	679,897	555,791	322,312	73,494	1,631,495	△15,442	1,616,053
営業費用	636,820	523,928	302,494	72,168	1,535,412	△6,463	1,528,948
営業利益	43,076	31,863	19,818	1,325	96,083	△8,978	87,104
II 資産、減価償却費、減損損失及び資本的支出							
資産	557,532	532,229	427,401	44,335	1,561,499	39,693	1,601,192
減価償却費	23,279	28,587	51,717	3,664	107,248	2,653	109,902
減損損失	52	1,051	2,153	42	3,300	—	3,300
資本的支出	26,538	31,818	45,984	3,692	108,033	8,105	116,139

当連結会計年度（自平成20年4月1日 至平成21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	711,275	545,915	255,967	71,685	1,584,844	—	1,584,844
(2) セグメント間の内部売上高又は振替高	7,150	5,905	8	45	13,109	△13,109	—
計	718,425	551,821	255,975	71,731	1,597,953	△13,109	1,584,844
営業費用	686,735	531,905	253,397	71,408	1,543,447	△4,780	1,538,667
営業利益	31,690	19,916	2,577	322	54,506	△8,329	46,177
II 資産、減価償却費、減損損失及び資本的支出							
資産	619,079	513,092	329,042	43,394	1,504,608	31,948	1,536,556
減価償却費	25,204	29,512	46,039	3,506	104,263	2,619	106,882
減損損失	1,798	48	48,692	150	50,690	—	50,690
資本的支出	27,988	29,718	34,270	2,834	94,812	1,344	96,156

(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、写真用資材、産業資材など
エレクトロニクス	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	8,978	8,329	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	194,997	177,349	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)

(1) 「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」に記載のとおり、当社及び国内連結子会社は、法人税法の改正に伴い、当連結会計年度より、平成19年4月1日以降に取得した有形固定資産について、改正後の法人税法に基づく減価償却の方法に変更している。

これにより、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417百万円、生活・産業が736百万円、エレクトロニクスが1,789百万円、全社が195百万円増加し、営業利益が同額減少している。

(2) 「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」に記載のとおり、当連結会計年度より、「租税特別措置法上の準備金及び特別法上の引当金又は準備金並びに役員退職慰労引当金等に関する監査上の取扱い」（日本公認会計士協会監査・保証実務委員会報告第42号 平成19年4月13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)

記載すべき事項はない。

5. 追加情報

(前連結会計年度)

「連結財務諸表作成のための基本となる重要な事項」に記載のとおり、当社及び国内連結子会社は、法人税法改正に伴い、平成19年3月31日以前に取得した資産については、改正前の法人税法に基づく減価償却の方法の適用により取得価額の5%に到達した連結会計年度の翌連結会計年度より、取得価額の5%相当額と備忘価額との差額を5年間にわたり均等償却し、減価償却費に含めて計上している。

これにより、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1,282百万円、生活・産業が849百万円、エレクトロニクスが1,022百万円、全社が39百万円増加し、営業利益が同額減少している。

(当連結会計年度)

記載すべき事項はない。

【所在地別セグメント情報】

前連結会計年度（自平成19年4月1日 至平成20年3月31日）及び当連結会計年度（自平成20年4月1日 至平成21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%を超えているため、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19年4月1日 至平成20年3月31日）

	アジア	その他の地域	合 計
I 海外売上高	195,092 百万円	84,445 百万円	279,537 百万円
II 連結売上高			1,616,053 "
III 連結売上高に占める海外売上高の割合	12.1 %	5.2 %	17.3 %

(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20年4月1日 至平成21年3月31日）

	アジア	その他の地域	合 計
I 海外売上高	134,108 百万円	76,302 百万円	210,410 百万円
II 連結売上高			1,584,844 "
III 連結売上高に占める海外売上高の割合	8.5 %	4.8 %	13.3 %

(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。

【関連当事者情報】

該当事項なし。

(1株当たり情報)

前連結会計年度 (自 平成19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)
1株当たり純資産額 1,516円34銭	1株当たり純資産額 1,393円90銭
1株当たり当期純利益金額 67円08銭	1株当たり当期純損失金額(△) △32円35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。	潜在株式調整後1株当たり当期純利益金額については、1株当たり当期純損失であり、また、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又は当期純損失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19年4月1日 至 平成20年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成20年4月1日 至 平成21年3月31日)
1株当たり当期純利益又は当期純損失金額		
当期純利益又は当期純損失(△)(百万円)	45,171	△20,933
普通株主に帰属しない金額(百万円)	—	—
普通株式に係る当期純利益又は当期純損失(△)(百万円)	45,171	△20,933
普通株式の期中平均株式数(千株)	673,364	647,025

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20年3月31日)	当連結会計年度末 (平成21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)	1,040,135	940,085
純資産の部の合計額から控除する金額(百万円)	37,274	41,910
(うち少数株主持分(百万円))	(37,274)	(41,910)
普通株式に係る期末の純資産額(百万円)	1,002,860	898,174
普通株式の発行済株式数(千株)	700,480	700,480
普通株式の自己株式数(千株)	39,114	56,123
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)	661,366	644,357

(重要な後発事象)

該当事項なし。

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
株式会社早稲田経営出版	第1回無担保社債	平成17年 2月28日	100	(注) 1 100 (100)	6ヶ月 TIBOR +0.20%	なし	平成22年 2月25日
株式会社早稲田経営出版	第2回無担保社債	平成17年 9月29日	(注) 1 100 (100)	—	0.50	なし	平成20年 9月29日
株式会社ジュンク堂書店	第2回無担保社債	平成18年 3月28日	(注) 2 —	1,000	6ヶ月 TIBOR +0.15%	なし	平成23年 3月28日
合 計	—	—	50,200 (100)	51,100 (100)	—	—	—

- (注) 1. () 内は1年以内に償還予定の金額(内数)であり、連結貸借対照表において流動負債の「その他」に含まれている。
2. 株式会社ジュンク堂書店は、当連結会計年度より連結子会社となったため前期末残高には含まれていない。
3. 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)
100	—	1,000	—	50,000

【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	21,969	59,875	1.3	—
1年以内に返済予定の長期借入金	3,185	2,898	2.0	—
1年以内に返済予定のリース債務	—	2,282	—	—
長期借入金(1年以内に返済予定のものを除く。)	4,850	10,490	1.7	平成22年4月15日から 平成35年9月29日まで
リース債務(1年以内に返済予定のものを除く。)	—	6,404	—	平成22年7月31日から 平成35年6月30日まで
合 計	30,004	81,951	—	—

- (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。なお、1年以内に返済予定のリース債務及びリース債務(1年以内に返済予定のものを除く。)については、リース料総額に含まれる利息相当額を控除する前の金額で連結貸借対照表に計上しているため、平均利率を記載していない。
2. 長期借入金及びリース債務(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	3,065	5,490	776	378
リース債務	2,989	1,491	791	458

(2) 【その他】

当連結会計年度における四半期情報

	第1四半期 (自 平成20年4月1日 至 平成20年6月30日)	第2四半期 (自 平成20年7月1日 至 平成20年9月30日)	第3四半期 (自 平成20年10月1日 至 平成20年12月31日)	第4四半期 (自 平成21年1月1日 至 平成21年3月31日)
売上高 (百万円)	389,829	414,493	406,165	374,356
税金等調整前四半期純利益 又は四半期純損失 (△) 金 額 (百万円)	19,863	13,916	△4,323	△57,298
四半期純利益又は四半期純 損失 (△) 金額 (百万円)	9,972	6,595	△4,911	△32,588
1株当たり四半期純利益又 は四半期純損失 (△) 金額 (円)	15.26	10.23	△7.62	△50.57

印刷プロセスと基本となる技術

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、企画、製版、刷版、印刷、製本・加工——という主工程からなり、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

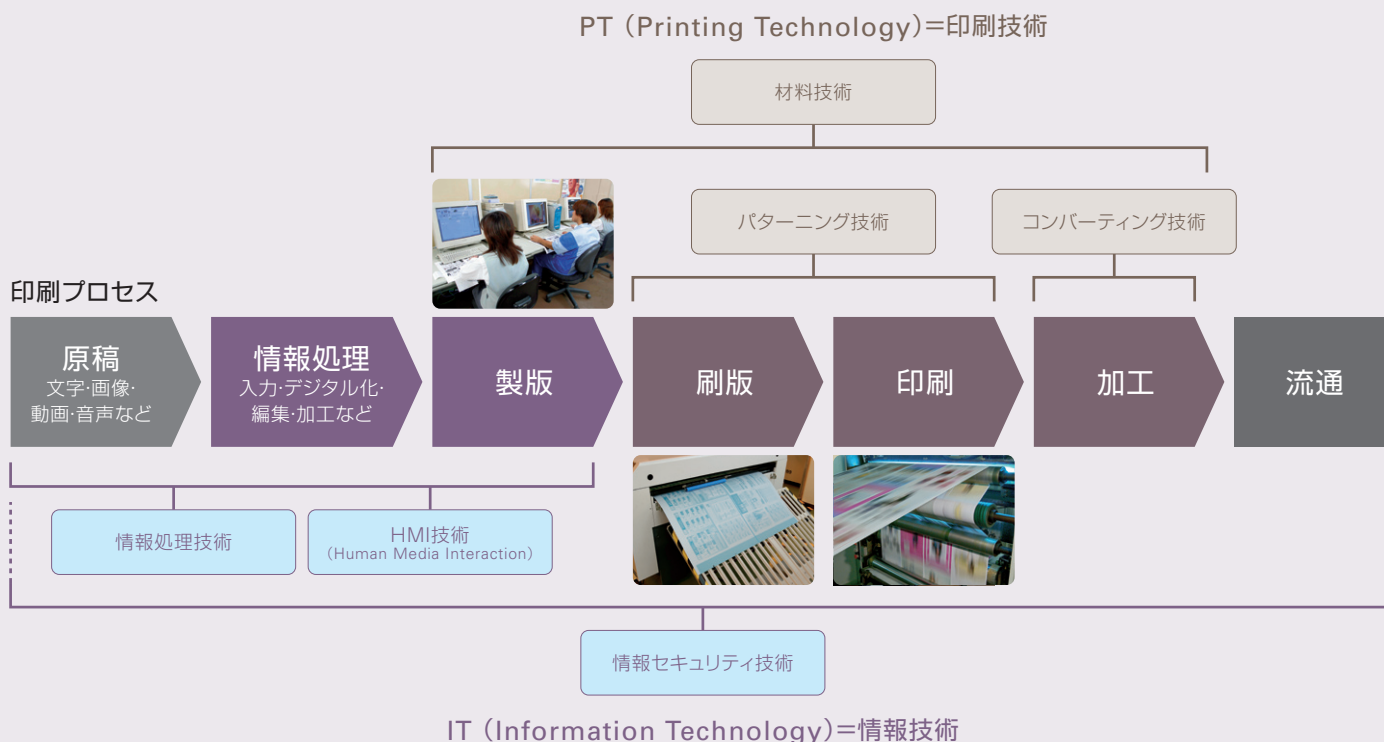
物やインキなど多様な材料に関する技術・知識や、インキを定着させるための塗布技術、印刷機を適正に操作する機械オペレーション技術が必要とされます。さらに、製本・加工には、袋状のとじ込みページやCD-ROM・DVDのバインディングのほか、包装資材の製袋、カップやPETボトルの成型など、さまざまな印刷物の最終形態をつくり上げる仕上げ技術があります。

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、藤田浄「基本印刷技術」産業図書 1988

拡印刷を支える技術

印刷プロセスを基盤とした技術（PT・IT）の応用・展開 → この強みがDNPの事業拡大を実現しました。



■ PT= 印刷技術 (Printing Technology)

- 材料技術：
 - 新たな材料を合成、分散、混合する技術。(インクや接着剤など)
- パターンニング技術：
 - 基材に文字、画像などを形成する技術。(刷版技術、リソグラフィー技術、インクジェット技術など)
- コンバーティング技術：
 - 材料の形を変えたり複合したりする加工技術。(製本、薄膜、コーティング、転写など)

■ IT= 情報技術 (Information Technology)

- 情報処理技術：
 - 情報の入出力、変換、合成、蓄積、伝達などの技術。(文字や画像の編集、データベース作成、ネットワーク技術など)
- HMI (Human Media Interaction) 技術：
 - 人と情報との関わり合いに関する技術。(フォント設計、カラーマッチング、言語処理技術など)
- 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、正しく保管し、不正利用を防ぐ技術。(暗号処理、個人データ処理・管理、バイオメトリックス技術など)

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さまざまな方法で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、情報を編集・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、そしてこれらの情報を整理、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で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磨き、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。

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情報を厳重に管理し、大切に扱うなかで情報セキュリティ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拡げています。

東 東 東
ゴシック体 秀英横太明朝 通常の明朝体

中：ゴシック体と明朝体の長所をあわせ持ち、ディスプレイ用に読みやすく加工した秀英明朝



それぞれの技術と応用

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、カラー写真は黄・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)、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いながら、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、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、テレビ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けたものです。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

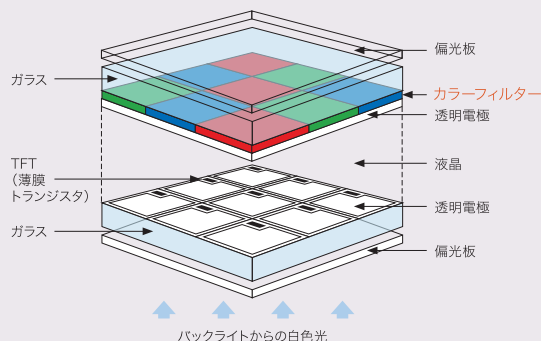
DNPは、シャドウマスクで世界トップシェアを保持しているほか、半導体回路の原版であるフォトマスクや液晶ディスプレイ用カラーフィルターなどについても、世界トップクラスのポジションを獲得しています。

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、ガラス基板上に赤・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、シャープ亀山第2工場内第8世代カラーフィルターラインにおいて、世界で初めてインクジェット方式によるカラーフィルターの量産を開始しました。この実績が高い評価を得たことから、シャープ株式会社が堺市に建設する新工場向けに、インクジェット方式による第10世代カラーフィルターの新工場を建設する予定です。



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・大容量化の進展にともない、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、45nm製品の量産化や32~22nm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。



“機能”を塗り、“装い”を転写するテクノロジー

印刷用の刷版上に付け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、狭義の「印刷」工程にあたります。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、エンボスやバーコードといった凹凸の加工や、箔印刷などにより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拡大させてきました。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ざらつきや

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。

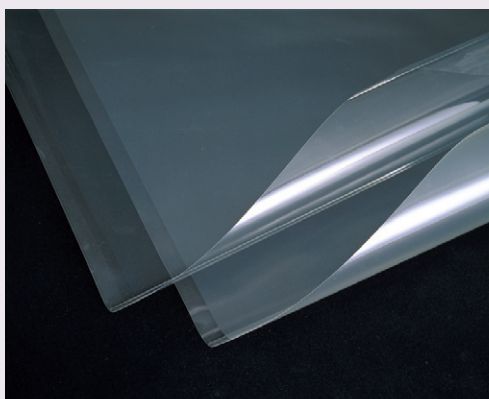
また、転写技術は、写真シールやデジタルフォトプリントなどに用いられるインクリボンに活用されています。そのほか、水圧を利用してパターンを転写させるDNP独自の曲面印刷技術「カールフィット」は、自動車内装材やプラスチック成型品などの曲面印刷に使われています。

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、画面の傷付き防止および、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）にもPDP用反射防止フィルムや電磁波シールド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色のインキ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質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。



それぞれの技術と応用

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にはなりません。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プロセスを経てようやく完成となります。

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がりや、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手法が数多くあります。

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、創業以来続けられてきました。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、しっかりと綴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際に両手を解説書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、アクセサリなどといった、これまで登場し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、すばや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

DNPIは、1976年に無菌充填技術を確立し、常温での長期保存を可能とする容器を開発しました。コーヒークリームやシチュー、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少なく、日本茶や紅茶など、デリケートな風味をそのまま封止し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。



DNPに関する情報提供

ウェブサイト (<http://www.dnp.co.jp/>)

多くのステークホルダーの皆様への確かな情報提供を行うために、ウェブサイトのリニューアルを2009年度に実施します。製品・サービスの検索機能の追加、経営理念・事業ビジョンの紹介など、使いやすさ、わかりやすさを提供します。

発行物

■ アニュアルレポート(日本語、英語)

7月末頃、日本語版、英語版を発行しています。社長メッセージのほか、連結財務諸表、事業戦略、業績の概要、トピックス、財務分析などを掲載しています。

■ データブック(日本語・英語併記)

7月末頃に発行し、過去10年間の財務諸表数値と財務分析数値などを、表やグラフの形で掲載しています。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。

■ 株主通信「DNP Report」(日本語)

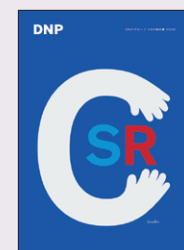
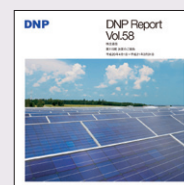
毎年四半期ごとに発行し、株主の皆様向けに郵送しています。決算の概要、事業のハイライト、技術紹介、株式情報などを掲載しています。

■ DNPグループCSR報告書(日本語、英語はPDFをウェブサイトに掲載)

6月末頃、企業の社会的責任に対する年次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、毎年継続して発行しています。

■ 会社案内(日本語、英語)

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。



報告書

■ 有価証券報告書等(日本語)

金融商品取引法第24条に基づき、四半期ごとに金融庁へ提出しています(8月、11月、2月に四半期報告書、6月に有価証券報告書を提出)。監査報告書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、英語)

東京証券取引所のルールに則り、四半期ごとに報告しています。連結、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。

子会社・関連会社

Printing

		資本金 (百万円)	出資比率 (%)
(株) DNP 北海道	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	350	100.0
(株) DNP 東北	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	350	100.0
(株) DNP 東海	製版・印刷・製本・包装用品の製造	120	100.0
(株) DNP 西日本	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	400	100.0
(株) DNP 四国	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	50	97.0
情報コミュニケーション部門			
出版印刷関連			
(株) DNP 製本	製本加工	350	100.0
(株) DNP オフセット	オフセット印刷	200	100.0
(株) DNP メディア・アート	製版	180	100.0
(株) DNP トータルプロセス前橋	製版	100	100.0
(株) DNP ユニプロセス	製版	80	100.0
(株) DNP トータルプロセス長岡	製版	50	100.0
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・制作・製版・印刷・製本	200	100.0
(株) DNP グラフィカ	印刷・製本	100	100.0
(株) DNP メディアクリエイト	企画・制作・製版	100	100.0
(株) DNP マルチプリント	製版・印刷・製本	100	100.0
(株) DNP 物流システム商印	梱包・荷役作業および倉庫管理	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	100	100.0
(株) DNP データテクノ関西	各種帳票およびプラスチックカードの製造	100	100.0
(株) DNP トータルプロセス藤	製版・刷版	80	100.0
ネクサンティス(株)*	ICカード関連ソフトウェアおよび各種機器の提供・販売	25	100.0
(株) DNP テクタス藤	印刷物の加工および梱包・荷役作業	20	100.0
DNP France SAS*	ICカードおよびセキュリティビジネスに関する調査	(Euro 1,000)	100.0
		37	
その他(企画・制作、ベンチャー等)			
(株) DNP 映像センター	テレビ放送、映画、ビデオソフトの企画・制作・販売	100	100.0
(株) DNP デジタルコム	ホームページの企画・作成および配信業務	100	100.0
(株) am3*	映像、コンテンツ等の企画・製造・販売	340	69.5
(株) DNP アートコミュニケーションズ	美術品画像・映像の企画、制作、販売	300	100.0
(株) DNP 年史センター	企業・団体などの年史の企画・編集・制作	50	100.0
(株) ユートゥ*	インターネット、携帯電話を利用した情報提供事業	50	100.0
(株) シービーデザインコンサルティング*	個人情報の保護・危機管理に関するコンサルテーション	40	92.5
(株) エムズコミュニケーション*	顧客会員制サービスに関するコンサルテーションおよび仲介	30	95.0
(株) アットテーブル*	食品スーパー等の製造・販売に関する調査、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および加工	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 テクノパック横浜	包装用品の製造・印刷・加工	280	100.0
(株) DNP テクノパック関西	包装用品の製造・印刷・加工	200	100.0
相模容器(株)	各種プラスチックチューブの製造	200	90.0
(株) アセプティック・システム	無菌充填システムの製造・販売およびコンサルテーション	100	100.0
(株) DNP テクノポリマー	プラスチック成型加工および印刷	100	100.0
(株) DNP 包装	充填および包装加工	80	100.0
PT DNP Indonesia	包装用品の製造・販売	(\$1,000)	51.0
		26,000	
迪文普塑料成型(上海)有限公司	プラスチック容器類の成型、印刷、加工、販売	(\$1,000)	100.0
		6,350	
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
オプトマテリアル／産業資材関連			
(株) DNP フォトイメージング	事業会社への投資	9,680	100.0
(株) DNP アイ・エム・エス小田原	写真材料の製造・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	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 フォトルシオ	証明写真事業および写真用材料・部品の販売	450	100.0 (33.3)
(株) DNP アイディーシステム	運転免許証明・証明写真用機器の販売	60	100.0 (100.0)

		資本金 (百万円)	出資比率 (%)
DNP Denmark A/S	電子精密部品の製造・販売	(Dkr1,000) 135,000	100.0
DNP Electronics America, LLC	電子精密部品の製造・販売	(US\$1,000) 15,045	(100.0) 100.0
DNP Photo Imaging America Corporation	デジタル写真用ラボシステム・写真材料の販売	(US\$1,000) 45,898	(99.9) 99.9
DNP Photo Imaging Corporation SAS	事業会社への投資	(Euro 1,000) 50	(66.0) 66.0
DNP Photo Imaging Europe SAS	写真関連商品の販売	(Euro 1,000) 2,422	(100.0) 100.0
DNP IMS America Corporation	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(US\$1,000) 71,980	(100.0) 100.0
Compagnie de Découpe de l'Ouest・CDO SAS	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(Euro 1,000) 3,040	23.4
DNP IMS France SAS*	熱転写用および昇華型転写用リボンの販売	(Euro 1,000) 300	100.0
DNP IMS Netherlands B.V.	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(Euro 1,000) 1,000	100.0
エレクトロニクス部門			
ディスプレイ製品関連			
(株) DNP カラーテックノ亀山	液晶カラーフィルターの製造・販売	2,500	100.0
(株) DNP プレジジョンデバイス	ディスプレイ関連製品の製造	450	100.0
(株) DNP カラーテックノ堺	液晶カラーフィルターの製造	400	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) 30,000	(99.0) 100.0
電子デバイス関連			
ディー・ディー・ファインエレクトロニクス(株)	半導体製造用部品の製造・販売	490	65.0
(株) DNP ファインエレクトロニクス	半導体製造用部品の製造	300	100.0
(株) DNP エル・エス・アイ・デザイン	半導体製造用図面の設計・制作	100	100.0
(株) DNP ファインエレクトロニクス相模原	電子精密部品の製造	100	100.0
(株) DNP ミクロテクニカ	電子精密部品の検査・加工・荷役作業	40	100.0
DNP Photomask Europe S.p.A.	フォトマスクの製造・販売	(Euro 1,000) 47,200	80.6
DNP Photomask Technology Taiwan Co., Ltd.	フォトマスクの製造・販売	(NT1,000) 5,170,117	(0.3) 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
丸善(株)	書籍、雑誌、文房具の販売	5,821	51.3
(株) DNP ロジスティクス	梱包・発送・貨物運送・倉庫業	626	100.0
(株) 早稲田経営出版	学習塾の経営	480	100.0
(株) 図書館流通センター	図書販売、データ作成	266	50.3
(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)	用紙等各種商品の売買	100	94.3
(株) ダイレック	学習相談等の運営	96	55.0
(株) DNP エス・ビー・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
(株) ジュンク堂書店	書籍販売	39	51.0
福利厚生・施設管理会社など			
(株) DNP ファシリティサービス	ビル施設の管理・清掃・警備、厚生施設の運営	350	100.0
(株) DNP 情報システム	情報システムの設計・開発・保守およびソフトウェアの制作・販売	100	100.0
(株) DNP ヒューマンサービス	人事関連施策の企画・運営	90	100.0
(株) 宇津峰カントリー倶楽部*	ゴルフ場の経営	33	88.8
(株) DNP アカウンティングサービス	経理事務代行およびコンサルテーション	30	100.0
(株) DNP テクノリサーチ*	特許関係の調査、契約書の作成	20	100.0
海外版社			
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) 62,164	(7.2) 100.0
DNP Holding USA Corporation	事業会社への投資	(US\$1,000) 100	(100.0) 100.0
DNP Europa GmbH*	電子精密部品、建材の販売	(Euro 1,000) 92	100.0
DNP UK Co., Ltd.*	建材の販売	(£1,000) 120	100.0
Dai Nippon Printing Co. (Australia) Pty. Ltd.*	印刷物、建材の販売	(A\$1,000) 70	100.0
DNP Singapore Pte. Ltd.*	電子精密部品、建材の販売	(S\$1,000) 350	100.0
DNP Korea Co., Ltd.*	電子精密部品の販売	(Krw1,000) 500,000	100.0
DNP Taiwan Co., Ltd.	電子精密部品の販売	(NT1,000) 10,000	100.0
迪文普国際貿易(上海)有限公司*	印刷物等の販売(商印・包装)	(US\$1,000) 2,000	100.0

Beverages

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	(5.1) 58.3

注：1. 出資比率欄の()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。

用語集

一般用語、一般の製品名・サービス名から

インクジェット方式

小さい穴が開いたノズルからインクを射出して、被印刷媒体に直接塗布する方式。

AR (Augmented Reality) 技術

パソコンに接続した小型カメラや携帯電話の内蔵カメラで、印刷された画像や2次元コードのようなマーカー、または実際の風景を撮影すると、その撮影画像に関連づけて登録されている3次元CGをリアルタイムで実写映像に合成してディスプレイに表示するもの。

液晶カラーフィルター

液晶ディスプレイをカラー化するための部材で、基板上に光の3原色<赤(R)、緑(G)、青(B)>の顔料をパターン配列させた着色層を有するもので、光を透過させることでカラー画像を表示させる。

SSFC (Shared Security Formats Cooperation)

1枚のICカードを使った、高度な企業内情報セキュリティシステムの実現を目指す企業連合として2005年に設立された。オフィスの入退室、パソコンのログイン、プリンターの利用状況などを一元管理するICカードのデータフォーマットなどを定めている。2009年3月時点で、オフィス用機器メーカーやシステムインテグレータなど約175社が加盟し、同フォーマットが約200社の企業や団体に採用されている。

CRM (Customer Relationship Management)

顧客の嗜好や属性に基づき、顧客それぞれのニーズに適合した商品やサービスを提供するなど、企業が顧客と長期的に良好な関係を築く手法のこと。

CGM (Consumer Generated Media)

インターネットなどで生活者が自らコンテンツを作り、情報発信や意見交換などを経て、内容をさらに充実させるクチコミサイトなどのメディアのこと。

SIM (Subscriber Identification Module) カード

携帯電話会社が発行する契約者情報を記録したICカード。携帯電話に挿入して使用する。

昇華型熱転写記録材

カラープリンター用の印刷インキの3原色<黄(Y)、赤(M)、藍(C)>のインクリボンと専用受像紙。サーマルヘッドの熱でインキを専用受像紙に転写して、カラー画像を表示するもので、滑らかな色調が表現でき、写真プリントなどに適している。

太陽電池用充填材

太陽電池セルやその周辺配線を固定するための接着性保護シート。ガラスとバックシートを安定的に接着する機能を有している。

太陽電池用バックシート

太陽電池モジュールを外界から保護する耐候性フィルム。雨水などが太陽電池の中に流れ込むのを防ぎ、長期間の屋外使用に対応できるよう高い耐久性・防湿性・電気絶縁性などが求められている。

デジタルサイネージ (電子看板)

屋外や交通機関、店舗、オフィス、公共施設などの場所で、ネットワークに接続したディスプレイを使って、タイムリーに映像や情報を発信するシステムのこと。

半導体フォトマスク

半導体素子の回路を形成するための原版。フォトマスクのガラス基板上に描画した回路パターンを、主に光によって、半導体ウェハー上に塗布された感光性のレジストに転写し、エッチングなどの工程を経てウェハー上に目的の回路パターンを形成する。

PIM (Product Information Management)

商品情報を整理・統合し、連携して利用できるようにする情報管理の手法のひとつ。バリューチェーンのプロセスごとに分散している商品情報を一元管理し、適切な量・質・タイミングで、顧客が必要とする情報を配信する環境を整える。

BPO (Business Process Outsourcing)

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

フォトリソグラフィ

感光性の材料を塗布した基材の表面を露光することにより、露光された部分と露光されていない部分からなるパターンを生成する技術。

防眩フィルム

パソコンやテレビなどのディスプレイ表面に、外光や室内光が映り込むことを防止するためのフィルム。AR (Anti Glare) フィルム。

無菌充填システム

無菌の環境で、滅菌した飲料や食品を、PETボトル等の滅菌した容器に常温のまま充填するシステム。

MEMS (Micro Electro Mechanical System) (微小電子機械システム)

半導体の微細加工技術を利用して作製された微小な部品を集積化したデバイス。

有機ELディスプレイ

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

リードフレーム

半導体パッケージの内部で、半導体チップを支え電気信号を伝える金属部品。

ロールトゥロール (roll to roll)

用紙などのロール状の部材に印刷加工を施し、その印刷物をそのままロール状に巻き取ること。部材の供給作業の回数を減らすとともに、高速で安定した品質での製造が可能で、大量生産に適している。

DNP関連の用語

IPS (Information Processing Services)

高度な情報セキュリティのもとで、個人情報などの大量データの入力から、編集・加工、請求書や利用明細、パーソナルメールなどの印刷・製造、配送や配信までの業務を行うサービス。

IBフィルム (Innovative Barrier Film)

水蒸気と酸素の透過性に対するバリアー性に優れ、高い耐熱性や透明性も備えたフィルムで、主に食品や医療・医薬などに使用される包装材料。

EB (Electron Beam) コーティング技術

電子線の照射により、塗工樹脂の原子を重合反応させて硬化させる技術。ウレタンや紫外線硬化法の樹脂に比べ、表面硬度の高い膜が得られる。この技術により、傷や汚れ、日光などに強く、高耐久かつ実用性能、品質安定に優れた製品の供給が可能となる。また、製造工程での省エネルギー化やCO₂排出量削減、無溶剤塗工が可能な次世代型環境対応技術でもある。

「拡印刷」と「P&Iソリューション」

「拡印刷」は、創業以来培ってきた印刷技術をさまざまな分野に応用・発展させ、事業分野を拡大していくことを表すキーワード。「P&Iソリューション」は、2001年に発表した「DNPグループ21世紀ビジョン」の中で示した事業ビジョンであり、印刷技術と情報技術を融合させて社会における顧客の問題や課題を発見し解決していくことを表している。

DNPは、「拡印刷」をキーワードに、1951年に包装分野と建材分野に進出し、1958年にシャドウマスク、1959年にフォトマスクの開発に成功してエレクトロニクス分野にも進出した。

2001年以降は「P&Iソリューション」のもとで、さまざまな顧客の課題解決を図るとともに、エネルギー分野やライフサイエンス分野などの新規事業も積極的に展開している。

コントラスト向上フィルム

PDP（プラズマディスプレイパネル）の前面ガラス基板に貼り合わせるフィルムで、色調を高めるなどの機能を持つ。

CDMS (Card Data Management Service)

ICカードに書き込む情報をネットワークを通して総合的に管理するサービス。窓口でのICカードの即時発行、ATMでの暗証番号変更、携帯電話のチップにアプリケーションとパーソナルデータを配信するモバイルビューロ、オンラインショッピングでの本人認証などを行う。2004年開始。

B²it (ビー・スクエア・イット)

ビルドアップ基板（絶縁層と配線層を積み上げて作成したプリント基板）で、スクリーン印刷により形成したバンブ（層間を電氣的に接続するための伝導性を持ったペースト）で層間接続（ビア接続）を行うDNPの独自技術。

モノづくり21活動

TPM(Total Productive Maintenance)に基づき、モノづくりの原点に立ちかえり、より無駄を省き、高品質・高能率・低コストに向けた持続的な改善を行うことにより、顧客ニーズに柔軟かつ迅速に対応できる体制を作っていく活動。品質、コスト、納期などあらゆる面で強い体質を持つ生産体制の確立を目指す。

■表紙デザインについて

デザイナープロフィール

佐野研二郎(アートディレクター)

1972年東京生まれ。MR DESIGN代表。主な仕事に資生堂・コラーゲン、LISMO!、TブーIS、ニャンまげ、ミツカンとろっ豆、nicoプロダクト、フランフランpig mug、地球ゴミ袋、ローリングストーンズ、井上 陽水、宇多田ヒカル、いきものがかり、にっぽん子育て応援団など国内外で幅広い広告デザイン、キャラクターデザイン、商品開発がある。

www.mr-design.jp

アニュアルレポートの表紙へのメッセージ

「最近は何を開くと不景気だとか暗いニュースばかりでなんともしんどいものです。そもそも仕事とは技術や商品で世の中を便利に明るくしていくこと。日本を代表する企業であるDNPのアニュアルレポートの顔にはスマイルがよく似合うと思いデザインさせていただきました。」

※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、日本国内のものであります。

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

