

DNP

Annual Report
アニュアルレポート
2010



経営理念

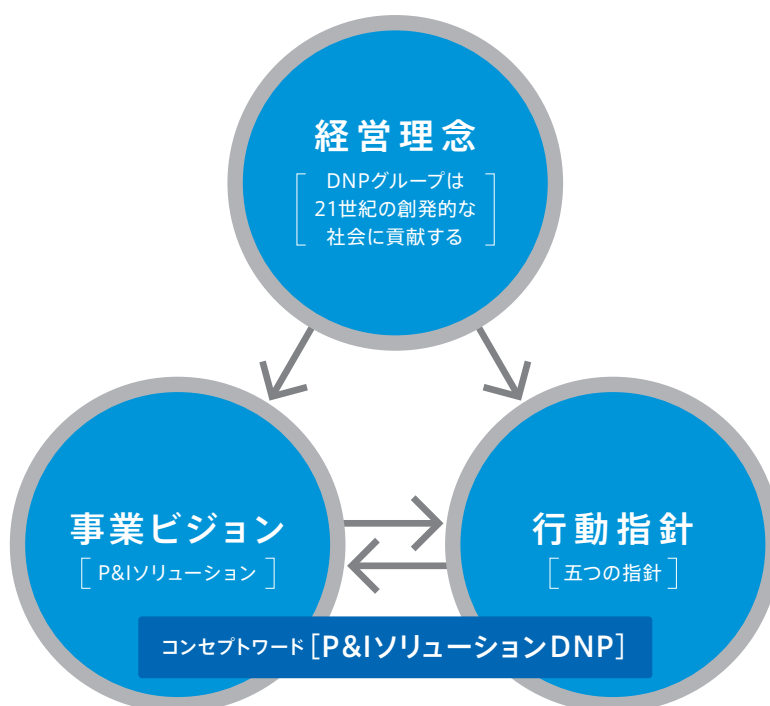
DNPグループは
21世紀の創発的な社会に
貢献する。

事業
ビジョン

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

行動指針

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



CONTENTS

2 株主の皆様へ	67 コーポレート・ガバナンス
8 DNPの概要	68 コーポレート・ガバナンスの状況等
10 業績の概要	75 取締役・監査役および役員
14 DNPの概観	
16 DNPの製品一覧	76 財務セクション
18 DNPの技術開発と事業展開の足跡	78 2010年3月期の業績に関する分析 および説明
20 当期の主な出来事	88 連結財務情報
	90 連結財務諸表
22 特集：生活・産業部門 高付加価値化による 事業の拡大	98 参考情報
25 包装事業	98 技術を核とした事業展開
30 海外事業	99 「P&Iソリューション」を支える技術
32 住空間マテリアル事業	100 個別技術と応用例
34 研究・開発	104 投資家情報
	106 子会社・関連会社
38 部門別情報	108 用語集
40 情報コミュニケーション	111 DNPに関する情報提供 表紙デザインについて
40 事業戦略	
42 業績の概要	
43 サブセグメントの状況	
46 トピックス	
49 戦略フォーカス	
52 生活・産業	
52 事業戦略	
54 業績の概要	
55 サブセグメントの状況	
58 トピックス	
59 戦略フォーカス	
60 エレクトロニクス	
60 事業戦略	
62 業績の概要	
63 サブセグメントの状況	
65 トピックス	
66 戦略フォーカス	

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

当アニュアルレポートでは、「DNP」は「DNPグループ全体」を意味しています。
「私たち」「われわれ」という言葉は、「DNP」または「DNPの経営陣」を意味しています。
(なお、P67-75の「コーポレート・ガバナンス」では「DNP」は「大日本印刷株式会社」を指しています。)

株主の皆様へ

代表取締役社長 北島 義俊

当期の業績を振り返って ― 事業再構築により業績改善へ

当期、私たちは、期初の予想を大きく上回る成果をあげることができました。

当期の世界経済の状況については、各国政府の緊急経済対策や企業の懸命な努力もあり、緩やかな成長が続きました。しかし、日本国内の景気は、消費の低迷が続き、失業率が高い水準にあるなど依然として厳しく、出版市場の長期低迷や企業の広告宣伝費の抑制などにより、とりわけ情報コミュニケーション部門がその影響を大きく受けました。一方、液晶パネル市場の需要回復もあって黒字に転換したエレクトロニクス部門と、包装や光学フィルムが好調に推移した生活・産業部門を中心に、回復基調が鮮明となってきました。

それに対し、私たちは、生産体制や製造設備の見直しや徹底したコスト削減によって収益基盤の強化に努めました。その結果、世界的な金融危機の影響を大きく受け、きわめて厳しい結果となった2009年3月期から、急速に業績を改善させることができました。

当期および2011年3月期の主要な取り組みについて

当期は、製造設備などの徹底的な見直しに加えて、生産体制の統廃合などを行いました。また、グループを挙げてコスト削減に取り組み、大きな成果を得ることができました。その一方で、市場のニーズに合わせて、適宜、生産能力の増強を図りました。

まず、子会社のザ・インクテック株式会社の国内インク事業を業界最大手のDIC株式会社と事業統合して、合併会社DICグラフィックス株式会社を設立しました。これらの取り組みにより事業の効率化と企業体質の強化を進めました。





また、需要が急激に回復してきた液晶パネル市場に対応して、当期から来期にかけて、液晶カラーフィルターや光学フィルムの生産能力を高めていきます。液晶カラーフィルターについては、当期の2009年10月に、大阪府堺市の第10世代向け新工場が稼働を開始しました。2010年4月には兵庫県姫路市に第8世代向け新工場を開設し、顧客企業との連携を強化しつつ事業を拡大させていきます。また、半導体市況の変動が予想されるフォトマスクについては、最先端技術の開発により競争力を強化するとともに、2010年度はじめに生産を開始した台湾新工場を拠点として海外需要にも対応していきます。

当期は、出版市場の活性化に向けた取り組みにも、さらに力を入れました。2010年2月、丸善株式会社と株式会社図書館流通センターを統合し、中間持株会社^{シーエイタアイ}のCHIグループ株式会社を設立しました。2009年3月にDNPグループの一員となった株式会社ジュンク堂書店も含め、デジタルサイネージ(電子看板)を活用した書店での販促施策の開発、書籍流通におけるICカードやICタグの導入などを推進し、出版印刷事業の強化につなげていきます。また、電子書籍に対応したデジタルコンテンツの企画・制作・流通機能の強化や、2010年4月に子会社となった、セキュリティシステム開発の株式会社インテリジェント ウェイブとの連携などによる情報セキュリティビジネスの拡大などにも積極的に取り組んでいきます。

企業価値の向上と持続的な成長のための事業戦略

私たちは、今後中長期にわたって企業価値を高め、持続的な成長を実現していくために、事業ビジョンとして「P&Iソリューション」を掲げ、「強い収益体質の確立」と「新規ビジネスの開発」を重点戦略として取り組んでいます。

事業ビジョンを推進するためには、社会や市場の変化を捉え、企業や生活者自身も気づいていない課題をいち早く発見することが重要です。私たちは、企業の経営者や担当者、生活者、社内外の関係者との「対話」を繰り返し、これらの課題を解決することによって事業を拡大していきます。

P&Iソリューション

事業ビジョンとして掲げている「P&Iソリューション」とは、DNP固有の強みである印刷技術(P=Printing Technology)と情報技術(I=Information Technology)を活用し、さまざまな課題を解決に導く製品やサービスを提供することで社会に貢献していこうというものです。

このP&Iソリューションの一層の推進を図り、将来の発展につなげる施策として2010年2月に市谷地区の再開発に着手しました。DNPは1876年(明治9年)に秀英舎として創業し、1886年(明治19年)に現在の東京都新宿区に出版分野の市谷工場を開設して以来、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、現在東京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の機能を市谷地区に集約して相乗効果を高め、新たな事業を展開するとともに、全体最適の視点から製造や物流などの体制を見直して製造拠点の統合などを進めていきます。完成は2018年(平成30年)を予定しています。

「強い収益体質の確立」

私たちは、製造部門を中心に業務プロセスの見直しや工程の合理化など生産性の向上に取り組んでおり、社員一人ひとりが常に利益志向を持ち続けることにより、強い収益体質を確立していきます。2002年には、グループを挙げて生産性向上を目指す「モノづくり21活動」をスタートし、全体最適をテーマに工程間や部門間の流れを円滑にして、徹底的に無駄を排除する効率的な生産システムの構築を進め、着実な成果をあげています。

情報コミュニケーション関連では、製造プロセスを統括管理する体制を強化して、プリプレス、印刷、加工など多岐にわたる工程の連携を図り、生産体制における無駄の排除や物流効率の改善など、引き続き収益体質の向上に取り組んでいきます。なかでも関東および関西に展開する商業印刷分野については、組織を大幅に見直して統合・再編を行い、体制を改革しました。

「新規ビジネスの開発」

私たちは、新規ビジネスを開発し、新たな事業部門そのものを創出していくことが、今後の重要な成長戦略だと考えています。すでに、太陽電池やリチウムイオン二次電池関連製品などの環境・エネルギー分野、再生医療や医薬品、ヘルスケアに対応したライフサイエンス分野など、新しい事業のコアになる技術を開発してきました。

この新規ビジネス開発においては、その事業が、DNPの強みである印刷技術と情報技術に立脚し、企業や生活者の課題を解決することを心がけています。自らの強みを活かし、課題解決のための事業を推進することが、社会への貢献そのものであると考えています。

これらの事業戦略の効果を高めるには、DNPグループの独自技術だけでなく、強みを持った企業との連携も必要です。これまでもエレクトロニクス製品やデジタルフォト関連、教育・出版流通事業をはじめとして、多くの企業との戦略的提携やM&Aを実施してきましたが、今後もこの方針に基づき、国内外を問わず積極的に取り組んでいきます。

高い志を持って、21世紀の文明の業を営む

DNPの前身である秀英舎の創業時の舎則に「文明ノ業ヲ営ム」という記述があります。これは、明治維新直後、日本全体が大きな変革に挑んだ時代にあって、広く社会の発展に貢献しようと、私たちの先輩が熱い志を込めた言葉です。創業以来134年にわたり、私たちはこの志を継承してきました。

DNPは、1950年代の初めから、創業以来培ってきた印刷技術を応用・発展させて事業領域を拡大する「拡印刷」の取り組みに注力してきました。その結果、食品のパッケージや建材、ディスプレイ製品や半導体用フォトマスクなどを生み出すことに成功し、情報コミュニケーションに加えて、生活・産業、エレクトロニクスという事業の柱を確立しました。これら3つの事業部門をバランスよく伸ばしてきた結果、強固なポートフォリオを持つ安定した経営基盤を構築することができました。今では、DNPの製品やサービスは日常生活の隅々にまで浸透し、豊かで便利な暮らしにとって、なくてはならないものとなっています。このように印刷技術を極め、事業領域を拡大する

“総合印刷業”というスタイルは、世界的にもほとんど例がありません。

そして、新たな変革が求められている今日、創業以来継承してきた志のもと、社会の変化をいち早く捉え、生活者視点に立って顧客企業に一步先んじた提案を行い、課題を解決することで社会に貢献していきたいと考えています。事業ビジョンの「P&Iソリューション」に基づく私たちの活動は、21世紀における「文明ノ業ヲ営ム」ことであると確信しています。

株主の皆様とのより良い関係づくりに向けて

株主の皆様への利益還元は、経営の重要施策と位置づけています。

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

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

私たちは、あらゆるステークホルダーとの「対話」を重視しており、対話を活発にし、新たな課題の発見と解決を図るため、適切な情報をタイムリーに開示し、説明責任を果たすことに力を注いでいます。また、コーポレート・ガバナンスを経営上の重要課題と位置づけており、的確で適正な、そして迅速な意思決定と業務執行に向けて、十分な監督体制を構築し、適切なチェックと運用を維持してまいります。

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

代表取締役社長 北島義俊

印太

新自由





DNPの概要

CONTENTS

- 10 業績の概要
- 14 DNPの概観
- 16 DNPの製品一覧
- 18 DNPの技術開発と事業展開の足跡
- 20 当期の主な出来事

業績の概要

連結財務グランドサマリー

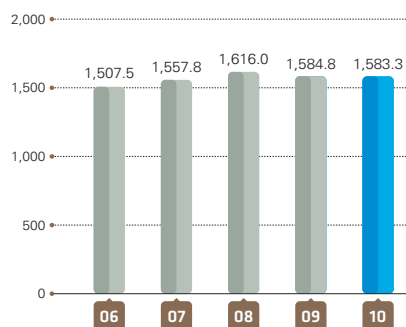
大日本印刷株式会社および子会社 3月31日に終了した各会計年度

	2010	2009	2008	増減 2010/2009
損益計算書関連 (単位:百万円)				
売上高	¥ 1,583,382	¥ 1,584,844	¥ 1,616,053	-0.1%
営業利益	66,513	46,177	87,104	44.0%
経常利益	68,841	47,390	86,502	45.3%
税金等調整前当期純利益(純損失)	49,495	-27,842	88,469	—
当期純利益(純損失)	23,278	-20,933	45,171	—
バランスシート関連 (百万円)				
純資産合計	¥ 956,863	¥ 940,085	¥ 1,040,135	1.8%
有利子負債	166,751	124,263	80,104	34.2%
総資産	1,618,853	1,536,556	1,601,192	5.4%
キャッシュ・フロー関連 (百万円)				
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 140,574	¥ 131,569	¥ 157,282	6.8%
投資活動によるキャッシュ・フロー	-120,683	-100,726	-122,522	-19.8%
財務活動によるキャッシュ・フロー	13,126	-33,951	-73,727	—
フリーキャッシュ・フロー*	19,891	30,843	34,760	-35.5%
一株当たりデータ**(円)				
当期純利益(純損失)	¥ 36.12	¥ -32.35	¥ 67.08	—
純資産	1,422.33	1,393.90	1,516.34	2.0%
配当金	32	32	36	—
売上高利益率(%)				
営業利益率	4.20	2.91	5.39	1.29
EBITDAマージン	9.07	5.09	12.36	3.98
当期純利益率	1.47	-1.32	2.80	2.79
財務比率				
ROE(%)	2.57	-2.20	4.35	4.77
ROA(%)	1.48	-1.33	2.74	2.81
D/E レシオ(%)	18	14	8	—
インタレストカバレッジレシオ(倍)	29.50	30.22	70.09	—
バリュエーション (3月31日の株価)				
PER(倍)	34.97	—	23.64	—
PBR(倍)	0.89	0.64	1.05	—
EV/EBITDA(倍)	5.77	7.19	4.94	—
PCFR(倍)	7.08	6.74	6.76	—
配当利回り(%)	2.53	3.56	2.27	-1.03
株主還元				
自己株式の買付(百万円)	—	26,550	58,312	—
配当性向(%)	88.6	—	53.7	—
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(%)	25.38	23.63	29.53	—

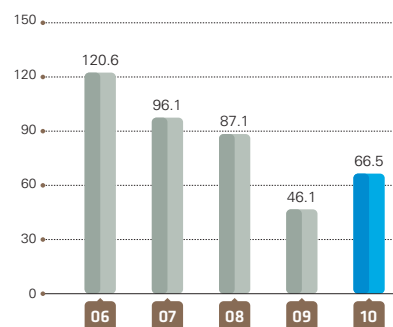
* 営業活動によるキャッシュ・フロー - 投資活動によるキャッシュ・フロー ** 発行済の希薄化証券はありません。

- 営業利益、経常利益、当期純利益とも大幅増益を達成
- 徹底したコスト削減と、生産体制や設備の見直しにより業績回復に注力
- 高付加価値製品の需要拡大などにより、生活・産業部門を中心に利益が拡大
- 液晶カラーフィルターや光学フィルムなど、戦略製品の生産能力を増強

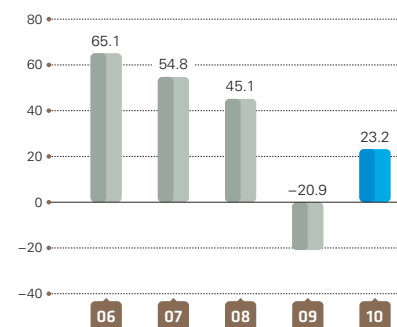
売上高
(単位:十億円)



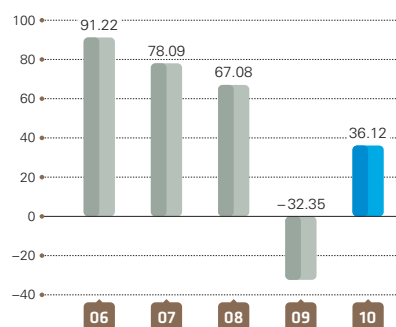
営業利益
(単位:十億円)



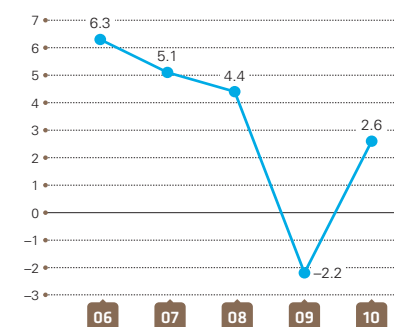
当期純利益(純損失)
(単位:十億円)



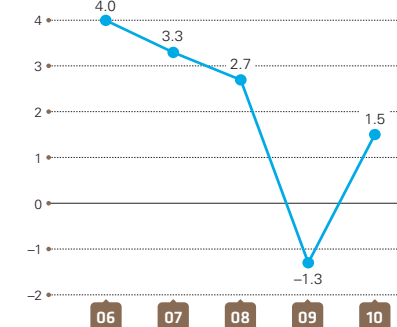
1株当たり当期純利益(純損失)
(単位:円)



ROE
(単位:%)

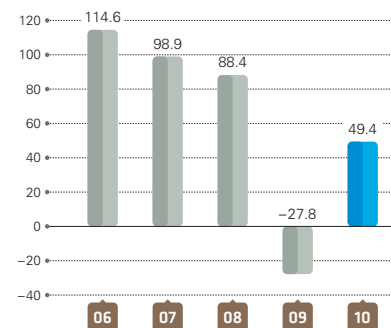


ROA
(単位:%)



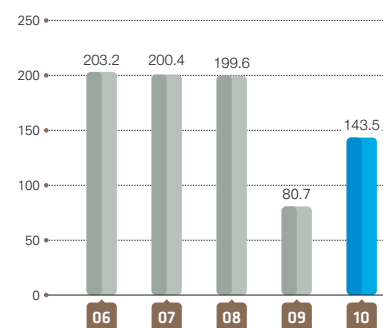
税金等調整前当期純利益(純損失)

(単位:十億円)



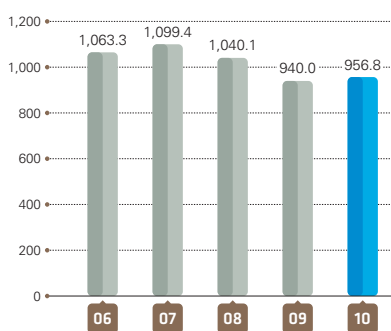
EBITDA

(単位:十億円)



純資産*

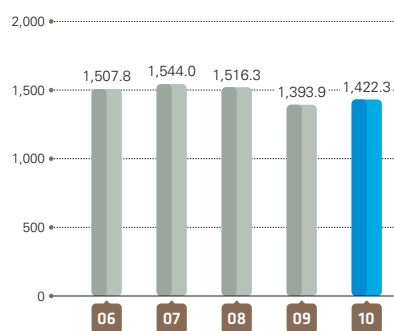
(単位:十億円)



* 2006年3月期以前は、資本合計を表示しています。

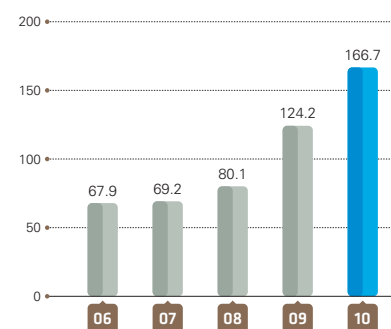
1株当たり純資産

(単位:円)



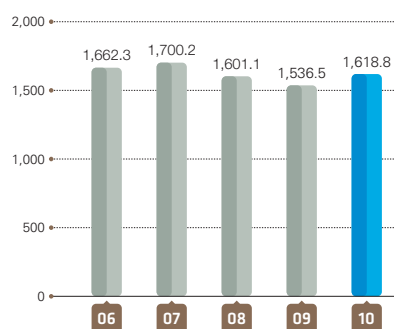
有利子負債

(単位:十億円)



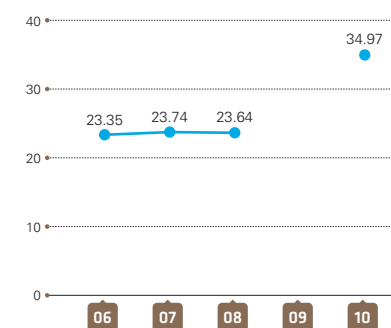
総資産

(単位:十億円)



PER (株価収益率)*

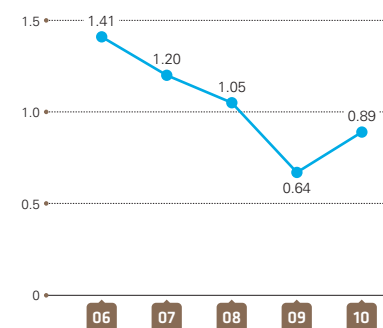
(単位:倍)



* 2009年3月期は、当期純損失のため表示していません。

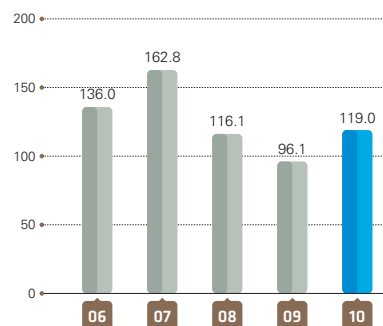
PBR (株価純資産倍率)

(単位:倍)



設備投資*

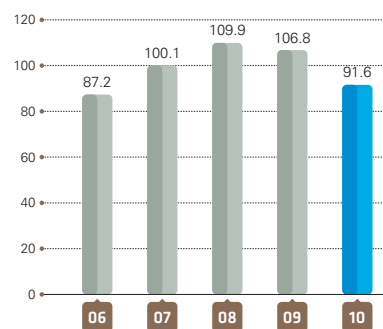
(単位:十億円)



* 無形固定資産への投資も含んでいます。

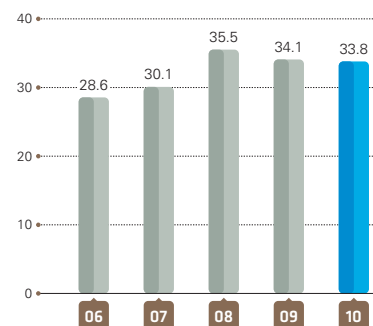
減価償却費

(単位:十億円)



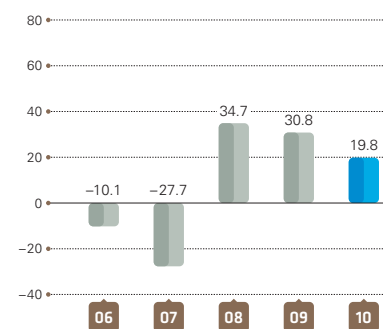
研究開発費

(単位:十億円)



フリーキャッシュ・フロー*

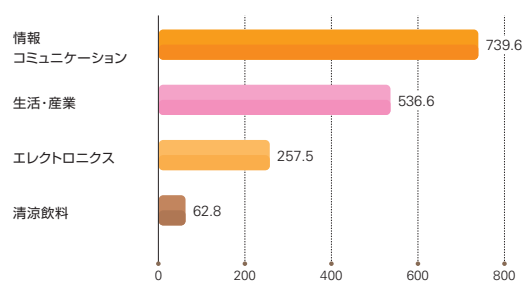
(単位:十億円)



* 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

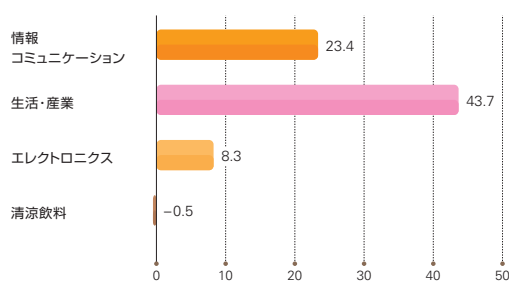
セグメント別売上高

(単位:十億円)



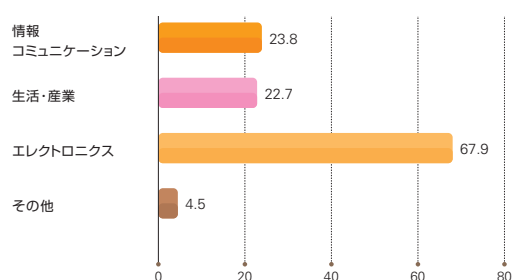
セグメント別営業利益(営業損失)

(単位:十億円)



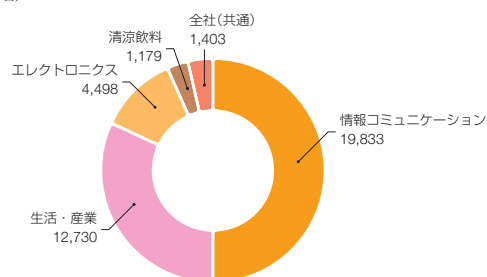
セグメント別設備投資

(単位:十億円)



セグメント別従業員数

(単位:名)



DNPの概観

プロフィール

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名で、国内に45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、8カ国に10の生産工場を持ち、グループの売上高の12.2%の規模となっています。

事業ポートフォリオ

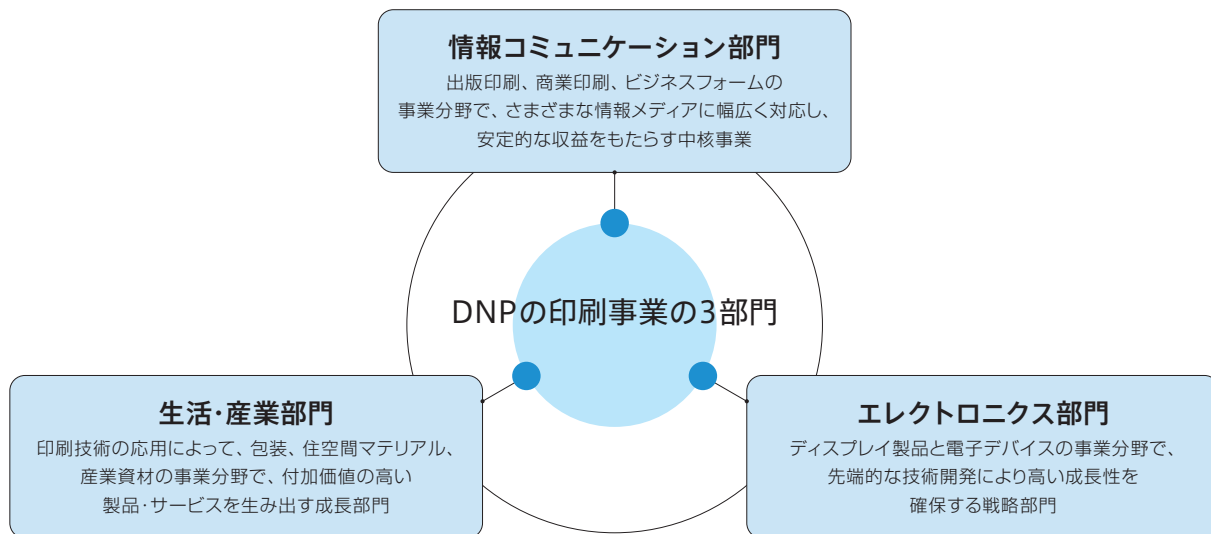
安定性、収益性、成長性、事業リスクの観点からバランスのとれた事業ポートフォリオ

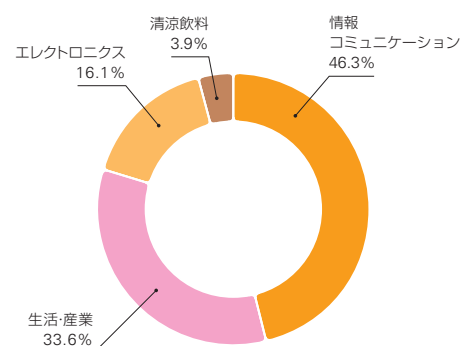
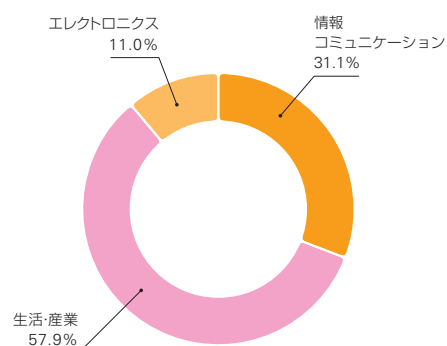
DNPグループの事業は、連結売上高の約96%を占める印刷事業と、約4%を占める北海道コカ・コーラボトリング株式会社の清涼飲料事業で構成されています。

印刷事業は、印刷技術と情報技術の応用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。

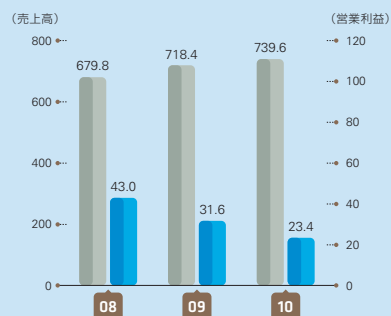
バランスのとれた3つの戦略部門



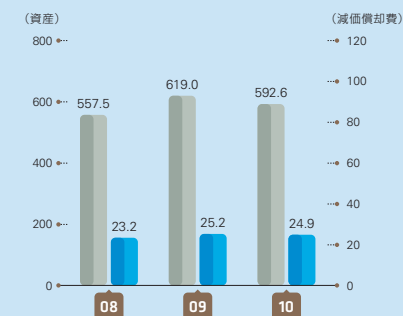
セグメント別
売上高構成比セグメント別
営業利益構成比*

情報コミュニケーション部門

売上高 営業利益 (単位:十億円)

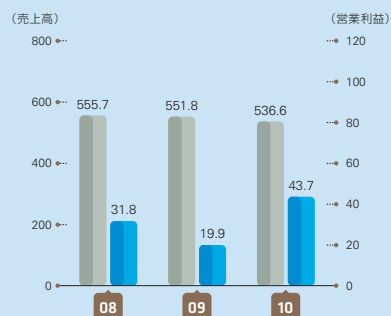


資産 減価償却費 (単位:十億円)

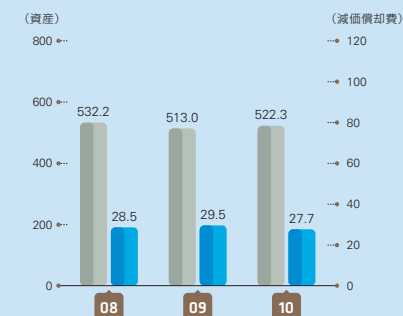


生活・産業部門

売上高 営業利益 (単位:十億円)

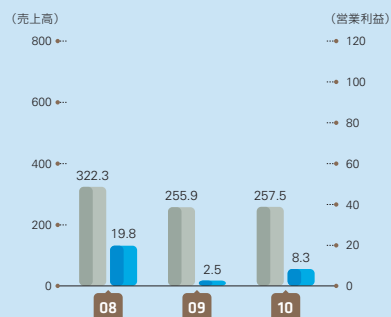


資産 減価償却費 (単位:十億円)

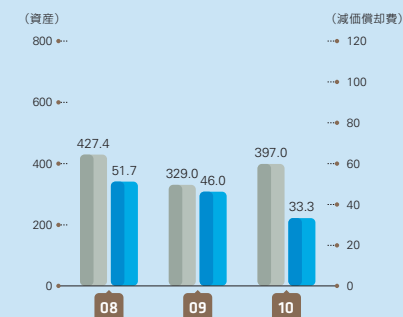


エレクトロニクス部門

売上高 営業利益 (単位:十億円)



資産 減価償却費 (単位:十億円)



DNPの製品一覧

情報コミュニケーション部門

● 出版印刷

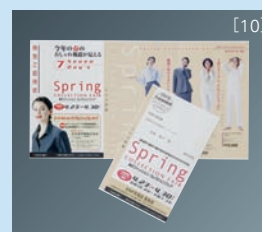
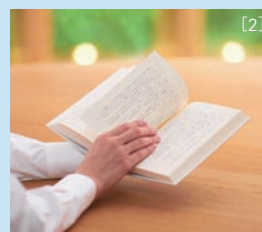
[1] 雑誌、[2] 書籍、[3] 辞書、
[4] 電子書籍閲覧ソフト『雑誌ビューア』

● 商業印刷

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

● ビジネスフォーム

[10] パーソナルメール、[11] ICカード、[12] SIMカード、
[13] 書籍用ICタグ、[14] デジタルペン、
[15] ホログラム



生活・産業部門

● 包装

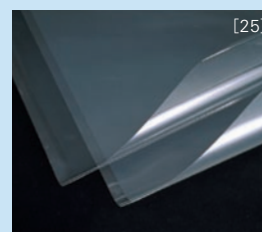
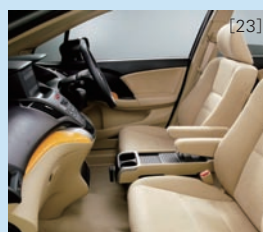
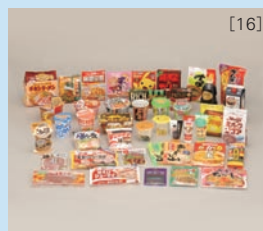
[16] 食品パッケージ、[17] トイレットリー・医薬品パッケージ、
[18] 開けやすいユニバーサルデザイン対応製品、
[19] IBフィルムパッケージ、[20] PETボトルとプリフォーム、
[21] PETボトル無菌充填システム

● 住空間マテリアル

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

● 産業資材

[25] ディスプレイ用光学フィルム、
[26] プロジェクター用スクリーン、
[27] 昇華型熱転写記録材、
[28] 溶融型熱転写記録材、
[29, 30] 『PrintRush』フォトブック



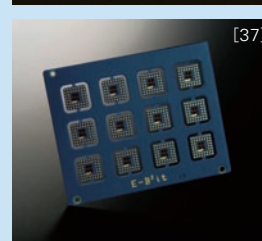
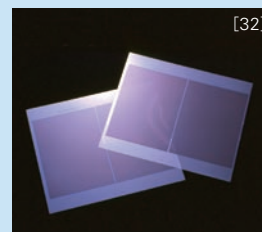
エレクトロニクス部門

● ディスプレイ製品

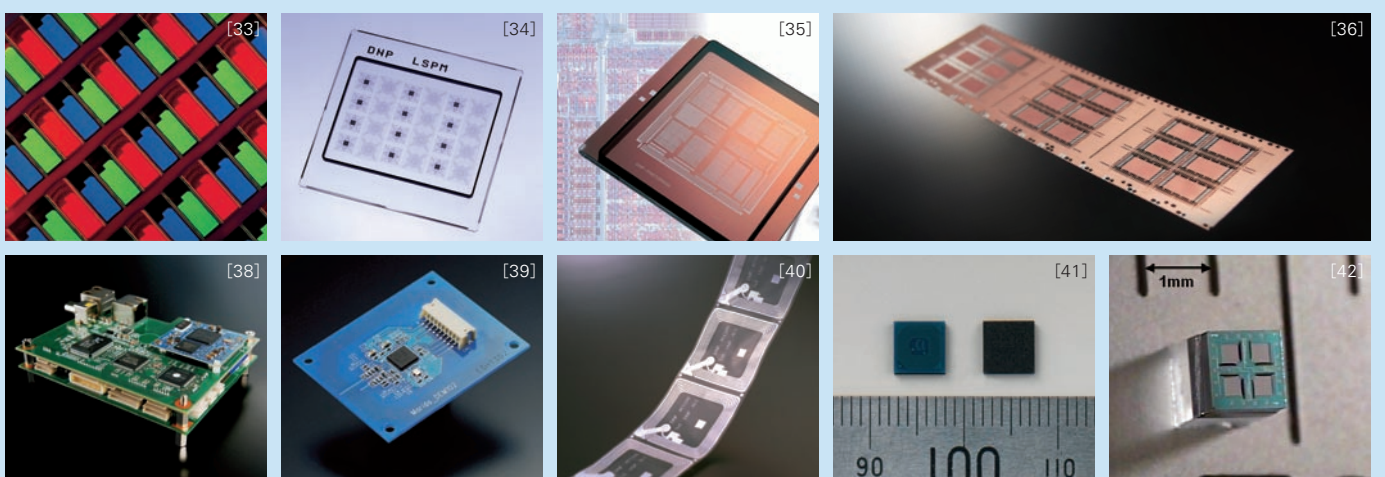
[31, 32, 33] 液晶カラーフィルター、
[34] ラージスケールフォトマスク

● 電子デバイス

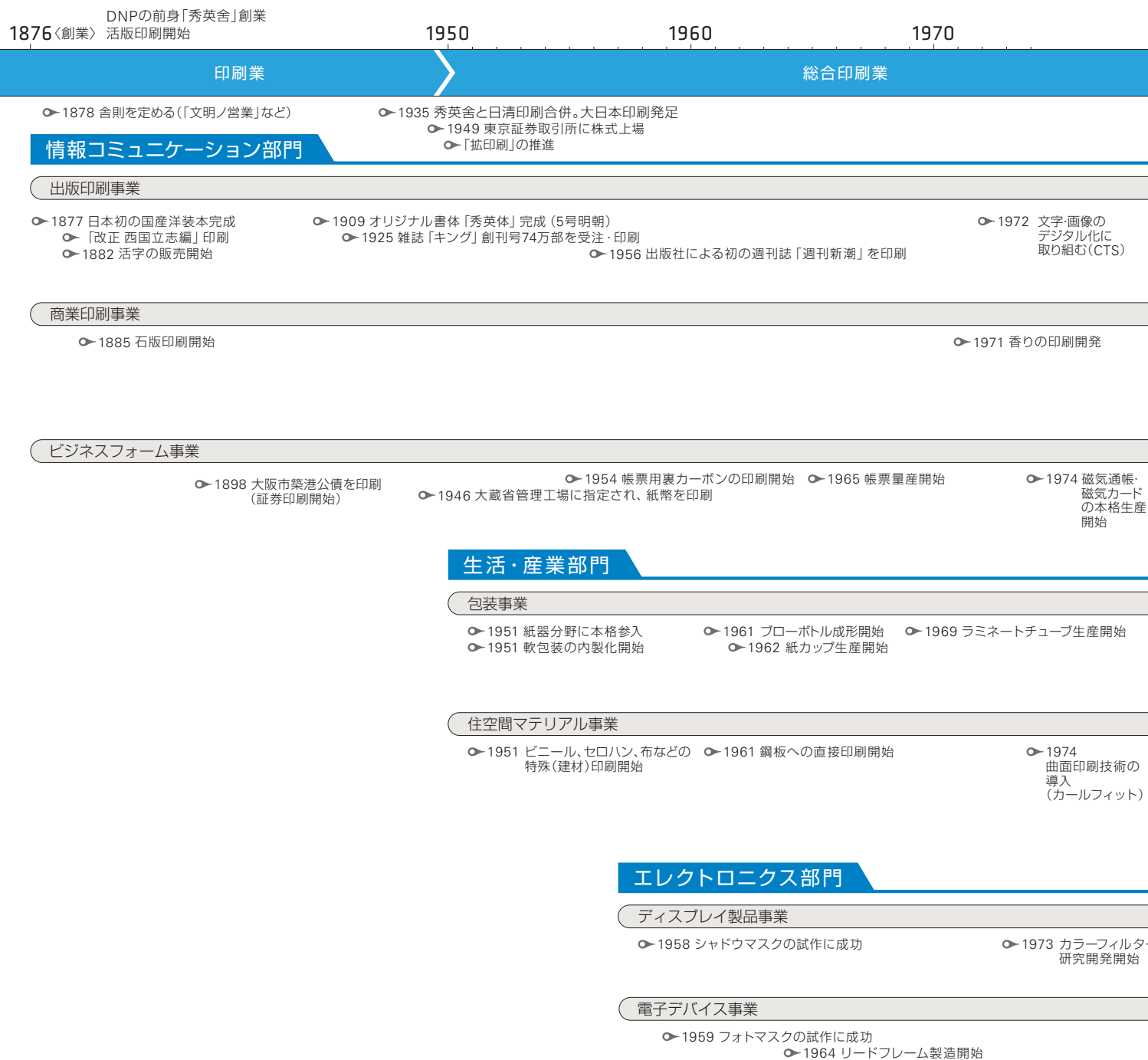
[35] 半導体用フォトマスク、
[36] 半導体パッケージ用リードフレーム、
[37] 部品内蔵プリント基板、
[38] カメラ用モジュール、
[39] リーダーライター用モジュール、
[40] ICタグ、[41] 超小型ICタグ、
[42] MEMS (微小電子機械システム) 製品

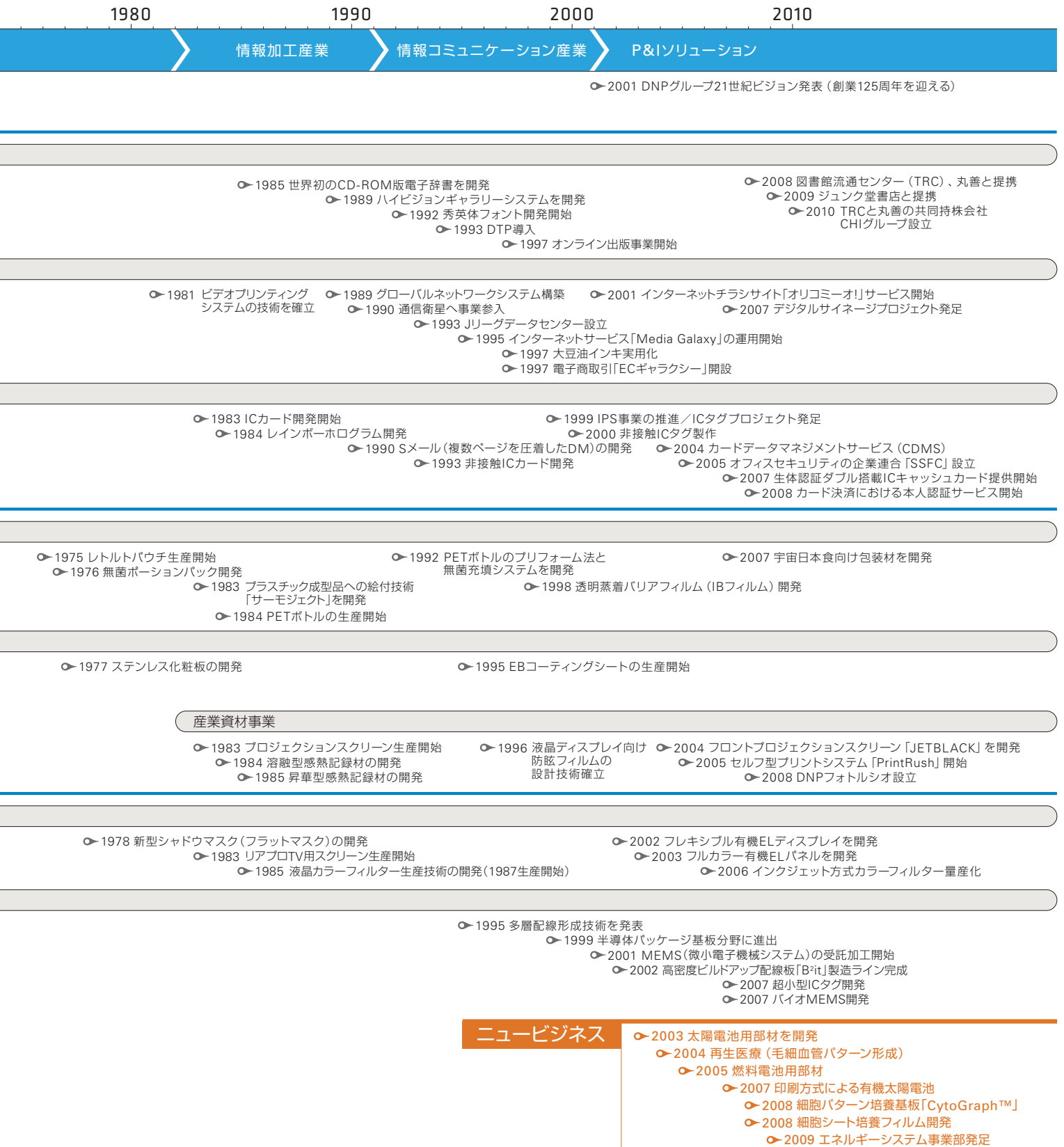


* []はP16-17の写真番号です。



DNPの技術開発と事業展開の足跡





当期の主な出来事

2009

5月

・主婦の友社との業務・資本提携

DNPと株式会社主婦の友社は業務・資本提携を行いました。DNPは、製造業の立場だけでなく、多角的な役割を担い出版業界の活性化に貢献することで、教育・出版流通事業を強化しています。今後両社は、生活者の視点に立ったコンテンツ制作と、多様なメディアを効率的に制作する体制の確立に取り組めます。今回の資本提携により、DNPの保有株式は、総議決権数の約39%となりました。

・ブックオフコーポレーションへの共同出資

株式会社講談社、株式会社集英社、株式会社小学館、DNP、株式会社図書館流通センター（TRC）、丸善株式会社は、中古書販売チェーンのブックオフコーポレーション株式会社に共同で出資しました。新刊市場や二次流通市場を含めた出版流通市場における協力を構築して市場全体の活性化を目指します。例えばDNPのICタグの技術で本のトレーサビリティを可能とする仕組みをつくり、書店での万引き防止につなげるなど、さまざまな施策の実現を目指します。

6月

・有機薄膜太陽電池で エネルギー変換効率4%以上を達成

DNPは、大型でエネルギー変換効率の高い有機薄膜太陽電池を開発しました。従来に比べ大幅なコスト削減が期待できる有機薄膜太陽電池は、次世代太陽電池の有力候補ですが、大型にするとエネルギー変換率が大幅に低下することが実用化への大きな課題でした。そこでDNPは、独自のフォトリソ技術を活用して、発電した電力を効率的に取り出す技術を開発し、50mm角のセルでエネルギー変換効率4%以上を達成しました。2015年度までの実用化を目指します。

7月

・印刷方式による有機ELパネルを開発

DNPは、グラビア印刷技術を用いた有機ELパネルを開発しました。自発光、省電力の有機ELは、次世代ディスプレイとして薄型テレビやPCモニターなどの用途に向けた開発が進められています。この有機ELパネルは、表示する文字や絵柄の情報更新を、無線シリアル通信や無線LANにより瞬時に行うことができます。また、プラスチック製のため、軽くて薄いフレキシブルなディスプレイが可能で、販促物への組み込みや設置が容易です。DNPは、さらに有機ELの特長を活かした開発を進め、2010年の実用化を目指します。

10月

・株式会社DICグラフィックスを設立

10月1日、DNPとDIC株式会社は、合併会社「DICグラフィックス株式会社」を設立し、DNP子会社のザ・インクテック株式会社とDICの国内印刷インク事業を統合しました。これにより、事業効率化を図るとともに、企業体質と競争力の強化を推進します。新会社は、年間約1,100億円の売上を見込んでいます。（ザ・インクテック株式会社は、2010年1月に株式会社DNPファインケミカルに商号を変更しました。）

・短納期・小ロットに柔軟に対応する 書籍製造サービスを開始

DNPは、書籍専用の印刷・製本一貫製造ラインを白岡工場（埼玉県）に新設し、2009年10月に製造を開始しました。ラインでは、一貫製造により工場間の移動時間を無くし、製造時間の短いオフセット輪転印刷機を使用した上で、課題の製造準備時間も削減することで、短納期、小ロット対応を可能にしました。あらゆる寸法の印刷物や、開きやすい、耐久性が高いなどの利点がある「PUR製本」にも柔軟に対応します。

2010

2月

第10世代の液晶カラーフィルターを生産する堺工場が稼働開始

大阪府堺市の新工場で、第10世代カラーフィルターの供給を開始しました。投資額は約435億円で、2009年度中にほぼフル稼働となるなど、順調に生産を拡大しています。

2009年12月には、経済産業省から、子会社の株式会社DNPカラーテクノ堺の資源生産性革新計画について、高効率生産、省エネルギー工場設計、資源生産性の向上が評価され、「産業活力の再生と産業活動の革新に関する特別措置法」に基づく認定を受けました。

農業経営の“見える化”を支援する「農産物生産管理支援システム」を開発

DNPは、農作業の効率化と信頼性の向上を実現する「農産物生産管理支援システム」を開発しました。当システムは、農業や肥料の使用実績値を簡単に記録できる「栽培記帳システム」、作業ごとの詳細な「原価管理システム」、作物の栽培状況をウェブカメラで監視できる「監視システム」、農場に土壤水分、肥料濃度などを測定するセンサーを設置し、栽培環境を監視できる「農場サーバシステム」により構成されます。今後も農業関連事業に新規参入する企業や既存の農業法人に向け販促を行います。

11月

太陽電池用部材のバックシートと封止材を一体化してコスト削減

DNPは、太陽電池用の部材であるバックシートと封止材を一体化した製品のサンプル出荷と、DNPのバックシートと顧客企業の封止材を一体化するサービスを開始しました。一般に、太陽電池は透明ガラス基板、太陽電池セル、封止材、バックシートの部材で構成されています。封止材とバックシートの一体化により、部材コストや製造コストの低減が可能になります。今後国内、中国、欧米の太陽電池モジュールメーカーを中心にサンプル提供を続けます。

丸善とTRCを経営統合し、「CHIグループ株式会社」を設立

教育・出版流通事業の強化を図るため、DNPの子会社の丸善株式会社と株式会社図書館流通センター（TRC）は、株式移転により新会社「CHI（シーエイチアイ）グループ株式会社」を設立しました。同社はDNPの中間持ち株会社となります。子会社の株式会社ジュンク堂書店も含めた各社のノウハウとDNPの製品・サービスを融合させ、書店での販促施策、大学や公共の図書館におけるICカードやICタグの導入などを推進します。出版市場全体の活性化、DNPの出版印刷事業の強化を目指します。

インテリジェント ウェイブのTOBを実施

DNPは、ネットワーク認証技術などの強みを有する株式会社インテリジェント ウェイブの株式公開買付（TOB）を2月から実施し、4月9日までに発行済株式総数の50.61%を所有してDNPの子会社としました。今後、ネット決済時の本人認証サービスや不正検知システムのASPサービスなど、デジタルセキュリティ分野での業務拡大と、金融機関のバックオフィス業務やビジネスプロセスのアウトソーシング業務の拡大を行っています。

ハイチ共和国の震災被害救援のための緊急募金活動を実施

カリブ海のハイチ共和国が大地震に見舞われたのを受け、DNPは震災被害救援の緊急募金活動を行いました。全国51カ所の事業所に募金箱を設置して、社員から535,605円の募金を受け、会社からの同額の寄付金を合わせ総額1,071,210円を日本赤十字社に寄付しました。この寄付金は日本赤十字社を通じて、救援物資のほか、保健医療活動、給水・衛生活動などに役立てられます。

特集：生活・産業部門

高付加価値化による 事業の拡大

日本では、誰もが一日に一度はDNPの製品やサービスを利用しているのではないのでしょうか。なかでも、生活・産業部門の製品やサービスは、私たちの生活に密着したものが多く、食品や飲料のパッケージ、住宅やオフィスの壁紙や床材、テレビやパソコンなど薄型ディスプレイの反射防止フィルム、フォトプリント用のカラーインクリボンなど、人々の生活を豊かにし、企業の活動に欠かすことのできないものとなっています。



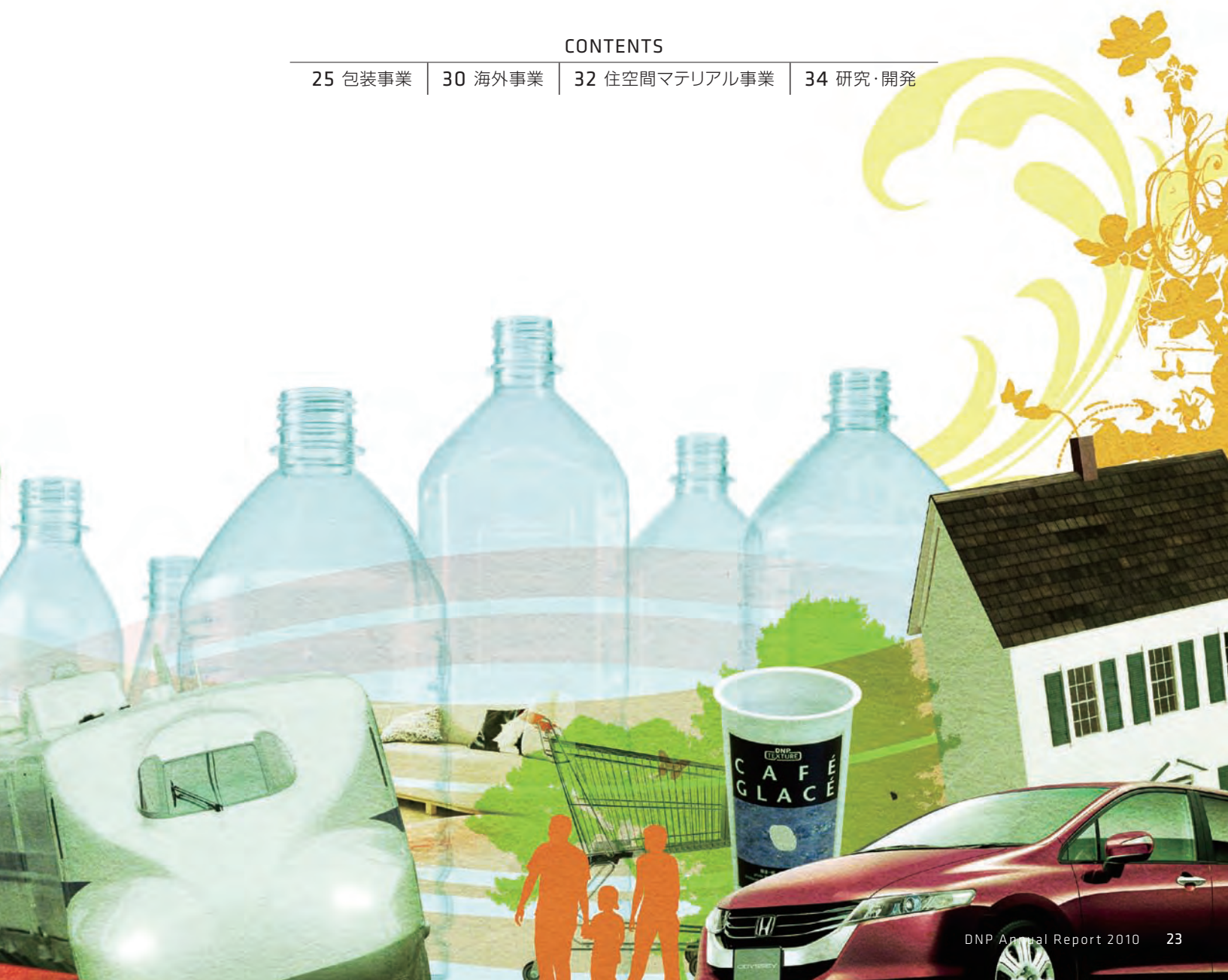
現在は、「環境負荷の低減」、「生活の質的な向上」、「国内の少子高齢化の進展」などをキーワードに、生活・産業部門に対するニーズも多様化しています。このニーズに適切に対応するとともに、新たな機能や使いやすさなどを付与する“高付加価値化”戦略のもと、事業の拡大を図っています。

DNPは印刷技術を、印刷用原版をつくる「パターニング技術」、求められる機能を有した材料を開発する「材料技術」、コーティングや転写などにより材料を加工する「コンバーティング技術」の3つに分類・整理しています。生活・産業部門は、これらの印刷技術を応用し、世界をリードする高品質、高機能な製品・サービスを提供しています。

この特集では、さらなる高付加価値化を追求する当部門が、どのような技術を基礎として発展してきたかを紹介するとともに、目指している事業の方向性と成長の可能性についてご説明します。

CONTENTS

25 包装事業	30 海外事業	32 住空間マテリアル事業	34 研究・開発
---------	---------	---------------	----------



高い技術力が事業拡大のカギを握る

専務取締役 土田 修

“私たちは、「環境負荷の低減」、「生活の質的な向上」、「国内の少子高齢化の進展」などの動きに的確に対応し、新たな製品やサービスを創出します。世界をリードする印刷技術と情報技術を活かして、積極的に事業を拡大していきます。”

Q1 国内展開の戦略は？

今後の成長に向けて、国内においては、環境負荷を低減しながら、いかに豊かで便利なくらしに貢献していくかをテーマに、事業の拡大に注力していきます。

例えば、DNPが世界をリードするEB（電子線:Electron Beam）コーティング技術は、製品を製造する際の環境負荷が小さく、製品の耐久性に優れ、メンテナンスが容易な点などが評価されており、壁紙や床材などの建材製品を中心にシェアが高まっています。この技術の優位性を活かし、太陽電池用部材などのエネルギーシステム分野や自動車内装材など、新たな市場を開拓する取り組みを開始しています。

一方、少子高齢化は社会構造の大きな

変化を引き起こすと予想されていますが、個食の増加といった食習慣の変化や、食の安心・安全に関する意識の向上などによる新しいパッケージ製品への需要の高まりは、私たちにとって追い風となるでしょう。密封性が高く、かつ開けやすい容器など、機能性に優れた製品の開発を推進していきます。

DNPは、社会の変化や、生活者、顧客企業のニーズを捉えるとともに、市場分析から企画・設計・製造、プロモーションや販売まで、企業の業務プロセスのアウトソーシングを一貫して受注できる総合力を武器として、事業の拡大にチャレンジしていきます。

Q2 海外展開の方針を教えてください。

海外における生活・産業部門としての最大の製造・販売拠点であるDNPインドネシア（PT DNP Indonesia）は、約40年の歴史を持っています。東南アジアの一角を占めるインドネシアでは、経済の発展にともなう共働き世帯の増加や冷蔵庫の普及など、生活様式の構造的な変化を背景に、近年、包装事業が急拡大を遂げています。「包装は文化のバロメーター」とも言われており、今後はこのDNPインド

ネシアを包装分野における東南アジア最大の拠点として、近隣諸国にも事業を拡げていく計画です。

住宅やオフィスの内外装材などの住空間マテリアル関連や、液晶ディスプレイ用の反射防止フィルム、カラーインクリボンなどの産業資材関連でも、成長が著しい新興国を中心に需要拡大が見込まれるため、海外の顧客企業との連携をさらに深めることで、事業基盤を強化していきます。





イノベーションが包装事業の未来を切り拓く

包装事業部 副事業部長 宮野 年泰

“持続可能な社会と生活者の豊かさの実現に向けて、
絶えざるイノベーションによって新たな価値をカタチにしていきます。”

包装事業は、1951年に、印刷技術を応用・発展させて事業領域を拡大する「拡印刷」の取り組みの第一歩としてスタートしました。紙やフィルムを素材としたパッケージの開発・製造をはじめとし、PETボトルなどに無菌の環境下で内容物を詰める無菌充填システムの設計・製造なども手がけ、日常生活に欠かせない食品や飲料だけでなく、医療品や電子部品、宇宙食など多様な分野へ事業を拡げてきました。

印刷業は受注産業だとよく言われますが、私たちの事業は、顧客企業からの注文に応じるだけで製造のみを請け負うようなものではありません。私たち自身も主体的に生活者の視点に立ち、顧客企業とともに使い勝手の向上や付加価値の開発に努めており、DNPの提案によるユニバーサルデザインの導入なども進めてきました。例えば、水蒸気や酸素に対するバリア性に優れ、内容物の保存性を高める機能性包材の開発や、生活者の行動を分析し、最適なパッケージの開発につなげる「ヒューマ

ンリサーチラボ」の設置など、さまざまなイノベーションを重ねてきました。

今後も、さらなる新機能の開発や環境に配慮した製品の開発に努め、多種多様なパッケージを提供するだけでなく、顧客企業の商品企画から製造、販売に至るすべての業務プロセスに携わっていきます。そして顧客企業から、生活者視点に立ったパートナーとしての信頼を獲得して、新たな価値を生み出すソリューションを提供することにより、包装事業の一層の拡大を図っていきます。



包装事業部 副事業部長 宮野 年泰



(包装事業)

環境配慮製品と新機能の開発で包装事業を拡大

包装事業部 開発本部 本部長 齋木 真司^{まつし}



包装事業部 開発本部 本部長 齋木 真司^{まつし}

“環境配慮”を カタチにする

近年になって、地球環境問題への社会的関心が高まってきましたが、包装事業分野では1995年に、業界の先陣を切ってLCA(Life Cycle Assessment)の手法を導入しました。これは、製造・輸送・販売・使用・廃棄など、商品のライフサイクルの各段階における環境負荷を客観的に評価する手法です。私たちは、このLCAに基づいて製品の開発を進め、環境負荷の軽減に役立つさまざまな製品を提供してきました。

そのひとつにPETボトルの無菌充填システムがあります。これはPETボトルの原形となる小型のプリフォームを膨らませ、無菌の環境下で、殺菌した水で内部を洗浄して充填するシステムです。充填前のプリフォームは、試験管のような形状の小さな部材であり、膨らんだ状態の容器を運

ぶ場合と比べて、輸送の負荷を大幅に軽減することができます。この無菌充填システムにより、PETボトルの原料・製造・輸送の3つの段階で、従来方式よりも二酸化炭素排出量を54%削減することに成功しました。充填時にプリフォームを膨らませるこの手法は、DNPが国内で初めて実用化に成功したもので、PETボトルの無菌充填システム市場で国内最大シェアを獲得しています。

また、製品の生産や流通に使われる水の量や質を評価するウォーターフットプリントも近年世界的な関心を集めています。私たちはこの分野でも、PETボトルの洗浄用水を従来の6分の1に低減した無菌充填システムを開発するなど、さまざまな取り組みを行っています。このほか、バイオマス材料の活用や紙製容器の積極的な展開など、環境負荷軽減の取り組みを強化しています。

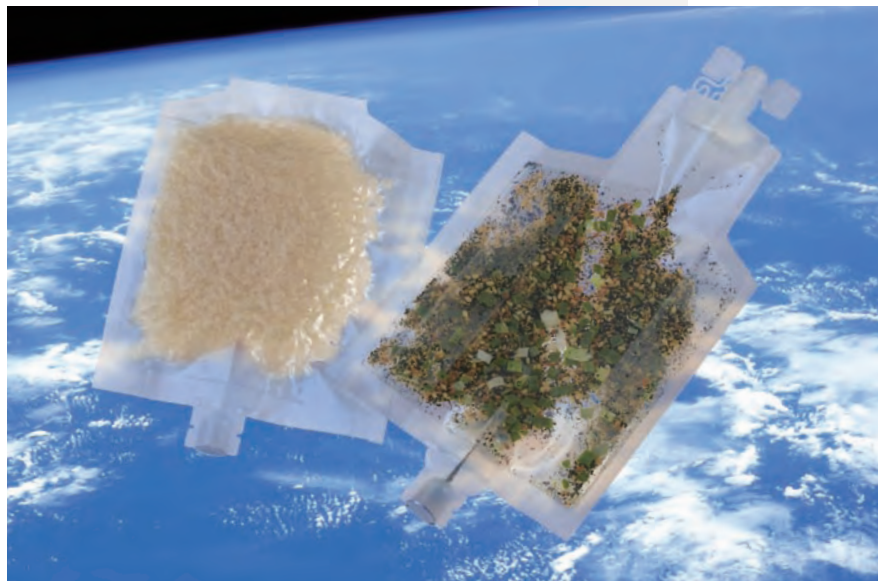


イノベーションで 新たな価値を提供する

包装事業分野は、生活者が安心・安全に使えるさまざまな機能を備えたパッケージを開発しており、より快適なくらしづくりに貢献しています。

食品や医薬品のパッケージには、内容物の保存性を高めるために酸素や水蒸気に対するバリア性が必要であり、アルミニウム箔やアルミニウム蒸着が使用されてきました。しかし、電子レンジ適性という利便性と金属探知が可能で中身が視認できるという安全性から透明でバリア性の高い素材のニーズが高まっています。そこで私たちは、機能性フィルム「IBフィルム(Innovative Barrier Film)」を開発しました。特に、パッケージ用に折り曲げてもコーティング層が割れにくくなるよう、バリア性を高める素材を化学的に付着させるCVD(Chemical Vapor Deposition)技術を開発しました。他社は、物理的に素材を付着させるため、折り曲げなどに弱いPVD(Physical Vapor Deposition)技術を利用しており、CVDでの大量生産を実現しているメーカーは世界でもDNPだけです。

このIBフィルムを使用した無菌製袋充填システムは、1～10リットルの内容物を無菌の状態で充填する新しいシステムで、生産効率の高い巻き取り状(ロール)のフィルムから製造することができます。今後、食品メーカーなどの業務用途向けに販売を強化していきます。このほか、電子レンジ食品用の新機能パウチや、宇宙航空研究開発機構(JAXA)との連携による宇宙食用パッケージなど、革新的な製品を多数開発しています。これらは、1951年の包装事業の立ち上げ以来、60年にもおよぶ歴史のなかで育まれたコンパティビリティ、材料開発、微生物コントロール、充填システムなどの技術に支えられたイノベティブな製品です。



宇宙食用パッケージ

成長領域への展開に 注力する

私たちはこれまで、紙やプラスチックのパッケージを主体に事業を展開し、紙器、軟包装の市場では国内のトップシェアを占めています。今後はインドネシアなどの海外市場の開拓に力を注ぐとともに、これまで対象としてこなかった新規分野への進出を図ります。

例えば、近年、スーパーやコンビニエンスストアで賞味期限切れとなったチルド食品が処分される「食品廃棄物」の問題

が注目されています。これに対処するため保存性の高いチルド食品用のパッケージを開発すれば、賞味期限が延長され、食品廃棄物の低減につながります。また、包装に用いられている金属缶やガラス瓶の代替品として、外光の遮蔽性能や酸素吸収力の高いプラスチックを開発することにより、これまでDNPが進出していなかった市場への参入を果たすことも可能です。私たちは、着実な成長が見込まれる医療・医薬品などのライフサイエンス分野も視野に入れた事業展開を図っていきます。



生活者の視点から消費行動を科学的に解析する 「ヒューマンセンタードマーケティング」の推進

包装事業部 企画本部 本部長 古田 拓

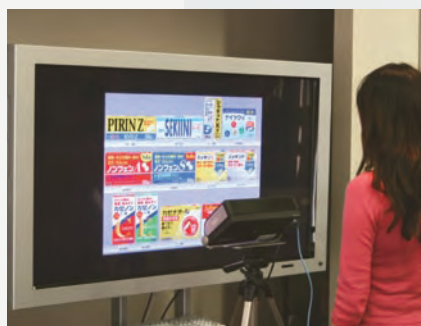
- “流通構造の変化、少子高齢化の進展にともない、食品メーカーを中心とする包装事業の顧客企業は、より実効性の高いマーケティングを求めています。これに応じてDNPは生活者の視点に立って消費行動を考える「ヒューマンセンタードマーケティング」を推進し、顧客企業に新たなソリューションを提供するとともに、生活者のライフスタイルや満足度の向上を図っています。”

ヒューマンセンタード マーケティングの前線基地 「ヒューマンリサーチラボ」

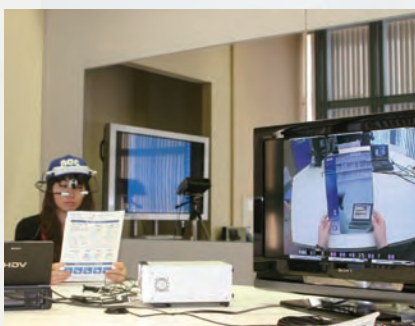
“人”を中心に据えた「ヒューマンセンタードマーケティング」は、生活者の意識や実態を科学的に解析して、顧客企業や生活者が求める実質的な価値を高めていく取り組みです。この取り組みを推進するために、私たちは東京に「ヒューマンリサーチラボ」を、大阪に「PUL (Packaging Usability Laboratory)」を設置しています。これらの施設では、生活者に商品やサービスを使用してもらい、その際の視線の動きを測定する「アイトラッキングシステム」などを用い、生活者の無意識的な行動も含めて解析し、パッケージデザイン

や広告などの効果を科学的に評価します。また、「イメージバスケット」という購買行動のシミュレーションシステムも重要な分析ツールとなっています。これはパソコンのディスプレイに仮想店舗を表示し、生活者がこの店舗で商品を見て、考えて、購入するまでの流れをインタラクティブに体験できる、ネットワークを活用したリサーチシステムです。リアルな陳列棚を設置する従来の調査手法よりも、調査対象となるモニター数を増やすことが可能となり、短期間で安価に行動データを取得できる長所があります。

私たちはこれらのデータに基づいて効果的なマーケティング戦略を企画立案し、商品開発や販売促進などの顧客企業の事業活動を支援しています。



陳列棚への商品設置のシミュレーション



アイトラッキングシステム





生活者の食卓を 365日観察する「食MAP」 データシステム

「食MAP (Market Analysis and Planning)」は生活者の実際の食卓をマーケットに見立てて分析するシステムで、DNP、株式会社NTTデータ、株式会社ビデオリサーチが共同で設立した株式会社ライフスケープマーケティングが運営しています。「食MAP」では首都圏の家庭360世帯にバーコードリーダーを配布し、どのような食品を、誰が、どこで買い、どのように調理し、いつ、どんな食卓で、誰が食べたのかなど、食生活に関する詳細なデータを収集しています。既婚世帯については、すでに10年を超えるデータの蓄積があり、2008年11月には単身世帯について同様のデータを収集する「シングルス食MAP」も開始しました。

私たちは、「食MAP」を顧客企業のマーケティング支援に活用するほか、収集したデータの分析結果などの販売や、システム自体の契約販売なども行っています。現在は首都圏のみでデータ収集を行っていますが、今後は他の地域にも拡張していきます。

生活者と企業を結ぶ 「環境リサーチ」プログラム

生活者の環境意識の高まりにともない、環境に配慮した商品やパッケージの企画・開発が求められています。「環境リサーチ」プログラムはこれに対応するもので、ヒューマンリサーチラボを活用した商品廃棄に対する意識調査や、食MAPモニター世帯を対象とした環境配慮に関する調査などを通じて、生活者の環境意識と消費行動の関連性を分析します。

私たちは、この分析結果を顧客企業の環境配慮商品の企画や販売促進に活用するとともに、DNPが2009年11月から提供している消費者行動プロファイリング「ペルソナ*」と連携させるなど、付加価値を高める活動を推進しています。

*「ペルソナ」は、生活者の価値観やライフスタイルのデータベースを活用し、企業のターゲットとなる典型的な顧客像「ペルソナ」と、その購買に関連する行動パターンを低価格・短納期で提供するマーケティングサービスです。

くらしを豊かに、 生活者を笑顔にする 「UDスマイルアップ」の 取り組み

ユニバーサルデザイン(UD)への取り組みも「ヒューマンセントードマーケティング」の重要なテーマです。包装事業においては、UDに関する理念を「誰もが可能な限り快適に使用できるように配慮されたパッケージ」と定めて、顧客企業への提案活動を推進してきました。近年は、医療・医薬分野における誤認使用防止のために、今まで培ってきたUDのノウハウを活用する事業が広がってきています。現在はUDに対応したパッケージの開発が中心ですが、今後はUDに関するコンサルティング事業も拡充していきます。

私たちは、「UDスマイルアップ」をキーワードに、UDに十分配慮したパッケージを開発して、より使いやすく、より生活者の共感が得られるような製品づくりを進めていきます。



包装事業部 企画本部 本部長 古田 拓

インドネシアを拠点とした ASEANへの着実なグローバル展開

DNPインドネシア社長 小林 修一

“DNPは1972年にDNPインドネシアを設立し、同国市場に参入しました。以来、DNPインドネシアは「インドネシアにパッケージングの文化を広める」をミッションに掲げ、同国の包装産業を主導しています。現在、12名の日本人駐在員と二千数百名の現地従業員がおり、DNPのASEAN進出への拠点となっています。”



DNPインドネシア社長 小林 修一

世界的な大手企業に ラミネートチューブ用材料や 紙器を供給

DNPインドネシアは、38年前の創業当初から全工程の完全内製化を目指し、DNP本社から優れた軟包装の基盤技術や印刷機器などを導入するとともに、日本と同等の品質管理体制を整備してきました。

その結果、歯磨きチューブ用のラミネート材料でインドネシア市場の9割程度のシェアを獲得し、練り歯磨きの世界大手企業への供給も拡大しています。また、コーヒーとミルクパウダーの包装材料、液体洗剤や食品などのスタンドパウチで6割以上のシェアを獲得しているほか、ゴルフボールの世界大手企業や、東南アジアで大きなシェアを持つ化粧品の

世界大手企業にも、高級オフセット印刷による紙器を供給しています。このようにDNPインドネシアは、印刷会社としてインドネシアにおける確固たる地位を築き、安定的な業績を確保しています。

強みは全工程内製化により 日本と同等の品質を 供給できること

私たちの強みは、全工程を完全内製化していることです。それにより、DNPが培ってきた軟包装関連の基盤技術を活かし、多様な形状やサイズのパッケージに対応できるとともに、酸素や水蒸気のバリア性、誰もが開けやすく使いやすい機能性などを、顧客企業の要望に応じて提案できます。また、日本製の最新鋭の印刷

機や加工機に画像検査装置を搭載し、日本と同等の品質管理・保証体制を敷いていることも大きな強みです。

これらの強みを武器に、包装関連の加工会社として“東南アジアNo.1”の地位を確固たるものにし、高い技術力で、世界に通用する品質の製品を供給し続けることを目指しています。



DNPインドネシア カラワン工場

主な課題は地元採用の 人材の育成と製品開発力・ 営業力の強化

DNPインドネシアは現在、地元採用の人材の育成を経営課題のひとつとしています。グローバルな事業を展開するDNPの一員として、より広い視野を持つこと、そして生産の拡大に応じて工程管理能力を高めていくことが必要だと考えています。そのため、地元採用の人材を対象として、日本での研修やインドネシアの外部機関での研修を実施するなど、人材の能力向上に努めています。

次に、製品開発力やマーケティング力の強化も課題です。DNPインドネシアは多くのグローバル企業を顧客としており、国際市場のニーズを把握しやすい立場にあります。そこで、DNPが強みとする最新技術をインドネシアに導入するとともに、DNPインドネシア独自の技術開発を進め、国際的な市場の期待に応えています。今後、さらに競争力を高めていくために、市場動向を分析するマーケティングに力を入れ、製品開発力や営業力の一層の強化に取り組んでいきます。

競争力強化の一例としては、原材料の調達状況を可視化して、最適な資材調達を行う社内システムの構築に注力しています。これにより、包装用原料のポリエステル



ラミネート製品

フィルムなどの在庫を適正なものにし、収益基盤をより強固なものにしていきます。

インドネシアは近年、政治の安定化とともに、経済的にも長期にわたる安定的な成長を遂げつつあり、政府は海外からの投資誘致にも積極的です。インドネシアの軟包装市場も年率5~6%で拡大しており、私たちはこの成長市場において、さらなる事業の拡大に取り組んでいきます。

戦略製品やサービスの 現地化を進めFTAに対応

インドネシアでは、東南アジア諸国連合（ASEAN）と中国間の自由貿易協定

（FTA）が発効し、2010年度から域内関税が原則ゼロとなりました。これはDNPインドネシアにとって輸出拡大の追い風となりますが、同時に中国や他のASEAN諸国からインドネシアに安価な競合製品が流入してくる要因ともなります。こうした情勢のもと、DNPグループ全体の強みを活かし、戦略製品であるレトルト用包材やIBフィルムを東南アジア市場のニーズに合わせてアレンジするなど、付加価値や機能を高めていきます。DNPインドネシアは、求められる製品をタイムリーに供給するなど、顧客企業のニーズにきめ細かく対応し、ASEAN諸国や中国への製品の輸出などを通じてDNPブランドの浸透を図っていきます。



（住空間マテリアル事業）

印刷から発展した革新的な技術で 快適な住空間を実現

取締役 塚田 正樹

“世界でも他の追随を許さないDNP独自のEBコーティング技術——。
私たちが開発当初想定していなかった領域にも、
その応用範囲は拡大しており、
今後、さらに関連する用途を積極的に開拓していきます。”



取締役 塚田 正樹



EBコーティング技術を コアに高機能の 住空間製品を開発

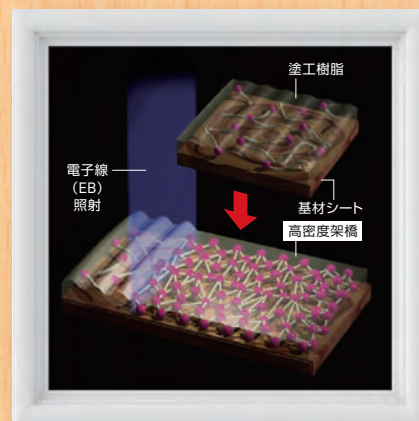
DNPは、「拡印刷」の取り組みのなかで、1951年から住空間マテリアル事業を展開しています。この事業は、紙やフィルム、金属などの素材に、木目や大理石などの連続パターンを切れ目なく印刷する技術に支えられています。その後、住宅建材に対する高い耐久性のニーズに対応するため、コーティング材料などを開発する材料技術を高めてきました。また、住宅の内装材だけでなく、オフィス用、医療・介護

施設用の建材、車両の内装材などに事業を拡大するなかで、材料を加工するコンバーティング技術も深め、多様な機能を持つ多くの製品を開発してきました。

住空間マテリアル事業では現在、「EBコーティング」をコア技術としています。これは、電子線を照射して、瞬時にフィルムなどの基材表面にコーティング材を硬化させ、高密度の分子構造を形成する技術で、従来の熱硬化技術やUV硬化技術をさらに発展させたものです。従来技術と比べて、製品の耐傷性、防汚性、耐久性などが格段に高まります。

私たちのEBコーティングの床材は、首

都圏の新築マンションの約6割に用いられており、一戸建てや賃貸住宅での利用も増えています。また、EBコーティング製品は、床材だけでなく、壁材や収納・建具、キッチン部材などの内装材にも広く採用されており、さらに玄関ドアや外装材への活用も進んでいます。約30年前にEBコーティングの研究に着手して以来、私たちが保有する関連の特許申請件数は約800件におよんでおり、競合他社の参入はきわめて困難となっています。DNPはこのEBコーティングにより、住空間マテリアル市場で強固な基盤を築いているのです。



EBコーティングのしくみ

基材シートに樹脂（液状）を塗り、カーテン状に降り注ぐ電子線（EB）の下を通す。照射時間は約1秒。EB照射により、樹脂の分子が持つ電子の一部が飛び出し、分子同士の結合が変わることで一瞬にして高硬度の膜が得られる。

「アートテック」を世界の 鉄道車両のスタンダードに

DNPの建材は、国内外の鉄道車両にも採用されています。2000年に商品化した内装用アルミパネル「アートテック」は、アルミの板にDNPの独自技術で特殊な層を形成したもので、不燃性、耐久性に優れ、折り曲げ加工も容易です。また、アルミ板に直接印刷するため、一般的な塗装方法に比べ、色調や濃淡など安定した色品質を再現できます。アートテックは、東海道新幹線N700系や新型成田エクスプレスの車両内装の天井や側天井に用いられるなど、国内で生産される鉄道車両の約7割に採用されています。

環境保全の意識が世界的に高まるなか、日本の高度な技術に支えられた社会インフラとしての鉄道は、CO₂排出量の少ない輸送手段として注目され、国家的事業としても海外展開が活発化してきました。アートテックは、これまでに台湾高速鉄道や英国高速路線を走る鉄道車両に採用されています。今後、世界各地で進む大規模な鉄道建設計画に向けて海外販売に力を注ぎ、アートテックを鉄道車両内装材のグローバルスタンダードにすることを目指します。

EBコーティングをさまざまな 用途に展開

高い耐候性を持つEBコーティング技術の応用により製品表面の自浄性を高め、今後、屋外用の広告サインやディスプレイ、グレーディング材などの市場に展開していきたいと考えています。

また、普及が期待される電気自動車では、重量のある電池を搭載するため、より軽く強度のあるボディ素材が求められています。そのため自動車の主要素材のプラスチック化率が高まると見られており、この分野でも、EBコーティングの活用によって、プラスチック素材の強化や機能向上を進めていく計画です。

また、ユニバーサルデザインの観点からも、傷や汚れに強くワックスがけの手間が省ける「ノンワックスフロア」や、人にも動物にも優しい「ペット共生フロア」など、EBコーティングを活用した多様な床材の開発に取り組んでいます。

住空間マテリアル事業はこのように豊かな可能性を持ち、とりわけ中核技術であるEBコーティングの応用範囲は、現在の数倍から数十倍規模に広がると見えています。また、新興諸国の経済発展にともない、快適な住空間を求める生活者は全世界で急速に拡大していくと見込んでいます。DNPは、事業領域を「住空間」＝「人が営むあらゆる空間」と広く捉え、圧倒的な強さを持つコアテクノロジーを基盤とし、サプライチェーン全体のさまざまな企業や団体とのネットワークを強化・拡充するなど、主体的で柔軟な事業戦略によって、この有望市場を開拓していきます。

印刷技術から派生した多彩な技術が生活・産業部門を支えている

役員 和田 隆



役員 和田 隆

生活・産業部門は、食品や飲料、医薬・医療品などの包装、建材や自動車内装材などの住空間マテリアル、液晶ディスプレイ用の反射防止フィルムなどのオプトマテリアル、カラーインクリボンなどの情報記録材、太陽電池用部材などのエネルギーシステムなどの事業を展開しています。当部門の多彩な製品は、人々の暮らしに密着し、顧客企業の製品を構成する重要な部品として不可欠なものとなっています。私たちは、企業や生活者のニーズや課題をいち早く捉え、材料技術やパターンニング技術、コンバーティング技術といった印刷技術を応用・発展させることで、ニーズに応え、課題を解決に導くさまざまな製品を生み出してきました。

DNPは、紙への印刷からスタートし、フィルムや金属などにその対象を拡げ、次いで、フィルムなどの材料そのものを設計・開発するという川上への展開と、印刷したものを貼り合わせたり、成型したりして、最終製品に加工する川下への展開を図ってきました。それが生活・産業部門の多彩な製品群につながり、DNPを支える重要な事業部門のひとつとして成長し

てきました。印刷技術の応用・発展により事業の多角化を図るという「拡印刷」を推進し、情報コミュニケーション、生活・産業、エレクトロニクスという3部門の事業をバランスよく拡大させてきたことが、DNPの持続的な成長を支えました。

現在の生活・産業部門の大きなテーマは、社会的な課題を解決していくことだと考えています。より豊かで安心・安全な暮らしを支える、より便利で高機能な製品を、地球環境への負荷を抑えながら提供することが私たちに求められています。

ユニバーサルデザインへの配慮も重要で、例えば、小さな力で簡単に開封できるパッケージ、滑りにくく、しかもつまずにくい床材、空気を清浄化する壁材などの開発を進めています。また、生活者の視点に立った「ヒューマンセンタードマーケティング」の展開や市場動向の分析など、印刷技術と情報技術の組み合わせによるサービスの強化にも努めています。私たちは、印刷の可能性を限定してしまうことなく、これまで培ってきたノウハウや技術を活かしながら、常に新しい分野に挑戦し、事業領域を拡大していきます。

包装系の製品／技術

DNPは1951年に紙器から包装事業をスタートさせ、プラスチックフィルムへの印刷、袋や容器の製造・加工などに事業を拡げてきました。食品や飲料、トイレタリーや家庭用品、医療・医薬品のメーカーなどを主な顧客とし、DNPの独自技術を活かした高機能な製品を数多く開発しています。

無菌充填システム

DNPは、約40年前の1972年に無菌包装システムを開発し、1976年にコーヒー用ミルクなどのポーションパック用無菌充填システムを開発しました。1992年には、低温かつ無菌の環境でPETボトルを成型して、飲料などを充填するPETボトル用無菌充填システムを業界に先駆けて開発しました。飲料の風味を損なわず、乳飲料を変質させないこのシステムは高く評価されており、海外の製造ラインにも導入されています。



IB (Innovative Barrier) フィルム

内容物の劣化を防ぐため、包装材料には、酸素や水蒸気の透過を低減させる機能が求められています。これまでは、バリア性が必要な食品の包装にはアルミ蒸着フィルムが多く使われてきましたが、内容物が見えず、またアルミとフィルムの分別が不可能なためリサイクルが困難でした。DNPは1998年に、アルミを使わず透明で、酸素や水蒸気の侵入を抑えるプラスチックフィルム「IBフィルム」を開発しました。2006年には、真空状態で膜の原料となるガスを化学反応させて、フィルム上に薄膜を形成するCVD技術を利用し、折り曲げても亀裂の入りにくいIBフィルムを製品化しました。



住空間マテリアル系の 製品／技術

DNPは、1951年に日本で初めて継ぎ目なくエンドレスに木目柄を印刷する技術の開発に成功しました。その後、1961年には鋼板に印刷する技術を、1974年には凹凸面にも印刷できる曲面印刷技術（カールフィット）を開発しました。現在は、生活者のニーズに応えるとともに、工法上の課題の解決にも取り組み、建築内装材をはじめ、建具収納製品、水回り製品、外装部材、自動車や鉄道車両の内装材など、住空間全体を彩る製品群を展開しています。

EBコーティング

DNPは、1980年代に、業界に先駆けて独自のEBコーティング技術を開発しました。これは、電子線の照射により塗工樹脂を硬化させる技術で、非常に高い表面硬度を持った製品をつくり出すことができます。傷や汚れ、日光などによる劣化が少なく、製造工程でも省エネルギー化やCO₂排出量の削減、無溶剤塗工が可能であるため、住宅やオフィスの内装材を中心に、デファクトスタンダードとしての評価が高まっています。

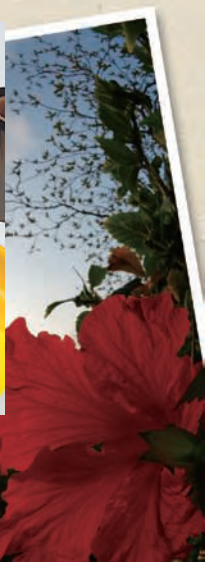


産業資材系の 製品／技術



情報記録材事業

DNPは、熔融型と昇華型という2つの熱転写記録材の開発に成功し、1980年代後半に情報記録材事業を開始しました。熔融型はバーコード用のモノクロインクリボンなどに、昇華型は主にフォトプリント用のカラーインクリボンに使われています。特に、昇華型熱転写記録材は、プリンター各社へのOEM供給も行っており、世界トップシェアを獲得しています。イエロー（黄）、マゼンタ（赤）、シアン（青）のインキが画像に合わせて受像紙に転写される昇華型熱転写記録材は、滑らかな色調で銀塩写真と同等の高品位な画像を再現できるため、利用が拡大しています。

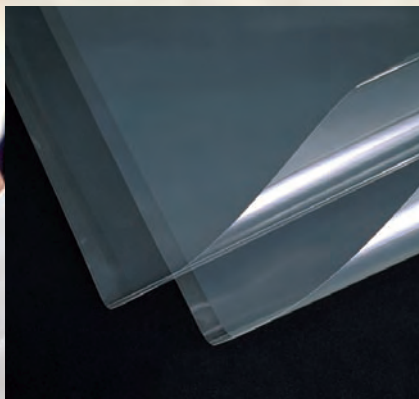


技術力を強みとして、顧客企業や生活者の課題解決を図ってきたDNPは、1980年代からさらに事業領域を拡大させてきました。例えば、用途に応じた機能を持つ膜を薄く均一に形成するコーティング技術や、複数のフィルムを貼り合わせるラミネート技術、最適な材料そのものを設計・開発する材料技術などは、1980年代の情報記録材事業やオプトマテリアル事業、2000年代のエネルギーシステム事業の立ち上げにも活かされています。

オプトマテリアル事業

液晶ディスプレイに使われる偏光板の表面には、光の映り込みを抑えて画面を見やすくするとともに、画面の傷つきを防止する機能性フィルムが使われています。DNPは、このうちの反射防止フィルムで、全世界の70%のシェアを獲得しています。

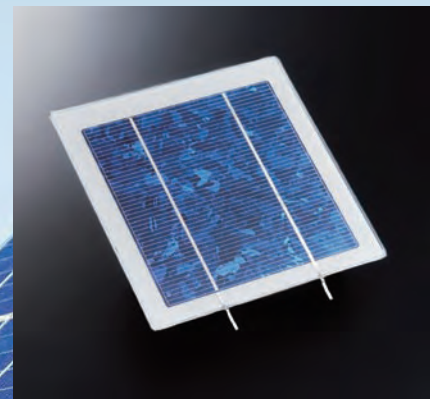
DNPが、液晶ディスプレイ用反射防止フィルムの設計技術確立したのは1996年。その後、コーティング技術や材料技術のほか、クリーン化技術や印刷で培った評価技術なども活用し、高品質な製品の大量生産を実現して、シェアを伸ばしてきました。



エネルギーシステム事業

DNPは、10年以上前から太陽電池向け部材の研究開発に取り組み、2003年に、バックシートと封止材を開発しました。市場の拡大に合わせ、2009年1月には専用工場での生産を開始しました。封止材は、発電を担うセルや配線を固定する接着性保護シートで、DNPは非塩ビ(オレフィン)系樹脂を主材料とする封止材を開発し、従来製品を上回る密閉性や耐久性を実現しました。バックシートは、太陽電池モジュールを外界から保護する耐候性フィルムで、DNPは炭化水素系フィルムを素材とする製品を開発して、安全性の向上と低コスト化を同時に達成しました。

また、この分野では、リチウムイオン二次電池のパッケージ製造にも注力しています。電池の軽量化のため、パッケージの材料を、従来多く用いられていたアルミからプラスチックに替えていくニーズが高まっています。DNPは、包装事業で培った技術やノウハウを活かして、この市場に積極的に参入し、さまざまな電子機器や電気自動車などの採用を図っていきます。





部門別情報

CONTENTS

40 情報コミュニケーション

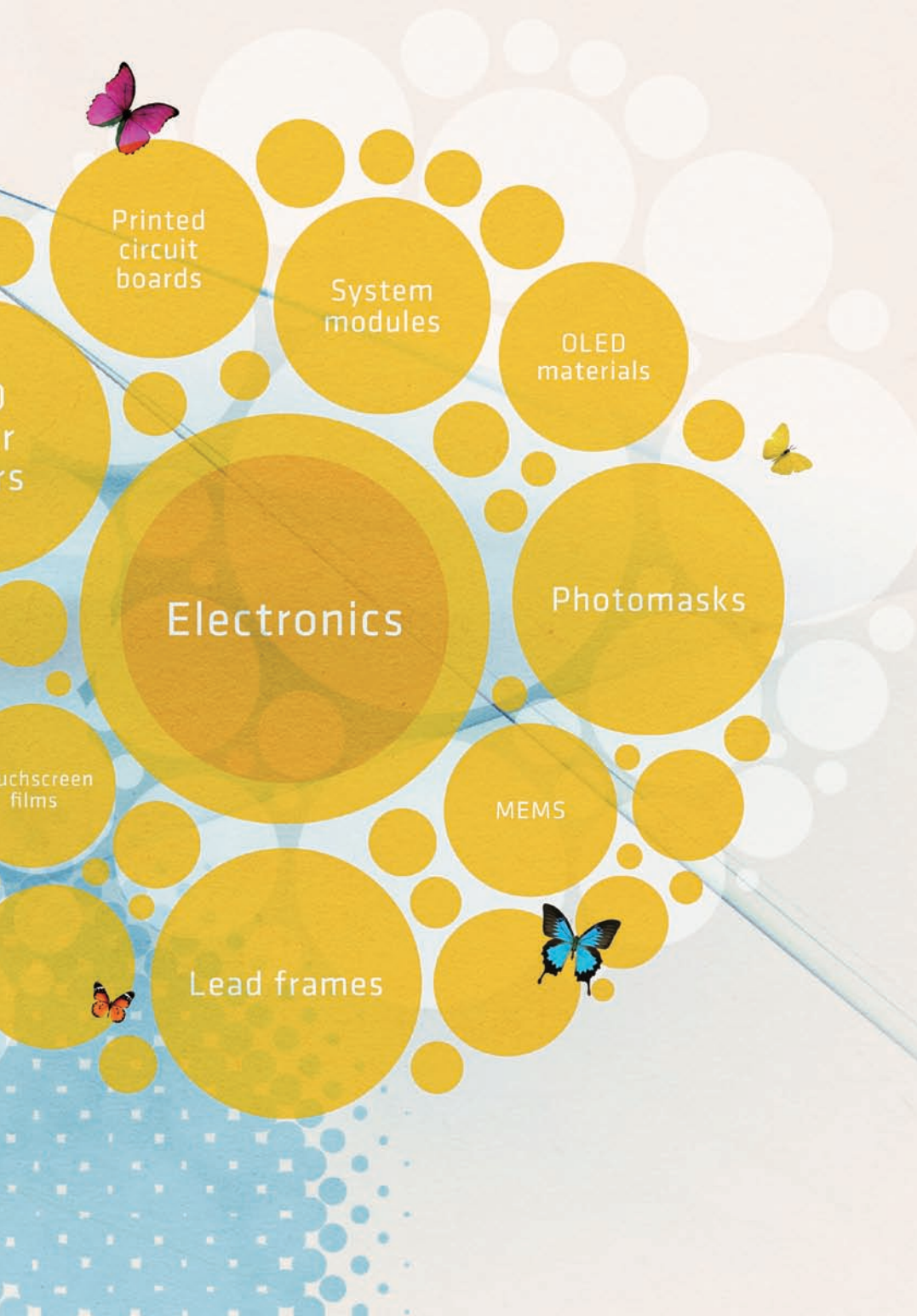
- 40 事業戦略
- 42 業績の概要
- 43 サブセグメントの状況
- 46 トピックス
- 49 戦略フォーカス

52 生活・産業

- 52 事業戦略
- 54 業績の概要
- 55 サブセグメントの状況
- 58 トピックス
- 59 戦略フォーカス

60 エレクトロニクス

- 60 事業戦略
- 62 業績の概要
- 63 サブセグメントの状況
- 65 トピックス
- 66 戦略フォーカス



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、消費行動分析や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。

基本戦略

情報ネットワークの進展により、生活者の消費行動も変化し、生活者は多様なコミュニケーションチャネルを通じて求める情報を収集し、生活者自身の声を積極的に発信するようになりました。こうした変化に合わせて、企業は個々の生活者のニーズを的確に捉え、より緊密なコミュニケーションを図っていくことが重要となりました。また、パーソナル化の進展により、個人情報の保護など、情報セキュリティへの万全な備えも求められています。

このような状況のなか、当部門は、強固な情報セキュリティ体制を構築し、生活者が求める情報を求めるかたちに編集・加工する情報処理や、多様なコミュニケーションを可能とするサービスの提供などを行っています。また、生活者の声を企業活動に活かすためのコンサルティングや市場分析、プロモーション企画の開発、バックオフィスのアウトソーシング受託などの多様なソリューションの提供に、より一層注力していきます。

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係わる部門として、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、メディアとコンテンツの最適な組み合わせを生み出すとともに、使い勝手の良いコミュニケーション基盤の構築や、新たな製品・サービスの創出などを推進します。

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・加工技術、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、顧客企業の業務プロセス全般にわたる課題を解決するため、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などによって、新たな事業領域を開拓していきます。

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従来の事業を前進させ、印刷技術と情報技術を組み合わせたDNP独自のソリューションを提供する提案型事業をさらに拡大していきます。

- プロモーション企画、商品・サービス開発、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提案
- 高度な情報セキュリティ機能の提供による、企業と生活者のダイレクトなコミュニケーションの実現
- 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、オンデマンドプリント、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の創出
- 多様化する情報メディアに対応した書籍・雑誌・映像などのデジタルコンテンツの企画・制作とネットワーク配信事業の展開
- 出版、流通、メーカーなど、さまざまな業界の活性化に向けた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

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や拠点の有効活用を進めることにより、顧客企業や生活者の課題解決に向けた、より効果的なサービスを提供していきます。

主要拠点のショールームを整備するほか、DNP五反田ビル（東京都品川区）やなんばSSビル（大阪市西区）では多彩なソリューションの実演・展示を行うなど、顧客企業とともに課題を抽出して最適解決策をつくり出しています。

また、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施策として、1886年の市谷工場の開設以来、さまざまな分野へと事業を拡大してきた中心的拠点である市谷地区の再開発に着手しました。再開発計画では、現在東京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市谷地区に集約していく予定です。

アウトソーシング受託事業の推進に向けた取り組み

これまでDNPが培ってきた技術やノウハウ、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の改善や効率化を支援します。商品やサービスの企画から制作、販売

促進、物流、生活者対応まで、業種・業界によって異なる業務プロセスにきめ細かく対応し、標準化による効率改善も図っていきます。

例えば、企業や生活者からお預かりする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、大量な情報の処理を安全・確実に行います。また、各種調査の実施・分析、コンサルティングやプロモーション企画などの開発、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、一枚一枚異なった情報を印刷するオンデマンドプリントなど、総合的なソリューションを提供して、企業からのアウトソーシングの受託に注力していきます。

新事業創出のためのグローバル展開と事業連携の推進

グローバル展開としては、シンガポールやインドネシアなどの海外の製造拠点を活かすとともに、世界50カ国の印刷会社とのネットワークを利用して、印刷データの伝送による最適地生産を行うGMM（グローバルメタメディア）を推進していきます。また、約60の言語に対応した多言語翻訳サービスの体制や、2005年に設立した上海現地法人を活用してアジア市場の開拓に注力するなど、海外印刷需要にも積極的に対応し、世界規模での事業の拡大を目指します。

教育・出版流通事業については、2010年2月、連結子会社の丸善株式会社と株式会社図書館流通センター（TRC）を統合した中間持株会社、CHIグループ株式会社を設立しました。連結子会社の株式会社ジュンク堂書店も含め、各社のノウハウとDNPグループの製品・サービスを融合させ、書店における販促施策の充実、大学や公共の図書館におけるICカードやICタグの導入などを推進します。

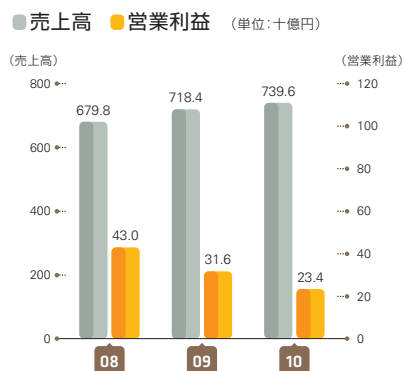
拡大していく電子書籍市場への対応も含めて、業界全体の課題解決に積極的に取り組み、教育・出版流通市場の活性化をリードするとともに、DNPのコアビジネスである出版印刷事業を強化していきます。

業績の概要

財務ハイライト

(単位:十億円、%)

	2008.3	2009.3	2010.3
売上高	¥ 679.8	¥ 718.4	¥ 739.6
営業利益	43.0	31.6	23.4
営業利益率	6.3%	4.4%	3.2%



事業環境

2010年3月期は、出版市場の総販売金額が2005年以降5年連続で前年を下回りました。1997年以降で見ると、2004年に前年を上回ったほかは、毎年前年を下回っており、長期低落傾向に歯止めのかからない状況が続きました。また、企業業績の悪化を背景とした広告費抑制の状況が顕著となり、広告関連企業の売上も減少するなど、商業印刷や雑誌広告などに大きな影響がありました。ビジネスフォーム関連では、景気刺激策によるETCカードの伸びはあったものの、クレジットカードの発行枚数の絞り込みや企業のコスト削減などもあり、需要が伸び悩みました。これらの需要の低迷に加え、競争激化による受注単価の下落など、情報コミュニケーション部門を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況で推移しました。

決算概要

出版印刷関連は、長期にわたる出版市場の低迷により、書籍、雑誌ともに減少しました。商業印刷関連は、企業の広告宣伝費削減の影響を受け、チラシ、パンフレット、POPなどが減少しました。ビジネスフォーム関連のうちICカードは、ETCカードが大幅に増加しましたが、全体としては微増にとどまりました。IPSも前年を上回りましたが、帳票類は大幅に前年を下回りました。

部門全体としては、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から増収となり、売上高は前期比212億60百万円、3.0%増の7,396億85百万円となりました。営業利益は、出版印刷や商業印刷などの売上減少や受注単価下落の影響を受け、前期比82億24百万円、25.9%減の234億66百万円となり、営業利益率も1.2ポイント低下し、3.2%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46.3%(前期45.0%)に、営業利益で31.1%(前期58.2%)になりました。

サブセグメントの状況

出版印刷事業

主要事業

雑誌や書籍の印刷のほか、デジタルコンテンツに関しても企画・制作から、携帯端末向けなどネットワークを通じた流通・販売、プロモーションや顧客動向分析まで幅広く手がけています。出版社をはじめ国内外のあらゆるコンテンツホルダーを顧客とし、その課題の解決に向けて、コンテンツを最適なかたちに編集・加工して、製品やサービスとして提供することによって事業を拡大しています。

市場トレンドおよび決算概要

2009年4月～2010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3.8%下回る1兆9,190億円となりました。このうち書籍が前期比4.1%減の8,409億円、雑誌が同4.4%減の1兆780億円という結果でした。

2009年1～12月の1年間では、出版物推定販売金額が1兆9,356億円と、21年ぶりに2兆円を下回りました。書籍は2007年以降3年連続の減少となり、雑誌も1998年以降12年連続の減少となるなど、長期低落傾向に歯止めのかからない状況が続いています。年間の書籍の新刊点数は78,555点で前年比2.9%増でしたが、販売部数は前年比4.5%減の7億1,781万冊と、1977年の水準にまで低下しました。書籍のミリオンセラーも、前年の7点から2点にとどまる結果となりました。雑誌においては、人気ファッションブランドと提携したグッズ付きの女性誌が注目を浴びましたが、雑誌全体の回復までには至りませんでした。雑誌の発行銘柄数は3,539点で、前年より2.0%、74点減となりました。

書籍の返本率は前年より0.5ポイント増の40.6%でしたが、雑誌の返本率は前年より0.3ポイント減って36.2%となりました。書籍は新刊点数を増やすことで低迷を乗り切ろうという傾向がありますが、雑誌は広告収入の減少に対抗すべく発行部数を絞っており、結果的に返本率が低下しました。

これら市場の低迷による発行部数の減少、雑誌の広告減少によるページ数削減や発行サイクルの見直し、および受注単価の下落などにより、DNPの出版印刷関連全体の

売上高は前期比14%の減少となりました。なお、2009年4月～2010年3月の雑誌の新刊点数は152誌で、このうちDNPは21%にあたる32誌を獲得しました。

戦略的チャンスと今後の展開

2002年度に10億円程度だった国内の電子出版市場は、2008年度には前年度比35%増の464億円となり、数年のうちに1,000億円を超えると予想されています。現状は、市場の約8割が携帯電話向けのコンテンツであり、その多くをコミックが占めています。DNPは、情報端末の多様化や生活者ニーズの変化に対応して、特定の規格にしばられないオープンな考え方や枠組みで取り組んでいきたいと考えています。具体的には、これまでに培ってきた出版社とのネットワークを活かし、デジタルコンテンツの企画・制作を進めるとともに、デジタルコンテンツの流通・課金を行うプラットフォームの構築・運用、マーケティングや販売促進活動の支援といったソリューションを提供し、市場の成長を牽引して事業を拡大していきます。

また、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、日本のコンテンツが海外で高い人気を獲得しており、出版社とともに雑誌のブランドなどの強みを活かしたグローバル展開も進めていきます。



丸善トールビジョン

商業印刷事業

主要事業

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、キャンペーンなどの企画開発、マーケティングの支援、プレゼントなどの配送センターやカスタマーセンターの運営など、企業の販売促進に係わる多様な製品とサービスを提供しています。当事業は、メーカーや流通事業者、広告代理店をはじめ、あらゆる業界の多くの企業を顧客とし、売上拡大やコスト・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。

市場トレンドおよび決算概要

長引く景気の低迷、生活者ニーズの多様化などの影響を受けて、企業の販売促進戦略が変化してきています。従来の主力だったマスメディア広告から、生活者に直接アプローチして、より大きな反応が得られるインターネット広告やパーソナルメールなどへ、広告宣伝費がシフトする傾向が表われてきました。

DNPの商業印刷事業にも影響のある国内の広告費は、2008年後半の世界的な金融危機後の景気減退により、2009年度の総計が4兆6,308億円と、前年度比13%の大幅な減少となりました。テレビCMや新聞広告などのマスメディア広告費が5年連続で減少するなど、今後も厳しい展開が予想されます。一方でインターネット広告費は、伸び率が鈍化したものの厳しい状況のなかでも引き続き伸びており、より費用対効果の高い広告宣伝手法に対する企業の期待が高まっていることがうかがえます。

このような状況のもと、DNPの商業印刷関連は、チラシ、カタログなどの印刷物のほか、キャンペーン運営、イベントなどが全般的に減少し、売上が前期比11%の減少となりました。業種別では、保険、自動車、トイレタリーなどは前期を上回りましたが、広告、サービス、信販・クレジットなどは前期を大幅に下回りました。

戦略的チャンスと今後の展開

パソコンや携帯端末の普及にともないインターネットの

利用が日常生活に深く浸透し、企業の多くがインターネット広告を重要視するようになってきました。また、多くの生活者が、チラシやカタログなどの紙メディアだけでなく、ウェブサイト上のユーザーコメント、店頭POPやデジタルサイネージ(電子看板)など、複数の情報メディアを使いこなして購買行動に活用しています。このような企業や生活者の動向はDNPにとってのチャンスだと捉えています。

DNPは、「トータルSPソリューション」というコンセプトのもと、従来の広告手法に加えて、生活者一人ひとりのニーズに合わせたダイレクトアプローチ、店頭で生活者に直接働きかける店頭アプローチを融合させた販売促進活動を展開しています。このように、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への転換を図り、企業と生活者を結びつけるソリューションを提供して事業の拡大を図っていきます。



iPhone®向け「街なか」情報配信サービス「マチレコ®」

ビジネスフォーム事業

主要事業

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

市場トレンドおよび決算概要

カード関連では、クレジットカードやキャッシュカードなどの金融系ICカードの低迷が続き、携帯電話向けSIMカードも端末の販売不振から減少しました。ETCカードは景気刺激策の影響もあり、大幅な売上増となりましたが、2009年秋以降は伸びが鈍化しています。

しかし、顧客企業や生活者が、個人情報などに対する高い情報セキュリティを求める傾向は強く、安心・安全に大量な情報を処理できる高付加価値サービスへの需要はますます増加しています。このニーズの高まりを背景として、ICカードの国内発行枚数は、現在の年間1億7,000万枚程度から、数年後には年間2億枚規模に伸びると見込んでいます。また、ICカードを利用したセキュリティの強化、利便性や顧客満足度の向上を図るソリューションへの期待も大きくなっています。

IPS関連の市場は、企業の広告宣伝費削減によって封入物の減少などの影響を受けましたが、高い情報セキュリティの確保が求められて堅調に推移しました。

ICタグ関連では、サプライチェーンの効率化の実現に向けて、各業界の特性に合わせた仕組みづくりが進んでいます。

こうした状況のなか、当期はETCカードやIPSが増加し、売上が全体で前期比1%増となりました。利益面では、ICカードの低価格チップへの切り替え、製造の効率化、材料購入の見直しなどのコスト削減効果もあり、前年を上回りました。

戦略的チャンスと今後の展開

今後も、情報セキュリティに対する要請が強まる見込みであり、DNPは高いシェアを持つICカードを中心として、積極的な事業を展開していきます。オフィスや学校などで、1枚のICカードだけで入退室や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できるシステムが求められており、DNPが事務局を務める企業連合SSFC(Shared Security Formats Cooperation)での活動に注力していきます。

IPSでは、購買動向の分析など、CRM(Customer Relationship Management)のノウハウも活かして、より高い効果が見込める広告宣伝物を同封するなど、高付加価値サービスの提供を進め、ビジネスチャンスを拓けていきます。



リップマン型ホログラムカード

トピックス

出版印刷事業の拡大に向けて

出版市場の活性化への
取り組みを強化

DNPは創業以来、印刷事業を通じて国内の出版業界と深く結びついてきました。その出版業界は近年低迷が続いており、出版市場の活性化を図るべく、約4割におよぶ返本率の低減、雑誌広告だけに頼らないビジネスモデルの構築、電子書籍の進展にともなうデジタルコンテンツの規格づくりと制作負荷の低減などの取り組みを積極的に推進しています。



CHIグループ設立記者会見

当期は、これらの取り組みの一環として、株式会社主婦の友社と業務・資本提携を行いました。両社は生活者視点を重視して、多様なメディアに対応可能なコンテンツの制作を共同で進めていきます。

また、株式会社講談社、株式会社集英社、株式会社小学館の出版社と、DNP、株式会社図書館流通センター（TRC）、丸善株式会社は、新刊市場だけでなく二次流通市場を含めた出版流通全体の持続的な成長を目指すため、日本国内で約1,000店舗の中古書販売チェーンを運営するブックオフコーポレーション株式会社に共同で出資しました。

2010年2月には、丸善とTRCが、株式移転によりDNPの中間持株会社となるCHIグループ株式会社を設立しました。今後DNPは、CHIグループや株式会社ジュンク堂書店とともに、書店でのプロモーション施策の実施、マーケティングの強化、図書館へのICカードやICタグの導入などを推進します。

書籍専用ICタグと背表紙への
高速実装技術を開発

DNPは2010年1月、書籍の背表紙の裏面に装着する幅10mmの書籍専用ICタグと、その高速実装技術を開発しました。コミックや文庫本の製本加工速度と同じ1時間当たり約12,000枚の装着を可能にしました。

書籍用のICタグは、2008年から、日本の出版業界の伝統的な流通方法で、書店が一定期間書籍を預かり、売れ残った場合に返本を認める委託販売制と、書店の責任において注文し、売り切る努力をするという近年取り組みが活発化しはじめた責任販売制の2つの販売方式の識別などに利用されています。それにより、書籍の売れ行き動向や返本率を、販売方法別に比較できるようになっています。また、ICタグによる在庫管理の効率化や万引き防止への効果も期待されています。今回の書籍専用ICタグと実装技術の開発は、ICタグの普及を促進するものと予想しており、DNPは2013年度までに書籍専用ICタグで約60億円の売上を目指しています。

短納期、小ロットに対応した
書籍製造サービスを開始

書籍の再版を短納期かつ小ロットで行いたい、という出版社のニーズに応えて、DNPは書籍専用の印刷・製本の一貫製造ラインを白岡工場（埼玉県）に新設し、2009年10月に稼働を開始しました。印刷から製本まで、同一工場内で一貫製造することで工程間の移動時間を短縮するとともに、印刷する絵柄を分析してインキの投入量を自動判断するシステムなどを活用して製造準備時間を短縮し、小ロットでもスムーズに対応できるようにしました。また、さまざまな寸法仕様の印刷物や、開きやすく耐久性が高い「PUR製本」への対応も可能としました。今後、受注状況に応じて製造ラインを拡張し、2010年度に約10億円の売上を目指します。

情報セキュリティ事業の拡大

高セキュリティ、高機能、低価格 —
ICカードのさらなる進化を目指して

DNPは、1981年にICカード事業を開始して以来、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・発行などで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、ICキャッシュカードで約9割、交通カードや電子マネーで急増している非接触ICカードでも約5割のシェアを獲得しています。当期も、この強みを活かした新製品・新サービスを開発しました。

2009年6月に、1枚のカードで生体認証機能やクレジット機能などが利用できる低価格なICキャッシュカードの販売を開始しました。

全国銀行協会は、ICカードが偽造されたものでないことを、ATMではなく金融機関のサーバで認証するシステムへの移行を進めており、各金融機関は2012年5月までに、これに対応する必要があります。この移行のためのシステム開発などに多額の費用がかかるため、ICカードの低価格化が求められていました。今回開発した低価格カードは、新システムへの移行後の利用を想定したもので、従来のICカードに比べて約20%のコスト削減が可能となります。また、金融機関のシステム移行を支援するため、テスト用のカードと暗号鍵を組み合わせ、ICキャッシュカードの認証テストを行う支援パッケージサービスを開発し、2009年6月に提供を開始しました。

DNPは、低価格ICキャッシュカードの販売により、2012年度までに新規発行カードの3割をIC化して約30億円の売上を目指します。また、支援パッケージサービスでは2011年度までに約60億円の売上を見込んでいます。

2009年11月、DNPは世界で初めて、ICカード用の高セキュリティなOS「MULTOS」を搭載したmicroSDカードを開発しました。このmicroSDカードをモバイル機器に装着することで、認証や決済サービスの安全性をより高めることができます。DNPは、microSDカード関連ビジネスで2012年度までに約50億円の売上を目指します。



「MULTOS」搭載のmicroSDカード

また、三菱樹脂株式会社、ソニー株式会社と共同で、世界で初めて植物原料プラスチックを主材料とするICクレジットカードを開発し、2009年11月にMasterCard Worldwideの承認を得ました。当カードは、環境にやさしい新素材として注目される植物原料プラスチックを採用し、磁気ストライプやエンボスなどの加工適性と耐久性を改善して、国際クレジットカード適用規格の基準をクリアしたものです。



植物原料プラスチックICクレジットカード

2010年3月には、国内で初めて、なりすましなどのカード不正利用の防止に利用されているワンタイムパスワード(OTP)をカード券面上に表示するキャッシュカードを開発し、販売を開始しました。OTPは、携帯端末やパソコンでインターネットバンキングなどの取引をす

る際に必要な、1回の利用につき1回のみ有効な“使い切り”の個人認証用パスワードです。DNPは、OTPの生成や表示の機能とキャッシュカードの機能を一体化することで、コスト削減と利便性向上を実現しました。



ワンタイムパスワードカード

SSFC — オフィスセキュリティ関連事業の推進

DNPは、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SSFC(Shared Security Formats Cooperation)の事務局として、オフィスセキュリティの向上を推進してきました。このセキュリティシステムが、大規模複合ビルとしては初めて、東京ガス都市開発株式会社が所有・運営する大型の超高層複合ビル「新宿パークタワー」に採用され、2010年2月に運用を開始しました。

また、SSFC仕様のICカード社員証を利用した、飲料用自動販売機向けの給与天引きが可能な決済システムを開発し、2010年4月に販売を開始しました。当システムは、自動販売機を利用する際、現金もチャージも不要なため、設置企業の従業員の利便性が向上するとともに、飲料メーカーや自動販売機運用企業の販売機会ロスが低減できます。DNPは2012年度までに、当システムで約10億円の売上を目指します。

生地に着着できるホログラムなど、ホログラムのラインナップが充実

図柄が立体的に浮き出て見えるホログラムは、偽造が困難なため、クレジットカードやキャッシュカード、金券類や身分証の偽造防止、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は1972年にホログラム製品の開発に着手し、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の量産体制も2001年に確立しました。現在、この量産技術を保有しているのは、世界で2社のみであり、DNPはホログラムのリーディングカンパニーとして事業を展開しています。

DNPと日本ダム株式会社は、衣類やバッグ、シューズなどの生地に接着でき、洗濯やドライクリーニングにも耐えられるホログラム熱転写ラベル「ホロトランス」を開発し、2009年5月に販売を開始しました。生地を使った各種製品のブランドタグやラベルに使用することにより、生活者が商品の真贋を判定できるようになり、偽造防止対策につながります。

また、2009年11月には、パスポート用途としては世界初となる透明リップマン型ホログラム転写箔を開発しました。現在、パスポート用に主に使用されているエンボス型ホログラムと比べて偽造が困難で、目視での真贋判定が容易なリップマン型ホログラムの特長を活かし、パスポート上に連続転写できるように、転写適性を改善して加工性を向上しました。今後、世界各国のパスポート発行業務を手がける国内外の企業とともに製品化を図り、2012年度までに約5億円の売上を目指します。



ホログラム熱転写ラベル「ホロトランス」

新しい広告宣伝手法の開発

大型ディスプレイを連動させた 「トールビジョン」の販売を開始

DNPは、42インチの大型ディスプレイ12台を連動させてデジタルコンテンツを配信するデジタルサイネージ(電子看板)システム「トールビジョン」を開発しました。トールビジョンは、同サイズの大型ディスプレイと比較して、低コストでの設置が可能であり、情報閲覧用のタッチパネル方式の情報端末、パンフレット用のラック、ポスター用の看板など、さまざまな広告媒体と組み合わせて利用することができます。生活者への情報発信効果が高いサービスとして、駅、空港、ショッピングモールなどの大型施設に向けて販売しています。



トールビジョン

2009年7月には、株式会社ジェイアール東日本企画と共同で、JR仙台駅で、トールビジョンでの情報発信の実証実験を開始しました。トールビジョンでJR東日本の商品情報や人気車両の映像などを表示し、タッチパネル方式の情報端末では映像で紹介した商品や車両の詳細情報、時刻表や駅周辺地図などを提供します。また、株式会社良品計画が2009年9月に新装オープンした無印良品池袋西武でも、一般企業の常設としては初めて、トールビジョンが採用されました。DNPはトールビジョン関連で、2010年度に約10億円の売上を見込んでいます。

有機EL、無機EL、パネル スピーカーを搭載した 「光る・しゃべるポスター」を開発

EL(Electro Luminescence)は、プラスチックのような薄く柔らかい素材に加工できるため、曲げられるパネルをつくることができ、柱などの曲面に貼ることができます。また、広い視野角を有しているため、多くの生活者がさまざまな角度から情報を見ることができます。DNPは、この特長を活かして、文字情報を表示する有機ELパネルと、絵柄をアニメーション表示する無機ELパネルをポスターと一体化させ、さらにパネルスピーカーを搭載してポスター全体から音声を出す機能を付加した「光る・しゃべるポスター」を開発しました。

2009年度は、株式会社楽天野球団の協力により、プロ野球チームの東北楽天ゴールデンイーグルスのホームスタジアムの写真やロゴマークが光るポスターの実証実験や、株式会社ベガルタ仙台の協力により、プロサッカーチームのベガルタ仙台のエムブレムが光り、応援歌などが流れるポスターの実証実験などを実施しました。また、2010年度には、オンデマンド印刷の新サービスとして「光る・しゃべるポスター」の販売を開始します。



光る・しゃべるポスター

ネットスーパー構築支援サービス を開始

近年、EC(電子商取引:Electronic Commerce)サイトで注文を受けた商品を自宅へ配送する「ネットスーパー」への需要が高まっています。DNPは、チラシをデジタル化してウェブサイトに掲載する「ネットチラシ」のサービスを2001年よ

り提供していますが、2009年10月には、ネットチラシに掲載された商品情報をクリックするだけで、ECサイトで注文できるシステムを開発し、ネットスーパー構築支援サービスを開始しました。ヤマトシステム開発株式会社のネットスーパーシステムと連携し、企業への導入を促進します。

新製品・新サービス

「伝匠美」:錦江山無量寺再建当時の 応挙と芦雪の絵画空間を再現

DNPは、襖絵をはじめ壁画・天井画・屏風・掛軸など、すべての表現技法を再現するデジタル複製画「伝匠美」の開発に、1999年から取り組んできました。制作にはDNPが長年培ってきた画像再現ノウハウ、最先端のデジタル技術が駆使されています。

2009年10月には、和歌山県の串本にある錦江山無量寺が所蔵・保存する、円山応挙と長沢芦雪による「竜虎図」などの障壁画55面のデジタル複製画を完成させました。今回の制作では、墨の色調や濃度、階調を管理するために専用のカラーチャートを作成するなど、原画に忠実に再現しました。また、DNPが開発した約100年の耐久性を保持する特選和紙に専用の印刷機で超高精細印刷を行うとともに、耐光性インキの使用により、展示した状態のままでも障壁画の美しさを長期間保持できるようにしました。



錦江山無量寺 長沢芦雪「虎図」

戦略フォーカス

1

CHIグループを発足させ、 出版流通に新たな風を吹き込む

DNPは2008年に国内書店大手の丸善、図書館向けサービス大手の図書館流通センター（TRC）をグループに迎え、2010年2月に両社の経営統合によりCHI（シーエイチアイ）グループを発足させました。新会社設立のねらいや事業戦略について西村達也常務役員に聞きました。

Q 「CHI」という社名の由来は？

CHIグループは「知は社会の礎である」を経営理念とし、「知の生成と流通に革新をもたらす企業集団となる」をグループビジョンとしています。社名は知識の「知」を意識したものではありませんが、読み方は「シーエイチアイ」に統一しています。

CHIグループが丸善とTRCの2つの事業会社を統括するかたちになっており、私はCHIグループの副会長を兼任しています。丸善とTRCはそれぞれ分野で強いブランド力を持っており、従来どおりの社名で独自性のある事業を営んでいます。この強みを最大限に活かせるよう、緩やかな統合にしました。



常務役員 西村 達也

Q CHIグループが目指す事業の方向性は？

私たちが事業を通じて実現したいと考えている最大のテーマは、出版流通の革新です。国内の出版流通には現在、次の3つの課題があると認識しており、解決に向けた取り組みを進めています。

1. 高い返本率の改善

主に委託販売制で流通している書籍や雑誌の返本率は、近年約40%まで高まってきています。これは出版社にとって大きなロスであり、低減する必要があります。

返本率を改善するには、「どんな本を、どの販売チャネルで、どのように売るか」というマーケティング力を強化することが重要です。書店としても、イベントコーナーの設置やデジタルサイネージ（電子看板）の活用など、売り場を工夫していく余地がまだまだ大きいと感じています。また、書籍の紹介情報や読者カード、ネット書店の口コミなど、マーケティングのための情報を書店と出版社で共

有していくことも有効でしょう。責任販売制や計画販売へのトライなども含め、返本率の低下に取り組みます。

2. 販売機会損失の低減

欲しい本、読みたい本が書店に無いことは、読者の時間を無駄にするだけでなく、書店の販売機会の損失にも直結します。

まずは、POSシステムによる売れ筋情報やマーケティング情報、在庫情報などを出版社とも共有して、最適部数の本づくりと適切な在庫管理につなげていきます。また、販売動向に応じた機動的な重版（刷り増し）にも対応します。DNPは、数十万部、数百万部の高速大量印刷だけでなく、書籍専用ラインやオンデマンド印刷による少部数印刷にも対応しています。柔軟な本づくりと在庫管理によって「ない本はない」状態をつくり出し、販売機会の損失を低減していきます。

3. コンテンツのデジタル化への対応

携帯電話やパソコンに加え、電子書籍専用端末なども登場し、デジタルコンテンツの流通量が大幅に増えると見込んでいます。DNPでは、雑誌や書籍の製造プロセスのほとんどがデジタル化に対応しており、コンテンツをデジタル化する共通のプラットフォームを構築していくなど、出版社のデジタル化コストの低減に努めています。

これからの出版流通については、リアルな店舗を構える書店、ウェブサイトで印刷物を販売するネット書店、デジタルコンテンツの配信サービスの3つの形態がそれぞれ進展していくでしょう。DNPグループでは、CHIグループが丸善の店舗やTRCのネット書店「ビーケーワン」を展開するとともに、DNPが早くからデジタルコンテンツ配信サービスを事業化しています。これら3つの形態を兼ね備えた事業体は世界でも稀であり、大きな強みになっていると確信しています。

Q 丸善とTRCの協業による相乗効果は？

まずは、図書館事業に関する協業で効果をあげていきます。図書館事業には、図書館運営業務の受託と図書館への

書籍・雑誌の販売があり、TRCは公共図書館に対して、丸善は大学図書館に対して強い顧客基盤と事業ノウハウを持っています。例えば、図書館運営業務を行う上で重要な従業員教育に関して、ネットワークラーニングなどで両社の強みを共有することによって、具体的な効果につなげていきます。

書籍・雑誌の販売の面では、TRCが図書館などに広く提供している日本最大の書誌データベース「TRC MARC」や、「週刊新刊全点案内」というカタログを中心とした仕組みをより精緻化し、標準化していくことで効果を高めたいと考えています。TRC MARCは、国内の新刊をほぼ網羅しているほか、過去の出版物も対象としており、書籍のタイトルや著者名、価格や目次情報など、約300万件規模のデータが登録されています。これを丸善などの業務にも応用していくことで、販売促進につなげていきます。

DNPは創業以来、印刷業務を通じて、出版業界とともに成長してきました。CHIグループの活動により出版業界全体の再活性化に貢献するとともに、日本の「知」のあり方に新しい風を吹き込んでいきたいと考えています。

戦略フォーカス

2

シンガポールのテンワプレス、ポップアップブックなどでグローバルに事業を展開

DNPの100%子会社であるテンワプレス (Tien Wah Press) は、シンガポールを拠点としてグローバルに事業を展開しています。ハードカバーの書籍やポップアップブック(飛び出す絵本)の製造などに強みを持ち、欧米の大手出版社などを主な顧客としています。

映画『スター・ウォーズ』のポップアップブックなどで出版社の信頼を獲得

テンワプレスは1935年にシンガポールで設立されました。パンフレットなどの商業印刷を主に手がけ、1960年代にはシンガポール有数の印刷会社となりました。1970年にDNPが20%、三菱商事株式会社が10%の出資をし、DNPの技術支援によって書籍の印刷にも進出しました。その後、DNPIは段階的にテンワプレスの株式を買い増し、2003年に100%子会社としました。



ポップアップブック

テンワプレスは、絵柄が立体的に飛び出すポップアップブックの製造を1978年に開始しました。1980年には、映画の『スター・ウォーズ』のポップアップブックを製造し、その精緻な仕掛けの本を量産した高い技術力が評価され、出版社の信頼を獲得しました。

アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリアに営業拠点を開設するとともに、1984年にはマレーシアのジョホールバルに新工場を開設するなど、本格的にグローバル展開を進めています。現在は、料理本などのハードカバーの書籍、ポップアップブックなど、人の手による細かい加工が必要な印刷物のほか、絵本などの印刷物を数多く製造しています。2009年度の売上高の約95%は輸出によるもので、ヨーロッパ向けが44%、アメリカ向けが35%となっています。大手出版社のスカラスティック・グループやランダムハウス、総合メディア業のウォルト・ディズニー・カンパニーなど、多くの顧客企業から厚い信頼をいただいています。

東南アジアのハブ工場として DNPの海外展開に貢献

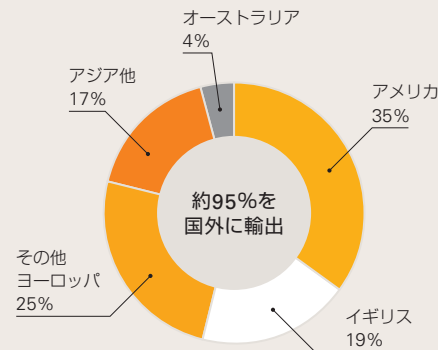
テンワプレスは、積極的な投資により最新鋭の設備を整え、るとともに、体系的な研修を実施して社員の能力向上を図り、短納期にも対応して、高品質な印刷サービスを提供する体制を構築しています。世界の大手出版社のニーズに応え、品質を高めることで培われたブランド力は、グローバルな事業展開を進める上で大きな強みとなっています。

シンガポールは世界でも有数の経済の拠点であり、国際的な物流インフラやビジネスネットワークなどが発達しています。また、政府機関による印刷事業の振興策や海外マーケティングの支援策が打ち出されるなど、良好な事業環境となっています。この環境のもと、テンワプレスは、出版印刷以外に事業領域を広げていくとともに、東南アジアにおける印刷ハブ工場としてDNPの海外ビジネスの拡大に寄与していきます。



テンワプレス正面入口

印刷売上の地域別売上高（2009年度）



テンワプレスの強み

- アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリアに展開する営業拠点
- 長年にわたって構築してきた大手出版社との信頼関係
- 欧米出版社に対する高い知名度
- 最新の印刷設備と高品質なサービス
- 地域をリードする情報処理技術、オフセットなどの印刷・加工技術

これからの戦略

- 品質の向上と生産管理体制の充実を図り、中国を中心とした競合先との差別化を図る
- 研究開発を強化し、製品やサービスの高付加価値を図る
- 高品質製品への対応や、日本の出版印刷部門との連携強化を図り、日本向けの製造拠点となる
- DNPの技術やノウハウを活かし、出版印刷ビジネス以外にも進出する
- シンガポール、マレーシアの製造拠点を活かした短納期、低コストサービスへの対応を強化する

事業戦略

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

基本戦略

人々の生活において、近年、地球環境への配慮、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。DNPは、顧客企業や生活者のこうしたニーズに応えるため、食の安全や使いやすさに配慮した製品の開発、および製品の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。

生活・産業部門は、高い機能性や環境適応性を持ち、生活者だけでなく、顧客企業にとっても有用な高付加価値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も活用したパッケージや建材製品をはじめ、印刷の基本技術の応用により世界トップシェアを獲得したディスプレイ用光学フィルムやデジタルフォトプリント用の昇華型熱転写記録材など、多彩な高機能・高品質製品を国内外に広く提供していきます。

高い機能性を備えた 環境配慮型製品の拡充

誰もが使いやすいよう配慮する“ユニバーサルデザイン”や環境負荷の軽減に対応し、“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。

高付加価値化の推進と 成長領域へのシフト

印刷技術の可能性を追求し、生活者や顧客企業の要求にきめ細かく応える高付加価値製品やサービスの開発を推進します。特に、EBコーティング技術を活かした住空間マテリアル製品、包装用の機能性フィルム、各種光学フィルムや昇華型熱転写記録材など、成長領域における事業に注力していきます。

新規事業分野の 積極的な開拓

DNPは印刷の事業領域をより広く捉え、環境、エネルギー、ライフサイエンスなど、社会的なニーズが高まっている分野に対しても、先進的で独自性のある製品を提供していきます。新規事業の創出にあたっては、DNPの独自技術を活かすとともに、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。

重点施策

包装事業:

「環境」を切り口としたソリューションに注力

DNPは、包装事業におけるミッションを「持続可能な社会と生活者の豊かさの実現」と捉え、環境配慮製品や新たな高機能製品のラインナップを拡大していきます。

1995年には早くもLCA(Life Cycle Assessment)の手法を導入し、製品開発に活かしてきました。PETボトルの無菌充填システムでは、ボトルの原料・製造・輸送段階でCO₂排出量の54%削減に成功しており、2010年には、製品の生産や流通に使われる水の量や質を評価するウォーターフットプリントに配慮した最新システムも発売しました。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・医薬品、産業資材向けにも展開し、市場の開拓と用途の拡大を図ります。

さらに、生活者の意識や製品の利用実態などを科学的に解析する「ヒューマンセンタードマーケティング」の体制を整備し、時代が求める実質的な価値づくりを推進していきます。

住空間マテリアル事業:

DNP独自のEBコーティング製品を拡大

健康で快適な住空間を支える当事業では、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の開発に注力しています。この製品は、耐傷性、耐汚性、耐久性に優れており、住宅やオフィスの内外装材のほか、自動車や新幹線の内装材などに用途を広げていきます。DNPオリジナルブランドの「WSサフマーレ」をはじめ、多様なEB製品を強みとして住宅設備・建材メーカーとも連携し、ディベロッパーやゼネコン、住宅メーカーに建設計画や設計の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係わる事業を幅広く展開します。また、DNPが運用する「住空間分析評価センター」で居住環境の評価測定を行うなど、さまざまなソリューションビジネスも拡大していきます。

DNPは、環境に配慮した高機能製品を中心として、戸建てやマンションなどの住宅から、オフィスやホテル、ショッピングセンターなどの商業施設、医療・介護施設、賃貸やリフォームなどの住宅市場、自動車や鉄道車両まで、住空間に係わるさまざまな市場を開拓し、欧米や新興国市場なども含めたグローバルな事業展開を積極的に推進します。

産業資材事業:

多彩な製品の供給により中・長期的な成長へ

オプトマテリアル分野では、コーティング、ラミネート、バタニングなどの技術を応用・発展させたクリーンコンバーティング技術を核にして、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を提供しています。全世界で約70%のシェアを獲得している液晶ディスプレイ用反射防止フィルムなどを強みとし、今後の成長が期待されるタッチパネルや電子ペーパーなど、指で触れて操作するインタラクティブディスプレイ向けにも高機能製品を提供していきます。

情報記録材分野では、「拡写真」というコンセプトのもと、写真事業を幅広く展開していきます。昇華型熱転写記録材(カラーインクリボンと受像紙)については、製造・販売一貫体制を活かして「FOTOLUSIO(フォトルシオ)」ブランドの製品販売を強化し、銀塩方式に代わるドライプリント方式におけるDNPのシェアを高めていきます。また、DNPは、セルフ型プリントシステム「PrintRush」や証明写真ボックス「Ki-Re-i」の開発・運用のほか、フォトブック制作システム提供を開始しており、熱転写記録材との相乗効果を高めて事業の拡大を図ります。バーコード用の溶融型熱転写記録材(モノクロインクリボン)については、コストダウンを徹底するとともに、市場に即した製品開発を推進します。

エネルギーシステム分野では、2009年1月にバックシートや封止材などの太陽電池用部材を製造する専用工場を稼働させ、同年10月には製造子会社の株式会社DNPエネルギーシステムを設立しました。市場の拡がりに対応し、クリーンエネルギー関連事業の研究開発・製造・販売の一貫体制を構築し、さらに事業を拡大していきます。太陽電池関連では、バックシートや封止材の高機能化、低コスト化に注力し、顧客企業のニーズに対応した製品の開発に努めます。また、DNPのリチウムイオン二次電池用パッケージフィルム(電解質封入用フィルム)は市場から高い評価を得ており、携帯電話やノートパソコンなどのモバイル機器、電動アシスト自転車、電気自動車などへの導入を促進します。

グローバル展開による新市場開拓

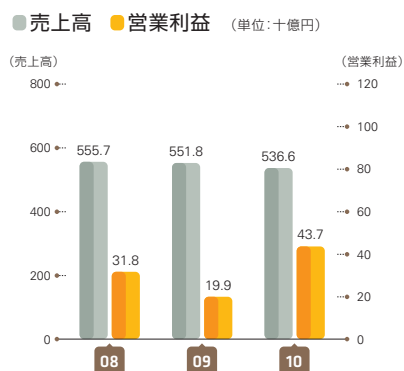
包装事業と住空間マテリアル事業では、これまで主に国内で製造・販売を行ってきましたが、今後は、アジア各地の海外市場も積極的に開拓していきます。情報記録材分野では、フランスやアメリカのインクリボン製造・販売会社などを拠点とし、グローバル市場への対応を強化していきます。また、オプトマテリアル分野やエネルギーシステム分野でも、拡大する新興国市場や欧米市場に向けたビジネスに注力していきます。

業績の概要

財務ハイライト

(単位：十億円、%)

	2008.3	2009.3	2010.3
売上高	¥ 555.7	¥ 551.8	¥ 536.6
営業利益	31.8	19.9	43.7
営業利益率	5.7%	3.6%	8.1%



事業環境

生活・産業部門は、当期も個人消費低迷の影響を受け、厳しい事業環境が続きました。消費者態度指数(内閣府調査)は上昇に転じたものの、2009年度の国内住宅着工戸数は前年度比25.4%減の77万戸となり、1964年以来45年ぶりに80万戸を下回りました。自動車や電気機器などの各種工業製品の販売は回復傾向にあるものの、雇用情勢の停滞や設備投資の減少が続くなど、依然として企業の経営環境は厳しいものとなりました。一方、薄型ディスプレイの急速な市場回復により、光学フィルム製品は好調に推移しました。

決算概要

当期の生活・産業部門の売上高は、産業資材関連の液晶ディスプレイ用反射防止フィルムが、市況の急回復にともなう需要増により大幅に増加しましたが、包装関連でPETボトル用無菌充填システムの販売が減少したほか、長引く国内住宅需要の低迷により住空間マテリアル関連が低調に推移しました。これらの結果、部門全体の売上高は前期比151億83百万円、2.8%減少し5,366億38百万円となりました。

営業利益は、PETボトル用無菌充填システム、住空間マテリアルのEBコーティング製品、インクリボン関連で販売が低迷したものの、旺盛なテレビ向け需要を受けた液晶ディスプレイ用反射防止フィルムの受注数量の大幅な増加や、包装関連のコストダウンが大きな効果をあげた結果、部門全体で前期比119.5%の大幅増益となりました。

なお、当部門のDNP全体に占める構成比は、売上高が前期とほぼ同水準の33.6%だったのに対し、営業利益で大幅に上昇し57.9%となりました。

サブセグメントの状況

包装事業

主要事業

DNPは、各種パッケージの企画から、設計・デザイン、全国に生産拠点を配した柔軟な体制での製造まで、また、機能性フィルムなどの素材開発、無菌充填システムの設計・製造なども含め、包装事業を総合的に展開しています。食品・飲料、医療・医薬、電子部材のメーカーなど、“モノを包む”ニーズがあるすべての企業を顧客とし、生活者の視点に立った使いやすさの追求と、顧客ニーズへのきめ細かな対応により、事業を拡大しています。

市場トレンドおよび決算概要

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

当期の包装事業は、無菌充填システムで使用されるPETボトル用の第一次成型品のプリフォームなど、プラスチック容器類は増加しましたが、紙器や軟包装類の減少、大型無菌充填システム*の販売が減少しました。この結果、売上高は前期比4%の減収となりましたが、コストダウンの徹底に努め、製造の効率化などを推進した結果、利益面では業績に大きく寄与しました。

戦略的チャンスと今後の展開

生活に関する人々の意識やライフスタイルの変化は、DNPの包装事業にとってのチャンスだと捉えています。例えば、環境負荷を低減したいという意識の高まりに対して、リサイクルしやすく原材料の削減が可能なパッケージを開

発したり、一人暮らしや共働き家庭の増加に対して、長期保存が可能な個包装製品を開発しています。また、誰もが使いやすいよう配慮するユニバーサルデザイン(UD)についても、一定の指針を設け、UD対応パッケージの開発を進めています。ほかに、内容物保護のために水蒸気や酸素の透過を抑える透明蒸着バリアフィルムの開発や、内容物の味や香りを損なわない無菌充填システムの開発などでも実績をあげています。

製品開発にあたっては、生活者の消費行動などを分析して、商品戦略やマーケティング戦略の策定につなげる「ヒューマンセンタードマーケティング」や、生活者の実際の食卓をマーケットに見立てて分析する「食MAP」などの成果を、各種ソリューションの提案に活かしていきます。

またDNPは、より効率的で環境負荷が低い製造プロセスを構築するとともに、ユーザビリティに配慮した製品の開発に努め、顧客企業や生活者の厳しい要求に 대응していきます。

*無菌充填システム：

無菌環境のなかで滅菌した包装材料に、滅菌した飲料や食品を充填するシステム。1976年にDNPが開発したポーションミルクが国産第1号です。1992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、高速化を進めるとともに、PETボトルの原形として膨らませて使用する小型のプリフォームの使用などを進め、当システムの国内導入実績でトップシェアを獲得しています。



電子レンジ対応断熱容器（ディーカップル）

住空間マテリアル事業

主要事業

“快適な住空間”に係わる国内外のあらゆる企業を顧客とし、住宅やオフィス、商業施設などの内外装材、建具・収納製品、自動車や鉄道車両の内装材など幅広い製品を提供しています。DNP独自のEBコーティング技術を強みとし、高機能な環境配慮製品を数多く提供し、顧客企業や生活者から高い評価をいただいています。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。

市場トレンドおよび決算概要

国内景気の低迷にともない、2009年度の国内住宅着工戸数は前年比25.4%減の77万戸となり、1964年以来45年ぶりに80万戸を下回る低水準でした。前年比も1973年～1974年の第1次オイルショック当時に次ぐ過去2番目の落ち込みを記録しました。

このように厳しい状況が続きましたが、環境や健康に配慮した製品、デザイン性や機能性に優れた高付加価値製品などの需要は堅調に推移しました。また、オフィスや病院、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軽量化など、施工時の合理化への対応も求められており、DNPはこれらのニーズにも応えてきました。

当期、DNP独自のEBコーティング技術*を活用した環境対応製品は、壁紙用に加えて床材用でも増加しました。フローリング材市場でのEB製品のシェアは拡大して市場標準となりつつあり、厳しい市場環境のなかで健闘しましたが、一般化粧紙など既存製品需要の低迷をカバーするには至りませんでした。この結果、売上高は前期比12%の減収となりました。

戦略的チャンスと今後の展開

DNPが優位性を持つEB製品は、耐傷性、耐汚性、耐久性に優れ、メンテナンスの負荷を軽減することができるため市場で高く評価されており、シェアが拡大してきています。また、燃焼しても有毒ガスが発生しにくい非塩ビ(オレ

フィン)基材や水性インキを使用した製品、シックハウス症候群の原因とされるホルムアルデヒドなどのVOC(揮発性有機化合物)を使用しない製品についても需要が高まってきました。DNPは、これら環境配慮型製品へのニーズの高まりをチャンスと捉え、新興国を中心とした海外市場も含め、販売を強化していきます。

さらに、鉄道車両にDNPの内装用アルミパネルが採用されるケースも増えています。東海道新幹線や新型成田エクスプレスの車両内装の天井や側天井に使用され、日本国内で新たに生産される鉄道車両の7割程度に採用されているほか、台湾高速鉄道(台湾新幹線)でも使用されています。今後は、グローバルシェアNo.1の自動車内装市場のみならず、鉄道車両内装材のグローバルスタンダードとして、DNP製品の導入を進めていきます。

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



EBフロア

産業資材事業

主要事業

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

市場トレンドおよび決算概要

液晶パネル市場の回復にともない、画面への光の映り込みを防止し画質を向上させる反射防止フィルムの需要が好調に推移しています。PDP(プラズマディスプレイパネル)用の電磁波防止フィルムなどは市場の低迷の影響を受けましたが、好調な反射防止フィルムが牽引し、光学フィルム全体では大幅な伸びとなりました。

情報記録材事業では、期後半からアミューズメント分野や医療分野などで昇華型熱転写記録材の需要が増加してきましたが、期前半の不振により年間では前期を下回りました。溶融型熱転写記録材(モノクロインクリボン)については、企業の業績回復にともなう物流の増加により、バーコード用の需要は回復傾向にあります。ファクシミリ用リボンの需要減少もあり、年間では前期比マイナスとなりました。

また、太陽電池関連でバックシートや封止材などの部材を提供していますが、当期は、期前半は世界的な経済危機の影響により低調でしたが、期後半は需要が回復し、順調に推移しております。期前半の影響により、リチウムイオン二次電池用パッケージが増加したものの、電池部材全体では減少しました。

これらの結果、産業資材事業全体の売上高は前期比17%の増収となりました。

戦略的チャンスと今後の展開

液晶ディスプレイは、国内では2011年の地上波デジタル放送への完全移行、海外では中国の景気刺激策や新興国を中心としたブラウン管テレビからの置き換えなどにより、今後も旺盛な需要が見込まれます。そうした液晶パネル需要に対応して、反射防止フィルムの販売拡大に努めるとともに、傷や汚れに強いタッチパネル向け表面フィルムなどの提供にも注力し、機能性光学フィルムの事業を成長させていきます。

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

太陽電池関連では、バックシートなどの部材に、高機能コーティング技術、材料技術、各種コンバーティング技術を活用し、太陽電池パネルの製造コスト削減や劣化防止、業界の発電効率向上の動きに対応した開発を進め、DNP製品のシェアを高めていきます。



昇華型熱転写記録材

トピックス

包装事業

電子レンジ専用スタンディング
パウチで木下賞受賞

2009年7月、DNPは、ハウス食品株式会社の「できたてづくり」シリーズ用に同社と共同開発した電子レンジ専用パッケージで、社団法人日本包装技術協会の「第33回 木下賞 新規創出部門」を受賞しました。本賞は、包装技術の研究・開発や、包装の合理化・改善・向上に顕著な業績をあげたものに与えられる賞です。

このパッケージは、レトルト食品用の透明なスタンディングパウチと外箱を組み合わせ、家庭普及率が95%を超えた電子レンジでの調理の機能を付加した製品です。内容物の保護、商品情報の表示、輸送効率の向上など、パッケージ本来の機能に加え、ユニバーサルデザインに基づくデザインや使い勝手、電子レンジでの調理機能が高く評価されました。

エネルギーシステム事業

大型の有機薄膜太陽電池で
変換効率を大幅改善

2009年6月、DNPは、大型サイズでも高いエネルギー変換効率を達成できる有機薄膜太陽電池を開発しました。

太陽光発電で現在主流となっているシリコン系太陽電池は、製造コストの高さが課題とされており、印刷の製造プロセスを応用した有機薄膜太陽電池による大幅なコスト削減に期待が集まっています。これまで、有機薄膜太陽電池は大型化するとエネルギー変換効率が大幅に低下するという課題がありましたが、DNPは独自のフォトエッチング技術を応用して、50mm角の大型サイズでも4%以上の高いエネルギー変換効率を実現しました。今後、量産化に向けた開発を進め、2015年度までの実用化を目指します。

太陽電池用バックシートの開発 —
さらなる耐久性と低コストを追求

DNPは、1990年代から太陽電池向け部材の研究開発に取り組み、2003年に印刷技術を活かしたバックシートと封止材を開発し、2009年1月には福島県泉崎に新設した工場で生産を開始しました。

太陽電池は長期間屋外に設置されるため、太陽電池モジュールを外部環境から保護するバックシートには、高い耐候性と水蒸気バリア性が求められています。この機能を保つため、現在はアルミ箔を積層したバックシートが多く使われていますが、配線との接触により電気的な不良を起こすアルミ箔には絶縁処理を施す必要があり、その作業負荷が課題でした。DNPは、この課題を解決するため、高い水蒸気バリア性を持つ無機酸化物蒸着フィルムと高い耐候性を持つ接着剤を用い、アルミ箔を使用しない低価格なバックシートを開発しました。2009年6月にサンプル出荷を開始し、2012年度までに約50億円の売上を目指します。

2009年7月には、旭硝子株式会社製のフッ素樹脂フィルム(ETFE)を採用したバックシートを開発し、サンプル出荷を開始しました。ETFEは、従来の他のフッ素系フィルムと比較して融点が高く、耐久性の向上につながるとともに、建材での使用実績、供給の安定性、コスト競争力などの観点から選定しました。海外の太陽電池モジュールメーカーを中心に販売し、2011年度までに約50億円の売上を目指します。

また2009年11月には、バックシートと封止材を一体化した製品のサンプル出荷を開始しました。DNPのコア技術であるラミネート加工技術や製膜加工技術を用い、両部材を一体化した製品を提供することによって、部材コストと太陽電池モジュール製造コストを低減します。同時に、DNPのバックシートと顧客企業の封止材を一体化するサービスも開始しました。この製品とサービスの提供により、2011年度までに約30億円の売上を目指します。

フォトプリント事業

セルフ型フォトブック作製機
「PrintRush PhotoBook」を
本格展開

デジタルカメラの普及により、家族旅行や結婚式などの思い出の写真を製本して、保有したりプレゼントしたりするフォトブックの市場が急速に拡大しています。DNPの100%子会社である株式会社DNPフォトルシオは、生活者が店頭で簡単にフォトブックを作製できる国内初のセルフ型プリントシステム「PrintRush PhotoBook(プリントラッシュ フォトブック)」の市場展開を2009年9月に開始しました。利用者が写真データの記録媒体を「PrintRush PhotoBook」に差し込み、掲載したい写真と背景を端末の画面上で選ぶだけで、高品質でオリジナリティ豊かなフォトブックを10ページで5分程度の短時間で作製できます。家電量販店や写真専門店を中心に、今後3年間で500台以上を設置する予定です。

また、店頭ではなく、ウェブサイト上でオリジナル本の編集と注文ができるサービスを、DNP100%子会社の株式会社DNPドリームページが2010年3月に開始しました。市販の書籍で使われるDNPオリジナル書体「秀英体」も利用可能で、利用者が指定した場所に完成した本を配送します。



セルフ型プリントシステム「PrintRush PhotoBook」

戦略フォーカス

3

市場を牽引するDNPの液晶ディスプレイ用 反射防止フィルム

各国の景気刺激策やテレビ放送のデジタル化、ブラウン管テレビからの置き換えなどを背景に、薄型ディスプレイの需要が世界的に拡大しています。なかでも、省電力化や薄型・軽量化、用途の多様性などで優位性のある液晶ディスプレイは、テレビ向けを中心に全世界で急速に普及しています。

DNPは、液晶ディスプレイ最表面に使用し、照明や外光の映り込みを低減させる機能に加え、汚れの付着や傷付きを防止する反射防止フィルムの製造において、約7割におよぶ世界トップシェアを獲得しています。市場のニーズを先取りした製品を開発し、さらに多様な製品を揃え、顧客の要求にきめ細かく対応することで高い評価をいただくとともに、数多くの特許を取得して事業を強化してきました。

DNPは、薄型ディスプレイ市場の将来性を予測し、1990年に反射防止フィルムの開発に着手しました。しかし、当時の皮膜形成技術は、蒸着やスパッタリングなどのドライコーティング方式が主流で、生産の効率性とコストが課題となっていました。そこで、長年印刷で培ってきたコンバーティング技術のうち、機能性材料を薄く均一に塗布するコーティング技術を応用して、2001年にウェットコーティング方式による反射防止フィルムの製造方法を確立しました。この方式は、従来方式と同等の反射防止特性を実現するだけでなく、複数の薄膜を多層コーティングする場合においても、大幅なコストの削減と生産性の向上を可能にしました。同時に、クリーン環境の整備にも注力し、高品質な製品の提供を実現しました。

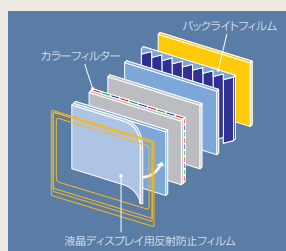
2002年5月には、薄型ディスプレイ市場の拡大に先駆け、産業資材事業部（現オプトマテリアル事業部）を発足し、各種光学フィルムの開発・生産体制を強化しました。光学フィルムとしては、液晶ディスプレイ用の反射防止フィルムのほかに、バックライト用フィルム、PDP（プラズマディスプレイパネル）用の電磁波防止フィルムやコントラスト向上フィルムなどの多彩な製品群を開発し、拡大する市場のさまざまな製品ニーズに対応してきました。今後も、技術的な強みを活かし、顧客企業の仕様に合わせた高性能・高品質な製品を最適な価格で安定的に供給することにより、市場の成長をリードしていきます。

DNPの反射防止フィルムの強み

- 開発過程で得られた多くの製造ノウハウと技術特許
- 需要の拡大に応じて、高品質な製品を安定的にタイムリーに供給できる生産体制
- 顧客企業のニーズに対応した豊富な製品ラインナップ

● DNPの反射防止フィルム生産拠点の推移

2001年10月	岡山工場	開設
2004年2月	岡山工場	製造ライン増設
2005年5月	岡山工場	製造ライン増設
2006年10月	三原工場	開設
2009年5月	岡山工場	製造ライン増設



液晶ディスプレイに使われるDNP製品



生産ライン



岡山工場



三原工場

事業戦略

当部門は、微細加工技術やパターニング技術など、世界最高水準の印刷技術を応用し、情報化社会を支える多様なディスプレイ製品や電子デバイスを提供しています。例えば、LSI回路の原版であるフォトマスクや多層プリント配線板、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安定的な収益性を確保していきます。

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。電子機器には常に新しい機能や使いやすさが求められる一方で、生活者が購入しやすい価格帯であることが重要です。このニーズに応えるためには、エレクトロニクス製品の開発・製造においても、高機能化と低価格化を進める必要があります。

DNPは、半世紀以上前の1958年にカラーテレビ用のシャドウマスクを日本で初めて開発し、1959年には半導体用のフォトマスクの開発に成功しました。以来、先端技術を磨き続けることで常に業界をリードし、変化の激しいエレクトロニクス製品の市場において、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。これからも先端技術の開発や最新設備の展開を積極的に推進するとともに、多くの企業とのアライアンスやM&Aにより事業展開のスピードアップを図っていきます。

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。この強みを維持し、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、新たな製品を開発していきます。

変化への迅速な対応

部材供給の最適化、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、パートナーへの製造技術支援などを進めることによって、急激に変化する市場や顧客のニーズに迅速に対応し、事業を中長期的な成長に導いていきます。

経営資源の重点配分

製品のライフサイクルの変化といった事業リスクを十分見極めつつ、成長性の高い戦略製品に経営資源を重点配分して、安定的な収益性を確保します。

事業化のスピードアップ

市場ニーズの急速な変化をいち早く捉え、技術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アライアンスやM&Aの可能性も検討しつつ、効率的に事業を拡大していきます。

重点施策

市場ニーズへの迅速な対応と生産体制の全体最適化

DNPは、急激に変化する電子機器関連の市場ニーズに迅速に対応できるよう、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。

なかでも、液晶ディスプレイ用カラーフィルターの製造において、DNPは、インクジェットとフォトリソグラフィの両方式での量産に、世界で唯一成功したという強みを持っています。今後もこの強みを活かすとともに、生産性の向上や徹底的な無駄の排除などに取り組んで収益体質をさらに強化し、競争力を高めていきます。また、液晶パネルメーカー各社の大型ラインの立ち上げと連携して、新たな製造拠点を整備し、従来から稼働している拠点と併せて生産体制の全体最適化を図ります。

さらに、既存製品の高性能化やタッチパネル対応などの付加価値の向上に取り組むとともに、有機ELディスプレイなどの次世代ディスプレイ部材の研究開発にも力を入れ、新製品のラインナップを拡充して、さらなる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の大形化にともない、カラーフィルターの製造においても、顧客企業の課題や要望に柔軟に対応したビジネスモデルの構築が必要となってきました。

DNPは、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工場を建設するなど、投資に対する収益性(ROI*)を十分考慮し、製造プロセスの変化に迅速に対応しています。また、国内市場だけでなく、海外市場においても関連企業との業務提携の推進や、技術供与・支援による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つつ事業を拡大していきます。

高い技術力でフォトマスクの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いて、世界のトップシェアを獲得しています。その強みは、他社の追随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50%以上は線幅65nm*(ナノメートル)以下の先端製品が占めています。また、45nm以下の最先端製品においても世界

シェアの過半数を獲得するなど、微細化ニーズに対応して事業を拡大させています。

海外の生産拠点としては、2002年に開設したイタリアのアグラテ工場に続き、2010年4月に台湾の新竹サイエンスパークに新工場を開設し、半導体需要の伸張著しいアジア地域における先端フォトマスクの供給基地として量産を開始しました。

今後は顧客企業との連携をさらに深め、共同開発の成果などを活かして、技術ロードマップに先行して、32nm製品、28nm製品、およびそれ以上の微細化が求められる製品の開発・供給体制を整備して、世界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、HDD(ハードディスクドライブ)用部材、高密度ビルドアップ配線板、MEMS*製品など、微細加工技術をはじめとした印刷技術を応用し、幅広い製品の開発を積極的に進めていきます。なかでも、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、LSI設計などのソリューションビジネスの拡大や、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、半導体市場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。

*ROI(Return On Investment):

投下資本利益率といい、事業に対して投下した資本から生まれる利益の比率

*nm(ナノメートル):

10⁻⁹メートル=10億分の1メートル

*MEMS(Micro Electro Mechanical System):

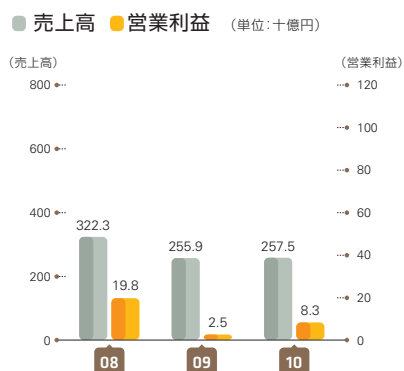
微小電子機械システムといい、半導体の微細加工技術を利用して作成された微小部品の集合体

業績の概要

財務ハイライト

(単位:十億円、%)

	2008.3	2009.3	2010.3
売上高	¥ 322.3	¥ 255.9	¥ 257.5
営業利益	19.8	2.5	8.3
営業利益率	6.1%	1.0%	3.2%



事業環境

当部門の製品に関連する電子機器の2009年の全世界における出荷台数は、液晶テレビが前年比37%増の1億4,500万台となり、前年の伸び率34%を上回る成長を示しました。パソコンは通年では3億580万台で前年比1%増にとどまりましたが、2009年10～12月の出荷台数だけをとってみると、前期比22%増と、7年ぶりの大幅な伸びになりました。携帯電話は前年比約4%の減少となりましたが、10～12月には、2008年7～9月以降で初めての前期比増加となりました。こうした増加傾向は2010年に入っても変わらず、2010年1～3月にはパソコンが前期比23%増、液晶テレビも50%増となるなど、需要の旺盛な伸びが見られました。

決算概要

当期の売上高は、市場の回復が遅れたフォトマスクが前期比マイナスとなったほか、2009年1月にプラズマディスプレイ用背面板の販売を終了した影響もありましたが、下期よりカラーフィルターが回復したほか、HDD(ハードディスクドライブ)用部材も好調に推移したことから、前期並みの2,575億2百万円を確保しました。とりわけ、例年は不需要期となる第4四半期においても、カラーフィルターを中心とした好調が持続するなど、売上高は前年の第4四半期を底に着実な回復を続けました。

営業利益は、カラーフィルターが特に第3四半期以降に好調に推移していることに加えて、生産性の改善や減損処理による固定費の減少など事業構造改革の効果が表われ、前期比222.7%増の83億16百万円となりました。また、四半期ごとの営業利益では、第1四半期に11億円の損失となったものの、第2四半期に23億円の黒字に転換して以降、順調な回復が続きました。

なお、当部門のDNP全体に占める構成比は、売上高が前期の16.0%とほぼ変わらず16.1%、営業利益が前期の4.7%から11.0%に拡大しました。

サブセグメントの状況

ディスプレイ製品事業

主要事業

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

現在は、パソコンやテレビで主力となった液晶ディスプレイ用のカラーフィルターの製造に注力し、国内メーカーを中心に、韓国、中国、台湾など、グローバルなニーズに対応しています。パネルサイズの大型化にともない、カラーフィルターの生産設備を顧客企業の液晶パネル工場に近接させ、特定の顧客企業とのパートナー関係を強化するとともに、インクジェット方式などの新技術を開発し、品質の向上とコスト競争力の強化を図っています。また、カラーフィルター製造技術の供与や支援などを通して、国内外の顧客企業との連携を深めています。このほか、タッチパネル用センサーや有機ELディスプレイ部材など、新たな収益源の創出にも積極的に取り組んでいます。

市場トレンドおよび決算概要

世界の液晶パネル市場は、2008年の供給過剰の反動にともなうメーカー各社の生産調整の影響を受け、急激に失速しましたが、2009年に入って、各国政府の需要喚起策や新興国を中心とした景気回復により、世界的に液晶テレビ販売が好調となり、液晶パネル需要も急速に回復しました。特に2009年夏以降は需要が旺盛で、なかでも大型サイズの生産が活発化しました。DNPのカラーフィルターも受注数量が増加して、第6世代、第8世代など全サイズにおいてフル生産となりました。2009年10月には大阪府堺市の第10世代カラーフィルター新工場も稼働を開始し、売上高は前期比15%の増収となりました。

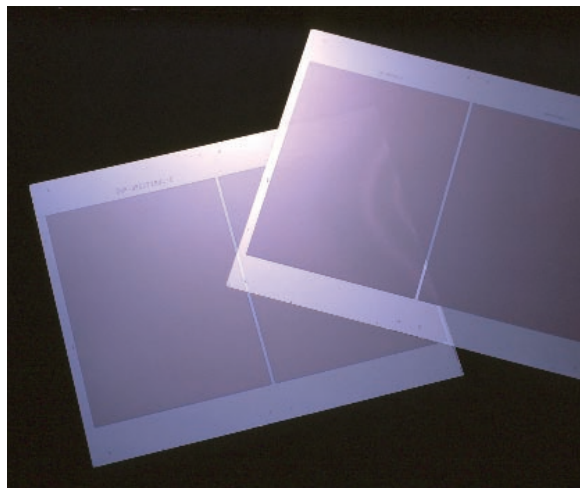
戦略的チャンスと今後の展開

液晶ディスプレイの需要については、今後もブラウン管テレビからの買い替えや、タッチパネルを搭載したタブレットPCの普及などにより、拡大が続く見通しです。また、従来からの低価格化や大型化の流れに加え、LEDバックライ

トの採用などによる省電力化や3D対応など、液晶ディスプレイの高付加価値化も進んでいます。

一方、設備増強とガラス基板の大型化にともなう投資負担の増大が、パネルメーカーの経営課題となっています。特に液晶テレビの主力が大型製品へシフトするのにともない、比較的安価な初期投資で製造ラインが構築でき、製造段階でのコスト競争力が高いインクジェット方式の評価が高まっています。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、世界で唯一、両方式での量産に対応可能なDNPは、技術開発力と製造能力を活かして、事業を拡大していきます。

今後は、通常RGB(赤・緑・青)の3色で構成されるカラーフィルターに、黄色やシアン(明るい青色)などの色を加えて色再現領域を大幅に広げ、光透過率を向上させる多色カラーフィルターなどの高付加価値製品を提供するとともに、有機ELディスプレイなど次世代製品にも適切に対応し、事業を拡大していきます。



カラーフィルター

電子デバイス事業

主要事業

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

市場トレンドおよび決算概要

世界的な景気後退の影響を受け、2009年1～12月の世界の半導体市場は2008年に続いて前年を下回り、前年比9%減の2,263億ドルとなりました。しかしながら、年後半にはパソコンや携帯電話、家電製品などの出荷が上昇に転じて回復に向かいつつあります。2010年以降は、電子機器の新興国での新規需要や先進国での買い替え需要などにより、市場の拡大が続くと見込まれています。

当期のDNPのフォトマスクの売上は、ミドル・ローエンド品の価格下落や、先端品の伸び悩みにより、通年では前期を下回りましたが、期後半には、半導体市場の回復を受けて、微細化に向けた半導体メーカーの設備投資が再開しつつあります。このような状況を受けてDNPは、フォトマスクの最先端技術の開発に努めるとともに、2010年初めに台湾工場を開設して海外需要に適切に対応する生産体制を整備してきました。

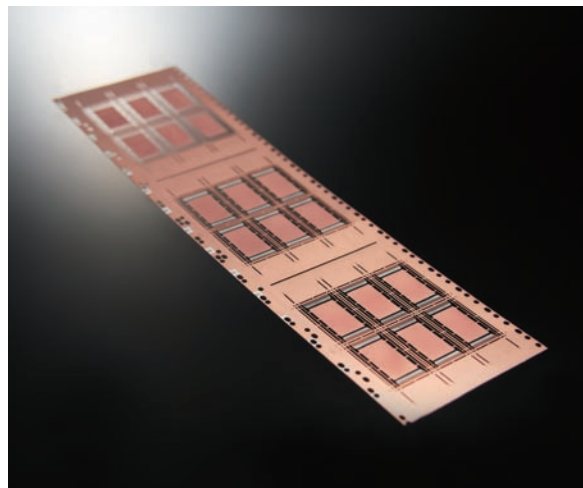
エッチング製品は、リードフレームが前年を下回ったものの、サスペンションなどのHDD（ハードディスクドライブ）用部材は、ネットブックやノートパソコンなどの需要増を受けて、数量が大幅に増加しました。

高密度ビルドアップ配線板は、主力の携帯電話向けカメラモジュールが、高機能製品の需要縮小の影響を受けて大きく減少しました。

戦略的チャンスと今後の展開

フォトマスクについては、半導体市場の回復にともない、半導体メーカーの微細化投資も活発化しつつあり、回路線幅の微細化の進展に合わせて、最先端分野でのシェアアップを図っていきます。製品別では、45nm（ナノメートル）製品の需要が本格的に拡大してきており、量産に対応していく計画です。32nm製品や28nm製品では、ArF液浸と二重露光という2つの製造方式の組み合わせが、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、微細化技術で業界をリードする強みを活かして、この製造方式に対応してビジネスチャンスを拡げていきます。また、半導体メーカーの再編の動きや、台湾などのファウンダリへのアウトソーシング化への動きなどにも注意深く対応していきます。

エッチング製品については、小型で薄く、密度の高い半導体パッケージの需要が拡大しており、今後もDNPの強みである微細加工技術を活かして、シェアを拡大していきます。また、HDD用サスペンションなど、半導体製品以外の用途開発も積極的に進めていきます。



リードフレーム

トピックス

新たな技術の開発と 供給体制の強化に注力

中国に高密度プリント基板の 製造ラインを新設

DNPとユニマイクロ・テクノロジー・コーポレーションは、中国・江蘇省のユニマイクロの中国昆山工場内に、DNP独自のプリント基板製造技術であるB²it（ビー・スクエア・イット）*を用いた高密度プリント基板製造ラインを新設し、2009年5月にサンプル出荷、7月に量産を開始しました。B²itは、携帯電話やデジタルカメラなどの電子機器に使用するプリント基板に対する、薄型化や小型化のニーズに応える技術で、基板設計の自由度が高いといった特長を持っています。今後の需要拡大の状況に応じてユニマイクロの中国昆山工場内に製造ラインを増設し、月産約1万m²の生産能力を目指すとともに、2012年度までに約180億円の売上を見込んでいます。



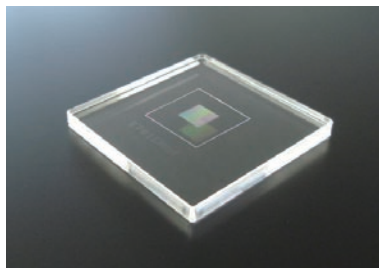
中国に高密度プリント基板の製造ラインを新設

*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パンプ（層間を電気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。

次世代向けナノインプリント技術 で提携

DNPとアメリカのモレキュラーインプリント社は、22nm（ナノメートル）およびさらに微細な半導体製品を製造するためのナノインプリントリソグラフィ技術の実用化に向け、2009年7月に、戦略的な提携関係の構築に合意しました。ナノインプリントは、半導体製造時に、樹脂を塗布したシリコンウェハーにパターン加工を施した型（テンプレート）を押す、そのパターンを樹脂上に転写する技術です。今回の提携によりDNPは、2011年末をめどにナノインプリント用テンプレートの複製技術を確立し、テンプレート供給の短納期化とコスト削減を進め、2012年に半導体メモリなどのアプリケーション用途での量産を目指します。



ナノインプリント用マスターテンプレート

台湾に先端フォトマスクの製造 拠点を開設、海外供給体制を強化

DNPは、台湾の新竹サイエンスパーク内に先端フォトマスクの新工場を開設し、2010年4月に現地で竣工式を行いました。製造子会社のDNPフォトマスクテクノロジー台湾を設立し、65nm製品の量産からスタートし、最先端の40nm製品も2010年夏以降に量産を行う予定です。



DNP フォトマスクテクノロジー台湾

DNPは世界でトップシェアを獲得しているフォトマスクメーカーとして、日本国内の4つの製造拠点と、イタリアのアグラテ工場と事業を展開しています。台湾工場の開設により、半導体需要の伸張が著しい台湾を中心とした東南アジア地域における、フォトマスクの安定的な供給体制を確立していきます。当面は、台湾国内の半導体メーカーに向け先端フォトマスクを供給し、将来的には東南アジア各国や日本国内の半導体メーカーなどに顧客を広げていく計画です。

印刷用インクのシミュレーションソフトを世界に先駆けて開発

2009年6月、株式会社DNPファインケミカル（DNPの子会社）と独立行政法人海洋研究開発機構 地球内部ダイナミクス研究領域の阪口秀技術研究主幹らは、世界で初めて、インクの複雑な運動をコンピュータ上に再現するシミュレーションソフトウェアのプロトタイプを開発しました。このプロトタイプにより、従

来の数値流体力学的手法では困難だったインクの動きのシミュレーションが可能となりました。ファインケミカルは、この技術を活用して印刷機上のトラブルを防ぎ、より鮮明な印刷を実現するインクの開発などにつなげていきます。また、地殻やマンツルの動きのシミュレーションなど、幅広い用途にも応用していきます。

第10世代の液晶パネル用カラーフィルターの供給を開始し、大型カラーフィルターの生産能力を増強

1958年、DNPは印刷技術を応用し、日本で初めてカラーテレビ用シャドウマスクの開発に成功しました。以来、市場動向と顧客企業のニーズに対応して、多様なディスプレイ製品を開発してきました。近年、薄型ディスプレイ市場は年率20%近いペースで成長が続いており、なかでもテレビ向け大型液晶ディスプレイの普及はめざましく、DNPが供給するカラーフィルターでも大型化への対応が進んでいます。

大きなサイズのカラーフィルターを効率良く製造するには、第8世代や第10世代と言われる大型ガラス基板への対応が必要です。DNPは、1辺が3m以上で、厚さ0.7mmほどのきわめて薄いガラスを破損させることなく取り扱い、高い精度で加工する技術とノウハウを開発しました。また、顧客企業によって異なる液晶パネルの方式のすべてに対応するとともに、インクジェットとフォトリソグラフィーの2つの製造方式での量産を世界で唯一実現しています。

DNPのカラーフィルター事業の強み

- VA (Vertical Alignment) やIPS (In Plane Switching) など、すべての液晶パネルの方式に対応したカラーフィルターの量産技術を確立
- 2006年に世界で初めて量産を可能にしたインクジェット方式と、約25年のノウハウの蓄積があるフォトリソグラフィー方式の2つのカラーフィルター製造技術に世界で唯一対応
- 高品質なカラーレジストの内製化などによる優れたコスト対応力

● DNPのカラーフィルター事業拡大の歩み

1989年	久喜工場で事業スタート(第1世代)
1994年	大和工場(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	亀山工場(第8世代)
2008年	黒崎工場(第8世代)
2009年	堺工場(第10世代)
2010年	姫路工場(第8世代)

DNPは、カラーフィルター製造に関する技術とノウハウの蓄積により、品質の高い製品を供給し続け、液晶パネルメーカーから高い信頼を獲得しています。

2009年10月、大阪府堺市に開設した新工場で、世界で初めて第10世代カラーフィルターの量産を開始し、シャープへ納入しています。DNPは2006年に、シャープ亀山第2工場内でインクジェット方式による第8世代カラーフィルターの量産を開始しており、その実績が高く評価されて、今回、第10世代カラーフィルターのファーストベンダーとなりました。また、2010年4月には、パナソニック株式会社と株式会社日立製作所の合併会社で、液晶パネルを製造する株式会社IPSアルファテクノロジーの姫路工場に隣接した第8世代カラーフィルター工場が稼働を開始しました。この2工場の稼働によって、DNPの大型液晶パネル向けカラーフィルターの生産能力は、世界最大規模となりました。

今後も、DNPは液晶パネルメーカー各社との連携を強め、大型ディスプレイ向けのカラーフィルターを中心とした生産能力を高めるとともに、生産効率の向上と付加価値の創出を進めて、事業を拡大させていきます。

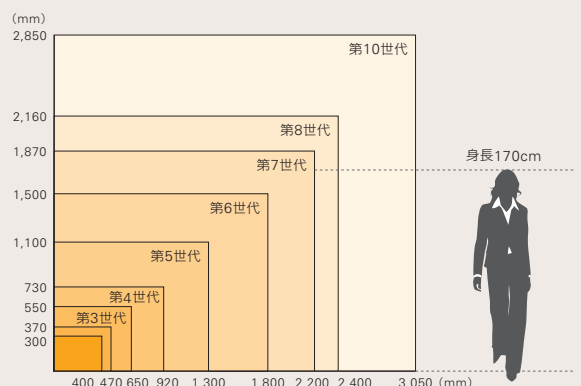


堺工場



姫路工場

ガラス基板のサイズ比較図



※液晶パネルメーカーによってサイズが異なります。

コーポレート・ガバナンス

CONTENTS

68 コーポレート・ガバナンスの状況等

75 取締役・監査役および役員



コーポレート・ガバナンスの状況等

(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、ならびにそれらの監督・監査を可能とする体制を構築・運用するとともに、個々人のコンプライアンス意識を高めるため研修・教育を徹底し、総合的にコーポレート・ガバナンスの充実が図れるよう努めています。

■コーポレート・ガバナンスに関する施策の実施状況

① 企業統治の体制

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

DNPは、経営環境の変化に対応して、最適な経営体制を機動的に構築するとともに、事業年度における経営責任をより一層明確にし、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、独立役員である社外取締役1名を含む24名(2010年6月29日現在)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、財務及び会計に関する相当程度の知見を有する監査役1名や社外監査役3名(うち独立役員1名)を含む5名から構成され、各監査役は、取締役の職務執行について、監査役会の定める監査基準及び分担に従い、監査を実施しており、必要に応じて、取締役及び使用人に対して、業務執行に関する報告を求めています。

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

② 内部統制システムならびに監査の状況

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

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

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

●業務を執行した公認会計士の氏名(継続監査年数)

代表社員・業務執行社員

二階堂 博文(1年)、寺田 一彦(3年)、

塚越 継弘(1年)

業務執行社員

志磨 純子(3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 11名、その他 9名

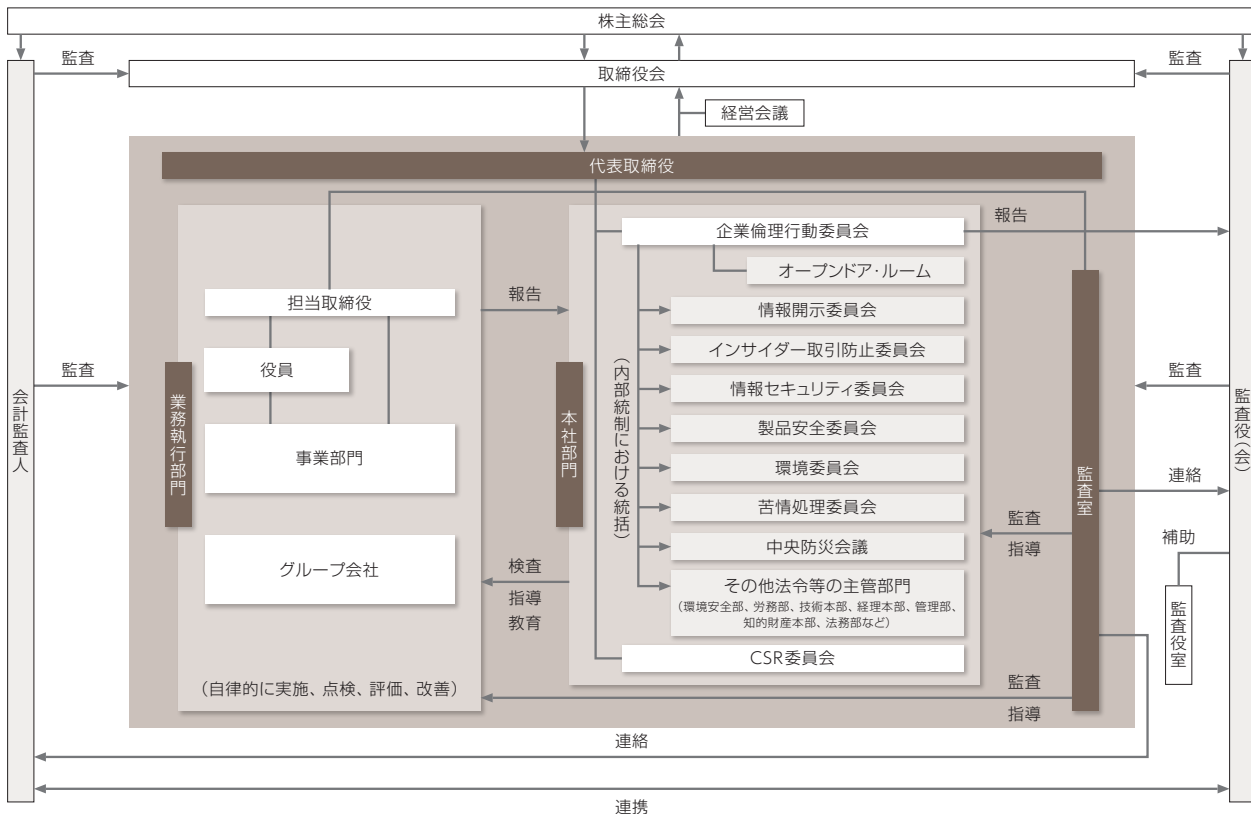
③ リスク管理体制の整備の状況

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

④ その他のコーポレート・ガバナンスに関する実施状況

「DNPグループ行動規範」を制定し、社会の繁栄と着実な発展への寄与、公平・公正な企業活動、地球環境の保全、社会貢献、自由闊達な企業文化の確立など、DNPグループ社員の行動の規範と具体的な行動の指針を定めています。その中に、反社会的勢力との企業活動を行わないことはもとより、創発的な企業として社会的責任(CSR)を果たし、株主や顧客、生活者、社員などさまざまなステークホルダーを尊重し、信頼を得られるよう行動していくことを規定しています。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2010」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①および④の内容を表したDNPのコーポレート・ガバナンス体制の模式図は、以下のとおりです。



⑥ 社外取締役及び社外監査役とDNPとの関係

DNPと人的関係、資本的関係、または取引関係その他の利害関係はありません。また、DNPの社外取締役である塚田忠夫及び社外監査役である根来泰周は、有価証券上場規程施行規則第211条第6項第5号のaからeに定める要件に該当せず、一般株主と利益相反の生じるおそれはないと判断されることから、独立役員として指定しています。

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3千株をおのおの保有しています。

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いて決定した「業務の適正を確保するための体制の整備」について、その後の整備状況を踏まえ、2010年3月17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

- ① DNPグループ全社員（取締役を含む）の行動の規範として制定した「DNPグループ行動規範」を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。
- ② DNP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、独立性を有する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、「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ってその権限を行使するとともに、各基本組織を担当する役員または組織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、独立性を有する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。

- ③ 本社各基本組織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。

- ④ 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基本組織は、企業倫理行動委員会の統括のもと、その主管する分野について、他の各基本組織及び各グループ会社に対し検査・指導・教育を行う。
- ⑤ 各基本組織の長は、「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、各基本組織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は、DNPグループにおける内部通報の窓口である「オープンドア・ルーム」を、また資料調達先及び業務委託先からの情報提供の窓口である「サプライヤー・ホットライン」をそれぞれ設置し、社員の法令違反等に関する通報・情報を受け、その対応を行う。
- ⑧ 財務報告に係る内部統制の整備・運用及びその評価・報告については、取締役会において定める「財務報告に係る内部統制に関する基本方針書及び年度計画書」に基づいて対応し、法令等への適合性と財務報告の信頼性を確保する。
- ⑨ 反社会的勢力との関係遮断に向けた体制については、「DNPグループ行動規範」において反社会的勢力との企業活動を一切行わないことを定め、これを遵守するとともに、取引先が反社会的勢力であることが判明した場合には関係遮断を可能とする取り決めを、各取引先との間ですめる。また、反社会的勢力による不当要求に備えて、警察、弁護士等の外部専門機関との連携を強化する。

2. 損失の危険の管理に関する規程その他の体制

コンプライアンス、情報セキュリティ、環境、災害、製品安全、インサイダー取引及び輸出管理等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基本組織において、規程等の整備、研修の実施等を行い、リスクの未然防止に努めると

ともに、リスク発生時には、DNPグループにおける損失を回避・軽減するため、速やかにこれに対応する。また、企業倫理行動委員会の統括のもと、定期的にリスクのたな卸しを行い、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、業務執行取締役は、「組織規則」、「職務権限規程」、「稟議規程」その他の社内規則等で定める範囲において、各基本組織を担当する役員または組織長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または電子文書に記載・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」ならびに「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. 株式会社ならびにその親会社及び子会社からな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基本組織は、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もと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他社に著しい損害を与える恐れのある事実を発見した時は、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。

責任限定契約の内容の概要

DNPと社外取締役及び社外監査役は、その職務を行うにつき善意でかつ重大な過失がない時は、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。

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。

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。

株主総会決議事項を取締役会で決議することができることとした事項

① 自己の株式の取得

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

② 取締役の責任免除

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

③ 監査役の責任免除

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

④ 中間配当

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

株主総会の特別決議要件

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

役員の報酬等

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

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)		対象となる 役員の員数 (名)
		基本報酬	賞与	
取締役 (社外取締役を除く)	1,968	1,758	210	25
監査役 (社外監査役を除く)	80	80	—	2
社外役員	91	91	—	4

- (注) 1. 賞与は、当事業年度における役員賞与引当金繰入額です。
2. 当期末現在の人員は、取締役(社外取締役を除く)24名、監査役(社外監査役を除く)2名、社外役員4名です。

② DNPの役員ごとの連結報酬等の総額等

氏名 (役員区分)	連結報酬等の総額 (百万円)	会社区分	連結報酬等の種類別の額(百万円)	
			基本報酬	賞与
北島 義俊 (取締役)	787	大日本印刷(株)	710	29
		北海道コカ・コーラボトリング(株)	48	—
高波 光一 (取締役)	127	大日本印刷(株)	112	14
猿渡 智 (取締役)	119	大日本印刷(株)	105	14
山田 雅義 (取締役)	127	大日本印刷(株)	112	14

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

③ 役員の報酬等の額の決定に関する方針

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

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

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

株式の保有状況

① 保有目的が純投資目的以外の目的である投資株式

銘柄数 450銘柄
貸借対照表計上額の合計額 112,509百万円

- ② 保有目的が純投資目的以外の目的である上場投資株式のうち、当事業年度における貸借対照表計上額が資本金額の100分の1を超える銘柄

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

(2) 監査報酬の内容等

① 監査公認会計士等に対する報酬の内容

区分	前連結会計年度		当連結会計年度	
	監査証明業務に 基づく報酬(百万円)	非監査業務に 基づく報酬(百万円)	監査証明業務に 基づく報酬(百万円)	非監査業務に基づく 報酬(百万円)
大日本印刷(株)	91	—	91	—
連結子会社	92	—	106	—
計	183	—	197	—

② その他重要な報酬の内容

該当事項はありません。

③ 監査公認会計士等のDNPに対する非監査業務の内容

該当事項はありません。

④ 監査報酬の決定方針

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

取締役・監査役および役員

(2010年6月29日現在)

代表取締役社長

北 島 義 俊

代表取締役副社長

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

柏 原 茂

秋 重 邦 和

野 口 賢 治

永 野 義 昭

北 島 元 治

清 水 孝 夫

野 坂 良 樹

取締役

小 槇 達 男

横 溝 彰

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 來 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

山 崎 富 士 雄

斎 藤 隆

古 谷 滋 海

役員

小 栗 明

赤 田 正 典

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

宮 健 司

小 川 良 夫

杉 本 登 志 樹



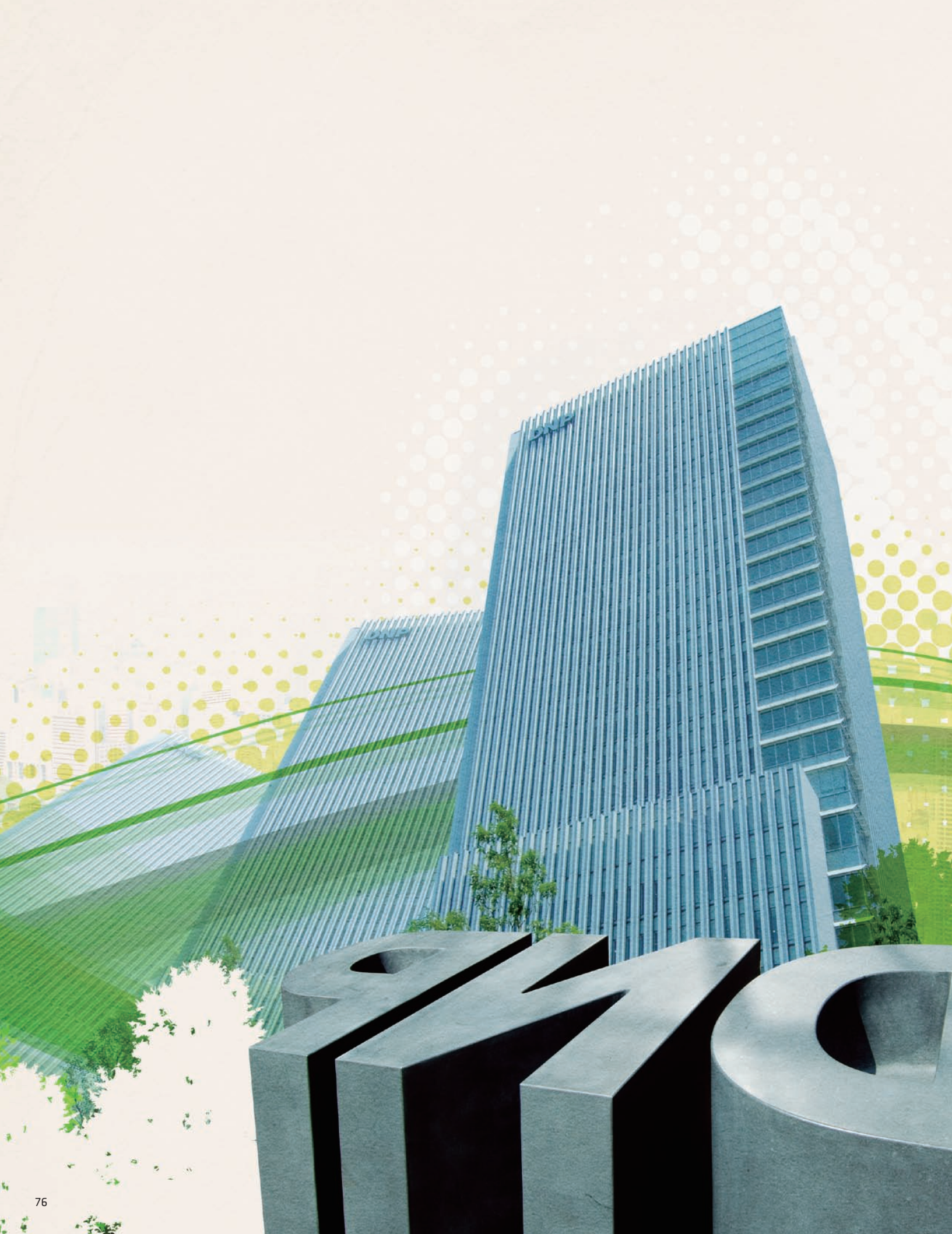
山田副社長

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

78 2010年3月期の業績に関する分析および説明

88 連結財務情報

90 連結財務諸表



2010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、政府の景気対策や新興国の需要回復などにより、一部に持ち直しの動きが見られたものの、世界的な景気回復の遅れの影響から、設備投資の減少や雇用情勢の停滞が続くなど、厳しい状況にありました。

印刷業界においても、需要の低迷に加えて、競争激化による受注単価の下落などにより、経営環境は一層厳しさを増しました。

情報コミュニケーション部門を取り巻く環境は、出版印刷関連で、2009年4月から2010年3月の日本国内における出版物の推定販売金額が前期比3.8%減となり、1997年からの減少傾向に歯止めがかかりませんでした。なかでも雑誌に関して、企業の広告宣伝費の削減や販売部数の減少などが影響し、休刊点数が創刊点数を上回りました。商業印刷関連では、企業業績の悪化を背景として広告宣伝費が抑制され、2009年4月から2010年3月の広告関連企業の売上高が12.5%減となり、インターネット広告を除くすべての媒体で前年を下回りました。ビジネスフォーム関連では、クレジットカードやキャッシュカードなどの金融系ICカードが低迷しており、景気刺激策によるETCカードの増加など一部に復調の兆しがあるものの、厳しい状況が続きました。

生活・産業部門では、包装関連は、国内市場におけるデフレの影響や個人消費の低迷により、全体として低調に推移しました。住空間マテリアル関連は、2009年4月から2010年3月の日本国内における新設住宅着工戸数が45年ぶりに80万戸を割り込むなど、住宅市場の需要低迷が長引いており、厳しい環境が続きました。一方、産業資材関連は、各国政府の景気刺激策やデジタル放送への移行が後押しして液晶テレビの需要が急回復し、液晶ディスプレイ向け反射防止フィルムの需要が大幅に回復しました。

エレクトロニクス部門の事業環境について、電子機器関連の2009年の全世界の出荷状況を見ると、液晶テレビが前年比37%増加し1億4,500万台、パソコンは3億580万台で1%の増加となりました。携帯電話は、2008年秋以降の生産の低迷が続き、2009年10～12月に需要回復傾向がうかがえたものの、年間の出荷台数は約4%の減少となりました。

決算の概況

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

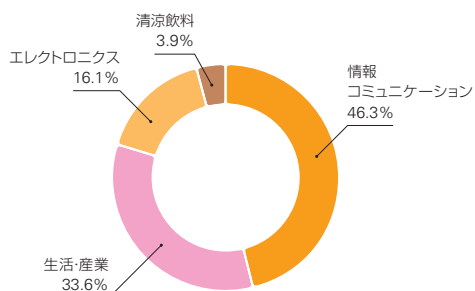
2010年3月期のDNPの売上高は、前期比0.1%減少し1兆5,833億円となりました。部門別に見ると、情報コミュニケーション部門は、出版印刷、商業印刷関連で前年を下回りましたが、新たに加わった教育・出版流通事業の連結子会社の貢献もあり、全体で3.0%増加しました。生活・産業部門は、産業資材関連で、液晶ディスプレイの急速な需要回復を受け、反射防止フィルムが大幅に増加して前年を上回りましたが、包装関連で個人消費の低迷の影響を受けて前年を下回り、住空間マテリアル関連も長引く国内住宅需要の低迷によって減少して、全体としては2.8%の減少となりました。エレクトロニクス部門は、液晶ディスプレイ需要の急回復によって、2009年7月以降カラーフィルターが好調に推移したことと、半導体市況が回復傾向にあることなどから0.6%増加しました。清涼飲料事業は、消費の低迷による販売の落ち込みによって、12.4%の減少となりました。

利益面では、情報コミュニケーション部門で、出版市場の低迷や企業の広告宣伝費の削減などにより、収益的にも厳しさが続きましたが、薄型ディスプレイの需要回復により、エレクトロニクス部門および生活・産業部門の業績が改善したことに加えて、グループを挙げて取り組んだコストダウン対策が着実な効果をあげたことで、連結営業利益は前期比44.0%増加となりました。

連結営業利益率は4.2%と前期比1.3ポイント上昇し、連結経常利益率も4.3%と前期比1.3ポイント上昇しました。部門別の連結営業利益率は、情報コミュニケーション部門が1.2ポイント低下して3.2%、生活・産業部門が4.5ポイント上昇して8.1%、エレクトロニクス部門が2.2ポイント上昇して3.2%、清涼飲料事業は営業赤字となりました。

当期純利益は、209億円の損失となった前期から442億円増加して、232億円となりました。

連結セグメント別売上高構成比 (2010年3月期)



	2010.3	2009.3	2008.3
売上高 (百万円)	¥1,583,382	¥1,584,844	¥1,616,053
売上総利益率 (%)	18.7%	16.4%	17.8%
営業利益率 (%)	4.2%	2.9%	5.4%
経常利益率 (%)	4.3%	3.0%	5.4%
売上高純利益率 (%)	1.5%	—	2.8%
1株当たり当期純利益 又は当期純損失 (円)	¥ 36.12	¥ -32.35	¥ 67.08

売上高

当期の売上高は、前期比14億62百万円、0.1%減少して1兆5,833億82百万円となりました。年間を通じ、競争の激化や、景気後退による顧客企業の業績悪化の影響を受け、全体的に受注単価の引き下げ要請が強くありました。

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が長期にわたる出版市場の低迷により、書籍、雑誌ともに減少しました。商業印刷関連では、企業業績の低迷による広告宣伝費の削減の影響から、チラシ、カタログなどの印刷物のほか、キャンペーン企画やイベント運営なども全般的に減少し、前年を下回りました。ビジネスフォーム関連は、景気刺激策の効果によってETCカードが増加したほか、IPSがダイレクトメールの増加や、通知書、申込書のフルカラー化によって前年を上回りましたが、帳票類は前年を下回り、全体で微増となりました。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もあり、当期の情報コミュニケーション部門全体の売上高は増加しました。

生活・産業部門では、包装関連は軟包装材、紙器が減少したほか、PETボトル用無菌充填システムの販売も減少し、前年を下回りました。住空間マテリアル関連はDNP独自のEB（電子線：Electron Beam）コーティング技術を活かした環境対応製品などの拡販に注力しましたが、長引く住宅需要の低迷により低調な状況が続きました。産業資材関連は、フォトプリンター用のインクリボンや受像紙、太陽電池用バックシートなどは減少しましたが、薄型ディスプレイ用反射防止フィルムが大幅に増加し、当期の生活・産業部門の売上高は前年を上回りました。

エレクトロニクス部門では、液晶カラーフィルターは、液晶パネルの需要増にともない受注数量が増加し、大阪府堺市に開設した第10世代カラーフィルター新工場の稼働開始も寄与して前年を上回りました。半導体関連は、一部に需要の回復が見えはじめたものの、最先端製品の伸び悩みによりフォトマスクが減少しました。また、高密度ビルドアップ配線板も減少しましたが、HDD（ハード

ディスクドライブ) 用サスペンションなどのエッチング製品が前年を上回り、当期のエレクトロニクス部門全体の売上高は増加しました。

清涼飲料事業は、個人消費が低調に推移し販売競争が激化するなか、主力商品の「コカ・コーラ ゼロ」、「ジョージア」のほか、国内最軽量ボトル「ecoる ボトル しぼる」を使ったウォーターブランド「い・ろ・は・す」の販売拡大に注力しました。その結果、炭酸飲料やミネラルウォーターは増加したものの、ティー飲料、コーヒー飲料が減少し、売上高は前年を下回りました。

売上原価

売上原価は、前期比378億40百万円、2.9%減少して1兆2,866億82百万円となりました。売上総利益率は、16.4%から2.3ポイント上昇して18.7%となりました。

当期は、フィルムやレジンなどの石化製品の価格が、2008年末以降の原油、ナフサ価格の上昇を受けて値上がりしました。用紙については、国内印刷需要の低迷に対して、一時は製紙メーカーが減産などによって価格を維持していましたが、割安な輸入紙の流入もあって価格が軟化してきました。この結果、原材料価格の動向はほぼ相殺され、全体としては値上がりの影響がほとんどありませんでした。

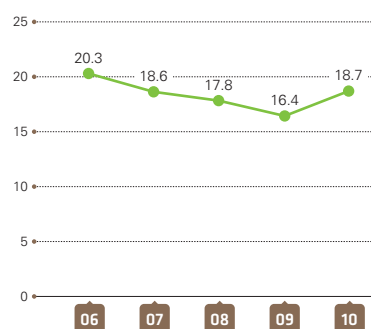
またDNPは、2002年4月から「モノづくり21活動」をグループ全体で推進し、製造工程の効率化、歩留りの向上、材料ロスの削減、製造の段取りや調整時間の短縮などに重点をおいたコスト削減に努めています。当期においても、これまでの成果をグループ全体に水平展開するなど、製造コストの削減に努めた結果、全体の通期の実績が458億円となり、前期実績の355億円を103億円上回る製造コスト削減効果をあげることができました。

販売費および一般管理費

販売費および一般管理費に関しては、当期もコスト削減対策を徹底し、人件費および間接費で総額74億円の削減効果をあげました。一方で、販促費や新規連結子会社による人件費などは増加したため、全体では前期比160億42百万円、7.5%増加して2,301億86百万円となり、売上高に占める比率は前期より1.0ポイント上昇して14.5%となりました。

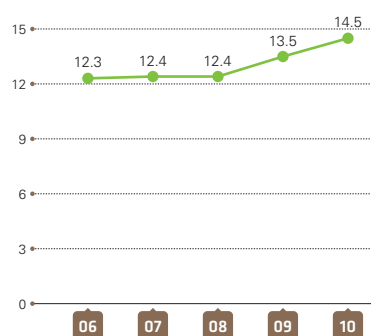
売上総利益率

(単位: %)



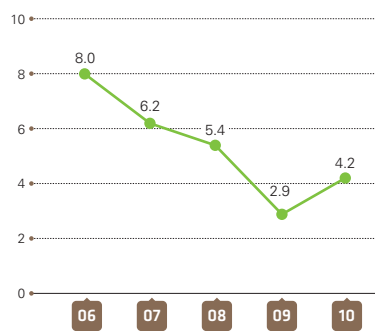
販売費および一般管理費/売上高

(単位: %)



営業利益率

(単位: %)



営業利益

当期の営業利益は、受注単価の下落の影響は受けたものの、需要の増加により生産性が大幅に向上したことに加え、目標を上回るコスト削減効果をあげたことなどにより、前期比203億36百万円、44.0%増加して665億13百万円となりました。売上高営業利益率は前期の2.9%から1.3ポイント上昇し、4.2%になりました。

セグメント別に見ると、情報コミュニケーション部門が82億24百万円、25.9%減少して234億66百万円、生活・産業部門が237億97百万円、119.5%増加して437億13百万円、エレクトロニクス部門が57億39百万円、222.7%増加して83億16百万円となりました。清涼飲料事業は、個人消費の低迷にともなう販売競争激化の影響から、8億99百万円減少して5億77百万円の営業損失となりました。

ROE

(単位: %)



営業外損益および特別損益

営業外収益は前期比7億35百万円、6.3%増加して123億61百万円、営業外費用は3億80百万円、3.6%減少して100億33百万円となりました。その結果、営業外損益は前期を11億15百万円上回り、23億28百万円の収益となりました。

経常利益は前期比214億51百万円、45.3%増加して688億41百万円となりました。

また、特別利益は前期比1億99百万円、17.7%増加して13億23百万円となり、特別損失は前期比556億88百万円、72.9%減少して206億69百万円となりました。この結果、特別損益は前期の752億33百万円の損失から、193億46百万円の損失となりました。

これらの結果、当期の税金等調整前当期純利益は、278億42百万円の損失となった前期から改善し、494億95百万円の利益となりました。

当期純利益または当期純損失

以上の結果、当期純利益は、209億33百万円の損失となった前期から改善して、232億78百万円の利益となりました。

1株当たり当期純利益も、前期の32.35円の損失から、36.12円の利益となりました。

流動性と資金の源泉

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

キャッシュ・フロー

	2010.3	2009.3	2008.3
営業活動による キャッシュ・フロー	¥ 140,574	¥ 131,569	¥ 157,282
投資活動による キャッシュ・フロー	(120,683)	(100,726)	(122,522)
フリーキャッシュ・フロー	19,891	30,843	34,760

(単位：百万円)

当期、営業活動によるキャッシュ・フローは、6.8%増加して1,405億74百万円となりました。この増加は、税金等調整前当期純利益が前期の278億42百万円の損失から494億95百万円の利益に転じたことが主な要因です。

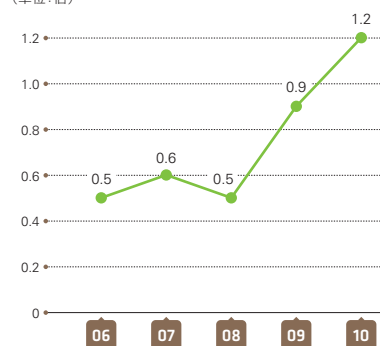
投資活動によるキャッシュ・フローは、液晶カラーフィルターやオプトマテリアルの生産設備増強にともなう有形固定資産の取得額1,085億円などにより、1,206億83百万円の支出となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、社債の発行による500億円の資金調達を行ったことなどにより、前期は339億51百万円の支出であったのに対し、当期は131億26百万円の収入となりました。

これらの活動の結果、当期末における現金および現金同等物の期末残高は前期比345億9百万円、29.4%増加して1,517億9百万円となりました。

営業活動によるキャッシュ・フローから投資活動によるキャッシュ・フローを差し引いた当期のフリーキャッシュ・フローは、198億91百万円の収入となり、前期の308億43百万円から109億52百万円減少しました。

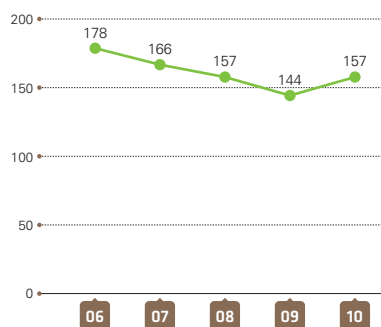
有利子負債キャッシュ・フロー倍率
(単位：倍)



設備投資とフリーキャッシュ・フロー
(単位:十億円)



流動比率
(単位:%)



設備投資、研究開発費等

DNPは、競争優位性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置いて設備投資を実施しています。当期は、前期比229億円、23.8%増の1,190億円の設備投資を実施しました。

当期の主な設備投資は、2009年10月に稼働開始した大阪府堺市の第10世代カラーフィルター工場の開設、岡山工場へのオプトマテリアル関連のクリーンコーター増設などがありました。

セグメント別の内訳は、情報コミュニケーション部門が前期比41億円減少の238億円で構成比20%、生活・産業部門が前期比69億円減少の227億円で構成比19%、エレクトロニクス部門が336億円増加の679億円で構成比57%、その他が前期比3億円増加の45億円で構成比4%となりました。

当期の減価償却費は916億円となり、前期比151億円、14.2%の減少となりました。セグメント別では、情報コミュニケーション部門が前期比2億円減少の249億円で構成比27%、生活・産業部門は前期比17億円減少の277億円で構成比30%、エレクトロニクス部門は前期比126億円減少の333億円で構成比36%、その他が前期比4億円減少の56億円で構成比6%となりました。

また、当期の研究開発費は前期比2億円、0.8%減少して338億円となりました。

バランスシート

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

	2010.3	2009.3	2008.3
総資産(百万円)	¥1,618,853	¥1,536,556	¥1,601,192
流動比率(%)	157%	144%	157%
運転資本/売上高(%)	17%	13%	16%
D/E レシオ(%)	18%	14%	8%
1株当たり純資産(円)	¥ 1,422.33	¥ 1,393.90	¥ 1,516.34

当期末のDNPの総資産は、822億97百万円、5.4%増加して1兆6,188億53百万円となりました。

流動資産は、現金および預金が288億47百万円、23.3%増加して1,524億16百万円となりました。受取手形および売掛金は431億44百万円、10.6%増加して4,490億20百万円となりました。商品および製品・仕掛品・原材料および貯蔵品の合計額は、

18億27百万円減少して1,188億18百万円となりました。この結果、流動資産は638億2百万円、9.4%増加して7,399億51百万円となりました。

固定資産は、有形固定資産が119億43百万円、2.0%増加して6,168億47百万円に、無形固定資産が141億33百万円、28.9%減少して347億17百万円に、投資その他の資産が198億14百万円、9.6%増加して2,257億31百万円となりました。この結果、固定資産合計は176億24百万円、2.1%増加して8,772億96百万円となりました。

流動負債は、21億46百万円、0.5%増加して4,719億45百万円となりました。

固定負債は、633億74百万円、50.0%増加して1,900億45百万円となりました。これは、社債が前期比501億67百万円増加して1,011億67百万円となったことが主な要因です。

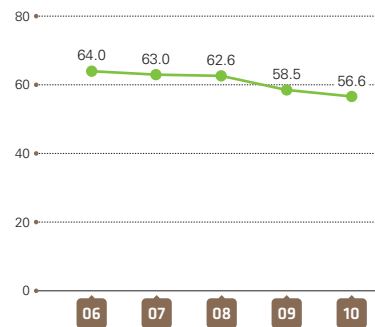
この結果、負債合計は、前期比655億19百万円、11.0%増加して6,619億90百万円となりました。

また、当期の純資産は、167億78百万円、1.8%増加して9,568億63百万円となりました。

DNPは、2003年2月から2008年6月までの6年間に、累計約1億1,286万株の自己株式を取得しました。また、2004年から2008年の5年間で累計5,900万株の自己株式の消却を実施しました。2010年3月31日現在では、発行済株式総数7億48万693株の7.95%に相当する5,571万株を保有しています。

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ます。DNPグループはこれらのリスク発生の可能性を認識した上で、その影響を最小限にとどめるよう努めていきます。

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

国内景気と消費動向

DNPグループは、幅広い業種の、非常に多くの顧客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、ほとんどが日本国内で、海外売上高の割合は約12%となっています。しかしながら、世界経済の動向とも連動して国内景気が変動し、個人消費など内需が低迷した場合には、受注量の減少や受注単価の下落など、業績等に影響が生じる可能性があります。

エレクトロニクス業界の市場変化

エレクトロニクス部門は、引き続き事業拡大に努めていく戦略部門であり、綿密な情報収集に基づく事業戦略の構築、収益性の高い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、国内および海外の複数のメーカーから印刷用紙やフィルム材料などを購入することにより、安定的な数量の確保と最適な調達価格の維持に努めています。しかしながら、石油価格の大幅な変動や新興国市場での急激な需要増加などにより、需給バランスが崩れる懸念もあります。そのような状況には、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、幅広い産業分野へ提供しています。これらの開発においては、近年、技術革新のスピードがますます速まるとともに、ニーズの多様化も急激に進んでいます。今後、開発競争は一層激化するものと思われ、予想を上回る商品サイクルの短期化や市場動向の変化によって、業績などが大きく変動する可能性があります。

為替の変動

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

法的規制への対応

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

環境保全および規制の強化

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

情報セキュリティおよび個人情報保護

事業活動を継続する上で、コンピュータネットワークや情報システムの果たす役割がますます高まるなか、ソフト・ハードの不具合やコンピュータウイルスなどによる情報システムの障害、個人情報の漏えいなど、さまざまなリスクが発生する可能性が高まっています。DNPグループは、情報セキュリティおよび個人情報保護を経営の最重要課題のひとつとして捉え、体制の強化や社員教育などを通じてシステムとデータの保守・管理に万全を尽くしていますが、万一これらの事故が発生した場合には、事業活動に影響を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、防火、耐震対策などを実施するとともに、製造拠点の分散化を図り、災害などによる生産活動の停止や製品供給への混乱を避けるよう努めています。また、各種保険によるリスク移転も図っています。しかしながら、大地震やテロの発生、感染症の流行など、社会インフラの大規模な損壊や機能低下および生産活動の停止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

	2010	2009	2008	2007
損益計算書関連 (百万円)				
売上高	¥ 1,583,382	¥ 1,584,844	¥ 1,616,053	¥ 1,557,802
売上原価	1,286,682	1,324,522	1,327,871	1,268,072
売上総利益	296,700	260,322	288,181	289,730
販売費及び一般管理費	230,186	214,144	201,077	193,585
営業利益	66,513	46,177	87,104	96,144
経常利益	68,841	47,390	86,502	101,348
税金等調整前当期純利益 (純損失)	49,495	-27,842	88,469	98,950
当期純利益 (純損失)	23,278	-20,933	45,171	54,841
貸借対照表関連 (百万円)				
総資産	¥ 1,618,853	¥ 1,536,556	¥ 1,601,192	¥ 1,700,250
有形固定資産	616,847	604,904	639,343	635,783
固定負債	190,045	126,671	106,690	118,436
負債合計	661,990	596,471	561,057	600,810
資本合計	-	-	-	-
株主資本	921,774	917,348	990,122	1,027,475
純資産合計	956,863	940,085	1,040,135	1,099,439
その他 (百万円)				
設備投資	¥ 119,063	¥ 96,156	¥ 116,139	¥ 162,885
減価償却費	91,694	106,882	109,902	100,161
研究開発費	33,849	34,111	35,556	30,112
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	¥ 36.12	¥ -32.35	¥ 67.08	¥ 78.09
1株当たり純当期利益 - 希薄化後	-	-	-	-
1株当たり配当金	32.00	32.00	36.00	32.00
1株当たり純資産	1,422.33	1,393.90	1,516.34	1,544.01
発行済普通株式数 (自己株式控除後)	644,238,930 (株)	644,357,076 (株)	661,366,377 (株)	694,226,171 (株)
財務比率 (%)				
売上高に占める割合:				
売上総利益	18.74%	16.43%	17.83%	18.60%
販売費及び一般管理費	14.54	13.51	12.44	12.43
営業利益	4.20	2.91	5.39	6.17
税金等調整前当期純利益 (純損失)	3.13	-1.76	5.47	6.35
当期純利益 (純損失)	1.47	-1.32	2.80	3.52
ROE	2.57	-2.20	4.35	5.14
流動比率	157	144	157	166
D/E レシオ	18	14	8	6

2006		2005		2004		2003		2002		2001	
¥	1,507,505	¥	1,424,942	¥	1,354,101	¥	1,309,002	¥	1,311,934	¥	1,342,035
1,202,159		1,121,373		1,073,118		1,043,456		1,071,163		1,091,386	
305,345		303,569		280,983		265,546		240,771		250,649	
184,676		183,041		178,545		175,665		168,529		164,708	
120,669		120,528		102,438		89,881		72,242		85,941	
124,715		120,485		97,276		88,177		74,775		92,349	
114,639		107,686		93,137		42,244		26,150		69,116	
65,187		59,936		52,971		28,774		15,609		33,409	
¥	1,662,377	¥	1,600,129	¥	1,513,734	¥	1,450,027	¥	1,432,458	¥	1,489,871
568,965		528,008		513,175		540,874		543,962		561,017	
118,287		115,801		119,277		66,821		79,013		86,012	
571,170		566,796		510,970		484,581		460,691		522,105	
1,063,308		1,007,943		978,736		942,083		946,998		939,441	
－		－		－		－		－		－	
－		－		－		－		－		－	
¥	136,059	¥	86,057	¥	69,834	¥	73,789	¥	85,096	¥	103,050
87,263		80,440		85,182		89,239		94,870		94,312	
28,692		26,386		26,050		24,097		23,367		24,664	
¥	91.22	¥	82.56	¥	71.49	¥	37.80	¥	20.55	¥	43.99
－		－		－		37.67		20.53		43.45	
26.00		24.00		21.00		19.00		18.00		18.00	
1,507.89		1,409.18		1,348.40		1,270.81		1,246.99		1,236.96	
704,972,101 (株)		715,076,830 (株)		725,677,422 (株)		741,161,150 (株)		759,480,693 (株)		759,480,693 (株)	
20.25%		21.30%		20.75%		20.29%		18.35%		18.68%	
12.25		12.85		13.19		13.42		12.85		12.27	
8.00		8.46		7.57		6.87		5.51		6.40	
7.60		7.56		6.88		3.23		1.99		5.15	
4.32		4.21		3.91		2.20		1.19		2.49	
6.29		6.03		5.52		3.02		1.65		3.58	
178		186		197		171		181		165	
6		7		7		6		7		8	

連結財務諸表

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (平成21年3月31日)	当連結会計年度 (平成22年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	123,569	152,416
受取手形及び売掛金	405,876	449,020
有価証券	8	8
商品及び製品	73,372	71,340
仕掛品	29,707	29,722
原材料及び貯蔵品	17,566	17,756
繰延税金資産	10,278	9,775
その他	21,048	14,238
貸倒引当金	△5,280	△4,327
流動資産合計	676,149	739,951
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	491,602	508,518
減価償却累計額	△292,336	△301,261
建物及び構築物(純額)	199,265	207,256
機械装置及び運搬具	907,428	896,479
減価償却累計額	△723,538	△717,352
機械装置及び運搬具(純額)	183,890	179,127
土地	132,888	135,485
建設仮勘定	57,756	51,433
その他	119,167	136,047
減価償却累計額	△88,064	△92,502
その他(純額)	31,103	43,544
有形固定資産合計	604,904	616,847
無形固定資産		
のれん	24,099	10,281
ソフトウェア	20,053	20,489
その他	4,696	3,945
無形固定資産合計	48,850	34,717
投資その他の資産		
投資有価証券	113,448	142,381
長期貸付金	3,015	1,741
繰延税金資産	50,015	40,574
その他	51,923	54,702
貸倒引当金	△12,484	△13,668
投資その他の資産合計	205,917	225,731
固定資産合計	859,672	877,296
繰延資産		
開業費	735	1,605
繰延資産合計	735	1,605
資産合計	1,536,556	1,618,853

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (平成21年3月31日)	当連結会計年度 (平成22年3月31日)
負債の部		
流動負債		
支払手形及び買掛金	290,871	308,630
短期借入金	59,875	50,547
1年内返済予定の長期借入金	2,898	4,019
未払法人税等	7,891	15,623
賞与引当金	16,186	16,341
その他	92,075	76,783
流動負債合計	469,799	471,945
固定負債		
社債	51,000	101,167
長期借入金	10,490	11,018
繰延税金負債	3,352	2,710
退職給付引当金	41,451	43,229
その他	20,377	31,917
固定負債合計	126,671	190,045
負債合計	596,471	661,990
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	751,869	756,428
自己株式	△93,884	△94,016
株主資本合計	917,348	921,774
評価・換算差額等		
その他有価証券評価差額金	△3,882	8,059
繰延ヘッジ損益	△4	△10
為替換算調整勘定	△15,285	△13,498
評価・換算差額等合計	△19,173	△5,449
少数株主持分	41,910	40,538
純資産合計	940,085	956,863
負債純資産合計	1,536,556	1,618,853

連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成20年4月 1日 至 平成21年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日)
売上高	1,584,844	1,583,382
売上原価	1,324,522	1,286,682
売上総利益	260,322	296,700
販売費及び一般管理費	214,144	230,186
営業利益	46,177	66,513
営業外収益		
受取利息	1,393	736
受取配当金	2,770	2,460
設備賃貸料	916	1,395
助成金収入	2,326	4,065
その他	4,221	3,703
営業外収益合計	11,626	12,361
営業外費用		
支払利息	1,666	2,363
貸与資産減価償却費	648	941
持分法による投資損失	1,247	102
為替差損	2,003	116
寄付金	—	1,553
その他	4,848	4,956
営業外費用合計	10,413	10,033
経常利益	47,390	68,841
特別利益		
固定資産売却益	214	1,007
投資有価証券売却益	373	45
持分変動利益	531	—
その他	4	270
特別利益合計	1,124	1,323

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成20年4月 1日 至 平成21年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成21年4月 1日 至 平成22年3月31日)
特別損失		
固定資産売却損	1,240	697
固定資産除却損	5,713	6,395
減損損失	50,690	377
投資有価証券売却損	0	5
関係会社株式売却損	58	0
投資有価証券評価損	13,615	1,196
関係会社株式評価損	330	3
ゴルフ会員権評価損	5	5
ゴルフ会員権貸倒引当金繰入額	48	61
退職給付制度改定損	144	—
のれん償却額	1,859	11,063
その他	2,649	863
特別損失合計	76,357	20,669
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	△27,842	49,495
法人税、住民税及び事業税	15,374	22,061
法人税等調整額	△20,857	3,699
法人税等合計	△5,482	25,761
少数株主利益又は少数株主損失(△)	△1,427	455
当期純利益又は当期純損失(△)	△20,933	23,278

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20年4月 1日 至 平成21年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成21年4月 1日 至 平成22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	797,316	751,869
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	△24,849	△19,346
当期純利益又は当期純損失(△)	△20,933	23,278
連結範囲の変動	—	192
株式移転による増加	—	441
自己株式の処分	△27	△7
当期変動額合計	△45,809	4,558
当期末残高	751,869	756,428
自己株式		
前期末残高	△66,556	△93,884
当期変動額		
自己株式の取得	△27,424	△153
自己株式の処分	89	20
その他	7	—
当期変動額合計	△27,327	△132
当期末残高	△93,884	△94,016
株主資本合計		
前期末残高	990,122	917,348
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	△24,849	△19,346
当期純利益又は当期純損失(△)	△20,933	23,278
連結範囲の変動	—	192
株式移転による増加	—	441
自己株式の取得	△27,424	△153
自己株式の処分	62	13
その他	7	—
当期変動額合計	△73,137	4,426
当期末残高	917,348	921,774

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成20年4月 1日 至 平成21年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成21年4月 1日 至 平成22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	10,610	△3,882
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△14,492	11,942
当期変動額合計	△14,492	11,942
当期末残高	△3,882	8,059
繰延ヘッジ損益		
前期末残高	7	△4
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△11	△6
当期変動額合計	△11	△6
当期末残高	△4	△10
為替換算調整勘定		
前期末残高	2,120	△15,285
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△17,406	1,787
当期変動額合計	△17,406	1,787
当期末残高	△15,285	△13,498
評価・換算差額等合計		
前期末残高	12,738	△19,173
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△31,911	13,723
当期変動額合計	△31,911	13,723
当期末残高	△19,173	△5,449
少数株主持分		
前期末残高	37,274	41,910
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	4,635	△1,371
当期変動額合計	4,635	△1,371
当期末残高	41,910	40,538
純資産合計		
前期末残高	1,040,135	940,085
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	△24,849	△19,346
当期純利益又は当期純損失(△)	△20,933	23,278
連結範囲の変動	—	192
株式移転による増加	—	441
自己株式の取得	△27,424	△153
自己株式の処分	62	13
その他	7	—
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△27,275	12,351
当期変動額合計	△100,412	16,777
当期末残高	940,085	956,863

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20年4月 1日 至 平成21年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成21年4月 1日 至 平成22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(△)	△27,842	49,495
減価償却費	106,882	91,694
減損損失	50,690	377
貸倒引当金の増減額(△は減少)	△522	△79
退職給付引当金の増減額(△は減少)	△3,111	2,262
持分法による投資損益(△は益)	1,247	102
のれん償却額	6,406	16,219
受取利息及び受取配当金	△4,163	△3,196
支払利息	1,666	2,363
投資有価証券売却損益(△は益)	△373	△52
投資有価証券評価損益(△は益)	13,946	1,199
固定資産除売却損益(△は益)	6,739	6,085
売上債権の増減額(△は増加)	56,827	△39,672
たな卸資産の増減額(△は増加)	4,370	1,969
仕入債務の増減額(△は減少)	△42,200	17,899
その他	△4,037	2,776
小計	166,526	149,446
法人税等の支払額	△34,957	△8,872
営業活動によるキャッシュ・フロー	131,569	140,574
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)	△14	6,130
有価証券の売却による収入	10,980	—
有形固定資産の取得による支出	△95,555	△108,595
有形固定資産の売却による収入	3,307	2,556
投資有価証券の取得による支出	△8,200	△13,456
投資有価証券の売却による収入	1,387	7,047
子会社株式の取得による支出	△2,082	△5,639
営業譲受による支出	△6,528	△49
利息及び配当金の受取額	4,173	3,163
その他	△8,193	△11,841
投資活動によるキャッシュ・フロー	△100,726	△120,683

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成20年4月 1日 至 平成21年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成21年4月 1日 至 平成22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)	23,323	△10,119
長期借入れによる収入	4,961	3,340
長期借入金の返済による支出	△6,563	△3,484
社債の発行による収入	—	50,000
社債の償還による支出	△100	△217
利息の支払額	△1,650	△2,201
配当金の支払額	△24,831	△19,360
少数株主への配当金の支払額	△421	△323
自己株式の取得による支出	△27,424	△153
子会社の自己株式の取得による支出	△10	△2
その他	△1,234	△4,352
財務活動によるキャッシュ・フロー	△33,951	13,126
現金及び現金同等物に係る換算差額	△10,386	889
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△13,495	33,905
現金及び現金同等物の期首残高	130,695	117,200
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	604
現金及び現金同等物の期末残高	117,200	151,709

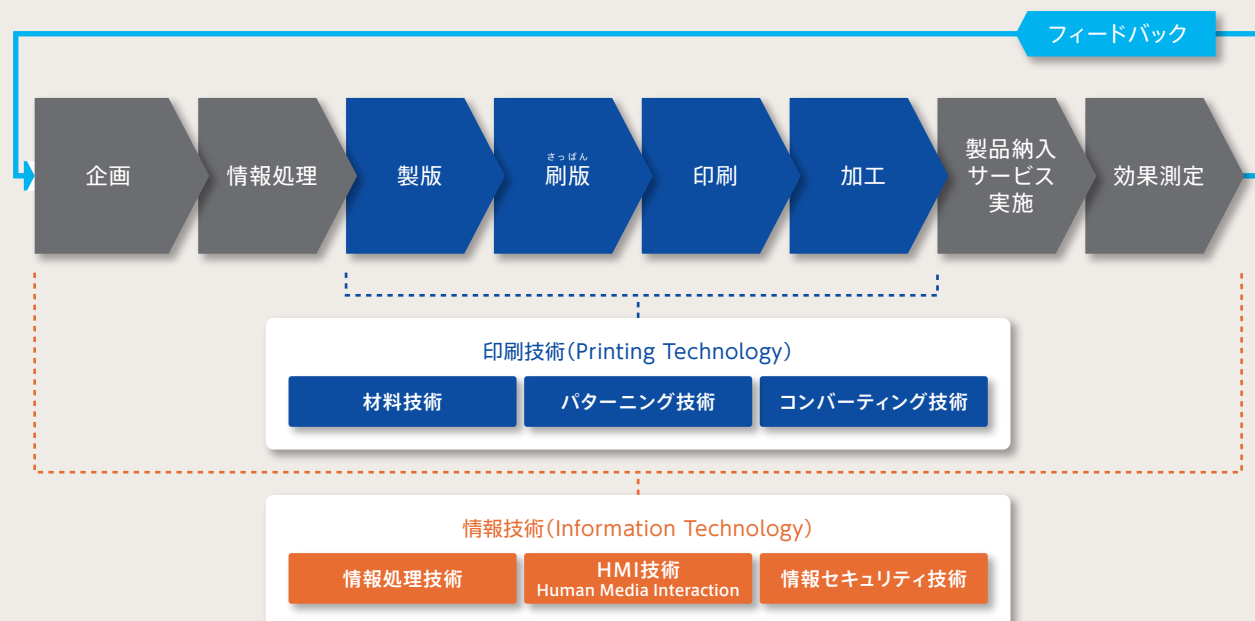
技術を核とした事業展開

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もあります。1876年の創業以来、DNPはこれらの技術を世界最高水準に高めてきました。そして「拡印刷」というコンセプトのもと、技術を核として事業領域を拡大する取り組みは、1950年代に一気に花開きました。

「印刷技術」の応用により印刷する対象を紙以外に広げ、プラスチックフィルム、布、金属などへの印刷を可能とすることで、1951年に包装事業と建材事業を立ち上げました。その後、ラミネート技術やコーティング技術などを深め、フォトプリント用の昇華型熱転写記録材や薄型ディスプレイ用の反射防止フィルムなどの製品を生み出し、生活・産業部門の事業を確立してきました。また1958年には、日本で初めてカラーテレビ用シャドウマスクの開発を成功させ、エレクトロニクス部門の事業を開始しました。0.2mmほどの薄い銅板に、数百万の超微細な孔を開ける技術は、印刷の製版で培ったフォトリソグラフィーなどの超微細加工技術を応用したものです。1959年には半導体製品用のフォトマスクを開発し、その後、液晶ディスプレイ用のカラーフィルター、リードフレームをはじめとする各種電子デバイスなどを提供してきました。

一方「情報技術」についても、創業以来、いかに心地よく文字や画像を表現するかといった技術を深めてきました。明治時代から続くDNPオリジナル書体「秀英体」の開発、カラーマネジメントシステムや意匠・デザインの開発など、幅広い取り組みを進めています。1970年代初めにはデジタル化への取り組みをスタートさせ、1985年には世界で初めてCD-ROM版の電子辞書を開発するなど、急速に進展するデジタル化、ネットワーク化に迅速に対応し、今日のデジタルコンテンツビジネスにもつながる技術・ノウハウを蓄積してきました。また、高度な情報セキュリティのインフラを構築し、ICカードやIPSなど、ソフトウェアの開発からモノづくりまでの一貫した事業も展開しています。

現在DNPは、事業ビジョンとして「P&Iソリューション」を掲げ、印刷技術と情報技術を融合させて顧客企業や生活者の課題を解決することによって、事業を発展させ社会に貢献していくことを目指しています。太陽電池用部材などのエネルギー分野、毛細血管のパターン形成や細胞シート工学などのライフサイエンス分野をはじめ、DNPの技術による課題解決が可能なあらゆる領域に事業を拡げていきます。



「P&Iソリューション」を支える技術

印刷技術 (Printing Technology)

○ 材料技術:

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

○ パターニング技術:

基材に文字、画像や柄などを形成する技術。刷版技術、活版・オフセット・グラビア印刷技術、リソグラフィー技術、インクジェットなどの無版印刷技術を指す。

○ コンバーティング技術:

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

情報技術 (Information Technology)

○ 情報処理技術:

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

○ HMI (Human Media Interaction) 技術:

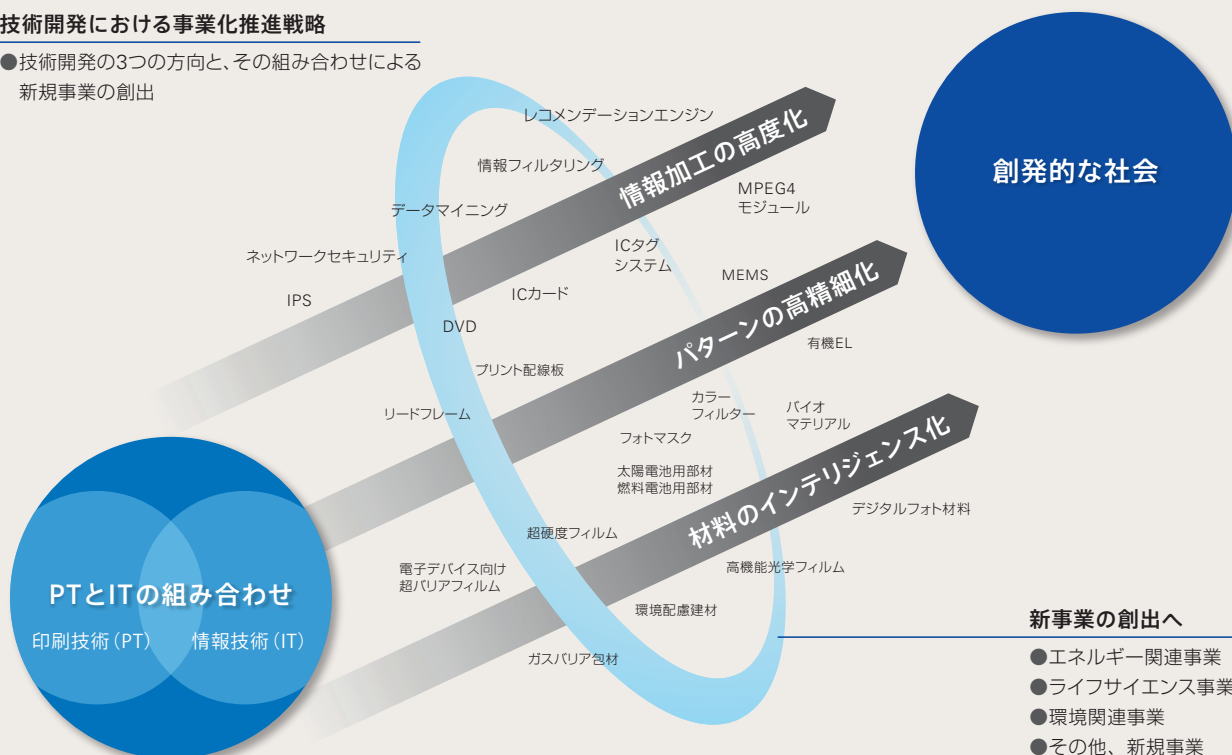
情報と人との関わり合いに関する技術で、フォント設計、カラーマッチング・トーンリプロダクション、意匠設計、フォトリアルCGなどの表現技術、画面設計などのインターフェース設計技術、自然言語処理や認知工学などを指す。

○ 情報セキュリティ技術:

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

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



個別技術と応用例

情報技術〔情報処理技術、HMI技術、情報セキュリティ技術〕

情報を安心・安全に扱い、あらゆる情報メディアに対応して、心地よいコミュニケーションを実現

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加工します。この工程では、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、サイズ、紙質、表現方法などの検討を行い、情報を編集・加工します。情報をデジタル化し、辞典や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・管理することもこの工程に含まれています。

DNPの情報処理技術は、紙への印刷だけにとどまらず、あらゆる情報メディアに対応することで進化してきました。この情報処理技術には、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、DVD、

インターネットなど、メディアに合わせてデータのフォーマットや容量などを変換させる技術、情報を整理・保管・管理するデータベースの技術、サーバ管理技術やネットワーク技術などが含まれています。

DNPは、情報と人との関わり合いを心地よいものにしていくHMI(Human Media Interaction)技術と、情報を安心・安全に扱っていくための情報セキュリティ技術を、この情報処理技術と組み合わせることにより、情報に関わる事業を拡大しています。

情報技術の応用例

事例
1

DNPオリジナル書体「秀英体」のデジタル化

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。またモリサワから、DTP向けフォントとして、2009年に秀英細明朝を発売しており、2010年秋には、秀英中明朝、秀英太明朝、秀英初号明朝の3書体を発売します。

あぢさゐや
よれば蚊の鳴く
花のうら

あぢさゐや
よれば蚊の鳴く
花のうら

あぢさゐや
よれば蚊の鳴く
花のうら

秀英初号明朝

秀英太明朝

秀英中明朝

事例
2

高度な情報セキュリティに対応

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、効果的に活用する技術や、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。

近年は、ICカードを利用して個人を認証し、パソコンの起動制御やデータの暗号化、ゲートや部屋への入退室管理などを行うシステムの提供も行っています。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、今求められる高度な情報セキュリティに対応した事業を拡げています。



ICカード

印刷技術〔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

パターニング技術は、印刷の製版工程で使用する、文字・写真・イラストなどの版画像をつくる技術です。

デジタル化以前の製版工程では、デザインされた文字原稿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・黒の印刷用の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用の版(刷版)に焼きつけられます。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つけ(フォトリソグラ

フィー)、必要な部分だけ樹脂・金属を露出させた後、酸による腐食、清浄を行い、凹版をつくります(エッチング)。

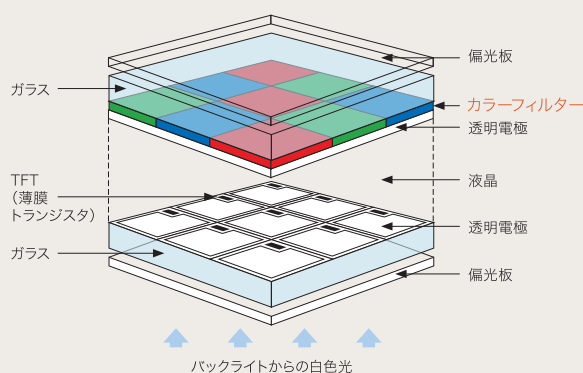
DNPは、生産設備やシステムの開発を行い、この技術の世界最高レベルの精度にまで高めてきました。また、こうした超高精度のパターニング技術を、エレクトロニクス製品の開発にも応用しました。現在、DNPのパターニング技術は、半導体製品の原版であるフォトマスクの製造において、nm(ナノメートル)レベルにまで高められており、電機メーカー各社が超微細化を追求する際に不可欠な技術となっています。

パターニング技術の応用例

事例 1 ディスプレイ製品(カラーフィルター)

液晶ディスプレイ用の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、光がカラーフィルターを透過することによってはじめて、カラーの映像が表示されます。カラーフィルターの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画質を左右するため、きわめて高度なパターニング技術が求められており、DNPはこれに応えてきました。

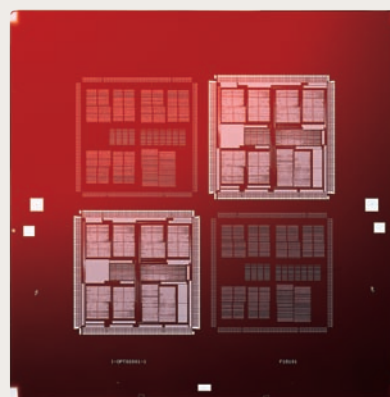
DNPは、顧客企業によって異なる液晶パネルの方式のすべてに対応するとともに、インクジェットとフォトリソグラフィーの2つの製造方式での量産を世界で唯一実現しています。



液晶パネルの基本構造

事例 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LSIなどの高集積・大容量化の進展にともない、その描画の線幅の微細化が進んでいます。DNPは、45nm製品や32nm製品の量産化や、20nm台～10nm台といった超最先端品の開発などを進め、技術開発のトップを走り続けています。



半導体製品用フォトマスク

個別技術と応用例

印刷技術〔材料技術＋コンバーティング技術(コーティング・転写技術)〕

“機能”を塗り、“装い”を転写するテクノロジー

印刷用の刷版^{きっぱん}につけたインクを、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。DNPは、インク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も開発してきました。

こうした技術を根幹として、インク以外の材料を紙以外の材料に印刷する技術を高めて、事業領域を拡大してきました。フィルムを使った包装材、磁気テープをコーティングした銀行の通帳やキャッシュカードのほか、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などに、材料技術とコー

ティング技術が活かされています。近年は、薄型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したりする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、いったんフィルムなどの素材にインクを塗布し、それを熱などで基材に写す転写技術も重要です。この転写技術を活かして、バーコード用のモノクロインクリボンや、デジタルフォトプリンター用のカラーインクリボンなどを提供しています。

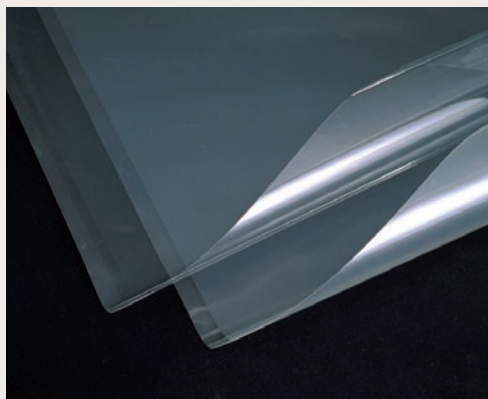
材料技術＋コンバーティング技術(コーティング・転写技術)の応用例

事例
1

薄型ディスプレイ用光学フィルム

液晶ディスプレイなどの最前面に組み込まれる偏光板の表面には、反射防止フィルムなどの特殊な機能性フィルムが使われています。このフィルムには、画面の傷つきを防ぎ、外光や蛍光灯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、プラズマディスプレイパネルにも電磁波シールドフィルムなどが使われています。

DNPは、印刷のコア技術であるコーティング技術を応用し、見やすく、目に優しい光学フィルムを提供しており、この分野で圧倒的なシェアを獲得しています。



薄型ディスプレイ用光学フィルム

事例
2

デジタルフォトプリンター用カラーインクリボン

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

デジタルカメラやカメラ付き携帯電話の急速な普及により、撮影した画像をプリントしたいというニーズも高まっており、家庭用プリンター向けのほか、家電量販店や写真専門店の店頭でのプリントサービス向けに需要が拡大しています。



カラーインクリボン

印刷技術〔材料技術＋コンバーティング技術(後加工技術)〕

形を整え、使い勝手良く ― 高機能性の追求

印刷された紙やフィルムは、それだけでは最終製品になりません。書籍や雑誌であれば、印刷された紙を折ったり、綴じ合わせたり、余分な紙を切り揃えたりする製本のプロセスを経てようやく完成します。

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や安価で大量に製造できる並製本などのバリエーション、中綴じ、平綴じ、無線綴じなどの綴じ方のバリエーションがあり、最終製品として仕上げるための材料技術と後加工技術に支えられています。

DNPは、印刷物を顧客のニーズに合わせて最終製品に加工する工夫を、創業以来続けてきました。包装分野では、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。また、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の開発も進めてきました。

この工程では、印刷の美しさだけでなく、機能性の向上が重要なテーマとなります。消費者が生活の場で実際に使用する製品を提供するため、環境への配慮、ユニバーサルデザインへの対応も不可欠です。

材料技術＋コンバーティング技術(後加工技術)の応用例

事例 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パッケージは、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密封されていますが、弱い力でも容易に開封できるような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な二重構造にするといった、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。



電子レンジ対応断熱容器（ディーカップル）

事例 2 30余年にわたる無菌充填の実績

DNPは1976年に、無菌環境下で内容物を充填する技術を確立し、常温での長期保存を可能とする容器を開発しました。コーヒークリームのポーションパックやシチュー、パスタソースなどのパッケージとして提供しています。この無菌充填技術を活かし、多様な飲料をPETボトルに詰める無菌充填システムも提供しており、高い評価を得ています。このシステムでは、試験管のような形の小さな第一次成型品プリフォームを使用し、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とCO₂排出量の削減にもつながっています。



PETボトル用無菌充填システム



左：成型前のプリフォーム
右：成型されたPETボトル

投資家情報

(2010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）：

39,643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）：

22,865人

上場証券取引所：

東京、大阪

大株主の状況：

	持株数（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）	37,398	5.80
第一生命保険相互会社	30,882	4.79
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	29,063	4.51
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	26,665	4.14
株式会社みずほコーポレート銀行	15,242	2.36
日本生命保険相互会社	14,349	2.23
株式会社みずほ銀行	12,471	1.93
自社従業員持株会	11,462	1.78
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口9）	7,958	1.23
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	7,595	1.18

- 注）1. 自己株式（55,718,118株）は、上記大株主からは除外しております。
2. 持株比率は、発行済株式総数から自己株式を控除した株式数（644,762,575株）を基準に算出しております。
3. 第一生命保険相互会社は、平成22年4月1日に株式会社化し、第一生命保険株式会社となっております。

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
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)
(2008年、2009年、2010年3月期)



※2007年3月31日の終値を基準にしています。

議決権の状況

(2010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 56,803,000	—
完全議決権株式(その他)	普通株式 641,152,000	641,152
単元未満株式	普通株式 2,525,693	—
発行済株式総数	700,480,693	—
総株主の議決権	—	641,152

自己株式等

(2010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)	55,718,000	7.95
教育出版(株)	1,085,000	0.15
合計	56,803,000	8.11

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
大口製本印刷 (株)	印刷・製本	49	84.9 (15.2)
Tien Wah Press (Pte.) Ltd.	製版・印刷・製本	(S\$1,000)	100.0
		4,600	
商業印刷関連			
(株) DNP メディアクリエイイト関西	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 メディアクリエイイト	企画・制作・製版	100	100.0
(株) DNP マルチプリント	製版・印刷・製本	100	100.0
ビジネスフォーム関連			
(株) 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
DNP France SAS*	ICカードおよびセキュリティビジネスに関する調査	(Euro1,000)	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	ウェブサイトの企画・作成および配信業務	100	100.0
(株) DNP ドリームページ	オリジナルブックの製造・販売	400	100.0
(株) am3*	映像、コンテンツなどの企画・製造・販売	340	82.8
(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ト*	顧客会員制サービスに関するコンサルテーションおよび仲介	30	95.0
(株) アットテーブル*	食品スーパーなどの製造・販促に関する調査、コンサルティング、企画	30	95.0
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 テクノパック	包装用品の製造・印刷・加工	300	100.0
(株) DNP テクノパック横浜	包装用品の製造・印刷・加工	280	100.0
(株) DNP テクノパック関西	包装用品の製造・印刷・加工	200	100.0
相模容器 (株)	各種プラスチックチューブの製造	200	90.0
(株) アセプティック・システム	無菌充填システムの製造・販売およびコンサルテーション	100	100.0
(株) DNP テクノポリマー	プラスチック成型加工および印刷	100	100.0
(株) DNP 包装	充填および包装加工	80	100.0
(株) ライフスケープマーケティング	各種情報の調査・サービス	430	50.7
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、アルミプリントなどの金属板印刷・加工	300	50.0
(株) DNP 住空間マテリアル	建材製品の製造・印刷・加工	200	100.0
オプトマテリアル／産業資材関連			
(株) DNP フォトイメージング	事業会社への投資	9,680	100.0
(株) DNP アイ・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	運転免許証用・証明写真用機器の販売	60	100.0 (100.0)
(株) DNP エネルギーシステム	太陽電池用部材の製造	200	100.0
(株) DNP ファインケミカル福島	写真用薬品の製造・販売	100	100.0 (100.0)
DNP Denmark A/S	電子精密部品の製造・販売	(Dkr1,000)	100.0
		135,000	
DNP Electronics America, LLC	電子精密部品の製造・販売	(US\$1,000)	(100.0)
		15,045	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)	(99.9)
		45,898	99.9
DNP Photo Imaging Corporation SAS	事業会社への投資	(Euro 1,000)	(66.0)
		50	66.0

		資本金 (百万円)	出資比率 (%)
DNP Photo Imaging Europe SAS	写真関連商品の販売	(Euro 1,000) 2,422	(66.0) 66.0
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 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プレジジョンデバイス姫路	液晶カラーフィルターの製造	400	100.0
(株) DNPカラーテクノ堺	液晶カラーフィルターの製造	400	100.0
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マイクロテクニカ	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) 5,170,617	(0.3) 100.0
その他			
(株) DNPファインケミカル	インキ・ワニス・顔料・染料などの製造・販売	2,000	100.0
DICグラフィックス(株)	印刷インキなどの製造・販売	500	33.4
CHIグループ(株)	事業会社への投資	3,000	52.3
丸善(株)	書籍、雑誌、文房具の販売	5,821	52.3 (52.3)
(株) DNPロジスティクス	梱包・発送・貨物運送・倉庫業	626	100.0
(株) 図書館流通センター	図書販売、データ作成	266	52.3 (52.3)
(株) 主婦の友社	出版業	2,111	56.7
ブックオフコーポレーション(株)	書籍販売	2,564	16.5 (9.9)
(株) 文教堂グループホールディングス	書籍販売	1,435	20.4 (20.4)
(株) ジュンク堂書店	書籍販売	39	51.0
(株) ディー・エヌ・ケー	印刷機械、工作機械などの製造・修理・販売	100	100.0
大日本商事(株)	用紙など各種商品の売買	100	94.3
(株) ダイレック	学習相談などの運営	96	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
(合) マイアース・プロジェクト*	トレーディングカードの企画・制作・販売	50	99.8
福利厚生・施設管理会社など			
(株) DNPファシリティーサービス	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ィング	30	100.0
(株) DNPテクノリサーチ*	特許関係の調査、契約書の作成	20	100.0
海外販社			
DNP America, LLC	印刷物、電子精密部品、建材の販売	(US\$1,000) 100	(100.0) 100.0
DNP Corporation USA	事業会社への投資	(US\$1,000) 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	(6.5) 57.5

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・サービス名など

■ BPO (Business Process Outsourcing)

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

■ 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企画し提供していくなど、企業が顧客と長期的に良好な関係を築く手法のこと。

■ ICカード

データの入出力や演算を行うICチップ（集積回路）を搭載したカード。生体認証技術や暗号技術など、高度な利用者認証の機能を持ち、キャッシュカードやクレジットカード、電子マネーや交通カード、社員証などの幅広い用途で普及している。携帯電話の通信サービス会社が発行し、携帯電話の契約者情報を記録した小型のSIM（シム：Subscriber Identity Module）カードもICカードの1種。DNPは1980年代からICカード事業に取り組み、基本OSのMULTOSや各種アプリケーションソフトの開発、ICカードの発行・製造、ネットワークを活用したセキュリティ関連サービスなどを広く手がけている。

■ ICタグ (RFIDタグ)

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

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

ICチップやセンサー、電子回路などを、シリコンウェハーなどの基板上に、三次元の立体構造物として集積化した電子デバイス。

■ SSFC (Shared Security Formats Cooperation)

ICカードを使った高度なオフィスセキュリティの実現を目指す企業連合として2005年に設立され、DNPが事務局を務めている。ICカードのデータフォーマットなどを定め、企業や学校などにおいて、1枚のICカードだけで、入退室の管理や、パソコンやプリンターなどの情報機器、ロッカーなどの利用状況の一元管理ができるシステムの構築を進めている。2010年6月時点で、オフィス機器メーカーやシステムインテグレータなど約207社が加盟し、同フォーマットが多くの企業や団体に採用されている。

■ インクリボン

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

■ 液晶カラーフィルター

液晶ディスプレイをカラー化するための部材。ガラス基板上に光の3原色（RGB：赤・緑・青）の顔料をパターン配列させた着色層を有するもので、光がカラーフィルターを透過することにより、カラー画

像の表示が可能となる。RGBにイエローやシアン（藍）を加えた多色カラーフィルターなどもある。

カラーフィルターの製造工程のうち着色層の形成には、感光性材料を塗布した基材の表面を露光してパターンを形成する「フォトリソグラフィー方式」と、小さい穴が開いたノズルからインクを射出して直接塗布する「インクジェット方式」の2つがあり、DNPは両方式での量産に世界で唯一対応している。

なお、液晶パネルの製造方法は、液晶分子を配列させる方法の違いにより、VA（Vertical Alignment）方式やIPS（In Plane Switching）方式などに分けられる。液晶ディスプレイは、電圧で液晶分子の向きを変え、光の透過量をコントロールすることにより映像を映し出しており、パネル面に対して、VA方式では垂直方向に、IPS方式では水平方向に液晶分子を配列させている。DNPはそれぞれの方式で製造される液晶パネルの特性に合ったカラーフィルターの提供を行っている。

■ 拡張現実 (AR: Augmented Reality) 技術

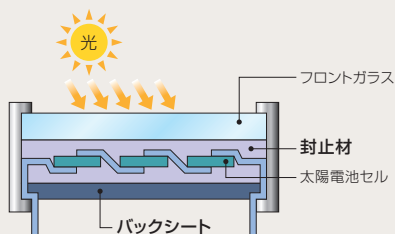
利用者の目の前にある現実の風景や対象物の上に、映像やイラスト、文字情報など、実際にはないバーチャルな情報を重ねて、現実を拡張するように、より豊かな表現をつくりあげる技術。パソコンに接続したカメラや携帯電話のカメラで、印刷された画像や識別用の記号、実際の風景などを撮影すると、その撮影画像に合成されて、あらかじめ登録されている3次元CGなどの関連情報がディスプレイに表示される。

■ 再生医療

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

■ 太陽電池用部材

「封止材」は、発電用の太陽電池セルや周辺配線を固定して、太陽電池モジュールを形成するための接着性保護シート。「バックシート」は、太陽電池モジュールを外界から保護する耐候性フィルムで、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・電気絶縁性などの機能を持っている。封止材は、このバックシートと太陽光が当たるフロントガラスを強力に接着する役割を担っている。DNPは、太陽電池用部材として、封止材とバックシート、およびこの2つを一体化した製品などを提供している。



■ デジタルサイネージ(電子看板)

店頭や駅、公共施設などに設置した大型の薄型ディスプレイをネットワークに接続し、時間やエリアに応じた即時性の高い情報配信を行う新たな広告媒体。生活者がタッチパネルや携帯電話などを利用して必要な情報を表示させるなど、双方向なコミュニケーション機能も組み込める。

■ バイオマス材料

バイオマスは、ある地域に生息する生物の総量を指し、石油などの化石資源を除く、生物由来の有機性資源を意味する。バイオマス原料は、植物由来樹脂や天然繊維など、生物由来資源でつくられる材料のこと。植物が成長する過程で吸収するCO₂と、バイオマス材料の燃焼時に発生するCO₂は相殺されると考えられており、環境負荷が少ない材料として注目されている。また、再生可能資源として、安定的な調達も期待されている。

■ 反射防止フィルム

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。AG (Anti Glare) フィルム、LR (Low Reflection) フィルム、AR (Anti Reflection) フィルムなどの種類がある。DNPではロール状のフィルム基材に、光を拡散させる原料などを薄く均等にコーティングすることにより、さまざまな製品を提供している。

■ 半導体フォトマスク

フォトマスクは半導体製品の回路を形成するための原版で、ガラス基板上に微細な回路パターンを描画したもの。半導体ウェハー上に塗布した感光性のレジストに、光によって回路パターンを転写し、エッチングなどの工程を経て回路パターンを定着させるのが主な製造方法。近年は微細化が進んでおり、DNPでは従来方法に加え、ナノメートルレベルのパターン加工を施したテンプレートを、樹脂を塗布したウェハーに押しつけてパターンを転写する「ナノインプリント技術」の開発なども進めている。

■ 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。DNPは刷版(印刷用の原版)の作成を通じてフォトリソグラフィの技術を高め、カラーフィルターや各種電子デバイスの製造などに応用している。

■ プリプレス

印刷工程のうち、印刷(プレス)の前に行う必要のある、文字・写真・イラストなどのデジタル化、編集・レイアウト、製版・刷版などの一連の工程を指す。DTP (Desk Top Publishing) の進展によって、パソコン上でプリプレスの一連の作業ができるようになってきている。

■ 返本率(返品率)

日本において、委託販売制度のもとで書店などに出荷された書籍・雑誌のうち、実売されずに版元に送り返された本の割合。

■ 無菌充填システム

無菌の製造環境(無菌チャンバー)の中で、滅菌した飲料や食品を、PETボトルなどの滅菌した容器に充填するシステム。DNPは、コーヒーミルクなど少量に小分けされたポーションパック用、固形物も入れられる食品パウチ用、飲料の風味を損なわないPETボトル用など、さまざまな無菌充填システムの設計・開発を行っている。

■ 有機ELディスプレイ

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

■ ユニバーサルデザイン

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

■ リードフレーム

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

■ ロールトゥロール(roll to roll)

用紙やフィルムなどのロール状の部材に印刷加工を施し、加工された物をそのままロール状に巻き取る製造方法を指す。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

■ 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パンプ(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。

■ 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。

■ EB (電子線:Electron Beam) コーティング技術

電子線の照射によって、塗工する樹脂の原子を重合反応させて硬化させるDNP独自技術。ウレタンや紫外線硬化法の樹脂に比べ、表面硬度の高い膜を形成することができる。この技術により、傷や汚れ、日光などに強く、耐久性、実用性、品質安定性に優れた製品が提供できる。また、製造工程での省エネルギー化やCO₂排出量の削減、溶剤を使わない塗工が可能な次世代型環境対応技術でもある。

■ IBフィルム (Innovative Barrier Film)

水蒸気や酸素のバリア性に優れ、高い耐熱性や透明性も備えたパッケージ用フィルムで、主に食品や医療・医薬品、電子部品などに使用されるDNP製品。バリア性を高める素材を、透明なフィルム基材上に製膜(薄く均一にコーティン

グ)させて製造する。従来は、加熱によって素材を気化させて物理的に製膜するPVD(Physical Vapor Deposition)方式が主流だったが、DNPは、素材と基材の化学反応によって製膜するCVD (Chemical Vapor Deposition)方式での量産を可能とした。CVD方式では、素材と基材の強固な結びつきが得られるため、折り曲げてもコーティング層が割れにくい製品となる。

■ IPS (Information Processing Services)

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

■ PUL (Packaging Usability Laboratory)

キッチンなどの生活環境を用意し、ユニバーサルデザイン観点による、生活者の商品の取り扱い方やパッケージの使いやすさなどの使用プロセスを中心に評価・分析するプラットフォーム。デブスインタビューやドームカメラによる記録などからその行動における心理計測、行動計測が可能となる。2006年2月に大阪に開設。

■ 「拡印刷」と「P&Iソリューション」

「拡印刷」は、創業以来培ってきた印刷技術をさまざまな分野に応用・発展させ、事業を拡大していくことを表わすキーワード。「拡印刷」の展開として、1951年に包装分野と建材分野に進出し、1958年にシャドウマスク、1959年にフォトマスクの開発に成功してエレクトロニクス部門にも進出した。

「P&Iソリューション」は、「DNPグループ 21世紀ビジョン」の中で掲げた事業ビジョンであり、印刷技術と情報技術を融合させて、顧客企業や生活者の課題を発見し解決していくことを表わしている。現在は、「P&Iソリューション」のもと、エネル

ギー分野やライフサイエンス分野などの新規事業も積極的に展開している。

■ 秀英体

明治時代から開発を続けているDNPのオリジナル書体で、優美でしなやかな線画を持ち、美しく読みやすい書体として、書籍のづくり手や読者から高い評価を得ている。1970年代からデジタル化にも対応しており、2001年からデジタルフォントのライセンス提供を行っているほか、2006年からは既存書体の改訂や新書体の開発などを行う「平成の大改刻」にも取り組んでいる。

■ ヒューマンリサーチラボ

ポスターやCMなどの宣伝販促媒体や店頭におけるPOPやパッケージが、生活者の認知、購買、選択プロセスに及ぼす影響を中心に評価・分析を行うプラットフォーム。アイトラッキングシステムを活用して生活者の生理反応である眼球の動きを計測し分析することで無意識行動を解析する。2009年2月に東京に開設。

■ 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・高効率・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つくっていく活動。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。

DNPに関する情報提供

ウェブサイト (<http://www.dnp.co.jp/>)

主要3部門の事業内容を分かりやすく整理して紹介し、サイト内の検索性を向上させるなどの工夫や、季節ごとに変化するトップページが好評で、アクセス数も増加しています。下記の発行物および報告書のPDFデータも、ウェブサイトからダウンロードできます。

発行物

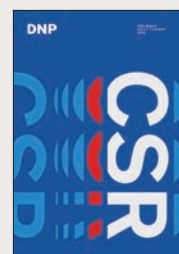
- アニュアルレポート(日本語版、英語版)
7月末頃、日本語版、英語版を発行しています。社長メッセージのほか、特集、連結財務諸表、事業戦略、業績の概要、トピックス、財務分析などを掲載しています。
- データブック(日本語・英語併記)(ウェブサイトからダウンロード可能なPDFのみ)
7月末頃に発行し、過去10年間の財務諸表数値と財務分析数値などを表やグラフの形で視覚化しています。財務諸表の数値は有価証券報告書のものを使用しています。
- 株主通信「DNP Report」(日本語版)
四半期(3ヵ月)ごとに発行し、株主の皆様向けに郵送しています。決算の概要、事業のハイライト、技術紹介、株式情報など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



ウェブサイト (<http://www.dnp.co.jp/>)



株主通信「DNP Report」



DNPグループCSR報告書

報告書

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

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、au「LISMO!」・TBS「Tブー!」・日光江戸村「ニャンまげ」などのキャラクターデザイン、資生堂「ザ・コラーゲン」・ミツカン金のつぶ「とろろ豆」などのパッケージデザイン、宇多田ヒカル・井上陽水・レミオロメンなどのCDジャケット、ルミネ・ベネッセ高校講座などの広告デザイン、ローリングストーンズ・ジョンレノンのTシャツデザインなど、国内外で幅広いコミュニケーションをデザインする。

<http://www.mr-design.jp/>

アニュアルレポートの表紙へのメッセージ

印刷機から次々に出てくる紙のように
アニュアルのaをリビートさせて
表紙をデザインしました。
新しい印刷はいつだってワクワクするものです。
この1年が去年よりもいい年であるように。

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



グリーン電力証書システムに参加し、製造にかかる電力500kWh相当量の自然エネルギーの普及に貢献している製品です。



お問い合わせ先

大日本印刷株式会社

広報室

〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1

TEL : 03-5225-8220