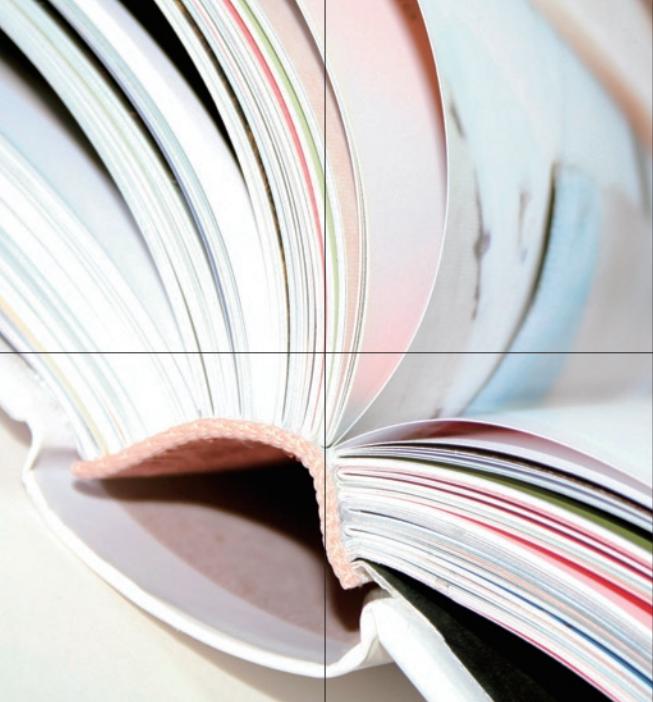


# DNP

## ANNUAL REPORT 2012

Annual Report





# 目次

2	業績の概要	60	コーポレート・ガバナンス
6	株主の皆様へ	62	コーポレート・ガバナンスの状況等
12	特集：「未来のあたりまえを作る」 DNPの成長戦略	69	取締役・監査役および役員
14	DNPの成長戦略	70	持続可能な発展に向けて
16	「未来のあたりまえ」を想像&創造する	72	研究開発・知的財産
18	「未来のあたりまえ」実現のための重点テーマ	74	法令と社会倫理の遵守
20	「未来のあたりまえ」成果と成長戦略	75	製品・サービスの安全性と品質の確保
22	その取り組みはグローバルに	76	情報セキュリティの確保
24	当期の主な出来事 「未来のあたりまえ」に向けた具体的な取り組み	77	事業継続に向けて
26	DNPの事業展開	78	環境保全の取り組みと環境配慮製品の拡大
28	DNPの概観	82	ブランドマネジメント
30	DNPの製品一覧	83	トピックス
32	情報コミュニケーション部門	84	財務セクション
32	事業戦略	86	2012年3月期の業績に関する分析および説明
34	業績の概要	96	連結財務情報
36	成長事業・戦略事業紹介	98	連結財務諸表
42	生活・産業部門	106	参考情報
42	事業戦略	106	投資家情報
44	業績の概要	108	子会社・関連会社
46	成長事業・戦略事業紹介	110	用語集
54	エレクトロニクス部門	115	DNPに関する情報提供
54	事業戦略		
56	業績の概要		
58	成長事業・戦略事業紹介		

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、P60-69の「コーポレート・ガバナンス」では「DNP」は「大日本印刷株式会社」を指しています。)

# 業績の概要

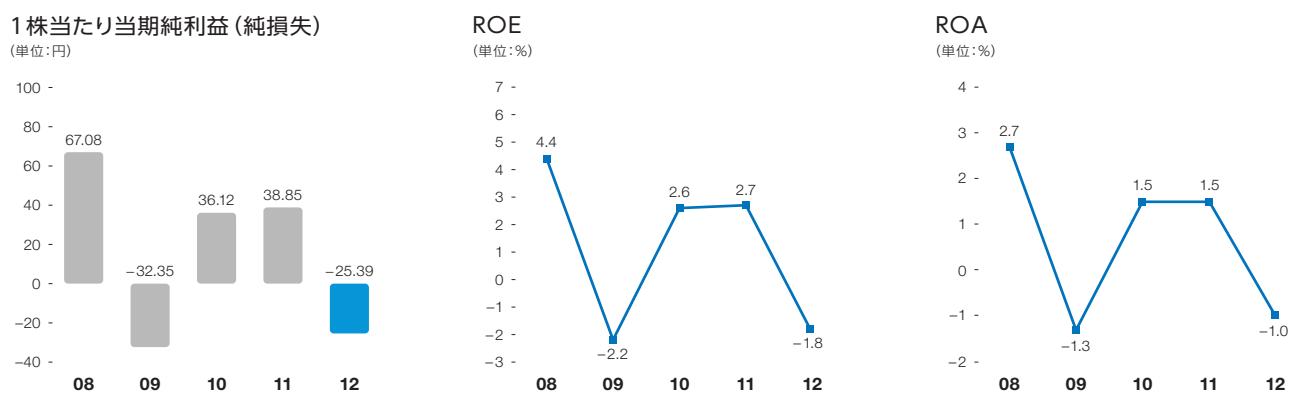
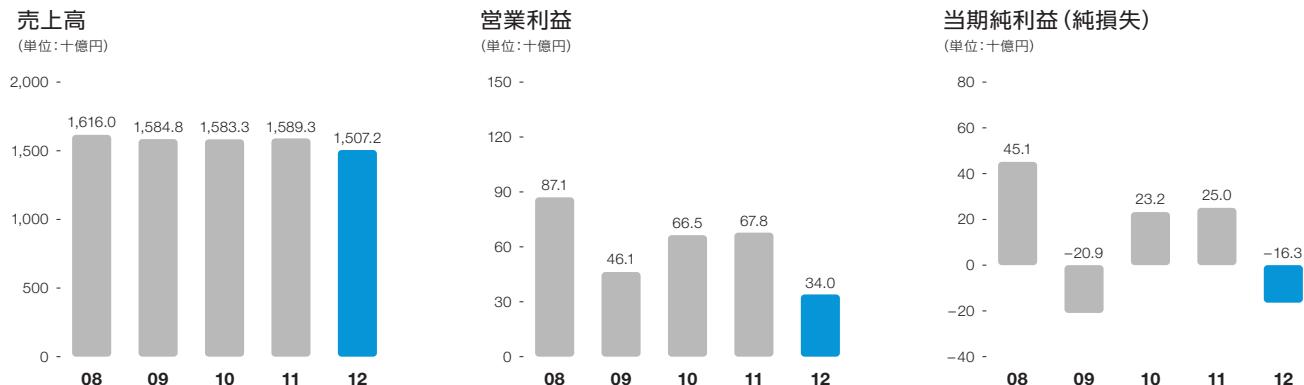
## 連結財務グランドサマリー

大日本印刷株式会社および子会社 3月31日に終了した各会計年度

	2012	2011	2010	増減 2012/2011
<b>損益計算書関連 (百万円)</b>				
売上高	¥ 1,507,227	¥ 1,589,373	¥ 1,583,382	-5.2%
営業利益	34,015	67,818	66,513	-49.8%
経常利益	36,843	62,786	68,841	-41.3%
税金等調整前当期純利益	2,672	52,696	49,495	-94.9%
当期純利益(純損失)	-16,356	25,032	23,278	—
<b>バランスシート関連 (百万円)</b>				
純資産合計	¥ 914,213	¥ 952,440	¥ 956,863	-4.0%
有利子負債	229,664	229,140	166,751	0.2%
総資産	1,608,806	1,649,784	1,618,853	-2.5%
<b>キャッシュ・フロー関連 (百万円)</b>				
営業活動によるキャッシュ・フロー	¥ 108,603	¥ 140,053	¥ 140,574	-22.5%
投資活動によるキャッシュ・フロー	-80,126	-82,561	-120,683	—
財務活動によるキャッシュ・フロー	-32,833	15,185	13,126	—
フリー・キャッシュ・フロー*	28,477	57,492	19,891	-50.5%
<b>1株当たりデータ** (円)</b>				
当期純利益(純損失)	¥ -25.39	¥ 38.85	¥ 36.12	—
純資産	1,352.70	1,410.43	1,422.33	-4.1%
配当金	32	32	32	—
<b>売上高利益率(%)</b>				
営業利益率	2.26	4.27	4.20	-2.01
EBITDAマージン	6.76	9.65	9.07	-2.89
当期純利益率	-1.09	1.57	1.47	-2.66
<b>財務比率</b>				
ROE (%)	-1.84	2.74	2.57	-4.58
ROA (%)	-1.00	1.53	1.48	-2.53
D/E レシオ (%)	26	25	18	—
インタレストカバレッジレシオ(倍)	10.95	25.65	29.50	—
<b>バリュエーション (3月31日の株価)</b>				
PER (倍)	—	26.07	34.97	—
PBR (倍)	0.63	0.72	0.89	—
EV/EBITDA (倍)	5.46	4.29	5.77	—
PCFR (倍)	6.86	5.30	7.08	—
配当利回り(%)	3.78	3.16	2.53	0.62
<b>株主還元</b>				
自己株式の買付(百万円)	—	—	—	—
配当性向(%)	—	82.3	88.6	—
<b>その他</b>				
長期格付け (R&I)	AA	AA	AA	—
外国人保有率(%)	23.20	24.54	25.38	—

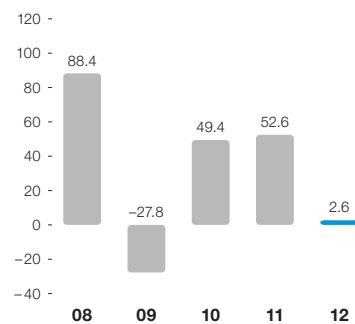
\* 営業活動によるキャッシュ・フロー - 投資活動によるキャッシュ・フロー \*\* 発行済の希薄化証券はありません。

- 広告宣伝市場の低迷や液晶ディスプレイ市場の減速により営業減益
- エレクトロニクス部門の事業構造改革に取り組み、約247億円の減損を実施
- 持続的な成長に向けて、戦略的な設備投資と事業創造型の研究開発を推進



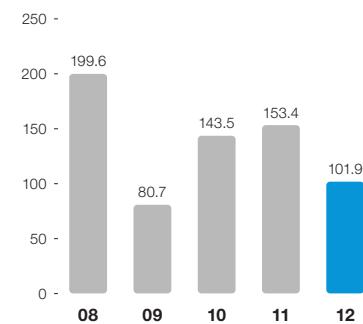
### 税金等調整前当期純利益(純損失)

(単位:十億円)



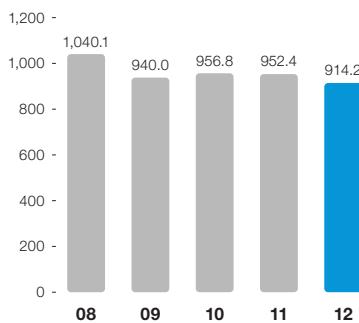
### EBITDA

(単位:十億円)



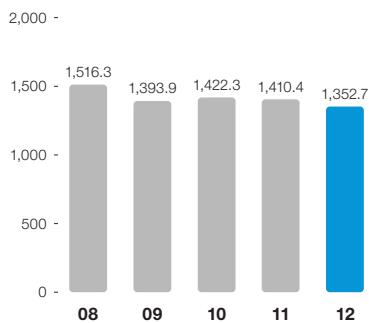
### 純資産

(単位:十億円)



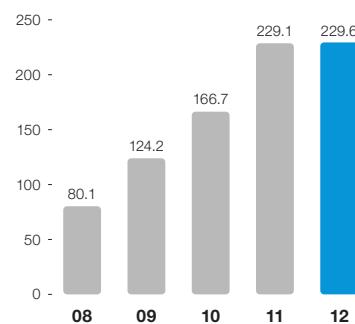
### 1株当たり純資産

(単位:円)



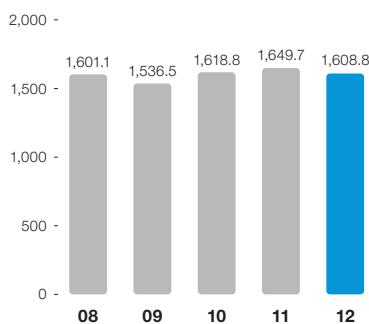
### 有利子負債

(単位:十億円)



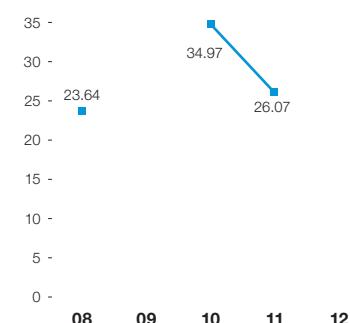
### 総資産

(単位:十億円)



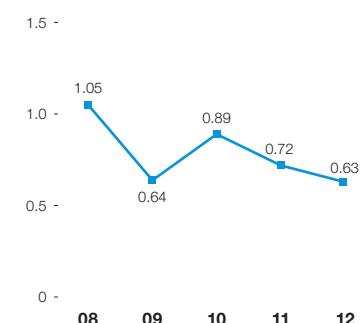
### PER (株価収益率)\*

(単位:倍)

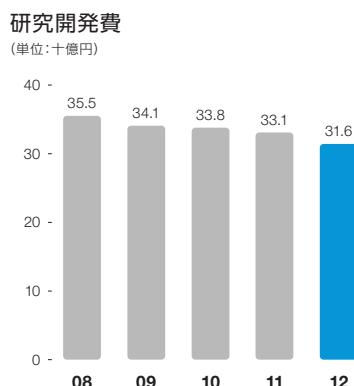
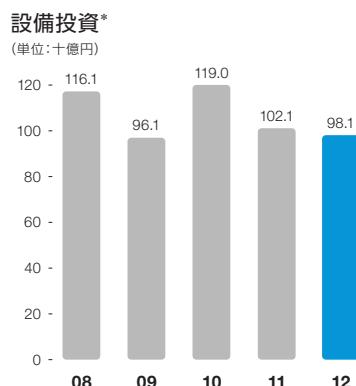


### PBR (株価純資産倍率)

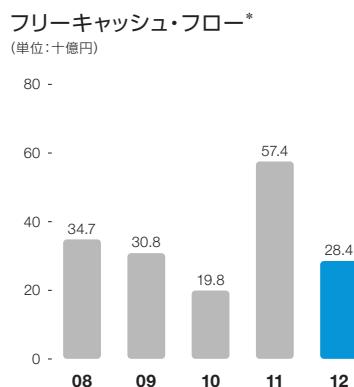
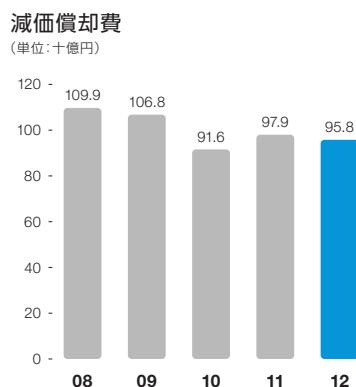
(単位:倍)



\* 2009年3月期および2012年3月期は、  
当期純損失のため表示していません。

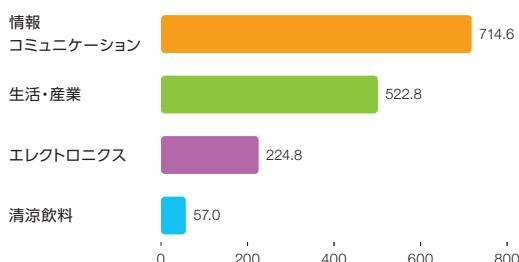


\* 無形固定資産への投資も含んでいます。



\* 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

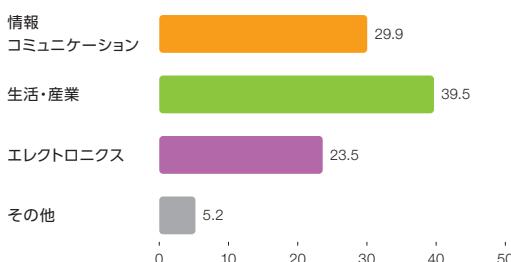
**セグメント別売上高 (2012年3月期)**  
(単位:十億円)



**セグメント別営業利益 (2012年3月期)**  
(単位:十億円)



**セグメント別設備投資 (2012年3月期)**  
(単位:十億円)



**セグメント別従業員数 (2012年3月期)**  
(単位:名)



# 株主の皆様へ

代表取締役社長 北島 義俊

## 未来のあたりまえを作る。

私たちは常に、「社会のために何ができるのか」「よりよい社会にするために何をするか」という観点に立ち、社会に貢献することを念頭に置いて、事業を展開してきました。今、大きな被害に見舞われた震災からの復興の途上にある日本社会にも、そして、経済が停滞し、環境やエネルギーの問題などが続くグローバルな社会にも、かつてない困難な課題が山積しています。そのなかで、私たちが直面しているさまざまな課題の一つひとつに真摯に向き合い、的確な解決策を提供して新たな価値を生み出していくことが、社会とDNPの成長につながると私は考えています。

DNPは、1876年に活版印刷という当時の最先端技術とベンチャー精神をもって創業して以来、従来にはなかった新しい製品やサービス、革新的な仕組みを生み出し続けてきました。創業時の誓方に掲げた「文明の業を営む」という言葉は、社会の発展に貢献していくという強い志であり、それを実行することで私たち自身も成長していくと考えたものです。この志は今も「DNPスピリット」として受け継がれています。

今ではあたりまえとなった、週刊誌や電子辞書、ICカードやホログラムなどの誕生にも、DNPの技術やノウハウが大きな役割を担いました。また、食品を安全に守る高機能なパッケージ、天然の木目と区別のつかない壁紙や傷のつきにくい

床材、薄くて軽い液晶ディスプレイのスマートフォンなど、身近な多くのものにもDNPの製品やサービスは欠かせません。そして、これらの“あたりまえ”を実現してきた原動力は、革新的な印刷技術や情報技術などの強みを発展させる、絶え間のない“挑戦”にあります。

DNPはこれまで、B to Bの事業を中心として、主に企業のニーズに対応してきました。しかしこれからは、それに加えて、DNP自らが主体となり、生活者の視点やソーシャルな視点に立って、国内に限らず世界全体の課題を発見し、解決していくことが大切だと考えています。

私たちが開発に取り組む新製品や新サービスは、企業や生活者、そして社会の課題を解決するものにほかなりません。人や社会から求められるものを的確に提供することによって、厳しい事業環境の中で収益性を高め、持続的な成長を実現していきます。

「未来のあたりまえを作る。」

このチャレンジを着実に成果に結びつけ、社会から高い信頼をいただくことで、DNPの企業価値を向上させていきます。

代表取締役社長 **北島義俊**



## マネジメントインタビュー

Q

&

A

### 北島社長に聞く「持続可能な成長に向けたDNPの取り組み」

Q

当期の業績をどのように見ていますか？

A

「2012年3月期は、これまでの事業活動を見直し、これから成長に向けて大きく舵を切る、転換の年だったと捉えています。日本企業の多くが、東日本大震災やタイの洪水などによって、国際的なサプライチェーンの盲点に気づき、事業継続計画(BCP)も考慮した最適な体制の再構築を余儀なくされました。私たちDNPも、事業構造改革の徹底を図るとともに、生活者の視点と社会の視点に立った新規事業の開発と、グローバルな視点での事業の拡大に努めました。

当期を振り返ってみると、国内経済は東日本大震災の影響から徐々に持ち直してはきましたが、海外景気の減速や原油価格の上昇などもあり、年間を通じて厳しい状況にありました。印刷業界でも、震災後に大きく減少した企業の広告宣伝費の回復が遅れ、個人消費の伸び悩みや受注単価の下落などの影響も受けて、厳しい経営環境が続きました。

特に、液晶カラーフィルターなどのディスプレイ関連製品は、液晶テレビの世界的な販売不振にともなう大規模な生産調整や、事業の大幅な縮小など主要取引先の事業方針転換の影響を受けて、経営環境が急激に悪化しました。この状況に対して、普及が著しいスマートフォンやタブレット端末向けの中小型品へのシフトを急ぐとともに、ディスプレイの高精細化や新製品の開発などに注力してきました。また、同分野の徹底した事業構造改革として、生産拠点を集約したほか、液晶カラーフィルターの製造設備などを将来キャッシュフローに基づいて再評価し、約247億円の減損を実施しました。

その結果、当期の連結売上高は前期比5.2%減の1兆5,072億円、連結営業利益は前期比49.8%減の340億円、連結経常利益は前期比41.3%減の368億円、連結当期純損失は163億円(前期は250億円の純利益)となりました。」

Q

中長期的な成長に向けた施策を教えてください。

A

「今後も、新興国を含む海外景気の減速のほか、国内ではデフレや雇用情勢の悪化、電力供給不安や電気料金値上げなどの影響も懸念されます。厳しい事業環境のなかで私たちは、中長期にわたって企業価値を高め、持続的に成長していくことを目指して、「P&Iソリューション」という事業ビジョンを掲げています。これは、印刷技術や情報技術などの強みを活かして、企業や生活者、そして社会のさまざまな課題を解決していくことによって、社会とDNPがともに成長、発展していくことです。

このビジョンのもと、①新製品・新サービス開発の推進 ②グローバル展開の加速 ③事業構造改革の徹底という成長戦略を明確にして、具体的な成果につなげていきます。

私たちは、これまでにも印刷技術を発展させることで、エネルギー・ライフサイエンス分野を創出してきました。デジタル化や多機能化という社会の変化のなかで、印刷技術の可能性は限りなく大きいと確信しています。」



Q

それぞれの成長戦略についておうかがいします。まず最初に「新製品・新サービス開発」の方向性は?

A

「大きな変化のなかでは、企業も生活者も、自らの課題は何か、それをどのように解決すればよいか、見通しにくくなっていると感じています。課題の解決(ソリューション)を事業ビジョンとして掲げている私たちにとって、さまざまな変化にいち早く気づき、仮説を立案し、企業や生活者に一步先んじて提案していくことが、ますます重要になってきています。

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

### 既存事業の強みを活かした 新製品・新サービス

情報コミュニケーション部門では、企業や生活者のニーズに合わせて、情報の最適な表現と多様なメディアへの展開に幅広く取り組み、顧客の業務プロセスに密着した幅広いソリューションを提供していきます。また、強固な情報セキュリティ基盤を強みとした事業や、紙メディアと電子メディアの両方に対応した“ハイブリッド制作ソリューション”、“ハイブリッド型総合書店”などの事業を強化していきます。

生活・産業部門においては、環境配慮やユニバーサルデザインへの対応など、企業や生活者の多様なニーズに的確に応えた製品・サービスを提供していきます。また、社会的なニーズの高いエネルギーや

ライフサイエンスなどを新事業分野として捉え、先進的で独自性のある製品を開発していきます。

エレクトロニクス部門は厳しい事業環境にありますが、パターニングや微細加工などの世界トップクラスの技術力を強みとして、高機能製品の開発と徹底したコストダウンを追求し、急激に変化する市場や顧客のニーズに対応していきます。

### 社会的課題を解決するビジネスの強化

昨年、国内では電力供給が不足するという事態になり、夏の暑い最中に冷房の設定温度を高くするという対策が実施されました。この時、これを契機として、節電家電を開発したり、クール製品を提供して、危機をチャンスに変えた事例を目にしていました。

先ほどお話ししましたが、私たちはソーシャルな視点で新たな製品やサービスを創出していくことが重要と考えています。したがって、これからは、環境、エネルギー、教育、高齢化社会、ユニバーサルデザインなどをテーマに、ソーシャルビジネスの推進にも力を入れていきます。

### 事業創造型の研究開発の推進

私たちDNPは印刷技術の応用発展により事業を拡げてきました。将来の経営の柱となる製品やサービスの開発についても、これまで以上に力を入れていきます。特に、社会の変化が激しい今日、生活者の視点に立って的確な課題解決を実現する“事業創造型”的研究開発が重要だと考えています。既成概念にとらわれることなく、新たな発想で製品やサービス、そしてビジネスモデルのイノベーションを進めて新事業の創出に努めるとともに、その成果を知的財産として適切に管理・運用していきます。」

Q

次に「グローバル展開」の狙いは何ですか？

A

「私たちは1964年に香港事務所を開設して以来、現地の需要に応えるという考え方で、海外での事業を積極的に展開してきました。私たちが推進するグローバル戦略のキーワードは、「私たちの強みを活かすこと」です。他の企業が進出するから私たちも海外に出ていくという単純な考え方ではなく、国内に限らず全世界の企業や生活者が抱える課題をDNPの強みによって解決していくという考え方こそが重要です。近年は、DNPの製品やサービスに対する海外での評価が一段と高まっており、世界各地でのビジネスが活発になってきました。この動きをさらに加速させ、効果的に事業を展開していくため、2012年4月に海外事業を統括する組織を新設しました。

この新体制のもと、各地域のニーズに合わせて、

製品の製造・販売・開発の最適化を図っていきます。特に、包装や建材、情報記録材などの生活・産業部門の事業では、地域によって異なるニーズに合わせて、求められる品質や機能を最適なものにすることが重要です。日本の生活者の厳しいニーズにきめ細かく応え、使い勝手のよさ、心地よさを徹底して追及してきたDNPだからこそ、世界各地の生活者が本当に必要としている製品を提供することが可能です。

包装事業では、市場の成長が見込まれる東南アジアにおいて、1972年にインドネシアに拠点を開設して以来、地元市場での適切な課題解決に努め、シェアを高めてきました。現在はインドネシアNo.1のパッケージ会社と言えるぐらいまで成長しましたが、この実績を活かして、2013年4月にはベトナムにも工場を開設します。日用品や食品向けパッケージの需要増に対応して、世界規模で事業を展開するグローバル企業に高品質な製品を提供することで、事業を拡大していきます。」



## マネジメントインタビュー

### 持続可能な成長に向けたDNPの取り組み

Q

3つ目として、事業構造改革はどのように進めますか？

A

「私たちは、業務プロセスの見直しなどによる効率化やコスト削減の徹底、利益意識の高い生産体制の確立にも取り組んでいきます。当期は、液晶カラーフィルターの製造設備を中心とした減損処理や、拠点の集約などによる収益性の改善に努めました。

例えば、2011年4月、国内の愛知県を中心とする中部地域を担当する製造と販売の部門を、株式会社DNP中部として統合しました。地域密着度をいっそう高め、個別のニーズにきめ細かく対応して事業を拡大していくとともに、生産効率の向上などに取り組んでいます。また10月には、印刷の前工程(プリプレス)を担当するグループ会社4社を統合し、製版業務の合理化、繁閑の平準化、重複した機能の整理・統合、技術やノウハウの共有による生産効率の向上などを進めました。

また、2002年から継続して取り組んでいる「モノづくり21活動」に加え、“全体最適”をテーマとし、受注から納入までの部門間・工程間の流れを円滑にし、徹底的に無駄を排除した効率的な生産システムを構築して、品質向上とコスト競争力の強化に努めています。これらの活動の一環として、全国の生産設備を有効に活用した最適地生産を進めるための組織として、当期に情報コミュニケーション部門の統括生産管理センター、包装分野の包装生産管理センターを開設し、体制を整備しました。

このほかDNPは、「DNPグループ災害対策基本規程」を定め、平時から防災計画に基づく予防対策を推進して、“災害に強いDNPグループ”を目指しています。東日本大震災後には、あらためて事業継続計画(BCP)を見直し、製品のサプライチェーン全体を考慮して、物流や代替生産の体制整備、国内外の製造拠点の

再配置などを進め、災害時の事業への影響を最小限に抑えるよう努めています。また、電力不足や電気料金の値上げなどへの対応として、節電の徹底や自家発電装置の導入なども進めています。」

Q

株主還元の考え方は？

A

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

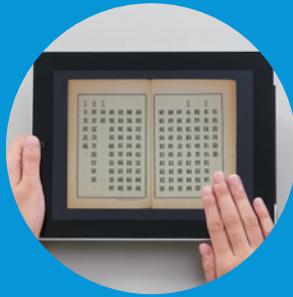
内部留保資金は、今後の新製品・新技術のための研究開発投資と、新規事業展開のための設備投資、戦略的提携やM&Aなどに充当していきます。

これらは中長期的な企業価値の向上に寄与し、株主の皆様への利益還元にも貢献するものと考えています。

私たちは、あらゆるステークホルダーとの「対話」を重視しており、対話を活発にし、新たな課題の発見と解決を図るため、適切な情報をタイムリーに開示し、説明責任を果たすことに力を注いでいます。

また、コーポレート・ガバナンスを経営上の重要課題と位置づけており、的確で適正な、そして迅速な意思決定と業務執行に向けて、充分な監督体制を構築し、適切なチェックと運用を維持してまいります。

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



特集

# 「未来の あたりまえを 作る。」 DNPの成長戦略





いま、私たちDNPが推進している成長戦略は主に「新製品・新事業開発の推進」「グローバル展開の加速」「事業構造改革の徹底」の3点です。この取り組みを進めることによって、これからの社会に求められるさまざまな仕組みや製品・サービスを生み出し、企業や生活者、社会が直面する多くの課題を解決していくと考えています。

例えば【快適なコミュニケーションの仕組み】【次世代育成のための便利で理解しやすい教育のシステム】【誰もが使いやすいユニバーサルデザインに配慮した製品】【高齢社会にも対応した、“Quality of Life”の向上に貢献する社会システム】などは、日本でも、そして世界でもまだすべてが形になってはいません。

このような製品やサービス、システムが常に身の回りにあり、誰もが自由に使いこなせるようになる、言い換えると、“そこにあること”が「あたりまえ」になって初めて、社会や暮らししがより豊かになるとDNPは考えています。

私たちは、このような考えを「未来のあたりまえを作る」という言葉で表現しています。そしてこの「あたりまえ」を作り出すこと、そしてそれをグローバルに展開していくことで持続可能な社会の発展に貢献し、DNP自身の成長にもつなげていきます。

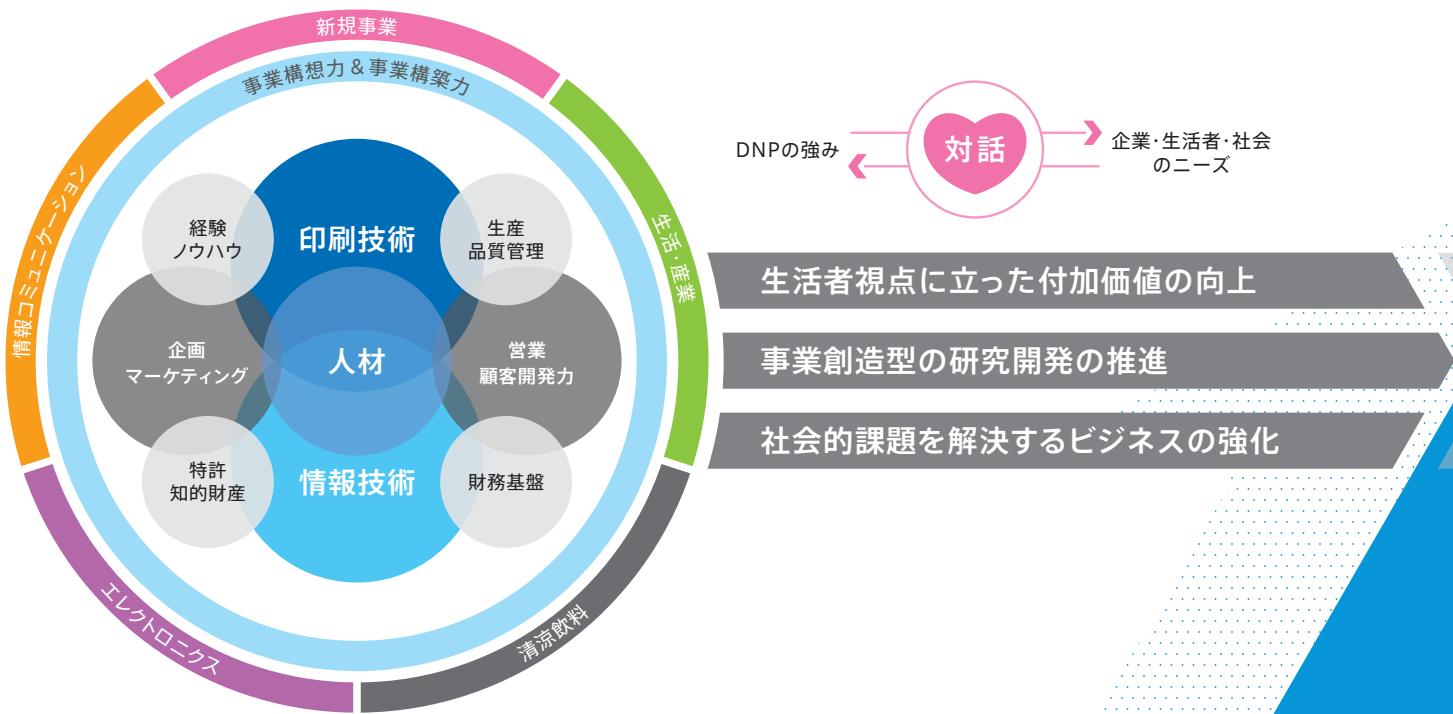
## CONTENTS

- 14 DNPの成長戦略
- 16 「未来のあたりまえ」を想像&創造する
- 18 「未来のあたりまえ」実現のための重点テーマ
- 20 「未来のあたりまえ」成果と成長戦略
- 22 その取り組みはグローバルに
- 24 当期の主な出来事  
「未来のあたりまえ」に向けた具体的な取り組み



# DNPの成長戦略

## 01 新製品・新事業開発の推進



## 02 グローバル展開の加速

- グローバルな視点に立ち、国内だけでなく海外においても、企業や生活者、社会が抱える課題をDNPの強みによって解決していく。
- 2012年4月、海外事業を推進する新体制を整備し、グローバル展開を加速。

## 03 事業構造改革の徹底

- 利益意識の高い生産体制の確立
- 全体最適をテーマとした徹底的な無駄の排除
- 事業継続計画に基づく“災害に強いDNPグループ”的実現

# 未来の あたりまえを 作る。◆

→ 事業活動を通じて社会に貢献する。

## 〔解決すべき課題〕

### 快適なコミュニケーション

最適なコンテンツ & メディア & 情報セキュリティ

企業の課題を解決する。

生活者の課題を解決する。

社会の課題を解決する。

未来を託すための

### 教育・次世代育成

持続可能な

### 環境 & エネルギー

誰もが使いやすい

### ユニバーサルデザイン

高齢社会にも対応した

### Quality of Lifeの向上

きめ細かい課題解決を

### グローバルに展開

→ グローバルに課題を解決する。

→ 強固な経営基盤を構築する。

社会的責任を果たす  
信頼される企業に



未来の  
あたりまえを  
作る。◆

「未来のあたりまえ」を  
想像 & 創造する

きめ細かい課題解決を  
グローバルに展開

誰もが使いやすい  
ユニバーサル  
デザイン

高齢社会にも対応した  
Quality of Lifeの向上

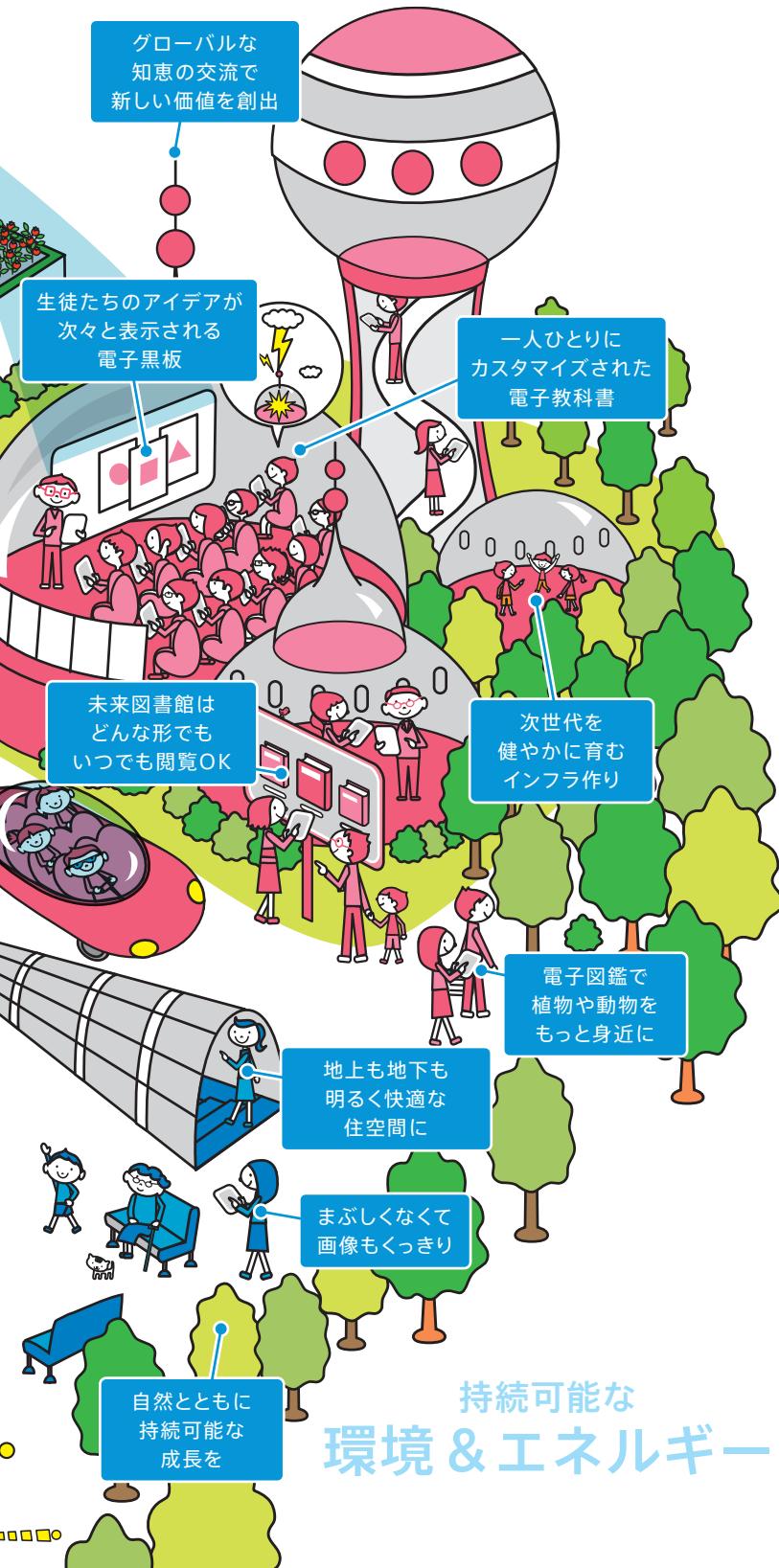
再生医療で  
Quality of Lifeを  
高めていく



快適なコミュニケーション

最適なコンテンツ & メディア & 情報セキュリティ

## 未来を託すための 教育・次世代育成



### 持続可能な 環境 & エネルギー

起こりうる未来のシナリオはさまざまであり、未来を正確に予測することは困難です。しかし、生活者の視点、ソーシャルな視点、グローバルな視点に立って課題を明確にし、それを的確に解決することによって、多くの人々が望む未来の実現に、自らが参画していくことは可能です。

いまDNPは、「未来のあたりまえ」とは何かを探り、印刷技術などの私たちの強みを応用・発展させて、「未来のあたりまえを作る」取り組みに注力しています。その中で、以下のようないくつかの重点テーマを設定して、さまざまな課題解決の効果を高めていきます。

#### 快適なコミュニケーション

最適なコンテンツ & メディア & 情報セキュリティ

#### 未来を託すための教育・次世代育成

#### 持続可能な環境 & エネルギー

#### 誰もが使いやすいユニバーサルデザイン

#### 高齢社会にも対応したQuality of Lifeの向上

#### きめ細かい課題解決をグローバルに展開

左の図は、想定される多様な未来のうちのワンシーンです。例えば、少子高齢化の進展によって、再生医療や遠隔地診断のニーズや、グローバル人材育成のための充実した教育環境へのニーズが高まるでしょう。また、より多くの人がストレスなく使用できるユニバーサルデザインに配慮した製品や、安心・安全に情報をやり取りできる高度な情報セキュリティも不可欠です。そして、充実した生活を世界中で続けていくためには、地球環境に配慮し、エネルギー負荷を軽減していく努力も欠かすことができません。

このような課題に対してDNPは、強みを活かすことによって、最適なソリューションを提供することができます。私たちはこれまで、雑誌や書籍はもちろん、ICカードやホログラム、食品や日用品の安全なパッケージ、心地よい住宅やオフィスの内外装材など、すでに「あたりまえ」になっている製品やサービスを提供し続けてきましたが、これからも、生活やビジネスのあらゆる場面で必要とされる「未来のあたりまえ」を作り続け、社会に貢献していきます。

# 未来の あたりまえを 作る。◆

## 「未来のあたりまえ」実現のための 重点テーマ

### 快適なコミュニケーション 最適なコンテンツ＆メディア &情報セキュリティ

SNS (ソーシャルネットワーキングサービス)の普及などにともない、生活者による情報発信が増加し、国境を越えた情報交換も活発になっています。生活者や企業のコミュニケーションにおいて、最適な情報メディアで、望むコンテンツを安心・安全にやり取りしたいというニーズが高まっています。

DNPは、紙とデジタルの“ハイブリッド”なメディアとコンテンツに対応してきた強みと、ICカードやホログラムなどで培った情報セキュリティの強みを活かし、快適なコミュニケーションを実現します。



#### リップマン型ホログラムカード

特殊な材料や製造プロセスを必要とするリップマン型ホログラムを、ICカードに挟み込んで製造することで、より高い偽造防止効果を実現。

### 未来を託すための 教育・次世代育成

次代を担う若者の育成は、いつの時代でも重要なテーマであり、グローバルな競争環境を勝ち抜く強みの獲得も求められています。また、高齢化が進む中で、質の高い生涯教育も重要となっていました。

DNPは、学習教材をデジタル化し、個人の学習進度に応じたパーソナル教材を提供するなど、多様な教育用ソリューションを提供しています。また、デジタルペンや電子黒板のほか、ネットワークを活かした電子図書館サービスなどにも幅広く対応し、次世代育成を支援していきます。



#### 電子図書館サービス

教育・学術市場でもある公共・大学図書館に、電子書籍コンテンツの配信・販売など、ハイブリッド出版流通の仕組みを提供。

### 持続可能な 環境＆エネルギー

化石燃料に替わるクリーンエネルギーへのニーズが高まり、省エネルギーへの取り組みが進むなど、地球環境に対する負荷軽減が重要性を増してきています。

DNPはモノづくり企業として、地球環境との共生をたえず考えています。製造時の環境負荷の低減に取り組むことはもとより、あらゆる分野で環境配慮製品を提供していきます。また、太陽電池やリチウムイオン電池用の部材、建材製品などを活かして、スマートシティやスマートハウスなどにも対応していきます。



#### 高反射光拡散エリオ(金属パネル)

表面に特殊マット処理を施することで、蛍光灯やLEDの光を拡散させ、空間の隅々まで光を届ける省エネ型壁面用パネル。

### 「未来のあたりまえ」を 支える印刷技術

DNP・大日本印刷の社名にある「印刷」は、紙にインクを定着させるいわゆる「印刷」だけを表わしてはいません。事業の拡大を牽引してきた「印刷技術」の応用範囲は広く、その展開力を強みとして、生活者の暮らしや企業のビジネスプロセスに欠かせない数多くの製品やサービスを生み出してきました。

例えば、印刷の対象を紙からプラスチックフィルムや金属に広げることで、包装や建材などの事業に進出し、近年では、高機能な環

境配慮製品への高いニーズに対応しています。また、ディスプレイや電子機器に必要なエレクトロニクス製品も数多く開発してきました。

このように印刷技術を核として、事業領域を拡大してきた「総合印刷会社」は世界でも稀です。今後も、電池用部材などのエネルギー分野、再生医療用の資材などのライフサイエンス分野などに事業を広げ、さまざまな課題を解決していきます。

## 誰もが使いやすい ユニバーサルデザイン

多様性を認め合う社会では、さまざまな人が安全で快適に生活できる環境づくりが必要であり、ユニバーサルデザインへの対応が不可欠となっています。

DNPは、“明確にする”、“直感的にする”などの「ユニバーサルデザイン5原則」を策定しています。色覚の多様性に対応したカラーユニバーサルデザインや、小さな力でも開けやすいパッケージなど、できるだけ多くの、多様な人々がDNPの製品やサービスを安全かつ容易に利用できるよう、常に配慮しています。



次世代型デジタル  
サイネージ

車椅子に乗ったままでもタッチ操作ができる、ユニバーサルデザインに基づいて設計されたDNPオリジナルの次世代型デジタルサイネージ。

## 高齢社会にも対応した Quality of Lifeの向上

日本だけではなく、多くの国で高齢化が進む一方、新興国では人口の爆発的な増加も予想されています。健康や医療に対する課題をはじめ、Quality of Life(生活の質)の向上が、世界規模でますます大切なものとなります。

DNPは、これまで培った情報技術などを活かし、電子カルテシステムや遠隔地診断など、新しい医療の実現に向けたソリューションを提供します。また、毛細血管の再生や細胞パターンの培養などにつながるライフサイエンス分野にも事業を拡げていきます。



CytoGraph(サイトグラフ)

印刷技術を応用した再生医療用細胞シート培養フィルム。ガラス表面に細胞を接着させない領域をパターン状に形成し、細胞の増殖を制御する。

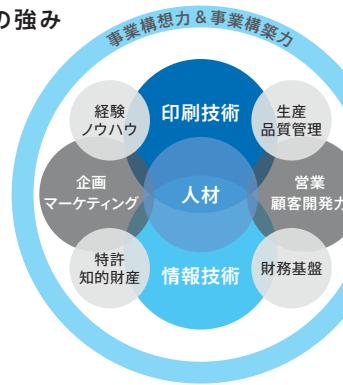
## きめ細かい課題解決を グローバルに展開

左に挙げた課題は、日本国内だけでなく、世界各地で解決が求められている重要なテーマです。しかも、地域によって異なる状況に合わせた、的確なソリューションが必要となっています。

世界各地に拠点を置くDNPは、対話を通じてそれぞれのニーズを明確にし、製品やサービスの品質や機能を最適なものにして提供します。2012年4月には、海外事業統括本部などを設置し、海外での課題解決に向けた推進体制を強化しました。今後、成長著しい東南アジアで包装事業を強化するなど、グローバルな事業展開に積極的に取り組んでいきます。



### ■ DNPの強み



「拡印刷」で、印刷技術などを応用・発展させて  
事業領域を拡大し続けるとともに、

事業ビジョン「P&Iソリューション」に基づいて、  
企業・生活者・社会の課題を解決し、  
社会に貢献していく。

企業  
生活者  
社会の  
課題を解決

未来の  
あたりまえを  
作る。◆

「未来のあたりまえ」

## 成果と成長戦略

1876 〈創業〉

1950

1960

1970

1980

印刷業

総合印刷業

情報加工産業

▶1876 DNPの前身「秀英舎」創業  
活版印刷開始

▶1935 秀英舎と日清印刷合併。大日本印刷発足  
▶1949 東京証券取引所に株式上場

### 情報コミュニケーション部門

#### 出版印刷事業

▶1877 日本初の国産洋装本  
「改正 西国立志編」完成  
▶1882 活字の販売開始

▶1912 オリジナル書体「秀英体」完成  
▶1925 雑誌「キング」創刊号74万部を受注・印刷  
▶1956 出版社による初の週刊誌「週刊新潮」を印刷

▶1972 文字・画像のデジタル化に取り組む(CTS)

#### 商業印刷事業

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

#### ビジネスフォーム事業

▶1898 証券印刷開始  
▶1946 大蔵省管理工場に指定され、紙幣を印刷  
▶1954 帳票用裏力一ボンの印刷開始  
▶1965 帳票量産開始  
▶1974 磁気通帳・磁気カードの本格生産開始  
▶1983 ICカード開発

### 生活・産業部門

#### 包装事業

▶1951 紙器分野に本格参入  
▶1951 ピニールなどへの印刷  
▶1961 プローボトル成型開始  
▶1962 紙カップ生産開始  
▶1969 ラミネートチューブ生産開始  
▶1975 レトルトパウチ生産開始  
▶1983 プラスチック  
成型品への絵付技術  
▶1984 PETボトルの  
生産開始

#### 住空間マテリアル事業

▶1951 メラミン樹脂板用化粧紙の開発に着手  
▶1961 鋼板への直接印刷開始  
▶1974 曲面印刷技術の導入(カールフィット)  
▶1977 ステンレス化粧板の開発

#### 産業資材事業

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

### エレクトロニクス部門

#### ディスプレイ製品事業

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

#### 電子デバイス事業

▶1959 フォトマスクの試作に成功  
▶1964 リードフレーム製造開始

## DNPの成長戦略

- ◆ 新製品・新事業開発の推進
- ◆ グローバル展開の加速
- ◆ 事業構造改革の徹底

### 1990 2000 2010

▶ 情報コミュニケーション産業 ▶ P&Iソリューション

▶ 2001 DNPグループ21世紀ビジョン発表  
(創業125周年)

### 「未来の あたりまえを作る」 各事業の成長戦略

▶ 1985 CD-ROM版電子辞書を開発  
▶ 1992 秀英体TrueTypeフォント開発開始

▶ 1997 オンライン出版事業開始

▶ 2008 丸善、ジュンク堂書店、文教堂などと提携

▶ 2010 電子書籍サービス「honto」開始

▶ 1989 グローバルネットワークシステム構築  
▶ 1995 インターネットサービス「Media Galaxy」の運用開始  
▶ 1997 電子商取引サービス開始

▶ 2001 ネットチラシ「オリコミーオ!」サービス開始

▶ 2007 デジタルサイネージプロジェクト発足

▶ 1993 非接触ICカード開発  
▶ 1999 ICタグプロジェクト発足

▶ 2004 カードデータマネジメントサービス(CDMS)開始

▶ 2005 オフィスセキュリティの企業連合「SSFC」設立

▶ 1992 PETボトルのプリフォーム法と  
無菌充填システムを開発

▶ 2007 宇宙日本食向け包装材を開発

▶ 1998 透明蒸着パリアフィルム(IBフィルム)開発

▶ 1995 EBコーティングシートの生産開始

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

▶ 1985 液晶カラーフィルター生産技術の開発  
(1987生産開始)

▶ 2002 フレキシブル有機ELディスプレイを開発

▶ 2003 フルカラー有機ELパネルを開発

▶ 2006 インクジェット方式カラーフィルター量産化

▶ 1995 多層配線形成技術を発表

▶ 1999 半導体パッケージ基板分野に進出

▶ 2001 MEMS(微小電子機械システム)の受託加工開始

▶ 2002 高密度ビルトアップ配線板「B<sup>2</sup>it」製造ライン完成

### ニュービジネス

#### エネルギー・システム

▶ 1999 リチウムイオン電池用ソフトパックを製品化

▶ 2003 太陽電池用部材を開発

▶ 2005 燃料電池用部材を開発

▶ 2007 印刷方式による有機太陽電池を開発

#### ライフサイエンス(再生医療など)

▶ 2004 毛細血管パターン形成に成功

▶ 2008 細胞パターン培養基板開発

▶ 2008 細胞シート培養フィルム開発

- ◆ ハイブリッド制作ソリューション
- ◆ ハイブリッド型総合書店
- ◆ DNP独自のB to C事業
- ◆ クロスメディアコミュニケーション事業
- ◆ BPO事業の推進
- ◆ セキュリティソリューションの拡大

- ◆ 環境配慮製品の拡大
- ◆ 素材の高機能化を活かした新製品の開発
- ◆ 安心・安全なパッケージ、あらゆる住空間ソリューション、産業資材をグローバルに展開

- ◆ ディスプレイ関連製品:成長分野へのシフトと高精細化・高機能化に対応
- ◆ 電子デバイス関連:ハイエンド品への集中と海外での事業拡大

- ◆ 事業創造型の研究開発の推進
- ◆ 社会的課題を解決するビジネスの強化
  - ・環境・エネルギー・超高齢社会
  - ・教育・ユニバーサルデザインなどをテーマとした事業を開発

未来の  
あたりまえを  
作る。◆

その取り組みは  
グローバルに

#### ■ 強みを活かしてグローバルな課題を解決

DNPは、広く世界をターゲットとして捉え、“私たちの強みを活かすこと”をキーワードに、それぞれの地域の課題にきめ細かく対応した製品やサービスを提供しています。

特に、環境負荷の低減やエネルギーの効率的な利用、ユニバーサルデザインへの対応などのソーシャルな課題は、日本

国内だけではなく、グローバルに解決していく必要があります。

DNPは、国内の製品やサービスをそのまま海外で販売するのではなく、“対話”を深めることで地域によって異なる課題を明確にし、その解決に向けて求められる機能や品質を最適化することによって、事業を拡大していきます。

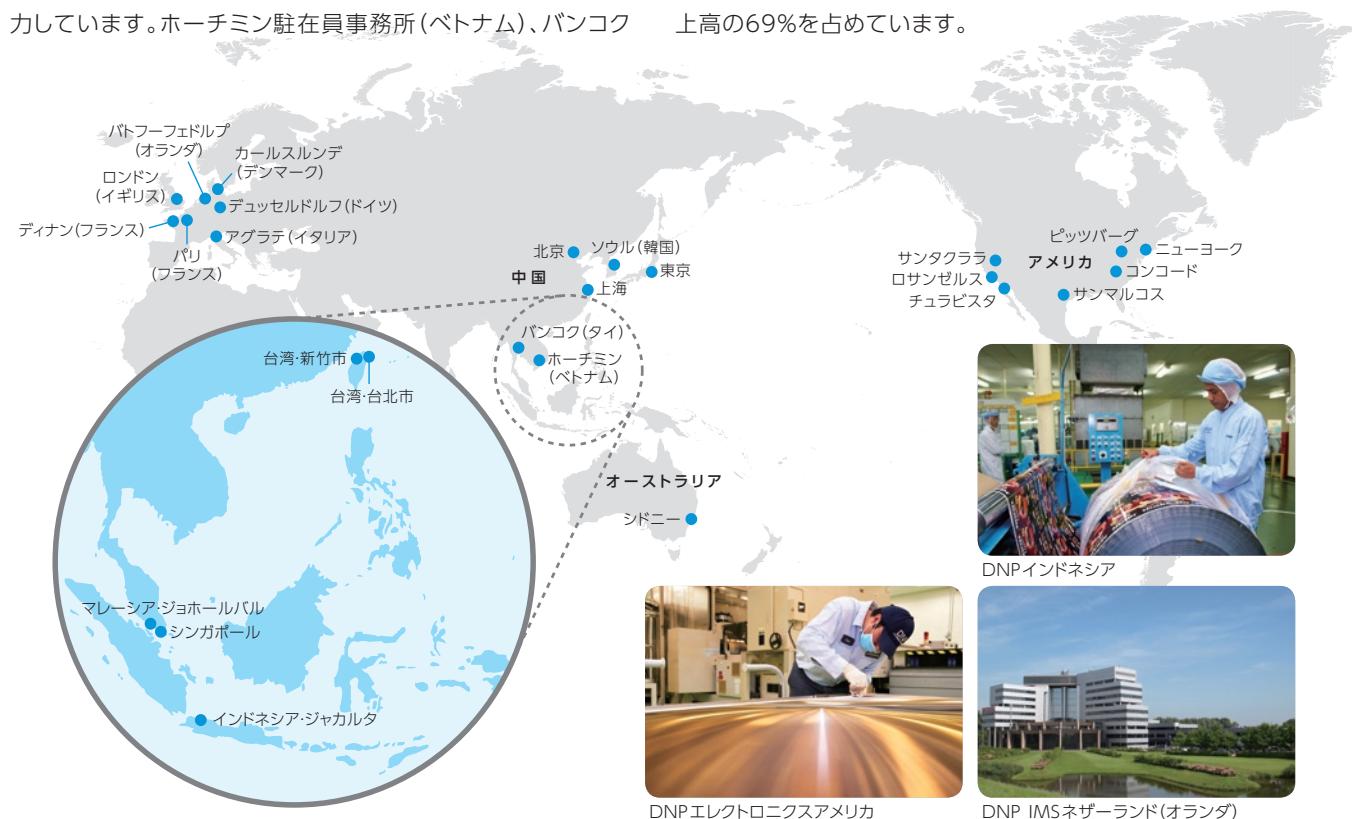
#### ■ 半世紀にわたるDNPの海外展開の歩み

DNPは、1964年に香港に事務所を開設して以降、積極的にグローバルな事業展開を行ってきました。ヨーロッパ、アジア、北米、オーストラリアなどに拠点を広げ、現在は海外に13の生産工場、24のオフィスがあり、約5,000名の社員が働いています。これらの地域で、書籍やポップアップブックなどの出版物、チラシやカタログなどの商業印刷物、包装材や建材、ディスプレイ用光学フィルム、フォトプリンター用カラーインクリボン、半導体フォトマスクなどの製造・販売を行っています。

ここ数年は、成長市場である東南アジアでの事業拡大に注力しています。ホーチミン駐在員事務所(ベトナム)、バンコク

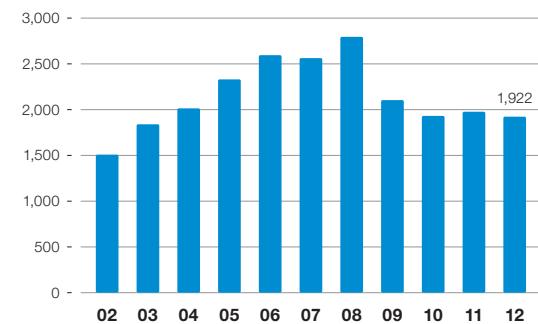
駐在員事務所(タイ)の設置に続いて、2012年4月にはホーチミン市近郊に軟包装の製造・販売会社を設立しました。カラーアイネクションなどの情報記録材事業でも、2011年4月にソニー株式会社からデジタルフォトプリンター事業を譲り受け、アメリカ、フランス、オランダなどの拠点を活かしたグローバルな販売網を整備しました。

2012年3月期の海外売上高は1,922億円、連結売上高に占める割合は12.8%で、前期に対し0.4ポイントアップしました。このうち、アジア地域での売上高は1,334億円で、海外売上高の69%を占めています。



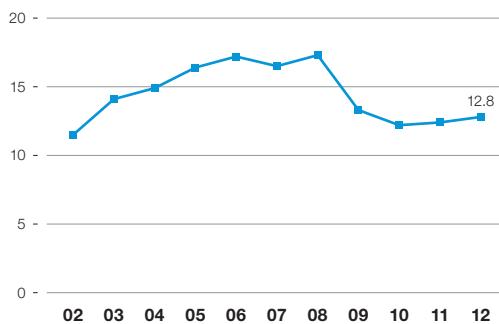
DNPの海外売上高

(単位:億円)



海外売上高構成比

(単位: %)



## ■ これからの取り組みと課題

今後の海外事業拡大の戦略のひとつは、めざましい経済成長が期待されるアジア地域を重点的なターゲットとすることです。東南アジアやインドなどの新興国では、国民所得水準の向上などにともなって、情報メディアやライフスタイルが急速に変化しており、DNPが提供する製品やサービスへの期待が高まっています。この事業機会の拡大に迅速に対応するため、2012年6月にシンガポールに地域統括会社を設立しました。北米での事業を統括するDNP Corporation USA、中国事業を統括する迪文普企業諮詢(上海)有限公司に次ぐ、3社目の地域統括会社です。同社は、東南アジアにおける事業拡大

の推進役を果たすとともに、経理業務などの標準化による域内事業の効率化や、人材の域内での最適配置による付加価値の拡大などを目指していきます。

また、海外事業に関するDNP全体の中長期計画の立案、新製品開発の統括、事業運営上のリスク統括などを目的として、2012年4月に、海外事業統括本部を新設しました。地域統括会社と連携し、各地域の状況に応じた最適なマネジメントを進めていきます。さまざまな技術開発なども含め、DNPの強みを活かしたグローバル戦略を立案し、実行することによって、持続的な成長を達成していきます。

### グローバル展開の沿革

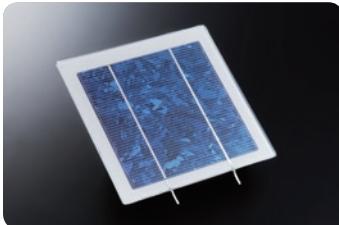
1964(昭和39)年	香港駐在員事務所を開設
1968(昭和43)年	ニューヨーク駐在員事務所を開設
1969(昭和44)年	シドニー駐在員事務所、フランクフルト駐在員事務所を開設
1970(昭和45)年	ドイツに建材製品やパッケージ製品の販売会社「DNPヨーロッパ」を設立
1972(昭和47)年	インドネシアにパッケージ製品等の製造・販売会社「DNPインドネシア」を設立
1974(昭和49)年	書籍や商業印刷物、建材製品、エレクトロニクス関連部材の販売会社「DNPアメリカ」を設立
1989(平成元)年	リアプロジェクト・スクリーン等の製造・販売会社「DNPデンマーク」を設立
1990(平成2)年	シンガポールの書籍や商業印刷物の製造・販売会社「テンワプレス」の経営権を取得
1991(平成3)年	建材製品やエレクトロニクス関連部材等の販売会社「DNPシンガポール」を設立
1994(平成6)年	イギリスに建材製品の販売会社「DNP UK」を設立
1998(平成10)年	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売会社「DNP IMS アメリカ」を設立
2000(平成12)年	台湾にエレクトロニクス関連部材の販売会社「台灣大日本印刷股份有限公司」を設立
2001(平成13)年	韓国にエレクトロニクス関連部材の販売会社「DNPコリア」を設立
2002(平成14)年	電子精密部品の製造・販売会社「DNPエレクトロニクスアメリカ」を設立
2005(平成17)年	イタリアにフォトマスクの製造会社「DNPフォトマスクヨーロッパ」を設立
2006(平成18)年	中国・上海に商業印刷物等の販売会社「迪文普國際貿易(上海)有限公司」を設立
2008(平成20)年	台湾のフォトマスク製造会社「台灣大日印光罩科技股份有限公司」を設立
2010(平成22)年	オランダに熱転写インクリボンの製造会社「DNP IMSネザーランド」を設立
2011(平成23)年	ホーチミン駐在員事務所を開設
2012(平成24)年	バンコク駐在員事務所を開設
2013(平成25)年	海外事業統括本部を新設
	シンガポールに地域統括会社を設立
	ベトナム、ホーチミン市近郊に軟包装の工場を新設(予定)

未来の  
あたりまえを  
作る。◆

## 当期の主な出来事

「未来のあたりまえ」に向けた  
具体的な取り組み

### ■ 積極的な投資による成長分野の育成



太陽電池



田辺工場新棟



三原工場



デジタルフォトプリンター「DS-RX1」

#### TOPICS

### ■ 他社とのアライアンスによる事業開発

#### ●ソニーからの事業譲渡でフォトプリント事業を拡大 ..... [2011年4月]

デジタルフォトプリント事業の強化に向けて、システムや証明写真用プリンター向けに、昇華型熱転写記録材（カラーインクリボンと受像紙）の供給を拡大していきます。2011年4月、ソニー株式会社から業務用デジタルフォトプリンター事業を譲り受けました。これにより、ソニーのグローバルな顧客基盤を承継するとともに、ソニーが設置した写真即時プリントシ



ベトナム工場 完成予想図

#### ●ベトナムに軟包装工場を新設 ..... [2013年4月稼働開始予定]

日用品や食品向けのフィルム製パウチやチューブなどの軟包材を製造する工場をベトナム・ホーチミン市近郊に新設し、2013年4月に稼働を開始する予定です。

これまで東南アジア地域でDNPは、1972年に設立したDNPインドネシアでパッケージの製造・販売を行っており、現地のニーズにきめ細かく対応した製品によって、インドネシア

No.1のシェアを獲得してきました。高い経済成長が続き、インドシナ半島の物流拠点としても注目されるベトナムには、インドネシアからの輸出で対応していましたが、今回の拠点新設によって、納期の短縮と多拠点化によるリスク分散を実現します。世界規模で事業を展開するグローバル企業などに高品質な製品を提供し、事業拡大に取り組んでいきます。

### ●アスクルと中小事業所向けネット印刷通販サービスで協業 .....[2011年11月]

DNPはアスクル株式会社と協業し、同社が運営するネット印刷通販事業において、チラシやパンフレット、ポスターなどを企画・制作する総合印刷サービスの提供を本格化しました。中小事業所

を中心とするアスクルの顧客基盤と、DNPの印刷技術や生産体制などを強みとして相乗効果を高め、潜在するニーズを掘り起こして事業を拡大していきます。

### ●オールアバウトと資本業務提携 .....[2011年12月]

DNPは、生活者の多様なニーズに応える総合情報サイト「All About」を運営する株式会社オールアバウトと、2011年12月に資本業務提携を行いました。「All About」は、ガイドと呼ばれる専門家による10万件以上のコンテンツを配信し、約

1,800万人の来訪者、約1億2千万件の月間ページビューを誇っています。同社との連携により、DNPが運営するハイブリッド型総合書店「honto」や電子チラシサービス「オリコミニオ!」などの生活者向けメディアサービス事業を強化していきます。



All About



ハイブリッド型総合書店「honto」

### ■ 収益性向上に向けた事業構造改革を推進

#### ●中部地域の事業を再編し、株式会社DNP中部を発足 .....[2011年4月]

DNPは、中部地域を担当する製造と販売の部門を2011年4月に統合して、株式会社DNP中部を設立しました。地域密着度を一層高め、個別の

ニーズにきめ細かく対応して事業を拡大していくとともに、生産効率の向上などに取り組んでいきます。

#### ●印刷の前工程(プリプレス)部門統合による競争力の強化 .....[2011年10月]

2011年10月、情報コミュニケーション部門でデータの作成や製版などのプリプレス業務を担当するグループ4社を統合しました。業務の効率化や繁閑の平準化、重複した機能の統合、技術や

ノウハウの共有などを進め、競争力を高めていきます。また、製造設備の最適化や、専門性を持った人材の重点テーマへの最適配置なども推進しています。



電子チラシサービス「オリコミニオ!」

#### ●堺工場のカラーフィルター事業をシャープ子会社へ

DNPは2012年度に、堺工場における液晶カラーフィルター事業を、シャープ株式会社の子会社である堺ディスプレイプロダクト株式会社(SDP)に譲渡する予定です。SDPは、部材から液晶パネルまでの生産体制を一体化し、安定した生

産とコストダウンを実現して、国際的な競争力を高めていく計画です。今後DNPはSDPへ資本参加(持株比率9.54%)することで、同事業の競争力を強化を図ります。

### TOPICS

#### “全体最適”による利益の最大化を目指す .....[2011年度]

DNPは全国の製造拠点で、“全体最適”をテーマとして、企画から製造・納品までの“タテの流れ”的最適化と、複数の拠点が連動して生産の効率化と内製化率の向上を図る“ヨコの連携”的強化に取り組んでいます。

“タテの流れ”的最適化に関して、“利益を設計する”という考え方を重視し、製造・営業・企画の各部門が連携を深め、業務プロセスの合理化などに取り組んでいます。また、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ています。

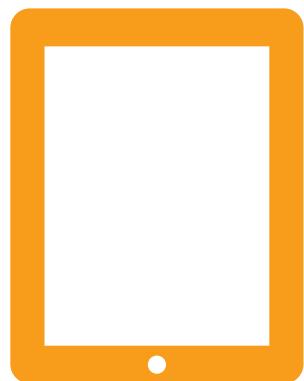
“ヨコの連携”については、全国の生産設備を有効活用した最適地生産を進めるため、情報コミュニケーション部門の統括生産管理センター、包装部門の包装生産管理センターを設置しました。全国展開の製品の例では、東京で一括受注し、納品場所に近い各地の工場で生産するなどの効率化を進めています。全生産設備の効率的な稼働によって内製化を促進し、利益率も高めています。

# DNPの事業展開

## CONTENTS

- 28 DNPの概観
- 30 DNPの製品一覧
- 32 情報コミュニケーション部門
  - 32 事業戦略
  - 34 業績の概要
  - 36 成長事業・戦略事業紹介
- 42 生活・産業部門
  - 42 事業戦略
  - 44 業績の概要
  - 46 成長事業・戦略事業紹介
- 54 エレクトロニクス部門
  - 54 事業戦略
  - 56 業績の概要
  - 58 成長事業・戦略事業紹介





# DNPの概観

01

## プロフィール

- 「未来のあたりまえ」を目指し、  
■ 企業、生活者、社会の課題を解決する  
総合印刷会社

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

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

DNPの従業員数は39,986名で、国内に47の営業拠点、60の生産工場を持っています。海外では15の国と地域の24都市にオフィスを、10の国と地域の13都市に生産工場を持ち、12.8%の売上規模となっています(2012年3月末時点)。国内では、北海道、東北、西日本に加え、2011年4月には中部地域においても、営業・企画・製造の機能を統括するグループ会社を立ち上げ、各地域の特色あるニーズに適切に対応しています。

バランスのとれた3つの戦略部門

02

## 事業ポートフォリオ

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

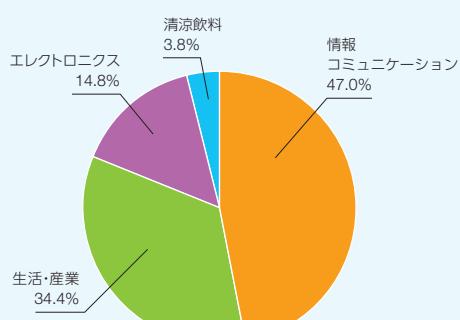
DNPの事業は、連結売上高の約96%を占める印刷事業と、約4%を占める北海道コカ・コーラボトリング株式会社の清涼飲料事業で構成されています。印刷事業は、印刷技術と情報技術の応用・発展によって、あらゆる業種・業態の企業や生活者の課題を解決していく多彩な事業で成り立っています。創業当初から取り組んでいる出版印刷や商業印刷などの「情報コミュニケーション部門」、包装や建材、光学フィルムやカラーインクリボン、エネルギー関連部材など幅広い製品を提供する「生活・産業部門」、ディスプレイ製品や電子デバイスなどの「エレクトロニクス部門」の3部門に分かれています。これらの部門は相互に連携し合うとともに、安定性、収益性、成長性、事業リスクの観点から、バランスのとれた事業ポートフォリオを構成しています。

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

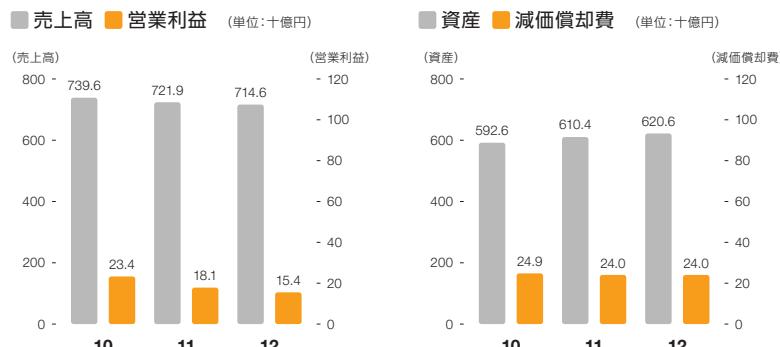
DNPは、この事業ポートフォリオを強みとして、企業や生活者、そして社会の課題解決に努めることにより、事業の拡大と企業価値の向上を実現していきます。



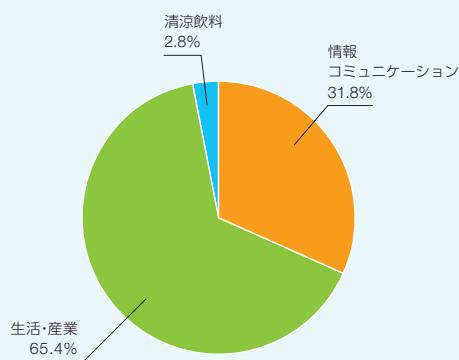
### セグメント別 売上高構成比 (2012年3月期)



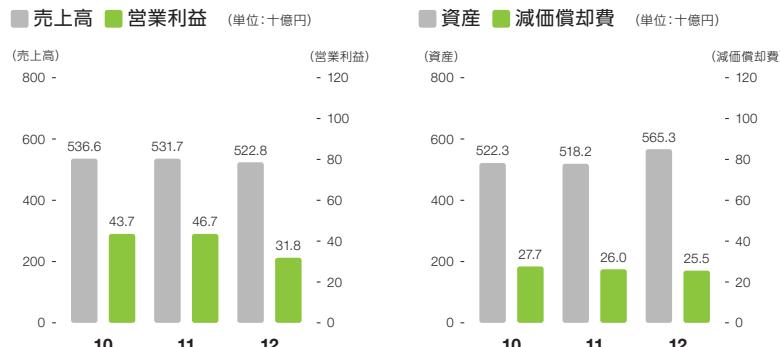
### 情報コミュニケーション部門



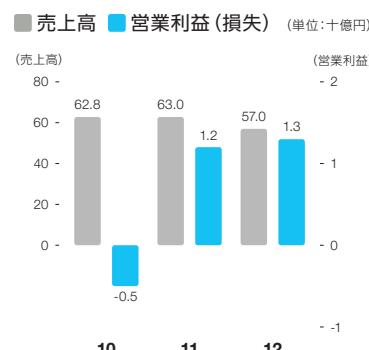
### セグメント別 営業利益構成比 (2012年3月期)



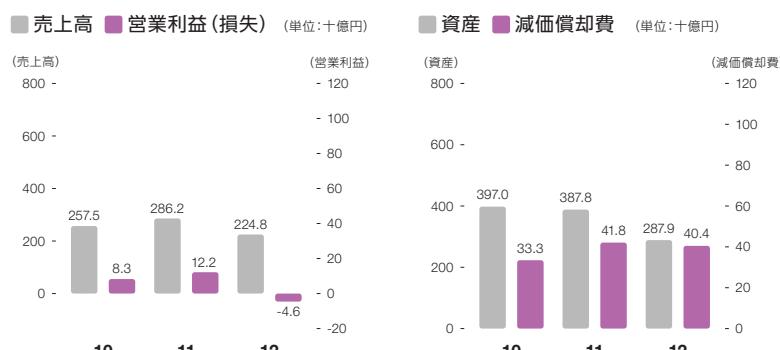
### 生活・産業部門



### 清涼飲料部門



### エレクトロニクス部門

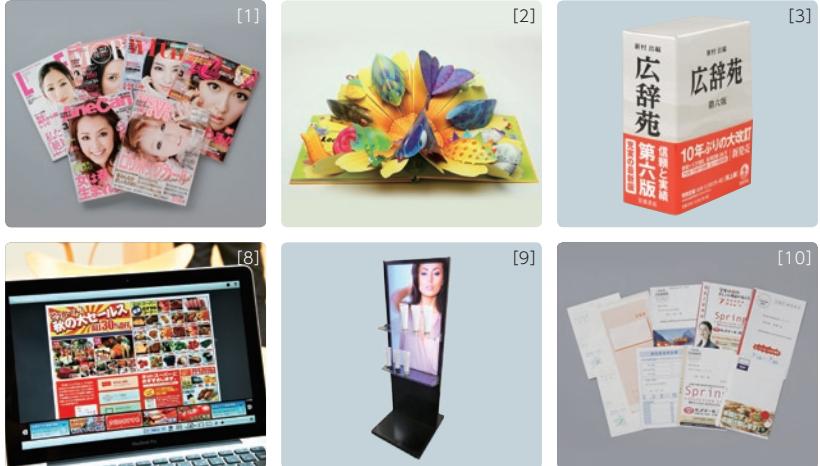


# DNPの製品一覧

## 情報コミュニケーション部門

### ・出版印刷

- [1]雑誌、[2]書籍(ポップアップブック)、[3]辞書・辞典
- [4]ハイブリッド型総合書店『honto』  
(左:hontoポイントカード、右:マイ本棚)



### ・商業印刷

- [5]カタログ、[6]カレンダー
- [7]拡張現実(AR:オーグメンテッドリアリティ)
- [8]電子チラシサービス『オリコミーオ!』
- [9]デジタルサイネージ(什器一体型)『モニタナ』

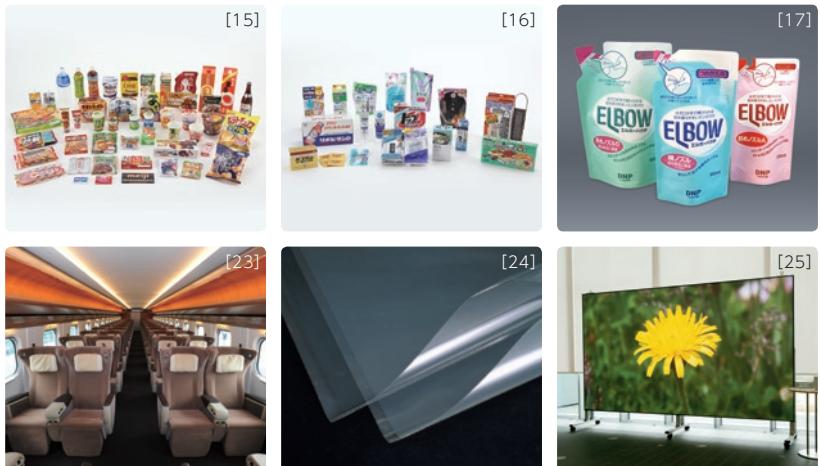
### ・ビジネスフォーム

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

## 生活・産業部門

### ・包装

- [15]食品パッケージ、[16]トイレタリー・医薬品パッケージ
- [17]ユニバーサルデザインに配慮したパッケージ
- [18]IBフィルムパッケージ、[19]PETボトルとプリフォーム
- [20]PETボトル用無菌充填システム



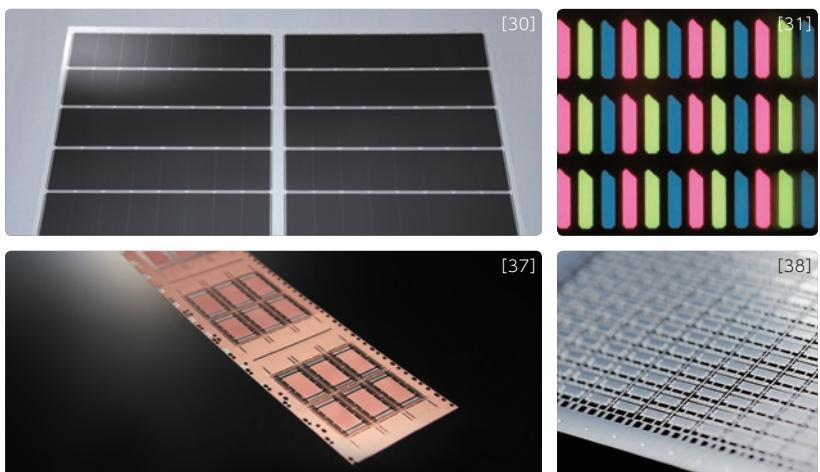
## エレクトロニクス部門

### ・ディスプレイ製品

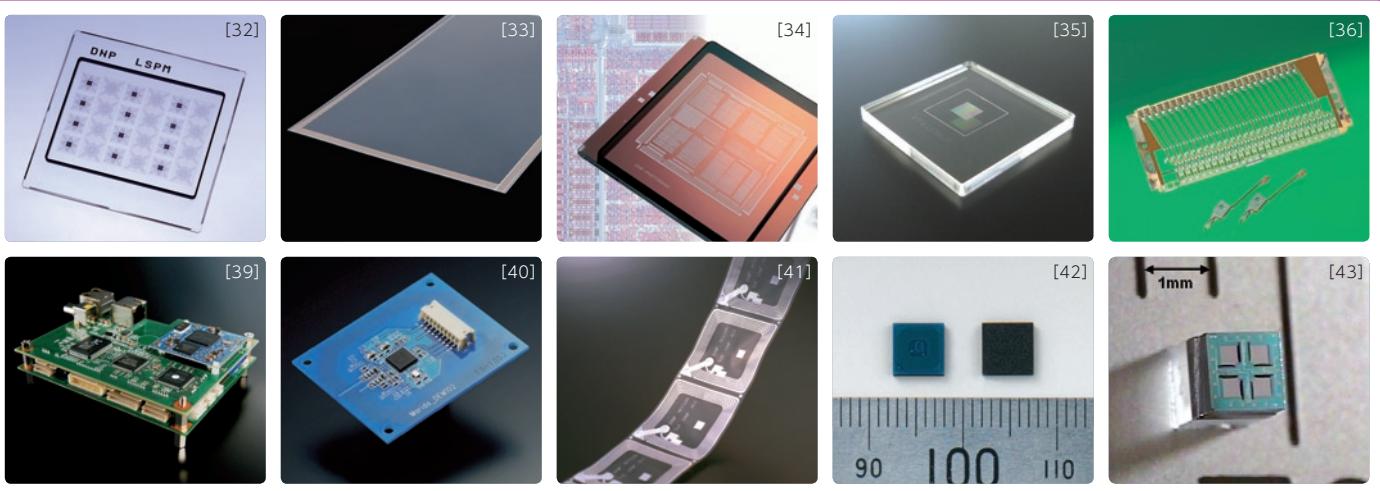
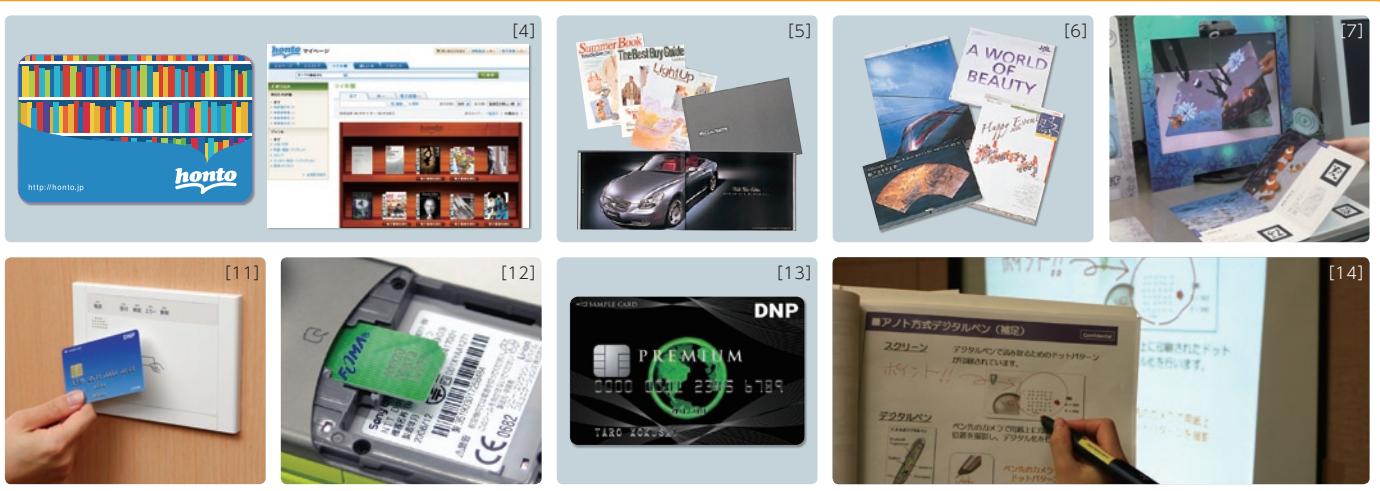
- [30,31]液晶カラーフィルター
- [32]ラージスケールフォトマスク
- [33]タッチパネルセンサー

### ・電子デバイス

- [34]半導体製品用フォトマスク
- [35]ナノインプリント用マスターインプレート
- [36]ハードディスク用サスペンション
- [37]半導体パッケージ用リードフレーム
- [38]LED用金属基板
- [39]カメラ用モジュール
- [40]リーダーライター用モジュール、[41]ICタグ
- [42]超小型ICタグ
- [43]MEMS(微小電子機械システム)製品



\* [ ] はP30-31の写真番号です。





出版印刷、商業印刷、ビジネスフォーム、教育・出版流通などの事業で構成される情報コミュニケーション部門は、個々の事業の強みを融合させながら、コミュニケーションに関する企業や生活者の課題を解決します。デジタル化、ネットワーク化の進展は、紙への印刷だけでなく、多様なメディアなどに向けて、多角的に事業を拡大していく新たなチャンスを生み出しています。印刷技術を強みとし、生活者の視点に立って、情報メディアや業務プロセス、地域や言語、人や組織などのあらゆる垣根を越えて、多様な事業を展開していきます。

## ■ 基本戦略

生活者の豊かで快適なコミュニケーションを実現するために、各事業で培ってきた強みを基に、生活者視点に立った新たな事業機会を創出していきます。

出版のコンテンツはキャンペーンやカタログなどの付加価値を高め、ビジネスフォームで培われた高度な情報セキュリティはB to C事業の顧客情報管理や市場調査などの信頼性を高めます。DNPが長年培ってきたこうした強みを活かして、ほかにはない独創的な製品やサービスを提供していくことが可能です。また、グループの書店との連携を深め、生活者の嗜好や行動に基づいて、より効果的な施策を推進することで、書店に読者を誘い、書籍との出会いを演出することも可能です。

DNPは、企業と企業、企業と生活者、生活者と生活者のコミュニケーションを、より心地よく、より安心・安全に、よりグローバルにしていくための課題解決に注力します。

## ■ 重点施策

### ハイブリッド制作ソリューションと ハイブリッド型総合書店の事業拡大 [→ 36ページへ](#)

出版市場の活性化に向け、印刷という製造の立場だけではなく、マーケティングや販売・流通の効率化、顧客サービスの強化などにも注力します。紙の書籍と電子出版コンテンツ、プリントオンデマンドなどに一貫して対応する“ハイブリッド制作ソリューション”的体制を整備するとともに、リアル書店、ネット通販、電子書店を連動させた“ハイブリッド型総合書店”的事業を推進します。

### クロスメディアコミュニケーション事業の 展開 [→ 37ページへ](#)

急速に普及するソーシャルメディアやデジタルサイネージを含め、多様化する情報メディアのすべてに対応するクロスメディアコミュニケーション事業を強化します。電子カタログ制作配信システムの例では、最適なデータベースの構築や制作工程の自動化によって、リードタイムの短縮とコストの低減を実現するなど、DNPは紙と電子メディアの相乗効果を高めていきます。

### DNP独自のコミュニケーションチャネルの 開発と拡大 [→ 38ページへ](#)

DNPは、ポイントサービス「エルネ」、電子チラシサービス「オリコミーオ!」を運営しており、2011年12月には株式会社オールアバウトとの資本・業務提携も行いました。生活者に直接アプローチする情報サービス事業を強化します。DNPが独自に生活者情報を収集・分析するとともに、企業の製品やサービスとつなげて、情報の送り手と受け手の双方がメリットを得られるソリューションを提供していきます。

### 企業からの信頼に基づく BPO事業の拡大 [→ 40ページへ](#)

DNPは、企業の事業プロセス全体に関わるアウトソーシング業務の総合的な受託に注力していきます。DMや通知書などのパーソナルメディアで培った技術やノウハウを活かし、市場調査や企画開発、コンテンツの制作、データセンターやカスタマーセンターの運営、販促物の封入・発送などのバックオフィス業務、プリントオンデマンドなどに対応し、企業の業務負荷軽減に努めます。

### セキュリティソリューションと NFCへの取り組み [→ 41ページへ](#)

DNPは、ICカードの製造・発行、OSやアプリケーション開発などで市場をリードしており、その強みを活かした独自のセキュリティソリューションを強化します。スマートフォンへの搭載などで普及が見込まれる近距離無線通信の国際規格「NFC」への対応も進め、あらゆる企業とともに、各種サービスの拡大を図ります。DNPは、高度な情報セキュリティによる安心・安全な生活を支援します。

### 事業構造改革の取り組み

#### プリプレス部門の統合などによる競争力強化

2011年10月、印刷の前工程(プリプレス)のデータ作成や製版業務などを担当するグループ4社を、1社に統合しました。業務の効率化や繁閑の平準化、重複した機能の統合、技術やノウハウの共有による相乗効果などにより、競争力を高めています。このほか、製造設備の最適化や、専門性を持った人材の最適配置なども推進していきます。

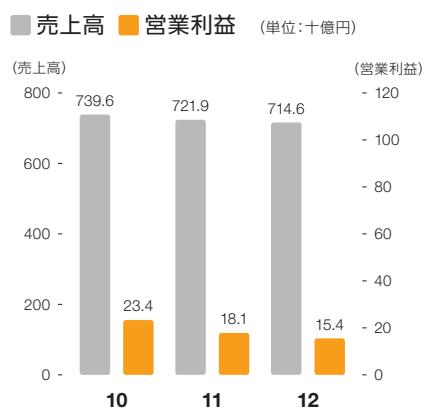
#### 生産管理体制の最適化などによる収益性の向上

全体最適の観点に立ち、当部門の全国の製造拠点で、企画から製造、納品までの“タテの流れ”的最適化に取り組んでいます。全社の生産体制を総合的に管理する統括生産管理センターの機能を強化し、各工場の生産状況に応じた仕事量の配分や集約を一元管理し、適地生産による効率化と内製化、利益率の向上などを実現していきます。

# 業績の概要

## ■ 財務ハイライト

	2010.3	2011.3	2012.3
売上高	¥ 739.6	¥ 721.9	¥ 714.6
営業利益	23.4	18.1	15.4
営業利益率	3.2%	2.5%	2.2%



## ■ 2012年3月期の事業環境および決算概要

出版印刷関連は、出版市場の低迷が続き、特に雑誌関連では2011年度の販売額が1兆円を割り込む落ち込みとなりました。DNPは、一貫製造ラインを活かして書籍が2年連続で増加したものの、雑誌の売上は減少しました。

商業印刷関連は、震災後に大きく減少した企業の広告宣伝費の回復に遅れが見られ、被害に配慮して販促キャンペーンやイベントなどが控えられたこともあり、チラシ、パンフレット、カタログなどが全般に低調でした。

ビジネスフォーム関連は、通信系や交通系、電子マネー向けのICカードなどが増加しました。一方、通知物のウェブ化や企業の経費削減などが進み、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が減少しました。

教育・出版流通事業は、前期に文教堂グループホールディングスを連結子会社化した影響と、日本最大規模の書籍販売ネットワークを活かした施策などによって売上が増加しました。

部門全体では、個人消費の伸び悩みによる競争の激化、受注単価の下落などによって厳しい状況が続き、売上高は7,146億37百万円で、前年に対して73億44百万円、1.0%の減収となりました。営業利益は154億88百万円で、26億56百万円、14.6%の減益、営業利益率は前年の2.5%から0.3ポイントダウンして、2.2%となりました。

## ■ サブセグメントの状況

### 出版印刷事業

出版印刷関連は、2011年度の出版物の販売実績が前年同期比で3.2%減少する(1兆7,971億円、出版科学研究所まとめ)など、出版市場の低迷が続きました。そのうち書籍は、多くのヒット作に支えられ、ほぼ前年並みの販売金額(8,207億円)となりましたが、雑誌は販売部数の減少に加え、休刊点数が創刊点数を大きく上回り、5.9%減少して1兆円を割る販売金額(9,764億円)となりました。

なお、2011年度の国内の電子書籍市場が年間630億円程度となるなか、2012年4月には政府出資の産業革新機構と大手出版社、印刷会社など約300社が参加した「株式会社出版デジタル機構」が設立されました。これにより、出版物の電子化や電子書店への配信、著作権管理など電子出版ビジネスの普及を推進する体制が整備されました。DNPはこうした電子化の動きに協調して、電子書籍の普及を推進していきます。また、2012年5月には、電子書籍サービス「honto」と書籍のネット通販サイト「bk1」、丸善・ジュンク堂・文教堂などの書店を連携させた“ハイブリッド型総合書店”的サービスを開始しました。低迷が続く雑誌についても、電子雑誌のコンテンツ制作や各種システム開発、雑誌のブランドを活かした海外展開などにより、活性化を図っていきます。

### ビジネスフォーム事業

企業の合理化策の実施により経費削減が進み、制作物の種類や部数の減少、通知物のウェブへの移行などによって厳しい状況となりました。一方、情報セキュリティに関するニーズは国内外で高まってきています。

DNPは、常に市場をリードしてきたICカード関連の技術や認証技術に加え、ホログラムなどのモノづくりの強みを活かして、安心・安全で便利なセキュリティソリューションを展開します。スマートフォン用などで普及が見込まれる近距離無線通信の国際規格「NFC(Near Field Communication)」に関しても、各社との連携によってサービスの拡大を図ります。いま情報ネットワークは国境を越えて広がっており、DNPもグローバルにセキュリティ関連事業を推進していきます。

### 商業印刷事業

2011年度の国内の広告宣伝費は、東日本大震災の影響により落ち込み、夏ごろに一時持ち直したものの、海外景気の減速や円高、タイの洪水などの影響によって再び鈍化し、本格的な回復には至りませんでした。

DNPの商業印刷事業は、年間では前年を下回りましたが、年度後半にかけて着実な回復基調にありました。このようななか、DNPは生活者の視点に立ち、生活者が求める情報を最適なタイミングで、さまざまなメディアを駆使して提供する“クロスメディアコミュニケーション事業”を推進します。

また、部門間の連携を強化して、紙だけでなく、デジタルサイネージやソーシャルメディアにも対応し、マーケティングやコンテンツ制作、データセンターの運営やバックオフィス業務など、企業の事業プロセス全体のアウトソーシングの受託(BPO: Business Process Outsourcing)に注力します。

## ハイブリッド制作ソリューションとハイブリッド型総合書店の事業拡大

DNPは、出版業界のNo.1パートナーとして、製造の立場からだけでなく、マーケティングや販促企画、電子書籍と紙の書籍の流通・販売、顧客サービスなどをトータルに支援しています。その中で、1970年代初めから印刷工程のデジタル化に取り組んできた強みを活かし、紙の書籍と電子書籍のコンテンツ制作、プリントオンデマンドによる少部数印刷などをワンストップで行う「ハイブリッド制作ソリューション」に注力しています。

また、電子書店、ネット通販、リアル書店の3つの販売形態に対応した「ハイブリッド型総合書店」も展開しています。2010

年に、スマートフォンやタブレット端末に向けた電子書籍配信サービスとして開始した「honto」は、コミック、文芸、ノンフィクションなど、国内最多規模の点数の電子書籍を取り扱っています。2012年には、書籍のネット通販サイト「bk1」と統合し、リアル書店とも連携した本格的なハイブリッド型総合書店のサービスを開始しました。

電子書籍市場の拡大にも対応し、生活者が「読みたい本に必ず出会える」「読みたい本を読みたいカタチで読める」ための取り組みを進めていきます。



### 例えば ▶ 本格的なハイブリッド型総合書店サービスがスタート

大日本印刷株式会社、株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモ、丸善CHIホールディングス株式会社の共同事業会社である株式会社トゥ・ディファクトは、ハイブリッド型総合書店「honto」と、ジュンク堂、丸善、文教堂の店舗において、共通ポイントなどのサービスを2012年6月に開始しました。これは、DNPグループの国内最大規模のリアル書店ネットワークと、電子書籍と紙の書籍を販売する「honto」が融合した、日本初の本格的なハイブリッド型総合書店サービスです。

右の①～④のサービスなどを展開し、電子書籍と紙の書籍の両方の市場を活性化させていきます。

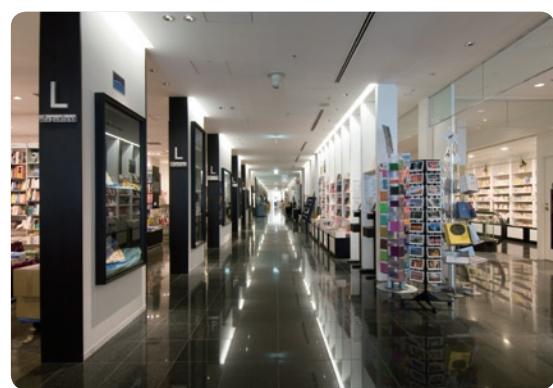
- ① 「honto」サイトと書店で共通して貯めて使える「ハイブリッド型ポイントサービス」
- ② 「honto」サイトで買っても書店で買っても、購入した書籍が自動的に登録されるハイブリッド型「マイ本棚」
- ③ 「honto」サイトと書店の販売動向を合わせた日本最大級の「ハイブリッド型総合ランキング」
- ④ お気に入りの書店の情報をメールで配信するほか書店員の書評や実際の書店POPをサイトで紹介



honto ポイントカード



honto トップ画面



丸善 丸の内本店

02

## クロスメディアコミュニケーション事業の展開

チラシやカタログ、ウェブサイトや店頭広告、イベントやキャンペーンなどの商業印刷分野の事業環境は、少子高齢化などの国内の人口動態の変化、マス媒体からネットへの企業広告のシフトなどによって大きく変化しています。また、情報メディアが多様化し、双方向性が高いソーシャルメディアが急速に普及してきたことによって、生活者自身による積極的な情報の発信も活発になっています。

### 例えば ▶ 印刷用DTPデータを活用して効率的に電子カタログを制作・配信するシステム「ミカタ」を開発

近年、商品の検索機能に優れ、音声や映像での表現も可能で、スマートフォンやパソコンなどで利用できる電子カタログを制作したいというメーカー・流通会社などのニーズが高まっています。しかし、膨大な商品のデータベースを構築し、商品検索や履歴管理などの利便性の高い機能を開発する負荷やコストが高く、電子カタログの導入は進んでいませんでした。

これに対してDNPは、長年培ったカタログ制作のノウハウと独自の情報技術を活かして、電子カタログを効率的に制作・配信できるシステム「ミカタ」を開発しました。「ミカタ」は、印刷用のDTPデータを制作すると同時に、文字や画像などの商品情報をデータベース化することによって、紙と電子の両方のカタログの効率的な制作を実現します。

「ミカタ」では、各種販促ツールの制作プロセスにおいて、商品に関する文字や画像、動画や音声などのコンテンツを適切に管理するためのデータ（メタタグ）を自動生成します。そのメタタグを印刷用のDTPデータと電子カタログ用のデータの両方に利用することによって、従来の制作プロセスと比べて、日程を2分の1程度に短縮し、コストを3分の2程度に低減することが可能となります。

電子カタログをインターネットで配信する場合は、DNPのクラウド型サービスが利用できるため、企業は個別にサーバーを構築する必

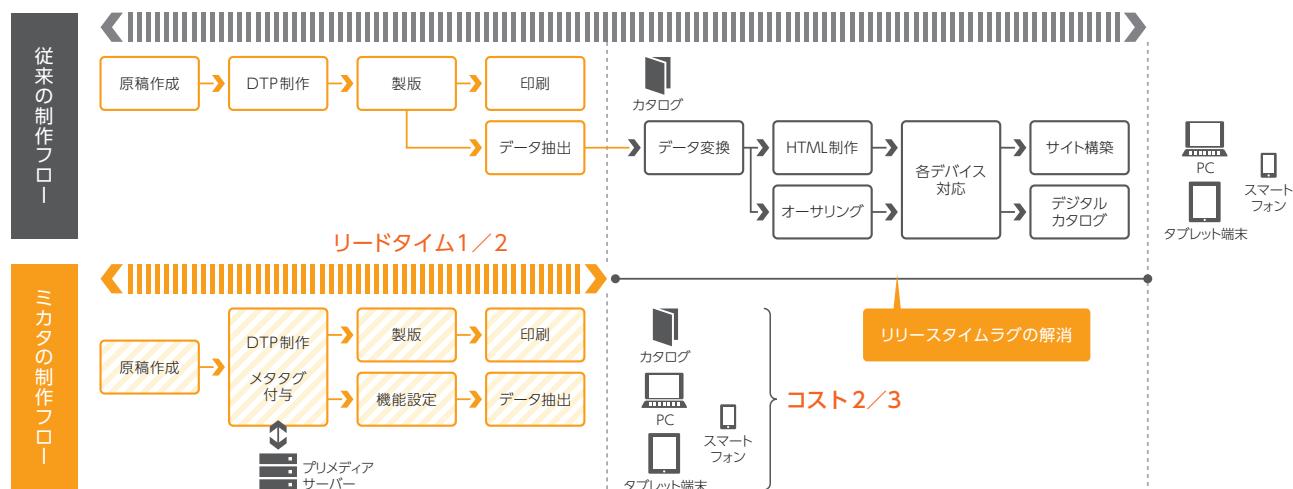
DNPは、生活者との多種多様なコミュニケーションチャネルに対応し、最適なタイミングで最適なコンテンツを提供する「クロスメディアコミュニケーション事業」を開発しています。紙の印刷物やウェブサイト、デジタルサイネージ（電子看板）などの情報メディアを組み合わせ、企業と生活者の質の高いコミュニケーションをより効率的に、より低コストで実現します。

要がなく、初期費用を低減することができます。そのほか、マルチデバイス対応の多機能ビューアや、企業の受発注システムと連動した営業支援機能なども提供します。

紙メディアとデジタルメディアを組み合わせ、最適なタイミングで最適なコンテンツを提供する「クロスメディアコミュニケーション事業」の一環として、DNPは「ミカタ」を活用した電子カタログ事業を開発していきます。



#### ■ ミカタ導入による効果



## DNP独自のコミュニケーションチャネルの開発と拡大

DNPは、自社のメディア事業として、インターネットを利用したポイントサービスの「エルネ」、20~30歳代の女性のための体験型情報サイト「オトナ女子部」、チラシ情報を核にした買い物支援サービス「オリコミーオ!」などを運営しています。2011年12月には株式会社オールアバウトと資本・業務提携し、専門の知識や経験を持った“ガイド”が、テーマごとに信頼性の高いコンテンツを提供する総合情報サイト「All About」のサービス拡充に取り組んでいます。

DNPはこれらのサービスを生活者とのコミュニケーションチャネルと位置づけています。新たな情報メディアが続々登場

し、SNS(ソーシャルネットワーキングサービス)が普及するなど、企業にとって、生活者がどのように情報と接しているのか把握しにくくなっています。DNPはこれらのチャネルを活かし、生活者とのコミュニケーションを深めることによって、より効果的なマーケティングを進め、企業とともに生活者についての理解を深めています。

今後は、ネット上のサービスだけでなく、各種印刷物などのコンテンツ、リアルな店舗やイベントなどでの販売促進活動なども組み合わせて、総合的なソリューションを提供していきます。



「エルネ」はグループ会社のDNPソーシャルリンクが提供するポイントサイト。130万人以上の会員が利用している。連動するスマートフォンアプリも続々登場。

All Aboutは2001年にサービスを開始した総合情報サイト。口コミが重要なネットサービスにあって、専門の知識や経験を持った「ガイド」による信頼性・専門性の高いコンテンツを提供しており、生活者にも企業にも好評。



20~30歳代の女性のための体験型情報サイト「オトナ女子部」。リアルなイベントも展開し企業のマーケティングを支援。

## 例えば ▶ ネットチラシを中心とした生活者の買い物支援サービス「オリコミーオ!」

チラシの情報を印刷物だけでなくインターネットや店頭にも展開できるネットチラシサービスに対し、コストパフォーマンスの高い販促施策を求める企業や店舗からのニーズが一層高まっています。2001年にスタートしたDNPの「オリコミーオ!」は、このニーズに応え、日本全国のチラシ情報をインターネットで簡単に検索・閲覧できるほか、さまざまな機能によって生活者の買い物を支援するサービスです。

生活者は自分の郵便番号などを入力するだけで、最寄りのスーパーやドラッグストア、ホームセンターや家電量販店などのチラシ情報を入手できます。2011年9月には、ネットチラシの掲載商品を選択すると、ネットスーパーにリンクして簡単に購入できるサービス「ショッピングリンクチラシ」を開始しました。従来、ネットチラシの商品を購入するには、実際の店舗に足を運ぶか、企業の通販サイトにアクセスし直す必要がありましたが、このサービスではネットチラシからダイレ

クトに商品が購入できるため、生活者と企業との距離を縮めることができます。

またパソコンだけでなく、急速に普及しているスマートフォンなどのモバイル機器にも対応し、外出先でも買い物支援サービスが利用できるアプリケーションを開発しています。スマートフォンのGPS(全地球測位システム)機能を活用し、生活者の現在位置の周辺にある店舗を検索して、その店舗のチラシ情報やルート案内を提供します。そのほか、「お気に入り店舗」の登録機能や、一度検索した店舗の情報に簡単にアクセスできる履歴機能などで利便性を高めています。

「オリコミーオ!」では今後、ネットサービスとしての使いやすさや楽しさを向上させるとともに、実店舗と連携したサービスや、利用者同士の情報交換の場を提供するなど、生活者の買い物を支援する機能を拡げていきます。

### ■「オリコミーオ!」…買い物支援サービスの全体イメージ



シンプルで使いやすいネットチラシビューア。スマートフォンなどのモバイル機器にも対応。

## 企業からの信頼に基づくBPO事業の拡大

生活者との接点が増え、企業が取り扱う情報量が膨大なものとなっている今、企業が保有する情報、特に顧客の個人情報を適切に管理し、最適なメディアにアウトプットしていくことが重要となっています。これに對してDNPは、企業の業務プロセスを引き受けるBPO (Business Process Outsourcing) 事業の総合的な受託に注力しています。大量な情報の処理だけでなく、さまざまなアウトプットの制作や封入・発送、カスタマーセンターの運営など、一貫して対応可能な総合力を活かして、企業の業務プロセスにとって欠かせない機能を担っています。

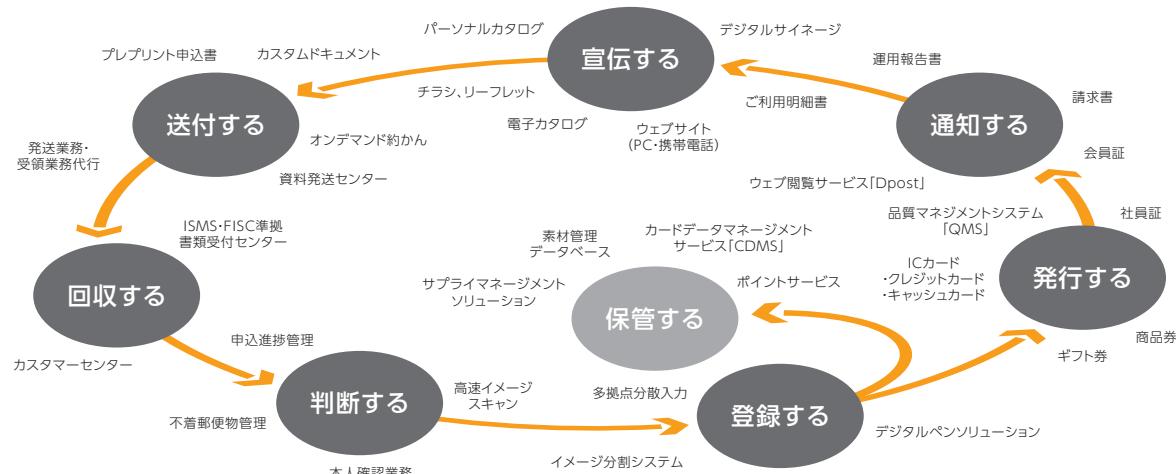
DNPは、主に次の5つのサービスを組み合わせて、BPO事業を展開しています。

- ① パーソナルな情報を印刷物として提供する「プリントサービス」
- ② 印刷物を保管し、個別の要求に応じて選択して発送する「サプライサービス」
- ③ 申込書などの生活者からの情報を集約し、データ化して企業に提供する「ドキュメントサービス」

- ④ 高いセキュリティを有する環境でICカードなどを製造して発送する「カードサービス」

- ⑤ 企業と生活者とのコミュニケーションや企業内での情報連携を支援する「ネットワークサービス」

DNPは特に、銀行や保険会社、クレジット会社などの金融機関、通信会社や流通会社などが求める厳しい品質に対応し、DMや利用明細書などのパーソナルメディアに数多く対応してきた実績を活かして、BPO事業の拡大を図っていきます。



### 例えば ➤ 保険会社: プリント業務のフルアウトソーシング

保険業界では、保険証券や契約内容の案内など、パーソナルな印刷物を大量に作成して契約者に送付する業務の負荷が年々高まっています。これらの業務の効率化やコスト削減を実現したいとのニーズに対して、DNPへフルアウトソーシングする事例が増えています。

保険会社が自社で作成するのと変わらない柔軟性と、DNPならではの最新の技術に基づく高い品質、高度な情報セキュリティが高い評価を得ています。

### 例えば ➤ 銀行: 口座開設に関わる一連の業務のアウトソーシング

銀行の窓口以外で、非対面で口座を開設する場合の一連の業務をDNPにアウトソーシングする事例が増えています。生活者の要請に応じた申込書用紙の発送から、返送された申込書の受け取りと本人確認等のチェック、申込データの登録とキャッシュカードの作成・送付、

カスタマーセンターの運用まで、すべての業務プロセスを一括受託しています。これにより、口座開設前の申込者のトレーサビリティも確実に把握することができます。

近年、企業の重要な情報や生活者の個人情報などを、より安全に、より適切に扱うことが強く求められています。DNPは今から30年以上前の1981年に、ICカードの開発をスタートさせました。ICカードの基本ソフト(OS)やアプリケーションソフト、データの暗号化や認証のシステム、情報ネットワーク関連のシステムの開発や運用を積極的に推進し、国内のICカード市場を常にリードしてきました。

また、証券や金券、各種カードなどの偽造防止を目的とした

ホログラムなどのセキュリティ印刷を中心に、モノづくりの面からもセキュリティの強化に取り組んでいます。偽造防止効果が高いリップマン型ホログラムは、DNPを含め世界でも数社しか製造することができません。

私たちは、“モノづくり”と“情報処理”に関する独自のセキュリティ技術を強みとして、国内だけでなく、アジアや欧米など、グローバルにセキュリティソリューションを展開していきます。

### 例えば ➤ NFC\*対応によって「ICカードとスマートフォンのハイブリッドサービス」を提供

NFCは、近距離無線通信の国際規格として、国内外での普及が見込まれています。現在、急速に普及しているスマートフォンへのNFC機能の搭載が進んでおり、これによってNFCが利用できるインフラが、短時間に浸透していくと予測されています。NFC機能を搭載したスマートフォンは、電子決済のほか、プロモーションやマーケティングなどのさまざまな用途で活用されるようになります。

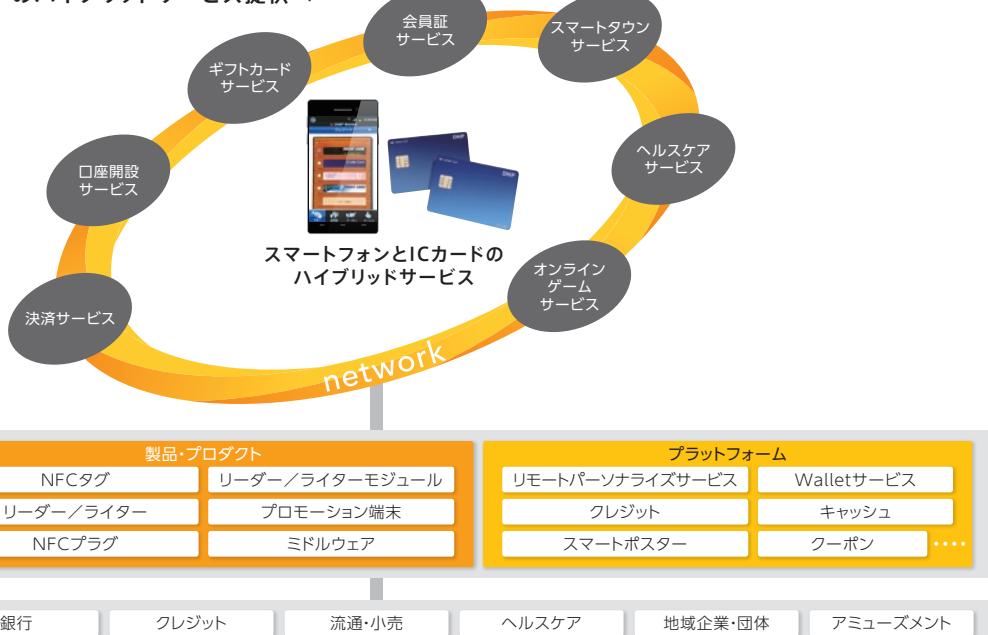
DNPは、ICカード事業で培った技術やノウハウとNFCの強みを活かして、「ICカードとスマートフォンのハイブリッドサービス」を生活者に提供していきます。例えば、生活者は、“マチナカ(街)”や“ミセナカ(店)”でポスターやデジタルサイネージにNFC機能搭載のスマートフォンをかざすことによって、店舗のお買い得情報やクーポンなどを入手することができます。また、スマートフォン上の決済やクーポン、

ポイントなどの多様なアプリケーションを一元管理し、関連する業務を支援するプラットフォームサービスなども開発しています。

NFCのリーダー／ライターは、冷蔵庫やテレビ、健康器具などに搭載することも可能で、スマートフォンをかざして生活者が便利な情報を入手できるサービスが“イエナカ(家)”にも広がります。例えば、冷蔵庫に貼られたNFCタグ(非接触ICタグ)にNFC機能搭載のスマートフォンをかざして情報を読み取り、店舗などのウェブサイトにアクセスしてサービスを受けることなども可能です。

DNPは、通信キャリアやクレジットカード会社などと連携して、NFC関連のサービスを開発し、国内だけでなく海外にも事業を展開していきます。

#### ■ ICカードとスマートフォンのハイブリッドサービス提供へ



\* NFC(Near Field Communication)は、13.56MHzの周波数を使用した近距離無線通信のISO(国際標準化機構)規格です。電子マネーや交通系カードとして国内外で広く普及しているFeliCaのほか、住民基本台帳カードや運転免許証などの公共系カードとして国内外で広く普及しているISO/IEC14443TypeA/Bと互換性があります。

当部門は、包装事業、住空間マテリアル事業と、情報記録材、アドバンストオプティクス、エネルギー・システムの産業資材事業の3つの分野で構成され、得意先企業の製造プロセスに深く関わるとともに、日常生活に密着した身近な製品を提供しています。またDNPは、印刷技術を応用・発展させ、環境、エネルギー、ライフサイエンスなど、社会の課題の解決にもつながる新たな事業領域の開拓にも努めています。

### ■ 基本戦略

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

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



## ■ 重点施策

### 包装事業： 環境に配慮した高機能製品を中心 グローバルに事業を拡大

→ 46ページへ

「持続可能な社会と生活者の豊かさの実現」を目指して、環境配慮製品や高機能製品のラインナップを拡充し、国内に限らずグローバルに事業を展開していきます。食品や日用品のパッケージに関する生活者の意識や利用実態などの分析にも注力し、生活者が求める価値を創出していきます。

また、透明でバリア性に優れたIB(Innovative Barrier)フィルムを戦略製品のひとつと位置づけ、食品用のほか、医療・医薬品や産業資材用途にも展開していきます。そのほか、ユニバーサルデザインに配慮したパッケージや、2011年に世界で初めて発売したサトウキビ由来原料のPETフィルムなど、環境配慮型パッケージの開発などにも注力していきます。

### 住空間マテリアル事業： 人が生活を営むあらゆる“住空間”のための ソリューションを実現

→ 48ページへ

住宅やオフィス、医療・介護施設、商業施設やホテル、自動車や鉄道車両など、人が生活を営むあらゆる空間=「住空間」を事業領域として、総合的なソリューション事業を進めていきます。DNP独自のEB(Electron Beam)コーティング技術などを強みとし、住空間の基本性能である長寿命化、つまりメンテナンス性の向上や美しさの長期持続などの実現に取り組みます。

また、空間設計の段階から居住環境の評価測定、感性工学などによる空間デザインの分析・評価・提案、工法の開発まで、サプライチェーン全体に関わる事業を幅広く展開します。さらに、光を効果的に反射・拡散させて省電力を実現する金属パネルなどを開発するほか、グローバルな販売網を活かし、欧米や新興国などへの事業拡大も推進していきます。

### 産業資材事業： 多彩な製品の供給により持続可能な 成長を実現

→ 50ページへ

フォトプリント関連の事業を中心に幅広くビジネスを展開していきます。昇華型熱転写記録材(カラーインクリボンと受像紙)では、グローバルな製造・販売の一貫体制を活かして自社ブランド製品の販売を強化し、ワールドワイドでシェアを高めていきます。また、セルフ型プリントシステム「PrintRush」や証明写真ボックス「Ki-Re-i」などの開発・運用にも注力し、事業を拡大していきます。

### アドバンストオプティクス分野

#### (光学フィルム関連) :

→ 52ページへ

液晶ディスプレイ用反射防止フィルムをはじめ、薄型ディスプレイ向けの光学フィルムを中心に、多様な機能を有した製品群を提供していきます。独自の光学設計技術を核とし、精密薄膜塗工やパター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”によって、光学特性を制御する製品やソリューションを幅広く提供していきます。

ディスプレイの高精細化や多機能化、省エネ化などにも積極的に対応し、3Dディスプレイ用部材や超低反射フィルムなど、付加価値の高い新製品の開発にも注力していきます。

### エネルギー・システム分野:

→ 53ページへ

クリーンエネルギーへのニーズの高まりを受けて、リチウムイオン電池や太陽電池などの市場が拡大しており、DNPも当分野の事業を世界の市場で積極的に推進していきます。

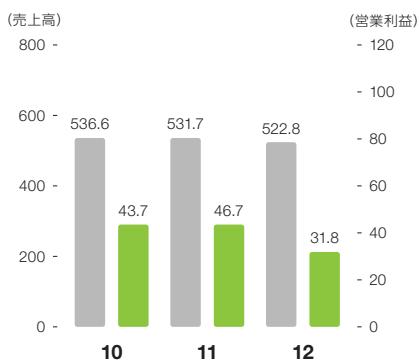
2011年4月には、リチウムイオン電池用ソフトパックと太陽電池用部材の工場を福岡県北九州市に開設し、生産能力を従来の3倍に増やしました。太陽電池関連では、バックシートや封止材の高機能化、低コスト化に注力します。リチウムイオン電池用ソフトパックは、すでに世界トップシェアを獲得しており、モバイル機器や電気自動車、家庭用蓄電池などの用途に向けて、事業拡大を図っていきます。

# 業績の概要

## ■ 財務ハイライト

	2010.3	2011.3	2012.3
売上高	¥ 536.6	¥ 531.7	¥ 522.8
営業利益	43.7	46.7	31.8
営業利益率	8.1%	8.8%	6.1%

■ 売上高 ■ 営業利益 (単位:十億円)



## ■ 2012年3月期の事業環境および決算概要

当期は、国内の個人消費に緩やかな持ち直しの動きが見られたものの、東日本大震災の影響は依然大きく、電力の供給不安やフィルムなどの原材料価格上昇、デフレや円高などの影響もあり、厳しい状況が続きました。

包装関連は、食品や日用品の定番商品の供給が優先され、新製品の発売が控えられる傾向が見られ、紙器や紙カップが減少しました。一方、PETボトル用無菌充填システムや同システムで使用するPETボトル用部材のプリフォーム、機能性フィルムを使う軟包装などが増加しました。

住空間マテリアル関連は、国内の住宅着工戸数が2期連続で増加したことに加え、DNP独自のEB(Electron Beam)技術を活かした環境配慮製品などが増加し、前年を上回りました。

産業資材関連は、リチウムイオン電池用ソフトパックや太陽電池用バックシートなどのエネルギー関連部材、フォトプリンター用の昇華型熱転写記録材(カラーラインクリボン)と受像紙)が増加しましたが、液晶ディスプレイ用反射防止フィルムは、テレビなどの大型ディスプレイの需要が世界的に伸び悩み、パネルメーカーによる生産調整も実施されたために大幅に減少し、前年を下回りました。

部門全体の売上高は5,228億42百万円で、前年同期に対し88億72百万円、1.7%の減収となりました。営業利益は、光学フィルム関連の売上高の減少に加え、フィルムやレジンなど石化製品を中心とした原材料価格の値上がりの影響を受けて149億50百万円、32.0%減少し、318億39百万円となりました。営業利益率は前年同期の8.8%に対して2.7ポイント悪化し、6.1%となりました。

## ■ サブセグメントの状況

### 包装事業

国内および海外で、地球環境やエネルギー資源、食の安全や健康・医療などに関する意識が高まっています。環境や健康に配慮した製品や安全性の高い製品へのニーズが強く、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、このトレンドにいち早く対応し、植物由来の原料を用いたバイオマスプラスチック包材などの環境配慮製品や、ユニバーサルデザインに配慮した製品を開発しており、今後も注力していきます。また、2011年11月に開設した京都府の田辺工場の新棟は、ヒートポンプ技術によるCO<sub>2</sub>排出量の削減や省エネルギー化が可能な環境配慮型の工場で、福島県の工場と合わせ、BCP(事業継続計画)の観点からも供給体制を強化していきます。

### 住空間マテリアル事業

2011年度の国内住宅着工戸数は、優遇税制などの政策効果によって首都圏のマンション販売などが増加し、前年比2.7%増の84万戸と、2期連続の増加となりました。また、環境や健康に配慮した建材製品、デザイン性や機能性に優れた高付加価値製品などの需要も拡大しています。

このような事業環境に対してDNPは、床材や壁紙、建具や住設機器、玄関ドアやエクステリアなどの付加価値の高い新製品を開発し、市場シェアを拡大していきます。また、高齢者住宅市場の開拓やリフォーム市場への積極的な進出、外装用製品の拡大、自動車分野でのEBコーティング製品のグローバル展開、世界的な鉄道車両の需要増に対応したエリオ鋼板の販売強化などにより、さらなる事業拡大を目指します。

### 産業資材事業

#### 情報記録材分野

2012年3月期は、国内のフォトプリント需要の低迷や輸出における円高の影響を受けたものの、ソニー株式会社から業務用プリンター事業を譲り受けたこともあり、昇華型熱転写記録材は前年を上回りました。バーコード用のモノクロインクリボン(溶融型熱転写記録材)も、海外向けの需要が拡大しました。今後も、メディアやシステムの開発から、製造・販売まで行うグローバルな一貫体制を強みとして、企業や生活者の課題を解決し、事業を拡大していきます。

#### アドバンストオプティクス分野(光学フィルム関連)

液晶テレビやPDP(プラズマディスプレイパネル)テレビなどの薄型ディスプレイの需要が世界的に伸び悩み、パネルメーカーの生産調整も長期にわたるなど、厳しい状況が続きました。2012年3月期は、反射防止フィルムなどの液晶ディスプレイ用部材、コントラスト向上フィルムなどのPDP用部材、プロジェクションスクリーン用部材などが全般的に低調で、前年を下回りました。今後は、優れた技術を武器として高いシェアを維持していくとともに、独自の光学設計技術を核として、クリーンコンバーティング技術を活用した新製品の開発に注力していきます。

#### エネルギーシステム分野

補助金制度の政策効果により太陽電池の需要が拡大し、国内や中国のメーカー向けに太陽電池向け部材が増加しています。また、リチウムイオン電池用ソフトパックも、スマートフォンなどのモバイル製品向けを中心に需要が拡大し、好調が続いている。今後は、電気自動車用途での拡大も期待されており、生活者の視点でエネルギー問題を捉え、企業や生活者、そして社会の課題の解決に向けた製品や用途を開発していきます。

DNPは、各種パッケージの企画の段階から参画し、使いやすさや見やすさ、保存性や耐久性などに配慮したパッケージの設計や、店頭でも目立つようなデザインなどのアイデアを積極的に提供しています。国内外に展開する生産拠点の柔軟な製造体制を活かし、タイムリーな製品供給を行うほか、機能性フィルムなどの素材開発や無菌充填システムの設計・製造など、総合的な包装事業を展開しています。

食品や飲料、医療・医薬品、電子部材のメーカーをはじめ、『モノを包む』ニーズがあるすべての企業を顧客とし、生活者の視点に立った使いやすさの追求と、企業ニーズへのきめ細かな対応により、事業を拡大しています。



国内のパッケージの例



海外のパッケージの例

### 注力ポイント ➤ ライフスタイルの変化をビジネスチャンスとして市場を開拓

近年、日常のくらしに関する人々の意識や行動が国内外で大きく変化しており、メーカーや流通などの企業で、この変化への対応が急務となっています。DNPは、生活者の食卓から市場動向を分析する「食MAP(しょくマップ)」をはじめ、生活者の消費行動などを分析して、商品やマーケティングの戦略策定につなげるサービスを展開しています。市場の分析に基づいて、包装製品の企画・デザインから、研究・開発・製造まで一貫して対応しているDNPにとって、生活者のライフスタイルの変化は、事業拡大の大きなチャンスです。

パッケージ開発にあたっては、保存性や耐久性などに優れた包装材の“高機能化”を進めるとともに、国や地域のニーズに合わせた最適な機能を提供するよう心がけています。また、できる限り多くの生活者が快適に使用できるように配慮する“ユニバーサルデザイン”と、環境負荷の低減に配慮する“エコロジー”への対応にも注力しています。

“高機能化”では、水蒸気や酸素の透過を抑える透明蒸着パリアフィルム「IBフィルム®」の市場拡大を推進します。“ユニバーサルデザイン”については、DNPとして一定の指針を設け、業界標準の形成にもつながる製品開発に取り組んでいます。また、味や香りを損なわずに食品を長期保存できる無菌包装システムや、植物由来の原料を用いたバイオマスプラスチックの

包装材など、“エコロジー”につながる環境配慮製品の実用化でも高い成果をあげています。

今後は、高齢化の進展に対応し、機能性・ユニバーサルデザイン・エコロジーに配慮した製品を医療・医薬品向けに展開するなど、用途開発を加速させていきます。また、すでにインドネシアNo.1のパッケージ会社となっている強みを活かして、アジアを中心とした新興国の市場ニーズを的確に捉え、拡大するパッケージ需要に積極的に応えていきます。



植物由来の原料を使用した「バイオマテック®」シリーズ



酸素や水蒸気のパリア性に優れた、「IBフィルム®」を使用したパッケージ

## » 環境に配慮した最新鋭の軟包装工場を京都に開設

### ■ 紙とフィルムのメリットを活かしたハイブリッド製品の開発にも注力

2011年11月、京都府・田辺工場に開設した新棟で、機能性に優れたフィルムを使用したパッケージである“軟包材”の製造を開始しました。DNPの軟包材は、酸素や水蒸気の透過を防ぎ、内容物を安全に長期間守る機能が高いため、ジュースやお酒などの飲料向け、お菓子やアイスクリーム、インスタント食品などの食品向けのほか、トイレタリーや日用品、医療・医薬品などでも広く利用されています。

同工場では、紙器や液体紙容器などを従来から製造しており、今回の新棟開設により同一拠点で紙とフィルムに対応することで、最高品質の製品を効率的に提供することが可能になります。DNPは、飲料パックなど、紙器と軟包材の両方の技術を必要とする製品をすでに生産していますが、この新体制を活かして、

紙とフィルムの両方のメリットを活かした“ハイブリッド製品”的開発にも注力していきます。



田辺工場新棟の外観

### ■ CO<sub>2</sub>排出量やエネルギー使用量などを削減し、環境負荷を低減



最新鋭の設備を導入した工場の内部

地球環境に対する生活者の関心が高まるなか、DNPは具体的な計画を立案し、積極的に環境保全活動に取り組んでいます。その一環としてこの工場では、熱エネルギー源にヒートポンプ<sup>\*1</sup>技術を採用しました。ヒートポンプで得る熱媒体と、DNPが独自に設計・製作した乾燥装置を組み合わせることにより、製造工程での石油や天然ガス、電力の使用量を抑え、CO<sub>2</sub>排出量も大幅に削減します。印刷機の乾燥装置にヒートポンプ技術を取り入れた事例は国内初です。

また、循環型の工場を目指し、印刷工程で使用する溶剤から発生する揮発性有機化合物を回収して再利用する最新鋭の設備も導入しました。回収した一部を燃料として専用ボイラーで燃やす“熱リサイクル”も可能にするなど、ライフサイクルアセスメント<sup>\*2</sup>の観点からも環境負荷の低減を実現していきます。

この新工場開設により、紙器・液体紙容器・軟包材の主要な製造拠点を西日本に確保することとなり、福島県・泉崎工場などと合わせて、BCP(事業継続計画)を強化する供給体制を構築しました。

\*1: ヒートポンプ:冷蔵庫や空調機などに使われており、「蒸発→圧縮→凝縮→膨張」を繰り返すことで、自然に発生する熱エネルギーをポンプのようにくみ上げて利用する技術

\*2: ライフサイクルアセスメント(Life Cycle Assessment):工業製品の製造・使用・廃棄に関わるすべての工程での資源の消費・排出物量を計量し、環境への影響を評価する方法

住宅やオフィス、医療・介護施設、自動車や鉄道車両など、“住空間”に関わる国内外のあらゆる企業を顧客として、多様な製品やサービスを開発、提供しています。環境・エネルギー、安全・安心、健康・快適、高齢化や高度な信頼性、情報化やスマート化など、これからのお住まい・住空間に欠かせないキーワードを開発コンセプトとして掲げ、事業を展開しています。

900以上の特許申請件数を誇るDNP独自のコアテクノロジー「EB技術」を活用した高機能な環境配慮型製品は、顧客企業や生活者から高い評価を得ています。また、住空間に関わる多くの企業とのネットワークにより、空間設計から評価・検証、工法やシステムに関する開発や課題解決まで、トータルなソリューションを提供しています。



エリオ製品を使用したホテルの内装



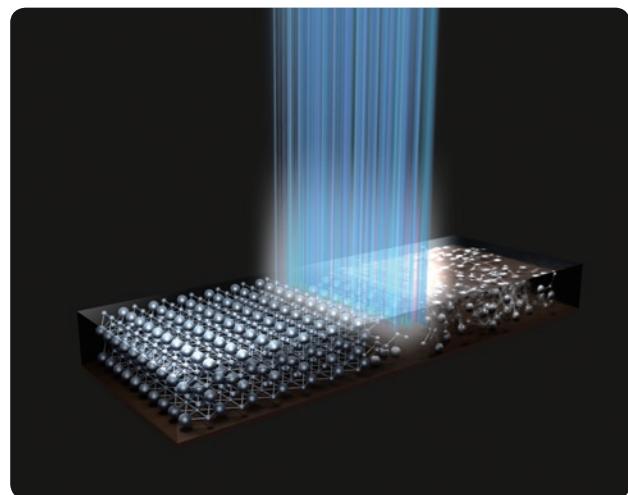
住宅用内装材の施工例

### 注力ポイント ➤ 高度信頼性製品の開発

DNPが圧倒的な優位性を持つEB製品は、耐傷性、防汚性、耐久性に優れ、メンテナンスの負荷が軽減できる点などが市場で高く評価されており、壁材や床材などの内装材の新たなデファクトスタンダードとなっています。

2011年2月には、EB製品の特長である傷や汚れに対する強さのほか、超低VOC(総揮発性有機化合物)や軽量化(当社塩ビ壁紙比約40%減)による施工性の向上などを活かして、「EBクロス」(壁紙)の販売を開始しました。下地の壁が動いた場合でも、ひび割れへの耐性が強いEBクロスは、生活者や施工者、流通などのサプライチェーンから高い評価を得て、「EBクロス」という新たなジャンルを確立するまでになりました。

またEB技術を応用展開して、健康で快適な空気環境を提供するソリューション製品や、自然光や照明光を効率的に反射・拡散させ、省電力にした場合でも明るさを保てる「高反射光拡散 エリオ」などのエネルギーソリューション製品を開発しています。DNPは、環境やエネルギーに対するニーズの高まりをチャンスと捉え、国内外のあらゆる住空間分野へ事業領域を拡大していきます。



EB(Electron Beam)技術

安全で、環境負荷の少ない、クリーンなエネルギーである電子線の照射によって、樹脂を高機能化し、その機能を持続させる技術です。この技術により、傷や汚れ、日光などに強く、実用性や品質安定性に優れた製品が提供できます。また、製造工程での省エネルギー化やCO<sub>2</sub>排出量削減、無溶剤塗工も可能な次世代環境対応技術です。

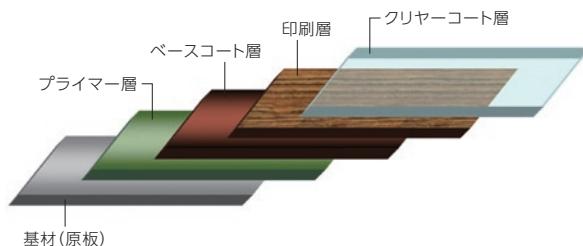
## » 鋼板やステンレス、アルミに直接印刷・塗装する「エリオ製品群」の拡がり

### ■ 金属に“デザイン”と“機能”を付与する「エリオ製品」

DNPが提供する“快適な住空間”に関わる幅広い製品のひとつである「エリオ製品」は、新日本製鐵株式会社との協業により、同社が開発した鋼板とDNPの印刷技術を融合させた製品です。鋼板のほかに、ステンレスやアルミニウムなどのさまざまな金属に直接印刷を行った製品もあります。

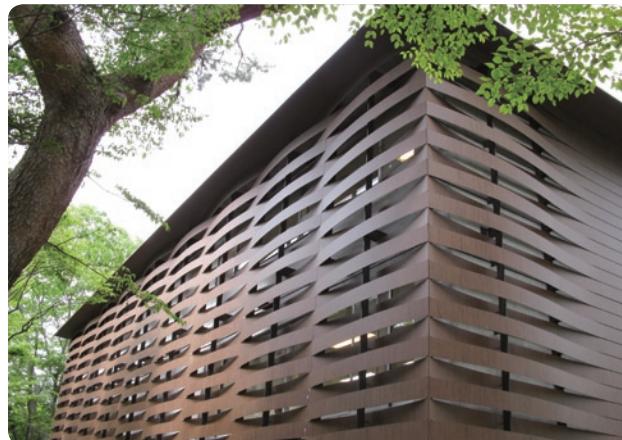
燃えにくいなどの金属の特性を活かしつつ、リアルな質感や高級感などを演出することができます。住宅の玄関ドアやキッチン、ユニットバスの壁面パネル、ホテルやオフィスビルなどの装飾材やエレベータの内装材、国内外の鉄道車両の内装材、冷蔵庫などの家電の外板など、幅広い分野に採用が拡がっています。

### 【エリオ製品の構造の例】



**【基材（原板）開発と高度な印刷技術との融合による製品開発の強み】**  
鋼板やステンレス、アルミニウムなどの金属に、直接印刷・塗装する独自の製法で、高付加価値製品を開発・製造しています。

### 【エリオ製品の使用例】



左上：車両内装（東北新幹線はやぶさ グリーン車）／右上：玄関ドア  
下：建物の外装

### ■ 省エネルギーに対応した新製品の展開

近年、オフィスビルや公共施設などで、自然光を積極的に採り入れたり、照明を減らしたりする節電対策が強化されてきました。節電や省エネルギーの需要の高まりに対してDNPは、機能性金属パネル「高反射光拡散 エリオ」を開発し、2012年6月に発売しました。自然光や照明光を効果的に反射させるこの製品は、内壁や天井などに使用して、間接光を空間の隅々にまで拡散させることによって照度を上げることができ、エネルギーの低減を実現します。

今後DNPは、太陽光や熱などの自然エネルギーを効率的に活用する、断熱性や遮光性に優れた建材製品も開発していきます。



**【高反射光拡散 エリオ（右）と一般間仕切り用エリオ（左）の機能比較例】**  
間接光を空間の隅々まで拡散させることで、同じ照明の環境下でも、照度を上げることが可能です。

DNPは、印刷で培ったコーティング技術などを応用し、1980年代に溶融型と昇華型という2種の熱転写記録材の開発に成功して、製造・販売事業を開始しました。昇華型はフォトプリント用やカードプリンター用などのカラーインクリボンに、溶融型はバーコード用のモノクロインクリボンなどに使用され、どちらもグローバルシェアNo.1を獲得しています。

当事業では、DNPの強みと相乗効果が発揮されるようなM&Aも積極的に行い、2006年にコニカミノルタグループから証明写真事業と写真関連商品の製造・販売事業を、2008年7月にはソニーケミカル&インフォメーションデバイス株式会社からバーコード事業を、2011年4月にはソニー株式会社から業務用デジタルフォトプリンター事業をそれぞれ譲り受け、グローバルに事業を拡大しています。



### 注力ポイント ➤ グローバルな製販一貫体制を活かし、積極的に事業を展開

スマートフォンやデジタルカメラの普及とともに、生活者が写真を撮影する回数が飛躍的に伸びており、昇華型熱転写方式に代表されるドライ方式のフォトプリントの需要も拡大してきました。フォトプリントのニーズに対して、プリント速度や耐久性などに優れ、銀塩方式と比べて機器の導入コストが削減でき、メンテナンスの負荷も抑えられる昇華型熱転写記録材(カラーインクリボンと受像紙)の評価が高まっています。

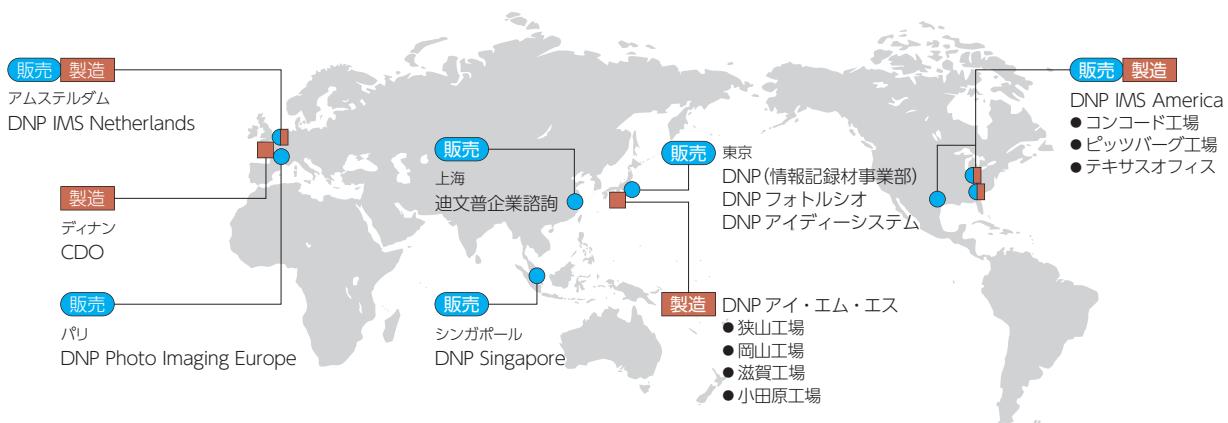
DNPは「拡写真」をコンセプトとして、技術の応用・発展や新市場の

創出などによるフォトプリント事業の拡大に取り組んでいます。

また、緩やかな市場の拡大が見込まれるバーコード分野においても、海外製造拠点を活かした製品・サービスの提供に加え、ソリューションの提案による事業の拡大にも取り組んでいます。

新興国も含めた全世界でのフォトプリント需要およびバーコード需要の拡大に応えるべく、DNPはグローバルに展開している開発・製造・販売の一貫体制を強みとして、企業や生活者の課題にきめ細かく対応していきます。

#### ■ 情報記録材グループのグローバル展開



## » プリントシステムの展開

### ■ コストパフォーマンスの高いデジタルフォトプリンター

DNPは、急速に経済が成長している新興国でのフォトプリント需要に対応するべく、昇華型熱転写方式の特徴を活かしながら、コストを大幅に削減したプリンター『DS-RX1』と専用メディアを開発し、2011年5月に発売しました。

『DS-RX1』は、専用ソフトと専用受付端末を用いることで、証明写真をはじめとする新興国市場のニーズに対応したさまざまなプリントができます。

DNPは、『DS-RX1』を、新興国以外のグローバル市場にも展開していきます。



DS-RX1

#### DS-RX1の特長&拡張性

- ・高画質、高コストパフォーマンス
- ・プリント時消費電力30%削減(従来プリンター比)
- ・多種プリントサービス用専用ソフト(フレーム、コラージュ、証明写真)
- ・専用受付端末も接続可能



Snap Lab DS-SL10



Snap Lab DS-SL20

#### Snap Lab DS-SL10, DS-SL20の特長

- ・コンパクトながら簡単操作でプリントの受付から出力まで対応
- ・多様なプリントサイズに対応
- ・日本語、英語、フランス語、ドイツ語、イタリア語、スペイン語、トルコ語、ギリシャ語、中国語(簡体字)、韓国語の10言語に対応し、操作画面には最大6言語の表示設定が可能
- ・自動的に顔の色調を自然な肌色に修正する画像補正機能を搭載
- ・マット仕上げやウォーターマークなど、付加価値プリントのバリエーションが充実

### ■ 10言語に対応した、デジタルフォトプリンター2機種を販売

DNPは、写真専門店だけでなく、イベント会場などの多様な場所で、簡単に写真プリントが楽しめるデジタルフォトプリンター『Snap Lab(スナップ ラボ)』2機種を2011年10月に発売しました。

『Snap Lab』はコンパクトサイズで設置場所を選ばず、パソコンも使わずにプリント受付から出力まで1台でスピーディに行える多機能なデジタルフォトプリンターです。日本語、英語、フランス語、ドイツ語、中国語などの10言語に対応し、利用シーンに合わせたプリントサイズが選択できます。北米や欧州、日本などの市場を中心に、写真専門店のほか、アミューズメント施設やイベント会場、大手家電量販店やスーパーなどに順次導入し、手軽で高品質なフォトプリントサービスの市場を確立していきます。

### ■ 店頭で手軽にスマートフォンやタブレット端末の画像データをプリント

日本において、家電量販店などの店頭で写真的即時プリントができるセルフ型プリントシステム「PrintRush」で、スマートフォンやタブレット端末の画像データをプリントできるサービスを開始しました。従来のメモリカードなどの記録媒体、赤外線などの通信方式に加え、2011年4月にはiOSを搭載したiPhoneやiPadからの、2011年11月にはAndroidOS搭載スマートフォンからの画像データ

の転送受付を可能にしました。利用者は、DNPが開発した専用アプリケーションを、iOS用はアップル社が運営する「App Store」から、AndroidOS用はGoogle社が運営する「Google play」からダウンロードする(無料)ことで、スマートフォンの画像を手軽にプリントすることができます。

DNPは、プリントの利便性向上や新たな付加価値の提供に取り組んでいきます。

\*iOS: Apple社の携帯情報端末に搭載されているOS(オペレーティングシステム)。同社のiPhone、iPad、iPod touchなどに内蔵されている。

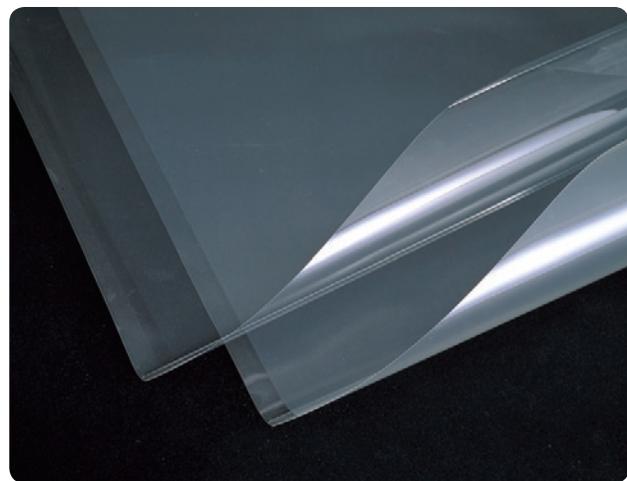
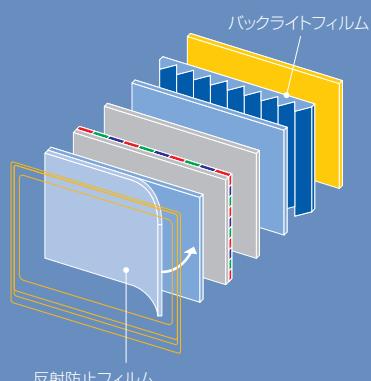
\*AndroidOS: 2007年11月にGoogle社が発表した、携帯電話でのソフトウェア実行環境。

セルフ型プリントシステム  
「PrintRush(プリントラッシュ)」

## アドバンストオプティクス事業(光学フィルム関連)：“クリーンコンバーティング技術”を活かし、光学特性を制御する製品・ソリューションを提供

DNPは、光学設計技術を核に、さまざまな材料や製造プロセスの設計・開発で培ったクリーンコンバーティング技術を活かし、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。ディスプレイの最表面に用いられ、照明や外光の映り込みを防いで画面を見やすくさせる反射防止フィルムでは世界トップシェアを獲得しており、今後はディスプレイ分野での一層の伸張を図るとともに、多くの製造ノウハウと技術特許などを強みとして新製品を開発し、より広い分野に対しても事業を拡大していきます。

### ■ 液晶ディスプレイに使われるDNPの光学フィルム



反射防止フィルム

### 注力ポイント ➤ 新しい視点での製品開発による多様な市場への展開

近年、薄型ディスプレイの低価格化が進む一方、高精細化や高画質化、タッチパネルや3D(3次元)映像対応などの多機能化、省エネルギー対応などの環境配慮といったニーズが高まっています。これらに応えていくため、DNPは、広島県・三原工場に新棟を増築。2011年11月に稼働した新ラインを活用し、より鮮明な映像の表示を可能とする高性能な反射防止フィルムのほか、需要が拡がっている3Dディ

スプレイ用のフィルム部材、傷や汚れに強いタッチパネル向けの表面フィルムなど、多様な高機能光学フィルムを製造していきます。

また、これまでに蓄積してきたDNP独自の光学設計や精密薄膜コーティング、パターニングなどの技術を駆使し、環境・エネルギー分野をはじめとする多様な市場へ、“人にやさしい”部材やソリューションを提供していきます。

#### ● 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
2011年 11月	三原工場	製造ライン増設



三原工場(広島県)

## エネルギー・システム事業:クリーンエネルギーの市場拡大に対応した多様な製品・サービスを提供

DNPはエネルギー分野を新規事業の柱のひとつと位置づけ、化石燃料に替わるクリーンエネルギーへのニーズの高まりや関連市場の拡大に対応しています。

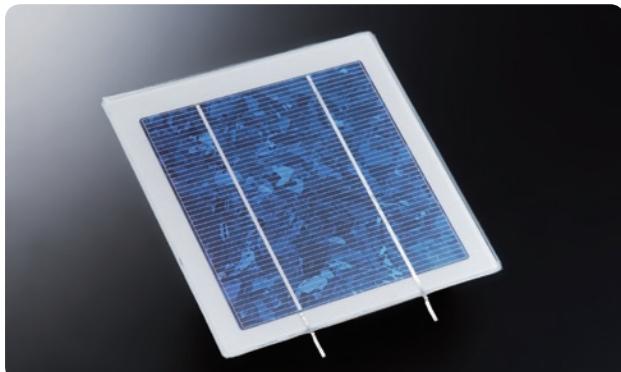
太陽電池関連のDNPの主な製品は、パネルの裏面に貼って風雨の浸入を防ぐ「バックシート」と、セル(発電素子)や集電配線を固定して外部環境から保護する「封止材」です。高機能化と低コスト化を進め、顧客企業のニーズを満足させる製品開発に注力します。

また、リチウムイオン電池用の外装パッケージとして、軽くて耐久性に優れ、柔軟で加工が容易な多層フィルム製の「ソフトパック」を提供しています。この製品はすでに世界トップシェアを獲得しており、スマートフォンやタブレット端末などのモバイル機器、電動アシスト自転車、電気自動車、家庭用蓄電池などの用途で事業拡大を図ります。

2011年4月には、新工場を福岡県北九州市に開設し、生産能力を従来の3倍に拡大しました。この工場では、クリーン度の高い環境によって製品の信頼性を向上させ、ソフトパックと太陽電池用部材を同じ生産ラインで製造することで、需要動向に合わせた柔軟な対応を実現しています。



リチウムイオン電池用ソフトパックとそのモジュール



太陽電池

### 注力ポイント ▶ 太陽電池の発電効率を向上させる新製品を開発

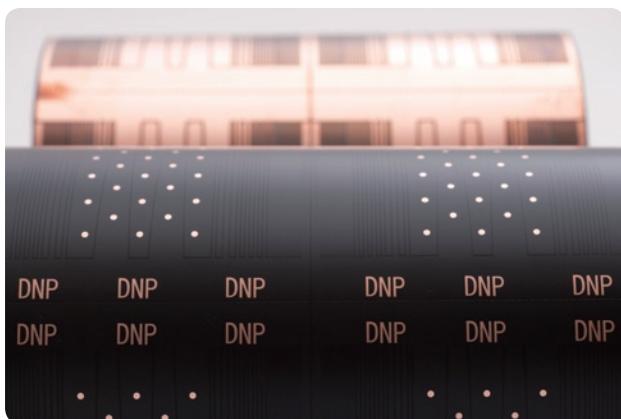
太陽光発電は、火力発電などに比べてコストの高さが課題となっていますが、その有効な解決策のひとつが発電効率の改善です。そのなかで注目されているのが裏面電極型太陽電池です。これは、通常はセルの表裏両面にある集電用の電極を裏面に集約し、表面の受光面積を増やすことで発電効率を向上させるものです。

DNPは、セルの裏面に微細な電極を形成するための生産工程の複雑さを解消するため、フィルム上に電極回路を形成した裏面電極型太陽電池向け「バスラインシート」を生産してきましたが、生産体制の見直しを終了し、2012年7月から増産を開始しました。太陽電池モジュールメーカーは、モジュールサイズで多面付けされたセルとバスラインシートを貼り合わせるだけで電極形成が可能となり、生産工程を短縮できます。

一方、発電効率が向上して発電電圧が高くなると、高電圧・高温・湿下で漏れ電流が発生(PID:Potential Induced Degradation)し、発電性能が劣化するという課題がクローズアップされています。これには、封止材の水分透過や、ガス発生なども影響すると言われています。DNPの封止材は、一般的に用いられている製品の約10倍の水蒸気遮断性があり、酸性ガスも発生しないため、PID耐性に優れた

封止材として注目されています。

今後は、バスラインシートとバックシートの一体型製品など、顧客ニーズに合った製品なども開発し、発電効率の向上に積極的に取り組んでいきます。



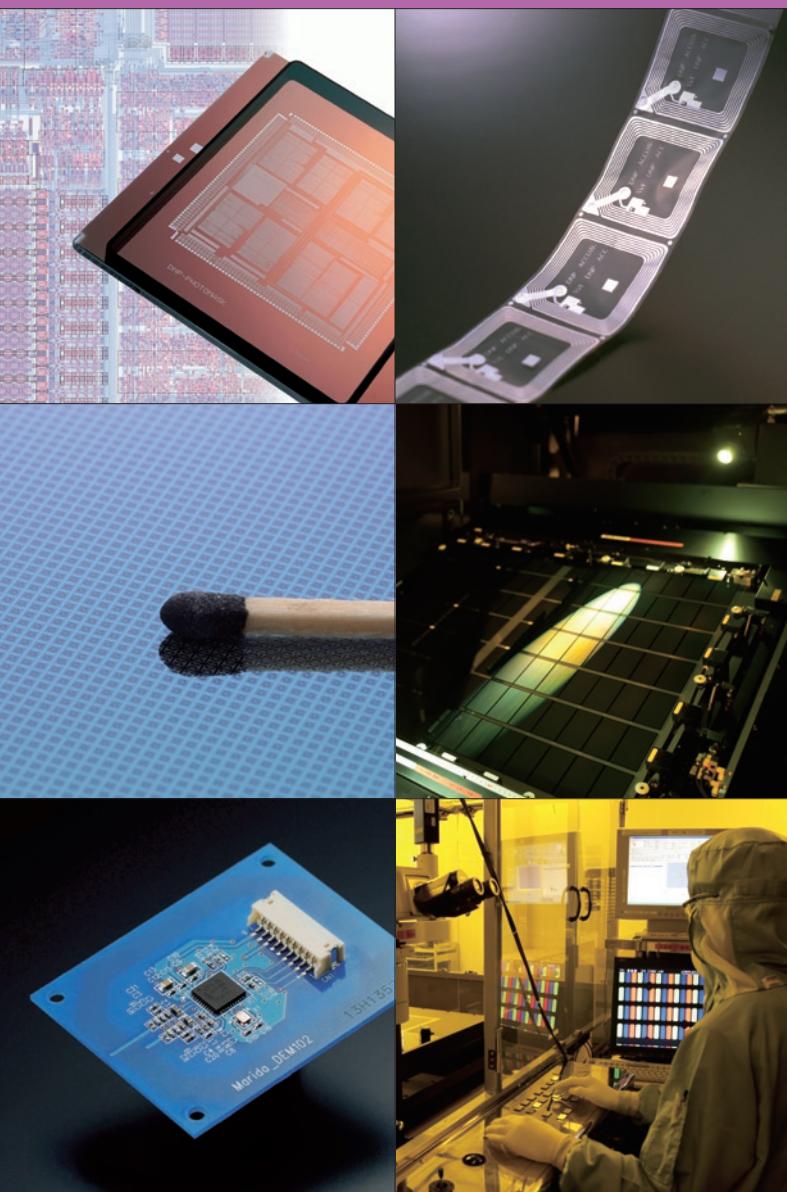
バスラインシート

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、多様なディスプレイ製品や電子デバイスのキーパーツを提供しています。液晶ディスプレイ用カラーフィルター、LSI回路の原版であるフォトマスク、多層プリント配線板などの分野において、急激に変化する事業環境を見極め、最適な体制を構築して、企業や生活者のニーズに合致した製品開発を進めています。

### ■ 基本戦略

現代の社会においては、スマートフォンやタブレット端末などの情報機器や、さまざまな家電製品など、多様な電子機器が普及しています。これらの電子機器には、最先端の技術を用いた新しい機能や使いやすさが求められており、多様なニーズに合わせた最新技術の開発と、安定的な供給体制の確立が重要となります。

当部門の基本戦略としては、製品開発については、次世代を視野に入れた新技術の開発に努め、機能性に優れた付加価値の高い製品を市場に提供していきます。また、これらの最先端品については、国内のマザーワーク場を中心開発・製造を行いますが、そのほかの製品については、海外生産を含めたグローバルな視点での最適地生産を検討し、柔軟に対応していきます。また、強みを持つ企業との協業にも積極的に取り組み、事業化のスピードアップを図っていきます。



## ■ 重点施策

### ディスプレイ製品事業 :

#### 成長する中小型品向けへの集中と ディスプレイの高精細化に注力

液晶ディスプレイ市場は、液晶テレビのライフサイクルが成長期から成熟期へ移行し、これまでのような急成長とは異なる状況となりました。なかでも大型テレビについては、パネル生産能力の過剰感も強く、価格ダウンも進み、収益的にも厳しさが一層増してきています。そうしたなかDNPは、スマートフォンやタブレット端末などの需要拡大が見込まれる中小型品へのシフトを進めています。これまで培ってきた技術力と顧客企業からの信頼を活かし、中小型品で求められている高精細で高品質な製品の供給に注力して、事業の安定化を図っていきます。

#### タッチパネル用部材など、新製品ラインナップを拡充

有機ELディスプレイなど、市場の拡大が期待できる新製品に向けて、当社の強みを活かした製品開発を推進していきます。すでに、有機ELディスプレイの製造に用いるメタルマスクでは高いシェアを獲得しています。このほか、スマートフォンなどの薄型化や軽量化に貢献するタッチパネルセンサーを提供するなど、新製品の開発に注力していきます。

#### カラーフィルター関連の生産体制の最適化

ディスプレイ製品関連の事業の安定化を図るため、製造拠点の統廃合を含む生産体制の最適化に、引き続き取り組んでいきます。具体的には、埼玉県・大利根工場のカラーフィルターの製造設備を広島県・三原工場に移設し、中小型品の生産を三原工場に集約して、合理化による収益基盤の強化を図っていきます。

また2013年3月期には、兵庫県・堺工場のカラーフィルター事業を堺ディスプレイプロダクト株式会社(SDP)に統合する予定です。SDPでは、部材から液晶パネルまで一体となった生産体制とすることで安定生産とコストダウンを実現し、国際的な競争力を高めています。

### 電子デバイス事業 :

#### 半導体製品用フォトマスクの海外事業の拡大と 最先端技術の開発

DNPの半導体製品用フォトマスクは、優れた品質に定評があり、フォトマスク市場において高いシェアを維持し続けています。DNPのフォトマスクの半数以上を占めている線幅45nm<sup>※1</sup>以下の先端製品においても、高い技術開発力により顧客企業の厚い信頼を得ており、今後も微細化ニーズに対応した事業拡大に注力していきます。

また、電子機器関連の市場環境が厳しいなか、国内だけでなく、海外の需要を積極的に取り込んでいきます。フォトマスクの海外の生産拠点として、主要顧客と提携しているイタリアに続き、2010年度に台湾に新工場を開設し、アジア地域に向けた先端フォトマスクの供給拠点として生産を拡大しています。

半導体製品の微細化については、業界をリードしてきた技術開発力を活かし、顧客企業との共同開発の成果などを活かして、22nm以下の最先端製品の開発・供給体制を整備していきます。EUV露光<sup>※2</sup>やナノインプリント<sup>※3</sup>などの次世代半導体リソグラフィー技術の実用化にも、引き続き取り組んでいきます。

#### 新製品開発による事業収益力の強化

フォトマスクに加えて、HDD(ハードディスクドライブ)用部材、LED用金属基板、部品内蔵プリント配線板、MEMS<sup>※4</sup>製品など、微細加工技術やパターニング技術、エッチング技術などを活用した幅広い製品の開発を積極的に進めています。画像処理用の各種電子モジュールなど、今後の成長分野を明確にして経営資源を集中させることによって、半導体市況に左右されずに収益を確保していく事業体制を構築していきます。

※1 nm (ナノメートル) :  $10^{-9}$  (10億分の1) メートル。

※2 EUV (Extreme Ultra-Violet: 極端紫外線) 露光: 波長の短い極端紫外線を用いて、ウェハーに微細な回路を焼きつける技術。

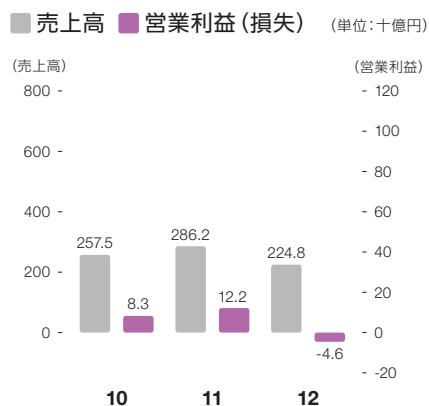
※3 ナノインプリント: 樹脂を塗布したウェハーに微細なパターン加工を施した型 (テンプレート) を押しつけ、パターンを樹脂に物理的に転写する半導体製造技術。

※4 MEMS (Micro Electro Mechanical System): 微小電子機械システム。半導体の微細加工技術を利用して作成した微小部品の集合体。

# 業績の概要

## ■ 財務ハイライト

	2010.3	2011.3	2012.3
売上高	¥ 257.5	¥ 286.2	¥ 224.8
営業利益	8.3	12.2	-4.6
営業利益率	3.2%	4.3%	—%



## ■ 2012年3月期の事業環境および決算概要

2011年1月～12月の電子機器の世界出荷台数は、調査会社によると、液晶テレビは中国や中南米などの新興国が成長を維持する一方、先進国の出荷台数は減少しました。特に日本では、エコポイント制度が終了し、地上デジタル放送移行による買い替え需要が落ちていた結果、前年を大きく下回りました。パソコンは前年比0.5%増の3億5千万台程度で、液晶テレビ、パソコンとともに伸び率が鈍化しました。一方、スマートフォンの普及などにより、携帯電話は前年比11%増となりました。

このような市場の動きを受けて、テレビ向けの大型液晶パネルは供給過剰が続き、大規模な生産調整を実施した国内パネルメーカー各社の業績が悪化しました。DNPのカラーフィルターは、スマートフォンやタブレット端末向けの中小型品が堅調に推移しましたが、テレビ向けの大型品は、パネルメーカーの稼働減や液晶テレビの低価格化により、数量、単価ともに大幅に下落しました。

一方、2011年度の世界の半導体市場は、東日本大震災やタイの洪水、世界経済の低迷の影響などによって前年比0.4%増にとどまり、32%増に達した前年度と比べて大幅に鈍化しました。日本においては、急激な円高の影響も加わって、前年を下回りました。

これに対してDNPの電子デバイス事業は、国内でのシェアアップや海外需要の取り込みに努めましたが、フォトマスクの売上高は前年を下回る結果となりました。このほか、スマートフォンなどに使われる高密度ビルドアップ配線板は増加しましたが、タイの洪水でサプライチェーンが寸断された影響も受け、サスペンションなどのHDD(ハードディスクドライブ)用部材やリードフレームなどが減少しました。

その結果、部門全体の売上高は前期比614億84百万円、21.5%減少し、2,248億11百万円となりました。営業損益は46億47百万円の損失となり、前年の122億22百万円の利益から、168億69百万円減少しました。

## ■ サブセグメントの状況

### ディスプレイ製品事業

液晶テレビについては、今後も新興国を中心に需要の伸びが期待され、3DテレビやLEDバックライト採用テレビの普及が見込まれます。しかし、同時に、店頭価格低下の勢いも増しており、成長率は鈍化しつつあります。それに対して中小型パネルは、スマートフォンやタブレット端末の普及によって、今後も順調に市場が拡大する見通しです。中小型向けは、数量増だけでなく高精細化への対応も不可欠で、またタッチパネルや有機ELディスプレイなどの新技術も求められており、技術開発力に優れた日本の液晶パネルメーカーへの期待が高まっています。大型および中小型の液晶パネルの製造に関しては、日本国内だけでなく、韓国や台湾、中国のパネルメーカーも含めて、最適な需給バランスを探っていく動きが加速しています。

こうしたなかでDNPのカラーフィルター事業は、成長する中小型向けに力を集中させていきます。また、高精細化や高輝度化、薄型化などのニーズに、最先端の技術で応えていきます。

製造体制については、埼玉県・大利根工場の製造設備を広島県・三原工場に移設するなど、拠点の集約に取り組むほか、大阪府・堺工場のカラーフィルター事業を堺ディスプレイプロダクト株式会社に統合するなど、事業構造改革を進めていきます。

また、有機ELディスプレイの製造に使用されるメタルマスクや、静電容量方式のタッチパネルセンサーなどの新製品開発に注力し、カラーフィルター以外のディスプレイ関連製品を拡充して、事業の安定化を図っていきます。

### 電子デバイス事業

今後の半導体市場は、半導体メーカー各社で事業構造改革が進み、微細化投資も活発化してくるなど、徐々に回復してくる見込みです。近年は、電子機器の小型化、高機能化にともない、半導体製品に求められる回路線幅の微細化技術もますます高度化しています。

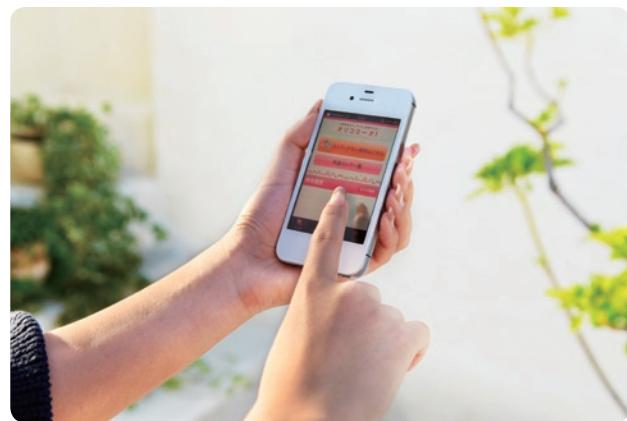
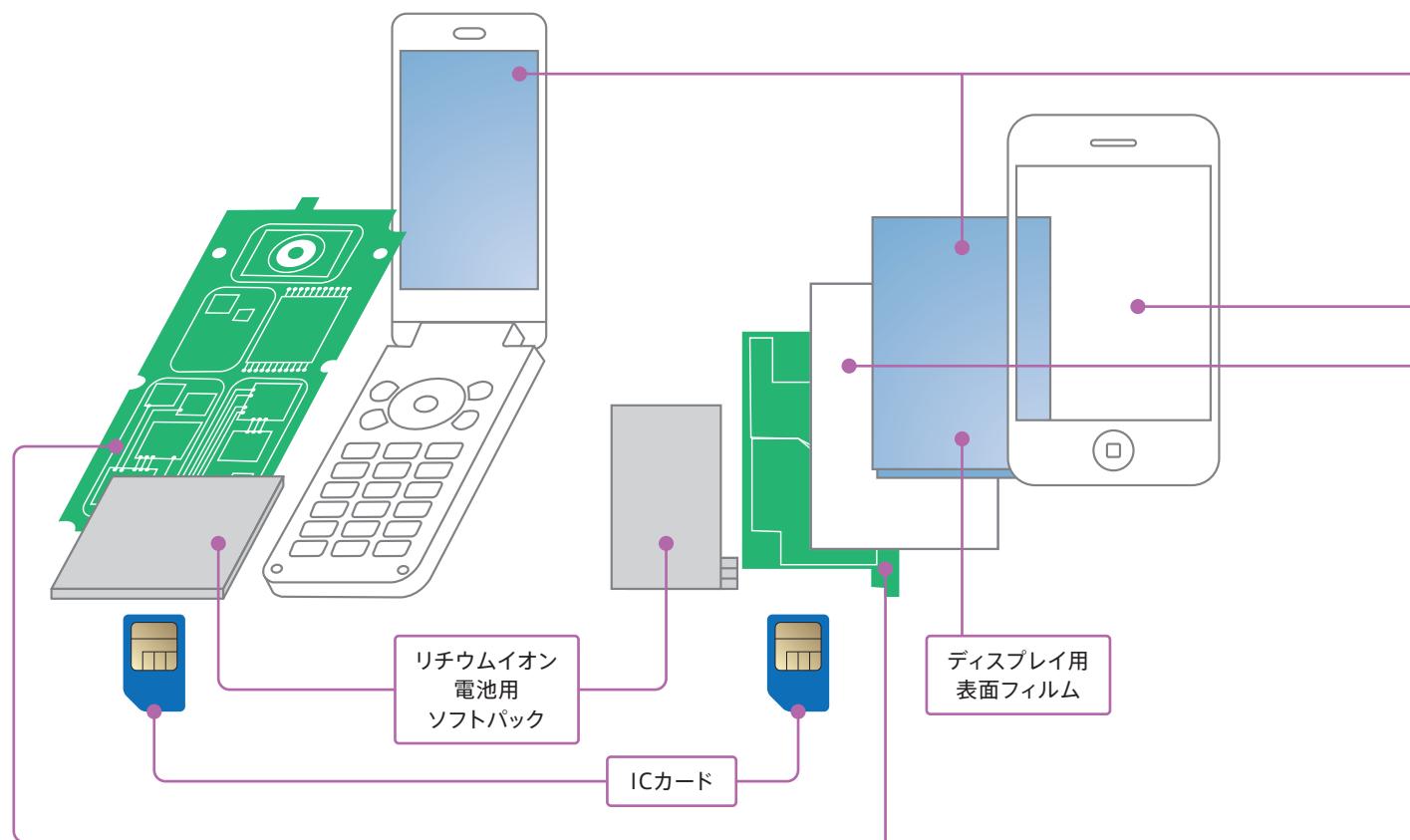
DNPのフォトマスク事業は、微細化の進展に合わせて、国内だけでなく台湾工場などの海外の拠点も含め、最先端分野でのシェアアップを図っていきます。需要が拡大している45nm(ナノメートル)製品の量産を進めるとともに、最先端の30nm台や20nm台の製品では、ArF液浸や二重露光などのフォトリソグラフィー技術にも対応していきます。また、半導体メーカーと協力し、EUV露光やナノインプリントなどの次世代半導体リソグラフィー技術の研究開発を加速させていきます。

エッチング技術などを活かした電子部品については、内蔵部品の密度が高く、小型で薄い半導体パッケージの需要が拡大しており、DNP独自のビルドアップ基板技術「B<sup>2</sup>it(ビー・スクエア・イット)」などを強みとして、シェアの拡大を図ります。また、LED用金属基板やHDD(ハードディスクドライブ)用部材、画像処理用などの各種電子モジュールやMEMS製品などの新製品の開発も積極的に進めています。

## 生活に密着したDNPのエレクトロニクス製品 —スマートフォンやタブレット端末を支えるDNPの製品・技術

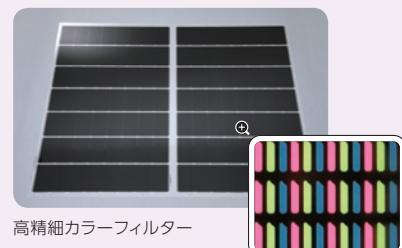
DNPは、フォトリソグラフィーやエッチングなどの印刷技術を強みとし、半世紀以上にわたって多様なエレクトロニクス製品を提供してきました。近年、急速に普及しているスマートフォンをはじめ、私たちのくらしに欠かせない情報機器などについても、その多くをDNPの製品やシステムが支えています。中小型液晶ディスプレイ用の高精細カラーフィルターやタッチ

パネル用の部材、有機ELディスプレイの製造に使われるメタルマスク、最先端半導体製品用のフォトマスクやリードフレーム、デジタルカメラ用のモジュールなど、DNPのさまざまな製品やシステムが、各種機器の機能や操作性の向上に貢献しています。



## ○ 中小型液晶ディスプレイ用の高精細カラーフィルター

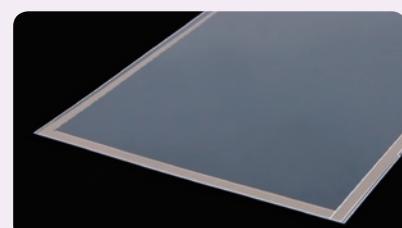
スマートフォンやタブレット端末では、小さな画面で、より美しい画像を表示するため、ディスプレイの解像度や輝度の向上が求められています。DNPのカラー フィルターは、ディスプレイの高精細化や高輝度化、薄型化、軽量化などのニーズに対応しており、スマートフォン向けなどで高い評価を得ています。今後も、携帯端末などの需要の高まりに対応し、高性能なカラーフィルターを提供していきます。



高精細カラーフィルター

## ○ タッチパネル用部材

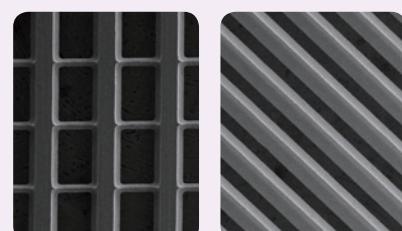
スマートフォンやタブレット端末など、指で画面に触れて操作するタッチパネルを採用した機器の増加により、指の動きを感知するタッチパネルセンサーの需要も高まっています。これらの機器では、高機能化とともに薄型化や軽量化が課題になっています。DNPのタッチパネルセンサーは、ガラスやフィルムの基材を減らして、タッチパネル搭載による機器の厚みや重量の増加を抑えることで、端末の薄型化、軽量化に貢献します。



タッチパネルセンサー

## ○ 有機ELディスプレイ製造用のメタルマスク

スマートフォンなどの携帯端末を中心に、広い視野角と高いコントラストなどの特長を持った有機ELディスプレイが増えており、DNPは、蒸着法での有機ELの製造に使用されるメタルマスクを提供しています。この製品は、RGB(レッド・グリーン・ブルー)などの有機EL素子を塗り分けて蒸着させる際に不可欠な部材で、DNPは高いシェアを獲得しています。



有機EL製造用メタルマスク（拡大写真）

## ○ 各種電子デバイス

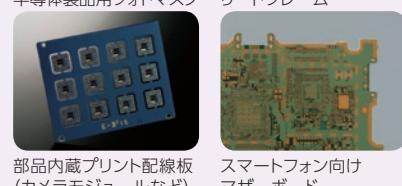
DNPは、微細加工やパターニング、エッティングなどの印刷技術を活かして、各種情報機器の機能向上や薄型化・小型化のニーズに応える多様な製品を提供しています。システムLSIやフラッシュメモリーなどの半導体製品の原版であるフォトマスクでは、最先端の20nm台の製品に対応しているほか、ナノインプリントなどの次世代技術の開発にも注力しています。また、プリント基板上でICチップを支えて電気信号を伝えるリードフレームでは、従来品の約20分の1となる0.15mmの薄さの製品を開発しています。カメラモジュールやマザーボードなどに使われる部品内蔵プリント配線板では、B<sup>2</sup>it(ビー・スクエア・イット)という独自技術により、一層の小型化・高密度化の実現に取り組んでいます。



半導体製品用フォトマスク



リードフレーム

部品内蔵プリント配線板  
(カメラモジュールなど)スマートフォン向け  
マザーボード

# コーポレート・ ガバナンス

## CONTENTS

- 62 コーポレート・ガバナンスの状況等
- 69 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

(「DNP」は「大日本印刷株式会社」を指しています。)

## 1 コーポレート・ガバナンスの状況

### ■ コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

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

### ■ コーポレート・ガバナンスに関する施策の実施状況

#### ① 企業統治の体制

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

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

取締役会は、社外取締役1名を含む20名から構成され、原則として月1回開催し、「取締役会規則」に基づきその適切な運営を確保するとともに、取締役は相互に職務の執行を監督しています。なお、取締役及び役員は、月3回開催

される経営執行会議において、効率的な経営の意思決定に資する情報交換を行っています。また、経営活動の迅速性及び効率性を高めるため、専務以上の取締役で構成する経営会議を設置し、原則として月1回開催し、経営方針、経営戦略及び経営上の重要な案件等について検討・審議しています。

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

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かつ効率的な意思決定が担保されると考えています。

#### ② 内部監査及び監査役監査

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

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

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

#### ・業務を執行した公認会計士の氏名

二階堂 博文、寺田 一彦、塚越 繼弘、志磨 純子

## ・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

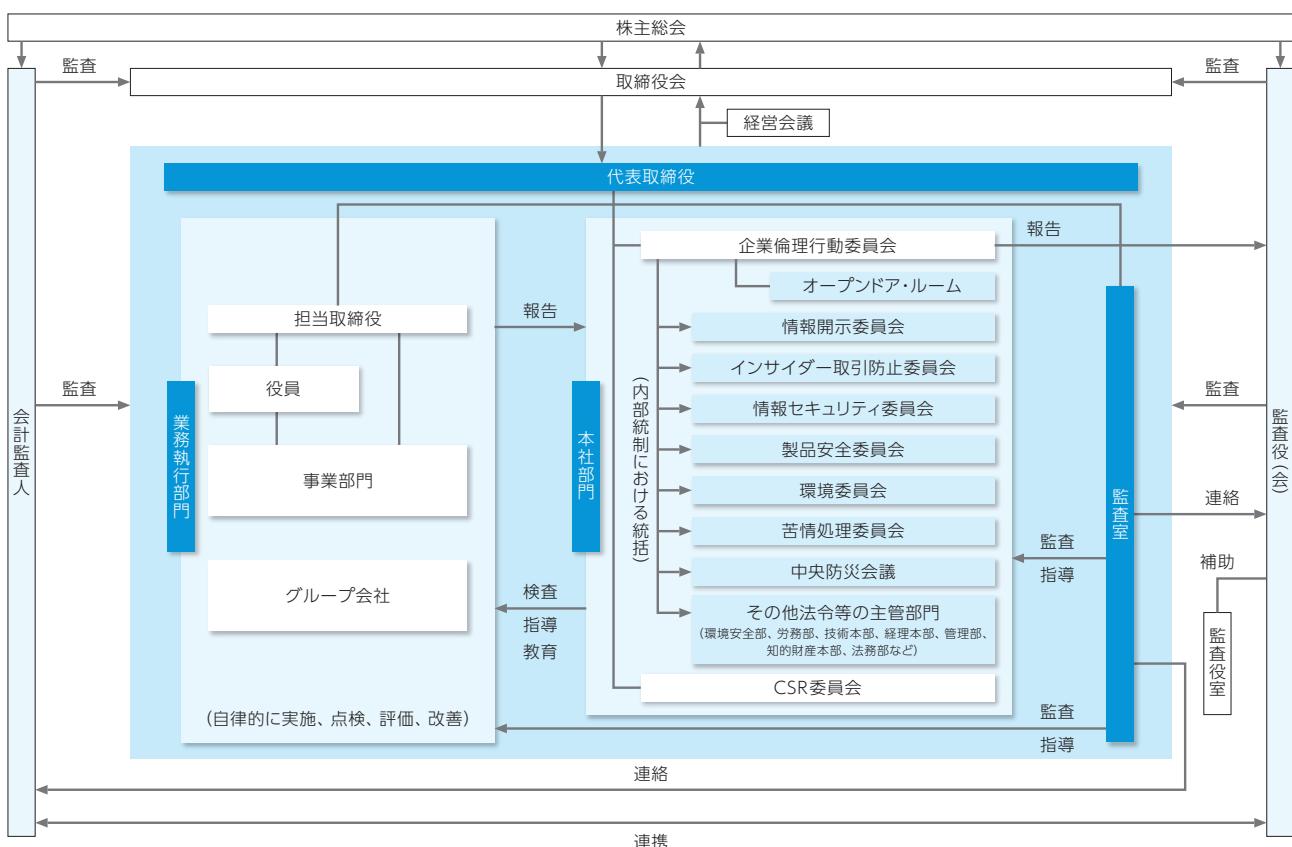
## ③ リスク管理体制の整備の状況

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。

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



#### ⑥ 社外取締役及び社外監査役とDNPとの関係

DNPの社外取締役は1名です。また、社外監査役は3名です。社外取締役は、社内取締役に対する監督機能に加え、見識に基づく経営助言を通じて、取締役会の透明性と説明責任の向上に貢献する役割を担っています。社外監査役は、会計監査及び業務監査双方の妥当性を高め、経営に対する監視機能を果たしています。

DNPでは、社外取締役及び社外監査役を選任するための独立性に関する基準等はありませんが、一般株主と利益相反が生じないよう、金融商品取引所の定める独立役員の独立性に関する判断基準等を参考にしています。

独立役員に指定している社外取締役の塚田忠夫氏は、学者としての専門的知識をDNPの事業活動に活かすとともに、社外取締役として客観的な立場から経営の意思決定に参画することができると考えています。同氏はDNP株式2千株を保有しています。なお、同氏は明治大学教授でした。DNPは同大学に対し研究支援目的の寄付を行うことがあり、また同大学から印刷物等を製造受託していますが、取引の規模、性質等、また寄付の頻度や額が僅少であることに照らして、独立性に影響を与えることはなく、株主・投資者の判断に影響を及ぼすおそれないと判断しています。

独立役員に指定している社外監査役の池田眞一氏は、他社における業務経験を活かした幅広い見識を有しており、監査機能を強化できると考えています。同氏はDNP株式2千株を保有しています。なお、同氏は第一生命保険株式会社の出身者です。DNPは同社から印刷物等を製造受託していますが、取引の規模、性質等に照らして、独立性に影響を与えることはなく、株主・投資者の判断に影響を及ぼすおそれないと判断しています。

独立役員に指定している社外監査役の松浦恂氏は、弁護士としての法律専門知識を有しており、監査機能を強化できると考えています。なお、同氏は過去に中央更生保護審査会に所属しており、DNPは日本国との取引がありますが、DNPは当審査会と取引関係がなく、同氏個人が直接利害関係を有するものではないため、独立性に影響を与えることはなく、株主・投資者の判断に影響を及ぼすおそれないと判断しています。

社外監査役の野村晋右氏は、弁護士としての法律専門知識を有しており、監査機能を強化できると考えています。

なお、DNPは、同氏が過去に所属していた法律事務所(現・柳田国際法律事務所)に対し顧問料等を支払っていますが、同氏個人が直接利害関係を有するものではないため、当該取引の性質等に照らして、株主・投資者の判断に影響を及ぼすおそれないと判断しています。

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

#### ⑦ 取締役の定数

DNPは、定款で取締役の定数を20名以内と定めています。

#### ⑧ 取締役の選任の決議要件

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

#### ⑨ 株主総会決議事項を取締役会で決議することができる こととした事項

##### 1. 自己の株式の取得

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

##### 2. 取締役の責任免除

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

##### 3. 監査役の責任免除

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

#### 4. 中間配当

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

#### ⑩ 株主総会の特別決議要件

DNPは、株主総会の円滑な運営のため、会社法第309条第2項に定める株主総会の特別決議要件について、議決権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以上をもつ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)	1,397	1,247	150	23
監査役 (社外監査役を除く)	77	77	—	3
社外役員	89	89	—	6

(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)19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)	287	大日本印刷(株)	266	21
高波 光一 (取締役)	122	大日本印刷(株)	110	11
猿渡 智 (取締役)	121	大日本印刷(株)	109	11
山田 雅義 (取締役)	122	大日本印刷(株)	110	11

(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. 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	424銘柄
貸借対照表計上額の合計額	115,632百万円

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

#### (前事業年度)

##### 特定投資株式

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

##### みなし保有株式

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

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

## (当事業年度)

## 特定投資株式

銘柄	株式数 (株)	貸借対照表計上額 (百万円)	保有目的
第一生命保険(株)	66,066	7,551	営業取引の関係強化
(株)ニューフレアテクノロジー	10,000	4,870	事業の連携強化
大正製薬ホールディングス(株)	692,700	4,648	営業取引の関係強化
テルモ(株)	1,101,000	4,354	営業取引の関係強化
(株)みずほフィナンシャルグループ	27,134,319	3,663	営業取引の関係強化
アサヒグループホールディングス(株)	1,860,029	3,409	営業取引の関係強化
江崎グリコ(株)	3,221,314	3,198	営業取引の関係強化
日清食品ホールディングス(株)	898,711	2,781	営業取引の関係強化
ヤマトホールディングス(株)	1,660,600	2,123	営業取引の関係強化
東洋水産(株)	794,980	1,708	営業取引の関係強化
(株)東芝	4,547,000	1,655	事業の連携強化
(株)三菱ケミカルホールディングス	3,598,790	1,590	事業の連携強化
アイカ工業(株)	1,293,743	1,536	営業取引の関係強化
ライオン(株)	3,140,665	1,488	営業取引の関係強化
富士フィルムホールディングス(株)	685,965	1,331	営業取引の関係強化
サッポロホールディングス(株)	3,796,388	1,161	営業取引の関係強化
日本精工(株)	1,814,000	1,155	事業の連携強化
(株)ヤクルト本社	393,000	1,118	営業取引の関係強化
ローム(株)	266,501	1,088	営業取引の関係強化
カルビー(株)	258,200	1,088	営業取引の関係強化
新日本製鐵(株)	4,594,768	1,043	事業の連携強化
明治ホールディングス(株)	282,200	1,020	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	988	営業取引の関係強化
(株)資生堂	677,619	967	営業取引の関係強化
三菱電機(株)	1,300,000	951	営業取引の関係強化
SMK(株)	3,200,000	918	営業取引の関係強化

## みなし保有株式

銘柄	株式数 (株)	貸借対照表計上額 (百万円)	保有目的
テルモ(株)	1,930,500	7,635	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有
(株)テレビ朝日	40,300	5,436	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有
アステラス製薬(株)	913,770	3,106	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有
日本たばこ産業(株)	5,000	2,330	退職給付信託設定分 議決権行使を指図する権限を保有

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

## ③ 保有目的が純投資目的である投資株式

該当事項はありません。

## 2 監査報酬の内容等

### ① 監査公認会計士等に対する報酬の内容

区分	前連結会計年度		当連結会計年度	
	監査証明業務に基づく報酬(百万円)	非監査業務に基づく報酬(百万円)	監査証明業務に基づく報酬(百万円)	非監査業務に基づく報酬(百万円)
大日本印刷(株)	83	—	83	—
連結子会社	130	—	126	—
計	213	—	209	—

### 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

(2012年6月28日現在)

## 代表取締役社長

北島 義俊

## 代表取締役副社長

高波 光一

山田 雅義

北島 義斎

## 専務取締役

波木井 光彦

土田 修

吉野 晃臣

黒田 雄次郎

和田 正彦

## 常務取締役

広木 一正

森野 鉄治

秋重 邦和

北島 元治

清水 孝夫

野坂 良樹

塚田 正樹

墓田 栄

山崎 富士雄

神田 徳次

## 取締役

塚田 忠夫 (社外取締役)

## 常勤監査役

野口 賢治

米田 稔

池田 真一 (社外監査役)

## 監査役

松浦 まこと 恭 (社外監査役)

野村 晋右 (社外監査役)

## 常務役員

西村 達也

小槻 達男

北湯口 達郎

斎藤 隆

古谷 滋海

峯村 隆二

小池 正人

山口 正登

## 役員

竹田 泰夫

村本 守弘

宮 健司

小川 良夫

杉本 登志樹



北島副社長

高波副社長

北島社長

山田副社長

# 持続可能な発展に向けて

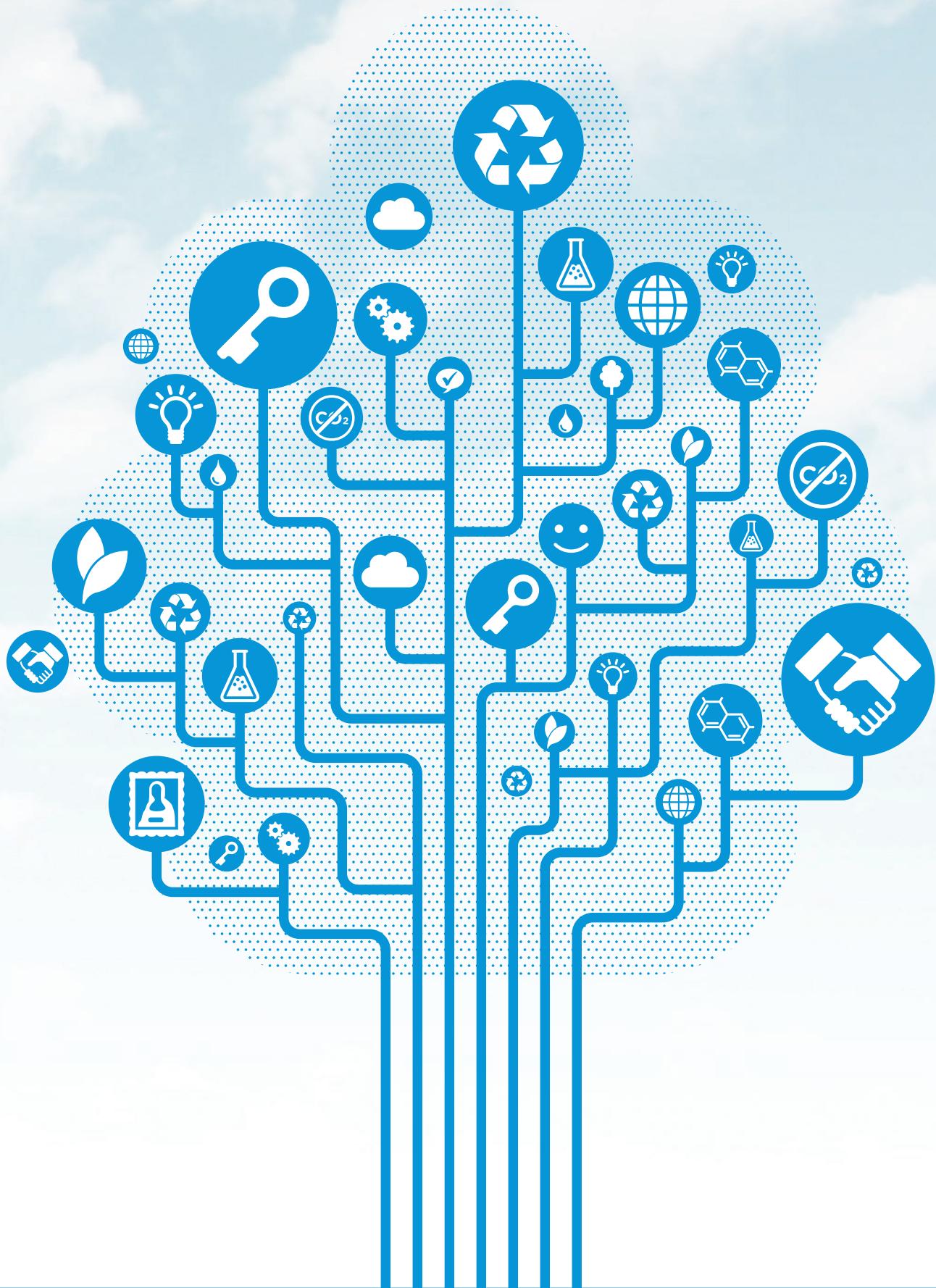
## CONTENTS

- 72 研究開発・知的財産
- 74 法令と社会倫理の遵守
- 75 製品・サービスの安全性と品質の確保
- 76 情報セキュリティの確保
- 77 事業継続に向けて
- 78 環境保全の取り組みと環境配慮製品の拡大
- 82 ブランドマネジメント
- 83 トピックス

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

DNPは、事業活動そのものが社会貢献であり、DNPが提供する製品やサービスがさまざまな課題を解決に導くものであるという前提に立って、事業の拡大に努めています。その際、製品やサービスの開発と合わせて、研究開発・知的財産、法令と社会倫理の遵守、製品・サービスの安全性と品質の確保、情報セキュリティ、事業継続性の確保、人材の育成、環境保全、ブランドマネジメントなどを重要なテーマと捉え、企業価値の向上に取り組んでいます。このような活動が評価され、DNPの株式は、多くの主要な社会的責任投資(SRI: Socially Responsible Investment)の構成銘柄となっています。2012年5月時点の組み入れ状況は下記の通りです。

- 
- Dow Jones Indexesが提供する責任投資指標「Dow Jones Sustainability Indexes」
  - FTSEが提供する責任投資指標「FTSE4Good」
  - Forum ETHIBELが提供する責任投資指標「ETHIBEL PIONEER & EXCELLENCE」
  - モーニングスターが提供する責任投資指標「モーニングスター社会的責任投資株価指数」



# 研究開発・知的財産

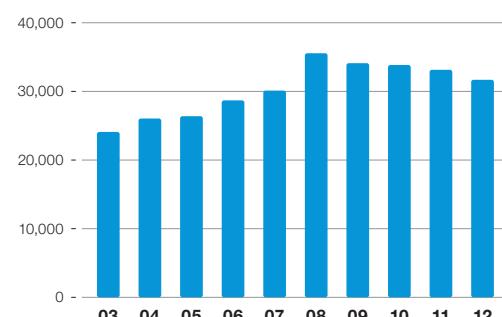
事業ビジョンとして「P&Iソリューション」を掲げ、印刷技術と情報技術の応用発展によって事業を拡大してきたDNPにとって、研究開発は非常に重要な企業活動のひとつです。特に今、変化の激しい時代にあって、生活者の視点に立ち、社会で起きていることをよく見て、どのような課題が存在し、その解決に必要な技術は何か、いち早く見極める必要があります。その上で、DNPの独自技術を開発するとともに、強みを持った他社との連携も積極的に推進し、技術開発のスピードを速めています。また、製品・サービスのイノベーションとともに、ビジネスモデルのイノベーションも進める中で、その成果を知的財産として獲得し、適切に管理・運用するよ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

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

## ■ 研究開発投資

DNPは新規事業の創出、新製品や新サービスの開発、生産技術の開発など、幅広いテーマで研究開発を推進しています。研究開発に対する継続的な投資は、中長期的に企業価値を高めていく上でも重要です。当期(2012年3月期)の研究開発費は317億円で(前期実績:331億円)、連結売上高に占める割合は約2%です。長期(5年以内)を視野に入れた基礎研究から、中期(3年以内)の生産技術開発、短期(1年以内)の新製品・新技術開発まで、包括的な研究開発活動を推進しています。

研究開発費の推移(連結)  
(単位:百万円)



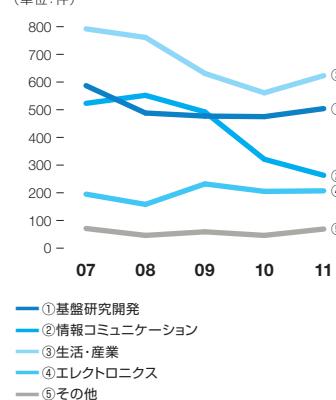
## ■ 知的財産戦略

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

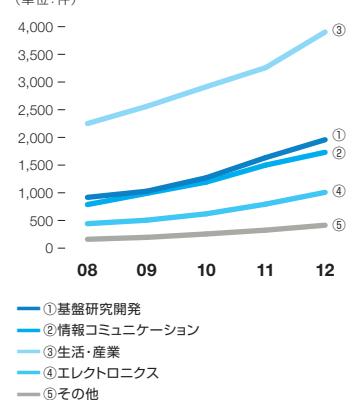
事業における知的財産価値の向上に当たっては、自社のパテント・ポートフォリオの充実、戦略的な出願の推進、特許明細書の質の向上、法令の遵守などに取り組んでいます。

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

特許公開件数の推移(1-12月、5カ年)  
(単位:件)



特許・実用新案保有件数の推移(5カ年)  
(単位:件)

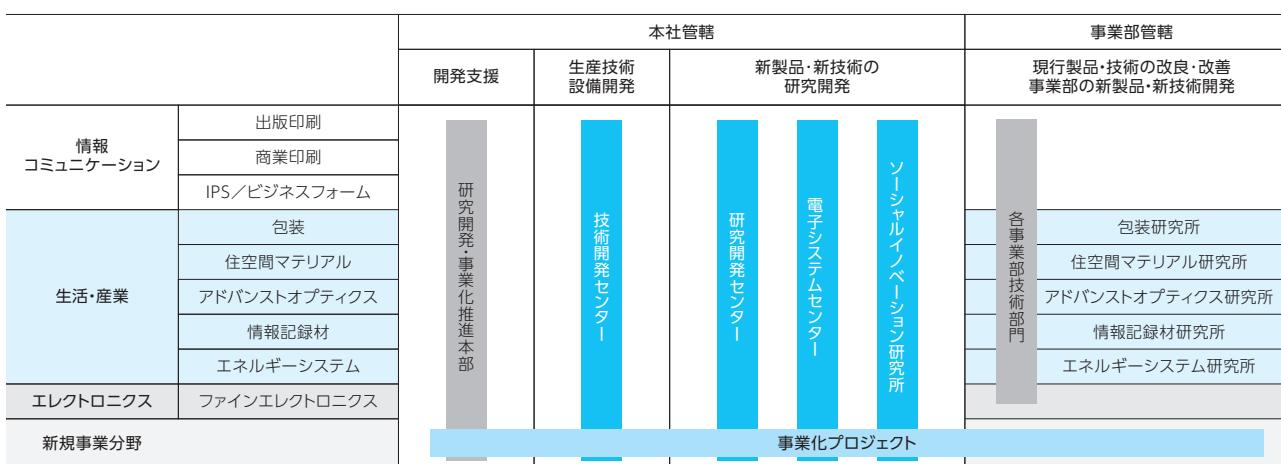


## ■ 研究開発体制

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

具体的には、研究開発センター、電子システムセンター、技術

開発センター、ソーシャルイノベーション研究所の4つの本社研究所が中心となり、各事業部管轄の研究所・技術部門のみならず、営業・企画・製造部門とも連携を深めながら、新たな価値の創造に注力しています。



### 研究開発組織の役割・開発期間

	研究開発組織	役割	開発期間
本社研究所	研究開発センター	新製品、新生産プロセスに関わる研究開発	中・長期(3-5年以内)
	電子システムセンター	電子システムに関わる技術・製品・サービスの開発	
	ソーシャルイノベーション研究所	社会課題の解決につながる価値創造ビジネスの研究開発	
	技術開発センター	生産技術に関わる研究開発	中期(3年以内)
事業部研究所	包装研究所	包装技術、鮮度保持技術に関わる研究開発	新製品開発 短期(1年以内)
	住空間マテリアル研究所	内外装表面材の研究開発	
	アドバンストオプティクス研究所	光学部材に関わる研究開発	
	情報記録材研究所	各種記録材の研究開発	
	エネルギー・システム研究所	エネルギー関連部材の研究開発	

# 法令と社会倫理の遵守

DNPグループは、これまで培ってきた社会からの信頼をさらに確かなものとしていくため、企業倫理への取り組みを風化させることなく、常に見直しを図りながら、着実に継続させていきます。

社員一人ひとりが誠実に行動することで社会の信頼を勝ち取ることが可能となり、信頼を得ることではじめてDNPグループの持続的な発展がある、といったポジティブな観点から、企業倫理の大切さを社員に伝え、自主性を促すことに努めています。

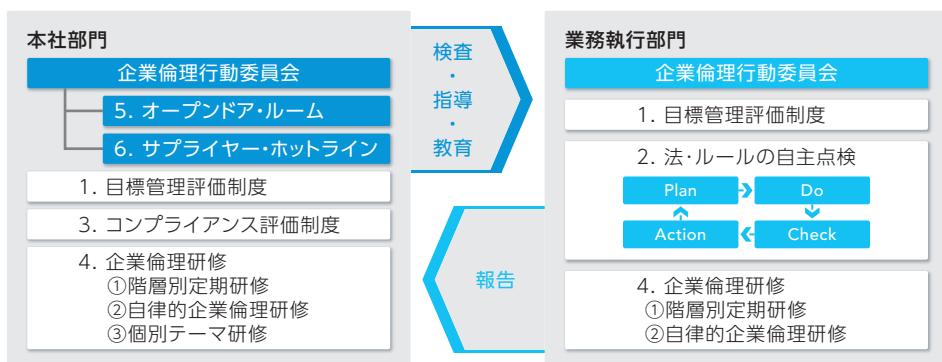
DNPグループでは、このような企業倫理への基本的な取り組み姿勢を、「継続性」「自主性」「ポジティブ性」の3つのわかりやすいキーワードで表現し、共有しています。

企業倫理活動のキーワード	継続性	日常業務の中に企業倫理活動を取り込み、日々取り組み続ける
	自主性	他人事ではなく、自らの問題として積極的に取り組む
	ポジティブ性	社会の信頼を得るため、企業にとって必須の活動として前向きに取り組む

本社各部門を担当する取締役・役員で構成される「企業倫理行動委員会」を設置しています。DNPグループ全体の企業倫理の定着・浸透を推進するための統括組織です。事業部、

グループ会社においても、それぞれ企業倫理行動委員会を設けており、グループ一丸となって取り組む体制が整備されています。

## 企業倫理徹底のための推進体制



1 目標管理評価制度	評価処遇制度である「目標管理評価制度」の自己評価テーマの一つに企業倫理を取り入れ、社員一人ひとりの意識向上に取り組んでいます。
2 法・ルールの自主点検	本社主管部が策定した点検項目を、事業部・グループ会社が自ら点検・評価し、改善に取り組む活動です。“自分の組織は自分で守る”を合言葉に、1997年から取り組んでいます。
3 コンプライアンス評価制度	本社主管部が事業部・グループ会社をDNPグループ共通のモノサシで評価する制度として2005年に導入され、毎年2回定期的に実施しています。
4 企業倫理研修	社員一人ひとりの意識の高さと正しい理解が、企業倫理の取り組みをより確かなものにすると考え、さまざまな教育研修の場を設けています。
5 オープンドア・ルーム	企業倫理にかかわる相談・通報の窓口として2002年に設置しました。「DNPグループ オープンドア・ルーム運用規準」を制定し、安心して相談・通報できる制度にしています。
6 サプライヤー・ホットライン	サプライヤーの皆様が、DNPグループとの取引において、社員等による法令等の違反行為（または、そのおそれがある行為）を認識された場合に、情報を提供していただくための窓口として2009年に設置しました。

# 製品・サービスの安全性と品質の確保

DNPは、製品やサービスを社会に供給する者の責任として、品質と安全に対する取り組みを重要なテーマのひとつであると認識しています。安全で使いやすい製品・サービスを社会に届けるために、グループ一体となって取り組んでいます。

## ■ 品質向上の取り組み

DNPグループでは、世界最高品質水準で安全・安心な製品・サービスを提供し、そのレベルを維持・向上させるために、2005年に「DNPグループ 品質方針」を定めました。

### DNPグループ 品質方針

1. 「P&IソリューションDNP」を掲げ、印刷技術と情報技術を融合し、顧客の課題を解決する世界最高品質水準の製品・サービスを提供し、そのレベルを維持・向上することで、顧客の信頼を獲得する。
2. 環境に優しい安全な製品・サービスの提供を使命とし、あらゆる企業活動を通じ、環境負荷極小化を目指す。
3. 世界最先端レベルの製造技術を開発し、世界最高水準のムダのない生産システムを構築する。
4. この目的を達成するために、すべての従業員が一体となり、社内外との「対話」を欠かさず、「よく見、よく聞き、よく考え」、顧客の継続的な満足を得る品質システムの維持、及び継続的な改善活動を行う。

## モノづくり21活動

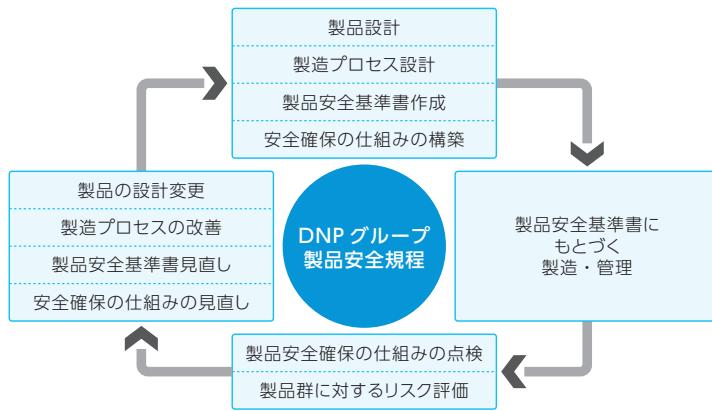
「モノづくり21活動」は、市場構造変化に適応した“筋肉質”のモノづくり体質をつくるため、DNPグループ全部門・全員が参加する活動です。品質・コスト・納期・環境面での活動目標や成果指標を数値化し、それらを全員にオープンにすることによ

りムダを省き、目標達成をめざします。製造の改善活動を活性化しながら、受注から納入までの全体最適を図るため、企画開発、営業などの顧客との入口部門から、物流の出口部分までの改善に注力し、顧客視点に立った活動を強化しています。

## ■ 製品安全の取り組み

### DNPグループ製品安全方針

製品の安全性について顧客のニーズと期待を上回る製品を提供するために、1994年に「DNPグループ製品安全方針」を定め、製品の安全性確保に取り組んでいます。



### 製品安全の管理体制

「DNPグループ製品安全委員会」が、製品安全に関する規程や指針を制定し、グループ内に周知しています。これらの規程や指針にもとづき、各事業部・グループ会社の製品安全委員会が製品安全管理の仕組みを整備し、安全確保に取り組んでいます。

製品安全の取り組みは継続性が重要なため、年2回定期的に製品安全確保の仕組みの点検やすべての製品群に対するリスク評価を実施しています。その結果をふまえて、管理体制の見直しや製品の設計変更・製造プロセスの改善等を行い、より高い安全性の確保を目指しています。

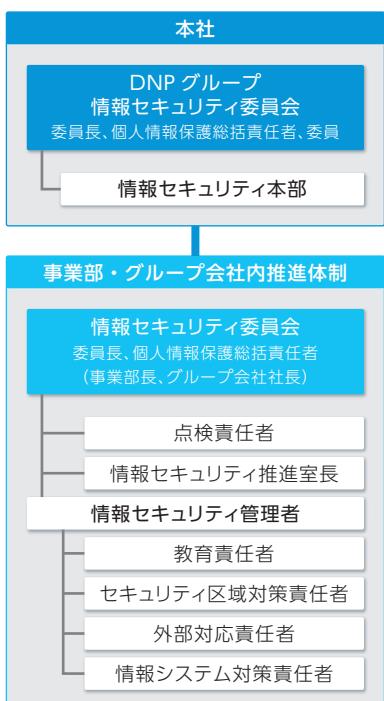
# 情報セキュリティの確保

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

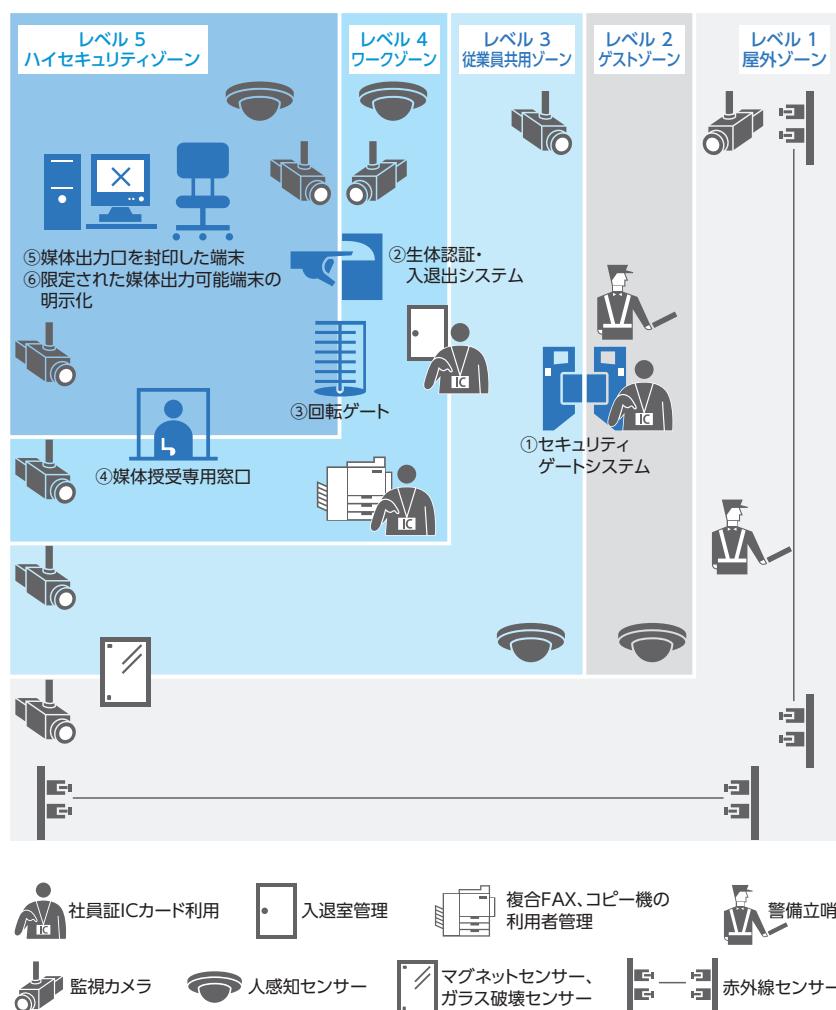
情報セキュリティ管理体制として、本社のDNPグループ情報セキュリティ委員会の下に、情報セキュリティ本部を組織し、さらに、事業主体となる事業部・グループ会社それぞれに情報セキュリティ委員会を設置しています。また、個人情報保護マネジメントシステム(JISQ15001)に準拠した仕組みの構築、プライバシーマーク認証の取得・維持などにも積極的に取り組んでいます。そのほか、集合教育やネットワークラーニングなどで社員一人ひとりの意識を向上させる人材育成、ICカード社員証を利用したセキュリティゲートなどの最新のセキュリティ設備の導入、同じくICカード社員証を利用したパソコンのアクセス制御などの技術的対応も進めています。

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

## 情報セキュリティ管理体制



## 最新のセキュリティ設備について



# 事業継続に向けて

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

\*BCP(Business Continuity Plan)

## ■ 体制と基本的な考え方

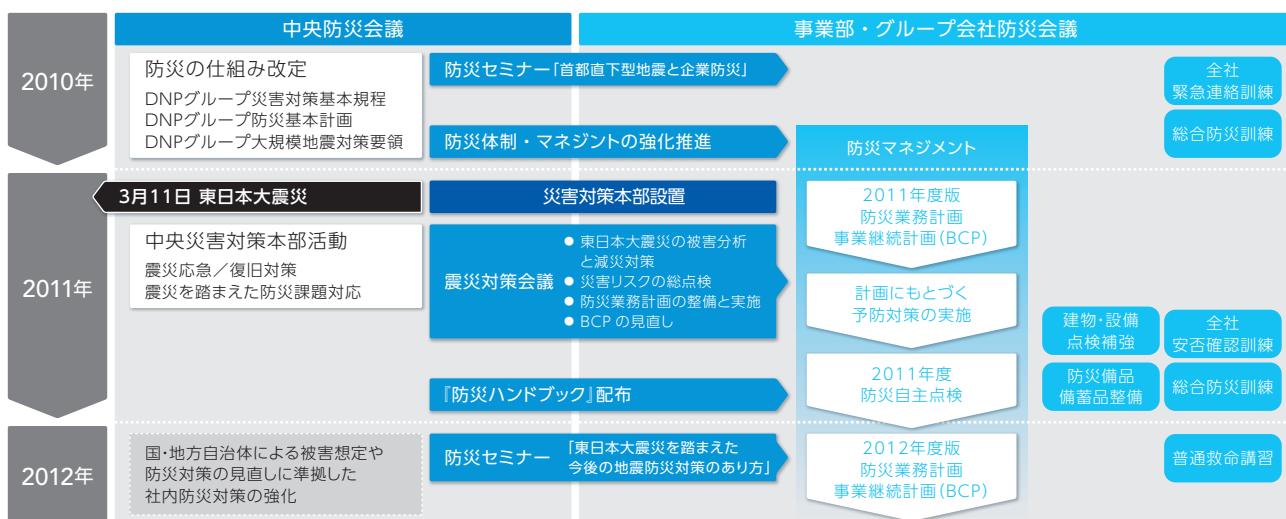
DNPは、グループ全体の基本的な防災対策を整備・推進する「中央防災会議」、各事業部の特性に合った具体的な防災対策を推進する「事業部・グループ会社防災会議」、地区ごとに連携した防災対策を推進する「地区防災会議」を設置し、防災計画の作成や予防対策の推進にあたっています。

また、東日本大震災の経験から事業継続計画(BCP)の重要性を再認識し、「災害発生時の人的安全対策を最優先すること」「会社の災害に対する対応力と復旧力を高めること」を基本に、日ごろから災害リスクを正しく認識して適切な予防対策を進めています。

## ■ 見直しと強化

東日本大震災を機に、DNPでは社員の安全確保、電力の安定確保や事業継続などについて改めて見直し、2011年は以下の取り組みを行いました。

災害発生時 緊急体制の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 対策本部の設置の確認</li> <li>● 衛星電話等の緊急連絡手段や安否確認システムの整備</li> </ul>	各対策本部の行動計画の見直し
予防対策の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 建物・設備の点検や補強</li> <li>● 非常用電源の確保、緊急地震速報の利用促進など</li> <li>● 情報システム・ITネットワークのバックアップ、二重化対策など</li> </ul>	ヘルメット、食料・飲料水などの備品・備蓄品の整備
啓発・訓練の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 職場用と家庭用の『防災ハンドブック』配布</li> <li>● 事業場ごとの各種防災訓練</li> </ul>	● エマージェンシーコールによる全社安否確認訓練 ● 防災セミナーの開催(約650名の社員が参加)



# 環境保全の取り組みと環境配慮製品の拡大

## ■ 環境管理体制の構築と運用

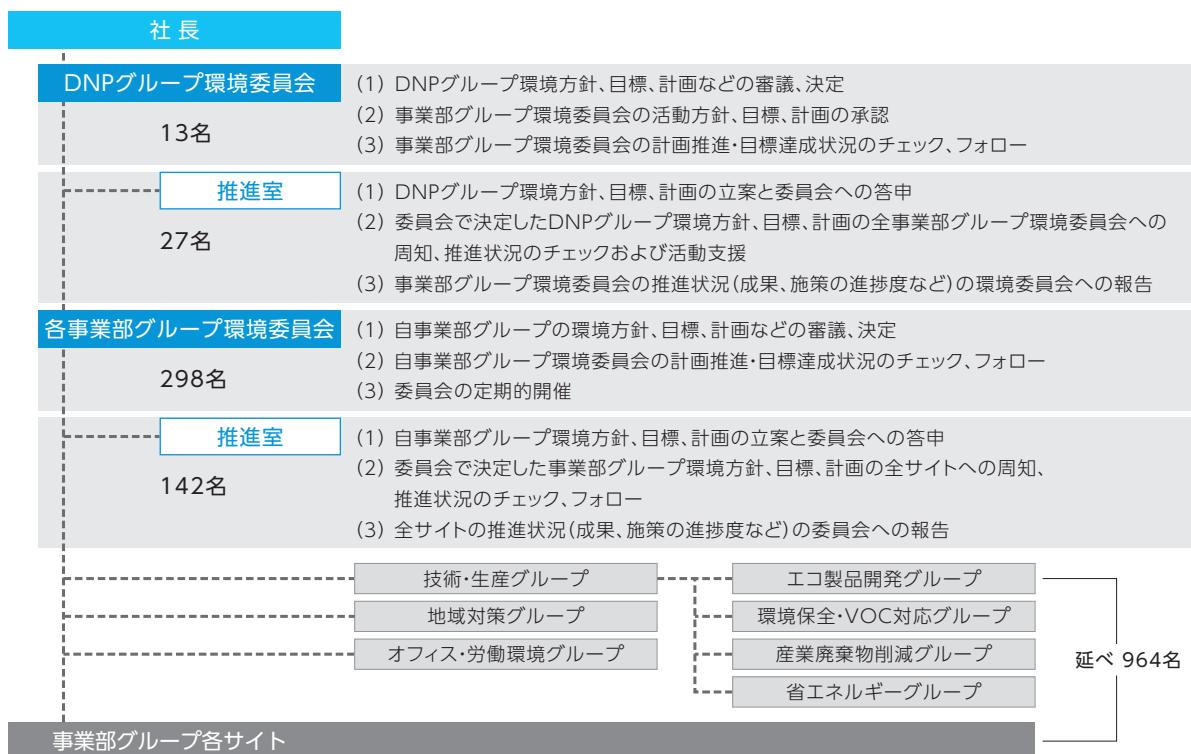
製品やサービスの提供によって、企業や生活者、社会の課題を解決するDNPは、“地球環境との共生”を経営の重要課題のひとつとして捉えています。限りある地球の資源を無駄にせず、自然との共生を図りながら次世代に引き渡すことを使命と位置づけ、“地球環境の保全”と“資源の有効利用”を環境活動の基本方針として掲げ、国内および海外にて、事業活動における環境負荷を極力低減し、資源の有効活用を進めて環境効率を

向上させるとともに、環境配慮製品の開発にも一層力を入れていきます。

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

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

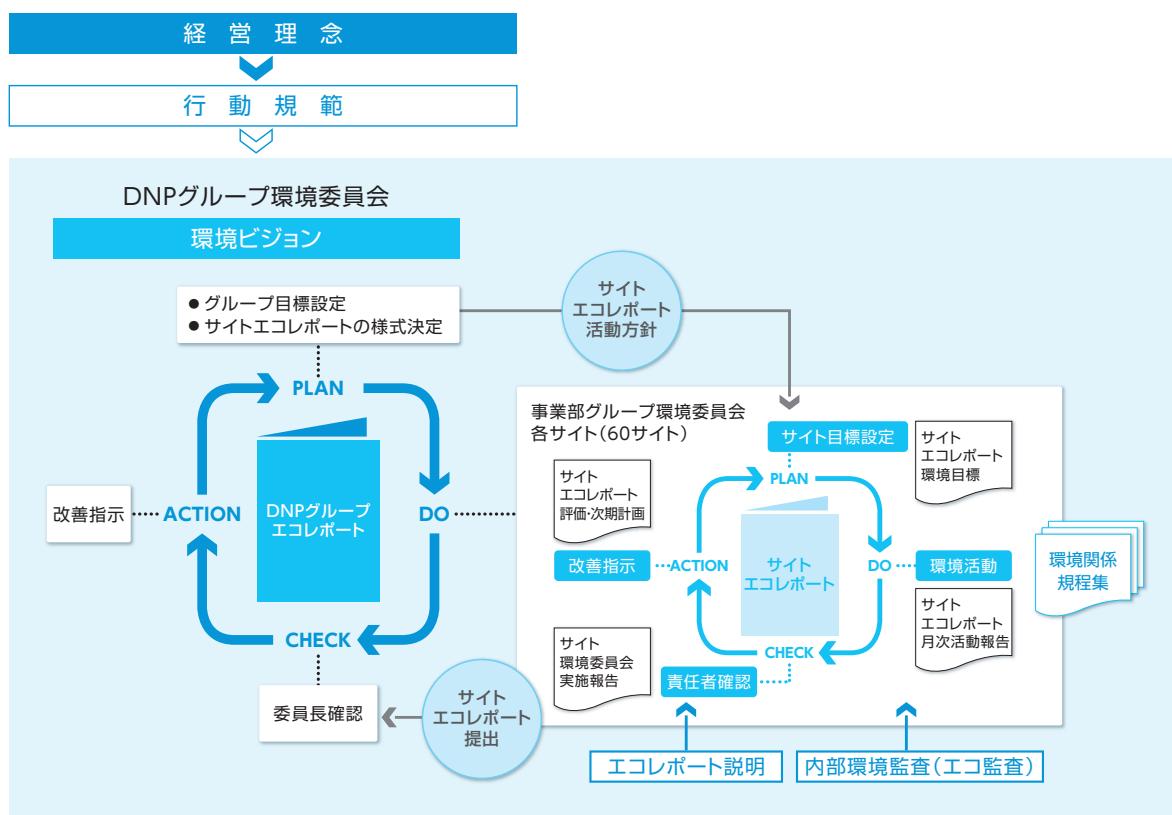
情報コミュニケーション部門	主にオフセット印刷で、雑誌や書籍、商業印刷物やビジネスフォームなどを製造しており、多くの印刷用紙を使用しています。
生活・産業部門	グラビア印刷、コーティング、ラミネート加工などで、包装材や建材、光学フィルムやカラーインクリボンなどを製造しており、プラスチックフィルムや溶剤などを多く使用しています。
エレクトロニクス部門	エッティング技術やフォトリソグラフィー技術を応用して、液晶ディスプレイ用のカラーフィルター、半導体製品用のフォトマスクなどを製造しており、洗浄用などに多くの水を使用しています。



## ■ 環境マネジメントシステム

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

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



## ■ 生物多様性への取り組み

2011年度は、製品開発、原材料調達、製造、販売、使用、廃棄などすべての事業活動における生物多様性とのかかわりを再検討しました。その結果、生態系への依存または影響の度合

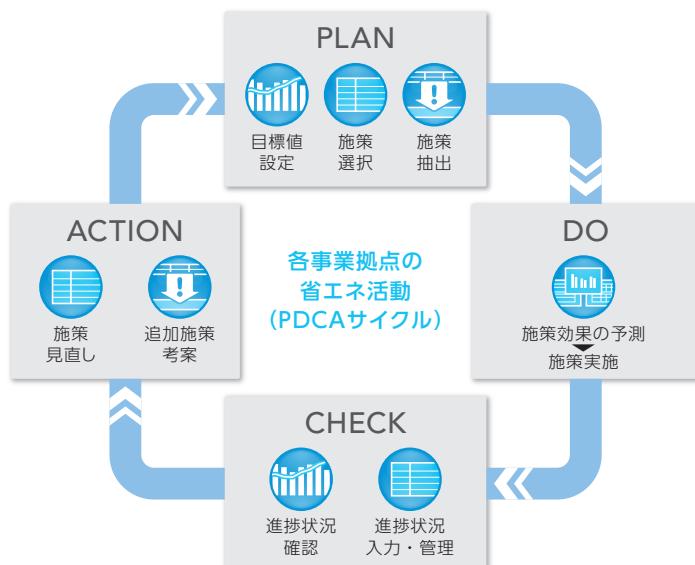
いが大きい「事業所内の緑地づくり」と「原材料の調達」を重点テーマに取り上げ、具体的な取り組みを進めています。

## ■ 使用エネルギーの「見える化」による省エネの実現

DNPでは、2009年に実用化したシステムをもとに使用エネルギーの「見える化」を進め、国内約70拠点の生産設備を対象にモニタリング機器を設置・展開しており、エネルギーロスの抽出や製造条件の最適化など、生産活動における省エネに取り組んできました。

2011年8月にはこれまでの成果を活かし、事業拠点の省エネ化を計画から検証まで一貫して管理する省エネトータルマネジメントシステムを開発。省エネ活動のPDCAサイクルを支援するシステムとして、拠点ごとにより効果的な施策を実施することで、効率的に省エネを推進する体制を構築しました。

### 省エネトータルマネジメントシステムの構成(4つのサブシステム)



### 平成23年度「省エネ大賞」省エネ事例部門・審査委員会特別賞を受賞

財団法人省エネルギーセンターが主催する「省エネ大賞」は、企業・自治体・教育機関等における優れた省エネ活動や、技術開発等による先進型省エネ製品などを表彰するものです。

DNPは、上福岡工場(埼玉県ふじみ野市)のフォトマスク生産ラインのレーザー描画工程向けに省エネルギー・システムを開発し、消費電力量の

大幅削減を実現しました。この取り組みが評価され、平成23年度「省エネ大賞」の省エネ事例部門・審査委員会特別賞を受賞しました。

DNPは、今回開発した省エネシステムを他のフォトマスク生産工場に応用するとともに、省エネ活動に継続して取り組んでいきます。



## ■ 環境配慮製品・サービスの開発

DNPは、製品の設計・開発から、製造、流通、消費、廃棄、リサイクルまでのライフサイクル全体において、環境負荷を低減する取り組みを推進しています。「環境配慮製品の開発指針」に基づいた製品づくりを進め、2011年度の環境配慮製品の

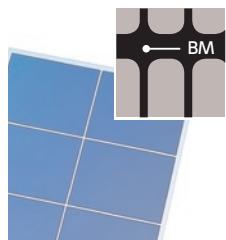
販売額は、3,360億円(2010年度3,180億円)となりました。今後、この取り組みをさらに強化し、2015年度までに、環境配慮製品・サービスの売上高を4,000億円にする計画です。

### 1 環境汚染物質の削減

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

#### 製品例 ● 樹脂膜BMカラーフィルター

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



### 2 省資源・省エネルギー

金属資源や化石燃料の使用を抑制。省エネルギー化した製品・システム。

#### 製品例 ● エルボーパウチ

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



### 3 持続可能な資源採取

天然資源の持続可能な活用。

#### 製品例 ● バイオマテックPET、PE

植物由来の原料を一部に使用した製品です。温室効果ガスであるCO<sub>2</sub>排出量の削減効果に加え、枯渇資源である石油の使用量削減効果も見込めます。



### 4 長期使用が可能

修理や部品交換の容易さ、保守・修理サービス期間の長さ、機能拡張性などを考慮。

#### 製品例 ● サフマーレ

「健康」「清潔」「安全」などの要求に即応した空間づくりを可能にする「オレフイン素材」をベースにした造作・建具用オリジナル化粧シートです。



### 5 再使用可能

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

#### 製品例 ● はがせる配送伝票

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



### 6 リサイクル可能

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

#### 製品例 ● 環境配慮カレンダー

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



### 7 再生素材の利用

回収・再生された素材や部品を多く利用。

#### 製品例 ● 再生紙利用の雑誌・パンフレット

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



### 8 処理・処分の容易性

焼却施設や埋立処分場にできるだけ負荷をかけないように配慮。

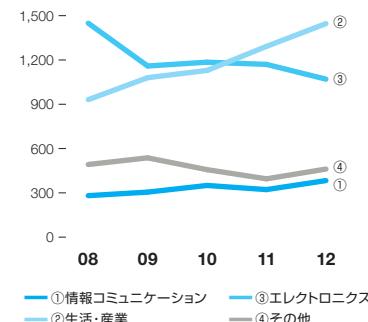
#### 製品例 ● IB(Innovative Barrier)フィルム

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



### 環境配慮製品販売額の推移

(単位:億円)



# ブランドマネジメント

## ■ ブランドに対するDNPの考え方

DNPは「P&Iソリューション」を事業ビジョンとして掲げ、国内に限らずグローバルに事業を展開しています。また、企業だけでなく、生活者と直接コミュニケーションする“BtoCビジネス”も推進しており、製品・サービスのブランドやコーポレート

ブランドの価値を高めていく重要性が増しています。“企業や生活者に支持されるブランド”を構築していくことが、企業価値の向上につながるという視点に立ち、ブランドの戦略的な育成に努めています。

DNPが展開するBtoC ビジネスの例



ハイブリッド型総合書店サービス  
「honto」



ネットチラシサービス  
「オリコミニーオ!」



ネットポイントサービス  
「エルネ」



フォトブック作成サービス  
「ドリームページ」



セルフ型プリントシステム  
「PrintRush」

## ■ コーポレートブランドと“DNPenguin(ディーエヌペンギン)”

DNPの事業活動のすべてを包括するものが、コーポレートブランド「DNP」です。DNPが提供する製品やサービスの価値を高めていくためにも、「DNPブランド」が企業や生活者に浸透していくことが重要です。

生活者との接点を拡大し、ブランド価値を向上していくこと

を目指して、「DNPenguin」という新しいキャラクターを導入しました。新聞やテレビでの広告のほか、ウェブサイトなどを効果的に活用し、コーポレートブランド「DNP」のアピールに努めています。

【2012年5月】親しみやすいキャラクターを用いた企業イメージ広告を開始



■新しいキャラクター「DNPenguin(ディーエヌペンギン)」が、DNPの製品やサービス、企業活動などをわかりやすく紹介していきます。CMや新聞広告を展開するほか、ウェブサイトでは、DNPenguinが案内する「DNP トピックス」や、オリジナル壁紙などもお楽しみいただけます。

## ■ 今後の取り組み

DNPが企業や生活者からの支持をいただき、末永く成長していくために、私たちは4つの「ブランド方針」を策定しました。

- ブランドマネジメントの強化
- 部門横断的なカテゴリー・ブランドの創出
- ブランド付与基準の明確化
- ブランドコミュニケーションの展開

今後は、これらの方針に基づき、コーポレートブランドや製品・サービスなどのブランドについて、価値の向上を図っていきます。

# トピックス

## ■ “身近な体験”を提供し、グラフィックデザインの発展を支える — ggg開設25周年

DNPは、高い水準の印刷技術を、芸術・文化の発展に寄与する新しい創造技術と位置づけ、グラフィックアート分野への支援を中心に、オリジナリティあふれる文化活動を推進しています。

gggとは

### 印刷×グラフィックデザイン コラボの妙を実感できる場

ポスターやパンフレット、書籍や雑誌などを通じて展開されるグラフィックデザインは、印刷とは切っても切れない関係にあります。デザイナーのアイデアに応えるために印刷技術は進化し、進化した印刷技術がデザイナーの創造性をさらに広げる—時代の最先端の感性と技術の交流から生まれた作品は、芸術作品としても高い価値を持ちます。

こうした優れた作品の実物を見て、グラフィックデザインの素晴らしさを体験していただきたいという思いから、DNPは1986年、東京・銀座に日本初のグラフィックデザイン専門ギャラリー「ggg(ギンザ・グラフィック・ギャラリー)」を開設しました。DNPはこれからも、人びとが、国や時代を問わずクリエイティブで多彩な作品や作家と出会える機会や場を広く提供することで、多様な文化を受容する、感性豊かな人づくりに貢献したいと考えています。



福田繁雄展「ILLUSTRICK 412」  
(1986年)



田中一光グラフィックアート植物園  
(1990年)

ggg25周年

### 25年大切にしてきたもの 次の25年に伝えたいもの

gggは2011年に開設25周年を迎えました。これまでに原則毎月1回・計300回以上のオリジナル企画展を開催し、累計100万名を超える方々に来場いただいています。

gggは「グラフィックデザインの身近な体験」と「時代の感性の保存・継承」をテーマとし、さまざまな活動を展開してきました。一堂に展示された実物の作品だからこそ感じられる迫力やディテールの緻密さを味わえる「企画展」、作家独自の視点が披露される「ギャラリートーク」(インターネット中継も実施)、100冊に及ぶ個性溢れる個人作品集「gggBooks」(紙の書籍・電子書籍)など。これらの活動に加えて今後は、時代や作家の感性が結晶した作品を文化財として収集・保存し、追体験する機会を提供するとともに、次の時代へ継承することもgggの大切な使命だと考えています。



秀英体 100  
(2011年)



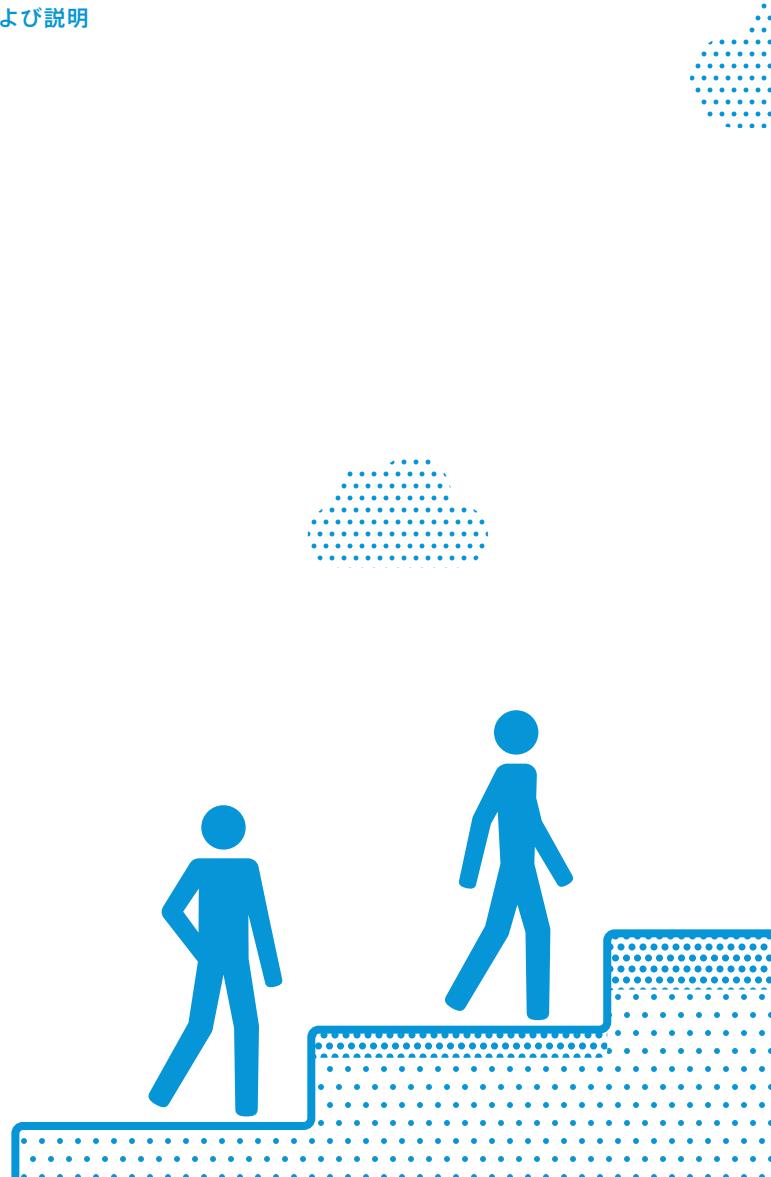
ロト・チェンコ・彗星のごとく、  
ロシア・アヴァンギャルドの寵児  
(2012年)

時代の空気を感じることができるポスターの数々(デザインは左から、福田 繁雄、田中 一光、大日本タイポ組合、矢萩 喜徳郎)

# 財務セクション

## CONTENTS

- 86 2012年3月期の業績に関する分析および説明
- 96 連結財務情報
- 98 連結財務諸表





# 2012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、東日本大震災の影響から緩やかに持ち直してきたものの、海外景気の下振れや原油価格の上昇、国内雇用情勢の悪化懸念などもあり、引き続き厳しい状況にありました。印刷業界においても、震災後に大きく減少した企業の広告宣伝費の回復の遅れや、個人消費の伸び悩み、競争激化による受注単価の下落などにより、厳しい経営環境が続きました。

DNPの各事業部門を取り巻く当期の事業環境は、以下のようになりました。

情報コミュニケーション部門のうち出版印刷関連については、2011年度の日本国内の出版物推定販売金額が前年比で3.2%減少し、1997年からのマイナス傾向が続きました。特に雑誌は、休刊点数が創刊点数を大きく上回り、前期比5.9%の減少となりました。一方、書籍はヒット作も多く前年並みを維持し、電子出版は630億円程度まで市場が拡大しました。商業印刷関連は、国内の広告宣伝費が、震災の影響に加えて、海外景気の減速や円高などの影響も受けて企業の業績回復が遅れたため、一年を通じて低調な水準となりました。2011年度の広告関連企業の売上高は前期比1.7%増となりました。このうちネット広告は10.8%増、ダイレクトメールは3.1%増と前年を上回りましたが、テレビ広告0.5%減、新聞広告1.5%減、雑誌広告5.6%減と前年を下回りました。ビジネスフォーム関連では、企業の経費削減による制作物の削減や部数減少、通知物のウェブ化などの影響を受け、厳しい状況が続きました。

生活・産業部門について、包装関連は、震災の影響により、一時的に落ち込んだ食品や飲料、日用品などの需要回復が進み、堅調に推移しました。建材などの住空間マテリアル関連は、2011年4月から2012年3月の日本国内の住宅着工戸数が84万戸となり、前期比2.7%増加しました。一方、産業資材関連は、液晶テレビの販売が世界的に伸び悩み、パネルメーカーによる生産調整が実施されるなど、反射防止フィルムなどの液晶関連部材の需要が低調に推移しました。太陽電池市場は、販売数量は拡大基調にあるものの、グローバルな競争の激化によって販売価格が大幅に下落するなど厳しい状況となりました。

エレクトロニクス部門では、2011年1月から12月の全世界の液晶ディスプレイの出荷台数が、液晶テレビ2億台超、パソコン3.5億台程度と微増にとどまった一方、携帯電話はスマートフォンの増加などにより前年比11%増となりました。一方、国内の液晶テレビ市場は、期前半までの地上デジタル放送への移行にともなう需要拡大から一転して、後半は急激に縮小しました。パネルメーカーの業績は、海外企業との競争激化などにより大きく落ち込み、なかでも国内のパネルメーカーは生産調整や事業構造改革などを進めたものの、非常に厳しい状況となりました。電子機器については、タイの洪水の影響でハードディスクの生産が落ち込むなど、低調に推移しました。

## 決算の概況

DNPは、事業ビジョンである「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やサービス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」に取り組み、業績の確保に努めました。

特に情報コミュニケーション部門では、生活者の消費行動の変化やソーシャルメディアの拡大、情報セキュリティに対するニーズの高まりなどから事業環境が大きく変化していますが、印刷技術や情報技術などを活かし、新たなビジネスモデルの構築に取り組みました。また生産効率の向上のため、「全体最適」の視点に立って、グループ会社の統合や地域を越えた生産管理体制の再編など、事業構造改革を推進しました。

ディスプレイ関連製品は、液晶テレビの全世界的な販売の不振やパネルメーカーの過剰在庫への対応として大規模な生産調整が実施され、また、生産規模の縮小など、主要取引先の事業方針の転換の影響を大きく受け、業績が大幅に悪化しました。このような受注環境の変化に迅速に対応するため、液晶カラーフィルターなどのディスプレイ関連製品について、生産拠点の集約や、成長が見込まれる製品へのシフトなどの事業構造改革に取り組み、同分野の製造設備などを将来キャッシュ・フローに基づいて再評価し、約247億円の減損を実施しました。

その結果、2012年3月期のDNPの連結売上高は、前期比5.2%減少して1兆5,072億27百万円となりました。部門別では、情報コミュニケーション部門は、出版市場の低迷に加えて、企業の経費や広告宣伝費の削減によるチラシやカタログ、IPS(Information Processing Services)の減少などによって1.0%の減収となりました。生活・産業部門は、包装関連がPETボトル用無菌充填システムの販売増などにより前年を上回り、建材関連も堅調な着工件数などに支えられて増加しましたが、薄型ディスプレイ向け光学フィルムが大幅に減少したため、部門全体で1.7%の減収となりました。エレクトロニクス部門は、カラーフィルターが震災の影響や世界的な液晶テレビの販売不振の影響で大幅に減少し、フォトマスクやリードフレームも半導体市況の低迷やタイの洪水の影響で減少したため、部門全体で21.5%の減収となりました。清涼飲料部門は、ミネラルウォーターは増加しましたが、全体では9.5%の減収となりました。

連結営業利益は、事業環境が急激に悪化したディスプレイ関連製品の大幅な売上減少のほか、全部門にわたる受注単価の下落や原材料価格の値上がりなどの影響を受け、前期比49.8%の減益となり、連結営業利益率は前期比2.0ポイント悪化して2.3%となりました。連結経常利益率は前期比1.6ポイント低下し、2.4%となりました。当期純利益は、ディスプレイ関連製品の製造設備その他の減損損失などにより163億円の損失となりました。

部門別の営業利益率は、情報コミュニケーション部門では売上高減少や単価ダウンにより収益性が悪化し、0.3ポイント低下して2.2%となりました。生活・産業部門は、フィルムやレジンなどの原材料の値上がりや、薄型ディスプレイ用反射防止フィルムの売上減少などにより2.7ポイント低下して6.1%になりました。エレクトロニクス部門は、液晶カラーフィルターの数量減や単価ダウンにより営業損失となりました。清涼飲料部門は2.3%で0.3ポイントの改善となりました。

	2012.3	2011.3	2010.3
売上高 (百万円)	¥1,507,227	¥1,589,373	¥1,583,382
売上総利益率 (%)	17.3%	19.0%	18.7%
営業利益率 (%)	2.3%	4.3%	4.2%
経常利益率 (%)	2.4%	4.0%	4.3%
売上高純利益率 (%)	—%	1.6%	1.5%
1株当たり当期純利益 又は当期純損失 (円)	¥ -25.39	¥ 38.85	¥ 36.12

## 売上高

当期の売上高は、前期比821億46百万円、5.2%減少して1兆5,072億27百万円となりました。

### 〔情報コミュニケーション部門〕

出版印刷関連は、出版市場の低迷が続くなが、書籍一貫製造ラインの増強が寄与して書籍は増加したものの、雑誌が減少しました。商業印刷関連は、企業の広告宣伝費の回復の遅れから、チラシ、パンフレット、カタログなどが全般に低調で、前年を下回りました。ビジネスフォーム関連は、通信系、交通系および電子マネー向けのICカードが好調に推移しましたが、パーソナルメールなどのデータ入力から印刷・発送までの業務を行うIPSが減少し、前年を下回りました。教育・出版流通事業は、前期中に実施した株式会社文教堂グループホールディングス、株式会社雄松堂書店の連結子会社化などにより前年を上回りました。その結果、部門全体の売上高は1.0%減少しました。

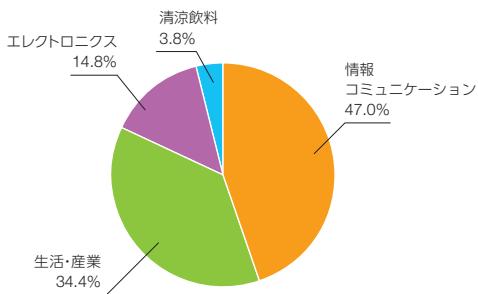
### 〔生活・産業部門〕

包装関連は、PETボトル用無菌充填システムやPETボトル用部材のプリフォーム、高機能フィルムを使用した軟包装が増加し、前年を上回りました。建材などの住空間マテリアル関連は、DNP独自のEB (Electron Beam) コーティング技術を活かした環境配慮製品などが増加し、前年を上回りました。産業資材関連は、リチウムイオン電池用ソフトパックや太陽電池用パックシートなどのエネルギー関連部材、フォトプリンター用の昇華型熱転写記録材(カラーインクリボンと受像紙)は増加しましたが、薄型ディスプレイ用反射防止フィルムなどが減少し、前年を下回りました。その結果、部門全体では1.7%の減収となりました。

### 〔エレクトロニクス部門〕

液晶カラーフィルターは、スマートフォンやタブレット端末向けの中小型品は好調に推移しましたが、世界的な液晶テレビ市場の低迷によってテレビ向けの大型品が数量・単価ともに落ち込み、前年を大幅に下回りました。電子デバイス関連は、半導体市場が世界的に厳しい状況にあり、高密度ビルトアップ配線板は増加しましたが、フォトマスクやハードディスク用サスペンションなどのエッチング製品が減少しました。その結果、部門全体の売上高は21.5%の減収となりました。

連結セグメント別売上高構成比 (2012年3月期)



### 〔清涼飲料事業〕

個人消費が低調に推移し、販売競争が激化する厳しい市場環境のなかで、主力商品の「コカ・コーラ」「ジョージア」のほか、国内最軽量PETボトル「ecoる ボトル しづる」を使ったミネラルウォーター「い・ろ・は・す」の販売拡大に努めました。その結果、ミネラルウォーターは増加しましたが、コーヒー飲料などが減少し、9.5%の減収となりました。

### 売上原価

売上原価は、前期比407億3百万円、3.2%減少して1兆2,468億78百万円となりました。売上総利益率は、19.0%から1.7ポイント後退して17.3%となりました。

当期は、2011年初頭からの原油価格高騰により、前年同期に対してナフサ価格が約30%値上がりし、フィルムやレジン、インキ、溶剤などの石化製品の価格が大幅に上昇しました。その結果、石化製品を中心とした当期の原材料価格の値上がりの影響額は69億円となりました。この影響額のうち、得意先との交渉を通じて、50%程度を製品価格に転嫁しました。

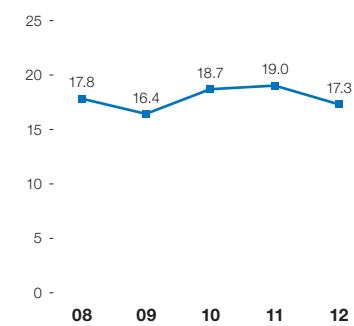
またDNPは、2002年4月から「モノづくり21活動」をグループ全体で推進し、製造工程の効率化、歩留りの向上、材料ロスの削減、製造の段取りや調整にかかる時間の短縮などに重点をおいた製造コスト削減に取り組んでいます。その結果、当期は年間279億円のコスト削減を実施しました。

### 販売費および一般管理費

当期は、ITを活用した業務の効率化や、予算管理の強化による変動コストの削減を進めました。また、売上高減少にともなう販売費の減少もあったため、当期の販売費および一般管理費は2,263億34百万円となり、前期比76億39百万円、3.3%減少しました。しかし、売上高に占める比率は前期より0.3ポイント上昇して15.0%となりました。

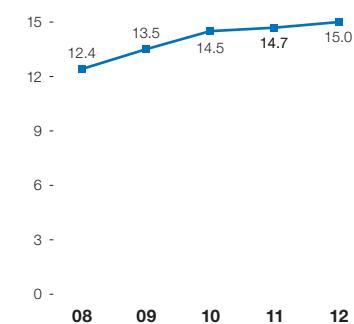
### 売上総利益率

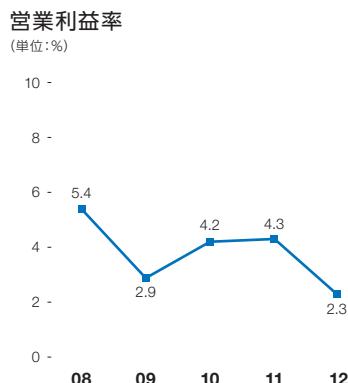
(単位:%)



### 販売費および一般管理費/売上高

(単位:%)

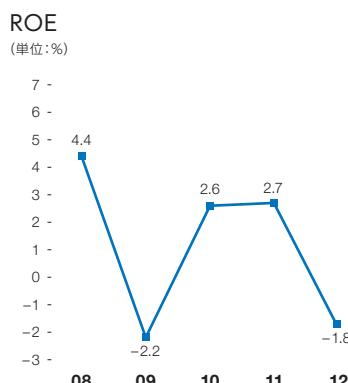




### 営業利益

当期の営業利益は、液晶ディスプレイ市場の低迷により、生活・産業部門とエレクトロニクス部門が大幅な減益となった影響などで、前期比 338 億 3 百万円、49.8% 減少して 340 億 15 百万円となりました。売上高営業利益率は前期の 4.3% から 2.0 ポイント悪化し、当期は 2.3% になりました。

情報コミュニケーション部門は、企業の広告宣伝費の減少による売上減や単価下落の影響で前期比 26 億 56 百万円、14.6% 減少して 154 億 88 百万円。生活・産業部門は、フィルムやレジンなどの原材料価格の値上がりや薄型ディスプレイ向け反射防止フィルムの売上減少によって前期比 149 億 50 百万円、32.0% 減少して 318 億 39 百万円。エレクトロニクス部門は、市場環境の悪化による液晶カラーフィルターの数量減や単価ダウンの影響から前期比 168 億 69 百万円減少し、46 億 47 百万円の損失となりました。



### 営業外損益および特別損益

営業外収益は前期比 13 億 53 百万円、14.0% 増加して 110 億 24 百万円、営業外費用は 65 億 9 百万円、44.3% 減少して 81 億 95 百万円となりました。その結果、営業外損益は 28 億 29 百万円の収益となりました。

経常利益は前期比 259 億 43 百万円、41.3% 減少して 368 億 43 百万円となりました。

特別利益は前期比 20 億 37 百万円、46.1% 減少して 23 億 79 百万円となりました。特別損失はディスプレイ関連製品の製造設備を中心に減損損失 247 億円を計上したことなどにより、前期比 220 億 44 百万円、152.0% 増加して 365 億 50 百万円となりました。この結果、特別損益は前期の 100 億 90 百万円の損失から、当期は 341 億 71 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、500 億 24 百万円、94.9% 減少し、26 億 72 百万円となりました。

### 当期純利益または当期純損失

以上の結果、当期純損失は 163 億 56 百万円となり、前期の 250 億 32 百万円の純利益から 413 億 88 百万円減少しました。

また、1 株当たり当期純損失は 25.39 円となりました。

## 流動性と資金の源泉

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

### キャッシュ・フロー

	2012.3	2011.3	2010.3
営業活動による キャッシュ・フロー	¥ 108,603	¥ 140,053	¥ 140,574
投資活動による キャッシュ・フロー	(80,126)	(82,561)	(120,683)
フリーキャッシュ・フロー	28,477	57,492	19,891

(単位:百万円)

当期の営業活動によるキャッシュ・フローは、前期比22.5%減少して1,086億3百万円となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、前期の825億61百万円の支出から24億35百万円、2.9%減少し、801億26百万円の支出となりました。

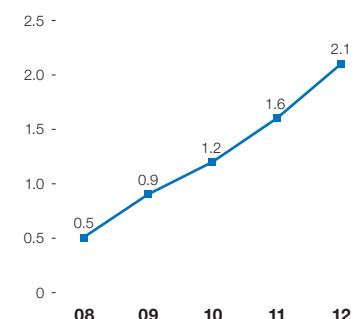
財務活動によるキャッシュ・フローは、社債発行による収入が525億12百万円減少したことなどにより、前期の151億85百万円の収入が480億18百万円減少し、328億33百万円の支出となりました。

これらの活動の結果、現金および現金同等物の期末残高は、前期比57億77百万円、2.6%減少して、2,162億79百万円になりました。

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、284億77百万円の収入となり、前期の574億92百万円から290億15百万円減少しました。

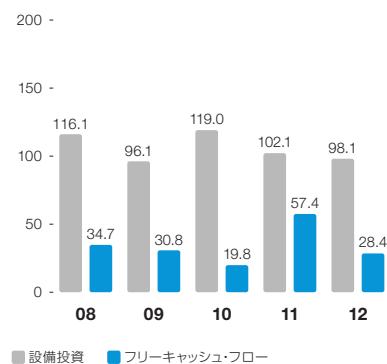
### 有利子負債キャッシュ・フロー倍率

(単位:倍)



## 設備投資、減価償却、研究開発費等

設備投資とフリーキャッシュ・フロー  
(単位:十億円)



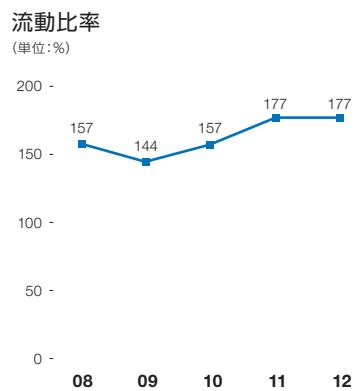
DNPは、競争優位性を確保するために、戦略分野への重点投資と既存設備の改善に重点をおいて設備投資を実施しています。当期は、前期比39億円、3.9%減少して、981億円の設備投資を実施しました。主な設備投資として、リチウムイオン電池用ソフトパックや太陽電池用バックシートなどのエネルギー関連部材を製造する福岡県・戸畠工場のほか、高機能なパッケージを製造する京都府・田辺工場、薄型ディスプレイ用表面フィルムの新棟を広島県・三原工場に開設しました。部門別では、情報コミュニケーション部門が前期比89億円増の299億円で構成比31%、生活・産業部門が前期比194億円増の395億円で構成比40%、エレクトロニクス部門が329億円減の235億円で構成比24%、その他が前期比5億円増の52億円で構成比5%となりました。

当期の減価償却費は958億円で、前期比21億円、2.2%の減少となりました。部門別では、情報コミュニケーション部門が前期とほぼ同額の240億円で構成比25%、生活・産業部門は前期比5億円減の255億円で構成比27%、エレクトロニクス部門は前期比14億円減の404億円で構成比42%、その他が前期比1億円減の58億円で構成比6%となりました。

また、当期の研究開発費は前期比14億円、4.4%減少して316億円となりました。生活者の視点に立って的確な課題解決を実現する“事業創造型”的研究開発に注力するとともに、その成果を知的財産として適切に管理・運用していきます。

## 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、企業価値を高める取り組みを進めています。



	2012.3	2011.3	2010.3
総資産 (百万円)	¥1,608,806	¥1,649,784	¥1,618,853
流動比率 (%)	177%	177%	157%
運転資本/売上高 (%)	23%	22%	17%
D/E レシオ (%)	26%	25%	18%
1株当たり純資産 (円)	¥ 1,352.70	¥ 1,410.43	¥ 1,422.33

当期末のDNPの総資産は、409億78百万円、2.5%減少して1兆6,088億6百万円となりました。

流動資産に関しては、現金及び預金が63億29百万円、2.8%減少して2,175億18百万円に、受取手形及び売掛金が188億85百万円、4.7%減少して3,851億1百万円に、商品及び製品・仕掛品・原材料及び貯蔵品の

合計額が125億12百万円、9.0%増加して1,511億18百万円になり、流動資産全体で79億86百万円、1.0%減少して、7,829億56百万円となりました。

固定資産については、有形固定資産が352億61百万円、5.7%減少して5,795億66百万円に、無形固定資産が21億14百万円、5.9%増加して380億5百万円に、投資その他の資産が5億19百万円、0.3%増加して2,073億87百万円になりました。この結果、固定資産合計は326億28百万円、3.8%減少して8,249億59百万円となりました。

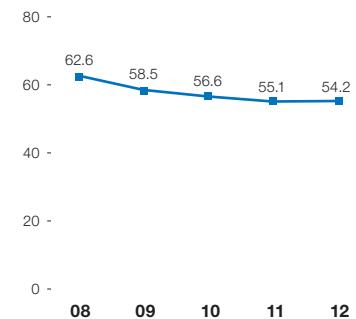
流動負債は45億89百万円、1.0%減少して4,431億79百万円となりました。固定負債は18億39百万円、0.7%増加して2,514億13百万円となりました。この結果、負債合計は前期比27億50百万円、0.4%減少して6,945億93百万円となりました。

また、当期の純資産は382億27百万円、4.0%減少して9,142億13百万円となりました。

DNPは2003年2月から2008年6月までに、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を消却しました。その結果、2012年3月31日現在、発行済株式総数7億48万693株の7.98%に相当する5,589万株の自己株式を保有しています。

自己資本比率

(単位:%)



## 事業等のリスク

---

DNP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ます。

当アニュアルレポート発行時現在で、DNP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は、幅広い業種の、非常に多くの顧客企業と取引を行っており、特定の顧客に偏らない安定的な事業活動を展開しています。その市場の多くは日本国内で、海外売上高の割合は約13%です。しかしながら、世界経済の動向に連動して国内景気が変動し、個人消費などの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戦略部門のひとつであり、綿密な情報収集に基づく事業戦略の構築、収益性の高い生産体制の確立、市場競争力の高い付加価値製品の開発に注力して、安定的な収益を確保していきます。しかしながら、ディスプレイ製品や半導体関連製品において、急激で大幅な需要の変化や単価の下落など、世界規模で市場が変動することによって、当部門の業績が影響を被る可能性があります。

### 原材料調達の変動

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

### 新製品・新技術・新サービスの開発

DNPは、印刷技術と情報技術を応用して企業や生活者のニーズに対応した製品・技術・サービスを開発し、幅広い産業分野に提供しています。これらの開発においては、近年、技術革新のスピードがますます速まっており、ニーズの多様化も急速に進んでいます。今後、開発競争は一層激化すると思われ、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、業績が大きく変動する可能性があります。

## 為替の変動

生活・産業部門やエレクトロニクス部門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。為替予約などによって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、製造物責任法、独占禁止法、個人情報保護法、特許法、税制や輸出入関連の規制など、国内および海外でさまざまな法的規制等を受けており、今後さらに強化されることも考えられます。その一方で、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分野もあると予想されます。これによって、事業活動に対する制約が大きくなり、変化に対応するための負荷やコストが増加するなど、DNPの事業活動に影響をおよぼす可能性があります。

## 環境保全および規制の強化

各企業は、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、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。地球全体の気候変動の影響から、今後これらの規制が強化される可能性もあります。また、有害物質による土壤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う必要があるなど、万一の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で、ソフトウェア、ハードウェア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のリスクが発生する可能性が高まっています。DNPは、情報セキュリティおよび個人情報保護を経営の最重要課題のひとつとして捉え、体制の強化や社員教育などを通じてシステムとデータの保守・管理に万全を尽くしていますが、万一これらの事故が発生した場合には、事業活動に影響をおよぼす可能性があります。

## 災害の発生

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

# 連結財務情報

	2012	2011	2010	2009
<b>損益計算書関連 (百万円)</b>				
売上高	¥ 1,507,227	¥ 1,589,373	¥ 1,583,382	¥ 1,584,844
売上原価	1,246,878	1,287,581	1,286,682	1,324,522
売上総利益	260,349	301,791	296,700	260,322
販売費及び一般管理費	226,334	233,973	230,186	214,144
営業利益	34,015	67,818	66,513	46,177
経常利益	36,843	62,786	68,841	47,390
税金等調整前当期純利益 (純損失)	2,672	52,696	49,495	-27,842
当期純利益 (純損失)	-16,356	25,032	23,278	-20,933
<b>貸借対照表関連 (百万円)</b>				
総資産	¥ 1,608,806	¥ 1,649,784	¥ 1,618,853	¥ 1,536,556
有形固定資産	579,566	614,827	616,847	604,904
固定負債	251,413	249,574	190,045	126,671
負債合計	694,593	697,343	661,990	596,471
資本合計	-	-	-	-
株主資本	888,649	925,702	921,774	917,348
純資産合計	914,213	952,440	956,863	940,085
<b>その他 (百万円)</b>				
設備投資	¥ 98,188	¥ 102,172	¥ 119,063	¥ 96,156
減価償却費	95,829	97,977	91,694	106,882
研究開発費	31,690	33,146	33,849	34,111
<b>普通株式データ (円、株)</b>				
1株当たり当期純利益 (純損失) - 基本的	¥ -25.39	¥ 38.85	¥ 36.12	¥ -32.35
1株当たり当期純利益 - 希薄化後	-	-	-	-
1株当たり配当金	32.00	32.00	32.00	32.00
1株当たり純資産	1,352.70	1,410.43	1,422.33	1,393.90
発行済普通株式数 (自己株式控除後)	644,062,928 (株)	644,142,530 (株)	644,238,930 (株)	644,357,076 (株)
<b>財務比率 (%)</b>				
売上高に占める割合：				
売上総利益	17.27%	18.99%	18.74%	16.43%
販売費及び一般管理費	15.02	14.72	14.54	13.51
営業利益	2.26	4.27	4.20	2.91
税金等調整前当期純利益 (純損失)	0.18	3.32	3.13	-1.76
当期純利益 (純損失)	-1.09	1.57	1.47	-1.32
ROE	-1.84	2.74	2.57	-2.20
流動比率	177	177	157	144
D/E レシオ	26	25	18	14

2008		2007		2006		2005		2004		2003	
¥ 1,616,053		¥ 1,557,802		¥ 1,507,505		¥ 1,424,942		¥ 1,354,101		¥ 1,309,002	
1,327,871		1,268,072		1,202,159		1,121,373		1,073,118		1,043,456	
288,181		289,730		305,345		303,569		280,983		265,546	
201,077		193,585		184,676		183,041		178,545		175,665	
87,104		96,144		120,669		120,528		102,438		89,881	
86,502		101,348		124,715		120,485		97,276		88,177	
88,469		98,950		114,639		107,686		93,137		42,244	
45,171		54,841		65,187		59,936		52,971		28,774	
¥ 1,601,192		¥ 1,700,250		¥ 1,662,377		¥ 1,600,129		¥ 1,513,734		¥ 1,450,027	
639,343		635,783		568,965		528,008		513,175		540,874	
106,690		118,436		118,287		115,801		119,277		66,821	
561,057		600,810		571,170		566,796		510,970		484,581	
–		–		1,063,308		1,007,943		978,736		942,083	
990,122		1,027,475		–		–		–		–	
1,040,135		1,099,439		–		–		–		–	
¥ 116,139		¥ 162,885		¥ 136,059		¥ 86,057		¥ 69,834		¥ 73,789	
109,902		100,161		87,263		80,440		85,182		89,239	
35,556		30,112		28,692		26,386		26,050		24,097	
¥ 67.08		¥ 78.09		¥ 91.22		¥ 82.56		¥ 71.49		¥ 37.80	
–		–		–		–		–		37.67	
36.00		32.00		26.00		24.00		21.00		19.00	
1,516.34		1,544.01		1,507.89		1,409.18		1,348.40		1,270.81	
661,366,377 (株)		694,226,171 (株)		704,972,101 (株)		715,076,830 (株)		725,677,422 (株)		741,161,150 (株)	
17.83%		18.60%		20.25%		21.30%		20.75%		20.29%	
12.44		12.43		12.25		12.85		13.19		13.42	
5.39		6.17		8.00		8.46		7.57		6.87	
5.47		6.35		7.60		7.56		6.88		3.23	
2.80		3.52		4.32		4.21		3.91		2.20	
4.35		5.14		6.29		6.03		5.52		3.02	
157		166		178		186		197		171	
8		6		6		7		7		6	

# 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23年3月31日)	当連結会計年度 (平成24年3月31日)
<b>資産の部</b>		
流動資産		
現金及び預金	223,847	<b>217,518</b>
受取手形及び売掛金	403,986	<b>385,101</b>
商品及び製品	87,446	<b>91,912</b>
仕掛品	31,585	<b>39,356</b>
原材料及び貯蔵品	19,575	<b>19,850</b>
繰延税金資産	10,415	<b>8,691</b>
その他	21,081	<b>24,228</b>
貸倒引当金	△6,994	<b>△3,703</b>
流動資産合計	790,942	<b>782,956</b>
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	531,440	<b>542,222</b>
減価償却累計額	△318,455	<b>△328,707</b>
建物及び構築物(純額)	212,984	<b>213,514</b>
機械装置及び運搬具	918,201	<b>866,990</b>
減価償却累計額	△744,352	<b>△722,663</b>
機械装置及び運搬具(純額)	173,849	<b>144,326</b>
土地	138,650	<b>142,149</b>
リース資産	33,515	<b>39,107</b>
減価償却累計額	△11,772	<b>△14,856</b>
リース資産(純額)	21,743	<b>24,250</b>
建設仮勘定	47,036	<b>35,410</b>
その他	109,916	<b>108,527</b>
減価償却累計額	△89,353	<b>△88,612</b>
その他(純額)	20,563	<b>19,914</b>
有形固定資産合計	614,827	<b>579,566</b>
無形固定資産		
のれん	10,633	<b>9,975</b>
ソフトウエア	22,304	<b>25,211</b>
その他	2,953	<b>2,818</b>
無形固定資産合計	35,891	<b>38,005</b>
投資その他の資産		
投資有価証券	130,793	<b>136,703</b>
長期貸付金	1,990	<b>1,764</b>
繰延税金資産	37,196	<b>34,580</b>
その他	48,139	<b>40,372</b>
貸倒引当金	△11,250	<b>△6,034</b>
投資その他の資産合計	206,868	<b>207,387</b>
固定資産合計	857,587	<b>824,959</b>
繰延資産		
開業費	1,235	<b>864</b>
その他	18	<b>25</b>
繰延資産合計	1,253	<b>889</b>
資産合計	1,649,784	<b>1,608,806</b>

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (平成23年3月31日)	当連結会計年度 (平成24年3月31日)
<b>負債の部</b>		
流動負債		
支払手形及び買掛金	275,525	<b>276,353</b>
短期借入金	51,403	<b>51,809</b>
1年内返済予定の長期借入金	9,415	<b>5,648</b>
未払法人税等	10,486	<b>8,598</b>
賞与引当金	16,650	<b>15,019</b>
その他	84,286	<b>85,750</b>
流動負債合計	447,768	<b>443,179</b>
固定負債		
社債	153,520	<b>153,060</b>
長期借入金	14,802	<b>19,147</b>
リース債務	15,458	<b>18,177</b>
繰延税金負債	2,628	<b>1,963</b>
退職給付引当金	39,260	<b>33,229</b>
その他	23,904	<b>25,835</b>
固定負債合計	249,574	<b>251,413</b>
負債合計	697,343	<b>694,593</b>
<b>純資産の部</b>		
株主資本		
資本金	114,464	<b>114,464</b>
資本剰余金	144,898	<b>144,898</b>
利益剰余金	760,452	<b>723,459</b>
自己株式	△94,113	<b>△94,172</b>
株主資本合計	925,702	<b>888,649</b>
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	832	<b>4,370</b>
繰延ヘッジ損益	△12	<b>△14</b>
為替換算調整勘定	△18,000	<b>△21,775</b>
その他の包括利益累計額合計	△17,180	<b>△17,420</b>
新株予約権	16	<b>16</b>
少数株主持分	43,902	<b>42,967</b>
純資産合計	952,440	<b>914,213</b>
負債純資産合計	1,649,784	<b>1,608,806</b>

## 連結損益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成23年4月 1日 至 平成24年3月31日)
売上高	1,589,373	1,507,227
売上原価	1,287,581	1,246,878
売上総利益	301,791	260,349
販売費及び一般管理費	233,973	226,334
営業利益	67,818	34,015
営業外収益		
受取利息	455	460
受取配当金	2,897	3,009
持分法による投資利益	–	345
設備賃貸料	1,849	2,041
助成金収入	102	1,204
その他	4,366	3,963
営業外収益合計	9,671	11,024
営業外費用		
支払利息	2,775	3,424
持分法による投資損失	412	–
貸与資産減価償却費	1,127	1,256
寄付金	1,060	1,109
為替差損	1,672	15
その他	7,656	2,389
営業外費用合計	14,704	8,195
経常利益	62,786	36,843
特別利益		
固定資産売却益	3,334	2,213
投資有価証券売却益	696	78
その他	385	87
特別利益合計	4,416	2,379
特別損失		
固定資産売却損	620	1,137
固定資産除却損	3,617	3,929
減損損失	1,685	25,013
投資有価証券評価損	430	1,147
その他	8,152	5,322
特別損失合計	14,506	36,550
税金等調整前当期純利益	52,696	2,672
法人税、住民税及び事業税	20,026	17,210
法人税等調整額	8,003	2,300
法人税等合計	28,030	19,511
少数株主損益調整前当期純利益又は少数株主損益調整前当期純損失(△)	24,666	△16,838
少数株主損失(△)	△366	△482
当期純利益又は当期純損失(△)	25,032	△16,356

## 連結包括利益計算書

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成23年4月 1日 至 平成24年3月31日)
少数株主損益調整前当期純利益又は少数株主損益調整前当期純損失(△)	24,666	△16,838
その他の包括利益		
その他有価証券評価差額金	△7,108	3,697
繰延ヘッジ損益	△1	△2
為替換算調整勘定	△5,023	△4,194
持分法適用会社に対する持分相当額	△59	△1
その他の包括利益合計	△12,191	△501
包括利益 (内訳)	12,474	△17,340
親会社株主に係る包括利益	13,302	△16,596
少数株主に係る包括利益	△827	△744

## 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22年4月 1日 至 平成23年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成23年4月 1日 至 平成24年3月31日)
株主資本		
資本金		
当期首残高	114,464	<b>114,464</b>
当期末残高	114,464	<b>114,464</b>
資本剰余金		
当期首残高	144,898	<b>144,898</b>
当期末残高	144,898	<b>144,898</b>
利益剰余金		
当期首残高	756,428	<b>760,452</b>
当期変動額		
剰余金の配当	△20,631	<b>△20,628</b>
当期純利益又は当期純損失(△)	25,032	<b>△16,356</b>
連結子会社と非連結子会社との合併による減少	△368	-
自己株式の処分	△8	<b>△8</b>
当期変動額合計	4,024	<b>△36,992</b>
当期末残高	760,452	<b>723,459</b>
自己株式		
当期首残高	△94,016	<b>△94,113</b>
当期変動額		
自己株式の取得	△118	<b>△76</b>
自己株式の処分	21	<b>16</b>
当期変動額合計	△96	<b>△59</b>
当期末残高	△94,113	<b>△94,172</b>
株主資本合計		
当期首残高	921,774	<b>925,702</b>
当期変動額		
剰余金の配当	△20,631	<b>△20,628</b>
当期純利益又は当期純損失(△)	25,032	<b>△16,356</b>
連結子会社と非連結子会社との合併による減少	△368	-
自己株式の取得	△118	<b>△76</b>
自己株式の処分	13	<b>8</b>
当期変動額合計	3,927	<b>△37,052</b>
当期末残高	925,702	<b>888,649</b>

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成23年4月 1日 至 平成24年3月31日)
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金		
当期首残高	8,059	<b>832</b>
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△7,227	<b>3,537</b>
当期変動額合計	△7,227	<b>3,537</b>
当期末残高	832	<b>4,370</b>
繰延ヘッジ損益		
当期首残高	△10	<b>△12</b>
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△1	<b>△2</b>
当期変動額合計	△1	<b>△2</b>
当期末残高	△12	<b>△14</b>
為替換算調整勘定		
当期首残高	△13,498	<b>△18,000</b>
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△4,501	<b>△3,775</b>
当期変動額合計	△4,501	<b>△3,775</b>
当期末残高	△18,000	<b>△21,775</b>
その他の包括利益累計額合計		
当期首残高	△5,449	<b>△17,180</b>
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△11,730	<b>△240</b>
当期変動額合計	△11,730	<b>△240</b>
当期末残高	△17,180	<b>△17,420</b>
新株予約権		
当期首残高	—	<b>16</b>
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	16	—
当期変動額合計	16	—
当期末残高	16	<b>16</b>
少数株主持分		
当期首残高	40,538	<b>43,902</b>
当期変動額		
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	3,363	<b>△934</b>
当期変動額合計	3,363	<b>△934</b>
当期末残高	43,902	<b>42,967</b>
純資産合計		
当期首残高	956,863	<b>952,440</b>
当期変動額		
剰余金の配当	△20,631	<b>△20,628</b>
当期純利益又は当期純損失(△)	25,032	<b>△16,356</b>
連結子会社と非連結子会社との合併による減少	△368	—
自己株式の取得	△118	<b>△76</b>
自己株式の処分	13	<b>8</b>
株主資本以外の項目の当期変動額(純額)	△8,350	<b>△1,174</b>
当期変動額合計	△4,422	<b>△38,227</b>
当期末残高	952,440	<b>914,213</b>

## 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22年4月 1日 至 平成23年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成23年4月 1日 至 平成24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	52,696	2,672
減価償却費	97,977	95,829
減損損失	1,685	25,013
貸倒引当金の増減額(△は減少)	1,145	△8,428
退職給付引当金の増減額(△は減少)	△4,177	△5,449
持分法による投資損益(△は益)	412	△345
のれん償却額	2,553	3,335
受取利息及び受取配当金	△3,353	△3,469
支払利息	2,775	3,424
投資有価証券売却損益(△は益)	△694	△39
投資有価証券評価損益(△は益)	436	1,149
固定資産除売却損益(△は益)	903	2,888
売上債権の増減額(△は増加)	48,851	18,726
たな卸資産の増減額(△は増加)	△7,135	△11,758
仕入債務の増減額(△は減少)	△36,476	2,828
その他	4,782	2,751
小計	162,383	129,130
特別退職金の支払額	—	△942
法人税等の支払額	△22,330	△19,585
営業活動によるキャッシュ・フロー	140,053	108,603
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)	△171	538
有形固定資産の取得による支出	△89,846	△74,673
有形固定資産の売却による収入	7,058	5,998
投資有価証券の取得による支出	△2,155	△2,468
投資有価証券の売却による収入	11,095	277
子会社株式の取得による支出	—	△538
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による収入	908	—
利息及び配当金の受取額	3,501	4,003
その他	△12,951	△13,264
投資活動によるキャッシュ・フロー	△82,561	△80,126

(単位：百万円)

	前連結会計年度 (自 平成22年4月 1日 至 平成23年3月31日)	当連結会計年度 (自 平成23年4月 1日 至 平成24年3月31日)
財務活動によるキャッシュ・フロー		
短期借入金の純増減額(△は減少)	△12,447	677
長期借入れによる収入	14,698	7,025
長期借入金の返済による支出	△9,786	△6,259
社債の発行による収入	53,700	1,188
社債の償還による支出	△306	△2,603
自己株式の取得による支出	△118	△76
子会社の自己株式の取得による支出	–	△0
利息の支払額	△2,660	△3,269
配当金の支払額	△20,634	△20,628
少数株主への配当金の支払額	△459	△433
その他	△6,800	△8,453
財務活動によるキャッシュ・フロー	15,185	△32,833
現金及び現金同等物に係る換算差額	△2,458	△1,716
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	70,218	△6,072
現金及び現金同等物の期首残高	151,709	222,056
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	–	295
非連結子会社との合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	128	–
現金及び現金同等物の期末残高	222,056	216,279

# 投資家情報

(2012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）：

39,986名

資本金：

114,464百万円

株式の総数：

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

株主の総数（1,000株以上）：

25,254名

上場証券取引所：

東京証券取引所

大株主の状況：

	持株数（千株）	持株比率（%）
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	40,123	6.22
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	31,244	4.85
第一生命保険株式会社	30,882	4.79
ザ・バンク オブ ニューヨーク メロン アズ デポジタリ バンク フォー デポジタリ レシート ホルダーズ	26,788	4.16
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
自社従業員持株会	13,646	2.12
SSBT OD05 OMNIBUS ACCOUNT		
- TREATY CLIENTS	12,843	1.99
株式会社みずほ銀行	12,471	1.93
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口9）	7,437	1.15

DNPが組み込まれている主なインデックス：

日経平均株価  
TOPIX Large70  
MSCI World Index  
S&P/TOPIX 150  
Dow Jones Sustainability Indexes  
FTSE4Good  
ETHIBEL PIONEER & EXCELLENCE  
モーニングスター社会的責任投資株価指数

株式コード：

7912

株主名簿管理人：

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

米国預託証券（ADR）：

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

定時株主総会：

6月中

投資家情報に関するお問い合わせ：

大日本印刷株式会社  
コーポレートコミュニケーション本部  
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

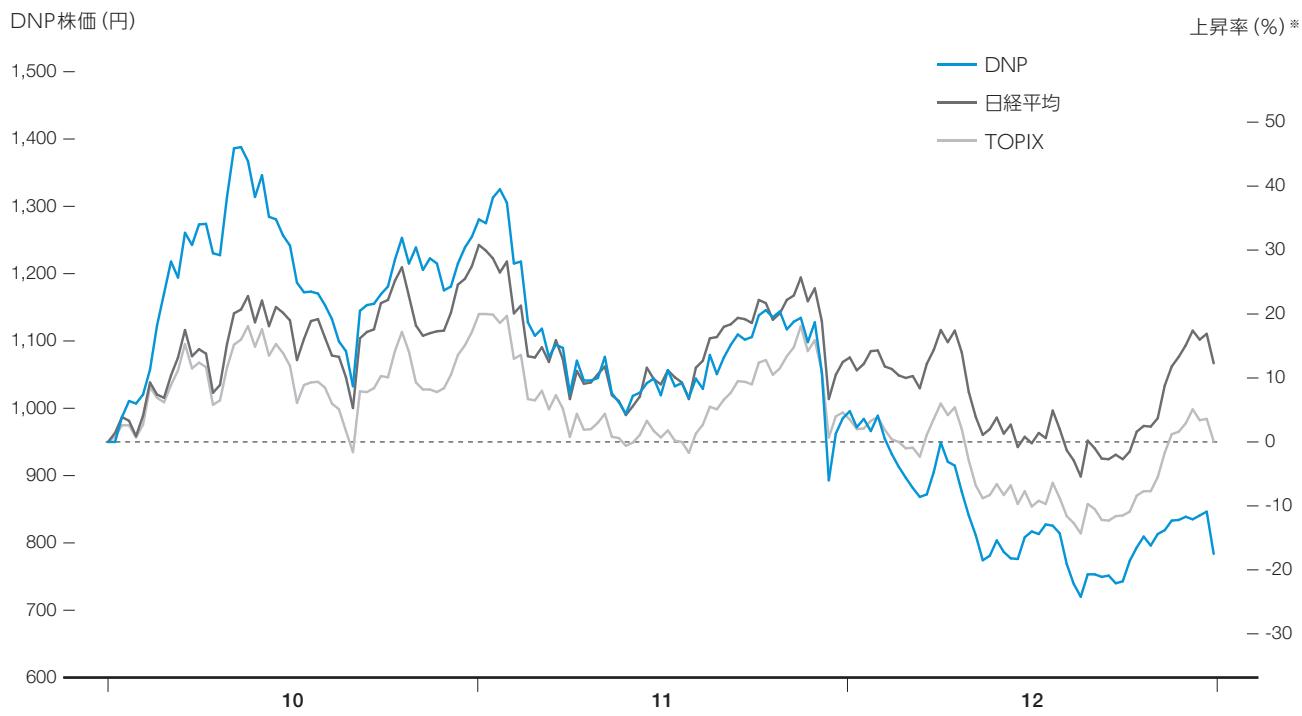
ウェブサイト：

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

注）1. 自己株式（55,894,120株）は、上記大株主からは除外しています。

2. 持株比率は、発行済株式総数から自己株式を控除した株式数（644,586,573株）を基準に算出しています。

株価推移の状況(東京証券取引所)  
(2010年、2011年、2012年3月期)



議決権の状況			(2012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 56,979,000	—	
完全議決権株式(その他)	普通株式 641,288,000	641,287	
単元未満株式	普通株式 2,213,693	—	
発行済株式総数	700,480,693	—	
総株主の議決権	—	641,287	

自己株式等			(2012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)	55,894,000	7.98	
教育出版(株)	1,085,000	0.15	
合計	56,979,000	8.13	

# 子会社・関連会社

(2012年3月31日現在)

## 印刷事業

		資本金 (百万円)	出資比率 (%)
(株) DNP 北海道	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	350	100.0
(株) DNP 東北	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	350	100.0
(株) DNP 中部	製版・印刷・製本・包装用品の製造・販売	350	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
<b>情報コミュニケーション部門</b>			
<b>出版印刷関連</b>			
(株) DNP 書籍ファクトリー	製版・印刷・製本	200	100.0
(株) DNP メディア・アート	製版	180	100.0
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	
<b>商業印刷関連</b>			
(株) DNP メディアテクノ関西	企画・制作・製版・印刷・製本	200	100.0
(株) DNP グラフィカ	印刷・製本	100	100.0
(株) DNP メディアクリエイト	企画・制作・製版	100	100.0
(株) DNP マルチプリント	製版・印刷・製本	100	100.0
<b>ビジネスフォーム関連</b>			
(株) インテリジェント ウェイブ	カードビジネス、セキュリティシステム構築	843	50.6
(株) DNP データテクノ	各種プラスチックカードの製造	100	100.0
(株) DNP データテクノ関西	各種帳票およびプラスチックカードの製造	100	100.0
(株) DNP トータルプロセス蕨	製版・刷版	80	100.0
(株) エヌビーシー*	発送業務	20	100.0 (100.0)
(株) DNP メディアサポート	各種帳票の製造・販売	10	95.0
<b>その他</b>			
(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) DNP アートコミュニケーションズ	美術品画像・映像の企画・制作・販売	300	100.0
(株) DNP 映像センター	テレビ放送、映画、ビデオソフトの企画・制作・販売	100	100.0
(株) DNP デジタルコム	ホームページの企画・作成および配信業務	100	100.0
(株) ユートウ*	インターネット、携帯電話を利用した情報提供事業	50	100.0
(株) シービーデザインコンサルティング*	個人情報の保護・危機管理に関するコンサルテーション	40	92.5
(株) エムズコミュニケーション*	顧客会員制サービスに関するコンサルテーションおよび仲介	30	95.0
(株) アットテーブル*	食品スーパーなどの製造・販促に関する調査、コンサルティング、企画	30	51.0
(株) DNP ソーシャルリンク	ダイレクトマーケティングサービスの提供	10	100.0
<b>生活・産業部門</b>			
<b>包装関連</b>			
(株) DNP テクノパック東海	包装用品の製造・印刷・加工	430	100.0
(株) ライフスケープマーケティング	各種情報の調査・サービス	430	50.7
(株) DNP テクノパック	包装用品の製造・印刷・加工	300	100.0
(株) DNP テクノパック横浜	包装用品の製造・印刷・加工	280	100.0
(株) DNP テクノパック関西	包装用品の製造・印刷・加工	200	100.0
相模容器(株)	各種プラスチックチューブの製造	200	90.0
(株) アセプティック・システム	無菌充填システムの製造・販売およびコンサルテーション	100	100.0
(株) DNP テクノポリマー	プラスチック成型加工および印刷	100	100.0
(株) DNP 包装	充填および包装加工	80	100.0
(株) DNP フィールドアイ	各種情報の調査・サービス	50	100.0
(株) フレップス*	広告業	25	98.0
PT DNP Indonesia	包装用品の製造・販売	(US\$1,000) 26,000	51.0
迪文普塑料成型(上海)有限公司	プラスチック容器類の成型、印刷、加工、販売	(US\$1,000) 6,350	100.0
<b>住空間マテリアル関連</b>			
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
<b>オプトマテリアル／産業資材関連</b>			
(株) DNP フォトイメージング	事業会社への投資	100	100.0
(株) DNP アイディーシステム	運転免許証用・証明写真用機器の販売	60	100.0 (100.0)
(株) DNP フォトソリオ	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 エネルギーシステム	太陽電池用部材の製造	200	100.0
(株) DNP アイ・エム・エス	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造	100	100.0
(株) DNP オプトマテリアル	光学関連製品の製造	100	100.0
DNP IMS America Corporation	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(US\$1,000) 71,980	(100.0) 100.0
DNP Electronics America, LLC	電子精密部品の製造・販売	(US\$1,000) 15,045	(100.0) 100.0
Compagnie de Découpe de l'Ouest・CDO SAS	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(Euro 1,000) 3,040	23.4
DNP Photo Imaging Europe SAS	写真関連商品の販売	(Euro 1,000) 2,408	(66.0) 66.0
DNP IMS Netherlands B.V.	熱転写用および昇華型転写用リボンの製造・販売	(Euro 1,000) 1,000	100.0
DNP Denmark A/S	電子精密部品の製造・販売	(Dkr1,000) 135,000	100.0

		資本金 (百万円)	出資比率 (%)
<b>エレクトロニクス部門</b>			
<b>ディスプレイ製品関連</b>			
(株)DNPカラー・テクノ亀山	液晶カラーフィルターの製造・販売	2,500	100.0
(株)DNPプレシジョンデバイス	ディスプレイ関連製品の製造	450	100.0
(株)DNPプレシジョンデバイス姫路	液晶カラーフィルターの製造	400	100.0
(株)DNPカラー・テクノ界	液晶カラーフィルターの製造	400	100.0
<b>電子デバイス関連</b>			
ディー・ティー・ファインエレクトロニクス(株)	半導体製造用部品の製造・販売	490	65.0
(株)DNPファインエレクトロニクス	半導体製造用部品の製造	300	100.0
(株)DNPエル・エス・アイ・デザイン	半導体製造用回路の設計・制作	100	100.0
(株)DNPミクロテクニカ	電子精密部品の検査・加工・荷役作業	40	100.0
DNP Photomask Europe S.p.A.	フォトマスクの製造・販売	(Euro 1,000) 47,200	80.6
台灣大日印光罩科技股份有限公司	フォトマスクの製造・販売	(NT\$1,000) 5,170,618	(0.3) 100.0
<b>その他</b>			
丸善 CHIホールディングス(株)	事業会社への投資	3,000	53.0
丸善(株)	書籍・雑誌・文房具の販売	4,821	53.0 (53.0)
丸善書店(株)	書籍・雑誌・文房具の販売	50	53.0 (53.0)
丸善出版(株)	出版業	50	53.0 (53.0)
(株)図書館流通センター	図書販売・データ作成	266	53.0 (53.0)
(株)honto ブックサービス	電子出版コンテンツ開発	50	53.0 (53.0)
(株)ジュンク堂書店	書籍販売	39	53.0 (53.0)
(株)雄松堂書店	書籍販売	35	53.0 (53.0)
ブックオフコーポレーション(株)	書籍販売	2,564	16.5 (9.9)
(株)主婦の友社	出版業	2,111	56.7
(株)文教堂グループホールディングス	事業会社への投資	2,035	45.3 (14.0)
(株)DNPファインケミカル	インキ・ワニス・顔料・染料などの製造・販売	2,000	100.0
(株)DNPファインケミカル福島	写真用薬品の製造・販売	100	100.0 (100.0)
(株)オールアバウト	総合情報サイトの運営、インターネット広告事業	1,169	32.1
(株)DNPロジスティクス	梱包・発送・貨物運送・倉庫業	626	100.0
DICグラフィックス(株)	印刷インキなどの製造・販売	500	33.4
(株)モバイルブック・ジェーピー	電子出版流通プラットフォーム事業(取次事業)	497	49.0
(株)トウ・ディファクト	電子書籍・端末開発	490	60.0 (9.0)
(株)ビジュアルジャパン*	コンピュータソフトウェア開発・販売・保守	435	86.8
(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)DNPエス・ピー・テック	各種広告宣伝物の企画・製造	80	100.0
教育出版(株)	教科書・教材品の編集・販売	60	48.3
(合)マイアース・プロジェクト*	トレーディングカードの企画・制作・販売	50	99.8
迪文普企業諮詢(上海)有限公司*	中国市場、事業化の調査他	(US\$1,000) 420	100.0
<b>福利厚生・施設管理会社など</b>			
(株)DNPファシリティサービス	ビル施設の管理・清掃・警備、厚生施設の運営	350	100.0
(株)DNP情報システム	情報システムの設計・開発・保守およびソフトウェアの制作・販売	100	100.0
(株)DNPヒューマンサービス	人事関連施策の企画・運営	90	100.0
(株)宇津峰カントリー俱乐部*	ゴルフ場の経営	33	88.8
(株)DNPアカウンティングサービス	経理事務代行およびコンサルテーション	30	100.0
(株)DNPテクノリサーチ*	特許関係の調査、契約書の作成	20	100.0
<b>海外販社</b>			
DNP Corporation USA	事業会社への投資	(US\$1,000) 62,164	(7.2) 100.0
DNP America, LLC	印刷物、電子精密部品、建材の販売	(US\$1,000) 100	(100.0) 100.0
DNP Holding USA Corporation	事業会社への投資	(US\$1,000) 100	(100.0) 100.0
DNP Europa GmbH*	電子精密部品、建材の販売	(Euro 1,000) 92	100.0
DNP UK Co., Ltd.*	建材の販売	(£1,000) 120	100.0
Dai Nippon Printing Co. (Australia) Pty. Ltd.*	印刷物、建材の販売	(A\$1,000) 70	100.0
DNP Singapore Pte. Ltd.*	電子精密部品、建材の販売	(S\$1,000) 350	100.0
DNP Korea Co., Ltd.*	電子精密部品の販売	(Krw 1,000) 500,000	100.0
台灣大日本印刷股份有限公司	電子精密部品の販売	(NT\$1,000) 10,000	100.0
迪文普国際貿易(上海)有限公司*	印刷物等の販売(商印・包装)	(US\$1,000) 5,400	100.0

## 清涼飲料事業

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

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

## 1. DNPグループに関するキーワード

### ■ 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「P&Iソリューション」

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

### ■ 行動指針

事業ビジョンを推進し、経営理念を実現するために私たちが取るべき行動をとりまとめたもの。

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」を持つ

### ■ DNPグループ行動規範

経営理念を実現していくあらゆる活動の前提となるもので、DNPグループ社員全員に課せられている規範。

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

### ■ DNPの考えるCSR

CSR(Corporate Social Responsibility)は一般的に「企業の社会的責任」と訳されるが、DNPはCSRを、以下の果たすべき「3つの責任」を同時に進めて、「社会から信頼される企業になること」と定義している。

1. 価値の創造:  
社会に対して価値を提供する
2. 誠実な行動:  
価値創造のプロセスを公正・公平に遂行する
3. 高い透明性(説明責任):  
説明責任を果たし、透明性の高い企業になる

## 2. 情報コミュニケーション部門

### ■ 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。

### ■ CDMS(Card Data Management Service)

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

### ■ ICカード

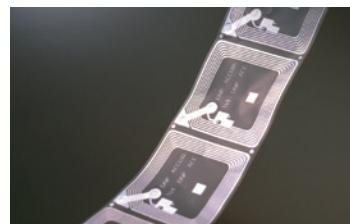
データの入出力や演算を行うICチップ(集積回路)を搭載したカード。生体認証や暗号化など、高度な利用者認証の機能を持ち、キャッシュカードやクレジットカード、電子マネーや交通カード、社員証などの幅広い用途で普及している。携帯電話の契約者情報を記録した小型のSIM(シム:Subscriber Identity Module)カードもICカードの一種。DNPは1980年代からICカード事業に取り組み、基本OSのMULTOSや各種アプリケーションソフトの開発、ICカードの発行・製造、ネットワークを活用したセキュリティサービスなどを広く手がけている。



リップマン型ホログラムカード

### ■ 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、ラベル型、カード型、コイン型などがある。



## ■ IPS (Information Processing Services)

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



パーソナルメール

## ■ NFC (Near Field Communication)

NFCとは、国際標準規格として承認された、近距離無線通信技術。世界各国で共通利用できるインフラとして期待されている。従来より日本で普及しているFeliCa方式や住民基本台帳カードで使用されているType B、世界で最も普及しているMifare(Type A)といった3方式の非接触通信方式に加えて、ICタグ(ISO15693)と互換性を持つ。さらにNFC搭載機器同士が双方向に通信することが可能で、今後幅広い活用が見込まれている。

## ■ 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、実際には無いバーチャルな情報を重ねて、現実を拡張するような豊かな表現を可能にする技術。例えば、パソコンや携帯電話のカメラで、識別用の記号や画像、実際の風景などを撮影すると、あらかじめ登録されている3次元CGなどの情報が、撮影画像と合成されてディスプレイに表示される。



ARを活用した図鑑

## ■ 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。優美でしなやかなデザインで、美しく読みやすい書体として、書籍の作り手や読者から高い評価を得ている。1970年代からデジタル化にも対応しており、2001年からデジタルフォントのライセンス提供を行っているほか、2005年からは既存書体の改訂や新書体の開発などを行なう「平成の大改刻」にも取り組んでいる。



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



12面のディスプレイが連動した「トールビジョン」

## ■ ハイブリッド制作ソリューション

紙の書籍から、プリントオンデマンドによる少部数対応、電子出版コンテンツの制作・配信までを一貫して行う、主に出版社向けのサービス。1970年代初めから印刷物を制作する工程のデジタル化に取り組み、1985年の世界初の電子辞書CD-ROMの制作、パソコン向けや携帯電話向けのコンテンツ制作などを行なってきたDNPの技術やノウハウを強みとする。

## ■ ハイブリッド型総合書店

電子書籍サービス「honto」、ネット通販「ビーケーワン(bk1)」、リアル書店(丸善・ジュンク堂・文教堂)の連携による、紙の本と電子書籍の両方を販売するサービス。各販売形態での購入履歴などを基に、顧客の嗜好にあった商品を案内する「レコメンド機能」、共通で利用可能な「ポイントサービス」、購入した紙の本と電子書籍を一覧できる「電子書棚機能」などを提供する。2012年5月、本格サービス開始。



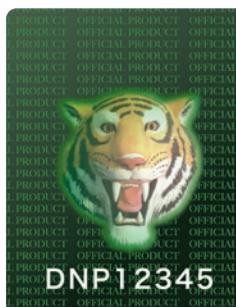
丸善 丸の内本店

## ■ プリプレス

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

## ■ リップマン型ホログラム

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



## 3. 生活・産業部門

### ■ IBフィルム

#### (Innovative Barrier Film)

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

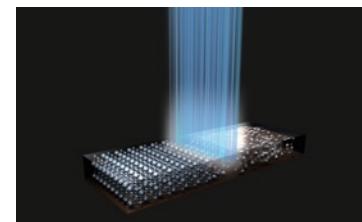


宇宙日本食パッケージ

## ■ EB(電子線:Electron Beam)

### コーティング技術

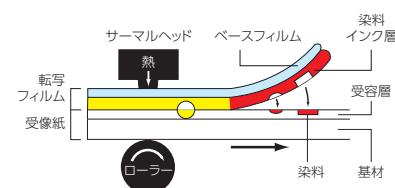
電子線の照射によって、塗工する樹脂を硬化させるDNPの独自技術。ウレタンや紫外線硬化法の樹脂に比べ、表面硬度の高い膜を形成することができる。この技術により、傷や汚れ、日光などに強く、耐久性、実用性、品質安定性に優れた製品が提供できる。また、製造工程での省エネルギー化やCO<sub>2</sub>排出量の削減、溶剤を使わない塗工が可能な次世代型環境対応技術でもある。



EBコーティング(イメージ)

## ■ インクリボン

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



昇華型熱転写記録材の仕組み

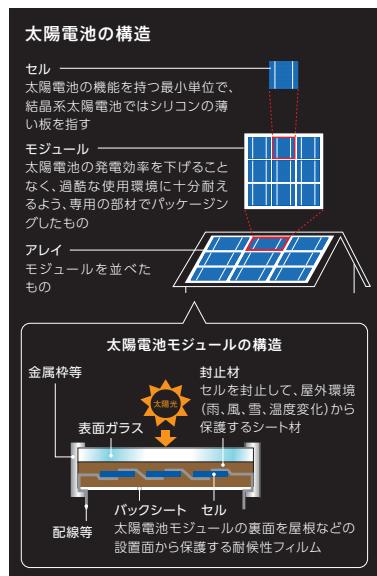
## ■再生医療

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

## ■太陽電池用部材

●バックシート: 太陽電池モジュールを外界から保護する耐候性フィルムで、長期間の屋外使用に対応できるよう、雨水が内部に入るのを防ぐなど、高い耐久性・防湿性・電気絶縁性などの機能を備えている。

●封止材: 発電用の太陽電池セルや周辺配線を固定して、太陽電池モジュールを形成するための接着性保護シートで、バックシートとフロントガラスを強力に接着する役割などを担っている。



## ■バイオマス材料

バイオマスは、ある地域に生息する生物の総量を指し、石油などの化石資源を除く、生物由来の有機性資源を意味する。バイオマス材料は、植物由来樹脂や天然繊維など、生物由来資源でつくられる材料のこと。植物が成長する過程で吸収するCO<sub>2</sub>と、バイオマス材料の燃焼時に発生するCO<sub>2</sub>は相殺されると考えられており、環境負荷が少ない材料として注目されている。また、再生可能資源として、安定的な調達も期待されている。

## ■反射防止フィルム

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

## ■無菌充填システム

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



## ■リチウムイオン電池用

### ソフトパック

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



## 4. エレクトロニクス部門

### B<sup>2</sup>it(ビー・スクエア・イット)

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

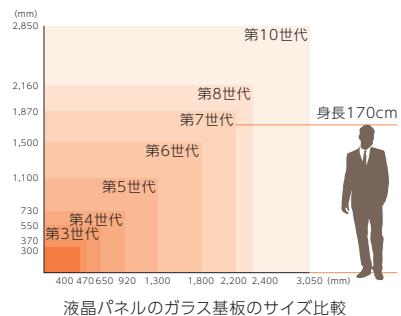
### MEMS(Micro Electro Mechanical System)

#### (微小電子機械システム)

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

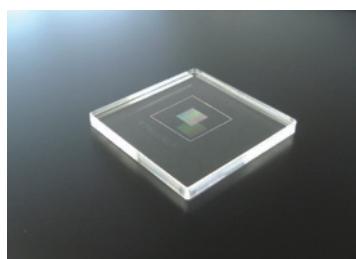
## ■ 液晶カラーフィルター

液晶ディスプレイのカラー表示に必要な部材。ガラス基板上に光の3原色(RGB:赤・緑・青)のパターンを着色したもので、光がこの部材を透過することで、画像がカラー表示される。液晶パネルの製造には、液晶分子の配列方法の違いにより、VA(Vertical Alignment)方式やIPS(In Plane Switching)方式がある。液晶ディスプレイは、電圧で液晶分子の向きを変え、光の透過量を制御して映像を映し出しており、パネル面に対してVA方式は垂直方向に、IPS方式は水平方向に液晶分子を配列させる。DNPは両方式に対応し、それぞれのパネルの特性に合ったカラーフィルターを提供している。



## ■ ナノインプリント

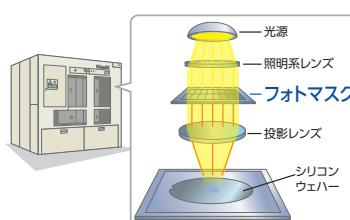
次世代半導体製品の製造プロセスのひとつ。樹脂を塗布したウェハーに、ナノメートルレベルの微細なパターン加工を施した型(テンプレート)を押しつけ、パターンを樹脂に物理的に転写して製造する技術。製造装置の構造が従来方式よりも単純で、複雑な光学系の製造装置も不要なため、コストの軽減につながるなどのメリットがある。



ナノインプリント用マスターインプレート

## ■ 半導体製品用フォトマスク

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



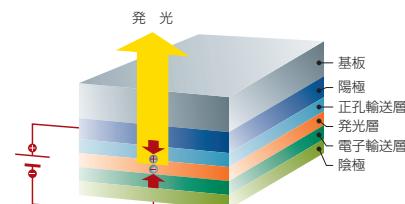
半導体露光装置の仕組み

## ■ フォトリソグラフィー

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

## ■ 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もつた有機化合物(発光体)を使用したディスプレイ。広い視野角と高いコントラストなど、優れた特長を持つ。ELは、エレクトロ・ルミネセンス(電界発光)の意味。



## ■ リードフレーム

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

### 表紙デザインについて

DNPの一年間の活動を一言で言い表すとまさに色彩豊かな多様性。シンプルな形をさまざまな色面で分割して“ANNUAL REPORT”と文字をつくりました。一年を振り返りつつ、新しい日々を突き進むDNPの今の姿勢をデザインしました。

#### 佐野 研二郎(アートディレクター)

1972年東京生まれ。博報堂を経てMR\_DESIGN 代表。主な仕事にTOYOTA「ReBORN ドラえもん」、サントリーBOSS「ゼロの頂点」、サントリー「グリーンダカラ」のTVCM やグラフィック、KDDI「LISMO!」、TBS「T ブー! SJ」、日光江戸村「ニャンまげ」などのキャラクターデザイン、ミツカン「とろっ豆」などのパッケージデザインなどがある。

[www.mr-design.jp](http://www.mr-design.jp)



# DNPに関する情報提供

## ウェブサイト (<http://www.dnp.co.jp/>)

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

### 発行物

#### ■ アニュアルレポート(日本語版、英語版)

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

#### ■ データブック(日本語・英語併記)(ウェブサイトからダウンロード可能なPDFのみ)

7月末頃に発行し、過去10年間の財務諸表数値と財務分析数値などを表やグラフの形で提供しています。財務諸表の数値は有価証券報告書のものを使用しています。

#### ■ 株主通信「DNP Report」(日本語版)

四半期(3ヵ月)ごとに発行し、株主の皆様向けに郵送しています。決算の概要、事業のハイライト、技術紹介、株式情報などを掲載しています。

#### ■ DNPグループCSR報告書(日本語版、英語版)

(英語版はウェブサイトからダウンロード可能なPDFのみ)

6月末頃、企業の社会的責任に対する年次報告として発行しています。1998年に「エコレポート」を発行して以来、毎年継続して発行しています。

#### ■ 会社案内(日本語版、英語版)

部門別の製品やサービス、営業・企画・研究開発・生産の拠点、沿革や活動概要などを紹介しています。



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。連結財務諸表のほか、営業の概況などを報告しています。

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



CO<sub>2</sub>の「見える化」  
カーボンフットプリント  
<http://www.cfp-japan.jp>  
検証番号: CV-B501-017

当アニュアルレポートはカーボンフットプリントを算定・表示しています

カーボンフットプリント(CFP)とは、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの製品のライフサイクル全体で発生する温室効果ガスをCO<sub>2</sub>量に換算し、マークを使ってその排出量をわかりやすく表示する仕組みです。経済産業省と関係省庁が行う「CFP制度試行事業」にDNPはいち早く参加し、自社発行物でCFPの算定・表示を展開するとともに、CFP制度の普及を推進しています。



グリーン電力を導入しました。(年間115万kWh)。本報告書を印刷・製本する際の電力(400kWh)は、自然エネルギーでまかなわれています。

お問い合わせ先

## 大日本印刷株式会社

コーポレートコミュニケーション本部広報室

〒162-8001 東京都新宿区市谷加賀町1-1-1

TEL : 03-3266-2111 (ダイヤルイン案内台)

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

