

共同印刷株式会社 会社説明会資料

TOMOWEL
共にある、未来へ

(証券コード：7914)



2023年5月30日 / 東京証券会館



目次

I 会社概要・事業内容

会社概要	3
沿革	4
経営理念・経営ビジョン	5
コーポレートブランド	6
事業体制	7
共同印刷の事業拠点	8
共同印刷の技術について	9-11
主な製品・サービス紹介①～⑧	12-19

II 中期経営計画について

印刷業界の現状	21
当グループの強みと成長戦略	22
中期経営目標	23
重点テーマ	24
重点テーマ①～⑤	25-29
中期経営計画の取り組み状況	30
事例紹介①②	31-32

III 2023年3月期 業績概要

2023年3月期 業績概要	34
四半期業績推移	35
業績予想との差異	36
2024月期3月期 業績予想	37
ROEとPBR推移	38

IV 株主還元施策

配当予想	40
自己株式取得	41
株主優待情報	42

V 参考資料

設備投資と減価償却費	44
貸借対照表	45
キャッシュフロー計算書	46

I 会社概要・事業内容



共同印刷の概要

社 名 共同印刷株式会社

本 社 所 在 地 東京都文京区小石川4-14-12

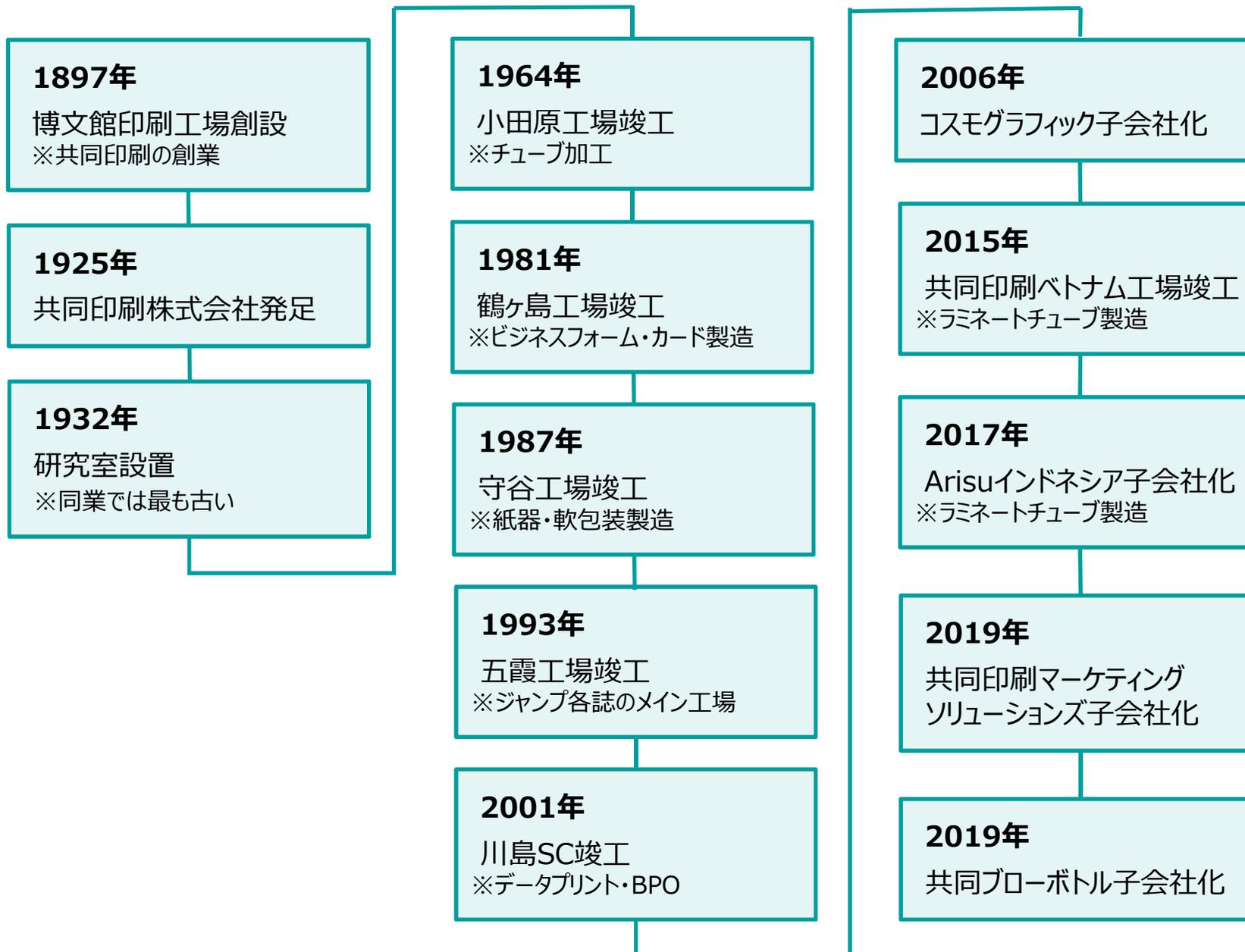
設 立 1925（大正14）年12月 ※創業1897（明治30）年6月

資 本 金 45億1千万円

従 業 員 数 連結：3,209名 単体：1,869名（契約社員含まず／2023年2月28日現在）

上 場 市 場 東京証券取引所 プライム市場（コード：7914）

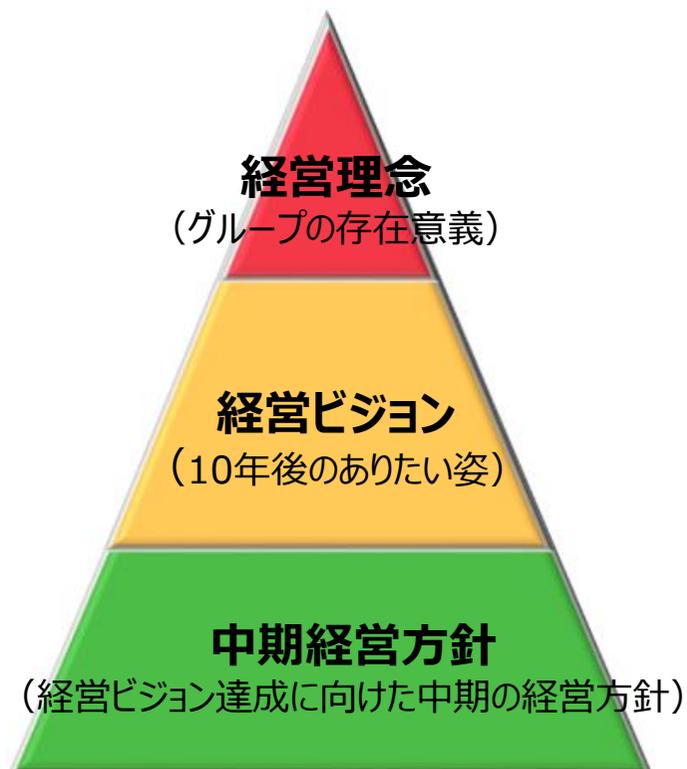
沿革



経営理念と経営ビジョン

経営理念は、創業以来受け継がれてきた“事業を通じて社会の持続的な発展に貢献したい”という思いを表したものです。

2018年度に“10年後のありたい姿”を示した経営ビジョンを策定しました。経営ビジョンの達成をめざし、現在2期目となる 2021～2024年度中期経営計画 を実行中です。



- 経営理念
 - 印刷事業を核に、生活・文化・情報産業として社会に貢献する
- 経営ビジョン
 - 私たちは、誠実なコミュニケーションと市場をリードする技術力でお客さまの思いをカタチにし、新たな価値を創出し続ける企業グループをめざします。
- 中期経営方針（2021～2024年度）
 - 豊かな社会と新たな価値を創造するために未来起点の変革に挑戦

CI (コーポレートブランド)

コーポレートブランド 「TOMOWEL」
 コーポレートメッセージ 「共にある、未来へ」



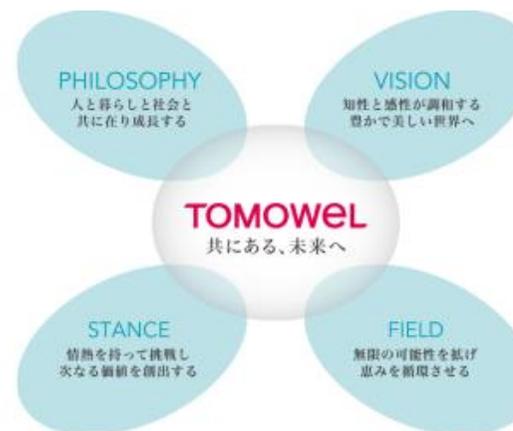
TOMOWELは、「共に良い関係を築く」という意味を込めて名付けられました。
 日本語の「とも（共・友・知・智）」と、
 英語の「WEL（Wellの古語：良い・満ちる・親しみ）」を合わせて創った言葉です。

「共（とも）」は、共同印刷の「共」でもあります。
 私たちのアイデンティティの核であり、
 社会における存在価値、そして理想の姿勢を表す言葉であり、
 創り出したい未来そのものです。

「関わるすべてと共に良い関係であり、未来を創り拡げていく」
 TOMOWELに込めた私たちの想いです。

グループ全体のあるべき姿 「TOMOWEL WAY」

※TOMOWELに基づいたグループ社員の行動指針



PHILOSOPHY

人と暮らしと社会と
共に在り成長する

私たちが大切にしている価値観は「共在感」
共に喜びを分かち合い、共に成長する
仲間と共に、お取引先と共に、
家族と共に、地域と共に、社会と共に

VISION

知性と感性が調和する
豊かで美しい世界へ

「真に豊かな世界」を生み出すことに
事業を通じて貢献したい
文化薫る美しい地球で、私たちが
これからもずっと笑顔であるために

STANCE

情熱を持って挑戦し
次なる価値を創出する

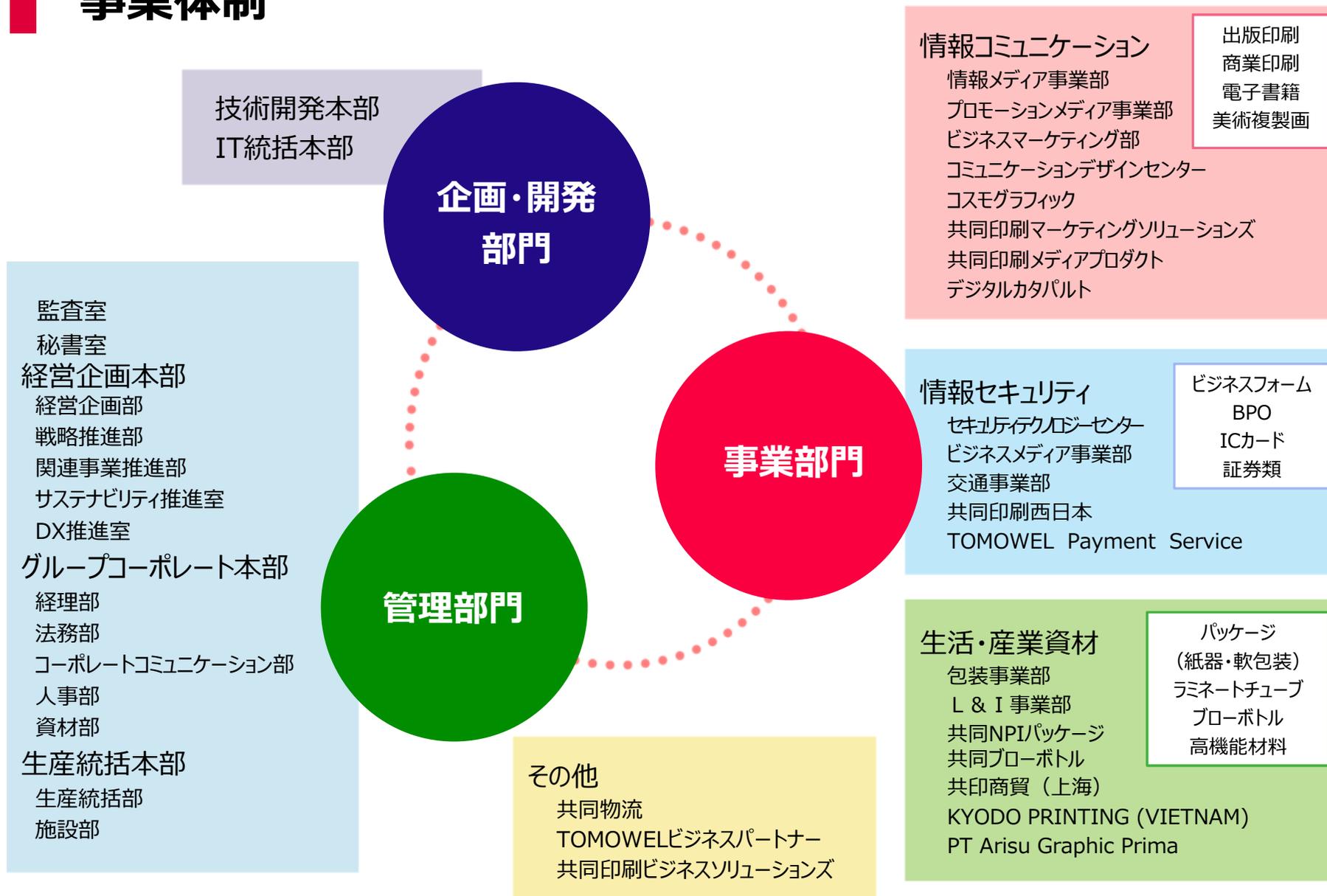
日々の努力と挑戦が「持続的な発展」につながる
強い意志のもと、情熱を持ち行動する
力を結集し、共に価値を創り出し、信頼を積み上げる
それが私たちの未来への宣言

FIELD

無限の可能性を拡げ
恵みを循環させる

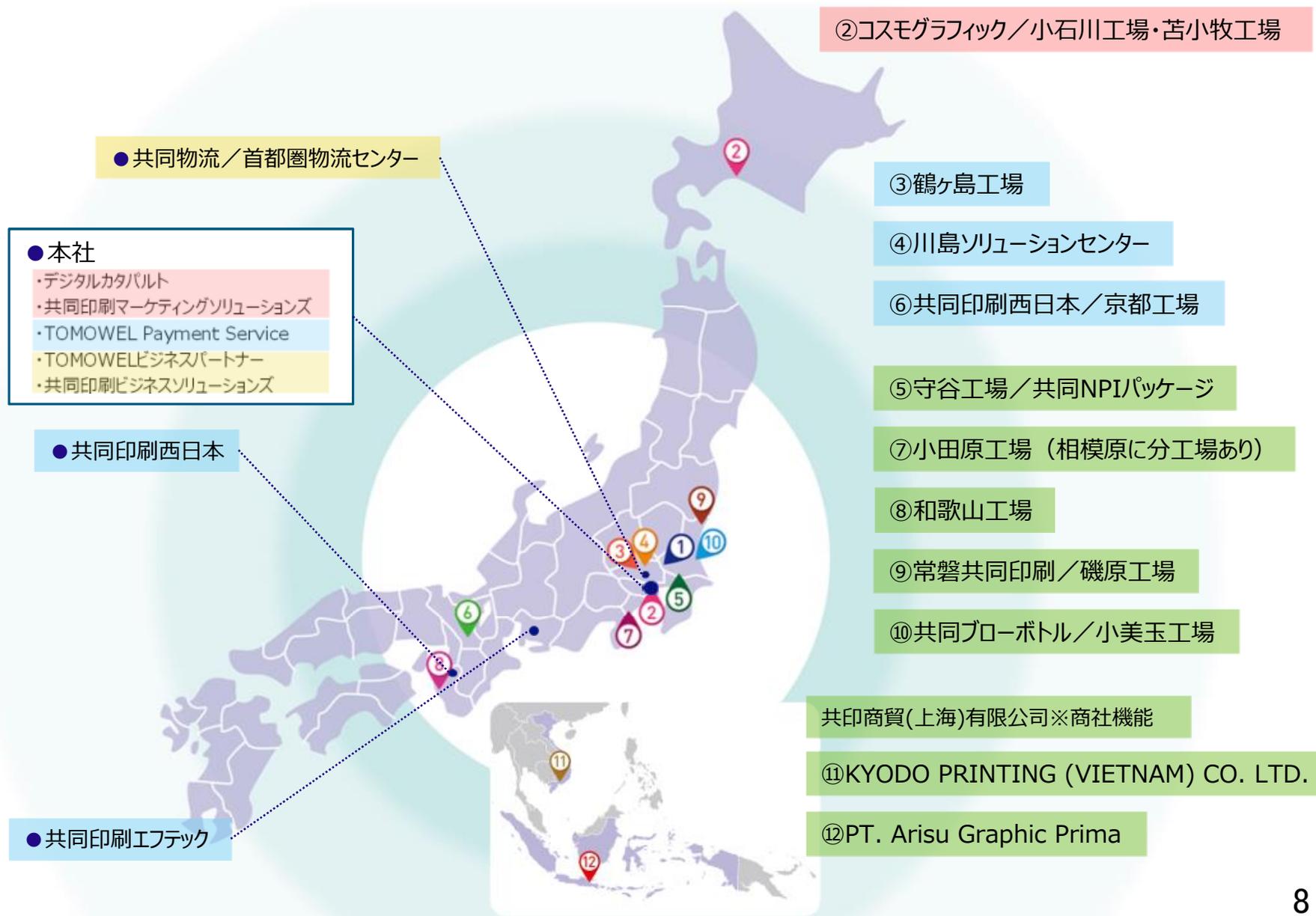
私たちは「未来を開拓する者」である
すべての垣根を越えてつながり
生み出された恵みを
生活・社会・環境に還らせていく

事業体制



※事業部門は事業部と主な子会社を記載

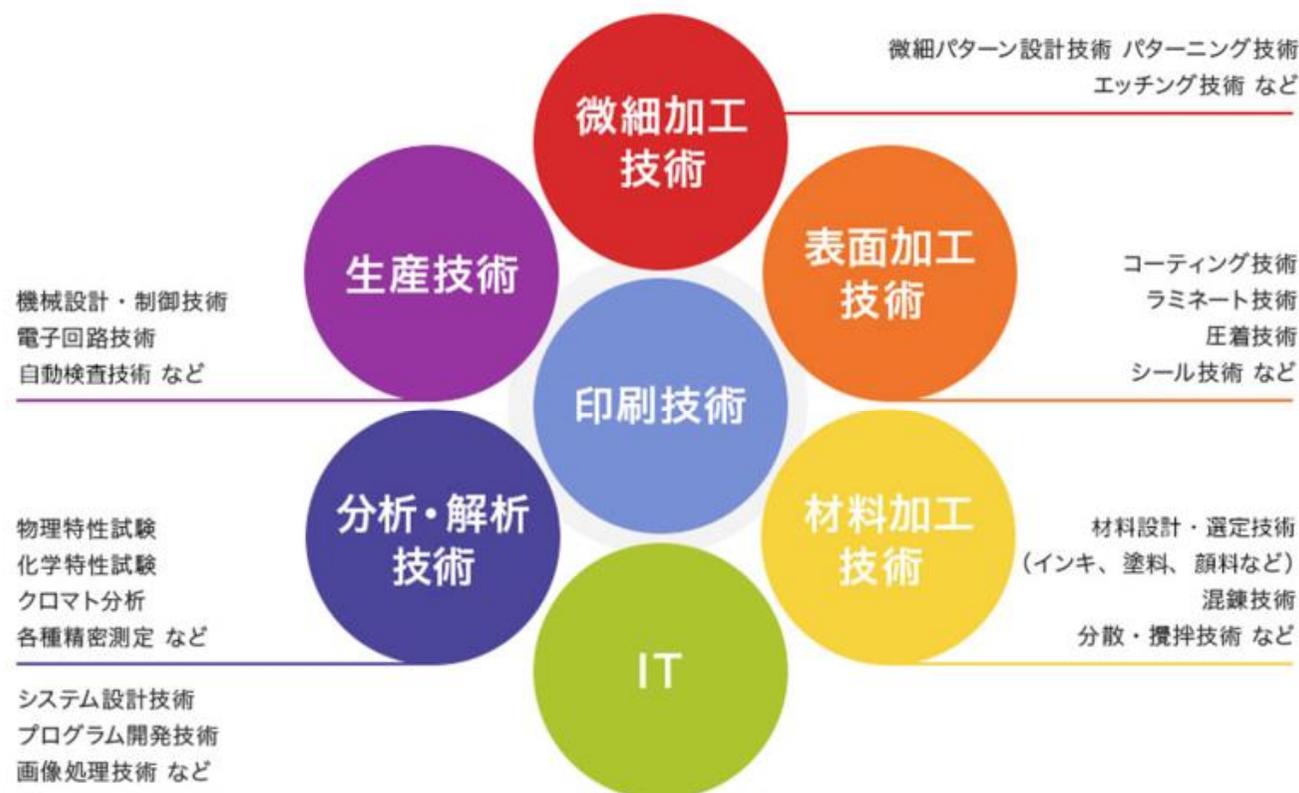
共同印刷グループの事業拠点



共同印刷の技術について

「印刷事業を核に、生活・文化・情報産業として社会に貢献する」

当社の強みは、「技術領域の幅広さ」です。印刷技術を核とした6つの技術領域を組み合わせ応用することで、新しい技術を生み出してきました。



主な技術の紹介

技術名	技術の説明	主な製品
製版技術	文字や絵などのデジタルデータを加工し印刷機用の版材を製造する技術、プリプレス技術	出版商業印刷物 各種通知物 パッケージ
印刷技術 パターン形成技術	紙やフィルムの上に、文字や絵、その他パターンを形成する技術 (印刷方式は主にオフセット・グラビア・デジタルプリントなど)	
塗工技術	紙やフィルムの上に液体を均一に塗工し、層を形成する技術 (コーティング技術)	印刷物へのニス引き等
混練技術	樹脂に機能性材料を混ぜ合わせる技術	高機能材料
ラミネート技術	機能の異なる複数のフィルムやシート状材料を貼り合わせて1枚にする技術	ラミネートチューブ 軟包装などの包装材
成型技術	樹脂等の材料をフィルムなどの製品形状に成型する技術	チューブ・パウチなど

技術やノウハウを生かした当社の強み

内容	特長
まんが制作	週刊少年ジャンプの製造を手掛けたことから、製版技術のなかでも特にまんが分野に強みを持つ
デジタルコミック制作	印刷用のプリプレスデータからデジタルコミック用データを同時に生成していくシステムも開発。高品質な画像生成やコマ割りのノウハウにも強い
DM・カードの製造受託	データを印刷物に展開するノウハウと高いセキュリティ体制を持った生産体制の確立により、税金等の通知物やクレジットカード発行などを受託
BPOサービス	近年は通知物の周辺業務も合わせて受託するBPOの受託が拡大
偽造防止製品	偽造しにくいインキの開発と塗工技術により乗車券や宝くじなど高いセキュリティを要する製品を提供
ラミネートチューブ	ラミネート技術・成型技術と印刷技術により、内容物を保護しつつ美しい印刷を施した化粧品向けの美しいチューブを製造
高機能フィルム	高混錬技術により製造した高機能材料を製膜した高機能フィルムを提供

製品・サービス ① 出版印刷関連事業



雑誌・書籍



出版社の販促品・キャラクターグッズの制作



Waccas（講師キャスティングプラットフォーム）

■ 出版印刷

集英社の「週刊少年ジャンプ」などのまんが雑誌やコミックス、一般書籍、図鑑や絵本、教科書や参考書などを受注しています。

雑誌の付録やキャラクターカレンダーなど各種グッズの企画・製作、出版物の販促キャンペーン企画、アニメ映画の入場者特典製作なども数多く手がけています。

出版社が運営するスマホアプリやWebサイト向けなどのコンテンツ制作のほか、グループ会社のデジタルカタパルトが電子書籍販売サイト「ソク読み」を運営しています。

企業向けに「まなび」を提供する講師派遣のプラットフォーム「Waccas」や、育児休暇中の社員に向けた教育プログラム「TriAnchor」など、教育分野での事業拡大をめざしています。

製品・サービス ② 商業印刷関連事業



販促ツール（カタログ・パンフレット）



販売什器・POP

販売什器とデジタルサイネージを一体化した「デジタルゴンドラ」



■ 一般商業印刷

通販カタログや製品カタログ、企業情報誌を手がけており、誌面の企画・設計から自社スタジオを活用した撮影～編集～製造・発送まで、一貫生産を行っています。

また店頭プロモーション企画なども受注しており、売り場の動線設計や、商品をより良く魅せる販売什器、購買を促進するPOP、販売促進キャンペーンの立案など、売り場づくりから販促プラン企画、ツールのデザイン・製作を提案しています。

近年、デジタルサイネージと販売什器が一体化した「デジタルゴンドラ」の提供を開始、使い捨てでない環境にやさしい販売什器として注目を集めています。

製品・サービス ③高級美術複製画製作・販売



■高級美術複製画

共同印刷では、厳選された素材に高精度デジタルプリントを施し、画材の質感と豊かな色調を再現した複製絵画、「彩美版®」シリーズを販売しています。

厳しい目をもつ美術のプロからも高い評価をいただいております。一般向けへの販売に加え、美術館・美術団体などにも製品を提供しています。

2022年度には、新しい取り組みとして、横山大観の未公開作品をデジタルデータ化し、NFT マーケットプレイス「Adam byGMO」にてNFTアートとして販売しました。（7点完売）

製品・サービス ④データプリント・BPO事業



ビジネスフォーム

簡単さと拡張性の

□座開設
Webアプリ

口座開設Webアプリ



BPO（健康経営ソリューション）

■ ビジネスフォーム・データプリント、BPO

自治体や金融機関などで行われる各種手続きや通知業務において、一人ひとりの個人情報をもとに、宛名や内容の異なる印刷物を製造するデータプリントサービスを手がけています。

高度なセキュリティ環境を持つ自社工場内にて、顧客情報を専用プログラムで編集し、帳票への印字、各種加工、発送までワンストップで提供しています。

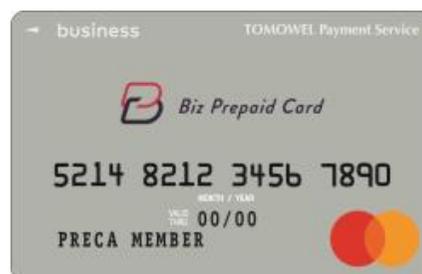
近年は、データプリントの周辺にある事務作業やシステム構築、発送業務、顧客対応といったさまざまな業務を丸ごと請け負うBPOの受注拡大に注力しています。

また、業務改善やペーパーレス化を支援するシステム開発・運用の拡大にも取り組んでいます。

製品・サービス ⑤ICカード・宝くじ・乗車券



各種カード



TOMOWEL Payment Service発行「Bizプリカ」



通帳・宝くじ関連

■ ICカード・乗車券

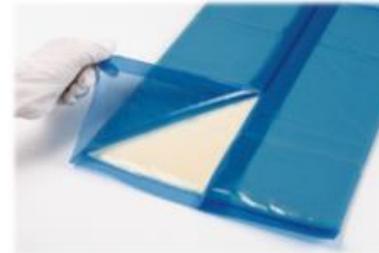
全国各地の特急券・乗車券、宝くじ各種を受注するとともに、キャッシュカードやクレジットカード、「Suica」「PASMO」をはじめとするIC乗車券など、幅広い種類のICカードの製造・発行と、ICカードに関連する各種ソリューションを提供しています。

グループ会社のTOMOWEL Payment Serviceが、法人向け小口決済用プリペイドカードシステム「Bizプリカ」を提供しています。

製品・サービス ⑥パッケージ事業



各種パッケージ



セパシート（業務用身離れ包材）

パーシャルオープン（湯切りフタ）



■ パッケージ（紙器・軟包装）

インスタント麺や菓子を中心とする食品や、ラップやアルミホイル、ティッシュなどの日用雑貨、医薬品のパッケージを中心に手がけています。

パッケージには、商品を保護する機能以外に、商品の顔として店頭で販売促進を行う役割も求められており、お客さまの要望に合わせて商品のネーミングやパッケージデザインなどの提案も行っています。

PL法に基づき安全性に配慮した包装材や、省プラスチックや軽量化など、近年大きな社会課題となっている、環境へ配慮した包装材の開発にも取り組んでいます。

製品・サービス ⑦ラミネートチューブ製造



ブローボトル

ラミネートチューブ・ブローチューブ

■ チューブ（ラミネートチューブ・ブローチューブ）・ブローボトル

ラミネートチューブ製造の国内トップメーカーとして、化粧品・医薬品・歯磨き・食品など、さまざまな用途に対応するチューブ容器を提供しています。

ラミネートチューブは複数の機能性フィルムを貼り合わせて原反シートを作るため、目的に合わせた機能を持たせることができ、さらに先にシートに印刷を施してからチューブに成型するため、繊細なグラデーションや複雑な絵柄の表現が可能です。そのため、美麗性を要求される女性向けスキンケア製品向けなどに多く採用されています。

このほか、香辛料向けブローチューブ、マヨネーズ・ケチャップなどの調味料向けブローボトルを製造しています。

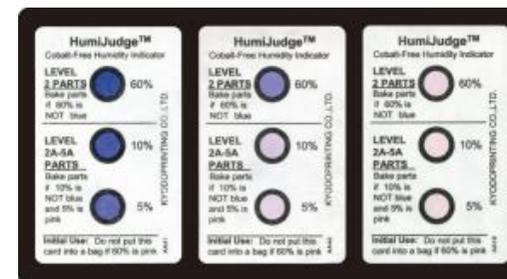
製品・サービス ⑧ 高機能フィルム



「モイストキャッチ」を使った製品各種



(使用イメージ)



ヒューミジャッジ® (湿度インジケータ)

■ 産業資材 (高機能フィルム)

医薬品やエレクトロニクス部品において、製品にダメージをもたらす湿気やアウトガスを除去する機能を持つフィルムや、半導体製造で欠かせない湿度インジケータなどの高機能資材を提供しています。

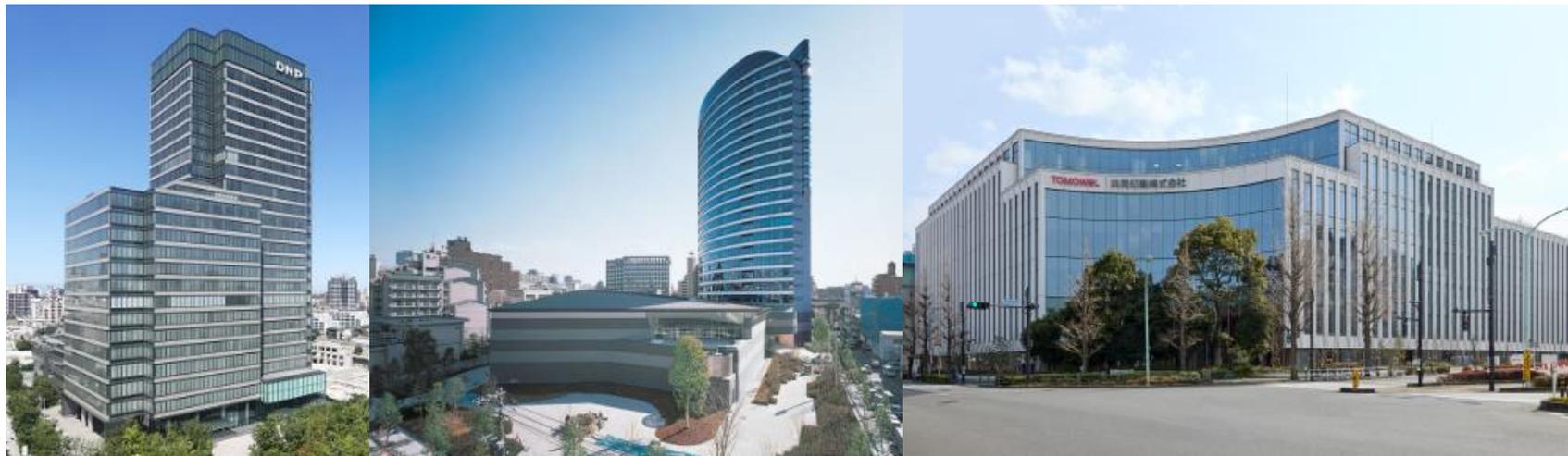
もともと当社が持っていた「インキを練る」という技術をもとに開発された製品で、基盤となる樹脂にさまざまな機能を持つ素材を練りこんでフィルムにし、医薬品向け包装材などを中心に提供しています。

現在、この技術をもとに多様な製品開発を行っており、新しい製品も生まれています。

Ⅱ 2021～2024年度 中期経営計画



印刷業界の現状と今後の方向性

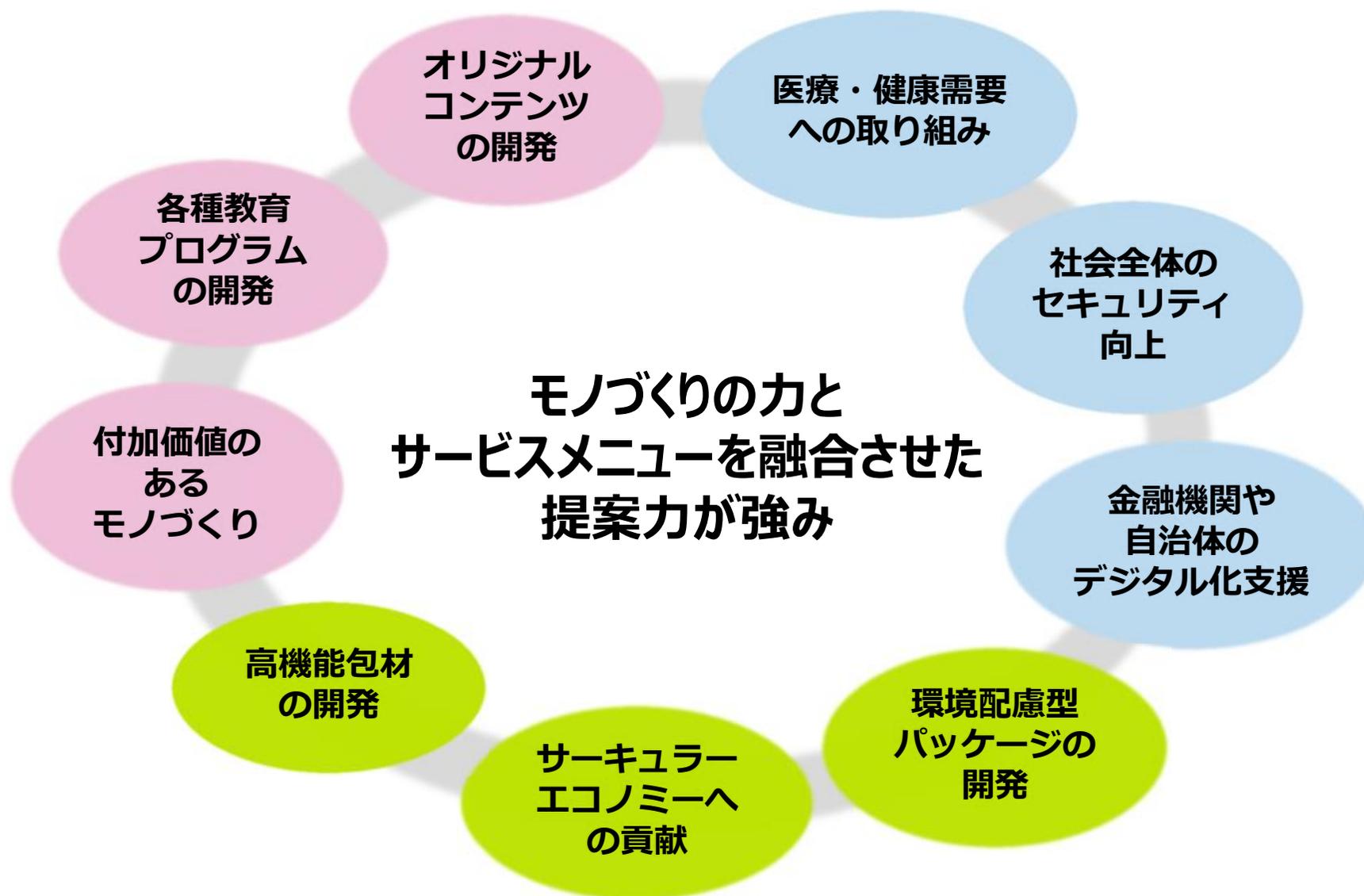


主な大手印刷会社の本社外観

紙を中心とした
これまでの
印刷事業は縮小
↓
大幅な効率化

社会のデジタル化支援や
機能性材料開発、
エレクトロニクス分野
など、
新たな成長領域の確保に
取り組む

当グループの強みと成長戦略



2021～2024年度 中期経営目標

2024年度の目標値として、ROE5%/営業利益38億円/配当性向30%以上をめざします。

中期経営目標

ROE
5%

営業利益
38 億円

配当性向
30%以上

<配当方針について>

利益の配分については、企業体質の強化に向けて必要な内部留保を充実すること、および安定的・継続的な配当を実施することを基本方針とする。

- DOE（株主資本配当率）の視点も取り入れ、配当水準の安定的向上をめざす。
- 資本効率向上の視点に立ち、自己株式取得を随時検討する。

重点テーマ

中期経営計画（2021～2024年度）では、グループ全体の競争力を高めるために5つの重点テーマを設定しました。

5つの重点テーマ

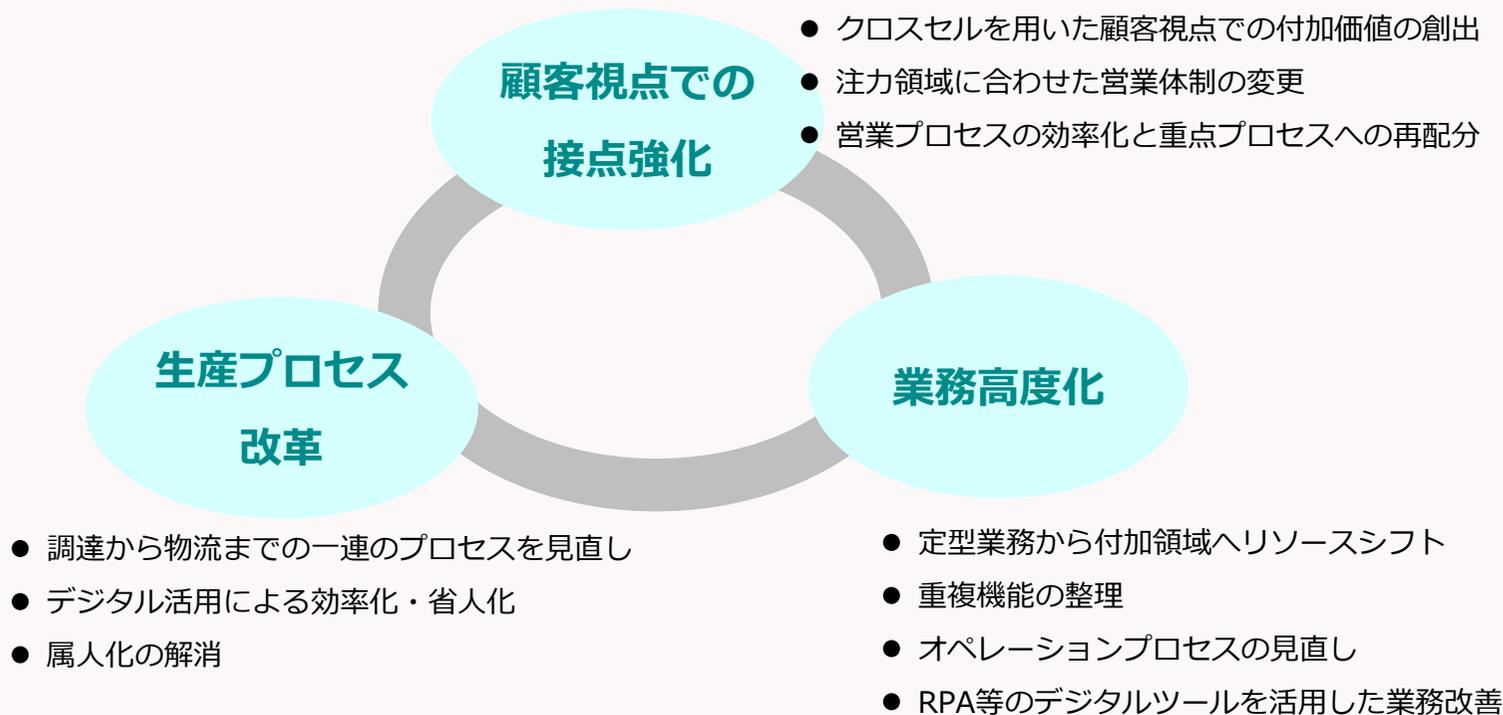
- ① 既存事業の事業基盤強化
- ② 新規事業領域の探索
- ③ 環境戦略
- ④ 人材戦略
- ⑤ 経営管理機能の強化

重点テーマ ① 既存事業の事業基盤強化

達成したい
状態

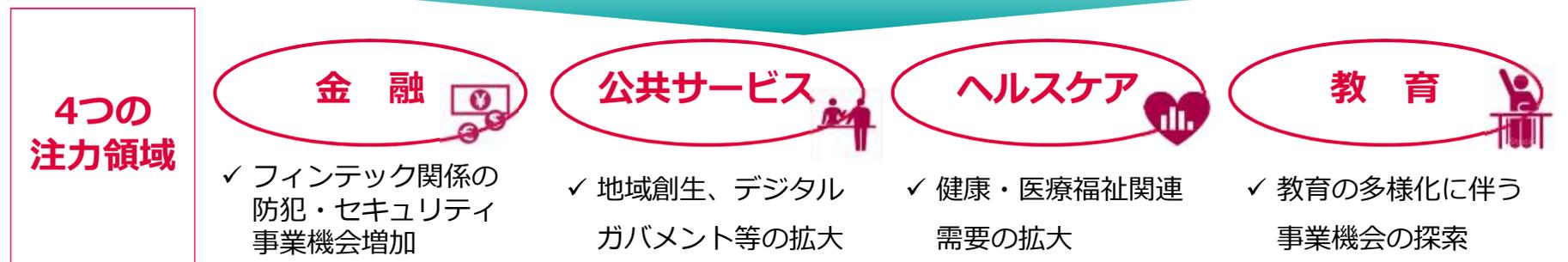
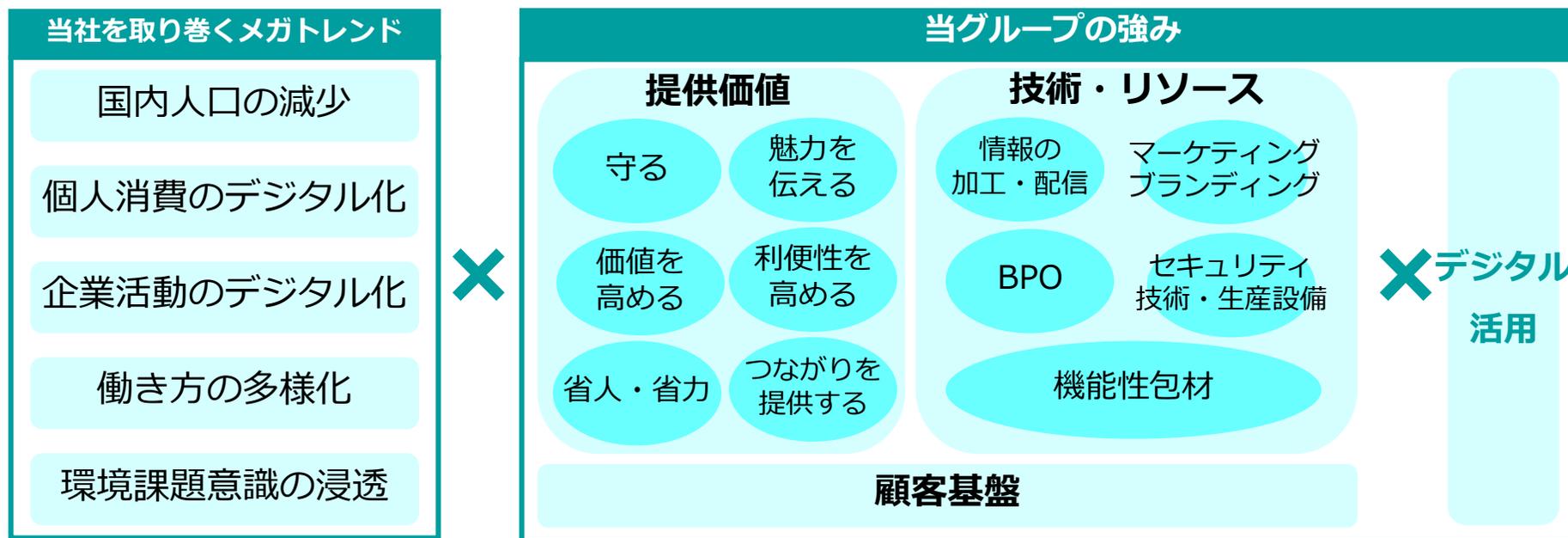
顧客視点での付加価値向上に向け
顧客接点、生産プロセス、業務オペレーションの基盤を強化

3つの
重点領域



重点テーマ ② 新規事業領域の探索

既存領域・ビジネスに依存せずかつ事業として足掛かりがありメガトレンドと合致する領域で、グループ全体の新たな柱となる事業を探索します。



重点テーマ ③ 環境戦略

強みを活かした製品・サービスの提供を通じて、持続可能な社会の実現と経済成長に貢献し、グループ全体の事業領域拡大を加速させます。

	提供価値	事業領域拡大
気候変動	製品ライフサイクル全体における温室効果ガスの排出削減・省エネルギー化により、気候変動抑制に貢献	環境配慮製品・サービス拡充 省プラスチック型環境対応パッケージ 省資源・化学物質低減設計 環境負荷低減新素材 環境負荷低減デジタルソリューション パートナーシップによるイノベーションの推進
循環型社会	資源を有効活用する製品・サービスの提供により、サーキュラー・エコノミーの実現に貢献	
健康社会	健康に悪影響を及ぼす物質を低減する技術の提供により、安心して健康な暮らしに貢献	

SDGs関連項目：



2025年までの
主要目標

CO2排出量：2019年度比10%削減（2013年度比26%削減）

- 2022年9月28日に当グループのマテリアリティの特定についてリリース
- 2022年3月に竣工した本社社屋は、エネルギー消費量50%以上削減をめざすZEB Ready基準をクリアし、BELS認証（建築物省エネルギー性能表示制度）を取得

重点テーマ ④ 人材戦略

達成したい
状態

持続的な企業価値向上に向け

多様な人材の自律的成長を促す人事基盤を整備

3つの
重点テーマ

挑戦する人材の
モチベーション向上

- 人事評価、処遇（役割等級、退職金・年金）
関連制度の見直し
- 社員コミュニケーションの改善
（面談、評価フィードバック）

変化に対応しうる
人材の確保

- デジタル人材など経営戦略に即した
人材ニーズを踏まえた採用手法の多様化
- 変化に応じた人材育成の強化
（育成メニュー見直し、育成目的の異動等）

多様な人材が
働きやすい環境

- ダイバーシティ推進
- 働き方改革・健康経営
- 働き方の変化に適したワークプレイス
（新社屋）

重点テーマ ⑤ 経営管理機能の強化

目標ROEの実現に向けた社内管理指標として、ROICの仕組みを導入。事業別に、投資対効果の向上を意識した事業運営と収益性改善を追求します。

経営管理の強化ポイント

全社的な資本効率の適正化

- 株主に対する投資リターンを意識した経営の実践

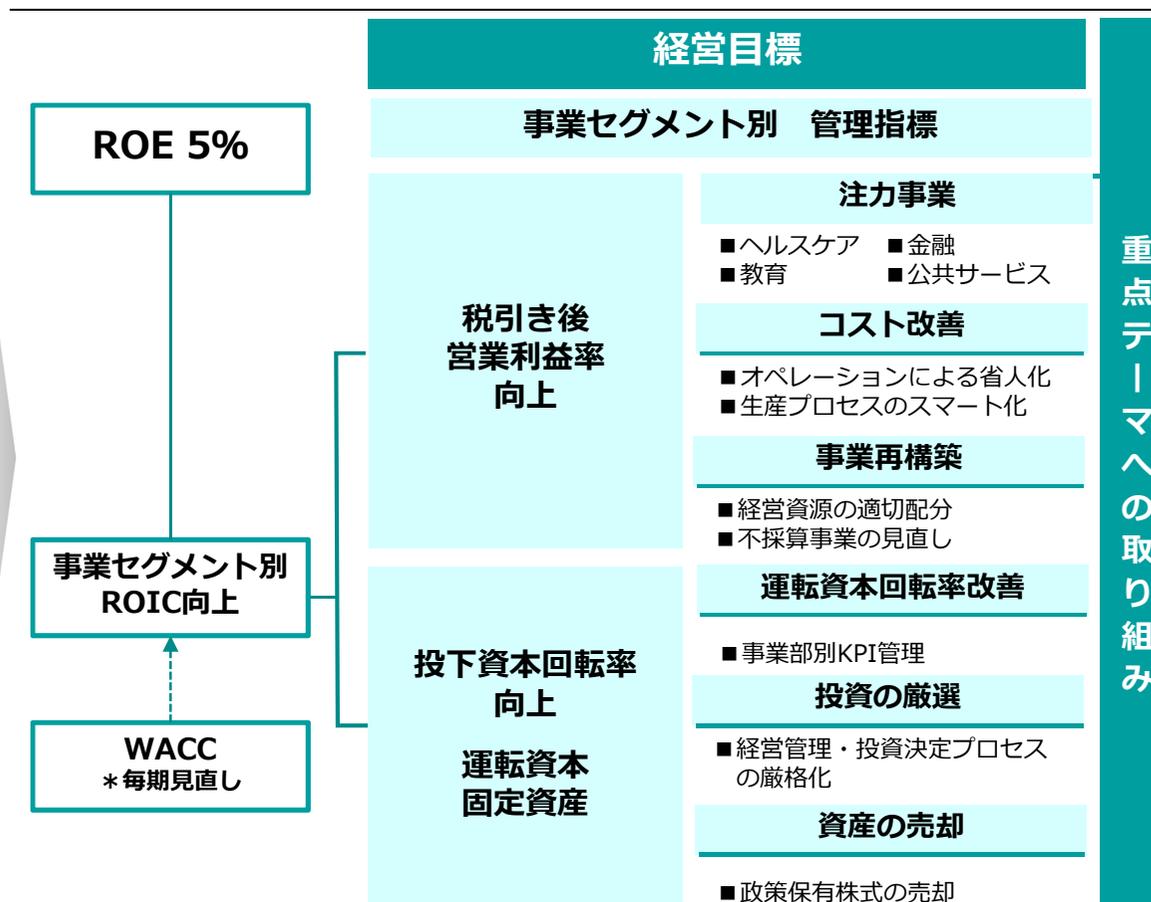
事業ごとの資産効率の改善

- 経営資源（アセット、投資、人員等）の適切な配分に向けた見直し、モニタリング

予実管理の高度化

- PDCAを確実に実践するため、目標設定の明確化と収益性観点での予実管理を強化

中期経営目標とROIC管理の関係



中期経営計画の取り組み状況

2021年度～2024年度 中期経営計画

中期経営方針

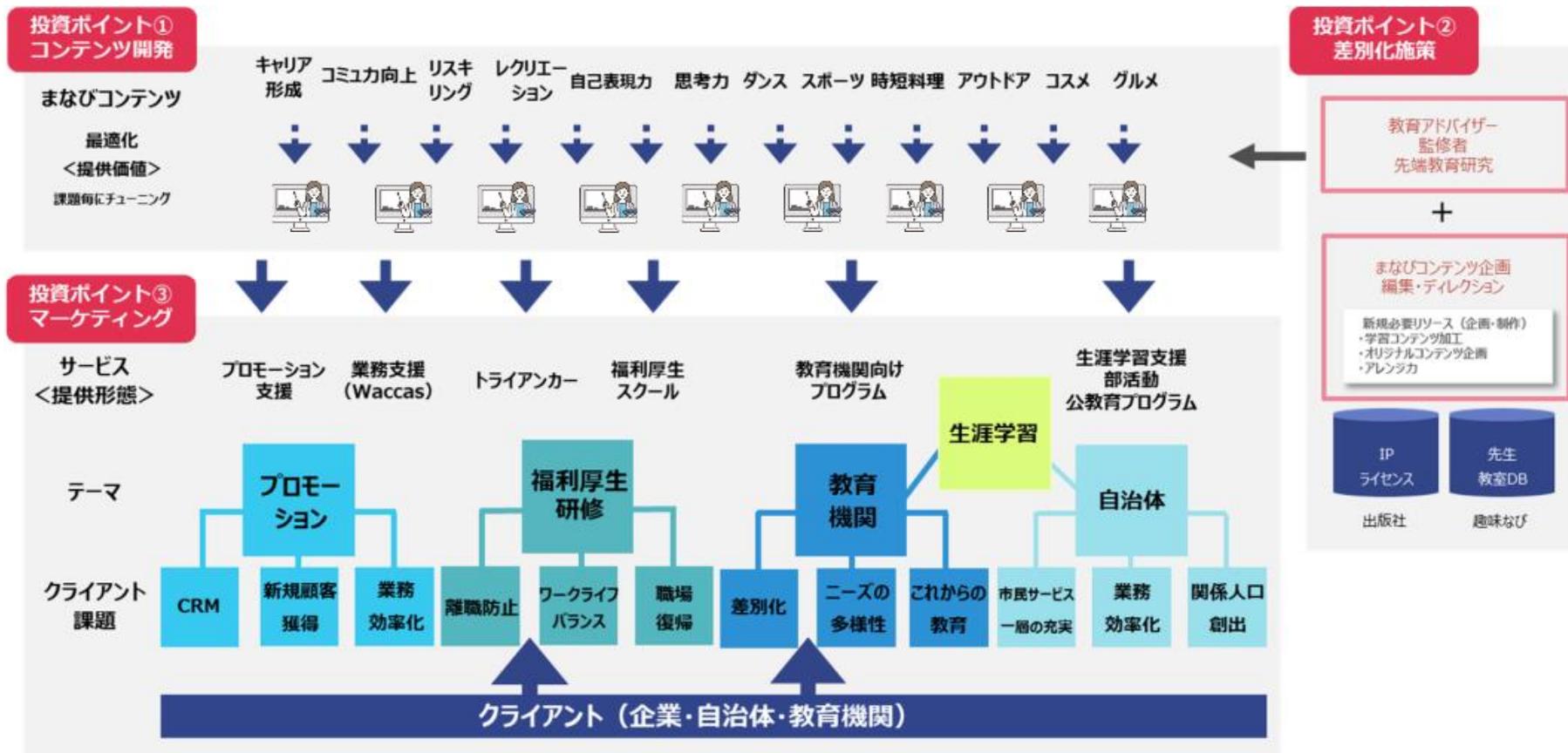
豊かな社会と新たな価値を創造するために未来起点の変革に挑戦

重点テーマ	主要な取り組み（2022年度）
①既存事業の事業基盤強化 ②新規事業領域の探索	<ul style="list-style-type: none"> ● 蓄熱繊維用の高機能ペレットを開発 ● 新規ソリューションビジネスへの取り組みを強化（教育系事業）
③環境戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境配慮型（脱プラスチック）製品リリース（リシール可能なパウチ、トップシール紙トレイ、フィルムレス包材） ● ギフトカードでの「バイオマスプラマーク」認証取得 ● 気候変動対応に向けた取り組みを推進し、TCFD提言に基づいた情報開示を開始
④人材戦略	<ul style="list-style-type: none"> ● 社内ビジネスコンテストを通じた価値創造人材の発掘および育成 ● 働き方の多様性に対応した制度改定（男性の育休取得促進、高齢者雇用延長、ライフサポート休業制度） ● 挑戦する人材のモチベーション向上に資する制度改定（役割等級制度、賃金制度）
⑤経営管理機能の強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 投資に関する審査機関を設置し、事業投資マネジメントを強化 ● ROIC改善に向けた現状把握を行い、KPI設定に着手
★サステナビリティ経営	<ul style="list-style-type: none"> ● マテリアリティ（重要課題）の特定 ● サステナビリティ推進会議の設置 ● サステナビリティ視点での総合的施策立案・推進を担う専門部署の新設 ● 役員報酬制度の一部改定（サステナビリティ経営推進に関する評価項目を追加）

重点テーマ 取り組み事例 ① 教育事業への取り組み

「まなび創造プロジェクト」 (概念図)

当社オリジナルの「まなびコンテンツ」を多種開発。
 クライアント課題に合わせて各コンテンツを最適化し、サービス・ビジネスモデル上で提供。



重点テーマ 取り組み事例 ② サステナビリティ経営の推進

気候変動が及ぼす影響を重要な経営課題と捉え、持続的な成長をめざすためにTCFD提言への賛同およびTCFD 提言に基づく情報開示を実施。
今後も気候変動対応の高度化に向けた検討を継続。

TCFD提言に基づく情報開示

気候変動に関するリスク及び機会を特定、シナリオ分析を通じて事業インパクトと財務影響を評価し、対応策を講じることで、持続可能な社会の実現と企業の成長に尽力。

ガバナンス

取締役会監督の下、サステナビリティ推進会議（議長：代表取締役社長）が推進

- ・代表取締役社長を議長とする常務執行役員以上で行う、サステナビリティ推進会議体の設置
- ・サステナビリティ推進会議からの報告・提言内容を取締役に於て審議・検討し、監督・指示を実施

戦略

複数のシナリオ分析により気候変動リスク・機会を適切に評価し、対応策を明確化

影響が大きいリスク・機会

- ・炭素税の導入による操業コスト
- ・サステナブル志向な購買行動の拡大

リスク・機会への対応策

- ・温室効果ガス（GHG）排出量削減
- ・環境配慮製品の開発推進

リスク管理

リスクの選別・評価 各部署と連携しながら、影響度・発生確率の観点で整理・評価

リスクの管理 評価・検討結果は会議にて報告され、適切な管理・監督を実施

定期的かつ継続的にシナリオ分析を実施することでその精度を高め、想定されるリスクに適切に対応

指標と目標

カーボンニュートラル宣言

Scope1+2環境負荷削減目標を具体化、Scope3低減施策の検討を本格化

- ・2050年に自社拠点でのGHG排出量の実質ゼロに向けて、2030年までに、2022年度を基準としGHG排出量を42%削減する
- ・サプライチェーン企業との協働などを通じたScope3低減施策の検討を本格化

Ⅲ 2023年3月期の業績概要

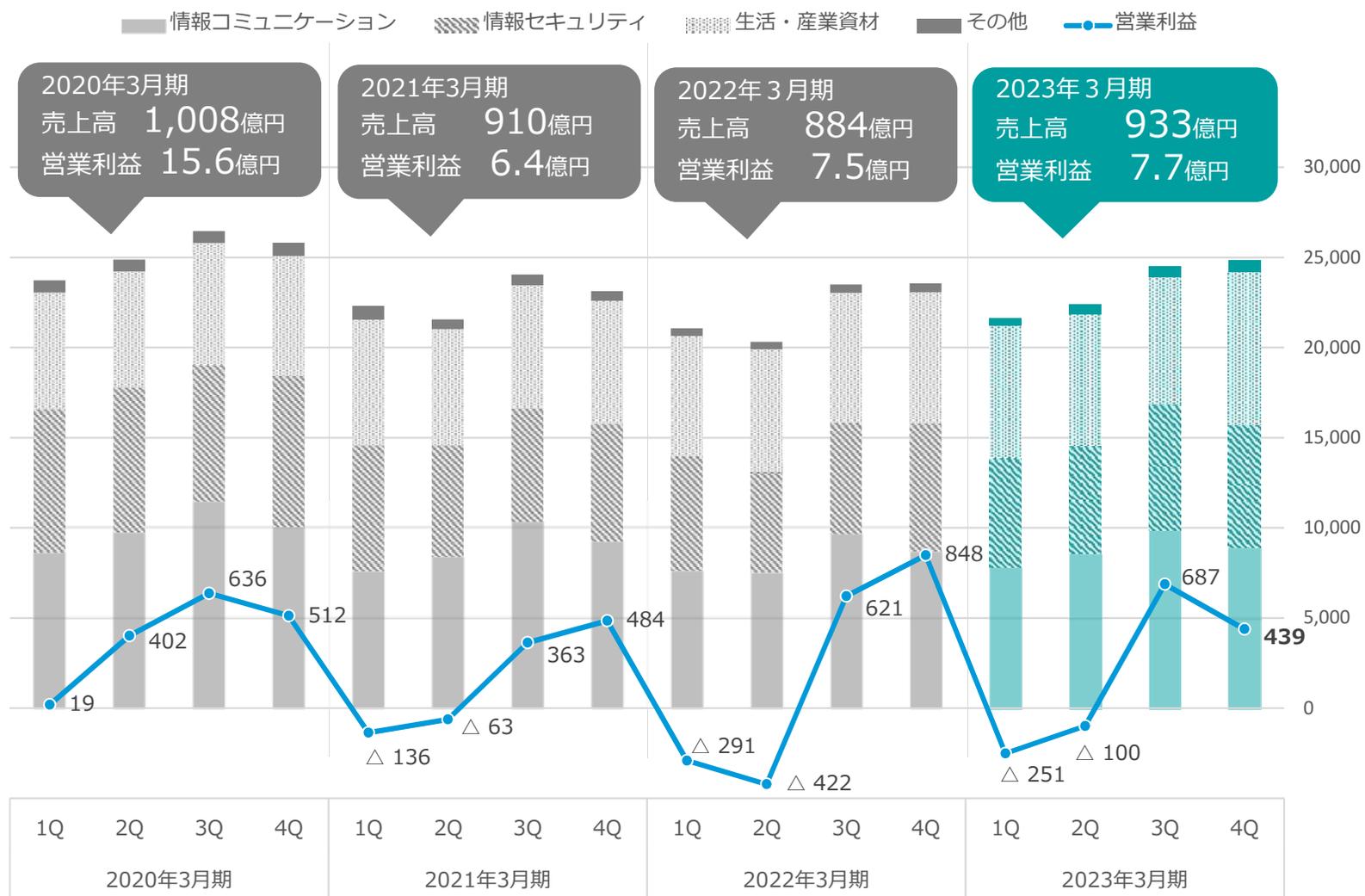


業績概要

- 売上高** 交通系ICカードの需要回復は遅れたが、店頭販促をはじめとする一般商業印刷が増加。データプリントを含むBPOや食品向け包装材も前期を上回った。全体として、市況の回復や価格転嫁による値上げの影響もあり、増収となった。
- 損益** 売上高は伸長したものの、エネルギー価格の想定を超えた上昇に加え、材料費高騰に対する価格転嫁が十分でなかったこともあり、営業利益は前期並みにとどまった。親会社株主に帰属する当期純利益は、投資有価証券の売却益等による特別利益の影響が大きく、前期を上回った。

(百万円)	2022年3月期	2023年3月期	増減額	前期比
売上高	88,416	93,363	+4,947	+5.6%
営業利益	756	775	+18	+2.5%
経常利益	1,298	1,289	△9	△0.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	683	1,253	+569	+83.2%
ROE (%)	1.1	2.1		+1.0P

四半期業績推移



注：2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しております。

2023年3月期 通期業績予想との比較

(百万円)	売上高			営業利益		
	業績予想	実績	(予想比)	業績予想	実績	(差異)
グループ全体	96,000	93,363	(97.3%)	1,100	775	(△324)
情報コミュニケーション	35,000	35,134	(100.4%)	100	△197	(△297)
情報セキュリティ	28,000	25,943	(92.7%)	1,300	758	(△541)
生活・産業資材	30,500	30,076	(98.6%)	600	172	(△427)
その他（調整分含む）	2,500	2,209	(88.4%)	△900	42	(+942)

※上記は2022年5月13日公表の業績予想と実績との比較。なお、業績予想については2023年4月28日付で修正いたしました。

市況の回復や価格転嫁による増収により、売上高は当初予想に近い水準となったが、利益は、エネルギー価格の想定を超えた上昇や材料価格の転嫁不足が大きく影響。

情報コミュニケーション

各種制作・デジタル案件や統合報告書など、新たな顧客ニーズを取り込み商印分野が伸長した。またコンテンツ開発についても、「まなび創造プロジェクト」を立ち上げるなど販売展開の兆しが見え始め、全体では売上高は計画を上回った。一方、出版印刷物の受注減により生産性が低下したことや、材料・エネルギー価格の高騰が影響し、利益は計画を下回った。

情報セキュリティ

官庁や自治体のほか、ヘルスケア・金融分野での新規受注等も含め、データプリント・BPOは堅調に推移。一方、需要回復を見込んだ交通系製品においては、デジタルサービスの利用促進やコロナ影響の長期化などもあり、当初想定した水準には至らず、セグメント全体では売上計画を下回った。利益は、売上高の減少はもとより、BPOの増加に伴う外注費増が大きく響いた。

生活・産業資材

売上は、材料価格の転嫁や新製品受注による増収はあったが、駆け込み需要の反動減や、歯磨き用チューブの一部で当初予測からの乖離が生じた。利益は、主に第2四半期における材料価格の転嫁遅れと、エネルギー価格高騰の影響が大きかった。

2024年3月期 業績予想

	(百万円)	第2四半期			通期		
		前年実績	業績予想	(伸長率)	前年実績	業績予想	(伸長率)
売上高		44,056	47,000	(106.7%)	93,363	101,000	(108.2%)
[内訳]							
情報コミュニケーション		16,363	17,000	(103.9%)	35,134	37,000	(105.3%)
情報セキュリティ		12,123	14,000	(115.5%)	25,943	30,000	(115.6%)
生活・産業資材		14,588	15,000	(102.8%)	30,076	31,500	(104.7%)
その他		981	1,000	(101.9%)	2,209	2,500	(113.1%)
営業利益		△351	100	(+451)	775	1,700	(+924)
[内訳]							
情報コミュニケーション		△350	△400	(△49)	△197	400	(+597)
情報セキュリティ		169	600	(+430)	758	1,400	(+641)
生活・産業資材		△142	300	(+442)	172	750	(+577)
その他(調整分含む)		△28	△400	(△371)	42	△850	(△892)
経常利益		48	450	(+401)	1,289	2,200	(+910)
親会社株主に帰属する当期純利益		△297	150	(+447)	1,253	1,500	(+246)

情報コミュニケーション

「製品」から「サービス」の受注拡大へ事業展開のシフトを図る。紙媒体販促からデジタルへのシフト、統合報告書のニーズを起点にダイバーシティ、環境施策といったガバナンス支援への領域拡大、育休支援、生涯教育支援など、顧客ニーズを研究しながら拡販活動に取り組む。

情報セキュリティ

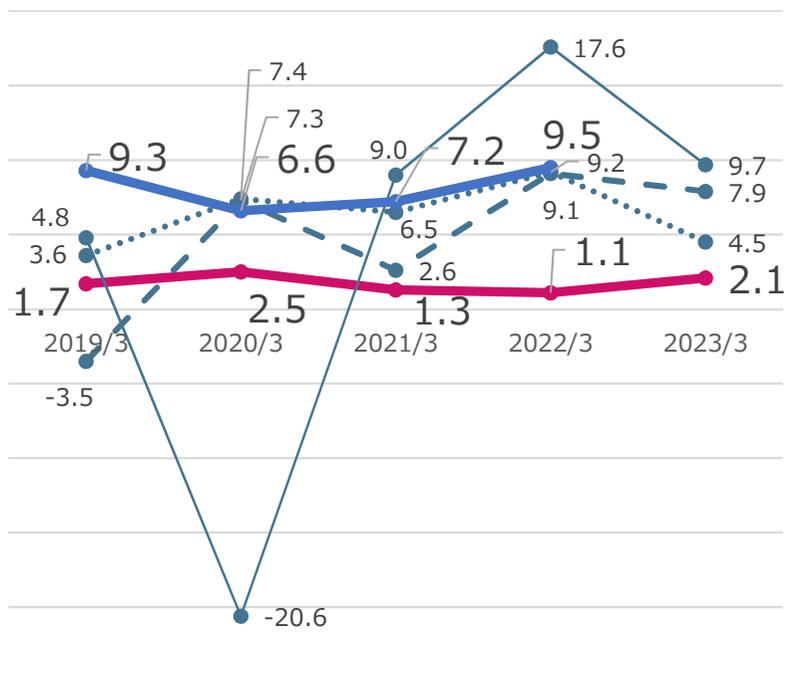
交通系製品の一定の需要回復を見込みつつ、「既存領域におけるサービス向上とコストダウン」「新事業・新規サービス領域への参入・受注拡大」の取り組みを進める。特に「金融」「健康医療」「公共」「交通」の各分野におけるソリューション開発に注力し、媒体提供からサービス提供を中心とする事業構造への転換をめざす。

生活・産業資材

環境配慮製品の開発強化、化粧品用チューブやフタ材等の注力領域における受注拡大とともに、エネルギー等の価格転嫁を推進して利益を確保する。同時に、既存事業の見直しと新事業への進出に取り組み、事業ポートフォリオ変革を進める。

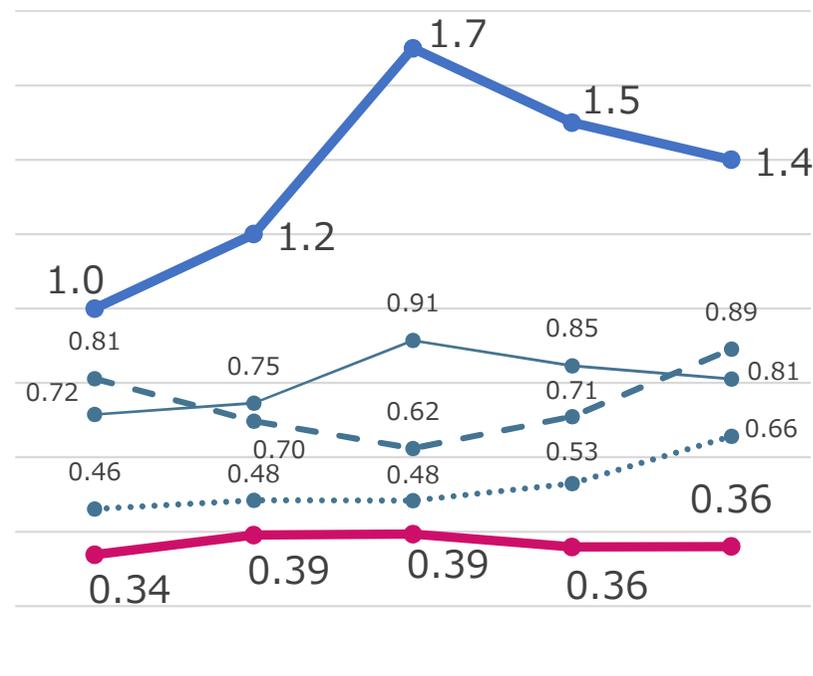
当グループ°ROEおよびPBR推移

ROE推移



- 共同印刷
- 大日本印刷
- 凸版印刷
- NISSHA (前年12月末)
- 東証一部全銘柄 (22/3まで)

PBR推移



- 共同印刷
- 大日本印刷
- 凸版印刷
- NISSHA (前年12月末)
- 東証一部・プライム平均 (金融業除く)

IV 株主還元施策

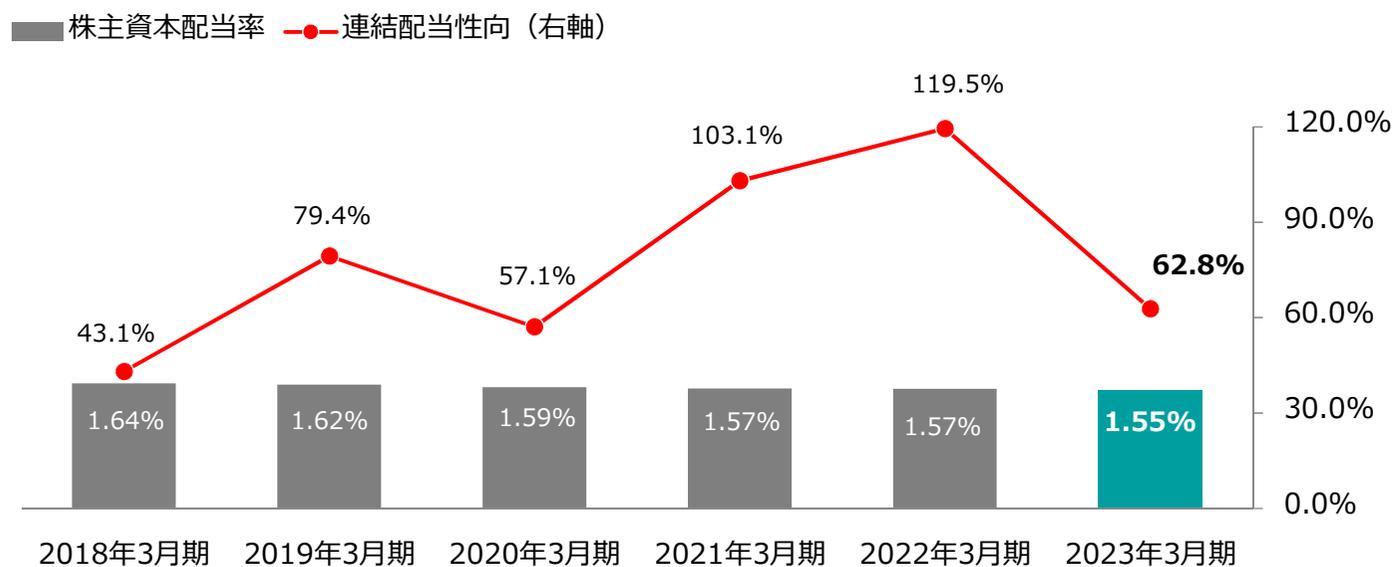


配当予想

●2023年3月期および2024年3月期の配当について

- ・2023年3月期の配当は、1株あたり100円（中間50円、期末50円）を予定。
- ・2024年3月期の配当についても、以下の方針に基づき1株あたり100円の見通し。

※利益配分につきましては、株主の皆さまへの安定的・継続的な利益還元を重視しつつ、企業体質の強化に向けて必要な内部留保とあわせて総合的に判断しており、配当は、連結業績、配当性向のほか、株主資本配当率（D O E）の視点等も踏まえて決定します（中期経営計画においては、配当性向30%以上を目標）。



※ 2017年10月1日付で普通株式10株を1株に併合。

自己株式取得

●自己株式の取得について

- ・ 経営環境に応じた機動的な資本政策の遂行および資本効率の向上を通じて株主利益の向上を図るため、自己株式の取得を実施。
- ・ 2022年11月8日開催の取締役会において決議しました自己株式の取得については、以下のとおり終了いたしました。

2022年11月8日開催の取締役会における決議内容

(1) 取得対象株式の種類	当社普通株式
(2) 取得し得る株式の総数	450,000株（上限）※発行済株式総数（自己株式を除く）に対する割合 5.4%
(3) 株式の取得価額の総額	1,000,000,000円（上限）
(4) 取得期間	2022年11月9日から2023年5月31日まで
(5) 取得方法	東京証券取引所における市場買付け

上記取締役会決議に基づき取得した自己株式の累計

(1) 取得した株式の総数	351,000 株
(2) 株式の取得価額の総額	999,966,400 円

株主優待

●共同印刷オリジナルQUOカード

- ・基準日 : 毎年9月末日および3月末日
- ・対象者 : 基準日現在の株主名簿に記載または記録された、当社株式を100株以上または300株以上、
継続して6カ月以上保有※する株主さま
- ・贈呈時期 : 9月末日基準日 12月上旬送付予定
3月末日基準日 6月下旬送付予定

※継続して6カ月以上保有とは、毎年3月末日および9月末日の基準日現在の株主名簿に同一株主番号で、100株以上または300株以上の保有記録が連続して記載または記録されていることといたします。

保有株式数	優待品の内容
100株以上300株未満	QUOカード 1,000円相当
300株以上	QUOカード 3,000円相当

●共同印刷オリジナルカレンダー

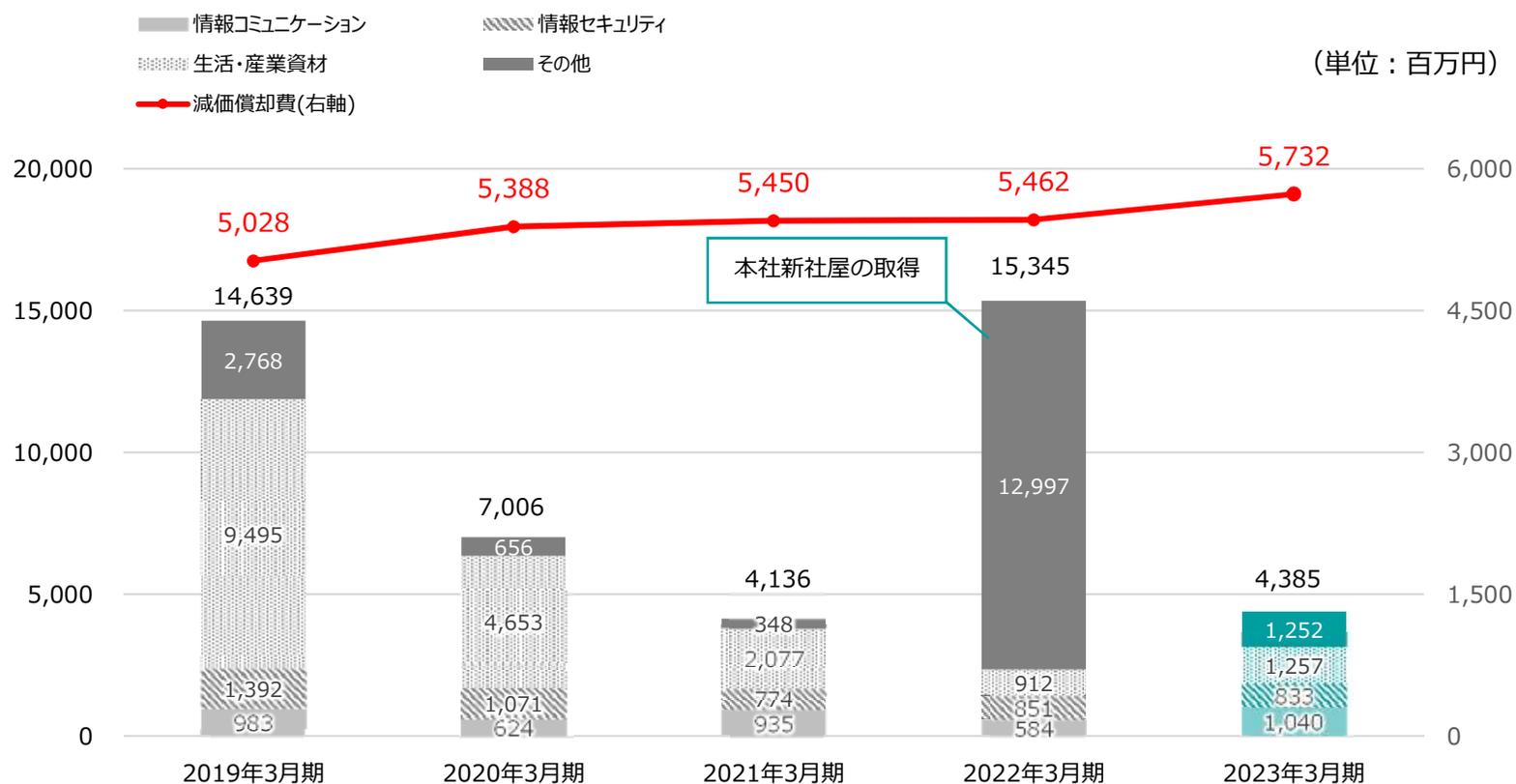
- ・基準日 : 毎年3月末日
- ・対象者 : 基準日現在の株主名簿に記載または記録された、当社株式を100株以上保有する株主さまのうち、
送付を希望される方
- ・贈呈時期 : 12月中旬送付予定

V 參考資料



設備投資・減価償却費

本社オフィスの環境整備や各製造拠点における生産体制の整備、環境対応設備の導入等を実施。



※グラフの設備投資額は完成ベースです。

貸借対照表

(単位：百万円)

	2022年3月期 期末	2023年3月期 期末	前期末
流動資産	44,025	45,912	+1,887
固定資産	85,095	78,287	△6,807
資産合計	129,121	124,200	△4,920
流動負債	44,531	33,800	△10,731
固定負債	23,312	32,174	+8,862
負債合計	67,843	65,974	△1,868
純資産合計	61,277	58,226	△3,051
負債純資産合計	129,121	124,200	△4,920
自己資本比率	47.4%	46.9%	

キャッシュフロー計算書

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,421	23,413	+17,991
投資活動によるキャッシュ・フロー	△6,632	△4,420	+2,212
フリーキャッシュ・フロー	△1,211	18,992	+20,203
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,618	△17,359	△14,741
現金及び現金同等物の期首残高	12,760	8,890	△3,869
現金及び現金同等物の期末残高	8,890	10,500	+1,609

フリー・キャッシュフローの推移



当資料は、投資家の皆さまに共同印刷株式会社への理解を深めていただくことを目的として、
経営や財務に関する情報を提供するものです。

以下の点をご了解の上、ご覧ください。

- ・業績予想などは、作成時点において当社が予測する範囲内で作成したものです。
- ・記載の業績予想などとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおりますことをご承知ください。
- ・投資に関する決定は、投資家ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。
- ・掲載内容については細心の注意を払っておりますが、不可抗力によって情報に誤りを生ずる可能性もございますので、ご注意下さい。

【お問い合わせ先】

共同印刷株式会社 コーポレートコミュニケーション部

E-mail : koho@kyodoprinting.co.jp

Webサイト : <https://www.kyodoprinting.co.jp/>