

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)



写真：2022年3月に竣工した本社工舎（文京区小石川）

2022年9月29日／東京証券会館

I 会社概要・事業内容

会社概要	3
沿革	4
経営理念と経営ビジョン	5
コーポレートブランド	6
事業体制	7
製品・サービス紹介①～⑧	8-15

II 中期経営計画について

中期経営目標	17
重点テーマ	18
重点テーマ①～⑤	19-23
「5つの重点テーマ」を支えるガバナンス体制	24
中期経営計画の取り組み実績	25
中期経営計画の進捗状況	26

III 2022年3月期 業績概要

2022年3月期 業績概要	28
セグメント別の業績	29
セグメント別業績①～④	30-33
連結貸借対照表	34
連結キャッシュ・フロー計算書	35
設備投資・減価償却費の状況	36
2023月期3月期 通期業績予想 (第1四半期の状況)	37

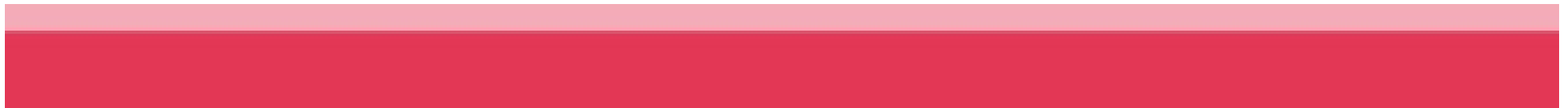
IV 株主還元施策

株主還元施策（配当・自己株取得）	39
株主優待情報	40

V 非財務情報

環境への対応	42
人材戦略	43

I 会社概要・事業内容



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丁目14番12号

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： 3,217名（パート・アルバイト含まず） ※2022年3月末現在

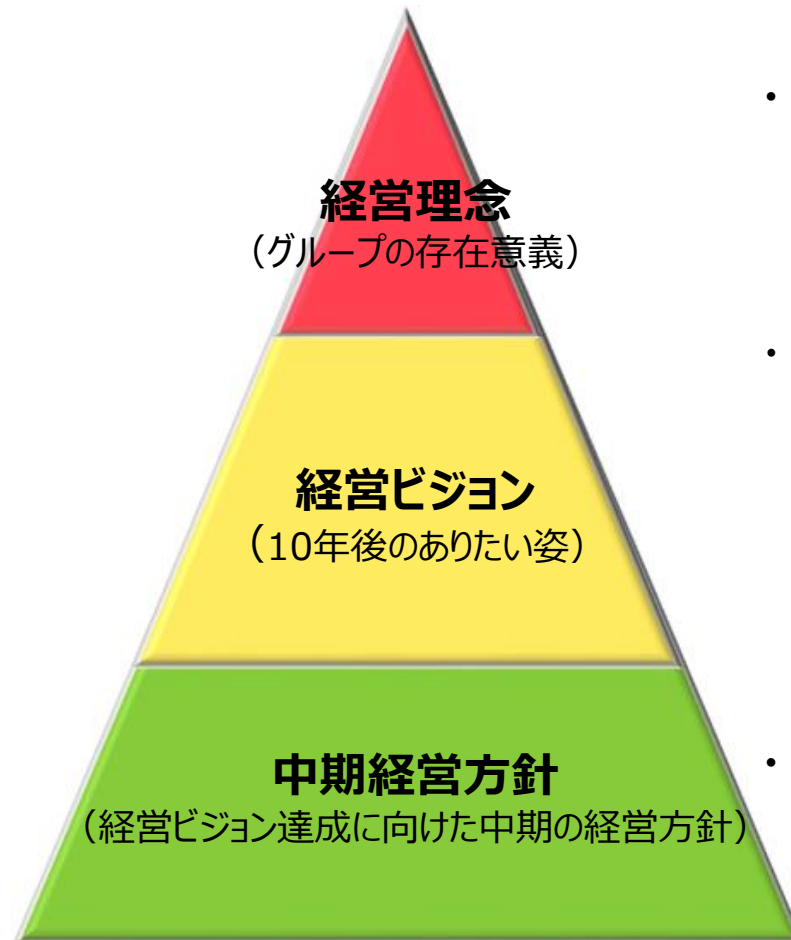
営 業 拠 点： 国内5カ所（東京、越谷、名古屋、大阪、京都）
海外3カ所（上海・ベトナム・インドネシア）

製 造 拠 点： 国内12カ所：北海道（苫小牧）、茨城（五霞・守谷・石岡・磯原）、
埼玉（鶴ヶ島・川島）、神奈川（小田原・相模原）、
愛知（名古屋）、和歌山（有田川）、京都（久御山）
海外3カ所：ベトナム（ドンナイ省）、
インドネシア（ジャカルタ市・スラバヤ市）

上 場 市 場： 東京証券取引所 プライム市場（コード：7914）

1897年 (明治30)	博文館主大橋佐平、京橋区竹川町 (現：銀座6丁目) に博文館印刷工場を創設
1898年 (明治31)	博文館印刷工場を小石川 (現在地) に移転
1925年 (大正14)	博文館印刷所と精美堂が合併し共同印刷株式会社発足
1964年 (昭和39)	小田原工場竣工 ※金属チューブ製造工場 (現在はラミネートチューブ製造工場)
1981年 (昭和56)	鶴ヶ島工場竣工 ※ビジネスフォーム・証券類・カードの製造工場
1987年 (昭和62)	守谷工場竣工 ※紙器・軟包装の製造工場
1991年 (平成3)	和歌山工場竣工 ※ラミネートチューブの製造工場
1993年 (平成5)	五霞工場竣工 ※週刊少年ジャンプを中心とする出版商業印刷の工場
2002年 (平成14)	川島ソリューションセンター竣工 ※データプリント事業の拡張 (現在BPOの拠点工場)
2006年 (平成18)	コスモグラフィックを連結子会社化 ※プリプレスの強化
2007年 (平成19)	デジタルコミック書店「ソク読み」オープン ※電子書籍配信事業開始
〃	播磨坂スタジオ竣工 ※山手線の内側では数少ない本格的な撮影スタジオ
2012年 (平成24)	共印商貿 (上海) 有限公司設立
2014年 (平成26)	相模原工場竣工 ※ラミネートチューブ事業の拡大
2015年 (平成27)	ベトナム工場竣工 ※海外でのラミネートチューブ事業の拡大
2017年 (平成29)	インドネシアのArisu社を連結子会社化 ※海外でのラミネートチューブ事業の拡大
2019年 (平成30)	共同印刷マーケティングソリューションズを連結子会社化 ※商業印刷事業の拡大
2019年 (平成30)	共同クレハブローボトルを連結子会社化 ※ブローボトル事業開始
2022年 (令和4)	小石川本社 新社屋竣工 / 東京証券取引所 プライム市場上場

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、3～4年間の中期経営計画を実行していきます。



- 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）

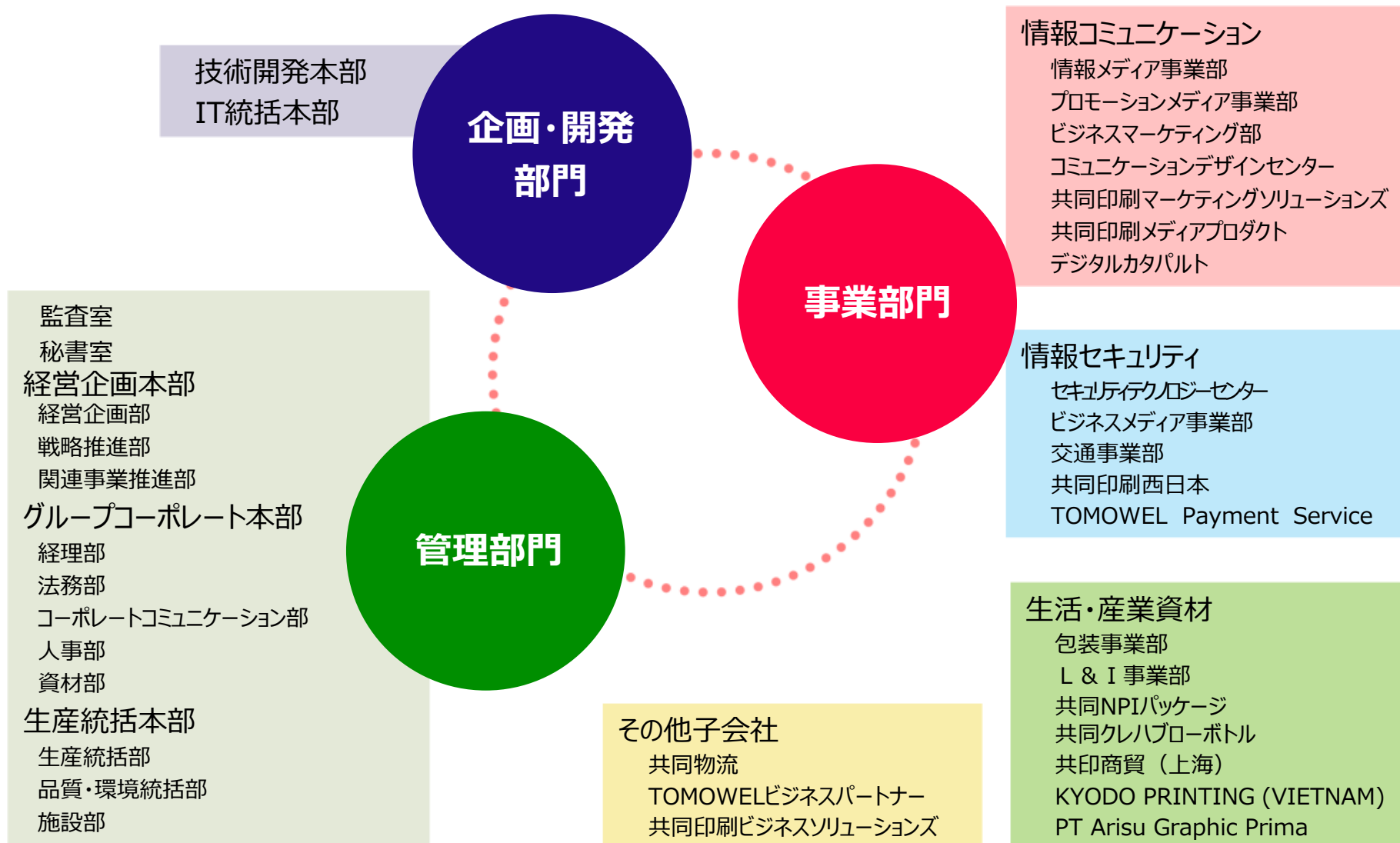
コーポレートブランド 「TOMOWEL」
コーポレートメッセージ 「共にある、未来へ」

TOMOWEL
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、未来を創り拓げていく」
TOMOWELに込めた私たちの想いです。



※事業部門は事業部と主な子会社を記載



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が増加しているほか、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。

2021年に立ち上げた企業向けに「まなび」を提供する講師派遣のプラットフォームを活用し、教育分野での事業拡大をめざしています。



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、企業情報誌を数多く手がけており、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数多く受注しており、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・製作まで広くご提案しています。

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。



■ 高級美術複製画

共同印刷では、最新の画像処理技術を駆使した複製技術により製作された複製絵画「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・美術団体などプロ向けにも製品を提供しています。

詳しくは共同印刷Webサイト「美術趣味」をご参照下さい。
<http://bijutsu-shumi.com/>



ビジネスフォーム

BPO（試験運営サポート）



簡単さと拡張性の



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。

高度なセキュリティ環境とこれまでに培ったノウハウをいかし、お客さまにとって最適なソリューションを提案しています。



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

共同印刷では、キャッシュカードやクレジットカード、「Suica」「PASMO」などのIC乗車券など、幅広い種類のICカードの製造・発行を行うとともに、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。

近年、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」の提供を始めました。

また全国各地の特急券・乗車券や、宝くじ各種も多く受注しています。



各種パッケージ

パーシャルオープン（湯切りフタ）



セパシート（業務用身離れ包材）

■パッケージ（紙器・軟包装）

共同印刷では、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。



ラミネートチューブ・ブローチューブ



ブローボトル

■ 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。

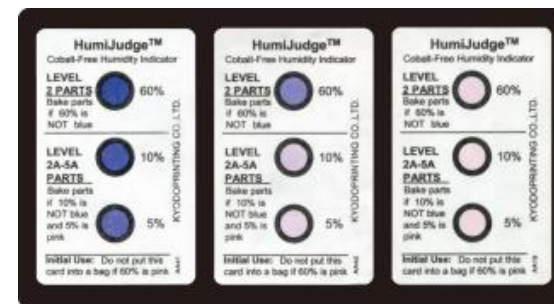
ラミネートチューブは複数の機能性フィルムを貼り合わせて原反シートを作るため、目的に合わせた機能を持たせることができ、さらに先にシートに印刷を施してからチューブに成型するため、繊細なグラデーションや複雑な絵柄の表現が可能です。そのため、美麗性を要求される女性向けスキンケア製品向けなどに多く採用されています。

このほか香辛料向けブローチューブや、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。



モイストキャッチ®を使った製品各種

(使用イメージ)



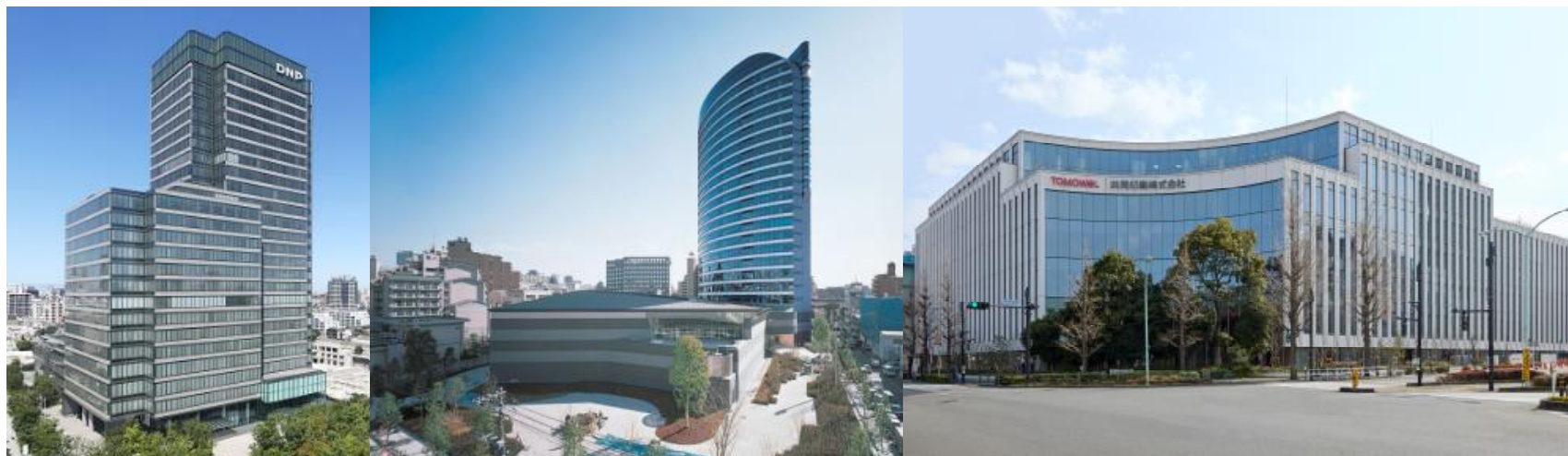
ヒューミジャッジ® (湿度インジケーター)

■ 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ー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。

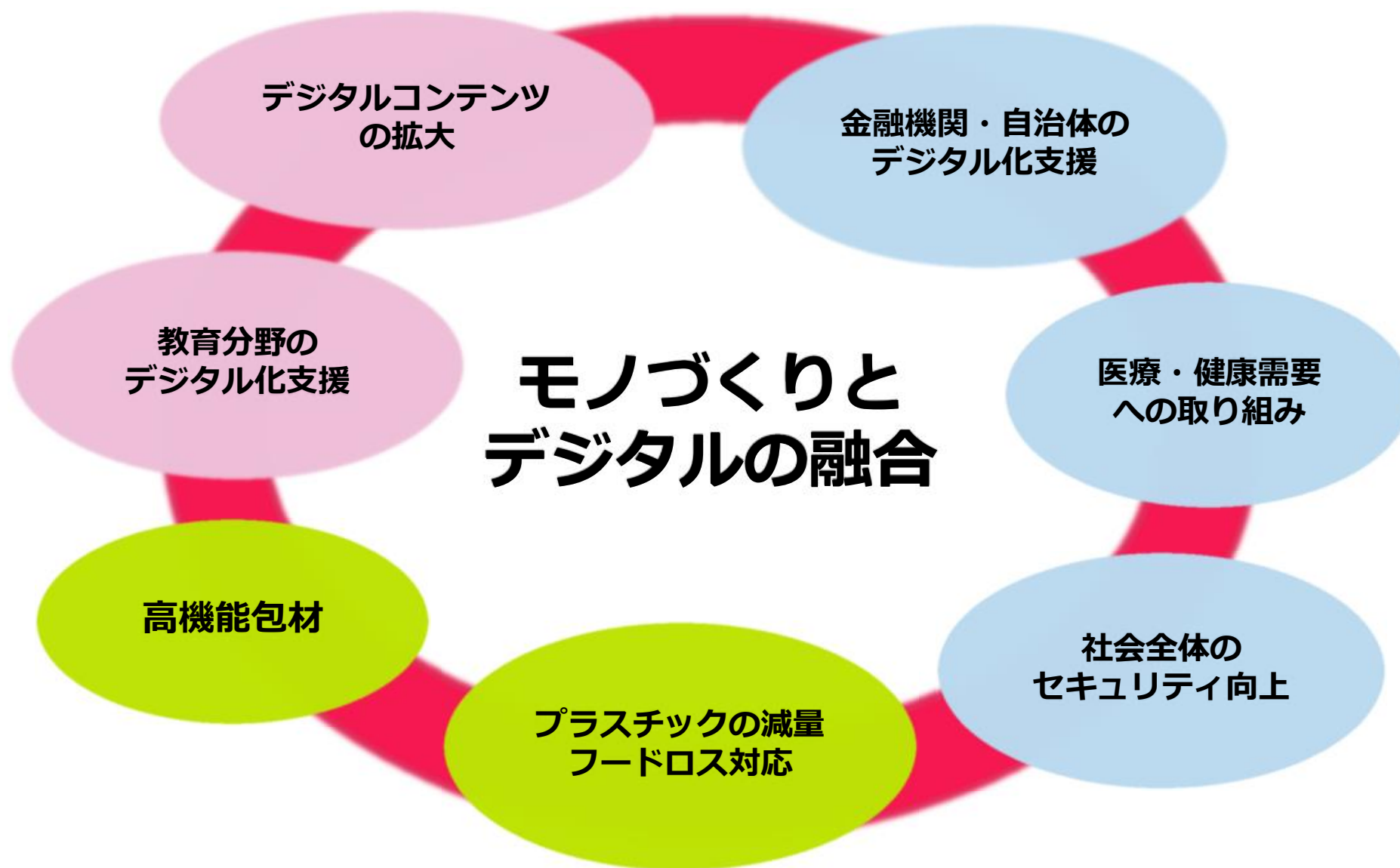
現在、この技術をもとに多様な製品開発を行っており、新しい製品も生まれています。



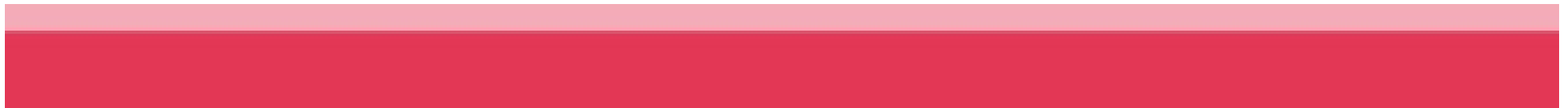
主な総合印刷会社の本社外観

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



Ⅱ 2021～2024年度 中期経営計画



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。

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。

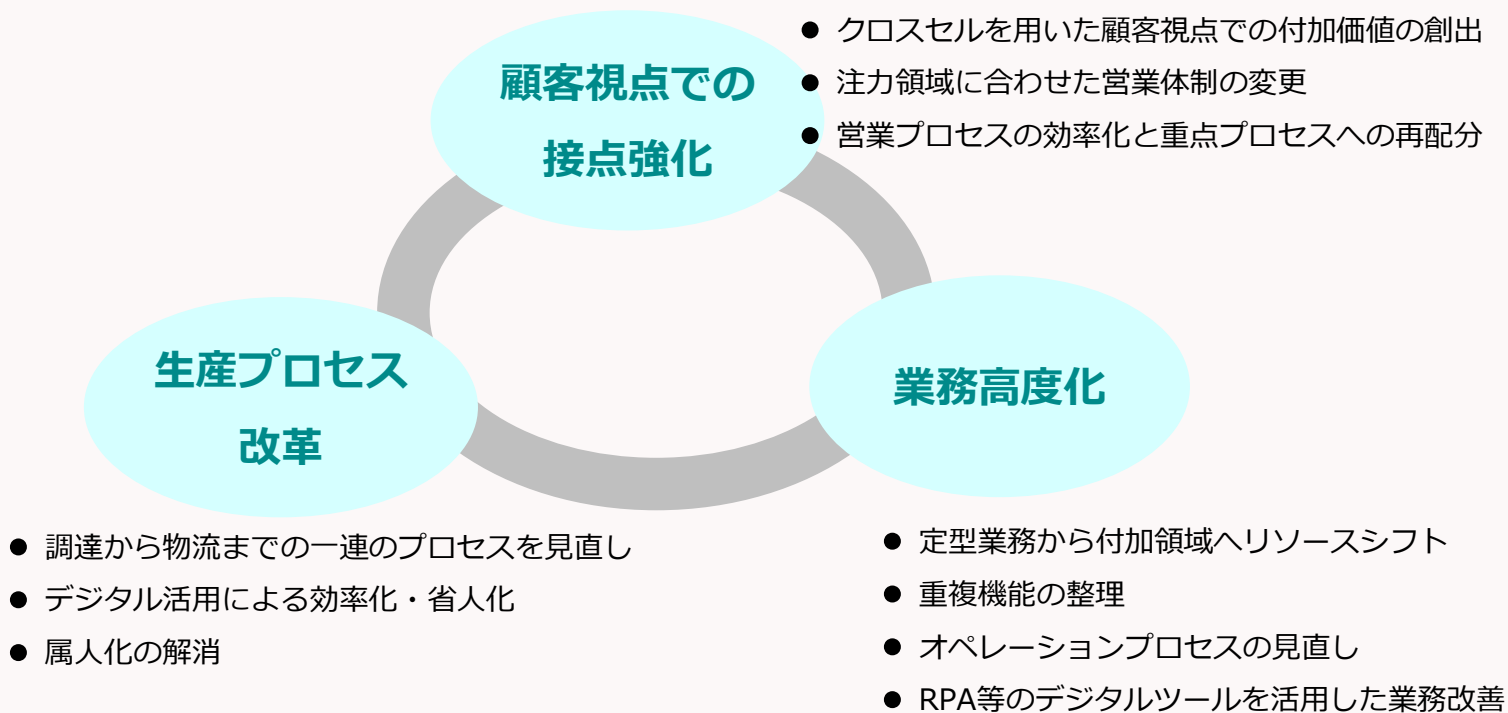
5つの重点テーマ

- 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

達成したい
状態

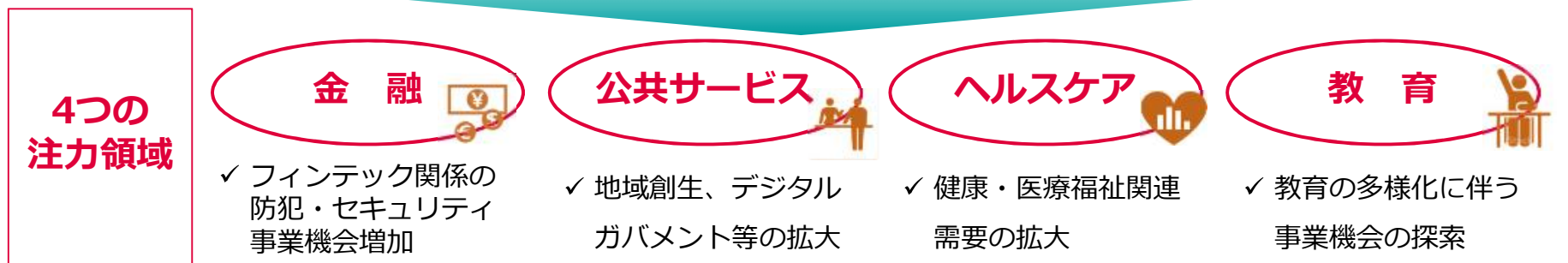
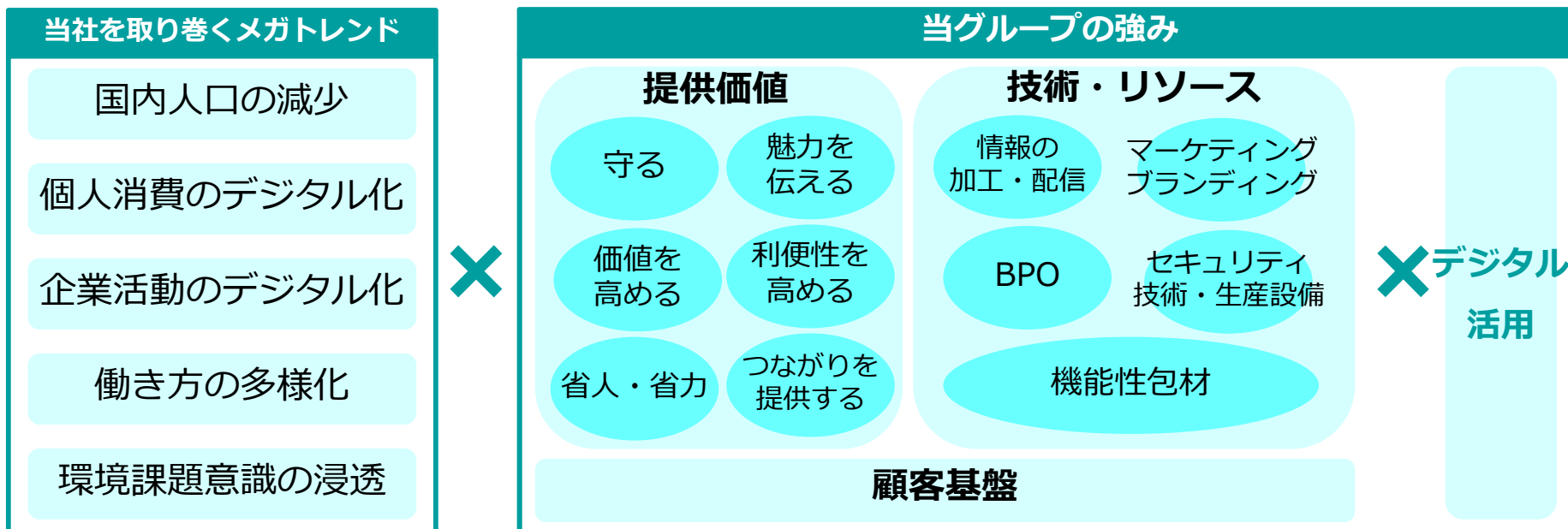
顧客視点での付加価値向上に向け
顧客接点、生産プロセス、業務オペレーションの基盤を強化

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。



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

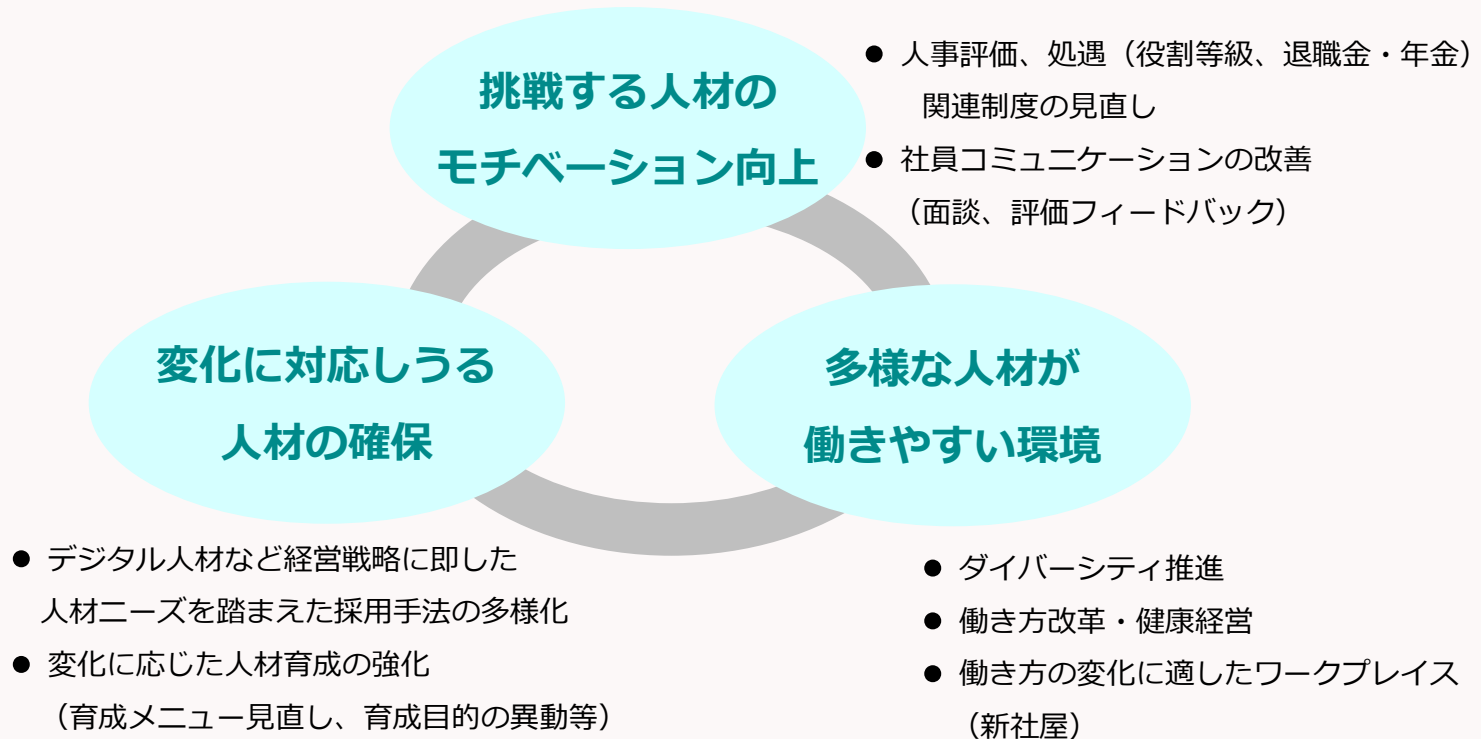
CO2排出量：2019年度比10%削減（2013年度比26%削減）

- 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

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



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

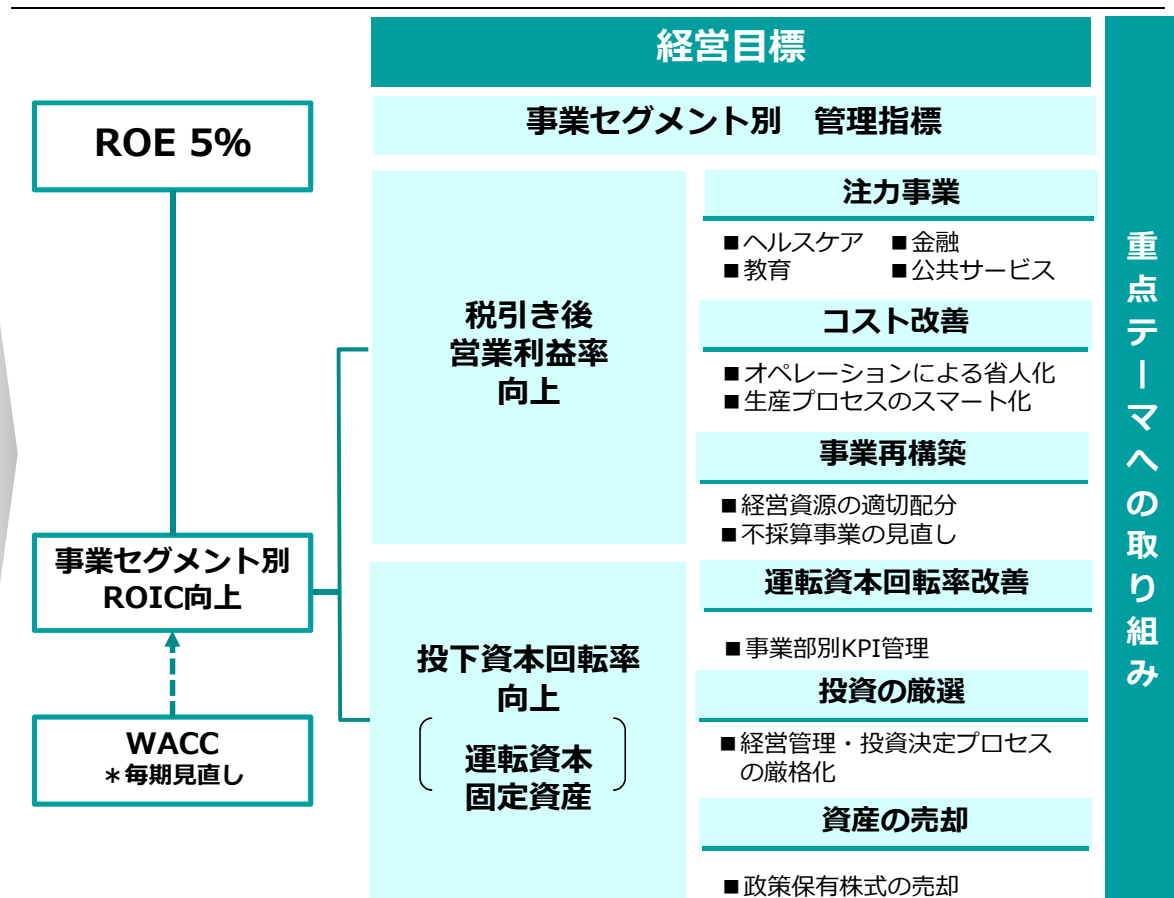
事業ごとの資産効率の改善

- 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



当グループの競争力を高めるための「5つの重点テーマ」を支えるガバナンス体制を強化。取締役会の役割・機能強化など、“経営の質”を高めるガバナンス改革を実現します。

取締役会の 役割・機能	持続的成長に向けた戦略的な議論の活性化 <ul style="list-style-type: none">取締役会実効性評価の継続実施・概要公表（18年度）チームとして機能する取締役会構成、スキルマトリックス公表（21年度）
社外取締役の 活用	取締役会の監督機能および取締役会への提言機能の強化 <ul style="list-style-type: none">独立社外取締役および独立社外監査役のみの会議体運営（16年度）独立性判断基準の作成・公表、筆頭独立社外取締役の選任（21年度）1/3以上の独立社外取締役の確保（21年度）
経営陣の指名 報酬の在り方	取締役・執行役員を選解任・報酬の決定プロセスの適正性・透明性の強化 <ul style="list-style-type: none">インセンティブ効果のある業績連動型株式報酬(BBT)制度の導入（18年度）指名報酬委員会による役員選解任案の適正性・透明性の確認（19年度）役員報酬制度改革の実施、役員報酬基本方針の制定（20年度）
株主・投資家 との関係	企業価値向上をめざし建設的な対話を充実 <ul style="list-style-type: none">経営戦略、財務戦略、ビジネスモデル、取締役会の実効性評価などをテーマにした株主・投資家との建設的な対話の充実

中期経営計画 2021年度実績

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

主要な成果

- ①既存事業の事業基盤強化
- ②新規事業領域の探索

- 事業戦略および生産改革の推進に向けた機構改革を実施し、各セグメントとのハブ機能を担う中枢組織と、各セグメントの推進役となる専門組織を設置・強化
- 全社事業戦略を推進する「戦略推進部」を新設し、新規事業開発およびマーケティング機能を強化
(2022年4月1日付 組織改編)

- ③環境戦略

- 環境長期ビジョンおよび環境マテリアリティ策定に向けた議論を深化
- 気候変動対応に向けてCO2サプライチェーン排出量を算定

- ④人材戦略

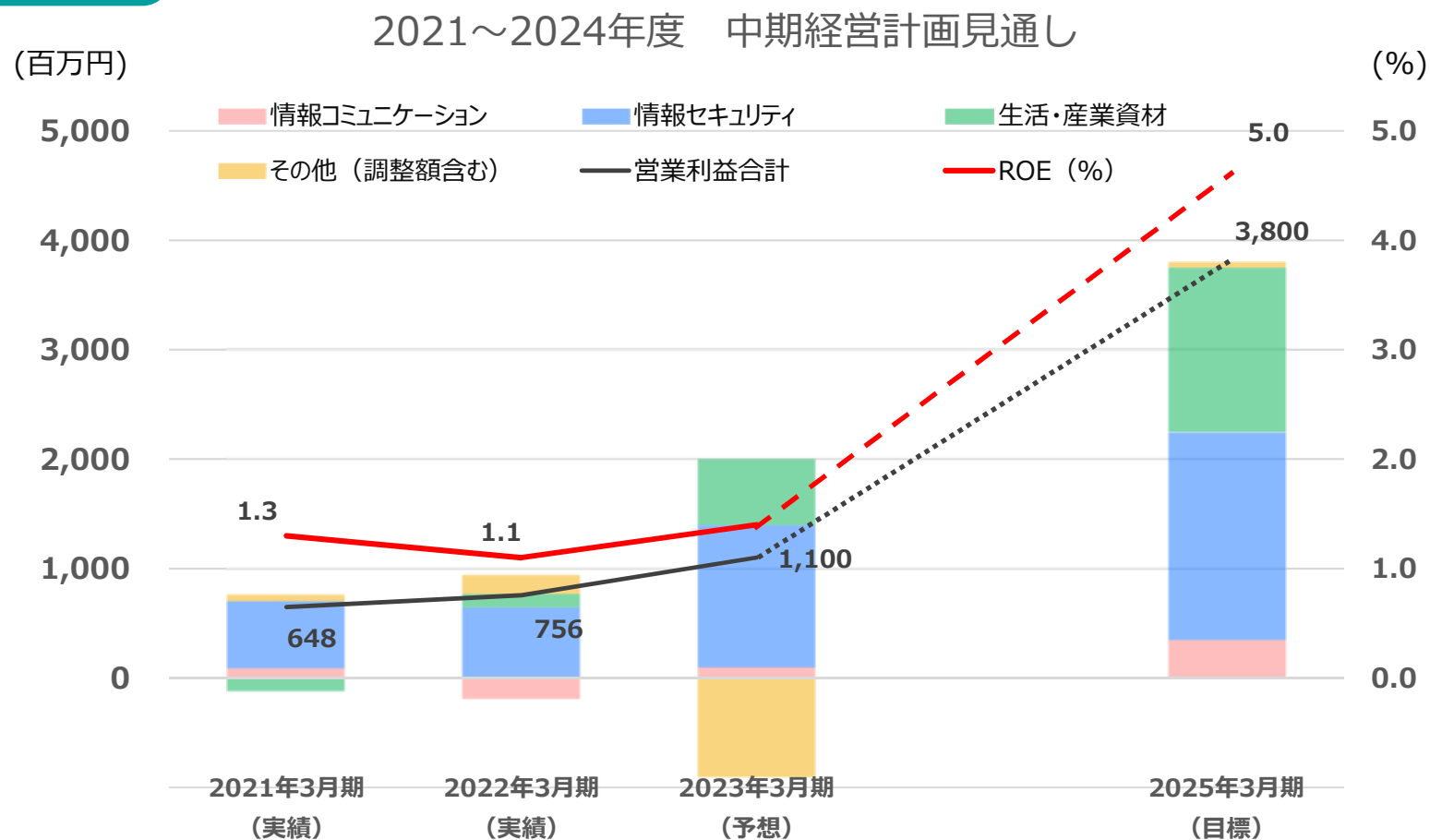
- 従業員に対する業績連動型株式給付制度「株式給付信託（J-ESOP）」を導入
- マネジメント研修の実施、評価フィードバック面談強化による社内コミュニケーション活性化
- 新社屋竣工に向け、新しい働き方を実現する各種制度・規則の見直しを実施

- ⑤経営管理機能の強化

- 目標ROE達成のための、事業セグメント別ROIC管理を導入し、投下資本回転率等の関連指標の実績把握および課題の抽出

現在の中期経営計画における目標数値と前期までの進捗状況は以下の通りです。

5年間の推移



Ⅲ 2022年3月期決算概要



(単位：百万円)

	2021年3月期 実績	2022年3月期 業績予想	2022年3月期 実績	業績予想比	前期比
売上高	91,031	93,000	88,416	△4.9%	△2.9%
営業利益	648	900	756	△16.0%	+16.8%
経常利益	1,345	1,400	1,298	△7.3%	△3.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	825	850	683	△19.6%	△17.1%
ROE (%)	1.3	—	1.1	—	△0.2p

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。
2022年3月期の業績は、当該会計基準等を適用した後の金額（売上高カッコ内は適用前の金額）です。

交通系ICカードの需要回復が遅れ減収も、営業利益は増益に

- ①売上高については、書籍、物流加工業務、データプリントを含むBPO、食品向け包装材などが増加し、チューブも堅調に推移しましたが、IC乗車券の需要回復遅れが影響したため、減収となりました。
- ②営業利益については、原材料費高騰の影響などはあったものの、生活・産業資材部門の売上増加および、情報セキュリティ部門の利益率改善もあり、前期を上回りました。

セグメント別の業績

(単位：百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	前期比
売上高 ※1	91,031	88,416	△2.9%
情報コミュニケーション	35,484	33,427	△5.8%
情報セキュリティ	26,032	25,187	△3.2%
生活・産業資材	27,076	28,002	+3.4%
その他	2,437	1,797	△26.2%
営業利益	648	756	+16.8%
情報コミュニケーション	92	△186	—
情報セキュリティ	612	648	+5.9%
生活・産業資材	△117	123	—
その他	189	15	△92.1%
調整額 ※2	△129	156	—
経常利益	1,345	1,298	△3.6%

※1 セグメント別売上高は外部顧客に対するものです。

※2 「調整額」は全社費用等です。

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。

2022年3月期の業績は、当該会計基準等を適用した後の金額です。

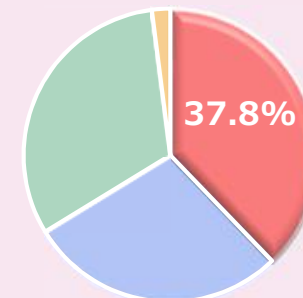
業績のポイント

出版市場はデジタル化の進行によって紙の雑誌を中心に大きく印刷需要が減少しており、当セグメントの売上高・利益の減少要因となっています。

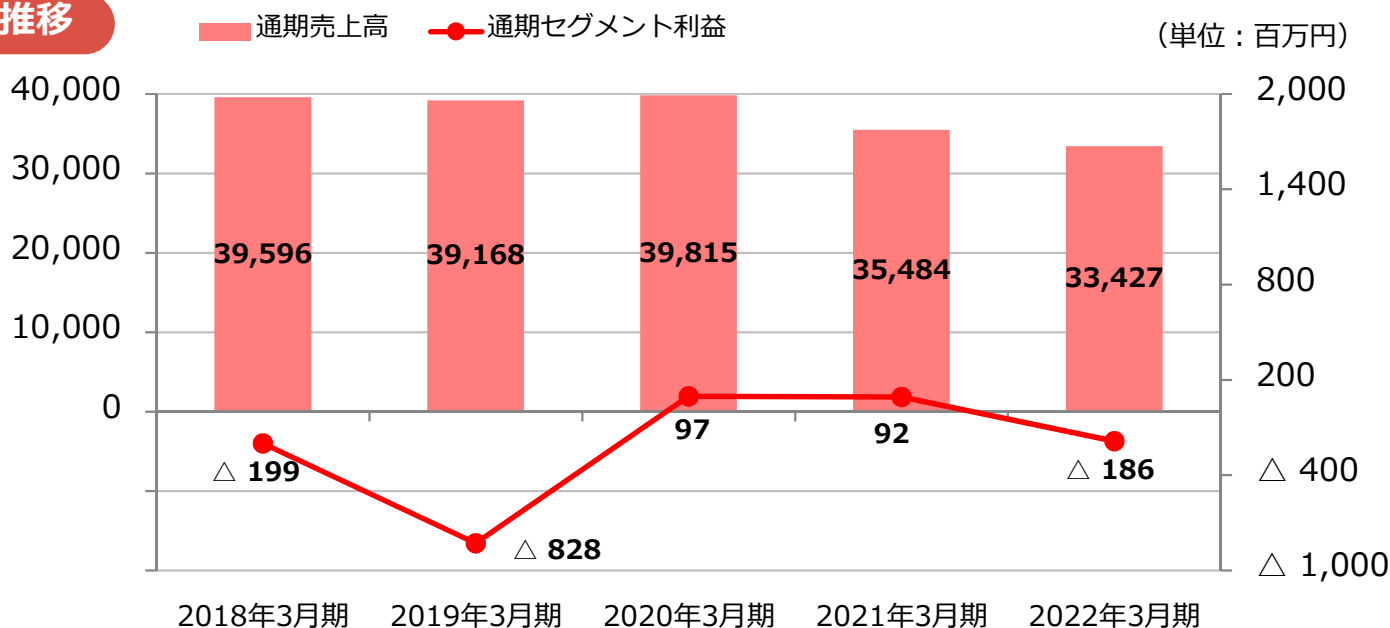
知育・教育系市場やまんがやアニメなどのキャラクターコンテンツ市場は好調なため、教科書や参考書、イベント企画やグッズ製作などの受注拡大に取り組んでいます。

商業印刷では、カタログや情報誌は出版物同様紙媒体の需要縮小が進んでいます。当社は、店舗での販売促進やキャンペーンなどの企画、自社スタジオを活用した撮影業務の提案など、さまざまなプロモーション関連業務の受注拡大を図っています。

売上構成比



5年間の推移

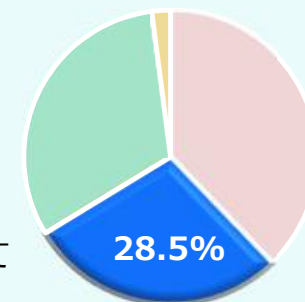


業績のポイント

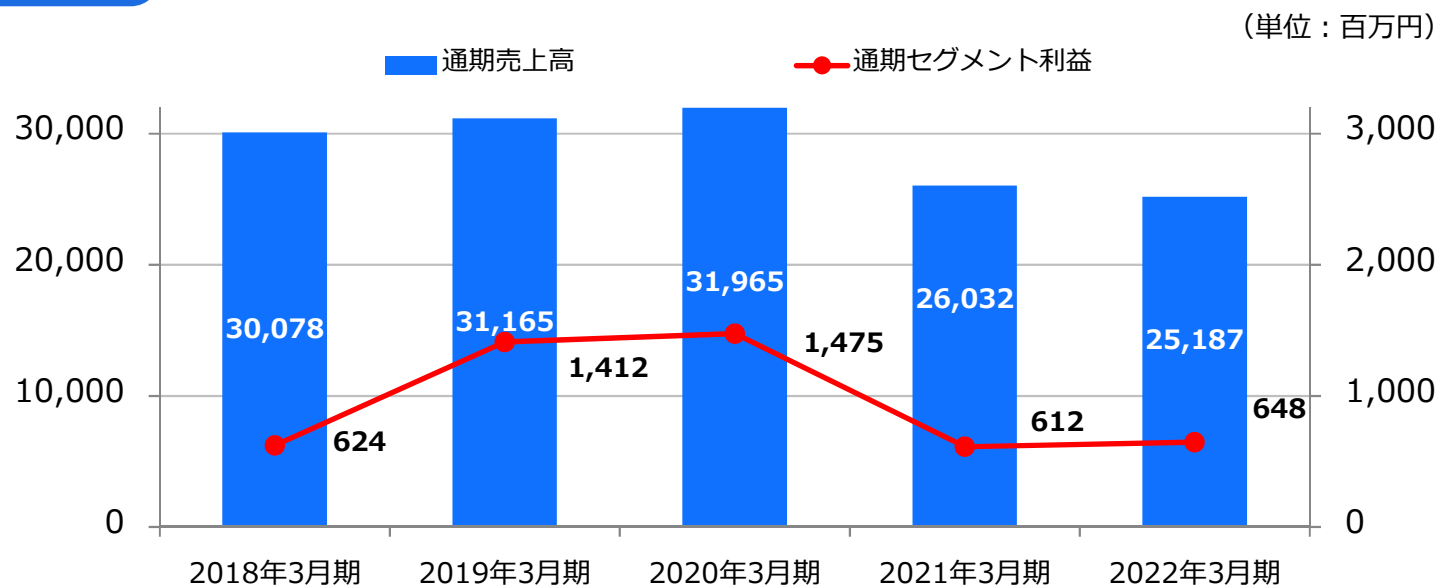
金融機関や官公庁を中心にBPO業務やデータプリントを受注しています。BPOの受注は堅調に推移しており、特に資格試験の運営に関する業務が伸びています。税金や年金、保険などの通知業務は手続きのデジタル化が進んでいますが、手続きをオンラインで完結できるアプリの開発などを通じて受注拡大をめざしています。

ICカードでは、Suica・PASMOなどIC乗車券や、特急券等の乗車券を受注しています。コロナ過で旅客需要が大幅に落ち込んだため、セグメント全体で売上高・利益が減少しています。このほか、ジャンボくじやロトくじなど宝くじも各種受注しています。

売上構成比



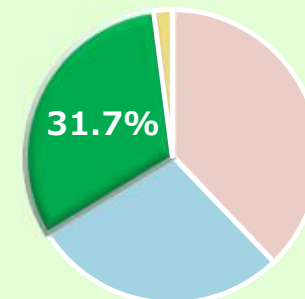
5年間の推移



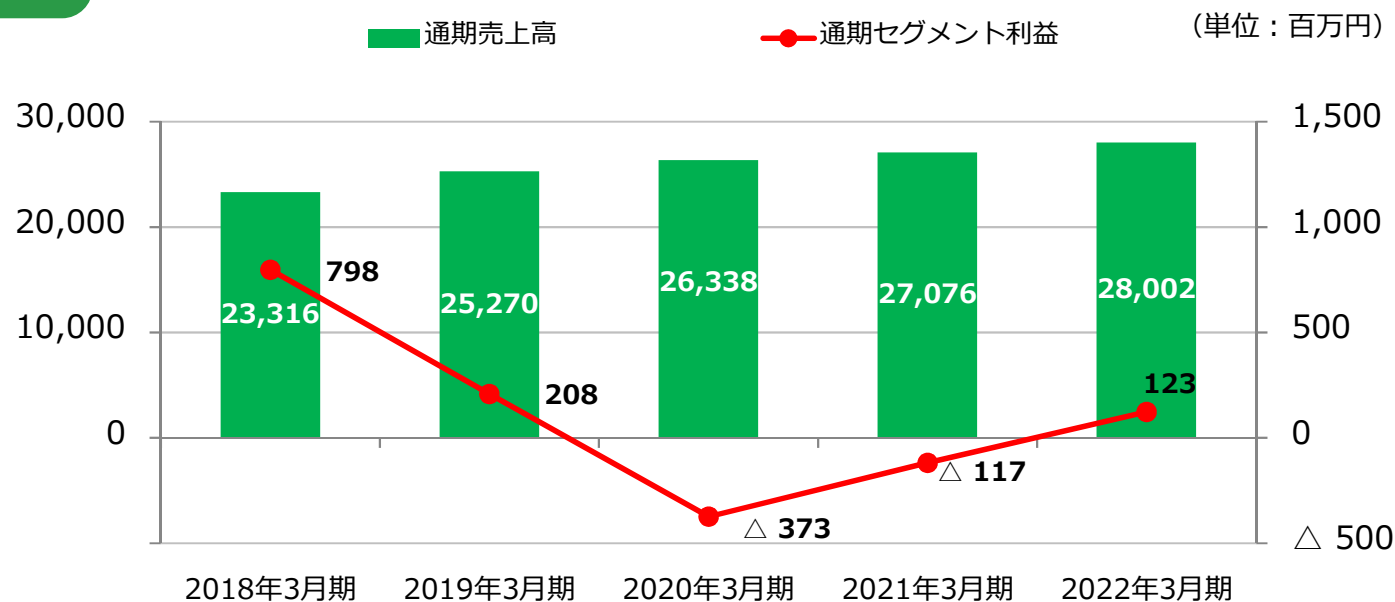
業績のポイント

インスタント麺の外装袋や、お菓子、冷凍食品などの外装袋、カップ麺のフタ材を中心とした軟包装材や、ラップやティッシュ、お菓子などの食品向け紙器包材の需要は堅調に推移しているものの、歯磨きや、UVケア製品・ハンドクリーム等トイレタリー向けのラミネートチューブがインバウンド需要の減少等によって減少しているため、売上高が伸び悩んでいます。また原材料費や燃料費の高騰が利益に影響しています。

売上構成比



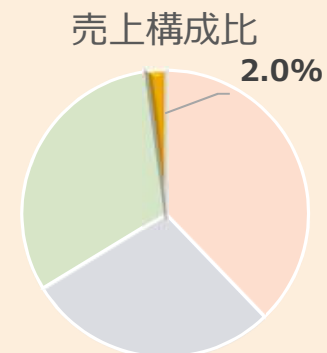
5年間の推移



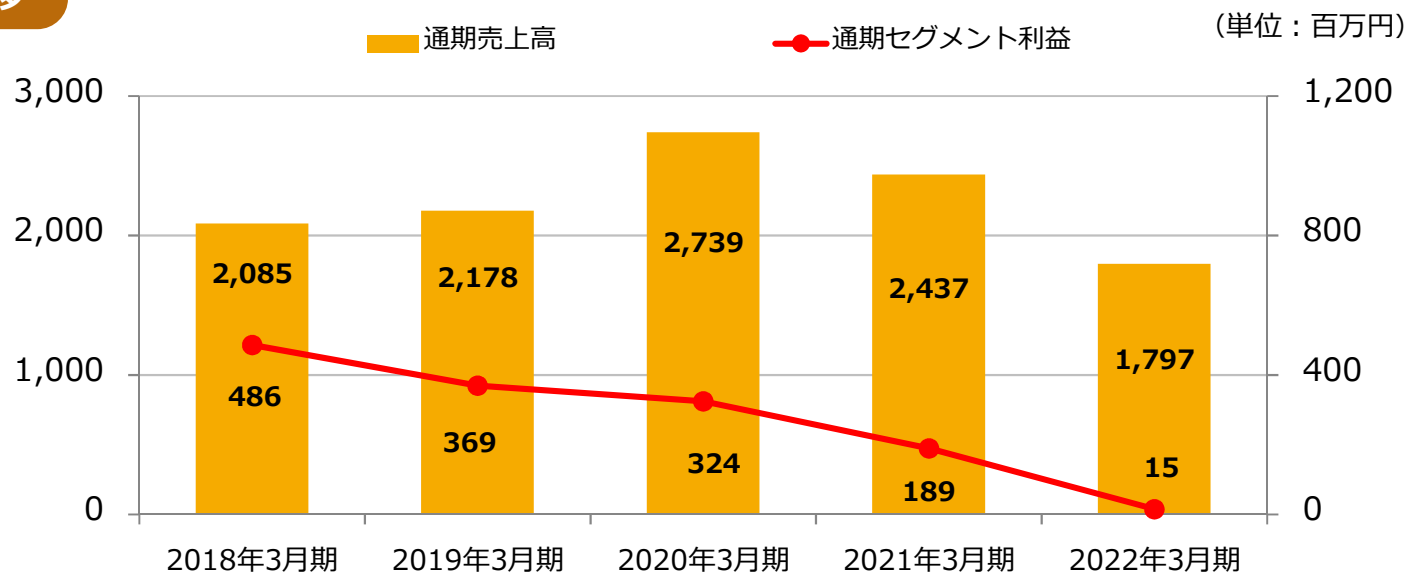
業績のポイント

グループ会社で取り扱っている物流業務や不動産管理業務が含まれています。
2023年3月期以降は本社再開発後の跡地活用の収益も計上される予定です。

2020年3月期～2021年3月期は、セグメントに属さない製品の売上があったため、
売上が拡大しています。前期については物流業務のコスト悪化がありました。



5年間の推移



連結貸借対照表

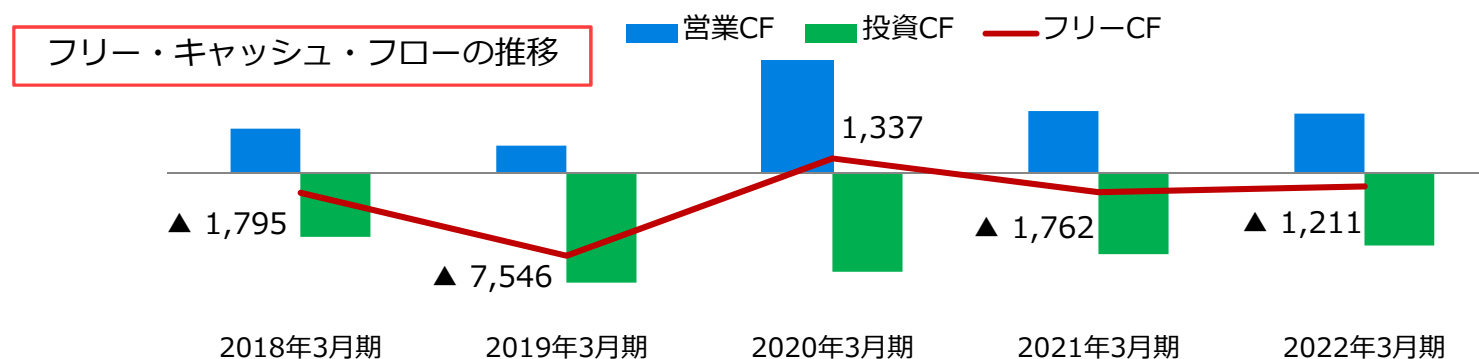
(単位：百万円)

	2021年3月期末	2022年3月期末	前期末差額
流動資産	46,453	44,025	△2,427
固定資産	82,624	85,095	+2,471
資産合計	129,077	129,121	+43
流動負債	33,501	44,531	+11,029
固定負債	32,631	23,312	△9,319
負債合計	66,133	67,843	1,709
純資産合計	62,944	61,277	△1,666
負債純資産合計	129,077	129,121	+43
自己資本比率	48.7%	47.4%	△1.3 p

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

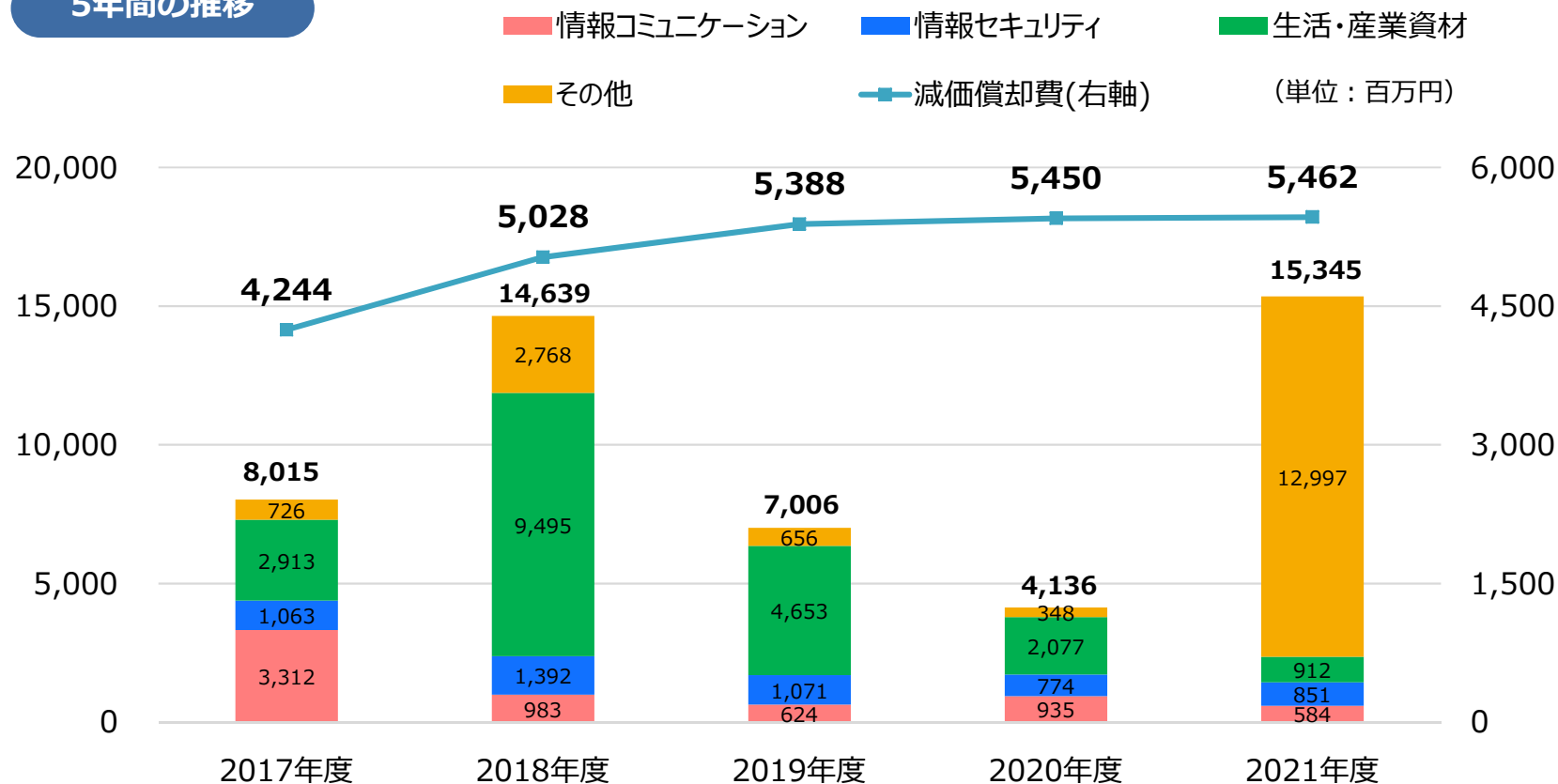
	2021年3月期	2022年3月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	5,639	5,421	△217
投資活動によるキャッシュ・フロー	△7,402	△6,632	+769
フリーキャッシュ・フロー	△1,762	△1,211	+551
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,529	△2,618	△4,147
現金及び現金同等物の期首残高	13,070	12,760	△310
現金及び現金同等物の期末残高	12,760	8,890	△3,869



設備投資・減価償却費の状況

- ・ 文京区の本社新社屋が2022年3月末に完成（総工費約120億円）
- ・ 今期は60億円程度を見込み、省力化のための生産設備更新や業務システムの改修を予定

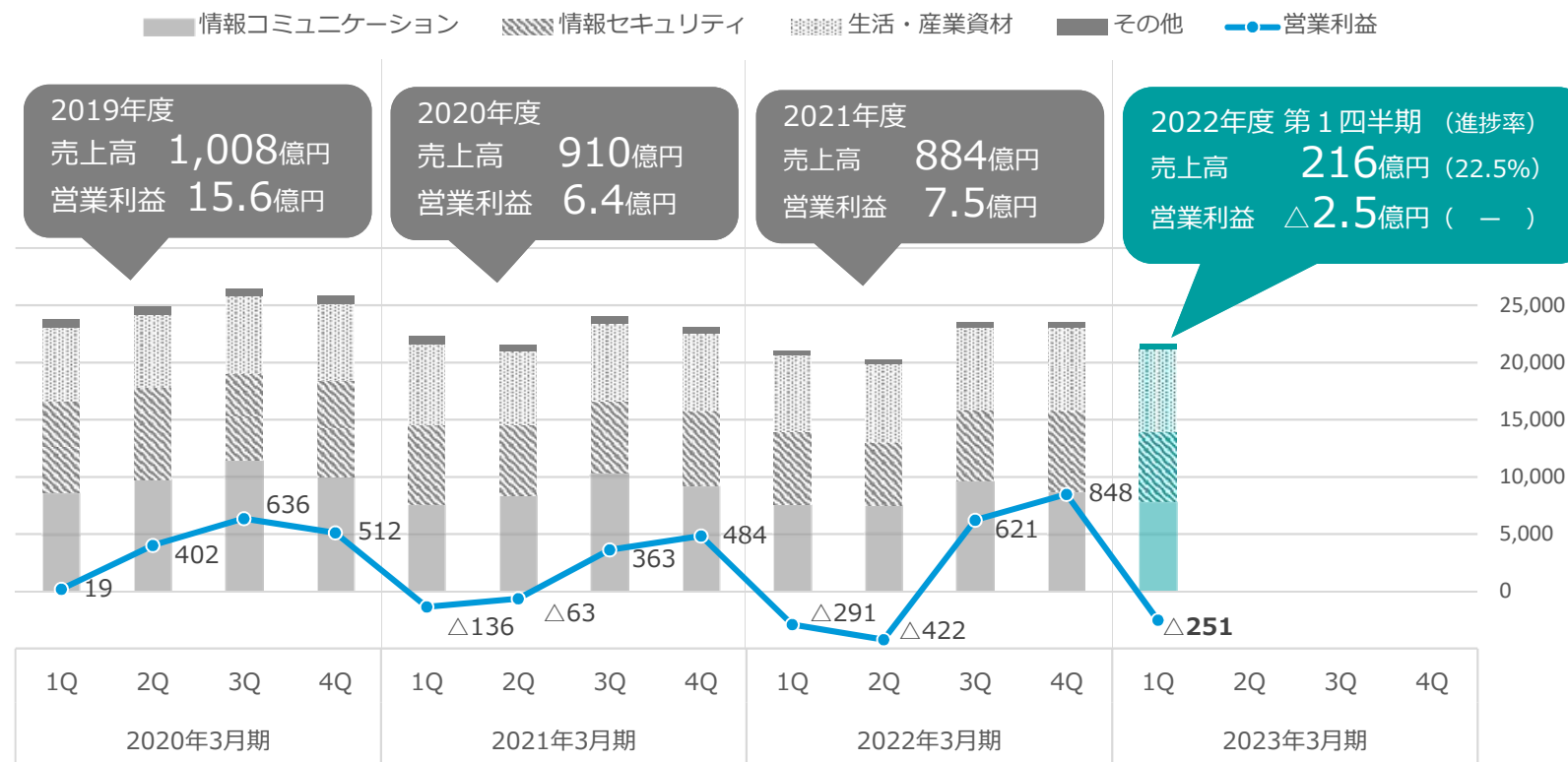
5年間の推移



※グラフの設備投資額は完成ベースです。

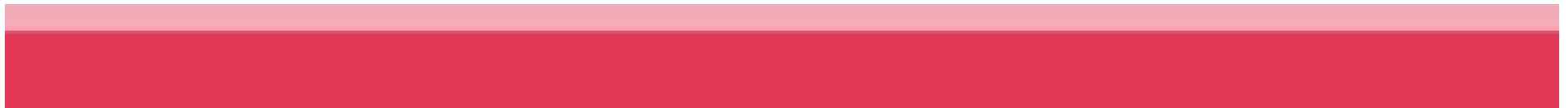
2023年3月期 通期業績予想

売上高	96,000	(前期比 +8.6%)		営業利益	1,100	(前期比 +343)		単位：百万円
[内訳]	情報コミュニケーション	35,000	(+4.7%)	100	100	(+286)		
	情報セキュリティ	28,000	(+11.2%)	1,300	1,300	(+651)		
	生活・産業資材	30,500	(+8.9%)	600	600	(+476)		
	その他	2,500	(+39.1%)	△900	△900	(△1,071)		



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。

IV 株主還元施策



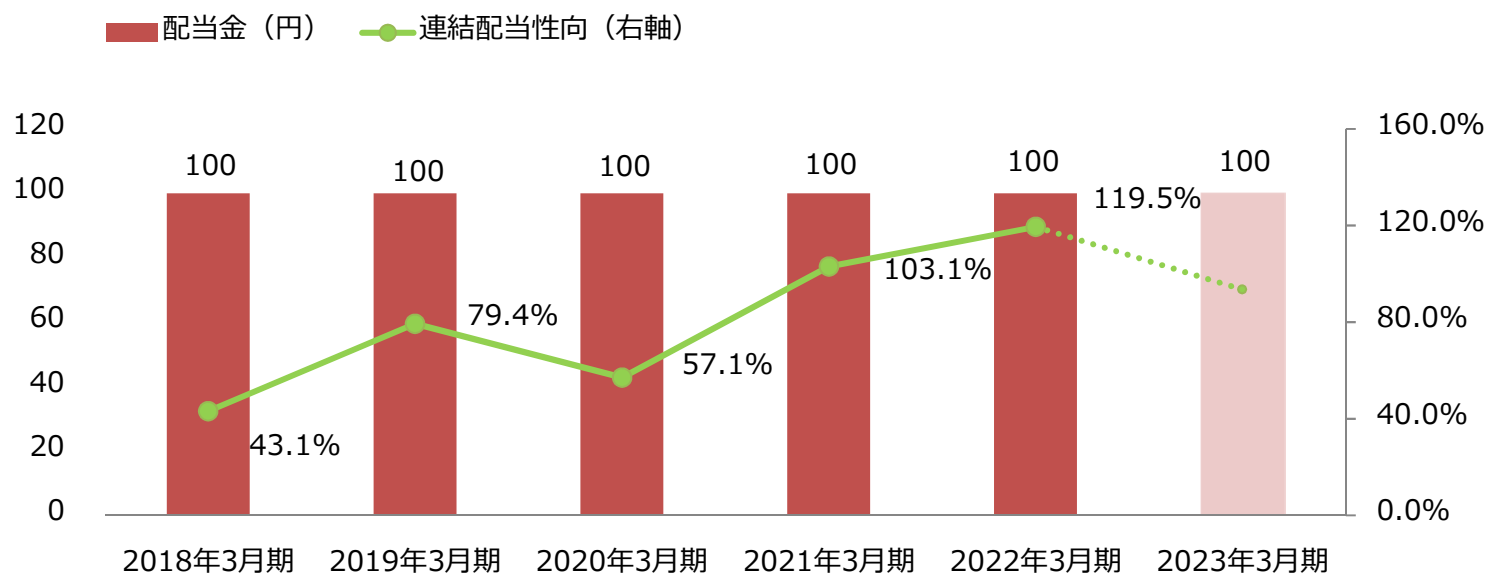
●中期経営計画における株主還元施策の方針

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。

●2023年3月期の配当について

- ・2023年3月期の配当は、上記方針に基づき1株につき100円の見通し。



◆共同印刷オリジナルQUOカード

共同印刷のオリジナルQUOカードを贈呈いたします

- 基準日 : 3月末日、9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か月以上保有※する株主さま
 - ※継続して6か月以上保有とは、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。
- 贈呈時期 : 3月末日基準日 : 6月下旬送付予定
9月末日基準日 : 12月上旬送付予定

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

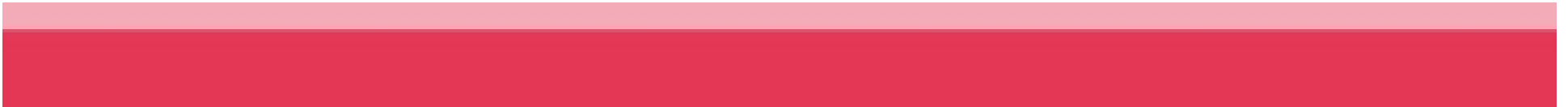
共同印刷オリジナルの美しい日本画カレンダーを贈呈いたします

- 基準日 : 3月末日
- 対象者 : 毎年3月末日現在の株主名簿に記載または記録された、当社株式100株以上を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



2022年版カレンダー（表紙）

V 非財務情報



- 中期経営計画の環境戦略にもとづき、脱炭素社会やサーキュラーエコノミー、フードロスなどの社会課題の解決に貢献する製品開発に努めています。

■エコキャリア™

- ・ 層構成の一部に植物資源由来のプラスチック（バイオマスプラスチック）を使用したICカード
- ・ 生分解性を持たないためICカードの関連規格に適合

■環境配慮パッケージ各種（TOMOWEL Next Packaging）

<p>Basic</p> <p>パーシャルオープン™</p> <p>部分開封・易剥離機能 フタ材</p> <p>ストロー&リッドタイプと比較して</p> <p>≒ 3g 削減</p>	<p>カップ用リシール蓋材</p> <p>リッド付きカップと比較して</p> <p>≒ 80~90% 削減</p> <p>リクローズ（再封）機能のカップ用フタ材</p>	<p>Tパウチ・ショット</p> <p>使い切りサイズのスタンディングミニパウチ</p> <p>スバウト付きパウチと比較して</p> <p>≒ 50% 削減</p>
<p>ハンディキューブ*</p> <p>持ち運びやすく、使い方がいろいろ フレキシブルコンテナ</p> <p>硬質プラタンクと比較して</p> <p>≒ 50% 削減</p>	<p>レンジアップカートン</p> <p>紙製のため 使用量 0 ゼロ</p> <p>紙容器なのにラップがくっつく電子レンジ対応容器</p>	<p>モイストキャッチ*</p> <p>湿気・アウトガスを吸収フィルム</p> <p>乾燥剤の同梱仕様と比較して</p> <p>≒ 20% 削減</p>

■ 働き方改革

- ・ 働く人の多様化（ワークライフバランス／子育て支援や介護支援の拡充）
- ・ 働く時間の多様化（フレックス制度の拡充／コアタイムの撤廃）
- ・ 働く場所の多様化（テレワークの推進／各種ITツールの導入推進）

■ 健康経営

- ・ 従業員の健康（健康経営推進プロジェクトの実施）
- ・ 安全衛生管理（グループ安全衛生方針に基づいた安全衛生維持管理）

■ ダイバーシティ&インクルージョン

- ・ 女性活躍推進（女性管理職比率2021年度実績6.9%→目標：5年以内に10%）
- ・ 障がい者雇用（グループ会社が特例子会社認定を取得）
- ・ シニア人材活躍推進（最大70歳までの再雇用制度）
- ・ 社員の能力開発（社員教育の充実、評価制度の改革）

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

HP : <https://www.kyodoprinting.co.jp/>