

共同印刷株式会社 会社説明会資料

(証券コード：7914)

TOMOWEL
共にある、未来へ



2024年3月28日／WINCあいち

I 会社概要

会社概要

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3,227名 単体1,851名（契約社員含まず／2024年2月29日現在）
------	---

上場市場	東京証券取引所 プライム市場（コード：7914）
------	--------------------------

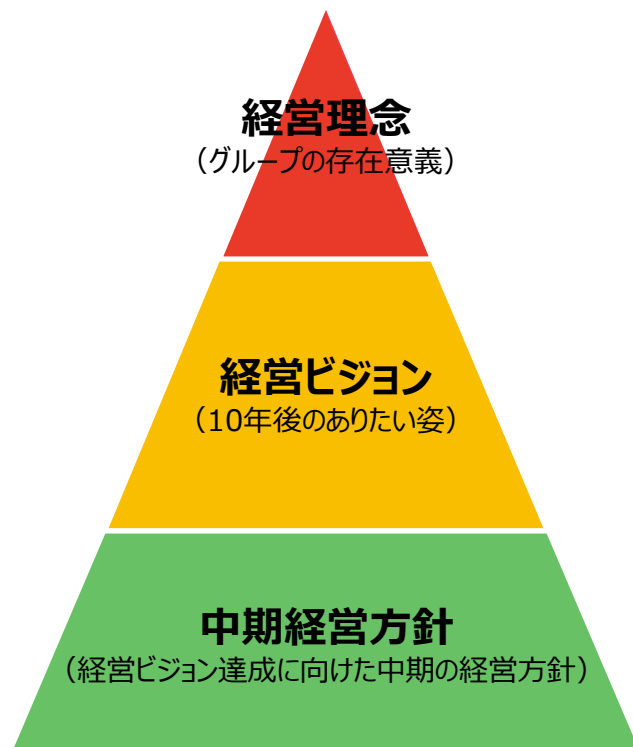
沿革

1897年（明治30）	創業： 博文館主大橋佐平、現在の銀座6丁目に博文館印刷工場を創設
1898年（明治31）	現在の所在地である東京都文京区小石川に移転
1925年（大正14）	設立： 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：関東地区におけるラミネートチューブ製造拠点
1981年（昭和56）	鶴ヶ島工場竣工：ビジネスフォーム・証券類・カード製造拠点
1987年（昭和62）	守谷工場竣工：紙器・軟包装・高機能フィルム製造
1991年（平成3）	和歌山工場竣工：関西地区におけるラミネートチューブ製造拠点
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生産拠点
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・BPO拠点
2007年（平成19）	播磨坂スタジオ竣工：キッチンスタジオを有する撮影スタジオ
2015年（平成27）	ベトナム工場竣工：ASEAN初のラミネートチューブ製造拠点
2017年（平成29）	インドネシアのArisu社連結子会社化：ASEANでのラミネートチューブ事業拡大
2019年（平成30）	共同ブローボトル連結子会社化：ブローボトル製造拠点
2022年（令和4）	小石川本社 新社屋竣工

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“事業を通し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）

2017年の創業120周年を機に、新たなコーポレートブランドを策定しました。

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

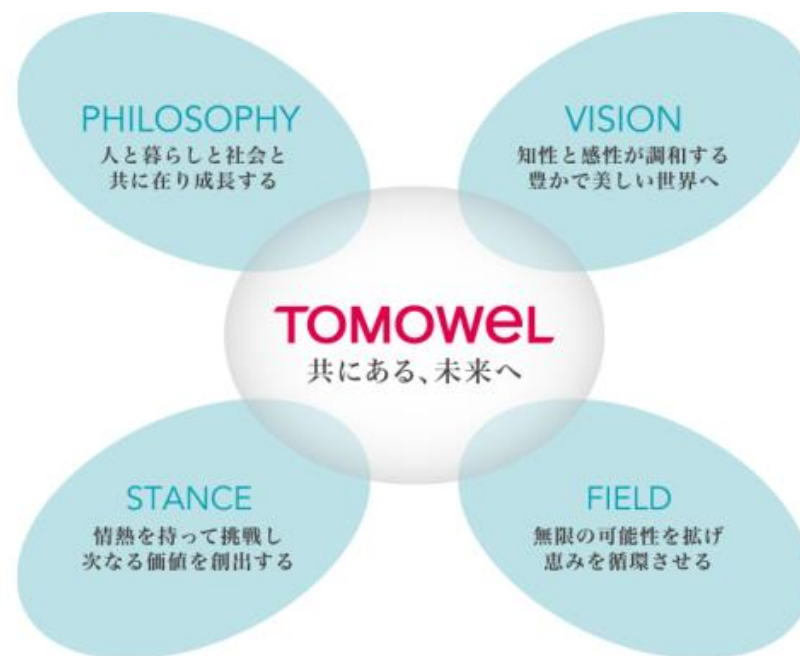
TOMOWELは、「共に良い関係を築く」という意味を込めて名付けられました。
日本語の「とも（共・友・知・智）」と、
英語の「WEL（Wellの古語：良い・満ちる・親しみ）」を合わせて
創った言葉です。

「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、未来を創り広げていく」
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



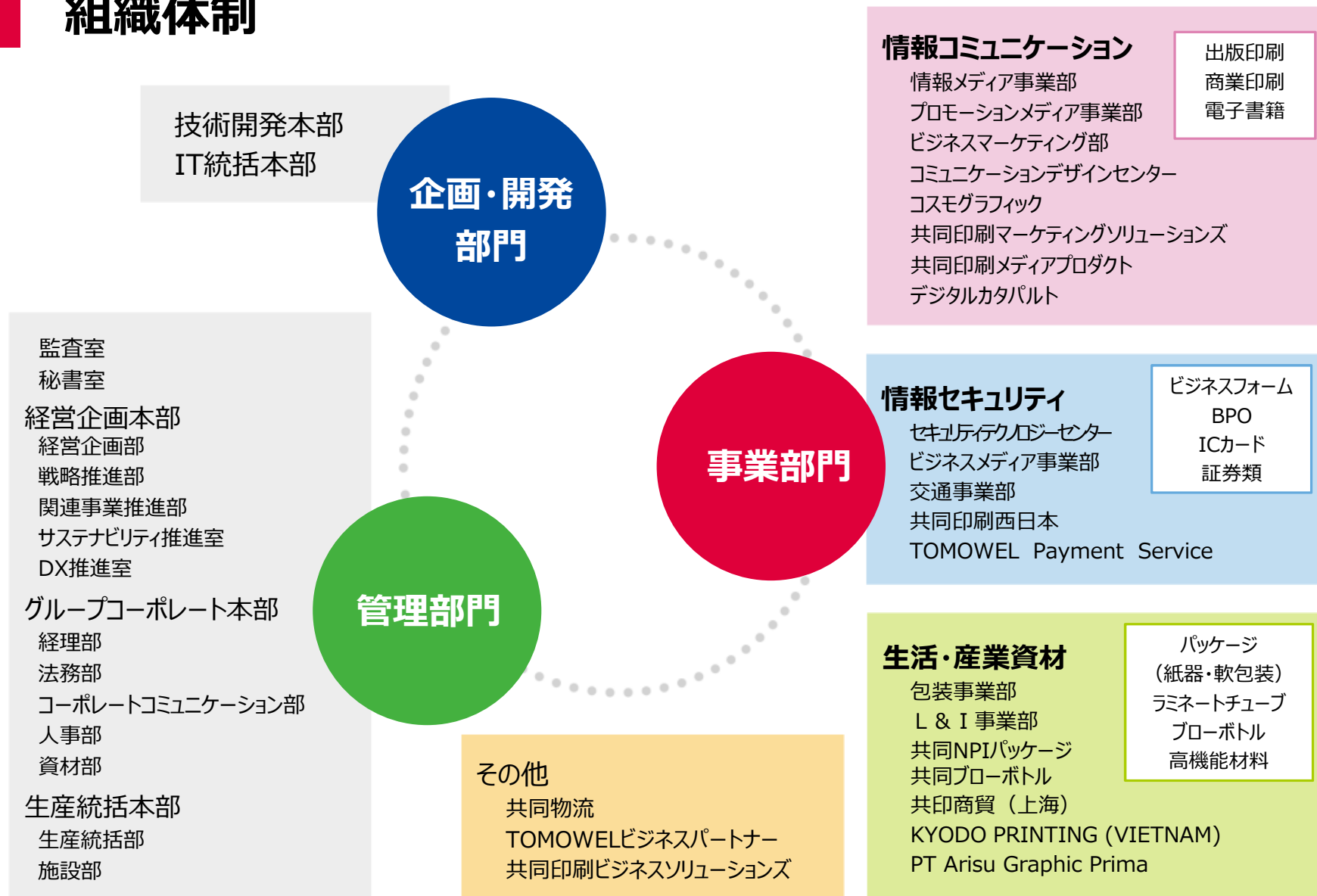
役員一覧



- | | |
|--------------|------------------|
| ① 代表取締役社長 | 藤森 康彰（ふじもり よしあき） |
| ② 取締役 専務執行役員 | 渡邊 秀典（わたなべ ひでのり） |
| ③ 取締役 常務執行役員 | 高橋 孝治（たかはし たかはる） |
| ④ 取締役 常務執行役員 | 大橋 輝臣（おおはし てるおみ） |
| ⑤ 社外取締役 | 高岡 美佳（たかおか みか） |
| ⑥ 社外取締役 | 内藤 常男（ないとう つねお） |
| ⑦ 社外取締役 | 光定 洋介（みつさだ ようすけ） |
| ⑧ 常勤監査役 | 塩澤 幹彦（しおざわ みきひこ） |
| ⑨ 常勤監査役 | 秋元 秀夫（あきもと ひでお） |
| ⑩ 社外監査役 | 古谷 昌彦（ふるたに まさひこ） |
| ⑪ 社外監査役 | 新島 由未子（にいじま ゆみこ） |

（2024年3月31日現在）

組織体制



※事業部門は事業部と主な子会社を記載／情報コミュニケーション部門の共同印刷マーケティングソリューションズは2024年4月1日付で共同印刷に吸収合併

事業拠点

情報コミュニケーション部門

情報セキュリティ部門

生活・産業資材部門

その他(グループ会社など)

① (株)コスモグラフィック／苫小牧工場

⇒プリプレス、デジタル印刷

② 常磐共同印刷(株)

⇒建築材印刷、ブローチューブ製造、ほか

③ 共同ブローボトル(株)

⇒ブローボトル製造

④ 共同印刷メディアプロダクト(株)／五霞工場

⇒刷版、印刷、製本・加工

⑤ 鶴ヶ島工場

⇒カード製造・発行、証券印刷

⑥ 川島ソリューションセンター

⇒ビジネスフォーム、データプリント、BPO

⑦ 守谷工場／共同NPIパッケージ(株)

⇒紙器・軟包装

⑧ 共同物流(株)／首都圏物流センター

⇒輸送、梱包・保管、アセンブリ

⑨ 相模原工場

⇒ラミネートチューブ製造

⑩ 小田原工場

⇒ラミネートチューブ製造

⑪ 共同エフテック(株)

⇒カード製造・発行、BPO

⑫ 共同印刷西日本(株)

⑬ 京都工場

⇒ビジネスフォーム、データプリント、BPO

⑭ 和歌山工場

⇒ラミネートチューブ製造

本社



・播磨坂スタジオ
・デジタルカタバルト
・TOMOWEL Payment Service
・TOMOWELビジネスパートナー
・共同印刷ビジネスソリューションズ



⑮ 共印商貿(上海)有限公司
(KYODOPRINTING (SHANGHAI) CO. LTD.)

⇒機能性包装材料を中心とした販売および輸出入

⑯ KYODO PRINTING (VIETNAM) CO. LTD.

⇒ラミネートチューブ製造

⑰ PT. Arisu Graphic Prima Surabaya

⇒ラミネートチューブ製造・ほか

⑱ PT. Arisu Graphic Prima Karawang

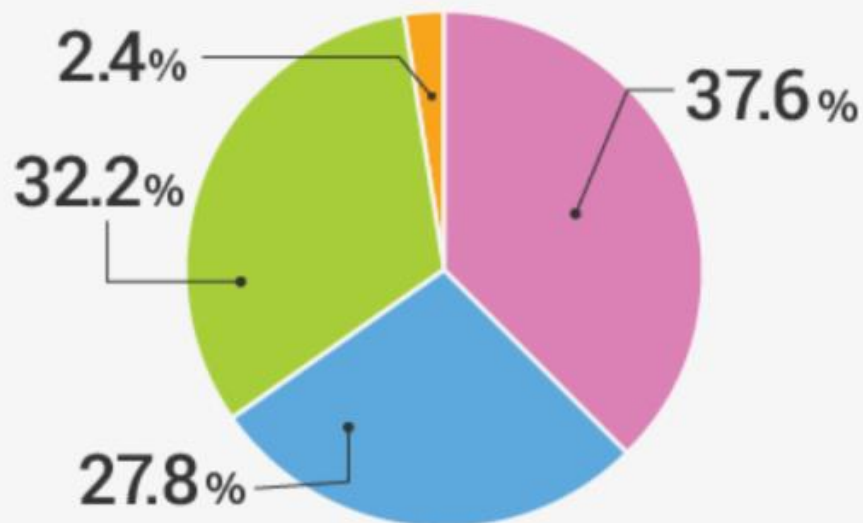
⇒ラミネートチューブ製造

Ⅱ 事業紹介

(主要な製品・サービス)

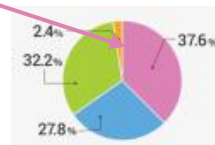
セグメント別売上高

セグメント別売上高構成比（連結）



売上高
93,363 百万円
2023年3月期

■ 情報コミュニケーション部門 ■ 情報セキュリティ部門 ■ 生活・産業資材部門 ■ その他



情報コミュニケーション



雑誌・書籍



出版社の販促品・キャラクターグッズの制作



店頭用販売什器・POP

■ 出版印刷

○集英社の「週刊少年ジャンプ」を1968年の創刊時から受注してきたことから、まんがに関連する分野に強み

○図鑑・絵本などの児童書分野も得意

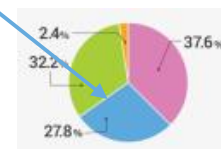
- ・出版物の販促キャンペーン企画、まんが・アニメ関連のイベント企画、映画の入場者特典制作
- ・デジタルコミックアプリ向けのコンテンツ制作

■ 一般商業印刷

○自社スタジオと制作チームを有し、カタログや情報誌を企画～撮影～編集～製造まで一貫生産できる体制が強み

○店頭販促分野に強く、特に販促什器については化粧品・日用品メーカーや家電メーカーから高い評価

情報セキュリティ



BPO（試験運営サポート）

BPO（相続支援サービス）



BPO（健康経営ソリューション）



各種ICカード

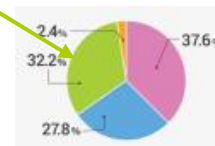
証券類（宝くじなど）

■ データプリント、BPO（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）

- 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、データプリント～封入封緘～発送までワンストップで提供
- データプリント周辺の事務作業、システム構築、顧客対応などの業務を一括受託するBPOの提供
- 自治体・金融機関中心に、業務改善、ペーパーレス化を支援するシステム開発・運用の受託拡大に注力

■ ICカード・乗車券／宝くじ

- 各種ICカードの製造・発行と関連するソリューションを提供、特に交通系ICカードはトップシェア
- 各種宝くじの製造および特急券をはじめとする乗車券用紙の製造で高いシェア
- グループ会社のTOMOWEL Payment Serviceが、法人向け小口決済システム「Bizプリカ」を提供



各種パッケージ



ラミネートチューブ・ブローチューブ



モイストキャッチ®と使用製品イメージ

■ パッケージ（紙器・軟包装）

- 食品や日用雑貨、医薬品などのパッケージ製造、商品のネーミングやパッケージデザイン、販促プランなども提案
- 使いやすく安全性に配慮した設計や、リサイクル適性、省プラスチックなど環境へ配慮した包装材の開発

■ 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・食品向けのチューブ容器を提供
- ベトナムとインドネシアに製造拠点をもち、ASEAN地域に高い品質のラミネートチューブを提供

■ 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向けに高機能フィルムを提供
- 基盤となる樹脂にさまざまな機能性素材を練りこみ、高い機能性を持つフィルムを製造
現在、この技術をもとに多様な製品開発を推進

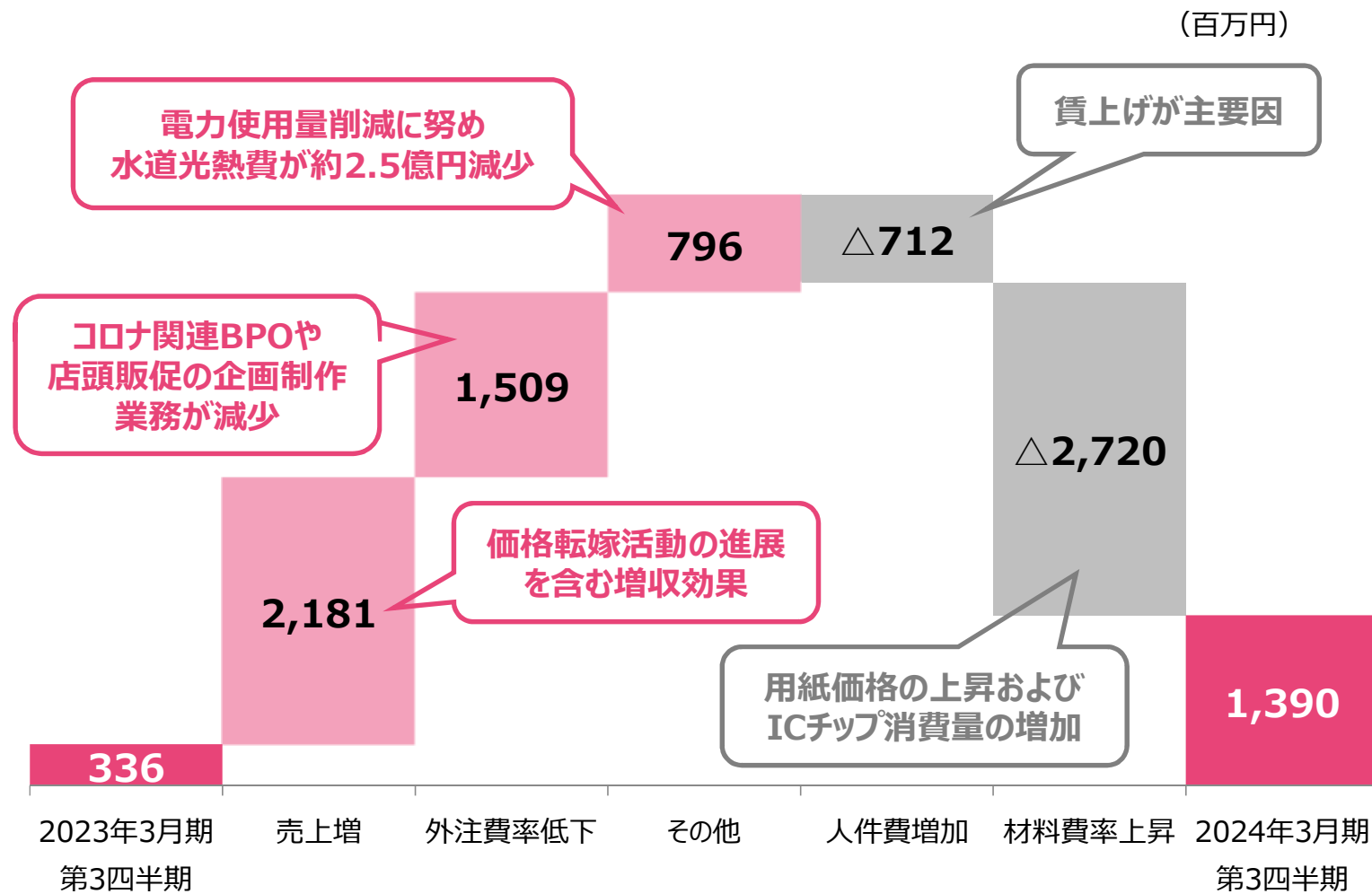
Ⅲ 2024年3月期第3四半期 までの業績概要

2024年3月期 第3四半期決算ハイライト

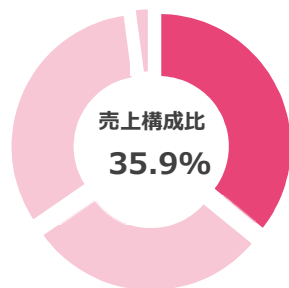
情報コミュニケーション部門での出版印刷減少および原材料等の価格高騰影響が大きいものの、交通関連製品の増加や固定費の想定下回りにより、利益は順調に推移。

(百万円)	2023年3月期 第3四半期実績	2024年3月期 第3四半期実績	前年同期比	増減率	通期業績予想 (進捗率)
売上高	69,290	71,935	+2,644	+3.8%	101,000 (71.2%)
営業利益	336	1,390	+1,054	+313.8%	1,700 (81.8%)
経常利益	798	1,850	+1,052	+131.8%	2,200 (84.1%)
親会社株主に帰属 する四半期純利益	522	1,284	+761	+145.7%	1,500 (85.6%)

営業損益の増減分析



セグメント情報（情報コミュニケーション部門）

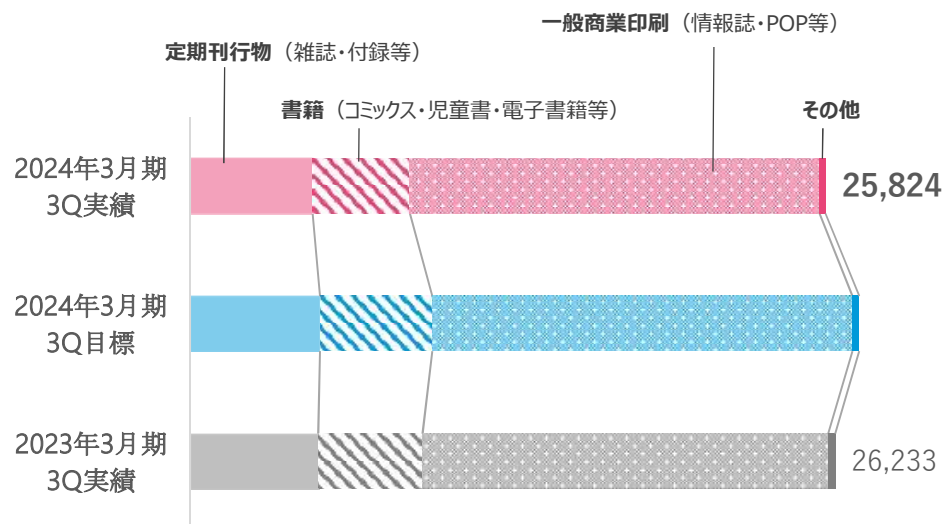


単位：百万円 前年同期比

売上高： 25,824 (△1.6%)

営業利益： △293 (△102)

● 品目別売上増減イメージ



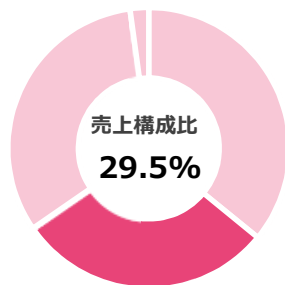
● 第3四半期の主なポイント

- ・出版印刷は、定期刊行物の発行部数減少に加え、コミックスの臨時案件や重版が減少。
- ・一般商業印刷は、店頭販促分野のPOPが減少し、目標を下回る。
- ・受注量減少に加え、用紙価格の上昇に対する価格転嫁の進捗も遅れていることから営業損失が拡大。

● 第4四半期の見通し

- ・出版印刷については定期刊行物、書籍とも減少傾向が続く。映画、展示会等のイベント関連受注も想定規模に至らず。
- ・一般商業印刷はほぼ想定どおりに推移。デジタル販促への対応に加え、カタログなどの紙媒体も堅調。
- ・通期では、出版印刷の減少や価格転嫁の遅れが影響し、売上・利益とも当初予想を下回る見通し。

セグメント情報（情報セキュリティ部門）

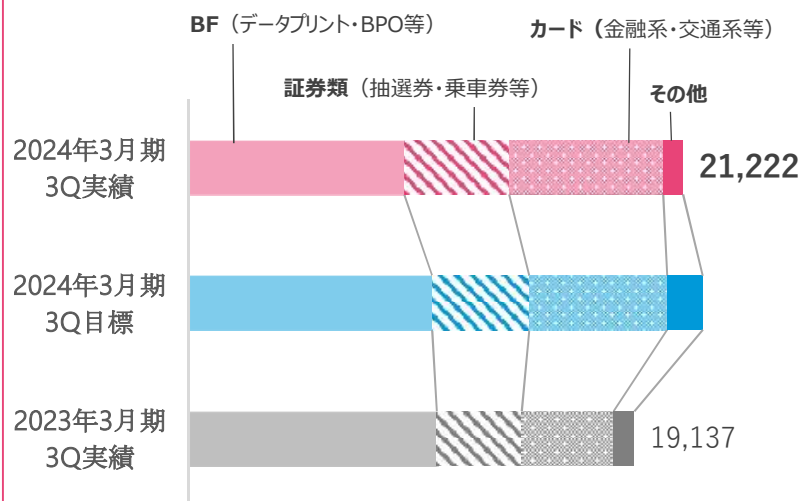


単位：百万円 前年同期比

売上高： 21,222 (+10.9%)

営業利益： 1,228 (+697)

● 品目別売上増減イメージ



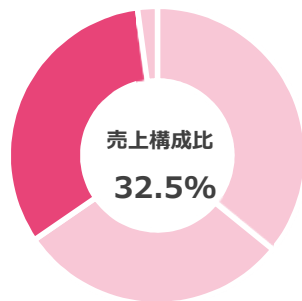
● 第3四半期の主なポイント

- ・データプリント・BPOは、自治体の通知物や試験関連業務は堅調に推移したが、金融機関向け新規BPOが伸び悩み。コロナ関連受注の減少を補うまでには至らず。
- ・旅客需要が回復。乗車券や交通系ICカードが大幅伸長。
- ・営業利益は、交通関連製品の増収効果や価格転嫁活動の進展、コスト削減活動の成果を含めた固定費の想定下回りなどから前年・目標とも上回り。

● 第4四半期の見通し

- ・データプリント・BPOは、実施時期の先送り等で低調な推移が見込まれ、セグメント利益への影響が予測される。
- ・交通系製品は、需要回復に伴い、さらなる伸長を見込む。
- ・通期では、売上高は当初予想に未達。利益は4Qで上積みが増加する懸念はあるも、予想は上回る見通し。

セグメント情報（生活・産業資材部門）

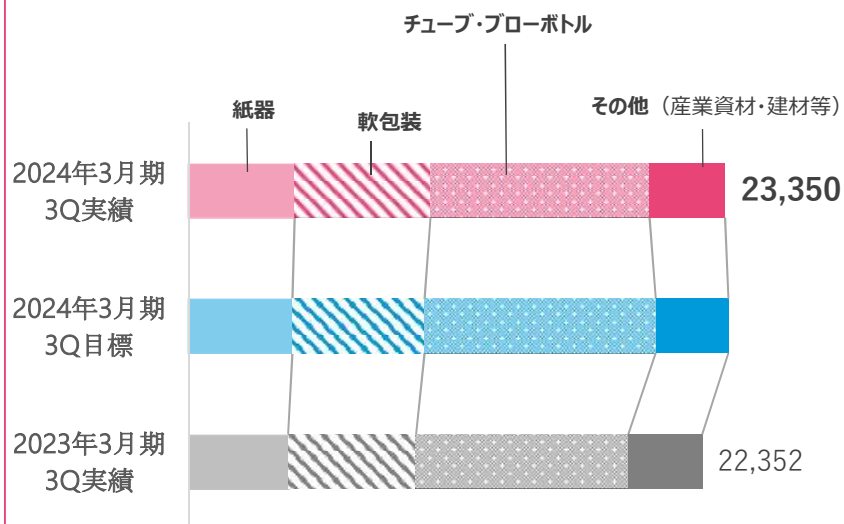


単位：百万円 前年同期比

売上高： 23,350 (+4.5%)

営業利益： 741 (+770)

● 品目別売上増減イメージ



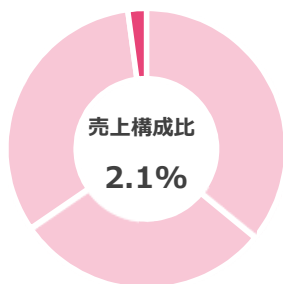
● 第3四半期の主なポイント

- ・紙器は、ラップカートンが業務用とPB品増加で堅調。
 - ・軟包装は、フタ材のパーシャルオープンが好調に推移。
 - ・チューブは、化粧品向け需要が回復傾向も目標未達。
 - ・産業資材は、医薬品向けの海外需要が拡大。
- ・営業利益は、価格転嫁活動の進展に加え、固定費が想定以下の水準で推移したこと、目標上回り。

● 第4四半期の見通し

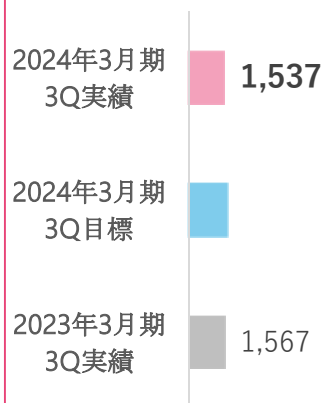
- ・紙器、軟包装は第3四半期までと同様の傾向で推移。
 - ・チューブは、化粧品向けの増加により伸長を見込む。
- ・通期では、売上高は当初予想並み。
利益は、資源価格の動向に注意を要するものの、予想を上回る見通し。

セグメント情報（その他）



	単位：百万円	前年同期比
売上高	1,537	(△1.9%)
営業利益	126	(△73)

● 品目別売上増減イメージ



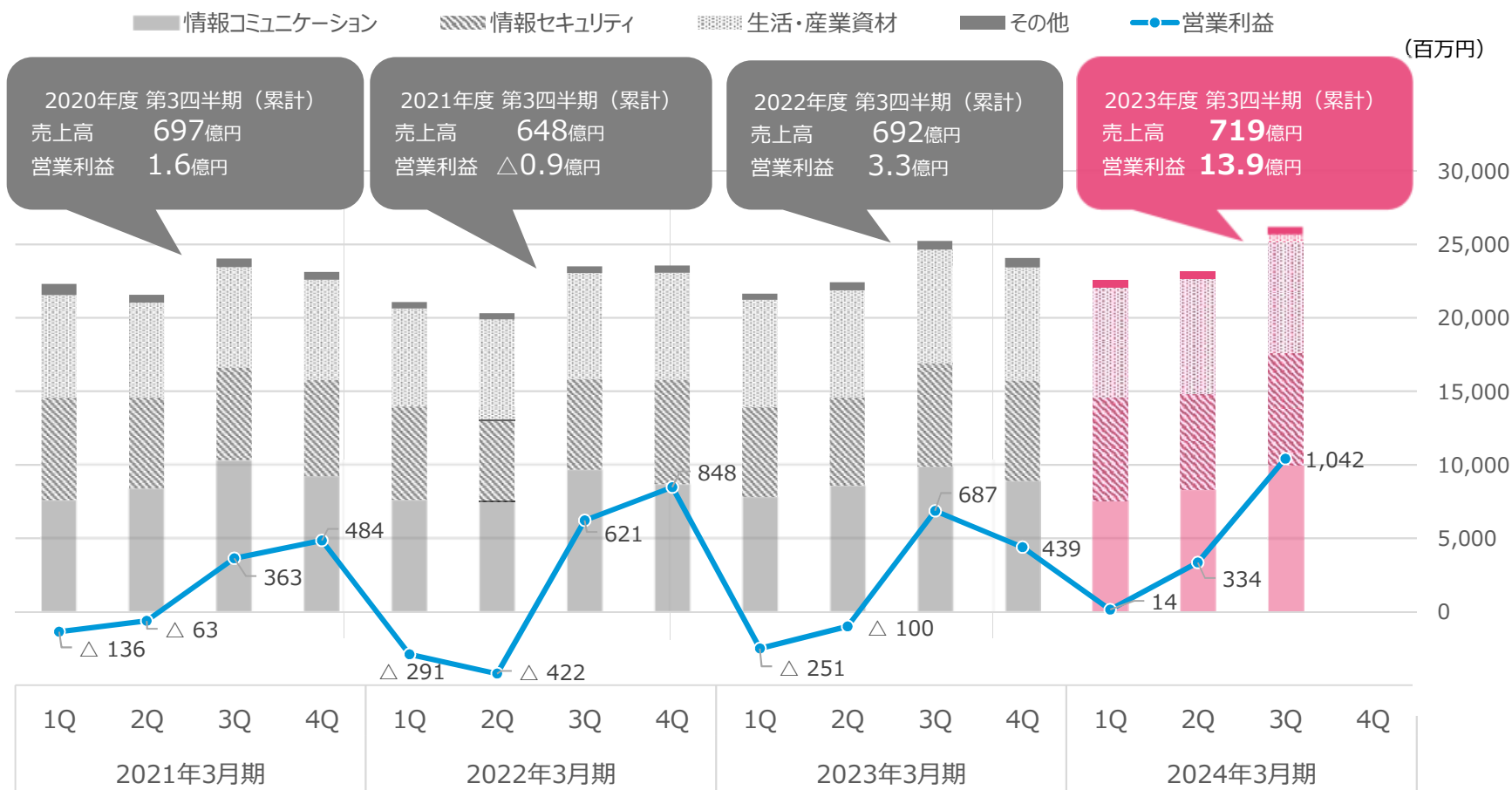
● 第3四半期の主なポイント

- ・物流関連事業は、印刷物を中心とした輸送業務が低調。倉庫業務やアッセンブリ作業等の物流加工分野においても目標には至らず。
- ・不動産賃貸収入は計画どおり進捗。

● 第4四半期の見通し

- ・物流関連事業は、第3四半期までと同傾向で推移。引き続き、化粧品・医療・医薬関連業界向け物流加工業務の拡大に注力。
- ・不動産賃貸収入は計画どおりの見通し。

四半期業績の推移



注：2021年度期首より「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。

2024年3月期 業績予想

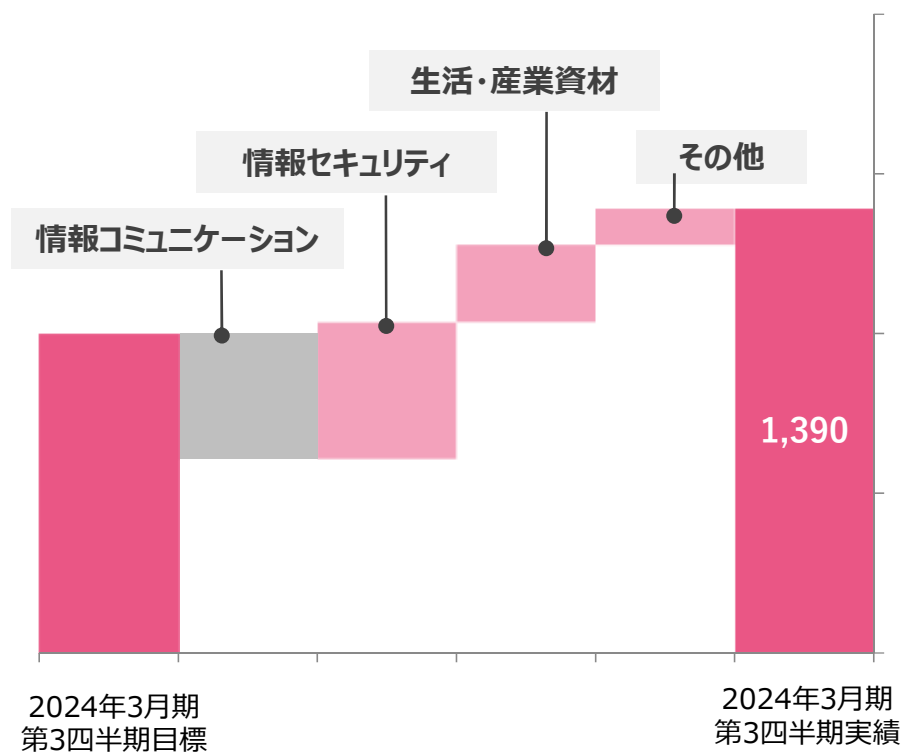
出版印刷の低迷やBPOの伸び悩みが依然として予測される一方で、
交通関連製品の需要増のほか、各種パッケージの堅調な推移が今後も見込まれる。
(現時点で通期業績予想は変更なし)

(百万円)	通期		第3四半期 累計実績	(進捗率)
	前年実績	業績予想 (伸長率)		
売上高	93,363	101,000 (8.2%)	71,935	(71.2%)
営業利益	775	1,700 (119.4%)	1,390	(81.8%)
経常利益	1,289	2,200 (70.7%)	1,850	(84.1%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,253	1,500 (19.7%)	1,284	(85.6%)

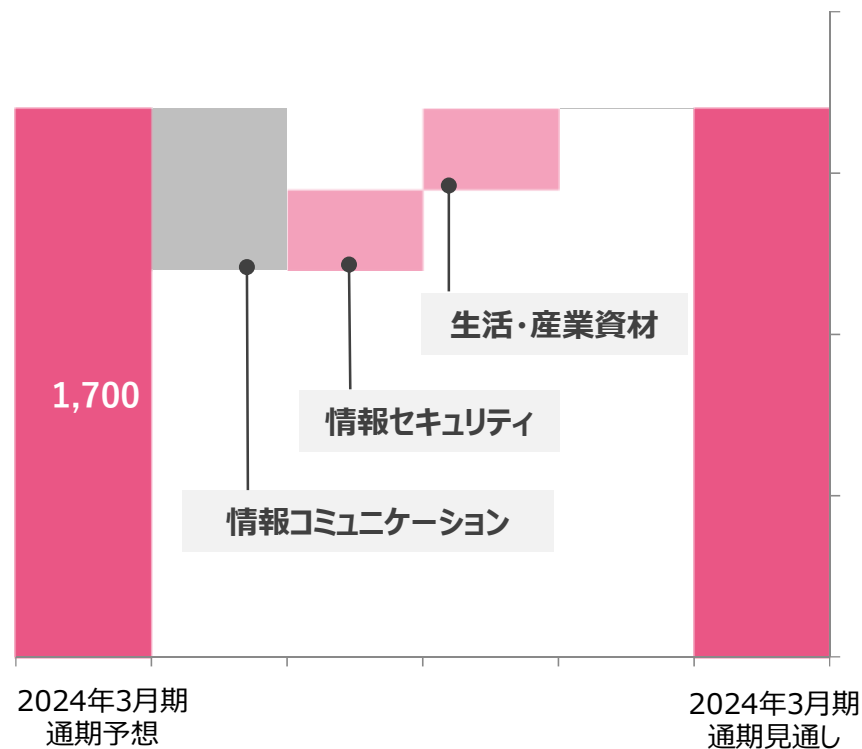
2024年3月期第3四半期および通期見通しにおける セグメント別営業損益の増減分析

(百万円)

●セグメント別 利益増減実績（対 第3四半期業績目標）



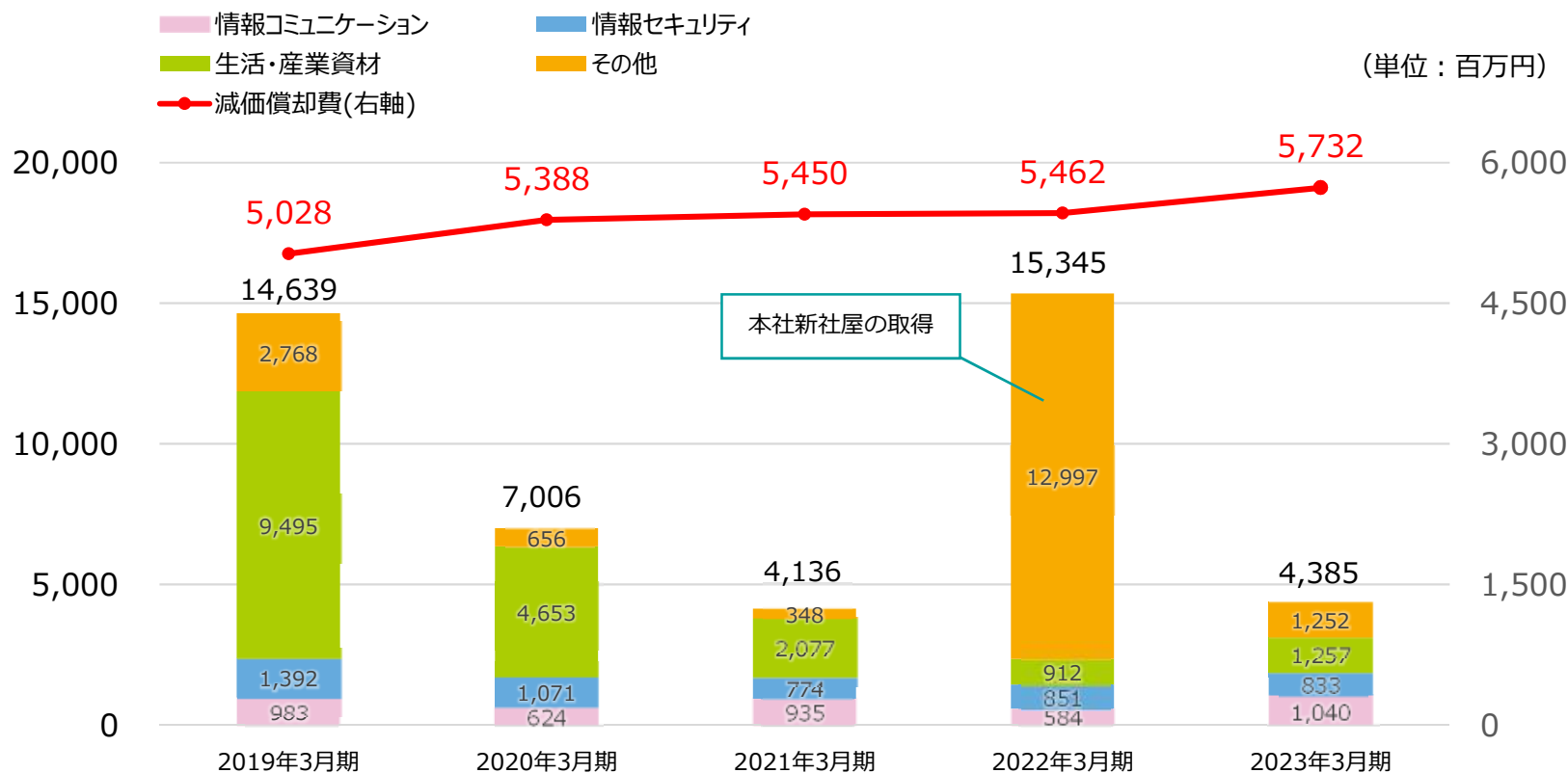
●セグメント別 利益増減見通し（対 通期業績予想）



設備投資・減価償却費

大型の設備投資は一段落

本社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に注力



貸借対照表

(百万円)	2022年3月期 期末	2023年3月期 期末	2024年3月期 第3四半期末	前期末比
流動資産	44,025	45,912	47,659	1,746
固定資産	85,095	77,558	80,749	3,191
資産合計	129,121	123,471	128,409	4,938
流動負債	44,531	33,800	27,856	△5,943
固定負債	23,312	31,951	39,621	7,970
負債合計	67,843	65,751	67,477	1,726
株主資本	52,393	51,919	51,550	△368
その他の包括利益累計額	8,765	5,770	9,353	3,583
非支配株主持分	118	30	27	△3
純資産	61,277	57,720	60,931	3,211
負債純資産合計	129,121	123,471	128,409	4,938
自己資本比率	47.4 %	46.7 %	47.4 %	0.7 p

キャッシュ・フロー計算書

(百万円)	2022年3月期 第3四半期	2023年3月期 第3四半期	2024年3月期 第3四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,729	19,995	656
投資活動によるキャッシュ・フロー	△4,410	△5,614	△2,582
フリーキャッシュ・フロー	△1,680	14,381	△1,926
財務活動によるキャッシュ・フロー	△3,000	△15,256	1,225
現金及び現金同等物に係る換算差額	△14	6	7
現金及び現金同等物の増減額	△4,694	△868	△693
現金及び現金同等物の期首残高	12,760	8,890	10,500
現金及び現金同等物の四半期末残高	8,065	8,022	9,807

IV 2021～2024年度 中期経営計画

印刷業界の現状と今後の方向性



紙を中心とした
既存の印刷事業は縮小
↓
大幅な効率化



社会のデジタル化支援や
機能性材料開発など
新たな成長領域の
確保に取り組む

2021～2024年度 中期経営目標

中期経営目標

ROE

5 %

営業利益

38 億円

配当性向

30 %

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。

セグメント別の方向性と具体的取り組み

当グループの強みである、モノづくりの力とサービス開発力を融合させた提案力で、既存事業の収益性向上と次世代の柱となる新規事業創出をめざす

情報
コミュニケーション

・既存事業の選択と集中および生産体制再構築などの事業構造改革により
売上維持、利益改善

情報
セキュリティ

・高度なセキュリティ環境を持つ生産体制と個人情報取り扱いノウハウを強みとし、
企業や自治体の健康経営支援といったヘルスケア分野を中心としたサービス開発、
および金融機関や自治体のデジタル化支援に向けたサービス開発で売上拡大

生活・産業資材

・食品・医薬・トイレタリーなど強みを生かせる分野で新規顧客の獲得に注力
・技術開発による高機能材料などの新製品創出、サーキュラーエコノミーに貢献する
環境配慮パッケージ開発を軸に売上拡大

新規事業

・社会的課題(超高齢化・一極集中・生産性向上・社会保障・感染症対策など)
解決に向け国が予算化する医療・教育・地方創生を切り口に、個人情報管理、
BPO受託のノウハウを生かし、売上を創出

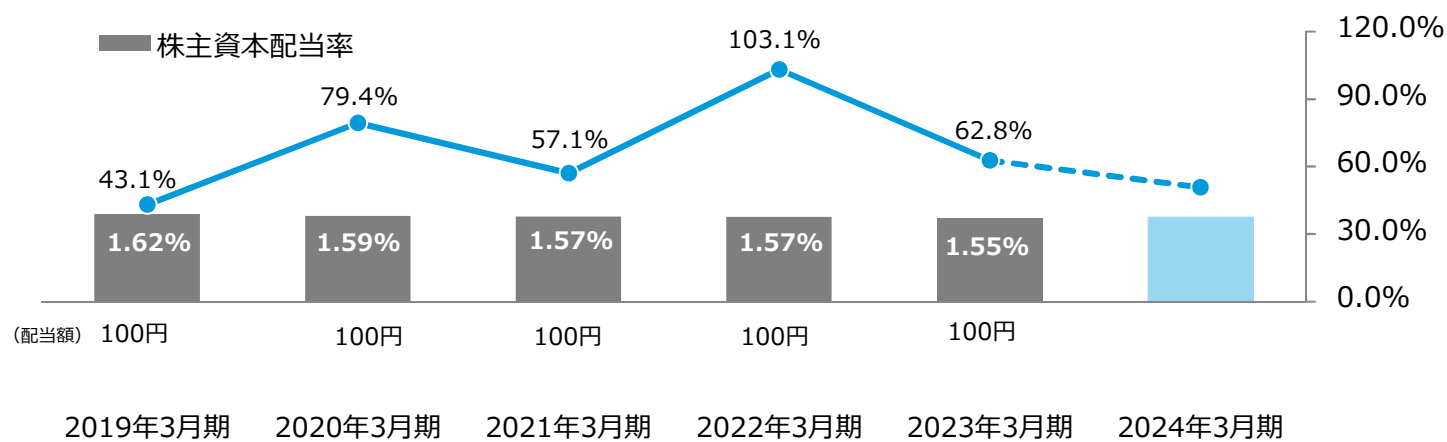
V 株主還元施策

配当予想

● 2024年3月期の配当について

- ・2024年3月期中間配当：**1株あたり50円**
- ・2024年3月期の配当：**当初予想から変更なし**
→以下の方針に基づき、**1株あたり100円**（中間50円 期末50円）を予定

※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）



自己株式取得

自己株式取得の目的

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

2021～2024年度中期経営計画期間中に実施済みの自己株式の取得状況

- 累計取得自己株式 1,041,200株
- 累計取得金額 3,199,601,800円

(1) 2021年度実施（2021年11月8日決議）

- 取得期間 2021年11月9日～2022年5月31日（2021年12月22日終了）
- 取得した株式総数 335,700株
- 取得価額の総額 999,936,900円

(2) 2022年度実施（2022年11月8日決議）

- 取得期間 2022年11月9日～2023年5月31日（2023年2月28日終了）
- 取得した株式総数 351,000株
- 取得価額の総額 999,966,400円

(3) 2023年度実施（2023年11月8日決議）

- 取得期間 2023年11月9日～2024年5月31日（2024年2月1日終了）
- 取得した株式総数 354,500株
- 取得価額の総額 1,199,698,500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か月以上保有※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

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

※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。

●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

VI 資本コストや株価を意識した 経営の実現に向けた対応について

1. 基本的な考え方

現中期経営計画の目標達成が基本

中期経営目標 (2025年3月期)

営業利益

38億円

ROE

5%

配当性向

30%以上

持続的な成長と企業価値向上を実現する

3つの取り組みでPBRを改善

「収益力の向上」

「財務戦略・資本政策の強化」

「I R活動の拡充」

詳細は次期中期経営計画（2025年度～）の策定に向け
方針や目標・施策をより具体化するなか引き続き検討を継続

2. 現状認識

- ・P B Rは1倍を下回り
- ・直近では0.3～0.4倍台の水準で推移
(大きな要因)
- ・東証プライム上場企業の平均値と比較しても
低位にあるR O E = 資本収益性が低いこと
- ・成長戦略を明確に示していないこと

(現中計のR O E 目標値5%の達成を前提)

次期中計においては8%以上の実現が必須
継続的に収益力を向上させる戦略の提示が重要

現中計の推移

(金額：百万円)	2021年度	2022年度	2023年度 第3四半期	2023年度 通期予想	2024年度 目標
売上高	88,416	93,363	71,395	101,000	107,000
営業利益	756	775	1,390	1,700	3,800
R O E (年間)	1.10%	2.10%	—	2.60%	5%
株価 (期末終値)	2,761円	2,750円	3,230円	—	—
P B R (期末)	0.36	0.36	0.40	—	—

3. 改善に向けた方向性

(1) 収益力の向上

- ・強みを生かした環境配慮製品・サービスの提供による事業領域拡大に向け投資を加速

- ・低収益事業は製造拠点再編、固定費削減により合理化を推進

- ・ROIC経営の推進による適正利益の確保、生産性向上等を通じ収益性を改善

- ・人的資本への投資を拡大し、事業拡大、新規領域への進出に必要な人材を確保・育成

- ・これらを支える土台として「変える」「挑戦する」企業風土を醸成

3. 改善に向けた方向性

(2) 財務戦略・資本政策の強化

以下のキャッシュアロケーションにより
効果的に資金を振り向け、企業価値向上への好循環を生み出す

●短期的（現中計～次期中計）で取り組む施策

- ・生産体制再構築等の事業構造改革
- ・政策保有株式の縮減

（次期中計期間中に連結純資産対比で15%未満に縮減）

- ・株主還元の強化

（D O Eを中心とした配当政策への見直し、適宜適切な自社株買いの検討）

●中長期的に取り組む施策

- ・成長分野への積極的投資による新規事業育成
- ・研究開発、人的資本へ投資強化
- ・機動的な財務レバレッジ（有利子負債）の活用



3. 改善に向けた方向性

(3) I R活動の拡充

●投資家判断に必要なかつ十分な情報の適時適切な開示

- ・決算説明資料や有価証券報告書などの開示文書において経営方針や事業戦略などをより具体的に発信
- ・東証開示やコーポレートサイトでのニュースリリースを活用し、I R情報を適時適切に発信
- ・英文開示への取り組みを通じ海外投資家への情報提供を拡充

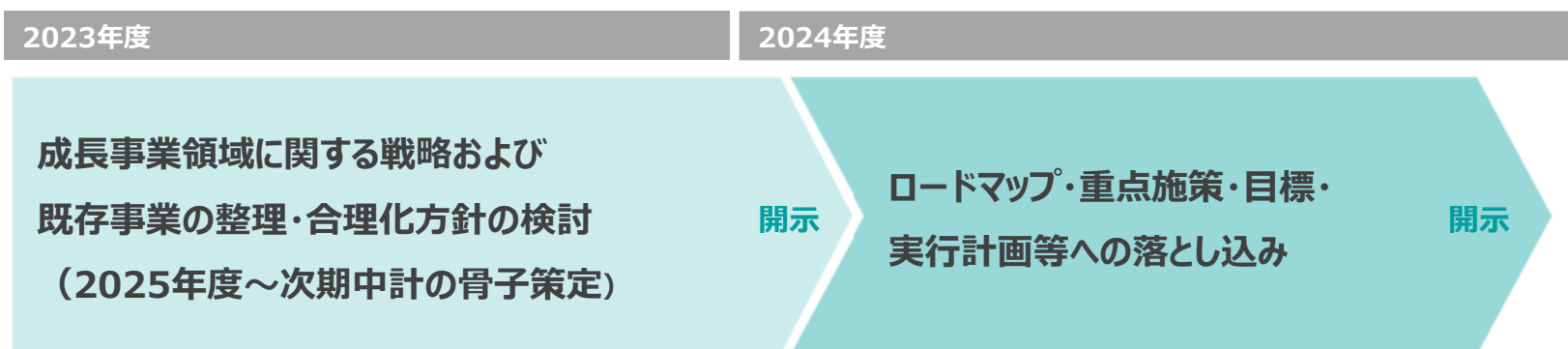
●株主・投資家とのコミュニケーションの質・量拡大

- ・決算説明会などを通じて機関投資家との対話の場面を拡充し、当社への理解深化を図る
- ・個人投資家向け説明会の開催回数や開催エリアを拡大
- ・コーポレートサイト内のI R情報の充実に取り組み、投資家への情報提供の質・量の向上を図る

- 投資家との対話等を通じて得た市場からの評価を経営にフィードバック、市場からの要請を踏まえた経営のPDCAサイクルを深化

4. 今後の取り組み概要

次期中計策定に向けた議論のなかで引き続き検討を行い、
決定した重要事項等の情報は決算説明資料、ニュースリリース等を通じて適宜開示



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/>