

## イノベーションも、サステナビリティも 支える、TOMOWEL。

企業のヘルスケア事業を  
支援し健康な社会をめざす



盗撮防止機能のある  
ユニフォームの素材を開発



従業員のエンゲージメントを  
高める教育コンテンツの開発



紙のラミネートチューブやパッケージを開発して  
サーキュラーエコノミーに貢献



2025年12月16日／ウインクあいち

「こんな未来を支える取り組み」紹介中



I

# 会社概要

## 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3,215名 単体1,907名 (契約社員含まず／2025年3月31日現在)

上場市場 東京証券取引所 プライム市場 (コード：7914)

# 会社概要 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（翌年小石川に移転）
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
2018年（平成30）	コーポレートブランド TOMOWEL 導入
2019年（平成30）	共同プローボトル連結子会社化：プローボトル製造拠点
2022年（令和4）	小石川本社 新社屋竣工
2025年（令和7）	理念体系刷新、長期ビジョン「NexTOMOWEL2034」策定

# 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 常磐共同印刷(株)  
⇒建装材印刷、プローチューブ製造、ほか
- ② 共同プローボトル(株)  
⇒プローボトル製造
- ③ 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
- ④ 鶴ヶ島工場  
⇒カード製造・発行、証券印刷
- ⑤ 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
- ⑥ 守谷工場／共同NPIパッケージ(株)  
⇒紙器・軟包装
- ⑦ 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
- ⑧ 相模原工場  
⇒ラミネートチューブ製造
- ⑨ 小田原工場  
⇒ラミネートチューブ製造
- ⑩ 共同印刷西日本(株)名古屋カードセンター  
⇒カード製造・発行、BPO
- ⑪ 共同印刷西日本(株)
- ⑫ 京都工場  
⇒ビジネスフォーム、データプリント、BPO
- ⑬ 和歌山工場  
⇒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)

# 事業紹介 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～製造までの一貫生産体制
- 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・家電メーカーから高い評価
- 制作の強みを生かし、IR領域（統合報告書制作、株主優待事務局など）の支援業務を拡大

## ■ オリジナルコンテンツ開発

- 企業の商品プロモーションおよび企業内研修用向けなどにオリジナルコンテンツを開発・販売

## 事業紹介 情報セキュリティ

## BPO（相続支援サービス）



### 各種ICカード

Suicaは東日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。PASMOは株式会社バスモの登録商標です。ICOCAは西日本旅客鉄道株式会社の登録商標です。nimocaは西日本鉄道株式会社の登録商標です。TOICAは東海旅客鉄道株式会社の登録商標です。



## ■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・金融機関を中心に、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

# 事業紹介 生活・産業資材



各種パッケージ



ラミネートチューブ・ブローチューブ・ブローボトル



モイストキヤッチ®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持ち、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）

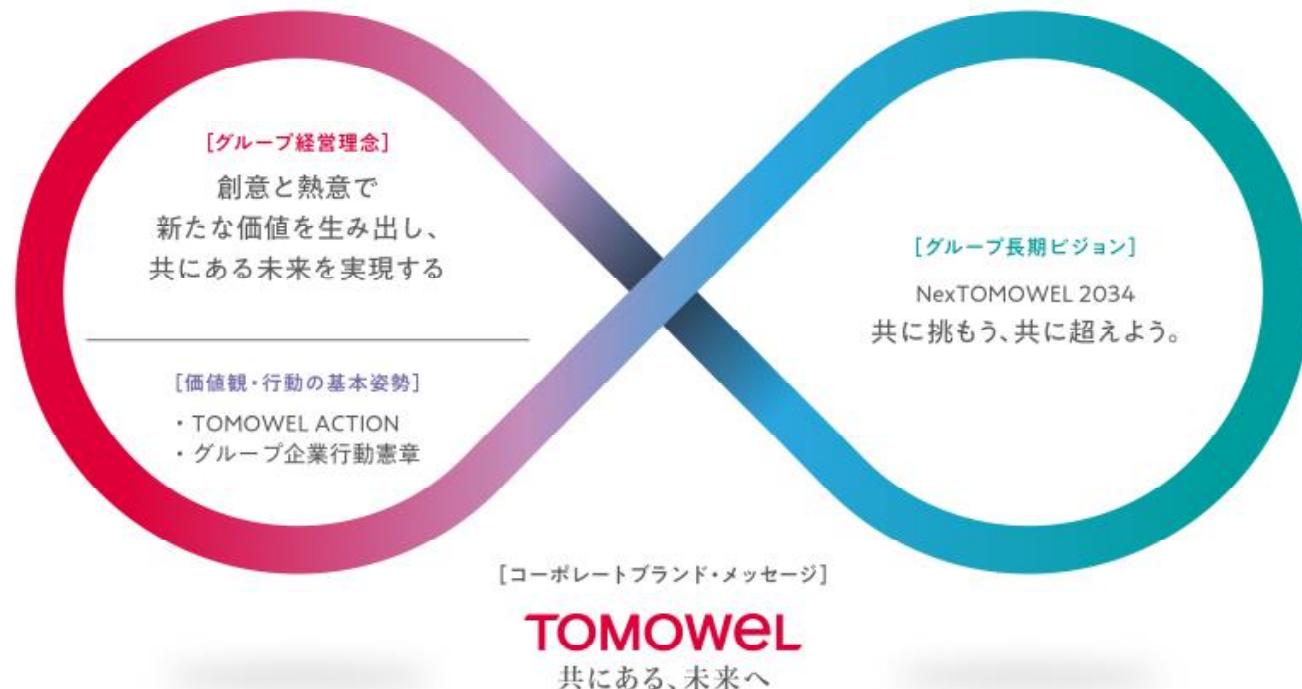
- 医薬品やエレクトロニクス部品向けに高機能フィルムを提供  
→基盤となる樹脂にさまざまな機能性素材を練りこみ、高い機能性を持つフィルムを製造  
現在、この技術をもとに多様な製品開発を推進

# Ⅲ 共同印刷グループのめざす姿

## 理念体系～長期戦略

# 理念体系と中期経営計画 共同印刷グループの理念体系

ステークホルダーの期待に応え持続的に成長し続けるため、当グループの価値観等を  
体系的・統合的に見直し、理念体系を再構築



# 理念体系と中期経営計画 理念体系の全体像

経営理念実現に向け10年後になりたい姿を「長期ビジョン」とし、長期ビジョンで掲げる目標達成のために取り組むべき課題から「マテリアリティ」を特定  
長期ビジョンの目標達成に向け「長期戦略」と2025年度からの「中期経営計画」を策定

## グループ経営理念

創意と熱意で新たな価値を生み出し、共にある未来を実現する

## グループ長期ビジョン

NexTOMOWEL2034  
共に挑もう、共に超えよう。

事業ポートフォリオ変革  
営業利益 120億円

## マテリアリティ（重要課題）

イノベーションを通じた  
社会課題解決への貢献

事業成長の原動力となる  
人材戦略

経営戦略と連動した  
リスクマネジメント

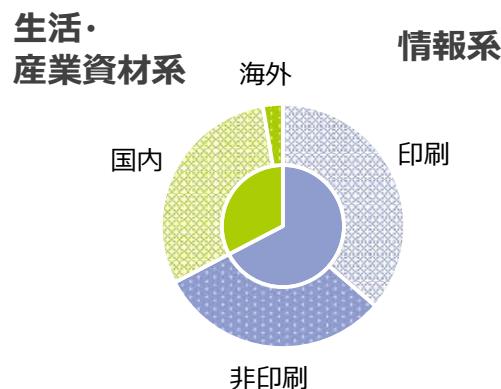
## 長期戦略

## 中期経営計画

# 長期戦略の概要（2025年度を起点に10年間）

情報系は印刷から情報サービス（非印刷）へ重心を移行し、情報加工を中心とした質の高いサービスを提供  
生活・産業資材系は、技術力を核に高付加価値製品を開発し、海外を含む成長市場・事業分野への展開を強化

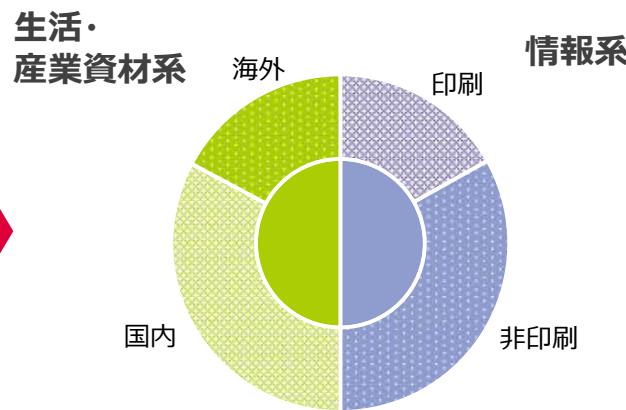
2024年度  
売上高構成



10年後の事業ポートフォリオに向けて  
選択と集中を加速



2034年度  
売上高構成

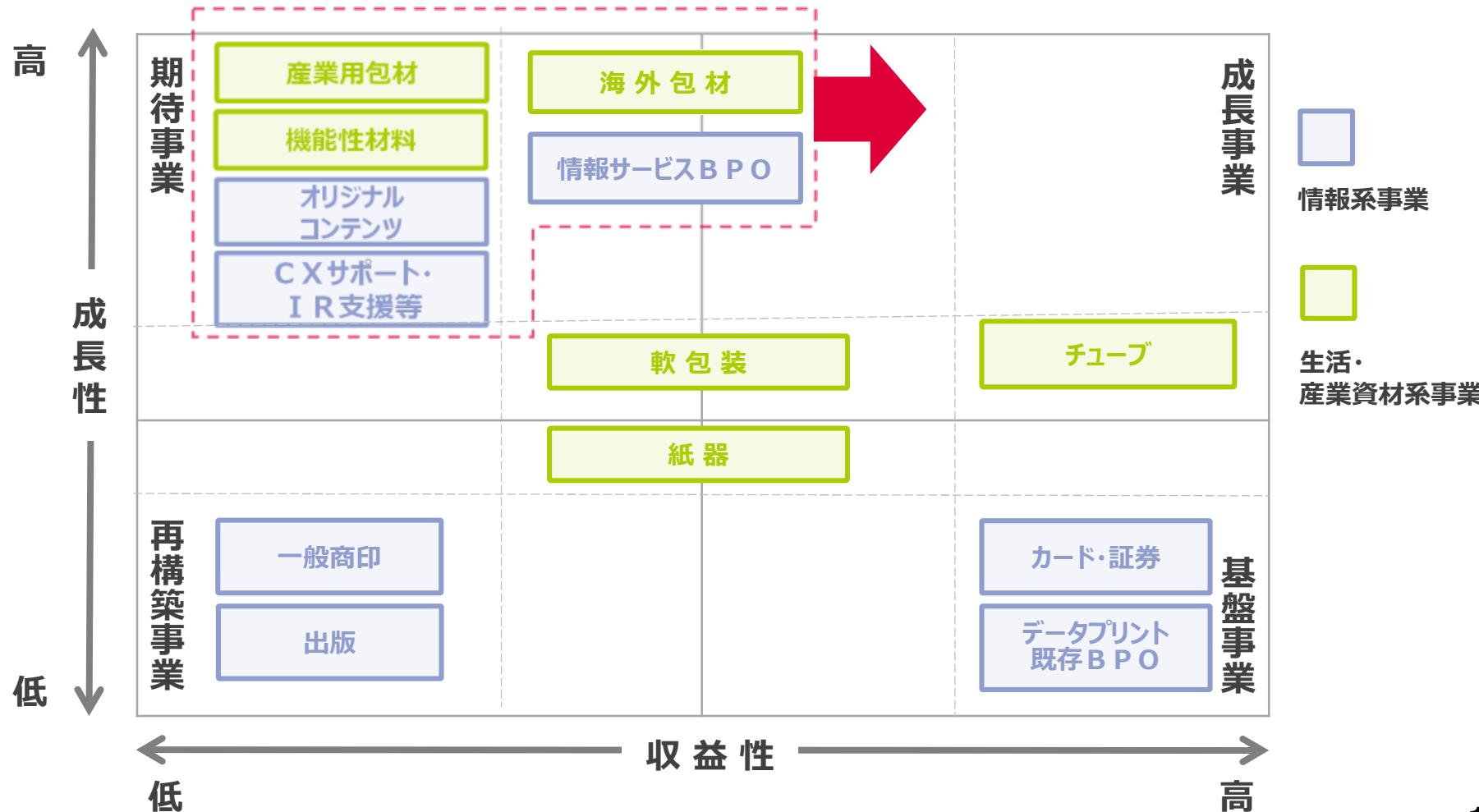


営業利益  
23 億円

営業利益  
120 億円以上

# 理念体系と中期経営計画 事業ポートフォリオ

基盤事業は効率化を追求し、獲得したキャッシュを期待事業への投資に振り向け成長事業へと育成  
再構築事業は収益性を見極め構造改革。事業資産の入れ替えを進め、ROIC向上をめざす



# 投資の概要

2034年度までの10カ年で総額700億円規模の投資を計画

成長投資

430億円程度

既存事業への投資

270億円  
程度

設備投資

拡大分野における生産体制増強

M&A

新事業領域の拡大や海外展開を中心に検討

人的投資

事業ポートフォリオに基づく人材育成（リスクリング含む）、  
注力事業分野へ人員増強、イノベーションにつながる人材確保

研究開発

新規売上創出のための製品・サービス開発に注力

既存事業の省人化・生産性向上に向け、  
DX投資・設備投資を積極的に行い、効率化

# IV 共同印刷グループの中期経営計画

## 理念体系と中期経営計画 中期経営目標

### 中期経営計画 定量目標（～2027年度）

- 2025～2027年度の3カ年を長期戦略のファーストステップと位置付け、既存事業の基盤強化と成長領域への果敢な挑戦によりポートフォリオ変革の足場を固める
- 事業戦略を支える財務戦略、サステナビリティ経営の深化や人的資本の強化にも注力

営業利益

ROE

45億円 以上

8 % 以上

# 理念体系と中期経営計画 中期経営計画 各事業の計画概要

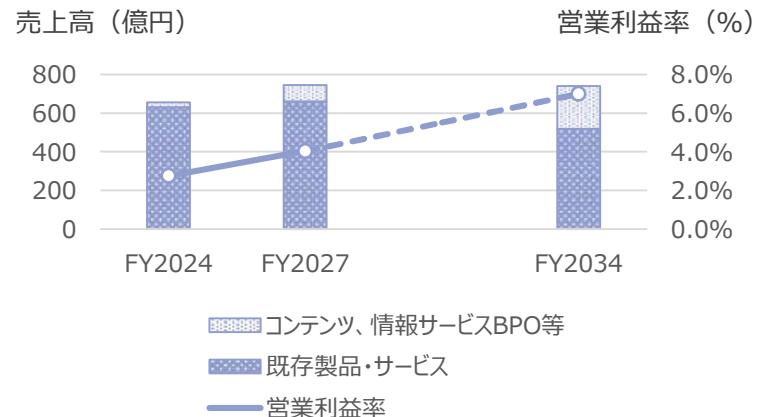
## 情報系事業

### 成長事業の育成・拡大

- ヘルスケア分野での情報サービスBPOへ注力
- オリジナルコンテンツ事業の育成

### 既存媒体事業の取捨選択

- 投資効率性による見極め
- 需要動向に応じた体制の見直し・最適化



## 生活・産業資材系事業

### 国内既存製品の収益性向上

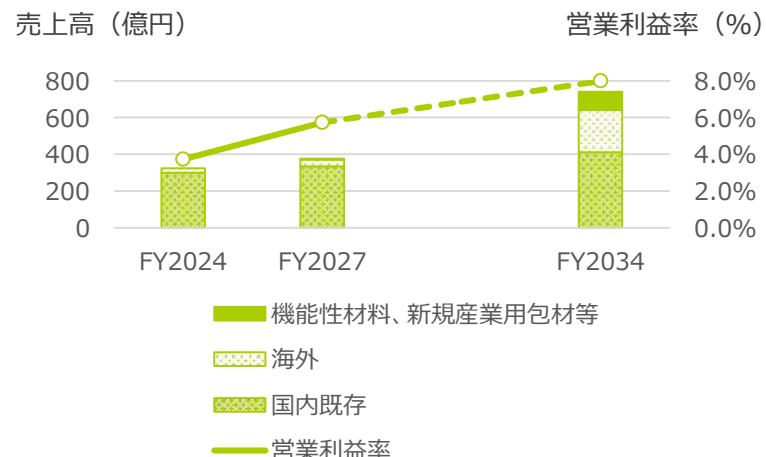
- 適正な価格戦略の実行
- 化粧品向けチューブなど高収益製品への入れ替え促進

### 海外事業の拡大

- インドネシアを中心にチューブなど既存製品の拡大
- 事業拡大に沿った積極投資

### 製品ラインアップの拡充

- 機能性材料の開発と拡販による用途拡大
- 高成長・高収益が見込まれるB to B産業用包材分野への参入探索



▼ 2026年3月期 第2四半期実績  
および通期業績予想

# 決算概要 2026年3月期 第2四半期（中間期）実績および通期業績予想

- ✓ 全体では減収となったが、価格是正や選別受注の取り組みが進展したため、営業利益は前年同期並み
- ✓ 政策保有株式の売却もあり、中間純利益は前年同期から増加

(百万円)	前年同期 実績	2026年3月期 H1			前年実績	通期 (2025年5月15日公表)	
		実績	業績予想	(達成率)		業績予想	H1実績 進捗率
<b>売上高</b>	<b>48,183</b>	<b>47,601</b>	<b>49,500</b>	(96.2%)	<b>99,977</b>	<b>103,500</b>	(46.0%)
情報コミュニケーション	15,899	15,183	16,000	(94.9%)	34,658	34,800	(43.6%)
情報セキュリティ	15,298	15,079	16,000	(94.2%)	30,755	32,500	(46.4%)
生活・産業資材	15,959	16,235	16,500	(98.4%)	32,331	34,000	(47.8%)
その他	1,024	1,102	1,000	(110.3%)	2,231	2,200	(50.1%)
<b>営業利益</b>	<b>623</b>	<b>612</b>	<b>700</b>	(87.4%)	<b>2,331</b>	<b>2,800</b>	(21.9%)
情報コミュニケーション	△446	△442	△400	(-)	△176	△150	(-)
情報セキュリティ	1,162	628	950	(66.1%)	1,954	2,250	(27.9%)
生活・産業資材	465	681	700	(97.4%)	1,211	1,650	(41.3%)
その他（調整額含む）	△558	△254	△550	(-)	△657	△950	(-)
<b>経常利益</b>	<b>918</b>	<b>1,003</b>	<b>1,000</b>	(100.4%)	<b>2,746</b>	<b>3,250</b>	(30.9%)
<b>親会社株主に帰属する 当期（中間）純利益</b>	<b>870</b>	<b>1,351</b>	<b>1,100</b>	(122.9%)	<b>3,310</b>	<b>3,850</b>	(35.1%)

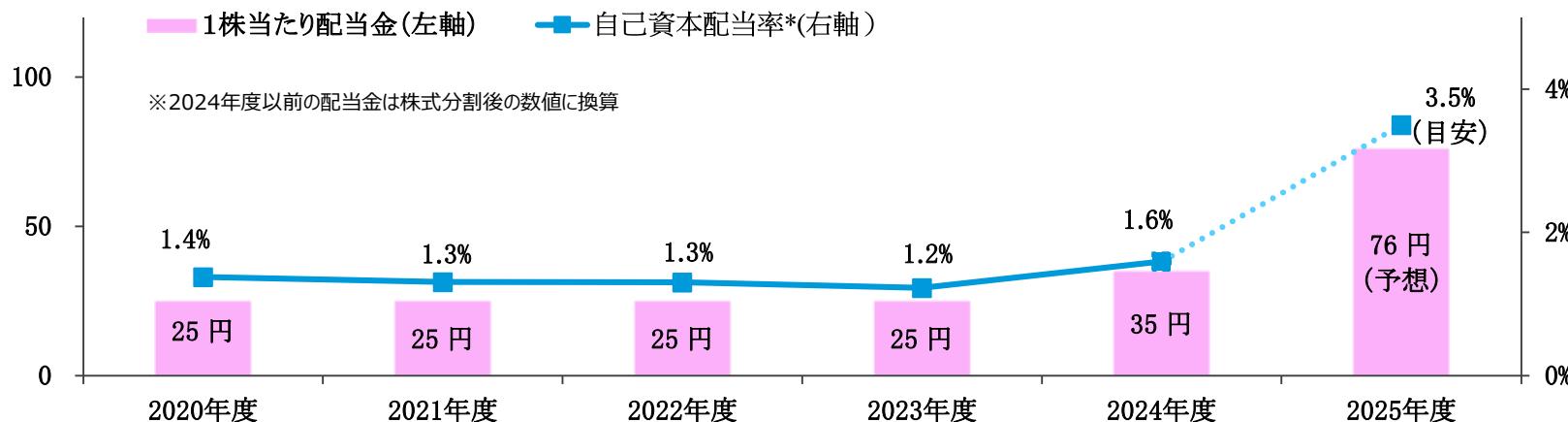
# VI 株主還元施策

# 株主還元 配当予想

## ●2026年3月期の配当について

以下の方針に基づき **1株あたり76円**（中間38円、期末38円）の見通し

- ・企業価値の向上と安定的な株主還元を実現するため、自己資本配当率（D O E）3.5%を目安とする
- ・中間、期末いずれも、期初に  $(\text{前期末自己資本} + \text{当期末予想自己資本}) \div 2 \times 1.75\%$  を目安に配当予想
- ・期初予想どおりの配当支払いを基本とし、業績、財務状況等の推移を勘案のうえ、  
中間配当 + 期末配当がD O E 3.5%を大きく下回ることのないよう配当を実施する



# 株主還元 株主優待

## ● 株主優待

### QUOカード（毎年3月31日および9月30日基準日）

保有株式数	優待品の内容
200株以上を継続して6か月以上保有（注1）	当社オリジナルQUOカード500円相当
400株以上を継続して6か月以上保有（注2）	当社オリジナルQUOカード1,000円相当
1,000株以上を継続して6か月以上保有（注3）	当社オリジナルQUOカード3,000円相当

（注1）「200株以上を継続して6か月以上保有」とは、各基準日（3月31日および9月30日）現在の株主名簿に200株以上の保有記録が同一株主番号で2回以上連続している場合をいいます。

（注2）「400株以上を継続して6か月以上保有」とは、各基準日（3月31日および9月30日）現在の株主名簿に400株以上の保有記録が同一株主番号で2回以上連続している場合をいいます。

（注3）「1,000株以上を継続して6か月以上保有」とは、各基準日（3月31日および9月30日）現在の株主名簿に1,000株以上の保有記録が同一株主番号で2回以上連続している場合をいいます。

### カレンダー（毎年3月31日基準日）

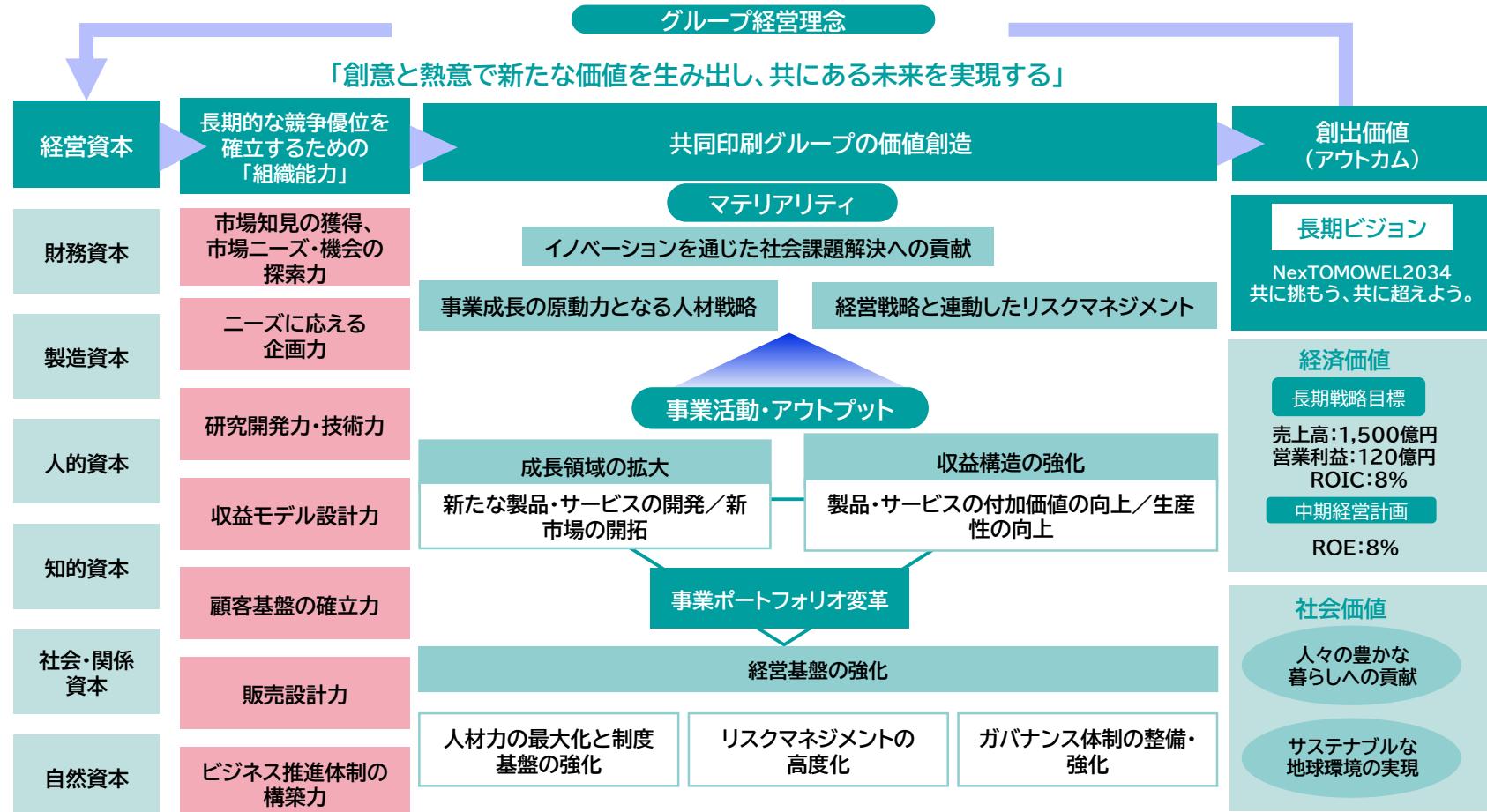
保有株式数	優待品の内容
200株以上（希望される方）	当社オリジナルカレンダー

## 参考資料①

# 共同印刷グループの価値創造プロセス

# 長期戦略の取り組み 共同印刷グループの価値創造プロセス

長期ビジョンに基づき、経営資本を起点とした「組織能力」の強化を通じて価値を創出し、成長へつなげる当グループ独自の価値創造の循環を可視化。今後、さらなる精緻化を進める。



外部環境（価値観の変容と多様化／環境問題の深刻化／テクノロジーの進化／人口動態の変化／都市化の進行）

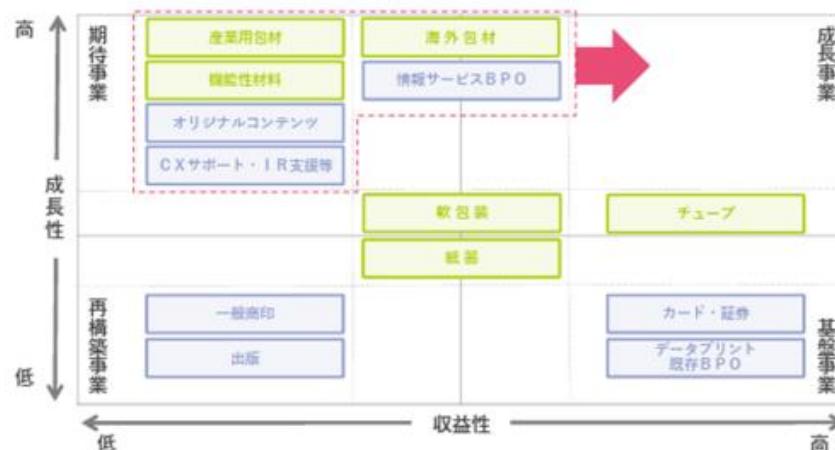
# 長期戦略の取り組み 組織力強化に向けた施策

持続的な価値創造を支える基盤として、「成長領域の拡大」と「収益構造の強化」の両面から組織力強化に向けた重点施策を整理した。

成長領域の拡大		収益構造の強化	
施策レイヤー1	施策レイヤー2	施策レイヤー1	施策レイヤー2
新製品・サービスの開発 ・ 新市場の開拓	市場知見の獲得、市場ニーズ・機会の探索	製品・サービスの付加価値の向上 ・ 生産性の向上	既存顧客基盤の深化
	ニーズに応える企画力の強化		ブランド価値の向上
	研究開発力・技術力の強化		収益構造の可視化
	収益モデル設計力の強化		提供価値・価格転嫁を踏まえた価格の適正化
	顧客基盤の確立		価格交渉力の強化
	販売設計力の強化		投資判断の迅速化
	ビジネス推進体制の構築		業務の標準化・効率化
		間接コスト構造の見直し	

共同印刷グループの事業ポートフォリオ

「長期戦略および中期経営計画  
(2025年度～2027年度)」資料より



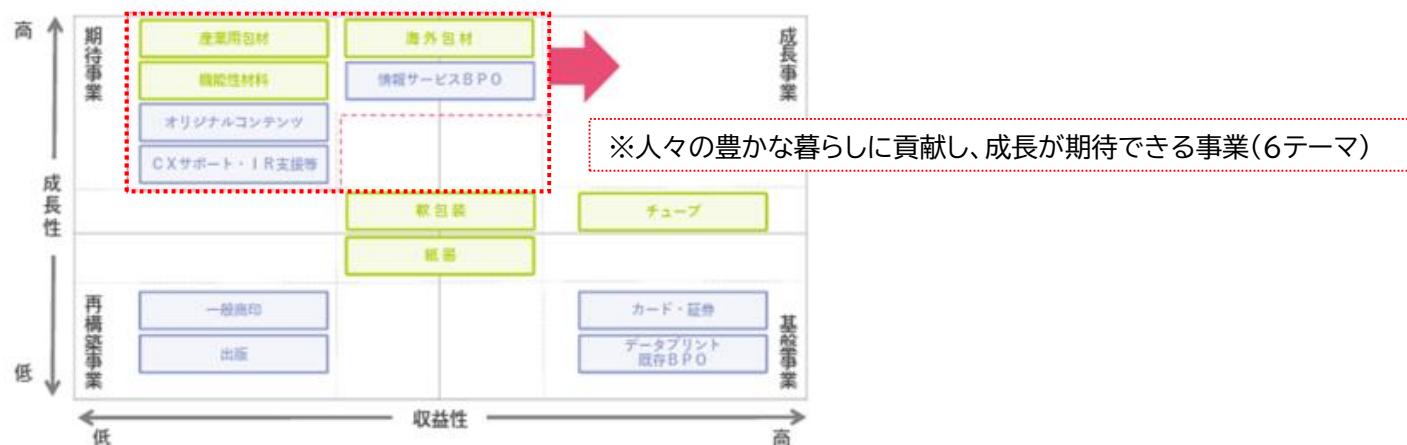
## 参考資料②

# マテリアリティ KGI・KPIの整備

## 長期戦略の取り組み

## マテリアリティKGI・KPIの整備 ①イノベーションを通じた社会課題解決への貢献

マテリアリティ	重点取り組みテーマ	2034年度のありたい姿	主な指標(KGI・KPI)
イノベーションを通じた社会課題解決への貢献	人々の豊かな暮らしに貢献する製品・サービスの提供	人々の多様なライフスタイルを支え、安心・安全で快適な暮らしの実現に貢献する製品・サービスを提供している状態	期待事業※の連結売上高構成比(2034年度までに40%以上) ※人々の豊かな暮らしに貢献し、成長が期待できる事業(6テーマ)の合算
	サステナブルな地球環境の実現に貢献する製品・サービスの提供	環境負荷を低減し、持続可能な地球環境の実現に資する製品・サービスを提供している状態	環境に配慮した新たな製品・サービスの創出数(2030年度までに2025年度から累計で25件以上)
	イノベーションを促進する知的資本の強化	知的資本を戦略的に活用し、社内外の知を結集することで、持続的に新たな価値を創出している状態	イノベーションを促進する仕組みの整備状況



## 長期戦略の取り組み

## マテリアリティKGI・KPIの整備 ②事業成長の原動力となる人材戦略

マテリアリティ	重点取り組みテーマ	2034年度のありたい姿	主な指標(KGI・KPI)
事業成長の原動力となる人材戦略	人材ポートフォリオに基づく人事運営強化	事業戦略を実現するための人材が数・質ともに充足し、事業ポートフォリオ変革を推進している状態	デジタル人材比率※1 (2030年度までにデジタルを活かせる人材15%以上、デジタルを作れる人材15%以上)
	人材を活かす制度基盤・組織力の向上	多彩な人材が心身ともに健康で、挑戦と成長を実感できる組織を実現している状態	女性管理職比率 (2034年度までに20%以上)  エンゲージメント調査回答率 (90%以上)

事業成長の原動力となる人材戦略の各KPIの対象範囲は、共同印刷株式会社および国内の連結子会社とする。  
ただし、「エンゲージメント調査回答率」については共同印刷株式会社単体とする。

※1 当グループのデジタル人材の定義

デジタルを活かせる人材：ビジネスモデルやビジネスプロセスの変革をリードする人材

デジタルを作れる人材：市民開発者や部門アナリスト(各部門)、システム開発者やデータサイエンティスト(IT系部門)など

## 長期戦略の取り組み

## マテリアリティKGI・KPIの整備 ③経営戦略と連動したリスクマネジメント

マテリアリティ	重点取り組みテーマ	2034年度のありたい姿	主な指標(KGI・KPI)
経営戦略と連動したリスクマネジメント	地球環境の保全	全社員が環境保全の重要性を理解して環境負荷低減に取り組み、生物多様性の保全と脱炭素・循環型社会の実現に貢献している状態	脱炭素 GHG排出量削減率 (2030年度までに2022年度を基準として42%以上) ※Scope1+2
			循環資源 廃棄物排出原単位削減率 (2030年度までに2022年度を基準として10%以上)
			生物多様性 原材料木材の合法性が確認された用紙の調達率 <購入金額ベース> (2030年度までに100%)
			水使用量原単位削減率 (2030年度までに2022年度を基準として25%以上)
	企業倫理と公正な事業慣行	全社員が高い倫理観を持って不正や不公正な取引を徹底的に排除し、透明性の高い公正な事業慣行を堅持して企業の信頼と持続的成長を守っている状態	コンプライアンス教育の受講率 (毎年100%)
	情報セキュリティとプライバシー	あらゆる脅威に対応しながら顧客と社員のプライバシーを厳格に守り続けることで、信頼される企業であり続けている状態	情報セキュリティ教育の受講率 (毎年100%)
			サイバーセキュリティ訓練の実施(1回/年)
	人権の尊重	人権DDの継続的な実施により、事業活動において関わるすべての人の人権を尊重し、共に信頼と良好な関係を築くことで、その基盤の上に持続的な事業成長を実現している状態	人権教育の受講率(毎年100%)
	レジリエントなサプライチェーンの構築	責任ある調達を基盤に取引先との協働を強化し、変化やリスクに強い強靭で持続可能なサプライチェーンを構築している状態	サステナブル調達アセスメントのサプライヤーカバー率 <取引金額ベース> (2030年度までに90%以上)
	リスクマネジメント体制の整備・強化	企業価値向上につながる実効的なマネジメント活動がグループに根付いている状態	リスクマネジメント研修の参加率 (毎年100%)
			ERMの高度化

経営戦略と連動したリスクマネジメントの各KPIの対象範囲は、共同印刷株式会社および海外を含む連結子会社とする。ただし、「原材料木材の合法性が確認された用紙の調達率」、「コンプライアンス教育の受講率」、「情報セキュリティ教育の受講率」、「サイバーセキュリティ訓練の実施」、「人権教育の受講率」については、共同印刷株式会社および国内の連結子会社とする。

当資料は、投資家の皆さん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しう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いる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  
もありますので、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 : 7914\_ir@kyodoprinting.co.jp

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