

大日本印刷株式会社

2020年3月期（2019年度）決算概要・中期経営計画説明会 質疑応答要旨
（2020年6月1日）

【質問者1】

Q：2019年度において、消費税増税に関する案件はどのようなものがあり、業績への寄与はどうだったか？また新年度についてはこれらの案件はどうなるのか？影響の規模感についても伺いたい。

A：2019年度においては、消費税増税に関係する規模の大きい案件として、企業等の業務を代行するBPO（Business Process Outsourcing）事業の案件がありました。具体的な売上規模などにつきましては回答を控えさせていただきます。

一方、新年度には、新型コロナウイルス感染症に関係した経済対策や雇用に関わるイベント、マイナンバー関連の新規案件を見込んでおり、前年の消費税増税に関する案件の減少が大きなマイナスになるとは考えていません。

Q：セグメント別営業利益の見通しについて、生活・産業の分野で利益を100億円以上伸ばす計画となっているが、どの製品が牽引していくのか？

A：産業資材関連において、車載用のリチウムイオン電池用バッテリーパウチや太陽電池用部材がさらに拡大すると考えています。また、包装関連における低利益品の見直しの成果や、環境に配慮した高付加価値包材が伸びることで、利益を拡大していけると考えています。

Q：今後、売上減少が避けられない事業について構造改革を進めていくとの話があったが、向こう5年間でどれぐらいのコスト削減を予定しているのか？

A：紙媒体をベースとした分野など売上の減少を見込む事業については、構造改革により適正な規模にしていきますが、具体的な効果額につきましては、回答を控えさせていただきます。

【質問者2】

Q：増減益要因のひとつとして挙げられた為替影響は、2019年度の上期と比べて下期のインパクトが大きくなっている。これはどの通貨におけるものか？

A：主に、当社が取り扱う外貨でもっとも多いUSドルとなります。

Q：メタルマスクや半導体用フォトマスクなど、2019年度から2020年度にかけてトレンドが変わりつつあると思われる製品について、今後の見通しを伺いたい。

A：新型コロナウイルス感染症による影響について注視していますが、スマートフォンやタブレット端末などのディスプレイが液晶から有機ELに変わっていく流れは今後も変わらないと考えています。

また、電子デバイス事業については、半導体のスーパーサイクルと呼ばれた時代を経て直近は低迷していましたが、5GやIoTの進展に加えて、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、デジタル化の加速により需要が増加してくると考えています。

Q：戦略的提携やM&Aで100億円を投資していくとの説明があるが、対象については、どういった形でスクリーニングしているのか。また、どういったところをポイントとして考えているのか伺いたい。

A：M&Aなどの提携に関しては、ご説明した注力事業を中心に、候補先のリストを作成して、関連する業界の方とも意見交換しております。直近は、株価が高く手が届かないケースが多かったのですが、今後、タイミングが合えば実施したいと考えています。

【質問者3】

Q：新型コロナウイルス感染症が2019年度第4四半期の売上、利益に与えた影響について伺いたい。また今後、プラスマイナス両面で注意した方が良いところ、もしくは事業機会として注目した方が良いところを紹介して欲しい。

A：2019年度第4四半期における新型コロナウイルス感染症の影響は限定的でした。2020年度については、当社のBtoCビジネスにおいて、4月以降、首都圏の大型書店の一部営業自粛により、来店顧客が大幅に減少しています。また、BtoBビジネスについても、耐久消費財に関連する分野などで影響が出ています。しかしながら、テレワークの進展など、新型コロナウイルスによる社会変化にともない、当社のエレクトロニクス部門や産業資材関連事業の製品が伸びる可能性もあると考えており、現在、影響の全体像を把握するため、精査を進めています。

Q : 2024 年度の経営目標を営業利益 750 億円、ROE5%以上と設定しているが、現状の資本構成から考えると、営業利益が 750 億円あれば、自社株買いなどの資本政策を実施しなくても、ROE5%を達成できるものと思われる。この点も踏まえて、今後、資本政策の方針に変化があるのか教えて欲しい。

A : 資本政策の方針を変えるということは現時点で考えていません。ROE の目標は、安定的に 5%以上を計上することであり、5%より上を目指していきたいと考えています。また、750 億円程度の営業利益をあげた場合は、自己資本も増加していきますので、自己株式の取得も検討の材料になってくると考えています。

Q : 価値創造プログラムを営業などの現場にどのように浸透させていくのか。施策について伺いたい。

A : これまでは、売上や利益で優れた案件を「社長賞」として表彰してきましたが、今年から「DNP アワード」という表彰制度に変更しました。この表彰制度で、価値創造プログラムに沿った価値仮説から収益につながるまでのプロセスを含めて評価します。アワードを受賞した内容については、全社で共有して各部署に浸透させていくことを考えています。また、上長と部下との One on One ミーティングを通じた浸透にも努めていきます。

【質問者 4】

Q : 昨年来、海洋プラスチック問題や廃棄プラスチック問題が話題になっているが、これらは、貴社の環境関連事業について追い風になっているか？事業の方針、投資方針についても伺いたい。

A : 海洋プラスチックなど環境関連の問題については、リスクとチャンスのある両面があると考えています。そのため、しっかりとしたリスク分析を行い、チャンスに変えていくことに注力しています。

その一環として、当社は、海洋プラスチックごみ問題の解決に業種を超えて取り組む「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス (CLOMA : クロマ)」に、幹事会社として参画しています。

プラスチックには利便性、衛生性などの良い面もあり、それらを保ちながら、なおかつ、環境に優しい製品を開発していきます。例えば、リサイクルがしやすい単一の素材でできたモノマテリアルや、バイオマス由来のプラスチックによるカーボンニュートラルの製品など、環境に優しい製品を提供していくことが、当社が成長していくことの軸になっていくと考えています。

Q : 2024 年度における、環境に優しい製品の売上高など、具体的な数値目標はあるか？

A : 環境に関する目標については、いくつかの指標を持っており、統合報告書などで開示しています。環境配慮製品については、2020 年度までに、売上で 6,000 億円の目標を設定しています。

また、今年 3 月に「DNP グループ環境ビジョン 2050」を策定しており、2050 年度において温室効果ガスの当社事業所内での排出を実質ゼロにするという目標を設定しました。

今年は次の環境目標を設定する時期であり、2021 年度から 5 年間の目標について現在検討しています。今年発行する統合報告書においても、環境や気候変動の影響が、当社にどういったリスクやチャンスとなるかを開示していきたいと考えています。

以上