

# 2024年3月期の業績に関する 分析および説明

## 当期決算

### 2024年3月期の事業環境および決算の概況

当連結会計年度におけるDNPグループを取り巻く状況は、国内の雇用・所得環境の改善、インバウンド需要の回復等により、景気の緩やかな回復が見られました。一方、地政学リスクの長期化や世界各地の金融政策の影響、国内の物価上昇や人手不足など、先行きが不透明な状況が続いています。また、国連のグテーレス事務総長が「地球沸騰化」と表現したような気候変動や、能登半島地震をはじめとする自然災害の影響も、引き続き懸念されます。

DNPグループは、環境・社会・経済が急激に変わるなかでも、変化やリスクに対応するだけでなく、長期を見据えて変革を起こし、自らが「より良い未来」をつくり出す事業活動を展開しています。独自の「P&I」(印刷と情報)の強みを掛け合わせ、多様なパートナーとの連携を深めて、事業領域の拡大に努めています。

現在は2023-2025年度の3か年の「中期経営計画」を推進しており、「事業戦略」「財務戦略」「非財務戦略」に基づく具体的な取り組みを通じて、持続的な事業価値・株主価値の創出に注力しています。事業戦略では、中長期にわたって強みを発揮できる事業ポートフォリオの構築を進めるとともに、注力事業領域を中心とした新しい価値の創出を加速させています。財務戦略では、創出したキャッシュを事業のさらなる成長のための投資と株主還元適切に配分していきます。非財務戦略としては、「人への投資の拡大」「知的資本の強化」「環境への取り組み」を中心に推進し、サステナブルな成長を支える経営基盤の強化を図っていきます。

また、自然災害等の不測の事態に対しても、事業継続マネジメント(BCM)の徹底を図り、グループを挙げてさまざまな企業活動を持続的に推進していきます。

	2024.3	2023.3	2022.3
売上高(百万円)	1,424,822	1,373,209	1,344,147
売上総利益率	22.0%	21.3%	21.8%
営業利益率	5.3%	4.5%	5.0%
経常利益率	6.9%	6.1%	4.5%
売上高純利益率	7.8%	6.2%	7.2%

DNPグループ全体の当期の海外売上高は、前期比6.3%増の3,357億46百万円となりました。売上高全体に占める割合は23.6%となり、昨年の23.0%から0.6ポイント上昇しました。地域別では、インドネシアや台湾を含むアジア地域は前年度比8.9%増の2,460億23百万円、米国や欧州などを含むその他の地域は前年度比0.2%減の897億23百万円となりました。

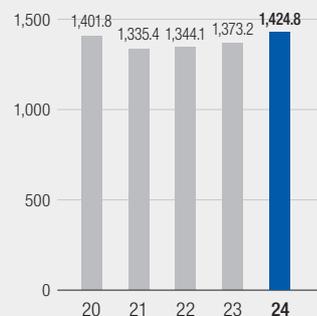
### セグメント別情報

当連結会計年度から、部門(事業セグメント)の名称について、「情報コミュニケーション部門」を「スマートコミュニケーション部門」に、「生活・産業部門」を「ライフ&ヘルスケア部門」に変更し、「飲料事業」を「ライフ&ヘルスケア部門」に移行しています。前連結会計年度との比較・分析は、変更後の区分に基づいています。

年度：3月31日に終了した会計年度

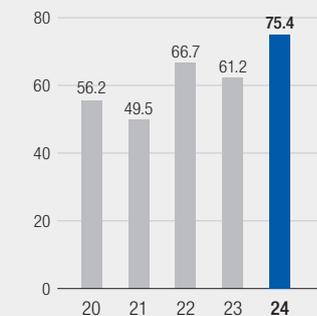
#### 売上高

(単位：十億円)



#### 営業利益

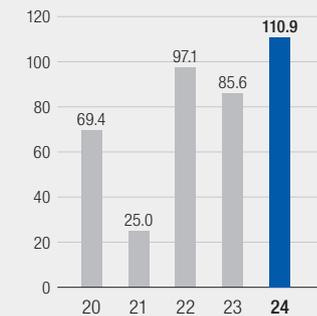
(単位：十億円)



#### 親会社株主に帰属する

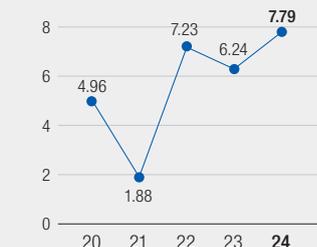
##### 当期純利益

(単位：十億円)

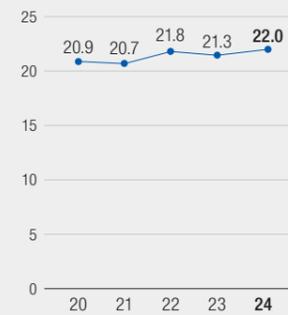


#### 売上高当期純利益率

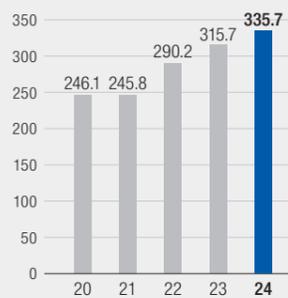
(単位：%)



売上総利益率  
(単位: %)



DNPの海外売上高  
(単位: 十億円)



## スマートコミュニケーション部門

- 売上高 : 7,194億31百万円 (前期比0.1%減)
- 営業利益 : 261億62百万円 (前期比2.1%減)
- 営業利益率 : 3.6% (0.1ポイント低下)

### イメージングコミュニケーション関連

**市場** 北米・欧州・アジアの市場で、写真の撮影・プリントの需要が拡大しました。

**DNP** 写真プリント用昇華型熱転写記録材や撮影に関連するサービスが好調に推移し、全体で増収となりました。

### 情報セキュア関連

**市場** 労働力不足や働き方改革を背景に、引き続きBPO (Business Process Outsourcing) の社会的な需要が拡大しました。ICカードは、キャッシュレス決済比率が高まるなかで、クレジットカードを利用した決済の比率が依然として高い水準を維持しました。

**DNP** BPO (Business Process Outsourcing) の大型案件に加え、ICカードでは、1つのICチップで接触型と非接触型の規格に対応可能なデュアルインターフェイスカードが特に堅調に推移し、全体で増収となりました。

### マーケティング関連

**市場** 2023年度の国内の広告需要は、インターネット広告、屋外広告、交通広告が伸びたものの、テレビ・新聞、イベント企画の落ち込みにより、全体で0.9%の減少となりました (経済産業省調べ)。

**DNP** 企業等に向けたマーケティング施策の実績や知見とデジタルの強みを掛け合わせた価値の提供に努めたものの、カタログ・パンフレット等の紙メディアの縮小の影響を受け、全体で減収となりました。

### 出版関連

**市場** 2023年の紙の出版業界の販売金額は、前年比6.0%減の1兆612億円。書籍は前年比4.7%減の6,194億円、雑誌は前年比7.9%減の4,418億円となりました。また、書店数は1999年の約22,000店をピークに、2023年には約10,900店まで減少しました。2023年の電子書籍の市場規模は、前年度比6.7%増の5,351億円でした (出版科学研究所調べ)。

**DNP** リアル書店やネット販売のハイブリッドな書籍の流通販売事業、指定管理者としての受託館数が増加した図書館運営業務が堅調に推移 (図書館サポート事業の受託館数: 2024年1月末現在1,806館、前年比20館増加) したものの、雑誌等の市場縮小の影響により、当事業全体では前年並みとなりました。

### コンテンツ・XR (Extended Reality) コミュニケーション関連

**市場** ニューノーマル (新常态) の構築が進むなか、時間や距離による制限を受けない仮想空間を活用したサービスが拡大しています。

**DNP** 情報加工・変換技術を核にリアルとバーチャルの融合によって人々

の体験価値を高めるコンテンツ・XRコミュニケーション事業に努めました。今後、さまざまなコンテンツを最適なカタチで世界に届けるとともに、IPホルダー含む外部企業との提携やXR技術基盤による社会課題の解決に努め、新規事業として市場形成していきます。

### 教育関連

**市場** GIGAスクール構想により1人1台端末環境が整い、日常的なICT活用が浸透、教育のDXに向けた取り組みが国策で進められています。

**DNP** レノボ・ジャパン合同会社とともに、東京都の「バーチャル・ラーニング・プラットフォーム事業に係るプラットフォーム構築・運営組織」に採択されました。今後も、国が掲げる“誰一人取り残すことのない”多様な教育機会の提供と学習データの活用に向けた取り組みを進め、全国の自治体や教育現場の活動を支援していきます。

## ライフ&ヘルスケア部門

- 売上高 : 4,723億60百万円 (前期比4.6%増)
- 営業利益 : 133億47百万円 (前期比67.2%増)
- 営業利益率 : 2.8% (1.0ポイント上昇)

### モビリティ・産業用高機能材関連

**市場** EV市場については、EU内で補助金政策が縮小されたことや、各自動車メーカーが電動車をEV中心からPHEV、HEVを含めた多角化を進めた結果、EVの需要が下期に鈍化しました。しかしながら、電気自動車 (EV+PHEV) の世界市場は、2023年は約1,400万台 (マークライnz調べ) まで拡大し、2024年から2030年でCAGR (年平均成長率) 16%と伸長していく見通しです (Global Data調べ)。

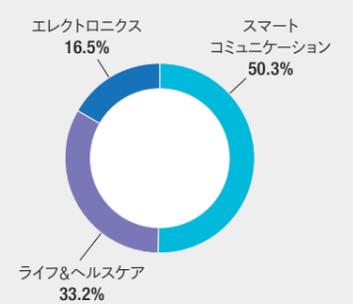
**DNP** リチウムイオン電池用のバッテリーパウチは、車載向けは下半期に入ってから電気自動車の需要の鈍化や在庫調整の影響を受けたものの、IT向けはスマートフォンの新機種での採用が進み、全体で堅調に推移しました。また、太陽電池部材は欧米向けを中心に封止材の需要が大幅に拡大したほか、モビリティ関連ではサイドバイザーや、塗装工程短縮と環境負荷低減を実現しデザイン性にも優れた外装用の加飾フィルムが堅調に推移しました。

### 包装関連

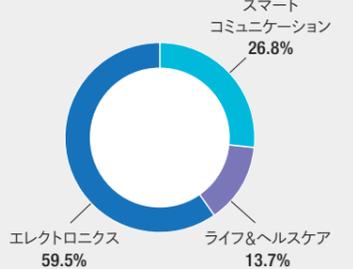
**市場** 国内の食品・日用品向け包材は物価高騰による生活者の買い控えの影響を受けましたが、人流の回復やインバウンド需要の増加により、菓子や飲料向け包材などが拡大しました。

**DNP** 生活者の買い控えの影響を受けたものの、価格転嫁を進めたことやプラスチック成型品の増加などにより、前年並みとなりました。また、「DNP環境配慮パッケージング GREEN PACKAGING®」をはじめとする機能性包材の開発・販売に注力したほか、製造拠点の再編などによる体質強化を進めました。

セグメント別売上高構成比  
(2024年3月期)



セグメント別営業利益構成比  
(2024年3月期)



## 生活空間関連

**市場** 2023年度の国内新設住宅着工戸数は約82万戸と、前年度比4.6%減少しました。このうち、持家は11.4%減少し、アパート等の貸家が0.3%減少、マンション等の分譲住宅が3.6%減少、と3年ぶりの低水準となりました（国土交通省調べ）。

**DNP** 耐久性とデザイン性を両立させた外装材「アートテック®」が国内外で堅調に推移したものの、国内の新設住宅着工戸数（持家）の減少によって住宅向けの内装材が減少しました。海外では、北米の在庫過多は解消したものの、海外全体でインフレや高金利などによる消費の減退の影響が大きく、減収となりました。

## 飲料事業

**市場** 新型コロナウイルスの影響が落ち着いたことから景気の持ち直しが見られ、観光業や飲食業の復活、外国人観光客の増加などにより消費活動は活発化し、飲料需要が回復しました。

**DNP** コロナ禍からの人流の回復と夏場の好天などによる需要増を捉えた営業活動により販売数量が増加したほか、価格改定が寄与し、前年を上回りました。

## メディカル・ヘルスケア関連

**市場** メディカル・ヘルスケア市場は、医薬品モダリティーの多様化・複雑化が進み、新薬の開発難易度が増加するなか、製薬会社は新薬創出に資源を集中し、C(D)MO（医薬品開発・製造受託企業）を活用する水平分業が進んでおり、C(D)MO市場が拡大しています。また、水平分業化は医薬品パッケージの分野でも進んでいます。

**DNP** 売上高は、第1四半期連結会計期間より、シミックCMO株式会社を連結子会社としたことにより、増収となりました。6月からシミックグループと共同で原薬から製剤までの一貫製造や付加価値型医薬品の開発などの取り組みを開始しました。

## エレクトロニクス部門

- 売上高 : 2,353億3百万円（前期比15.6%増）
- 営業利益 : 581億52百万円（前期比23.9%増）
- 営業利益率 : 24.7%（1.6ポイント上昇）

## デジタルインターフェース関連

**市場** 2023年のスマートフォン向けの有機ELディスプレイ市場は、景気後退による中国市場の縮小、インフレやウクライナ情勢による欧米市場縮小の影響が大きく、スマートフォン全体で出荷台数は減少したものの、有機ELディスプレイの採用は拡大し、出荷面積で前年比6.2%増の5,675,100㎡となりました。また、TV向けなどの大型の液晶パネル市場は、TVの大型化の需要拡大に伴い、出荷面積で前年比2.4%増の198,147,400㎡となりました（以上、富士キメラ総研「2024ディスプレイ関連市場の現状と将来展望」）。

**DNP** 有機ELディスプレイ製造用メタルマスクが、スマートフォンでの有機

ELディスプレイ採用拡大に伴って堅調に推移しました。光学フィルムも、サプライチェーン全体の前年度の在庫調整の影響の一巡による需要回復に加え、主にテレビのパネルサイズの大型化に伴う出荷面積の拡大もあり、全体で前年を上回りました。

## 半導体関連

**市場** 2023年の世界の半導体販売額は、2022年後半からの市況が悪化し、2023年もその流れが継続したことにより、低調を推移し前年比9.4%減の5,201億ドルとなりました（世界半導体市場統計：World Semiconductor Trade Statistics）。分野別では、半導体メモリーの出荷が前年比で31.0%減少し、ロジックの出荷も同0.9%減少しました。

**DNP** 半導体製造用フォトマスクが顧客企業の製品開発需要によって前年並みとなったものの、市場全体の減速によって半導体パッケージ用のリードフレーム等が減少し、全体で前年を下回りました。

## 売上原価／販売費および一般管理費／営業利益

売上原価は前期から298億45百万円、2.8%増加して1兆1,111億29百万円に、売上総利益率は0.7ポイント上昇して22.0%になりました。

当期の原材料やエネルギーの価格は、地政学リスクの顕在化やグローバルサプライチェーンの不安定化などによる上昇ベースが落ち着いたことに加え、価格転嫁の不足影響も緩和され、2022年度に転嫁しきれなかった分も含めると、販売価格への転嫁分を差し引いた原材料・エネルギーコストは、前期と比べ48億円減少しました。

当期の販売費及び一般管理費は2,382億42百万円となり、前期比で75億51百万円、3.3%増加しました。売上高に占める比率は前年度から0.1ポイント低下し16.7%となりました。

当期は、為替変動（円安）の影響により、営業利益が約51億円増加しました。その結果、当期の営業利益は、前期から142億17百万円、23.2%増加して754億50百万円となりました。売上高営業利益率は0.8ポイント上昇し、5.3%となりました。

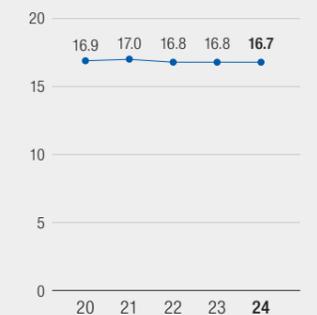
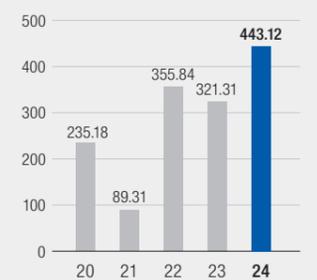
## 営業外損益および税金等調整前当期純利益

営業外収益は284億34百万円で、前期比17億39百万円、6.5%増加しました。営業外費用は51億82百万円で、前期比9億15百万円、21.5%増加しました。その結果、営業外損益は232億52百万円で、前期比8億24百万円、3.7%の増加となりました。

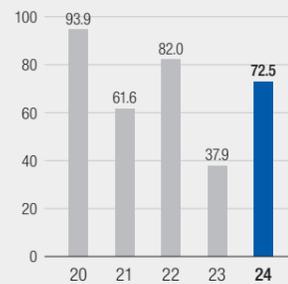
経常利益は987億2百万円で、前期比150億41百万円、18.0%増加しました。税金等調整前当期純利益は、投資有価証券の売却に伴う特別利益の計上などにより、1,430億12百万円で、前期比232億79百万円、19.4%の増加となりました。

## 親会社株主に帰属する当期純利益

当期の親会社株主に帰属する当期純利益は、1,109億29百万円となり、前期比252億37百万円、29.5%増加しました。また、1株当たり当期純利益は443.12円（前期は321.31円）となりました。

販売費および一般管理費／売上高  
(単位：%)営業利益率  
(単位：%)1株当たり当期純利益  
(単位：円)

## 流動性と資金の源泉

営業活動によるキャッシュ・フロー  
(単位:十億円)

## キャッシュ・フロー

	2024.3	2023.3	2022.3
営業活動による キャッシュ・フロー (百万円)	72,553	37,993	82,028
投資活動による キャッシュ・フロー (百万円)	18,355	△25,021	△39,208
フリー・キャッシュ・フロー (百万円)	90,909	12,972	42,819

当期の連結キャッシュ・フローに関して、営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益1,430億12百万円、減価償却費559億90百万円などにより725億53百万円の収入となりました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、有形固定資産の取得による支出594億28百万円、無形固定資産の取得による支出153億25百万円などがあつた一方で、有価証券の純減額103億円、投資有価証券の売却による収入816億14百万円などにより、183億55百万円の収入となりました。

財務活動によるキャッシュ・フローは、長期借入金の返済による支出111億46百万円、自己株式の取得による支出885億64百万円、配当金の支払額164億31百万円などにより1,186億96百万円の支出となりました。

これらの結果、連結キャッシュ・フロー計算書における当期末の現金及び現金同等物は2,345億69百万円となりました。

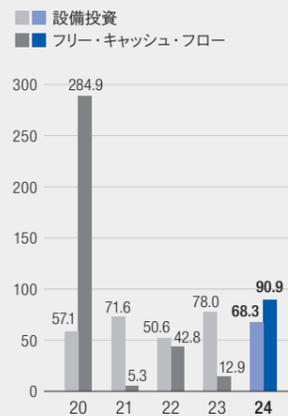
営業活動によるキャッシュ・フローと投資活動によるキャッシュ・フローを合計した当期のフリー・キャッシュ・フローは、909億9百万円の収入となりました。

## 設備投資、減価償却、研究開発費等

当期の設備投資は、既存分野の生産拠点の再編や、戦略分野への重点投資などのために683億円を実施し、前期比97億円、12.4%減少しました。部門別では、スマートコミュニケーション部門が前期比122億円減の245億円で構成比36%、ライフ&ヘルスケア部門は前期比76億円減の182億円で構成比27%、エレクトロニクス部門は前期比111億円増の246億円で構成比36%、全社資産の設備投資が前期比9億円減の9億円で構成比1%となりました。上記の設備投資の所要資金は、自己資金によってまかないました。

当期の減価償却費は559億円で、前期比42億円、8.2%の増加となりました。部門別では、スマートコミュニケーション部門が前期比3億円増の205億円で構成比37%、ライフ&ヘルスケア部門は前期比24億円増の229億円で構成比41%、エレクトロニクス部門は前期14億円増の109億円で構成比19%、全社資産の減価償却費が前期から微減の15億円で構成比3%となりました。

また、当期の研究開発費は前期実績324億円を28億円上回り、352億円となりました。

設備投資と  
フリー・キャッシュ・フロー  
(単位:十億円)

## 貸借対照表

	2024.3	2023.3	2022.3
総資産 (百万円)	1,955,629	1,830,384	1,876,647
有利子負債 (百万円)	166,143	147,817	154,362
自己資本 (百万円)	1,165,927	1,087,504	1,091,861
1株当たり純資産 (円)	4,866.17	4,158.46	4,057.97

当期末のDNPの総資産は、1,252億45百万円、6.8%増加して1兆9,556億29百万円となりました。

流動資産では、現金及び預金が176億73百万円、7.2%減少して2,287億65百万円に、受取手形・売掛金・契約資産の合計額が186億68百万円、5.7%増加して3,484億30百万円に、商品及び製品・仕掛品・原材料及び貯蔵品の合計額が96億34百万円、6.2%増加して1,644億97百万円になりました。この結果、流動資産合計は36億77百万円、0.5%減少して、7,993億18百万円となりました。

固定資産では、有形固定資産が167億10百万円、3.8%増加して4,531億39百万円に、無形固定資産が3億37百万円、1.1%増加して306億97百万円に、投資その他の資産が1,118億76百万円、20.0%増加して6,724億74百万円になりました。この結果、固定資産合計は1,289億21百万円、12.5%増加して1兆1,563億10百万円となりました。

流動負債は103億57百万円、2.6%増加して4,089億28百万円となりました。固定負債は264億46百万円、9.3%増加して3,100億13百万円となりました。この結果、負債合計は前期比368億2百万円、5.4%増加して7,189億41百万円となりました。

当期末の純資産は、1兆2,366億87百万円となりました。

これらの結果、当期の自己資本比率は、前期比0.2ポイント上昇し、59.6%となりました。

2024年3月31日現在の発行済株式総数は2億7,724万346株であり、その13.57%に相当する3,764万2,211株の自己株式を保有しています。保有する自己株式総数は前期から691万7,641株減少しています。

	当連結会計年度 期首株式数 (千株)	当連結会計年度 増加株式数 (千株)	当連結会計年度 減少株式数 (千株)	当連結会計年度末 株式数 (千株)
発行済株式	292,240	—	15,000	277,240
自己株式	30,724	21,968	15,051	37,642

(注) 1. 普通株式の発行済株式総数の減少15,000千株は、自己株式の消却による減少15,000千株です。  
2. 普通株式の自己株式の株式数の増加21,968千株は、取締役会決議による自己株式の取得による増加21,954千株、譲渡制限付株式報酬制度における自己株式の無償取得による増加10千株、単元未満株式の買取りによる増加3千株です。  
3. 普通株式の自己株式の株式数の減少15,051千株は、自己株式の消却による減少15,000千株、譲渡制限付株式報酬としての自己株式の処分による減少51千株、単元未満株式の売渡しによる減少0千株、持分法適用関連会社に対する持分率の変動による減少0千株です。

## 総資産



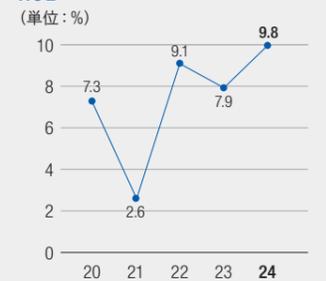
## 自己資本



## 1株当たり純資産



## ROE



## 自己資本比率

