

Business Report

NISEHA

第95期 報告書

2013年4月1日 - 2014年3月31日

P.1 社長インタビュー「営業黒字に復帰。今後は新たな事業領域の創出を急ぐ」

P.10 特集 進化する海外拠点

企業理念

印刷を基盤に培った固有技術を核とする
事業活動を通して、広く社会との
相互信頼に基づいた《共生》を目指す。

Business Report(ビジネスレポート) 第95期報告書 目次

社長インタビュー	1
業績ハイライト	5
事業別の概況	6
連結財務諸表	7
トピックス	9
特集 進化する海外拠点	10
会社概要	12
株式の状況／株主さまアンケート結果のご報告	13

表紙の写真



NISSHAの情報コミュニケーション事業にて企画・制作・印刷をした、住友商事株式会社発行のカレンダー「Japanese Origins, Global Ambitions」が、「第65回全国カレンダー展」(一般社団法人日本印刷産業連合会、株式会社日本印刷新聞社主催)で第一部門金賞・日本マーケティング協会賞を受賞しました。

絵柄部分には実際に使用できる同じ柄模様のスマートフォンカバーがはめ込まれており、季節に合わせて着せ替えが楽しめます。このスマートフォンカバーは、パルプの成形と同時に絵柄を加飾する技術、Nissha PAX(ニッシャボックス)によって作られたものです。社内のコラボレーションによって、ほかにはないカレンダーが誕生しました。

Nissha PAXは日本写真印刷株式会社の登録商標です。

事業紹介

すべてのNISSHAの製品・サービスは、印刷技術を基盤としています。
1929年の創業以来、高級美術印刷の分野で培った技術を、現在は
さまざまな分野に展開しています。

産業資材 ～表現豊かな加飾技術～

主力製品は、立体形状のプラスチック製品の表面に成形と同時に絵柄を転写する加飾技術IMD。自動車(内装)、ノートパソコン、携帯電話・スマートフォン、家電など身近な製品に使われています。今後はプラスチック以外の素材にも加飾技術を展開していきます。

デバイス ～最先端のタッチパネル～

タブレット端末、スマートフォン、ゲーム機などを楽しく簡単に操作できるタッチパネル。NISSHAは中小型タッチパネルの分野で世界トップクラスの技術を誇ります。スイッチとしてのタッチパネルだけでなく、立体的な形状のタッチパネル、どれだけの圧力をかけて押しているかを検知するセンサーなど、時代のトレンドを見据えた開発も行っています。

情報コミュニケーション ～情報の価値創造～

お客さまのコミュニケーションに関するさまざまな課題を、パートナーとなつて解決します。多様な製品・サービスを組み合わせて企業・団体の情報発信やコミュニケーションをサポートする商業分野、さまざまな出版物を手がける出版分野、また文化資産を次世代に承継するデジタルアーカイブなども手がけています。

これらの3事業に加えて、印刷技術の拡がりを探求することによって第4、第5の事業を創出することを目指しています。

IMDは日本写真印刷株式会社の登録商標です。

社長インタビュー

株主のみなさまには平素より格別のご支援、ご鞭撻を賜り御礼申し上げます。NISSHAの実績と見通しについて、代表取締役社長 兼 最高経営責任者の鈴木順也よりご説明いたします。

Q はじめに2014年3月期の実績について説明してください。

A デバイス事業が業績を牽引し、
営業黒字に復帰しました。

2014年3月期のグローバル経済環境としては、米国では景気の回復基調が継続し、欧州では景気に底打ちがみられた一方、中国をはじめとする新興国では成長が鈍化しました。Nisshaグループが主力としてきたスマートフォンやノートパソコンなどのコンシューマー・エレクトロニクス分野では、製品需要の急激な変動や製品・サービスの低価格化が常態化し、売上高と利益の両面に重大な影響を与えています。このような状況に対応するために、当社は新製品を市場投入するなど受注の拡大に注力する一方、価格下落の抑制に加え、不断の生産効率の改善やあらゆるコスト削減に努めてきました。

2014年3月期は売上高が前期比で大きく伸長し、利益面では4期ぶりの営業黒字に転換しました。主力のデバイス事業における静電容量方式タッチパネル（フォトリソ工法）の旺盛な需要は、最新鋭の姫路工場・加賀工場の量産体制に支えられ、業績の回復に大きく寄与しました。



フォトリソ工法のタッチパネルが引き続き業績を牽引。これに続く新たな製品を開発し、第4・第5の事業を創出することが今後の課題です。

鈴木順也

代表取締役社長 兼 最高経営責任者

Q 2015年3月期にはさらなる業績回復が見込めるのでしょうか?

A 引き続きデバイス事業の需要拡大が見込まれます。

2015年3月期は引き続きデバイス事業の静電容量方式タッチパネル（フォトリソ工法）の需要が収益面を牽引します。この製品のさらなる需要の取り組みに加え、これに続く新たな製品開発を推進します。産業資材事業、情報コミュニケーション事業は受注活動に注力する一方、収益性、効率性の改善に努めます。

Q 続いて、事業別に概況を説明してください。産業資材事業はどのような見通しですか?

A 自動車向けなどの安定市場に注力します。

2014年3月期は、自動車向けの需要は堅調でしたが、個人用ノートパソコン向けの需要は低調に推移しました。

2015年3月期は、成長著しいアジア市場の需要取り込みや販売チャネル（経路）の多様化などを通じて営業黒字化を目指す一方、中長期視野に立った取り組みを本格化させます。

これまで産業資材事業を牽引していたノートパソコンや携帯電話の市場では、製品の普及が進んだことを受けて製品需要の鈍化、低価格化が顕著です。そのため、当社はより安定した成長が期待できる分野に注力し始めています。2014年3月期には初めて自動車向けがもっとも大きな売上高を占めました。今後は自動車、家電、化粧品を注力市場として、それぞれの市場ニーズに適合した製品を提供できる体制を整備していきます。具体的には、自社開発・自社生産にこだわることなく、社外パートナーとの協業を積極的に進めるほか、日本からの輸出型モデルを世界の地域ごとの地産地消型モデルへと移行させていきます。これらの取り組みを通じて、市場と製品のポートフォリオ（構成、組み合わせ）を適正化し、安定的に収益を上げられる事業へと変革を図ります。

Q デバイス事業はいかがですか?

A フォトリソ工法のタッチパネルが好調であるうちに、次の製品の創出が必要です。

2014年3月期は、タブレット端末向け静電容量方式タッチパネル（フォトリソ工法）の需要が伸張し、堅調に推移しました。

2014年3月期実績と2015年3月期計画（連結）

	2014年3月期実績	前期比	2014年3月期実績		2015年3月期計画	前期比
			上期(4~9月)計画	下期(10~3月)計画		
売上高(百万円)	110,922	+24.0%	56,000	64,000	120,000	+8.2%
営業利益(百万円)	1,935	黒字化	700	4,300	5,000	+158.4%
営業利益率	1.7%	+9.3pt	1.3%	6.7%	4.2%	+2.5pt

2015年3月期計画の前提となる為替レートは100円/ドルです。

2015年3月期は、現在主力である静電容量方式タッチパネルのさらなる市場浸透に加え、タッチパネルだけではない新たな製品開発を推進します。

当社のタッチパネルは原材料として光学的に優れた透明フィルムを用いることが特徴です。フィルムが持つ薄さや軽さといった優位性に加えて、従来の印刷工法からフォトリソ工法への技術転換によって、非常に細い線幅でパターン（配線のようなもの）を形成することが可能となりました。当社はこれらの優位性を活かして、今後さらに多様化するスマートフォンやタブレット端末市場で需要の取り込みを目指します。またタッチパネル以外にもセンシング分野での新たな製品開発にこれまで以上に注力し、早期の事業化を目指します。

Q 最後に情報コミュニケーション事業についてお願いします。

A 利益体質への復帰を目指しています。

2014年3月期は、主力の商業分野では情報メディアの多様化による印刷物の減少などの影響があり、受注競争は激しいものとなりました。

2015年3月期は、お客さま企業のコミュニケーション活動における課題を解決するソリューション型のビジネスを一層拡大し、売上高の伸長を通じて営業黒字化を目指します。企画・制作工程や営業体制を強化するほか、パートナーとの協業などによりバリューチェーンを充実させ、お客さま満足を高めます。

Q 2015年3月期を最終年度とする第4次中期経営計画は、順調に進捗していますか？

A 財務体質の改善に目途。
事業ポートフォリオの改善を急ぎます。

第4次中期経営計画（2013年3月期～2015年3月期）では、「印刷技術の新領域を切り拓き、お客さま価値を根本から塗り替える製品群を創出する」ことを中期的な目標としています。特に、特定市場への偏りを是正するため、事業ポートフォリオ、製品ポートフォリオの改善に取り組んでいます。

2014年3月期は、前述の通り、デバイス事業の静電容量方式タッチパネル（フォトリソ工法）の量産が軌道に乗り、今後も引き続き業績を牽引する見通しです。しかし、その一方でこれに続く新たな製品の開発は、いまだ道半ばです。当社の固有技術である印刷技術の無限の可能性を追求し、情報コミュニケーション、産業資材、デバイスに続く第4・第5の事業を創出することが戦略の大きな方向性です。

当社では、「情報化社会」「ライフスタイルサポート」「循環型社会」の3つの社会イメージを今後の重要領域と定めています。特に「ライフスタイルサポート」の分野において、新製品の開発・市場投入を目指します。5月9日に発表した、ガスセンサーメーカー、エフアイエス株式会社の買収による子会社化は、新たな事業領域を創出するための具体的な取り組みの一例です。これまでタッチパネルというセンサーを手掛けてきた当社は、ガスセンサーという新たなコア技術と販路を獲得することになります。ガスセンサーは現在、ガス警報器、空気清浄機、アルコールチェッカーなどに用いられていますが、今後は燃料電池車向けや医療・POCT（=Point of Care Testing：臨床現場即時検査）向けなど、さらに幅広い用途への展開が期待されています。

2015年3月期は、こうした具体的な取り組みを一層加速させていく考えです。

Q 本年の株主総会では新たに社外役員を選任しました。この意図を教えてください。

A コーポレート・ガバナンスのさらなる前進を図ります。

当社は企業としての社会的責任を果たし、公正な事業活動を行うことによって社会と共生することを目指しており、コーポレート・ガバナンスの充実はこのための必須条件と捉えています。

これまで当社には2名の社外取締役がおり、取締役会では独立した立場から積極的に議論に加わってきました。このたび当社ではさらに1名の社外取締役を選任し、取締役7名中の3名、つまり取締役会の43%を社外取締役で構成する体制となりました。経営の透明度をこれまで以上に高め、各社外取締役の知見を経営に活かすことによって、長期的な企業価値の向上を図る考えです。

新たに選任した取締役は、当社として初めての女性役員となります。取締役会の多様性が広がったことを機に、社内でもダイバーシティ(多様性)経営を一層推進し、会社の活力を向上させていきます。

Q 配当金について説明してください。

A 復配し、5円の期末配当とさせていただきます。

利益配分については安定配当の継続を基本方針に、当期

および今後の業績、配当性向、財務面での健全性などを総合的に勘案して配分することとしています。2014年3月期の期末配当については、当期の利益水準にかんがみて、1株当たり5円の配当とさせていただきます。2015年3月期の配当金につきましては、連結業績予想と内部留保金の蓄積等を勘案して、年間配当金1株当たり10円(中間5円、期末5円)とさせていただきますを予定しています。

なお内部留保金については、現時点では中・長期的観点から企業価値拡大を図るための成長分野への設備投資・研究開発を中心に有効活用することを基本方針としています。

Q 最後に株主のみなさまへのメッセージをお願いします。

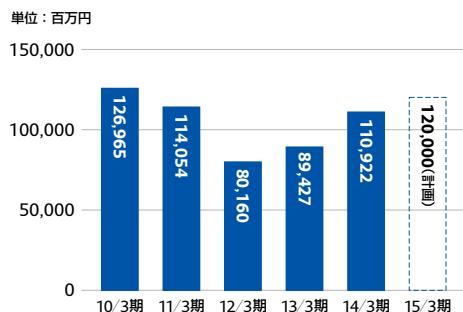
A 次なる成長ステージに向けた取り組みに励みます。

2014年3月期は4期ぶりの黒字に復帰いたしました。そして、近年の当社の課題であった財務体質の改善については一定の目処がついたといえます。もうひとつの大きな課題である新たな事業領域の創出にまい進し、次なる成長ステージに向けて、経営者・社員一同全力で臨みます。

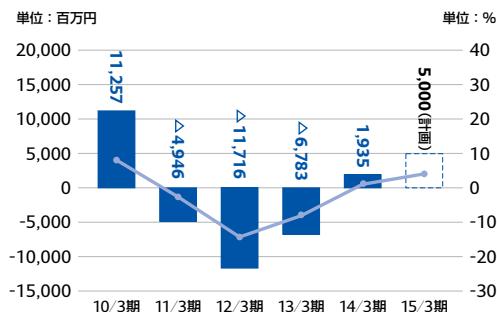
引き続き、みなさまのご支援・ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

業績ハイライト(連結) 2014年3月期

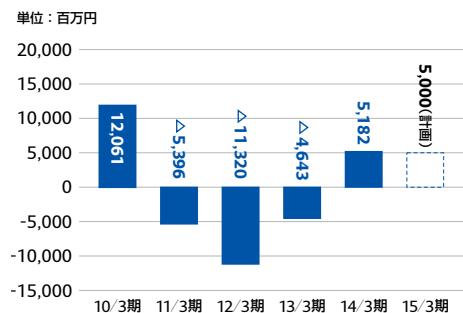
売上高



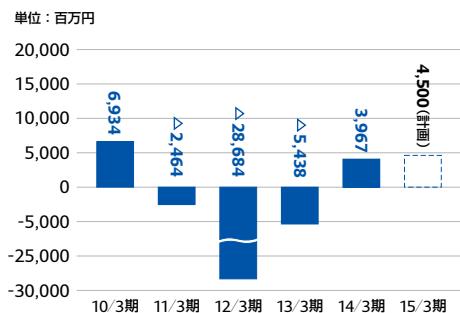
営業利益・営業利益率



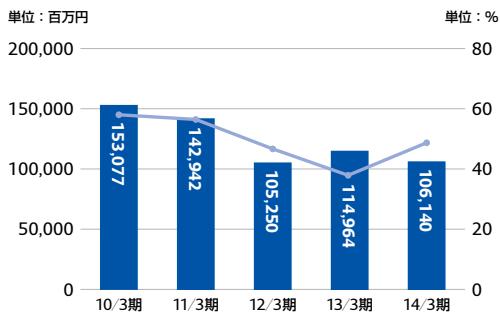
経常利益



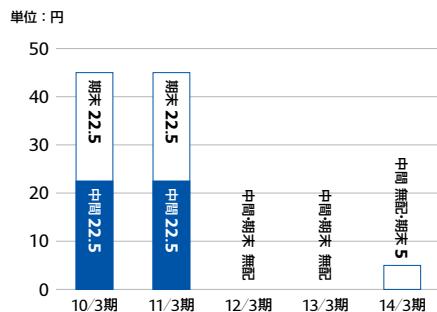
当期純利益



総資産・自己資本比率



1株当たり配当金



事業別の概況(連結) 2014年3月期

産業資材

売上高比率



売上高

26,409百万円(前期比4.6%減)

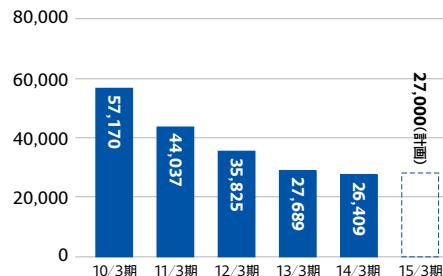
営業利益

△1,122百万円(前期は△719百万円)

自動車(内装)向けの需要は堅調でしたが、個人用ノートパソコン向けの需要は低調に推移しました。

売上高

単位：百万円



デバイス



売上高

66,315百万円(前期比53.7%増)

営業利益

7,440百万円(前期は△469百万円)

タブレット端末向け静電容量方式タッチパネル(フォトリソ工法)の需要が伸長し、堅調に推移しました。

単位：百万円



情報コミュニケーションその他



売上高

18,196百万円(前期比2.2%減)

営業利益

△737百万円(前期は337百万円)

主力の商業分野では情報メディアの多様化による印刷物の減少などの影響があり、受注競争は激しいものとなりました。

単位：百万円



10/3期～14/3期は情報コミュニケーション事業に不動産事業、人材派遣事業など「その他」を含めていましたが、15/3期には含んでおりません。

15/3期は「その他」に新規事業などを加え、1,000百万円の売上高を計画しています。

14/3期より、従来の全社費用(13/3期期の全社費用等の実績は5,933百万円)の一部を新基準で各事業に配分しています。

一方、事業別の営業利益(損失)には、各事業に帰属しない一般管理費などの全社費用等3,644百万円を配分しておりません。

連結財務諸表

前期：2013年3月31日

当期：2014年3月31日

(単位：百万円)

連結貸借対照表

	前期	当期
資産の部		
① 流動資産	59,280	48,081
固定資産	55,684	58,058
有形固定資産	45,282	46,221
無形固定資産	3,702	2,877
投資その他の資産	6,699	8,959
資産合計	114,964	106,140
負債の部		
② 流動負債	61,144	44,812
固定負債	9,328	9,650
負債合計	70,472	54,463
純資産の部		
資本金	5,684	5,684
資本剰余金	7,355	7,355
利益剰余金	32,591	36,558
自己株式	△2,926	△2,928
その他の包括利益累計額	1,786	5,004
少数株主持分	—	1
③ 純資産合計	44,491	51,676
負債純資産合計	114,964	106,140

当期(2014年3月期)のポイント

① 流動資産

受取手形・売掛金の減少、現預金の減少などにより、流動資産は減少しました。

② 流動負債

短期借入金を4,000百万円返済したことに加え、設備未払金の減少、支払手形・買掛金の減少などにより、流動負債は減少しました。

③ 純資産

当期純利益の計上に伴う利益剰余金の増加などにより、純資産が増加しました。

連結財務諸表

前期：2012年4月1日～2013年3月31日

当期：2013年4月1日～2014年3月31日

(単位：百万円)

連結損益計算書及び連結包括利益計算書

連結損益計算書

	前期	当期
① 売上高	89,427	110,922
売上原価	83,508	93,898
売上総利益	5,918	17,024
販売費及び一般管理費	12,702	15,089
② 営業利益又は営業損失(△)	△6,783	1,935
③ 営業外収益	2,963	3,771
営業外費用	823	523
経常利益又は経常損失(△)	△4,643	5,182
特別利益	1,763	577
特別損失	2,130	608
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	△5,010	5,151
法人税等	427	1,185
少数株主損失(△)	-	△2
当期純利益又は当期純損失(△)	△5,438	3,967

連結包括利益計算書

	前期	当期
少数株主損益調整前当期純利益又は少数株主損益調整前当期純損失(△)	△5,438	3,965
その他の包括利益	944	3,206
包括利益	△4,493	7,172
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	△4,493	7,174
少数株主に係る包括利益	-	△2

連結キャッシュ・フロー計算書

	前期	当期
④ 営業活動によるキャッシュ・フロー	13,864	14,413
⑤ 投資活動によるキャッシュ・フロー	△7,206	△16,149
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4,677	△4,634
現金及び現金同等物に係る換算差額	2,221	2,951
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	4,201	△3,419
現金及び現金同等物の期首残高	19,490	23,692
現金及び現金同等物の期末残高	23,692	20,272

当期(2014年3月期)のポイント

① 売上高 ② 営業利益

デバイス事業の量産効果などにより、増収となるとともに営業利益が黒字に復帰しました。

③ 営業外収益

円安による為替差益を計上しました。

④ 営業活動によるキャッシュ・フロー

減価償却費の計上、運転資金の改善などにより、営業活動の結果得られた資金は14,413百万円となりました。

⑤ 投資活動によるキャッシュ・フロー

デバイス事業におけるフォトリソ工法の生産能力増強投資を行ったことなどにより、投資活動の結果使用した資金は16,149百万円となりました。

トピックス

2013年 日経優秀製品・サービス賞 優秀賞 日経産業新聞賞を受賞

デバイス事業の主力製品である静電容量方式タッチパネル（フォトリソ工法）が、2013年 日経優秀製品・サービス賞 優秀賞 日経産業新聞賞を受賞しました。「日経優秀製品・サービス賞」とは、1年間に日経4紙に掲載された新製品・サービスの中から約40点を日本経済新聞社が独自に選定・審査し、優れた新製品・新サービスとして表彰するものです。

受賞製品の静電容量方式タッチパネルは、ガラスより軽い材料のフィルムと、電子回路をより細くパターンニングすることが可能なフォトリソ工法の組み合わせによって生まれた、ほかにはないタッチパネルです。このタッチパネルは軽くて薄いため、スマートフォンやタブレット端末などの電子機器の薄型化、軽量化を可能とし、世界中のお客さまニーズにお応えしています。



受賞した静電容量方式タッチパネル

エフアイエスの完全子会社化について契約

2014年5月、当社はガスセンサーメーカーであるエフアイエス株式会社（兵庫県伊丹市）を完全子会社化することを発表しました。日本写真印刷を株式交換完全親会社とし、エフアイエスを株式交換完全子会社とする金銭を対価とする株式交換を行うことについて両社間で株式交換契約を締結したもので、株式交換の効力発生日は6月30日となる予定です。

これまでタッチセンサーを手掛けてきた当社は、事業・製品ポートフォリオ（構成・組み合わせ）の組み換えを進める中、新たなセンシング技術に注目しており、ガスセンサーを有望な分野のひとつとして調査を進めてきました。エフアイエスは高い技術力を有しており、ガス警報器、空気清浄機、アルコールチェッカーなどの製品を展開しています。ガスセンサーは今後、さらに幅広い用途への展開が期待されています。今後はNISSHAの有する海外販売網を活用してエフアイエスの優れたガスセンサーの販売を拡大することに加え、ガスセンサーに関する技術やノウハウを当社の固有技術である印刷技術と融合させ、新たな製品群を創出することを目指します。

エフエイトフォトスタジオを完全子会社化

2014年4月、当社は情報コミュニケーション事業における写真撮影分野の拡充を目的として、株式会社エフエイトフォトスタジオ（東京都）の全株式を取得し、完全子会社化しました。NISSHAが培ってきた文化財やデジタルアーカイブ分野での高精細撮影技術と、エフエイトフォトスタジオが有する商用写真の撮影分野での豊富な制作実績を融合し、情報コミュニケーション事業の製品・サービスの拡充を図ります。



撮影スタジオの様子

海遊館謎解きイベント、「海遊館と亡霊客船」を主催

情報コミュニケーション事業は、2014年2月～4月に海遊館（大阪市）で行われた参加型の謎解きイベント「海遊館と亡霊客船 一謎を解き亡霊客船から海遊館を守れ!」を主催しました。このイベントは、世界最大級の水族館「海遊館」を舞台に来場者自らが謎を解きながら物語を進めていく参加形式のゲームで、難易度の高い謎解きに多数のご来場のみなさまが挑戦されました。

美術展への協賛

2013年11月～2014年5月に開催された以下の美術展に協賛しました。これらの協賛活動を通じて、芸術・文化の振興に貢献しています。

- 第2回KYOTOGRAPHIE国際写真フェスティバル（京都市内各所）
- 「皇室の名品」展（京都国立近代美術館）
- 日本伝統工芸展60回記念「人間国宝展
—生み出された美、伝えゆくわざ—」（東京国立博物館）
- 「クリーブランド美術館展—名画でたどる日本の美」（東京国立博物館）
- 日本美術院再興100年特別展「世紀の日本画」（東京都美術館）
- 2014年NHK大河ドラマ特別展「軍師官兵衛」（兵庫県立歴史博物館）
- 開山・栄西禅師 800年遠忌特別展「栄西と建仁寺」（東京国立博物館）
- Bunkamura25周年記念「ミラノ ポルディ・ベッツォーリ美術館
華麗なる貴族コレクション」（Bunkamuraザ・ミュージアム／東京都）

特集 進化する海外拠点



NISSHAが米国に初めての海外拠点を設けてから40年余りが経ちました。この間、NISSHAの事業内容は大きな広がりをみせましたが、その一方で市場環境はますます変化の速度を増しています。今回の特集では、海外拠点の最新の取り組みをみなさまにご紹介します。

■ 海外展開の道のりとこれからの役割

1929年(昭和4年)に京都で創業し、日本全国への事業展開を志して社名に「日本写真印刷」と掲げたNISSHA。その後、高級美術印刷から紙以外への印刷に主力事業が移り変わり、志向する市場も国内から世界へと広がりました。現在では海外向けの売上高が国内向けを大きく上回っています(図1)。また社員に目を向けても、Nisshaグループの3割以上が海外で働いています(図2)。



(図1)売上高の構成



(図2)地域別の社員構成

Nissha初の海外拠点は、1971年(昭和46年)に開設したニューヨークの営業所です。1979年(昭和54年)には香港に営業所が開設され、これ以降、海外に設置された営業拠点が海外市場の開拓に大きな役割を果たすようになりました。Nissha初の海外生産拠点は1995年(平成7年)にマレーシアに誕生しました。これは当時主要なお客さまであった国内家電メーカーが生産を海外へシフトさせるなか、当社も工程の一部を海外に移して対応したものです。

21世紀に入り、NISSHAの技術が海外の大手携帯電話メーカーなどに注目されるようになると、当社は「お客さまの近くで仕事をする」という考え方を大原則に、グローバル展開を加速させていきました。NISSHAは、お客さまの満足を第一に掲げ、お客さまが量産工法やサプライヤーの決定を行う地域に営業拠点を設置し、お客さまのニーズに一番乗りで対応することを目指しました。また、お客さまの生産活動やサプライチェーンの構築に貢献できる最適な地域に生産拠点を置き、迅速な製品供給を可能とする体制を構築

していきました。

現在のNissha海外拠点は、このような既存製品の拡販や既存のお客さまのサポートから、もう一歩先へと歩み始めています。これは、NISSHAが第4次中期経営計画(2013年3月期から2015年3月期までの3カ年計画)で事業や製品のポートフォリオの組み換えを目指していることと深く関係しています。「組み換え」を促進する以上、これまでの延長線上にはない新たな取り組みが必要になります。こうしたなか、海外拠点が果たすべき役割は大きく二つあるものと考えています。一つは、海外の現地主導で製品のラインナップやサプライチェーンを充実させて、NISSHAの技術が浸透していない地域に事業展開を図る「地域に根差した市場の開拓」を進めることです。そしてもう一つは、日本にはまだ伝播していないような最先端の技術やトレンドを取り入れ当社の固有技術と融合させるために「次世代技術を探求」することです。このどちらにおいても、市場やお客さまと現地で直接向き合っている海外拠点は大きな役割を期待されているのです。

地域に根差した市場の開拓

NISSHAはこれまでノートパソコン、携帯電話などの消費者・エレクトロニクス分野を主力市場としてきましたが、今後は需要変動が大きなこうした分野に依存することのない、バランスの取れた市場ポートフォリオの構築を目指しています。画一的な製品普及が進みやすい消費者・エレクトロニクス分野と比較して、衣・食・住など生活に関わる製品の多くは、現地の文化や生活様式、サプライチェーンに合わせた事業展開が求められます。

■ 現地型の営業も行う生産拠点

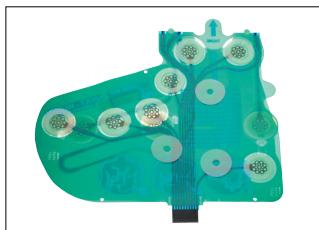
マレーシアの現地法人Southern Nissha Sdn. Bhd.(サザンニッシャ/当社子会社)は、長らく産業資材事業の成形工程を担ってきました。現在、Southern Nisshaはこれまでの生産拠点としての役割に加えて、新たに営業部門を配備し、現地ならではのニーズを取り込むとともに、現地で完結するバリューチェーンの構築を目指しています。成長が期待される東南アジアにおいて、新たな市場を切り拓くことが期待されています。



Southern Nissha 外観

■ 北中米の市場を切り開くためのM&A

北中米地域でも新たな取り組みが始まっています。2014年2月、Nissha USA, Inc.(ニッシャ・ユーエスエー/当社子会社)が米国のボストン近郊にある転写箔メーカーを買収して、Si-Cal Technologies, Inc.(サイカル・テクノロジーズ)を設立しました。この会社ではNISSHAとSi-Calの転写箔に関する技術を融合し、北中米地域の現地需要を掘り起こすほか、医療向けのセンサーフィルムなどを手掛けており、NISSHAは新たな分野への参入を目指しています。



Si-Calは医療向けセンサーフィルムなどを提供

次世代技術を探求

NISSHAは中期経営計画で「印刷技術の新領域を切り拓く」ことを掲げています。印刷技術には無限の可能性があるとNISSHAは考えています。「新領域を切り拓く」ためには、自社での技術開発に加えて、社外から新たなコア(中核)技術を取り入れ、当社の印刷技術の幅を広げることも重要です。

■ 真のお客さまニーズと向き合う営業拠点

NISSHAはお客さまの一つ一つの製品に合わせて仕様をカスタマイズした「特注品」を提供しているため、もともとお客さまとの距離の近さが強みでした。これまではノートパソコンや携帯電話の次年度モデルのトレンドなどをいち早く捉え技術提案をすることによって、事業を拡大してきました。しかし今日、これらの製品は汎用化・低価格化が進んでいます。こうしたことを受けて各地の営業拠点では、まだ世界の誰も見たことのない新たな製品や新たな価値を生み出せるような取り組みを加速させています。それには市場への先見性やこれを見越した技術開発が必要です。近年リサーチオフィスと呼ばれる海外拠点を設けたことは、このための取り組みの一つです。



米国のオフィスの様子

■ 米国・英国で先端技術を探求するリサーチオフィス

産業・市場調査を行うリサーチオフィスは、米国のボストンと英国のケンブリッジにあります。これらの地域は世界の先端技術や最先端のトレンドが集まる場所。ここにトレンドに敏感な社員が駐在して、新たな技術開発テーマの探求を行うとともに、NISSHAが取り入れるべき海外の先端技術についても調査しています。未来のNISSHAの技術を探る取り組みは続きます。

会社概要

商号	日本写真印刷株式会社
創業	1929年10月6日
設立	1946年12月28日
資本金	56億8,479万円
社員数	単体837人、連結3,383人(2014年3月31日現在)
拠点数	国内(関係会社含む)12カ所 海外(現地法人含む)22カ所

役員 の 状 況 (2014年6月20日現在)

取締役	代表取締役社長 兼 最高経営責任者	鈴木 順也
	取締役	橋本 孝夫
	取締役	西原 勇人
	取締役	辻 良治
	取締役(社外)	久保田民雄
	取締役(社外)	小島 健司
監査役	取締役(社外)	野原佐和子
	常勤監査役	小西 均
	常勤監査役	野中 康朗
	監査役(社外)	中野 淑夫
	監査役(社外)	桃尾 重明

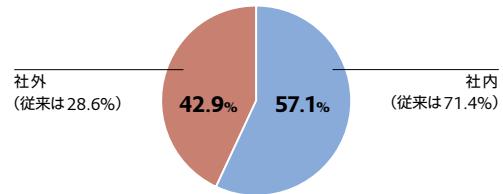
執行役員	専務執行役員 兼 最高技術責任者	橋本 孝夫
	専務執行役員	加藤 精彦
	常務執行役員 兼 最高生産責任者	柴田 卓治
	常務執行役員 兼 最高財務責任者	西原 勇人
	常務執行役員	伊藤 壽幸
	上席執行役員	井ノ上大輔
	上席執行役員	今村 利一
	上席執行役員 兼 最高品質責任者	山口 秀則
	上席執行役員 兼 最高情報責任者	青山 美民
	上席執行役員	岸 圭司
	執行役員	三田村正幸
	執行役員	成田 健介
	執行役員	面 了明
	執行役員	村瀬 俊司
	執行役員	江口 利明

■ 取締役会の体制変更について

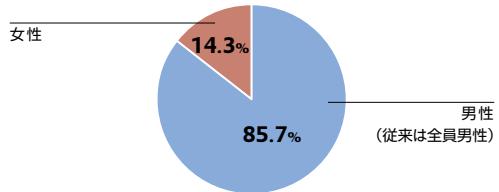
2014年6月20日、社外取締役1人を新たに選任し、7人のうち3人を社外取締役に占める体制となりました。また、当社初の女性役員の登用となりました。

当社では、より透明性の高いコーポレート・ガバナンス体制のもとで長期的な企業価値の向上を図ってまいります。

取締役会の構成(社内外別)



取締役会の構成(男女別)



新任取締役 野原 佐和子

2001年12月～
株式会社イブシ・マーケティング研究所 代表取締役社長

2009年11月～
慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科特任教授

2013年6月～
NKJSホールディングス株式会社 社外取締役

株式の状況

(2014年3月31日現在)

発行可能株式総数	180,000,000株
発行済株式の総数	45,029,493株
株主数	10,207人

大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
TAIYO FUND, L.P.	4,255	9.45
鈴木興産株式会社	2,563	5.69
明治安田生命保険相互会社	2,341	5.20
株式会社みずほ銀行	2,076	4.61
株式会社京都銀行	1,442	3.20
TAIYO HANEI FUND, L.P.	1,350	3.00
ビクテランドシーヨーロッパエスエー	1,026	2.28
ニッシャ共栄会	1,012	2.25
DIC株式会社	905	2.01
王子ホールディングス株式会社	894	1.99

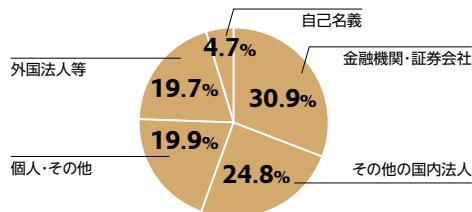
(注) 1.自己株式2,115千株は除外しています。

2.株式会社みずほ銀行の所有株式は、同行が退職給付信託の信託財産として拠出しているものです。(株主名簿上の名義:みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 みずほ銀行口 再信託受託者 資産管理サービス信託銀行株式会社)

3.ニッシャ共栄会は、当社の取引先持株会です。

4.DIC株式会社の所有株式は、同社が退職給付信託の信託財産として拠出しているものです。(株主名簿上の名義:日本マスタートラスト信託銀行株式会社(退職給付信託口-DIC株式会社口))

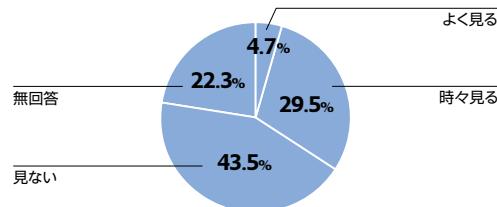
所有者別状況(保有株式数比率)



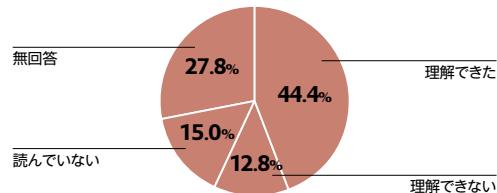
株主さまアンケート結果のご報告

2013年12月、「ビジネスレポート 第95期中間報告書」に同封して実施したアンケートの結果の一部をご紹介します。701人の株主さまからご回答いただきました。ご協力ありがとうございました。

■ 当社Webサイトの利用状況



■ ビジネスレポートのわかりやすさ



株主のみなさまに会社の戦略や業績の状況をわかりやすくお伝えできるよう、努めてまいります。今回もアンケートを同封しておりますので、IR活動へのご要望などもぜひお聞かせください。ご協力よろしくお願い申し上げます。

株主メモ

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
基準日	定時株主総会の議決権 3月31日 期末配当 3月31日 中間配当 9月30日

株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関 東京都中央区八重洲1-2-1 みずほ信託銀行株式会社

株主名簿管理人事務取扱場所 東京都中央区八重洲1-2-1 みずほ信託銀行株式会社 本店証券代行部

証券会社の口座で株式をお持ちの場合 特別口座に記録された株式をお持ちの場合

郵便物送付先 お取引の証券会社 〒168-8507 東京都港区和泉2-8-4 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部

電話お問い合わせ先 ※未払配当金の支払い、支払明細発行については、特別口座の場合と同じ郵便物送付先:電話お問い合わせ先・お取り扱い店をご利用ください。なお、未払配当金の支払いにつきましては、株式会社みずほ銀行の本店および全国各支店にもお問い合わせいただけます。

お取り扱い店 **みずほ証券株式会社**
本店、全国各支店および営業所
プラネットブース(みずほ銀行内の店舗)
みずほ信託銀行株式会社
本店および全国各支店

ホームページアドレス <http://www.mizuho-tb.co.jp/daikou/>

単元株式数 100株 単元未満株式(100株に満たない株式)の買増および買取の請求を取り扱っています。お手続きは、お取引の証券会社(特別口座に記録された株式をお持ちの場合は口座管理機関のみずほ信託銀行)にお申し付けください。

公告方法 電子公告 (<http://www.nissha.com>) ただし、やむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います。

上場証券取引所 東京(証券コード:7915)

決算発表予定(2015年3月期)

第1四半期:2014年8月上旬 第2四半期:2014年11月上旬 第3四半期:2015年2月上旬 通期:2015年5月上旬~中旬



Webサイトのご案内

<http://www.nissha.com>

IR情報ページでは、決算・財務関連や株式関連などのさまざまな情報をご覧いただけます。

IR情報ページ <http://www.nissha.com/ir/>



Eメール配信サービス

Eメールアドレスなどをご登録いただいたみなさまに、最新のニュースやWebサイトの更新情報などをお知らせいたします。

IR情報に関するお問い合わせ

日本写真印刷株式会社

経営企画部 IRグループ

〒604-8551 京都市中京区壬生花井町3
tel.075-811-8111(大代表)

ご注意

このBusiness Reportに掲載されている情報のうち業績の目標、計画、見通し、戦略、その他過去の事実ではない情報については、現時点で入手可能な情報に基づいて当社の経営者が合理的と判断したもので、リスクや不確実性を含みます。実際の業績は、経済動向、市場需要、為替の変動などさまざまな要因によって大きく変わる可能性がありますことをご承知おきください。

このBusiness Reportに掲載されている業績に関する記述は、特に注記がない限り、全て連結ベースとなっています。