

平成 28 年 8 月 26 日

各 位

会 社 名 三 浦 印 刷 株 式 会 社  
代表者名 代 表 取 締 役 社 長 原 知 己  
(コード番号 7920 東証第二部)  
問合せ先 取 締 役 管 理 部 担 当 森 澤 威  
(TEL 03-3632-1111)

## 『中期経営計画（2016－2018 年度）』の策定について

当社は、このたび 2017 年 3 月期を初年度とする中期経営計画を策定いたしました。以下その内容の概略をここに公表させていただきます。なお、中期経営計画の詳細につきましては、別添の『中期経営計画（2016-2018 年度）REBORN』をご参照ください。

### 1. 当社グループを取り巻く経営環境

#### (1) 印刷事業

印刷事業は中長期的には紙媒体への需要は今後も減少することが予想されるものの、商業印刷市場の縮小幅は下げ止まり傾向となっており、カタログ、DM 市場は持ち直す動きが見られます。また、お客様の動向としては、入札制度の導入や紙媒体への広告宣伝費の圧縮などコスト面ではなお厳しい状況です。さらに競合としては、積極的な設備投資、M&A などにより規模の拡大によるコスト低減を目指す動きもみられます。

#### (2) 駐車場事業・不動産事業

当社グループが事業を展開する首都圏の駐車場マーケットは、東京オリンピックに向けた需要を契機に供給不足が続くものと見込まれています。もっとも都市部では新規案件獲得における競合も厳しく、また解約リスクも存在します。

一方、当社の不動産事業につきましては、賃貸マンションが中心であり、賃料相場は堅調なものの上昇を期待することは難しく、今後は安定した収益が見込まれます。

### 2. ミッションと事業ドメイン

#### (1) 三浦印刷グループのミッションステートメント

**「お客様に喜びと感動」を提供し、そこから生まれた価値をすべてのステークホルダーと分かち合い、100 年企業になる。**

このミッションの下で、「失敗を恐れず、成功に驕らない」「如何なる困難も組織力で乗り越える」「すべてにおいて期待の上をいく仕事をする」ということを実践し、収益力の高い事業の展開を目指します。中長期の目標としては、営業利益率 10%に挑戦いたします。

## (2) 事業ドメイン

当社グループの事業ドメインは印刷事業であり、情報加工サービスをコアに「情報文化をデザインする」ことを目指してまいります。

## 3. 中期経営計画

### (1) 基本方針

#### ① 印刷事業、駐車場事業

- ・「内部改革」の実行により価格競争力を強化し、
- ・「持続的な成長」と「企業価値向上」を目指す

#### ② 不動産事業

- ・効率的な運営で安定した収益基盤を確立する

### (2) 数値計画

(単位：百万円)

|        | 平成 28 年 3 月期<br>＜実績＞ | 平成 29 年 3 月期<br>＜予想＞ | 平成 30 年 3 月期<br>＜計画＞ | 平成 31 年 3 月期<br>＜計画＞ |
|--------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 売上高    | 12,004               | 12,000               | 12,100               | 12,200               |
| 営業利益   | 516                  | 700                  | 820                  | 940                  |
| 営業利益率  | 4.3%                 | 5.8%                 | 6.8%                 | 7.7%                 |
| 経常利益   | 506                  | 700                  | 820                  | 940                  |
| 当期純利益  | 379                  | 480                  | 560                  | 640                  |
| EPS（円） | 11.9                 | 15.0                 | 17.5                 | 20.0                 |
| ROE    | 5.6%                 | 6.8%                 | 7.6%                 | 8.3%                 |
| 配当性向   | 33.6%                | 40～50%               |                      |                      |

### (3) 戦略テーマ

#### ① 印刷事業構造の再構築による「収益力の強化」

- ・売上施策：既存市場深耕・新規市場開拓の両軸で、組織的な営業活動を推進する
- ・営業利益増大施策：収益構造の再構築により「競争優位性」を高め、利益率向上を実現する

#### ② 企業価値向上を目指した「経営基盤の整備」

事業戦略推進のための組織体制や仕組みを整備する

以上

# 中期経営計画 2016-2018年度

**R**EBORN リ・ボーン

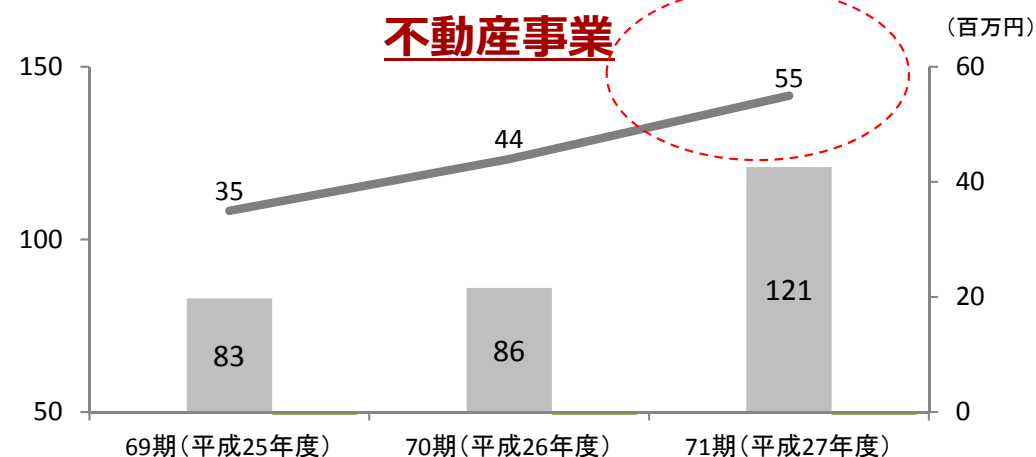
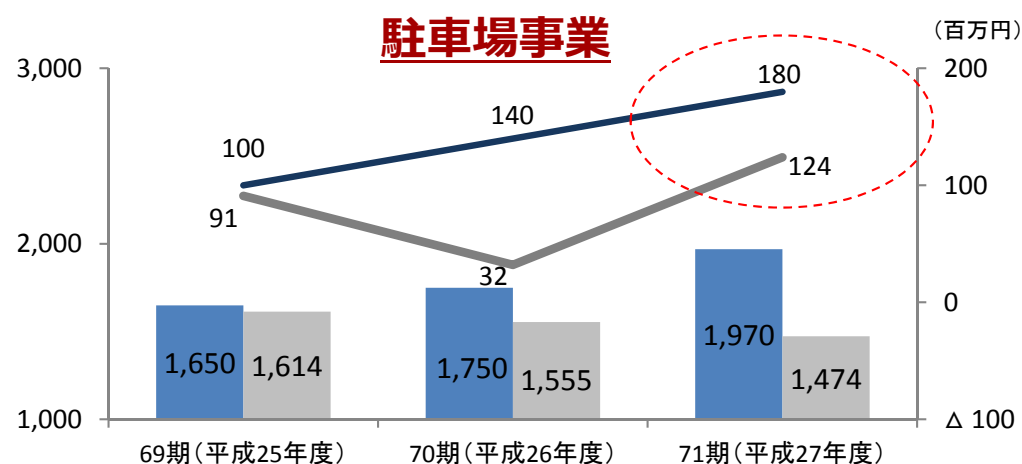
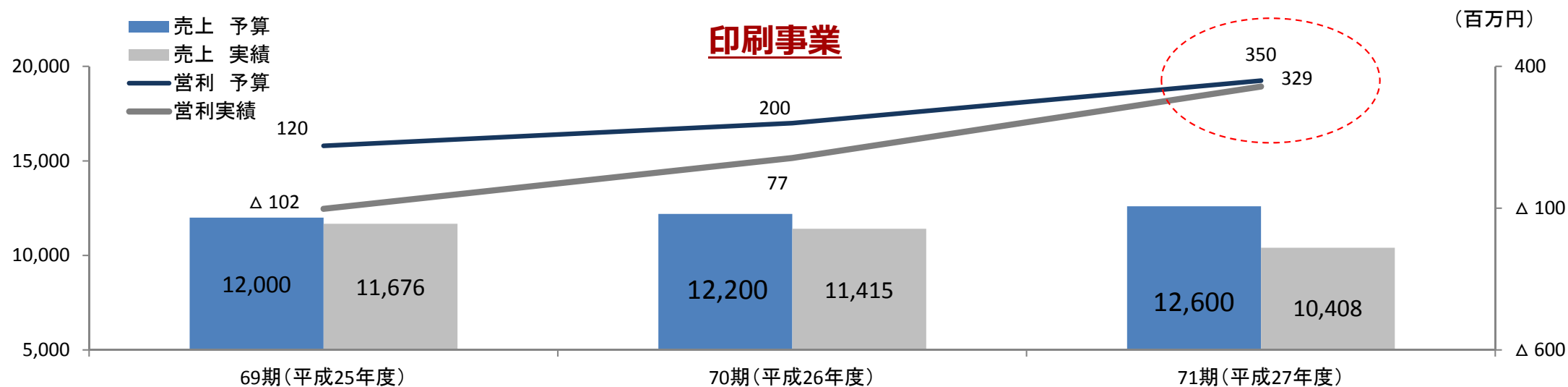
 三浦印刷株式会社

[東証二部 7920]

1. これまでの振り返り みんなの中計の業績推移と総括
2. 当社グループを取り巻く経営環境
3. ミッションステートメント
4. 事業ドメイン
5. 中期経営計画 基本方針
6. 数値計画
7. 戦略テーマ
8. 戦略テーマ1 「収益力の強化」(印刷事業)
9. 戦略テーマ1 「収益力の強化」(駐車場事業)
10. 戦略テーマ2 「経営基盤の整備」
11. 将来見通しに関する注意事項

# 1.これまでの振り返り みんなの中計の業績推移と総括

印刷事業は構造改革効果で営業利益が増加したが、売上拡大が課題  
駐車場事業は新規事業地開拓が伸び悩み売上・営業利益ともに計画未達



## 2.当社グループを取り巻く経営環境

印刷事業は中長期的には紙媒体への需要の減少は継続傾向  
駐車場事業は東京オリンピック需要を契機に供給不足が続く

### 市 場

- 紙媒体への予算削減により市場規模が縮小
- 商業印刷市場の縮小幅下げ止まり傾向
- カタログ、DM市場に持ち直しの動き
- 電子書籍の増加、小ロット化の加速
- デジタルプリント市場の拡大傾向
- 駐車場:マクロ的には、駐車場の供給不足
- 駐車場・不動産:東京オリンピックに向け活況

### 顧 客

- 主力得意先による入札制度の導入
- 印刷ネット通販の定着による厳しいコスト意識
- 商品のオンライン化に伴う定期案件の縮小
- 広告宣伝費圧縮に伴う単価下落傾向
- 媒体の多様化と広告代理店の印刷需要減少
- 駐車場:都市部の競争激化と解約リスク

### 競 合

- 積極的な設備投資、M&Aによる事業拡大
- マイナンバー制度開始を契機とした大手・中堅印刷会社によるBPO事業への参入
- 海外観光客の増加、インバウンド事業の強化
- 徹底した内製化による利益率の向上
- 駐車場:カーシェアリング事業の単独黒字化

### 自 社

- 製本加工・物流子会社合併によるワンストップサービスの充実
- 部門別採算等、管理会計の精度向上
- 内製強化による収益性の向上
- 新規得意先開拓に向けた営業力不足
- 駐車場:厳格な事業地評価による収益の改善
- 不動産:賃貸マンションの稼働堅調で安定収入

### 3. ミッションステートメント

#### 三浦印刷グループのミッションステートメント

**「お客様に喜びと感動」を提供し、  
そこから生まれた価値をすべてのステークホルダーと  
分かち合い、100年企業になる**

- ・ 失敗を恐れず、成功に驕らない
- ・ 如何なる困難も組織力で乗り越える
- ・ すべてにおいて期待の上をいく仕事をする
- ・ 営業利益率10%に挑戦する



**これが当社の「目指す企業像」**

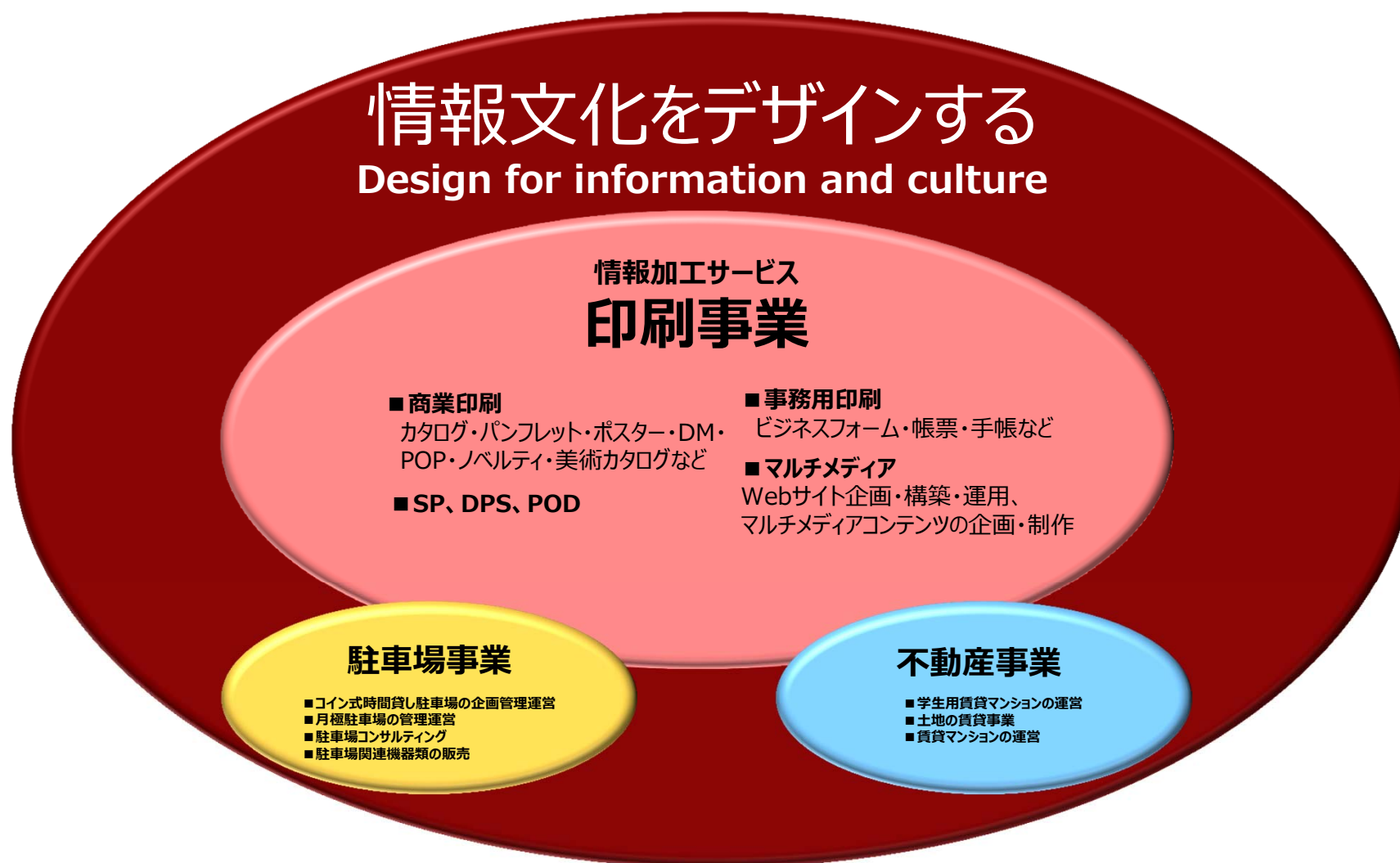
信条・理想

果たすべき使命

ゴールイメージ

価値判断基準

# 情報加工サービスをコアに「情報文化をデザインする」



- ・情報：印刷事業を情報加工サービスと捉え、当社グループのコアビジネスと位置づけています。
- ・文化：駐車場事業、不動産事業を街づくりと捉え、人々の暮らしを支える文化活動として位置づけています。

印刷事業、駐車場事業は  
「**内部改革**」の実行により**価格競争力**を強化し、  
「持続的な成長」と「企業価値向上」を目指す  
不動産事業は  
効率的な運営で安定した収益基盤を確立する

### ①マインドチェンジ

課題

- ・理念浸透
- ・社内外研修
- ・人事制度改革

### ②スキーム作り

課題

- ・計画生産
- ・基幹システム刷新
- ・部門別採算

### ③新たな施策

課題

- ・設備投資
- ・業務提携
- ・M&A

## 6.数値計画（連結）

### 連結 売上・利益

（百万円）

|         | 71期<br>(平成27年度)<br>＜実績＞ | 72期<br>(平成28年度)<br>＜予想＞ | 73期<br>(平成29年度)<br>＜計画＞ | 74期<br>(平成30年度)<br>＜計画＞ |
|---------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| 売上高     | 12,004                  | 12,000                  | 12,100                  | 12,200                  |
| 営業利益    | 516                     | 700                     | 820                     | 940                     |
| 営業利益率   | 4.3%                    | 5.8%                    | 6.8%                    | 7.7%                    |
| 経常利益    | 506                     | 700                     | 820                     | 940                     |
| 当期純利益   | 379                     | 480                     | 560                     | 640                     |
| EPS (円) | 11.9                    | 15.0                    | 17.5                    | 20.0                    |
| ROE     | 5.6%                    | 6.8%                    | 7.6%                    | 8.3%                    |
| 配当性向    | 33.6%                   | 40～50%                  |                         |                         |

### 三浦印刷グループ中計2016-2018 戦略テーマ

## 1 印刷事業構造の再構築による「収益力の強化」

### ① 「売上」施策

既存市場深耕・新規市場開拓の両軸で、組織的な営業活動を推進する

### ② 「営業利益」増大施策

収益構造の再構築により「競争優位性」を高め、利益率向上を実現する

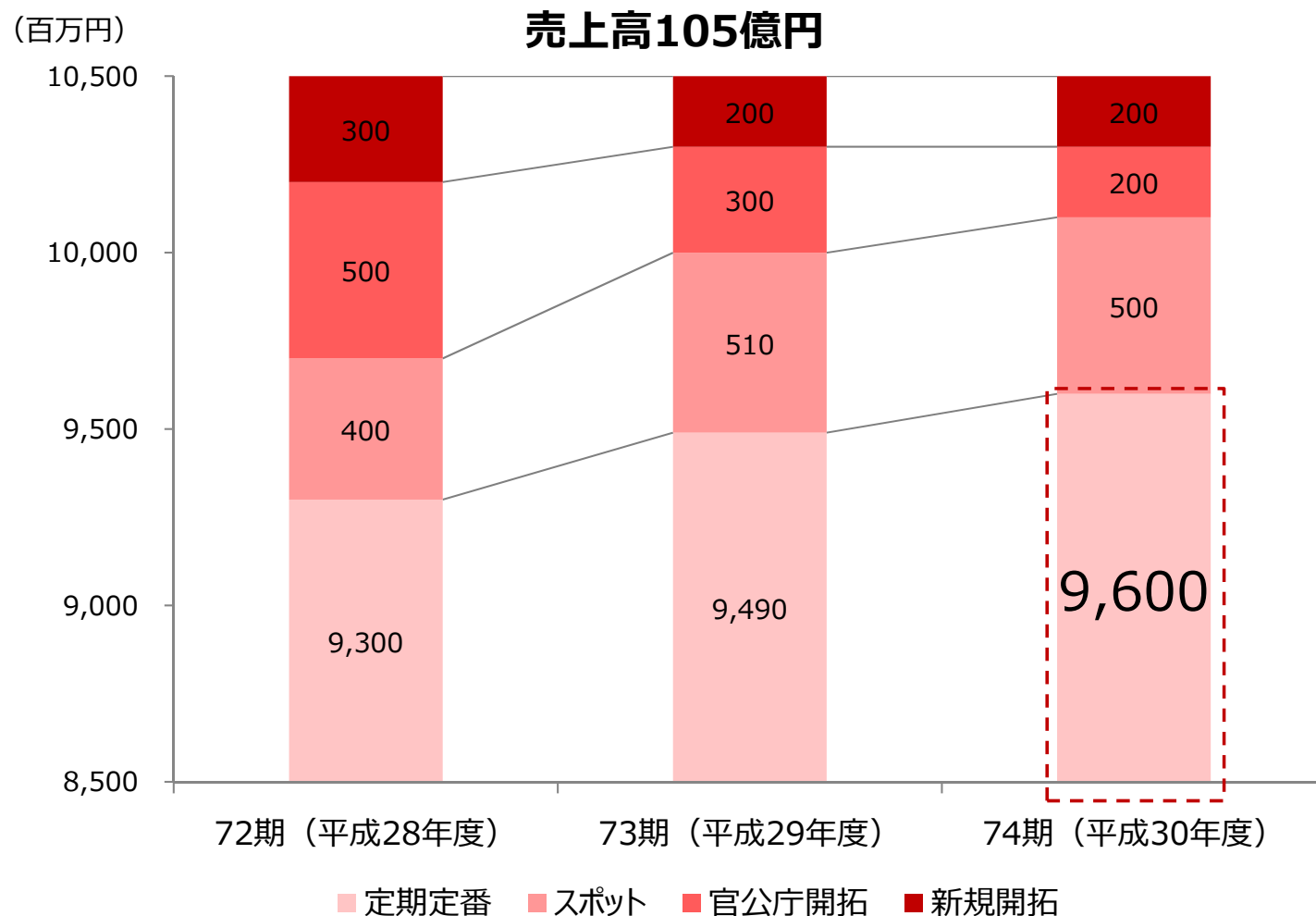
## 2 企業価値向上を目指した「経営基盤の整備」

## 8.戦略テーマ1 「収益力の強化」

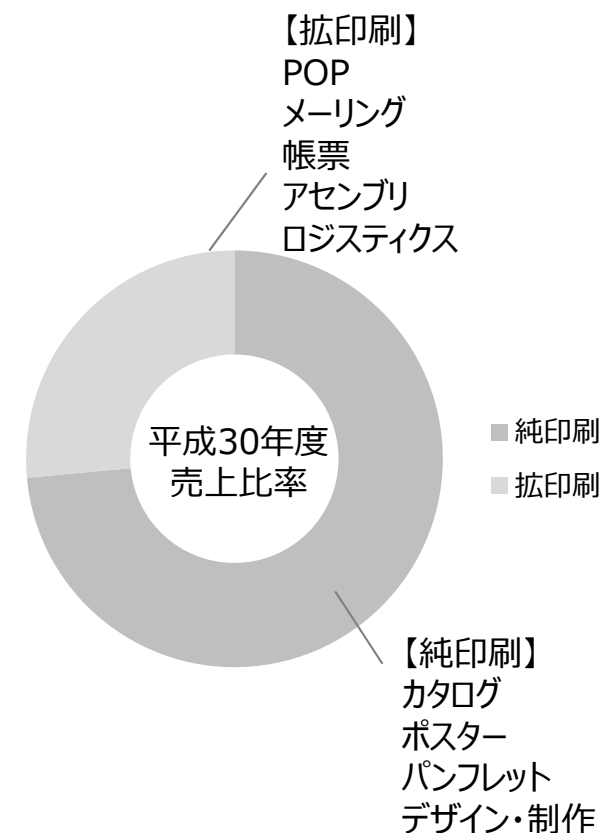
## <印刷事業>

### ① 「売上」施策

厳しい経営環境を踏まえトップラインは水平計画。純印刷を中心とした既存先の定期定番の割合を拡大し安定した収入基盤を構築。



セグメント売上構成  
純印刷70% 拡印刷30%



### ① 「売上」施策

#### 定期定番、スポット、新規

##### 定期定番の定着率・ 定番化率を高める

- ・既存先の分類とカテゴリ別戦略の実践
- ・顧客戦略台帳による得意先への戦略的アプローチ
- ・管理ツールの体系化と適正活用によるマネジメント強化

##### スポット案件の 増加・拡大

- ・S P体制強化による対応力の向上
- ・Web系販促支援パッケージソリューション「ミウラの缶」拡充
- ・個人別売上予算の徹底とインセンティブ導入

##### 新規先の範囲拡大と 選択集中

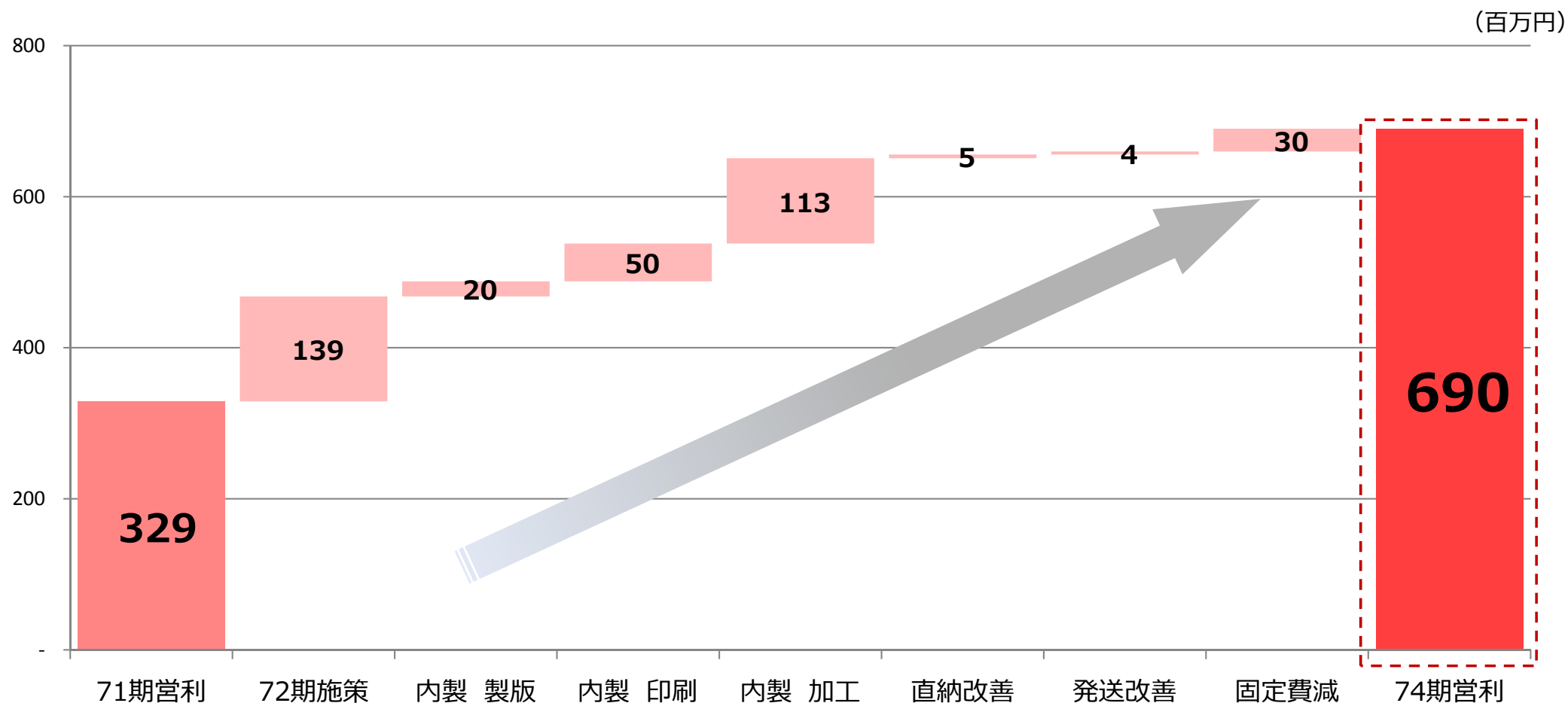
- ・蓄積データに基づくマーケティング強化
- ・全件見積システム活用による適正価格設定
- ・新市場開拓先の育成、既存化

## 8.戦略テーマ1 「収益力の強化」

## <印刷事業>

### ② 「営業利益」増大施策

品質管理、生産性向上、計画生産、物流改革等の取り組みにより  
印刷事業の営業利益率6.6%を計画



M&A施策は追加施策のため利益計画には含まない。

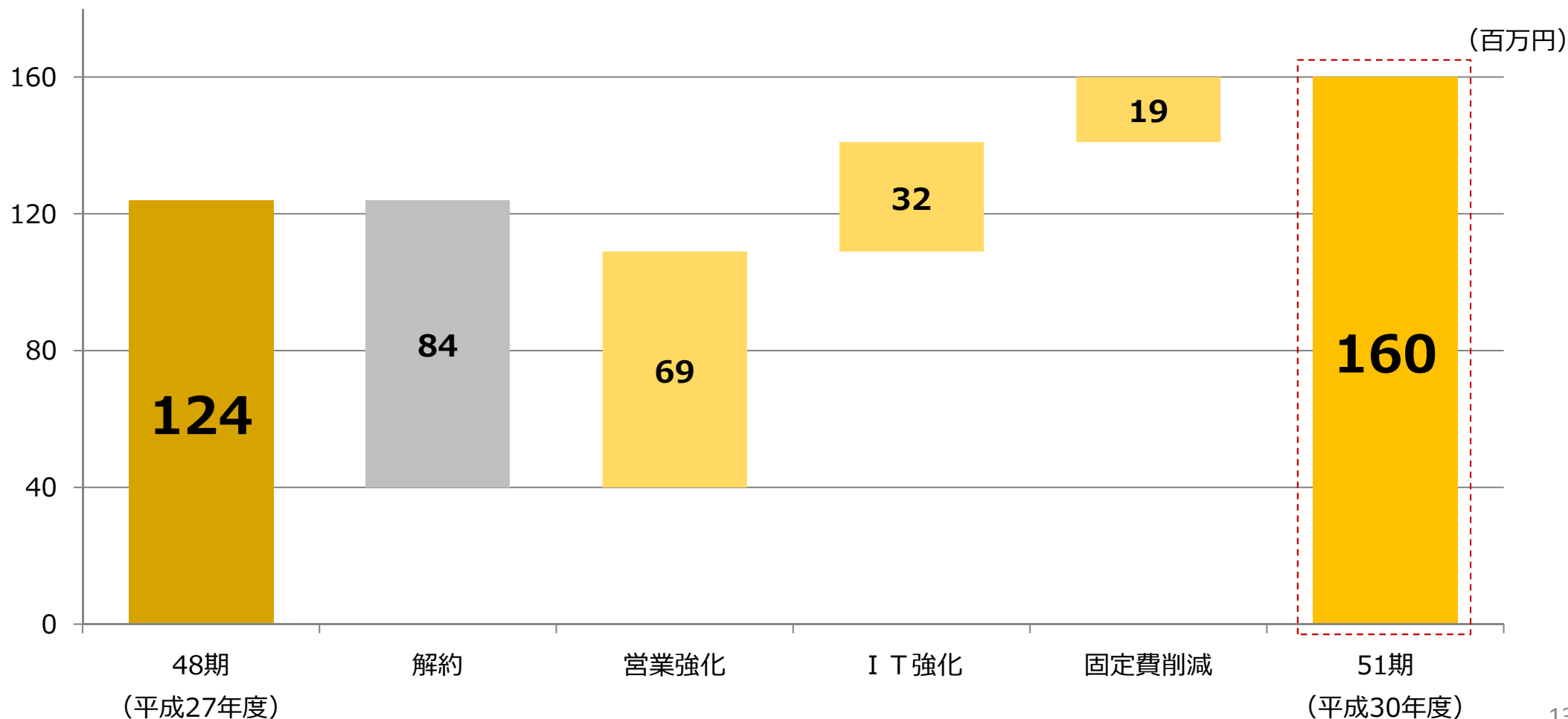
### ② 「営業利益」増大施策

#### 生産管理、生産性向上、品質管理、物流改革

|       |                                                                                                                             |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 計画生産  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・基幹システムの刷新による効率化推進</li> <li>・売上予測に基づく早期生産システムの構築</li> <li>・受注に合わせた働き方への転換</li> </ul> |
| 生産性向上 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・生産機単位のKPI設定</li> <li>・XMFリモート導入によるワークフロー改善</li> </ul>                               |
| 品質管理  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・検査体制の強化</li> <li>・色調管理強化</li> <li>・事故防止強化</li> </ul>                                |
| 物流改革  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・直納積載率の向上</li> <li>・発送単価の改善</li> <li>・物流作業フロー再構築</li> </ul>                          |

### ② 「営業利益」増大施策

駐車場事業の拡大・展開強化により、営業力強化等の施策を推進し、平成30年度160百万円の営業利益を確保する



### ② 「営業利益」増大施策

#### 駐車場事業の営業力強化、ターゲット用地の拡大、I T 活用の有効活用

##### 営業力強化

- ・新規開拓に注力した営業体制の強化
- ・優良事業地の開拓、インセンティブ制度
- ・業務課による事業地運営サポート体制強化

##### ターゲット拡大

- ・営業活動エリアの拡大（首都圏のパーク&ライド、名古屋市外）
- ・マンション建設予定地等、期間限定の新規事業地開設

##### IT活用

- ・遠隔管理システムによるタイムリーな料金変更
- ・遠隔管理システムの3G通信対応による顧客サービス向上  
（スマートデバイス決済、ナビ・地図アプリ連携等）
- ・営業支援システムによる営業活動の効率化

## 10.戦略テーマ2 「経営基盤の整備」

### 2 企業価値向上を目指した「経営基盤の整備」

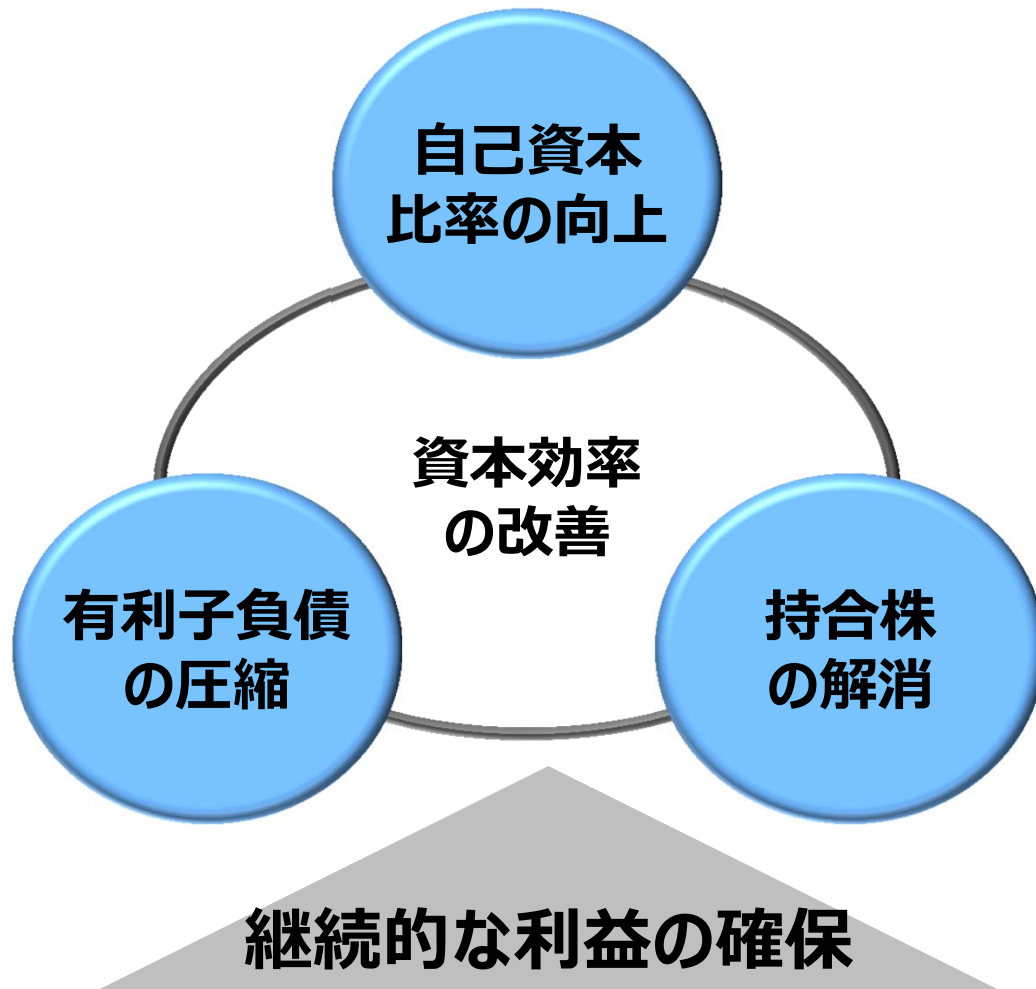
#### 事業戦略推進のための組織体制や仕組みを整備する

|           |                                                                                                                                       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ①財務基盤の構築  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・資本効率の改善</li> <li>・株主還元</li> <li>・戦略的投資</li> </ul>                                             |
| ②株主還元     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・積極的な利益還元</li> <li>・株価上昇と配当の増額により魅力のある投資先へ</li> </ul>                                          |
| ③コンプライアンス | <ul style="list-style-type: none"> <li>・コンプライアンス体制・プログラムの制定、運用</li> <li>・コーポレート・ガバナンスへの取り組み</li> <li>・内部統制環境の整備</li> </ul>            |
| ④業績管理の徹底  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・部門別採算制度の推進</li> <li>・週次、月次単位の業績管理運用</li> <li>・日次単位の課題共有と改善対応</li> <li>・全件見積システムの運用</li> </ul> |
| ⑤意識改革     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ミッションステートメントの制定</li> <li>・製販合同朝会の実施</li> <li>・全社方針説明会の開始</li> </ul>                           |
| ⑥人事制度の改正  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・等級制度</li> <li>・評価制度</li> <li>・給与体系／報奨制度</li> </ul>                                            |
| ⑦人材育成     | <ul style="list-style-type: none"> <li>・外部講師による若手社員向けマインド研修</li> <li>・管理職向けマネジメント研修</li> <li>・法務、財務、簿記、KPI研修</li> </ul>               |

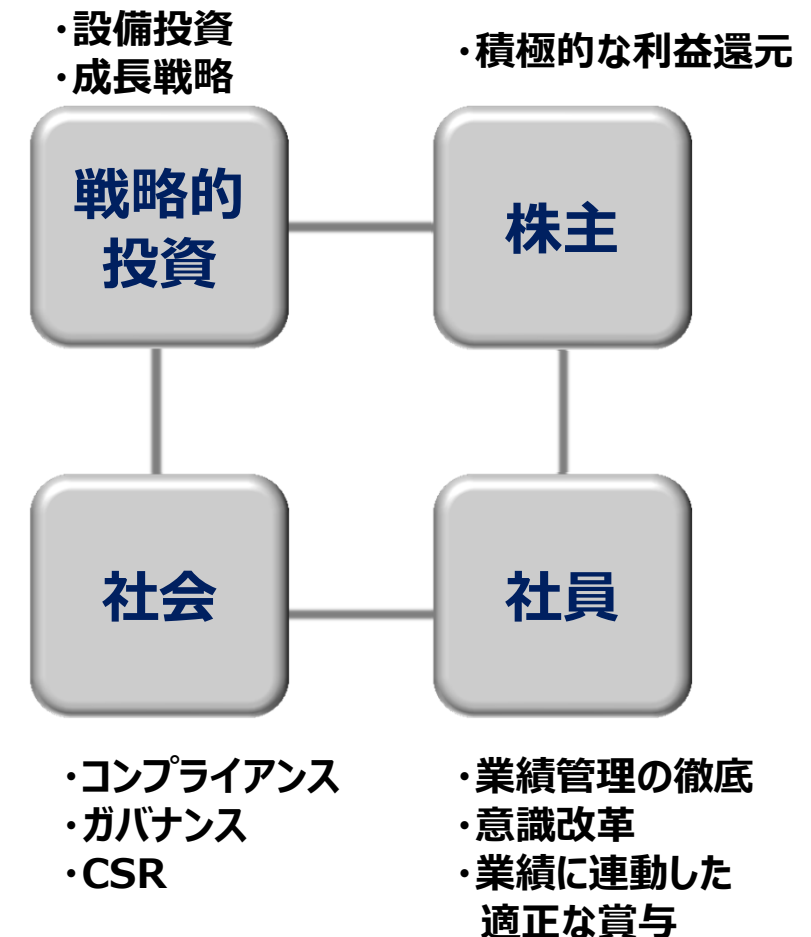
## 10.戦略テーマ2 「経営基盤の整備」

### 2-① 財務基盤の構築

継続的な利益の確保  
更なる業績改善による自己資本の充実



利益の適正分配  
ステークホルダーへの貢献



## 10.戦略テーマ2 「経営基盤の整備」

### 2-② 設備投資、M&A等成長戦略

競争力を高めるためシナジー効果ある事業領域をベースに、顧客動向を見据え、M&Aを含めた成長戦略に取り組む

**領域・顧客**

×

**展開・強化**

紙・印刷

WEB・拡印

既存顧客

新規顧客

人材採用

設備投資

業務提携

M&A

シナジー効果のある事業領域の選択／  
市場構造と顧客動向調査

ターゲット事業へのアプローチ方法検討／  
自社強化、他社活用

## 11.将来見通しに関する注意事項

本資料における業績予想および将来予測に関する記述は、現時点で入手された情報に基づき当社グループが判断した予想であり、今後の事業環境により、実際の業績が異なる場合がありますことをご承知おきください。

本資料の内容に関するお問い合わせ先  
三浦印刷株式会社 経営企画課  
TEL：03-3632-1113