

2024～2026 中期経営計画

2024年6月
カワセコンピュータサプライ株式会社

1. 経営理念・経営方針・施策の概要

- 経営理念

コミュニケーション創造企業へのドメインチェンジ

- 経営方針

「オンデマンドプリント+オンデマンド封入+高セキュリティ」による最高クオリティ紙通知の提供

- 施策

「金融機関を中心とした既存民間ユーザー」と「大きな開拓の余地を残す官公庁市場」の拡販を業容拡大の両輪とする

1. 経営理念（当社の本質的な価値） ➡ コミュニケーション創造企業

印刷事業者（アナログ）からコミュニケーション創造企業（デジタル）へのドメインチェンジを推し進め企業価値の持続的な向上に努めて参ります。

これまでに培った紙と情報処理の複合サービスにIT技術を融合し、お客様がお伝えしたい情報を「適切」に「安全」に「スピーディー」に「リーズナブル」にお届けし、お客様とそのお客様をこれまでになく密接な関係に近づけ人と人をつなぐことにより、お客様と共に社会・経済価値を創造できる企業を目指します。

- 電子化普及により大切な情報の「希薄化する・見過ごされる・捨てられる・取り残される（情報の入手において不利な環境にいる人）・消えてしまう（意図せず削除・停電・バックアップできず…）、電子計算機使用詐欺（フィッシング詐欺、クリック詐欺、なりすましメール・SMSなど）」が懸念されています。当社が作成する通知物はこのような問題を防ぐことができます。
- 当社が作成する通知物は「高開封率・直接手に取ってもらえる・受領者のデジタル環境に頼らない人と社会の関係性の維持が可能」をメリットとしています。紙通知の価値をさらに高めることが市場性につながると考えています。

2. 経営方針

- ・ 「オンデマンドプリント+オンデマンド封入+高セキュリティ」により紙通知市場並びに周辺市場への最高付加価値を提供
- ・ 周辺BPO企業（CRMマーケティング、コールセンター、人材派遣、データ入力等）とのパートナーシップ強化による協業

3. 施策

①印刷：マクロ的には市場の縮小が予想されるがプロフェッショナルとして残存者利益を享受

②情報処理：官公庁及びその関連団体案件は当面底堅く維持と予測・シェア拡大

依然大きな当社売上高を維持する金融機関及び民間企業へ最新の価値提案を行う

③周辺BPO企業とのパートナーシップ協業の強化（当社+パートナーの一貫サービスによる価値創出）

④商業印刷分野とのパートナーシップによる環境負荷低減印刷の拡販

⑤サステナビリティ

⑥人的資本の充実に向けた経営

4. 株主還元

収益に見合った安定配当を基本とします。

中期経営計画における各事業施策のイメージ

「金融機関を中心とした既存民間ユーザー」と「大きな開拓の余地を残す自治体市場」の拡販を業容拡大の両輪とします。

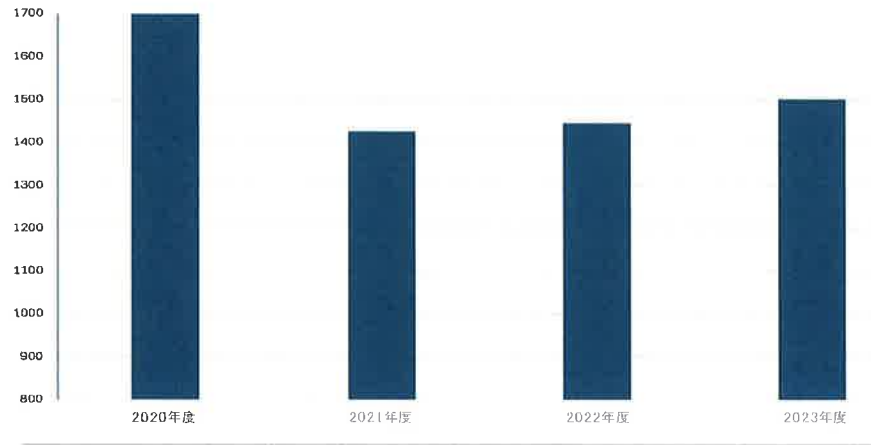
	既存製品（サービス）	新製品（新サービス） DX、環境、人的資本経営
新市場 （新規顧客）	<p>②市場拡大（市場・顧客開拓）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地方自治体の基幹業務システムの統一・標準化（2025/7以降順次） ・地方公共団体にバラバラだった帳票類・通知物が政府主導により標準化されるため高度な情報処理体制を持つ当社にとってチャンス ・自治体系システム運用企業からの出力アウトソース受託拡大へ ・印刷・情報処理ともに新規アライアンス受注を拡大 	<p>④多角化（顧客の印刷やデータがからむ業務のデジタル化(DX)支援など）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ処理プログラム開発及びクラウドデータ処理開発受託 ・首都圏至近の工場立地を活かした倉庫サービスなど ・新規事業M&Aの検討
既存市場 （既存顧客）	<p>①市場浸透：顧客内のシェアを広げる</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスフォーム印刷事業における優良中堅として残存者利益享受 ・東名阪大規模自治体における住民向け通知物受託拡大 ・当社は後発にあたるがゆえに大きな開拓の余地を残す ・金融機関を中心とした既存ロイヤルカスタマーへの深耕 ・ペーパーレス志向高まるが「ゼロ」にはならない紙通知分野の価値向上提案 ・印刷・情報処理ともに既存同業他社受託を拡大 ・大手では印刷設備廃滅と優良中堅事業者への最適な委託の検討進む 	<p>③新製品・サービス開発：（顧客の印刷やデータがからむ業務のデジタル化(DX)支援）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「オンデマンドプリント+オンデマンド封入+高セキュリティ」により紙通知市場並びに周辺市場への最高付加価値を提供する。 ・周辺BPO企業（CRMマーケティング、コールセンター、人材派遣、パンチ入力ほか）とのパートナーシップ強化による協業 ・周辺BPO企業とのアライアンス・パートナーシップ協業の強化（当社とパートナーの一貫による価値創出） ・自社製品製造工程における排出co2量の見える化 ・環境対応先進印刷会社との協業により顧客の環境対応へのソリューションを提供 ・人的資本経営→社員の活躍、成長、人材育成、従業員エンゲージメント向上

2. 各施策における具体的取り組み

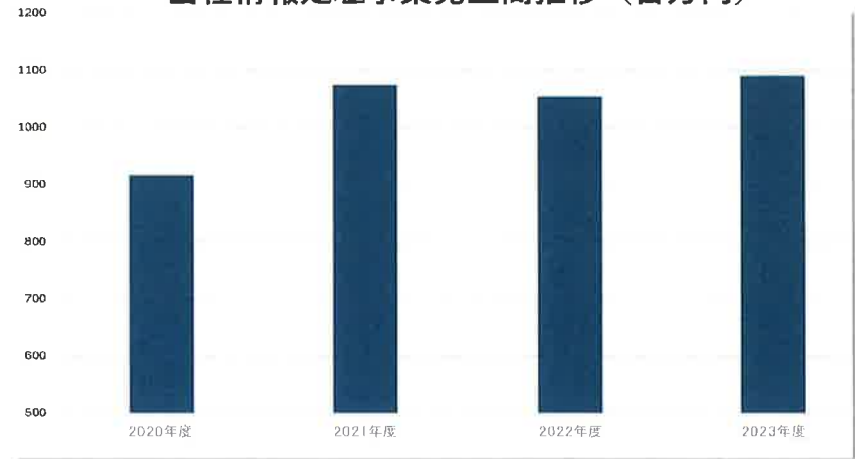
- ①印刷：マクロ的には縮小するがプロフェッショナルとして残存者利益を享受
 - 印刷市場全体においては出荷額・事業者数共に右肩下がりの状況ですが、当社ビジネスフォーム事業は堅実な業容を維持（次ページに詳細）
 - 今後は印刷事業における残存者利益享受のために以下施策に注力
 - 設備保全
 - コスト競争力・歩留まり向上
 - 適正な原紙・副資材購買
 - 卓越したオペレーターの確保と若返り
 - 大手同業他社が印刷事業の自社生産縮小の傾向。当社は優良中堅事業者として委託が増大傾向

当社事業別売上高推移

当社印刷事業売上高推移（百万円）



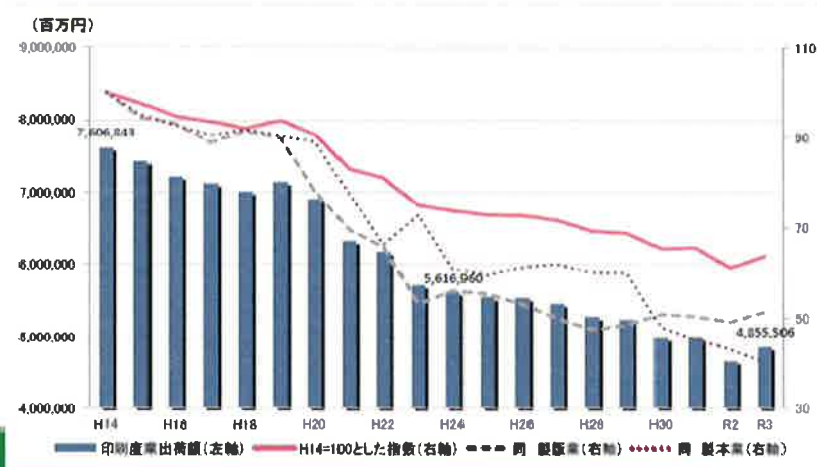
当社情報処理事業売上高推移（百万円）



印刷業界動向 * 印刷業界動向は一般社団法人 日本印刷産業連合会「印刷産業 Quarterly Report 2023年10～12月分」より抜粋

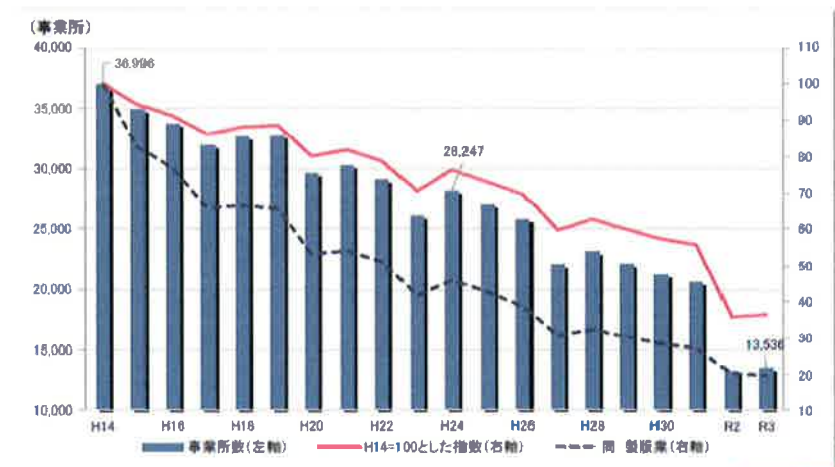
出荷額は4年連続で5兆円を割る

印刷産業の出荷額は4兆8,555億円となり4年連続で5兆円を切った。
(1)令和3年経済センサス-活動調査1の2020(令和2)年の数値は、個人経営を含まない集計結果であることから、時系列比較を行う際は十分に留意が必要)



事業所数は13,536件

印刷産業の事業所数は若干増。印刷業、製本業、印刷物加工業、印刷関連サービス業が増加した。
(1)令和3年経済センサス-活動調査1の2020(令和2)年の数値は、個人経営を含まない集計結果であることから、時系列比較を行う際は十分に留意が必要)



② 情報処理：自治体案件は当面底堅く維持と予測のためシェア拡大を実行

- 情報処理 金融機関を中心とした民間企業はDXによる電子化、ペーパーレス志向強まるが、官公庁・地方公共団体・外郭団体を中心とした官需は依然市場規模を維持、当社は当該業務について後発にあたるがゆえに大規模官公庁・地方公共団体の多い東名阪に大きな開拓の余地を残すと認識
- * 中央省庁を除く官公庁・地方公共団体向け売上は2023年度で対前年大幅増加
- ここ数年で大規模投資したオンデマンドプリンター・バリアブルインサーター（封入封函機）は中堅同業他社の追従を許さず、大手にも迫る処理規模と品質
- 金融機関などに認められてきた高いセキュリティレベル
- 主要マーケットである首都圏近郊（千葉県佐倉市）に生産拠点を持つメリットを最大限に活かす
- 最新型プリンター＋オンデマンド封入＋デジタルマーケティングで商業ダイレクトメールを狙う
- 郵便料金改定を受け、マス向けからよりリテールを対象としたロイヤリティマーケティング戦略にマッチした究極のダイレクトメールへ

③ 周辺BPO企業とのアライアンス・パートナーシップ協業の強化（当社とパートナー企業様の一貫による価値創出）

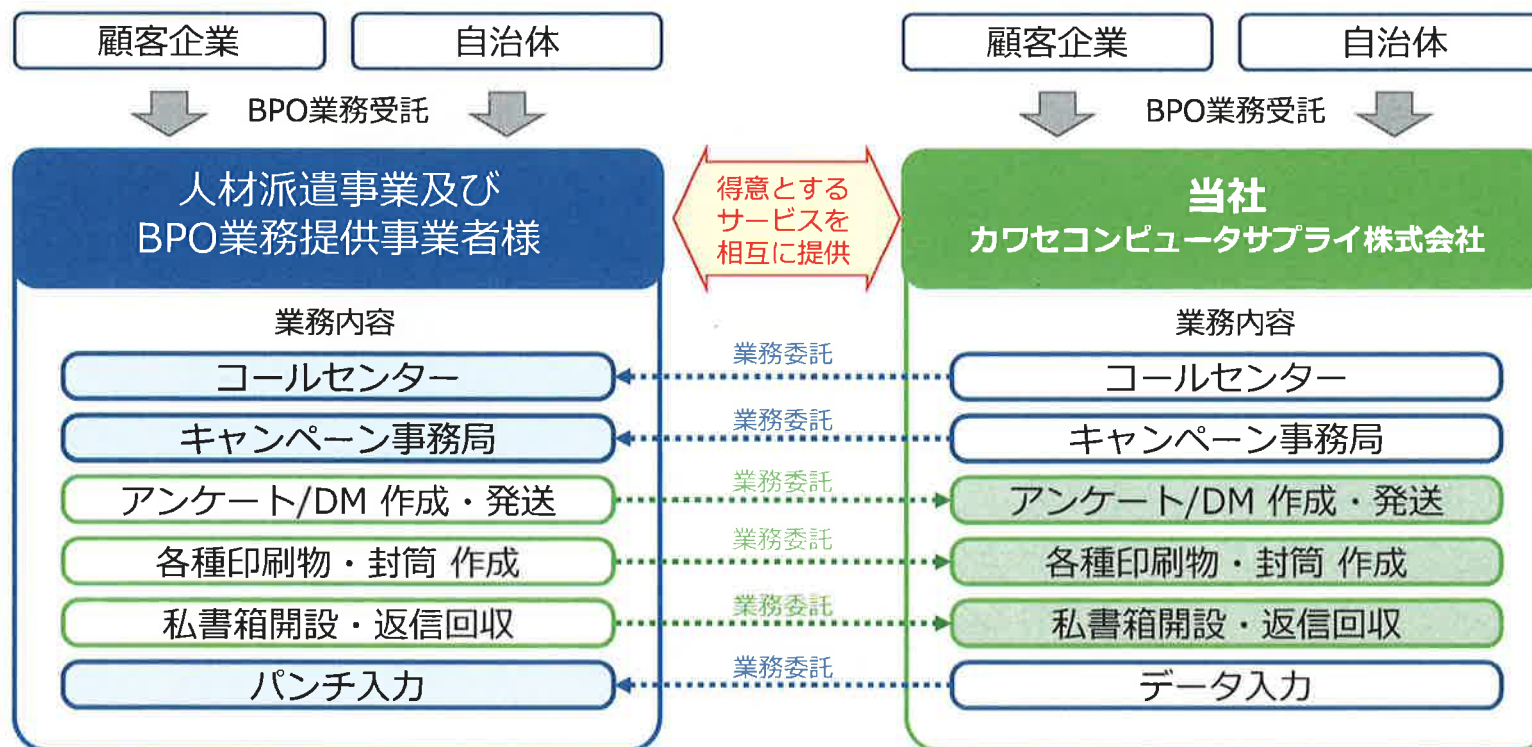
* 次ページにイメージ

- BPO分野の開拓（当社単独ではカバーできない分野をアライアンスにより包括対応）
- 当社の強みである通知物分野を中心に受託し情報処理分野の業容拡大を目指す
- 受託企業として要求される
 - ①専門性、②規模、③セキュリティ、④コスト競争力、⑤実績の各事項について十分応えられる
- 一定規模以上の協業メリットが見込める場合は業務資本提携からM&Aも検討

アライアンスによる業務体制

人材派遣事業者様とのコラボレーション

- 複合的なBPO業務を受託する場合は、それぞれが得意とするサービスを提供しあうことによって理想的な業務体制を構築し遂行いたします。



④ 商業印刷分野とのパートナーシップによる環境負荷低減印刷の拡販

- ・ 自社製品製造工程における排出CO2量の見える化（ビジネスフォーム印刷においてCO2排出量の明示は極めて稀であり先進的取り組み）
- ・ 環境対応先進印刷会社との協業により環境負荷の低い印刷物を提供し、顧客の環境対応へのソリューションを提供
- ・ “企業には地球温暖化への具体的な対策が求められており、環境配慮型プリントの提供を通じてCO2排出量の削減に貢献”
 - 地球温暖化対策の推進をアピール
 - 環境への取り組みを告知するツールに最適
 - ESG・SDGsに対する取組みを積極的に開示することによるブランドイメージの確立
 - 従来の印刷物が「環境対応商品」へ
 - 他社との差別化を図る
- ・ 環境印刷推進団体「日本サステナブル印刷協会」へ加入（2024年5月）

⑤ サステナビリティ

サステナビリティの基本である環境、社会、経済の三つの側面をバランスよく考慮しながら、長期的な持続可能性を実現することを目指し以下に取り組みます。

①環境：自然資源の適切な利用や再生可能エネルギーの推進

②社会：従業員等の健康、福祉、人権の尊重、地域社会発展への貢献

③経済：持続可能なビジネスモデルの構築や当社を取り巻くサプライチェーンにおける持続可能性

これらの活動が現在世代のニーズを満たすだけでなく、将来の世代にも同じように満たすことができる社会を目指してまいります。

⑥ 人的資本の充実に向けた経営

【人材ビジョン】 「自律的に進化し続ける人材」の育成

- 戦略に掲げる「印刷事業者（アナログ）からコミュニケーション創造企業（デジタル）へのドメインチェンジ」を実現するために、「自律的に進化し続ける人材」を育成するとともに、「お客様のお困りごとを解決する」ことで顧客の企業価値向上に取り組めます。

【施策】 制度改革・高度管理職人材（財）の育成・DXコンサル人材の育成

- (ダイバーシティを実現する人事制度の継続的な向上)伝統的な年功序列の考えから脱却し、能力と意欲のある多様な社員が活躍できるよう、処遇の向上、職場環境整備、健康経営、人事制度運用の透明化を通じた、従業員エンゲージメントの向上に取り組めます。
 - 若手や女性、外国人エンジニア・オペレーター、シニア人材の登用(2024～)
 - エンゲージメントサーベイシステムの導入検討(2024～)
- (高度管理職人材の育成)コンプライアンス意識が高く、高度な経営感覚を有する管理職人材を育成します。
 - 幹部社員による既存の改革PJ会議の「次世代ビジョン会議」(仮称)への発展(2024～)
 - 幹部社員の外部経営研修への派遣(2024～)
 - 社外コーチの活用による経営力開発(継続)
- (DXコンサル人材の育成)顧客のデジタル化(DX)支援を実現する人材を育成します。
 - 専門子会社の設置の検討開始(2024～)(データ設計・組替処理、デザイン、DTPなど)

3. 今後の業績目標

単位：百万円

年度/項目	2024計画	2025計画	2026計画	以降目標
合計売上	2,650	2,700	2,800	3,000
印刷事業	1,450	1,450	1,450	—
情報処理事業	1,200	1,250	1,350	—
経常利益	10	50	75	150
当期純利益	1	30	50	—
ROE	0.05%	1.5%	2.0%	5.00%
ROA	0.03%	1.0%	1.5%	3.00%
ROIC	0.2%	1.0%	2.0%	3.00%

将来見通しに関する記述についての注意事項

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。