

# 経営方針と中期経営戦略

平成30年8月  
経営企画部

# 1 経営方針と中期経営戦略

## ① 経営方針

「誠実・努力・謙虚」を基礎に据え、

「顧客基点・真摯一貫・創意工夫・相共成長・環境保全」を役職員全員の行動指針とし、当社がこれまでに培った紙と情報処理の複合サービスに最新の IT 技術を駆使し、

**顧客とその顧客をこれまでに無く密接な関係に近づけ、人と人をつなぐこと (セレンディピティ) により**

社会・経済価値を創造できる企業を目指す。

\* 当社の定義するセレンディピティとは「つながりによる価値発見の場の創出」

**「⇒印刷事業者から  
コミュニケーション創造企業へと転換する。」**

## ②中期経営戦略

今後の市場を見据えた場合、企業と顧客の関係性は変化し、特に企業からの一方通行のマーケティング及び通知手法は効果が期待できません。

顧客の財産である「情報」を当社というフィルターを通すことにより、

**企業(人)とその顧客(人)の関係性に双方向コミュニケーション…  
「次世代の印刷コミュニケーション」をもたらす**

企業価値を増大させます。

当社はニッチガリバーとして大手との競合ではなく、特定の分野・顧客にとっては無くてならない価値を提供します。

- 双方向化コミュニケーションの提供のためには、従来のような画一的な情報の通知に限定された成果物から、千差万別である顧客(人)にアプローチするパーソナライズと美粧性・プロモーション性・目に留めるインパクトを兼ね備えた成果物の比重を増加させなければなりません。  
さらに IT 技術により音声・動画への拡張機能を持たせます。
- 今後5年程度をかけて、従来の設備を最適化し(オフセットトランスファー)、オンデマンドプリンター・加工設備(後糊・UV・封入封緘設備)に投資致します。
- 当社は市場で高まるペーパーレス要求にも対応できるサービスを持っており、クラウド通知サービス(EBS)は、通知物の電子化要求に応用が可能と考えます。  
市場が情報伝達通知の手段としての紙の使用を敬遠しつつある昨今、投資拡販を行い事業拡大に向けて取り組みます。

- 新事業について、紙以外の素材(衣料品など)への印刷・プリントに関しては拡大の余地があると当社は考えます。そこでは「印刷」から当社が強い「プリント」への切り替えが進みつつあるため、オンデマンド技術を使えば市場の攻略は可能と考えます。
- プラスチック製品の環境への悪影響が指摘されつつあるため、当社のオンデマンド技術を活かした紙製二次包装(パッケージング)市場への進出に取り組みます。循環資材である紙の特性で付加価値を追求します。
  - 衣服・二次包装・ラベル・鞆・建材・壁紙他

**⇒「衣・住・パッケージング」分野への進出。**

## 2 数値目標

- **2023 年度に売上高35億円・経常利益1.5億円を目指します。**
- 印刷事業を今後も主軸に据えつつ、当社が掲げる「次世代の印刷コミュニケーション」を推進する情報処理事業をさらに拡大させ、電子新事業を軌道に乗せます。