



2022年5月25日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 光 陽 社
代 表 者 代 表 取 締 役 社 長 犬 養 岬 太
(コード番号：7946) 東証スタンダード
問 合 せ 先 業 務 本 部 部 長 代 理 小 川 杏 介
(TEL. 03-5615-9064)

第3次中期3カ年経営計画（2022年度～2024年度）

当社は、2022年5月25日開催の取締役会において、第3次中期3カ年経営計画(2022年度～2024年度)を策定しましたので、その概要を下記のとおりお知らせいたします。

I. 前中期経営計画について（業績目標の達成状況）

(単位:百万円)

項目	2019年度			2020年度			2021年度		
	業績目標	実績	差額	業績目標	実績	差額	業績目標	実績	差額
売上高	4,480	4,302	△ 178	4,550	3,830	△ 720	4,620	4,058	△ 562
営業利益又は営業損失	50	△ 13	△ 63	80	△ 154	△ 234	130	△ 57	△ 187
営業利益率	1.1%	△0.3%	-	1.8%	△4.0%	-	2.8%	△1.4%	-
経常利益又は経常損失	60	9	△ 51	90	△ 77	△ 167	140	17	△ 123
経常利益率	1.3%	0.2%	-	2.0%	△2.0%	-	3.0%	0.4%	-

2019年度をスタートとした中期経営計画では、新型コロナウイルス感染症拡大による経済活動の収縮やイベント等の自粛により、売上高・利益ともに目標を下回る結果となりました。しかしながら、最終年度である2021年度には、新規開拓や既存顧客の深耕、生産性の向上を図ることで、目標金額には及ばないものの回復傾向となりました。

II. 新中期経営計画（2022年度～2024年度）について

次期中期計画では、エンカナルな経営姿勢のもと、経済、環境、社会それぞれのニーズに応えられる製品とサービスを提供し、新規開拓と既存顧客の深耕に注力するとともに、脱炭素化に向けた生産工程を確立することで、持続可能な社会の実現と採算性の改善を目指します。

1. 経営理念

お客様に喜ばれる“良いものづくり”を通じて、社会の進歩発展に貢献すると共に、全従業員の働きがいと幸せを追求する。

2. 行動指針（社訓）

誠実 常に誠意をもって人に接する

創意 常に創意工夫を志す

確実 常に確実に職務を遂行する

3. 業界動向

当社が主力とする商業印刷業界は、景況に大きく左右される業界であり、断続的に続く新型コロナウイルス感染症の拡大や、世界情勢の混乱による資源不足など不安材料が多い中、広告宣伝物の発注量減少や厳しいコスト競争に巻き込まれる可能性を秘めています。その一方 SDGs や脱炭素化など、持続可能な社会を実現させるための動きが世界的に広まっており、コストだけではなく、環境貢献、社会貢献に繋がる製品や、サプライチェーン全体を通じた自社内の業務負担の軽減および合理化に繋がる製品を求める企業も増加しています。

4. 主要戦略

(1) 営業戦略（新規開拓及び既存顧客深耕の推進）

- ① カーボンゼロプリント、カーボンニュートラルプリント等、当社ならではの環境配慮型印刷の推進
- ② 企画・製版・印刷・製本加工・発送に至る自社内の一貫生産体制を活かした提案営業
- ③ コスト・品質・納期・発注業務に関するトータルソリューションを提供するプリントマネジメント営業
- ④ 長年製版で培ったスキルを基にした高品質印刷技術の提案

(2) 品質・生産性強化、コスト削減策

- ① 生産方法や設備、材料の見直しによる脱炭素化に向けた取り組みの強化
- ② SDCA の標準化サイクルを回した品質・生産性の向上を図る標準化プロジェクトの推進
- ③ 日々の作業を通じ、改善対策を繰り返すことによるムダの削減
- ④ 各工程における自動化の推進

5. 連結業績目標

(単位:百万円)

	2022 年度	2023 年度	2024 年度
売上高	4,200	4,400	4,600
営業利益	20	80	160
営業利益率	0.48%	1.82%	3.48%
経常利益	50	100	180
経常利益率	1.19%	2.27%	3.91%

以上