



2024年5月15日

各位

会社名 ダイニック株式会社
代表者名 代表取締役社長 山田 英伸
コード番号 3551（東証スタンダード市場）
問合せ先 常務取締役 企画部門統括
兼 コンプライアンス担当
氏名 佐々木 範明
TEL 03-5402-3130（代表）

ダイニックグループ中期経営計画 「SOLID FOUNDATION 2026」進捗報告

当社グループは、中期経営計画「SOLID FOUNDATION 2026」を2023年4月よりスタートし将来の基盤強化に向けて、セグメント毎に「強化する分野」「改善する分野」「変革する分野」での重点テーマへの取組みを進めております。

当中期計画の初年度である2024年3月期を終えて、その進捗状況を報告いたします。

記

1. 2024年3月期連結業績

【連結損益】

（単位：百万円/年）

	2024年3月期 計画	2024年3月期 実績
売上高	44,000	42,101
営業利益 (率)	1,300 3.0%	1,238 2.9%
経常利益 (率)	1,500 3.4%	1,488 3.5%
親会社株主利益	800	848
ROE	3.4%	3.6%

【主要セグメント】

（単位：百万円/年）

		2024年3月期 計画	2024年3月期 実績
売上高	印刷情報セグメント	20,535	19,056
	住生活環境セグメント	14,222	13,716
	包材セグメント	7,056	7,235

		2024 年 3 月期 計画	2024 年 3 月期 実績
営業利益	印刷情報セグメント	1,473	1,467
	住生活環境セグメント	271	379
	包材セグメント	359	176

（１）概況

中期計画初年度の 2024 年 3 月期の当社グループを取り巻く状況は、コロナウイルス感染症の 5 類への移行による経済活動の正常化、旺盛なインバウンド消費等により回復基調にあります。一方で地政学リスクや為替変動に伴う原料・燃料価格の更なる高騰等、先行き不透明な状況にあります。

当社グループにおいては、原料・燃料価格上昇に対する販売価格への転嫁を進めるとともに、中期計画に沿って取組みを進めた結果、前年比で増収増益となりました。また、2024 年 3 月期の中期計画対比では、売上高・営業利益は計画未達でしたが、経常利益は計画に近い実績を上げることができました。親会社株主利益・ROE は計画を達成しました。

（２）セグメント毎の概況

・印刷情報関連事業

【強化する】

当社グループの主力事業であるサーマルリボンでは、主に海外向けで前年度の供給過多による在庫調整により第 1・第 2 四半期は苦戦し、当セグメントの減収の大きな要因となりましたが、第 3 四半期からは受注が回復基調にあります。また、投資による設備の効率化を図り生産キャパを増強しました。

品質表示ラベルでは、国内のリネンサプライ用途の拡販に注力し、国内市場では堅調に推移しました。また、同時に海外市場への拡販に向けて市場調査を進めております。

【改善する】

紙クロス・布クロスの採算性改善については、市場が縮小する中で販売価格の値上げ交渉を継続的に行い、原材料の見直し等の原価低減活動や不採算分野の整理にも取り組み、特に紙クロスの分野で採算性の改善を進めることが出来ました。

【変革する】

印刷用フィルムの環境配慮型商品への転換については、自動販売機ディスプレイ用途でリサイクル PET を使用した環境対応型商品を開発・販売し、売上が好調に推移しました。

その結果、当セグメントの売上高は 19,056 百万円（計画比 92.8%）、営業利益は 1,467 百万円（計画比 99.6%）となりました。

・住生活環境関連事業

【強化する】

展示会用カーペットは好調な市況に対応すべく生産を強化し、販売価格の値上効果もあり、売上高および営業利益で計画を達成できました。

【改善する】

住宅関連製品の壁紙は市況が低迷する中で、収益率の改善に向け、売上に占める高付加価値品の比率拡大を狙ってまいりました。市場の需要傾向はますます安価な量販品に向かっており、商品構成の変更は進みませんでした。価格転嫁により収益性は改善しました。足元では、原材料価格の高騰が続き利益を圧迫しました。

【変革する】

衣料用接着芯地では、中国・昆山市の生産拠点での生産を停止し、採算性の悪い芯地製品については販売を取り止めることとしました。

当セグメントでは、展示会用カーペットの強化、壁紙等住宅関連製品の採算改善、採算性の悪い芯地生産の変革を行った結果、売上高は 13,716 百万円（計画比 96.4%）、営業利益は 379 百万円（計画比 139.9%）となりました。

・包材関連事業

【強化する】

エンボスフィルムは、医薬用途が主に海外向けが好調に推移しました。医薬外用途については、新規顧客開拓を進めており、売上高・営業利益ともに計画を達成しました。

【改善する】

食品包材・蓋材は、主に海外向けで乳製品・乳酸菌飲料の消費が低調であり、採算性改善に取り組んでいましたが、原材料価格上昇分の販売価格転嫁が遅れたこともあり、計画に対して大幅な未達となりました。引き続き改善に取り組んでまいります。

当セグメントでは、エンボスフィルム関連の強化が図られた一方、ホットメルト食品包材の改善が遅れた結果、売上高は 7,235 百万円（計画比 102.5%）、営業利益は 176 百万円（計画比 49.0%）となりました。

2. 2025 年 3 月期 2026 年 3 月期計画について

【連結損益】

(単位：百万円/年)

	2025 年 3 月期		2026 年 3 月期	
	計画 ^{注)}	修正 ^{注)}	計画	修正
売上高	45,000	45,000	47,000	47,000
営業利益 (率)	1,700 3.8%	1,700 3.8%	2,150 4.6%	2,150 4.6%
経常利益 (率)	1,850 4.1%	1,850 4.1%	2,300 4.9%	2,300 4.9%
親会社株主利益	1,150	1,150	1,450	1,450
R O E	4.8%	4.6%	5.8%	5.6%

【主要セグメント】

(単位：百万円/年)

		2025 年 3 月期		2026 年 3 月期
		計画	修正	計画 (修正なし)
売上高	印刷情報セグメント	21,278	21,180	22,124
	住生活環境セグメント	14,448	13,888	15,147
	包材セグメント	7,137	7,502	7,470
営業利益	印刷情報セグメント	1,700	1,629	1,843
	住生活環境セグメント	448	526	664
	包材セグメント	392	277	465

注) 表中の計画は 2023 年 5 月 15 日に開示した中期計画、修正は今回見直した中期計画です。

3. 161 期新規開発の状況

- ・新製品売上高 4,597 百万円 計画比 149.5% (単体実績)
- ・主な新製品
 - 1) 環境対応品 : 主に自販機用途の印刷用フィルムで販売が大幅に増えました。カーペットの環境対応品は引き続き開発を進めております。
 - 2) ニッチな市場 : リネンサプライ用途ラベルでは、国内市場で拡販を進め安定したシェアを獲得しております。
 - 3) 抗ウイルス・抗菌 : 抗ウイルス機能を付与した壁紙や抗菌機能を有する壁紙のアイテム数が増えたことで、新製品売上計画の達成に貢献しました。
 - 4) 従来市場 : 主にサーマルリボンの分野で、従来市場に投入した新製品が計画達成に貢献しています。

4. サステナビリティの取組み

- ・気候変動対応 : TCFD/TNFD への取組み結果の開示手段として CDP ^{注)}に回答し、2023 年は総合評価でB-を取得（前年度はC評価）しました。
また、環境投資を推進して当社企業活動起源CO₂排出量を 2013 年度比 15.1%削減し、当社製品製造にかかわる最終処分量を 2017 年度比 19%削減しました。
自社消費型の再生可能エネルギーにつきましては、滋賀工場にて 890kW 相当を導入し運用しています。
- ・人材投資 : 「より働きやすい会社」「より働きがいのある会社」作りに向けて、健康経営の取組みを推進しております。
2026 年度の「健康経営優良法人」認定を目指し、ジョブチャレンジ制度などの整備に取り組んでおります。
- ・CSR対応 : 新たにCSR推進室を設置、CSR調達基準書を制定してCSR調達などの取組みを本格化しました。
- ・BCP対応 : 首都圏直下型地震発生の際の本社機能移転などマニュアル化のための情報収集を行いました。

注) CDP とは英国の慈善団体が管理する非政府組織（NGO）で、企業が気候変動に関する情報開示を行うためのプラットフォームです。

以上