



2024年3月14日

各位

会社名 株式会社イムラ
代表者名 取締役社長 井村 優
(コード: 3955、スタンダード市場)
問合せ先 取締役執行役員管理本部長
兼 経理部長 和田 寿一
(TEL. 06 - 6586 - 6121)

長期ビジョン「IMURA VISION 2030」の一部変更及び
中期経営計画「IMURA VISION 2030 Stage II」の策定に関するお知らせ

標題の件につきまして、以下の通りお知らせいたします。

記

1. 前中期経営計画「IMURA VISION 2030 Stage I」の振り返り

前中期経営計画「IMURA VISION 2030 Stage I」(2021年度から2023年度)におきましては、「『変革』と『イノベーション(革新)』により、新たな成長軌道を実現し、企業価値の更なる向上を図ることで全てのステークホルダーに最高の付加価値を提供する。」を基本方針として、各種施策に取り組んでまいりました。

前中期経営計画期間中は、コロナ禍という未曾有の状況に直面しながらも、環境変化に対応すべく、内製化の推進による外注加工賃の削減や人員適正化等による固定費の削減に取り組んだ結果、収益面では着実な伸長を実現することができました。

しかしながら、社会のデジタル化進展を背景とした紙媒体需要の減少が当社グループの売上に与えた影響は大きく、計画最終年度における各業績目標項目は未達に終わりました。

項目	2020年度実績①	2023年度目標② (Stage I)	2023年度実績③ (Stage I)	2023年度目標比 (=③/②)	2020年度実績比 (=③/①)
売上高	212.3億円	230.0億円	208.7億円	90.7%	98.3%
営業利益	8.7億円	19.5億円	13.0億円	66.6%	149.4%
経常利益	10.5億円	20.0億円	14.1億円	70.5%	134.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6.6億円	14.5億円	9.5億円	65.5%	143.9%
自己資本利益率 (ROE)	4.8%	8.0%	6.0%	75.0%	125.0%
CO2排出量	6,600t	20%削減	27.1%削減	達成	-

2. 長期ビジョン「IMURA VISION 2030」の一部変更について

2021年3月に「当社グループは次の100年を視野に入れ、『第二の創業』の実現に向け、社会やお客様が求める価値を創造するソリューション企業への転換にチャレンジする。」を基本方針とする長期ビジョン「IMURA VISION 2030」を策定しました。

その後の環境変化等を踏まえ、2030年度の当社グループの「あるべき姿」を以下の通り変更いたします。

前回（2021年3月15日発表）	今回変更後
①プロモーションメディアにおいて、デジタルと紙の融合により、最高の付加価値を提供できる企業グループ	①BPO（※）領域において、デジタルと紙の融合により、最高の付加価値を提供できる企業グループ
②パッケージの紙化ソリューションの提供により、持続可能な社会の発展に貢献する企業グループ	変更はございません。
③事業基盤の再構築により、多様な成長エンジンを有する企業グループ	変更はございません。

（※）Business Process Outsourcing：

企業活動における業務プロセスの一部を一括して専門業者へ外部委託することです。

3. 中期経営計画「IMURA VISION 2030 Stage II」の策定について

- （1）計画期間は、2024年度より2026年度まで（2024年2月1日より2027年1月31日まで）とします。
- （2）基本方針は『変革』と『イノベーション（革新）』のさらなる加速により強固な事業基盤を構築し、持続的成長軌道の確立と企業価値の一層の向上を図る。」とします。
- （3）「変革」と「イノベーション（革新）」のテーマで、以下6項目に重点的に取り組んでまいります。

<変革>

- ①既存主力製品の圧倒的コスト優位性の確立を図るため、封筒事業領域での商品構成の選択と集中を行い、併せて競合他社との差別化製品の投入を進めます。
- ②デジタルトランスフォーメーション（DX）を推進し、業務プロセス改革による効率化と高度化の実現により高付加価値業務へのシフトを図ります。併せて、新しい事業領域をサポートするシステムの構築と導入を進めます。
- ③コンプライアンス及びガバナンス体制の強化を図るために、新ビジネスに対応したリスク管理体制の構築と強化を行うとともに、各種システム導入に伴う内部統制システムの再構築を行います。

<イノベーション（革新）>

- ①成長戦略を支える新商品・サービスの強化を図るために、ア）軽量ECパッケージ分野での差別化商品の売上拡大、イ）公共サービス分野での紙とデジタルの融合による機能差別化、ウ）生産体制や技術部門の強化及び高度化を行います。
- ②今後の成長マーケットへの進出を図るために、国内外のパッケージ事業への新規参画を行います。
- ③人的資本経営や事業リスクの変化に対応したIR戦略の実行とSDGsやTCFD対応への取組強化を行います。

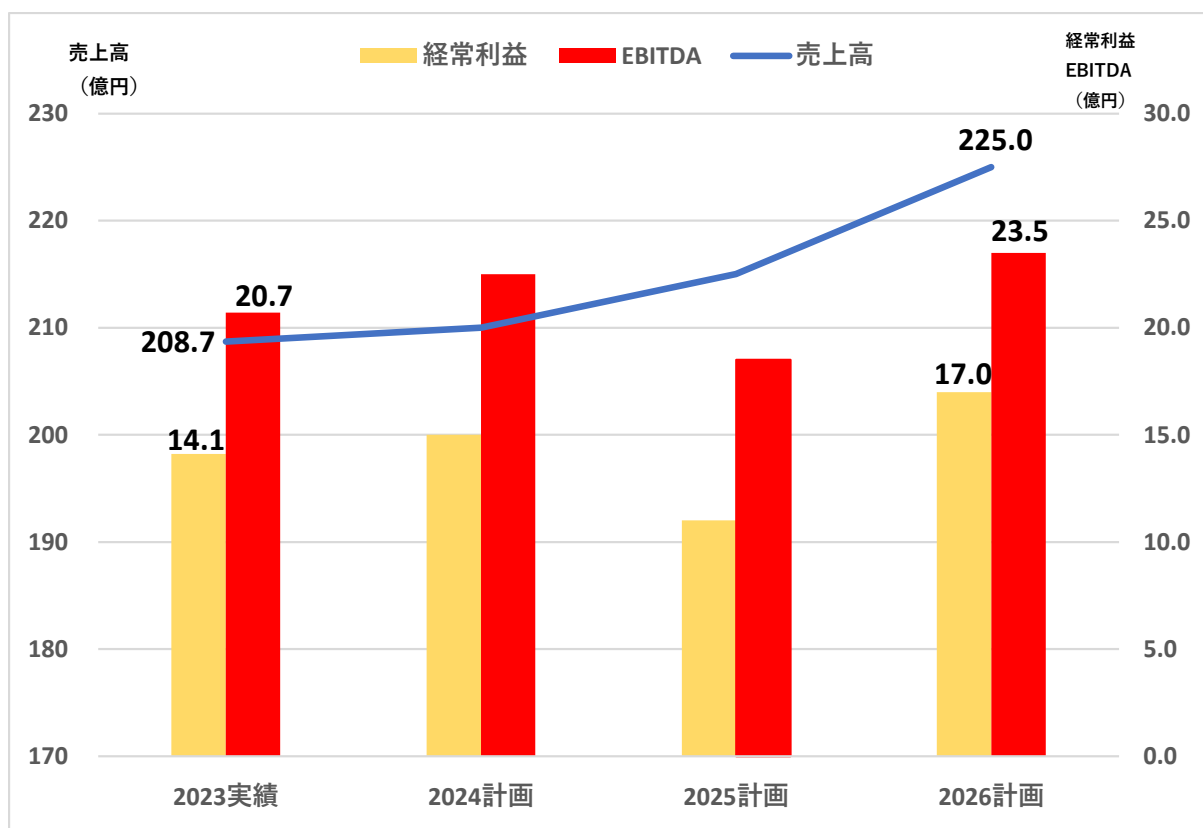
(4) 定量目標については、以下の通りであります。

<目標計量にあたっての環境認識等>

- ①本中期経営計画期間においては、2024年10月以降に実施が予定されている郵便料金値上げによる紙媒体需要の減少の加速化を売上高及び利益の減少要因として認識しております。
- ②新しい商品やサービスの導入に向けた生産体制強化のため、新工場の建設を計画しております。そのため、2025年度以降、償却負担増加を経常利益の減少要因として認識しております。
- ③PBR（株価純資産倍率）につきましては、新しい商品やサービスの導入による収益力強化を柱として、本中期経営計画期間最終年度である2026年度末に1倍以上を目指します。

	2023年度 実績	2024年度 計画	2025年度 計画	2026年度 計画
売上高	208.7億円	210.0億円	215.0億円	225.0億円
経常利益	14.1億円	15.0億円	11.0億円	17.0億円
EBITDA*	20.7億円	22.5億円	18.5億円	23.5億円
自己資本利益率（ROE）	6.0%	6.7%	5.0%	6.8%

*EBITDA（Earnings Before Interest Taxes Depreciation and Amortization）につきましては、「営業利益＋減価償却費」にて算出しております。



<セグメント別売上計画>

	2023年度実績 (※)	2024年度計画	2025年度計画	2026年度計画
パッケージソリューション事業	153.3億円	143.7億円	130.2億円	135.1億円
メーリング&デジタルソリューション事業	43.4億円	56.3億円	54.8億円	59.9億円
その他	12.0億円	10.0億円	30.0億円	30.0億円
合計	208.7億円	210.0億円	215.0億円	225.0億円

(※) 事業セグメントについては「パッケージソリューション事業」「メーリングサービス事業」「その他」としており、「その他」には「情報システム事業及び連結子会社」の売上を計上しております。2024年度より、新たに「メーリング&デジタルソリューション事業」として、「メーリングサービス事業」と「情報システム事業」を統合いたしますので、2023年度実績は、新しいセグメント区分へ組替後の売上にて記載しております。

【本資料の取り扱いについて】

本資料における中期的な経営目標等、将来予想に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した見通しであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、実際の業績は、様々な要因の変化により、これらの将来予想とは異なることがあることをご承知おき願います。

以 上