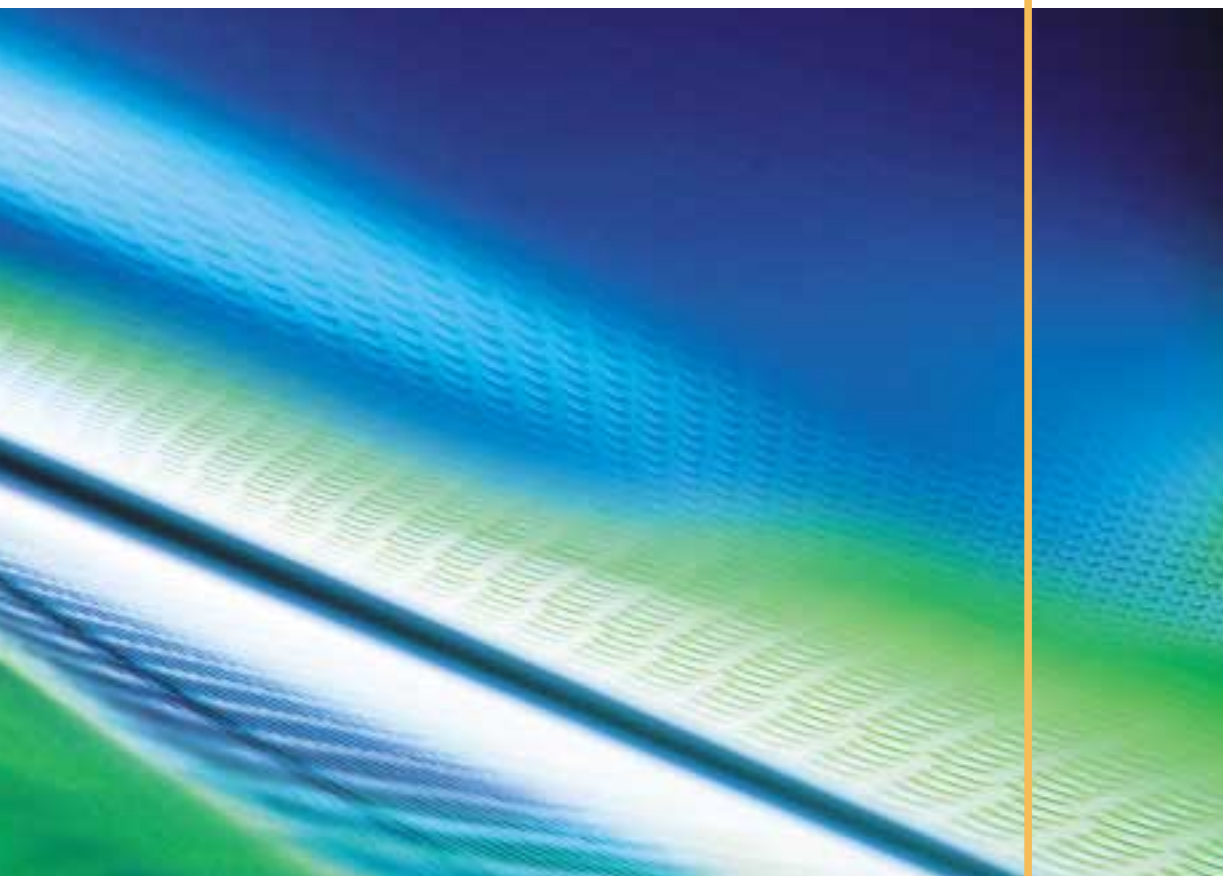
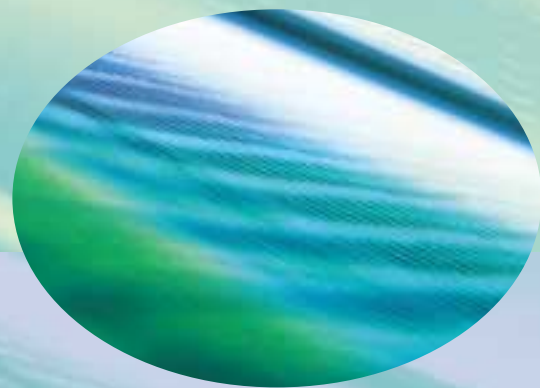


第58期 中間事業報告書

平成14年4月1日～平成14年9月30日





人から人へ、企業から人へ
高品質で効果的なコミュニケーションを。
三浦印刷は“情報のValue”を追求いたします。

C O N T E N T S

株主の皆様へ	2
特別対談	3~6
Topics	7~8
営業の概況	9~10
中間貸借対照表	11
中間損益計算書	12
主要財務指標の5ヵ年推移	12
株式の状況	13
会社の概況・株主メモ	14

To Our Shareholders 株主の皆様へ



ごあいさつ

株主の皆様には、ますますご清栄のことと心よりお慶び申し上げます。平素は格別のご支援とご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

さて、第58期中間(平成14年4月1日から9月30日)決算が完了いたしましたので、ここにご報告申し上げます。

当中間期におけるわが国経済は、昨年来のIT関連需要の落込みにより企業収益は引き続き悪化を続け、世界同時株安・米国経済の先行き懸念という材料を抱え、依然として低迷が続いております。印刷業界におきましては、国内景気の停滞によって企業の広告宣伝費削減傾向が続き、加えて受注競争がますます激化いたしております。

このような環境下、当社といたしましては「お客様第一主義」の経営理念のもと、真にお客様がご満足いただける品質・サービスを提供し、先取りした提案でお客様との信頼関係を築きたいと考えております。一方、社内におきましては、ISO9001に沿った品質マネジメントの強化、IE手法を用いた工程改革を推し進めております。これらの活動が印刷品質の安定化に、また生産性の向上

や原価低減にもその効果が現れはじめてまいりました。

当中間期の業績につきましては、製造原価削減効果はあったものの、予想を越えた受注単価下落と企業の広告宣伝費削減による需要減によって、連結売上高は前年同期比8.9%減、連結経常利益は同35.7%減と、いずれも前年同期実績を下回りました。

今後につきましても、引き続き厳しい経営環境は続くものと予想され、生き残りをかけた業界の企業間競争に対処するため、さらなる効率化・コスト削減を実施してまいります。そして、商業印刷を核としながらも時代を先取りした営業戦略により事業領域を一層拡大し、売上高の増大を図り、業績回復に邁進する所存でございます。

株主の皆様におかれましても、より一層のご支援とご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

2002年12月 代表取締役社長 **三浦 久司**

ワインに秘められた 「物語」を楽しもう。

11月の第3木曜日は、ボジョレーヌーボーの解禁日。1985年にフランスのボジョレー地方で始まった「今年の新ワインを真っ先に楽しむ」このイベントは、世界の中でも特に日本で根強い人気です。また昨今の「体にいい赤ワインブーム」効果も相まって、ワインはかなり身近な存在となってきました。しかし、「いざ選ぼうとすると、よくわからない」という声もよく聞かれます。今回の対談では、ワイン輸入卸歴30年の山信商事株式会社のワインセラーをお訪ねし、フランスワインの最高峰ロマネコンティを初めて日本に紹介したことで知られる山内啓佑社長に、「物語」を秘めた飲み物、ワインを楽しむ秘訣をお伺いしました。

ワインフィランソロピーで 実感したワインの魅力

三浦 いやあ、こちらのワインセラーは本当にいい空間ですね。私は、初めて伺ったときから、このヨーロッパの古城の中のような雰囲気ですっかり魅せられています。

先日は、ワインフィランソロピーにもご協力頂き有難うございました。ワインフィランソロピーというのは、前回の株主通信でお目にかかった日本フィランソロピー協会の高橋理事長との対談から生まれた、身近な社会貢献の一つの試みでした。この素敵なワインセラーで、ともに音楽とワインとおしゃべりを楽しむ交流のひとつが、山内社長のお陰で実現しました。

山内 カーネギーホールで演奏したこともあるハープ奏者池田千鶴子さんに伴奏いただいて、みんなで童謡を歌ったりと、こちらこそ楽しかったです。また、バリアフリーアドバイザーでエッセイストの鈴木ひとみさんのアグレッシブな生き方には本当に感動しました。

三浦 ワインという美味しい飲み物を媒介とすることで、あんなにも豊かな時間を共有できることに、私自身が驚きました。そこ



山信商事株式会社 代表取締役
山内 啓佑氏

1935年東京虎ノ門生まれ。静岡県立伊東高等学校卒業後、井口印刷株式会社入社。その後、ミリオン商事株式会社をへて、1979年、ワインの輸入と卸の専門会社山信商事株式会社を設立。三越を始め、全国有名デパート、ワインショップ等のワイン卸を引き受けている。

<http://www.yamashin-trd.co.jp/>
(当社のサイト TV2とリンクが張られています)



で、今回の対談には、ぜひ山内社長にご登場いただき、ワインともっと親くなる方法をお伺いしたいと思った次第です。

山内 ぜひ、何でもお尋ねください。

三浦 まず、11月になると毎年TVなどでボジョレーヌーボーの話題がニュースになりますが。

山内 ボジョレーヌーボーは、ブルゴーニュ地方のボジョレーという地区で出来た新酒を楽しむお祭りで、19世紀頃からあったんですよ。この頃からボジョレーの生産者とネゴシヤンは、収穫後非常に早くワインを売るという習慣があったようです。それを11月の第3木曜日を解禁日として制定したのが1985年。ボジョレー地区で収穫した葡萄で作った新酒をヌーボーとして世界中に売り出せば、かなりの消費が見込めるというパブリシティ的な下地のあるお祭りなんですね。

日本でもバブルの頃に爆発的なヌーボーブームが起きました。日付変更線の関係上、もっとも早く解禁日が来るということもあり、今ではすっかり定着し、季節の風物詩として楽しみにしている方は多いですね。

三浦 よくワインには出来の良い年とそうでない年があるといいますが、何が違うのでしょうか。

山内 ワインは、過酷な条件でこそ美味しいものが仕上がるんです。まず、気象条件としては、日照時間が長い方がいい。それから、石灰質のやせた土壌であること。つまり、ヨーロッパはワインづくりに最適というわけです。向こうの葡萄の木は背丈が1mくらいしかなくて、土壌が悪いから栄養を求めて10mも20mも地下へ深く根を張るんですよ。

それでも、その年の様々な条件に影響を受け、葡萄果の熟成、総酸度、果実の色づき、重量などが変わってきます。最近で良いとされる年は、まず1990年・95年・2000年もいいと言われていましたが、今年2002年はそれと同様に良いと言われていました。ただし、飲めるのは樽の中で熟成させたあと、3年後ということになりますね。

三浦 今、頂いているワインのラベルに「シャンベルタンクロ・ド・ベズ グランクリュ」とありますが、「グランクリュ」とは何でしょう。

山内 超一級品を表しています。次の位の一級品は、「プルミエクリュ」「1クリュ」と書いてあります。その次は何も入っていない普通のランクです。

三浦 これから、「グランクリュ」を頂いた場合、大きな声でお

礼を言わなきゃいけない(笑)、それにしても、最高級品だと思うと、ますます美味しいですね(笑)

山内 やはり上等なワインは、口当たりが違います。一本85万円もするロマネコンティあたりになると、「絹の喉ごし」と言うんですよ。

三浦 やはり、味わいと値段とは比例するものですか？

山内 そうですね。もちろん、1000円台から飲みやすく美味しいワインは世界中にたくさんあります。最近人気のあるチリワインなども、コストパフォーマンスがとて面白い。ただ、結婚記念日とか、誕生日とか、何かの記念日にちょっといいワインを開けて、普段のと飲み比べると、その香りと味わいの違いに感動なさると思います。

ワインに秘められた物語に触れる それが親しくなる一番のアプローチ

山内 私は、ワインの楽しさは、1本のワインの背景に、さまざま



スペインの古城に使われていたレンガを壁面に使ったワインセラーで、温度や湿度は自動管理され、約5,000本のワインストックのほか、ワインに関する文献資料などが陳列されています。

1996年のロマネコンティを中心とした世界の最高級ワイン・スペシャルセット(100万円)

まな物語が秘められていることだと思うのです。まず、さきほどお話ししたヴィンテージ。年号のことですね。それから、どこのシャトー(蔵)で作られたのかも大切な情報源です。どこでどの年に生まれたワインがどういう経路を伝って、今あなたの手元に届いたか？そんな「物語」がワインの楽しみを奥深いものに行っているんですよ。

三浦 非常に付加価値性の高い商品ですね。

山内 ワインは、他のお酒と違って、お届けする我々が、世界中からどれだけ価値のあるものを見つけてきて、お客さまにご提案できるかにかかっているのです。EUワインや南半球のワインは、ほとんどが赤道を通過して来ますが、私どもは、必ずリーファースシステム(定温コンテナ)を使い、入荷後も定温倉庫で保管し、納品にも出来る限り定温トラックを使うなど、最高の状態のままお届けするようにしています。

もうひとつ、ワインはご自身が「物語」を付加することもできるんですよ。例えば、子供や孫が生まれたときに、その年のいいワインを一本買っておいてはいかがですか？そして、その子

ワインの熟成と、人間の 成熟が重なることが面白い。

が嫁に行く前の晩に開けて、一緒に飲む。それはもう、最高の「物語」ですよ。

三浦 なるほど、私も10何年後かの金婚式に向けて、いいワインを探しておきましょうか(笑)

山内 きっと喜ばれると思いますよ。こうした食文化へのこだわりは、フランス人と日本人とでは非常に似通ったところがあると感じますね。フランス料理の新潮流を称したヌーベルキュイジーヌ、あれは日本の懐石料理からヒントを得ていると言われています。

三浦 日本人には茶道の文化などがあって、凝り性ですからねえ。そんな資質をもつ日本人に、なぜワインがもっと早くから普及しなかったのでしょうか。

山内 日本へは信長の時代に宣教師が初めて伝えたと言われていました。でもポルトガルワインでしたから、すごく甘い。甘いワインは和食に合いにくいですから、受入れられなかったでしょうね。そうして鎖国となって歴史的にはワインは入っていません。しかし、ちょうど100年前に茨城県牛久市に日本最初の本格的ワイナリー「牛久シャトー」ができて、今はワインのテーマパークになっています。ポルドーにもこれだけの立派なシャトーはないんじゃないかと思うくらいのお城です。明治時代には、鹿鳴館に集ったようなほんの一握りの人たちがワインを楽しんでいたようですね。板垣退助が新橋の芸者衆を連れて来ている写真が残っています。

三浦 ええ、牛久に...知りませんでした。誰が作ったのですか？

山内 浅草の「神谷パー」で有名な神谷伝兵衛です。そういった、先駆的な人はいたんですが、私がワイン卸を始めた30年前でも、まだワインは特別な飲み物でしたね。

三浦 確かにそうでしたねえ。

山内 そのなかで、私たちがプロモーションとして目をつけたのが、「ワインは唯一のアルカリ性アルコール飲料だからヘルシー」という特徴です。さらに、食文化のグローバル化とともにここ15年でボジョレーヌーボーのブーム、ソムリエのブームといういろいろな波がやって来ました。そして、今のように日常的に飲まれるようになったきっかけは、何といってもTVから火がつ



子供が嫁ぐ日に、誕生の日に 買ったワインを開ける。最高 ですよ。

いたポリフェノールのブームでしょうね。

三浦 赤ワインに豊富に入っているとと言われる、血液サラサラ効果ですね。実は、私も医者から飲むんだったら、赤ワインをと薦められているんです。

山内 日本人の健康指向にぴったりとマッチしまして、一挙にブレイクしました。しかし、もともとワインはいろんな料理に合いますし美味しいですから、きっかけはどうあれ、一度気に入っていただくと抵抗なくお付き合いいただいているようです。

三浦 でも、いざ選ぶとなると迷っていたんですが、今日伺った「ヴィンテージ」や「グランクリュ」などのクラスの表示は参考になりますね。

山内 ゲーム感覚で色々な国の色々なワインと出会うと、本当に楽しいですよ。あとはお店の人に気軽に相談されたいいですし、ワインの会みたいな試飲の場に参加されるのもいい。

三浦 ワインの会！それはいいですね。山内さんに講師になっていただいて、小規模でもいいからぜひ主催したいですね。

山内 私でよければ、いつでもご協力いたします。



Topics

MIURA

IEプロジェクトにより 製造本部の改革を推進。

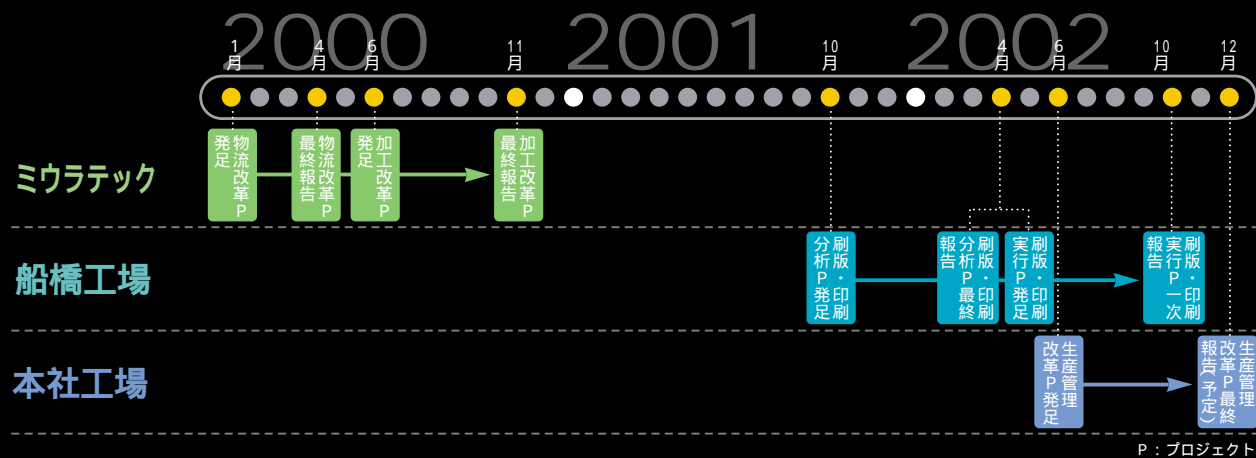
当社のIEプロジェクトは、2000年1月の子会社ミウラテック(株)からスタートしました。それ以前に行なってきた、「こうだろう」「そんな気がする」といった経験と勘が前面に出た業務改善が、本質を捉えていなかったのではないかという反省が、IEプロジェクト導入のきっかけとなりました。そこで出会ったのが、ある電機会社のコンサルティングチームです。管理工学のIE(Industrial Engineering)手法を用いて、同社の品質管理・業務改善を行ってきたその道のプログループです。

ミウラテックとしては、IE手法を学びながらの業務改善ということで、ゼロから先生方の指導に従い、分析そして改革を進めることとなりました。その結果、物流では分散していた拠点を塩浜に統合し、また船橋工場加工部も2、3階に分散していた設備を全て2階に集約することができました。これは経費の削減にとどまらず、無駄な動線・工程を極力排除したことで生産性が飛躍的に向上いたしました。その結果、親会社との取引価格低減を図ることができ、グループ全体の収益にも大きく貢献いたしました。

これらの改善結果をふまえ、船橋工場の刷版・印刷部門でも昨年の10月からIEプロジェクトを発足させ、業務改革を推進しており、今期中にもその成果が期待されます。

これに並行して、今年6月からは本社工場の生産管理部門でも、IEプロジェクトを開始いたしました。この部門は工程管理を担っており、全体最適を達成するために最も重要な部署といえます。このプロジェクトでは物の流れ・情報の流れが改善の大きな課題であるため、「iGrafx」という工程を可視化するためのツールを用いて、業務分析と改善設計を行っております。この9月には中間レビューを行い、多くの社員から貴重な意見を集約できました。

IE分析は、業務をしっかりと分析することで、工程の効率化はもとより、品質管理・ミス防止にも大きく貢献しており、その自信を今後の絶えざる改革に活かしながら、全社的な業績の向上を図っていきたく考えております。



9月 IEプロジェクト中間レビュー

「お客様第一主義」を 目に見える形で。

当社は「お客様第一主義」を経営理念に掲げており、その具体的テーマの一つとして、昨年末より品質管理のさらなる徹底に取り組んでおります。モノ作りにミス・クレーム防止は永遠のテーマですが、この課題を達成できれば、得意先からの信頼はさらに増し、この厳しい時代にあっても勝ち組に居ることができると信じております。全社組織である対策室では、単に「注意する」といった精神論でなくIEやQCの手法を駆使し、工程内で確実にミスを出さない仕組み作りを目指しております。また各部門では、タスクフォースが対策室の20にのぼる施策を実行に移し、上半期で顕著な成果を見せております。

管理部門効率化のため、 管理本部を設置。

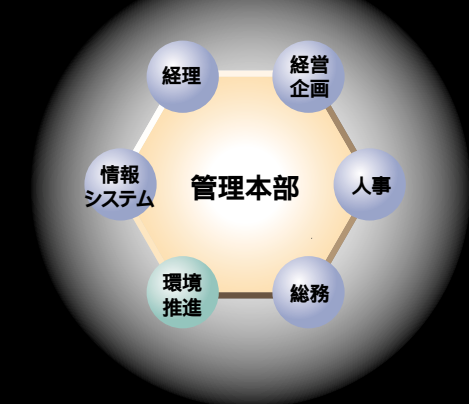
10月1日より、管理部門である経営企画部・経理部・総務部・人事部・情報システム部、そして環境推進室が一つの管理本部として組織されました。

管理部門は会社が機能するためのバックオフィスの役割を担っておりますが、当社が「勝ち組」として生き残っていくためには、営業・製造だけでなく管理部門の改革も不可欠です。そのためには部門の連携が効率化の鍵と考え、今回の管理本部設置が実現いたしました。全体で重複する業務については一元化し、また単純作業についてはアウトソーシングすることも計画しております。

管理本部の目指すところは、『知的生産性の高いプロフェッショナル集団』であり、『日本一効率の良い管理本部』であります。これを達成するために、次の方針に沿って行動してまいります。

- FOR THE COMPANYの精神で、経営戦略に沿って行動
- 各部の連携を密に情報を共有化し、時代を先取りした企画・提言を行う
- プロとして、より正確・迅速に業務を遂行する

管理本部イメージ図



景気低迷に打ち勝つ

企業体質強化に取り組んでおります。

1. 当中間期の概況

当中間期におけるわが国経済は、一段と進行するデフレにより企業収益が大幅に悪化するなか、民間設備投資、個人消費ともに依然として低迷を続け、極めて厳しい状況で推移いたしました。印刷業界におきましても国内景気悪化のあおりを受け、印刷需要は全般的に低迷し、さらに受注単価の下落もあり、厳しい経営環境が続きました。

このような環境のもと、当社といたしましては、営業力の一層の強化とコスト削減に積極的に取り組んでまいりました。具体的には、営業面では新規得意先の開拓を進めつつ、既存得意先を中心に印刷周辺に付加価値を求める新営業領域を積極的に拡大し、売上増加を図ってまいりました。

一方生産面では、製造部門の全工程にわたるIE(インダストリアル・エンジニアリング)プロジェクトによる、徹底した生産効率の向上と製造原価の削減を図るとともに、ISOでの品質保証体制の確立により、安定した高品質な印刷物を提供するなど着実な成果をあげてまいりました。

しかしながら、企業の広告宣伝費削減による需要減と受注単価の下落が業績面に大きく影響し、当中間期の連結売上高は101億5千9百万円(前年同期比8.9%減)となり、連結経常利益は3億8千8百万円(同35.7%減)、連結中間純利益は1億4千8百万円(同41.0%減)となりました。

2. 通期の見通し

今後の経済見通しにつきましては、不透明感の深まる米国経済の影響、また不良債権問題や株式市場の低迷などの先行き不安から、景気動向は依然として厳しいものと

と予想されます。

このような状況下、当社は「お客様第一主義」の経営理念のもと、新営業領域の拡大と工程改革による品質保証体制の強化を図り、企業価値の向上に努めてまいります。あわせてグループ総合力の強化を図り、景気変動に左右されない収益力の高い企業体質への変革を目指してまいります。

以上により、通期の予想といたしましては、連結売上高205億円、連結経常利益7億2千万円、連結当期純利益4億円を見込んでおります。

なお、通期の配当につきましては、中間配当金・期末配当金とも1株当たり5円(年間配当金1株当たり10円)とさせていただきます。

連結決算概要

科 目	当中間期 (平成14年9月期)	前中間期 (平成13年9月期)	前 期 (平成14年3月期)
売 上 高 (百万円)	10,159	11,157	21,128
営 業 利 益 (百万円)	387	614	1,044
経 常 利 益 (百万円)	388	603	943
中間(当期)純利益 (百万円)	148	251	1,817
総 資 産 額 (百万円)	21,335	23,315	21,389
株 主 資 本 (百万円)	8,156	10,244	8,343

科 目	当中間期 (平成14年9月期)	前中間期 (平成13年9月期)	前 期 (平成14年3月期)
1株当たり中間(当期)純利益 (円)	6.12	10.26	74.40
1株当たり株主資本 (円)	336.86	419.24	343.05
株 主 資 本 比 率 (%)	38.2	43.9	39.0
営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	543	346	281
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	62	87	9
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	236	148	265

中間貸借対照表 [平成14年9月30日現在]

科目	金額
資産の部	
流動資産	8,427
現金及び預金	2,941
受取手形	489
売掛金	3,850
有価証券	330
製品	90
原材料及び貯蔵品	78
仕掛品	361
前払費用	114
繰延税金資産	118
その他の流動資産	64
貸倒引当金	12
固定資産	12,189
有形固定資産	3,002
建物	1,138
機械及び装置	445
土地	1,275
その他の有形固定資産	142
無形固定資産	44
投資等	9,142
投資有価証券	5,437
子会社株式	651
保険積立金	1,026
会員権等	284
繰延税金資産	1,421
その他の投資等	367
貸倒引当金	46
繰延資産	0
社債発行差金	0
資産合計	20,617

(単位:百万円)

科目	金額
負債の部	
流動負債	6,027
支払手形	1,701
買掛金	1,175
短期借入金	1,794
一年以内償還社債	500
未払法人税等	108
未払消費税等	66
未払費用	277
賞与引当金	297
その他の流動負債	104
固定負債	6,297
社債	3,638
長期借入金	1,990
退職給付引当金	97
役員退職慰労引当金	571
負債合計	12,324
資本の部	
資本金	2,215
資本剰余金	2,231
資本準備金	554
その他資本剰余金	1,677
利益剰余金	3,918
任意積立金	2,655
土地圧縮積立金	46
償却資産圧縮積立金	23
別途積立金	2,585
中間未処分利益	1,263
(うち中間利益)	(126)
株式等評価差額金	153
自己株式	225
資本合計	8,293
負債・資本合計	20,617

(注)記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

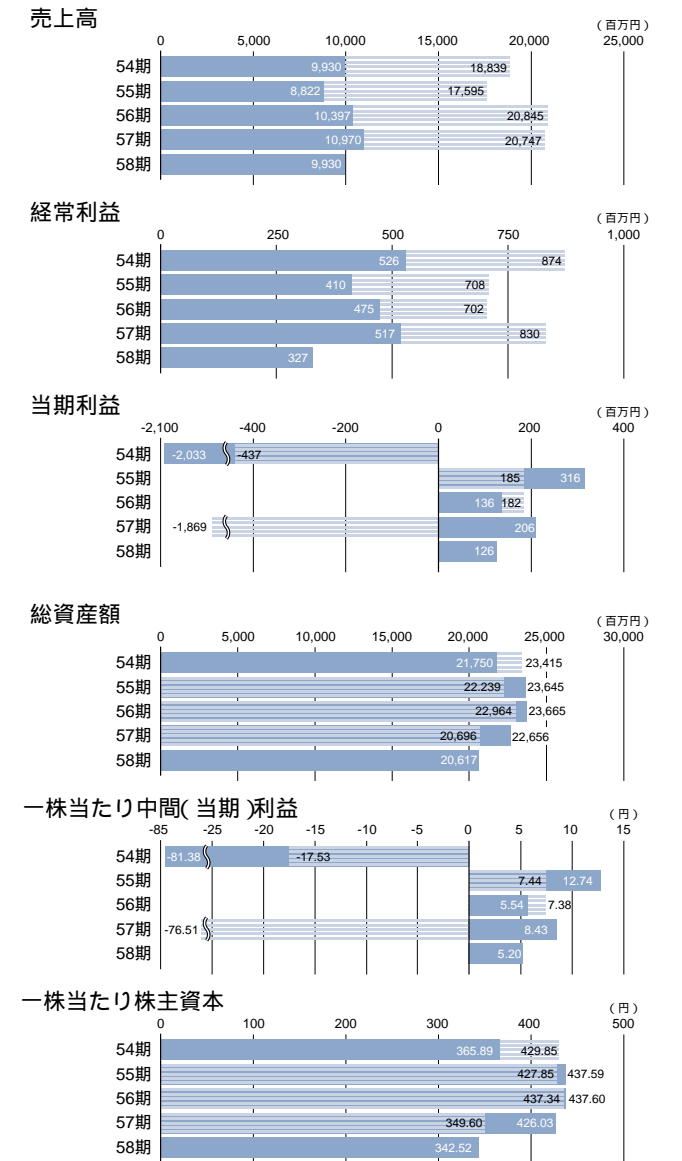
中間損益計算書 [平成14年4月1日～平成14年9月30日]

科目	金額
経常損益の部	
営業損益の部	
売上高	9,930
売上原価	8,021
販売費及び一般管理費	1,603
営業利益	305
営業外損益の部	
営業外収益	104
受取利息及び配当金	31
その他の営業外収益	72
営業外費用	81
支払利息	26
社債利息	34
その他の営業外費用	20
経常利益	327
特別損益の部	
特別利益	3
貸倒引当金戻入額	3
特別損失	91
投資有価証券評価損	8
固定資産処分損	32
退職給付会計基準変更時差異処理額	50
税引前中間利益	239
法人税、住民税及び事業税	114
法人税等調整額	1
中間利益	126
前期繰越利益	582
利益準備金取崩高	553
中間未処分利益	1,263

(単位:百万円)

(注)記載金額は百万円未満を切り捨てて表示しております。

主要財務指標の5カ年推移 ■ 中間期 ■ 通期



Stock Information & Corporate Profile

株式の状況 [平成14年9月30日現在]

株式の状況

会社が発行する株式の総数	79,761,000株
発行済株式の総数	24,745,848株
資本金	2,215,310,466円
株主数	2,394名

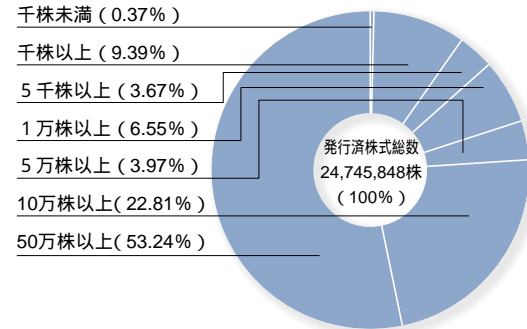
大株主(上位7名)

株主名	当社への出資状況		当社の大株主への出資状況	
	持株数(千株)	持株比率(%)	持株数(千株)	持株比率(%)
株式会社東京三菱銀行	1,236	5.00	-	-
王子製紙株式会社	1,201	4.85	488	0.05
三浦久司	1,033	4.18	-	-
凸版印刷株式会社	1,004	4.06	252	0.04
三浦総業株式会社	972	3.93	-	-
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (退職給付信託口・大日本インキ化学工業株式会社口)	901	3.64	-	-
三菱製紙株式会社	877	3.55	1,200	0.37

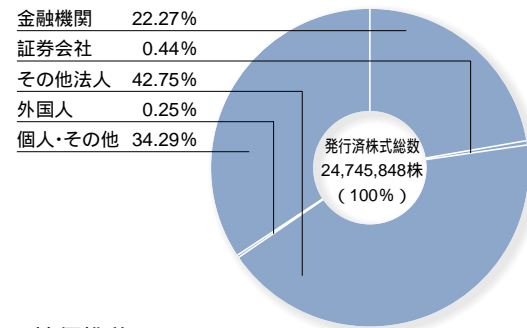
(注) 1. 当社は株式会社東京三菱銀行と三菱信託銀行株式会社の完全親会社である株式会社三菱東京フィナンシャル・グループの普通株式1,109株(0.02%)を所有しております。
株式会社三菱東京フィナンシャル・グループへの出資比率については議決権のない優先株式を除いて算出しております。

2. 「日本マスタートラスト信託銀行株式会社(退職給付信託口・大日本インキ化学工業株式会社口)」名義の株式901千株は大日本インキ化学工業株式会社から同信託銀行へ信託設定された信託財産です。信託契約上当該株式の議決権は大日本インキ化学工業株式会社が留保しています。なお、当社は大日本インキ化学工業株式会社の株式369千株(0.05%)を所有しております。

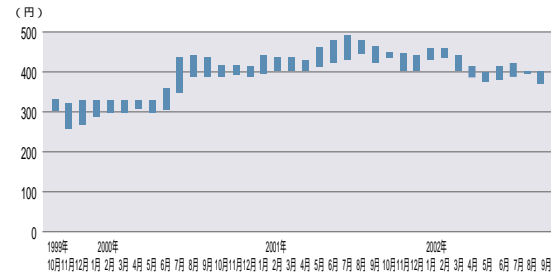
所有数別の状況



所有者別の状況



株価推移



会社の概況

会社概要 [平成14年9月30日現在]

商号	三浦印刷株式会社
代表者	代表取締役社長 三浦 久司
創業	昭和6年9月
設立	昭和25年11月
資本金	22億15百万円
所在地	東京都墨田区千歳二丁目3番9号 電話(03)3632-1111
従業員数	547名

役員 [平成14年11月1日現在]

代表取締役社長	三浦 久司
代表取締役専務取締役	三浦 剛治
専務取締役	下村 淳徳
常務取締役	北岡 一男
取締役	杉浦 進一
取締役	松本 興一
取締役	三石 誠司
常勤監査役	山口 政治
常勤監査役	近原 一平
監査役	年森 教悟
監査役	東松 文雄

取締役相談役三浦尚信は、平成14年10月11日死亡により退任いたしました。

連結子会社

ミウラテック株式会社	株式会社ミウラクリエイト
代表取締役社長 三浦剛治	代表取締役社長 三浦剛治
資本金 50百万円	資本金 100百万円
設立 昭和57年10月	設立 昭和44年12月
年間売上 3,203百万円 (平成14年3月期)	年間売上 404百万円 (平成14年3月期)
事業内容 製本加工・物流	事業内容 コイン駐車場等



< 株主メモ >

決算期	毎年3月31日
定時株主総会	毎年6月
配当金支払株主確定日	毎年3月31日
	なお、中間配当を実施するときは9月30日
名義書換代理人	三菱信託銀行株式会社
同事務取扱場所	東京都千代田区永田町二丁目11番1号 三菱信託銀行株式会社 証券代行部
同取次所	三菱信託銀行株式会社 全国各支店
郵便物送付・電話照会先	〒171-8508 東京都豊島区西池袋一丁目7番7号 三菱信託銀行株式会社 証券代行部 電話(03)5391-1900(代表)
公告掲載新聞	東京都において発行する 日本経済新聞


 三浦印刷株式会社

〒130-8588 東京都墨田区千歳2-3-9

Tel(03)632-1111

<http://www.miura.com/>

<http://www.tvz.com/>



大豆インキを使用しています



古紙配合率100%再生紙を使用しています