




2020年3月期 株式会社プラザクリエイト本社  
中間決算説明会

2019年11月22日

1. 2020年度3月期 上期業績について

2. 今後に向けた5つの強化テーマについて

3. 2020年度3月期 連結業績見通しについて



2020年度 3月期  
上期連結業績について



# 1. 業績ハイライト

## ①【プリント】売上は前年イーブン、損失幅は縮小

- ✓ 売上高は、FC化等の構造改革によりパレットプラザ事業において減少するが、成長戦略によるオンラインプリント事業の立ち上げなどにより、前年イーブン
- ✓ 上記に伴い、損失幅は縮小

## ②【モバイル】売上は大幅増も利益は先行投資により前年イーブン

- ✓ 店舗数拡大に伴う販売台数の積み上げなど堅調に推移し、売上高は前年同期比117.8%
- ✓ 店舗数の増加に伴う原価及び人件費等のコストの増加などを反映し、セグメント利益は前年イーブン

## 2. 2020年3月期上期連結業績

 売上高は拡大、先行投資発生も営業損失は前年より良化

(単位：百万円)

	2020年3月期上期			2019年3月期上期	
	実績	構成比	前期差	実績	構成比
売上高	<b>10,891</b>	100.0%	<b>1,170</b>	9,721	100.0%
売上総利益	<b>3,564</b>	32.7%	<b>418</b>	3,146	34.1%
販管費	<b>4,087</b>	37.5%	<b>355</b>	3,732	41.8%
営業利益	△ <b>522</b>	-4.8%	<b>63</b>	△ 585	-7.7%
経常利益	△ <b>522</b>	-4.8%	<b>40</b>	△ 562	-7.7%
当期純利益	△ <b>542</b>	-5.0%	<b>79</b>	△ 621	-7.8%

# 3. 2020年3月期上期セグメント別業績

👉 プリント事業は構造改革、モバイル事業は先行投資

(単位：百万円)

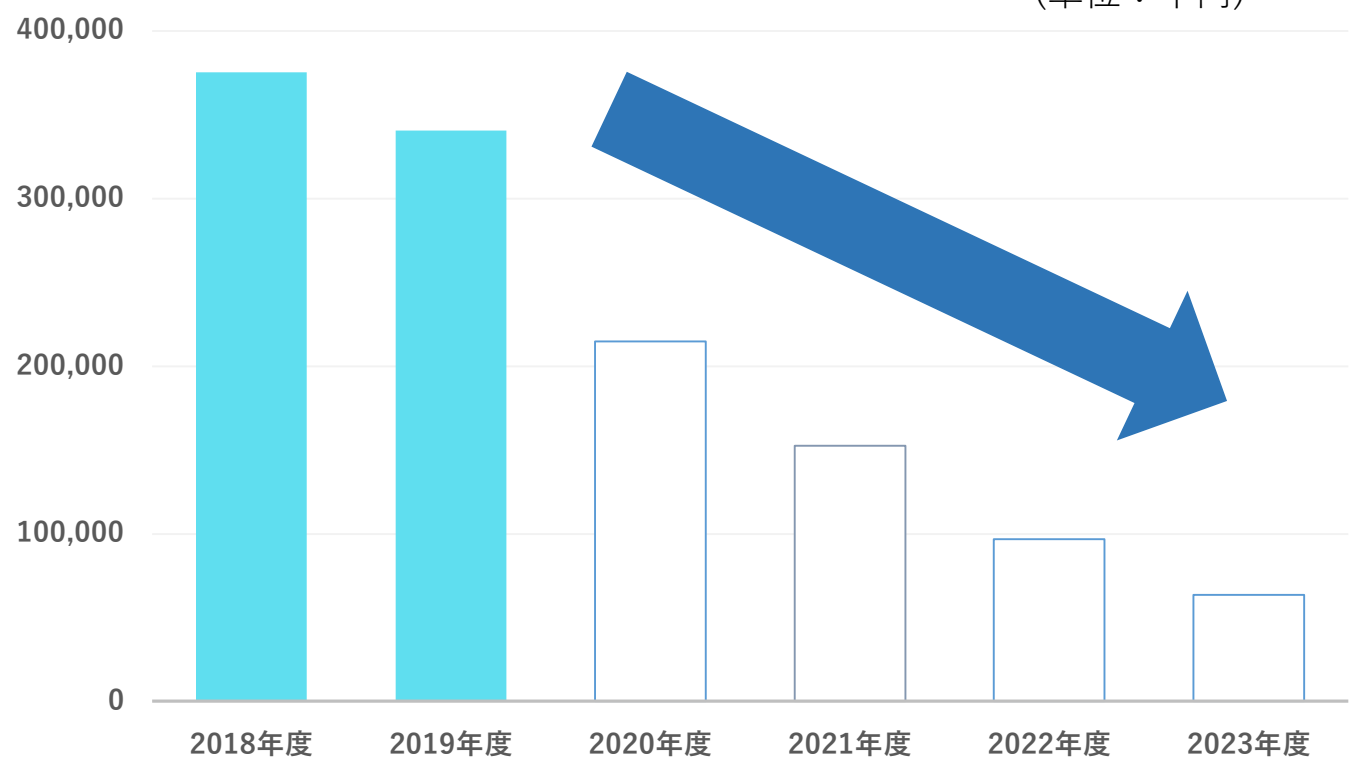
プリント	2020年3月期上期（2019年度）			
	当期実績	前期実績	前期差	概況
売上高	<b>3,005</b>	3,027	△ <b>22</b>	売上高は、FC化等の構造改革によりパレットプラザ事業において減少するが、成長戦略によるオンラインプリント事業の立ち上げなどにより、前年イーブン。損失幅は縮小
セグメント利益	△ <b>549</b>	△ 611	<b>62</b>	直営店△32店 FC化41店

モバイル	2020年3月期上期（2019年度）			
	当期実績	前期実績	前期差	概況
売上高	<b>7,885</b>	6,694	<b>1,191</b>	店舗数拡大に伴う販売台数の積み上げなど堅調に推移し、売上高は前年同期比117.8%。セグメント利益は店舗数の増加に伴うコストの増加などを反映し、セグメント利益は前年イーブン
セグメント利益	<b>27</b>	26	<b>1</b>	店舗数+6店（2019年3月比）

✓パレットプラザ事業における減価償却費用は、今期下期より減少していく。

パレットプラザ事業の減価償却見込み

(単位：千円)



# 4. セグメント別店舗状況

👉 プリント事業のFC店58.1%、モバイル事業は106店舗に増加

(単位 : 店舗数 + 提携先プリントコーナー拠点数)

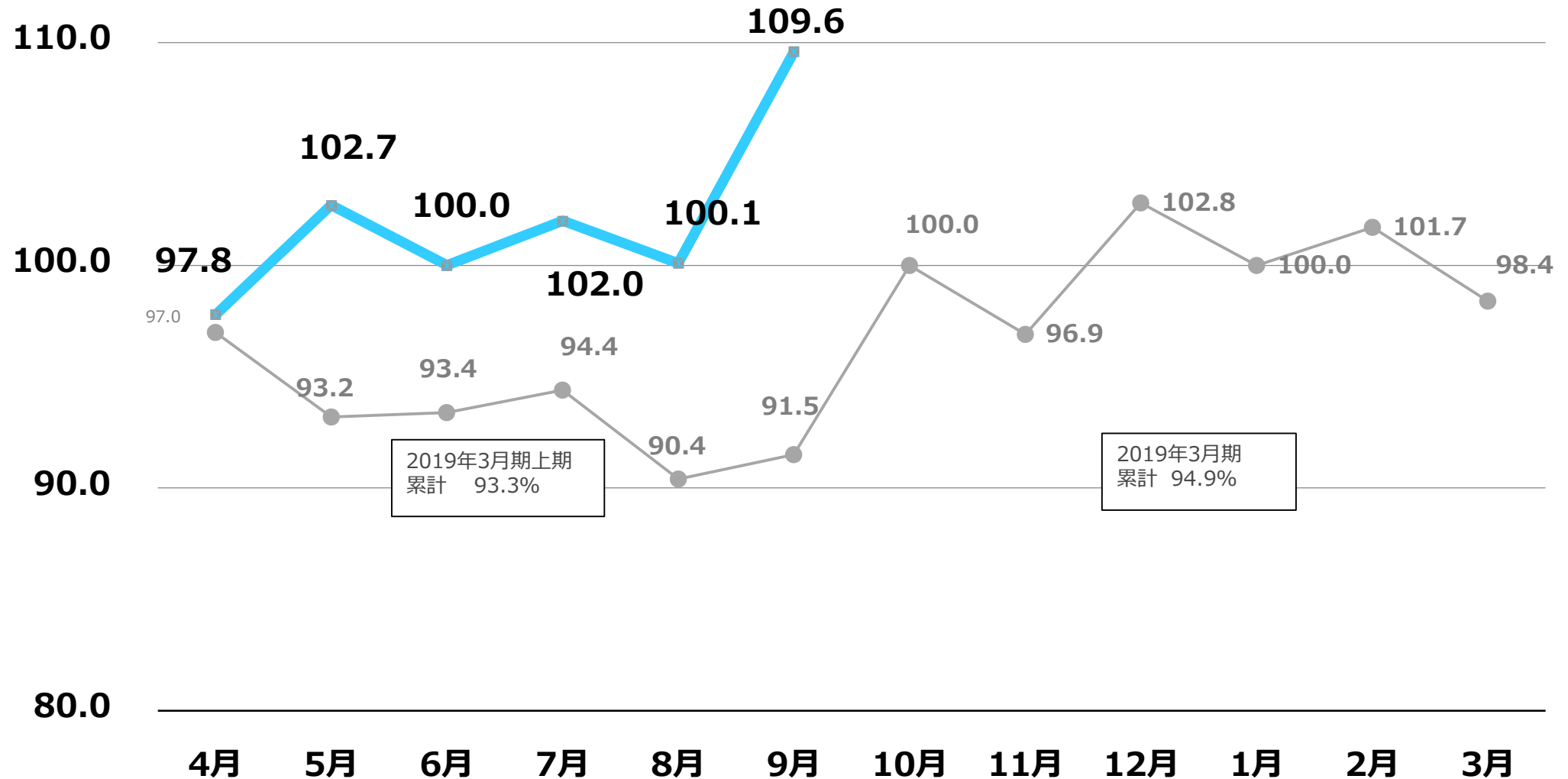
	2019年3月	2019年9月	
	店舗数	店舗数	増減
プラザクリエイト	510	493	△ 17
プリント事業	410	387	△ 23
直営店	227	162	△ 65
FC店など	183	225	42
モバイル事業	100	106	6
キャリアショップ	89	95	6
併売店その他	11	11	0



# 5. プリント事業直営店売上前年比率



不採算店舗退店により、直営店売上前年比率は101.2%



# 6. モバイル事業販売台数推移



拠点数増加に伴い、前年同時期比112%に伸長

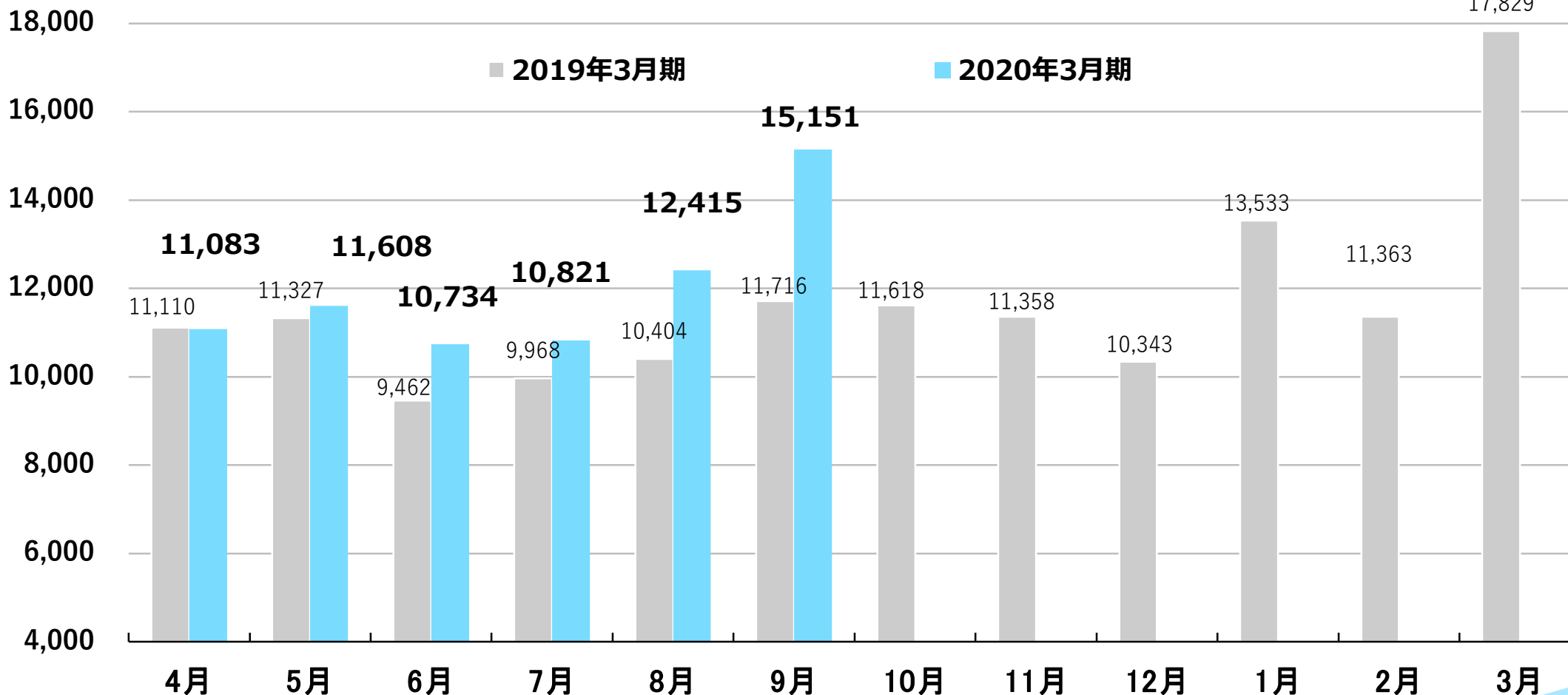
2019年3月期上期 63,987台

+12%

2020年3月期上期 71,812台

月別実績比較

(単位：台)  
17,829



2020年度 3月期

# 今後に向けた5つの強化テーマ



# 1. 今後に向けた、5つの強化テーマ

A

## 待ったなしの構造改革を一層強化

B

商品力と  
サービス力の強化

C

法人営業チャンネル  
増強とアライアンス強化

D

EC事業立ち上げによる  
販売チャンネルの強化

E

モバイル事業における  
収益性強化

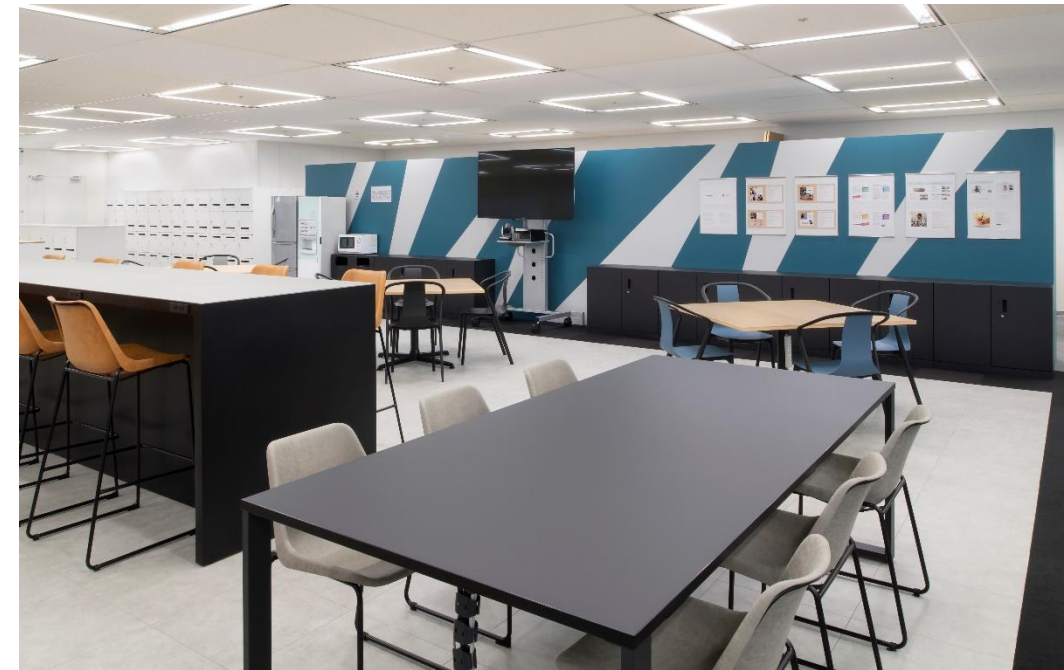
# A 待ったなしの構造改革を一層強化

## 👉 役員クラスなど基幹人事の増強をさらに推進

- 上期に役員体制を刷新
- 引き続き、役員クラスを中心とした基幹人事を外部からの採用も含め強化していく

## 👉 環境整備、人事制度刷新による意識改革の徹底推進

- 新たな発想や創造性を発揮するための環境整備の一環として上期に本社オフィスをリニューアル
- 今後は評価制度など各種人事制度を再整備し、一人当たりの生産性をあげていく





## B 商品力とサービス力の強化

### 「つくるんです」シリーズのさらなる拡大

- 販売開始から一年で、シリーズ合計出荷数が20万個、外販取引先が42法人250店を突破
- 今後も、シリーズ拡充と外販取引先の拡大を目指す

### 会員アプリによる年賀状顧客のリテンション強化

- 2019年9月にパレットプラザ会員アプリをリリース
- 本アプリを令和初の2020年年賀状をお買い上げのお客様へご案内しオンラインでの会員獲得を強化
- 年賀状以外の販促活動を通じ店舗へ誘導



2020年年賀状 → 会員化 → 送客

## 法人営業チャンネルの増強

- IDカードプリンター“GRASYS”や“なんでもダビング”や、モバイル機器の法人営業等、既存サービスの営業を強化すべく人員増強。

**GRASYS**

**なんでもダビング**

**SoftBank**



## ベンチャー企業を含む他社とのアライアンス強化

- エンターテイメント企業からホームセンター様まで幅広い業界とのアライアンス先を強化。
- 様々な企画やイベント提案、オンリーワンのグッズの受託OEMを展開していく

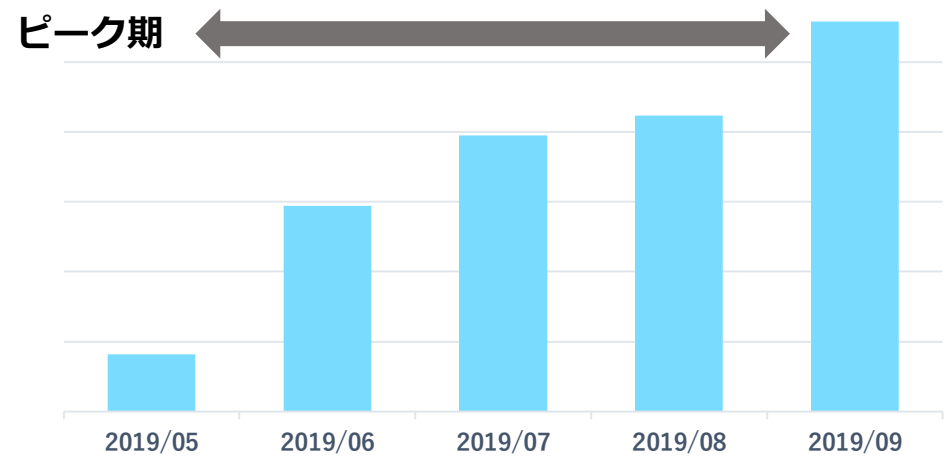


# © EC事業立ち上げによる販売チャネルの強化

## 👉 チームアパレルブランド“WeTy”リリース！

- 2019年5月にリリースした、チームをターゲットとしたアパレルブランド。夏のピーク期に合わせて、販売枚数是对前月で伸長
- 来期に向けてリピート顧客の獲得に注力

## 👕 WeTy リリース後の販売枚数推移



## 👉 ちゃんりおグッズストアの大幅リニューアル

- 世界で一つのグッズが作れる“ちゃんりお”グッズストアのアイテム数が20種類に大幅に増加。
- 今後も新たな製品を投入し、商品バリエーション拡充に努める



# D モバイル事業における収益性の強化

## 👉 100店舗を突破！ 今後はサービス力向上にシフト

- 従業員の質、接客の質を高めることで、“お客様あたりの単価向上”による収益性を高める

## 👉 人材採用と即戦力化にむけた教育の強化

- 2020年春、新規学卒者を約100名採用予定
- 事業部内に教育専任部隊を設置し、早期戦力化を実現していく


SoftBank

Y! mobile

au







2020年度 3月期  
連結業績見通しについて




# 3. 2019年度3月期連結業績見通しについて



期初業績予想からの変更はなし

	2020年3月期			2019年3月期	
	計画	構成比	前期比	実績	構成比
売上高	24,000	100.0%	269	23,731	100.0%
営業利益	250	1.0%	13	237	1.0%
経常利益	250	1.0%	21	229	1.0%
当期純利益	150	0.6%	72	78	0.3%



本資料に関するお問合せ先  
株式会社プラザクリエイイト本社  
社長室 広報・I R 担当  
[koho@plazacreate.co.jp](mailto:koho@plazacreate.co.jp)

本資料には将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。  
世界経済・競合状況・為替の変動等にかかわるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の  
予測と大幅に異なる可能性があります。