


2020年11月26日



2021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**



# 目次

1. 2021年度3月期 上期連結業績について
2. 今後に向けた5つの強化テーマについて
3. 2021年度3月期 連結業績見通しについて

# 目次

1. 2021年度3月期 上期連結業績について
2. 今後に向けた5つの強化テーマについて
3. 2021年度3月期 連結業績見通しについて

# 1. 業績ハイライト

## ①【プリント】構造改革で収益性が改善するも、売上は減少

- ✓ フランチャイズ化などの事業構造改革により費用構造を抜本的に見直し、収益性は向上
- ✓ 一方、新型コロナによる休業の影響などにより売上は減少

## ②【モバイル】減収増益。法人向け高粗利商材の獲得が伸長

- ✓ 収益力の高い店舗の運営に集中すべく併売店9店を閉店した結果、売上高は減少
- ✓ 法人顧客の開拓が、テレワーク助成金の後押しもあり、顧客数と高粗利商材の獲得が大きく伸長

## 2. 2021年3月期上期 連結業績

売上高は縮小も、営業利益は前年比326百万円増

(単位：百万円)

	2021年3月期		増減額 (対前年比)	増減率 (対前年比)	2020年3月期	
	(実績)	(対売上比)			(実績)	(対売上比)
売上高	<b>8,759</b>	-	△2,132	△19.6%	10,891	-
売上総利益	<b>3,160</b>	<b>36.1%</b>	△404	△11.3%	3,564	32.7%
販売管理費	<b>3,357</b>	<b>38.3%</b>	△730	△17.9%	4,087	37.5%
営業利益	<b>-196</b>	<b>-2.2%</b>	+326	-	-522	-4.8%
経常利益	<b>-161</b>	<b>-1.8%</b>	+361	-	-522	-4.8%
当期純利益	<b>-312</b>	<b>-3.6%</b>	+230	-	-542	-5.0%

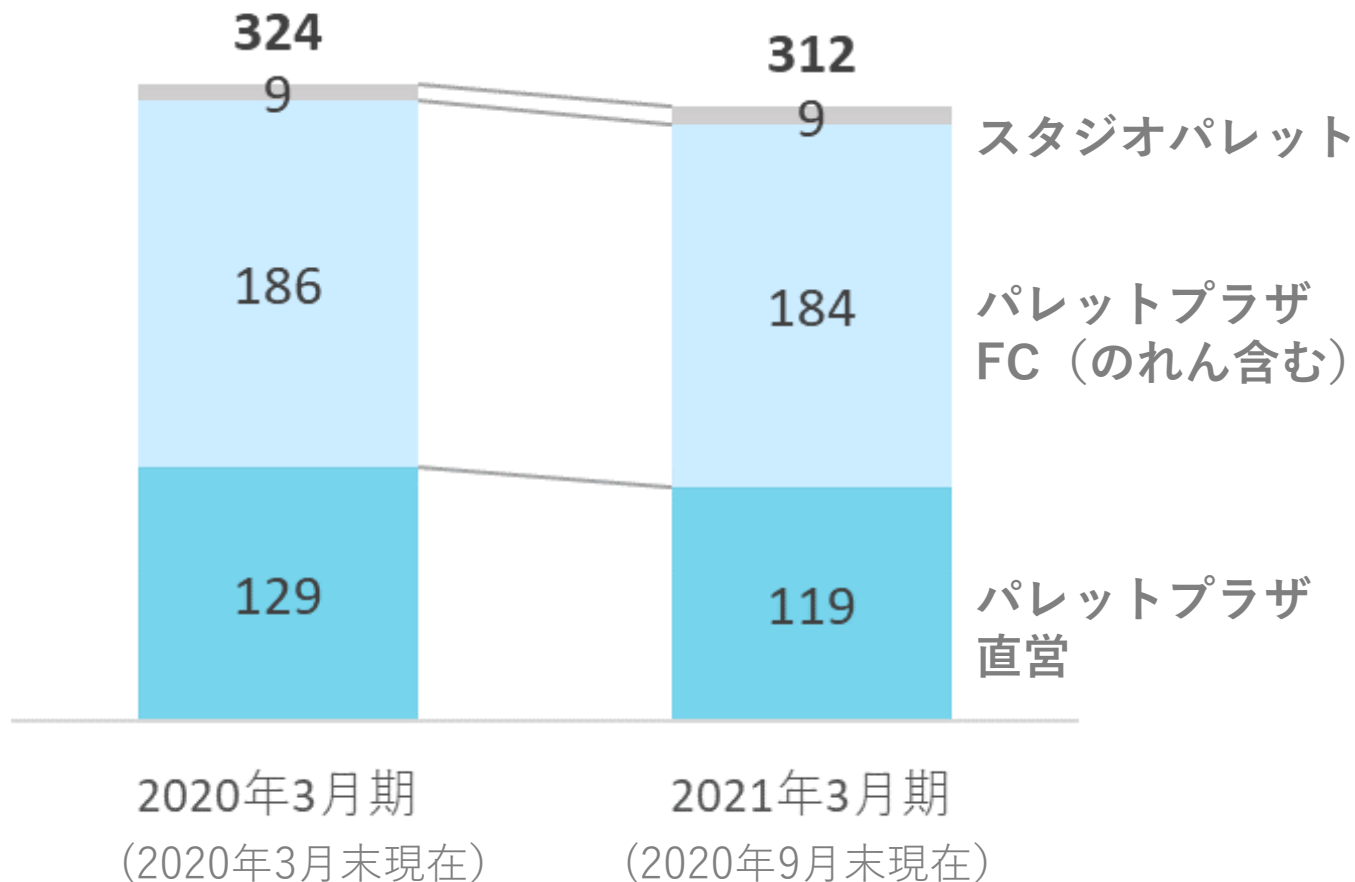
### 3. 2021年3月期上期 セグメント別業績

(単位：百万円)

プリント	当期実績	前期実績	前年差	概況
売上高	2,036	3,006	△970	パレットプラザの直営運営事業から卸売り事業への移行に加え、コロナ渦の影響による売上の減少も影響し、売上高は20億36百万円（前年同期比32.2%減）、セグメント損益は6億3百万の損失（前年同期：5億25百万円の損失）。
セグメント利益	-603	-525	△77	

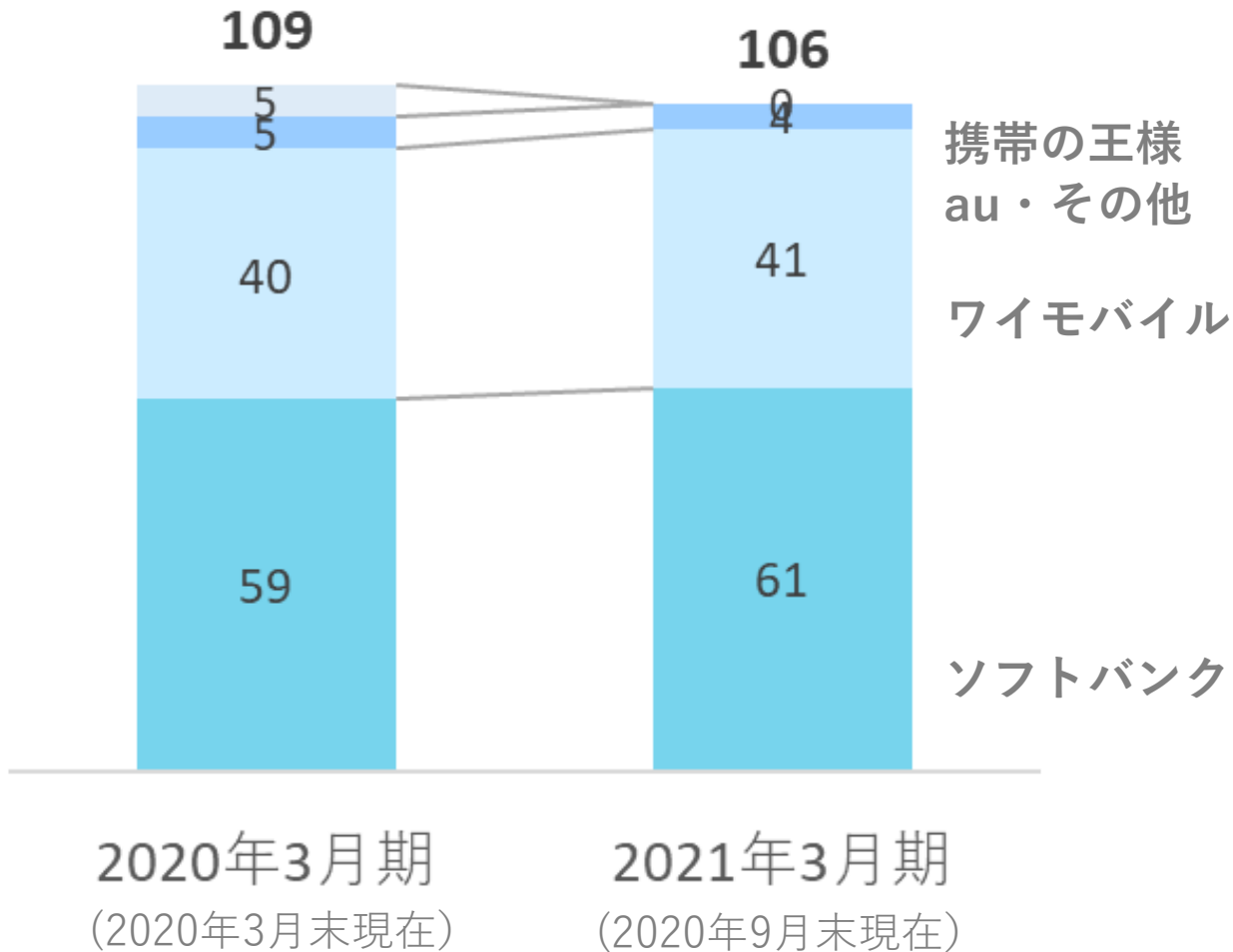
(単位：百万円)

モバイル	当期実績	前期実績	前年差	概況
売上高	6,724	7,886	△1,162	収益力の高い店舗に集中すべく併売店9店舗閉店により売上は減少。法人向けの高粗利商材の販売が好調に推移したことなどにより、売上高は67億24百万円（前年同期比14.7%減）、セグメント利益は4億25百万（前年同期比：1,461%増）。
セグメント利益	425	27	+398	



## FC店舗化が進む 59%→61%へ (パレットプラザ)

- パレット事業のFC化への業態転換を強化、不採算店舗を閉店
- スタジオパレット1店舗の販売面積を2倍に増床

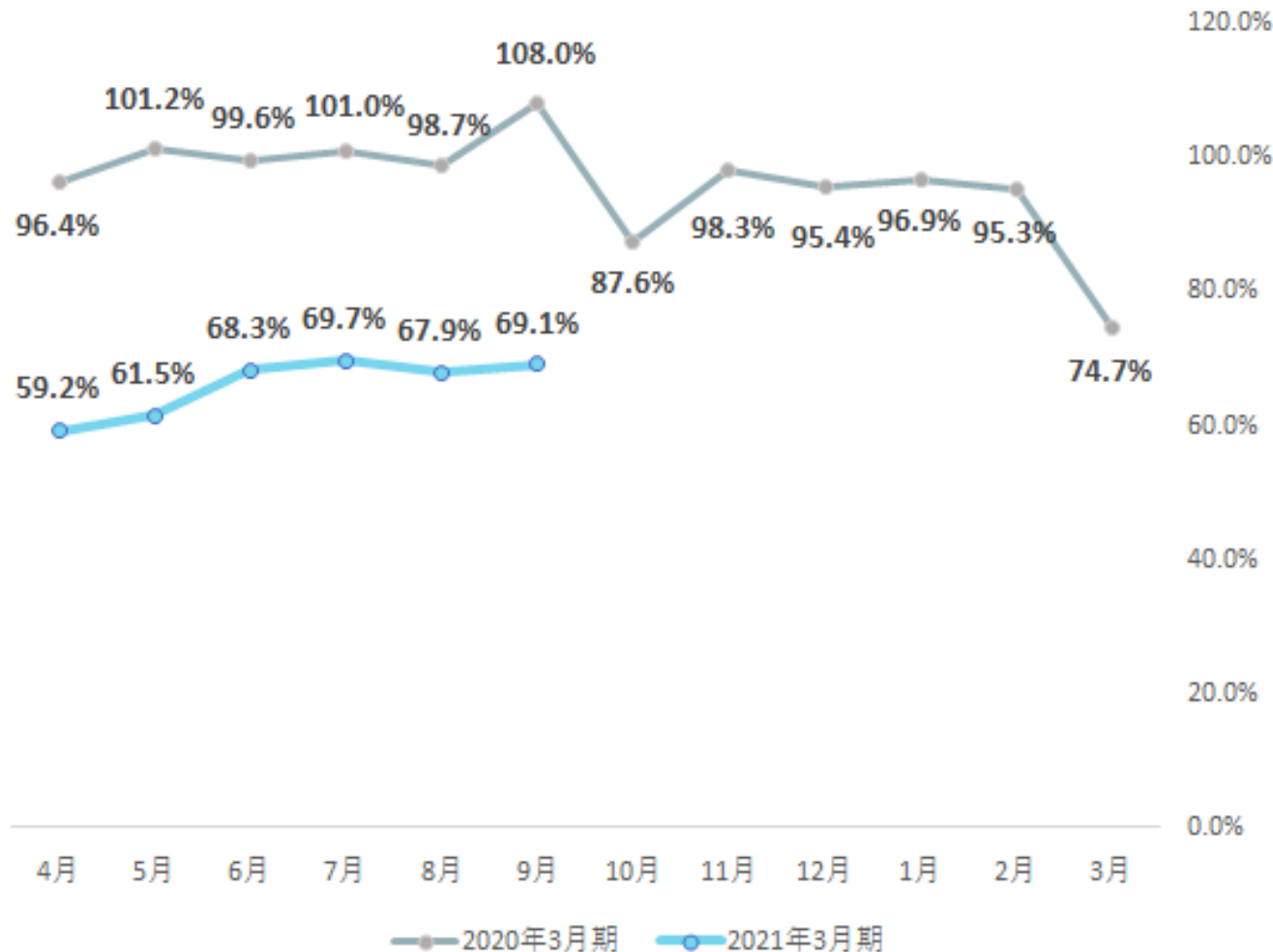


## 収益力の高い店舗 に集中

- 9店舗を閉店、6店舗を出店
- 従業員の育成による販売力強化



# 6. パレットプラザ既存直営店売上前年比



## 新型コロナの影響が顕著

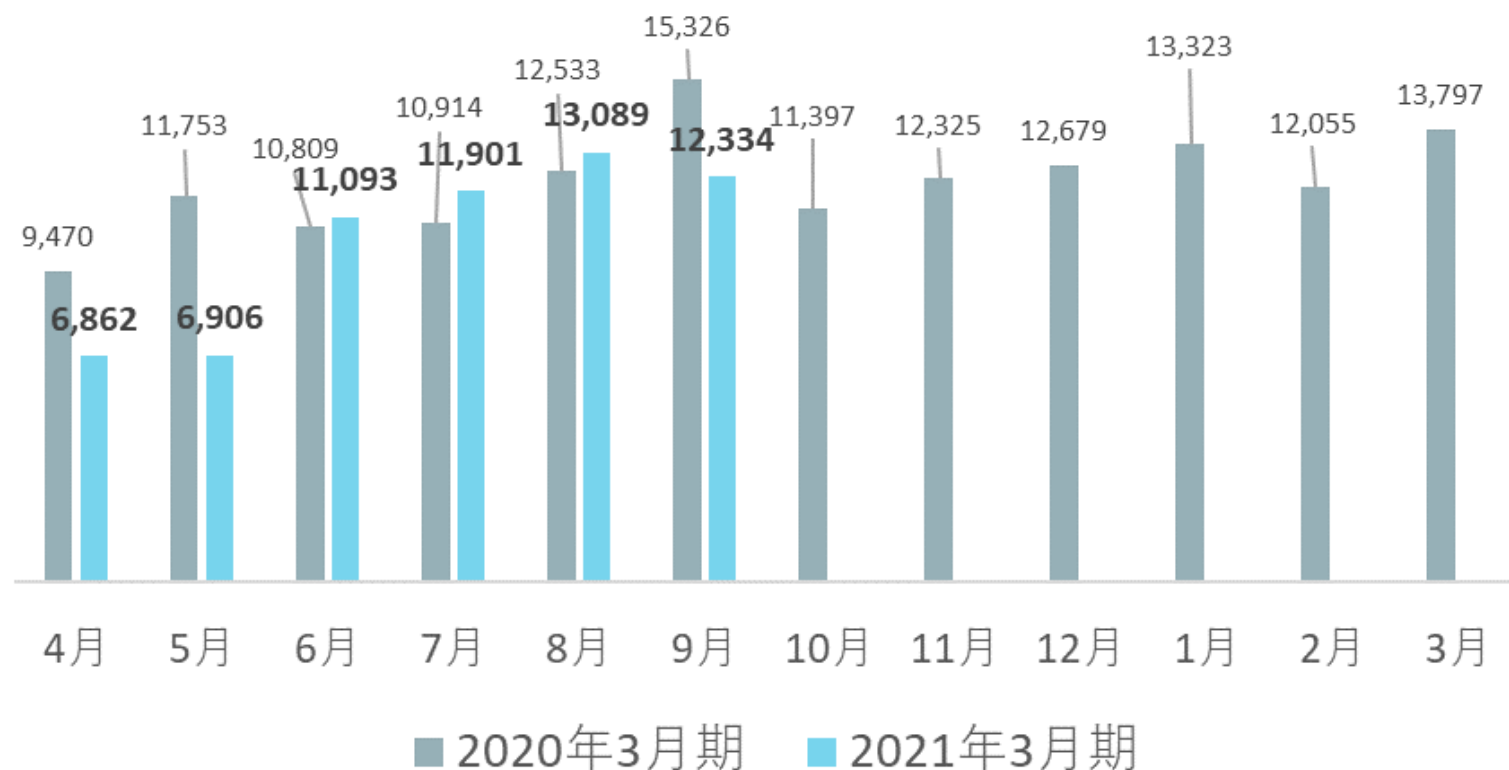
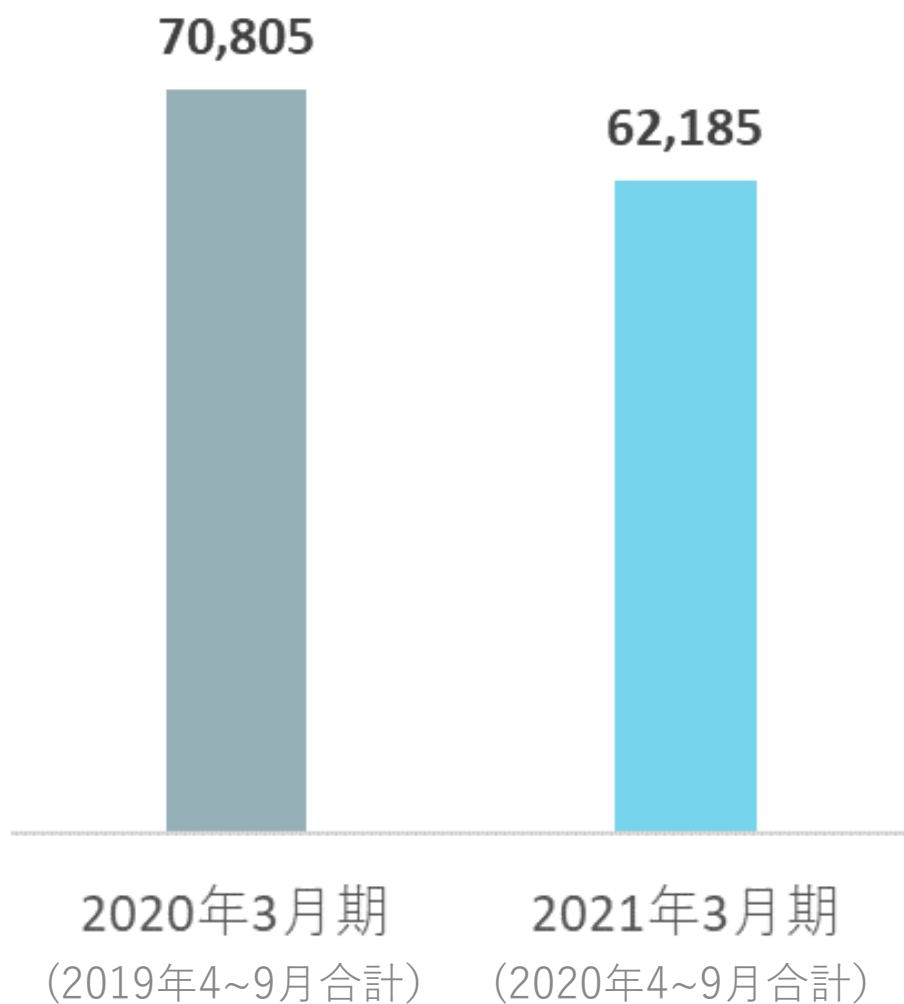
- 新型コロナウイルスによる緊急事態宣言に伴い、該当地域の店舗を一時休業
- 店舗再開も、営業時間短縮や直営店舗のFC化・閉店を受け、売上減少

# 7. モバイル事業

## 販売台数前年同時期比



9店舗閉店に加え、4月・5月営業時間短縮も  
**6月以降は前年度並みへ回復**



# 目次

1. 2021年度3月期 上期連結業績について
2. 今後に向けた5つの強化テーマについて
3. 2021年度3月期 連結業績見通しについて

## 2. 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

「プリント」から  
「イメージング」へ  
事業ドメインを拡大

C

法人営業チャネル  
増強とアライアンス  
強化

D

商品力とサービス  
力を強化

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

## 👉 CI及びコーポレートビジョンを刷新

- 2020年7月、CI及びコーポレートビジョンを刷新
- 「みんなの広場をつくる。」という新ビジョンのもと、構造改革と新事業創造へ選択と集中を図る

## 👉 オフィス面積4割削減、新人事制度運用強化

- コスト構造改革と働き方改革の一環として、オフィス面積を4割削減。
- 昨期導入した新人事評価制度の運用強化による生産性向上



# B 「プリント」から「イメージング」へ 事業ドメインを拡大

## 👉 「なんでもダビング」の機能強化でニーズに対応

- アナログメディア内の思い出をスマホで視聴、共有できる「スマホにデータ保存サービス」
- 自宅に眠っている写真をまとめてデジタル化！  
「写真スキャンサービス」の展開開始
- 巣籠り需要も受け、前年比二桁成長を実現  
引き続き販売を強化！

## なんでもダビング



## 👉 「パレットプラザ」での、お店舗滞在時間のミニマイズ化への取り組み

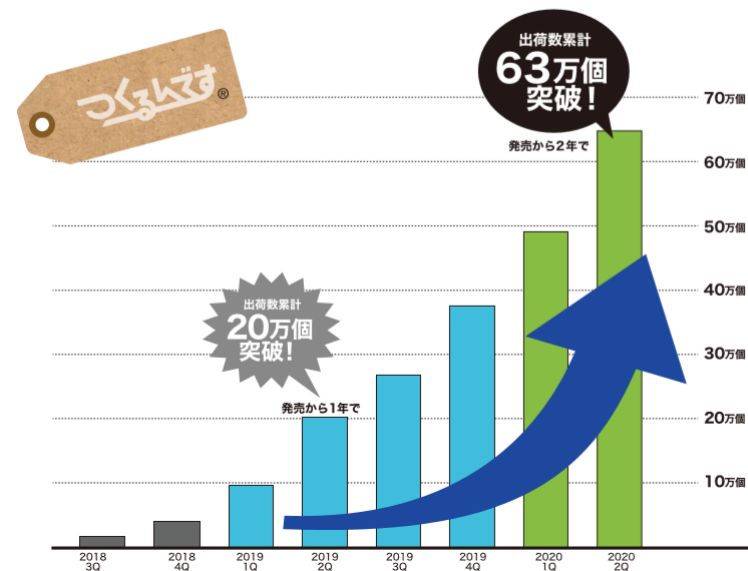
- 業界初！銀塩プリントによる当日仕上げフォトブック「すぐアル」がスマホアプリでオーダー可能に！
- オーダー後、最短3時間後にご指定店舗で受け取り可能に
- 引き続き他製品も、スマホオーダー機能を拡充予定



# ③ 法人営業チャネル増強とアライアンス強化

## 👉 「つくるんです®」 外販取引先を引き続き強化

- 外販取引先が30法人362店を突破
- 外販先開拓を目的とした自社商談会も積極開催
- 今夏、シリーズ累計出荷数が63万個を突破！



## 👉 IDカードプリンターGRASYSの非対面セールス開始

- 昨今の社会情勢を受け、営業プロセスをオンライン化
- テレビ会議システムや説明動画を活用し、商談～納品～アフターフォローまでを一貫して非対面にて実現可能に

# GRASYS



# D 「商品力」と「サービス力」の強化

## 👉 「つくるんです®」シリーズを引き続き拡充

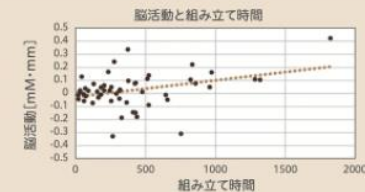
- 漁船、クルーズ船、機関車などの乗り物ラインナップがさらに充実
- 今秋～冬にかけて、新シリーズをリリース予定！



## 👉 「つくるんです®」幅広い世代向けマーケティングの強化

- 脳トレでおなじみの東北大学加齢医学研究所所長の川島教授監修のもと、ご高齢者向け実証実験の実施
- 手や指先を動かす過程で「脳の活性化」が確認されたと同時に、組み立て中の脳活動では、前頭前野の活性化が判明。
- 本結果を受け、ご高齢者向けのマーケティングや各種施設とのアライアンスを強化すると共に、幅広い世代向けの製品開発を行っていく

つくるんですには  
脳活性化の効果もあります!!



「つくるんです」の特徴である、図解付き説明書を読みながら組み立てる動作には、「短期記憶力・情報処理力・視覚と手の動きの連動」などを育み、脳を鍛える効果が期待できます。  
「つくるんです」で脳を活性化させ、楽しく完成させましょう！

川島 隆太博士

株式会社NeU 取締役CTO(最高技術責任者)、兼東北大学加齢医学研究所所長





# E モバイル事業における収益力の強化

## 採用と教育を強化し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
- 事業部内に教育専任部隊を設置し、早期戦力化を実現するための、ルーキーフォローアッププログラム新設置







## 法人営業部隊の強化。コロナによる需要拡大に対応

- コロナによる、リモートワーク拡大によって高まる法人からのモバイル周辺機器等の需要に対応し、法人専門部隊の人員強化と提供ソリューションの充実化を図る

## フォトミーグループ（日本オート・フォート）との業務提携並びに証明写真ボックス事業再編のお知らせ

株式会社プラザクリエイト（本社：東京都中央区/代表取締役社長：大島康広、以下プラザクリエイト）と日本オート・フォート株式会社（本社：埼玉県さいたま市、代表取締役：クリスチャン・オーティエ、以下日本オート・フォート）は、プラザクリエイトが完全子会社として株式会社フォトプラザ（本社：東京都中央区）を設立し、運営する証明写真ボックス事業を移管し、その株式100%を日本オート・フォートに譲渡することについて合意するとともに、両社グループの各事業での協業に向けて業務提携契約を締結しましたのでお知らせします。

国内に設置する証明写真ボックスは、両社グループの総計で現在約1万台の規模となります。今後は双方の強みを活かし、新たな証明写真ボックス事業等に共同で取り組んでまいります。

### ■具体的な協業の取り組み

#### （1）新規事業創出の協業

デジタルトランスフォーメーション（DX）の促進や第5世代移动通信方式（5G）を採用した商用サービス開始など、国内外の市場が急速に変容しつつあります。このような時代の潮流を受け、株式会社フォトプラザの株式取得により全国ナンバーワンの証明写真ボックスの運営事業者となる日本オート・フォートと、プラザクリエイトの全国のリアル店舗のネットワークならびに企画力を組み合わせ、日本における証明写真ボックスの新たな事業機会の創出により、両社の企業価値向上を目指します。

また、フォトミーグループが世界で展開している証明写真ボックス以外の新商品やサービス（デジタルセルフプリンターなど）についても、両社グループが共に日本国内での取り扱いを開始いたします。

（2）両社のリソースを活かした日本国内の証明写真ボックス事業における営業・運営の最適化  
プラザクリエイトは引き続き証明写真ボックスの営業活動を推進し、日本オート・フォートは日本国内4支店・47営業所での機器修理対応や運営を継続していくことで、より効率的な事業運営が可能になります。

（3）持続可能な発展での協業  
日本オート・フォートの完全親会社であるフォトミーインターナショナルでは、特定の危険物質の使用を制限する欧州連合による指令「ROHS」に準拠しているほか、LED照明の積極的な使用、自動待機システムによる省エネ、機械で使用する廃棄物・部品を全て回収し専門会社でのリサイクルを実現しています。プラザクリエイトにおいてもSDGsに向けた取り組みを強化していく姿勢です。今後、持続可能な発展に向けた両社間の協業を多角的に検討してまいります。

※2020年11月16日付 当社コーポレートサイトの  
開示内容より抜粋

# 目次

1. 2021年度3月期 上期連結業績について
2. 今後に向けた5つの強化テーマについて
3. 2021年度3月期 連結業績見通しについて

# 3. 2021年度3月期連結業績見通しについて

第1四半期連結会計期間において新型コロナウイルスの感染拡大により、当社のすべての事業の実店舗網（FC店含む）では、以下の理由により売上高減少等が発生しております。

- ①路面店の営業時間短縮や営業休止、ショッピングモール等の商業施設自体の営業時間短縮や営業休止に伴う店舗稼働時間の減少によるもの
- ②外出自粛に伴う客数減少によるもの

第2四半期連結累計期間における新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響については、「緊急事態宣言」解除後は自粛要請は緩和され、全店で営業を再開。政府による「GoToトラベル」等の政策により写真を撮る機会が増加することが期待できますが、世界的な流行拡大は続いており、国内においても感染の再拡大やその長期化が懸念されていることなどから、依然として今後の事業環境における環境等が不透明な状況であります。

したがって、現時点で業績に与える影響を合理的に算定することが困難なことから、2021年3月期の連結業績見通しについては未定としています。

11月16日開示の会社分割および株式譲渡にともない、2021年3月期の決算において特別利益の計上が見込まれますが、承継資産等の精査や譲渡価額の調整が必要であり、また、当社の連結業績予想は、新型コロナウイルス感染症の影響により現段階で合理的に算定することが困難なことから開示しておりません。従って本日時点で業績への影響は未確定でございます。

今後、連結業績予想の開示が可能となった段階で、速やかに公表いたします。

本資料に関するお問合せ先  
株式会社プラザクリエイト本社  
広報担当  
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。