

7850 総合商研

片岡 廣幸 (カタオカ ヒロユキ)

総合商研株式会社社長

伊勢原工場を新設し、首都圏での受注増に対応

◆製造機能を持った広告代理店

当社の業務は印刷が中心だが、商圈調査、コンサルティング、デザイン、撮影・制作なども行っており、製造機能を持った広告代理店という位置づけで事業を運営している。主な販売促進機能としては、地域情報誌「ふりっばー」、販売促進システム、味覚データベースなどが挙げられ、オンリーワンの事業展開を目指している。また、独自の展開を図るため、さまざまな関連会社への出資・投資も行っている。

営業拠点については、今年8月に伊勢原工場を新設した。これまで首都圏は厚木工場のみであったが、今後は伊勢原工場で関東圏の受注増に対応していく。伊勢原工場には2台の輪転機に加え、その倍の大きさとなるB全印刷機を導入した。これにより、関東圏における自社での生産能力が約1.8倍に拡大している。厚木工場では2台の輪転機が稼働しており、7月まで、ちらしなどの商業印刷を行っていたが、大手スーパーからの年賀状の受注が決定したため、8月からは、かねてからの念願であった本州での年賀状工場に変更した。なお、その他の営業拠点・工場に大きな変化はないが、首都圏を中心とする営業展開を進めていることから、四国の印刷会社と提携して共同で運営してきた大阪工場については、7月に撤退した。

2010年7月期の売上高は、北海道内・本州における商業印刷の営業活動が功を奏し、118億29百万円(前期比112.4%)となった。一方、利益については、営業利益が82百万円(同32.1%)、経常利益が85百万円(同33.7%)と、ともに減益となった。要因としては、印刷用紙などの材料費の高止まりが挙げられる。また、北海道内で2社の印刷会社が破綻し、その事業と施設を継承するため、両社の要員を引き受けた。これは、今後、事業を展開していく上で必要な施設と人員だと考えており、先行して発生した経費とらえている。以上に加え、有価証券の評価損などを計上したことから、当期純利益はマイナス9百万円となった。

◆販売促進支援機能を強化

当期の損益のポイントとして、営業面では、受注拡大が順調に進んだ。従来のちらし印刷に加え、サイン・ディスプレイ、Webサイトおよび携帯サイト制作などにも投資を行い、販売促進支援機能を強化している。財務面では、人件費が前期比で1億57百万円増加したが、これは前述の2社の要員を引き受けた結果である。また、受注の拡大に伴い、外注費が2億50百万円増、デザインなどの業務委託費が1億円増となった。

利益率については、売上総利益率が前期の29.1%から26.9%に低下した。また、売上高営業利益率および売上高経常利益率についても前期の2.4%から0.7%に低下している。売上高構成比は、商業印刷が81%、年賀状印刷が18%、その他(個人向け店舗)が1%となった。

貸借対照表については、純資産が前期比で76百万円減少しているが、全体的に大きな変化はない。自己資本比率は28.4%、ROAは1.4%、ROEはマイナス0.5%となった。有利子負債額は26億69百万円となっており、工場への投資などにより前期の26億8百万円から若干増加した。純有利子負債額についても、前期の14億38百万円から15億17百万円に増加している。

◆本州に年賀状工場を構え、経費を軽減

商業印刷事業は、ちらしの折り込み広告が中心となっているが、サイン、「ふりっぱー」も含まれており、当期の売上高は95億73百万円となった。拠点別の売上高を見ると、北海道地区、本州地区ともに増加傾向にあり、本州地区は45億17百万円(前期比6億21百万円増)、経営環境が厳しい北海道地区でも50億56百万円(同7億1百万円増)となった。

年賀状印刷事業については、収益のポイントとなる名入年賀状の取扱件数が70万1千件となり、前期の85万1千件から大幅に減少した。一方、裏面に絵柄が印刷されているパック年賀状は254万4千パックとなり、前期の165万7千パックから大きく伸びている。以上の結果、売上高は21億84百万円となり、前期比で0.6%の減少にとどまったが、利益率の高い名入年賀状が減少したため、全体の利益に影響した。

当社の経営の基本コンセプトは、時流を先取りしつつ、取引先に対して最適かつ最良の販売促進支援を行い、付加価値の高いサービス・商品を提供することである。今回の伊勢原工場新設に際しては、B 全の輪転機を導入したが、業界全体が厳しい状況となる中、中古機器の販売価格も従来と比較して安価になっていることから、この機に投資を行うことを決定した。また、これまで年賀状は、北海道から航空便で各地に発送しており、経費の負担が2億円程度となっていた。本州に年賀状工場を構えることが長年の経営課題となっていたため、今回、厚木工場に年賀状の設備を導入する決断を下した。

◆今期および来期は積極的な投資を実施

2011年7月期の単体売上高は131億円(前期比10.7%増)、営業利益は2億40百万円(同191.8%増)、経常利益は2億50百万円(同192.4%増)、当期純利益は1億20百万円を予想している。なお、これまでは連結子会社がなく、当社単独での決算となっていたが、プリントハウスの設立、味香り戦略研究所の子会社化に伴い、今期から連結決算となる。

味香り戦略研究所では、味覚データベースを活用した小売・メーカー向けのソリューションを提供しているが、過去5年間、関連会社としてさまざまなクライアントとのつながりを深めてきており、当社の事業とのコラボレーションが本格化してきたため、株式を引き受け、今期から子会社となる。プリントハウスでは、オンデマンド印刷を中心とした各種販促物の企画・制作・販売を行うが、同社の社員の半分は身障者となっており、社会貢献も含めて事業を展開していく予定である。連結売上高は132億80百万円、営業利益は2億50百万円、経常利益は2億60百万円、当期純利益は1億30百万円を見込んでいる。

過去5期の業績・経営指標を見ると、売上高は順調に推移しており、財務指標についても、ある程度固まってきたため、今期および来期は、積極的な投資を進めていく予定である。当期は人員増などもあり、利益面で厳しい決算となったが、今期は現在まで計画通りに進捗しており、新たに稼働させた厚木の年賀状工場でも大手スポンサーの業務が動き始めているため、業績予想の達成は可能だと考えている。

地域情報誌「ふりっぱー」については、発行から5年が経過した。新聞の購読率が低下する中、現在、札幌市内での宅配率が93%となっている。収益面では、これまで赤字が続いていたが、今期に入って単月黒字化を達成した。配布人員については、1,080名を直接雇用しており、マーケティングなどにも活用している。

◆質 疑 応 答◆

破綻した2社の人員を引き受けたことは、業績にどの程度の影響を与えたのか。

旭川のみらいプリンティングは50名、札幌の其水堂金井印刷は70名の人員を引き受けており、1人当たり400万円の経費が増加している。両社とも下請けが中心であり、事業継承に伴う売上高への恩恵は大きくなかった。また、用紙の仕入れは当社を通して行っており、売掛金が残っていたため、破綻した際には不良債権として数千万円の損害を被った。なお、前期は要員配分が思うように進まなかったが、現在では、新設した伊勢原工場への異動などが順調に進んでいる。

両社の人員を引き受けた時期を教えてください。

みらいプリンティングが2009年8月、其水堂金井印刷が2009年10月である。

(平成22年9月28日・東京)