

片岡 廣幸 (カタオカ ヒロユキ)

総合商研株式会社社長



新規受注の拡大、 既存顧客のシェアアップにより売上が伸長

◆専門性に優れた関連会社による事業展開

当社の事業概要については、コンサルティング会社・広告代理店、出版会社、デザイン制作会社・撮影会社・スタジオ、印刷会社、システム会社など、広告や販売促進に関するすべての機能を備えた形で企画・製造・納品を一貫して行っていることが大きな特長である。

関連会社については、横浜の(株)味香り戦略研究所は味覚の分析を行っており、メーカー等に商品開発のプレゼンテーションを行うなどの味覚事業を九州大学と共同で進めている。また、特許は世界特許となっている。

札幌の(株)プリプレス・センターは年賀状、商業印刷を行っており、出版物など文字ものに強い会社である。

同じく札幌の其水堂金井印刷(株)は美術印刷を得意としており、精度の高い印刷物を専門に扱っている。

同じく札幌のシステムデザイン開発(株)は、システム開発・ウェブサイト制作などを行うIT関係の専門チームである。

当社の拠点所在地については、本年2月に名古屋営業所を閉鎖した。名古屋営業所は特定のスポンサーの中京地区進出に合わせて設立したが、三重県津市に中京本部を設けることとなったために要員を移転した。

◆材料費の値上がりが響き増収減益

2009年7月期第2四半期の決算概要については、売上高は61億25百万円（前年同期比6.0%増）、営業利益は5億63百万円（同13.9%減）、経常利益は5億57百万円（同13.8%減）となった。

キャッシュ・フローについては、営業活動によるキャッシュ・フローはマイナス1億31百万円（前年同期比67百万円増）、投資活動によるキャッシュ・フローはマイナス2億15百万円（同90百万円減）、財務活動によるキャッシュ・フローはプラス9億1百万円（同3億68百万円増）、現金および現金同等物は15億73百万円（同4億86百万円増）となった。

損益のポイントについては、商業印刷は新規の受注活動が順調に進んだが、顧客の広告宣伝費の抑制・削減、競争の激化による単価の低下のほか、印刷用紙・インク・版材等が前期に比べ約20%値上がりしたことが大きく影響した。それを製作物の内製化によって償還する努力はしたが、大きなウエートを占める材料費の値上げ分まではカバーすることができなかった。

過去5年の売上高・利益推移（上期）については、売上高は順調に推移している。経常利益は前期まで順調に伸びてきたが、先述の理由により当上期は若干落ち込んでいる。純利益は2006年のピークから減少傾向にあるが、これは第36期に繰越欠損金が解消されたことにより、税金の支払額が増加したことによるものである。

貸借対照表については、現預金は15億73百万円（前年同期比4億86百万円増）、売上債権は18億59百万円（同2億9百万円増）となった。また、短期借入金は12億31百万円（同2億9百万円減）、長期借入金は16億53百万円（同4億3百万円増）と短期から長期の借入金にシフトしており、相対的に自己資本比率は微減となったが、財務に関しては順調に推移している。

過去5年の経営指標推移（上期）については、自己資本比率は順調に伸びている。また、有利子負債は5年前の41億42百万円から当上期は19億34百万円までほぼ半減し、財務内容は大きく改善している。

◆各事業の概況

(1) 商業印刷事業

商業印刷事業については、エリアは北海道と本州の二つに分かれており、前年同期は本州が北海道を上回ったが、当上期は北海道が前年同期比約3億74百万円の大増となり本州を上回った。要因としては、昨年12月に無料情報紙ふりっぱーを札幌市全区に配布できるようになったことにより引き合いが多くなり、それに合わせて特集的な広告もとれるようになったことである。また、北海道のユーザーが合併や吸収を含め淘汰されてきたが、当社は勝ち組の方にうまくつけていることが挙げられる。

本州の停滞に関しては、一番大きな理由は顧客の広告出稿量の減少である。また、不採算顧客の見直しを行ったことも影響したが、顧客の選別に関しては今期も引き続き進めていく。

(2) 年賀状印刷事業

年賀状印刷事業については、名入年賀状は前期まで順調に伸びていたが、当上期は約2万7,000件減の85万1,000件となった。これは年賀状のマーケットが縮小し受注が落ちたというよりも、シェアが高かった大手スーパーの販売不振が大きな原因である。このあたりのことを踏まえ、本年12月の年賀状に関しては新規クライアントの獲得に向けて動いている。

また、昨年8月に本州での販売価格等の見直しを行い、若干の値上げをしたため平均単価が約60円上がり、売上高は前年同期比6.1%増の21億98百万円となった。件数の比率に合わせて製造原価も下がっており、年賀状印刷事業の利益は向上している。

(3) 地域新聞ふりっぱー

地域新聞ふりっぱーについては、競合他社との大きな差別化という意味で注力しており、札幌市の約90万世帯の中で約80万部を配布している。札幌市内の新聞は約40%のカバー率しかないのに比べ、ふりっぱーは約93%のカバー率を誇っている。また、配達員「メイト」をすべて自社で雇用するなど、企画・制作・印刷・配布・広告取りまで自社一貫で進めている。

そのような強みを生かし顧客の種類と幅を広げ、最終的に商業印刷全体の顧客拡大、拡販につながるよう進めている。

◆通期では売上高100億円を目指す

今期の業績予想については、売上高は97億50百万円（前期比4.1%増）、営業利益は2億50百万円（同35.0%減）、経常利益は2億55百万円（同33.1%減）、当期純利益は1億20百万円（同44.7%減）を見込んでいる。

原材料が値上がりし厳しい状況だが、どの時期に下降線に入るかは予測の域を出ておらず、現時点では高上りの内容をもとに試算している。

また、新規取引先の拡大、撮影の内製化を含めたコストダウンをさらに進めていく体制を組んでいる。

また、当社は過去5年間で顧客の見直しを進めてきた。広告代理店や同業からの仲間仕事や下請仕事をすべて整理し、現在は自分たちで工夫して行う態勢になっている。今期も採算性の問題を一步進めて分析し、今年の5～6月ごろにはさらに顧客を入れ替える大きな施策を打つ予定である。

通期業績・経営指標の推移については、2003～2004年は設備投資により大きな赤字となったが、当上期に至ってつけ回しが終わる状況となった。自己資本およびキャッシュ・フローも順調に推移しており、現在の基調のまま相応の利益を出していきたい。

通期の売上高は97億50百万円の計画だが、社内では100億円を目標に掲げて全社員一丸となってことを進めている。

(平成21年3月25日・東京)