

片岡 廣幸 (カタオカ ヒロユキ)

総合商研株式会社社長



チラシ、フリーペーパーなど 商業印刷受注拡大に注力

◆2009年7月期業績

当社は印刷・広告が主業で、経営の基本コンセプトは販売促進支援業、いわゆる広告とそれを実施するに当たっての方法論を含めた非常に幅広い業容を有し、多様な顧客ニーズに応えていくことである。

当社の大きな特徴は、商圏調査から印刷までを含めたコンサルティング機能および広告代理店機能と併せて、出版会社機能およびそれに付随したデザイン制作会社、撮影会社もしくは全体のシステムにかかわるコンピュータ上の開発機能、などを網羅して全部自社一貫で社内に取りそろえていることである。当社の大きな強みは、一気通貫、すなわち入口から出口までのすべての工程を、外部スタッフや外注に依存することなく運営実行していることで、この強みを基盤にして顧客への販売促進支援を展開している。

2009年7月期（第38期）については、従来の販売促進施策に加えて新しくサイン・ディスプレイ業務の開始に取り組んだ。サイン・ディスプレイとは、ウィンドー広告などの店内装飾であり、新しく機械を導入して展開を図った。

また、昨今新聞媒体広告が大きく落ち込み、約90万世帯を有する札幌市において地元新聞の発行部数は30万部、配布率4割弱に低下している状況にある。これに対応して当社は3年前から札幌市において販売促進支援としてフリーペーパー「ふりっぱー」の各戸配布を展開しているが、昨年末に約80万部となっている。

さらにこの「ふりっぱー」に併せて「WEBチーム」により「ふりっぱーWEB」も併設しているが、これをより奥深く展開していくためにこの9月24日には「ふりっぱーWEB」会員募集のサイトもオープンし、自社媒体に基づくより多角的な媒体の展開を開始したところである。最終的には10万人くらいの会員を札幌に集め、これを大きな武器にしているいろいろな展開を図っていききたい。

当社の営業拠点・工場は、札幌の本社工場をはじめ、東京支社、大阪支社など本州への展開を含め7営業拠点、4工場、3プリントハウスである。なお、来る10月1日には、穀倉地帯で、菓子メーカー、食品メーカーが多数集中している帯広に帯広営業所を新設の予定である。

当期損益計算書については、売上高は105億25百万円（前期比12.4%増）と4期連続増収、創業以来初の100億円超、道内地場同業ではナンバーワンとなった。一方、経常利益は2億53百万円（同33.4%減）、当期純利益1億18百万円（同45.3%減）といずれも減益となった。売上高は増加したものの一昨年来の原材料費の高止まりを吸収できなかったことが経常利益減の主因である。なお、売上高総利益率は29.1%（同4.9ポイント減）、売上高経常利益率は2.4%（同1.7ポイント減）といずれも低下した。当期純利益の減少は関係会社株式評価損が81百万円発生したことが主因である。

当期損益状況のポイントについて、「商業印刷事業の営業基盤の拡大」、「販売促進支援機能の強化」、「利益率向上と財務体質強化」の3点から説明したい。

第1の商業印刷事業の営業基盤の拡大についてであるが、売上高は北海道地区が43億54百万円（前期比28.7%増、商業印刷事業に占める売上高構成比52.8%）、本州地区が38億95百万円（同1.8%増、同47.2%）となった。当期は本州地区中心に採算上取引打ち切りを含めたクライアント見直しに焦点を当てて事業展開した結果、本州が微増にとどまった。逆に北海道地区では3年前に顧客見直しが一段落していたことから増加した。

第2の販売促進支援機能の強化についてであるが、商業印刷の売上高は82億50百万円（前期比14.4%増、売上高構成比78%）、年賀状印刷売上高は21億97百万円（同6.3%増、同21%）となった。地域情報誌「ふりっぱー」の発行拡大、WEBサイト制作の受注促進に伴い、営業面では広告取りのみならず看板、サイン・ディスプレイなどの広告物、パンフレット、チラシ等の印刷物も獲得できるという当初もくろみどおりの大きな副次的効果が生まれている。

第3の利益率向上と財務体質強化についてであるが、業務の内製化により外注費、業務委託費の削減を中心にコスト削減を図ってきたが、その結果、撮影外注費前期比61百万円減、デザインを中心とする業務委託費同14百万円減と減少した。なお、印刷外注費は前期比11百万円増と増加したが、これは当時社内では印刷できなかった受注があったため、今期には必要な機械を導入して外注費削減を図る予定である。

貸借対照表については、資産合計が売上増に伴う流動資産増を主因に59億92百万円（前期比2億65百万円増）

と増加した。この間、固定資産は設備投資増があったものの、減価償却費の増加により減少した。一方、負債合計も前期比2億33百万円増加したため純資産合計は同31百万円増加となり、1株当たり純資産額は、588.54円(同10.34円増)となった。なお主要財務指標は、自己資本比率30.0%(同0.9ポイント減)、ROA4.3%(同2.5ポイント減)、ROE6.7%(同6.1ポイント減)であった。

この間、有利子負債額は26億8百万円(前期比5百万円減)、現預金11億70百万円(同1億50百万円増)を差し引いた純利子負債額は14億38百万円(同1億55百万円減)と順調に減少、財務の健全性はより確実なものとなっている。

各事業について詳しく見ると、主力商業印刷事業(売上高82億50百万円、前期比10億39百万円増)は、北海道地区(同43億54百万円、同9億70百万円増、商業印刷事業売上高に占める構成比53%)が新規取引獲得と既存クライアントとの取引拡大が順調に進んだことから増加した。一方、本州地区(同38億95百万円、同69百万円増、同47%)は前述のように不採算の顧客整理要因に加え、取引先の広告宣伝費の削減と厳しい受注競争の中で微増にとどまった。

年賀状印刷事業(売上高21億97百万円、前期比1億31百万円増)は、名入り年賀状(取扱件数85万1千件、前年同期比3.0%減)、パック年賀状(受注数165万7千パック、前年同期比6.1%減)は、受注の基調は順調ながら大口顧客の店舗閉店に伴う一時的な受注減少要因から、受注件数が減少したためいずれも減少を余儀なくされたが、ポスター、パンフレットなど年賀資材の受注増加を主因に、年賀状印刷事業全体としては増加した。

◆当社の経営の基本コンセプト

冒頭に述べた当社の販売促進支援業としてのコンセプトを充実させるために次の三つの柱、「顧客支援機能の強化と将来に向けた事業の構築と展開」、「営業拠点の拡充と強化」、「事業採算の向上とコスト削減による利益率の向上」を展開していく。そのために組織を含めて業務管理体制を柔軟に対応させ、縦横の連動をしっかりとっていく事業運営をこれからも続けていきたい。

◆2010年7月期(第39期)業績予想

売上高110億円(前期比4.5%増)、経常利益2億70百万円(同6.3%増)、当期純利益1億40百万円(同18.0%増)と増収・増益を計画している。新年度入り後も商業印刷事業、年賀状印刷事業の新規受注獲得が順調に進んでおり、当期売上目標110億円は堅いところで進むのではないかと予想している。

利益についても2008年7月期(第37期)以降原材料の大きな値上げがまだ続いている状況にあり、この部分がどの程度にとどまるのか、もしくは値下げ基調に入ってくるのかで予想が変わってこよう。いずれにしても社内の生産性を上げるような努力工夫をして、今期目標数値をクリアするよう努力していきたい。

◆ 質 疑 応 答 ◆

貴社主力商業印刷事業の営業活動の内容について、具体的に伺いたい。

当社主力事業は、チラシ広告印刷事業である。当社は企画提案、運営実施、印刷、折り込みまで一気通貫で仕事を請けているが、このように一連の事業を自社内で行っている企業は少なく、全国規模で行っているのは当社くらいと言ってよいと思う。単なる価格競争でなく、企画から一貫してできることが顧客から高く評価されていると考えている。

印刷機械設備投資額を伺いたい。

チラシ用印刷機械を中古で購入する予定である。設備投資額は1億円弱である。

営業拠点の拡充について、出店基準と今後の出店計画について伺いたい。

営業拠点の中には既に顧客に密着して相手先の単一事業所に入り込んだ形で盛岡、桶川、鹿島などで実質的な営業活動を展開しているものがある。これらが取引先企業の数が増えて3億～5億円程度の売上にまとまれば営業所として機能させていきたい。

もっとも、現在IT化、デジタル化が進む中、事業所や営業所の展開イコール規模の展開とはならない環境にある。チラシのデザインは本社に集中させ、企画、営業は東京・大阪支社を中心に全国対応している状況にあり、今後相手先によっては九州に支社を設けるかもしれないと考えている程度で、いつまでに営業拠点を幾つ展開するかという計画は特にないことをご理解いただきたい。

(平成21年9月29日・東京)