

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 代表取締役社長

顧客支援機能を強化し将来に向けた事業を展開

◆会社概要

当社は、北海道の札幌本社、東京支社、大阪支社に加え、新たに九州支社を開設し、全国に3支社を配置する体制となった。九州支社開設の趣旨は郵便局(株)との全国規模の取引に対応する為である。

また、北海道に旭川営業所・旭川工場、白石年賀工場、プリントハウス白石店、プリントハウス北3条店、本州に仙台営業所、厚木年賀工場、伊勢原工場、和歌山営業所を設置している。

このように当社は本社所在地である北海道を中心に、全国各地に事業所を設置し、広範な事業展開を行なっている。

当社の事業を簡単に説明すると、総合的な印刷手段・方法を持っている広告代理店、というようにご理解いただければ、分かりやすいかと思う。印刷だけではなく、IT、出版、CM 作成なども含め、幅広い顧客の販売促進支援に関するコンテンツを全般的に提供できる会社を目指している。

したがって、印刷業者からの下請けは行なっておらず、顧客と直の取引のなかで、多様な計画や販売促進の方法などを作成・提供していることが大きな特色である。

◆2012年7月期第2四半期決算概要

当第2四半期(以下、当上期)の連結業績には、連結子会社2社が含まれるが、両者合わせても売上が1億に満たない規模であり、影響は極めて小さいため、単体を中心に概要を説明する。

当上期は郵便局(株)との取引が大きく寄与し、売上高は前年同期比18.5%増の88億81百万円となった。

営業利益は同47.4%増の5億56百万円、経常利益は同45.4%増の5億58百万円、上期純利益は同44.0%増の3億1百万円と、増収増益を達成した。

こうした業績好調により、キャッシュフロー等の指標も全て改善した。

当上期に増収となった要因に、商業印刷事業の売上高が、新規受注の拡大と既存先のシェアアップにより、前年同期比4.2%(2億4百万円)増加したことがある。

商業印刷事業の売上高(単体)を拠点別に見ると、2009年1月期に38億83百万円(本州地区18億95百万円、北海道地区19億88百万円)、2010年1月期に47億35百万円(本州地区22億54百万円、北海道地区24億80百万円)、2011年1月期に48億62百万円(本州地区24億2百万円、北海道地区24億59百万円)と推移し、当上期は50億67百万円となった。本州地区が前年同期比5.4%減の22億73百万円となったのに対し、北海道地区は同13.6%増の27億93百万円と大きく伸びた。これには札幌市で展開している地域新聞「ふりっばー」事業の伸長が大きく貢献している。

また年賀状印刷事業の売上高は、郵便局(株)からの受注により業界ナンバーワンのシェアを確立した。名入年賀状の取扱件数は前年同期比57%増と大幅な増加となり、前年同期比46.5%(11億89百万円)の増収となった。なお名入印刷に資源を集中した結果、パック年賀状の取扱件数は減少した。

当上期の単体貸借対照表では、前年同期比で、資産合計が7億36百万円増加し90億8百万円、また負債合計は7億36百万円増加し70億43百万円と、それぞれ増加した。

主な要因は、①売上高の増加に伴って資産と負債が全般的に増加、②郵便局(株)向けの売上債権を早期に回収したことで売上債権が減少し、現金預金が増加、③設備投資のため長期借入金を厚めに確保し、代わりに短期借入金が増加、などである。

単体の経営指標の推移を見ると、自己資本比率は2008年1月期の27.9%から低下傾向にあり、当上期は21.8%となった。一方、純有利子負債(有利子負債－現預金)の推移に大きな変化はない。今後大きな設備投資を予定しているが、有利子負債が順調に減少する施策を選択する。

◆当社の経営の基本コンセプト

当社は経営の基本コンセプトを「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」としている。そのための具体的な施策として、①顧客支援機能の強化と将来に向けた事業の構築と展開、②営業拠点の拡充と強化、③事業採算の向上とコスト削減による利益率の向上、などに力を入れている。

今期通期の業績予測(単体)については、売上高135億円(前期比113.4%)、営業利益2億円(同1,080%)、経常利益2億円(同590.4%)、当期純利益1億20百万円、を見込んでいる。下期には、フレキソ印刷機(デンマーク製)を導入し、菓子袋などの軟包材へ印刷する、パッケージ印刷分野へ新規参入する。フレキソ印刷は環境に優しい印刷で、多品種に対応できるのが大きな特長である。このことは今後の中長期にわたる施策のなかで大きなポイントになると思う。

このほか、下期には、①新規取引の拡大による売上高増強、②Web・携帯サイト・ネット化への対応と、販促総合プロデュース・マーケティングの強化、③地域新聞「ふりっぱー」をメインとしたフリーペーパー[情報誌]事業の拡充、④印刷・制作・撮影業務の内製化の推進、⑤徹底したコストの削減と採算重視の受注、などに注力する。

当社の通期業績・経営指標の推移をみると、売上高は順調に推移している。経常利益と税引前当期純利益については、リーマン・ショックの際に、株式の大きな減損などの影響により一時的に減少したが、全般的には順調に拡大してきている。そのなかで経営指標は、事業のスクラップ・アンド・ビルドをやっていかなければならないので、その年々においては凸凹もあるが、落ち着いた形で推移していくと思う。今後も厳しい世情にめげず、積極的に新規事業を展開していく覚悟である。

(平成24年3月23日・東京)