

2023年3月期 第3四半期決算説明会

株式会社プラザクリエイト本社

(スタンダード市場: 7502)

01.	会社概要	P 3
02.	2023年3月期 第3四半期決算の概要	P 13
03.	2023年3月期 業績予想	P 19
04.	事業部別トピックス	P 21



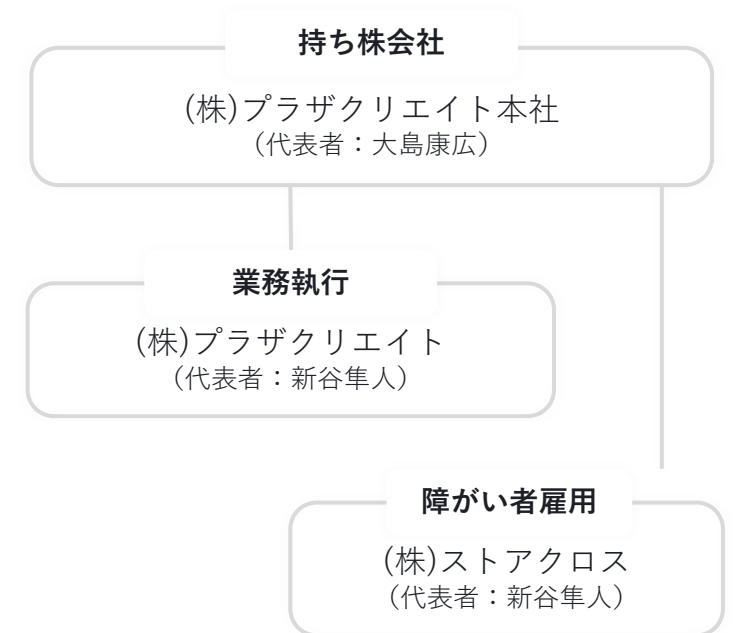
01. 会社概要

基礎情報

- 会社名 株式会社プラザクリエイト本社
- 代表者 代表取締役社長 大島 康広
- 創業 1988年
- 資本金 1億円
- 所在地 東京都中央区晴海一丁目8番10号
晴海アイランドトリトンスクエア オフィスタワーX棟 27階
- 従業員数 789名（2022年3月時点）
- 事業内容 写真・映像・通信に関する事業



グループ構成



創業者の大島が学生時代に写真業をスタートしたことが当社の原点

1984~

1枚の写真から創業

- 大島康広が学生時代に名古屋にて写真撮影業をスタート
- 「パレットプラザ」を名古屋市中区桜通本町に1号店出店
- 「株式会社プラザクリエイト」設立



2007~

モバイル事業をスタート

- 携帯端末を写真機ととらえモバイル事業へ進出



1996~

日本証券業協会に
店頭登録

- 様々な企業のM&Aを活発に行う



2022~

第2創業期へ

- プロダクト&マーケティング本部を「ソウゾウ事業本部」として設立
- 株式会社プラザクリエイト代表取締役社長に新谷隼人が就任(2022年)



2022年から新谷が(株)プラザクリエイトの代表として事業を牽引



株式会社プラザクリエイト本社

代表取締役社長

大島 康広

主な役割

全社管理

IR

M&A/投資

プロフィール

プラザクリエイトの創業者。1984年、大学在学中に現在のプラザクリエイトの前身となる中部写真を創業。2年後の1988年にはDPEチェーン「パレットプラザ」の1号店を開店し、1988年に株式会社プラザクリエイトを設立。36年にわたり、グループ全体の経営の指揮を執る。2022年7月、事業会社の株式プラザクリエイトのバトンを新谷隼人に繋ぎ、現在は株式プラザクリエイト本社の代表取締役として組織をバックアップ。趣味は写真と旅行、ボート。



株式会社プラザクリエイト

代表取締役社長

新谷 隼人

主な役割

全社管理

業務執行

新規事業

プロフィール

パレットプラザ1号店が誕生した1986年、大阪で生まれる。広告代理店を経て、株式会社リクルートに転職し、3年連続でMVPを獲得。リテール新規開発グループやカスタマーサクセス領域にてマネージャーとして活躍する。2019年にプラザクリエイトへ入社し、組織初となる法人営業部の立ち上げをけん引。また、DIYキットブランド「つくるんです®」の出荷数を3年間で約4倍に拡大、コロナ禍で需要が増した個室ブース「One-Bo」をリリースするなど、プラザクリエイトの次世代を担う新規事業創出をリードしてきた。取締役を経て、2022年より36歳にして株式会社プラザクリエイトの2代目社長に就任。

創業

1988年

大島康広が学生時代に名古屋にて
写真撮影業をスタート

上場

1996年

1996年日本証券業協会に店頭登録 ※旧東京
証券取引所JASDAQ市場に上場

市場

東証
スタンダード

2022年の東証市場再編により
東証スタンダードへ

従業員

789人

2022年3月時点の数値

グループ会社

2社

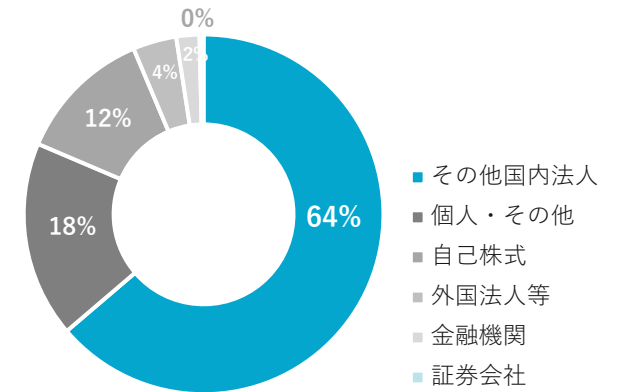
(株)プラザクリエイト本社を持株会社とし
て、(株)プラザクリエイト
と(株)ストアクロスの2社がある

店舗数

338店

創業事業であるPALETTE PLAZAと
モバイル事業の店舗の合計値

主要な株主 *1



主要取引先

SoftBank

FUJIFILM

*1：2022年9月時点の数値

イメージング事業

貴重な思い出や愛おしい瞬間を一瞬でビジュアルに変えて、大切な人との絆を深める広場



PALETTE PLAZA なんでもダビング おぐアル フォトブック

理念

店舗

モバイル事業

スマホを通じたライフスタイルを提案し、地域や世代を超えた新しいコミュニケーションに出会う広場



SoftBank Y!mobile

理念に基づいた事業基盤

複数の事業展開

ソウゾウ事業

立場や年齢を忘れて、誰もがつくる楽しさに夢中になって、ソウゾウのワクワクを共有しあえる広場



つぎは One-Bo THE GLAMPING PLAZA COMMUNITY INNOVATION HATTO CREATIVE PLAZA

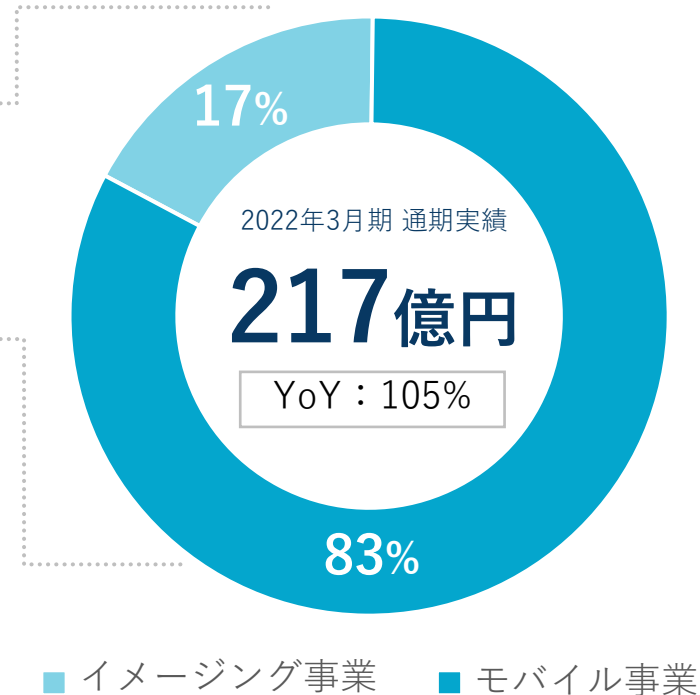
データ

製造基盤など

2022年3月期通期の売上高は217億円 モバイル事業の割合が約83%

プラザクリエイトの事業セグメント

- 1 イメージング事業
- 2 モバイル事業
- 3 ソウゾウ事業
(つくるんです、One-Bo、アパレル事業など)



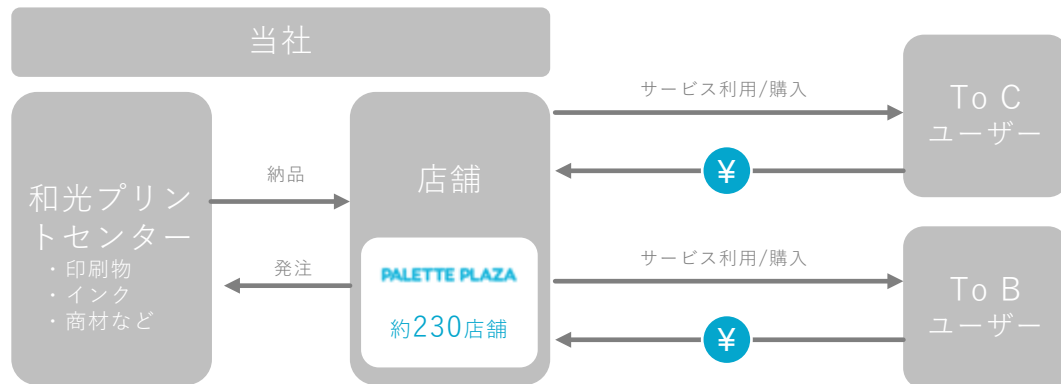
* 「つくるんです」などの売上は現在イメージング事業に計上

概要

創業事業であるイメージング事業は約230店舗のPALETTE PLAZAを基軸に写真・印刷物など様々なサービスを提供

ビジネスモデル

全国展開するPALETTE PLAZAを運営店舗の約95%はフランチャイズ店舗

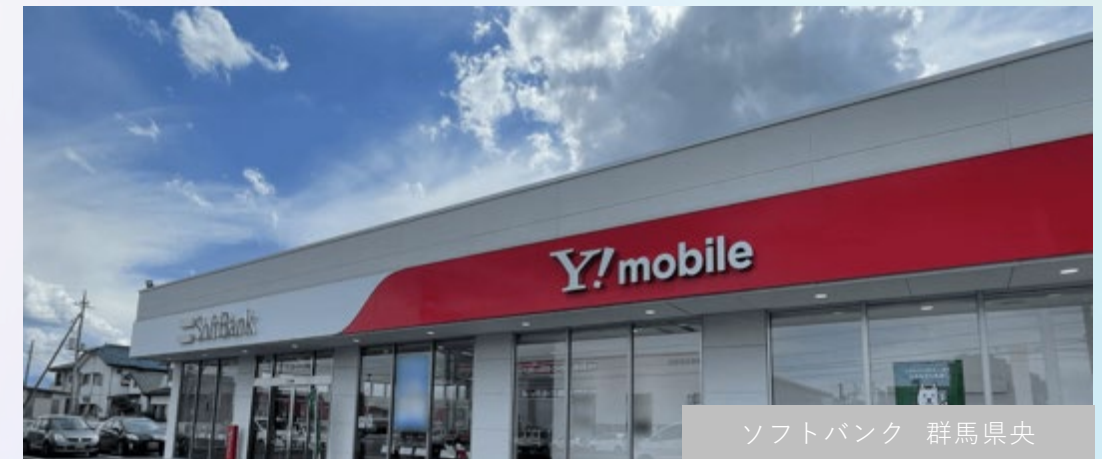
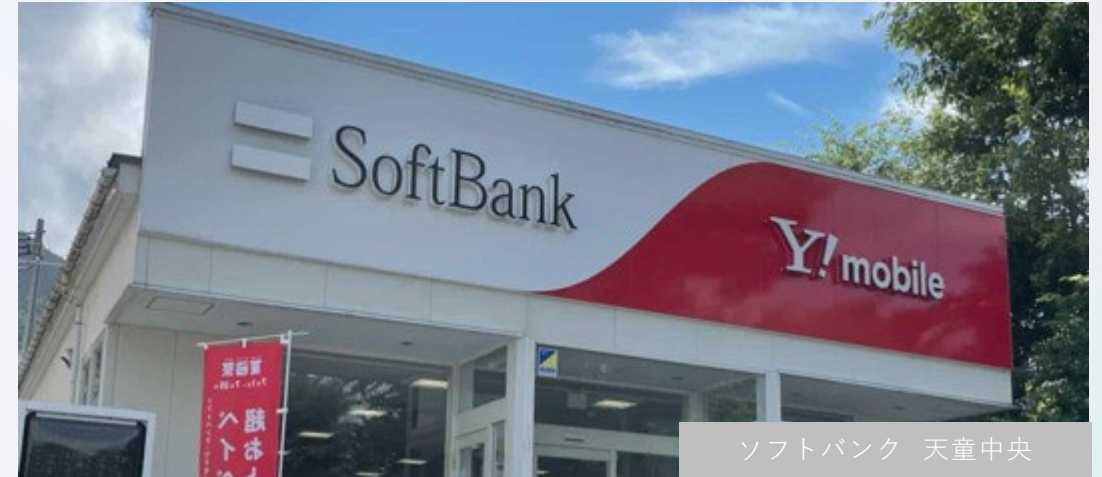
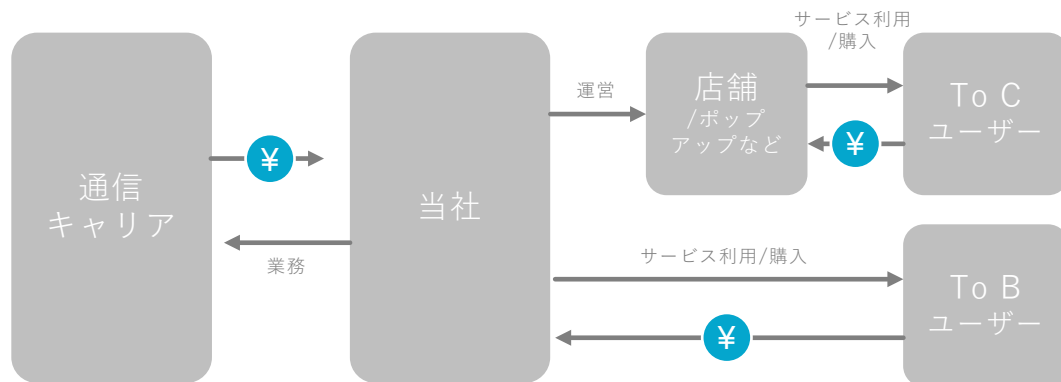


概要

当社売上の約8割を占める基盤事業。
モバイル市場が大きく変化する中、
ノンデジタル世代に対して手厚いサポート
や、法人営業などの施策を実施中

ビジネスモデル

携帯端末や定額サービスを提供
現在は法人向けの営業を強化中



ソウゾウ事業

概要

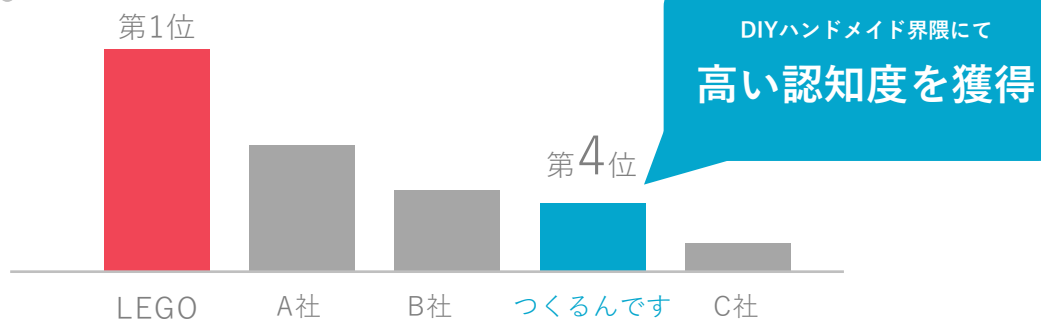
第3の柱の構築を目的に、理念に基づいた様々な新規事業を時代の変化などに沿って創造する事業

特徴

「つくるんです」が、DIYハンドメイド界隈にて高い認知度を獲得

当社実施の認知度調査において「つくるんです」の認知度がLEGOに続き第4位に位置づける。

DIYキットブランド認知度調査



*1 プラザクリエイイトが2022年2月に実施した「DIYキットブランド認知度調査」 調査方法:インターネット調査 調査期間:2022年2月1日~2月3日 18 調査対象:DIYハンドメイドを年に2-3回程度行う400人(男性200人/女性200人)



02. 2023年3月期 第3四半期 決算の概要

イメージング事業

年賀状の需要期に伴いQoQで増収

年賀状の発行枚数の減少に伴い、「オンライン対応・コスト調整」や新規事業立ち上げによって需要のある部分を模索していく

モバイル事業

2021年からはじまった

モバイル市場の外部環境の変化に対応すべく組織体制・販売戦略を再構築

ソウゾウ事業

- 「つくるんです」の年間販売高が10億円を突破、ファミリーマート様で期間限定販売
- アパレル事業：神宮前にコミュニティスペース「HATTO CREATIVE PLAZA」をオープン
- グランピング事業：長野県にグランピング施設をオープン

財務ハイライト

減収減益の決算

売上高 **13,797** 百万円

前年同期： 15,980 百万円

営業利益 **▲218** 百万円

前年同期： ▲52 百万円

当期純利益 **▲279** 百万円

前年同期： 21 百万円

ソウゾウ事業への積極的な投資によりYoYでの赤字幅は増加

2023年3月期Q3の連結業績の概要

(百万円)

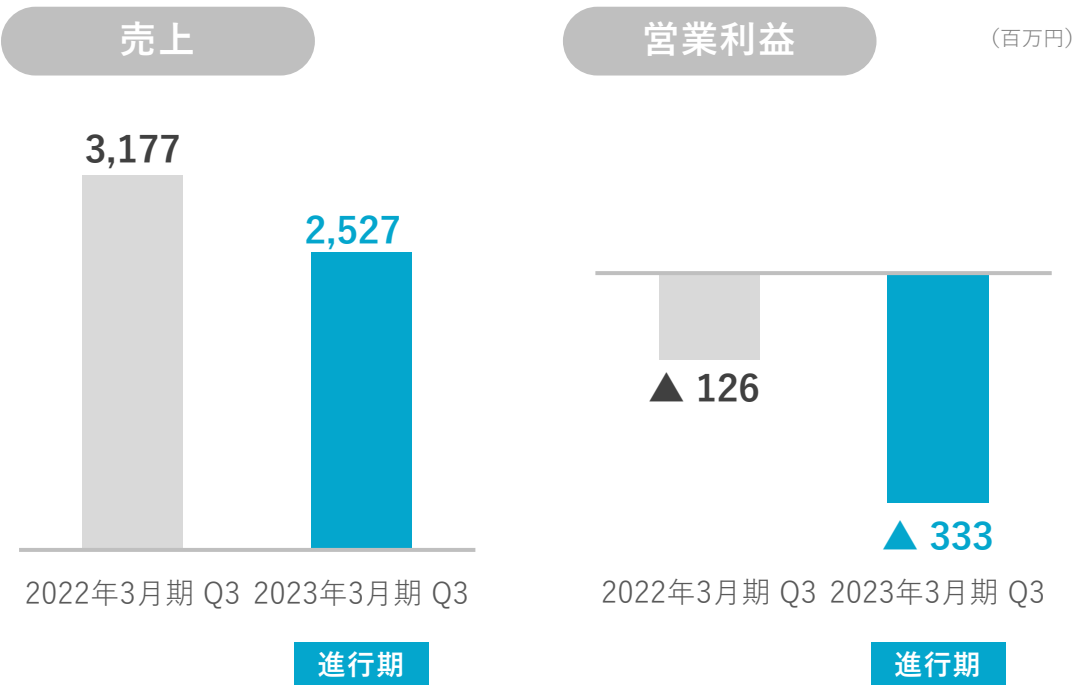
	2022年3月期 Q3	2023年3月期 Q3	対売上比	増減額	増減率
売上高	15,980	13,797		▲2,182	▲13.7%
売上総利益	5,212	4,669	33.8%	▲542	▲10.4%
販売管理費	5,264	4,888	35.4%	▲376	▲7.1%
営業利益	▲52	▲218	▲1.6%	▲166	-
経常利益	73	▲202	▲1.5%	▲276	-
当期純利益	21	▲279	▲2.0%	▲301	-

減収減益の決算

- 2021年から本格化した格安モバイルの台頭などの外部環境の変化を受けて、モバイル事業の売上が減少
- 営業損失の増加は主に「ソウゾウ事業」の新規事業などへの投資が影響

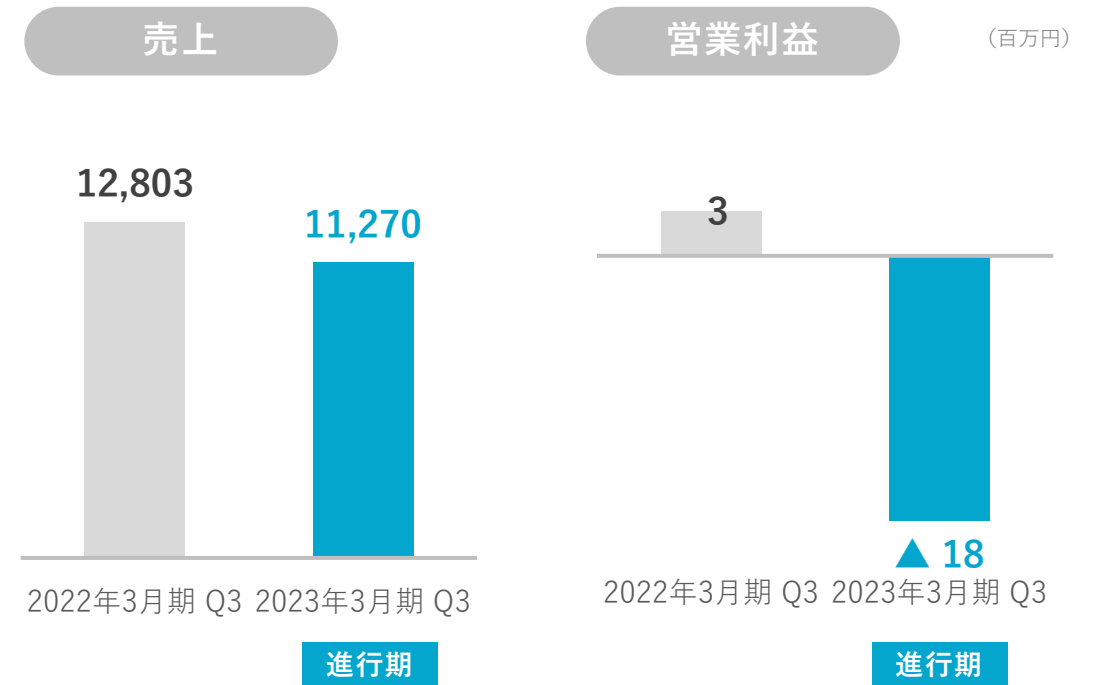
イメージング事業 (パレットプラザ, つくるんです®, One-Bo, アパレル 等)

- ・フランチャイズ化により収益構造が変化し、売上高減少
- ・営業損失の増加は主に新規事業の開発コスト



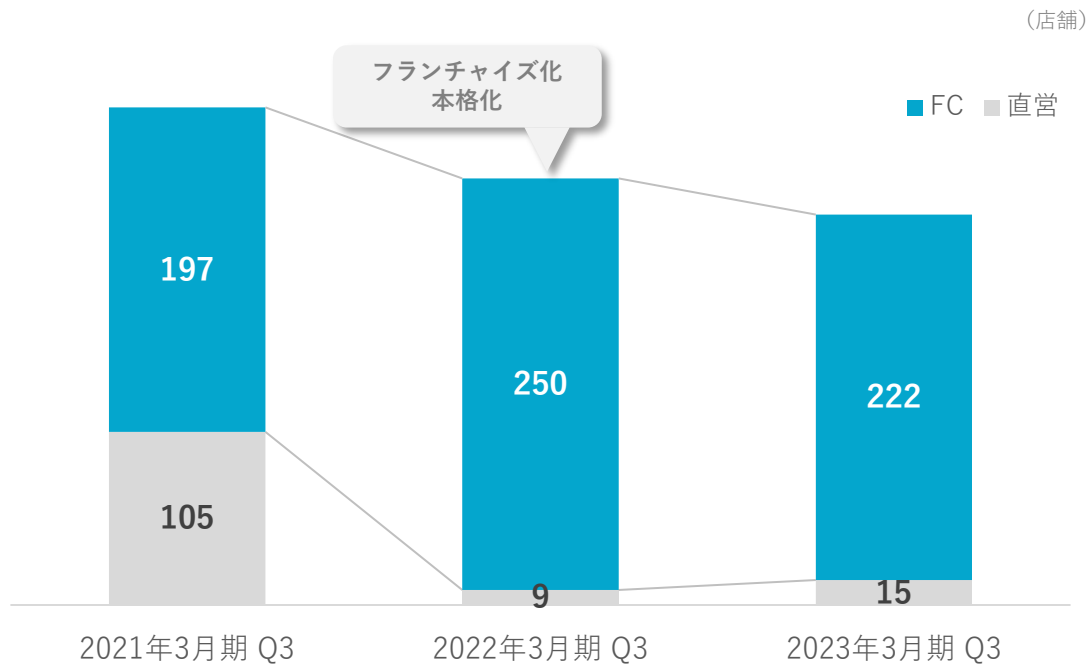
モバイル事業

- ・2021年から本格化しているモバイル市場の変化を受け、売上高・営業損益共に減少



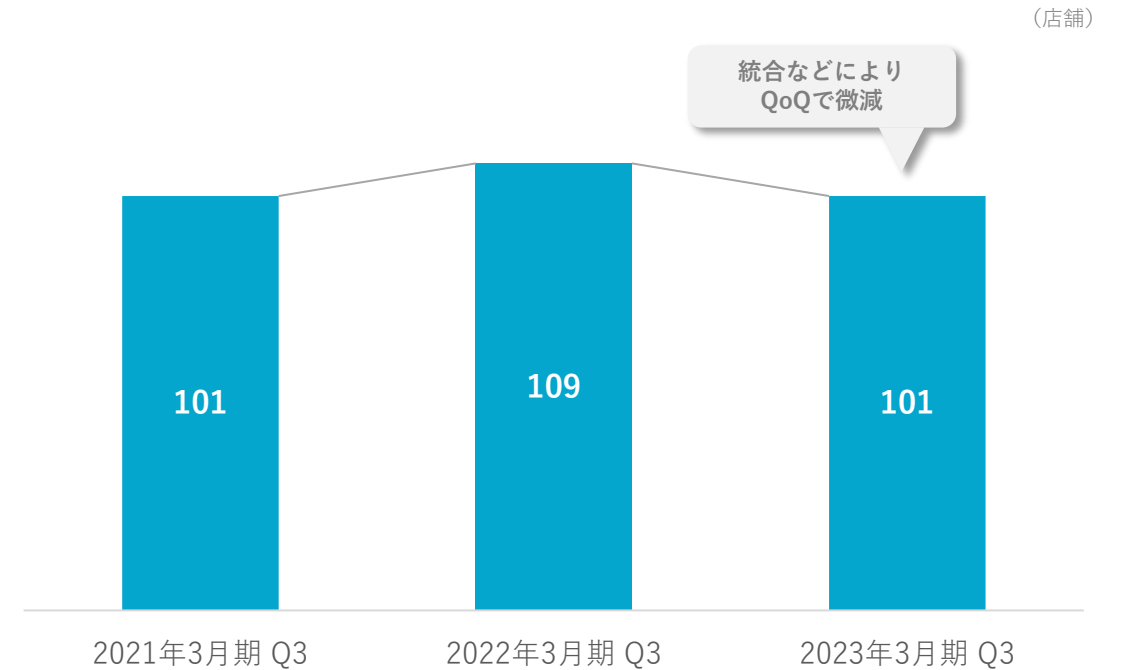
イメージング事業：店舗数

フランチャイズ化の完了、
伴い事業における収益率は改善傾向



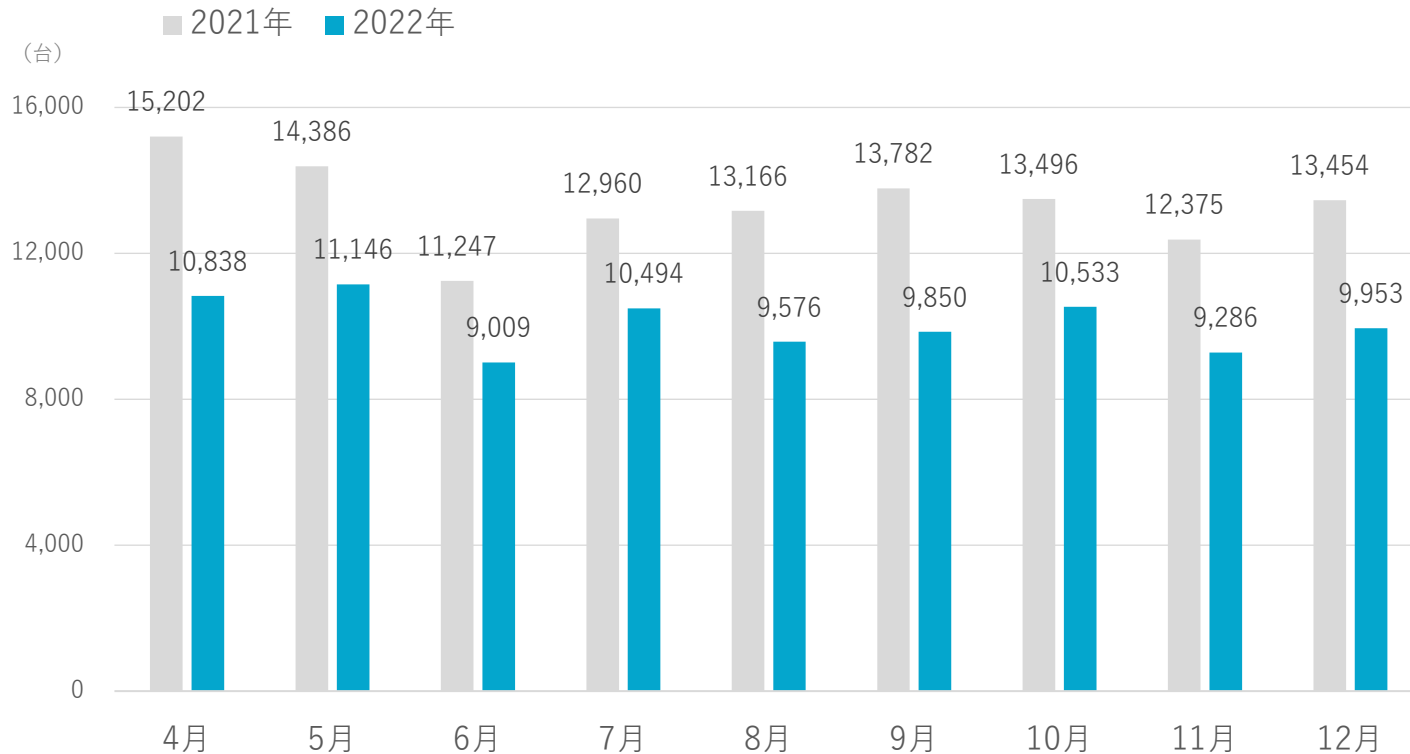
モバイル事業：店舗数

近隣店舗の統合により微減



2022年12月時点の累積販売台数は90,685台（YoY76%）となる

モバイル販売台数



累計販売台数

2022年12月時点（4月-12月）

90,685台

前年同期比較：120,068台

YoY 76%

増減の要因

■ 外部的要因

SB→YM乗り換えのSIMのみ販売増
買い替えサイクルの長期化

■ 内部的要因

イベント販売を積極的に実施し、
店舗の販売減を最小化

03. 2023年3月期の業績予想

2023年3月期通期の業績予想（連結）の修正

MVNOの台頭・法整備などの影響を受け、モバイル事業の売上減少により通期予想を修正

通期業績予想（連結）の進捗

(百万円)

	2022年3月期 Q3累計	2023年3月期 Q3累計	従来予想 (通期)	修正予想 (通期)	増減率	進捗率
売上高	15,980	13,797	22,000	19,000 ~20,000	▲3,000 ~▲2,000	72%~69%
営業利益	▲52	▲218	150	0 ~100	▲150 ~▲50	-
経常利益	73	▲202	250	100 ~200	▲150 ~▲50	-
当期純利益	21	▲279	150	0 ~100	▲150 ~▲50	-

売上減少の背景・方針

モバイル事業による減少

- ・ モバイル業界の変化に伴う、モバイル販売台数の減少
- ・ イメージング事業の影響はほとんどなし
- ・ One-Boの営業体制・プロダクト変更に伴う計画未達

方針

モバイル市場の変化による影響を受けるのは今期を底と捉え、モバイルのみならず、One-Boなどを含めた商材を販売する事業体へ

営業利益減少の背景と対策

One-Boの計画未達による減少

- ・ With/After コロナを見据えたOne-Boの営業体制・プロダクト変更に伴う販売計画未達による利益の減少

方針

来期に向けて営業体制・プロダクトの改善を実施し、当社の利益貢献の一角を担うプロダクトへ

04. 事業別トピックス



みんなの広場をつくる。

みんなの広場をつくる。

ブラザクリエイトは、
写真プリントショップやスマホショップではありません。
人と人がつながる「広場」をつくる会社です。

私たちはこれまで、写真プリントを通じて
思い出によって、人と人との絆を深めてきました。
スマホを通じたコミュニケーションで、
新たな人と人をつながりをお手伝いしてきました。

価値観やライフスタイルが多様になり、
ばらばらになりがちな現代社会のなかで、
思い思いにつながり合える「広場」が
いま、求められていると思います。

これまで日本全国でつくってきた経験を生かし、
子どもから大人までワクワクでつながれる広場など、
今までない楽しい広場を、次々とつくっていく。

ブラザクリエイトは、
「みんなの広場」をつくる企画集団として、
豊かな人と人のつながりを増やしていきます。

Circle of Life

パレットプラザ

つくるんです



なんでもダビング

つくるんです



One-Bo・ヘルスケアBOX



モバイル



グランピング



保育園、幼稚園フォトサービス

つくるんです



コワーキング・カフェ

写真以外のサービスの提供

新サービスの開発を基に、
「地域の広場作り」を進めています

PALETTE PLAZA



写真の印刷

iPhone修理

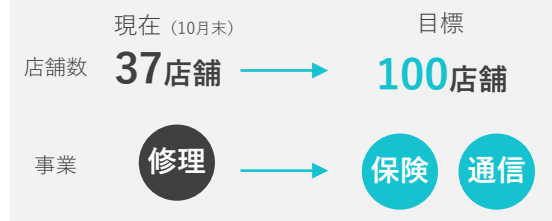
新

軽印刷

新

iPhone修理サービス

店舗拡大でますます便利に



GEAR co., Ltd.



軽印刷サービス

本格参入に向け、テスト展開を開始

チラシ 名刺 ポスター
その他数十種類

2022年9月から首都圏一部店舗にて開始

ACCEA



市場の変化に対応する為、抜本的な事業変化が必要

	これまで	これから	実施している施策	期待できる効果
店舗目的	<ul style="list-style-type: none"> 主に携帯の販売 	<ul style="list-style-type: none"> 様々なサービスを提供できる、地域に根付いたデジタル化の拠点へ 	<ul style="list-style-type: none"> ノンデジタル世代に対するイベント/セミナー 他の商材の店頭販売 	市場の変化に対応できる組織体制・ビジネスモデルにシフト
ビジネスモデル	<ul style="list-style-type: none"> 端末販売 	<ul style="list-style-type: none"> 端末の販売 店頭サポート定額 	<ul style="list-style-type: none"> ノンデジタル世代に対して安全・安心にスマホ上でサービスを利用いただける環境を生み出す 	
営業	<ul style="list-style-type: none"> 店頭販売 	<ul style="list-style-type: none"> 店頭販売 法人営業の強化 	<ul style="list-style-type: none"> 法人営業時にモバイルだけでなく、様々な商材の提案を実施（One-Boなど） 	
市場環境	MVNOの台頭や、政府による法整備などの影響を受けて、モバイル業界は大きな変革期を迎えており、これらを好機と捉えユーザーのニーズに寄り添った事業体へ変化が必須			

モバイル事業

スマホ初心者の方に向けて、
店頭サポートの定額サービスを開始

携帯販売

+

定額プラン

新

データ移行

バッテリーチェック

アカウント設定

OSアップデート
チェック

クリーニング

自身での設定が難しい老年層にヒット

販売販路の多角化



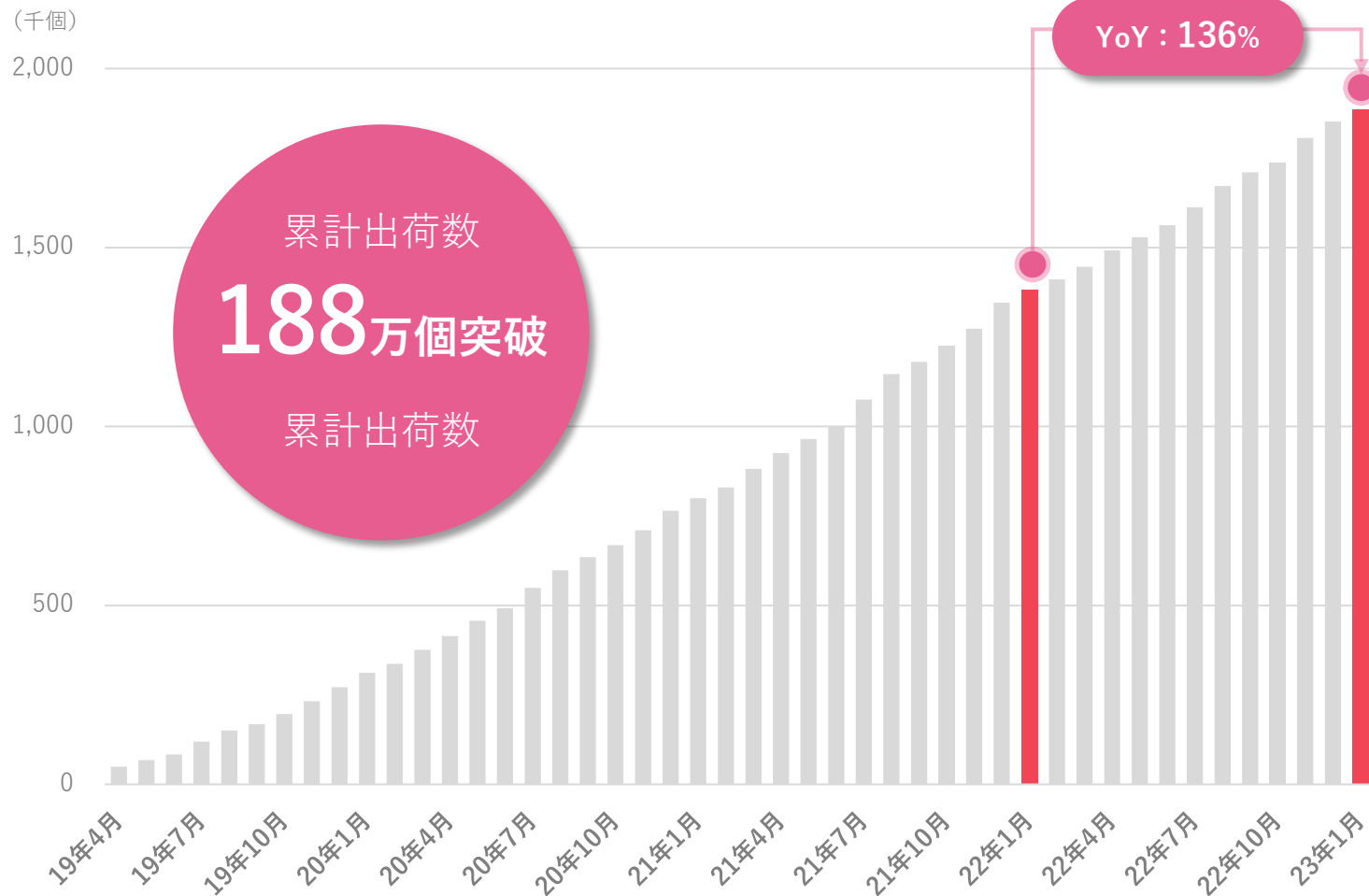
毎月約**150**件の
販売イベントを実施

イベント

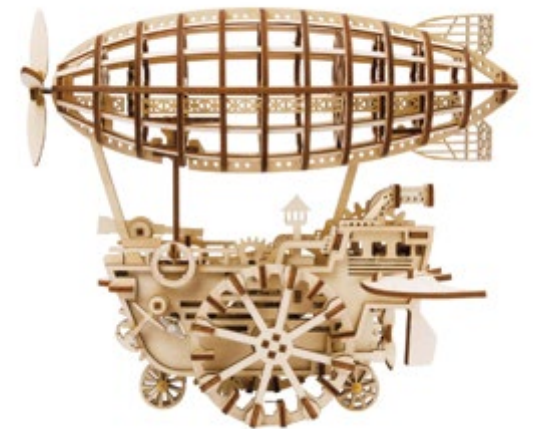


定期的なスマホ教室
開催

知的な好奇心をくすぐる3Dパズル「つくるんです」の出荷個数は堅実に成長中



販売高は10億円/年
規模となりソウゾウ事業
の成長を牽引



コンビニエンスストアなど消費者に近い領域での販路を拡大中

ファミリーマート様との取り組み

全国のファミリーマート約2,000店舗で販売



セブン&アイグループ様との取り組み

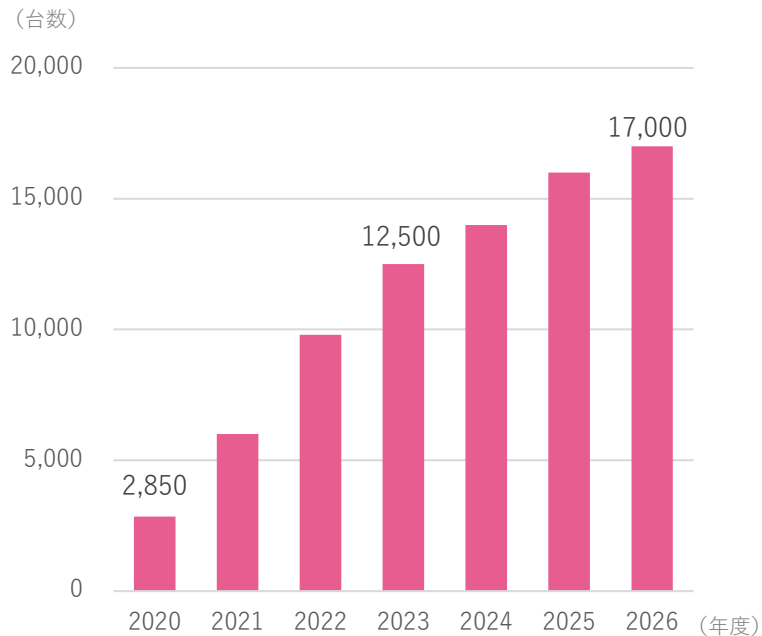
セブン&アイグループのネット通販サイト
「セブンネットショッピング」で予約開始



今後もサービスのアップデートなどを基軸に他の領域へも展開する。

ワークブース市場規模予測

2026年度には**17,000**台を超える見込み



2021年 MDB Digital Searchによるワークブース市場規模の調査より作成

ミーティングの場の変遷



コロナ前

会議室で複数名での対面のMTGが主流



コロナ禍

在宅などでのテレワークによる
オンラインMTGが普及



With/After コロナ

現在

オフィス・在宅のハイブリットの働き方に伴う
テレビ会議用のスペースが普及

様々なニーズに対応可能な新商品をリリース

One-Bo Plus・Acoustic

個室ブースOne-Boに2種の新モデルが追加

One-Bo Plus



高性能な上位モデル

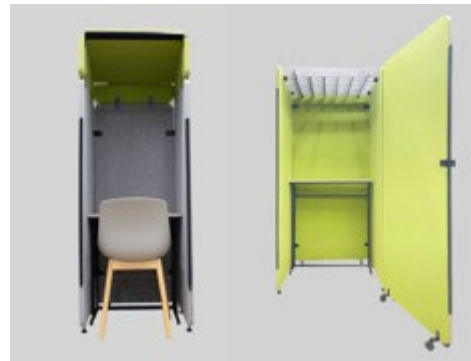
高い遮音性

高い吸音性

鍵付き

キャスター付き

One-Bo Acoustic



小回りの効く安価モデル

組み合わせ自由

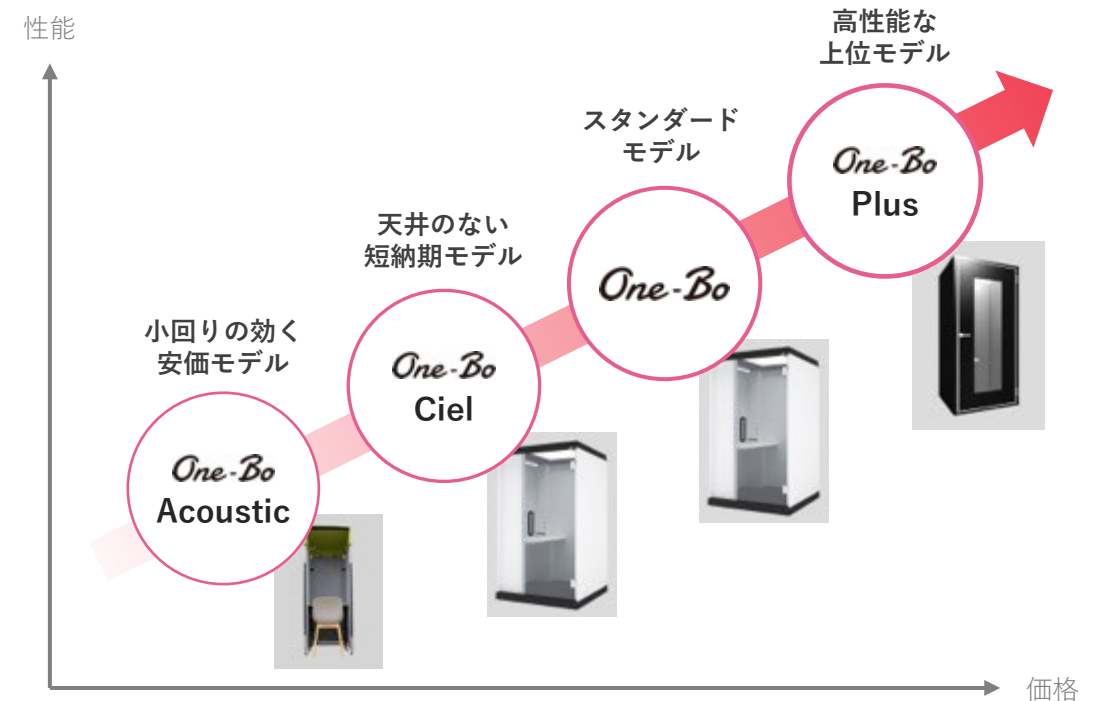
高い吸音性

環境問題配慮

再生材使用

One-Bo シリーズ

時代の背景・ニーズに対応できる形で
これまでに4つの商品を開発



将来見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。
- 当社株式の募集及び売出しに応募される際は、必ず当社が作成する新株式発行並びに株式売出届出目論見書（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断と責任で行われますようお願いいたします。

みんなの広場をつくる。

