

2024年3月期 決算説明資料

株式会社プラザホールディングス

(スタンダード市場: 7502)

01.	会社概要	P 3
02.	2024年3月期 決算の概要	P 14
03.	2025年3月期 の方針及び、業績予想.....	P 20



01. 会社概要



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応援してきました。

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、
今まだない楽しい広場を、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。

基礎情報

- 会社名 株式会社プラザホールディングス
- 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 559名（2024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



株式会社プラザホールディングス

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

559人

2024年3月時点の数値

グループ会社

2社

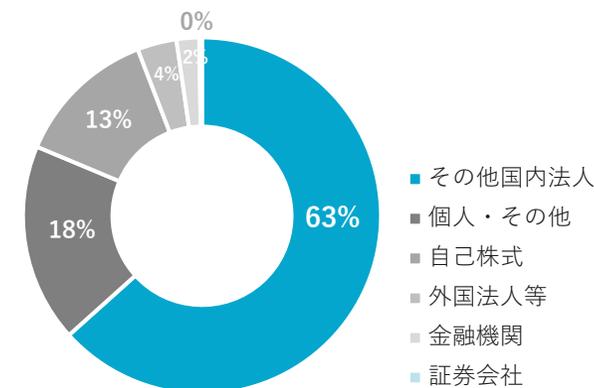
(株)プラザホールディングスを持株会社として、
(株)プラザクリエイイト
と(株)ストアクロスの2社がある

店舗数

268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

*1：2024年3月時点の数値

理念に基づき展開している3つの事業

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 さぐアル フォトブック

理念

店舗

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



つぐみ One-Bo THE GLAMPING PLAZA HATTO CREATIVE PLAZA

理念に基づいた事業基盤

複数の事業展開

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

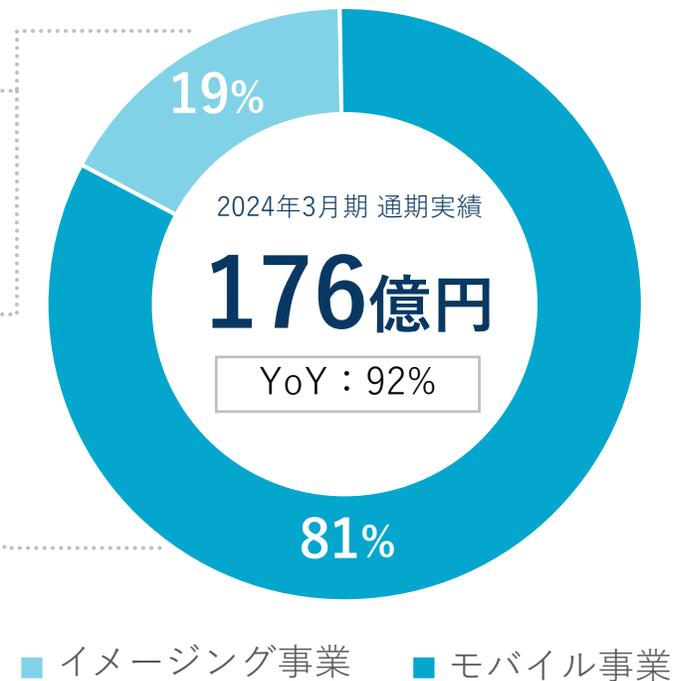
データ

製造基盤など

2024年3月期通期の売上高は176億円 モバイル事業の割合が約81%

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 ソウゾウ事業
(つくるんです、One-Bo、アパレル事業など)
- 3 モバイル事業



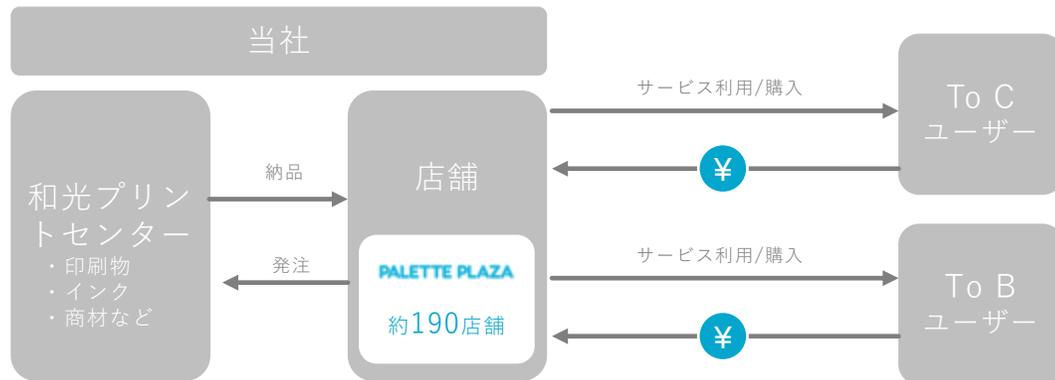
* 「つくるんです」などの売上は現在イメージング事業に計上

概要

創業事業であるイメージング事業は約190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90%はフランチャイズ店舗



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

高品質プリンター＆コミュニティスペース：HATTO
日本初導入のプリンターを武器に持続可能なモノづくりを実現
アート関連施設などへの積極的な提案の足掛かりに。
生地を染める従来の方法では難しい小ロット、短納期にも対応が可能。

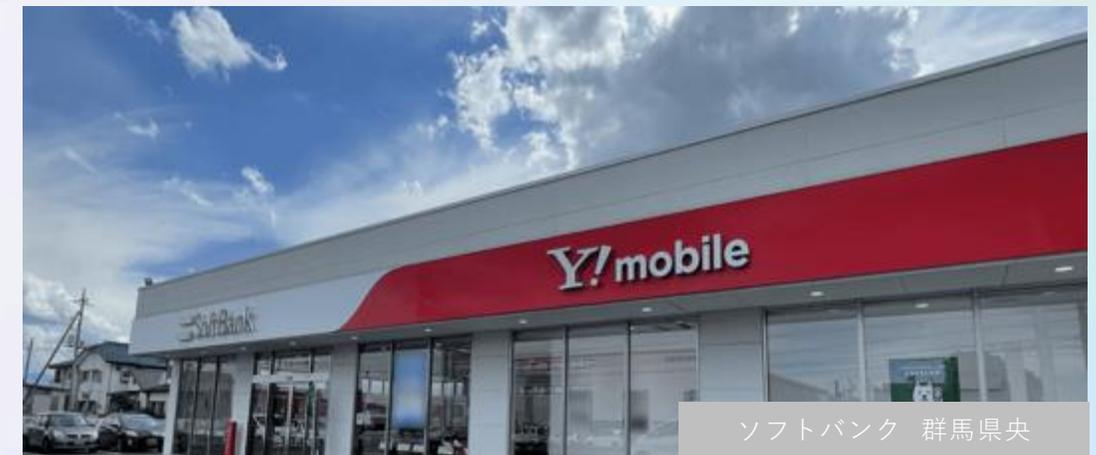
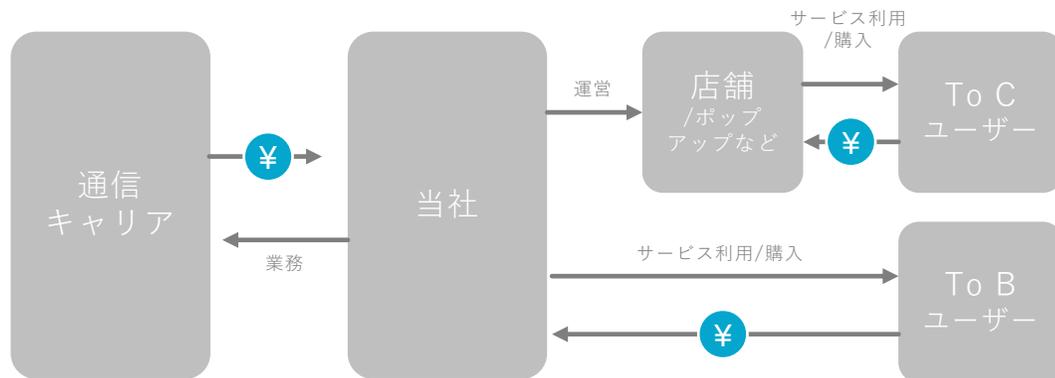


概要

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



02. 2024年3月期 通期決算の概要

イメージング事業

店舗数の減少があったものの、パレットプラザでの店頭値上げなどにより、イメージング事業の業績は、売上高は微増、セグメント損失は縮小

モバイル事業

店舗の統廃合で店舗数の減少により減収、一方セグメント利益は増加
店舗の在り方を見直し、販売後も利用サポートで地域に根付いた店舗作り
に取り組む

ソウゾウ事業

- 「つくるんです」の販売チャネルは主に書店に依存しており、その結果として売上が伸び悩む
- アパレル事業：まだ軌道に乗り始めたとは言えない状況。ただし、今後の成長に向けた基盤は着実に整えております
- グランピング事業：ビジネスが軌道に乗り始めた状況

財務ハイライト

減収増益の決算

売上高 **17,638** 百万円

前年同期： 19,127 百万円

営業利益 **218** 百万円

前年同期： 91 百万円

当期純利益 **58** 百万円

前年同期： ▲204 百万円

2024年3月期通期決算（連結）

各事業において販売価格の見直しによりYoYでの営業利益は増加

2024年3月期通期決算（連結）

（百万円）

	2023年3月期	2024年3月期	対売上比	増減額	増減率
売上高	19,127	17,638		▲1,488	▲7.8%
売上総利益	6,543	6,293	35.7%	▲250	▲3.8%
販売管理費	6,451	6,074	34.4%	▲377	▲5.8%
営業利益	91	218	1.2%	126	138.0%
経常利益	119	257	1.5%	138	116.2%
当期純利益	▲204	58	0.3%	263	-

減収増益の決算

- 店舗の統廃合で店舗数が減少したことによりモバイル事業の売上が減少
- 営業利益の増加は主に値上げによる売上総利益率の改善と販売費及び一般管理費を削減したことによるもの

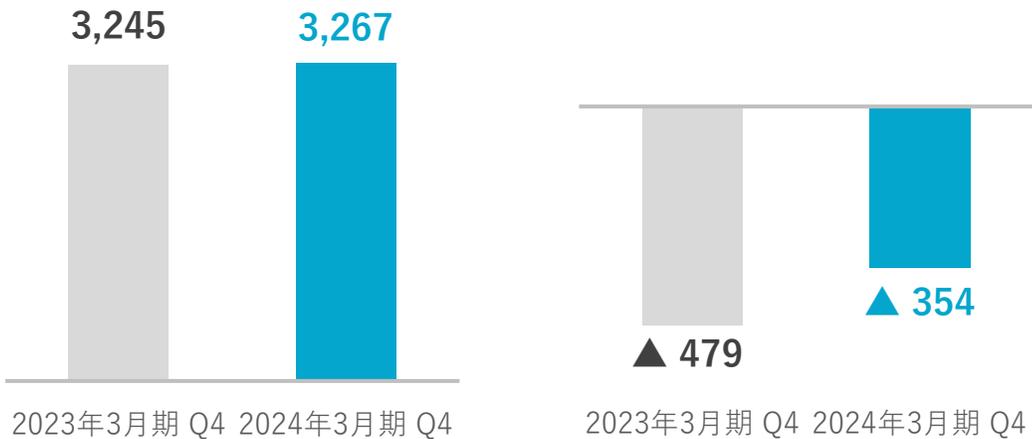
イメージング事業 (パレットプラザ, つくるんです®, One-Bo, アパレル 等)

- ・店頭販売価格、FC向け商材の値上げにより売上高微増
- ・粗利率の改善により営業損失は1.2億円改善

売上高

営業利益

(百万円)



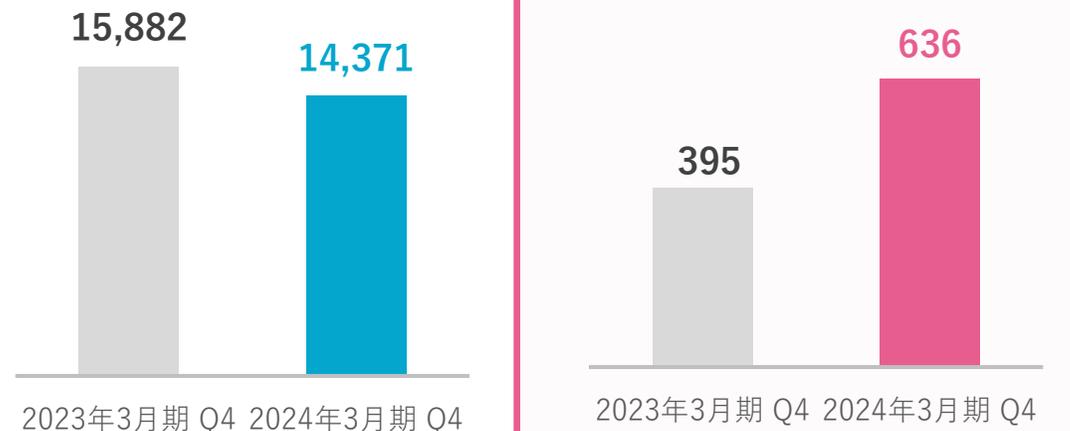
モバイル事業

- ・店舗の統廃合を行い売上高は減少となるが営業利益は2.4億円増加

売上高

営業利益

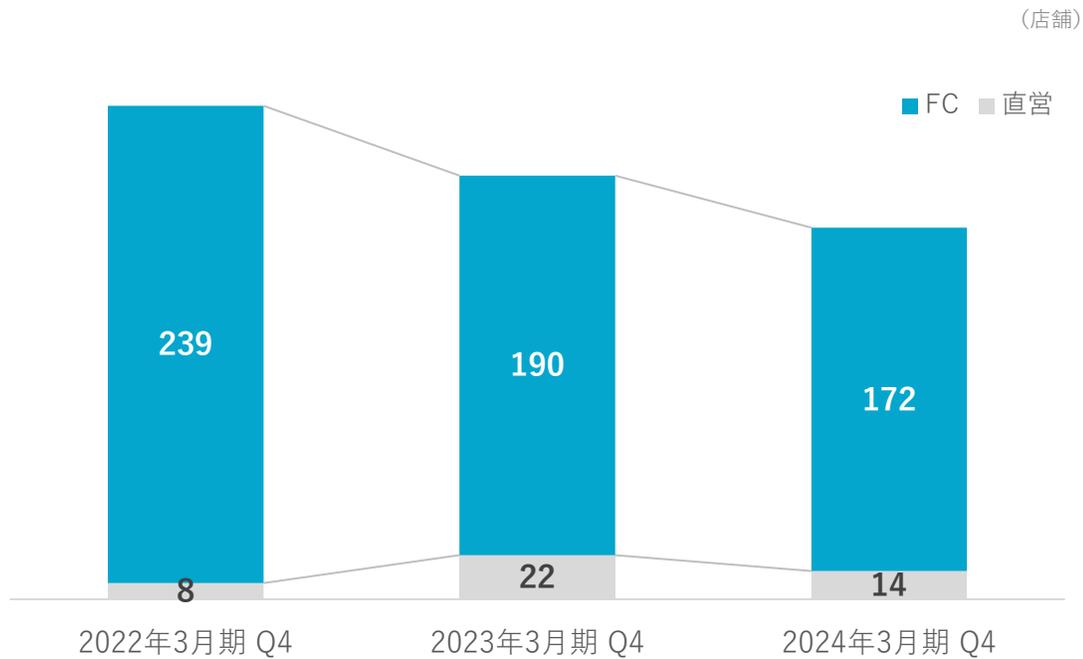
(百万円)



利益改善

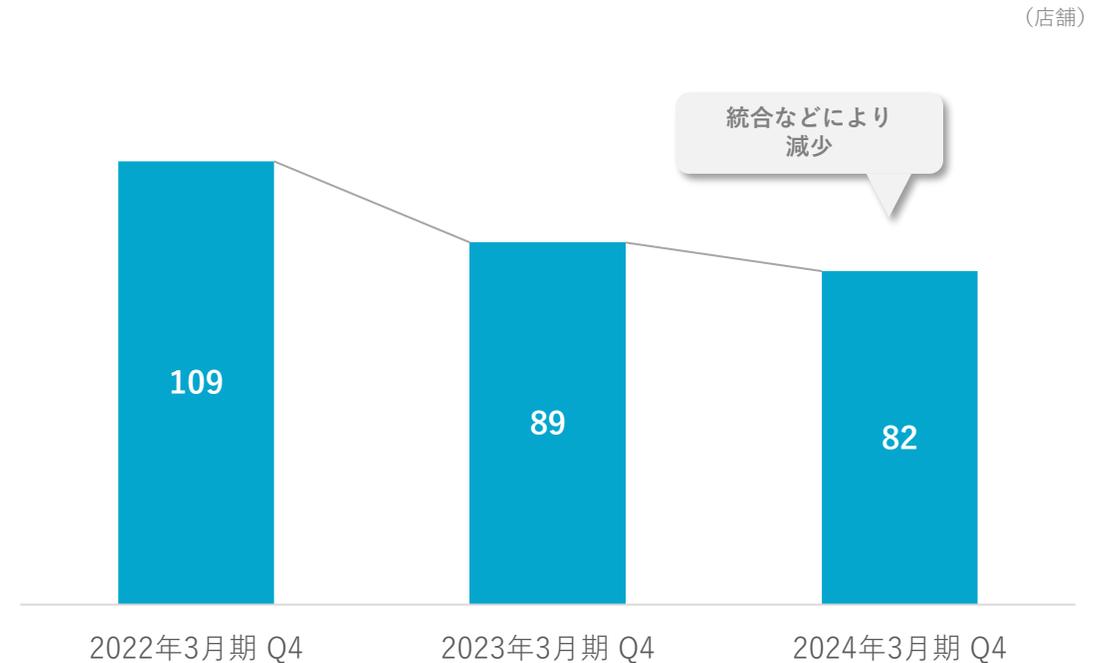
イメージング事業：店舗数

店販売価格、FC向け商材の値上げにより事業の収益率は改善傾向



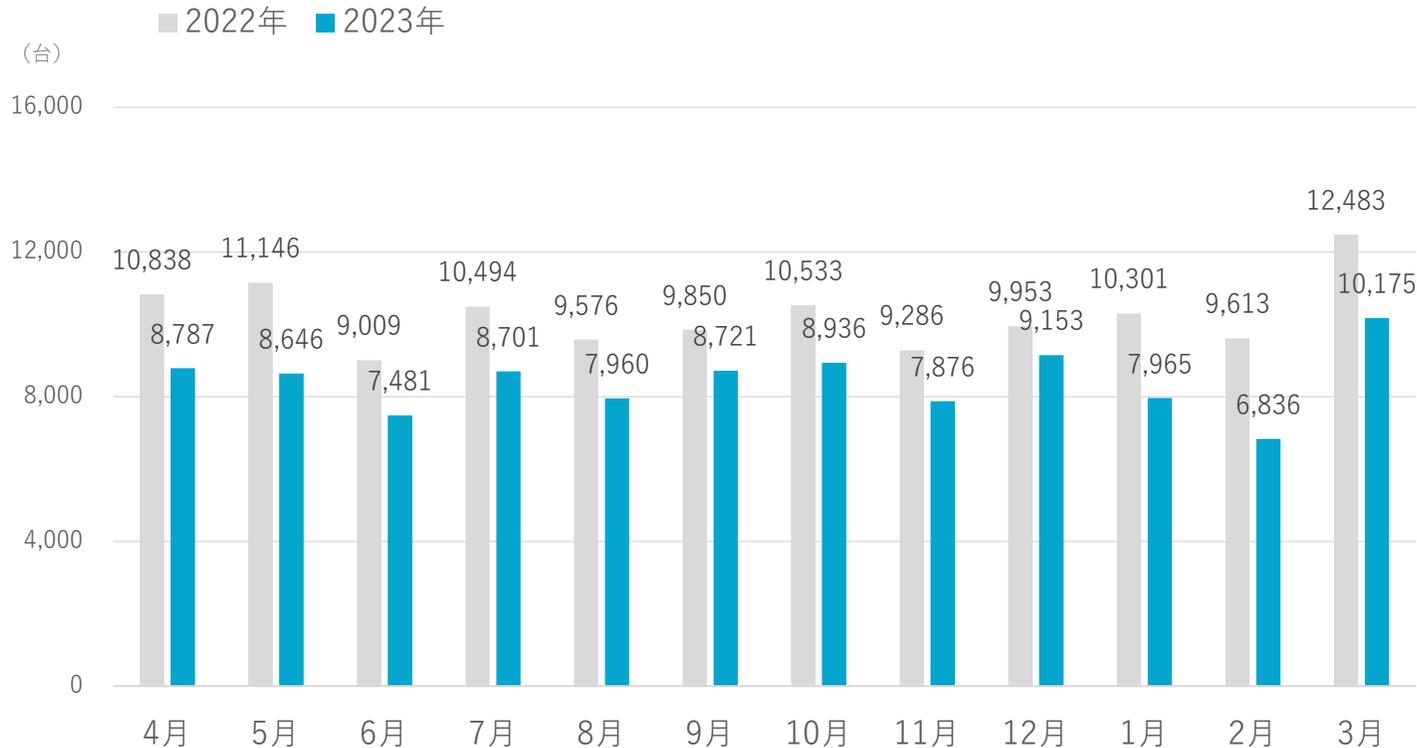
モバイル事業：店舗数

YMショップのSBショップへの統合により減少



・ 2024年3月時点の累積販売台数は101,237台（YoY82%）となる

モバイル販売台数



累計販売台数

2024年3月時点（4月-3月）

101,237台

前年同期比較：123,082台

YoY 82%

増減の要因

店舗数の減少

2024年3月時点 82店舗

前年同期 89店舗

増減数 ▲7店舗

03. 2025年3月期 の方針及び、業績予想

2025年3月期通期の業績予想（連結）

前期で「ソウゾウ事業の新規事業」への投資は概ね完了、その結果営業利益は改善

2025年3月期通期の業績予想（連結）

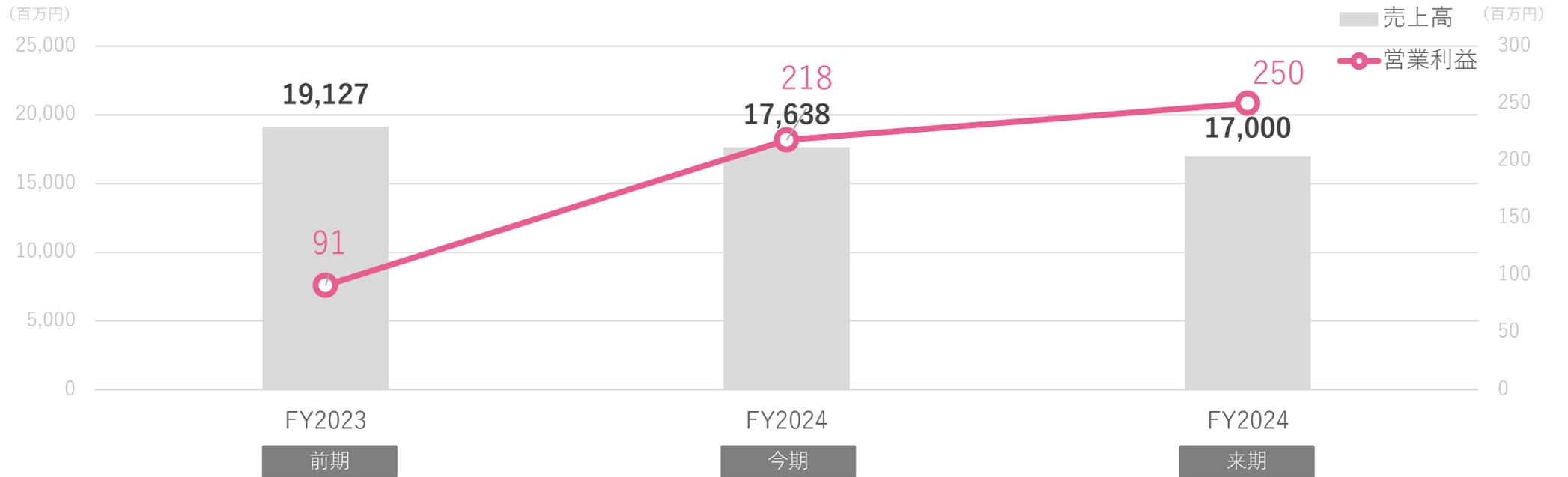
(百万円)

	2024年3月期 (実績)	2025年3月期 (予想)	増減額	増減率
売上高	17,638	17,000	▲638	▲3.6%
営業利益	218	250	32	14.3%
経常利益	257	200	▲57	▲22.4%
当期純利益	58	100	42	70.1%

2024年3月期の全体方針サマリー

売上高は微減となるが、新規事業（グランピングなど）への投資が概ね完了し、営業利益は来期以降も継続的な改善を見込む

売上高・営業利益の推移



利益改善における
施策/方針

- モバイル事業の店舗の統廃合を進め、店舗あたりの収益性を高めていく
- グランピング事業、アパレル事業の成長・収益化
- つくるんです。の書店に依存した現在の販売チャネルから、家電量販店・ホームセンターなどへのチャネル拡大

	事業ポートフォリオ	来期のアクション	課題	全体的な方針	
プラザHD	イメージング事業	<ul style="list-style-type: none"> アイサポを足掛かりに立地を生かした自社開発にこだわらない新サービスの展開 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗を活用した次の一手を模索 	モバイル市場の外部環境の変化に伴う、売上高の伸び悩みがある中で、コスト面、収益面を見直し、利益改善を図る	
	モバイル事業	<ul style="list-style-type: none"> 不採算店舗の統廃合を実施し、店舗あたりの収益性を改善を図る 従業員教育を強化により、ユーザーの課題に寄り添ったサービスの提案 	<ul style="list-style-type: none"> 通信料金の低下（2023年で概ね下げ止まり） 		
	ソウゾウ事業	拡大フェーズ <ul style="list-style-type: none"> つくるんです One-Bo 	<ul style="list-style-type: none"> （つくるんです）単筆もり需要が終わり、次の需要創出と販路拡大 （One-Bo）オンライン会議用の需要だけでなく、パーソナルボックスとしての活用を模索 		<ul style="list-style-type: none"> 販路の拡大 活用方法の多様化
		投資フェーズ <ul style="list-style-type: none"> グランピング アパレル 	<ul style="list-style-type: none"> （グランピング）3拠点目の開発 （アパレル）自社ブランドの立ち上げ 		<ul style="list-style-type: none"> 事業の基盤の構築
	M&A	<ul style="list-style-type: none"> イメージング、ソウゾウ事業とシナジーのある会社を買収を検討、及び実施 			

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。

