

# 2024年3月期 第2四半期決算資料

株式会社プラザホールディングス  
(旧社名：株式会社プラザクリエイイト本社)

(スタンダード市場：7502)

01.	会社概要 .....	P 3
02.	2024年3月期 第2四半期決算の概要 .....	P 13
03.	2024年3月期 業績予想 .....	P 19



# 01. 会社概要

## 基礎情報

- 会社名 株式会社プラザホールディングス  
(旧社名：株式会社プラザクリエイイト本社)
- 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 751名 (2023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)
- 株式会社プラザホールディングスに商号変更(2023年7月)



# 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、事業会社の株式会社プラザクリエイトのバトンを新谷隼人に繋ぎ、現在は株式会社プラザホールディングス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

751人

2023年3月時点の数値

グループ会社

2社

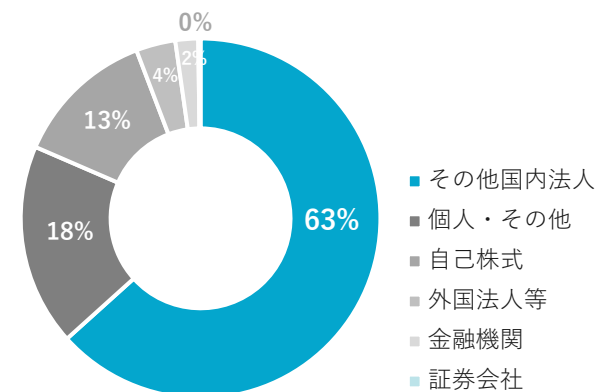
(株)プラザホールディングスを持株会社として、  
(株)プラザクリエイイト  
と(株)ストアクロスの2社がある

店舗数

282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

\*1：2023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

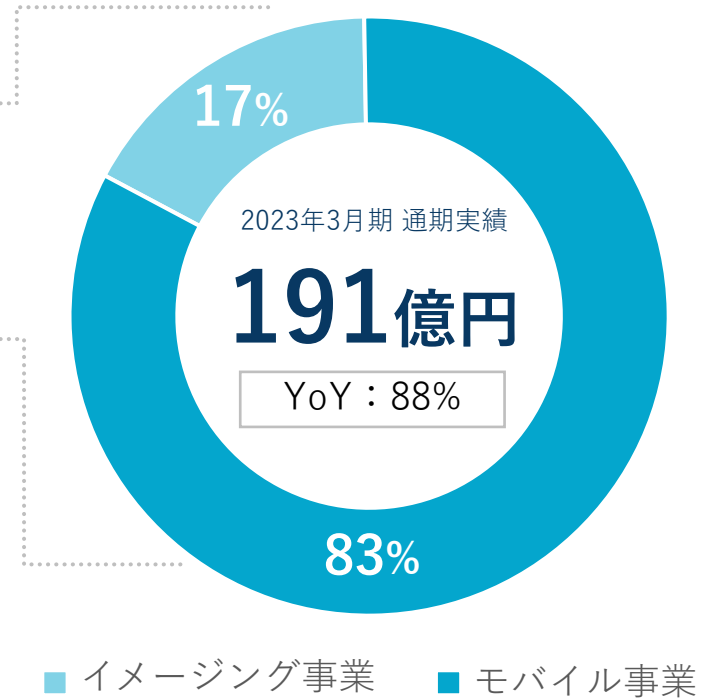
製造基盤など



2023年3月期通期の売上高は191億円 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)



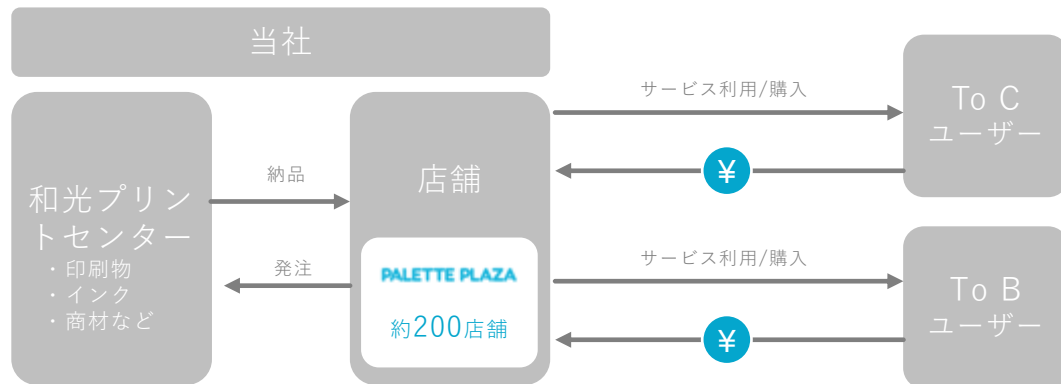
\* 「つくるんです」などの売上は現在イメージング事業に計上

## 概要

創業事業であるイメージング事業は約200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

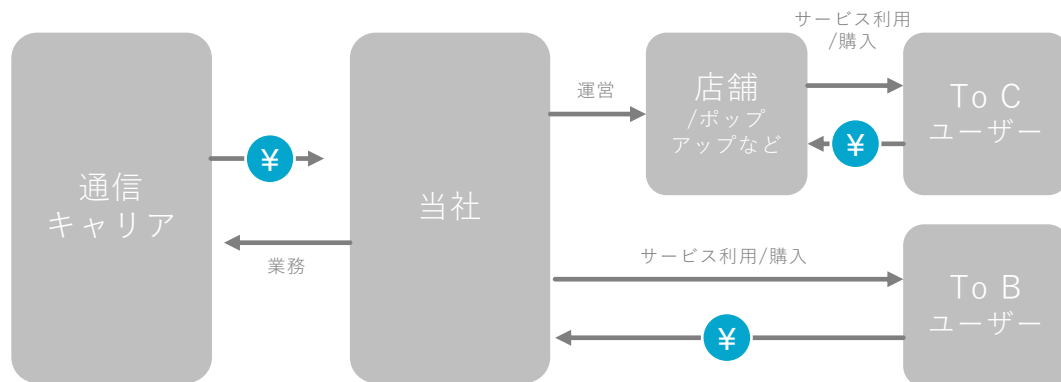


## 概要

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

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。



## 02. 2024年3月期 第2四半期 決算の概要

### イメージング事業

店舗数の減少及び新規事業での当第1四半期連結累計期間から発生した固定費回収ができず減収、赤字額の僅かな縮小

### モバイル事業

店舗の統廃合で店舗数は減少したが、減収、赤字額の縮小  
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

- グランピング事業における夏季のピークシーズンの実績として、新しくオープンした「THE GLAMPING PLAZA 伊勢志摩BASE」は開業初期のため予定していた稼働率には若干届かなかったものの、既存の「THE GLAMPING PLAZA アルプスBASE」は予定どおりの稼働率を達成。

### 財務ハイライト

## 減収減益の決算

売上高 **8,133** 百万円  
前年同期： 8,619 百万円

営業利益 **▲368** 百万円  
前年同期： ▲470 百万円

当期純利益 **▲321** 百万円  
前年同期： ▲520 百万円

# イメージング事業、モバイル事業の店舗数の減少による減収

## 2024年3月期Q2の連結業績の概要

(百万円)

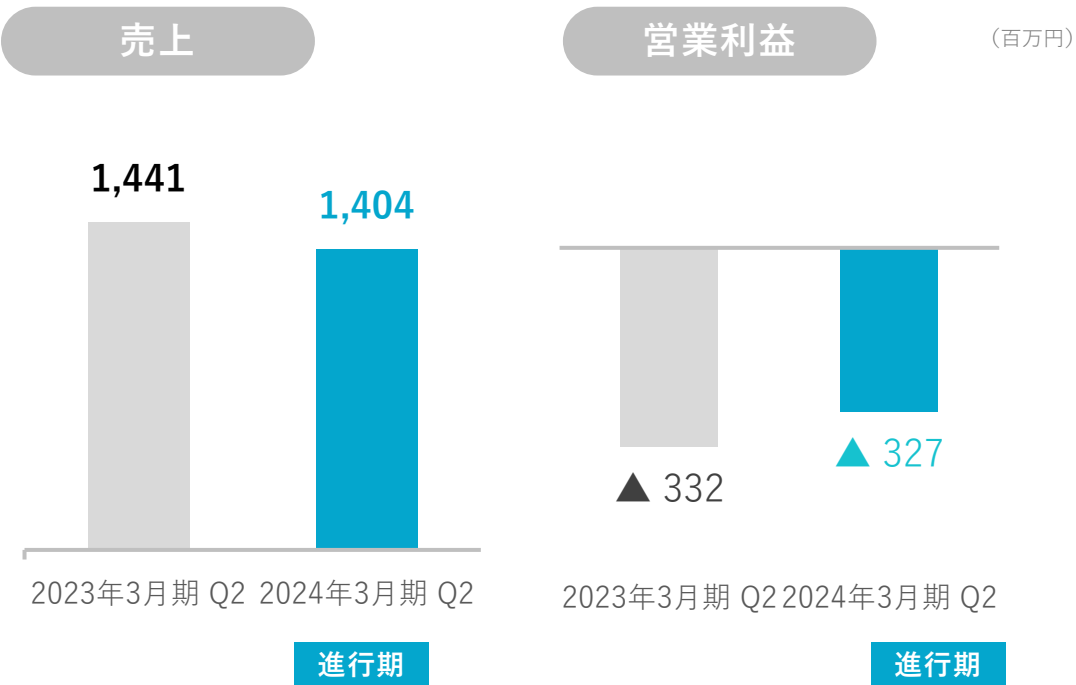
	2023年3月期 Q2	2024年3月期 Q2	対売上比	増減額	増減率
売上高	8,619	8,133		▲485	▲5.6%
売上総利益	2,847	2,792	34.3%	▲55	▲1.9%
販売管理費	3,317	3,160	38.9%	▲157	▲4.7%
営業利益	▲470	▲368	▲4.5%	101	-
経常利益	▲476	▲283	▲3.5%	192	-
当期純利益	▲520	▲321	▲4.0%	198	-

## 減収の決算

- 売上高の減少は、イメージング事業、モバイル事業での前連結会計年度を通じて行った店舗の統廃合により店舗数が減少したことによるもの
- 営業損失の縮小は主に「モバイル事業」での販売イベントにより販売台数を確保するとともに、イベントにかかる人員の内製化を進め、販売費及び一般管理費を抑制
- 経常損失の縮小は新規事業での助成金収入によるもの

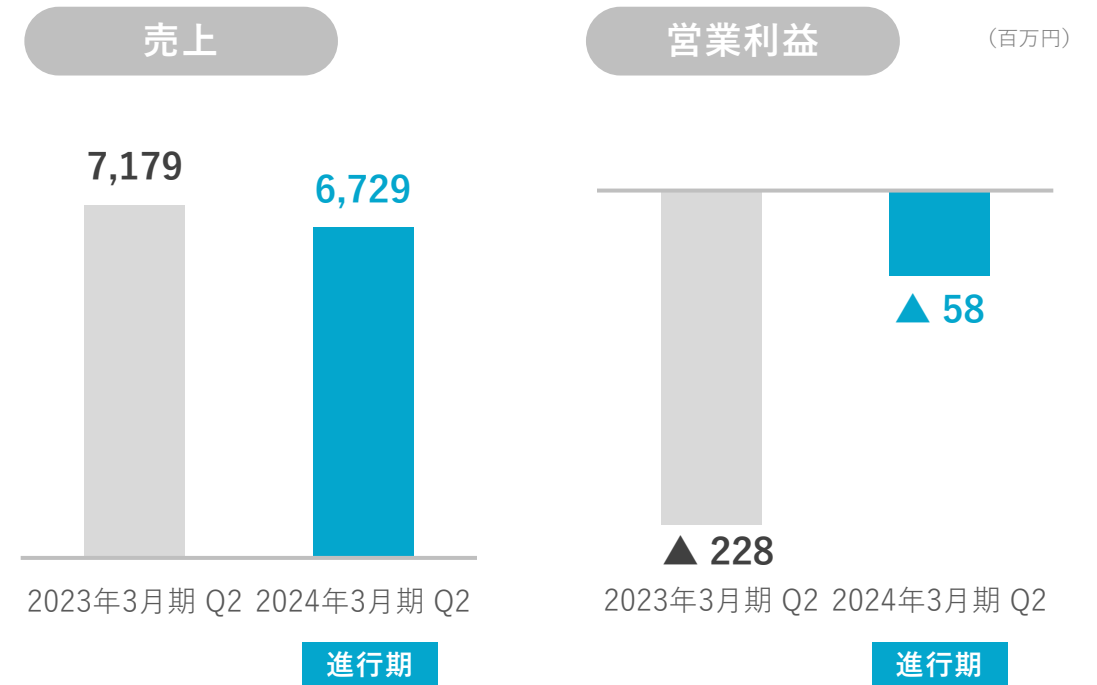
## イメージング事業 (パレットプラザ, つくるんです®, One-Bo, アパレル 等)

- FC店舗の減少に伴う卸売上高の減少
- 直営店が一時的に増加したこと、新規事業の当第1四半期連結累計期間から固定費が発生したことにより固定費増加



## モバイル事業

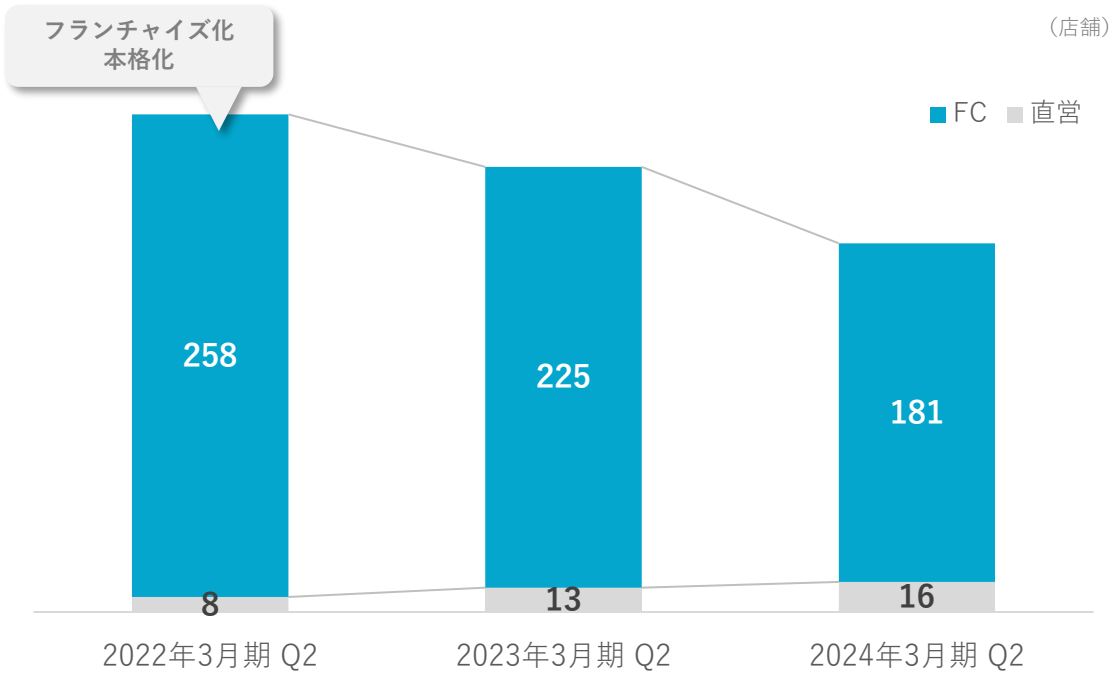
- 店舗の統廃合により店舗数が減少
- スマートフォンの値上がりによる買い替えサイクルが長期化に伴い売上高減少





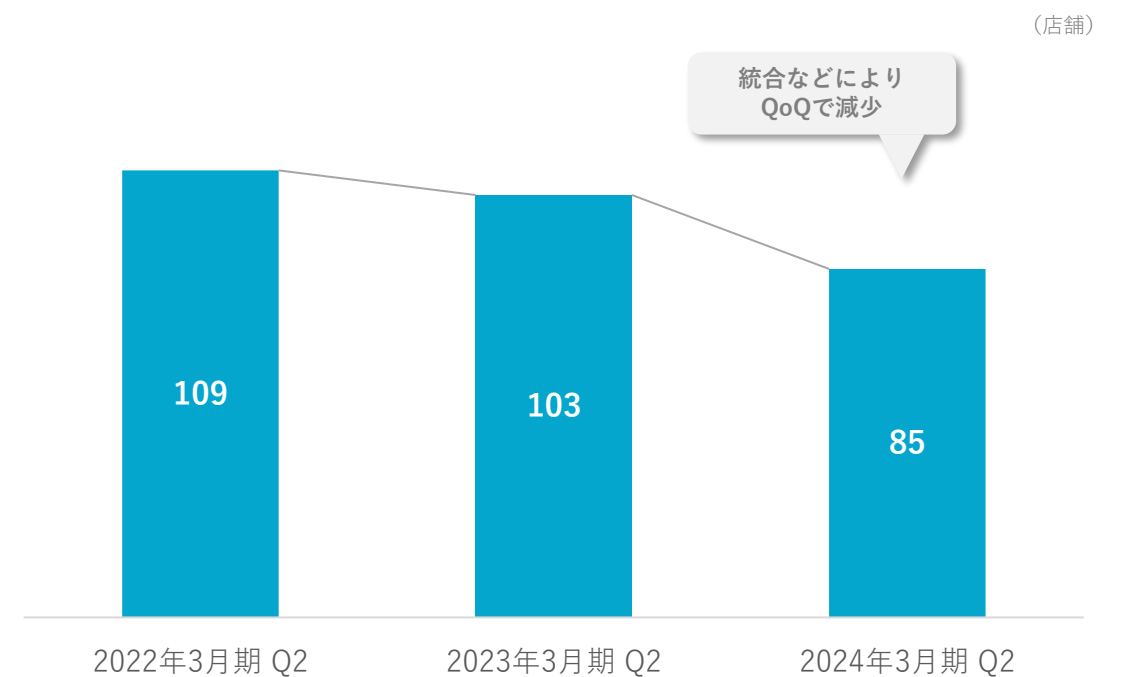
## イメージング事業：店舗数

フランチャイズ化の完了後、  
直営店が一時的に増加した



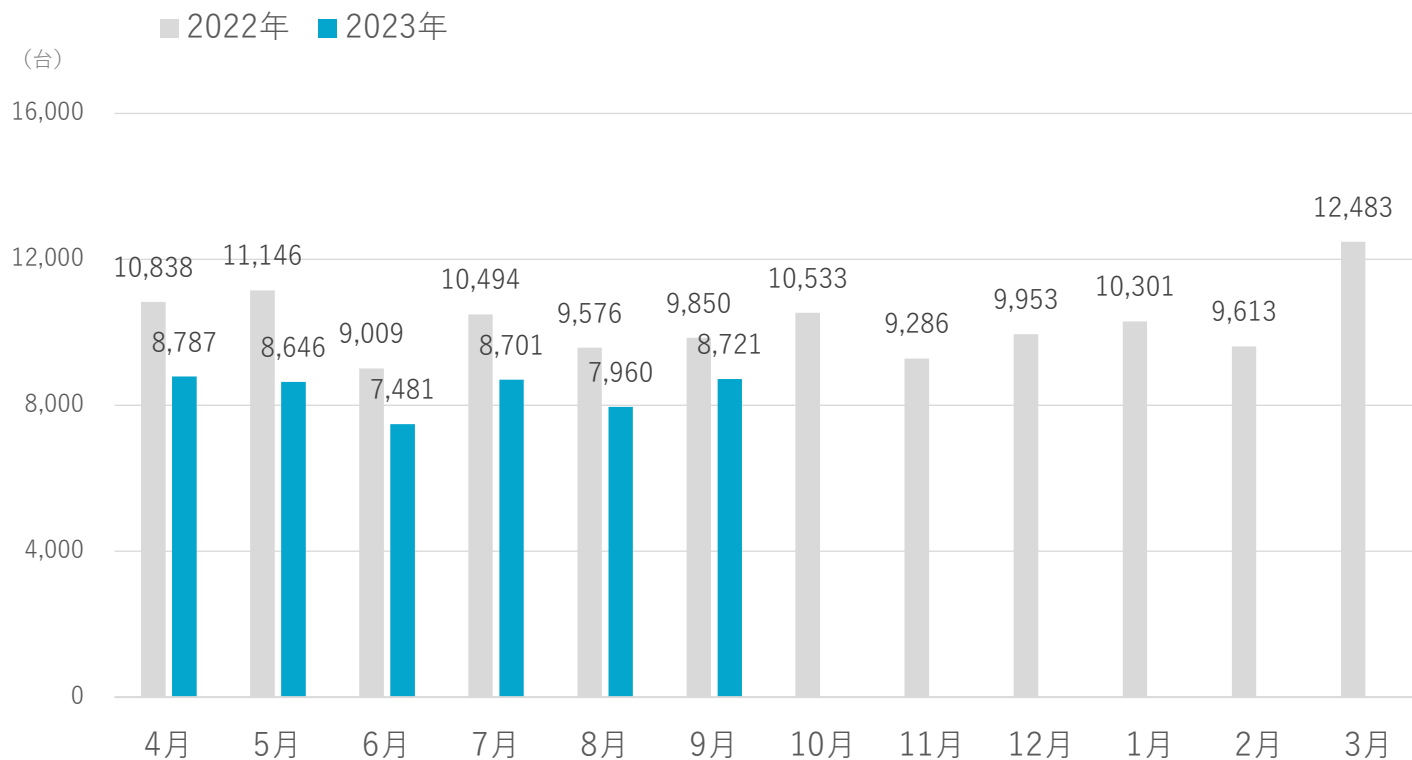
## モバイル事業：店舗数

近隣店舗の統合により18店舗の純減



# 2023年9月時点の累積販売台数は50,296台（YoY83%）となる

## モバイル販売台数



## 累計販売台数

2023年9月時点（4月-9月）

**50,296台**

前年同期比較：60,913台  
YoY 83%

## 増減の要因

店舗数の減少

2023年9月時点	85店舗
前年同期	103店舗
増減数	▲18店舗

## 03. 2024年3月期の業績予想

## 2024年3月期通期の業績予想（連結）

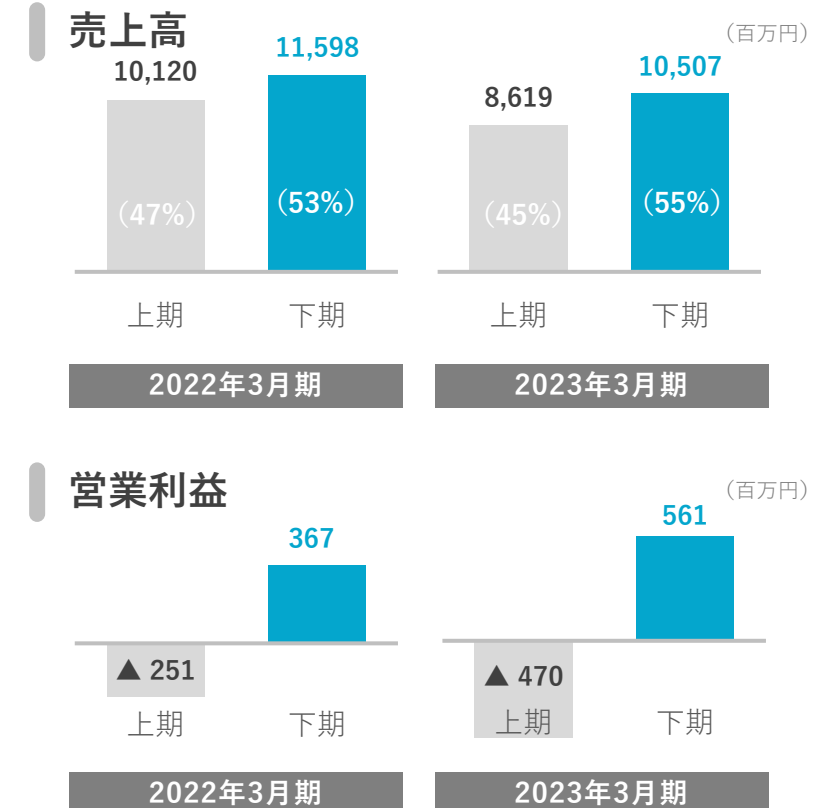
# 事業特性上、下期偏重になり売上高進捗率は21.3%

### 通期業績予想（連結）の進捗

(百万円)

	2023年3月期 Q2	2024年3月期 Q2	2024年3月期 通期予想	進捗率
売上高	8,619	8,133	18,000	45.2%
営業利益	▲470	▲368	130	-
経常利益	▲476	▲283	150	-
当期純利益	▲520	▲321	50	-

### 例年下期偏重





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。

## 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。

