

2011年3月期 決算説明



株式会社ショーエイ コーポレーション

(証券コード 9385)



謹んで地震・津波災害のお見舞いを申し上げます。

2011年3月11日に発生しました東北地方太平洋沖地震による一連の大災害に際しまして、亡くなられた多数の方々のご冥福を祈念し、謹んでお悔やみ申し上げますとともに、被災地の皆様の安全と、一日でも早い復興をお祈り申し上げます。

目次

2011年3月期の業績	P.4
中期展望	P.14
2012年3月期の見通し	P.26
会社概要・事業説明	P.34



2011年3月期の業績

2011年3月期の業績

	2010年3月期		2011年3月期		増減		2011年3月期予想		
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	増減率 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	達成率 (%)
売上高	9,209	100.0	8,154	100.0	△1,055	△11.5	8,300	100.0	98.2
売上総利益	1,458	15.8	1,329	16.3	△128	△8.8	1,360	16.4	97.8
営業利益	308	3.3	107	1.3	△200	△65.1	124	1.5	86.5
経常利益	276	3.0	100	1.2	△176	△63.8	114	1.4	87.7
当期純利益	132	1.4	33	0.4	△99	△74.7	51	0.6	65.0
1株当たり 当期純利益(円)	19.37	—	4.91	—	△14.46	—	7.54	—	65.0

※百万円未満切り捨て

2011年3月期 業績のポイント

(2Q決算発表時の見通し)

売上高は前期比 9.9%減の 8,300百万円

◎パッケージ事業:

- 前期比 1.6%増の6,010百万円
- セット販売の推進による売上額の嵩上げ
- 営業コンサルタント導入による東京支店の活性化(10%アップの実現)
- ソリューション営業部の増進
- 1,2年目社員の戦力化

◎メディアネットワーク事業:

- 前期比 30.5%減の 2,290百万円
- 物流の取扱通数の減少傾向継続を考慮
- 月間売上約2億円を想定

(結果について)

売上高は前期比11.5%減の 8,154百万円

◎パッケージ事業:

- 前期比 1.0%減の5,853百万円
- セット販売は前期比12.8%増
- 東京支店は大幅な組織変更を実施。結果はまだ。
- ソリューション営業部は11億18百万円。3Qより実績が上がってきた。
- 西日本では戦力化しつつある。

◎メディアネットワーク事業:

- 前期比 30.2%減の 2,301百万円
- 物流売上、前期比36.8%減
- 月間売上1億91百万円。月当たり9百万円不足。

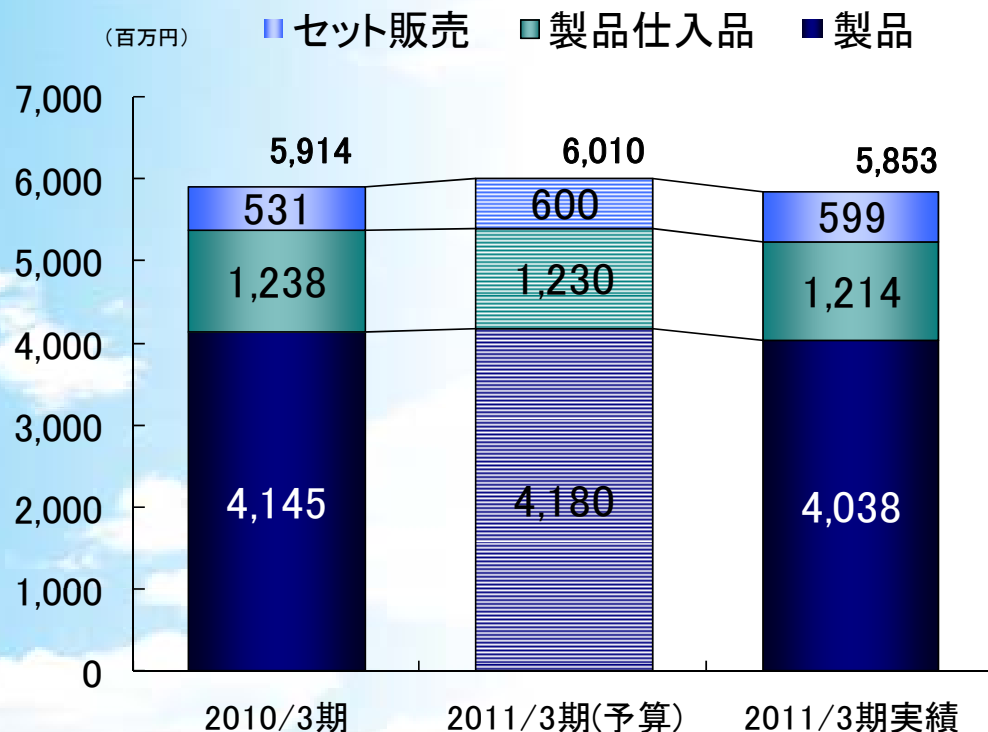
パッケージ事業 2011年3月期の業績

	2010年3月期		2011年3月期		増減		2011年3月期予想		
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	増減 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	達成率 (%)
売上高	5,914	100.0	5,853	100.0	△61	△1.0	6,010	100.0	97.4
製品	4,145	70.1	4,038	69.0	△106	△2.6	4,180	69.5	96.6
製品仕入品	1,238	20.9	1,214	20.8	△23	△1.9	1,230	20.5	98.7
セット販売	531	9.0	599	10.2	68	12.8	600	10.0	99.8
売上総利益	1,238	20.9	1,212	20.7	△25	△2.1	1,247	20.8	97.2

※百万円未満切り捨て

パッケージ事業:

パッケージ事業は、パッケージ(袋)等の包装資材の企画、製造、販売する「製品」売上及び「製品仕入品」売上、お客様の製商品をパッケージ(袋)等に包装加工する「セット販売」が主な売上である。自社製品は「製品」、他社製品は「製品仕入品」と区分している。



※百万円未満切り捨て

◎小売業・卸売業の販売価格が下落傾向にあることから、パッケージ製品においても価格競争が激化し苦戦を強いられた。

◎平成22年3月期に対して成約件数、得意先稼働件数は増加した。中でもセット販売は稼働顧客数30.3%増加、案件数11.1%増加で、売上高も12.8%増加した。

◎主力製品の売上高、大口得意先の販売額が平成22年3月期に対して若干下回った。

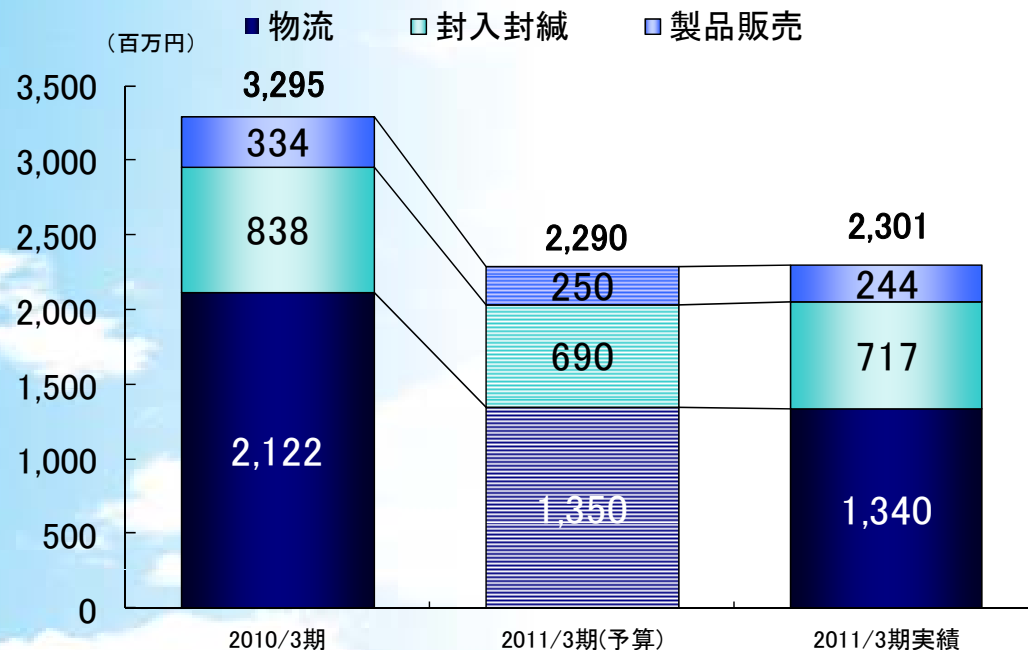
メディアネットワーク事業 2011年3月期の業績

	2010年3月期		2011年3月期		増減		2011年3月期予算		
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	増減 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	達成率 (%)
売上高	3,295	100.0	2,301	100.0	△993	△30.2	2,290	100.0	100.5
封入封緘	838	25.4	717	31.2	△121	△14.4	690	30.1	103.9
物流	2,122	64.4	1,340	58.2	△781	△36.8	1,350	59.0	99.3
製品販売	334	10.2	244	10.6	△90	△27.0	250	10.9	97.6
売上総利益	219	6.7	117	5.1	△102	△46.7	112	4.9	104.0

※百万円未満切り捨て

メディアネットワーク事業:

メディアネットワーク事業は、お客様のカタログや冊子を封入封緘する「封入封緘」売上、封入封緘したものを民間メール便、日本郵政に委託して送付する「物流」売上、そして封筒や封入物の企画・制作をする「製品販売」が主な売上である。



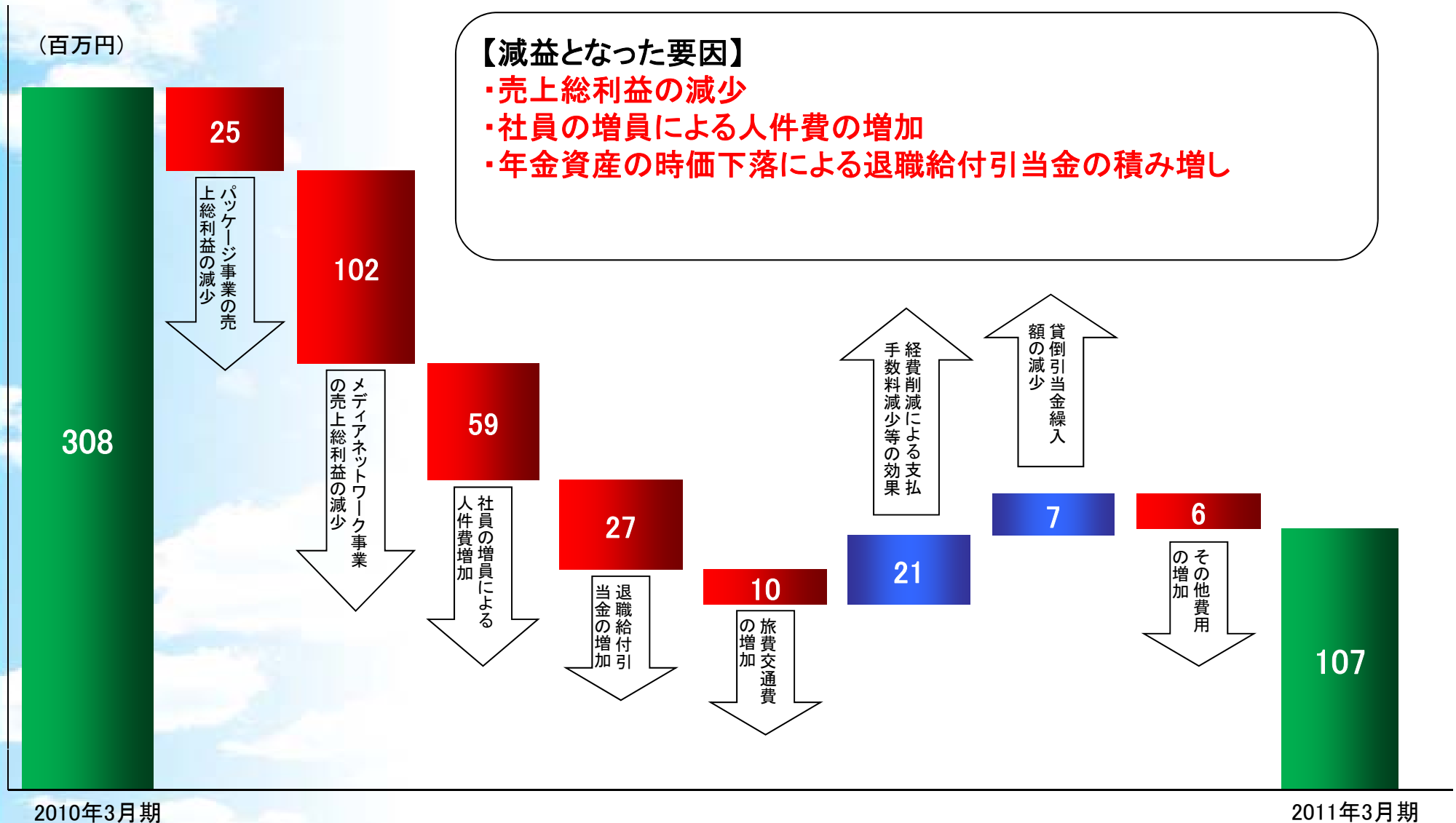
※百万円未満切り捨て

◎カタログ通販会社等によるDM発送の規模が縮小する傾向はさらに続いている。

◎物流費の圧縮が強まる中、中小口案件向けの一気通貫サービスの提供に一層注力し、新規顧客との取引は拡大した。

◎封入封緘及び物流の取扱数量の減少が続き、大幅な減収となった。

業績推移 ～営業利益減益の要因



貸借対照表の概要

	2010年3月期		2011年3月期			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	主な増減要因
流動資産	2,565	68.0	2,184	64.9	△380	現金及び預金の減少
固定資産	1,206	32.0	1,182	35.1	△24	破産更生債権、リース資産の減少
資産合計	3,772	100.0	3,367	100.0	△404	—
流動負債	1,688	44.8	1,409	41.9	△279	仕入債務、未払法人税等の減少
固定負債	293	7.7	191	5.6	△101	長期借入金、リース債務の減少
負債合計	1,982	52.5	1,601	47.5	△380	—
純資産合計	1,790	47.5	1,766	52.5	△23	当期純利益の計上、配当金支払い
負債・純資産合計	3,772	100.0	3,367	100.0	△404	—

※百万円未満切り捨て。

キャッシュ・フローの概要

	2010年3月期 (百万円)	2011年3月期 (百万円)	主な要因
営業キャッシュ・フロー	237	△418	税引前当期純利益68百万円。仕入債務の減少額551百万円
投資キャッシュ・フロー	△58	△62	建設協力金の回収による収入10百万円。有形固定資産の取得55百万円
フリーキャッシュ・フロー	179	△481	-
財務キャッシュ・フロー	△159	136	長期借入金の返済90百万円。短期借入金 の増加300百万円。
現金及び現金同等物の 増減額	20	△344	-
現金及び現金同等物の 期末残高	505	160	-

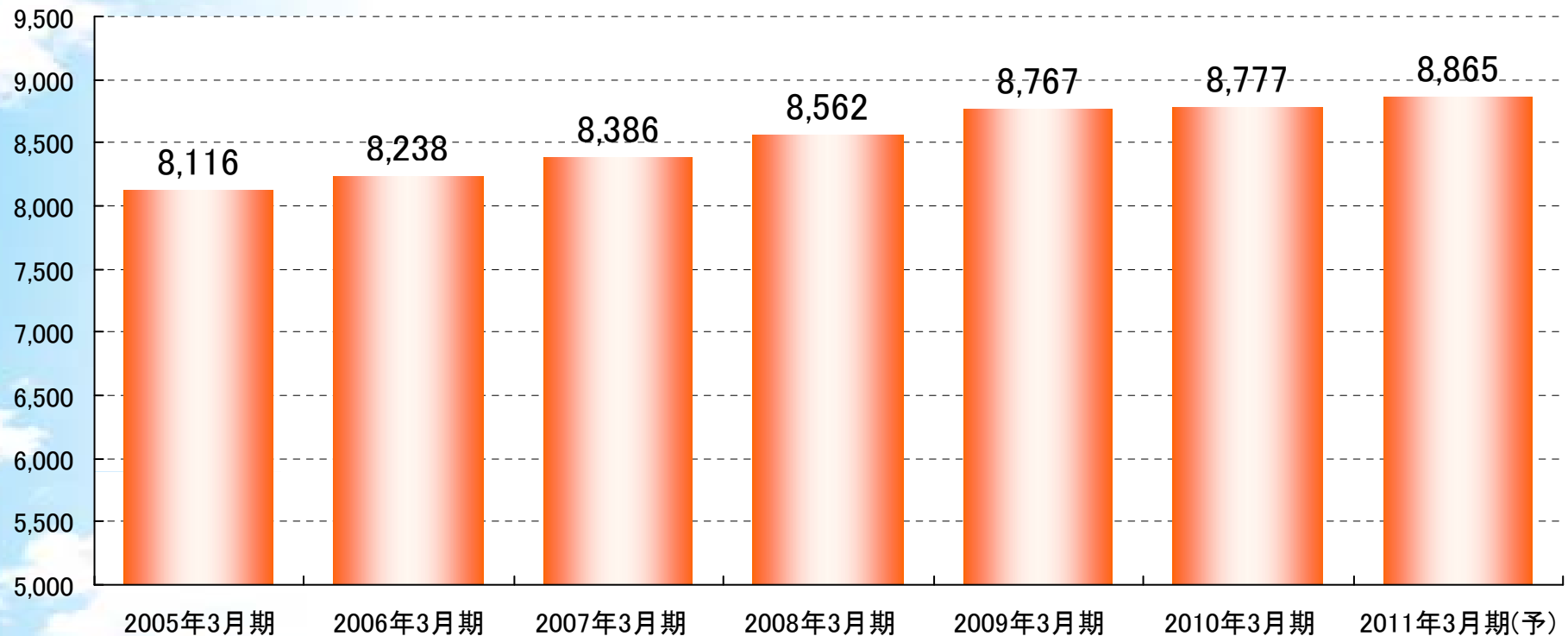
※百万円未満切り捨て



中期展望

市場分析

～ パッケージ業界の市場規模推移(軟包装コンバーター)



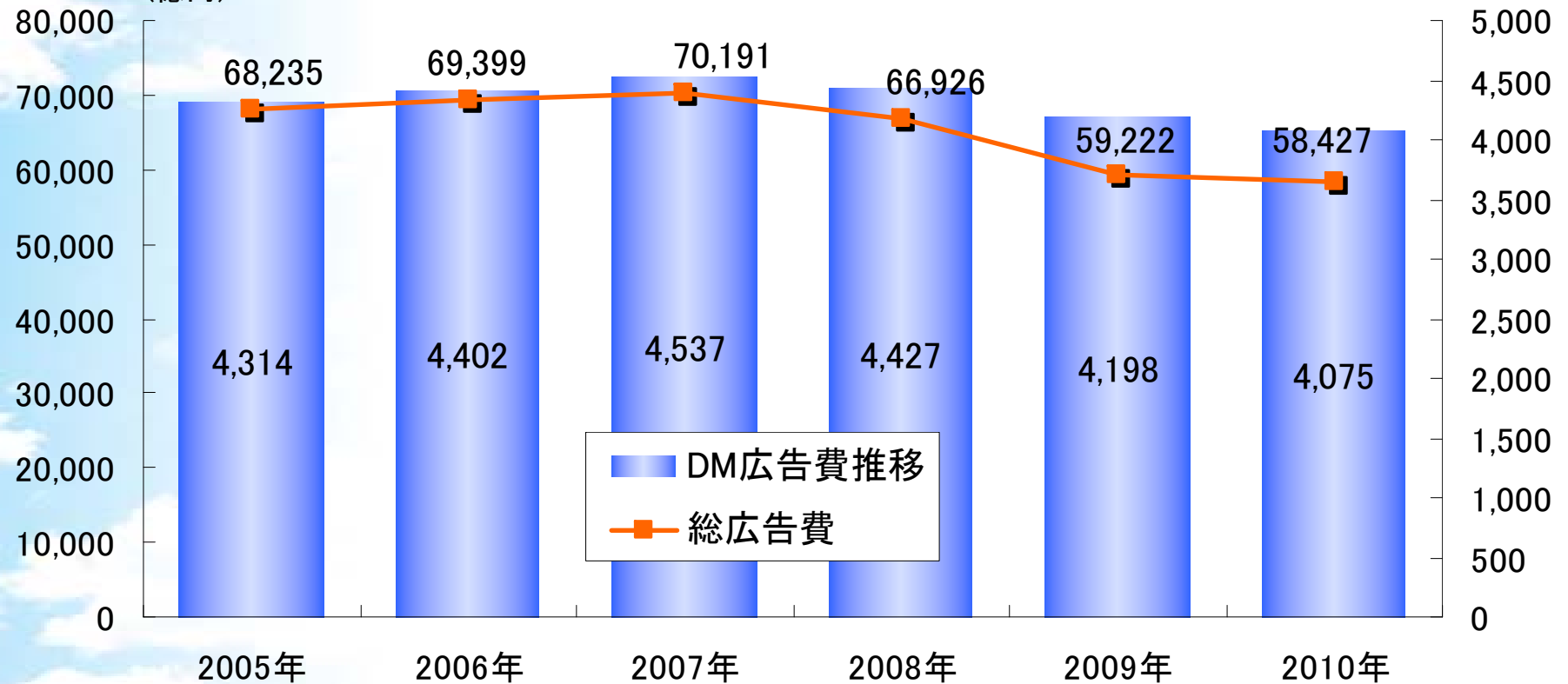
2010年3月期の軟包装コンバーターの売上市場は0.1%の横ばいであった。数量は0.6%の微減であった。2011年3月期は主要フィルムの数量はやや持ち直し、1.0%増の回復見込みに対して、売上高は価格ほぼ維持とみられ、1.0%成長ないし、ほぼ横ばいの見通しである。

市場分析

～ DM広告費と総広告費の市場規模推移

DM広告費と総広告費推移(出所:電通)
(億円)

※暦年ベースです



総広告費はリーマンショックのあった2008年より減少基調となり、2010年は前年比1.3%減。減少幅は縮小傾向にある。DM広告費も減少幅は縮小し、前年比2.9%減となっている。

市場環境の変化と課題、および当社の強み

市場環境の変化

- ・人口の減少
- ・少子高齢化
- ・流通再編とPB化の台頭
- ・海外生産化の進行に伴う国内生産の空洞化
- ・環境に対する意識の向上

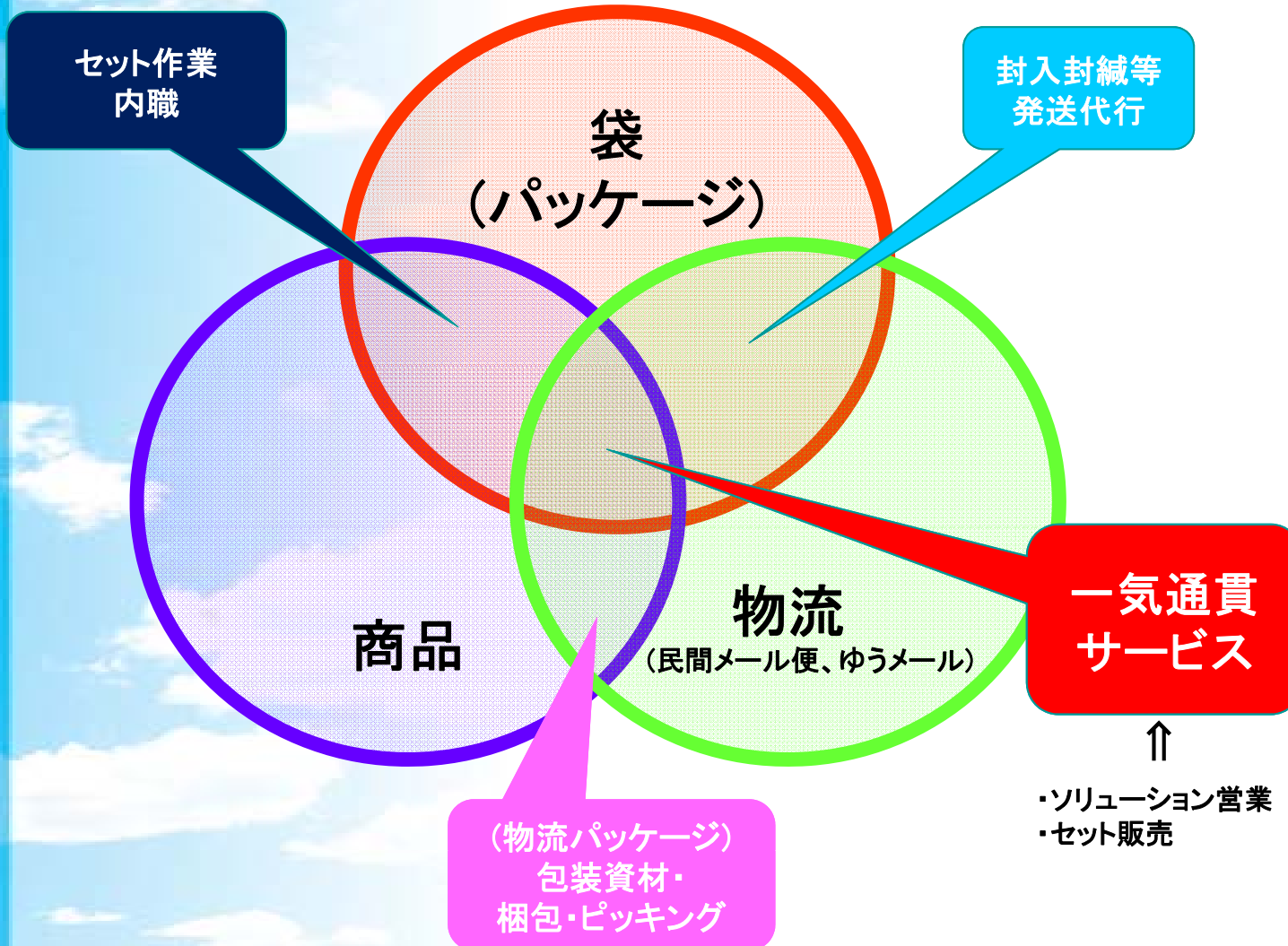
業界を取り巻く課題

- ・供給過剰
- ・過当競争
- ・一層のデフレの浸透
- ・環境投資の負担増
- ・品質管理の負担増
- ・専門性と総合力
- ・サプライチェーンの進展
- ・業界再編と統合

当社がより重視しているもの・ 当社の強み・活かしていくもの

1. コスト競争力
2. 小ロット化への対応力
3. 安定供給力
4. 環境および品質管理
5. オリジナリティ

一気通貫サービスとは何か



「一気通貫サービス」とは、「パッケージの製造」から「パッケージングの技術」への発展を通じて得たノウハウを活かして、お客様の製商品に適した包装方法であるとか包装形態の開発、これに基づいた包装企画の提案から、製商品のセット作業、アッセンブリ、さらにその先にある梱包、発送をもって、生産性の向上や包装加工による美麗性の付与など、お客様へのコストメリットにさらなる付加価値を与えるビジネスモデルである。

つまりパッケージ製品だけでなく、台紙やラベルシールといった他の包装資材や、梱包やピッキングさらに配送といった作業までを含めて複合的にお客様に提案することである。

中期経営目標

パッケージ事業

- ・2014年3月期までに、**パッケージ事業単独で売上高100億円**を目指す。
- ・2014年3月期までに、**セット販売、製品仕入品で売上高構成比50%**達成を目指す。
- ・2014年3月期までに、**繊維・雑貨向け市場シェア20%**(現状10%)確保を目指す
- ・2014年3月期までに、**エンドユーザー向け販売比率を50%**(現状27%)を目指す

メディアネットワーク事業

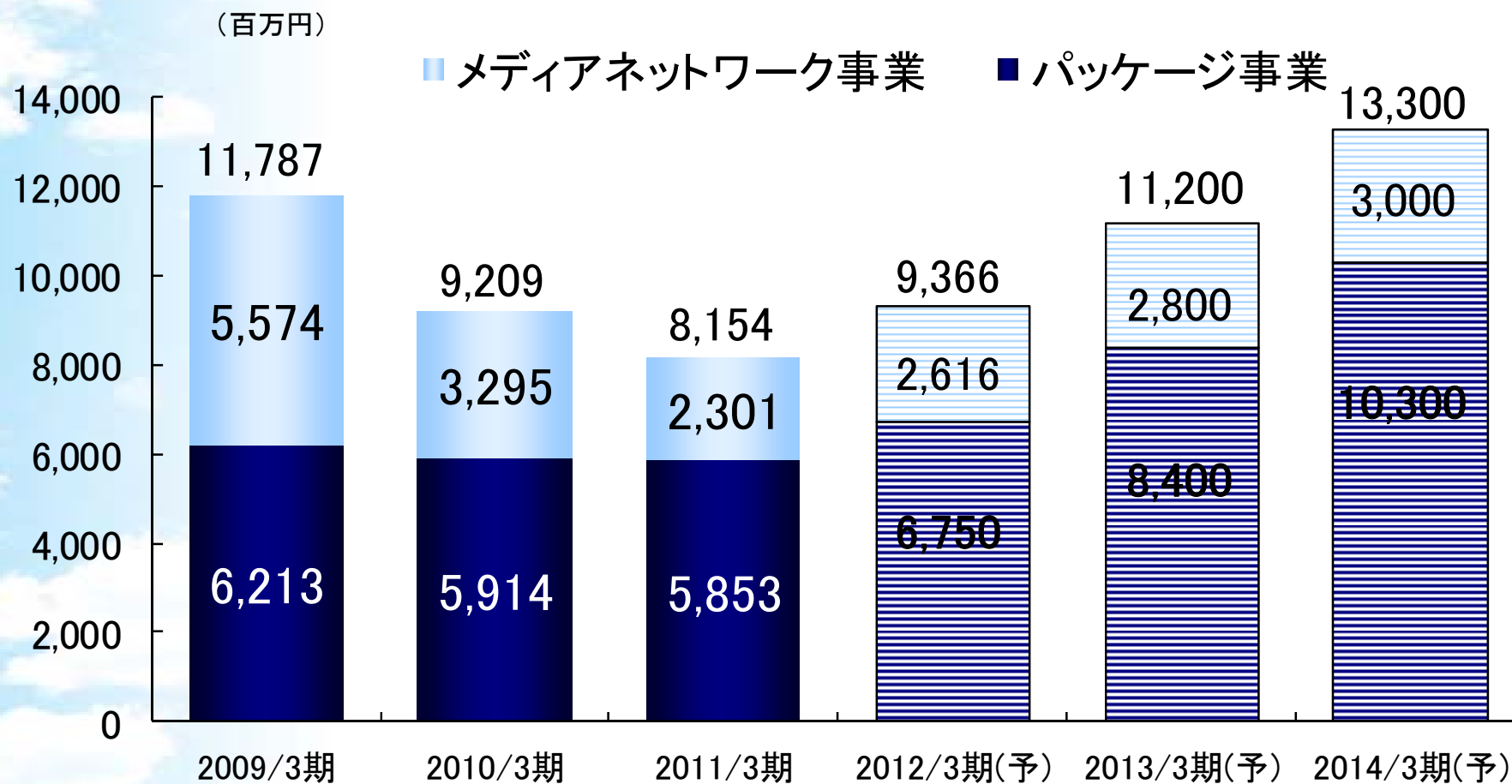
- ・2014年3月期までに、**中小口顧客の構成比率70%**を目指す。
- ・2014年3月期までに、**封入封緘の年間売上高8億円**を目指す。
- ・2014年3月期までに、**製品販売の年間売上高4億円**を目指す。

中期業績目標

	2012年3月期(予)		2013年3月期(予)		2014年3月期(予)	
	金額(百万円)	構成比(%)	金額(百万円)	構成比(%)	金額(百万円)	構成比(%)
売上高	9,366	100.0	11,200	100.0	13,300	100.0
売上総利益	1,652	17.6	1,925	17.2	2,317	17.4
営業利益	363	3.9	514	4.6	793	6.0
経常利益	347	3.7	499	4.5	778	5.8
当期純利益	191	2.0	254	2.3	397	3.0
1株当たり 当期純利益(円)	27.90	-	-	-	-	-
1株当たり 配当金(円)	7.50	-	-	-	-	-

中期売上高目標

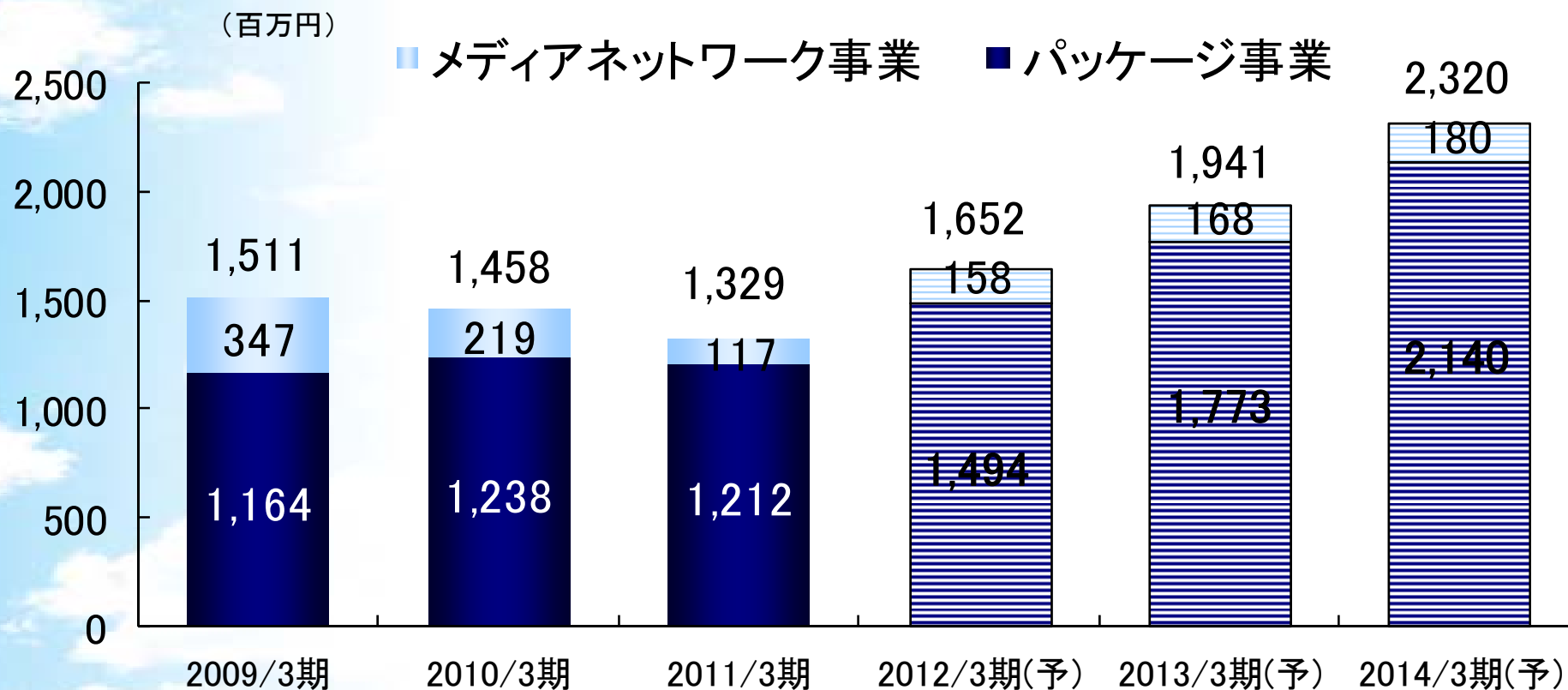
売上高推移



※百万円未満切り捨て

中期利益目標

売上総利益推移(セグメント別)

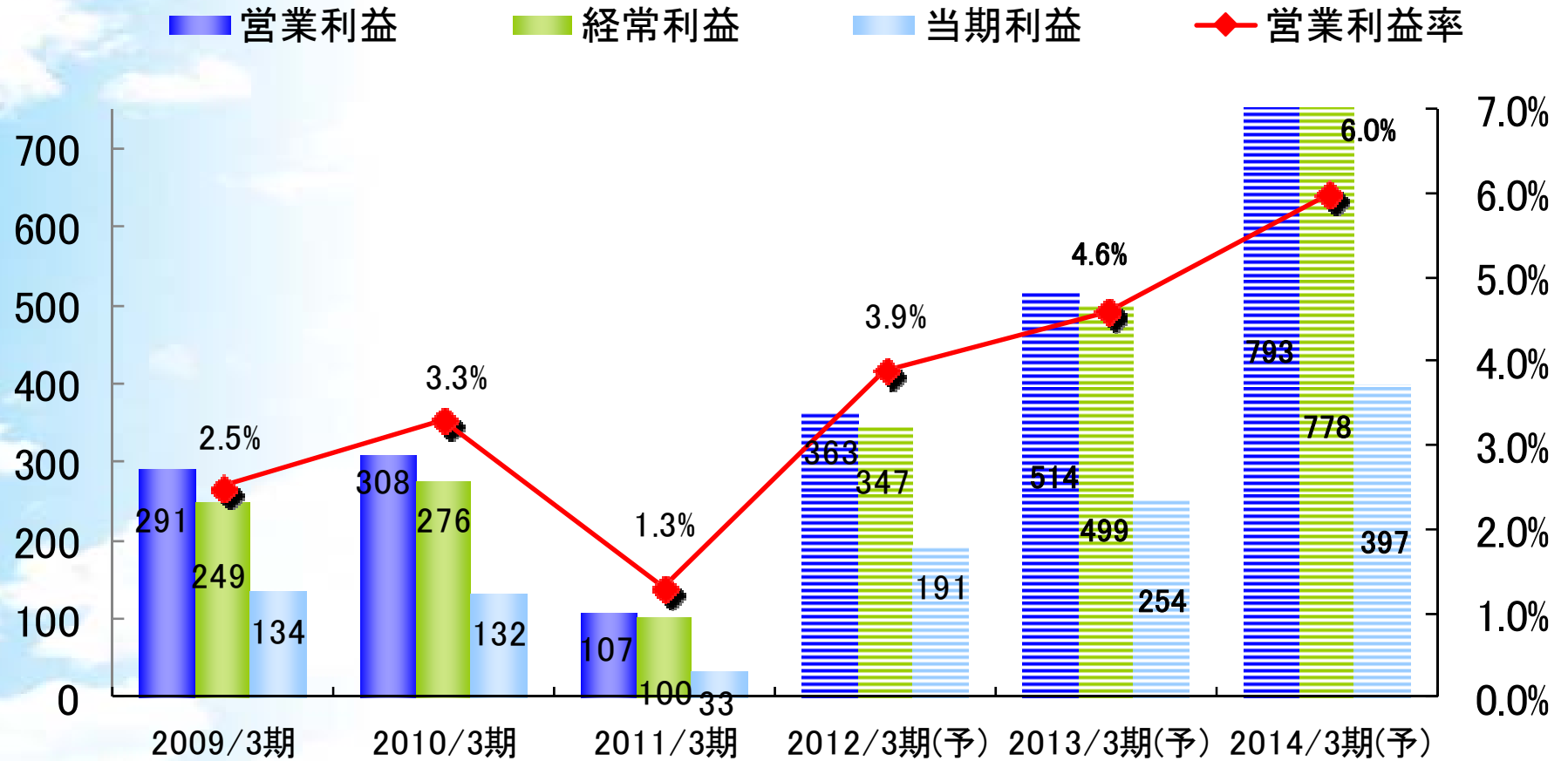


※百万円未満切り捨て

中期利益目標

営業利益・經常利益・当期純利益推移

(百万円)



中期経営計画に対する44期の進捗状況について

(パッケージ事業)

(目標)

- ・2014年3月期までに、パッケージ事業単独で売上高100億円を目指す
- ・2014年3月期までに、セット作業および製品仕入品販売の売上比率を50%(現状30%)にする
- ・2014年3月期までに、繊維・雑貨向け市場シェア20%(現状10%)確保を目指す
- ・2014年3月期までに、エンドユーザー向け販売比率を50%(現状27%)にする

(実績)

- ・パッケージ事業単独の売上高は58億53百万円。前年度比1.0%減。製品売上2.6%減。製品仕入品1.9%減。セット販売12.8%増。
- ・今期の実績において、セット販売の売上比率は10.2%。製品仕入品の売上比率は20.8%で計31.0%
- ・繊維・雑貨向け市場は推計600億円。当社の市場売上60億96百万円(MNを加えて)。当社シェア10.2%と推定する。
- ・エンドユーザー向け販売比率は26.7%。前期実績(27.2%)に対して0.5%ダウン。

中期経営計画に対する44期の進捗状況について

(メディアネットワーク事業)

(目標)

- ・2014年3月期までに、中小口顧客の構成比率70%を目指す。
- ・2014年3月期までに、封入封緘の年間売上高8億円を目指す。
- ・2014年3月期までに、製品販売の年間売上高4億円を目指す。

(実績)

- ・中小口の稼働得意先件数は191件、全体の85.7%。販売額は539百万円、全体の27.0%。
- ・今期現状、月平均60百万円。43期に対して15.4%ダウン。
- ・今期の製品販売2億33百万円。売上構成比は10.2%。



2012年3月期の 見通し

2012年3月期業績の見通し

「パッケージサービスの一気に通貫メーカーを目指す」

	2011年3月期		2012年3月期(予想)		増減	
	金額(百万円)	構成比(%)	金額(百万円)	構成比(%)	金額(百万円)	増減率(%)
売上高	8,154	100.0	9,366	100.0	1,212	14.9
売上総利益	1,329	16.3	1,652	17.6	322	24.3
営業利益	107	1.3	363	3.9	255	237.8
経常利益	100	1.2	347	3.7	247	246.4
当期純利益	33	0.4	191	2.0	157	468.7
1株当り 当期純利益(円)	4.91	-	27.90	-	-	-
1株当り 配当金(円)	7.50	-	7.50	-	-	-

※百万円未満切り捨て

2012年3月期 業績見通しのポイント

売上高は前期比 14.9%増の 9,366百万円

◎パッケージ事業:前期比 15.3%増の 6,750百万円

→セット販売の推進による売上額の大幅な嵩上げ、新工場竣工

→物流を絡めた提案営業開始 …… 「ゆうメール」の活用

→組織営業の徹底

→営業知識・スキルの徹底による営業社員強化

◎メディアネットワーク事業:前期比 13.7%増の 2,616百万円

→物流・梱包を絡めた提案営業の徹底

→セット販売、製品販売の強化

売上総利益は前期比 24.3%増の 1,652百万円

◎パッケージ事業:前期比 23.3%増の 1,494百万円

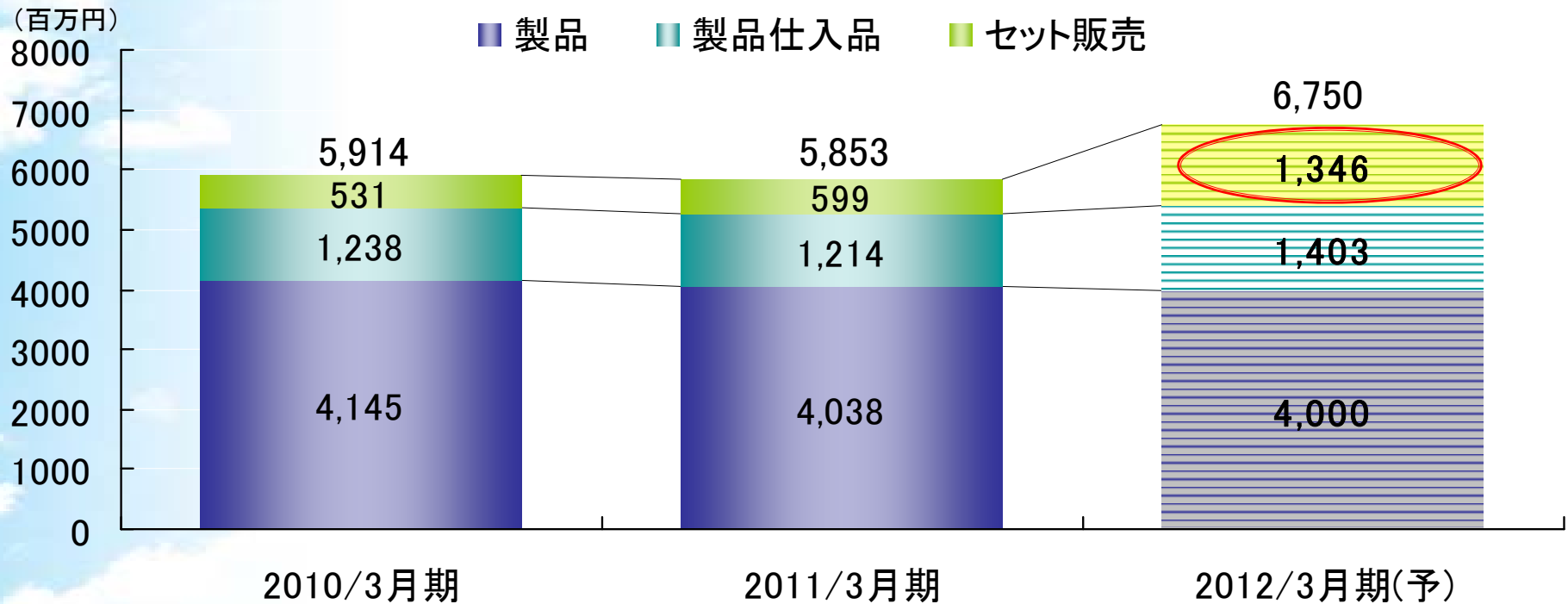
→原材料費、外注加工費・仕入費の見直し等による原価逡減の遂行

◎メディアネットワーク事業:前期比 35.0%増の 158百万円

→売上高増加による利益額確保

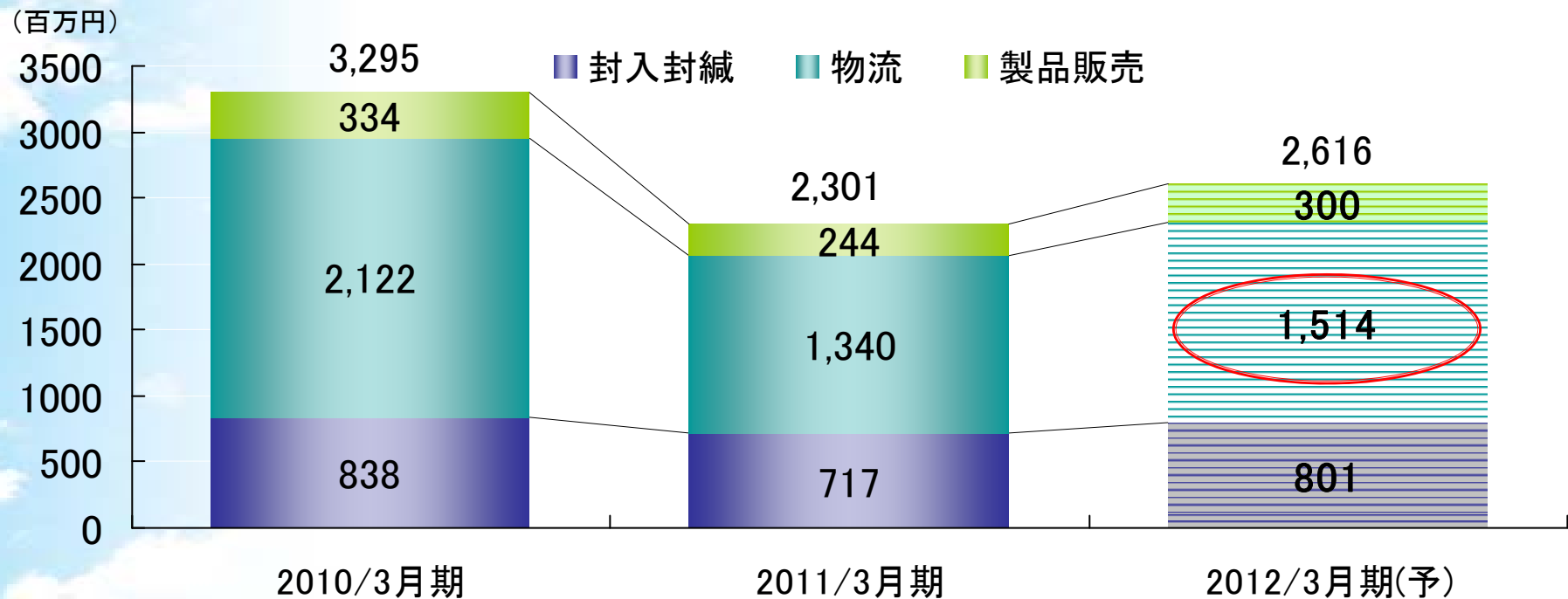
営業利益は前期比 266.7%増の 363百万円

パッケージ事業 ～ 2012年3月期 業績見通し



- ・パッケージ単体の製品売上は1%減少見込み。
- ・ソリューション営業部を中核として製品仕入品は14.5%増加見込む。
- ・物流を絡めた提案営業開始。「ゆうメール」の活用。
- ・セット販売に注力する。124.7%増の13億46百万円見込む。
- ・7月中旬竣工予定の新工場の生産能力は現行の3倍。

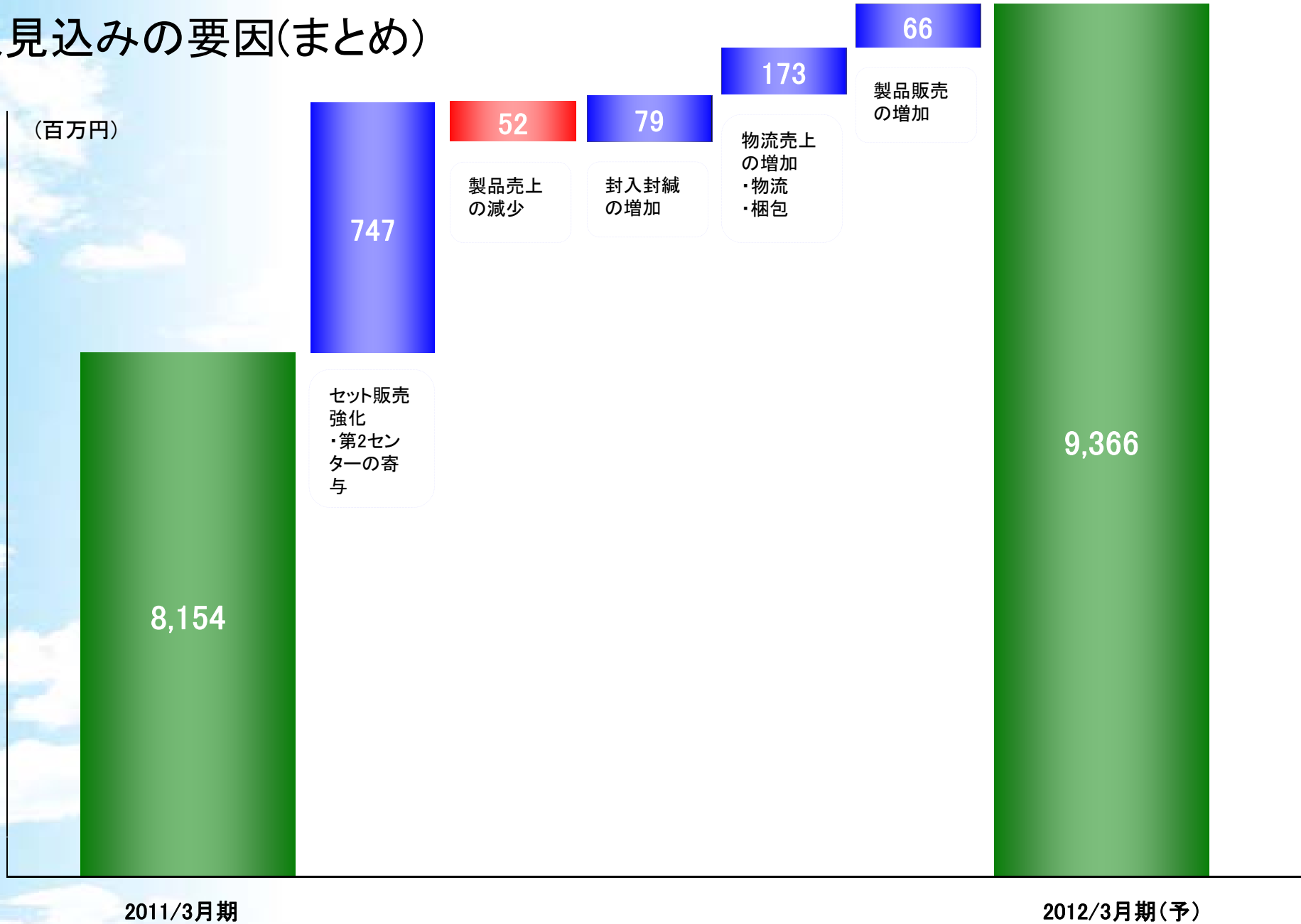
メディアネットワーク事業 ～ 2012年3月期 業績見通し



- ・メディアネットワーク事業はリーマンショック以降、年々急減。
- ・震災の影響もあり、総合通販等の大口得意先は慎重ながら、中小口得意先は動き始めており、下げ止まりと判断した。
- ・当社の得意分野、強みである中小口顧客向けの新規開拓を推し進め、物流・梱包をベースに収益力の回復を目指す。

増収見込みの要因(まとめ)

(百万円)

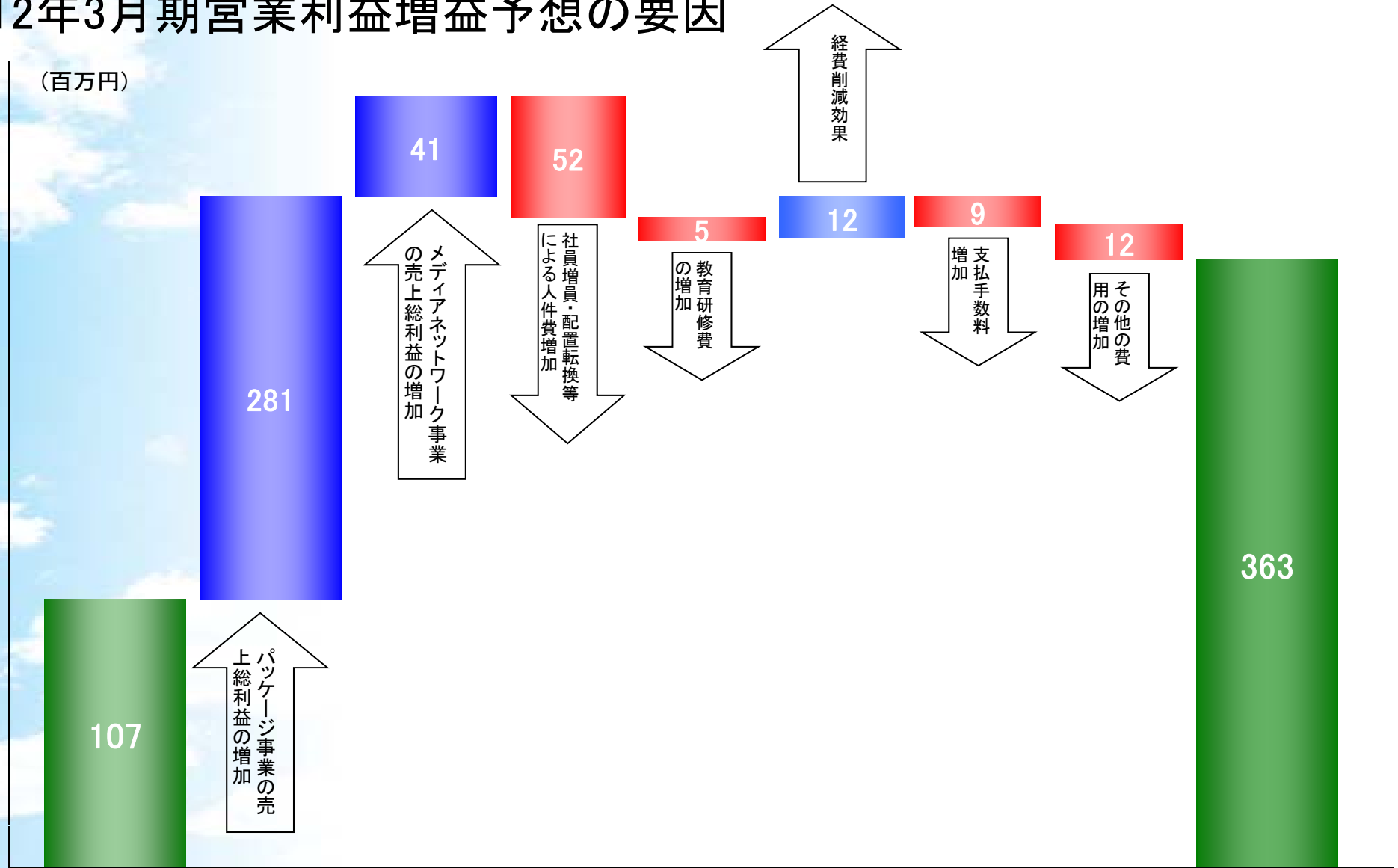


2011/3月期

2012/3月期(予)

2012年3月期営業利益増益予想の要因

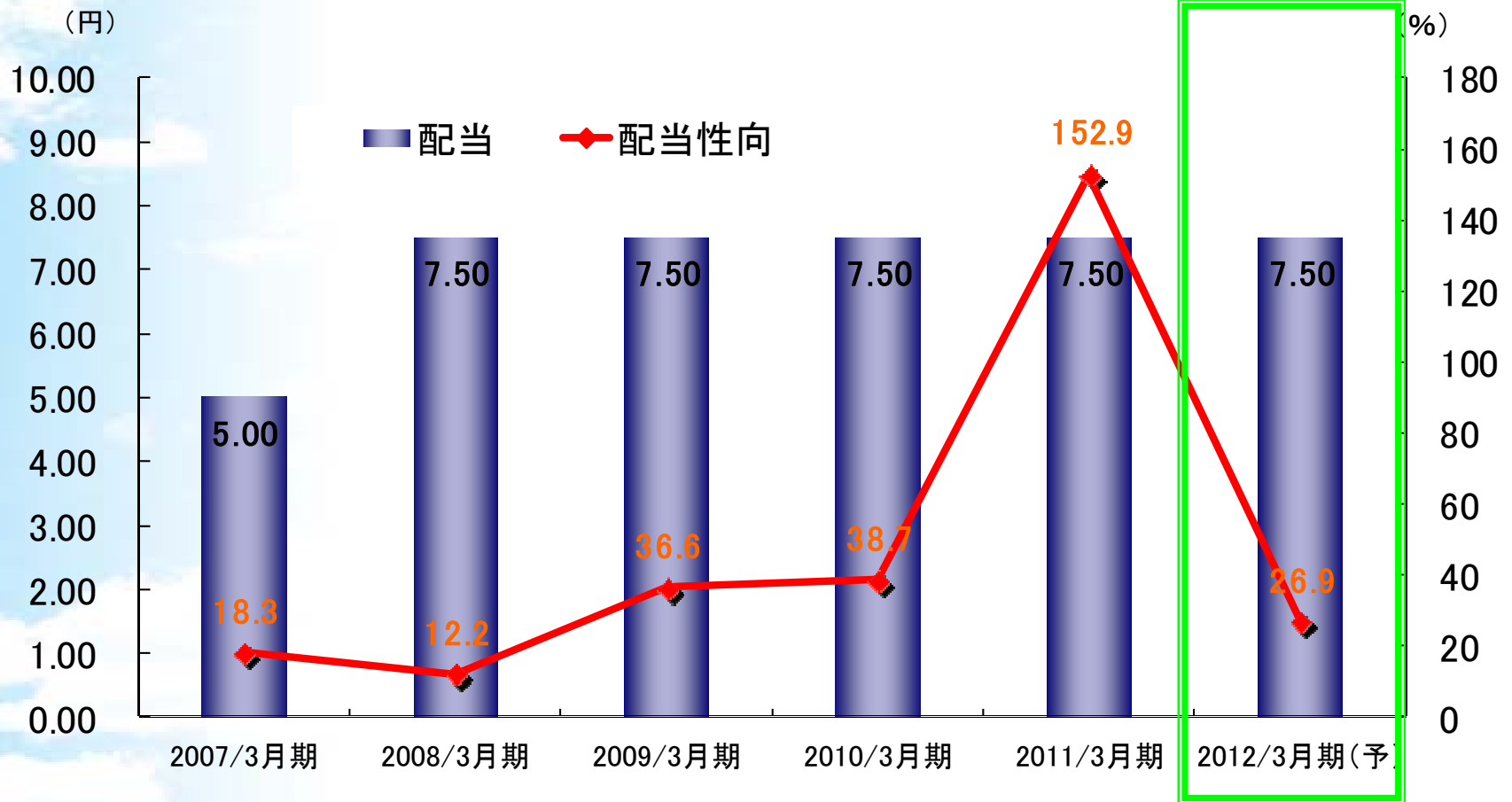
(百万円)




2011/3月期

2012/3月期(予)

当社の配当政策に対する考え方 ～安定的な配当を実施





会社概要・事業説明

会社概要

- 【会社名】 株式会社ショーエイコーポレーション
- 【代表者】 代表取締役社長 芝原 英司
- 【所在地】 大阪府中央区備後町二丁目1番1号
- 【設立】 1968年2月16日
- 【資本金】 2億29百万円(2011年3月1日現在)
- 【従業員】 155名(2011年6月1日現在)
- 【取引銀行】 みずほ銀行、三菱東京UFJ銀行、りそな銀行 他
- 【事業内容】
- **パッケージ事業**
フィルムパッケージを中心とした包装資材の企画、製造、販売
および自動包装業
 - **メディアネットワーク事業**
ダイレクトメール、カタログ等の発送に関わる企画、封入・封緘、仕分け
配送のマーキングサービス業
- 【連結会社】 なし
- 【上場市場】 大阪証券取引所 JASDAQ (証券コード:9385)

■ 経営理念

- 全従業員の物心両面の幸福を追求するとともに社会の進歩発展に貢献すること

わたしたちショーエイコーポレーションが目指す「全従業員の物心両面の幸福」とは、経済的な安定や豊かさを求めていくとともに、仕事を通じて自己実現をし、生き甲斐や働き甲斐といった人間としての心の豊かさを求めていくことです。

そして、わたしたちの事業が少しでも世の中のお役に立つことを目指し、常に謙虚に努力していきます。

■ 経営ビジョン

- パッケージサービスの一気通貫メーカーを目指す

わたしたちショーエイコーポレーションは、お客様の製品に対して最適かつ効果的なパッケージをご提供することはもちろんのこと、商品のご提案、アッセンブリ、梱包そして配送までのプリセールスを含めた一気通貫型のサービスを、専門性を活かし、ご提案できるパッケージメーカーを目指します。

- 人が育つ企業環境、文化を創る

わたしたちショーエイコーポレーションは、企業の成長は社員一人一人の成長にあると考え、社員の育成に最大限の投資をし、環境を整備します。

■ 経営基本方針

1. こまごまとした、煩わしい仕事こそがわが社の仕事

少量、多品種、短納期を得意とする。

2. 売上最大、経費最少

営業は1%の利益率の重みを知り、販売を努力する。
製造は常に経費低減に努力し、最大利益を目指す。

3. 新規獲得は無限

増客こそ成長の証し

4. 健全経営を目指す

不要、不急、見栄を張る投資はしない。
経費は使わない。
資産は所有するよりも、賃借を優先する。
借入金 は 月間売上高以内とする。

5. 在庫を限りなくゼロに近づける

在庫は諸悪の根源

6. 信義に基づく経営をする

商売道徳を守る。
人間として恥ずべきことはしない。

7. 環境整備

社会性、公共性、安全性に関わる設備は最優先する。

8. 経営理念の浸透

アメーバ経営を徹底し、リーダーを育てる。

沿革～パッケージから情報物流へ進化

●パッケージ事業 ●メディアネットワーク事業

年	月	内 容
S43年	2月	製袋業を主目的として、照栄製袋株式会社(資本金1百万円)を設立
S55年	7月	●当社主力製品である「ネオパック」の特許取得
S57年	4月	東京営業所(現東京支店)を開設
S61年	7月	株式会社ショーエイコーポレーションに社名変更
H3年	3月	●自社での製袋の生産を中止し、すべて外注化する
H3年	4月	●ダイレクトメール発送代行業界に本格参入。トータルメディアネットワーク事業部(現メディアネットワーク事業)開設
H7年	7月	広島営業所を開設
	8月	名古屋営業所(現名古屋支店)を開設
H8年	7月	大宮営業所を開設
H11年	1月	生産センターでISO9002(JCQA-0440)取得
H13年	7月	●神奈川県座間市さがみ野にトータルメディアネットワーク事業部(現メディアネットワーク事業)神奈川事業所(現メディアネットワーク神奈川センター)開設
	10月	●パッケージプランニング事業を開始
H14年	1月	ISO9001(JCQA-0440)に移行
H15年	3月	●パッケージプランニング堺事業所(現大阪センター)開設
H17年	12月	プライバシーマーク(A220002(01))取得
H18年	9月	本社及び大阪支店を大阪府中央区備後町に移転
H20年	12月	大阪証券取引所へラクス上場(現JASDAQ グロース)

S48年 ヘッダー付吊下げ袋の開発を開始
 S49年 「ネオパック」特許申請
 S50年 ヘッダー付吊下げ袋市場シェア50%強
 現在 「ネオパック」シェア50%を維持

米国で主流のフィルム製封筒に着目。
 当初はフィルムパッケージ業界にパッケージ技術を売り込む目的だったが、メーリングサービス業そのものに参入。

フィルム製袋を顧客に直接納品
 → 物流加工も含めて受託へ(袋一枚への付加価値化)

パッケージ事業の製品 ～主力製品「ネオパック」は業界トップシェア

ネオパック(ヘッダー付吊下げ袋)



- フィルムパッケージの技術を活かしたヘッダー付ディスプレイ袋
- 極めて軽量、種類が豊富
- 販売促進に有効
- ディスプレイや商品管理に便利

新製品

環境



環境配慮型ディスプレイ袋
ネオパック生分解性タイプ

利便性



ネオパック
カットテープタイプ

販促



販促用袋
ネオパックボトルネッカー

販促



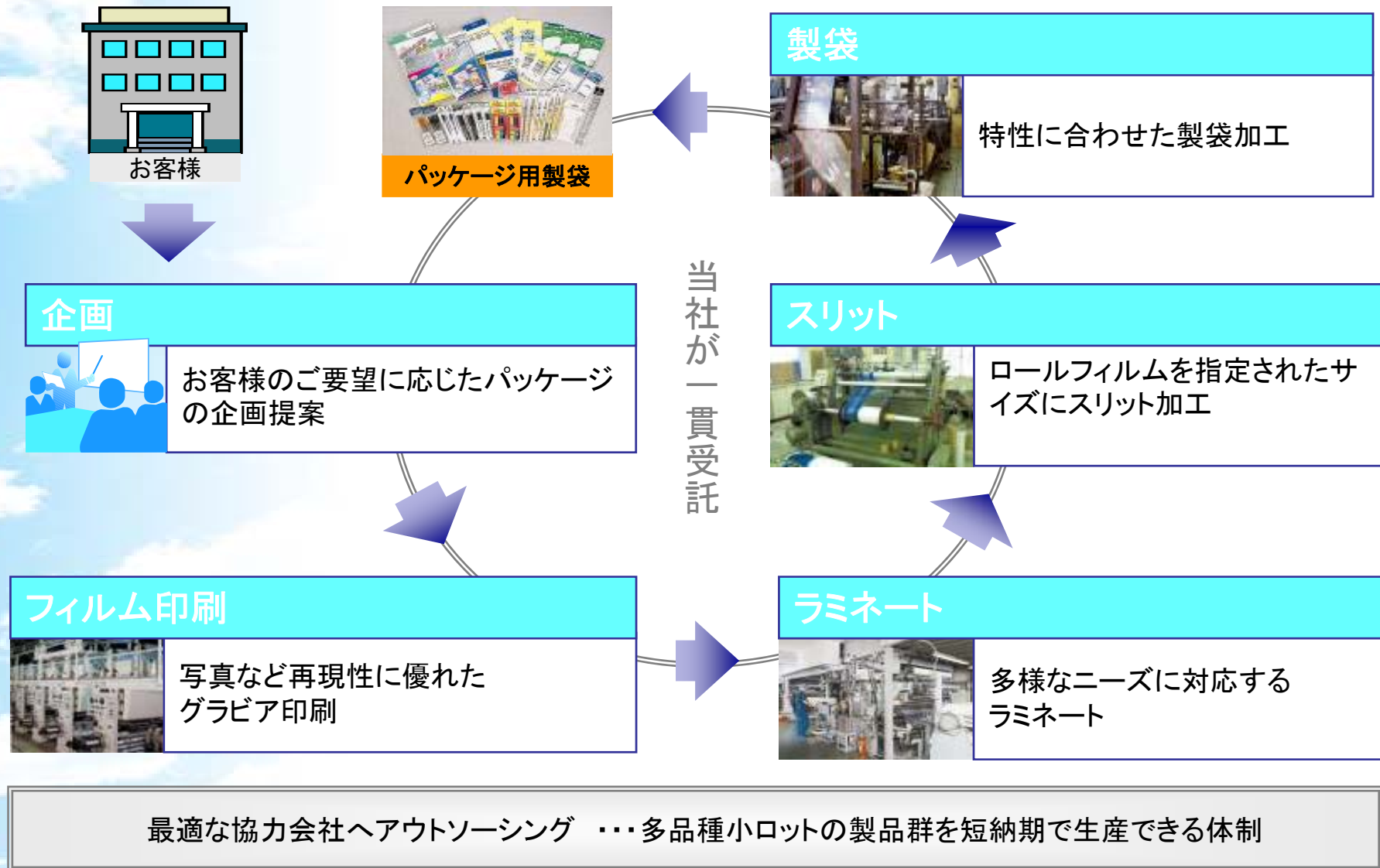
お持ち帰り用販促袋
ネオパックHタイプ

文具用品、日用雑貨、繊維向けパック



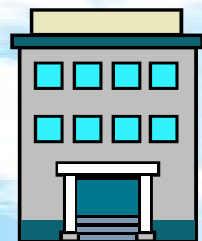
- ポリプロピレン、ポリエチレン、ビニロン、不織布などを熱溶断したパッケージ
- オーダーメイド商品で内容物にフィット
- 変形物、小ロットなどお客様のニーズに対応

● パッケージ事業の特徴① ～当社が企画・印刷・製造・発送まで一貫して受託



● パッケージ事業の特徴② ～パッケージサービス

袋詰めから梱包、出荷管理



お客様

お客様の製品

パッケージ用製袋

当社

企画→フィルム印刷
→ラミネート
→スリット→製袋

袋詰め

常に最適な包装形態を考えた封入加工

保有設備

 横型正ピロー包装機	 縦型逆ピロー包装機	 横型逆ピロー包装機
 場内作業場	 L型自動包装機 シュリンクトンネル	<ul style="list-style-type: none"> スティック充填機 自動ラベラー機 金属探知器 ウェイトチェッカー 他

パッケージサービス

梱包

梱包作業

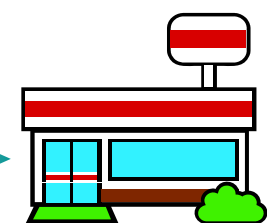


保管倉庫

店別出荷

お客様のご要望に応じた時期に配送する

封入済製品



納入先
コンビニエンスストア・
スーパー等

お客様のご指定に合わせて

メディアネットワーク事業の特徴

～パッケージから配送まで一気通貫のサポートサービスを提供



発注

企画・提案



お客様のご要望に応じたDM販促効果の高いDM活用が多様化

フィルム印刷



グラビア印刷による多色刷り

ラミネート



封筒の見栄えも良く、レスポンス率をアップ

封入・封緘



お客様よりお預かりしたカタログ等をしっかり封入・封緘

配送



お客様のご要望に応じた配送

フィルムパッケージで培った技術

転居等による未配達DM等
(バックメール)

「エスメール」は当社独自の 配送システム

お客様からの依頼に対して、その配送内容(配送地域、重量、日程等)に合わせて、当社で最適の運送業者に貨物の運送委託をして運送いたします。

当社はヤマト運輸株式会社、平野運輸株式会社、株式会社ポストウェイ等を委託会社とし、「エスメール」を展開しております。

エスメール



パッケージ事業とメディアネットワーク事業の強み

パッケージ事業

多品種 ・月間オーダー数7,000件

小ロット ・月産 1億10百万枚弱

短納期 ・3~14日間での納期対応

ファブレス経営・一気通貫

高利益率の
源泉

メディアネットワーク事業

工程間のスケジュール管理

煩雑な打ち合わせの省略

中間マージンの削減

当社ですべて対応可

中小口顧客
開拓に強み

セグメント別収益状況

2011年3月期
セグメント別売上高・利益構成比

● **メディアネットワーク事業**

売上高 2,301 (構成比 28.2%)
売上総利益 117 (構成比 8.8%)



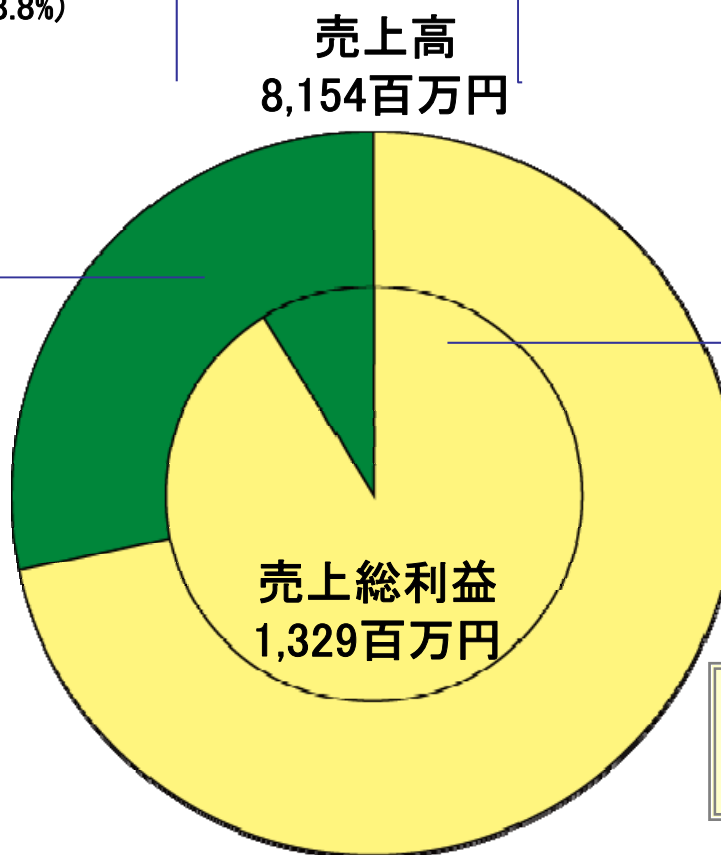
メディアネットワーク事業はダイレクトメール、カタログ等の発送に関わる企画、封入・封緘、仕分け配送のメーリングサービスを行っております

● **パッケージ事業**

売上高 5,853 (構成比 71.8%)
売上総利益 1,212 (構成比 91.2%)



パッケージ事業はフィルムパッケージ等の包装資材の企画、製造、販売を行っております。



ネットワーク(2011年4月1日現在)

本社・支店、営業所 (2支店 2営業所)

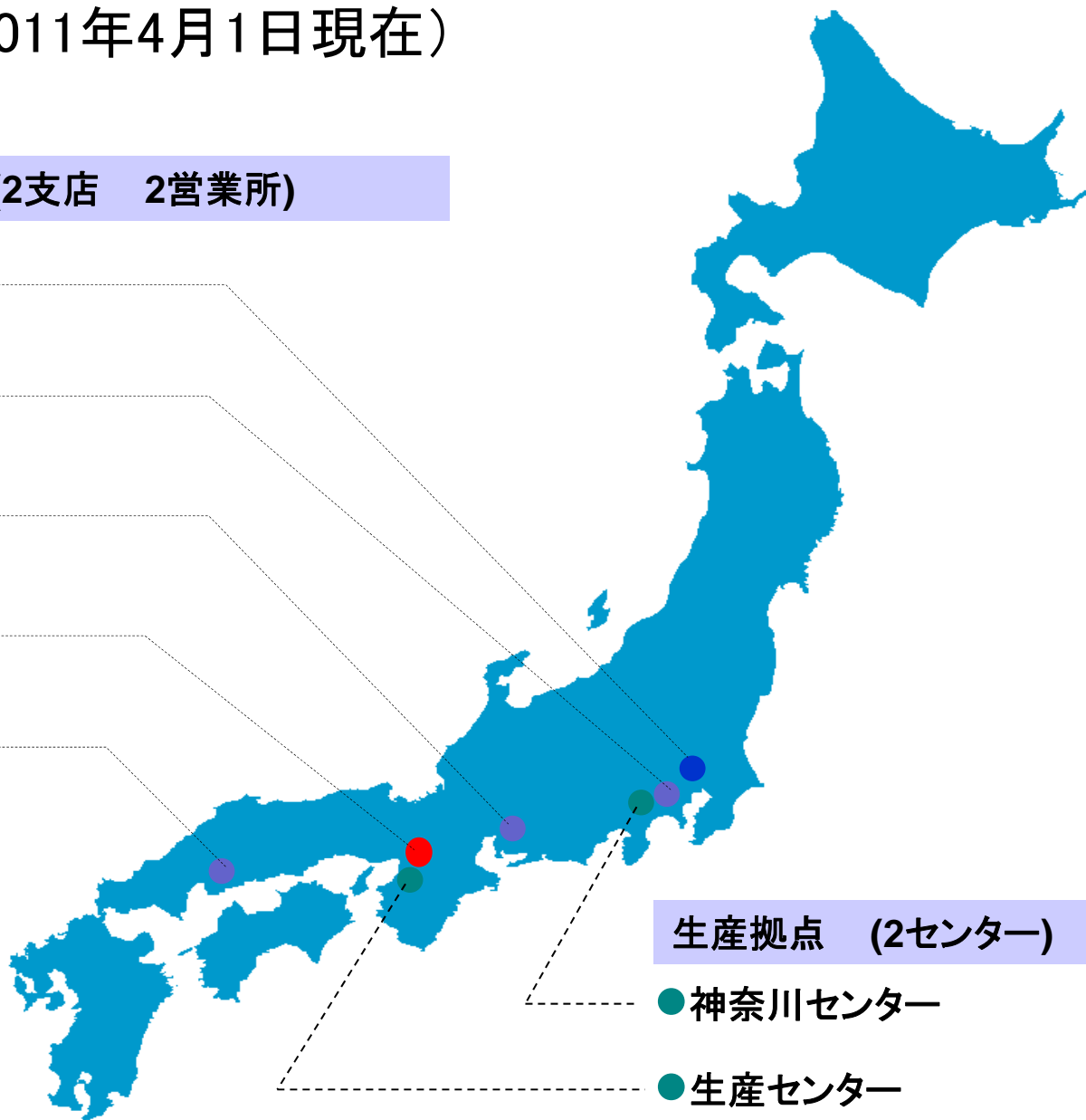
●東京支店

●横浜営業所

●名古屋支店

●本社

●広島営業所



生産拠点 (2センター)

●神奈川センター

●生産センター

(免責事項)

- ・ 本資料は、金融商品取引法上のディスクロージャー資料ではなく、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。また、特定の商品についての募集・勧誘・営業等を目的としたものではありません。
- ・ 本資料に記載された見解、見通し、ならびに予測等は、資料作成時点での弊社の判断であり、今後、予告なしに変更されることがあります。予めご了承ください。

株式会社 ショーエイコーポレーション

お問合せ先:総務部

TEL:06-6233-2636 FAX:06-6233-2615

ホームページURL:<http://www.shoei-orp.co.jp/>