

決算要因分析

2002年3月期

株式会社プロトコーポレーション

証券コード: 4298

連結貸借対照表



■前年同期比較

(単位:百万円)

	2002年3月期		2001年3月期		増減	
	(a)	構成比	(b)	構成比	(a)-(b)	前期比
流動資産	7,756	58.7%	5,555	51.7%	2,201	139.6%
固定資産	5,453	41.3%	5,198	48.3%	254	104.9%
流動負債	5,362	40.6%	5,593	52.0%	△ 231	95.9%
固定負債	681	5.2%	720	6.7%	△ 39	94.6%
少数株主持分	51	0.4%	36	0.3%	14	141.0%
株主資本	7,114	53.9%	4,403	40.9%	2,711	161.6%
総資産	13,209	100.0%	10,754	100.0%	2,455	122.8%

※ 金額は百万円以下を切り捨てて表示しております。

■主な変動要因

- ① 流動資産増加(2,201百万円)の主な要因は、現金及び預金の増加(1,403百万円)によるものです。これは、プロトコーポレーションにおける株式公開時の増資(1,880百万円)が主な要因です。
- ② 流動負債減少(231百万円)の主な要因は、支払手形及び買掛金の減少(371百万円)によるものです。これは、原価低減のため、プロトコーポレーションにおいて外注先との取引条件(約定日、支払方法)を変更した事が主な要因です。
- ③ 株主資本増加(2,711百万円)の主な要因は、プロトコーポレーションにおける株式公開時の増資による取得資金(1,880百万円)によるものです。

連結損益計算書 ①

■前年同期比較

(単位:百万円)

	2002年3月期		2001年3月期		増減	
	(a)	構成比	(b)	構成比	(a)-(b)	前期比
売上高	16,515	100.0%	14,470	100.0%	2,045	114.1%
売上原価	8,138	49.3%	6,802	47.0%	1,336	119.6%
売上総利益	8,377	50.7%	7,668	53.0%	708	109.2%
販売費及び一般管理費	6,599	40.0%	6,091	42.1%	507	108.3%
営業利益	1,778	10.8%	1,576	10.9%	201	112.8%
経常利益	1,742	10.5%	1,503	10.4%	238	115.9%
税引前当期純利益	1,683	10.2%	1,370	9.5%	312	122.8%
当期純利益	866	5.2%	673	4.7%	192	128.7%

※ 金額は百万円以下を切り捨てて表示しております。

■主な変動要因

- ① 売上高増加(2,045百万円)ならびに売上原価増加(1,336百万円)の主な要因は、プロトコーポレーションにおける新媒體の創刊ならびに既存媒體の増刊化によるものです。

- ・GOO中・南九州版(H13/1月)創刊、GOO静岡版(H13/1月)月2回刊化、GOO東海版(H13/2月)週刊化
- ・GOO北関東版(H13/4月)、GOO東北版(H13/5月)月2回刊化、
- ・GooWorld関西版(H13/2月)、GooWorld関東版(H13/9月)、GooWorld西日本版(H14/2月)創刊
- ・GooBike関東版(H13/8月)、東海版(H13/8月)、関西版(H13/8月)、九州版(H13/9月)創刊
- ・GooParts(H14/3月)創刊

- ② 販売費及び一般管理費増加(507百万円)の主な要因は、プロトコーポレーションにおける人員増に伴う人件費(350百万円増)と新規媒體創刊に伴う取次店手数料・運賃(107百万円増)によるものです。

連結損益計算書 ②

■ 予算実績対比

(単位:百万円)

	予算	構成比	実績	構成比	増減	予実対比
売上高	16,983	100.0%	16,515	100.0%	△ 467	97.2%
売上原価	8,374	49.3%	8,138	49.3%	△ 235	97.2%
売上総利益	8,608	50.7%	8,377	50.7%	△ 231	97.3%
販売費及び一般管理費	6,873	40.5%	6,599	40.0%	△ 274	96.0%
営業利益	1,735	10.2%	1,778	10.8%	43	102.5%
経常利益	1,564	9.2%	1,742	10.5%	177	111.4%
税引前当期純利益	1,564	9.2%	1,683	10.2%	118	107.6%
当期純利益	872	5.1%	866	5.2%	△ 6	99.3%

※ 金額は百万円以下を切り捨てて表示しております。

■ 主な差異要因

① 売上高(467百万円減:予実対比 97.2%)

自動車関連情報 新規媒体については、広告ページ数、平均広告単価ともにほぼ予算を達成したものの
既存媒体において、情報量拡大に努めた結果、平均広告単価が若干低下したため。

生活関連情報 収益の悪い「月刊BLUZON」を休刊したため。

② 売上原価(235百万円減:予実対比 97.2%)

媒体制作において効率化を図ると共に、取引条件の変更による仕入コスト低減に努めたため。

③ 販売費及び一般管理費(274百万円減:予実対比 96.0%)

諸経費の削減に努めたため。

④ 経常利益(177百万円増:予実対比 111.4%)

2003年3月期終了予定のレバレッジドリースが清算されたため。匿名組合投資収益(87百万円増)

地域別売上高（連結）



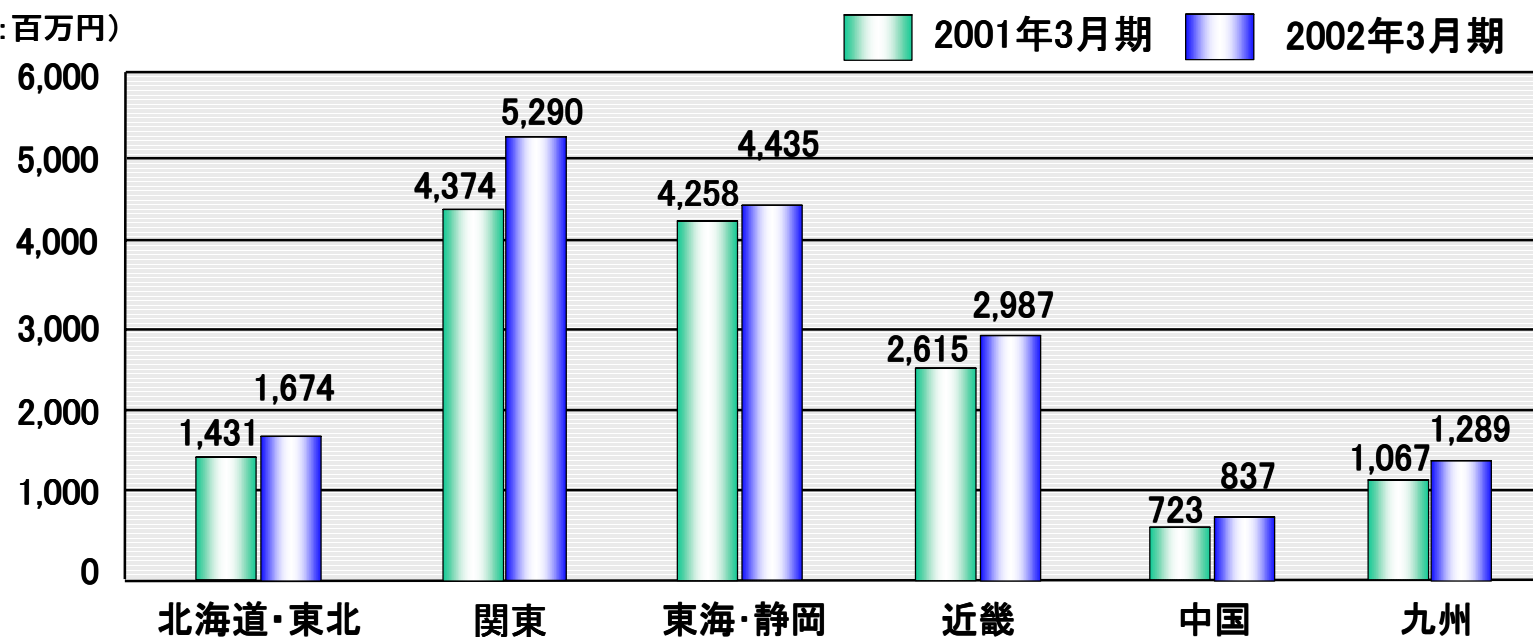
■前年同期比較

（単位：百万円）

	2002年3月期		2001年3月期		増減	
	(a)	構成比	(b)	構成比	(a)-(b)	前期比
北海道・東北地区	1,674	10.1%	1,431	9.9%	243	117.0%
関東地区	5,290	32.0%	4,374	30.2%	916	120.9%
東海・静岡地区	4,435	26.9%	4,258	29.4%	176	104.1%
近畿地区	2,987	18.1%	2,615	18.1%	372	114.3%
中国地区	837	5.1%	723	5.0%	114	115.8%
九州地区	1,289	7.8%	1,067	7.4%	222	120.9%
合計	16,515	100.0%	14,470	100.0%	2,045	114.1%

※ 金額は百万円以下を切り捨てて表示しております。

（単位：百万円）



セグメント別売上高



■前年同期比較

(単位:百万円)

	2002年3月期		2001年3月期		増減	
	(a)	構成比	(b)	構成比	(a)-(b)	前期比
自動車関連情報	16,122	97.6%	13,710	94.8%	2,412	117.6%
生活関連情報	242	1.5%	555	3.8%	△ 312	43.6%
不動産	131	0.8%	141	1.0%	△ 10	92.7%
その他	19	0.1%	63	0.4%	△ 43	30.8%
合計	16,515	100.0%	14,470	100.0%	2,045	114.1%

※ 金額は百万円以下を切り捨てて表示しております。

