



企画・販売力で 常に新鮮なキャラクター商品を提供

◆平成15年3月期決算の概況

当期の連結売上高は79億68百万円（前期比24.6%増）、営業利益は5億26百万円（同16.4%増）、経常利益は4億94百万円（同16.4%増）、当期純利益は2億55百万円（同11.4%増）と、1月に行った上方修正を更に上回る増収増益となった。

当社はアミューズメント施設・SP（販売促進）向けに、子会社㈱サンエスは物販向けに、同じキャラクター群の商品を販売しているが、共に好調に推移した。四半期ごとの売上推移を見ると、キャラクタービジネスにおいては第1四半期の4、5月と第3四半期の11、12月に売上が集中する形であり、ゴールデンウィーク商戦とクリスマス商戦が、それぞれ中間と期末の結果を左右することになるが、直近3年間連続で、各四半期の売上は前年同期比で伸びてきている。今期4月も前年同期比130%の売上となったが、これは、阪神タイガースグッズが爆発的に売れているためである。

財務状況としては、実質無借金経営であり、金融機関からの良好な情報を得るために、若干の借り入れはしているが、3月末現在で長期・短期合わせて約2億円弱の借入額である。手元現預金は9億49百万円ほどあり、商品調達や著作権取得、業務提携等への機敏な対応ができる体制であると同時に、金融機関からの迅速な資金調達もできるような関係を保っている。当社の経営指標としては、B/S上では自己資本比率50%以上、流動比率約180%を維持していく方針である。当社の扱う商品群は非常に浮き沈みが激しく、当たれば爆発的に売れるが、飽きられれば二束三文の廃棄処分等で大きなロスが見込まれるため、財務を良好に保っていくことが重要であると考えている。

また、会社の知名度を上げて積極的に優秀な社員を採用することと、販路を全国的に広げていくために、2001年9月の大証2部上場に続き、2003年3月に東証2部に上場した。上場を記念して、普通配当12円に記念配当4円をプラスすることとした。

◆セグメント別販売状況

(1)アミューズメント・SP（販売促進）部門

多店舗で大規模展開している路面店、特にラウンドワン向けが大きく伸びた。当社の企画した商品の納入に加えて、ラウンドワンのオリジナル商品も当社で作っている。全国での販売担当が80人いるが、大手チェーン店については、チーム制で営業マンに商品企画担当者を付けて、自社商品の販売と同時にその会社のニーズに応えるようオリジナル商品の受注活動も行っている。幸い、ラウンドワンは前期アミューズメント部門がボーリングに次いで非常に業績を伸ばした。このように企画の段階から入り込んでいけることが当社の強みである。また、SC（ショッピングセンター）系も好調に伸びた。郊外は、都心と違って複合型の施設の伸びが良いと言える。郊外のSC施設は、アミューズメント施設を誘致することで顧客の滞留時間をできるだけ長くすることを図っており、それが当社のアミューズメント向け販売需要が伸びてきている要因である。また、昨年からの学校が週休2日制になった影響や、デフレ時代の「安・近・短」という近場レジャーが見直されてきていることも要因である。

SP部門は、ノベルティ・販売促進事業として、パチンコメーカーの展示会の記念品、外食チェーン店の来店者へのプレゼント等を扱っている。最近の例では、英会話学校ノバの「ノバうさぎ」やダイキンのマスコットのように、企業がキャラクターを通じてイメージアップ・差別化を図ろうとしてキャラクター企画・生産専門の当社に商談が持ち込まれるというケースが多くなってきており、キャラクタービジネスの切り口が広がっている。

(2)物販部門

(株)サンエスの当期の状況は、売上が好調（12億62百万円、前期比21.2%増）である。当期はポンポンシリーズが好調で、キディランド、トイザラス、ロフト、東急ハンズ向けにアンパンマン、ワンピース等のキャラクターで売上を伸ばした。販路も、雑貨専門店のほか、イオン等のGMSと幅を広げている。

昨年12月にグループ化した(株)ケー・ディー・システムの電子雑貨・電子玩具の企画開発部門は、まだ立ち上げたばかりで売上は53百万円であるが、今期から少しずつ貢献してくるものと見込んでいる。当社のキャラクター商品に電子機能を組み込み、ヨドバシカメラ、ビックカメラ等の家電量販店を新たな販路とする計画で、同時にそこで開発された企画をアミューズメント施設向けに共有することも検討中である。

◆今後の方針

1999年上場以来、当社の業績は緩やかで堅調な伸びを維持している。会社規模が小さく、財務体質もまだ強くないので、将来に備えて体質強化を売上・利益に優先して図っていくことを方針とし、株価の値上がり益よりも安定した配当を重視している。したがって年間12円をベースに上場等イベントがあれば、記念配当をプラスして株主に還元していく方針である。配当利回りは3%台、PERは約8倍、PBRは約1倍前後、配当性向も安定して推移（約20～24%）している。

今後も、扱い商品の単価が小さい業種であるため、大きなヒット商品、ファインプレーを狙うよりも、エラーのない経営を維持すること、低単価路線の中でそれを確実に取り込み、売上を伸ばすことを目指していきたい。単価の張る商売は当たれば利益は大きい、バンダイ、タカラ、トミー等の大企業と真っ向から戦っても勝ち目はないので、逆に不況でもあまり振れの少ない、低単価の商品に絞って、「数字を落とさない」経営路線を維持していく方針である。財務体質の強化を図り、大きなビジネスチャンスが到来したときには、それに敏速にチャレンジできるようにしておきたい。当社は工場や店舗を作る等の設備投資産業ではないので、鮮度の高い人気キャラクター商品のソフトを時流に合わせていかに迅速に取得して、人気の場所で販売していくかという、鮮度と機動力が重要とされる業種である。

日経新聞の産業景気予測によると、アミューズメント市場は週休2日制やデフレの影響で、今後も好調に成長していくと予想されている。地価の下落に伴い、アミューズメント施設が繁華街の一等地に出店する例も見られ、同時に郊外にはファミリー向けの大型の複合型施設が成長しつつあるので、当社のようなキャラクタービジネスにとってはこうした施設のすみ分けによって、よりビジネスの幅が広がっている。

また、少子化の中で、一人の子供に費やされる金額は増加していき、不況といえども子供・若年層をターゲットにしたアミューズメント施設は今後も伸びていくと思われる。同時に、キャラクターで育った世代が親となり、子供に自分のお気に入りのキャラクターを買い与えるという「大人市場」も存在している。

アミューズメントの景品の業者が中・小ささまある中で、上場第一号である当社以外の上場企業はバンダイの子会社バンプレスト1社である。また、問屋を通さずに、自社で社員を投入して企画・製造したものを直接小売店に販売していることで、いち早く流行の変化をキャッチして鮮度の高い商品を供給できることが当社の強みである。しかし同時に、顧客のニーズに合った商品であれば、自社企画ではない他社からの仕入れにも柔軟に対応してきたことも売上を伸ばした要因であると考えられる。

2004年3月期の業績見通しは、連結で売上高87億50百万円（前期比109.8%）、経常利益5億77百万円（同116.7%）、当期利益3億18百万円（同124.7%）としている。また、3カ年計画として、2005年3月期に売上高100億円を目標としている。そして、リスク低減のためにも、マーケット（売場）をしっかりと押さえた上で新規の展開をすることが重要であると考え、100億円を達成するだけの販路を獲得した時点から、自社オリジナルキャラクターのコンテンツも開発していきたいと考えている。

また、SP部門は現在東京と大阪のみであるが、今後、福岡、名古屋にも立ち上げる予定である。特に名古屋はトヨタ自動車の本拠地ということで、トヨタのキャンペーン予算が大きいことから、ぜひそこに当社のキャラクタービジネスで入り込んでいきたい。

(平成15年5月14日・大阪)

(平成15年5月16日・東京)