



ナカヌキヤの店頭情報を 商品開発・仕入れ企画に活用

◆ヒット商品に恵まれず、単体の売上・利益が減少

当社は、キャラクター商品のアミューズメント施設向け販売を行っており、子会社の㈱サンエスでは、物販業界向け卸販売を行っている。メーカー部門の㈱ケー・ディー・システムでは、100%オリジナルの自社商品（電子玩具等）を開発して、家電量販店等に販売している。昨年7月から小売業の㈱ナカヌキヤがグループに加わり、グループ全体でキャラクター商材の企画・製造・卸・小売を展開することとなった。

2006年2月期第3四半期（4～12月）の連結売上高は、㈱ナカヌキヤの6カ月分の売上高が寄与し、103億57百万円（前期比35%増）となった。営業利益は前期比47.9%減となり、本体のキャラクター卸部門の減少を、グループ全体でカバーするには至らなかった。経常利益、当期純利益についても前期比で減少となっている。なお、昨年11月に業績の下方修正を発表しているが、修正後は、ほぼ計画どおりに推移している。単体については、ヒット商品に恵まれず、売上高で17.7%、営業利益で67.7%の減少となった。11月以降は若干上向きとなっており、2月はアミューズメントやギフトの展示会が多く開催されるため、新商品の受注も回復傾向となってきた。

卸売事業の売上高については、当社が前期比17.7%減となったものの、㈱サンエスは7.8%増、㈱ケー・ディー・システムはキャラスピ（アンプ内蔵・ぬいぐるみ型スピーカー）の売上拡大により、58%増である。㈱ケー・ディー・システムでは、キャラスピのほか、携帯電話の着替ジャケットや着信マスコットを開発しており、自社で開発・卸・小売を行う商材として、利益の大きな源泉となっている。㈱サンエスでは、ヴィレッツジヴァンガードへの売上が拡大してきている。当社本体のアミューズメント業界向け部門については前期比21.5%減となったが、企業の販促（SP）部門は60.4%増となった。SP部門は、前期は通期で3億20百万円程度の売上だったが、今期は第3四半期の時点で4億22百万円となっており、通期では5億円程度、来期は7億～8億円程度まで伸ばしたいと考えている。

◆改装したナカヌキヤ広島本通り店の粗利益率が向上

小売事業の㈱ナカヌキヤは、7～12月の売上高が36億13百万円である。グループ入りした7月の時点では、月次売上高5億61百万円、粗利益率20%前後であったが、当社の商材を扱うことで粗利益率は1.5ポイント程度改善しており、黒字化しつつある。月次の推移を見ても安定しており、12月には8店舗で9億24百万円の売上高となった。1月も売上高5億80百万円と、ほぼ計画どおりに推移しており、年間を通じて最も売上が低い2月についても売上高4億72百万円を確保する見込みである。

12月2日には広島本通り店を改装した。従来は、1～3階すべてがナカヌキヤであったが、1階にナカヌキヤ、2～3階にキディランドという構成に変更し、キディランドには、当社の自社開発商品（携帯アクセサリ等）を納入している。同店舗の売上高は前年比で110%程度となっているが、粗利益率は、冷蔵庫、洗濯機等の大型家電製品の扱いを縮小したことにより、従来の21%程度から23.2%に改善した。

12月9日には、枚方市駅前店をリニューアルオープンし、ブランド品コーナーの拡大とコスメ・フレグランスコーナーの充実を図っている。現在、心斎橋店の改装を進めており、3月中旬にはモデル店舗としてオープンさせる予定である。地下にコスメ、1階にブランド品、2階には理美容商品、3階にはキディランドの導入を検討している。キディランドは、単価は低いが粗利益が高く、当社の商材もフルに納入できることから、心斎橋店への導入により、来期以降の売上に貢献するとみている。

これまでナカヌキヤは、主に商店街、駅ビル等で展開してきたが、今後は都心および繁華街、ショッピングセンター、駅前に加え、郊外店も視野に入れていく。郊外は賃料も安く、広いスペースの確保が可能のため、従来のナカヌキヤのフレグランス、家電商品、キャラクター商品に加え、アミューズメントのプライズ専門コーナーも導入するという新たなビジネスモデルを検討していきたい。

現在、商品部において、ナカヌキヤのポスデータを毎週分析しており、他社の人気商品の品ぞろえ、売上の

高い自社商材のリピートオーダー、売上の低い商材の処分等に活用している。従来当社では、キャラクター商品のヒットに業績が左右されてきたが、今後は数字が大きくブレないよう、店頭情報を、ものづくりおよび仕入れ企画に生かしていきたい。

◆グループシナジーを発揮し、業績のV字回復を目指す

今期は11カ月の変則決算となるが、通期の連結業績予想については、売上高120億円（当初予想130億円）、経常利益5億円（同6億89百万円）に下方修正した。売上高は達成可能とみているが、経常利益は、在庫の処分状況により、4億80百万円程度になる可能性がある。営業利益は4億75百万円、当期純利益は3億7百万円を見込んでいる。なお、中期経営計画では、来期の売上高160億円、2008年2月期の売上高185億円を目標としているが、今期の決算終了後、出店計画等も織り込んで、数値を見直したいと考えている。単体については、売上高60億円、営業利益3億7百万円、経常利益3億50百万円、当期純利益2億3百万円を予想している。今期は、前期と比較して在庫が大幅に増加したことが業績に影響したため、今後は在庫圧縮に努めていきたい。

来期は業績のV字回復を目指しており、子会社の代表を当社代表が兼任する形に変更する。グループシナジーを発揮できるよう、メーカー、卸、小売店頭まで商品の入念なチェックを行い、不良在庫を極力減らして、売上ロスを出さないように努力していく。今期は業績を落としたが、実質無借金状態となっているため、タイガース優勝記念配当も加えて、配当14円を予定している。配当利回りは1.8%程度になっているが、今後も身の丈に合った投資を行いながら、安定成長、安定配当を継続し、企業基盤を固めていきたい。また、グループシナジーを生かすことができる企業については、今後も積極的に業務提携やM&Aを実施したいと考えている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

ナカヌキヤについて、12月は売上と比較して、粗利益率が低い。何か特殊要因があったのか。

クリスマス商戦で、高額ブランド商品（時計等）の販売数が増加したことが要因である。

広島本通り店は、改装後に23.2%まで粗利益率が向上したということだが、他の店舗でも、改装によって向上する可能性はあるのか。

広島では、キディランド2店舗が撤退したため、ナカヌキヤに顧客が流れた。キャラクター商材の売上比率が増加すると、粗利益率が向上するが、心齋橋店については、近辺にディズニーストアやサンリオショップがあるため、広島と同程度の回復は難しいとみている。現在、心齋橋店の粗利益率は19%となっているが、改装後は22%程度を確保したいと考えている。

ナカヌキヤの来期の業績イメージ、店舗数を教えてほしい。

今期は8カ月で売上高43億円、経常利益1億円程度となる見込みである。来期については、既存店で売上高65億円、経常利益60百万円程度を計画している。ただし、現在赤字となっている京都河原町店の閉鎖を検討しており、閉鎖した場合は除却損が発生する。店舗数については、1店舗閉鎖、2～3店舗出店で純増1～2店舗を見込んでいるが、この増加分は、来期の業績予想に織り込んでいない。

ナカヌキヤの郊外店を、スーパー銭湯や外食、ユニクロ等と複合で出すという選択肢は持っているのか。

ショッピングセンター等では、力のある企業は賃貸料も安くなるが、力のない企業がその分を補てんする形になる。当社は、ユニクロ等と比較して、まだ力が弱いため、現状では損益を見ながら単独で展開する方が条件的には良いと考えている。今後力を付けて行けば、さまざまな選択肢が広がるとみている。

本体の業績は、今期で底を打ったということだが、来期についてはどうみているのか。

前期の売上高が74億61百万円、今期は60億円を予想している。来期は、SP部門で4億円程度の伸びを見込んでおり、アミューズメント業界向け部門も前年比で増加する見込みとなっているため、70億円程度まで回復するとみている。

（平成18年2月15日・大阪）

（平成18年2月21日・東京）