

久保敏志 (クボ サトシ)

株式会社エスケイジャパン社長



ナカヌキヤ店舗の売れ行きデータを活用し、 業容拡大を図る

◆ナカヌキヤの売上が加わり、連結売上高が増加

当期より決算期を変更したため、2006年2月期の決算は11カ月の業績となる。当社グループは、これまでキャラクター商品のメーカーと卸を営んでいたが、昨年7月にナカヌキヤの店舗8店舗の営業譲渡を受け、(株)ナカヌキヤとして、キャラクタービジネスの小売事業に参入した。

2006年2月期の連結売上高は、(株)ナカヌキヤの売上が加わったことにより、124億13百万円となった。営業利益および経常利益については、単体のアミューズメント施設向けの売上が大幅に減少したため、前期の半分程度に落ち込んでいる。単体の売上高は59億41百万円、営業利益は2億23百万円、経常利益は3億4百万円である。売上高と比較して利益の減少幅が大きくなっているが、これは、売上計画に応じた仕入・生産を行っているため、売上が悪化した場合、仕入を止めるのが3~4カ月前になり、在庫オーバーが生じ、見切り処分が発生したためである。

セグメント別売上高の状況として、卸売事業については、単体が59億41百万円となった。主な要因は、アミューズメント業界向けの販売事業において、ヒットに恵まれなかったことである。また、アミューズメント施設が大型店舗にシフトし、中小の店舗が閉鎖に追い込まれたことも要因となった。ファンシーキャラクター卸の(株)サンエスは18億56百万円、メーカーの(株)ケー・ディー・システムは2億90百万円である。(株)サンエスについては、コンビニエンスストア向けの食玩が好調となっており、(株)ケー・ディー・システムについては、キャラスピのラインアップが充実したことにより、家電量販店向けの売上が徐々に伸びてきた。

◆家電から雑貨への切り替えで心齋橋店の利益率が改善

小売事業(株)ナカヌキヤについては、2~7月の8カ月で売上高46億74百万円となった。グループ入りする以前は、販管費20%、粗利益19%程度だったが、グループ入り後、当社の商品を導入したことにより、粗利益が21.8%まで改善した。月別売上高を見ると、12月が最も高く、9億24百万円となっている。カテゴリー別売上高比率については、家電を減少させ、キャラクター商材の導入を進めた結果、家電が39.3%、非家電が51.1%、その他が9.6%となった。店舗別売上高比率については、千里中央店が29.4%となっており、年間20億円程度の店舗となっている。その他の店舗としては、心齋橋店、JR天王寺店、広島本通り店、枚方市駅店、松山銀天街店、京都河原町店があり、ゲームソフト販売のFCとしてワンダーグー伊川谷店も展開している。

心齋橋店については、3月にリニューアルオープンし、改装後の売上高は前年同期比で20%程度増加している。キャラクターコーナーを充実させ、その他、香水、化粧品、インポートブランド、カジュアル衣料、自転車、ポータブル家電、ゲームソフト等を地下~2階の各階に配置した。3階には(株)サンエスの主力取引先であるKIDDY LANDを導入し、家電から雑貨に切り替えることにより利益率も改善している。

広島本通り店および心齋橋店の改装により、当社商品の導入が拡大しており、売れ行きデータを仕入れや企画に反映させることが可能となった。また、アミューズメント施設向けの卸事業についても、大型店への営業にナカヌキヤのデータを活用しており、相乗効果が生まれている。当社の業績は、これまで、キャラクター商材のヒットに大きく左右されていたが、ナカヌキヤの店舗を持つことにより、売上のブレが減少してきた。足元の状況として、3~4月の業績は前年同期を上回っており、回復傾向となっている。

◆ナカヌキヤのロードサイド店を出店

今後も、ナカヌキヤのデータを通じて、業容拡大を図っていきたいと考えている。ナカヌキヤは、現在、都心型の8店舗となっているが、7月にはロードサイド店を出店する予定である。ロードサイド店では、ナカヌキヤ、ワンダーグー(ゲームソフト)、プライズショップ(UFOキャッチャー)を展開し、ここでのデータをアミューズメント施設向けの営業に活用していく。現在、関西では、ヤマダ電機、ビックカメラ、ヨドバシカメラ等の進出により、300~500坪のロードサイドの家電店が脅かされている。こうした状況の中、ロードサイド店のビジネスモデルを成功させ、ナカヌキヤ業態を、ロードサイドの居抜き家電店等に出店していきたいと考えている。都心型については、家賃が上昇してきているため、今後はロードサイド店に注力していく。

当社では、当期から3カ年の中期経営計画をスタートさせており、2007年2月期の売上高は150億円を見込んでいる。内訳は、ナカヌキヤが65億円、卸売部門が91億円程度となっており、新規出店分の数字は織り込んでいない。営業利益は5億98百万円、経常利益は6億円を見込んでいる。単体については、売上高67億円を計画している。大型店へのシフトも順調に進んでおり、ラウンドワンやイオンファンタジーの出展に伴い、足元の状況として3～4月の売上高は前年同期比で15%程度増加しているため、達成は可能だと考えている。

以上のように、当期までの2年間、業績が低迷してきたが、今期は回復基調となっている。ナカヌキヤについては、赤字となっている2店舗の対応、ロードサイド店のビジネスモデルを検討し、業容拡大を図っていききたい。当社の場合、インフラで急激に利益が改善するという業態ではないため、引き続き安定配当を念頭に置いていく。配当は年間12円を基本とし、計画より利益が出た場合は増配や分割を検討していく。

◆ 質 疑 応 答 ◆

在庫の状況を教えてほしい。

メーカー、卸の在庫回転率は、年間24回転、月2回転を計画していたが、当期は売れ行き不振の在庫等があり、年間18回転程度となった。現在、20回転程度に回復しているが、不良在庫を持つことで悪化するため、今後も慎重にナカヌキヤの販売データ等を取り入れ、企画および生産に生かして適正在庫を調整していく。

在庫水準について、どの程度が適正だと考えているのか。

決算時に在庫を極力圧縮したため、当期末実績は卸部門とナカヌキヤの合計で10億円程度となっているが、平月は卸部門が4億～5億円程度、ナカヌキヤが8億～10億円程度で計画している。繁忙期の年末は平月の1.5倍の在庫高を予想しており、ナカヌキヤの在庫回転率は、45日で1回転を目標としているが、現在、2カ月程度かかっている状況である。

前期と当期の棚卸評価損を教えてほしい。

単体のデータになるが、今期末が通期で約200百万円、前期末が通期で約150百万円程度である。

アミューズメント施設が大型化しているということだが、前期と当期の納入先を教えてほしい。

ラウンドワン、イオングループ、ゲオのアミューズメント施設向けが増加している。

有力取引先の売上比率および取引先上位10社が売上に占める割合を教えてほしい。

ラウンドワンが8億円程度となっており、その他、イオングループ、KIDDY LAND等、上位10社で売上の35%程度を占めている。1社当たり当社売上の年間10～12%程度が売上が大きく左右しないためにも望ましいと考えている。

ナカヌキヤの営業譲渡・子会社化によって、のれん代は発生しているのか。

6億35百万円で営業譲渡を受けた。営業権および在庫が含まれていたが、当社としては、ほとんどを在庫とみなして処理を行っている。

施設運営については、各社とも業績が回復しているが、プライズにヒット商材がないため、メダルにシフトする流れがある。こうした状況に対応する施策はあるのか。

これまでは「商品を出してみなければわからない」という部分が多かったが、物販で売れるキャラクターはプライズでも人気があるため、今後はナカヌキヤの売れ行きデータ等を企画・生産に生かしていきたい。現時点でプライズのヒット作は少ないが、小さなヒットでコンスタントに売上を伸ばし、大ヒットにつなげていきたい。

7月に予定しているロードサイド店について、投資額等を教えてほしい。

建物保証金等で2億円、商品で2億円、合計4億円程度の投資が必要であり、5年で回収したいと考えている。プライズ機を50台程度導入する予定となっており、このデータを活用していきたい。

食玩やテーマパーク等、新規取引先の開拓について、進捗状況を教えてほしい。

最近ではヴィレッジヴァンガードや雑貨屋ブルドッグ等、新たなビジネスモデルの店舗に取引が拡大している。コンビニについては、サークルKサンクス等の準大手と取引を行っている。

(平成18年4月19日・東京)

(平成18年4月24日・大阪)