

久保敏志 (クボ サトシ)

株式会社エスケイジャパン社長



ラウンドワンスタジアム博多店（仮称）内に ナカヌキヤをオープン

◆ナカヌキヤの業績がフルに寄与し、連結売上高が増加

当社グループでは、キャラクタービジネスを行っており、当社がアミューズメント業界向け販売部門、子会社のサンエスが物販業界向け卸販売部門、ケー・ディー・システムがメーカー部門、ナカヌキヤが小売部門となっている。ナカヌキヤでは、現在8店舗を展開しているが、このうち、テレビゲーム・CD・ビデオショップのワンダーグー伊川谷店については、黒字ではあるものの、グループのキャラクター販売のシナジーに結び付かないため、今秋にナカヌキヤ業態に変更する予定である。また、2007年3月には、ラウンドワンスタジアム博多店（仮称）内にナカヌキヤ博多店（仮称）をオープンする予定となっており、この結果を見て、今後、ラウンドワンおよびその他のアミューズメント施設とのコラボレーションによる出店を検討していく。なお、7月にオープンを予定していた香芝店については、テナント1社との条件が合わなくなったため延期している。

2006年2月期第1四半期の連結売上高は、ナカヌキヤの業績がフルに寄与したことにより、40億45百万円（前年同期比95.8%増）となった。単体売上高は18億26百万円（同19.2%増）となっている。ナカヌキヤ等へキャラクター商品の販路が広がったことに加え、大型店のアミューズメント施設が回復基調となったことにより、前期比では増収となったが、一昨年のピーク時と比較すると、まだ1割程度下回っている数値である。営業利益、経常利益についても、回復の兆しはあるものの、完全な回復には至っていない。今後も販路拡大に注力し、ナカヌキヤのデータを駆使して商品開発および調達力を高めてグループのシナジーを強化していきたいと考えている。

◆SP部門で大型案件が増加

単体の状況としては、ラウンドワン、イオンファンタジー、ワイドレジャー、マイカルクリエイト、ゲオ等の取引量が増加している。また、SP部門においても、出版社、医療機器メーカー、パチンコホール向けの販促グッズの依頼等、大型案件が増加してきた。

サンエスについては、ヴィレッジヴァンガードが好調に推移しており、ナカヌキヤへの卸売りも増加した。また、オリジナル商品も比率が高まってきている。今後は、ラオックスの家電売り場等でキャラクターグッズを展開するなど、ナカヌキヤのビジネスモデルを他社に活用していきたいと考えている。

ケー・ディー・システムについては、前期に携帯電話のカスタムジャケットが大ヒットしたが、当四半期はヒット商品が不足し、売上を落としている。現在、携帯周辺だけにとどまらず、ブーツキーパー等、さまざまな商材の開発を進めているため、秋には回復してくるとみている。

ナカヌキヤについては、昨年7月からグループに加わっている。当四半期の売上高は17億39百万円となり、前年同期比（旧中川無線の8店舗分のデータとの比較）で4.8%増となった。小売事業各社がこの悪天候の中で苦戦を強いられているが、各店舗の改装、キディランドの導入、阪神タイガースオフィシャルショップ（心齋橋店・広島本通り店）の導入等、積極的に投資を行い、売上を伸ばしている。カテゴリー別売上高比率は、家電が35%、非家電が49.8%となっており、キャラクター商材の品ぞろえの充実、白物家電の縮小を図った結果、粗利益率は前年同期の19%から22%まで改善し、若干ではあるが黒字化している。今後は毎年2店舗程度の出店で販路を広げ、グループ商品の売上拡大を図っていきたい。

◆SKグループ入り後、初の出店となるナカヌキヤ博多店（仮称）

2007年3月には、ラウンドワンスタジアム博多店内（仮称）にナカヌキヤ博多店（仮称、1フロア・300坪）をオープンする予定である。ナカヌキヤが当社グループに加わった後、初の新店となっており、福岡国際空港西側エリアきよみ通り沿いに位置している。近辺にはヤマダ電器、ベスト電器があるため、家電の販売については縮小し、当社が得意とするキャラクター商材、女性向けコスメ、理美容家電雑貨を中心に展開する予定である。また、ソフトバンクホークスの公認ショップの導入も検討しており、近辺で成功しているドン・キホー

テとの差別化を図っていく。年間売上高は約6億円を見込んでいる。

業績の推移を見ると、2004年3月期がピークとなっており、売上高は98億77百万円、経常利益は9億59百万円を記録した。その後、アミューズメント施設のプライズの低迷やヒット商品不足により、経常利益が低下している。2006年2月期から開始した中期経営計画では、売上を増加させながら経常利益の回復を図っており、最終年度となる来期の業績については、売上高175億円、経常利益8億円を目標としている。今後のビジネス展開において、来年の3月に予定しているナカヌキヤのラウンドワンへの出店が重要になると考えており、この郊外店が成功した場合、出店を加速させることができるとみている。

今期通期の連結業績については、売上高150億円（前期比20.8%増）、経常利益6億円（同47.9増）を見込んでおり、当初計画どおりの数値となっている。なお、経常利益については、12～1月に大きく増加する傾向となっているため、中間期の時点では2億13百万円を計画している。前期は、在庫見切り処分により利益が大幅に減少したため、今期は在庫過多にならないように努めていく。単体の売上高については、67億円（同12.8%増）を見込んでいる。

◆ 質 疑 応 答 ◆

前期には、在庫見切り処分による損失が出たということだが、今期に入って第1四半期の時点では、どのような状況になっているのか伺いたい。

見切り処分については、通常、単体売上高の1%程度となるが、前期は1.8%程度となった。今期は毎月500万円、年間で約600万円を見込んでおり、第1四半期については、計画どおり1500万円程度で推移している。現時点で在庫過多にはなっていないが、秋口から年末年始の商戦で在庫が増加した場合、見切り処分が増加する可能性もある。

ナカヌキヤの不採算店舗について、対応状況を教えてほしい。

8店舗のうち、京都河原町店、枚方市駅店が赤字店舗となっているが、現在、収益の改善を図りつつ、赤字の状況と、撤退した場合の損失を検討している段階である。2店舗を撤退させ、新たにオープンする博多店や新店等で什器を使用することも考えている。

京都河原町店が赤字となっている要因は何か伺いたい。

家賃が高く、天候によって客足が左右されやすいことが考えられる。ナカヌキヤの営業譲渡を受けた時点で、京都河原町店の赤字額が最も大きかった。ソニープラザストアが撤退し、近辺にキャラクターショップがなかったことから、利益率の低い電化製品を撤去してキャラクター商品を大量に導入することにより、赤字は解消できるとみていたが、店舗の規模が中途半端で、キャラクターの大幅なコーナー展開が難しいこともあり、厳しい状況となっている。新店舗への什器の移設等を、早期に進めたいと考えている。

ラウンドワンへの出店について、具体的なイメージを教えてほしい。

ラウンドワンスタジアムは郊外型の店舗となっている。ボウリング、アミューズメント、スポッチャ、飲食店の複合施設であるが、物販が導入されるのは博多店が初となる。

ナカヌキヤの店舗展開にあたり、顧客向けのサービスの一環として会員カード等は発行しているのか伺いたい。

現在、ポイントカードを導入しており、JCBやVISAとの提携カードも発行している。また、阪神タイガースのTシャツ等、ナカヌキヤの独自商品について、インターネットでの販売を検討している。ナカヌキヤのレジ通過客数は、現在、8店舗合計で月間16万人となっており、来店客数は約3倍の50万人ほどと推測され、前期比で10%ほどの伸びとなっている。この来店客数がラウンドワンへの出店につながったが、粗利益率22%弱、販管費率20%と、家賃の高いショッピングモール等への出店が難しい体質となっているため、将来的には粗利益率25%を目標に経常利益率を5%程度まで向上させ、小売事業で上場を目指したいと考えている。

(平成18年7月11日・大阪)

(平成18年7月13日・東京)