

7608 エスケイジャパン

久保 敏志 (クボ サトシ)

株式会社エスケイジャパン社長

コストダウンとキャラクターのヒットで黒字を回復

◆2010年2月期業績報告

2010年2月期の売上高は前期比3.5%増の95億85百万円、売上総利益は同24.5%増の27億19百万円となり、売上総利益率は5ポイント改善できた。これにより営業利益は4億93百万円、営業利益率は5.1%、経常利益は5億27百万円、純利益は3億2百万円となり、いずれも前期の赤字から黒字へ転換することができた。これは、アミューズメント施設向けの販売を中心とした卸売事業が好調であったことによる。単体業績は、売上高が同15.3%増の60億16百万円、売上総利益は同51.3%増の17億39百万円で、売上総利益率は約7ポイント改善して28.9%となった。営業利益は4億35百万円、経常利益は4億96百万円、純利益は3億11百万円となった。オリジナル商品がヒットし利益率が大幅に上昇したことが黒字化の要因である。

部門別では、本体のアミューズメント部門の売上が前期比で大幅に伸びた。一昨年は3割も売上が落ち込み、下落幅が他社平均を上回ったという事情があるため、ようやく従来の水準に戻ってきたところである。企業向け販促部門は微増、子会社の物販業界向け卸売部門も、キャラクターのヒットで増収になった。ナカヌキヤの小売事業は縮小を図っており、心齋橋店は全館から1フロアだけの販売にした。ネット販売は去年の4月に立ち上げたが、徐々に数字が伸びている。

当期は、一昨年と比較して、在庫の回転率と利益率を改善し、相当な金額を引き当てていた不良在庫を処分したため、棚卸資産は前期比で約25%減少した。これにより純資産や利益剰余金が前期の赤字から回復し、自己資本比率は50%を上回った。

◆セグメント別業績

アミューズメント施設向け販売部門は、有力チェーンへの提案営業を進め、従来の見込み生産から受注生産へ切り替えた効果が出てきた。また「まるねこくらぶ」、「スウィートベア」、「でぶねこ」などの自社企画のキャラクターが好評であり、ライセンスのキャラクター商品としては、プラザスタイル社と「スージー・ズー」を契約し、マスコット、ぬいぐるみ、置き時計などを商品化したが、これも好調に推移した。また「ウサビッチ」がヴィレッジヴァンガード等の店舗でよく売れている。「ワンピース」は映画が大ヒットして、男子だけでなく女子にも人気が出ており、当社がライセンス契約してコンビニ等で販売した商品も売れ行きがよかった。「りらくま」や「ドラえもん」等のキャラクターの腹巻きやショートパンツなどはドンキホーテの雑貨売場などでよく売れている。

ノベルティ部門は、外食チェーンのキャンペーンや雑誌の付録で売上が増加した。集英社や宝島社の本に付いているトートバッグや化粧ポーチなど、おまけ用商材の契約が決まり、わずかではあるが前期実績を上回った。

物販業界向け販売部門は、キャラクターのグッズが好調で売上高は25億77百万円となり、一昨年に本体が厳しい状況にあった時も健闘した。これは、ドンキホーテやヴィレッジヴァンガードなど、元気のよい雑貨の全国チェーンと取引しているためと考えている。

ナカヌキヤの小売事業は、本部のスリム化、販売経費の削減、在庫回転率の向上などを実施した。自社商品を

はじめさまざまな雑貨を取り扱っていたが、香水やつけまつげ、ネイル小物など若者向け商材を中心に、総合ディスカウントから徐々に専門的なショップに切り替えてきたことで、赤字が減少し黒字化に向かいつつある。服飾雑貨、帽子、マフラー、手袋などの軽衣料などの身の回り品に転換したため、単価は低くなったが回転率は上昇した。閉店やフロア閉鎖で売上高は前期比 40%の減少となった。

売上高については、ラウンドワン、ナムコ、タイトーなどアミューズメント施設向けに受注生産の仕組みをある程度定着させたこと、在庫や販管費を抑制したこと、円高になったことという3つの要素が重なったため、第2四半期からは前年実績を上回るペースで推移した。売上を増やししながら在庫を減らしたことが、キャッシュフローおよび、倉庫代や物流経費のコストダウンに良い影響を与えた。回転率は、目標とする月2回転の年間24回転には届かなかったが、年間17回転から21~22回転まで上昇した。キャラクターは鮮度が命であるため、在庫の廃棄処分や見切りロスが損益にもっとも影響する。このため、当社は在庫回転率を厳しくチェックしており、これが回転率向上につながった。販管費については、ヒット商品が出なくても確実に黒字となることを目指して、不要な海外出張などを削減し、前期比で10%以上改善できた。

◆配当

従来は、中間6円、年間12円の安定配当を基本とし、これまでに大証2部上場、東証2部上場、関連グッズを販売している阪神タイガースの優勝などの記念配当を出してきた。しかし前期は赤字であったために3円の減配になった。当期は、去年12月に創立20周年を迎えたので、記念配当2円を追加し上期6円、下期8円の年間14円を計画している。今後も安定配当に努めたい。

◆2011年2月期業績見込み

アミューズメント施設の閉店が続く売上確保が難しい中、ネット販売は3サイトで月次2百万~3百万円の売上があった。昨年の12月には5百万円の売上であったため、繁忙月には10百万円に対応できるように受発注や配送などのインフラを整えている。1回当たりの売上規模は2千円前後と小さいが利益率は40%近くある。しかし手間がかかるので、ITシステムをバージョンアップしながら売上増につなげていきたい。また、今年から専任の担当を設けて、ネットでしか買えないような企画も進行中である。ネット向けのサイズ、嗜好、トレンドを企画に採り入れて販売を強化していきたい。

SKJ USAは、9月からの本格稼働に備えて、ゴールデンウィーク明けから当社の専任社員がロスアンゼルスに赴任する。ラウンドワンの店舗は工事が始まっており、8月中旬にオープン予定であるが、SKJ USAはその中に事務所を作り、プライズ50台の商品の窓口となり、日本で流行しているキャラクターを持ち込んで展開していく。ラウンドワンでの反応が良いものについては、中国で量産して、ラウンドワンと競合しない施設やディストリビュータ向けに販売していきたい。またレストランチェーンやファストフード店舗の前に置いてあるプライズの業者も開拓している。最初は、中国に発注した商品の5~10パーセントを米国向けのタグや説明書を付けて米国仕様にし、混載コンテナで米国に輸送する予定である。ラウンドワンの福岡店や神戸店にナカヌキヤを展開したが失敗に終わったので、米国では本業回帰でキャラクター商品を中心に販路を広げていきたい。また米国で流行している商品を発掘して、代理店経由ではなく自社内で日本へ企画販売できるようにする。ラウンドワンのロスアンゼルス店は、埼玉県三郷市のショッピングモールにある店舗がモデル店舗であり、この店舗は非常に売上が好調である。したがって、ロスアンゼルス店が成功すれば、ラウンドワンは従来のロードサイト中心からショッピングモール等に出店する可能性が高い。それに従って、当社も米国向け商品を展開していく予定である。

今期は、グループ会社の中で物販、ノベルティ、アミューズメント向け販売で集約できるものは集約し、金型を共有し、商社や中国の工場などへの発注を集中するなど、売上原価の削減に努めたい。営業マンが出張先からでも端末を使って合理的に全国に配送できるようにインフラ等を見直しており、販売経費のコストダウンをさらに進めて

いく。今期は、円高やヒットが続く保証もないので、堅めに売上高 89 億円、経常利益 1 億 88 百万円という計画を立てた。

◆自社キャラクターについて

「まるねこくらぶ」は他社からライセンス許諾の申し込みがあったため、今年からライセンス事業の専任部署を設けて、この自社発コンテンツの権利をハンカチ、文房具などの外部業種に売っていこうと考えている。「でぶねこ」も人気があり、当社はアミューズメント施設、おまけ、ガチャガチャ向けにマスコット、ぬいぐるみ、貯金箱等を作っていくが、扱っていないマフラー、帽子、パジャマのような商材はライセンスを売っていきたい。女子大生サークルとの共同開発で作った「スウィートベア」は、ネットやイベント等で少しずつ販路が広がっている。現在、新宿マルイの1階でキャラクター博覧会をやっているが、このようなイベントを通じてファン作りに努めている。今後も、芸能人等とのタイアップなどの仕掛けで知名度を上げていきたい。

◆質疑応答◆

中国の工場への発注を集中するということが、具体的にはどんなことをやるのか。

現在、本体と関連会社がばらばらに発注しているので、できるだけ発注元を集約する。中国に自社工場は持っていないが、日系のパートナーが 30 社くらいあるので、これを 2~3 割にまとめ、そこへの発注量を増やしてコストを削減する計画である。

4 月 14 日付のニュースリリースで「アミューズメント施設の経営」を定款の変更案として出しているが、この狙いは何か。

当社は、大型店と競合し、ロードサイド店を出すだけのノウハウはないが、ショッピングセンターや中型モール内でナムコやタイトーの居抜き物件が出てきており、家賃が大幅に下落しているので、そこに大型の機械設備を要しないプライズマシン専門のショップを出せないかを検討している。人材の採用なども進めており、年内に 1 店舗でもテストケースが作ればよいと思っているが、具体的なことは決まっていない。ナカヌキヤが運営することも検討中である。

(平成 22 年 4 月 16 日・大阪)

(平成 22 年 4 月 20 日・東京)