



アミューズメント好調につき増収増益

◆第1四半期業績について

当四半期（2003年3月期第1四半期）の業績は連結で売上高18億57百万円（前期比44.2%増）、営業利益1億6百万円（同64.5%増）、経常利益99百万円（同54.9%増）、単体では売上高15億75百万円（同43.5%増）、営業利益1億円（同67.4%増）、経常利益97百万円（同54.1%増）となった。当グループはアミューズメント施設向け販売事業を行う株式会社エスケイジャパンと物販業界向け販売事業を行う株式会社サンエスから成り、どちらも同じキャラクター商品を扱っていることから、業績はほぼ連動する。当四半期もアミューズメント業界が好調だったことにより、当グループとして業績好調であった。

増収の要因をセグメント別に説明する。まず、アミューズメント業界向け販売部門は、チェーン展開している取引先への売上高が大幅増となった。マイカルクリエイト、イオンファンタジー、ファンフィールド（ダイエー系）などの量販店系オペレーター向け売上高は、量販店向けの専門チームを設けてアプローチを行っており、前期比54.5%増収となった。次に、ショッピングセンター系オペレーター向け売上高は前期比69.9%増収となった。また、路面店オペレーター向け売上高も前期比49.4%の増収となった。特に、ラウンドワンの梅田店、三宮店、京都河原町、横浜西口店などの都心型店の業績が非常に伸びている。来年秋頃、大阪心斎橋にもオープンを予定しているということから、今後も期待できる。

SP（セールスプロモーション）部門の売上高は前期比148.3%増収となった。カバンメーカー（ランドセル大手）向けに企画提案した「ペンギンのフラッシュライト」が採用されたことや、広告代理店からはスターウォーズのキーホルダーやたこやきチェーン店のたこやきキーホルダーなどのノベルティグッズを受注したことが要因ではないか。

物販業界向け部門は、バラエティ雑貨・キーホルダー類の売上が好調で、バラエティ雑貨は前期比97.4%増収、キーホルダー類は同64.2%増収であった。具体的にどのような商品が売れているのだが、アミューズメント向けでは、「頭文字D」の商品が依然好調で、オリジナル商品のラジコンバトル、パッシングテールキーホルダー、インチアップクロックが売れ筋となっている。物販では、「仮面ライダー龍騎ポンポンキャラボール」「おジャ魔女どれみドッカーンポンポンキャラボール」「阪神タイガースの星野監督&田淵グッズ」は阪神タイガースの成績がよかったことから当四半期は特に売上が良く、野村監督の時より多くを売り上げた。

業界の状況は、2002年7月1日の日経新聞の産業天気レビュー（7～9月見通し）では、アミューズメント業界は、主要30業界の中で唯一の「晴れ」マークであった。要因としては、アミューズメント施設のリストラが一巡したことや、土地の値下りによる都心への新規出店、郊外型大型複合店内のアミューズメントが拡大していることなどが挙げられる。また、小学校が週休2日制になったことで子供たちの遊び場がアミューズメントに向けたこと、携帯電話の通話料の値下げや、外食産業を中心としたデフレ、ユニクロなどで衣料品が安く買えることで、おこづかいに余裕ができたことなども要因と考えている。

アミューズメント施設のアーケードゲーム人気ランキング（2002年7月 アミューズメント産業より抜粋）によるとトップテンの中にプライズ機（UFOキャッチャーなど）が七つ入っており、人気が非常に高く、安定した売上を見込むことができると考える。

プライズ業界でのシェア（約650億円市場）は、大手2社（セガ、バンプレスト）がプライズ景品で約200億円を占めている。残りの450億円のシェアを中堅企業が取り合う現状であるが、当グループは中堅の中では大手に位置し、プライズ業界では最初に上場している。大手2社のようなネームバリューはないが、全国の顧客を東京・大阪・名古屋・福岡の4拠点から約70名の営業の社員がダイレクトに網羅している。商品調達力・販売力が当社の強みである。

また、他社と比較して、従業員の平均年齢27歳と若い集団であることが特徴である。今後も若手を積極的に

導入していく方針であり、人の成長が企業の成長につながると考えている。来年新卒の採用予定者もこの夏から研修を開始するなど、インターンシップ制度も積極的に導入している。

当社の商品の流れとしては、当社が著作権を取ったものを海外工場に製造を依頼し、ダイレクトに（問屋などを介さずに）アミューズメント施設や小売店に販売する。アミューズメント施設の売れ行きなどのデータをフィードバックし、生産の微調整などを行い、ユーザーニーズに迅速に対応できる体制が整っている。当社の強みは、浮き沈みの激しいキャラクター商品を取り扱っているが、自社商品と他社の人気商品との両方を扱うことにより、バランスをとり、リスクを最小限に抑えることができる。また、当社は仕入商品でも比較的利益率が高いのは、業界内では手形の習慣が多い中、当社は仕入は原則として現金で行っているためであり、強みでもある。

◆今後の戦略

当社の三本柱は、アミューズメント業界向け販売事業、物販業界向け販売事業、SP（セールスプロモーション）部門である。

アミューズメント業界向け販売事業においては、オリジナル商品の強化を図っていきたい。

物販業界向け販売事業として、ドンキホーテ、イトーヨーカ堂などの勝ち組量販店への販売強化・取引拡大を進めていく。

SP（セールスプロモーション）部門は、薬品メーカー、消費者金融などの有力クライアントの獲得を目指す。

今後、当社が注目するキャラクターとして、「モーニング娘」「どこでもいっしょ」「スヌーピー」がある。「モーニング娘」は著作権（転写）を取得しており、写真入りの缶バッジやマグカップなどの商品を今秋から発売する予定にしている。

また、「どこでもいっしょ」（ソニーのキャラクター）の物販向けで今春から3アイテム（携帯ストラップ、キーホルダー、ギフト缶）を展開中である。

「スヌーピー」の著作権は既に取得しており、USJ効果により以前より人気上昇してきている。USJへの納入を目指し限定商品などの企画を展開中である。

今期2003年3月期の見通しは、当初の目標のまま、連結の売上高目標70億円、単体の売上高目標59億円である。当四半期は対前年比大幅な増収増益となったが、これは昨年の同四半期の業績が良くなかったことでもあるので、今期9月くらいまではこのままの数字で推移するであろう。しかし、9月以降の数字が対前年比105%前後となると考えている。

また、M&Aおよび業務提携についても、当社のキャラクタービジネスの販路拡大につながる、企画開発力のある企業や、販路の拡大を見込める企業を求め、検討中である。

3年後売上高100億円を目指し、三本柱を中心に積極的に営業活動を行い、企業価値を高めていきたい。昨年大証2部に上場したが、東証2部上場を目指し、社員一丸となって努力している。

◆ 質 疑 応 答 ◆

当四半期の売上総利益率が、昨年の同四半期に比べて、約2.6%低下している理由を伺いたい。

新商品の開発を積極的に行ったことから、売れ残った商品の在庫処分を大幅に行ったためである。当社はこれまで売上総利益率は30%前後であったが、今後はシェアを増大したいと考えているため、27%前後を維持していきたい。

昨年キディランドの法人筆頭株主となってから現在の動向を伺いたい。

現在は、タカラに次いで法人株主では2位に位置している。キディランドは当グループである㈱サンエスの最大の販売先でもある。㈱サンエスを通じて今後も企画開発商品の販売を強化していく。

㈱サンエスのキディランドに対する売上は全体のどれぐらいか伺いたい。

約18%である。

今期の売上伸び率は約10%ということだが、この伸びは他社のシェアを奪うというかたちになるのか伺いたい。

やはり、他社のシェアを奪うことで伸ばしていくことが多い。ただ、景品業界は大手2社（セガ、バンプレスト）が全体のシェアの1/3を占めている。これら企業の強い一番の理由としては、自社のコンテンツ、マシンを多く持っていることなどから、このシェアを奪うのは難しい。どうしても残りの2/3を占める中堅企業のシェアを奪い合う現状にある。

阪神タイガースグッズのようなキャラクターグッズについてこれから他の球団やスポーツのものを考えているのか伺いたい。

スポーツの分野にかかわらず、人気のあるものであればすべてがターゲットになる。当社は、大阪が本社ということで「大阪」のカラーを少しでも残しながら事業を拡大していきたい。

（平成14年8月6日・大阪）