



キャラクター業界の伸びに乗って増収増益

◆2005年3月期第1四半期の連結業績

当グループ3社の連結業績は、売上高25億76百万円（前年同期比5.8%増）、営業利益2億83百万円（同17.8%増）、経常利益2億86百万円（同19.6%増）、当期純利益1億72百万円（同33.2%増）と、増収増益であった。連結各社は扱う商品が同じキャラクター商品で、売り先が異なるだけなので、単体の業績は連結とほぼ同様の推移である。

当社は積極的に社員の採用を行い、4月には17名の新卒社員を採用し、14名を営業部に配置した。新卒とはいえ、昨年1年間インターンシップで社内研修を経ているので、入社時の4月から即戦力として顧客を担当している。このような社員・営業力の補強が業績向上の基礎となっている。企画開発に関しては、経験豊かな中途採用を3名採用した。(株)エスケイジャパンでは、ヒットキャラクターが少ない中、リバイバルのキャラクター商品を発売してきた。大きなヒットはないが、手堅いキャラクターの売上の積み上げで堅調である。特に、ドラえもん、キティはアニバーサリーイヤーとなり、キャンペーン等に連動して展開が増加している。販促（SP）部門では、企業販促の大型案件（伊勢丹、ベネッセ、ゼリア新薬等）を獲得して少しずつ売上を伸ばしている。

子会社の(株)サンエスは携帯周りの小物が好調であり、特にキャラクターメールブロック（携帯メールの覗き見ガード）が大ヒットし、自社オリジナル商品のトゥイーティーやどこでもいっしょと同時に、ドラゴンボールZ、ワンピースなど他社の人気キャラクターも取り扱っている。こうした人員増強・人気キャラクターの開発・著作権獲得などの積極的施策が業績向上の要因であるが、最大の要因は、キャラクター市場が伸びていることである。

◆業界の状況

当社の主な顧客であるナムコ、タイトー、ラウンドワン、イオンファンタジー、マーベラスエンターテイメント、アリサカ等、アミューズメント関連企業（オペレーター）の決算状況はいずれも売上高2ケタ以上の伸びを示している。従来のゲーセンと呼ばれる小型店のスクラップが続く中、都市型の大型レジャー施設と郊外型の複合アミューズメント施設の出店が加速している。アミューズメント施設全体の店舗数は減少しているが、大型化し売場面積は逆に拡大している。それに伴い、プライズ機（景品払い戻し機）の出荷台数が増加していることが、当社にとって非常に有利な環境となっている。この状況は、今後1～2年は維持すると業界ではみている。

一方、玩具業界において、業界大手のハピネット、タカラ、サンリオ、トミー等に対して、当社は連結で100億円弱の規模である。約750億円の市場の中で、当社のアミューズメントのシェアはまだ10%強であり、当社持ち前の企画開発・販売力を生かしていけば更にシェアを広げることは可能である。当社は、玩具卸業界の中の数多い旧式・小規模な企業から抜きん出てきたものであり、ハピネットやタカラ等のような大企業と競合してきたわけではない。当社の売上高経常利益率は業界1位で9.7%である。経常利益率の良し悪しは在庫ロスの大小で決まる。キャラクター業界とは、非常に見切りロスの高い業種である。見切りロスは、毎年売上の2～3%を計画しているが、扱う商品が必需品ではなく、嗜好品であるという理由に、当業界の在庫リスクの大きさがある。このような中、当社が売上を伸ばすことができたのは、当社のビジネスモデルである「オリジナル商品を持っていて他社の人気商品も扱っている」というメーカー問屋機能が顧客に重宝されたためである。顧客が望めば他社の人気商品も調達できることが、当社の売上のふれが少ない要因であり、強みである。ただし、この強みは弱みともなり、たとえ他社キャラクターのドラゴンボールやベイブレードがヒットしても、当社の利幅はあまり変わらず、利益率への大きな貢献は見込めない。

売上高販管費率は18.8%と業界5位である。創立後15年たっても社員が増加しても、社員の平均年齢がほとんど上がっていないのは、若手を積極的に採用して、常に若手に権限委譲してきているからであり、これが販管費を低く抑えられている要因でもある。また、女性の社員の比率が高いことも特徴となっている。一人当たり

売上高については、取り扱い商品の単価が非常に小さいにもかかわらず、業界4位に位置している。また、当社の粗利の高い要因としては、業界では珍しく、支払いは手形ではなくすべて現金決済であり、コストを抑えていることにもよる。さらに、数少ない上場企業で実質無借金であることからメーカーからの与信も高いということが、当社の業界における位置付けの強みとなっている。今後、さらに売上高とシェアを伸ばすべく、社員を積極的に採用し、企画開発を増強していく。

◆株主数と配当金の推移

安定した数字でシェアを伸ばしていくことが当社の基本方針である。株主に対しても、同様に、安定した配当の維持を基本としている。中間6円、期末6円の年間12円の配当を基本とし、計画以上の実績が上がった場合は、分割・増配等で、1999年の上場以来5年連続して株主に対する還元を行っている。今後も赤字決算にならない限りこの方針に変わりはない。株主数も順調に増加し、四半期ごとの開示を怠らず、経営に生かしていきたい。

◆キャラクタービジネスのフィールド

現在、社会の至る所で、アパレル、インテリア、食品等さまざまな商品の中にキャラクターが入り込んでいる。そのキャラクターで育った世代が親になり、子供にそのキャラクターを買ってやるという構図が見られる。この状況に連動して、当社のフィールドも広がっていく。ルートとしては、アミューズメント施設、テーマパーク、広告代理店を通じた企業販促物などにより従来のキャラクター商品の企画制作ライン・金型を使って受注を取っていく。もう一つは、量販店や大型専門店（トイザラス、キディランド、ロフトなど）を通じた販路を積極的に増やしていく。さらに売上高が100億円を超えた段階から、利益の何パーセントかは自社キャラクター開発のコンテンツ部門に掛けていきたい。自社キャラクターが認知された段階で初めて海外進出を考える。

◆2005年3月期通期業績見込み

連結の通期予想は、売上高105億円（前期比6.3%増）、営業利益9億98百万円（同3.4%増）、経常利益9億92百万円（同3.4%増）、当期純利益5億46百万円（同45.1%増）と計画している。エスケイジャパン単体の売上高は87億円（同6.8%増）としており、市場750億円に対して約12%のシェアを当期の目標としている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

アミューズメントの路面店とSC店の伸びが当期は鈍化し、特にSC店が二ケタの減収となっているのはなぜか伺いたい。

SC系オペレーターに分類される一取引先への売上高が、前年同期と比較して50百万円減少したのがその要因であり、先方の在庫過多で思うように納品できなかったことが原因である。

路面店のラウンドワンに対しては、既存店で2%下がったが、新店舗効果で売上高は対前年同期比120%である。

第1四半期の利益率が例年高いのはなぜか伺いたい。

全期末の在庫のロスが少なかったことも要因であるが、第1四半期中はまだ在庫の見切りをしないため、第2四半期から在庫処分を始めると1~2ポイント下がる。通期については、第4四半期の在庫見切りによりある程度調整が入り、最終的に計画どおり粗利は28~29%に落ち着くものとみている。ただし、為替の予約状況の影響により、若干上ぶれる可能性はある。

シェアを今後伸ばしていくに当たって大手企業と戦う場合の見通しおよび強みは何か伺いたい。

大手メーカーからヒットが出て集客効果が出るのが当社にとって実はありがたいことである。当社はそのヒット商品の著作権を取得して売上を伸ばす。販路を大手メーカーとかち合わないようしていくことは当面変わらない。当社は5年でM&A等を絡め売上高2倍の成長を計画しているが、2010年に売上高200億円までは、現在の販路拡大でいけると考える。それ以降については、可能性としてはM&A、業務提携などの道がある。

(平成16年8月11日・大阪)

(平成16年8月19日・東京)