



## 販売力・商品力のさらなる強化で ばん回を狙う

### ◆平成17年3月期の決算概要

連結の売上高は92億47百万円（前期比6.4%減）、営業利益は7億9百万円（同26.5%減）、経常利益は7億2百万円（同26.8%減）、当期純利益は4億32百万円（同14.8%増）となった。これまで、その時々々のヒット商品により経常利益に多少の凸凹はあっても、連続増収で成長を続け、シェアもコンスタントに伸ばしてきたが、創業から15年が経過して初の減収という厳しい結果となった。

当初は前期比105%の売上計画を立て、前半の9月ごろまでは計画どおりで推移していたが、下期は記録的な猛暑や台風、地震等の外的要因でアミューズメント施設への来店者数が減少し、9月から12月に数字を落とした。さらに、12月にソニーのプレイステーション、任天堂DSの発売が重なり、12月から2月の両社のハード・ソフトを合わせた売上は1,200億円に達したといわれており、アミューズメント施設への客足は奪われ、結果、年末年始にばん回できずに計画は未達に終わった。

この3年ほどは前期比25%程度の成長を続けてきたが、天候や外的要因のマイナス面をカバーできるようなヒット商材が企画できなかったことも、減収の大きな内的要因の一つと考えている。また、上期はほぼ計画どおりであったため下期もそれを見込んだ仕込みをしたことで、最終的に売れ残った在庫処分で2億60百万円近い見切りとなり、営業利益、経常利益の面でも非常に厳しい状況となった。当期純利益が前期を若干上回っているのは、前期は減損会計による減損処理があったことが要因である。

単体の売上高は74億61百万円（前期比8.4%減）、営業利益は7億4百万円（同23.7%減）、経常利益は7億14百万円（同23.6%減）、当期純利益は3億84百万円（同0.7%増）で、連結とほぼ同様の傾向である。

当社はラウンドワンやナムコ、タイトー、イオンファンタジー等のアミューズメント施設向けキャラクター商品の販売を主体とし、企業の販促物を扱うSP事業も展開している。子会社の㈱サンエスは、キャラクター商品をキディランドやLOFT等の雑貨専門店、ディスカウントストア、テーマパーク、GMS等へ販売し、㈱ケー・ディー・システムは、電子玩具や電子雑貨の企画・開発と、雑貨専門店や家電量販店等への販売を行っている。商品はライセンス元から許諾を受けて海外で製造したり、パテントを有する会社との提携や商社経由など仕入れ調達方法はさまざまである。

単体の売上の90%強はアミューズメント施設向けが占めており、大きなマイナス要因となった一方で、SP部門については、売上規模は小さいながら前期2億4百万円から当期は3億27百万円（前期比60.1%増）と、引き続き好調な伸びを示した。東証・大証一部への上場効果もあって、森永乳業や「くら寿司」のくらコーポレーション、永谷園など大手クライアントに入り込むことができ受注も順調に増えている。現在は東京が中心であるが、大阪にも専任部門を設けており、今後は名古屋、福岡にもSP部門を設けていきたいと考えている。

サンエスの売上高は19億14百万円（前期比5.5%増）、経常利益は23百万円で、引き続きメールブロック等が好調に推移し、また、コンビニルートの販売網としてサークルKサンクスでの売上が少しずつ増加している。先日の「食玩ジャーナル」でも週の売上1位になった「キュービックルーム」が非常に好調な売上を見せており、ファミリーマートやセブンイレブンなど他のコンビニルートにもアプローチを行っているところである。アミューズメント施設向けで培った企画開発、生産ラインなどをフルに活用して、新たな販路を広げていきたいと考えている。

ケー・ディー・システムの売上高は2億11百万円（前期比4.2%増）、経常利益はマイナス33百万円となった。「クリスタルストラップ」、DocomoのP900i向け「着せ替えジャケット」が好調で、4月からはポータブル機器用のぬいぐるみ型スピーカー「キャラ・スピ」の販売を開始した。ぬいぐるみに内蔵されているのはパイオニア製の高性能ステレオスピーカーで、既に実用新案登録済みである。現時点ではドラえもんやスノーピーが販売されており、他にもポケモンなど多数のアイテムを申請中で、小売価格は3,980円となっている。

### ◆巻き返しに向けた取り組み

業界の状況としては、この春以降、ゴールデンウィークなどもアミューズメント施設への客足は戻ってきて

いるようで、主力取引先のラウンドワンやイオンファンタジーなどでは今期の出店計画は増加傾向である。当社としても、新店への積極的な商材投入を計画しており、巻き返しを図っていきたくと考えている。

現在、アミューズメント施設のプライズ景品の市場規模は約800億円といわれており、そのうち当社の販売高は72億円で、シェアはわずか9%程度である。物販の企画開発力とアミューズメント向け大量生産のノウハウを織り交ぜながら、引き続き10%以上のシェアの確保と将来的には15%以上のシェアを目指し取り組んでいきたい。

なお、新たな取り組みとして、4月22日に大証2部上場の中川無線電機㈱と業務提携を行うことを発表した。同社はもともとは家電量販店を運営していたが、ゲームソフト、インポートブランド商品、コスメ、生活雑貨なども扱うショッピングアミューズメント「ナカヌキヤ」への業態転換を図っている。大阪心斎橋、天王寺、枚方、京都河原町、千里中央、広島、松山、神戸の8店舗に対し、当社のキャラクター商品を納入し、店舗によってはUFOキャッチャー等のプライズ機の設置も行っていく予定である。

現在、8店舗で100億円弱の売上があり、8店舗のうち2店舗が赤字であるが、洗濯機や冷蔵庫などの大型白物家電を徐々に減らし、代わりに、若い女性客層に合うキャラクター商品や携帯アクセサリー売り場をつくり、アミューズメント等の遊びのコーナーを広げているところである。白物家電の販売をやめた場合、2割程度の売上減になると見込んでいるが、当社商材は利益率が高いため、売上を減らしても利益は十分確保できるものと考えている。

キャラクター・アミューズメント性を導入することにより店舗の収益も上がり、当社にとって新たな販路の拡大になる。まずは今期、既存店の収益を高めて、早期の黒字化を図っていきたく。将来的には、新たなビジネスモデル店舗として、人口30万人都市の商店街や繁華街に対して店舗展開を行っていきたくと考えている。

当社グループは、企画・製造・販売まで一貫して取り組むことにより、キャラクター業界のSPA（製造小売）オンリーワンを目指している。また、創業から15年間、比較的順調にやってこれたのは、自社のオリジナル商品のみを扱うのではなく他社商品も扱ってきたことが大きな要因でもある。

今後も、アミューズメント施設やテーマパーク、企業の販促物、量販店や専門店での販路拡大等、既存のビジネスチャネルを広げながら、仕入れ・製造・小売りを巻き込んだ新たなビジネスモデルの形成にも取り組んでいきたい。また、「ばんざらし」に代表される自社キャラクターコンテンツについても、i-modeでのコンテンツ展開やナカヌキヤでのコーナー展開等により知名度を上げていきたい。

## ◆平成18年2月期の業績予想

このたび、主要取引先であるアミューズメント施設や量販店に2月決算の企業が多いことから、それに合わせた積極的な仕入れと商品の提案を図っていくため、当社においても決算月を3月末日から2月末日に変更する計画である。

したがって、第17期は平成17年4月1日から平成18年2月28日までの11カ月決算となり、連結の売上高は82億円（前期比11.3%減）、営業利益は6億22百万円（同12.3%減）、経常利益は6億15百万円（同12.4%減）、当期純利益は3億62百万円（同16.1%減）を予定している。

単体の売上高は65億円（前期比12.9%減）、営業利益は5億89百万円（同16.3%減）、経常利益は6億円（同16.0%減）、当期純利益は3億48百万円（同9.5%減）を予定している。なお、今期も販売力、商品力のさらなる強化を図るため、15名の新卒採用を行っている。

中川無線電機㈱との業務提携による効果が表れるのは5月以降になるため、計画値には盛り込まれていないが、第1四半期の決算発表時には数字が固まってくるのではないかとみている。財務内容については、実質無借金経営を続け、自己資本比率も50%以上をキープし安定している。今こそ優秀な人材を積極的に採用し、新商品の開発、販路拡大に努め、業務提携によるシナジー効果を最大限発揮させて、前期に落とした数字を取り戻していきたくと考えている。

## ◆ 質 疑 応 答 ◆

**玩具メーカーの合併の動きが増えてきていることについて、どのようにお考えか伺いたい。**

合併により企業規模が大きくなるほど、細かい部分は手薄になると考えており、当社のような小回りの利く企業にとっては、ニッチなビジネスチャンスが増えてくるのではないかと期待している。

（平成17年5月17日・大阪）

（平成17年5月26日・東京）