

久保敏志 (クボ サトシ)

株式会社エスケイジャパン社長



ナカヌキヤ8店舗を買収・グループ化

◆ナカヌキヤのグループ化について

本年7月1日付で旧中川無線電機(株)の8店舗(ナカヌキヤ7店舗とワンダーグー1店舗)の営業を譲り受け、エスケイジャパン100%出資子会社(株)ナカヌキヤによるナカヌキヤ店舗運営がスタートした。将来的には店舗にゲームスペースを設置、エスケイジャパングループのオリジナル商品を積極的に導入して粗利の向上を図っていく。現在、8店舗で通年約70億円の売上高規模、販管費率20%、粗利率20%の店舗運営であり、当社の商品やアミューズメントマシンの導入により、毎年1%の利益率アップを図る。3年後には出店も含め売上高約100億円、経常利益約3億円ぐらいの規模に成長させたい。また、当社グループの物販業界向け卸販売事業を行っている、サンエスの携帯関連商品などの販売による相乗効果も狙う。

千里中央店では、電機量販店と競合する効率の悪い大型白物家電を減らしながら、DVD、携帯電話関連など小型の都心型の家電を中心に展開し、空いたスペースにアミューズメントのマシンを設置、購買客にUFOキャッチャー無料券を配るなどして、ゲームコーナーに誘導するよう仕組みを考えている。しかし、他の既存店はスペース的にアミューズメントコーナーをつくるのが難しいため、今後新店を出店する段階で、こうした展開を考慮して出店準備を進めていく。

ナカヌキヤの売上が反映するのは第2四半期からであるが、この買収により、当社はメーカー・卸・小売とキャラクタービジネスをラインで手掛けることとなった。好立地店舗では品ぞろえを変えるだけで反応が出るのも速く、7月度は8店舗で5億60百万円の売上となった。7月は旧中川無線からの移管に伴う諸費用のために4百万~5百万円の赤字であるが、8月は単月黒字を達成できる見込みであり、今回のナカヌキヤ店舗の当グループ化は、今後の売上に大きく貢献すると考える。また、ナカヌキヤは元来家電量販店であったことからコンピューター導入も早く、POSデータから有効なデータが多く手に入り、今後の仕入れ交渉力の強化・オリジナル商品の企画に積極的に反映させていきたい。

したがって、(株)エスケイジャパンはアミューズメント施設向け事業・企業への販促SP事業(永谷園・不二家等)を行い、(株)サンエスはテーマパークや物販業界向け卸販売事業、(株)ケー・ディー・システムは電子玩具・電子雑貨の企画開発・販売、(株)ナカヌキヤは小売事業という事業構成となり、当グループ内のオリジナル商品をナカヌキヤで販売し、そこでの売れ行き状況を見ながら大手量販店にも流せるように展開を拡大していく。また、ナカヌキヤのスペースが取れる場合はアミューズメントコーナーを設置してそこにエスケイジャパンの商品を入れていく等、今後のグループ内での相乗効果を狙っていく。

◆2006年2月期第1四半期業績について

当第1四半期(4~6月)は売上高が19億71百万円と、前年同期比23.5%減の減収となった。前年同期比10%減という売上計画に対して大きく下回った主な要因は、5月に当社アミューズメント向け倉庫が、近隣のプラスチックメーカーから出火した火災により全焼したことである。顧客から受注していたオーダー商品の出荷ができずに大きな損失を被った。商品に対しては保険で対応できたが、注文のキャンセル分についての損失が大きく、特に海外からの輸入商品はリードタイムが3カ月ということもあり商品調達が間に合わず、約13%の影響を及ぼした。

グループ内の売上高の内訳は、エスケイジャパン単体は火災および人気商品不在の要因により前期比33.5%減の14億71百万円となったが、サンエスは同12.0%増の4億95百万円、ケー・ディー・システムは同49.8%増の88百万円と増収となった。

連結の営業利益は56百万円(前年同期比80.2%減)、経常利益76百万円(同73.4%減)、当期純利益47百万円(同72.4%減)、単体では売上高14億71百万円(同33.5%減)、営業利益29百万円(同89.1%減)、経常利益54百万円(同80.6%減)、当期純利益31百万円(同81.1%減)である。

火災の影響は3カ月ほどで収まる予定であるが、第2四半期からの売上高は前期比約10%のダウンで推移するとみている。ただし、そこにナカヌキヤの数字がプラスされるのでナカヌキヤの売上がアミューズメントの減少をどの程度カバーできるかがポイントとなるであろう。

◆業界の現況

当社の売上高経常利益率は7.6%と玩具業界において第1位を占めている。また、売上高販売管理費率は20.5%で第5位、一人当たり売上高は6,123万8千円で第7位となっている。一人当たり売上高の上位を占めるファミコン・ゲームソフト等の高額商品を扱う会社とは異なり、単価の低い商品を扱う当社がこの位置に付けていることは、当社の売上が落ちたとはいえ業界での水準以上のレベルを維持しているといえる。

また、子会社サンエスが、キャラクター携帯アクセサリ、携帯グッズなどの各専門店、キディランド、ヴィレッジヴァンガード、雑貨屋ブルドッグ等好調な取引先に支えられて少しずつ業界シェアを伸ばしつつあることも、今後の期待できる点である。

アミューズメント業界は浮き沈みが大きく、14年間伸び続けたがヒットに恵まれずここに来て壁にぶつかった。中間までは厳しい状況であるとみている。

◆通期の計画について

通期の8カ月でナカヌキヤの売上約48億円がグループに加算されると見込んでいる。したがって、エスケイジャパングループとしては、メーカー・卸で85億円、小売で48億円、合計130億円で通期は推移していくと予想している。売上高は計画達成可能であるが、利益については、第1四半期で落とした分を今後どの程度カバーできるかが大きな課題である。ただし、ナカヌキヤがこの2カ月、予想よりも堅調に推移しており、経常利益は売上の1.5%の約74百万円と踏んでいたが、最低1.5%から2.0%までのペースで推移している。8店舗全店を今期中に黒字化させて、来期以降には新規出店を考えている。40万~50万都市に出店し、その中にアミューズメントのプライズコーナーおよびキャラクターコーナーをつくっていく計画である。出店ペースは来期3店舗、再来期3店舗を考えている。来期が通期12カ月で売上高79億円、再来期は約100億円までいけるのではないかとみている。

通期の計画としては、連結で売上高130億円（前期比40.6%増）、営業利益7億円（同1.2%減）、経常利益6億89百万円（同1.9%減）、当期純利益4億2百万円（同7.0%減）、単体は売上高65億円（同12.9%減）、営業利益5億89百万円（16.3%減）、経常利益6億円（同16.0%減）、当期純利益3億48百万円（同9.5%減）と予想している。

ヒット商品不在、プライズ機のマンネリ化に加えて貿易での円安による商品値上りの影響やアミューズメント施設来場者数の低迷（特に既存店）等厳しい状況が続くとみられ、この状況を何とか打破していきたい。業界全体が苦しい中、当社はまだ財務内容に余裕があるので、キャッシュフローの範囲内でナカヌキヤを使って出店および自社製品の開発・仕入れの調達等を進めて原価アップをカバーしていく計画である。第3四半期以降にナカヌキヤのデータを通じてヒット商品の開発を進めて、来るクリスマス商戦を戦っていく所存である。

◆ 質 疑 応 答 ◆

ナカヌキヤの中で他店舗とは異質のワンダーゲーを今後どのように扱うのか。

営業譲渡の際、赤字の大きい店舗は引き受けなかったがワンダーゲーは利益が出ていた。また、中古DVDソフトの商売が好調に推移すれば、今後ナカヌキヤの新店出店において商材として入れられるということも考えた。もしも、単独赤字が出るようであれば早めに撤退するか、アミューズメント施設に転換するかの選択肢で考えている。

競争の激しい大物白物家電はすべて切ってしまう方が、採算性が良いのではないか。

家電から他の商材で売り場を埋めるためには競合店をにらみながら慎重にやっていくしかない。また、松下・シャープ・ソニーなどとの直取引というパイプは重要であり、一気に減らすことは取引上難しい。したがって、取引量を変えないように大物・白物は減らして都心型・小型の持ち帰り家電商品は増やすという計画である。高齢者の都心回帰もあり、小型であれば冷蔵庫・洗濯機などの白物も少し残した方が良いのではないかと消費動向をみているところである。

中期計画の中のナカヌキヤについて来期・再来期の利益はどのようにみているか。

今期は8カ月決算で売上48億円の1.5%、来期は12カ月で売上79億円の2%、再来期は約100億円の3%と、毎年約1%の利益率の向上を計画している。この利益率の向上の根拠としては、自社商品の導入および、扱い商品の約60%を占める非家電・雑貨商品の仕入れ先に対してエスケイグループ全体で取り組んでいるコストダウンの成果が既に出始めているためである。

(平成17年8月19日・大阪)

(平成17年8月24日・東京)