



新規事業としてオンライン事業部の立ち上げを検討

◆ナカヌキヤの事業再編により初の赤字を計上

当社グループでは、キャラクター商品の企画・開発・卸・小売を行っており、当社単体がアミューズメント施設向け販売部門、子会社のサンエスが物販業界向け卸販売部門、ケー・ディー・システムが電子玩具・電子雑貨等の企画開発・販売を手がけるメーカー部門、ナカヌキヤが小売事業となっている。

2008年2月期の連結業績は、売上高147億30百万円（前期比92.9%）、売上総利益36億14百万円（同90.8%）となり、売上総利益率は前期の25.1%から24.5%に低下した。営業利益は1億55百万円（同25.9%）、経常利益は1億48百万円（同24.3%）、当期純利益はマイナス4億89百万円となり、創業以来、初めての赤字となった。これは、ナカヌキヤの事業再編およびリストラ、撤退等が要因である。

単体の業績は、売上高73億15百万円（前期比97.6%）、売上総利益18億60百万円（同93.5%）、営業利益3億77百万円（同70.6%）、経常利益3億82百万円（同67.6%）となった。当期純損失は9億32百万円となっているがこれは、ナカヌキヤへの貸付金のうち8億円を貸倒引当金に、そのほかのナカヌキヤ支援に伴う損失予想額2億50百万円を関係会社支援損失引当金として、それぞれ特別損失に計上したこと等によるものである。

連結売上高の内訳として、アミューズメント部門は62億29百万円（前期比96.1%）となった。SP部門は10億5百万円（同112.6%）となり、徐々に成長している。物販業界向け販売部門も22億59百万円（同106.3%）と伸びており、従来はナカヌキヤへの販売が中心だったが、雑貨屋ブルドッグ、ビレッジヴァンガード、コンビニエンスストア等、他社への販路が広がっている。小売事業は52億36百万円（同82.3%）となり、撤退および家電・ブランド品等の縮小が影響した。

連結貸借対照表については、流動資産が32億24百万円、固定資産が13億56百万円、資産合計が45億90百万円となり、それぞれ前期比で減少した。棚卸資産については、ナカヌキヤの店舗の縮小、単体の在庫圧縮により前期比で4億66百万円減少している。利益剰余金はナカヌキヤへの貸付金等の引き当てで減少しており、負債・純資産合計は前期の52億24百万円から45億90百万円に減少した。

◆出版会社向けOEM等、SP部門の売上が増加

卸事業の概況として、アミューズメント向けについては、業界の大手寡占化が進み、中小のオペレーターの撤退が続いているが、メーカー系オペレーターへの販売が前期比138.4%と好調に推移した。SP部門では、出版会社向けのOEMと外食チェーンのキャンペーン用景品等の売上が増加している。物販業界向け販売部門では、チェーン店への積極的な営業を推進しており、ビレッジヴァンガード、ドン・キホーテへの販売が伸びている。

以上の結果、卸事業の売上高は94億94百万円（前期比99.9%）となり、アミューズメント業界向け販売部門の減少を、SP部門および物販業界向け販売部門がカバーした形となった。

アミューズメント部門の業界別売上高を見ると、メーカー系（ナムコ、タイトー等）が前期の3億72百万円から5億15百万円に増加している。量販店系（イオン等）は6億33百万円から6億21百万円に減少、SC系は7億88百万円から7億68百万円に減少した。路面店については、ラウンドワンが伸びているものの、既存のロードサイドのゲームセンターが閉店に追い込まれており、41億24百万円から37億72百万円に減少した。遊園地は59百万円から69百万円に増加、ディストリビューターは6億20百万円から5億61百万円に減少、SPは8億93百万円から10億5百万円に増加している。

キャラクターでは、「ローズオニールキューピー」シリーズなど、キューピーとさまざまなキャラクターのコラボレーションが人気を集めており、売上高が3億91百万円となった。また、「タカアンドトシ」シリーズなど、吉本興業のお笑い芸人のグッズがメーカー系で売上を伸ばし、3億68百万円となっている。SP部門では、「ドラえもん」のフィギュアが73百万円となった。また、コンビニ等で販売されているマガジンのバイクシリーズも好調となっており、46百万円の売上を計上した。ドラゴンボールのフィギュアも引き続き好調に

推移し、売上高が77百万円となっている。そのほか、「ゲゲゲの鬼太郎」の妖怪シリーズ、「おしりかじり虫」も人気を集めている。

◆家電商品販売から撤退し、早期退職優遇制度を実施

小売事業の概況としては、家電商品とインポート商品を縮小したが、これをカバーする部門が育たず、初めての営業赤字となった。また、新店舗の大分店も化粧品以外が低迷し、福岡店では、新規業態としてスタートした書籍・CD・DVDの販売が大幅な予算未達となった。こうした状況に対応するため、事業構造の再編成を行い、家電店舗であった千里中央店とJR天王寺店、不採算店舗であった伊川谷店をそれぞれ2月末に閉店している。また、家電・ブランド商品を縮小し、既存店の黒字化を図るため、早期退職優遇制度を実施しており、ナカヌキヤの従業員の約60%に当たる56名が2月末に退職した。以上の結果、営業損失は2億64百万円（前期は営業利益37百万円）となっている。

当期のナカヌキヤを取り巻く環境の推移としては、2007年7月に九州初となる大分店を出店し、8月にはラウンドワン博多・半道橋店内に福岡店をオープンさせた。今年1月には家電商品販売部門の撤退と早期退職優遇制度の実施を発表している。2月には千里中央店など3店舗を閉店し、3月からは6店舗（心齋橋店、神戸ハーバーランド店、広島本通り店、松山銀天街店、福岡店、大分店）で新年度がスタートした。なお、福岡店については、今期も赤字を見込んでいるが、その他の5店舗ではリストラ、在庫引当、上層部の入れ替え等、黒字化に向けて立て直しを図り、今期末の段階で赤字になるようであれば、小売事業からの全面撤退も視野に入れていく。

◆好調なSP部門で直販部隊の強化を図り、新規開拓を促進

当社では、株主還元として、年12円の配当を基本に、計画を上回る利益が見込める場合は増配、もしくは株式分割を実施することを経営の重要課題としている。当期は赤字となったが、年間12円の配当を予定している。

卸売事業の今後の施策としては、新規事業としてオンライン事業部の立ち上げを検討しており、順調に売上を伸ばしているECサイトでキャラクタービジネスを拡大していきたいと考えている。好調なSP部門では、直販部隊の強化を図り、既存業界・クライアント、東京以外（大阪・福岡・名古屋）での新規開拓を促進する。また、売上貢献率の高い商品の企画・開発力の強化を図り、安定した売上構造の構築、利益率のアップ、ECサイト向けの商品企画等、市場動向に沿った商品の開発を進めていく。

現在、カタログ通販が減少傾向となる中、インターネット・モバイル通販は二ケタ台の伸びを続けており、売上を伸ばすためにはインターネット・モバイル通販への進出が不可欠となっている。そこで、今期から新規事業としてオンライン事業部の立ち上げを検討し、ECサイトでキャラクタービジネスの拡大を図っていく。同業他社の取り組みを見ると、バンダイの子会社であるハピネットでは、オンライン売上が2001年度の2億円から2006年度には19億円まで伸びている。同社では、「たまごっち」、「マクロス」など、強い分野に特化して販売を行っており、当社においても、独自で開発した商品や価格戦略商品等を踏まえて、オンライン事業を展開していきたいと考えている。

2009年2月期の連結業績は、売上高120億円（前期比18.5%減）、営業利益3億27百万円（同9.9%増）、経常利益3億25百万円（同18.4%増）、当期純利益1億30百万円を見込んでいる。

◆ 質 疑 応 答 ◆

今期の業績予想について、営業利益の内訳を教えてください。

卸売事業で4億47百万円を見込んでおり、小売事業はナカヌキヤ福岡店の赤字により、1億20百万円の赤字となる見込みである。

福岡店以外のナカヌキヤが赤字となった場合、撤退を検討するということだが、撤退する場合、特別損失はどの程度発生するのか。

当期に8億円の貸倒引当金を計上したが、撤退が決まった場合は、これに加えて最大7億～8億円が発生する。

オンライン事業のターゲットは何か。

フィギュア等のキャラクター商品を中心に、当社の得意分野からスタートしたいと考えており、業者ではな

く個人に直接販売する。年齢層としては、若年層向けになるとみている。

オンライン事業の展開について、具体的に教えてほしい。

社内ではサイトの運営ノウハウを持っていないため、外部から人材をスカウトする。現在は情報を収集している段階であり、予算やスケジュールについては、人材をそろえた後で検討していく。

(平成20年4月14日・大阪)

(平成20年4月18日・東京)