

久保敏志 (クボ サトシ)

株式会社エスケイジャパン社長



路面店向けの売上高が大幅に減少

◆アミューズメント部門と小売事業の落ち込みが激化

当社グループは、キャラクター商品の製造、卸売り、小売りを行っており、アミューズメント施設向けの販売部門、量販店・小売店・スーパーなどに商品を納める物販業界向け販売部門、電子玩具などのメーカー部門、小売事業（ナカヌキヤ）に分かれている。

2009年2月期中間期の連結業績は、売上高45億43百万円（前年同期比61.2%）、売上総利益11億32百万円（同61.4%）となり、売上総利益率は前年同期と同水準の24.9%となった。営業利益については、前年同期が1億52百万円の黒字、当中間期は2億2百万円の損失となっている。経常損失は2億11百万円、中間純損失は2億39百万円となった。

単体の実績は、売上高25億88百万円（前年同期比67.4%）、売上総利益6億10百万円（同61.9%）となり、売上総利益率は前年同期の25.7%から23.6%に低下した。営業利益については、前年同期が2億30百万円の黒字、当中間期は86百万円の損失となり、創業以来、初めて営業損失を計上している。経常損失は84百万円、中間純損失は95百万円となった。

連結の部門別売上高を見ると、本体のアミューズメント部門が前年同期の32億69百万円から20億18百万円に減少している。小売事業のナカヌキヤについても、家電販売部門からの撤退により、天王寺店および千里中央店等を閉店したことが影響して、前年同期の26億24百万円から9億58百万円に減少した。以上の2部門をカバーするまでには至らなかったが、SP部門および物販業界向け販売部門については、前年同期実績を上回っている。

連結貸借対照表については、現金が減少し、総資産および純資産が減少した。ただし、棚卸資産については、ナカヌキヤの縮小に伴って減少している。

◆エコ商品として湯たんぽの売上が増加

卸売事業の状況であるが、アミューズメント業界向け販売部門については、セガ、ナムコ等の閉店や縮小、九州の上場企業アリサカの倒産などにより、プライズ機（UFOキャッチャーなど、景品の払い戻し機）の卸売りが厳しい状況となった。アミューズメント施設は、ガソリンの高騰、家庭用ゲーム機の好調などにより、特に郊外型店舗の客数が大幅に減少しており、既存店売上高が前年同期比で二ケタ台の落ち込みとなるケースも出ている。また、当社の商品においては、「ジャンクSPORTS浜田大明神」、「世界のナベアツ」グッズなど、お笑いタレントの商品が好調となったものの、ディズニーキャラクターやキューピーシリーズの落ち込みをカバーするまでには至らなかった。以上の要因により、売上高は前年同期比38.2%減となっている。

SP部門の売上高は、雑誌の付録や外食チェーンのキャンペーン用OEMなどにより、5億56百万円（前年同期比104.7%）となった。物販業界向け販売部門の売上高については、ナカヌキヤが縮小したものの、ヴィレッジヴァンガード、ドン・キホーテ向けが善戦し、10億9百万円（同101.1%）となっている。携帯電話関連グッズとコンビニ向けは苦戦したが、バラエティ雑貨は好調に推移した。特に、「リラックマ」等の湯たんぽについては、環境に優しいエコ商品として売上が増加している。

オペレーターの売上高推移を見ると、2003年度から2006年度までは増加傾向となっていたが、2007年度には減少に転じた。特に、オペレーターの売上高の三分の一程度を占めるプライズ機については、前年同期比9.9%減となっており、ヒット商品が出なかったことが要因であると考えている。現在、企画開発人員の強化を図っており、好調となっている湯たんぽのUFOキャッチャー向け商材を開発するなど、対策を進めている。

◆期間限定の催事店舗「day after day」をオープン

小売事業の状況であるが、家電およびブランド品から撤退し、旗艦店舗である心斎橋店には、若い女性をターゲットとした新アイテムを導入したが、売上増に貢献するまでに至らなかった。また、現在、新しいコンセプトに基づいた新規店舗を検討しており、脱ディスカウントを図って、おしゃれな雑貨店を目指す過渡期となっ

たことも、売上減の要因となっている。天王寺店、千里中央店に加え、不採算店舗であった福岡店（ラウンドワン内）を8月末で閉店した結果、店舗数は5店舗となっている。

今期は、閉店に伴う特別損失を含めて、通期で2億円程度の赤字が見込まれるが、来期は収支均衡まで回復させたいと考えており、引き続きリストラなどを行っていく。具体的な施策としては、本部をスリム化し、店舗についても、売上看見合ったローコストオペレーションを構築する。また、マーチャンダイジング改革としては、コスメ、バラエティ商材などを中心に、若い女性をターゲットとした店舗づくりを進めていく。なお、11月には本社の移転を実施する予定となっており、分散していた子会社を統合し、管理部門の統廃合を含めてコストダウンを図っていく。

9月には、イオンモール福岡ルクル、大阪のクリスタ長堀に、催事店舗として、新業態「day after day」をオープンさせた。「イキイキと活動するキャリア&OL層に向けて」をコンセプトとして、フレグランスと服飾雑貨にアイテムを絞っている。6カ月間の期間限定店舗となっており、大きな投資はせず、閉店した福岡店の什器などを利用している。現在、化粧品や雑貨販売の経験者を役員としてスカウトしており、女性が運営する女性をターゲットとした新業態を開発していきたいと考えている。

◆通期業績予想を下方修正

当社は上場以来、安定した配当を基本に株主還元を行っており、阪神タイガースが優勝した年には、記念配当を実施した。今年も、阪神タイガースのオフィシャルショップで優勝セールを準備していたが、残念な結果に終わっている。

今後の見通しとして、小売事業については、「day after day」の効果が徐々に表れてきており、赤字は解消するとみているが、来期も赤字となった場合は、小売事業から撤退することも視野に入れている。アミューズメント施設向けの卸売事業については、8～9月から既存店が持ち直してきている。当社の売上も、まだ前年実績に届いていないが、前期比15%程度の減少で推移している。来期には、キャラクターグッズの商品をECサイトで販売する部門を立ち上げ、アミューズメント施設向けの売上減少をカバーしていきたい。また、SP部門、物販業界向け販売部門についても、企画開発の強化により、さらに伸ばしていきたいと考えている。

通期業績については、予想を下方修正した。連結売上高は96億円(前期比34.8%減)、営業損失は1億9百万円、経常損失は1億16百万円、当期純損失は1億90百万円を見込んでいる。当中間期は厳しい状況となったが、来期以降は伸ばせる部分を伸ばし、赤字の部分からは撤退して、早期の黒字化を目指していく。

◆ 質 疑 応 答 ◆

過去の業績推移を見ると、2002年3月期から2004年3月期は、現在と同様な経済環境の中、増収増益となっている。当時と現在では、どのような点が異なっているのか。

当時は、「くまのプーさん」など、ディズニーキャラクターのヒットがあった。また、アミューズメント施設では出店も多く、プライズ機が売上全体の35%程度を占めるなど、不景気を感じなかった。現在は、アミューズメント施設全体の業績が10%程度の減少となっており、本来であれば、当社も同程度の減少にとどめなければならぬが、自社商品のヒットが乏しく、それ以上の減少となった。

現在の業績の落ち込みは、外的な要因よりも、企画力など内的な要因の方が大きいのか。

小売事業に力を注いだ分、企画力が落ち込むなど、本業が厳しい状況となった。今後は社内体制を立て直し、企画力を強化することで回復を図っていきたい。

小売事業のデータを卸売事業に生かすなど、相乗効果は出なかったのか。

売上高を落としてでも粗利益高を増加させるという方針を徹底させることができず、家電商品やブランド品を販売していた人材を、うまく雑貨の販売にシフトすることができなかった。現在、新経営陣を迎えてコンパクトな店舗へのシフトを進めているが、結果が出なければ撤退する予定である。

株価が低下し、時価総額が東証一部の基準に抵触しているが、対策は考えているのか。

3カ月以内に計画を出すことで9カ月間の猶予が与えられるため、現在、計画の策定を進めている。増資なども視野に入れているが、年末年始の商戦で目標に近づけ、業績を回復させることが第一だと考えている。

(平成20年10月17日・大阪)

(平成20年10月22日・東京)