

7608 エスケイジャパン

久保 敏志 (クボ サトシ)

株式会社エスケイジャパン社長

利益率の改善により通期予想を上方修正

◆2010年2月期第3四半期業績

当社グループはキャラクター商品のアミューズメント施設向けおよび物販業界向け卸販売、電子玩具・キャラクター雑貨等の企画開発・製造・販売を行い、小売店ナカヌキヤ3店舗を持っている。

2010年2月期第3四半期決算における累計売上高は68億79百万円(前年同期比103.5%)、売上総利益は19億20百万円(同116.6%)となった。売上総利益率は27.9%である。営業利益は2億48百万円、経常利益は2億81百万円、純利益は3億69百万円と、すべての利益段階で昨年のマイナスから黒字転換を果たした。営業利益率は3.6%となった。本業のアミューズメント施設向け卸売が好調であったこと、および円高の影響により、売上総利益率が3.1ポイント改善した。

単体の業績は、売上高42億46百万円(前年同期比115.1%)、売上総利益11億78百万円(同140.3%)、売上総利益率27.8%、営業利益2億1百万円(営業利益率4.8%)、経常利益2億55百万円、純利益3億7百万円となっている。純利益には特別利益として保険の解約による返戻金などが計上されている。前期は、単体・連結ともに創業来初めての損失計上となり、特に、アミューズメント卸部門では、同業他社が10%の落ち込みの中、当社は30%と大きく落とした。その反省を踏まえて、今期はたとえ売上が横ばいでも利益を出せるように経費削減、在庫削減を経営主眼として第一に注力した結果、一昨年と同水準にまで戻すことができた。アミューズメント部門売上高は前年同期比117.4%となった。企業向け販促用商品を扱うSP部門売上も、当社のノベルティが雑誌の付録として採用されたことなどにより、同105.6%となった。小売店向け卸部門は、キャラクター商品のスージー・ズーやワンピースなどの人気キャラクターにより、同112.3%と伸びた。小売業(ナカヌキヤ)部門は、売上よりも利益重視の販売縮小路線により、売上は同60.3%の8億5百万円となった。EC(ネットショッピング)部門は昨年4月からスタートしたため比較はできないが、徐々に顧客を増やし、4月オープン時80万円の売上が毎月増加、年末には550万円を売り上げた。ナカヌキヤで落ちた分をネットショッピングで挽回するべく、バーチャル店舗を将来の新しい柱として育てていく。

前期は営業利益ベースで実質10百万円/月のマイナスがあったため、その分の経費削減をすればたとえ売上が横ばいでも赤字は出ないと判断して、在庫削減、経費削減に注力した。その結果、11月末の在庫金額は、売上高が伸びているにもかかわらず、5億56百万円と前年同期比73.3%に減少した。前年同期比で見ると改善はされているが、実際は一昨年の業界の水準に戻ったということである。

◆セグメント別業績ハイライト

アミューズメント業界向け販売部門では、当社のオリジナルキャラクター、「まるねこくらぶ」の戦国物などの商品が好調に推移した。また、女子大生と企画共同開発したスイートベアシリーズは、売上増が奏功し、少しずつ知名度が上がってきている。他の有名キャラクターでは、最もヒットしたのがスージー・ズーシリーズである。他社の有名キャラクターと自社企画キャラクターがかみ合っ、良く売れてきたということが今期は大きく影響した。自社ラ

イセンス・他社の著作権を取った商品ともに、大半を中国から直接輸入して受注オーダー生産にしたことが在庫削減につながった。また、輸入商品の好調な売れ行きと為替の急激な円高進行により原価低減が実現した。加えて、売上高 17.4%増と利益率改善がなされ、今期はこれら施策が確実に効いたことと、為替の面での幸運が業績に寄与した。

SP 業界向け販売部門については、外食チェーン店のキャンペーン用商品のオーダーが継続して出ており、好調である。この外食チェーン店向けと雑誌の付録の好調により売上高は前年同期比 5.6%増の 8 億 8 百万円となった。

また小売向け卸部門では、12 月公開映画の「ワンピース」の人気により、コンビニエンスストア向けホビー商材の大型案件が決まり、また、雑貨専門店・ディスカウントストアでもワンピースコーナーを導入し、好調であった。この結果、売上高は前年同期比 12.3%増の 18 億 62 百万円となった。

また小売事業においては、ナカヌキヤが前期 2 億円近い損失があったが、心齋橋店は、マイナス幅は縮小した。広島本通り店も若干のマイナスであるが、松山銀天街店においては若干の黒字となった。売上高は 8 億 5 百万円（前年同期比 39.7%減）となったが、不採算店舗を閉鎖したことにより、営業損失は 20 百万円と、前年同期比 1 億 38 百万円の改善となった。第 4 四半期の 12 月は最大の商戦時期となるので、2 月までの販売計画を考慮すると、通期で売上高 10 億円、営業損失 24 百万～25 百万円ではないかと思込んでいる。しかし、3 店舗の引当もほぼ終わり、粗利益改善と経費削減により徐々に損失幅を縮小していけるものと考えている。

◆各経営指標の推移

売上高については、期初から第 3 四半期末までの推移として、第 1 四半期は前期比横ばい状態であったが、在庫を一掃すべく価格を落とした。かつ、主力の顧客であるラウンドワンにも、客離れで売上の落ちたクレーンゲームなどのプライズ機を「景品を客に取らせる」戦略変更を申し入れるなどの営業施策を行ったことにより、第 2 四半期からその効果が表れ、売上増となった。その後は好調に推移し、12 月もその流れを維持している。不景気の時には近場が強いこともあり、年末年始のショッピングモールでの販売が好調であった。売上高は他社の平均値の 10%ダウンにまで戻ってきている。その中で、円高と在庫削減の効果がでてきたといえる。

在庫の推移は、前期末頃に発注したオーダーの調整が反映されるのは 3 カ月かかるため、期初は在庫が大きく膨らんだ。しかし 5 月以降は前期比 100%未満で推移している。在庫が減った分借入金の返済が進み、倉庫賃貸料は縮小され、その結果、キャッシュフローの回転が改善されてきている。また、前期と売上が同等であっても赤字が出ないように 10%の経費削減を目指し、販管費を継続的に縮小していった。今後もさらなる経費削減を進め、無駄な経費はなくし、逆に付加価値である著作権取得にはお金をかけるという姿勢でいく。

◆EC サイト部門および海外の進捗状況

今後当社の柱となるべきEC(ネットショッピング)部門は、昨年 4 月にオープンし、三つのショッピングサイトを運営している。現在 4 名体制で毎月約 100 万円の売上である。当社の強みである、利益率の高い自社オリジナル商品の、ネット向けの企画・開発を強化していきたい。そのほか、今後の方向としては、取扱商品数の拡大、ヤフー、楽天以外の他モールへの出店の検討、自社 EC サイトの構築、人材・設備の増強を進めていく。

海外事業部門については、本年 9 月ごろに予定されているラウンドワンのロスアンゼルス出店に伴い、当社も北米での現地法人を設立、ラウンドワン施設内のプライズ機の景品供給窓口として展開を予定している。その展開状況・反応を見ながら現地の他のアミューズメント施設にも営業をかけていきたい。米国における日本のアニメ・キャラクターブームを背景に、著作権を取って米国での販売を行っていく。ラウンドワンのロス店舗は埼玉県三郷市のショッピングモール店舗と同じモデルで、非常に大規模なものとなるため、大規模ショッピングモールの顧客に受け入れられるような商材を展開していきたい。自社での北米進出はリスクが大きいですが、当社におけるシェアの高いう

ウンドワンとともに、その売上に貢献できれば、今後の出店も増加し、当社にとってもチャンスであると判断している。

◆配当および業績の見込み

上場以来、当社は株主還元として年 12 円(中間 6 円、期末 6 円)の配当を基本としてきたが、前期は連結で創業以来初の営業損失計上となったことから 3 円の減配とした。今期は業績予想修正発表とともに、創立 20 周年記念として記念配当 2 円を決定、年間 14 円(中間 6 円、期末 8 円)を決定した。今期も阪神タイガース商品を扱い、2006 年 2 月期の優勝記念配当のように、その成績なども勘案しつつ、今後も安定した配当を重視した株主還元を継続していきたい。

通期の業績見込みについては、利益率の改善、コスト削減、円高、ヒット商品などの要因により、当初の計画よりも業績改善が見込まれると判断したため、1 月 12 日に業績の上方修正を行った。連結業績は、売上高 92 億 80 百万円(前期比 0.2%増)、営業利益 4 億 22 百万円(前期営業損失実績 4 億 37 百万円)、経常利益 4 億 54 百万円(前期比 4 億 76 百万円)、当期純利益 3 億 60 百万円(同 7 億 89 百万円)を計画している。単体は、売上高 59 億円(同 13.0%増)、営業利益 3 億 40 百万円、経常利益 4 億円、当期純利益 2 億 90 百万円の計画である。

本体が戻り基調なのに加え、子会社のサンエス、ケーディシステムの黒字がナカヌキヤの赤字をカバーする形となっている。

今期のキャラクター商品は、引き続き人気のワンピースや癒し系、また萌え系などを加え、定番のドラえもん等とともに展開していく予定である。

(平成 22 年 1 月 15 日・大阪)

(平成 22 年 1 月 21 日・東京)