

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

本年 8 月、いよいよアメリカで SKJ USA がスタート

◆2011 年 2 月期第 1 四半期決算ハイライト

当社グループは、キャラクター商品の企画・製造、卸売、小売を行っており、当社単体がアミューズメント向け販売部門、販売促進部門およびインターネットによるグッズ販売等、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の企画・製造部門、ナカヌキヤが小売事業を担当している。

2011 年 2 月期第 1 四半期の連結業績は、卸売事業のうち物販業界向け販売部門がヒット商品に恵まれたことにより増収となったが、アミューズメント業界向け販売部門と SP 部門および小売事業が苦戦したため、売上高は 22 億 92 百万円(前年同期比 2.6%減)となった。売上高は前第 1 四半期の実績を下回ったが、オリジナル商品が好調であったことによる利益率の改善およびグループ全体でコスト削減を進めた結果、営業利益は 1 億 27 百万円(同 122.9%増)、経常利益は 1 億 29 百万円(同 95.9%増)となった。しかし、前連結会計年度に受注生産した商品の不具合から発生した追加費用等を商品不良損失として特別損失に 1 億 2 百万円計上したことにより、四半期純利益は 15 百万円(同 93.0%減)となった。

単体業績は、路面店向け販売の不振と SP の低迷により、売上高は 14 億 8 百万円(前年同期比 5.8%減)となった。売上総利益は 3 億 91 百万円(同 7.2%増)である。オリジナル商品のヒットによる利益率の改善と販管費の削減(同 4.3%減)により、営業利益は 81 百万円(同 99.4%増)、経常利益は 88 百万円(同 55.6%増)と増益を確保した。円高が続いていることも増収の要因となっている。四半期純利益は、前述のようにノベルティ商品の特損 1 億 2 百万円を計上したためにマイナス 12 百万円となった。

エスケイ単体はプラザスタイル社の「スージー・ズー」で前期は売上を相当伸ばしてきたが、今は物販向けでライセンス契約をしている「ワンピース」、「ウサビッチ」が大ヒットしている。アミューズメントでライセンス契約が取れていたらエスケイは「ワンピース」と「ウサビッチ」のおかげで「スージー・ズー」を逆転できる可能性があったが、アミューズメントでは取れず、物販の小売店向け卸売部門で取れたので、子会社がエスケイ単体の半分以上の利益を出すようになった。子会社の物販卸部門が「ワンピース」と「ウサビッチ」で非常に健闘している。

エスケイ本体は少し減収だが、在庫回転率を上げて在庫を減らしている。そのために倉庫代、その他の保管費代が削減できており、棚卸資産が 2%減少している。エスケイ単体だけでも在庫が昨年比で約 20%削減できているので、あとは新商品でヒットを出すことが大きな課題である。

◆セグメント別事業報告

アミューズメント業界向け販売部門は、ゴールデンウィーク明けからイオンファンタジー、ラウンドワン、ウェアハウス等の月次が出ているが、晴れの日が続いたために苦戦していたのが、6 月中旬ごろから週末に雨が降って来場者数が増加したことにより、既存店がプラスとなり、徐々に回復の兆しが見えている。

メダルゲーム、テレビ通信ゲームは仕入れが高いので苦戦しているが、プライズは景品の中身さえヒットすれば、機械の償却は終わっているため、プライズの台数を少しずつ増やしているというのは私どもにとっても追い風とな

っている。

当社のオリジナルキャラクターである「まるねこくらぶ」が安定的に売れている。「でぶねこ」、「SweetBear」を含めたオリジナル商品は「スージー・ズー」まではいかないが、じわじわとファンが増えており、ネット販売も少しずつお客様が付いてきている。しかし路面店への販売が振るわず、売上高は 10 億 41 百万円(前期比 7.1%減)となった。

ノベルティ部門は、雑誌の付録のほか外食チェーンのキャンペーン用商品として注文をいただいた。製薬会社からも販売促進用商品の注文をいただいている。前四半期に比べると全体的に 1 案件当たりの受注金額が減少し、売上高は 3 億 15 百万円(同 12.6%減)となった。

EC 部門は、楽天市場、Yahoo!ショッピング内でやっているが、3 カ月で 800 万円(前年同期比 493.7%増)となっている。単価の安い商品を買ったのでは売上が上がらないので、5,000 円クラスで音楽が鳴ったり、スピーカー機能を持ったり動いたりというものを開発して売上を伸ばしていきたいと思っている。

物販業界向け販売部門では人気キャラクターのストラップやデコレーションメタルシートなどが好調であった携帯電話関連グッズが 1 億 38 百万円(前年同期比 119.6%増)と大きく伸長した。中でも人気商品は「ウサビッチ」で、ヴィレッジバンガードやいろいろなところでヒットを飛ばしている。

「ワンピース」は男子だけでなく女子にも人気があり、まだまだ人気は続くと思われる。当社がライセンスを取れたらよかったのだが、物販向けにしか取れなかったのは残念である。

以上により、卸売事業の売上高は 20 億 41 百万円(前年同期比 0.3%増)となった。

小売事業では、ナカヌキヤの心齋橋店、広島本通り店および松山銀天街店の既存店に加え、コスメ・フレグランスと雑貨の新業態 2 店舗を実験的に運営しているが、それぞれの店舗モデルにおいて地域性や立地特性をベースに変化する顧客に対応するため、きめ細かい対策を打ちながら新たなモデルを確立することができた。

これまでは固定家賃を払って契約していたが、固定費が非常に高いので、今は催事でもらせていただいて、実績ができれば契約を延長するという形で、初期投資を抑えている。

売上高は消費環境を反映して苦戦したが、経費節減の徹底と利益率の改善、在庫圧縮を図り、ナカヌキヤは第 1 四半期としては 4 年ぶりに営業利益の黒字化を達成した。

以上の結果、小売事業は売上高 2 億 51 百万円(前年同期比 21.3%減)、営業利益 5 百万円(前第 1 四半期は 1 百万円の営業損失)となった。

◆新規部門の進捗状況

EC 部門については、プライズは底を打ってきたと思うが、まだまだ厳しい状況なので、ネット販売をもっと強化していく。売上高は前第 1 四半期の 148 万円から当四半期は 884 万円 で 494%の増収となった。アクセス数は増えているので、何をお客様にピンポイントでご案内して売上に結びつけるかということが大きな課題である。

当期の戦略は、①自社オリジナルキャラクター(まるねこ・でぶねこ・SweetBear)商品の企画・開発・販売の強化、②他社ライセンス商品の企画・開発、③他社とのタイアップキャンペーン相互乗り入れの強化を考えている。そのためにはネット販売向けの専任を入れて、プライズ、ノベルティ、小売店卸、小売店という中でネット販売が一つの柱になって全体的な底上げができればと考えている。

アメリカだが、ラウンドワンが出店するヒルズモールはロサンゼルス空港から 30 分ほどのところで、中国・韓国・台湾などアジア系住民が多い。8 月のオープンを控え、本格稼働の準備中であるが、SKJ USA はその中に事務所を設け、自社オリジナルキャラクターおよび他の日本の有名キャラクター商品を販売する。アメリカの新たなキャラクター発掘と最新トレンド情報の日本への提供、そして現地業者への OEM 展開も計画している。

20 年前に私がサラリーマンからプライズの商売を始めた時と現在のアメリカは非常によく似ている。1 台、2 台のプライズ機しか置いてなくて、もらっても捨てるような景品しか入っていないので可能性を感じている。

ラウンドワンのヒルズモール店はららぽーと三郷店がモデル店舗で、約 50 台のクレーンゲームが入る予定であり、そのうちの 8 割を当社が納めさせていただく。アメリカ・中国・韓国の人たちに受けるような商品を手当てしては行けないが、まずは日本の人気キャラクターを品ぞろえしており、もし人気が出なければ、ワーナー、トムとジェリー、ディズニーなどアメリカのグッズに変えていく。

もともとアメリカの携帯電話はストラップの穴がないのでストラップは売れないと思う。点数をためて景品と交換するというのは、日本は 800 円までという制限があるが、アメリカは規制がないので、いいものを出せば売れるのではないかと。そこに集まってくるお客様に営業をかけて、広がりを見せていきたいと考えている。

◆配当および業績見込み

1999 年の上場以来、当社は安定配当を続けてきた。今期は創立 20 周年記念配当 2 円を加えて 14 円配当となるが、今後は通常の間 6 円・期末 6 円で 12 円配当を予定している。今は株価が 270 円ぐらいなので利回りは 4.5%ほどである。当社は阪神タイガースのオフィシャルショップをやっており、タイガースが優勝すれば当初計画を上回る好業績が達成できるので、優勝記念配当も考えたいと思っている。

2011 年 2 月期通期の業績見通しについては、一昨年は 4 億 70 百万円の赤字、前期は 5 億円の黒字であったが、今年は減収を予想している。子会社が「ワンピース」、「ウサビッチ」で健闘しており、ナカヌキヤもこのままいけば赤字に転落せず、初めてグループ 4 社がすべて黒字となるため、予想どおり連結売上高 89 億円、経常利益 1 億 88 百万円、当期純利益 1 億 60 百万円としている。

前期はエスケイジャパンの「スージー・ズー」によって 4 億円ほど稼いだが、プライズでは「スージー・ズー」に代わるようなヒットは見当たらない。

◆オリジナル商品について

先月開催された「ファッショングッズトレードショー」に子会社のケーディーシステムが出展したが、「ウサビッチダンススピーカー」が大賞を受賞した。iPod 等とつなげると「ウサビッチ」が鳴って音楽に合わせて踊り出すという商材である。一流企業が何十社も出展している中で大賞に選ばれたのでびっくりしているが、子会社の頑張りによるものである。子会社の売上は本体の半分だが、伸び率は大きく伸長している。

「まるねこくらぶ」は雑誌の表紙になったり、大きな売上ではないが、じわじわと増加している。「まるねこ」、「SweetBear」、「でぶねこ」を今後もじわじわと広げていって、文具やアパレルメーカー等にもライセンスを卸していきたいと思っている。

◆質 疑 応 答◆

前期に 5 億 27 百万円を稼いだのは、「スージー・ズー」が大ヒットしたからという理解でよいのか。

「スージー・ズー」がヒットしたことによって海外に大量の発注をした分が円高の恩恵を受けたこと、および大幅なコスト削減が大きなウエートを占めている。

今年も第 1 四半期は「スージー・ズー」がそれなりに売れているので利益が出たが、その反動で、通期では大幅な減収を見込んでいるということか。

「スージー・ズー」に代わるものが手当てできていないので、低めに計画を立てている。

第 1 四半期の営業利益 1 億 27 百万円の実績は当初の見込みより多いのか。

市場が厳しい中で本体は苦戦しているが、子会社が「ワンピース」と「ウサビッチ」で健闘したこと、およびナカヌキヤが黒字転換したことが大きい。

中国の製造委託先で不良品が出たということだが、特損は御社のみが発生したのか。

委託先にも負担してもらうように交渉している。中国の旧正月が重なり、指定納期どおりに納品するのは無理だ
というのをクライアントの強い要望で頼んだところ、委託先から専門外の工場に外注した結果、不良品が発生した
ということである。

(平成 22 年 7 月 16 日・東京)

(平成 22 年 7 月 22 日・大阪)