

## 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

### 子会社の健闘で物販事業の利益が拡大

#### ◆2011年2月期第3四半期累計業績(連結)

当グループの構成は、親会社である当社がアミューズメント業界向け販売、SP(セールスプロモーション)、ECサイト(インターネットショッピング)を事業部門とし、子会社では、(株)サンエスが物販業界向け卸売事業、(株)ケー・ディー・システムがグループのキャラクターグッズの企画開発・販売、(株)ナカヌキヤが小売事業、SKJ USA INC.がアメリカでのキャラクター商品販売と商品発掘、日本への情報提供をそれぞれ担っている。

第3四半期累計期間の連結売上高は71億76百万円(前年同期比4.3%増)となった。内訳は、卸売事業売上が64億45百万円(同6.1%増)、小売事業売上が7億31百万円(同9.2%減)である。営業利益は2億87百万円(同15.8%増)で、内訳は、卸売事業が2億94百万円(同10.4%増)、一方、小売事業は前年度20百万円の営業損失から8百万円の営業損失とマイナス幅を縮小した。その結果、経常利益は2億87百万円(同2.0%増)と増益となったが、四半期純利益は、1億2百万円の特別損失を計上したことにより1億18百万円(同68.0%減)と、減益となった。

卸売事業売上においては、SK本体のアミューズメント向け売上は昨年のヒット商品スージー・ズーの反動により、前年同期比10.2%減となったが、SP部門は、現在ヒットしている雑誌の付録販売が好調で同32.5%増と伸びた。当社の事業部門の中で唯一BtoCの業態であるEC部門は、売上高の規模は小さいながら194.7%増と大きく伸長した。年末12月の売上高も15百万円と、単月で前年の第3四半期を超える金額を稼ぎ出しており、今後は利益率をいかに改善していくかが課題である。

物販の小売店向け卸売上は23.2%増と伸び、初めて、第3四半期までに本体のアミューズメント卸部門よりも物販向け(ヴィレッジバンガード、ドンキホーテ等)卸部門の経常利益が大きくなった。商品は特にワンピースやウサビッチが人気であった。

小売事業においては、従来のディスカウント業態の大型店を閉めて、化粧品雑貨などを扱う小型専門ショップ「SALADA BOWL」を新しく展開し始め、小売事業売上は7億31百万円(同9.2%減)となったものの、コンパクトながら、少しずつ収益体制が整いつつある。

営業利益の増減については、卸売事業は10.4%増となり、販管費の17百万円増にもかかわらず、増収により増益を確保した。営業利益率は0.2ポイントアップしている。小売事業は前年同期比12百万円の改善となった。卸売事業では、ヴィレッジバンガードやドンキホーテ、ナカヌキヤ向け売上の拡大が営業利益拡大に貢献したものの、小売事業では、店舗撤退にかかわる損失や商品の見切り販売等により、営業損失の縮小にとどまることとなった。

## ◆当四半期業績の総括

卸売事業部門で、小売店向けが好調でアミューズメント向けが低調であった最大の要因は、大人気のワンピースのライセンスを、物販向けでは確保できたが、アミューズメント向けで取れなかったことである。アミューズメント向けでライセンスを取ったバンプレスは空前の大ヒットをとっている。ゲームセンターのクレーンゲーム用景品の40%はワンピースが占めている。また、やはり人気のウサビッチのライセンスも同様に物販向けでは取れたがアミューズメント向けで取れなかった。一昨年は、スージー・ズーの大ヒットにより、大幅な赤字から黒字に回復したアミューズメントであるが、それに代わるキャラクターであるワンピース、ウサビッチの権利を取得できなかったことが、アミューズメントの利益が物販の利益を下回った要因である。

小売事業については、新業態の小型店 SALADA BOWL は、利益の額は少ないが、仮に失敗し撤退となった場合も大きな損失は出ず、商品も他に回せる業態である。しかも、投資額も少なく、ナカヌキヤ自前のキャッシュフローで回すことができているので、当面は店舗の動向を見守っていく計画である。

当四半期業績における進捗率は、売上高では 78.9%、営業利益 100.5%、経常利益 103.4%、四半期純利益 98.4%である。営業利益・経常利益はほぼ計画どおりの進捗であるが、四半期純利益は、特別損失計上により減少している。

全体としては、子会社のワンピースによる好調が親会社のアミューズメント向け卸が振るわなかった分をカバーして、持ち直してくれている状態である。

エスケイジャパン単独の当四半期業績は、売上高 43 億 33 百万円(進捗率 78.8%)、営業利益 1 億 10 百万円(同 88.0%)、経常利益 1 億 23 百万円(同 88.5%)、四半期純利益 24 百万円(同 52.6%)である。

株主還元としては年 12 円(中間 6 円、期末 6 円)の配当を基本として安定配当を継続することとする。

## ◆通期予想および今後の取り組み

連結の通期予想については、売上高 91 億円(前期比 5.1%減)、営業利益 2 億 86 百万円(同 42.0%減)、経常利益 2 億 78 百万円(同 47.3%減)、当期純利益 1 億 20 百万円(同 60.3%減)としている。単体は、売上高 55 億円(同 8.6%減)、営業利益 1 億 25 百万円(同 71.3%減)、経常利益 1 億 40 百万円(同 71.8%減)、当期純利益 46 百万円(同 85.2%減)と予想している。足下の状況でもワンピースのヒットが続いていることから、単体のアミューズメント売上は厳しい結果になると見込んでいる。アミューズメント業界自体は、既存店が昨対を超えて、ラウンドワンなども10月以降は伸ばしているため、市場環境としては改善している。したがって、当社の品揃えが受けていないことが最大の要因であり、ワンピースの人気の落ち始めてから、それに代わるヒット商品を打ち出せるよう、企画を進めている。オリジナル商品では、ケー・ディー・システムの「キャラ温計(キャラクターの体温計)」で金賞を受賞し、ドラッグストア向けの注文が入るなど、バラエティショップ以外の販路を拡大している。

アメリカについては、昨年8月からカリフォルニアのラウンドワンに卸し始めているが、4カ月で10百万円超の売上となっている。ラウンドワンの店売りは好調であり、アメリカで販売可能なキャラクターとして、人気のキティちゃんのライセンスをサンリオ USA と交渉中である他、人気キャラクターを獲得すべく、動いている。

## ◆質 疑 応 答◆

**SALADA BOWL の今後の展開はどのように計画しているか。**

現在 JR 広島駅内の出店が好調なので、実績を高めて JR との関係性を強めて、JR の駅ビルの強いところに出店したいと考えている。また、客層が若い女性中心なので、安売り合戦の激しいロードサイドよりも駅ビルやファッションビルの方が、相性が良い。

#### **第4四半期は業績が下がる見通しとなっているが、上振れ余地はないのか。**

子会社はワンピースなどの貢献で足下も堅調だが、本体のアミューズメントが12月も計画未達であり、ワンピース人気落ちないことには他の商品が入り込む余地がない現状である。決算を控えて、1~2月は在庫を圧縮しながら次のキャラクターを探している。計画の上振れは難しい。

#### **2012年2月期の展望についてはどうか。**

来期は、ワンピース人気も少し落ち着くであろうから、子会社は今期ほど伸ばせないが、逆に本体のアミューズメント向け新キャラクターの導入ができるのではないかとみて、ほぼ横ばいの売上・経常利益を予想している。最終利益は、今年はドラえもんの不具合の発生による特損があったので、来期の方が利益を出せると考える。小売事業の方は、12月も比較的好調であったので、来期は若干の黒字を見込んでいる。小規模ながら、出店オファーが多く来ており、6カ月くらいの仮契約で出店を試していく。

**SP部門の新たな販路として製薬会社向け商品が増えてきたということだが、具体的にどんな受注があったのか。**

SP部門の受注は、主に今人気の、付録付き雑誌のほか、今回は不具合が発生したが外食チェーン向けノベルティグッズも、速やかに対処したということで、次の注文を受けた。これらの安いノベルティに比べて、製薬会社については、単価の高い景品を使うので、積極的に対応し、既存の商品の中から提案をしている。

#### **アメリカでの、ラウンドワン以外への営業活動については、どのような状況か。**

ワンピース、ポケモンなどメイドインジャパンのキャラクターをほしがっているが、当社の自社キャラはアメリカでは全く知名度がなく、受けない。現在、アメリカの出版社に人気漫画のキャラクターのライセンス取得を打診中で、販売そのものよりも、販売権利の取得に注力している現状である。しかし、ラウンドワンの店売りが非常に好調のため、ヒット商品さえ確保できればブレイクするのではないかと期待している。ラウンドワンで受けている商品のライセンス契約を取って、ラウンドワンと競合のない所での販売というプランを考えている。

#### **ネット販売の状況はどうなっているか。**

ネット販売の平均単価が1,200円で、売上は月に5百万~6百万円、顧客数は約5,000人とみているが、アクセス数が非常に増加している。昨年の4~11月で11百万円しか売上がなかったものが12月単月で15百万円の売上となった。特に何の宣伝もしなかったが、恐らくクリスマスという要因であろう。ネット販売では単価5,000円くらいが望ましく、当社のような安価な小物中心では難しい。ネット販売の損益分岐点は月額10百万円で粗利38~40%であり、まずそのレベルに乗せることが課題である。顧客を掴んだら、将来的には自社サイトで展開できるようにしたい。

(平成23年1月17日・大阪)

(平成23年1月20日・東京)