

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

キャラクター著作権ビジネスへの参入も企図

◆当社グループについて

当社はアミューズメント施設の景品や企業の販促物に用いるキャラクター製品の製造、販売を行っている。連結子会社(株)サンエスはヴィレッジヴァンガード、ドンキホーテ、キディランド、ロフトをはじめとする物販業界向けにキーホルダー、携帯電話関連グッズなどのキャラクターグッズの卸販売を行う。また(株)ケー・ディー・システムは玩具・雑貨の企画開発・販売を行う専門メーカーである。(株)エスケイジャパンと(株)サンエスは他社の製品も扱い、問屋機能とメーカー機能の両方を有するが、(株)ケー・ディー・システムは自社のオリジナル製品のみを企画、製造している。(株)ナカヌキヤはコスメティック、生活雑貨、キャラクターグッズの小売事業を行っている。現在心齋橋店、広島本通り店、松山銀天街店、つかしん店、広島ASSE店、河原町店の6店舗で営業展開している。最後にSKJ USA, INC.は北米におけるプライズ商品の企画、製造、販売を行う。また同社は米国で発掘したキャラクターを日本に案内する役割も担っている。現在ラウンドワンのプエンテヒルズモール店(カリフォルニア州)に会社を置き、同店へ商品を供給している。

◆2011年2月期連結業績概要

当期連結業績は、売上高 94 億 58 百万円(前期比 1.3%減)、営業利益 2 億 86 百万円(同 41.8%減)、経常利益 2 億 87 百万円(同 45.6%減)、当期純利益 1 億 39 百万円(同 53.9%減)の減収減益となった。

売上高の事業別内訳は、卸売事業は 84 億 61 百万円(同 0.5%減)とほぼ横ばいであったのに対し、小売事業は 9 億 96 百万円(同 8.0%減)に減少した。小売事業の売上高減少は、心齋橋店の売場を 3フロアから 1フロアに縮小したことが大きな要因である。また営業利益は、卸売事業が 3 億 8 百万円(同 42.1%減)、小売事業は 22 百万円の損失を計上したが、赤字幅は前期に比べて約半分に縮小することができた。

卸売事業では、アミューズメント業界向け販売部門において路面店向けの販売が大きく落ち込んだほか、商品面では前期大ヒットした「スージー・ズー」の反動、および今年ヒットした「ワンピース」関連商品の供給が十分にできなかったことなどの要因により、売上高は前期比 16.0%減となった。一方、セールスプロモーション部門は、雑誌の付録や外食チェーン店のキャンペーン商品の OEM が決まったことに加え、新たな販路である製薬会社からのノベルティ商品の注文も増加し、売上高は前期比 27.7%増と大きく伸ばすことができた。また EC 部門においても、自社オリジナルキャラクター「でぶねこ」の EC 専用商品の開発と投入による他社との差別化、他社サイトとのユーザー乗り入れ企画などの販促活動が奏効し、さらに人気キャラクターのフィギュアや生活雑貨も好調に推移した結果、売上高全体は少額ながらも同 172.1%増となった。最後に物販業界向け販売部門では、携帯電話関連グッズが同 61.4%増と大幅に増加した。またホビー系のオリジナル商品が好調なバラエティ雑貨も同 9.9%増となり、部門全体の売上高は同 15.7%増加した。

次に小売事業では、広島本通り店および松山銀天街店はともに利益を確保した。しかし今年 1 月にコスメティック・フレグランスに特化し、品揃え・店舗規模とも従来の「ナカヌキヤ」と異なる店舗として移転オープンした心齋橋

店の初期投資経費、駅ビルや郊外型ショッピングモールなどへ4店舗出店した新業態「SALAD BOWL」の出店費用が負担となり、赤字を余儀なくされた。

主な営業利益の増減要因として、まず卸売事業では、(株)エスケイジャパンがアミューズメント施設向け商品における「ワンピース」のライセンスを取得できなかったことにより69.6%の大幅減益となったことが挙げられる。現在アミューズメント施設の景品の40~50%を「ワンピース」商品が占めている。「ワンピース」のライセンスは小売店の卸向けのみ取得して販売したが、アミューズメント部門全体の売上をカバーするには至らなかった。この結果卸売事業の営業利益率は前期比2.6ポイント減少した。次に小売事業では、心齋橋店の赤字が大きく影響し22百万円の営業損失を出したが、販管費の10百万円削減などにより前期比19百万円改善した。今後もグループを挙げて経費節減に努め、コンパクトな「SALAD BOWL」の出店を中心に進めて、黒字転換を図りたいと考えている。

◆配当方針

当社は1999年の上場以来、安定配当を経営の最重要課題に掲げ、中間6円、期末6円、年間12円の配当を基本としている。また計画を上回る利益が見込まれる場合は、増配もしくは株式分割を実施することを旨としている。このほか阪神タイガースグッズを企画販売し、阪神タイガースオフィシャルショップをナカヌキヤ広島本通り店で展開している関係で、過去には阪神タイガース優勝に伴う好業績に対し記念配当も実施してきた。創業来初めて赤字に転落した2009年2月期には3円減配を実施したが、それ以外の期はこの基本方針を守ってきた。当社の業績はキャラクターのヒット如何による浮き沈みが多少あるものの、その財務状況は実質無借金で健全である。今後も安定配当をベースとしながら、ヒット商品が出た場合には増配できるように経営基盤の強化に努めていく。

◆来期の業績予想と事業戦略

2012年2月期の連結業績は、売上高95億円(前期比0.4%増)、営業利益2億88百万円(同0.4%増)、経常利益2億90百万円(同1.0%増)、当期純利益2億45百万円(同76.0%増)を予想している。

経済環境の低迷は当面継続すると見込まれる。今後も更なる厳しさが懸念され個人消費は引き続き低迷し、当業界においても依然として厳しい経営環境が続くと予想される。東日本大震災が次期の業績に与える影響は、東日本向けの卸売上が占める割合の約5~6%とみている。このような状況の中、西日本では「安・近・短」のレジャーが主流となり、その影響から取引先であるラウンドワンやヴィレッジヴァンガードの3月月次売上は前年実績を上回っており、東日本で受けた痛手を西日本エリアでカバーできると考えている。ただし関東地区の夏場の計画停電、店舗の時短営業など、現時点では不確定要素も多い。ゴールデンウィークおよび夏休み後、ある程度の先行きが読めた時点で、必要に応じて修正を行うことも考えている。

単体業績は、売上高57億円(前期比2.3%増)、営業利益1億35百万円(同2.2%増)、経常利益1億55百万円(同8.7%増)、当期純利益1億53百万円(同177.2%増)を計画している。連結決算とほぼ同じ傾向であるが、当期純利益は、2年前に引き当てた大阪の本社ビルの売却が当期実行され、それに関連する税金などの戻りにより、次期は大幅に増加する見込みである。

今後の商品戦略の一環として、米国のキャラクターで春からテレビ放映も再開した「スポンジボブ」の著作権を取得している。このキャラクターは4~5年前に高校生の間で流行し、現在もヴィレッジヴァンガードの専門店などで売上が比較的良好いため、今後アイテム数を増やしていく。またスウェーデンのキャラクター「スマーフ」も、女子高校生の間で人気が出始めており、今後の知名度上昇に期待している。一方一昨年に当社業績回復の一翼を担った「スージー・ズー」は昨年からの人気も落ち着き始めている。しかしテレビ放映が始まったことから、再び注目度が増すと予想し、アイテムを増やしている。イラストレーター森チャックによる熊のキャラクター「グルーミー」の人気も根強く、この著作権も取得済みである。キディランド梅田店などの大型店舗では同キャラクターのプロモーションイベントが行われ、盛況であった。この「グルーミー」と「ピンクパンサー」とをコラボした「ピンクパンサー×

チャッ X」のマスターライセンスになったことによって、その著作権を用いてぬいぐるみ、携帯アクセサリ、フィギュア、マスコットなどアイテム数を増やしていきたい。アイテム数を増やして売上を伸ばす一方で、今後は著作権を靴下、手袋、ハンカチ、文具などを扱う企業にライセンスアウトしていくライセンスビジネスも本格的に展開する計画である。

その他のトピックスとして 2 月の展示会では「キャラ温計」(キャラクターの体温計)を発売し、金賞を受賞した。「キャラ温計」に関しては、「リラックマ」、「ハローキティ」、「スヌーピー」、「ポケモン」、「ワンピース」の著作権を取得済みであり、「アンパンマン」の著作権は申請中である。現在ドラッグストアを中心に物販業界から数多く受注している。アミューズメント施設向けで苦戦している分を、物販卸向けや SP 部門・EC 部門で少しずつ補い、次期の計画を達成していきたい。

最後に海外事業では、当社が米国でオフィスを構えるラウンドワンのプエンテヒルズモール店が、クレーンゲームの人気に支えられ、売上が大きく伸びている。現在ラウンドワンは、サンタモニカおよびその周辺に 2 号店、3 号店を出店する計画がある。米国のラウンドワンへの売上高の当期実績は、4 カ月で約 15 百万円であった。次期は約 30 百万～40 百万円を見込んでいる。またラウンドワンの新規店舗以外にも他の上場企業のアミューズメント施設の営業開拓も進行中である。現在米国で最も人気のあるキャラクターは「ハローキティ」であるが、その著作権を当社は取得していない。米国向けにすでに著作権を有する「NARUTO」、「ワンピース」、「ピンクパンサー」、「モンスターハンター」のほか、「モンスターハンター」よりも人気があると言われる「ストリートファイター」の著作権は現在申請中である。これらの著作権を活用し、ラウンドワンの既存店および新店に商品を納入する予定である。さらに現在進めている他社との商談でも大きな手応えを感じている。ラウンドワン以外からの受注が可能になれば、米国における売上高は 70 百万円程度が見込まれる。米国における日本のアニメキャラクター人気の波に乗り、今後は米国市場での売上拡大を積極的に図りたい。

(平成 23 年 4 月 18 日・大阪)

(平成 23 年 4 月 21 日・東京)