

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

壽屋

7809 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年4月20日(水)

執筆：客員アナリスト

水田雅展

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. ブランド力、企画開発力、製販一体型の展開が強み	01
2. 自社オリジナル IP 製品を強化	01
3. 2022年6月期第2四半期の業績は大幅増収増益	01
4. 2022年6月期通期も大幅増収増益予想、さらに上振れの可能性	02
5. 新たな「遊び」の創造で中長期成長ポテンシャル大きい	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. ホビー関連品における製品展開	05
2. 地域別及び販路別売上高の推移	06
3. 事業背景	07
4. 自社 IP における代表的製品	08
5. リスク要因・収益特性・対策	09
■ 業績動向	10
1. 2022年6月期第2四半期の業績概要（非連結）	10
2. 財務状況	11
■ 今後の見通し	13
■ 成長戦略	14
1. 重点戦略	14
2. VR・AR等技術と連携させた新商品・新サービス	15
3. デジタル事業への展開推進	15
■ 株主還元策	16
■ ESG 経営・SDGs への取り組み	17

■ 要約

人気コンテンツのキャラクターフィギュア・プラモデルなどの企画・製造・販売を展開。 2022年6月期第2四半期の業績は大幅な増収増益

壽屋<7809>は、映画・アニメ・コミック・ゲーム等の人気キャラクターに関わるフィギュア、プラモデル、雑貨などホビー関連品の企画開発・製造・販売を展開している。さらに、アバター（avatar = 仮想空間において自分の分身となるキャラクター）やデジタルフィギュアなど、VR (Virtual Reality = 仮想現実)・AR (Augmented Reality = 拡張現実) 等を活用して、新たな「遊び」を創造するデジタル事業への展開も推進している。

1. ブランド力、企画開発力、製販一体型の展開が強み

人気キャラクターに関わる著作権（コンテンツの使用許諾・販売権利）を取得し、製品の企画立案・開発、自社内の造形技術者による原型製作及び製品形態のデザイン業務を本社で行った後に、国内外の卸売業者から事前に購入意向を確認し、採算性の判断を行ったうえで生産に移行する。製造は外部に委託するファブレスメーカーである。1953年の設立以来、約70年の歴史で培われたブランド力や製品企画開発力、さらに顧客の要望に対して柔軟に対応できる製販一体型の事業展開などを強みとしている。地域別売上比は国内が約7割、海外が約3割で推移しているが、重点分野と位置付けている海外の売上比が上昇傾向である。販路別売上比はおおむね卸売が約7割、小売（ネット通販含む）が約3割で推移している。

2. 自社オリジナル IP 製品を強化

同社は主に他社 IP (Intellectual Property = キャラクターなどの知的財産権) の著作権使用許諾を受けて企画・製造しているが、相対的に利益率の高い自社オリジナル IP 製品の強化にも注力している。自社 IP の代表的な製品としては、2015年5月に「フレームアームズ」のスピンアウトシリーズとして発売した「フレームアームズ・ガール」シリーズ、2016年12月に発売したプラモデル「メガミデバイス」シリーズなどがある。さらに自社オリジナル IP の海外利用権や商品化権など、国内外のパートナー企業に商品化許諾を行うことで二次利用も促進している。

3. 2022年6月期第2四半期の業績は大幅増収増益

2022年6月期第2四半期の業績（非連結）は、売上高が前年同期比71.3%増の7,199百万円、営業利益が237.2%増の1,333百万円、経常利益が230.2%増の1,310百万円、四半期純利益が236.5%増の913百万円となった。2022年6月期期首より収益認識会計基準を適用しているが、影響は軽微である。地域別では国内、海外とも大幅増収、販路別では卸売、小売とも大幅増収となった。フィギュアでは人気コンテンツであるアニメ「鬼滅の刃」関連アイテムやアニメ「呪術廻戦」関連アイテム、プラモデルでは自社オリジナル IP 「メガミデバイス」関連アイテムが好調となった。1アイテム当たりの生産・販売数量が大幅伸長したことも利益率向上につながった。

要約

4. 2022年6月期通期も大幅増収増益予想、さらに上振れの可能性

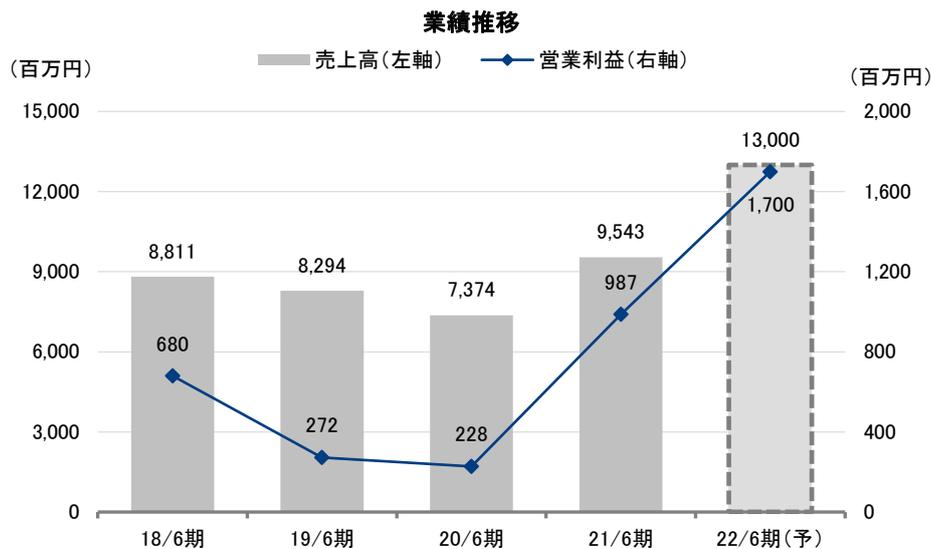
2022年6月期通期の業績（非連結）予想は、修正予想（2021年11月12日付で上方修正）を据え置いて、売上高が2021年6月期比36.2%増の13,000百万円、営業利益が72.2%増の1,700百万円、経常利益が68.8%増の1,670百万円、当期純利益が70.5%増の1,159百万円となっている。主力製品が総じて好調に推移して大幅な増収増益予想を見込んでいる。北米における物流混乱の影響、海外における新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）による影響などを考慮して通期予想を据え置いているが、第2四半期の進捗率は売上高が55.4%、営業利益が78.4%、経常利益が78.4%、当期純利益が78.9%と高水準であり、弊社では同社予想は2回目の上振れ修正が発表される可能性が高いと見ている。

5. 新たな「遊び」の創造で中長期成長ポテンシャルは大きい

同社は他社IP製品の拡大や自社オリジナルIP製品の強化を推進している。さらに、従来のフィギュア、プラモデル、雑貨等の製品も大切にしながら、より大きなフィールドとしてエンターテインメント分野全般を扱う企業へのシフトを目指すとしている。アバターやデジタルフィギュアなどVR・AR等を活用して新たな「遊び」を創造するデジタル事業への展開も推進している。弊社では、デジタル技術も活用した積極的な事業展開により、中長期成長ポテンシャルは大きいと考えている。

Key Points

- ・人気キャラクターのフィギュアやプラモデルのファブレスメーカー
- ・2022年6月期業績は大幅増収増益予想、さらに上振れの可能性
- ・デジタル技術も活用した新たな「遊び」の創造で中長期成長ポテンシャルは大きい



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

フィギュアやプラモデルなどのホビー関連品のファブレスメーカー

1. 会社概要

同社は、映画・アニメ・コミック・ゲーム等の人気キャラクターに関わるフィギュア、プラモデル、雑貨などホビー関連品の企画開発・製造・販売を展開している。製造は外部に委託するファブレスメーカーである。

事業拠点(2022年6月期第2四半期末時点)は、本社(東京都立川市)、KOTOBUKIYA US BRANCH OFFICE(米国)、小売部門のコトブキヤ立川本店(東京都立川市)、コトブキヤ秋葉原館(東京都千代田区)、コトブキヤ日本橋(大阪市浪速区)である。なお小売部門は、製品の小売販売を行うとともに、製品・イベント情報発信やイベントスペースとして位置付けている。

2022年6月期第2四半期末の総資産は9,986百万円、純資産は4,066百万円、資本金は450百万円、自己資本比率は40.7%、発行済株式数(自己株式69,467株含む)は2,784,600株である。なお従業員数は2021年9月時点で217名となっている。

2. 沿革

1953年1月に、東京都立川市において玩具店として創業し、(有)壽屋を創立した。1996年11月には(株)壽屋に組織変更し、2017年9月に東京証券取引所(以下、東証)JASDAQ(スタンダード)市場に株式上場した。2022年4月に東証の新市場区分への移行に当たって、同社はスタンダード市場へ上場した。そして2023年1月に創業70周年を迎える。

事業展開の面では、1984年4月にミニチュアの組立模型(フィギュア)の企画開発・製造・販売を開始、1997年12月にミニチュアの完成模型(フィギュア)の企画開発・製造・販売を開始、1998年4月にインターネットによる通信販売を開始、1998年12月に北米向け製品輸出を開始、2003年12月にプラモデルの企画開発・製造・販売を開始、2006年9月に女性顧客向け製品の企画開発・製造・販売を開始した。2009年11月には、オリジナルライセンス製品の企画開発・製造・販売を開始してプラモデル「フレームアームズ」シリーズを発売、ホビー雑貨の企画開発・製造・販売を開始した。また、2015年5月に「フレームアームズ」のスピニアウトシリーズとして「フレームアームズ・ガール」シリーズを発売し、業容を拡大させてきた。さらに2020年11月には新規事業として、VR・AR等の技術を活用して新たな「遊び」を創造するデジタル事業を開始した。

壽屋 | 2022年4月20日(水)
 7809 東証スタンダード市場 | <https://company.kotobukiya.co.jp/ir/>

会社概要

会社沿革

年月	項目
1953年 1月	東京都立川市において(有)壽屋を設立(玩具店として創業)
1983年 7月	電話受付による通信販売事業を開始
1984年 4月	ミニチュアの組立模型(フィギュア)の企画開発・製造・販売を開始 自社製品において初のオリジナルガレージキットとなる「アーマメント」を製品化・発売
1995年12月	アニメ「新世紀エヴァンゲリオン」の著作権を取得してフィギュアを自社製品化 他社権の使用許諾を受け、「綾波レイ」「エヴァンゲリオン初号機」を発売
1996年11月	(株)壽屋に組織変更
1997年12月	ミニチュアの完成模型(フィギュア)の企画開発・製造・販売を開始 イラストレーター及びキャラクターデザイナーとして活躍する天野喜孝氏デザインのガレージキットである「ナイトメア」を自社製品化・発売
1998年 4月	インターネットによる通信販売事業を開始
1998年12月	北米向け製品輸出を開始
1999年 6月	アジア向け自社製品輸出を開始
1999年12月	(株)スクウェア(現(株)スクウェア・エニックス)のゲーム「ファイナルファンタジー」の著作権を取得、フィギュアを自社製品化・発売
2000年 3月	米国カリフォルニア州に卸業を手掛ける子会社 KOTO,INC. を設立
2001年11月	米国 Lucasfilm Ltd. LLC(現 The Walt Disney Company 子会社)より著作権を取得 映画「スター・ウォーズ」のフィギュアを自社製品化して「ダース・ベイダー」を発売
2001年11月	日本国内における小売販売拠点として大阪市浪速区(日本橋)に「コトブキヤ日本橋」を出店
2002年 4月	欧州向け自社製品輸出を開始
2003年12月	プラモデルの企画開発・製造・販売を開始 (株)バンプレスト(現(株)バンダイナムコエンターテインメント)のゲーム「スーパーロボット大戦 OG ORIGINAL GENERATIONS」の著作権を取得 シリーズのプラモデルを自社製品化・発売
2004年 6月	東京都千代田区(秋葉原)に小売販売拠点及び各種ホビー関連イベントスペースとして「コトブキヤ ラジオ会館」を出店
2005年 7月	米国 Warner Bros. Entertainment Inc. より著作権を取得。映画「バットマン」のフィギュアを自社製品化・発売
2006年 4月	中国広東省の曜達塑膠五金制品有限公司(YIU TAT PLASTICS METAL PRODUCTS CO.,LTD)へフィギュア及びプラモデルの製造委託を開始
2006年 9月	女性顧客向け製品の企画開発・製造・販売を開始。(株)ニトロプラスのゲーム「咎狗の血 アキラ」のフィギュアを自社製品化・発売
2006年12月	映画「スター・ウォーズ」のフィギュア「C-3PO&R2-D2」を自社製品化・発売。スター・ウォーズオフィシャルサイトより「BEST of 2006」を受賞
2007年12月	映画「スター・ウォーズ」のフィギュア「ラルフ・マクウォーリー版ルーク VS ベイダー」を自社製品化・発売。スター・ウォーズオフィシャルサイトより「BEST of 2007」を受賞
2008年 2月	倉庫管理業務・運送業の委託先であった(株)スマレ・ジョイント・ロジを子会社化
2008年 2月	米国 Marvel Entertainment, LLC(現 The Walt Disney Company の子会社)より著作権取得、映画「アイアンマン」のフィギュアを自社製品化・発売
2008年 4月	南米、ロシア向け自社製品輸出を開始
2009年11月	オリジナルライセンス製品の企画開発・製造・販売を開始、プラモデル「フレームアームズ」シリーズを発売
2009年11月	ホビー雑貨の企画開発・製造販売を開始、キャラクター箸「スター・ウォーズ ライトセーバーチョップスティック」を発売 米国大手総合ゲーム情報サイト「IGN.com」から多くの人に認知された人気商品として「2009年ベスト・コレクティブル」を受賞
2010年12月	米国 Warner Bros. Entertainment Inc. より世界 60ヶ国以上のライセンスの中から「最優秀ハードライセンス賞」を受賞
2011年 7月	「コトブキヤ ラジオ会館」を東京都千代田区(秋葉原)内で移転、店名を「コトブキヤ 秋葉原館」へ変更
2012年 6月	中国での販売強化を目的として上海市に上海寿屋進出口有限公司(非連結子会社)を設立
2012年10月	(株)スマレ・ジョイント・ロジの株式を全部譲渡
2013年 3月	中東、南アフリカへの自社製品輸出を開始

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

年月	項目
2013年 9月	KOTO,INC. の株式を全部譲渡
2015年 5月	オリジナルライセンス製品「フレームアームズ」のスピアウトシリーズ「フレームアームズ・ガール」シリーズを発売
2015年 7月	中国政府文化部及び CCG EXPO 主催社より、プラモデル「フレームアームズ・ガール」シリーズが「最人気海外プラモデル賞」を受賞
2016年 1月	(一社) 首都圏産業活性化協会より TAMA ブランド企業として認定され、「TAMA ブランド大賞」を受賞
2016年 3月	東京都立川市緑町の壽屋ビルへ本社を移転
2016年 5月	本社ビル 1F、2F に地元立川市におけるアンテナショップとして「コトブキヤ 立川本店」を出店
2016年 9月	JR 秋葉原駅の構内に「コトブキヤ エキナカ秋葉原」を出店
2017年 2月	KOTOBUKIYA US BRANCH OFFICE を開設
2017年 4月	同社オリジナルコンテンツ TV アニメ「フレームアームズ・ガール」を、放送局 BS11 及び TOKYO MX、AT-X、インターネット動画配信サービス各社にて放映開始
2017年 9月	東証 JASDAQ (スタンダード) 市場に株式上場
2019年 6月	劇場アニメ「フレームアームズ・ガール〜きゅんきゅんふなワンダーランド」公開
2020年11月	新規事業として、VR・AR 等の技術を活用して新たな「遊び」を創造するデジタル事業の開始を発表
2020年12月	VR 上でのアバターコミュニケーションに利用できるオリジナルアバターを発売
2021年 1月	新規オリジナル IP の新シリーズ「創彩少女庭園」を発売
2021年12月	新規自社 IP のプラモデル新シリーズ「エヴォロイド」を発売 新規自社 IP シリーズ「アルカナディア」を発売
2022年 2月	新規自社 IP シリーズ「幻奏美術館」からキャラクター「水晶の天使 アリア」を発売
2022年 4月	東証スタンダード市場へ移行

出所：有価証券報告書、ニュースリリースよりフィスコ作成

■ 事業概要

人気キャラクターの著作権を取得して企画開発から製販一体型で展開

1. ホビー関連品における製品展開

同社は映画・アニメ・コミック・ゲーム等の人気キャラクターに関わるフィギュア、プラモデル、雑貨などホビー関連品の企画開発・製造・販売を展開している。著作権元（コンテンツ保有者）から著作権（コンテンツの使用許諾・販売権利）を取得し、製品の企画立案・開発、自社内の造形技術者による原型製作及び製品形態のデザイン業務を本社で行った後に国内外の卸売業者から事前に購入意向を確認し、採算性の判断を行ったうえで生産に移行する。製造は外部（主に中国の製造会社）に委託するファブレスメーカーである。1953年の創業以来約70年の歴史で培われたブランド力や製品企画開発力、さらに顧客の要望に対して柔軟に対応できる製販一体型の事業展開などを強みとしている。

(1) フィギュア

映画、アニメ、コミック、ゲーム等のキャラクターをフィギュア化し、細部まで作り込まれたディテールや塗装による色彩表現及び質感表現などのクオリティを、量産品においても維持している。

事業概要

(2) プラモデル

映画、アニメ、コミック、ゲーム等のメカニカルキャラクターを組立式キットとして立体で再現し、細部のディテールや質感表現はもとより、従来は塗装が必要であったプラモデルを、未塗装でもキャラクターの配色を再現できる精密な設計を施している。また、メカニカルな可動部分の再現やギミック（仕掛け・からくり）の再現にも重点を置いて製品化している。

(3) 雑貨

コミック、ゲーム、映画、歴史・史実等からキャラクターやアイテムをデザイン化し、生活雑貨等にアレンジしている。単なるキャラクター雑貨ではなく、今まで市場になかった商品を企画し、立体表現技術を生かしてデザイン性を高めた雑貨製品を展開している。特に女性向けジャンルでは、他社に先駆けて企画したイラストレーターによる独自アレンジ製品「es」シリーズのラバーストラップなどが定番シリーズとなっている。

地域別売上比は重点戦略の海外が上昇傾向

2. 地域別及び販路別売上高の推移

過去5期間（2017年6月期～2021年6月期）の地域別及び販路別売上高の推移は以下のとおりである。地域別売上高比によると、おおむね日本国内が約7割、海外が約3割で推移しているが、同社が重点戦略と位置付けている海外の売上比が、海外キャラクターを含めた幅広く高品質な製品ラインナップやクールジャパン需要の高まりなどを背景として上昇傾向となっている。

また販路別売上比によると、おおむね卸売販売が約7割、小売販売（ネット通販含む）が約3割で推移しており、構成比に大きな変動は見られない。なお品目別では、日本はプラモデル、海外はフィギュアが主力となっている。海外はこれまで同社プラモデルが行きわたらなかったため、今後は市場開拓余地が大きいと同社は見ている。

地域別売上高の推移

（単位：百万円）

	17/6期	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期
日本	6,038	7,095	6,396	5,313	6,248
海外	1,970	1,716	1,898	2,060	3,294
アジア	655	798	966	1,202	1,997
北米	841	567	695	622	1,077
欧州	402	295	210	216	191
その他	71	56	25	19	28
合計	8,008	8,811	8,294	7,374	9,543
(国内比率)	75.4%	80.5%	77.1%	72.1%	65.5%
(海外比率)	24.6%	19.5%	22.9%	27.9%	34.5%

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

事業概要

販路・製品カテゴリー別売上高の推移

(単位：百万円)

	17/6期	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期
卸売販売	5,413	5,887	5,575	5,186	6,950
国内	3,461	4,175	3,708	3,162	3,691
フィギュア	1,307	1,443	1,044	1,159	1,147
プラモデル	1,718	2,393	2,346	1,760	2,353
雑貨	435	338	316	242	191
海外	1,952	1,711	1,867	2,024	3,258
フィギュア	1,600	1,174	1,245	1,433	2,103
プラモデル	289	508	608	569	1,147
雑貨	62	28	12	21	7
小売販売	2,516	2,726	2,517	2,063	2,494
その他	78	197	202	124	99
合計	8,008	8,811	8,294	7,374	9,543
(卸売比率)	67.6%	66.8%	67.2%	70.3%	72.8%
(小売比率)	31.4%	30.9%	30.3%	28.0%	26.1%

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

自社オリジナル IP 製品にも注力

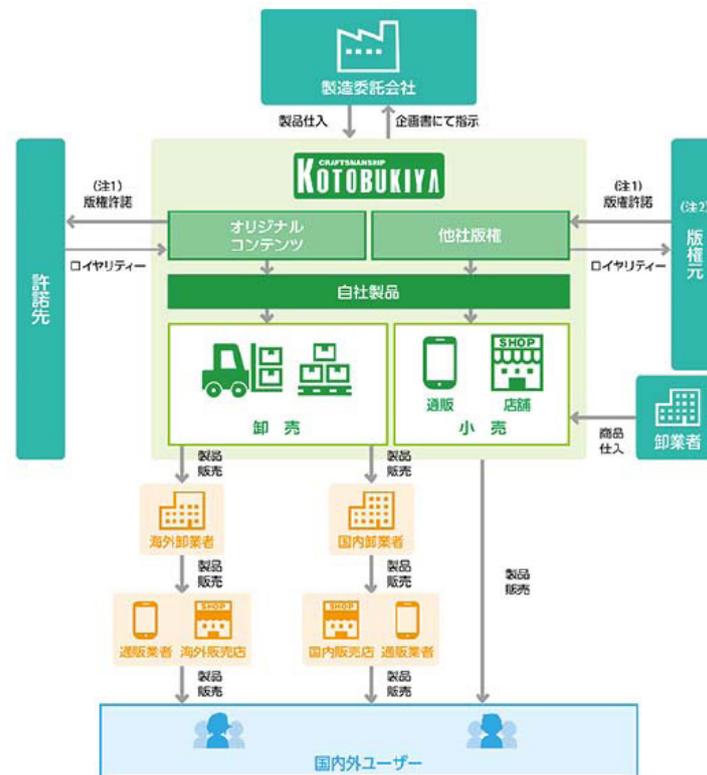
3. 事業背景

同社は、主に他社の人気 IP の著作権を取得して企画・製造している。著作権使用許諾を受けるには著作権元へ製品企画を申請し、製品仕様の詳細設計について承認を受け、利用の対価として使用料を支払う。著作権使用は無条件で許諾されるのではなく、キャラクター等をフィギュアやプラモデルへと立体化した際の再現力や表現力が認められて、はじめて著作権使用許諾を獲得することができる。同社は従来から再現力や表現力といったクオリティー重視の製品を企画・製造してきた豊富な実績があり、多くの著作権元から高い評価を得て安定的な著作権確保を実現している。なお一般的に、著作権使用許諾は 1 社に独占的に与えられるとは限らず、同じコンテンツについて競合他社にも許諾される可能性がある。

また、相対的に利益率の高い自社オリジナル IP 製品の強化にも注力している。2015 年 7 月には中国政府文化部及び CCG EXPO 主催社より、中国最大規模のアニメ・マンガ・ゲームの総合イベント「上海 CCG EXPO 2015」において、自社オリジナルプラモデルシリーズ「フレームアームズ・ガール」が「最人気海外プラモデル賞」を受賞するなど、自社 IP においても着実に実績を積み上げている。さらに自社オリジナル IP の海外利用権や商品化権など、国内外のパートナー企業に商品化許諾を行うことで二次利用も促進している。

事業概要

事業系統図



(注1) 著作権：キャラクター等のコンテンツの使用許諾・販売権利
 (注2) 著作権元：コンテンツ保有者

出所：有価証券報告書より掲載

自社 IP は「フレームアームズ・ガール」シリーズなどが代表的製品

4. 自社 IP における代表的製品

他社 IP の代表的な製品としては映画「スター・ウォーズ」関連などがある。自社 IP の代表的な製品としては、2009年11月に発売したプラモデル「フレームアームズ」シリーズ、2015年5月に「フレームアームズ」のスピナウトシリーズとして発売した「フレームアームズ・ガール」シリーズ、2016年12月に発売したプラモデル「メガミデバイス」シリーズ、2021年1月に発売した女の子プラモデル「創彩少女庭園」シリーズや2021年12月に発売したプラモデル「エヴォロイド」、プラモデル「アルカナディア」シリーズ、などがある。さらに2022年2月には新規自社 IP シリーズ「幻奏美術館」からキャラクター「水晶の天使 アリア」を発表した。

世界累計出荷数は、プラモデル「フレームアームズ・ガール」シリーズが2021年11月に200万個を突破、プラモデル「メガミデバイス」シリーズが2021年9月に100万個を突破した。いずれも好調に推移している。

事業概要

自社 IP「フレームアームズ・ガール」キャラクタープラモデルの一例



(C) KOTOBUKIYA
 出所：ホームページよりフィスコ作成

「受注生産」で在庫リスク軽減

5. リスク要因・収益特性・対策

映画、アニメ、コミック、ゲーム等のエンターテインメント産業における一般的なリスク要因としては、著作権管理、流行の変化、人気作品の有無などがある。

著作権管理については、著作権使用許諾に関わるロイヤルティーの値上げ、著作権元との予期せぬ契約の解約などがリスク要因となるが、同社は事後的なトラブル発生を回避すべく、全契約において法務チェックの徹底を図っている。

また、流行の変化や人気作品の有無によって業績が大幅に変動する可能性がある。ただし同社が扱うキャラクター製品には、映画「スター・ウォーズ」関連など比較的ロングセラー製品が多いため、安定的な売上につながっている。また同社は製品化にあたって国内外の卸売業者から事前に購入意向を確認し、採算性の判断を行ったうえで生産に移行するという「受注生産」モデルを基本的に採用して在庫リスクの軽減を図っている。

なお同社は製造を外部に委託するファブレスメーカーである。そのため製造設備や人員といった固定負担が軽減されるメリットがある一方で、外部委託先の方針変更、供給能力低下、品質問題発生といったリスクが存在する。現在は主に中国広東省に所在する製造拠点に委託しているが、今後はカントリーリスク軽減や製造能力拡大を視野に入れて、委託先を分散してリスク軽減を図る方針としている。

業績動向

2022年6月期第2四半期は、国内・海外、卸売・小売ともに堅調な増収により大幅な増収増益

1. 2022年6月期第2四半期の業績概要（非連結）

2022年6月期第2四半期の業績（非連結）は、売上高が前年同期比71.3%増の7,199百万円、営業利益が237.2%増の1,333百万円、経常利益が230.2%増の1,310百万円、四半期純利益が236.5%増の913百万円となった。なお、2022年6月期期首より適用している収益認識会計基準の影響額としては、従来方法に比べて売上高が100百万円減少、売上原価が24百万円減少、販管費が69百万円減少、営業利益、経常利益、税引前四半期純利益がそれぞれ6百万円減少している。影響は軽微である。

2022年6月期第2四半期の業績

	21/6期2Q	22/6期2Q	増減額	前年同期比
売上高	4,202	7,199	2,997	71.3%
営業利益	395	1,333	938	237.2%
経常利益	396	1,310	913	230.2%
四半期純利益	271	913	642	236.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

地域別では国内、海外とも大幅増収、販路別では卸売、小売ともに大幅増収となった。フィギュアでは人気コンテンツであるアニメ「鬼滅の刃」関連アイテムやアニメ「呪術廻戦」関連アイテム、プラモデルでは自社IP「メガミデバイス」関連アイテムが好調となった。売上総利益は72.1%増加し、売上総利益率は39.8%で0.2ポイント上昇した。1アイテム当たりの生産・販売数量が大幅伸長したことも利益率向上につながった。販管費は20.6%増加したが、販管費比率は9.0ポイント低下して21.2%となった。なお営業外費用に為替差損10百万円(前年同期は1百万円)を計上しているが、利益への影響は軽微である。

地域別売上高

	21/6期2Q	22/6期2Q	増減額	前年同期比
日本	2,782	4,761	1,979	71.1%
海外	1,419	2,437	1,017	71.7%
アジア	868	1,434	566	65.3%
北米	444	753	308	69.4%
欧州	92	223	130	142.1%
その他	14	26	11	75.5%
合計	4,202	7,199	2,997	71.3%
(国内比率)	66.2%	66.1%	-	-0.1pt
(海外比率)	33.8%	33.9%	-	0.1pt

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

壽屋

2022年4月20日(水)

7809 東証スタンダード市場

<https://company.kotobukiya.co.jp/ir/>

業績動向

販路・製品カテゴリー別売上高

(単位：百万円)

	21/6 期 2Q	22/6 期 2Q	増減額	前年同期比
卸売販売	3,083	5,257	2,174	70.5%
国内	1,681	2,837	1,155	68.7%
フィギュア	682	907	224	33.0%
プラモデル	922	1,799	877	95.2%
雑貨	77	130	53	69.0%
海外	1,401	2,419	1,018	72.7%
フィギュア	1,057	1,558	500	47.4%
プラモデル	337	859	522	154.6%
雑貨	6	1	-4	-74.1%
小売販売	1,072	1,878	806	75.1%
その他	46	63	17	36.7%
合計	4,202	7,199	2,997	71.3%
(卸売比率)	73.4%	73.0%	-	-0.4pt
(小売比率)	25.5%	26.1%	-	0.6pt

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

財務の健全性は高い

2. 財務状況

財務面で見ると、2022年6月期第2四半期末時点の総資産は9,986百万円で2021年6月期末比1,518百万円増加した。主に売上の大幅増加に伴って売掛金、商品及び製品が増加した。負債合計は5,920百万円で693百万円増加した。主に長期借入金が増加した。純資産は4,066百万円で825百万円増加した。利益剰余金が増加した。この結果、自己資本比率は40.7%となり2.4ポイント上昇した。なお有利子負債として長短借入金が合計で約40億円となっているが、これは毎期継続的に発生する自社製品製造に際して必要となる金型投資資金、2016年6月期にスポット的に発生した自社ビル建設資金として、金融機関から借り入れたものである。金型投資は今後も毎期発生し、業容拡大に伴って投資額が増加する可能性があるが、自社ビル建設に類似する資金需要については、現時点では当面発生する見通しはないとしている。同社は投資資金に関して、市場金利水準等を精査し、金融機関からの資金調達コストを勘案しながら内部留保による充当等も十分検討したうえで、借入の判断を行った。そのため懸念要因とはならないだろう。また、現状の借入金水準は特に利益を圧迫する要因となっていないため、財務の健全性は高いと言えるだろう。

業績動向

主要経営指標

(単位：百万円)

	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期	22/6期 2Q
売上高	8,811	8,294	7,374	9,543	7,199
売上原価	5,623	5,490	4,714	5,753	4,337
売上総利益	3,188	2,803	2,659	3,790	2,861
売上総利益率	36.2%	33.8%	36.1%	39.7%	39.8%
販管費	2,507	2,531	2,430	2,802	1,528
販管費率	28.5%	30.5%	33.0%	29.4%	21.2%
営業利益	680	272	228	987	1,333
営業利益率	7.7%	3.3%	3.1%	10.3%	18.5%
営業外収益	8	15	51	31	3
営業外費用	73	42	48	30	26
経常利益	615	244	231	989	1,310
経常利益率	7.0%	2.9%	3.1%	10.4%	18.2%
特別利益	-	-	-	-	4
特別損失	0	35	109	3	-
税引前当期(四半期)純利益	615	208	121	985	1,315
法人税等合計	195	71	46	305	401
当期(四半期)純利益	419	137	75	679	913
当期(四半期)純利益率	4.8%	1.7%	1.0%	7.1%	12.7%
資産合計	7,772	7,733	7,787	8,467	9,986
(流動資産)	3,870	3,949	4,295	4,898	6,413
(固定資産)	3,902	3,783	3,492	3,569	3,573
負債合計	4,941	4,877	4,998	5,226	5,920
(流動負債)	1,679	1,651	1,537	1,927	2,377
(固定負債)	3,261	3,226	3,460	3,299	3,543
純資産合計	2,831	2,855	2,789	3,240	4,066
(株主資本)	2,831	2,855	2,789	3,240	4,066
資本金	434	441	442	448	450
自己株式除く期末発行済株式総数(株)	2,727,300	2,720,407	2,687,007	2,605,733	2,715,133
1株当たり当期(四半期)純利益(円)	159.46	50.23	27.96	255.70	350.29
1株当たり純資産額(円)	1,038.13	1,049.52	1,038.13	1,243.77	-
1株当たり配当額(円)	30	30	15	40	-
自己資本比率	36.4%	36.9%	35.8%	38.3%	40.7%
自己資本当期純利益率	17.8%	4.8%	2.7%	22.5%	-
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,057	756	667	1,583	153
投資活動によるキャッシュ・フロー	-781	-842	-645	-955	-416
財務活動によるキャッシュ・フロー	-23	-146	48	-477	311
現金及び現金同等物の期末残高	467	238	297	445	466

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022年6月期も大幅な増収増益を予想、さらに上振れの可能性

2022年6月期通期の業績（非連結）予想は、前回予想（2021年11月12日付で上方修正）を据え置き、売上高が2021年6月期比36.2%増の13,000百万円、営業利益が72.2%増の1,700百万円、経常利益が68.8%増の1,670百万円、当期純利益が70.5%増の1,159百万円としている。

2022年6月期の業績予想（非連結）

（単位：百万円）

	21/6期	22/6期		
	実績	予想	前期比	2Q累計進捗率
売上高	9,543	13,000	36.2%	55.4%
営業利益	987	1,700	72.2%	78.4%
経常利益	989	1,670	68.8%	78.4%
当期純利益	679	1,159	70.5%	78.9%
EPS（円）	255.70	444.53	-	-

注：22/6期予想は2021年11月12日付上方修正値

出所：決算短信よりフィスコ作成

主力製品が総じて好調に推移して大幅増収増益予想としている。北米における物流混乱の影響、海外におけるコロナ禍による影響などを考慮して通期予想を据え置いているが、第2四半期累計の進捗率は売上高が55.4%、営業利益が78.4%、経常利益が78.4%、当期純利益が78.9%と高水準であり、弊社では会社予想は2回目の上振れの可能性が高いと見ている。

地域別売上高

（単位：百万円）

	21/6期	22/6期		
	実績	予想	前期比	2Q累計進捗率
日本	6,248	8,182	31.0%	58.2%
海外	3,294	4,817	46.2%	50.6%
アジア	1,997	2,569	28.6%	55.9%
北米	1,077	1,705	58.3%	44.2%
欧州	191	513	168.6%	43.5%
その他	28	30	7.1%	87.0%
合計	9,543	13,000	36.2%	55.4%
(国内比率)	65.5%	62.9%	-2.6pt	-
(海外比率)	34.5%	37.1%	2.6pt	-

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

販路・製品カテゴリー別売上高

(単位：百万円)

	21/6期	22/6期		
	実績	予想	前期比	2Q累計進捗率
卸売販売	6,950	9,618	38.4%	54.7%
国内	3,691	4,804	30.2%	59.0%
フィギュア	1,147	1,734	51.2%	52.3%
プラモデル	2,353	2,881	22.4%	62.5%
雑貨	191	188	-1.6%	68.9%
海外	3,258	4,813	47.7%	50.3%
フィギュア	2,103	3,013	43.3%	51.7%
プラモデル	1,147	1,798	56.8%	47.8%
雑貨	7	2	-71.4%	74.1%
小売販売	2,494	3,302	32.4%	56.9%
その他	99	79	-20.2%	79.9%
合計	9,543	13,000	36.2%	55.4%
(卸売比率)	72.8%	74.0%	1.2pt	-
(小売比率)	26.1%	25.4%	-0.7pt	-

注：22/6期予想は2021年11月12日付上方修正値
出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

成長戦略

エンターテインメント分野全般を扱う企業を目指す

同社は中期経営計画を公表していないが、企業理念を「社会に貢献し、感謝される分野において常に感動と驚きを提供する健全なるNo.1企業であり続ける」としている。さらに、従来のフィギュア、プラモデル、雑貨等の製品も大切にしながら、より大きなフィールドとしてエンターテインメント分野全般を扱う企業へのシフトを目指すとしている。

重点戦略は自社オリジナルIP製品、海外展開、版權戦略などの強化

1. 重点戦略

重点戦略としては、自社オリジナルIP製品の強化、海外展開の強化、版權戦略、製造工程の効率化、製造拠点の拡充を推進している。

成長戦略

自社オリジナル IP 製品については、2009 年に発売したプラモデル「フレームアームズ」シリーズ以降、複数のシリーズを展開して着実に実績を積み上げている。今後も好評を得た自社オリジナル IP シリーズを中心に、他社とのコラボレーションも含めて事業拡大を図る方針だ。

海外展開の強化では、従来の主要ターゲットとしていた中国及び北米に加えて、中国以外のアジア諸国や欧州もターゲットとしてグローバル企業への変革を図る方針としている。

著作権戦略については、他社 IP の著作権取得に努めるとともに、自らが著作権元となって他社に著作権を販売（ライセンスアウト）してロイヤルティ収入を拡大するビジネスモデルへの取り組みを開始している。

製造工程の効率化、製造拠点の拡充については、現在は主に中国広東省に所在する製造拠点に外部委託しているが、中国における人件費上昇、政治・経済・行政・環境に関するカントリーリスクが拡大傾向であることに対応して、今後はカントリーリスク軽減や製造能力拡大を視野に入れて、製造拠点の分散・拡充を推進する方針としている。

VR・AR 等の技術と連携させた新商品・新サービスの展開を発表

2. VR・AR 等の技術と連携させた新商品・新サービス

2020 年 11 月には、新たな事業領域として、VR・AR 等の各技術と連携させた新しい商品・サービスをパートナー企業との協業によって提供し、新たな「遊び」を創造するデジタル事業を展開すると発表している。

VR 分野では、VR 空間の衣・食・住のうち衣の分野の「アバター」を開発する。AR 分野では、(株)Gugenka が提供する AR 技術と連携し、好きな場所に 3DCG で作られたデジタルフィギュアを飾れるアプリケーション「HoloModels(R)」で提供する。

デジタル技術を活用した新たな「遊び」の創出による 中長期成長ポテンシャルは大きい

3. デジタル事業への展開推進

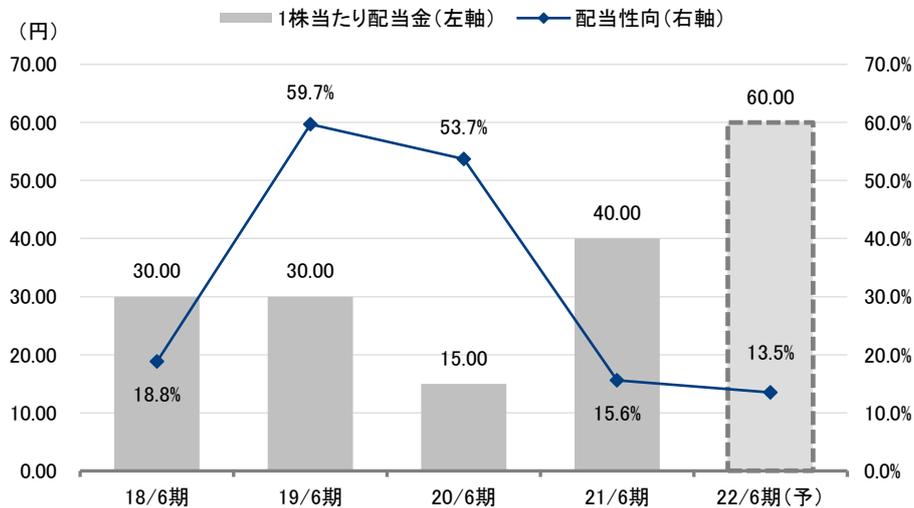
同社は、他社 IP 製品の拡大、自社オリジナル IP 製品の強化を推進し、より大きなフィールドとしてエンターテインメント分野全般を扱う企業へのシフトを目指すとしている。アバターやデジタルフィギュアなど VR・AR 等を活用して新たな「遊び」を創造するデジタル事業への展開も推進している。弊社では、デジタル技術も活用した積極的な事業展開により、中長期成長ポテンシャルは大きいと考えている。

株主還元策

利益配分は安定配当を継続することが基本方針

利益配分については、株主に対する利益還元を経営の最重要課題と認識しており、今後の事業拡大のための内部留保資金の確保等を勘案しつつ、安定した配当を継続実施していくことを基本方針としている。この基本方針に基づいて、2022年6月期の配当予想は2021年6月期比20円増配の年間60円(期末一括)としている。予想配当性向は13.5%となる。

1株当たり配当金及び配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

同社は、株主優待制度について2022年4月に株主優待制度の変更を発表した。毎年6月30日現在で1単元(100株)以上、5単元(500株)以上の所有株主を対象とし、その保有期間、所有株式数に応じて買い物優待券、株主優待限定オリジナルデザイン・キャラクターQUOカードを贈呈する。具体的には、1単元以上の保有者で、保有年数が3年未満の場合は3,000円相当の買物優待券、保有年数が3年以上の場合は3,000円相当の買物優待券及び1,000円相当のオリジナルデザイン・キャラクターQUOカード1枚を贈呈する。5単元以上の保有者で、保有年数が3年未満の場合は6,000円相当の買物優待券、3年以上の場合は6,000円相当の買物優待券及び3,000円相当のオリジナルデザイン・キャラクターQUOカード3枚を贈呈する。

壽屋 | 2022年4月20日(水)
7809 東証スタンダード市場 | <https://company.kotobukiya.co.jp/ir/>

株主還元策

同社オリジナルデザイン・キャラクター QUO カード (2021年6月期贈呈)



注：左より、「フレームアームズ・ガール 源内あお & 寿武希子」原画：川村幸祐/仕上：木村涼/特効・撮影：浅川茂輝/
(C) KOTOBUKIYA / FAGirl Project
「創彩少女庭園 結城まどか」イラスト：森倉円 / (C) KOTOBUKIYA
「立川市公認なりそこねキャラクター ウドラ」イラスト：まつおよういち / (C) UDOLLAND
出所：ホームページより掲載

ESG 経営・SDGs への取り組み

ESG (環境・社会・統治) 経営及び SDGs (持続可能な開発目標) に関しては、現時点では具体的なマテリアリティ (重要課題) や目標を策定していないが、「立川ハーフマラソン」のスポンサー、「たちかわ電子図書館」への電子図書の提供などの CSR (企業の社会的責任) 活動を行っている。さらに今後は、公正性と透明性の高い事業活動を行うため、「コーポレート・ガバナンスに関する報告書」(最新更新日 2021年12月27日) の基本方針に基づいて取り組みを推進するとしている。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp