

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10月5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. 2022年6月期の業績概要	01
2. 2023年6月期の業績見通し	01
3. 成長戦略における基本方針を策定	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. 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月期の業績概要	10
2. 財務状況	12
■ 今後の見通し	14
■ 成長戦略	16
1. 成長戦略における基本方針	16
2. VR・AR技術と連携させた新商品・新サービス	18
■ 株主還元策	19
1. 安定配当継続	19
2. 株主優待制度	19
■ ESG経営・SDGsへの取り組み	20

要約

2022年6月期は計画を上回る大幅増収増益

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)等の技術を活用して、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。なお2023年1月に設立70周年を迎える。

1. 2022年6月期の業績概要

2022年6月期の業績(非連結、収益認識会計基準適用も影響軽微)は、売上高が前期比49.8%増の14,292百万円、営業利益が同136.7%増の2,337百万円、経常利益が同135.8%増の2,332百万円、当期純利益が同138.4%増の1,621百万円となった。修正計画を上回る大幅増収増益となった。売上動向を見ると、地域別では国内・海外とも大幅伸長、販路別では卸売・小売とも大幅伸長した。自社IPでは「メガミデバイス」シリーズや「創彩少女庭園」シリーズなどが好調に推移し、新規自社IPの「エヴォロイド」シリーズや「アルカナディア」シリーズも寄与した。他社IPでは人気アニメ「呪術廻戦」「遊☆戯☆王デュエルモンスターズ」関連などが好調であった。利益面では、為替の円安による仕入コスト上昇により売上総利益率が若干低下したが、増収効果に加えて、1アイテム当たりの生産・販売数量が伸長したことも収益性向上につながった。

2. 2023年6月期の業績見通し

2023年6月期の業績(非連結)予想は、売上高が前期比11.9%増の16,000百万円、営業利益が同23.0%減の1,800百万円、経常利益が同24.5%減の1,760百万円、当期純利益が同24.6%減の1,222百万円としている。売上面では、主力製品が国内を中心に好調に推移し、全体として2ケタ増収を見込む。コスト面では、中国委託工場における人件費や原材料費などの製造コストの増加、為替の円安進行による中国委託工場からの仕入コスト増加、将来の成長に向けた人材投資の充実、認知度向上に向けたリアルイベント拡大による広告宣伝費の増加などを想定し、各利益は減益見込みとしている。景気や為替の不透明感などを考慮して減益予想の形としているが、弊社では会社予想は保守的な印象であると見ている。その理由として、日本や中国市場などは新型コロナウイルス感染症の拡大(以下、コロナ禍)に伴う影響の緩和によって消費行動や営業活動が正常化に向かうことなどが予想されるためだ。さらに、同社においては1アイテム当たりの生産・販売数量の増加によって収益性向上の進展などから、会社予想は上振れの可能性が高いと考えている。

要約

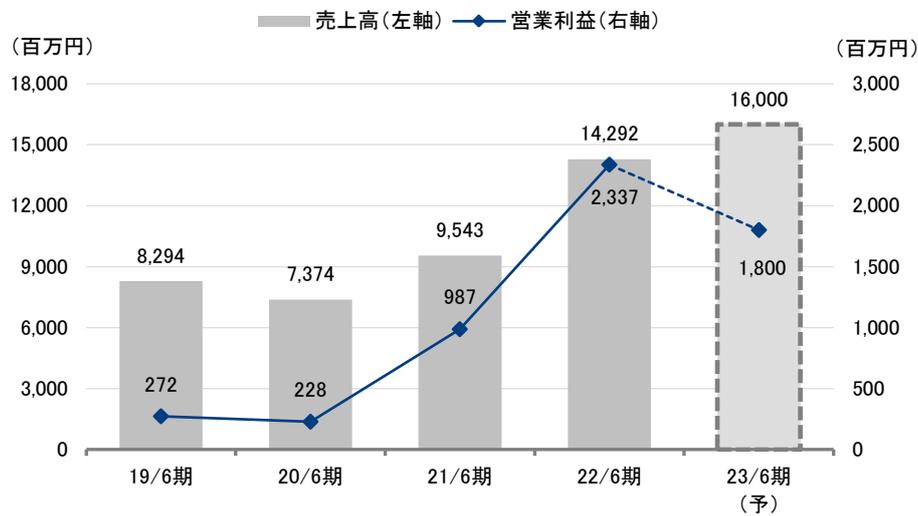
3. 成長戦略における基本方針を策定

同社は成長戦略として1) 自社 IP 拡充に向けた投資・育成、2) 海外展開・EC 機能の強化、3) サプライチェーンの拡充、4) プラモデル・フィギュアに続く新領域の確立、5) 経営基盤の強化と人的資本投資の拡充、を掲げている。なかでも4) では、メタバース関連事業参入に向けてパートナー開拓や商品開発に着手する。そして現在のフィギュアやプラモデルにとどまらず、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 等の技術を活用して、新たな「遊び」を創造するデジタル事業への展開を推進する方針だ。エンターテインメント市場においては今後、VR・AR 等の技術によってデジタル化の進展が加速することが予想される。同社にとっても新たな「遊び」の創造を推進することによって、事業領域が大いに広がる可能性が高まるだろう。このような積極的な事業展開によって同社の中長期成長を期待したい。

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
- ・2023年6月期は不透明感を考慮して減益予想も、世界的なコロナ禍の緩和、同社の収益性向上などにより計画上振れの可能性
- ・デジタル技術を活用した新たな「遊び」の創造による、今後の事業領域の拡大に期待

業績推移



注：非連結
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

新たな「遊び」を創造するホビー関連のファブレスメーカー

1. 会社概要

同社は、企業理念に「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」を掲げ、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月期末の総資産は10,620百万円、純資産は4,780百万円、資本金は454百万円、自己資本比率は45.0%、発行済株式数は2,797,800株（自己株式171,067株含む）である。

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）壽屋を設立した。1996年11月に（株）壽屋に組織変更した。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、2022年4月の東証の市場再編に伴って東証スタンダード市場に移行・上場した。そして2023年1月に設立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・販売を開始した。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・販売を開始し1998年4月にはインターネットによる通信販売を開始すると、同年12月に北米向け製品輸出を開始した。2003年12月にプラモデルの企画開発・製造・販売を開始し、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」シリーズを発売するほか、ホビー雑貨の企画開発・製造・販売を開始した。2015年5月には「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。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10月5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 他社著作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(ディスクレーム)をお読みください。

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

壽屋

2022年10月5日(水)

7809 東証スタンダード市場

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

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〜きゃっきやうふ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」を発表
2022年 3月	ハイエンド 3D アバターブランド「サバナストリート」シリーズを発売
2022年 4月	東京証券取引所の市場再編に伴い東証スタンダード市場に移行・上場
2022年 6月	初心者向けアバターシリーズとしてオリジナル 3D モデルブランド「プレタコンポジッタ」シリーズを発売

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

同社はホビー関連品の企画開発・製造にあたり、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上で生産に移行している。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年の設立来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。同社製品における主な特徴は以下のとおりである。

事業概要

(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、細部まで造りこ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。

(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、従来は塗装が必要となる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。なおプラモデルは様々なパーツを組み替えて楽しむことができるため、フィギュアに比べて需要が長持ちする傾向があると言われている。

(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。

地域別売上構成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（2018年6月期～2022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。地域別売上高構成比で見ると日本国内が約7割、海外が約3割で推移している。同社が重点戦略と位置付ける海外の売上高構成比が、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。

販路別売上構成比で見ると、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。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、同社では今後の市場開拓余地が大きいと見ている。

事業概要

地域別売上高の推移

(単位：百万円)

	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期	22/6期
日本	7,095	6,396	5,313	6,248	8,649
海外	1,716	1,898	2,060	3,294	5,642
アジア	798	966	1,202	1,997	2,599
北米	567	695	622	1,077	2,497
欧州	295	210	216	191	482
その他	56	25	19	28	63
合計	8,811	8,294	7,374	9,543	14,292
(国内比率)	80.5%	77.1%	72.1%	65.5%	60.5%
(海外比率)	19.5%	22.9%	27.9%	34.5%	39.5%

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

販路・製品カテゴリー別売上高の推移

(単位：百万円)

	18/6期	19/6期	20/6期	21/6期	22/6期
卸売販売	5,887	5,575	5,186	6,950	10,571
国内	4,175	3,708	3,162	3,691	4,959
フィギュア	1,443	1,044	1,159	1,147	1,789
プラモデル	2,393	2,346	1,760	2,353	2,962
雑貨	338	316	242	191	206
海外	1,711	1,867	2,024	3,258	5,612
フィギュア	1,174	1,245	1,433	2,103	3,569
プラモデル	508	608	569	1,147	2,037
雑貨	28	12	21	7	5
小売販売	2,726	2,517	2,063	2,494	3,596
その他	197	202	124	99	123
合計	8,811	8,294	7,374	9,543	14,292
(卸売比率)	66.8%	67.2%	70.3%	72.8%	74.0%
(小売比率)	30.9%	30.3%	28.0%	26.1%	25.2%

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 製品に注力

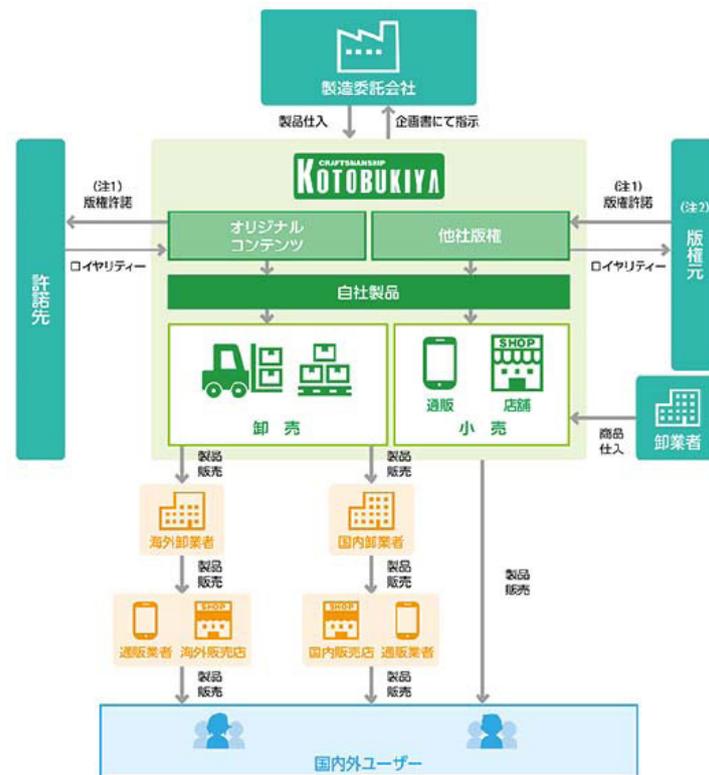
3. 事業背景

他社の人気 IP の著作権使用許諾を受けるには、まず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る必要がある。承認された場合は、利用の対価として使用料を支払うことになる。このように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、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。

事業概要

同社は、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. 代表的製品

他社 IP の代表的な製品として映画「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」のスピニア
 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、2017年8月に発売したプラモデル「ヘキサギア」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、2021年12月に発売したプラモデル「アルカナディア」シリー
 ズなどがある。

壽屋 | 2022年10月5日(水)
 7809 東証スタンダード市場 | <https://company.kotobukiya.co.jp/ir/>

事業概要

ラインナップ拡充を推進するとともに、国内外のパートナー企業に商品化許諾を行うことで自社オリジナル IP の二次利用も促進している。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。

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、3 月にはファッション機能を充実させたハイエンド 3D アバターブランド「サバンナストリート」シリーズを発売した。そして同年 6 月には初心者向けアバターとして「プレタコンボジッタ」シリーズを発売した。

3D アバターの一例



© KOTBUKIYA
 出所：同社提供資料より掲載

「受注生産」で在庫リスクを軽減

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リティの値上げ、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るため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上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。

事業概要

同社はファブレスメーカーであることから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。製造委託先からの仕入の多くはドル建てとなっている。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月期は自社IP製品などの好調により 国内・海外売上が伸長し、大幅増収増益

1. 2022年6月期の業績概要

2022年6月期の業績(非連結)は、売上高が前期比49.8%増の14,292百万円、営業利益が同136.7%増の2,337百万円、経常利益が同135.8%増の2,332百万円、当期純利益が同138.4%増の1,621百万円となった。計画(2022年5月13日付で、売上高13,800百万円、営業利益2,050百万円、経常利益2,017百万円、当期純利益1,400百万円へそれぞれ上方修正)を上回る大幅増収増益となった。なお収益認識会計基準適用の影響額としては、従来方法に比べて売上高が180百万円減少、売上原価が49百万円減少、販管費が118百万円減少、営業利益・経常利益・当期純利益(税金等調整前)がそれぞれ12百万円減少している。影響は軽微である。

売上動向を見ると、地域別では国内・海外とも大幅に伸長し、販路別では卸売・小売とも大幅伸長した。卸売販売の国内市場では、自社IP製品プラモデル「メガミデバイス」シリーズや女の子プラモデル「創彩少女庭園」シリーズなどが好調に推移した。また、新規自社IP製品として2021年12月に発売開始したプラモデル「エヴォロイド」「アルカナディア」シリーズも寄与した。他社IP製品では、フィギュアにおいて人気アニメ「呪術廻戦」「遊☆戯☆王デュエルモンスターズ」関連などが好調となった。卸売の海外市場では、北米地域がフィギュア製品、プラモデル製品とも大幅伸長した。コロナ禍による物流混乱で一部製品の出荷遅延が続いているが、販路チャネル拡大などの戦略が奏功した。中国を中心とするアジアも好調となった。積極的なプロモーション活用や販売チャネル拡大などの戦略が奏功した。小売販売では、コロナ禍によるインバウンド需要減少で来店客数が減少したため直営店舗売上が伸び悩んだが、EC通販が牽引した。

なお利益面では、売上総利益は前期比48.1%増となり、売上総利益率は39.3%で同0.4ポイント低下した。販管費は同16.9%増となり、販管費比率は22.9%で同6.5ポイント低下した。この結果、売上高営業利益率は16.4%となり、同6.1ポイント上昇した。為替の円安による仕入コスト上昇で売上総利益率が若干低下したが、増収効果に加えて、1アイテム当たりの生産・販売数量が伸長していることも収益性向上につながった。

壽屋 | 2022年10月5日(水)
 7809 東証スタンダード市場 | <https://company.kotobukiya.co.jp/ir/>

業績動向

2022年6月期業績（非連結）の概要

（単位：百万円）

	21/6 期		22/6 期			
	実績	実績	増減額	前年同期比	計画	計画比
売上高	9,543	14,292	4,748	49.8%	13,800	3.6%
売上総利益	3,790	5,614	1,824	48.1%	-	-
販管費	2,802	3,276	474	16.9%	-	-
営業利益	987	2,337	1,349	136.7%	2,050	14.0%
経常利益	989	2,332	1,343	135.8%	2,017	15.6%
当期純利益	679	1,621	941	138.4%	1,400	15.8%

注：計画は2022年5月13日付上方修正値

出所：決算短信よりフィスコ作成

地域別売上高

（単位：百万円）

	21/6 期		22/6 期	
	実績	実績	増減額	前年同期比
日本	6,248	8,649	2,400	38.4%
海外	3,294	5,642	2,347	71.3%
アジア	1,997	2,599	601	30.1%
北米	1,077	2,497	1,420	131.9%
欧州	191	482	291	152.4%
その他	28	63	34	120.2%
合計	9,543	14,292	4,748	49.8%
(国内比率)	65.5%	60.5%	-	-
(海外比率)	34.5%	39.5%	-	-

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

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	実績	増減額	前年同期比
卸売販売	6,950	10,571	3,621	52.1%
国内	3,691	4,959	1,267	34.3%
フィギュア	1,147	1,789	642	56.0%
プラモデル	2,353	2,962	609	25.9%
雑貨	191	206	15	8.2%
海外	3,258	5,612	2,354	72.2%
フィギュア	2,103	3,569	1,466	69.7%
プラモデル	1,147	2,037	889	77.5%
雑貨	7	5	-1	-25.3%
小売販売	2,494	3,596	1,102	44.2%
その他	99	123	24	24.8%
合計	9,543	14,292	4,748	49.8%
(卸売比率)	72.8%	74.0%	-	-
(小売比率)	26.1%	25.2%	-	-

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

財務の健全性高い

2. 財務状況

財務面で見ると、2022年6月期末時点の総資産は10,620百万円で前期末比2,152百万円増加した。売上の大幅増加に伴って売掛金が664百万円増加、商品及び製品が493百万円増加、前渡金が525百万円増加した。負債合計は5,839百万円で613百万円増加した。主に買掛金が209百万円増加、未払法人税等が315百万円増加した。純資産は4,780百万円で1,539百万円増加した。当期純利益の大幅増加で利益剰余金が1,527百万円増加した。この結果、自己資本比率は45.0%となり前期末比6.7ポイント上昇した。

なお有利子負債として長短借入金合計が約35億円となっているが、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。現状の借入金の水準は特に利益を圧迫する要因となっていないため、弊社では財務の健全性は高いと評価している。

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
売上高	8,811	8,294	7,374	9,543	14,292
売上原価	5,623	5,490	4,714	5,753	8,678
売上総利益	3,188	2,803	2,659	3,790	5,614
売上総利益率	36.2%	33.8%	36.1%	39.7%	39.3%
販管費	2,507	2,531	2,430	2,802	3,276
販管費率	28.5%	30.5%	33.0%	29.4%	22.9%
営業利益	680	272	228	987	2,337
営業利益率	7.7%	3.3%	3.1%	10.3%	16.4%
営業外収益	8	15	51	31	26
営業外費用	73	42	48	30	31
経常利益	615	244	231	989	2,332
経常利益率	7.0%	2.9%	3.1%	10.4%	16.3%
特別利益	-	-	-	-	4
特別損失	0	35	109	3	0
税引前当期純利益	615	208	121	985	2,336
法人税等合計	195	71	46	305	715
当期純利益	419	137	75	679	1,621
当期純利益率	4.8%	1.7%	1.0%	7.1%	11.3%
資産合計	7,772	7,733	7,787	8,467	10,620
(流動資産)	3,870	3,949	4,295	4,898	6,998
(固定資産)	3,902	3,783	3,492	3,569	3,621
負債合計	4,941	4,877	4,998	5,226	5,839
(流動負債)	1,679	1,651	1,537	1,927	2,514
(固定負債)	3,261	3,226	3,460	3,299	3,325
純資産合計	2,831	2,855	2,789	3,240	4,780
(株主資本)	2,831	2,855	2,789	3,240	4,780
資本金	434	441	442	448	454
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	2,626,733
1株当たり当期純利益(円)	159.46	50.23	27.96	255.70	619.61
1株当たり純資産額(円)	1038.13	1049.52	1038.13	1243.77	1820.02
1株当たり配当額(円)	30	30	15	40	70
自己資本比率	36.4%	36.9%	35.8%	38.3%	45.0%
自己資本当期純利益率	17.8%	4.8%	2.7%	22.5%	40.4%
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,057	756	667	1,583	1,160
投資活動によるキャッシュ・フロー	-781	-842	-645	-955	-913
財務活動によるキャッシュ・フロー	-23	-146	48	-477	-197
現金及び現金同等物の期末残高	467	238	297	445	422

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023年6月期は不透明感を考慮して減益予想も上振れの可能性

2023年6月期の業績（非連結）予想は、売上高が前期比11.9%増の16,000百万円、営業利益が同23.0%減の1,800百万円、経常利益が同24.5%減の1,760百万円、当期純利益が同24.6%減の1,222百万円としている。売上面では主力製品が国内を中心に好調に推移し、全体として2ケタ増収を見込む。コスト面では中国委託工場における人件費や原材料費などの製造コストの増加、為替の円安進行による中国委託工場からの仕入コスト増加、将来の成長に向けた人材投資の充実、認知度向上に向けたリアルイベント拡大による広告宣伝費の増加などを想定して、各利益は減益見込みとしている。

同社は2022年6月期に大幅伸長した北米について、物流混乱の影響が継続していることなども考慮して売上高を横ばいの見込みとするなど、全体として景気・為替・コスト面の不透明感を考慮して減益予想の形としている。ただし会社予想は保守的な印象であると弊社は見ている。日本市場ではコロナ禍に伴う入国制限の緩和（1日当たり入国者数上限の撤廃や個人旅行客の解禁など）によってインバウンド需要の緩やかな回復、米国市場では物流混乱の解消、中国市場ではロックダウン解除による消費行動や営業活動が正常化といったことが予想される。また同社においては、1アイテム当たりの生産・販売数量の増加によって収益性向上の進展、2023年6月期に予定している新製品投入やリアルイベント拡大の効果などを勘案すれば、弊社では会社予想は上振れの可能性が高いと考えている。

2023年6月期の業績予想（非連結）

（単位：百万円）

	22/6期 実績	23/6期	
		予想	前期比
売上高	14,292	16,000	11.9%
営業利益	2,337	1,800	-23.0%
経常利益	2,332	1,760	-24.5%
当期純利益	1,621	1,222	-24.6%
EPS（円）	619.61	467.05	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

壽屋 | 2022年10月5日(水)
 7809 東証スタンダード市場 | <https://company.kotobukiya.co.jp/ir/>

今後の見通し

地域別売上高

(単位：百万円)

	22/6 期	23/6 期	
	実績	予想	前期比
日本	8,649	10,540	21.9%
海外	5,642	5,460	-3.2%
アジア	2,599	2,610	0.4%
北米	2,497	2,520	0.9%
欧州	482	300	-37.8%
その他	63	30	-52.6%
合計	14,292	16,000	11.9%
(国内比率)	60.5%	65.9%	-
(海外比率)	39.5%	34.1%	-

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

販路・製品カテゴリー別売上高

(単位：百万円)

	22/6 期	23/6 期	
	実績	予想	前期比
卸売販売	10,571	11,004	4.1%
国内	4,959	5,544	11.8%
フィギュア	1,789	1,820	1.7%
プラモデル	2,962	3,600	21.5%
雑貨	206	124	-39.5%
海外	5,612	5,460	-2.7%
フィギュア	3,569	2,969	-16.8%
プラモデル	2,037	2,485	22.0%
雑貨	5	5	-
小売販売	3,596	4,890	36.0%
その他	123	104	-15.1%
合計	14,292	16,000	11.9%
(卸売比率)	74.0%	68.8%	-
(小売比率)	25.2%	30.6%	-

出所：決算補足説明資料よりフィスコ作成

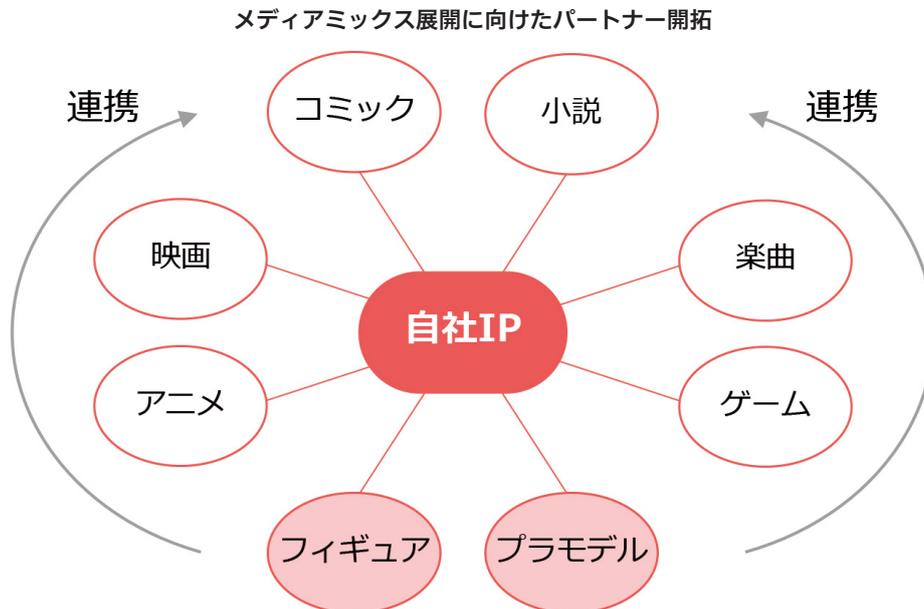
■ 成長戦略

自社 IP はメディアミックス展開、新領域はメタバース関連に参入

1. 成長戦略における基本方針

同社は中期経営計画を公表していないが、成長戦略における基本方針として 1) 自社 IP 拡充に向けた投資・育成、2) 海外展開・EC 機能の強化、3) サプライチェーンの拡充、4) プラモデル・フィギュアに続く新領域の確立、5) 経営基盤の強化と人的資本投資の拡充、を掲げている。

1) 自社 IP 拡充に向けた投資・育成では、美少女・ロボットカテゴリーにおいて長期的にキャラクターを投下できるシリーズを創り出し、他メディアを活用したメディアミックス展開によるビジネスモデルの確立を目指す。これらを可能にする社内外のリソース確保やケイパビリティの底上げを図る。同社が有力とする自社 IP は、「フレームアームズ」「フレームアームズ・ガール」「メガミデバイス」「創彩少女庭園」「ヘキサギア」「アルカナディア」である。



出所：決算追加補足説明資料より掲載

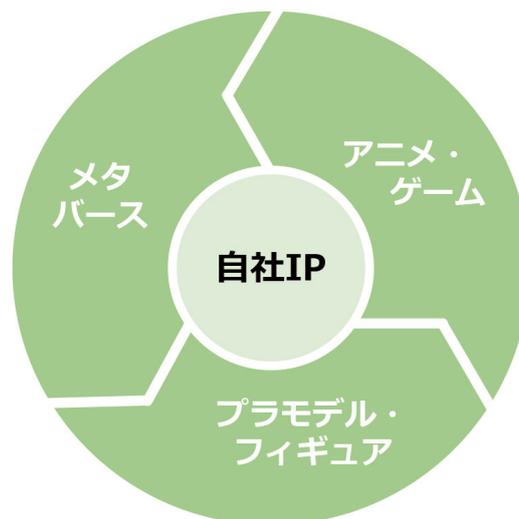
2) 海外展開・EC 機能の強化では、海外における新たな顧客の獲得に向けて、中国や米国など海外のディストリビューターとの関係強化、インドや中南米など営業未開拓市場への流通網拡大、マーケティング活動強化、ショールーム出店、EC サイト機能拡充を図る。さらに、海外展開強化・EC サイト機能拡充を見据えた人材の採用と定着に向けて各種諸制度の整備も推進する。

成長戦略

3) サプライチェーンの拡充では、現在のクオリティを維持・向上しながら、販売数量及び商品数の増加に向けて、既存の協力会社（製造工場・原型師）とのさらなる関係強化と、有力な新規取引先の開拓を進める。さらに、高品質な商品を安定的に供給できる体制の整備に取り組む。なお新規の製造工場・原型師の開拓については、地政学リスクや為替リスクなどに鑑みて、国内の製造工場も視野に入れる。

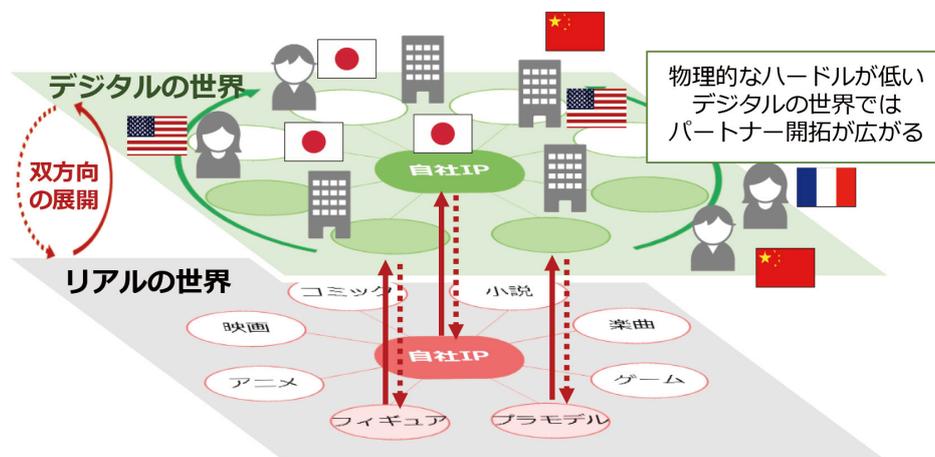
4) プラモデル・フィギュアに続く新領域の確立では、プラモデル・フィギュア開発時のデジタルデータ活用や「高品質の商品をゼロから創り出す」強みを生かして、新領域の事業分野への参入やプラモデル・フィギュアに誘引するビジネスモデルの確立を推進する。プラモデル「フレームアームズ・ガール」シリーズやプラモデル「メガミデバイス」シリーズなど、自社 IP 活用の領域・可能性を広げるために継続的な投資を行うとともに、グローバルで多様なパートナーとの協業によって AR・VR 等デジタルコンテンツへの転用や他社へのライセンス供与も推進する。特に、メタパース関連事業参入に向けてパートナー開拓や商品開発に着手する方針としている。

新領域との親和性



出所：決算追加補足説明資料より掲載

デジタルコンテンツへの投資とその魅力



出所：決算追加補足説明資料より掲載

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.

成長戦略

5) 経営基盤の強化と人的資本投資の拡充では、経営管理の高度化（管理指標集計の自動化・効率化）を見据えた基幹系システムのリプレイス、EC サイトや開発環境におけるセキュリティレベルの向上、階層別・職種別・テーマ別育成プログラムの整備、これら育成システムに連動する新人事制度導入による人的資本投資の拡充を推進する。

同社は、他社 IP 製品と自社オリジナル IP 製品の強化・拡大を推進するとともに、現在のフィギュアやプラモデルにとどまらず、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を目指すとしている。そして、アバターやデジタルフィギュアなど 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への展開を推進する方針だ。エンターテインメント市場においては今後、VR・AR 等の技術によってデジタル化の進展が加速することが予想される。同社にとっても新たな「遊び」の創造を推進することによって、事業領域が大いに広がる可能性が高まるだろう。このような積極的な事業展開によって同社の中長期成長を期待したい。

VR・AR 技術と連携

2. VR・AR 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」で提供する。

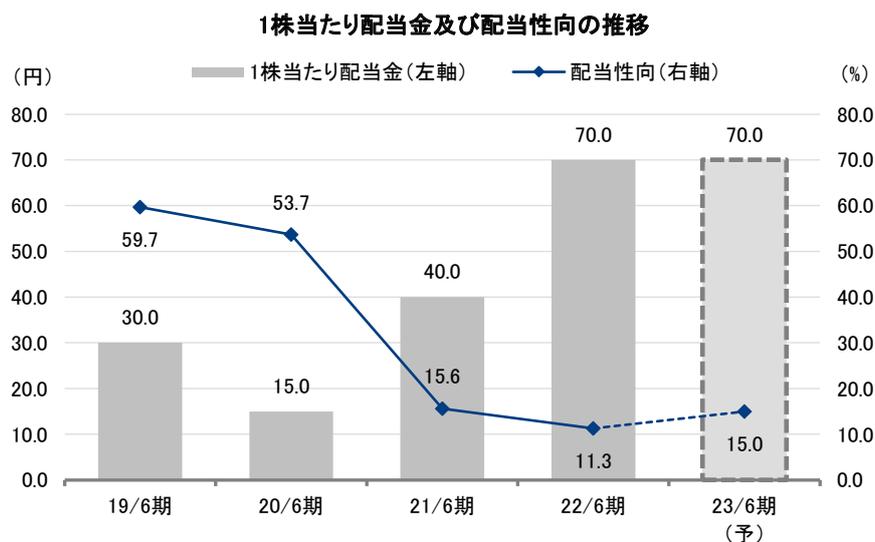
なおアバター関連としては、2019年12月に「アバターちゃん」シリーズで 3D アバターに参入し、2022年3月にはファッション機能を充実させたハイエンド 3D アバターブランド「サバナナストリート」シリーズを発売し、2022年6月には初心者向けアバターとして「プレタコンポジッタ」シリーズを発売した。今後も多様なニーズに向き合った商品ラインナップを展開する方針としている。

株主還元策

利益配分の基本方針は安定配当継続

1. 安定配当継続

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月期の配当は前期比30円増配の年間70円(期末一括)とした。配当性向は11.3%となる。2023年6月期の配当予想については2022年6月期と同額の年間70円(期末一括)としている。予想配当性向は15.0%となる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 株主優待制度

株主優待制度(2022年4月15日に制度変更を発表、2022年6月末対象から変更後で実施)については、毎年6月30日現在の1単元(100株)以上保有株主を対象として、保有期間及び保有株式数に応じてお買物優待券、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10月5日(水)
7809 東証スタンダード市場 | https://company.kotobukiya.co.jp/ir/

株主還元策

株主優待制度の変更点

<変更前>

保有数	優待内容
100株(1単元)以上保有	同社オリジナルデザイン・キャラクター QUO カード1枚(1,000円相当)
500株(5単元)以上保有	同社オリジナルデザイン・キャラクター QUO カード3枚(3,000円相当)

<変更後>

保有数	保有期間	優待内容
100株(1単元)以上保有	3年未満	3,000円相当のお買物優待券
500株(5単元)以上保有	3年未満	6,000円相当のお買物優待券
100株(1単元)以上保有	3年以上	3,000円相当のお買物優待券 同社オリジナルデザイン・キャラクター QUO カード1枚(1,000円相当)
500株(5単元)以上保有	3年以上	6,000円相当のお買物優待券 同社オリジナルデザイン・キャラクター QUO カード3枚(3,000円相当)

出所：リリースよりフィスコ作成

同社オリジナルデザイン・キャラクター QUO カード (2022年6月期贈呈)



注：「フレームアームズ・ガール 轟雷&源内あお」原画：川村幸祐/仕上：木村涼/特効・撮影：浅川茂輝/©KOTOBUKIYA / FAGirl Project

「創彩少女庭園 結城まどか(夏服)」イラスト：森倉円/©KOTOBUKIYA

「アルカナディア ルミティア」イラスト：necómi/©KOTOBUKIYA

出所：IR リリースより掲載

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) への取り組みに関しては、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。しかしながら、「立川シティハーフマラソン」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、地域の発展に貢献する CSR (企業の社会的責任) 活動を行っている。さらに今後は、コーポレートガバナンス報告書 (最新更新日 2022年9月28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。

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.

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