

2023年3月期第2四半期 決算説明資料

円谷フィールズホールディングス株式会社

東証プライム市場
証券コード 2767

2022年11月

2023年3月期2Q累計業績概況

連結

(単位：億円)

	2022年3月期 2Q累計	2023年3月期 2Q累計	対前期 増減率
売上高	373.4	422.3	+13.1%
売上総利益	61.2	96.8	+58.1%
販売管理費	57.7	61.5	+6.6%
営業利益	3.5	35.3	+885.9%
経常利益	5.9	37.5	+528.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3.1	25.3	+702.7%

事業セグメント別

(単位：億円)

コンテンツ&デジタル事業

	2022年3月期 2Q累計	2023年3月期 2Q累計	対前期 増減率
売上高	41.7	60.4	+44.8%
営業利益	7.6	16.2	+112.8%

PS事業

	2022年3月期 2Q累計	2023年3月期 2Q累計	対前期 増減率
売上高	321.1	353.3	+10.0%
営業利益	△4.7	19.3	-

※ 会計方針の変更：「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を前連結会計年度の期首から適用しています。

※ 千万円未満は切り捨てて表示しています。

2023年3月期通期業績見通し

連結

(単位：億円)

	2022年3月期 実績(A)	2023年3月期 通期見通し(B)	修正前 期初計画(C)	対期初計画 増減率 (C/B)	対前期 増減率 (B/A)
売上高	949.0	1,050.0	980.0	+7.1%	+10.6%
営業利益	34.4	60.0	40.0	+50.0%	+74.2%
経常利益	36.3	60.0	40.0	+50.0%	+65.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	24.7	40.0	30.0	+33.3%	+61.9%

事業セグメント別

(単位：億円)

コンテンツ&デジタル事業

	2022年3月期 実績	2023年3月期 通期見通し	対前期増減率
売上高	91.0	—	—
営業利益	14.6	30.0	+104.5%

PS事業

	2022年3月期 実績	2023年3月期 通期見通し	対前期増減率
売上高	837.1	—	—
営業利益	17.5	30.0	+71.4%

※ 会計方針の変更：「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を前連結会計年度の期首から適用しています。
※ 千万円未満は切り捨てて表示しています。

コンテンツ & デジタル事業

コンテンツ & デジタル事業 [2023年3月期2Q]

各社事業収入

(単位：億円)

円谷プロダクション		2022年3月期 2Q累計	2023年3月期 2Q累計	対前期 増減率
国内MDライセンス収入		7.3	10.0	+36.8%
海外MDライセンス収入		6.7	12.9	+92.6%
	うち中国	4.4	10.2	+129.5%
MDライセンス収入合計		14.0	23.0	+63.4%
映像事業収入		7.5	12.9	+72.8%
デジタル・フロンティア				
売上高		18.0	22.5	+25.0%
営業利益		1.3	2.1	+56.3%

- 国内外のMDが好調に推移
- 特に中国はじめアジア地域におけるトレーディングカード等MD伸長

- 国内大手ゲーム案件、Netflix案件 堅調

※ 会計方針の変更：「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を前連結会計年度の期首から適用しています。

※ コンテンツ & デジタル事業の業績、PS 事業の業績は、各事業内の単純合算数値から内部取引相殺消去を考慮して算出しています。

※ 千万円未満は切り捨てて表示しています。 ※ MD：マーチャンダイジング

玩具カテゴリー全体が伸長

- 国内(日本)で売れている玩具類
- ローカライズされた低価格帯商品類
- トレーディングカード → 中国全土に約70万店に及ぶ流通拠点を構築

[トレーディングカード商品例]



商品名	卡游奥特曼英雄对决卡片 (ウルトラマン・ヒーロー 対戦型カード)
価格	ベーシックデッキセット：カード50枚 20元 (約410円) 補充パック：カード10枚 10元 (約206円)

コンテンツ&デジタル事業 [映画『シン・ウルトラマン』関連トピックス]



映画

興行収入約44億円、動員約295万人
2022年上半期(1~6月)の国内実写映画トップの興行成績

配信

Prime Video(Amazon)で11月18日より配信開始

海外

・アジア、中東、アフリカの37の国と地域で上映
・北米・欧州地域でも映画祭やイベント内でスポット上映
→グローバルでのウルトラマン認知向上に向けた施策を展開

円谷プロダクション

「ウルトラマン」をグローバル・ブランドへと戦略的に強化

アジア市場

A S E A N 10カ国・地域など

アジア市場を開拓

中国で得た知見を各国市場の特性に配慮した
ローカライズを重要視して展開

北米市場

ウルトラマンの魅力を

「見てもらう・知ってもらう」ことに注力
デジタル・フロンティア、Netflixとの協業強化充実
市場オリエンテッドな商品開発とその多様化を図る

PS事業

PS事業 [2023年3月期 販売の状況]

【2023年3月期 パチンコ・パチスロ四半期別販売機種数】

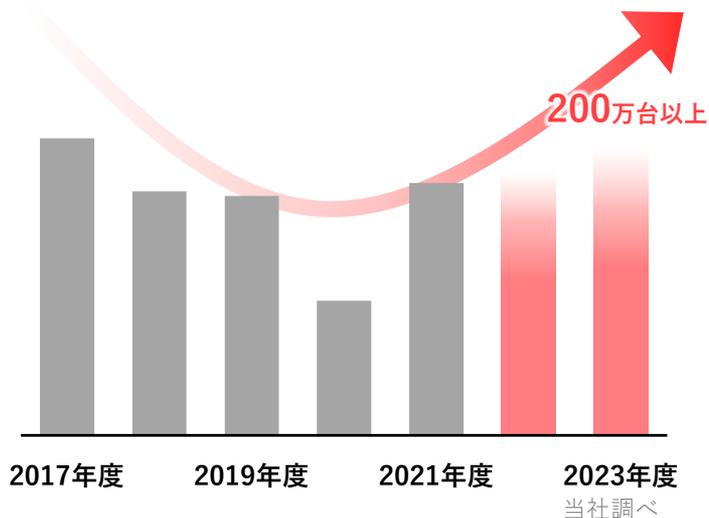
	上半期	下半期	通期 予定
パチンコ	<p>P宇宙戦艦ヤマト 2202 -ONLY ONE-</p> <p>ぱちんこ GANTZ:3 LAST BATTLE</p> <p>P犬夜叉2</p> <p>ぱちんこ ウルトラマンティガ 1500×84</p>	<p>Pゴジラ対エヴァンゲリオン ～G細胞覚醒～</p> <p>(再販) 新世紀エヴァンゲリオン ～未来への咆哮～</p>	7機種
	5.6万台		
パチスロ	<p>パチスロ犬夜叉</p> <p>パチスロ BOØWY</p>	<p>パチスロ モンスターハンターワールド： アイスボーン™</p> <p>パチスロ 真俺の空</p>	7機種
	2.7万台		
	8.4万台		14機種

※2023年3月期 下半期は発表済みタイトルのみ記載 ※ 通期予定機種数につきましては現時点における計画であり、変更になる可能性もあります。

PS事業 [2023年3月期 当社の見通し]

[市場環境]

今後は緩やかながら着実な拡大が見込まれ、
2023年度は200万台の大台を回復する見通し



[当社PS事業]

「スマパチ・スマスロ商品」と
「非スマパチ・スマスロ商品」双方の市場ニーズ
が求められると予想

→ファン・ホールニーズに寄り添ったバランスの
良い商品ラインアップを目指す

(PS事業の大目標)

パチンコ	12機種	×	3万台
パチスロ	12機種	×	2万台

免責事項

本資料に掲載されている当社の計画、戦略、予想等は、すでに確定した事実を除き、潜在的リスクや不確定要素を含んでおり、その内容を保証するものではありません。

潜在的リスクや不確定要素には、当社グループの事業を取り巻く経済環境、市場における競争状況、取扱商品等が考えられますが、これらに限るものではありません。