

2026年3月期 決算説明会(アナリスト・投資家の皆様からの主な質疑応答(要旨))

<コンテンツ&デジタル事業関連>

Q1:中期経営計画の営業利益計画(2027年3月期:30億円、2028年3月期:37億円、2029年3月期:50億円)は、どのような「実行性のある現実的な打ち手」により、成果が出る前提で立てられているのか。

A1:前期末に実施したコスト効率化と構造改革を土台に、営業改革、AI活用、自社MD強化を進める計画である。加えて、中国の総代理店であるSCLAとの連携強化や、映像・デジタル・リアルでの接点拡大を積み上げる。一部施策はすでに着手しており、具体策は今後順次公表する予定である。

Q2:2026年3月期の中国ライセンス収入が半減している要因を教えてください。

A2:中国ライセンス収入は、主に3つの市場環境要因の影響を受けた。第一にカードゲーム市場の調整、第二にブロック玩具ブームの平準化、第三に日中関係の影響による大型イベント見送りなど販促活動の制約である。足元では需要回復の兆しも見られており、今後は戦略を見直しながら成長回復を図る。

Q3:中国については総代理店のSCLAと今後も組んでいく方針のように感じたが、直接販売についてはどのようにお考えか。

A3:中国事業では、SCLAとの連携を引き続き強化する。映像・宣伝素材、デザイン、マーケティング支援の提供を拡充し、SCLAの実行力と当社のIP価値創造力を組み合わせ、成長機会の拡大を目指す。現時点では、まずパートナーシップの強化を通じて着実な事業拡大を進める方針である。

Q4:国内のマーケティングの再活性化が必要と思うが、具体的にどのようなことを今期、来期で計画されているのか。

A4:国内マーケティングは、今期から来期にかけて4つの柱で再強化する。具体的には、地上波とデジタルを連動させた映像展開、SNSやショート動画を活用した発信強化、60周年を軸にした大型イベント、自社物販とコラボによる新規顧客開拓である。これらを通じて話題を継続的に創出し、直営店や全国売り場への波及拡大を図る。

Q5:子供ファンへのマーケティングについて、今後どうしていくのか。

A5:子供向けマーケティングは、テレビに加えてショート動画(TikTok)、SNS、YouTubeなどデジタル発信を強化する。ゲームやイベント、店舗接点も組み合わせ、日常的にウルトラマンに触れる機会を広げる。これにより、子供層に加えて大人のファン層のさらなる拡大も目指す。

Q6:ウルトラマン以外の NEXT IP 戦略について、どのように考えているのか。

A6:今後 3 カ年は、まずウルトラマンの価値向上を最優先し、事業基盤を一段と強化する。その上で、この基盤を活用し、グループ各社やフィールズとの連携も通じて他 IP への展開拡大を進めていく考えである。

Q7:コンテンツ&デジタル事業の計画前提について、地域別にどの程度の伸長を見込んでいるのか教えてほしい。また、今後具体的にどのような先行投資を見込んでいるのか、またそれによって期待する効果や施策の効果が現れる時期をどのように考えているのかについても教えてほしい。

A7:本中計期間のコンテンツ&デジタル事業は、日本市場を主な成長ドライバーと位置付けている。先行投資としては、商品企画・開発と販売体制の強化、自社 MD 拡大に向けた体制整備を進める。これらにより、まず売上成長を見込み、収益面でも中計後半に向けて着実な改善を想定している。

Q8:「実行性のある 10 の施策」に伴う人的・組織リソース強化の進捗状況を伺いたい。加えて、今後の投資が収益として結実し、ROI が可視化される時期についての見通しを教えてほしい。

A8: 前期末までに、今期からの計画に向けた構造改革を実施し、専門人材の登用、企画開発・営業のリーダー配置、組織のスリム化を進めた。加えて、SCLA の企画ノウハウや開発リソースを共有する体制を整え、国内事業のスピード向上を図っている。今後は開発コスト抑制とリスク低減を進めつつ、高付加価値型ライセンサーへの転換を着実に進めていく。

<アミューズメント機器事業関連>

Q9:今期の市場環境について、スマートパチンコ・スマートパチスロ(以下、スマパチ、スマスロ)の設置シェアがどのようになると考えているか。

A9:スマパチは今年度中に約 12 万台が追加導入され、全体約 181 万台のうち約 55 万台、構成比約 30%に達する見込みである。低貸し向け機体が多く残るものの、新機種販売が e 機中心へ移ることで、今後スマート化は着実に進展すると見ている。スマスロは昨年時点で約 77 万台が導入済みで、今年はさらに約 26 万台の追加を見込んでおり、今後一段の普及拡大が期待できる。

Q10:規制動向について、中期的には7号機の話が出てくると考えているが、今後も緩和傾向となるのか。

A10:7号機は中期的に議論が進む重要なテーマと見ている。方向性としては一定の規制緩和を想定しており、特にゲーム性や表現面のさらなる進化に期待している。

Q11:中期経営計画でもキーワードにされている「若年層」「IP」だが、コンテンツ&デジタル事業との連携でどのような施策を考えているのか。

A11:当社グループには、デジタル・フロンティアの映像制作機能、円谷プロダクションのIP展開力、フィールズの遊技機開発・販売力があり、各社連携による事業機会のさらなる拡大を見込んでいる。若年層向けIPへの投資も進めており、次期中期経営計画では、これらの新規IPも円谷プロダクションのIPプラットフォーム戦略に組み込んで展開していく方針である。

Q12:「ラッキートリガー3.0 プラス」導入後も稼働低迷が続くパチンコ市場において、今後の市場活性化への具体策と、半導体高騰による部材コスト上昇への対応方針を教えてください。

A12:遊技機市場は、短時間遊技ニーズの高まりや、パチンコ・パチスロ間の回遊性上昇など、新たな成長機会が広がる局面にある。対応策は3点で、第一にAI活用などによる製造効率化で部材コスト上昇に対応する。第二に高品質IPを確保し、若年層向け製品を強化する。第三にスマート遊技機や新機能を活かし、ホール収益とファン満足度の両立を図る。

<経営関連>

Q13:今期の配当予想が従来比で20円の増配となっているが、その決定に至った具体的な背景について伺いたい。

A13:年間配当を当初予想から20円増配し、70円としたのは、業績動向と市場環境を踏まえた判断である。利益成長を通じた継続的な株主還元を基本方針とし、今後は成長投資、資本効率、財務バランスを踏まえながら、安定的かつ持続的な還元の充実に努める。

以上