

※本資料は、株主総会当日に投影した資料の一部を抜粋しております。

TSUBURAYA FIELDS HOLDINGS

アミューズメント機器事業セグメント

円谷フィールズホールディングス株式会社

専務取締役 アミューズメント機器事業セグメント 統括オフィサー

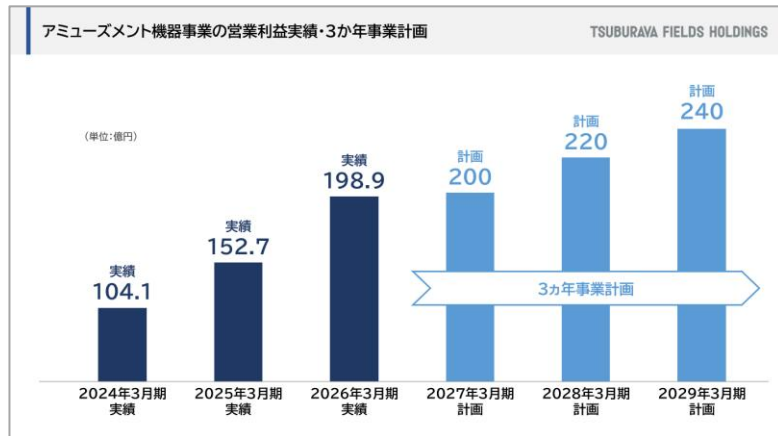
吉田 永

アミューズメント機器事業セグメントの事業状況につきまして、ご説明いたします。



まず初めに、事業計画についてご説明いたします。

当社は、2024年3月期および2025年3月期の実績を踏まえ、2025年5月に3カ年の事業計画を発表いたしました。2026年3月期におきましては、当初の計画の156億円に対し、営業利益ベースで198.9億円を達成いたしました。



この実績をもとに、当社は新たに3か年の事業計画を策定いたしました。営業利益の目標を、2027年3月期は200億円、2028年3月期は220億円、2029年3月期は240億円とする、新たな3か年計画でございます。本計画を確実に実行し、さらなる企業価値の向上を図るべく、社員一同、努力邁進してまいります。



この3か年事業計画を実行するにあたり、まずは遊技機市場の動向についてご説明いたします。遊技市場の推移につきましては、警察庁の公表データや『レジャー白書』、さらには当社独自の市場データを総合的に検証し、予測・算出したものでございます。

まず、ホール市場についてでございます。ホールの貸玉料金(市場規模)に関しましては、今後3年間、多少の減少傾向は見られるものの、概ね横ばいで推移するものと見込んでおります。

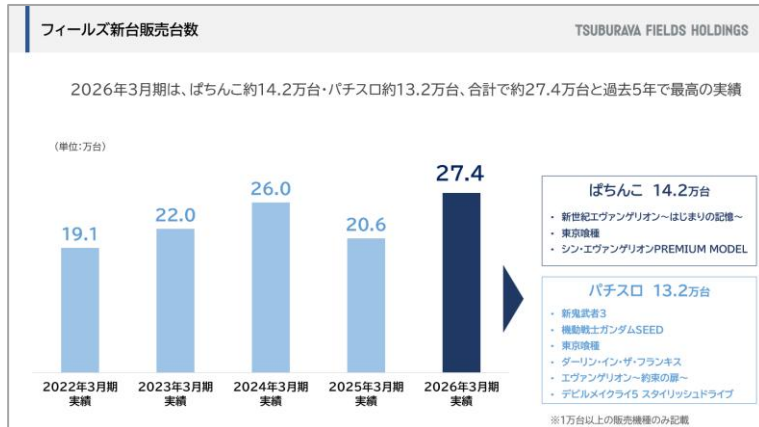


ホールの店舗数につきましては、多少の減少傾向が続くものの、一方で、1店舗あたりの設置台数は増加していくと見込んでおります。

特にご注目いただきたい点として、設置台数800台以上の大型店舗が近年増加傾向にございます。今後3カ年におきましても、この大型化のトレンドは継続するものと考えております。

こうした背景から、市場全体といたしましては、企業間の二極化がより鮮明になると予測しております。小規模法人の淘汰や業界再編が進む一方で、潤沢な資本を有する法人が、積極的なM&Aや大型店舗の展開を通じて、ますます市場を強気に牽引していくものと予測しております。



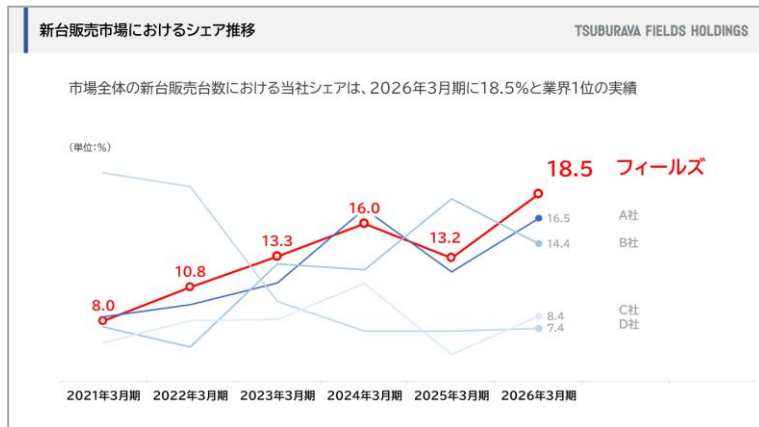


次に、フィールズの販売実績について振り返りたいと存じます。

2026年3月期の販売台数は、27.4万台となりました。

具体的なタイトルといたしましては、ぱちんこ『新世紀エヴァンゲリオン～はじまりの記憶～』や、パチスロにおきましては『機動戦士ガンダムSEED』、『東京喰種』の増産対応などにより、合計27.4万台と、過去5年間で最高となる販売実績を達成いたしました。

この結果、市場全体における当社の販売シェアは18.5%(当社調べ)となり、昨年度の業界シェア第1位を獲得するに至りました。





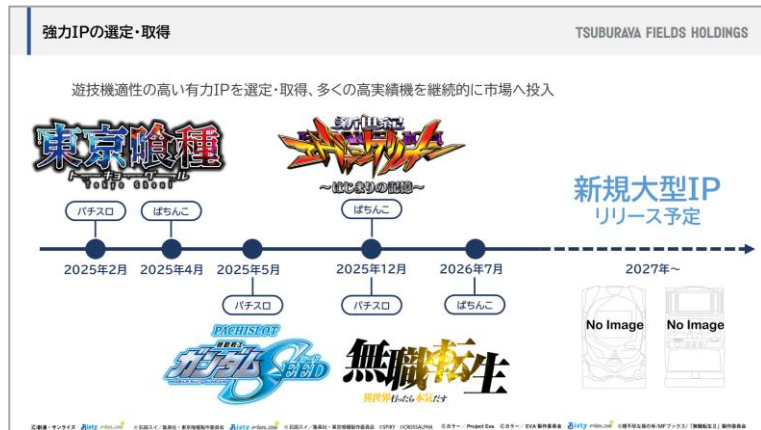
次に、3カ年事業計画をどのように達成していくのかをご説明いたします。

当社が持つ強みをさらに強化すべく、大きく3つのポイントを掲げております。

第1に、「有力IPの取得と商品化」でございます。『エヴァンゲリオン』、『ガンダム』、『東京喰種』等に代表される現在保有のIPに加え、さらなる有力IPを取得し、商品化を進めてまいります。

第2に、「開発体制の強化」でございます。AIを積極的に活用し、より効率的かつ高品質な商品を開発できる体制を強化してまいります。

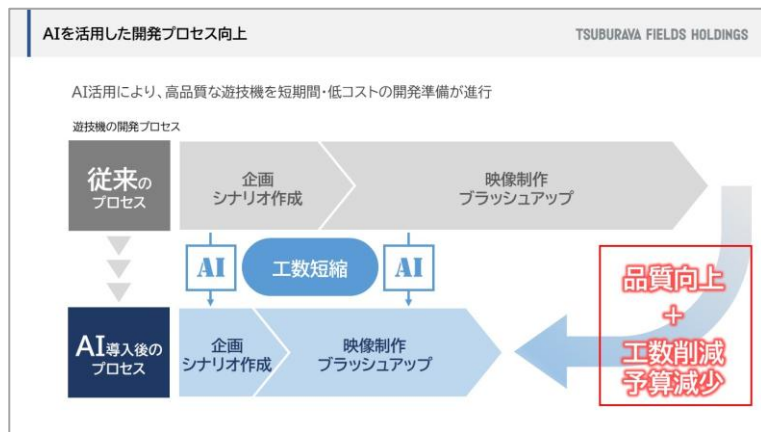
そして第3に、「営業力のマルチプレイヤー化」でございますが、こちらにつきましては後ほど詳しくご説明いたします。



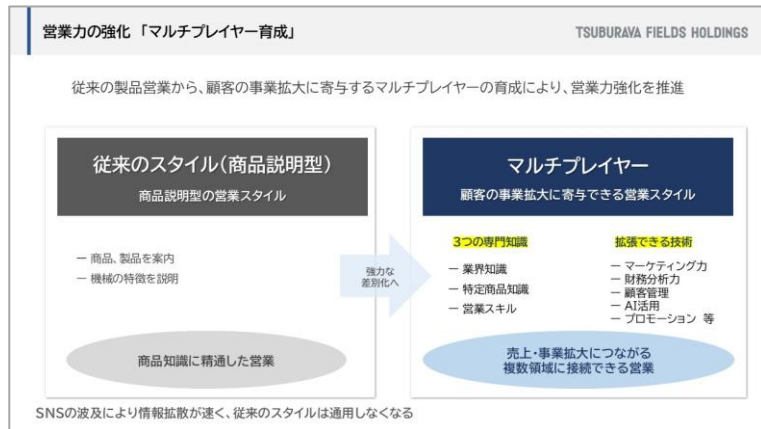
まず、第1のポイントである「IP戦略」について補足いたします。これまでの確かな販売実績を背景に、有力IPホルダーとの交渉は非常に順調に進んでおります。

現在保有する『東京喰種』、『エヴァンゲリオン』、『ガンダム』、『無職転生』等に加え、現時点では未発表のため詳細はお伝えできませんが、今後3年間の柱となる大変有力なIPにつきましても、既に商品化の契約を締結済みでございます。

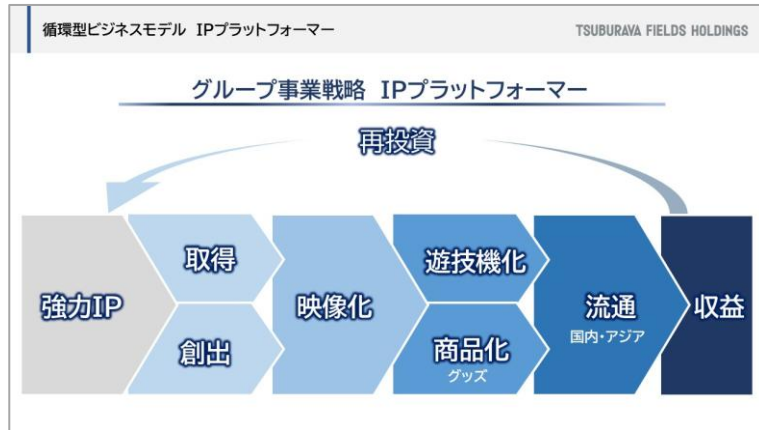
当社といたしましては、今後も手を緩めることなく、魅力的なIPの取得に向けて積極的に取り組んでまいります。



次に、第2のポイントである「AIを活用した開発プロセス向上」についてご説明いたします。今後、より魅力的な商品を創出していくため、AIを積極的に活用し、開発期間の短縮、予算の最適化、そして高い商品品質の担保を同時に実現することが、今後の激しい市場競争を勝ち抜くための必須条件であると認識しております。こうした認識のもと、当社では昨年来、社内における独自のAIツールの開発・導入を強力に推進してまいりました。これからの3年間では、これらのAI技術を開発プロセスに本格稼働させることで、品質の向上はもとより、開発工数の大幅な削減やコストの圧縮といった面で、皆様に確かな実績をお示しできるものと確信しております。



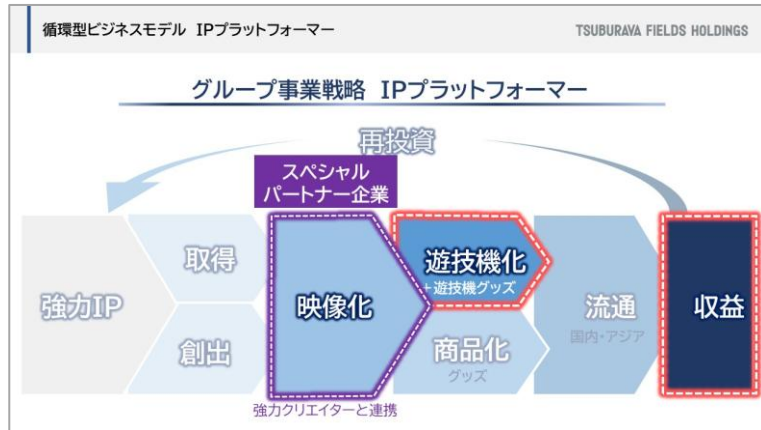
最後に、第3のポイントである「営業力の強化」についてご説明いたします。従来の営業は、商品知識や説明の巧みさが重視されてきました。しかし、SNS等で情報が瞬時に行き渡る現在、単なる商品説明だけではお客様のニーズにお応えできません。そのため当社では、営業マンが一步踏み込み、お客様の事業拡大や売上に直接貢献できる体制づくりを進めております。商品知識だけでなく、マーケティング力や投資回収計算といった専門知識を身に付けるため、実践的な研修・教育に注力してまいりました。既にその成果は着実に表れており、ホール様との信頼関係はこれまで以上に強固なものとなっております。



次に、円谷フィールズホールディングスが掲げる「IPプラットフォーム」と、そこへの当社フィールズの関与についてご説明いたします。これは、有力なIPを取得・創出し、それを映像化や遊技機化、さらには商品化など多角的に展開・流通させて収益化を図るビジネスモデルです。そして、その収益を再び新たなIP投資へと還元させる循環型ビジネスモデルを構築することで、IPの価値を最大限に高めていく戦略でございます。この戦略において、当社は、これまでに培った企画力と流通ネットワークを駆使し、IPを遊技機をはじめとする具体的な商品へと展開させ、市場へ届ける「最も重要な収益化と流通の担い手」として、グループの成長を強力に牽引してまいります。



この戦略において、当社が果たすべき具体的な役割は、まさにこの「遊技機化」と「収益化」のフェーズを最大化させることにあります。当社が誇る高い企画力と販売力によって遊技機ビジネスで大きな収益を生み出し、それを次の新たな有力IPの取得や投資へと還元していく。このグループの成長サイクルを強力に回していくための「核」として、今後とも大きな貢献を果たしてまいります。



次に、IPの取得・創出におけるパートナーシップについてご説明いたします。当社はこれまで、数多くの有力なアニメ制作会社や映画会社との間に、大変強固な信頼関係とパートナーシップを築いてまいりました。現時点では詳細の公表を控えさせていただきますが、これら強力なパートナー企業とともに手掛ける新たな有力作品(商品)につきまして、年内には皆様に発表できる見込みでございます。グループの未来を担う非常に素晴らしいコンテンツとなっておりますので、ぜひご期待いただければと存じます。



次に、「I.G & WIT ANIMATION STUDIO STORE」についてご説明いたします。これは有力アニメ制作会社である「プロダクション・アイジー」および「ウィットスタジオ」が中国で展開しているアニメグッズ事業に関わるものです。



この度当社は、同社と「日本及び中華圏を除く全世界における販売パートナーシップ」を締結いたしました。同社は、数々の世界的な大ヒットIPを世に送り出している日本屈指のアニメ制作会社です。現在、中国で非常に大きな成功を収めている彼らの人気IPのグッズ販売事業について、当社がグローバル展開のパートナーに選ばれたことは、今後の物販事業の拡大において非常に大きな意味を持ちます。本事業につきましては、本年10月からの本格的な営業開始を予定しております。



これらすべての施策を着実に実行していくことで、新たな3か年計画の目標である、2027年3月期の営業利益200億円、2028年3月期の220億円、そして2029年3月期の240億円を、全社一丸となって達成して参る所存でございます。

私からの説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。

TSUBURAYA FIELDS HOLDINGS

コンテンツ&デジタル事業セグメント

円谷フィールズホールディングス株式会社

専務取締役 コンテンツ&デジタル事業セグメント 統括オフィサー

永竹 正幸

コンテンツ&デジタル事業セグメント、およびその主要企業である円谷プロダクションの事業状況についてご説明いたします。

コンテンツ&デジタル事業セグメント 3か年業績計画

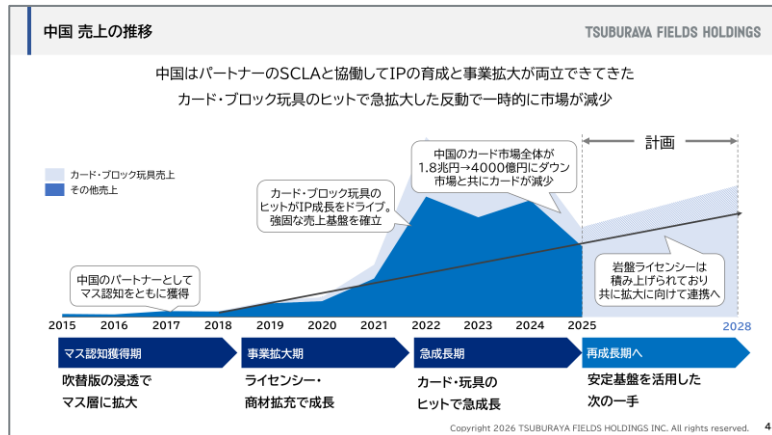
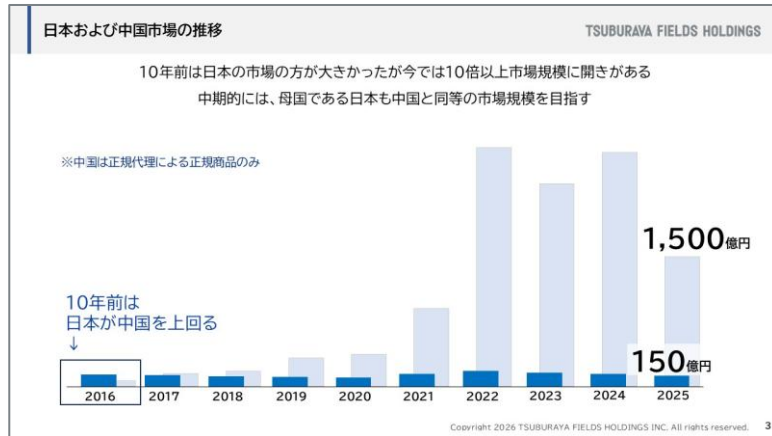
TSUBURAYA FIELDS HOLDINGS

日本の立て直しと価値創造の取り組み強化により、中国・東南アジアでも収益を広げ、3年後に営業利益50億円を目指す



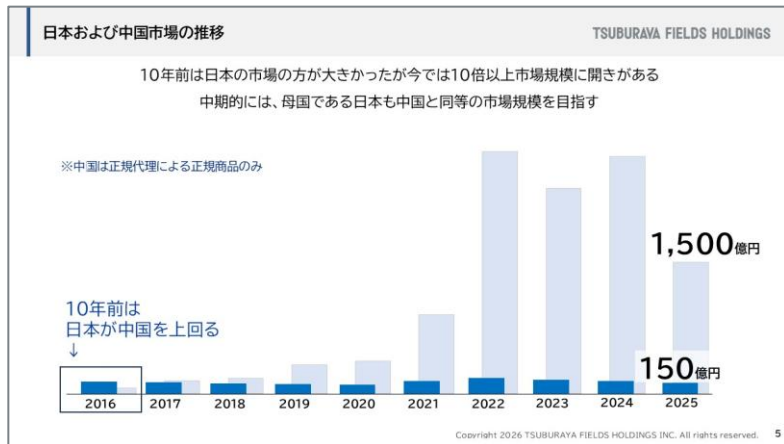
現中計3年間は、“仕組みづくり期間”であり
次の成長ステージに向けた事業基盤を作る期間である

当事業セグメントのこれまでの実績推移と今後3か年の計画についてご説明いたします。今般発表させていただいた3か年事業計画は、次なる成長ステージへ向けた強力な事業基盤・仕組みづくりを推進するための、極めて重要な期間として位置付けております。まず、前期の2026年3月期の業績についてご報告いたします。営業利益におきまして、大きな落ち込みが見られました。この主な要因といたしましては、将来の成長を見据えた先行投資に伴う経費が増大したことに加え、中国市場における売上が一時的に大きく低迷したこと、これらが重なったことによるものでございます。



当事業セグメントの中核を占める円谷プロダクションの収益は、その多くを日本および中国市場から得ています。スライドにございます、この10年間における両市場での「ウルトラマン」関連の流通取引総額の推移を基にご説明いたします。日本市場につきましては概ね堅調に推移している一方で、中国市場におきましては2022年に大きく伸長したものの、2025年に落ち込んでいる状況となっております。

この中国市場における変動の要因と、今後の見込みについてご説明いたします。中国では2021年から2022年にかけてトレーディングカードゲームのブームが到来し、この流れに乗って中国全土に新たな流通網が構築され、大きなヒットを記録いたしました。その後、2024年にはブロック玩具が大きなヒットを収めました。しかしながら、2025年に入りますと、これら大ヒットの反動減に加え、中国のカード市場自体がピーク時の1.8兆円から4,000億円へと急激に縮小したことで、さらに日中関係の冷え込みによるイベント等の中止が重なり、2025年度は大幅な減少を余儀なくされました。一方で、この10年間で築き上げた現地での事業基盤は着実に積み上がっています。これまでのパートナーとの継続案件や新規の営業獲得件数は増加傾向にございます。業績の見通しといたしましては、足元の2026年4月から6月において、現地の総代理店からは「既に底打ちし、横ばいから回復の傾向に入った」との報告を受けています。



日本市場に関しましては、前年落ち込んだ中国市場がなお1,500億円の規模を維持しているのに対し、日本国内は150億円の規模にとどまっている状況です。しかしこれは、見方を変えれば、国内にはまだ非常に大きな拡大の余地、すなわちチャンスが残されていると認識しております。

現在、日本国内におきましては、最大のパートナーであるバンダイナムコホールディングス様を通じて、特に未就学の男の子向け市場でトップ10に入る高いマーケットシェアを獲得しており、一定の成果を収めております。

その一方で、近年キャラクター市場において著しい伸びを見せている「大人向け」や「女性向け」の市場、具体的には雑貨やアクセサリ、ぬいぐるみ、ファッションといったカテゴリーにおきましては、いまだ十分なシェアを獲得できていない状況です。今後はこれら未開拓の市場へ本格的にアプローチし、確実にシェアを獲得していくことが、当社の未来に向けた最重点取り組みとなります。

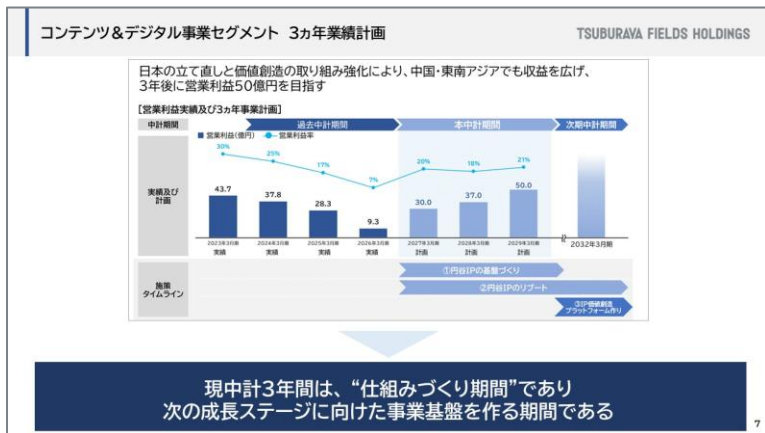


日本市場を大きく伸ばすための具体的な施策として、こちらに掲げる3つの施策を推進してまいります。

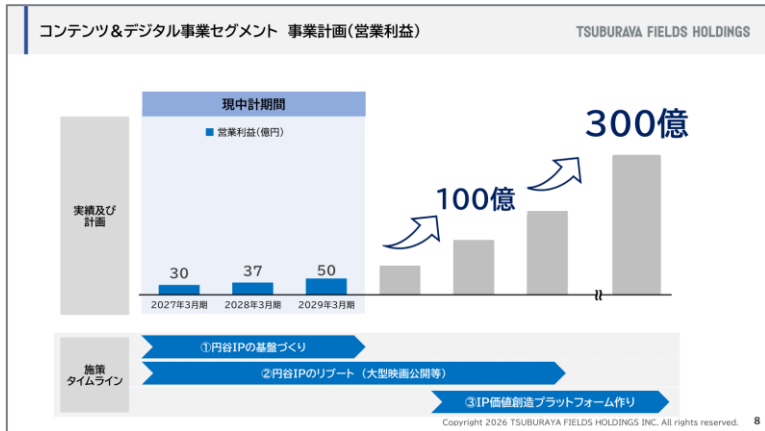
第1に「商品戦略」でございます。当社独自の企画・製造・販売体制を確立し、大人向け、および女性向け市場を確実に獲得してまいります。具体的には、人気を誇る『モフサンド』と『ウルトラマン』のコラボ商品や、今春に売り切れが続出したぬいぐるみ『ふわぬい』シリーズなど、大人・女性、さらにはインバウンド層にも響く魅力的な商品群を拡充して参ります。これらを直営店舗を含めた新たな売場で展開し、7月10日にオープンを控える原宿店においては、大きな話題喚起とともに市場の活性化を図ってまいります。

第2に「営業力の強化」でございます。SNSを中心としたデジタルマーケティングを展開し、認知と話題性を高めることで、企業向けの広告やプロモーションにおけるライセンス獲得を強化いたします。同時に、多様なカテゴリーで商品化を手掛けるライセンシーの皆様に対し、AI等を活用した効率的かつ高付加価値なご提案ができる体制を構築し、市場全体の底上げを図ります。

第3に「映像・ライブ戦略」でございます。市場をさらに活性化させるため、大型映画の公開やオリジナル映像の配信、ライブ・イベントなどの魅力をより一層高めてまいります。これらの活動を通じて、より多くのファンの皆様の熱量を最大化し、コンテンツそのものの価値を継続的に高めてまいります。



こうした施策を確実に打っていくことで、足元3か年における「50億円」という目標の達成に向け、すべての取り組みを圧倒的なスピード感をもって推進してまいります。また、先ほど申し上げました通り、7月10日には原宿店がオープン予定となっております。ファンの皆様いち早くお披露目することで、当社の事業展開におけるスピード感と、この市場にかける並々ならぬ意気込みを肌で感じていただければと存じます。



当社は、母国である日本市場を活性化させ、いずれは中国市場を超えるレベルへと引き上げていくことに集中してまいります。まずは足元3か年の目標である営業利益50億円を確実なものいたします。その上で、今後は大型映画の投入やグローバル展開の加速、さらには他社IPへの広がりも視野に入れ、長期的には300億円の営業利益を目指して、邁進して参る所存でございます。株主の皆様におかれましては、今後とも変わらぬご指導、ご鞭撻のほど、何卒よろしくお願ひ申し上げます。