

2027 年 3 月期 第 1 四半期 決算説明会
(セルサイドアナリスト・機関投資家からの主な質疑応答(要旨))

<コンテンツ&デジタル事業>

Q.1 コンテンツ&デジタル事業の売上高を期初計画から上方修正した背景を教えてください。

A.1 当社の最大の市場である中国市場の業績回復が想定以上に進んでいることが主因である。特に、トイ&ホビー分野の売上高は、前年同期比で約 1.5 倍に増加しており、主力のブロック玩具における新シリーズの販売が好調に推移している。加えて、新たなライセンスパートナーの開拓も進展している。模倣品が流出しやすい市場特性に対し、手頃な価格で購入できる低価格帯商品を積極的に投入することで、模倣品市場の抑制と正規シェアの拡大を同時に推進している。また、カードゲーム市場の落ち込みは底を打ち、シェアを堅調に維持している。国内事業についても順調に進捗しており、ライセンス収入は前年同期比で約 10%増加となった。MD(自社物販)売上についても、カード商品の発売時期のずれによる影響を除けば、実質的に増収となっている。

Q.2 コンテンツ&デジタル事業は、第 1 四半期に増収へ転じたが、今後も継続的な成長を見込めるのか。具体的な取り組みや手応えを教えてください。

A.2 特に中国のマスターライセンスとの連携が一段と強固になっており、同市場での IP マーケティング力や商品展開力を活用できる体制が構築されている。現在は、中国市場で培った成功ノウハウを日本国内へ還元・導入する構造改革を進めている。国内においては、Z 世代の女性層をターゲットとした商品展開を強化しており、7 月には原宿に直営店舗「ULTRA MART TOKYO」をオープンし、「mofusand」とのコラボレーション商品を展開している。今後も BtoB ライセンス事業を拡大するとともに、自社による商品開発、店舗展開、EC、SNS マーケティングを多角的に組み合わせることで、継続的な成長を実現していく。

Q.3 国内事業を重視する戦略について、短尺動画等のマーケティング施策による変化が目に見えて表れるのは、いつ頃を想定しているのか。

A.3 中国では、SNS や VTuber 等を活用した Z 世代の女性層向けのマーケティングが高い成果を上げており、この手法を国内事業へ導入している段階である。国内では、短尺動画をはじめとする SNS マーケティングや EC の積極活用により、新たな顧客層へのアプローチを強めている。まずは「ULTRA MART TOKYO」や今後の店舗展開と連動させることで、今期後半から来期にかけてその成果が順次表れてくると見込んでいる。

<アミューズメント事業>

Q.4 アミューズメント事業の業績見通しを上方修正した理由を教えてください。また、第2四半期以降に投入する有力機種があれば教えてください。

A.4 「L 東京喰種」等の前期からの継続販売や足元の遊技機販売が想定以上に好調に推移していることに加え、生産能力や生産原価の改善が進み、1台当たりの収益性が大きく向上していることが上方修正の背景である。第1四半期および第2四半期の販売は想定を上回って終了しており、第3四半期に投入する大型タイトルについても既に販売が完了している。計画達成に向けて、今後も複数の有力機種を投入予定である。

Q.5 アミューズメント事業について、来期以降も業績が安定的に右肩上がりとなる見通しや手応えを教えてください。

A.5 中核を担うフィールズは、業界で唯一無二のディストリビューターとして、全国のパチンコホールより高い評価を得ている。単なる遊技機の販売にとどまらず、長期稼働が見込まれる機種を中心とした年間入替えシミュレーションや、パチンコ・パチスロの適正な設置比率の提案など、総合的なコンサルティング営業を推進している。また、プライベートブランドを含む自社商品の販売比率を段階的に引き上げている。「エヴァンゲリオンシリーズ」や「東京喰種シリーズ」等の増産に伴い、生産コストおよび原価の低減が進展した結果、1台当たりの営業利益率は着実向上している。今後も高い市場シェアを誇る主力コンテンツに続く長期稼働機種を継続的に創出し、安定的に収益を積み上げられる事業構造の確立を目指していく。

Q.6 「エヴァンゲリオンシリーズ」や「東京喰種シリーズ」に続く、第3の主力シリーズを創出できるのか。IPポートフォリオの考え方を教えてください。

A.6 1年間以上にわたり高い稼働率を維持するような主力シリーズを意図的に創出することは容易ではないが、当社では複数の強力なIPを活用した自社開発商品を綿密に準備している。今年度から来年度にかけて、大型タイトルに関する情報を順次発表する予定である。今後においても、特定コンテンツへの依存度を平準化しつつ、長期稼働を見込める多角的なIPポートフォリオの構築を着実に推進していく。

Q.7 「東京喰種シリーズ」についても、「エヴァンゲリオンシリーズ」と同様に映像化を支援し、IPのブランド価値を高める戦略はあるのか。

A.7 「東京喰種」についても、版元と強固に連携のうえ、新たな遊技機向け映像の企画・開発を進めている。開発には十分な投資を行い、遊技機としての魅力や商品価値を高めるにとどまらず、IP自体のブランド価値向上ならびに認知拡大にもつなげていく方針である。

Q.8 アミューズメント事業の中期経営計画を上方修正した背景について教えてほしい

A.8 全国のパチンコホールとの強固な信頼関係を構築できていることに加え、開発部門の人員を大幅に拡充し、強力な IP を自社で取得・開発できる体制が確立されたことが主な背景である。営業基盤の強化、商品開発力の向上、ならびに自社商品の収益改善が進んだことで、今後も安定的に業績を拡大できる見通しが立った。こうした強固な事業基盤と将来的な収益見通しを踏まえ、過去最大規模の株主還元を実施した場合においても、十分な事業成長を継続できると判断し、計画の上方修正に至った。

<経営全般>

Q.9 2023 年の決算説明会での「最高の株主還元を行いたい」との発言に対する答えが、今回の配当方針ということか。自己株式取得や株主優待ではなく、配当を選択した理由を教えてほしい。

A.9 従来、企業価値が適切に評価されにくかったアミューズメント事業の特性を再定義し、グループ全体のバリュエーション(企業価値)向上につなげる施策として、同事業から創出される利益を、過去最大規模の配当に充当することを決定した。アミューズメント事業で獲得したキャッシュを株主還元にて、その他の営業 CF を IP ビジネスをはじめとする成長投資へ戦略的に配分することで、「利益成長」、「株主還元の拡充」「企業価値向上」が持続的に循環する成長構造を確立していく。

Q.10 来期以降のキャッシュ・フローを踏まえると、今回の配当水準は下限として維持され、減配リスクは限定的と考えてよいのか。

A.10 業績予想の上方修正に伴うキャッシュ・フローの拡大を踏まえ、今回の配当水準は十分維持可能であると認識している。したがって、現時点で減配を懸念頂く必要はないと考えている。今期のみならず、来期以降についても、業績向上をしっかりと図り、安定的な配当の維持・充実に努めていく。

Q.11 配当以外に充当する資金について、中国のみならず東南アジアなどへの成長投資を検討しているか。

A.11 中国における強固な事業基盤を活用することで、東南アジア市場での更なる事業成長を実現することは十分に可能とみている。現在、当社の現地パートナー企業は極めて高い店舗開拓力および販売力を有している。こうした中国市場で培われた高度な SNS マーケティングや商品展開のノウハウおよび獲得したキャッシュを、東南アジアをはじめとするアジア諸地域や日本国内への成長投資へ積極的に配分していく方針である。

Q.12 成長の中核を担う円谷プロダクションの組織風土、従業員のモチベーションおよび一体感について、現状を教えてほしい。

A.12 円谷プロダクションには優秀な人材が揃っており、中国の現地パートナー企業からも強固な支援を得ている。これまでコンテンツビジネス特有の難しさに直面してきた歴史もあるが、中国市場で確立されたマーケティングや展開ノウハウを吸収し、日本国内へ還元・展開することで、今後の明確な成長軌道を描くことが出来ている。今後は、日本と中国の連携をさらに強化し、アジア諸国や米国をはじめとするグローバル市場への事業拡大を加速させていく方針であり、社内においても将来の成長に向けたモチベーションと高い一体感が醸成されている。

以上