

2022年3月期 連結決算概要及び 中期経営計画（2023/3期-2025/3期） 説明資料

フィールズ株式会社

東証プライム市場
証券コード 2767

2022年5月11日

2022年3月期 連結決算概要

2022年3月期 [連結P/L]

(単位：億円)

連結P/L	2021年3月期	2022年3月期					
	通期(A)	1Q	2Q累計	3Q累計	通期(B)	前年同期 増減額(B-A)	業績予想 (3月22日付)
売上高	387.9	229.3	373.4	725.3	949.0	+561.0	-
売上総利益	99.2	33.7	61.2	113.7	157.8	+58.5	-
販売管理費	121.6	30.0	57.7	90.0	123.3	+1.7	-
営業利益	△22.4	3.7	3.5	23.6	34.4	+56.8	32.4
経常利益	△20.3	5.5	5.9	25.9	36.3	+56.6	34.3
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△34.5	3.3	3.1	17.8	24.7	+59.2	23.7
配当金	10円					20円	
配当性向	-					26.2%	

※ 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）等を第1四半期連結会計期間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。

2022年3月期 [事業別P/L]

(単位：億円)

事業別P/L		2021年 3月期	2022年 3月期	前年同期 (増減額)
コンテンツ及びデジタル事業	営業利益	4.5	14.6	+10.1
	経常利益	4.4	14.6	+10.2
	当期純利益	1.8	10.6	+8.8
円谷プロダクション	営業利益	3.7	12.7	+9.0
	経常利益	3.7	12.5	+8.8
	当期純利益	1.6	9.2	+7.6
PS事業	営業利益	△35.3	17.5	+52.8
	経常利益	△38.9	18.8	+57.7
	当期純利益	△45.3	17.0	+62.3

PS事業

- ・計13機種 19.1万台を納品
 - パチンコ 6機種 14.0万台
 - パチスロ 7機種 5.1万台

※ 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）等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しています。

※ コンテンツ及びデジタル事業のセグメント業績、PS事業のセグメント業績は、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。

2022年3月期 [円谷プロダクションのMDライセンス収入の推移]

(単位：百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	前期比
国内MD・ライセンス収入	713	1,386	+94.2%
海外MD・ライセンス収入	959	2,087	+117.5%
うち中国	524	1,547	+195.3%
MD・ライセンス収入合計	1,673	3,473	+107.6%
映像事業収入	1,011	1,429	+41.4%

国内及び海外でのMDが好調に推移
・特に中国が著しく伸長

※ 百万円未満は切り捨てて表示しています。

2022年3月期 [連結B/S、連結C/F]

(単位：億円)

連結B/S	2021年3月期	2022年3月期	増減額
流動資産	391.4	567.8	+176.3
固定資産	132.2	133.0	+0.9
資産合計	523.7	700.8	+177.1
流動負債	108.9	279.5	+170.5
固定負債	110.3	105.8	△4.4
負債合計	219.2	385.3	+166.1
純資産合計	304.4	315.5	+11.0
負債純資産合計	523.7	700.8	+177.1

連結C/F	2021年3月期	2022年3月期	増減額
営業キャッシュ・フロー	36.9	79.8	+42.8
投資キャッシュ・フロー	△10.7	△15.8	△5.1
財務キャッシュ・フロー	△28.3	13.8	+42.2
現金及び現金同等物の増減額	△2.1	77.7	+79.9
現金及び現金同等物の期首残高	247.2	245.1	△2.1
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	-	0.1	△0.1
現金及び現金同等物の期末残高	245.1	323.0	+77.9

※ 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）等を第1四半期連結会計期間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 [次期の見通し]

(単位：億円)

連結業績		2022年3月期	2023年3月期E	
		通期	通期	増減率
連結	売上高	949.0	980.0	+ 3.3%
	営業利益	34.4	40.0	+ 16.1%
	経常利益	36.3	40.0	+ 10.1%
	親会社株主に帰属する 当期純利益	24.7	30.0	+ 21.4%

事業別		2022年3月期	2023年3月期E	
		通期	通期	増減率
コンテンツ及びデジタル事業	営業利益	14.6	20.0	+ 36.3%
PS事業	営業利益	17.5	25.0	+ 42.8%

円谷プロダクション

- ・映像収入；22億円見込み
- ・MDライセンス収入；50億円見込み

PS事業

- パチンコ 7機種
 - パチスロ 8機種
- 計22万台見込み

※ 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）等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しています。
 ※ コンテンツ及びデジタル事業のセグメント業績、PS事業のセグメント業績は、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。

中期経営計画 (2023/3期-2025/3期)

2018年度からの経営改革と今後の経営について

グループ経営の最適化

- ・グループ経営の選択と集中
- ・グループ企業の商品力・技術力の強化
- ・継続的なコスト削減施策の実施

経営基盤の強化 事業ドメインの再構築

- ・「IP×デジタル」企業へのシフト
- ・成熟市場下での安定的なPS事業の基盤構築
- ・上記に基づく新たな戦略の策定・推進

新たな企業価値の創造

- ・持株会社体制への移行
- ・中期経営計画に基づいた、グループ各社による積極的かつ革新的なビジネスの推進

グループ経営の最適化
2018年度

新たな戦略の策定
2021年度

成長ステージへ
2022~2024年度

収益構造改革

企業価値最大化
新中期経営計画期間

企業理念

「すべての人に最高の余暇を」

成長力

コンテンツ
& デジタル 事業



グローバルで成長加速

- ・ 中国・アジア地域の一層の伸長
- ・ 北米市場の開拓
- ・ デジタル領域事業の開発

収益力

P S 事業



ディストリビューターとして販売シェア30%を目標

- ・ 機種数/年×クオリティ（版權等）＝台数
- ・ デジタルコミュニケーション事業を育成

将来分野

IP×デジタル

円谷プロダクション × デジタル・フロンティア

中期経営計画の実現に向けたグループ組織再編

「成長力」と「収益力」を両輪とし、株主価値向上を促進

持株会社化
(2022年10月3日付)

TSUBURAYA FIELDS
HOLDINGS

戦略的な投資、事業提携
グループ企業価値の最大化

コンテンツ & デジタル事業



成長力のダイナミックな推進を
担う(株)円谷プロダクション

成長力

PS事業



収益力の中核を担う
フィールズ(株)

収益力

中期経営計画 (2023/3期-2025/3期)

コンテンツ & デジタル事業領域

(株)円谷プロダクション

(株)デジタル・フロンティア

フィールズグループ参画以降の円谷プロダクションの軌跡

[売上高 (億円)]

50

25

(年度)

2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024

■子会社化

■経営改革

■東日本大震災

■Heros Ultraman連載開始

■TVシリーズ復活

■経営トップに塚越氏を招聘

■円谷基本戦略発表

■米国訴訟
(勝訴判決)

■完全勝訴

■中国事業本格化

■新型コロナウイルス拡大

■ウルトラサブスク開始
(Tsuburaya Imagination)

■新・中期経営計画

■シン・ウルトラマン公開

■北米向け事業本格化

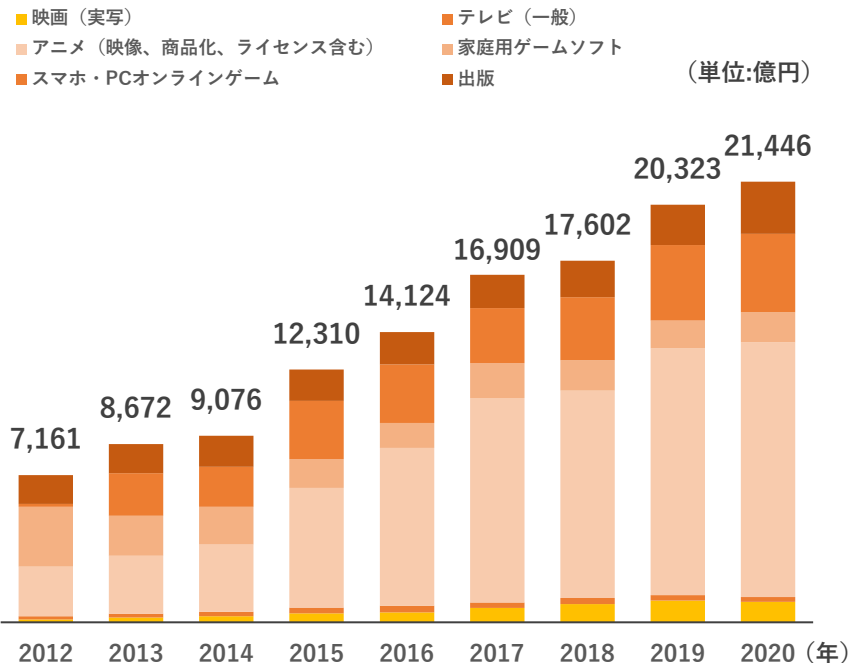
□Season1 配信

□Season2 配信

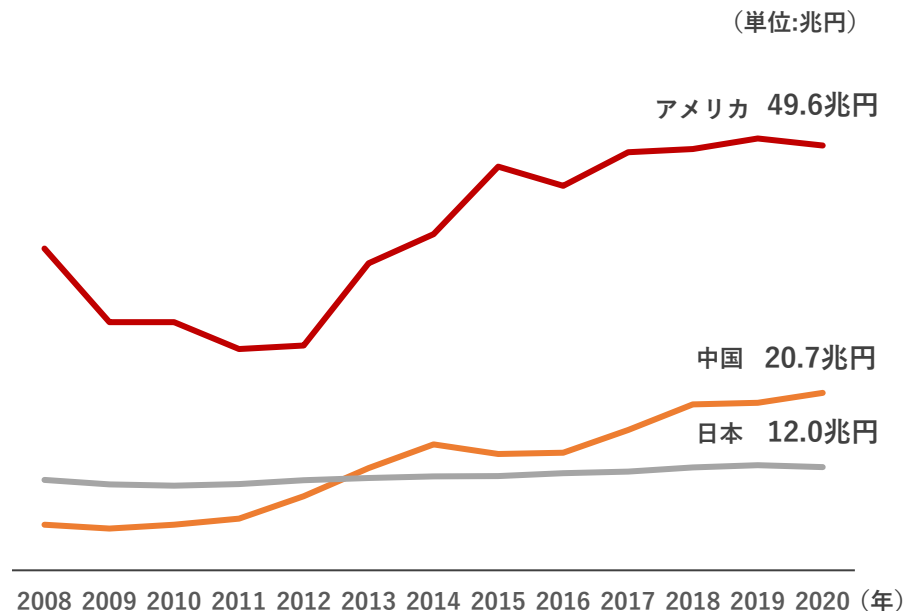
□Season3 配信予定

世界のコンテンツ市場において成長機会がある円谷プロダクションのIPビジネス

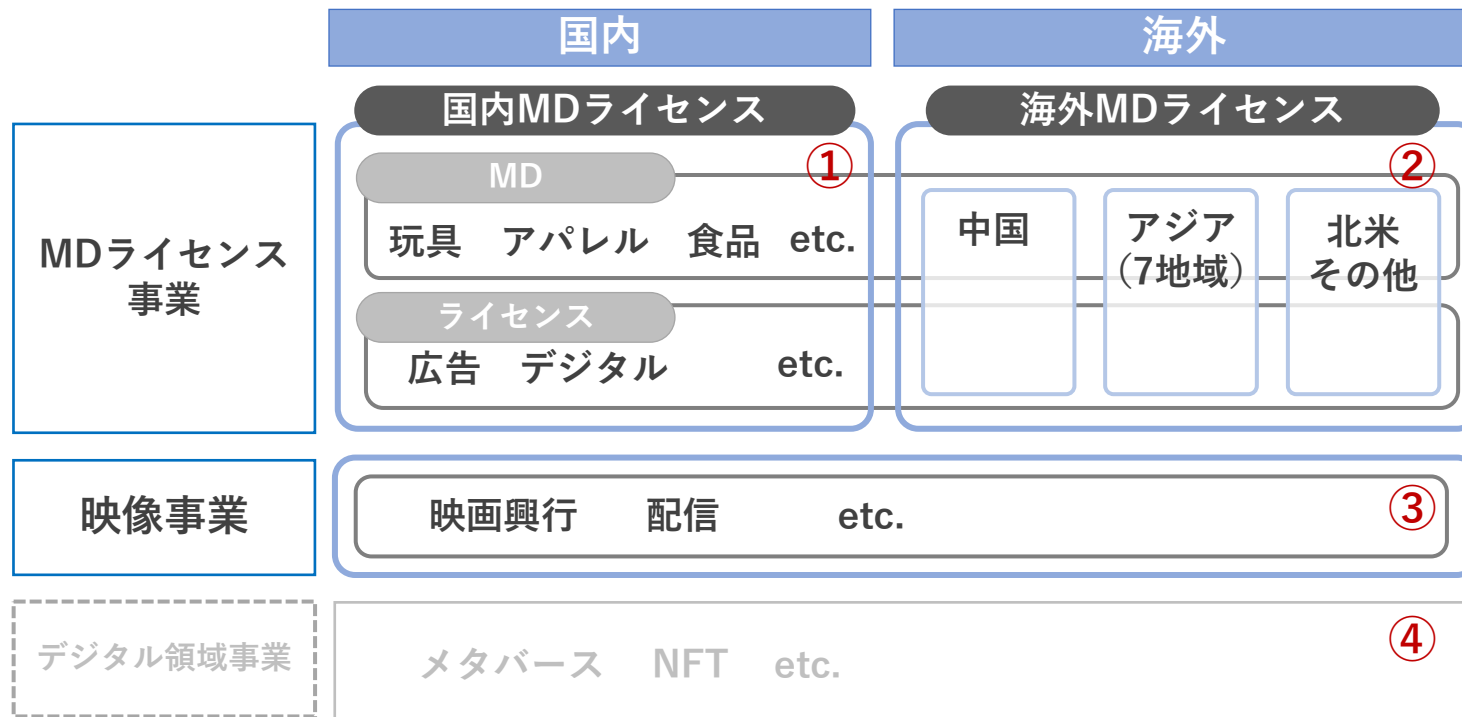
日本のコンテンツの海外市場の推移



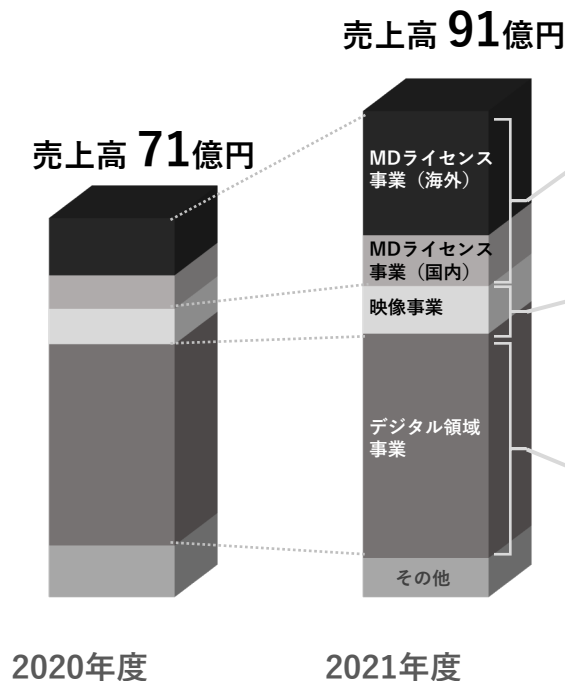
主要3カ国のコンテンツ市場規模の推移



円谷プロダクションの収益モデル



コンテンツ&デジタル事業の主な収益源



MDライセンス事業 (国内・海外)

売上構成比 **36%**

IPの商品化権許諾に伴う収益 (玩具・食品・アパレル・出版・広告利用・その他)

映像事業

売上構成比 **10%**

IPの製作出資や映像利用許諾に伴う収益
(映画興行・番組販売・配信許諾・ビデオグラム販売・イベント興行等)

デジタル領域事業

売上構成比 **46%**

IPを活用したデジタル領域での新サービスやコンテンツ制作、ライセンス許諾等に伴う収益

※デジタル・フロンティアの売上高を含む

①MDライセンス事業（国内）

IP企画強化と露出拡大の結果、近年の国内MDライセンス売上は堅調に推移

「ウルトラマン」の露出拡大を引き続き強化することでファミリー層を中心とした成長が見込める

放送エリア拡大



オウンドメディアでの露出強化



タイアッププロモーションの強化



店舗（リテール）施策強化



2020年度～2024年度
年平均成長率

35%

②MDライセンス事業（中国）

中国売上の約8割を占めるMDライセンスを更に強化

作品の継続的な露出と認知拡大により、ファンとライセンシー拡大につながる好循環が生まれている

中国ビジネス好調のサイクル

作品の継続的な露出

のべ約**1,200**億回以上

主要配信プラットフォーム4社含む
計10社で約60タイトルを配信

（フィールズ推計）



ライセンシーの拡大

50社増/年

新規ライセンシーは前年比
50社増

2020年度～2024年度
年平均成長率

55%

②MDライセンス事業（中国以外のアジア圏での展開）

SNSの強化の結果、中国以外のアジア圏でのウルトラマン人気が拡大

動画の多言語化対応・マーケティング強化により更なる有力タッチポイント化→ライセンシー支援と新規拡大へ



YouTubeウルトラマン
公式チャンネル

チャンネル登録者
50万人(2019年1月)

開拓フェーズ

北米・南米その他
約46万人
(約22%)

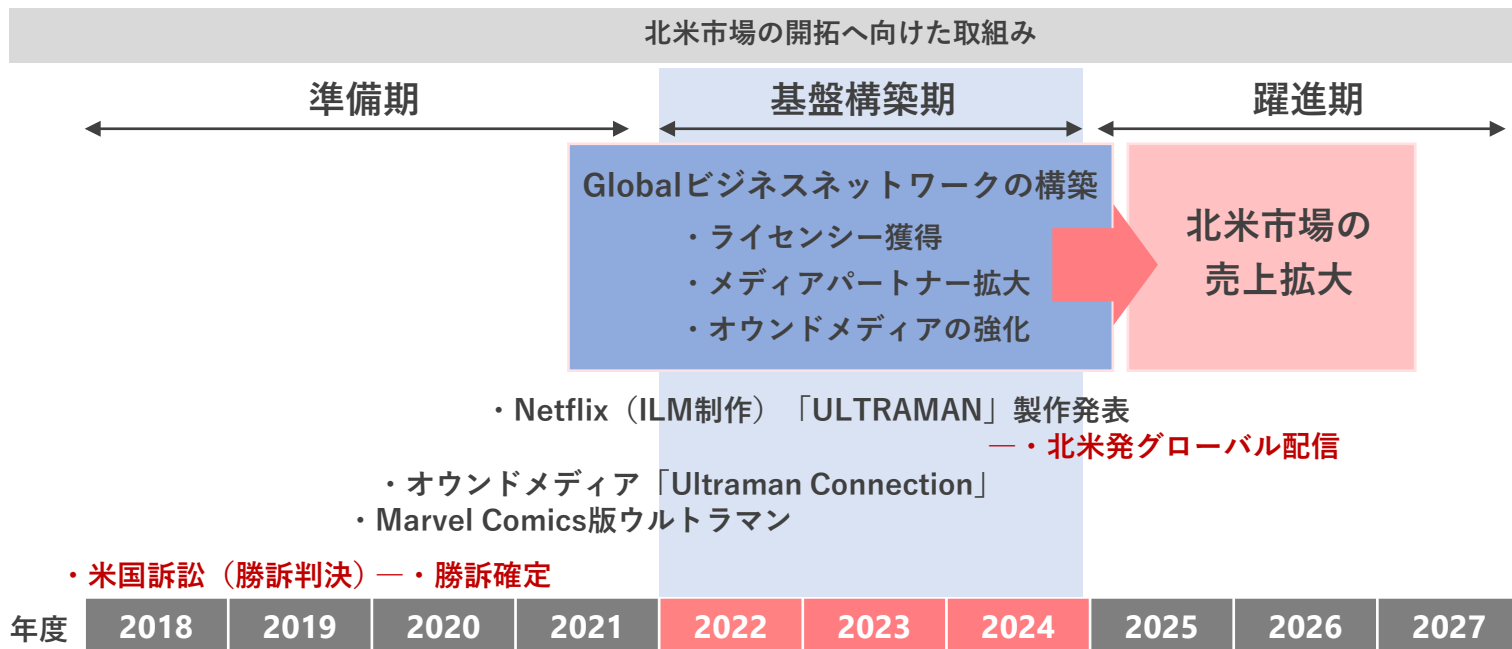
チャンネル登録者
213万人(2022年4月)

日本 約50万人
(約24%)

アジア圏 約114万人
(約54%)
インドネシア
マレーシア
タイ
シンガポール
ベトナム
台湾
香港

②MDライセンス事業（北米）

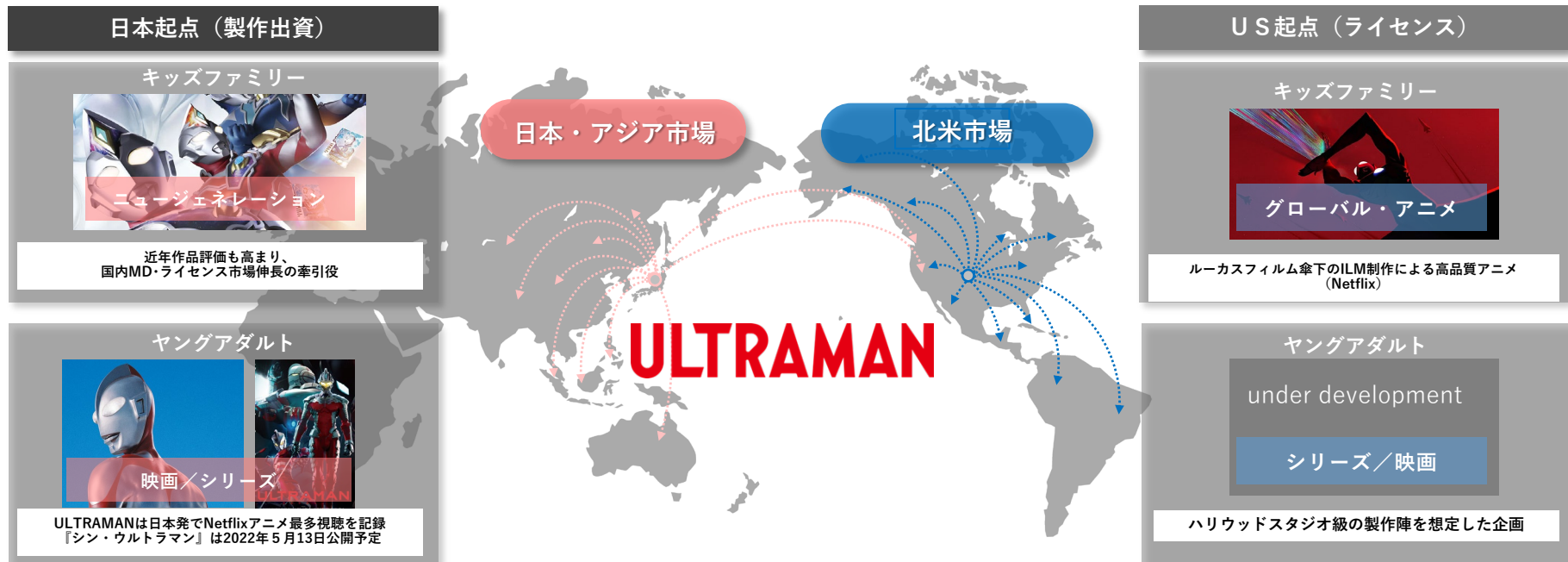
2018年米国訴訟の勝訴判決(2020年勝訴確定) を契機に市場進出のチャンス到来



本計画期間を通じ、北米市場の開拓へ向けた本格的な基盤づくりを進める








③映像事業

「ウルトラマン」をグローバル・ブランドへと戦略的に強化



③映像事業

「ウルトラマン」他のラインナップ計画（主な作品）

		2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度
ULTRAMAN ヤング アダルト （オールターゲット）	日本起点 映画		配信 MD展開		映画 （予定）	配信 MD展開	映画 （予定）	配信 MD展開
	日本起点 シリーズ NETFLIX		MD展開		MD展開			
ULTRAMAN キッズ ファミリー	U S 起点 アニメシリーズ NETFLIX					MD展開		
	ニュージェネレーション							
TSUBURAYA ヤング	ウルトラマン以外の作品	GRIDMAN新作劇場版			←東映アニメーション共同製作 「KAIJU DECODE」			

④ デジタル領域

デジタル領域事業の取組み

円谷プロダクション × デジタル・フロンティア
IP／技術／ノウハウ／顧客等の融合

↑
今後の挑戦
領域
↓

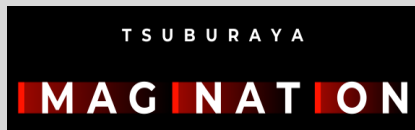
事業開発
テーマ

- メタバース上のサービス提供
- NFTアイテムの販売とサービス内利用
- デジタル×リアル融合の体験型アトラクション

↑
実現できて
いること
↓



NTTドコモ XR World（取組例）



映像視聴

オンラインイベント

企業キャンペーン連動

EC

チケット連動



TSUBURAYA 顧客データ

④ デジタル・フロンティアの可能性

- ・ 大手ゲーム会社、映画・配信会社からの信頼に応える国内最有力CG・VFX映像技術集団
- ・ デジタルアセットと映像開発技術の拡充で新事業を育成

市場・顧客拡大

メタバース
NFT等
新市場

- ・ デジタルヒューマンによる遠隔接客サービス
- ・ メタバースでのアバターやアイテム等デジタルアセット供給
- ・ メタバースにおける空間開発サービス etc.

卓越したCG・VFX技術による
映像開発能力



DIGITAL FRONTIER

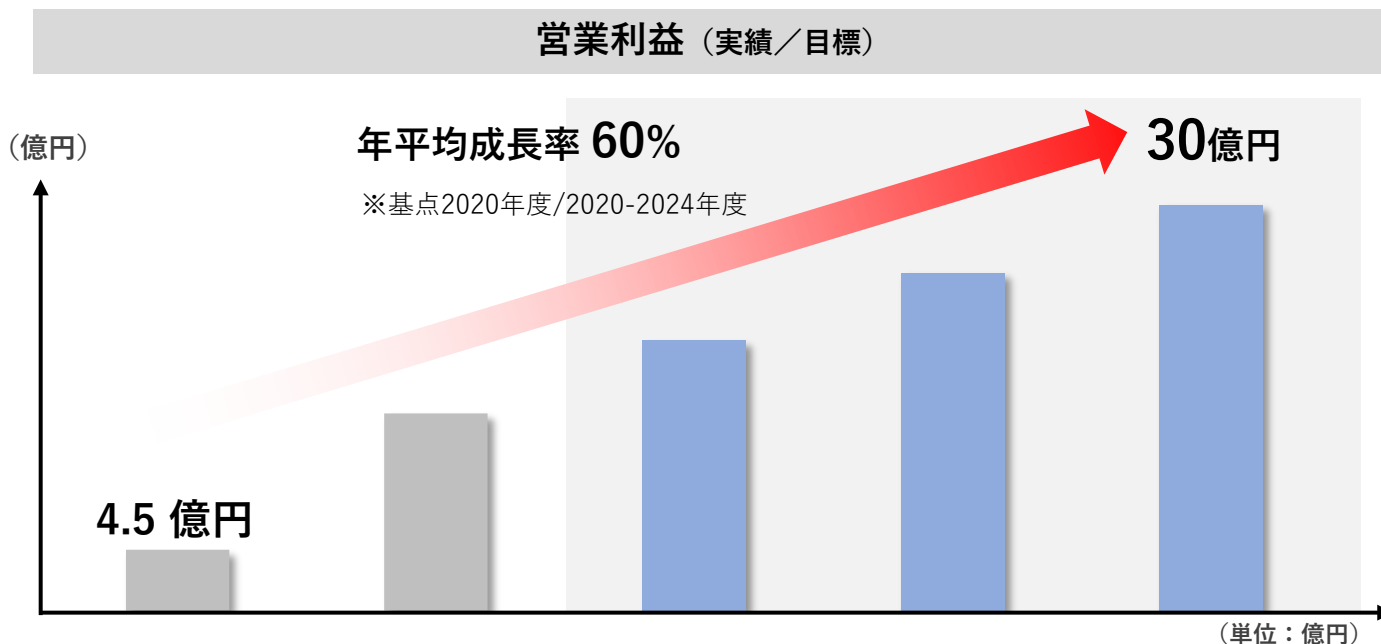
デジタルアセット&テクノロジー

- ・ デジタルヒューマン
- ・ バーチャルプロダクション
- ・ AI

プロダクト・技術の高度化

コンテンツ&デジタル事業の新・中期経営計画における目標設定

2024年度に営業利益30億円（年平均成長率 60%）を目標とする



	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
営業利益	4.5	14.6	20.0	25.0	30.0

中期経営計画 (2023/3期-2025/3期)

PS事業領域

フィールズ(株)

市場環境 [今後のパチンコ・パチスロ市場の変化予測]

新台販売
市場規模
6,621億円
(182.6万台)

パチスロ
約2,423億円
(66.5万台)

パチンコ
約4,197億円
(116.1万台)

2021年度

2022年度

新規則下、新たな市場の始まり
⇒10年間は安定的な開発環境が見込まれる

春

2023年度～

スマートパチンコ・パチスロ本格化
による、市場活性化への期待

夏

2027年度～

IR開業によるインバウンド需要
⇒PS産業にもポジティブな影響

夏

春

市場環境 [規則改正周期に基づく春夏秋冬理論]

パチスロ市場の変遷における周期性は四季の変遷に喩えられる



PS事業 [今後の当社販売機種]

< 販売実績（台数）を基にした当社販売機種の評価 >

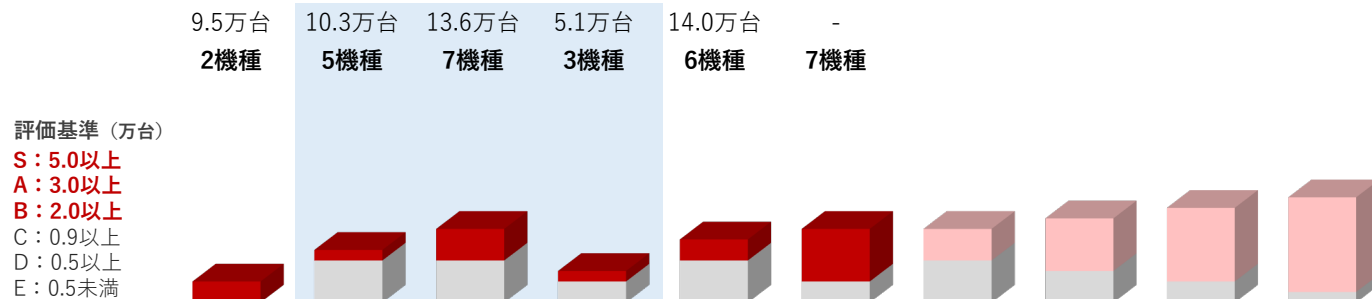
▶規則改正施行

▶コロナ拡大

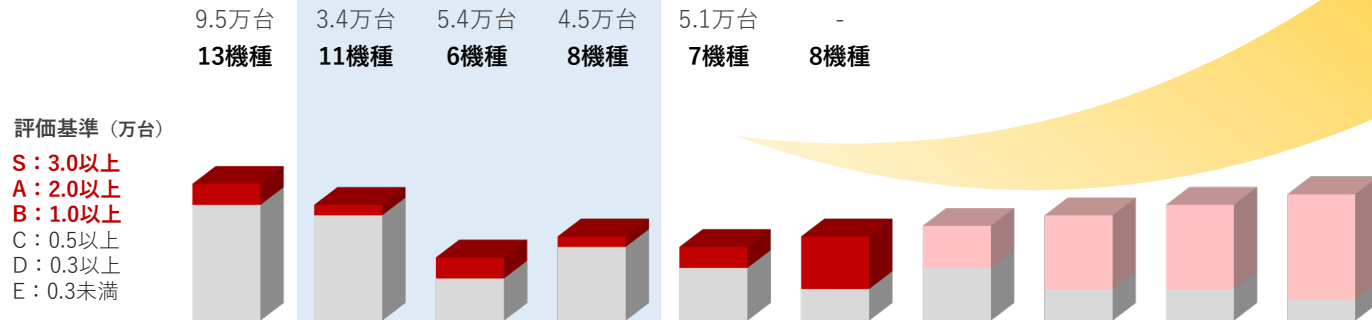
▶6.5号機/スマートPSの導入

年度	2017	2018	2019	2020	2021	2022E	2023E	2024E	2025E	2026E
----	------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------

パチンコ



パチスロ



メーカー数
提携メーカー数の拡充
×
機種数
安定的な機種数確保
×
クオリティ
有力版權タイトル

秋

冬

春

夏

遊技機業界をサポートするデジタルコミュニケーション事業

PS業界のあらゆるコミュニケーション活性化にデジタル技術等でサポート → 成長事業へ育成

メーカー

ホール

ファン

既存サービス

ホール向けメディア



ぱちんこパチスロ情報ステーション
P-S・STATION

登録アカウント10,000件（実績） → 22,000件目標

ファン向けメディア



MAU22万人以上（実績） → 124万人目標

ホール向け集客支援WEB広告配信サービス



設置・点検サービス
部品の窓口システム

成約件数2,000軒以上（実績） → 4,000軒以上目標

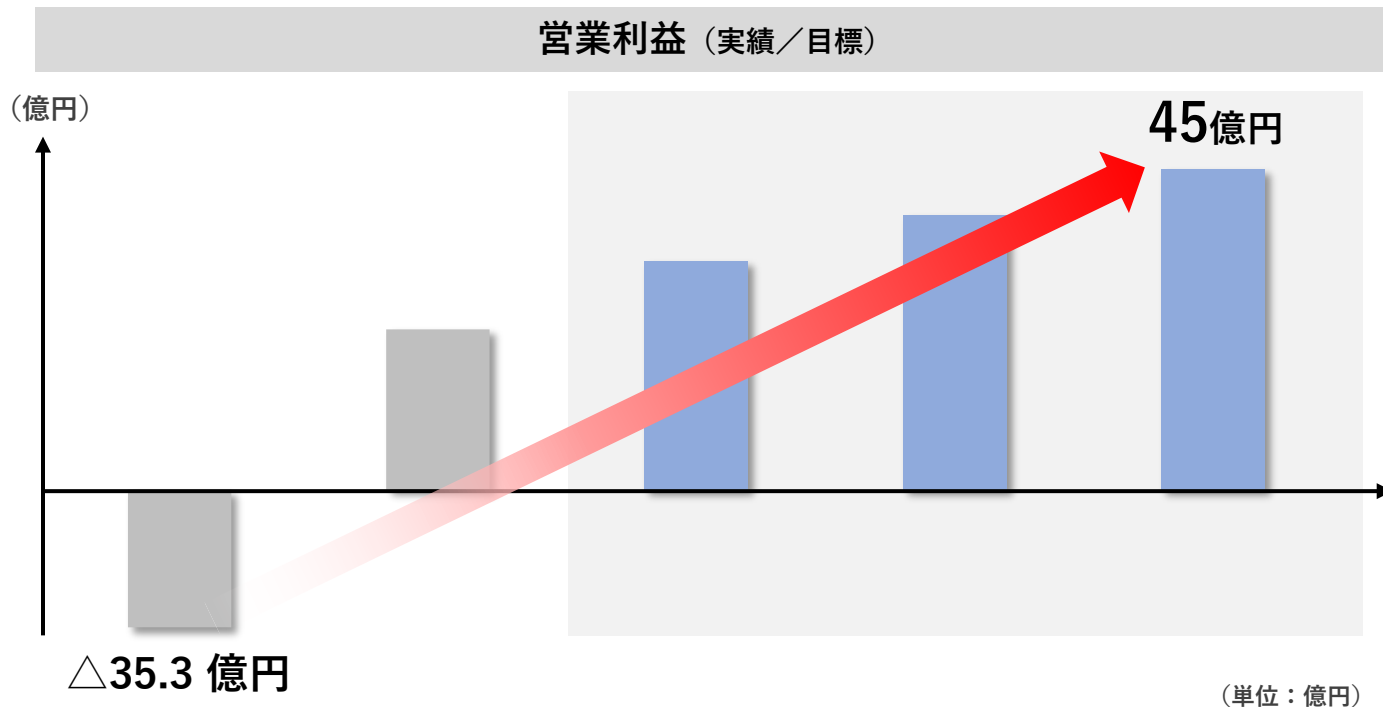
新サービス

2022年8月サービスイン／PS事業者向けメディア



PSマーケット活性化を図る
遊技機2次流通促進サイト

PS事業 [目標]



	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
営業利益	△35.3	17.5	25.0	30.0	45.0
販売台数見込み	9.5万台	19.1万台	22万台	—	

中期経営計画 (2023/3期-2025/3期)

業績数値目標

3カ年事業計画

(単位：億円)

		2021年度実績	2022年度計画	2023年度計画	2024年度計画
グループ連結	売上高	949.0	980.0	1,020.0	1,130.0
	営業利益	34.4	40.0	50.0	70.0

TSUBURAYA FIELDS HOLDINGS

Coming soon!