

2026年3月期 中間期

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

2025年11月

連結業績

- 実績：売上高959.5億円(前年同期比+109.7%増)、営業利益135.9億円(同+233.9%増)。
- アミューズメント機器事業での、有力IP搭載の機種的好調な販売と増産ニーズへの対応を主因に増収・増益。

コンテンツ&デジタル事業セグメント

- 「ウルトラマン」IPは、国内外で高い人気を維持しているものの、中国市場において、主力商品のブロック玩具やトレーディングカード関連のライセンス収入が減少し、一時的に減収・減益となった。一過性のヒット商品の販売が落ち着いたこと、IPの多様化に伴い現地パートナーが取り扱い商品の見直しを行ったことが主な要因である。一方で、ライセンス以外の事業カテゴリは概ね堅調に推移しており、安定した収益の確保に寄与している。
- 以上の結果、売上高75.3億円(前年同期比△5.7%減)、営業利益7.4億円(同△64.6%減)となった。

アミューズメント機器事業セグメント

- 有力IPを搭載した複数機種的好調な販売に加え、前期販売した機種が増産ニーズに対応した結果、販売台数は約15.9万台(前年同期比+228.6%増)となった。これにより、市場販売台数に占める当社の販売シェアは約20.7%(当社調べ)となった。
- 以上の結果、売上高878.2億円(前年同期比+136.1%増)、営業利益146.7億円(同+369.9%増)となった。

(単位：億円)

連結P/L	2025年3月期		2026年3月期			
	中間期	通期	中間期	対前期 増減率	期初予想 (5月13日)	修正予想 (10月31日)
売上高	457.6	1,405.8	959.5	+109.7%	1,500	1,700
売上総利益	124.9	352.6	243.8	+95.2%	-	-
販売管理費	84.2	199.6	107.8	+28.1%	-	-
営業利益	40.7	152.9	135.9	+233.9%	160	180
(対売上高営業利益率)	(8.9%)	(10.9%)	(14.2%)		(10.7%)	(10.6%)
経常利益	53.3	164.6	139.0	+160.8%	161	183
親会社株主に帰属する 中間(当期)純利益	28.2	111.5	95.5	+238.3%	112	128

※ 千万円未満は切り捨てて表示しています。

(単位：億円)

事業セグメント別P/L		2025年3月期		2026年3月期	
		中間期	通期	中間期	対前期増減率
コンテンツ&デジタル事業セグメント	売上高	79.9	164.1	75.3	△5.7%
	営業利益	21.1	28.3	7.4	△64.6%
	(対売上高営業利益率)	(26.5%)	(17.3%)	(9.9%)	
アミューズメント機器事業セグメント	売上高	371.9	1,230.9	878.2	+136.1%
	営業利益	31.2	152.7	146.7	+369.9%
	(対売上高営業利益率)	(8.4%)	(12.4%)	(16.7%)	
その他	売上高	8.3	16.8	9.0	+7.9%
	営業利益	0.0	0.0	0.0	+317.2%
調整額	売上高	△2.6	△6.0	△3.1	-
	営業利益	△11.7	△28.2	△18.3	-

※千万円未満は切り捨てて表示しています。

(単位：億円)

連結	2025年3月期	2026年3月期			
	通期	期初予想 (5月13日)	修正予想 (10月31日)	対期初予想 増減率	対前期 増減率
売上高	1,405.8	1,500.0	1,700.0	+13.3%	+20.9%
営業利益	152.9	160.0	180.0	+12.5%	+17.7%
経常利益	164.6	161.0	183.0	+13.7%	+11.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	111.5	112.0	128.0	+14.3%	+14.7%

※千万円未満は切り捨てて表示しています。

コンテンツ&デジタル事業セグメント

(単位：億円)

	2025年3月期		2026年3月期	
	中間期	通期	中間期	対期初増減率
売上高	79.9	164.1	75.3	△5.7%
営業利益 (営業利益率)	21.1 (26.5%)	28.3 (17.3%)	7.4 (9.9%)	△64.6%

円谷プロダクション全体の事業収入

	2025年3月期		2026年3月期	
	中間期	通期	中間期	対前期増減率
円谷プロ全体	56.9	115.5	51.0	△10.5%
ライセンス	37.5	68.3	23.0	△38.7%
海外	31.7	58.6	18.1	△42.7%
うち中国	28.9	52.7	14.4	△50.3%
うち北米・アジア等	2.7	5.9	3.7	+37.8%
国内	5.8	9.6	4.8	△16.5%
MD(物販)	2.1	13.9	7.6	+248.9%
海外	-	3.3	2.1	-
国内	2.1	10.6	5.4	+148.3%
映像・イベント	15.6	29.3	17.2	+10.0%
海外	4.7	8.3	4.9	+3.8%
国内	10.9	21.0	12.2	+12.7%

※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

(株)円谷プロダクション

<ライセンス>

- 海外：中国からのライセンス収入が前年同期比で減少。グローバル展開の加速により、北米・アジア等ではライセンス契約が順調に増加し、ライセンス収入は前年同期比で増加。
- 国内：前年同期に計上された「グリッドマン」関連収入の反動減を主因に前年同期比で減少。

<MD(物販)>

- 自社企画商品のウルトラマンカードゲームのラインアップの拡充により、国内・海外でMD(物販)収入が増加。
- 越境ECプラットフォーム「Tmall国際」での中国向け商品販売を7月に開始、商品ラインアップの拡充を進める。

<映像・イベント>

- 毎年夏に開催の『ウルトラヒーローズEXPO 2025 サマーフェスティバル』、隔年開催の『TSUBURAYA CONVENTION 2025』の観客動員数の増加を主因に前年同期比で増加。

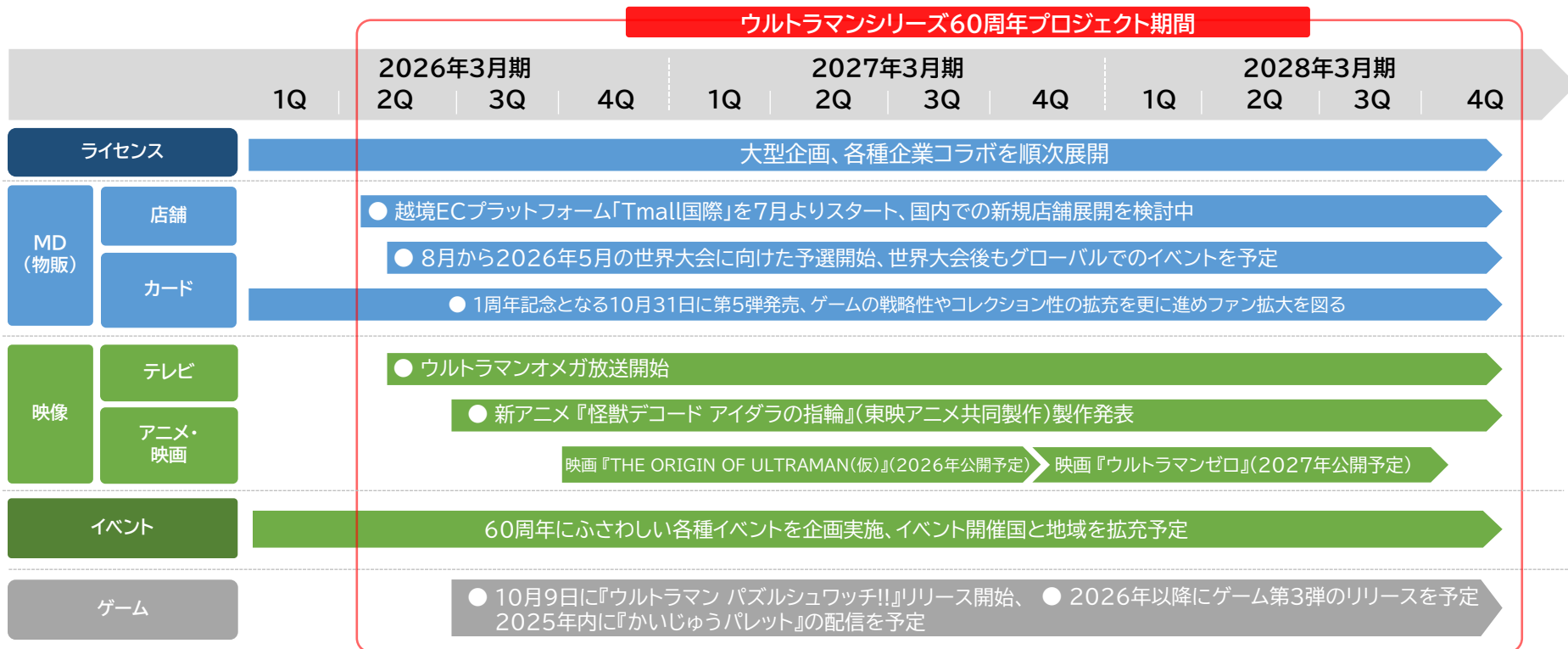


60周年を記念して制作されたアニバーサリーロゴ

中央で光を放つ3つの星は、「勇気・希望・思いやり」の象徴、数字の「60」から飛び立つウルトラマンのシルエットは、希望に満ちた未来へと羽ばたく姿を重ね合わせた姿をイメージ。このロゴに込められたメッセージを通して、本記念事業は世代や国境を越え、人々が心からつながり、前向きな気持ちになれるような企画を展開していきます。

～本記念事業を通じて、ウルトラマンブランドのグローバル展開を加速し、IP価値の最大化を目指す～

- 2025年7月～2027年12月までの約2年半にわたり、グローバルでの各種施策実施により、ウルトラマンシリーズ作品の物語の奥深さと普遍的なテーマを通して魅力を届けていく。



■ ウルトラマンIPとの共通点や繋がりをフックに、パートナー企業とのWin-Winのコラボレーションの成立を図る。

企業コラボ

コンセプトへの共感



60周年プロジェクトで掲げるコンセプトに共感する企業との協業を推進

グローバル展開



グローバルでの認知度・ブランド力の向上を推進

周年施策



周年という特別な年を共有し、共に盛り上げる取り組みを実施

... etc.

ULTRAMAN

IPコラボ

ロングセラーIPとの連携



長い歴史と高い認知度を持つIPとのコラボレーションで相乗効果を創出

クリエイターとの繋がり



ウルトラマンファンのクリエイターとの縁を活かし、魅力的な作品を共創

怪獣という要素



ウルトラマン作品の重要な要素である「怪獣」をテーマにしたコラボを展開

... etc.

■ 2026年5月の世界大会に向け、国内外で各種イベント・大会を実施中。

イベント

ULTRA LEAGUE SHOP
QUALIFIER 2026



2025年8月～10月
・全国の公認店舗で開催
・各店舗での上位入賞者が
エリア予選へ進出

ULTRA LEAGUE
CHAMPIONSHIP 2026

2025年11月～12月
・日本の6都市(札幌/仙台/東京/
名古屋/大阪/福岡)と世界各地にて、
世界大会に向けたエリア予選を開催

ULTRA LEAGUE
CHAMPIONSHIP in Japan 2026

2026年1月～2月
・世界大会出場への切符をかけた
最後の大会

ULTRA LEAGUE WORLD
CHAMPIONSHIP



2026年5月9日&10日(池袋)
・「ウルトラマン カードゲーム」初となる
世界大会を開催
・世界中の国と地域の中から初代世界
王者が決定

2024年

2025年

2026年

10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月 11月 12月 1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月



★(予定)

地球の守護者たち【第1弾】

吹き荒れる紅と蒼【第2弾】

復讐と闇の輪廻【第3弾】

希望と光の覚醒【第4弾】

勇輝の黎明【第5弾】

【第6弾】



戦略的に新商品を販売し、
ファン拡大を図る

商品展開

グローバル累計出荷枚数 約1億2,000万枚(10月速報値)



新作アニメ『怪獣デコード アイダラの指輪』製作決定

- 株式会社円谷プロダクションと東映アニメーション株式会社が共同製作する「怪獣と少女の物語」をテーマとしたトランスメディアプロジェクト「KAIJU DECODE 怪獣デコード」より、新作アニメ『怪獣デコード アイダラの指輪』の製作を10月20日に発表。キービジュアル、特別映像も公開。

<メインスタッフ>

原作 : 円谷プロダクション・東映アニメーション

脚本 : 柴田勝家

怪獣デザイン : 後藤正行(円谷プロ)

キャラクターデザイン(マル): Sei Nakashima

キャラクターデザイン(ココ): 齋藤将嗣

『怪獣デコード アイダラの指輪』公式サイト: <https://www.kaiju-decode.com/>

- 映像作品の展開により、ウルトラマンIPの更なる価値向上を図る。

2026年公開予定



60周年ドキュメンタリー映画
『THE ORIGIN OF ULTRAMAN(仮)』

2027年公開予定



新作映画
『ウルトラマンゼロ』

～中長期のパイプラインに沿って順次製作を進行中～

- 各種大型イベントの実施により100万人を超えるファンへのリーチを目指す。
60周年という節目を活かした施策展開により、国内外での認知度・ファンコミュニティを強化・拡大することでライセンス・物販・映像・デジタル領域への波及効果の創出を図る。

主な大型イベント



- ・ 大型イベントの中で圧倒的なファンとの接点を誇るイベント
- ・ 60周年期間中は開催地域拡充を予定



- ・ 60周年にふさわしいライブ体験を提供し、ファミリー層へのリーチを更に拡大



- ・ 60周年記念事業の最終年度にふさわしい企画を盛り込み、2027年秋開催予定



- ・ 2026年4月より国内外の主要都市を巡り、60周年を記念した展示イベントを開催

■ 自社初企画のスマートフォン向けゲームを本年10月よりリリース。

2026年3月期

2027年3月期以降

ゲーム

第1弾

『ウルトラマン パズルシュワッチ!!』



- ・ 2025年10月9日サービス開始
- ・ ウルトラマンシリーズの公式ゲーム作品

第2弾

『かいじゅうパレット』



- ・ 2025年10月23日ニュースリリース
- ・ 「怪獣」IPを女兒・女性を含めたライト層へ広げるための新コンテンツ(2025年内リリース)

第3弾 (予定)

- ・ グローバル連携強化
- ・ MD戦略との連動
- ・ 収益性の高いゲーム開発を推進

メタバース
その他

・ 既存のファンコミュニティサービスの改善&リニューアル



TSUBURAYA IMAGINATION



ULTRAMAN DIGITAL CARD
COLLECTION

リアルとデジタルが融合した新しいエンタメ体験
LBE(Location Based Entertainment)
事業への取り組みを推進

©円谷プロ ©TSUBURAYA PRODUCTIONS / ©Meta Field Inc. / ©StudioZ Inc.
©TSUBURAYA PRODUCTIONS / ©Meta Field Inc.

アミューズメント機器事業セグメント

(単位：億円)

	2025年3月期		2026年3月期	
	中間期	通期	中間期	対前期増減率
売上高	371.9	1,230.9	878.2	+136.1%
営業利益 (営業利益率)	31.2 (8.4%)	152.7 (12.4%)	146.7 (16.7%)	+369.9%

販売実績

パチンコ販売	2.0万台	9.2万台	6.9万台	+231.9%	
パチスロ販売	2.7万台	11.3万台	9.0万台	+226.0%	
合計	4.8万台	20.5万台	15.9万台	+228.6%	25万台

※千万円未満は切り捨てて表示しています。

※千台未満は切り捨てて表示しています。

※前連結会計年度より、従来「P S事業」としていたセグメント名称を「アミューズメント機器事業」に変更しています。

当該変更は報告セグメントの名称変更のみであり、セグメント情報に与える影響はありません。

市場環境

- パチンコ・パチスロともに新たなゲーム性を備えた機種の登場により今後の市場活性化が期待される。
 - パチスロ：6月「ボーナストリガー」搭載機種が登場。
 - パチンコ：7月「ラッキートリガー3.0プラス」搭載機種が登場。

アミューズメント機器事業

フィールズ(株)

- 前年同期は、パラーの新紙幣対応に合わせ、下期集中の販売となったが、当中間期は有力IPを搭載した複数機種の販売に加え、前期販売機種の増産対応等により好調に推移した結果、中間期(4～9月)累計の販売台数は約15.9万台となり、販売シェア約20.7%(当社調べ)を記録した。

(株)エース電研

- フィールズ(株)との営業拠点統合による経営効率化と共に、新規顧客開拓を着実に進める。

■ 第2四半期は、メインタイトルとしてパチンコ1機種、パチスロ2機種を販売し、中間期での累計販売台数は15.9万台。

	第1四半期	第2四半期
パチンコ	e シン・ウルトラマン e 東京喰種 P 宇宙戦艦ヤマト2202 超波動 森雪 199LT ver. P DD北斗の拳3 百突99ver.	e 犬夜叉3.0 P クイーンズブレイド4 UNLIMITED 奈落 ぱちんこ シン・エヴァンゲリオン PREMIUM MODEL
	3.9万台	2.9万台(累計6.9万台)
パチスロ	Lパチスロ 機動戦士ガンダムSEED L ULTRAMAN スマスロ デビル メイ クライ5 スタイリッシュタイプ L 絶対衝激～PLATONIC HEART～ L 東京喰種(増産) スマスロ モンスターハンターライズ(増産) スマスロ バイオハザード5(増産)	LBパチスロ エヴァンゲリオン ～約束の扉～ L ダーリン・イン・ザ・フランキス
	5.5万台	3.4万台(累計9.0万台)
合計	9.5万台	6.4万台(累計15.9万台)

LT3.0プラス対応



e 犬夜叉3.0

ボーナストリガー対応



LBパチスロ
エヴァンゲリオン ～約束の扉～



L ダーリン・イン・
ザ・フランキス

※プライベートブランドは青枠で記載

©高橋留美子/小学館・読売テレビ・サンライズ2000&2009 製造元/株式会社ディ・ライト ©カラー 販売ブランド/ビスティ ©ダーリン・イン・ザ・フランキス製作委員会 ©SPIKY ©CROSSALPHA 製造元/株式会社スパイク

■ 第3四半期に向けて、新機種の販売も順調に推移。

第3四半期

パチンコ

e バルセルク無双 第2章

e ノーゲーム・ノーライフ

e 新世紀エヴァンゲリオン ～はじまりの記憶～

e バルセルク無双
第2章e 新世紀エヴァンゲリオン
～はじまりの記憶～

『e 新世紀エヴァンゲリオン ～はじまりの記憶～』

- ・ インバウンドへの対応として英語字幕を搭載
- ・ 長期稼働の実現に向け、テレビCMをはじめ、WEBCM、SNS等、各種メディアを活用したプロモーションを展開
- ・ 導入店舗に対して専用景品コーナーの設置提案を実施

パチスロ

スマスロ 新鬼武者3

L 絶対衝激IV

L 荒野のコトブキ飛行隊

L 無職転生 ～異世界行ったら本気だす～



スマスロ 新鬼武者3



L 荒野のコトブキ飛行隊



L 絶対衝激 IV

L 無職転生
～異世界行ったら本気だす～

合計

※プライベートブランドは青枠で記載

©三浦建太郎・スタジオ我画/白泉社 ©三浦建太郎(スタジオ我画)・白泉社/BERSERK FILM PARTNERS ©三浦建太郎(スタジオ我画)・白泉社/バルセルク製作委員会 ©コーエーテクモゲームス 製造元/株式会社ユーギン ©カラー/Project Eva. ©カラー/EVA 製作委員会 販売ブランド/ビスティ ©CAPCOM 製造元/株式会社レオスター ©荒野のコトブキ飛行隊製作委員会 ©SPIKY ©CROSSALPHA 製造元/株式会社スパイキー ©プラトニックハート事務局 製造元/株式会社アイドル ©理不尽な孫の手/MFブックス/『無職転生II』製作委員会 製造元/株式会社ユーギン

Appendix

2026年3月期 中間期 決算説明資料

- 連結B/S、連結C/F

(単位：億円)

連結B/S	2025年3月末	2025年9月末	対前期増減額
流動資産	698.4	826.9	128.5
固定資産	291.1	286.7	△ 4.4
資産合計	989.5	1,113.7	124.1
流動負債	267.7	344.9	77.2
固定負債	159.3	140.1	△ 19.2
負債合計	427.0	485.1	58.0
純資産合計	562.4	628.6	66.1
負債純資産合計	989.5	1,113.7	124.1

連結C/F	2025年3月期 中間期	2026年3月期 中間期	対前期増減額
営業キャッシュ・フロー	△ 12.6	109.1	121.8
投資キャッシュ・フロー	△ 13.3	△ 12.1	1.1
財務キャッシュ・フロー	△ 109.5	△ 42.2	67.2
現金及び現金同等物の増減額	△ 135.5	54.7	190.3
現金及び現金同等物の期首残高	348.1	308.5	△ 39.5
現金及び現金同等物の期末残高	212.5	363.3	150.7

※ 千万円未満は切り捨てて表示しています。

TSUBURAYA FIELDS HOLDINGS

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。