

2009年3月期 決算

(2008年4月～2009年3月)

決算説明資料

タイヨーエレクトロニクス株式会社

SEGA-SAMMY
GROUP

2009年5月15日

本資料に記載された将来の予測等は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであります。従いまして、これらの内容はリスクや不確実な要素を含んでおり、将来における実際の業績は大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。

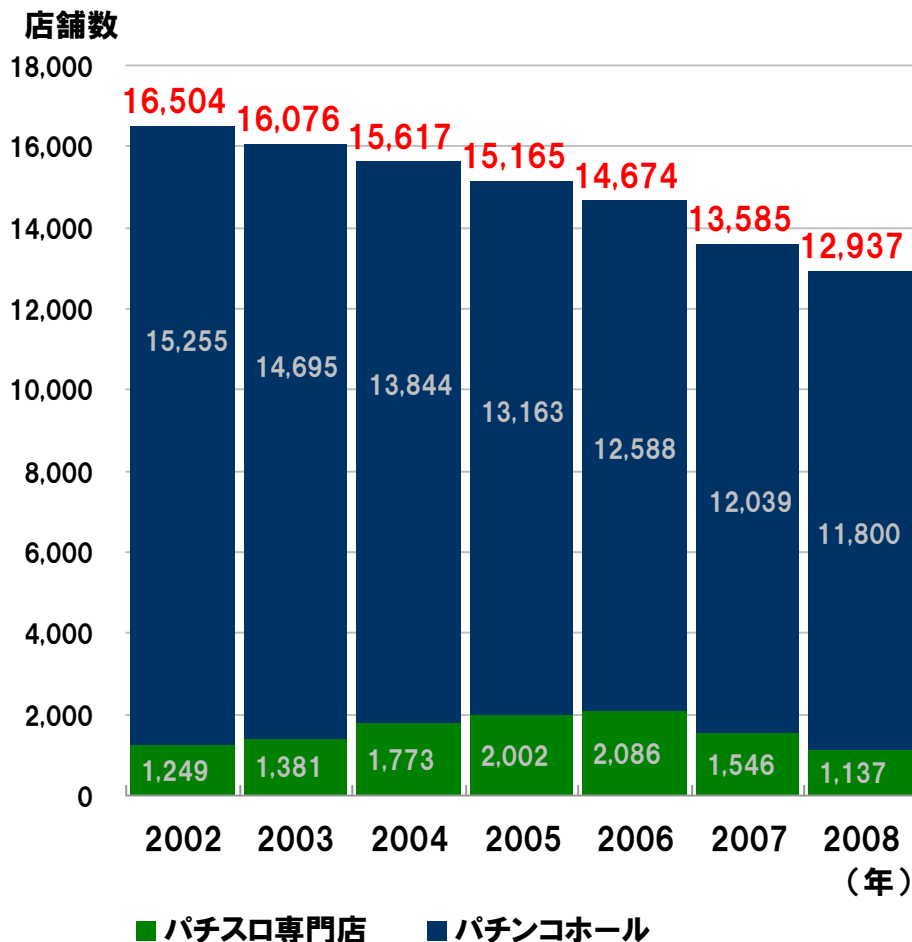
決算(2009年3月期通期)の概要

■ 遊技機市場動向	2
■ 決算ハイライト	3
■ 販売実績	4
■ P/LおよびB/Sの内容	5-6
■ 戦略概要およびTOPICS	7-10
■ 提携戦略の進捗状況	11

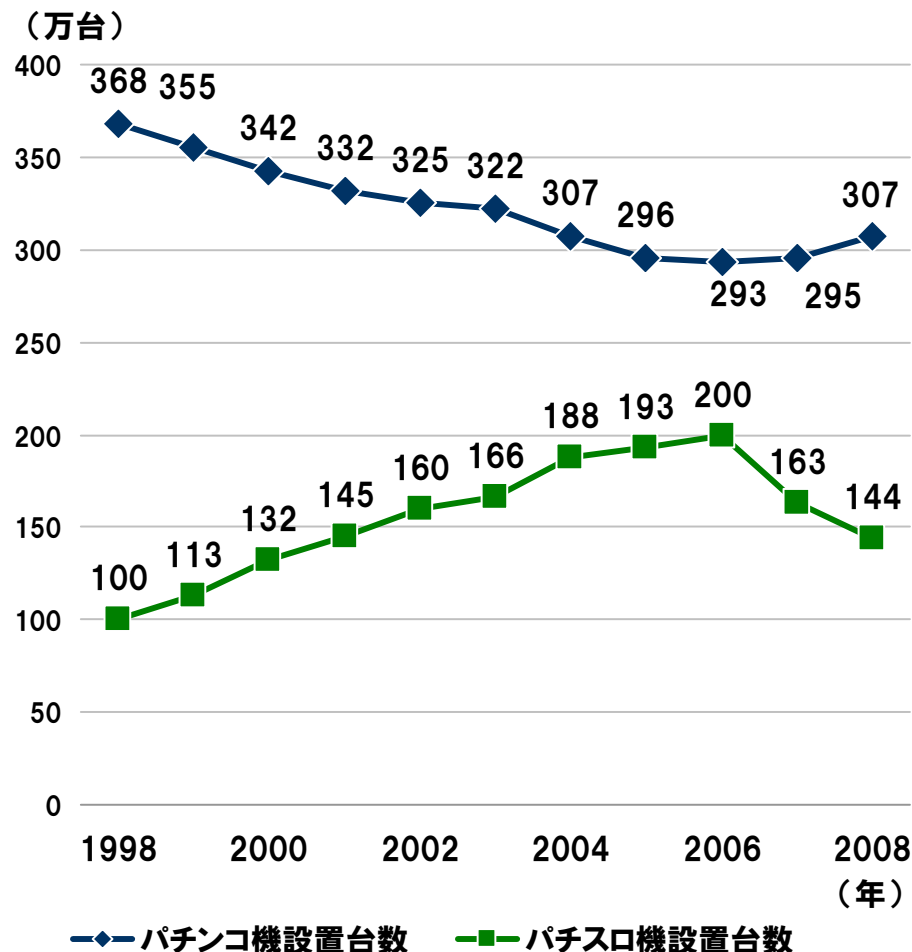
次期(2010年3月期)の見通し

■ 事業方針	12
■ 業績予想	13
■ 業績の推移	14

パチンコホール・パチスロ専門店の店舗数推移



パチンコ機・パチスロ機の設置台数の推移



出所: 矢野経済研究所

Copyright TAIYO ELEC All Rights Reserved.

販売台数

- パチンコ機販売は、第3四半期販売予定であった「CR八代亜紀心の故郷帰りませんか」の適合の遅れにより、当期主力機種であった「CR機動新撰組萌えよ剣 疾風怒濤編」を次期に持ち越したことから、前期および期初予想を大きく下回る販売実績となった。
- パチスロ機販売は、1機種あたりの販売数が期初予想を下回ったこと、および1機種を適合の遅れにより次期に持ち越したことから、前期および期初予想を大きく下回る販売実績となった。

	‘08/3期	‘09/3期	増減額	期初予想
パチンコ機販売台数	68,213台	44,491台	▲23,722台	100,000台
パチスロ機販売台数	23,873台	6,268台	▲17,605台	15,000台
合 計 販 売 台 数	92,086台	50,759台	▲41,327台	115,000台

業 績

- 販売台数減少による売上総利益への影響は大きく、前期および期初予想を大きく下回る利益実績となったが、販売収益率の向上・経費等のコスト削減など、収益改善に努め、黒字を確保した。

(単位:百万円、%)	‘08/3期	‘09/3期	増減額	期初予想
売 上 高	25,334	14,307	▲11,027	30,000
営 業 利 益	1,657	405	▲1,252	1,700
経 常 利 益	1,636	474	▲1,162	1,700
当 期 純 利 益	1,423	410	▲1,013	1,500

- パチンコ機:「CR八代亜紀 心の故郷帰りませんか」の適合遅れによる販売数量の減少、および当期主力機種であった「CR機動新撰組萌えよ剣 疾風怒濤編」の次期持ち越しにより、通期販売台数が減少。
- パチスロ機:パチスロ市場低迷による1機種あたりの販売台数の減少、および1機種の次期持ち越しにより、通期販売台数が減少。

当期 (09/3期)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
パチンコ機	15,552台	11,394台	3,998台	13,547台	44,491台
主な販売機種	・サムライチャンブルー	・エルビスプレスリー ・匠の道	※八代亜紀の 適合遅れ	・ペルソナ3 ・八代亜紀	5シリーズ ※萌えよ剣次期持ち越し
パチスロ機	2,662台	3,531台	75台	0台	6,268台
主な販売機種	・熱血硬派くにおくん	・萌えよ剣		※1シリーズ 適合遅れ	2シリーズ ※1シリーズ次期持ち越し

【ご参考:前期実績】

前期 (08/3期)	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
パチンコ機	16,432台	10,145台	28,571台	13,065台	68,213台
主な販売機種	・萌えよ剣(再販) ・ハムナプトラ	・それゆけエリちゃん	・キングコング ・奥さまは魔女 ・伝説の巫女	・ギャラクシー エンジェル	6シリーズ +萌えよ剣再販
パチスロ機	4,592台	8,334台	5,470台	5,477台	23,873台
主な販売機種	・マーベルヒーローズ		・伝説の巫女(サミー株式会社にて販売)		2シリーズ

(単位:百万円、%)

	2008/3		2009/3		増減額	主な前期比増減の内容
	実績	百分比	実績	百分比		
売上高	25,334	100.0	14,307	100.0	△11,027	
パチンコ機(新台)	14,220	56.1	4,616	32.3	△9,604	【売上総利益の概算分析】 ■量的減少 ▲37億円 (販売台数の減少等) ■質的増加 +15億円 (面替比率の向上等) ■部材ロス削減 +5億円
パチンコ機ゲージ盤(面替)	3,916	15.5	7,421	51.9	3,505	
パチスロ機	7,113	28.1	1,894	13.2	△5,219	
その他	83	0.3	374	2.6	291	
売上原価	18,513	73.1	9,192	64.3	△9,321	
売上総利益	6,820	26.9	5,115	35.7	△1,705	【主な販管費の増減内容】 ①販売手数料 ▲4.6億円 ②販売促進費 +1.0億円 ③研究開発費 +0.7億円 ④給与手当 ▲0.1億円 ⑤その他 ▲1.5億円
販売費及び一般管理費	5,162	20.4	4,710	32.9	△452	
営業利益	1,657	6.5	405	2.8	△1,252	
営業外損益	△20	△0.1	69	0.5	89	
経常利益	1,636	6.5	474	3.3	△1,162	
特別損益	△198	0.8	△31	△0.2	167	
法人税等	15	0.1	32	0.2	17	
当期純利益	1,423	5.6	410	2.9	△1,013	
パチンコ・シリーズ数	6シリーズ' + 萌えよ剣		5シリーズ			
パチンコ・販売台数	68,213台		44,491台			
パチスロ・シリーズ数	2シリーズ'		2シリーズ'			
パチスロ・販売台数	23,873台		6,268台			

(単位:百万円)

	2008/3末	2009/3末	増減額	主な増減内容
流動資産	17,005	14,174	△2,831	
現金及び預金	9,836	9,294	△542	
受取手形・売掛金	3,886	2,834	△1,052	
たな卸資産	3,036	1,853	△1,183	パチスロ機在庫の減、厳密な在庫管理。
固定資産	3,192	3,667	475	
有形固定資産	2,266	2,902	636	新枠用金型、品質検査設備の増強。
無形固定資産	30	35	5	
投資その他の資産	895	729	△166	
資産合計	20,197	17,841	△2,356	
流動負債	8,135	5,356	△2,779	
支払手形・買掛金	5,224	2,679	△2,545	仕入に係る支払手形の決済。
短期借入金	1,800	1,500	△300	有利子負債の圧縮。
固定負債	905	1,144	239	
負債合計	9,040	6,500	△2,540	
純資産合計	11,156	11,340	184	
負債・純資産合計	20,197	17,841	△2,356	

版権・スペック・演出・サウンド、時代のニーズを掴みながら常に「新しい物」を創造。

‘08年5月 「CRサムライチャンプルー」

新たに描き起こした3DCGに加え、原作アニメ素材をふんだんに使用。「サムライチャンプルー」の独特な世界観をパチンコ機で完全再現！



©2004manglobe/下井草チャンプルーズ

‘08年8月 「CRエルビスプレスリー」

数々の驚異的な記録を樹立し、世界を熱狂させた伝説のエンターテナー「エルビスプレスリー」とのタイアップ。パチンコ機とパチスロ機を融合させた新感覚のゲーム性を提案。

‘08年9月 「CR匠の道」

イトレック共同開発第三弾。完全オリジナルストーリーで個性溢れるキャラクター達による、明快で爽快な演出を追求。最強コラボの決定版。



‘09年1月 「CRペルソナ3」

原作ゲームの迫力と世界観を完全再現し、パチンコオリジナル楽曲「終わらない夜」が大当りを熱く盛り上げる！

‘09年3月 「CR八代亜紀 心の故郷 帰りませんか」

八代亜紀のすべてがここに！
四季折々の美しさだけでなく、懐かしさを感じさせる「昭和劇場」がユーザーの心を包み癒します。
前作を大幅に上回る楽曲と選りすぐりの実写映像。
当社が提案する演歌系ばちんこの決定版



®&©ミリオン企画 ©藤井秀樹

‘08年5月 パチスロ「熱血硬派くにおくん」

ゲームの世界で人気を博し、大暴れしたくにおくんが連続性と継続性を秘めた驚異のART「熱血チャンス」をひっさげてパチスロに登場！

‘08年8月 「パチスロ機動新撰組 萌えよ剣」

パチンコの大ヒット機種が、今度はパチスロで登場！
パチンコの演出に加え、新基準に対応したフリーズ機能など、新演出を追加。

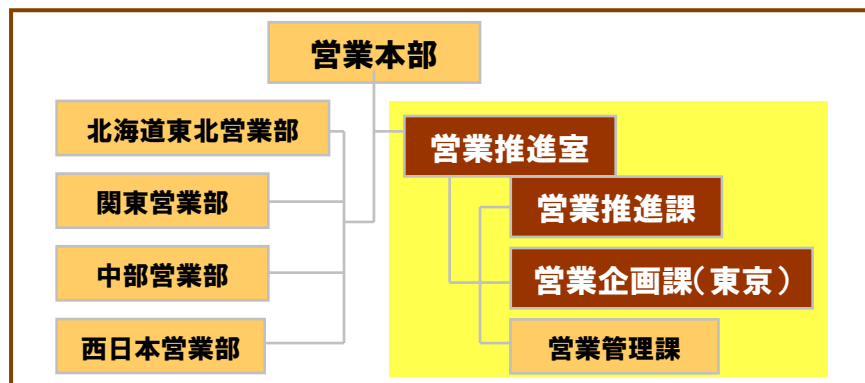


©2002 RED/高橋留美子 ©2002 ENTERBRAIN, INC.

営業本部政策機能の強化

■組織力強化のため、「営業推進室」を新設。

- ①**営業推進課**: 営業戦略をリードし、本部機能の強化を図る。
- ②**営業企画課**: サミー株式会社からの出向者受入による人員・ノウハウの強化、および拠点を東京へ移し、プロモーション展開の高度化・スピード化を図る。



プロモーション展開の強化

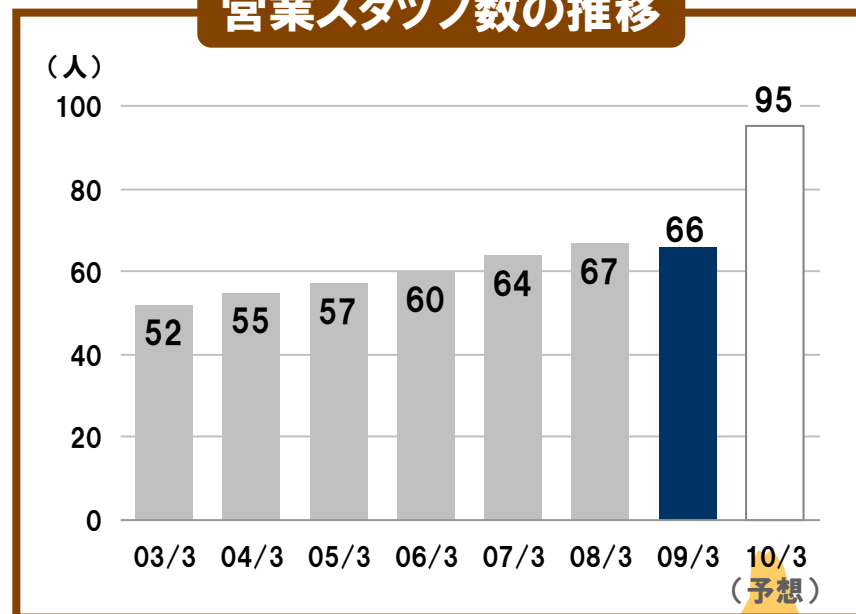
■法人戦略強化に向け、製品説明会の規模を拡大し、当社製品のブランド力向上を図る。

■TVCMを活用し、ユーザーのブランドイメージの向上を図る。



© 2002 RED/高橋留美子 © 2002 ENTERBRAIN, INC.
© 2005 萌えよ剣製作委員会

営業スタッフ数の推移



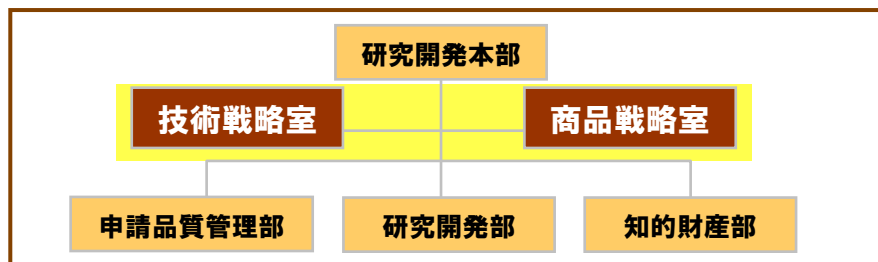
全国のホール様に密着し、最新のトレンドをいち早くキャッチ。



組織強化

■中長期的な開発戦略構築のため、戦略策定部門を新設。

- ①**商品戦略室**：マーケティング機能強化により有力版権の獲得・製品ラインアップの強化を図る。
- ②**技術戦略室**：技術上の先行開発をリードし、新技能の開発・原価の低減を図る。



研究開発費

■研究開発費の抑制

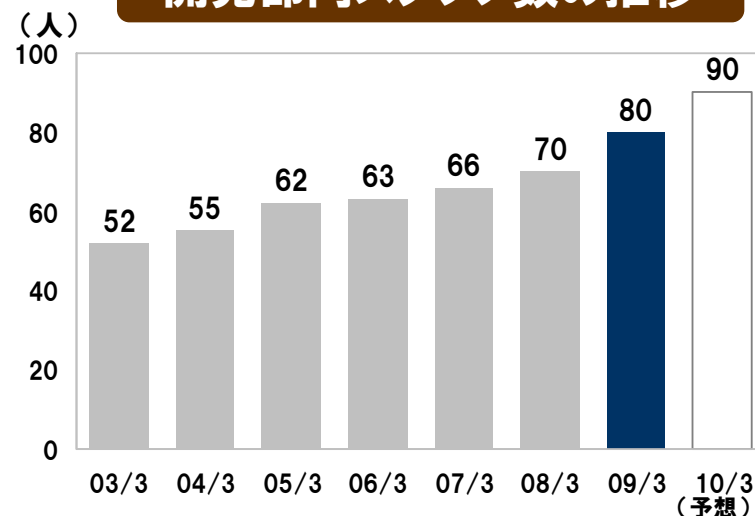
- ・販売計画機種の適合遅延による開発スケジュールの見直し
- ・部材の共通化による開発効率の改善

■新枠開発

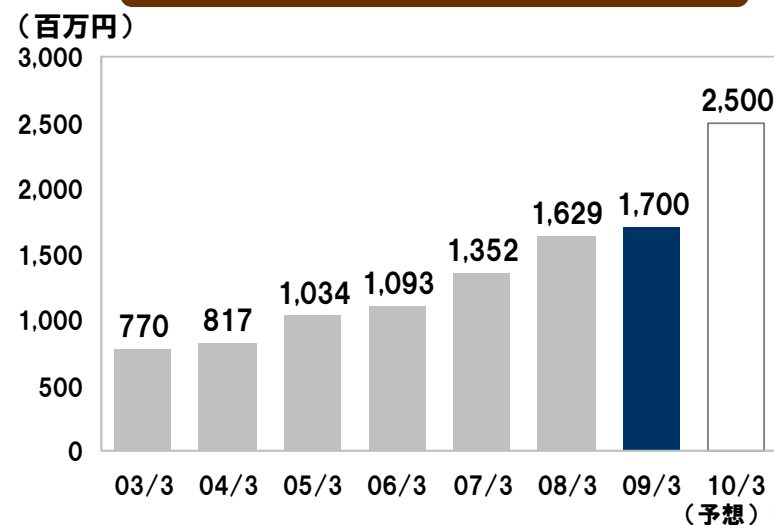
- ・旧枠との共通化を促進し、開発コストを低減しながら、新機能を搭載した新枠（ALDIO/アルディオ）の開発を完了。（次期新機種より投入）



開発部門スタッフ数の推移



研究開発費の推移



体制強化、株式の信頼性向上、ブランドイメージ浸透

組織変更（生産本部 新設）

2008年6月：生産体制強化のため「生産本部」新設、生産本部・研究開発本部・営業本部・管理本部の「4本部体制」とする

豊橋工場 操業開始

2008年7月：パチスロ機製造工場。品質向上と製造能力アップに対応

株式の制度信用銘柄選定

2008年9月：ジャスダック証券取引所により制度信用銘柄に選定

自己株式の取得

2008年8月：株主の皆さまへの利益還元策の一環として、150,000株取得

コンサート冠スポンサー

2008年11月：CSR活動の一環として、
「TAIYO ELEC PRESENTS ZEEBRA 20th ANNIVERSARY
“THE LIVE ANIMAL in 武道館”」の
冠スポンサーによるイベント特別協賛



TVCMの開始

「CR機動新撰組 萌えよ剣 疾風怒濤編」当社初のTVCM開始

09/3 東海地区限定 CMスタート

09/4 全国ネットにてCM放映

09/5 全国遊技機ホールへ納品開始



©2002 RED/高橋留美子 ©2002 ENTERBRAIN, INC.
©2005 萌えよ剣製作委員会

時 期	事業提携に関する事項		提 携 効 果
07/3・12	【財務強化】	サミー株式会社に対する第三者割当増資	計81億円の資本増強
07/12	【販路拡大】	当社のパチスロ「伝説の巫女」をサミー社ルートで販売	1.1万台の販売実績
08/ 4～	【品質強化】	パチスロ豊橋工場の立ち上げ(グループリソース有効活用)	生産能力・効率の向上
08/10～	【新市場創出】	(株)サミーネットワークスと連携したモバイルコンテンツ/PC コンテンツ事業展開 (CRそれゆけエリちゃん・CRそれゆけ浜ちゃん2・CR伝説の巫女・CRガチンコ7 ・CR五右衛門・CR大陸物語をサミー777に新規展開)	コンテンツ事業の拡大
09/3～	【部材共通化】	汎用電子部材(液晶等)の共通化(CR八代亜紀2より実施)	クオリティー向上・原価低減
09/3～	【販路拡大】 【広告宣伝強化】	・営業推進室を新設(強化人員として12名の出向受入) ・営業企画部門の拠点を東京に設置	組織的販売体制の構築 効果的プロモーション活動
09/5～	【販路拡大】	エリア営業強化に向け、サミー社より営業人員30名程度 の出向受入(当社の各支店・営業所に配置)	販売数の増加
09予定	【部材共通化】	サミー製筐体を使用したパチスロ機の投入	クオリティー向上・原価低減
09予定	【販路拡大】 【IP育成・創造】	2009年販売予定のパチスロ機について、開発・販売に 関する提携事業実行を計画	販売数の増加
09～	—	今後も各分野で提携事業が進捗中	



事業環境認識

- ・プレイヤー人口の減少および個人消費の悪化により、遊技機業界は厳しい状況が継続。
- ・ホールの遊技機の導入については、集客効果が高く、高稼働を見込める機種に集中化。
- ・メーカー間の競争はさらに激化するものと予想。

次期(2010年3月期)事業方針

「競争優位性を高めるブランド力を構築し、収益性の確保と一定の市場シェアを確保」

販売力強化

- (新枠投入) 新機能を搭載した新枠“ALDIO”を「萌えよ剣」から市場投入し、シェア拡大
- (ブランド力) 効果的なプロモーション展開(TVCM等有効活用)による販売数の増加
- (サービス力) スタッフ強化(サミー社からの出向者受入・広島支店開設等)による顧客ホール数の増加
- (組織力) 多機種販売に対応した営業本部の政策機能の充実

開発力強化

- (ヒット機種) キラーコンテンツを生み出すため、積極的な開発投資の実行
- (開発効率) パチンコ機6機種以上・パチスロ機3機種以上の開発実行
- (パチスロ機) サミー社との提携による有力パチスロ機の開発



©2002 RED/高橋留美子 ©2002 ENTERBRAIN, INC.
©2005 萌えよ剣製作委員会

中期目標感

「中期的にトップシェアグループ入りを目指す」

販売台数:20万台以上

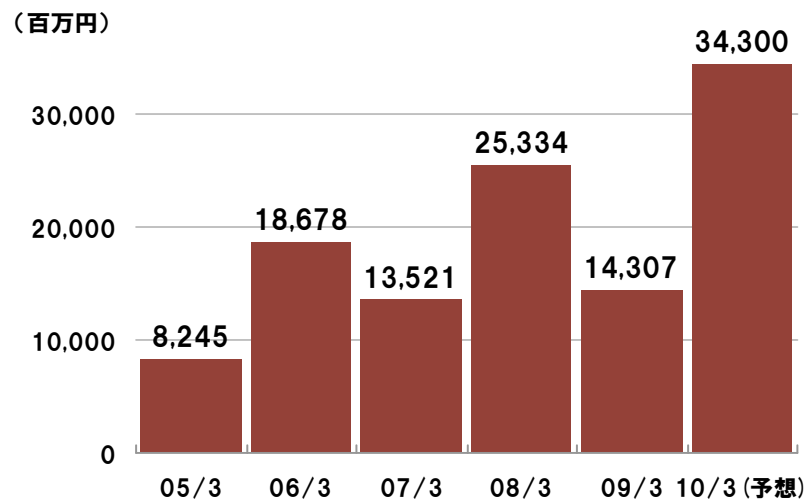
売上高:500億円以上

経常利益率:15%以上

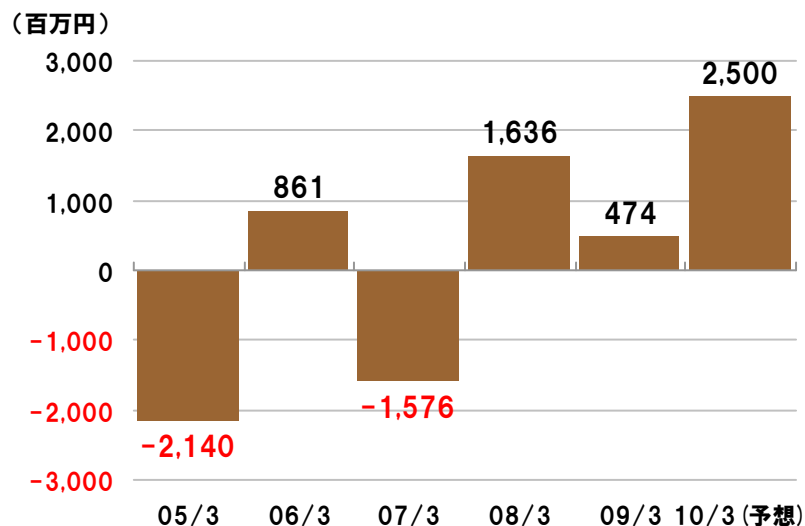
(単位:百万円、%)

	2008/3期		2009/3期		2010/3期(予想)						
	実績	百分比	実績	百分比	上期予想	百分比	下期予想	百分比	通期予想	百分比	増減額
売上高	25,334	100.0	14,307	100.0	17,300	100.0	17,000	100.0	34,300	100.0	19,993
営業利益	1,657	6.5	405	2.8	1,180	6.8	1,300	7.6	2,480	7.2	2,075
経常利益	1,636	6.5	474	3.3	1,180	6.8	1,320	7.8	2,500	7.3	2,026
当期純利益	1,423	5.6	410	2.9	1,110	6.4	290	1.7	1,400	4.1	990
配当金	5円		5円		—		8円		8円		
パチンコ・シリーズ数 パチンコ・販売台数	6シリーズ 68,213台		5シリーズ 44,491台		3シリーズ 50,000台		3シリーズ 50,000台		6シリーズ 100,000台		
パチスロ・シリーズ数 パチスロ・販売台数	2シリーズ 23,873台		2シリーズ 6,268台		2シリーズ 10,000台		2シリーズ 15,000台		4シリーズ 25,000台		

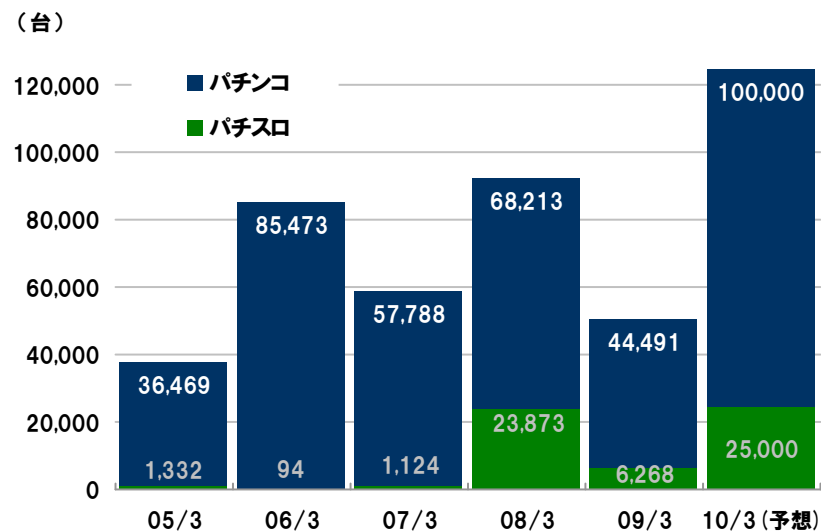
売上高



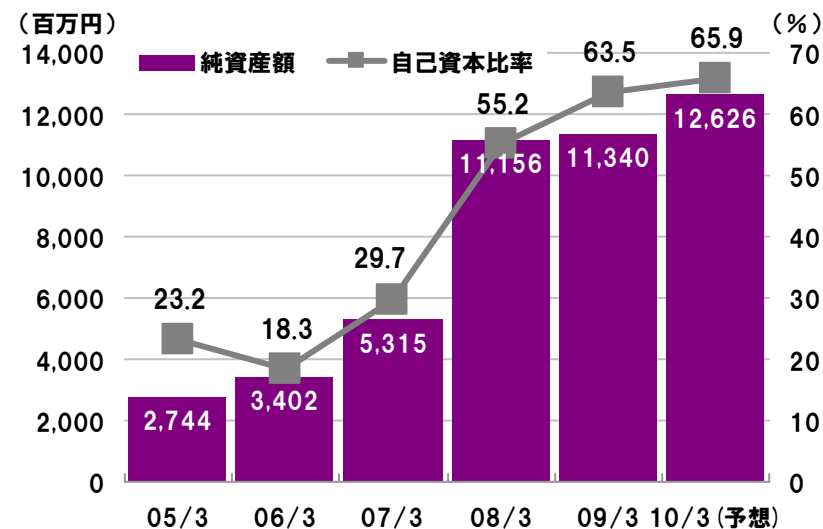
経常利益



販売台数



純資産額・自己資本比率



参考資料

会 社 名	タイヨーエレクトリック株式会社
代 表 者	代表取締役社長 佐藤 英理子
本 社 所 在 地	愛知県名古屋市西区見寄町125番地
設 立	1973年7月11日
株 式 上 場	2001年4月11日(JASDAQ:6429)
事 業 内 容	パチンコ・パチスロ遊技機の開発、製造、販売
資 本 金	5,125百万円(2009年3月31日現在)
売 上 高	14,307百万円(2009年3月期)
経 常 利 益	474百万円(2009年3月期)
従 業 員 数	236名(2009年3月31日現在)
主 要 株 主	サミー株式会社(50.9%)、佐藤英理子(11.49%)



本社本館

1973年	アレンジボール機の製造及び販売を目的として名古屋市西区において太陽電子株式会社(現 タイヨーエレック株式会社)を設立
1982年	アレパチ第一号機発売開始
1988年	パチンコ第一号機発売開始
1996年	太陽電子株式会社をタイヨーエレック株式会社へ商号変更
2001年	日本証券業協会に株式を店頭登録
2004年	株式会社ジャスダック証券取引所に株式を上場 パチスロ第一号機発売開始
2006年	イトレックジャパン株式会社との共同開発機種発売
2007年	サミー株式会社との資本・事業提携締結 サミー株式会社の連結子会社化により、セガサミーグループ入り

販路拡大

- 互いの営業ノウハウを共有した全国ホール様への積極的アプローチ
- ブランド独自性を維持したマルチチャネル販売(パチスロ伝説の巫女にて実践済)

IPの育成・創造

- 両社保有著作権の有効活用・両社協調による有力著作権の取得
- セガサミーグループ・オリジナルIPの創造・育成への参画

広告宣伝強化

- 各種媒体での効率的なグループ広告宣伝展開
- アンテナショップ展開などによるホール様との関係強化

部材共通化

- サミー製パチスロ筐体を使用したパチスロ開発加速化
- パチンコ・パチスロ部材共通化によるコストダウン

リユース

- 環境に配慮したリユース部材の拡大
- サミーグループ各社との共同リユーススキームの構築

品質強化

- サミーと連携した強固な品質検査体制の構築
- ホール様に対する万全なるアフター体制の強化

新市場創出

- 両社共有のパイオニア精神に基づき、業界活性化・多様化を促進する新市場を創出

【独自性の拡大】ソフト開発力・全国営業力

タイヨーエレクトクの強みをグループ・プラットフォーム上で集中強化

ソフト開発力の強化

- 独自の開発手法を強化・発展
- ゲーム性・ビジュアル性・サウンド性・オリジナル性の追求
- パイオニア精神による他社との差別化を徹底
- リソース(開発者・開発費)の拡大

全国営業力の強化

- 長年培ってきた直販先・販社との連携強化
- 法人戦略/エリア戦略の構築
- 広告宣伝強化によるブランド力向上
- リソース(拠点・営業マン・宣伝費)の効率的運用

【提携戦略】成長へのプラットフォームを構築

ハードの利用

- サミー製パチスロ機筐体の利用
- 液晶等電子関連汎用部材の共通化
- リユース体制の構築

情報の共有

- 販売ノウハウの共有
- 広告宣伝ノウハウの共有
- 製品品質検査体制の構築

コンテンツの活用

- グループ保有著作権の有効活用
- グループ力による有力著作権の取得
- 携帯サイト等コンテンツ二次展開