

2022年3月期 第2四半期
決算プレゼンテーション

2021/11/8

免責事項

本資料における市場予測や業績見通し等の内容は、現時点で入手可能な情報に基づき、経営者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性を含んでおり、将来における実際の業績は、様々な影響によって大きく異なる結果となりうることを、予めご承知おきください。

© SEGASAMMY HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

スピーカー： 取締役 専務執行役員 グループCFO 深澤恒一

本日は当社第2四半期決算説明会にアクセス頂きありがとうございます。
22/3期の第2四半期の実績、及び通期見通しについて説明いたします。

A decorative graphic consisting of a square divided into three triangular sections: a blue triangle at the top-left, a green triangle at the bottom-right, and a grey triangle in the center. The number '01' is written in white in the center of the grey section.

01

2022年3月期第2四半期実績 / 今後の見通し

	2022/3期 Q2実績	今後の見通し
全体	<ul style="list-style-type: none"> ➤ エンタテインメントコンテンツ事業を中心に好調に推移 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 通期業績予想を修正 ➤ 自己株式取得を発表
エンタテインメント コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> ➤ コンシューマ分野、AM機器分野等が好調に推移 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 新作タイトル増加 ➤ 新作タイトル増加に伴い営業費用増加
遊技機	<ul style="list-style-type: none"> ➤ コスト削減効果により損益改善 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 部材不足により販売台数見直し
リゾート	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 横浜市がIR事業者公募中止 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ IR向け費用減少 ➤ 持分法による投資損失拡大

当第2四半期については、第1四半期に引き続き、エンタテインメントコンテンツ事業を中心に好調に推移し、損失を計上した前年同期から力強い業績の回復を果たしました。
また、本日、通期業績予想の修正と自己株取得を公表しております。

決算ハイライト

(億円)	2021/3		2022/3		
	Q2累計	Q4累計	Q2累計	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
売上高	1,102	2,777	1,348	3,120	3,050
エンタテインメントコンテンツ	970	2,178	1,074	2,130	2,300
遊技機	107	531	233	890	650
リゾート	22	63	38	95	95
その他/消去等	3	5	3	5	5
営業利益	-30	65	146	200	230
エンタテインメントコンテンツ	149	279	222	230	315
遊技機	-120	-106	-17	90	20
リゾート	-26	-41	-18	-30	-23
その他/消去等	-33	-67	-41	-90	-82
営業外収益	32	28	26	30	37
営業外費用	37	76	26	30	52
経常利益	-35	17	147	200	215
エンタテインメントコンテンツ	168	279	227	250	325
遊技機	-124	-113	-13	90	25
リゾート	-46	-89	-39	-50	-65
その他/消去等	-33	-60	-28	-90	-70
経常利益率	-	0.6%	10.9%	6.4%	7.0%
特別利益	15	288	7	-	8
特別損失	211	403	3	-	8
税金等調整前当期純利益	-231	-98	151	200	215
親会社株主に帰属する当期純利益	-217	12	120	140	150

2022/3期 Q2実積

- ▶ エンタテインメントコンテンツ事業が想定を大幅に上回り好調に推移
- ▶ 新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた前年と比較し、大幅な損益改善

今後の見通し

- ▶ 通期業績予想を修正
- ▶ 自己株式取得を発表
- ▶ 中間配当20円、期末配当20円予定

第2四半期実績につきましては、エンタテインメントコンテンツ事業が好調に推移した事に加え、引き続き損失計上となったものの、遊技機事業、リゾート事業につきましても、前年に比べて損失幅が縮小され、堅調な業績となりました。

通期業績予想の修正につきましては、部材調達リスクを考慮し、遊技機事業が期初の計画を下回る見込みとなった事から売上高は期初計画を下回る見込みです。

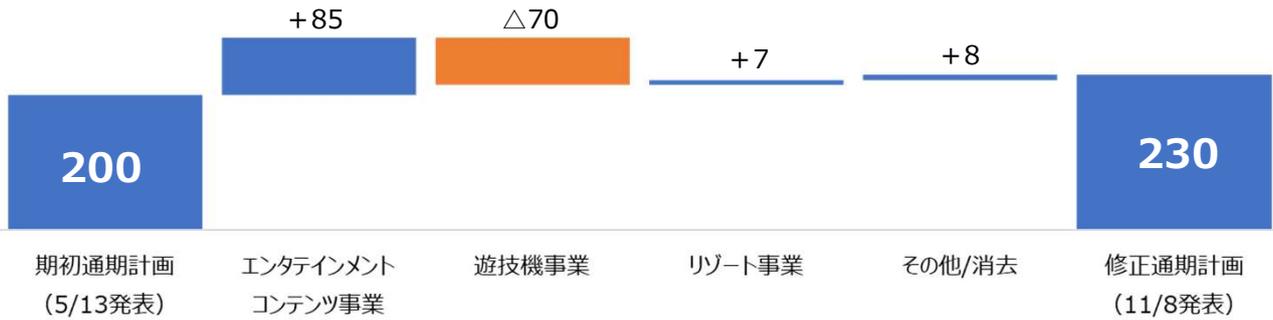
一方で、エンタテインメントコンテンツ事業が引き続き力強く推移する見込みであることから、利益面では上方修正することとなりました。

配当につきましては、期初計画通り中間配当20円を決定しており、期末配当の予定につきましても20円から変更はございません。

- ▶ 遊技機事業の落ち込みをエンタテインメントコンテンツ事業好調によりカバー、連結での利益は期初計画を上回る見通し

【セグメント別営業利益の期初計画差異】

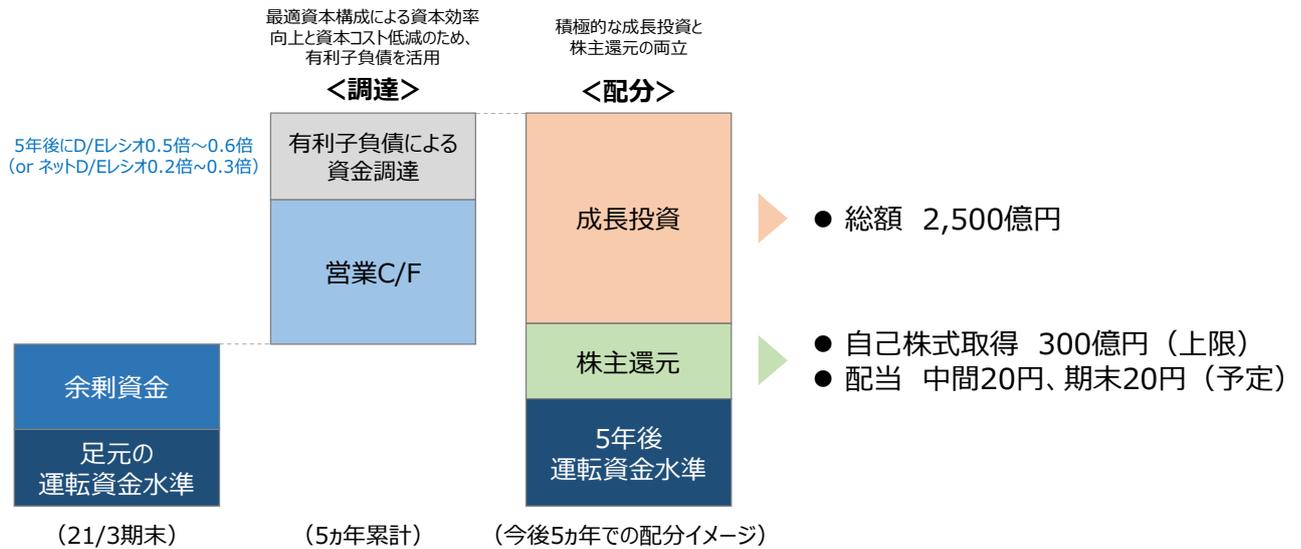
(単位：億円)



-5-

期初に公表した計画と修正計画の差異となります。

成長投資と株主還元の考え方（～26/3期）

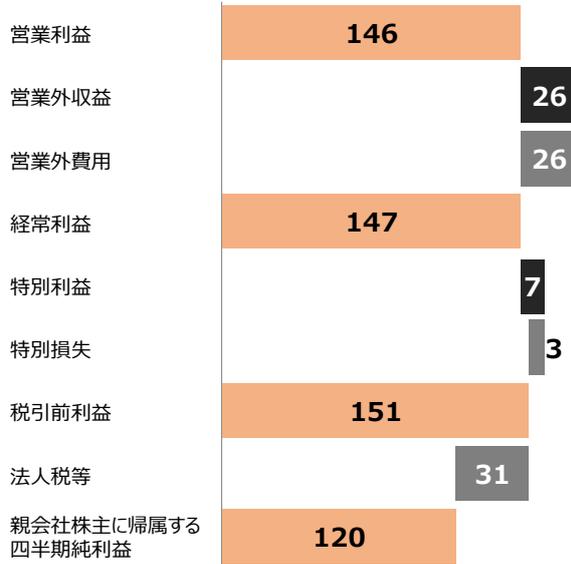


中期計画で発表している最適資本構成を含む財務戦略を実現するために、DOE基準や総還元性向を維持しながら、今後積極的に成長事業への投資を行って参ります。今後5年間での成長投資への資源配分の総額については2,500億円程度を想定しておりますが、この具体的な配分の考え方は、後ほど里見よりご説明いたします。

段階利益（2022/3期Q2実績）

SEGA Sammy

(単位：億円)



営業外損益、特別損益の内訳

営業外収益	26
投資事業組合運用益	18
営業外費用	26
持分法投資損失	18
特別利益	7
関係会社株式売却益	6
特別損失	3
減損損失	2

-8-

各段階利益の内訳となります。

営業外収益に投資事業組合運用益を計上しておりますが、VC等のファンド投資に対する収益計上です。

営業外費用には、主にパラダイスセガサミーに起因する持分法投資損失を計上しております。

各種費用等

■エンタテインメントコンテンツ

(億円)	2020/3				2021/3				2022/3		2022/3	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
研究開発費・ コンテンツ制作費	128	119	176	163	92	98	118	147	99	135	579	558
広告宣伝費	30	34	38	39	17	28	33	37	22	39	167	154
減価償却費	21	21	22	25	22	23	7	15	8	9	35	36
設備投資	40	43	46	53	22	28	35	19	15	14	75	57

■遊技機

(億円)	2020/3				2021/3				2022/3		2022/3	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
研究開発費・ コンテンツ制作費	43	46	54	38	54	39	33	37	34	32	162	134
広告宣伝費	2	6	4	3	1	6	3	2	2	6	30	28
減価償却費	10	9	9	8	8	9	9	8	5	7	35	24
設備投資	9	9	7	10	11	7	7	8	12	11	72	71

各種費用については、エンタテインメントコンテンツ事業では第2四半期で新作タイトルの投入が多かったことにより、第1四半期と比べて、研究開発費・広告宣伝費等の費用が増加いたしました。

また、第3四半期以降についても、コンシューマ分野で新作タイトルの投入を予定しているため、引き続き費用は増加してくる見込みですが、一部タイトルの販売時期の変更等を受け、期初計画よりは各種費用が減少する見込みです。

遊技機事業については、前期実施の構造改革の効果もあり、研究開発費を中心に費用が低水準で推移しており、期初計画から各種費用は減少する見込みです。

各種費用等

■リゾート

(億円)	2020/3				2021/3				2022/3		2022/3	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
研究開発費・ コンテンツ制作費	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1
広告宣伝費	1	1	1	1	0	1	1	0	0	2	4	4
減価償却費	2	3	3	3	2	2	3	2	1	2	8	8
設備投資	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	5	6

■その他/消去等

(億円)	2020/3				2021/3				2022/3		2022/3	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
研究開発費・ コンテンツ制作費	0	-1	-2	0	1	-1	0	-1	1	-1	0	1
広告宣伝費	3	8	1	2	2	1	2	2	4	4	18	17
減価償却費	3	4	2	3	4	3	3	1	4	1	10	9
設備投資	2	1	3	3	3	1	-1	4	3	0	9	9

リゾート事業及びその他等については、第2四半期時点では概ね計画通りに推移しており、期初計画から大きな変動はございません。

参考：コンテンツ制作費 B/S残高推移（コンシューマ分野）

SEGA Sammy

(単位：億円)



※発売前タイトルの開発費仕掛残高 + 発売済みタイトルの開発費未償却残高

-11-

コンシューマ分野のコンテンツ制作費の残高推移となります。
 第2四半期では複数の新作の投入がありましたが、引き続き増加傾向にあります。
 コンシューマ分野は成長投資領域の一つと位置付けており、中長期的に残高は積みあがってくることを想定しております。

参考：セグメント別人員数推移



(単位：人)



※人員数は正社員・無期契約社員の人数。臨時従業員は除く

-12-

セグメント別の正社員・無期契約社員数の推移となります。
 昨年実施の構造改革に伴い総人員数が減少しておりますが、海外人員比率、開発人員比率は上昇しております。

連結貸借対照表 要約



(億円)	【資産の部】			【負債・純資産の部】			
	科目	2021年3月期末	当第2四半期末	増減	科目	2021年3月期末	当第2四半期末
現金・預金	1,549	1,135	-414	支払手形・買掛金	169	193	+24
受取手形・売掛金・契約資産	381	387	+6	社債（1年内）	-	-	-
有価証券	7	350	+343	短期借入金	-	-	-
たな卸資産	529	648	+119	その他	428	377	-51
その他	296	239	-57	流動負債計	597	570	-27
流動資産計	2,762	2,759	-3	社債	100	100	-
有形固定資産	616	602	-14	長期借入金	420	420	-
無形固定資産	149	142	-7	その他	185	175	-10
投資有価証券	383	373	-10	固定負債計	705	695	-10
その他	305	354	+49	負債合計	1,303	1,266	-37
固定資産計	1,453	1,471	+18	株主資本計	2,949	2,990	+41
資産合計	4,215	4,231	+16	その他の包括利益累計額合計	-42	-28	+14
				新株予約権	-	0	+0
				非支配株主持分	4	2	-2
				純資産合計	2,912	2,964	+52
				負債及び純資産合計	4,215	4,231	+16

	2021年3月期末	当第2四半期末	増減	主な増減要因	
現金預金・現金同等物等	1,545	1,285	-260	(流動資産)	配当金の支払いや有価証券の取得により現金・預金が減少
有利子負債	520	520	-	(固定資産)	製作出資等に伴い増加
ネットキャッシュ	1,025	765	-260	(負債)	賞与引当金の取り崩しにより減少
自己資本比率	69.0%	70.0%	+1.0pt	(純資産)	親会社株主に帰属する四半期純利益の計上により株主資本が増加

-13-

前期末から現金・預金が減少していますが、これは主に期末配当金の支払いや、短期運用目的のNCDなどの購入により350億円が有価証券に振り替わったことによる影響です。そのため、ネットキャッシュにつきましても同様に、前期末比で減少しております。また、コンテンツ仕掛品等の計上により棚卸資産が増加しております。自己資本比率は前期末から1ポイント上昇し、70%となっております。

キャッシュフローについては、監査中ではありますが、ご参考までに見込みをお知らせいたします。
 営業キャッシュフローはプラス29億円
 投資キャッシュフローはマイナス282億円
 財務キャッシュフローはマイナス55億円となる見込みです。

02

エンタテインメントコンテンツ事業

エンタテインメントコンテンツ事業

SEGA Sammy

(億円)	2021/3		2022/3		
	Q2累計	Q4累計	Q2累計	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
売上高	970	2,178	1,074	2,130	2,300
コンシューマ	614	1,357	712	1,400	1,525
AM機器	136	357	232	430	485
AM施設	118	210	-	-	-
映像・玩具	90	232	115	265	270
その他/消去等	12	22	15	35	20
営業利益	149	279	222	230	315
コンシューマ	203	314	184	210	265
AM機器	-19	-16	23	17	37
AM施設	-27	-14	-	-	-
映像・玩具	2	21	17	18	26
その他/消去等	-10	-26	-2	-15	-13
営業外収益	25	9	6	24	13
営業外費用	6	10	1	4	3
経常利益	168	279	227	250	325
経常利益率	17.3%	12.8%	21.1%	11.7%	14.1%

2022/3期 Q2実績

➤ 各事業分野が好調に推移

- フルゲーム堅調、ロイヤリティ収入計上等により想定を上回って推移（コンシューマ分野）
- プライズ販売好調、固定費削減効果により黒字回復（AM機器分野）

今後の見通し

- 各事業分野で新作タイトル投入が進む一方、開発費・広告宣伝費等のコスト増加を見込む

※AM施設分野はAM施設運営グループ会社の株式譲渡を2020年12月末に実施し、前期4Qより連結除外

-15-

セグメント別の詳細を説明いたします。

エンタテインメントコンテンツ事業については、第2四半期まで各分野が好調に推移しており、通期の見込みも上方修正しております。

一方で、上期と比較して下期は各分野での新作タイトルの投入が増加することから、費用計上が進むことを想定しております。

エンタテインメントコンテンツ事業（サブセグメント別）

SEGA Sammy

		2022/3期 Q2実績	今後の見通し
コンシューマ	フルゲーム	<ul style="list-style-type: none"> 新作・リピートタイトル堅調 ロイヤリティ収入計上 	<ul style="list-style-type: none"> 新作タイトルの投入増加 新作タイトル投入増加に伴いより営業費用増加 ロイヤリティ収入計上予定
	F2P	<ul style="list-style-type: none"> 新作・既存タイトル堅調 	<ul style="list-style-type: none"> 新規タイトルや既存タイトルのグローバル版をリリース予定 『PSO2 ニュージェネシス』大型アップデート予定
AM機器		<ul style="list-style-type: none"> プライズやUFOキャッチャー®シリーズ等の販売好調 固定費削減効果等により黒字回復 	<ul style="list-style-type: none"> 『英傑大戦』等の新製品を販売予定 プライズやUFOキャッチャー®シリーズ等の定番製品を販売予定
映像・玩具	映像	<ul style="list-style-type: none"> 劇場版『名探偵コナン 緋色の弾丸』の配分収入等を計上 	<ul style="list-style-type: none"> 映像制作や配信等による収入を計上予定
	玩具	<ul style="list-style-type: none"> 新製品及び定番製品を販売 	<ul style="list-style-type: none"> 年末商戦に向けて新製品・定番製品の販売強化

-16-

サブセグメント別の説明となります。

コンシューマ分野については、フルゲームが新作、リピートタイトルともに堅調に推移しております。

また、一部タイトルのロイヤリティ収入も収益貢献しており、この傾向は下期も継続する見込みです。

F2Pについては、既存タイトル、新規タイトルともに上期実績は堅調に推移いたしました。

下期には、新規タイトル『シン・クロニクル』や、『プロジェクトセカイ プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク』のグローバル版等を展開してまいります。

第1四半期にサービスを開始した『PSO2 ニュージェネシス』につきましては、今後大型アップデートを実施する予定となっております。

アミューズメント機器分野については、プライズカテゴリーが引き続き好調に推移し、下期においては、引き続きプライズカテゴリー中心に取り組めます。

また、「英傑大戦（えいけつたいせん）」等の新作投入も予定しております。

映像・玩具分野は、映像において、劇場版『名探偵コナン 緋色の弾丸』を公開し、こちらの配分収入を第2四半期に計上いたしました。

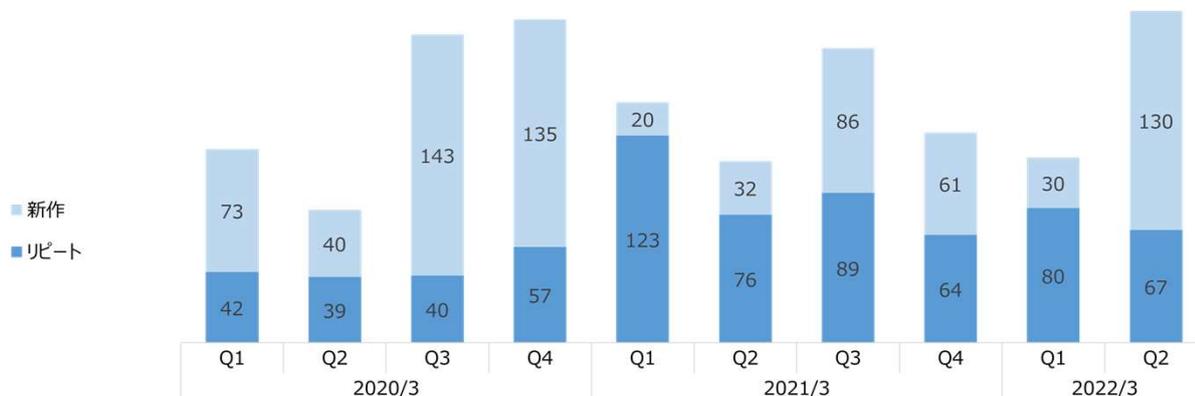
下期は、玩具分野で年末商戦に向けて、新製品、定番製品の販売強化を行ってまいります。

なお、営業外収益としてソニック映画の配分収入を計上予定です。

コンシューマ分野（フルゲーム 売上高推移）

SEGA Sammy

(単位：億円)



海外売上比率	92.2%	87.3%	59.8%	67.2%	85.4%	92.6%	83.3%	92.8%	90.0%	83.2%
ダウンロード販売比率	65.9%	48.6%	37.7%	40.8%	66.5%	69.4%	54.6%	68.8%	61.6%	64.4%

-17-

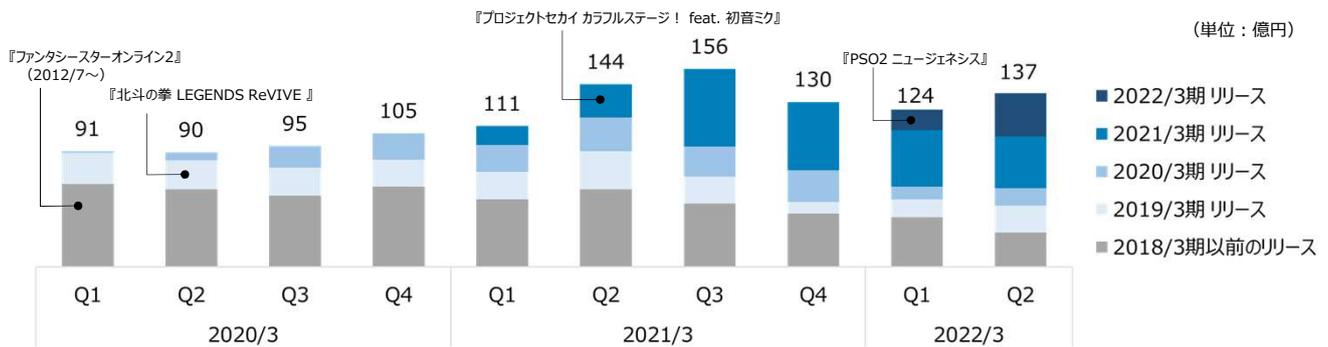
フルゲームの売上高推移です。

当第2四半期は、大型タイトルを複数発売したことにより、新作による売上が高水準となりました。

リピート販売についても、前年同期には及ばないものの20/3期を上回り、高い水準を維持しております。

コンシューマ分野（F2P 売上高推移）

SEGASammy



【売上高上位3タイトル（2021年7月～9月）】

(1位)	 <p>『プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク』 © SEGA/CP/CFM 配信開始時期：2020/9</p>	(2位)	 <p>『PSO2 ニュージェネシス』 © SEGA 配信開始時期：2021/6</p>	(3位)	 <p>『北斗の拳 LEGENDS ReVIVE』 © 武論尊・原哲夫/コナミ 1983 著作権保証GC-218 © SEGA 配信開始時期：2019/9</p>
------	---	------	---	------	--

-18-

F2Pの売上高推移となります。

前期9月よりサービスを開始した『プロジェクトセカイ プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク』が引き続き好調に推移しております。

参考：コンシューマ分野（新作タイトルの主な展開例）

発売時期 (予定)	タイトル名	分類	オリジナル 発売時期	プラットフォーム											地域				
				Nintendo Switch	PS4	PS5	Xbox One	Xbox X/S	Steam	Epic Games Store	Windows /クラウド	Xbox Game Pass	Stadia	日本	アジア	欧米			
4月	JUDGE EYES：死神の遺言 Remastered	リマスタ	19/3期		●	●		●						●	●	●	●	●	●
4月	Total War: ROME REMASTERED	リマスタ	05/3期							●							●	●	●
5月	真・女神転生III NOCTURNE HD REMASTER (欧米版)	リマスタ	03/3期	●	●					●							●	●	●
6月	東京2020オリンピック The Official Video Game™ (欧米版)	欧米版	20/3期	●	●		●			●							●	●	●
6月	PSO2 ニュージェネシス	シリーズ 最新作	13/3期	●	●		●			●	●	●					●	●	●
8月	HUMANKIND™	新規IP	-							●	●			●	●		●	●	●
9月	ソニックカラーズ アルティメット	リマスタ	11/3期	●	●		●				●						●	●	●
9月	LOST JUDGMENT：裁かれざる記憶	シリーズ 最新作	-		●	●	●	●									●	●	●
11月	真・女神転生V	シリーズ 最新作	-	●													●	●	●
11月	Football Manager 2022	シリーズ 最新作	-	●			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2月	Total War: WARHAMMER III	シリーズ 最新作	-							●	●			●	●		●	●	●

※各タイトルのプラットフォーム・サービス提供地域の展開例は一部抜粋です。サービスを展開していても、その地域の言語対応を行っていない場合があります。タイトル毎の詳細な展開内容は製品情報をご確認ください。
 ※『JUDGE EYES:死神の遺言 Remastered』はオリジナル版で展開するプラットフォーム、及び地域を含む。
 ※『真・女神転生III NOCTURNE HD REMASTER』は21/3期発売の日本語版・アジア版で展開するプラットフォーム、及び地域を含む。
 ※『東京2020オリンピック The Official Video Game™』は20/3期発売の日本語版・アジア版で展開するプラットフォーム、及び地域を含む。
 ※『PSO2 ニュージェネシス』は国内版、グローバル版の情報を含む。また、Switchはクラウド版のみ対応。

ご参考までに、主要新作タイトルの提供プラットフォーム及び展開地域の例となります。

03

遊技機事業

(億円)	2021/3		2022/3		
	Q2累計	Q4累計	Q2累計	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
売上高	107	531	233	890	650
パチスロ	20	139	120	405	261
パチンコ	37	285	71	427	326
その他/消去等	50	107	42	58	63
営業利益	-120	-106	-17	90	20
営業外収益	2	6	4	1	6
営業外費用	6	12	0	1	1
経常利益	-124	-113	-13	90	25
経常利益率	-	-	-	10.1%	3.8%

パチスロ					
タイトル数	1タイトル	5タイトル	4タイトル	9タイトル	8タイトル
販売台数(台)	4,885	35,273	31,184	101,000	67,000

パチンコ					
タイトル数	2タイトル	4タイトル	3タイトル	5タイトル	6タイトル
販売台数(台)	11,342	69,013	23,118	103,000	77,000
うち本体販売	1,187	53,641	4,884	69,500	52,000
うち盤面販売	10,155	15,372	18,234	33,500	25,000

2022/3期 Q2実績

- 販売台数は概ね想定通りに推移
- 前期実施の構造改革効果等により、固定費は引き続き低水準で推移
- 主な販売タイトル
 - ・「パチスロコードギアス 反逆のルルーシュ3」
 - ・「パチスロガメラ」リピーター販売

今後の見通し

- 部材不足の影響により販売台数見直し
- 入替商戦に向けて主カタイトル投入予定
 - ・「パチスロANEMONE 交響詩篇エウレカセブン HI-EVOLUTION」
 - ・「P北斗の拳9 闘神」

-21-

遊技機事業です。

当第2四半期実績については、販売台数は概ね想定通りの推移となり、固定費についても構造改革によるコスト削減効果により低い水準であったことから、想定をやや上回る着地となりました。

今後については、主カタイトルを含む新作タイトルの投入を進め、通期では黒字転換を計画しておりますが、冒頭申し上げた通り、部材調達リスクを考慮して、期初計画比では残念ながら下期の販売台数を見直すことといたしました。

A square graphic divided into three triangular sections: a blue triangle at the top-left, a grey triangle in the center, and a green triangle at the bottom-right. The number '04' is written in white in the center of the grey section.

04

リゾート事業

(億円)	2021/3		2022/3		
	Q2累計	Q4累計	Q2累計	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
売上高	22	63	38	95	95
営業利益	-26	-41	-18	-30	-23
営業外収益	0	0	0	0	1
営業外費用	20	48	21	20	43
経常利益	-46	-89	-39	-50	-65
経常利益率	-	-	-	-	-

<フェニックスリゾート>

施設利用者人数 (千人)	2021/3	2021/3	2022/3	2022/3	2022/3
施設利用者人数 (千人)	211	552	327	856	724
宿泊3施設	78	223	124	373	295
ゴルフ2施設	31	75	43	95	92
その他施設	102	254	160	388	337

施設利用者数の前年同期比、前々年同期比 (フェニックスリゾート)

2021/3期Q2累計比	155.0%
2020/3期Q2累計比	72.0%

2022/3期 Q2実績

- フェニックスリゾート：新型コロナウイルス感染症拡大の影響継続により施設利用者数減少
- パラダイスセガサミー：渡航制限により、日本VIP、中国VIPの利用者数減少
- 横浜市がIR事業者公募の中止を発表

今後の見通し

- フェニックスリゾート：旅行需要回復に伴う個人客向け施策を強化し、収益改善に取り組む
- パラダイスセガサミー：渡航制限継続により、収益回復時期が遅れる見込み
- IR向け費用減少

-23-

リゾート事業となります。

当第2四半期実績については、フェニックスリゾートにおいて、引き続き緊急事態宣言等の影響もあり、想定をやや下回って推移いたしました。足元の予約状況は強い回復を見せております。

パラダイスセガサミーについては、当社の業績への取り込みは3ヶ月遅れでの計上となるため、当第2四半期は、パラダイスセガサミーの1月～6月の業績となります。

引き続き渡航制限の影響により、日本及び中国からのVIP層を中心にカジノ利用者が減少していることなどから、持分法による投資損失21億円を営業外費用に計上しております。

今後については、横浜IRの中止により費用が期初計画に比べて減少する見通しであることから、営業損失は期初計画と比較して減少する見込みです。

一方で、パラダイスセガサミーについては渡航制限が長期化しているため、経常損失は期初計画と比較して増加しております。

05

今後の取り組みについて

スピーカー： 代表取締役社長グループCEO 里見治紀

遊技機事業

Pachislot and Pachinko Machines Business

部材不足の影響により販売台数計画を下方修正

【販売台数】			
パチスロ	101,000台	67,000台	(△34,000台)
パチンコ	103,000台	77,000台	(△26,000台)
売上高	890億円	650億円	(△240億円)
営業利益	90億円	20億円	(△70億円)

-26-

まずは遊技事業につきまして、先ほどの説明にあった通り、パチスロで34千台、パチンコで26千台の下方修正をさせて頂きました。

売上高で240億円、営業利益で70億円の下方振れとなりますが、構造改革成果によってこのレベルの売上高でも黒字は確保できております。

部材供給不足の解消に向け、対応を進める

不足部材

半導体、抵抗、コネクタ等

対応策

短期対応

- ・調達経路の拡大
- ・代替品対応
- ・下取強化 等

中長期対応

- ・部材共通化の促進

部材については、半導体だけでなく汎用品部材も入手しづらい状況となっており、電子部品を用いる全ての商材が大きな影響を受けている状況です。

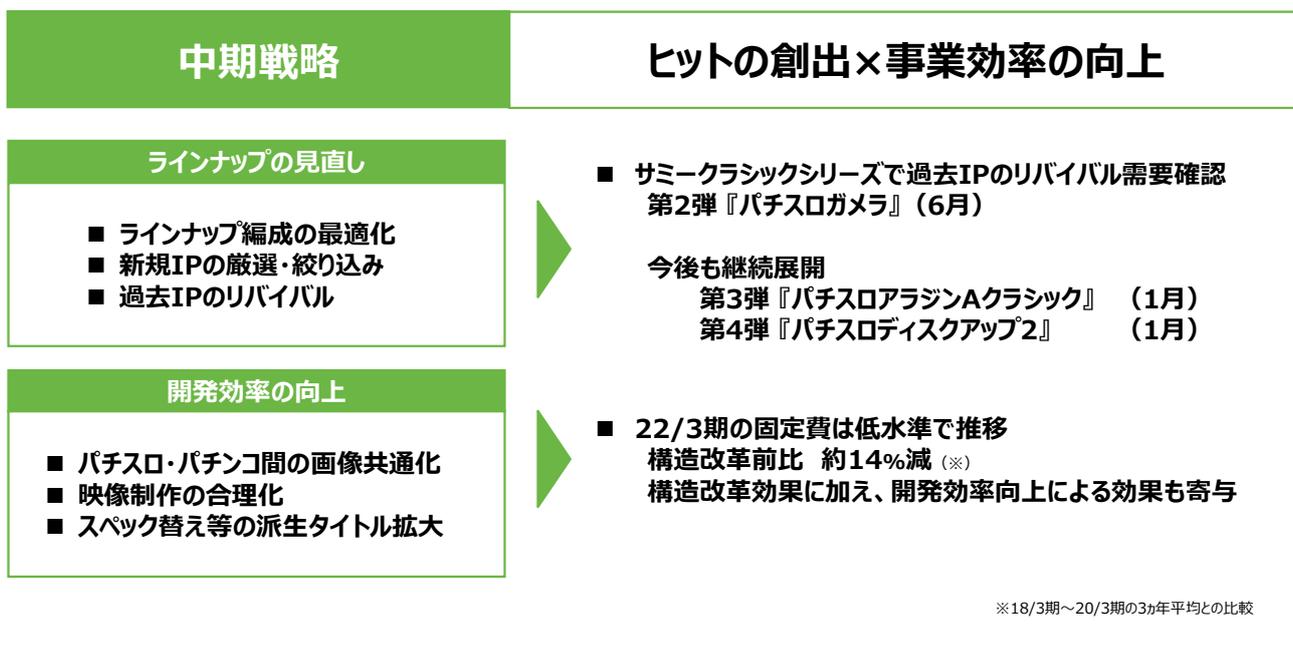
ロックダウンや停電等、予期せぬ工場が予期せぬ事情で稼働が止まり、またコンテナ不足で物流も影響を受けたりなどしており、当社については一部空輸で年末年始の商戦に備えるなどしております。

短期的には調達経路の拡大や、代替品での対応も進めております。

代替品対応について、今までは原則的に申請した部材以外は使えないということがありましたが、この状況下で当局と合意し、各種性能に影響がない部材であるという申請を事前に行えば、代替品の使用も認められるようになっております。

また、既に市場に出回っているものの下取りも進めております。

今回の修正計画につきましては、調達出来そうだという最低限の台数であり、需要は見えておりますので、部品の調達がうまく進めばもっと上を狙っていきたいと考えております。



中期戦略としては、ヒット作を創出していくと同時に、事業効率をさらに高めてまいります。ラインナップの見直しについて、過去IPのリバイバルに関してはゲームや映画等様々な分野でもリバイバルの需要が出てきており、当社も6月に発売したサミークラシックシリーズ第2弾の『パチスロカメラ』が好評でした。

今後も第3弾の『パチスロアラジンAクラシック』、第4弾の『パチスロディスクアップ2』と展開してまいります。

開発効率の向上については、これまでパチスロ、パチンコで使用する画像は、同じIPであってもなるべく新しい見たいにするため個別で作ってききましたが、現在は共通化を推進しております。

また、スペック替えも活用して同じ製品でも新しい遊び方で提案するなど、開発効率を上げていきたいと考えております。

なお、構造改革前に比べて固定費は約14%削減できております。

また、リバイバルについては、吉本興業の“かまいたち”さんのYouTubeライブ配信で、当社4号機のパチスロ機である初代『北斗の拳』を遊んで頂いた配信への同時接続数が、その時点での世界ナンバーワンになるなど非常に人気があったと聞いております。

これは過去作ではありますが、これを見てパチンコ、パチスロをやってみたい、やってみた等のコメントもありましたので、こういった施策を続けてリバイバル版の訴求も行っていきたいと考えております。

『ガメラ』
(2000年)



© 大映 / 企画 株式会社タカラ

『パチスロガメラ』
(2021年)

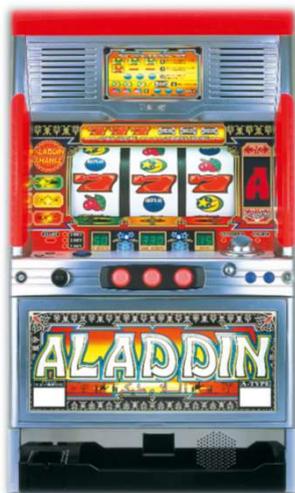


©KADOKAWA ©Sammy

- サミークラシックシリーズ第2弾
- 稼働貢献中
- ゲーム性や出目法則を継承

こちらは『パチスロガメラ』についてです。
現行ルール下で最大限の継承をしております。
好評を頂いており、22週近い稼働貢献となっております。

『アラジンA』
(2002年)



©Sammy

『パチスロアラジンAクラシック』
(2022年)



©Sammy

- サミークラシックシリーズ第3弾
- 6.2号機仕様
- アラジン独自の抽選システムや演出法則を継承

こちらは『アラジンA』についてです。
6.2号機仕様で既に適合も取れており、来年発売予定です。

構造改革によりコスト構造が大幅に改善

固定費水準

約14%減 (※1)
(構造改革前比)

損益分岐点
(売上高)

構造改革前
約750億円 (※2)



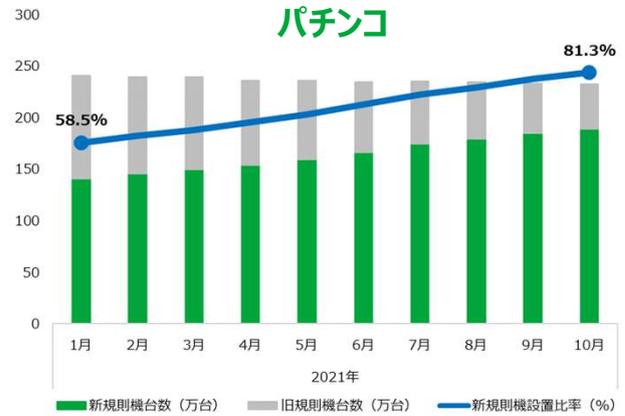
構造改革後
約600億円 (※3)

※1：22/3期見込と18/3期～20/3期の3か年平均との比較
 ※2：18/3期～20/3期の3か年平均
 ※3：売上構成により変動

固定費に関しては先程14%減少と申しましたが、損益分岐点が構造改革前の750億円から600億円程度に下がっておりますので、今期の売上見込が650億円程度でも黒字化できているということです。

パチスロ：入替進捗は低調

パチンコ：人気タイトルが複数登場しており、順調に入替が進む



※P-WORLD機種設置データを元に自社推計

新規則機への入替は来年1月末までとなっており、あと3ヶ月で旧規則機を入れ替えないといけない中で、パチスロの入替進捗が先月時点で62%、パチンコは順調で81%と、新規則の中ではパチンコでよりヒット作が出ていることが、この差の大きな要因です。

現行プレイヤーの約7～8割超は枚数・ゲーム数上限に不満

(不満の要因)

枚数上限

有利区間関連
(ゲーム数上限)

一撃の出玉と有利区間の上限「納得できない」理由	あてはまる ^(※1) (%)
・投入する枚数には制限がないのに、一撃の上限枚数に制限がある	85.5
・上限枚数に達すると、上乗せしたAT・ARTのG数が消化できない	84.5
・2,400枚以上獲得できないため、出玉を大量に獲得できるイメージがわからない	84.3
・上限ゲーム数に達すると、十分なメダル枚数を獲得していないのに終了してしまうことがある	82.1
・有利区間の終了で、モードやポイントなどが全てリセットされてしまう	74.7
・有利区間ランプが消えるとATの終了がわかり、その後の遊技に期待できない	73.7
・有利区間の上限があることで、シナリオが単調でコントロールされている印象がある	71.9
・チャンスゾーンや天井などで当たらずに有利区間が終了してしまう	69.5
・どの機種も同じような性能にみえて、遊技意欲がわからない	68.3
・仕組みが複雑に感じて、わかりにくい	56.0

※1：「あてはまる」「ややあてはまる」と回答した人の合計

※出所：一般社団法人 日本遊技関連事業協会「パチスロプレイヤー調査2020 調査報告書」より抜粋

パチスロ新規機について何が問題かという、アンケート調査によると約7～8割のプレイヤーが、出玉の枚数やゲーム数の上限に対して不満があるということです。

規制緩和が続き、ゲーム数上限は撤廃に

	2018年4月	2019年12月	2021年5月	2021年10月
枚数上限 (MY)	2,400枚	2,400枚	2,400枚	2,400枚
有利区間関連 (ゲーム数上限)	1,500G	1,500G	3,000G	撤廃 <small>※スマートパチスロが対象</small>
その他主な緩和	<ul style="list-style-type: none"> ・有利区間滞在比率上限の緩和 ・指示機能の性能に設定差を設けることを許可 	<ul style="list-style-type: none"> ・ペナルティ規制の一部緩和 (低ベース化に寄与) 		<ul style="list-style-type: none"> ・有利区間ランプの廃止 (11月以降申請)

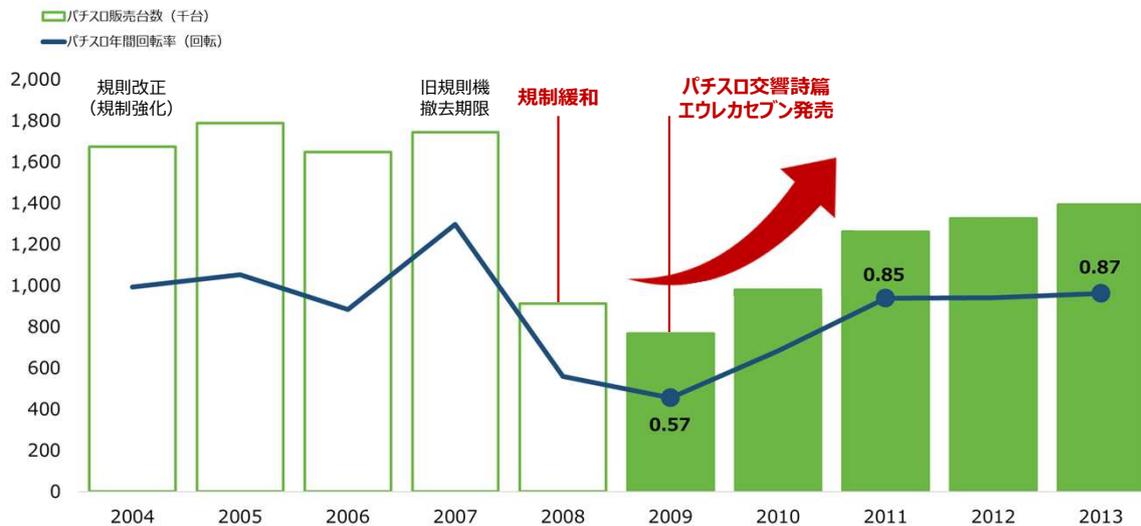
朗報としては、有利区間関連（ゲーム数上限）については、完全に規制緩和が行われるということです。有利区間ランプの廃止についても、これで終わりだという止め時になってしまっていたものが、今後は無くなります。

枚数については引き続き2,400枚という上限がありますが、まずはこの緑の枠の部分が規制緩和されました。

先ほど『パチスロアラジンAクラシック』で言った6.2号機とは、3,000ゲームに規制緩和されたものとなります。

他にも細かな規制が徐々に緩和されていますが、スマートパチスロになった暁にはゲーム数上限がなくなるということですし、有利区間ランプの廃止については、既に11月以降の申請分から現行機についても適用されるなど、一つ一つユーザーの不満要素が新規則機では解消が進んでいくということです。

過去、規制緩和後のヒットタイトル登場により販売台数・回転率回復



※出所：警察庁、矢野経済研究所「パチンコ関連メーカーの動向とマーケットシェア」

これがどれくらいのインパクトかと言いますと、4号機から5号機になった時には、2004年に規制強化、2008年に規制緩和がなされ、そこから作り始めたということで若干のタイムラグ、Jカーブにはなっていますが、2009年に当社が『パチスロ交響詩篇エウレカセブン』を発売、これが5号機の大ヒットとなり、ここから弾みがついてもう一度大きな販売に繋がっていきました。

ここ1、2年、大きな規制緩和が続いているのがパチスロであり、パチンコについても遊び、演出部分の規制緩和が進んでおります。

業界では管理遊技機はスマートパチンコ（スマパチ）、メダルレス遊技機はスマートパチスロ（スマスロ）と呼んでいくことになっていきますが、これらは、例えばホール様が新規出店の際に、全ての機種をスマパチ、スマスロにした場合、ホール様にとってはかなりのオペレーションメリットがあるのではと考えております。玉やメダルの補給機、洗浄が不要、店員が玉を運ばなくても良く、また補給スペースが無くなり坪当たりの設置台数が増える等のメリットが考えられます。

また、玉が循環する音が大きいため今は遊技機からも大きな音を出していますが、こういった音も抑えられていくでしょうし、受動喫煙防止対策によりたばこは席で吸わなくなり、そして、先ほどの規制緩和で説明した通り、一番の不満であった「あまり勝てない」ことに対して遊び方の提案が出来れば、業界にプラスのインパクトをもたらすだろうと考えております。

スマパチ、スマスロについては来年以降、順次投入されていく予定です。

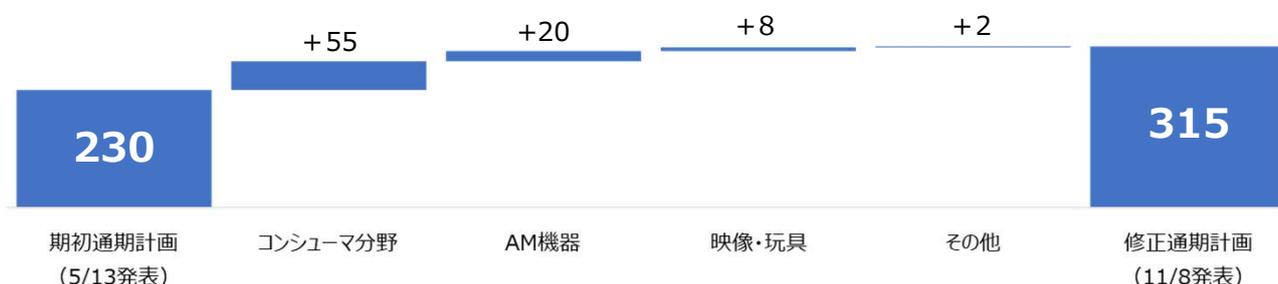
エンタテインメントコンテンツ事業
コンシューマ分野

Entertainment Contents Business

業績予想の修正

【サブセグメント別営業利益の期初計画差異】

(単位：億円)



コンシューマ分野	新作・リピート堅調、ビジネス多様化によるロイヤリティ収入増加
AM機器分野	プライズやUFOキャッチャー®シリーズ等の販売好調
映像・玩具	(映像) 配分収入増加、(玩具) 新製品等の販売好調

-37-

エンタテインメントコンテンツ事業につきましては、各分野とも好調に推移しております。
 コンシューマ分野については、新作、リピートともに堅調であり、ビジネスディベロップメントディール等も貢献し、収益の多様化も進んでおります。
 アミューズメント機器分野についても、プライズが非常に好調に推移しております。
 プライズ機専門店などのロケーションも増えてきているため、プライズ機については引き続き強い受注を頂いており、部材リスクが一部あるものの、需要にしっかり対応していきたいと思っております。
 映像・玩具分野については、映像の配分収入が好調に推移している他、玩具に関しても販売が好調に推移しております。

中期戦略	既存IPのグローバルブランド化
<p>タッチポイントの拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ グローバル展開強化 ■ マルチプラットフォーム対応 ■ マルチ言語対応 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 『LOST JUDGMENT：裁かれざる記憶』（9月発売） グローバル同時発売、マルチプラットフォーム対応 ■ 欧米地域における初期販売本数増加（前作比）
<p>プロダクトライフサイクルの長期化</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ IP資産の活用 ■ デジタル販売強化 ■ マルチマネタイズ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 新規IP『HUMANKIND™』（8月発売） 発売と同時にサブスクリプション（Xbox Game Pass）対応 ■ 売切、サブスクリプション共に堅調に推移
<p>ユーザーエンゲージメントの強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ コミュニティマネジメント ■ メディアミックス強化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ソニック30周年記念コラボレーションを多数実施 ■ IP接点を積極的に拡大

中期計画においては、まずは、「既存IPのグローバルブランド化」を目指してまいります。
「タッチポイントの拡大」については、9月発売の『LOST JUDGMENT：裁かれざる記憶』が、全世界同時発売、マルチ言語対応、プラットフォームも追加したことで、欧米においては初週の販売本数が前作比で大きく増加しました。
「プロダクトライフサイクルの長期化」については、新規IPの『Humankind™』を発売と同時にXbox Game Passのサブスクリプションサービスにも対応しましたが、堅調に推移しております。
「ユーザーエンゲージメントの強化」については、ソニック30周年にあたり、他社の有力タイトルとのコラボレーションを数多く実施し、ユーザーとの接点拡大による認知度の向上に繋げると共に、リピート販売の向上、ライセンスビジネスのボリュームアップを実現しています。

主なタイトル：『LOST JUDGMENT：裁かれざる記憶』

SEGA Sammy



© SEGA

-39-

こちらは『LOST JUDGMENT：裁かれざる記憶』となります。

主なタイトル : 『HUMANKIND™』

SEGA Sammy



© Amplitude Studios 2021. © SEGA.

-40-

こちらは『Humankind™』となります。

外部コラボの例（一部）



© SEGA



Minecraft x Sonic DLC



Fall Guys x Sonic



Twitter Takeover



Sonic Symphony

-41-

ソニックについては、今年が30周年に当たり、マインクラフトやフォールガイズなどの人気ゲームの中でのコラボレーションや、ツイッターのテイクオーバー、オーケストラコンサートなども実施し好評を博しています。また、日本では元々、ソニックゲームの「GREEN HILL ZONE」の曲をDREAMS COME TRUEの中村正人さんが作曲をされたこともあり、このタイミングで、新たに30周年を記念したコラボレーションも行っております。

Q3以降の主な展開（フルゲーム）

SEGA Sammy

『Football Manager 2022』



- PC版+ Game Pass対応
(2021年11月9日発売)

© Sports Interactive Limited 2021.
Published by SEGA Publishing Europe Limited.

『真・女神転生V』



- グローバル同時発売
(2021年11月11日発売)

© ATLUS ©SEGA All rights reserved.

『Total War: WARHAMMER III』



- PC版+ Game Pass対応
(2022年2月17日発売)

© Games Workshop Limited 2021.
Published by SEGA.

-42-

今後発売予定のタイトルです。

『Football Manager 2022』、『Total War: WARHAMMER III』のPC向けタイトルについては、発売と同時にXbox Game Passにも対応する予定です。

『真・女神転生V』については、グローバル同時発売を予定しており、メタクリティックでの評価も良く、期待しております。

『PSO2 ニュージェネシス』



- ・ 大型アップデート
(2021年12月15日予定)

© SEGA

『プロジェクトセカイ カラフルステージ！
feat. 初音ミク』



- ・ 1周年を迎え過去最高の月商
- ・ グローバル版サービス開始
(2021年予定)

© SEGA/© CP/© CFM

『シン・クロニクル』



- ・ 新作RPGサービス開始
(2021年予定)

© SEGA

『PSO2 ニュージェネシス』については、12月15日に大型アップデートを予定しております。6月リリース時の初動は非常に良く、同時接続数も過去最高を記録しました。これまで9年間続けてきたサービスを大型アップデートで全く新しいビジュアルにした一方で、ユーザーの皆さまからは、遊ぶボリュームが足りないというご意見も頂いておりますので、今後も引き続きアップデート等でコンテンツを増やしていきたいと考えております。

『プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat. 初音ミク』については、1周年記念イベントも大変好評で、10月には過去最高の月商も記録しております。セールスランキングでも国内ナンバーワンを取ることが出来ましたし、グローバルでのサービスについても年内に開始を予定しています。

また、『チェインクロニクル』の後継タイトルとなる『シン・クロニクル』のリリースも今期予定しております。

長期戦略

Super Game創出

- Super Game創出に向け、マイクロソフト社と戦略的提携の検討開始
(主な検討内容)
 - クラウドプラットフォームMicrosoft Azureにおいてマイクロソフト社の技術を活用したタイトル開発
 - マイクロソフト社保有のソリューションを活用した次世代開発環境の構築
- コンシューマ分野への追加投資 (P.46参照)

長期的な戦略において目指す「Super Gameの創出」に向けては、先日、マイクロソフト社との戦略的提携検討の開始を発表いたしました。

既にマイクロソフト社とは、大型タイトルの受託開発や、サードパーティーとして多くのタイトルを提供するなど以前より親しくさせていただいておりますが、当社のSuper Gameのコンセプトについて発表をさせて頂いたところ、そのビジョンに共感頂き、今回の発表に至っております。

これは、マイクロソフト社のプラットフォームに独占的にゲームを提供していくということではなく、Super Gameという世界に届けていくゲームを、マイクロソフト社の技術協力も得て、共に開発をして行くという趣旨となります。

成長投資の考え方

Financial Strategy and others

積極投資により成長を加速

コンシューマ分野 約1,000億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ 開発リソース強化 <ul style="list-style-type: none"> (投資検討領域) ・ オーガニックな開発パイプラインの拡充 ・ グローバルモバイル/オンラインゲームの強化 ■ 新たなエコシステムに対する投資 <ul style="list-style-type: none"> (投資検討領域) ・ ユーザーコミュニティ活性化に向けたCRM機能の強化 ・ NFTなど新たに顕在化しつつあるビジネス領域に向けた投資
ゲーミング領域 約1,000億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ ゲーミング領域における投資機会の見極め <ul style="list-style-type: none"> (投資検討領域) ・ 国内外の統合型リゾート ・ 海外でのオンラインカジノ・スポーツベッティング ・ 海外ランドベースカジノ
その他 約500億円	<ul style="list-style-type: none"> ■ CVC投資枠拡大（総枠90億円→150億円） <ul style="list-style-type: none"> ・ スタートアップ企業等への投資を含むオープンイノベーション活動強化 ■ 新規事業創出、IP獲得、等
計 2,500億円	

成長投資に対する説明成長投資2,500億円の内訳として、コンシューマ分野で1,000億円の考え方については変わっておりません。

一方で、横浜IRプロジェクト中止を受けて、IR開業までに最大1,200億円の投資をすると発表させて頂いた部分については変わってきております。

これまでIR事業向けの費用については、コンソーシアムの出資比率が決まるまで分からないということでキャッシュを蓄積してきましたが、RFPである程度固まったことにより、1Q決算時には投資予定額を1,200億円と発表させて頂きました。

これが中止となったことで、どのように配分するか、BSにあるキャッシュを投資余力としていかにPLに変えていくかということを今後進めていきます。

コンシューマ分野については、オーガニックな開発分野の拡充に向けて、各スタジオでの人材の積極登用や、国内・海外での新たなスタジオの立ち上げ、オンラインゲームのためのインフラ投資等の他、CRM機能の強化、NFT等の新分野への投資等も検討したいと考えております。

ゲーミング領域については、国内外のカジノを含む統合型リゾート や、海外のランドベースカジノについても投資機会があれば検討するとともに、海外ではオンラインカジノやスポーツベッティングの市場が伸びており、当社はラスベガスをはじめとしてスロットマシンメーカーとしてのライセンスも取得しているため、こういった知見も活用しながら機会があればチャレンジしたいと考えております。

この2分野については、積極的なM&Aも視野に入れております。
M&Aについては相手があることなので状況に応じた判断が必要ですが、リーズナブルで当社のミッションに合致するような事業やM&Aの機会がある場合には、コンシューマ分野とゲーミング領域にそれぞれ約1,000億円としている投資枠に捉われず、一気に投資するようなこともあり得るかと思えます。

また、CVCの投資枠については、現状90億円ですが好調に運用出来ており、戦略的パートナーとしてスタートアップ企業とのエコシステムも構築しております。
今後、オープンイノベーション活動をさらに強化していくため、投資枠を150億円まで伸ばしていくと考えております。
また他にも、新規事業の領域や新たにIP獲得もしていきたいと考えております。

これまではIRの準備のために投資を抑制してきましたが、ここがはっきりとしてきましたので、26/3期まで2,500億円をどのように使うかが今の当社の大きな戦略となっております。
また、IRへの投資として考えていたものが、タイミングが想定より遅れたことに伴って発生する追加的な投資余力については、300億円の自社株買いを実施することで株主還元を行うということを本日発表させていただいております。



補足

(参考) コンシューマ分野 (売上高推移)

(億円)	2021/3				2022/3			
	Q1	Q2累計	Q3累計	Q4累計	Q1	Q2累計	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
売上高	324	614	1,024	1,357	295	712	1,400	1,525
国内	124	279	487	646	130	309	650	634
海外	196	334	543	724	167	403	750	892
海外比率	60.5%	54.4%	53.0%	53.4%	56.6%	56.6%	53.6%	58.5%
その他/消去等	2	1	-6	-13	-2	0	0	-1
フルゲーム	144	252	426	551	110	307	550	668
新作	20	52	138	199	30	160	275	395
日本	0	1	18	21	2	24	-	-
アジア	7	10	12	17	1	9	-	-
欧米	12	41	106	160	27	127	-	-
リポート	123	199	288	352	80	147	275	273
日本	17	27	37	45	8	20	-	-
アジア	5	11	15	22	7	14	-	-
欧米	99	161	235	285	64	113	-	-
ダウンロード比率	66.5%	67.7%	62.8%	63.8%	61.6%	65.3%	68.6%	70.0%
F2P	111	255	411	541	124	261	635	554
日本	91	215	355	472	109	232	-	-
アジア	0	1	2	2	0	0	-	-
欧米	19	39	53	66	14	29	-	-
その他	65	106	194	277	62	145	215	304

・フルゲーム = 主に家庭用ゲーム機やPC向けのゲーム本編のディスク販売及びダウンロード販売等。(追加ダウンロードコンテンツ販売は含まない。)

・F2P = 主にスマートフォンやPC向けの基本プレイ料金無料、アイテム課金制のゲームコンテンツ等の販売等。

・その他 = 追加ダウンロードコンテンツ販売、他社タイトルの受託販売、開発受託、タイトル譲渡、プラットフォーム向けの一括タイトル提供、ゲームソフト以外の製品の販売、他。

(参考) コンシューマ分野 (フルゲームの販売本数推移)

	2021/3				2022/3			
	Q1	Q2累計	Q3累計	Q4累計	Q1	Q2累計	期初 通期計画	11/8修正 通期計画
フルゲーム販売タイトル数								
日本	0タイトル	0タイトル	2タイトル	2タイトル	0タイトル	3タイトル	5タイトル	6タイトル
アジア	1タイトル	1タイトル	4タイトル	6タイトル	1タイトル	4タイトル	9タイトル	10タイトル
欧米	3タイトル	5タイトル	9タイトル	10タイトル	3タイトル	6タイトル	12タイトル	14タイトル
フルゲーム販売本数 (万本)	1,298	1,908	3,420	4,177	658	1,404	3,787	3,367
新作	79	118	377	602	106	350	964	932
日本	1	2	37	43	5	41	66	74
アジア	15	20	26	36	5	25	41	84
欧米	62	96	313	522	96	284	857	774
リピート	1,219	1,790	3,042	3,575	552	1,054	2,823	2,435
日本	46	69	99	123	29	66	93	99
アジア	24	51	70	100	34	68	65	108
欧米	1,148	1,669	2,873	3,351	489	920	2,665	2,228

※販売本数には無償ダウンロードを含まず

※同一タイトルを複数地域で販売した場合、販売地域毎（日本、アジア、欧米）にそれぞれ1カウント

【主要IPの販売本数】

(万本)	2021/3				2022/3	
	1Q	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q	2Q累計
Sonicシリーズ	80	230	370	440	100	290
Total Warシリーズ	190	250	360	400	60	100
ヘルマンシリーズ	120	150	190	300	40	70
龍が如くシリーズ	30	60	160	220	70	180

※龍が如くシリーズにはジャッジアイズシリーズを含みます

(参考) エンタテインメントコンテンツ事業 (販売スケジュール)



(参考) エンタテインメントコンテンツ事業 (販売スケジュール)



(参考) 遊技機事業 (販売スケジュール)

新シリーズ

スバック替えタイトル

SEGA Sammy



(Q2以前の主な販売タイトル)				(Q3以降の販売予定タイトル)			
		納品月	販売台数			納品月	
バチスロ	バチスロコードギアス 反逆のルルーシュ3	8月	13,429台	バチスロ	バチスロツインエンジェル PARTY	10月	
	バチスロカメラ	6月	9,804台		バチスロANEMONE 交響詩篇エウレカセブン HI-EVOLUTION	11月	
	バチスロ楽園追放	9月	2,945台		バチスロアラジンAクラシック	1月	
パチンコ	P北斗の拳8 救世主	5月	10,226台	パチンコ	バチスロディスクアップ2	1月	
	P蒼天の拳 天刻	7月	4,682台		Pモンスターハンター ダブルクロス	10月	
	P甲鉄城のカバネリ	4月	2,875台		デジハネP(物語)シリーズ セカンドシーズン	11月	
	デジハネPA真・北斗無双 第2章 連撃Edition	8月	2,586台		P北斗の拳9 闘神	12月	

※『バチスロカメラ』については第1四半期の納品分7,022台を含む

(参考) リゾート事業 (パラダイスセガサミー)

(億ウォン)	2021/3		2022/3
	Q2累計	Q4累計	Q2累計
売上高	1,157	1,775	742
カジノ	918	1,268	441
ホテル	194	444	283
その他	44	63	18
売上原価	1,261	2,160	849
カジノ	592	952	310
ホテル	462	854	391
その他	206	353	147
売上総利益	-104	-385	-107
販売費及び一般管理費	153	281	128
営業利益	-257	-667	-236
EBITDA	40	-77	50
純利益	-417	-1,062	-452
カジノ利用者数 (千人)	101	174	59

出所：パラダイス社発表資料より作成

セガサミー持分法取込額 (億円)	-19	-47	-21
------------------	-----	-----	-----

2022/3期 Q2実績

- 渡航制限によりカジノ利用者数は大幅減少
前年同期比58.4%
- コスト削減によりEBITDAはポジティブ

今後の見通し

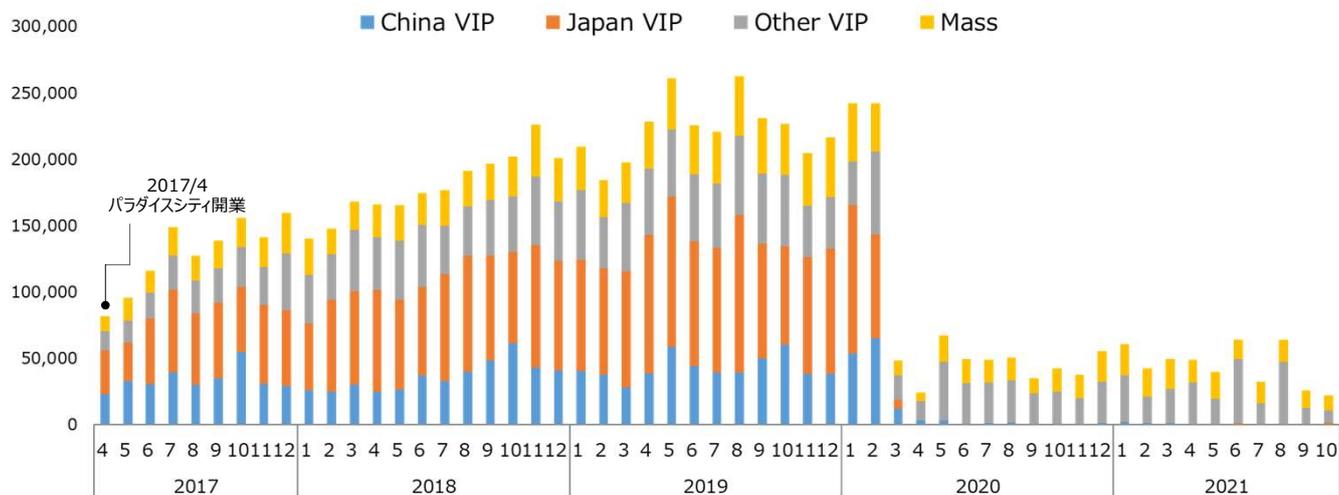
- 7月以降の渡航制限緩和を見込んでいたものの、渡航制限継続に伴い収益回復時期は遅れる見込み

※パラダイスセガサミーは当社持分法適用関連会社 ※パラダイスセガサミーは12月決算のため当社へは3カ月遅れて計上 ※現地会計基準

(参考) リゾート事業 (パラダイスセガサミー)

■ パラダイスシティ ドロップ額*推移

(百万ウォン)



※ ドロップ額=テーブルにおけるチップ購入額
 ※ 2018年1月以降の集計方法変更

(参考) 株主還元

■ 配当実績・計画



2022/3期より、過去の配当実績を意識した上で下記の還元方針を導入

- 配当政策 = DOE 3%以上
- 総還元性向 = 50%以上
- 自社株買いについては、業績動向・株式市場の動向等を勘案し機動的に判断



<https://www.segasammy.co.jp/>

ネバダ州ゲーミング法令及び規制に関わる、投資家・株主への注意事項

当社は、株式公開会社としてネバダ州ゲーミング・コミッションに登録されており、当社の子会社として米国ネバダ州で事業を行う、セガサミークリエイション株式会社及びその完全子会社であるSega Sammy Creation, USA, Inc.の2社の株式を直接的又は間接的に保有することについて適格であると認定されています。両子会社は、ネバダ州においてゲーミング機器を製造・販売するライセンスを受けております。ネバダ州法の規制により、当社の株主もネバダ州ゲーミング当局が定める規則の適用対象となります。当該規制の内容については、<https://www.segasammy.co.jp/japanese/ir/stock/regulation/>をご覧ください。

グループの製品・サービスについては、下記Webサイトをご覧ください

<https://www.segasammy.co.jp/japanese/pr/corp/group/list.html>

(セガサミーグループ会社一覧)

- 本資料に記載されている会社名及び製品名等は、該当する各社の商標または登録商標です。