

2010年3月期決算説明資料



2010年5月11日
株式会社セガトイズ
(JASDAQ:7842)

<http://www.segatoys.co.jp>

本日の内容

1. 2010年3月期決算説明
2. 2011年3月期計画
3. 新中期経営方針
4. 主力戦略事業

本資料における業界の動向や分析、今後の見通し、戦略等は、現在入手可能な情報から弊社の経営陣が判断したものでありますが、様々な要素により将来の戦略及び業績等につきまして内容と大きく異なる可能性がございますことをご承知ください。

元従業員による不正取引について



元従業員による不正取引についての進捗報告



2010年4月15日発表の通り、元従業員による不正取引が判明しました。株主・投資家の皆様をはじめ、取引先及び市場関係者の皆様にはご迷惑とご心配をお掛けしましたことを深くお詫び申し上げます。

現在、内部調査機関及び外部調査委員会にて調査を行っており、5月6日付で中間報告が提出されておりますのでご確認ください。

<http://www.segatoys.co.jp/ir/libra/20100506ir.pdf>

本件に関する業績への影響につきましては以下の通りです。

- ✓平成21年3月期以前の業績につきましては、本件による影響は無い見通しです。
- ✓平成22年3月期の業績につきましては、本不正取引により架空の売掛債権（約420百万円）を取得したとする者からの民事上の請求に対する支払いが発生する可能性があることから、偶発債務として注記しております。
- ✓平成23年3月期以降の業績につきましては、今後、本不正取引により架空の売掛債権（約420百万円）を取得したとする者からの民事上の請求に対する支払いが発生した場合には変動する可能性があります。

本件につきましては引き続き鋭意調査を進め、最終報告については結果が判明次第、速やかにご報告を行う予定です。

1. 2010年3月期決算説明



決算サマリー(連結損益計算書)

(単位:百万円)

	2009年3月期		2010年3月期				増減率
	実績	構成比	修正計画 (10/28)	構成比	実績	構成比	前期比
売上高	18,947	100.0%	18,000	100.0%	17,139	100.0%	-9.5%
売上総利益	3,996	21.1%	3,662	20.3%	3,270	19.1%	-18.2%
販管費	4,083	21.5%	3,842	21.3%	3,664	21.4%	-10.3%
営業利益	△ 87	—	△ 180	—	△ 395	—	—
経常利益	△ 98	—	△ 200	—	△ 412	—	—
当期純利益	△ 114	—	△ 1,500	—	△ 1,666	—	—

※百万円以下は切捨て

- 売上高については、海外において「爆丸」が引き続き好調に推移したものの、国内においては事業効率改善のための製品の絞り込みによる売上高の減少や、折からの消費低迷による国内市場の冷え込みの影響などにより低調に推移したため、17,139百万円(前期比9.5%減)となりました。
- 利益面については、売上総利益率の高い国内売上高が低調に推移したことから、海外事業による利益が国内事業の赤字をカバーするには至らず、営業損失395百万円(前期は営業損失87百万円)、経常損失412百万円(前期は経常損失98百万円)となりました。
- 当期純利益については、経営効率改善のための施策として、子会社の解散、人件費を中心とする固定費の削減、事業の見直しによる在庫処理費用の計上などに着手したため、1,061百万円の特別損失を計上し、当期純利益は△1,666百万円(前期は当期純損失114百万円)となりました。

販管費の実績

(単位:百万円)

	2009年3月期		2010年3月期		前年同期 増減率	
	実績	構成比	実績	構成比		
売上高	18,947	100%	17,139	100%	-9.5%	
売上総利益	3,996	21%	3,270	19%	-18.2%	
販管費	人件費	764	4%	704	4%	-7.9%
	広告宣伝費	1,000	5%	885	5%	-11.5%
	研究開発費	544	3%	511	3%	-6.1%
	その他	1,762	9%	1,563	9%	-11.3%
販管費計	4,083	22%	3,666	21%	-10.2%	
営業利益	△ 87	-	△ 395	-	-	

※百万円以下は切捨て

- 販管費については、事業の「選択と集中」による投資効率の見直しや人件費などの固定費削減を行ったため、前期比10.2%減となる3,666百万円となりました。

特別損失の内訳

2009年12月に発表の通り早期の黒字化に向けた抜本的な改革を進め、構造改革に伴う特別損失として1,061百万円計上しております。

✓ 不採算事業の撤退

- ・ラジオコントロール玩具事業の撤退による子会社(株)タイヨーの解散(子会社整理損):469百万円
- ・ソフトウェア開発子会社の(株)レムアートの解散(子会社整理損):11百万円
- ・既存事業の見直しに伴うたな卸資産の評価損:226百万円
- ・金型の廃棄:40百万円

✓ 固定費の削減

- ・早期退職プログラムによる特別退職金にかかる費用:184百万円
- ・固定資産の減損損失:51百万円

事業区分別 売上・利益実績



(単位:百万円)

		2009年3月期		2010年3月期				前年同期 増減率
		実績	構成比	修正計画 (10/28)	構成比	実績	構成比	
エデュテイン メ 関	売上高	1,066	5.6%	980	5.4%	957	5.6%	-10.2%
	営業利益	△ 113	—	△ 70	—	△ 52	—	—
ファミリー エンターテイメント 関	売上高	3,950	20.8%	2,338	13.0%	1,698	9.9%	-57.0%
	営業利益	△ 188	—	△ 592	—	△ 490	—	—
NEWコンテンツ ビジネス 関	売上高	11,898	62.8%	13,379	74.3%	13,112	76.5%	10.2%
	営業利益	402	3.4%	627	4.7%	333	2.5%	-17.2%
ホビー関連 その他	売上高	2,032	10.7%	1,301	7.2%	1,372	8.0%	-32.5%
	営業利益	△ 189	—	△ 145	—	△ 185	—	—
合 計	売上高	18,947	100.0%	18,000	100.0%	17,139	100.0%	-9.5%
	営業利益	△ 87	-0.5%	△ 180	—	△ 395	—	—

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

エデュテイメント関連

(単位:百万円)

		2009年3月期		2010年3月期				前年同期 増減率	
		実績	構成比	修正計画 (10/28)	構成比	実績	構成比		
国	内	売上高	1,065	99.9%	980	100.0%	957	100.0%	-10.1%
		営業利益	△ 113	—	△ 70	—	△ 52	—	—
海	外	売上高	1	0.1%	0	—	0	—	—
		営業利益	0	—	0	—	0	—	—
合	計	売上高	1,066	100.0%	980	100.0%	957	100.0%	-10.2%
		営業利益	△ 113	—	△ 70	—	△ 52	—	—

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

- ・ビーナシリーズでは、「いっしょにへんしん フレッシュプリキュア！」や、ビーナ本体とソフトがセットになった「アンパンマンをさがせ！セット」や、新たにクルマの中でも楽しく学べる「カービーナ」(アルパイン株式会社向け)なども発売しましたが、売上高は前年同期実績を下回る結果となりました。(前年同期比10.1%減)



「いっしょにへんしん
フレッシュプリキュア！」
5,145円



ビーナ本体 アンパン
マンをさがせ！セット
14,490円



「カービーナ」
アルパイン株式会
社より発売

ファミリーエンターテイメント関連

(単位:百万円)

		2009年3月期		2010年3月期				前年同期 増減率
		実績	構成比	修正計画 (10/28)	構成比	実績	構成比	
国内	売上高	1,887	47.8%	1,188	50.8%	1,143	67.3%	-39.4%
	営業利益	△ 392	—	△ 601	—	△ 554	—	—
海外	売上高	2,063	52.2%	1,149	49.1%	555	32.7%	-73.1%
	営業利益	204	9.9%	8	0.7%	64	11.5%	-68.6%
合計	売上高	3,950	100.0%	2,338	100.0%	1,698	100.0%	-57.0%
	営業利益	△ 188	—	△ 592	—	△ 490	—	—

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

- ・国内については、消費低迷により大人向けエンターテインメント製品の既存シリーズ「ホームスター」や「夢ペット」などの販売が苦戦し、また、新製品「家あげ花火」が計画を大きく下回ったことなどにより、売上高は前年同期を大きく下回る結果となりました。(前年同期比39.4%減)
- ・海外については、前年同期まで好調に推移していた「idog」シリーズの販売が終焉期を迎えたことにより、売上高は前年同期を大きく下回る結果となりました。(前年同期比73.1%減)



「脳カトレーニング機 即効脳トレ」
6,090円



「夢ねこヴィーナス」
10,500円



「家あげ花火」
15,540円



「ホームスターアクア」
3,990円

NEWコンテンツビジネス関連



(単位:百万円)

		2009年3月期		2010年3月期				前年同期増減率	
		実績	構成比	修正計画 (10/28)	構成比	実績	構成比		
国	内	売上高	3,106	26.1%	3,614	27.0%	3,006	22.9%	-3.2%
		営業利益	△ 392	—	261	—	△ 462	—	—
海	外	売上高	8,719	73.3%	9,764	73.0%	10,106	77.1%	15.9%
		営業利益	794	9.1%	366	3.7%	795	7.9%	0.1%
合	計	売上高	11,898	100.0%	13,379	100.0%	13,112	100.0%	10.2%
		営業利益	402	3.4%	627	4.7%	333	2.5%	-17.2%

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

- ・国内については、クッキングトイの「くるりんもっちゃん」や、NHKの新キャラクター「モノランモノラン」などを発売しましたが、定番シリーズである「アンパンマン」は堅調に推移したものの、全体的にはおおよそ前期同期をやや下回る結果となりました。(前年同期比3.2%減)
- ・海外については、「爆丸」が欧米市場で引き続き好調に推移しました。(前年同期比15.9%増)



「つきたておもちゃ くるりんもっちゃん」
3,990円



「モノランモノラン」ぬいぐるみ
893円～



「アンパンマン もこもこパン
ケーキ屋さん」 3,675円



「ジュエルステッキ」
3,990円



海外「爆丸」

ホビー関連・その他

(単位:百万円)

		2009年3月期		2010年3月期				前年同期 増減率	
		実績	構成比	修正計画 (10/28)	構成比	実績	構成比		
国	内	売上高	1,688	83.1%	947	72.8%	1,095	79.8%	-35.1%
		営業利益	△ 297	—	△ 104	—	△ 151	—	—
海	外	売上高	344	16.9%	354	27.2%	277	20.2%	-19.5%
		営業利益	108	31.4%	△ 40	—	△ 34	—	—
合	計	売上高	2,032	100.0%	1,301	100.0%	1,372	100.0%	-32.5%
		営業利益	△ 189	—	△ 145	—	△ 185	—	—

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

- ・国内及び海外において、当期1月末に解散いたしました連結子会社の株式会社タイヨーのラジオコントロール玩具の販売不振及び事業撤退による大幅な減少の影響もあり、売上高は前年同期を大幅に下回る結果となりました。(国内前年同期比35.1%減、海外前年同期比19.5%減)

【株式会社タイヨーの実績】

		2009年3月期		2010年3月期		前年同期 増減率	
		実績	構成比	実績	構成比		
国	内	売上高	1,152	76.4%	510	66.3%	-55.7%
		営業利益	△ 242	—	△ 227	—	—
海	外	売上高	355	23.6%	259	33.7%	-27.0%
		営業利益	75	21.1%	△ 51	—	—
合	計	売上高	1,507	100.0%	769	100.0%	-49.0%
		営業利益	△ 167	—	△ 278	—	—

国内・海外別 売上・利益実績



(単位:百万円)

		2009年3月期		2010年3月期				前年同期 増減率
		実績	構成比	修正計画 (10/28)	構成比	実績	構成比	
国 内	売上高	7,746	40.9%	6,731	37.4%	6,197	36.2%	-20.0%
	営業利益	△ 1,194	—	△ 514	—	△ 1,221	—	—
海 外	売上高	11,200	59.1%	11,268	62.6%	10,942	63.8%	-2.3%
	営業利益	1,106	9.9%	334	3.0%	825	7.5%	-25.4%
合 計	売上高	18,947	100.0%	18,000	100.0%	17,139	100.0%	-9.5%
	営業利益	△ 87	—	△ 180	—	△ 395	—	—

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

- 国内は、折からの消費不況の影響もあり全般的には低調に推移し、新製品としては家の中で花火大会の気分が楽しめる「家あげ花火」や、クッキングトイの「つきたておもちくるりんもっちー」、NHK教育番組の新キャラクター「モノランモノラン」、次期における当社戦略事業である「爆丸2」や「ズーズーペット」などを発売しましたが、国内販売全体の落ち込みをカバーすることはできませんでした。また、連結子会社である株式会社タイヨーのラジオコントロール玩具の販売不振も影響しました。これらの結果、売上高6,197百万円(前期同期比20.0%減)、営業損失1,221百万円(前年同期は営業損失1,194百万円)と前年同期を下回りました。
- 海外は、「爆丸」の販売が引き続き好調に推移しましたが、「idog」シリーズが終焉期を迎えたことなどにより、売上高10,942百万円(前期同期比2.3%減)、連結営業利益は825百万円(前期同期比25.4%減)となりました。

セグメント別主要アイテム 売上実績



(単位：百万円)

		2009年3月期	2010年3月期		前年同期 増減率	
		実績	修正計画 (10/28)	実績		
エ メ ン ト	テ レ ビ 関 連	ビーナシリーズ	614	785	794	+29.3%
フ エ テ 関	ファミ リ イ メ ン ト 連	ホームスターシリーズ	428	596	405	-5.4%
		家あげ花火	0	128	70	-
		夢ペットシリーズ	641	548	434	-32.3%
		ズーズーペット	0	18	87	-
		(海外)「idog」シリーズ	1,502	278	286	-81.0%
		(海外)ホームスター	214	200	217	+1.4%
		NEW ビ ジ ネ ス 連	コンテンツ 関	クッキングトイ	296	301
スプレーアート	386	252	229	-40.7%		
ジュエルペット	101	363	225	+122.8%		
アンパンマンシリーズ	1,752	2,177	1,801	+2.8%		
モノランモノラン	0	357	193	-		
(国内)爆丸	0	106	87	-		
(海外)爆丸	8,692	9,400	9,953	+14.5%		
ホ ビ の 関 連 ・ 他		ライセンス	91	50	40	-56.0%
		トイラジコン	1,508	986	769	-49.0%

※百万円以下は切捨て

連結貸借対照表



(単位:百万円)

	2009年3月期 期末	2010年3月期 期末	増減
流動資産	5,678	5,490	△ 188
固定資産	897	799	△ 98
繰延資産	27	37	10
資産合計	6,602	6,327	△ 275
流動負債	2,190	2,921	731
固定負債	1,083	1,272	189
負債合計	3,274	4,193	919
純資産合計	3,328	2,133	△ 1,194
負債純資産合計	6,602	6,327	△ 275

※百万円未満は切捨て

- 資 産： 275百万円減少
 - ・受取手形及び売掛金145百万円減少、たな卸資産572百万円減少、前渡金148百万円減少
 - ・現金及び預金93百万円増加、有価証券700百万円増加
- 負 債： 919百万円増加
 - ・短期借入金470百万円増加、社債567百万円増加
- 純資産： 1,194百万円減少
 - ・当期純損失1,666百万円計上
- 自己資本比率：
 - ・当期純損失の計上に伴う利益剰余金の減少により26.1%(前期末50.1%)

連結キャッシュフロー

(単位:百万円)

	2009年3月期 期末	2010年3月期 期末	増減
営業活動によるキャッシュフロー	930	△ 228	△ 1,158
投資活動によるキャッシュフロー	△ 20	△ 586	△ 566
財務活動によるキャッシュフロー	△ 208	1,576	1,784
現金及び現金同等物の四半期末残高	2,262	3,056	793

※百万円未満は切捨て

- ▶ 営業活動によるキャッシュフロー: △228百万円
 - ・税金等調整前四半期純損失1,469百万円
 - ・減価償却費436百万円
 - ・子会社整理損481百万円
 - ・事業整理損451百万円
 - ・法人税等の支払額53百万円
 - ・退職金の支払額195百万円

- ▶ 投資活動によるキャッシュフロー: △586百万円
 - ・有形固定資産の取得による支出505百万円

- ▶ 財務活動によるキャッシュフロー: 1,576百万円
 - ・社債の償還による支出432百万円
 - ・短期借入の純増額470百万円
 - ・社債の発行による収入978百万円
 - ・爆丸LLPに対する少数株主からの払込による収入500百万円

2. 2011年3月期計画



前期の課題に対する取り組み

早期の黒字化に向けて下記4つの重点項目を中心に取り組んでおります。

1. 国内事業の復活
 - ・固定費の削減
 - ・事業の「選択と集中」

2. グローバル事業の拡大
 - ・「爆丸」の継続的なヒット
 - ・「爆丸」に次ぐグローバルで戦える新コンテンツの育成

3. 子会社の再構築
 - ・不採算子会社3社の清算(タイヨー、レムアート、セガトイズプラス)
 - ・爆丸LLPの設立

4. 組織機能の改革
 - ・完全事業部制への移行

1. 国内事業の復活 「固定費の削減」の取り組み結果

2009年10月28日発表の修正計画では、国内事業の営業損失を514百万円と予想しておりました。よって、当期(2010年3月期)の売上高水準であっても営業損失を計上しないビジネスモデルへの変革として、6億円を目標とする固定費削減策に取り組みました。

(単位:百万円)

		2010年3月期	
		修正計画 (10/28)	実績
国内	売上高	6,731	6,197
	営業利益	△ 514	△ 1,221

▶ 主要コスト削減結果

(単位:百万円)

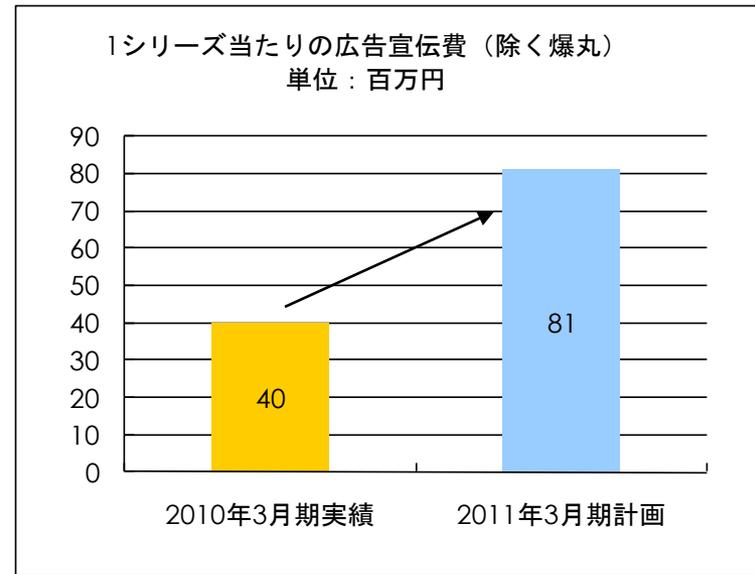
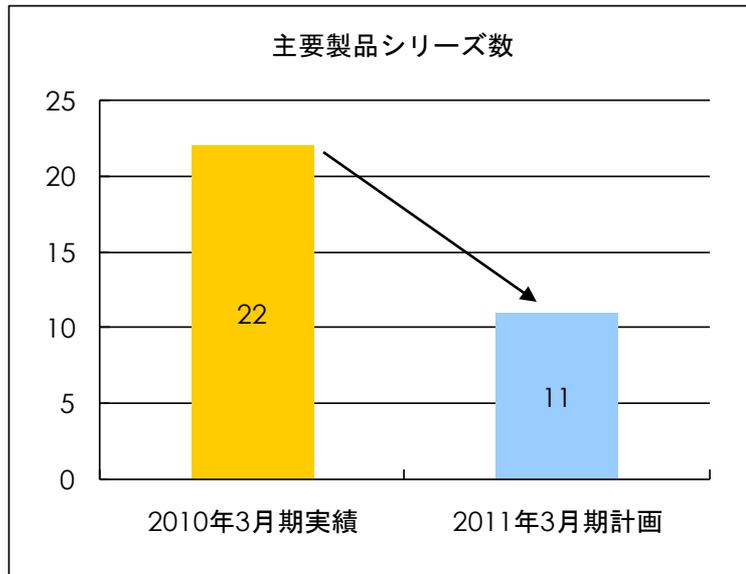
	セガトイズ	タイヨ一他	計
人件費	252	172	424
物件費	74		74
その他		88	88
合計	326	260	586



▶ 2010年3月期の実績につきましては、事業および製品の絞り込みや消費不況による販売不振などによる売上高の減少の影響を受け、営業損失額が拡大しているものの、上記施策の効果については、2011年3月期以降にあらわれるものと考えております。

1. 国内事業の復活 「事業の選択と集中」の取り組み結果

国内事業の早期収益化に向けて事業の「選択と集中」による投資効率の見直しを行っております。



収益性重視の絞込みを行った結果、2011年3月期においては主要製品シリーズ数は大幅に減少し、1ライン当たりの広告宣伝費が増加します。

※ここでは爆丸LLPの広告宣伝費計画11億円は除外しております。

1. 国内事業の復活 「事業の選択と集中」の取り組み結果

事業効率を見直し収益改善を図るために事業の選択と集中を行い、今期においては経営資源を効率的に活用してまいります。

まずは「爆丸」「ジュエルペット」「ズーズーペット」の3事業を戦略事業と位置付けます。

また、定番シリーズである「アンパンマン」「ビーナ」「ホームスター」「夢ペット」において安定収益を確保してまいります。

【戦略事業】

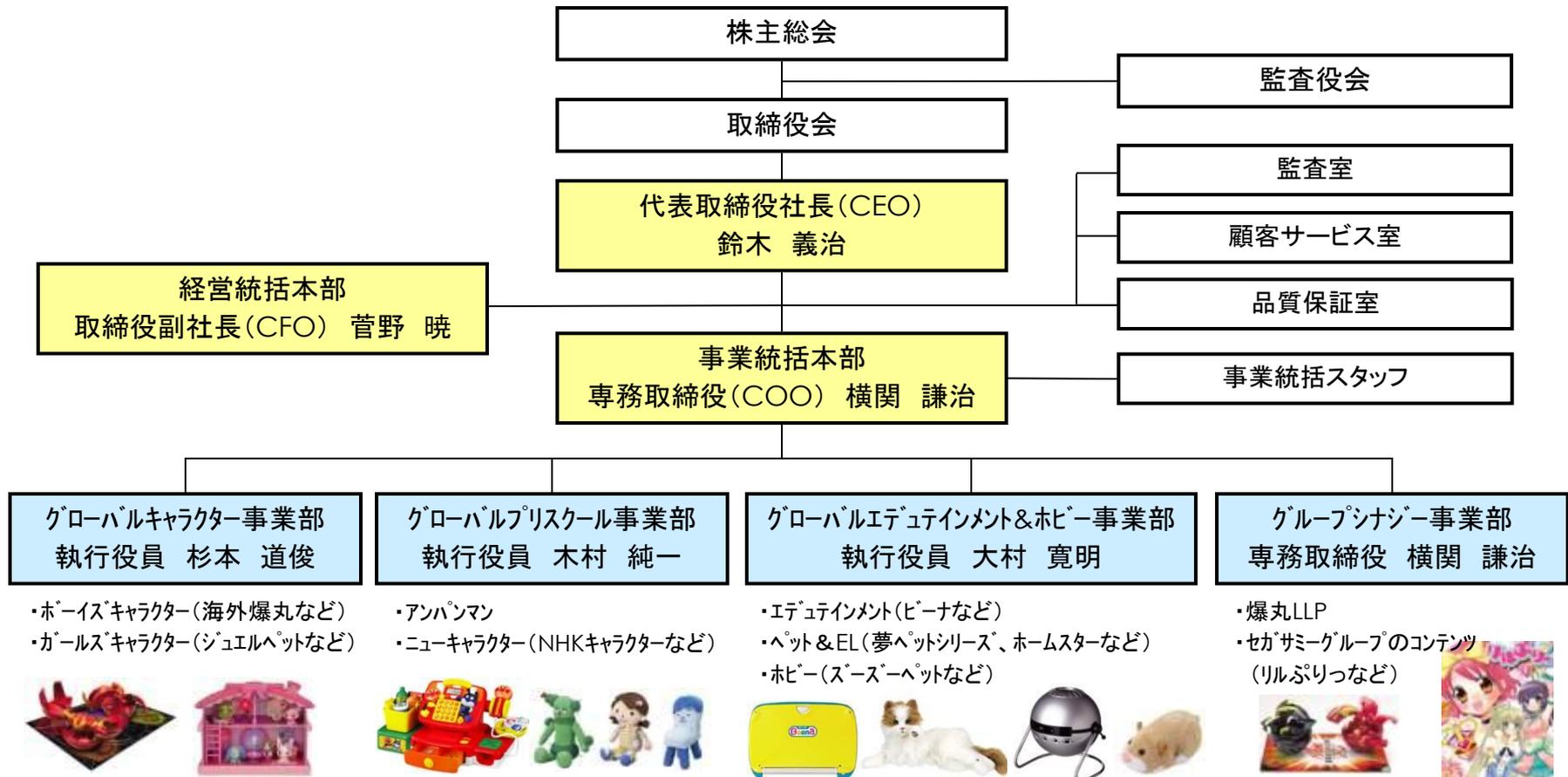


【定番シリーズ】



4. 組織機能の改革 「完全事業部制への移行」の取り組み結果

2010年1月に完全事業部制への組織変更を行いました。これにより、各事業部がそれぞれ企画から開発、製造、販売までの上流から下流に至るまでの一貫した機能及び責任を持つことで、より柔軟性、収益性を重視した組織として黒字化に向けて注力します。



4. 組織機能の改革 「完全事業部制への移行」の取り組み結果

完全事業部制の導入に伴い、今期よりセグメントを変更いたします。

【2010年3月期までのセグメント】

セグメント	主要シリーズ
エデュテイメント関連	ビーナ
ファミリーエンターテイメント関連	ホームスター、夢ペット
NEWコンテンツビジネス関連	アンパンマン、ジュエルペット、爆丸、NHKキャラクター
ホビー関連・その他	ライセンス事業、プライズ景品事業

【2011年3月期からのセグメント】

セグメント	主要シリーズ
グローバルキャラクター事業	ジュエルペット、爆丸(海外)
グローバルプリスクール事業	アンパンマン、NHKキャラクター
グローバルエデュテイメント&ホビー事業	ビーナ、ホームスター、ズーズーペット
グループシナジー事業	爆丸(国内)、リルぷりっ

今期(2011年3月期)の計画について



(単位:百万円)

	2010年3月期		2011年3月期 ＜爆丸の取引形態見直し前＞		2011年3月期 ＜爆丸の取引形態見直し後＞		前年同期 増減率
	実績	構成比	計画	構成比	計画	構成比	
売上高	17,139	100.0%	18,700	100.0%	12,000	100.0%	-30.0%
売上総利益	3,270	19.1%	5,700	30.5%	5,700	47.5%	74.3%
販管費	3,664	21.4%	5,300	28.3%	5,300	44.2%	44.7%
営業利益	△ 395	—	400	2.1%	400	3.3%	—
経常利益	△ 412	—	350	1.9%	350	2.9%	—
当期純利益	△ 1,666	—	80	0.4%	80	0.7%	—

※百万円以下は切捨て

- 売上高については、海外売上における「爆丸」の取引形態の変更及び事業の選択と集中等により、12,000百万円を見込んでおります。
- 売上総利益については、事業および製品の選択と集中を行った結果、利益率が向上し、5,700百万円(前年同期比74.3%増)を見込んでおります。
- 営業利益は、販管費が前年同期比で1,636(爆丸LLP広告宣伝費:1,145、研究開発費等:491)百万円増加したため、400百万円(前年同期実績は△395百万円)を見込んでおります。
- 当期純利益については、80百万円(前年同期実績△1,666百万円)となる見込みです。

※2010年5月6日付の発表の通り、元従業員による不正取引により架空の売掛債権(約420百万円)を取得したとする者からの民事上の請求に対する支払いが発生した場合には変動する可能性があります。

今期の計画について



【セグメント別】

(単位:百万円)

		2011年3月期			
		Q2累計計画	構成比	通期計画	構成比
グローバル キャラクター 事業	売上高	984	19.3%	2,197	18.3%
	営業利益	65	6.6%	220	10.0%
グローバル プリスクー ル事業	売上高	1,025	20.1%	2,488	20.7%
	営業利益	△ 20	—	75	3.0%
グローバル エデュテイメント & ホビー事業	売上高	1,581	13.2%	3,791	31.6%
	営業利益	△ 126	—	20	0.5%
グ ル ナ ジ 事業	売上高	1,510	12.6%	3,524	29.4%
	営業利益	△ 239	—	85	2.4%
合 計	売上高	5,100	100.0%	12,000	100.0%
	営業利益	△ 320	—	400	3.3%

<主要シリーズの売上計画>

・爆丸(海外)	1,130百万円
・ジュエルペット	850百万円
・アンパンマン	2,270百万円
・ビーナ	760百万円
・ズーズーペット	1,100百万円
・爆丸(国内)	3,000百万円

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

【国内・海外別】

(単位:百万円)

		2010年3月期		2011年3月期		前年同期 増減率
		実績	構成比	計画	構成比	
国 内	売上高	6,197	36.2%	10,143	84.5%	63.7%
	営業利益	△ 1,221	—	28	0.3%	—
海 外	売上高	10,942	63.8%	1,857	15.5%	-83.0%
	営業利益	825	7.5%	372	20.0%	-54.9%
合 計	売上高	17,139	100.0%	12,000	100.0%	-30.0%
	営業利益	△ 395	—	400	3.3%	—

※売上高の構成比は合計売上高に対する割合、売上総利益・営業利益の構成比は各売上高に対する割合を記載。
※百万円以下は切捨て。

主要経費の内訳

(単位:百万円)

	2010年3月期		2011年3月期		前年同期 差異	前年同期 増減率
	実績	構成比	計画	構成比		
売上高	17,139	100.0%	12,000	100.0%	△ 5,139	-30.0%
人件費	1,312	7.7%	888	7.4%	△ 424	-32.3%
広告宣伝費	885	5.2%	2,037	17.0%	1,152	+130.2%
研究開発費	511	3.0%	915	7.6%	404	+79.1%

- ・2010年3月期の人件費には原価に含まれていた生産業務の人件費を合算しているため、決算短信の数値とは異なっております。
- ・2011年3月期の広告宣伝費は、個別で891百万円、爆丸LLPで1,145百万円の計画です。

3. 新中期經營方針



【7つの構造改革】

1. 既存玩具モデルを越えたビジネスモデルの革新

2. 組織機能の改革 【2010年3月期にて実施済み】

3. 国内営業における売り場戦略の見直し

4. グローバル市場における成長機会の取り込み

5. グローバルコスト競争力強化のためのコスト構造の改革

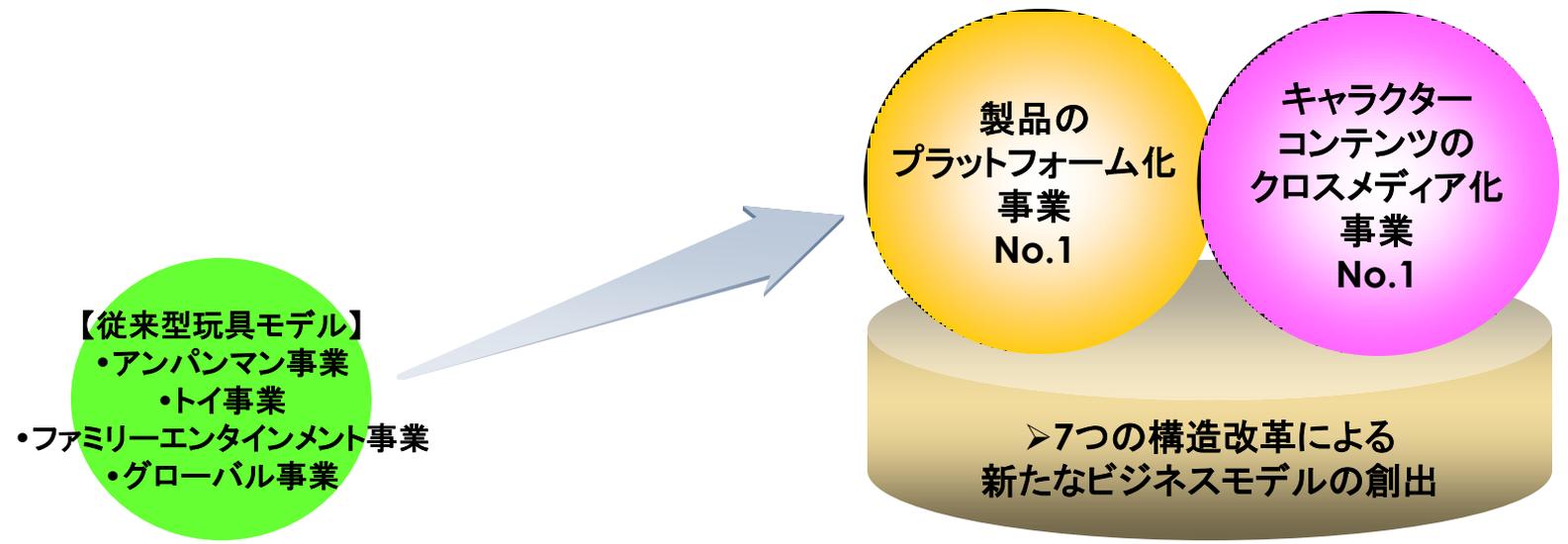
6. 事業構造改革を加速する人材の確保と育成

7. リスク管理経営の徹底

新中期経営方針



7つの構造改革を実行し、「従来型玩具モデル」から新たなビジネスモデルへと脱却し、「製品のプラットフォーム化事業」「キャラクターコンテンツのクロスメディア事業」でNo.1、オンリーワンを目指してまいります。



「製品のプラットフォーム化戦略」と「キャラクターコンテンツのクロスメディア化戦略」を推進するにあたり、これらの製品及びコンテンツの楽しさや感動を実体験できる場を整備することで継続的な顧客接点を構築し、新たな収益機会を獲得することにも取り組んでまいります。

1. 既存玩具モデルを越えたビジネスモデルの革新

①製品のプラットフォーム化戦略

これまでの製品単品のヒットを創出し販売していた従来型の単品玩具販売の事業構造を見直し、製品をプラットフォーム化することでそれらをベースとした多様なコンテンツを提供し、さらに、プラットフォームに繋がる顧客資産を活かしたストック型ビジネスを展開するなどの「プラットフォーム型ビジネス」への転換を図ります。



②キャラクターコンテンツのクロスメディア化戦略

共同開発を含むオリジナルのキャラクターコンテンツを中心としたクロスメディアを活用した多面的な仕掛けにより、メディア間の連動及び相乗効果によるキャラクターコンテンツの認知度及び価値の向上と、顧客接点拡大による収益機会の多様化を図ります。



2. 組織機能の改革 【2010年3月期にて実施済み】

3. 国内営業における売場戦略の見直し

「売り場のエンターテインメント化」

- 売るための場所 → お客様が製品の価値を体験・体感できる場へ

「提案型の営業活動」

- 販売促進のための効率的な提案型営業の実施
- 販売店と協力しながら集客力の高い売り場作りを実現

「需要予測の精度向上」

- タイムリーな販売状況の分析、プロモーションの効果測定
- 戦略的販売・適正在庫のコントロールが可能に

4. グローバル市場における成長機会の取り込み

「海外企業との戦略的アライアンスの加速」

- 例) スピンマスター社の「爆丸」、セピア社の「ズーズーペット」

「海外販売における直接販売への取り組み」

- 現地の販売パートナーへ100%依存 → 段階的な直接販売への取り組み

5. グローバルコスト競争力強化のためのコスト構造の改革

「開発・生産体制の集約化」

- (現在)日本・中国に点在 → SEGA TOYS(HK)CO.,LIMITEDへ集約

「バリューチェーンのショートカット」

- 製品開発、部品発注、生産・在庫調整、物流体制などフローにおける無駄を排除

6. 事業構造改革を加速する人材の確保と育成

「優秀な人材を安定的・継続的に確保」

- 業績変動、景気動向に左右される短期的視点での人材採用・育成戦略を否定
- 永続的な拡大・発展を前提とした、長期的視点での安定的・継続的な人材獲得および人材育成(新卒採用の継続)

7. リスク管理経営の徹底

「コーポレートガバナンスの重視」

- リスクマネジメントの強化、内部統制の継続的な改善および強化

「法令遵守」

- 社会環境と安全性を重視した製品作り、関連法規の遵守
- コンプライアンス体制の整備および恒常的な改善

4. 主力戰略事業





爆丸(国内)



ジュエルペット



ズーズーペット



爆丸(国内)



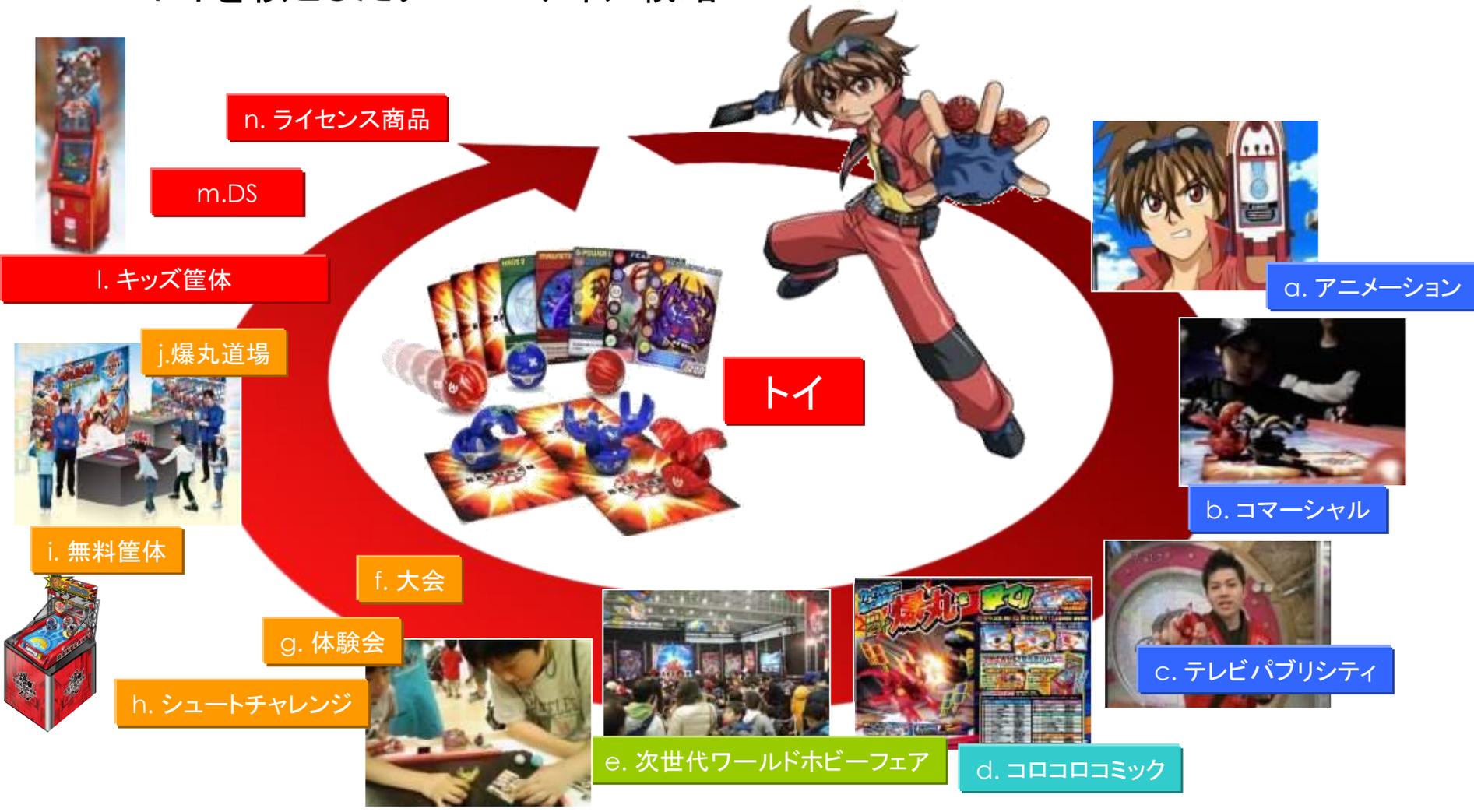
セガサミーグループによるLLP組成



戦略事業① 爆丸(国内)



トイを核としたクロスメディア戦略



戦略事業① 爆丸(国内)



玩具、AM筐体、雑誌、販売店、ライセンシー、キャンペーンなど全てが連動し、「爆丸」の遊びが広がります。



戦略事業① 爆丸(国内)



年間を通じたシリーズ展開、ターゲット別の商品化などにより爆丸ユーザーを育成します。

既存シリーズ

アニメ登場に合わせて商品化

- エントリーバリューパックを中核に爆丸ビギナーを獲得
- 年間通じた定番商品



7in1

合体アクションによる購入層拡大

- 次世代メインユーザーへの誘導
- 商戦期にスポットを当てた集中販売



爆テクシリーズ

バトルユーザー獲得による長期化戦略

- バトルユーザー拡大、小学高学年層の囲い込み
- 改造可能のコンバートシステム
- コロコロコミックとの共同開発による日本限定爆丸



拡張パック

300円・・・お小遣いで買える

- コレクション、買い増しを促進するレア爆丸
- 商戦期にスポットを当てた集中販売





ジュエルペット

戦略事業② ジュエルペット



低価格帯の製品を中心に約140SKUの製品の販売を今期予定。全てのアイテムにアクセスコードを付属させ、「ジュエルランドオンライン」を核にクロスメディア戦略を展開します。



<アニメ>
毎話のストーリーと「ジュエルランド・オンライン」の内容が連動

<AMキッズ筐体>
イベントやグッズに付属のカードとも連動



<雑誌>
マンガの続きが「ジュエルランド・オンライン」に登場

<商品>
全商品に「ジュエルランド・オンライン」のアクセスコードが付属

<WEB>
ジュエルペットの世界観を「ジュエルランド・オンライン」で体感

「ジュエルランド・オンライン」





ズーズーペット

戦略事業③ ズーズーペット



全米No.1ヒットの「ズーズーペット」国内展開4/3スタート！！

- ・米国での出荷数1,200 万個
- ・店頭陳列3 分以内で品切れ続出
- ・米国2009 年クリスマスギフトで人気No.1玩具
- ・米国2010年「トイ・オブ・ザ・イヤー」大賞受賞



全米ネットワークニュースでも紹介

戦略事業③ ズーズーペット



ハムスター単体 各¥1,050
ようふく 各¥735 (ハムスター別売)



おでかけバッグ
¥735(ハムスター別売)



アドベンチャーボール
¥1,260(ハムスター別売)



くるま&ガレージ
¥1,890(ハムスター別売)



スライダー&レーン
¥1,890(ハムスター別売)



ボート&ドック
¥1,890(ハムスター別売)



ハムスターのお部屋スターターセット
¥2,625



ハムスターの大きなお部屋
¥2,625 (ハムスター別売)



<http://www.segatoys.co.jp>

Appendix 爆丸(海外)の取引形態の変更



2011年3月期より、「爆丸」の海外OEM販売の取引形態については、従来、売上高及び売上原価として計上しておりましたが、契約内容を変更したことに伴いロイヤリティー収入のみの計上へと変更いたします。

(単位：百万円)

	売上高	売上総利益	利益率
2009年3月期 爆丸 海外OEM事業 実績	8,692	928	10.7%
2010年3月期 爆丸 海外OEM事業 実績	9,953	967	9.7%
2011年3月期 爆丸 海外OEM事業 計画 (※新たな取引形態に変更)	700	680	97.1%
2011年3月期 爆丸 海外OEM事業 計画 (※従来 of 取引形態だった場合)	7,400	680	9.2%

新たな取引形態による爆丸OEM販売の売上高は、従来 of 取引形態だった場合と比較して10%前後となる見込みですが、利益についてはその金額は変わらず影響はありません。