

セガサミー
マネジメントミーティング 2025

2025/6/18

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、予めご承知ください。

本日のアジェンダ

予定時刻	プレゼンテーション	登壇者
① 15:00-15:30	● セガサミーグループの取り組み ● Q&A	里見 治紀
② 15:30-16:20	● エンタテインメントコンテンツ事業 ● Q&A	内海 州史
③ 16:30-17:10	● 遊技機事業 ● Q&A	星野 歩
④ 17:10-17:50	● ゲーミング事業 ● Q&A	深澤 恒一

セガサミーグループの取り組み

セガサミーホールディングス株式会社
代表取締役社長グループCEO

里見 治紀

-3-

スピーカー：セガサミーホールディングス株式会社 代表取締役社長グループCEO 里見 治紀

本日はご参加ありがとうございます。資料の説明に入る前に、私から少しお話をさせていただきます。

現在、当社の株価やPER（株価収益率）は同業他社と比べて低い水準にあり、経営陣としても課題であると認識しています。この状況を改善するため、ROEやROICの向上、株主還元の強化、役職員への株式報酬制度の導入、ESGやコーポレートガバナンスの強化など、さまざまな取り組みを進めています。しかし、安定した成長に対する市場からの信頼がまだ十分でないことが、株価上昇を妨げていると考えています。本日は、今後の成長戦略についてご説明し、皆様に当社の取り組みをご理解いただきたいと思います。

また、当社は投資家の皆様との対話を非常に重視しており、いわゆるアクティビストと言われる方々とも積極的に意見交換を行った事もありますし、大株主に当社のグループ経営委員会に来ていただき対話をさせて頂くなど、活発に意見交換を行っています。今後も皆様と建設的な議論を続けていきたいと考えておりますので、本日もぜひご意見やご質問をお聞かせください。

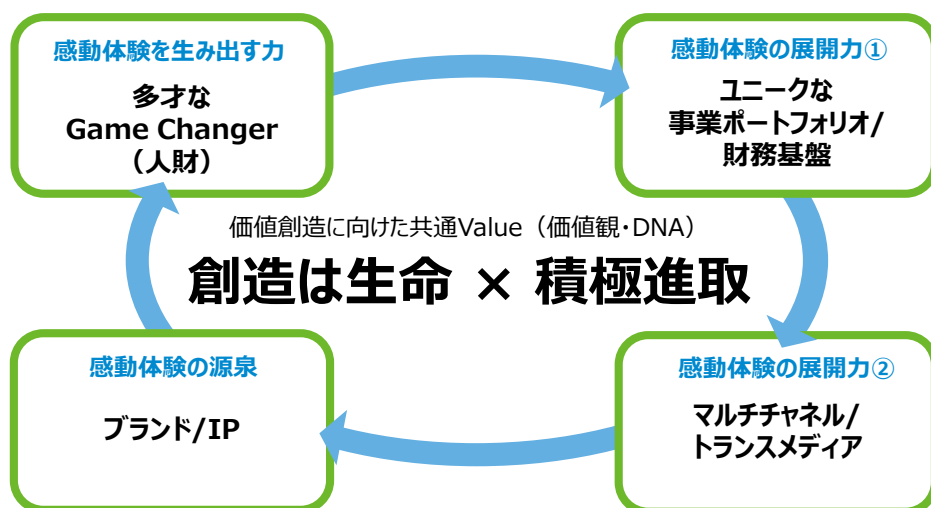


-4-

当グループでは、「感動体験を創造し続け、社会をもっと元気にカラフルにする」ことをミッションとし、「ゲームチェンジャー」となることを目指しています。

エンタテインメントコンテンツ事業ではセガブランドの価値向上、遊技機事業では業界トップとして稼働率・販売台数・設置台数のそれぞれでシェアNo.1を目指し、さらに、ゲーミング事業を新たな主力事業に育てることを目標としています。

価値最大化のための4つの強みのサイクル



-5-

当グループでは、4つの強みを活かして価値を高めるサイクルを作っています。
価値創造を生み出す源泉となる人財については、多様な人財の採用や教育に力を入れ、従業員満足度も重視しています。また、独自の事業構成と強固な財務基盤を活かし、様々なチャネルやメディアを通じてブランドやIPの価値向上を図っています。これらの強みが互いに高め合う仕組みを築いています。

グループのコンテンツ・サービスを時代に適したエンタテインメントとして提供

価値創造に向けた共通Value（価値観・DNA）

創造は生命 × 積極進取

感動体験を生み出す力

多才なGame Changer
（人財）

感動体験の展開力①

ユニークな事業ポートフォリオ/
財務基盤

感動体験の展開力②

マルチチャネル/トランスメディア

感動体験の源泉

ブランド/IP

事業領域の拡大・
地理的拡大

ゲーム

映像

アミューズメント機器

マーチャンダイジング/TOY

遊技機

ゲーミング

企業価値の向上

社会的価値

経済的価値

感動体験を創造し続ける
社会をもっと元気に、カラフルに。

-6-

当グループでは、4つの強みを活かしたサイクルを回しながら、事業領域や展開地域を拡大し、世界中のお客様に「感動体験」を提供すると同時に、社員一人ひとりもその感動をお客様と共に感じる「共感」を広げていくことにも取り組んでいます。

このような価値創造プロセスを通じて、社会的価値と経済的価値の両面で価値提供を続け、企業価値の最大化を追求しています。

事業別人員数・ブランド・中計目標等



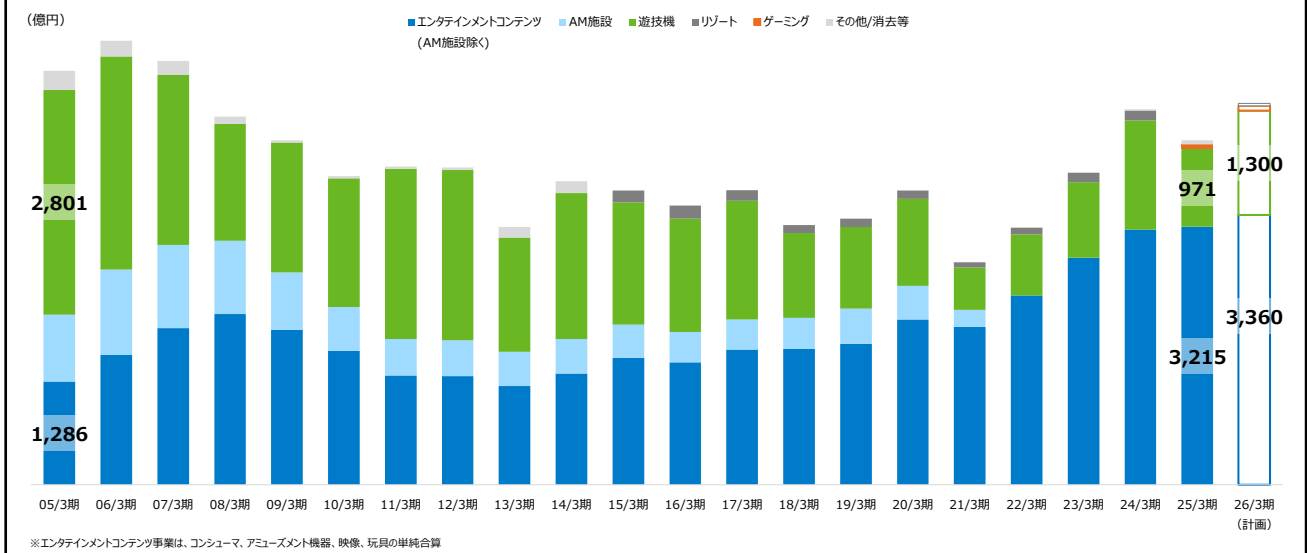
	人員数 (25/3末)	主なIP/ブランド	中期計画/調整後EBITDA目標
エンタテインメント コンテンツ	6,391人	ソニック 龍が如く アトラス Football Manager Total War 等	積極的な投資実施と大きな成長 22-24/ 3期 1,132億円 → 25-27/ 3期 1,800億円超
遊技機	1,127人	北斗の拳 北斗無双 甲鉄城のカバネリ 東京リベンジャーズ 等	安定的な利益貢献 22-24/ 3期 827億円 → 25-27/ 3期 900億円超
ゲーミング	104人	Railroad Riches™ GAN/Coolbet Stakelogic 等	事業の確立へ 22-24/ 3期 -113億円 → 25-27/ 3期 調整後EBITDA プラス

*臨時従業員は含まない
*ゲーミング事業については上記以外に現時点の参考値（臨時従業員を含む）として、GAN:580人、Stakelogic:490人

エンタテインメントコンテンツ事業は約6,400名で多様なIPを展開し、現・中期計画では累計1,800億円超の調整後EBITDAを目指しています。遊技機事業は約1,100名で、累計900億円超を目標としています。ゲーミング事業は買収により人員も増やし、赤字から黒字化を目指します。

連結では3年平均でROE10%以上を目標とし、調整後EBITDAの数値目標については、経営陣だけでなく、従業員に対してもインセンティブのKPIとして活用しています。

売上はエンタテインメントコンテンツ事業中心へ変化

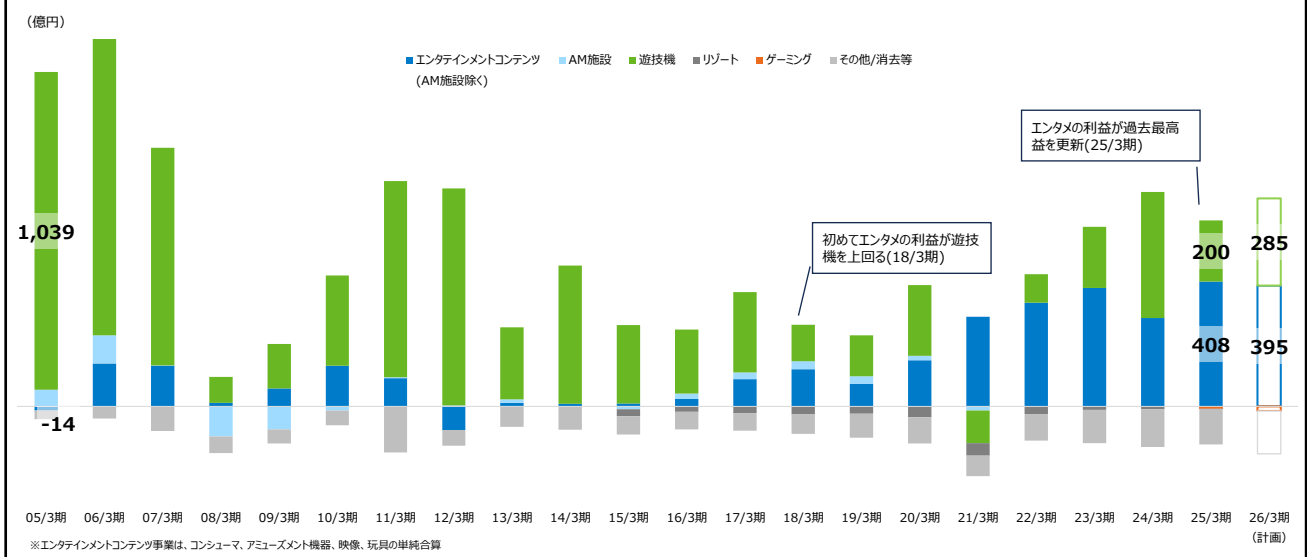


この20年間で、当社の事業構成は大きく変化しました。

アミューズメント施設事業の売上はなくなり、それ以外のエンタテインメントコンテンツ事業の売上が3倍近く増えました。また、以前はグループ全体の売上の多くを占めていた遊技機事業は、今では全体の3分の1以下となりました。

その結果、エンタテインメント事業が当社の成長の中心となり、事業の主軸が大きくシフトしています。

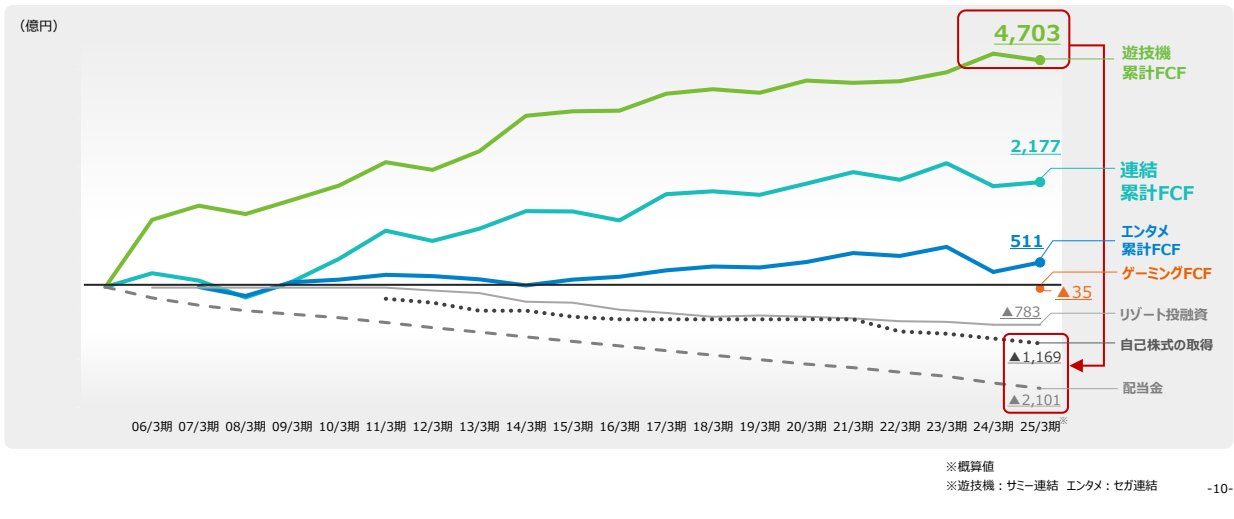
利益面では過度な遊技機依存から脱却し、エンタテインメントコンテンツは最高益更新



営業利益についても、以前は遊技機事業が中心でしたが、現在ではエンタテインメントコンテンツ事業の貢献が大きくなっています。

当社は総合エンタテインメント企業へと進化しており、今後はより高い成長やバリュエーションが期待できるエンタテインメントコンテンツ事業に一層力を入れていき、企業価値のさらなる向上を目指してまいります。

遊技機のCF創出力が成長投資と株主還元の源泉
コンシューマ分野とゲーミング事業への投資を通じて成長を目指す

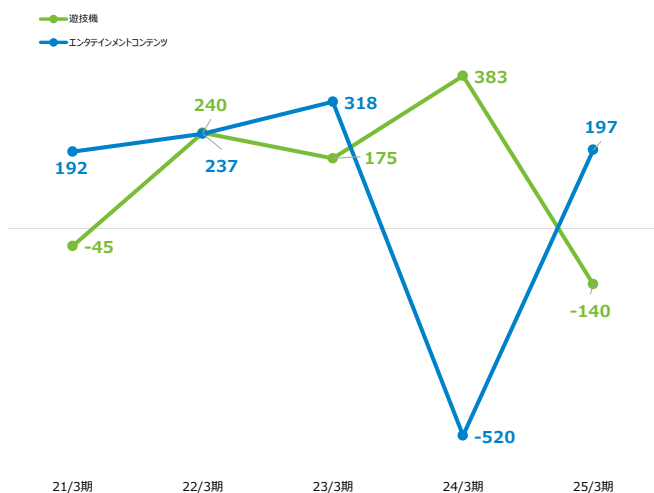


一方で、過去20年間にわたり、当社が累計で約2,100億円の配当と、約1,200億円の自社株取得という形で株主の皆様へ還元できたのは、主に遊技機事業が生み出した約4,700億円ものフリーキャッシュフローによるものです。エンタテインメントコンテンツ事業も、この10年でようやくフリーキャッシュフローを生み出せるようになってきましたが、これまでの安定した株主還元や成長のための投資は、遊技機事業の安定したキャッシュフローが支えてきました。

今後もこの強みを活かしながら、株主還元と成長投資の両立を目指してまいります。

フリーキャッシュフロー推移（エンタメコンテンツ、遊技機）

（億円）



※概算値

※遊技機：サミー連結 エンタメ：セガ連結

■エンタテインメントコンテンツ

24/3期はRovioの取得等によりマイナスだったFCFが、25/3期はプラスに

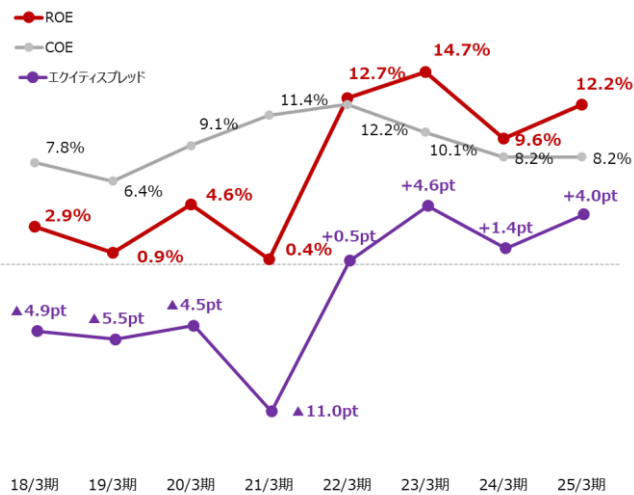
■遊技機

24/3期の好業績により発生した、未払い消費税の支払いや、法人税等の支払いにより25/3期のFCFはマイナス

直近の状況については、2024年3月期にエンタテインメントコンテンツ事業のフリーキャッシュフローが大きく減少したのは、Rovio買収に伴う一時的な支出があったためです。

遊技機事業については、2025年3月期にフリーキャッシュフローがマイナスとなりましたが、これは消費税や法人税の支払いがあったことが主な要因です。特に、前の期の2024年3月期の業績が非常に好調であったため、その分の税金の支払いが翌期に発生した形です。

【ROE・COE・エクイティスプレッド 推移】

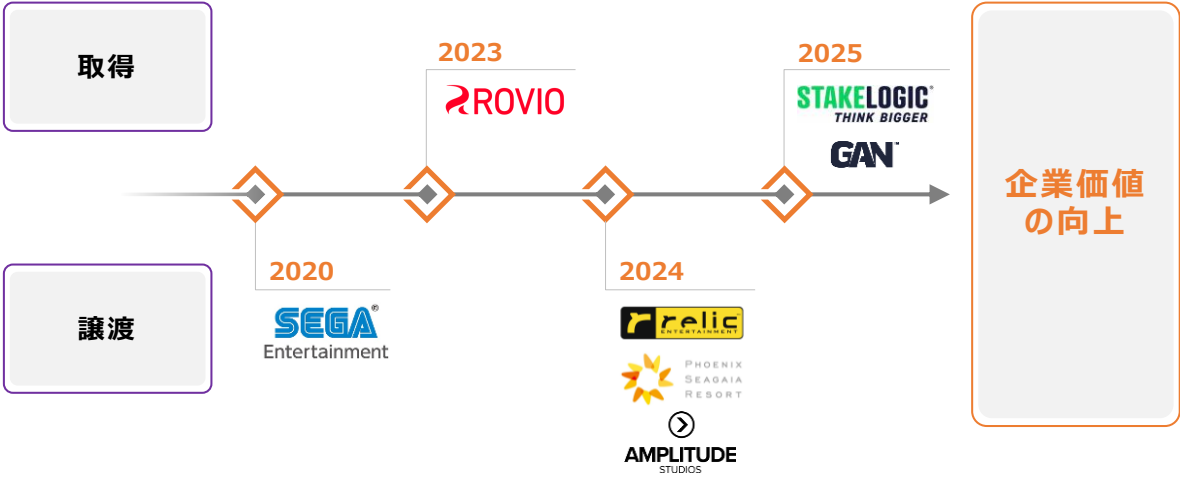


- 直近のエクイティスプレッドはポジティブに推移
- 純利益増加により24/3期比でROE向上

※ROE：自己資本当期純利益率
※COE：株主資本コスト（出所：Bloomberg）
※エクイティスプレッド：ROE-COE

エクイティスプレッドについては、社内でもとても重視しており、資本コストをできるだけ抑えつつROEを高めて、その差を広げることに取り組んでいます。

事業ポートフォリオの入れ替えを進め企業価値向上を図る



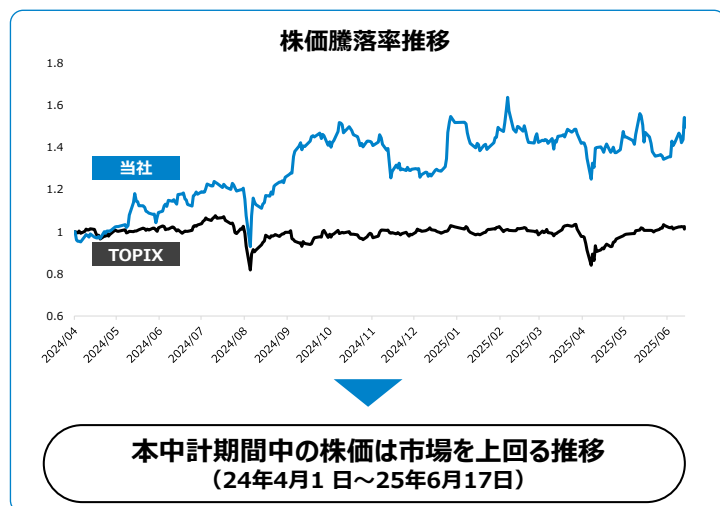
-13-

当社はこの数年、事業ポートフォリオの入れ替えを積極的に進めてきました。

2020年にはアミューズメント施設事業を売却し、2023年にはモバイルゲームで有名なRovioをグループに加えました。また、前期にはフェニックスリゾートを売却した他、RelicやAmplitudeといった海外の開発スタジオを売却しました。これらのスタジオは成長が期待できる分野ですが、当社が重視するROICや成長性といった基準に合致しなかったためです。一方、2025年にはGANとStakelogicという、オンラインゲーミング分野で強みを持つ企業を新たに買収し、グループに加えました。

このように当社は、事業の選択と集中を行い、より高い成長と収益性を目指しています。

株価はTOPIXを上回り推移するも、バリュエーションの改善が課題



バリュエーション（PER）比較

- ・ゲーム系企業：25～40倍
- ・当社：約18倍 (6月17日現在)
- ・遊技機系企業：10～12倍

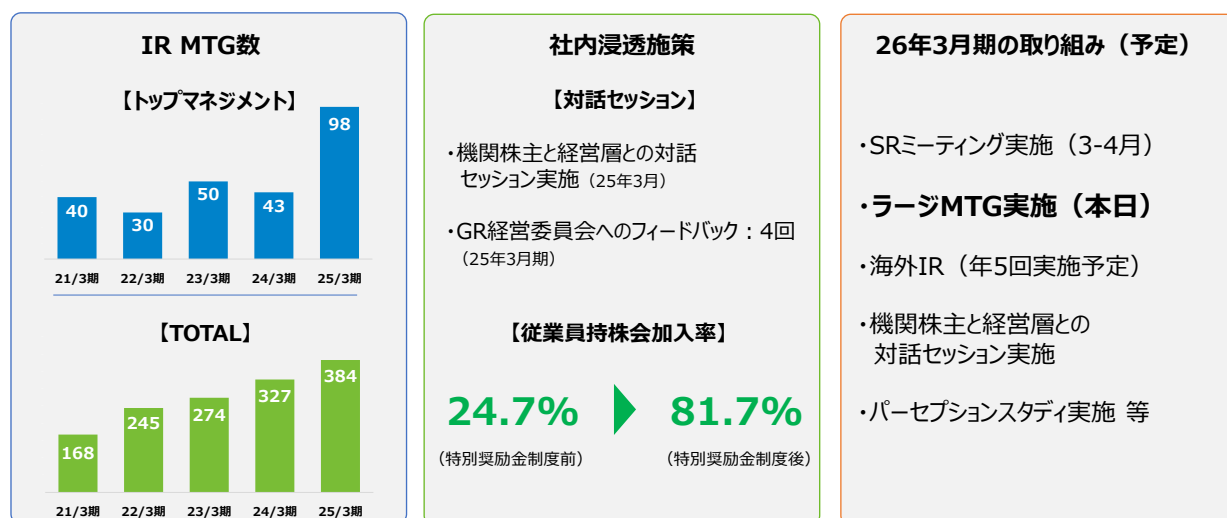
ゲーム系企業との比較では劣後

-14-

当社の株価は、TOPIX（東証株価指数）を上回る水準で推移していますが、ゲーム業界全体の平均PERが25～40倍であるのに対し、当社の株価は約18倍と、まだ低い水準にとどまっています。遊技機業界のPER10～12倍と比べれば高いものの、現在はエンタテインメントコンテンツ事業の売上高が遊技機事業の約3倍にまで成長しているにもかかわらず、株価の評価が十分に高まっていない状況です。この理由として、他のゲーム会社と比べて当社の実績がまだ十分でないことが挙げられます。

今後は、営業利益率の向上などを通じて、業績をさらに伸ばし、株価の評価を高めていくことが重要な課題であると認識しています。

資本市場との積極対話及び社内への浸透を進め企業価値向上を図る



-15-

当社は株主価値の向上を強く意識し、さまざまな取り組みを行っています。

IR・SR活動にも力を入れており、投資家の皆様からの関心が高まる中、IRチームが対応するミーティング件数は年々増加しています。また、私をはじめとするトップマネジメントが、投資家の方々と直接面談する機会も大幅に増やし、積極的にコミュニケーションを図っています。

社内でも、社員一人ひとりが株価を意識できるような仕組みづくりも進めています。たとえば、幹部社員向けには従来のストックオプションに代わり、ESOP信託制度を導入しました。さらに、一般の社員向けには持株会を活用し、業績目標を達成した際には特別奨励金を支給する制度も新たに設けています。その結果、持株会への加入率は日本の平均が約38%であるのに対し、当社では80%を超え、現在は85%に迫るなど、社員の株価への意識も大きく高まっています。

また、ここ数年は株主とのSRミーティングも強化し、活発な意見交換を行っています。私自身も海外のロードショーやカンファレンスにも直接参加し、グローバルな投資家とも積極的に対話しています。さらに、パーセプションスタディ（投資家の意見調査）にもご協力いただき、皆様からいただいたご意見やご要望は真摯に受け止め、経営に反映するよう努めています。

このように、社内外で株主価値向上に向けた取り組みを進めており、今後も引き続き、株主や投資家の皆様との対話を大切にしながら、企業価値の向上を目指してまいります。

エンタテインメントコンテンツ事業 中期計画 進捗状況

株式会社セガ
代表取締役 社長執行役員COO

内海 州史

-16-

スピーカー：株式会社セガ 代表取締役 社長執行役員COO 内海 州史



世界30億人のゲーマーに届く

確固たるグローバルブランドへ

Mission/
Purpose

Empower the Gamers

セガは「Empower the Gamers」をミッションとして掲げています。ゲーム産業は、これまで技術の進歩やビジネスモデルの変化を柔軟に取り入れながら、大きく成長してきました。今では、世界中で約30億人もの人々が何らかの形でゲームに触れており、ゲームはもはや一つの文化と言える存在になっています。

セガは、こうしたゲーム文化を作り上げる上で重要な役割を果たしてきましたし、これからもその役割を果たし続けたいと考えています。このミッションには、世界中の人々に新しい体験や感動を届け、ゲームを通じてより豊かな社会を実現したいという思いが込められています。

定量計画

- 調整後EBITDA 1,800億円（3カ年累計）

主要Pillarの更なる拡大

- Transmedia
- グローバルGaaS（Rovio他）

開発力・商品力強化に向けた投資

- Pillar
- Legacy IP（中長期取り組み）
- Super Game（中長期取り組み）
- 映像IP

欧州事業の再成長

- Football Manager
- Total War

-18-

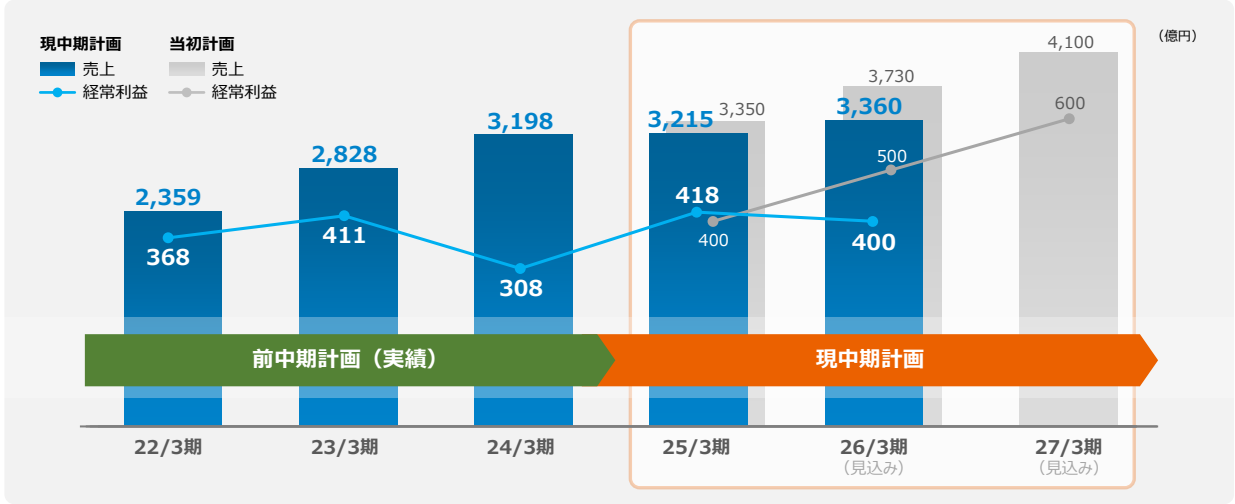
中期計画についてご説明します。

数値目標としては、3カ年累計の調整後EBITDAで1,800億円の達成を目指しています。
注力するポイントとしては、グローバルでのGaaS（Game as a Service：サービス型ゲーム）への取り組みを強化する他、トランスメディア展開、つまりゲームだけでなくアニメや映画、グッズなどさまざまなメディアを通じて、「ソニック」、「龍が如く」、「ペルソナ」といった主力IP（知的財産）を戦略的に展開することでファンを増やしその価値をさらに拡大していきます。

また、一丁目一番地であるゲームの開発力はもちろんのこと、商品力の強化も非常に重要であり、主要IPや成長を期待できるIPについては積極的に投資していきます。

また、構造改革を経た欧州事業の再成長も目指しています。

業績面は順調に成長



-19-

業績推移につきましては、2024/3期は欧州事業において構造改革を実施したことで、経常利益は若干落ち込みましたが、その後の欧州事業は着実に回復してきています。売上高は順調に伸ばして来ておりますが、経常利益面におきましても、2020/3期は約160億円でしたが、2021/3期には279億円となり、現在は400億円規模にまで成長して来ております。今後もさらなる成長を目指していきたいと考えております。



成果

主要IP拡大、
Metacritic 2024年
ゲームパブリッシャーNo.1



トランスメディア戦略進展

- SONIC STADIUM (2024年12月@香港)
- SEGA Licensing Kick-Off開催 (2025年2月@東京)
- SEGA STORE SHANGHAI (2025年5月@上海)



全世界興行収入
4.92億ドル

龍が如く
~Beyond the Game~
Amazon Prime
240カ国以上配信

欧州構造改革を完遂

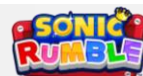


- Relic EntertainmentのMBO
- Amplitude StudiosのMBO
- Total War DLC好調



課題

F2P 2タイトルスリップ



Football Manager 25
開発中止

FOOTBALL
MANAGER

-20-

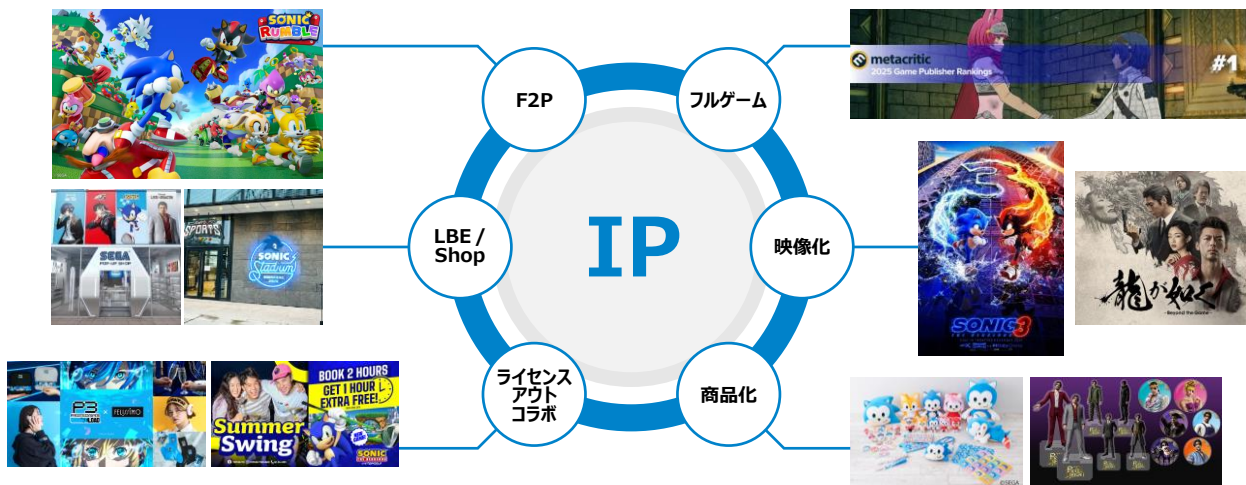
2025/3期の成果と課題を振り返ります。

成果については、「Metacritic」（メタクリティック）における、2024年に最も高い評価を得たゲームパブリッシャーランキングで1位を獲得しました。セガの開発力強化に向けた取り組みを証明することができたと考えております。トランスメディアの観点からは、ソニック映画第3弾の成功や、龍が如くの実写ドラマ化といった映像展開もありました。また、香港では、ソニックスタジアムが開業し、上海ではセガ公式ストアが5月1日にオープンするなど、着実に戦略を進めております。

一方で、『Sonic Rumble』（ソニックランブル）や『ペルソナ5：The Phantom X』（以下、『P5X』）などのF2Pタイトルのローンチ時期の遅延、『Football Manager 25』の開発キャンセルなどが生じたことは、課題であり今後しっかりと解決に向けて取り組んでいきます。

今年度は、『Sonic Rumble』、『P5X』、『Football Manager』の次回作、『プロサッカークラブをつくろう！2025』などの新作を着実にローンチすることが重要です。また、デジタル販売戦略やトランスメディア展開を通じて、新作・リピートタイトルの販売、及びライセンス事業の拡大を目指します。

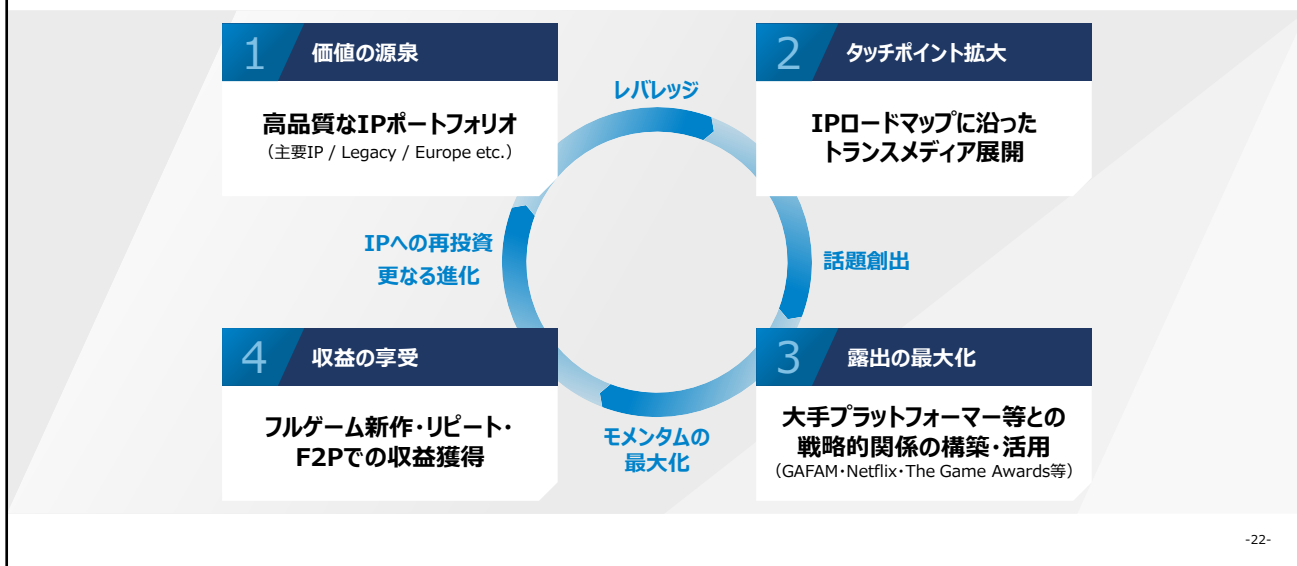
ソニックをはじめとしたグローバルIPポートフォリオを多面展開



©SEGA
©ATLUS, ©SEGA
© 2024 PARAMOUNT PICTURES AND SEGA OF AMERICA, INC.
© 2024 Amazon Content Services LLC or its Affiliates.

セガは、高いポテンシャルを持つIPを多数保有し、それらを映画やアニメ、グッズ、イベントなどさまざまな分野で多面的に展開することで、収益を増やしながらIP価値自体も向上させ、その結果として本業であるゲーム販売の拡大にもつなげるといった、好循環サイクルを構築することを目指しています。これがトランスメディア戦略です。既に成功を収めている「ソニック」IPだけでなく、「龍が如く」、及びアトラスIPなどについても展開を進めています。

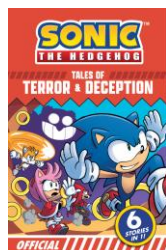
IPをグローバルにプロデュースすることで、IP価値向上・蓄積の循環を生む



IP価値を向上させるために、主要IPごとに施策展開のカレンダーを作成し、ライセンスを中心にグローバルパートナーと連携した施策を進め、ゲーム販売につなげるサイクルを構築しています。ゲームとトランスメディア展開のシナジーを活かし、セガの高いポテンシャルを持つIPをさらに強化する仕組みが整いつつあります。この仕組みにより、さまざまな場面でファンの皆さまとの効果的な接点を作ることが可能になると考えています。



Movie



Licensing

© 2024 PARAMOUNT PICTURES AND SEGA OF AMERICA, INC.
©SEGA

-23-

パラマウント社と共同製作しているソニックの映画もその一例です。映画第3弾で大きく取り上げたキャラクターであるシャドウを、同年に発売するゲームでも大きく取り上げました。また、さまざまな商品をライセンスアウトで展開しています。これらの取り組みは、収益を得ると同時にプロモーション効果にもつながり、IP価値を高める好循環を生み出しています。

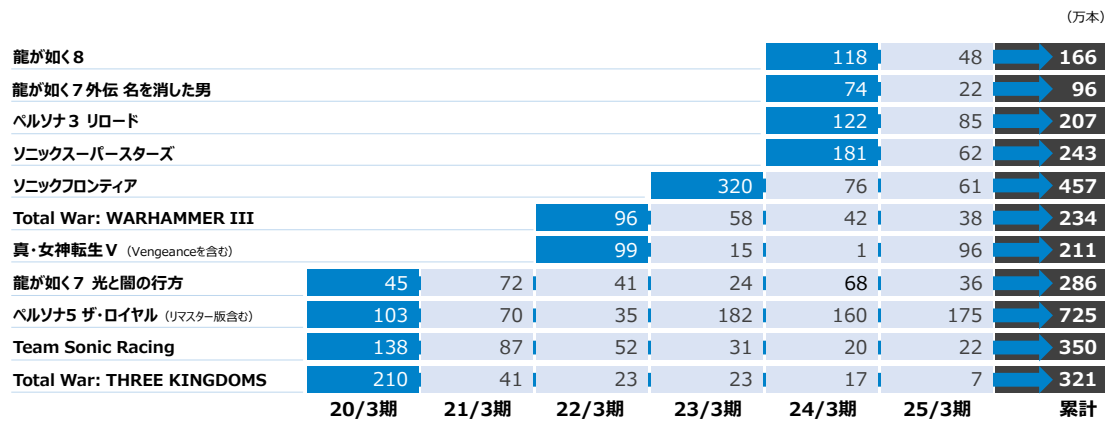
収益推移のイメージ



こうした展開を進める中で、ライセンス収入は、セガの業績を支える重要な収益基盤として着実に成長してきています。さらに、リピート販売やF2Pタイトルにより、安定した収益構造を徐々に構築することができていると考えています。

フルゲームの新作はヒットに左右され売上の変動が大きい特徴がありますが、リピート販売やライセンス収入の拡大には欠かせません。今後も新作タイトルへの積極的な投資を続け、全体の収益基盤をさらに強化していきたいと考えています。

主要IPを活用したタイトルを安定的に投入

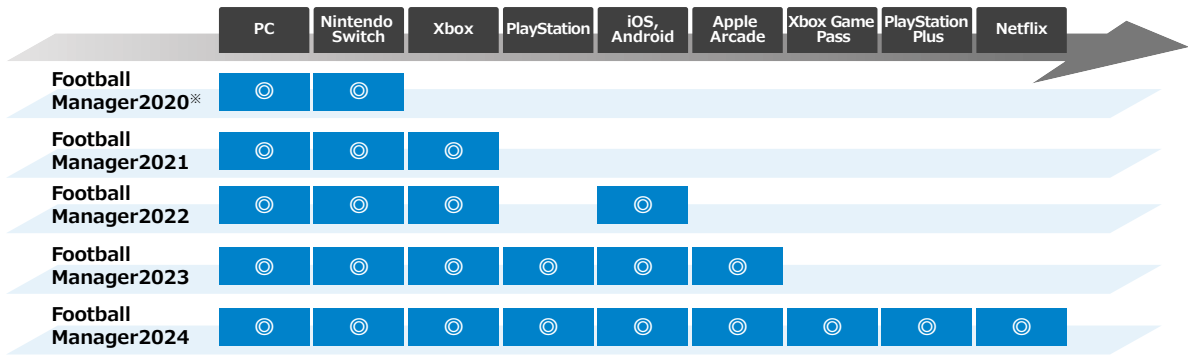


翌年以降も一定数を販売し、貢献が継続

※『ペルソナ 5 ザ・ロイヤル』には、23/3期発売のリマスター版をの販売本数を含みます。また、『真・女神転生 V』には25/3期発売の『真・女神転生 V Vengeance』をの販売本数を含みます。

昨今は、高品質なタイトルは、ロングテールで販売できます。たとえば、『ペルソナ 5 ザ・ロイヤル』（リマスター版を含む）は、初年度の販売本数は103万本でしたが、累計では725万本まで伸びています。『ソニック フロンティア』についても初年度は320万本でしたが、現在は457万本に達しています。これは、単にゲームをストアに並べるだけでなく、トランスメディア展開やデジタル販売戦略を積極的に推進することで、タイトルの魅力や価値を最大限に引き出し、長期的な売上につなげることが出来ていると考えております。

作品ごとに対応プラットフォームを拡大



複数のサブスクリプションサービスを含めた展開によりプレイヤー層を拡大、
『Football Manager 2024』の世界累計プレイヤー数は1,700万人を突破

※『Football Manager 2020』はGoogle Stadiaでも提供

-26-

こちらは、「Football Manager」の事例です。

2025年3月期は発売に至りませんでしたが、毎年新作を発売し、業績に貢献してきました。
このシリーズが多くユーザーに支持されている理由の一つは、毎回対応するプラットフォームを拡大している点です。たとえば、PCだけでなく、Nintendo Switch™、Xbox、PlayStation®といった主要なゲーム機に加え、Apple ArcadeやXbox Game Pass、Netflixなどのサブスクリプションサービスでも提供しています。

こうした幅広いプラットフォーム展開によって、より多くのユーザーにリーチできるようになり、実際に「Football Manager 2024」では、世界中で累計1,700万人ものプレイヤーが楽しんでいます。このように、さまざまな販売チャネルやサブスクリプションサービスを活用することで、収益機会を広げている好例です。



©SEGA
©ATLUS ©SEGA

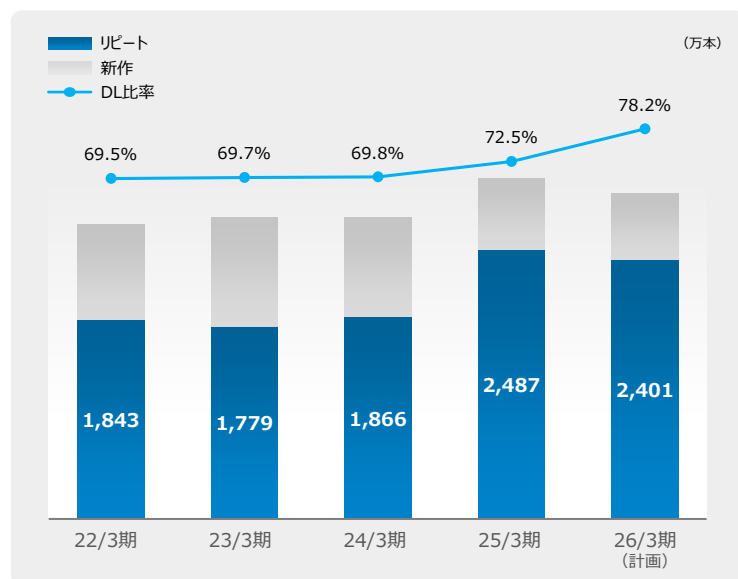
-27-

フルゲーム新作については、現在多くのタイトルを準備しています。

今期の注目作は『ソニックレーシング クロスワールド』であり、「Football Manager」シリーズの新作も発売予定です。また、Nintendo Switch™2向けには自社タイトル7本を発売する予定です。

今期の主力新作は2タイトルですが、2027/3期と2028/3期には、それぞれ4本以上の主カタイトルを発売する予定です。詳細は今後の発表にご期待いただければと思います。

すでに発表済みのタイトルとしては、『ペルソナ4 リバイバル』や、龍が如くスタジオが制作している『STRANGER THAN HEAVEN』があり、大きな期待を寄せています。



- ダウンロード販売比率の上昇とともにリピート販売本数が増加
- 26/3期はさらなるDL販売比率の引き上げを計画

-28-

リピート販売本数とデジタルダウンロード比率の推移です。

ダウンロード販売の比率が年々上昇し、それに伴ってリピート販売も着実に増えています。ダウンロード比率が高まっている背景には、販売地域が世界中に広がっていることや、リピート販売自体が増加していることが挙げられます。先ほどの例でも触れたように、高品質なタイトルやブランド力の強いタイトルは、ロングテールで売れ続ける傾向にあります。これにより、リピート販売が安定した収益基盤となっています。

1

地域別
ローカライズ

- 言語（テキスト・Voice Over）
- 販売価格
- プロモーション

中国
新興国
（中南米・東南アジアなど）

2

カタログ
マネジメント

- セール販売によるプロモーション
- バンドル
- ラインナップ最適化

戦略的IPマネジメント

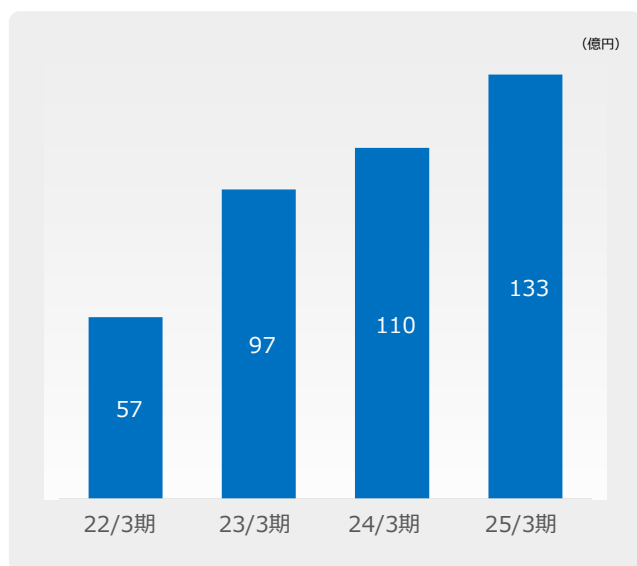
-29-

デジタル販売の戦略として、主に2つの取り組みを進めています。

まず1つ目は、地域ごとのローカライズの強化です。中国だけでなく、中南米や東南アジアなどの新興国市場の開拓がますます重要になって来ております。こうした地域向けに対応言語の追加やボイスオーバーの拡充を進めて行く方針です。また、各地域の特性に合わせて販売価格を調整したり、現地に合ったプロモーションを展開したりすることで、より多くのユーザーにリーチできるようにしています。これまで十分に対応できていなかった部分も、今後はさらに強化していく方針です。

2つ目は、カタログマネジメントの強化です。たとえば、Steamなどのプラットフォームでセールやバンドル販売を戦略的に実施し、売上の最大化を図ります。また、ラインナップの最適化の一環として、あまりにも低価格なタイトルについてはストアから一時的に削除することも検討し、IPの価値を守りながら全体のブランド力を高めていきたいと考えています。

このように、地域ごとの最適化とカタログ管理の両面から、デジタル販売の強化を進めていきます。



※ソニックの映像作品関連収入は含まない

- ソニック、米国がけん引して拡大が継続
今後もソニックIP関連の拡大を見込む
- ソニック以外の主要IP、国内・アジアでの
取り組みも強化

-30-

ライセンス収入の推移です。

リピート販売の拡大に加えて、ライセンス事業も順調に成長してきており、セガの収益基盤がより強固なものになってきています。ライセンス収入の増加は、セガが単なるゲーム開発会社から、自社のIPを活用して様々な分野でビジネスを展開する「IPカンパニー」へと進化しつつあることを示しています。この分野については、競合他社と比べてもまだ成長余地が大きいと考えており、今後もさらなる拡大を目指していきます。

今後も、リピート販売とライセンス事業の両方を伸ばし、安定した収益基盤を築いていきたいと考えています。

1

East・West両面での
IP展開



2

エージェント・ライセンシー
関係強化

- SEGA Licensing Kick-off (日本)
- Licensing Expo (ラスベガス)



3

監修の強化

- 監修 → IP拡大の原動力
- スタイルガイドの推進

© SEGA / © Colorful Palette Inc. / © Crypton Future Media, INC. www.piapro.net piapro All rights reserved.

-31-

これまで「ソニック」を中心に展開してきたライセンスアウトですが、今後は「ソニック」以外のIPについても積極的に進めていく方針です。また、海外市場でもセガのIPを幅広く展開し、グローバルでの存在感をさらに高めていきたいと考えています。そのため、エージェントやライセンシーとの関係強化にも力を入れていきます。

2025年2月には、ライセンシーを招いてセガIPの魅力や今後の展開予定を紹介するイベント「SEGA Licensing Kick-off」を日本で初めて開催しました。また、アメリカ・ラスベガスで開催された「Licensing Expo」にも参加し、500名のライセンシーに向けて、セガIPを使った商品展開の事例などを紹介しました。いずれのイベントも大きな反響を呼び、セガIPの可能性や今後の成長に対して、より一層自信を深めることができました。

今後、ライセンス事業をさらに成長させていくためには、監修体制の強化も重要です。IP管理を行うゲーム開発スタジオ側の負担を軽減しつつ、ライセンス事業を効率的に進めるために、IPごとに「スタイルガイド」（IPの取り扱いルールやデザイン指針などをまとめたガイドライン）を作成し、その内容を関係者にしっかり浸透させることにも注力していきます。これにより、IPのブランド価値を守りながら、より多くのライセンス商品を展開できる体制を整えていきます。



タッチポイント拡大に向けた
次なる施策を予定

-32-

冒頭でも少しご紹介しましたが、2025年5月に中国・上海でセガの公式リアル店舗「SEGA STORE SHANGHAI」をオープンしました。この店舗は、上海の中でも特に、ゲームやアニメ関連のショップが集まる人気エリアの中心にあり、しかも1階という非常に高立地に出店することができたことを大変嬉しく思っています。

また、今後も新しい展開を予定しており、近いうちに皆さまに向けて新たな発表ができる見込みです*。ぜひご期待ください。

* 7月1日に「SEGA STORE TOKYO」のオープンを発表
店舗サイトURL : <https://www.sega.jp/segastore/tokyo/>

製作決定

Sonic
the Hedgehog
4

Sonic 4
(2027)



Angry Birds Movie 3
(2027)

ゴールデン
アックス

Golden Axe
(TBD)

ディベロップメント
スタート

アウトラン

SHINOBI

ベア・ナックル

エターナル
チャンピオンズ

ザ・ハウス・
オブ・ザ・デッド

※展開時期、地域等は未定 ※リリース可否は今後決定

Angry BirdsTM & © 2025 Rovio Entertainment Ltd. All Rights Reserved.

-33-

映像事業の強化について説明します。

ここに記載しているのは、すでに制作が決定したものや、制作検討が始まった映像作品のリストです。以前は映画をもとにしたゲームがヒットすることが多かったのですが、近年では逆に、ゲームを原作とした映画やアニメが次々と成功を収め、ゲームIPへの注目がますます高まっております。

ゲームIPを持つことは、映像ビジネスを展開する上で大きな強みとなります。たとえば、『アウトラン』はマイケル・ベイ監督による映画化の話が進んでおり、『SHINOBI』も映像化のプロジェクトが進行中です。上段に記載されているタイトルはすでに制作が決定しており、『ゴールデンアックス』はアニメ化が決まっています。このように、トランスメディア戦略の一環として、さまざまなIPの映像化が順調に進んでおり、今後もゲームの枠を超えた新たな展開にご期待いただければと思います。

- プロデュース作品への取り組み強化により、映像分野においてもIP活用が進行
- グループ外制作スタジオとの協業による「UNLIMITED PRODUCEプロジェクト」作品も増加



©米スタジオ・Boichi／集英社・Dr. STONE製作委員会
 ©鈴木祐斗／集英社・SAKAMOTO DAYS製作委員会
 ©板垣恵介(秋田書店)／純馬刀牙製作委員会
 ©三浦祐／集英社・「アオのハコ」製作委員会
 原作：モンキー・パンチ ©TMS

-34-

グループ会社のトムス・エンタテインメントは、『名探偵コナン』『アンパンマン』『SAKAMOTO DAYS』『アオのハコ』など、人気漫画をはじめとした様々な原作のアニメ化で大きな成功を収めています。以前は他社から依頼を受けてアニメを制作する「受託制作」が中心でしたが、現在は自社で製作委員会に出資し、2次展開の権利を持つことで、「IPプロデュースカンパニー」へと進化しつつあります。

日本発のIP人気が世界的に注目される中、セガのグローバル展開力やゲーム開発力を活かし、トムス・エンタテインメントと良好なパートナーシップを築きながら、映像事業をより戦略的に拡大していきたいと考えています。あわせて、セガグループ全体としても映像事業のさらなる強化を目指し、様々な取り組みを検討しています。



Sonic Rumble（ソニックランブル）
（2025年提供開始）



ペルソナ5：The Phantom X
（2025/6/26 ※中国・繁体字圏・韓国以外のグローバル）



プロサッカークラブをつくろう！ 2025
（2025年提供開始）

©SEGA
©Perfect World Adapted from Persona5 ©ATLUS, ©SEGA.
©2025 Manchester City Football Club / LICENSED BY J.LEAGUE / © J.LEAGUE / K LEAGUE property used under license from K LEAGUE / The use of images and names of the football players in this game is under license from FIFPro Commercial Enterprises BV. FIFPro is a registered trademark of FIFPro Commercial Enterprises BV. / ©SEGA

-35-

戦略の中でも特に重要なポイントのひとつが、F2PやGaaSと呼ばれるビジネスモデルの強化です。当初の計画よりも1年ほど遅れてはいますが、今後の成長にとって非常に重要な取り組みであると考えています。

『Sonic Rumble』（ソニックランブル）については、現在ソフトローンチ（一部の地域での限定的な先行配信）を行い、ユーザーの反応やKPIを確認しながら、グローバルでの本格配信のタイミングを慎重に検討しています。

『P5X』については、6月26日に国内及びグローバルで正式リリースをします。ペルソナIPのファン層をさらに拡大し、IPの価値向上に大きく貢献するものと期待しています。

『プロサッカークラブをつくろう！ 2025』についても、現在開発が進行中です。前作は日本国内向けでしたが、今回はグローバル展開を予定しており、セガの収益基盤をより強固なものにすることを目指しています。

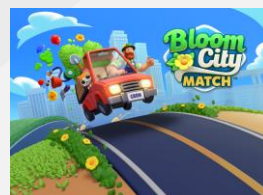
このように、F2PやGaaSモデルの強化を通じて、世界中のより多くのユーザーに楽しんでいただきながら、持続的な成長と安定した収益の確保を目指していきます。



- 展開地域拡大などによる既存タイトルの運営強化
- スマートフォン向けゲーム『Sonic Blitz』のソフトローンチを開始（2025年6月）
- 『Sonic Rumble（ソニックランブル）』のグローバルマーケティングを担う
- オリジナルスマートフォンゲーム『Bloom City Match』の開発進行
- 映画『The Angry Birds Movie 3』（原題）をグローバル公開（2027/1/29）



Sonic Blitz
(ハードローンチ時期未定)



Bloom City Match
(ハードローンチ時期未定)

©SEGA.
© 2025 Rovio Entertainment Ltd. All Rights Reserved.

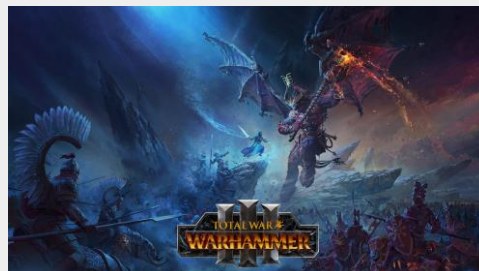
-36-

Rovioについては、先ほどご紹介した『Sonic Rumble』でのグループシナジーズの創出に力を入れているだけでなく、『アングリーバード 2』など既存タイトルの大規模なアップデートや、新作タイトルの開発にも積極的に取り組んでいます。新作の中には、ソニックのIPを活用した『Sonic Blitz』（ソニックブリッツ）も含まれており、今後の展開に大きな期待が寄せております。

また、2027年1月には「アングリーバード3」映画が公開予定であり、その少し後には「ソニック」映画の第4弾もリリースされる予定です。こうした映像作品の公開も活用しながら、ゲームタイトルの認知度や人気をさらに高め、各タイトルの成長を加速させていきたいと考えています。

FOOTBALL MANAGER™

- 『Football Manager 25』の開発資産を引き継ぎ、従来作比で大幅に品質向上
- 2025年秋に発売予定
- 前作『Football Manager 2024』（2023年発売）は世界累計プレイヤー数が1,700万人を突破



- 『Total War: WARHAMMER III』、『Total War: PHARAOH』における2025/3期投入の追加ダウンロードコンテンツが好評。ゲーム本編の販売も併せて伸長
- 「Total War」ブランドが復活

© Copyright Games Workshop Limited 2022. All rights reserved. Warhammer, the Warhammer logo, GW, Games Workshop, The Game of Fantasy Battles, the twin-tailed comet logo, and all associated logos, illustrations, images, names, creatures, races, vehicles, locations, weapons, characters, and the distinctive likeness thereof, are either ® or TM, and/or © Games Workshop Limited, variably registered around the world, and used under licence. Developed by Creative Assembly and published by SEGA. Creative Assembly, the Creative Assembly logo, Total War and the Total War logo are either registered trademarks or trademarks of The Creative Assembly Limited. SEGA and the SEGA logo are either registered trademarks or trademarks of SEGA CORPORATION. SEGA is registered in the U.S. Patent and Trademark Office. All other trademarks, logos and copyrights are property of their respective owners.

-37-

欧州スタジオについては、『Football Manager』シリーズや、長年にわたって多くのファンに支持されている「Total War」シリーズに今後も注力していきたいと考えています。

『Football Manager 25』については、残念ながら開発を中止することになりましたが、これまでに蓄積した開発資産やノウハウを活かし、次回作の品質向上につなげていく予定です。

「Total War」シリーズでは、2022年に発売した『Total War: WARHAMMER III』が、発売から3年経った現在でもリピート販売や追加DLCの販売が好調に推移しています。これは、ユーザーとの関係を大切にし、そのエンゲージメント向上に取り組んできた成果だと考えています。

今後も新たな展開を計画しており、引き続き欧州スタジオの強みを活かして、魅力的なタイトルを提供していきたいと思います。

- **Game Developers Conference**
アメリカ（3月）
- **Licensing Expo**
アメリカ（5月）
- **Summer Game Fest**
アメリカ（6月）
- **Anime Expo**
アメリカ（7月）
- **Bilibili World**
中国（7月）
- **Gamescom**
ドイツ（8月）
- **TOKYO GAME SHOW**
日本（9月）
- **The Game Awards**
アメリカ（12月）

-38-

これまでご紹介してきた魅力的な製品やサービスを、世界中の多くの方々に知っていただくためには、グローバルなイベントで積極的に発信していくことがとても重要だと考えています。現在は多くの製品が市場に出回っているため、グローバルで権威のあるイベントで注目を集めることで、プラットフォームやユーザーをはじめ、さまざまな関係者（ステークホルダー）に私たちの強みや魅力をしっかりと伝えていけると考えています。

今後も、こうした場を活用しながら、セガのプロダクトやサービスの価値を世界中に広めていきます。



-39-

セガは近年、その時々状況や課題に合わせて、着実に成長を続けてきました。

2021/3期には、マルチプラットフォーム対応や全世界同時発売といった「ピラーとグローバル重視戦略」をスタートし、グローバル市場での存在感を高めてきました。2024/3期からは、トランスメディア戦略や地域拡大にも力を入れ、さらに欧州での人員整理を含む構造改革も実施しました。こうした取り組みを一つひとつ着実に進めてきたことが、セガの収益基盤の安定化につながっていると考えています。

今後は、さらなる進化のフェーズを目指します。ゲーム開発力の強化はもちろん、デジタル販売戦略の拡充やフルゲームの新作・リピート販売の拡大、Rovioとの連携によるGaaSタイトルのグローバル展開、トランスメディア展開の拡大、映像部門の強化など、さまざまな分野で新たな取り組みを進めていきます。

また、映画などのメガトレンドにも積極的に挑戦し、時代の変化に柔軟に対応した新しいチャレンジにも取り組んでいます。これからもこうした活動を通じて、持続的な成長を目指してまいります。

遊技機事業 中期計画 進捗状況

サミー株式会社
代表取締役 社長執行役員COO
星野 歩

-40-

スピーカー：サミー株式会社 代表取締役 社長執行役員 COO 星野 歩



サミーは今年11月1日に設立50周年を迎えます。これからのサミーは「挑戦から、冒険へ。」というスローガンのもと、新たなステージへと踏み出します。私たちの提供するエンタテインメントを心から楽しんでいただけるよう、「創造は生命×積極進取」の精神のもと、「感動体験の創造」に邁進してまいります。

パチスロ・パチンコ
「合算稼働シェア」No.1

累計調整後EBITDA
900億円超

(2025/3期～2027/3期)

収益基盤の
強化/安定化



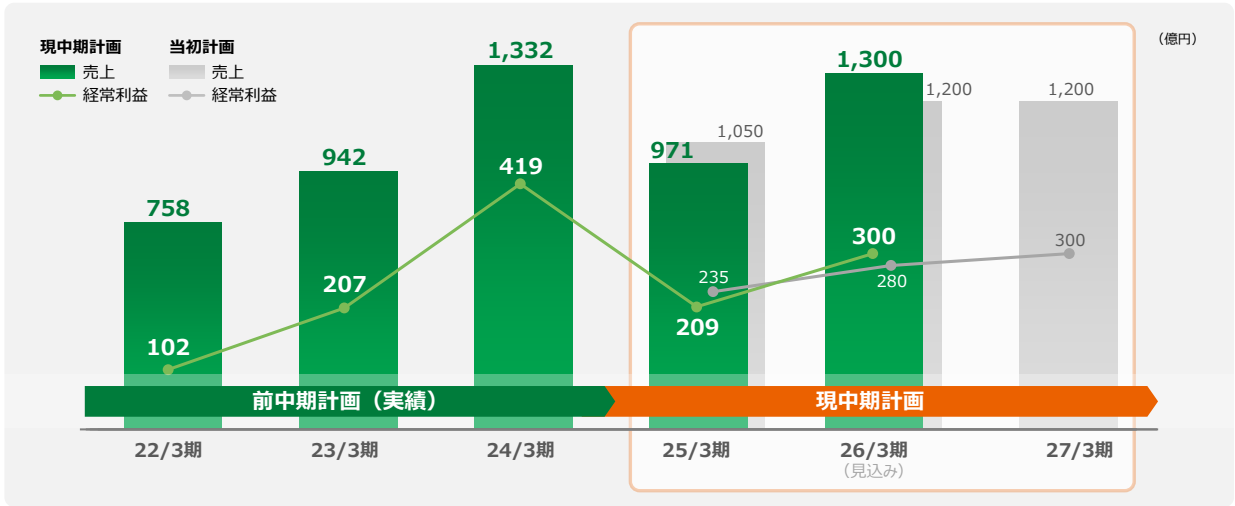
戦略

遊技機業界の
活性化

-42-

中期計画の進捗状況です。定量的な目標としては、パチンコ・パチスロ「合算稼働シェア」No.1、そして3ヶ年での累計調整後EBITDA900億円以上の達成を掲げています。

業績面は堅調に推移



-43-

遊技機事業の業績推移です。中期計画1年目となる前期は目標値を下回る結果となりましたが、2年目となる今期は売上高1,300億円、営業利益300億円と、ともに当初の目標値を上回る計画です。



成果



『e北斗の拳10』(2024年8月導入)

3.5万台販売

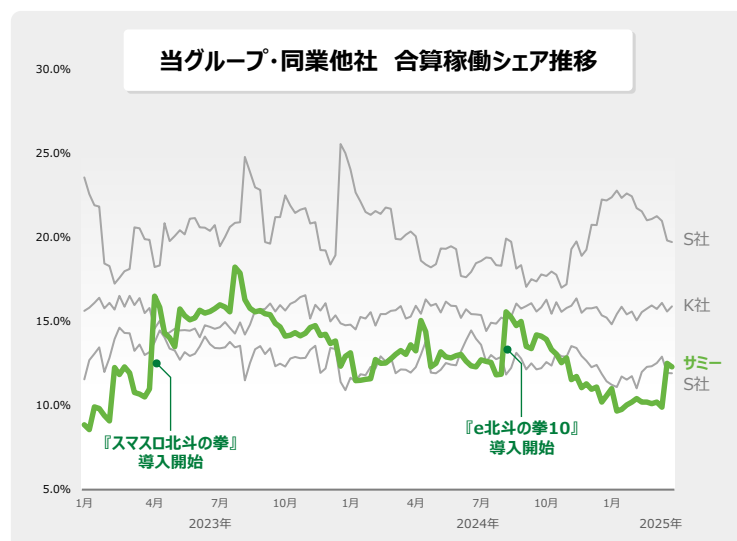
2024年の遊技機市場No.1の販売台数 (自社推計*)



課題

- 下期タイトルの販売が軟調
- 製品力の向上

中期計画1年目の成果と課題です。成果は、サミー初となるスマートパチンコ『e北斗の拳10』が昨年8月より導入され、販売台数は3.5万台を超え、2024年の遊技機市場では、No.1の販売台数となりました。課題は、下期販売タイトルの販売軟調もあり、製品力の向上が急務となっています。



2025/3期 軟調の背景

- 投入機種のスペックと市場ニーズの隔たり
- 主力の「北斗の拳」シリーズ以外に、ホール稼働に長期で貢献するヒットを創出できず

合算稼働シェア向上への施策

- 規制見直しへの迅速な対応等、市場ニーズに応える取り組み
- 複数の主力シリーズ投入
- IP新規活用による、新たな主力シリーズ創出

中期計画のKPIである「合算稼働シェア」の推移です。2025年3月期の合算稼働シェアは平均で約12%となり、前期比で1つ順位を落とし、4位となりました。軟調の背景としては、スペック面において、投入したタイトルと市場ニーズとの間で隔たりがあったこと、そして、主力の「北斗の拳」シリーズ以外に、長期でホール稼働に貢献するヒットタイトルを創出できなかったことが挙げられます。

合算稼働シェア向上に向け、次の3点に取り組みます。1つ目は規制見直しへの迅速な対応など、市場ニーズに応える取り組みです。スピード感を持って対応し、タイムリーに市場ニーズに応えた製品を投入することが必要と考えています。

2つ目は、複数の主力シリーズの投入です。「北斗の拳」シリーズだけでなく、その他の既存主力シリーズの投入を通じて、ホール・ユーザーの期待に応えたいと考えています。

3つ目はIPの新規活用です。新たな収益源となる主力シリーズの創出を目指します。

市場ニーズへの早期対応



e真・北斗無双 第5章 ドデカSTART

(2025年3月導入)

- 「ドデカSTART」を搭載
- 時間効率重視のニーズが高まっていたことから、早期開発・早期投入
- 販売台数: 13,777台
- 稼働貢献: 11週継続中 (2025/6/10時点)

具体的に市場ニーズに応えた事例についてご紹介します。今年3月に導入された『e真・北斗無双 第5章』については、「ドデカSTART」を搭載し、市場におけるユーザーの「時間効率重視」のニーズに応えることができ、販売台数・稼働面ともに好調に推移しています。

規制見直しへの迅速な対応



e東京リベンジャーズ

(2025年7月導入予定)

- ラッキートリガー3.0プラス搭載機種として、市場最速で投入予定
- 販売状況：好調、期初計画を上回る

本年7月に導入予定の『e 東京リベンジャーズ』においても「ラッキートリガー3.0プラス」を市場最速で搭載予定であり、すでに期初計画を上回る水準の受注をいただくなど、ご期待をいただけているものと思います。

複数の実績あるシリーズを保有



シリーズ名	累計 タイトル数*	累計 販売台数*	シリーズ名	累計 タイトル数*	累計 販売台数*
北斗の拳	42	約 319 万台	北斗無双	15	約 32 万台
アラジン	15	約 58 万台	エウレカセブン	11	約 20 万台
獣王	16	約 51 万台	〈物語〉シリーズ	14	約 17 万台
蒼天の拳	17	約 50 万台	コードギアス	6	約 9 万台

©武論尊・原哲夫／コアミックス 1983, ©COAMIX 2007 版權許諾証YRA-114 ©Sammy ※パチスロ・パチンコ機におけるタイトル数・販売台数の合計 ※スベック替えタイトルを含むタイトル数・販売台数 ※2025年3月末時点

-48-

サミーの主力シリーズについてのご紹介です。2003年に発売され、パチスロ史上最大の販売台数となる約62万台を販売した『パチスロ北斗の拳』を有する「北斗の拳」シリーズの他にも、複数の実績あるシリーズを保有していることがサミーの強みであると考えています。

既存主力シリーズ投入のほか、人気IPの新規活用による新たな主力シリーズの創出を図る

既存主力シリーズ



新規活用IP



©武論尊・原哲夫／コアミックス 1983, ©COAMIX 2007 版權許諾証YJN-815 ©Sammy
 ©和久井健／講談社 ©和久井健・講談社／アニメ「東京リベンジャーズ」製作委員会 ©Sammy
 ©カバネリ製作委員会 ©Sammy
 ©Spider Lily／アニプレックス・ABCアニメーション・BS11 ©Sammy

-49-

今期以降に投入を予定しているタイトルの一例です。パチスロにおいては、「北斗の拳 転生の章」や「甲鉄城のカバネリ」といった、既に実績あるシリーズの続編を投入する他、「東京リベンジャーズ」や「リコリス・リコイル」といった人気IPの新規活用を通じて、新たな主力シリーズの創出についても目指します。現在、それぞれについて妥協を許さない、クオリティアップを目指した開発に努めていることから、適合に時間を要している状況です。

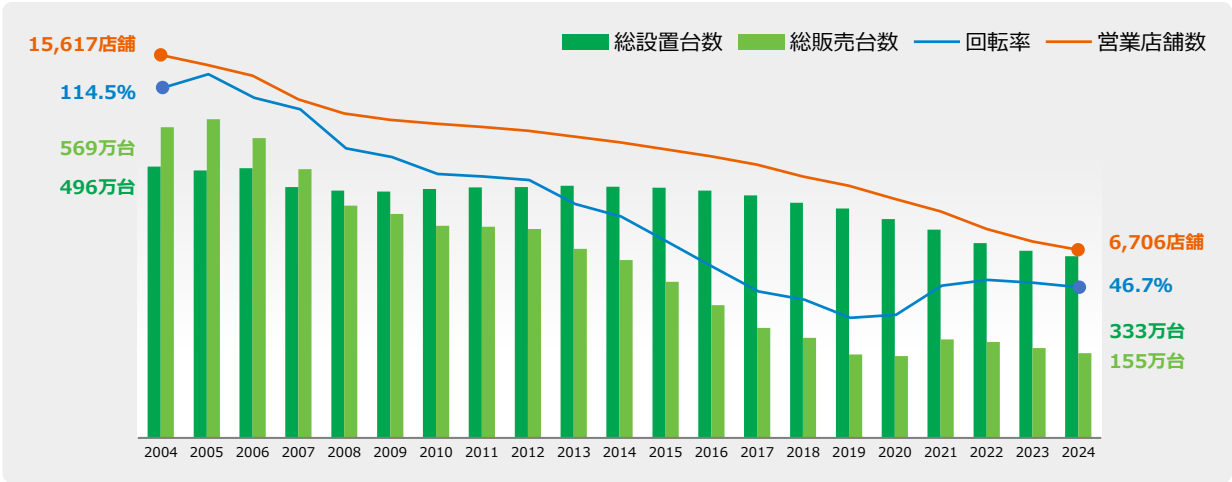
中・長期の施策

Pachislot and Pachinko Machines Business

-50-

次に、中・長期目線の施策についてご説明します。

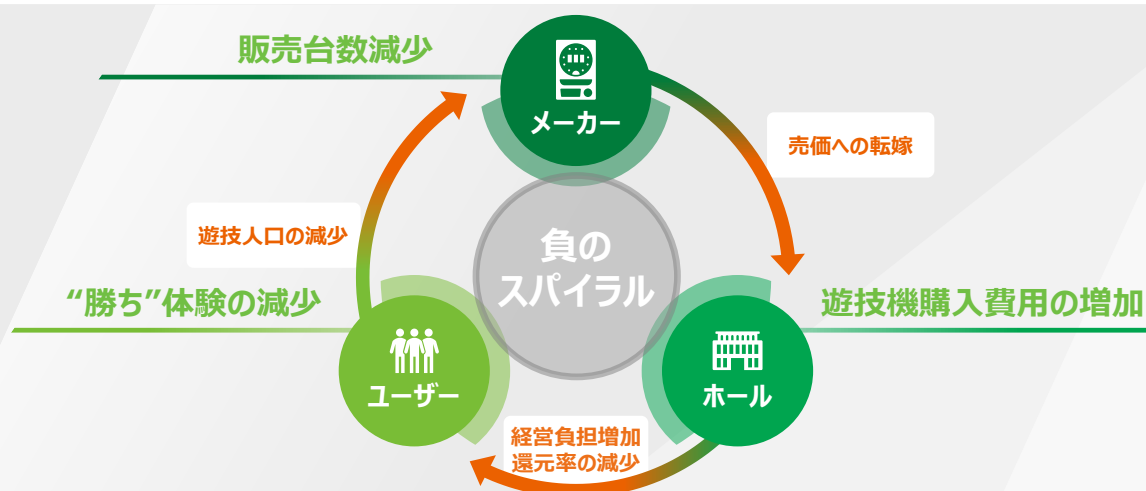
市場については縮小傾向が続く



※回転率=販売台数/設置台数 出所：警察庁、矢野経済研究所（2024年の販売台数は自社推計） -51-

短期的には回復の兆しがあるものの、遊技機市場は長期的には縮小傾向が続いています。その中で、業界ならびにサミーが長年にわたって共存共栄できる環境の構築が、対処すべき大きな課題であると考えています。その課題の解決に向けた取り組みとして、5月の通期決算発表ではパチスロの新筐体について発表をしました。新筐体投入の背景とその狙いについてご説明します。

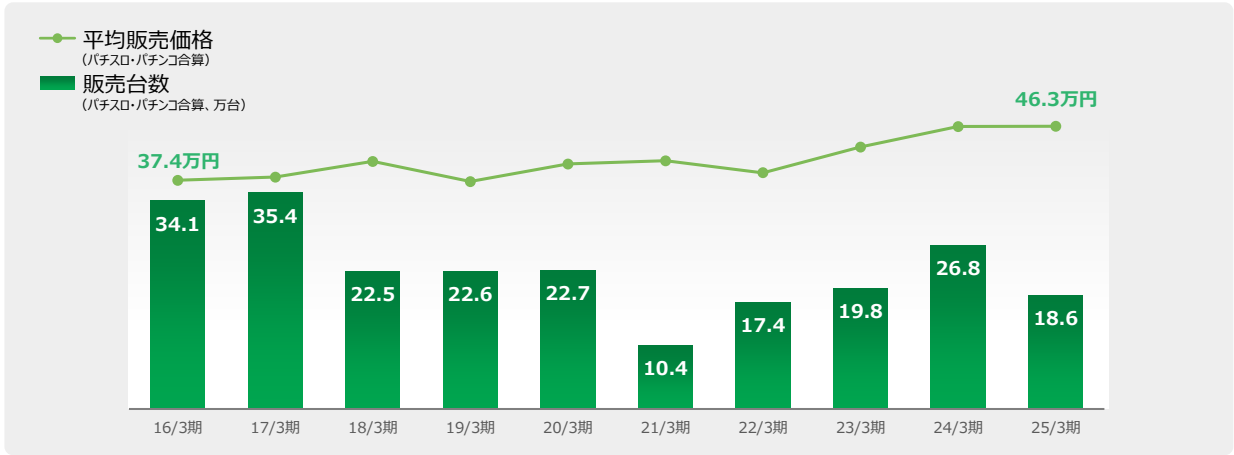
市場縮小傾向の環境下 負のスパイラルが継続



-52-

市場の縮小に伴い、我々メーカーの販売台数も減少傾向にあります。その環境下でも製品のクオリティは向上し続け、開発費や原材料費等も上昇しておりました。その中で収益を確保するべく、売価への転嫁を実施してきました。その結果、当然ホールの遊技機購入費用も増加し、その費用を確保するためにユーザーへの還元率が低下傾向にあります。“勝ち”体験が減少したユーザーは離脱し、遊技人口が減少、市場縮小に更なる拍車がかかります。この負のスパイラルが長期的な市場縮小の背景にあると考えています。

サミーの遊技機売価も上昇傾向が続く



業界の長期共存共栄のため、「サミー」から業界を変えていく

-53-

過去10年間のサミーにおける販売台数と平均販売価格の推移です。サミーにおいても販売台数は減少傾向にある一方、販売価格は上昇が続いています。この販売価格の上昇が負のスパイラルを招く一因であることは否めず、サミーもその責任の一端を担っていると考えています。業界の長期共存共栄のため、サミーから遊技機業界を変えていきたいと考えています。

パチスロ新筐体 イメージ図



新筐体投入で業界活性化

- ホールにおける製品入替時、
筐体全てではなく
一部の部品交換のみで完了

ホール : 入替時のコスト負担軽減

サミー : 従前の台あたり粗利水準を確保

具体的な施策として、パチスロ新筐体を投入します。ホール側の入替時のコスト負担を軽減しながら、サミーとしては従前の台あたり粗利水準の確保が可能となっています。

部材極小化により、一部の部品交換のみで完了

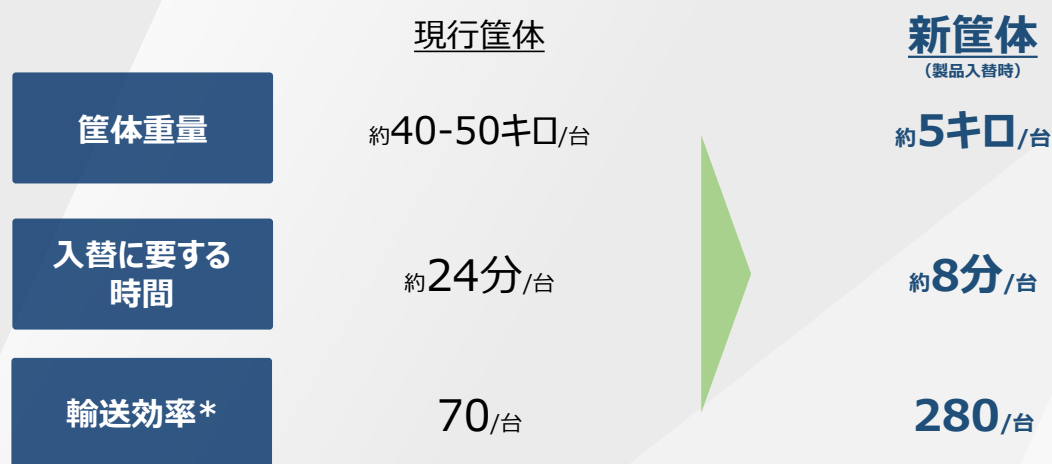


©武論尊・原哲夫／コアミックス 1983, ©COAMIX 2007

-55-

パチスロ新筐体においては、パチンコの盤面交換同様、一部の部品交換のみで入替が完了する仕組みとなっています。

製品入替時のホール作業負担を軽減、運送効率の改善にも寄与



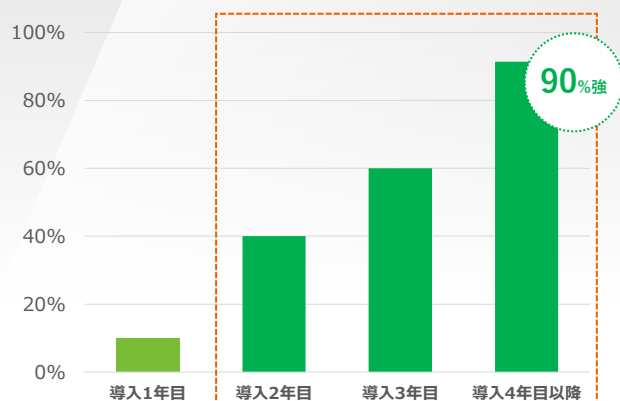
* : 4tトラック1台あたりの運搬可能台数

-56-

現行筐体と新筐体の比較です。入替作業では一部の部品交換のみで作業が完了するため、作業時間は1/3程度となり、労働環境の改善も含め、ホールの負担は大幅に抑えられる見込みです。さらに、梱包容量が小さくなったことで、輸送効率の改善にも寄与する見込みです。4tトラック1台あたりでは約4倍の積載量が見込めます。

また、遊技機10台程度の入替であれば4tトラックではなく、軽トラックでの輸送も可能となります。路面型のホールでは十分な駐車スペースがないケースもあるため、軽トラックでの輸送は駐車スペースの観点でも大きなメリットとなります。

(参考) パチンコにおける盤面販売比率の推移イメージ



- 2026/3期より市場投入予定
- 初回導入時は、筐体全てでの販売
- パチンコの盤面販売と同様、筐体が普及することで一部の部品のみで新製品への入替が可能

参考：パチンコにおける盤面販売比率の推移

導入1年目：0～10%超

導入2年目～3年目：30～70%

導入4年目以降：90%超

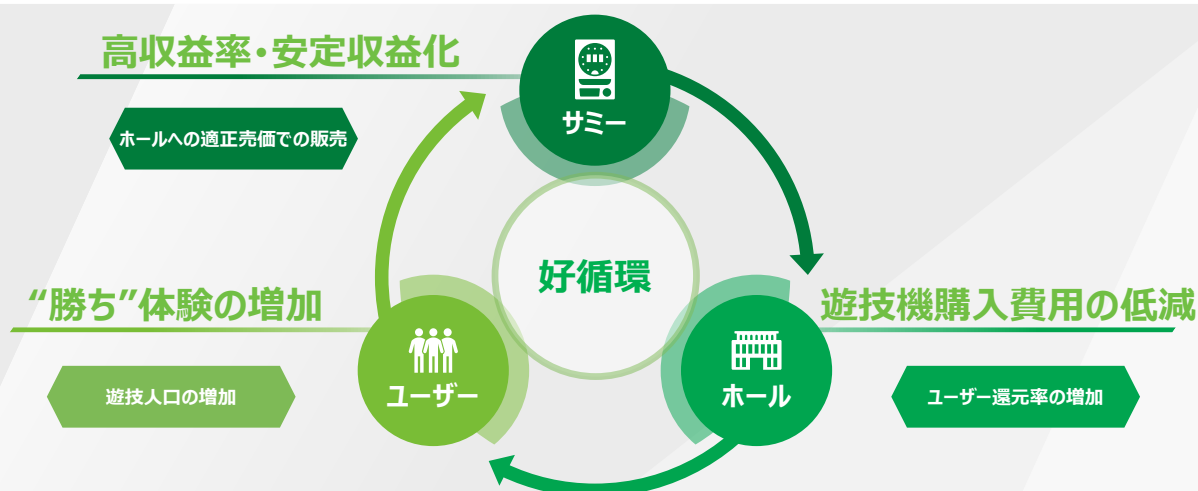
-57-

パチスロ新筐体の効果がいつ頃から顕在してくるかについてです。パチスロ新筐体における入替は、パチンコの盤面交換と同等のものとご理解いただければと思います。ご参考までに、グラフはサミーでのパチンコの本体販売後、どのように盤面販売に移行していくかを示したものです。

初めは本体全てでの販売が中心となりますが、徐々に盤面販売比率が上昇し、導入4年目には9割以上が盤面販売となっています。パチスロ新筐体を今期より投入開始予定ですが、初めはホールに筐体全てを購入いただく必要があり、効果が顕在するまでには若干時間を要します。

一方、以降の製品入替時は一部部品の交換のみで済むため、ホールのコスト負担の軽減に寄与するものと考えています。

業界構造を転換し、WIN-WIN-WINの遊技機業界へ



-58-

パチスロ新筐体の投入を通じて、業界の持続的な発展に貢献することが事業価値にも結びつくものと考えます。

負のスパイラルを断ち切り、業界構造の転換を図ることは、リーディングカンパニーとしての責務でもあります。サミーはホールやユーザーとともに、「トリプルWIN」を実現することを目指し、遊技機業界が長く共存共栄できる未来を築いていきます。

利便性の向上・効率化に向け、業界のDX化を推進

- 一部の取組については実現
- 今後も更なる業界の活性化に向けて、メーカー組合において議論を進める



-59-

最後に遊技機業界の将来像についてです。セガサミーマネジメントミーティング 2023において、業界活性化に向け、メーカー組合において各種検討・議論が進んでいる旨をご紹介しました。その中でも既に2点実現しており、1点目は従来、紙で発行していた各種申請書類などを電子で運用することが可能となり、メーカー・ホールの効率化に大きく寄与しています。2点目は、遊技機へのイヤホン接続が可能となり、ユーザー体験の向上に寄与するものと考えています。今後も遊技機業界の活性化に向け、メーカー組合においても議論を進めていきたいと考えています。

前段で市場は長期的に縮小傾向にあると述べましたが、拡大傾向に変えるべく、各種戦略・施策を掲げ邁進していきます。今回ご説明したパチスロ新筐体の導入や各種規制見直しを通じて、遊技機業界における悲観的な現状を変えることはできると考えています。そして、その転換する市場の中で、ユーザーに受け入れられるヒットタイトルを創出し、まずは目標とする合算稼働シェアを高め、その先にある「業界No.1の地位確立」を目指していきます。

ゲーミング事業の成長戦略

セガサミーホールディングス株式会社
取締役 専務執行役員グループCFO

深澤 恒一

-60-

スピーカー：セガサミーホールディングス株式会社 取締役 専務執行役員グループCFO 深澤 恒一

1

セガサミーのゲーミング事業のケイパビリティ

Gaming Business

-61-

当グループでは、ゲーミング事業に10年以上前から取り組んできました。今回は、投資家の皆様に向けて、ゲーミング事業の全体像や市場環境、当グループの強みなど、重要なポイントを厳選してご説明いたします。

現時点では、ゲーミング事業はまだ大きな成果を出すには至っていません。また、最近オンライン系のゲーミング企業2社を買収したことについて、懸念をお持ちの方もおられるかと思います。本日はこうした投資に対する懸念を少しでも払しょくし、当グループのゲーミング事業についてより深くご理解いただける機会にしたいと考えています。

セガサミーによる国内初のIR実現を目指し、グループの総力を結集しグループ最大の挑戦を実行



当グループがこれまでどのようにゲーミング事業に取り組んできたかについて、ご説明します。

もともと、横浜でIR（統合型リゾート）事業を展開することを目指し、その実現に向けて様々な準備や取り組みを進めてきました。

たとえば、グループ会社のセガサミークリエイションは、ゲーミング機器の開発や製造を行っています。年表に記載の通り、2017年にはアメリカ・ネバダ州のライセンスを取得しました。アメリカでゲーミング機器を販売するためには、州ごと、あるいはカリフォルニアのように部族ごとに発行されるライセンスが必要です。特にネバダ州のライセンスは取得が難しいことで知られていますが、これを取得できれば、他の州でもライセンスが取りやすくなるというメリットがあります。

このネバダ州のライセンス取得は、セガサミークリエイションのビジネス拡大にとって非常に重要な意味を持っていましたが、実はもう一つ大きな目的がありました。それは、将来的に横浜でIR事業に参入する際、「私たちはゲーミングのライセンスを持つ信頼できる企業です」と証明するためです。つまり、ネバダ州のライセンス取得は、単なるビジネス拡大だけでなく、IR事業への参入に向けた戦略的な布石でもありました。

加えて、韓国・仁川にある「PARADISE CITY」は、韓国における初のIR施設であり、セガサミーグループが韓国のパラダイスグループと共同で運営しています。このプロジェクトでは、単に資金を出すだけでなく、実際に延べ約70名もの当グループの日本人社員が現地に駐在し、開発から運営まで深く関わってきました。

現場では、カジノのテーブルディーラーとして働くことから始まり、フロアマネジメントや、カジノの安全管理を行うサーベイランス部門など、さまざまな業務に当グループのスタッフが直接携わりました。こうした経験を通じて、IR全体、特にカジノ運営に関する実践的なノウハウや運営能力をしっかりと身につけてきました。

このように、ネバダ州のライセンス取得と、韓国でのIR運営の実績という2つの大きな経験を積み重ねることで、将来的に横浜でのIR事業に本格参入するための大きな準備を着実に進めてきた、というのがゲーミング事業の歴史的な背景です。



- 世界最高峰エンタテインメントとしての日本IRを横浜の地で具現化する構想が完成
- IR誘致は撤回されたものの、この時に取り組んだネバダライセンス取得やカジノ運営ノウハウが、今のゲーミング事業の礎となる

© SEGA SAMMY HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

-63-

このパース（完成予想図）については、当グループが横浜でIR事業への参入を目指して準備していた際の、重要な取り組みの成果のひとつを象徴しています。

当グループは当時、アジアでもトップクラスの実績を持つIR運営会社である「ゲンティン・シンガポール」をコアパートナーとして、コンソーシアム（共同事業体）を組んでいました。ゲンティン・シンガポールは、シンガポールで最初にIRを開業した、非常に信頼性の高い運営会社です。当グループは、単に資金を提供するだけでなく、IR全体の運営に深く関わるパートナーとして、しっかりと協力体制を築いていました。韓国・仁川でのIR運営の実績や、日本のお客様のニーズをしっかりと把握している点を高く評価され、アジアのトップオペレーターであるゲンティン・シンガポールからも信頼を得ることができ、当グループがIR事業に本気で取り組んできた証を残せたと考えています。

カジノを含む統合型リゾート

PARADISE
SEGA-SAMMY



© PARADISE SEGASAMMY Co., Ltd. All rights reserved.

カジノ機器の販売 / 製造 / 開発

SEGA Sammy
CREATION

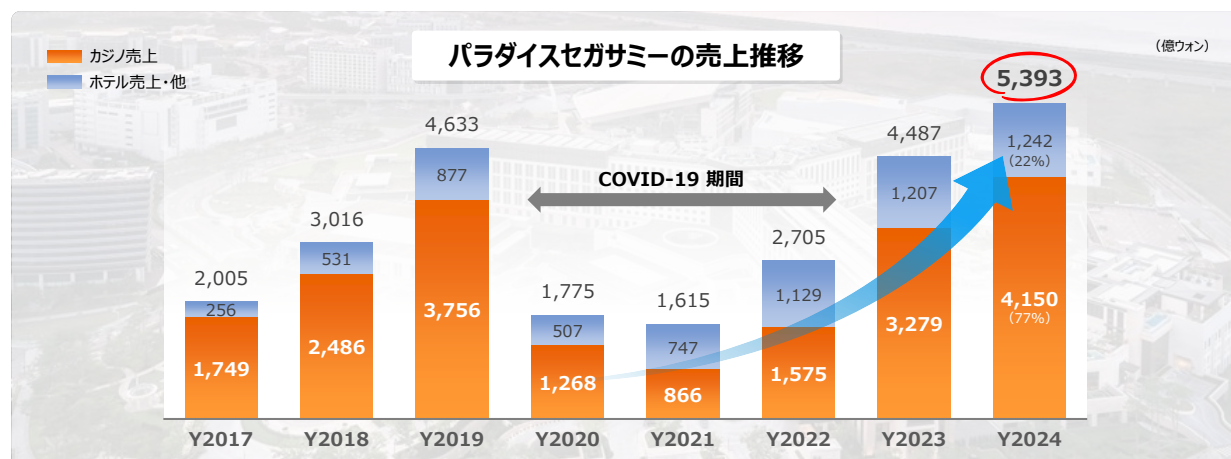


© SEGA SAMMY CREATION INC.
© SANYO BUSSAN CO., LTD.

-64-

「パラダイスセガサミー」と「セガサミークリエイション」という2つの企業について、それぞれご説明します。
これらの事業を通じて、当グループがどのような経験やノウハウ、強みを身につけてきたのかをお伝えしたいと思います。

2024年は過去最高売上5,393億ウォン(約560億円)を達成 カジノ売上が全体の77%を占める(カジノ面積は全体の5%未満)



© PARADISE SEGASAMMY Co., Ltd. All rights reserved.

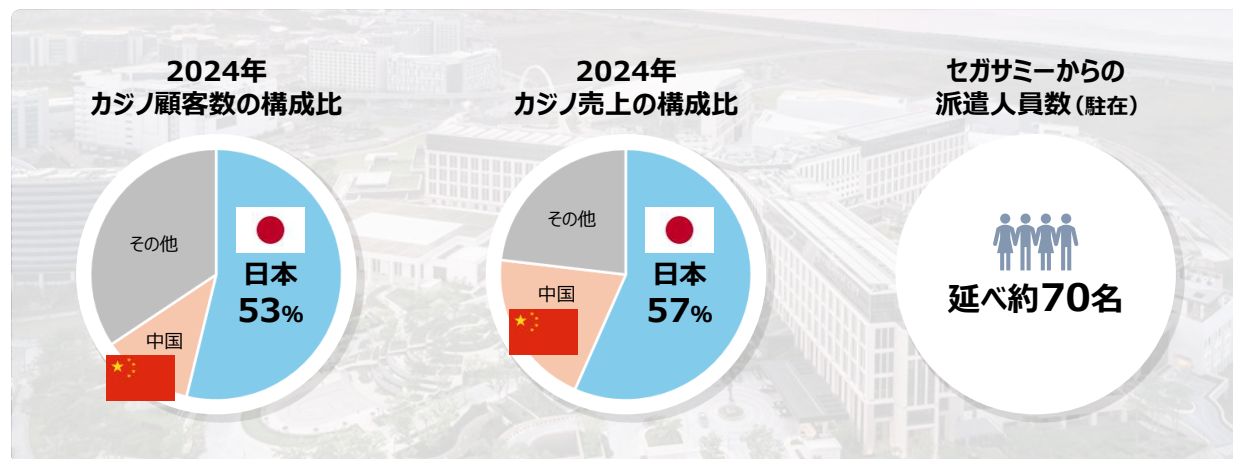
-65-

パラダイスセガサミーについてです。

韓国のカジノは外国人専用となっているため、主に海外からのお客様にご来場いただく必要があります。しかし、COVID-19のパンデミック中は、世界的に渡航制限がかかり、韓国への入国も大きく制限されていたため、2020年以降は売上が大きく落ち込み、非常に厳しい状況が続きました。

しかし、コロナ禍が明けて渡航制限が緩和されると、状況は大きく改善しました。グラフからも分かる通り、最近では開業以来の最高売上や最高利益を更新し、業績が非常に好調な状況が続いています。

過去最高業績達成の原動力は、 顧客数・売上ともに「日本人カジノ顧客」



© PARADISE SEGASAMMY Co., Ltd. All rights reserved.

-66-

パラダイスセガサミーの売上構成についてです。左側のグラフはカジノに来場されるお客様の国籍別の割合、真ん中のグラフはカジノ売上の国籍別の割合を表しています。

ご覧の通り、日本からのお客様が全体の半分以上を占めており、売上の面でも日本のお客様が非常に大きな割合を占めています。パラダイス社はもともと韓国で最も歴史のあるカジノ運営会社で、日本のお客様を長年受け入れてきましたが、セガサミーが加わったことで、さらに日本のお客様のニーズや好みに合わせたサービスやマーケティング施策を強化することができました。

例えば、VIPだけでなく一般のお客様にも楽しんでいただけるようなキャンペーンやイベントを実施したり、日本人スタッフによるきめ細やかな対応を行ったりすることで、お客様の満足度を高めてきました。こうした取り組みが実を結び、日本のお客様の来場数や売上の増加につながりました。

カジノ運営を超え、仕組みから変革する “Casino Gaming Change”を実現する領域に進化



-67-

こちらのページはカジノ運営で重要となる「オプションベット」設計を事例に挙げながら、ご説明いたします。

例えば、カジノのテーブルゲームでよく知られている「バカラ」では、通常は「バンカー」が「プレイヤー」に賭けるシンプルなルールですが、そこに「オプションベット」と呼ばれる追加の賭け方を導入することがあります。これは、特定の条件が揃ったときに高い配当が得られるような特別な賭け方で、カジノ側にとっては「ハウスエッジ（控除率）」が高くなり、期待収益が上がる仕組みです。

ただし、単に配当が高いオプションを増やせば良いというわけではありません。大切なのは、お客様の好みや遊び方に合わせて、魅力的なボーナスやゲームプログラムを設計することです。お客様が「このカジノで遊びたい」と思えるような仕掛けを作るには、単なるゲームの知識だけでなく、どんなゲームやサービスが求められているのかをしっかりと調査・分析する力、つまりマーケットリサーチの能力が必要です。

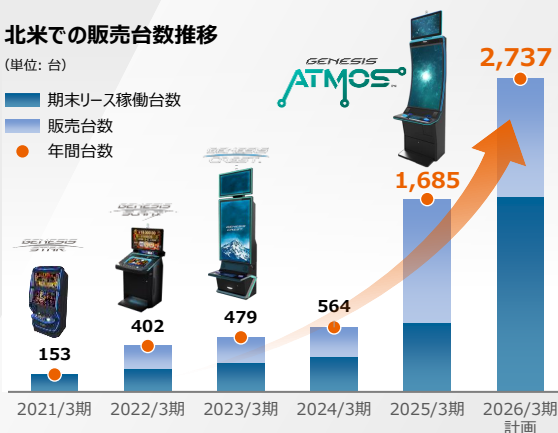
また、「マーケティング」などの項目も含めて、パラダイスシティでの運営を通じて、こうしたお客様のニーズに応えるためのノウハウや仕組みを積み上げてきました。要するに、お客様が「ここで遊びたい」と思えるような環境やゲームの種類を用意できることが、当グループの強みとなっています。

ゲームで培った企画・開発・製造ノウハウを活かし、
ゲーミングマシンのヒット創出

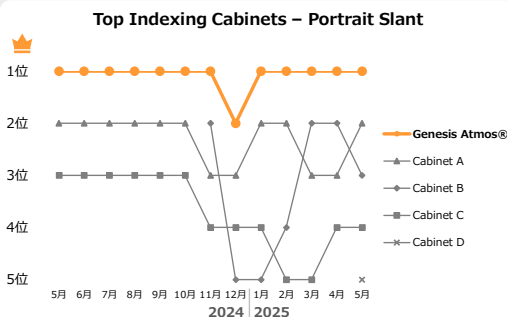
● 北米での販売台数推移

(単位: 台)

- 期末リース稼働台数
- 販売台数
- 年間台数



● 筐体Genesis Atmos®の稼働ランキング*



*米国ゲーミング調査会社であるEilers & Krejcik Gaming, LLCが発行する“U.S. & Canada Cabinet Performance Report”における“Top Indexing Cabinets-Portrait Slant”ランキングより、グラフ内の月はレポート発行月
© SEGA SAMMY CREATION INC.

-68-

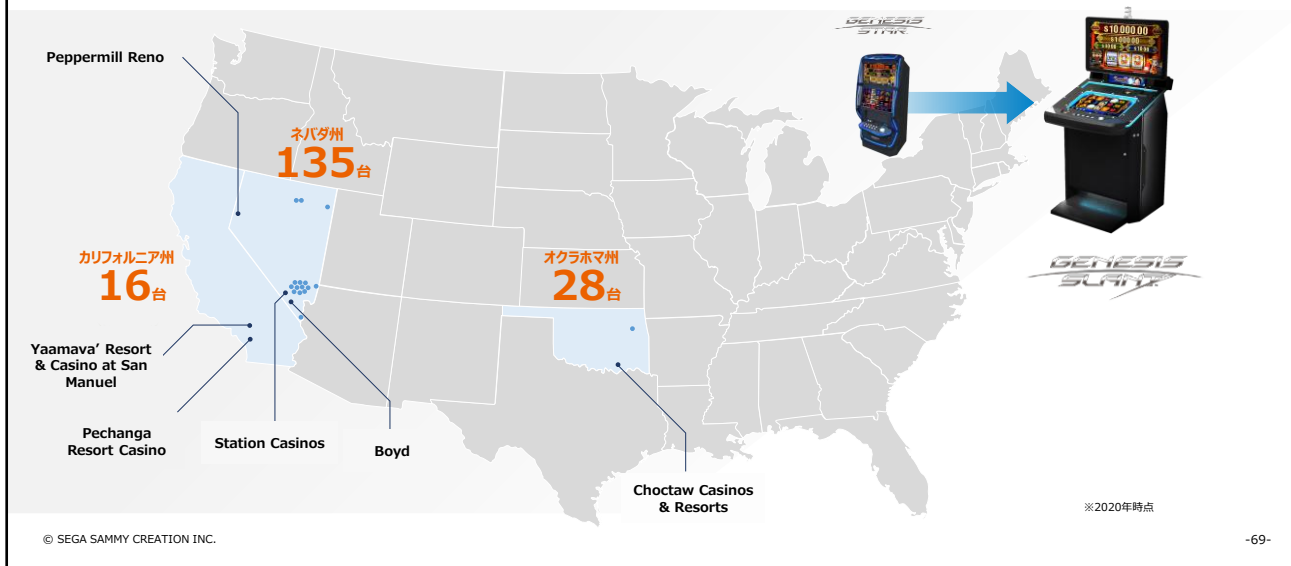
次に、セガサミークリエイションについてです。

カジノ向けのゲーミング機器であるビデオスロットについては、2023年頃にはいわゆる一般的なビデオスロットらしいデザインの筐体を発売しましたが、搭載するタイトルがまだ十分に魅力的なものを揃えられず、販売台数はあまり伸びませんでした。

しかし、2024年1月に新しい筐体『Genesis Atmos®』を発売して以降、販売が好調に推移しています。アメリカの調査会社Eilers & Krejcik Gaming, LLC（以後、アイラーズ）のレポートによると、『Genesis Atmos®』は「Portrait Slant」という筐体部門で1位を継続して獲得しており、業界内でも非常に高い評価を受けています。

このような高評価の背景には、セガサミークリエイションの開発チームに、セガで元々アーケードゲームの機械を開発していたチームのノウハウが活かされていることがあります。また、『Genesis Atmos®』は製造コストを抑えながらも、質の高い製品となっているのが特徴です。壊れにくく、メンテナンスもしやすい設計になっているため、他社の筐体と比べても保守作業にかかる時間が大幅に短縮されており、カジノオペレーターから高く評価されるなど、当グループの大きな強みとなっています。

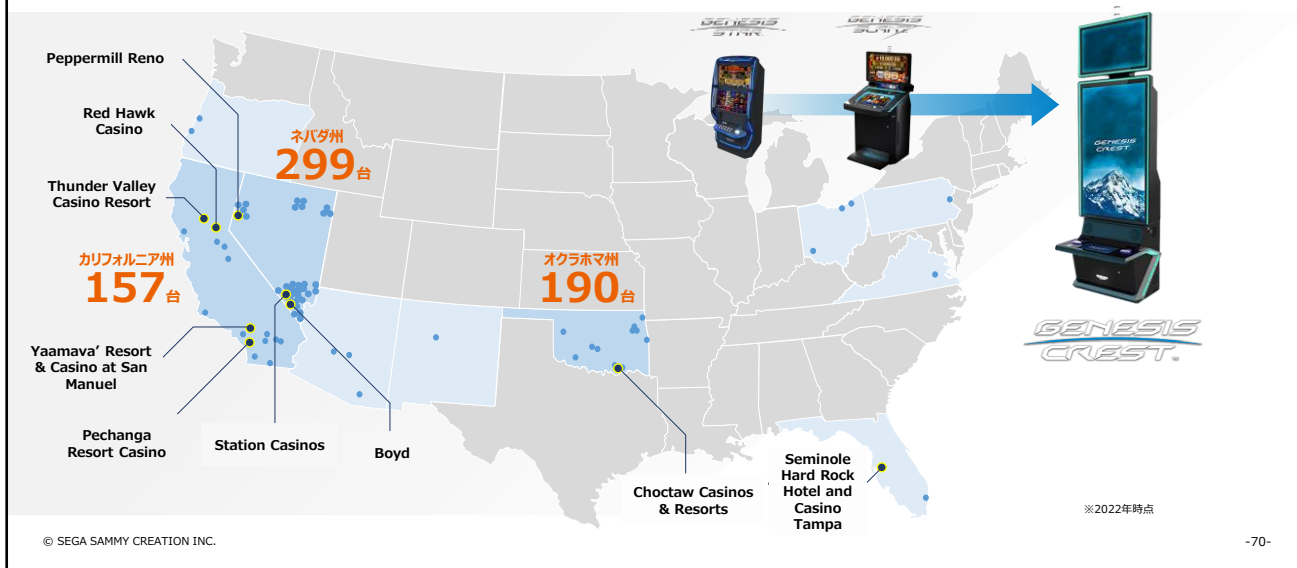
～2020年 ネバダ州のライセンスを最初に取得し展開開始



ライセンスについてです。

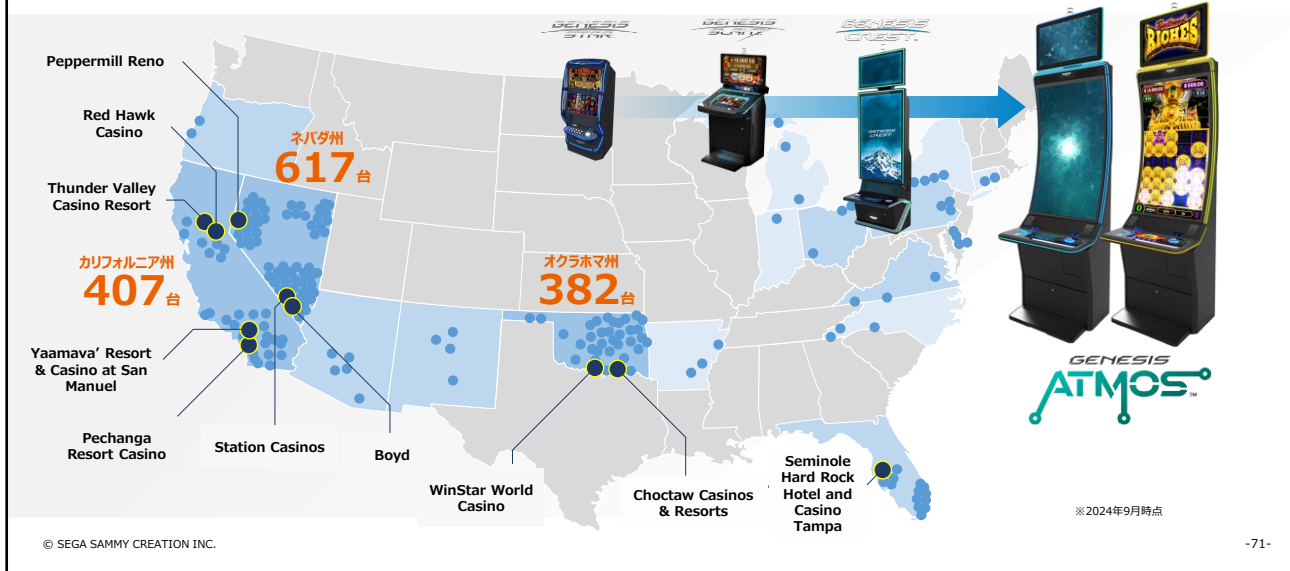
ご存じの通り、ゲーミングビジネスを行うためには、各国や地域ごとに定められた厳しい規制をクリアし、必ずライセンスを取得しなければなりません。このライセンスの取得には厳格な審査があり、簡単には得られないため、事業を進める上での大きなハードルとなります。しかし、当グループは一つひとつ着実にライセンスを取得し、対応エリアを広げてきました。

～2022年 中堅カジノオペレーターや有カトライバルカジノを中心に展開地域拡大



ご覧いただいている地図の通り、当初はアメリカ西部を中心にライセンスを取得していましたが、徐々に中西部へと進出しました。

～2024年 ヒットタイトル創出、強力な顧客ネットワークを構築



現在では、ライセンス取得エリアはアメリカの東海岸まで広がっています（2024年9月時点）。

たとえば、『Genesis Atmos®』筐体は、アメリカの15州とカナダの3州でライセンスを取得しています。また、『Genesis Atmos®』筐体対応の『Railroad Riches™』など、人気ゲームの販売も引き続き好調です。今後もさらに対応エリアを拡大していく予定であり、北米市場においては、まだまだ大きな成長のチャンスがあると考えています。

ゲーム開発力からゲーミング開発力へ 大ヒット機種『Railroad Riches™』はその集大成

座らせる仕組み

遠くからでも目を引く工夫を凝らしたデザインや筐体

ストレスフリーな仕掛け

きっちりと魅せたい演出、スキップさせても良い演出を精査
プレイヤーがストレスを感じない仕掛け作り

継続してリピートされる仕組み

プレイヤーに合わせた最適なバランスでRTPを設定
明確なゴールと様々な勝ち方を想像させるゲーム設計



© SEGA SAMMY CREATION INC.

-72-

『Genesis Atmos®』販売好調の背景には、ゲームである『Railroad Riches™』の大ヒットがあります。カジノフロアには600台から1,000台ものスロットマシンが並んでいます。その中で『Railroad Riches™』は、最初は4～6台程度しか設置されていませんでした。発売当初は、当グループのような新しいメーカーのマシンはなかなか注目されず、お客様に座ってもらうこと自体が大きな課題でした。

そこで重要だったのは、「どうやってお客様にこのマシンに興味を持ってもらうか」という工夫です。数百台、時には1,000台以上の中で埋もれないように、筐体のデザインやパネルの明るさ、遠くまで響くサウンドなど、目立つ仕掛けを徹底的に追求しました。これにより、遠くからでも「何か面白そうな台がある」と気づいてもらえるようにしました。

しかし、せっかく座ってもらっても、ゲームが面白くなければすぐに他の台に移ってしまいます。カジノのお客様は、だいたい20回転ほどプレイしてみて、面白くなければすぐに席を立ってしまう傾向があります。そこで、どうすればお客様に長く遊んでもらえるか、何度もリピートしてもらえるかを徹底的に考えました。

この過程では多くの失敗も経験しましたが、そのたびに「なぜうまくいかなかったのか」を分析し、開発チーム自らがアメリカやマカオなど世界中のカジノに足を運び、他社の人気機種を実際にプレイして研究を重ねました。どんな配当設計やボーナスがあるのか、細かく分析し、自分たちのノウハウとして蓄積してきました。

こうした地道な努力の積み重ねが、『Railroad Riches™』の開発につながりました。特に大切にしたのは、プレイヤーの好みに合ったゲーム性を追求することです。ストレスなく遊べて、何度もリピートしたくなる仕組みをソフトウェアの設計に盛り込みました。

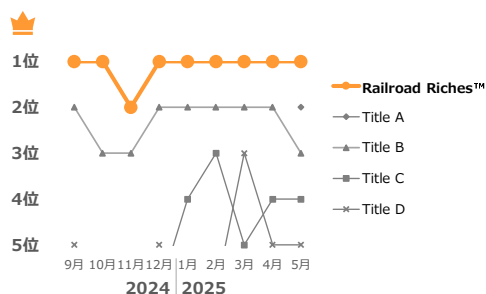
また、RTP（リターン・トゥ・プレイヤー：プレイヤーへの還元率）のバランスも非常に重要です。小さな当たりが頻繁に出るだけでは飽きられてしまいますし、逆に大きな当たりだけを狙う設計だと、なかなか当たらずにお客様が離れてしまいます。フリースピンやボーナスの出し方など、細かいバランスを何度も調整し、最適な設計を追求

しました。

このように、数々の試行錯誤と現場での研究、そしてプレイヤー目線でのゲーム設計が実を結び、『Railroad Riches™』は大ヒットゲームとなりました。今後もこのノウハウを活かして、さらに魅力的なゲームを開発していきたいと考えています。

『Railroad Riches™』シリーズが高稼働を継続、業界アワードを受賞

● Top Indexing Games-Core, Parent Theme



● 2025 EKG Slot Awardsで2部門受賞

- Top Performing New Core Cabinet
- Top Performing Game from an Emerging Supplier



*米国ゲーミング調査会社である Eilers & Krejlik Gaming, LLC が発行する "U.S. & Canada Game Performance Report" における "Top Indexing Games-Core, Parent Theme" ランキングより。
グラフ内の月はレポート発行月。
© SEGA SAMMY CREATION INC.



-73-

『Railroad Riches™』については、ご覧の通り、アイラーズのランキングで1位を獲得しています。このゲームはシリーズ作品であり、タイトル別のランキングでもしばらくの間、1位と2位を独占するほどの人気を誇っていました。その結果、筐体『Genesis Atmos®』としても、ゲームの『Railroad Riches™』としても、業界で権威のある賞を受賞することができました。特に、筐体のアワードを受賞した企業としてはセガサミークリエイションが4社目であり、日本企業としては初めての快挙です。

こうした実績を通じて、セガサミークリエイションは北米市場でも「信頼できるメーカー」として高く評価されるようになりました。今後も、世界で通用する製品とサービスを提供し続け、さらなる成長を目指していきたいと考えています。

徹底的な顧客目線のマスロジック×経験に基づいた感性の開発力 カジノオペレーターとのビジネスパートナーを超えた信頼関係とグローバルネットワークを構築



© SEGA SAMMY CREATION INC.
© SEGA

-74-

今お話ししたような、「ヒットするゲームを作るためのノウハウ」には、いくつか重要なポイントがあります。

まず、ゲームの設計面ではRTP（リターン・トゥ・プレイヤー：プレイヤーへの還元率）が重要です。つまり、どのくらいの頻度でどれくらいのリターンがあるのか、プレイヤーがどんな体験をするのかを細かく計算し、設計する必要があります。

また、グラフィックやサウンド、演出など、感性的な部分も非常に重要です。ただし、アーケードゲームのような演出はカジノのお客様にはあまり好まれません。また、サミーが日本のパチスロで培ったノウハウをそのままカジノ用のビデオスロットに応用しようとしたこともありましたが、残念ながらそれだけではヒットにはつながりませんでした。

さらに、同じタイトルでも、ヨーロッパ、北米、アジアではプレイヤーの好み異なります。たとえば、RTPやボラティリティ（荒さ）の設定も、地域によって最適なバランスが違います。オンラインカジノの場合は、より高いボラティリティが好まれる傾向も見られます。

こうした細かな調整やバランスの取り方は、ビデオスロットの開発経験を通じて身につけたものであり、今後オンラインカジノの分野でも十分に活かせる強みだと考えています。

2

市場展望／セガサミーの勝ち筋は？

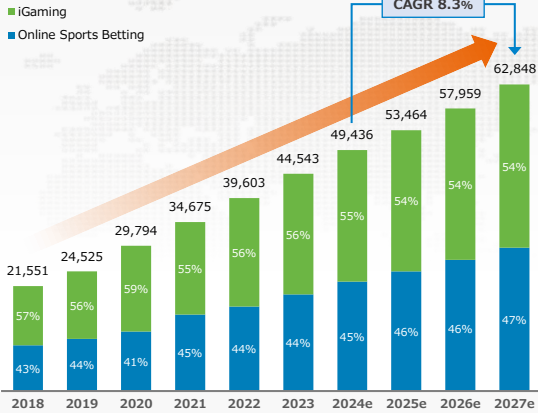
Gaming Business

-75-

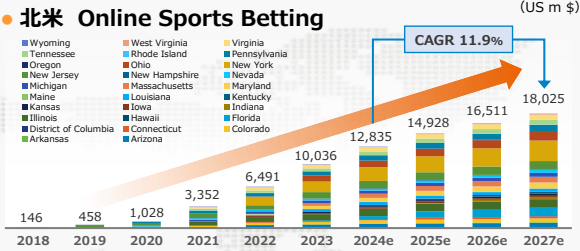
次に、市場環境と、当グループの戦略についてご説明します。

オンラインゲーミングの合法化に伴い、Sports Betting、iGamingが急成長

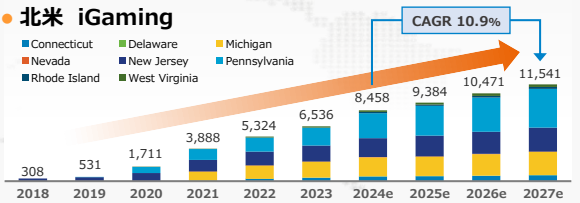
● 欧州 Online Sports Betting / iGaming



● 北米 Online Sports Betting



● 北米 iGaming



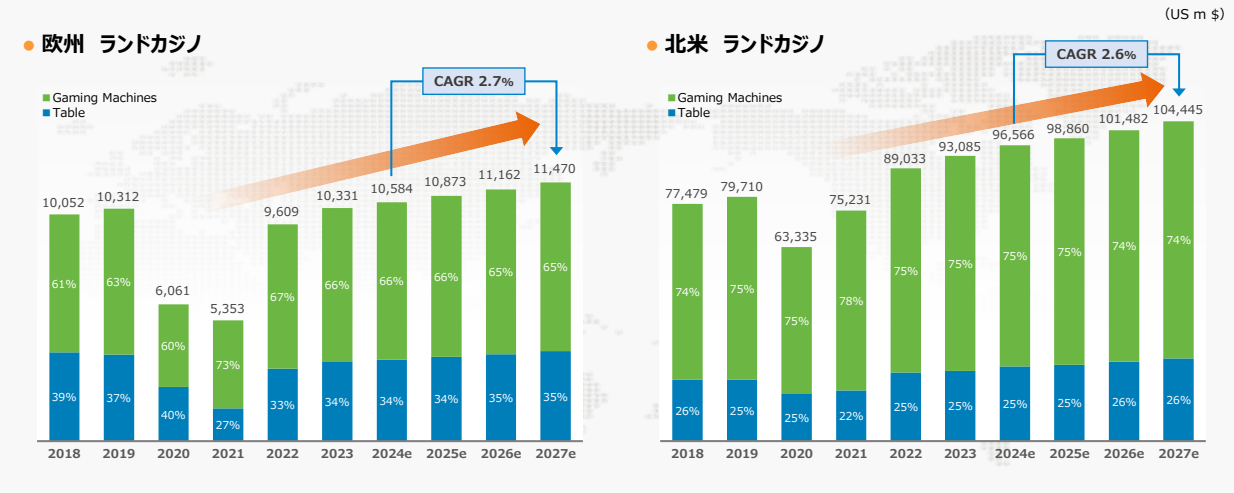
Source : H2 Global Flat Detailed Data (US\$) 05-09-24-1725549294

-76-

オンラインゲーミングの市場についてです。

ご覧の通り、ヨーロッパや北米におけるスポーツベッティングやiGaming（オンラインカジノなどのインターネットを使ったゲーム市場）は、どちらも現在も成長を続けており、今後もさらなる拡大が期待されています。

巨大なランドカジノ産業も、オンラインゲーミングが成長する中で安定成長が継続



Source : H2 Global Casino Summary 05-09-24-1725550378

-77-

ランドカジノ（実店舗型カジノ）については、成長のスピードはオンラインほど急ではありませんが、売上や市場規模といった「絶対的な大きさ」で見ると、特に北米においては依然としてオンラインよりもランドカジノの方が大きいことが分かります。つまり、オンラインの市場が急成長している一方で、ランドカジノも依然として大きな存在感を維持しているという状況です。

北米においては、運営の主体や規制・税制等が異なる2種類のカジノがある

🏠 コマーシャルカジノ		🏠 トライバルカジノ	
所有権	民間企業や法人	主権を持つネイティブアメリカン部族	
規制	州のゲーミング当局によって規制され、州法に従う	インディアン・ゲーミング規制法（IGRA）	
課税	収益に対する州および連邦の課税	税金が免除 代わりに州政府との収益共有協定を結んでいることが多い	
ゲームの種類	スロット、テーブルゲーム、ポーカー 等	同様のゲーム種だが、ルーレット、クラップス等 テーブルゲームに一部制限あり（州との契約で認可）	
収益の使用	株主や所有者に分配	部族政府の運営、経済発展、部族コミュニティの福祉に使用	
施設数	352 ^{*1}	523 ^{*1}	
売上規模	53.0 billion（2021） ^{*2}	39.0 billion（2021） ^{*2}	

Source : Exploring the Differences Between Tribal and Commercial Casinos (bristolassoc.com)
*1 AGA State of the Industry参照: Riverboat Casino, Racinosは除く *2 AGA State of the Industry参照

-78-

アメリカのカジノには「コマーシャルカジノ」と「トライバルカジノ」の2種類があります。

「コマーシャルカジノ」とは、大手の一般企業が運営しているカジノのことです。いわゆるラスベガスやアトランティックシティなどにある、誰もがイメージしやすいカジノがこれにあたります。

一方、「トライバルカジノ」は、ネイティブアメリカン（アメリカ先住民）の部族が運営しているカジノです。これは、過去に土地の収奪や差別政策などで被害を受けた部族に対し、アメリカ政府が経済的自立支援政策の一環としてカジノ運営の権利を与えたことが始まりです。そのため、トライバルカジノには税金が免除されるなど、特別な優遇措置が設けられています。

また、コマーシャルカジノは運営店舗の位置する州のライセンスを取得する必要がありますが、トライバルカジノの場合は、部族ごとに独自のライセンスが発行されているため、彼らから直接ライセンスを取得する形になります。

実は、このトライバルカジノは税制面で優遇されていることもあり、経済的に非常に力を持っているところが多いです。中には、一般的な大手コマーシャルカジノと同じかそれ以上の資金力を持つトライバルカジノも存在します。当グループでは、このような大規模なトライバルカジノが主要顧客となっています。

ランドカジノオペレーターの声・ニーズは、
“オンライン化に対応したいが出来ていない”、“オンラインに参入したが相乗効果が見えない”

ビジネス機会

セガサミークリエイションの 顧客基盤

- 中堅カジノオペレーター
- 有力なトライバルカジノ

カジノデータを
分析したい…

顧客をオンラインと
オフラインで
囲い込みたい…

iGamingプレイヤーを
ランドへ誘致したい…

オンラインに顧客を
取られてしまうのでは…？

近隣のランドカジノに遅れず
うちも導入したい…

Sports Betting
の導入…

iGamingの
プラットフォームがほしい…

オンラインの
ユーザープールを
活用したい

どうやったらオンラインに
参入できるのか？



ランドカジノ

商業カジノ合法州

顧客の悩みに寄り添い、オンライン+オフラインをB2Bで支援

※イメージです

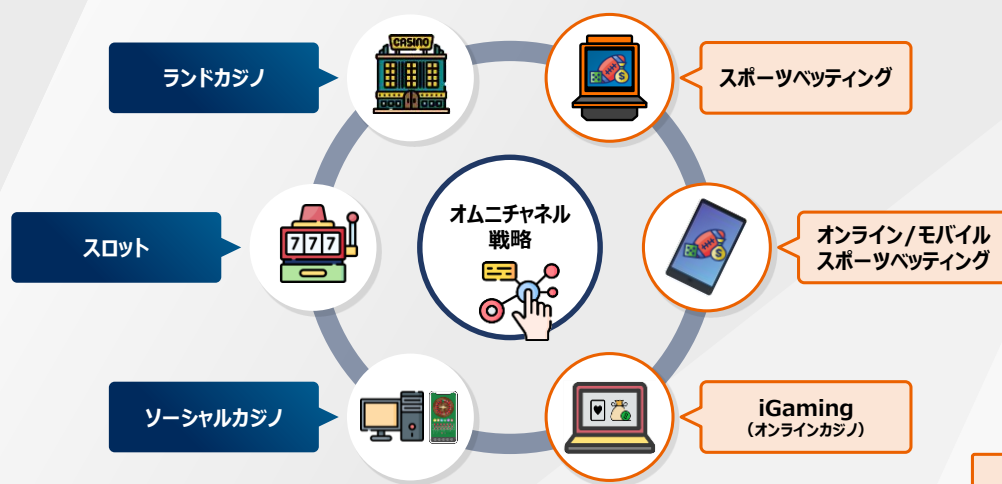
-79-

現在、北米のオンラインスポーツベッティングやiGamingについては大手3社が全体の80～85%ものシェアを占めている状況です。一方で、iGamingについては合法化されている州が全米でもまだ8州ほどしかありません。

今後、合法化が進むと予想される州の中には、トライバルカジノが多く存在しています。これらのトライバルカジノの運営者は、オンラインが解禁されると自分たちの顧客がオンラインに流れてしまうのではないかと不安から、オンライン解禁に慎重な姿勢を見せています。しかし一方で、「もし自分たちがオンラインでもしっかりとビジネスができるなら、ぜひチャレンジしたい」と考えている運営者も多いのが現状です。

そこで当グループでは、今回買収したGANやStakelogicの持つ技術やコンテンツを活用し、資金力のある大手トライバルカジノのオペレーターと協力して、オンラインビジネスを一緒に展開できるようなソリューションを提供していきたいと考えています。これが、当グループの今後の大きな成長戦略のひとつです。

セガとサミーのノウハウ × ゲーミング領域で培ってきたケイパビリティ × ビジネス機会 → オムニチャネル戦略*



*ゲーミング領域のあらゆるコンテンツをグローバル＆統合的に連携させる戦略

-80-

左側の「ランドカジノ」については、実際にカジノに来場されるお客様の好みや行動傾向に関するものとなります。

これについて当グループは、パラダイスシティでの運営経験を通じて、リアルなカジノのお客様について多くの知見を蓄積してきました。また、「スロット」についても、ビデオスロットを遊ぶお客様がどのような体験を求めているのかを深く理解できていると考えています。その成果の一つが『Railroad Riches™』のヒットにつながっています。

一方で、オンラインカジノやソーシャルカジノの分野に進出したい、あるいはすでに参入しているものの思うような成果が出ていないオペレーターの方々に対して、これまでは当グループが直接的なサポートやソリューションを提供することが難しい状況でした。これは、オンライン分野に特化した機能やノウハウが十分ではなかったためです。

しかし今回、オンライン分野に強みを持つGANおよびStakelogicをグループに迎え入れたことで、オンライン向けのソリューションも提供できるようになりました。これこそが、当グループが以前から必要だと考えていた機能であり、今後はランドカジノだけでなく、オンライン分野でもお客様の課題解決に貢献できる体制が整ったと言えます。今後は、リアルとオンラインの両方で、より幅広いニーズに応えていきたいと考えています。

買収により、オムニチャネル戦略に必要な
オンライン機能のケイパビリティを補完

プラットフォーム・プロバイダー

GAN™



*COOLBETはGANのグループ会社

コンテンツ・プロバイダー

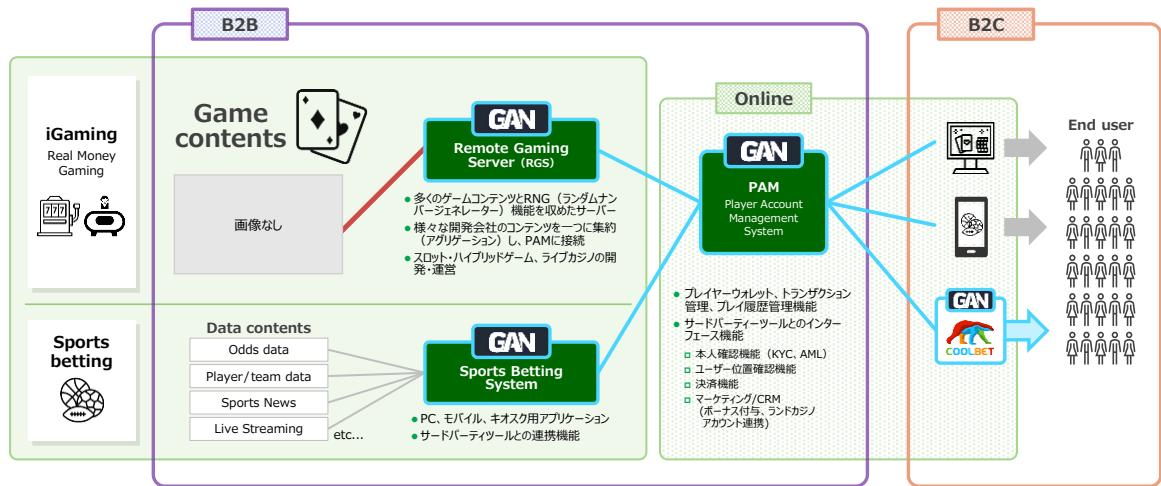
STAKELOGIC®
THINK BIGGER

-81-

直近で買収を完了した、GANとStakelogicについてご説明します。



- B2B: iGamingのプラットフォーム、スポーツベッティングシステム/オンラインの顧客管理
- B2C: iGaming、スポーツベッティングを提供



-82-

GANについてご説明します。

GANは、主にオンラインカジノやスポーツベッティングのための「テックスタック（技術基盤）」を持っている会社です。

真ん中に記載している「リモート・ゲーミング・サーバー（RGS）」は、さまざまなゲームコンテンツを格納し、オンライン上で配信するためのサーバーです。ここに新しいスロットなどのゲームコンテンツを追加していくことができます。また、下にある「スポーツ・ベッティング・システム」は、いわゆるスポーツブックエンジンと呼ばれるもので、スポーツの試合結果に賭けるシステムを提供しています。

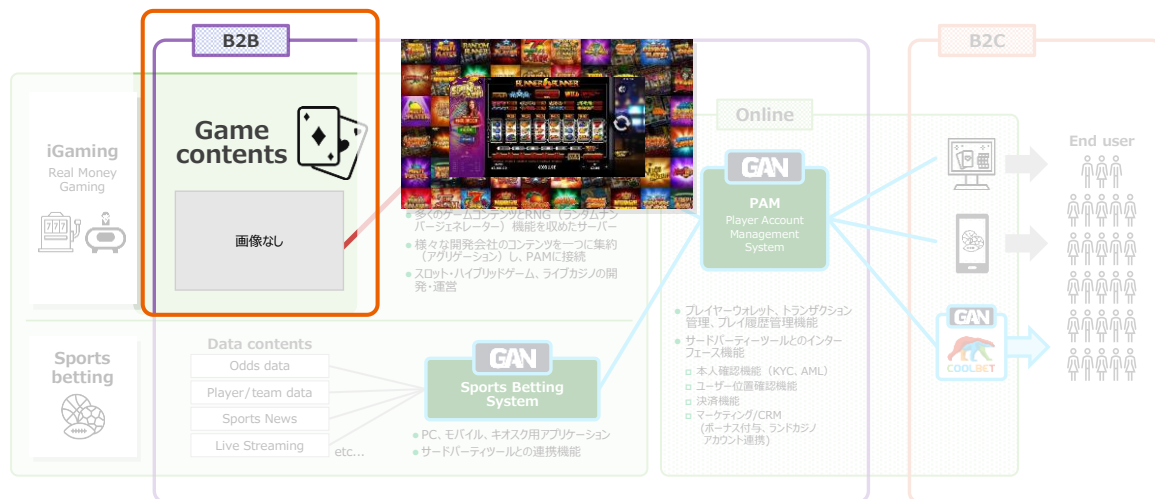
さらに、「プレイヤーズ・アカウント・マネジメント・システム（PAM）」も備えています。これは、オンラインカジノやスポーツベッティングの利用者のアカウントを管理するシステムです。例えば、本人確認（KYC）やマネーロンダリング対策（AML）、入出金の管理など、お客様の情報やお金の流れをしっかりと管理する、いわばシステムの心臓部です。ここにすべての取引データが集まります。

このような総合的なシステムを持っているのがGANです。

一方、Stakelogicは、先ほどのリモートゲーミングサーバー（RGS）に組み込むためのゲームコンテンツを開発・提供する「コンテンツプロバイダー」です。つまり、GANがシステムの基盤を提供し、Stakelogicがその上で動くスロットなどのゲームコンテンツを提供する、という役割分担になっています。

STAKELOGIC
 THINK BIGGER

● B2B: iGamingのコンテンツ開発



-83-

Stakelogicについてご説明します。

Stakelogicは、ビデオスロットやライブカジノ等のゲームコンテンツを提供している会社です。そして、特にユニークなのが「ライブストリーミングによるテーブルゲーム」の分野のサービスです。

この分野では、世界的に圧倒的なシェアを持つ会社がありますが、Stakelogicは独自の工夫で差別化を図っています。具体的には、クロマキー技術（背景を合成する技術）を使い、1人のディーラーが同時に複数のカジノオペレーター向けに異なるグラフィックを表示しながらゲームを進行できる仕組みを持っています。たとえば、1人のディーラーが3社、4社のカジノに同時にサービスを提供できるイメージです。

この仕組みにより、従来のライブストリーミングサービスと比べて、セットアップコストや運用コストを大幅に抑えることができるため、カジノオペレーターにとっては、他社サービスからStakelogicへの乗り換えコストが非常に低くなります。

こうした強みを活かして、Stakelogicは独占市場に新しい風を吹き込み、シェアを拡大していくことを目指しています。

新たにGANのテックとStakelogicのコンテンツを組み合わせたオムニチャネル・ソリューションを提供



-84-

北米市場では、最近、多くの企業が「オムニチャネル」モデルを採用し始めています。これは、ランドカジノとオンラインカジノの両方のお客様を取り込む仕組みです。たとえば、ランドカジノに来店したお客様をオンラインサービスに案内したり、逆にオンラインカジノを利用しているお客様を実際のカジノに誘導したりすることで、両方の事業の顧客を増やすことが出来ます。

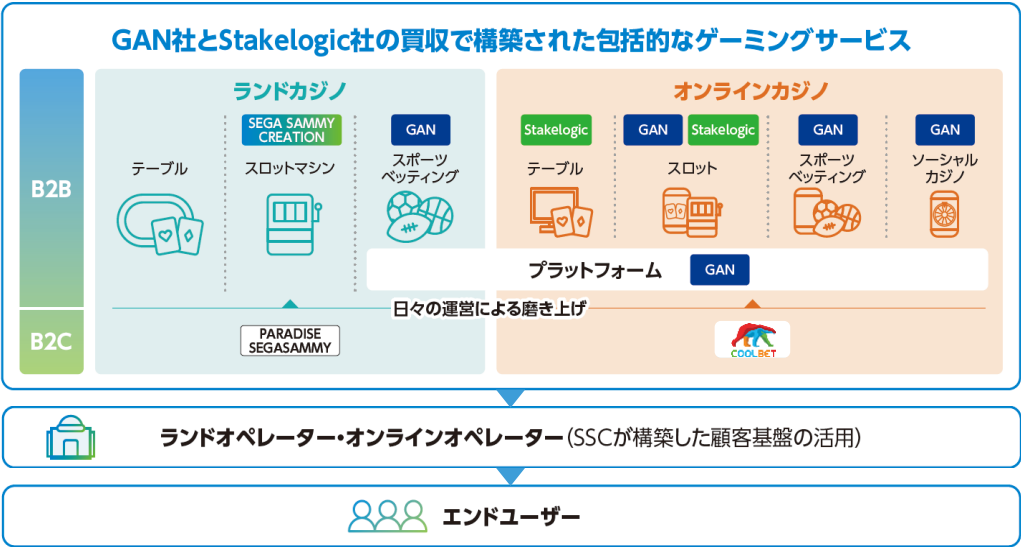
実際に、ランドカジノの大手オペレーターの中には、何千万人もの会員を持つリワードプログラム（ポイントや特典がもらえる会員制度）を活用し、その既存の顧客基盤をオンラインサービスへ誘導することに成功している企業もあります。また、オンラインから新たに入ってきたお客様が、今度は実際のカジノにも足を運ぶようになり、両方の事業が相乗効果で成長しています。

当グループとしては、こうしたオムニチャネルモデルをまだ十分に構築できていない大手トライバルカジノの顧客に対して、「一緒にオムニチャネルモデルを作りませんか？」というご提案や、具体的なソリューションを提供していきたいと考えています。

ビジネス機会 ▶ オムニチャネル戦略 ▶ ケイパビリティの補完



ご覧の通り、パラダイスシティ、セガサミークリエイション、そして今回新たにグループに加わったGANやStakelogicは、それぞれ異なる分野で独自の強みやノウハウ、技術を持っています。たとえばシステム開発における高い技術力や、顧客のニーズを把握するためのマーケティングリサーチ、さらにプレイヤーの好みに合わせた魅力的なゲームを開発する力などが挙げられます。

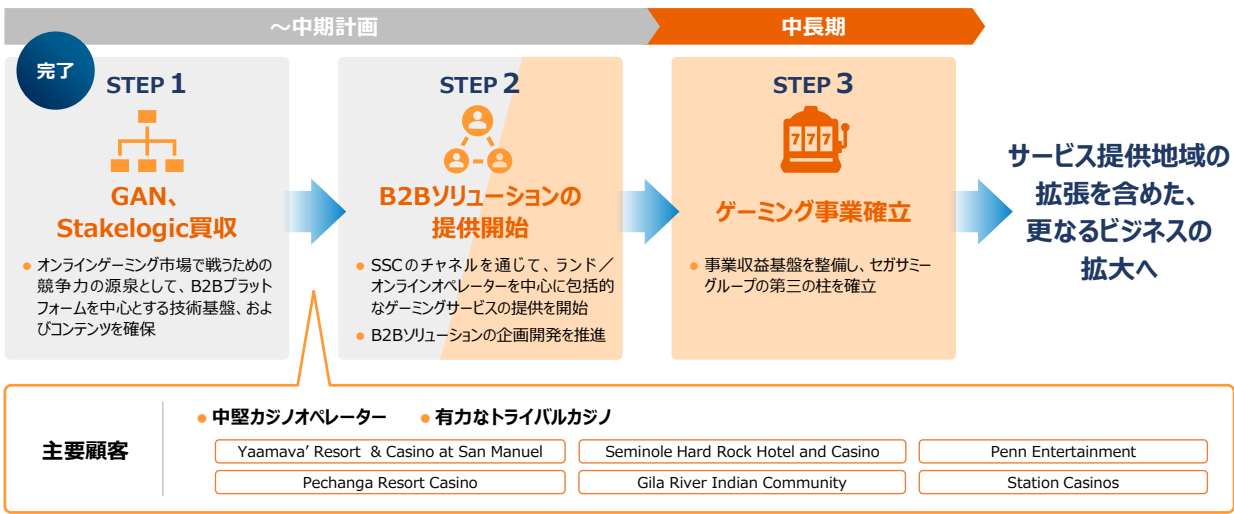


*SSC = セガサミークリエイションの略

-86-

このようにして、もちろん、すべての面で完璧というわけではありませんが、これらの企業が持つ実績や専門性をお互いに補い合うことで、実店舗とオンラインの両方をカバーする「オムニチャネル」サービスを提供できる体制が、ようやく整ってきたと考えています。今後は、この総合力を活かして、より多くのお客様に満足いただけるサービスを展開していきたいと思ひます。

B2Bオムニチャネルソリューションプロバイダー



-87-

現在、当グループはいよいよ「ステップ2」の段階に進もうとしています。このステップ2とは、これまでお話ししてきたオムニチャネル戦略を本格的に実現していくフェーズです。具体的には、実際に顧客に向けて新しいソリューションやサービスの提供を始める段階に入ります。

まず最初にターゲットとしているのは、大手の有力なトライバルカジノです。これらのカジノオペレーターは、たとえば『Railroad Riches™』の導入や成長に大きく貢献してくださった、当グループにとって非常に関係の深いお客様です。その中にはGANとも取引がある企業も含まれます。しかし、これまでのGANのサービスは、B2BとB2Cの部門が別々に動いていたため、顧客の細かな要望に十分応えられていませんでした。そこで、セガサミークリエイションの営業責任者が直接、お客様のもとに足を運び、「GANの買収が完了したら、セガサミーグループとして一体となってリードし直し、セガサミークリエイションのコンテンツも組み合わせ、より最適なサービスを提案したい」とお伝えしています。その結果、「できるだけ早く始めてほしい」といった期待の声も多くいただいています。

立ち上げ当初からすぐに大きな収益が出るかは分かりませんが、すでに当グループの新しい提案を待ってくださっている顧客の皆様がいらっしゃるため、オムニチャネルの仕組みや枠組みを作り上げるという意味では、今後1～2年の間にはしっかりと成果を出せると考えています。



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

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、セガサミークリエーション株式会社及びその完全子会社であるSega Sammy Creation, USA Inc., GAN (UK) Limited, GAN Nevada, Inc. (以下、総称して「運営子会社」)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。運営子会社は、ネバダ州においてゲーミング機器の製造・販売業者及び情報サービス事業者としての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/ja/ir/stock/regulation/>をご覧ください。また、運営子会社はネバダ州以外の複数の国や州、地域（以下、「その他地域」）においてもサプライヤー、ハンダー、データプロバーダー及びゲーミング機器の製造・販売業者としてのライセンスを受けており、当社の株主はその他地域の法令及び各ゲーミング当局が定める規則等に基づき、ネバダ州と同様又は類似の規制の適用対象となることがあります。

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/ja/corp/group/>
(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。

セガサミーのLINE公式アカウント（LINE ID：@segasammy_ir）友だち募集中です。
友だち登録用URL <https://lin.ee/PREWG5L>