

2027 年 3 月期 Q1 決算
アナリスト・機関投資家向け説明会 主な質問（要旨）

2026 年 8 月 14 日
セガサミーホールディングス株式会社
経営企画本部 IR・SR 部

- 開催日時 : 2026 年 8 月 7 日（金） 13 : 00～
- 回答者 : 高橋 真 （セガサミーホールディングス株式会社 専務執行役員グループ CFO）
吉井 暢章 （セガサミーホールディングス株式会社 経営企画本部 IR・SR 部 部長）

※この資料は決算説明会の質疑応答を抜粋し、要約したものです。ご理解いただきやすいように一部加筆・修正をしています。

全社

Q. Q1 実績について、期初計画に対してどうであったのか教えて欲しい。

A. 営業利益は各セグメントともに想定を上回った。エンタテインメントコンテンツ事業では AM & TOY 分野で『UFO キャッチャー10』の販売が想定を上回り、コンシューマ分野ではダウンロードコンテンツが好調に推移した。遊技機事業では『スマスロ 甲鉄城のカバネリ 海門（うなと）決戦』等の追加販売が好調であった他、ゲーミング事業では主力機種の販売が好調であった。また、全体としてコストが想定より発生しなかったことも利益の押し上げ要因となった。

Q. 株主還元について、周年イベントに合わせた特別配当や総還元性向の引き上げ等は考えているか？

A. 現行の中期計画では、総還元性向 50%、DOE3%を株主還元方針として掲げており、現時点で一過性の特別配当を実施する予定はない。キャピタル・アロケーションにおいては、成長投資と株主還元のバランスを重視しており、前期には機動的な自己株式取得も実施した。今後も事業環境や資本状況を踏まえながら、株主還元の充実に取り組んでいく。

エンタテインメントコンテンツ事業

Q. エンタテインメントコンテンツ事業コンシューマ分野の営業利益が前年同期比で大幅に減少している要因を教えてください。

A. 26/3 期 Q1 は、大型タイトルのサブスクリプションサービスへの提供による一過性の収入が営業利益を押し上げたが、27/3 期 Q1 はそれがなかったことが大きい。また、今後発売予定の新作フルゲームタイトルのマーケティングを開始していることから、広告宣伝費も前年同期より増加した。

Q. 今後の主力新作タイトルにおけるプラットフォーム戦略について教えてください。

A. 現時点では可能な限り発売初日からグローバルでマルチプラットフォーム同時展開する事を基本方針としており、これにより世界中のユーザーとの接点を最大化し、販売拡大を進めていく。

Q. 発売済みタイトルのリピーター販売について、今後も現在の販売水準を維持できると考えてよいか。

A. リピーター販売は全体では概ね計画通りに推移しており、特に『ペルソナ 5 ザ・ロイヤル』、『ペルソナ 3 リロード』が牽引している。まずは計画の販売水準をクリアすべく取り組みを進めている。

Q. マーケティング体制の見直しはどの程度進んでいるか。また、その効果は表れているか。

A. マーケティング組織はグローバル体制への一元化を進め、KPIを設定しPDCAを回すと共に、デジタル施策の強化を行っている。特に、今期の主力タイトルである『STRANGER THAN HEAVEN』や『ペルソナ4 リバイバル』を中心に露出拡大に取り組み、関連動画の視聴数やウィッシュリスト登録において一定の成果が出ている。本格的な効果はタイトルの実際の販売状況で確認することになるが、現時点では良い手応えを感じている。

Q. リピート販売の単価が低下しているが、戦略に基づいた意図的なものか。

A. リピート販売の売上高は概ね想定通りであり、単価の低下はセールなどで積極的に割引を行ったことによる。例えば「ペルソナ」シリーズに関しては、各種ゲームイベント等を契機とした露出拡大と柔軟な価格戦略を組み合わせ、戦略的にIP（知的財産）の認知拡大を図っている。こうした取り組みをリピート販売や今後の新作販売につなげていく。

Q. ライセンス収入の27/3期Q1の進捗と、通期計画達成に向けた見通しを教えてください。

A. 27/3期Q1は、前年同期とほぼ同水準で、概ね想定通りに推移している。「ソニック」及び「アングリーバード」の映画に関するプロモーションがQ3・Q4に集中する計画で、下期にかけて収入が増加することを見込んでいる。通期計画208億円の達成に向けて良い手応えを感じている。

Q. 「ソニック」などの周年記念施策はライセンス収入にどの程度寄与しているのか。また、『ペルソナ』など他の主力IPについても今後の寄与を期待できるか。

A. 「ソニック」の周年施策に伴うライセンス・商品展開はQ1から始まっている。本格的な収入拡大は映画公開やそれに伴う大型プロモーションに合わせてQ3・Q4に加速する見込み。「ソニック」に加え、「ペルソナ」や「アングリーバード」など主力IPのグローバルライセンス展開も進めており、下期のライセンス収入への寄与を期待している。

Q. ゲームIPのトランスメディア戦略、特に映像展開をどのように進めていくのか。

A. 映像はトランスメディア戦略の重要な柱の一つであり、各種プラットフォーム事業者とさまざまな可能性を検討している。ゲーム、映像、ライセンスの3つを組み合わせ、IPのブランド認知度や価値の最大化を目指していく。

Q. トランスメディア戦略において、トムス・エンタテインメントなどグループ会社との連携をどのように考えているか。

A. 次期中期計画の議論の中で、グループ全体として保有するIPの権利をどのように活用し、その価値を高めていくか検討を進めている。トムス・エンタテインメントが持つアニメーション制作のノウハウや各業界とのネットワークは、ゲームや遊技機をはじめ幅広い分野で活用できると考えており、グループ各社の連携を進めていく。

Q. AM&TOY分野の足元の市場環境をどのように見ているか。また、業績好調の要因と、今後の収益拡大に向けた施策を教えてください。

A. 市場ではリアル・フィジカルな体験への需要が高まっていると考えている。特に「UFO キャッチャー®」シリーズは、従来とは異なる新たな店舗業態の広がりなどを背景にグローバルで強い引き合いがある。また、リアルエンタテインメントの観点からは、ダーツライブの稼働も好調に推移し、追加受注への対応もQ1で発生した。引き続き市場環境は良好に推移すると想定しているため、国内外で販売を強化し、安定的な収益確保・向上を図っていく。

遊技機事業

Q：遊技機事業の利益率改善要因と、今後の継続性について教えてほしい。

A：『スマスロ 甲鉄城のカバネリ 海門（うなと） 決戦』のリピート販売の売価が高く推移した点や、想定以上にユニット販売が伸長したことに加え、経費の未発生も利益率の改善要因となっている。第2四半期以降も主力タイトルの販売が続く中、ユニット販売の伸長も想定しており、利益率の向上は継続すると見込んでいる。一方で、利益率は改善するものの、ユニット販売に関しては本体販売よりも販売価格を下げているため、1台当たりの粗利額は本体販売と大きな差が無い。

Q：足元における規制動向についての状況や業績への影響について教えてほしい

A：足元ではパチスロのボーナストリガーやパチンコのフラグ機など、一部自主規制の見直しの動きもあり、中長期的な業界の活性化に資する取り組みであると考える一方で、短期的な業績には影響はないと認識している。行政や業界団体と議論を進める中で、ゲーム性の多様化につながるルール整備や環境を作りたいと考えている。

Q：パチスロ市場では稼働好調を背景に有力機種への引き合いが強まっており、初期導入台数が増加傾向にある。『スマスロ リコリス・リコイル』の初期販売状況について教えてほしい。

A：『スマスロ リコリス・リコイル』は人気IPであることに加え、サミーブランドへの信頼感もあり、非常に高い期待と引き合いをいただいている。人気IPの活用や、競争力の高い製品開発を通じて、新規ユーザー層の取り込みにもつなげていきたいと考えている。

Q：遊技機のSNSマーケティング施策について教えてほしい。

A：以前からインフルエンサーの方にもご協力いただき、実況・紹介動画の展開に継続的に取り組んでいる。また、リアルな場でのイベントも強化しており、若年層やライト層へのタッチポイントの創出を通じて、遊技機の魅力訴求を進めている。

Q：スペック多様化が進む中、パチンコ市場の復調の可能性についてどのように考えているか。

A：他社タイトルを含め、優れた機種が増えることでパチンコ市場の活性化につながることを期待している。人気IPの活用や「フラグ」といった新たなルールの導入により、多様なゲーム性が生まれることで、減少に歯止めがかけられるよう業界一丸となって取り組んでいく。

Q：アニメ効果による若年層のパチスロへの流入において、都市部と地方での傾向の違いはあるか？

A：店舗数が減少傾向にある中で、若年層の多い所から業界を活性化させて広げていきたいと考えている。パチンコホールでは、若年層が新しいゲーム性や新規IPを好む傾向があり、その動向を見た中高年層に波及するといった流れもある。その流れを生み出すためにも、若年層に参入してもらえるような取り組みを継続していきたいと考えている。

Q：『スマスロ ビッグドリーム THE GOLDEN PUSHER』の評価と今後のシリーズ化について教えてほしい

A：『ビッグドリーム』は、当社が開発したパチンコIPをパチスロ化したタイトルである。際立ったゲーム性を特徴としており、特定のコアユーザー層から支持を得たと認識している。今後のシリーズ化について明言はできないが、当社は従前より多様なスペック帯・ゲーム性を展開する方針であり、『ビッグドリーム』はその中でも高射幸帯のゲーム性を担うタイトルとして位置付けている。

ゲーミング事業

Q. Q1 実績について、全てのセグメントが想定以上だったとのことだが、どの程度上振れたのか教えて欲しい。

A. 全社では約 70 億円強、営業利益が想定を上回った。エンタテインメントコンテンツ事業、遊技機事業の営業利益はそれぞれ 30 億円以上の上振れとなり、ゲーミング事業の営業損失は 10 億円弱少なかった。

エンタテインメントコンテンツ事業では AM & TOY 分野で『UFO キャッチャー10』の販売が想定を上回り、コンシューマ分野ではダウンロードコンテンツが好調に推移した。遊技機事業では『スマスロ 甲鉄城のカバネリ 海門（うなと）決戦』等の追加販売が好調であった他、ゲーミング事業では主力機種の販売が好調であった。また、全体としてコストが想定より発生しなかったことも利益の押し上げ要因となった。

Q. ゲーミング事業の Q1 実績（営業損失 21 億円）について、通期計画（営業損失 100 億円）に対する進捗は？

A. 北米市場におけるゲーミング機器販売が好調に推移し、Q1 は計画に対して赤字幅が縮小する結果となった。期初計画では、中長期的な安定収益の構築に向け、リカーリング収益が見込めるリースでの導入を多く見込んでいたが、足下では買い取り需要が想定以上に強く、売り切りでの販売比率が高まっている。引き続き販売状況を見極めながら、リースの拡大にも取り組んでいく。