SEGASammy

セガサミーホールディングス統合報告書
2026



©SEGA
©ATLUS. ©SEGA.
©Sammy
Angry Birds™ & © 2026 Rovio Entertainment Ltd. All Rights Reserved.

Group Value | 価値観・DNA

創造は生命（いのち）×積極進取

セガの「創造は生命」とサミーの「積極進取」の２つの価値観をグループの最も重要な Value（価値観・DNA）としています。

挑戦と創造のDNA P.10

Group Mission/Purpose | 存在意義

Captivate the World

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。～

より多くの人と一緒に「感動」を体験することで「共感」は生まれます。
私たちの作り出した製品／サービスを通じて、「共感」のあふれる社会を生み出し、
世界中の人々の生活に「彩り」を添えるのが、セガサミーグループの存在意義です。

Group Vision | ありたい姿

Be a Game Changer

～革新者たれ～

先進性を追求する DNA のもと、世の潮流を捉え、ユーザーに感動体験を届けるべく、
自らが主体として Game Changer となり、
常識を覆す挑戦的なグローバルブランドを目指します。

詳細はWeb サイトをご参照ください。
https://www.segasammy.co.jp/ja/corp/mission/

Index

イントロダクション

SNAP SHOT 02
存在意義 04
CEOメッセージ 05

価値創造ストーリー

挑戦と創造のDNA 10
会長メッセージ 11
感動体験を生み出す革新の歴史 12
開発人財メッセージ 14
セガサミーグループの強み 18
マルチチャネル/トランスメディア 20
ブランド/IP 21
財務・非財務資本 22
マテリアリティ 24
価値創造プロセス 26
リスクと機会及び内的課題 28

成長戦略

資本コストや株価を意識した経営 32
資本市場との対話 34
CFOメッセージ 36
中期計画の進捗 40
エンタテインメントコンテンツ事業 42
遊技機事業 46
ゲーミング事業 48
人事戦略 50
依存症・ゲーム障害への対応 56
TCFD提言に基づく情報開示 57

ガバナンス

社外取締役対談 58
ガバナンス 60

その他データ

非財務ハイライト 76
財務ハイライト 78
会社概要／株式情報 81

見通しに関する注意事項

この統合報告書に記載されている、セガサミーホールディングス株式会社およびグループ企業に関する業績見通し、計画、経営戦略、認識などの将来に関する記述は、当社が現時点で把握可能な情報に基づく将来に関する見通しであり、その性質上、正確であるという保証も将来その通りに実現するという保証もありません。従って、これらの情報に全面的に依拠されることはお控えいただきますようお願いします。実際の業績に影響を与えうる要因は、経済動向、需要動向、法規制、訴訟などがありますが、業績に影響を与えうる要因はこれらの事項に限定されるものではありません。

ゲーミング法令および規制に関わる、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.、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おります。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、ベンダー、データプロバイ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。



サステナビリティサイト

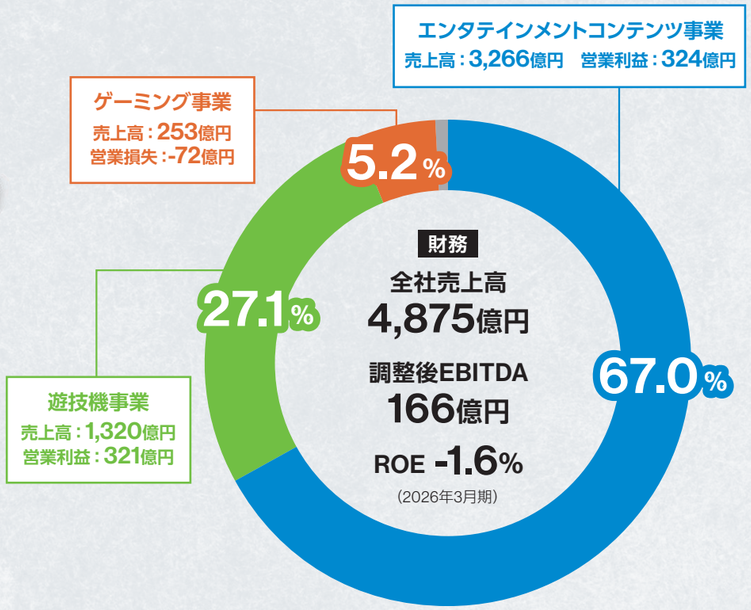
当グループの5つのマテリアリティ（重要課題）に関する詳細な活動情報やデータを紹介しています。統合報告書と合わせてご活用ください。

https://www.segasammy.co.jp/ja/sustainability/

SNAP SHOT

セガサミーグループは「エンタテインメントコンテンツ事業」、「遊技機事業」、「ゲーミング事業」の3セグメントを軸に事業を展開しています。 それぞれの事業が各分野で独自の地位を築きながら、グループとしてシナジーを生み出すことで新たな付加価値を創造し、世界中のあらゆる人に感動体験を提供し続けます。





事業別売上高比率 ※グレーはその他／消去等(0.7%)

非財務

連結従業員数(26/3期)
9,237人 ※臨時従業員除く

関連会社数(26/6月時点)
国内 ▶ 42社　海外 ▶ 87社

エンゲージメントスコア
51.0(22/3期) ▶ 58.0(26/3期)

マルチカルチャー人財
554人(22/3期) ▶ 957人(26/3期)

取締役構成(26/6月時点)
社外比率 ▶ 53.8%　女性比率 ▶ 30.8%

ゲーミング事業
～非日常の感動体験を創る～



グループが保有する資産を活用し、日常にはない「手に汗握る感動体験」を創造

セガサミーグループが培ってきたテクノロジーや豊富な経験を活かし、ゲーミング市場に向けたカジノ機器の開発や、IR施設の運営を行っています。また、北米オンラインゲーミング市場への参入により、第三の柱となる事業としての確立を目指します。

ゲーミング事業における カジノ機器販売台数
1,310台(25/3期) ▶ 1,890台(26/3期)

エンタテインメントコンテンツ事業
～創造力で世界を驚かせる～



ゲームコンテンツから映像、トイに至るまで多種多様な“遊び”を提供

エンタテインメントコンテンツ事業はコンシューマ、映像、AM&TOYの3つの事業を推進し、エンタテインメントに関する多様なコンテンツやサービスを提供しています。

海外売上高比率
65.0%(25/3期)
▶ 65.5%(26/3期)

ライセンス収入
133億円(25/3期)
▶ 175億円(26/3期)



遊技機事業
～革新性で業界を変える～

パチスロ・パチンコを中心に“面白さ・楽しさ”を追求したモノ創りに挑戦

サミーを中心とする遊技機事業は、“新しいものはサミーから”をモットーに既成概念を覆す数々の“業界初”の遊技機やサービスを生み出しています。

合算稼働シェア
4位(25/3期)
▶ 4位(26/3期)

©SEGA
©ATLUS. ©SEGA.
© 武論尊・原哲夫／コアミックス 1983, ©COAMIX 2007 版権許諾証 YRA-114　©Sammy

存在意義

どの時代においてもエンタテインメントは社会に活力を与えてきました。エンタテインメントは平和な世の中でこそ存在する産業でありながら、平和そのものを社会にもたらし、元気を与えるパワーがあると私たちは信じています。引き続き、Group Mission/Purposeである「Captivate the World　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。～」の実現に向け、グループ社員一丸となって全力で取り組んでいきます。

Group Value（価値観・DNA） 創造は生命×積極進取



［セガサミーグループミッションピラミッド］

ミッションピラミッドの社内浸透施策 P.51



CEOメッセージ

強い意志を持って課題を克服し、成長軌道への回帰を確かなものにしていきます。

代表取締役社長グループCEO
里見 治紀

■中期計画の進捗と見通し

セガサミーグループは、中期計画「WELCOME TO THE NEXT LEVEL」（2025年3月期～2027年3月期）の2年目にあたる2026年3月期、Rovio Entertainment Ltd.（以下Rovio）及びStakelogic B.V.（以下Stakelogic）の減損損失を計上したことにより、グループ連結で11期ぶりとなる当期純損失を計上するに至りました。中期計画初年度である2025年3月期はエンタメ事業の好調等により計画を上回って着地しましたが、2026年3月期は減損損失計上の影響もあり計画を大幅に下回りました。また、エンタテインメントコンテンツ事業における、コンシューマゲームの売る力への課題やF2P新作タイトルの不振、ゲーミング事業における買収した2社の業績不振といった各事業の課題などを背景に、中期計画最終年度となる2027年3月期の単年度計画は調整後EBITDA640億円、ROEは8.9%を見込んでいます。結果として、中期計画の定量目標として設定した3ヵ年累計調整後EBITDA2,300億円超、3ヵ年平均ROE10%超を下回る公算が高くなりました。

このような厳しい業績結果となり、現中期計画の定量目標が未達となる見通しとなったことにつきまして、グループCEOとして責任の重さを痛切に受け止めています。この場をお借りして株主および当グループにご期待いただいているすべてのステークホルダーの皆様にお詫び申し上げます。

この結果を真摯に受け止めたうえで、私たちがまず取り組むべきことは、課題を正面から見据え、変革につなげることです。セガサミーグループには、困難な状況に直面した時にこそ、自らを変革してきた歴史があります。今回の当期純損失計上という結果を経営上の重要課題と位置づけ、M&Aのプロセスや事業推進における問題点を認識し、そこから得られた教訓を今後の規律ある投資プロセスや事業再建計画へ確実に反映させていくことこそが、皆様からの信頼を回復するための第一歩であると考えています。

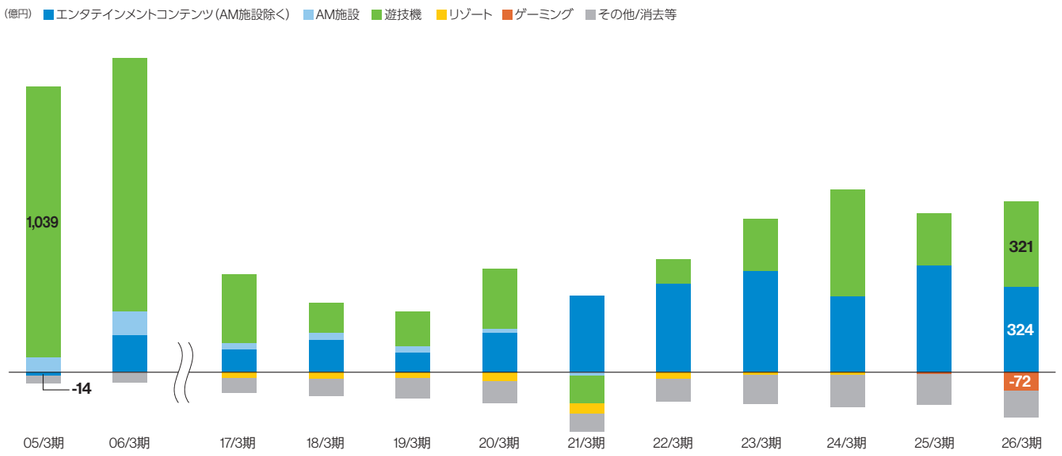
また、こうした当グループ固有の課題に向き合うにあたり、まず足元の株価についても触れておきたいと思います。2026年10月現在では回復傾向もみられますが、エンタテインメント業界の株価は、昨年の夏以降、調整局面が続いていました。その背景には、AIの急速な進化に伴う業界構造の変化に対する懸念や、投資資金の多いセクターへのシフト、部材価格や開発コスト上昇など、業界各社に共通する外部要因がありました。一方で、当社株価低迷の背景には、当グループに内在する固有の課題があることも認識しています。次期中期計画に向けては、今中期計画で顕在化した課題に真摯に向き合い、解決に向けて対策を講じていきます。（中期計画の進捗⇒P.40）

■今中期計画期間で顕在化した課題と今後の対応

絶え間ない事業ポートフォリオの変革

私が2017年に代表取締役社長COOに就任して以降、一貫して重視してきた経営方針は、広がりすぎていた事業領域を見直し、経営資源を成長分野へ適切に配分するための「選択と集中」の実行、および資本効率を意識したポート

事業別営業利益(損失)推移



フォリオの最適化です。

当グループの歴史において重要な位置を占めていたアミューズメント施設運営事業については、新型コロナウイルス感染症による事業環境の悪化を契機として、2021年3月期に売却を断行しました。また、2022年3月期に国内IR(カジノを含む統合型リゾート)事業からの撤退を決断し、2025年3月期にも、「フェニックス・シーガイア・リゾート」の運営を担うフェニックスリゾート株式会社の全株式を譲渡しました。

一方で、成長事業と位置づけたエンタテインメントコンテンツ事業に重点投資を進めるとともに、第三の事業の柱としての確立を目指すゲーミング事業では事業基盤の強化を推し進めてきました。その間、遊技機事業は競争力と事業効率を強化することで安定収益事業としてのビジネスモデルを確立し、グループの投資や株主還元を支え続けました。遊技機事業から生み出されるキャッシュを上記成長事業へと積極投資することで、遊技機事業への依存から脱却し、エンタテインメントコンテンツ事業を成長の柱とする事業ポートフォリオの構築を大きく前進させてきました。

Rovio及びStakelogicで直面した課題

こうした事業ポートフォリオの転換を進める中で、グローバルの成長基盤をより強固なものとするためにM&Aを実施しましたが、買収後に厳しい課題に直面しています。Rovioにおきましては、買収後に他社の大型モバイルタイトルが相次いでローンチされたことなどにより競争環境が激化し、「アングリーバード2」をはじめとする主力タイトルの売上が買収時の想定以上に減少しました。また、セガが開発し、Rovioと連携してグローバルに展開する重要タイトルと位置づけていたGaaS(F2P)タイトル「ソニックランブル パーティ」も投入時期が遅れ、リリース後は各種KPIが想定を下回るなど、厳しい結果となりました。ここまでのところ、同社のグローバルモバイルゲームビジネスに関するノウハウのセガへの取り込みを含めて、当初期待していたシナジーを生み出すには至っておりません。

Stakelogicにおきましては、買収決定時、オランダ市場への売上依存度が非常に高い状態でした。当初からオランダの規制強化による市場の一時的な落ち込みは想定していたものの、先行して合法化されたUK市場の傾向から一定期間後の回復を見込んでいました。しかしながら、一度落ち込んだオランダ市場は想定に反して回復することなく、現在にいたるまで縮小を続けており、買収決定時に想定していた収益計画から大きく乖離する結果となりました。

キャピタルアロケーションの見直しと事業ポートフォリオの考え方

こうした状況を踏まえ、まず投資規律と資本配分のあり方を見直しました。戦略投資枠を当初計画から大幅に縮小し、当面の間大型のM&Aを凍結することとしました。また、戦略投資枠の一部を再配分し、2026年3月期中に200億円の自己株式を取得し、4月に消却を実行しました。

M&Aに関しては、資本コストに基づく厳しい基準とプロセスを設けていますが、その運用に課題がありました。今後につきましては、前述のとおりこれまでのようなグループに不足する機能の獲得を目的とした大型のM&Aは一旦凍結しますが、既存事業の補強につながる投資規模が小さい案件は引き続き検討していく予定です。新たな案件検討に際しては、多様な視点でリスクを織り込んだ事業計画を策定し、予期せぬ事態が発生した場合の代替計画も準備するなど、さらに慎重な運用を徹底するとともに、社外取締役を交えた議論もより一層、深めていきます。

RovioとStakelogicの再建に向けて

同時に、足元で最優先すべきは、買収後のPMI並びに、確実なターンアラウンドの実現を通じて事業を立て直すことです。2026年3月期に減損損失を計上したRovioとStakelogicについては、既に両事業の再建に向けた取り組みを開始しています。Rovioにおいては既存主力タイトルの運営改善を進めており、「アングリーバード2」の売上は回復傾向を示しています。今後も、ゲーム開発リソースの主力IP「アングリーバード」等への集中、セガと連携したトランスメディア展開の拡大により着実に業績改善を図るとともに、収益性の向上を図っていきます。

Stakelogicにおいては、構造的な赤字の要因となっていたオランダ事業を縮小し事業拠点をマルタへ集約することを決定したほか、マネジメント体制も刷新し、不採算事業の見直しや固定費削減等を進めるとともに、パイプラインの絞り込みによる「量から質」への転換を進めることで、同社の非常に高い技術力を最大限に引き出していきます。

両社とも、それぞれの再建に向けた取り組みを着実に進め、長期的視点で事業価値を高めていきます。

エンタテインメントコンテンツ事業の「選択と集中」と「売る力」の強化

M&Aの見直しと買収企業の再建に加え、エンタテインメントコンテンツ事業そのものにも、解決すべき課題があります。業績ボラティリティの低減に向け、主にコンシューマ分野においてヒットを継続的に再現できる仕組みを構築していくことも重要な課題と認識しています。中長期的な成長の柱と位置づけてきたグローバルGaaS(F2P)の苦戦を受け、今後はGaaSの中長期戦略上の優先順位を下げ、主力IPを中心とするフルゲームに経営資源を重点的に投下していく方針です。また、GaaS戦略のひとつとして開発を進めてきたSuper Gameについては、既に開発を中止しています。投資の優先順位は見直しましたが、グローバルGaaSの取り組み自体は継続していきます。

また、フルゲームの「売る力」も課題として認識しています。デジタル販売が主流となりユーザーとの接点がSNSやインフルエンサー等を通じたものへとシフトして行く一方で、当グループはそうした変化への対応が遅れ、IPのポテンシャルを最大限に引き出せていないと認識しています。こうした状況を踏まえ、抜本的にマーケティング手法の見直しを行い、組織やプロセスも含めデータドリブンな意思決定ができるようにすべく、「売る力」の強化に向けた改革を進めています。また、従来の新作や発売日を起点にした、既存メディア主体のプロモーションから、IPを軸に新作発売前から発売後も継続してユーザーの関心を喚起する、コミュニティドリブンのマーケティングへ移行していきます。そうした取り組みを通じてIP単位で、発売直後はもとよりリピート販売も含めてライフタイムでの販売最大化を追求していきます。

当社事業ポートフォリオへの理解促進に向けて

多様な事業ポートフォリオを持つ当社には、「コングロマリットディスカウント」という評価が常に付きまといます。しかし、私はMission/Purpose(存在意義)に掲げる「感動体験」を最大化する事業の集合体が、セガサミーグループであるという信念を持っています。「感動体験」の総和が売上高となり、その積み重ねがファンの皆様の満足度向上につながり、それがさらなる成長に向けた収益の拡大をもたらすという好循環を描くことで、当グループは企業価値を最大化していくことができると確信しています。高いキャッシュ創出力を持つ遊技機事業の存在が、成長事業への継

2026年3月期の主な課題

● エンタテインメントコンテンツ事業
- Rovioの減損損失の計上
- フルゲームの売る力への課題
- グローバル市場向け新作F2Pタイトルの投入遅延・不振

● ゲーミング事業
- Stakelogicの減損損失計上
- GAN/Stakelogicの収益性向上

続的な投資と安定的な株主還元を可能にするという当グループ独自の事業ポートフォリオの強みを、これまでお示しした課題を一つひとつ克服していくことを通じてステークホルダーの皆様にご理解いただけるよう努めていきたいと考えています。

■次期中期計画に向けて事業基盤の強化を継続

こうした課題への対応を着実に進めたうえで、視線を次の成長へと移していきます。2027年3月期には、次期中期計画を策定していく過程で、キャッシュアロケーションを含む事業ポートフォリオ戦略の再構築を進めていくことになりますが、中期的な各事業の位置づけについては大きな変更はありません。次期中期計画では、これまで着実に強化を進めてきた事業基盤のさらなる強化と真価の発揮に注力していきたいと考えています。

エンタテインメントコンテンツ事業	フルゲームを中心に成長軌道を確立する
遊技機事業	高い競争力を維持し、グループ収益の基盤を構築
ゲーミング事業	今期をボトムに、来期以降の成長を実現する

▼

次期中期計画(28/3期～)に向けて
成長戦略を再構築

エンタテインメントコンテンツ事業

まず、成長の中核を担うエンタテインメントコンテンツ事業においては、再び利益成長トレンドを確立し、グローバルにおける「セガブランド」のさらなる向上を図って参ります。セガはグローバルの大手ゲームパブリッシャーと比較すると、1タイトル当たりの開発費が小規模であるにも関わらず、Metacriticのゲームパブリッシャーランキングで過去3回1位を獲得した唯一のパブリッシャーです。これは、これまで進めてきた投資が開発力の強化という、確かな成果につながったことの証左ととらえています。ここに先述した「売る力」の強化が伴ってくれば、コンシューマ分野の収益規模をさらに拡大していけると考えています。

2027年3月期は、主力IPの大型新作フルゲームを4タイトル投入する予定です。そのうちの一つ、「RGGスタジオ」(旧・龍が如くスタジオ)が手掛ける完全新作「STRANGER THAN HEAVEN」は、海外アーティストやグローバルに認知された俳優も起用し、従来シリーズ以上のグローバルでの販売拡大を目指しています。さらに、ゲームIPを映画や音楽、アニメーション、マーチャンダイジングなど様々な分野に向けて多面的に展開し、ユーザーとのタッチポイントと収益の拡大を図っていくことで、IP価値を最大化するトランスメディア戦略を引き続き強化していきます。2027年3月期は、「ソニック」が35周年、「ペルソナ」も30周年を迎えています。こういった周年イベントにトランスメディア展開やリピートの拡販施策などを組み合わせるなど、IP全体で販売を最大化するための取り組みも進めていきます。(エンタテインメントコンテンツ事業⇒P.42)

遊技機事業

次に、グループの安定的なキャッシュ創出を支える遊技機事業です。同事業は、ビジネスモデルを研ぎ澄ましながら、稼働・設置・販売のすべてで業界トップとなる「三冠王」の達成を追求し、収益力をより一層、強固にしていきます。

重要指標としている「パチスロ・パチンコ合算稼働シェア」について、2026年3月期末時点では4位となりましたが、下半期に販売したタイトルの好調から2026年6月時点では2位まで上昇するなど、「サミーブランド」への信頼の回復を実感しています。2026年は、遊技機産業の歴史上初めて、パチンコよりもパチスロの市場販売台数が多くなると見込まれており、パチスロでシェアが高い当グループにとっては好機となります。また、当グループは「北斗の拳」をはじめ、IPホルダーとのWIN-WINの関係性を深めながらIP価値を高めるノウハウを蓄積してきました。これらを活かし、既存の人気シリーズ機に加え、有力な新規IPタイトルの投入等を着実に進めていき、合算稼働シェアNo.1を目指していきます。また、業界活性化に向けた重要施策として「分離筐体」を2026年3月期より本格展開しています。ユニット販売は本体価格と比較して価格が抑えられるため、ホールの投資負担の軽減に貢献できます。また、使用する部材も限られるため、部材価格の高騰の影響低減にもつながると考えています。将来的にリユースが進めば、さらなる原価低減も見込めます。中長期的な視座で、ホールの投資負担の軽減とその先のユーザーへの還元を通じて業界活性化をリードしていきます。(遊技機事業⇒P.46)

ゲーミング事業

そして、グループの第3の柱としての確立を目指すゲーミング事業では、その目標に向けて、買収企業の再生を確実に成し遂げるための取り組みを進めています。同事業は、2027年3月期を収益のボトムとし、次期中期計画期間中には、経常利益段階での黒字化を達成したいと考えています。同事業のうち、セガサミークリエイションが展開しているゲーミング機器販売事業や、GAN Limited(以下GAN)のB2C事業並びに、PARADISE SEGA SAMMY CO., Ltd.はすでに黒字化を果たしており、今後も収益拡大を見込んでいます。

また、オンラインゲーミングからランドカジノまで横断的な顧客体験を実現するオムニチャネル環境は、近年カジノオペレーターからの需要が高まっています。当グループは「B2Bオムニチャネルソリューションプロバイダー」を目指し、その構築を支援するB2Bソリューションの展開に向けて取り組んでおり、GANとStakelogicの買収により、その実現に必要なピースが揃いました。2027年3月期からは、GANのB2B事業やStakelogicの事業改善を早急に進めるとともに、既存事業にて獲得したネットワークを活用しながら、B2Bソリューションの展開を加速していきます。(ゲーミング事業⇒P.48)

■長期的に目指したい姿

当グループは、ゲーム、映像、玩具、遊技機、ゲーミングなど、多様な事業を通じた幅広いエンタテインメントへの接点を保有しています。また、多彩なジャンル・カテゴリーで新たな価値を生み出してきた事業ポートフォリオと、世界中のお客様から高い支持をいただいているIPやブランドという大きな資産があります。加えて、他社様からお預かりしたIPの製品化や事業化において、確かな実績を重ねてきました。これらの強みを掛け合わせることで、セガサミーにしか実現できない感動体験を世界へ届け、社員一人ひとりが誇りを持って挑戦できる企業文化を育みながら、エンタテインメントコンテンツ事業では世界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、遊技機事業では業界No.1の地位確立、ゲーミング事業はセガサミーの第三の事業の柱としての確立を目指していきます。それを実現するためにも、まずは目の前の課題にひとつひとつ真摯に向き合い、事業基盤を盤石にしていくことで、当グループを成長軌道へ回帰させていきます。

■持続的な企業価値向上の起点は「人財」の情熱

この長期的な成長を実現するうえで、すべての起点となるのが「人財」です。当グループは、グループ内の価値観の共有に向けMISSION/PURPOSE(存在意義)として「Captivate the World 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。～」を掲げています。これを指針に、人々の感動や共感を生む製品やサービスを創造し、社会に提供し続けることが、当グループが目指すべき社会価値提供の姿であり、企業価値の持続的向上の道筋でもあることをグループ社員に伝え続けています。そうした価値創造の起点を「人財」に置くことは、会長である里見治から継承している重要な経営哲学です。今では当たり前となった「人的資本経営」ですが、その概念が登場する前から、10年以上にわたりエンゲージメント向上に注力するとともに、人財に対して継続的な投資を行い、従業員のやりがいの向上や能力の最大化を追求してきました。引き続きセガサミーグループの強みの源泉である人財の強化に重点をおき、それを起点とした強みのサイクルから始まる価値創造プロセスを力強く回していくことで、企業価値の最大化を追求していきます。

また、昨今重要なテーマとなっているAIに関しては、ファンの皆様はクリエイターのクラフトマンシップにこそ価値を感じてくださっていると考えておりますので、創作物へのAI活用については、慎重に判断する方針です。一方、開発支援や業務の効率化、データ分析を駆使したマーケティングなど社員がより創造的な業務に集中できる環境を作るために積極的に活用するようグループ全体で取り組んでいます。

ものづくりへのこだわりは「積極進取」を追求し創業から50周年を迎えたサミーと、「創造は生命」の下、「尖った」エンタテインメントで世界中のファンから支持されるブランドを築き上げてきたセガにとって、長きに亘って培ってきた財産だと考えています。その根底にあるのは社員一人ひとりが持つ情熱です。自らの心に自発的に「火(情熱)」を灯し、互いに刺激し合いながら周囲へと広げていくことが、セガサミーグループがグローバルにおける存在感を拡大していくための大きな推進力になっていくと考えています。

こうした人財をはじめ、株主・投資家を含む全てのステークホルダーに対する自身の責任を強く認識し、何としても立て直しを果たし信頼を取り戻していく所存です。引き続き、今後のセガサミーグループをご支援いただければ幸いです。