挑戦と創造のDNA

時代を先取る遊びの創造で築いた「セガ」ブランドと多くのIP

セガは、「創造は生命」を社是に掲げ、革新的なゲーム機やゲームソフト等、時代を先取る新たな「遊び」を世界中に届けてきました。こうした挑戦が多くのファンを魅了し、世界で認知される「セガ」ブランドを築き上げ、現在につながる多くのIPを創出しています。これらのIPは、ゲームにとどまらず、映像や音楽など多面的に展開され、ユーザーとのタッチポイントの拡大を通じて、さらなる収益機会の創出につながっています。また、これまでに築いてきたファンベースはセガの重要な資産となっています。

1985
「ハングオン」
世界を席巻した
セガ体感ゲーム第1弾



©SEGA

1989
「アラジン」
業界初のシングルボーナス
「集中役」を実装したパチスロ機



©Sammy

2003
「パチスロ北斗の拳」
累計販売台数62万台超という
記録を打ち立てたパチスロ史上
最大のメガヒット機種



©武論尊・原哲夫／コアミックス1983
©Sammy

創造は生命（いのち）×積極進取

1988
「メガドライブ」
欧米で大ヒットし、セガの
名を世界に知らしめた家庭
用ゲーム機。セガを代表す
るIP「ソニック」を生み出す



©SEGA

挑戦を重ね、革新を生み出すDNA

サミーは、失敗を恐れずに挑戦し続ける「積極進取」を社是・価値観とし、徹底した研究・開発により、数々のヒット作を生み出してきました。2004年の規則改正後も、規制の枠内で新たな遊技性を実現し、パチスロ市場をけん引するなど、逆境の中で自己革新を続け、トップメーカーとしての地位を確立しました。その後も卓越した企画力と開発力で、最先端・新機軸の遊技機を生み出しています。数々のヒットの背景には、繰り返しの試射を重ねるなど妥協のないモノづくりの姿勢があり、この姿勢は今も受け継がれています。



失敗を恐れず、次の成功に挑む

取締役会長 ファウンダー
里見 治

挑戦の遺伝子を、次の世代へ

セガサミーグループは、いつの時代においても現状に満足することなく、挑戦をし続けてきました。その原点にあるのは「創造は生命×積極進取」という価値観です。誰も手掛けたことのないものを生み出し、困難を恐れず、自らの手で道を切り開いていく。こうした姿勢こそが、現在のセガサミーグループを作り上げてきた「挑戦のDNA」であると、私は考えています。

そして、このDNAを次の世代へ確実に継承していくことは、私の重要な責務の一つです。

挑戦することを、決してやめない

私たちは総合エンタテインメント企業として、感動体験を届けています。エンタテインメント企業は、常にユーザーの期待を超える新しい価値を生み出し続けなければ、持続的な企業価値向上は望めません。そのためには、現状に満足することなく、新たな挑戦を続ける姿勢が欠かせません。一方で、私はこれまで、製品・サービスの完成度を徹底的に高めて「確実に面白い」という自信をもってはじめて、世に送り出すことを大切にしてきました。中途半端なものを出し、ひとたびユーザーを裏切ってしまうと、信頼を取り戻すのは容易ではありません。製品・サービスに対する責任を持ち、最後まで完成度を追求する。こうした「品質」へのこだわりもまた守り続けてほしいことの一つです。そして、新たな挑戦や確かな品質の追求も重要ですが、その根底になければならないのは誠実さです。自分だけの利益を追い求めたり、世間から後ろ指をさされたりするようなことはせず、正々堂々と誠実に「王道」を歩む。その姿勢を貫いてステークホルダーの信頼を積み重ねていかなければなりません。

挑戦は必ずリスクを伴うため、想定とは異なる結果になることもあります。現在のセガサミーグループもまた、挑戦の結果として克服すべき課題に直面しており、それと向き合う責任が経営陣にはあります。まずは確実に成長軌道に回帰し信頼を取り戻さねばなりません。それでも、挑戦の気概は持ち続けて欲しいと願います。挑戦を続け、失敗から学び、その経験を次の成功につなげていく。そうした積み重ねの先に、セガサミーが世界に名だたるエンタテインメント企業へと成長する未来があると信じています。

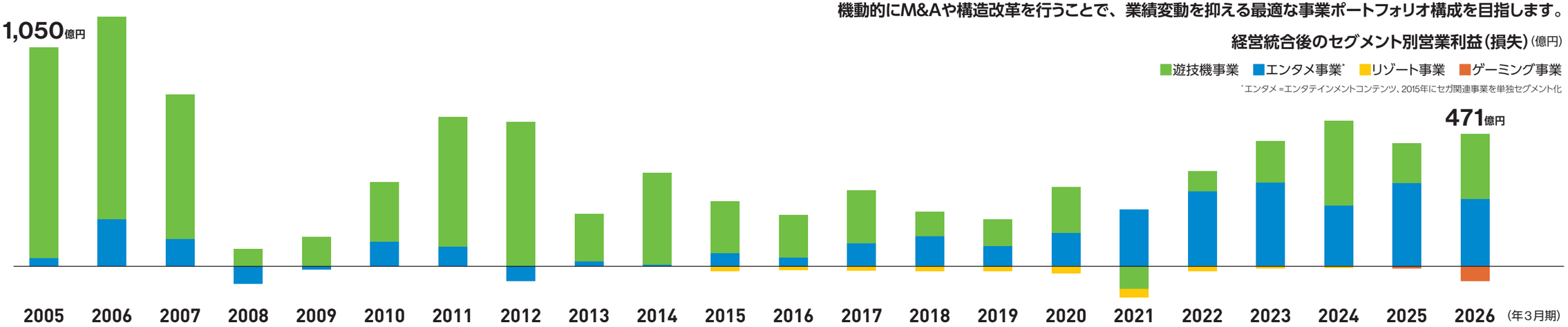
感動体験を生み出す革新の歴史

世の中に革新的な製品を生み出してきたセガと様々な業界初の製品を送り出してきたサミーが2004年10月に経営統合して誕生したのがセガサミーグループです。各事業領域の強みや位置づけを踏まえて、機動的にM&Aや構造改革を行うことで、業績変動を抑える最適な事業ポートフォリオ構成を目指します。

経営統合後のセグメント別営業利益（損失）（億円）

遊技機事業　エンタメ事業*　リゾート事業　ゲーミング事業

*エンタメ＝エンタテインメントコンテンツ、2015年にセガ関連事業を単独セグメント化



経営統合

中期事業計画	構造改革	回復期	構造改革	Road to 2020	構造改革	Beyond the Status Quo	WELCOME TO THE NEXT LEVEL!

全社戦略

- 成長基盤強化のための事業・組織再編
- パチンコ開発体制の強化、原価改善（遊技機）
- AM施設の店舗数の適正化（エンタメ）
- 希望退職による人員適正化、開発タイトルの絞り込み（エンタメ）

2012 M&A フェニックスリゾート（株）
- 組織の合理化
- タイトル数の絞り込み
- 在庫の処理
- 開発中タイトルの評価減
- 中核事業の明確化
  遊技機事業、エンタメ事業、リゾート事業の3事業へセグメント変更
- 事業ポートフォリオの整理

2018
本社機能の移転・集約
- 成長領域への経営資源の集中
- 基盤事業の利益率改善

2021 Exit AM施設事業からの撤退
- 事業構造の見直し
- 固定費削減
- バランスシートの見直し

2022 Exit 国内IR事業からの撤退
- 成長投資（CS分野）
- 収益の基盤固め（遊技機）

2024 Exit フェニックスリゾート（株）の譲渡

2025
ゲーミング事業セグメント化

エンタテインメントコンテンツ事業

2005
「龍が如く」発売



2005 M&A The Creative Assembly Ltd.

2006 M&A Sports Interactive Ltd.



2012
「ファンタシースターオンライン 2」配信開始

2013 M&A （株）アトラス

モバイル事業の強化

2012 New （株）セガネットワークス

2016
「ペルソナ5」発売



トランスメディア戦略の推進

2020
ソニック映画第1弾「ソニック・ザ・ムービー」公開



2024
映画と連動した「ソニック×シャドウ ジェネレーションズ」発売



2025
世界初のオフィシャルストア「SEGA STORE SHANGHAI」「SEGA STORE TOKYO」をオープン





2023 M&A Rovio Entertainment Ltd.

遊技機事業

～2007
規則改正移行期（5号機）



2008
「ぱちんこCR北斗の拳ケンシロウ／ラオウ」のヒット



2009
「パチスロ交響詩篇エウレカセブン」販売

2009 M&A （株）銀座

2011 M&A タイヨーエレック（株）

2012
「川越工場」「サミーロジスティクスセンター」竣工

2016
「ぱちんこCR真・北斗無双」販売



2016 New ジーグ（同）

2018～2022
規則改正移行期（6号機）



2022
「パチスロ甲鉄城のカバネリ」のヒット

2023
「スマスロ北斗の拳」のヒット



2025
「スマスロ東京リベンジャーズ」販売

2025～
分離筐体投入開始



ゲーミング事業

2012 New
PARADISE SEGASAMMY CO., Ltd.

2013 New
セガサミークリエイション（株）

2017
PARADISE CITYオープン



2017
米国ネバダライセンス取得

2019
米国にて「Genesis Star」設置開始





2024
「Railroad RICHES」好調

2025 Stakelogic B.V.
M&A GAN Limited

M&A 主なM&A　New 新設
Exit 譲渡、撤退等

©SEGA
©ATLUS. ©SEGA.
©2020 PARAMOUNT PICTURES AND SEGA OF AMERICA, INC. ALL RIGHTS RESERVED.
Angry Birds™ & © 2026 Rovio Entertainment Ltd. All Rights Reserved.
©武論尊・原哲夫／コアミックス 1983, ©COAMIX 2007 版権許諾証SAE-307　©Sammy
©2005 BONES/Project EUREKA ©Bandai Namco Sevens Inc.　©Sammy
©武論尊・原哲夫／コアミックス 1983 版権許諾証KOJ-111　©2010-2013 コーエーテクモゲームス　©Sammy
©カバネリ製作委員会　©Sammy
©武論尊・原哲夫／コアミックス1983, ©COAMIX 2007
版権許諾証YRA-114　©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
©SEGA SAMMY CREATION INC.
©PARADISE SEGASAMMY Co., Ltd. All rights reserved.

開発人財メッセージ

セガサミーグループのDNAを体現する
キーパーソンたちの「挑戦と創造」をご紹介します。

未だ存在しない未知の感動体験を、世の中へ。



株式会社セガ 上席執行役員
RGGスタジオ事業本部長
横山 昌義

誰もやっていないことへの挑戦

私は、世の中の人々がまだ想像していないような未来の価値を示すことに、常に挑戦し続けています。その時々の市場のトレンドを追うのではなく、ユーザーの発想を超える「まだ見ぬ未来」を提示することこそが、私たちの役割だと考えています。この姿勢が結果として作品固有の世界観につながり、ファンの方々から長く支持をいただけているのだと感じます。そのような作品を生み出すためには、「未来を見る力」が欠かせません。ゲーム開発は開始から発売まで数年を要するため、制作開始時点の社会ではなく、発売時に世の中がどう変化しているかを想像しなければなりません。そのため私は、「現在の」ゲーム業界やエンタメの動向だけではなく、ニュースや経済、ファッションなど社会全体の変化に注目しています。3年後にも残っているものは何か、逆に消えていくものは何か。そうした視点を積み重ねながら作品の世界観を形にしています。

実際、この考え方のもとで生み出した代表的な作品の一つが「龍が如く」です。他にはない世界観やテーマが評価され、今やセガを代表するタイトルとして、グループのグローバルな成長をけん引するような存在になっています。

「RGGスタジオ」としては、「龍が如く」シリーズを成長させながらも、スタジオの強みを活かした新たな挑戦を続けていきたいと考えています。その一つが、今回新たに手がけている「STRANGER THAN HEAVEN」です。本作は、1915年から戦後にかけて、激動の時代を舞台に一人の男が生き抜く姿を描いています。私たちはこれまで、「龍が如く」シリーズを通じて、人間ドラマを描くストーリーテリングや、街や空間に息づく空気感の表現、キャラクターの魅力を引き出す演出などを磨いてきました。本作は、そうした強みを存分に活かした新たなIPです。「龍が如く」が1週間ほどの短い期間に起こる一つの事件を描くのに対し、本作は一人の男の50年にわたる人生を描いています。その間には、文化や価値観、街並みまで大きく移り変わるため、異なる複数のゲームを同時に作り、それらを一つの作品へまとめ上げるような、これまでにない挑戦となりました。

また、「龍が如く」シリーズで培ってきたノウハウが、そのまま通用するわけではありませんでした。これまでは、舞台となる街やアセット（3Dモデル）を有効活用することで効率化を図り、高い生産性を実現していましたが、50年間の歴史を描く本作ではそうしたアセットの流用ができず、すべて一から新規制作する必要がありました。それでも、開発プロセスにおける迅速な対応や判断力、トラブル解決力など20年間の積み重ねで得られたチームとしての総合力によって、この前例のないスケールの新規IP開発も、スケジュール通りに進行しています。





品質と効率性の両立を追求

新しい挑戦をファンの皆さんにご納得いただける形で届けるには、品質へのこだわりが欠かせません。「RGGスタジオ」のタイトルの品質は、チームメンバー一人ひとりの強いこだわりによって支えられています。たとえば、5分程度のトレーラー映像であっても、コマ送りで1フレームずつ確認し、通常の再生では気付かないようなわずかなズレまで徹底的にチェックしています。世界中のゲームファンは作品の細部まで見てくださるからです。そうした厳しい目線にも応えられる品質を追求するという姿勢と覚悟が、「RGGスタジオ」の強みであり、クオリティを支える軸になっています。

ファンの目線を意識したこだわりは、AIには実現が難しい独自の世界観づくりにもつながっています。「龍が如く」シリーズは作中に登場する実在する街の再現度について高く評価いただくことも少なくありません。しかし、「RGGスタジオ」が追求しているのは単なる「再現」ではなく、「表現」です。実在する街をそのまま再現するのではなく、あたかもその場にいるようなリアリティを感じてもらえるよう、建物の縮尺を調整したり、キャラクターの移動速度に合わせて独自のスケール感で街を構築しています。こうした人の感覚に寄り添った“心地よいフィクション”を生み出す「表現」こそが、「RGGスタジオ」ならではの価値であり、AIには代替できない強みだと考えています。

一方で、どれだけ優れた作品であっても、事業として継続していけなければファンの皆さんに感動体験を届け続けることはできません。そのため私は、効率性も非常に重視しています。既存アセットの活用方法の工夫や、構成のバランス調整等によって追加コストを抑えながらゲーム体験を大きく向上させるなど、原価管理と品質へのこだわり、その両立が重要だと考えています。

引き続き、「RGGスタジオ」が手がけるゲームであれば間違いないと、ファンの皆さまに信頼を寄せていただけるような唯一無二のスタジオブランドであり続けたいと思っています。



「STRANGER THAN HEAVEN」
©SEGA

Entertainment Contents

「積極進取」を徹底し、新たな感動体験を創造し続けます。



サミー株式会社
上席執行役員
研究開発統括本部　PS研究開発本部長

河内 秀和

サミーの強みは、「ユーザー」を最優先に、遊技を通じてユーザーが感じる期待感や高揚感までを見据え、その体験を妥協なく作りこむ開発姿勢にあります。さらに、共通の目標に向かって部門を超えて連携し、高い機動力で新たな価値を形にする力も私たちの強みです。その根底にあるのが、社是である「積極進取」の精神です。その考えを大切にしながら、常に新たな可能性に挑戦しています。

その開発姿勢と「積極進取」の精神を象徴する取り組みの一つが、2022年7月に市場投入した「パチスロ甲鉄城のカバネリ」の開発です。同IP初のパチスロ化でしたので、シリーズとして確立することでサミーの収益の柱へと育成するとともに、遊技機を通じてIP自体の認知度や価値を高めることを目指しました。

開発における大きな転機となったのが6.5号機への移行でした。開発当初は6.2号機として開発を進めていましたが、私は遊技中の高揚感を次の展開へとつなぎ、期待感を持続させる6.5号機への対応は今後のスタンダードになると確信し、ほぼ完成に近い段階の本機に限らず、開発中の全タイトルに対応を指示しました。もちろん、開発終盤での大幅な仕様変更は現場にとって決して小さな負担ではありません。しかし、6.5号機の特性を活かすことで、従来の遊技体験を超える期待感や没入感を提供できる可能性が見えていたため、現場は驚くほど前向きでした。一人ひとりがよりよいものを作ることに妥協せず、この挑戦に取り組んだ結果、6.5号機市場の立ち上がりという絶好のタイミングで、「パチスロ甲鉄城のカバネリ」を世に送り出すことができました。

この迅速かつ柔軟な対応が実現できた背景には、企画、出玉、デザイン、サウンド、ソフトなど、各部門が一体となって取り組む開発体制があります。また、変化を新たな機会と捉え、開発に活かす組織風土があります。規制や制度の変更も単なる制約として受け止めるのではなく、新たな遊技体験を生み出すきっかけとし、迅速かつ柔軟に開発へ反映してきました。ライセンス活用においても、作品の魅力を最大限に活かしながら、遊技機としてどのような感動体験を実現するかについて部門を越えて議論を重ね、共通の目標や価値観を共有しています。そうした連携と一人ひとりの熱意があるからこそ、IPホルダーにも納得いただける形でIPの魅力を引き出し、IP価値の向上にもつなげることができています。

こうしたIPホルダーとの信頼関係の積み重ねに加え、「パチスロ甲鉄城のカバネリ」が当社にとって収益の柱となる人気シリーズに成長したことで、新たなIPやゲーム性への挑戦にも取り組みやすい環境が整いつつあります。さらに、こうした取り組みはこれまで作品やIPをきっかけに遊技機に関心を持った新たなユーザーを取り込むきっかけにもなっており、業界全体の活性化につながる新たな流れを生み出しています。今後も総合力を活かした挑戦を続け、これまでにない「感動体験」を創造し続けます。



「パチスロ甲鉄城のカバネリ」
©カバネリ製作委員会　©Sammy

Pachislot & Pachinko Machines

妥協なき「感動体験」の提供を徹底したプレイヤー目線で追求します。



セガサミークリエイション株式会社
取締役 常務執行役員グローバルCTO
開発本部　本部長

山本 理樹

プレイヤー目線を貫き「感動体験」を磨く

私は1996年にセガへ入社し、アミューズメント（AM）機器のプログラマーとしてキャリアをスタートしました。「セガラリー2」をはじめ、複数のAM機器開発を経て、セガサミークリエイション株式会社の設立当初からゲーミング機器の開発に携わることとなり、現在は当社開発本部を率いています。

AM機器開発時代に培い、ゲーミング機器開発においても軸としているのが「プレイヤー目線」です。プレイヤーは何に没入し、何を楽しむのか。実際のカジノでのプレイを重ね、徹底的に研究することで、常に「プレイヤーであり続けること」を大切にしています。

一方で、ゲームの良し悪しを判断する立場としては、自らの感性だけに依拠せず、常に市場のニーズを「俯瞰する」こともまた重要です。作り手の価値観に偏ることなく、お客様が求める価値を客観的に捉えるため、カジノ施設に足を運び、プレイヤーの様子や感情の起伏を観察し、分析します。そうした視点がなければ、愛されるゲームは作れません。

その実践において、プレイヤーや市場の反応を直接確かめられる環境があることは、当社の大きな強みです。優秀な営業担当が北米トライバルカジノと強固な信頼関係を築いてきたことで、現場の実績データやオペレーターからのフィードバックを製品開発に活かすことができ、開発のPDCAを加速させています。オペレーターとの深いつながりこそが当社の開発に直結しているのです。

ゲーミング筐体「GENESIS ATMOS」には、セガのアーケード部隊が長年培ってきたこだわりが凝縮されています。「プレイヤーのゲーム体験を邪魔しないか」を最後まで議論し、LEDひとつ取っても派手さよりも演出の一部として機能するよう細部まで調整を重ねました。この徹底した作り込みが、結果として「ここまでトラブルがなくメンテナンスしやすい筐体は見たことがない」というオペレーターからの評価につながり、何より誇りに思っています。そして、この筐体に搭載したスロットゲーム「Railroad RICHES」も、「プレイヤーにとっての楽しさ」を追求して開発しました。通常、効率性の観点から長めのボーナスゲームはオペレーターから敬遠される傾向にありますが、私たちはそこにこそ楽しさがあると感じ、ボーナスゲームを長く設定し、演出の工夫を随所に凝らしました。結果として、同タイトルは市場平均を大幅に上回る稼働を維持しています。

業界の長期的な発展に貢献する

私はゲーミングを、勝敗の結果だけではなく、そこに至るまでの過程やゲーム性、演出を含めて楽しめる「感動体験」へと昇華させたいと考えています。カジノに対するネガティブな視線を払拭し、人々がコミュニケーションを楽しむ「社交の場」へと変えていく。目指すのは、ゴルフやテニス等と同等の健全なエンタテインメントとしての立ち位置です。その魅力を広く社会に提示し続けることこそが、業界全体の長期的な成長につながると考えます。

グループに迎え入れたGANやStakelogicの技術も最大限に活かしながら、プレイヤー目線を貫く開発者としてのDNAを次世代へ継承し、広く愛されるゲームを世界に届け続けることが我々の使命です。その思いが、革新に向けた原動力となっています。



「Railroad RICHES」
© SEGA SAMMY CREATION INC.

Gaming

セガサミーグループの強み

多才な人財が能力を発揮し、
革新性の高いエンタテインメントを創出

●財務的効果
・革新性の高いエンタテインメント創出による事業領域・収益の拡大
・ヒットコンテンツの継続的な創出による事業成長

●戦略的有効性
・ミッション浸透による組織の一体感・実行力強化
・多才な人財が能力を発揮できる組織基盤
・継続的なイノベーションを生み出す企業文化

【事業別人員数】

エンタテインメントコンテンツ 6,600人
遊技機 1,165人
ゲーミング 928人

【人員比率】

海外人員 31.9%
開発人員 54.5%

※2026年3月末時点

人事戦略 P.50

ブランド/IPを起点に事業機会と競争優位性を創出

●財務的効果
・グローバルでのIP活用による収益機会の拡大
・パートナーとの協業による新たなビジネス機会の創出
・有力な他社IPの活用による遊技機の安定販売・稼働

●戦略的有効性
・ブランド・豊富なIP群のグローバルにおける高い認知
・外部IPホルダー・パチンコホールとの強固な信頼関係
・新規IP獲得・新規事業展開における競争優位性

ブランド/IP P.21

価値最大化のサイクル

提供価値を高める

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

価値を最大化する

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

資本を蓄積する

新たな価値を生み出す

価値創造に向けた共通Value（価値観・DNA）

P.10

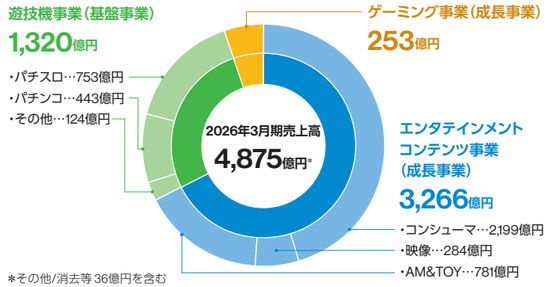
創造は生命 × 積極進取

©SEGA
©ATLUS. ©SEGA.
Angry Birds™ & © 2026 Rovio Entertainment Ltd. All Rights Reserved.
©武論尊・原哲夫／コアミックス 1983, ©COAMIX 2007 版権許諾証YRA-114　©Sammy

遊技機事業による高いキャッシュ創出力が、
エンタテインメントコンテンツ事業、
ゲーミング事業への成長投資を可能にする、
ユニークな事業ポートフォリオ構造

●財務的効果
・基盤事業と成長事業の両立による安定収益確保
・市況変動時の業績下振れリスクの抑制

●戦略的有効性
・安定的な営業キャッシュ・フローの創出（遊技機）による成長事業への継続的な投資（エンタテインメント、ゲーミング）
・外部環境（規制・景気）変動への耐性を確保



*その他/消去等 36億円を含む

IPを、ゲーム・映像・マーチャンダイジング・遊技機など
複数チャネルへ展開し、価値を多面的に引き出す

●財務的効果
・IPのマルチチャネルへの幅広い展開による収益機会拡張
・顧客接点の拡張による収益拡大

●戦略的有効性
・製品・サービスを「単発」ではなく「継続的収益」につながるIP資産に転換
・グローバル市場における認知拡大を通じた収益最大化



マルチチャネル/トランスメディア P.20

マルチチャネル/トランスメディア

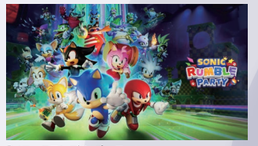


IPを起点として、ゲーム、映像、マーチャンダイジングなど複数のチャネルを横断する展開を通じて、ファン層の拡大と利益創出を図っています。

例：ソニック × 展開力


ソニック(IP)

F2P(Free-to-Play)



「ソニックランブル パーティ」
©SEGA

ライセンス


©SEGA



©SEGA



©SEGA

コンシューマゲーム



「ソニックレーシング クロスワールド」
©SEGA

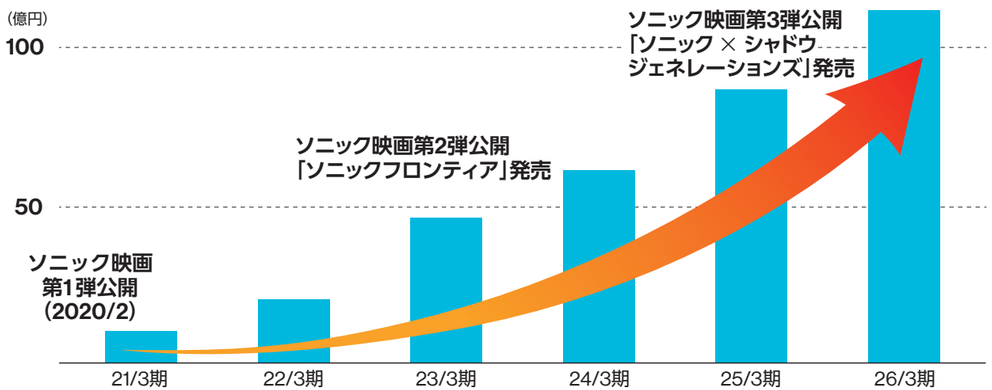
映像



「ソニック×シャドウ TOKYO MISSION」
©2024 PARAMOUNT PICTURES AND
SEGA OF AMERICA, INC.

グッズ、AM&TOY

▶ライセンス収入の拡大の遍歴(例：ソニック)



ブランド/IP

●…[PCPS]遊技機 ●…[CS]コンシューマ ●…[VID]映像
●…[AM]アミューズメント機器 ●…[TOY]玩具等

▶自社保有IPのマルチ展開

セガサミーは、それぞれ異なる強みやファン層を持つ多様なIPを保有しています。各IPの特性に応じた展開戦略を策定し、ゲーム、映像、マーチャンダイジングなどの多面的な展開を通じて、新たなファンの獲得とIP価値の最大化を推進しています。

代表的なIP	IPの特徴と展開方針	展開チャネル
SONIC THE HEDGEHOG™ シリーズ開始：1991年	「ソニック」シリーズは、史上最速のハリネズミが主人公のグローバルで高い人気を誇るアクションゲームです。世界的なヒットとなった映画公開を契機にトランスメディア展開も加速。ゲームから映像、玩具まで様々に展開する、セガを代表するIPのひとつです。	PCPS CS VID AM TOY
	主力タイトル	**販売本数**
	ソニック×シャドウ ジェネレーションズ (25/3期)	307万本
	ソニックスーパースターズ (24/3期)	288万本
	ソニックフロンティア (23/3期)	500万本(2026年8月公表値)
龍が如く™ シリーズ開始：2005年	「龍が如く」は現代の裏社会を舞台にした重厚な人間ドラマを描いた本格的なクライムサスペンスシリーズです。著名俳優やアーティスト、企業等とのタイアップなどに加え、ゲーム以外でも映像や舞台、グッズ展開、各種イベントなどを通じてユーザー層を広げています。	PCPS CS VID AM TOY
	主力タイトル	**販売本数**
	龍が如く8 (24/3期)	205万本
	龍が如く7　光と闇の行方 (20/3期)	312万本
PERSONA5 シリーズ開始：1996年	「ペルソナ」は、少年少女の成長を描くジュブナイルRPGをベースとした人気シリーズです。そのユニークな世界観、スタイリッシュな楽曲や共感性の高いストーリーで、世界中で多くのファンを獲得。独自の世界観を活かし、音楽ライブ、アニメ、漫画など様々なメディア展開を実施しています。	PCPS CS VID AM TOY
	主力タイトル	**販売本数**
	ペルソナ3リロード (24/3期)	300万本(2026年6月公表値)
	ペルソナ5シリーズ (17/3期)	1,550万本

※特記のない限り、販売本数は2026年3月期末時点の累計

▶外部IPの活用

セガサミーは、自社IPの創出・育成を進めるとともに、外部IPについても戦略的に導入・活用しています。
IPの特性やファン基盤を活かした商品・サービス展開により、収益機会の拡大とヒット創出の確度向上を図っています。

代表的なIP	IPの特徴と展開方針	展開チャネル
PACHISLOT 北斗の拳 シリーズ開始：2002年	「北斗の拳」シリーズは、圧倒的な知名度を誇る外部IPを活用した遊技機の人気シリーズです。初代「パチスロ北斗の拳」は、累計販売台数約62万台というパチスロ遊技機史上歴代最大の販売台数を誇るなど、数多くのヒット作を創出しています。	PCPS CS VID AM TOY
	主力タイトル	**販売台数**
	スマスロ 北斗の拳 転生の章 2 (26/3期)	4.9万台
	スマスロ北斗の拳 (24/3期)	8.4万台(スマスロタイトル売上No.1)

©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

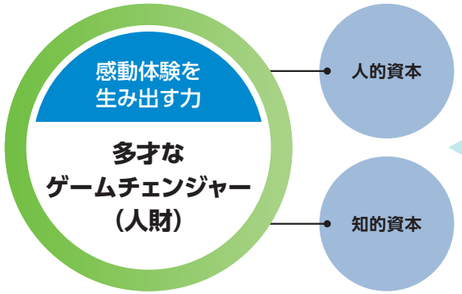
財務·非財務資本

セガサミーグループが有する6つの資本が組み合わさることによって生まれる独自の強みが、当グループならではの価値創造を実現しています。今後も各資本の強化を図ることで、持続的な成長と企業価値の向上に取り組んでいきます。また、マテリアリティについては非財務資本の強化とその価値の毀損防止に資する施策と位置づけ、長期的な価値創出基盤の強化を進めていきます。

	概要	構成要素	強化に向けた取り組み
人的資本	国内外に、開発人財をはじめ各事業を支える高い専門性と創造性を備えた多才な人財を擁しています。グループ人事戦略「Human Capital Development Goals (HCDGs)」のもと、人財開発・文化醸成・環境構築をグループ横断で推進し、多様な事業の特性に応じた人事戦略を展開しています。	マルチカルチャー人財比率 24.5% 女性管理職比率 8.8% 教育投資額 4.1億円(累計18.8億円) エンゲージメントスコア 58.0(A) 開発人員比率 54.5%	**マルチカルチャー人財育成の強化** ・海外留学制度 ・海外経験者数向上(海外駐在経験者5割増) **事業独自の人事戦略の推進** **多様性を重視した環境づくり** ・柔軟な働き方(フレックス、副業等) ・出産育児との両立に関する取り組み(各種休暇や祝金制度) **セガサミーカレッジ** **エンゲージメント向上** ・経営層が課題と対策を考える会(経営陣セッション) ・タウンホールミーティング **開発人財の強化** ・技術の共有を目的とした技術交流会
知的資本	自社開発に加え、M&Aや外部から獲得した豊富なIPと各事業で培った開発技術・ノウハウを有しています。これらを、育成・強化し、多様な地域・チャネルへ展開することで、IP価値の最大化と収益機会の拡大につなげています。	自社IP (主力IPシリーズ「ソニック」、「ペルソナ」、「龍が如く」など) 特許 開発技術・ノウハウ	保有する豊富な自社IPの育成・拡大 保有するIPの多面展開
社会・関係資本	国内外のIPホルダーや外部パートナーとの協働関係に加え、長年にわたり世界中のファン・顧客との接点を築いています。こうした関係性を活かし、IPの多面展開や新たな製品・サービスの創出につなげています。	他社IP IPホルダーや外部パートナーとの協働関係 グローバルなファン基盤 顧客接点	**エンタテインメントコンテンツ事業** ・トランスメディア展開によるタッチポイントの拡大 ・SEGA STORE等を通じた顧客接点の強化 ・IPホルダー・外部パートナーとの協業・共創の拡大 **遊技機事業** ・有力IPホルダーとのパートナーシップ強化 ・IPを通じた新たなファン・顧客層との接点拡大 ・ホール・メーカーとの共創による分離筐体の開発・展開
財務資本	遊技機事業の安定的なキャッシュ創出力は、エンタテインメントコンテンツ事業のさらなる成長や、ゲーミング等の新たな事業領域への積極投資、株主還元を可能にします。また、領域が大きく異なる分散された事業ポートフォリオにより、環境変化に伴う収益変動リスクの低減を図っています。	遊技機事業を中心とした安定的なキャッシュ創出力 幅広い事業領域からなるユニークな事業ポートフォリオ 資本効率を意識した経営	・創出したキャッシュの成長分野への戦略的な投資 ・事業ポートフォリオの見直しによるROIC向上 ・適切なDEレシオを意識した資本構成 ・成長投資と株主還元のバランスを踏まえた資本配分
自然資本	セガサミーグループは、事業活動による環境への影響を常に意識し、環境に関する法令や規制を遵守するとともに、環境負荷の低減や気候変動への対応に取り組んでいます。	GHG排出量(Scope1) 1,016t-CO_2 GHG排出量(Scope2)(マーケット基準) 5,357t-CO_2 GHG排出量(Scope2)(ロケーション基準) 12,266t-CO_2 GHG排出量(Scope3) 816,090t-CO_2	・「太陽光発電所由来の生グリーン電力」の導入 ・グリーン電力証書制度の導入 ・TCFD提言に基づく情報開示
製造資本	ゲームや遊技機など、各事業の製品・コンテンツを形にする設備・拠点を有しています。これらの基盤を活かし、アイデアや創造力を高品質な製品・サービスとして具現化するとともに、安定的かつ効率的な事業運営に取り組んでいます。	ゲーム・遊技機・ゲーミングマシン等の開発・制作環境 サミー川越工場	・開発・制作環境の高度化 ・生産効率・品質の向上 ・安定的かつ機動的な供給体制の構築 ・部品のリユース・資源循環の推進

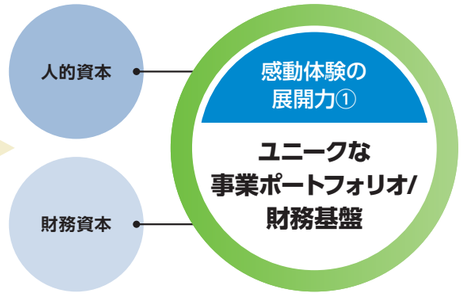
※各数値は26年3月末時点

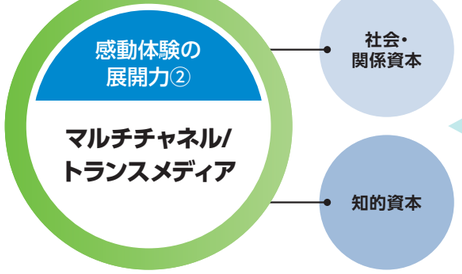
▶強みと主な非財務資本の関連性



セガサミーグループでは、多様な専門性や背景を持つ社員がそれぞれの個性を発揮し、アイデアの創出やサービス品質の向上に取り組んでいます。こうした人的資本を起点とした取り組みが、新たな感動体験の創出を支えています。さらに、教育投資やマルチカルチャー人財の育成を通じて、開発技術やIP創出力、グローバル展開に関する知見を組織知として蓄積・高度化し、知的資本の拡充につなげています。

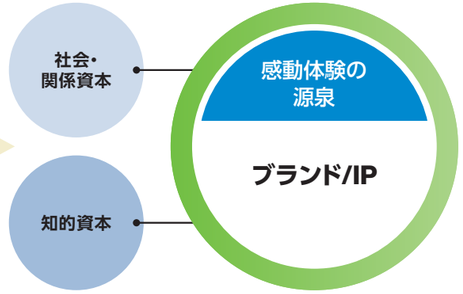
多様な専門性や経験を持つ人財が、エンタテインメントコンテンツ、遊技機、ゲーミングなど幅広い事業を横断的に支えています。各事業の特性に応じた企画・開発・運営を可能にすることで、変化の大きい市場環境にも柔軟に対応し、事業ポートフォリオの強化につながっています。豊富なIPを保有するエンタテインメントコンテンツ事業や安定的なキャッシュ創出力を持つ遊技機を含む多様なポートフォリオが、継続的な収益機会の創出やリスク分散を通じて、財務基盤の安定化に寄与しています。





多様な国内外の企業やクリエイター、流通・販売パートナーとの連携を通じて、マルチチャネルでの展開、トランスメディア戦略を推進しており、社会・関係資本の厚みがIPの多面的な展開を実現しています。こうした展開を通じて連携を強化するとともにファンとの接点を拡大し、IPの魅力や活用可能性を高めることで、知的資本を拡充しています。

長年にわたり培ってきたファンや連携パートナーとの信頼関係、ならびに継続的なコミュニケーションを基盤として、魅力あるコンテンツの提供に取り組むことで、ブランド/IPの価値向上を図っています。加えて、セガサミーグループが有する高い開発技術力は、製品・サービスの品質向上に寄与しており、ブランド価値を一層高める重要な要因となっています。また、製品・サービスの品質管理に加え、キャラクターやIPの利用・表現内容、対外発信についても適切な審査および運用を行っています。さらに、法令遵守や内部統制を含むガバナンス体制を整備し、透明性と責任ある運営を重視することで、ブランド/IPの価値の維持・保全に努めています。



マテリアリティ

サステナビリティもカラフルに
SEGASAMMY GROUP SUSTAINABILITY VISION

マテリアリティ特定プロセス

① 課題の抽出・重要度評価
2019年にCSR・SDGsに関する方針を策定し、専門家や投資家、社員とのステークホルダーダイアログを通じて得られた意見を取締役会にフィードバックし、当グループならではのマテリアリティ特定に向けた議論を重ねました。

② 課題の特定
2020年にはSASBモデルなども参考に事業との関連性を精査し、「感動体験を創造し続ける」というMission / Purposeのもと、コア事業が創出する価値に焦点を当てて現行の5つのマテリアリティを特定しました。

③ マテリアリティの決定と承認
2022年4月にグループサステナビリティ分科会で内容および情報開示について承認後、グループ経営戦略委員会（現グループ経営委員会）での議論を経て、取締役会の承認を受けました。

④ マテリアリティの進捗状況の確認および内容の見直し
各グループ会社においてマテリアリティごとに具体的な目標と進捗管理を行い、定期的な報告・評価やステークホルダーの意見、社会環境の変化を踏まえながら、継続的な見直しを行っています。

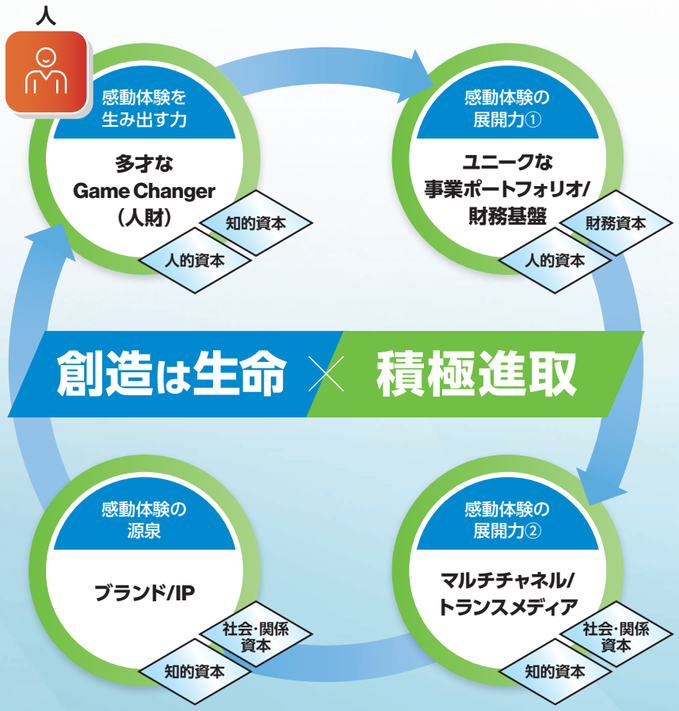
セガサミーグループのマテリアリティ		目標	2026年3月期実績	関連ページ
人 マルチカルチャー 女性活躍 中核人財育成 職場環境整備	感動体験を創造し続けるために、原動力となる人財・文化・環境への投資、「人的資本経営」の文脈で語られるアジェンダに継続的に取り組んで参りました。一人一人が“Game Changer”であり続けられるように、必要な人財投資と仕組みづくりを行っていきます。	・マルチカルチャー人財比率…約21%以上 ・女性管理職比率…約8%以上 ・教育投資額…平均4.5億円/年（累計40億円以上） ※セガサミーホールディングス、セガ、サミー対象 ・エンゲージメントスコア…58以上 ※国内主要グループ会社対象 いずれも2031/3期または2030年目標	・マルチカルチャー人財…24.5% ・女性管理職比率…8.8% ・教育投資額…4.1億円（累計18.8億円） ・エンゲージメントスコア…58.0（A）	・人事戦略 >>> P.50 公式サイト 人 https://www.segasammy.co.jp/ja/sustainability/group-sustainabilitymateriality/human/
製品／サービス	期待を上回る価値を提供し、世界中の人々の生活に彩りを与えるためには、「安心・安全と革新性」を両立させた製品／サービスの提供が必要不可欠です。グループ各社で、全ての製品／サービスに、重要課題と戦略を設定して取り組んでいます。	・セガブランド価値向上（エンタテインメントコンテンツ事業） ・業界No.1の地位確立（遊技機事業）		・エンタテインメント事業 >>> P.42 ・遊技機事業 >>> P.46 ・ゲーミング事業 >>> P.48 公式サイト 製品／サービス https://www.segasammy.co.jp/ja/sustainability/group-sustainabilitymateriality/products-services/
環境 Scope1,2 Scope3	環境への配慮は、企業が取り組むべき重要課題のひとつです。セガサミーグループは、事業活動による環境への影響を常に意識し、環境に関する法令や規制を遵守するとともに、環境負荷の低減や気候変動への対応に取り組みます。	Scope1,2 ・グループ全体で約50%～の削減（2030年） ・グループ全体カーボンニュートラル（2050年） Scope3 ・GHG排出量22.5%以上の削減（2030年）	・サプライヤーアンケート実施企業数（50社） ・サプライヤー説明会/勉強会（29社） ・取引先との個別対話（2社）	・環境（TCFD提言）>>> P.57 公式サイト 環境 https://www.segasammy.co.jp/ja/sustainability/group-sustainabilitymateriality/environment/
依存症	感動体験を創造し続けるセガサミーグループは、遊技機やゲームを安心して楽しんでいただくために、依存症やその他の障害の防止を業界における重要な社会的責任と考えています。私たちは、遊技機業界・ゲーム業界の各団体が進める取り組みに賛同し、適切な対応に取り組んでいます。 負の側面に真摯に向き合い、安心して楽しめる環境づくりを進めていきます。	・依存症に関する法令・規則・自主規則などの遵守 ・業界の健全な発展に貢献 ・依存症に関する産学共同研究の実施		・依存症 >>> P.56 公式サイト 依存症 https://www.segasammy.co.jp/ja/sustainability/group-sustainabilitymateriality/addiction/
ガバナンス	セガサミーグループはコーポレート・ガバナンスを企業行動の最も重要な基盤として位置づけています。企業経営の「効率性の向上」、「健全性の確保」、「透明性の向上」を「コーポレート・ガバナンスに関する基本方針」として掲げ、取締役候補者の選任、取締役報酬の決定、経営の監視、監査報酬の決定等、経営の重要な問題をこの方針に従い判断しています。	・継続して透明性の高い経営を実現し、中長期的な企業価値向上に資するコーポレート・ガバナンス体制を維持		・ガバナンス >>> P.58 公式サイト ガバナンス https://www.segasammy.co.jp/ja/sustainability/group-sustainabilitymateriality/governance/

価値創造プロセス

共通の価値観である「創造は生命×積極進取」を原動力に、4つの強みからなる価値創造サイクルを力強く回すことで、事業領域を拡げ、ジャンルを越え、国境を越えながら新しい感動体験を生み出していきます。エンタテインメントが社会に与えるインパクトを最大化し、「負」の影響の抑制に努めながら、社会的価値と経済的価値の両面での価値提供を続け、企業価値の最大化を追求してまいります。

創出した価値による資本の増強と強みのさらなる強化

インプット	事業活動	アウトカム
セガサミーの強み ～価値最大化のサイクル～	・事業領域の拡大 ・地理的拡大	企業価値の向上



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

製品/サービス　依存症　環境
自然資本
製造資本

マテリアリティの詳細は P.24

エンタテインメント
- ゲーム（フルゲーム・F2P）
- 映像
- アミューズメント機器
- TOY、プライズ、MD

詳細は P.42

遊技機
詳細は P.46

ゲーミング
詳細は P.48

ガバナンス

経済的価値の創出

エンタメ
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
遊技機業界No.1の地位確立

ゲーミング
第3の柱となる事業の確立

社会的価値の創出

製品やサービスを通じて「感動体験」を生み出し、世界中の人々に「彩り」を提供

Mission / Purpose

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。～

リスクと機会及び内的課題

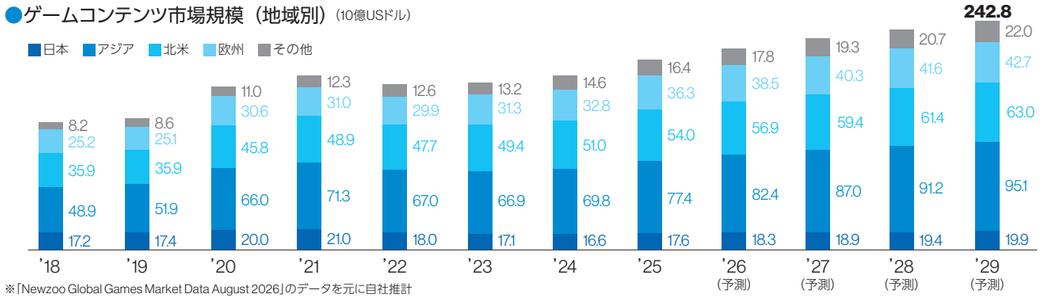
セガサミーグループは、市場環境の変化を的確に捉え、リスクに適切に対応するとともに、成長機会を確実に捉える経営判断を通じて、企業価値の最大化を目指します。

エンタテインメントコンテンツ事業

市場環境

グローバルゲームコンテンツ市場では、コンテンツ提供形態の多様化や、新興経済圏の成長による新たな市場の顕在化が進んでいます。また、全世界に向けてデバイス・プラットフォームを問わず、より長期にわたってコンテンツ・サービスを提供できる環境が整ってきていることから、ゲーム市場の成長に対する期待は継続しています。

●ゲームコンテンツ市場規模（地域別）（10億USドル）



※「Newzoo Global Games Market Data August 2026」のデータを元に自社推計

アミューズメント機器市場におきましては、円安に起因した原材料価格高騰の影響があるものの、プライズカテゴリーの好調は継続し、全体としては堅調に推移しています。

市場データ P.31

リスクと機会及び内的課題と対応策

リスクと内的課題	対応策
リスク ・消費者の可処分時間獲得競争の激化 ・AIの急激な進化・浸透による類似コンテンツの増加や競争環境の激化 ・開発費の増加 **内的課題** ・従来型の販売手法への依存 ・Rovioの事業再建	・主力IPの継続的な新作タイトル投入やプロモーション・コミュニティ強化などを通じたファンベースの強化 ・自社IPのトランスメディア戦略によるタッチポイント拡大と、収益性の確保・向上 ・コンシューマ分野における「売る力」の強化 ・Rovioにおける主力IPへの絞り込み、セガ・Rovio共同でのトランスメディア展開の推進
機会	**機会を最大化するための取り組み**
・ゲームIPを始めとしたIPビジネスへの需要の拡大	・競争力の高い製品・サービスの開発・提供に向けた投資の継続 ・ゲーム強化及びトランスメディア戦略を通じた主力IPの更なる拡大

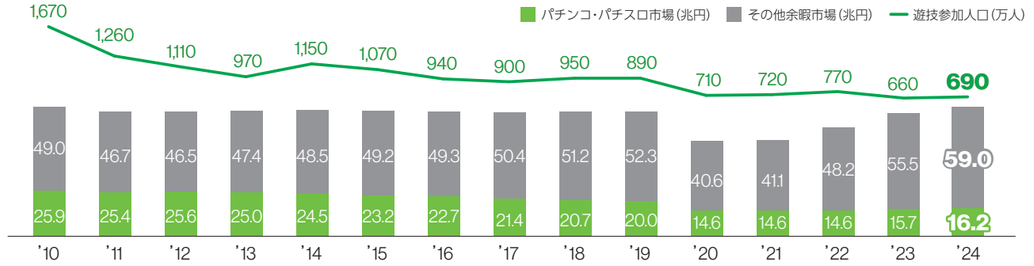
エンタテインメントコンテンツ事業ページ P.42

遊技機事業

市場環境

1995年以降の遊技人口減少を背景に、パチンコホール軒数や設置台数、遊技機の年間回転率は長期的に減少しています。一方、店舗の大型化等により1店舗当たりの設置台数は増加傾向にあります。足元ではスマートパチスロがパチスロ市場を牽引しており、パチンコ市場においてもスマートパチンコやラッキートリガー搭載機の普及による回復が期待されています。

●パチンコ・パチスロ市場、その他余暇市場規模および遊技参加人口推移

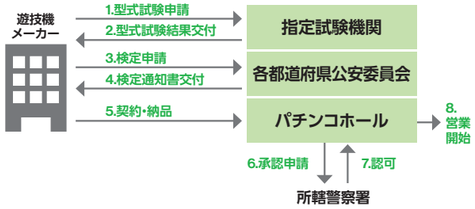


出所：「レジャー白書2025」日本生産性本部

その他市場データ P.31

遊技機の許認可プロセス

遊技機メーカーは新機種の販売を行う際に、「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」に基づく複数の許認可プロセスを経ることが義務付けられています。



リスクと機会及び内的課題と対応策

リスクと内的課題	対応策
リスク ・遊技機市場の縮小 ・遊技機関連規則等の変更 ・原材料の調達リスク ・依存症 **内的課題** ・IP獲得競争の激化	・人気IP・新規IP活用を通じたブランド力強化によるシェア拡大 ・分離筐体の推進をはじめとした業界活性化施策の実施 ・規制状況のモニタリング、規制改正に柔軟に対応できる開発体制の構築 ・部材調達先の分散、部材共通化、分離筐体による部材極小化 ・業界を横断した「のめり込み」対策への取り組み P.56 ・パートナー企業との継続的な信頼関係の構築 ・製作出資や協賛への注力
機会	**機会を最大化するための取り組み**
・規制見直しにより、ゲーム性の幅が広がることによるユーザー層拡大の可能性	・人気IPの新規活用による新たな主力シリーズの創出 ・スペックレンジの拡大

遊技機事業ページ P.46

ゲーミング事業

市場環境

ゲーミング市場は、オンラインゲーミングの合法化に伴い、スポーツベッティング、iGaming市場が急成長しています。そういった環境の中、特に北米を中心としたランドカジノも安定した成長が継続しています。今後も、オンラインゲーミングの拡大を背景に、中長期的な成長が期待されています。

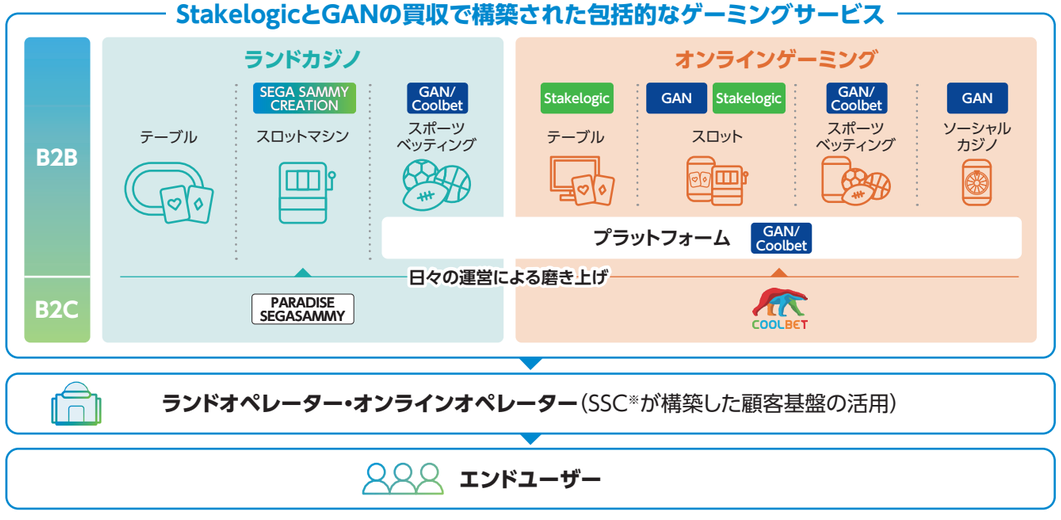
市場データ P.31

リスクと機会及び内的課題と対応策

リスクと内的課題	対応策
リスク ・法規制等の変化 ・競合大手との競争激化 ・依存症 **内的課題** ・GAN、Stakelogicの収益性向上	・正式なゲーミングライセンスの下での運営とライセンス維持、各国の規制動向のモニタリングと適切な対応 ・グループにおける独自の強みや技術力の活用 ・ネバダ州のResponsible Gamingに登録、ギャンブル依存症についての産学共同研究 ・GAN、Stakelogicの事業再生プログラムの推進
機会	**機会を最大化するための取り組み**
・オンラインカジノ市場の急速な拡大 ・北米ランドカジノ市場におけるオンライン化のニーズ	・ゲーミング機器販売で獲得した顧客基盤に向けて、オムニチャネル環境構築のためのB2Bソリューションを提供

ゲーミング事業ページ P.48

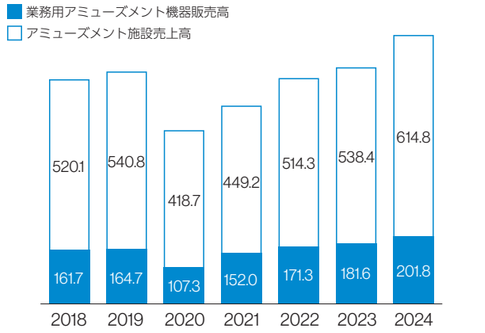
セガサミーにおけるオムニチャネル構想



※セガサミークリエイション

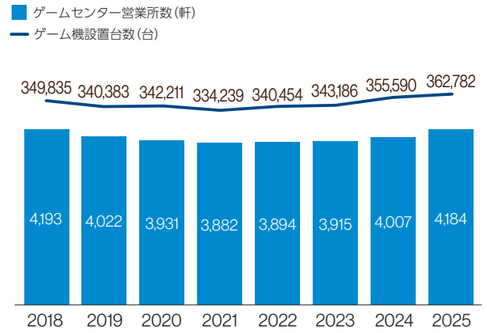
エンタテインメントコンテンツ事業（アミューズメント業界市場規模）

●国内アミューズメント機器・アミューズメント施設売上高



出所：アミューズメント産業協会

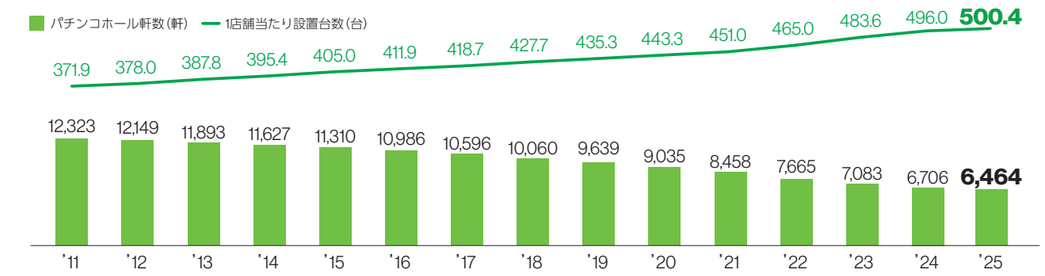
●ゲームセンター営業所数、ゲーム機設置台数



出所：警察庁

遊技機事業

●パチンコホール軒数と1店舗当たりの設置台数推移

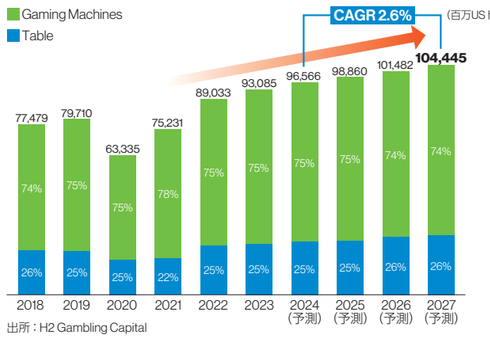


出所：警察庁

遊技機事業の市場データ詳細は当社Webサイトをご覧ください。
https://www.segasammy.co.jp/ja/ir/management/strategy/#004

ゲーミング事業

●北米ランドカジノ



出所：H2 Gambling Capital

●北米オンラインゲーミング（Online Sports Betting/iGaming）

