エンタテインメントコンテンツ事業

ゲーム販売の強化と
トランスメディア戦略の拡大を通じて、
着実な収益成長を目指します。



セガサミーホールディングス株式会社　取締役
株式会社セガ　代表取締役　社長執行役員COO　**内海 州史**

現中期計画における成果と課題

エンタテインメントコンテンツ事業においては、これまでコンシューマゲームの全世界同時発売やマルチプラットフォーム展開、様々なプラットフォーマーとの連携を通じたサブスクリプションサービスの積極展開などにより着実にグローバルでの売上を伸ばしてきました。同時に、継続的に開発力・商品力強化に向けた投資を行うことで、高品質なコンテンツを安定的に生み出せる体制を整備してきました。加えて、今中期計画ではトランスメディア展開を本格化することで、IP価値の向上と、新たな収益機会の創出につなげました。こうした取り組みの結果、「ソニック」、「ペルソナ」、「龍が如く」に代表される主力IPがグローバルで大きく成長しました。

一方で、高品質なコンテンツを販売成果につなげるための「売る力」には改善の余地があり、大きな課題であると認識しています。今後はファンダム（ファンベース）を通じた話題作りやIP認知の拡大に加え、データドリブンなデジタル販売の強化などを通じて、各ゲームタイトルのライフタイムでの販売最大化を目指します。

また、モバイルゲーム市場における競争激化等の影響によりRovioの業績が悪化し、2026年3月期には減損損失を計上する結果となったほか、F2Pタイトル「ソニックランブル パーティ」の不振、Super Game開発中止など、GaaS領域においては苦戦を強いられました。

Rovioについては、主力モバイルタイトルである「アングリーバード2」において、継続的なアップデートやイベント開催等により既に売上の回復傾向がみられています。今後は既存主力タイトルの強化や「アングリーバード」や「ソニック」などの有力IPに開発リソースを集中させ、セガグループとの連携によるトランスメディア展開を推進するとともに、アプリ外決済の活用による利益率向上や規律あるコスト管理といった収益性向上施策により、事業の立て直しを図っていきます。

Rovio以外のGaaSについては、これまでに蓄積した開発アセット等は今後のプロジェクトに活用しつつ、同領域への投資配分は見直しを行います。今後はフルゲーム開発に重点を置き、中長期的な収益基盤の拡大を図りつつ、GaaSへの取り組みも、選択と集中を進めた上で、継続していきます。



「ソニックレーシング クロスワールド」
©SEGA



ソニックの商品化展開の一例

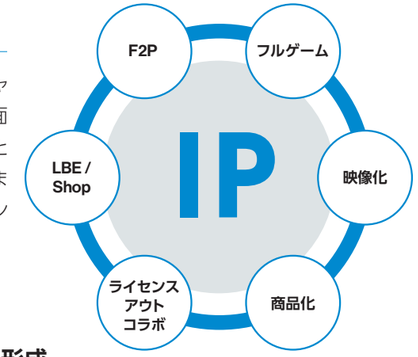
今後の戦略

事業の中核を担うゲームの強化

先述の通り、今後は事業の中核を担うフルゲームに経営資源を集中し、より一層の強化を図っていきます。「ソニック」、「ペルソナ」、「龍が如く」をはじめとする主力IPを中心に、売り方改革を着実に推進するとともに、トランスメディア戦略との連動を通じて、ゲーム販売の最大化を目指します。加えて、既存F2Pタイトルの運営強化により収益基盤の安定化を図るとともに、サブスクリプションサービスなど外部プラットフォームの活用を進めることで、多様な収益機会の創出を図っていきます。

トランスメディア戦略のさらなる拡大

高いポテンシャルを持つIPを、ゲームを主軸としつつ映像、音楽、マーチャンダイジング、ロケーションベースエンタテインメントなど様々な分野で多面的に展開し、ユーザーとのタッチポイントの拡大と収益拡大を同時に図ることで、IP価値の向上を目指す「トランスメディア戦略」を引き続き推進していきます。既に成功を収めている「ソニック」に加え、「龍が如く」、「ペルソナ」、「アングリーバード」等の主力IPのトランスメディア展開もさらに拡大していきます。



■ゲームの強化とトランスメディア展開の両軸からのファンダム形成

セガの収益の源泉であるゲームを起点として、パートナーやインフルエンサーとの協業によりタイトル認知の拡大と販売成果の最大化を図ります。また、トランスメディア展開を通じてIPとのタッチポイントを広げ、ファン層のさらなる拡大を進めます。このように、ゲームとトランスメディアの両輪でファンベースを大きく育てることで、フルゲーム新作の販売拡大に加え、過去作などのリピート販売を支える強固なユーザー基盤の構築につなげていきます。



SEGA STORE TOKYO



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

2026年3月期はGaaS領域での苦戦やRovioの減損損失の計上など、課題が残る結果となりましたが、主力IPの成長や、トランスメディア事業の伸長といった確かな成果もあげることができました。今後は各課題に真摯に向き合いながら、世界中のファンにセガのIPを通じた感動体験を提供し続けることで、セガグループの企業価値の向上に貢献していきます。

事業の中核を担うゲームの強化

主力IPのフルゲーム強化と今後の展開パイプライン

2027年3月期には、RGGスタジオ（旧・龍が如くスタジオ）の完全新作「STRANGER THAN HEAVEN」や全世界で高い評価を受けるペルソナシリーズ4作目のリメイク「ペルソナ4 リバイバル」を含む4本の主力タイトルの投入を予定しています。また、2028年3月期においても4本以上の主力タイトルの投入を計画しているなど、今後の成長につながる豊富な開発パイプラインを用意しています。その上で、ライフタイムで販売本数を拡大していくべく、売り方改革をしっかりと実践していきます。

2027/3期　主力タイトル4本（欧州IPタイトル含む）



「STRANGER THAN HEAVEN」(27/1/15)



「Football Manager 27」(26/11/10)



「ペルソナ4 リバイバル」(27/2/18)

※他、主力タイトル1タイトルの発売を予定

（参考）発表済みタイトルラインナップ※



「クレイジータクシー:
ワールドツアー」(27年)



「VIRTUA FIGHTER
CROSSROADS」(27年)



「ペルソナ6」



「トータルウォー:ウォーハンマー40,000」





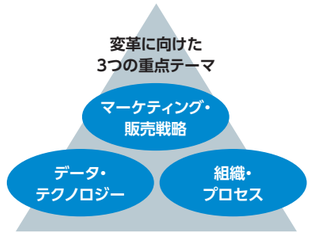
「トータルウォー：メディーバル3」「エイリアン：最後の生存者」

※2026年6月時点

売り方改革

■グローバルパブリッシング体制へ

マーケティング・販売戦略、データ・テクノロジー、組織・プロセスの3方向から「売る力」の強化を進めます。その一環として、組織・プロセス面では、従来日本を含むアジア地域と欧米地域に分かれていたパブリッシング組織を統合し、グローバルな組織体制へ移行しています。また、データ・テクノロジー面では、地域ごとに分散していた顧客データやマーケティングの知見を集約し、2027年3月期から共通のKPIとデータベースに基づくデータドリブンな販売・マーケティング活動を推進する体制を構築しました。



グローバルパブリッシング
データドリブンでの「売る力」の強化

■従来型の広告から新たなメディアを活用した継続的なプロモーションへ

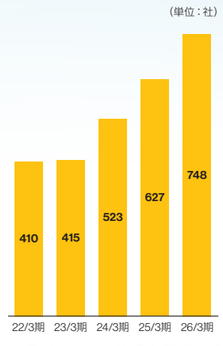
従来は、新作タイトルごとに発売日をピークとしたプロモーションや、既存メディアを中心としたマーケティング手法に依存していましたが、今後は、様々なSNSの活用やインフルエンサーとの協業を通じて、早期から自発的な情報発信や話題化を促進することで、IPの認知とファンベースの拡大を図ります。さらに、新作販売などのタイミングに合わせて、トランスメディア展開や過去作のプロモーションなどを実施することで、IP全体で収益機会を拡大していきます。「STRANGER THAN HEAVEN」と「ペルソナ4 リバイバル」では、既に具体的な取り組みを始めています。過去作と比較してより早期からマーケティングを開始することでユーザーとの接点を作り、パートナーやインフルエンサーとも連携しながら話題創出を仕掛けています。指標の一つとしているウィッシュリストの登録数は、シリーズ過去作を大きく上回る水準で、順調に推移しています。このように発売前からユーザーの関心度を可視化し、その反応を踏まえて次のプロモーションにつなげることで、タイトルのモメンタムを高め、発売時点で大きなファンベースと期待感を形成した上で販売成果につなげていくことが、我々が目指している売り方改革となります。今後の大型タイトルの販売に向けて、さらに取り組みを強化していきます。

トランスメディア戦略

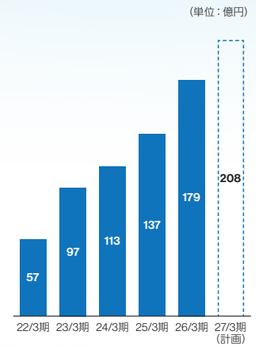
ライセンスアウトビジネス

「ソニック」の映画シリーズのヒットを契機に、グローバルでライセンス収入、ライセンシー数ともに拡大を続けています。今後は「ソニック」で構築した販路やパートナーとのネットワークを活用し、他の主要IPにおけるトランスメディア展開をさらに推進していきます。合わせて、これまで成長を牽引してきた北米市場に加え、日本やアジア市場での展開も強化していきます。2026年1月からは、「アングリーバード」IPについても、セガグループのグローバルパートナーネットワークを活用しながら、ライセンシングやマーチャンダイジングを含む多面的な展開を進めており、アジア地域における販売拡大にも期待しています。このようにIPの特性に合わせて、グローバルでそれぞれのIPの価値をさらに高めていきます。

ライセンシー社数※1推移



ライセンス収入推移※2



※1 ライセンシー社数は、その期に売上を計上した取引先数
※2 ソニック映画の配分収入は含みません
※24/3期～26/3期におけるライセンス収入のRovio分は概算値

トランスメディア展開における注力ポイント

トランスメディア展開においては、今後、「ソニック」に加え、「ペルソナ」、「龍が如く」、「アングリーバード」などの主力IPの展開を強化し、複数IPによる収益基盤の強化を進めていきます。また、ライセンシーとの接点拡大と関係強化にも注力し、ライセンシーに向けたライセンシングキックオフ等の自社運営イベントや、ライセンシングエキスポ等大規模イベントへの出展により新たなライセンシーの開拓や事業機会の創出を図っていきます。さらに、ポップアップストアや常設店舗、ライセンスアウト型の施設展開など、ストアやロケーションベースエンタテインメント（LBE）の展開も強化し、ファンとの接点拡大とIP価値の向上につなげていきます。

また、「ソニック」は今年35周年を迎え、2027年3月には映画「Sonic the Hedgehog 4」の公開を予定しています。「ペルソナ」も30周年の節目を迎えましたし、「The Angry Birds Movie 3」（原題）も2026年12月に公開を予定しています。こうしたイベントなども活用しながら、今後もトランスメディア展開をさらに加速させていきます。

ソニック35周年





ペルソナ30周年



アングリーバード



「The Angry Birds Movie 3」（原題）

©SEGA
©ATLUS. ©SEGA.
© Sports Interactive Limited 2026. All rights reserved.
© Games Workshop Limited 2026. Published by SEGA.
© Creative Assembly 2026. © SEGA.
TM & © 2026 20th Century Studios. All rights reserved. Alien: Isolation 2 game software, excluding Twentieth Century Studios elements © SEGA. Developed by The Creative Assembly Limited. SEGA is registered in the U.S. Patent and Trademark Office. Creative Assembly and the Creative Assembly logo are registered trademarks or trademarks of The Creative Assembly Limited. SEGA and the SEGA logo are registered trademarks or trademarks of SEGA CORPORATION. All other trademarks, logos and copyrights are property of their respective owners.
© 2026 Paramount Pictures and Sega of America, Inc.
©SEGA / Angry Birds and all related properties, titles, logos, and characters are trademarks of Rovio Entertainment Ltd. and Rovio Animation Ltd. and are used with permission. All Rights Reserved.