

セガサミー マネジメントミーティング 2023

2023/12/12, 13

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、予めご承知おきください。

グループ全体の概況

セガサミーホールディングス(株)
代表取締役社長グループCEO

里見 治紀

取締役 専務執行役員 グループCFO

深澤 恒一

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

2年ぶりのマネジメントミーティングの開催となりました。お集まりいただきありがとうございます。

今回は2日に分けて開催することとし、本日はエンタテインメントコンテンツ事業、明日は遊技機事業と財務・成長戦略についてそれぞれご説明いたします。

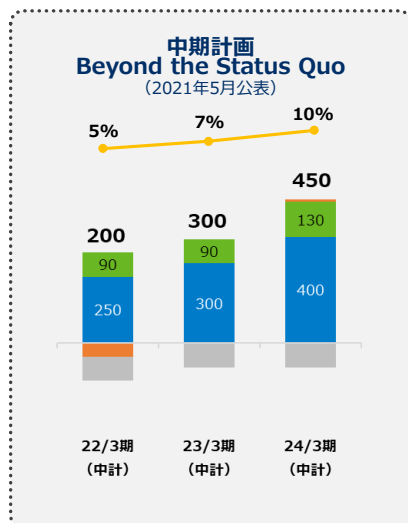
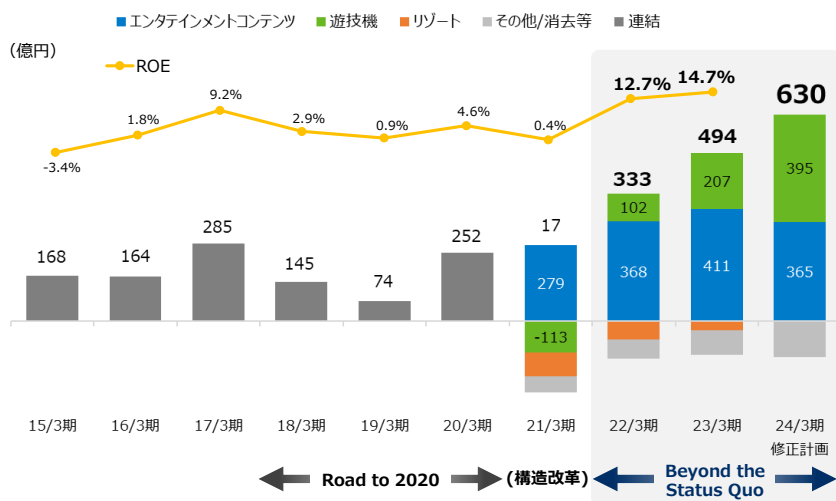
今回のご説明をもって今後の弊社戦略についてご理解を深めていただければと思います。それでは私から、グループ全体の中期計画の進捗、成果と課題についてご説明いたします。



弊社グループのミッションピラミッドです。

Mission/PurposeとVision、及び三つの事業ユニットの戦略については、中期計画発表時から変更ございません。

エンタテインメントコンテンツ事業が成長を牽引、遊技機事業が大きくV字回復



中期計画期間における経常利益とROEの推移です。

エンタテインメントコンテンツ事業が全体の成長を牽引してまいりました。一方で、遊技機事業はコロナ禍による構造改革期という苦しい時期がありましたが、その後、経常利益は100、200、400億円と倍増を重ね、現在は完全に回復しています。

これらの結果、当初は中期計画最終年度の経常利益目標を450億円としておりましたが、着地としては大幅に上振れる見込みです。一方で、事業成長の牽引役であった消費分野において欧州事業での課題が顕在化し、早急な対応が必要となっています。

エンタテインメント
コンテンツ事業
(コンシューマ分野)

- 着実な利益成長を実現
- 欧州での課題が発生
- 日本管轄IPが好調

遊技機事業

- 安定的なキャッシュカウ事業へ回復
- パチスロが業績回復を牽引
- スマパチのヒット創出は課題

全社

- 成長投資を実行 (Rovio、GAN)
- 方針に基づき株主還元を実行

中期計画の成果と課題です。

エンタテインメントコンテンツ事業については、これまで順調に推移してきましたが、欧州での課題の顕在化に伴い目下対応していますので、詳細は後ほどご説明いたします。なお、国内管轄のIPについては好調に推移しています。

Day1

2023/12/12

SEGA Sammy

エンタテインメントコンテンツ事業の概況 現中期計画の総括

(株)セガ
代表取締役社長COO

杉野 行雄

-6-

スピーカー：株式会社セガ 代表取締役社長COO 杉野 行雄

杉野でございます。今日はお忙しい中お時間を割いていただきありがとうございます。
私からは、今年が最終年度になる現中期計画の振り返り、総括をご説明いたします。



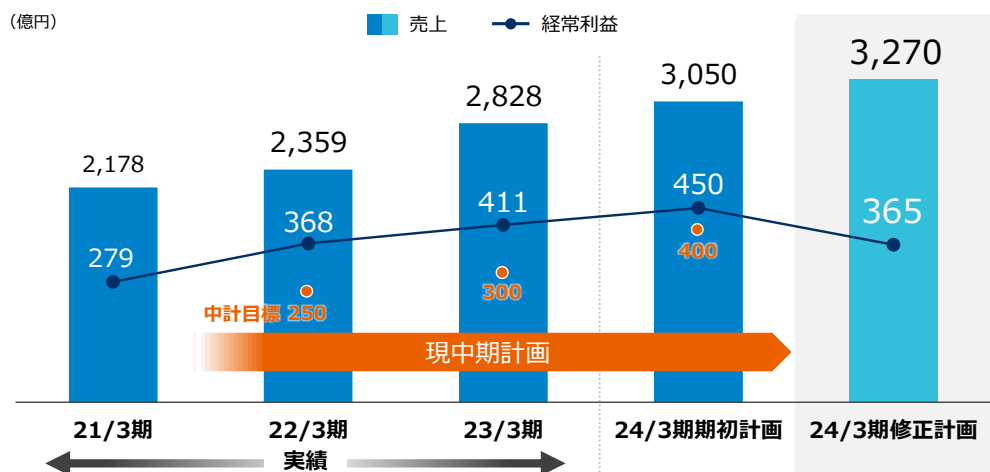
3年前に、今後3か年の重点戦略、より長期の5か年の重点戦略について、戦略ポートフォリオという形でご説明しました。

戦略①では、既存のIPをグローバルなブランドとして確立し、成長させることを掲げています。

戦略②では、より長期の戦略として、Super Gameというグローバルでスケールするタイトルの創出を目指すこととしました。そしてさらに、過去IPのライブラリ拡充を図るため、過去IPを活用したタイトルの開発や新たなビジネスモデルへの対応に取り組んでいます。

左下の象限では、事業規模の適正化、収益性重視を掲げ、国内市場を中心とした国内モバイル、AM機器事業を適正なビジネスサイズとし、過度なチャレンジはしない方針で進めてきました。

現中期計画において1, 2年目は売上・利益共に順調に成長
3年目の更なる成長を計画していた



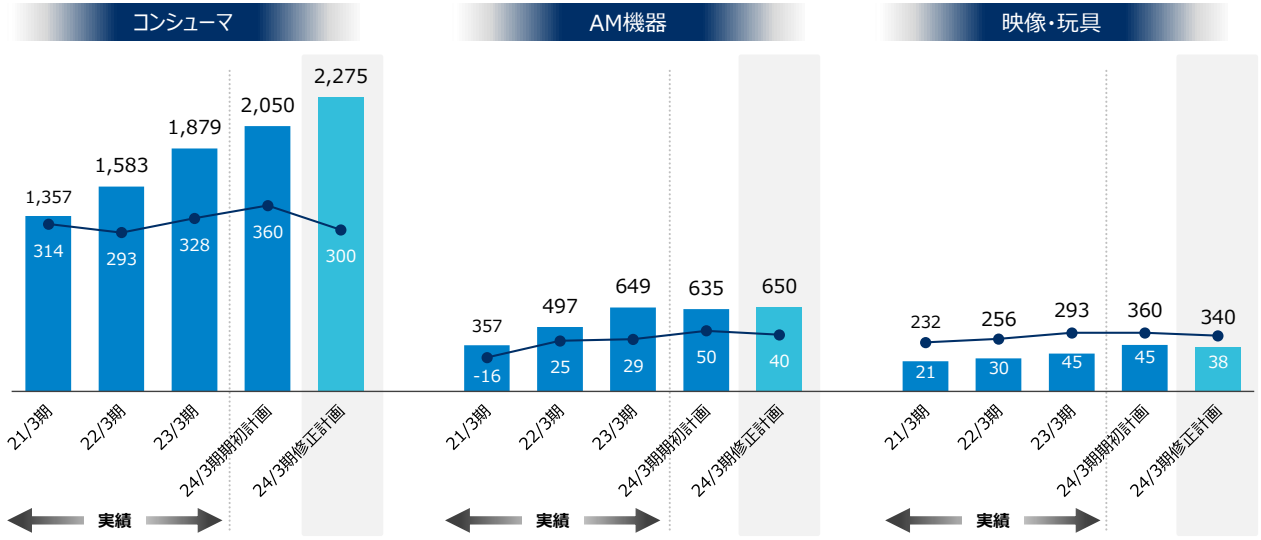
エンタテインメントコンテンツ事業の業績推移です。

現中期計画では、最終年度である2024年3月期は経常利益を400億円としていました。1年目、2年目は、それぞれ250億円、300億円という計画を順調に達成し、3年目は450億円という中期計画よりさらに高い目標を掲げていましたが、計画の見直しにより365億円を目指すこととしています。

サブセグメント別業績推移

■ 売上 ● 営業利益

(億円)



サブセグメント別に分解してお話します。

コンシューマ分野について、今期初計画では営業利益360億円を掲げておりましたが、修正計画では300億円としています。

AM機器分野について、現中期計画期間では、アフターコロナにより売上が回復基調にあります。大きな成長ではありませんが、市場の回復に伴い利益が出てきているという状況です。ただし、玩具も同様ですが、為替の影響、資源価格高騰などコスト高の影響を受けており、修正計画で営業利益を期初計画から引き下げています。

映像・玩具分野についても、同様に右肩上がりです。ただし、映像事業が名探偵コナンを中心に好調な一方、玩具事業は、AM機器と同じ理由で今期はマイナス影響を受けており、修正計画では売上、営業利益ともに引き下げています。

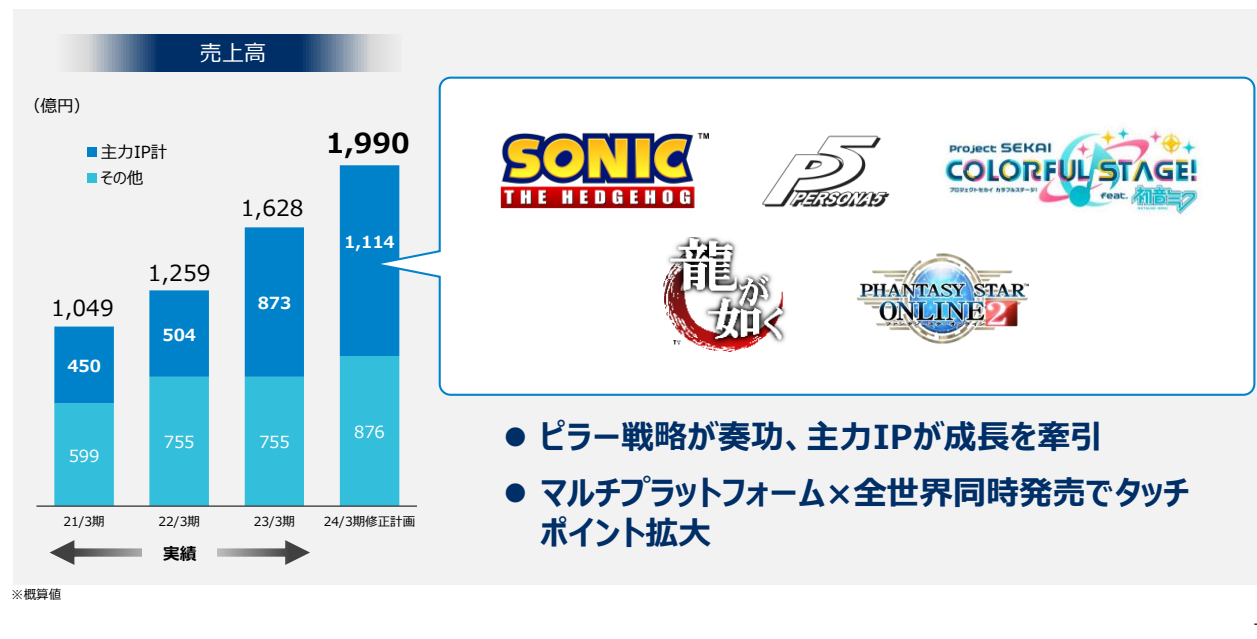
AM機器分野、映像・玩具分野



AM機器分野と映像・玩具分野について、それぞれもう少し分解し、定性的なお話もいたします。

AM機器は、売上において、ここ2年間は650億円内外で推移しております。コロナ禍より市場が回復し、特にプライズ市場が好調なため、右肩上がり強い伸びを示しています。弊社といたしましては、業界トップシェアのUFOキャッチャー® シリーズと、多様なIPのプライズ商品を販売し、堅調な結果となっています。

映像も順調に伸びており、今期公開の劇場版『名探偵コナン 黒鉄の魚影』の興行収入は過去最高の138億円超となりました。『範馬刃牙』は、Netflix全作品中、一時的ではありますがグローバルNo.1を記録し、映像がグローバルに伸びていきかけになっていると認識しています。その他、著作権ビジネスも拡大しています。

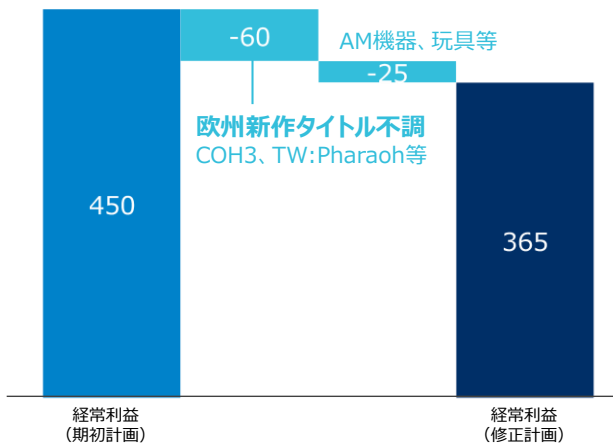


コンシューマ分野は、売上高としては右肩上がりに伸びておりまして、2024年3月期の修正計画においても、前期比300億円弱の売上増加を見込んでいます。

特に、棒グラフの濃い青の部分が示す主力IPに関しましては、21年3月期で450億円の売上から1,114億円となり、この3年間、コンシューマ分野の成長を牽引してきました。マルチプラットフォーム、全世界同時発売によるタッチポイント拡大を実行してきたことが奏功したと認識しています。

欧州事業の不振を主要因として、今期業績を下方修正

(億円)



- 欧州新作タイトル不調等により
経常利益を85億円引き下げ
- 特別損失129億円を折り込み

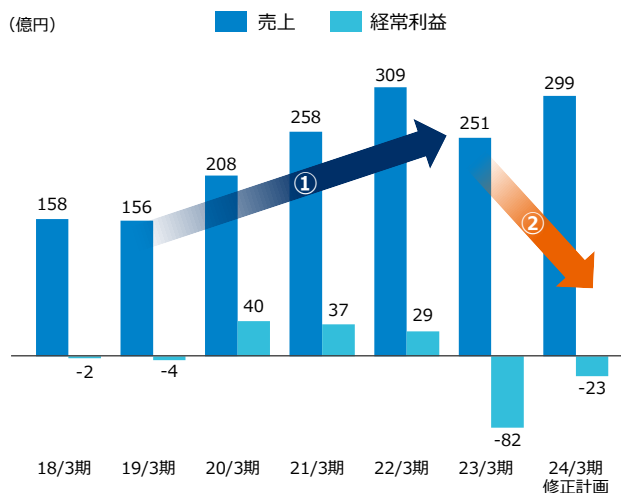
-12-

反面、既報のとおり、欧州事業の不振を主要因として、今期の経常利益計画を下方修正しました。

期初計画では450億円としていましたが、欧州スタジオ開発タイトルである『Company of Heroes 3』と『Total War: PHARAOH』の不振等から、60億円引き下げています。AM機器、及び玩具では主に為替の影響から25億円引き下げ、合計で85億円引き下げており、エンタテインメントコンテンツ事業全体の修正計画において経常利益を365億円としています。

さらに、欧州スタジオ開発タイトルの一部を中止して構造改革に踏み切ることで、特別損失129億円を織り込んでいます。

欧州事業業績推移



※概算値

各スタジオ権限を重視した経営の展開



①業績拡大期

- ポートフォリオ拡大に挑戦 (PCメイン)
- 各スタジオが体制を増強
- コロナの影響もあり開発遅延が発生

事業環境の悪化

②業績低迷

- 売上低迷
- コスト肥大化

改めて、欧州事業不振の要因について定量・定性両面でお話します。

2020年3月期から22年3月期までは売上は順調に伸びていました。反面、チャレンジもしていこうと投資を増やしたことから、経常利益は徐々に減少していました。23年3月期には、売上は251億円、経常利益は▲82億となりました。24年3月期となる今期は新作が多いことから、売上は伸びて299億円、経常利益は▲23億円となる見込みです。

スライド右側で、各時期の状況をご説明しています。

20年3月期からの3年間は欧州の各IPは順調に伸びていました。GaaS*化の市場トレンドを踏まえ、開発チームがユーザーと直接つながる形で各IPを運営していくこととし、開発に近い位置にマーケティング機能を配置し、各スタジオの自律性を尊重してきました。それが、①の業績拡大期です。

PCメインでありながらも、ポートフォリオ拡大に挑戦し、オンラインゲーム化、新しいIPへのチャレンジなど、各スタジオがそれぞれ成長を目指して体制を増強してきました。そこにコロナ禍が起き、強制的に働き方が変わる中で開発遅延やタイトルの質の低下が発生しました。そうした危機の発見が遅れたというのが現状です。

欧州ゲーム市場の環境悪化とゲームの質低下により売上が低迷し、人員増強によるコストが肥大化しています。コストの肥大化については、スタジオの自律性を尊重するあまり、投資判断への牽制機能が適切に働かず、健全な議論がなされてこなかったことも大きな要因と考えています。

* Games as a Serviceの略

1

中期ラインナップ
の見直し

- 全タイトル市場価値再評価、一部タイトル中止
- 欧州Keyタイトル強化、マルチプラットフォーム化

2

固定費最適化・
投資効率改善

- 事業規模に合った適正サイズへのスリム化

3

開発/販売体制・
管理体制見直し

- “Chief Revenue Officer”設置
- 開発プロセス強化（客観性ある品質・市場性評価）
- 組織体制の全面見直し

そのような背景を踏まえ、現在、欧州構造改革を進めています。

主に掲げているのはこちらの三点です。

1点目は、中期的なラインナップの見直しです。従来は開発チーム主導でタイトル価値を評価してきましたが、外部の牽制機能の目を通すことで再評価し、『Hyenas』のような一部タイトルを中止する一方、価値を認めたタイトルについてはKeyタイトルとして強化していきます。

2点目は、固定費最適化・投資効率改善です。タイトルを再評価していく中で、新しい体制、タイトル数、投資の規模が決まってきますが、組織をその規模に対して最適なサイズとしていくことにもすぐに取り組んでいきます。

3点目は、開発スタジオの外にChief Revenue Officerという、収益性の向上をミッションとした責任者を配置します。また、開発プロセスの見直しやヨーロッパ事業全体、バリューチェーン全体の組織体制の聖域なき見直しも行います。こちらも今まさに取り組んでいる最中です。

健全な議論の土壌整備

スタジオに寄った目線から、パブリッシングの目線も入れて健全な議論を促進し、より良い事業プランを策定できるよう体制整備

ガバナンス強化

開発プロセスの各マイルストーンにおいて、客観的な品質&市場性評価を実施結果を踏まえ、プロジェクト中止を迅速に判断

この度の件を教訓とし、私たちが今後大事にしていく考え方をご紹介します。

一つ目は健全に議論できる土壌の整備です。日本と米国の間では、日本のスタジオ開発のタイトルについて日常的に健全な議論を重ねることで、より良いビジネスプランを策定し、販売本数を伸ばしてきたという事実があります。そうした良い点を、ヨーロッパのスタジオにも移植していきます。

二つ目はガバナンスの強化です。品質、及び市場性を、客観的に定量・定性両面において評価します。結果、プロジェクト中止だけでなく、前期の『ソニックフロンティア』のように、期中にプロモーション費用を増額し、売上を伸ばせた例もあります。見込みがあれば、体制整備も含め、投資していきます。つまり、ガバナンスを強化していきたいということです。

積極的な成長投資

5年で最大1,000億円規模の追加投資

グローバルモバイル領域の強化



Super Game創出

鋭意開発中

※日本スタジオ

中期的な成長投資については、従来から5年で最大1,000億円規模の追加投資ということをお話しています。グローバルモバイルは大きなマーケットであり、注力していくべく、Rovioを買収しました。

Super Gameは鋭意開発中となります。『Hyena』とは異なる体制で、日本スタジオにてアメリカと日々やり取りしながら開発を進めています。

- ▶ 欧州は**マネジメント上の課題**も多く、
大きな反省材料として今後活かしていく
- ▶ 日本スタジオ主軸の**Pillar戦略**が**奏功**し、
大幅な成長を実現
- ▶ 積極的な成長投資により**Rovio社買収**を**実行**
- ▶ Super Gameの開発は一朝一夕には行かないが、
時間をかけて**開発に取り組む体制**が出来て来ている
(=ポートフォリオの安定化)

現中期計画の総括です。

欧州事業においては、私どもを含めたマネジメント上の課題も多く、大きな反省材料として今後活かしていきます。

日本の開発スタジオ主軸のPillar戦略は順調であり、更なる成長を実現していきます。

積極的な成長投資では、グローバルモバイル強化に取り組みます。Rovioを核にしながら推進していきます。

Super Gameの開発は一朝一夕にはいきませんが、多様性を取り入れながら時間をかけて開発に取り組む体制ができてきていますので、引き続き開発を進めていきます。

私からは以上です。ありがとうございました。

Day1

2023/12/12

SEGA Sammy

コンシューマ分野の成長戦略

(株)セガ
代表取締役副社長Co-COO

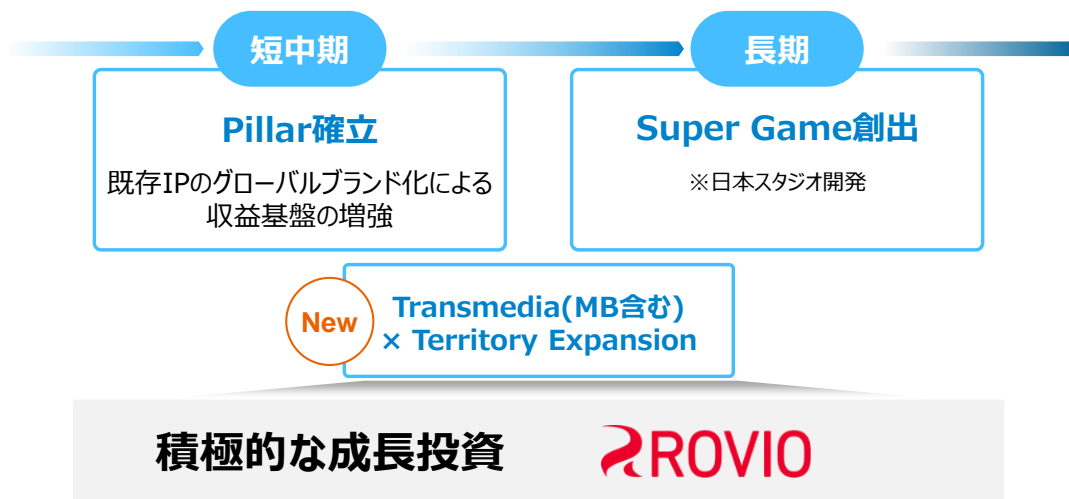
内海 州史

-18-

スピーカー：か部株式会社セガ 代表取締役副社長Co-COO 内海 州史

内海です。よろしく申し上げます。私からは、下期以降の成長の方向性についてお話しします。

グローバルリーディングコンテンツプロバイダーへ



現中期計画では、主力IPとなるPillarをグローバルブランド化することに注力しています。加えて、長期目線の戦略的な目標としてSuper Gameの創出を掲げ、日本スタジオ主導で開発を推進しています。

今後はさらなる成長を実現させるための新たな中期的な戦略軸として、モバイルを含んだTransmedia、Territory Expansionに注力していきます。

「主力IP」をグローバルブランドとして成長させてきた



1

タッチポイント
の拡大

- マルチPF対応
- テリトリーエクспанション
- マルチ言語対応

2

プロダクトライフサイクル
の長期化

- IP資産の活用
- デジタル販売強化
- マルチマネタイズ

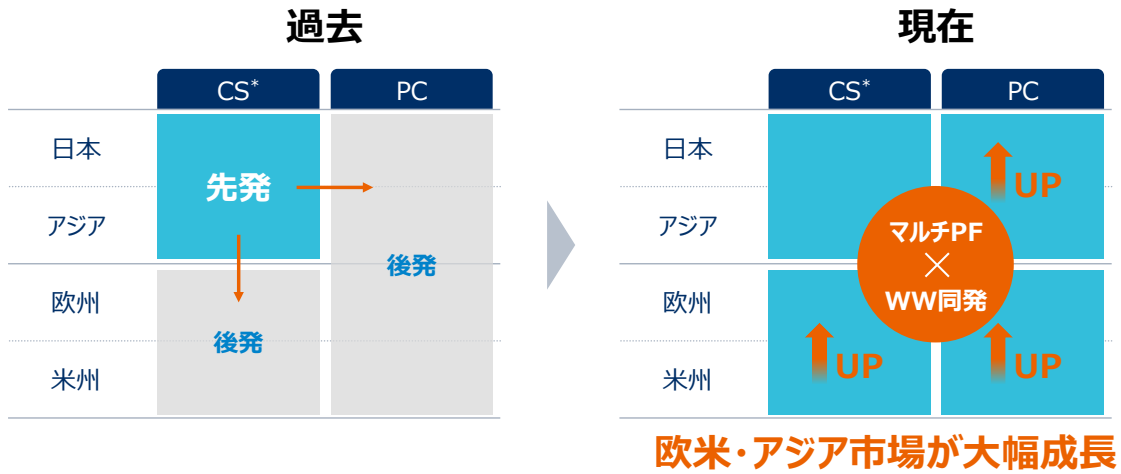
3

ユーザーエンゲージメント
の強化

- コミュニティマネジメント
- メディアミックス強化

現中期計画の柱であるPillar戦略を端的に申しますと、「ソニック」、「ペルソナ」、「龍が如く」といった主力IPをグローバルブランドに成長させるというものです。

展開の塊を大きくすることで話題性の醸成が可能に



* CS : コンソール

マルチプラットフォーム・全世界同時発売への取り組みだけでなく、マーケティング活動にも力を入れています。

オフィス内に映像配信用のスタジオを作り、ソーシャルメディアを通じてユーザーと直接つながる機会を持っています。このような活動を通してタイトルのライフサイクルを伸ばす、ユーザーエンゲージメントを向上する、といったことの実現に向けて努めてきました。

こちらの図はマルチプラットフォーム・全世界同時発売を徹底したことによる効果を示したものです。

左側が過去の取り組みです。過去は、まずはCS（コンソール）向け、日本とアジアでの販売を行い、PCでの展開、欧米での販売は後から行っていました。現在は地域、プラットフォームによる時差をなくし、マルチプラットフォーム・全世界同時発売とすることで、売上が増加しています。プライオリティを上げた場所でより効果が出るという、期待した通りの結果につながっています。

- ▶ PCへの注力で特に**アジアの販売**を強化
- ▶ **パブリッシング体制**の強化
- ▶ **多言語対応**の強化
- ▶ **グローバルバリューチェーン**の改善

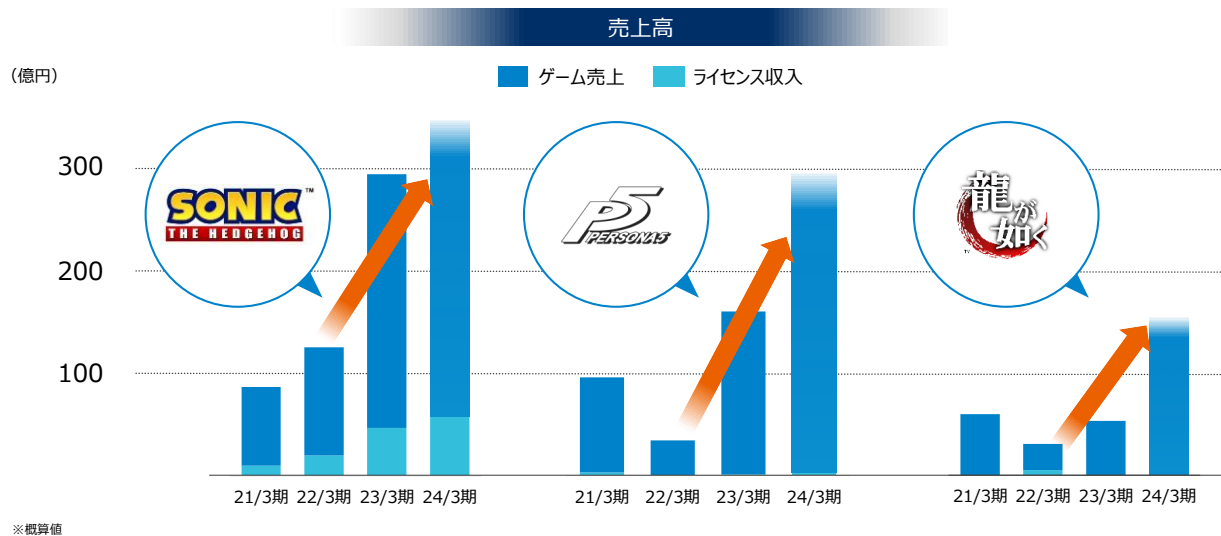
マルチプラットフォーム展開×全世界同時発売の施策における注力ポイントです。

特にPC×アジア・中国向けの展開で非常に効果が上がりました。パブリッシング体制の強化も行っており、具体的にはシンガポールオフィスの設立や、これまで展開して来なかった各地域イベントへの参加も始めています。

また、開発におけるバリューチェーンの変更も行い、例えば早い段階で法務的なチェックを入れたり、ローカライゼーションのプロセスを効率化するような見直しをしたりしています。

そうしたさまざまなチャレンジを経て、現在、日本スタジオではマルチプラットフォーム、全世界同時発売が常態化しています。

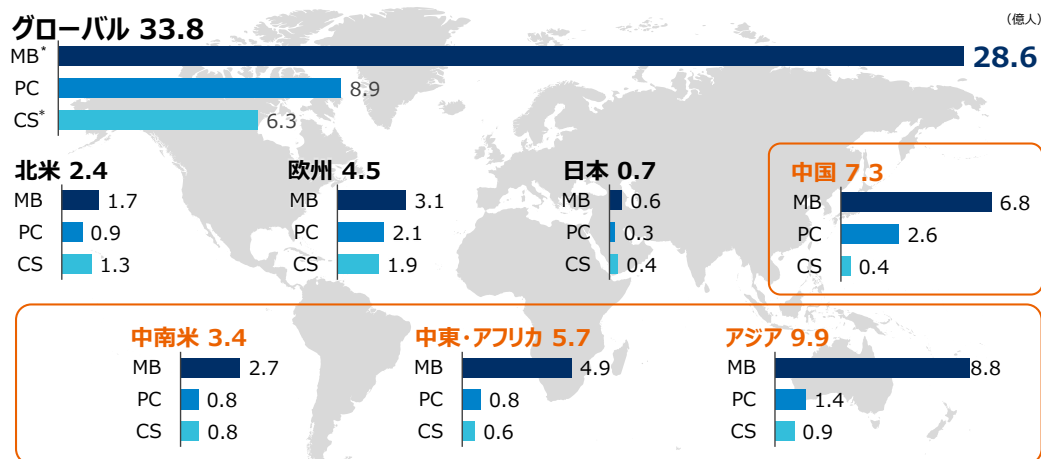
主力IP群は順調に成長



その結果、主力IPの売上高は大幅に成長しています。

こちらに、ラフな数字ですが、IPごとのバリューを示しています。「ソニック」に続いて「ペルソナ」、「龍が如く」の各IPの成長も顕著です。各IPの持つポテンシャルが、マルチプラットフォーム・世界同時発売により顕在化したと考えます。

グローバル30億人へのリーチに向け、MB及び新興国へのリーチが肝
中国市場も依然としてヒットした際の爆発力は凄まじい



データソース「Newzoo-Global-Games-Market-Data-July-2023」 ※アジアは日本・中国を除くアジア太平洋地域。ゲームプレイヤーは過去6ヶ月以内にプレイしたすべての人。
*MB: モバイル, CS: コンソール

私たちが長期的に掲げているビジョンは、世界30億人のユーザーへリーチするというものです。

その観点では、ユーザー規模の大きいグローバルモバイル市場への参入、中国での事業展開、その他の新興国を市場として捉えるといった点がまだ達成できておりません。

- ▶ グローバルモバイルゲーム市場は**継続拡大**
- ▶ **中国資本**のグローバル展開加速
- ▶ **米系資本主導のサブスクサービス**の定着と拡充（映像⇔ゲーム、etc.）
- ▶ **新技術**によるサービス革新（AI、クラウドゲーム、メタバース、等）
- ▶ 大型M&Aによるクロスボーダーでの**業界再編の継続**

当社の成長機会

モバイル / 中国 / トランスメディア

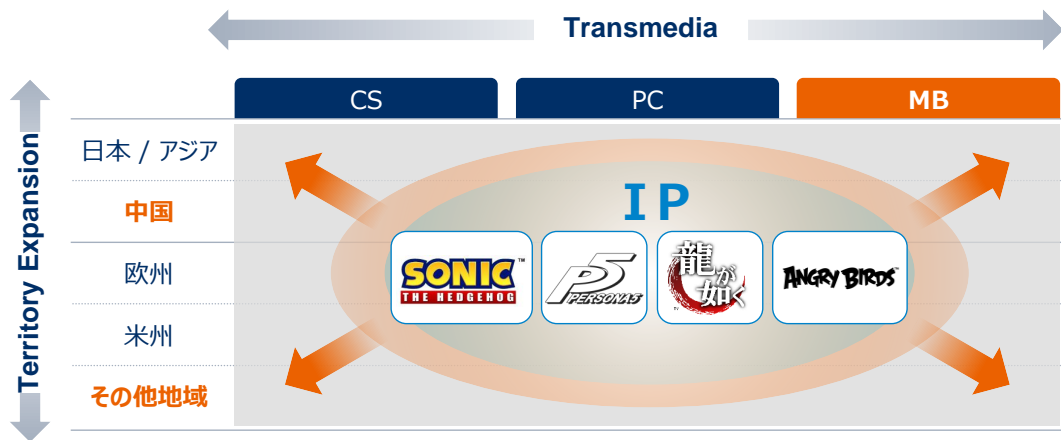
-25-

世界的なメガトレンドで見ても、ゲーム市場の半分を占めるグローバルモバイル市場は拡大し続けていますし、特に中国企業によるスマホ向けタイトルのグローバル展開も加速しています。

また、デジタルチャネルの拡大も続いており、例えばMicrosoft、Apple、Netflixのような企業がサブスクリプションサービスをさらに拡大しています。こうした動きに合わせて私たちのサービスを拡大し、柔軟に対応していくことが成長につながると考えます。

このようなトレンドを踏まえて、成長に向けたキーワードとして現在挙げているのが、モバイル、中国市場、Transmediaです。

“Transmedia”×“Territory Expansion”により、
タッチポイントの更なる拡張を図る



-26-

ここまでのご説明を図解したものがこちらです。中国とその他の地域、及びモバイルについて、今後強化していきます。モバイルという軸が加わることで、当然IPのタッチポイントは大きく拡大し、ビジネス自体の拡大も期待できると思っています。

また、モバイルについては、特に大きなテーマが2つあります。

一つ目は、Rovioによるセガのグローバルモバイル展開のサポートです。Rovio社のインフラストラクチャーを活用し、世界的にモバイルの事業を推進すること。

二つ目は、中国企業とともに規模の大きい中国市場の開拓を目指すことです。地域という点では、インドや南米、さらに中東地域にも注目しており、ビジネスチャンスの拡大を模索していきたいと思っています。



Beacon導入



SEGA IP拡大

- 複数の新作ソニックモバイルタイトルを開発中



Rovio IP拡大

- Angry Birds IPのPC/Console展開
- 新規・既存ゲームでの相互コラボ・プロモ

Rovio社との経営統合作業（PMI）についても順調に進んでいます。

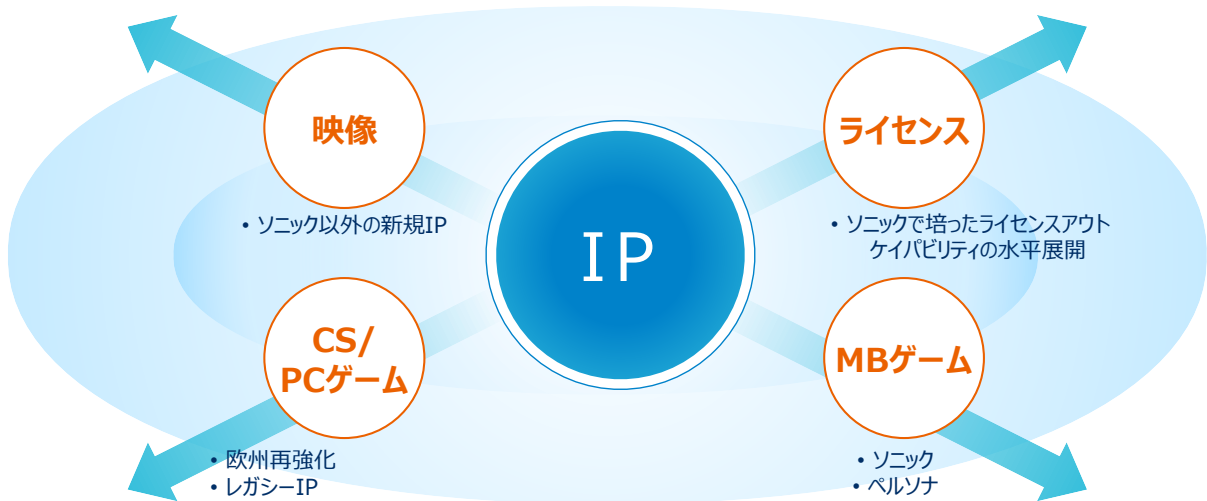
Rovio社のCRMシステム「Beacon」を、弊社の既存ゲームに導入することにより、Rovio社が持つマーケティング知見の吸収を開始しています。

さらに大きい取り組みが、ソニックIPを活用したモバイルタイトルの開発を開始したことです。まだ発表する段階にはありませんが、ソニックのTransmediaのプロジェクトが今後追い風となる予定でありますので、迅速に形にしたいと考えています。

また、Angry Birds IPを成長させるべく、Angry Birds タイトルのPCやコンソールでの展開、セガ・Rovio社でのゲームの総合プロモーション、また、Transmedia施策など、さまざまなプランを準備中です。

補足になりますが、財務、法務、コンプライアンスなどの部門におけるコーポレート関連のPMIも順調に進んでいます。

「タッチポイント拡大」×「ファンエンゲージメント強化」+ライセンス収入



-28-

モバイルを含んだ成長に向けたもう一つのキーワードは、先ほどから触れているTransmediaです。

弊社IPの展開先は、ゲームにとどまりません。デジタル、フィジカルを問わず、様々なタッチポイントの拡大を図ることが、Transmediaの戦略・戦術です。

昨今はユーザーアクイジション（UA）の相対的コストが上昇していますが、Transmedia施策によるタッチポイントの増加が実現すれば、本業であるゲームのUAコストの低減や新規ユーザーの獲得、エンゲージメントの向上にも結びつくと考えています。

映像分野においても、ソニック以外のIPも今後大きく成功するチャンスがあり、強化していきたいと思っています。また、映像以外でも、IPバリューを最大化するという観点から、ライセンス事業も強化していきます。

このように、IPを多方面で展開することにより、IPの価値を上げ、収入を上げながら、しかも本業のゲームの事業にプラスになっていくということがTransmediaの効果であると考えています。



Transmediaの各施策を実現するには、パートナーとの協働が必須です。

セガは、各領域のリーディングプレイヤーと強固なリレーションシップを既に構築しており、新たなパートナーとの関係も構築しやすい企業であると思っています。つまり、セガは強力なパートナー基盤と魅力的なIPを持っている、世界的にも稀な会社ではないかと考えています。

Transmediaの各取り組みにおいて、セガはゲーム事業以外では、必ずしも自社のリソースに拘らず、こちらに挙げたようなパートナー各社と一緒に取り組みます。弊社IPに対する理解があり、ソニックの映画でもとに組み込んだようなクリエイティブで影響力のあるパートナーと協業することが、非常に重要になってきます。ゲーム業界でグローバルなキープレイヤーになるためにも、Transmedia戦略は、セガにとって有力なアプローチになるのではないかと考えています。

CS/PCでグローバルプレゼンスを拡大中
ペルソナブランド全体でユーザー拡大を図るべくブランドマーケティングを強化

ペルソナ5シリーズ
累計1,000万本超



New

リメイク



©ATLUS ©SEGA All rights reserved.

リマスター



今後Transmedia戦略を通して拡大していきたいソニック以外のIPのひとつはペルソナIPです。

ペルソナIPの現時点の成長ドライバーは、PC・コンソール向けのゲームです。今期も、大型タイトルを2本用意しており、特に2月に発売する『ペルソナ3 リロード』には、大きな期待をしています。現在のペルソナIPはゲームが中心ですが、Transmediaによりそれ以外の領域が成長することでIPとして大きく成長するポテンシャルがあると感じています。



《ペルソナ5: The Phantom X》

※配信日：未定

中国・Perfect World社との
協業による大型モバイルタイトル

P5X展開の戦略的意義

- 中国企業とのパートナーシップを通じた中国市場への参入
- 中国版をローンチ予定

[Persona5: The Phantom X] ©[2023] Perfect World Adapted from Persona5 ©SEGA ©ATLUS

-31-

具体的には、今後Perfect World社との協業により、「ペルソナ」のグローバルモバイルの展開を予定しています。

巨大な中国モバイル市場の開拓は、弊社のみで取り組むには難しく、Perfect World社にはパブリッシャーとして中国国内でのサービス提供に必要な手続き、マーケティング活動を担っていただきます。このようなモバイル展開により「ペルソナ」IPへのタッチポイントが拡大し、かつ、ビジネス的にも一定の寄与があるものと期待しています。



©ATLUS ©SEGA All rights reserved.

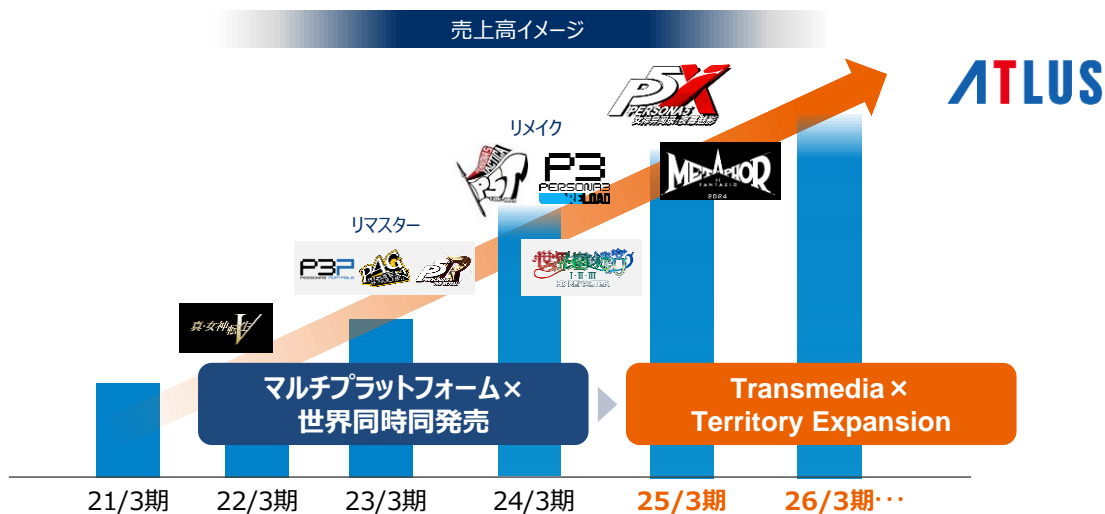
- ペルソナ3 / 4 / 5の開発者による新たなブランドを立ち上げ
- 2024年秋にマルチプラットフォーム×世界同時発売予定

-32-

また、『メタファー：リファンタジオ』という新作フルゲームの発売を来年予定しています。

現在の「ペルソナ」IP躍進の契機となったペルソナ3から5までを手掛けた開発者の新作であり、「ペルソナ」のベースを利用し、さらにアトラスブランドを高めてくれるものと楽しみにしています。先週、「The Game Awards」にて同作の映像を流したところ、大反響いただき、手ごたえを感じられました。

IPの拡張とともに更なる収益の拡大を図る



-33-

こうした施策を重ねることで、「ソニック」IPに続いて、「ペルソナ」IP、またアトラスのブランドを今後飛躍的に成長させていこうとしています。

日本舞台のコアは活かしつつも、グローバルに展開を広げる
Transmedia展開も検討中



©SEGA

国内CS先行、海外/PC後発

全世界…180万本
国内…40万本
海外…140万本



©SEGA

マルチプラットフォーム×世界同時発売

シリーズ転換点となる
『龍が如く7 光と闇の行方』と
ナンバリング新作をつなぐ



©SEGA

マルチプラットフォーム×世界同時発売

舞台は“ハワイ”へ

「龍が如く」IPにおいても、さらなる成長を見据えております。

今期もフルゲームの新作を2本発売します。過去に売り上げの中心は国内でしたが、マルチプラットフォーム・全世界同時発売に取り組み、海外での売り上げが拡大しています。今期の2作品においてもグローバル展開をさらに強化していきます。

国内に向けたタイトルと思われるかもしれませんが、先般の「The Game Awards」でも、「Most Anticipated Game」部門にノミネートされ、グローバルでの期待も非常に高いIPです。

Transmediaでの様々な展開を計画しており、適切なタイミングになりましたら、皆さんにお知らせします。

Lore & Innovation
 伝承 と 革新



©SEGA



©SEGA



©SEGA



©SEGA



©SEGA

※画像はすべて開発中のものです。

-35-

私はセガのことをすばらしい宝物に満ちた「Treasure Island」と呼んでいます、そこに眠る有力なIPを現代的に作り変えて提供するプロジェクトが始動しています。

『クレイジータクシー』、『ジェット セット ラジオ』、『忍 SHINOBI』、『ゴールデンアックス』、『Streets of Rage』（ベアナックル）の五つのIPに関する新規タイトルを開発中であることを、前日の「The Game Awards」で発表しました。

本プロジェクトにおいては「伝承と革新」をキーワードとし、現代のゲーマーも楽しめる作品に仕上げることが目指しています。「The Game Awards」の会場でごく短い動画を発表したところ、その場が大いに盛り上がったほか、多くのメディアで記事を掲載いただきました。

今後の中期的な成長に向けた要素が揃い始めていると感じています。これらのタイトルを、今後TransmediaやSuper Gameとうまくリンクさせていくことも考えています。

当社は、主力IPであるPillar、レガシーIP、欧州IPと、強力なIP資産を持っています。

Transmediaと地域展開のさらなる拡大によって、これらのIPのタッチポイントを拡大して、成長を加速させることを目論んでいます。ゲームによる収益を得ながら、ユーザーエンゲージメントの向上を図り、全ての取り組みの中心であるゲーム自体の価値を上げていきます。私たちのミッションは、あくまでもおもしろいゲームを作ることです。これが事業のコアです。

Transmediaと地域展開により成長を加速させながら、長期的にはSuper Gameにより革新的な体験をユーザーにお届けするということを、今後の成長の機会としていきたいと考えています。

ご清聴ありがとうございました。



<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.（以下、総称して「運営子会社」）の2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を製造・販売する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、両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」といいます）においてもゲーミング機器を製造・販売する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URL <https://lin.ee/PREWG5L>