

A to Z

セガサミーグループをあまりご存知ではない読者の方はこちらをご覧ください。
事業内容及び当グループを取り巻く事業環境等の基礎情報をご提供しています。

コミュニケーションツールのご案内

セガサミーグループでは、株主・投資家の皆様をはじめ、幅広いステークホルダーの皆様にご理解を深めていただけるよう、コミュニケーションツールの充実に継続的に取り組んでいます。

投資家の皆様

アニュアルレポート2013

アニュアルレポートでは、当グループの企業成長の中長期的な持続可能性を株主・投資家の皆様にご判断いただけるよう、各種制度開示等で開示している情報を短・中・長期で整理し、成長ストーリー上で各情報の意義と情報間の関連性を明確化しながらご提供しています。見えざる資産など、任意開示ならではの情報の充実に努めています。



オンラインアニュアルレポート2013

「アニュアルレポート2013」のHTMLバージョンをIRサイトにて公開しています。

オンラインアニュアルレポート2013 ➡ <http://www.segasammy.co.jp/japanese/ir/ar2013>



IRサイト

IRサイトでは、適時開示情報や財務・業績情報のExcelデータ等、株主・投資家の皆様向けに充実した情報を掲載しています。

セガサミーホールディングスIRサイト「投資家情報」 ➡ <http://www.segasammy.co.jp/japanese/ir/>



個人投資家の皆様

個人投資家向けIRサイト(個人投資家の皆様へ)

専用サイト「個人投資家の皆様へ」等で、当グループの事業内容を分かりやすくご紹介しています。「SEGA SAMMY Monthly Report」では、当グループの商品、サービス等に関する最新の情報をお伝えしています。

個人投資家向けウェブサイト「個人投資家の皆様へ」 ➡ <http://www.segasammy.co.jp/japanese/ir/individual/>

グループの製品・サービスに関する最新情報「SEGA SAMMY Monthly Report」

➡ <http://www.segasammy.co.jp/japanese/etc/report/>



株主通信

半期毎の業績と事業トピックを「株主通信」(SEGA SAMMY REPORT)を通じて、株主の皆様にご案内しています。



幅広いステークホルダーの皆様

セガサミーグループ CSRレポート2013

「グループCSRレポート2013」では、幅広い視点で当グループのCSR活動を詳細にご報告しています。

また、CSR関連情報を集めたウェブサイト「社会への取り組み」では、当社の最新のCSR活動をご報告しています。

CSRサイト「社会への取り組み」 ➡ <http://www.segasammy.co.jp/japanese/pr/commu/>



沿革



1950	1951 創業
1960	1960 設立「商号・日本娯楽物産(株)」 1964 業務用アミューズメント機器の製造開始 1965 アミューズメント施設の運営開始 (株)セガ・エンタープライゼスに商号変更
1970	
1980	1983 8bit家庭用ゲーム機「SG1000」発売 1985 世界初の体感ゲーム「ハンクオン」発売 「UFOキャッチャー」発売 1986 株式会社登録 1988 東京証券取引所市場第二部上場 16bit家庭用ゲーム機「メガドライブ」発売
1990	1990 東京証券取引所市場第一部指定 世界初の全方向360度回転する業務用ゲーム機「R360」登場 1991 「ソニック・ザ・ヘッジホッグ」シリーズ初登場 1993 世界初の業務用3D-CG格闘ゲーム機 「バーチャファイター」登場 1994 32bit家庭用ゲーム機「セガサターン」発売 1995 セガ/アトラス「プリント倶楽部」登場 1996 屋内型テーマパーク「東京ジョイポリス」開業 1998 家庭用ゲーム機「ドリームキャスト」発売
2000	2000 (株)セガへ社名変更 2003 業務用キッズカードゲーム「甲虫王者ムシキング」登場



2004	セガサミーホールディングス(株)設立(セガサミーホールディングス)
2005	The Creative Assembly Ltd.の発行済全株式を取得し子会社化(セガ)
2006	SPORTS INTERACTIVE Ltd.の発行済全株式を取得し子会社化(セガ) (株)サンリオとの戦略的業務提携(セガサミーホールディングス)
2007	タイヨーエレクト(株)を子会社化(サミー)
2008	(株)サンリオと新キャラクターの共同開発について合意(セガサミーホールディングス)
2009	(株)銀座を子会社化(サミー) セガサミービジュアル・エンタテインメント(株)*設立(セガサミーホールディングス)
2010	(株)サミーネットワークス、(株)セガトイズ及び(株)トムス・エンタテインメントを完全子会社化 (セガサミーホールディングス)
2011	タイヨーエレクト(株)を完全子会社化(セガサミーホールディングス) 1,700万株の自己株式消却実施(セガサミーホールディングス)
2012	フェニックスリゾート(株)を完全子会社化(セガサミーホールディングス) 韓国Paradise Groupと合併会社を設立(セガサミーホールディングス) (株)セガのネットワーク事業の主要機能を会社分割し、(株)セガネットワークスを新設(セガ)
2013	韓国釜山広域市が実施した複合都市「センタムシティ」の開発計画の公募に参加し、落札(セガサミーホールディングス) 北米開発会社Relic Entertainment Inc.及び開発タイトルに関わる知的財産を取得(セガ)

* 現マーザ・アニメーションプラネット(株)



1975	サミー工業(株)設立
1978	ゲーム機器に参入
1982	パチスロ遊技機の販売開始
1989	シングルボーナス集中役搭載の パチスロ遊技機「アラジン」発売
1991	東京都豊島区に本社移転
1995	パチンコ遊技機の販売開始
1997	商号をサミー(株)に変更
1999	株式会社登録 業界初の液晶を搭載したパチスロ遊技機 「ゲゲゲの鬼太郎」発売
2000	(株)ロデオを子会社化
2001	東京証券取引所市場第一部に上場 川越工場竣工
2003	業界販売台数記録を塗り替えたパチスロ 遊技機「パチスロ北斗の拳」発売



「UFOキャッチャー」
© SEGA



パチスロ遊技機「アラジン」
© Sammy



「ソニック・ザ・ヘッジホッグ」
© SEGA



パチスロ遊技機
「パチスロ北斗の拳」
© 武論尊・原哲夫
© Sammy



フェニックス・シーガイア・リゾート

セガサミーグループの概要

「パチスロ北斗の拳 転生の章」
 © 武論尊・原哲夫/NSP 1983,
 © NSP 2007
 著作権許諾証YGL-126
 © Sammy



セガサミーグループは、遊技機から、業務用アミューズメント機器、アミューズメント施設の運営、ゲームコンテンツ、玩具、アニメーション等、幅広い領域で新たな「遊び」の提供を目指す総合エンタテインメント企業です。

セガサミーホールディングス株式会社

設立	2004年10月1日
資本金	299億円
発行済株式の総数	266,229,476株
株主数	82,682名
従業員	7,008名(連結) (2013年3月31日現在)



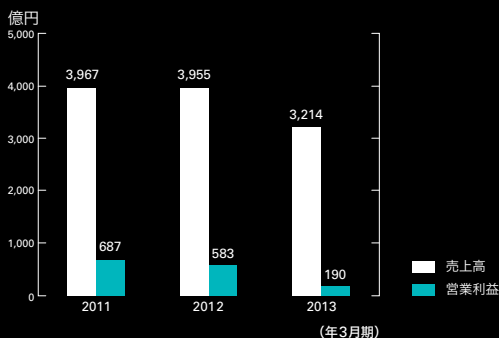
グループロゴについて

セガとサミーのコーポレートカラー「青」と「緑」を基調に、両社の頭文字「S」を重ね合わせることでシナジーの創出を表現しています。「SEGA」と「Sammy」を繋ぐ地球をイメージした曲線は、両社の連携と、グローバルに展開するというグループの強い意志を表しています。

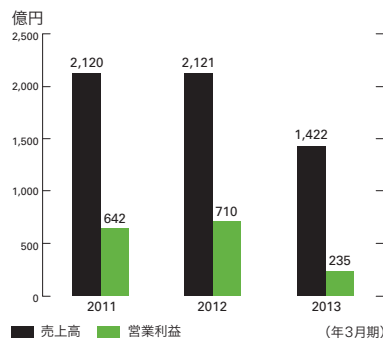
遊技機事業

絶え間ない新機軸の製品提供により、圧倒的なブランド力を誇るパチスロ遊技機事業と、開発力強化によりブランド力の向上に取り組んでいるパチンコ遊技機事業で構成されます。強固な収益構造とバランスが取れた製品ポートフォリオを基盤とする市場環境変化への耐性が高い事業構造が特徴です。パチスロ遊技機事業ではトップシェアの維持・拡大、パチンコ遊技機事業も中期的にトップシェアの獲得を目指し、開発体制の強化と生産・供給体制の一層の増強に努めています。

連結売上高/営業利益



売上高/営業利益





東京ジョイポリス
© SEGA

その他事業

将来の国内におけるカジノを含む統合リゾート施設の実現を視野に入れ、国内外で複合リゾート施設事業を進めています。韓国では、カジノ運営ノウハウの蓄積を図るために、Paradise Groupとの合併によりカジノを含む複合型リゾート施設事業に参画しています。



PARADISE SEGASAMMY CO., Ltd.
が開発する施設の完成予想図



「戦国大戦」
© SEGA

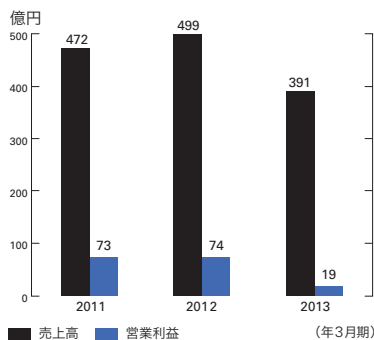
「Kingdom Conquest II」
© SEGA /
© SEGA Networks



アミューズメント 機器事業

業務用アミューズメント機器のパイオニアとして数々の「業界初」「世界初」の製品を生み出しながら、業界の発展に貢献してきました。レベニューシェアモデルをはじめ、アミューズメント施設オペレータの初期投資負担の軽減や新たなユーザー層の開拓、当グループによる安定収益の獲得に資するビジネスモデルの導入を推進しています。

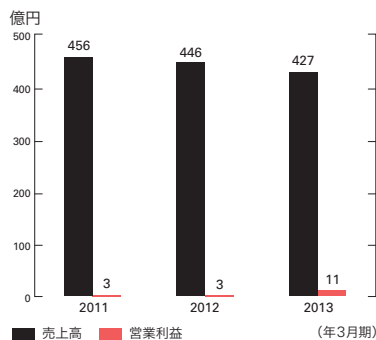
売上高／営業利益



アミューズメント 施設事業

継続的な店舗ポートフォリオの見直しや、運営力の強化等により収益力の向上を図ると同時に、「親子三世代で楽しめるエンタテインメント」をテーマに、「Orbi Yokohama (オービ横浜)」をはじめ、従来のゲームセンターの枠を超えた新店舗の開発を進めています。

売上高／営業利益

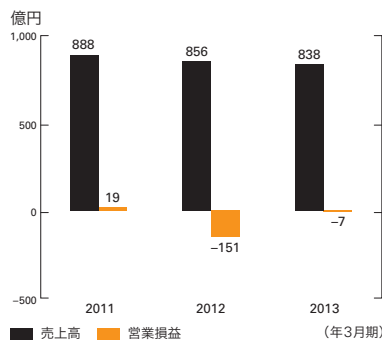


コンシューマ事業

ゲームコンテンツ事業、玩具事業、アニメーション事業から構成されます。

ゲームコンテンツ事業では、SNSやスマートフォン向けデジタルコンテンツ事業への経営資源のシフトを急ピッチで進めるとともに、多様なデバイスによるコンテンツの共用を実現する「クロスプラットフォーム戦略」を推進しています。玩具事業は、(株)セガトイズが知育玩具や成人層をターゲットとした展開で独自の地位を築いています。アニメーション事業では、(株)トムス・エンタテインメントが、豊富な映像資産を活かし、安定的な収益を創出しています。また、マーザ・アニメーションプラネット(株)がCGアニメーションの制作に取り組んでいます。

売上高／営業損益



パチンコ・パチスロ基礎知識

「パチンコ」「パチスロ」とは？

「パチンコ」は、今から1世紀近く遡る1920年頃に海外から輸入された「バガテル・ボード」が起源とされています。1930年頃にはパチンコホールの第1号店の営業が開始され、1949年には現在のパチンコの原型となる「正村ゲージ」が登場、その後も日本のユーザーの嗜好に合わせて独自の進化を続けました。「ハンドル」を操作し、直径11mm程度の「パチンコ玉」と呼ばれる鋼球を、無数の釘が打たれた盤面に向けて機械的に弾き出し、特定の「役物」や「入賞口」に入ると規定の入賞球を獲得するという特徴を持つゲームです。遊技性はピンボールに類似していますが、盤面が「垂直」である点が大きく異なります。

「パチスロ」のルーツは、終戦後に米国より持ち込まれたスロットマシンといわれています。回転するリールをプレイヤー自らストップボタンで止めるという一定の技術介入性を備えた機種が登場したのは1960年代です。その後、1980年代に現在の箱形筐体へと改良が加えられ、全国のパチンコホールに普及していきました。

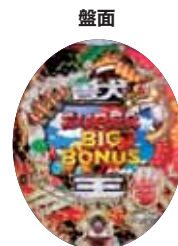
パチンコ、パチスロともに日本固有のエンタテインメントとして機能・ゲーム性の進化を続け、現在では液晶をはじめとする様々な電子部品が搭載され、多彩な演出でファンを魅了しています。

パチンコ・パチスロの歴史

	パチンコ	パチスロ
1920年代	「バガテル・ボード」が海外から上陸	
1930年代	第1号店が名古屋で営業開始	
1940年代	現在の原型となった「正村ゲージ」が登場 風俗営業取締法が施行しパチンコ店は許可営業に	
1950年代	パチンコ遊技機メーカー組合「日本遊技機工業組合」設立 「役物」搭載1号機が登場	
1960年代	「チュリリップ」を搭載した機種が登場	海外から大型スロットマシンが輸入される
1970年代	電動式パチンコが登場	
1980年代	デジタル表示を採用した「デジパチ」の登場	パチスロ遊技機メーカー組合「日本電動式遊技機協同組合」設立 「箱形」筐体が登場。普及が急速に進む
1990年代	1991 液晶搭載機の登場 1992 プリペイドカード対応の「CR機」登場 初のタイアップ機が登場	2～4号機登場
2000年代	2004 風適法施行規則等の改正が施行 新基準機が登場	技術介入機、CT機、マルチライン、大量獲得機などゲームの多様化が進行 2004 風適法施行規則等の改正が施行 5号機登場

パチンコ遊技機の「盤面」と「枠」について

「枠」は、ハンドルやガラス枠ユニット、スピーカー等が付き、パチンコ玉の射出や払い出しを物理的に制御するパチンコ遊技機の筐体部分です。「盤面」は、液晶画面や役物が配置され、無数の釘が打たれた部材です。液晶画面による演出や抽選等の遊技性、出玉をコントロールする制御基板・センサー等の電子部品が搭載されており、パチンコ遊技機の遊技性を決定付けます。「枠」は一定期間継続的に使用できるため、同じ遊技機メーカーから新しい「盤面」を購入し、設置済の「枠」にはめ込むだけで、新台の導入が可能です。また、販売価格が本体（枠+盤面）よりも安価であるため、パチンコホールは設備投資負担の軽減を図ることができます。一方、遊技機メーカーにとっては、「盤面」販売は本体販売よりも利益率が高く、また、枠の設置はさらなる盤面需要を生み出し、市場シェアの確保にも繋がります。「盤面」販売は遊技機メーカー、パチンコホール両者にとってメリットがある販売モデルです。



「ばちんこ CR 神獣王」
© Sammy

盤面を枠にはめ込むだけで
新台の導入が可能



「ばちんこ CR 北斗の拳5覇者」
© 武論尊・原哲夫/NSP 1983,
版權許諾証 YKA-105
© Sammy

パチンコの構造と遊び方

Step 1 : 玉を借りる

遊技台を決めたら、まず専用の玉を借り、上皿に玉を入れます。

Step 2 : 玉を打ち出す

右下にあるハンドルを回すと、玉が打ち出されます。多くの機種は液晶の下にある入賞口（スタートチャッカー）に玉が入賞すると大当りの抽選を行うため、入賞口にたくさん玉が入るよう、ハンドルで玉の勢いを調整します。

Step 3 : 大当りを引いたら...

液晶画面と同じ絵柄（数字）が3つ揃うと大当りの合図です。大当りになると下方にある「アタッカー」が開くので、そのまま打ちます。下皿からたくさんの玉が出てきたら、玉抜きによって玉を箱に移し替えます。

- ① ハンドル
- ② スタートチャッカー
- ③ アタッカー
- ④ 液晶
- ⑤ 上皿
- ⑥ 下皿
- ⑦ 玉抜き



「ぱちんこCR 北斗の拳6覇者」
© 武論尊・原哲夫/NSP 1983、
版権許諾証 YKA-105
© Sammy

パチスロの構造と遊び方

Step 1 : メダルを借りる

遊技台を決めたら、専用のメダルを借ります。

Step 2 : メダルを投入し、レバーでリールを回す

メダルを3枚以上投入口に投入し、レバーを叩き、リールを回します。

Step 3 : リールを止める

筐体前面に配置されているストップボタンでリールを止めます。

Step 4 : 止まった絵柄によって...

絵柄が揃うと、絵柄によって「リプレイ」、指定枚数分のメダルが払い出される「小役」、そしてボーナスゲームがスタートする「大当り」などがスタートします。

- ① メダル投入口
- ② クレジット表示
- ③ BETボタン
- ④ レバー
- ⑤ メインリール
- ⑥ ストップボタン
- ⑦ 払い出し表示
- ⑧ メダル吐き出し口
- ⑨ メダル受け皿
- ⑩ パネル
- ⑪ 液晶



「パチスロ北斗の拳 転生の章」
© 武論尊・原哲夫/NSP 1983、© NSP 2007
版権許諾証 YGL-126
© Sammy

遊技機市場の規模と規制・競合環境

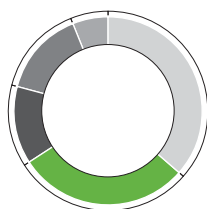
ここでは、特殊性が極めて高い遊技機市場の市場構造と規制環境についてご説明します。

市場規模

パチンコホールによる「貸玉料」「貸メダル料」で構成されるパチンコ・パチスロ市場は、日本の余暇市場の約29.5%を占める19兆円¹、参加人口¹、1,110万人¹という日本を代表する一大レジャー産業です。関連産業である約1兆2,029億円²のパチンコ・パチスロ遊技機販売市場のうち、パチンコ遊技機の市場は64.3%の7,729億円²、パチスロ遊技機の市場は約35.7%の4,299億円²です。遊技機のハイテク化を背景に液晶ディスプレイやLED、センサーといった部品産業、パチンコホールのオートメーション化により遊技機周辺機器産業へと関連産業の裾野が広がっています。

¹ 2012年
出所：(財)日本生産性本部「レジャー白書2013」
² 2012年度
出所：矢野経済研究所

日本の余暇市場に占めるパチンコ・パチスロ市場の比率



日本の余暇市場³
64.7兆円

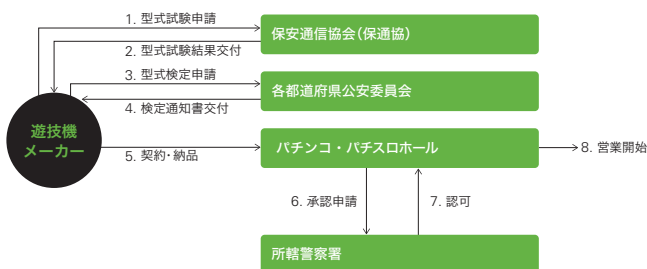
	%	兆円
■ ゲーム・公営競技・飲食等	36.6	23.6
■ パチンコ・パチスロ ⁴	29.5	19.0
■ 趣味・創作	13.0	8.4
■ 観光・行楽	14.9	9.6
■ スポーツ	6.0	3.9

出所：(財)日本生産性本部「レジャー白書2013」
³ 2012年
⁴ パチンコ・パチスロホールの貸玉料、貸メダル料の総額

規制環境

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施行規則」(以下風適法施行規則)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。まず保安通信協会に型式試験申請を行い、材質・性能・遊技性などが風適法施行規則で定める規格に適合している旨の適合認定を取得します。その後、各都道府県公安委員会の検定取得を経て、パチンコホールに販売・納入します。パチンコホールも営業を開始する際には、所轄の警察署の認可を得る必要があります。

遊技機の許認可プロセス

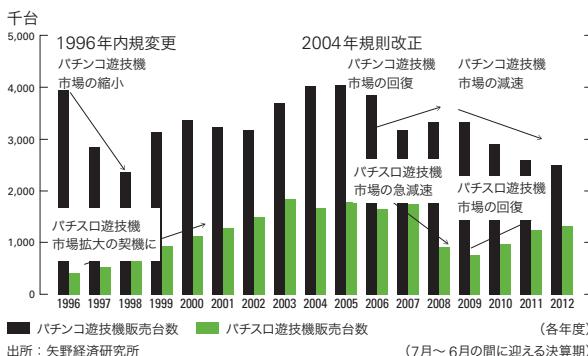


規制の見直しによる市場環境の変化

風適法施行規則や業界団体による内規は、業界の健全な発展を主眼とした改正・見直しが度々行われており、そのたびに遊技機市場に影響を与えてきました。遊技性の変化等による需要の変化と、変化に対する遊技機メーカーのイノベーションは、パチンコ遊技機とパチスロ遊技機が循環的な好不調を繰り返す市場環境を生み出してきました。

需要が短期的に変動を繰り返す市場環境のなかで、遊技機メーカーが安定的に収益を確保していくには、パチンコ・パチスロ遊技機双方でブランド力を高めていく必要があります。

循環的に変化する市場環境



■ パチンコ遊技機販売台数 ■ パチスロ遊技機販売台数
出所：矢野経済研究所 (各年度) (7月～6月の間に迎える決算期)

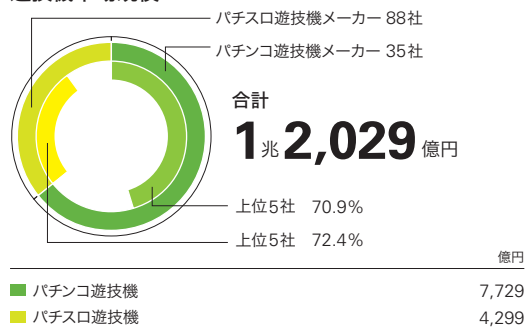
進行する上位タイトル・企業への寡占化

遊技機市場には、パチンコ遊技機メーカー 35社⁵、パチスロ遊技機メーカー 88社⁶が参加しています。2004年7月の「風適法施行規則等の改正」を背景とするユーザーの減少によりパチンコホールのキャッシュ・フローは厳しい状況にあります。そのため投資の確実な回収が期待できるタイトル・メーカーに需要が集中する傾向が顕著に見られます。その結果、近年は、高稼働率の実績があるタイトルやブランド、開発力や潤沢な開発資金を有する企業への寡占化が進んでいます。

⁵ 2013年7月末現在。日本遊技機工業組合加盟企業

⁶ 2013年7月末現在。回胴式遊技機製造業者連絡会加盟企業

遊技機市場規模⁷



出所：矢野経済研究所

⁷ 2012年度（7月～6月の間に迎える決算期）

遊技機の市場環境分析上の重要指標

1. 年間回転数

遊技機の販売に直接的な影響を与えるパチンコホールの経営状況を表す指標の1つが、「年間回転数」です。年間回転数は、1年間に何回機械の入替を実施したのかを示しており、パチンコホールに設備投資余力がある場合、集客を目的に新台への入替を積極化するため向上し、余力が乏しい状況下では低下します。

2. 稼働率

「稼働率」は、営業時間中に遊技機が稼働している割合を示す指標です。稼働率は通常、設置後、緩やかに低下していきます。低下の程度が緩やかであればあるほど、ユーザーの支持を長期間に亘り獲得していることを示しています。稼働率はパチンコホールの売上に直結するため、この指標が高いタイトルをどの程度有するかが、遊技機メーカーのブランド力、収益力を左右します。

$$\text{年間回転数} = \frac{\text{年間遊技機販売台数}}{\text{遊技機設置台数}}$$

パチンコホールによる1年間の新機種への入替回数。設備投資意欲を示す。

$$\text{稼働率} = \frac{\text{遊技機稼働時間}}{\text{パチンコホールの営業時間}}$$

遊技機に対するユーザーからの支持を端的に示す指標。

セガサミーグループの各事業を取り巻く市場環境

遊技機市場

長期トレンドー 1990年代から2005年頃まで

遊技性の複雑化や、高射幸性機種への設置拡大によるライトユーザーの離散等により、遊技人口は、1995年頃をピークに減少傾向を辿っています。その影響を受け、パチンコ・パチスロ市場規模¹も長期漸減トレンドを描いています。ユーザーの獲得に向けた競争激化等により、資金力に劣る小規模ホールの淘汰が進み、店舗数も減少の一途を辿ってきました。

一方、遊技機の販売台数は、パチンコホールによるユーザー獲得のための旺盛な新機種への入替需要に支えられ堅調を維持してきました。また、大型液晶画面の搭載などにより機械単価の上昇が続き、金額ベースでも拡大傾向を示してきました。1990年半ば以降は、当時の規則改正に起因し、パチンコ遊技機の設置台数が減少傾向を辿る一方、技術介入性の向上や新機能の登場などにより、遊技性の幅が広がったパチスロ遊技機の設置台数が、伸長していった期間でした。

2004年7月施行の「風適法施行規則等の改正」以降

1. パチスロ遊技機の低迷とパチンコ遊技機の好調期

(2006年頃から2009年半ば頃まで)

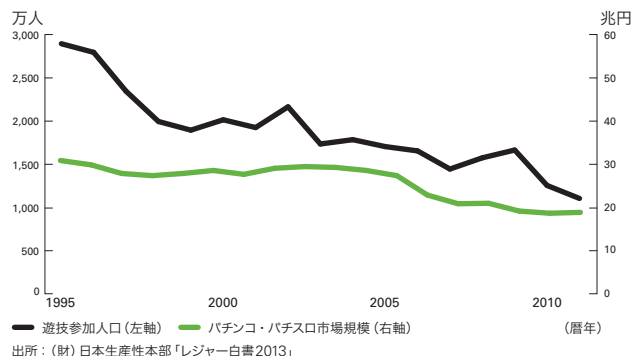
2004年7月の規則改正では、過度な射幸性の抑制に主眼が置かれ、パチスロ遊技機の遊技性の幅が狭まりました。2007年秋までの経過措置期間²終了以降、義務付けられた旧基準機から新規規則に準拠する機種への入替が進むに従い、遊技性の変化によりパチスロユーザーの離散が加速しました。これを受け、パチンコホールが、相対的に稼働率³が堅調に推移していたパチンコ遊技機への置き換えを積極化したことから、パチンコ遊技機の設置台数が上昇に転じました。パチンコ遊技機は、厳しい経営状況にあったパチンコホールによる入替需要の鈍化を映し、年間販売台数では頭打ち傾向を示してきましたが、ハイテク化や有力IPにかかる著作権料の高騰などによる機械の高額化により、金額ベースでの市場規模は拡大していきました。遊技参加人口の減少と、機械の入替に要する設備投資負担の増大により収支状況が悪化していったパチンコホールは、投資資金の確実な回収を企図し、高い稼働率が期待できる機種を選別的に導入していきました。その結果、遊技機市場では、上位企業と下位企業の二極化が徐々に進行していくことになりました。

1 パチンコホールの貸玉料、貸メダル料の総額

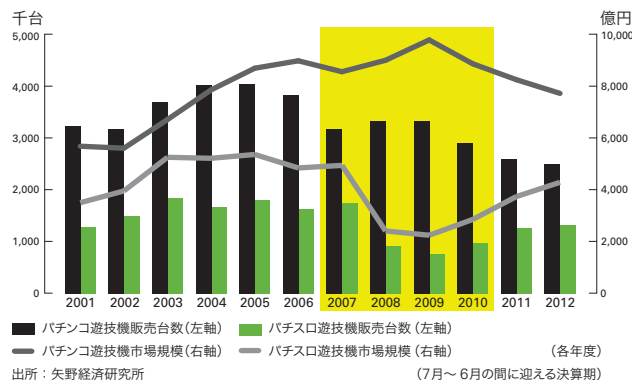
2 2004年7月に施行された規則改正において、急速な市場環境の変化の緩和やパチンコホールの設備投資負担に配慮して設けられた旧基準機から新基準機への入替に関する3年間の経過措置期間

3 営業時間中に遊技機が稼働している率

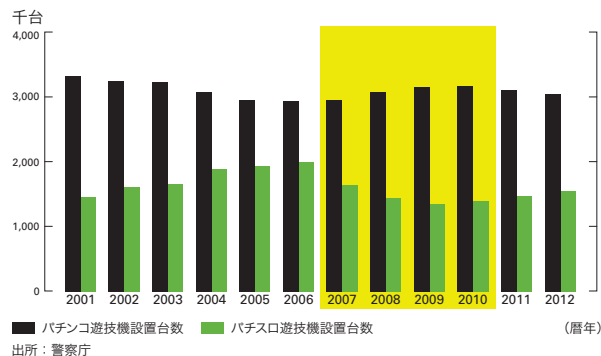
遊技参加人口とパチンコ・パチスロの市場規模



遊技機市場規模と販売台数



遊技機設置台数



2. パチンコ遊技機の減速とパチスロ遊技機の復調期

(2009年半ば頃から)

2007年以降、パチンコホールにとって比較的早期に投資回収が見込める「MAXタイプ」と呼ばれる高射幸性タイプのパチンコ遊技機の設置が拡大した結果、パチンコ遊技機におけるライトユーザーの離散が進みました。これを受け、パチンコホールは、貸玉料金を大きく引き下げた営業手法を導入し、遊技機メーカーも、低射幸性機種種の開発・市場投入を推進することでユーザーの裾野拡大を図りました。

低貸玉営業は、パチンコホールにとって稼働率の向上には繋がったものの、1台当たり売上高の低下をもたらし、経営状態を一層悪化させることになりました。このような背景から、急低下した年間回転数⁴が示す通り、パチンコ遊技機の新台入替需要が、2009年後半より減速していきました。その一方、パチンコホールの需要は、規則改正の枠組みのなかで、ユーザーの支持を得るゲーム性を実現したパチスロ遊技機に向かいはじめました。2007年秋以降の減台トレンドからの復調は、年間回転数や稼働率、1営業日当たりの平均台粗利⁵などの指標に明確に表れています。

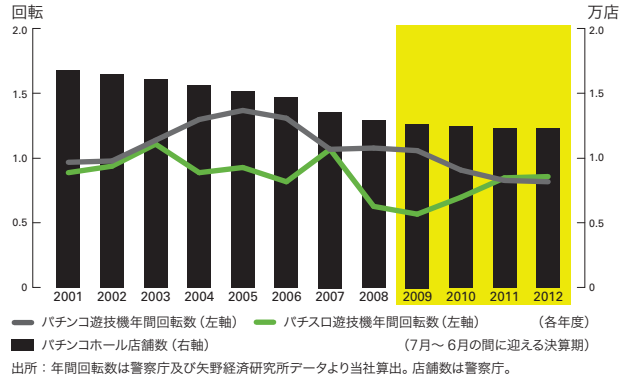
4 年間回転数=年間販売台数/設置台数

5 パチンコホールにとっての1営業日当たりの平均台粗利

足元の状況と業界の課題

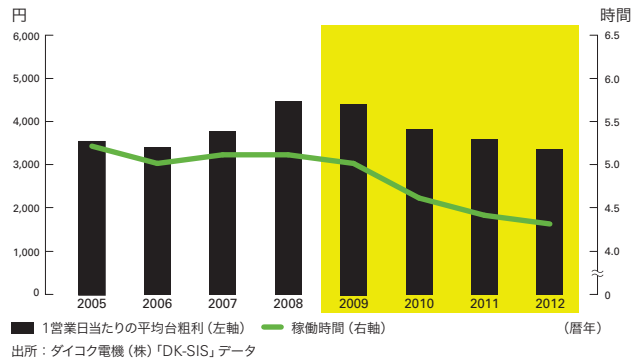
現在も遊技機人口の減少に歯止めはかかっておらず、パチンコホールの経営状態は厳しい状況が続いており、上位メーカーへの需要偏重に伴う二極化は、さらに鮮明化しています。今後は、パチンコホールの売上拡大に貢献できる高稼働の機械を継続的に供給し、ブランド力を維持・向上させることに成功した上位数社の遊技機メーカーのみが、残存者利益を得る市場環境に移行していくことが予想されます。また、遊技人口の裾野をいかに拡大していくかは、業界全体が中長期的な視座のもとで連携しながら取り組むべき課題となっています。幅広い年齢層のニーズに対応する機械を開発・供給し、ユーザーの開拓に貢献していくことができる遊技機メーカーが、競争優位を維持していくものと思われます。

年間回転数と店舗数

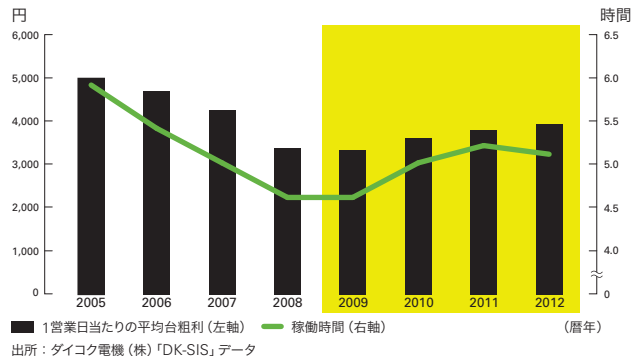


パチンコ遊技機とパチスロ遊技機の稼働状況

パチンコ遊技機



パチスロ遊技機



アミューズメント市場 (業務用アミューズメント機器・施設オペレーション)

市場活性化への取り組みが進む施設オペレーション市場

施設オペレーション市場は、2007年度より縮小に転じ、2007年度から2011年度までの5年間で市場規模は約30%減少しました。その間、オペレータ各社は、不採算店舗の閉鎖やオペレーションの効率化を進めてきました。その結果、市場全体や既存店売上高の減少幅は縮小傾向を示しており、新製品の導入など設備投資も徐々に回復しつつあります。内訳を見ると、ショッピングセンターやボーリング場は堅調に推移しているものの、従来型のゲームセンター型店舗は引き続き厳しい状況が続いています。

キャッシュ・フローに制約がある中で、いかに効果的に新製品を導入し、店舗を活性化していくか、そしてコアユーザーだけではなく、ファミリー層などへとユーザーの裾野を広げていくかが、業界の持続的発展に向けた課題となっています。また、将来的に予定されている消費税増税への対応も重要な課題として認識されています。

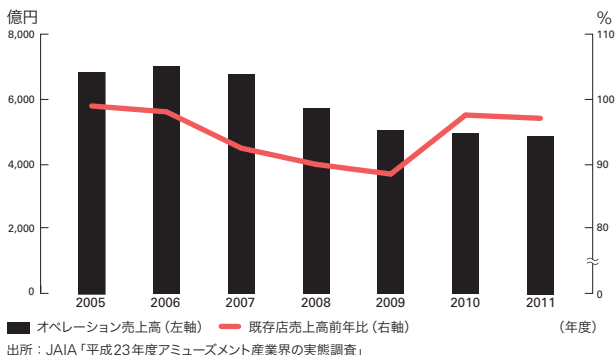
底堅さを取り戻したアミューズメント機器市場

業務用アミューズメント機器市場は、施設オペレータの設備投資動向に直接的な影響を受けます。2007年度から前年割れを続けてきましたが、施設オペレータの設備投資が回復した2010年度以降、増加に転じています。2011年度は、売上規模が大きなビデオゲーム(筐体+基板ソフト)が前年度比13.4%、メダルゲームが前年度比18.3%の増加で全体を牽引し、前年度比7.5%の増加となりました。

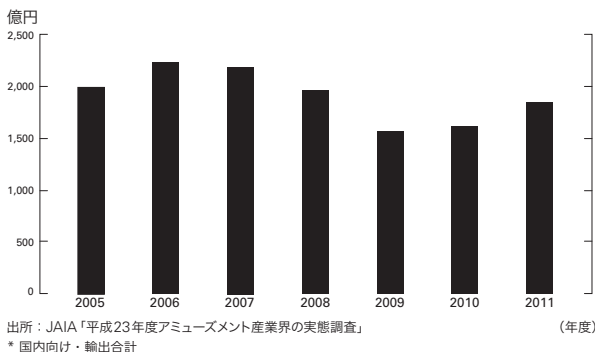
機器メーカーは、キャッシュ・フローに制約があるオペレータの初期投資負担を軽減しつつ新製品の導入を促進し、店舗の活性化に繋げるための製品やビジネスモデルの導入を進めています。具体的には、基板の交換やダウンロード配信でコンテンツのバージョンアップを行う仕組みや、低廉な価格で機器を販売し、稼働に応じて売上を施設オペレータと分け合うレベニューシェアモデルの導入が拡大しています。また、幅広い年齢層に支持されるIPの活用と、2013年度以降に導入予定の基本プレイ無料モデルの採用により、これまでゲームセンターに足を運ぶことがなかったファミリー層や女性の集客を通じたユーザーの裾野拡大を図る動きもあります。

文中の市場データはすべてJAIA「平成23年度アミューズメント産業界の実態調査」

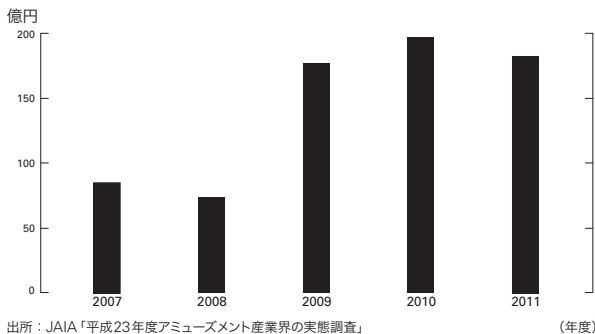
アミューズメント施設オペレーション市場規模と既存店売上高前年比



業務用アミューズメント機器販売高*



コンテンツ課金・シェアモデル等の売上高



ゲームコンテンツ市場

加速するデジタルコンテンツへのシフト

2012年のパッケージゲームとデジタルコンテンツ¹を合わせたゲームコンテンツ市場は、前年比16.4%増加し、約5兆8,000億円²となりました。そのうち、パッケージゲームソフトは、プラットフォームの世代交代に向けた端境期であることと、デジタルコンテンツ市場拡大の影響を受け、市場規模が大きく縮小しました。日本のパッケージゲームソフト市場は、複数の大ヒット作が下支えし、前年比1.3%²の減少に留まりましたが、北米は23%²、欧州は16%²とそれぞれ大幅に減少し、一部の大型タイトルへの人気集中を背景とする大手パブリッシャーの寡占化傾向も継続しています。縮小が続くパッケージゲームソフト市場を、次世代セグメントが補う構図が、鮮明化しています。中国市場は、人気が高いオンラインゲームの市場規模の成長が続き、日本のゲームコンテンツ市場を凌ぐ9,042億円²となりました。

1 家庭用及びPCゲームの新品ソフト+携帯電話、スマートデバイス向けゲームコンテンツ、PCダウンロードゲーム・ソーシャルゲーム等の次世代セグメント
2 「ファミ通ゲーム白書2013」

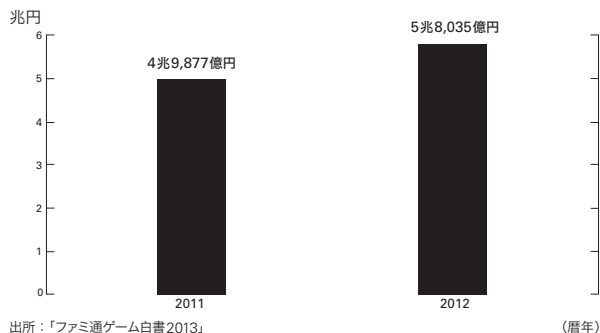
進化が予想される据え置き型プラットフォームのネットワーク対応

2012年の国内の据え置き型・携帯型などの家庭用ゲーム機向け、PC、スマートデバイス向けを含む、ネットワークに接続できるオンラインゲームコンテンツの国内市場規模は、前年比34.3%増の5,285億円³となりました。うちスマートデバイス向け、SNS向けは、前年比71.5%増の3,856億円³となり、2014年には5,400億円規模³に成長することが予想されています。

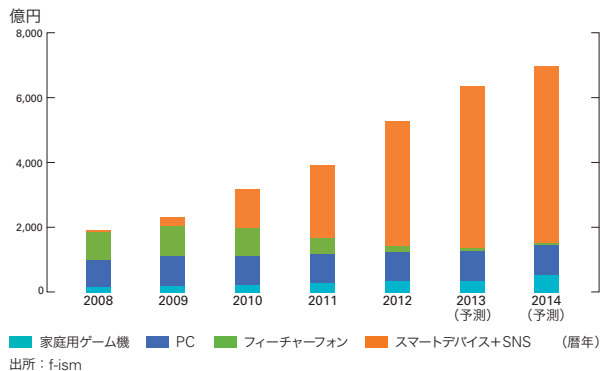
また、家庭用ゲーム機向けのオンラインゲームコンテンツも、2012年は前年比20%³増となるなどネットワーク対応が着実に進行しています。今冬に出揃う次世代の据え置き型プラットフォームは、ネットワーク機能が大幅に強化されると見込まれています。ソフトのデジタル配信に加え、基本プレイ無料・アイテム課金型モデル、クラウドとの連携等、新しい特徴を有するコンテンツの拡大により、据え置き型の復調が期待されています。プラットフォームの普及が進むと予想される2014年にかけて、家庭用ゲーム機向けのオンラインゲームコンテンツ市場規模は、2012年と比較して62%増加することが予想されています。

3 f-ism

世界のゲームコンテンツの推定規模



国内オンラインゲームコンテンツ市場規模推移



セガサミーグループの各事業を取り巻く市場環境

転換期に差し掛かったデジタルコンテンツ市場

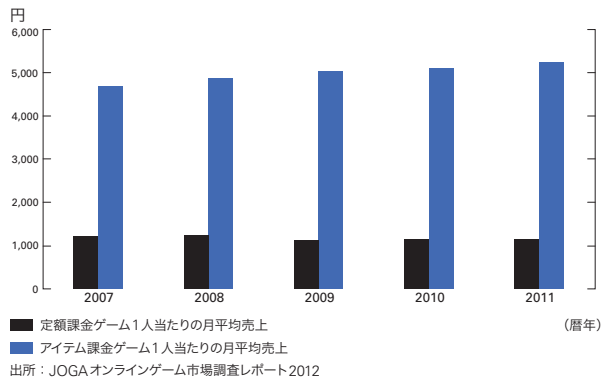
オープン化された開発基盤は、スマートデバイス向けコンテンツ市場への参入障壁を大きく引き下げ、個人を含む無数のプレイヤーがイノベーションを競い合う市場環境をもたらしました。また、スマートデバイスの普及は、ゲームに馴染みがない潜在ユーザー層へのタッチポイントの拡大をもたらし、カジュアルゲームを通じライトユーザーへとユーザー基盤が広がりました。こうして飛躍的に成長してきたデジタルコンテンツ市場は、現在、新たな転換期に差し掛かっています。

パズルゲームを中心に、コンテンツの同質化が進むなか、ユーザーのニーズは、スマートフォンの機能や高速モバイルブロードバンドの特性を活かした、グラフィックリッチで、没入感のあるゲームへとシフトしています。これを背景に、それまで主流であったサーバで処理し、ブラウザ上で動作する「ブラウザアプリ」から、アプリをインストールして端末側で処理するリッチコンテンツに適した「ネイティブアプリ」へのシフトが進行しています。加えて、基本プレイ無料のもとアイテム課金等で投資を回収するfree-to-play型のビジネスモデルの採用も進んでいます。これにより、デジタルコンテンツ市場は、豊富なIPやゲーム専用機向けの開発資産の蓄積を有し、課金のノウハウを持ち、かつ資金力がある大手企業が競争優位に立つ市場環境に移行しつつあります。

また、デバイスの性能に大きく依存しないクラウドゲームの特性を活かし、1つのコンテンツを据え置き型、携帯型、スマートフォンなど多様なデバイスで共用するなど、クラウドを活用した遊び方の多様化も進んでいます。

今後は、優良なコンテンツを数多く揃えるとともに、ユーザーを取り込んでいく効率的・効果的な仕組みをいかに構築していくかが、生き残りのポイントになっていくものと予想されます。

ゲームユーザー 1人当たりの月平均課金売上推移



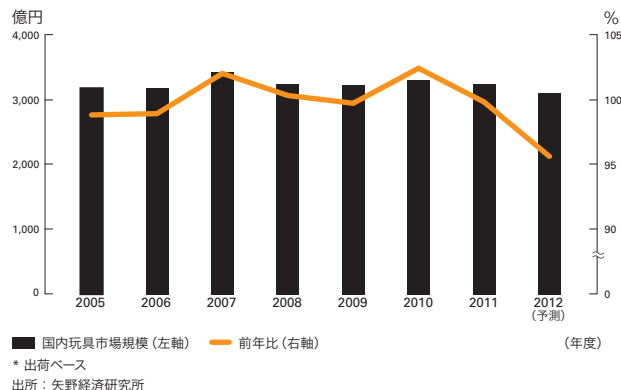
玩具・アニメーション市場

2011年度の家庭用ゲーム機器・ソフトウェアを除く国内玩具市場は、女兒玩具やトレーディングカードゲームの好調、近年市場を牽引している男児玩具が堅調であったこと等から、前年度比0.3%減の3,251億円となりました。2012年度は、近年市場を牽引してきた男児玩具やトレーディングカードゲームの勢いが弱まっていることや、その他の商材も全体的に低調に推移していることから、市場規模はメーカー出荷金額ベースで当年度比4.5%減の3,105億円と予測されています。

2011年のアニメーション市場は、劇映画の大ヒット作に恵まれず、邦画・洋画ともに前年を下回りました。その結果、市場規模は前年比4.1%減の2,197億円*と減少に転じました。テレビアニメは、地上波は前年比ほぼ横ばい、衛星・CATVは微増となりました。アニメチャンネルの視聴可能世帯の増加による市場の安定的な成長が予想されています。

* 出所：メディア開発総研

国内玩具出荷市場規模* (除く家庭用ゲーム)



市場データ

パチンコホール店舗数

暦年	2008	2009	2010	2011	2012
パチンコ遊技機設置店	11,800	11,722	11,576	11,392	11,178
パチスロ専門店	1,137	930	903	931	971
合計	12,937	12,652	12,479	12,323	12,149

出所：警察庁。パチンコ遊技機、パチスロ遊技機、アレンジホール等併設店はパチンコ遊技機設置店に含む。

パチスロ遊技機及びパチンコ遊技機販売台数・設置台数・市場規模

暦年/年度*	2008	2009	2010	2011	2012	
パチスロ遊技機	販売台数(台)	913,094	766,094	979,794	1,259,924	1,326,029
	設置台数(台)	1,448,773	1,347,176	1,390,492	1,474,838	1,549,319
	市場規模(百万円)	247,860	225,869	286,700	375,054	429,974
パチンコ遊技機	販売台数(台)	3,339,146	3,332,984	2,900,286	2,603,760	2,494,695
	設置台数(台)	3,076,421	3,158,799	3,163,650	3,107,688	3,042,476
	市場規模(百万円)	921,338	985,227	886,914	825,714	772,951

出所：設置台数は警察庁。販売台数及び市場規模は矢野経済研究所

* 設置台数は暦年。販売台数及び市場規模は各年度(7月～6月の間に迎える決算期)

アミューズメント関連市場

年度	2007	2008	2009	2010	2011
アミューズメント機器売上高(百万円)	219,061	196,164	169,632	173,167	184,781
アミューズメント施設オペレーション売上高(百万円)	678,099	573,104	504,271	495,767	487,500
アミューズメント施設数(店)*	22,723	21,688	19,213	18,638	18,114
既存店売上高前年比(%)	92.2	89.7	88.2	97.3	96.8

出所：JAIA「平成23年度アミューズメント産業界の実態調査」

* アミューズメント施設数は風営8号対象と8号非対象の合算

家庭用ゲームソフト総出荷金額規模(海外+国内)

年度	2008	2009	2010	2011	2012
ソフトウェア	10,243	7,586	6,705	5,309	4,244
ハードウェア	19,083	14,908	11,269	9,264	8,090

出所：2013 CESAゲーム白書

国内オンラインコンテンツ市場規模推移

暦年	2008	2009	2010	2011	2012
家庭用ゲーム機	172	202	218	285	342
PC	820	920	922	887	895
フィーチャーフォン	890	920	854	512	192
スマートデバイス+SNS	55	290	1,187	2,249	3,856
合計	1,937	2,332	3,181	3,933	5,285

出所：f-ism

見通しに関する注意事項

このAnnualレポートに記載されている、セガサミーホールディングス株式会社及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いたします。実際の業績に影響を与える要因は、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。



セガサミーホールディングス株式会社
〒105-0021 東京都港区東新橋一丁目9番2号
www.segasammy.co.jp

Printed in Japan