

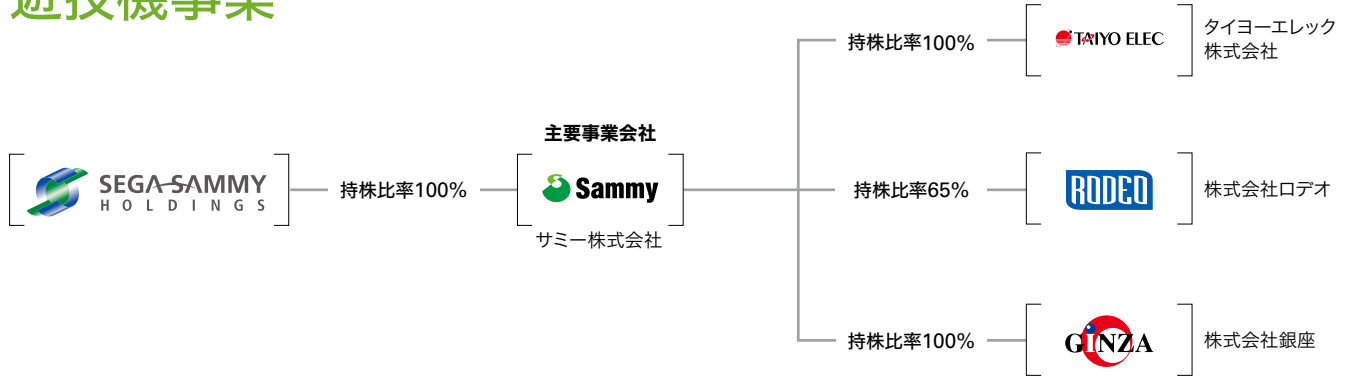
Discussion  
on the Segments'  
**FUTURE**

Structural

# CHANGING

to further strengthen core businesses

# 遊技機事業



## the PAST

- 1975** サミー工業株式会社設立
- 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
- 1998** 業界初のCT (チャレンジタイム)  
機能搭載パチスロ遊技機  
「ウルトラマン倶楽部3」発売
- 1999** 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** 株式会社ロデオ (旧：パークレスト  
株式会社) を子会社化
- 2001** AT (アシストタイム) 機能搭載  
パチスロ遊技機「パチスロ獣王」発売
- 2003** 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
- 2007** タイヨーエレック株式会社を子会社化
- 2008** パチンコ遊技機  
「ばちんこCR北斗の拳」発売
- 2009** 株式会社銀座を子会社化
- 2012** 川越工場、ロジスティクスセンター竣工



「パチスロ獣王」  
©Sammy



「パチスロ北斗の拳」  
©武論尊・原哲夫  
©Sammy



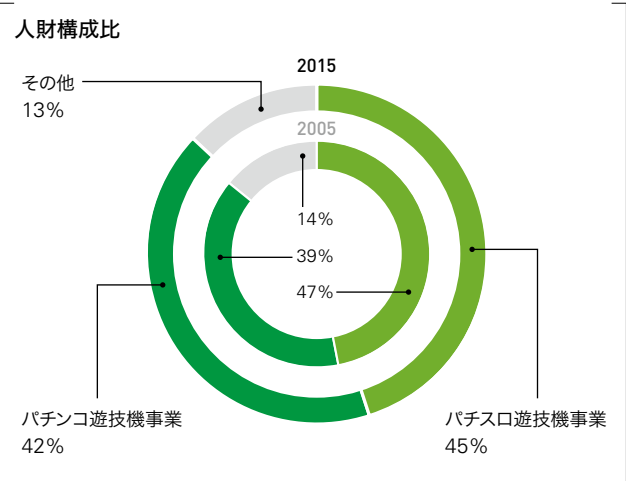
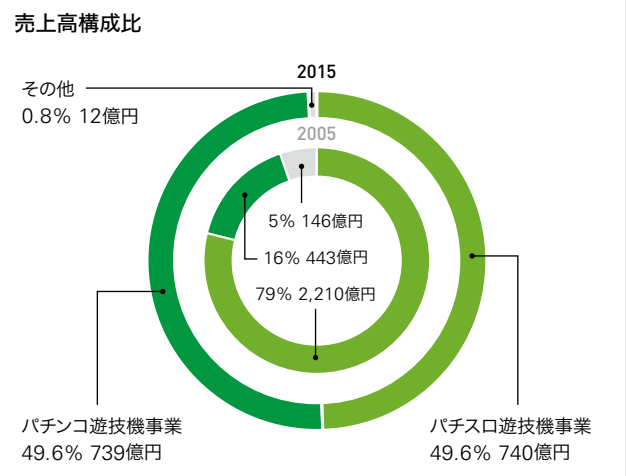
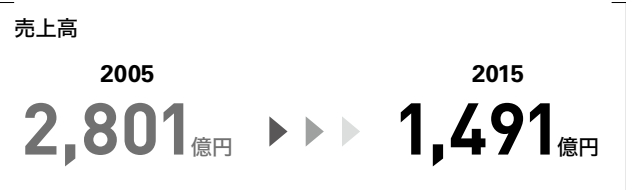
「ばちんこCR北斗の拳」  
©武論尊・原哲夫/  
NSP 1983, ©NSP  
2007 著作権許諾証  
SAE-307, ©Sammy



川越工場

## the PRESENT

### 2005年3月期と2015年3月期の比較





「パチスロ蒼天の拳2」  
©武論尊・原哲夫/NSP2001,  
著作権許諾証YKU-127  
©Sammy



「ぱちんこCR北斗の拳6拳王」  
©武論尊・原哲夫/NSP 1983,  
©NSP 2007 著作権許諾証YDA-108  
©Sammy

### 2015年3月期の業績

売上高

**1,491** 億円 | **-18%**

営業利益

**257** 億円 | **-43%**

パチスロ遊技機販売台数

**207** 千台 | **-31%**

パチンコ遊技機販売台数

**242** 千台 | **+21%**

### 2015年3月期の概況

2015年3月期の売上高は、前期比18%減の1,491億円となりました。パチスロ遊技機の売上高は前期比34%減の740億円、パチンコ遊技機の売上高は、前期比16%増の739億円となりました。営業利益は、前期比43%減の257億円となりました。営業利益率は、リユース等による原価低減や利益率が高いパチンコ遊技機の盤面販売比率の増加などがあったものの、パチスロ遊技機の販売台数の減少により、前期比7.6ポイント低下し17.3%となりました。なお、研究開発費・コンテンツ制作費は、前期比14%増の223億円となり、売上高に対する比率は前期の10.7%に対して15.0%へと上昇しました。

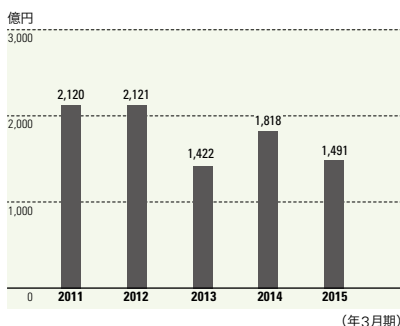
パチスロ遊技機では、サミーブランド「パチスロ蒼天の拳2」や「パチスロアラジンA II」など

を販売したものの、型式試験方法の運用が変更されたことに伴い、新規タイトルの投入数が前期比3タイトル減の6タイトルとなったため、販売台数は前期比31%減の20.7万台となりました。

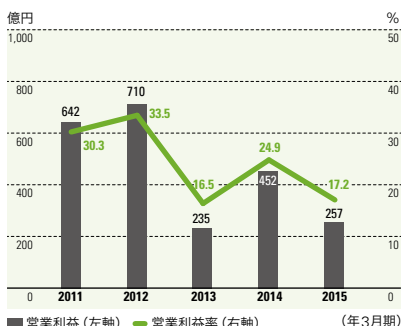
パチンコ遊技機では、販売タイトル数は前期比4タイトル増の14タイトルとなり、サミーブランド「ぱちんこCR北斗の拳6」シリーズや「パチンコCR化物語」などの販売が堅調に推移した結果、販売台数は前期比21%増の24.2万台となりました。利益率が高い盤面販売比率は、24.8ポイント上昇し72.9%になりました。

2014年のパチスロ遊技機の市場シェアは、前期比4.9ポイント減少し16.8%となりました。パチンコ遊技機の市場シェアは、前期比2.3ポイント上昇し、12.0%となりました。

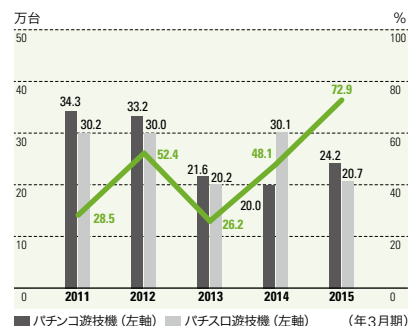
売上高



営業利益/営業利益率



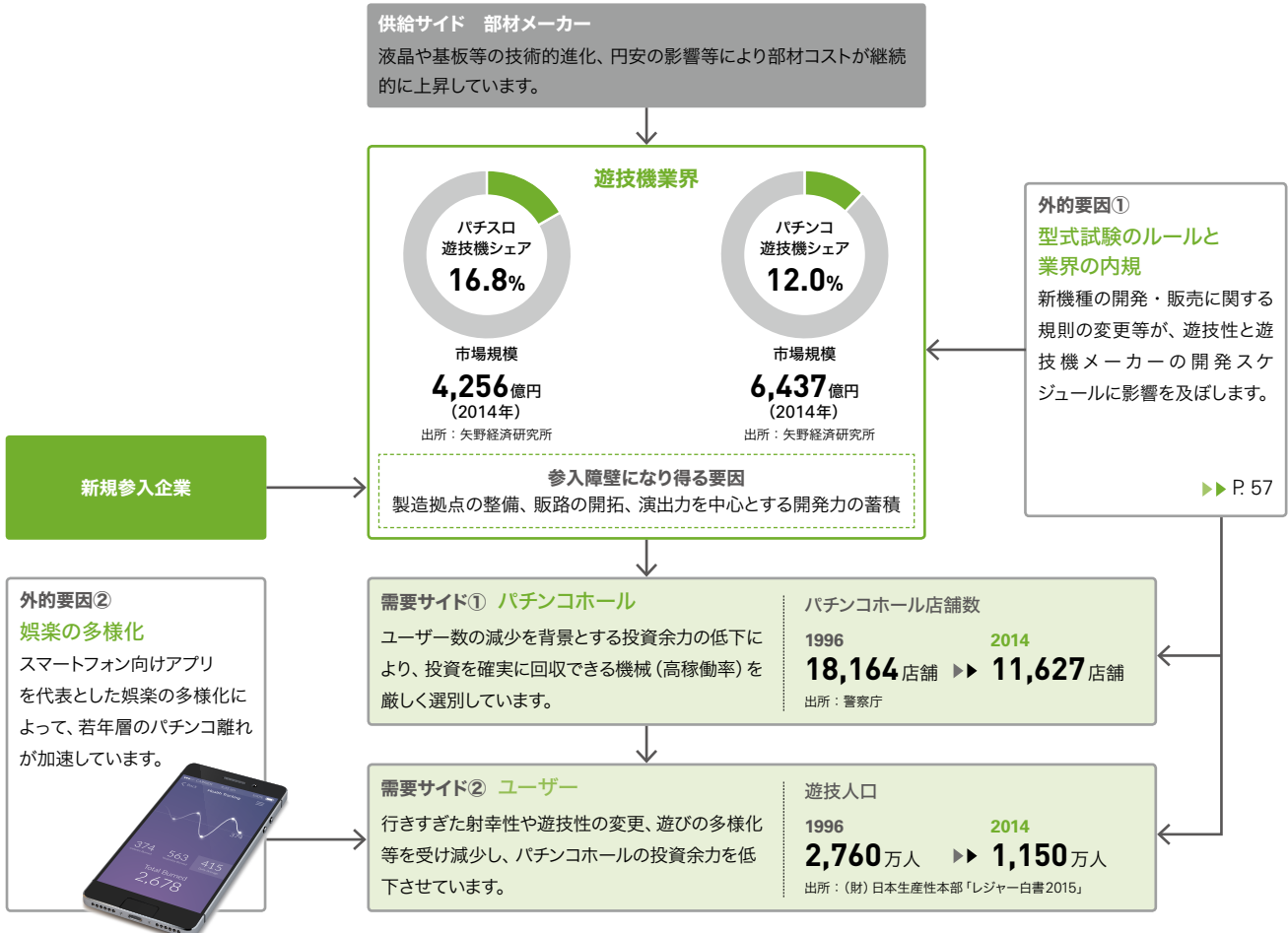
遊技機販売台数



遊技機事業

業界動向SNAP SHOT

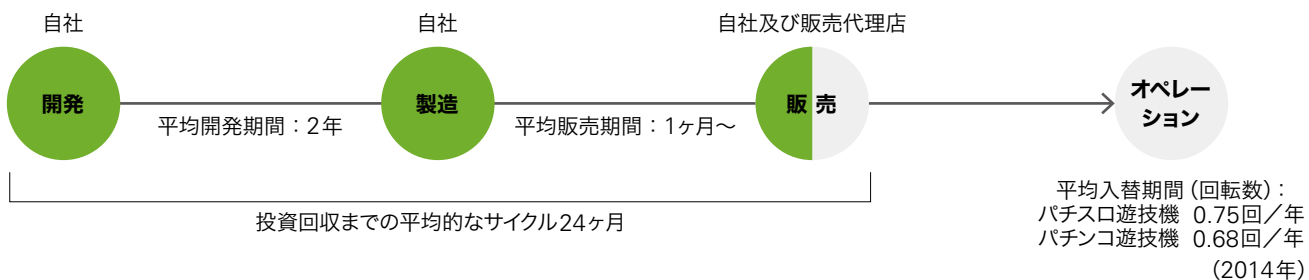
遊技機業界は規制の変更、パチンコホールの経営状態、ユーザーの嗜好、他のエンタテインメントの動向による影響を受けます。



遊技機事業のビジネスサイクル

開発には平均2年程度を要する一方、多くの新機種の受注・出荷は発売直後に集中し、需要はその後、漸減していきます。初期受注と導入後の稼働を見て、いかに受注を獲得するかが販売戦略のポイントとなります。パチンコホールオペレーターによる1年間の新機種への入替を示す回転数は、投資余力の低下により1回転以下が続いています。

サプライチェーンで見る遊技機事業

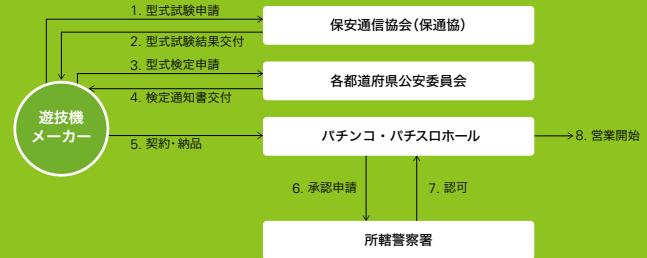


# 遊技機の市場環境

## 遊技機市場の規制プロセス

遊技機メーカーは、「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」（風適法施行規則）に基づく複数の許認可プロセスを経た後にはじめて、新機種の販売を行うことができます。許認可プロセスでは、材質・性能・遊技性などが現行規則で定める規格に適合しているかどうか審査されます。適合認定を取得できない場合は、販売計画に影響を与える可能性があります。また、規制の変更は、遊技性の変化をもたらす可能性があります。

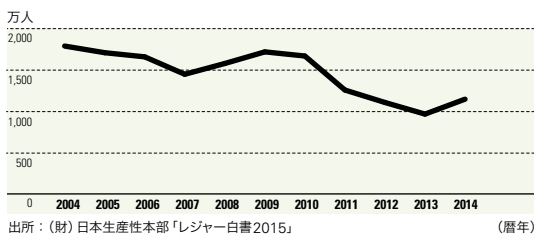
### 遊技機の許認可プロセス



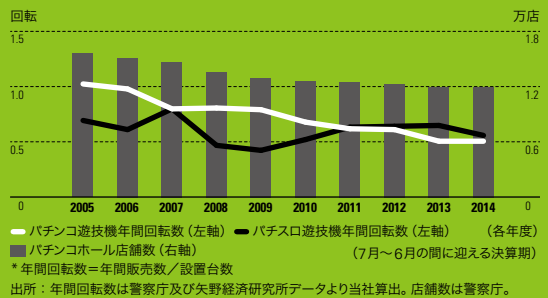
## 現在の市場環境

パチンコ・パチスロ市場では遊技人口の漸減傾向が継続しています。パチスロ遊技機の過度な射幸性の抑制に主眼が置かれた2004年7月の「風適法施行規則等の改正」では、遊技性の急速な変化に伴い、パチスロユーザーの離散が発生しました。一方のパチンコ遊技機は好調を維持したものの、高射幸性機種の設置拡大に伴いライトユーザーの減少が加速し、機械の高額化も進みました。これに伴う売上減と投資負担の増大により、パチンコホールの経営状態が悪化していきました。これが、機械の入替需要の低迷や確実に投資を回収できるメーカー、大型タイトルへの需要偏重、パチンコ遊技機とパチスロ遊技機の循環的な好不調といった現在の市場環境に繋がっています。

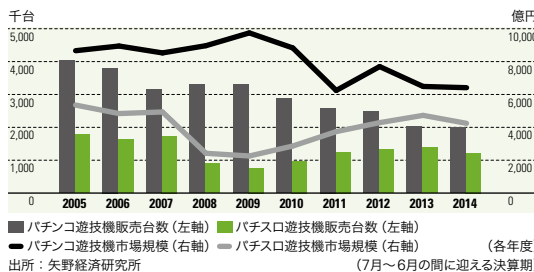
遊技参加人口の推移



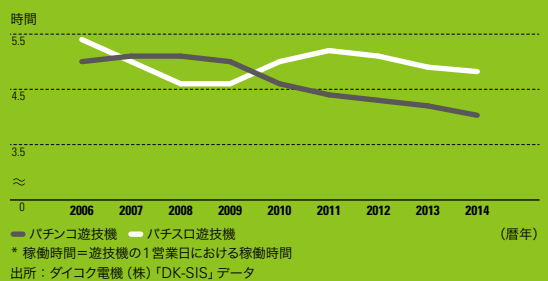
年間回転数\*とパチンコホール店舗数



遊技機市場規模と販売台数



稼働時間\*



遊技機事業



「デジタルCR化物語」  
©西尾維新/講談社・アニプレックス・シャフト ©Sammy



「ぱちんこCR聖戦士ダンバイン」  
©創通・サンライズ Project for Sammy

the FUTURE

事業戦略

遊技人口の減少という構造的課題を抱えるマーケットに身を置く遊技機事業は、パチスロ遊技機においては、トップシェアの継続的な獲得を目指し、シェア拡大余地が大きいパチンコ遊技機においても、トップシェアの獲得を目指すという基本戦略を推進しています。

研究開発費の増額と開発体制の強化を通じた商品力の強化によって、上位企業、安定的な稼働が期待できる機械に需要が集中し優勝劣敗が進む競争環境を勝ち抜いていきます。また、特に若年層の開拓に向けて、従来の枠組みに留まらない斬新な機械の創出にも取り組み、ユーザーの裾野拡大を図り、業界の活性化も先導していきます。

部材価格の上昇への対処については、これまで以上に組織的に部材のリユースを推進し、コスト競争力を高めていきます。リユースを主眼に置いて、開発から、製造、販売に至るすべてのビジネスフローを構築し、コスト改善効果の最大化を目指します。また、サミー(株)の工場を中核拠点とし、「マルチブランド戦略」を担うグループ会社の連携により、共同購買・リユースを通じたコスト改善にも力を注いでいきます。開発コストの抑制や開発期間の短期化に繋がる、低コストな機械の開発等による製品ポートフォリオの多様化を進め、総合的な原価改善にも取り組んでいきます。

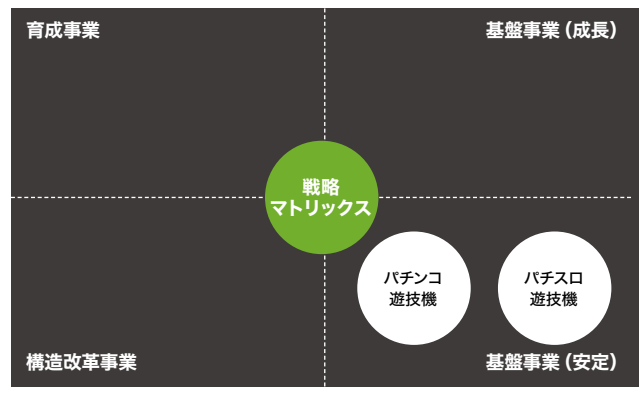
2016年3月期の見通し

2016年3月期は、オペレータの設備投資抑制姿勢と型式試験方式の見直しの影響等により、パチスロ遊技機、パチンコ遊技機ともに厳しい市場環境が予想されます。

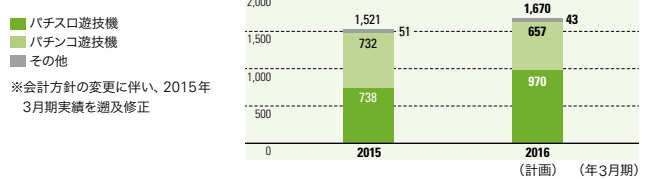
売上高は当期比9%の増収となる1,670億円を計画しています。パチスロ遊技機は、複数の主カタイトルを含む、通期9タイトルの投入により、当期比28%増の26.5万台の販売を計画しています。パチンコ遊技機では、通期で11タイトルの投入を予定していますが、当期主カタイトル「ぱちんこCR北斗の拳6シリーズ」の反動等により、当期比9%減の22万台の販売を計画しています。

円安による部材調達コストの上昇や新規デバイスの投入により、利益率は一時的に低下する見込みです。営業利益は当期比11%減の230億円、営業利益率は同3.1ポイントの低下となる13.8%を見込んでいます。

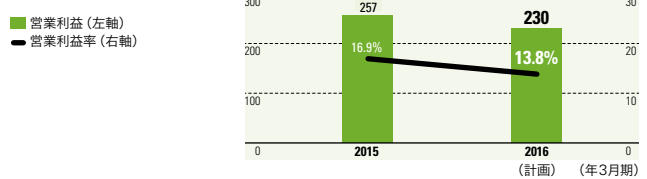
戦略マトリックス



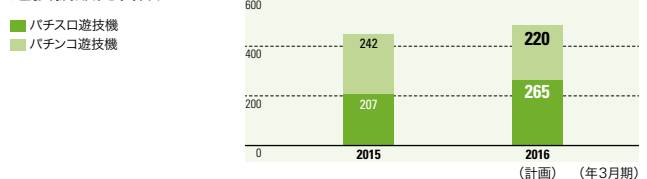
売上高



営業利益・営業利益率

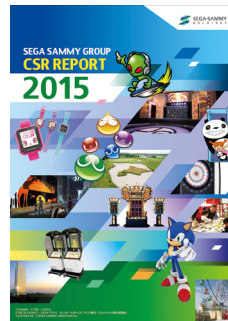


遊技機販売台数





CSRレポート2015



詳細は「CSRレポート2015」をご参照ください。

### バリューチェーンで見るESGリスクと対応

遊技機事業は、企業価値の毀損を未然に防止するために、開発から製造、販売に至る各ビジネスプロセスにおいてビジネスの停滞、対応コストの上昇、ブランド価値の毀損等に繋がり得るESG（環境・社会・ガバナンス）リスクへの慎重な目配りを行っています。



# エンタテインメントコンテンツ事業

## the PAST

1960

1970

1980

1990

2000

2010~

### デジタルゲーム/パッケージゲーム

- 1983  
8bit家庭用ゲーム機  
「SG1000」発売

- 1988  
16bit家庭用ゲーム機  
「メガドライブ」発売



「メガドライブ」  
©SEGA

- 1991  
「ソニック・ザ・ヘッジホッグ」  
シリーズ初登場



「ソニック・ザ・ヘッジホッグ」  
©SEGA

- 1994  
32bit家庭用ゲーム機  
「セガサターン」発売

- 1998  
インターネット接続機能を  
搭載した家庭用ゲーム機  
「ドリームキャスト」発売



「ドリームキャスト」  
©SEGA

- 2000  
家庭用ゲーム機初の  
ネットワークRPG「ファンタ  
シースターオンライン」発売



「ファンタシースターオンライン」  
©SEGA

- 2001  
家庭用ゲーム機事業から撤退

- 2005  
家庭用ゲームソフト  
「龍が如く」初登場



「龍が如く」  
©SEGA

- 2007  
家庭用ゲームソフト  
「マリオ&ソニック AT  
北京オリンピック™」発売

- 2012  
(株)セガネットワークス設立  
(現(株)セガゲームス  
セガネットワークスカンパニー)

### アミューズメント機器

- 1960  
国産初のジュークボックス  
「セガ1000」を開発

- 1964  
業務用アミューズメント  
機器の製造開始



「セガ1000」  
©SEGA

- 1985  
世界初の体感ゲーム  
「ハングオン」発売  
「UFOキャッチャー」発売



「UFOキャッチャー」  
©SEGA

- 1990  
世界初の全方向360度回転  
する業務用ゲーム機「R360」  
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

- 1995  
セガ/アトラス  
「プリント倶楽部」  
登場



「プリント倶楽部」  
©SEGA/アトラス

- 1999  
業務用ゲーム機  
「DERBY OWNERS CLUB」  
シリーズ初登場

- 2003  
業界初キッズカードゲーム  
「甲虫王者ムシキング」登場



「甲虫王者ムシキング」  
©SEGA

- 2004  
店舗間をネットワークで繋い  
だ技術基盤「ALL.Net」登場

### アミューズメント施設

- 1965  
アミューズメント施設  
の運営開始

- 1996  
屋内型テーマパーク  
「東京ジョイボリス」開業



「東京ジョイボリス」

- 2002  
ダーツバー 1号店  
「Bee Shibuya」オープン

- 2009  
ライセンス契約に基づいた屋  
内型テーマパーク「SEGA  
REPUBLIC」をUAEに開業

- 2012  
グループの施設運営事業を  
集約し、(株)セガエンタ  
テインメントを設立

- 2013  
世界初“大自然超体感ミュージ  
アム”「オービィ横浜」オープン



「オービィ横浜」



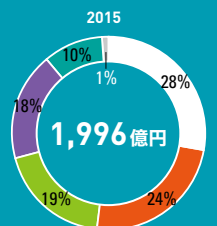
# the PRESENT

エンタテインメントコンテンツ事業は、デジタルゲーム分野、パッケージゲーム分野、アミューズメント機器分野、アミューズメント施設分野、映像・玩具分野で構成されます。旧(株)セガの事業とセガサミーホールディングス(株)傘下の事業のうち、「コンテンツ」というテーマで共通する事業の集約と分社化された新たな体制のもと、環境変化への即応と相乗効果の創出を目指していきます。



(株)セガホールディングス

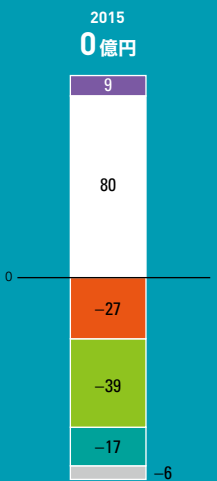
## 売上高



デジタルゲーム	551億円
パッケージゲーム	474億円
アミューズメント機器	393億円
アミューズメント施設	360億円
映像・玩具	199億円
その他・消去	19億円

※会計方針の変更に伴い、2015年3月期実績を適及修正

## 営業損益



デジタルゲーム	9
パッケージゲーム	80
アミューズメント機器	-27
アミューズメント施設	-39
映像・玩具	-17
その他・消去	-6

### デジタルゲーム分野

セガグループの豊富な開発資源とビジネスモデル構築の専門家集団のコンビネーションにより、急速にマーケットプレゼンスを高めています。マーケティング支援ツール「Noah Pass」による新たなビジネス機会の創出にも注力しています。



(株)セガゲームス



(株)アトラス



(株)インデックス



(株)サミーネットワークス

### パッケージゲーム分野

世界のセガブランドを築き上げる基盤となった数々の有力IPと豊富な開発資源を有しています。開発タイトルの絞り込みによる投資効率の向上と、パッケージゲーム向けIPのデジタル転用による、収益機会の多様化を進めています。

### アミューズメント機器分野

(株)セガの祖業として50年の歴史を有します。数々の業界初、世界初の製品を生み出し、現在でも業界のリーディングポジションを堅持しています。創業以来、一貫してファブレス（製造を協力企業に委託する業態）を採用してきました。



(株)セガ・インタラクティブ



(株)ダーツライブ



(株)セガ・ロジスティクスサービス



セガサミークリエイション(株)

### アミューズメント施設分野

アミューズメント機器分野との連携により幅広いユーザー層に対応した機器、フォーマットを展開しています。近年は不採算店舗の閉鎖等により、規模から収益性に大きく戦略の舵を切るとともに、親子三世代をターゲットにした新たな店舗フォーマットの開発も進めています。



(株)セガ エンタテインメント

### 映像・玩具分野

映像分野は豊富な映像資産を活かした事業を展開し、玩具分野は知育玩具や成人層をターゲットとした玩具等で独自の地位を築いています。



(株)セガトイズ



(株)トムスエンタテインメント

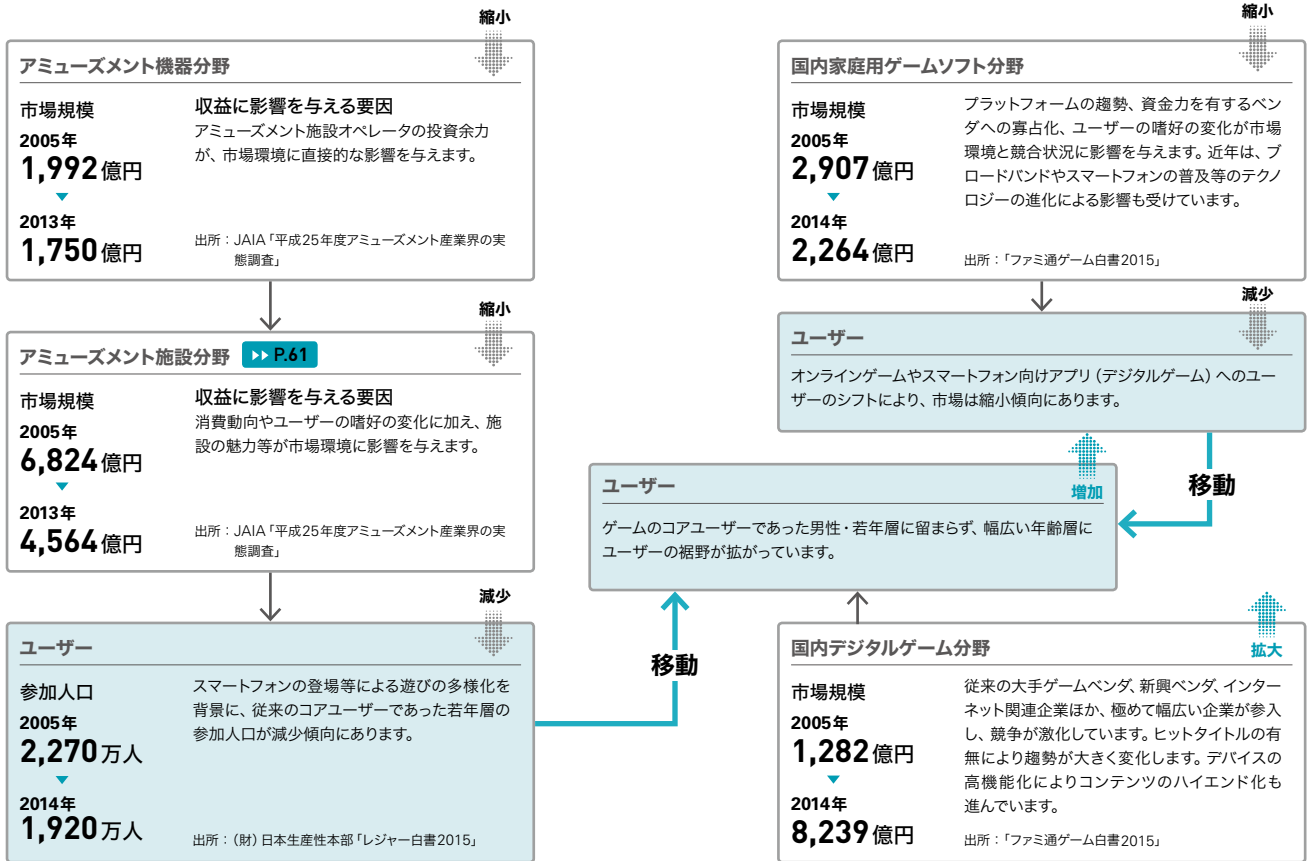


マーザ・アニメーションプラネット(株)

エンタテインメントコンテンツ事業

業界動向SNAP SHOT

様々なエンタテインメント領域で事業を展開するエンタテインメントコンテンツ事業は、領域ごとに異なる市場の成長性や競合状況の影響を受けます。またデジタルデバイスの進化は、エンタテインメント業界内に加え、実質的に異業種ともユーザーを奪い合う競合関係をもたらしています。



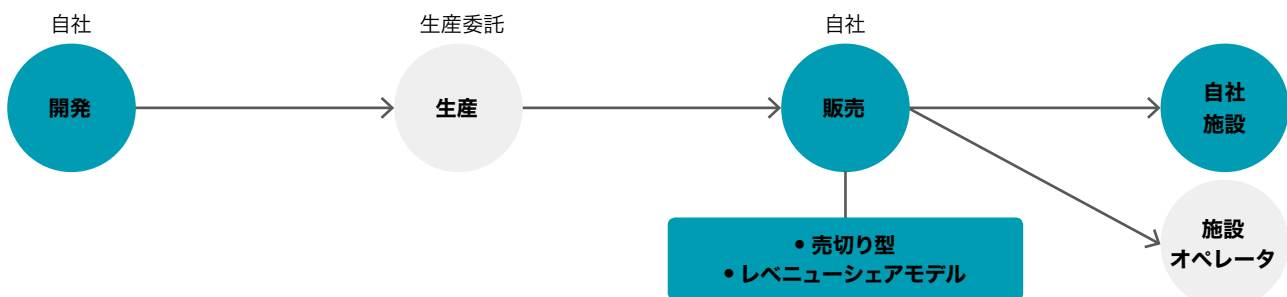
事業モデル① アミューズメント機器/施設分野

アミューズメント機器分野では、企画・開発を自社で行い、製造工場を持たずに生産は外部委託しています。近年では、施設オペレータの設備投資負担を軽減するために、「レベニューシェアモデル」や、基盤の交換・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「CVTキット」の導入を進めています。レベニューシェアモデルは、売切り型とは異なり、投資回収期間が長期化する一方、収益の安定化をもたらします。



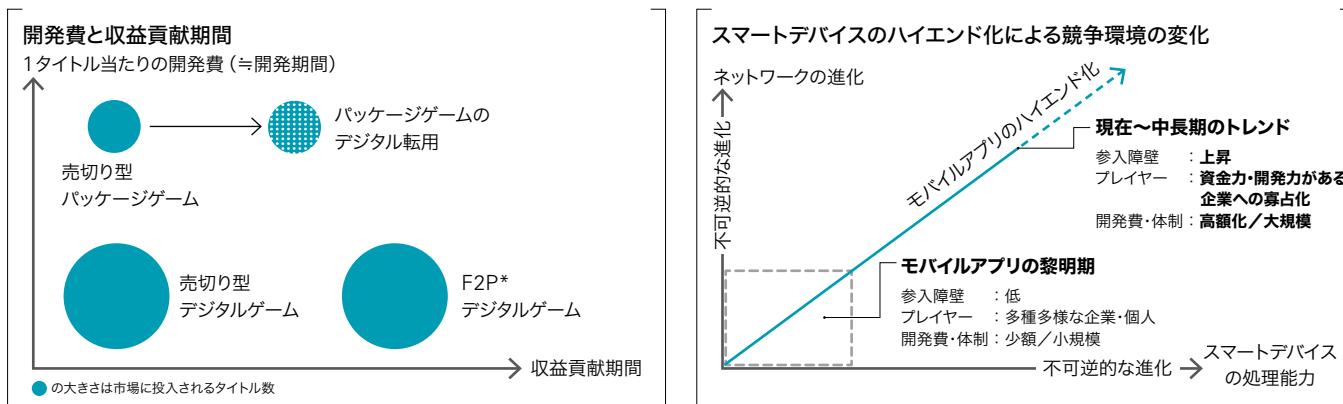
「WORLD CLUB Champion Football」シリーズ ©SEGA ©Panini S.p.A. All Rights Reserved **FC PANINI** The game is made by Sega in association with Panini.

サプライチェーンで見るアミューズメント機器分野



## 事業モデル② デジタルゲーム・パッケージゲーム分野

売切り型のパッケージゲームと比較して、開発費用が少額で市場に提供されるタイトル数が多いデジタルゲームは、一般的に短期の開発期間で数多くのタイトルを提供し、ヒット率を高めることでプレゼンスを高めていくことが求められてきました。ハイエンド化の進展が予想される今後は、より長期の開発期間と一定の開発コストをかけた開発ノウハウを有する当グループが優位性を発揮できると考えています。



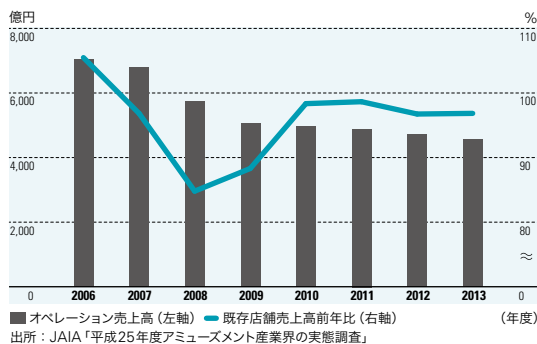
\* F2P(free-to play) : 基本プレイ無料で提供し、アイテムの販売等により収益を継続的に得ていくビジネスモデル



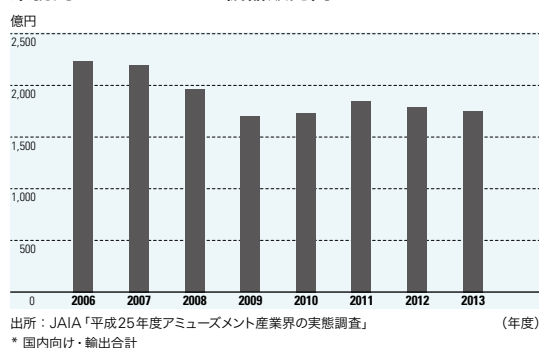
## オンラインゲームコンテンツへのユーザーのシフト

1970年代から2000年代初頭にかけて、ゲームセンターを中心とするアミューズメント施設オペレーション市場は、若年層の支持を受けて安定的に成長してきました。個人消費の伸び悩みを背景に市場が飽和した2007年頃より、市場規模は長期縮小トレンドに入っています。2009年頃より、スマートフォンの普及が急速に進展し、様々なプレイヤーの参入によりゲームアプリマーケットが形成されていきました。同時期のアミューズメント施設市場は、緩やかに右肩下がりになっています。この対照的なトレンドは、若年層の娯楽がスマートフォンにシフトしていることを示唆しています。

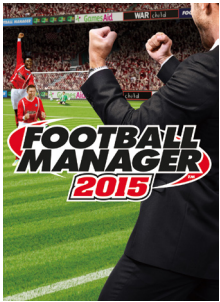
アミューズメント施設オペレーション市場規模/  
既存店舗売上高前年比



業務用アミューズメント機器販売高\*



エンタテインメントコンテンツ事業



「Football Manager 2015」  
 © Sports Interactive Limited 2014. Published by SEGA Publishing Europe Limited. Developed by Sports Interactive Limited. SEGA and SEGA logo are either registered trade marks or trade marks of SEGA Corporation. Football Manager, the Football Manager logo, Sports Interactive and the Sports Interactive logo are either registered trade marks or trade marks of Sports Interactive Limited. All rights reserved. All other company names, brand names and logos are property of their respective owners.



「Wonderland Wars」  
 ©SEGA

the FUTURE

事業戦略

分社化によって構築した、それぞれの事業領域に最適化されたバリューチェーンを活かし、市場環境の変化に即応するとともに、IPの相互活用等により相乗効果の創出を目指していきます。

デジタルゲーム分野では、豊富な開発資源とビジネスモデル構築の専門家集団という強みを活かすことで、幅広いユーザーの嗜好に対応するラインナップを市場に投入し、業界トップクラスのヒット率を追求していきます。また、海外への展開も強めていきます。欧米とアジアを重点市場と位置付け、欧米は市場特性に合わせた独自の経営体制で臨み、アジアでは、日本のヒットタイトルの的確なローカライズにより開拓を進めていきます。マーケティング支援ツール「Noah Pass」による新たなビジネスモデルの開発にも注力していきます。

パッケージゲーム分野は、海外を中心に合理化を図りつつ、国内外でIPのデジタル転用を加速し、収益機会の拡大を目指します。

アミューズメント機器分野は、継続的な事業効率化により収益性の向上に努めながら、ファミリーを対象とした機器の開発に注力し、マーケットの拡大に努めていきます。

アミューズメント施設分野は、既存のゲームセンターは収益性に軸足を置き、スクラップ&ビルドと店舗運営の強化に取り組み、三世代をターゲットと捉えた業態や飲食併設型店舗など、異業態の開発を通じて、新たなマーケットの開拓を進めていきます。

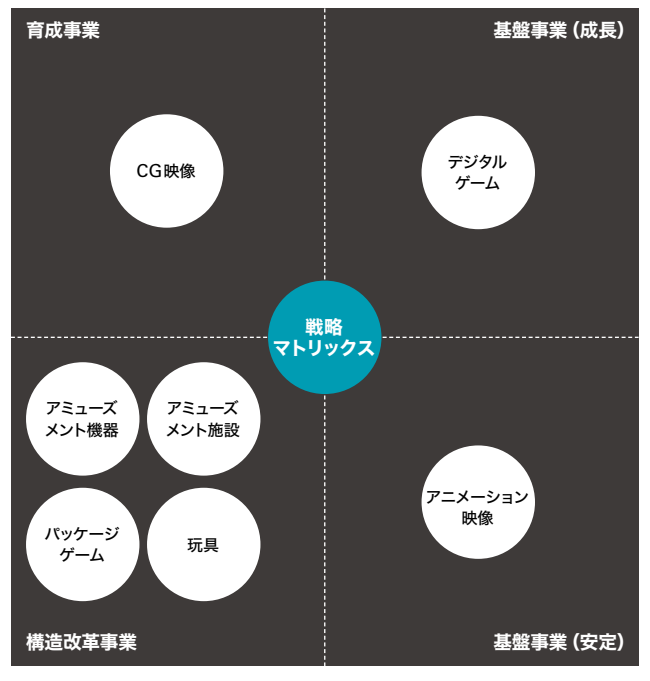
映像・玩具分野は、合理化による収益性の改善を図るとともに、定番・主力製品による展開を強化していきます。

2016年3月期の見通し

デジタルゲーム分野の収益拡大とアミューズメント機器分野を中心とする合理化による収益性の改善を受け、売上高は当期比18%増の2,350億円、営業利益は当期の0億円から115億円への増益を計画しています。

デジタルゲーム分野は、国内では「ファンタシースターオンライン 2」「チェインクロニクル」「ぷよぷよ!!クエスト」等の既存ヒットタイトルの収益確保と、「オルタンシア・サーガ-蒼の騎士団-」「モンスターギア」等の

戦略マトリックス



主力タイトルの投入により当期比58%の増収、44%の増益を見込んでいます。海外では、買収や提携により拡充した開発拠点を中心に、タイトル数を当期の3倍に拡大し、展開強化を本格化します。

パッケージゲーム分野は、売上高は当期比6%の減収となるものの、利益面では合理化効果により13億円の黒字への転換を計画しています。

アミューズメント機器分野は、「艦これアーケード」「新甲虫王者ムシキング」等の幅広いユーザー向け製品を複数投入し、当期比15%の増収を目指します。利益面では、当期実施した事業効率化による収益性の改善により、黒字化を見込みます。

アミューズメント施設分野は、売上高は当期比1%の増収を計画し、ゲームセンター以外の新業態店舗の展開強化に伴う設備投資及び減価償却費の増により、減益を見込んでいます。

映像・玩具分野は、売上高は当期比1%の増収、当期実施した合理化により黒字転換を見込みます。



### 定量計画

億円	2015*	2016(計画)	増減
売上高	1,996	2,350	+18%
デジタルゲーム	551	870	+58%
パッケージゲーム	474	445	-6%
アミューズメント機器	393	450	+15%
アミューズメント施設	360	365	+1%
映像・玩具	199	200	+1%
その他/消去等	19	20	—
営業利益(損失)	0	115	—
デジタルゲーム	80	115	+44%
パッケージゲーム	-27	13	—
アミューズメント機器	-39	0	—
アミューズメント施設	9	3	-57%
映像・玩具	-17	2	—
その他/消去等	-6	-18	—
営業利益率	—	4.9%	—

\* 2016年3月期より売上高の計上基準を①純額基準から総額基準、②出荷基準から納品基準へ変更したことにより、2015年3月期実績を遡及修正。



## アミューズメント機器事業のビジネスモデル

業界の活性化に向けて、様々なビジネスモデルの導入を進めています。

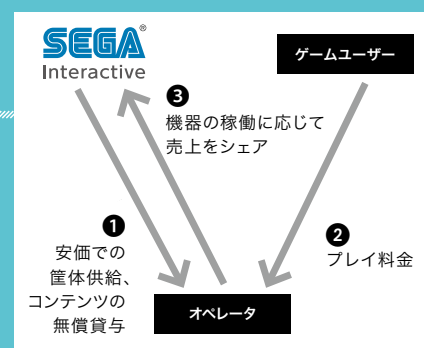
### CVTキット

CVTキットは、筐体を新たに購入することなくゲームのバージョンアップが可能な、基板やソフト、外装等の交換キットです。2015年3月期も「WORLD CLUB Champion Football」や「StarHorse3 Season III CHASE THE WIND」等、主力タイトルのCVTキットの販売を行いました。



### レベニューシェアモデル

低廉な価格での筐体供給とコンテンツの無償供与を行うとともに、(株)セガ インタラクティブのネットワークサービス「ALL.NET」のインフラ上で、機器の稼働に応じて売上(プレイヤーのプレイ料金)を(株)セガ インタラクティブとオペレータでシェアするビジネスモデルです。オペレータは少ない初期投資で機器の導入が可能になり、(株)セガ インタラクティブにとっても機器の販売で完結することなく、コンテンツの定期的なバージョンアップを通じた市場価値の維持によって、継続的な収益の確保が期待できます。



### 基本プレイ無料モデル

すべて無料で遊ぶことができ、アイテム等の購入やステージ途中のコンティニューで課金する仕組みを採用したモデルです。2014年3月期に導入を開始した「ぷよぷよ!!クエスト アーケード」は、業界初となる「基本プレイ無料」をビジネスモデル採用したタイトルです。幅広い層に親しまれるIPの活用により、女性や親子連れの集客を図ります。また、リアル店舗とデジタルゲーム分野間の相互送客も視野に入れていきます。





## エンタテインメントコンテンツ事業

### バリューチェーンで見るESGリスクと対応

幅広いエンタテインメント領域で事業を展開するエンタテインメントコンテンツ事業では、分野ごとに異なるビジネスモデルやユーザー層、業界ルールや社会の関心等を踏まえ、重要なESGリスクを抽出し、適切な対応を心掛けています。



# リゾート事業

## リゾート事業の主要ポートフォリオ

### リゾート施設

#### フェニックス・シーガイア・リゾート

所在地：宮崎県（宮崎市）

運営会社：フェニックスリゾート（株）

概要：「シェラトン・グランデ・オーシャンリゾート」等の宿泊施設や、最大5,000名収容可能な国際級コンベンション施設、日本屈指の名門ゴルフコース「フェニックスカントリークラブ」等のスポーツ施設を保有するリゾート施設



### テーマパーク

#### ジョイポリス

所在地：東京都（お台場）、  
大阪府（梅田）

運営会社：（株）セガ・ライブクリエイション

概要：「デジタル」と「リアル」の融合を意味する「デジタリアル（DigiReal）」をコンセプトに掲げた、斬新かつ先進的なエンタテインメントを提供する国内最大級の屋内型テーマパーク



#### オービィ横浜

所在地：神奈川県（みなとみらい）

運営会社：（株）セガ・ライブクリエイション

概要：BBC EARTHの映像力とセガのエンタテインメント技術を融合し、自然界の様々なシーンを独自の手法で再現。大自然の神秘を全身に感じることが出来るまったく新しいミュージアム



### 海外IR施設

#### パラダイスカジノ仁川／パラダイスシティ

所在地：韓国（仁川市）

運営会社：PARADISE SEGASAMMY Co., Ltd.

概要：1967年に韓国初の外国人専用カジノとしてオープンした「パラダイスカジノ仁川」の運営及び2017年上期開業予定の韓国初の本格的統合型リゾート「パラダイスシティ」の開発



### 海外大型複合施設

#### 施設名未定

所在地：韓国（釜山広域市）

運営会社：SEGASAMMY Busan Inc.

概要：韓国・釜山広域市における、ホテル、エンタテインメント、商業施設等からなる大型複合施設の開発・運営

## 定量計画

（年3月期）

	2015	2016（計画）	増減	
売上高（億円）	149	180	+21%	
営業損益（億円）	-23	-35	—	
フェニックス・シーガイア・リゾート	利用者数（千人） 客単価（円）	643 14,481	580 16,383	-10% +13%
東京ジョイポリス	利用者数（千人） 客単価（円）	614 3,426	622 3,413	+1% —
オービィ横浜	利用者数（千人） 客単価（円）	400 2,283	384 2,236	-4% -2%
パラダイスカジノ仁川	カジノ売上高（10億KRW） 利用客数（千人）	109 58	— —	— —

## バリューチェーンで見るESGリスクと対応

### 事業範囲



### テーマパーク分野における社会リスクの例

#### ● 設備の安全性

人が乗ることのできる大型のアトラクションを設置している施設で、安全にかかわる事故が発生した場合、営業停止やブランドの毀損等に繋がるリスクがあります。

**対応** 大型のアトラクションはもとより、すべてのアミューズメント機器に関して、自社で定める100項目からなるチェックリストに基づき、運営面、管理面から定期的に自主点検を実施しています。

## ESG データ

(年3月期)	2013	2014	2015
<b>人事・労務データ</b>			
連結従業員数(人)	7,008	7,472	7,418
平均年齢(歳)	38.6	38.5	37.4
平均勤続年数(年)	7.8	7.9	8.5
女性管理職者比率(%)	4.1	4.6	5.7
新卒採用数(人)	115	111	144
中途採用数(人)	175	126	288
年次有給休暇取得率(%)	44.0	45.3	47.0
労働災害発生件数(件)	100	108	71
<b>環境データ</b>			
CO <sub>2</sub> 総排出量(t-CO <sub>2</sub> )	103,766	109,866	123,801
総エネルギー投入量(GJ)	2,120,221	2,262,136	2,216,589
電力使用量(MWh)	182,733	203,358	198,119
産業廃棄物排出量(t)	3,234	2,575	2,466
水使用量(m <sup>3</sup> )	928,642	1,377,158	1,075,035

対象範囲

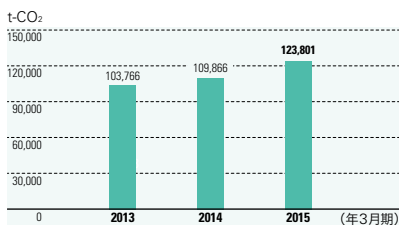
- 2013年3月期、2014年3月期 計9社(タイヨーエレックを除く)、2015年3月期 計10社
  - セガサミーホールディングス、サミー、サミーネットワークス、タイヨーエレック、セガ、セガエンタテインメント、セガネットワークス、セガトイズ、トムス・エンタテインメント、フェニックスリゾート
- ※ これらのデータの連結の正規雇用人数に対するカバー率は約7割です。

## サミー川越工場(遊技機事業)における環境配慮の状況

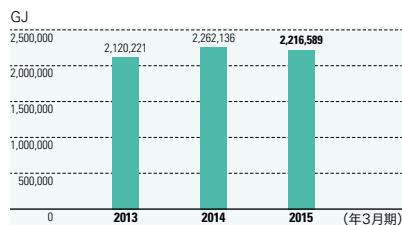
(年3月期)	2013	2014	2015
遊技機のリサイクル率(%)	98.47	96.58	97.24
木材使用量(t)	1,778	2,055	1,344
うちPEFC認証木材(t)	468(26.3%)	134(6.5%)	66(4.9%)
接着剤使用量(t)	0.36	—	—
うち水系接着剤(t)	0.36(100%)	—	—

※1 PEFC認証木材: PEFC森林認証プログラム(Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes)による認証木材。第三者機関より持続可能な森林管理の認証を受けた森林より適切に調達された木材。PEFC認証木材が使用できる製品の生産量が減少したことにより、使用量が減少しました。

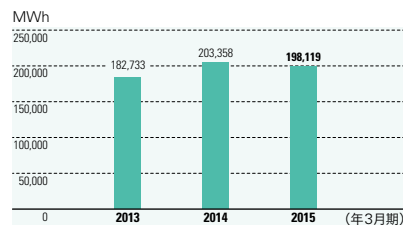
※2 2013年度より接着された状態での部材の調達に切り替えました。部材の調達においては、環境負荷の少ない水系接着剤を100%使用しています。

CO<sub>2</sub>総排出量

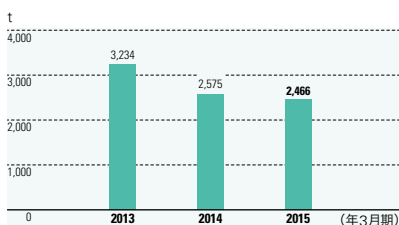
## 総エネルギー投入量



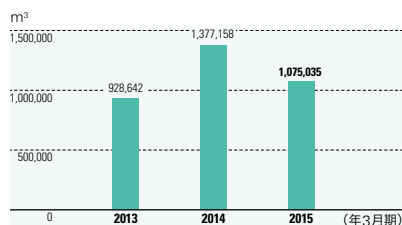
## 電力使用量



## 産業廃棄物排出量



## 水使用量



- 集計データの一部に床面積による推計値を含みます。
- CO<sub>2</sub>総排出量の増加は、電力会社排出係数の影響が大きな要因です。
- 購入電力のCO<sub>2</sub>排出係数: 電気事業者ごとの排出係数(2014年3月期)を使用しています。