

2024年3月期 Q2 決算
アナリスト・機関投資家向け説明会 主な質問（要旨）

2023年11月16日
セガサミーホールディングス株式会社
経営企画本部 IR・SR部

- 開催日時：2023年11月8日（水） 13：00～
- 回答者： 里見 治紀（セガサミーホールディングス株式会社 代表取締役社長グループ CEO）
深澤 恒一（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）

※この資料は決算説明会の質疑応答を抜粋し、要約したものです。ご理解いただきやすいように一部加筆・修正をしています。

全社

Q： 業績予想の修正について、セグメント毎にどのように見直したのかを教えてください。

A： エンタテインメントコンテンツ事業では、市場の変化や直近の販売状況に鑑みて、一部新作タイトルの販売本数を保守的に見込んだ。一方で、リピートタイトルの販売本数は想定を下回っているものの、販売価格を維持できており、利益面では堅調、また為替レートの見直しも実施している。リピート・新作ともに商戦期である年末に向けて販売を伸ばしていきたい。遊技機事業では、上期は大きく上振れたが、複数タイトルを温存したことや、部材の評価減等のコストを見込んでいることから、下期は期初計画並の見通しとしている。

エンタテインメントコンテンツ事業

Q： コンシューマ分野について、来期の展望を聞きたい。増益ファクターとして何が期待できるか。

A： 来期新作に加えて、今下期に主カタイトルが集中しているため、そのリピートの販売増加を期待している。一方で、償却ルールを見直したため、来期に持ち越すコンテンツ制作費は従来よりも増える見通し。

Q： 欧州の構造改革に伴うコスト削減効果をどのように見ているか。

A： Creative Assembly における人員削減（影響を受ける従業員との協議が進行中）のほか、オフィス体制の見直し等の効果を見込んでいる。また、グローバルでのバリューチェーンの最適化も図る予定である。

Q： 欧州スタジオの今後の体制について教えてください。

A： Creative Assembly を中心とした構造改革の過程の中で、ワークフローを最適化し、開発リソースを得意ジャンルに集中させる。

Q： 通期業績見通しにおけるコンシューマ分野における減損について、欧州での構造改革以外については、どう考えれば良いか。

A： Q2 迄の実績は、織り込まれているが、将来分については、開発の進捗状況や販売成績に応じて資産性を評価するものであると認識している。ただし、現時点で、発生確度が高い一部評価減等については、今後の見通しに織り込んでいる。

Q： 欧州事業の構造改革によって、Super Game の計画を見直す等の影響はあるのか。

A： Super Game の開発を見直す計画はない。

Q： 『ソニックスーパースターズ』の初速が想定を下回っている理由をどう見ているか。

A： 同時期の他社大型タイトルの影響が大きいと考えているが、これから海外市場を中心にホリデーシーズンに向けてプロモーションを強化する予定。メタクリティクスコア、ユーザースコアともにソニックフロンティアよりも高く、引き続き、しっかりと販売していきたい。

Q： 『404 GAME RE:SET -エラーゲームリセット-』のサービス終了が発表されたが、スマートフォン向けゲーム市場に対する見解や今後の取組みを伺いたい。

A： 国内スマートフォン市場向けの新作タイトルは、市場が成熟し、ヒットを出しづらい環境であると認識している。一方で、既に人気を確立しているタイトルである『プロジェクトセカイ カラフルステージ！ feat.初音ミク』、開発はセガ、パブリッシャーは株式会社バンダイナムコエンターテインメントが担う『ONE PIECE バウンティラッシュ』等は好調に推移している。今後は、こうした既存有力タイトルのグローバル展開の強化に加えて、『Persona 5 : The Phantom X』や、Rovio 社タイトルなど、グローバル向け F2P 展開にも力を入れていく。

Q： Rovio 社の業績について、現状は連結業績への利益貢献はほとんどないと認識しているが、3-5 年後等で目指している水準はあるか。

A： シナジーを含めた中期計画の検討を進めている。中長期的には、Rovio 社自体の業績の伸びも期待しているが、グループでシナジーの創出に取り組むことで、新作タイトルのローンチや既存事業の効率が改善し、業績が伸びることを期待している。早いものでは来期から出てくると思うが、収益貢献という点では限定的であると想定している。

Q： 国内開発スタジオにおける、うまくいっている点、今後の改善点を教えて欲しい。

A： 数年前からマルチプラットフォーム、世界同時発売に取り組むことで、売上規模を拡大することができている。かつては、コンシューマ、アミューズメント、スマートフォン等デバイス毎に分かれていた開発部隊を融合したことで、それぞれの強みを生かしつつも、開発リソースの柔軟な配置を実現出来ている。こうした取り組みが成果につながっていると認識している。

Q： 例えば、海外でも人気のペルソナシリーズタイトルを初年度に 500 万本販売するための方策はあるか。

A： 『ペルソナ 5』は展開プラットフォーム、国・地域を増やし、現在でも販売本数を増やしている。今後の作品においては、発売当初からマルチプラットフォーム・世界同時展開することで、ナンバリングなどペルソナの主流の作品であれば初年度で 500 万本級タイトルとすることは可能と考えている。また、『ペルソナ 5』の開発陣による新規 IP『メタファー：リファンタジオ』に期待している。

Q： 業界全体で開発費の高騰が進んでいる印象を受けているが、開発における生成 AI の活用など、効率化の観点から、開発の仕方自体を変える必要があるかについてお考えをお聞きたい。

A： 業務効率化のため、オートメーション技術の研究を進めている。また、社内においてクラウド環境での ChatGPT-4 を導入し、国内で勤務する全社員が使用できるようにしており、各種業務にて広く活用されている。生成 AI については、関連法の整備やお客様のニーズなどに鑑みながらはなるが、効果的に活用していきたいと考えている。

遊技機事業

Q： 遊技機事業において、2024/3 期下期は利益が出ないのか。

A： スマートパチスロの普及が想定よりも速いペースで進行していることから、主にメダル機に係る部材の評価減を見込んでいます。また、上期業績に基づき、遊技機事業に従事している従業員への賞与の支給も検討しており、下期はコストが大きくなることを見込んでいます。

Q： 2024/3 期は『スラスロ北斗の拳』が業績を牽引しているが、2025/3 期はその反動減をどのように抑えるのか。

A： 『スラスロ北斗の拳』クラスのヒットを期初計画段階で織り込むことは容易ではないが、派生タイトルも含めてラインナップを充実させるとともに、新規 IP 等を用い、計画を上回る新たなヒットタイトルを創出する事を目指す。パチスロ機についてはスマートパチスロを中心に市場環境が堅調に推移しており、専用ユニットについても普及が進んでいることから、今後はスマートパチスロ同士での入れ替え需要も見込めると考えている。パチンコ機についてもスマートパチンコをはじめ、ユーザーの遊技意欲やホールの購買意欲を刺激するような機種を販売したい。

Q： 今後のホールの事業環境について伺いたい。スマートパチスロの好調により改善が期待される一方で、スマート機専用ユニットの導入等に係るコストも発生すると認識している。

A： 2024 年問題、新紙幣発行などへの対応、またスマート機専用ユニットの導入も必要であることから、短期的にホールのコスト増が見込まれる要素がいくつかあるが、一方で、それら設備投資の一巡後には、スマート化によるコスト効率向上も見込まれると考えられる。その上でヒット作が出せれば本格的な回復期に移行できると考えているため、当社としてはヒット作を出せるように引き続き努力したい。

Q： パチスロ機において、今後リソースを投下するのは主にスマートパチスロ、という認識で良いか。

A： 足元では『パチスロ交響詩篇エウレカセブン HI-EVOLUTION ZERO TYPE-ART』や『パチスロ ファイヤードリフト』といったメダル機も投入予定だが、ホールからは AT 機や ART 機に関してはスマートパチスロの需要が強いため、今後の当社販売ラインナップについてはスマートパチスロ中心にシフトしていく。

Q： 株式会社ガイア及びグループ会社の民事再生手続き開始の申立てに関連し、今後ホールとの取引条件や販売手法の変更等を検討しているか。

A： 個別の法人との取引条件については柔軟に検討していく。一方で、本件によりホールを含む遊技機業界に対する金融機関の信用収縮は発生していないと認識していることから、現時点で全体に対する取引条件を大きく変更することは検討していない。

成長投資

Q： オンラインカジノ事業は顧客獲得のために巨額なマーケティングコストが必要となり、あまり儲からないビジネスではないのか？ GAN 社の業績も営業損失が続いている。買収に至った背景を教えてください。

A： 北米におけるオンラインスポーツベッティング市場は、多くの企業が参入し、巨額の広告宣伝費を投じて顧客獲得に走っていたが、現在では大手 3 社が圧倒的なシェアを抑えている状況である。GAN 社については、北米ではこのオンラインスポーツベッティング事業や iGaming は行わず、B2B 事業を行っている。つまり、競争が熾烈なオンラインスポーツベッティングの B2C 事業ではなく、大手 3 社の中の 1 社も既に重要顧客であるように、GAN 社は彼らをサポートするユニークなテックプラットフォームを

提供する側であることに魅力を感じ、今回の買収に至ったことを理解頂きたい。GAN 社にはオンラインカジノ向けの B2B ソリューションを提供できる技術力があり、セガサミークリエイション（SSC）には顧客基盤があるので、お互いのユーザープールを活用してクロスセールスができる流れを作り、B2B の分野で成長させていきたいと考えている。

以上