

フィールズの事業活動レビュー

連結財務ハイライト

フィールズ株式会社及び連結子会社

	2010年3月期		2011年3月期	
		前期比 増減率(%)		前期比 増減率(%)
経営成績(百万円)：				
売上高	¥ 66,342	(9.2)	¥ 103,593	56.2
売上総利益	26,889	11.9	35,129	30.6
売上総利益率(%)	40.5		33.9	
営業利益	8,124	314.3	13,136	61.7
売上高営業利益率(%)	12.2		12.7	
経常利益	7,761	682.9	13,684	76.3
売上高経常利益率(%)	11.7		13.2	
当期純利益	3,289	—	7,520	128.6
売上高当期純利益率(%)	5.0		7.3	
財政状況(百万円)：				
総資産	81,329	29,264	78,971	(2,357)
純資産	41,187	1,690	47,021	5,834
自己資本	41,064	1,601	46,779	5,714
有利子負債	2,230	(781)	1,834	(395)
キャッシュ・フロー(百万円)：				
営業活動によるキャッシュ・フロー	8,429	4,281	8,005	(424)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(1,011)	5,171	(4,356)	(3,344)
財務活動によるキャッシュ・フロー	(2,687)	(3,290)	(3,915)	(1,227)
フリー・キャッシュ・フロー	7,418	9,452	3,649	(3,769)
1株当たりデータ(円)*1：				
当期純利益	¥ 97.97		¥ 226.44	
純資産	1,236.46		1,408.53	
配当金	45		50	
主要経営指標(%)：				
ROE(自己資本当期純利益率)	8.2		17.1	
ROA(総資産経常利益率)	11.6		17.1	
自己資本比率	50.5		59.2	
配当性向	45.9		22.1	
従業員数(人)				
	909		1,149	

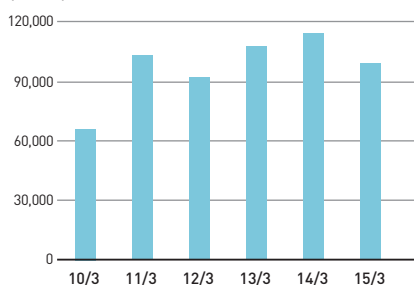
表中の()はマイナス数値を示しています。

*1 2012年10月1日付で、普通株式1株を100株に分割しており、過去に遡って当該株式分割を考慮した額を掲載しています。

	2010年3月期		2011年3月期	
		前期比 増減		前期比 増減
遊技機販売台数実績(台)：				
パチンコ・パチスロ遊技機の販売台数	449,880	118,675	480,273	30,393
パチンコ・パチスロ別				
パチンコ遊技機	330,734	128,209	262,614	(68,120)
パチスロ遊技機	119,146	(9,534)	217,659	98,513

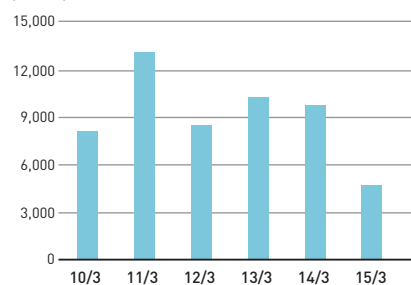
売上高

(百万円)



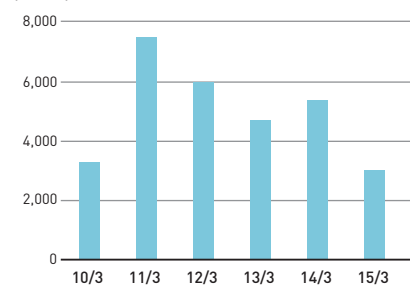
営業利益

(百万円)



当期純利益

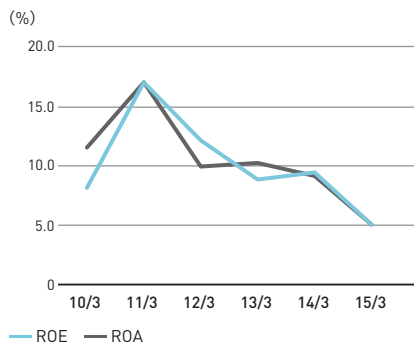
(百万円)



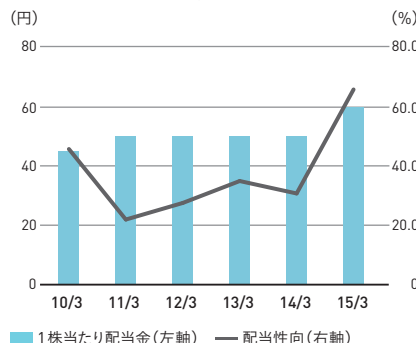
2012年3月期		2013年3月期		2014年3月期		2015年3月期	
	前期比 増減率(%)		前期比 増減率(%)		前期比 増減率(%)		前期比 増減率(%)
¥ 92,195	(11.0)	¥ 108,141	17.3	¥114,904	6.3	¥99,554	(13.4)
31,330	(10.8)	33,279	6.2	33,812	1.6	28,468	(15.8)
34.0		30.8		29.4		28.6	
8,527	(35.1)	10,314	21.0	9,791	(5.1)	4,743	(51.6)
9.2		9.5		8.5		4.8	
8,661	(36.7)	10,268	18.6	9,765	(4.9)	5,491	(43.8)
9.4		9.5		8.5		5.5	
5,991	(20.3)	4,720	(21.2)	5,370	13.7	3,018	(43.8)
6.5		4.4		4.7		3.0	
93,601	14,630	106,628	13,026	104,869	(1,758)	110,316	5,447
51,555	4,533	55,098	3,543	58,753	3,654	60,246	1,493
51,071	4,291	54,559	3,487	58,279	3,720	59,492	1,212
1,660	(172)	1,052	(609)	743	(308)	4,065	3,321
10,015	2,010	13,570	3,554	16,322	2,752	(9,086)	(25,408)
(4,798)	(441)	(6,263)	(1,465)	(8,018)	(1,754)	(6,297)	1,720
(2,565)	1,349	(2,277)	288	(2,018)	258	1,624	3,643
5,217	1,568	7,307	2,088	8,303	997	(15,384)	(23,687)
¥ 180.45		¥ 142.27		¥ 161.83		¥ 90.97	
1,539.04		1,644.15		1,756.27		1,792.83	
50		50		50		60	
12.2		8.9		9.5		5.1	
10.0		10.3		9.2		5.1	
54.6		51.2		55.6		53.9	
27.7		35.1		30.9		66.0	
1,324		1,416		1,588		1,716	

2012年3月期		2013年3月期		2014年3月期		2015年3月期	
	前期比 増減		前期比 増減		前期比 増減		前期比 増減
412,390	(67,883)	328,110	(84,280)	392,982	64,872	399,691	6,709
233,223	(29,391)	99,993	(133,230)	162,879	62,886	302,406	139,527
179,167	(38,492)	228,117	48,950	230,103	1,986	97,285	(132,818)

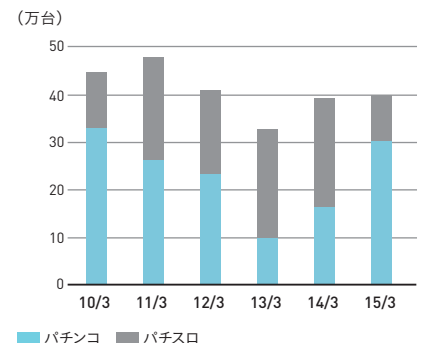
ROE / ROA



1株当たり配当金*2 / 配当性向



遊技機販売台数実績



*2 2012年10月1日付で、普通株式1株を100株に分割しており、過去に遡って当該株式分割を考慮した額を掲載しています。

フィールズの事業活動レビュー

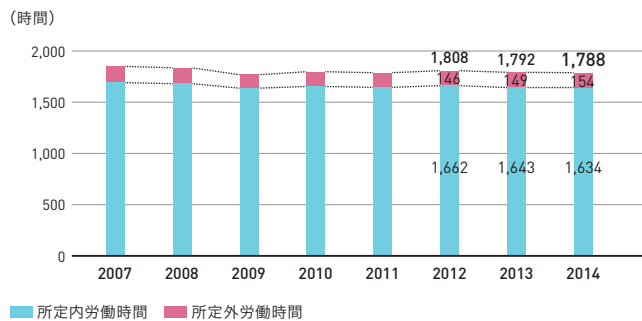
余暇をめぐる環境

労働時間の推移

厚生労働省「毎月勤労統計調査」によると、2014年の日本の年間総実労働時間(事業所規模30人以上、1人平均)は、前年に続く減少となる1,788時間(前年比0.2%減)となりました。所定内労働時間も、2年連続減少の1,634時間(同0.5%減)となる一方、所定外労働時間は3年連続増加の154時間(同3.4%増)となりました。労働時間の短いパートタイマーの比率が拡大しているため、労働者全体の労働時間は短縮しましたが、正社員の労働時間は増える結果となりました。

なお2009年は、前年秋の金融危機の影響により、製造業を中心に、所定内・所定外労働時間がともに大幅に減少しました。

労働時間の推移



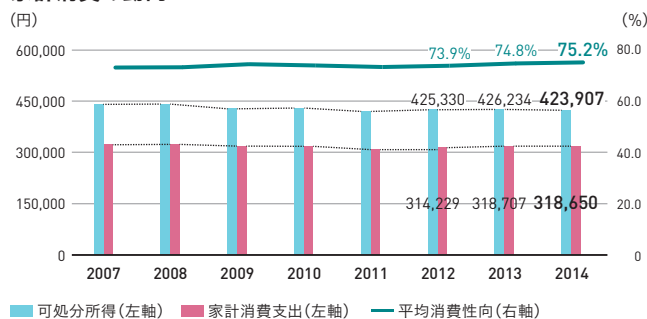
出典：厚生労働省「毎月勤労統計調査」より作成
(<http://www.mhlw.go.jp/toukei/list/30-1.html>)

家計消費の動向

総務省「家計調査」によると、2014年の日本の勤労者世帯(農林漁家世帯を除く、2人以上世帯、平均世帯人員3.39人)1世帯当たりの可処分所得(1か月間、年平均)は423,907円(前年比0.5%減)、家計消費支出(1か月間、年平均)は318,650円(同0.02%減)となりました。これにより、可処分所得に対する家計消費支出の割合を示す平均消費性向は75.2%(同0.4ポイント増)と、3年連続の増加となりました。

2014年は消費税が8%に引き上げられたことによる景気の停滞を受け、可処分所得、家計消費支出ともに減少となりました。

家計消費の動向

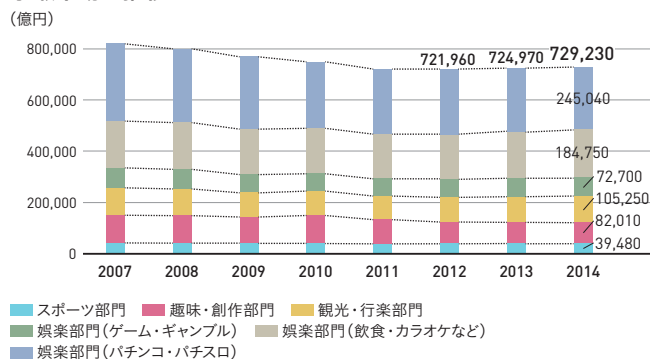


出典：総務省「家計調査」より作成
(<http://www.stat.go.jp/data/kakei/>)

余暇市場の動向

(公財)日本生産性本部「レジャー白書2015」によると、2014年の日本の余暇市場は、72兆9,230億円(前年比0.6%増)となりました。特に観光・行楽部門の中で、国内旅行やホテル、遊園地・テーマパークなどの国内観光・行楽市場が6兆7,560億円(同4.5%増)と、2年連続で4%超の伸び率となりました。これは、円安の影響で訪日外国人観光客が増加し、ホテルが1兆2,010億円(同11.0%増)となったほか、参加体験型の行楽ニーズの高まりから遊園地・テーマパークは7,410億円(同2.3%増)と、過去最高を更新したことなどによるものです。

余暇市場の推移



出典：(公財)日本生産性本部「レジャー白書2015」より作成

また、参加体験型の消費は音楽関連市場にも波及し、ライブ・コンサートなどの音楽会の市場規模は3,460億円(同13.1%増)に伸び、CD市場(レンタルを含む)を初めて上回りました。

引き続き、参加体験型の行楽ニーズが高まると見て、レジャー各社は集客策を打っています。

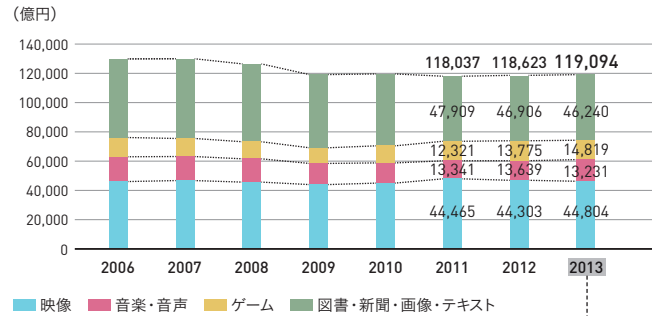
なお、余暇市場の約3割を占めるパチンコ・パチスロ市場について、(公財)日本生産性本部は過去に遡って市場規模推計の見直しを行いました。新たな推計値によると、パチンコ・パチスロ市場は、24兆5,040億円(同2.0%減)となりました。

コンテンツ市場の動向

経済産業省「コンテンツ産業の現状と今後の発展の方向性(2015年7月)」によると、日本のコンテンツ産業は海外展開を通じた成長を見込める有望な産業であり、加えて製造業などの非コンテンツ産業への経済波及効果が大きいと言われています。そして、今後の持続的な成長のためには、日本のコンテンツの価値を活かし、海外からの収益を獲得していくことが重要とされています。

(一財)デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2014」によると、日本の映画・アニメ・テレビ番組・ゲーム・書籍などのコンテンツ産業の市場規模は11兆9,094億円(前年比0.4%増)で、米国に次いで世界第2位の規模となっています。近年は、国内人口のピークアウトなどにより成長は横ばいとなっていますが、今後は経済産業省の推進するクールジャパン戦略などにより、海外展開を通じた成長が期待されます。

コンテンツ市場の推移



出典：(一財)デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書2014」より作成

コンテンツ市場(11兆9,094億円)の内訳



フィールズの事業活動レビュー

余暇をめぐる環境

パチンコ・パチスロ市場の動向

1 参加人口動向

(公財)日本生産性本部「レジャー白書2015」によると、2014年のパチンコ・パチスロ参加人口(推計)は1,150万人となり、1,000万人を割り込んだ前年から180万人増の回復となりました。これは景気回復により、余暇市場全体の参加人口が押し上げられたことに加え、パチンコ・パチスロ市場において、低貸玉営業が拡大していることなどが起因したものと見られています。

2 パチンコホール軒数、遊技機設置動向

警察庁発表の統計データによると、2014年の全国のパチンコホール軒数は、11,627店舗(前年比266店舗減)となりました。設置台数は459万台(同1.3万台減)となったものの、1店舗当たりの設置台数は395.4台(同7.6台増)となり、引き続き店舗の大型化が進む傾向となっています。

3 遊技機販売動向

(株)矢野経済研究所「2015年版 パチンコ関連メーカーの動向とマーケットシェア」によると、2014年度のパチンコ機の販売台数は201万台(前年度比2.4%減)、パチスロ機の販売台数は123万台(同11.1%減)となりました。これにより遊技機販売市場規模は、パチンコ市場6,437億円(同1.1%減)、パチスロ市場4,256億円(同10.3%減)となり、合算で1兆693億円(同5.0%減)となりました。

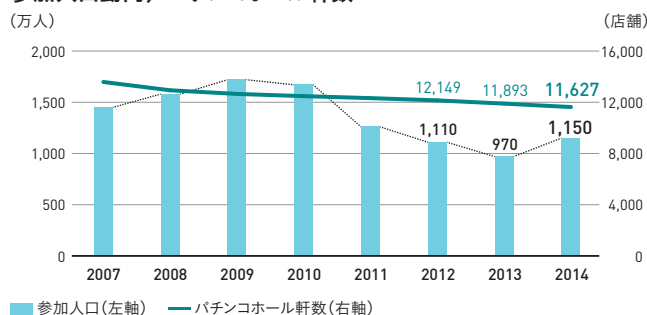
パチスロ機については、2014年9月に型式試験方法が変更(※次項<規制の動向>参照)されたため、各メーカーにおいて販売スケジュールの見直しが実施されたことが大きな変動要因となりました。

4 規制の動向

2014年9月、(一財)保安通信協会(保通協)によるパチスロ機の型式試験において、試験方法が変更されました。従前の、任意の試射方法において出玉率下限値(20分の11以上=55%以上)を満たすという条件から、最も出玉率の低くなる試射方法において、同条件を満たすよう変更されました。

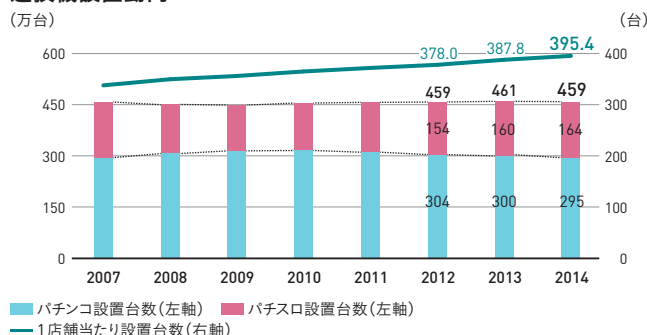
これを踏まえ同月、パチスロメーカー組合団体の日本電動式遊技機工業協同組合(日電協)により、ペナルティ機能の搭載不可、及びAT/ART機能の主基板移行に関する自主規制が発表されました。これにより、2015年12月以降は、娯楽性の高い新基準によるパチスロ機のみ販売・新台設置が可能となります。

参加人口動向/パチンコホール軒数



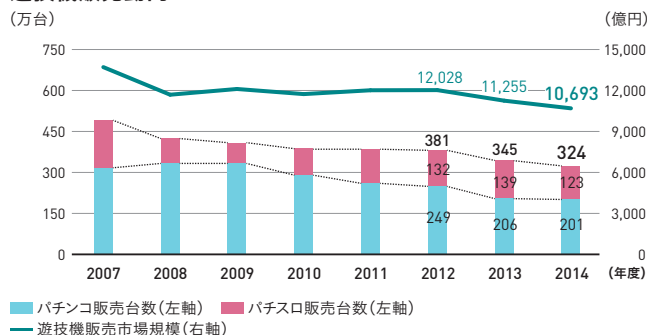
出典：(公財)日本生産性本部「レジャー白書2015」、警察庁「平成26年中における風俗関係事犯の取締り状況等について」より作成 (https://www.npa.go.jp/pressrelease/2015/03/20150312_02.html)

遊技機設置動向



出典：警察庁「平成26年中における風俗関係事犯の取締り状況等について」より作成 (https://www.npa.go.jp/pressrelease/2015/03/20150312_02.html)

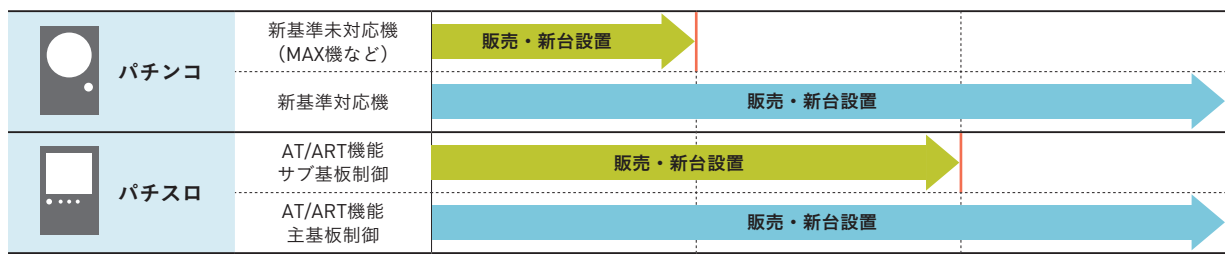
遊技機販売動向



出典：(株)矢野経済研究所「2015年版 パチンコ関連メーカーの動向とマーケットシェア」より作成

一方、パチンコ機については2015年3月、警察庁の意向を受け、パチンコメーカー組合団体の日本遊技機工業組合(日工組)により、大当たり確率の下限値を320分の1(現行は400分の1)とする自主規制が発表されました。これにより、現行のいわゆる「MAXタイプ」などは2015年10月末を販売・新台設置の期限とし、2015年11月以降は、新基準によるパチンコ機のみ販売・新台設置が可能となります。

パチンコ・パチスロ販売・設置期限



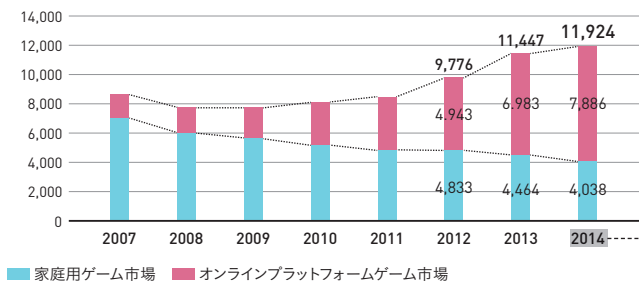
ゲーム市場の動向

(株)KADOKAWA・DWANGO「ファミ通ゲーム白書2015」によると、2014年の日本の家庭用ゲーム市場は、ハード・ソフト合計で4,038億円(前年比9.5%減)となりました。一方、オンラインプラットフォームのゲーム市場(スマートフォン/タブレット端末向けゲームアプリ、フィーチャーフォン、PCオンラインゲーム)は、7,886億円(同12.9%増)と拡大しました。これにより、ゲーム市場規模は過去最高の1兆1,924億円(同4.2%増)となりました。

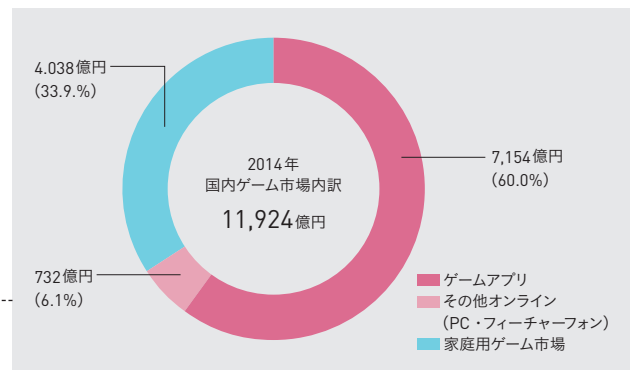
なかでも、オンラインプラットフォームのゲーム市場のうち、ゲームアプリ(スマートフォン/タブレット端末向けゲームアプリ及びフィーチャーフォン向けのSNSプラットフォームで動作するもの)の市場規模は7,154億円(同17.9%増)と、国内ゲーム市場の約6割を占める規模となり、市場規模拡大をけん引しました。

ゲーム市場動向

(億円)



出典：(株)KADOKAWA・DWANGO「ファミ通ゲーム白書2015」より作成



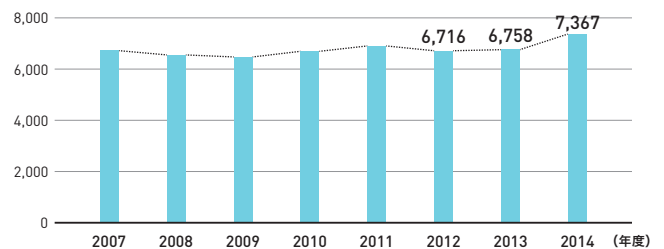
玩具市場の動向

(一社)日本玩具協会の発表によると、2014年度の日本の玩具市場は7,367億円(前年度比9.0%増)と、過去10年で最高の規模となりました。また、周辺分野として発表されたカプセル玩具の市場規模は319億円(同14.7%増)、同じく玩菓は659億円(同17.0%増)でこちらも大幅な伸びとなりました。

好調の要因は、小児を中心に社会的ブームとなったキャラクターの関連商品がヒットしたほか、世界中で記録的大ヒットとなったアニメ映画の関連商品が人気を集めたことによります。これらに共通して見られるように、玩具の周辺分野としてカプセル玩具や玩菓、またはテレビゲームなど、玩具の関連市場を含めた幅広い展開が相乗的に人気を向上させる傾向にあります。

玩具市場規模

(億円)



出典：(一社)日本玩具協会 発表データより作成

フィールズの事業活動レビュー

2015年3月期の経営成績・財政状態



パチンコ機販売台数

30.2

万台

(前期比13.9万台増)

©カラー ©Bisty



パチスロ機販売台数

9.7

万台

(前期比13.2万台減)

©三浦建太郎(スタジオ我画)・白泉社/BERSERK FILM PARTNERS
© NANASHOW

■ 2015年3月期の業績レビュー

2015年3月期の業績変動は主に、遊技機販売において、パチンコ機の販売台数が伸長したものの、パチスロ機の販売台数が減少したことによるものです。

パチンコ機については、有力IPを搭載した遊技機の拡販に向けて、各種営業施策を推進した結果、『CR エヴァンゲリオン9』をはじめとする各機種の販売台数が計画を上回り、販売台数は30.2万台(前期比13.9万台増)となりました。

また、パチスロ機については、『パチスロベルセルク』をはじめ、投入した3機種はいずれも販売計画を上回ったものの、2014年9月にパチスロ機の型式試験方法が変更され、期中に販売を計画していた5機種が発売を次期に延期することになった結果、販売台数は9.7万台(同13.2万台減)となりました。

連結業績ハイライト

	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期(計画)
売上高	¥ 114,904	¥ 99,554	¥ 120,000
前期比(%)	106.3	86.6	120.5
売上高比(%)	100.0	100.0	100.0
売上総利益	33,812	28,468	—
前期比(%)	101.6	84.2	—
売上高比(%)	29.4	28.6	—
販売費及び一般管理費	24,020	23,724	—
前期比(%)	104.6	98.8	—
売上高比(%)	20.9	23.8	—
営業利益	9,791	4,743	6,000
前期比(%)	94.9	48.4	126.5
売上高比(%)	8.5	4.8	5.0
経常利益	9,765	5,491	6,500
前期比(%)	95.1	56.2	118.4
売上高比(%)	8.5	5.5	5.4
当期純利益	5,370	3,018	3,500
前期比(%)	113.7	56.2	115.9
売上高比(%)	4.7	3.0	2.9
自己資本比率(%)	55.6	53.9	—
自己資本当期純利益率(ROE)(%)	9.5	5.1	—
総資産経常利益率(ROA)(%)	9.2	5.1	—
1株当たり配当金(円)*	50	60	50
配当性向(%)	30.9	66.0	47.4

単位:百万円

* 2015年3月期の1株当たり配当金60円には、記念配当10円を含んでいます。



連結子会社

15

社


持分法適用関連会社

9

社

IP 総IP数
150本

©円谷プロ



連結従業員数
1,716名

連結財務ハイライト

	2014年3月期末	2015年3月期末	増減
流動資産合計	¥ 66,921	¥ 71,014	4,093
有形固定資産合計	12,104	12,197	92
無形固定資産合計	4,365	4,490	124
投資その他の資産合計	21,477	22,614	1,137
固定資産合計	37,948	39,302	1,354
資産合計	104,869	110,316	5,447
流動負債合計	41,730	45,773	4,043
固定負債合計	4,386	4,296	(89)
負債合計	46,116	50,070	3,954
株主資本合計	58,670	60,171	1,501
その他の包括利益累計額合計	(390)	(679)	(289)
少数株主持分	473	753	280
純資産合計	58,753	60,246	1,493
負債純資産合計	104,869	110,316	5,447

単位:百万円

連結キャッシュ・フロー

	2014年3月期	2015年3月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	16,322	(9,086)	(25,408)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(8,018)	(6,297)	1,720
財務活動によるキャッシュ・フロー	(2,018)	1,624	3,643

単位:百万円

■ 資産、負債及び純資産の状況

流動資産の変動は主に、「受取手形及び売掛金」が、前期末から16,732百万円増加して45,888百万円となったことによるものです。

流動負債の変動は主に、「短期借入金」が、前期末から3,380百万円増加して4,014百万円となったことによるものです。

純資産の変動は主に、「利益剰余金」が、当期純利益の増加により前期末から1,501百万円増加して46,049百万円となったことによるものです。

■ キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローは、前期と比較して25,408百万円減の9,086百万円の支出となりました。これは主に、「売上債権」の増加によるものです。この結果、フリー・キャッシュ・フローは前期と比較して23,687百万円減の△15,384百万円となりました。



全国支店展開数

26支店

フィールズの事業活動レビュー

IPの育成・事業化の概況

コミックス

自社IP創出の源泉、クロスメディア展開の起点となる原作、ストーリー、キャラクターの開発

コミック誌「月刊ヒーローズ」を通じてIPの創出に引き続き注力し、2015年8月までに累計53作品を掲載、36作品について単行本「ヒーローズコミックス」を刊行しています。なかでも、『ULTRAMAN』は単行本を第6巻まで刊行し、累計発行部数が170万部を超えるなど、順調にファンが拡大しています。

また、『ソウルリヴァイヴァー』のハリウッド映画化プロジェクトや『ソードガイ 装刀凱』のテレビアニメ化プロジェクトをはじめ、同誌掲載作品の映像展開を推進するほか、ゲームやパチンコ・パチスロ機へのIPの展開も順次、決定しています。

ハリウッド映画化
プロジェクト
『ソウルリヴァイヴァー』
©Tōru Fujisawa
Manabu Akishige
©ヒーローズ



テレビアニメ化
プロジェクト
『ソードガイ 装刀凱』
©Keita Amemiya
Toshiki Inoue
Wosamu Kine
©ヒーローズ

アニメーション、映画／テレビ(映像化)

最先端技術を活用したIPのデジタル化、映像を通じたIPの普及と価値拡大

「ウルトラマンシリーズ」において、継続的にテレビシリーズの放送や映画の公開を行い、映像作品と関連した商品の拡販に努めています。

また、海外においても既存映像作品の販売及び新規映像作品の企画を進めるとともに、複合施設などでの本格的なイベントを実施しました。さらに、同IPを活用した体感型のライブエンタテインメントショーを企画・制作し、国内外での公演を実施しました。

このほか、テレビアニメ『アカメが斬る!』や『クロスアンジュ 天使と竜の輪舞』、映画『アップルシード アルファ』、インターネットによるグローバル映像配信『ニンジャスレイヤー フロムアニメイシヨン』など、パートナー企業とともに映像コンテンツを開発し、クロスメディア展開に注力しています。

新テレビシリーズ
『ウルトラマンX』
(2015年7月～
テレビ東京系)



©円谷プロ



インターネット映像配信
『ニンジャスレイヤー
フロムアニメイシヨン』
(2015年4月～)

©Ninj@ Entertainment/Ninj@ Conspiracy

マーチャンダイジング

ゲーム、玩具、パチンコ・パチスロなど、広範な分野でのIPの育成と収益化

IPの収益基盤を目指すソーシャルゲームの分野では、運営体制、開発体制の効率化を推進し、各タイトルの品質向上に努めています。『AKB48』を活用したタイトルでは、新コンテンツの追加やリアルイベントなどの施策を実施するほか、スマートフォン向けゲームでは、新感覚のゲーム性と魅力的なキャラクターを掛け合わせた新作アプリを順次、投入しています。

また、『AKB48 CAFE & SHOP』や「ウルトラマンシリーズ」に登場する怪獣の世界観をモチーフとした『元祖怪獣酒場』などを展開し、IPのクロスメディア展開を推進しています。

さらに、これまでのIPの表現方法とは異なる展開として、コンセプチュアル・ライセンス『A MAN of ULTRA』を発表し、現在、30社を超えるパートナー企業と協業でコンセプトや世界観を形にする商品開発に取り組んでいます。

収益の柱となるパチンコ・パチスロの遊技機事業においては、中長期的な商品ラインアップの拡充に向け、企画・開発から流通まで、グループの開発会社や提携メーカーとの連携により、体制の強化を推進しています。



ソーシャルゲーム
『AKB48
ステージファイター』
(iOS/Android)
©AKS
©GREE, Inc./エイチーム

『AKB48
CAFE & SHOP』
(秋葉原・博多
なんば・ONLINE)



『元祖怪獣酒場』
(大阪なんば)
©円谷プロ

マーチャндаイジングー遊技機事業

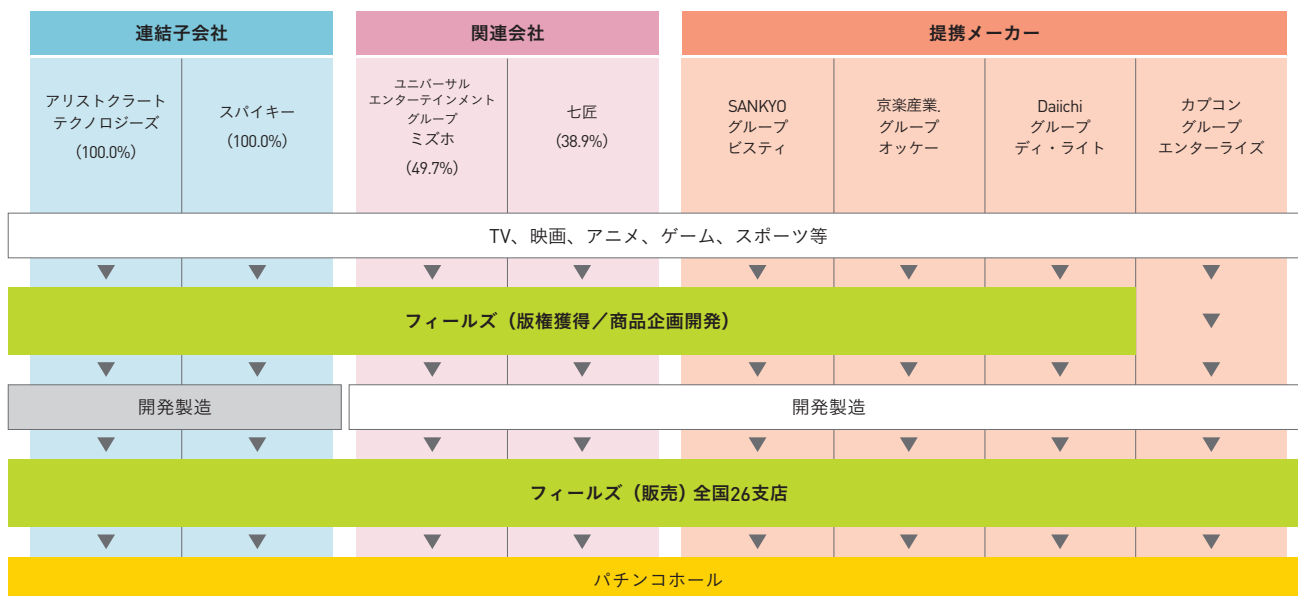
2015年6月、遊技機メーカーの(株)アリストクラートテクノロジーズ及び同社傘下の(株)スパイキーの子会社化を発表しました。今後は、両社が保有するハードウェアやソフトウェアなどの資産を活用した商品展開にも着手していきます。

こうした提携メーカーとの連携強化に加え、当社グループの開

発会社における企画・開発力の強化によって、これまで以上にIPの特性と遊技機のゲーム性が融合したエンタテインメント性の高い遊技機の創出に注力していきます。また全国の営業支店について、その増設と営業人員の増加を図り、よりきめ細かなサービスの展開を図っていきます。

()内は出資比率

(2015年6月30日現在)



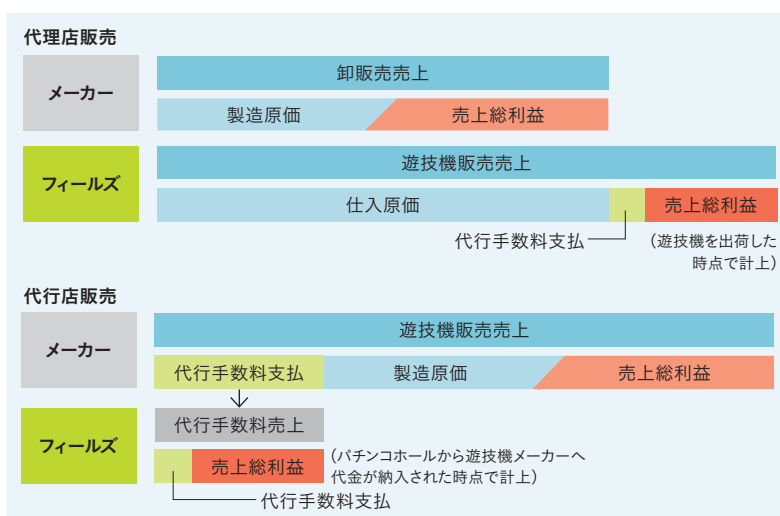
(参考) 「代理店販売」と「代行店販売」の売上などの計上方法について

遊技機の販売については、当社がメーカーより遊技機を仕入れパチンコホールに販売する「代理店販売」と、当社がメーカーの販売代行店として遊技機の販売に関わる業務代行を行うことによりメーカーから代行手数料を得る「代行店販売」があります。

「代理店販売」では、売上高は当社がパチンコホールに販売した遊技機の代金が計上され、売上計上基準は遊技機を出荷した時点です。売上原価はメーカーからの仕入代金のほか、当社の代行店をさらに経由して販売した場合の当該代行店に支払う代行手数料が計上されます。

一方「代行店販売」では、売上高は遊技機を販売した際にメーカーから受け取る代行手数料が計上され、売上計上基準はパチンコホールからメーカーへ代金が納入された時点です。売上原価は当社が直接パチンコホールへ販売する場合には計上がなく、当社の代行店をさらに経由して販売した場合の当該代行店に支払う代行手数料が計上されます。

つまり、「代理店販売」が増加した場合、主に売上高が伸長し、「代行店販売」が増加した場合、主に利益率が高まるという構造になっています。



フィールズの事業活動レビュー

企業理念の実現に向けたフィールズの取り組みの歴史

1988～

心を豊かにする
エンタテインメントの
創出に向けて

1988 (株)東洋商事設立

1992 (株)レジャーニッポン新聞社買収

先進的な情報サービスの開始

1992 「ホールTV」開始

1994 「パチンコ情報ステーション」開始

流通企業の基盤確立に向け、営業拠点を全国に拡大

1999 優れた業務品質の提供に向け、ISO9002(販売部門)取得

2001 (株)東洋商事からフィールズ(株)へ社名変更

IPを活用した遊技機の創出に向け、大手遊技機メーカーと提携

2001 サミー(株)と業務提携、ロデオブランドの独占販売を開始

2003 (株)SANKYOと業務提携、ピスティブランドの独占販売を開始

2008 京楽産業、(株)と業務提携

→2012 オッキー、ブランドの独占販売を開始

2010 カプコングループ エンターライズブランドの独占販売を開始

2011 (株)ユニバーサルエンターテインメントと業務提携

→2014 ミズホブランドの独占販売を開始

2013 Daiichiグループと業務提携

→2015 ディ・ライトブランドの独占販売開始

2014 (株)七匠と業務提携

→2015 NANASHOWブランドの独占販売開始

2015 (株)アリストクラートテクノロジーズ及び(株)スパイキーを子会社化
スポーツ・エンタテインメント分野に進出

1998～

エンタテインメント性
の高い遊技機の
創出に向けて

2003 JASDAQ市場に上場、IPを基軸としたビジネスモデル発表

株式上場を機に優良IP商品化権を多数取得

2004 ゲーム分野に進出

2006 モバイルを含む、オンラインサービス分野に進出

2007 アニメーション分野に進出

ルーセント・ピクチャーズエンタテインメント(株)始動

2008 遊技機の映像開発分野に進出

電子コミックス分野に進出

2010 コミックス分野に進出

(株)ヒーローズ設立

『ウルトラマン』などのIPを保有する(株)円谷プロダクションを子会社化

映像制作分野に進出

(株)デジタル・フロンティアを子会社化

2011 ソーシャルゲーム、コンシューマプロダクツの事業強化

2012 キャラクターをはじめとしたIPを基軸とし、
その価値最大化を目指す「成長するビジネスモデル」を発表

2015 東京証券取引所市場第一部へ上場市場を変更

2003～

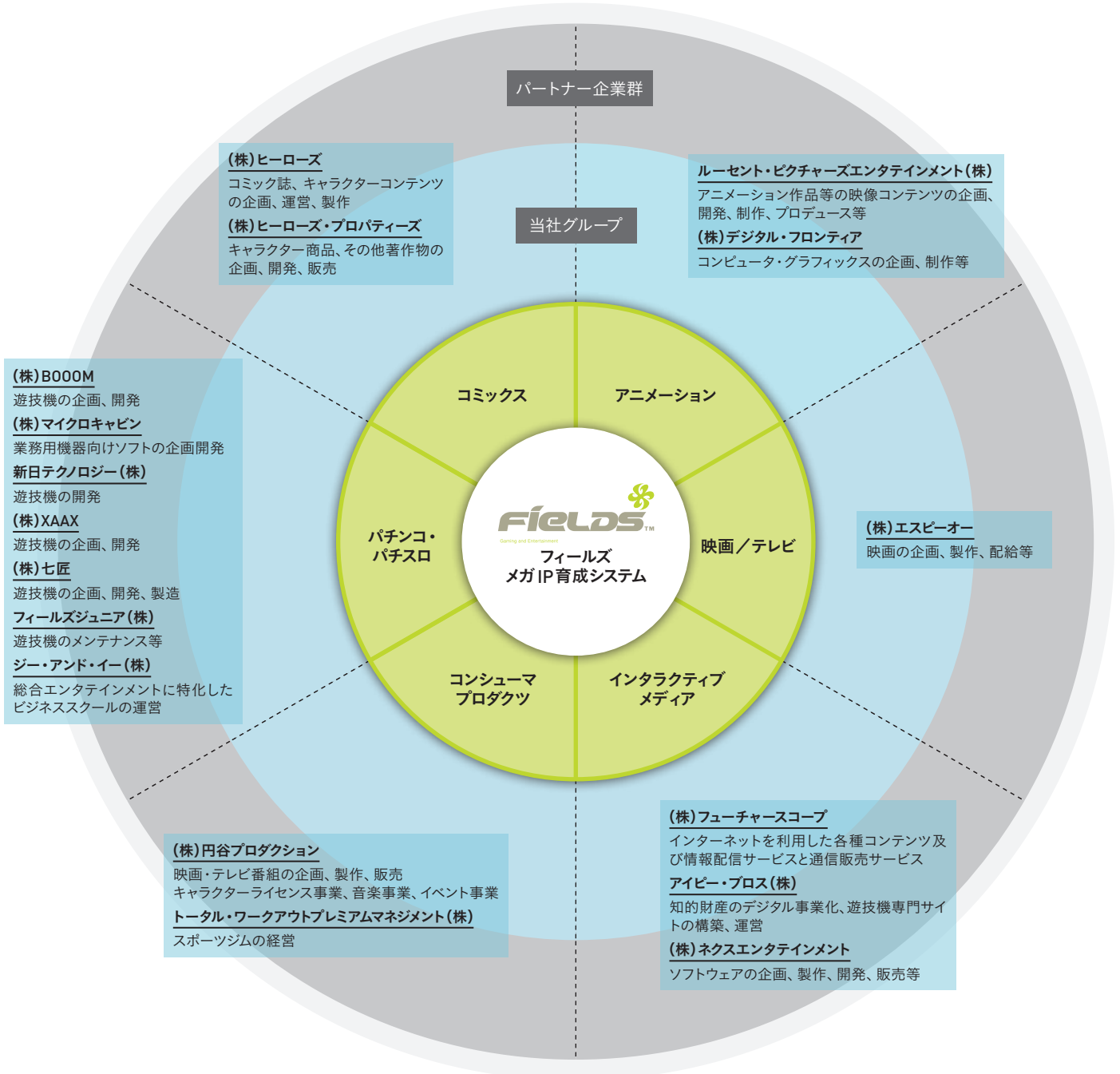
IPの多元展開
に向けて

2008～

IPの価値最大化
に向けて

IPを中核とする循環型ビジネスモデルを推進するグループ体制

当社グループは、中長期的な成長戦略として、キャラクターをはじめとするIPをクロスメディア展開する循環型ビジネスを推進しています。当社グループが取得・保有・創出したIPの価値を最大化することで持続的な成長を目指すため、エンタテインメントの各分野において、クリエイティブに秀でた企業や最先端技術を有する企業とグループ体制を構築し、加えて、外部パートナーとのネットワークを最大限に活かし、パートナーシップに基づくIPの育成・事業化を進めています。



※グループ企業の一部を抜粋して記載しています。