



Level up your happiness

2025年3月期 第2四半期 決算説明会

KOEI TECMO HOLDINGS CO., LTD.

2024年10月28日

<説明内容>

決算概要

株式会社コーエーテクモホールディングス 取締役専務執行役員CFO **浅野 健二郎**



Level up your happiness

<説明内容>

本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

私から、2025年3月期 第2四半期の決算概要について、ご説明申し上げます。

決算：連結業績(対 前年度)

(百万円)

	FY23 Q2累計 実績		FY24 Q2累計 実績		対 前年度	
	金額	利益率	金額	利益率	金額	増減率
売上高	39,722	-	35,197	-	△ 4,525	-11.4%
営業利益	13,855	34.9%	10,651	30.3%	△ 3,204	-23.1%
経常利益	23,201	58.4%	21,000	59.7%	△ 2,201	-9.5%
当期純利益	16,795	42.3%	15,975	45.4%	△ 820	-4.9%

◆ポイント

[売上 コンソール・PC] バックカタログ中心。前期は新作3タイトルを発売。

[売上 モバイル] 既存タイトルが堅調

[費用] 外注加工費、広告宣伝費、協業先による開発費負担の減少

<説明内容>

第2四半期累計の連結決算概況は、記載のとおりです。

主な動きとして、コンソール・PC分野、オンライン・モバイル分野ともに、既存タイトルが中心となりました。

営業外収支については、債券中心のポートフォリオを維持し、機動的な対応がとれたことで、前年度を上回りました。

決算：連結業績(対 期初業績予想)

(百万円)

	FY24 Q2累計 期初業績予想		FY24 Q2累計 実績		差異	
	金額	利益率	金額	利益率	金額	増減率
売上高	38,000	-	35,197	-	△2,803	-7.4%
営業利益	8,000	21.1%	10,651	30.3%	2,651	33.1%
経常利益	13,000	34.2%	21,000	59.7%	8,000	61.5%
当期純利益	10,000	26.3%	15,975	45.4%	5,975	59.8%

◆ポイント

[売上 コンソール・PC] バックカタログが計画を上回る

[売上 モバイル] 2023年配信タイトル(自社)売上は未達も、利益は上振れ

[費用] 人件費、外注加工費、広告宣伝費等が減少

※期初業績予想の前提については、補足資料(p. 38)をご参照ください

<説明内容>

期初業績予想との差異について、ご説明します。

モバイル分野において、
2023年に配信開始した自社タイトルの売上が期初の計画には届かなかったものの、
営業利益には貢献する結果となりました。

また、コンソール・PC分野におけるバックカタログやリピート販売が計画を上回ったことや
外注加工費・広告宣伝費などの費用が削減したこと等から、
営業利益が期初業績予想を上回りました。

決算：費用・人員数

（百万円、人）

		FY23 Q2累計	FY24 Q2累計	対前年度	対見通し ^(※1) /トレンドの変化
人件費	売上原価	9,360	9,550	190	—
	販売管理費	2,320	2,340	20	—
		11,680	11,890	210	減少/変化なし
外注加工費	売上原価	4,360	3,210	△ 1,150	減少/変化なし
広告・販促	販売管理費	1,730	1,240	△ 490	減少/変化なし
結従業員数 ^(臨時雇用者を除く)		2,562	2,736	174	概ね想定通り/変化なし

◆その他費用

- 協業先による開発費負担^(※2)：前年比で減少、前四半期比で増加
- 販売手数料、ロイヤリティ費用（販売管理費）：前年比で減少、前四半期比で減少^(※3)

※1 期初時点の費用見直しについては、補足資料（p.40）をご覧ください。

※2 協業先による開発費負担は、売上原価を減額する形で計上。計上額、計上タイトル、協業先との契約条件等は非開示です。

※3 販売手数料とロイヤリティ費用の合計における、前年および前四半期との対比

<説明内容>

主な費用・人員数について、ご説明します。

人材への投資についてのトレンドに、大きな変化はなく、
継続して、積極的な採用・ベースアップを行っております。
人件費は、業績賞与の影響により、前年比で同水準となりました。

外注加工費は、将来発売するタイトルの開発費、
サーバー費用、デバッグ費用等を計上しました。

また、広告宣伝費は、オンライン・モバイルの運営タイトルの広告費を計上しております。

前年度と比較し、協業タイトルに掛かる一過性の費用や
新作タイトル配信に伴う広告費等が発生しなかったことで、
コストが圧縮され、収益に対してプラスに寄与しました。

決算：セグメント別業績

		(百万円)			
		FY23 Q2累計	FY24 Q2累計	対前年度	増減要因
エンタテインメント	売上高	37,210	32,761	△ 4,449	コンソール・PC、モバイル売上減
	営業利益	13,652	10,371	△ 3,281	
アミューズメント	売上高	1,952	2,083	131	SP事業 受託売上減、AM施設事業 新店貢献、既存店堅調
	営業利益	353	252	△ 101	
不動産	売上高	603	600	△ 3	維持管理費用の減少
	営業利益	97	145	48	
その他	売上高	174	153	△ 21	-
	営業利益	△ 248	△ 118	130	
消去・全社	売上高	△ 217	△ 402	△ 185	-
	営業利益	-	-	-	
連結	売上高	39,722	35,197	△ 4,525	-
	営業利益	13,855	10,651	△ 3,204	

<説明内容>

セグメント別の売上高、営業利益はご覧のとおりです。

エンタテインメントセグメントは、連結業績にてご説明したとおりです。

アミューズメントセグメントは、
SP事業の開発受託売上が前年同期比では減少したものの、
アミューズメント施設事業において、7月にオープンした新店が貢献したほか、
既存店売上高が前年を上回ったことにより、売上高は増加となりました。

不動産セグメントは、既存物件における維持・管理費用の減少等により、増益となりました。

その他セグメントは、ベンチャーキャピタル事業で、出資先ファンドの管理費用を計上しています。

決算：地域別売上

（百万円）

	FY23 Q2累計		FY24 Q2累計		対 前年度	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率
国内	23,451	59.0%	20,792	59.1%	△ 2,659	-11.3%
海外	16,271	41.0%	14,405	40.9%	△ 1,866	-11.5%
北米	3,715	9.4%	4,255	12.1%	540	14.5%
欧州	1,324	3.3%	1,403	4.0%	79	5.9%
アジア	11,232	28.3%	8,747	24.9%	△ 2,485	-22.1%
合計	39,722	100.0%	35,197	100.0%	△ 4,525	-11.4%

※連結ベース(全事業セグメントを含む)

<説明内容>

地域別の売上高です。

日本国内と海外の売上高比率は、前年同期と比較して、同様の割合となっています。

決算：エンタテインメント事業 売上高の内訳

		(百万円)			
		FY23 Q2累計	FY24 Q2累計	対前年度	内容
コンソール・PC ^(※1)	パッケージ等 ^(※2)	6,450	5,391	△ 1,059	
	DL	7,050	6,220	△ 830	FY23 新作3タイトル発売 FY24 バックカタログ中心
	DLC	1,170	1,010	△ 160	
		14,670	12,621	△ 2,049	
オンライン	オンライン	300	210	△ 90	FY23 新作3タイトル FY24 既存タイトル中心、 サービス終了2タイトル
モバイル	モバイル ^(※3)	21,840	19,530	△ 2,310	
		22,140	19,740	△ 2,400	
イベント・グッズ		400	400	0	—
エンタテインメント売上高		37,210	32,761	△ 4,449	

※1：自社タイトル、コラボレーション・協業タイトルを含む。ロイヤリティとして計上する他社パブリッシングタイトルも商品種別ごとに分けて集計。
PCは、Steam等での販売タイトルを指す（PC向けオンラインタイトルを含まない）。従前までと集計方法に変更なし。
※2 パッケージ製品売上のほか、配信許諾にかかるロイヤリティ、開発対価売上、契約金等を含む。金額の内訳・増減は非開示。
※3 運営中のIP許諾タイトルにかかるロイヤリティ売上を含む。IP許諾売上の金額・比率は非開示。

<説明内容>

エンタテインメントセグメントの売上高の内訳はご覧のとおりです。

前年度は、コンソール・PC分野、オンライン・モバイル分野ともに新作タイトルがありましたが、今年度は既存タイトルが中心となったことから、前年比での売上は伸び悩んだものの、前年度及び定番タイトルの貢献、モバイルタイトルの収益性の向上により、期初想定を上回って推移しました。

決算:コンソール・PC分野 販売本数

	FY23 Q2累計		FY24 Q2累計		対前年度	
	本数	構成比	本数	構成比	本数	増減率
国内	1,270	36.8%	900	33.8%	△ 370	-29.1%
海外	2,180	63.2%	1,760	66.2%	△ 420	-19.3%
北米	960	27.8%	710	26.7%	△ 250	-26.0%
欧州	540	15.7%	440	16.5%	△ 100	-18.5%
アジア	680	19.7%	610	22.9%	△ 70	-10.3%
合計	3,450	100.0%	2,660	100.0%	△ 790	-22.9%
DL本数	2,430		2,085		△ 345	-14.2%
DL比率	70.4%		78.7%		+8.3pt	

◆主な内容

- ・『Rise of the Ronin』リピート
- ・バックカタログ 自社およびコラボ定番タイトルが中心

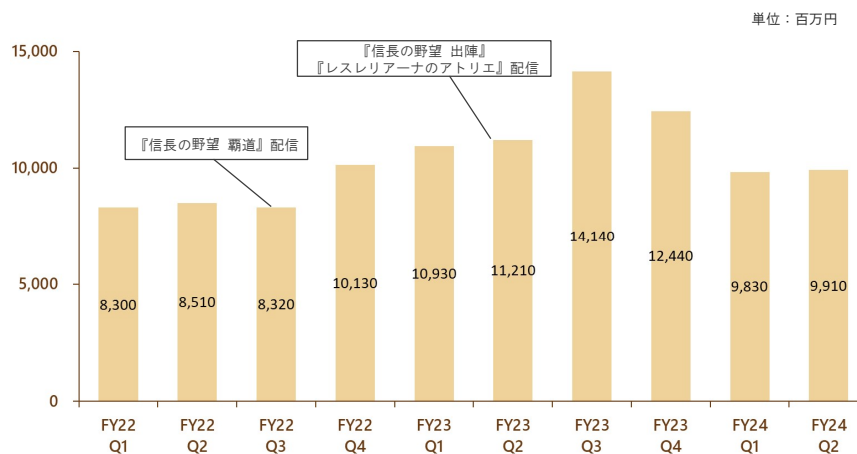
※ 『Rise of the Ronin』を含む、他社パブリッシングタイトル（コラボレーション・協業）の販売本数は非開示。

<説明内容>

コンソール・PC分野におけるグローバルでの地域別販売本数は全体で266万本となりました。

販売本数における海外比率は、66.2%となりました。

決算：オンライン・モバイル分野 売上推移



◆ポイント

・2024年度に入り底堅い推移。既存タイトルはQ1からQ2にかけ回復

※ 本分野の売上内訳、IP許諾における個別タイトルの売上・割合・動向については非開示。

<説明内容>

オンライン・モバイル分野の売上推移です。

第1、第2四半期は、概ね横ばいとなりました。

既存タイトルは底堅い動きとなったことで、前四半期対比で売上が回復しました。

業績予想

	FY24 Q2累計 実績		FY24 通期 業績予想		進捗
	金額	利益率	金額	利益率	
売上高	35,197	-	90,000	-	39.1%
営業利益	10,651	30.3%	30,000	33.3%	35.5%
経常利益	21,000	59.7%	40,000	44.4%	52.5%
当期純利益	15,975	45.4%	30,000	33.3%	53.3%

◆通期業績予想は据え置き

- ・業績予想の前提は変更無し
- ・変動要素・リスク：新作の販売本数(Q3以降に集中)、モバイルタイトルの売上突発的な費用等、事業のパフォーマンス以外のリスク想定は無し

※ 四半期ごとの社内計画、各費用の計画値、エンタテインメント事業における分野ごとの売上等是非開示
※ 期初業績予想の前提については補足資料(p. 37)に記載

<説明内容>

業績予想についてご説明します。

2024年度の通期業績予想は、据え置きとしています。

第2四半期末時点では、期初の予想を上回る結果となったものの、コンソール・PC分野の新作が第3四半期以降に集中していることや、世界経済や金融市場の動向を考慮し、修正はございません。

また、その他の前提は、期初時点から変更はなく、突発的な費用計上などのリスクは想定しておりません。

以上で、2024年度第2四半期の決算概要に関する説明を、終わらせていただきます。

中長期 経営方針

株式会社コーエーテクモホールディングス 襟川 陽一
代表取締役社長



Level up your happiness

<説明内容>

本日は、お忙しい中、当社の決算説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。
私からは、コーエーテクモグループの中長期の経営方針について、ご説明申し上げます。

第3次中期経営計画：各重点目標ごとの進捗

- ◆ **営業利益目標400億円**
進捗：2024年度計画300億円
→ 第4次中期経営計画にて再チャレンジ
- ◆ **500万本級パッケージゲーム（新規IP）**
進捗：期間中に計2タイトル
- ◆ **每期200万本級パッケージゲーム**
進捗：期間中に計4タイトル
- ◆ **月商20億円スマートフォンゲーム**
引き続き達成を目指す
- ◆ **複数の月商10億円スマートフォンゲーム**
進捗：期間中に計2タイトル

第4次中期経営計画は、2025年度期初に発表予定



13

© KTG

<説明内容>

今年度は第3次中期経営計画における最終年度ですが、現状の重点目標の進捗は、ご覧のとおりです。

期間中に目標としたタイトルは全て発売できる見通しです。販売本数や月商は、達成できたものと、未達となったものがございました。

営業利益400億円、AAAクラスのタイトル創出といった目標については、チャレンジを続けてまいります。

中長期の方向性

次のマイルストーンは世界トップ10入り

第3次中計 (現在)

- ・2023年度時点 世界14位^(※)
- ・3年間で、AAAクラス2本、大型タイトル複数本
- ・自社タイトルにおいても協業や他社パブリッシングを織り交ぜ

タイトル開発・体制構築へ先行投資をしながら、収益性を維持
ターゲット: 営業利益 年10%成長(3カ年平均ベース)、営業利益率30%

マイル ストーン (長期)

- ・世界10位以内^(※)
- ・十分な開発体制: 多様なジャンル、毎年大型タイトルをコンスタントに創出
- ・自社タイトルは自社パブリッシング中心

※全世界ゲーム会社のデジタルエンタテインメント事業における営業利益額。当社調べ。

<説明内容>

中長期の方向性について、ご説明します。

ビジョンに向けた、長期マイルストーンとして、
ゲーム会社のデジタルエンタテインメント事業における営業利益で
世界トップ10に入る事を目指します。

2023年度末時点で、当社は世界14位です。
現在、開発やパブリッシング体制は、成長の途上にあると認識しており、
積極的に体制拡充を進めていく方針です。

こういった体制構築を進める中でも、年率10%ペースで営業利益を伸ばすことを目標に、
成長性と収益性の両立を図ります。

世界トップ10入りを果たすには、多様なタイトルを創出すること、
毎年大型タイトルを発売することが重要となると考えています。
このマイルストーンに向け、第4次中期経営計画の策定を進めています。

ビジョン



Level up your happiness

世界No.1の デジタルエンタテインメントカンパニー

◆ ビジョンに向けて

- 成長性と収益性を両立し、一歩ずつ着実に成長
- 新しいIP・ジャンルへのチャレンジと成功が中長期的な成長の源
- 大型のヒットタイトルを毎年コンスタントに創出できる体制へ

◆ ランキング^(※) 2022年度17位 → 2023年度 14位 → 10位以内へ

※全世界ゲーム会社のデジタルエンタテインメント事業における営業利益額。当社調べ。



15

© KTG

<説明内容>

当社のビジョンは「世界ナンバーワンのデジタルエンタテインメントカンパニー」です。

デジタルエンタテインメント分野の営業利益額で世界ナンバーワンは、高い目標ですが、実力を磨きながら、一歩ずつ成長していきたいと考えています。

第3次中計においては、世界17位から14位にランクアップしました。
長期的にトップ10入りすることを旗印に、全社員一丸となって、取り組んでまいります。

コーエーテクモの精神「創造と貢献」

コーエーテクモは 「創造と貢献」を実践する会社

創造

- ・今までにない、新しい面白さを生み出す(0から1)
- ・安定した面白さに、新しい価値を付け足す(1から2、3…)

貢献

- ・お客様に楽しんでいただき、喜びと活力を生む
- ・お客様の満足がクリエイターとしての「生き甲斐」につながる

<説明内容>

ビジョンの実現に向けた、当社の基本理念について、お話しします。

コーエーテクモの精神として「創造と貢献」を掲げています。
新しい価値を創造することで、社会に貢献する、
これを実践していく企業でありたい、という思いを込めています。

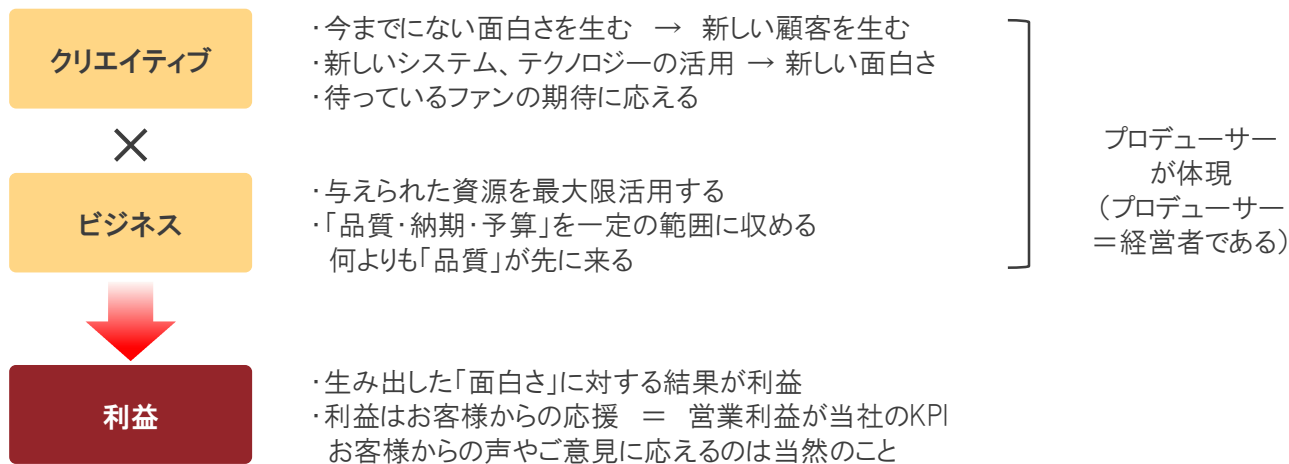
「創造」とは、新しい面白さを生み出していくことです。
独創性あふれる素晴らしいコンテンツをはじめとした
今までになかった面白さを生み出すこと、
安定した面白さに、新しい価値を加えていくことが
大切であると考えています。

「貢献」とは、新しい面白さを生み出し、それがお客様に最高の感動を提供し、
喜びと活力を生む事が社会への貢献につながると考えています。

また、お客様の満足は、クリエイターにとっても喜びであり、
働くうえでのやり甲斐、生き甲斐に繋がるものと捉えています。

コーエーテクモの精神「創造と貢献」

利益は、お客様からの期待・応援の表れ



<説明内容>

最高のコンテンツを生み出すためには、
クリエイティブとビジネスを両立することが大切です。

当社において、この両者を実現するのはプロデューサーです。
新しい面白さを生む企画を立て、「品質・納期・予算」が一定の範囲に収まるように、
プロジェクトをマネジメントします。

これをどれだけ高いレベルで実現できたか、その結果が利益となります。
また、利益は、お客様からの「面白かったよ」「続編に期待しているよ」という応援の声そのものです。
応援の声が、プロデューサーやクリエイターの励みとなり、
コーエーテクモグループが成長していく原動力となります。

このスピリットを全社員と共有しながら、最高のコンテンツ作りに励み、
世界ナンバーワンを目指して参ります。

これからも変わらぬご支援のほど、お願い申し上げます。

事業ハイライト

株式会社コーエーテクモホールディングス 代表取締役副社長 鯉沼 久史
兼 株式会社コーエーテクモゲームス 代表取締役社長



Level up your happiness

<説明内容>

私からは、まず、上半期の事業ハイライトをご説明します。

決算：上期振り返り・主なタイトル

セグメント	タイトル/プラットフォーム	発売・配信開始	地域	パブリッシャー
コンソール・PC	Rise of the Ronin PlayStation®5 → PlayStation®5 Pro対応予定	2024年3月	グローバル	ソニー・インタラクティブエンタテインメント
オンライン モバイル	三國志 霸道 iOS/Android/PC(Steam)	2020年9月	国内 アジア	コーエーテックモゲームス
	信長の野望 霸道 iOS/Android/PC(Steam)	2022年12月	国内	コーエーテックモゲームス
	信長の野望 出陣 iOS/Android	2023年8月	国内	コーエーテックモゲームス
	レスレリアーナのアトリエ ～忘れられた錬金術と極夜の解放者～ iOS/Android/PC(Steam)	2023年9月	国内 グローバル	コーエーテックモゲームス

◆その他

【事業環境】 短期的に大きな変化は無し

【コンソール・PC】 バックカタログは定番タイトルが貢献(自社・コラボレーション)

【オンライン・モバイル】 「霸道」シリーズが息長く収益寄与

<説明内容>

上期の主なタイトルはご覧のとおりです。

コンソール・PC分野では、前年度末に発売した『Rise of the Ronin』のレポート販売や、バックカタログの定番タイトルが貢献しました。

オンライン・モバイル分野では、「霸道」シリーズが息長く貢献しています。
2023年配信タイトルは、期待には届いていないものの、今年度に入ってから売上は安定してきており、長いスパンでの収益貢献を目指しています。

パイプライン

セグメント	タイトル/プラットフォーム	発売	地域	パブリッシャー
コンソール・PC	三國志8 REMAKE PlayStation®5/PlayStation®4/Nintendo Switch™/Windows(Steam)	2024年10月	グローバル	コーエーテクモ ゲームス
	FAIRY TAIL 2 PlayStation®5/PlayStation®4/Nintendo Switch™/Windows(Steam)	2024年12月	グローバル	コーエーテクモ ゲームス
	真・三國無双 ORIGINS 大型 PlayStation®5/Xbox Series X S/Windows(Steam)	2025年1月	グローバル	コーエーテクモ ゲームス
	ユミアのアトリエ ～追憶の錬金術士と幻創の地～ PlayStation®5/PlayStation®4/Nintendo Switch™/Windows(Steam)	2025年3月	グローバル	コーエーテクモ ゲームス
	Venus Vacation PRISM - DEAD OR ALIVE Xtreme - PlayStation®5/PlayStation®4/Windows(DMM GAMES, Steam)	2025年初頭	国内 アジア	コーエーテクモ ゲームス
	紅の錬金術士と白の守護者 ～レスレリアーナのアトリエ～ PlayStation®5/PlayStation®4/Nintendo Switch™/Windows(Steam)	2025年	国内	コーエーテクモ ゲームス

▶この他に、複数の未発表タイトル(～ミドルクラス)を年度内に発売予定

<説明内容>

下期のパイプラインは記載のとおりです。

2024年度の旗艦タイトルである『真・三國無双ORIGINS』を1月に発売します。
初動でミリオンクラスのヒットを目指し、開発を進めています。

また、複数の未発表タイトルを年度内に発売予定です。

尚、10月24日に発売した『三國志8 REMAKE』は、
発売初日に、日本、台湾、韓国等でSteam売上ランキング1位を獲得するなど、
好調なスタートとなりました。

パイプライン(中期・方針)

- ・第4次中計期間に向け、すでに多数のタイトルが開発中
- ・新作ポートフォリオの全体感は、第3次中計と同等の想定
 - 4つの収益層^(※1)の良いバランスを志向
 - 第3次中計の反省を踏まえ、リスクバランスを見直し

第3次中期経営計画(2022~2024年度) ローンチタイトル数 実績

分野	分類	2022年度	2023年度	2024年度 ^(※2)	計
コンソール PC	AAAクラス	1本	1本	-	6本
	上記以外の大型	2本	1本	1本	
	～ミドルクラス ^(※3)	8本	3本	4本～	15本～
オンライン モバイル	自社	1本	3本	-	4本
	許諾	3本	1本	-	4本

※1 4つの収益層：新規、シリーズ、コラボレーション、IP許諾(補足資料p.46)
 ※2 2024年度は、2024年9月30日時点で開示済みのタイトル
 ※3 ミドルクラス：初動販売本数が数十万本水準のタイトル

<説明内容>

中期的なパイプラインの方針について、ご説明します。

第4次中計に向け、すでに多くのタイトルの開発が進行しています。
 開発タイトルの本数や規模は、大枠として、第3次中計と同等を想定していますが、
 4つの収益層でバランスの良い内容を目指しています。

第3次中計の反省を踏まえ、業績をチャレンジタイトルに依存しないよう、
 リスクバランスを再考したラインナップ編成を行っています。

戦略・課題

株式会社コーエーテクモホールディングス 代表取締役副社長 鯉沼 久史
兼 株式会社コーエーテクモゲームス 代表取締役社長



Level up your happiness

<説明内容>

今後の戦略、課題についてご説明します。

さらなる成長に向けて

「IPの創造」「開発力増強」が中長期の成長原資

- ◆ 「グローバルIPの創造」は重要な課題
 - グループの中長期の成長に、新しいIPは欠かせない
 - 大型タイトルに限定せず、チャレンジを継続する
- ◆ 開発体制増強への積極的な投資が、将来の成長に繋がる
 - 開発キャパシティを縦・横の両方向に拡大させる
 - 丁寧にコンテンツを作り、最後まで仕上げ切る開発力



23

© KTG

<説明内容>

長いスパンで成長を実現していくためには、
IPの創造と、開発力の増強に取り組むことが欠かせません。

経営方針として「グローバルIPの創造と展開」を掲げて参りましたが、
「IPの創造」は、重要な課題と位置づけています。
新しいIPが生まれれば、シリーズやコラボレーション等の収益機会を生むことができます。
大型タイトルに限らず、様々な分野で、チャレンジを続けていく方針です。

また、開発体制の増強に、積極的に投資してまいります。
開発リソースを増やすという意味での縦方向、
タイトルの数や種類の幅を広げるという意味での横方向、両方向に拡充します。

特に大型タイトルにおいては、丁寧にコンテンツを作り、
細部までしっかりと仕上げることがヒットの要件と捉えています。
これを実現できるよう、開発の基礎体力向上を進めています。

さらなる成長に向けて

各ブランドの強みを活かしたタイトル開発

- バリエティに富んだタイトルを、高い品質で開発出来ることが当社の優位性
- 開発体制の増強により、各ブランドの強みをさらに伸ばす

コーエーテックモゲームス開発体制							
制度概要	ブランド長が各部門のPL・ブランドの成長に対する責任を持つ ・7つの開発部門(6ブランド+1スタジオ制)。各部にブランド長、配下の組織に部門長を置く ・各ブランドで、開発ロードマップ・事業計画策定、予算実績管理とローリング、人的リソースの配分を行う						
特徴							
部門名	シブサワ・コウ	ω-Force	Team NINJA	ガスト	ルビーパーティ	midas	AAAスタジオ
コンソール・PC(大型)	-	○	○	-	-	-	○
コンソール・PC(~ミドル)	○	○	○	○	-	-	-
オンラインモバイル	○	○	○	○	○	○	-
スタジオ規模	大	大	大	中	小	小	-
主要ジャンル	シミュレーション	アクション (カジュアル)	アクション (コア)	JRPG	女性向け	モバイル	-

※2024年9月末現在

※AAAスタジオ・開発タイトルや発売時期等は非開示

<説明内容>

当社の特徴は、バラエティに富んだタイトルを、高い品質で開発できることにありと考えています。

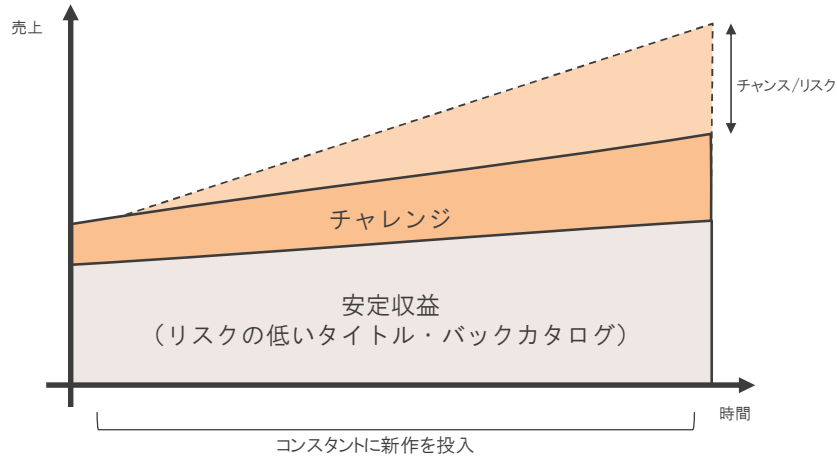
これを実現しているのは、個性豊かな7つの開発部門です。
コーエーテックモゲームスにおいては、6ブランド・1スタジオによる開発体制を取っており、各部門で、PLや成長に対する責任を持ち、自律的な成長を図っています。

開発体制の増強により、各ブランドの強みを更に伸ばすことによって、中長期的な成長を目指します。

戦略(コンソール・PC)

コンソール PC

- ・位置づけ: 成長率を引き上げる。チャレンジ(投資)と安定収益の2軸
- ・成長の仕方: 開発体制の拡充により、新作タイトル数と販売本数を伸ばす
チャレンジはリスクを伴うが、ヒットが出れば上振れ、更に収益機会が生まれる



※図表は説明のためのイメージであり、計画値を示すものではありません

25

© KTG

<説明内容>

戦略についてご説明します。

当社は、コンソール・PC、オンライン・モバイルの両分野で、成長を実現していきたいと考えています。その中で、コンソール・PC分野は、高い成長をけん引していくものと位置づけています。

開発力の増強によって、発売できるタイトルの数と、販売本数を伸ばすことを基本としながら、2軸での成長を図ります。

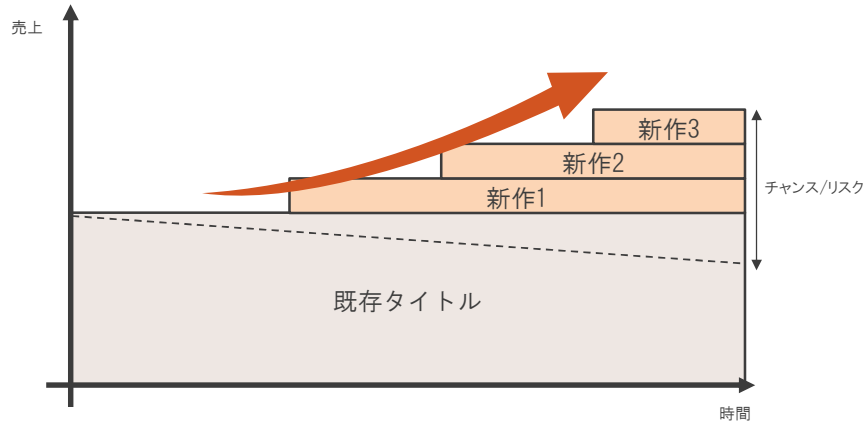
第一に、安定収益です。
シリーズ作など、収益性の高いタイトルを每期発売することで、着実な成長を目指します。

第二に、チャレンジです。安定収益で得た資金を、チャレンジタイトルに投資します。
新しいIPやジャンルへ挑戦することで、中長期的な収益機会の創出を狙います。

戦略(オンライン・モバイル)

オンライン モバイル

- ・位置づけ:安定した収益(キャッシュ)創出
- ・成長の仕方:積み上げ、緩やかな成長。複数年貢献する新作を生み出す。既存タイトルの減衰に対して、新作を追加して、分野の売上を伸ばす。



※図表は説明のためのイメージであり、計画値を示すものではありません。

26

© KTG

<説明内容>

オンライン・モバイル分野の戦略です。

オンライン・モバイル分野は、安定した収益源として、開発タイトルの先行投資をまかない、業績を下支えすることを期待しています。

長く貢献するタイトルを生み出すことを基本として、新作を積み上げることで、分野全体の売上を拡大させる方針です。

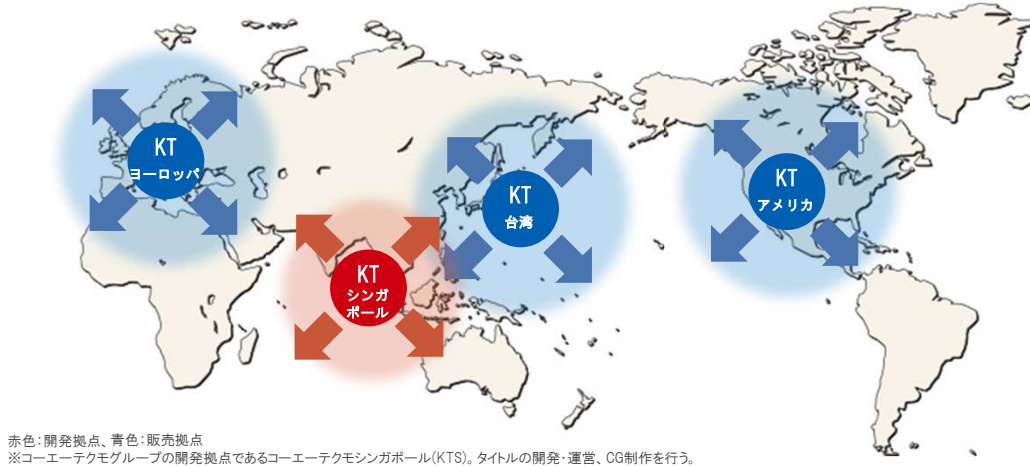
特に国内モバイル市場は、競争が激しい環境ですが、「霸道」シリーズのように、独自性のあるポジショニングを築くことが、勝ち筋であると認識しています。

このような方針に基づき、コンソール・PCとオンライン・モバイルの両分野で、成長性と収益性を両立してまいります。

戦略(地域)

分野ごとの 重点地域

- ・コンソール・PC : 北米、欧州、中国・アジア地域向け体制強化
 - ・オンライン・モバイル : 日本および中国・近隣地域、グローバル展開へ
- ▶ 将来を見据え、シンガポール(*)を中心に、インドや東南アジア等の市場を開拓



<説明内容>

地域別の戦略です。

コンソール・PC分野は、北米、欧州、中国・アジア地域に成長余地があると認識しています。特に、大型タイトルで、グローバル市場において大きな販売本数を実現することが重要です。そのために、マーケティング体制の強化を進めてまいります。

オンライン・モバイル分野は、自社およびIP許諾タイトルともに、国内、および、中国をはじめとするアジア近隣諸国が重点地域です。さらに、北米などのグローバルな市場にもチャレンジしてまいります。

また、将来を見据えて、コーエーテクモシンガポールを中心として、インド、東南アジアをはじめとする新たな市場の開拓を進めていきたいと考えています。

開発の課題・取り組み

課題	取り組み	内容・見通し
1 開発体制の 拡充	・2024年度採用200名以上(新卒中心) ^(※1)	中期的に同等のペースを継続予定→各開発部門・CGを中心にアサイン
	・AAAスタジオ立ち上げ	-
2 AAA水準への 品質向上	・KATANA ENGINE グラフィック技術向上	高速処理、ライティング(光源)向上→25年度向け対応中。中期的に機能開発
	・汎用エンジン活用	今期発売タイトルの開発に使用→来期以降も継続(KATANA ENGINEと併用、タイトル毎に判断)
	・新たなPC版動作検証プロセス	今期より開発プロセスに組み込み→24年度タイトルから実施
3 コスト削減・管理	・KATANA ENGINE 自動制作技術 ^(※2)	アセット制作 ^(※3) の自動化機能、ライブラリ拡充を進行中 → 中期スパンで進行
	・AIの活用	デバッグ・バランス調整でのAI機能を導入 → 制作効率化への活用を研究
	・予算管理	大型タイトルの開発マイルストーン細分化(マイルストーン検討会の増設)
4 購買行動につなげる マーケティング	・グローバルバプリッシング体制拡充	長期スパンで体制構築
	・タイトルの評価形成	レビュー調査・ノウハウ構築に取り組み

※1 日本国内の新卒採用199名。その他、国内の中途採用、海外での新卒採用を実施。

※2 プロシージャル制作等の技術を指す。(プロシージャルとは:アルゴリズムやルールに基づいて(手続きにより)データやコンテンツを自動的に生成する方法)

※3 ゲーム中に用いられるCGモデルといったグラフィックス素材等

<説明内容>

期初にご説明した、開発の課題4点について、現在の取り組みをご紹介します。

開発体制の拡充については、新卒採用を中心とした、積極的な採用を継続しています。

タイトルの品質向上については、KATANA ENGINEのグラフィック技術向上を進めています。
汎用エンジンを活用したタイトル開発にも取り組んでおり、
より一層の品質やコストの改善を図ってまいります。

コスト削減については、自動制作技術の開発、
AIによる一部工程の自動化を実施しています。
予算管理についても、さらに強固な体制作りを進めています。

マーケティングについては、長期的な体制構築に向け、検討を開始しました。
また、外部から高い評価を得られるよう、調査やノウハウの蓄積を進めています。

いずれの課題についても、短期的な対処ではなく、
中長期的に、当社がグローバルで戦える競争力を獲得するための過程として、
引き続き、尽力してまいります。

お知らせ：統合報告書 2024

日本語版 2024年11月 公開予定

◆「統合報告書2024」のポイント

新規コンテンツ

- 主要IP紹介
- 過去3年タイトル一覧 等

拡充コンテンツ

- 経営層インタビュー
- 人的資本経営
- ステークホルダーとの価値共創 等

※英語版は後日公開予定



<説明内容>

「統合報告書2024」を11月に公開予定です。

今回は、新規コンテンツとして、
当社のIP、タイトル等を総覧的にご覧頂ける内容を追加しています。
投資家の皆様からご関心の高い、当社のパイプラインや収益構造等について
少しでもヒントになれば幸いです。

また、前回の「統合報告書2023」に対する皆様からのフィードバックを踏まえ、
経営層インタビューをはじめとしたコンテンツを拡充しています。

当社コーポレートサイトにて公開予定です。是非ご一読くださいませ。



株式会社コーエーテクモホールディングス

注意事項

この資料の内容は、将来に対する見通しが含まれている場合がありますが、実際の業績はさまざまな要素により、これら見通しと大きく異なる結果となり得ることをご了承ください。

<説明内容>