

当社グループはさまざまなステークホルダーと良好な関係を築き、価値の共創を通じて、社会課題の解決に取り組むと同時に持続的な成長と企業価値向上の実現を目指します。

### 地域社会とのつながり



#### 職業教育活動による地域貢献

地域の小・中学校に「まちの先生」として、ゲームクリエイターの仕事についての職業教育活動を実施



#### 大学での経営トップ・技術者による講演会

ゲームソフト開発やAI・ゲームエンジン等の最新技術について、大学で講演会を実施  
「ゲーム学」の寄付講座も実施



#### 地域冷暖房システムによる省エネ

- ・地域冷暖房システムによる省エネ
- ・オフィス内はLED照明を採用
- ・トイレ・洗面台に節水型の設備



#### タイアップによる地域貢献、地方創生事業

地方自治体、学校等と当社IPとのタイアップを通じた地方創生事業への参加

### アナリスト×代表取締役社長 座談会

**アナリスト** 直近のゲーム業界では、世界的にリストラやタイトルの中止・見直しが相次ぎ、厳しい環境。業界が抱える課題と、コーエーテックモのアプローチを聞かせてほしい。

**襟川** 2020年から2021年にはコロナの巣ごもり需要でマーケットが大きくなったのが事実です。これはゲーム業界の外部要因によって起きたものと捉えています。2022年から2023年は横ばい、2024年から本来の成長ペースに戻るのではないかと考えています。従って、これからは外部環境の恩恵を受ける時代ではなく、各社の努力が問われる時代です。それぞれの会社が課題に立ち向かって成果を出していく必要があります、ゲームの「戦国時代」に戻ったと思います。

その中で当社は、AAAクラスのタイトルを自分たちの手で生み出すべく、挑戦を続けています。欧州と北米の市場では、売れるゲーム分野があるので、その領域で勝負しないと、成果が出せないというのが見えてきました。私たちが挑戦してきたことで、今後クリアすべき大きな壁がはっきりと見えています。後はその壁を越えていくだけだと思います。今後の取り組み、成果に期待していただきたいです。

**アナリスト** 「クリエイティブとビジネスの両立」はなかなか難しいのではないかと。クリエイティブが先行して利益がどんどん落ちてしまうのがエンタテインメントの世界ではよく起こることと考えるが、どのようにバランスを取っているのか。

**襟川** ゲーム作りが「ビジネス」である以上、利益を上げるのが当たり前だと考えています。利益は、お客様からの期待の声だと捉えていて、期待を超える作品を生み出すことが当社の使命です。その中で、新入社員から役員まで、あらゆる場面、あらゆる職種で、クリエイティブと利益を両立させることを徹底しており、そのために「品質・納期・予算」を遵守するのは当たり前と考える文化が根付いています。

**アナリスト** 開発費の高騰によりリスクが高まり、手堅いヒットを求めた結果かもしれないが、業界全体が特定のゲームジャンル、似たようなグラフィックスに収れんしているように思える。成長を求めた結果、業界としてアウトプットの多様性が失われてしまうのではないかと。

**襟川** ゲームの本質である「遊び」による競争になっていくのではないのでしょうか。アクションゲームであれば、「遊び」は戦いの部分です。どのような「新しい遊び」にしていくか、ゲームシステムが大切です。グラフィックスそのものは、プレイヤーの購入に際する前提条件だとするならば、そこを満たした上で、お客様の期待を超えるゲームになっているか、「新しい遊び」の面白さ、つまりゲームの本質が重要であると考えています。

### 主なIR活動

| 活動               | 実績(2023年度) |
|------------------|------------|
| 国内・海外機関投資家向け個別面談 | 160回       |
| カンファレンス          | 5回         |
| 決算説明会            | 4回         |

## 持続的な成長の実現に向けて | TCFD提言に関する取り組み

当社グループは気候変動への対応をサステナビリティ重点課題の一つとして捉え、気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) の提言を踏まえた情報開示を行いました。2023年度分より、Scope1、2排出量に加え、Scope3排出量の算定も始め、今後、気候変動に対するさらなる取り組みを進めていきます。

### ■ ガバナンス

気候変動への対応及び取り組み状況については、経営企画部とサステナビリティ推進室が中心となり取りまとめ、当社グループに重要と認識されたリスクと機会がある場合に、サステナビリティ委員会に付議・報告を行います。その後、取締役会に報告されます。

### ■ 戦略／リスク管理

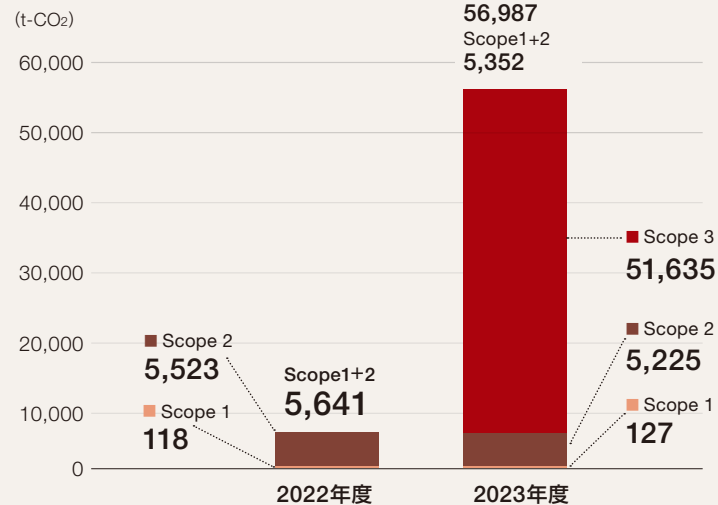
当社グループは、従来の気候変動が事業に与える影響を把握するために、現在、温室効果ガスScope1、2、3排出量を算出し、リスク及び機会を把握しています。

### ■ 指標と目標

当社グループは、気候関連リスク・機会を管理するために、2022年度分よりScope1、2排出量の算出を行いました。2023年度からは、Scope3排出量も算出し、温室効果ガス削減に向けての削減目標を検討していきます。



#### ✔ 温室効果ガス排出量の推移



#### ✔ 温室効果ガス

総排出量：56,987t-CO<sub>2</sub>  
(2023年度)

- Scope1: 127 t-CO<sub>2</sub> (0.2%)
- Scope2: 5,225 t-CO<sub>2</sub> (9.2%)
- Scope3: 51,635 t-CO<sub>2</sub> (90.6%)

| Scope3のカテゴリ別内訳 |                           | 排出量                      |
|----------------|---------------------------|--------------------------|
| カテゴリ1          | 購入した製品・サービス               | 25,686 t-CO <sub>2</sub> |
| カテゴリ2          | 資本財                       | 4,208 t-CO <sub>2</sub>  |
| カテゴリ3          | Scope1、2に含まれない燃料及びエネルギー活動 | 1,967 t-CO <sub>2</sub>  |
| カテゴリ4          | 輸送・配送 (上流)                | 833 t-CO <sub>2</sub>    |
| カテゴリ5          | 事業から出る廃棄物                 | 23 t-CO <sub>2</sub>     |
| カテゴリ6          | 出張                        | 76 t-CO <sub>2</sub>     |
| カテゴリ7          | 雇用者の通勤                    | 613 t-CO <sub>2</sub>    |
| カテゴリ8          | リース資産 (上流)                | 対象外                      |
| カテゴリ9          | 輸送、配送 (下流)                | 対象外                      |
| カテゴリ10         | 販売した製品の加工                 | 対象外                      |
| カテゴリ11         | 販売した製品の使用                 | 17,445 t-CO <sub>2</sub> |
| カテゴリ12         | 販売した製品の廃棄                 | 90 t-CO <sub>2</sub>     |
| カテゴリ13         | リース資産 (下流)                | 694 t-CO <sub>2</sub>    |
| カテゴリ14         | フランチャイズ                   | 対象外                      |
| カテゴリ15         | 投資                        | 対象外                      |

※ 算出範囲：国内外の連結子会社  
 ※ 集計期間：2023年4月～2024年3月  
 ※ 算定基準：サプライチェーンを通じた温室効果ガス排出量算定に関する基本ガイドライン (ver.2.5 環境省/経済産業省)  
 ※ 排出係数：燃料と国内電力は環境省「温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度」によって公表されている排出係数を使用。海外の電力については各国政府が公表する排出係数もしくはIGES (公財) 地球環境戦略研究機関) のCDMデータベースにおける排出係数を使用。