

ゲームソフトウェア 業界の分析

令和2年8月19日 財務診断研究会 山本 政央

発表者

山本 政央

(ヤマモト マサオ)

【現職】

大日本印刷（株）のシステム子会社、
DNPデジタルソリューションズ企画管理部

入社以来経営企画、といえは聞こえは良いが、
原価計算、現場収益管理、内部統制、下請法
から契約関連、企業倫理などの何でも屋。

【診断士活動】

2007年9月 岡山で取得。

2009年 東京協会城南支部に所属。

財務診断研究会では2010年に「アパレル業界の財務分析」を報告しました。



1. ゲームソフトウェア業界の定義

- 家庭用テレビゲーム機，携帯用電子ゲーム機，パーソナルコンピュータ等で用いるゲームソフトウェア（ゲームソフトウェアの一部を構成するプログラムを含む。）の作成及びその作成に関して，調査，分析，助言などを行う事業所をいう。

■ 日本標準産業分類

大分類 G 情報通信業

中分類 39 情報サービス業

390 管理，補助的経済活動を行う事業所（39情報サービス業）

3900 主として管理事務を行う本社等

3909 その他の管理，補助的経済活動を行う事業所

391 ソフトウェア業

3911 受託開発ソフトウェア業

3912 組込みソフトウェア業

3913 パッケージソフトウェア業

3914 ゲームソフトウェア業

392 情報処理・提供サービス業

3921 情報処理サービス業

3922 情報提供サービス業

3923 市場調査・世論調査・社会調査業

3929 その他の情報処理・提供サービス業

2. ゲームソフトウェア業界の概要

- 専用機で遊ぶ家庭用ゲーム、スマホで遊ぶスマホゲーム、PCゲームに大別される。また、「ゲームハード+パッケージソフト」とオンラインゲーム、デジタル配信等のデジタル市場の2つに大別されることもある。現在はデジタル市場が大勢を占めている。
- 2010年頃からスマートフォンの普及をきっかけとしてソーシャルゲームが大きく伸長した
- ゲーム市場の売上高は2009年から2018年まで9年連続で最高記録を更新したが、近年は発展のエンジンとなっているソーシャルゲームの競争も激化、ヒット作も生まれにくくなっており、成長率自体は鈍化している
- 家庭用ゲーム機は任天堂、ソニーとも6～7年おきに発売している。ソニーはPS4次世代機を2020年末に販売予定
- 次世代のゲームとしてクラウドゲームが発展途上。通信規格の発達により市場が大きくなると考えられる。
- eスポーツが大きく伸びてきている。2018年度の世界市場規模は11億米ドル（約1,200億円）。日本は、ゲームの発達過程の違いと法律問題から発達が遅れ気味である

（日経2020業界地図（日本経済新聞出版社）と日本デジタルゲーム産業史（小山友介、人文書院）より）

2. ゲームソフトウェア業界の概要（歴史）

年	メーカー	タイトル	備考
1980	任天堂	ゲーム&ウオッチ	昨今のゲームではあたりまえの入力デバイスである十字キーが初めて採用された
1983	任天堂	ファミリーコンピュータ	言わずと知れた大ヒットゲーム機ファミコンの愛称で親しまれた
1985	任天堂	スーパーマリオブラザーズ	ファミコンの成功を確定させた超有名タイトル世界で最も売れたゲームとしてギネス登録されている
1986	エニックス	ドラゴンクエスト	日本のRPG人気の立役者
1988	セガ	メガドライブ	米国ではスーパーファミコンと比肩する売上げだった
1989	任天堂	ゲームボーイ	携帯ゲーム市場を開拓した
1990	任天堂	スーパーファミコン	ファミリーコンピュータの後継機グラフィックが大幅に強化された
1994	セガ	セガサターン	発売当初はプレイステーションを上回る売上げを見せた
	ソニー	プレイステーション	任天堂に勝利した初めてのゲーム機
1996	スクウェア	ファイナルファンタジー7移植	プレイステーション躍進のきっかけとなった
	任天堂	ニンテンドウ64	スーパーファミコンの次世代機種
1998	多数	中古ゲームソフト販売訴訟	ゲームソフトの中古販売をめぐる頒布権を侵害することになるのが争われた
	セガ	ドリームキャスト	ネットワーク機能を標準搭載した初のゲーム機
2000	ソニー	プレイステーション2	PS1の勢いそのままに圧倒的な普及を見せたDVD再生機能が搭載された
2001	任天堂	ゲームキューブ	任天堂のゲーム機としては最も売上げが振るわなかった
2002	マイクロソフト	Xbox	ついにマイクロソフトがゲーム業界に参入。しかし日本での売上げは低調に終わった
	CERO	CERO発足	家庭用ゲームソフトの表現を審査する機関。それまではメーカーによって制限がバラバラだった
2004	任天堂	ニンテンドーDS	世界で最も売れたゲーム機2画面・タッチパネルを備えている
	SCE	プレイステーションポータブル	SCE初の携帯ゲーム機
2006	任天堂	ニンテンドーDS lite	1年以上上の間品薄が続く圧倒的な売上げを見せた国内で年間900万台を売上げる大記録を打ち出した
	ソニー	プレイステーション3	発売当初は価格が5万円以上したため売上げが振るわなかった。値下げしたが、ハードの赤字に苦しむ。
	任天堂	Wii	リモコン型コントローラで直感的な操作を実現した任天堂としてはスーパーファミコン以来のトップハード
	ディーエヌエー	携帯ゲーム	モバイルゲームのサービス開始
2008	任天堂	ニンテンドーDSi	ニンテンドーDSの新バージョンDSを1人1台所有してもらおうというコンセプトで生まれた
2011	任天堂	ニンテンドー3DS	裸眼立体視を実現したDSの後継機すれちがい通信機能も強化された
	ソニー	PSN個人情報流出	史上最悪の個人情報流出事件
	スクエニ	ドラゴンクエスト10 発表	シリーズ初のオンラインゲームとなることが発表された
	ソニー	プレイステーションVita	PSPの後継機
2012	スクエニ	ドラゴンクエスト10	シリーズ初のオンラインゲーム
	ガンホー	パズル&ドラゴンズ	ソーシャルゲームが大きく伸長したきっかけとなる
	多数	コンパガチャ問題	モバイルゲームでのガチャでの大量課金の問題になった
	任天堂	Wii U	Wiiよりも画質が大きく改善されるも、機能等に真新しさがなく低調に終わる
2013	ソニー	プレイステーション4	PS3の次世代機、ネットワーク機能を大幅強化、19年末で海外販売1億台超
	ソニー	Psnow!	初のストリーミング型クラウドゲームサービス開始

（ゲーム業界.com（<http://www.gamegyokai.com/history/history.htm>）ゲームの歴史年表を加筆）

2. ゲームソフトウェア業界の概要

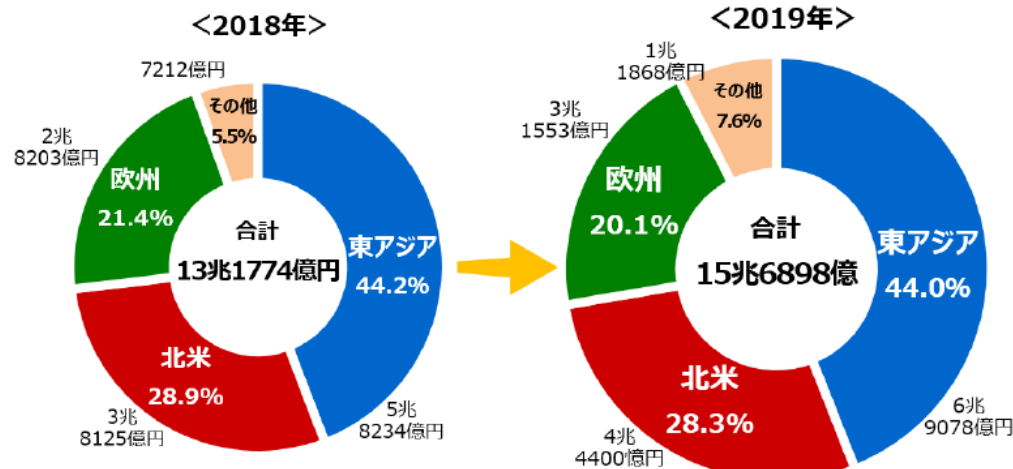
市場規模

世界市場規模は2割、
日本市場も拡大傾向

- 2019年の市場規模15兆円あまりのうち、14兆3千億円がデジタル市場（モバイル・PC・家庭用ゲーム機含む）残りの1兆3千億円がゲーム専用機とパッケージ販売である（アーケードゲームは含まれないと思われる）
- 中国のモバイルゲーム市場が急伸した
- 日本も成長は世界ほどではないが1兆4千億円の規模で増加傾向にある

※アーケードゲームの市場規模は2018年で4,550億円。ここ4～5年は微増の傾向である。

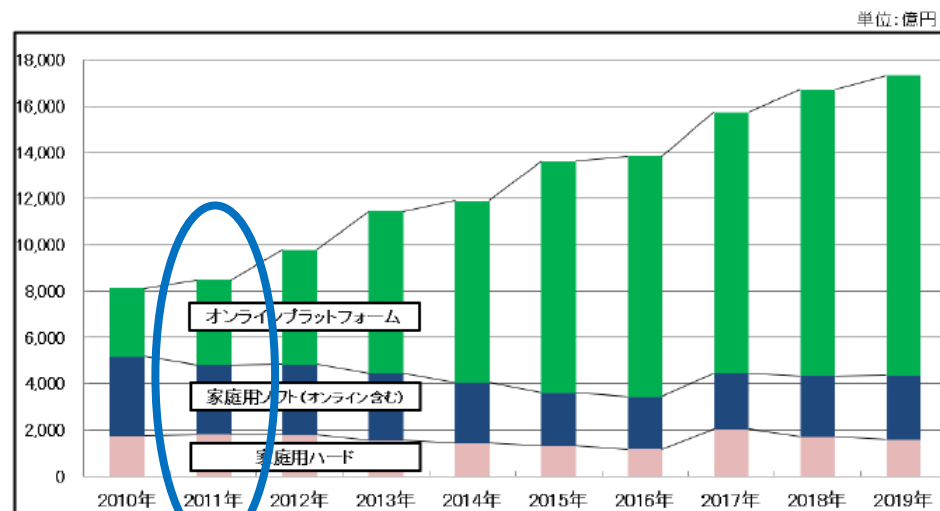
【世界の地域別ゲームコンテンツ市場】



出典：ファミ通ゲーム白書 2020

※2018年と2019年では、その他のエリアにおいて集計対象の国・地域が異なる
また、2019年は一部地域において家庭用ゲームのデータを補完
(2020年6月時点での情報に基づいて作成)

【国内 家庭用 / オンラインプラットフォーム ゲーム市場規模推移】



出典：ファミ通ゲーム白書 2020

集計期間：2009年12月28日～2019年12月29日 (※2020年5月時点での情報に基づいて作成)

2. ゲームソフトウェア業界の概要

日本の概要

スマホ普及とともにオンラインゲームの拡大が増進

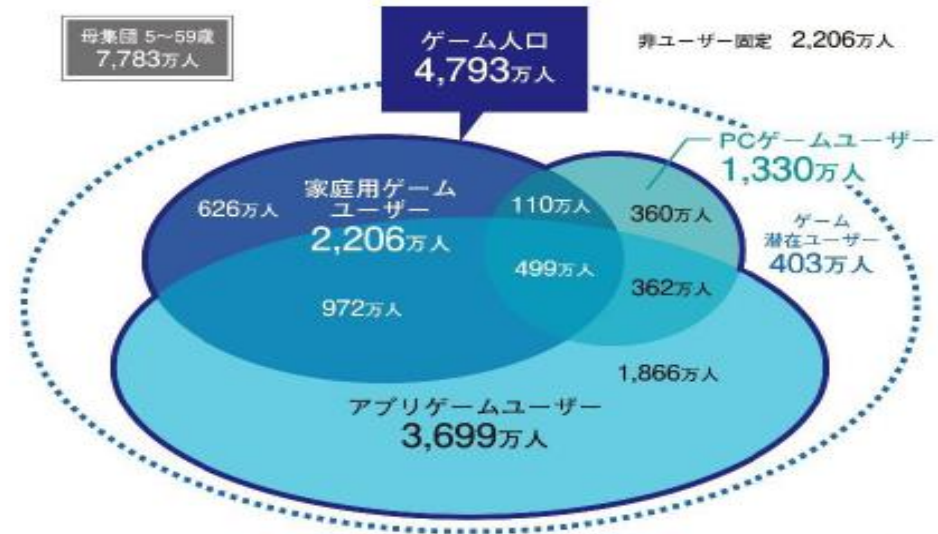
- オンラインゲームプレイヤーがPCユーザーからスマホ使用のライトユーザーへ中心が移っている
- コンプガチャ（Play to Win）による大量課金が問題になる
- 家庭用ゲーム（ソフト・ハード）は横ばいまたは長期低落傾向

モバイルにおけるゲームの流れ

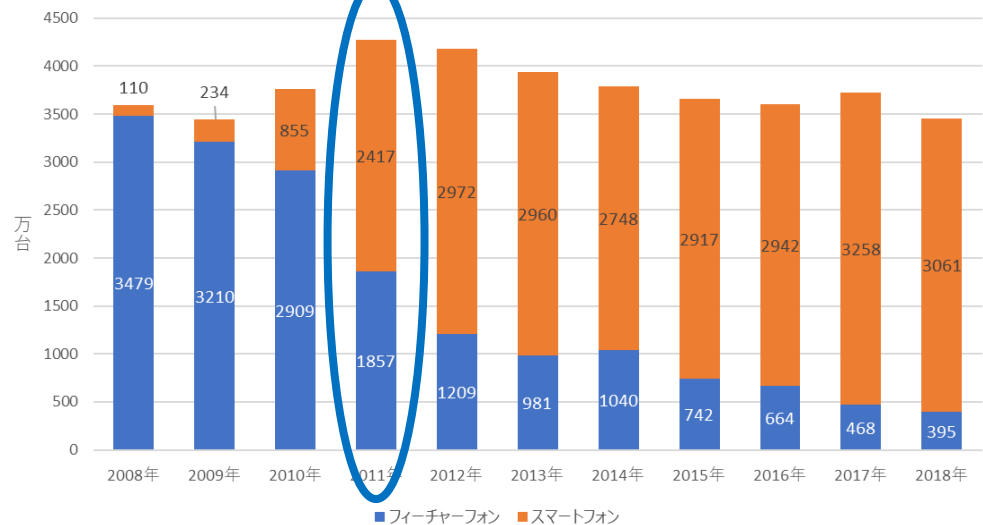
	携帯型ゲーム機	フィーチャーフォン	スマートフォン
2004年	D S / P S P 発売		
2006年	市場構造変化 携帯機 > 据置機		
2007年		非ソーシャルゲーム 市場が飽和	
2008年		ソーシャルゲーム本格化	iphone日本販売開始
2011年	3DS発売も苦戦。年内に値下げ	ソーシャルゲーム ピーク、社会問題化	スマホ販売50%超
2012年		コンプガチャ規制	パズドラ
2016年	Switch発売		ポケモン G o
2017年			荒野行動
2019年	Switch Lite発売		

(日本デジタルゲーム産業史 (小山友介 人文書院))

【2019 年ゲームユーザー分類別 マーケット規模(国内)】



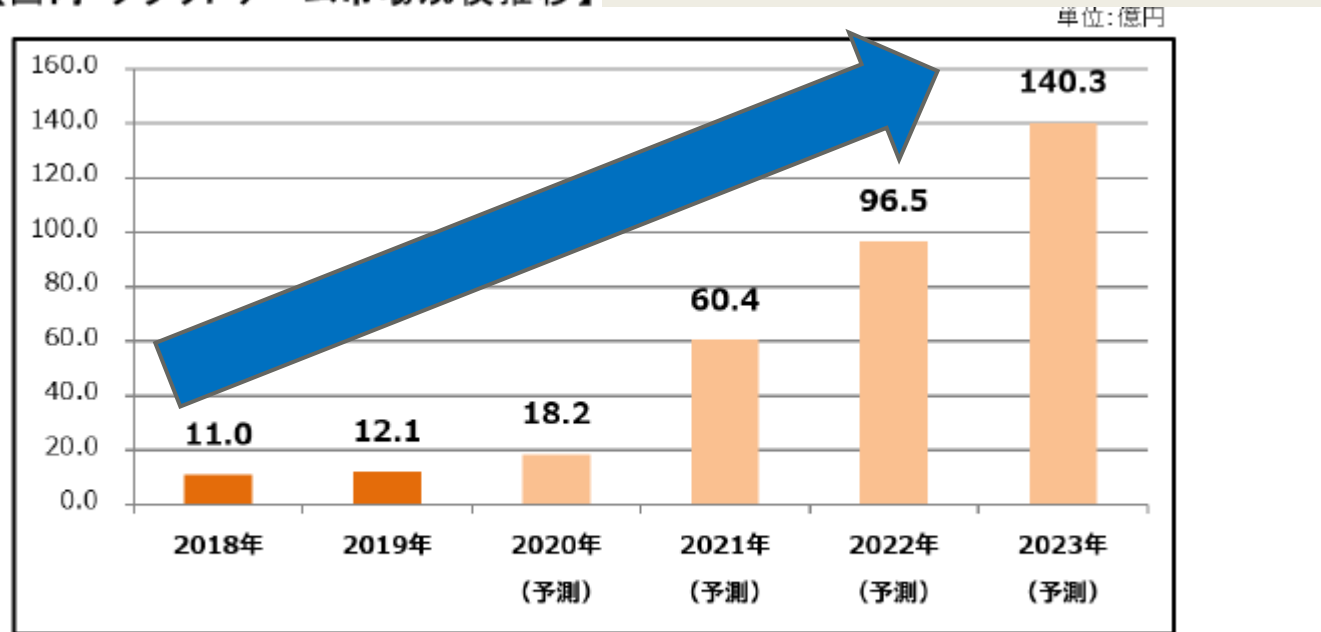
国内携帯電話出荷台数推移



2. ゲームソフトウェア業界の概要

クラウドゲームの発展可能性

【国内 クラウドゲーム市場規模推移】



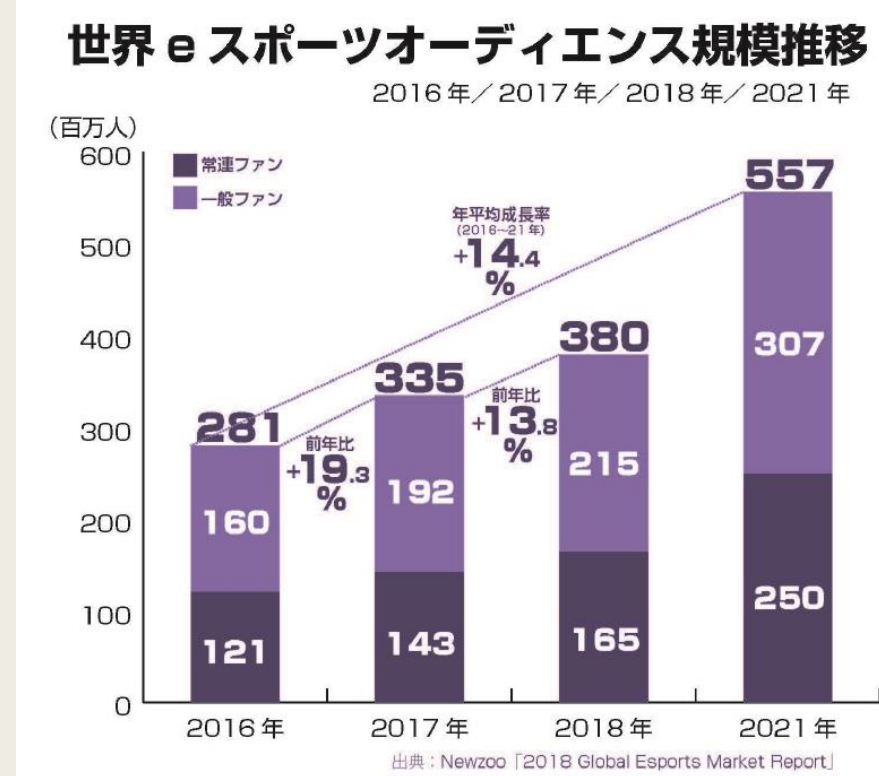
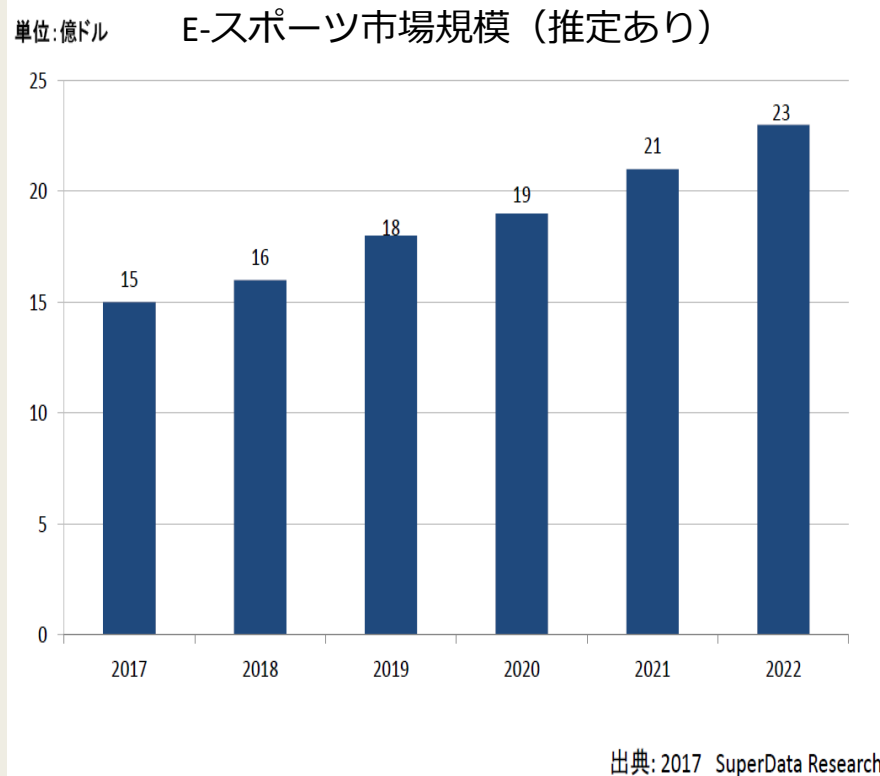
出典: ファミ通ゲーム白書 2020

※2020年以降の数値は、2020年5月時点での予測

- ユーザー環境に依存しない (特定の機器に依存しない)
- 1つのアカウントで、複数のプラットフォームからのアクセスが可能である
- 通信量、通信による遅延の克服が課題 (5Gで期待されている)
- ITの巨大企業が参入あるいは参入予定 (Sony, Microsoft, Google, Apple)

2. ゲームソフトウェア業界の概要

E-Sportsの発展



世界では23億ドルという大市場だが、日本は発展が遅れている（ゲーム環境の違い等）。Jesuが日本のeスポーツの管轄をしており、個人213名、チーム9チームがプロとしてライセンスを持つ。日本ではまた、法律問題が絡んでおり、その克服も課題である。

2. ゲームソフトウェア業界の概要



2. ゲームソフトウェア業界の概要

開発費用の肥大化と合併・買収

ドラゴンクエストシリーズの媒体・規模とスタッフロールに載る人数

	DQ1	DQ2	DQ3	DQ4	DQ5	DQ6	DQ7	DQ8
ハード	F C	F C	F C	F C	S F C	S F C	P S	P S 2
容量	R O M	R O M	R O M	R O M	R O M	R O M	C D	D V D
容量	512 K	1 M	2 M	4 M	1 2 M	3 2 M	2 枚	1 枚
発売年(西暦)	1986	1987	1988	1990	1992	1996	2000	2004
スタッフロール人数	13	15	19	34	71	61	126	212
(内数) Q A ・テスト	0	0	0	0	0	25	50	56
(内数) 販売活動	1	2	2	5	3	9	17	49

【参考】
ファイナルファンタジー
XⅢはスタッフ約250人

主な企業間合併・吸収

年度	形態	買収元（企業1）	買収先（企業2）
2001	買収	コナミ	ハドソン
2003	合併	エニックス	スクウェア
2003	買収	サミー	セガ
2003	合併	マーベラスエンタテインメント	ビクターインタラクティブ
2005	買収	ドワンゴ	チュンソフト
2005	合併	バンダイ	ナムコ
2005	買収	スクウェア・エニックス	タイトー
2007	買収	S C E	EvolutionStudio、BigbigStudio (英国)
2009	合併	コーエー	テクモ
2009	買収	バンダイナムコ	D 3 パブリッシャー
2009	買収	スクウェア・エニックス	eidos (台湾)

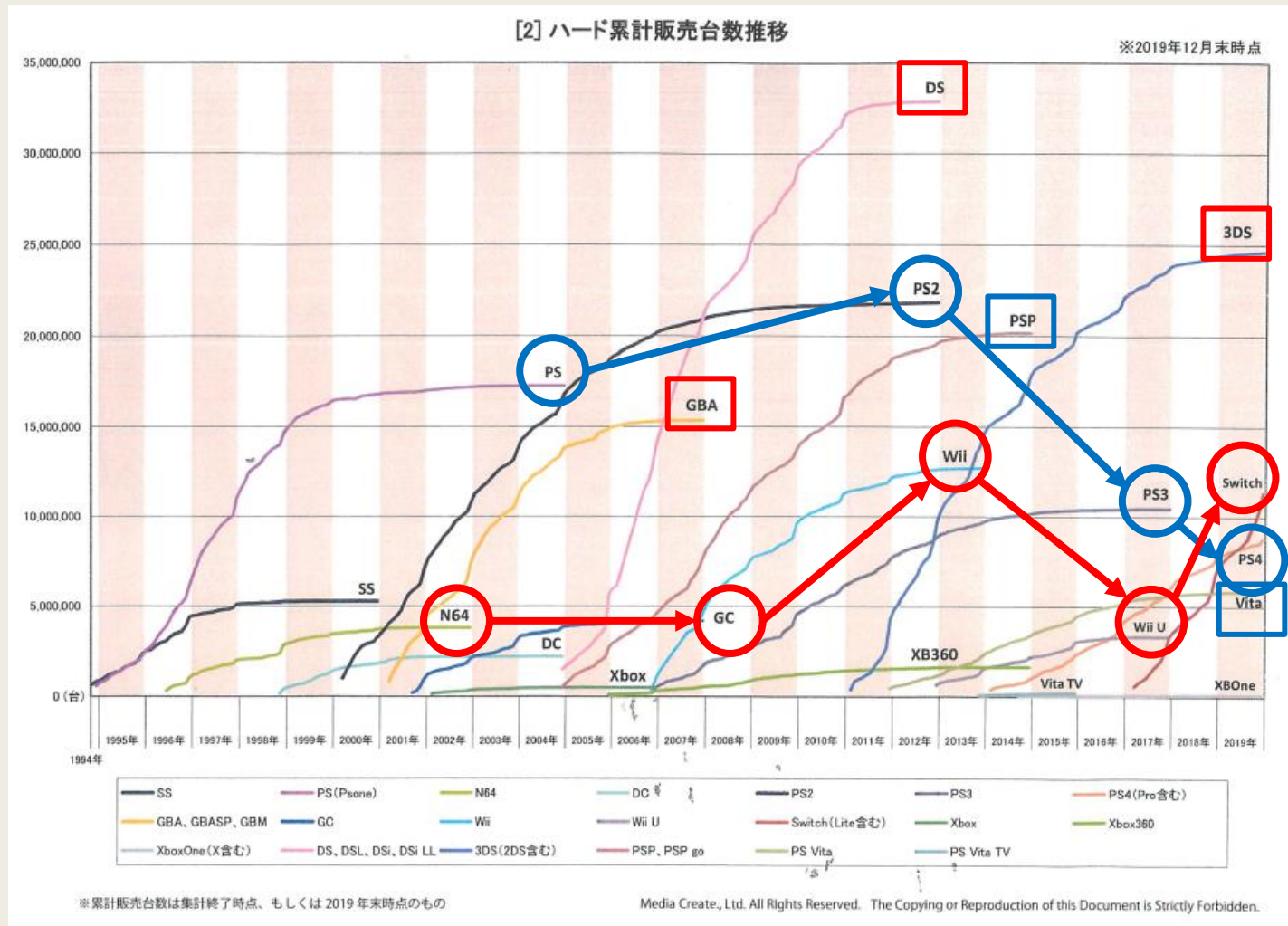
- ハード・ソフト技術の高度化→開発P Jの拡大
- 予算の増大化
- 失敗した時のリスク増大

2. ゲームソフトウェア業界の概要

開発費用の肥大化と合併・買収

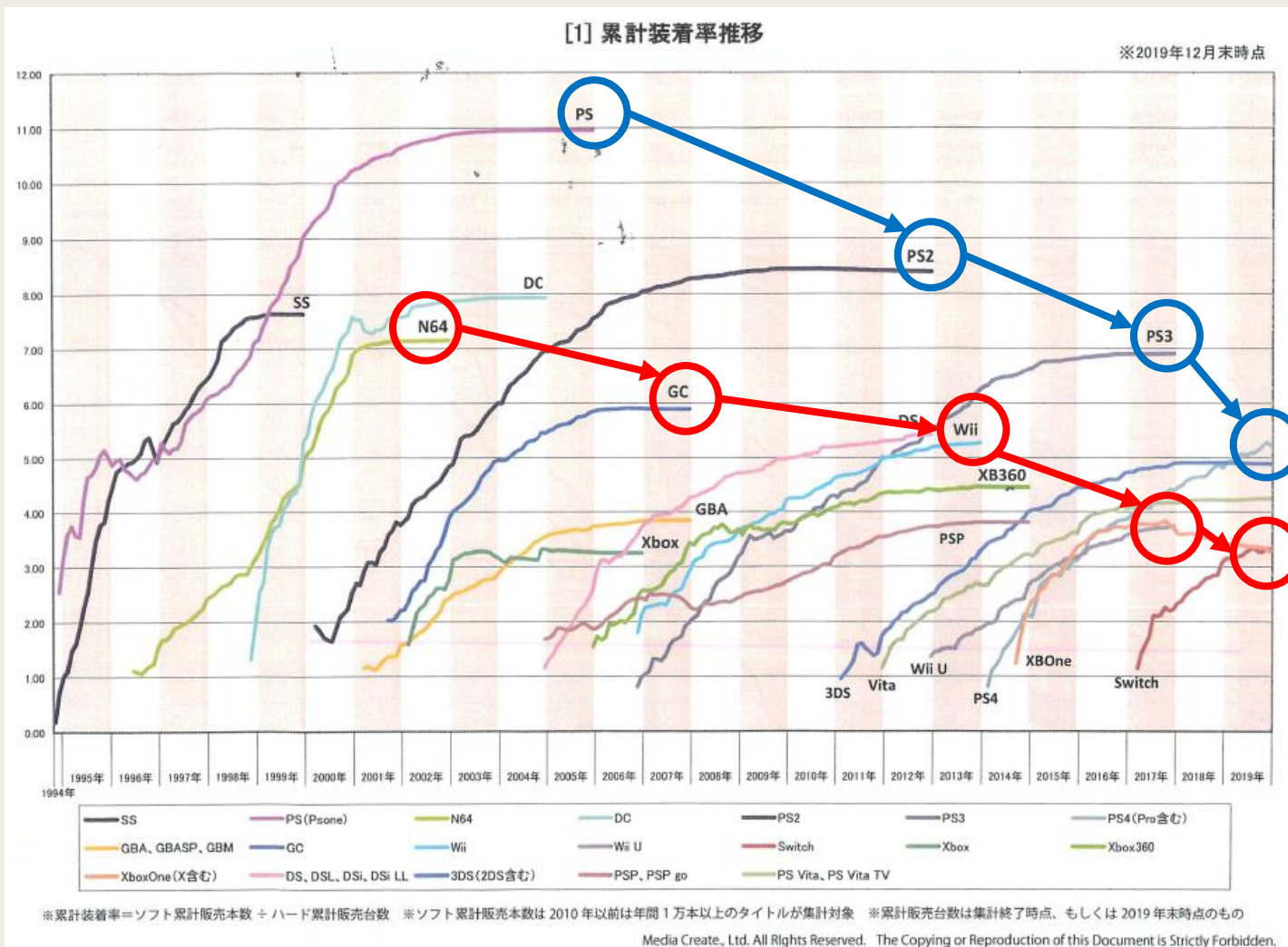
- ソフトウェア開発にかかる予算・人員が増大
 - 失敗した時の財務リスクが大きい
 - 開発のマネジメントが困難になりやすく制御しにくい
 - 中小のソフトウェア開発会社では据置機のような大規模になりやすいソフトウェア市場に参入しにくい
- ゲーム開発に必要な経験のある人材が不足している
- 前ページ下段の図のように、ある程度の失敗でも耐えられるよう、各メーカーは買収や合併が発生、財務体質の強化を行っている。

2. ゲームソフトウェア業界の概要



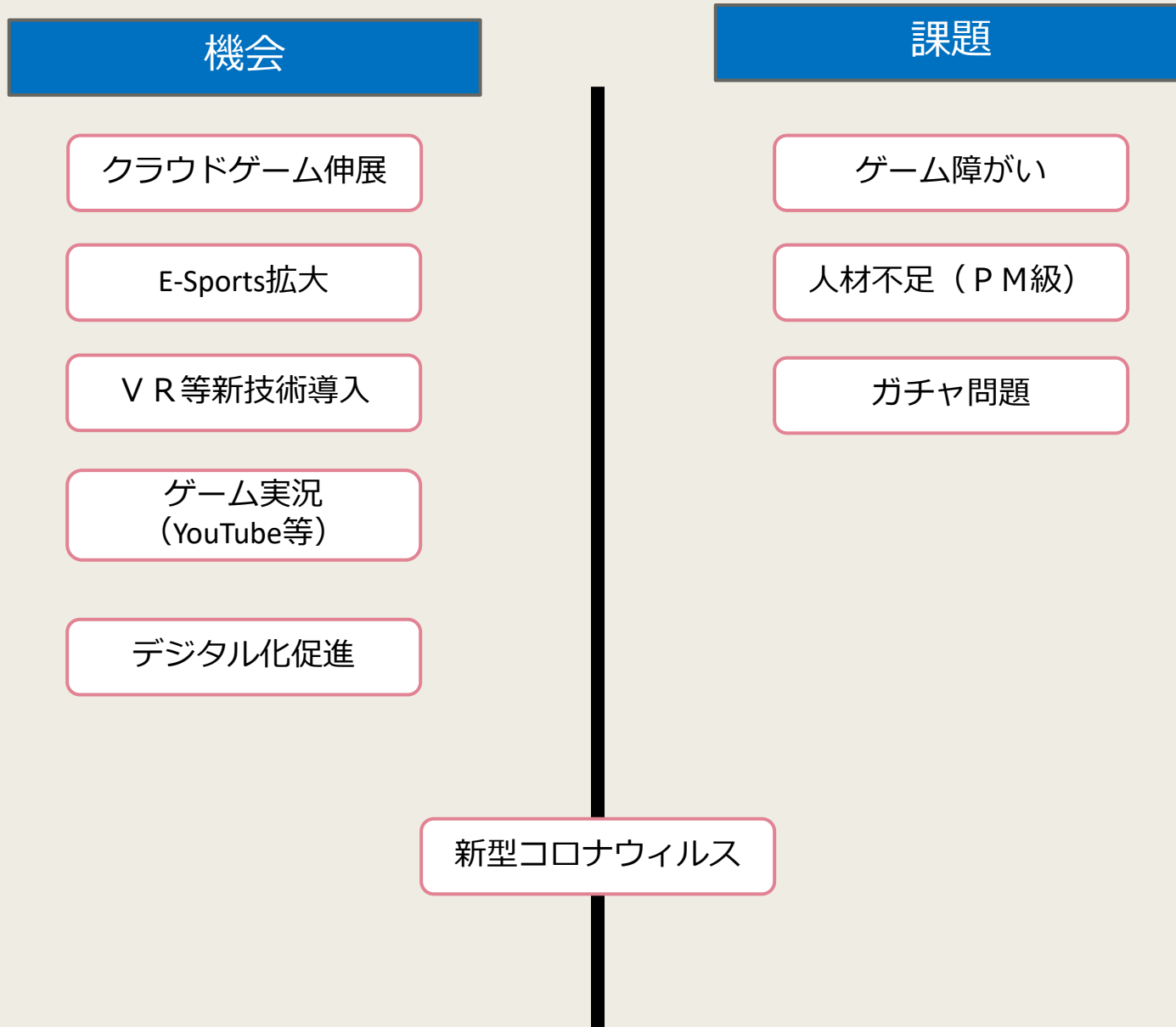
- ハードの高度化を目指したPSはシリーズごとに販売台数が低下している
- 親しみやすさを目指した任天堂は低迷することも多いが、DS、3DSやSwitchなど成功例もある。
- DS・3DSは携帯性が求められる時勢にも乗り、膨大な販売台数を図る。Switchも携帯性あり。

2. ゲームソフトウェア業界の概要






- ハード1台当たりのゲーム本数は据置機はいずれも低下傾向。ソフトの高額化がネック？
- 携帯ゲーム機はおおよそ4-6本
- DS・3DSは携帯性が求められる時勢にも乗り、膨大な販売台数を図る。Switchも携帯性あり。

2. ゲームソフトウェア業界の概要



3. 分析会社一覧

	スクエア・エニックス	任天堂	コーエーテクモ
ロゴ			
所在地	東京都新宿区	京都府京都市	神奈川県横浜市
主要ゲーム	ドラゴンクエストシリーズ ファイナルファンタジーシリーズ	Nintendo Switch スーパーマリオシリーズ Wii Sports ポケモンシリーズ	無双シリーズ シブサワ・コウブランド (信長の野望、三國志) D O A ルビーパーティーブランド
設立	1975年9月	1947年11月	2009年4月 コーエー：1978年7月 テクモ：1967年7月
資本金（百万円）	24,039	10,065	15,000
売上高（百万円）	260,527	1,309,519	42,645
営業利益	3,276	352,370	1,412
従業員数（連結）	5,077	6,200	1,835
平均年収（年齢）	1429万円（46.9）	935万円（39.2）	700万円（37.5）

3 – (1) スクウェア・エニックス

企業理念

最高の「物語」を提供することで、世界中の人々の幸福に貢献する。

経営指針

1. 最高のエンタテインメントをお届けする企業を志向する。
2. 革新性・創造性を重視する。
3. 環境変化に敏感かつ柔軟に対応する。
4. 協調的かつ競争的な企業文化を醸成する。

事業内容（19年度売上）

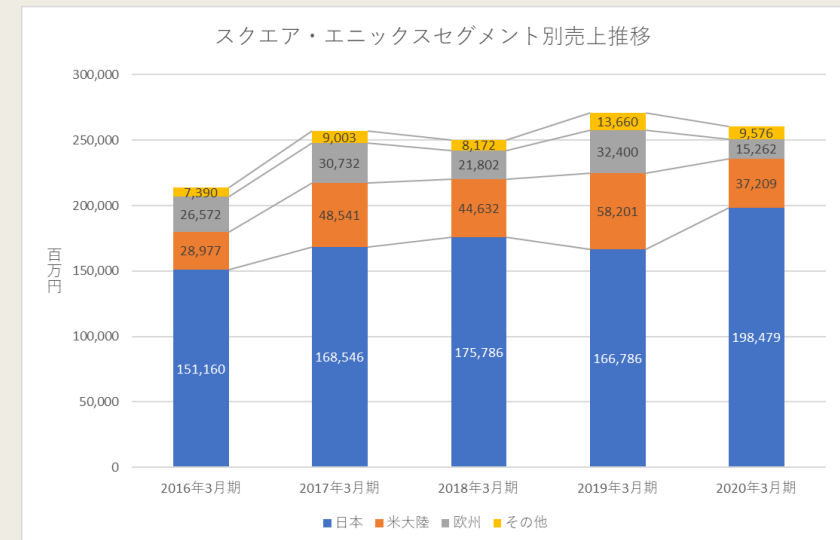
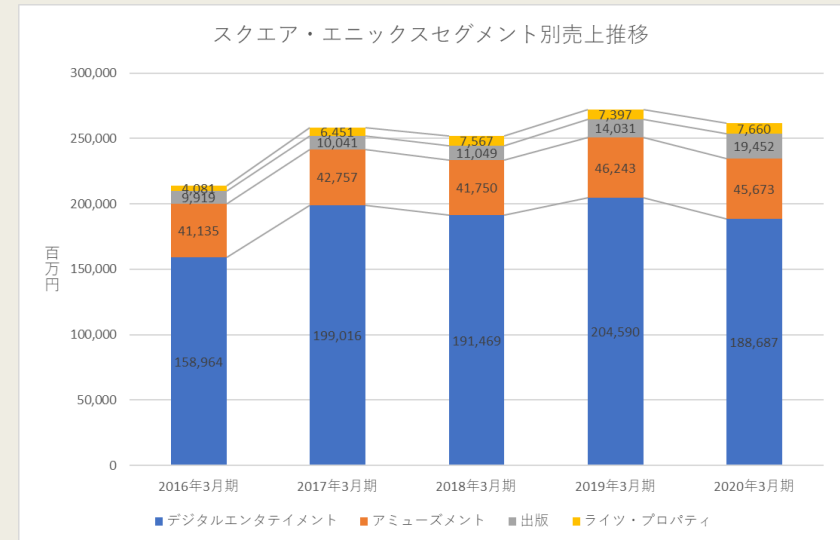
- デジタルエンタテインメント事業 1,886億円
- アミューズメント事業 456億円
- 出版事業 194億円
- ライツ・プロパティ事業 87億円

沿革	
1975年9月(昭和50年)	株式会社営団社募集サービスセンター設立
1982年8月(昭和57年)	株式会社営団社システムの商号を株式会社エニックスに変更
1986年9月(昭和61年)	株式会社スクウェア設立
1988年3月(昭和63年)	エニックスプロダクツ株式会社を設立し、出版事業およびマーチャンダイジング事業を開始
1989年4月(平成元年)	株式会社エニックス、コニカエニックス株式会社、エニックスプロダクツ株式会社を株式会社営団社募集サービスセンターに吸収合併し、商号を株式会社エニックスに変更
2002年5月(平成14年)	多人数同時参加型オンラインロールプレイングゲーム（MMORPG）「ファイナルファンタジーXI」の発売と同時に、「PlayOnline」をサービス開始。オンラインゲーム事業を開始
2003年4月(平成15年)	スクウェアとエニックスが合併、商号を株式会社スクウェア・エニックスに変更する
2003年7月(平成15年)	本社移転（東京都渋谷区代々木）
2003年10月(平成15年)	米インテルとPC及び携帯端末での先進的なゲーム体験の実現に向け協力を発表
2004年7月(平成16年)	北米および欧州子会社に新経営体制を導入。併せて、商号を各々 SQUARE ENIX, INC., SQUARE ENIX LTD.へ変更し、グローバル市場におけるコーポレートブランドを統一
2005年1月(平成17年)	SQUARE ENIX (China) CO., LTD.（中国・北京市）を設立
2006年3月(平成18年)	株式会社タイトーを完全子会社化
2006年5月(平成18年)	株式会社 学習研究社とのJVにより、株式会社SGラボ（東京都渋谷区）設立。シリアスゲーム事業に参入
2006年11月(平成18年)	北米統括持株会社として、SQUARE ENIX OF AMERICA HOLDINGS, INC.（米・カリフォルニア州ロサンゼルス）を設立
2008年1月(平成20年)	コンテンツ・サービスの運営を専門的に行う新会社、株式会社スクウェア・エニックス モバイルスタジオを設立
2008年2月(平成20年)	株式会社スマイルラボ（東京都渋谷区）を設立。ニフティ株式会社とカジュアルエンタテインメント・ポータル事業で業務提携
2008年10月(平成20年)	持株会社体制へ移行し、商号を株式会社スクウェア・エニックス・ホールディングスへ変更
2008年11月(平成20年)	スクウェア・エニックス、米ガスバワード・ゲームズと戦略的業務提携。
2009年4月(平成21年)	スクウェア・エニックスHD、英アイドス（Eidos Ltd.）を完全子会社化
2010年9月(平成22年)	スクウェア・エニックス、盛大遊戯有限公司とオンラインゲームの提供において戦略的提携。第一弾として「ファイナルファンタジーXIV」の中国本土における独占的販売を許諾
2011年3月(平成22年)	株式会社ヒップスラボ（東京都渋谷区）が発足。スマートフォンを中心に高品質のオリジナルコンテンツを提供
2012年9月(平成24年)	Square Enix India Pvt. Ltd.（インド）を設立
2012年10月(平成24年)	本店を東京都新宿区に移転
2014年8月(平成26年)	株式会社Tokyo RPG Factory発足
2018年3月(平成30年)	株式会社Luminous Productions発足
2018年6月(平成30年)	監査等委員会設置会社へ移行
2018年8月(平成30年)	当社グループ開発スタジオCrystal Dynamics傘下のサテライトスタジオCrystal Northwest（米・ワシントン州）開設
2019年1月(平成31年)	Square Enix Pvt. Ltd.（インド・旧Square Enix India Pvt. Ltd）事業再開

3 - (1) スクエア・エニックス

セグメント内容

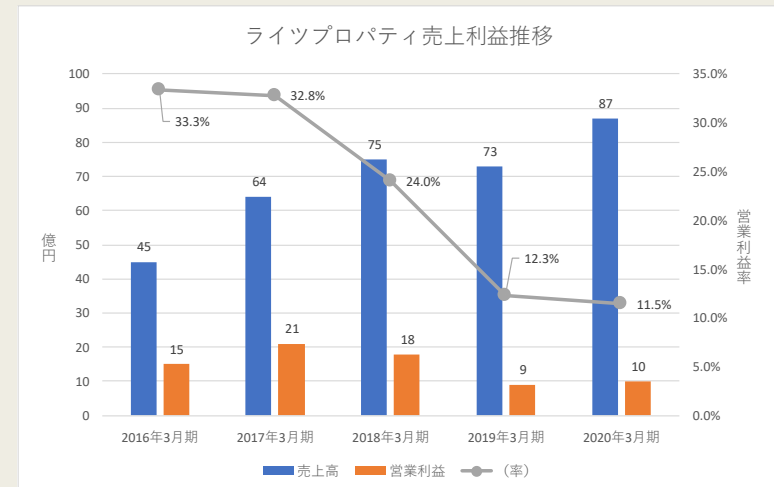
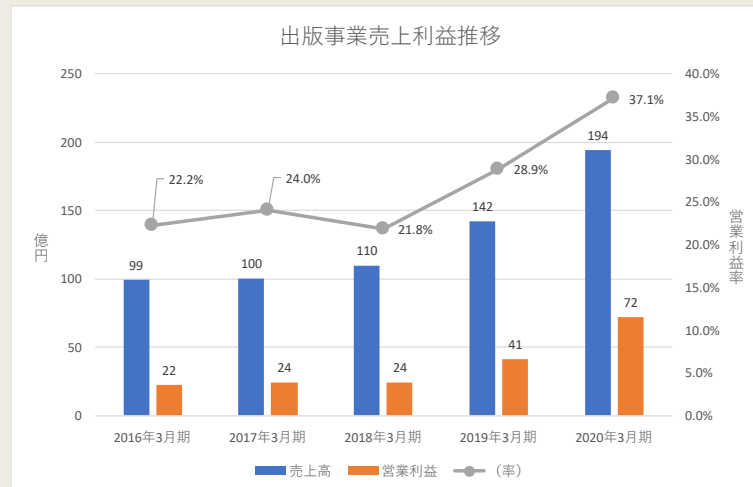
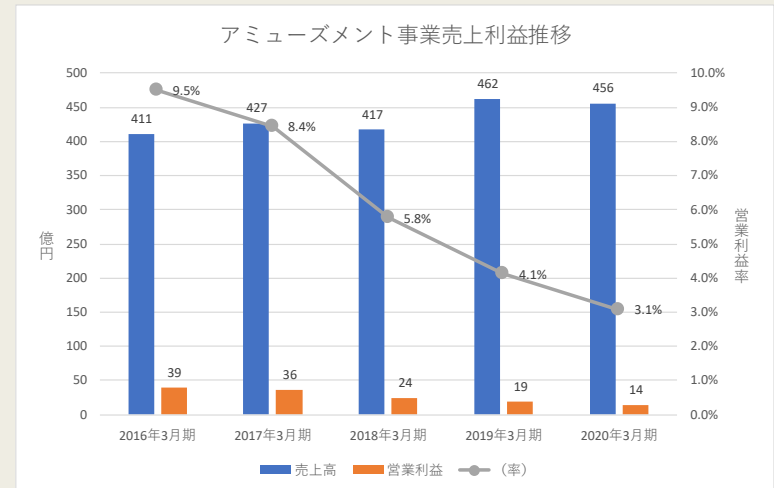
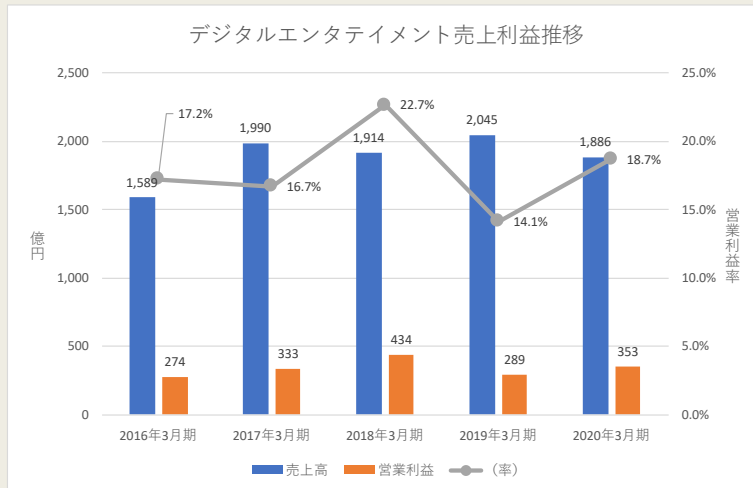
- デジタルエンタテインメント事業
ゲームを中心とするデジタルエンタテインメントの企画、開発、販売および運営
- アミューズメント事業
日本全国で展開するアミューズメント施設「タイトーステーション」の運営ならびに業務用ゲーム機器の企画、開発、販売等
- 出版事業
コミック・ライトノベルを中心としたリアル・デジタル双方の媒体の出版・配信。また、コミック・ライトノベル等を原作とした各種コンテンツの制作
- ライツ・プロパティ事業
自社及び他社コンテンツの2次活用、ライセンス管理。



	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
海外売上高比率	29.4%	34.4%	29.8%	38.4%	23.8%

3 - (1) スクエア・エニックス

セグメント別売上高営業利益推移②



3 – (1) スクエア・エニックス

- デジタルエンタテインメント事業は過去の人気ゲームのHD（High Definition）版の制作、MMO（Massively Multiplayer Online、大人数参加型マルチプレイゲーム）運営、スマートデバイス・PCブラウザゲーム制作を行っている
- 出版事業では、デジタル由来の売上高が2020年3月期で45%を超える売上高を占めた
- 中期業績目標
 - 売上3000億円～4000億円、営業利益400～500億円を安定的に出せる収益構造を目指す
 - これまでの施策
デジタル販売強化、マルチプラットフォーム展開、地域展開、*Game As a Service*・*Game As a Media*、eコマース
 - 今後の施策
短期　：デジタル販売強化増進
中長期：クラウドディストリビューション、
クラウドセントリックゲーム開発

3 - (2) 任天堂

企業理念

任天堂に関わるすべての人を笑顔にする

- お客様を笑顔にする
- サプライチェーンを笑顔にする
- 社員を笑顔にする

基本方針

当社グループは、ホームエンターテインメントの分野で、健全な企業経営を維持しつつ新しい娯楽の創造を目指しています。事業の展開においては、世界のユーザーへ、かつて経験したことのない楽しさ、面白さを持った娯楽を提供することを最も重視しています。

事業内容（19年度売上）

ホームエンターテインメントの分野で娯楽製品の開発、製造及び販売等。

主な製品はコンピュータを利用した娯楽機器などである「ゲーム専用機」と「トランプ・かるた等」に分類される（セグメントは区別せず）

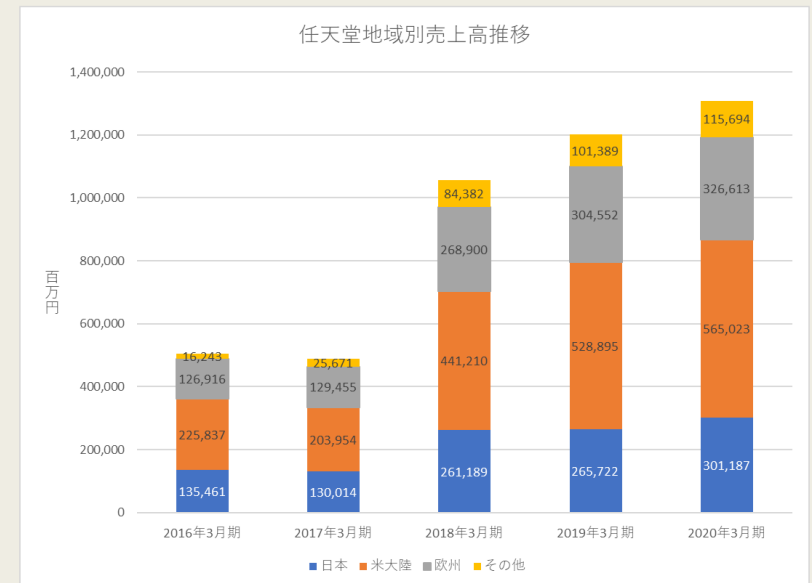
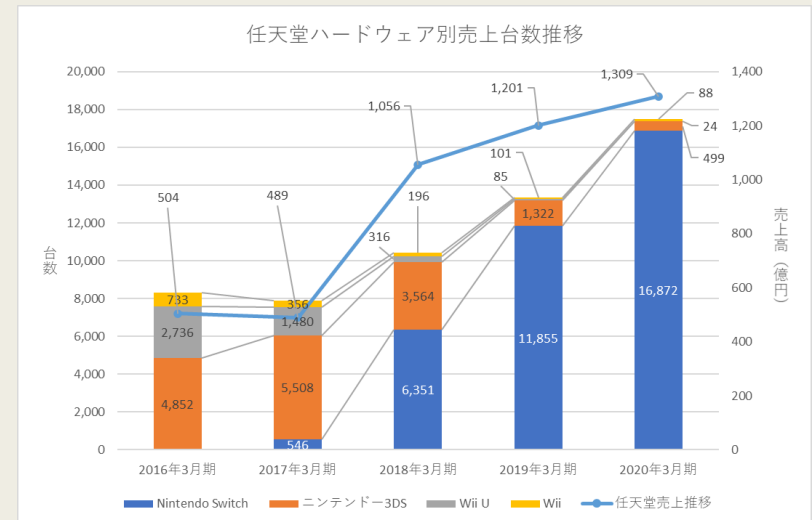
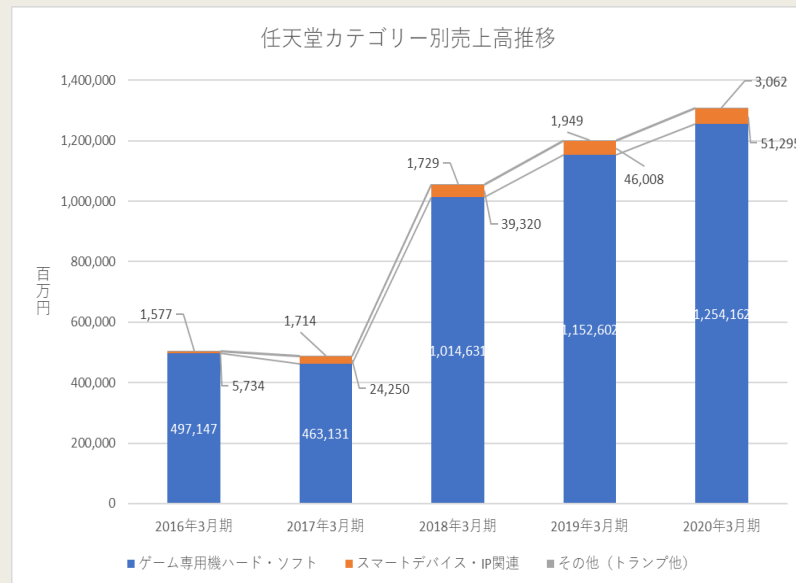
沿革

1889年（明治22年）	山内房治郎が、京都市下京区にて花札の製造を開始。
1902年（明治35年）	日本初のトランプ製造に着手。
1947年（昭和22年）	京都市東山区今熊野東瓦町に株式会社丸福（現・任天堂株式会社）を設立。
1951年（昭和26年）	任天堂骨牌株式会社に社名変更。
1953年（昭和28年）	日本初のプラスチック製トランプの製造に成功、量産開始。
1959年（昭和34年）	ディズニーキャラクターを使用したトランプを発売。かるた自動裏貼機を開発し、かるた製造を自動化する。
1962年（昭和37年）	大阪証券取引所市場第二部および京都証券取引所に株式を上場。
1963年（昭和38年）	任天堂株式会社(現商号)に社名変更。
1973年（昭和48年）	業務用レジャー・システム「レーザークレー射撃システム」を開発。
1977年（昭和52年）	家庭用テレビゲーム機「テレビゲーム15」、「テレビゲーム6」を発売。
1978年（昭和53年）	業務用テレビゲーム機を開発、販売開始。
1980年（昭和55年）	携帯型ゲーム機「ゲーム&ウォッチ」発売。
1981年（昭和56年）	業務用テレビゲーム機「ドンキーコング」を開発、販売開始。
1983年（昭和58年）	東京証券取引所市場第一部に株式を上場。 家庭用テレビゲーム機「ファミリーコンピュータ」を発売。京都府宇治市に工場を設置。
1985年（昭和60年）	ファミリーコンピュータ用ゲームソフト『スーパーマリオブラザーズ』を発売。
1989年（平成元年）	携帯型ゲーム機「ゲームボーイ」を発売。
1990年（平成2年）	家庭用テレビゲーム機「スーパーファミコン」を発売。
1996年（平成8年）	家庭用テレビゲーム機「NINTENDO64」を発売。
2000年（平成12年）	本社を京都市南区上鳥羽鉾立町11番地1（現在地）に移転。
2001年（平成13年）	携帯型ゲーム機「ゲームボーイアドバンス」を発売。家庭用テレビゲーム機「ニンテンドーゲームキューブ」を発売。
2004年（平成16年）	携帯型ゲーム機「ニンテンドーDS」を発売。
2006年（平成18年）	家庭用テレビゲーム機「Wii」を発売。
2008年（平成20年）	携帯型ゲーム機「ニンテンドーDSi」を発売。
2011年（平成23年）	携帯型ゲーム機「ニンテンドー3DS」を発売。
2012年（平成24年）	家庭用テレビゲーム機「Wii U」を発売。
2014年（平成26年）	携帯型ゲーム機「Newニンテンドー3DS」を発売。
2016年（平成28年）	スマートデバイス向けアプリ『Miitomo』配信。
2017年（平成29年）	持ち運べる家庭用テレビゲーム機「Nintendo Switch」を発売。
2018年（平成30年）	オンラインサービス「Nintendo Switch Online」を開始

3 - (2) 任天堂

セグメント内容

- エンタテインメント事業
5つのブランドを展開、各種ゲーム媒体の販売やメディアミックスを通じてのコーエーテクモIPの展開
- アミューズメント事業
スロット・パチンコへのコーエーテクモIPの許諾、液晶ソフトの開発、アミューズメント施設運営等
- 不動産事業
賃貸用不動産の運用・管理等



3 – (2) 任天堂

■ 戦略

- 自社のゲームプラットフォーム（*Nintendo Switch*）を中心に自社 I P に触れる消費者を増やしていく
- モバイルは経営理念の「任天堂に関わるすべての人を笑顔にする」に則り、任天堂 I P の積極活用を推進するための手段としての最大活用を狙う。

ファミコン以来、蓄積されてきた強固な財務基盤はあるが、業績はハードの売れ具合に大きく左右される体質からの脱却がカギ。

3 - (3) コーエーテクモホールディングス

企業精神

創造と貢献

新しい価値を創造して社会に貢献する

基本方針

- 1.最高のコンテンツの創発
- 2.成長性と収益性の実現
- 3.社員の福祉の向上
- 4.新分野への挑戦

ビジョン

世界No.1のエンタテインメント・コンテンツ・プロバイダー

セグメント内容（19年度売上）

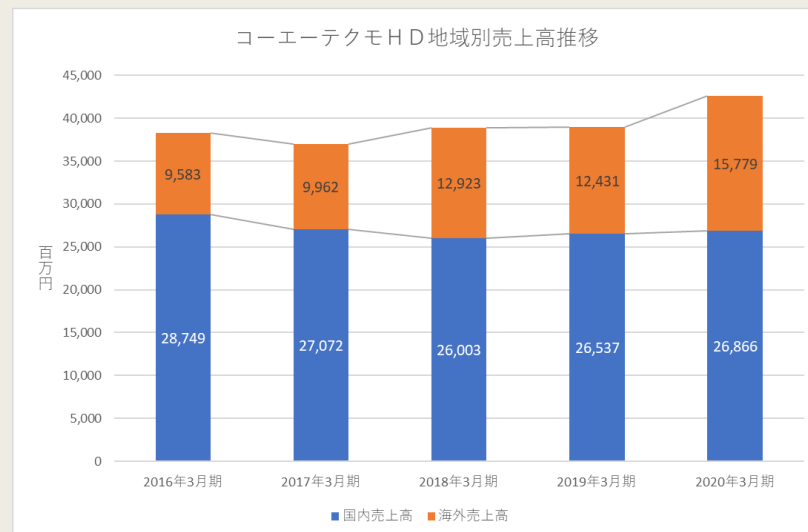
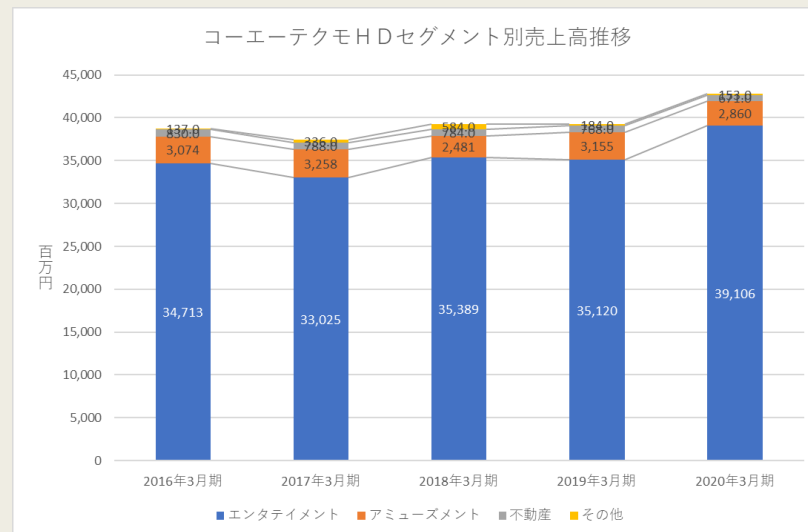
- エンタテインメント（391億円）
- アミューズメント（28億円）
- 不動産（7億円）
- その他（1.5億円）

沿革	
1967年	(テクモ) 会社設立
1969年	(テクモ) 業務用アミューズメント機器販売を開始
1970年	(テクモ) 直営アミューズメント施設を開設
1978年	(コーエー) 足利市今福町に会社設立
1980年	パソコンの販売および業務用特注ソフトの開発開始
1981年	エンタテインメントソフトの企画・開発・販売開始、「川中島の合戦」「投資ゲーム」発売
1983年	「信長の野望」発売
1984年	本社を横浜市港北区日吉本町に移転
1986年	(テクモ) 商号をテクモ(株)に変更
1988年	「三國志」発売(3月)、「信長の野望・全国版」発売(12月)
1988年	ビジネス・システム事業・音楽事業開始・出版事業開始
1991年	スーパーファミコンソフト発売、(社)日本証券業協会に株式を店頭銘柄として登録
1992年	(テクモ) 株式を日本証券業協会に店頭登録
1993年	ワープロソフト事業を営む株式会社エルゴソフトの株式100%を取得
1994年	Macintosh対応ソフト発売、英語CAI「EMIT」発売
	東京証券取引所市場第二部に株式を上場
1995年	Windows対応ソフト発売、セガサターンソフト発売、プレイステーションソフト発売
	ベンチャーキャピタル業務を行う株式会社コーエーキャピタルを設立
1997年	3D格闘ゲーム「三國無双」発売
1998年	CIの実施により社名表記、ロゴマークを変更新コーポレートマーク
1998年	ネットワークゲーム「信長の野望Internet」発売
2000年	(テクモ) 東京証券取引所第2部上場
2000年	東京証券取引所市場第一部に株式を上場
2001年	iモード対応ソフト「信長の野望」サービス開始
2009年	テクモ(株)と経営統合、コーエーテクモホールディングス株式会社を設立
2010年	ソーシャルゲーム「100万人の信長の野望」登録ユーザー100万人突破
2011年	各種ソーシャルゲームをサービス開始
2014年	商号を「コーエーテクモホールディングス」に変更。
2016年	組織体制をブランド制に移行
2020年	本社ビルを横浜みなとみらい地区に移転

3 - (3) コーエーテクモホールディングス

セグメント内容

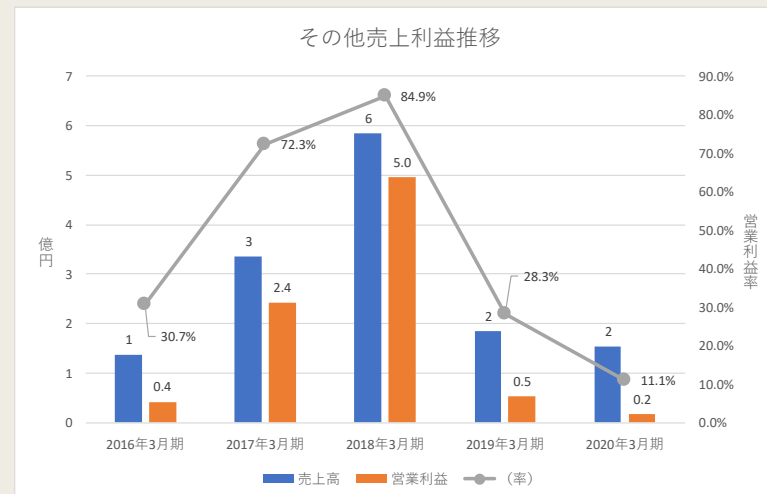
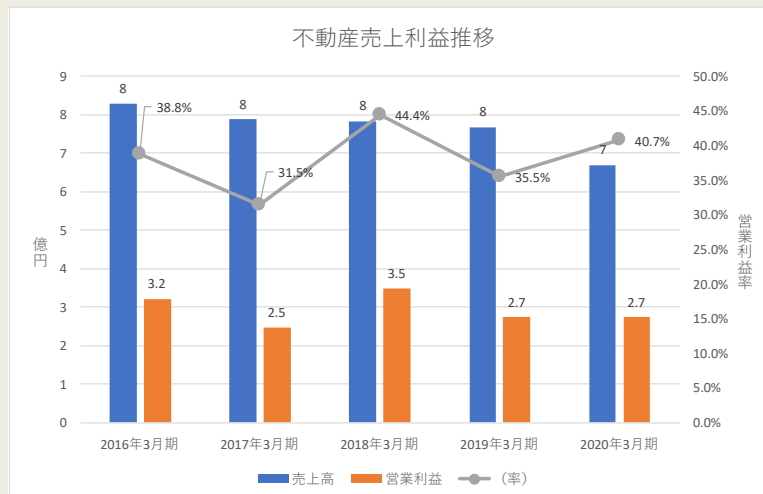
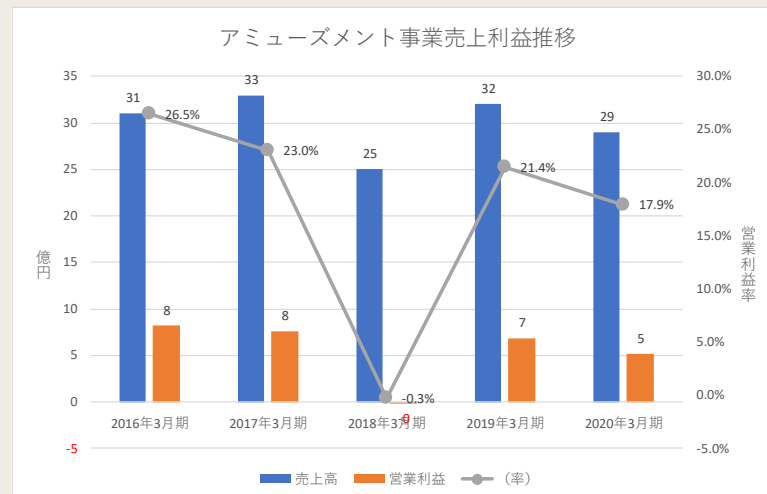
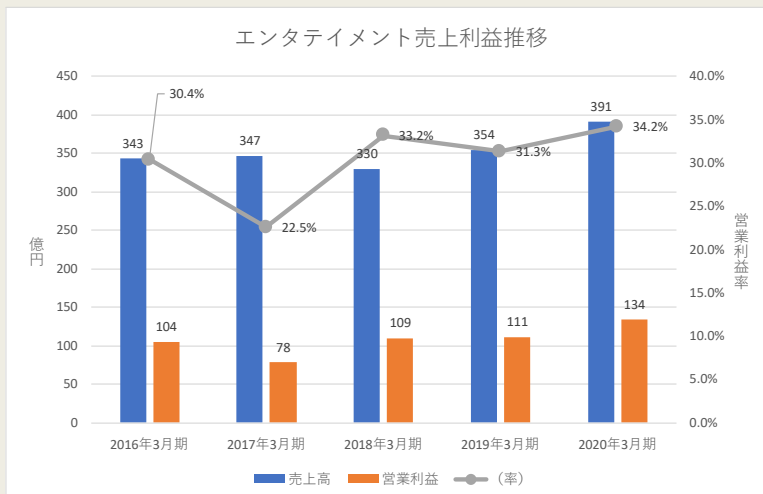
- エンタテインメント事業
5つのブランドを展開、各種ゲーム媒体の販売やメディアミックスを通じてのコーエーテクモIPの展開
- アミューズメント事業
スロット・パチンコへのコーエーテクモIPの許諾、液晶ソフトの開発、アミューズメント施設運営等
- 不動産事業
賃貸用不動産の運用・管理等



	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
海外売上高比率	25.0%	26.9%	33.2%	31.9%	37.0%

3 - (3) コーエーテクモホールディングス

セグメント別売上高営業利益推移②



3 – (3) コーエーテクモホールディングス

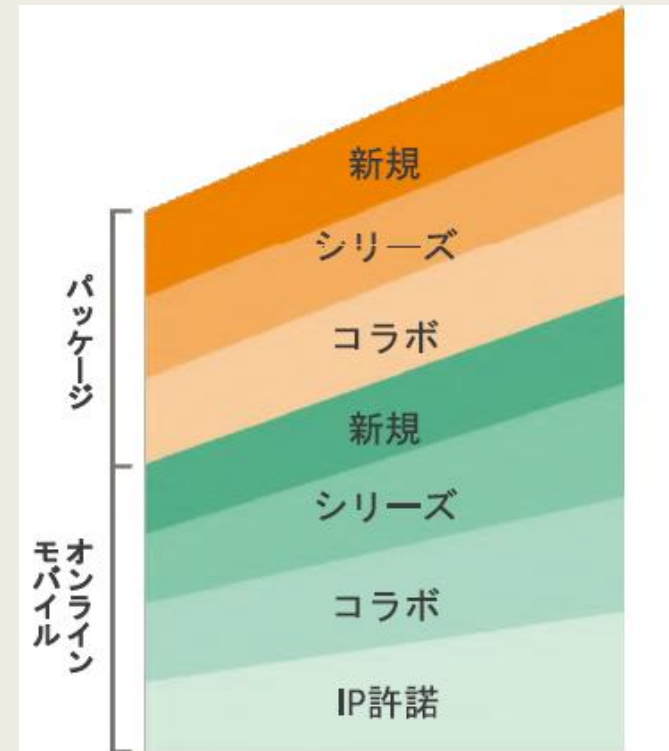
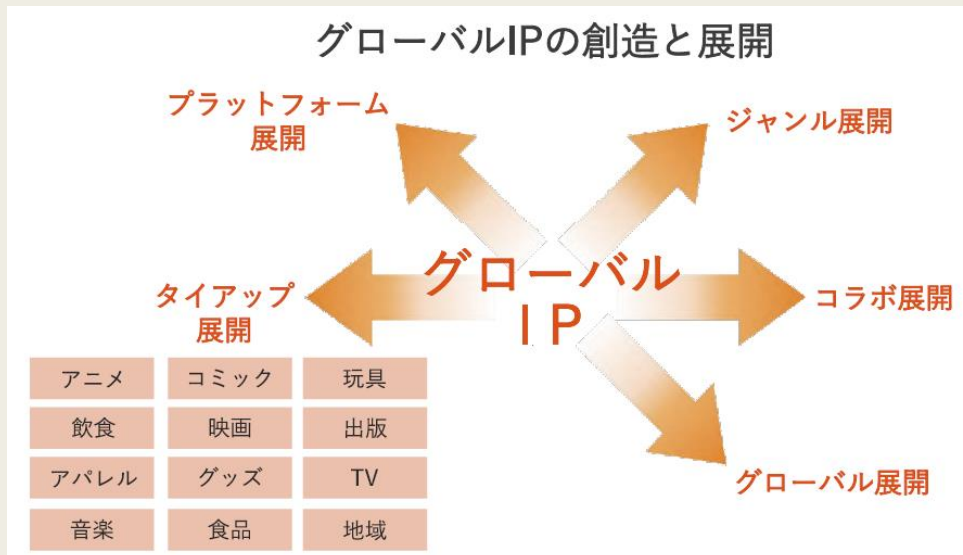
■ 同社が定義する強味

- 優れた開発力・技術力・マネジメント力
- 安定した収益基盤（優良 I P（*Intellectual Property*））と、新規 I P の創造と他社 I P とのコラボによるグローバル市場の拡大をパッケージ、オンラインモバイルの両方で目指す

■ 2021年3月期の戦略

- グローバル I P の創造・展開
- S D G's 配慮の経営

重層な収益基盤と成長



ご清聴ありがとうございました