
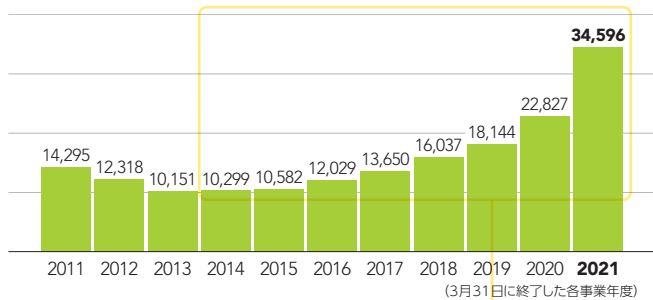


財務ハイライト

営業利益・営業利益率

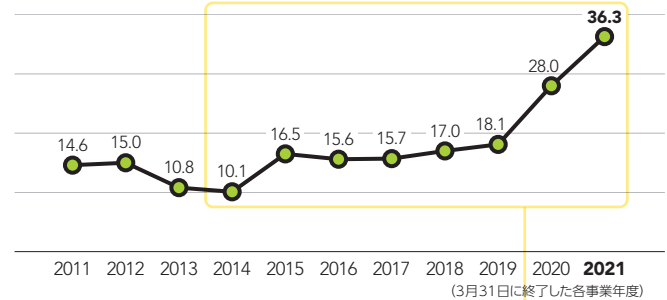
営業利益(百万円)

34,596 百万円
51.6% UP 




営業利益率(%)

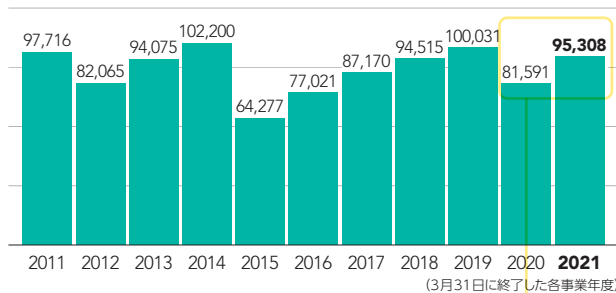
36.3%
8.3point UP 



2011年3月期に開発投資の効率化を目指した収益構造の改革を進め、2013年3月期からは市場の急激な変化に対応すべく、デジタル販売の強化や内作への移行による事業再編を進めました。同期は改革途上のため伸び悩みましたが、2014年3月期以降はコンシューマにおいて、収益性の高いデジタル販売比率の向上などにより、8期連続の営業増益を達成。2021年3月期は、収益性の高いデジタル販売への移行が進んだことに加え、大型新作のヒット、リピート販売の積み上げにより販売本数が増加、4期連続で営業最高益を更新しました。

売上高(百万円)

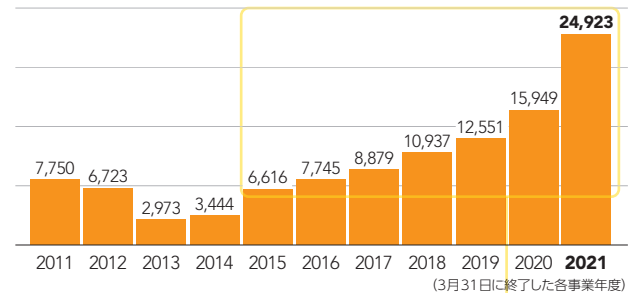
95,308 百万円
16.8% UP 



2012年3月期はタイトルの発売延期等により減収となりましたが、その後コンシューマの構造改革を進めた結果、2014年3月期に初の売上高1,000億円を達成しました。2020年3月期はデジタル化等に伴う販売単価の低下により減収となるものの、近年はコンシューマで複数の大型タイトルを継続して投入することで安定的に成長しています。

親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)

24,923 百万円
56.3% UP 

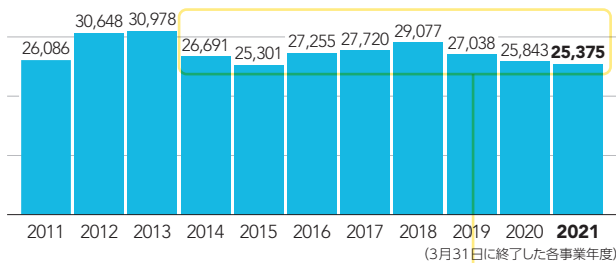


2013年、2014年の各3月期は、それぞれ主に①コンシューマのデジタル販売強化に伴う開発体制変更、②モバイルの運営強化に伴う組織統合による事業再編損や事業構造改善費用などを特別損失として計上しました。2015年3月期以降は、構造改革の成果が顕在化し始め、営業利益同様、8期連続の増益となりました。

→詳細はP43-46「CFOが語る財務戦略」、
P77-78「連結財務指標11年サマリー」参照

開発投資額(百万円)

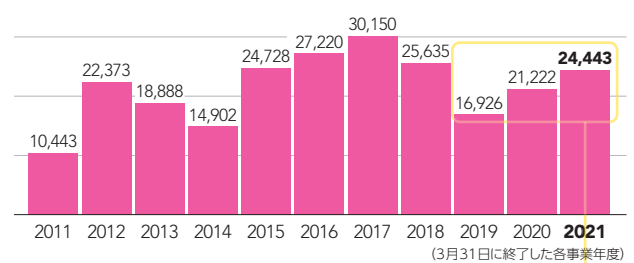
25,375 百万円
1.8% DOWN



独創的で斬新なコンテンツの創出が成長の源泉であるため、開発投資額の約9割をデジタルコンテンツ事業に充てています。家庭用ゲームでは近年、機器の高性能化に伴い開発費が増加傾向にありますが、最先端の開発環境の構築や人員稼働率の向上により開発を効率化しています。パイプライン拡充のため、今後も300億円前後で推移する見通しです。

ゲームソフト仕掛品残高(百万円)

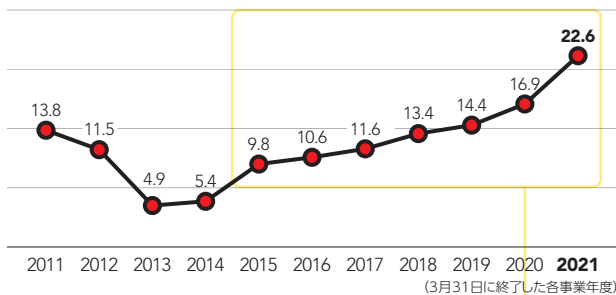
24,443 百万円
15.2% UP



2011年3月期および2014年3月期は、大型タイトルの発売等により減少しましたが、2015年3月期以降は、パイプラインの拡充により増加傾向にあります。2019年3月期は大型タイトルの発売に加え、海外拠点の閉鎖や評価見直し等により大きく減少しましたが、2020年3月期からは引き続き次期以降の大型タイトル投入に向け増加しました。

株主資本利益率(ROE)(%)

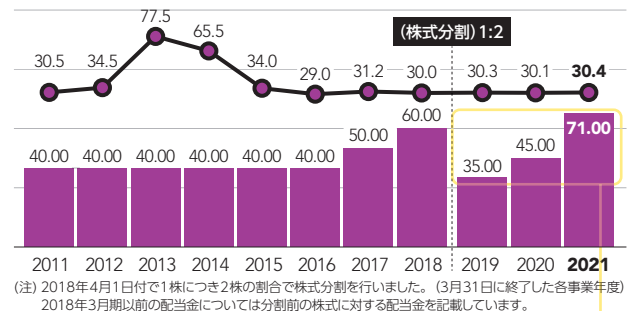
22.6%
5.7point UP



2013年、2014年の各3月期において、事業構造改善費用など特別損失の計上による当期純利益の減少のため数値が低下しましたが、2015年3月期以降は特別損失の解消やデジタル化を主因とする収益性の向上に伴う増益により高水準で推移しています。

1株当たり配当額・配当性向

1株当たり配当額(円) 30.4
配当性向(%) 71.0円
57.8% UP 0.3point UP



安定配当継続の基本方針のもと、2011年3月期に5円増配しました。2017年3月期からは、還元方針を「連結配当性向30%を基本方針として、かつ安定配当に努めること」に変更。2019年3月期は株式分割を行ったため数字の上では減配ですが、実質的な増配および上場以来の連続配当を継続し、2020年、2021年の両3月期も引き続き増配を達成しました。