

FuRyu
Precious days, always

第15期 株主通信

2020年4月1日～2021年3月31日

フリーユ株式会社



代表取締役社長 三嶋 隆

FURUYA
Precious days, always

フリーの4事業

企業理念

人々のこころを豊かで幸せにする
良質なエンタテインメントを創出する！

ガールズトレンドビジネス

～すべてのGIRLSをHAPPYに！～

1.

プリントシール
事業

プリントシール機の企画・開発・
販売、プリントシール機専門店の
運営

2.

コンテンツ・
メディア事業

モバイルコンテンツの企画・開発・
配信、カラーコンタクトレン
ズの企画・開発・販売

世界観ビジネス

～IPで世界のファンのこころを満たす！～

3.

キャラクタ・
マーチャンダイジング
事業

クレーンゲーム景品・高価格帯
ホビーの企画・開発・販売

4.

ゲーム事業

家庭用ゲームソフト・スマート
フォン向けゲームの企画・開発
・販売、アニメの企画・製作

Q 当期(2021年3月期)の業績は
いかがでしたか。

A 日本経済全体が新型コロナウイルス感染症の拡大の影響を受ける中、国内アミューズメント施設の営業状況などにより、当社も少なからず影響を受けた一年でした。

緊急事態宣言により施設が臨時休業となった2020年4～5月は、ガールズトレンドビジネスにおいてビジネスモデルの基本となるプリントシール機のプレイ回数が急激に落ち込みましたが、6月に営業が再開されるとプレイ回数にも回復がみられました。その後、再度の緊急事態宣言等の影響を受けつつも、2021年3月には卒業シーズンということもありプリントシールの売上が伸びたことで、全体として苦戦ながらも期初の業績予想から上方修正を行うこととなりました。

一方、世界観ビジネスでは、キャラクタ・マーチャンダイジング(以下、キャラクタMD)事業で、大ヒットTVアニメ「鬼滅の刃」等の著作権獲得と商品化および販売を行うことができたことで業績が大きく伸長し、全体の業績をカバーしました。

この結果、当期における売上高は24,777百万円(前期比90.3%)、営業利益は2,736百万円(同75.2%)、経常利益は2,716百万円(同74.3%)、当期純利益は1,844百万円(同61.1%)となりました。減収減益の中でも一定の利益を確保することができたと考えております。

Q それでは、各セグメントについて当期の主な取り組みやポイントをお教えてください。

A 当期は、コロナ禍で制限の強い経済環境下において未来を見据えた投資や取り組みを行ってまいりました。

プリントシール事業では、『CAOLABO(かおラボ)』と『午前0時のタイムリミット』の2種の新商品を発売しました。プレイ回数の減少があっても、先行投資として新しい機能やトレンドをキャッチした新機種種の開発は計画通り進めております。また、当社直営のプリントシール機専門店の出店においても、好物件が手に入りやすい状況を背景に店舗数の増加に取り組みました。

コンテンツ・メディア事業において、プリントシール画像取得・閲覧サービス『ピクトリンク』の月末有料会員数は、プリントシール機のプレイ回数ほどの大きな落ち込みはなく、安定した収益を維持しました。そのため当期は、プリントシール機利用からの入会率および有料会員比率のさらなる向上を図るべく、プリントシール機と『ピクトリンク』の連携を強化した商品開発を進めました。

キャラクタMD事業も、アミューズメント施設の臨時休業の影響が一部あったものの、前述の通り「鬼滅の刃」はじめ多数の新規キャラクター著作権の獲得と商品化に取り組み、売上は好調に推移しました。加えて、次期以降を見据えた新規キャラクター著作権の獲得にも注力しました。そのうちの

ごあいさつ

株主の皆様には

平素より格段のご高配を賜り、

厚く御礼申し上げます。

ここに、第15期株主通信

(2020年4月1日から2021年3月31日まで)を

お届けいたします。

2021年6月

「呪術廻戦」は、「鬼滅の刃」と並んで今期(2022年3月期)の売上の柱となると期待しています。また、販売単価の高い高価格帯ホビー商品(『F:NEX』ブランド)も第4四半期売上が前年同期比で約4倍になるなど、急伸しています。

ゲーム事業では、家庭用ゲームソフト事業において今期発売タイトルの開発を順調に進めました。また、ゲームアプリ事業は既存の恋愛シミュレーションゲームの収益改善に取り組みました。アニメ事業は『ゆるキャン△』シリーズ、『魔王城でおやすみ』等を展開しました。『ゆるキャン△』シリーズではTVアニメ第2期の放映やファンイベントの開催などを通して、ファン層の広がりが見られました。2022年には映画化も決まり、今後も長く愛されるシリーズとして展開したいと考えています。

Q 新型コロナウイルス感染症拡大の影響が続く中、今期の見通しと成長戦略について、お考えをお聞かせください。

A 新型コロナウイルス感染症の影響については、期末にかけて国内のワクチン接種の普及等によって国内経済が段階的に正常化することを前提として今期の見通しを考えております。

苦しいときが過ぎて穏やかな世の中になれば、人々がエンタテインメントを求める時期が必ず来ると私は考えています。そのために2020年3月期から新規事業の創出と育成に投資を行ってまいりました。今期も通過期として引き続き投資を継続し、2023年3月期以降での成長を目指します。

成長イメージとして大きく2つの軸があります。まず、短期的(3~5年)には、キャラクタMD事業が成長を牽引します。日本のマーケットで培った手法を用いて、海外市場にも販路を拡大してまいります。特に中国はとて大きなマーケットがあります。2021年3月期で高価格帯ホビーの売上の半分近くが中国です。現在は、この中国市場での本格的な流通体制を整えるべく取り組んでいます。

長期的(5年以降)には、ガールズトレンドビジネスの新規事業です。2020年3月期から新規事業開発部をつくり、毎期上限5億円の予算を投じています。いくつかの芽はすでに出てきており、そのひとつが運用型広告事業です。当社の強みのひとつは、プリントシール機や『ピクトリンク』など

を通して10~20代女性の顧客基盤を持ち、若年女性層と圧倒的な接点を持っていることです。この接点を利用した広告ビジネスとなります。徐々にクライアント数も増加しており、今後さらに伸ばして事業の柱のひとつにしたいと考えています。そのほか、10~20代女性向けのライフスタイルD2C*事業の立ち上げにも取り組んでおり、2021年4月1日に株式会社CODE SHAREとの合併会社としてオールドット株式会社(以下、オールドット)を設立しております。

*D2C:「Direct to Consumer」の略。製造者が既存流通を通さず、自社ECサイト等から消費者に対して直接商品を販売するビジネスモデル。

Q オールドットの展開について、詳しくお教えいただけますか。

A 当社の若年女性層の顧客基盤を活かした新規事業として、10~20代女性の興味が高いファッション分野への展開をオールドットでは行ってまいります。今期中に最初の商品を発売できるよう、準備をすすめています。

共同出資会社であるCODE SHAREは、20~30代女性向けのアパレルD2Cで成功しており、アパレルとD2Cのノウハウを有しています。一方当社には、10~20代女性へのマーケティング力と、その層に“ウケる”キャッチコピーやデザインを生み出すクリエイティブ力があります。2社が協力することで本来のD2Cビジネスの良さが生み出されると考えています。

D2Cのビジネスモデルは、直販なので中間マージンがなく、エンドユーザーに対して良質な商品をお届けすることができます。また、エンドユーザーと直接の接点を持つことも特徴です。販売状況などの分析を行うことで、当社がすでに持っている10~20代女性のデータに、ファッション分野の趣味嗜好のデータを加え、さらなる多様なデータ取得に期待できます。そのデータは当社既存事業にも活用できるものとなります。

新規事業への投資資金のおよそ半分はオールドットに投資する予定です。特に力を込めて取り組み、しっかりビジネスとして立ち上げたいと考えています。



Q 最後に、株主の皆様へのメッセージをお願いいたします。

A 当社は、株主還元を重要な経営上の施策のひとつとして認識しており、業績動向や将来の成長投資に必要な内部留保の充実等を勘案しつつ、安定的かつ継続的な配当を基本に株主様への利益還元に努めております。

2021年3月期の年間配当金につきましては、前期に比べて普通配当につき1円増配となる、1株当たり36円(配当性向53.4%)といたしました。また、2022年3月期の年間配当につきましては、1株当たり37円を予想しております。今後も、毎年増配を続けられることを目指して事業に取り組んでまいります。

私は、エンタテインメントは人々にとって必要なものだと信じております。コロナ禍でエンタテインメント業界は苦しい立場に置かれたかもしれませんが、しかし当社は、その先の明るい未来を見据えて一歩一歩進んでおります。株主の皆様にも温かく見守っていただければ幸いです。

今後とも、株主の皆様にはご支援、ご鞭撻のほどよろしくお願いいたします。

F:NEXの高品質フィギュア

高価格帯ホビーブランド『F:NEX (フェネクス)』では、“フリーのフィギュアは次のステージへ”をコンセプトとして高品質な商品を展開しています。フリーが培ったものづくりのノウハウを活用し、企画・造形・品質にこだわった商品の中から特に注目の商品をご紹介します！

エヴァンゲリオン新劇場版

『エヴァンゲリオン初号機

ヒューマンスケールフィギュア』

エヴァンゲリオン新劇場版

『綾波レイ 1/1スケール

等身大フィギュア』

鬼滅の刃

『箱入り禰豆子

びっぐさいずフィギュア』

全高
約2.3m



©カラー

全高約2.3mを超える本商品は、『F:NEX』のデザイナーが全身のプロポーションや、ディテールをスケールに合わせて再構築。これ以上「足せない」「引けない」所まで徹底的にこだわりました。全身に施されたLEDにより、暴走状態で咆哮するエヴァンゲリオン初号機の圧倒的な迫力を堪能できます。

価格：3,003,000円(税込)

※送料・組立設置費用込み

※完全受注生産商品／受注期間2021年6月30日(水)23:59まで

全高
約161cm



©カラー

“一番可愛い綾波レイを創る”と意気込み制作した本商品は、頭部やボディ、腕など全身のバランスを徹底調整。優しく微笑む表情や華奢なスタイルはもちろん、着用するプラグスーツのパーツごとに異なる素材感に至るまで丁寧に表現しました。

価格：1,815,000円(税込)

※送料・組立設置費用込み

※完全受注生産商品／受注期間2021年6月23日(水)23:59まで

禰豆子 全高
約44cm
箱 全高
約64.5cm



©吾峠呼世晴／集英社・アニプレックス・ufotable

TVアニメ「鬼滅の刃」より、竈門炭治郎の妹・竈門禰豆子(かまど ねずこ)がびっぐさいずでフィギュア化！炭治郎が背負う箱に入るために小さくなった禰豆子は、独特の愛らしい表情やちょこんと添えた手、小柄な体躯にぶかぶかになった着物の質感も丁寧に表現。禰豆子を収納する箱も付属しています。

価格：399,300円(税込)

※完全受注生産商品／予約受付期間 2021年7月15日(木) 23:59まで

Re:ゼロから始める異世界生活

吉徳×F:NEX『レム-日本人形-』

1/4スケールフィギュア

『F:NEX』の企画・造形力と、1711年に創業した人形の老舗・吉徳が持つ伝統的な技法のコラボレーションにより本商品は完成しました。和傘を持つ優雅なポーズやおしとやかな表情、全長40cmのサイズ感など“日本人形らしさ”にこだわって作った原型に、吉徳がひとつひとつ手作業で着物の着付けを実施。それぞれの高い技術を融合し、キャラクターの可愛らしさを引き立てる華やかで上品な仕上がりを追求いたしました。

価格：147,400円（税込）
※完全受注生産商品／受注期間終了



©長月達平・株式会社KADOKAWA刊／Re:ゼロから始める異世界生活製作委員会

開発者チームの声

■“過去最高”を目指した『初号機』と『綾波レイ』

『初号機』と『綾波レイ』は、「シン・エヴァンゲリオン劇場版」公開に合わせ、映画を盛り上げるための大型フィギュア企画を版元様に提案したことが始まりです。「エヴァンゲリオン」シリーズはこれまでも様々なメーカーから多くのフィギュアが発売されていますが、そのどれよりも良いものを目指して制作をスタートしました。

造形デザインにあたっては、大型スケールに合わせて最適なバランスを整えることにこだわりました。特に2メートル超の『初号機』は遠くからでも近くからでも格好良く見えることや、写真映えも意識して仕上げています。『綾波レイ』も、キャラクターを等身大サイズにしたときの違和感を与えず、いかに可愛く魅力的に見えるかを追求しました。

結果、監修時には“過去最高”とお言葉をいただき、イベント展示ではテレビの取材が入るなどメディアでも多く取り上げていただきました。高額ではありますが受注も好調に伸びています。

■アニメのシーンを再現した『箱入り糰豆子』

『箱入り糰豆子』は、TVアニメ「鬼滅の刃」で主人公が背負う箱から糰豆子が顔をのぞかせるシーンが可愛らしく、フィギュアでの再現を思いつきました。

きちんと“箱に入れられること”にこだわり、箱サイズなど必要があれば設定からの変更や微調整を、版元様と

相談しながら、施しました。世界的人気作ということもあり、こちらもメディアから非常に注目されています。

■老舗とのコラボで生まれた『レム-日本人形-』

『レム-日本人形-』は、海外で着物衣装のフィギュアが人気なことに着目し「日本人形のように実際に布の着物を着たフィギュアはどうか」と企画されました。フィギュアに着付けをする技術に前例がない中、日本人形の老舗である株式会社吉徳様とコラボレーションできることとなり実現した商品です。

特に気を使ったのは、表情やポーズなどでキャラクターらしさと日本人形らしさを両立させることです。着物の色柄の合わせ方や違和感のない着付け方法も吉徳様と協力しながら完成させていきました。受注状況も非常に良く、この商品をきっかけに吉徳様と今後も共同事業を進めることを合意しています*。

■これからの『F:NEX』について

『F:NEX』は業界では後発の新しいブランドですが、話題を生み出す企画力、パートナーや版元様を巻き込む提案力、難しい企画でも実現する実行力や粘り強さは当社の強みです。現在の課題は、より多くの注文に応えられる生産ラインの確保です。海外市場も含め営業体制など、まだまだ伸びしろがある事業ですので、今後ご注目いただければ幸いです。

※2020年9月18日付で共同事業の開始に向け合意。



取材協力：
キャラクター MD第2事業部 F:NEX事業推進部
中央／部長 上村 篤（かみむら あつし）
右／商品開発課 秋元 佑太（あきもと ゆうた）
左／商品生産課 羽原 良彦（はばら よしひこ）



TOPICS **1** ライフスタイルD2C事業の『オールドット株式会社』設立！

当社は、株式会社CODE SHAREとの共同出資により、合併会社『Olu.株式会社(商号：オールドット株式会社)』を2021年4月1日に設立いたしました。

両社の強みやノウハウを活かしながら、ライフスタイルD2C事業を通じてお客さまに新たな価値をお届けしてまいります。

当事業の方針としては、まずファッション関連商品を中心とした販売に注力したのち、中長期的にはコスメや雑貨等の取扱い商品を増やして、さらなる事業拡大を目指してまいります。また、当事業で獲得した顧客データと当社の広告事業を組み合わせることで、より一層の相乗効果を期待しています。

Olu.

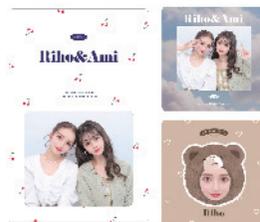
TOPICS **2** 最新プリントシール機『97%(キューナナパーセント)』

2021年6月より、トレンドの“クアング”を取り入れた最新プリントシール機『97%(キューナナパーセント)』の設置を開始いたしました。

“クアング”とは韓国語で「着飾っているようで着飾っていないような」を意味する言葉で、ファッションやメイクなどのトレンドとして注目を集めている韓国発のスタイルです。本機種では“-3%の抜け感”をキーワードに、その世界観を表現しています。



▲外観イメージ



▲シンプルでも自分好みにこだわられる新シール

TOPICS **3** 大人気アニメ『ゆるキャン△』2022年に映画化決定！

当社が製作委員会幹事を務めた大ヒットアニメ『ゆるキャン△』は、山梨県・静岡県を舞台に、女子高校生たちがキャンプをする姿や日常生活を送る様子をゆるやかに描いた作品です。TVアニメ第2期となる『ゆるキャン△ SEASON 2』は、2021年4月1日に大好評のうちに最終話を迎えました。そして2022年には、映画『ゆるキャン△』の全国ロードショーが決定しています。今後とも『ゆるキャン△』シリーズの展開にぜひご注目ください。

京極義昭監督が描いたイメージボードをもとにしたコンセプトビジュアル



© あろ・芳文社 / 野外活動委員会

CSRへの取り組み(体制について)

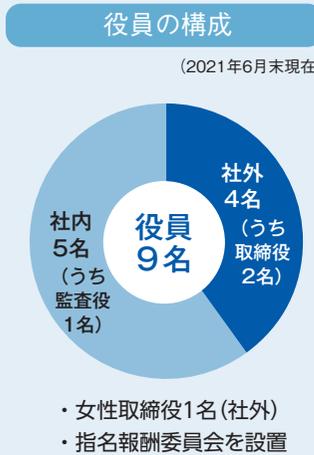
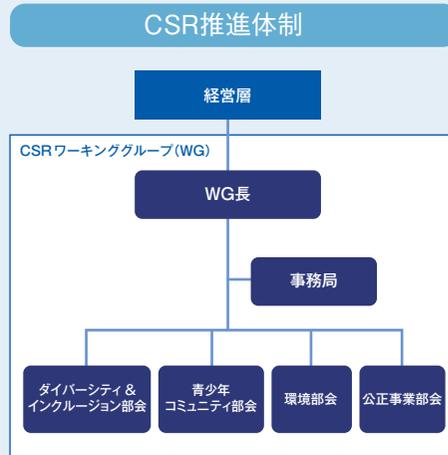
私たちフリーユは、「人々のこころを豊かで幸せにする良質なエンタテインメントを創出する!」という企業理念のもと、事業活動を通じてすべてのステークホルダーの皆様との信頼関係の構築に努め、社会の持続的発展に貢献してまいります。

■CSR推進体制

当社では、右記の体制でCSR活動を推進しています。また、ワーキンググループのみならず、フリーユの社員一人ひとり、全部門がそれぞれの業務を通じてCSR活動を推進していくものである、という考えのもとで各取り組みを行っています。

■コーポレート・ガバナンス

当社では、経営の透明性確保のため経営のチェック機能の充実に努めています。



「Let's talk! in TOKYO」へ協賛

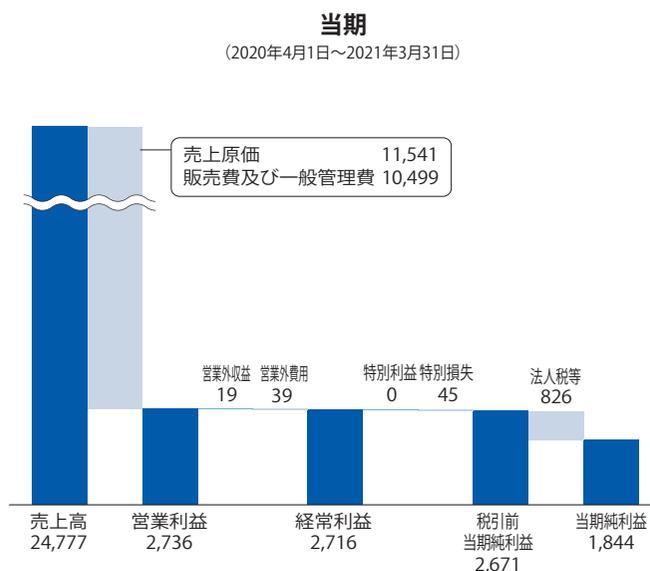
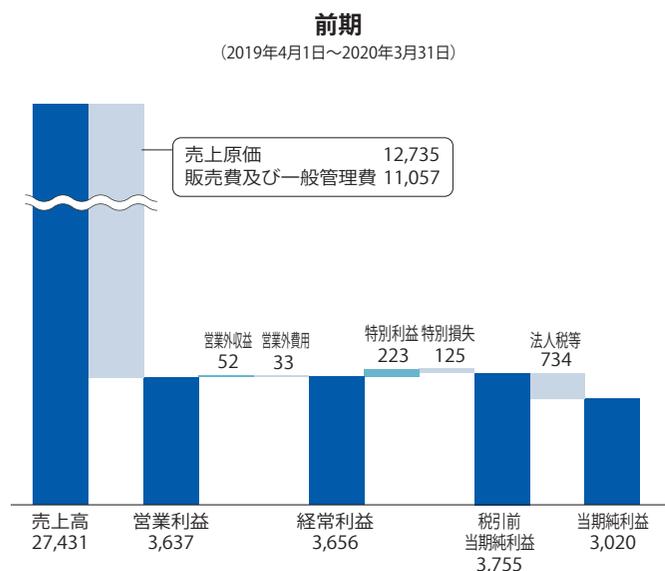
「Let's talk!」は、女性にまつわる話題の中で、「タブー」とされやすい課題について、オンライン・オフラインで国内外の声を集め、対話ができることを通じて、女性たちのQOL向上、エンパワメントに貢献するムーブメントです。当社は「Let's talk! in TOKYO」へ協賛しています。

公式サイト <https://letstalk.tokyo/>

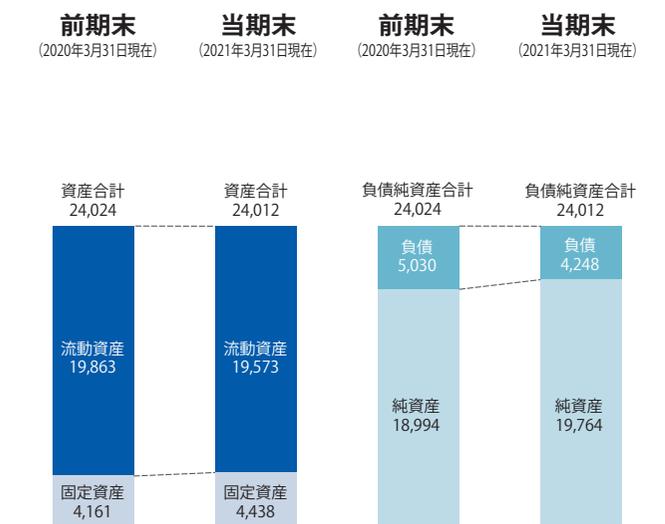


© 2021 SANRIO CO., LTD. APPROVAL No.P1305136

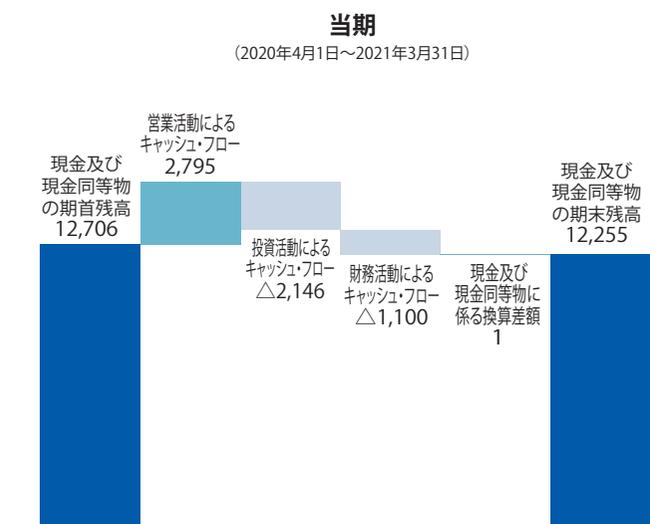
▶ 損益計算書の概要(単位:百万円)



▶ 貸借対照表の概要(単位:百万円)

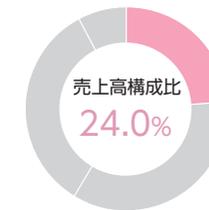


▶ キャッシュ・フロー計算書の概要(単位:百万円)



プリントシール事業

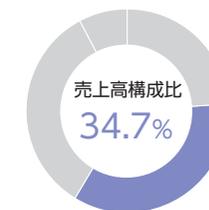
売上高 **5,952** 百万円



4月～5月に発出された緊急事態宣言によるアミューズメント施設の臨時休業の発生や、緊急事態宣言の再発出等の影響を受け、年間総プレイ回数は、3,018万回(前期比66.3%)となりました。また、7月と10月にプリントシール機の機種2台を発売しましたが、前期と出荷総数は同水準であるものの、売切りの出荷比率が減少し、レンタル方式の出荷比率が増加しました。

コンテンツ・メディア事業

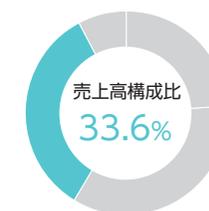
売上高 **8,602** 百万円



『ピクトリンク』の有料会員数について、4月～5月の緊急事態宣言の影響により、5月末には147万人まで減少したものの、2021年3月末には150万人まで回復しました。また、カラーコンタクトレンズの販売については、自社オリジナルブランド商品を発売したものの、外出自粛等による装着機会の減少もあり、売上高は前期比で減少しました。

キャラクタ・マーチャンダイジング事業

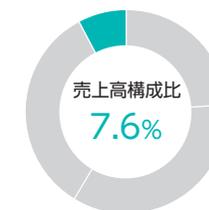
売上高 **8,332** 百万円



4月～5月のアミューズメント施設の臨時休業により市場環境が悪化したものの、人気漫画作品等の多数の新規キャラクター版権の獲得とその商品化を行い、フレンゲーム景品および高価格帯ホビー商品の販売は好調に推移したため、売上高が大幅に増加しました。

ゲーム事業

売上高 **1,889** 百万円



家庭用ゲームソフト事業では新作タイトルの開発および旧作品の販売に取り組み、ゲームアプリ事業では既存の恋愛シミュレーションゲームの売上が堅調に推移しました。アニメ事業では、TVアニメ『ゆるキャン△』シリーズ作品群のBlu-rayパッケージソフトを発売したほか、映画の上映に向けた企画やプロモーションに取り組みました。

会社概要 (2021年3月31日現在)

商号	フリー株式会社
本社所在地	〒150-0032 東京都渋谷区鶯谷町2-3 COMSビル2F
設立	2007年4月1日
資本金	16億3,921万円
従業員	453名

役員の状況 (2021年6月22日現在)

取締役	代表取締役社長	三嶋 隆
	専務取締役	吉田 真人
	常務取締役	稲毛 勝行
	取締役	笹沼 理成
	社外取締役	小竹 貴子
	社外取締役	宇野 健人
監査役	常勤監査役	中村 隆行
	社外監査役	山崎 想夫
	社外監査役	吉羽 真一郎

株式の状況 (2021年3月31日現在)

発行可能株式総数	104,400,000株
発行済株式の総数	28,296,000株
株主数	10,660名

大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
風流商事株式会社	3,000,000	10.96
田坂 吉朗	2,130,000	7.79
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,872,900	6.85
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,374,700	5.02
フリー社員持株会	919,000	3.36
吉田 真人	840,000	3.07
三嶋 隆	820,000	3.00
UBS AG LONDON A/C IPB SEGREGATED CLIENT ACCOUNT	801,000	2.93
TM株式会社	800,000	2.92
稲毛 勝行	750,000	2.74

※持株比率は自己株式(935,731株)を控除して計算しております。

会社沿革

- 1997年 オムロン株式会社にてエンタテインメント分野の新規事業として開始
- 1998年 プリントシール事業に参入
- 2001年 モバイルコンテンツ事業に参入
- 2002年 クレーンゲーム景品事業に参入
- 2003年 オムロンエンタテインメント株式会社設立
- 2007年 マネジメント・バイアウトにより、フリー株式会社として独立
- 2009年 ゲーム事業に参入
- 2012年 株式会社ウィーヴ全株式取得
- 2014年 株式会社コアエッジへ資本参加
- 2015年 東証一部上場
- 2018年 株式会社コアエッジを連結子会社化
- 2019年 株式会社ウィーヴを吸収合併
株式会社コアエッジの全株式を譲渡
- 2021年 株式会社CODE SHAREと合併で
オールドット株式会社を設立

株主メモ

事業年度	4月1日から3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
剰余金の配当の基準日	3月31日
株式の売買単位	100株
株主名簿管理人および特別口座管理機関	みずほ信託銀行株式会社
連絡先・郵便物送付先	〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 電話 0120-288-324 (フリーダイヤル)
証券コード	6238

株主優待制度

フリー・プレミアム優待倶楽部

株主様が保有する株式数に応じて、株主優待ポイントを進呈いたします。ポイント数に応じて、こだわりグルメやスイーツ、銘酒、テーブルウェア、体験ギフトなど特設サイトに掲載されている2,000点以上の商品からお好みの商品をお選びいただけます。

次年度の3月末日現在において同一の株主番号で当社株式を保有していただいている場合に限り、ポイントの繰り越しが可能です(最大2年間有効)。ポイントを繰り越すことにより、高額ポイントの商品もお選びいただけます。

お申込み手続きについて

優待商品や株主様限定の特設Webサイト登録方法などを記載した「フリー・プレミアム優待倶楽部のご案内」を2021年5月下旬にお送りしております。ご案内に記載のとおり、Webサイトにて登録いただきますようお願い申し上げます。インターネットにて登録ができない株主様においては、電話にてお申し込みいただくことはできませんが、ご選択いただける商品に限りがあることをご了承ください。

対象となる株主様

毎年3月末日現在の株主名簿に記載または記録された、当社株式5単元(500株)以上を保有する株主様

保有株式数	進呈ポイント数
500~999株	5,000 point
1,000株以上	10,000 point

※進呈ポイント数などサービス内容は変更する可能性があります。

優待商品一例

