



FuRyu

Precious days, always

第14期 株主通信

2019年4月1日~2020年3月31日

フリーユ株式会社



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14期株主通信
(2019年4月1日から2020年3月31日まで)を
お届けいたします。

2020年6月

代表取締役社長 三嶋 隆

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(2020年3月期)の業績はいかがでしたか。

A 当期においては、外部環境の要因として消費税の増税や、2020年2～3月の新型コロナウイルス感染症(COVID-19)拡大の影響がありましたが、増収増益を達成しています。消費税増税や少子高齢化が進むなかで、既存事業は当期の短期実行計画に対応した戦略を確実に実行しました。

新規事業への取り組みも計画通り遂行できました。投資の結果、新規事業の売上も3月度には4,000万円を超え、その成果も出てきています。新規事業で最も大きいのは運用型広告事業です。この立ち上げに注力し順調に推移しました。

また、2017年より取り組んできた高価格帯ホビー商品の販売も大きく伸長しました。高クオリティを実現しているため、なかには販売価格が1体20万円を超えるフィギュアもあり、前年比で2.6倍の売上となりました。

以前より赤字が続いていたゲーム事業については、当期に男性用ゲームアプリから撤退したことで、利益にして6.6億円の収益改善となりました。

この結果、当期における売上高は27,431百万円(前期比101.1%)、営業利益は3,637百万円(同102.7%)、経常利益は3,656百万円(同103.5%)、当期純利益は3,020百万円(同160.4%)となりました。

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 プリントシール事業の当期における基本戦略は、少子高齢化により対象となる若年女性層の人口が減っていくなかで、1人当たりのプレイ回数を上げることと、ユーザー層を拡大していくことの2つです。

そのために取り組んだのは、ユーザーによって好みが変わる「加工感」の異なる機種、「合成撮影」など写り以外での楽しみ方を提案する機種など、様々な撮影体験を提供するバリエーション豊かな商品を展開することです。

このバリエーション戦略により、1回の来店でも複数機種で遊んでいただく、もしくは中学生から大学生まで幅広い年齢層の方に遊んでいただくことで、プレイ回数の増加とユーザー層拡大を同時に図りました。

また、当社のビジネスモデルは“BtoBtoC”です。当社とプリントシール機のユーザーである若年女性との間には、プリントシール機を設置するアミューズメント施設様があり、そのゲームコーナーをバリエーション戦略による様々な商品展開によって活性化させることに取り組みました。直営店の出店も計画通りに行い、その結果、新型コロナウイルス感染症の影響を受けない第3四半期までのプレイ回数は前年比で7%伸び、売上拡大に貢献しました。

コンテンツ・メディア事業は、プリントシール画像取得・閲覧サービス「ピクトリンク」の課金収入が収益の柱であるため、会員数が大きな影響を与えます。「ピクトリンク」の有料会員数は、第3四半期までは順調に推移していましたが、第4四半期に新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2020年3月末で163万人（前年同期は164万人）となりました。

一方で、「ピクトリンク」課金収入は増収増益となりました。当社は、月額300円*のスタンダード会員と500円*のプレミアム会員を用意し、顧客単価の増加を図っています。2020年3月末のプレミアム会員数は14万人です。今後も引き続き、プレミアム会員比率の上昇に努めてまいります。

キャラクタ・マーチャングデザイン事業（以下、キャラクタMD事業）では、クレーンゲーム景品において、多数の人気キャラクターの版權獲得とその商品化および販売を行うことができ、前期比で売上は8%の増加となりました。また、高価格帯ホビー商品においても、前述のとおり、売上は大きく伸びました。現在はまだ投資フェーズであるため、収益への貢献はこれからと考えています。

一方、新型コロナウイルス感染症拡大により、中国工場の一時閉鎖などによる納期遅延や、クレーンゲーム景品における翌期販売分の受注キャンセル等の失注リスクに鑑み、2億71百万円の受注損失を当期に計上しました。

ゲーム事業では、家庭用ゲームソフトにおいて、従来日本国内のみの販売でしたが、北米向けに旧作のライセンス販売を開始したことが奏功し収益に貢献しました。また、ゲームアプリにおいては、前期にて不採算の男性向けゲームアプリから撤退し、女性向けの既存タイトルに集中することでゲームアプリ事業全体の利益が改善しました。アニメにおいては、当期は大ヒットしたTVアニメ「ゆるキャン△」シリーズの続編「へやキャン△」が放映され、映像ソフト販売や配信などを中心に収益を上げています。

*それぞれ税抜き価格。フィーチャーフォン課金、スマートフォンサイト課金、スマートフォンアプリ課金で月額料金が異なります。

Q 新型コロナウイルス感染症の拡大で先行きが不透明ですが、今期（2021年3月期）以降の見通し、成長戦略について現時点でのお考えをお聞かせください。

A 当社のビジネスモデルでは、アミューズメント施設様の休業によって大きな影響を受けます。新型コロナウイルス感染症の動向に関しては長期の予測が難しいため、現時点では第1四半期の6月末までは休業、7月以降には正常化し開店できると仮定したうえで、今期の当社内部の計画と業績見通しを立てています。

キャラクタMD事業およびプリントシール機の新商品の企画・開発は7月に向けてすでに進めています。ただし、正常化したあとも感染防止対策等の新型コロナウイルスとの共存が必要との認識です。インタビューやアンケートを通して若年女性の意識がどう変化するかを把握し、対策につなげたいと考えています。当社の直営店では、お客様に安心して安全にプリントシール機で遊んでいただくための準備に取り組んでいます。

一方、成長戦略として、中国に対する販売を強化しています。今期は高価格帯フィギュア商品を中国でさらに伸ばすとともに、日本国内で販売していたフィギュア商品も中国仕様に変更して販売することで、さらに収益の拡大を図ってまいります。

加えて、当社の成長は、社員の高いモチベーションによって支えられているという側面があります。基幹事業である



プリントシール事業をはじめ、女性向けのビジネスが多いこともあり、当社は社員の半数以上が女性で、女性の管理職比率も26%（2020年4月現在）となっています。さらに、女性の活躍に関する取り組みの実施状況が優良な企業に認定される厚生労働省の「えるぼし」で3段階目を取得しています。女性が活躍することが商品やサービスの充実につながるのが当社の特徴です。ダイバーシティ&インクルージョンが持続可能な成長の原動力であるという認識のもと、男性を含めた多様性を認め、社員が生き生きと活躍できる会社にしていきたいと思っています。

Q 2020年12月に東証一部上場5周年を迎えられます。株主の皆様へのメッセージをお願いいたします。

A 株主の皆様のご理解とご支援に改めて心より感謝申し上げます。当期は自己株式の取得を行い、機動的に資金を利用した株主還元に取り組んでまいりました。また、当期配当金についても、普通配当の1株当たり5円の増配に加えまして、上場5周年を迎えるにあたって、1株当たり5円の記念配当を実施することといたしました。これにより、当期の期末配当は、前期比10円増配となる、1株当たり40円（普通配当35円、記念配当5円）となります。当期はおかげ様で過去最高の純利益となりました。今後も業績に見合ったかたちで、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取り組んでまいります。

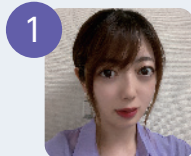
今後とも株主様にはご支援、ご鞭撻のほどよろしく願いいたします。

女性社員座談会

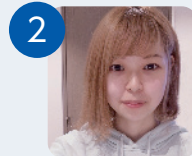


フリーで働く女性社員4名が集まり、「女性が生き生きと働ける環境」をテーマに、率直に語り合いました。
※新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、一部リモートで実施いたしました。

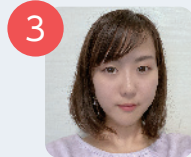
Member ※フリーが開発したスマートフォンカメラアプリ「moru(モル)」で撮影しました。



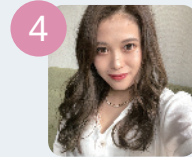
●キャラクタMD第1事業部開発部
瀬瀬 愛子(こうけつ あいこ)さん



●キャラクタMD第1事業部開発部
竇迫 夕紀(ほうさく ゆうき)さん



●新規事業開発部
平田 久美子(ひらた くみこ)さん



●プリントシール機事業部企画開発部
小川 菜摘(おがわ なつみ)さん

一フリーではどのように女性ならではの視点が生かされていると思いますか

瀬瀬 私と竇迫さんは、キャラクタMD事業部でクレーンゲーム景品などの開発をしています。モノづくりにおける細かい作業や柔軟な発想は女性ならではだと思います。クレーンゲーム景品にはフィギュアのほか、ファンシーな雑貨、ぬいぐるみなども多いので、女性目線が役立っています。

竇迫 確かに、かわいらしい雑貨は女性のほうが発想やデザイン面で作りやすさがあると思います。また、私が主に担当するフィギュアでは、他社の開発者は男性が多い印象なので、また別の視点での商品づくりができるのかなと。服のしわといった細かい部分などでも、男性のこだわりにつづられず逆につづられた目線で作れるということもあります。

平田 私は新規事業開発部で「moru(モル)」というカメラアプリサービスのプランナーをしています。企画のほか、仕様・デザインの検討、画像や加工の見栄えや見え方といった「写り」の監修などに携わっています。さらにマーケティングやメンバーのマネジメントなども行います。「moru」は主に10~20代の女性向けサービスのため、女性の視点が生かしやすいです。どんな写りやメイクが好まれるかといった求められる機能などの観点に加え、どんな広告ならユーザーに響くかといったマーケティング面でも生かしている

と思います。

小川 私は、主にプリントシール機の商品企画をしています。その開発過程でも、ユーザー目線での意見や女性だから感覚的にわかる意見が重要視される印象です。ピンクの色味一つとっても、本当に細かい感覚的なところで話が進むので、そういった場面では女性が頼りにされる状況がよくあります。

一職場の雰囲気はいかがでしょう

瀬瀬 特に性別で気になることはないですね。開発のメンバーはほぼ9割が女性です。男性社員が少ないので、逆に女性が強い印象かもしれません。扱う商品のターゲットも幅広いので、どちらの意見も取り入れていけたらいいと個人的には思っています。

竇迫 女性は本当にのびのびと仕事をしていると思いますし、私自身もとても仕事がやりやすいです。

平田 新規事業開発部は男女半々くらいかなというイメージ。部課長も女性の方が多いですし、営業も男女半々くらいです。男性だからどう、女性だからどう、ということはなく、雰囲気も良いと感じます。

小川 プrintシール機事業部では、企画は女性ばかりで、全員が常に活発に意見を出し合って一緒に開発を進められ

ていると思います。上司が若い女性の意見を大切に扱ってくれるので、どんどん挑戦や意見を求められる環境ですね。女性でも新しいことや責任のあることを任せられるので、男女の差は全く感じません。

一女性活躍等、多様な人材が活躍するために今後会社に期待したいことはありますか

竇迫 もともと週1回テレワークが可能でしたが、新型コロナウイルス感染症の終息後も引き続き柔軟にテレワークができればいいなと思います。

平田 妊娠中、育児中の方は時短勤務であっても大変そうだと感じています。

小川 今回でテレワークは意外とできるということがわかりました。それこそ育児中のママさんや妊娠中の方は、もっと積極的に利用できる環境にしても大丈夫だと思います。

一自身のこれからについて

平田 担当の「moru」は一昨年にリリースしたばかりなので、さらに発展させていきたいです。また、常に市場やトレンドをチェックして新しいサービスを生み出すことが自分のキャリアにもつながると考えています。

小川 現在、プリントシール機市場は当社が一強状態ということもあり、これからは、プリントシールの概念を変えるような型破りなアイデアを考えていくことが求められると感じています。また、個人的な話では今年で入社4年目なので、先輩へのサポートや指導にも力を入れて、自身のスキルも上げられたらと思っています。

瀬瀬 入社して9年目になり、今年4月からチームリーダーとなりました。どのようにチームをまとめ、どう他チームとの整合性を取っていくかなどの課題に現在取り組んでいます。開発者としての業務はほとんど身につけていると思っていますので、加えてマネジメントにも携わる段階なのだと考えています。

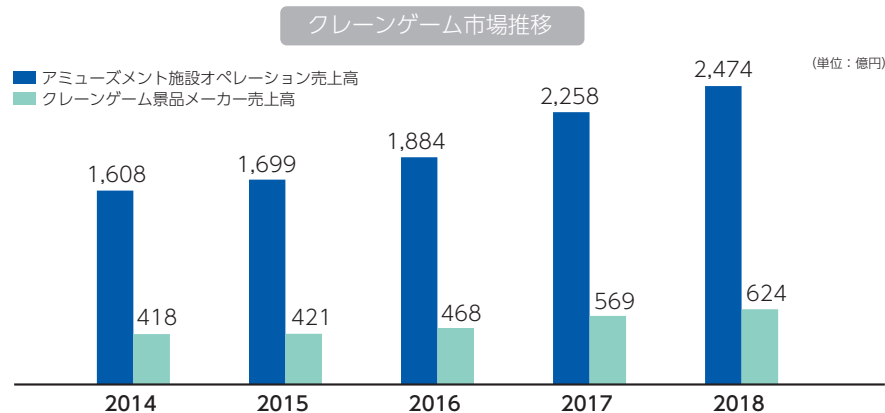
竇迫 私は入社8年目で、開発業務に関しては一通り任せてもらっています。ただ、フィギュア関係は任せられるメンバーが少ないということもあり、男性、女性にかかわらず、みんなが魅力的なフィギュアを作れるように人材育成をしていかなければと思います。

IP※で世界のファンのこころを満たす！ キャラクタMD事業紹介

クレーンゲーム景品や、高品質ホビーブランド「F:NEX(フェネクス)」、キャラクターくじの「みんなのくじ」、アメコミの翻訳書の出版「ヴィレッジブックス」等の事業を手掛けるキャラクタMD事業部。本特集ではクレーンゲーム景品の概要や成長性について紹介いたします！

POINT1 市場は拡大中

店舗数の減少等に伴い縮小傾向にあった市場も、ファンシー・アーティスト・コアなど幅広いジャンルで新たなユーザー層を獲得することにより、2014年から再び拡大しています。



出典：日本アミューズメント産業協会
2018年度版「アミューズメント産業界の実態調査報告書」

POINT2 業界第3位へ

拡大する市場と併せ、フリーユの商品もライセンサー・店舗・ユーザーの皆様からの評価を受け、順調に売上を伸ばして業界第3位の売上を出すまでに成長しました。

クレーンゲーム
景品事業

年間出荷数
100万カートン以上

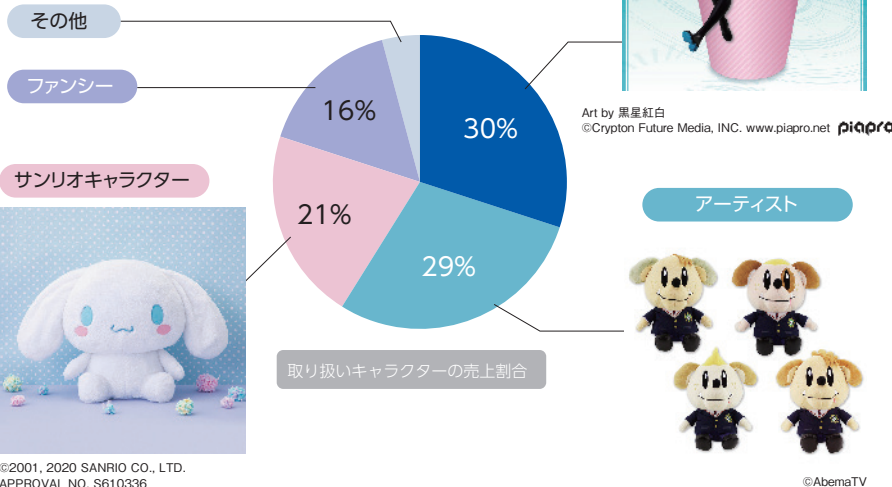
売上高
約**50**億円

業界
第3位！
(※2020年
当社調べ)

POINT3 フリーユの強み

クレーンゲーム景品事業の成長を支えるのは、豊富な商品ラインナップを基にしたライセンス獲得力とキャラクターの世界観に徹底的にこだわった商品企画力です。

多様なキャラクターと商品ラインナップ



POINT4 海外展開の強化でさらなる成長を目指す

“IPで世界のファンのこころを満たす！”という事業ミッションのとおり、さらなる成長に向けて海外展開を強化していきます。その一環として、品質確保と物流スピード向上を目的に、2019年10月中国深圳の前海湾保税区内に検品センターを立ち上げ、稼働を始めています。



検品センター外観



検品の様子

TOPICS

1 『girls mignon』渋谷店オープン！

“ガールズのためのプリショップ♡”をコンセプトとしたプリントシール機専門店『girls mignon(ガールズミニオン)』が2020年3月17日に渋谷センター街に登場！

正面入り口のガラス一面を、“ジャパニーズかわいい”をテーマに装飾。江戸文字を使った「東京」「渋谷」の漢字や和風の波模様、ガングロメイクの“コギャル”など様々な日本ならではの要素をビビッドピンクで統一することで、日本らしさを“いまっぽかわいく”表現し、流行の発信地・渋谷にふさわしい外観に仕上げました。



観光記念の写真撮影にもおすすめ

TOPICS

2 ファストフード店『CHUBBY AIRLINES』が舞浜イクスピアリにオープン！

“かわいいは高カロリー”をコンセプトにしたちょっぴりボリュームある当社初のファストフード店『CHUBBY AIRLINES(チャビーエアラインズ)』が、舞浜イクスピアリにオープン！

“かわいいもおいしいも諦められない！”という女の子の願いを叶えるため、航空会社をテーマにしたフォトジェニックな店内で満足度の高いボリュームフードを提供します。

お客様と様々な国をつなぐ航空会社のように、女の子と“かわいくておいしい体験”をつなぐお店を目指します。

※オープン日は延期の可能性がございます。日程が決まり次第、公式HPなどでお知らせいたします。



独自の「無限∞パウダー」が美味しさの秘訣！ 大きき15センチ級のフライドチキンなどを提供

TOPICS

3 TVアニメ「ゆるキャン△ SEASON 2」2021年1月より放送開始！

山梨県を舞台に女子高校生たちがキャンプをしたり、日常生活を送る様子をゆるやかに描いた人気TVアニメ「ゆるキャン△」のシリーズ第2期「ゆるキャン△ SEASON 2」(製作委員会代表幹事：フリー株式会社)が、ついに2021年1月から放送されることが決定しました！

また、2020年1月より放送され話題となったショートアニメ『へやキャン△』のBlu-ray&DVDも好評発売中です。



© あろ・芳文社/野外活動委員会

アンケートにご協力ください

当社ではこの度CSR活動におけるステークホルダーの皆様のご意見・ご要望を広く募っております。

つきましては、株主の皆様のご意見・ご要望をお聞かせいただきたく、お手数ではございますが、アンケートへのご協力をお願いいたします。

アンケートホームページ

対象の株主様：2020年5月末時点の当社株主名簿に記載のある株主様



<https://00m.in/8X4Je>

上記URLにアクセスいただき、表示されるアンケートサイトにてご回答ください。所要時間は3分程度です。

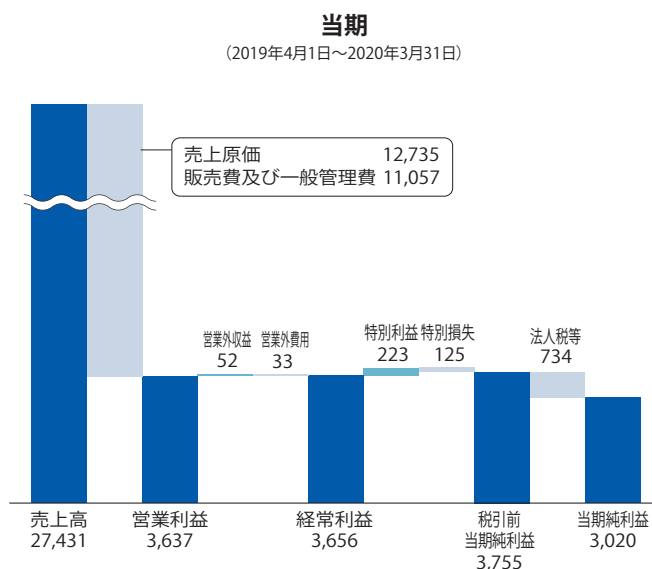
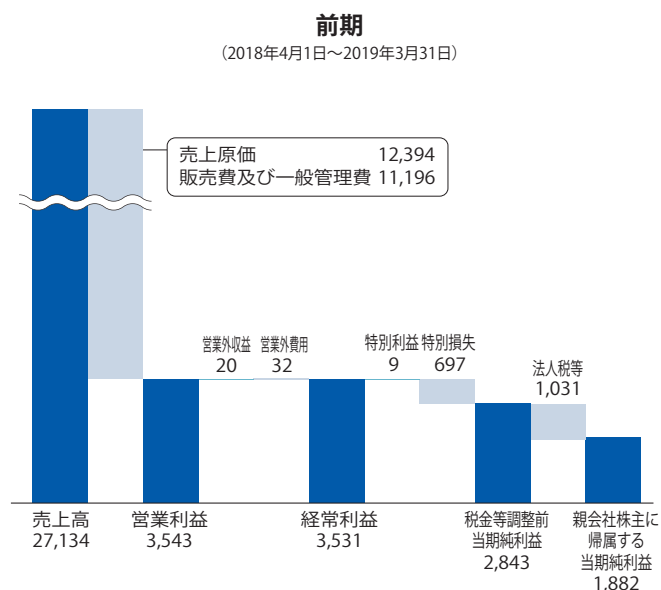
■スマートフォン等からもご参加いただけます！



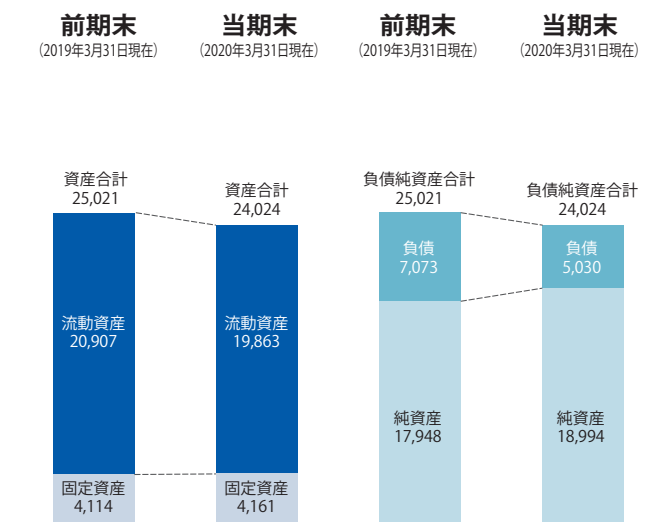
アンケートは左のQRコードからアクセスし、ご回答をお願いいたします。

※2020年3月期の期中より、単体決算へ移行したため、2019年3月期の数値は連結業績を掲載しています。

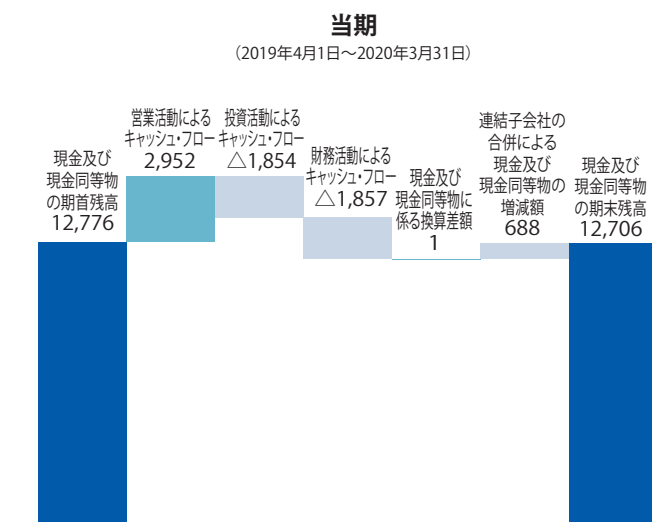
▶ 損益計算書の概要(単位:百万円)



▶ 貸借対照表の概要(単位:百万円)

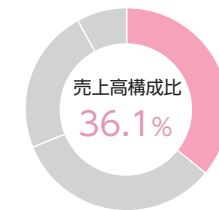


▶ キャッシュ・フロー計算書の概要(単位:百万円)



プリントシール事業

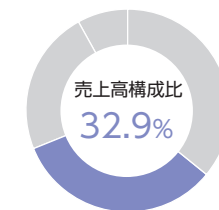
売上高 **9,913** 百万円



プリントシール機の新機種を3種発売し、プレイ回数は第3四半期まで好調に推移したものの、第4四半期において新型コロナウイルス感染症拡大に伴うアミューズメント施設および直営店の臨時休業の影響を受けたため、プリントシール機全体としてのプレイ回数は前期比微増の4,549万回となりました。

コンテンツ・メディア事業

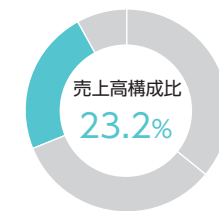
売上高 **9,020** 百万円



「ピクトリンク」の会員数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり2020年3月末で163万人(前年同期は164万人)となりましたが、プレミアム会員比率の向上により、客単価が増加したため、ピクトリンク課金収入の売上高は増加いたしました。

キャラクタ・マーチャндаイジング事業

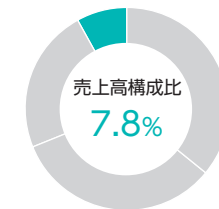
売上高 **6,364** 百万円



クレーンゲーム景品および高価格帯ホビー商品の販売が堅調に推移いたしました。一方で、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、クレーンゲーム景品における翌期販売分の一部の商品について受注のキャンセルが見込まれるため、これに伴い発生する費用271百万円を当期に計上いたしました。

ゲーム事業

売上高 **2,132** 百万円



家庭用ゲームソフト事業では4タイトルの新作を発売し、旧作における海外へのライセンス販売に取り組みました。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たことに加え、前期に行った不採算ゲームアプリ事業からの撤退もあり、全体の利益が改善いたしました。アニメ事業では、ビデオグラム販売による売上や製作委員会の配分金収入等を計上しています。

会社概要 (2020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 (2020年6月23日現在)

取締役	取締役会長	田坂吉朗
	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 (2020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	12,153名

大株主(上位10名)

株主名	持株数(株)	持株比率(%)
田坂吉朗	3,680,000	13.45
風流商事株式会社	1,450,000	5.30
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	1,186,800	4.34
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,128,700	4.13
フリー社員持株会	982,200	3.59
吉田真人	840,000	3.07
三嶋隆	820,000	3.00
TM株式会社	800,000	2.92
稲毛勝行	750,000	2.74
山本昭彦	540,000	1.97

※持株比率は自己株式(935,672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・パイアウトにより、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

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2020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け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

◎5,000pt~



◎3,000pt~



◎2,000pt~



フリー株式会社