

証券コード: 6238

FuRyu
Precious days, always

第13期 株主通信

2018年4月1日～2019年3月31日

フリー株式会社



FuRyu
Precious days, always

株主の皆様へ

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13期株主通信(2018年4月1日から2019年3月31日まで)をお届けいたします。

社長就任より1年、当社の企業理念「人々のと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！」に基づき、事業に邁進してまいりました。これからも社員一丸となって、事業の一段の拡大を目指してまいります所存です。株主の皆様におかれましては、引き続きご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2019年6月
代表取締役社長 三嶋 隆

Q 社長になられてから1年が経ちますが、いかがでしょうか。

A 前期(2018年3月期)の決算では、大幅な減益となり社員全員が自信を失っていた状態でした。そのため、この1年間は社員一人ひとりの成長と会社の成長をリンクさせようという共通認識を社員に広めてまいりました。つまり、個人がやりたいことと、会社がやらねばならないことをマッチングさせるということです。この接点が社員と会社をお互いに幸せにすると考えています。こうした共通の価値観をもつことで、一致団結でき、それが当期(2019年3月期)の業績アップにつながったのだと思います。

Q それでは、当期(2019年3月期)の業績について教えてください。

A 当期は、「選択と集中」の1年でした。前期にゲーム事業でまったく新しい分野に集中投資し、大幅な赤字を出してしまった経緯があったためです。では、当期何を選択したかと申しますと、既存の収益事業であるプリントシール関連事業とキャラクタ・マーチャンダイジング事業(以下、キャラクタMD事業)です。もともと、当社が強みをもっているこの2つの事業に集中して展開しました。また、主にゲーム事業分野については、赤字の圧縮に努めました。

2事業の成功と赤字圧縮の実現により、当期の連結業績は、売上高27,134百万円(前期比6.9%増)、営業利益3,543百万円(同44.4%増)、経常利益3,531百万円(同42.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益は1,882百万円(9.1%増)と増収増益を達成しました。

Q 各セグメントについて、当期の主な取り組みや注目ポイントをお聞かせください。

A プリントシール事業では、バリエーション戦略に基づいて事業を展開しました。少子化問題により、プリントシール機(以下、プリ機)のメインターゲットである女子高生の人数も減少傾向です。そのため、1度の来店で2回3回とプレイしていただけるよう、タイプの違う3機種を発売し、客単価を上げる施策を行いました。特に「トキメキール」[#アオハル]が好調に推移し、全体としてのプレイ回数は前期比108.6%と伸長しました。

また、ゲームセンターの撤退で空白地帯ができていた対策として、直営店を出店しています。当期出店した「moreru mignon(モレルミニオン)」舞浜イクスピアリ店も、プレイ回数増に寄与しました。

コンテンツ・メディア事業では、当社プリ機で撮影した画像をスマートフォン等で取得できるサイト「ピクトリンク」を運営しており、その有料会員数が過去最高の164万人を更

新しました(2019年3月期末現在)。プリ機のプレイ回数が伸びることで、「ピクトリンク」の入会も増える仕組みです。また、カラーコンタクトレンズの販売においても堅調に収益を伸ばしました。

キャラクタMD事業では、新たな商品群が好調に推移しました。アミューズメント専用景品においては、従来のファンシー系とフィギュア系に加え、人気音楽アーティスト系のグッズが好調に推移しました。また、高価格帯ホビー商品を販売する自社ECサイト「F:NEX(フェネクス)」も好調な立ち上がりを見せています。

ゲーム事業では、大ヒットTVアニメの「ゆるキャン△」の映像ソフトの売上が増収に貢献しました。一方で、スマートフォン向けのゲームアプリは、既存タイトルに集中して収益の向上を図り、赤字を改善することができました。

Q 中長期的な成長戦略の方向性についてはいかがでしょう。

A 我々の最大の課題は少子化です。加えて前期は、自社の強みが少ない領域に大きな投資を行い、大幅な減益となりました。こうした現状に対し、自分たちの既存ビジネスの強みを活かしたうえで、新たな方向性をつくっていかうとしています。自分たちの今の事業を再定義し、セグメントごとの領域拡大へ向けた戦略を練り直しました。

主となるプリントシール事業では、市場の維持と安定成長を課題としています。当期から取り組むバリエーション戦略の第二弾を、今期(2020年3月期)から始めます。現在、若年女性の傾向として、女子大生になるとプリントシールから“卒業”してしまう方が多くみられます。そのため、この“卒業”を遅らせることでユーザー年齢層を拡大しプレイ人口の増加を図ってまいります。直営店の出店は継続し、2019年3月期末現在で30店舗のところ、2024年3月期末には50店舗の目標を掲げています。

コンテンツ・メディア事業では、有料会員数については安定成長を指針とし、客単価を上げることで収益力を向上させます。具体的にはスタンダード会員(税抜300円/月)からプレミアム会員(税抜500円/月)*にシフトさせていくのが今後の戦略です。プレミアム会員は、通常の画像保存に加え、落書き前の画像も提供することで付加価値をつけます。2018年8月に落書き前画像の保存機能がスタートし、半年で約8万人の会員を既に集めています。

プリントシール事業およびコンテンツ・メディア事業を合わせたガールズトレンドビジネス全体としては、今後当社が「プリントシールの会社」ではなく、「ガールズトレンドの会社」と言われるようなビジネスを展開していきたいと考えています。既に取り組んでいるカラーコンタクトレンズの販売は、その先駆けです。当社がプリントシール等の商品を通じてもつ日本の若年女性顧客基盤を活かし、新ジャンル商品の開発や、若年女性のデータベースを活用したプラットフォーム、メディアビジネスなども視野に入れております。

キャラクタMD事業では、“勝てる市場”を目指してこれまでニッチな市場に対して国内向けのアミューズメント専用景品ビジネスに特化してきました。ここで自己定義を変え、「世界に向けたキャラクタMD事業」を行おうと考えています。まずは、アミューズメント専用景品、高価格帯ホビー商品において、中国を中心とした海外市場での事業を推進してまいります。

ゲーム事業では、家庭用ゲームソフトは年間5本前後の新作リリースを予定しています。また、日本向けに発売したオリ

ジナル作品を低コストでローカライズし、海外販売強化も行います。ゲームアプリは、既存タイトルの運営に注力し、他社との相互送客イベントの実施等により赤字脱却、高収益化を狙います。ゲーム事業全体として、2021年3月期の黒字化を目指してまいります。

※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 今期(2020年3月期)の見通しをお聞かせください。

A 今期は、全体で増収増益を見込んでいます。プリントシール事業のプレイ回数と、コンテンツ・メディア事業のピクトリンク有料会員数は、基本的に横ばいと考えています。また、5年後、10年後を見据えたガールズトレンドビジネスの新規事業開発に投資を予定しています。

キャラクタMD事業は、高価格帯ホビー商品の伸長が見込めることで増収増益と予想しています。また、中国をはじめとした世界市場にも進出します。

ゲーム事業はより一層の赤字圧縮を進め、収益の向上を図ります。

これらの取り組みにより今期の連結業績は、売上高27,600百万円(前期比1.7%増)、営業利益3,600百万円(同1.6%増)、経常利益3,600百万円(同1.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益2,400百万円(同27.5%増)を予想しています。

Q 株主の皆様へメッセージをお願いします。

A 当社は今後も継続的な株主還元に取り組んでまいります。中期的な事業戦略によって、利益の拡大および収益率の改善を図るとともに、安定的な配当、機動的な自己株買いなど、株主還元向上に努めてまいります。2024年3月期のROE数値目標を15%以上と設定いたしました。資本効率を改善し、より魅力的なフリーユースをつくりあげてまいりますので、今後ともより一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

フリーの4事業

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

すべてのガールズをハッピーにする

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**

コンテンツ・メディアの企画・開発・運営、カラーコンタクトレンズの販売

世界観ビジネス

プライズやゲーム、アニメなどのキャラクターを通じてその世界観を広める

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・販売

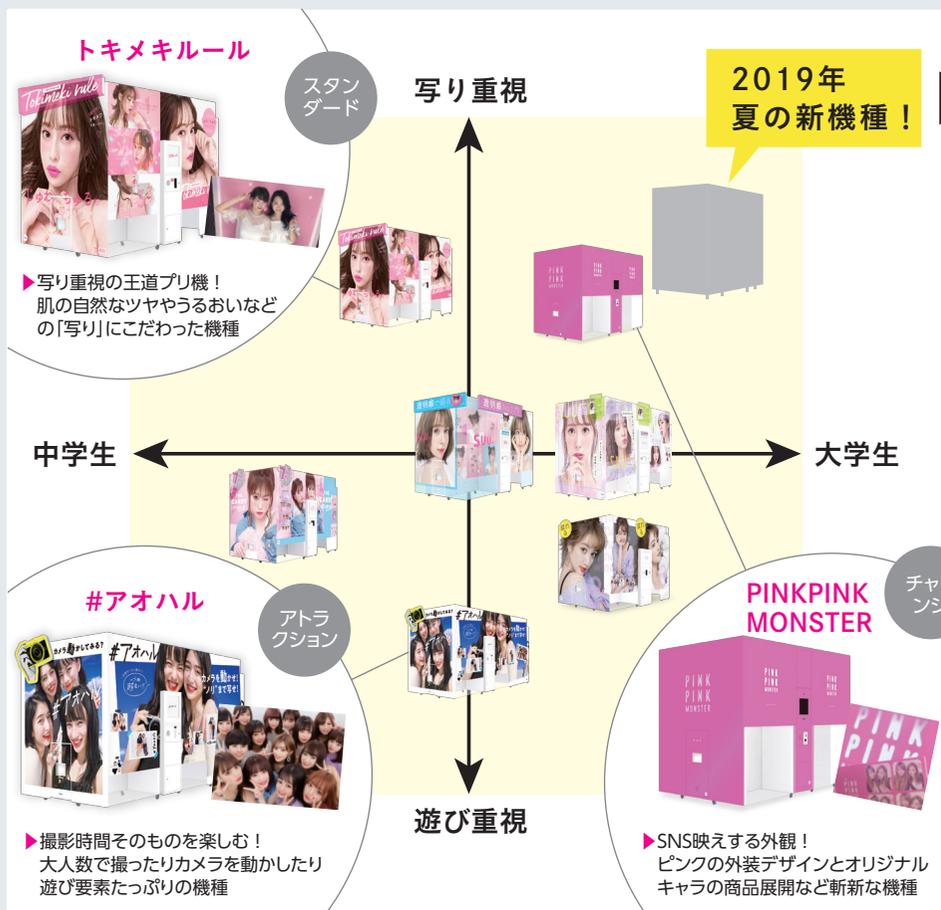
4. **ゲーム事業**

家庭用ゲーム・スマートフォン向けゲームの企画・開発・販売、アニメ製作

プリントシール機さらなる市場拡大への挑戦 「One more play, Once more Puri」

これまで競合他社を含めた業界全体で様々なプリントシール(以下、プリ)機を発売してきましたが、当社は一貫して「高校生」を中心に、彼女たちが求める「写り」を追求することで強みを発揮してきました。その結果として、市場シェア90%、設置台数6,000台※を達成するなど、成長を続けてきました。その強みは維持しながら、さらに年齢層や商品性を広げて様々なバリエーション機種を展開することで、プレイ数の増加(One more play)とユーザー層の拡大(Once more Puri)を目指します。

※市場シェア、設置台数ともに2018夏ブリュー調べ



バリエーション展開へ向けた次の一手!

『AROUND20(アラウンドトゥエンティ)』



“大人のためのプリ”をテーマに、世界観、写り、操作性、シールデザインを従来機から一新。「プリは何歳まで撮って良いのか」と悩まれる“大人”のプリユーザーの方にも、より一層楽しんでいただけるよう、シンプルかつスタイリッシュな機種となっています。



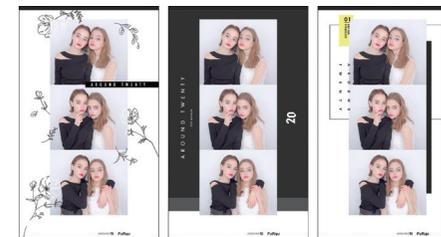
『AROUND20』の“大人”ポイント

- ①シンプルでスタイリッシュな世界観
- ②大人が盛れる“ラブ”な写りの仕上がりに
- ③シンプルな操作性
- ④従来機と一線を画すオシャレなシールの仕上がりに

▼写りイメージ



▼シールデザイン



“フリーのフィギュアは次のステージへ”

自社ホビーECサイト『F:NEX(フェネクス)』

アミューズメント専用景品(プライズ)やキャラクターくじを通じて培ったものづくりのノウハウを活用し、企画・造形・品質にこだわった高品質な商品を提供するホビーECサイト「F:NEX(フェネクス)」。造形や彩色、細部に至るまで、作品やキャラクターの世界観の表現にこだわり、世界中のファンに高品質な商品をお届けします！



【URL】

<https://fnex.jp/>

【公式ツイッター】

https://twitter.com/FNEX_OFFICIAL

発売アイテム数

2017年7月のサイトオープンから発売アイテム数も年々増加し、2019年度には20アイテムの発売を予定しています。



「F:NEX」ブランドの過去代表作

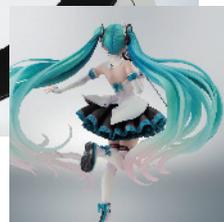
初音ミク「マジカルミライ 2017」 Ver. 1/7 スケールフィギュア



販売数
約9,000体

2017年9月予約受付開始
完全受注生産
価格：15,800円(税別)

illustration by iXima
© Crypton Future Media, INC. www.piapro.net piapro



ツインテールの繊細で複雑な形状を再現

オーバーロードⅡ アルベド 1/7 スケールフィギュア



販売数
約9,000体

2018年2月予約受付開始
F:NEX限定・完全受注生産
価格：15,800円(税別)

©丸山くがね・KADOKAWA刊/オーバーロード2製作委員会



羽の一枚一枚まで丁寧に造形

Re:ゼロから始める異世界生活 レム - 白無垢 - 1/7 スケールフィギュア



販売数
約17,000体

2018年5月予約受付開始
F:NEX限定・完全受注生産
価格：15,800円(税別)

©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

朱色の和傘と白無垢の対比で和の美しさを表現

TOPICS

1 ピクトリンク有料会員数164万人を突破！

当社のプリントシール機で撮影した画像を、スマートフォンなどで取得・閲覧できるサービス「ピクトリンク」。その利用者数が1,650万人、有料会員数は164万人を突破しました(2019年3月末現在)。

「落書き前の画像が保存できる機能」や「毎月もらえるカラコンクーポン500円分」などのサービスが好評の、有料会員プラスコースの会員数も増加しています。



TOPICS

2 『フリー恋愛ゲームシリーズ』3タイトル合同総選挙を実施！

フリー恋愛ゲームシリーズ

現在、当社がリリースしているスマートフォン向け恋愛シミュレーションゲームシリーズの3タイトル(「恋愛ホテル」,「恋愛幕末カレシ」,「恋愛プリンセス」)において、2019年5月に合同総選挙を実施しました。

各タイトルをプレイするともらえる「ときめき」をお気に入りのキャラクターに贈ることで投票ができ、1位に選ばれた「恋愛ホテル」の「後藤田 嵐」は1,100万以上の「ときめき」を集めるなど好評を博しました。



▲“毎日をちょっとだけキラキラにする特別な時間をあなたに”をミッションとした、フリー恋愛ゲームシリーズ

TOPICS

3 ショートアニメ「へやキャン△」が2020年1月より放送開始！

当社が製作委員会の幹事を務めた大ヒットアニメ「ゆるキャン△」シリーズの最新作、ショートアニメ「へやキャン△」が2020年1月より放送開始となります。「ゆるキャン△」に携わったメインスタッフ陣による、新しい「ゆるキャン△」の世界が展開されます。

「へやキャン△」のほか、TVアニメ2期ならびに、映画の制作も決定している「ゆるキャン△」シリーズに今後ともご期待ください。



© あろ・芳文社/野外活動委員会

株主優待制度が変わりました

当社ではこの度、株主優待制度を変更し、株主様専用「フリー・プレミアム優待倶楽部」を新設することといたしました。

フリー・プレミアム優待倶楽部

■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1単元(100株)以上を保有する株主様を対象とし、2019年3月末日現在の株主様より新制度へと変更いたします。

保有株式数	進呈ポイント数
100~199株	☆2,000ポイント
200~299株	☆2,000ポイント
300~499株	☆3,000ポイント
500株以上	☆5,000ポイント

※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。

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1,500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。

■優待商品一例

◎5,000pt～



◎3,000pt～



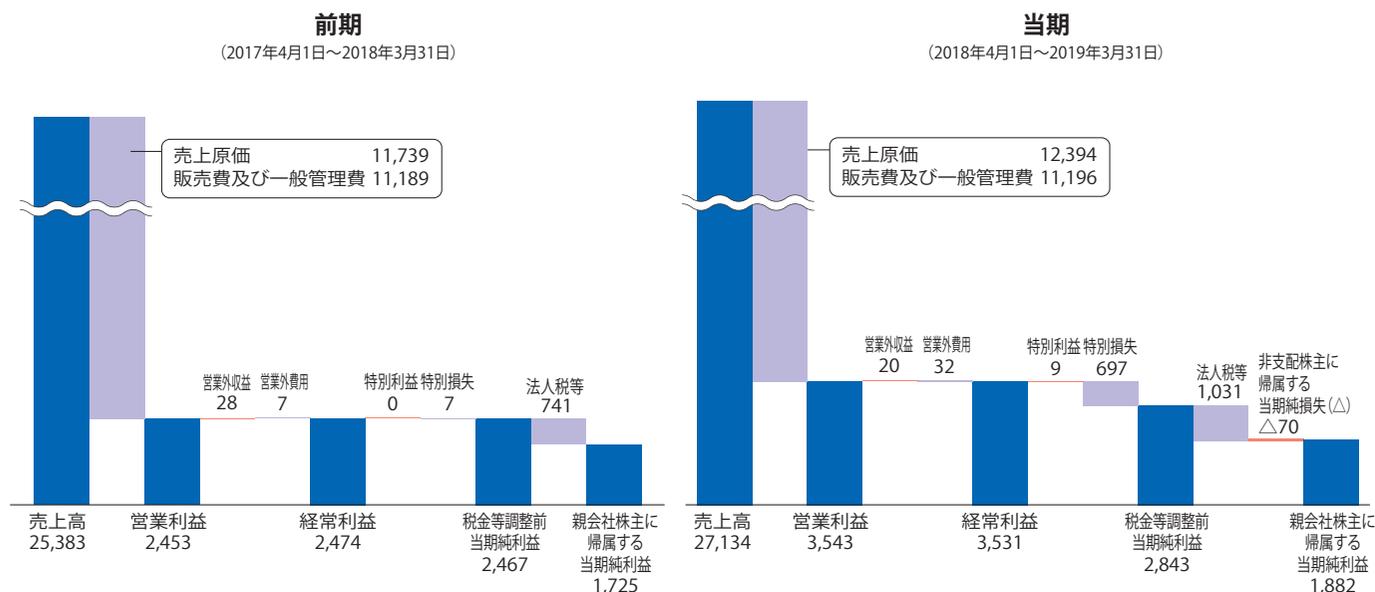
◎2,000pt～



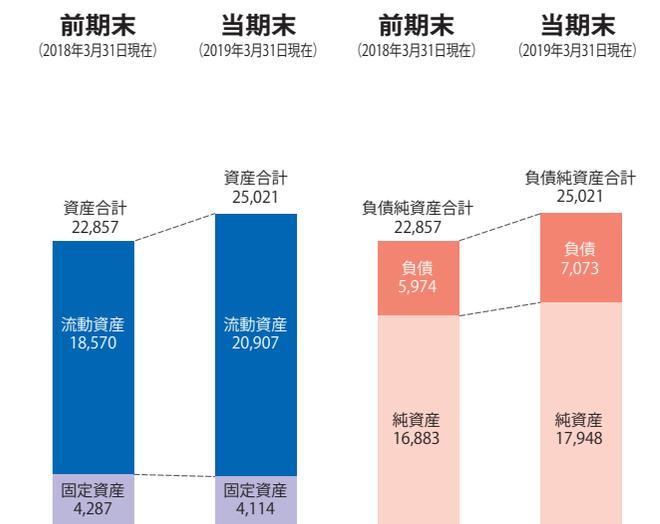
お申込み手続きについて

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2019年5月上旬にお送りしております。ご案内に記載のとおり、Webサイトにてご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すが、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。

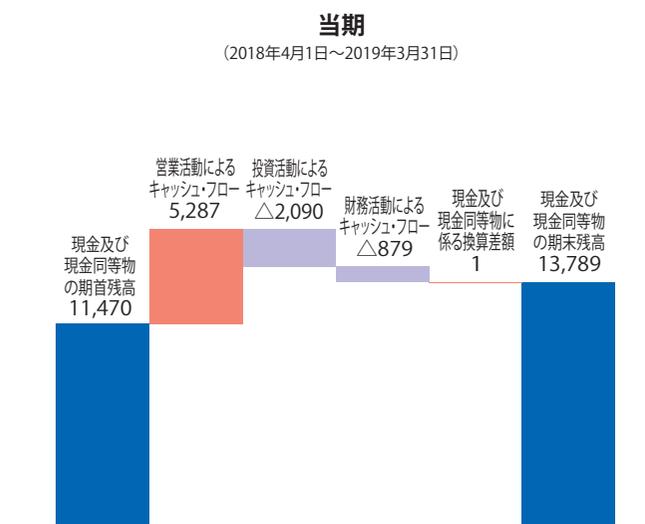
▶ 損益計算書の概要(単位:百万円)



▶ 貸借対照表の概要(単位:百万円)

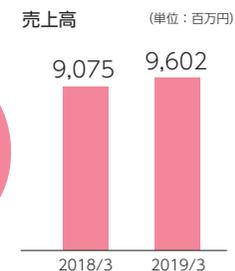
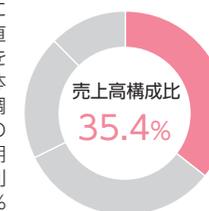


▶ キャッシュ・フロー計算書の概要(単位:百万円)



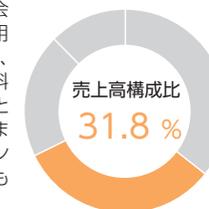
プリントシール事業

3つの新機種発売に加え、販促活動や直営店の新規出店等を積極的に行い、全体のプレイ回数は堅調に推移しました。この結果、売上高は前期比105.8%、営業利益は前期比135.6%となりました。



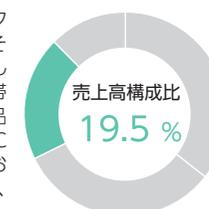
コンテンツ・メディア事業

「ピクトリンク」の入会促進施策と継続利用促進施策により、2019年3月末の有料会員数は164万人と過去最高を更新しました。また、カラーコンタクトレンズの販売も好調に推移しました。



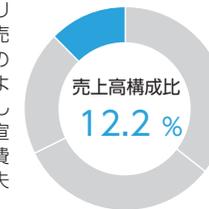
キャラクタ・マーチャライジング事業

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ました。加えて、高価格帯フィギュア等の商品を展開するホビーECサイト「F:NEX」における販売が本格化し、売上に貢献しました。



ゲーム事業

家庭用ゲームのオリジナルタイトル発売や、人気TVアニメの映像ソフト発売等により売上を伸ばしました。開発費や広告宣伝費等については費用を見直し、営業損失の縮小を図りました。



会社概要 (2019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	482名(連結)

役員の状況 (2019年6月26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	行廣昌彦
社外取締役	小竹貴子	
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 (2019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	23,244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	13.01
吉田真人	1,620,000	5.73
三嶋隆	1,620,000	5.73
風流商事株式会社	1,450,000	5.12
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	1,102,200	3.90
稲毛勝行	1,080,000	3.82
フリー社員持株会	1,040,500	3.68
溝上耕史	800,000	2.83
中村真司	788,200	2.79
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	697,800	2.47

※持株比率は自己株式(325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	プライズ(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

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

WEBサイトのご案内

当社のコーポレートサイトでは、セグメント別の事業内容をはじめ最新のIR情報など、様々な情報を掲載しています。ぜひご活用ください。

主な掲載コンテンツ

- 会社情報
- ニュースリリース
- 事業紹介
- IR情報
- 採用情報

<https://www.furyu.jp>



フリー 検索

QRコードはこちら



フリー株式会社