



***BUSHIROAD***

# 事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年12月

株式会社ブシロード

# ***IP DEVELOPER***

新時代のエンターテインメントを創出する

Creating New Forms of Entertainment for the Future

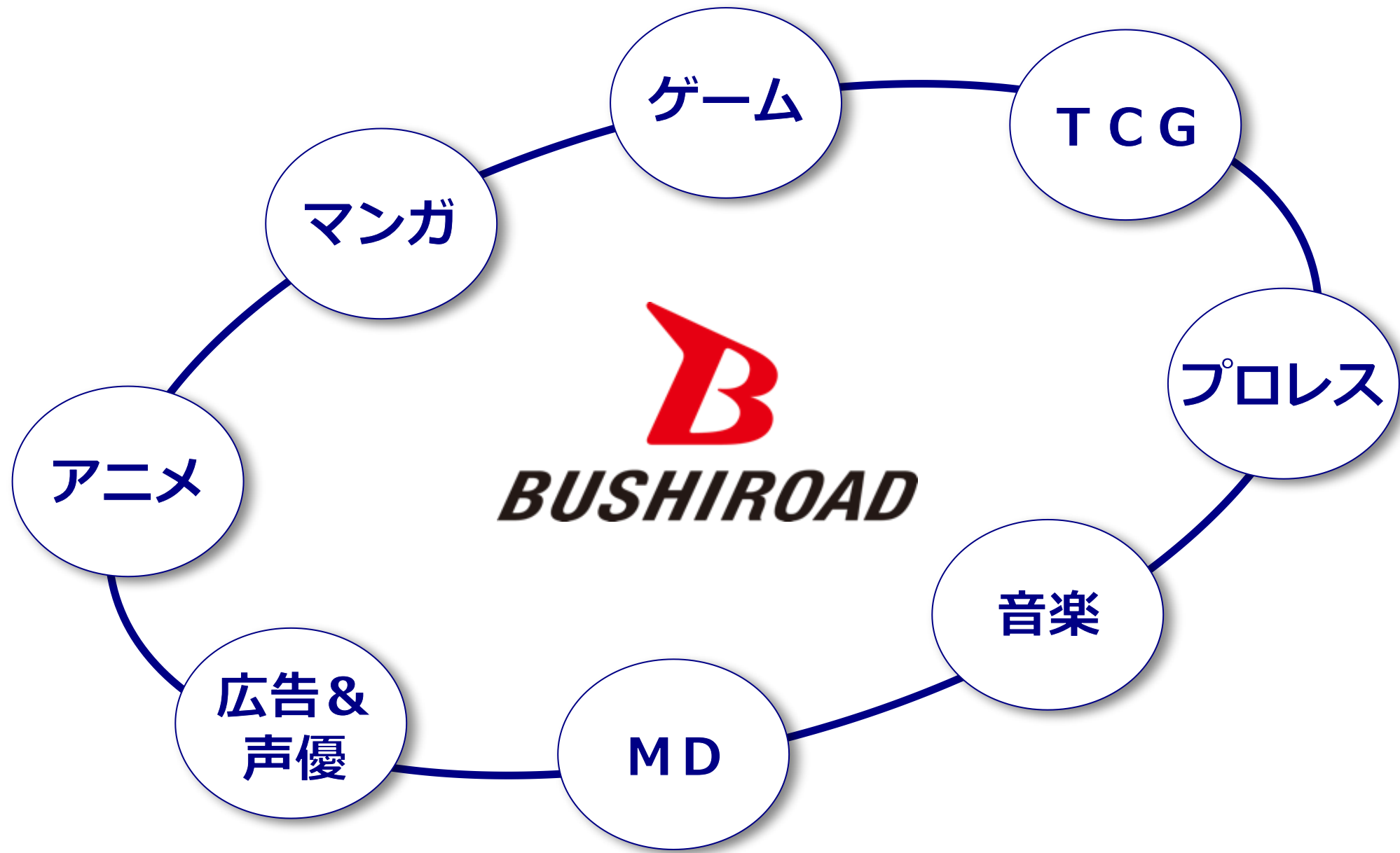
**I**ntellectual **P**roperty(=知的財産)

当社では、作品・キャラクターなど幅広い意味を指します。



会社名	株式会社ブシロード (英語表記 Bushiroad Inc.)
設立	2007年5月18日
本社所在地	東京都中野区中央1丁目38-1 住友中野坂上ビル2F
代表者	木谷 高明 (代表取締役会長) 橋本 義賢 (代表取締役社長)
従業員数	633名 (2021年6月末時点/連結)
売上高	325.7億円 (2021年6月末時点/連結)
事業内容 (連結)	TCG・デジタルゲーム・MDの企画・開発・発売 マンガ・アニメの企画・制作・プロデュース業務 広告代理店業務、声優事務所の運営 音楽コンテンツ・プロレス興行の企画・制作

# 当社の8つのビジネス領域



## デジタルIP事業

<TCG部門/MOG部門/MD部門/メディア部門>



**株式会社ブシロード**  
TCG部門(トレーディングカードゲームの企画、開発、発売)  
MOG部門(デジタルゲームの企画、開発、発売)  
MD部門 ※2021/7/1付で株式会社ブシロードクリエイティブに吸収分割  
メディア部門(委員会収入管理等)  
IPの企画・開発・プロデュース



**株式会社ブシロードクリエイティブ**  
MD部門  
(グッズの企画、開発、発売)  
(グッズ販売イベントの企画、運営)  
(ECサイトの運営)



**株式会社ブシロードメディア**  
メディア部門  
(雑誌・書籍制作)  
(WEBコミックサイトの運営)



**株式会社ブシロードムーブ**  
メディア部門  
(広告代理店)  
(イベント制作)  
(音響・映像制作)  
(声優事務所「響」)

**株式会社フロントウイングラボ**  
メディア部門  
(アニメーション制作)

**株式会社キネマシトラス (関連会社)**  
メディア部門  
(アニメーション制作)

**株式会社ゲームビズ**  
メディア部門  
(ニュースサイトの運営)

**株式会社リング・フランカ (関連会社)**  
メディア部門  
(コンテンツ電子配信サービス)

海外

**Bushiroad International Pte. Ltd.**  
海外での当社製品の販売  
TCG部門(TCGの開発、発売)  
ゲーム部門(ゲームのローカライズ)

**Bushiroad USA Inc.**  
米国での当社製品の販売

## ライブIP事業

<音楽部門/スポーツ部門>



**株式会社ブシロードミュージック**  
音楽部門  
(音楽コンテンツの企画、制作、管理)  
(ライブやイベントの制作、運営)



**株式会社ブシロードミュージック・パブリッシング**  
音楽部門  
(音楽著作物の著作権に関する管理)  
(音楽著作物の利用の開発)  
(楽譜の出版)



**新日本プロレスリング株式会社**  
スポーツ部門  
(プロレスリングの興行)  
(グッズの企画、販売)  
(映像コンテンツの制作、配信)  
(ファンクラブの運営)



**株式会社ブシロードファイト**  
スポーツ部門  
(女子プロレスリングブランド「スターダム」の事業運営)



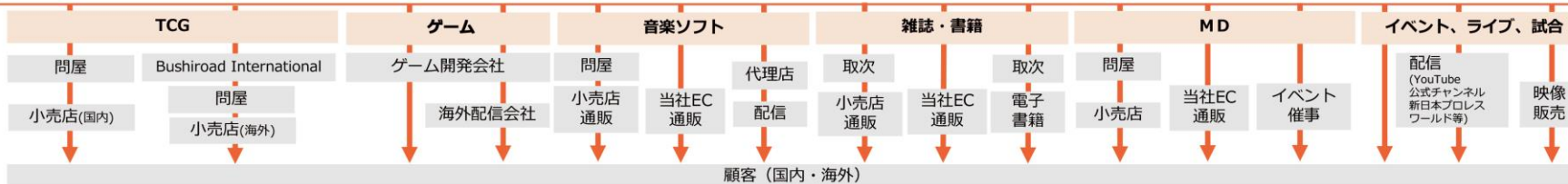
**株式会社劇団飛行船**  
音楽部門  
(マスクプレイミュージカルの企画・制作・公演事業等)



**株式会社ソプラティコ**  
スポーツ部門  
(フィットネスクラブ事業)



**New Japan Pro-Wrestling of America, Inc.**  
スポーツ部門  
(北米地域におけるプロレスリングの興行、グッズ販売等)



## カードファイト!! ヴァンガード

アニメ、コミカライズ、アプリと様々なメディアミックスを展開する自社IPトレーディングカードゲーム。



## ヴァイスシュヴァルツ

120を超えるアニメ・ゲーム作品（IP）が参画するIPプラットフォーム型トレーディングカードゲーム。



## 大規模リアルイベントの開催

国内外の様々な地域でファンが交流するリアルイベントを開催。カードゲームの大会やトークショーなどが行われる。



## バンドリ！ ガールズバンドパーティ！

自社IP「**Bang Dream!**」(バンドリ!)のメディアミックスのひとつとして展開するモバイルオンラインゲーム。通称「ガルパ」



## D4DJ Groovy Mix

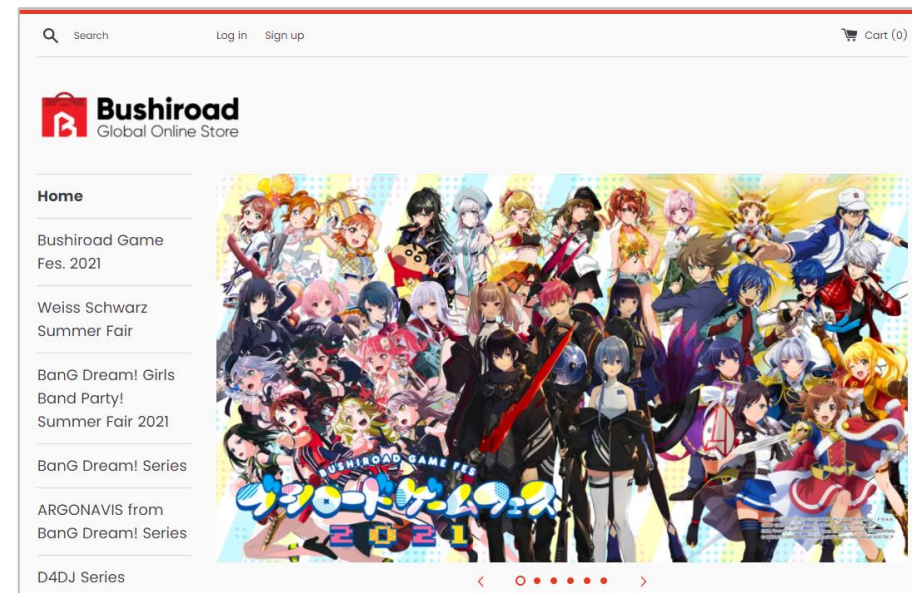
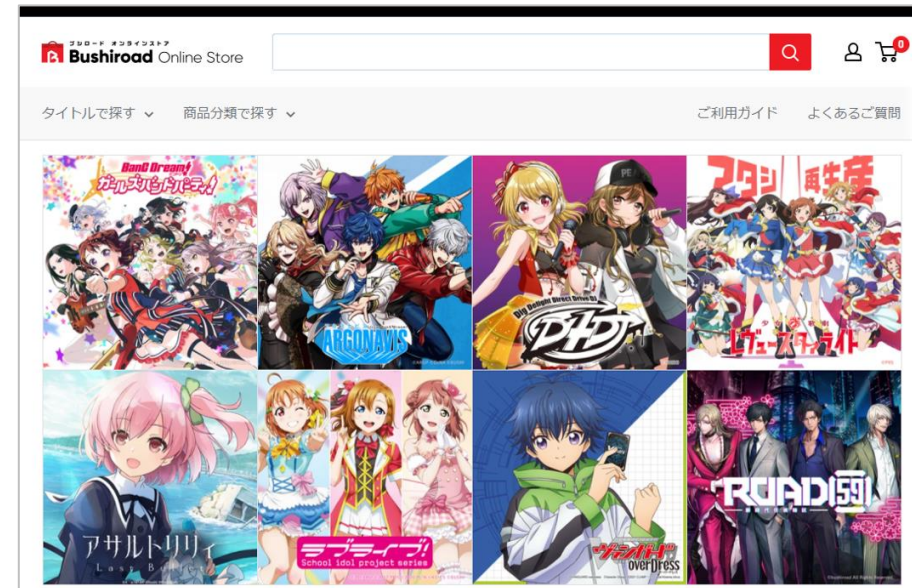
自社IP「**D4DJ**」(ディーフォーディージェー)のメディアミックスのひとつとして展開するモバイルオンラインゲーム。通称「グルミク」



# 事業の内容 - デジタルIP事業 - MD部門

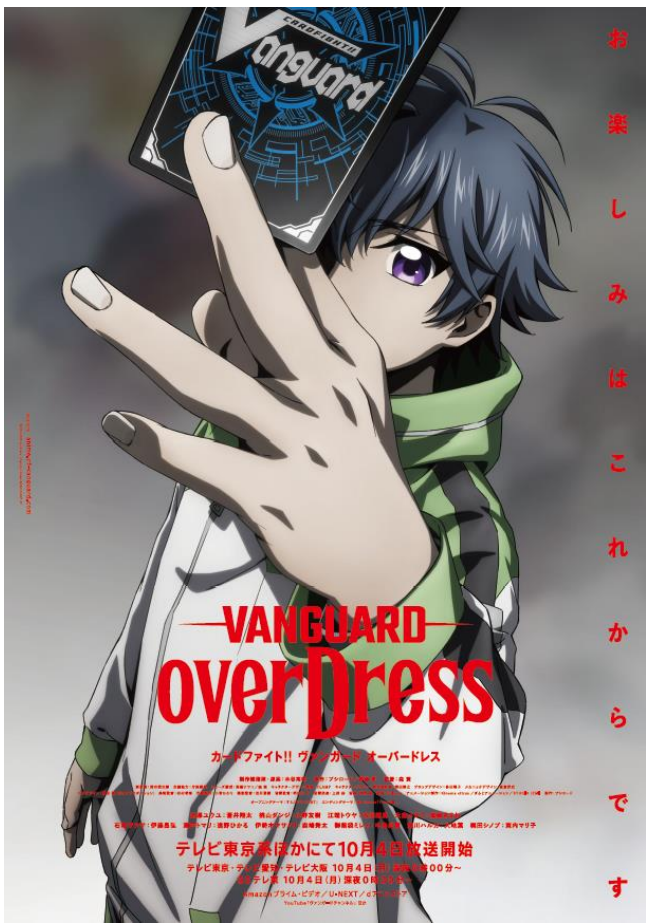
自社IP・他社IPのアニメ・ゲーム・タレントなどキャラクターグッズ、カプセルトイの企画、開発、発売、ならびに物販催事企画などのマーチャンダイジング事業を展開。

国内ECサイト「ブシロード オンラインストア」および越境ECサイト「Bushiroad Global Online Store」を運営。





WEBコミックサイトの運営、雑誌・書籍の出版  
 アニメ制作、製作委員会・著作権の収入管理  
 広告代理店事業、声優事務所「響-HiBiKi-」の運営  
 ニュースサイトの運営、音響制作など、多岐に渡った業務を実施。



VOICE ACTRESS 女性所属声優	VOICE ACTOR 男性所属声優	NEWS お知らせ	COMPANY 会社概要	CONTACT お問い合わせ
VOICE ACTRESS 所属女性声優				
 橋田 いずみ Izumi Kitata	 三森 すずこ Suzuko Mimori	 佐々木 未来 Miko Sasaki	 愛美 Aimi	
 伊藤 彩沙 Ayasa Ito	 西本 りみ Rimi Nishimoto	 相羽 あいな Aina Aiba	 紡木 吏佐 Risa Tsunagi	
 遠野 ひかる Hikaru Tono	 進藤 あまね Amane Shindo	 西尾 夕香 Yuka Nishio	 美波 わかな Wakana Minami	



## 事業の内容 - ライブIP事業 - 音楽部門

**バンドリ!・D4DJ**などの自社IPを中心に  
**音楽ライブ**やイベントを積極的に運営。

楽曲の各種配信や著作権管理のほか、  
楽曲CDやライブ映像のBlu-rayなどの  
音楽ソフトを自社流通で発売。



## 事業の内容 - ライブIP事業 - スポーツ部門

世界中からの注目を集める「**新日本プロレスリング**」と女子プロレス「**スターダム**」の2団体を運営。



**新日本プロレスリング株式会社**



**STAR DOM**  
WORLD WONDER RING

# 1. IPビジネスの現状

2. IPディベロッパー戦略の3つの強み

3. 市場規模

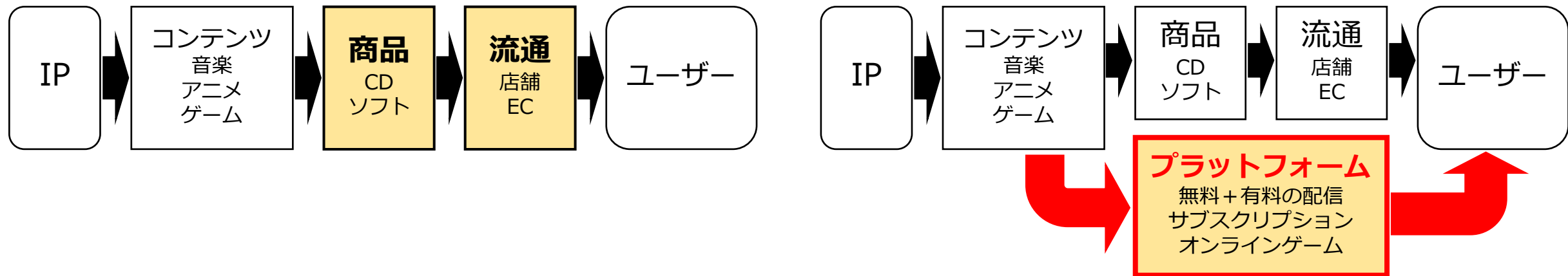
4. 成長戦略

5. 経営指標

6. リスク情報

## ● マネタイズモデルの変化

従来のコンテンツを販売して収益を上げるモデルに対し、サービスを提供して収益を上げるモデルが台頭。



## ● 興味の一極集中化&ブームの一過性化

「みんなが興味のあることに興味を持つ」ことで、中小IPは認知されず、強いIPがより強さを増す。

ユーザーが受け取る情報量・スピードが増大し、強いIPでも興味を持続させることが難しい環境に。

1. IPビジネスの現状

## 2. IPディベロッパー戦略の3つの強み

3. 市場規模

4. 成長戦略

5. 経営指標

6. リスク情報



① IPクリエイション

時代を先読みする創造力



② プロモーション

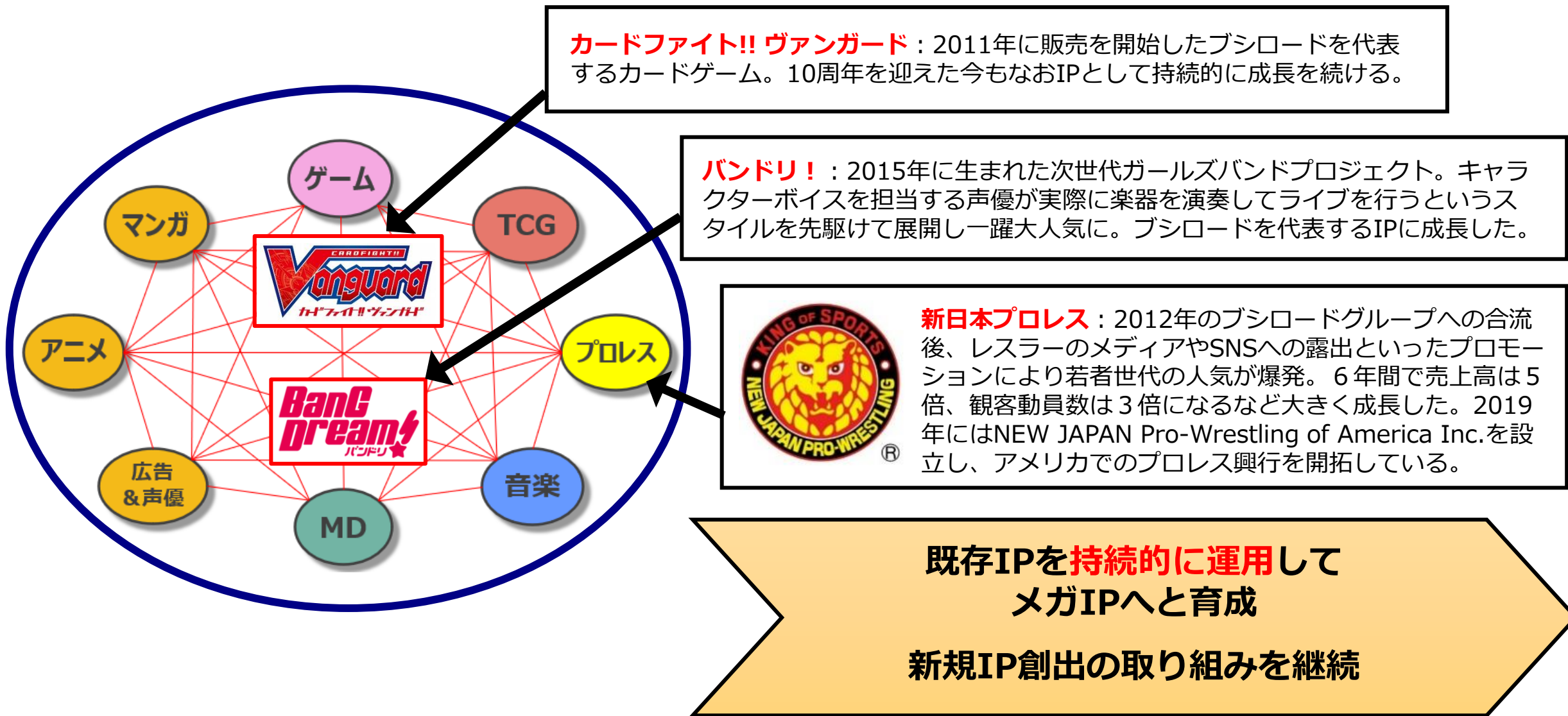
ずば抜けた展開力とプロモーション力



③ IP活用プラットフォーム

IP価値を高めるプラットフォーム構築力

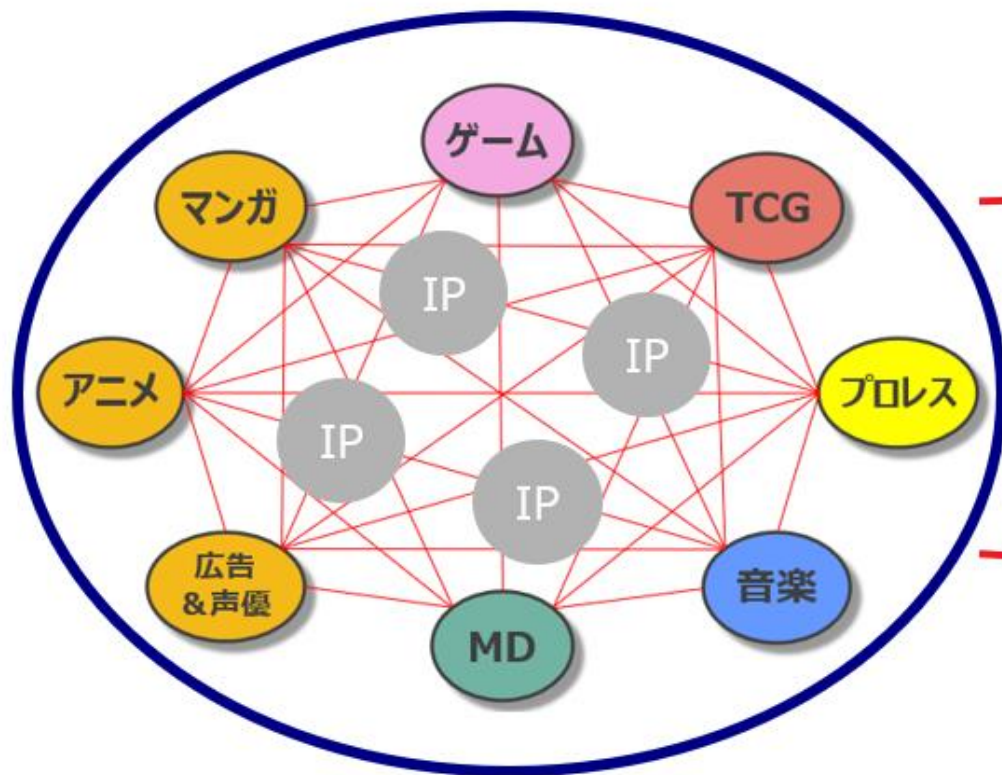
独創的なアイデアで流行を先取りし、**新規IPを生み出し**、**くすぶるIPを再燃させる**



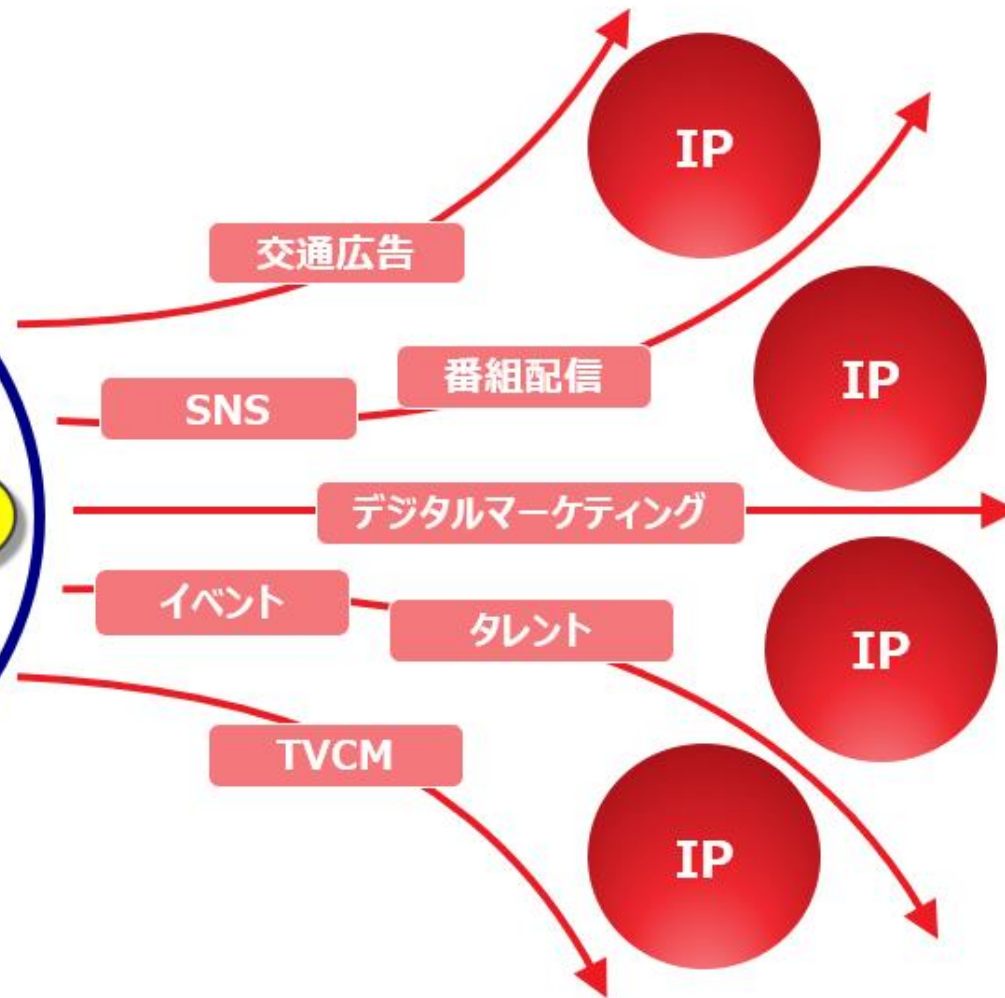


# IPディベロッパーの3つの強み - プロモーション

**メディアミックス**：IPを企画・開発できる環境を自社内で構築。8つのビジネス領域を相互活用し、新規IPを立ち上げ、持続的に運用する。



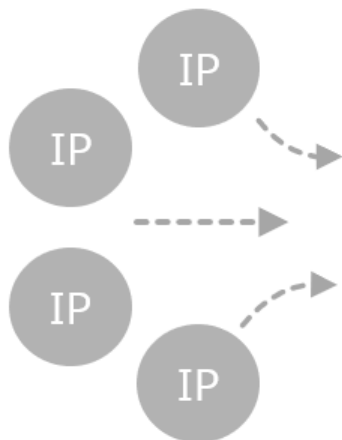
**プロモーションミックス**：多方面への宣伝・販促を自社主導でスピーディーに実現し、メガIP化を推進する。



# IPディベロッパーの3つの強み - IP活用プラットフォーム

**IP活用プラットフォーム**：自社IPを創出するノウハウ・長年の実績により築いた信頼により、ライセンサー企業とのWin-Win関係を構築し、有力な他社IPが集結するプラットフォームを形成。協業により参画するIPの価値を高めるとともに、プラットフォーム全体の価値を向上させる。

## ヴァイスシュヴァルツの例



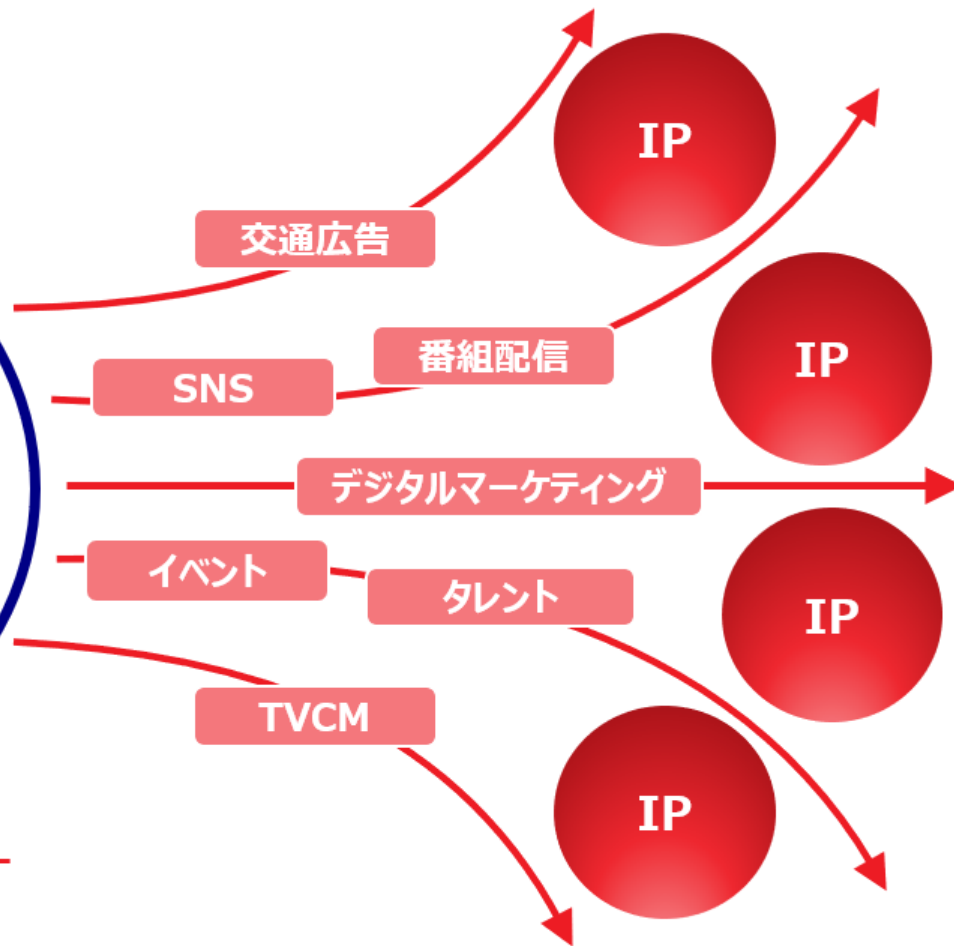
### トレーディングカードゲーム「ヴァイスシュヴァルツ」

- 14年間の販売・協業実績
- 100以上の自社・他社IPが参画
- 最新の人気IPがタイムリーに参画
- キャラクターTCGのトップシェア
- ロイヤリティ収益とプロモーションで参画IPの価値を高める

※2021年8月現在



## IP活用プラットフォーム



# 競合環境

多くのエンターテインメント事業社は、大手企業を含めて特定のビジネス領域に注力しています。ブシロードは、IPを軸として幅広いビジネス領域をカバーすることで、クロスメディアの強みを発揮して、他社との差別化を実現しています。



他社の記載については、他社公表資料等を基にの当社が作成。

     : 特に競争優位性を有する領域
 ←====→ : コア領域
 ←---→ : ノンコア領域

1. IPビジネスの現状
2. IPディベロッパー戦略の3つの強み

## 3. 市場規模

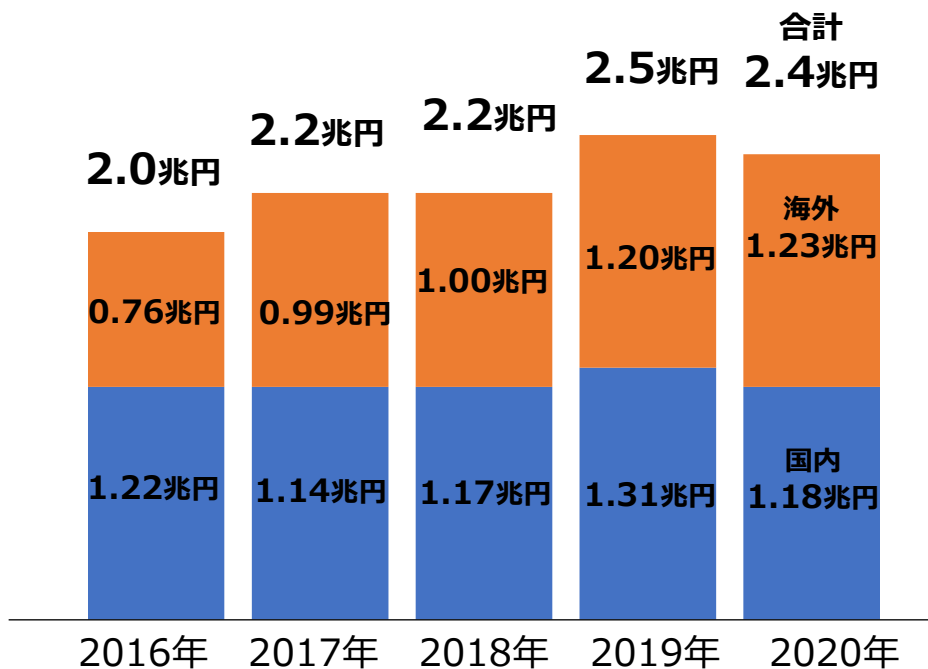
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

# 市場規模

## 日本アニメの市場規模

**海外に向けた市場が右肩上がりに成長し、**  
国内市場と逆転している。

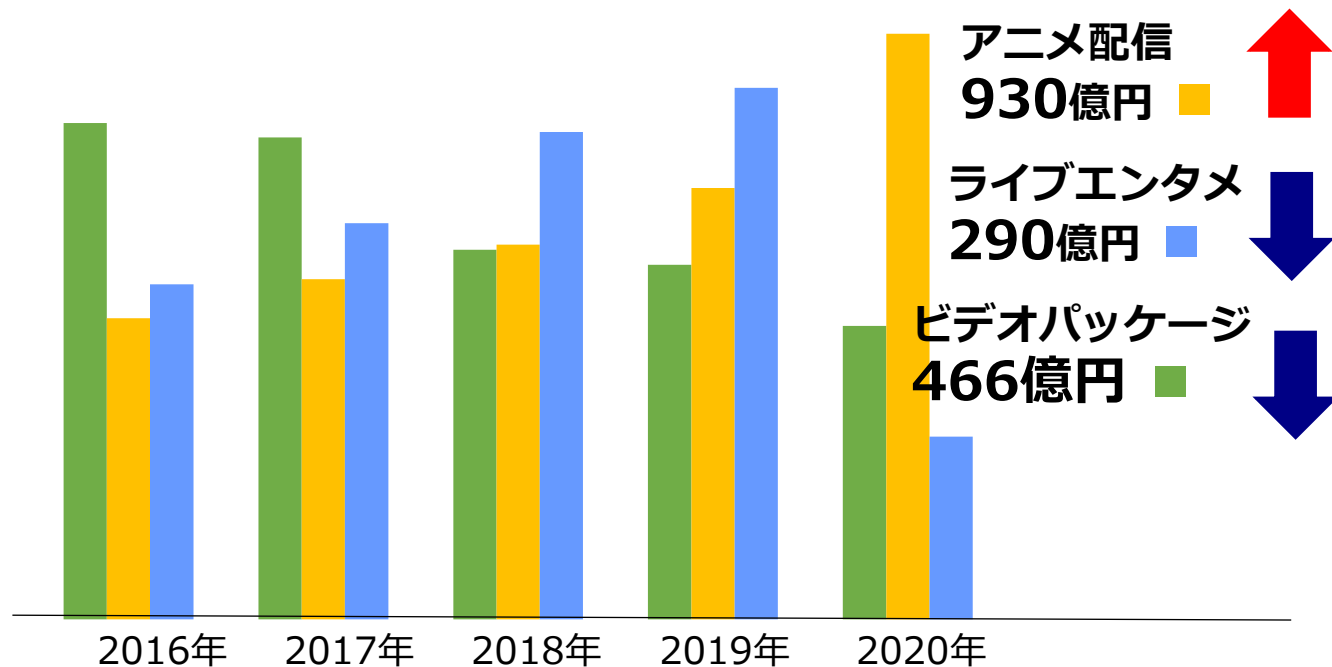
東アジアを中心とした日本アニメの浸透が、次第に世界へ広がっており、この傾向は配信チャンネル等の視聴環境・機会の増加によりさらに拡大すると推測している。



## 日本アニメの国内における各分野の市場規模

**アニメの視聴習慣の変化**が急速に進んだことによって、アニメ配信市場が大きく伸長した。映像配信サービスに対する需要は増えており、アニメ配信市場の勢いは今後も加速すると推測している。

ライブエンタメは2019年まで右肩上がりに成長してきたが、2020年はコロナ禍の影響を大きく受けている。

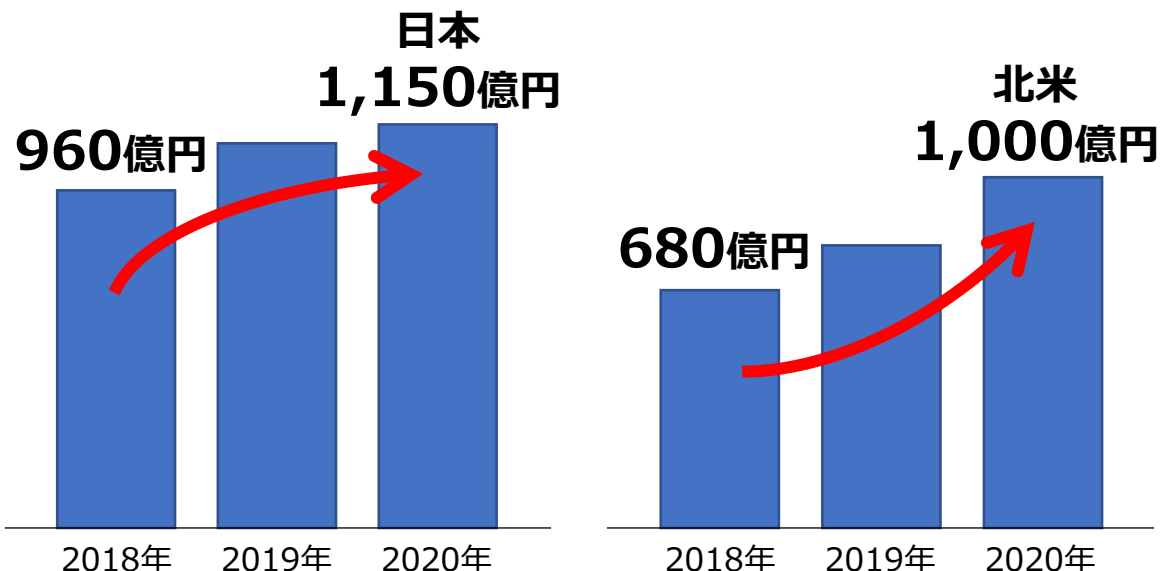


# 市場規模

## TCGの市場規模

日本国内の市場は成熟しており成長はゆるやかである。一方で新規参入は難しい環境となっており、当社にとっては安定した売上を確保できる市場となる。

北米の市場は日本よりも歴史は長いものの右肩上がりに成長しており、当社の売上拡大の可能性を示している。

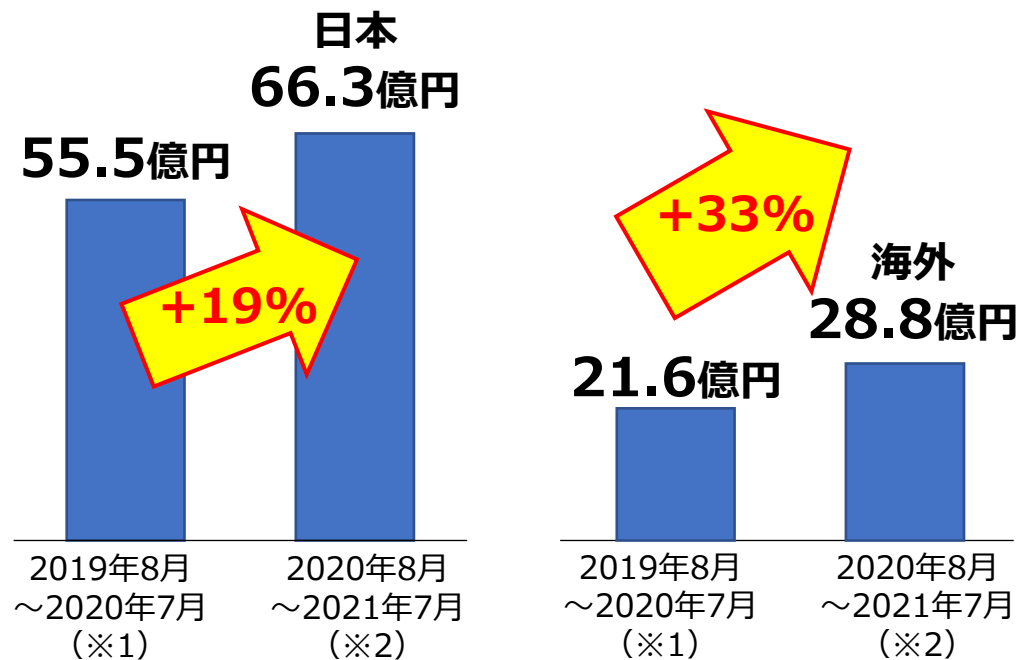


日本市場のグラフは「メディアクリエイト総研 “Monthly Trading Card Game Research Data”」のデータを当社が集計して作成。北米市場のグラフは「ICv2 “HOBBY GAME SALES OVER \$2 BILLION IN 2020”」においてCOLLECTIBLE GAMESの売上高として示されているデータを当社が集計して作成。

## ブシロードのTCGの売上高

日本国内の売上高は、市場の成長スピードに概ね比例して増加している。

海外の売上高は、日本アニメの浸透が進んでいる東アジアを中心に大きく伸長しており、全世界的に日本アニメが広がることでさらなる伸長が期待できる。



※1 当社2020年7月期の12ヶ月間

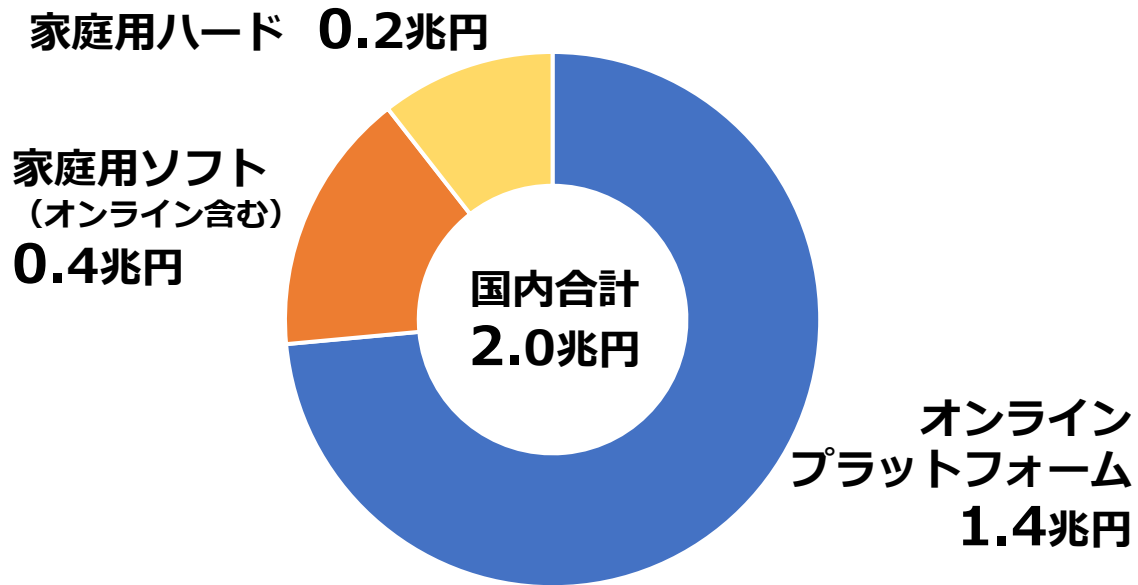
※2 当社2021年6月期の11ヶ月間に翌月2021年7月を加えた12ヶ月間

# 市場規模

## 国内のゲームコンテンツの市場規模

2020年の国内市場は、2019年の約1.7兆円から約16%増となり、はじめて**2兆円を突破**。

オンラインプラットフォームの大半を占めるゲームアプリ市場が約1.3兆円と前年比約8%増、家庭用ソフトのオンライン市場も前年比でほぼ倍増の約0.2兆円となるなど、**オンライン分野の成長**が続いている。

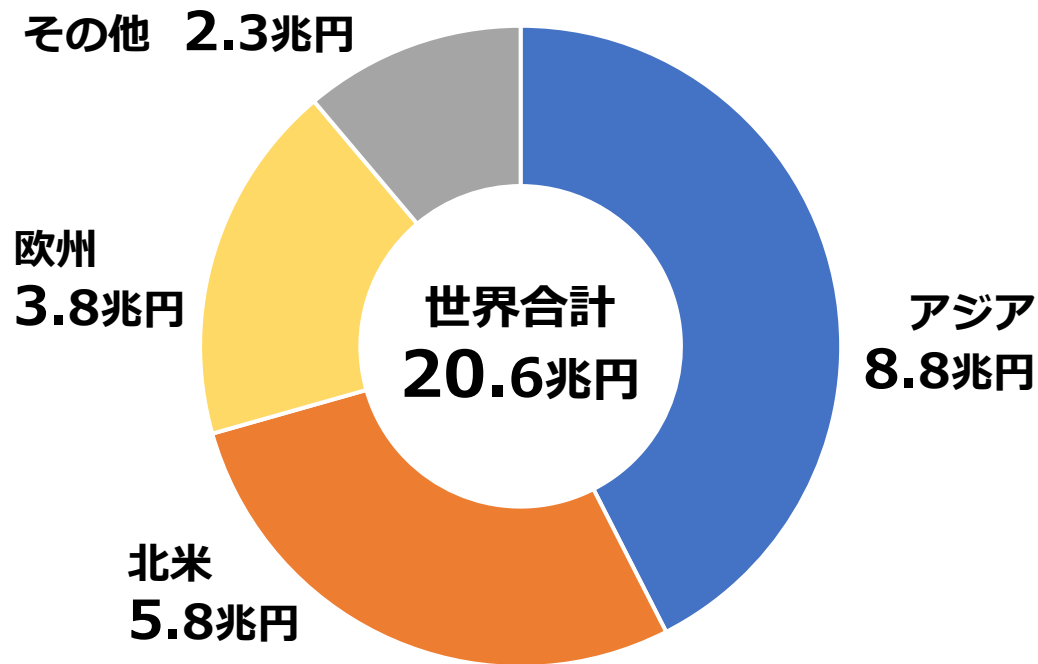


国内のゲームコンテンツの市場規模 (2020年)

## 世界のゲームコンテンツの市場規模

2020年の世界市場は、2019年の約15.7兆円から**約32%増と大幅に伸長**し、はじめて**20兆円を突破**。

最も大きな市場であるアジアにおいても、東南アジアやインドへの急速な浸透により前年比で約20%拡大している。



世界のゲームコンテンツの市場規模 (2020年推計)

# 市場規模

## 新日本プロレスの視聴環境

### 国内の視聴環境



国内地上波 2 番組・BS 1 番組を**毎週100万世帯が視聴**  
「ABEMA」の格闘チャンネルにて新日本プロレスの大会  
中継を2021年4月より開始

※各番組の視聴率をもとに当社が試算



「新日本プロレスワールド」  
**10万人規模の有料視聴者数を維持**

※国内・海外の有料視聴者数の合計

### 海外の視聴環境



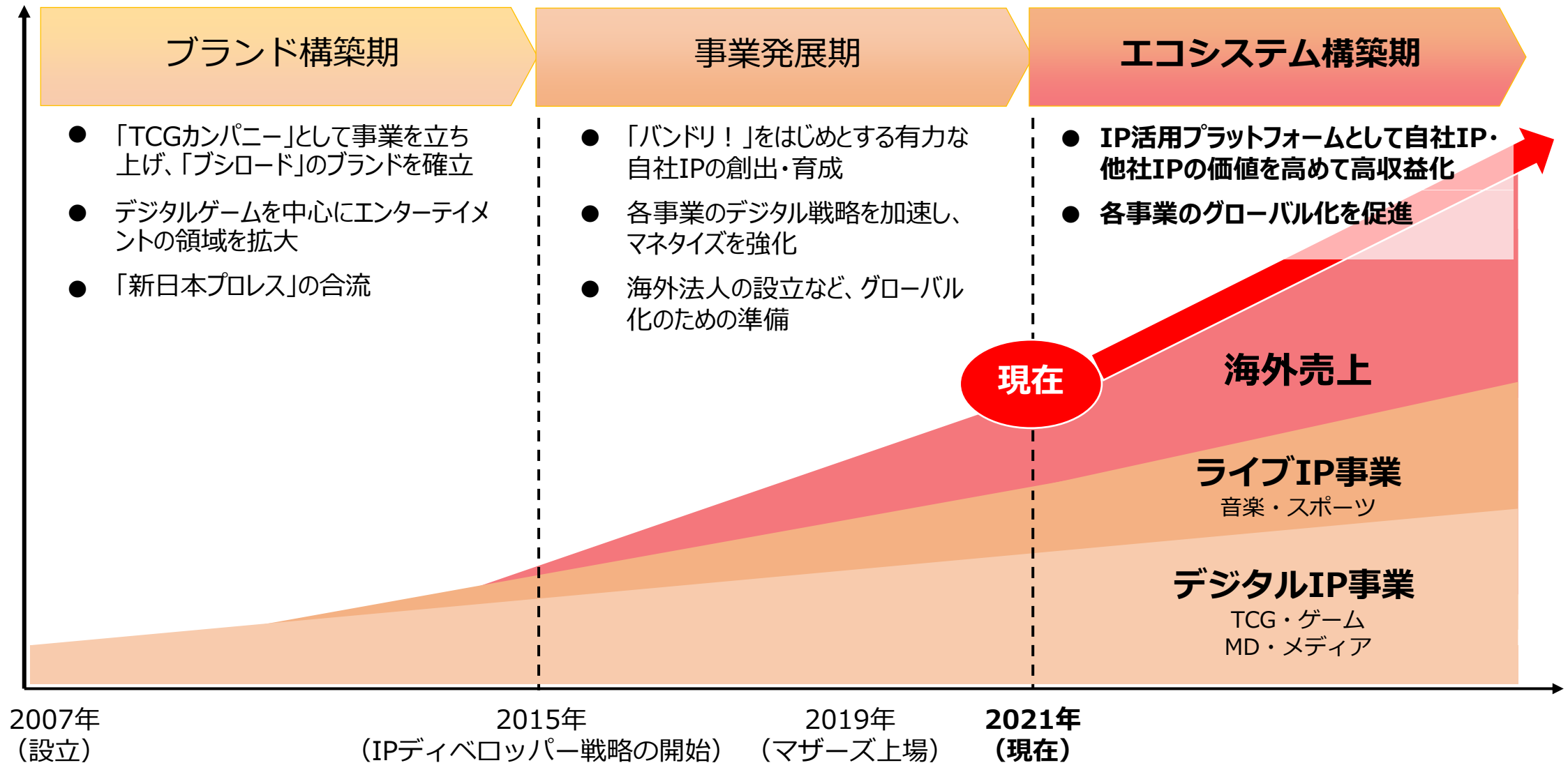
「The Roku Channel」

ユーザー数4,000万人以上を有する  
アメリカのストリーミングサービス大手  
AVOD (広告付き動画配信サービス) を提供



1. IPビジネスの現状
2. IPディベロッパー戦略の3つの強み
3. 市場規模
- 4. 成長戦略**
5. 経営指標
6. リスク情報

## ブシロードの成長戦略イメージ



① 8つの領域において独自の事業基盤を構築・確立

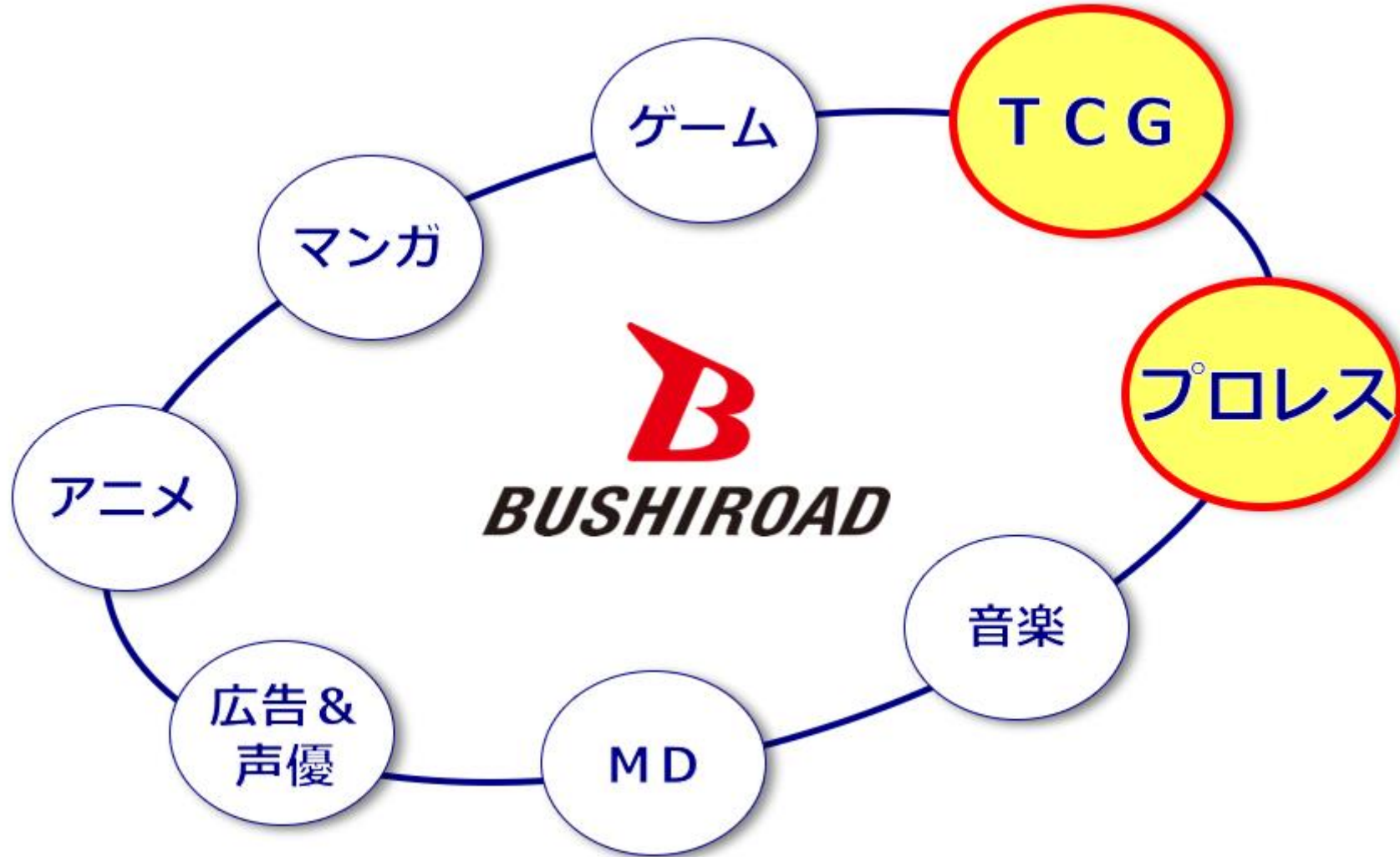
② TCG、プロレスを中心とした更なる強化

③ IPディベロッパー2.0の遂行

⇒ メガIPへの育成、IP活用プラットフォームの確立、グローバルマーケティングの強化

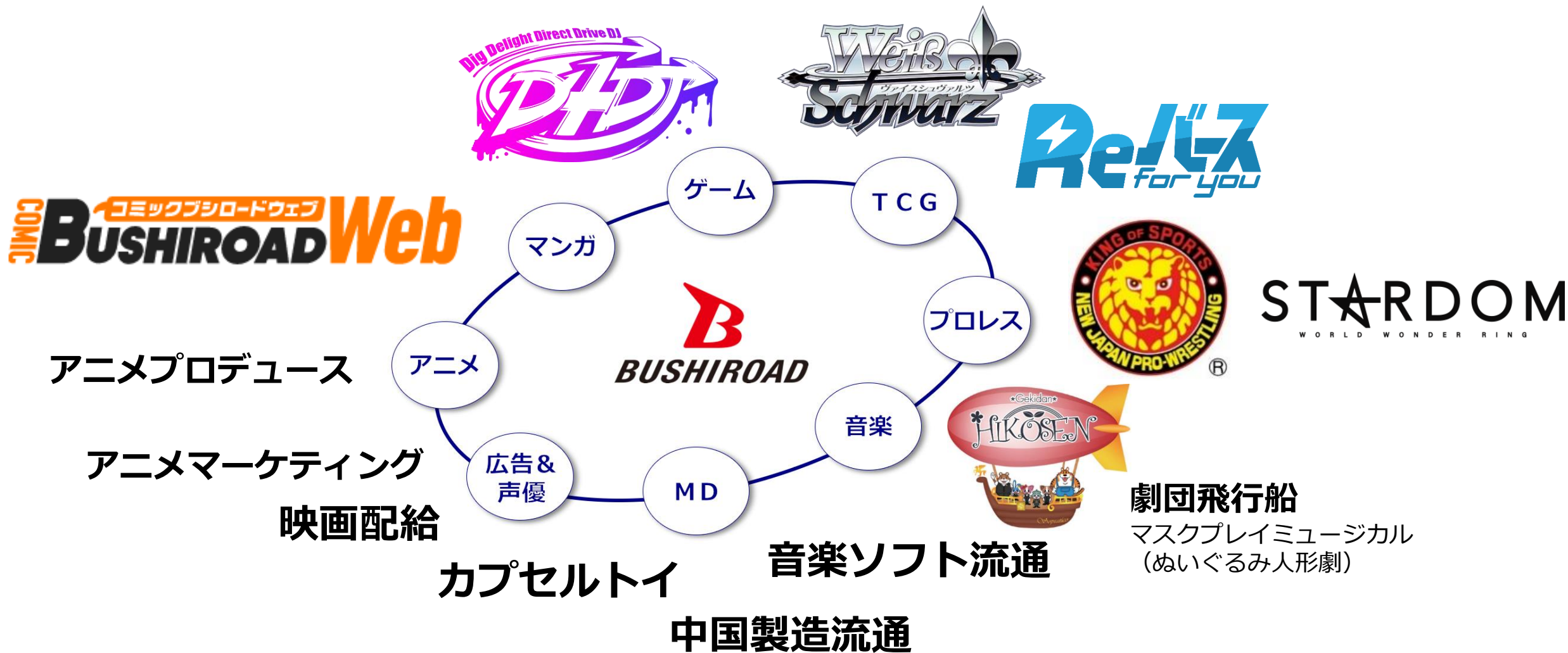
(セグメント)	(サブセグメント)	8つの領域	持続的運用によるメガIP化	独自の基盤・IP活用プラットフォーム
デジタルIP 事業	TCG部門	1 TCG	<b>ヴァンガード バンドリ! D4DJ</b> アサルトリリィ 少女☆歌劇 レヴュースタァライト アルゴナビス ROAD59 D_CIDE TRAUMEREI	ヴァイスシュヴァルツ、Reバース
	ゲーム部門	2 ゲーム		D4DJ (グルミク)、コンソールの展開
	MD部門	3 MD		カプセルトイ、キャラクターグッズ 中国・北米での製造流通、GLOBAL EC
	メディア部門	4 マンガ		コミックブシロードWEB
		5 アニメ		アニメプロデュース、原作開発、原画
	6 広告&声優	アニメマーケティング、音響、映画配給 声優キャスティング、クレジットカード 響ラジオ		
ライブIP 事業	音楽部門	7 音楽	バンド・DJ、音楽ソフト流通 マスクミュージカル、舞台	
	スポーツ部門	8 プロレス	新日本プロレス、スターダム	日米での並行興行、新日本プロレスワールド

- ① 8つの領域において独自の事業基盤を構築・確立
- ② TCG、プロレスを中心とした更なる強化

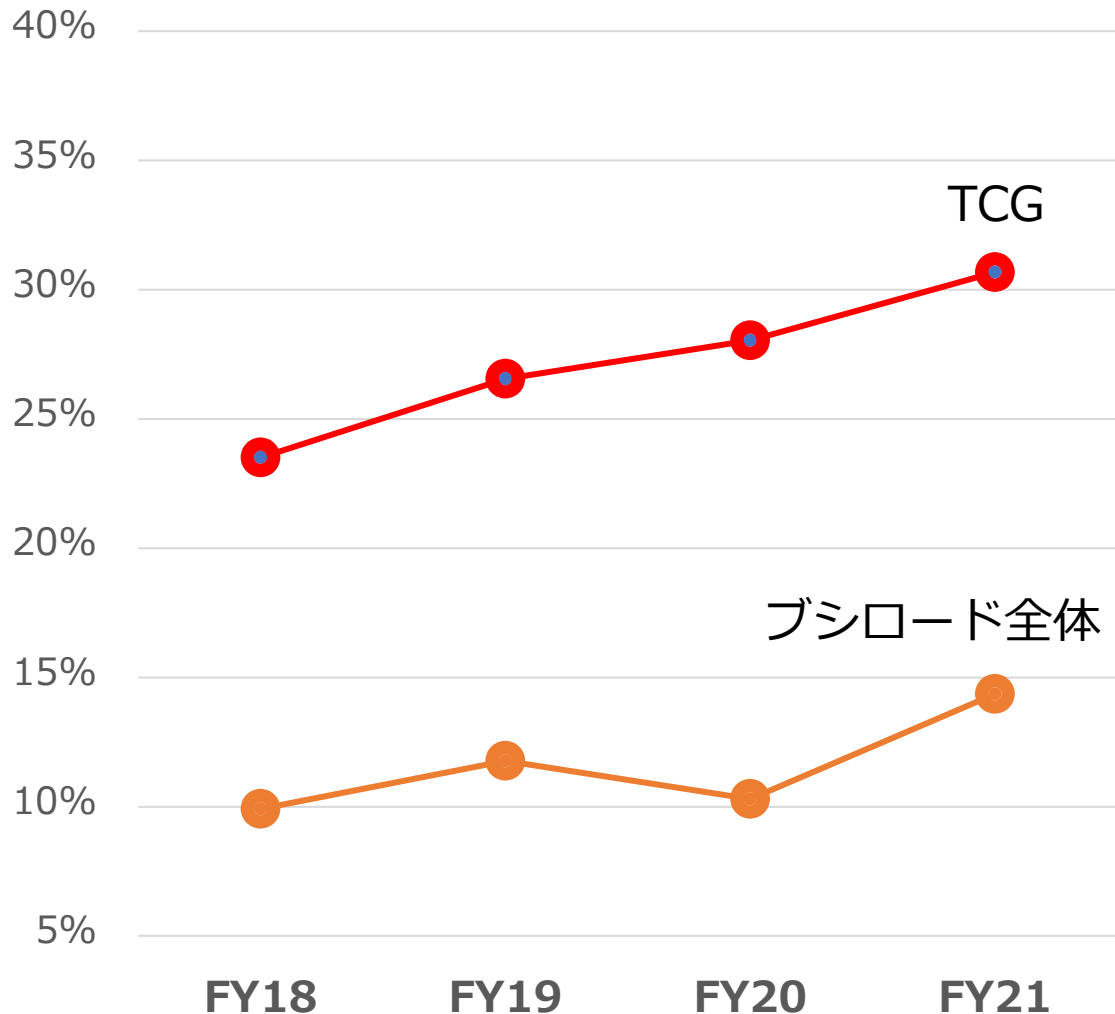


### ③ IPディベロッパー2.0の遂行

⇒メガIPへの育成、IP活用プラットフォームの確立、  
グローバルマーケティングの強化



グローバル・マーケティングの強化により、  
各ビジネス領域において海外売上比率の増加を目指します。

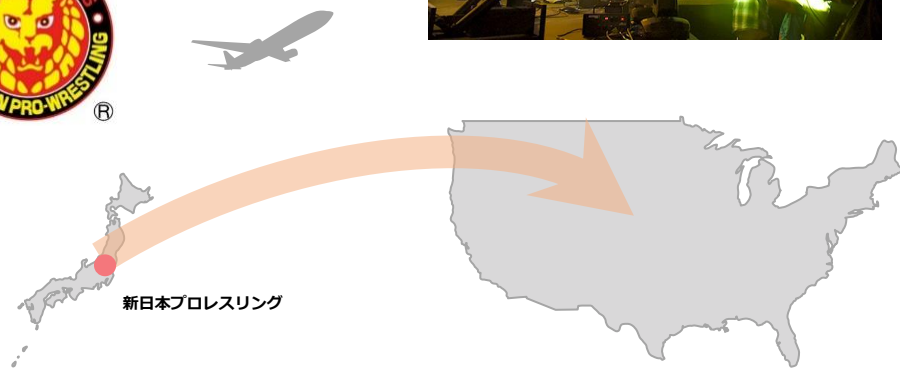


ブシロード全体の海外売上比率は現在の約15%から  
**2025年6月期までに20%程度**に引き上げ、特に  
TCGでは、東アジア・北米での売上規模を拡大する  
ことで、現在の約31%から**2025年6月期までに  
40%程度**に引き上げることを目標としております。

## 新日本プロレスリングの海外戦略：日米での興行並行開催

### 【従来】

日本で行われている興行をそのままアメリカで開催するのみで、国内での機会損失や移動費を含め高コストだった。

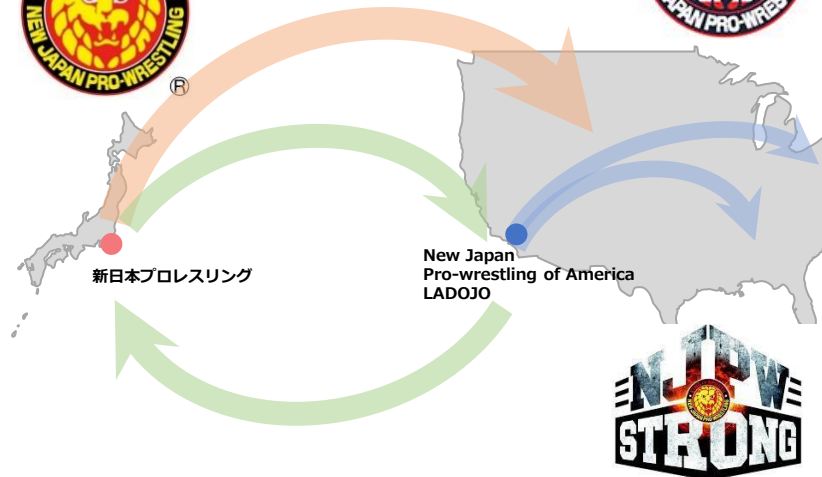


### 【現在】

現地法人及び道場を拠点に2020年8月よりアメリカ在住の選手を中心とした無観客大会「NJPW STRONG」を毎週配信。また、2021年8月より米国各地での有観客大会も再開。

### …【将来】

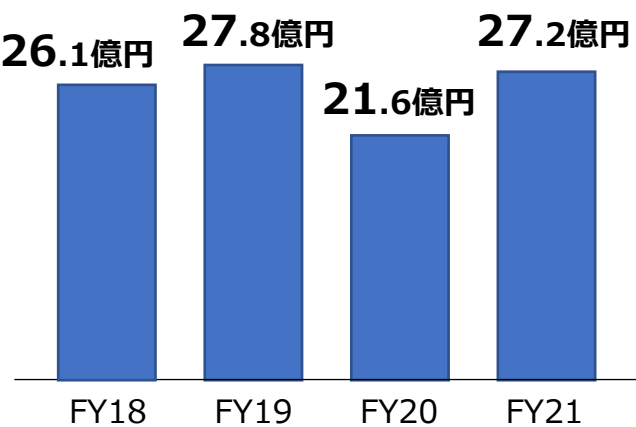
従来の日本で行われている興行をアメリカで開催することに加えて、日米での興行並行開催も可能とし、ダブルで収益を得られ、選手の相互参戦なども実現できる。



# 成長戦略

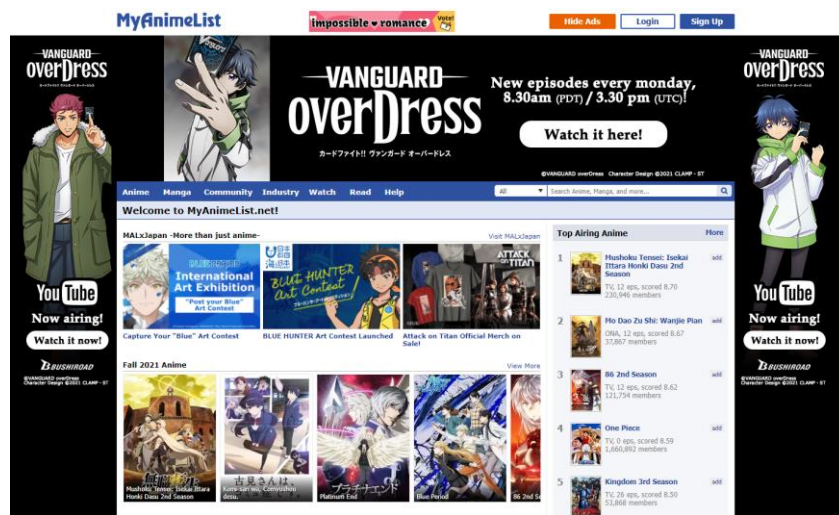
## 成長戦略の具体的な施策例

各種動画サイトの普及により日本のコンテンツが受け入れられる世界的な土壌が醸成されてきており、IP活用プラットフォームとして様々なアニメコンテンツが参戦しているTCG「ヴァイスシュヴァルツ」が海外で急速に成長しつつあります。その一環として、弊社は日本アニメ・マンガを専門とするSNSウェブサイト「[MyAnimeList](#)」に出資し、全世界へのプロモーションをより強化しています。



ブシロード TCG海外売上高推移

※2021年6月期(FY21)は11ヶ月間の変則決算



## 小中規模IPの戦略例

女子プロレスブランド「**スターダム**」は、**国内市場No.1**の女子プロレス団体です。今後は市場No.1の強みを活かして、興行の開催都道府県・大会数の増加と地方ビッグマッチの開催により、興行規模をさらに拡大していきます。長期的には映像資産を活用し、グループ内のメディア営業力でコンテンツ売上を柱としていきます。

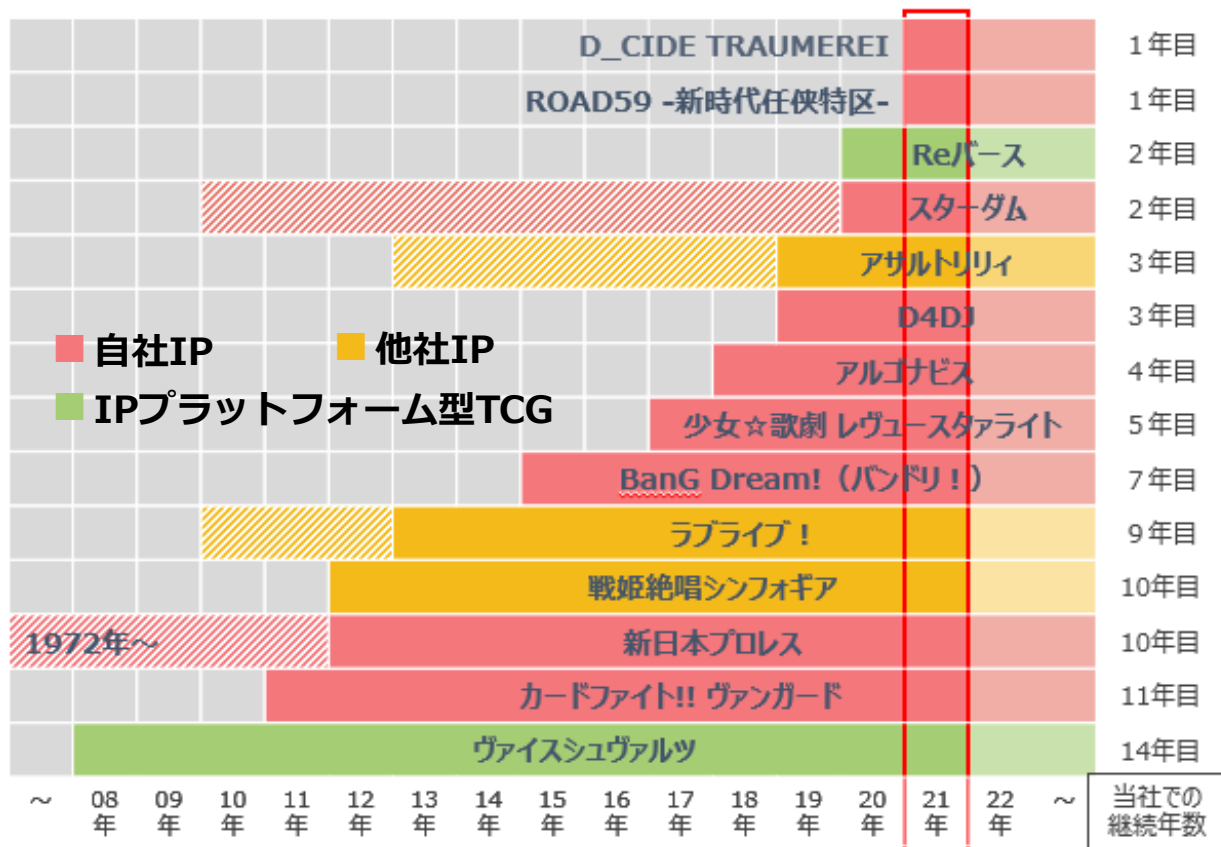




1. IPビジネスの現状
2. IPディベロッパー戦略の3つの強み
3. 市場規模
4. 成長戦略
- 5. 経営指標**
6. リスク情報

**積層型のIPビジネスモデル**を構築する中で、**IPごとのランクを見える化**し、  
Sランク（年商100億円以上）IPを3本以上、Aランク（年商40億円以上）IPを4本以上、  
Bランク（年商10億円以上）IPを5本以上保有することを事業目標としております。

ブシロードが取り組む主なIPおよび継続年数



IPランク（2021年6月期）

Sランク（年商100億円以上）  
該当なし

Aランク（年商40億円以上）  
 BanG Dream!（バンドリ!）  
 ヴァイスシュヴァルツ  
 カードファイト!! ヴァンガード  
 新日本プロレス

Bランク（年商10億円以上）  
 D4DJ  
 ラブライブ!  
 Reバース for you  
 アサルトリリイ  
 戦姫絶唱シンフォギア

※当社グループでの売上高の社内集計数値を基に作成。  
 2021年6月期は11ヶ月決算のため、12ヶ月相当に換算して算出。

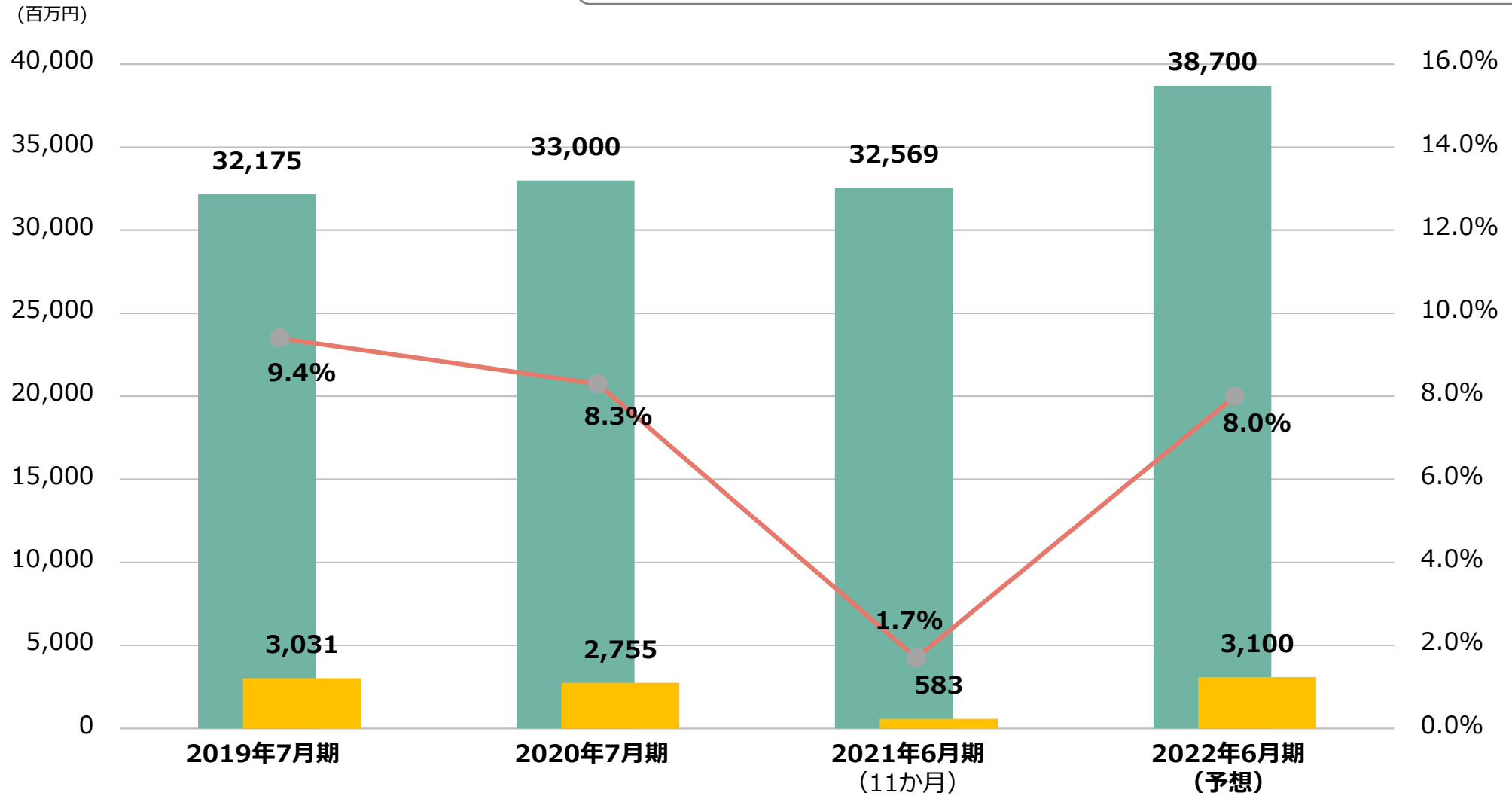
# 通期 連結業績推移

凡例

売上高

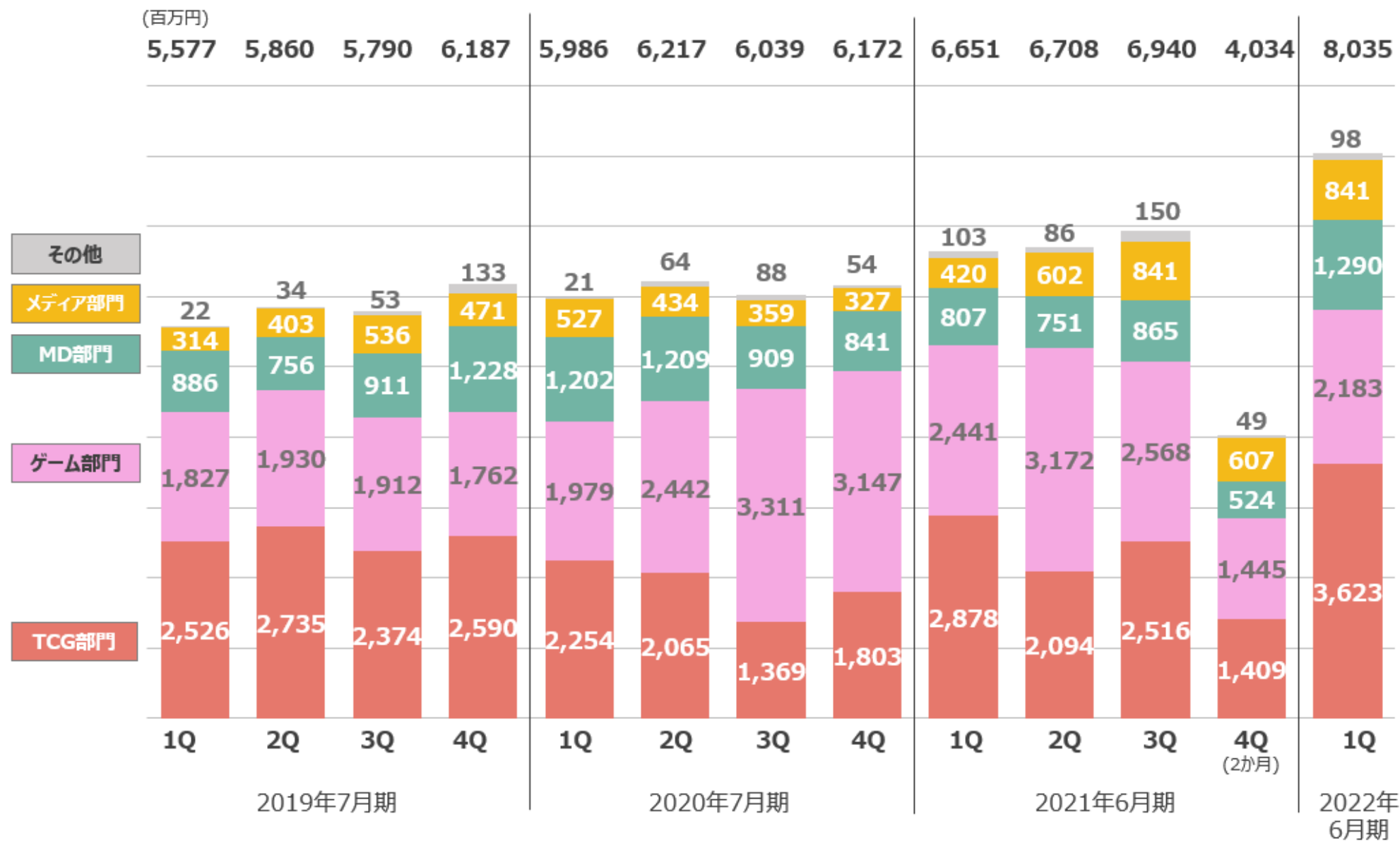
経常利益

経常利益率

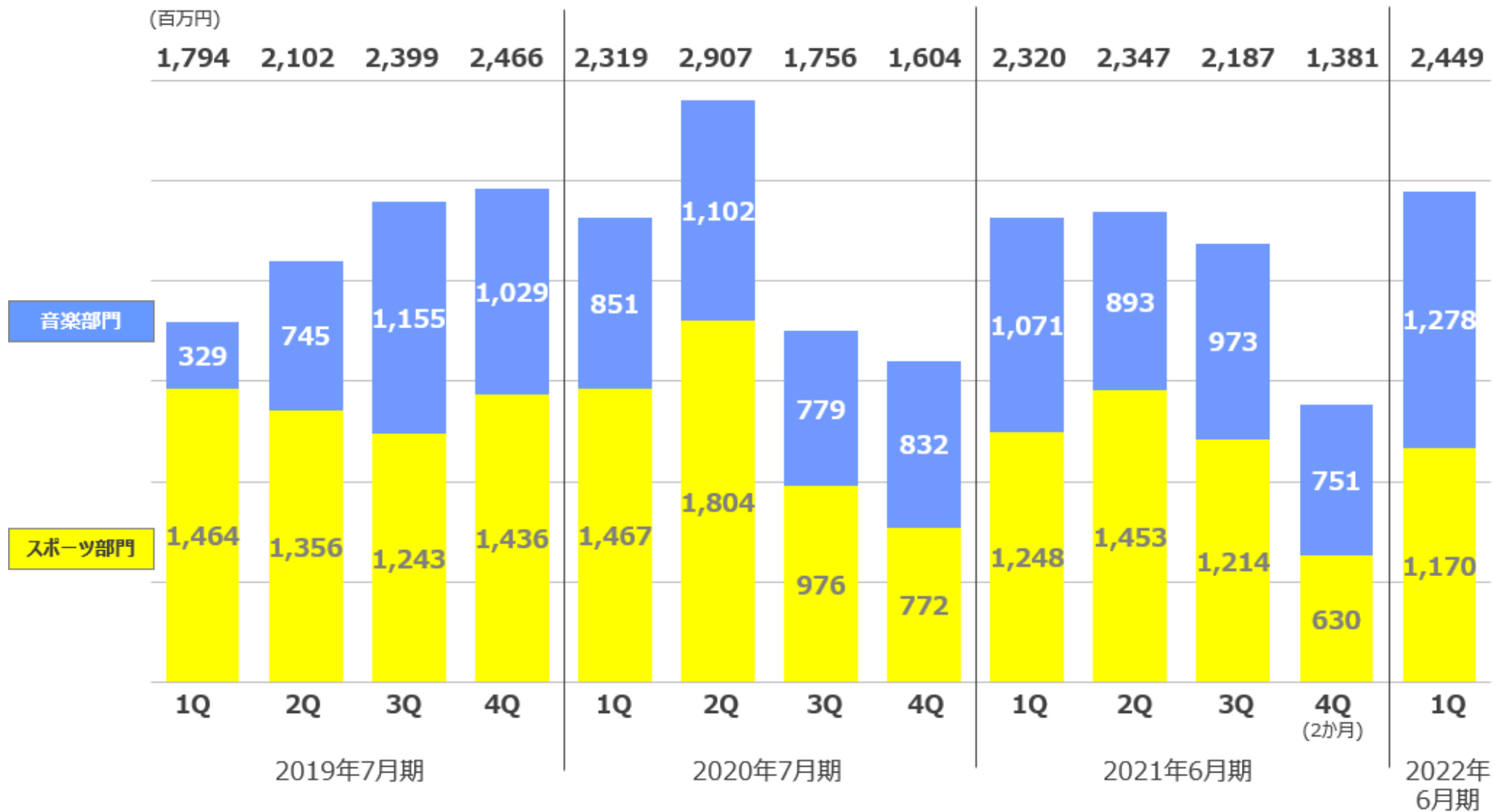


※2021年6月期は決算期変更のため11ヶ月間の変則決算となっております。

# 四半期 部門別売上高推移 ① デジタルIP事業



## 四半期 部門別売上高推移 ②ライブIP事業



1. IPビジネスの現状
2. IPディベロッパー戦略の3つの強み
3. 市場規模
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

# リスク情報

当社が成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクとその対策は以下となります。

(その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照願います。)

	リスクの項目	リスクの内容	顕在化の可能性・期間	顕在化した場合の事業への影響	対応策
①	新型コロナウイルス感染拡大に伴うリスク	新型コロナウイルス感染症が拡大した場合、プロレスの興行、音楽ライブ及びイベントの延期や中止、販売店休業等による消費への影響、コンテンツ制作やMDの生産販売スケジュールへの影響が想定されます。	低 短期的  ワクチン接種の浸透状況等を踏まえリスクは低減されていくと想定	大	当社グループは、衛生管理の徹底や在宅ワークの導入等の取り組みを継続してまいります。 また、感染拡大防止策を実施しながらプロレスの興行、音楽ライブ及びイベントを実施してまいります。
②	新製品(新規TCG、新規モバイルオンラインゲーム)の適時リリース	新製品を適時に出荷できるかどうかのリスクの顕在化する可能性の程度や時期は、新製品の開発プロセス(特にモバイルオンラインゲームの開発)、ライセンサーの許可、生産能力等、ソフトウェアの場合にはさらにデバッグ(※1)、企図した水準に達していないなど顧客満足度向上のための追加開発、ミドルウェアメーカーや各種権利者からのライセンス許可等、様々な要因に左右されます。	低～中 継続的  モバイルオンラインゲームはより顕在化の可能性が高い	低～中	当社グループは、積層型のIPビジネスモデルを構築する中で毎期複数のIPを開発することでリスクの分散をはかっております。

※1 ゲームやシステムなどの仕様上の不具合を発見し修正すること

# リスク情報

当社が成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクとその対策は以下となります。

(その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照願います。)

	リスクの項目	リスクの内容	顕在化の可能性・期間	顕在化した場合の事業への影響	対応策
③	特定のタイトルにおける収益依存について	当社は、売上の大部分を特定のタイトルに依存している状況にあり、当連結会計年度においては、TCG「カードファイト!! ヴァンガード」「ヴァイスシュヴァルツ」、モバイルオンラインゲーム「バンドリ！ ガールズバンドパーティ！」、スポーツ「新日本プロレスリング」が売上の内、大きな割合を占めております。これらの特定タイトルは、当社グループの収益基盤であり、当該リスクが顕在化した場合には当社グループの売上に与える影響が大きいと認識しております。	低～中 継続的	大	当社グループは、確立されたメディアミックスの実行によって既存タイトルのサービス向上に取り組む一方で新規IPへの開発投資も積極的に実施することで新規IPの創出に注力してまいります。
④	広告宣伝のリスク	当社グループは、良質なIPの開発・獲得・発展を目的として事業を多角化しており、IPをTCGやゲーム、音楽、メディア等様々なメディアに対し商品やサービス展開（メディアミックス）をグループ全体で担うビジネスモデルとなっているため、プロモーション施策を積極的に展開しており、販売費及び一般管理費に占める広告宣伝費は大きな割合を占めております。このような広告宣伝のリスクの顕在化する可能性の程度や時期は常に発生するものと考え、当初意図した広告効果が発現しなかった場合は、当社グループの営業利益に影響が生じる可能性があります。	低 継続的	低～中	当社グループは、TVCM、デジタルマーケティング、交通広告といった様々な広告手段を活用することで広告宣伝のリスクの分散をはかっております。





***BUSHIROAD***

エンターテインメントで世界を代表する企業になる

今後の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示は  
毎年 9 月頃を目途に開示を行う予定です。  
次回の開示は2022年 9 月頃を予定しています。

## 本資料の取り扱いについて

本資料において提供される情報は、いわゆる「将来予想に関する記述」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実際の結果は、環境の変化などにより、将来予想とは大きく異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

リスクや不確実性には、当社に関連する業界ならびに市場の状況や、一般的な国内外の経済情勢が含まれますが、これらに限られるものではありません。

本資料は、各事業年度ごと、または、事業計画を見直した場合など記載内容に重要な変更が生じた場合に、更新・修正を行うことがあります。また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報や調査資料等から引用したものであります。