



BUSHIROAD

事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年9月

株式会社ブシロード

はじめに -ブシロードが掲げるミッションと戦略-

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

Intellectual Property(=知的財産)

当社では作品、キャラクター等
幅広い意味を指しています。

当社グループは、「新時代のエンターテインメントを創出する」ことをミッションとし、
「IPディベロッパー戦略」のもと事業を展開しております。

多角的な事業をグループ内に有することで、新規IPの創出・既存IPの持続的運用、成長に
欠かせない様々な企業活動をグループ内でスピーディーにメディアミックス展開する体制
こそが、当社グループの根源的な強みであると考えます。

当社概要



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
代表者	木谷 高明 (代表取締役社長)
従業員数	678名 (2022年6月末時点/連結)
売上高	419.7億円 (2022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・舞台コンテンツ・プロレス興行の企画・制作

事業系統図

エンターテインメント事業

(TCGユニット/デジタルコンテンツユニット/BIユニット/ライブエンタメユニット/MDユニット/アドユニット)



株式会社ブシロード
TCGユニット(トレーディングカードゲームの企画、開発、発売)
デジタルコンテンツユニット(デジタルゲームの企画、開発、発売)
IPの企画、開発、プロデュース



株式会社ブシロードミュージック
ライブエンタメユニット
(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クリエイティブ
MDユニット
(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)
(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ミュージック・パブリッシング
ライブエンタメユニット
(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)



株式会社ブシロードムーブ
アドユニット
(広告代理店)(イベント制作)
(音響・映像制作)(声優事務所「響」)
(クレジットカード事業)(映画配給事業)
(PR&マーケティング事業)



株式会社劇団飛行船
ライブエンタメユニット
(マスクプレイミュージカルの企画・制作・公演事業等)

株式会社フロントウイングラボ
デジタルコンテンツユニット
(原作企画、ゲーム開発)

株式会社ゲームピズ
アドユニット
(情報サイトの運営、広告代理店業)



株式会社アルゴナビス
TCGユニット
(「from ARGONAVIS」の運営)

海外



Bushiroad International Pte. Ltd.
BIユニット
海外での当社製品の販売
(トレーディングカードゲームの開発、発売)
(ゲームのローカライズ)

Bushiroad USA Inc.
BIユニット
米国での当社製品の販売

スポーツ&ヘルスケア事業

(スポーツ&ヘルスケアユニット)



新日本プロレスリング株式会社
スポーツ&ヘルスケアユニット
(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ウェルビー
スポーツ&ヘルスケアユニット
(フィットネスクラブ事業)(健康支援事業)

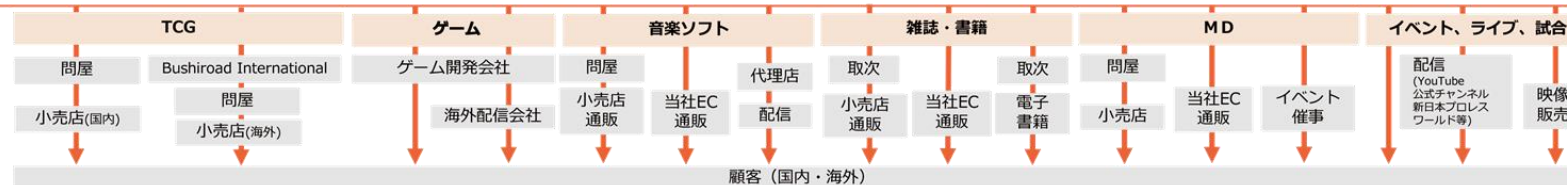


株式会社ブシロードファイト
スポーツ&ヘルスケアユニット
(女子プロレスリングブランド「スターダム」の運営)

海外



New Japan Pro-Wrestling of America, Inc.
スポーツ&ヘルスケアユニット
(北米地域におけるプロレスリングの興行、グッズ販売等)



事業の内容 -エンターテインメント事業- TCGユニット

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。



事業の内容 -エンターテインメント事業- デジタルコンテンツユニット

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 -エンターテインメント事業- BIユニット

グローバル拠点として、国内で開発した、**TCG・デジタルコンテンツのローカライズ**をし、全世界へ発信をする。
また、世界各国でのリアルイベントを実施。



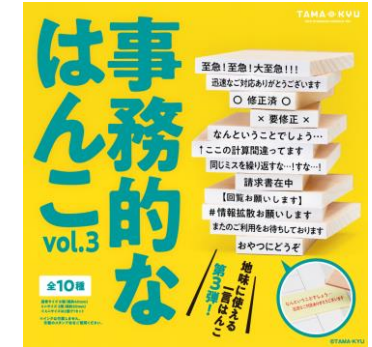
事業の内容 -エンターテインメント事業- ライブエンタメユニット

バンドリ! や**D4DJ**などの自社IPの音楽制作およびパッケージ商品、音楽配信、ライブ・舞台等の事業展開ならびに劇団飛行船によるマスクプレイミュージカルの企画・制作をはじめとしたシアター運営。



事業の内容 -エンターテインメント事業- MDユニット

キャラクターグッズ、カプセルトイの企画、
開発、発売、及び物販催事企画・運営、
ECサイト運営などのマーチャンダイジング事業。
ならびに雑誌・書籍の制作、
WEBコミックサイトの運営などの出版事業を展開。



事業の内容 -エンターテインメント事業- アドユニット

広告代理店事業、声優事務所「響」の運営、
コンテンツの宣伝業務、映画配給、ニュースサイトの運営、
イベント・映像・音響制作など、多岐に渡った業務を実施。

VOICE ACTRESS
所属女性声優



橘田 いずみ
Izumi Kitata



三森 すずこ
Suzuko Mimori



佐々木 未来
Mikoi 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 更佐
Risa Tsumugi



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



gamebiz

記事

企業データベース

業界求人情報

セミナー情報

決算

【決算レポート】"最高業績"で22年6月期を締めくくったブシロード、23年6月期は中期計画の売上1000億円達成に向けた"仕込みの年"に

株式会社ブシロード

ブシロード

決算レポート

22年4-6月決算

🕒 2022.08.31 09:50

事業の内容 -スポーツ&ヘルスケア事業- スポーツ&ヘルスケアユニット

世界中からの注目を集める「**新日本プロレス**」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



New Japan Pro-Wrestling of America, Inc.

STARDOM
WORLD WONDER RING



フィットネスクラブの運営のほか、整骨院・訪問介護等多様な健康支援サービスを提供。

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. 中期経営計画

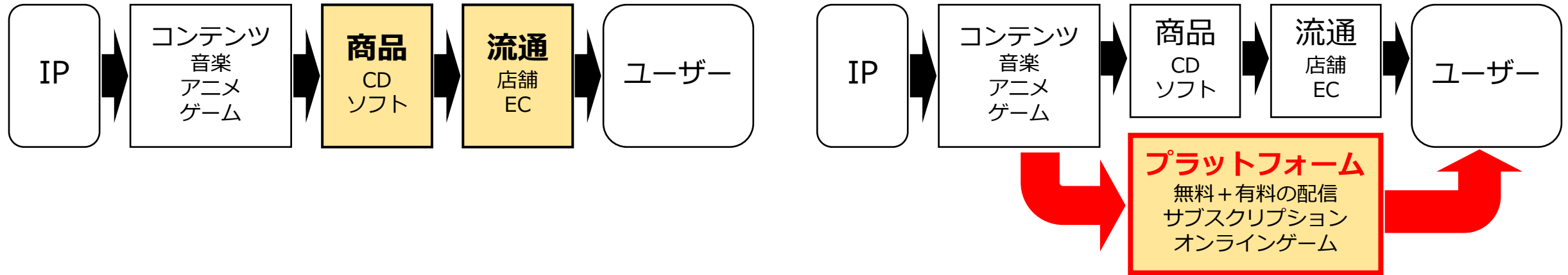
6. リスク情報

7. Appendix

IPビジネスの現状

・ 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. 中期経営計画

6. リスク情報

7. Appendix

IPディベロッパー戦略とは

IPの創出・成長に欠かせない様々な企業活動をグループ内でスピーディーに実行する「ワンストップメディアミックス」。

そして、ノウハウやアライアンスを活かしたグループ全体での「プロモーション展開」で強かに発信してIPを広く認知される。

これがブシロードの掲げる「IPディベロッパー戦略」です。

BanG Dream! (バンドリ!) プロジェクトの例



アニメ、ゲーム、コミック、声優によるリアルライブなど様々なメディアミックスを展開する次世代ガールズバンドプロジェクト。

数ある音楽系アニメコンテンツの中でも、**キャラクターボイスを担当する声優たちが実際に楽器を演奏し、ライブを行うというスタイルの先駆け**であり、TVアニメやゲーム・漫画でのキャラクターの成長とともに、ライブや音楽ソフトを通じて、リアルでのバンドの成長も楽しむことができることが特長です。

ライブエンタメ



MD



TCG



ゲーム



ワンストップメディアミックス

各種プロモーション展開

TVCM

SNS

イベント

WEB広告

配信

発表会

交通広告



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

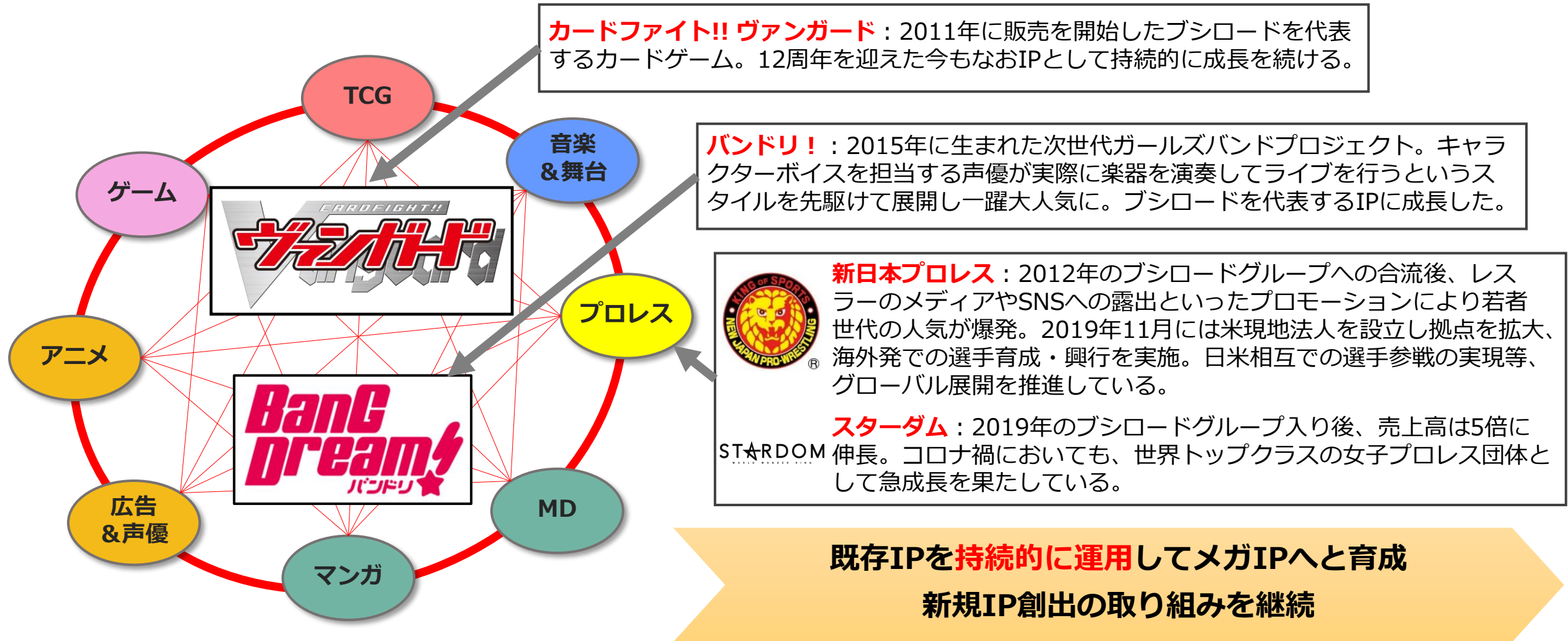


③ IP活用プラットフォーム

IP価値を高めるプラットフォーム構築力

IPディベロッパーの3つの強み -IPクリエイション-

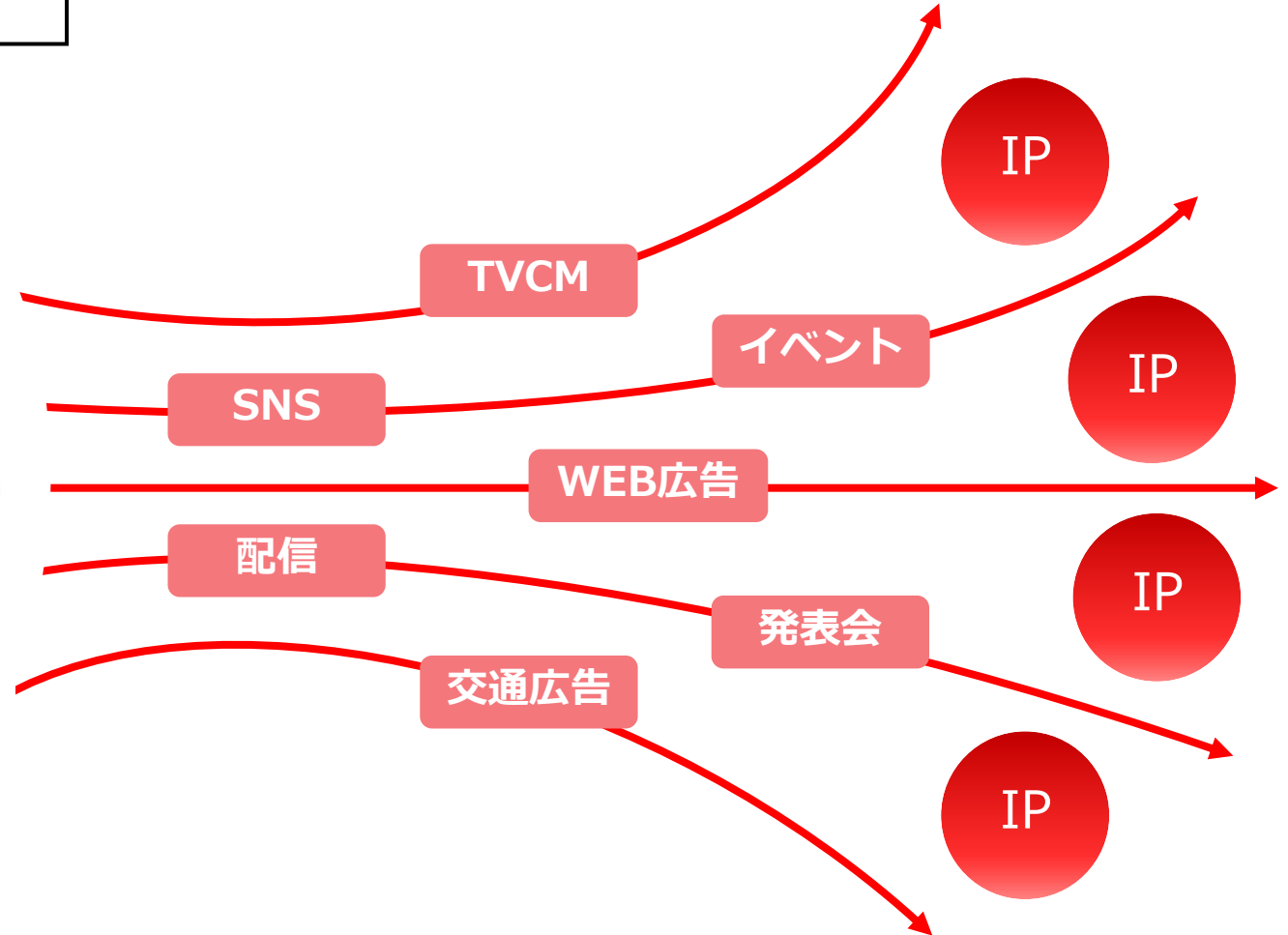
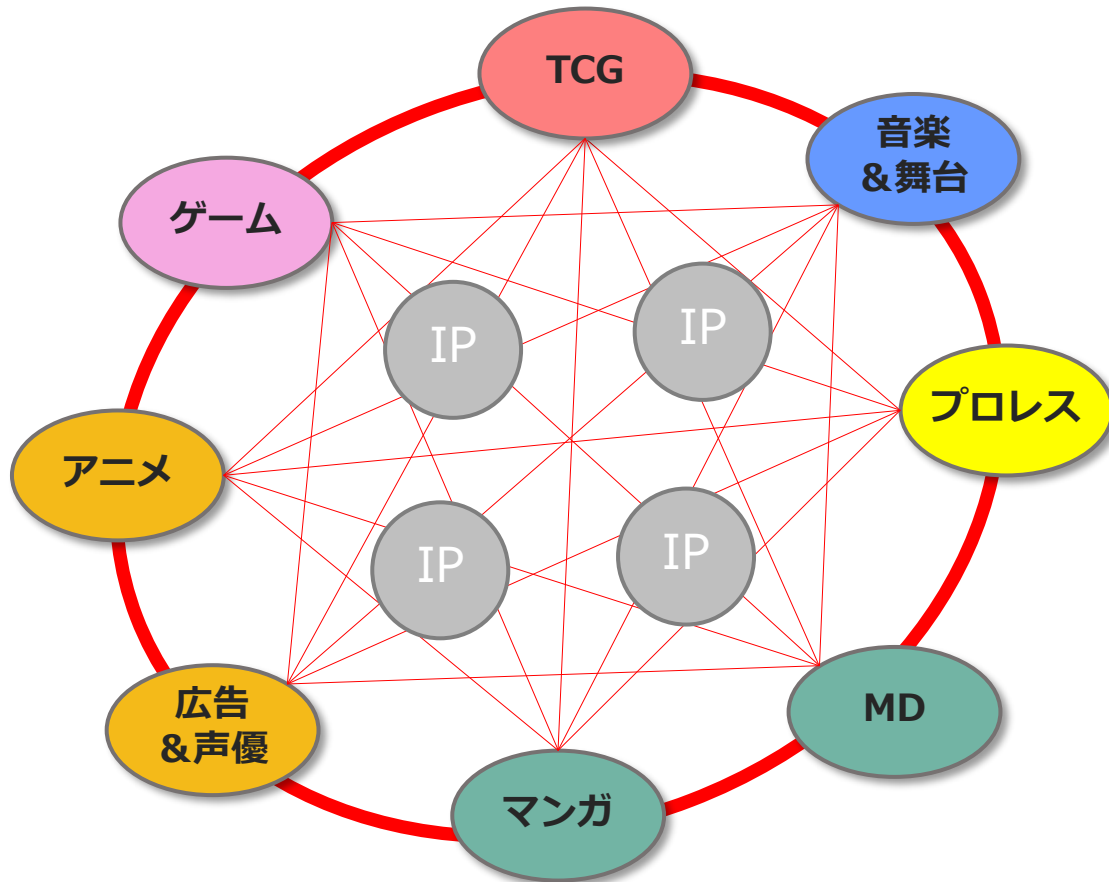
独創的なアイデアで流行を先取りし、**新規IPを生み出し**、**くすぶるIPを再燃させる**



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。様々なメディア領域を相互活用し、新規IPを立ち上げ、持続的に運用する。

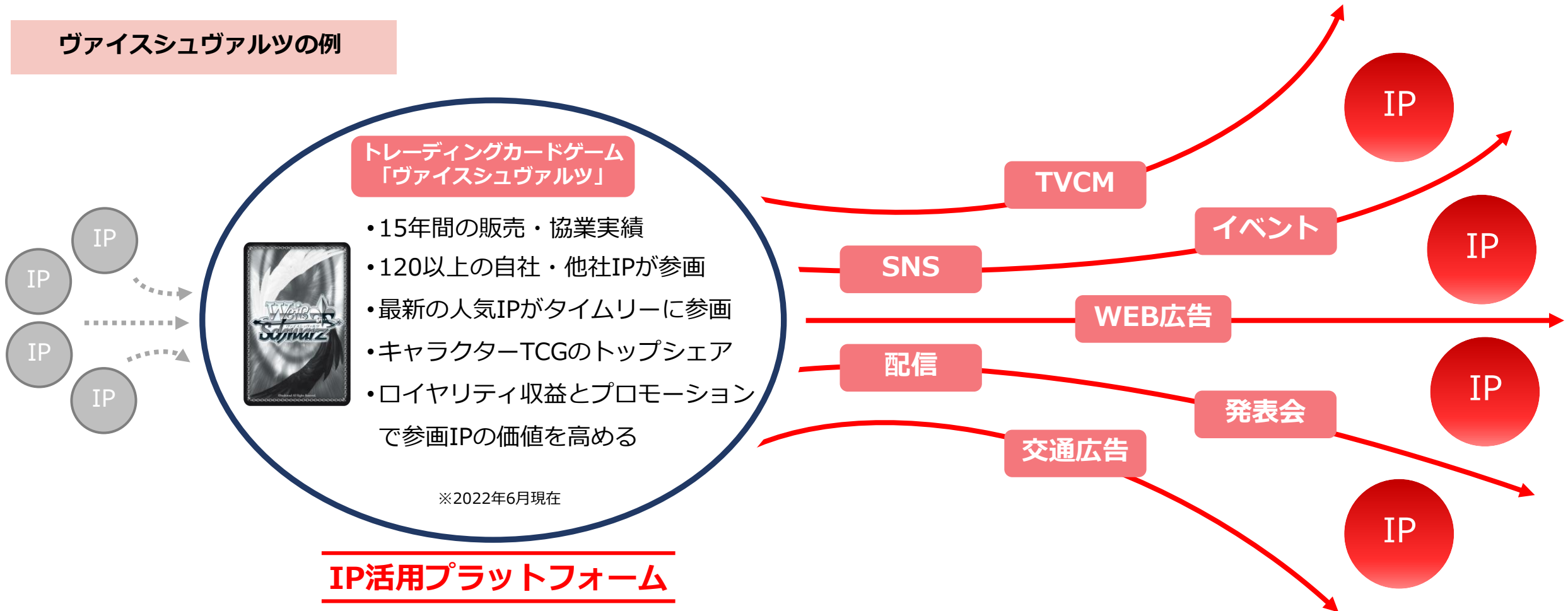
プロモーションミックス：多方面への宣伝・販促を自社主導でスピーディーに実現し、メガIP化を推進する。



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



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

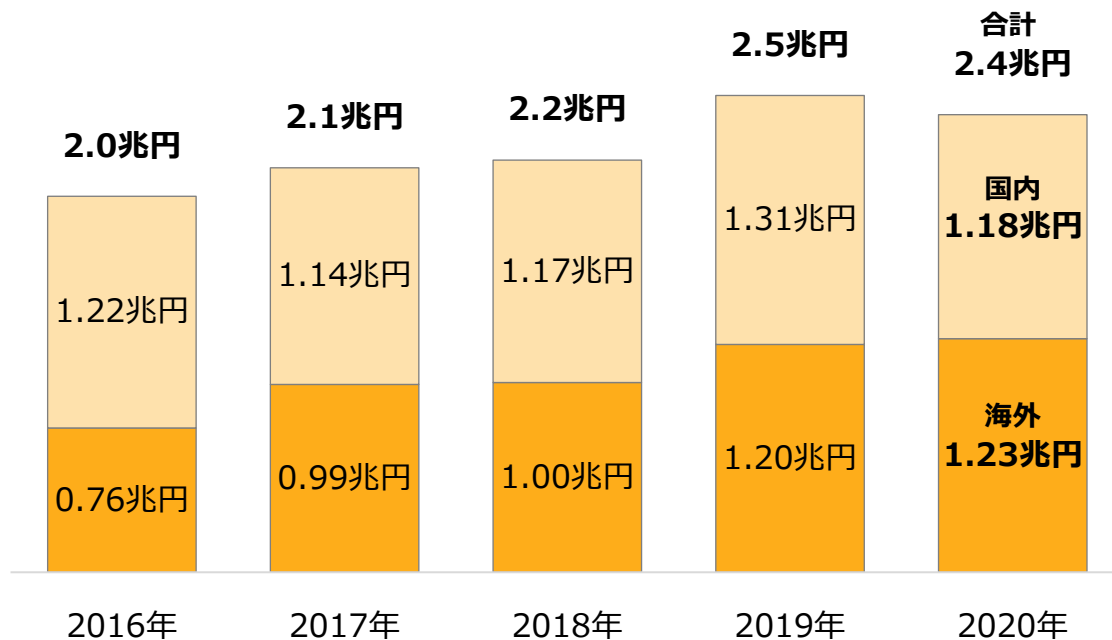
4. 成長戦略
5. 中期経営計画
6. リスク情報
7. Appendix

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。

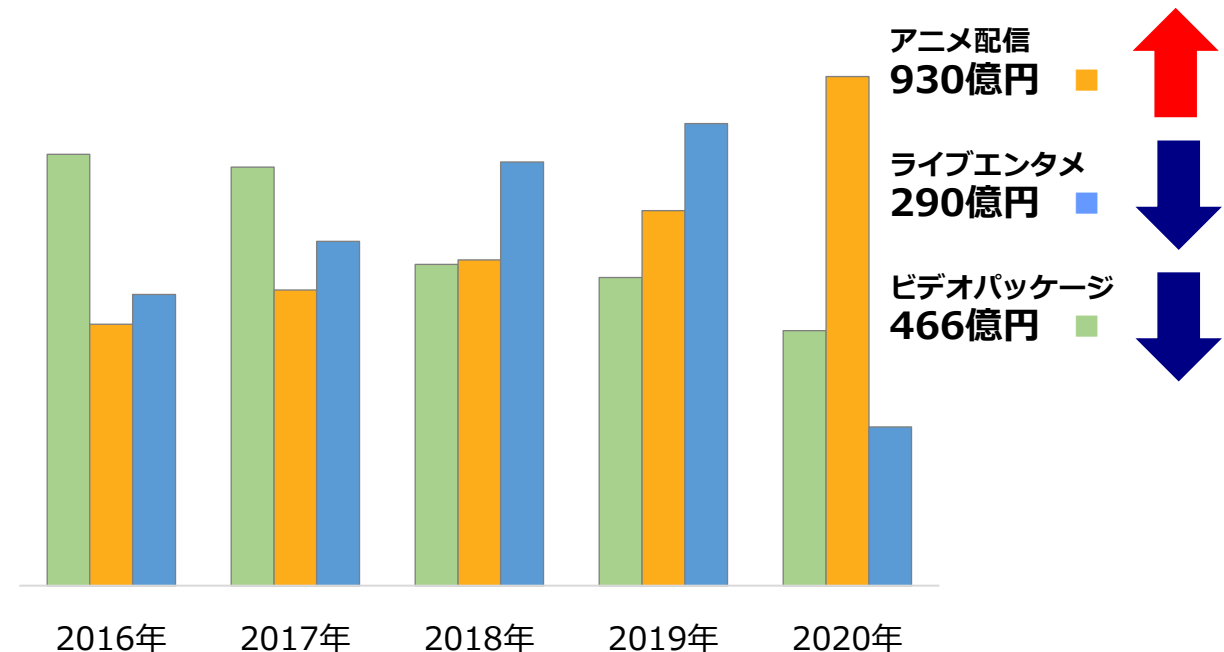
東アジアを中心とした日本アニメの浸透が、次第に世界へ広がっており、この傾向は配信チャンネル等の視聴環境・機械の増加により更に拡大すると推測している。



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。



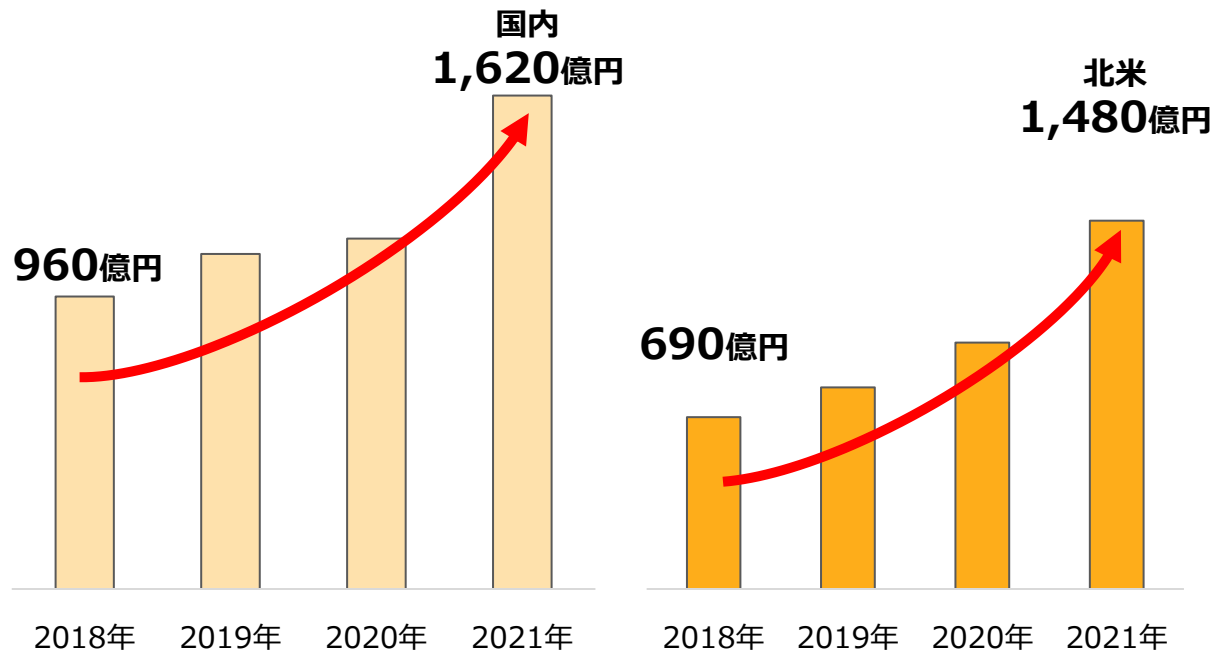
「一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2021』」のデータを当社が集計して作成。

市場規模

TCGの市場規模

日本国内・北米の市場は、どちらも**右肩上がりに成長**している。海外での日本アニメの浸透や、国内外でのコレクション需要の高まりが要因と考えられる。

取り扱いIP数の増加等に伴う製品シェアの拡大による、当社の**売上拡大の可能性**を示している。

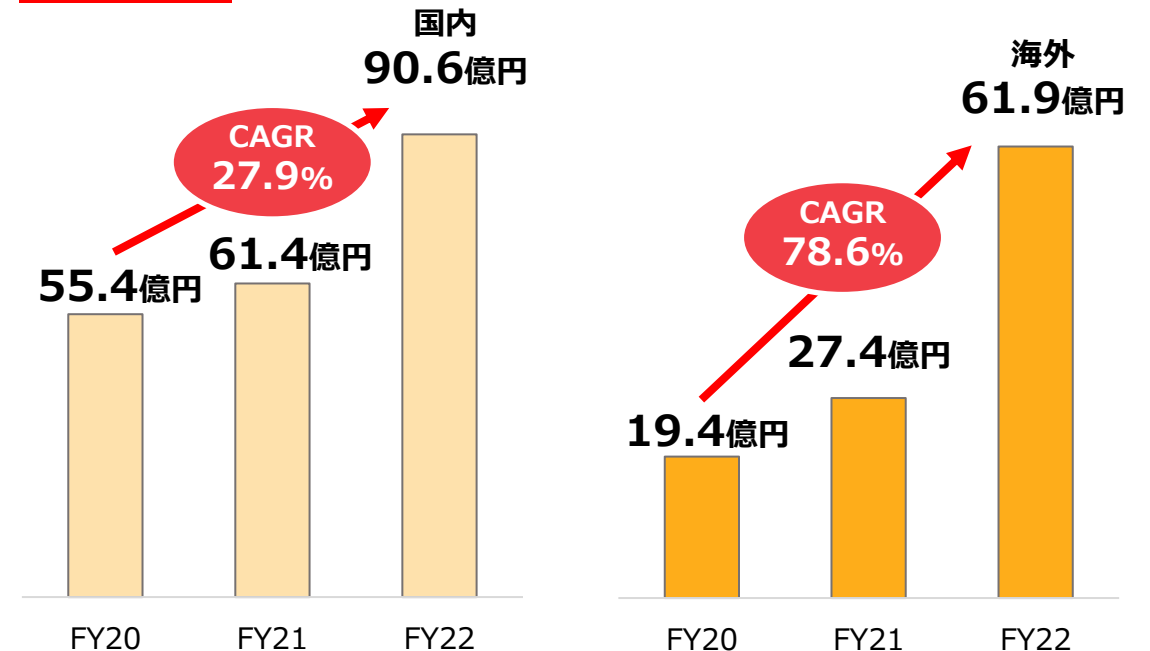


国内市場のグラフは「メディアクリエイイト総研「Monthly Trading Card Game Research Data」」のデータを当社が集計して作成。北米市場のグラフは「ICv2「HOBBY GAME SALES OVER \$2 BILLION IN 2021」」においてCOLLECTIBLE GAMESの売上高として示されているデータを当社が集計して作成。

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、英語版の大幅な販売増加に加え、日本語版における海外需要の増加に支えられ、**大きく伸長**している。既存・新規を問わない日本IPの広がりによる、**更なる伸長が期待**できる。



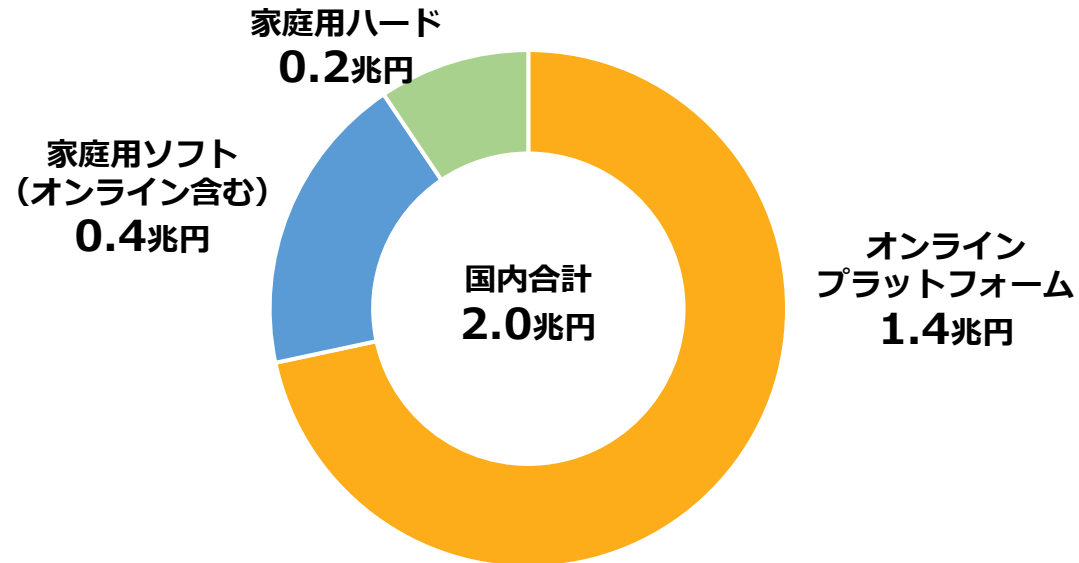
※FY21は決算期変更のため11ヶ月間の変則決算。

市場規模

国内のゲームコンテンツの市場規模

2021年の国内市場は、コロナ禍における需要増により大きく拡大した前年からほぼ横ばいに推移し、**2兆円の大台をキープ**した。

国内のゲーム人口は前年同様に成長し、**5,500万人**を突破した。アプリゲームユーザー・PCゲームユーザーどちらも増加しており、特にPCでのみプレイする人口は前年比約20%の増加となった。

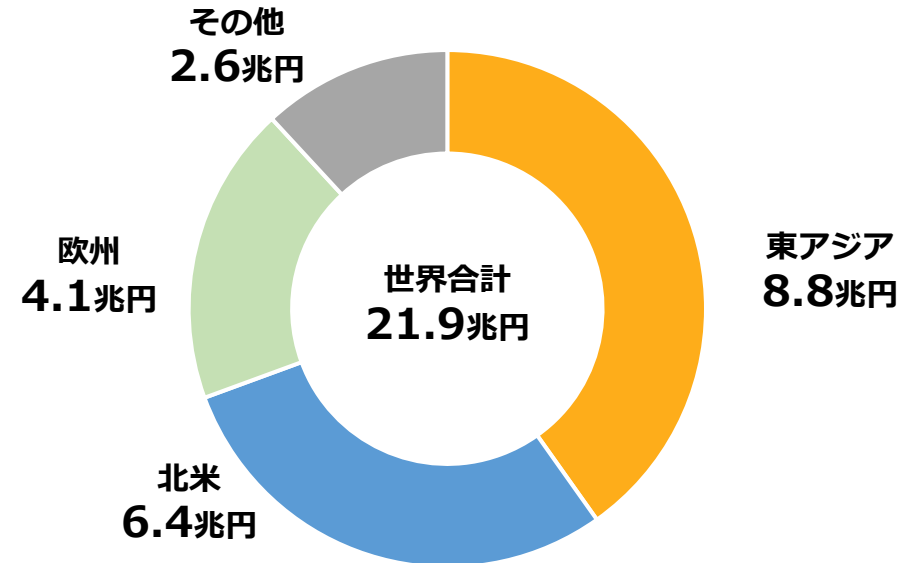


国内のゲームコンテンツの市場規模 (2021年)

世界のゲームコンテンツの市場規模

2021年の世界市場は、前年比約6%の増加となり21.9兆円と推計される。コロナ禍における巣ごもり需要が「特需」に終わらず、**市場の継続的な成長**を促している。

地域別にみると、東アジアでは半導体不足によるハード普及への影響を受けつつも横ばいに推移しており、北米・欧州はゲームアプリとPCゲームが市場の成長を支えた。



世界のゲームコンテンツの市場規模 (2021年推計)

「ファミ通ゲーム白書2022」のデータを当社が集計して作成。

市場規模

新日本プロレス・スターダムの視聴環境

TV

【国内】



新日本プロレスは地上波2番組・BS1番組で放送。
毎週100万世帯以上※が視聴。

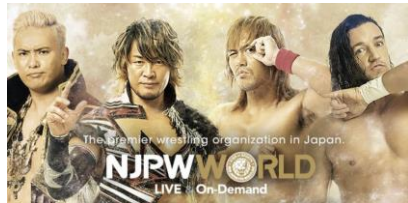
※各番組の視聴率をもとに当社が試算



スターダムは全国13局+2配信+YouTubeで放送。
YouTubeの月間視聴回数2,000万回を突破し、
業界1位の実績を誇る。

※放送局数は2022年9月時点、YouTubeは2022年5月実績。

オンデマンド・PPV



試合動画を中心にオリジナルコンテンツを配信する月額制
(一部PPV) 動画配信サービス「新日本プロレスワールド」、
「STARDOM WORLD」は国内外のファンの需要に応え、
視聴者数、会員数を増やしている。

【海外】



新日本プロレスは北米のケーブルテレビ局
「AXS TV」でも毎週放送中。

※同局での放送は2015年-2019年の放送以来、2022年1月に2年ぶりに再開。



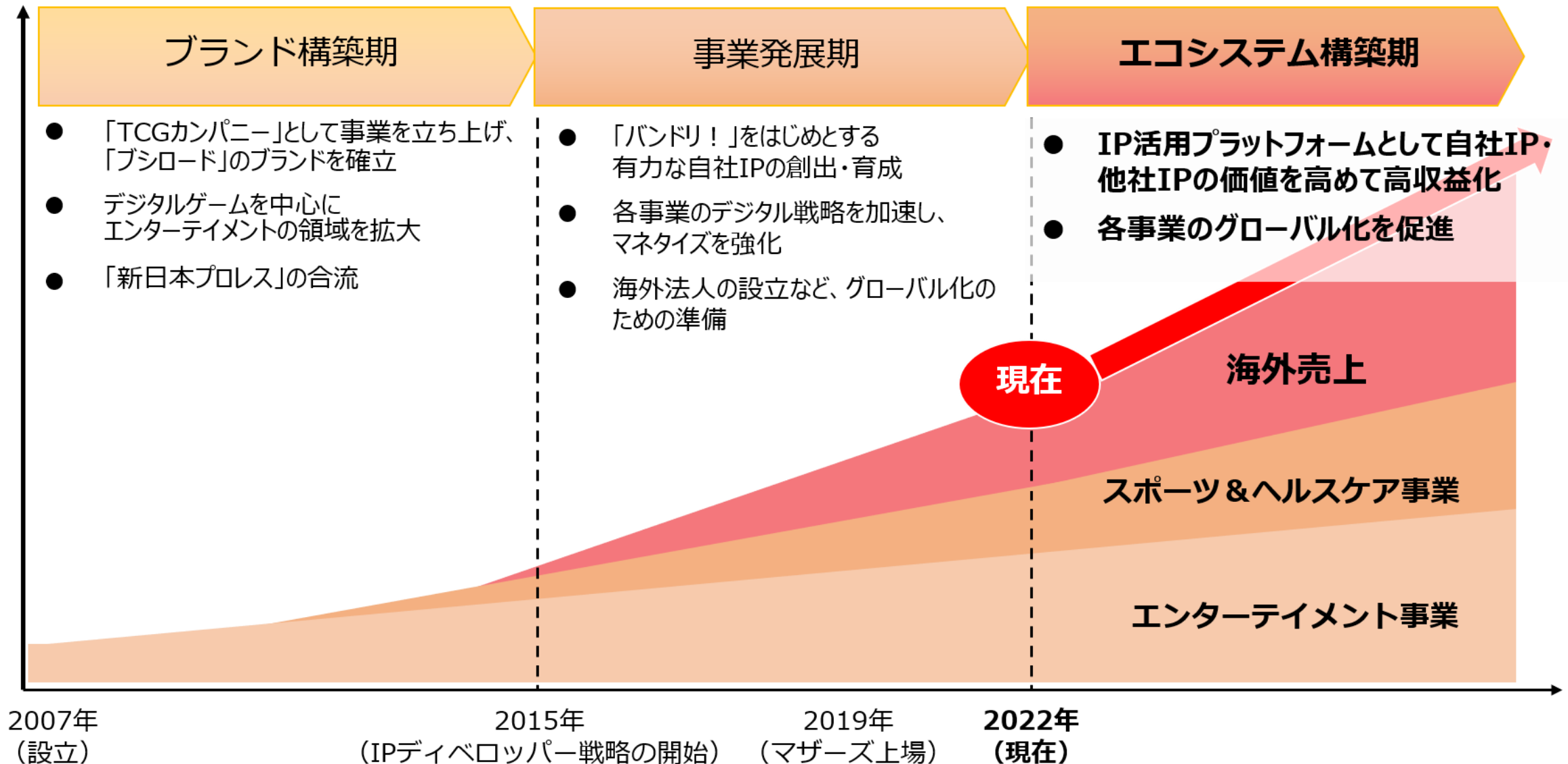
「ABEMA」の格闘
チャンネルにて新日本
プロレスの大会中継を
2021年4月より開始

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. 中期経営計画
6. リスク情報
7. Appendix

ブシロードの成長戦略イメージ



※上図は当社の戦略のイメージを表現するものであり、実際にはエンターテインメント事業・スポーツ&ヘルスケア事業の売上内に海外売上が含まれます。

IP DEVELOPER 2.0

-Global Mega Character Platform-

IPディベロッパーは次のフェーズへ

当グループのIPディベロッパーとしての活動は、創業以来の経験を経て、他社様との協業によりIP価値を高めるプラットフォームとしての役割でも広がりを見せ、海外市場においても優位性を持ったメディアミックス展開の兆しが見えています。これを中期戦略として、IPディベロッパー2.0と位置づけます。

[Global Mega Character Platform] 戦略

スピーディーでずば抜けた
メディアミックス



グローバル化

IPに触れる“入口”の多様化

◆ TCG事業の強化

ブシロードの祖業であるTCG事業を独自の強みを活かしてシェアを拡大。

◆ グローバル拡大

各事業を世界へ広げ、グローバルな顧客を開拓。

◆ 接点の多様化

IPプラットフォームとしての入口を広げる。

例：ヴァイスシュヴァルツ（TCG）×しろくろビューネ（舞台）×しろくろカプセル（トイカプセル）

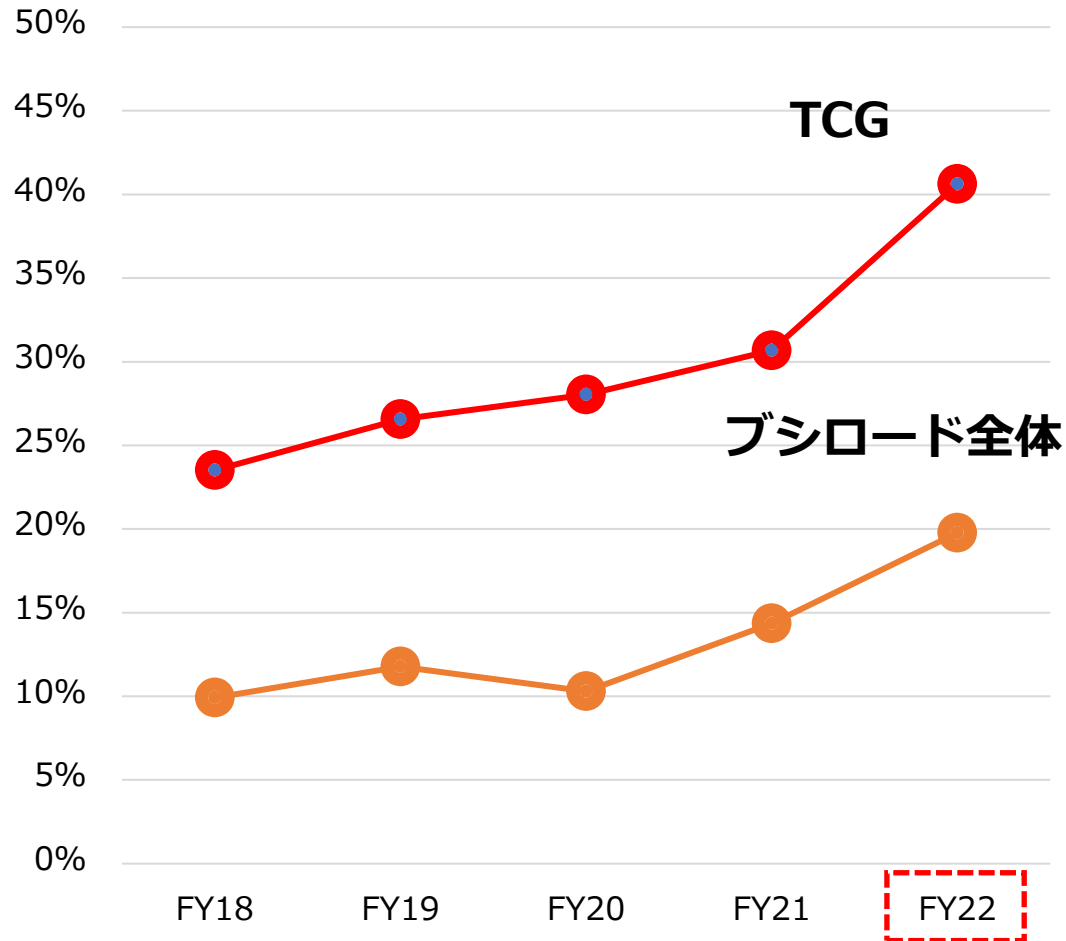
◆ 組織体制の変更

ユニット制を導入し、ユニット長への権限委譲。

グループ内連携を深め、グループ総合力を底上げ。

グローバル拡大

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。



TCGを中心にFY22の海外売上比率は堅調に増加。TCG
では**40% (前年比+10pt) を突破**した。
ブシロード全体の海外売上比率も**20% (前年比+5pt) に
到達**した。中期経営計画として、全体の海外売上比率を
2026年6月期までに40%に引き上げる。

接点の多様化

例：ヴァイスシュヴァルツの横展開



自社・他社問わず様々なアニメやゲーム作品が参画



ヴァイスシュヴァルツ (TCG)



ヴァイスシュヴァルツ
ブラウ (TCG)

IPプラットフォームの代表例である「ヴァイスシュヴァルツ」は、自社・他社問わず様々な作品が参画するTCGですが、すでにスタートした「しろくろビューネ」をはじめ、TCG以外でもプラットフォームの展開を構想しています。

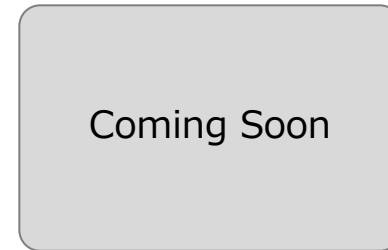
別の接点でも
合わせて展開



しろくろビューネ (舞台)



しろくろカプセル (カプセルトイ)



その他

様々なジャンルでのプラットフォーム展開

組織体制の変更

FY23より、下記の通り組織体制を変更致します。

「ユニット制」を導入し、従来の「部門」から「ユニット」へとサブセグメントを変更致します。
これにより当社の事業セグメントは、2事業（セグメント）、7ユニットの構造となります。

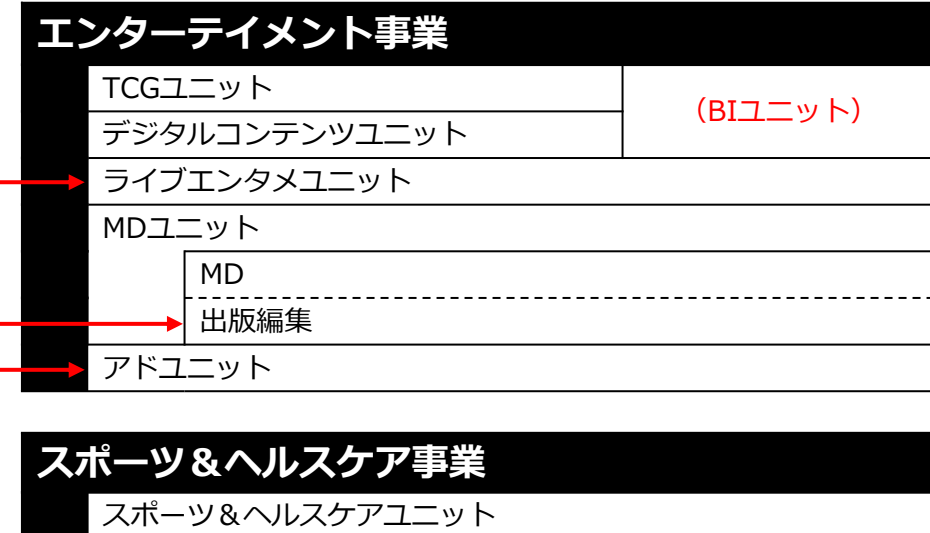
導入の目的

- ユニット内での協力体制の強化によるシナジー増強。広い視野での目標設定が可能に。
- ユニット長の擁立により、権限委譲。

- FY22まで -



- FY23以降 -



※BI…Bushiroad International Pte.Ltd.

成長戦略

新日本プロレスの戦略

米現地法人を設立し、海外発での選手育成・興行を実施。
日米での興行並行開催や、**選手の相互参戦を実現等グローバル展開を推進**していく方針。

FY22では、2022年6月に「All Elite Wrestling」との合同興行「**AEW x NJPW : FORBIDDEN DOOR**」を開催し海外からも注目される団体として存在感を示した。



今後は海外戦略と並行して**新規ファン**や**若手層の獲得**に向けた、新日本プロレスとSTARDOMによる合同興行の予定や、ブシロードウェルビーと連携した小中高生向けプロレス講座の開催等にも取り組んでいく。

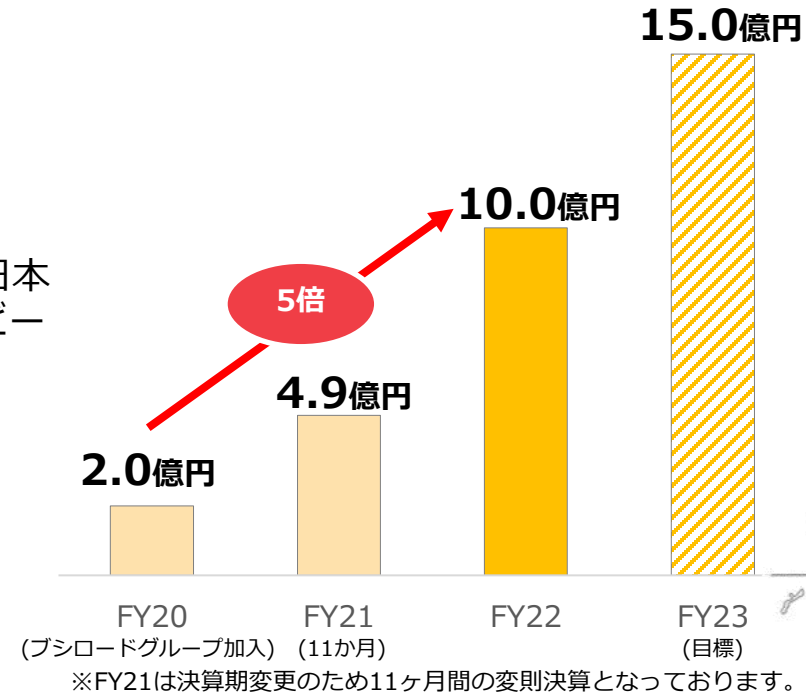


小規模IPの戦略 -スターダム-

国内市場No.1の強みを活かした、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更に拡大していく方針。

大都市だけでなく地方小都市での興行も積極的に実施し、認知度の向上を目指していく。

FY22ではブシロードグループ加入後売上高**5倍**となる**10億円**に到達した。



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

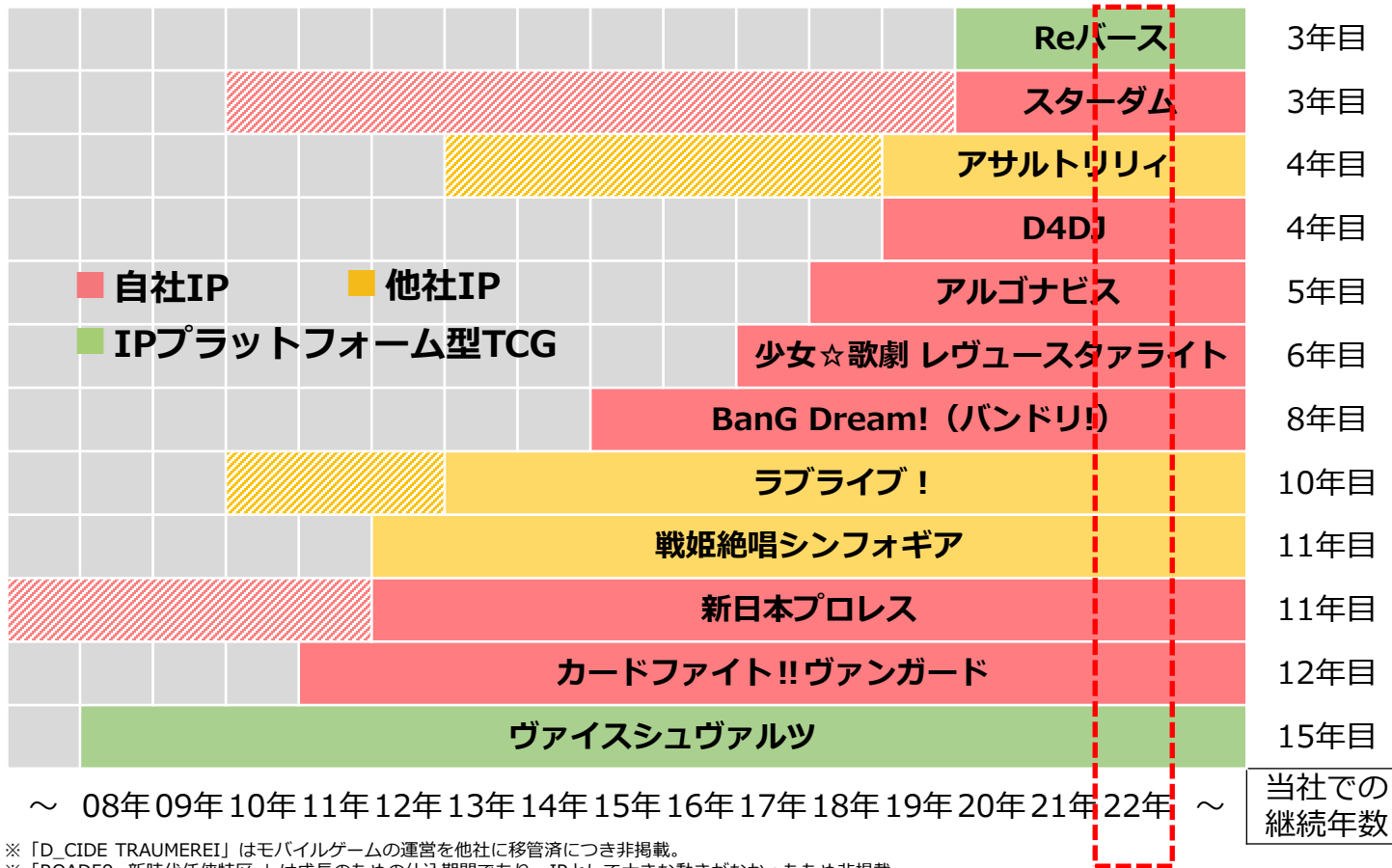
5. 中期経営計画

6. リスク情報
7. Appendix

経営指標 -IPランク-

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、2026年6月期までに 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（2022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）
ヴァイスシュヴァルツ
BanG Dream! (バンドリ!)
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!
アサルトリリィ
スターダム
少女☆歌劇 レヴュースタアライト 等

※当社グループでの売上高の社内集計数値を基に作成。
IPが重複するものに関しては両方のIPの売上に計上。

ランク	2021年6月期	2022年6月期	2026年6月期 (中期経営計画)
S	0本	0本	3本
A	4本	4本	4本
B	5本	8本	5本

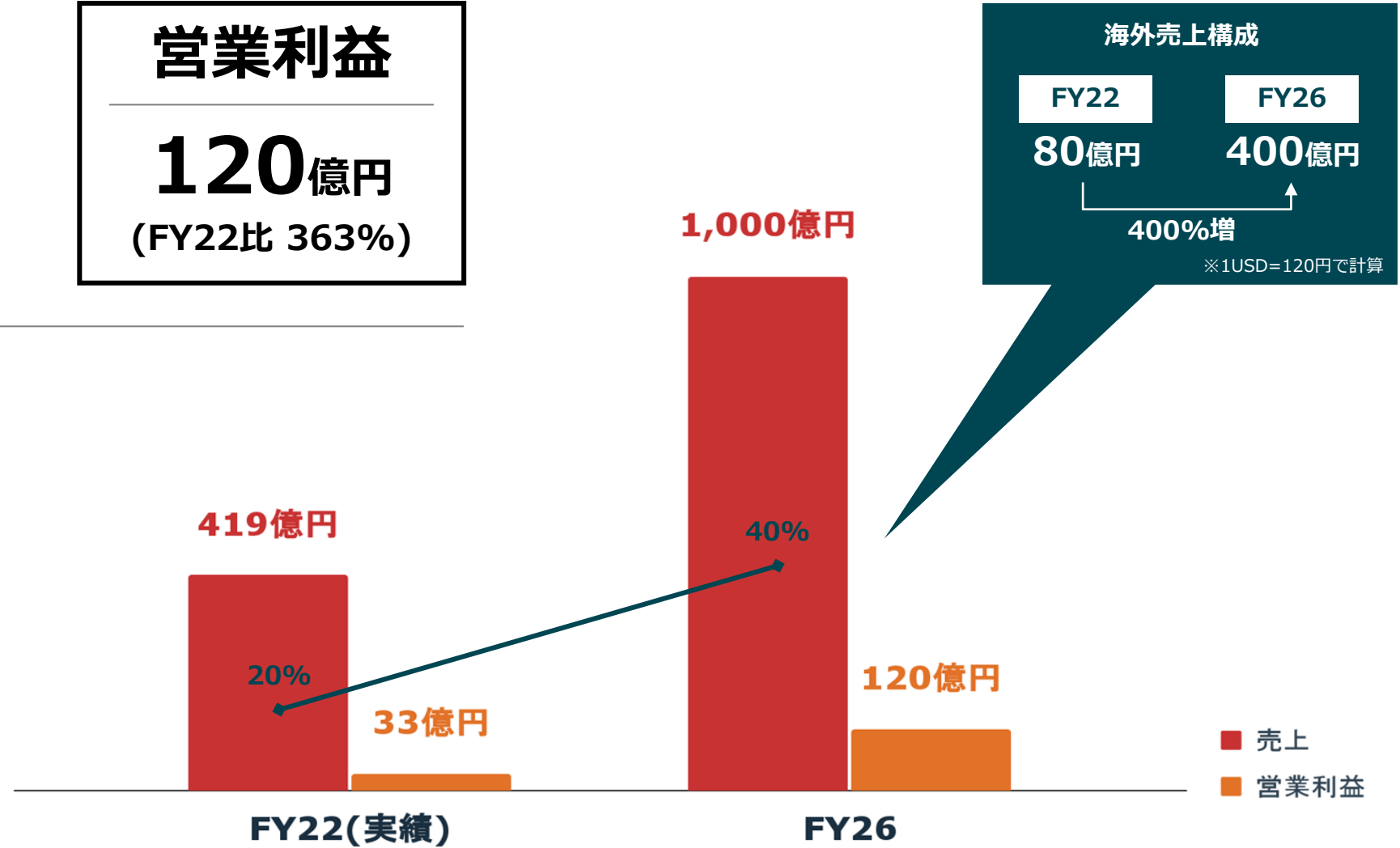
※「D_CIDE TRAUMEREI」はモバイルゲームの運営を他社に移管につき非掲載。
※「ROAD59 -新時代任侠特区-」は成長のための仕込期間であり、IPとして大きな動きがなかったため非掲載。

中期経営計画 -FY26数値目標-

FY26 (2026年6月期)

売上
1,000億円
 (FY22比 238%)

営業利益
120億円
 (FY22比 363%)



中期経営計画 -ユニット別数値目標-

FY26売上合計

1,000億円

※内部取引消去後

TCGユニット

— 売上高 —

340億円

— 営業利益 —

55億円

ライブエンタメ
ユニット

— 売上高 —

110億円

— 営業利益 —

10億円

MDユニット

— 売上高 —

110億円

— 営業利益 —

13億円

デジタルコンテンツ
ユニット

— 売上高 —

280億円

— 営業利益 —

20億円

※BIユニット

※TCG・デジタルコンテンツの売上と重複しております

— 売上高 —

120億円

— 営業利益 —

36億円

アドユニット

— 売上高 —

110億円

— 営業利益 —

8億円

スポーツ&ヘルスケア
ユニット

— 売上高 —

130億円

— 営業利益 —

17億円

※1USD=120円で計算

※各ユニットの売上は内部取引消去前のものです

ブシロードTCGの強みを活かし、国内シェア3強を目指す

売上高



TCG全体

- グローバル化の推進。
- TCG開発力の強化。
- TCGショップとのつながりを更に強化。
- TCG：国内シェア3強、グローバルシェアベスト4。

ヴァイスシュヴァルツ (WS)

- IPプラットフォームとしての立ち位置の更なる強化。
- ヴァイスシュヴァルツというブランドを全世界的に確立。

ヴァイスシュヴァルツブラウ (WSB)

- WSの姉妹ブランドとして新規層の取り込みに注力。

カードファイト!!ヴァンガード (VG)

- オリジナルIPとして新規アニメによるユーザーの回帰を狙う。

グローバル戦略

- 多言語版による全世界展開。
- 世界各国でのリアルな大会・イベントの開催。

戦略的に領域を広げグローバル市場へつなぐ

売上高



モバイルゲーム

- 新規メディアミックスタイトルの立ち上げ。
- IPタイトルの拡充。
- 海外タイトルのパブリッシング。

コンソールゲーム

- マルチプラットフォームおよびグローバルでの売上の拡大。
- ミドルレンジタイトルに注力。
- ポートフォリオを構築することでの安定収益を確保。

グローバル戦略

- マルチプラットフォーム展開。
- 海外タイトルのパブリッシング。

WSの勢いを最大化 海外でのブランド認知を構築する

売上高



TCG

- VG英語版はFY23から新アニメ「will+Dress」が開始。イベントや大型大会の再開に乗じてさらにユーザーを増やしていく。
- WS英語版はFY22で過去最高売上を達成。FY23からは販路は広げつつ、欧米で人気のタイトルを中心に商品化し、更なる拡大を図る。

モバイルゲーム

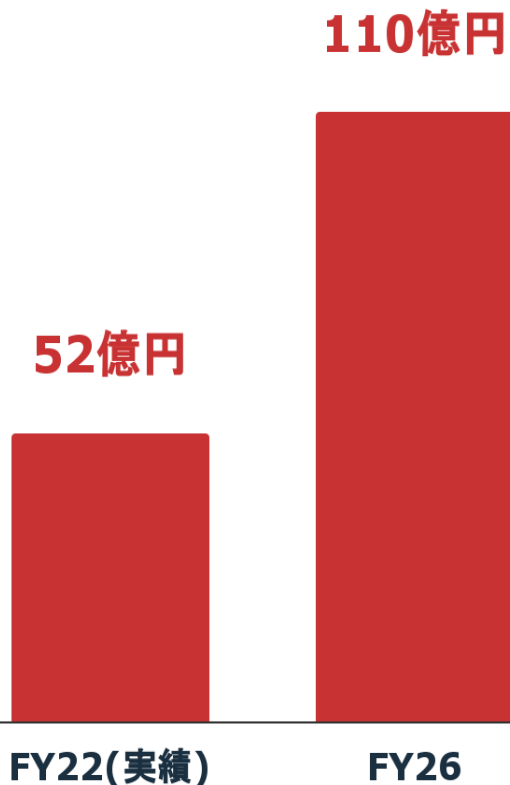
- ガルパ英語版はFY24に日本語版と同じ大型アップデートを行い、ユーザーと売上を伸ばしていく。
- 新規タイトルのローカライズや自社開発のゲームにより、FY24までに新たな収益の柱を確立させる。

グローバル戦略

- 日本で開発したTCG・ゲームをローカライズ、全世界へ広げていく。
- 世界各国でのリアルイベント主催・出展。

舞台ビジネスの育成で収益サイクルを最大化

売上高



舞台ビジネスの育成

しろくろビューネ

- 飛行船シアターにおいて、WS関連IPをベースとした小規模の舞台公演を定期的に主催。

新規大型舞台

- しろくろビューネでの経験をもとに大型会場での舞台公演を企画・制作・主催。飛行船と舞台制作・運営における協業を通じて、利益の内部留保の最大化を図る。

その他

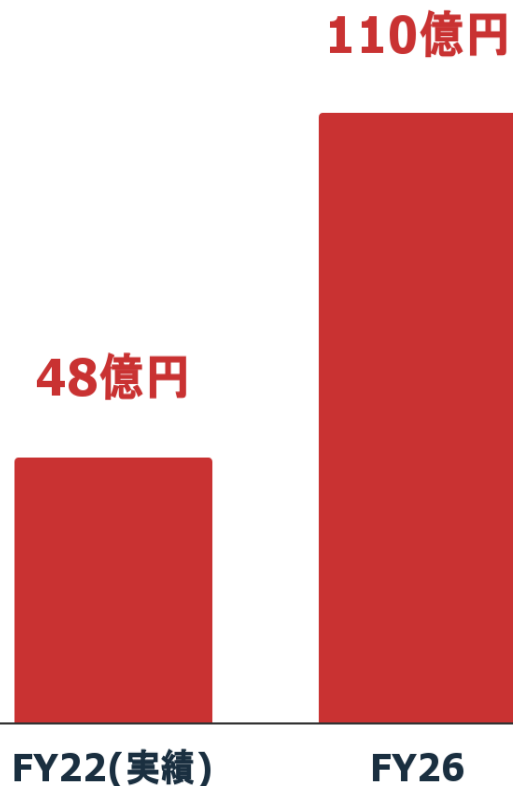
- 既存IP事業の維持・拡大・新規展開（バンドリ！、D4DJ、その他）。
- 飛行船シアターの運営と自社IP、他社IP舞台公演の制作および公演の拡大。
- 公共文化会館等の指定管理者による劇場運営の展開
- 着ぐるみイベント等のイベント事業の拡大。

グローバル戦略

- 他社IPを含めたマスク舞台作品の海外展開加速（中国、台湾、香港、韓国）。

IP開発とMD事業のシナジーサイクルで安定収益を実現

売上高



MD事業

- 他社IPの商品化を更に推進。人気IPによる安定した収益拡大を狙う。
- カプセルトイの強化とともに、このノウハウにより物販向けのトレーディングフィギュア領域の商品展開をローンチ。
- 3Dデジタルスタジオの内製化により、商品リリースのサイクルを最速化。プロモーションやメディア展開への流用により差別化を推進する。

出版事業

- 月刊ブシロードをTCG情報誌としてリブート。ブシロードTCGファンのマストアイテムへ。
- コミックブシロードWEBをIP開発（コミック発）の苗床として拡大。
- WEBTOONブランド「ROCKETOON」を立ち上げ。多言語展開によりグローバル需要を見据える。
- ブランド「ラテコミ」を立ち上げ。異世界やBLなどデジタル市場に特化した需要で新たな顧客へリーチ。

グローバル戦略

- 海外需要の大きなフィギュア市場へ入り込むトレーディングフィギュア事業のローンチ。
- 多言語展開が可能なWEBTOONでの苗床づくり。

広告宣伝・企画制作の提案がワンストップで可能に

売上高



広告代理店

- 媒体セールス：イベントの企画、運営。
- 映画配給：委員会出資。

声優事務所

- 声優の育成、マネージメント。
- タレント・アーティスト・インフルエンサー・クリエイター活動。
- キャスティング業務。

映像・ラジオ・音響

- スタジオ・機材の貸し出し。
- 映像・音声コンテンツの制作、販売。

ゲーム Biz

- 媒体事業。
- 取材、業界リサーチ、セミナー主催。

国内の動員回復と海外番販へ向けた映像コンテンツ化に注力

売上高

130億円

59億円

FY22(実績)

FY26

新日本プロレスリング

- 興行：満席率と原価率を重視、声援の回復。
- 選手海外団体からの起用再開、国内外他団体派遣強化、若手起用。
- 商品：新たな商材×ファンイベントを絡めた会場物販、ECデジマ注力

ブシロードファイト

- 興行：興行エリア・会場規模の拡充、新規ファン層の獲得。
- 商品：EC・催事強化。
- コンテンツ：英語実況・海外SNS強化により海外番販拡大に向けた準備。

ブシロードウェルビー

- 需要回復に乗り、フィットネス・スクール・整骨院の店舗数を拡大。
- 訪問介護・デイサービス事業、サプリメント販売等の新規事業ローンチ。

グローバル戦略

- 新日本プロレスリング：海外通販・FCの強化を経て番販へ繋げる
- STARDOM：英語実況やSNS強化を経て番販へ繋げる

中期経営計画実行におけるコーポレート体制について

赤字事業・子会社に対する基準

中期ビジョンである売上1,000億円の達成に向けて、アクセルを踏む一方で、それに伴い生まれるリスクの対策として、ブレーキを掛ける基準を設定いたします。

撤退の基準

- 子会社単位、事業単位ともに2期連続赤字で撤退を検討。3期連続で撤退

赤字会社数

2022年6月期

7社

2023年6月期
(目標)

2社

調達資金

転換社債型新株予約権付社債（CB）

2020年8月発行の**無担保転換社債型新株予約権付社債**の転換が2022年8月にすべて完了し、累計転換額は**50億円**となった。

資金使途

- ① IP開発（アニメ開発）
- ② IP発展（M&A、資本業務提携投資）

進捗

- ①に**20億円**、②に**5億円**を充当（2020年8月～2021年7月）。
- 未充当分は、現時点で具体的に進行中の案件はないが、引き続き【②IP発展】に充当予定。

私募債・借入金

2022年7月に**無担保社債20億円**の発行、および**資金の借入40億円**を実施した。

資金使途

- ① 運転資金
- ② 事業拡大に向けた投資

進捗

- 現時点で具体的に進行中の案件はないが、中期経営計画達成に向けた投資に充当予定。

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. 中期経営計画
6. リスク情報
7. Appendix

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、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(注)、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、Global Mega Character Platformの構築する中で自社IPの開発だけに頼らないポートフォリオを確立することでリスクの分散をはかっております。

(注) デバッグとは、ソフトウェアのプログラムの誤り(バグ)を修正すること。

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	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やモバイルゲームやコンソールゲーム、音楽、マーチャンダイズ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。
④	トレーディングカードゲームの市場規模の推移	トレーディングカードゲームの国内市場規模は前年度比41.3%増で大きく伸長しております(注)。しかし、現在は一定の市場規模はあるものの今後成長が進まない場合、当社グループのトレーディングカードゲーム部門の売上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、2020年以降「ヴァイスシュヴァルツ」等の英語版の強化を図り、2022年6月期は国内売上で前年比47.5%増に対し海外売上は前年比124.6%増になり、市場をグローバルに転換をはかっております。

(注) 出典：「メディアクリエイティブ総研 “Monthly Trading Card Game Research Data”」

目次

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. 中期経営計画
6. リスク情報

7. Appendix

通期 連結業績推移

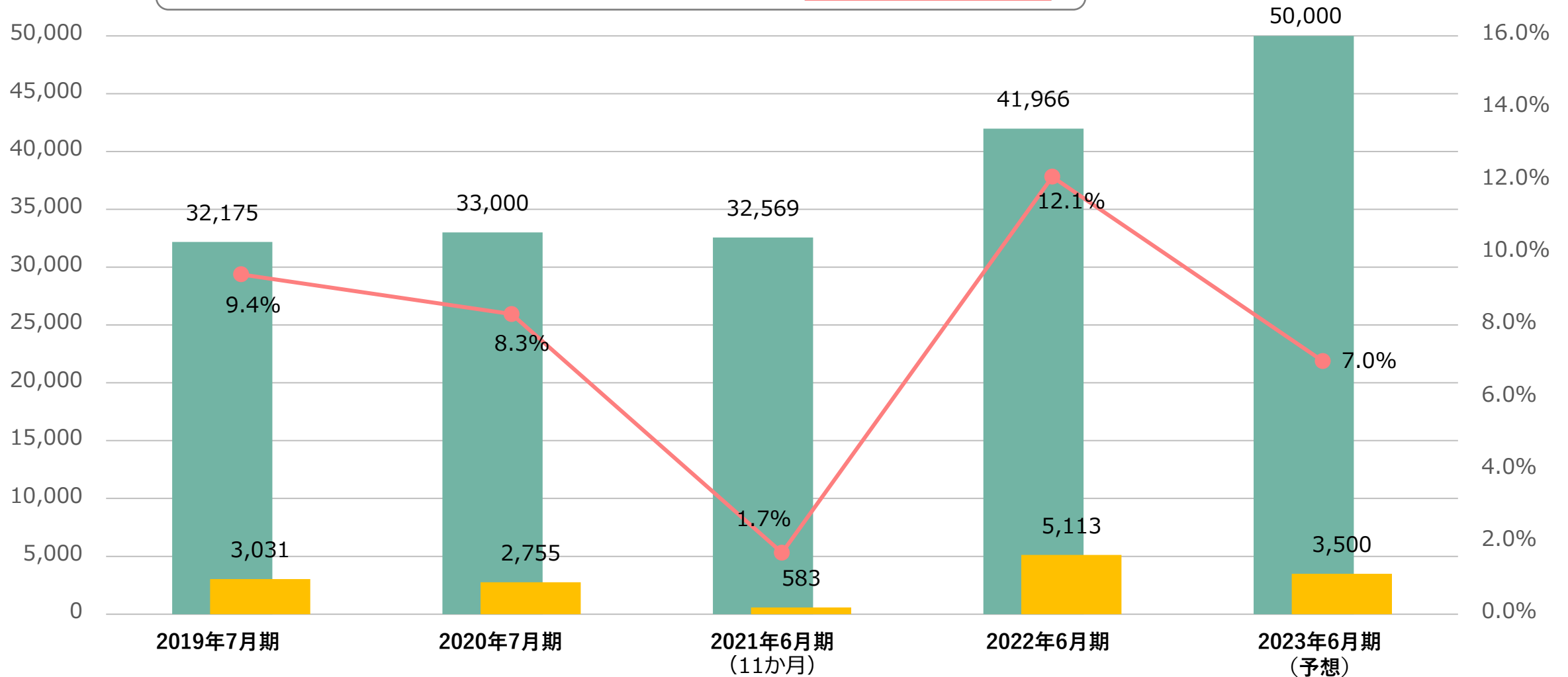
(百万円)

凡例

売上高

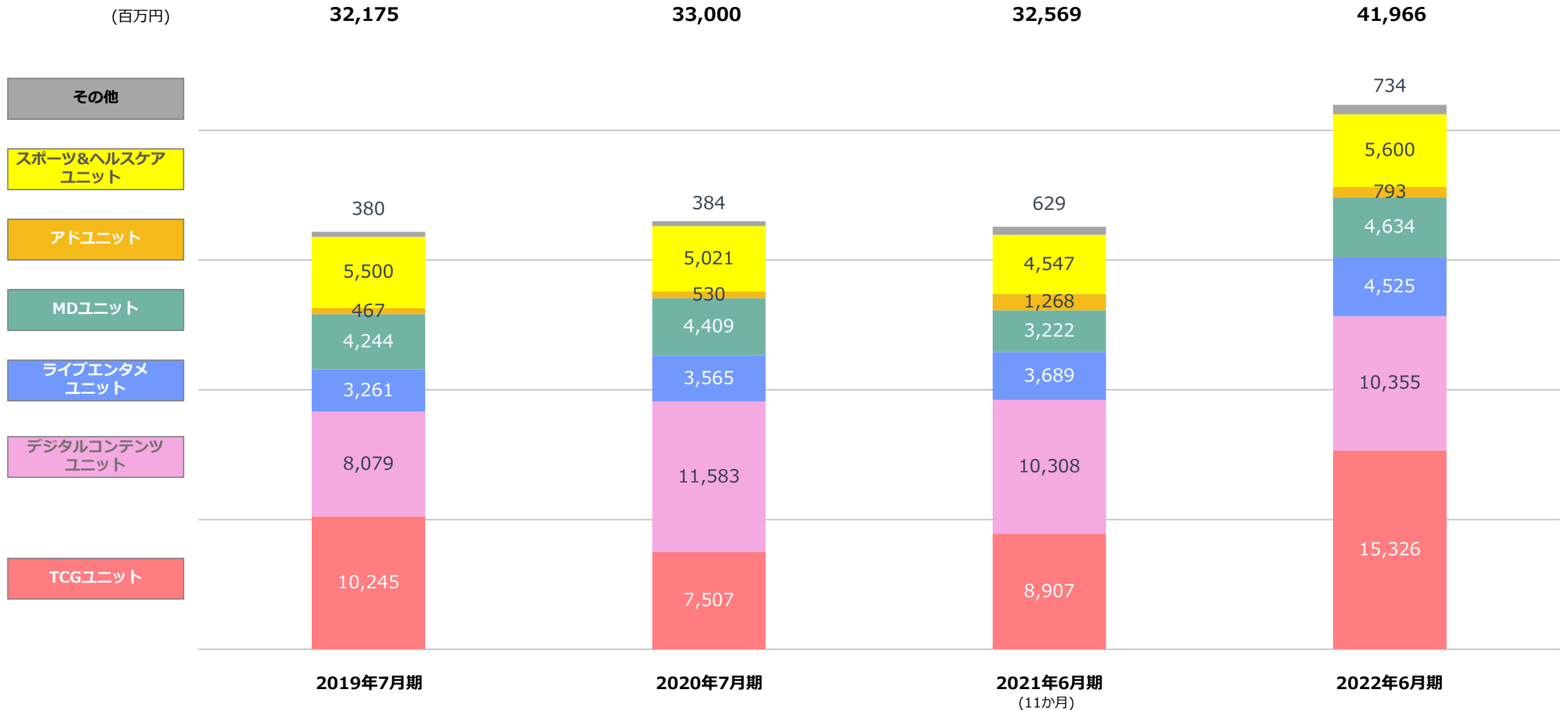
経常利益

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。

ユニット別売上高推移



※内部取引消去後かつ、収益認識変更適用後の数値を記載。
 ※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。



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2023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。