

Amazia

**2021年9月期 決算説明資料
事業計画及び成長可能性に関する事項**

2021年11月11日

株式会社Amazia（証券コード：4424）

Main Contents



Contents.1...

会社概要

Contents.2...

業績概要

Contents.3...

市場・競合・自社分析

Contents.4...

成長戦略

Contents.5...

Appendix

Amazia

Contents.1

会社概要

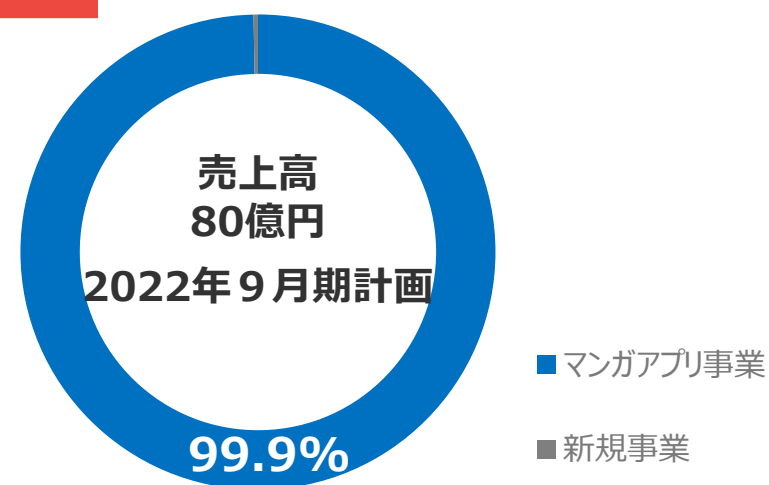
- 会社概要
- 代表者紹介
- 会社沿革
- 当社の主要サービス
- 事業概要
- マネタイズモデルとKPI
- 「マンガBANG!」事業系統図

会社概要

社名	株式会社Amazia（アメイジア）
本社住所	東京都渋谷区南平台町2-17 日交渋谷南平台ビル2階
設立	2009年10月
代表社名	代表取締役社長 佐久間 亮輔
事業内容	「マンガBANG!」の企画・運営 「Palfe」の企画・運営 オリジナル漫画の制作
役員構成	取締役5名（内、社外2名） 監査役3名（内、社外3名） 監査役会設置会社
従業員数	27名（役員8名、アルバイト7名除く）

2021年9月30日現在

総資産	30億2,018万円
資本金	3億6,150万円
発行済株式数	6,734,600株
時価総額	85億6,641万円
単元株数	100株
上場市場	東証マザーズ（証券コード4424）



代表者紹介

代表取締役社長

佐久間 亮輔



経歴

2001年3月 上智大学 卒業

2001年4月 (株)ジャフコ 入社

2007年2月 (株)シーエー・モバイル 戦略投資室長

2007年6月 (株)アイデアコミュニケーション 代表取締役

((株)シーエー・モバイル (現(株)CAM) の子会社)

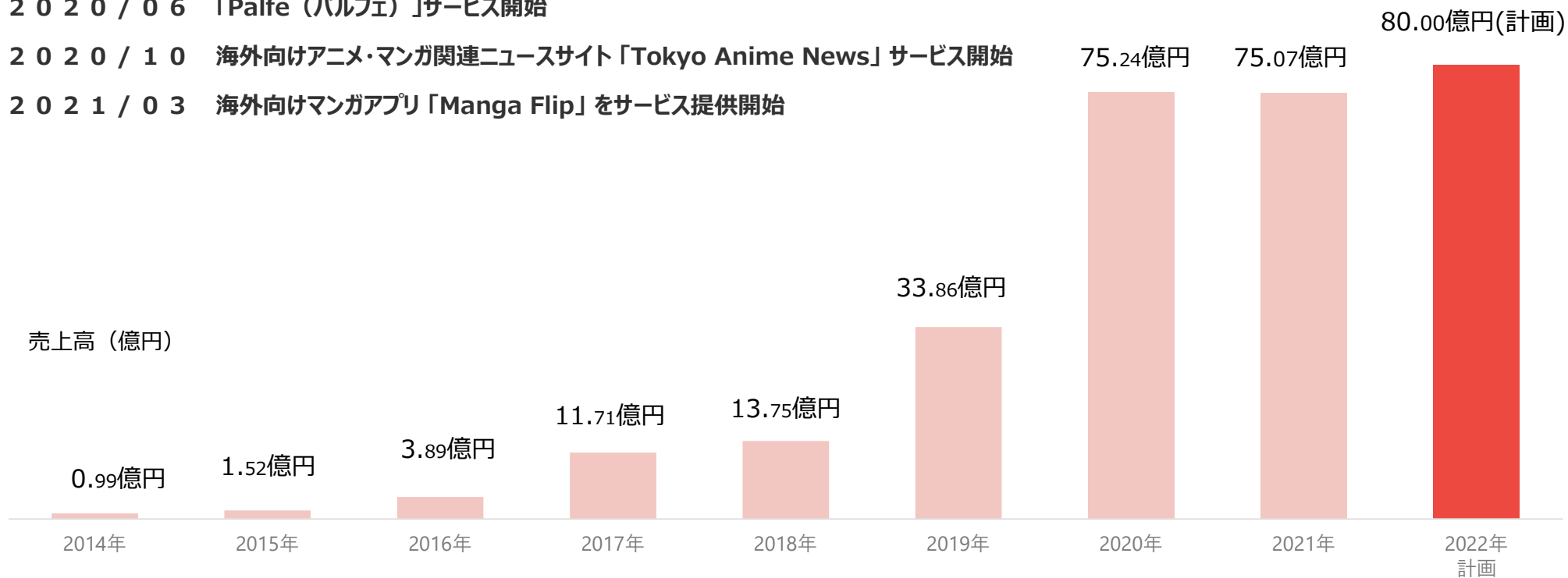
2009年10月 当社設立 代表取締役社長

経営理念

世界にチャレンジする
インターネットサービスを創る

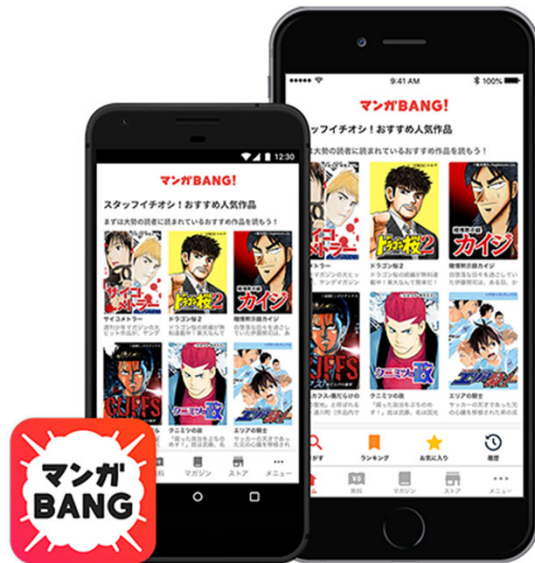
会社沿革

- 2009 / 10 当社設立
- 2010 / 07 共同購入クーポンサイト「GroupMall」サービス開始
- 2010 / 09 携帯公式サイト運営アイデアコミュニケーション吸収合併
- 2012 / 10 マンガアプリ事業に進出
- 2014 / 11 「マンガBANG!」サービス開始
- 2017 / 12 「マンガEpic!」サービス開始
- 2018 / 12 東証マザーズ市場へ上場
- 2020 / 06 「Palfe（パルフェ）」サービス開始
- 2020 / 10 海外向けアニメ・マンガ関連ニュースサイト「Tokyo Anime News」サービス開始
- 2021 / 03 海外向けマンガアプリ「Manga Flip」をサービス提供開始



当社の主要サービス

基本無料のフリーミアムモデルで多数のユーザーを獲得し、毎日利用するアクティブユーザーを増やし
 広告 + 課金でのマネタイズを行うマンガアプリ



マンガBANG!



Palfe (パルフェ)



特徴

- ・フリーミアムモデル
- ・プラットフォーム型
- ・商業作品、オリジナル作品

サービスの強み

- ・累計DL数2,300万超のユーザー基盤
- ・課金収益 + ユーザー全体から広告収益
- ・出版社との強固な関係

特徴

- ・女性向けフリーミアムマンガ型アプリ + ニュースアプリ
- ・プラットフォーム型
- ・商業作品、オリジナル作品

サービスの強み

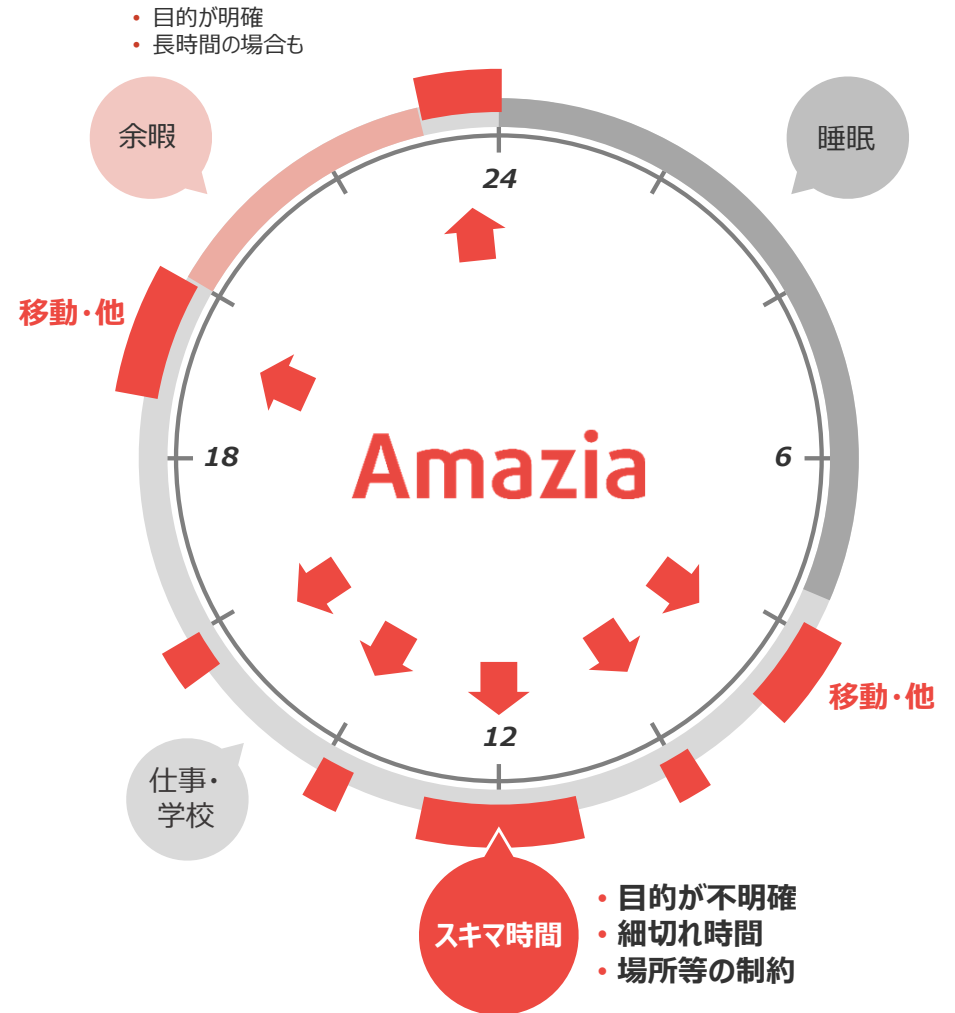
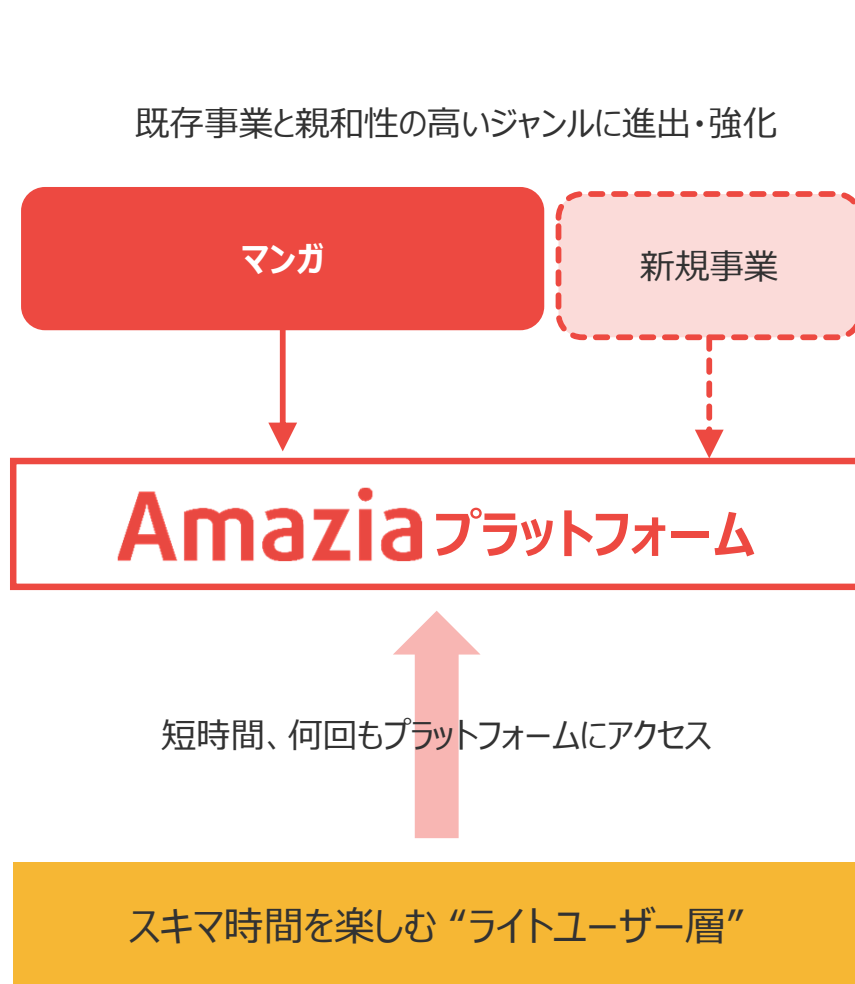
- ・「マンガBANG!」で培った、出版社との強固な関係と集客のノウハウを利用
- ・課金収益 + ユーザー全体から広告収益

『サイコメトラー』©安童夕馬・朝基まさし、『ドラゴン桜2』©三田紀房/コルク、『賭博黙示録カイジ』©福本伸行/highstone,Inc.,『CUFFS ～傷だらけの地図～』©東條仁/ゴマブリックス、『クニミツの政』©安童夕馬・朝基まさし、『エリアの騎士』©伊賀大晃/月山可也

「午前3時の無法地帯」©ねむようこ/祥伝社フィールコミックス、「リメイク」©Ikumi Rotta/MAG Garden、「上司は悪女を逃がさない」©雨宮榮子(秋田書店)、「初恋ダブル エッジ」©小田原みづえ/双葉社、「絢爛たるグランドサーズ」©Cuvie (秋田書店)、「中学聖日記」©かわかみじゅんこ/祥伝社フィールコミックス、「カズン」©いへみ綾/祥伝社フィールコミックス、「あなたのことはそれほど」©いへみ綾/祥伝社フィールコミックス、「地獄のガールフレンド」©鳥飼茜/祥伝社フィールコミックス

事業概要

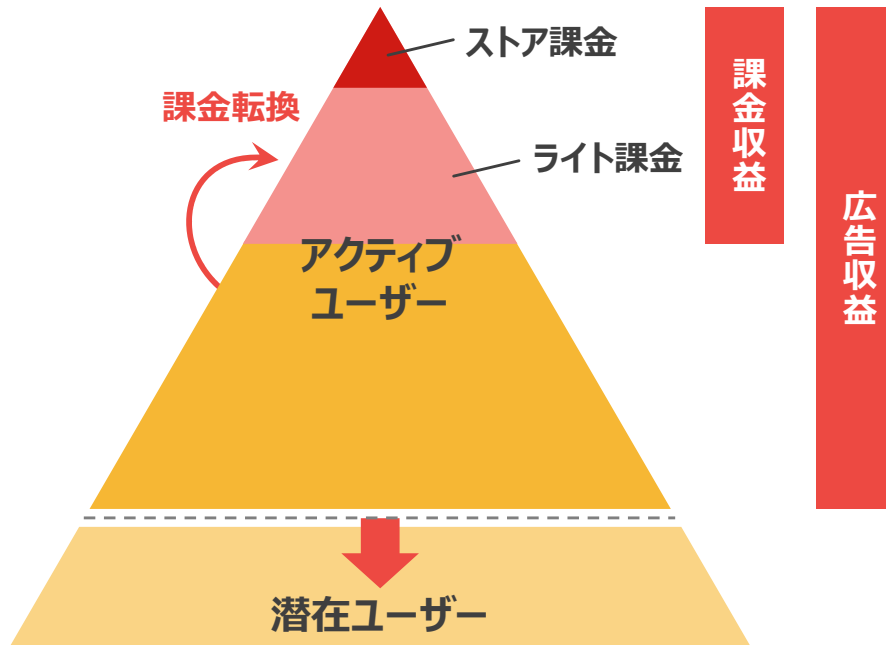
マンガアプリ事業で得られた事業ノウハウ・ユーザー基盤・データを横展開して、スキマ時間を埋めるプラットフォームとしての立ち位置を強化する



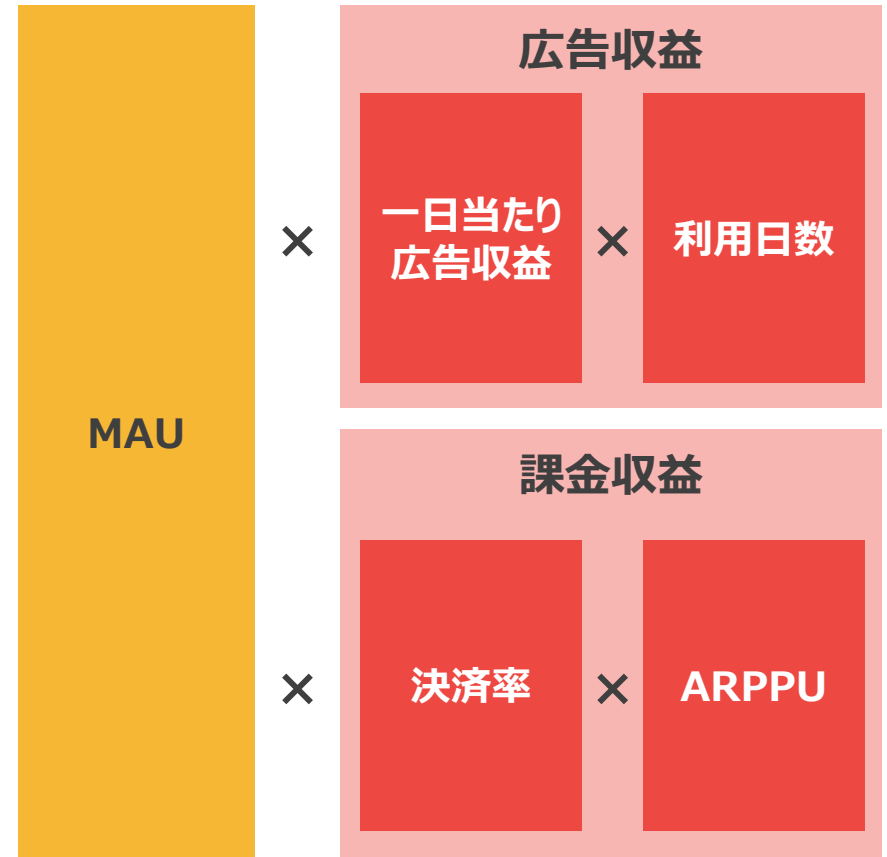
マネタイズモデルとKPI

フリーミアムモデル

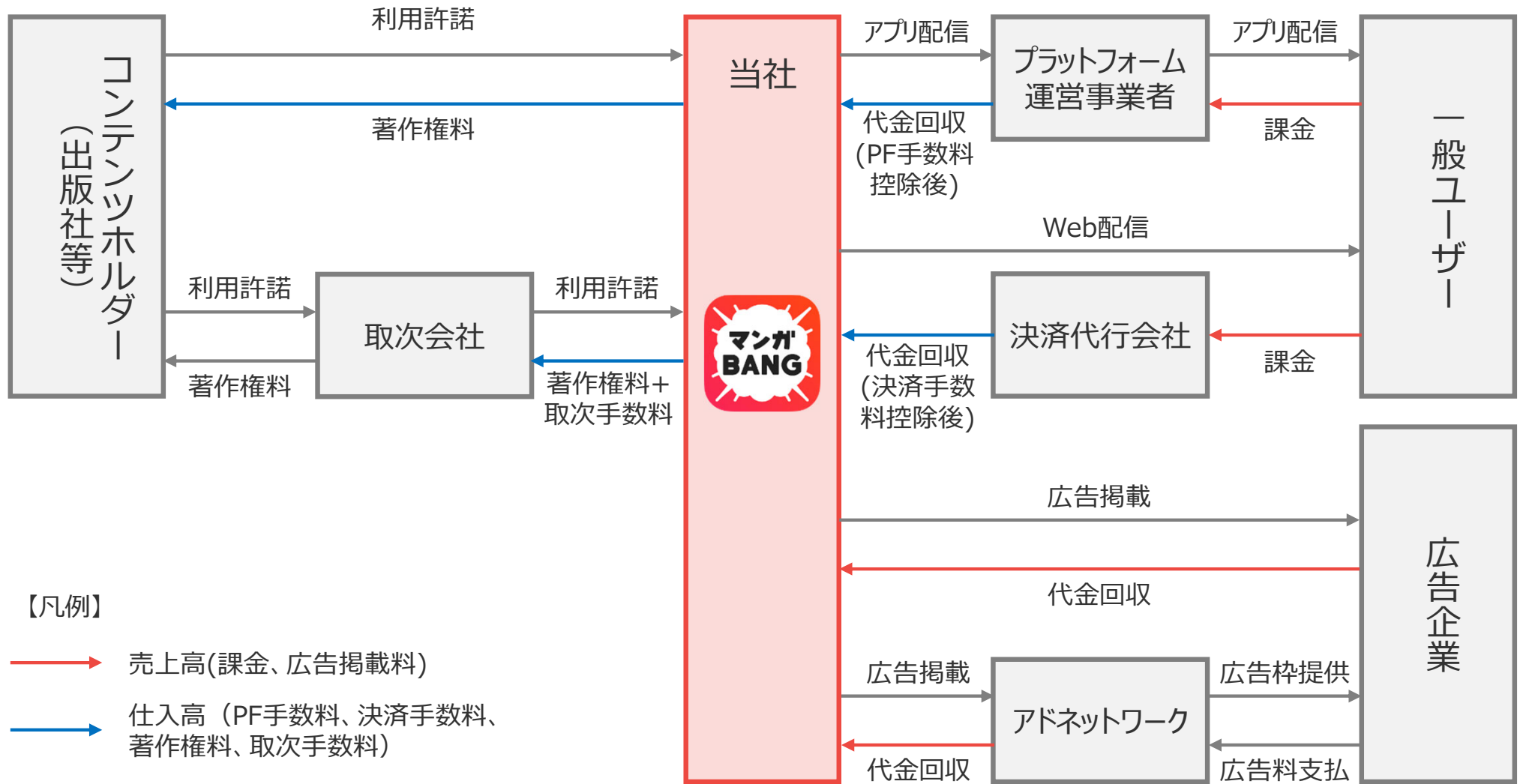
- 広告収益・ライト課金モデルにより幅広いユーザーの獲得が可能



収益分解イメージ (KPI)



「マンガBANG!」事業系統図



Amazia

Contents.2

業績概要

- 2021年9月期 第4四半期（会計期間）業績概要
- 業績推移 売上高/MAU
- 業績推移 営業利益/広告宣伝費
- マンガBANG!の広告ARPU/課金ARPUの推移
- 2021年9月期 第4四半期（累計期間）業績概要
- 2020年9月期比（累計期間）営業利益増減分析
- 2021年9月期 業績達成状況
- 2021年9月期 成長戦略の進捗状況

2021年9月期 第4四半期（会計期間） 業績概要

海賊版サイトの拡大等による影響で、過去最高の売上高であった対前年同四半期比では132百万円減少したものの、当第3四半期以降は回復基調となる

単位：百万円

	2020年9月期 第4四半期会計期間		2021年9月期 第4四半期会計期間		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	2,130	100.0%	1,998	100.0%	▲132	▲6.2%
売上総利益	799	37.5%	738	37.0%	▲60	▲7.6%
営業利益	327	15.4%	▲127	▲6.4%	▲455	-
EBITDA	329	15.5%	▲126	▲6.3%	▲455	-
経常利益	323	15.2%	▲124	▲6.2%	▲447	-
四半期純利益	234	11.0%	▲83	▲4.2%	▲317	-

対前年同四半期比（会計期間）における、当四半期の状況

【売上面】

- 広告宣伝方針の変更（獲得効率よりも獲得数を重視）により、MAUが10%増加
- 海賊版サイトや競争激化の影響等により、課金収益KPI(ARPPU)、広告収益KPI（利用日数）が低調に推移
- ATT導入による影響と広告市況の悪化等により、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が低調に推移

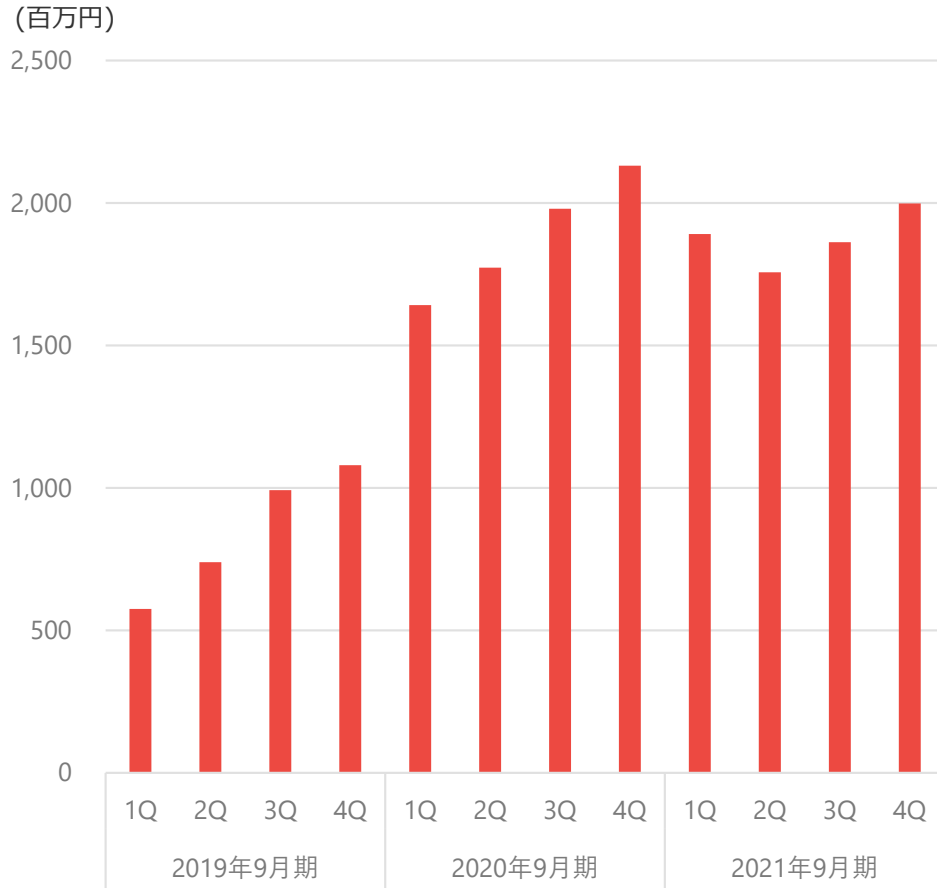
【利益面】

- 広告宣伝方針の変更により、売上高広告宣伝費率が38.1%にまで増加（前4Q:16.9%）したため、営業利益率が悪化

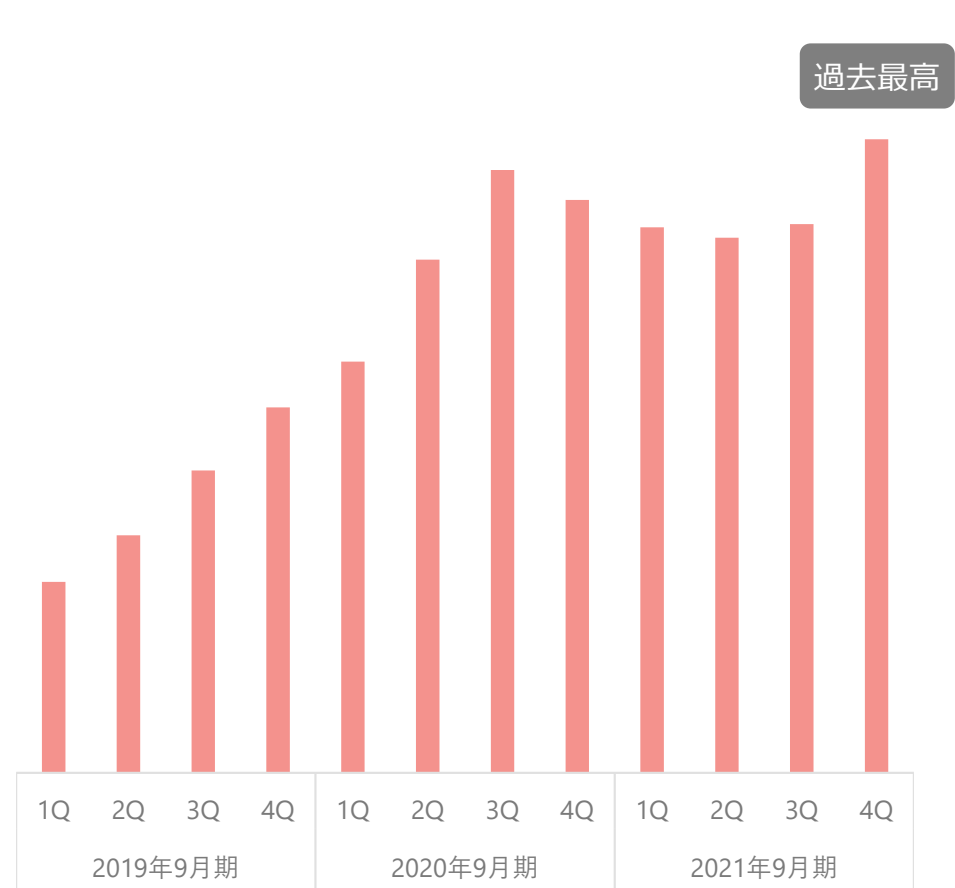
業績推移 売上高/MAU

海賊版サイトの影響、競争環境の激化等により減少傾向にあった売上高が、当3Q以降回復傾向
 広告宣伝方針の変更や各種施策が功を奏し、過去最高のMAUを更新

売上高



MAU (3か月平均)

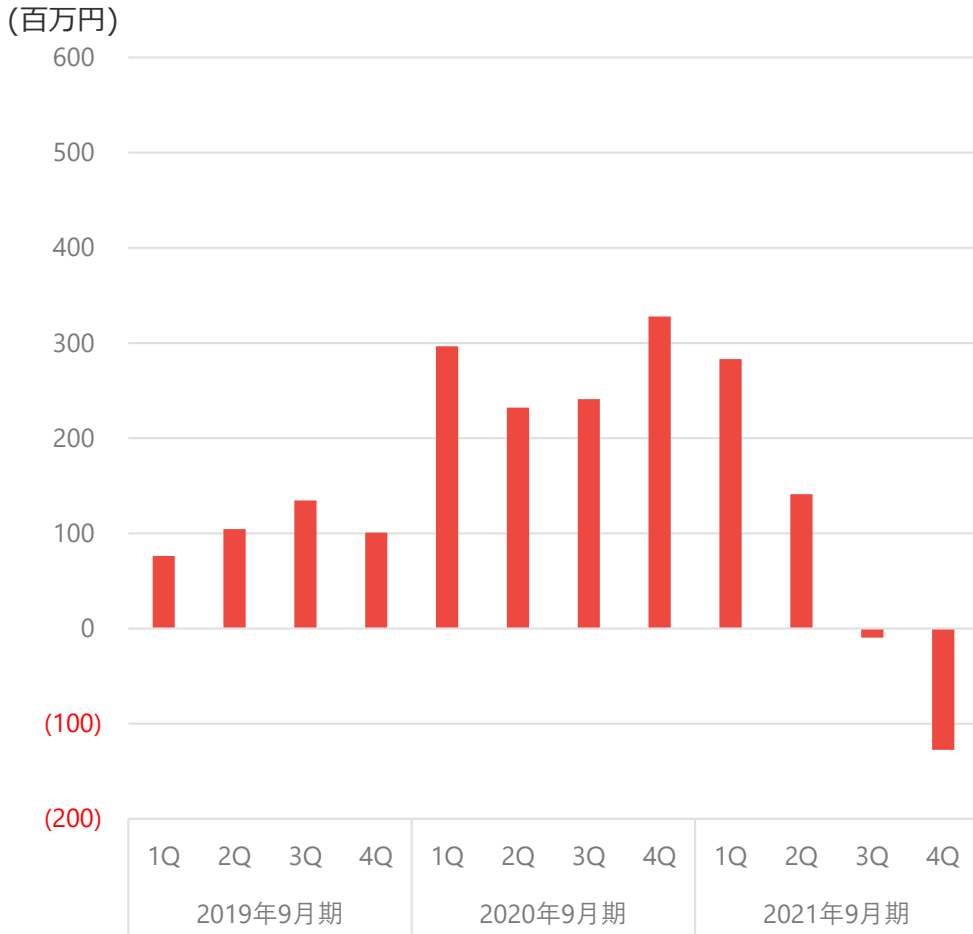


注：上記MAUは、マンガBANG!のMAUであり、マンガEpic!、Palfe等のMAUは除く

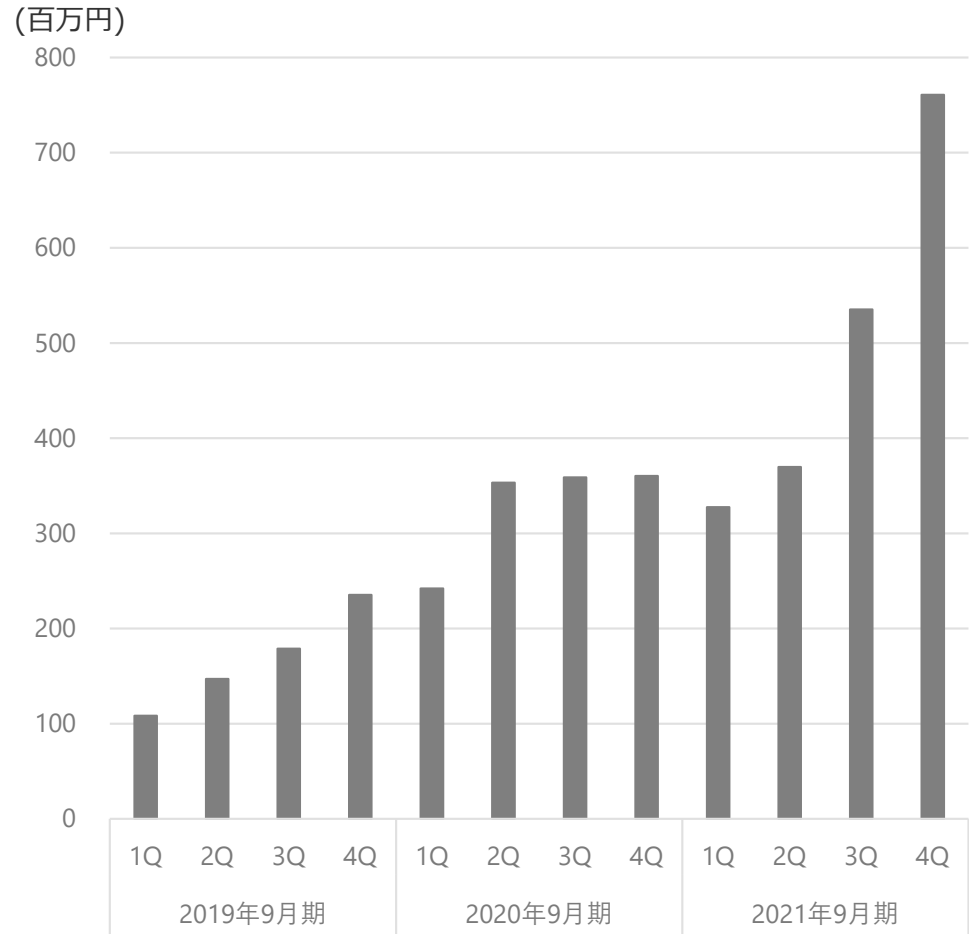
業績推移 営業利益/広告宣伝費

短期的な利益よりもユーザー拡大を優先して、2021年9月期3Q以降、より積極的に広告宣伝費を投下したため、一時的な営業損失が発生

営業利益



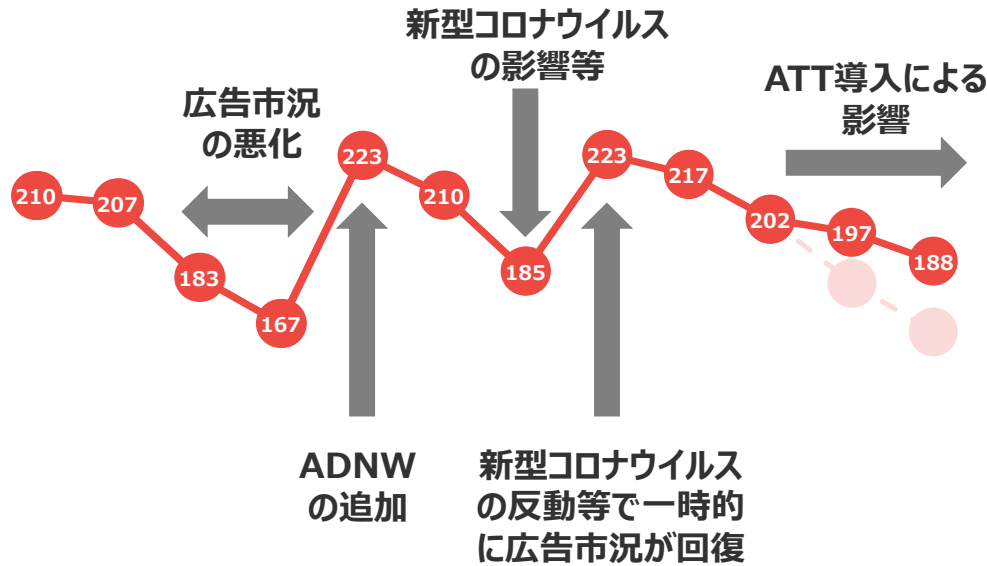
広告宣伝費



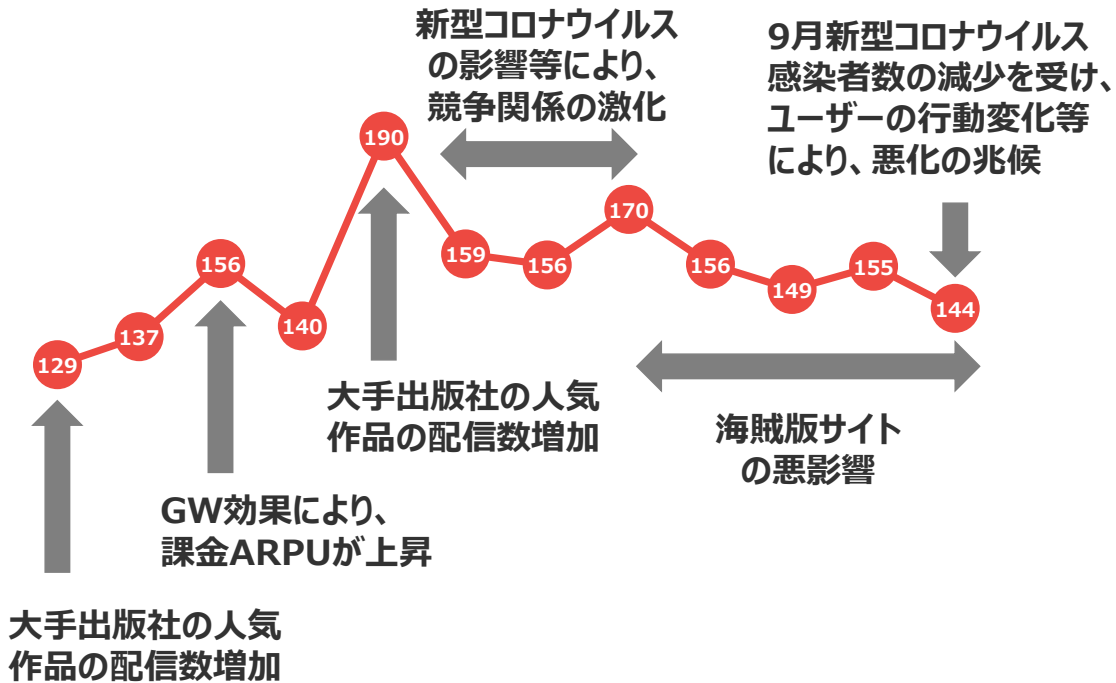
マンガBANG!の広告ARPU・課金ARPU推移

広告ARPU:ユーザーへのATTの浸透が進み減少傾向となるが、想定以下の悪化にとどまる
 課金ARPU:新型コロナウイルス感染状況によるユーザーの行動変化等により、不安定な状況が続く

広告ARPU



課金ARPU



注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

点線部分は21/5計画

注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2019年9月期				2020年9月期				2021年9月期			

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2019年9月期				2020年9月期				2021年9月期			

2021年9月期 第4四半期（累計期間） 業績概要

海賊版サイトの拡大等による影響を通期で受けるも、過去最高の売上高であった対前年同期比とほぼ同水準（▲0.2%）にまで回復

単位：百万円

	2020年9月期 通期		2021年9月期 通期		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	7,524	100.0%	7,507	100.0%	▲16	▲0.2%
売上総利益	2,794	37.1%	2,693	35.9%	▲100	▲3.6%
営業利益	1,097	14.6%	287	3.8%	▲810	▲73.8%
EBITDA	1,103	14.7%	292	3.9%	▲810	▲73.5%
経常利益	1,084	14.4%	290	3.9%	▲793	▲73.2%
当期純利益	750	10.0%	185	2.5%	▲564	▲75.3%

対前年同期比（通期）における、当期の状況

【売上面】

- 前2Q以降の新型コロナウイルスの影響による巣ごもり消費の需要効果及び積極的なマーケティング活動等により、MAUが8%増加
- 新型コロナウイルス、海賊版サイトや競争激化の影響等により、課金収益KPI(決済率、ARPPU)が低調に推移
- 前3Qは新型コロナウイルスの影響で一時的な広告市況の悪化があった一方で、当3Q以降のATT導入による影響等により、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が低調に推移

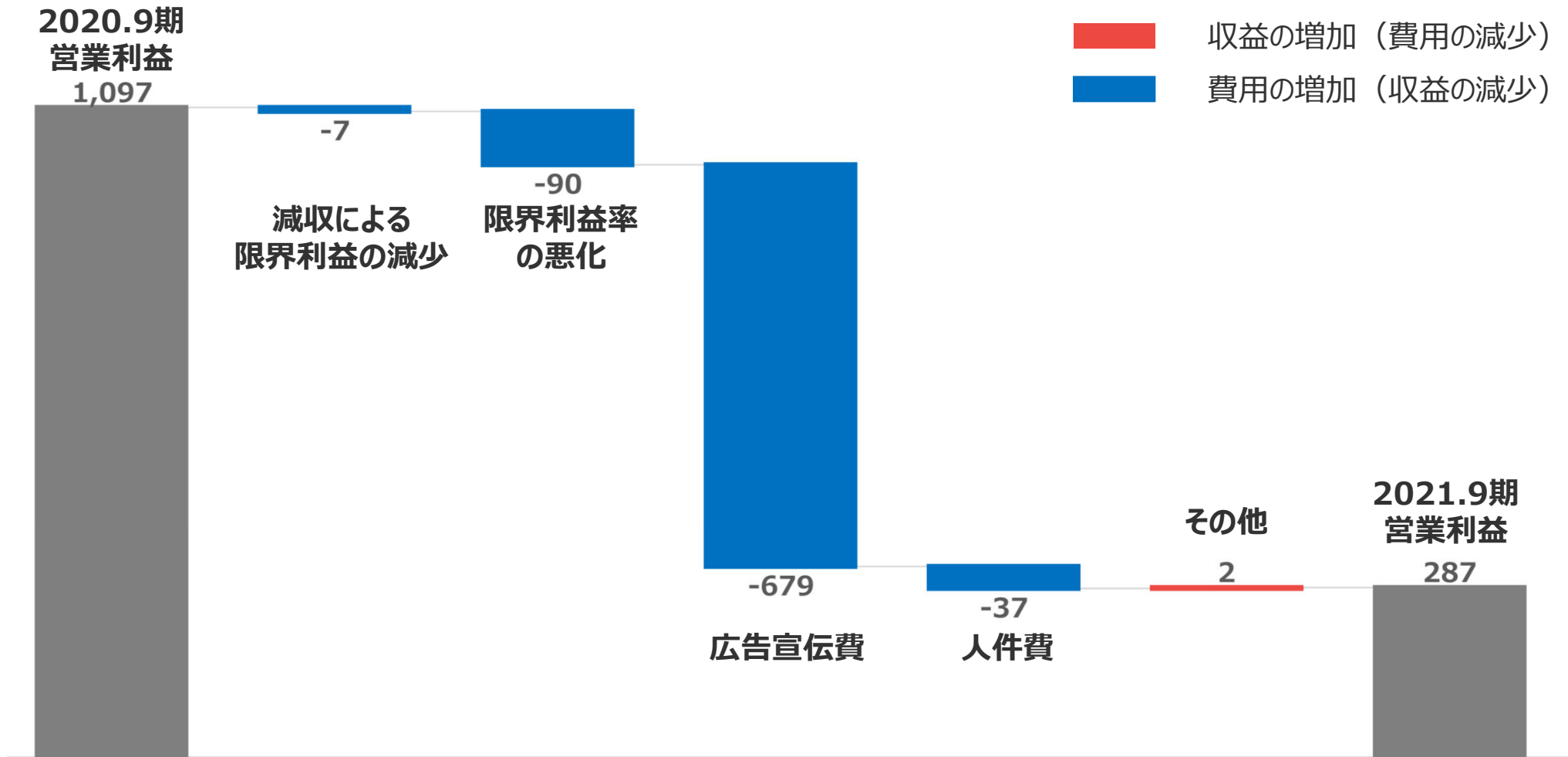
【利益面】

- ATT導入による広告収益の悪化による、売上総利益率が高い広告収益の割合が低下したため、売上総利益率が悪化
- 広告宣伝方針の変更により、売上高広告宣伝費率が26.6%にまで増加（前期:17.5%）したため、営業利益率が悪化

2020年9月期比（累計期間）営業利益増減分析

マンガBANG!の更なる成長に向けて、先行投資（主に広告宣伝費）を増加させた結果、前年同期比で営業利益が▲810百万円減少

単位：百万円



2021年9月期 業績達成状況

海賊版サイトの台頭、ATT導入等により、MAUを除き期初計画を下回ることとなったが、下期から広告宣伝方針の変更を行った結果、修正計画を各KPI、売上高、各利益ともに達成

単位：百万円

	2021年9月期 計画			2021年9月期 実績
	期初	21/5 下方修正	21/9 上方修正	
売上高	9,068	6,832	7,500	7,507
営業利益	900	170	250	287
経常利益	899	172	250	290
当期純利益	624	111	150	185

期初計画（対通期）、21/5修正の下期計画比における各KPIサマリー

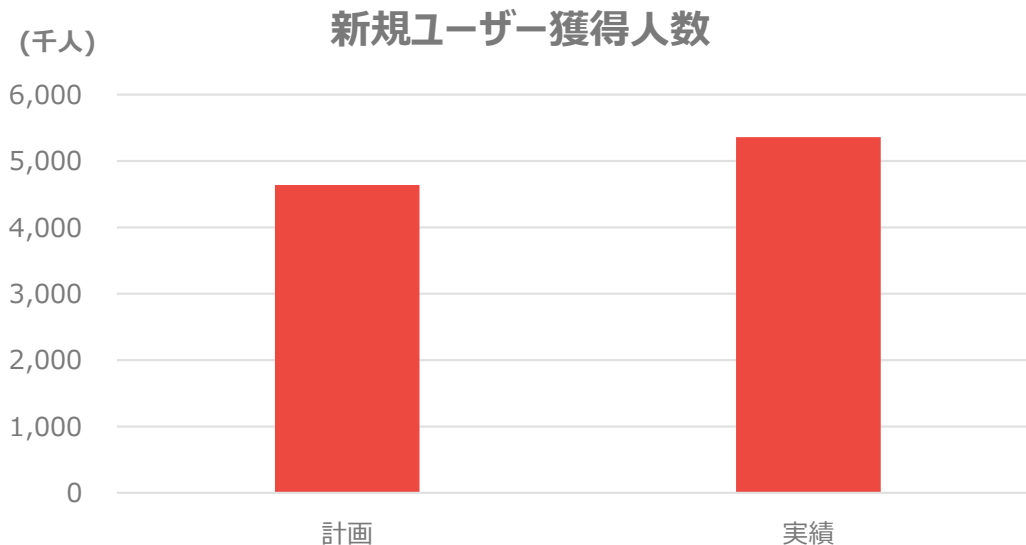
	MAU	広告収益		課金収益	
		一日当たり広告収益	利用日数	決済率	ARPPU
期初通期 計画比	○	×	△	△	×
21/5修正 下期計画比	◎	◎	○	○	○

成長戦略の進捗状況 1 / 2

01 マンガBANG!の再成長

積極的なマーケティング活動

- 競争環境の激化を受け、大規模なWeb広告出稿が困難になってきているため、当3Q以降、獲得効率から獲得件数を重視する方針に変更し、修正計画比でも好調に獲得
- 8月一部地域でTVCMのテスト出稿を実施し、効果の大きい時間帯、番組、クリエイティブについて検証
⇒想定範囲内の効果であったため、各KPIの改善時期を見て、利益確保を意識しながら、TVCMの継続要否を判断



※5月13日公表した修正計画との比較になります。

02 オリジナル作品の体制強化

マンガ制作チームの拡大

- 異世界転生系・恋愛ジャンルを中心とした小説のコミカライズとマンガBANG!での売れ筋スポーツ・ヤンキー系を中心に20作品程度を制作できる体制を構築

外販の強化

- 大手出版社の電子書籍ストア販売が開始され、上代で月10百万円超販売する作品も出るなど、好調に推移
- 紙出版に対するノウハウが蓄積され、電子書籍販売の売上を見つつ、収益回収が見込める作品に特化して紙出版を実施

マンガBANG
コミックス



成長戦略の進捗状況 2 / 2

03 M&Aの積極化

マンガアプリ関連事業のM&A

- コンテンツホルダー及びWeb電子書籍サービスの買収を積極的に推進

➤ 2021年9月期1件（※）の投資

※mangamo株式会社：日本・中国・韓国を除く全世界に日本のマンガを配信するサブスクリプションサービスMangamoを企画・開発・運営。大手出版社作品を含む400以上の日本のマンガを月額4.99USドルにて読み放題で提供。

➤ 引き続き、情報収集と候補者リストアップをし、検討中



新規事業のM&A

- 既存のユーザー基盤と親和性の高いスキマ時間向けのインターネットサービスの買収を積極的に推進
- 情報収集を実施し、案件毎に検討・交渉開始

04 Palfe、海外サービスの展開

Palfeの拡大

- Google Play ベストオブ 2020 日本版エンターテインメント部門において、大賞を受賞
- 許諾作品が徐々に増加することで、課金KPIが改善

海外サービス

- 2020年10月16日にアニメ・マンガ関連英語ニュースサイト「Tokyo Anime News」をリリース
- 2021年3月31日に、北米向けに当社オリジナルマンガを無料配信するマンガアプリ「Manga Flip」をリリース
- 2021年9月30日mangamoと資本業務提携し、海外で受け入れられるマネタイズモデルを検討開始できる体制構築



Amazia

Contents.3

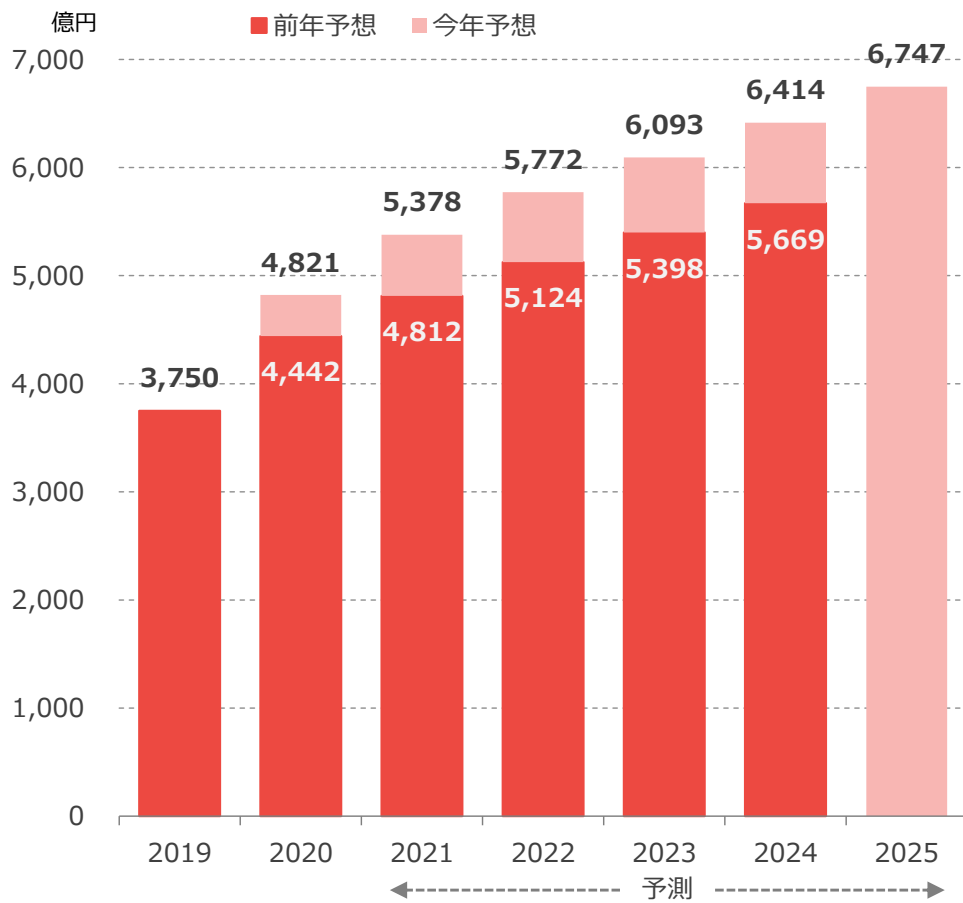
市場・競合・自社分析

- 市場分析
- 競合分析～当社のポジショニング
- 自社分析～当社の特徴・強み

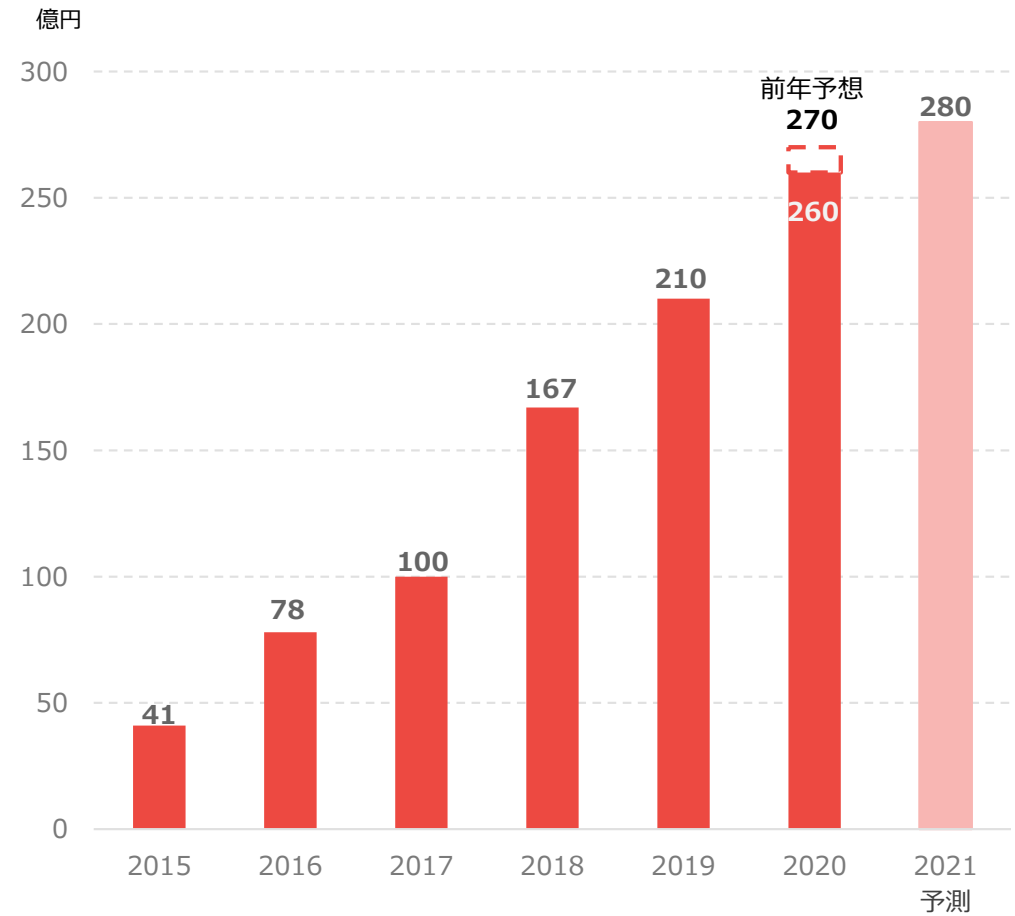
市場分析

2020年度電子書籍市場は4,821億円と堅調な成長を受け、2021年度以降の将来予測も上昇
マンガアプリ事業はネットワーク外部性が効かない分散型の市場と思料

電子書籍市場（電子書籍+電子雑誌）



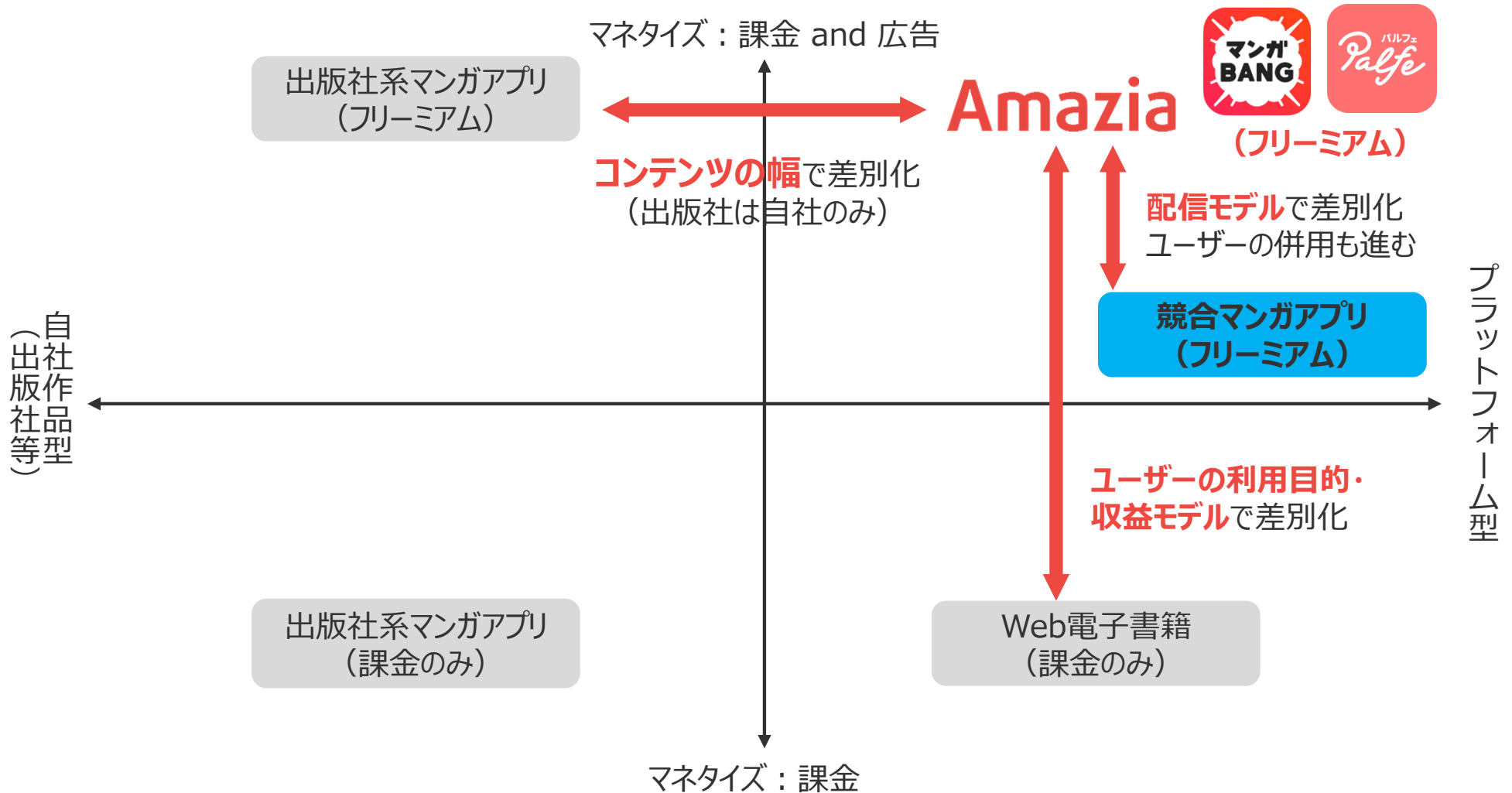
マンガアプリ広告収益市場



出所：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2020」、「電子書籍ビジネス調査報告書2021」

競合分析～当社のポジショニング 1 / 2

Web電子書籍・出版社系マンガアプリを中心に競合他社が増加しているが、コンテンツ競争力、収益機会の多様化など優れたビジネスモデルを構築しており、ユニークなポジショニングを確立



競合分析～当社のポジショニング 2 / 2

電子書籍市場は、①Web電子書籍と②出版社系アプリ・③プラットフォーム型アプリで棲み分け
マンガアプリの中でも、複数アプリの併用が進み、競合性の低い市場

- ✓ 1アプリ当たりの可処分時間が短い（無料で読める範囲に制限がある等）
- ✓ 配信作品、配信モデル（作品毎に1日1話無料、コーナー全体で複数話無料等）が異なる

棲み分け	電子書籍市場	利用目的	メインの販売作品	メインユーザー
併用	Web 電子書籍	購入目的	最新刊 (紙からの置き換わり+ 特定ジャンルが人気)	男性・女性
	出版社系 マンガアプリ	スキマ時間の利用	新作 (作品数が限定的)	男性・女性
	プラットフォーム型 マンガアプリ	スキマ時間の利用	旧作	男性 女性



自社分析～当社の特徴・強み

01 アプリ開発力 / 02 マネタイズ力

開発体制

- 企画・開発・運営を自社内で一貫

運営メンバー

- 市場調査力とそれを反映させる開発力・コンテンツ獲得力があるバランス型のメンバー構成

コンテンツ獲得力

- ユーザ基盤、販売実績等が評価され、多数の出版社からコンテンツを獲得し、プラットフォーム型のビジネスを展開

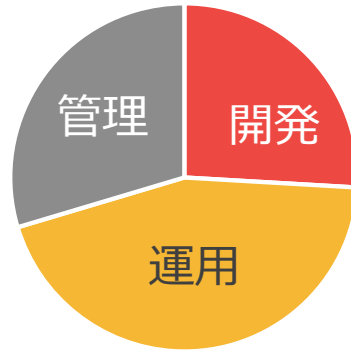
03 ライトユーザー基盤

- フリーミアムモデルにより広範なユーザー層を獲得

Amazia



メンバー構成割合



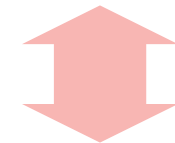
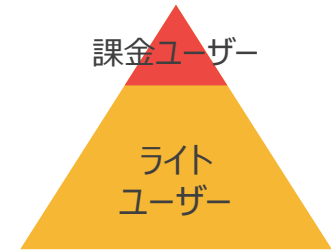
- 開発** : 平均開発経験10年程度のチーム編成
- 運用** : 電子取次、電子書籍サイト経験者
- 管理** : 公認会計士、経営企画経験者等



Amazia



Amazia



電子書店等



事業計画及び成長戦略

- 2022年9月期 事業計画
- 2022年9月期 事業計画の営業利益増減推移
- 2022年9月期 成長戦略
- 将来的な成長イメージ
- AmaziaのESGへの取り組み
- 事業等のリスク

2022年9月期 事業計画

緊急事態宣言解除によるユーザーの行動変化等により、MAU、課金ARPUの悪化兆候が見受けられるため、上期は引続き収益モデルの再構築に注力し、下期から営業利益が出せるよう体制構築

単位：百万円

	2021年9月期(実績)		2022年9月期(計画)	
	2Q累計	通期	2Q累計	通期
売上高	3,646	7,507	3,592	8,000
営業利益	424	287	▲16	300
経常利益	426	290	▲16	300
当期純利益	288	185	▲20	190

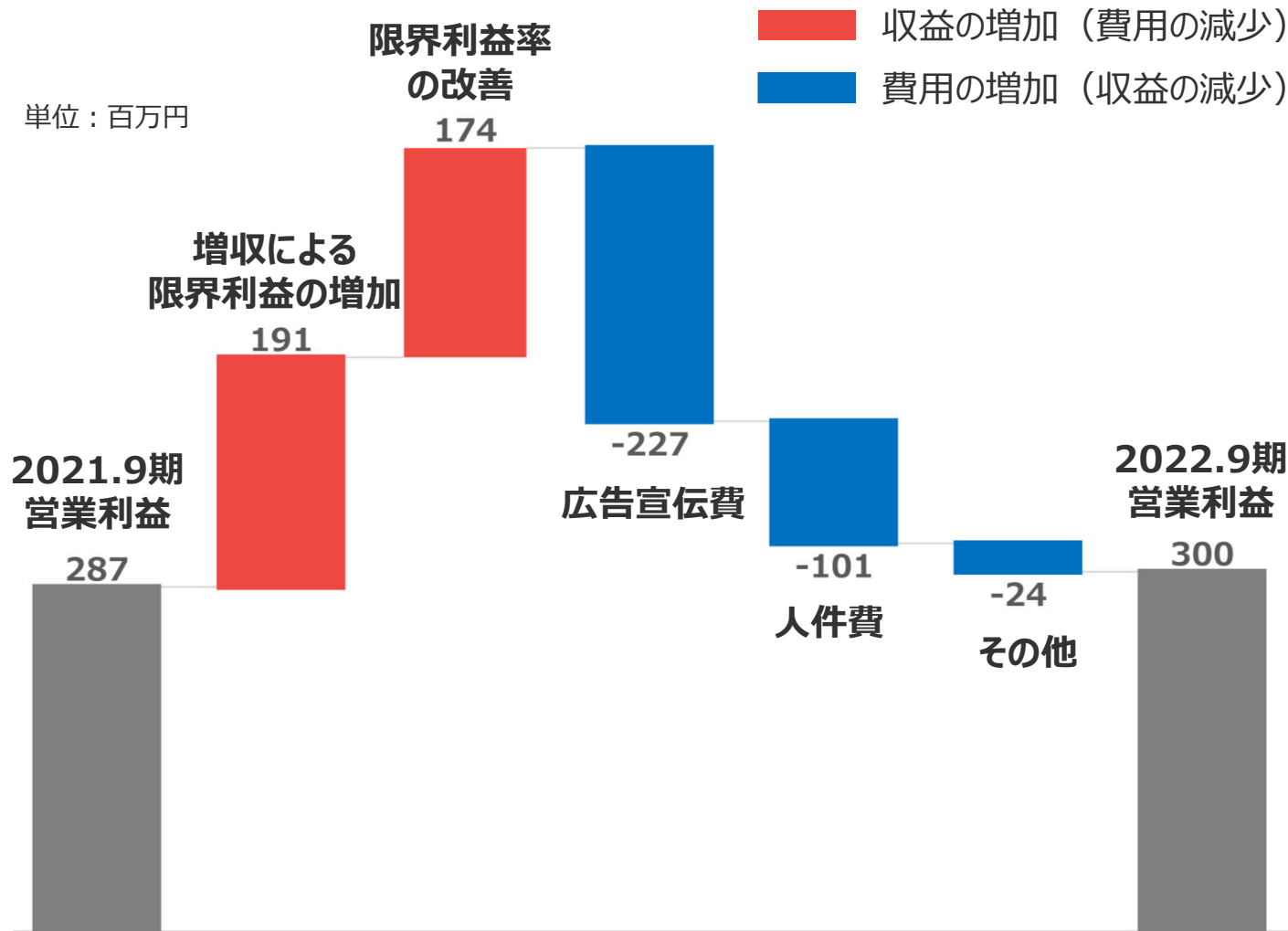
※ 当社が属する電子書籍業界は、著しく外部環境が変化をしているため、創発的で柔軟性の高い経営が重要と考え、現時点において、中期経営計画を公表しないことが適切であると判断しております。

マンガBANG!における各KPIの計画策定の前提条件

MAU	広告収益（広告ARPU）		課金収益(課金ARPU)	
	一日当たり広告収益	利用日数	決済率	ARPPU
21.9期下期と同水準で推移すると仮定	ATT導入により落ち込んだ21.9期下期から5%程度の改善を見込む	21.9期下期と同水準で推移すると仮定	21.9期と同水準で推移すると仮定	21.9期と同水準で推移すると仮定

2022年9月期 事業計画の営業利益増減推移

収益モデルの再構築により、増加した限界利益を、引き続き先行投資（特に広告宣伝費）に投下
 2022年9月期下期以降は、利益増加へ寄与



先行投資の詳細

広告宣伝費

- ①新規ユーザー獲得：2,165M(+194M)
 獲得単価がLTV以下になる範囲で①Web広告、②インフルエンサーマーケティング、③TVCMを組み合わせ、ユーザー獲得数が最大化するように組み合わせで実施予定
- ②アプリ内マーケティング等：55M(+33M)
 リコメンドエンジンやアプリ内メッセージ機能等に関する利用料等

人件費

エンジニア、漫画編集者を中心に採用

成長戦略 1/2

01 マンガアプリ収益モデルの再構築

① オリジナル作品 + 配信作品のラインナップ拡充

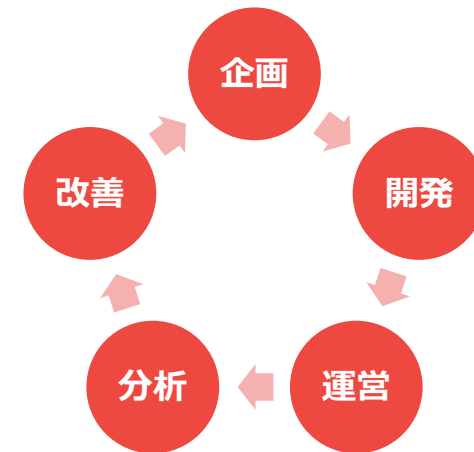
- ・ プレミアムコーナーで取扱いのない大手出版社作品の早期配信開始を目指す
- ・ チャージコーナーの配信作品の倍増を目指す
(195作品⇒400作品)
- ・ 海外作品（韓国・中国のwebtoonを中心）の配信検討
- ・ 出版社との協業による先行配信作品の充実化
- ・ オリジナル作品の充実化

② 広告収益の最適化

- ・ ATTの影響を踏まえた広告配信構成の再構築
- ・ ①、③により1人当たり読書数を増やし、広告表示回数の増加を目指す

③ ユーザー行動分析を基にしたUI/UXの改善

- ・ 自社独自の分析ツールを構築
- ・ ユーザーの行動履歴に基づくリコメンドエンジンの本格導入
- ・ アプリ内メッセージ機能の最適化



KPIの改善

$$\text{MAU} \times \left(\text{広告収益} + \text{課金収益} \right)$$

The equation is broken down as follows:

 MAU × ((一日あたり広告収益 × 利用日数) + (決済率 × ARPPU))

成長戦略 2/2

02 オリジナル作品の制作強化

マンガ制作体制の拡大

- マンガ制作チームを2021年9月末時点の3名体制から7名体制まで拡大
- 編集長候補の採用
- 制作本数を増加（常時25作品程度制作）

マンガ制作スタジオのM&Aの積極化

- マンガ制作スタジオの買収を積極的に推進
- 協業パートナーとの資本業務提携によるwebtoon制作を目指す

03 海外・新規サービスの展開

海外サービス

- 「Manga Flip」、「Mangamo」を活用して、下記検証を行い本格展開を目指す
 - ① 広告収益モデル、プレミアムモデル（都度課金）、サブスクリプション等の様々な収益モデル
 - ② 海外で人気の作品ジャンル
 - ③ 各地域別のユーザー規模

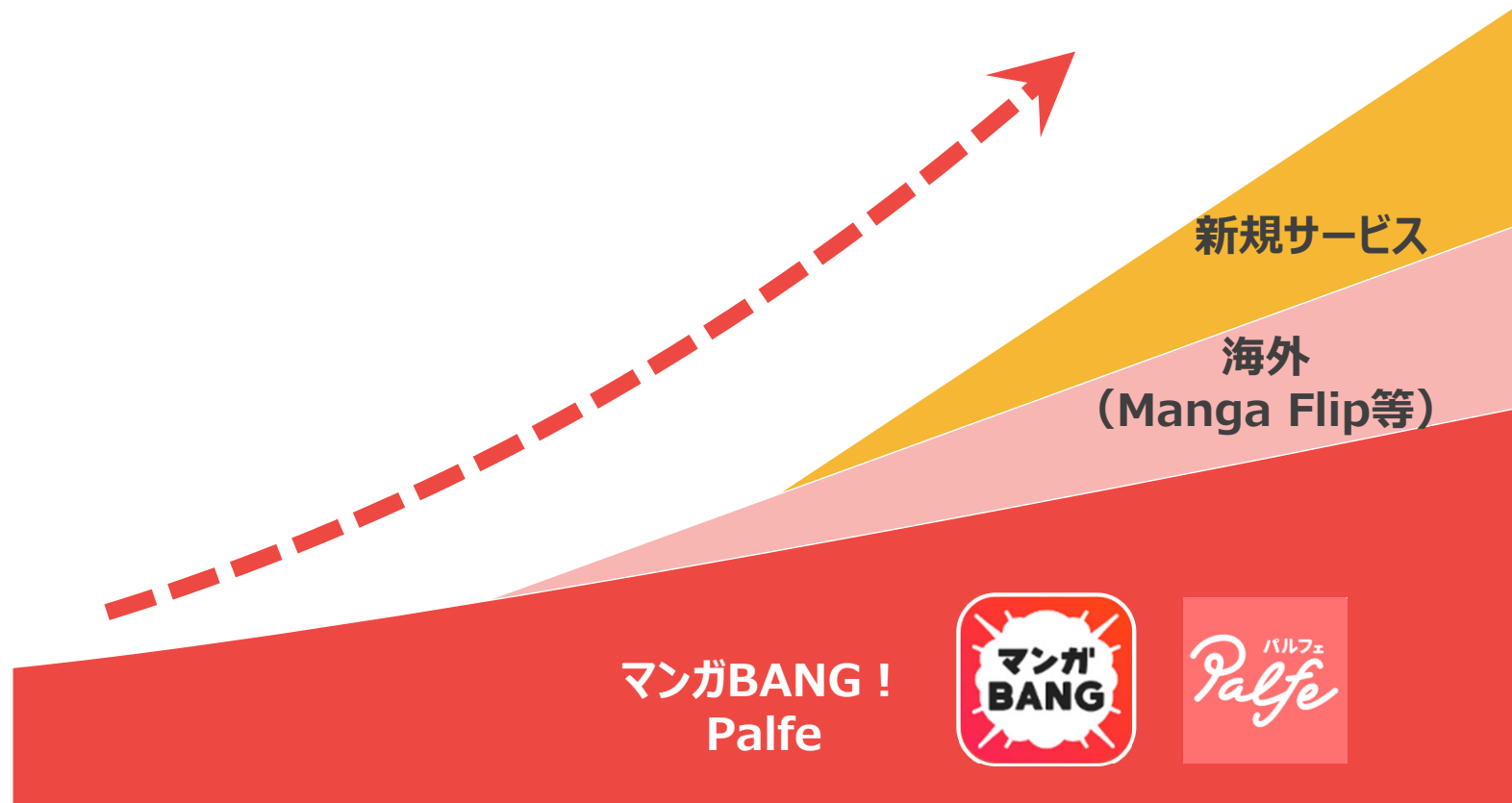
新規事業のM&A

- マンガ事業単独に依存しない体制の早期実現を目指す
- 成長性が見込まれるインターネットサービスについて、M&Aによる新規参入も有効な手段の一つとして、積極的に活用する

将来的な成長イメージ

既存のマンガアプリ事業における成長に加え、海外進出や新規サービス導入により、プラットフォームとしての更なる成長を目指す

MAU成長イメージ



現在

将来

AmaziaのESGへの取組み

ESG	ESG課題（重点活動項目）	SDGs
E 環境	<ol style="list-style-type: none"> 電子書籍化（ペーパーレス化）による森林保護 森林保護によりCO2の削減 デビューの場と収益化の機会の創出による、マンガ文化の発展 	  
S 社会	<ol style="list-style-type: none"> 従業員の働きがいの向上 リモートワーク、フレックス制度の導入 従業員のスキルアップ支援 セミナー、書籍、資格試験代の補助 人権に配慮し、多様性と柔軟性に配慮した就労環境の整備 男性社員の育児休暇の整備、外部相談窓口（ハラスメント、法律、コロナ禍による精神的ストレス等の相談）の設置等 	    
G ガバナンス	<ol style="list-style-type: none"> 女性役員の積極的な起用 2021年9月期末時点で12.5% 社内取締役と社外取締役のバランス 社内取締役 3名、社外取締役 2名 	 

事業等のリスク

本書提出日時点で、当社事業の特に重要なリスクとして以下を認識し、その対応を行う

主な事業リスク	発生可能性/時期	リスクの内容と当社の対応策
知的財産権の侵害 について	発生可能性：高 時期：発生中	海賊版サイトが長期にわたって大規模に知的財産権を侵害する場合、それによって生じる機会損失が当社の業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。そのため、海賊版サイトの根絶に向けて、出版社、電子書店、関係者と強調して対策を協議実行するとともに、法整備並びに著作権教育の推進に努めて参ります（詳細は34頁参照）。また、当社の優位性を残しつつ、海賊版サイトの影響を受けづらいサービス内容を取り入れて参ります（詳細は35頁参照）。
プラットフォーム 運営事業者の動向 について	発生可能性：高 時期：常時	当社の売上の大半は、スマートフォンアプリを利用した課金売上及び広告売上であり、Apple Inc.及びGoogle Inc.の2社のプラットフォーム運営事業者への依存が大きくなっております。そのため、ATT導入や手数料率等の変動等、これらプラットフォーム運営事業者の方針変更により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります、その動向を注視して参ります。
競合他社の影響 について	発生可能性：高 時期：発生中	当社が成長していくためには、ユーザーの継続的な獲得及びユーザーによる継続的な利用が重要であると考えております。そのため、広告宣伝活動が重要となりますが、マンガアプリ事業におけるユーザー獲得の競争は激化しており、ユーザー獲得が想定どおりに進まなかった場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。そのため、大規模な広告出稿ができる体制（クリエイティブ制作等）構築とオリジナル作品の制作による差別化等による対策を行って参ります。
マンガアプリ事業の 特性	発生可能性：低 時期：常時	マンガアプリ事業が属する電子書籍市場は、スマートフォン・タブレット端末の普及等を背景に拡大を続けており、今後も拡大基調が予測されています（詳細は22頁参照）。万が一、電子書籍市場の拡大が想定どおりに進まなかった場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。当リスクを抑制するため、海外進出や新規サービス等のビジネスポートフォリオの構築に注力して参ります。
為替リスクについて	発生可能性：中 時期：常時	当社の広告収益の大部分は、外資系企業との米国ドル建の取引となります。そのため、為替相場などの変動による一般的な市場リスクを有しており、その動向を注視するとともに、為替予約等の検討を行って参ります。

※投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針であります。当社株式に関する投資判断は、本項及び本項以外の記載内容並びに有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照し、慎重に検討した上で行われる必要があると考えております。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社が判断したものであります。

事業等のリスク_海賊版サイトの動向と政府・業界の対策

法整備は2020年10月リーチサイト違法化、2021年1月著作権法改正と整いつつある
2020年7月以降拡大していた最大級の海賊版サイトの1つが、2021年11月9日時点で閉鎖中

海賊版サイトの動向

主な過去の海賊版サイト（閉鎖済）

- 2017年1月～5月 : FreeBooks
- 2017年5月～2018年4月 : 漫画村
- 2019年5月～9月 : 星のロミ

本書提出日現在、拡大している海賊版サイト

- 2020年5月～：ベトナム発サイトを中心とした複数サイト
 - 2020年7月以降、アクセス数の増加傾向が継続中
 - 2021年2月以降、閲覧可能な状態と閲覧不可能な状態を繰り返し、**2021年11月9日時点で、最大級の海賊版サイト1つが閉鎖中（サイト閉鎖のお知らせが表示）**
 - 但し、まだ複数の大手サイトが閲覧可能な状態

海賊版サイトに対する対策

政府による対策（法整備）

- 2020年10月 : リーチサイト違法化
- 2021年1月 : 著作権法の改正
 - 書籍も違法DL規制対象（利用者も取締り可能）

出版・通信業界による対策

- 政府、出版業界が、インターネットプロバイダ、通信業界と連携し、サイトブロッキング以外の海賊版サイト閲覧禁止策についても検討)
 - DMCA（デジタルミレニアム著作権法）クレームによる検索結果から削除対応が進む
 - 海外のサーバー事業者に対して削除要請に対する対応の早期化が進む 等

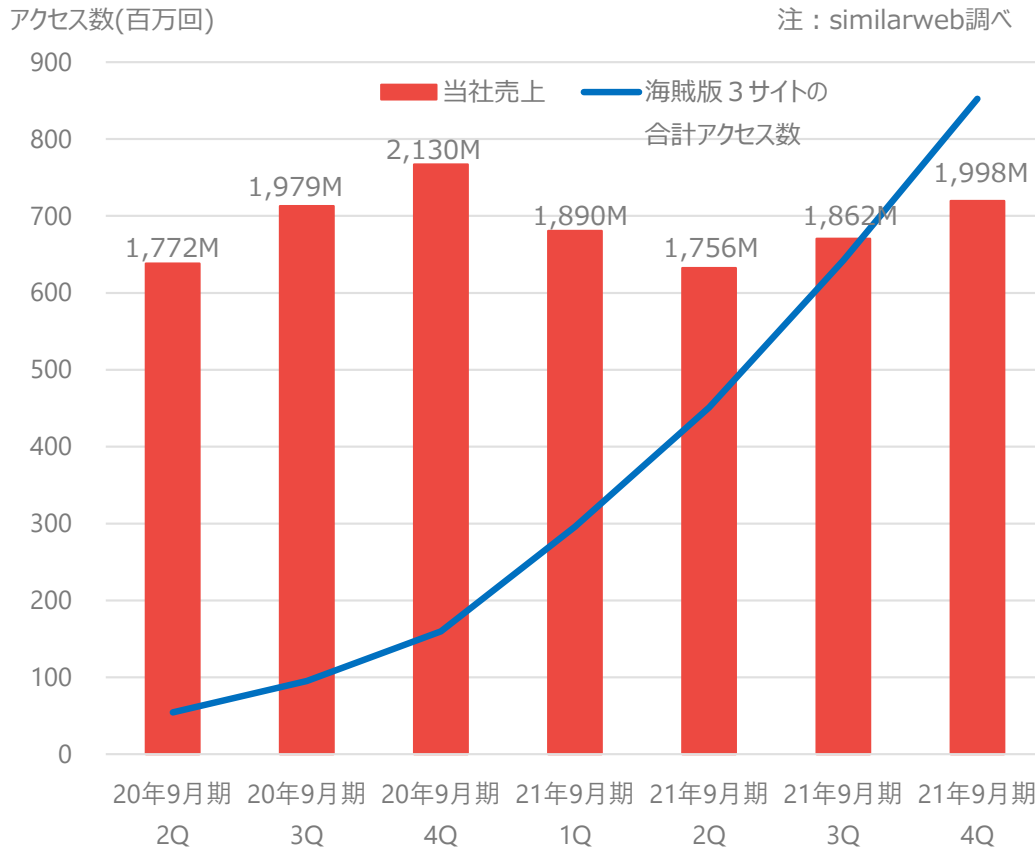
事業等のリスク_海賊版サイトに対する当社の対策方針

2020年10月以降、海賊版サイトが更に急拡大しており、その後も増加傾向

マンガBANG!の優位性を残しつつ、海賊版サイトの影響を受けづらいサービス内容を取り入れていく

海賊版サイトの動向

上位3サイトの合計アクセス数（単位：百万回）



海賊版サイトに対する当社の対策方針

前提条件

下記3要素から、マンガアプリはWeb電子書籍サービスよりも海賊版の影響が大きくなる傾向にある

- 利用目的：無料漫画の閲覧（暇つぶし目的）
- 作品ジャンル：完結済みの人気作品
- 年代：10～30代の比較的若い世代

当社の対策方針

- 利用目的：ストアコーナーの販売強化（購入目的）
- 作品ジャンル：オリジナル作品の強化
- 年代：高年齢層の獲得（作品ラインナップの充実）

Amazia

Contents.5

Appendix

- 四半期業績推移
- 年間業績推移

四半期業績推移

単位：百万円(百万円未満切り捨て)

	19/9期				20/9期				21/9期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	575	739	992	1,079	1,641	1,772	1,979	2,130	1,890	1,756	1,862	1,998
変動費(※1)	328	411	601	652	1,008	1,063	1,241	1,295	1,146	1,112	1,201	1,228
広告宣伝費	108	147	178	235	242	353	358	360	327	369	535	760
人件費(※2)	33	40	44	54	51	78	88	86	82	86	86	86
その他	28	35	32	37	42	45	49	59	50	46	48	49
営業利益 (営業損失)	76	104	134	100	296	232	241	327	283	141	▲9	▲127
経常利益 (経常損失)	62	101	133	99	293	231	236	323	277	149	▲11	▲124
当期純利益 (当期純損失)	53	73	92	83	200	156	158	234	189	98	▲19	▲83

※1 変動費は、仕入高（著作権料、プラットフォーム手数料）、【製】賃借料（サーバー代）

※2 採用費含む

年間業績推移

		第8期 2017年9月期	第9期 2018年9月期	第10期 2019年9月期	第11期 2020年9月期	第12期 2021年9月期	第13期計画 2022年9月期
売上高	(千円)	1,171,086	1,375,500	3,386,580	7,524,525	7,507,568	8,000,000
経常利益又は経常損失 (△)	(千円)	△27,321	77,337	396,443	1,084,693	290,843	300,000
当期純利益又は当期純損失 (△)	(千円)	△29,254	94,951	303,027	750,264	185,340	190,000
資本金	(千円)	153,347	161,472	338,524	356,089	361,504	(未開示)
発行済株式総数	(株)	14,840	3,018,000	3,314,100	6,710,200	6,734,600	
純資産額	(千円)	196,931	308,132	965,007	1,800,970	2,049,700	
総資産額	(千円)	410,025	565,159	1,613,255	3,106,918	3,020,181	
1株当たり純資産額	(円)	33.18	51.05	145.60	260.87	289.03	28.36
1株当たり当期純利益又は当期純損失 (△)	(円)	△5.00	15.91	46.77	112.33	27.55	
自己資本比率	(%)	48.0	54.5	59.8	56.3	64.4	(未開示)
自己資本利益率	(%)	△20.5	37.6	47.6	55.3	10.0	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△32,111	53,988	324,928	849,901	224,132	
投資活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△6,887	△9,006	△58,918	△25,969	△25,887	
財務活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	126,599	13,095	334,596	30,215	7,368	7,368
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	181,099	239,177	839,783	1,693,930	1,899,544	
従業員数〔外、平均臨時雇用者数〕	(名)	10 〔1〕	12 〔1〕	16 〔2〕	25 〔3〕	27 〔7〕	

1. 売上高には、消費税等は含まれておりません。
2. 2017年3月15日付で普通株式1株につき10株、2018年9月1日付で普通株式1株につき200株、2020年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。第8期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益又は1株当たり当期純損失を算定しております。
3. 第8期から第11期の財務諸表については、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき、EY新日本有限責任監査法人により監査を受けております。
4. 従業員数は就業人員（退職者を除く）であり、臨時従業員数（アルバイト含む。業務委託社員を除く。）は、年間平均雇用人員（1日8時間換算）を〔外書〕に記載しております。

本資料の取り扱いについて

- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
 - 実際の業績に影響を与えうる重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。
なお、業績に影響を与えうる重要な要因は、これらに限定されるものではありません。
 - 本資料は、公認会計士又は監査法人の監査・四半期レビューの対象外です。
 - 別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは百万円単位で切捨表示されています。
 - 当社に関する情報以外は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2022年11月を予定しております。**

【用語集】

- MAU (Monthly Active Users) : 月間アクティブユーザー
- ARPU (Average Revenue Per User) : 1ユーザーあたりの平均売上
- ARPPU (Average Revenue Per Payed User) : 課金ユーザー一人あたりの平均売上
- ATT (App Tracking Transparency) : アプリ上で広告事業主がユーザーをトラッキングできるかをユーザーがコントロールすること
- UI (User Interface) : デザインやフォント、外観、操作性など、ユーザーと製品・サービスの接点となる全ての情報
- UX (User Experience) : ユーザーが製品・サービスを利用して得られた体験・感じたこと