

2022年6月期

第3四半期 決算説明会

2022年5月12日

株式会社ボルテージ

東証スタンダード 証券コード 3639



FY2022 3Q決算

■3Qのみ：売上12.5億円、営利△0.1億円

不採算事業の絞込み等により、減収だが大幅な赤縮。 経常・純利は黒転。

FY2022 3Qトピック

■コスト効率化のため、不採算の投資を削減。

米国子会社SFスタジオの解散、本社オフィス減床など

■日女アプリは、ユーザー層ごとにコロナ後の「遊び方・潜在ニーズ」を深耕。

■新分野は、電コストアで購入者が2倍増。コンシューマは6万DLを突破。

成長戦略

■基本戦略である「アプリ進化」「ファンダム」「多角化」は継続。

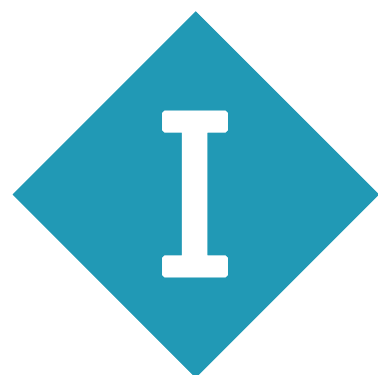
主たる3事業：物語アプリ/電子コミック/コンシューマを展開。

■当面の注力は、「日女アプリ再成長」と「新分野への投資」。

FY2022 業績予想

■環境激変により、信頼性の高い数値の算定が困難であり、非開示。

FY2022



決算

■ Q業績サマリー



不採算事業の絞込み等により、減収だが大幅な赤縮。経常・純利は黒転。

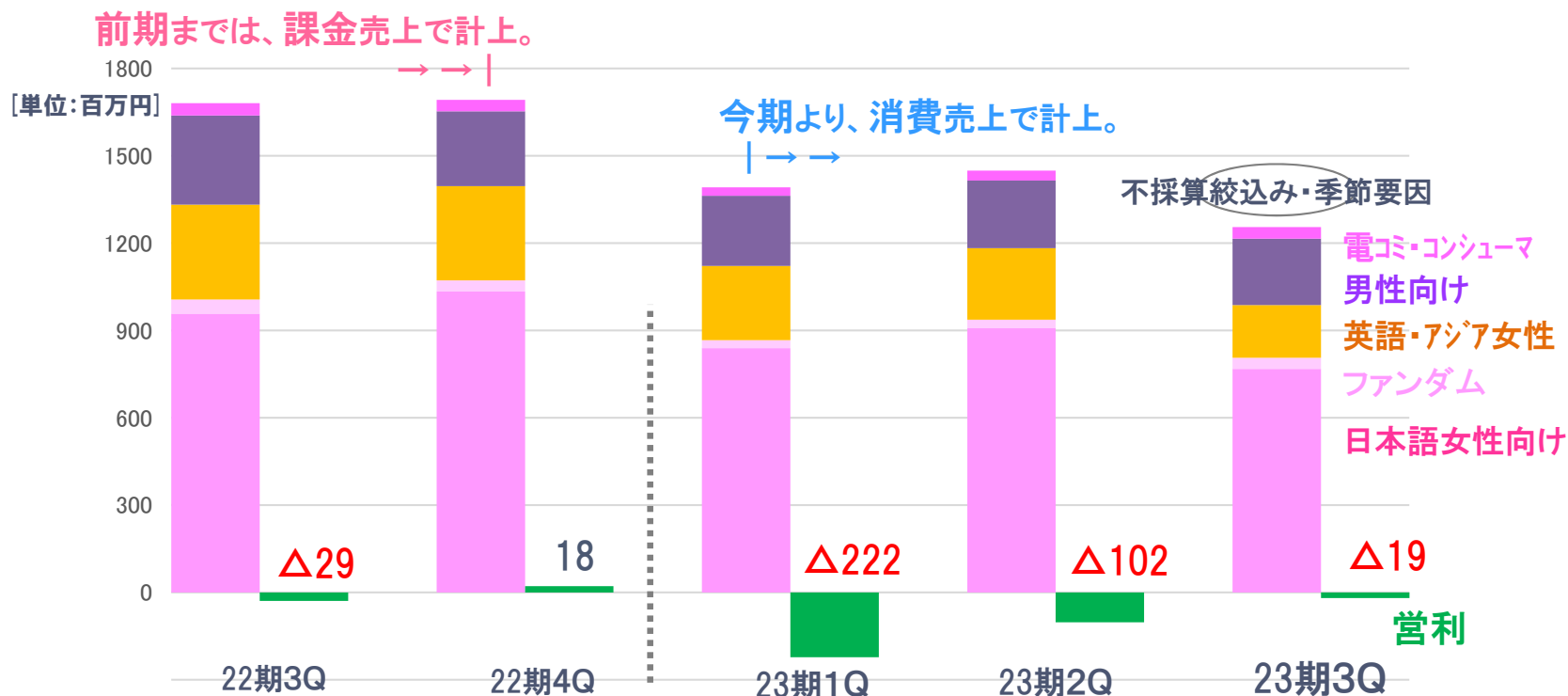
[単位:百万円]

| | 2021年6月期 | | 2022年6月期 | | | | |
|----------------------|----------|-------|----------|-------|-------|-----|------|
| | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | YoY | QonQ |
| 売上高 | 1,683 | 1,692 | 1,391 | 1,449 | 1,255 | 75% | 87% |
| 売上原価 | 622 | 622 | 612 | 592 | 498 | 80% | 84% |
| 労務費 | 289 | 309 | 291 | 275 | 221 | 77% | 80% |
| 外注費 | 241 | 214 | 227 | 223 | 207 | 86% | 93% |
| その他 | 91 | 98 | 93 | 93 | 70 | 76% | 75% |
| 販管費 | 1,090 | 1,051 | 1,001 | 959 | 775 | 71% | 81% |
| 広告宣伝費 | 397 | 340 | 359 | 296 | 238 | 60% | 80% |
| 販売手数料 | 496 | 506 | 438 | 435 | 341 | 69% | 79% |
| その他 | 197 | 205 | 204 | 228 | 195 | 99% | 86% |
| 営業利益 | △29 | 18 | △222 | △102 | △19 | — | — |
| 経常利益 | △3 | 29 | △218 | △94 | 4 | — | — |
| 親会社株主に帰属する 四半期純利益 | △17 | 43 | △224 | △198 | 2 | — | — |

為替差益の計上等

Q毎 売上推移

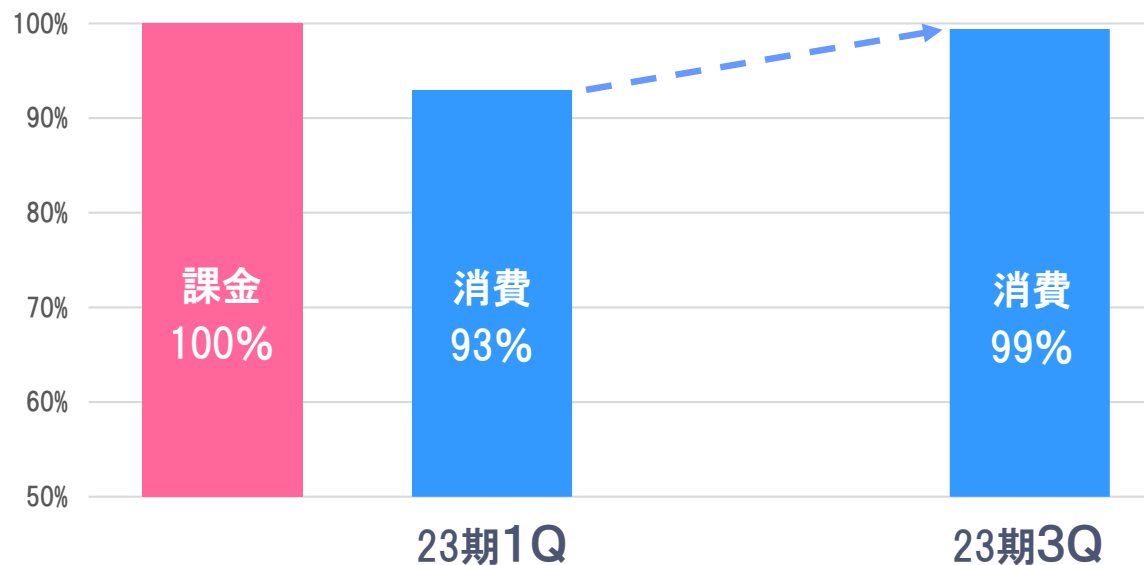
不採算事業の絞込みと季節要因で、日女・英女が減収。電コミ・コンシューマは16%伸長。



| | 22期3Q | | 22期4Q | | 23期1Q | | 23期2Q | | 23期3Q | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-----|-------|----|-------|------|--|
| | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | YonY | QonQ | |
| 日本語女性 | 975 | 1,033 | 839 | 907 | 767 | 80% | 85% | | | | |
| ファンダム* | 48 | 38 | 27 | 29 | 38 | 79% | 130% | | | | |
| 英語・アジア女性 | 326 | 323 | 254 | 245 | 181 | 56% | 74% | | | | |
| 男性 | 306 | 257 | 241 | 232 | 228 | 75% | 98% | | | | |
| 電コミ・コンシューマ | 42 | 39 | 28 | 34 | 39 | 94% | 116% | | | | |
| 売上合計 | 1,683 | 1,692 | 1,391 | 1,449 | 1,255 | 75% | 87% | | | | |
| 営利 | △29 | 18 | △222 | △102 | △19 | - | - | | | | |

*ファンダム: イベント・グッズ・動画など。

3Qは、「課金→消費」の転換がほぼ100%で推移した。

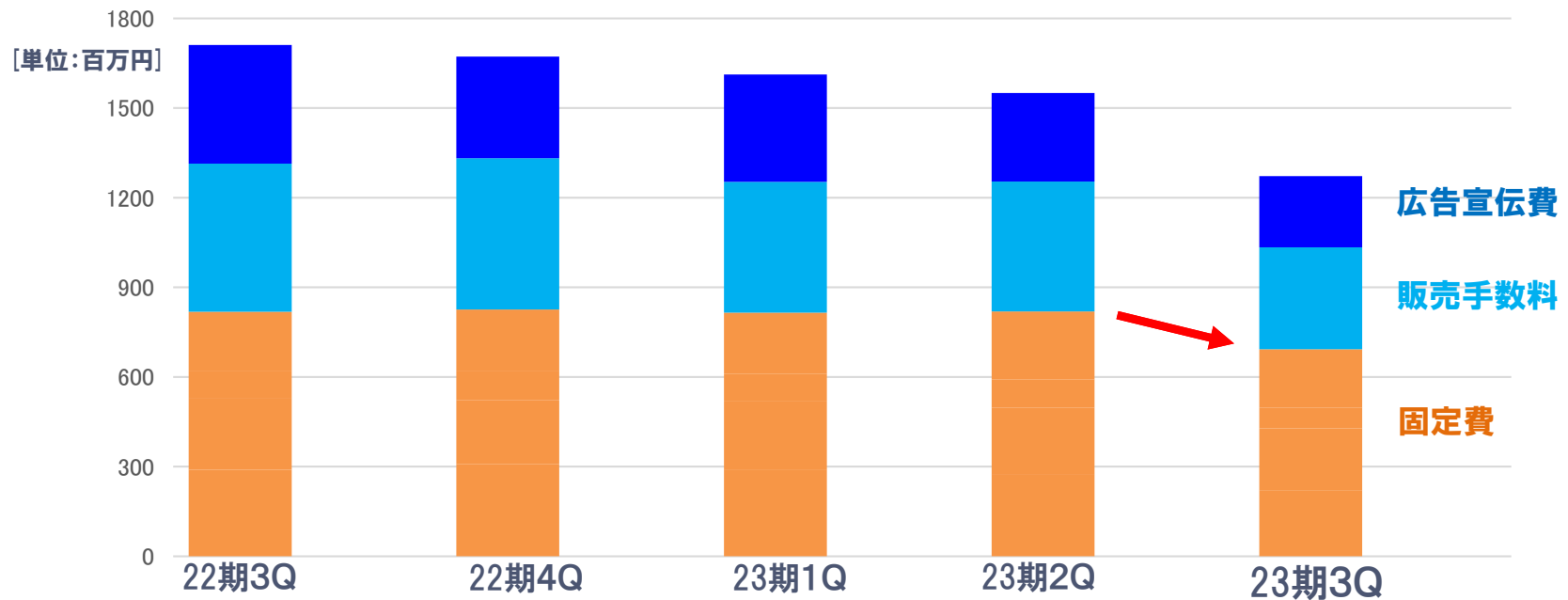


「売上計上タイミングの変更」(再掲)

新しい「収益認識に関する会計基準」に従い、今期より、売上計上を、「課金」時から「消費」時に変更。

| | 22期以前 | 23期以降 |
|---------------|-------------------------------------|---|
| 売上計上 タイミング | ユーザーが、アプリ内通貨を 購入=「課金」したとき | ユーザーが、アプリ内通貨を アイテムと交換=「消費」したとき ※通貨の未消費分は、約12か月後に売上計上する |
| PF手数料 | アプリ内通貨を購入=「課金」したときに、課金額の約30%(手数料率) | |

3Q予定のコスト効率化策は実行済み。固定費を85%に圧縮した。

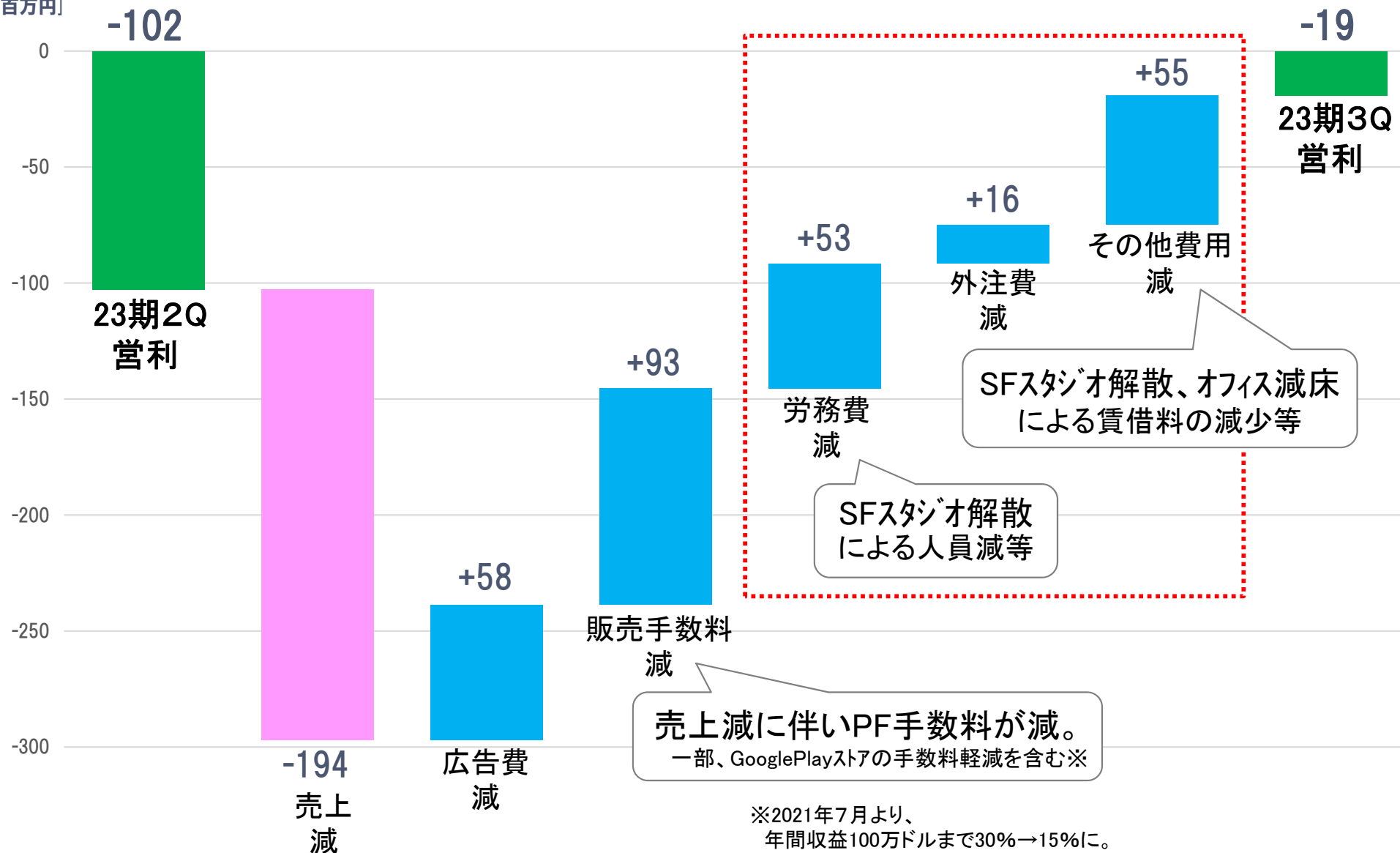


| | | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | 実績 | YonY | QonQ |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|
| PA費 ※ | 広告宣伝費 | 397 | 340 | 359 | 296 | 238 | 60% | 80% |
| | 販売手数料 | 496 | 506 | 438 | 435 | 341 | 69% | 79% |
| 固定費 | 労務費 | 289 | 309 | 291 | 275 | 221 | 77% | 80% |
| | 外注費 | 241 | 214 | 227 | 223 | 207 | 86% | 93% |
| | その他 | 288 | 303 | 298 | 321 | 265 | 92% | 83% |
| | 小計 | 819 | 827 | 817 | 820 | 694 | 85% | 85% |
| 経費合計 | | 1,713 | 1,673 | 1,614 | 1,551 | 1,274 | 74% | 82% |

※Platform&Advertising

コスト効率化策として、SFスタジオ解散とオフィス減床が奏功。
 広告費は、季節要因で一時的に抑制。

[単位:百万円]



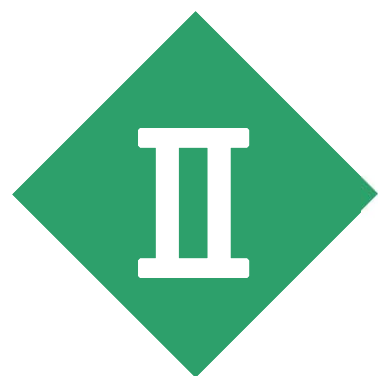
貸借対照表



[単位:百万円]

| | 今期3Q末 | 前期末 | 前期末比 |
|-----------------|--------------|--------------|------------|
| 流動資産 | 2,288 | 2,896 | 79% |
| 固定資産 | 714 | 617 | 116% |
| 資産 | 3,003 | 3,513 | 86% |
| 流動負債 | 706 | 761 | 93% |
| 固定負債 | 116 | 113 | 103% |
| 負債 | 823 | 875 | 94% |
| 株主資本 | 2,139 | 2,611 | 82% |
| その他の包括 利益累計額 | 34 | 19 | 175% |
| 新株予約権 | 6 | 6 | 100% |
| 純資産 | 2,180 | 2,637 | 83% |
| 負債純資産 | 3,003 | 3,513 | 86% |

利益剰余金の減少

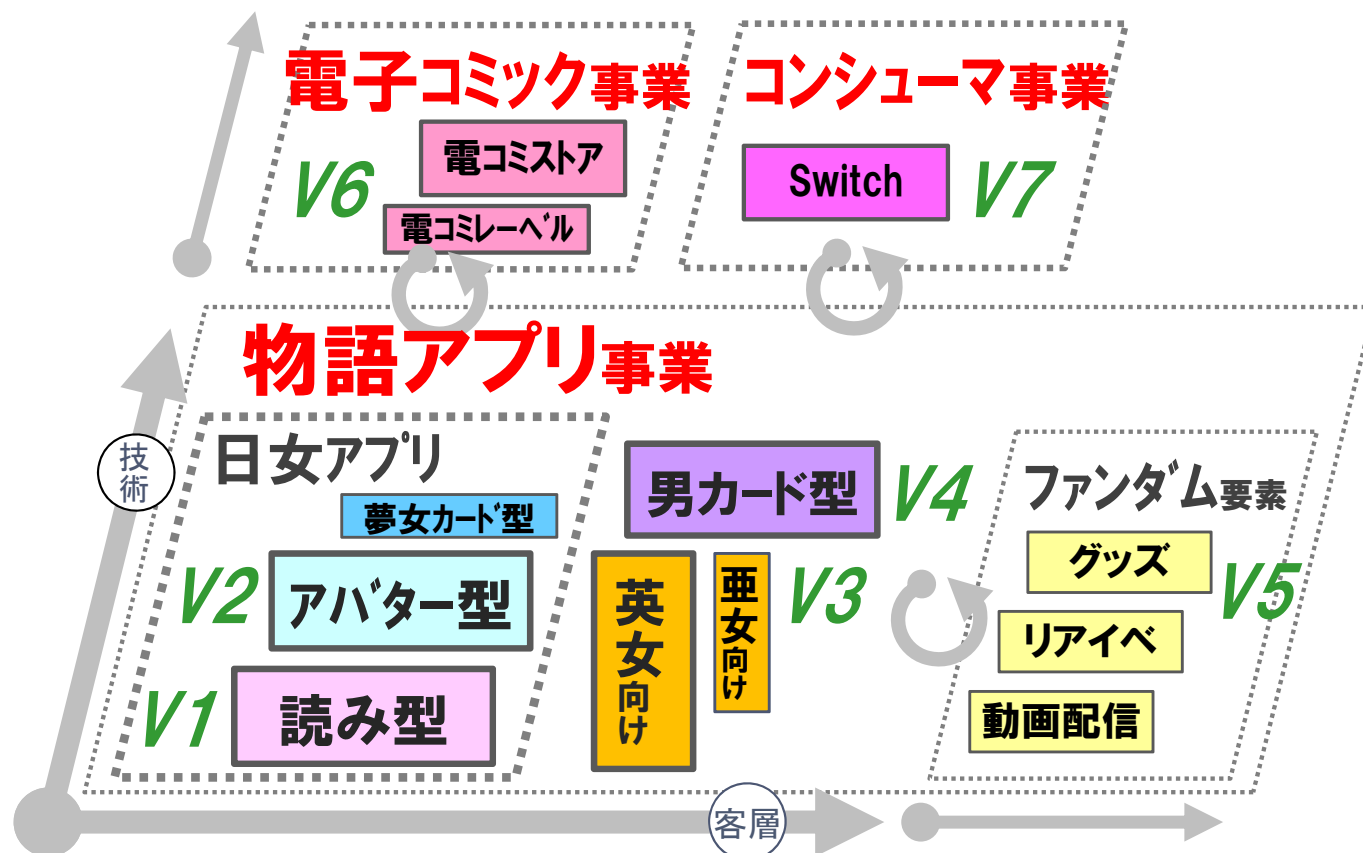


成長戦略と 事業ごとの方針

「物語アプリ」に成長要素を取り込み、成長する！

3つの
戦略

- 1. 物語アプリ×進化 (アプリ進化戦略)
- 2. 物語アプリ×ファンダム (ファンダム戦略)
- 3. 物語ノウハウ×新分野 (多角化戦略)



Vx: 特定ノウハウごとに疑似・事業会社を設置

当面の注力

② 新分野投資
電子コミック、Switch



① 日女再成長
日女アプリ×ファンダム

① 日女 メインU層・Z世代 を深耕

30-40代とZ世代で、コロナ後の「遊び方・潜在ニーズ」を見据え、商品バージョンアップを図る。

| 30-40代 (メインU層) | Z世代 |
|---|--|
| <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">30-40代</div> <div style="border: 1px dashed black; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">遊び方 探索</div> <div style="border: 1px dashed black; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">潜在ニーズ 探索</div> </div> <p>30-40代女性のコロナ後の生活様式を見据え、新しい「遊び方・潜在ニーズ」を探索、再定義する。商品や集客手法のバージョンアップを図る。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> | <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">20代</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">SNS</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 60px; height: 60px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">声優</div> </div> <p>Z世代への拡張に向け専任部署を設定。『魔界・あや恋・アニドル』の3タイトルを集約し、アプリと連動させた「SNS・リアルイベント・グッズ施策」の積極展開を図る。</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> |

具体的な施策実施と効果は、来期上期を予定。

① 日女 ファンダム 3Q成果・方針

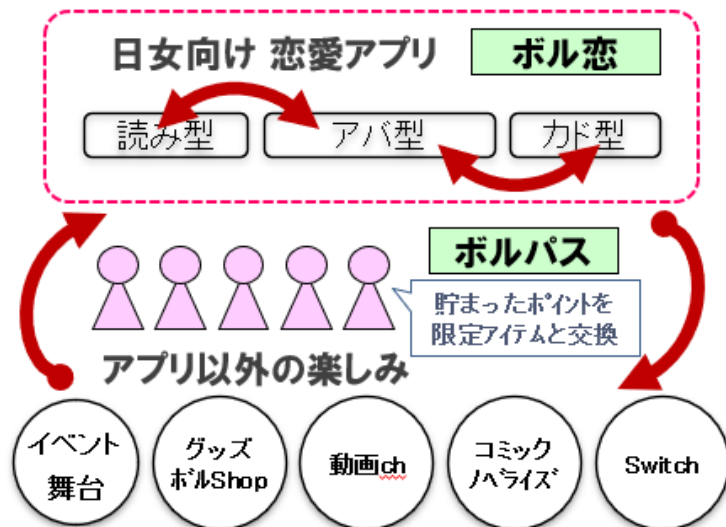
ファンダム醸成

投資予定：250百万円

| | |
|------------------|---|
| 3Q 成果 | ・ボルパス連携者21万人、景品交換2万件突破。 連携者のKPIは高く、LTV向上に寄与。 |
| 4Q以降 | ・景品バリエーションアップと、利便性の強化。 |

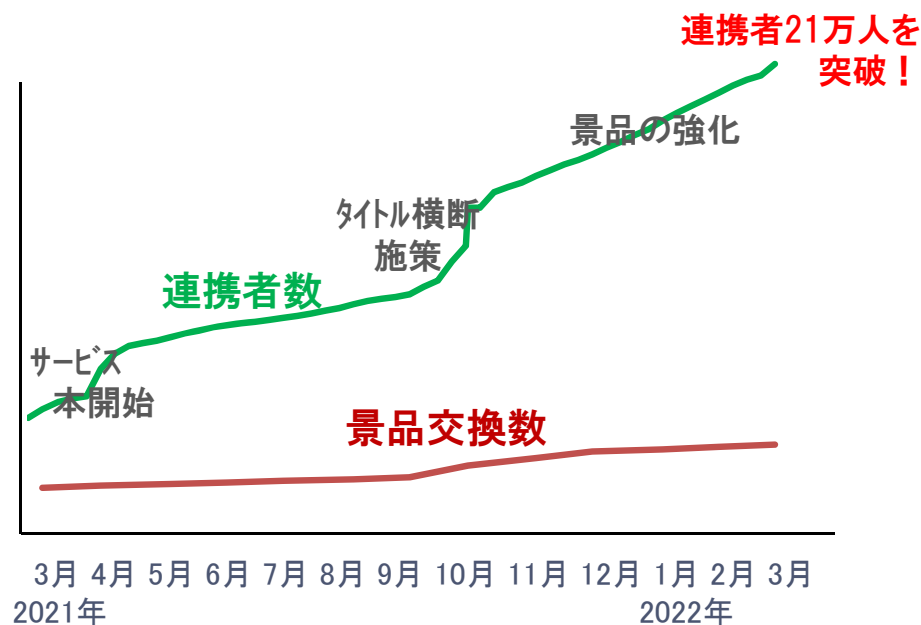
ユーザーの楽しみを増やし、LTV向上を狙う

- ・イベント・グッズ・動画・コミックなど、アプリ以外の楽しみを提供。
- ・限定アイテムなど、ポイントを貯める楽しみを提供。



ボル恋：ボルページの恋愛ドラマシリーズの総称
ボルパス：日々のコンテンツ利用で貯まる会員ポイントサービス

「ボルパス」延べ連携者・景品交換数



* 投資予定は、事業開始から黒字化までの累損予測額

②新分野 ボル恋IPのサイクル強化



「アプリ→SW・電コミ」のIPサイクルが定常化してきた。今後、IP創出を再強化。



②新分野 電子コミック事業



電子コミックストア

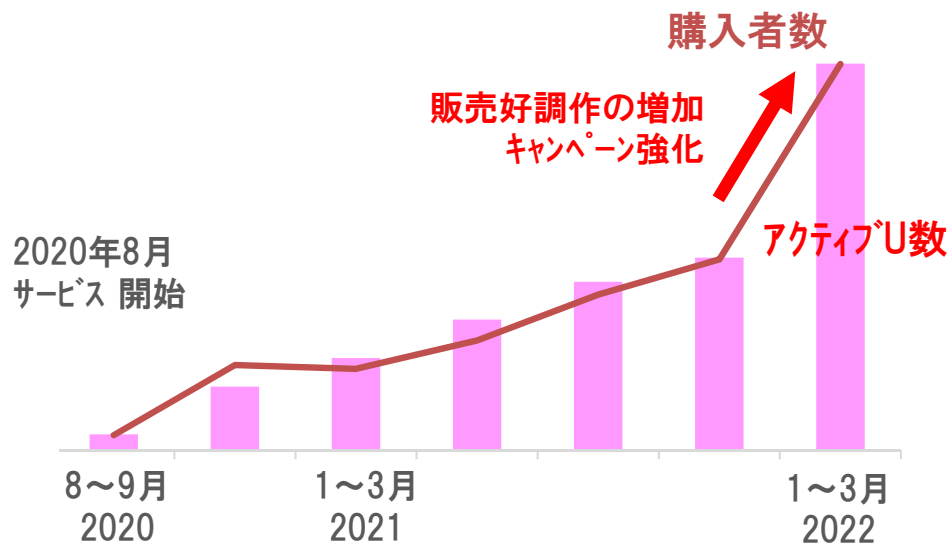
投資予定：300百万円

| | |
|----------------|-----------------------------------|
| 3Q 成果 | ・販売好調作の増加 & キャンペーン強化により、購入者2倍増。 |
| 4Q以降 方針 | ・広告拡大による新規U獲得 & 機能改善による継続UのKPI向上。 |

電子コミックレーベル

| | |
|--------------|-------------------------------|
| 3Q 成果 | ・Webtoon第1弾 & ホル恋原作コミックの投入強化。 |
| 4Q以降 | ・ホル恋原作コミックのヒット創出に注力。 |

「ぼるコミ」アクティブU数・購入者数



| | 2021年 3月 | 2022年 3月 |
|-----|----------|----------|
| 作品数 | 20作品 | 33作品 |
| 販売先 | 21ストア | 30ストア |

3月「めちやコミック」にて発売した「初恋」が初動好調。



第29位 ※
NEW 女性漫画
大人の初恋、はじめます～日高綾斗編～[ボル恋]
 ボルテージ/あじた
 ★★★★★ 3.8 (21件)
 独占先行 (一般) 恋愛

※めちやコミック 女子向け作品 3/30デ일리

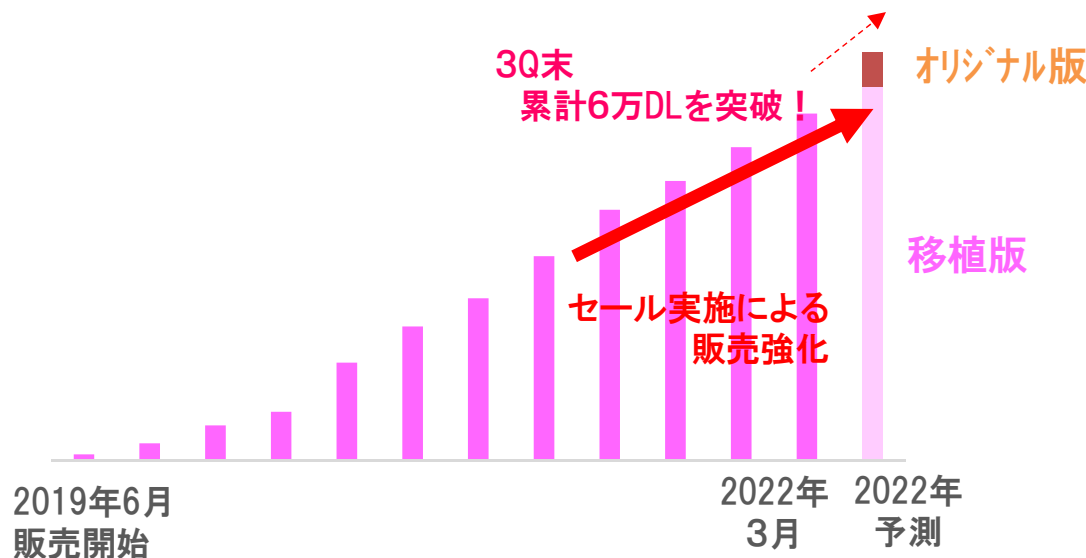
②新分野 コンシューマ事業

コンシューマ事業

投資予定：200百万円

| | |
|------------------|--|
| 3Q 成果 | <ul style="list-style-type: none"> ・移植版：国内外でのセール実施による販売強化。 ・オリジナル版：発売プロモーションの強化。 |
| 4Q以降 | <ul style="list-style-type: none"> ・オリジナル版：6月9日、全世界で発売開始予定。 |

Switchタイトル 販売DL数



* 上記グラフは管理会計ベースのものです。

《移植版 11タイトル》



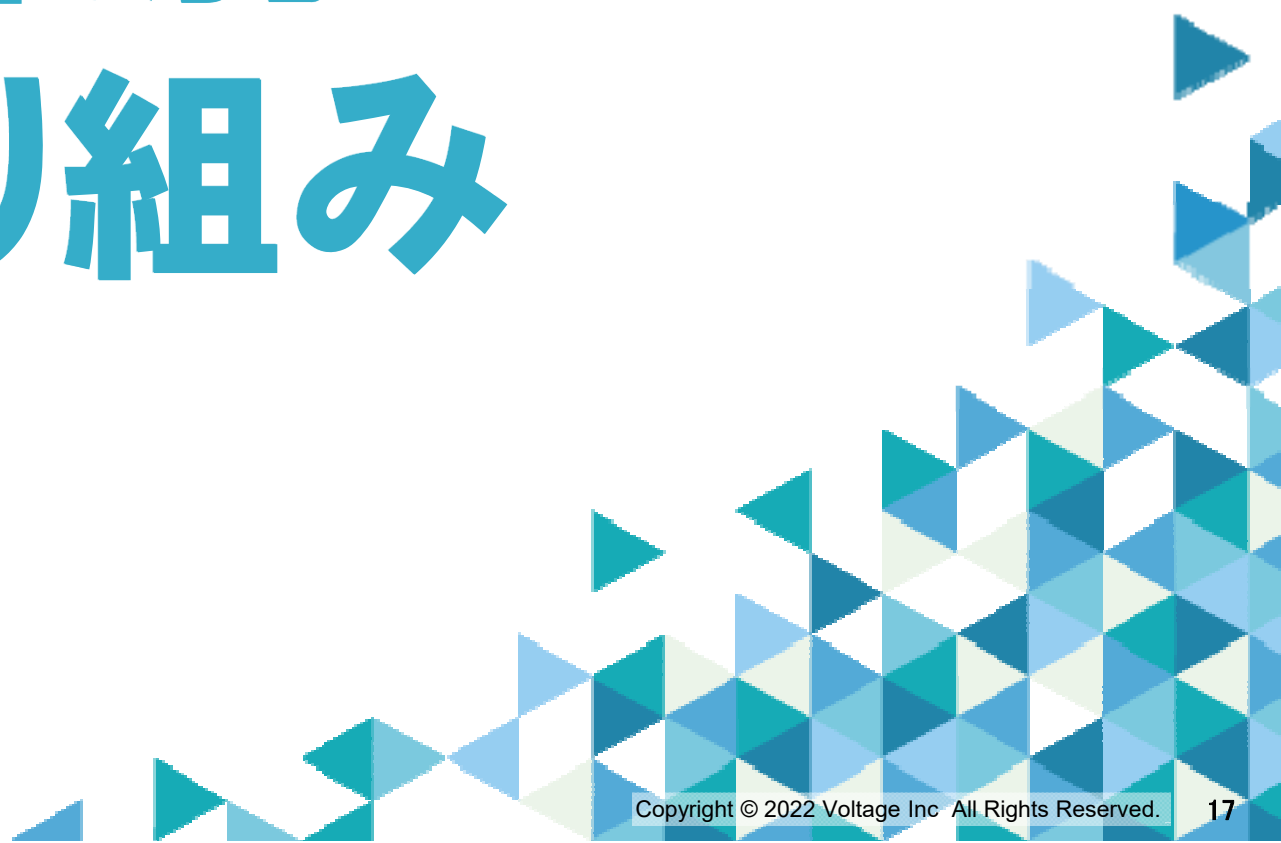
【タイトル】

- ・今宵、妖しい口づけを
- ・恋してしまった星の王子
- ・スイートルームで悪戯なキス
- ・上司と秘密の2LDK
- ・怪盗X 恋の予告状
- ・誓いのキスは突然に
- ・恋人は公安刑事
- ・あやかし恋廻り
- ・偽りの君とスキャンダル
- ・至極の男～もう一度愛される夜
- ・大人の初恋、はじめます

※発売日順



事業別の 取り組み



■ 物語アプリ事業①～日女向け～

読み物型

「100シーンの恋+」

バレンタイン施策(2月)

課金ユーザー数、ARPPUが向上し、
営業日が少ない中、売上に貢献。

VIP・衣装イベント

義理チョコのせいで
ヤキモチ妬かれて
困ってます! Vol.1

開催期間 2/1～2/20 23:59

お世話になったあの人へ義理チョコを贈ったら
最愛の恋人がヤキモチ発動!?

ふたりきりになれば…素直でかわいいところもあるんです!

Valentine & White Day 2022 ~2/15 (Tue)

本命チョコを贈って
愛のお返しGET♡

デートストーリー & 郵送メッセージカード

(ファンダム施策)

「胸キュンラボ」1周年イベント(4月)

100恋+を盛り上げる動画番組の1周年を記念し、
リアルイベントを実施。

中澤まさと・佐藤拓也の
胸キュンラボ
from 100シーンの恋+

第1回 胸キュンラボカンファレンス
～このキュンは現場じゃないと見せられないSP～

■ 物語アプリ事業②～日女向け～

アバター型

「幕天・魔界」周年施策

アプリ内外で施策を実施し、
課金単価が大きく向上。

「幕末維新 天翔ける恋」 1周年 (1月)



「魔界王子と魅惑のナイトメア」 4周年 (2月)



「サンリオキャラクターズコラボ」(2～3月)

「恋乱・ミアプリ・魔界」の3タイトル合同でコラボを開催。
アプリ内で特別なイベント、アイテムを配信



■ 物語アプリ事業③～日女向け(ファンダム)～

舞台「アニドルカラス`キュアステージ」

ミニライブ「Clarity Live -Chapter1-」(4月)

3Qは、熱量アップ企画として、コラボカフェや単独ミニライブを実施。



舞台「アニドルカラス`キュアステージ -Jump to the Future-」(5月)

5月は、本番となる2.5次元舞台を開催予定



「ボルフェス2022」(6~7月)

年に1度の大型イベント

6~7月、東京・大阪にて開催予定



リアルでのイラスト展示・グッズ販売のほか、
オンラインの企画も予定。



◀昨年度の様子

■ 物語アプリ事業④～男性向け～

「六本木サディスティックナイト」

年始施策

イラストレーターコラボや追加シナリオを配信し、
累計200万DLを突破！



(ファンダム施策)

六本木を盛り上げる声優番組を展開中。

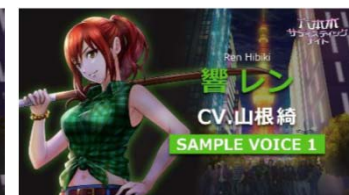
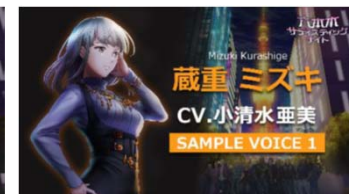
「声優YouTube番組」レギュラー化(1月)

チャンネル登録者数は8,900人を突破。



「声優ボイスドラマ」

人気声優を起用したボイスドラマが続々。



電コミストア「ぼるコミ」



「1.5周年 クーポンキャンペーン」
「未課金ユーザー ポイント付与」
継続ユーザーの購入を促進。



「版元キャンペーン」強化
広告効率が高いヒット作品が増加。

電コミレーベル「ボル恋原作コミック」

「独占先行3作品」(3月)

「初恋」他が、めちやコミック(株式会社アムタス)で配信開始。



「ボル恋原作 ライセンスアウト」

人気コミカライズ第2弾が、comic tint (株式会社講談社)で配信開始。



「至極の男～もう一度愛される夜」

オリジナル版 新作

「even if TEMPEST 宵闇にかく語りき魔女」

6月9日(木) 発売決定！



- ・Twitter、雑誌、ラジオ番組での告知継続や、新PV公開などプロモーションを強化。
Twitterフォロワー数は、1.2万人を突破(4月末)。
- ・日米はじめ、全世界(一部地域を除く)での発売を予定。(ダウンロード専用ソフト)



APPENDIX

会社紹介

■ 会社概要



社名

株式会社ボルテージ

代表者

代表取締役社長 津谷祐司

経営理念・ビジョン

「アート&ビジネス」で世界に貢献する
「恋愛と戦いのドラマ」で、人々の「生活を盛り上げる」
「自発と責任」で、自律し成長する個人・組織になる

設立

1999年9月

上場日

東証スタンダード:2022年4月
(東証一部:2011年6月、東証マザーズ:2010年6月)

資本金

1,250百万円 (2022年3月末時点)

従業員数

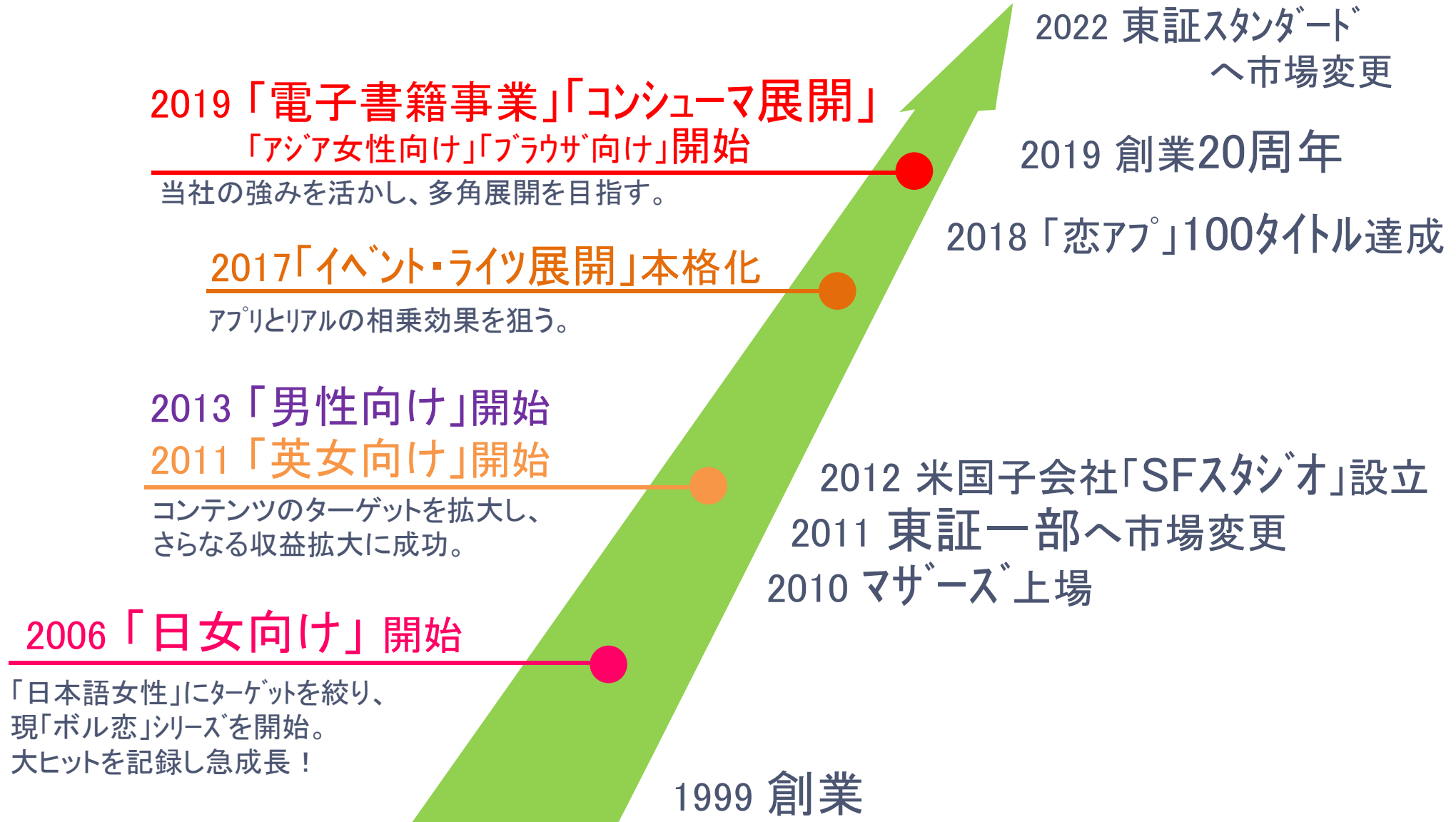
203名※ (2022年3月末時点)

※臨時雇用者(契約社員、アルバイト、派遣社員)を含まない

子会社

国内：(株)ボルテージVR、(株)ボルピクチャーズ

市場変化に合わせて、客層・技術を拡張してきた。



事業区分 (23期4Q以降)

| 区分 | | 分類 | 主要タイトル |
|-------|-------------------|--------|---|
| 物語アプリ | 日女 | 読み物型 | 100恋+、ダウト |
| | | アバター型 | 恋乱、誓い、シンデ、ミラプリ王子、魔界、幕天、2LDK |
| | | カード型 | あや恋、アニドル |
| | | ファンダム | ボルSHOP (グッズ) ボルフェス、コラボカフェ 2.5次元舞台、ファンミーティング 動画配信 |
| | 英・亜女 | 読み物型 | Love365 タイ・中国・台湾向け |
| | 男性 | カード型 | 六本木 |
| 新分野 | 電子コミック/ コンシューマ | 電コミ | (ストア)ぼるコミ (レーベル) otona シンデレラ |
| | | コンシューマ | Nintendo Switch向け |

ボルテージの強み

1. 物語アプリ制作力

2. 女性ニーズの把握

商品

販売

組織

3. 自律的なPDCA

グローバル展開

| | 日本 | 英語 | 中国 | 香港・台湾 | 東南アジア | 欧州 |
|-------|----|---------------|---------|------------|-----------------|------------|
| 100恋+ | ○ | ○ Love3 | — | — | — | ○ Love3 |
| ダウト | ○ | ○ Liar! | ○ 掲穿 | ○ Doubt | — | — |
| 恋乱 | ○ | ○ Samurai | — | — | — | — |
| 魔界 | ○ | ○ Darkness | — | — | — | — |
| あや恋 | ○ | ○ Ayakashi | — | — | タイ○ Ayakashi | — |
| アニドル | ○ | — | — | — | — | — |

ファンダム展開 (今期予定)

| ユーザ交流 (オンライン代・併) | 舞台 (オンライン代・併) | 動画 |
|---------------------|------------------|-----------------|
| ○ Shop・フェス | ○ 朗読劇 | ○ ニコニコ動画 |
| — | — | — |
| ○ Shop・フェス | — | — |
| ○ Shop・フェス | — | ○ YouTube |
| ○ Shop・フェス | — | — |
| ○ Shop・フェス | ○ 2.5舞台・ファンミ | ○ TV・YouTube |

*「Switch」向けタイトルは含まない

ボルテージは、持続可能な世界の実現に向け、SDGsに積極的に取り組んでまいります。

当社の取り組み

環境(Environment)

- ・ペーパーレス化
- ・紙類のリサイクル

社会(Social)

- ・学生訪問受け入れ
- ・柔軟な勤務体系と女性管理職の活躍

ガバナンス(Governance)

- ・コンプライアンス/リスク管理体制の構築・維持
- ・各種 通達・報告窓口の設置
- ・株主様との関係性構築(IR担当、お問合せ窓口設置)

該当するSDGsの目標



「女性が活躍できる組織づくり」に注力しています。

実績

日経WOMAN 企業の女性活用度調査2021

総合:140位

「情報・通信」業内:21位

| | 総合 | 「情報・通信」業 |
|------|------|----------|
| 2021 | 140位 | 21位 |
| 2020 | 152位 | 24位 |
| 2019 | 206位 | 25位 |
| 2018 | 198位 | 22位 |

女性が働きやすい企業をランキングする日経WOMAN主催企業の女性活用度調査2021にて総合140位、情報・通信」業21位にランクイン。

Forbes JAPAN WOMEN AWARD 2017

“従業員規模300名以上1,000名未満の部”
5位受賞



意欲ある女性が働きやすい環境作りを積極的に行っている企業を表彰するアワード。

女性管理職比率

全国平均7.8%に対し46%※

| | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 |
|---------------|--------|--------|--------|
| 女性 | 19人 | 14人 | 13人 |
| 全体 | 46人 | 32人 | 28人 |
| 比率 (女性/全体) | 41% | 44% | 46% |

※2020年8月17日 株式会社帝国データバンク
「女性登用に対する企業の意識調査」より

その他の取り組み

- ・時間短縮勤務
- ・子どもの看護休暇
- ・早期復帰支度金
- ・チャイルドサポート休暇
- ・ママランチ会
- ・病後児保育施設利用料補助

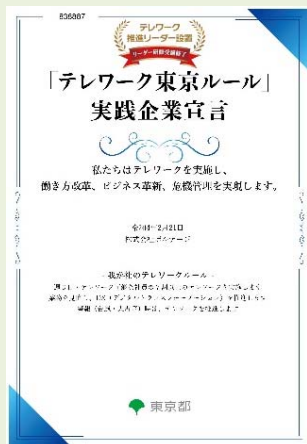
詳細は当社ホームページをご覧ください

<https://www.voltage.co.jp/recruit/woman/>

多様な働き方を支援するための環境づくりに注力しています。

実績

「テレワーク東京ルール」実践企業に認定 (2022/2)



テレワーク推進や業務効率化によるDX推進などのルール策定により、東京都が提唱する「テレワーク東京ルール」実践企業※に認定。

※「働き方改革」や「ビジネス革新」といったテレワークで実現する戦略ビジョンを踏まえ、各企業が策定・宣言するもの

「心のバリアフリー」サポート企業に登録 (2022/4)



子育て世代の従業員のバックアップ制度や、海外向けの翻訳コンテンツなどが評価され、東京都の「心のバリアフリー※」サポート企業に登録。

※全ての人々が平等に参加できる社会や環境について考え、必要な行動を続けること

「オフィス/テレワークのハイブリッド勤務」形態を実現 (2021/11)



本社オフィスの減床と共にリニューアルし、フリーアドレス体制へ移行。

リアルなコミュニケーションが可能なオフィスワークとテレワークとの併用により、アイデアや円滑な連携が生まれやすい環境を構築。



その他の取り組み

- ・勤務時間区分の自主選択
- ・リフレッシュ休暇制度
- ・フレックスタイム(トライアル期間中)

詳細は当社ホームページをご覧ください
<https://www.voltage.co.jp/company/workstyle/>

| 用語 | 意味 |
|------------|---|
| 読み物型 | ストーリーを楽しむことがメインとなるタイプのアプリ。 |
| アバター型 | ストーリーをメインに、アバターなどのゲーム性を組み合わせたタイプのアプリ。 |
| カード型 | カードの収集・育成要素を持つタイプのアプリ。 |
| ファンダム | 作品へのポジティブな深い感情的なつながりから生まれたファン文化。当社グループのタイトルを消費するだけでなく、共感・応援するファン集団を指す。また、上記を醸成するためのアプリ外施策も指す。 |
| LTV | Life Time Valueの略。ある顧客から生涯に渡って得られる利益を指す。 |
| イベント・ライツ展開 | 当社のタイトルIPを用いたアプリ外での展開。主に、舞台・コラボカフェなどのリアルイベントの実施や、グッズ販売、映画化・CD販売などの映像・音楽展開に分類される。 |
| ボル恋 | 当社が提供する恋愛ドラマシリーズの総称。アプリを中心に、Webコンテンツや家庭用ゲーム向けも含む。 |

株式会社ボルテージ



- ・本資料には将来の予測に関する記述が含まれておりますが、それらの記述は、資料作成時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化等により、実際の業績とは異なる可能性がありますことを御承知おき願います。
- ・本資料の作成に当たっては、記載されている情報に誤り・遺漏等が無いよう細心の注意を払っておりますが、その情報の正確性及び完全性を保証するものではありません。
- ・本資料で記載されている会社名・商品名・サービス名は、各社の商標または登録商標です。