

Amazia

**2022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**

2022年11月10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

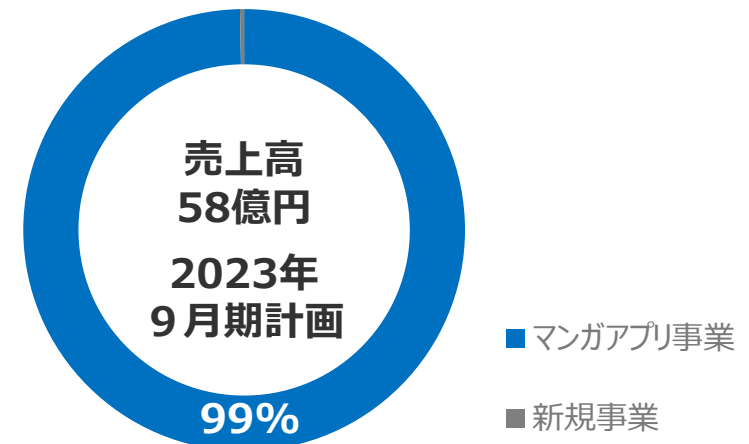
- 会社概要
- 代表者紹介
- 会社沿革
- 当社の主要サービス
- 事業概要
- マネタイズモデルとKPI
- 「マンガBANG!」事業系統図

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 A-PLACE渋谷南平台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 「マンガトート」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	31名（役員8名、アルバイト12名除く）

2022年9月30日現在

総資産	28億6,419万円
資本金	3億6,600万円
発行済株式数	6,754,600株
時価総額	46億2,690万円
単元株数	100株
上場市場	東証グロース（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)

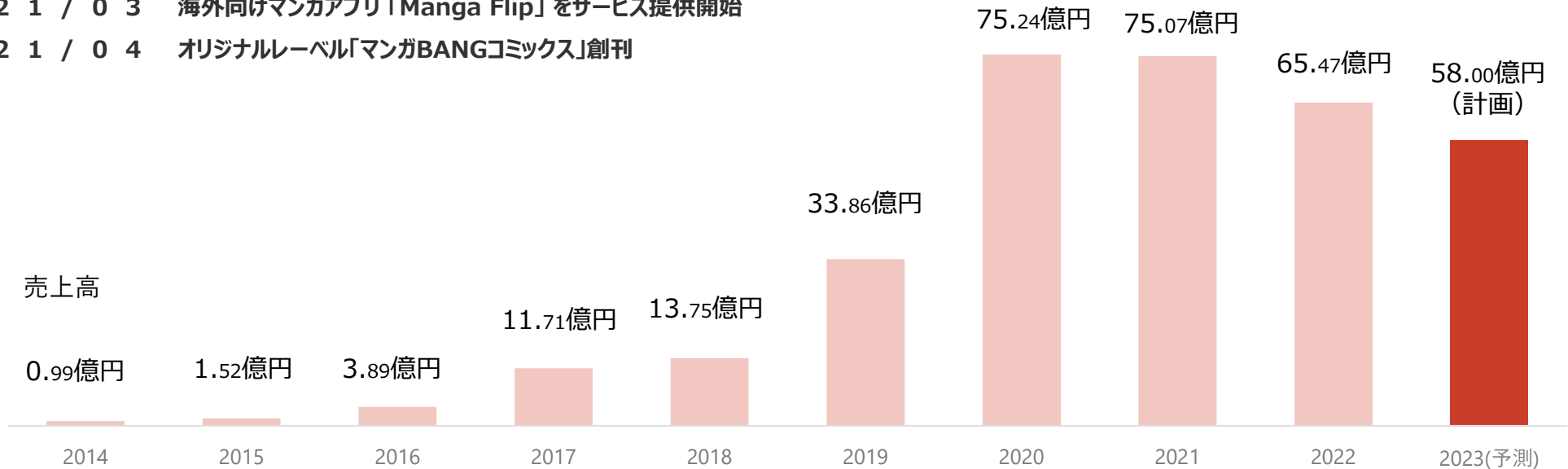
2009年10月 当社設立 代表取締役社長

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

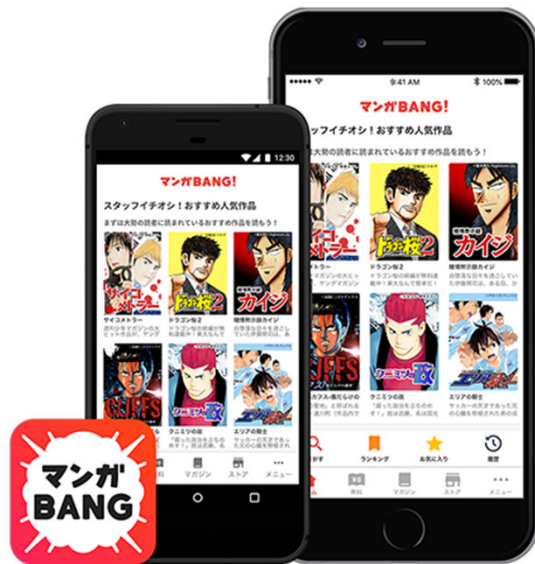
会社沿革

- 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 / 05 「マンガBANG!」WEB配信サービス提供開始
- 2017 / 12 マンガ投稿サービス「マンガEpic!」をサービス提供開始
- 2018 / 12 東証マザーズ市場（現グロース市場）へ上場
- 2020 / 06 女性向けエンタメアプリ「Palfe（パルフェ）」
（現 女性向けマンガアプリ「マンガトート」）をサービス提供開始
- 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
- 2021 / 04 オリジナルレーベル「マンガBANGコミックス」創刊



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!



マンガトート



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2,800万超のユーザー基盤
- ・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
- ・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

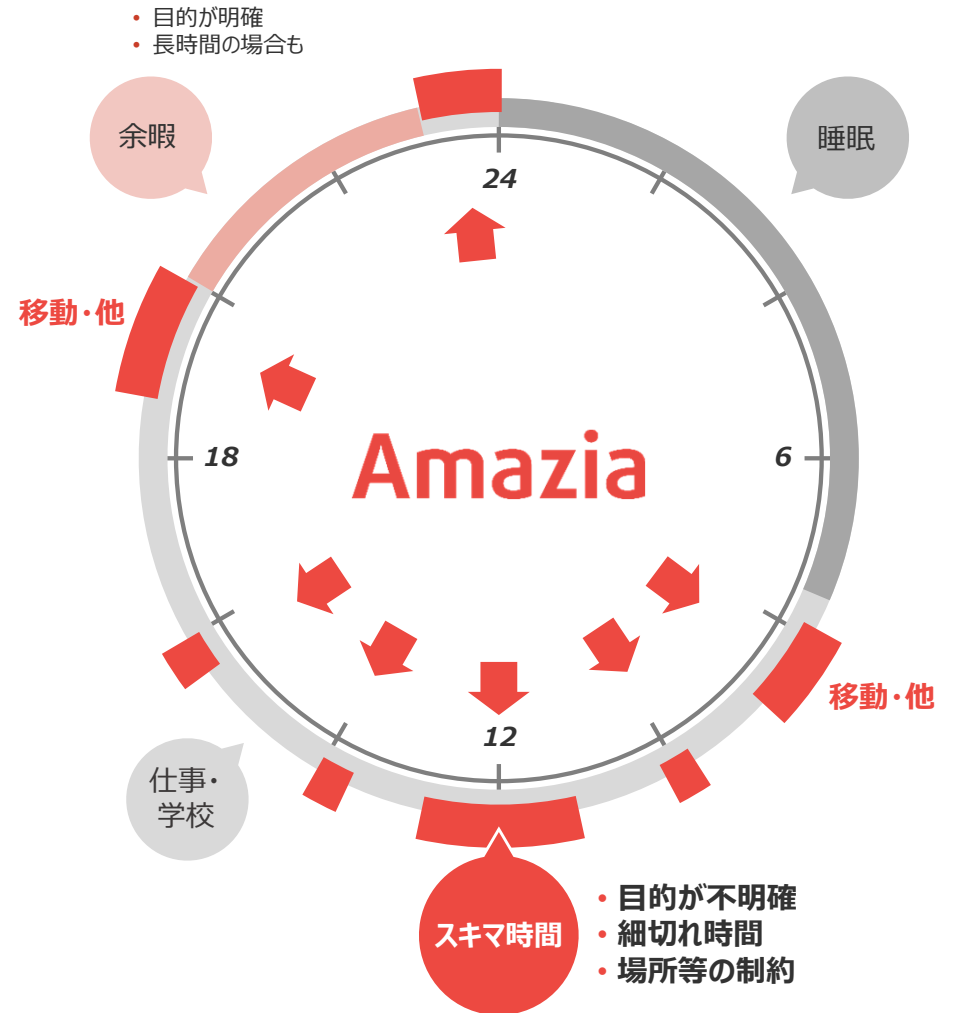
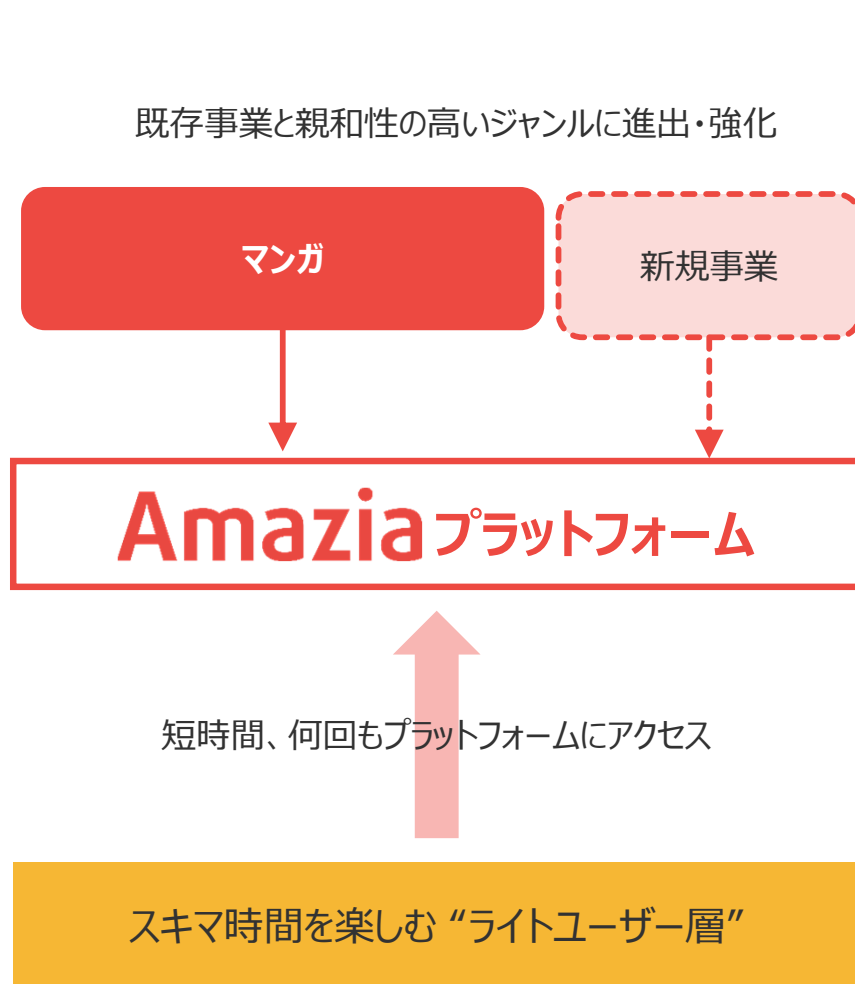
- ・「マンガBANG!」で培った、出版社との強固な関係と集客のノウハウを利用
- ・課金収益 + ユーザー全体から広告収益

『サイコメトラ』©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

『婚姻届に判を捺しただけですが』©有生青春/祥伝社フィールコミックス 『いいね！光源氏くん』©えすとえむ/祥伝社フィールコミックス 『後ハッピーマンア』©安野モヨコ/Cork 『凧のお暇』©コナリミサト(秋田書店) 『ハルとアオのお弁当箱』©まちた/コアミックス 『いつかティファニーで朝食を』©マキヒロチ/新潮社 『推しが部下になりました』©Ryo・こげたおこげ/コアミックス 『リメイク』©六多いづみ/マッグガーデン 『ちひろさん』©安田弘之(秋田書店) 『結婚予定日』©西原衣都・ムノ / Amazia, inc. / Everystar

事業概要

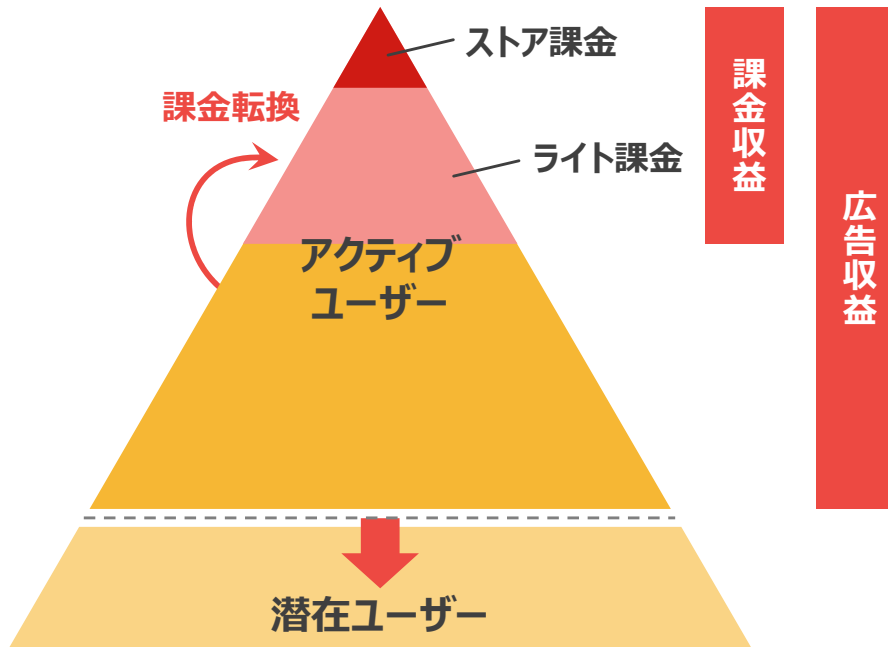
マンガアプリ事業で得られた事業ノウハウ・ユーザー基盤・データを横展開して、スキマ時間を埋めるプラットフォームとしての立ち位置を強化する



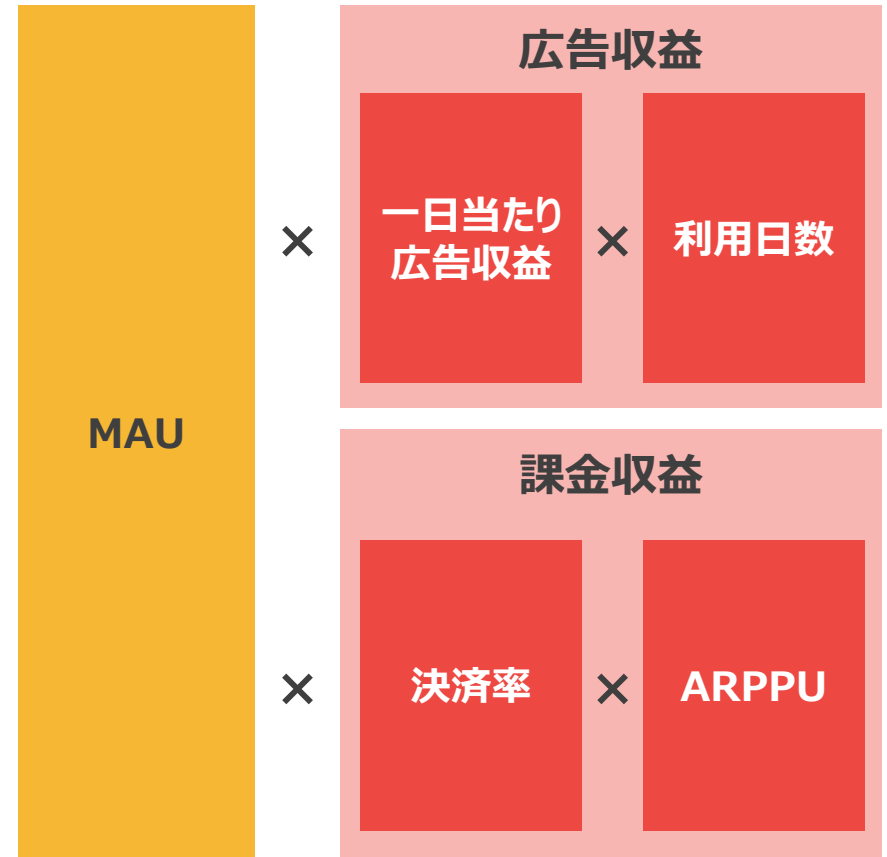
マネタイズモデルとKPI

フリーミアムモデル

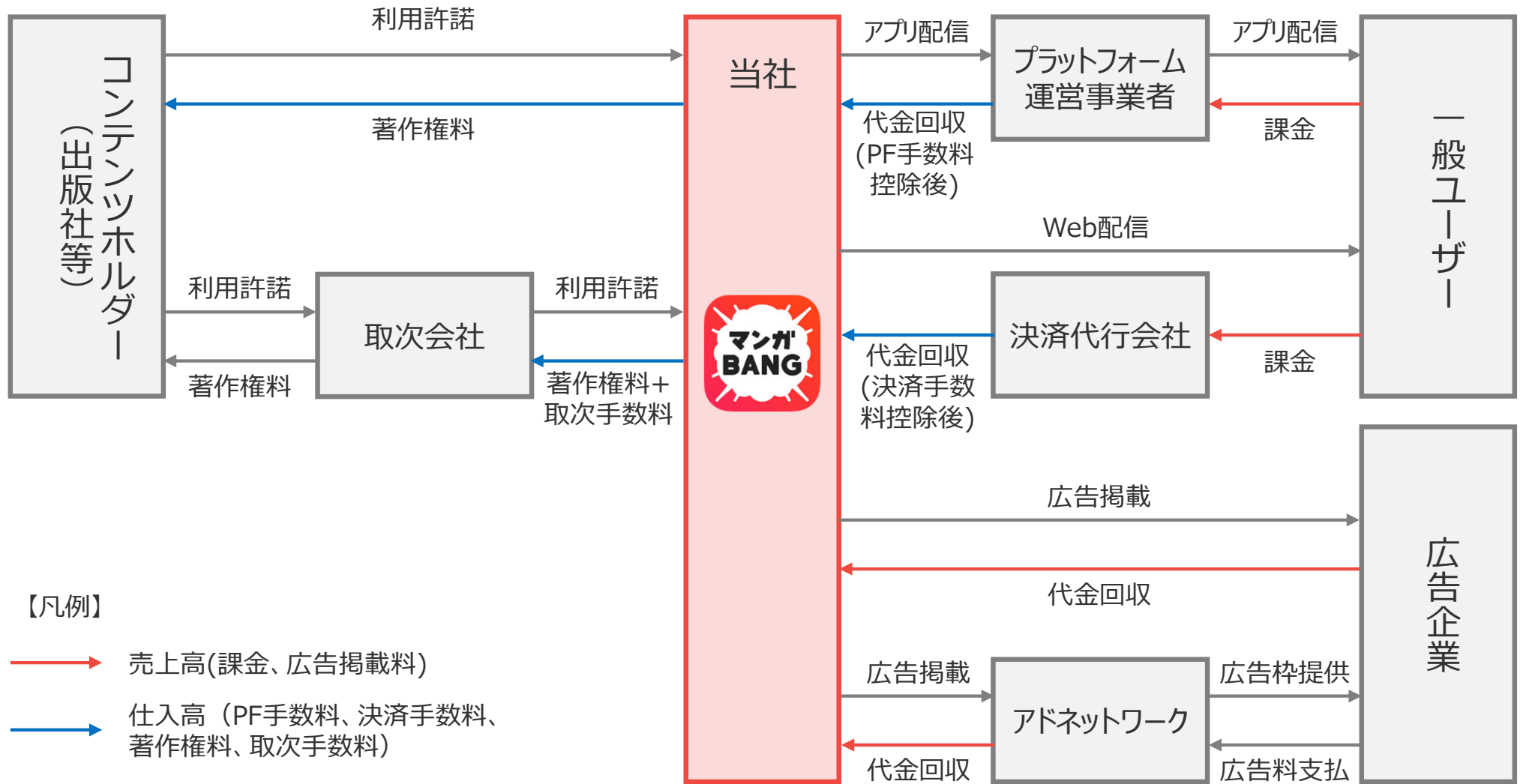
- 広告収益・ライト課金モデルにより幅広いユーザーの獲得が可能



収益分解イメージ (KPI)



「マンガBANG!」事業系統図



【凡例】

- 売上高(課金、広告掲載料)
- 仕入高 (PF手数料、決済手数料、著作権料、取次手数料)

業績概要

- 2022年9月期 第4四半期（会計期間）業績概要
- 業績推移 売上高/営業利益
- 業績推移 MAU /広告宣伝費
- マンガBANG!の広告ARPU/課金ARPU推移
- 2022年9月期 第4四半期（累計期間）業績概要
- 2021年9月期比（累計期間）営業利益増減分析
- 2022年9月期 業績達成状況
- 2022年9月期 成長戦略の進捗状況

2022年9月期 第4四半期（会計期間） 業績概要

広告宣伝方針を獲得件数重視から効率重視に変更したため、前4Q比で売上高は減少しているが、一定のMAUを維持しながら、140百万円の営業利益を計上

単位：百万円

	2021年9月期 第4四半期会計期間		2022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	1,998	100.0%	1,578	100.0%	▲419	▲21.0%
売上総利益	738	37.0%	547	34.7%	▲190	▲25.8%
営業利益	▲127	▲6.4%	140	8.9%	+267	-
EBITDA	▲126	▲6.3%	141	8.9%	+267	-
経常利益	▲124	▲6.2%	144	9.2%	+268	-
四半期純利益	▲83	▲4.2%	52	3.3%	+135	-

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（前4Q：獲得人数を重視、当4Q：獲得効率を重視）により、MAUが減少
- 国内のインフレによるユーザーの消費マインドの減退等により、課金収益KPI（ARPPU）が低調に推移
- 海外のアドネットワークとのドル建取引が大半を占めるため、円安の恩恵を受ける一方で、世界経済の停滞及び国内のインフレ等により、広告市場が悪化し、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が減少

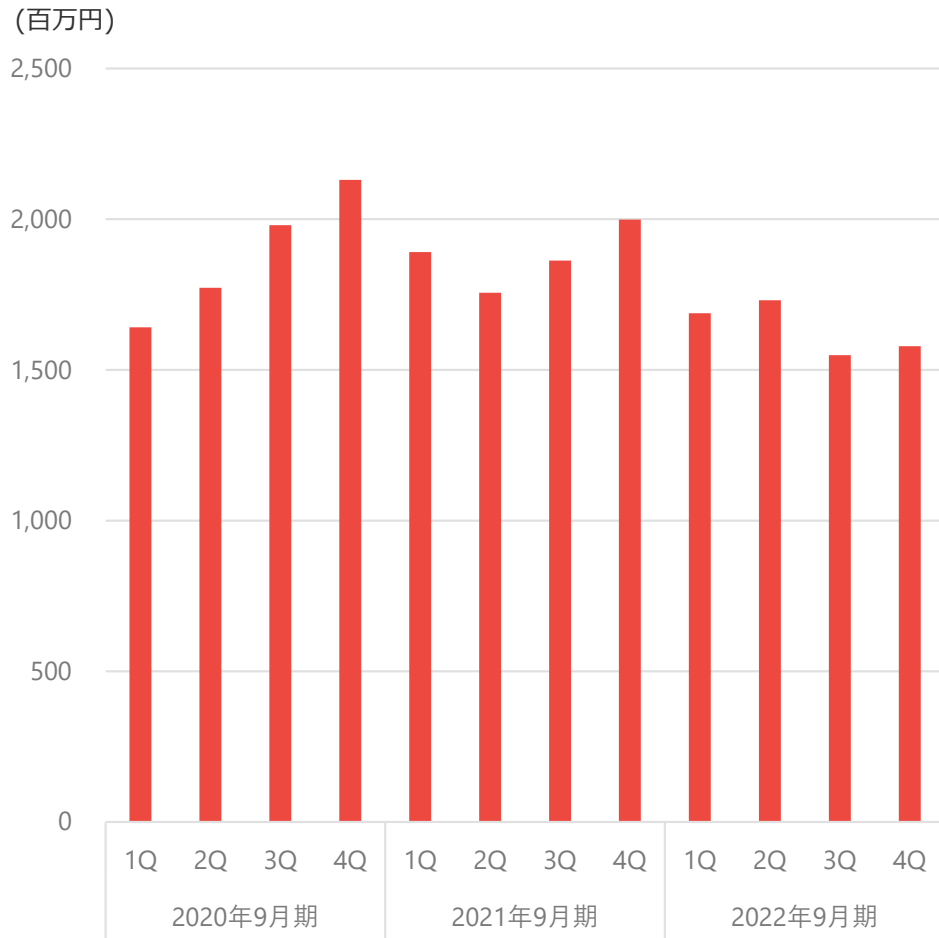
【利益面】

- 広告宣伝方針の変更により、売上高広告宣伝費率が18.9%に減少（前4Q:38.1%）したため、営業利益率が改善

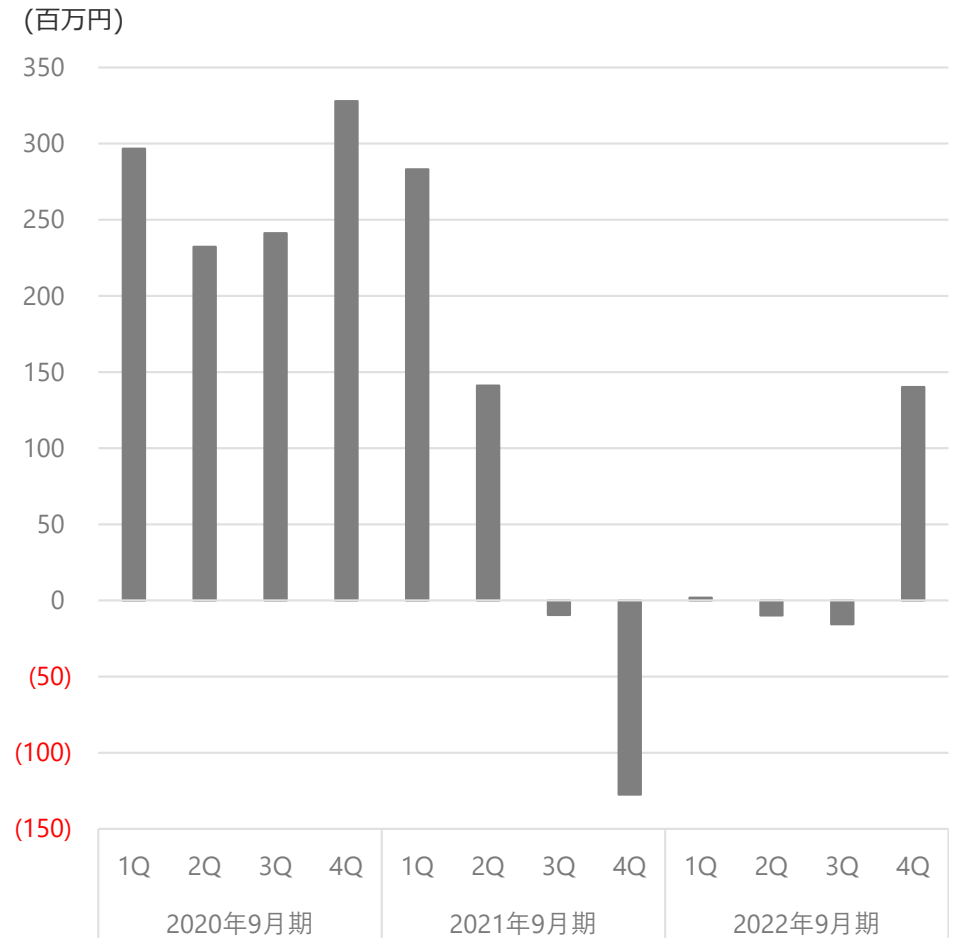
業績推移 売上高/営業利益

激しい競争環境が続くため、当4Qより広告宣伝方針を獲得効率を重視する方向に変更
 売上高を維持しつつ、四半期で1億円超の営業利益を計上できる利益構造を実現

売上高



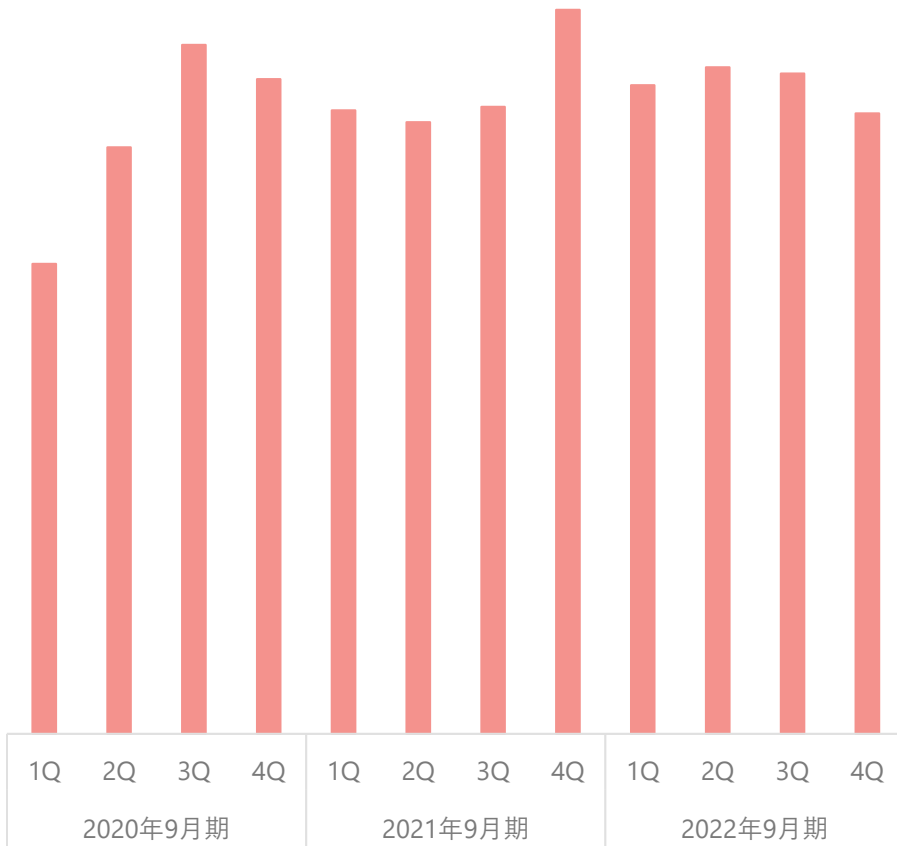
営業利益



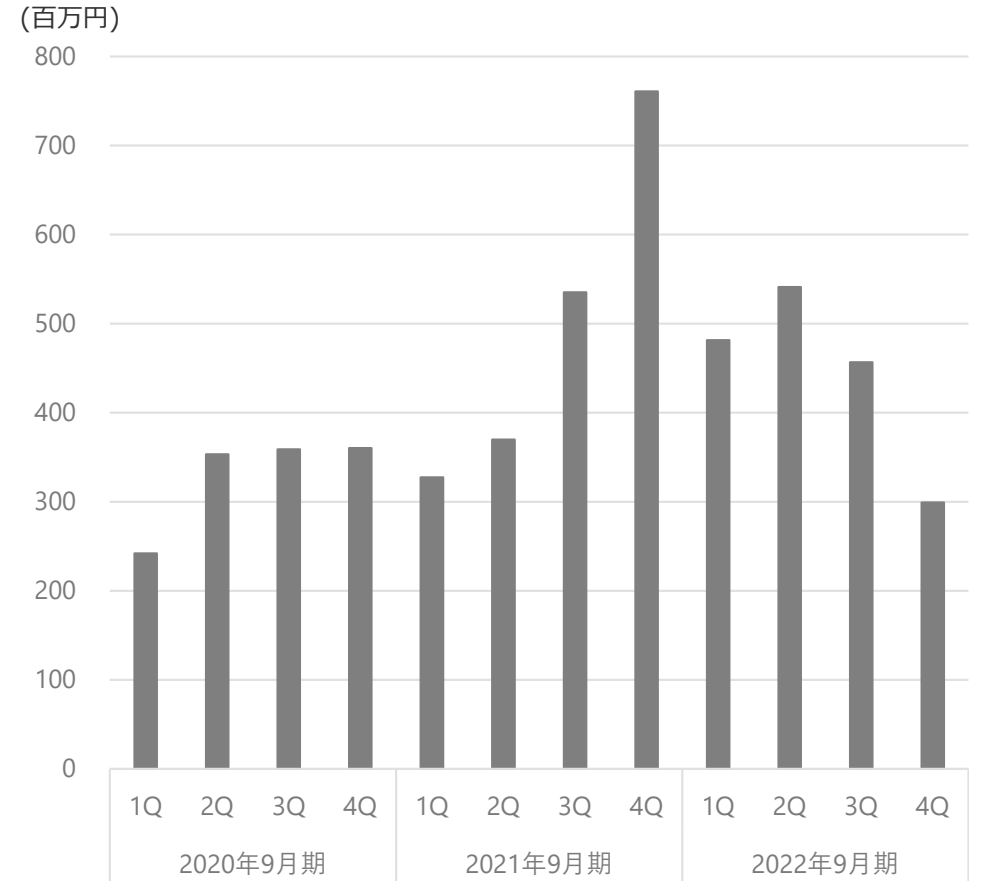
業績推移 MAU / 広告宣伝費

効率的な広告獲得を行えたため、広告宣伝費を抑えつつも、MAUは高い水準で維持
 通期平均では、過去最高のMAUを達成

MAU (3か月平均)



広告宣伝費

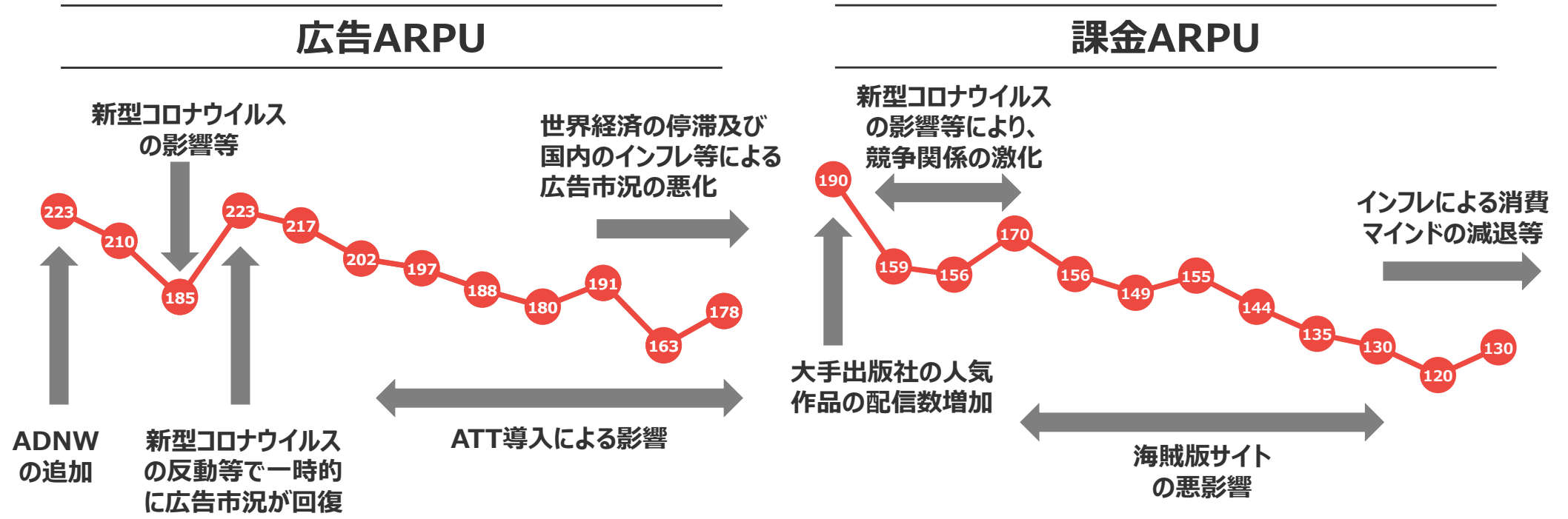


注：上記MAUは、マンガBANG!のMAUであり、マンガトート、MangaFlip等のMAUは除く

マンガBANG!の広告ARPU・課金ARPU推移

広告ARPU:世界経済の停滞及び国内のインフレにより、広告市況の不安定な状況が続く

課金ARPU:国内のインフレからくるユーザーの消費マインドの減退等により、不安定な状況が続く



注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

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
2020年9月期				2021年9月期				2022年9月期			

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2020年9月期				2021年9月期				2022年9月期			

2022年9月期 第4四半期（累計期間） 業績概要

消費マインドの減退及び広告市況の悪化等の影響により、売上高は減少する一方で、効率的な広告獲得ができたため、MAUは維持しつつ、通期で営業利益を計上

単位：百万円

	2021年9月期 通期		2022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	7,507	100.0%	6,547	100.0%	▲959	▲12.8%
売上総利益	2,693	35.9%	2,345	35.8%	▲348	▲12.9%
営業利益	287	3.8%	116	1.8%	▲170	▲59.4%
EBITDA	292	3.9%	120	1.8%	▲172	▲58.8%
経常利益	290	3.9%	144	2.2%	▲146	▲50.4%
当期純利益	185	2.5%	41	0.6%	▲144	▲77.7%

対前年同期比（通期）における、当期の状況

【売上面】

- 前3Q~当3Qの期間、獲得件数を重視する広告宣伝方針で運営した結果、平均MAUは微増となる
- 行動制限の緩和による巣ごもり需要の剥落及びインフレによるユーザーの消費マインドの減退等で、課金収益KPI (ARPPU)が低調に推移
- ATT導入による影響と広告市況の悪化により、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が低調に推移

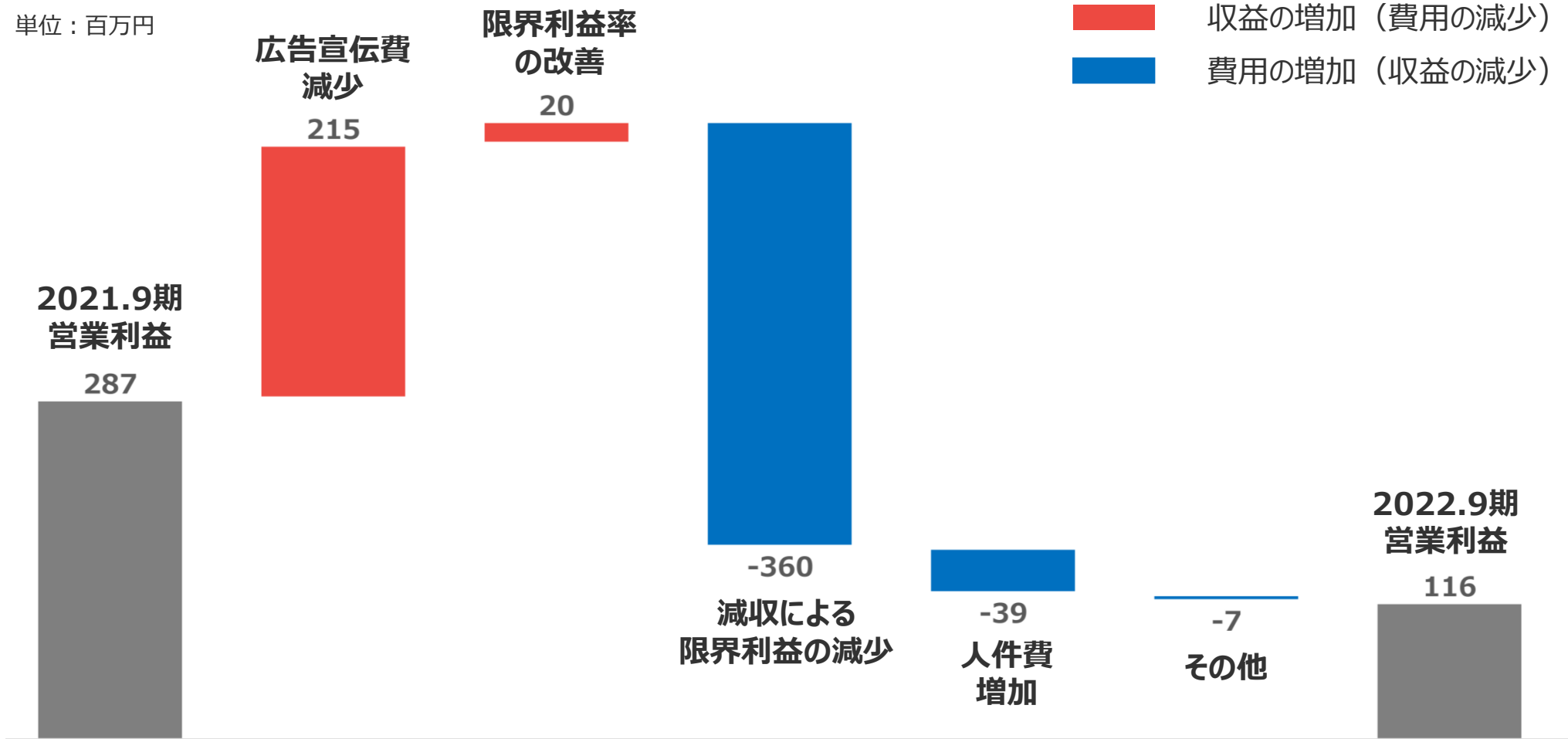
【利益面】

- 売上減少による固定費（人件費等）比率が増加した影響で営業利益率が悪化
- 海外市場の立ち上がりに向けて、当面の間、投資フェーズが続くため、mangamo株式会社について特別損失49百万円を計上

2021年9月期比（累計期間） 営業利益増減分析

売上高の減少により限界利益が減少するも、効率的に広告宣伝費を投下したこと及びGoogle Playのサービス手数料が12月から減少したこと等により、営業利益116百万円で着地

単位：百万円



2022年9月期 業績達成状況

消費マインドの減退及び広告市況の悪化等の影響等により、期初計画を大幅に下回るが、当4Qから効率的に広告宣伝費を投下する方針に変更した結果、概ね修正計画を上回り着地

単位：百万円

	2022年9月期 計画		2022年9月期 実績
	期初	22/6 下方修正	
売上高	8,000	6,535	6,547
営業利益	300	80	116
経常利益	300	101	144
当期純利益	190	54	※41

※mangamo社株式の評価損49百万円含む。詳細は本日（11/10）開示の「特別損失の計上および2022年9月期 通期業績予想と実績値との差異に関するお知らせ」をご参照ください。

期初計画、22/6 修正計画比における各K P I 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	△	×	○	△	△
22/6修正 計画比	○	○	○	△	○

成長戦略の進捗状況 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

成長戦略	進捗状況
プレミアムコーナーにおいて、大手出版社と新規取引開始	2022年9月～KADOKAWAと取引開始を実現 引き続き大手出版社との新規取引開始を目指す
チケット（旧チャージ）コーナーの配信作品増加（195⇒400作品）	514作品の配信を実現
海外作品（韓国・中国のwebtoonを中心）の配信検討	2022年7月～国内webtoon作品を配信開始 2022年10月～快看漫画（中国webtoon作品）を配信開始
出版社との協業による先行配信作品の充実化	秋田書店・少年画報社の一部作品にとどまる。継続的に先行配信の充実化を目指す
オリジナル作品の充実化（常時連載25作品を目指す）	異世界転生系、恋愛系を中心に15作品⇒23作品に増加するものの、目標に若干の未達

② 広告収益の最適化

成長戦略	進捗状況
ATTの影響を踏まえた広告配信構成の再構築	適宜、最適なADNW（アドネットワーク）の配信構成に向けて改善中
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	2022年7月～一部作品の広告枠の増加により、広告表示回数は増加傾向

③ ユーザー行動分析を基にしたUI/UXの改善

成長戦略	進捗状況
自社独自の分析ツールを構築	2021年12月～リコメンドエンジン導入 2022年7月～UI/UXの改善 更に、分析結果を基に、継続的なUI/UXの改善・機能追加を検討中
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	

成長戦略の進捗状況 2 / 2

02 オリジナル作品の制作強化

① マンガ制作体制の拡大

成長戦略	進捗状況
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	2022年9月末時点で、7名体制を構築し、23作品を制作 制作本数を増加させるために、編集チームの更なる拡大を目指す また、メディアミックス、制作本数の拡大に向けて、協業案件も増加
編集長候補の採用	
制作本数を増加（常時25作品程度制作）	

② マンガ制作スタジオのM&Aの積極化

成長戦略	進捗状況
マンガ制作スタジオの買収を積極的に推進	漫画制作に比べ、webtoon制作は、1話当たりのコストが高騰しているため、他社webtoon作品の配信を行うことで、当社のwebtoon制作への取り組み方針を検討中
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

① 海外サービス

成長戦略	進捗状況
「Manga Flip」、「Mangamo」を活用して、下記検証を行い本格展開を目指す	必要最低限のデータ検証が出来たため、2023年9月期第1四半期にManga Flipをリニューアルし、都度課金モデルを導入予定
① 広告収益モデル、フリーミアムモデル（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	

② 新規事業のM&A

成長戦略	進捗状況
マンガ事業単独に依存しない体制の早期実現を目指す	複数案件について検討を行っているが、金額、時期、M&A後の体制等で折り合いがつかず、当期中の実績はなし 自社で新規サービスのリリース、M&A含めて継続検討中
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	

Amazia

Contents.3

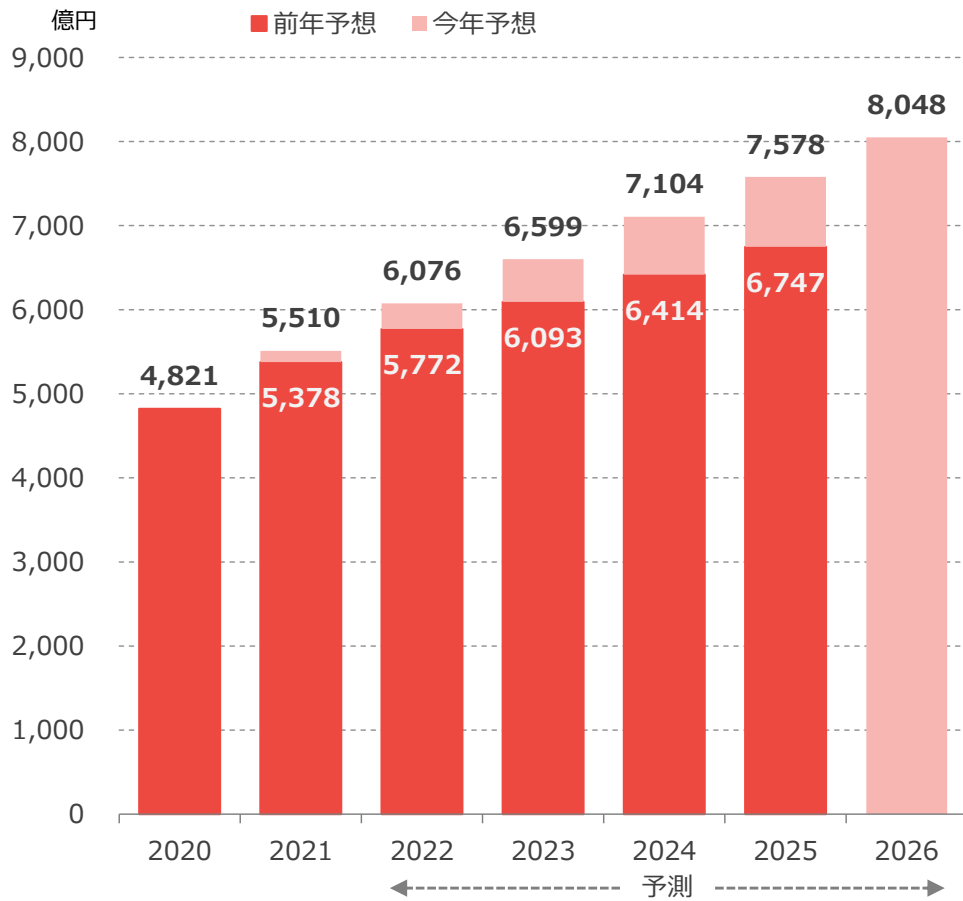
市場・競合・自社分析

- 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

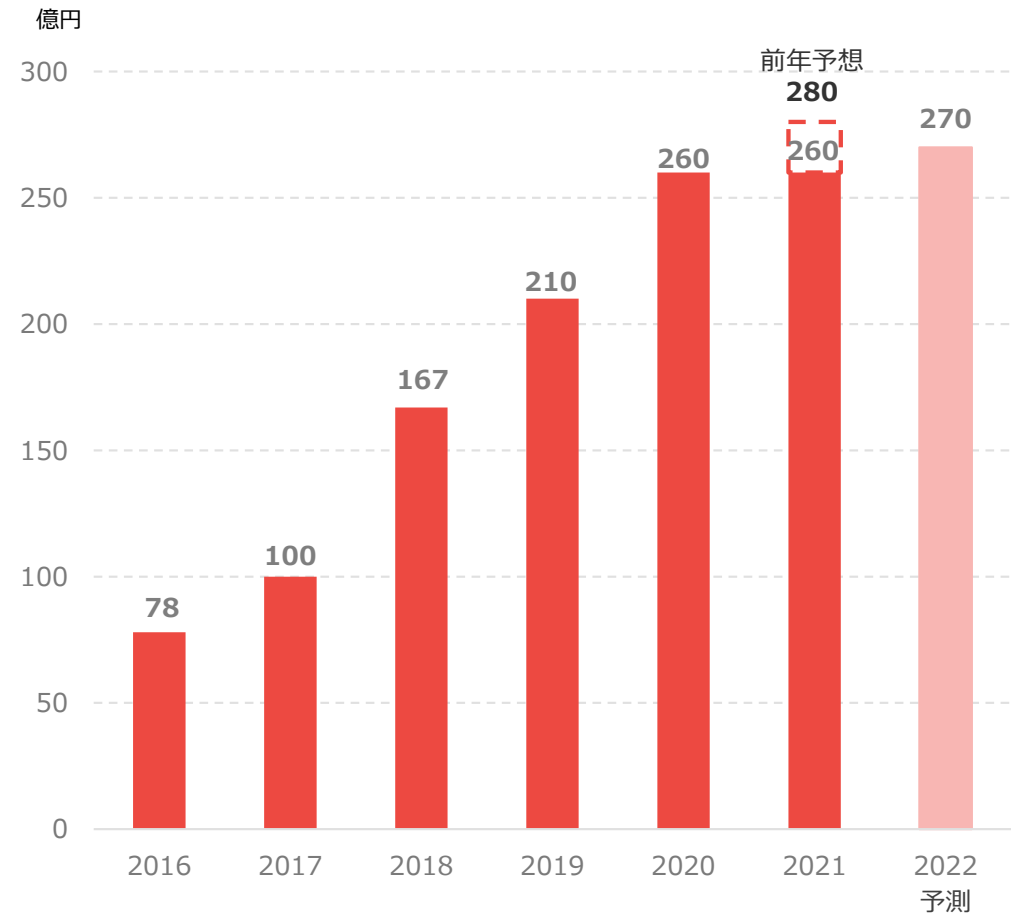
市場分析

2021年度電子書籍市場は5,510億円と堅調な成長を受け、2022年度以降の将来予測も上昇
 新型コロナウイルス感染拡大等による広告単価の下落によりマンガアプリの広告市場は横ばい

電子書籍市場（電子書籍+電子雑誌）



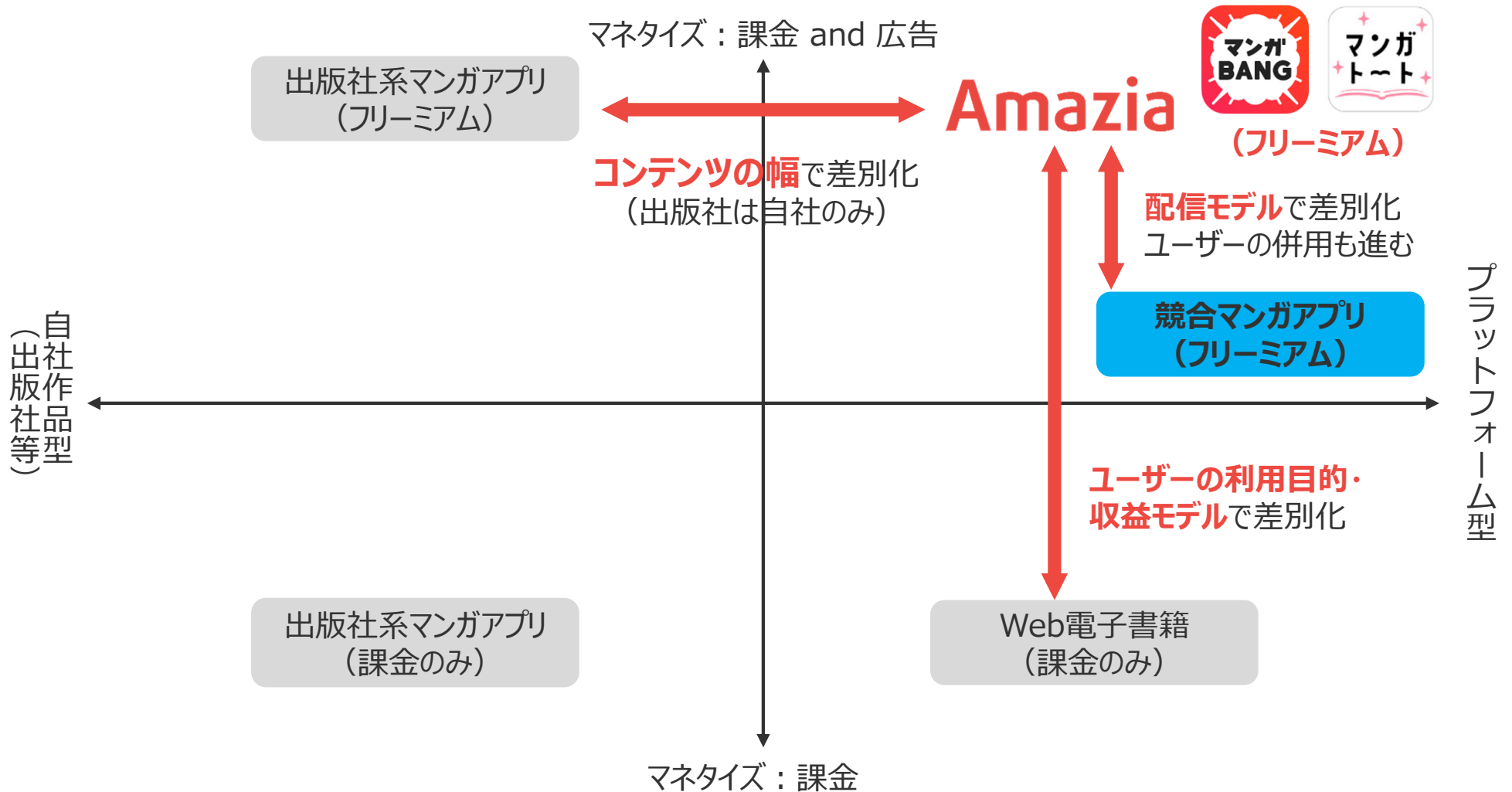
マンガアプリ広告収益市場



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2021」、「電子書籍ビジネス調査報告書2022」

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

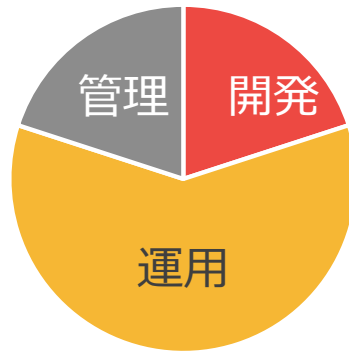
Amazia



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

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

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



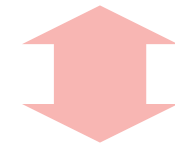
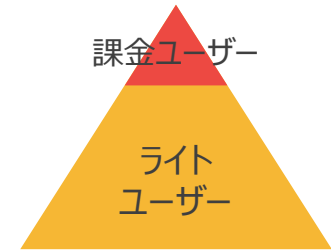
Amazia



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



電子書店等



課金ユーザー

事業計画及び成長戦略

- 2023年9月期 事業計画
- 2023年9月期 事業計画の営業利益増減推移
- 2023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

2023年9月期 事業計画

マンガBANG!のメディアとしての強みであるMAUを維持できる水準の広告宣伝費に抑え、利益を出しながら、オリジナル作品の制作に注力し、大ヒット・メディアミックス化による収益の重層化を目指す

単位：百万円

	2022年9月期(実績)		2023年9月期(計画)	
	2Q累計	通期	2Q累計	通期
売上高	3,419	6,547	2,919	5,800
営業利益	▲7	116	158	230
経常利益	4	144	159	230
当期純利益	▲4	41	102	145

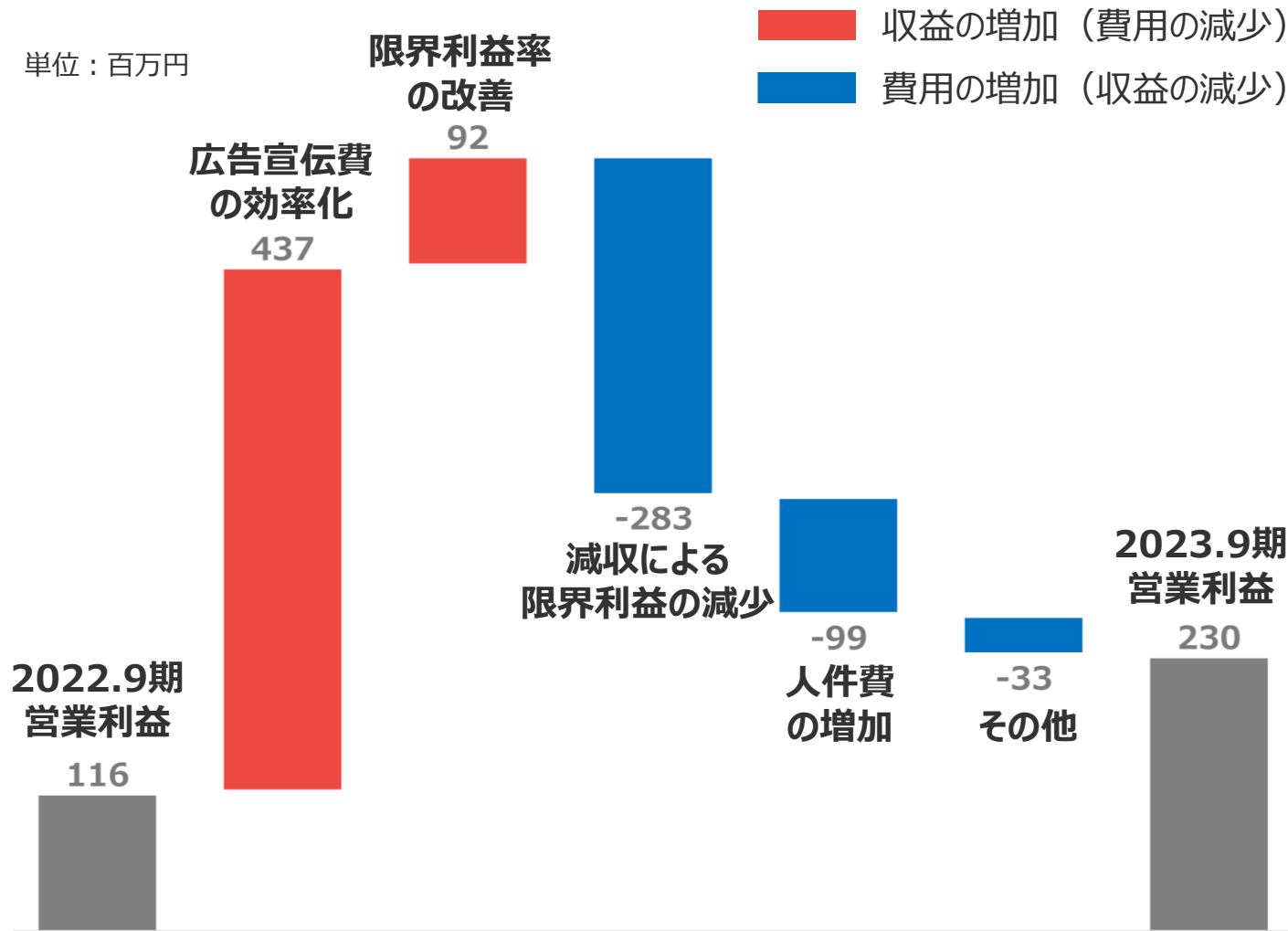
※ 当社が属する電子書籍業界は、著しく外部環境が変化をしているため、創発的で柔軟性の高い経営が重要と考え、現時点において、中期経営計画を公表しないことが適切であると判断しております。

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
広告出稿方針を変更した22.9期4Qと同水準で推移すると仮定	広告枠を増加した22年8~9月と同水準で推移すると仮定	22.9期下期と同水準で推移すると仮定	22.9期の悪化傾向を基に、22.9期下期から5%程度の悪化を見込む	22.9期下期と同水準で推移すると仮定

2023年9月期 事業計画の営業利益増減推移

獲得単価10%弱の改善を目指して、効率的に広告宣伝費を投下する計画
 作品制作を強化するために、漫画編集者を中心に人員の増加を見込む



主な増減項目の内容

広告宣伝費

- ①新規ユーザー獲得：1,310M(▲442M)
 獲得単価について、前期比10%弱の改善を目指して、①Web広告、②インフルエンサーマーケティングを組み合わせ、効率的に実施予定
- ②アプリ内マーケティング等：31M(+5M)
 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

漫画制作 連載中作品が18本増加予定のため、当該原稿料等が40M程度増加予定

人件費 漫画編集者及びエンジニア（海外展開、新規事業）を中心に採用強化

2023年9月期 成長戦略

01 マンガアプリで安定的に収益獲得

- 売上高の成長にとらわれずに、一定水準のMAUを維持できる範囲で効率的に広告宣伝費を投下する
- 新規獲得ユーザーの定着率向上を目指したUI/UXの改善を実施する
- 著作権料率の低いオリジナル作品の売上割合を増加させ、粗利率の改善を目指す
- 1人当たり読書数を増やすために、継続的にUI/UXの改善、機能追加を行い、LTVの向上を目指す

02 オリジナル作品の制作強化

- 連載中の作品を35本に増やすために、編集者の採用拡大、協業パートナーとの制作本数の増加を目指す
- メディアミックスに向けた展開を加速させるために、エイベックス・ピクチャーズと『第一回WEB小説大賞』を共同開催期間中受賞2作品が確定し、制作準備中

03 マンガアプリの海外展開

- 海外（北米）ユーザーのニーズと出版社から得られる許諾とのバランスを図り、プレミアムモデル（都度課金＋広告）にてPMFの達成を目指す
- 一定水準のLTVを獲得できるタイミングで、大規模に広告宣伝費を投下する予定だが、24年9月期以降になる見通し

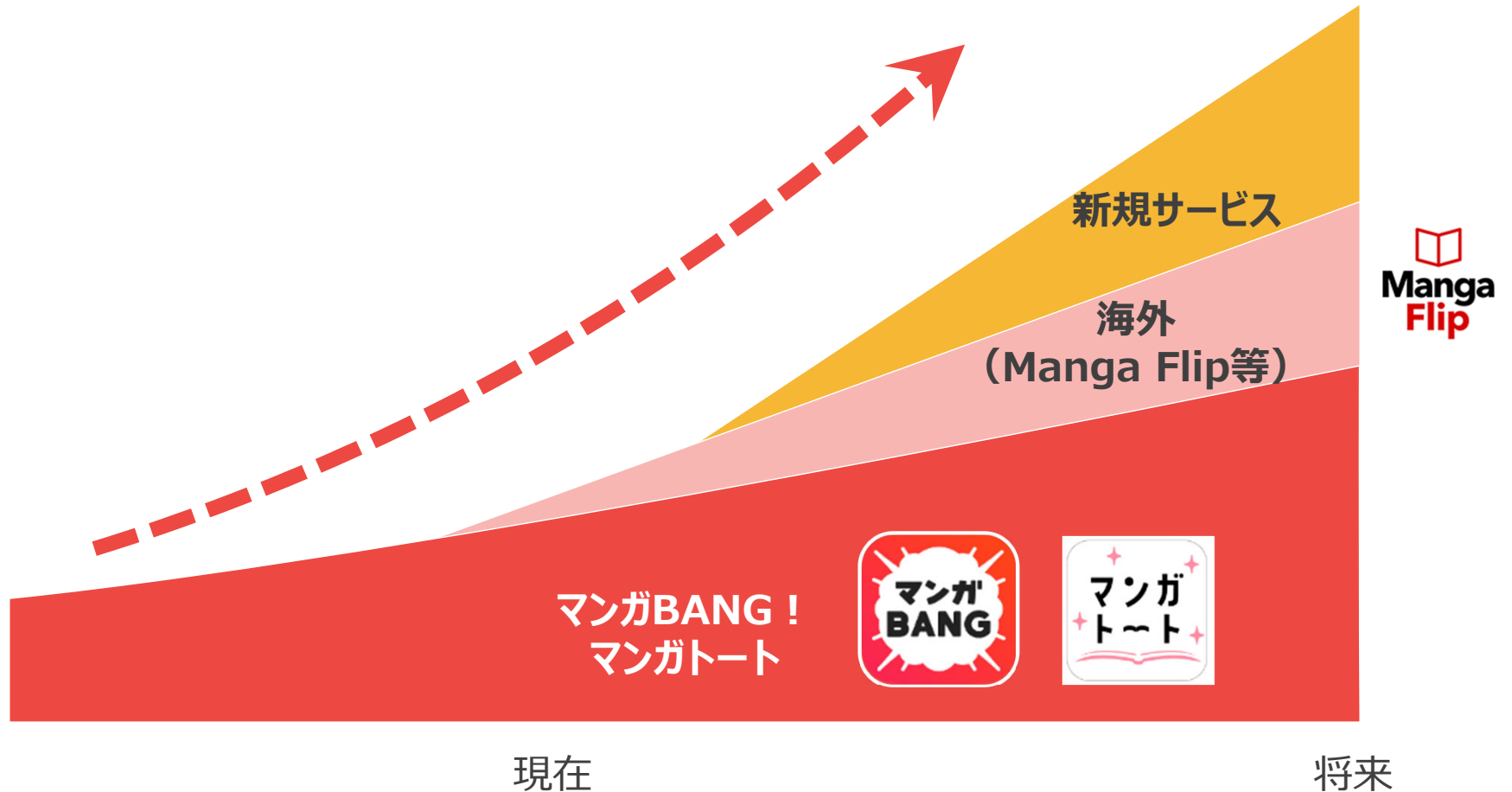
04 新規サービスの展開

- 成長性が見込まれるインターネットサービスについて、自社で新規サービスのリリースないしM&Aによる進出を目指す

将来的な成長イメージ

既存のマンガアプリ事業で一定の利益を創出し、オリジナル作品の大ヒット、海外進出、新規サービス導入により、更なる成長を目指す

MAU成長イメージ



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 2022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33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34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、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：高 時期：常時	当社の広告収益の約半分は、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。（円安は広告収益にとってプラスの影響）

※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
2022年7月漫画BANK運営者が中国で摘発されるなど、警察との捜査協力の関係も強化

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 : 星の口ミ
- 2020年5月～2021年11月 : 漫画BANK

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
 - 2022年3月～大手海賊版サイト2つも閉鎖
但し、当該サイトの後継サイトが複数立ち上げるなど、大きな海賊版サイトができるのではなく、複数サイトに分散

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

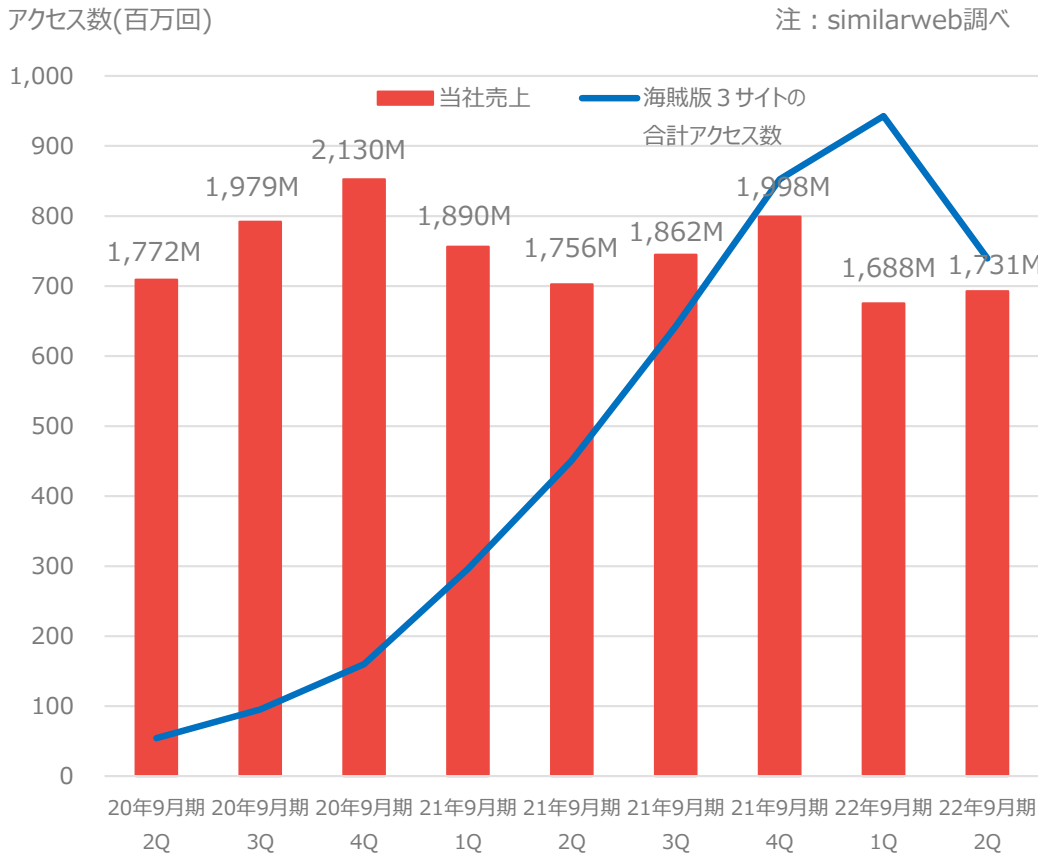
- 政府、出版業界が、インターネットプロバイダ、通信業界と連携し、サイトブロッキング以外の海賊版サイト閲覧禁止策についても検討
 - DMCA（デジタルミレニアム著作権法）クレームによる検索結果から削除対応が進む
 - 海外のサーバー事業者に対して削除要請に対する対応の早期化が進む 等

事業等のリスク_海賊版サイトに対する当社の対策方針

22.9期に大規模な海賊版サイトは閉鎖するも、中小規模の複数サイトにアクセスが分散
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 (当3Q以降は、複数サイトに分散しているため、未集計)

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：幅広い年齢層の獲得（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)

	20/9期				21/9期				22/9期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	1,641	1,772	1,979	2,130	1,890	1,756	1,862	1,998	1,688	1,731	1,549	1,578
変動費(※1)	1,008	1,063	1,241	1,295	1,146	1,112	1,201	1,228	1,056	1,055	959	998
広告宣伝費	242	353	358	360	327	369	535	760	481	541	456	299
人件費(※2)	51	78	88	86	82	86	86	86	92	94	95	97
その他	42	45	49	59	50	46	48	49	55	50	53	43
営業利益 (営業損失)	296	232	241	327	283	141	▲9	▲127	1	▲9	▲15	140
経常利益 (経常損失)	293	231	236	323	277	149	▲11	▲124	4	▲0	▲4	144
当期純利益 (当期純損失)	200	156	158	234	189	98	▲19	▲83	▲0	▲3	▲6	52

※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 2022年9月期	第14期計画 2023年9月期
売上高	(千円)	1,375,500	3,386,580	7,524,525	7,507,568	6,547,840	5,800,000
経常利益	(千円)	77,337	396,443	1,084,693	290,843	144,132	230,000
当期純利益	(千円)	94,951	303,027	750,264	185,340	41,243	145,000
資本金	(千円)	161,472	338,524	356,089	361,504	366,004	(未開示)
発行済株式総数	(株)	3,018,000	3,314,100	6,710,200	6,734,600	6,754,600	
純資産額	(千円)	308,132	965,007	1,800,970	2,049,700	2,041,309	
総資産額	(千円)	565,159	1,613,255	3,106,918	3,020,181	2,864,191	
1株当たり純資産額	(円)	51.05	145.60	260.87	289.03	286.40	21.94
1株当たり当期純利益	(円)	15.91	46.77	112.33	27.55	6.14	
自己資本比率	(%)	54.5	59.8	56.3	64.4	66.1	
自己資本利益率	(%)	37.6	47.6	55.3	10.0	2.1	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	53,988	324,928	849,901	224,132	56,793	(未開示)
投資活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△9,006	△58,918	△25,969	△25,887	△130,301	
財務活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	13,095	334,596	30,215	7,368	△94,389	
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	239,177	839,783	1,693,930	1,899,544	1,731,646	
従業員数〔外、平均臨時雇用者数〕	(名)	12 〔1〕	16 〔2〕	25 〔3〕	27 〔7〕	31 〔11〕	

1. 売上高には、消費税等は含まれておりません。
2. 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9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を算定しております。
3. 第9期から第12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、2023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 Paid User）：1課金ユーザーあたりの平均売上
- 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
- PMF（Product Market Fit）：製品・サービスが市場のニーズにマッチしている状態