



## 2024年1月期 第3四半期 決算説明資料

2023年12月14日 株式会社 coly（東証グロース: 4175）

## 株主・投資家のみなさまへ

皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼を申し上げます。

当社は「もっと、面白く」というビジョンの実現を目指し、オリジナルIPのモバイルオンラインゲーム運営と、各種メディア展開、および他社様IPを使用したライセンスビジネスの拡大に取り組んでおります。

第3四半期においては、当社の持つコンテンツの魅力を最大限にお届けできるよう、ゲーム事業・メディア事業双方からユーザー様とのタッチポイントを増やすための施策を行って参りました。

特に『スタンドマイヒーローズ』では、ユーザーの皆様を支えられ応援をいただいた結果、2023年9月に7周年を迎えることができました。今後もゲーム、メディア、イベント等様々な方面からユーザー様に楽しんでいただけるIPにしていきたいと考えております。

また新規事業につきましては、当社の強みであるエンタメを軸としながら、AI活用市場や、女性向け市場での事業展開も進行しております。特に女性向け市場での事業展開では、好きなキャラクターやアイドルなどの「推し」を様々な形で応援する活動「推し活」のためのグッズを販売するポップアップストア「coly pop!」を展開し黒字化したほか、2.5次元俳優×TRPGプロジェクト「にごダイブ！」など新規事業の芽が育ってきております。

準備が整い次第、ゲーム事業・メディア事業そして新規事業に関する発表をして参ります。

皆様には、より一層のご指導・ご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

A circular graphic with a white center containing the word 'Agenda' in bold black text. The background of the circle is a blurred image of a person's hands holding a smartphone. The circle is framed by a thick green border.

# Agenda

01	当社のビジョン	03
02	2024年1月期 第3四半期 業績	11
03	TOPICS	16
04	今後の成長戦略	24
05	会社概要・ビジネスモデル	35
06	市場環境・競争優位性	43

# 01

---

## 当社のビジョン

## 当社のビジョン①

私たちは  
女性向けエンタメ市場をリードする  
IPクリエイター&ディベロッパーです。

3つの  
成長戦略

### ゲーム事業

IPの信頼を  
高める・IP数の増加

### メディア事業

「体験」を重視する  
EX展開の加速

### AI活用

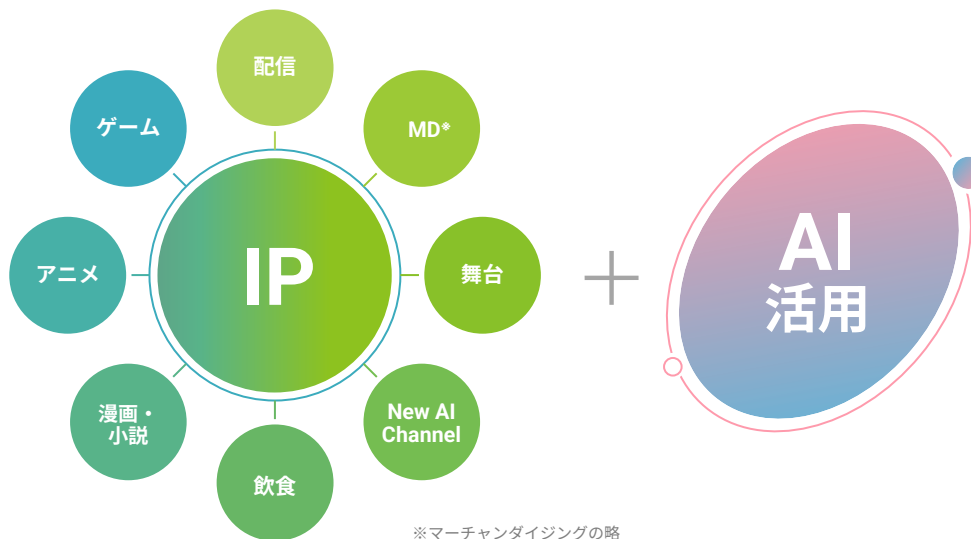
AIを活用した  
エンタメ事業の開始

もっと  
面白く

## 当社のビジョン②

### IPクリエイター&ディベロッパーとしての事業拡張

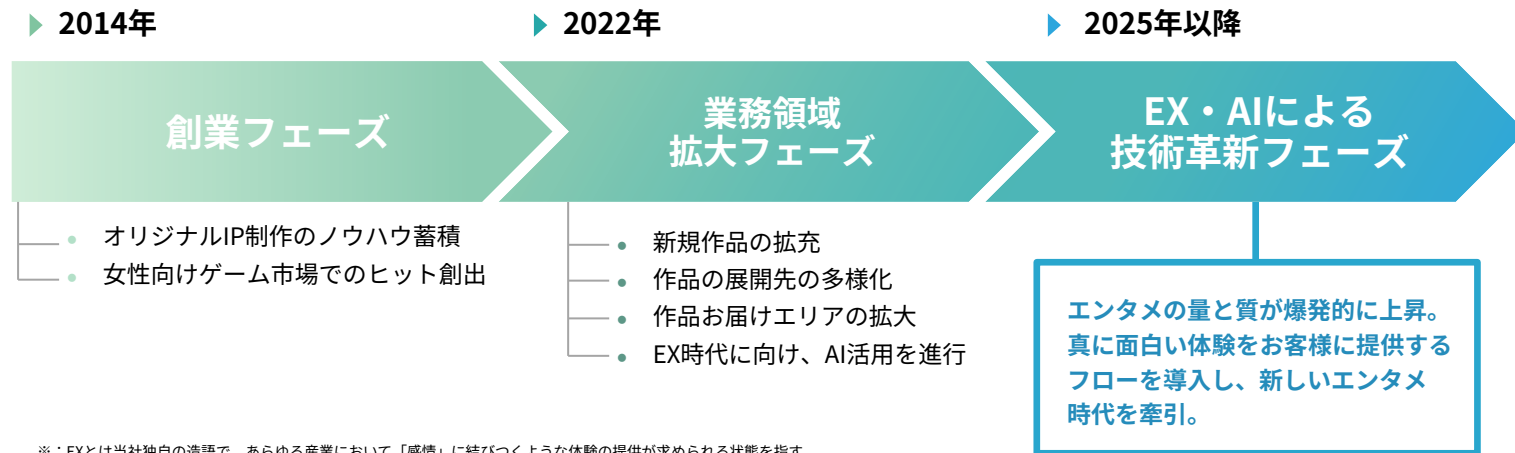
IPクリエイター&ディベロッパーとして、IPを軸としたさまざまな事業を展開。今後はゲーム発のIPのみではなく、各事業からIPを創出/運営することを目指す。また、AIを取り入れた事業の創出/運営を進行中。



※マーチャンダイジングの略

## 当社のビジョン③

あらゆる産業がデジタル化したDX（Digital Transformation）の先に、感情をゆさぶる体験が最も重視されるEX※（Entertainment Transformation）時代の到来を見据える。足元では、創業以来培ってきたオリジナルIP制作のノウハウを軸に、作品開発/展開の多様化に注力しつつ、EX時代に向け、AIに関する研究と事業化を引き続き進めている。



※：EXとは当社独自の造語で、あらゆる産業において「感情」に結びつくような体験の提供が求められる状態を指す。  
ゲーム業界やエンタメ業界以外の業態においても、今後エンターテインメントの持つ力が重視される時代が来ることを想定している。

# ブレイクマイケース サイトオープン・事前登録開始

iOS・Android向けゲームアプリ新作『ブレイクマイケース』のリリースを2023年10月に発表。シナリオライターに『スタンドマイヒーローズ』を手がけた藍田創氏、イラストレーターに雪広うたこ氏、主題歌にシンガーソングライターの竹内アンナ氏を起用。事前登録者6.2万人を突破（2023年12月13日時点）、アプリリリースに向けて開発を進行中。



公式サイト

<https://breakmycase.com>

公式Xアカウント

<https://twitter.com/breakmycase>



## 『ブレイクマイケース』 AGF2023出展

リリースを発表後、AGF2023（アニメイトガールズフェスティバル2023）に出展。キャラクターメインビジュアルを用いた先行グッズの販売や、プロモーション展示、ノベルティの配布を実施。ゲームリリース前から、大きな盛り上がりを見せた。



## 『魔法使いの約束』 アニメ化プロジェクト始動

『魔法使いの約束』の4周年を記念した特番内で、アニメ化プロジェクトの始動を発表。ゲームだけでなくアニメやグッズ、イベント等で、IPとしての成長を目指していく。



## 『魔法使いの約束』がLive2D社の賞を受賞

『魔法使いの約束』が株式会社Live2D様が主催する「Live2D Creative Awards2023」にて、クリエイターが感銘を受けたLive2D採用作品を決める「クリエイターズインスピレーション賞」を受賞。「まほやくのLive2D」がXでトレンド入りし、クリエイターの皆様だけでなく、ユーザー様からも反響を得た。



### ■「Live2D Creative Awards2023」とは

年に1度Live2D社が開催する、Live2Dを使ったオリジナル作品のクオリティを競い合うコンテストで、動画や動くイラスト、ゲーム、キャラクター・アバターなど、Live2Dを使った様々なジャンルの作品が世界中から応募されている。

### ■「クリエイターズインスピレーション賞」とは

「Live2D Creative Awards」10周年を記念し新設された、商用コンテンツを対象とした賞。作品を応募するクリエイターに対して「クリエイターとしてもっとも感銘を受けたLive2Dの作品は何か」というアンケートを実施し、回答の多かったタイトルが受賞。

### ■特設サイト（株式会社Live2D様のサイト）

<https://live2dawards.com/2023/>

# 02

## 2024年1月期 第3四半期 業績

## 業績サマリー

売上高：3,283百万円 前年同期比：△411百万円 (△11.1%)

● **モバイルオンラインゲーム：2,206百万円 前年同期比：△604百万円 (△21.5%)**

『スタンドマイヒーローズ』の7周年イベントのほか、新形式のイベントの実施やコラボ企画を実施。第2四半期累計期間から第3四半期累計期間にかけて下げ幅は縮小したものの、前年同期比で減収となった。

● **メディア：1,077百万円 前期比：+192百万円 (+21.8%)**

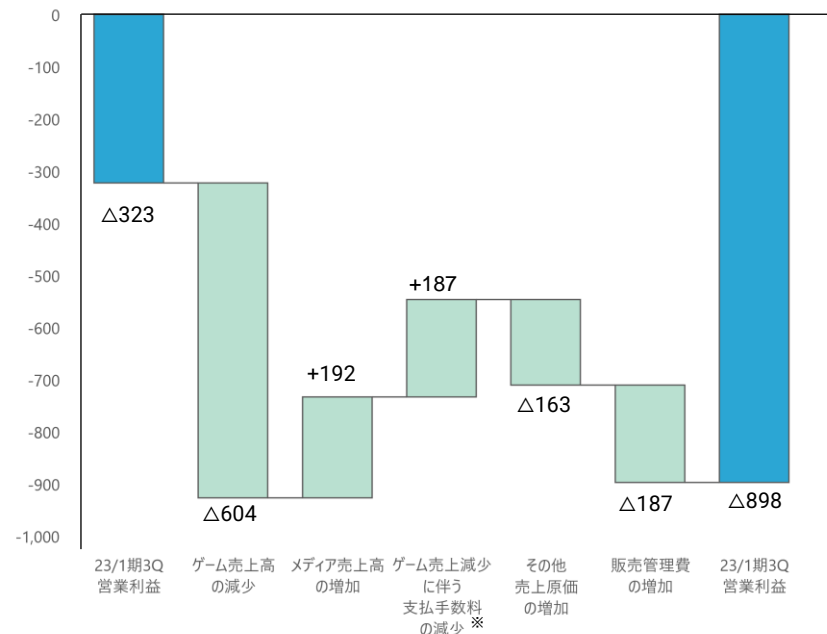
周年グッズ販売が好調に推移、飲食事業では各タイトルとのコラボを実施。他社様IPを活用したライセンスビジネスも好調だった結果、前年同期比で増収となった。

営業利益：△898百万円 前年同期比：△575百万円 (-%)

開発中のタイトルや、新規施策・新規事業への先行投資が膨らみ、減益着地となった。

# 2024年1月期 第3四半期 業績PL

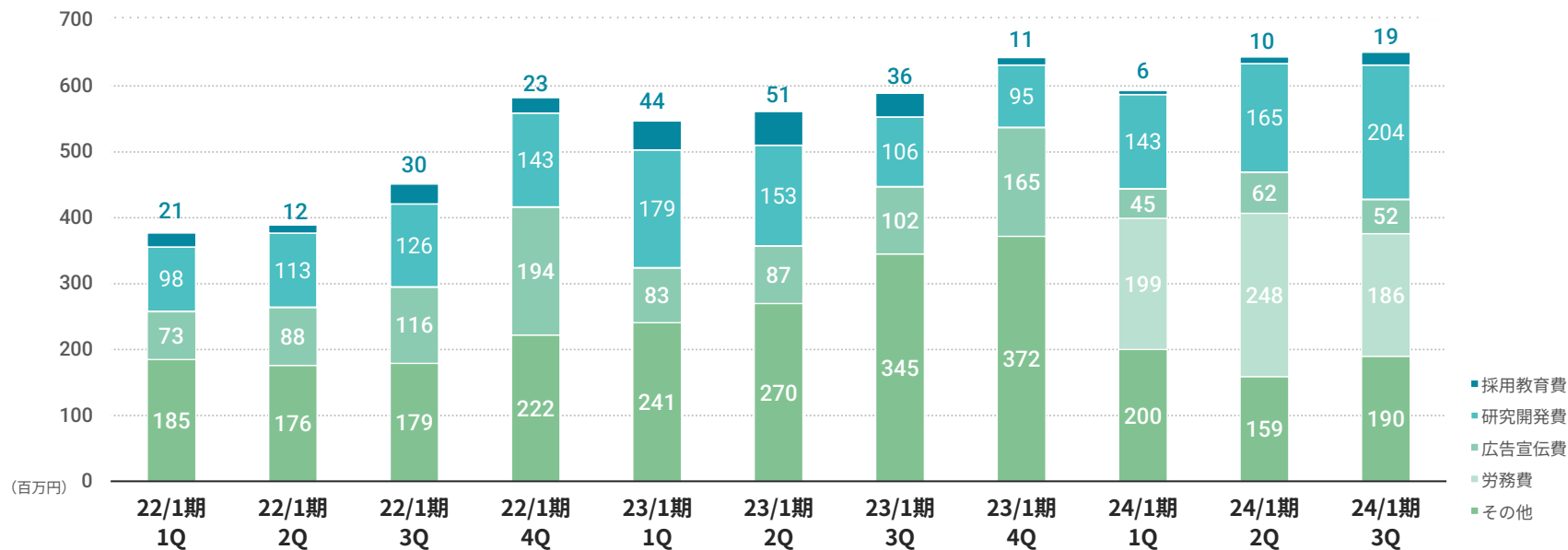
(百万円)	第9期 2023年1月期 第3四半期	第10期 2024年1月期 第3四半期	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	3,695	3,283	△411	△11.1%
売上原価	2,315	2,292	△23	△1.0%
売上総利益	1,379	991	△388	△28.1%
販売管理費及び 一般管理費	1,702	1,889	+187	+11.0%
営業利益	△323	△898	△575	(-%)
経常利益	△322	△897	△574	(-%)
当期純利益	△204	△899	△695	(-%)



※ 主にプラットフォーム運営事業者による配信及び代金回収代行業務に対する手数料

## 販管費の推移・内訳

『ブレイクマイケース』をはじめとした新規ゲーム開発が佳境に入っており、研究開発費が増加。24年1月期より、その他販管費より労務費を抽出。バックオフィスやメディア事業等の人件費が労務費にあたる。



# BSサマリー

自己資本比率87.3%と高い水準で推移。借入金はなく、財務状況は良好。

(百万円)	第9期 2023年1月期 期末	第10期 2024年1月期 第3四半期末	対前期末 増減額	主要因
流動資産	7,043	5,994	△1,048	現預金の減少
(現預金)	6,097	5,269	△827	
固定資産	200	528	+327	舞台の出資金、店舗設備の取得、および投資有価証券の増加
資産合計	7,243	6,523	△720	
流動負債	646	826	+180	
負債合計	646	826	+180	
純資産	6,597	5,696	△901	四半期純損失の計上により減少
負債純資産合計	7,243	6,523	△720	



# 03

---

# TOPICS

## 2024年1月期3Qの取り組み (モバイルオンラインゲーム)



### スタンドマイヒーローズ

9月に7周年を迎え、各種キャンペーンを展開。周年後には『PSYCHO-PASS サイコパス』とのコラボを実施。

7周年を記念し、ゲーム内ではスペシャルログインボーナスの提供や、新機能であるライブボイス付きのSSRカードを実装したほか、キャラクターBGMの販売を実施。

周年後は、アニメ『PSYCHO-PASS サイコパス』とのコラボを実施し反響をいただいた。



### 魔法使いの約束

10月に第2部を完結し各種キャンペーンを実施。サンリオキャラクターズとのコラボが好調。

第2部完結を記念し、無料ガチャや特別ログインボーナス、期間限定依頼、第1部・第1.5部のストーリー開放等を実施したほか、サンリオキャラクターズとのコラボガチャが好調に推移。

大幅改修を実施した新形式イベントも好評をいただいた。



### ブレイクマイケース

新作『ブレイクマイケース』を発表。2025年1月期のリリースを予定。

10月24日にティザーサイト、10月27日に本サイトをオープン。ストーリーやキャラクターを発表し、大きな反響をいただいた。当初目標としていた2024年1月期内のリリースから来期リリースに変更し、リリースに向け、鋭意開発を進めると同時に各種マーケティング施策を実施中。

サイトURL：<https://breakmycase.com/>

## 2024年1月期4Qの取り組み (モバイルオンラインゲーム)



### スタンドマイヒーローズ

新形式のイベントをスタート。バースデー施策も一新。

新形式のイベントではパズルの連戦やアイテムガチャ、ランク要素などを実装したほか、イベントイラストが大変好評を得た。バースデー施策ではホームイラスト販売や特別なボイスが聞ける「大接近レコード」の追加、カードイラストと連動したケーキをcoly cafe!で販売するなど新施策を展開。

株式会社ラウンドワン様との店舗コラボと連動し、ゲーム内でも特別マップを実装。



### 魔法使いの約束

11月に4周年を迎え、周年施策・キャンペーンを実施。

ゲーム内では前夜祭・4周年・後夜祭と称し、無料ガチャや特別ミッション、ログインボーナスの充実等の施策を展開。また今回のイベントストーリー・カードエピソード・ログインストーリーを都志見文太先生に執筆いただき、ユーザー様から大変好評をいただいた。

株式会社Live2D様主催「Live2D Creative Awards 2023」においてクリエイターズインスピレーション賞を受賞。

### 鋭意開発中

### 新規作品

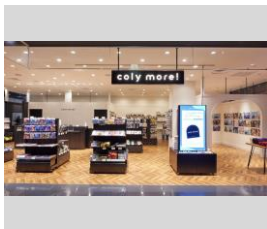
海外同発となるカジュアルゲームを、今期中のリリースを目標に進行。2026年1月期リリース予定の大型タイトルについても鋭意開発中。

カジュアルゲームについては、日本国内及び海外向けに、幅広い層に楽しんでいただけるコンテンツとして近日中にリリース予定。当社初の広告収入モデルで、今後、小規模カジュアルゲームの量産化も検討。

また、2026年1月期リリース予定の大手エンターテインメント企業様との協業案件の開発も進行中で、費用が先行している。

## 2024年1月期3Qの取り組み (メディア)

### MD事業



『スタンドマイヒーローズ』『オンエア!』の周年ストアを展開。香水などのグッズを中心に好調に推移。

『スタンドマイヒーローズ』では周年に合わせて、株式会社コーセー様の雪肌精とのコラボを実施した。

### 飲食事業



池袋PARCOのcoly cafe!では、自社IPとのコラボを実施。『オンエア!』や『スタンドマイヒーローズ』とのコラボカフェを開催し、多くのお客様にご来店いただいたほか、出演俳優を招いたイベント、ジュエルステージ『オンエア!』ミニイベント in coly cafe! ~ Hot-Blood & drop~を店内で開催。

原宿のテイクアウト専門店SugarDia原宿にては、coly cafe!に統合。

### リアルイベント実施



『魔法使いの約束』では9月~サンリオキャラクターズとのコラボ企画を実施。サンリオピューロランドでのコラボイルミネーションやキャストイベントの実施、コラボグッズの販売等を展開。

『スタンドマイヒーローズ』では7周年を記念したキャストイベントや、プラネタリウムとのコラボイベントを実施。

### ライセンスビジネス



タイの俳優グッズの企画・制作やイベントを実施したほか、スポーツチームのグッズの企画・制作など、ゲームやアニメのIPにとどまらず、多方面に展開。

また8月には、他社様IPを活用した、ポップアップストアの展開や、「推し活」をテーマにしたポップアップストア「coly pop!」を展開。

## 2024年1月期4Qの取り組み (メディア)

### MD事業



『魔法使いの約束』の4周年ストアを池袋、心斎橋、福岡で展開。

『スタンドマイヒーローズ』『ブレイクマイケース』は11月開催のAGF2023に出展。非常に多くのユーザー様にご来場いただいた。

### リアルイベント実施



『魔法使いの約束』では横浜・八景島シーパラダイス様とのコラボイベントを開催。キャスト登壇のスペシャルトーク&イルカショーをはじめ、スタンプラリーやフォトスポットなど各種施策を実施。12月には初のオーケストライベント、1月にはキャスト登壇イベントを開催予定。『スタンドマイヒーローズ』では1月にキャスト登壇イベントを開催予定。

### 飲食事業



coly cafe!での『スタンドマイヒーローズ』のコラボカフェを実施。11月より誕生日施策の一環として、バースデーガチャイラストに描かれたケーキを販売。

SugarDia原宿で培ったテイクアウトサービスのノウハウを活用し、coly cafe!の事業をさらに発展させる。

### ライセンスビジネス



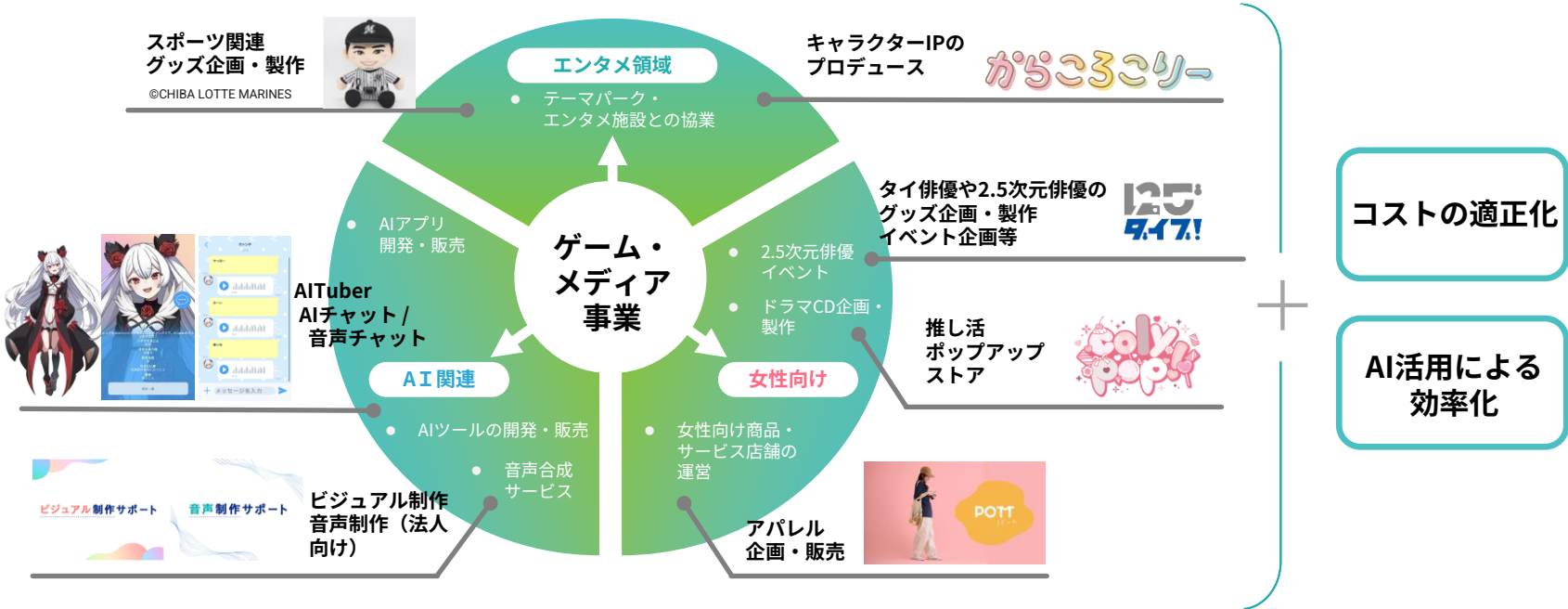
他社様IPを活用したグッズ企画・製作やイベント企画については取り組みを継続。

周辺事業として3Qに開始した推し活ポップアップストア「coly pop!」の拡大や2.5次元俳優のイベント「にごダイブ!」、キャラクターIPをプロデュースするコンテンツレーベル「からころり」の設立などを展開。

# 新規事業の取り組み

コア事業であるゲーム・メディアの領域から、「エンタメ領域」「AI関連」「女性向け」を軸に新規事業を展開。現在は、新規事業を複数立ち上げながら、成長の兆しが見えた事業に注力する予定。M&Aを含めて検討し、周辺領域に拡大する。利益化している事業も発生しており、複数のチャレンジの中から選択と集中を行う。

03 TOPICS



## 推し活ポップアップストア「coly pop！」の展開



【商品例】

第2弾では30名の作家様が出展、2,000点を超えるハンドメイド推し活グッズを取り揃えて、反響をいただいた。

開催2回で単独黒字、今後も積極展開を検討

# AI開発の進捗状況

## 組織体系

代表直下にAI & DX推進室を設置。

- 作業効率化を目指すチームとしてイラスト・シナリオ・背景・デザイン等の担当を置き、ゲーム部門やメディア部門と連携しながら、開発を推進している。
- AIアプリやAIツールを作成するチームを設置。こちらは収益化を目指すチームとして開発を推進している。
- これらの社内組織と外部有識者が連携しながら各プロジェクトを進めている。

## AI開発進捗

### 作業効率化

- **シナリオ** プロット、ミニトーク・セリフの案出し 等
- **イラスト** ビジュアルの案出し 等
- **その他** パズル生成 / 動画生成 等

### ▶ 当社の持つ素材の学習 ゲーム・グッズ・メディアへの活用

---

---

### 収益化

- **AIアプリ** チャットアプリ / 音声アプリ 等
- **AIツール** ゲーム開発 / 音声合成 / マーケティング 等

### ▶ toCでの新たなエンタメの創出 toB向けにサービス化・ツール化し販売

---

---



# 04

---

## 今後の成長戦略

## 2024年1月期業績予想について

24年1月期の業績予想は、以下の理由から非開示といたします。

- **直近の新作ゲームについてサービス終了判断を行うに至った状況も踏まえ、現時点での売上高の合理的な算出が困難であること**
- **モバイルオンラインゲーム市場を取り巻く競合環境の変化が激しく、売上動向の予測が困難であること**

以上の点から、合理的かつ信頼性のある業績予想の提示が困難と判断いたしました。

今後の進捗を踏まえ、算定が可能になり次第、速やかに開示いたします。

# 2024年1月期見通し

## 売上高

- メディア売上が好調に推移する見込みです。自社IPを活用した施策、ゲームとリアルイベントを連動した施策、他社様IPを活用した施策を組み合わせることで、業績の底上げを行いつつ、エンタメ領域での事業を創出して参ります。
- ゲーム『スタンドマイヒーローズ』については、アプリの大型アップデートを実施後も、細かなアップデートを実施し、ユーザー様に喜んでいただける施策・イベントを実施することによって、業績に寄与することを目指して参ります。
- ゲーム『魔法使いの約束』については、運営をより一層丁寧に行うとともに、ゲーム外での展開も含め、IP全体としての盛り上げ施策を展開して参ります。

## 営業利益

- 30ページに掲載している複数の新規ゲーム作品について、開発投資を想定しています。
- 新規開発/新規事業の人員確保に一定の目処がついたため、採用スピードについては、23年1月期と比較すると緩やかになる想定です。
- 未来の収益のための新規投資を行いながらも、業務効率化によるコストコントロールに努め、利益確保を目指して参ります。

## 2024年1月期 3軸の成長戦略

23年1月期の成長戦略としていた「新規作品の拡充」「作品の展開先の多様化」「作品お届けエリアの拡大」について、「ゲーム事業」「メディア事業」を軸にまとめ直した。そのうち、ゲームの海外展開に関しては、世界的なモバイルオンラインゲーム市場の動向等をふまえ、引き続き検討は進めるものの、今期の注力戦略からは外している。また、当社の目指すEX展開の一環として、世の中で急速な実用化が進むAIの活用を新たに成長戦略に加えた。

### ゲーム事業

#### IPの信頼を 高める・IP数の増加

- 運営中のゲームでの信頼獲得
- 新作ゲームでのヒット創出

### メディア事業※

#### 「体験」を重視する EX展開の加速

- 既存IPのマルチメディア展開
- ヒット商品創出と販路拡大
- 新規事業の創造/育成/展開
- 他社様IPを活用した商品展開

### AI活用

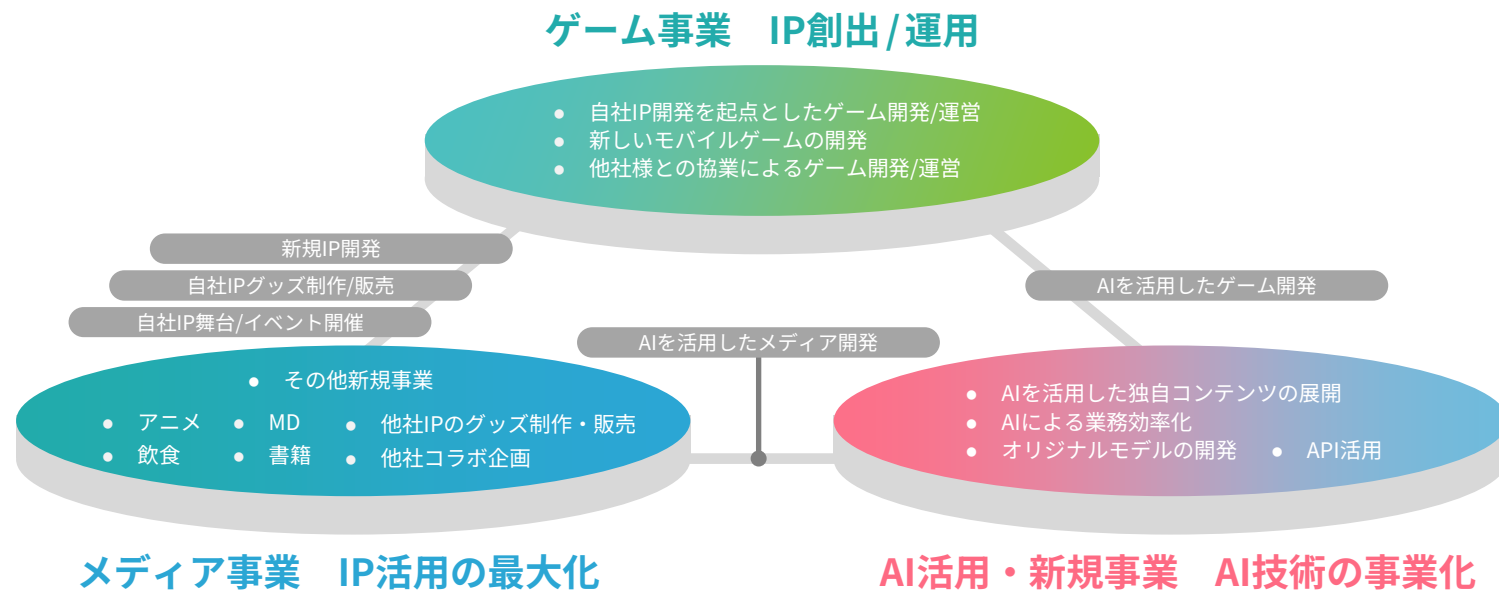
#### AIを活用した エンタメ事業の開始

- AI技術の社内活用
- 最新技術へのキャッチアップ
- AI技術/ツールのtoB販売

※23年1月期において「MD事業」と表現していた領域について、今後はマーチャンダイジングのみならず、より多様な媒体での展開を予定していることから、24年1月期以降は「メディア事業」と総称する。

## 下期の注力領域

成長戦略の3軸をそれぞれ相関させながら事業の拡大を目指す。各種業務効率化や、AIアプリやAIツールの販売等の新規事業も立ち上げ、事業の成長を図る。



## 成長戦略 ゲーム事業① 運営中タイトル

ゲーム運営においては「ユーザー様ファースト」を社内徹底。ユーザー様にアンケートを実施する等、ユーザー様のご意見を頂戴しながら、IPの信頼獲得に努める。



## 成長戦略 ゲーム事業② 新規開発

ブレイクマイケースは当初目標としていた2024年1月期内のリリースから来期リリースに変更。

そのほか26年1月期のリリースを予定している他社様協業作品など、新作ゲームの開発を丁寧に行い、作品の充実を進める。

	3月リリース	4月リリース	開発中	開発中	開発中	開発中
	ドラッグ王子とマトリ姫 for Nintendo Switch	永久少年 Side Project -トワイライトなスピカ-	ブレイクマイケース	カジュアルゲーム	オンエア! for Nintendo Switch	大手エンターテインメント企業様との協業案件
リリース	2023年3月9日 発売 ※DL専売	2023年4月28日 リリース	2024年 リリース目標	2024年1月期 リリース目標	2025年1月期 リリース目標	2026年1月期 リリース目標
概要	当社1作目『ドラッグ王子とマトリ姫』のNintendo Switch向け作品。	フジテレビ様が製作・放映をした『永久少年 Eternal Boys』のIPを使用したオーディオノベルゲーム。	10月24日にティザーサイト、10月27日に本サイトをオープン。さらなる詳細については発表をお待ちください。	当社初のカジュアルゲームを国内外でリリース	2020年にサービス終了した『オンエア!』のNintendo Switch向け作品。	詳細の発表をお待ちください。

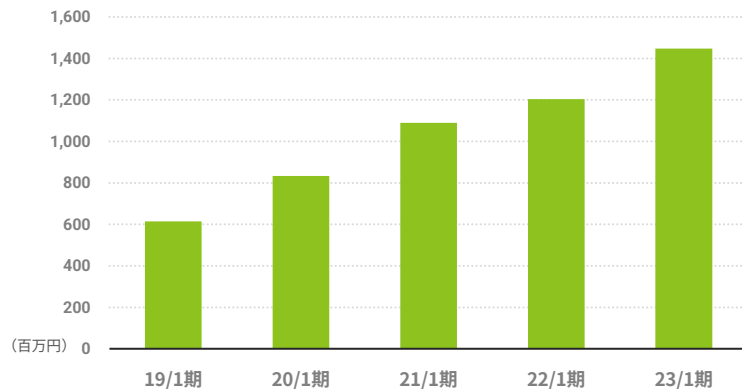
その他の新規開発も検討中

(注) リリース時期や詳細は現時点での見込みであり、開発状況によって変更になる可能性があります。

## 成長戦略 メディア事業①

グッズの企画・制作・販売や、イベント開催等を自社展開しており、直近5年のCAGRは23.9%と拡大を続けている。自社IPの活用のほか、24年1月期以降は他社様IPを活用したライセンスグッズ事業にも力を入れる。

### メディア売上高の推移



直近5年(2019/1期～2023/1期)の  
メディア売上高CAGR **23.9%**

### 自社展開のメリット

- 自社企画による高クオリティな制作
- ゲーム内施策との連動
- 自社ECサイト、自社運営店舗による販売コスト削減
- 高い利益率の実現



営業2年目を迎えた常設店舗「coly more!池袋PARCO店」は引き続き賑わいを見せている。



## 成長戦略 メディア事業②

グッズ企画・制作・販売等を自社展開。

総合エンターテインメント企業として、今後もゲームにとどまらない多面的な展開を目指す。

### 既存IPのマルチメディア展開

- 既存IPのリアルイベント実施回数の増加

### ヒット商品創出と販路拡大

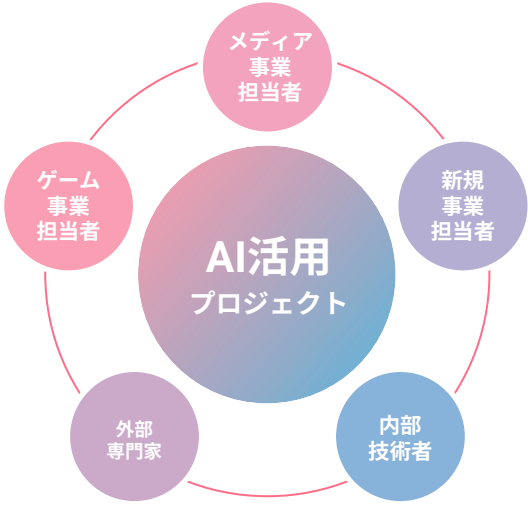
- リアル店舗の拡充
- 他社様IPと提携したライセンスグッズ事業の加速

### 新規事業の 創造 / 育成 / 展開

- メディア事業からの事業/IP創出

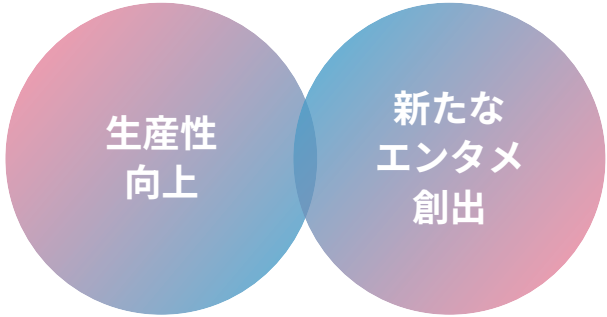
# 成長戦略 AI活用①

EX時代に向け、現在世の中で急速に実用化が進んでいるAIの活用を進めている。  
 AI最先端技術を活用し、生産性の向上を進めるとともに、新たなエンタメとして「推しと喋れる世界」を創る。



**体制**

部署を横断したAIプロジェクトを発足。  
互いに連携しながら活用を進める。



**活用軸**

AIによる「生産性向上」と、AIそのものを競争力とした  
「新たなエンタメの創出」の2軸でAI活用をおこなう。

## 成長戦略 AI活用② 当社のAIの考え方



**クリエイティブ × AIの共創**

# 05

---

## 会社概要・ビジネスモデル

# 会社概要

<b>社名</b>	株式会社coly（英：coly Inc.）
<b>所在地</b>	東京都 港区 赤坂 4-2-6 住友不動産新赤坂ビル5階
<b>事業内容</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. インターネットコンテンツ・コンピュータソフトの企画・制作・販売</li> <li>2. キャラクターグッズの企画・制作・販売</li> <li>3. 著作権・著作隣接権・商標権・意匠権・特許権などの知的財産権の取得、利用開発、管理、利用許諾、販売</li> <li>4. 飲食店の経営</li> </ol>
<b>資本金</b>	19億1,030万円
<b>設立</b>	2014年2月3日
<b>従業員</b>	<p>正社員312名、契約社員・アルバイト等102名（2023年10月31日現在）</p> <p><small>※従業員について、23年1月期より、従業員数及び平均臨時雇用人員の区分について見直しを行いました。</small></p>



# 沿革

## 2014.2 会社創業

小さなマンションの一室からスタート。  
社名は「共に」を意味する接頭語「co」を元に命名。



## 2016.9 『スタンドマイヒーローズ』リリース

パズル×ドラマ×豪華声優陣を合言葉にヒーローたちの愛と正義を描く作品。



## 2019.11 『魔法使いの約束』リリース

特別な存在であるがゆえに、人に期待されたり、人に恐れられたりする魔法使いたちが描く群像劇。

2017.3 ECサイト coly store オープン

2022.4 coly more! 池袋PARCO店オープン

2023.4 coly cafe!  
池袋PARCO店オープン

2023.7 coly more!  
心斎橋PARCO店オープン

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

## 2015.3 『ドラッグ王子とマトリ姫』リリース

coly初の恋愛ノベルゲーム誕生。麻薬取締官と警察官の彼らとの、奇跡のような出会いとそれからを描く。



## 2018.8 『オンエア!』リリース

キャッチフレーズは「届け、この声。」どんなにすれ違ってても声が届けば、きっと伝わる。青春の一瞬の輝きを描く作品。



## 2022.5 『&0』リリース

記憶と感情を失った『私』が、出会ったのは9人の「ハロー探偵事務所」の探偵たちと、4人の警察組織「歌舞輝町特別対策課」のメンバー。彼らと出会い、一生ものの恋をする探偵&恋愛シミュレーションアプリ。



# 事業概要

## ゲーム事業

モバイルオンラインゲームの  
開発・運営



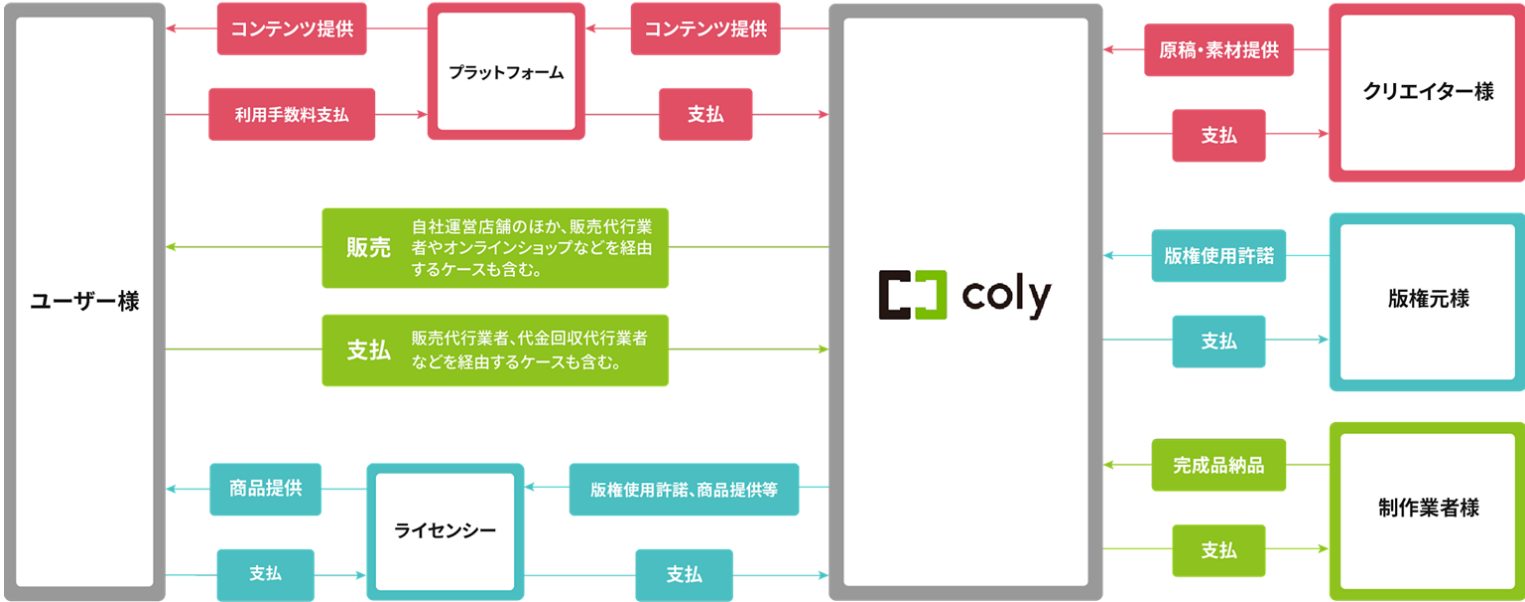
## メディア事業

IPを軸とした各種メディア事業の運営  
(グッズ・イベント・飲食・配信など)



# ビジネスモデル

モバイルオンラインゲーム開発・運営 — IP利用許諾 — グッズ販売 —

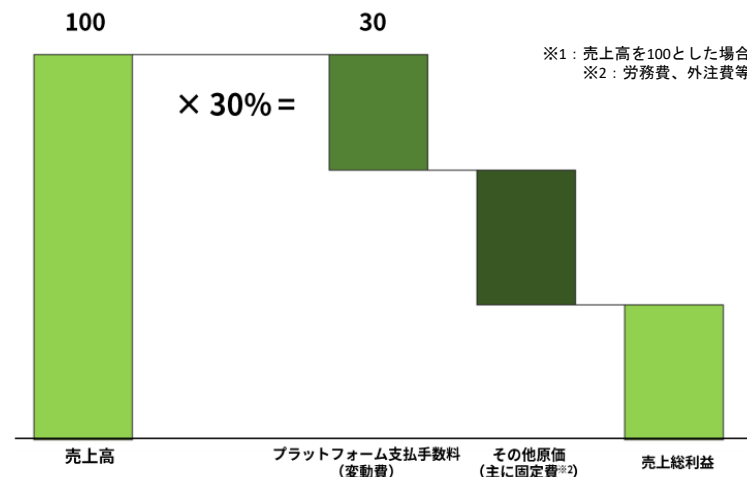




# ゲーム事業のコスト構造について

- モバイルゲームにおける変動費は原則として配信プラットフォーム手数料（売上に対し30%）のみ。
- リリース前の作品の開発費用は研究開発費として計上。ソフトウェア仮勘定等の資産計上に伴う償却費及び減損損失は発生しない。

## モバイルゲームにおけるコスト（原価）構造イメージ※1



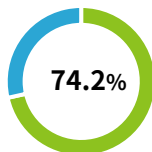
# SDGSに関する取り組み



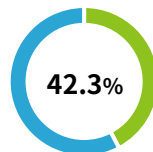
## 女性活躍の推進

ジェンダーギャップ指数が2022年統計で146カ国中116位<sup>\*1</sup>である日本において、当社では性別に依らないキャリア形成を掲げる。代表取締役社長及び副社長を女性が務めており、女性管理職比率も高水準である等、いずれも平均を上回る数値。

女性社員比率

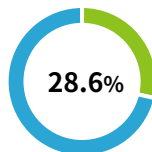


女性管理職比率



全国平均約9.8%<sup>\*2</sup>

女性役員比率



全国平均約9.1%<sup>\*3</sup>

(注) 社員比率等については、2023年10月31日時点を基準に算出

出所1:2022年内閣府男女共同参画局「共同参画」2022年8月号

出所2:2023年帝国データバンク『女性登用に対する企業の意識調査』

出所3:内閣府男女共同参画局「上場企業における女性役員の状況」より(2022年7月末時点)



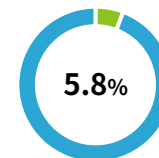
## ダイバーシティの推進

当社の経営理念のもと、当社従業員、ステークホルダー、ひいては社会全体が「もっと、面白く」を楽しめるように、ジェンダー・国籍等による差別のない就業環境を整備。

### 外国籍の方の採用

国籍・人種を問わず、企業文化にマッチする方を採用し、欧州・アジアなど多くの外国籍の社員が活躍。

外国籍社員比率



### 導入済みの制度

#### パートナーシップ制度

同性間の事実婚、結婚についても異性間の婚姻と同様に結婚祝金、結婚休暇等を付与。



## 役員紹介



**中島 杏奈**  
代表取締役社長

早稲田大学教育学部卒業後、産業経済新聞社に入社。  
2014年2月にcolyを創業し、現在は経営全般を統括。



**中島 瑞木**  
代表取締役副社長

東京大学教養学部卒業後、外資系証券会社に入社。  
2014年2月に共同創業者である中島 杏奈（代表取締役社長）と共にcolyを創業し、現在はAI活用・新規事業を統括。



**佐々木 大地**  
取締役執行役員

東京大学教養学部を卒業、同大学院を中退し、  
2014年創業時よりcolyに参画。2018年よりゲーム事業を統括。

**秋山 裕俊** 取締役（社外）

慶應義塾大学経済学部卒業後、経営  
コンサルティングファームに入社。  
戦略コンサルタント兼データサイエ  
ンティストとして中期経営計画策定、  
新規事業開発等に従事。2019年より  
当社社外取締役。

**早川 治彦** 常勤監査役（社外）

和歌山大学経済学部卒業。  
兼松株式会社を経て、中堅商社にて上  
席執行役員として経営企画部門を管掌。  
2018年より当社常勤監査役就任。

**中川 直政** 監査役（社外）

日比谷パーク法律事務所パートナー。  
東京大学法学部卒業後、2001年に弁護  
士登録、2009年にニューヨーク州弁護  
士登録。企業法務全般を取り扱う。  
2018年より当社社外監査役。

**須黒 統貴** 監査役（社外）

早稲田大学教育学部を卒業後、新日本監査  
法人（現EY新日本有限責任監査法人）に入  
所。2017年に独立後、決算・税務・内部  
統制・IPO等の支援業務等を展開。2019年  
より当社社外監査役。

# 06

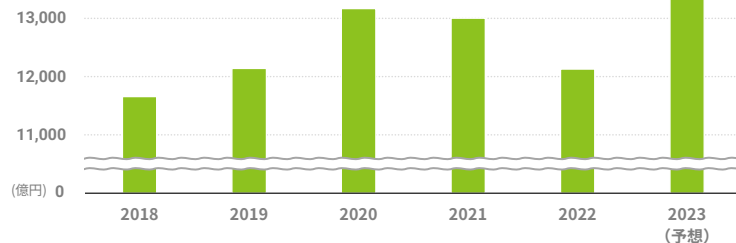
---

## 市場環境・競争優位性

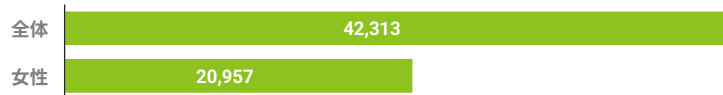
# 市場環境

スマートフォンゲーム市場・コンテンツ市場ともに底堅く推移。スマートフォンゲームにおいては、当社の主なお客様である、女性ユーザーの割合も全体の50%程度を維持している。

## スマートフォンゲーム市場推移※1



## スマートフォンゲーム推定男女別ユーザー数 (2021年、単位は千人) ※1



## 各媒体推定市場規模 (グッズ・漫画は2022年度、その他は2021年度のデータ)

- グッズ：1兆5,300億円※2
- 漫画(紙+電子)：6,770億円※3
- アニメ：2,927億円※4
- 2.5次元舞台：239億円※4
- カフェ (コラボカフェとアニメカフェの合計)：66億円※4

※出所1：『ファミ通ゲーム白書2023』『ファミ通ゲーム白書2022』株式会社角川アスキー総合研究所、国内オンラインプラットフォームゲームコンテンツ市場規模推移「ゲームアプリ(スマートデバイス+SNS)」より当社作成

※出所2：株式会社キャラクター・データバンク『Chara Biz Data 2022②』「キャラクター商品の小売市場規模の推移」

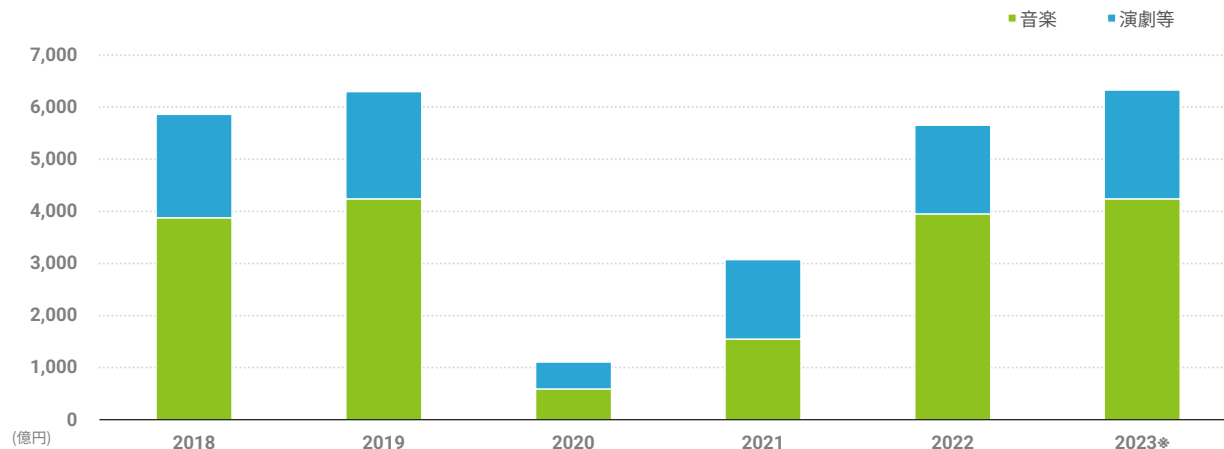
※出所3：全国出版協会・出版科学研究所『出版月報』2023年2月号

※出所4：一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2022』内「アニメ業界市場(狭義のアニメ市場)」、「2021年ライブエンタテインメント市場」2.5次元ミュージカル(びあ総研調べ)及びアニメカフェ

## 市場環境

ライブ・エンターテインメント市場は、新型コロナウイルスによる規制が行われる以前（2019年）の水準へ戻りつつある。当社が展開するリアルイベントや舞台、飲食店とのコラボレーション等にとって追い風となることが見込まれる。

ライブ・エンターテインメント市場推移※1



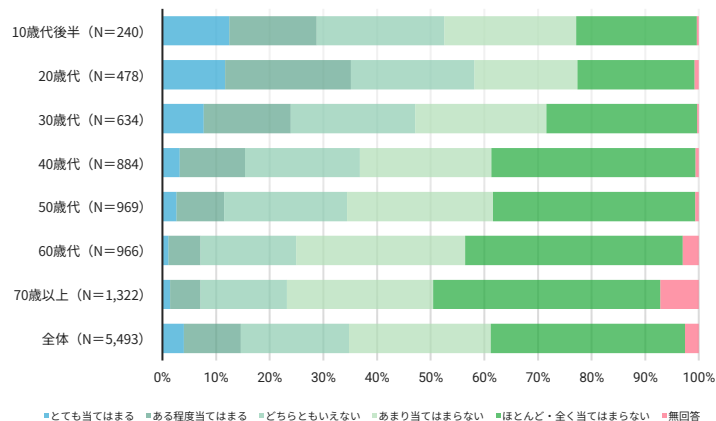
※出所1：びあ株式会社「ライブ・エンターテインメント市場規模の推移予測グラフデータ」（2022年6月15日および2023年5月26日）より当社作成

推計にオンライン配信市場は含まない。2023年は、2022年3月までにイベント開催制限が完全撤廃され、政府の支援が2025年まで継続することを前提とした予測値。

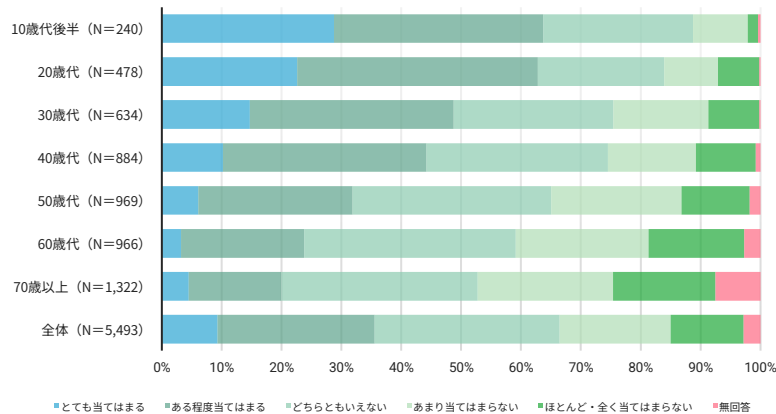
# 市場環境

アフターコロナでの「体験型消費」の増加にあわせ、「今しかできない体験」が10代～30代を中心に重要視される傾向がある。市場環境を踏まえ、当社としては「体験」を重視したリアルイベント等、EX展開を加速予定。

「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」人の割合  
(年齢層別) ※1



「その時・その場でしか得られない体験をしたい」かどうか  
(年齢層別) ※2



※出所1：消費者庁 令和4年版消費者白書 第1部 消費者問題の動向と消費者の意識・行動 図表 I-2-2-11

※出所2：消費者庁 令和4年版消費者白書 第1部 消費者問題の動向と消費者の意識・行動 図表 I-2-1-17

「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」人の割合(年齢層別)[CSV]より当社作成

「その時・その場でしか得られない体験をしたい」かどうか、という問への回答の割合(年齢層別)[CSV]より当社作成

## 競争優位性

当社作品のユーザー様と近い属性の社員が多く在籍しているため、お客様目線で企画・開発を行える組織を実現している。また、創業フェーズの早い段階からグッズ販売等のMD展開を手がけたことにより、IP展開のノウハウが蓄積。IPの企画・開発から製作、流通、販売まで一気通貫したビジネスモデルを保有している。ゲーム以外のビジネスを自社企画できる点が、ゲーム運営のみを手がける他社と比較した場合の優位性になると考える。

### 当社の強み

#### ユーザー様と近い目線を持つ 社員比率の高さ

女性社員比率が約7割と高く、ユーザー層から当社へ入社した従業員も多数在籍。

#### IPを軸とした展開ノウハウ

ゲーム開発に加え、MD展開においてもノウハウが蓄積。



### コンテンツ市場での多様な展開

ゲーム

グッズ

メディア  
ミックス

- 漫画
- アニメ
- 舞台

イベント

店舗



## 将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は「見通し情報」を含んでいます。これらは当該資料を作成した時点における見込み及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

上記のリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公開されている情報等から引用しており、かかる情報の正確性、適切性等について当社はこれを保証するものではありません。

問い合わせ窓口: 管理本部 経営企画室

Mail : [ir@coly.info](mailto:ir@coly.info) IR 情報 : <https://colyinc.com/ir/>