

COLOPL Report 2023

株式会社コロプラ 統合報告書 2023





イノベーションを成長機会に

コロプラは、イノベーションを機会として成長してきました。

創業者である馬場が個人で作った、GPSを活用した世界初の位置ゲー※「コロニーな生活」からスタート。

スマートフォンゲームの成長期にいち早くリソースをシフトし、その伸びを享受してきました。

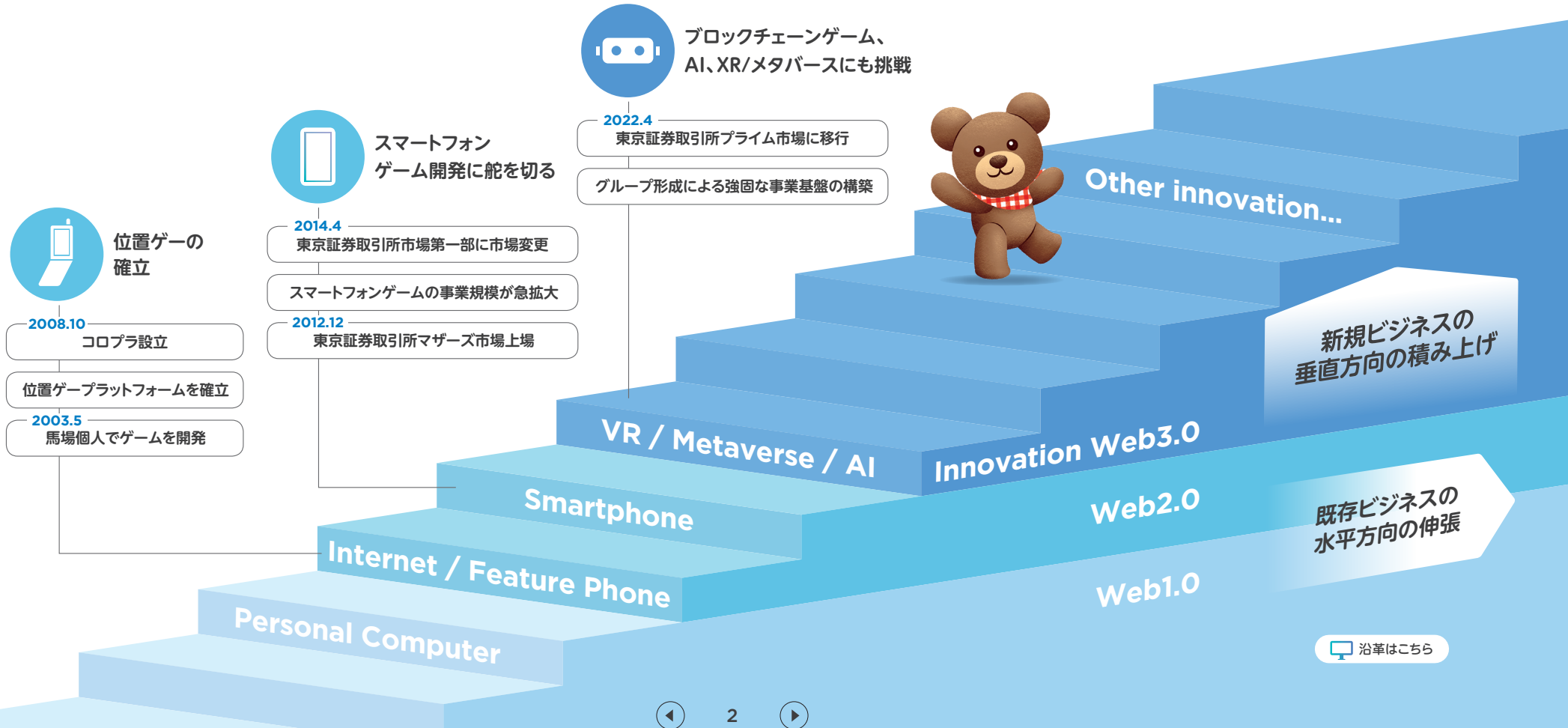
そして、次のイノベーションとして注目する、メタバース、Web3、AIを活用したブロックチェーンゲームの提供に向けて準備を進めています。

これからもコロプラは、次のイノベーションを新たな機会として成長を続けていきます。



新しいエンターテインメントを追求し、 変化と挑戦により道を切り開いてきたコロプラ

当社はこれまでイノベーションを成長機会とし、自らの変化と挑戦によって道を切り開いてきました。
これからも、過去にない“新しい体験”を届けるエンターテインメントを追求していきます。



“祖”となるコンテンツを届けたい— 創業からのものづくりへの強い思いが全従業員に浸透

当社は創業以来一貫して、過去にない新しい体験を届ける、“祖”となるコンテンツづくりに挑戦し続けてきました。

3年前にフィロソフィーを制定。創業からのものづくりへの強い思いが全従業員に浸透しており、これからも世界を変える“祖”となるコンテンツを届け続けていきます。

コロプラのフィロソフィー

人生の何気ない日常をより楽しく、より素晴らしいものにしていただくため、
これまでにない新しい体験を届けるコンテンツ、
いわば“祖”となるコンテンツをこれからも届け続けていきます。

Mission

“Entertainment in Real Life”

エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしく

Vision

最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで
“新しい体験”を届ける

行動指針

Try
挑戦

Value
価値ある
ものづくり

Believe
信じる心

創業者の思いとコロプラの今



当社の創業者馬場はエンジニアです。
どんなに苦しくても“祖”となるコンテ
ンツをつくれる会社であり続ける、これが
創業者の思いです。

“祖”とは過去にない新しい体験を届ける
コンテンツのことで。過去の成功に
ならう方が成功確率が高いですが、当
社はあえて生みの苦しみに立ち向かい、
多くの人に喜んでもらえると思っていて
乗り越えることこそが、価値あるものづく
りを実現すると考えています。こうした「価値
あるものづくり」「ユーザーファースト」と
いったものづくりへの強い思いが、全従
業員に浸透しています。

最新のテクノロジーと独創的なアイデアで、 “祖”となるコンテンツを生み出す創出力

当社は、祖業であるGPSを活用した世界初の位置ゲー「コロニーな生活」から始まり、スマートフォン初の本格的クイズゲーム「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」、指一本で本格的なアクションゲームを可能にした「白猫プロジェクト」など、最新のテクノロジーと独創的なアイデアで世の中に新しいエンターテインメントを届けてきました。当社の強みである「“祖”となるコンテンツの創出力」で、今後も多くのユーザーさまに楽しんでいただけるサービスを提供してまいります。



強みの源泉

多様なサービスの 開発・運用を担う人材と体制

チーフクリエイターの馬場に加え、新たに任命した5名のリードクリエイターが、当社らしいゲーム開発をクオリティ・スピードの両面で牽引。また、“祖”となるコンテンツを生み出し続けるため、クリエイターの人材確保に努めています。現在、グループ従業員の約8割をクリエイターが占め、内製比率が極めて高く、開発・運用ノウハウをグループ内で共有できる体制を整えています。

創業以来変わらない ものづくりのカルチャー

当社はエンジニア出身である会長の馬場が個人で開発したゲームからスタートし、過去にない新しい体験を届ける、“祖”となるコンテンツづくりに挑戦し続けてきました。創業以来変わらないものづくりへの強い想いは全従業員に浸透しており、これまでもこれからも、世界を変える“祖”となるコンテンツを届け続けていきます。



コロプラらしいコンテンツをつくり続け、より多くの人々に届ける

当社は「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」というVision実現のために、「コロプラらしいコンテンツをつくり続け、より多くの人々に届ける」を基本方針とし、以下3点へ中長期的に注力してまいります。

1

「最新のテクノロジー」と
「独創的なアイデア」を形にする環境の整備

2

IPの積極活用や
海外市場への展開

3

コロプラブランドの強化

エンターテインメント事業

エンターテインメント事業においては、スマートフォンゲーム、コンシューマーゲームといった「既存ビジネスの水平方向の伸張」、ブロックチェーン、AI、XR/メタバース、その他次のイノベーションとなりうる領域における「新規ビジネスの垂直方向の積み上げ」、この両軸で成長を目指します。

投資育成事業

投資育成事業においては、国内外のIT関連・エンターテインメント企業等を対象に、シードからレイターまでオールステージで幅広く投資しております。複数のテーマや時期を組み合わせ、リスクの最小化とリターンを最大化を目指します。

既存ビジネスの水平方向の伸張

スマートフォンゲーム

自社、他社IPの積極活用に注力し、「白猫プロジェクト」に代表される自社IPのほか、他の有力なIPホルダーとの協業により新しい体験を伴ったヒット作を生み出すよう努める

コンシューマーゲーム

得意とするアドベンチャーゲームや技術力を生かしたタイトルの開発に取り組みつつ、自社IPと他社IPの両輪でマルチ展開を促進

新規ビジネスの垂直方向の積み上げ

ブロックチェーンゲーム

持続可能なPlay to Earnの実現を目指す

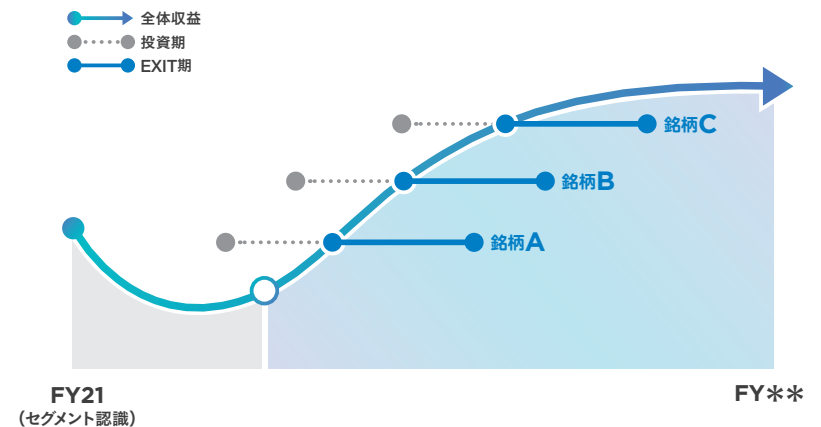
AI

AIの新たなゲーム体験への活用を模索

XR/メタバース

「WEBmetaverse」を主力としたメタバース領域のサービス強化とBtoBへ注力

投資収益イメージ



Contents

1 イントロダクション

- 1 はじめに
- 2 歩み
- 3 企業風土・社風
- 4 強み
- 5 基本方針
- 6 目次

15 価値創造のための戦略

01 事業戦略

- 16 チーフクリエイターメッセージ
- 18 コロプラの事業
- 19 中長期の成長イメージ
- 20 **特集** リードクリエイター座談会

02 財務戦略

- 24 CFOメッセージ

03 知財戦略

- 27 法務・知財担当役員メッセージ

04 人材戦略

- 29 CHROメッセージ

47 財務データ

- 47 11年間の財務・非財務ハイライト
- 49 連結貸借対照表
- 50 連結損益計算書／連結キャッシュ・フロー計算書

7 コロプラの価値創造

- 8 CEOメッセージ
- 12 価値創造プロセス
- 13 ステークホルダーエンゲージメント
- 14 マテリアリティ

32 価値創造のための基盤

01 サステナビリティ

- 33 安心して働ける環境づくり
- 34 ダイバーシティの推進
- 35 健康経営の推進
- 36 次世代の育成
- 37 事業推進と環境保全の両立

02 コーポレート・ガバナンス

- 38 **特集** 社外取締役×CEO座談会
- 42 サステナビリティを推進するガバナンス
- 45 取締役紹介

51 アウトライン

- 51 コロプラグループ
- 52 会社・株式情報
- 53 SNS・メディア一覧

編集方針

コロプラグループの経営や企業活動全般を株主・投資家さまをはじめとするステークホルダーの皆さまにお伝えするため、経営方針や戦略、中長期の価値創造に加え、サステナビリティへの取り組みなどの非財務情報を取り入れて編集しています。

対象期間

2023年9月期(2022年10月1日～2023年9月30日)。
必要に応じて、当期間の前後についても言及しています。

対象組織

原則として、株式会社コロプラ及びグループ各社(2023年9月30日時点、株式会社コロプラが発行済株式数の50%超を保有する会社)を「コロプラグループ」と表記しています。

将来の見通しに関する注意事項

当レポートにおける予想値及び将来の見通しに関する記述・言明は、当社が現在入手可能な情報による判断及び仮定に基づいています。その判断や仮定に内在する不確実性及び事業運営や内外の状況変化により、実際に生じる結果が予測内容とは実質的に異なる可能性があり、当社は将来予測に関するいかなる内容についても、その確実性を保証するものではありません。

コロプラの価値創造

8 CEOメッセージ

13 ステークホルダーエンゲージメント

12 価値創造プロセス

14 マテリアリティ

CEO Message

“祖”の創出力という 強みを活かし イノベーションを機会として 成長し続ける

2023年9月期の振り返り

コロプラらしい挑戦を続けた一年

昨今の日本のゲーム市場は、中国を中心に海外のタイトルが増加しています。国内、海外と市場のシームレス化が進むなか、2023年9月期は、2022年10月に全世界で「白猫GOLF」を配信開始。また、2023年1月にはコロプラ初のマルチプラットフォーム配信となる3DアクションRPG「MONSTER UNIVERSE」をリリースするなど、新作についてはかなりチャレンジングな取り組みを行ってきました。2023年9月期の業績としては、売上高は前期比5.0%減、営業利益は前期比33.7%減と減収減益の結果となりましたが、“コロプラらしい挑戦”の一年だったと考えています。

代表取締役社長
宮本 貴志



一方で、一部既存タイトルは堅調に推移。これはユーザーの皆さまと良好なコミュニケーションが取れている結果と捉えています。また、「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」が2023年3月に10周年、「白猫プロジェクト」は2023年7月に9周年を迎えるなど、長年愛され続けているタイトルも少なくありません。それは、毎年そのゲームに合った新しい楽しさを上乗せできている証拠であり、これは他のタイトルも含め継続していきたくて考えています。

また、投資育成事業については、アジア地域への投資拡大の一環として、2022年11月にコロプラネクストの韓国法人を設立しました。韓国の投資家にも入ってもらう形でファンドを組成し、2024年9月期から投資をスタートさせています。これは短期的にやっていくことではないので、きちんと見定めて、成長していく新しい産業や私たちと考えが近い会社に投資していきたいと考えています。



白猫GOLF

MONSTER UNIVERSE
(Volzerk: Monsters and Lands Unknown)

2024年9月期の展望・施策

テクノロジーとアイデアが詰まった 新しい体験を提供していく

2024年9月期も引き続き、ユーザーの皆さまにとって“新しい体験”を届けるコンテンツづくりにこだわっていきます。「このゲームには高度な技術が詰まっています」とアピールしても、その言葉だけで作品を手にとってくれる人はほとんどいません。ゲームは、プレイしていて楽しいかどうかです。まず体験があり、その裏に精緻な技術が詰まっているからこそ、ユーザーの皆さまは喜んでその

ゲームを手にとってくださる。コロプラのゲームは、独創的なアイデアやそれを実現できるテクノロジーが詰め込まれているのが特徴で、これからもそこにはこだわっていきたくて考えています。なかでも2024年9月期の目玉となるのが、新分野のブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」です。デジタル世界の宝石でメタバースに経済圏を創出するという、日本発グローバルの意欲的大型GameFi(ゲームファイ:GameとFinanceを組み合わせた用語)プロジェクトであり、チーフクリエイターの馬場が指揮を執って開発を進めています。これまでユーザーさまが体験したことのない、新しさを感じていただけるタイトルです。しかも、ゲーム性がとてもシンプルなので、親しみやすさにつながると考えています。GameFi市場は刻一刻と変わっており、価値の捉え方も通貨なのかゲームなのかやや判別しにくいので、地域によって受け止め方が変わってくると思いますが、日本においては非常に前向きに受け止めていただけていると感じています。また、グローバルという意味でコロプラはまだ認知度が低いため、世界中でその名を知られるフランスのプロサッカーチーム「パリ・サン＝ジェルマン」とパートナーシップ契約を締結しました。世界レベルでファンの拡大を図っていきたくて考えています。2024年初春のリリースに向け、引き続きしっかり進めていきます。



中長期的な成長に向けて

コロプラの強みを軸としながら 新たな領域に挑戦する

今後も中長期的に成長し続けていくためには、「コロプラらしいコンテンツをつくり続け、より多くの人々に届ける」ということが全てだと考えています。新作がなかなかヒットしない状況が続けば、ステークホルダーの皆さまから厳しい目を向けられることは十分承知しています。しかし、ヒットしているゲームを真似してみても、一時的に売上はつくれるかもしれませんが、長くは続かないと思っています。長く愛されている既存のゲームやコンテンツには、コロプラらしい技術やアイデアがたっぷり盛り込まれています。歴史を遡れば、GPSを活用した世界初の位置ゲー「コロニーな生活」も、スマートフォン初の本格的クイズゲーム「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」もそうでした。コロプラの強みは「最新のテクノロジーと独創的なアイデアで、“祖”となるコンテンツを生み出す創出力」ですので、私はやはりこれを軸に各種施策を展開していくべきだと考えています。

そうしたなか、エンターテインメント事業は「新規ビジネスの垂直方向の積み上げ」と「既存ビジネスの水平方向の伸張」の両軸で成長を目指してまいります。前者は、ブロックチェーン、AI、XR/メタパスといった新分野において、前述のブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」もその一つです。AIに関しては、引き続き社内での積極活用に加え、新たなゲーム体験への活用も模索してまいります。XR/メタパスについては、「WEBmetaverse」をはじめ新たなビジネスチャンスを創造してまいります。私たちは、これら新分野への挑戦を中長期的な成長のための機会と捉え、真摯に向き合っていきたいと考えています。

また、既存分野においても、自社・他社のIPをさらに積極的に活用し、「水平方向の伸張」を強化してまいります。特に「白猫プロジェクト」は2024年7月に10周年を迎えますので、会社としても大事な取り組みになってくると考えています。

ブランディングにも積極的に取り組み 期待感の醸成を進める

今後はコーポレートブランディングにも一層力を入れていきたいと考えています。弊社はおかげさまで2023年10月に15周年を迎えました。国内ゲームエンターテインメント業界において、コロプラというブランドは一定の知名度があると思いますが、“祖”となるものづくりを続ける会社であるということは、それほど知られていないのではないかと感じています。

コロプラはイノベーションを機会として成長してきた会社であり、「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」というVisionを貫くことで、皆さまに楽しんでいただけるコンテンツを届けてきた会社です。既存のゲームについても、同じルーティンが続けているわけではなく、クリエイターが新しい体験の創出にチャレンジしているからこそ、ユーザーの皆さまが10年を超えて遊んでくださっているのだと思います。

そうした真の姿をご理解いただき、「コロプラ」という名前を聞いただけで「新しい体験」を想起していただけるような、期待感の醸成を進めてまいります。「Brilliantcrypto」をリリースする2024年9月期だからこそ、積極的なブランディングに取り組んでいきたいと考えています。

人的資本への取り組み

“コロプラらしさ”を伝える発信と 働きやすく開発しやすい環境づくりを推進

新しいエンターテインメントを提供し続けるために、人材は最も大切な経営資本ですので、昨今注目される人的資本経営はより一層強化すべきと考えています。

特に採用面では、“コロプラらしさ”をご理解いただいた上でご入社いただきたいと思っているので、コロプラの考え方、従業員の働き方や生の声などを分かりやすく発信し、コロプラの真の姿を皆さまに伝えていきたいと考えています。そのため2023年9月期には採用サイトを改修しました。実際、コロプラに入社してくれた皆さんにその理由を聞いてみると、コロプラをきちんと理解し、好きで入ってきてくれる人ばかりでした。これは今後も引き続き取り組んでいきたいと思えます。

また、働きやすい・開発しやすい環境づくりも、当社にとって重要です。これまでも、従業員を守

るために感染症対策を施したオフィスづくり、エンタメ企業ならではの制度づくりをしてきました。こうした健康経営への積極的な取り組みが評価され、「健康経営優良法人」に3年連続で認定されています。また、育休取得率については、女性100%、男性89%と高い数字を示しており、ライフステージに合わせた柔軟な働き方も提供できているのではないかと思います。一方で、課題として感じているのは管理職の育成です。ここは職種に合わせた制度をつくる必要があるのではないかと考えていて、今後取り組んでいきたいと考えています。

コーポレート・ガバナンス

アクセルとブレーキのバランスをとってくれる 社外取締役の存在は大きい

特に、ブロックチェーンゲームのような新しい領域に挑戦している当社にとっては、経営の意思決定のスピードや、攻めと守りの両面でのガバナンス機能が大変重要になってきます。幸



いなことに、当社の監査等委員には公認会計士の月岡涼吾氏や弁護士の飯田耕一郎氏など、エンターテインメントに関する会計や法務に詳しい方々が名を連ね、当社がよりよくドライブするよう監督するのがご自身の仕事だと考えてくださっています。**P.38** アクセルとブレーキのバランス、組織としての解決方法を的確に示していただけるのは、本当に心強いです。

また、2024年9月期からは、社外取締役として武田雅子氏に加わっていただきます。コロプラ初の女性取締役の就任により、より一層多様な視点を経営に取り入れていきたいと考えています。

最後に

イノベーションを機会として成長する 従業員が自慢できる会社へ

ヒット作を世の中に送り出すことが私の使命だと思っています。その目的は売上や利益を上げるためだけではありません。ヒットするということは、より多くのお客さまに作品を手にとっていただき楽しんでもらえるということです。そのために、私はさまざまな資本を預かっています。人的資本、財務資本といった多様な資本を効率的かつコロプラらしく使って結果を出していくことが、私の仕事だと考えています。

なかでもいちばん大事なのは人的資本ですので、従業員一人ひとりがコロプラのアイデンティティを理解し、不安なく働けるようインナーブランディングも強化していきます。自分が何を目的としてコロプラで働き、何を楽しみに働いているのかを理解し、熱い想いを持ってプロダクトをつくと、それはお客さまに伝わります。従業員の皆さんには、そういうことを愚直にやり続けてほしいと思っています。そして、自分の会社を好きになってほしい。従業員が自慢できる会社にしたいというのは、今、経営陣が考えていることです。私たちはイノベーションという成長機会を無駄にせず、国内外を問わず、これからも私たちの特徴である最新のテクノロジーと独創的なアイデアを取り入れたゲームをリリースしていきます。

短期の業績ももちろん大事ですが、それに一喜一憂することなく、芯をグッと持って進んでいこうと考えていますので、ステークホルダーの皆さまにおかれましては、今後とも、ご支援、ご注目、ご期待いただければ幸いです。

価値創造プロセス

“祖”となるコンテンツの創出力という強みを活かし、コロプラらしいコンテンツをより多くの人々に届けることで、持続的な成長を目指しています。



※1 QAUは、ダウンロード日から7日目に降に2023年7月～9月において一度でもタイトルを立ち上げたユーザーさまの数。各タイトルの単純合算値です。

※2 電気使用量及び再生可能エネルギー使用比率は、2022年10月～2023年9月のコロプラ単体の実績値となります。

※ ※1、2以外のデータは全て2023年9月末時点

ステークホルダーエンゲージメント

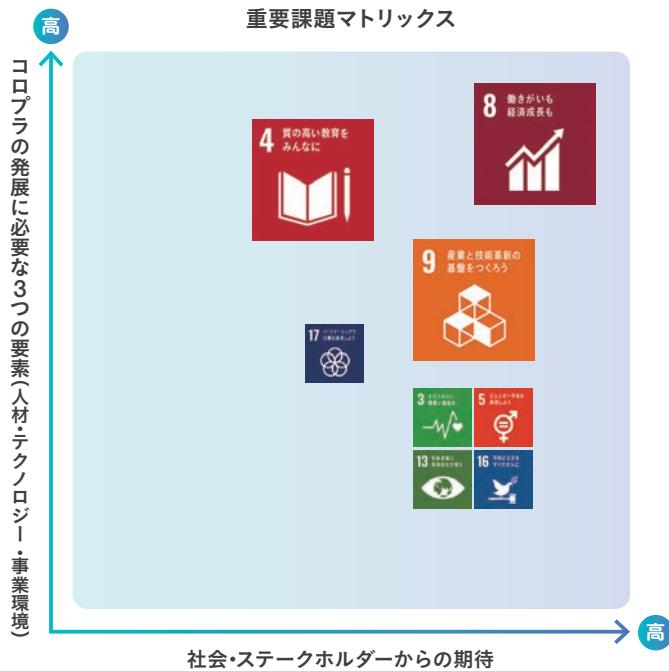
<p>ステークホルダー</p>	 <p>ユーザーさま</p>	 <p>従業員等</p>	 <p>地域・社会</p>	 <p>株主・投資家</p>
<p>関心・期待</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● コロプラらしい“ワクワク”、“ドキドキ”するようなエンターテインメント ● 安心、安全に遊べる環境 	<ul style="list-style-type: none"> ● 働きがい、成長機会のある職場環境 ● 多様な働き方とキャリア形成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境問題、環境負荷の低減 ● 地域との共存共栄、活性化 ● 雇用の創出 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業成長を通じた企業価値の向上 ● 株主還元や株価上昇を通じたリターン ● 適切なガバナンス体制の構築やサステナビリティへの取り組み
<p>マテリアリティ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業推進と環境保全の両立 ● 次世代の育成 ● サステナビリティを推進するガバナンス 	<ul style="list-style-type: none"> ● 安心して働ける環境づくり ● 健康経営の推進 ● 次世代の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業推進と環境保全の両立 ● 安心して働ける環境づくり ● ダイバーシティの推進 ● 次世代の育成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業推進と環境保全の両立 ● サステナビリティを推進するガバナンス
<p>対話</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 日々のサービス運営やユーザーサポート ● コーポレートサイト、プロダクトサイトの充実やSNSを通じた情報発信 ● リアルイベントにおける交流 	<ul style="list-style-type: none"> ● 教育研修、公正な評価制度 ● 働く環境の整備（オフィス、在宅勤務制度など） ● エンゲージメント調査、ストレスチェックの実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会貢献活動などを通じた地域社会への取り組み ● コーポレートサイト、採用サイトの充実 ● SNSなどを通じた情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会、決算説明会などを通じた適切な情報開示 ● IRサイトの充実やSNSを通じた情報発信 ● 1on1ミーティングやカンファレンス参加による投資家との交流
<p>Outcome</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● エンターテインメントの提供を通じたより楽しく、より素晴らしい日常の創出に寄与 	<ul style="list-style-type: none"> ● 従業員の多様なキャリア形成と豊かな生活の実現 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業活動を通じたサステナブルな社会の実現に寄与 	<ul style="list-style-type: none"> ● 企業価値の向上と株主還元によるリターンの最大化

マテリアリティ

当社は、「“Entertainment in Real Life”エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしく」というMissionのもと、エンターテインメントを通じて社会課題の解決を図り、グループ全体でサステナブルな社会の実現に貢献してまいります。

マテリアリティの特定

SDGsにおけるマテリアリティ(重要課題)において、取り組むべき項目をより明確にするために、ステークホルダーとコロプラグループにとっての重要課題分析を実施し、8つを特定しています。



具体的な取り組み

安心して働ける環境づくり



ダイバーシティの推進



健康経営の推進



次世代の育成



事業推進と環境保全の両立



サステナビリティを推進するガバナンス



価値創造のための戦略

01 事業戦略

- 16 チーフクリエイターメッセージ
- 18 コロプラの事業
- 19 中長期の成長イメージ
- 20 **特集** リードクリエイター座談会

02 財務戦略

- 24 CFOメッセージ

03 知財戦略

- 27 法務・知財担当役員メッセージ

04 人材戦略

- 29 CHROメッセージ

Chief Creator Message

まだ世にない“新しい体験”を届ける コロプラの新たな挑戦

「Proof of Gaming」という新しいコンセプトの ブロックチェーンゲーム

私が代表取締役を務める、コロプラの100%子会社Brilliantcryptoは、ブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」を発表しました。2023年7月に開催された、Web3がテーマのグローバルカンファレンス「WebX」に私が登壇し、このプロジェクトに関する説明を行いました。ゲームとしては、世界中のユーザーが採掘者となって、宝石やトークンの獲得を目指し、鉱山を採掘していくといったものです。

「Proof of Gaming」がこのプロダクトを説明する上で重要なキーワードとなります。これはビットコインをはじめとした暗号資産のコンセンサスアルゴリズム「Proof of Work」から着想を得た新しいコンセプトです。ビットコインは、通貨として世に出ましたが、その資産性の高さから、今では金（ゴールド）のように扱われています。つまり人類は“デジタル・ゴールド”を作ることには成功しているわけです。それに対し、私たちが今作ろうとしているのは“デジタルの宝石”です。ビットコインは、マイニングという行為によって新規発行され、その“仕事の対価”とし

代表取締役会長
チーフクリエイター
馬場 功淳





てマイナーに報酬が支払われます。もしこのマイニング、採掘をゲームにすることができれば、つまり「Proof of Work」ならぬ「Proof of Gaming」を実現できれば、「持続可能なPlay to Earn」ゲームになるのではないか、という発想からこのプロダクトは生まれました。

実現したいのは 「持続可能なPlay to Earn」

「Brilliantcrypto」が目指すのは、採掘によって宝石が生み出され、その宝石がゲーム外の多様なメタバース内で流通することで他人の価値を作り出し、それがPlay to Earnの原資

となる、という「持続可能なPlay to Earn」の構造です。「Play to Earn」を標榜するゲームはすでに多く存在していますが、そのほとんどが、先行者が後から入ってきたユーザーの利益を食ってしまう、いわゆるポンジスキームだと言われています。そんなものはゲームではないですし、夢もありません。「持続可能なPlay to Earn」はまだ世の中にないからこそ、作ってみようと思い、開発がスタートしました。

そして発表前からクロードでのテストを行ってききましたが、世界中いろいろな国のテストユーザーから良い評価をもらいました。ただ、「すごく面白いゲームか?」と言われるとそうではないと思います。面白すぎないけど面白い、そして何時間もプレイできてしまう。それこそが「持続可能なPlay to Earn」を実現するために必要な要素だと考えているからです。面白すぎてしかもお金がもらえるなら、全世界誰もプレイしたくなってしまいます。そうなると、宝石が一瞬で掘り尽くされてしまいます。ある程度限られたユーザーが長い時間をかけて掘ることで、宝石の希少性が高まり、エコノミクスの成立につながると考えています。

グローバルでのIEOを目指す 全て乗り越えた先にあるものは大きい

採掘することで、発掘した宝石はNFTとして取引可能な上、報酬としてトークンも手に入ります。そして、このトークンは現在準備を進めているコインチェック株式会社でのIEO (Initial Exchange Offering) を皮切りに、世界各国の取引所にて法令を遵守する形で順次上場をしていく予定です。これはメタバースに価値ある経済圏を生み出す第一歩になると思っています。プロジェクトの推進にあたっては、法律の問題、税務の問題など、越えなければならないハードルがたくさんありました。上場会社となればなおのことです。先人たちの努力もあって日本では国としてWeb3関連の取り組みを推進する動きが活発化、法改正や法の解釈が定まってきたタイミングもあり、ここまで何とか乗り越えてきています。もちろん、プロダクトのリリースに向けては、まだまだ越えるべきハードルがありますが、これらを乗り越え、世の中に与えるインパクトはとても大きいものになるでしょう。

2024年初春のゲームのリリースを目指し、プロジェクトメンバー全員で頑張っているところです。これまでにない新しい価値の創造を目指す私たちの挑戦に、ぜひご期待ください。

コロプラの事業

「コロプラらしいコンテンツをつくり続け、より多くの人々に届ける」という基本方針のもと、エンターテインメントと投資育成を軸として、適切なリソース配分と分散投資を行い、事業の拡大に努めてまいります。

エンターテインメント事業

スマートフォンゲーム

ジャンルにとらわれない多種多様なスマートフォンゲームを国内外向けに数多く提供しています。主力タイトルは、2013年3月リリースの「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」、2014年7月リリースの「白猫プロジェクト」、2018年1月リリースの「アリス・ギア・アイギス」となります。また、「白猫GOLF」を約170ヶ国に配信するなど、海外展開も積極的に進めています。



[サイトはこちら](#)

コンシューマーゲーム

2020年4月にグループインした総合エンターテインメント企業の株式会社MAGES.が企画、開発するなどコンシューマーゲームにも注力しています。「STEINS;GATE」を代表とする科学アドベンチャーシリーズや「メモリーズオフ」シリーズなどゲームを原作とするオリジナルタイトルに加え、アニメやライトノベル、コミックから派生した作品も手掛けています。



©MAGES./NITRO PLUS

[サイトはこちら](#)

XR/メタバース

XR/メタバースサービスを提供しています。2014年にVRゲームの配信を開始し、2016年5月に360度動画を配信するプラットフォーム「360Channel」を開始。また、2022年にはウェブブラウザ上で手軽にメタバースを楽しめるWEBmetaverse事業を展開するなど、今後、XR/メタバースが普及する未来を見据え、じっくりと事業に取り組んでいます。



コロプラ社内キックオフで使用したメタバース空間



2022年2月からWEBmetaverse事業を開始
360度動画関連事業を展開する株式会社360Channel

[サイトはこちら](#)

ブロックチェーンゲーム

2022年11月に100%子会社である株式会社Brilliantcryptoを設立。持続可能なPlay to Earnの実現を目指したブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」の開発、世界に向けた展開の準備を進めています。今多くの注目を集めるテクノロジーである、メタバース、Web3、AIを活用し、世の中に新しい価値を創出します。



Brilliantcrypto

[サイトはこちら](#)

投資育成事業

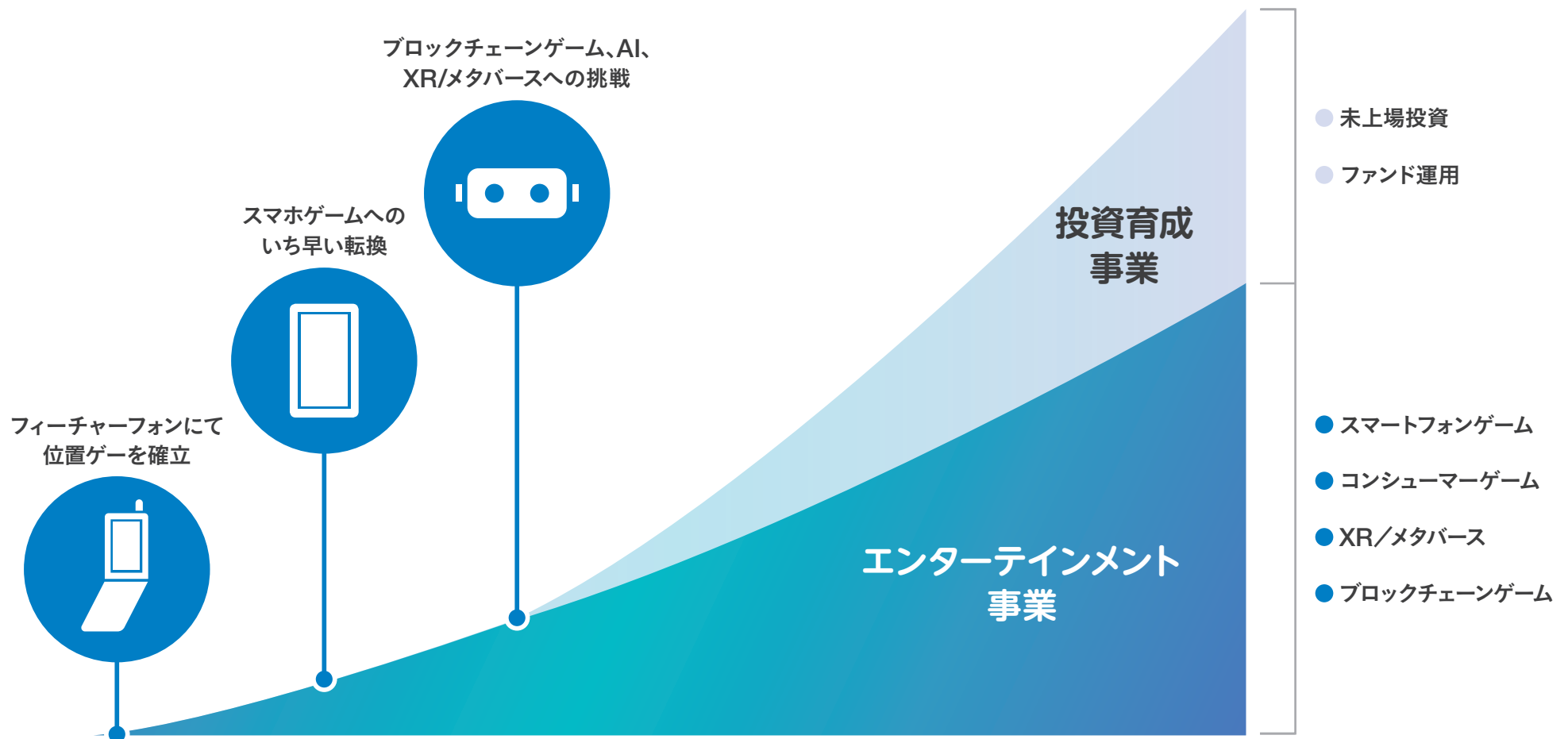
投資事業を展開する株式会社コロプラネクストでは、複数のファンドを運営しています。現在は、「Real x Virtual」「New Normal」「New Generation」の3つのテーマで、国内外のエンターテインメント、BtoC企業を中心に、創業初期のシードから上場間近のレイターまでオールステージで幅広く投資を行っています。

[主な投資先はこちら](#)

主な ファンド	1号ファンド	Colopl VR Fund (2号ファンド)	3号ファンド	Colopl VR Fund2 (4号ファンド)	5号、6号、 7号、8号ファンド	The Next Unicorn Fund IBK Scale-up Gyeonggi G-Fund
	学生起業家への投資	XR関連企業への投資	主に30歳以下の 若手起業家への投資	XR関連企業への投資	純投資を目的 とした投資	東アジアや東南アジア 企業への投資

中長期の成長イメージ

「“Entertainment in Real Life”エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしく」をMissionとし、それぞれの事業をグロスさせることで持続的な成長を目指します。





特集 リードクリエイター座談会

エンターテインメント本部
B1スタジオ 部長
白猫スーパーバイザー

角田 亮二

エンターテインメント本部
デザインスタジオ 部長

大山 源

エンターテインメント本部
A2スタジオ 部長

田岡 次郎

LIVE事業推進室
STAR STUDIOS 室長

福重 潤哉

クリエイティブ体制を強化し、魅力あるコンテンツを全世界へ

まだ世の中にない“新しい体験”を創出するため、2022年9月に新設された「リードクリエイター制度」。それは、コロプラの新作開発には欠かせない豊富なスキルと経験を持つエキスパートが「リードクリエイター」として新作開発を牽引する制度です。今回は、制度新設と同時に“初代”リードクリエイターに選ばれた4名に、就任から1年経った今の想いや今後に向けた抱負などを語ってもらいました。

やっていることは今までと変わらないが 与えられる裁量権は確実に大きくなった

リードクリエイターに就任して約1年が過ぎましたが、 この1年はどんな1年でしたか？

大山 正直、就任への実感はあまりないんです。ただ、私が携わっているのがチーフクリエイターの馬場が代表を務める

新会社Brilliantcryptoからリリース予定のブロックチェーンゲームということで、この1年はさまざまなことにチャレンジしてきた1年であり、個人的にはいろいろ勉強できた1年でした。

福重 私も、今は新しいタイトルを作っているのですが、大きな変化があったかという、そうでもなくて…。ただ、世界に向けたコンテンツ作りは確実に主流になってきているので、考えることはとても増えました。今は、自分が考えなくていいところをどれだけ効率化できるかということで、AIなども活用する体制になってきています。

田岡 僕も引き続き新作を担当していて、リードクリエイターになったからといって、やることは何も変わっていないですね。ただ、せっかく任命していただいたのだから、結果は出さないと、という気持ちはあります。

角田 私も同じプロダクトを開発し続けているなかで、リードクリエイターという制度ができたわけですが、やっていることも考え方も、以前と変わりはないですね。ただ、リードクリエイターの任命式の際に、馬場から「作品の開発において自走でき、任せられる人を選びました」という話を聞き、リードクリエイターの立場を理解しました。

3人 確かに、そんなことを言っていたね。

角田 それに、以前は、馬場と密にコミュニケーションを取りながら作品を作っていましたけれど、最近は以前より裁量を与えられているなど実感しています。ゲームの世界も新たなフェーズに突入しつつあって、馬場はNFTや暗号資産という別のところで事業の柱を1本作ろうと動いています。以前は馬場がいわゆ

るワントップのクリエイティブな会社だったのが、その依存度がスマートフォンゲームにおいては減ってきているというのが、この1年の大きな変化なんじゃないかな、と思っています。

刻々と変わる激変のゲーム業界にあって 心躍る“新しい体験”を届け続ける

それでは、皆さんが今手がけていらっしゃる

新作の開発状況を、言える範囲で教えていただけますか？

大山 今、開発しているブロックチェーンゲームは、いったんベータ版が完成して、世界中のユーザーさまにテストプレイをさせていただいているところです。2024年の本リリースに向けて、さまざまなテストプレイを全世界のユーザーさまに展開してデータを集め、次につなげていくというようなやりとりを毎日行っています。

福重 現在開発中のゲームは、数年後のリリースに向けて進んでいるところです。目下グラフィックに力を入れていて、たぶん、現時点ではコロプラ社内では一番難易度が高い領域に入っていると思うし、あらゆる表現で高いクオリティを目指そうとしています。ゲームのコアアクションに関しては、スタートした段階から「ここは絶対に変えない!」と決めているものがあって、そこをスケールかけながら、グラフィックの部分を開発して、途中途中で合体させながら作っているような状況です。手応えはモック開

発の段階から感じていて、うまくいくと信じて作っています。

田岡 僕たちは、来期のリリースに向けて、なかなか言えることは少ないのですが、リソースなどをブラッシュアップしたりしている状況です。

角田 ここ10年くらいの間で、ゲームが遊ぶものからYouTubeを通して視聴するものになってきています。ゲームが1次エンターテインメントだとしたら、それを基にした2次エンターテインメントという形でゲームを視聴するという遊びが、主流になってきている状況です。私たちは、そういった現状を踏まえたプロダクト作りに取り組んでいて、それ自体は順調に進んでいます。ただ、今は技術的な質が高だけでヒットさせるのは難しくなっています。できるだけ多くの人々に手に取ってもらえるような仕掛けを組み込むために、いろいろ動いているというのが現状です。きちんとリリースできるように、今、準備を進めています。

客観性のある判断に耳を傾け、 人の心を動かすゲームを作っていく

では、クリエイターとして、あるいはチームのリーダーとして
大事にしていることを教えていただけますか？

角田 人間にとってエンターテインメントは、これがなければ生存できない、というものではないですよね。だからこそ、人々の期待を大きく超えるものを作っていきたいな、と常々思っています。「人の心を動かすものには測り知れない力がある」と信じているし、そういったものをしっかり人々の心に届けられるのがエンターテインメント産業だと思っています。最初の言葉とは矛盾しますが、生死には関係ないけれど、人は本質的には楽しみがないと生きられないと思います。だからこそ、人の心を動かすものを作っていきたいと思っています。

エンターテインメント本部
デザインスタジオ 部長

大山 源

田岡 そうですね。世の中にはさまざまなエンタメがあるなかで、自分たちが作ったゲームで遊んでもらうわけですから、やっぱり「このゲーム、何?」と驚いてもらったり、「やってよかった」と思ってもらいたいな、とは思っています。そのなかで僕が大切にしているのは鮮度ですね。鮮度を保つためには、リリースするための速度もやっぱり必要です。今までに味わったことのない楽しさを与えられるものにこだわっていきたくですね。また、以前馬場に企画の相談に行ったときに「それをやりただけじゃないの」と指摘されたことがありました。そこにどれだけの価値があるかを考えることが重要なだと、コロプラで改めて学びました。馬場は客観視する能力に優れていて、痛いところをついてきます。馬場に出会えたのは、クリエイターとして非常に良かったと思っています。

角田 それは、私も感じています。入社した頃、馬場に「まずは客観的な数字に素直になれ」と言われたんです。どんなに自分がいいと思っても、客観的なデータでダメと評価されればダメなんだと。人々に本当に届くには数字も必要のだと学びました。

福重 私も基本的には自分の作ったもので、誰かを喜ばせたり、驚かせたいと、ずっと思っていました。ユーザーの手前には一緒に作るメンバーがいますから、まずはメンバーを驚かせたい、喜ばせたいと思って、いろいろと考えますね。メンバーに「どう思う?」と



エンターテインメント本部
B1スタジオ 部長
白猫スーパーバイザー

角田 亮二





エンターテインメント本部
A2スタジオ 部長
田岡 次郎

聞いて、反応を見つつ、先に進めていくということはありますね。固定概念にとらわれず、アイデアを出して施策、仕様などを考えたいと思っています。みんなの驚きがあればあるほど新規性があるということだと思うので、そういうのは大事にしています。

大山 根っこにあるものは皆さんと一緒にですが、面白いと思ってもらえるための新鮮さや驚きは、いろんな形があると思うんです。ただ、驚きを与えることを意識しすぎるあまり、本来なら当たり前のところを見落としてしまい、操作が分かりづらかったり、読み込みが長くてユーザーがストレスを感じてしまったりするなど、無意識のうちに敷居を上げてしまうことがあるんですね。僕たちが作っているスマホゲームは、特にこの敷居を下げるのが大切だと思っているので、僕がゲームを作るときは、その辺りのことを常に意識しています。

環境やチャンスを与え、考えてもらう 目標を持たせ、適材適所で成長を促す

若いクリエイターの教育・育成に関して心がけていること、重要だと思われることをお聞かせいただけますか？

大山 毎年、新卒社員が入社しますので、教育・育成は重要な役割の一つだと考えています。我々の部署では、主にデザイナー

ですが、よい絵づくりをするためにどうすればよいか常に考えてもらうようにしています。それも、限られた時間のなかで考えることが重要なので、ある程度数がこなせるような環境を用意する。それが成長につながると考えています。

田岡 僕はまず、個々の目標をはっきりさせることを重視しています。目標だけは明確にした上で、手段は好きなように。でも、結局一人では何もできないので、他のセクションや他の人と連携を取りながら進めていって、トライ&エラーとビルド&スクラップを繰り返しながら、最終的に一つのものができることが、それが次の経験にもつながります。僕は、才能がない人は一人もいないと思っているので、置かれた場所で自分の才能を活かせないのは、適材適所になっていないだけなんだと考えます。そして、バツと入れ替えてあげる。すると、急に能力を発揮する人もいますので、全体を見て、その人が活躍できる場に異動できるように考えます。そうすると本人のモチベーションも上がるし、結果もいろいろとついてくる。やはり成功体験は力になりますからね。

福重 自分も、若い子には極力チャンスというか、環境を作ってあげたいと思っています。また、大山の言う通り、思考することも大事です。一方で、環境があっても、そこで自分の才能を生かせるかは本人次第ですし、「責任と裁量はセットだよ」とは常に言っていて、「チャンスは与えるけれど、その代わりに、失敗したらちゃんとやり直すんだぞ」ということは、はっきり伝えます。失敗したときに自分できちんとリカバリーすることも、成長につながっていると思うので、そのあたりは厳しく接するようにしていますね。

角田 これから成長して、将来のクリエイティブを引っ張ってもらう人たちに、できるだけチャンスを与えるというのはもちろんなのですが、本人が「これを乗り越えられたらこの先何があっても大丈夫だろう」と思えるような、厳しい課題を必ず与えるようにしています。人は壁を乗り越えるたびに成長し、強くなって

いくと思うので、その人のキャパを一步越える課題をあえて与えて、頑張って越えてもらうということは、意識的にやっていますね。ものづくりはチームワークなので、そういったことを通してプロフェッショナルを育成することが大事だと思っています。

ユニークな企画を通す経営陣の胆力と 戦えるクリエイターの存在が強み

皆さんから見たコロプラの強みを教えてくださいませんか？

田岡 ビジネスとしてきっちり売上が立つかどうかだけを考えたら、正直、ゲーム業界はなかなか難しい業界だと思います。当たるときは当たりますし、外れるときは外れます。でも、そういうゲーム業界にあって、馬場をはじめとした役員陣は、僕らが提案する新企画に対して「やってみよう」と言ってくれたり、新しいものや面白いものを作ろうとする我々を信じて応援する姿勢を見せてくれます。それは、コロプラならではの強み、と思いますね。そして何よりの強みは、新たなチャレンジを実行するだけの経済的基盤がしっかりあることです。ヒットは簡単なことではありませんが、1個当たるとさらに強くなり、また新しい開発ができる。クリエイターから見ると、やはりそこにコロプラの強みがあると思います。

角田 いちばんの強みは、田岡も言っていましたけれど、他社では絶対に通らないであろうユニークな企画を決裁する、馬場を



LIVE事業推進室
STAR STUDIOS 室長
福重 潤哉

はじめとした役員陣の存在だと思っています。この企画を実現するためには、ある程度コストをかけなければいけないという企画があったとき、「可能性があるんだったらやってみたら」という強気な判断ができるところは私たちクリエイターにとって大きいです。新しいプロダクトを開発しているときに、必要なパーツがなくても開発を諦めない。「なければ作ればいい」と、クリエイティブで頑張っ解決してしまう点も、そうですね。馬場がクリエイターなので、社内外にクリエイティブを信じてくれている人がたくさんいます。その存在も、コロプラの強みだと感じています。

福重 私はライブ事業というのを柱の一つとしてやっています。以前、VTuberみたいな技術を使った、まさしくコロプラのVisionにもある「最新のテクノロジーと独創的なアイデア」を体現したようなゲーム開発に取り組んだことがあるのですが、このときのアイデアの源泉は馬場でした。今後は、私たちリードクリエイターがその源泉となるような役割を担っていくべきなのかな、と思っています。また、このライブ事業で作ったものは、作ってそれで終わりということではなく、その技術を他の新しいコンテンツに活かしていくこともできます。ゲームは結局アイデア一発みたいなのはありますが、ひとつのゲームが新たなゲームの源泉となる。そういった点では若手にもチャンスがあるし、新たなゲームにつなげていくことができる環境がある。そこもコロプラの強みだと思っています。

大山 昨今のゲーム市場で戦えるクリエイターたちが社内にいるということが強みだと思います。ゲームはさまざまな職種の人と一緒に作るもので、誰か一人が欠けてもコンテンツの品質は高められないし、作ることもできないと思うんです。もちろん、外部の協力会社さんと作ることもありますけれど、社内にも今のゲーム業界で戦えるクリエイターがいなかったら、プロダクトは作れないと思います。新たなゲームを開発できるク

リエイターが、全ての職種で揃っているのが、コロプラの一つの強みだとは思っています。

売上を立てられるタイトルをリリース リードクリエイターの役割はそこに尽きる

リードクリエイターとして、どのようにコロプラの成長に貢献していきたいか、今後の目標や抱負をお聞かせください。

福重 リードクリエイターのなかでライブ事業をやっているのが自分だけなのでライブ事業をしっかり継続させていきたいですね。面白い上に、しっかり売上を立てられるタイトルを確実にリリースしていく、というのが自分に求められている役割だと思っているので、その責務を果たせるようにしっかりやっていきたいと思っています。

田岡 ユーザーの皆さま一人ひとりに、このゲームを選んでよかったと思っていただけるようなゲームを作りたいと思っています。そし

て僕は、「コロプラのゲームが好き」というコロプラ自身のファンを増やしていくことができたらいいな、と思っています。「コロプラのゲームだからやってみたい」というユーザーさまががどんどん増えるようなプロダクトをリリースしていくことができたらいいと思っていますし、それがコロプラの成長につながるとしています。

大山 今後もこれまでやってきたことを続けていくことに変わりはありませんが、冒頭でもお話ししたように、新しいゲーム開発に挑戦させていただくなど、さまざまな経験をさせてもらいました。これからもいろいろな経験をさせていただくなかで柔軟に適応し、引き続きコロプラと一緒に成長することができればいいな、と思っています。

角田 「すごいもの作っているな。さすがコロプラだな」と思ってもらえるものを、責任を持ってしっかりリリースすることですね。今は、それに尽きます。

**まだ見ぬ新しいエンターテインメントの誕生が楽しみです。
本日は、どうもありがとうございました。**



※本座談会は2023年9月12日に行われました。

CFO Message

新体制変更に手応えを感じ始めた1年 新たな飛躍に向け、準備は整った

一部既存タイトルが堅調に推移 新作のリリース本数は増加

2023年9月期は、複数の既存タイトルが前期比プラスで推移したことにより売上高は微減での着地となりました。主力タイトルである「ドラゴンクエストウォーク(企画・制作:株式会社スクウェア・エニックス、開発:当社)」は、行動制限の解除もあり、前期以上に手応えを感じました。他の既存タイトルについても、周年イベントなどを通してユーザーの皆さまと良好なコミュニケーションを取り、長く遊んでいただける仕組みができてきていると考えています。一方新作については、「白猫GOLF」「MONSTER UNIVERSE」「とらべる島のにゃんこ」の3作品をリリース。さらに技術デモ作品として「PRINCIPLES(プリンシプルズ)」を発表するなど、前期と比べてリリースタイトルは増加しました。2024年9月期は、この流れを結果につなげていきたいと考えています。

新発想のブロックチェーンゲームで 次なる成長を目指す

2023年7月に発表した「Brilliantcrypto」は、コロプラの次なる大きな成長を目指した新プロジェクトで、私は本作のマーケティングを管掌しています。新たなイノベーションを成長機会としてきたコロプラにとっては、GPSを活用した世界初の位置ゲー「コロニーな生活」、また「白猫プロジェクト」に代表されるスマートフォンゲームに続く、3回目の大きな変革点となりうるプロジェクトです。

取締役CFO
原井 義昭

私たちは本作の開発にあたり、ゲームプレイが他人の価値を作り出す「Proof of Gaming」というコンセプトを掲げています。この考え方や思想を、業界知識のない方にきちんと理解していただくことは難しく、苦労もありました。しかも、事業、財務、法律とさまざまな分野で難しさがある、まさに総合格闘技のようなプロジェクトです。

また、世界で同時に認められないと大きな価値はつくれませんので、グローバルな認知の獲得がもう一つの課題でした。そこで、世界的な人気を誇るフランスのプロサッカーチーム「パリ・サン＝ジェルマン」と複数年のパートナーシップ契約を締結。現在世界規模でマーケティング活動を展開していますが、業界における認知向上につながっていると実感していますし、着実に土台はできつつあると考えています。

Vision、行動指針という共通認識を持ち 全社一丸で新領域に挑む

コロプラには「Try(挑戦)」「Value(価値あるものづくり)」「Believe(信じる心)」という3つの行動指針があり、この3つが「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」というVisionのベースになっています。未知の領域の事業やプロジェクトに対しては、一般的にバックオフィスはとかくブレーキをかける方に寄ってしまいがちですが、コロプラには、私たちバックオフィスの人間もクリエイターと同じ目標に向かって、粘り強く、一歩踏み込んで考え抜く風土

2023年9月期の連結業績概要 (単位:百万円)	2022年9月期	2023年9月期
売上高	32,541	30,926
売上原価	22,704	21,523
売上総利益	9,836	9,402
販売費及び一般管理費	5,526	6,543
営業利益	4,310	2,858
経常利益	5,732	3,276
税金等調整前当期純利益	5,732	3,276
親会社株主に帰属する当期純利益	2,414	1,893

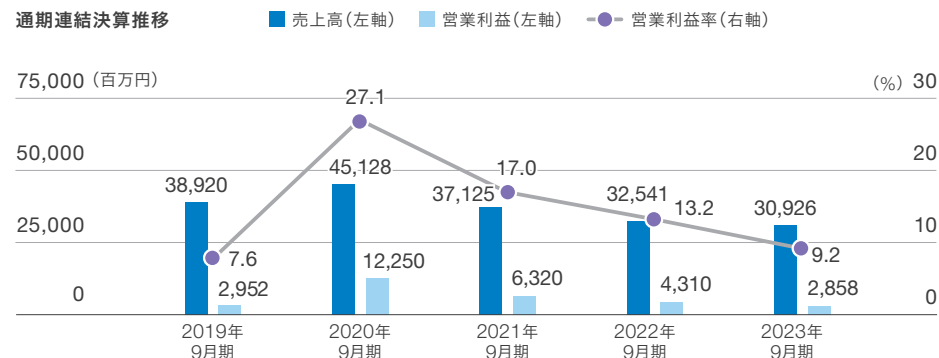
があります。だからこそ「Brilliantcrypto」においても、会計監査人や取引先の皆さまに私たちの本気のチャレンジを理解していただけたのだと思っていますし、上場企業としては過去類を見ないグループ会社内でのトークン発行を可能にしたとも考えています。クリエイターだけでなく、バックオフィスの人間も諦めない。できることは続ける。Visionと行動指針が共通認識として全員の頭にあるからこそできることだと思っています。

盤石な財務基盤を維持し、 安定的かつ継続的な株主還元を

CFOとしては、アクセルとブレーキのバランスを重視しつつ、コロプラらしい財務戦略、資本政策を常に意識しています。

株主還元については、持続可能性の担保と機動的な成長投資が可能となるキャッシュを確保し、その基準を上回る部分は安定的かつ継続的に還元していくという方針のもと、2023年9月期の配当は、1株当たり20円といたしました。

現在の適切な現金保有水準は550億円程度と考えています。「Brilliantcrypto」は意欲的なプロジェクトであると同時に、新しい領域がゆえの特有のリスクも存在します。しかし、最終的に「ゴーサイン」というアクセルを踏むことができたのは、きちんと挑戦を担保できるだけの盤石な財務基盤があるからこそであり、そこがコロプラの強みでもありと考えています。



コロプラらしい情報発信で ブランディング強化

2023年3月に東京証券取引所が発表した「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」の要請については、真摯に受け止めています。実際、2015年のコーポレートガバナンス・コード策定以来、株価や資本コストを意識した経営には力を入れており、社外取締役を増やすなど、ガバナンスの向上にも努めてきました。

また、「人的資本」についても、私たちは情報開示の義務化以前から力を入れてきました。今後はよりコロプラらしい発信方法にもチャレンジしていきたいと考えています。例えば、2023年1月にリリースされた「PRINCIPLES」は技術デモ作品ですが、実は採用市場への発信を強く意識した作品でもあります。技術デモを発表することはコロプラとしては初めての試みでした。このように、柔軟でユニークな方法で実際にコロプラがどこを目指しているのかを分かりやすく株式市場にもお示しできると、より実態を持った意義ある開示につながると考えています。今後もコロプラらしい発信で企業ブランディングを強化していきたいと考えています。

新体制も少しずつ機能し始め、 新たなステージへ

当社は、2年前に新しい経営体制となり、2024年9月期が3年目となります。新体制は少しずつ機能し始め、新作開発をリードする「リードクリエイター制度」も2年目を迎え、新作のリリース増加にもつながりました。この流れを業績にもつなげられるよう努め、株主の皆さまには事業の成果でお返ししていきたいと考えています。

2024年には「Brilliantcrypto」のリリースも予定されています。コロプラの今後の成長にご期待いただくとともに、引き続き応援を賜りますようお願い申し上げます。



現金保有の考え方

- ① 既存事業の安定化
- ② 成長投資
- ③ 株主還元

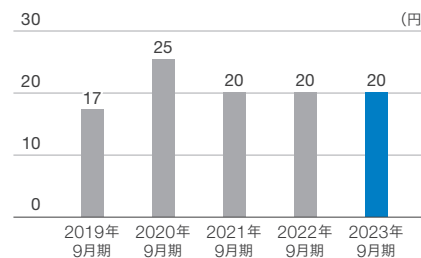
成長分野への
機動的な投資
100億円程度

- ①②を考慮した現金保有水準を上回る部分を③に充当

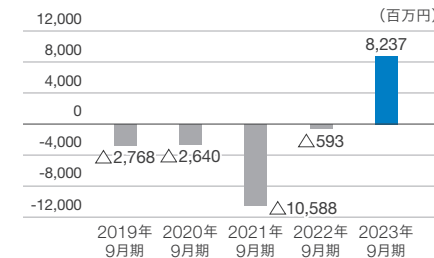
不測の事態が
起こった際の準備
450億円程度

550億円
程度の
現金保有

1株当たり配当金の推移



投資キャッシュ・フローの推移



取締役
山崎 聡士

Legal and IP Officer Message

アクセルとブレーキの 両方の役割を担う、 コロプラ成長の“知の砦”

事業の合法性と合理性を確保することで
コロプラの事業に貢献するのがミッション

法務知財部全体のミッションは、事業の合法性と合理性を確保してビジネスソリューションを提供することで、グループ企業の価値の最大化に貢献することです。ビジネス促進の観点から、事業を円滑、戦略的かつ効率的に進めるためのソリューションを提供し、企業価値を高める。これがアクセル的な役割ですね。一方で、法的なリスクの観点から、法令違反を防止したり、会社の権利や財産を守ったりすることで、企業価値の損失を防いでいく。これがブレーキ役。要するに、アクセルとブレーキをうまくコントロールしながら、企業価値を最大化することが、法務知財部全体のミッションということになります。

法務知財部の真価が問われる
グローバルのGameFiプロジェクト

今のゲーム業界は、転換期にさしかかっていると私は思っています。ゲームと非ゲームの境界があいまいなサービスがどんどん出てきています。そういうなかでコロプラは、2022年11月に100%子会社として株式会社Brilliantcryptoを設立。ブロックチェーン技術を活用した新しい事業を行っていくとしています。ブロックチェーンのみならず、メタバース、AIといった最先端の技術を活用しており、技術的

にも難易度が高い。それだけに知財の観点で言えば、どんどん特許を取って自社の技術を保護しなければいけないのですが、技術の進歩にあわせてスピード感をもって進めていく必要があります。グローバルのGameFiプロジェクトですから、金融規制をはじめとした各国のルールも把握しなくてはなりません。乗り越えるべき壁は確かに高い。でも、コロプラはもともとチャレンジングな会社です。それに、前例のないことにチャレンジするときこそ、法務知財部の真価が問われるものだと思います。ゲームとしてのクオリティや面白さを追求するクリエイターと、バックオフィスとして合理性をもって損得勘定ができる我々とがともに切磋琢磨し、最適解を見つけていく。前例のない挑戦ではありますが、そこに果敢に挑んでいくのがコロプラのカルチャーです。そのなかで、法務知財部が伴走者あるいはナビゲーターとして、このプロジェクトを前へ進めていきたいと考えています。

特許の数は多ければいいわけではない 他を牽制する「質」が重要

保有する特許の数は、その会社の知財力を測るひとつの指標です。しかし、ただ単に数を追い求めるのではなく、質の高い特許を取得することに意味があると思っています。例えば「特許資産規模ランキング」では、一件一件の特許に価値の重み付けがあるので、ランキングを見ると件数とスコアが必ずしも比例していません。また、「他社牽制力ランキング」は、特許審査過程において他社特許への拒絶理由として引用された特許の数によるランキングで、他社も必要としている特許は価値が高いことを示しています。弊社は他の業界大手と比べても遜色なく、総じて高い知財力を保有していると言えると考えています。

社内における法務や知財への理解を深め アクセルやブレーキが効きやすい環境を作る

一般的に特許文書は文字量が多く、開発の皆さんにも取っつきにくいものと思います。そのハードルを下げ、社員の知財への理解を深めるために、社内ですべてを説明するときにはなるべく視覚的に分かるよう工夫をしています。ほかにも、社内向けに親近感のわくような動画を作ったり、

ゲーム・エンターテインメント
特許資産規模ランキング2022 上位10社

順位	企業名	特許資産規模 (pt)	特許件数
1	ソニー・インタラクティブエンタテインメント	6,851.7	185
2	グリー	4,171.7	163
3	バンダイ	3,852.3	125
4	コナミデジタルエンタテインメント	2,868.5	101
5	バンダイナムコエンターテインメント	2,749.6	99
6	ミクシィ	2,693.7	93
7	コロプラ	2,506.6	83
8	ディー・エヌ・エー	2,445.2	32
9	任天堂	2,228.2	98
10	サイゲームス	1,941.1	49

データ出典：株式会社バテント・リザルト

ゲーム・エンターテインメント
他社牽制力ランキング2022 上位10社

順位	企業名	引用された特許数
1	コナミデジタルエンタテインメント	343
2	バンダイナムコエンターテインメント	325
3	ソニー・インタラクティブエンタテインメント	236
4	セガ	206
5	任天堂	180
6	コロプラ	143
7	スクウェア・エニックス・ホールディングス	104
8	ディー・エヌ・エー	97
9	グリー	81
10	カプコン	77

法務に関しては、業務で身近な内容や分かりやすいコンテンツを選んで、年に数回eラーニングを行ったりしています。こうして法務や知財について理解してもらうことで、社内全体のリテラシーが上がっていくと、アクセルやブレーキが利きやすい環境を作ることにつながると思いますので、今後も続けていこうと思っています。

ビジネスをナビゲートし 企業価値の最大化を目指す

コロプラには常に新しいことに挑戦していこうというベンチャースピリットを感じます。特に近年では従業員から新しい事業のアイデアを募るなど、ボトムアップで新しいことにチャレンジしていこうという意識も高まっています。また、何かの課題に対処するときの組織間の連携力は高いと思います。こうしたところは、コロプラの強みだと思いますね。

法務や知財は最後の砦として、リスクの蓋然性や影響度を見極める務めがあると思っています。単にリスクについて講釈を述べるのではなく、ブレーキとアクセルを駆使してビジネスをナビゲートし、企業価値を最大化するのが私たちのミッションだと考えています。皆さまの信頼を獲得できるよう努めてまいりますので、今後も見守っていただけたら幸いです。

取締役CHRO
菅井 健太

CHRO Message

エンジニア出身の CHROとして挑戦する “コロプラらしい”組織づくり

ものづくりの現場を知るからこそ、
見えてくる課題があり、新しい発想が生まれる

私はもともとエンジニアとしてコロプラに入社し、ものづくりの現場でキャリアを積んできました。2010年の入社ですので、コロプラの歴史を創業間もないころから知っています。機能性組織に変更するタイミングで、デザイナーやエンジニアを一つにまとめた組織を管掌することになり、2016年に取締役に就任。そして2023年1月にCHRO(最高人事責任者)としてHR本部の管掌役員を兼任することになりました。

就任して最初に必要だと思ったのは、人事部門と現場との距離感をもっと縮めることでした。もちろん連携はしていますが、現場で今、何が起きているのか、一步深いところの情報は入ってこないの、そういったところは改善する余地があると思っています。

またエンジニア的な目線からすると、データ管理の方法もさらに改善できると感じています。人事部門に集まる社員の情報を上手に整理し、活用できれば、従業員一人ひとりの成長に

つなげていくことができる。私はエンジニアとしてもものづくりの現場を経験してきたからこそ着手できる改革があると思っていますし、課題ややるべきことは見えてきました。今は、それを実現していく段階に入ったと考えています。

社員が成長できる環境を整え、 コロプラで働く人々に成功体験をもたらす

ゲーム開発には3年、5年といった期間を要するため、先を見ながら作っていく必要があります。しかし、それを機械的に行うのは難しい。ゲームは開発する人間の感性で時代のトレンドをキャッチアップしながら作っているものだからです。だからこそ、ゲーム開発の中核を担うクリエイターがとても重要になってくるわけです。

人は成功したときに、いちばん成長を実感できます。それはクリエイターにとっては作り出したサービスがユーザーさまの手に届く瞬間です。しかし、その機会を人事部門が創り出

すことはできません。人事部門ができるのは、ものづくりに集中できるような制度を作ることです。そういったことを通して、人事部門として社員が成長できる場を提供していきたいと考えています。

また、これは採用にもつながってくるのですが、コロプラはVisionにある通り「新しい体験」を届けたいと考えています。どんな価値を届けたいのかを明確にすることがゲーム作りにおいてはとても重要だと思っているので、自分がやりたいことを中心に考えてしまうと、社会が求めているものとズレてしまう場合があります。自分が面白いと思ったものを、必ずしも他者が面白いと感じているとは限らないからです。「この技術を使いたいからこういうゲームを作りたい」というのは、目的と手段が逆転しています。「こういうゲームを作りたいからこういう技術が必要だ」と考えられる方と一緒に仕事をしていきたいですね。

指標や目標を開示することで 課題をはっきり見えるようにする

コロプラがユーザーさまに届けようとしている「新しい体験」が、難易度の高いものであることは間違いないので、やはり楽ではないと思います。22時以降の残業は原則禁止とし、残業時間の削減に取り組んでいますが、いいものを作ろうと思えば、どうしても労働時間は長くなりがちです。引き続き健康経営、従業員エンゲージメント向上とのバランスを取りながら、良質なエンターテインメントを作り続けるための土壌を築いていくことが重要だと考えています。

さらに、「人的資本可視化指針」に基づく人的資本に関する指標と目標の開示は、現在コロプラが抱えている課題を明確にするためにも重要だと考えています。例えば、ゲームを作る会社としては、女性の管理職がもっと増えたほうがいいと私は思っています。ゲームを作るなかでは、どうしても人の感性が入り込んでくるからです。世界に向けて発信していくコロプラとしては、ダイバーシティの推進やジェンダー平等は避けては通れない課題であり、さまざまな人たちに来ていただけるような土台作りはCHROとして率先して取り組んでいかなければならない課題です。また、表面的なイメージだけでなく、コロプラの本質を知り、共感し、そこに挑戦したいと思ってくれる人たちに届くようなメッセージを発信することも、CHROの大事な仕事だと思っています。



ChatGPT活用促進プロジェクトを実施 AI技術の積極活用で スキル向上と業務効率化を図る

コロプラでは、2023年4月よりChatGPTなどの生成系AIの業務活用による生産性向上と新たな価値創出に向けて、「ChatGPT活用表彰制度」を毎月実施してきました。この制度は、業務でChatGPTを活用していくなかで、従業員が生み出した優れた業務改善の事例のなかから毎月最大3件を表彰し、賞金を支給していくものです。

この制度を導入したのは、AIが身近になったことを職種問わず感じとってほしかったからです。最新の技術を使うことによって、ゲーム開発はやりやすくなると思っていますし、使いこなせるだけの土台を作っておくことも重要だと考えています。コンテストを通して、コロプラで働く人たちにChatGPTが広く認知され、「何かに使えそうだね」と気付いてほしいと思ったのです。これをきっかけに、プランナーやデザイナーだけでなくバックオフィスも含めて、自分たちの職種だったらどういう使い方ができるだろうかという検証を始め、実務に組み込んでいました。会社としての方針を社内に広くアピールするためにも、今回のコンテストのような啓蒙活動は重要だと感じました。一方で、AIの活用において、データの取り扱いにはリスクを理解した上で細心の注意を払う必要があります。ガイドラインを策定し、あくまでも適切な活用を促していくことが大事だと考えています。

新作を作り続けられる文化と土壌が強み CHROとしてそれをさらにパワーアップさせたい

ゲームは出してみないと分からない面もあり、5年かけて作っても全くヒットしない、ということもあります。それでも作り続けられる文化や土壌がコロプラにはあります。実際、15年の歴史のなかで、コロプラはずっと新しいゲームを作り続けてきました。これこそが、コロプラの本当の強みだと私は思っていますし、そこには「ユーザーさまに新しい体験を届けたい」という熱



い思いがあるからだと思います。そして何より、創業者の馬場が今もチーフクリエイターとしてみんなを引っ張ってくれている。それがコロプラの強い土台となって、新しいゲームを作り続けてこられているのだと思います。私自身もゲーム作りのど真ん中において、作り続けることの怖さや大変さも知っています。だからこそ、今度はCHROとして、コロプラのその強みをさらにパワーアップさせられるようなことを考えていきたいと思っています。

ステークホルダーの皆さまからは、「新作はいつ出るのか、今どんな状況なのか」という質問をよくいただきます。それだけコロプラの新作に期待されているのだと思いますし、コロプラにとって新作を出し続けるということは使命なのだと思います。よりよいエンターテインメントを出し続けられる強い組織を作りたいと思っていますので、これからもどうぞよろしくお願いたします。

価値創造のための基盤

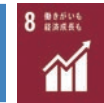
01 サステナビリティ

- 33 安心して働ける環境づくり
- 34 ダイバーシティの推進
- 35 健康経営の推進
- 36 次世代の育成
- 37 事業推進と環境保全の両立

02 コーポレート・ガバナンス

- 38 **特集** 社外取締役×CEO座談会
- 42 サステナビリティを推進するガバナンス
- 45 取締役紹介

安心して働ける環境づくり



当社は全社員が安心して長く働くことができる職場環境を目指して、ワーク・ライフ・バランスなどを推進するさまざまな人事施策を実施しています。環境変化に対応し、社員一人ひとりが生産性を高めて活躍できる制度や職場づくりに注力しています。

| 今期の取り組み

健康経営と両立支援への取り組みを強化

新しいエンターテインメントを提供し続けるためには、従業員が心身ともに健康であることはもちろん、さまざまなライフステージにおいて安心して働ける環境をつくることが重要だと考えております。そのため今期は、継続した健康経営の推進に加え、両立支援制度の改定を実施いたしました。これまで子の看護に伴う休暇のみを対象としていた「次世代サポート休暇」に不妊治療を目的とした通院や看護を追加したり、育児短時間勤務を利用できる対象期間を子の小学校卒業までに拡大するなど、誰もが働きやすい環境づくりに努めています。また、当社の育児休業取得率は女性100%、男性は89%と昨年度を上回っており、育休推進企業として東京都による「TOKYOパパ育児促進企業2022」に初認定されました。今後も、新しい時代に合わせた制度づくりや取り組みを通じて、従業員一人ひとりの多様な能力や才能が最大限発揮される環境を整えてまいります。



取締役CHRO
菅井 健太

| 人材育成

当社では社員の成長やスキルアップを目的とした研修や支援をオンラインで実施しています。全社員を対象としたコンプライアンス、ハラスメント、情報セキュリティ、健康に関する知識や認識を高めるための研修をeラーニングで実施しています。また、管理職向け集合型研修や新卒研修などもオンラインツールを使用して、グループワークやロールプレイングなど疑似体験を交えた形式で実施し、知識やスキルの定着を図りながらカリキュラムや運営体制を整えています。

また、当社の技術力向上を目的として、CEDECやUnityなど各種カンファレンスへの積極的な参加に加え、社内勉強会や同業他社との勉強会を実施するなど人材育成においてさまざまな取り組みに注力しています。

| 育児休業取得率

当社では、子育て世代を支援するさまざまな制度を設けています。厚生労働省令和4年度雇用均等基本調査で発表された育児休業取得率(女性80%/男性17%)に対し、当社の取得率は女性100%/男性89%と男女ともに高く、育休を取得しやすい環境づくりを整備しています。



100%

2023年9月期
育児休業取得率
(女性)

89%

2023年9月期
育児休業取得率
(男性)

| 女性活躍推進

仕事と育児・介護等を両立しながら働ける環境をサポートする各種制度や相談窓口を設置するなど、女性の中長期的なキャリア形成を目指した取り組みを行っています。

休職制度だけでなく、多様なライフスタイルに合わせて勤務スタイルを選択できる制度や保育園との提携など社員が育児負担を軽減し、安心して働き続けられる環境づくりに取り組んでいます。



コーポレート
ビジネス関連
155名

2023年9月期
全従業員
(単体)

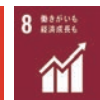
コーポレート
ビジネス関連
69名

アプリ開発&
運用関連
563名

2023年9月期
女性従業員
(単体)

アプリ開発&
運用関連
159名

ダイバーシティの推進



持続的な成長と良質なエンターテインメントの提供には、人材の多様性が必要であるという考えのもと、国籍・性別・年齢・障がいの有無に関わらずそれぞれが最大限に活躍できる職場環境を推進しています。

障がい者雇用の促進

ゲーム制作のクリエイターをはじめ、座り仕事の疲れを解消してくれるヘルスキーパー、世界を舞台に活躍するパラアスリート、バックオフィスメンバーなどが障がい者雇用枠で入社し、それぞれのスキルや経験を活かしながら多方面で活躍しています。

LGBTQ

LGBTQをはじめとする性的少数者が安心して働けるよう社員への理解と対応を進めています。オフィスには男女共用の「だれでも」使用できる個室トイレが各フロアに設置されているほか、相談窓口を設け産業医がサポートするなど誰もが快適に過ごすことができる職場環境を整備しています。

外国人採用

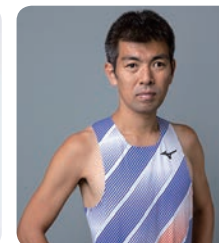
「日本のゲームやアニメが好きで来日した」という海外出身のゲームクリエイターも年々増えており、業務遂行に必要なスキルを持った方に国籍問わず活躍いただいています。

パラアスリートの採用

スポーツは人々を楽しませ、その心を動かすエンターテインメントそのものです。当社が掲げる「“Entertainment in Real Life”エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしく」というMissionを、トップアスリートの支援からも実現していこうと考え、パラアスリートの採用を2018年から開始しました。現在、当社に所属する7名のパラアスリートが世界を舞台に活躍しています。



パラカヌー
今井 航一



ブラインドマラソン
山下 慎治



車いすラグビー
中町 俊耶



車いすラグビー
荒武 優仁



ゴールボール
宮食 行次



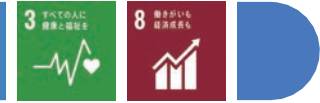
車いすバスケットボール
赤石 竜我



車いすバスケットボール
柳本 あまね

[パラアスリートの紹介はこちら](#)

健康経営の推進



当社は良質なエンターテインメントを持続的に提供するために「健康推進チーム」を発足し、社員の健康維持・増進を目的としてさまざまな健康経営施策を実施しています。健康管理に関する専門的な知識と技術を持ったエキスパート（看護師、公認心理師、あん摩マッサージ指圧師など）が常勤し、非常勤の産業医や健康保険組合とも連携しながら健康管理・健康増進に向けた各種施策を推進しています。

健康経営への取り組み

社員の健康に配慮した福利厚生として、出社した社員がいつでも自由に食べることができる「無限バナナ」の運用を2022年8月より行っています。栄養価の高いバナナを栄養補助として提供することで、忙しくて食事が疎かになってしまう社員の健康促進を図ります。その他にも、健康診断・婦人科検診オプションの全額補助、常駐のヘルスキーパーによるマッサージ「Kuma SPA」、ウォーキングイベントの定期開催など、さまざまな健康経営推進施策に取り組んでいます。



外部評価

徹底した感染症対策と社員の健康管理及び安全に配慮した環境づくりが評価され、世界基準で健康と安全を評価する「WELL Health-Safety Rating」(WELL 健康安全性評価)を取得しました。さらに、優良な健康経営を実践している企業として「健康経営優良法人(大規模法人部門)」に3年連続で認定されるなど健康増進を目的としたさまざまな取り組みが評価されています。



感染症対策に特化したオフィス

2022年2月に移転したオフィスでは、コロナ禍でも安心して働きながらコミュニケーションがとりやすいオフィス環境を目指し、感染経路として考えられる接触感染、飛沫感染、空気感染それぞれに対応すべく科学的根拠に基づいた対策を施しています。専門家監修による空調設備等の増強工事、床材や什器に抗ウイルス天然素材のリノリウムを採用、清潔・快適な空気環境をつくるパナソニック株式会社の「エアリーソリューション」を導入するなど徹底した感染症対策を施し、社員の健康と安全に配慮したオフィス空間を実現しています。



各会議室前に非接触式の自動アルコールディスペンサーを設置
Web会議等で使用する個室ブースを約40席設置
水循環型ポータブル手洗い器「WOSH」



ダクトの増強工事を施し換気量を確保するとともに調湿機能も強化
床材や什器に抗ウイルスで天然素材のリノリウムを採用
清潔・快適な空気環境をつくるパナソニック社の「エアリーソリューション」

次世代の育成



エンターテインメント企業として、未来を担う次世代クリエイターの育成や支援に取り組んでいます。学生のキャリア形成を支援する企業訪問やインターンシップの受け入れ、エンジニア向けの勉強会、クマ財団を通じた才能あるクリエイターの活動支援など次世代で活躍する若手人材を積極的に支援しています。

クマ財団

当社の創業者である馬場が次世代を担う若手クリエイターの活動を援助・助成することを目的として2016年に「公益財団法人クマ財団」を設立しました。学生クリエイターによる創作活動への取り組みを支援するクリエイター奨学金を通じて、これまでに延べ339名のクリエイターを支援してきました。また社会とつながる場の提供を継続的に行うために、作品発表を行う場として六本木に「クマ財団ギャラリー」を2022年にオープンするなど若手クリエイターの創作活動と成長を支援しています。

クリエイター奨学金 / 活動支援金

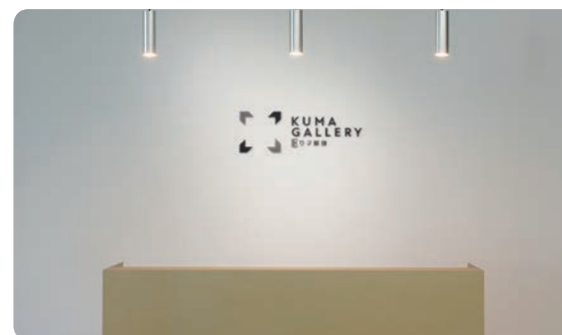
25歳以下の学生クリエイターを対象とした「クリエイター奨学金」では、返済義務のない『給付型奨学金』の給付に加え、カリキュラムの実施を通して1年間の育成と創作活動サポートを行い、奨学金の卒業生を対象とした「活動支援金」では、精力的に活動を続ける若手クリエイターの支援を行うことで、継続的に創作活動に向き合うことができる仕組みを提供しています。

エンジニア勉強会

最新のテクノロジーを活用した高い技術力を発信する機会として、エンジニア向けのオンライン勉強会を開催しています。ゲーム開発の効率化や技術課題の解決など情報を発信することでエンジニアの技術力向上と業界の発展に寄与します。

インターンシップの受け入れ

学生を対象にインターンシップの受け入れを実施しています。実際に開発現場に入り、チームの一員としてゲーム制作に携わることができます。



クマ財団ギャラリー



[公益財団法人クマ財団の詳細はこちら](#)

事業推進と環境保全の両立

13 気候変動に
関係する目標

サステナブルな社会を実現するために、環境問題への取り組みを重要課題と捉え、事業の推進と環境保全を両立するさまざまな施策に取り組んでいます。そのなかでも、SDGsにおける目標の一つである「気候変動」の要因とされる地球温暖化対策への取り組みを強化しております。

TCFDに基づく情報開示

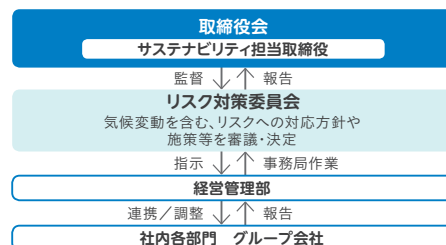
気候変動が、事業にもたらす影響を評価する動きが広まっていることを受け、2022年12月より気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) 提言に賛同を表明しております。

※TCFD提言

G20の要請を受け、金融安定理事会 (FSB) が設置した気候関連財務情報開示タスクフォースが2017年6月に公表。

ガバナンス体制

代表取締役社長を“サステナビリティ担当取締役”に任命し、「リスク対策委員会」において、気候変動関連のリスク対応の審議・検討をし、その結果を取締役に報告しております。取締役会が必要に応じて改善指示を実施し、監督を行っています。



戦略

コロプラグループは、気候変動が事業に与える影響 (リスク、対応、機会) について、平均気温上昇を2°C程度に抑制できる「2°C未満シナリオ」及び、脱炭素社会への移行が進捗せず、平均気温が4°C上昇する「4°Cシナリオ」に区分してコーポレートサイトに明示しております。

指標と目標

コロプラグループでは、気候関連リスク・機会を管理するための指標として、CO₂排出量を算定し、コーポレートサイトに明示しております。

リスク管理

気候変動に関するリスクについては、経営管理部のとりまとめにより、全社的なリスクを一元的にマネジメントしているリスク対策委員会にて分析及びその対応策について議論を行います。そして、対応方針の策定を推進するとともに当該リスクを、定期的を取締役に報告いたします。

TCFDに基づく情報開示の詳細はこちら

環境に配慮した取り組み

CO₂削減を中心に環境に配慮したオフィスづくりを進めています。

グリーン電力の導入

2022年4月よりオフィスで使用する電力の一部を再生可能エネルギー由来のグリーン電力へ切り替えました。これにより、年間約116tのCO₂排出削減効果を見込んでおり (杉の木約8,300本分の削減効果に相当)、気候変動の原因とされる温暖化の抑制、脱炭素化を加速させます。

※コロプラが入居する東京ミッドタウンの賃貸人である三井不動産株式会社と東京ミッドタウンにおける「非FIT非化石証書付電力の適用に関する覚書」を締結。

コロプラオフィスの電力をグリーン電力へ切り替え



床材などに天然素材「リノリウム」を使用

オフィスの床材や什器には、地球環境にやさしい天然素材の「リノリウム」を採用しています。リノリウムは、抗ウイルスでありながらカーボンニュートラルでもある素材で、CO₂排出削減に貢献しています。



水循環型ポータブル手洗い機「WOSH」を設置

感染症対策の一つとして設置した「WOSH」は、使用した水の98%以上を循環させて再利用する手洗いスタンドです。感染症対策への対応と水資源の効率的な利用を図ります。



ペーパーレス化の推進

社内外文書や契約書等の押印を電子化し、ペーパーレス化を推進しています。また、社内の文書廃棄に専用のリサイクルボックス「保護 (まもる)くん」(株式会社日本パープル)を活用して機密保持とリサイクルを両立し、森林伐採やCO₂排出量の抑制に貢献しています。



再生ペット樹脂の飲料ボトルを使用

来客用に配布している飲料ボトルには、再生ペット樹脂を使用したリサイクルPETボトルを使用しています。





特集 社外取締役 × CEO座談会

新体制から3年目 コロプラらしさを失うことなく、 よりいっそう太く、強く

社外取締役
(監査等委員)
月岡 涼吾



社外取締役
(監査等委員)
飯田 耕一郎



代表取締役社長
宮本 貴志

柔軟性と、強固な財務基盤 これが創業当初からコロプラを支えている

宮本 今回は、当社の社外取締役である、公認会計士の月岡涼吾さんと弁護士の飯田耕一郎さんにお越しいただき、コロプラグループの過去、現在、未来を語っていただきたいと考えて

おります。どうぞよろしくお願いいたします。

2人 こちらこそ、どうぞよろしくお願いいたします。

宮本 では、早速、本題に入らせていただきます。まずは、コロプラの強みはどんなところだと考えていらっしゃいますか？

飯田 私はフレキシビリティがあるところだと思っています。「これだ」と思ったら、それまで積み上げてきたものをあっさり

捨ててでも、目指す方向へ飛び込む。それを、これだけの規模になってもできているのはすごいと思います。

月岡 それができるのも、積み上げてきた財務の安定性があるからです。だから、リスクを取ることもできる。これは、大きな強みだと思います。それにしても、馬場さんが四畳半ひと間から始めた会社が、こんなに大きくなるとは感慨深いです。

飯田 昔の写真を見ると、シリコンバレーの企業の創業物語みたいだな、と思いますよね。でも、ヒットが出なくても10本つくれるだけの財務基盤をつくるというのは当初からの戦略ですから。大きくなるべくしてなったということなのでしょうね。

月岡 馬場さんがチーフクリエイター兼会長で、リーダーシップを十分に発揮できるし、リスクも取りやすい。特に新規性が求められる新しい事業を始めるときには、このリーダーシップがすごく大事だと思います。

飯田 事業自体のボラティリティがとても高いので、内部留保を厚くしておくのは戦略的に正解だったと私は思っています。

宮本 市場では株主還元を求める声もあります。でも、当社としては、短期的な株価の上下はあるものの、中長期で保有、応援していただけるよう、その期待に応えていきたいと思っています。

飯田 そうですね、そこはプレずにやっていいのではないかと思います。

宮本 では、次に課題はどのようなところだと考えていらっしゃいますか。

課題は収益性の低さ 従業員の能力が十分発揮される環境が必要

月岡 今の状況で言えば、やはり収益性が低いことです。言い方を少し変えれば、従業員の皆さんが持っている能力が、まだまだ十分に発揮されていないということ。私は、これが課題だと思っています。もちろん、この業界が非常に厳しいのは事実です。でも、コロプラの皆さんはもっとやれると思っています。ただ、従業員が素晴らしい能力を発揮するためには、会社とその環境をつくるのが重要です。環境を整えば、

一人ひとりの能力がコロプラの新たな強みになってくると思っています。

飯田 馬場さんという個の才能が成長のエンジンとなって、コロプラはここまで来ました。でも、それは課題でもあって、個の才能に負ってしまっている部分が多いということになります。

宮本 やはりゼロイチをつくるというのは、すごく難しい。それをきちんとキープしたり伸ばしたりすることができるのがチームのかな、と私は思っています。市場が成熟・飽和していることもあり、世間で近年ヒットしたゲームは既存ゲームをブラッシュアップした方向性のタイトルも多いと感じています。

飯田 “祖”となるコンテンツではないわけですね。

宮本 はい、でもヒットしている。では、コロプラが同じことをやるかと聞かれたら、やはり「NO」です。本質的には強固な財務基盤を築き、10本に1本の大ヒットを狙うのがコロプラです。でも、そうなったときに、今は馬場やリードクリエイターがいるけれど、ヒットするゲームをつくることのできるクリエイターがもっと多くてもいいのではないかなと思うんです。

月岡 いると思いますけどね。

宮本 経営側としては、そうした人材を見つけ出し、育てられる環境をつくっていきたくと思っています。

月岡 それは、すごく大事だと思います。

飯田 馬場さんは、「面白い」「気持ちいい」といった感覚みたいなものをいかに発見するかが重要だ、と言っていましたよね。今回の「Brilliantcrypto」も、馬場さんはガンガン掘るのが気持ちいいということを発見して、あのゲームを考えついたわけです。感覚みたいなものを抽出してエンターテインメントにできるというのは、やはり才能ですよな。

宮本 そう思います。

飯田 ただ、それを組織的にやるのであれば、AIでそれを発見して、AIで最適な配合比を決めて、ゲームに仕立て上げるといったことになるのでしょうか。でも、コロプラはいかに人の才能でやっていくのか、AIをどう取り入れていくのか。そういうことを、少し上の次元で考えないといけないのかもしれないですね。

宮本 AIは早期に着手しなければいけないと思っていますし、実際動き出しています。

飯田 コロプラは、新しいことに飛びついていけるフレキシビリティがあります。それが強みだと思うので、ぜひ頑張ってください。

宮本 はい。今はいろいろな従業員がいるなかで、新しい発想が生まれやすい環境づくり、会社づくりが大事なんだろうと思っています。今年は、いよいよ良いバランスになってきたと感じています。

体制変更で変わる社内 取締役会の議論も活発に

月岡 ところで、宮本さんが社長になってから社内的にはほとんど変わっていますよね。

飯田 意見を言える人が増えてきているように感じます。

代表取締役社長
宮本 貴志





社外取締役
(監査等委員)
月岡 涼吾

宮本 社長になって最初に考えたのが、コロプラをいちばん良いバランスにしていこうということでした。それでこの2年間、組織改革や配置転換などを試みてきました。なるべく早く実行しようと思っているので、皆さんの目にはどんどん変わっているように見えるのかもしれませんが。今の進捗状況は80%ぐらいです。

飯田 意見を言える人が増えていくと、取締役会やその下の会議体でも議論が活発になる。それはすごく良いことだと思います。

宮本 これはお二人に聞いたかったことですが、私が役員になる前を含めてコロプラの取締役会をどう評価されていますか。

飯田 以前のコロプラの取締役会では、馬場さんと社外取締役の発言が多く、特に今後の見通しの議論におよぶとあまり盛り上がりがない印象がありました。でも、取締役会ではここがいちばん重要で、そこに全員が参加し、いろんな人がいろんな意見を出し合うことで最終結論を導き出すというのがとても大事だと思うんです。最近はそのような局面で、今後の見通しに関する議論が活発になったと感じています。

月岡 それは、私も同感です。

宮本 そう言っただけだと、僕としては嬉しいですね。常日頃から、役員陣には話すこと、アウトプットが仕事だと伝えているので。

飯田 そこはやはり、体制変更の効果なんじゃないですか。

月岡 そうかもしれないですね。

飯田 取締役会が最たるものですから、その下の会議体では、もっと効果が出ていると思います。

宮本 ありがとうございます。では、取締役会でご自身が意識していること、心がけていることはどんなことですか？

多様な意見が交わされるように 社外取締役は「空気を読まない」ことが重要

月岡 私は、なるべく空気を読まないようにしようと思っています。全体の雰囲気にならなず自分がおかしいと思ったらおかしいと言う。

飯田 私も同じですね。コーポレートガバナンス・コードにも、「独立中立の精神を持ち」とありますし、社外取締役はそのためにいるのだと思っています。

宮本 有り難いことです。社内の人間だけでは同じ方向性に進みがちですから、やはりいろんな視点があったほうがいいのは間違いありませんよね。

飯田 はい。特に私は弁護士なので、法律について重点的に確認、質問するようにしています。職業柄、伝統のある企業から若い企業まで、幅広く見てきていますので、多様な事例を提供することができます。それはひとつの価値だと思うので、必要ときには意識して発言しています。

宮本 確かに。ご指摘いただくことが、重要なヒントになったりしています。

コロプラらしさ満載の新たなゲーム 「Brilliantcrypto」に期待

宮本 では、続いて「Brilliantcrypto」についてお話をうかがいたいと思います。これは、本当にお二人のご協力なくしてはできなかったプロジェクトだと思います。昨年の夏の役員合宿のときに初めてお話ししたんですね。

飯田 そう。2回くらい合宿のテーマになっていましたよね。

宮本 とても詳しいな、と思いました。

飯田 もともと決済は、電子マネーの時代からずっと専門ですからね。これはコロプラらしいことを始めたな、と思いました。馬場さんらしい、今までとは全然違うことを始めたなど。

宮本 世に出ているブロックチェーンゲームはどれもこれまでのゲームの延長線上にあるもので、ゲーム自体のベースはそこまで斬新ではないですね。

飯田 私が理解している馬場さんの思考回路は、面白いことを取り出してきて、それを思いっきり拡大したものを出す

社外取締役
(監査等委員)
飯田 耕一郎



ヒットするというものなんですよね。このブロックチェーンゲームに関しては、価値のないところに価値をつくる、ユーザーが成功すると稼ぐことができるといったことが面白さの根源だと、たぶん馬場さんは見定めたのだと思います。

宮本 確かにコロプラは、スマートフォンゲームもそうだったけれど、新しいテクノロジーやイノベーションが生まれたときにいち早く着手して、成長してきているんですよね。そしてこの「Brilliantcrypto」も世間的には同じような状況のなかでリリースしようとしているわけです。

飯田 ただ、ブロックチェーンゲームは法的課題の塊。しかも、税務、事業面でも難しい課題を抱えています。

宮本 でも、あれから1年半くらいの間、日本の風向きも変わってきましたし、世界の状況も変わってきましたよね。この対応には相当パワーをかけないといけないと思っていましたが、みんなよくやってくれているな、と私は思っています。

月岡 本当に頑張らせてくださっていると思います。取締役会での議論といっても、基本的に誰かが反対するということは、まったくなかったと思います。私も含め、みんな「Brilliantcrypto」に期待しています。

浮き沈みの激しい業界にあって 来期こそ朗報をお届けしたい

宮本 では、今後のコロプラに期待することを教えてください。

飯田 引き続き“祖”となるコンテンツをつくることですね。私、このキャッチフレーズ、結構好きなんです。

月岡 そのためにも、一人ひとりの従業員の方々が能力を発揮できる環境をつくっていただきたいですね。

宮本 当社としても、これはプレずにやっていきたいと思っています。お二人はコロプラが何を大事にして今に至っているかを知った上でさまざまなアドバイスをくださるので有り難いです。では、最後にステークホルダーの皆さまに向けたメッセージをいただけますか。

月岡 コロプラは、今まさに飛躍のときを迎えようとしていると思います。人も動物も飛び立つ前は、一度グッと地面近くまで低くなります。これからより筋肉質になって、跳躍力もつけて変貌していきます。低く沈んだら、あとは飛び上がるだけです。今はまさにその変貌の最中ですので、今後に期待してください。

飯田 ゲームの世界は浮き沈みの激しい業界ですから、良いときも悪いときもあります。でも、コロプラは良くも悪くも夢を見ていく会社だと思っています。ステークホルダーの皆さまも、そういうコロプラに期待して投資してくださっているのだと思います。コロプラは、常にステークホルダーの皆さまのことを考えながら経営しています。引き続き一緒に夢を見つつ、結果を出せるように並走していきたいと思っています。

宮本 月岡さん、飯田さん、本日はどうもありがとうございました。社長就任から3年目を迎える私も、皆さまに朗報をお届けできるように努力を重ねていきたいと考えています。今後とも、ご指導、ご鞭撻のほど、よろしくお願い申し上げます。



サステナビリティを推進するガバナンス

16 持続可能な未来を
つくるために



基本的な考え方

当社は企業価値を高めることを目的として、株主、ユーザーさま、従業員、取引先、地域社会等の各ステークホルダーとの「協創」を前提とした、公正かつロジカルで、スピーディな意思決定を行うことをコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方としています。加えて、代表取締役社長の適確な判断・業務執行を支えられるような意思決定・業務執行機能・経営監視機能のバランスを図ることを基本方針としています。なお、当社のコーポレート・ガバナンスに関する報告書を東京証券取引所に提出しています。

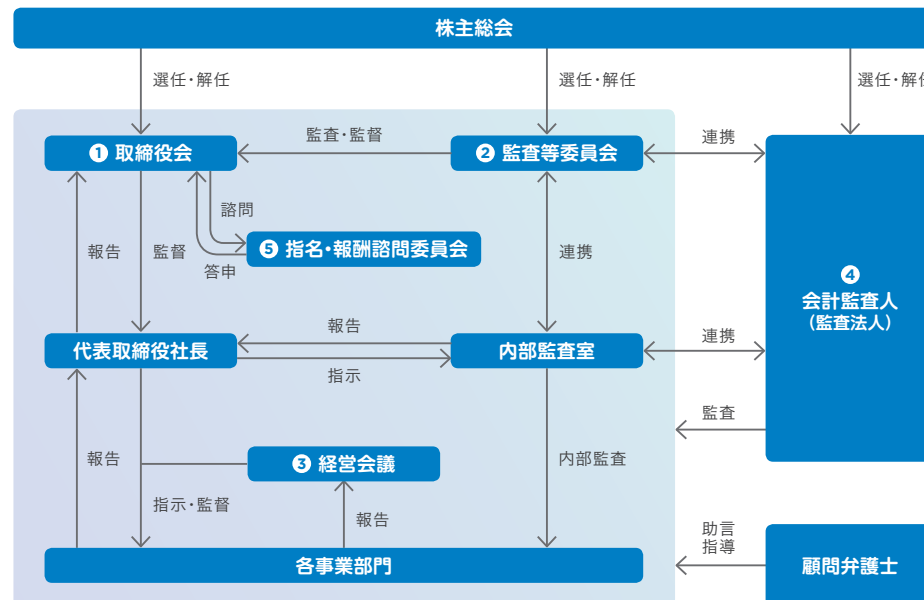
[コーポレート・ガバナンスに関する報告書はこちら](#)

ガバナンス体制

当社は、取締役会設置会社であり、かつ監査等委員会設置会社です。当社が属する業界はまだ成長途上にあり、他社との競争も激しいため、経営戦略を迅速に実行していく必要がある一方で、社会的信頼を得るために経営の透明性及び健全性の観点から、当該企業統治の体制を採用しています。

	2013年12月末	2016年12月末	2023年12月22日
形態	監査役会 設置会社	▶	監査等委員会 設置会社
取締役*	6名	▶	8名
うち社外取締役*	1名	▶	2名
監査等委員である取締役	3名 (社外監査役)	▶	3名
		▶	4名

※監査等委員であるものを除く



1 取締役会

当社の取締役会は、代表取締役2名、取締役（監査等委員であるものを除く）8名、監査等委員である取締役4名の計14名で構成されており、代表取締役社長宮本真志が議長を務めています。取締役（監査等委員であるものを除く）の内3名、監査等委員である取締役の内4名が当レポート提出日現在の会社法における社外取締役であります。構成員については、当レポートP45、46に記載の通りです。取締役会は、効率的かつ迅速な意思決定を行えるよう、定時取締役会を毎月1回開催するほか必要に応じて臨時取締役会を開催しています。取締役会は、定款及び法令に則り、経営の意思決定機関及び監督機関として機能しています。当事業年度においては、月次での経営状況やリスク対策委員会の審議・検討結果のモニタリング、重要な開発その他のプロジェクト、新規事業の開始、人事・組織・経営・決算等の重要な事項についての検討や意思決定のほか、取締役会の実効性評価等を行いました。

サステナビリティを推進するガバナンス

2 監査等委員会

当社の監査等委員会は、監査等委員である取締役4名で構成されており、常勤監査等委員である取締役長谷川哲造が委員長を務めています。全員が社外取締役であり、公認会計士・税理士及び弁護士をそれぞれ1名含んでいます。構成員については、当レポートP46に記載の通りです。監査等委員である取締役は取締役会その他社内会議に出席し、取締役の職務執行について適宜意見を述べています。監査等委員である取締役は、監査計画に基づき監査を実施し、監査等委員会を毎月1回開催するほか必要に応じて臨時監査等委員会を開催しています。また、内部監査室及び会計監査人と定期的に会合を開催することにより、監査に必要な情報の共有化を図っています。なお、法令に定める監査等委員である取締役の員数を欠くことになる場合に備え、補欠の監査等委員である取締役1名を選任しています。

区分	氏名	主な活動状況
取締役 (監査等委員)	長谷川 哲造	当事業年度に開催された取締役会18回全てに出席し、また、監査等委員会13回全てに出席し、常勤監査等委員として社内の主要な会議に出席し、上場企業の役員としての経験から、コーポレート・ガバナンス、コンプライアンスに関する発言を行っております。また、指名・報酬諮問委員会の委員長として、当事業年度に開催された指名・報酬諮問委員会4回の全てに出席し、客観的・中立的立場で当社の役員候補者の選定や役員報酬等の決定過程における監督機能を主導しております。
取締役 (監査等委員)	月岡 涼吾	当事業年度に開催された取締役会18回全てに出席し、また、監査等委員会13回全てに出席し、主に公認会計士及び税理士としての専門的見地から当社の会計、財務及び税務に係る事項に関する発言を行っております。また、指名・報酬諮問委員会の委員として、当事業年度に開催された指名・報酬諮問委員会4回の全てに出席し、客観的・中立的立場で当社の役員候補者の選定や役員報酬等の決定過程における監督機能を担っております。
取締役 (監査等委員)	飯田 耕一郎	当事業年度に開催された取締役会18回全てに出席し、また、監査等委員会13回全てに出席し、主に弁護士としての専門的見地から当社の法律に係る事項、コーポレート・ガバナンス、コンプライアンスに関する発言を行っております。

3 経営会議

当社では、原則として毎週1回経営会議を開催し、取締役会決議事項以外の重要な決議、各事業部門からの報告事項が上程され、審議等を行うことにより、経営の透明性を図っています。

議長	代表取締役社長 宮本貴志
構成員	取締役 原井義昭、取締役 菅井健太、取締役 坂本佑、取締役 池田洋一、取締役 山崎聡士 常勤監査等委員である社外取締役 長谷川哲造 常勤監査等委員である社外取締役 戸澤章 その他役員等が会議の進行のために必要と認めた従業員

4 会計監査人

当社は、有限責任監査法人トーマツと監査契約を締結し、会社法及び金融商品取引法に基づく監査を受けています。

5 指名・報酬諮問委員会

当社では、取締役の指名及び報酬等の決定プロセスに係る客観性及び透明性を確保し、コーポレート・ガバナンス体制の一層の強化を図ることを目的として、指名・報酬諮問委員会を設置しており、取締役の選解任、取締役の報酬体系及び個別配分に関する原案等についての諮問に対する答申を行っています。当事業年度においては、取締役の選解任方針及び取締役候補者の原案や、個人別の報酬等の決定方針及び報酬内容の原案に関する審議を行いました。

委員長	常勤監査等委員である社外取締役 長谷川哲造
構成員	代表取締役会長 馬場功淳、代表取締役社長 宮本貴志 社外取締役 柳澤孝旨 監査等委員である社外取締役 月岡涼吾

指名・報酬諮問委員会の審議事項

- 1 取締役の個人別の報酬等の内容に係る決定方針の原案
- 2 取締役の個人別の報酬等の内容の原案
- 3 前項を決議するために必要な基本方針等
- 4 取締役の選解任方針の作成
- 5 取締役の選解任の原案
- 6 その他、上記に付随して取締役会が必要と認めた事項

最近事業年度における指名・報酬諮問委員会の活動内容

活動日	名称	活動内容
2023年3月22日	指名・報酬諮問委員会	新任社外取締役候補者及び報酬についての協議
2023年6月20日	指名・報酬諮問委員会	取締役の報酬等の基本方針についての審議
2023年9月25日	指名・報酬諮問委員会	取締役候補者の原案及び報酬総額の審議
2023年10月18日	指名・報酬諮問委員会	取締役の個人別報酬額についての審議

サステナビリティを推進するガバナンス

取締役の指名・解任(不再任)に関する方針

取締役の指名・解任(不再任)の方針

指名方針

- 1 役割に応じた知識・経験・能力等を有し、取締役会がバランスの取れた構成となる人材
- 2 取締役としてふさわしい人格・識見を有し、事業の永続的な成長に寄与する人材
- 3 当社グループのフィロソフィーを理解・実践し、中長期的な企業価値の最大化に資する人材

解任(不再任)方針

- 1 法令及び定款に違反する行為又はその恐れのある行為があった場合
- 2 職務を適切に遂行することが困難と認められる場合
- 3 期待している機能を十分に発揮していないと判断される場合

上記方針に基づき、取締役・社外取締役の各々に求める複数の評価項目を策定し、各々への充足度合いを勘案し、選任する方針です。特に社外取締役については、会社経営、法律、会計、マーケティング、経営戦略等各専門的分野の知見を有する方、豊富な経験と幅広い見識を有する方を選任する方針です。加えて、取締役会の全体として加えたい分野、また多様性についても鑑み、当該候補者が当社取締役にふさわしいかを判断いたします。手続きとしては、指名の是非を指名・報酬諮問委員会に諮問の上、取締役会に上申、上記評価項目を審議し、決定します。

代表取締役の選任・解任(不再任)の方針

選任方針

- 1 リーダーシップに優れ、変化に対応できる人材
- 2 経営の意思決定を行う者として相応しい知識、経験、能力、決断力及び高い倫理観を有する人材

解任(不再任)方針

- 1 代表取締役として法令、定款、公序良俗等に違反する行為又はその恐れのある行為があった場合
- 2 重大な不祥事件等の発生に関し、代表取締役の責任が重いと判断される場合
- 3 当社グループの経営に著しい支障が生じる原因をつくったと認められる場合
- 4 健康上の理由等により、職務を適切に遂行することが困難と認められる場合
- 5 代表取締役の選任方針の要件を欠くことが明らかになった場合

報酬等の決定に関する基本方針

報酬等の決定に関する基本方針

取締役会では、指名・報酬諮問委員会の答申を踏まえ、取締役の報酬等の額の決定について、以下の通り基本方針を定めています。

- 1 同業他社の水準を踏まえ、優秀な人材を確保できる報酬であること
- 2 職責及び貢献に見合う報酬であること
- 3 企業価値の向上を促す報酬体系であること

報酬の構成

当社の役員報酬は固定報酬及び譲渡制限付株式報酬となっており、連結業績及び各取締役の職責・貢献等を総合的に勘案して金額を決定しています。当社の取締役(監査等委員である取締役を除く)の固定報酬に関する株主総会の決議年月日は2021年12月17日であり、年額300百万円以内(うち社外取締役50百万円以内)。ただし、使用人兼務取締役の使用人分給与を含まない。定款で定める取締役(監査等委員である取締役を除く)の員数は11名以内とする。当レポート提出日現在(10名)と決議しています。監査等委員である取締役の固定報酬に関する株主総会の決議年月日は2023年12月22日であり、年額50百万円以内(定款で定める監査等委員である取締役の員数は5名以内とする。当レポート提出日現在4名)と決議しています。また、当社の役員の譲渡制限付株式報酬に関する株主総会の決議年月日は2019年12月20日であり、取締役(社外取締役及び監査等委員である取締役を除く)に対する譲渡制限付株式に関する報酬として支給する金銭報酬額は、年額300百万円以内と決議しています。社外取締役及び監査等委員である取締役の報酬等は、独立性の確保の観点から、固定報酬のみであります。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)				対象となる 役員の員数 (名)
		固定報酬	譲渡制限付 株式報酬	業績連動 報酬	左記のうち、 非金銭報酬等	
取締役 (監査等委員を除く) (社外取締役を除く)	189	143	46	—	—	6
取締役 (監査等委員) (社外取締役を除く)	—	—	—	—	—	—
社外取締役	50	50	—	—	—	7

取締役紹介

2023年12月22日時点

馬場 功淳

代表取締役会長
チーフクリエイター



所有株式数 61,780,034株

宮本 貴志

代表取締役社長



所有株式数 53,246株

原井 義昭

取締役



所有株式数 38,757株

菅井 健太

取締役



所有株式数 155,794株

坂本 佑

取締役



所有株式数 27,882株

池田 洋一

取締役



所有株式数 23,247株

山崎 聡士

取締役



所有株式数 一株

柳澤 孝旨

社外取締役
(独立役員)



所有株式数 5,000株

ハロルド・
ジョージ・メイ

社外取締役
(独立役員)



所有株式数 一株

武田 雅子

社外取締役
(独立役員)



所有株式数 一株

重要な兼職 株式会社ZOZO 取締役副社長兼CFO
株式会社デジタルホールディングス 社外取締役

重要な兼職 アース製薬株式会社 社外取締役
株式会社サンリオ 顧問
アリナミン製薬株式会社 社外取締役
パナソニック株式会社 社外取締役
キュービー株式会社 顧問

重要な兼職 株式会社メンバーズ 専務執行役員CHRO

取締役紹介

監査等委員

長谷川 哲造

社外取締役
(独立役員)
常勤監査等委員



所有株式数 25,000株

戸澤 章

社外取締役
(独立役員)
常勤監査等委員



所有株式数 一株

月岡 涼吾

社外取締役
(独立役員)
監査等委員



所有株式数 一株

重要な兼職 月岡公認会計士事務所 所長

飯田 耕一郎

社外取締役
監査等委員



所有株式数 一株

重要な兼職 森・濱田松本法律事務所 パートナー
独立行政法人国民生活センター 紛争解決委員会
紛争解決委員

取締役のスキルマトリックス

氏名	取締役会 出席回数	企業経営	ゲーム 開発	当社が特に期待する分野				人事	グローバル感覚 国際性
				技術 研究開発	マーケティング ブランディング	財務・会計	法務 コンプライアンス		
馬場 功淳	18回/18回(100%)	●	●						
宮本 貴志	18回/18回(100%)	●			●			●	
原井 義昭	18回/18回(100%)					●			
菅井 健太	18回/18回(100%)		●	●			●		
坂本 佑	18回/18回(100%)		●						
池田 洋一	18回/18回(100%)		●	●					
山崎 聡士	—						●		
柳澤 孝旨	社外 18回/18回(100%)					●			
ハロルド・ ジョージ・メイ	社外 18回/18回(100%)	●			●			●	
武田 雅子	社外 —				●		●		
長谷川 哲造	社外 監査 18回/18回(100%)	●				●	●		
戸澤 章	社外 監査 —					●	●		
月岡 涼吾	社外 監査 18回/18回(100%)					●			
飯田 耕一郎	社外 監査 18回/18回(100%)						●	●	

※上記一覧表は、取締役の有する全ての知見や経験を表すものではありません。

11年間の財務・非財務ハイライト

9月30日に終了した会計年度	2013	2014	2015	2016 (連結)	2017 (連結)	2018 (連結)	2019 (連結)	2020 (連結)	2021 (連結)	2022 (連結)	2023 (連結)
経営成績(百万円)											
売上高	16,767	53,575	72,395	84,730	52,246	45,776	38,920	45,128	37,125	32,541	30,926
売上原価	8,522	22,160	29,609	37,442	28,449	28,357	26,409	24,275	24,108	22,704	21,523
売上総利益	8,244	31,414	42,786	47,288	23,796	17,418	12,511	20,853	13,016	9,836	9,402
販売費及び一般管理費	2,500	7,811	10,468	15,432	10,864	10,465	9,558	8,602	6,695	5,526	6,543
営業利益	5,744	23,603	32,317	31,855	12,932	6,952	2,952	12,250	6,320	4,310	2,858
経常利益	5,787	23,556	32,363	31,272	12,901	6,097	1,655	11,790	7,843	5,732	3,276
税金等調整前当期純利益(税引前当期純利益)	5,787	23,556	32,363	30,761	12,551	5,849	1,318	10,938	4,251	5,732	3,276
親会社株主に帰属する当期純利益(当期純利益)	3,156	13,024	19,436	20,710	8,691	4,192	1,070	7,977	3,047	2,414	1,893
財政状態(百万円)											
総資産	13,762	48,012	59,260	72,301	75,744	77,244	74,740	85,833	80,814	83,280	81,695
負債	5,886	17,728	15,665	10,152	6,451	6,619	5,307	10,053	5,063	6,705	5,460
純資産	7,876	30,284	43,594	62,149	69,293	70,625	69,433	75,779	75,751	76,575	76,234
資本金	1,582	6,274	6,328	6,384	6,433	6,491	6,510	6,536	6,556	6,587	6,610
キャッシュ・フロー(百万円)											
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,138	19,021	16,306	19,135	4,957	9,421	53	15,010	△3,104	3,637	1,159
投資活動によるキャッシュ・フロー	342	△1,087	△3,118	△6,501	△4,545	1,979	△2,768	△2,640	△10,588	△593	8,237
財務活動によるキャッシュ・フロー	2,137	9,325	△6,121	△2,452	△2,018	△2,518	△2,118	△2,780	△3,200	△2,538	△2,567
現金及び現金同等物の期末残高	8,317	35,584	42,638	52,556	51,409	60,400	55,822	65,308	49,052	50,914	58,167

11年間の財務・非財務ハイライト

9月30日に終了した会計年度	2013	2014	2015	2016 (連結)	2017 (連結)	2018 (連結)	2019 (連結)	2020 (連結)	2021 (連結)	2022 (連結)	2023 (連結)
1株当たり指標(円)											
1株当たり当期純利益(EPS)	27.20	107.65	157.70	166.92	69.32	33.08	8.40	62.45	23.82	18.84	14.76
1株当たり純資産(BPS)	66.54	245.07	354.50	499.07	551.34	555.65	544.53	592.81	591.86	597.24	594.26
1株当たり配当金(DPS)	—	10.00	16.00	17.00	21.00	17.00	17.00	25.00	20.00	20.00	20.00
財務指標(%)											
営業利益率	34.3	44.1	44.6	37.6	24.8	15.2	7.6	27.1	17.0	13.2	9.2
当期純利益率	18.8	24.3	26.8	24.4	16.6	9.2	2.7	17.7	8.2	7.4	6.1
総資本当期純利益率(ROA)	34.4	42.2	36.2	31.5	11.7	5.5	1.4	9.9	3.7	2.9	2.3
自己資本当期純利益率(ROE)	60.5	68.3	52.6	39.2	13.2	6.0	1.5	11.0	4.0	3.2	2.5
自己資本比率	57.2	63.1	73.6	86.0	91.5	91.4	92.9	88.3	93.7	91.9	93.3
配当性向	—	9.3	10.1	10.2	30.3	51.4	202.4	40.0	84.0	106.1	135.5
その他の指標(人)											
従業員数	306	450	753	1,181	1,248	1,283	1,368	1,565	1,449	1,348	1,277
単体合計	306	450	620	773	792	840	935	954	885	780	718
グループ各社合計	—	—	133	408	456	443	433	611	564	568	559

※四捨五入による若干の計算の差異があります。

※2013年6月1日付で1株を5株にする株式分割を、2013年10月1日付で1株を3株にする株式分割を行っています。このため、2013年9月期の期首に当該分割が行われたと仮定し、EPS及びBPSを算定しています。

※従業員数は就業員数(当社グループからグループ外への出向者を除き、グループ外から当社グループへの出向者を含む)を記載しています。

※グループ各社は、当社が発行済株式数の50%超を保有する会社となります。

※2016年9月期より連結財務諸表を作成しています。

連結貸借対照表

株式会社コロプラ及び連結子会社
9月30日時点

(単位:百万円)

	2022年9月期	2023年9月期
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	60,330	57,960
売掛金及び契約資産	4,910	4,733
営業投資有価証券	10,334	9,908
商品	106	74
仕掛品	419	362
貯蔵品	5	5
前払金	431	461
前払費用	460	673
その他	939	729
貸倒引当金	△21	△21
流動資産合計	77,917	74,889
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	2,095	2,146
減価償却累計額及び減損損失累計額	△413	△517
建物及び構築物(純額)	1,681	1,628
工具、器具及び備品	702	754
減価償却累計額及び減損損失累計額	△547	△608
工具、器具及び備品(純額)	154	146
建設仮勘定	1	5
有形固定資産合計	1,837	1,780
無形固定資産		
ソフトウェア	21	20
無形固定資産合計	21	20
投資その他の資産		
投資有価証券	1,473	2,833
関係会社株式	3	212
関係会社出資金	20	129
敷金及び保証金	1,717	1,654
繰延税金資産	133	120
その他	162	55
貸倒引当金	△6	△0
投資その他の資産合計	3,503	5,004
固定資産合計	5,363	6,805
資産合計	83,280	81,695

(単位:百万円)

	2022年9月期	2023年9月期
負債の部		
流動負債		
買掛金	68	67
未払金	2,239	2,226
未払費用	602	610
未払法人税等	1,923	380
未払消費税等	100	183
前受金	452	574
預り金	231	228
その他	75	56
流動負債合計	5,694	4,327
固定負債		
資産除去債務	727	745
繰延税金負債	259	361
その他	23	26
固定負債合計	1,011	1,133
負債合計	6,705	5,460

(単位:百万円)

	2022年9月期	2023年9月期
純資産の部		
株主資本		
資本金	6,587	6,610
資本剰余金	6,328	6,350
利益剰余金	67,028	66,358
自己株式	△4,645	△4,645
株主資本合計	75,299	74,673
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,083	1,206
為替換算調整勘定	186	348
その他の包括利益累計額合計	1,269	1,555
非支配株主持分	6	5
純資産合計	76,575	76,234
負債純資産合計	83,280	81,695

連結損益計算書 株式会社コロプラ及び連結子会社 9月30日に終了した会計年度

(単位:百万円)

	2022年9月期	2023年9月期
売上高	32,541	30,926
売上原価	22,704	21,523
売上総利益	9,836	9,402
販売費及び一般管理費	5,526	6,543
営業利益	4,310	2,858
営業外収益	1,860	926
営業外費用	438	508
経常利益	5,732	3,276
税金等調整前当期純利益	5,732	3,276
法人税、住民税及び事業税	2,232	1,352
法人税等調整額	1,085	31
法人税等合計	3,318	1,383
当期純利益	2,414	1,892
親会社株主に帰属する当期純利益	2,414	1,893

連結キャッシュ・フロー計算書 株式会社コロプラ及び連結子会社 9月30日に終了した会計年度

(単位:百万円)

	2022年9月期	2023年9月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,637	1,159
投資活動によるキャッシュ・フロー	△593	8,237
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,538	△2,567
現金及び現金同等物に係る換算差額	1,355	423
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	1,861	7,253
現金及び現金同等物の期首残高	49,052	50,914
現金及び現金同等物の期末残高	50,914	58,167

コロプラグループ



会社名	株式会社コロプラネクスト
設立	2015年2月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 山上 慎太郎
事業内容	投資事業

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社リアルスタイル
設立	2008年6月
所在地	東京都品川区南大井6-24-6 DAITOビル
代表者	代表取締役社長 菅井 健太
事業内容	スマートフォン、タブレット向けネイティブアプリの企画、開発、運営。PC、携帯電話向けブラウザゲームの企画、開発、運営

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社ピラミッド
設立	2001年9月
所在地	東京都渋谷区渋谷3-3-2 アーバンセンター渋谷イースト
代表者	代表取締役社長 柏木 准一
事業内容	コンシューマーゲーム、ソーシャルゲーム、アーケードゲーム等の企画開発業務及びゲーム関連のシナリオ及びグラフィック制作業務

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社360Channel
設立	2015年11月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 小松 恵司
事業内容	360度動画関連事業、総合XRプロデュース事業、メタバース事業

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社エイティング
設立	1993年3月
所在地	東京都品川区南大井6-21-12 大森プライムビル
代表者	代表取締役社長 鮫島 保彦
事業内容	家庭用ゲーム機及びスマートデバイス向けゲームコンテンツの企画・開発・運営

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社MAGES.
設立	2011年6月
所在地	東京都港区三田3-13-16 三田43MTビル6階
代表者	代表取締役社長 本荘 健吾
事業内容	ゲームソフトウェアの企画・開発、楽曲制作、番組制作

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社Brilliantcrypto
設立	2022年9月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 馬場 功淳
事業内容	ブロックチェーン技術または暗号資産、NFTを活用したGameFiなどのサービスの開発及び配信

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社クマの音楽隊
設立	2015年11月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 沼田 知己
事業内容	音楽著作権の管理、音楽著作物の利用の開発、CD・ビデオ等の原盤の企画及び制作

会社・株式情報 2023年9月30日時点

会社情報

会社名	株式会社コロプラ
設立	2008年10月1日
所在地	〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
資本金	資本金 6,610百万円
従業員数	718名(グループ全体 : 1,277名)

株式状況

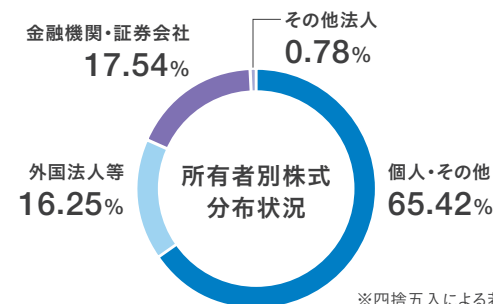
証券コード	3668
決算期	9月30日
発行可能株式総数	450,000,000株
単元株式数	100株
総株主数	30,237名
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社

※グループ全体とは、当社が発行済株式数の50%超を保有する会社の従業員数を含んだ合計となります。
 ※従業員数は就業員数(当社グループからグループ外への出向者を除き、グループ外から当社グループへの出向者を含む)を記載しています。

大株主の状況

株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
馬場 功淳	61,780,034	48.16
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	10,539,000	8.22
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,710,800	7.57
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	7,550,600	5.89
THE BANK OF NEW YORK 133612 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	3,130,800	2.44
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	886,700	0.69
BNP PARIBAS SYDNEY/ 2S/ JASDEC/ AUSTRALIAN RESIDENTS (常任代理人 香港上海銀行東京支店 カストディ業務部)	786,400	0.61
MLJ FOR CLIENT GENERAL NON TREATY - PB (常任代理人 BOFA証券株式会社)	700,000	0.55
THE HONGKONG AND SHANGHAI BANKING CORPORATION LTD - SINGAPORE BRANCH PRIVATE BANKING DIVISION A/ C CLIENTS (常任代理人 香港上海銀行東京支店 カストディ業務部)	700,000	0.55
株式会社SBI証券	649,358	0.51

※当社は、自己株式を1,778,684株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
 ※持株比率は、自己株式を控除して計算しております。



※四捨五入による若干の計算の差異がございます

Webサイトのご案内

コロプラの会社情報やサービスなど、さまざまな情報を公式サイトで発信しています。



コロプラ公式サイト

[サイトはこちら](#)



IRページ

[サイトはこちら](#)



サステナビリティページ

[サイトはこちら](#)

SNS・メディア一覧

コロプラグループの最新情報を発信しています。

X

コーポレートアカウント



株式会社コロプラ
@colopl_pr

サイトはこちら



株式会社コロプラ 採用
@ColoplRecruit

サイトはこちら



株式会社Brilliantcrypto
@Brypto_JP

サイトはこちら



株式会社コロプラネクスト
@coloplnext

サイトはこちら



株式会社ピラミッド
@Pyramid_inc_net

サイトはこちら



株式会社エイティング 採用
@8ing_saiyo

サイトはこちら



株式会社MAGES.
@PR_MAGES

サイトはこちら



公益財団法人 クマ財団
@kuma_foundation

サイトはこちら



株式会社360Channel
@360ch

サイトはこちら

Facebook



株式会社コロプラ
@coloplinc

サイトはこちら



株式会社コロプラ採用
@coloplrecruit

サイトはこちら



株式会社エイティング 採用
@8ing.saiyo

サイトはこちら



株式会社MAGES.
@MAGESINC

サイトはこちら




その他SNSなど、最新の情報は下記からご覧ください。

ソーシャルメディア公式アカウント一覧

サイトはこちら



お問い合わせ先
株式会社コロプラ 広報IR部 IRグループ

 [お問い合わせ先はこちらから](#)