

2024年8月期 第2四半期 決算説明資料

2024年4月15日（月）



楽しいね！を、世界中の日常へ。

ワンダープラネット株式会社

証券コード

4199

東証グロース



1. コーポレートサマリー	4
2. 2024年8月期2Q 決算概要	8
3. 今後の事業の取り組み	16
4. 2024年8月期 通期見通し	24
5. Appendix. 会社概要	27
6. Appendix. 業績指標等	35



1 | 2024年8月期2Qは営業利益68百万円、前期比で黒字転換、前四半期比で増益

- 2024年8月期2Qの売上高614百万円 (YoY ▲23.0%)、営業利益68百万円 (YoY 黒字転換)
- 営業利益は前期比で黒字転換、前四半期比で増益となり黒字推移を維持
 - ・ 「クラフィ」日本版好調で大きく利益貢献
 - ・ 「ジャンプチ」はサービス終了公表に伴い利益貢献なし
 - ・ その他「クラフィ」海外版サービス終了に伴う収益認識、継続的な費用削減効果も利益貢献

2 | 2024年8月期は前期に引き続き通期での営業黒字を想定

- 今後の事業の方向性や取り組みは、3「今後の事業の取り組み」で後述
- 新規タイトル開発は計3本が進捗中、年1本程度を目処とした新規リリースに取り組む



コーポレートサマリー





会社名

ワンダープラネット株式会社 / WonderPlanet Inc.

所在地

[名古屋本社] 愛知県名古屋市中区錦3-23-18 ニューサカエビル5F

[東京オフィス] 東京都千代田区神田錦町2-2-1 WeWork KANDA SQUARE 11F

ミッション

楽しいね！を、世界中の日常へ。

事業内容

エンターテインメントサービス事業

設立

2012年9月3日（10月1日創業）

代表者

代表取締役社長CEO 常川 友樹

従業員数

153名（2024年2月末時点）



2012年、ゲームメーカーやスタートアップの存在が希少な街、
名古屋に、私たちは産声をあげました。

ゲームづくり未経験の開発者たちが集い、
夢と情熱だけを頼りに、何度も失敗や危機を乗り越えながら、
一步一步、着実に成長してきました。

そんな私たちの社名は、
Worldwide / Nagoya / Developer / Play / Amazing / Network
を組み合わせた造語、WonderPlanet。

創業からの想いを初志貫徹すべく、
世界中へ、名古屋から生まれた開発チームが、
遊びどころあふれる驚きとワクワクを、広げていく。
そんな想いがこめられています。



楽しいね!を、 世界中の 日常へ。

私たちの使命は、世界中の一人でも多くの人々の日常に、家族や友達と「楽しいね!」と笑いあえるひとときを届けることです。

国・言語・文化・年齢・性別などあらゆる壁を越えて誰もが楽しめるプロダクト・サービスを創り、コミュニケーションを通じた「笑顔」を世界の隅々まで広げていきます。



2024年8月期2Q 決算概要



2024年8月期2Qは前期比で減収も営業黒字転換、2Q累計の営業利益は132百万円

	2Q (2023/12~2024/2)	2Q累計 (2023/9~2024/2)
売上高	<p>614 百万円</p> <p>QoQ ▲2.0% YoY ▲23.0%</p>	<p>1,240 百万円</p> <p>YoY ▲23.9%</p>
営業利益	<p>68 百万円</p> <p>QoQ +6.8% YoY 黒字転換</p>	<p>132 百万円</p> <p>YoY 黒字転換</p>
主な増減要因	<p>▶ 売上高 【増加要因】 「クラフィ」日本版が好調に推移 新規タイトル開発にかかる売上高は堅調に推移 【減少要因】 「ジャンプチ」サービス終了公表に伴う影響</p> <p>▶ 営業利益 【増加要因】 「クラフィ」日本版が好調で大きく利益貢献 「クラフィ」海外版サービス終了に伴う収益認識、費用削減効果 【減少要因】 「ジャンプチ」サービス終了公表に伴う影響</p>	

「クラフィ」 キャンペーン等を実施し堅調に推移、1Q比で増収増益で進捗

- ・ 23/12-24/1に8.5周年キャンペーン実施
- ・ 24/1-2に『初音ミク』コラボ実施

「ジャンプチ」 サービス終了公表に伴い利益貢献なし

2023年12月のサービス終了公表以降、利益貢献なし

「新規開発」 3本の新規タイトル開発が進捗中

- ① コンシューマー系ゲーム開発会社との共同事業タイトル
- ② 協業先との有力IPタイトル
- ③ 協業先との有力IPタイトル



※ 「クラフィ」海外版は2023年12月にサービス終了。

2Qは1Qに引き続き、各利益ともに黒字での着地

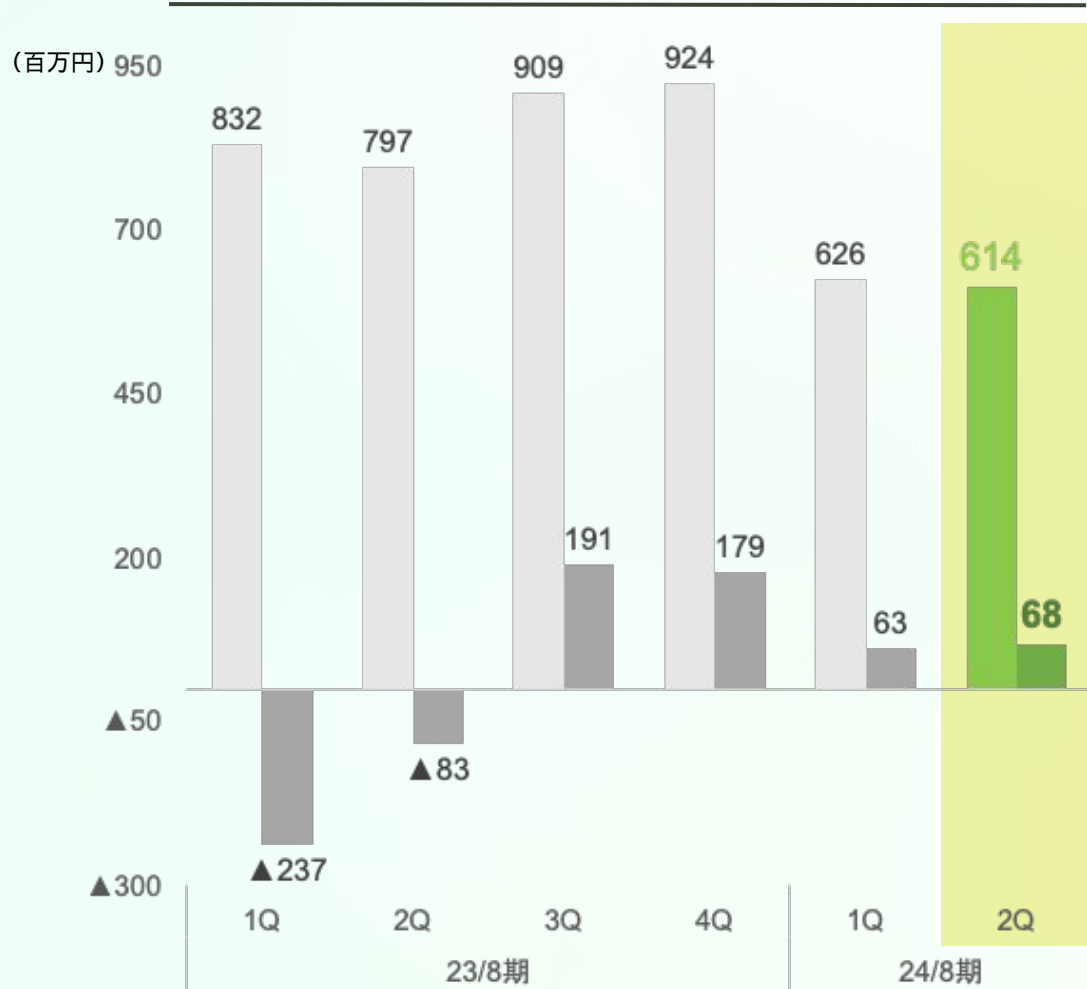
(百万円)	1Q	2Q (2023/12~2024/2)			2Q累計 (2023/9~2024/2)			23/8期 通期
		24/8期	QoQ 増減額 増減率	YoY 増減額 増減率	24/8期	23/8期	YoY 増減額 増減率	
売上高	626	614	▲12 ▲2.0%	▲183 ▲23.0%	1,240	1,629	▲389 ▲23.9%	3,464
営業利益	63	68	+4 +6.8%	+151 黒転	132	▲320	+453 黒転	49
(営業利益率)	10.2%	11.1%	+0.9%	-	10.7%	-	-	1.4%
経常利益	62	66	+4 +6.4%	+160 黒転	129	▲334	+463 黒転	28
(経常利益率)	10.0%	10.9%	+0.9%	-	10.4%	-	-	0.8%
純利益	16	89	+72 +439.5%	+200 黒転	105	▲349	+455 黒転	▲236
(純利益率)	2.6%	14.5%	+11.9%	-	8.5%	-	-	-

※ 24/8期2Q累計で21百万円の法人税等調整額を計上、キャッシュ・フローへの影響はなし

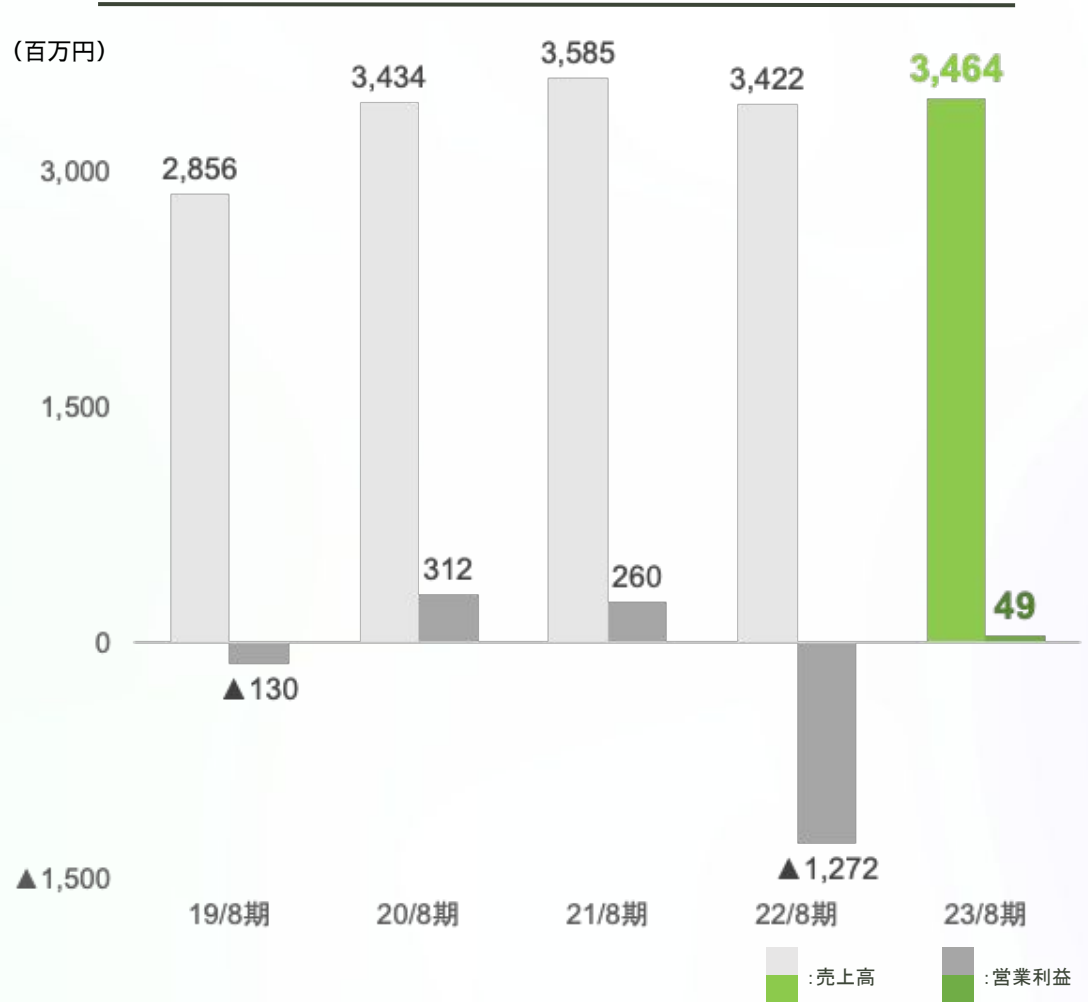


2023年8月期3Q以降、4四半期連続で営業黒字を継続

四半期業績



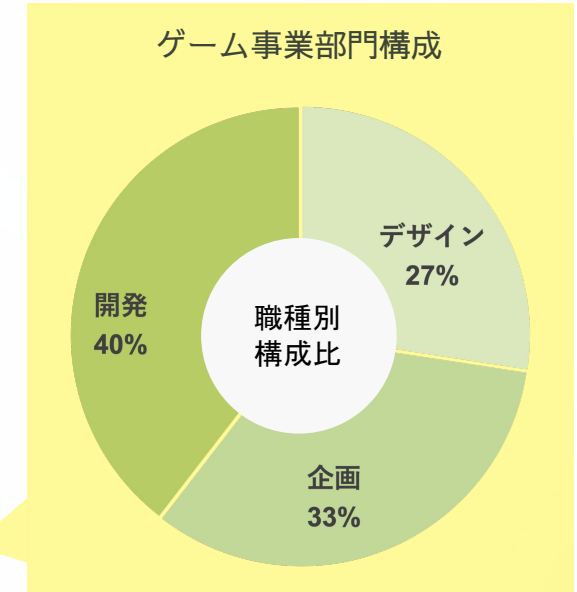
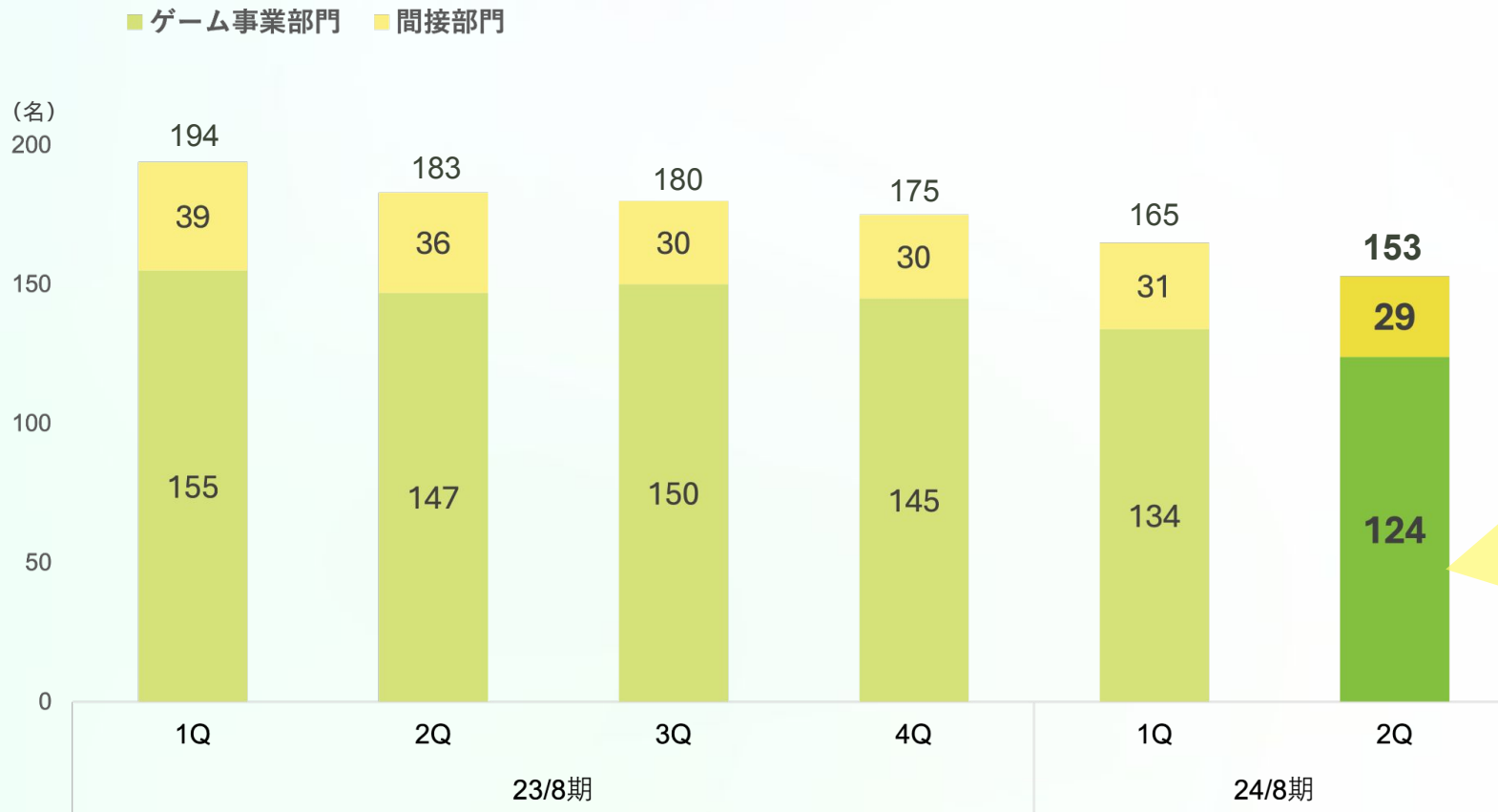
通期業績



2Qの会社全体のコストは前期の費用削減後の水準を維持



2Qは「クラフィ」好調に伴い支払手数料が1Q比で増加も、コスト全体は1Q比で17百万円減少。
3Qは新規開発の進捗による一部開発費用の増加を想定もコスト全体でコントロールに努める。



※「従業員数」は臨時従業員（アルバイト、他社からの派遣社員、業務委託）を含んでおりません。
 ※23/8期末より現状の組織体制に準じオフィス単位から事業部門（職種）単位への集計に変更しました。

2Q末の従業員数は1Q比で12名減少の153名。一部運営タイトルの体制縮小による組織最適化は2Qで概ね完了し、以降は事業運営の進行に影響ない範囲で体制を維持する見通し。

(百万円)	2024/2末	2023/8末	増減額	主な増減要因などの備考
現金及び預金	981	1,029	▲48	
流動資産	1,364	1,662	▲298	減少：売掛金の減少、現預金の減少
有形固定資産	20	18	+1	
無形固定資産	221	256	▲34	減少：運営権の償却
投資その他の資産	102	124	▲21	減少：繰延税金資産の減少
固定資産	343	398	▲55	減少：運営権の償却、繰延税金資産の減少
資産合計	1,708	2,061	▲353	
社債 ・1年内償還予定の社債含む	365	494	▲129	減少：償還
長期借入金 ・1年内返済予定の長期借入金含む	305	425	▲120	減少：借入金の約定返済
負債合計	973	1,432	▲458	
純資産合計	735	629	+105	増加：四半期純利益の計上
負債純資産合計	1,708	2,061	▲353	



今後の事業の取り組み



インフレ加速による可処分所得の減少や巣ごもり需要からの反動で
2022年は成長後の調整局面に入るも、世界のゲームプレイヤー数は低下しておらず
2023年以降は再び成長軌道に戻る予測

世界ゲーム市場全体

23.8兆円
(2022年)

世界モバイルゲーム市場

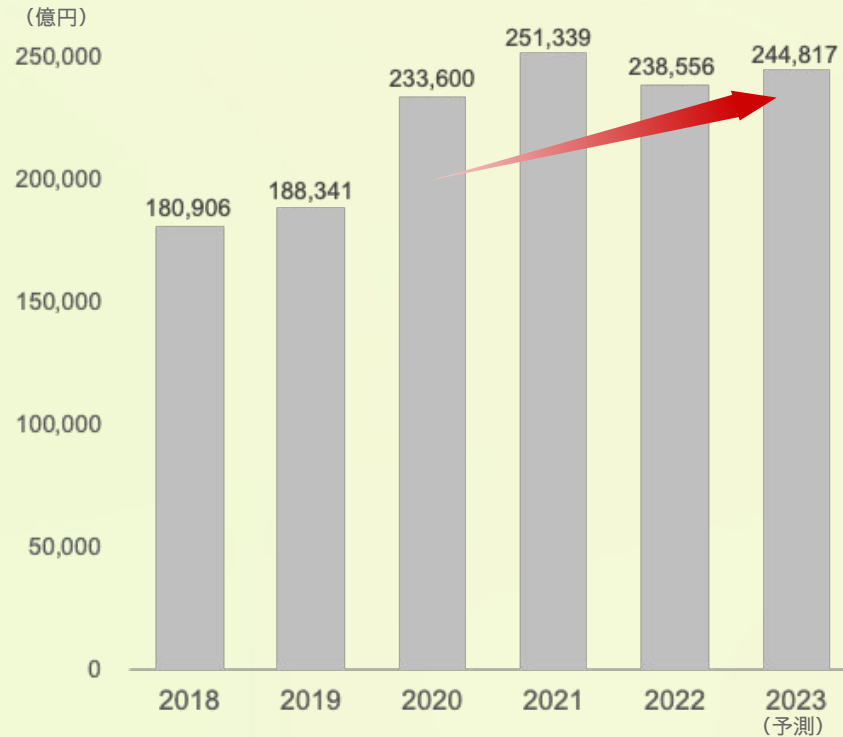
当社がシェア拡大を
目指す市場

8.9兆円
(2022年)

日本モバイルゲーム市場

1.2兆円
(2022年)

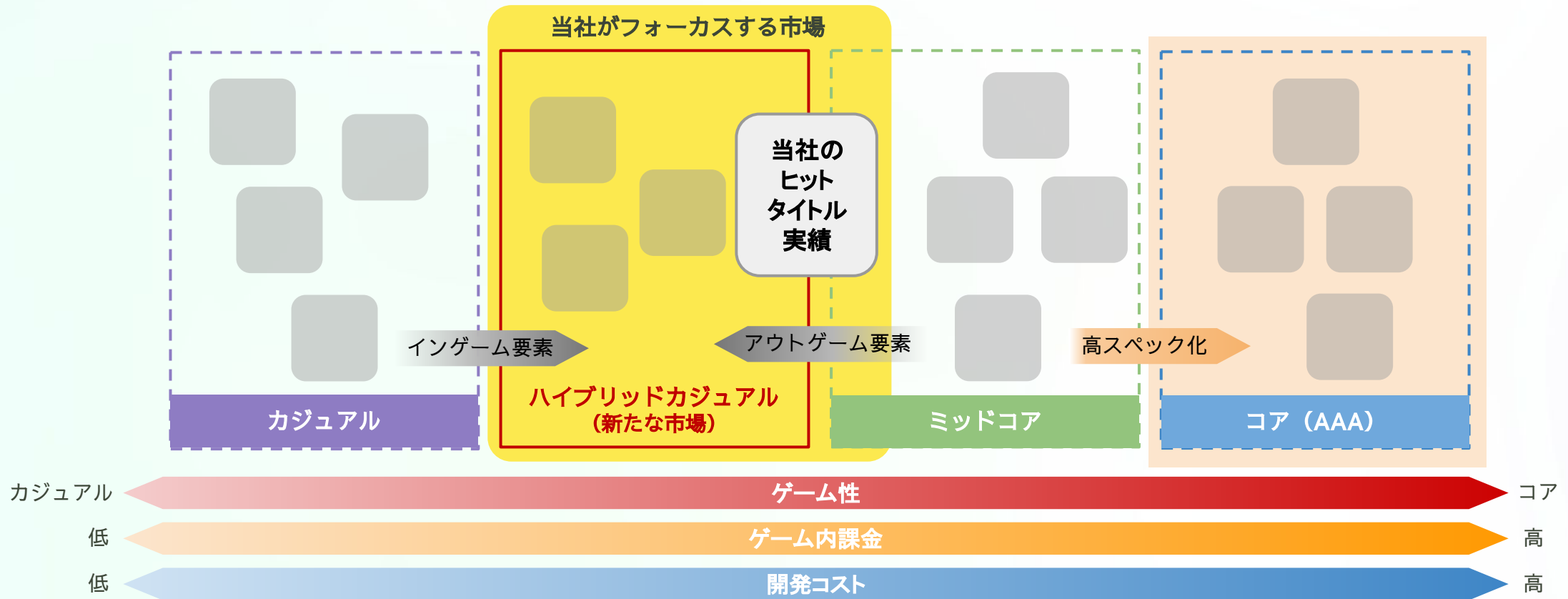
2022年の市場は減少したがコロナ前と比較して市場規模自体は拡大



(出典) 日本モバイルゲーム市場、世界モバイルゲーム市場: 角川アスキー総合研究所「ファミ通モバイルゲーム白書2」、「ファミ通モバイルゲーム白書2023」をもとに当社作成
世界ゲーム市場全体 newzoo「Global Games Market Report 2018」~「Global Games Market Report 2023」から各年の市場規模を2022年年間TTB平均1\$=130.43円を使用して当社作成

モバイルゲーム市場は「二極化」が進む中、当社は『ハイブリッドカジュアル』にフォーカス

- 開発費が数十億円以上のコアなAAAタイトルが台頭し、開発費10億円前後のミッドコアゲームがヒット
困難な市場環境に変化
- 一方で『ハイブリッドカジュアル（アプリ内課金+アプリ内広告マネタイズによる長期運営型カジュアルゲーム）』と呼ばれるモバイルゲーム内の新たな市場が立ち上がり、今後もグローバルで拡大する見込み





ハイブリッドカジュアルゲームとは？

IAP(アプリ内課金)+IAA(アプリ内広告)のハイブリッドマネタイズモデルの長期運営型スマホゲーム

特性 ～長期運営型～

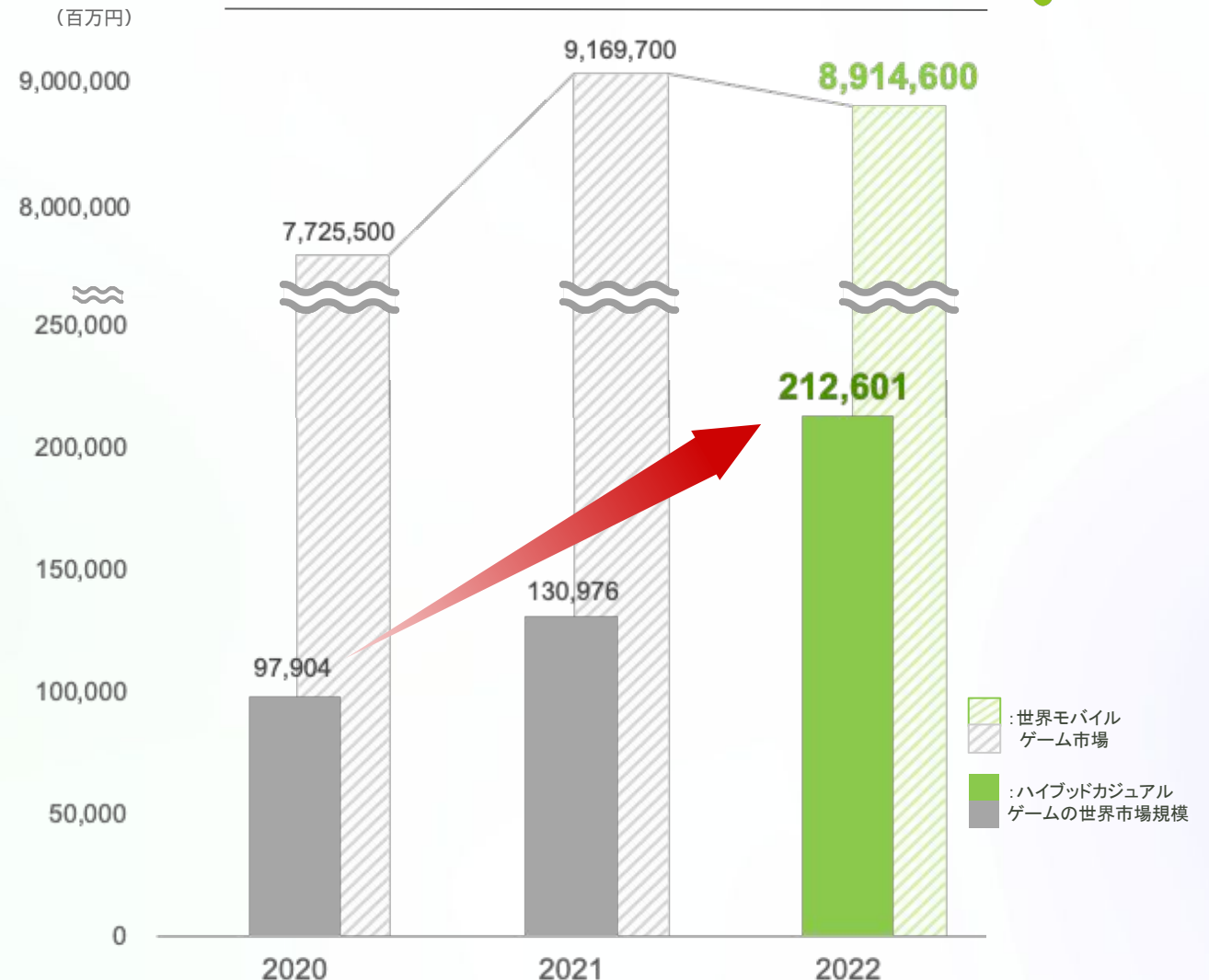
- ・インゲームだけで遊べる要素に加え、アウトゲーム要素を合わせ持つゲーム特性
- ・カジュアルゲームに比べ**プレイ時間が長い**傾向
- ・カジュアルゲームに比べ**ユーザー継続率が高い**傾向
- ・開発コストはミッドコアに比べ**低い**傾向

▶ 長期運営実績をもつ当社の強みを活かす

世界市場規模 ～2022年で約2,100億円～

ハイブリッドカジュアルゲームの世界市場規模は、世界モバイルゲーム市場が成長後の調整局面に入る中でも、2022年には2020年に比べ**約2倍の規模**へ成長

世界のモバイルゲームとハイブリッドカジュアル市場規模



(出典) モバイルハイブリッドカジュアルゲームの世界AP収益: Sensor Tower「2023年モバイルハイブリッドカジュアルゲーム市場インサイト」をもとに2022年年間TTB平均1\$=130.43円を使用して当社作成
世界モバイルゲーム市場規模: 角川アスキー総合研究所「ファミ通モバイルゲーム白書22」、「ファミ通モバイルゲーム白書23」をもとに当社作成

世界ハイブリッドカジュアル領域で重要なファクターとなる
『カジュアル』×『長期運営』×『グローバル』×『IP活用』は積み上げた実績を活用
現在開発中の新規タイトルで今後のシェア獲得を目指す

創業来、10年以上にわたる
一貫したタイトル開発・運営



当社が積み上げた
強みやノウハウ

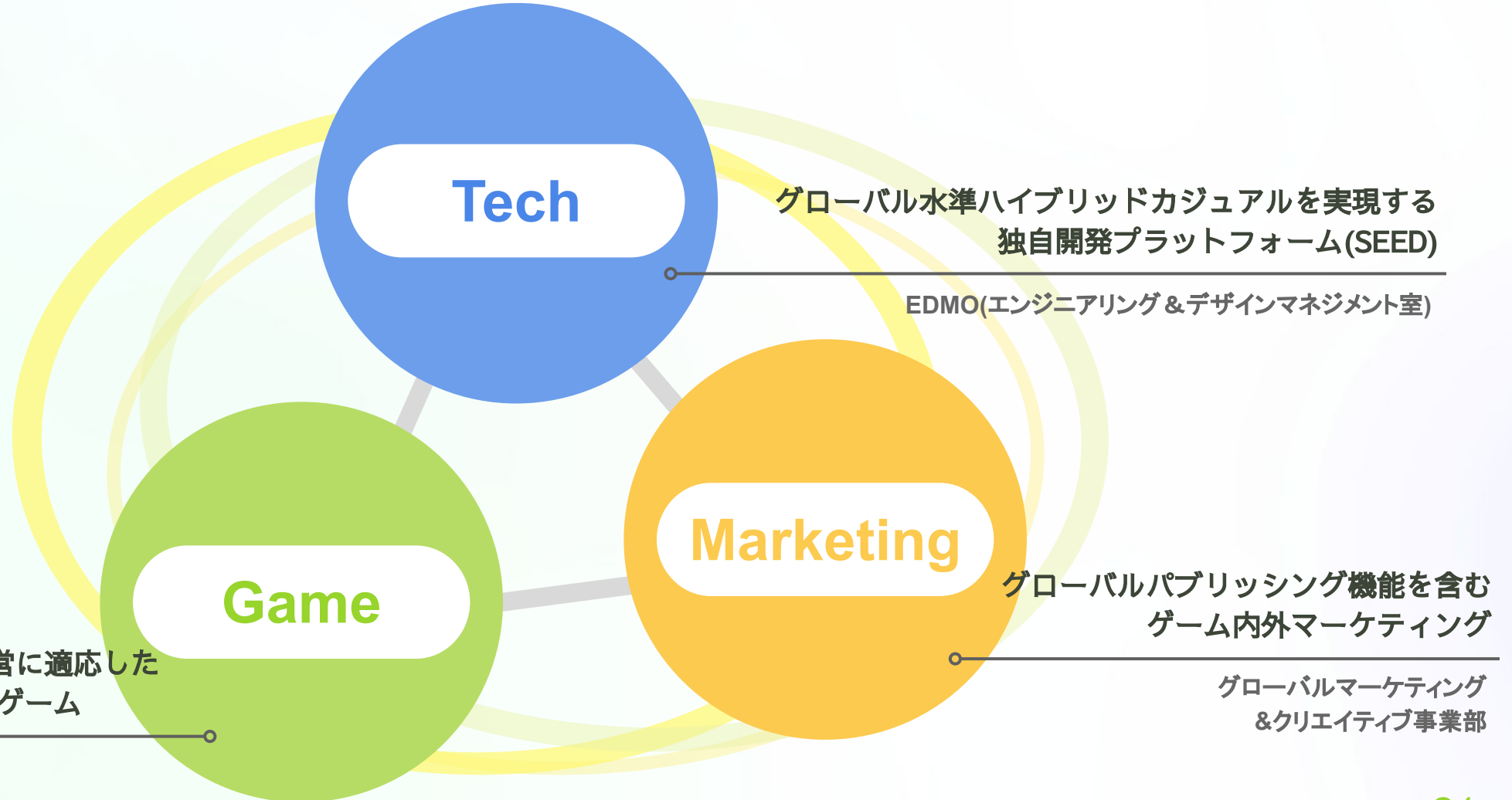


世界ハイブリッドカジュアル
領域でも重要なファクター

フォーカス

急拡大する
世界ハイブリッドカジュアル領域
でのシェア獲得を目指す

機能別専門性の高い各部署が全社横断で連携することで、
グローバル水準ハイブリッドカジュアルの効率的な開発・運営が可能



項目

注力分野と概要

新規タイトル
開発

今後の新規開発タイトルは計3本が進捗中

- コンシューマー系ゲーム開発会社との共同事業新規タイトルの開発に引き続き注力
- 今後の新規タイトルはハイブリッドカジュアルにフォーカスし、直近では協業タイトル、IPタイトルに絞り新規開発ラインを構築中
- 将来的にはオリジナルのハイブリッドカジュアルタイトル開発を目指す

独自開発基盤

当社独自のハイブリッドカジュアル基盤『SEED(シード)』を構築中

- ハイブリッドカジュアルの開発・運営に必要な機能を有する当社独自の開発基盤によって、新規タイトル開発時の効率化や期間短縮が可能となる基盤を構築中



新規タイトル開発は計3本が進捗中、
年1本程度を目処とした新規リリースに取り組む

開発中①

コンシューマー系
ゲーム開発会社との
共同事業タイトル

開発中②

協業先との
有力IPタイトル

開発中③

協業先との
有力IPタイトル



2024年8月期 通期見通し



3Qは前期比で「ジャンプチ」サービス終了による減収、
一部開発費用増加を見込むものの、引き続き通期での営業黒字の想定に変更なし

24/8期3Q
売上高

- ▶ 前期の「ジャンプチ」周年イベント実施や一部開発費用の一時的な売上計上による影響で、前期比・2Q比ともに減収を想定
「クラフィ」はコラボなどを計画するが2Q比で減収を想定
〈クラフィ〉 24/3-4 『CHUNITHM』 コラボ開催

24/8期3Q
営業利益

- ▶ 2Q比で減収、一部開発費用増を考慮も通期での営業黒字維持を目指す
〈コスト総額〉 開発進捗に応じて一部開発費用増加を見込み、2Q比で増加を想定

※「ジャンプチ」は2024年3月27日でサービス終了しております。詳細につきましては、2023年12月20日公表の『主要取引先とのサービス終了に伴う事業提携契約終了に関するお知らせ』をご参照ください。

※公表日時点の各タイトルの公開情報に沿って記載しておりますので、記載されていないイベントも予定しております。



2024年8月期通期は前期比で減収も営業黒字を想定

2024年8月期における見通しは以下のとおりです。

売上高・営業利益の見通し

- ・「ジャンプチ」のサービス終了はあるものの、通期で営業黒字の想定は変わらず
- ・「クラフィ」はKPIの緩やかな減衰を見込み、売上高は前期比減収を想定しているものの、前期に実施した運営体制の適正化により継続した利益貢献を見込む。

「新規開発」の見通し

今後の新規開発タイトルは計3本が進捗中。

※ コンシューマー系ゲーム開発会社との共同事業新規タイトルなど各新規タイトルのリリース時期は精査中

2024年8月期の業績予想は非開示とする方針

会社全体では、前期に引き続き、通期での営業黒字化を目指す方針。期間の経過等により、適正かつ合理的な業績予想を行うことが可能になり次第、業績予想を速やかに開示することといたします。



Appendix. 会社概要





クラッシュフィーバー (クラフィ)

- ・ 日本版 (2015/7~)
- ・ 繁体字版 (2016/5~2023/12) ※サービス終了
- ・ 英語版 (2016/10~2023/12) ※サービス終了



ジャンプチヒーローズ (ジャンプチ)

- ・ 日本版 (2018/3~) ※2024年3月27日サービス終了
- ・ 繁体字版 (2019/6~) ※2024年3月27日サービス終了

新規開発ライン

- ・ コンシューマー系ゲーム開発会社との共同事業新規タイトル
- ・ 協業先との有力IPタイトル2本

進行中

2015/7~

2018/3~

2022/7~

アリスフィクション (アリフィ)

- ・ 世界同時運営 (2022/7~) ※2023年9月以降に新規コンテンツ追加終了

2021/6

東証マザーズ上場
(現東証グロース市場)

2015/12

東京オフィス開設

2012/9

会社設立



代表取締役社長CEO
常川 友樹

2012年
当社設立、
代表取締役社長就任
(現任)



取締役CPO
鷺見 政明

2012年
当社入社

2016年
当社執行役員就任

2021年
当社取締役就任
(現任)



取締役CGO
久手堅 憲彦

2011年
Zynga Japan株式会社
入社

2013年
当社取締役就任 (現任)



取締役CFO
佐藤 彰紀

2008年
株式会社大和総研入社

2016年
当社取締役就任 (現任)

日本証券アナリスト
協会検定会員



取締役会長
石川 篤

1998年
株式会社サイバーエージェ
ント入社

2005年
ウノウ株式会社
代表取締役副社長就任

2013年
当社取締役就任 (現任)

社外

和田 洋一



1984年
野村證券株式会社入社

2003年
株式会社スクウェア・エニックス
代表取締役社長就任

2016年
当社取締役就任 (現任)

社外

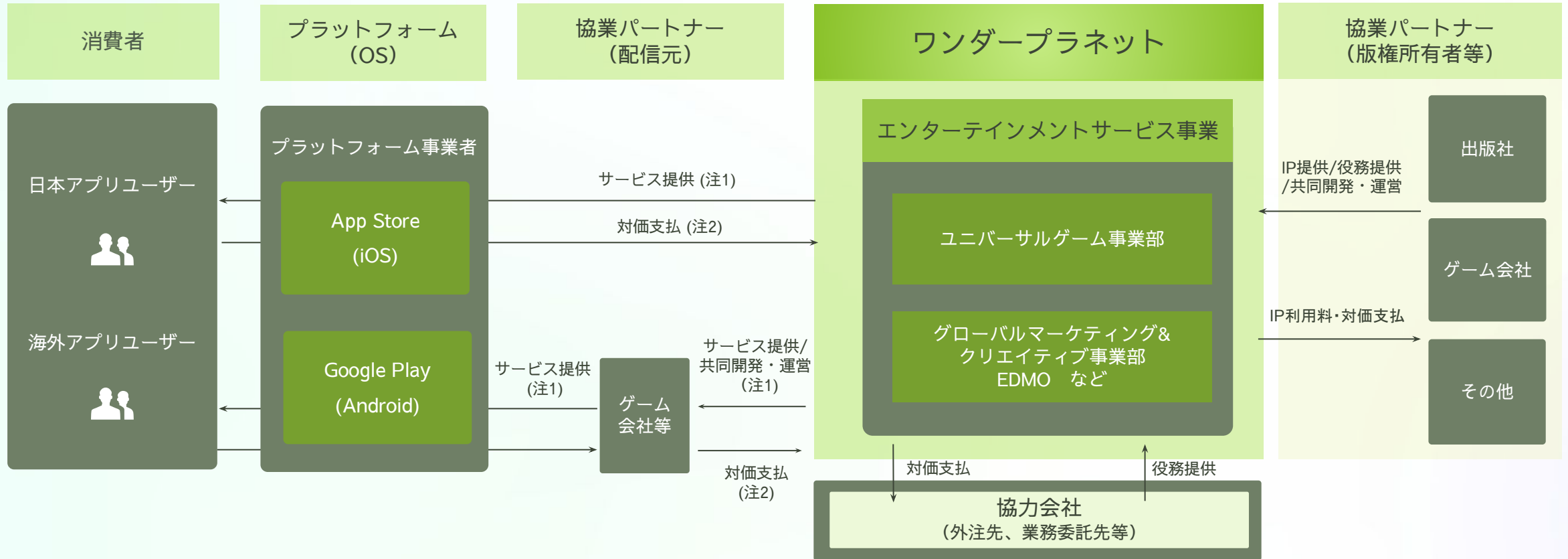
手嶋 浩己



1999年
株式会社博報堂入社

2006年
株式会社インタースパイア (現 ユナ
イテッド株式会社) 取締役副社長就任

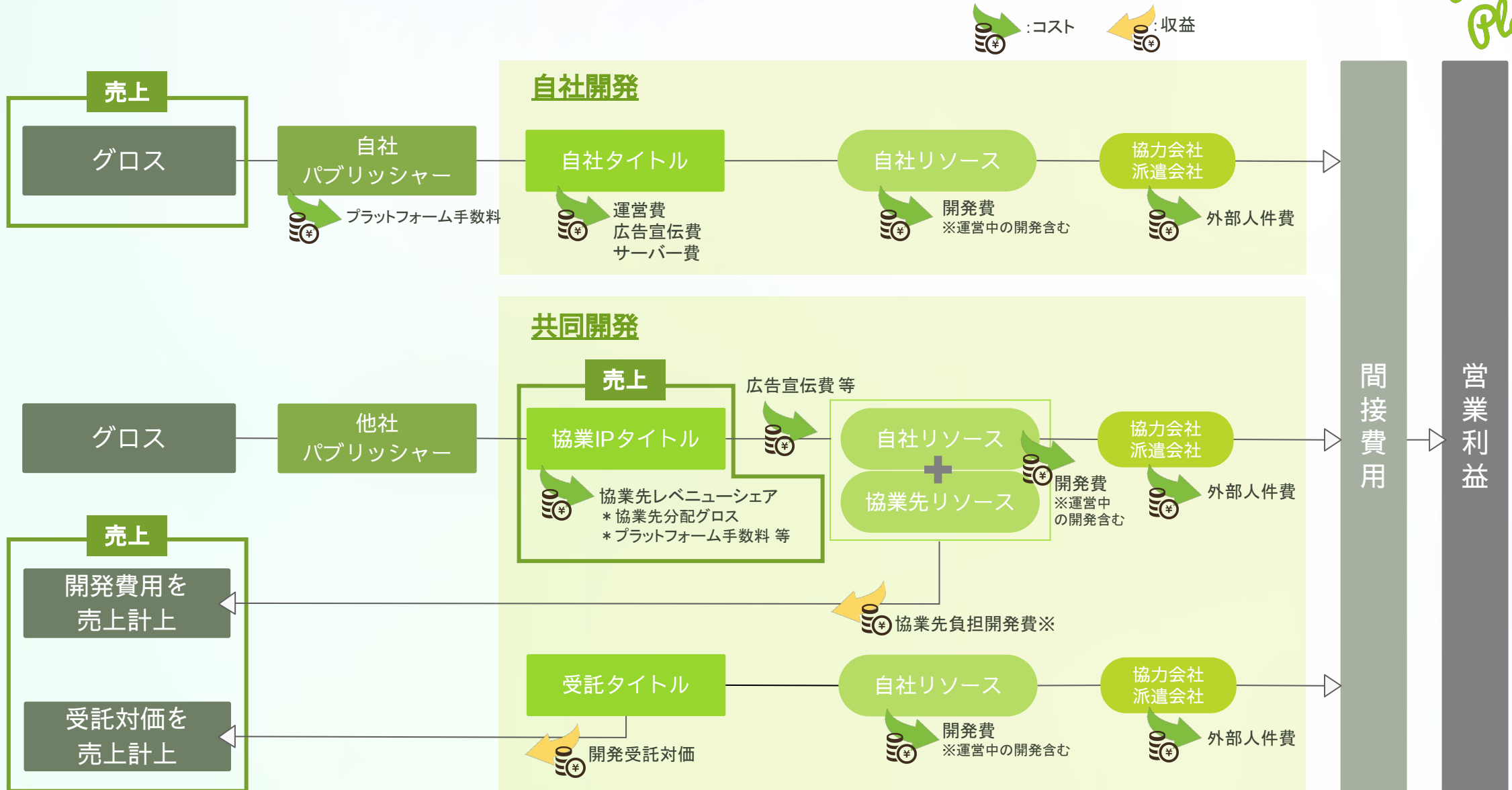
2018年
当社取締役就任 (現任)
XTech Ventures株式会社代表取締役
就任 (現任)



(注) 1. ユーザーへの提供は、当社がプラットフォームを通じて直接ユーザーにサービス提供を行う場合と、協業パートナーを通じて行う場合があります。
 2. ユーザーが購入したアイテム等の代金のうちプラットフォーム利用にかかる手数料や協業パートナーへの収益分配額を控除した金額や、受託開発タイトルの対価を受領する場合があります。

自社開発や協業パートナーと協力し、国内外へと事業を展開しています。

収益モデル



※開発負担金を費用計上するパターンもあります。



自社開発タイトル（オリジナル）

タイトル名	クラッシュフィーバー
累計ダウンロード数	世界合計 1,400 万ダウンロード (2022年10月時点)
パブリッシャー	ワンダープラネット
ライセンス	当社オリジナルIP
概要	<ul style="list-style-type: none">・ジャンル：ブッ壊し！ポップ☆RPG・2015年7月のリリースから運営9年目と長期運営中



自社開発タイトル (IP)

タイトル名	ジャンプチヒーローズ
累計ダウンロード数	世界合計 2,300万ダウンロード (2023年8月)
パブリッシャー	LINEヤフー ※当社は手数料等を控除後のネット売上高=PL売上高と会計処理
ライセンス協業	集英社 LINEヤフー
概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ジャンル：友情・努力・勝利！体感プチプチRPG ・漫画キャラクターの登場数が世界最多認定（19/12）

※2023年12月20日公表の『主要取引先とのサービス終了に伴う事業提携契約終了に関するお知らせ』のとおり、2024年3月27日に本タイトルのサービスは終了しました。



自社開発タイトル（オリジナル）

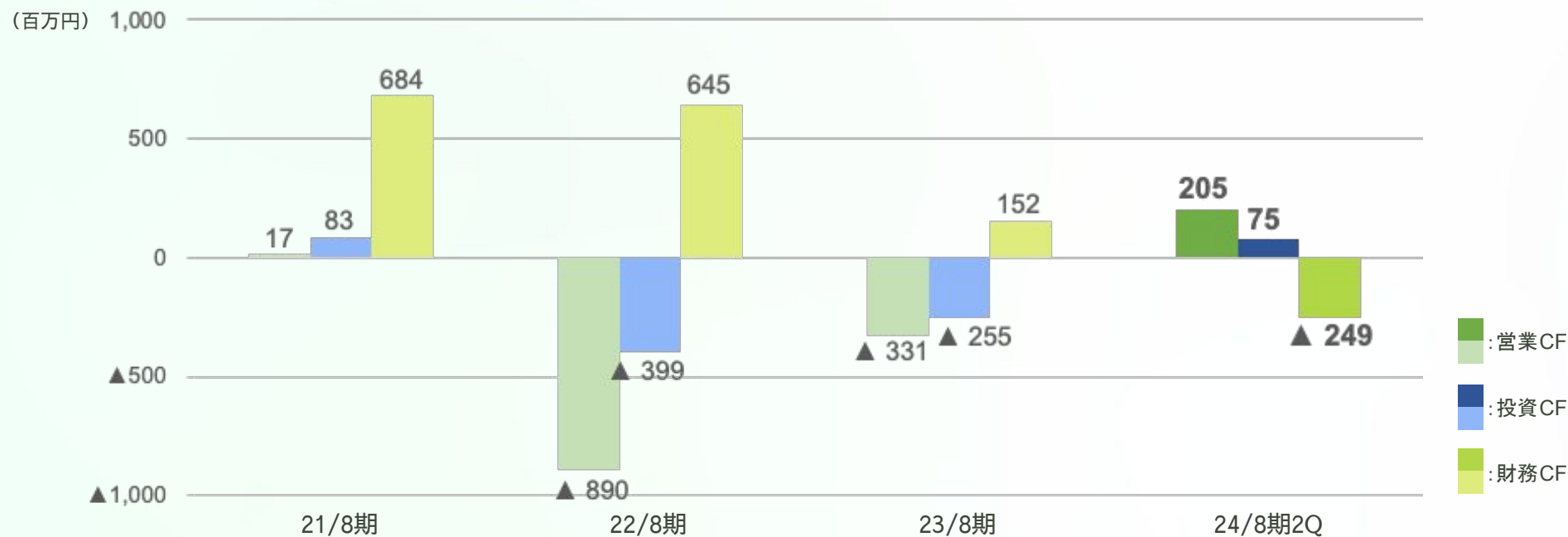
タイトル名	アリスフィクション
累計ダウンロード数	世界合計 100万ダウンロード (2022年9月時点)
パブリッシャー	ワンダープラネット
ライセンス	当社オリジナルIP
概要	<ul style="list-style-type: none">・ヤミツキ光速パズルRPG・2022/7に新規リリース・日本、英語圏、繁体字圏、韓国、その他グローバル主要エリアへ配信



Appendix. 業績指標等



(百万円、▲は減少)	24/8期2Q (2023/9~2024/2)	23/8期2Q (2022/9~2023/2)	増減額	当期の主な増減要因などの備考
営業活動によるキャッシュ・フロー	205	▲664	+870	増加：売上債権の減少、税引前四半期純利益 減少：前受金の減少、棚卸資産の減少
投資活動によるキャッシュ・フロー	75	▲365	+440	増加：定期預金の払戻 減少：定期預金の預入
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲249	397	▲646	減少：借入金の返済、社債の償還
現金及び現金同等物の増減額	31	▲632	+664	
現金及び現金同等物の期末残高	801	570	+230	



(百万円、▲は損失)	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期
売上高	2,856	3,434	3,585	3,422	3,464
売上総利益	517	897	806	178	682
売上総利益率 (%)	18.1%	26.1%	22.5%	5.2%	19.7%
販管費及び一般管理費	647	584	545	1,450	632
営業利益	▲130	312	260	▲1,272	49
営業利益率 (%)	-	9.1%	7.3%	-	1.4%
経常利益	▲136	312	261	▲1,291	28
経常利益率 (%)	-	9.1%	7.3%	-	0.8%
当期純利益	12	224	825	▲1,887	▲236
当期純利益率 (%)	0.4%	6.5%	23.0%	-	-

※ 2020年8月期は連結決算を記載

(百万円、▲は損失)	2023年8月期				2024年8月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	832	797	909	924	626	614
売上総利益	▲43	83	321	320	203	213
売上総利益率(%)	-	10.4%	35.4%	34.7%	32.4%	34.7%
販管費及び一般管理費	194	166	130	141	139	144
営業利益	▲237	▲83	191	179	63	68
営業利益率(%)	-	-	21.0%	19.4%	10.2%	11.1%
経常利益	▲240	▲93	184	177	62	66
経常利益率(%)	-	-	20.3%	19.2%	10.0%	10.9%
当期純利益	▲238	▲111	136	▲22	16	89
当期純利益率(%)	-	-	15.0%	-	2.6%	14.5%

(百万円)	23/8期				24/8期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	QoQ	YoY
売上高	832	797	909	924	626	614	▲2.0%	▲23.0%
支払手数料	173	145	124	169	70	94	+34.3%	▲35.2%
人件費	316	330	305	301	278	266	▲4.5%	▲19.4%
外注費	333	219	152	126	86	75	▲12.1%	▲65.6%
通信費	51	31	27	31	23	16	▲27.5%	▲45.9%
広告宣伝費	19	17	8	9	5	8	+47.7%	▲54.8%
その他	175	136	99	106	98	84	▲14.2%	▲37.9%
費用合計	1,069	880	718	745	562	545	▲3.0%	▲38.0%
営業利益	▲237	▲83	191	179	63	68	+6.8%	-
yoy	赤転	赤転	黒転	黒転	黒転	黒転		
従業員数	194	183	180	175	165	153		

(百万円)	22/8期				23/8期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	QoQ
売上高	668	740	731	1,281	832	797	909	924	1.7%
売上原価・各タイトルの広告宣伝費	677	750	820	1,894	893	730	595	613	3.0%
タイトル利益合計	▲ 8	▲ 10	▲ 88	▲ 612	▲ 60	66	313	311	-0.6%
既存タイトル利益	110	176	199	197	▲ 22	103	175	292	66.9%
新規タイトルへの開発投資等	▲ 118	▲ 186	▲ 288	▲ 809	▲ 38	▲ 37	137	19	-86.1%
その他販管費等	122	129	155	145	176	149	122	132	8.2%
営業利益	▲ 130	▲ 139	▲ 243	▲ 757	▲ 237	▲ 83	191	179	-6.3%

過去開発費用精算の一時的な計上を含む

過去開発費用精算の一時的な計上や開発費用負担の減少による影響

※ 23/8期1Qより「アリフィ」は既存タイトル利益として集計。

※ 22/8期決算説明資料P18 (PL四半期別内訳推移) 内で記載していた既存タイトル利益、

新規タイトルへの開発投資等から、23/8期1Qより新たに各タイトルの広告宣伝費を除く販管費を区分して集計。

※ 24/8期より、既存タイトル利益及び新規タイトルへの開発投資等の実績は、現状の当社の収益構造を表す指標として十分でないため、非公開としており、ご参考資料として23/8期実績を掲載しております。



売上高

- ・ PL売上高から協業先のレベニューシェア控除がなくなるため増収要因となります

費用面

- ・ プロモーション関連含む運営費負担が当社単独となるため増加要因となります
- ・ 取得した「運営権」の減価償却費負担が発生します（※）

※ 固定資産の減価償却の方法に無形固定資産定額法を採用し、当運営権についてはその効果の及ぶ期間(5年)に基づいております。

BS

- ・ 2022年8月期3Qより無形固定資産に「運営権」を計上

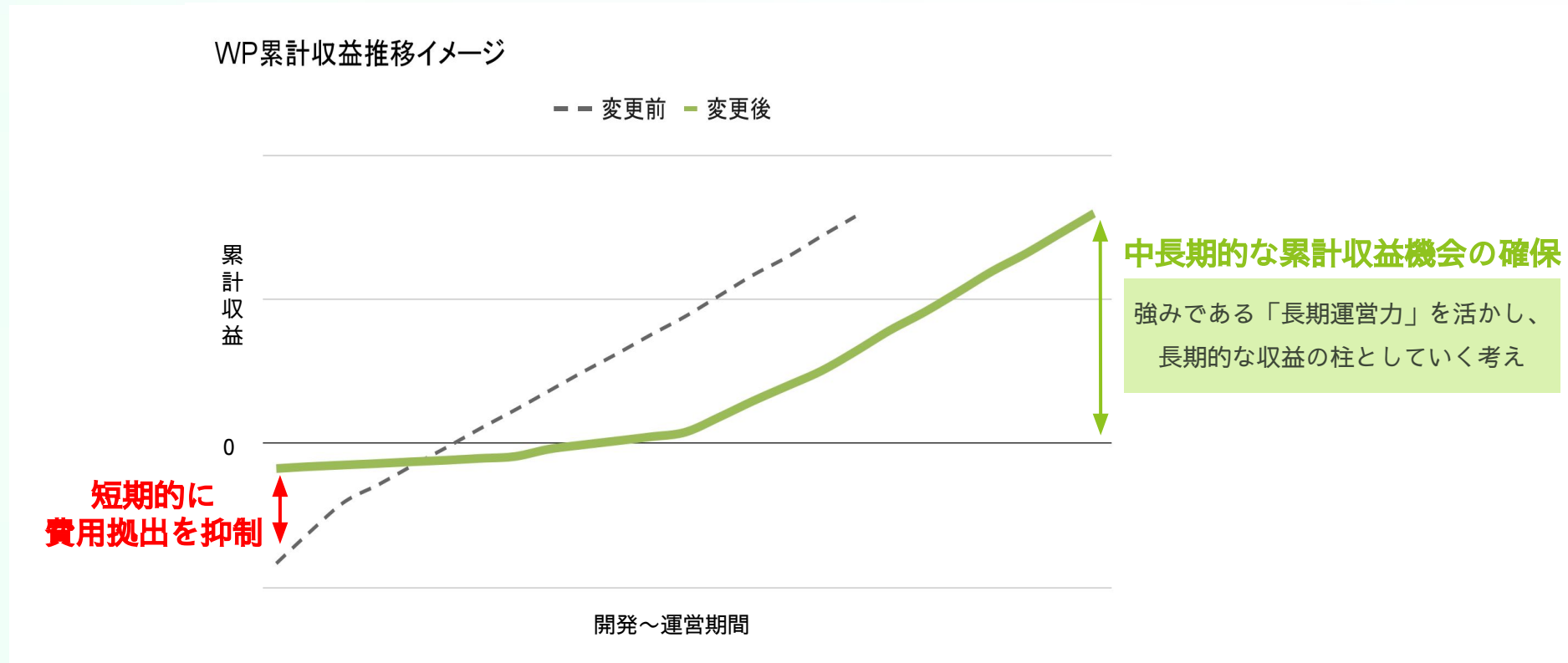
2022年5月の効力発生以降、売上高、費用面ともに増加要因を考慮の上で従前以上の収支確保に努め、更なる長期かつ安定的な運営により、当社の企業価値向上に資するよう努めてまいります。



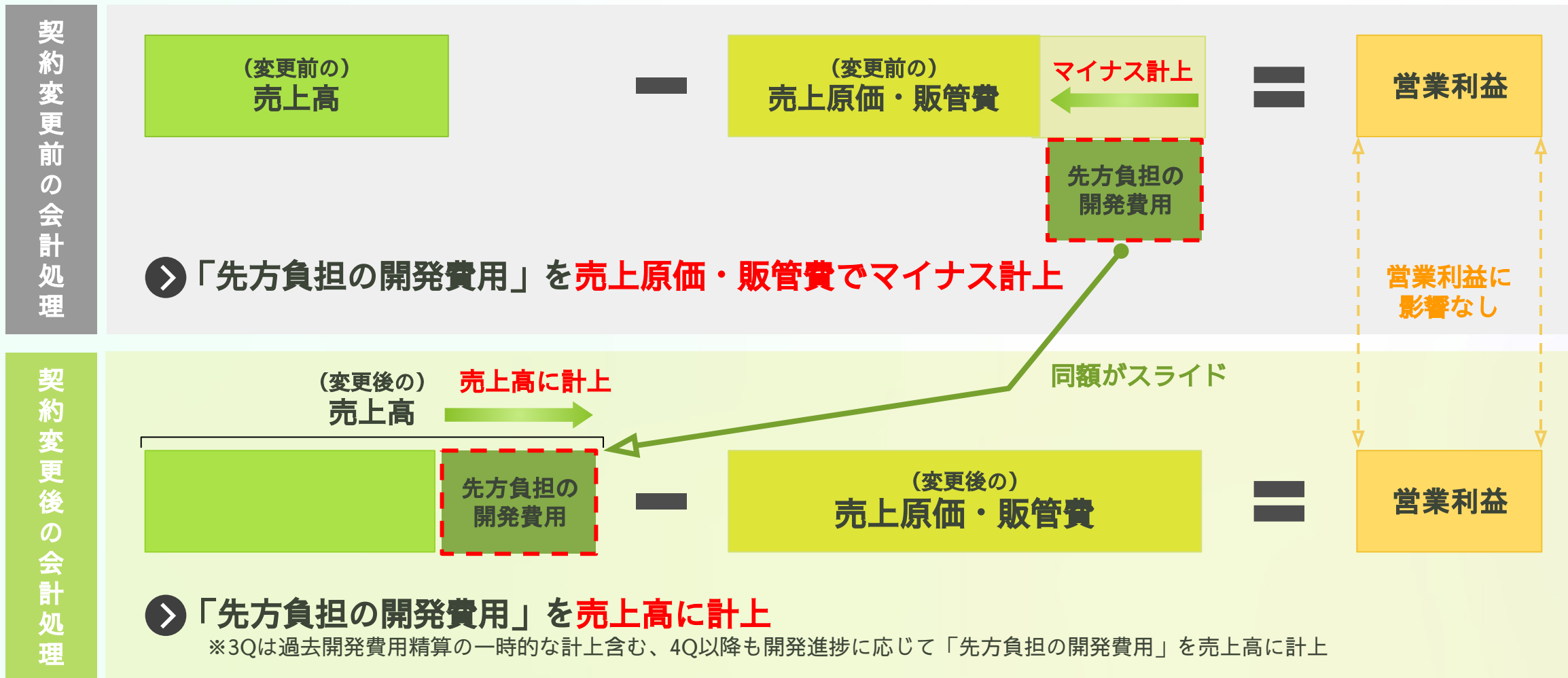
コンシューマー系ゲーム開発会社と開発中の新規タイトルの契約変更について (2023)

「短期的に費用拠出を抑制」かつ「中長期的な累計収益機会の確保」が可能な契約変更を実施

当社の直近状況を踏まえて協議の上、開発期間含め費用拠出を抑制も長期的な収益の柱の位置付けは維持



2023年8月期3Qから「先方負担の開発費用」を売上高へ計上 契約変更前、変更後の会計処理による営業利益への影響はなし



(百万円)	2019年8月期	2020年8月期	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期
現金及び現金同等物	593	1,061	1,847	1,203	1,029
流動資産合計	1,230	1,928	2,691	2,232	1,662
無形固定資産 ・うち運営権	-	-	-	326	256
投資その他の資産 ・うち繰延税金資産	381	311	952	341	82
固定資産合計	509	449	1,019	766	398
資産合計	1,740	2,377	3,711	2,999	2,061
短期借入金	-	177	-	-	-
社債 ・1年内償還予定の社債含む	-	-	-	520	494
長期借入金 ・1年内返済予定の長期借入金含む	257	62	437	673	425
負債合計	921	1,333	1,345	2,571	1,432
純資産合計	819	1,043	2,365	427	629
負債純資産合計	1,740	2,377	3,711	2,999	2,061

※ 2020年8月期は連続して比較可能な単体決算を記載

(百万円)	2019年8月期	2020年8月期 (※連結)	2021年8月期	2022年8月期	2023年8月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲448	532	17	▲890	▲331
投資活動によるキャッシュ・フロー	10	▲45	83	▲399	▲255
財務活動によるキャッシュ・フロー	754	▲17	684	645	152
現金及び現金同等物の増減額 (▲:減少)	316	470	785	▲643	▲434
現金及び現金同等物の期首残高	277	593	1,061	1,847	1,203
現金及び現金同等物の期末残高	593	1,063	1,847	1,203	769

※ 2020年8月期は連結決算を記載

株主構成



株式の状況（2024年2月末現在）

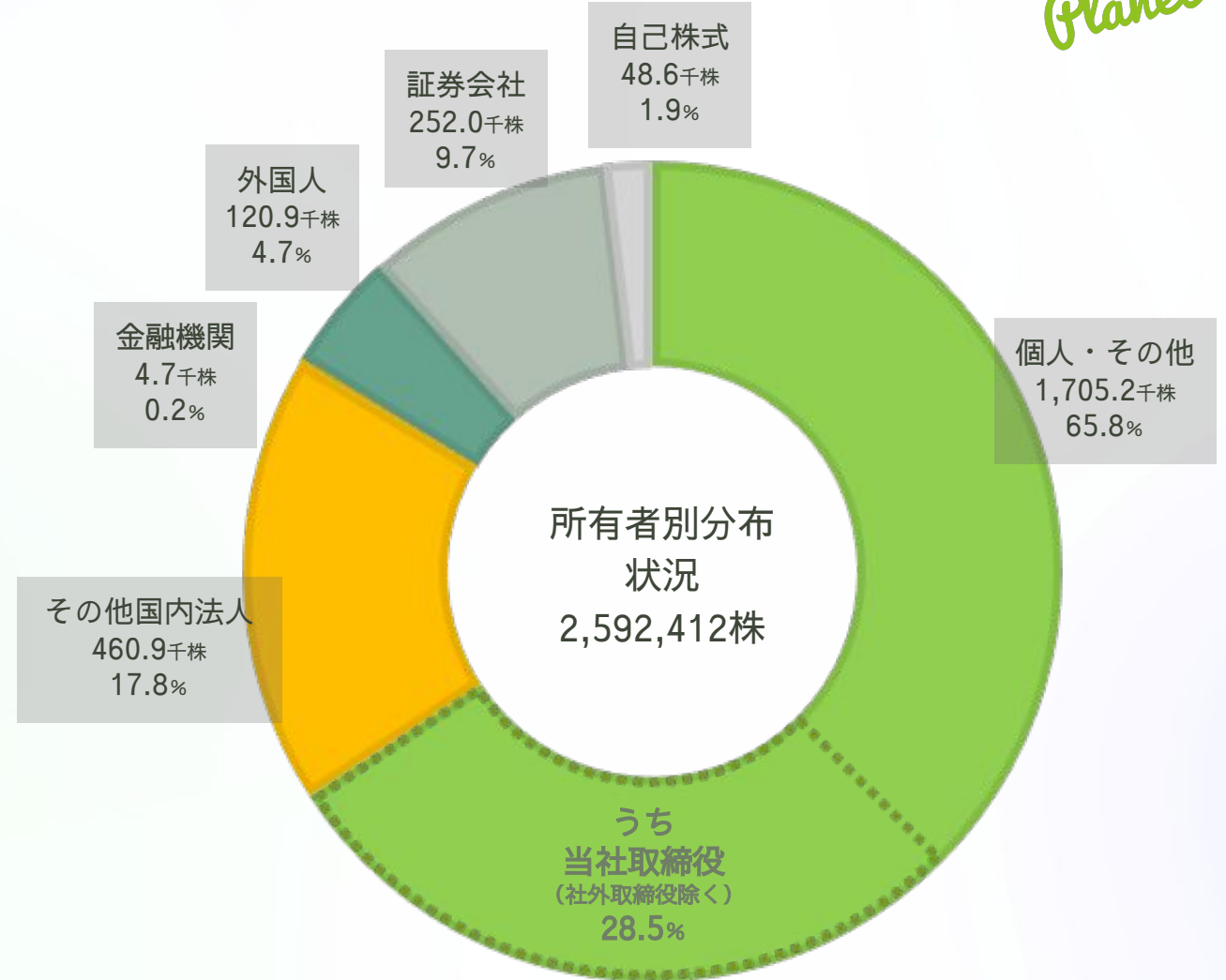
証券コード	4199
発行済み株式総数	2,592,412株
株主数	1,825名

大株主の状況（2024年2月末現在）

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
常川友樹	375,000	14.74
Happy Elements株式会社	350,000	13.76
石川篤	225,000	8.85
久手堅憲彦	105,000	4.13
西條晋一	100,000	3.93
ユナイテッド株式会社	90,300	3.55
株式会社SBI証券	82,662	3.25
LINE Ventures Japan有限責任事業組合	60,000	2.36
JPモルガン証券株式会社	54,500	2.14
BNYM SA/NV FOR BNYM FOR BNYM GCM CLIENT ACCTS M ILM FE	43,745	1.72

※ 2023年8月末現在の株主名簿を基に記載しております。

※ 持株比率は自己株式（48,632株）を控除した上で少数点以下第3位を四捨五入して算出しております。



リスク項目	概要と対応方針	発生可能性	影響度	機会
競争	当社は、スマートフォンを中心としたスマートデバイス向けのアプリ・ゲームの企画・開発・運営・販売を行っていますが、類似サービスを提供する企業等は多数存在し競争は激化しています。当社では複数のタイトルを開発・運営中であり、今後もこれまでに培った開発・運営のノウハウを活かし、ユーザーニーズを的確に捉え、競合他社と差別化したサービス提供に努めてまいります。	中	大	<ul style="list-style-type: none"> 新規タイトル開発 運営力強化
プラットフォーム事業者	当社のアプリ・ゲームは、Apple Inc.が運営するApp Store及びGoogle LLCが運営するGoogle Play等のプラットフォームを通じて主にユーザーに提供しており、それに伴いグローバルでのサービス展開が可能となり、日々のアップデート等を通して新技術対応の機会を得てきております。これら事業者の動向について適時情報収集を行うとともに、もし将来的に手数料率等が変動した際にも安定的な利益確保が可能な適切なコスト管理に努めてまいります。	小	小	<ul style="list-style-type: none"> 新規ユーザー獲得 新技術対応
協業パートナー	当社は開発・運営を行う際、当社以外の企業との協業を行うことがあります。協業パートナーの事業戦略の転換並びに動向、及び協業パートナーとの契約内容に変更があった場合、当社の業績に影響を与える可能性があります。強みの異なる協業パートナーと組むことは魅力的なサービスを生み出すことにも繋がるため、適切なコミュニケーションに努め、今後もリスクに対応しつつ推進していきます。	中	大	<ul style="list-style-type: none"> 新規協業 役務の適切化
海外展開	当社は、海外市場での事業拡大を積極的に進めてまいりますが、海外展開に際してはその国の法令、制度、政治、経済、商慣習の違い等の様々な潜在的リスクが存在しております。また、当社における外貨建ての主な取引は、エンターテインメントサービス事業における海外での課金アイテムの販売ですが、発生する債権については、契約上ほとんどが円建てでの回収となっております。当社は、当該リスクを認識のうえ影響を最小限にするために、事前に十分な調査及び対策を講じることに努め、また対応言語圏の拡大を推進することで地域分散を図ってまいります。	中	中	<ul style="list-style-type: none"> 展開エリアの拡大 他社開発タイトル（海外）
開発費及び広告費の回収	当社は、サービスリリース後の運営においても継続的にアップデートを行うことが長期的なユーザー満足度の向上に必要であり、スマートデバイスの高性能化及びユーザーニーズの高度化や多様化に伴い、アプリ・ゲーム開発における期間の長期化及び開発費の高騰、また、効果的なユーザー獲得のため、様々なメディアを活用した高額な広告宣伝費が必要となるケースがありますが、不測の事態により、新規開発スケジュールやアップデートの遅延、もしくは開発中止となった場合や期待した成果が得られない場合、広告宣伝の効果が得られない場合には、開発費及び広告費の回収ができず、当社の事業、業績及び財政状態に影響を与える可能性があります。当社は、既存タイトルで培った各種ノウハウを活かし、タイトル単位での開発状況の進捗管理や、費用対効果を見極めた広告宣伝の実行により、安定した財務基盤の構築に努めております。	中	大	<ul style="list-style-type: none"> 新規タイトル開発 新規ユーザー獲得 ユーザー満足度向上

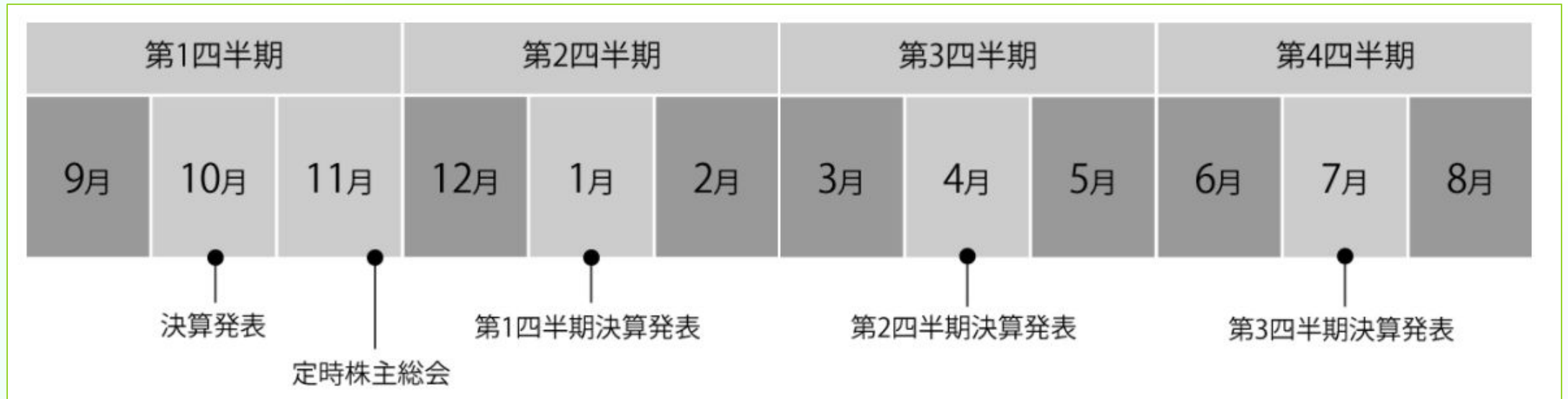
※その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照ください。

当社事業に関する主なリスクは今後も継続的に動向を注視し対応を行う方針です。

決算説明会を各四半期決算時に実施いたします。

－ 後日、IRホームページ内に決算説明動画と質問応答要旨を掲載予定です。

年間スケジュール



お問い合わせ先

ワンダープラネット株式会社 会社HP内

Contact 「IRに関するお問い合わせ」 : <https://wonderpla.net/contact/>

本資料の作成に当たり、当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、作成しております。

また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。