



2021年1月期 通期 決算説明資料

2021年3月 株式会社 coly

証券コード：4175（東証マザーズ）

coly が大事にしている **価値観**



徹底的で、創造的

徹底的にこだわり、試行錯誤する

×



協調性

相手を思いやり、働きかける

×



持続可能性

仕組みで解決し、共に成長する

Agenda.

01	コーポレートサマリー	04
02	今後の成長戦略	13
03	2021年1月期 通期業績	23
04	2022年1月期 通期業績見通し	29
05	Appendix	34

私たちはスマホ向けモバイルオンラインゲームを軸に、
女性向けエンタメ市場をリードするコンテンツメーカーです。

会社名 株式会社 coly (英: coly Inc.)

事業内容 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
2. キャラクターグッズの企画・制作・販売
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

設立 2014年2月3日

資本金 19億1,030万円

従業員 236名(2021年1月31日現在) ※臨時従業員を含む

女性向けキャラクターコンテンツを軸に、モバイルオンラインゲームの開発・運営及び MD を展開

モバイルオンラインゲーム開発・運営



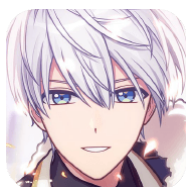
ドラッグ王子とマトリ姫

2015年3月リリース
ストーリー購入制の恋愛ノベルゲーム
韓国語版 [Narcotic] 展開



スタンドマイヒーローズ

2016年9月リリース
一部アイテム課金制の本格シナリオパズルゲーム
繁体字版 [募戀英雄] 展開



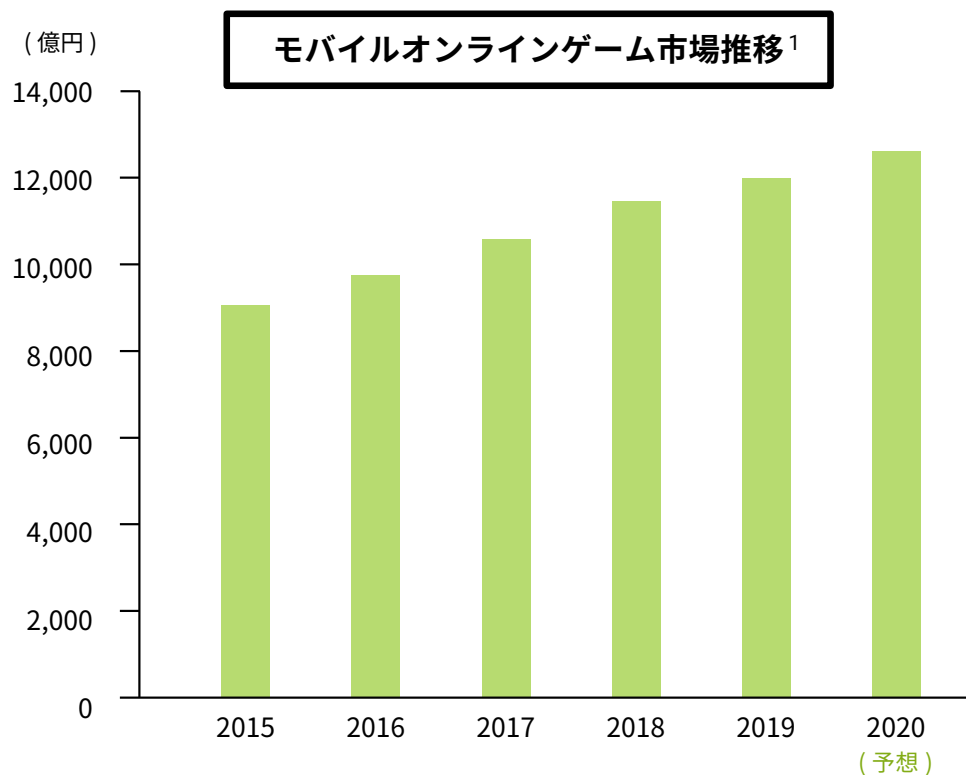
魔法使いの約束

2019年11月リリース
一部アイテム課金制の育成シミュレーションゲーム

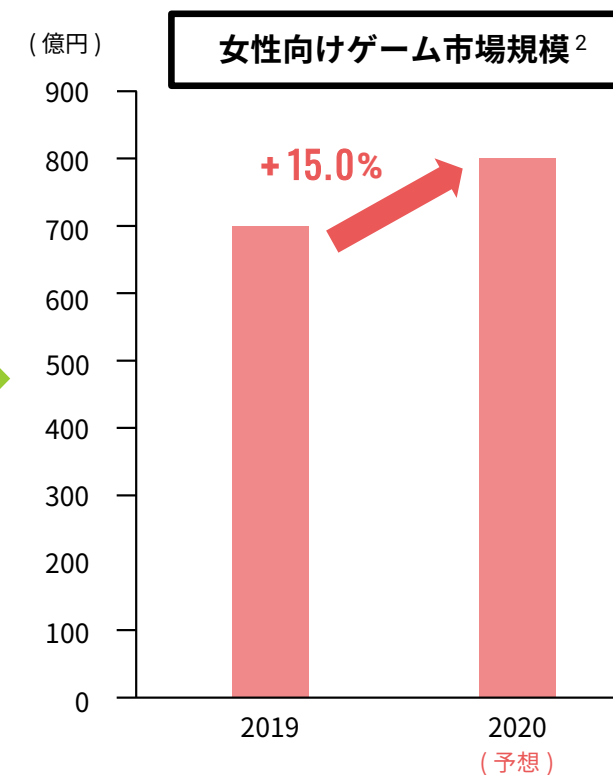
自社 IP の活用事業 (MD[※])



女性向けゲーム市場は 2016 年頃より拡大が続き、特に 2020 年は大型タイトルの増加を受け、約 800 億円 (前年比約 +15.0%) と、モバイルオンラインゲーム市場全体でも存在感を増す。



女性向けタイトルは徐々に
セールスランキング上位を席巻³



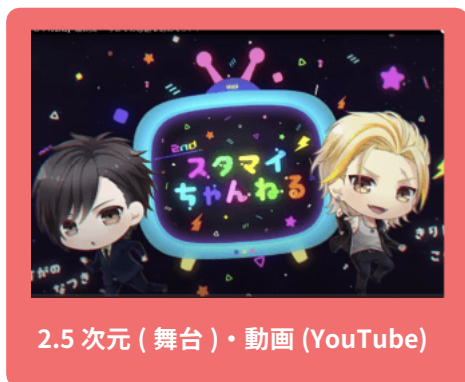
出所 1: 「ファミ通ゲーム白書 2020」株式会社 KADOKAWA GameLinkage、国内オンラインプラットフォームゲームコンテンツ市場規模推移「ゲームアプリ (スマートデバイス+SNS)」より当社作成

出所 2: App Store 及び Google Play セールスランキング及び App Ape を基に当社作成 (女性ユーザー比率が 80% を超えるモバイルオンラインゲームの売上高 (当社推計値) の合計を市場規模として算出)、なお、新興市場であるため 2019 年以降のデータのみ

出所 3: App Store 及び Google Play セールスランキングより当社調べ

物語や世界観、キャラクターの魅力を伝えるコンテンツがゲーム外にも大きく広がっている。

コンテンツの成長に伴い、
当社MD売上高も右肩上がり増加



2.5次元（舞台）・動画（YouTube）



アニメ・漫画



グッズ・カフェ



異業種とのコラボ

2017年1月期-2021年1月期
MD売上高

CAGR

121.7%

開発部門の内製化という独自の体制により、作品の品質を継続的に向上。
各アプリプラットフォームにおいて高評価を維持。

ユーザー目線の企画・運営力

女性社員比率 **72.5%**全社員平均年齢 **28 歳**

- ✓ 全社員 7 割以上の女性社員
- ✓ 多様な見識を持つ社員層

ユーザー様に面白いと思ってもらえる
作品を企画・ディレクション

開発部門の内製化



システム



デザイン

- ✓ 開発ノウハウや汎用的な技術資産が蓄積
- ✓ コミュニケーションも含め長期的な高効率化

共通のビジョンのもと、作品の品質を継続的に向上

ゲーム内のみならず、アニメ化や MD などのゲーム外展開を強化し、多くのお客様にお届けする。

アニメ「スタンドマイヒーローズ」放映

※2019年10月7日～12月23日

ゲーム内イベント・MD 展開

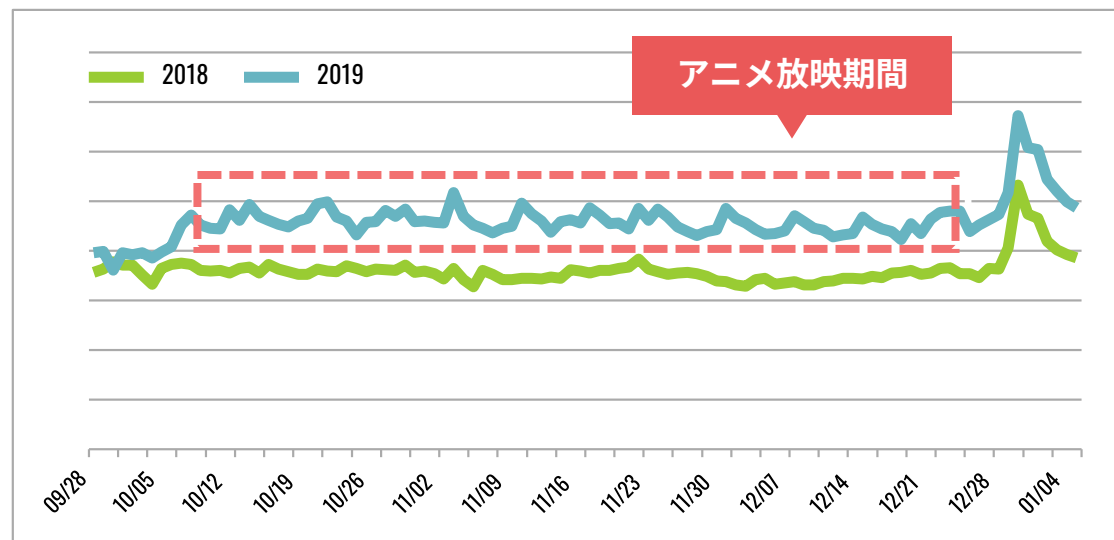
■ アニメ放映に連動したゲーム内イベントの開催

- ・消費ハート^{*1}半減キャンペーン
- ・SSR 確定ガチャチケット全員配布キャンペーン
- ・ゲーム内特別アイテムプレゼントキャンペーン

■ アニメ放映記念 MD 展開

- ・アニメ版グッズ展開
- ・アニメ × レジャー施設コラボ (カラオケ等)
- ・アニメ × 他企業コラボ

アニメ放映前後の DAU^{*2} 推移 (前年同期間比較)



対前年同期間比月次平均 DAU^{*3} (10月～12月)

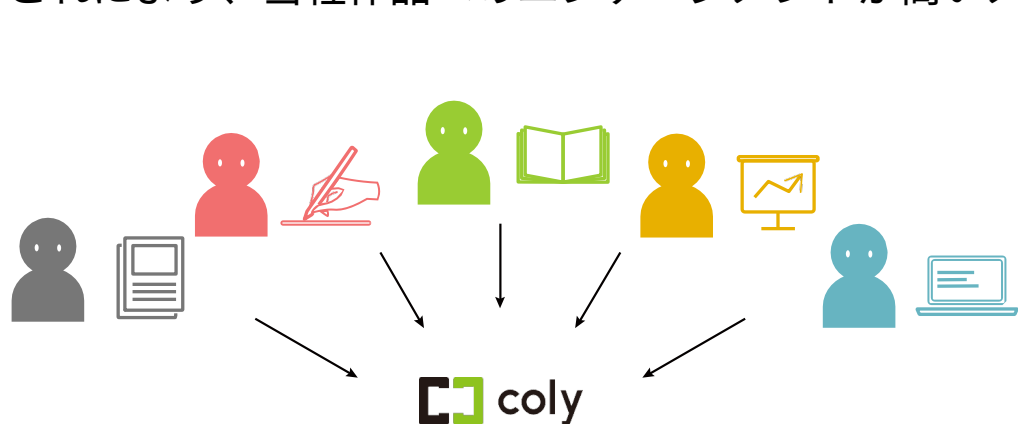
+28.5%

※1: スタンドマイヒーローズ内のパズルゲームをプレイするために必要となるゲーム内スタミナ

※2: Daily Active Users の略、1日に1回以上ログインしたユーザーの人数

※3: 1日に1回以上ログインしたユーザー数の月次平均値

作品の増加に伴い、認知度が向上し、当社に対する志望度の高いご応募が増加。
これにより、当社作品へのエンゲージメントが高いメンバーが集まり高め合える組織が実現。



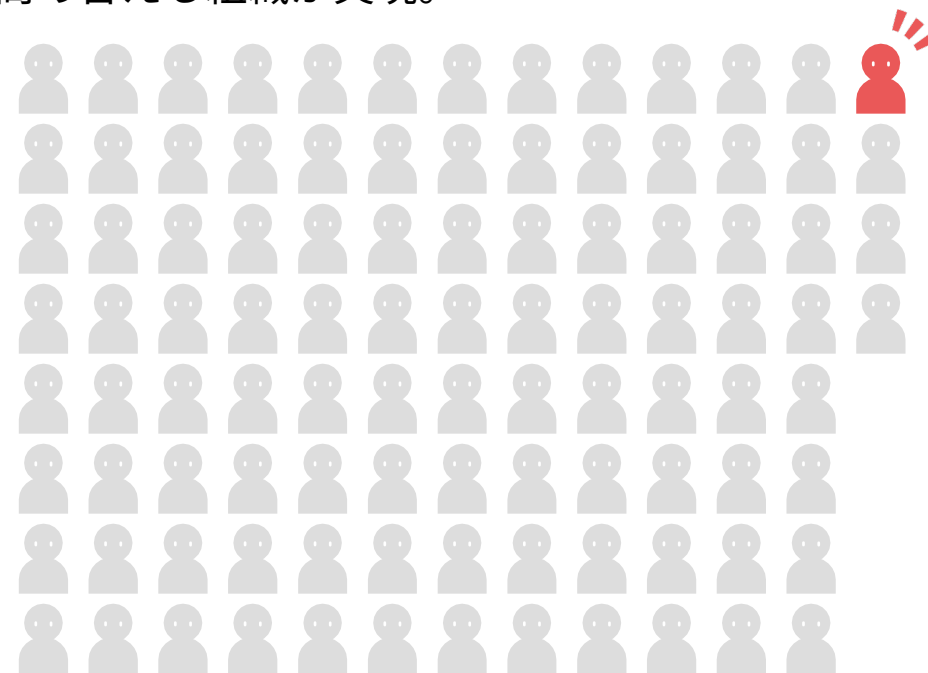
採用基準

- ✓ 「もっと、面白く」への共感
- ✓ 下記3点の当社価値観への共感

徹底的で、創造的

協調性

持続可能性



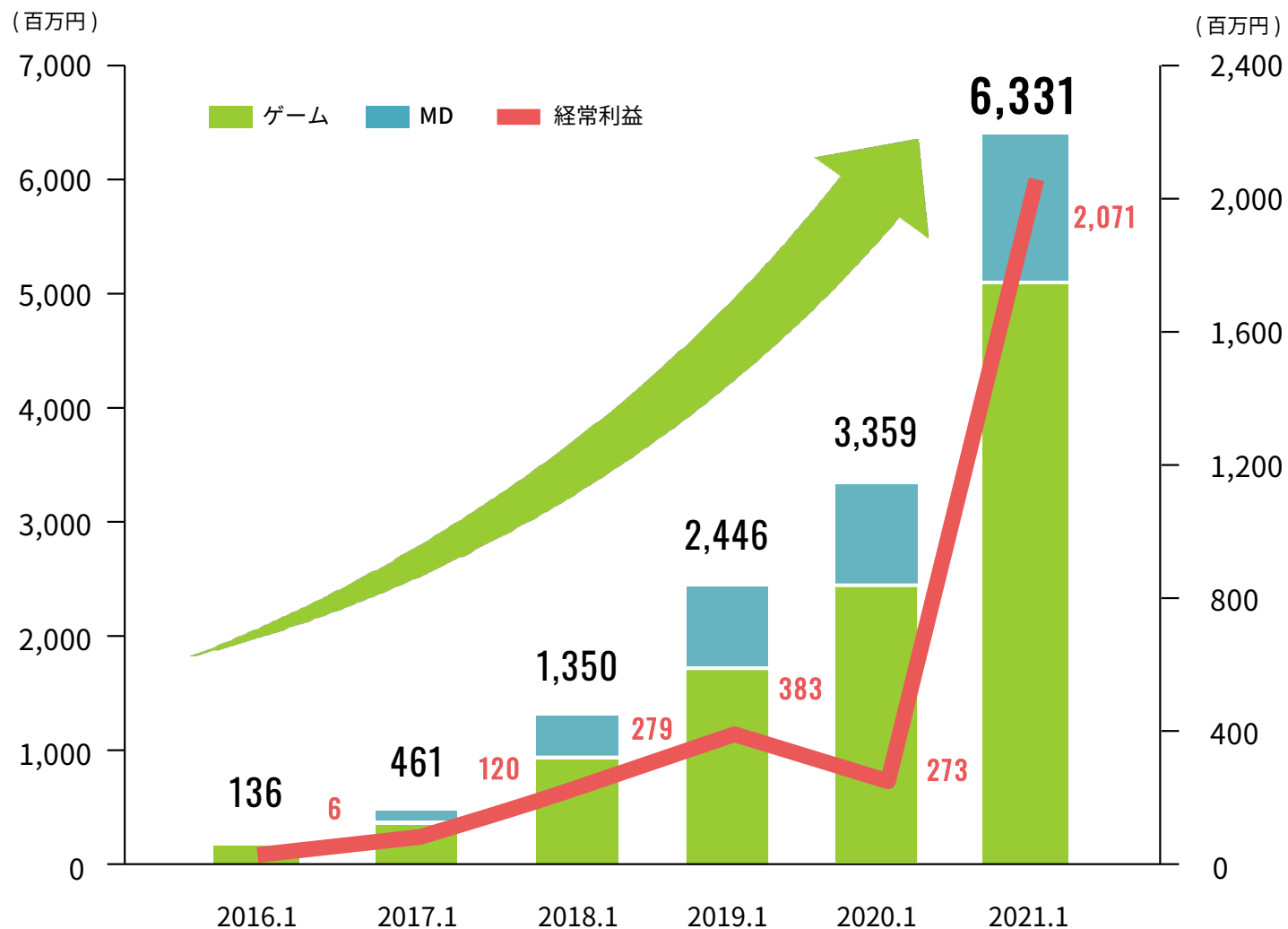
ご応募人数 100 人に対し内定は 1 人

→ 内定倍率約 100 倍の採用を実施

新規作品制作ごとに
業績を拡大

CAGR*

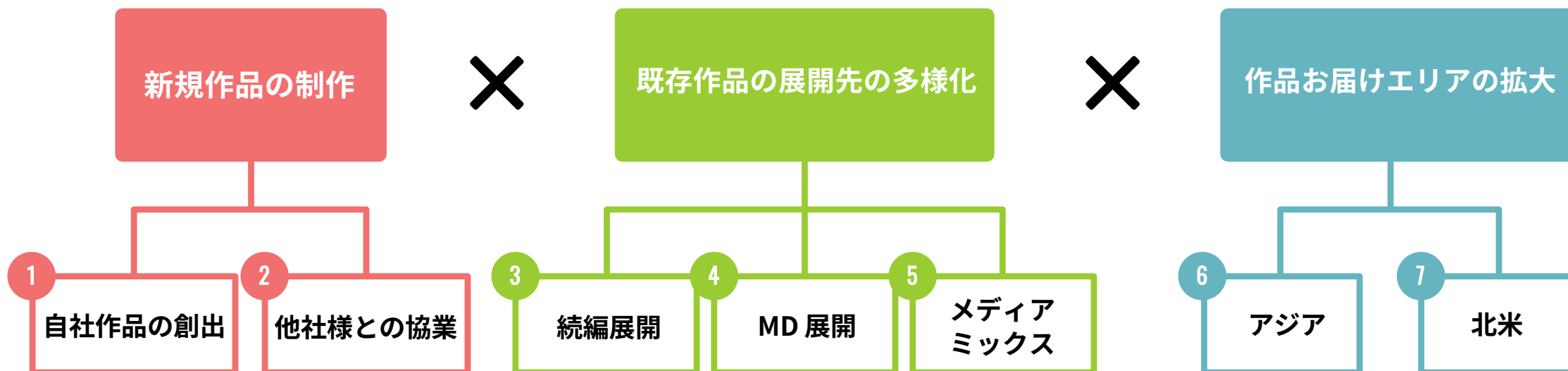
115.4%



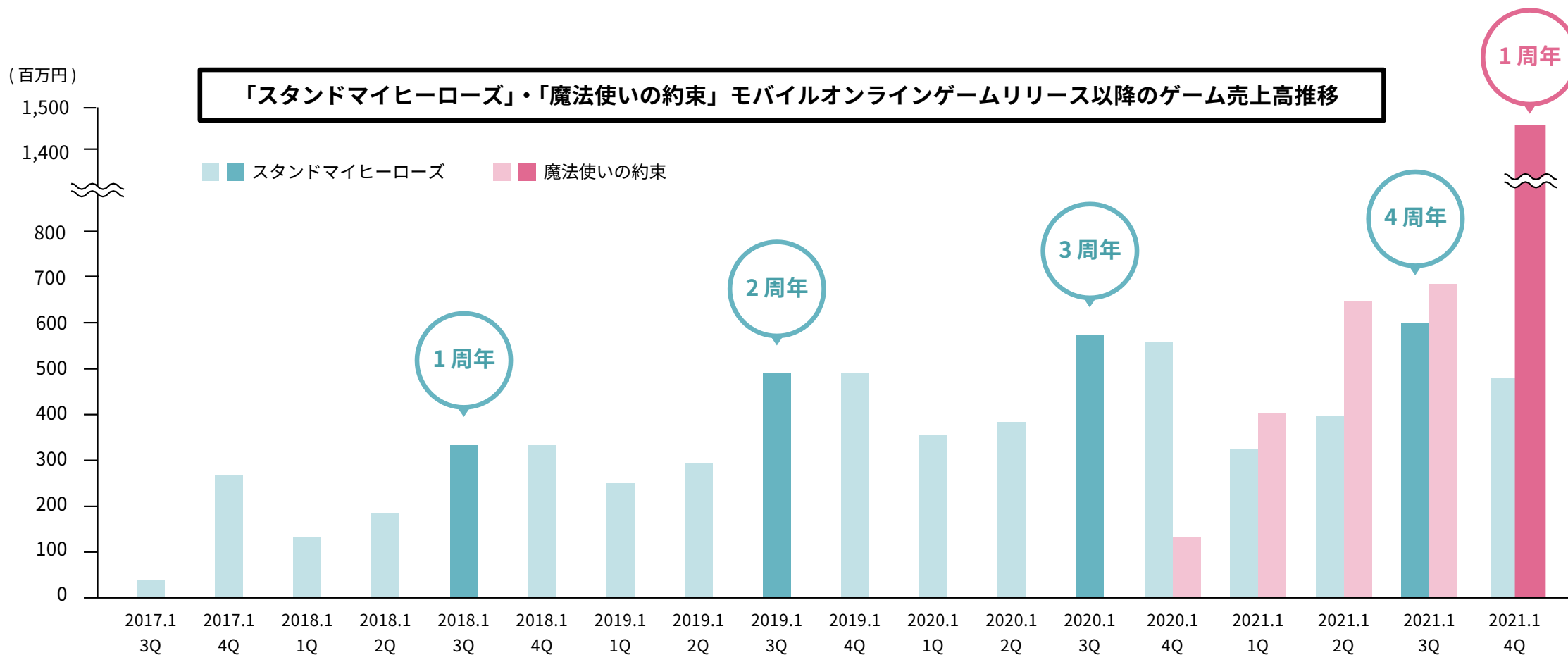
Agenda.

01	コーポレートサマリー	04
02	今後の成長戦略	13
03	2021年1月期 通期業績	23
04	2022年1月期 通期業績見通し	29
05	Appendix	34

高品質な作品の継続的な制作に加え、1作品当たりの展開の多様化と海外展開により更なる広がりを目指す。



ゲーム内外の施策により、2016年リリース「スタンドマイヒーローズ」は10年以上愛される作品づくりを行う。同様に2019年リリース「魔法使いの約束」は1周年を経て大きく成長、2周年以降に向けた更なる拡大を目指す。



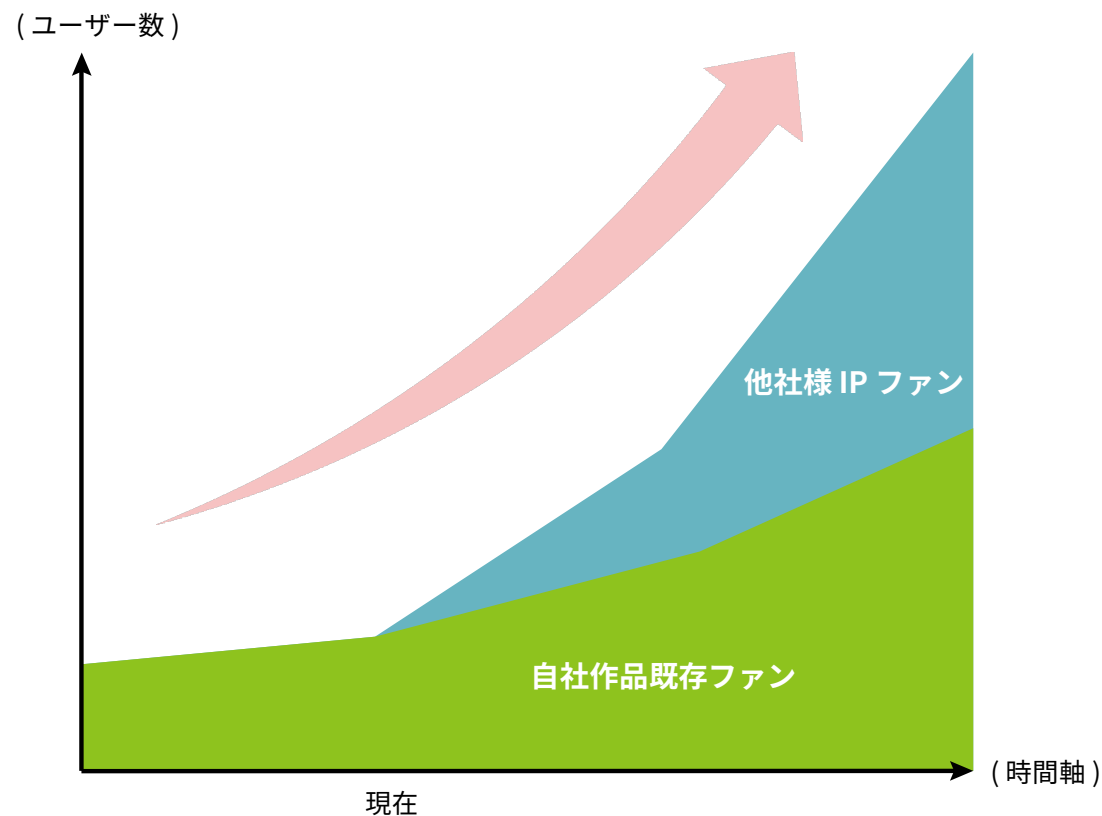
既存作品で得たノウハウをもとに、高品質な作品を従来より短期間でコンスタントに展開するとともに、一つ一つの作品を丁寧に制作し、手掛ける世界観の幅を広げる。

基本方針	大規模作品を丁寧に制作	安定運営を目指す作品を丁寧に制作
(ご参考) 既存オリジナル作品	 スタンドマイヒーローズ	 魔法使いの約束
		 ドラッグ王子とマトリ姫

これまで培ってきた企画・開発ノウハウを生かし、他社様と協業することで、作品のスケールのさらなる拡大を図る。



■ 他社様 IP 参入による成長イメージ



続編展開を通じて、初期からのユーザー様にも、新しいユーザー様にも長く愛される作品づくりに取り組む。

Originator!



ドラッグ王子とマトリ姫

当社1作目。ノベルゲームとしてスタート。

2nd version!



スタンドマイヒーローズ

1作目の世界観をより広げ、パズルゲームとして制作。

▶▶▶ 10年以上続く作品を大事に育てる。

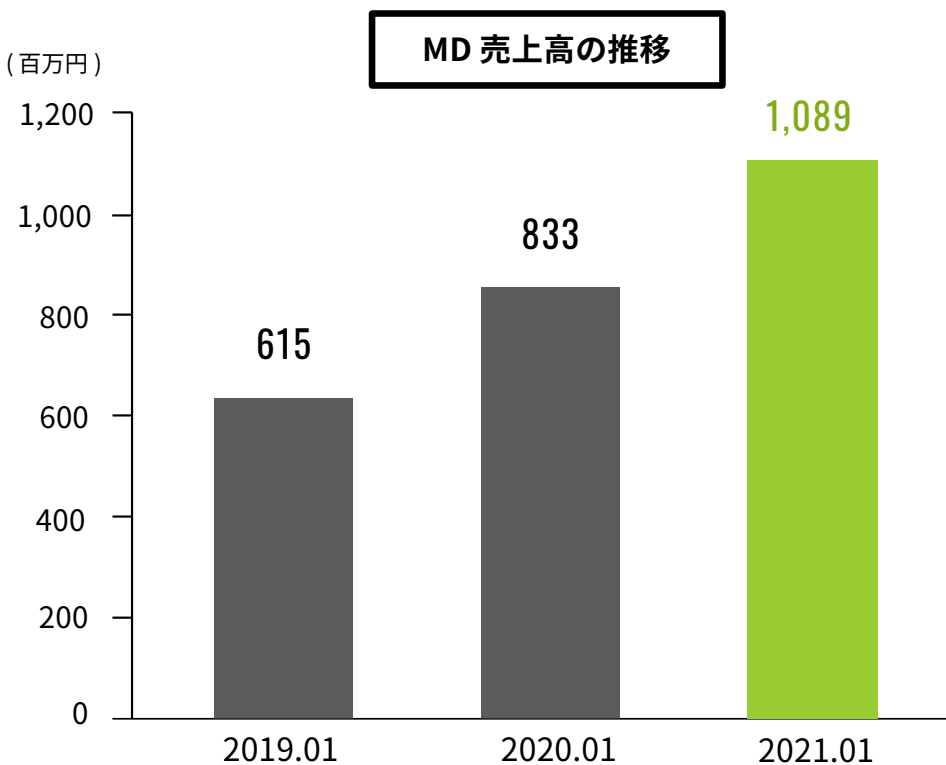
先行作品の長期的な継続と続編展開で、より多くの方により長くお楽しみいただく。

作品の一環としてグッズ企画・制作・販売等を自社展開。

自社展開のメリット

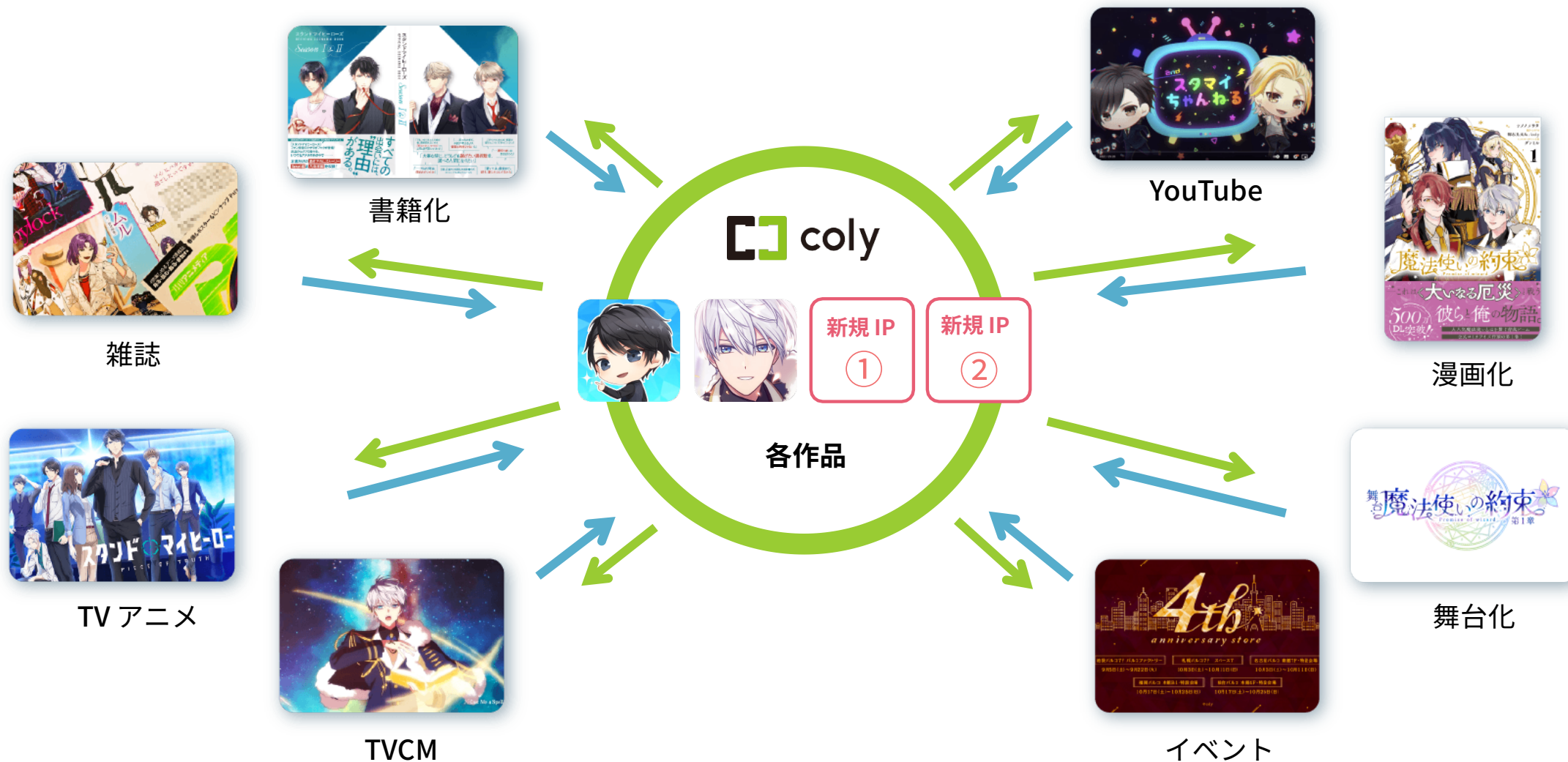
- ・ 自社監修による高クオリティな制作
- ・ ゲーム内施策との連動
- ・ 自社 EC サイトによる販売コスト削減
- ・ 各種大型オフラインイベントへの出展

(百万円)

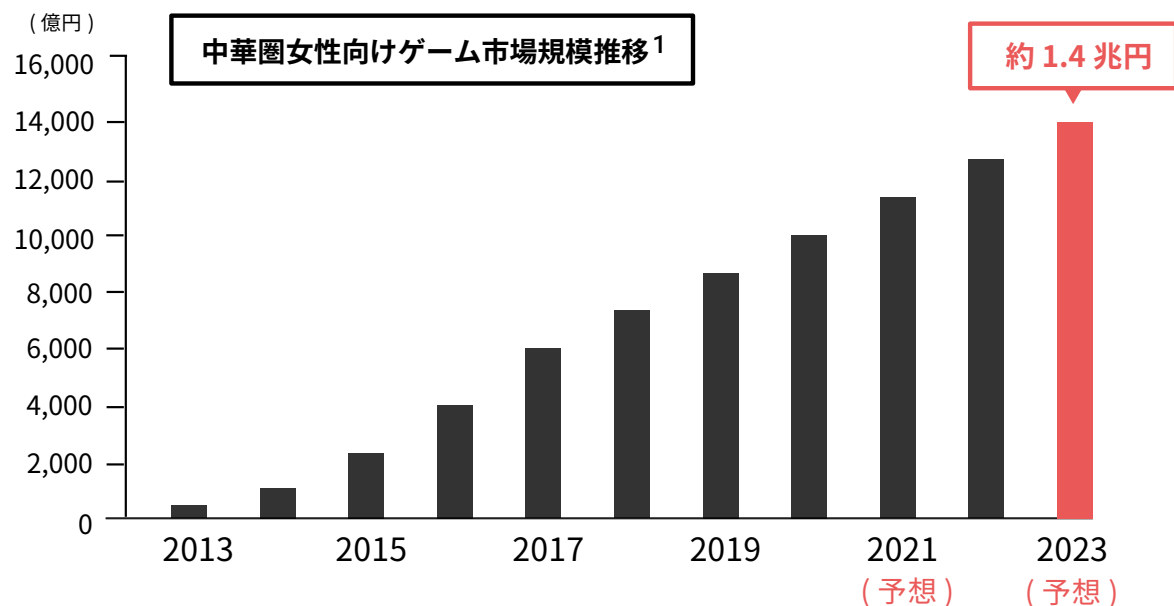


今後もMDを成長させることで、ゲームにとどまらない多面的な展開を提供し、
「総合エンターテインメント企業」を目指す

メディアミックスを通じ、作品のさらなる広がりを表現し、10年以上続く作品を育てる。



中華圏において女性ゲーム市場は拡大傾向にあり、2018年-2023年のCAGRは18.4%、2023年には約**1.4兆円**の規模へ拡大すると予測されている。 ※1元=15.56円で換算



日本市場と文化的に共通する市場

・有名化粧品、食品メーカーとの積極的なコラボ展開



現地企業との協業などで適切なローカライズを図ることで、広がりが十分に見込める。

現在当社作品は繁体字圏（台湾、香港）及び韓国のみで展開中

→ 今後は東アジア全域へと領域拡大を検討中

⑦ 北米等への更なる海外展開

東アジアをはじめ、全世界展開を視野に領域を拡大することで、世界中の多様なお客様に喜んでいただける可能性を探る。



Agenda.

01	コーポレートサマリー	04
02	今後の成長戦略	13
03	2021年1月期 通期業績	23
04	2022年1月期 通期業績見通し	29
05	Appendix	34

創業以来、6期連続増収及び過去最高益を達成

売上高 6,331百万円 前期比：+ 2,972百万円 (+ 88.5%)

モバイルオンラインゲーム 5,242百万円 前期比：+ 2,716百万円 (+ 107.6%)

- ↓ 当社3作目「オンエア！」は多くの皆さまにご好評いただいたものの、期中でゲーム展開を終了し減収、現在はMD中心で展開中
- ↑ 期初に発生した新型コロナウイルス感染症に伴い、早期に在宅勤務を原則とする体制に移行したため、開発への影響はなし
- ↑ 2019年11月リリースの「魔法使いの約束」の好評をうけ、最終的な売上高は大幅に増加

MD 1,089百万円 前期比：+ 255百万円 (+ 30.7%)

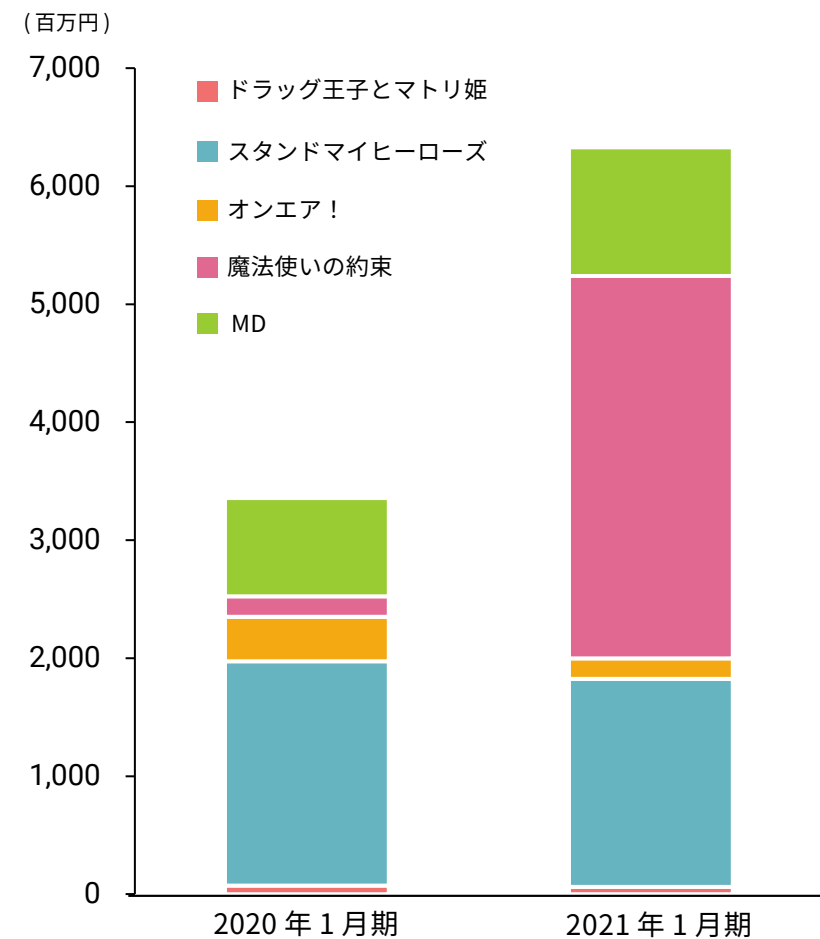
- ↓ 期初に発生した新型コロナウイルス感染症の影響により、対面販売イベントの中止、縮小が発生
- ↑ 自社ECサイトを用いたオンラインへの切り替えが奏功したことで、最終的に増収

営業利益 2,071百万円 前期比：+ 1,796百万円 (+ 653.9%)

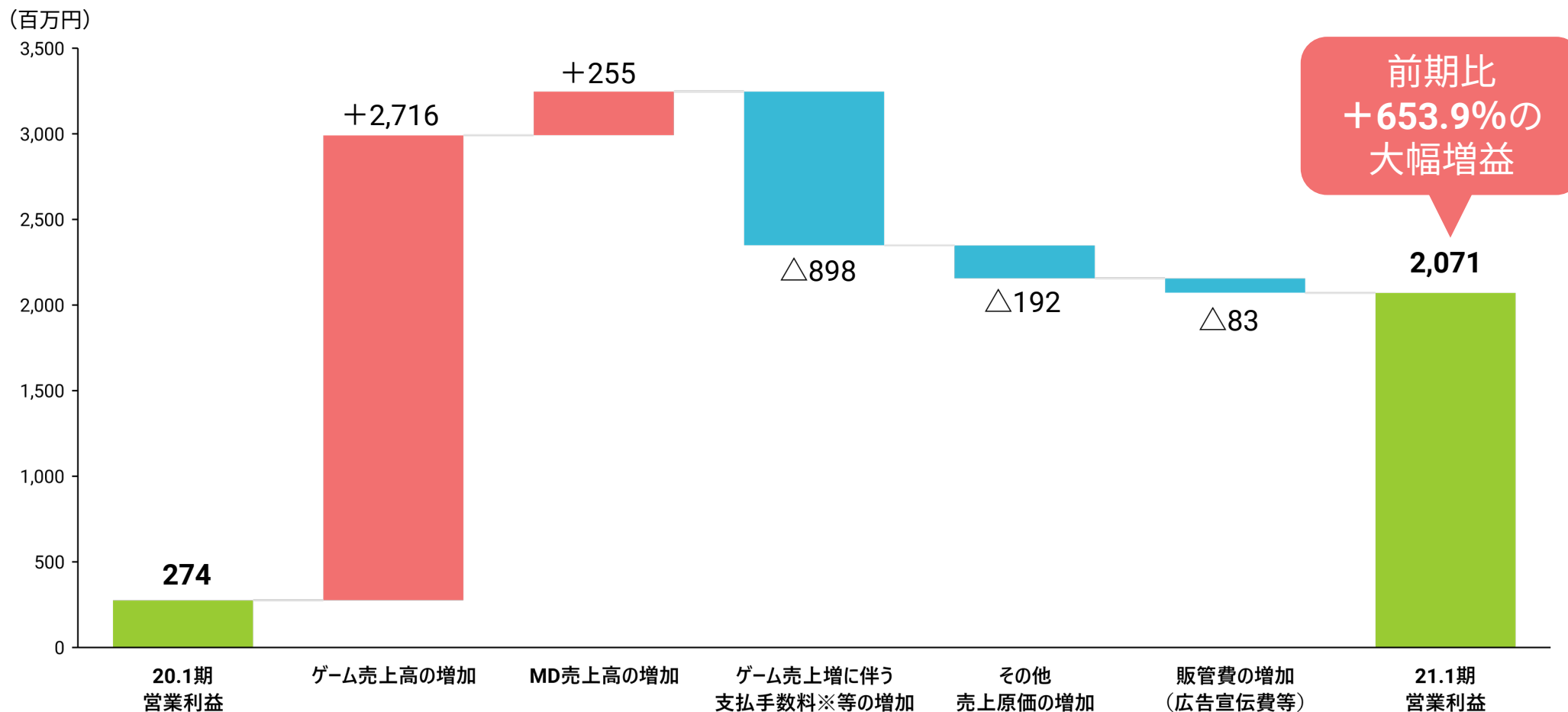
上記モバイルオンラインゲーム・MDの増収の影響により、大幅増益で着地

2019年11月にリリースした「魔法使いの約束」が「スタンドマイヒーローズ」に続き、多くのユーザー様にご好評を頂いた結果、前回発表予想を上回る着地

(百万円)	第6期 2020年1月期	第7期 2021年1月期		対予想 増減額	対予想 増減率	対前期 増減率
		予想	実績			
売上高	3,359	6,190	6,331	+ 141	+ 2.3%	+ 88.5%
売上原価	1,976	2,970	3,068	+ 97	+ 3.3%	+ 55.2%
売上総利益	1,382	3,219	3,263	+ 43	+ 1.4%	+ 136.0%
販売管理費及び 一般管理費	1,107	1,223	1,191	△32	△2.6%	+ 7.5%
営業利益	274	1,995	2,071	+ 76	+ 3.8%	+ 653.9%
経常利益	273	1,994	2,071	+ 76	+ 3.8%	+ 656.9%
当期純利益	194	1,304	1,404	+ 100	+ 7.7%	+ 622.3%

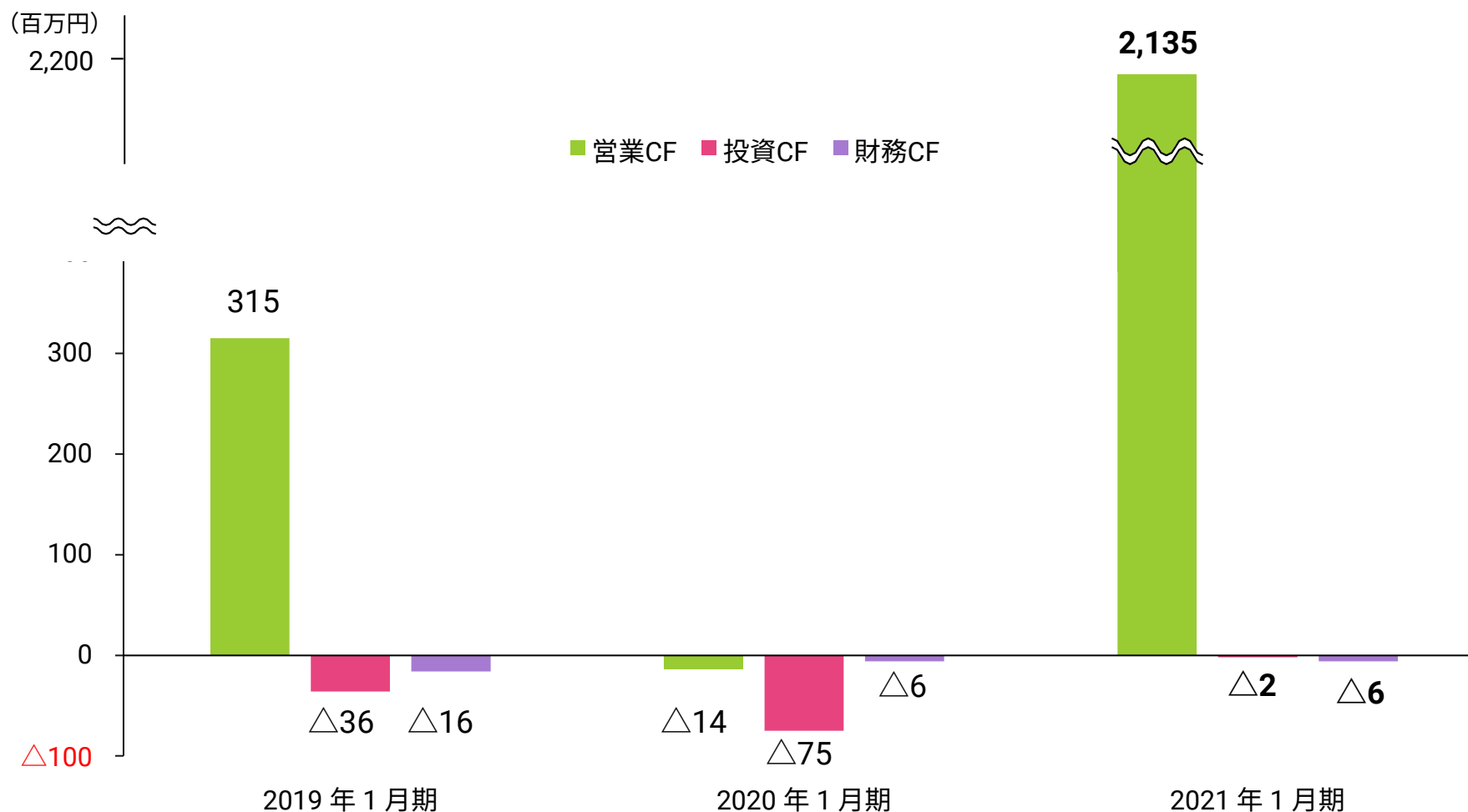


- 前期4Qにリリースした「魔法使いの約束」が通期でゲーム売上高の大幅な伸長に寄与
- イベントのオンライン開催により、コロナ禍においてもMD売上高は増収



(百万円)	第6期 2020年1月期末	第7期 2021年1月期末	対前期 増減額	主要因
流動資産	894	3,281	+ 2,387	現預金の増加、売掛金の増加
(現預金)	453	2,580	+ 2,126	営業CFの増加
固定資産	198	240	+ 42	-
資産合計	1,092	3,522	+ 2,429	-
流動負債	344	1,375	+ 1,031	未払税金の増加
固定負債	9	3	△6	-
負債合計	353	1,378	+ 1,025	-
純資産	739	2,144	+ 1,404	当期純利益の計上
負債純資産合計	1,092	3,522	+ 2,429	-

- 20年1月期の営業CFのマイナスについては、一時的な売掛金の増加及び法人税等納付額の増加によるもの
- 21年1月期においては、税引前利益の大幅な増益により営業CFは大幅に増加



Agenda.

01	コーポレートサマリー	04
02	今後の成長戦略	13
03	2021年1月期 通期業績	23
04	2022年1月期 通期業績見通し	29
05	Appendix	34

過去最高売上を見込む。積極投資により微増益

売上高 7,689百万円 前期比：+1,357百万円（+21.4%）

モバイルオンラインゲーム 6,451百万円 前期比：+1,209百万円（+23.1%）

「魔法使いの約束」のさらなる成長を見込んでおり、全体としても順調に推移する見込み

MD 1,237百万円 前期比：+148百万円（+13.6%）

今期で2周年目を迎える「魔法使いの約束」のグッズコンテンツ量が拡充することに伴い、販売イベント等におけるさらなる盛り上がりが見込まれる

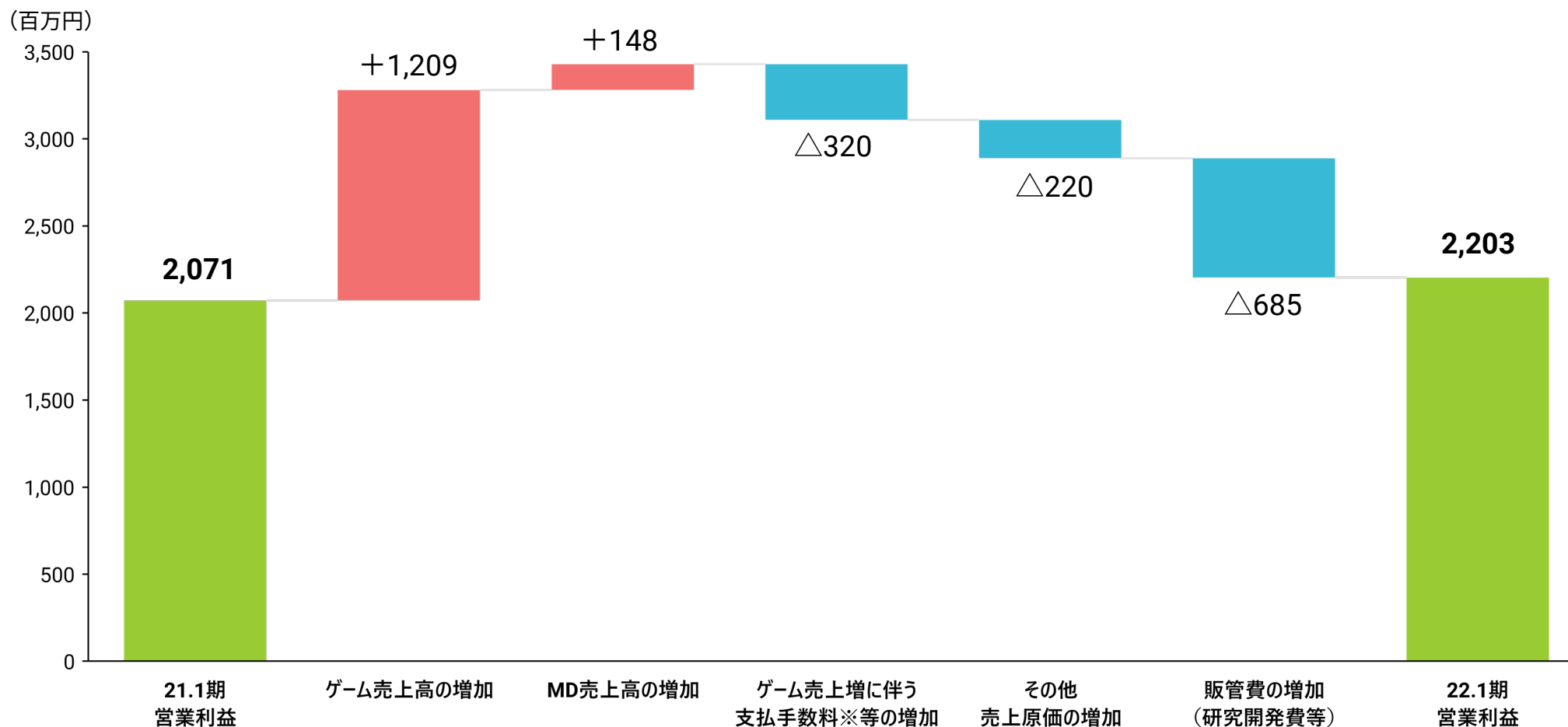
営業利益 2,203百万円 前期比：+131百万円（+6.4%）

既存作品への広告宣伝投資及び新規作品への積極的な開発投資を予定しており、微増の着地見込み

既存作品の広告宣伝費及び新規作品開発に伴う研究開発費の増加により販管費は増加見込み
上場関連費用の計上及び留保金課税の適用により、当期純利益においては微減の見込み

(百万円)	第7期 2021年1月期	第8期 2022年1月期 (予想)	前期比 (第7期-第8期)	主要因
売上高	6,331	7,689	+ 21.4%	ゲーム・MD売上高の増加
売上原価	3,068	3,609	+ 17.6%	-
売上総利益	3,263	4,080	+ 25.0%	-
販売管理費及び 一般管理費	1,191	1,876	+ 57.5%	広告宣伝費・研究開発費の増加
営業利益	2,071	2,203	+ 6.4%	-
経常利益	2,071	2,174	+ 5.0%	上場関連費用の発生
当期純利益	1,404	1,373	△ 2.2%	留保金課税の適用による税金費用の増加

モバイルオンラインゲーム及びMDにおいて増収予定、営業利益としても2期連続の過去最高益を見込むも、既存作品への広告宣伝投資及び新規作品への積極的な開発投資を予定しており、微増の着地見込み



広告宣伝費

486百万円（前期比：+113百万円、+30.5%）

└ 主に既存作品の新規ユーザー様獲得を目的として、Web広告を中心に投下予定

研究開発費

651百万円（前期比：+443百万円、+212.5%）

└ 複数の新規作品開発のため、前期比で大幅に増加予定

➡ 既存作品のさらなる成長の加速及び新規作品パイプラインの
拡充を図るための**積極投資**により、来期以降の中長期的な成長を目指す

Agenda.

01	コーポレートサマリー	04
02	今後の成長戦略	13
03	2021年1月期 通期業績	23
04	2022年1月期 通期業績見通し	29
05	Appendix	34



リリース日

2015年3月

作品の特徴と魅力

coly初の恋愛ノベルゲーム

ストア平均評価 4.6 を超える珠玉のストーリーと美しいビジュアル。
2021年3月に6周年を迎える。

マネタイズモデル

アイテム課金型



麻薬取締官（マトリ）としてスカウトされた主人公と、パートナーとなる男性捜査官との、恋愛を軸にしたストーリーです。毎日更新のミニストーリーもご好評頂いております。



10人の彼らとのエピソードを買い切り型で読み進めることができます。恋愛に留まらず人生を描く珠玉のストーリー群が特徴です。



2018年には韓国版もリリースし、日本語版同様にストア平均評価 4.5 を頂いております。



リリース日

2016年9月

作品の特徴と魅力

前作「ドラッグ王子とマトリ姫」のキャラクターをベースに多彩な職業の魅力的なキャラクター達が登場する恋愛パズルゲーム

- 2018年 8月 App Store 総合セールスランキング 7位を獲得
- 2019年 10月 テレビアニメ化
- 2021年 2月 300万 DL を突破

マネタイズモデル

アイテム課金型



アプリを開けば、この世界に生きる彼らに出会えます。実力派声優の声とともに描かれる、それぞれの正義が交差するストーリーが大きな魅力の一つ。



爽快なパズルゲームをクリアしていくと、ここでしか読めないストーリーが展開します。豪華 Live2D[※]とともに、彼らの新たな一面を知ることができます。



2019年には繁体字中国語版もリリース。4周年を迎え、メディアミックスやコラボ展開を積極的に行い、様々な媒体でスタンドマイの世界を楽しんでいただくことを目指します。

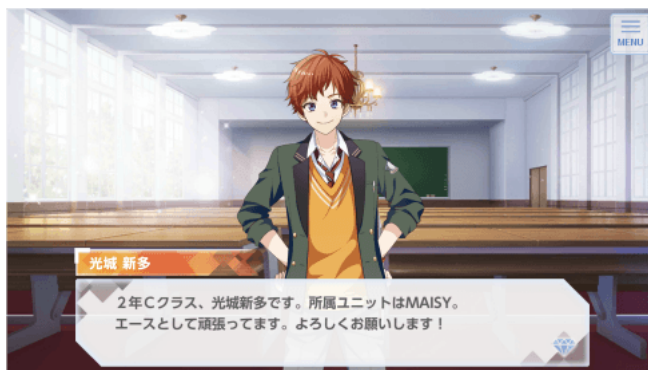


■ リリース日 2018年8月

■ 作品の特徴と魅力 声優学校を舞台に、キャラクターの宝石のように輝く青春を描いた育成ゲーム

2周年を迎えた後にアプリの更新は終了したものの、colyの誇る作品の一つとしてグッズ等の展開を継続している。

■ マネタイズモデル アイテム課金型



キラキラな青春をテーマに、若い声優の卵たちが悪戦苦闘しながら夢を追いかける世界観が多くのユーザー様に好評をいただきました。"Alright! 届けこの声「オンエア！」"で始まる主題歌『Now On Air!』も好評配信されました。



総勢 30 名の彼らのために、実際に活躍する豪華声優陣に力のこもった演技をいただきました。



キャラクタービジュアルやカードについてもご好評をいただいております。今後もグッズ展開等を通して、作品を盛り上げて参ります。



- リリース日** 2019年11月
- 作品の特徴と魅力** 多様な絆と信頼のあり方を描く「魔法使いと心を繋ぐ育成ゲーム」
 - ・2020年11月 App Store 総合セールスランキング 2位を獲得
 - ・2021年1月 500万DLを突破
- マネタイズモデル** アイテム課金型



現代から異世界に召喚された主人公が、“大いなる厄災”と戦う魔法使いを導く“賢者”となり、世界を救うために奮闘する物語。終わらない役目とどう向き合うか、どうすれば信頼が築けるのかなど、それぞれの葛藤や信念が描かれた、個性豊かな魔法使いたちの群像劇。



魔法の存在する世界で、新しい世界での冒険や体験をお楽しみいただけます。また、皆様に自由な捉え方でこの世界を多様にお楽しみいただきやすいように、恋愛要素がなく、主人公の性別も任意に選べる仕様となっております。



魔法使い達を育成することで様々な姿に「覚醒」させ、彼らの新たな一面を知ることができます。一人ひとりの個性的なアニメーション技術も見所の一つです。

中島 瑞木 代表取締役社長

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（代表取締役副社長）と共にcolyを創業し、主にビジョン戦略および組織戦略を統括。

佐々木 大地 取締役事業本部長

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年よりゲーム事業全体を統括。

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。

中島 杏奈 代表取締役副社長

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、主にマーケティング戦略およびコンテンツ戦略全般を統括。

近藤 俊彦 取締役管理本部長

法政大学卒業後、新日本監査法人（現EY新日本有限責任監査法人）入所。約12年間上場企業の金融商品取引法監査・会社法監査等に従事。2018年coly参画、管理部門全体を統括。

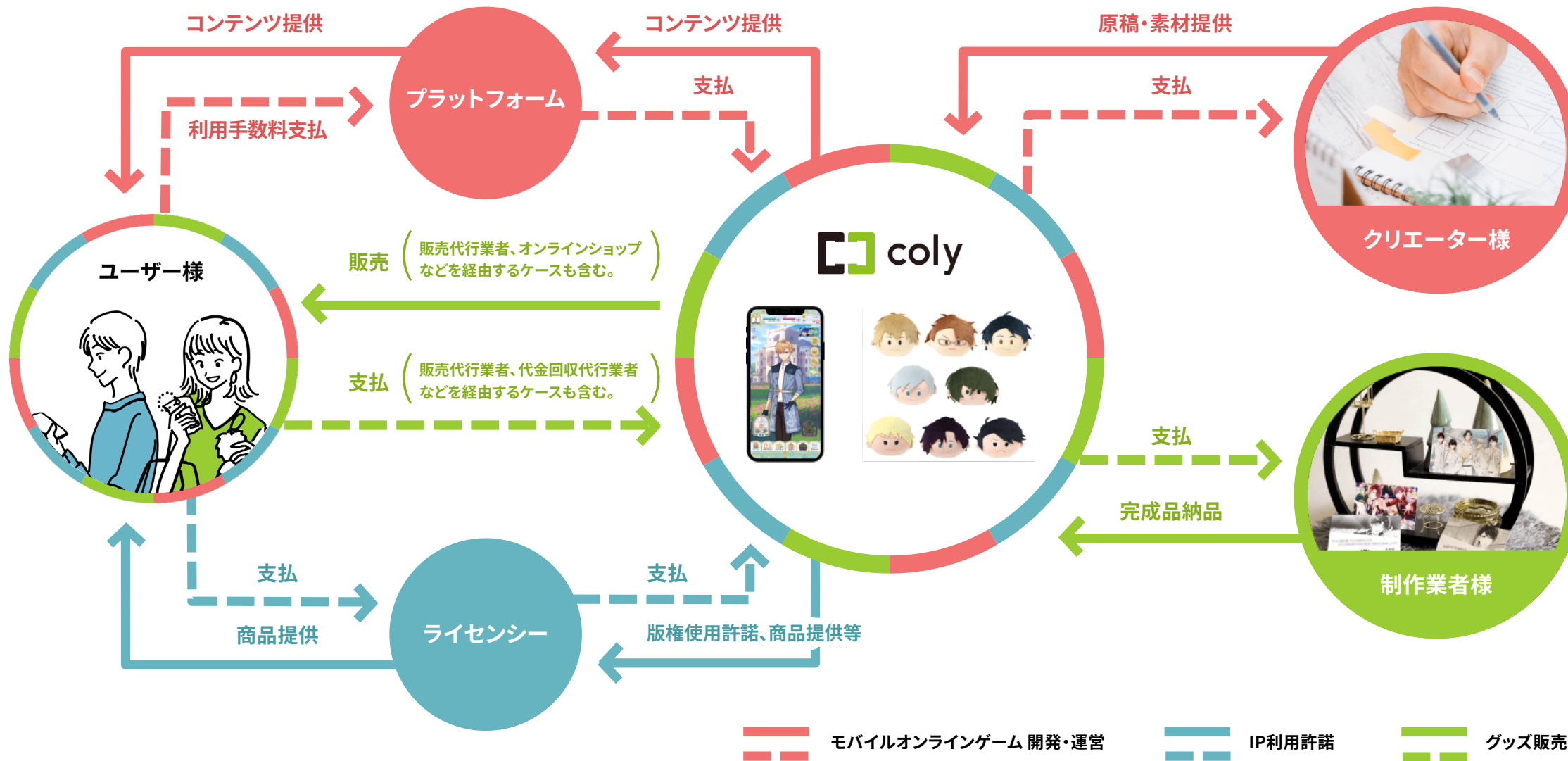
中川 直政 監査役（社外）

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）

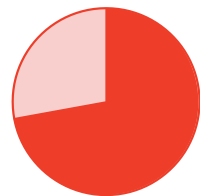
早稲田大学教育学部を卒業後、新日本監査法人（現EY新日本有限責任監査法人）に入所。2017年に独立後、決算・税務・内部統制・IPO等の支援業務等を展開。2019年より当社社外監査役。



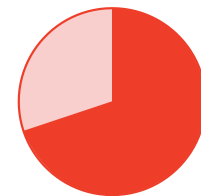




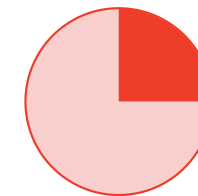
女性の活躍推進



女性社員比率
72.5%
全国平均約 25.8%¹



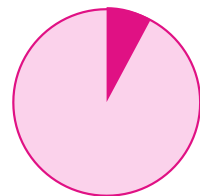
女性管理職比率
71.4%
全国平均約 7.8%¹



女性役員比率
25.0%
上場企業平均約 5.2%²



外国籍の方の採用



外国籍社員比率
11.4%

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



- ・外部セミナー参加支援制度
- ・資格取得支援制度



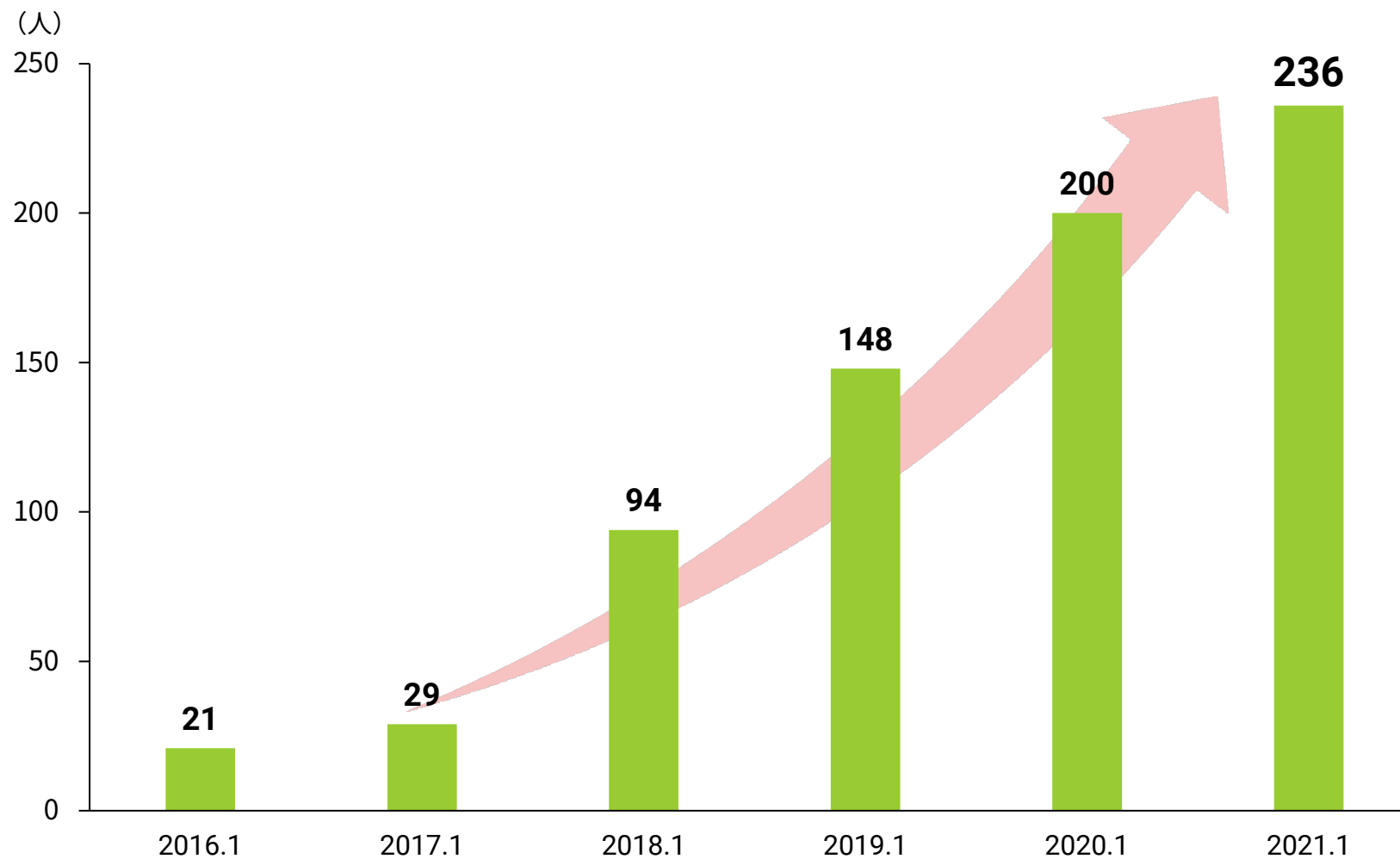
犯罪撲滅を目的とした
官公庁とのタイアップ

※ 社員比率等については2021年1月末時点を基準に算出

出所 1: 2020 年帝国データバンク 『特別企画：女性登用に対する企業の意識調査』

出所 2: 2020 年内閣府男女共同参画局 『女性活躍と SDGs- サステナビリティの実現に向けて -』

引き続き、開発等コンテンツに関わる優秀な人材を増員することで、良質な作品作り及び事業拡大を目指す。





昨日の自分より
今日の自分



明日を生きる
力が湧いてきた



coly が思い描く
世界



楽しい!

一人ひとりのお客様の
「もっと、面白く」の体験を生み出す。



この考え方
面白い…!



この世界に
入りたい!



将来見通しに関する注意事項

本資料は、当社の事業内容等に関する情報の提供を目的としたものであり、当社株式の投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載されている将来の業績に関する予測等の情報は、資料作成時点の当社の判断に基づいて作成されており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

よって、その実現を約束するものではなく、また今後予告なしに変更されることがあります。

問い合わせ窓口
管理本部 管理部

mail : ir@coly.info
IR情報 : <https://colyinc.com/ir/>