



2023年12月期 第2四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

2023年8月10日

上場会社名 THECOO株式会社 上場取引所 東
 コード番号 4255 URL https://thecoo.co.jp/
 代表者 (役職名) 代表取締役CEO (氏名) 平良 真人
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役CFO兼コーポレート本部長 (氏名) 森 茂樹 (TEL) 03-6420-0145
 四半期報告書提出予定日 2023年8月10日 配当支払開始予定日 —
 四半期決算補足説明資料作成の有無：有
 四半期決算説明会開催の有無：有（機関投資家・アナリスト向け）

(百万円未満切捨て)

1. 2023年12月期第2四半期の業績（2023年1月1日～2023年6月30日）

(1) 経営成績（累計）

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年12月期第2四半期	1,898	△4.4	△217	△75.9	△229	△89.8	△431	△255.1
2022年12月期第2四半期	1,986	—	△123	—	△120	—	△121	—

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2023年12月期第2四半期	△208.04	—
2022年12月期第2四半期	△59.44	—

- (注) 1. 2021年12月期第2四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、2022年12月期第2四半期の対前年同四半期増減率については記載しておりません。
 2. 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式は存在するものの、1株当たり四半期純損失であるため記載しておりません。

(2) 財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2023年12月期第2四半期	2,626	757	28.8
2022年12月期	3,004	1,188	39.5

(参考) 自己資本 2023年12月期第2四半期 756百万円 2022年12月期 1,187百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2022年12月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2023年12月期	—	0.00	—	—	—
2023年12月期（予想）	—	—	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無：無

3. 2023年12月期の業績予想（2023年1月1日～2023年12月31日）

(%表示は、対前期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	3,840	△10.3	△650	—	△660	—	△870	—	△419.45

- (注) 1. 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：有
 2. 第2四半期累計期間の業績予想は行っていません。

※ 注記事項

(1) 四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用：無

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更：無
- ② ①以外の会計方針の変更：無
- ③ 会計上の見積りの変更：無
- ④ 修正再表示：無

(3) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2023年12月期2Q	2,074,655株	2022年12月期	2,073,555株
② 期末自己株式数	2023年12月期2Q	一株	2022年12月期	一株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2023年12月期2Q	2,074,137株	2022年12月期2Q	2,044,206株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等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、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、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。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料4ページ「1. 当四半期決算に関する定性的情報（3）業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

（決算補足説明資料の入手方法について）

決算補足説明資料はTDnetで同日開示するとともに、当社ホームページに掲載いたします。機関投資家及び証券アナリスト向け説明会は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、Web形式にて2023年8月22日（火）に開催する予定です。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	3
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	4
2. 四半期財務諸表及び主な注記	5
(1) 四半期貸借対照表	5
(2) 四半期損益計算書	6
第2四半期累計期間	6
(3) 四半期キャッシュ・フロー計算書	7
(4) 四半期財務諸表に関する注記事項	8
(四半期貸借対照表関係)	8
(継続企業の前提に関する注記)	8
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	8
(セグメント情報等)	9

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第2四半期累計期間におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症拡大に対する各種政策の効果もあり、持ち直しの動きが見られ、2020年から行われていた社会経済活動の制約がほぼ解消された状況にあります。また、各種政策の効果もあり、国内経済は緩やかに回復している一方、原材料費の上昇による物価高騰も幅広い品種及びサービスにまで及んでおり、かつその傾向も長期化しており、引き続き経済の先行きは不透明な状況が続いております。

当社を取り巻くエンターテインメント業界は、首都圏や東名阪の三大都市を中心に収容人数をフルに使ってのリアルライブの開催回数が徐々に増えてくるなど、少しずつ活気が戻りつつあります。

このような環境のもと、当社は「現状維新のパートナー」であることをミッションに、また、ビジョンに「『できこない』に挑み続ける」を掲げ、SNS全盛期の現在、1対Nの時代から大きく変化した、N対Nの潮流をとらえ、Fan（ファン）+Icon（アイコン）（注）を起源とした完全会員制、完全有料制のファンコミュニティプラットフォームを提供するファンビジネスプラットフォーム事業と、祖業であるデジタルマーケティング事業の2つの事業を展開しております。

（注）アーティスト、インフルエンサー、タレント等、ファンコミュニティのオーナーであり、ファンの熱量の対象となるもの

ファンビジネスプラットフォーム事業の市場環境としては、株式会社矢野経済研究所の調査「ファンコミュニティビジネス2022」によると、月額課金型オンラインコミュニティプラットフォームサービス市場規模（会員費取扱高ベース）は、2020年度は24,800百万円（実績）、2021年度は41,500百万円（見込）（前期比167.3%）、2022年度は58,000百万円（前期比139.8%）と予測されております。新型コロナウイルスの影響を受け、オフラインでの活動を制限されたアーティストやクリエイター等が、新たな活動の場としてオンラインによる活動を求める機会が増加したことや、プラットフォーム上で全て一元管理できるサービスが増加し、コミュニティ開設者が芸能活動や創作活動に専念できるようになったことにより、年々市場が大きく成長しております。

また、当社が想定するファンクラブの市場規模（SAM：Service Available Market）は約1兆6,000億円であり、これは、総務省の「人口推計」と、矢野経済研究所が実施したインターネットアンケート調査「ファンの消費行動」に基づく1人当たりの消費額と潜在層を含めたファン数を基に、当社が想定するファンクラブ市場規模であります。

デジタルマーケティング事業の市場環境としては、株式会社電通の「2022年日本の広告費」によると、2022年のインターネット広告市場は3兆912億円、前年比111.3%と引き続き高い成長率で推移し、総広告費に占める媒体構成比は前年比3.7ポイント増の43.5%に達しており、当社としては今後も同市場は堅調に推移すると予想しております。また、サイバー・バズ/デジタルインファクト調べによる「国内インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測 2020年-2027年」によると、2023年の国内インフルエンサーマーケティング市場は前年比120.5%の741億円が推計されており、2020年は332億円だったことから、ここ数年で大幅に市場規模が拡大しております。

両事業を合わせた市場規模（TAM：Total Addressable Market）は約5兆4,000億円と試算しており、その内訳は、当社想定ファンクラブ市場規模1兆6,000億円（上述）、ライブ・エンターテインメント市場6,295億円（ライブ・エンターテインメント白書より当社推計。ライブ・エンターテインメント市場規模＝音楽コンサートとステージでのパフォーマンスイベントのチケット推計販売額合計と定義）、デジタルコンテンツ市場2兆384億円（経済産業省「コンテンツの世界市場。日本市場の外観」2019年度市場規模より推計。1\$＝100円で試算。音楽（音楽ダウンロード、音楽ストリーミング、広告）、広告映像（動画配信（SVOD）、動画配信（TVOD）、VRビデオ、広告（動画共有サイト等）、ゲーム（コンソールゲーム、/PCゲーム（ダウンロード）、モバイルゲーム、VRアプリ、VRゲーム、広告）のデジタルコンテンツ市場の合計と定義）、ソーシャルメディア広告市場1兆899億円（サイバー・バズとデジタルインファクト実施の国内ソーシャルメディアマーケティングの市場動向調査より、2023年度市場規模推計）となっています。

① ファンビジネスプラットフォーム事業

ファンビジネスプラットフォーム事業は、ファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」の提供及び運営管理を行っております。

「Fanicon」はアイコンとそのファンが集い、アイコンとしての「価値」を提供したいアイコン側のニーズと、アイコンと「つながりたい」というファン側のニーズをマッチングさせるプラットフォームです。また、従来のファンクラブとは異なり、ファンコミュニティのオーナーであるアイコンと、そこに属するファンが共にコミュニティを盛り上げ、共感したファン同士も繋がること可能なネットワーク効果のある、アイコンとファンのためのサービスです。

Faniconの会員（ファン）はすべて有料会員となっており、ファンビジネスプラットフォーム事業の売上高は、会員より受領するサブスクリプションフィーを売上高として計上するストック型のビジネスモデルと、ポイント課金を売上高として計上するフロー型売上の2つの売上からなりたっております。

会員数を安定的に成長させるためには、新規アイコンの獲得が不可欠です。新規アイコンを獲得するための営業活動は、営業チームに加え、大型アイコン獲得の為にパートナー企業等の協力も得ながら推し進めております。また、既存アイコンでの会員増加の傾向もあり、今後は新規アイコンだけではなく、既存アイコンでの会員増加も合わせて注力してまいります。

また、アイコンの解約率は、アイコンに対する季節や個人イベントに応じた施策の提案やファン体験の価値を高めるカスタマーサクセス機能により、前事業年度に引き続き低水準で推移しております。

以上の結果、当事業の売上高は1,308,804千円（前年同期比12.7%増）、セグメント損失は136,892千円（前年同期はセグメント損失174,036千円）となりました。

② デジタルマーケティング事業

デジタルマーケティング事業においては、国内外の顧客に対して、インフルエンサーを用いた広告施策等の提案及びオンライン広告の運用とコンサルティングが共に高い評価を得ることで、着実に成長させてまいりました。しかしながら、2023年4月に発覚した架空発注や水増発注による不適切な発注による影響が主な原因で、当第2四半期累計期間において当事業の売上高は589,872千円（前年同期比28.5%減）、セグメント損失は80,214千円（前年同期はセグメント利益50,593千円）と対前年同期比で減収減益となりました。

以上の結果、当第2四半期累計期間の売上高は1,898,676千円（前年同期比4.4%減）、営業損失は217,106千円（前年同期は営業損失123,443千円）、経常損失は229,385千円（前年同期は経常損失120,844千円）、四半期純損失は431,512千円（前年同期は四半期純損失121,505千円）となりました。

(2) 財政状態に関する説明

① 資産、負債及び純資産の状況

(資産)

当第2四半期会計期間末における資産は、前事業年度末に比べ378,084千円減少し、2,626,311千円となりました。主な要因は、現金及び預金の減少208,998千円、受取手形及び売掛金の減少204,894千円であります。

なお、売掛金には、ファンビジネスプラットフォーム事業及びデジタルマーケティング事業の一部の取引において代理人として純額で収益を認識している売上にかかる売掛金が含まれております。そのため、売上高に対し売掛金の規模が大きく、また、同サービスの売上増に伴い増加する傾向があります。

(負債)

当第2四半期会計期間末における負債は、前事業年度末に比べ53,218千円増加し、1,868,619千円となりました。主な要因は、買掛金の減少93,608千円、未払金の増加236,592千円、長期借入金の減少14,560千円、その他流動負債の減少79,041千円であります。

(純資産)

当第2四半期会計期間末における純資産は、前事業年度末に比べ431,302千円減少し、757,692千円となりました。主な要因は、四半期純損失を431,512千円計上したことによるものであります。

② キャッシュ・フローの状況

当第2四半期累計期間における現金及び現金同等物（以下「資金」という。）は、税引前四半期純損失430,858千円の計上があったこと等により前事業年度末に比べ208,998千円減少し、当第2四半期会計期間末は1,623,763千円となりました。

当第2四半期累計期間における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は次のとおりであります。

（営業活動によるキャッシュ・フロー）

営業活動の結果使用した資金は129,159千円（前年同期は130,177千円の収入）となりました。これは主に売上債権の減少204,894千円、仕入債務の減少93,608千円、特別調査費用の計上190,732千円、税引前四半期純損失430,858千円によるものであります。

（投資活動によるキャッシュ・フロー）

投資活動の結果使用した資金は63,297千円（前年同期は208,525千円の支出）となりました。これは主に独立調査委員会への調査の委嘱等に伴う保証金の差入による支出を含むその他の投資活動による支出46,635千円によるものであります。

（財務活動によるキャッシュ・フロー）

財務活動の結果使用した資金は16,541千円（前年同期は9,178千円の支出）となりました。これは主に長期借入金の返済による支出14,560千円によるものであります。

（3）業績予想などの将来予測情報に関する説明

2023年2月10日に公表いたしました2023年12月期の業績予想を修正しております。詳細につきましては、本日（2023年8月10日）公表いたしました「通期業績予想の修正及び特別損失の計上に関するお知らせ」をご参照ください。

2. 四半期財務諸表及び主な注記

(1) 四半期貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2022年12月31日)	当第2四半期会計期間 (2023年6月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	1,842,762	1,633,764
受取手形及び売掛金	716,032	511,138
商品	-	787
その他	73,133	71,357
貸倒引当金	△8,046	△3,504
流動資産合計	2,623,881	2,213,542
固定資産		
有形固定資産	210,402	193,129
無形固定資産	-	2,892
投資その他の資産		
敷金	170,110	170,745
長期未収入金	-	74,489
その他	1	46,001
貸倒引当金	-	△74,489
投資その他の資産合計	170,111	216,746
固定資産合計	380,514	412,768
資産合計	3,004,395	2,626,311
負債の部		
流動負債		
買掛金	572,885	479,276
1年内返済予定の長期借入金	24,960	24,960
未払金	250,439	487,032
未払法人税等	8,463	8,205
前受金	702,457	709,302
その他	150,638	71,597
流動負債合計	1,709,844	1,780,374
固定負債		
長期借入金	16,800	2,240
繰延税金負債	2,073	1,375
資産除去債務	77,620	77,832
その他	9,061	6,796
固定負債合計	105,555	88,244
負債合計	1,815,400	1,868,619
純資産の部		
株主資本		
資本金	758,963	759,087
資本剰余金	948,856	948,981
利益剰余金	△520,398	△951,910
株主資本合計	1,187,421	756,158
新株予約権	1,573	1,533
純資産合計	1,188,995	757,692
負債純資産合計	3,004,395	2,626,311

(2) 四半期損益計算書
(第2四半期累計期間)

(単位：千円)

	前第2四半期累計期間 (自 2022年1月1日 至 2022年6月30日)	当第2四半期累計期間 (自 2023年1月1日 至 2023年6月30日)
売上高	1,986,095	1,898,676
売上原価	1,213,935	1,124,463
売上総利益	772,159	774,213
販売費及び一般管理費	895,602	991,320
営業損失(△)	△123,443	△217,106
営業外収益		
受取利息	6	9
広告収入	116	29
為替差益	3,124	-
その他	10	144
営業外収益合計	3,257	183
営業外費用		
支払利息	658	433
貸倒引当金繰入額	-	11,775
為替差損	-	252
営業外費用合計	658	12,461
経常損失(△)	△120,844	△229,385
特別利益		
新株予約権戻入益	-	38
特別利益合計	-	38
特別損失		
減損損失	-	10,779
特別調査費用	-	190,732
特別損失合計	-	201,511
税引前四半期純損失(△)	△120,844	△430,858
法人税、住民税及び事業税	2,241	1,351
法人税等調整額	△1,579	△697
法人税等合計	661	653
四半期純損失(△)	△121,505	△431,512

(3) 四半期キャッシュ・フロー計算書

(単位：千円)

	前第2四半期累計期間 (自 2022年1月1日 至 2022年6月30日)	当第2四半期累計期間 (自 2023年1月1日 至 2023年6月30日)
営業活動によるキャッシュ・フロー		
税引前四半期純損失(△)	△120,844	△430,858
減価償却費	28,405	18,411
減損損失	-	10,779
貸倒引当金の増減額(△は減少)	177	△4,542
受取利息及び受取配当金	△6	△9
支払利息	658	433
新株予約権戻入益	-	△38
特別調査費用	-	190,732
売上債権の増減額(△は増加)	55,133	204,894
棚卸資産の増減額(△は増加)	607	△787
仕入債務の増減額(△は減少)	217,428	△93,608
前受金の増減額(△は減少)	146,276	6,844
未払金の増減額(△は減少)	25,955	49,718
その他	△220,330	△56,927
小計	133,461	△104,957
利息及び配当金の受取額	6	8
利息の支払額	△658	△433
法人税等の支払額	△2,631	△2,697
特別調査費用の支払額	-	△21,079
営業活動によるキャッシュ・フロー	130,177	△129,159
投資活動によるキャッシュ・フロー		
有形固定資産の取得による支出	△35,116	△13,498
無形固定資産の取得による支出	△12,223	△3,163
定期預金の預入による支出	△10,000	-
その他	△151,186	△46,635
投資活動によるキャッシュ・フロー	△208,525	△63,297
財務活動によるキャッシュ・フロー		
長期借入金の返済による支出	△14,560	△14,560
株式の発行による収入	5,382	247
その他	-	△2,228
財務活動によるキャッシュ・フロー	△9,178	△16,541
現金及び現金同等物に係る換算差額	-	-
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	△87,526	△208,998
現金及び現金同等物の期首残高	2,044,935	1,832,762
現金及び現金同等物の四半期末残高	1,957,409	1,623,763

(4) 四半期財務諸表に関する注記事項

(四半期貸借対照表関係)

(当第2四半期会計期間)

不適切発注事案に関連して発生したものが、次のとおり含まれております。

長期未収入金 74,489千円

貸倒引当金 △74,489千円

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

I 前第2四半期累計期間(自 2022年1月1日 至 2022年6月30日)

1 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報

(単位:千円)

	報告セグメント			四半期 損益計算書 計上額
	ファンビジネス プラットフォーム 事業	デジタル マーケティング事業	計	
売上高				
顧客との契約から生じる収益				
外部顧客への売上高	1,161,371	824,724	1,986,095	1,986,095
セグメント間の内部売上高又は 振替高	—	—	—	—
計	1,161,371	824,724	1,986,095	1,986,095
セグメント利益又は損失(△)	△174,036	50,593	△123,443	△123,443

(注) セグメント利益又は損失の合計は、四半期損益計算書の営業損失と一致しております。

2 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報
該当事項はありません。

II 当第2四半期累計期間(自 2023年1月1日 至 2023年6月30日)

1 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報

(単位:千円)

	報告セグメント			四半期 損益計算書 計上額
	ファンビジネス プラットフォーム 事業	デジタル マーケティング事業	計	
売上高				
顧客との契約から生じる収益				
外部顧客への売上高	1,308,804	589,872	1,898,676	1,898,676
セグメント間の内部売上高又は 振替高	—	—	—	—
計	1,308,804	589,872	1,898,676	1,898,676
セグメント損失(△)	△136,892	△80,214	△217,106	△217,106

(注) セグメント損失の合計は、四半期損益計算書の営業損失と一致しております。

2 報告セグメントの変更等に関する事項

第1四半期会計期間において、従来「法人セールス事業」としていた報告セグメントの名称を「デジタルマーケティング事業」に変更しております。

また、当第2四半期会計期間において、従来「Fanicon事業」としていた報告セグメントの名称を「ファンビジネスプラットフォーム事業」に変更しております。この変更はセグメント名称の変更であり、セグメント情報に与える影響はありません。

なお、前第2四半期累計期間のセグメント情報についても変更後の名称で記載しております。

3 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

「ファンビジネスプラットフォーム事業」セグメントにおいて、事業用資産に係る固定資産の減損損失を10,779千円計上しております。