



**2023年3月期
第1四半期決算説明資料**

株式会社 TORICO

2022年8月12日

会社概要

業績ハイライト（2023年3月期 第1四半期）

業績予想（2023年3月期）

成長戦略

Appendix

会社概要



会社名：株式会社TORICO

設立：2005年7月29日

事業内容：マンガに特化した各種サービスの提供

従業員数：社員/72名、アルバイト/99名（2022年7月末現在）

VISION

世界を**虜**にする

MISSION

世界に**”楽しみ”**を増やす

サービス概要

サービス領域	主なサービス名	販売形態	サービス概要
EC*		紙 デジタル	漫画全巻セット販売に特化したECサイト 同一アカウントでデジタルコミックも購入可能
		デジタル（国内） デジタル（海外）	10,000冊以上の電子コミックが読み放題 英語版コミックを世界中に配信
イベント	 東京（池袋、渋谷） 大阪、名古屋	飲食/グッズ（店舗） グッズ（EC）	マンガ・アニメイベントを企画運営 当社限定グッズを店舗/ECで販売

* デジタルサービスは売上比率低下によりECサービスへ統合

ECサービス概要



- 1巻から最終巻までの全巻セットのみを販売するECサイト
- 最新コミックから往年の名作までを簡単購入
- 最短当日発送
- デジタルも配信

進撃の巨人©諫山創/講談社 宇宙兄弟©小山宙哉/講談社 七つの大罪©鈴木央/講談社 四月は君の嘘©新川直司/講談社
 ちはやぶる©末次由紀/講談社 のだめカンタービレ©二ノ宮知子/講談社 五等分の花嫁©春場ねぎ/講談社
 ザ・ファブル©南勝久/講談社 ダイアのA©寺嶋裕二/講談社



ザ・ファブル©南勝久/講談社
 ウロボロス©神崎裕也/新潮社
 いつかティファニーで朝食を©マキヒロチ/新潮社
 宇宙兄弟©小山宙哉/講談社
 炎炎ノ消防隊©大久保篤/講談社
 女子高生に殺されたい©古屋兎丸/新潮社
 ヒル・ツメ©今井大輔/新潮社
 グ・ラ・メ〜大宰相の料理人〜©大崎充/新潮社
 青野くんに触りたいから死にたい©椎名うみ/講談社



- 日本語の電子コミックを配信
- ウェブ/アプリ、スマートフォン/タブレット/PCを問わない柔軟な閲覧が可能
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告
 - ②有料配信



- 英語版の電子コミックを世界中に配信
- 海外のマンガファンからの閲覧
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告
 - ②有料配信

Jose Rizal©Takahiro Matsui Ryou Konno/TORICO

イベントサービス概要

マンガ展



©タツノコプロ・読売テレビ

コラボカフェ

国内4店舗の常設店舗にて
1コンテンツ約2週間の
期間限定イベントを毎月2回程度実施
店内にて

- ・マンガ原画展示
 - ・コラボフード/ドリンク提供
 - ・当社限定グッズ販売
- 等を実施

EC

限定グッズを国内外に販売/発送

池袋店



渋谷店



大阪店



名古屋店



会社概要

業績ハイライト (2023年3月期 第1四半期)

業績予想 (2023年3月期)

成長戦略

Appendix

2023年3月期第1四半期 連結決算概況 前期比

イベントサービスは店舗売上回復、EC売上拡大によって**大幅売上増**となったが
ECサービスは前期の巣ごもり需要、大ヒット作品の**反動により減収**

(単位：百万円)	2022年3月期 1Q	2023年3月期 1Q	前期比
売上高	1,314	1,106	△15.8%
EC*	1,261	1,010	△19.9%
イベント	53	96	+81.1%
売上総利益	449	403	△10.1%
営業利益	54	30	△43.7%
経常利益	59	30	△48.6%
経常利益率 (%)	4.5%	2.7%	△1.8%
当期純利益	27	20	△26.8%

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

2023年3月期第1四半期 連結決算概況 予算比

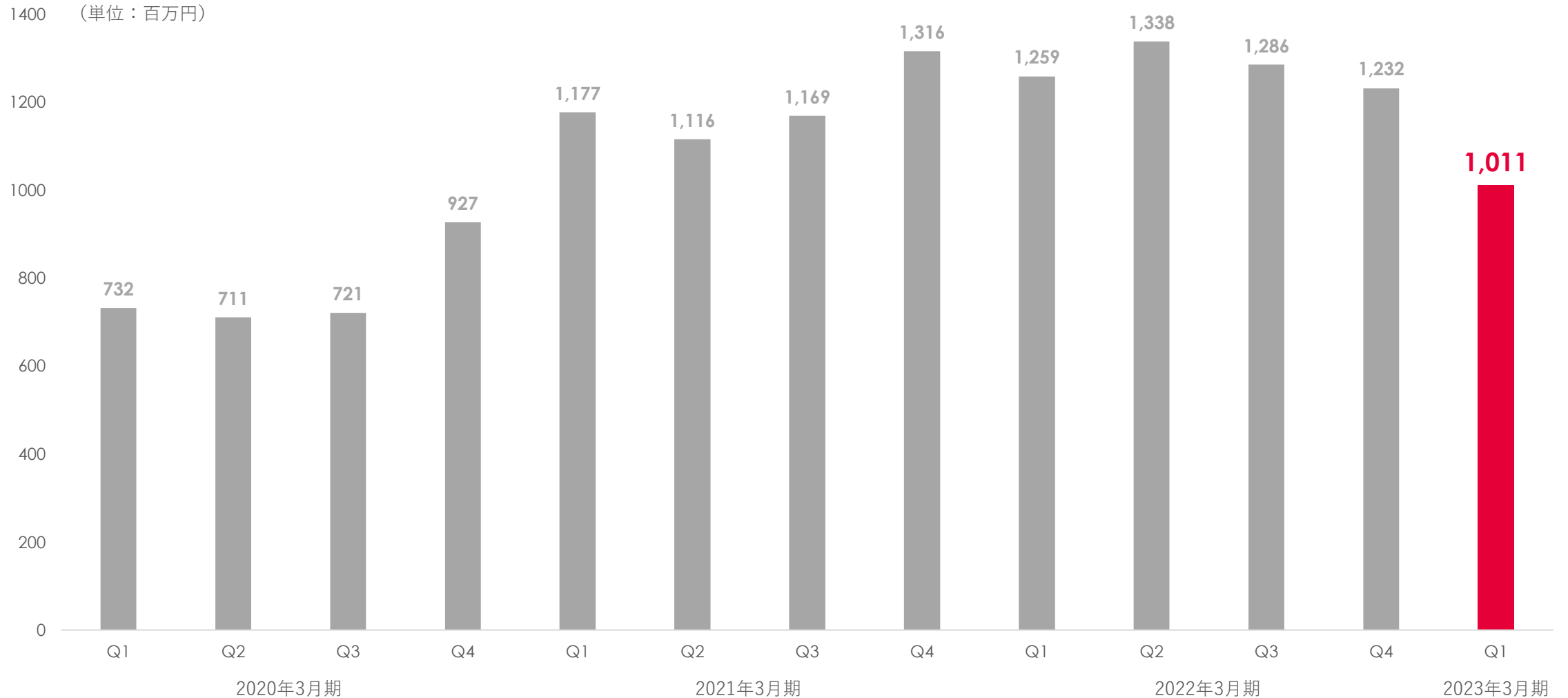
イベントサービスは予算を上回る成長を達成できたものの
主力のECサービスの減収により主要利益は計画を下回る

(単位：百万円)	2022年3月期 1Q 予算	2023年3月期 1Q 実績	予算比
売上高	1,345	1,106	△17.8%
EC*	1,252	1,010	△19.3%
イベント	93	96	+3.2%
売上総利益	470	403	△14.2%
営業利益	59	30	△48.6%
経常利益	60	30	△50.1%
経常利益率 (%)	4.5%	2.7%	△1.8%
当期純利益	40	20	△50.8%

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

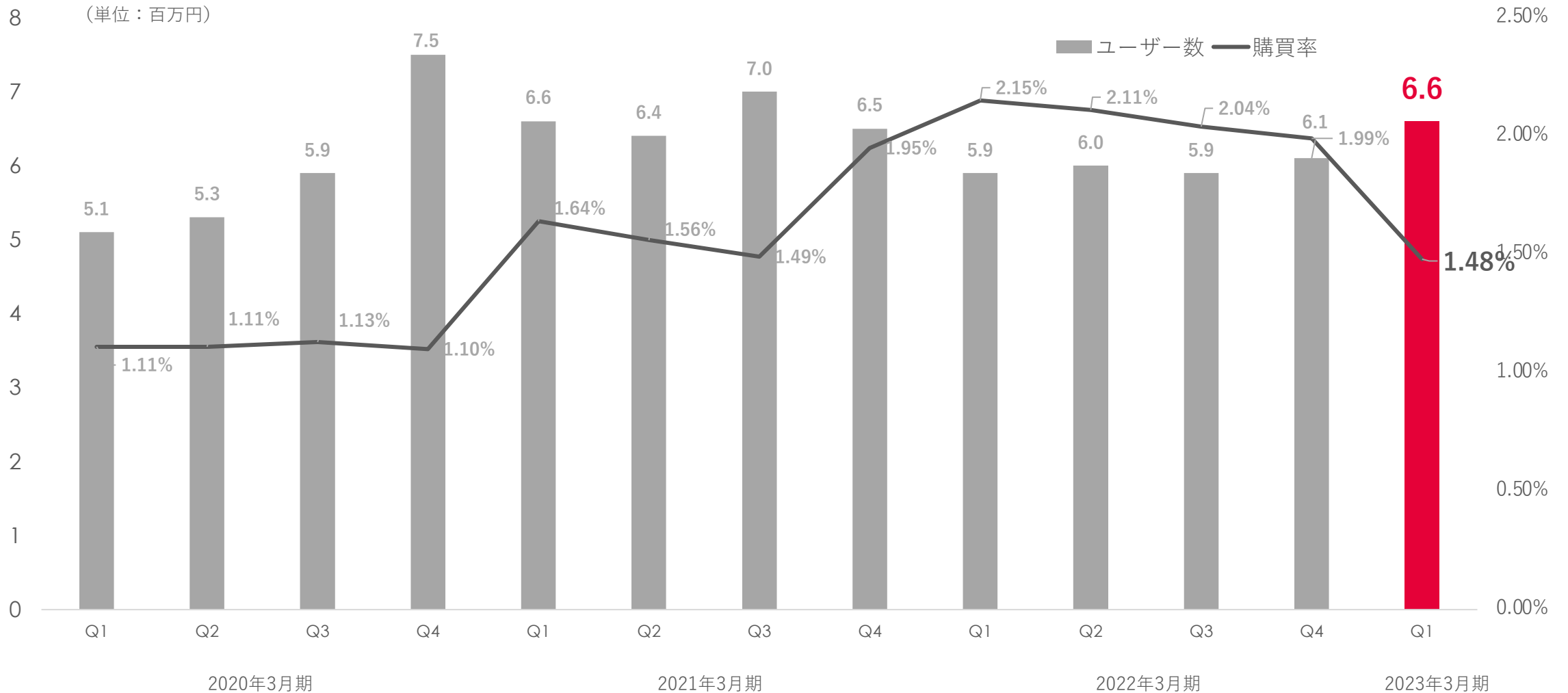
サービス別 売上高 [ECサービス]

長期コロナ禍における巣ごもり需要、複数の大ヒット作品売上の反動により減収での着地



KPI 月間ユーザー数 / 購買率 [ECサービス]

コロナ禍における特需的な高購買率は減少するも、前期を超えるユーザー数増を達成



第1四半期の主な取り組み [ECサービス]

当社限定ノベルティによる販促と他社サービスとの連携によるユーザー数増/売上拡大



「ミステリと言う勿れ」©田村由美/小学館



「吸血鬼すぐ死ぬ」©盆ノ木至(秋田書店)2015

人気作品の当社限定施策による売上増

当社限定ノベルティ付き作品を積極的に増加
→「漫画全巻ドットコム」で購入する必然性を強化することで、人気作品の売上を更に促進

他社サービスとの連携によるユーザー数増

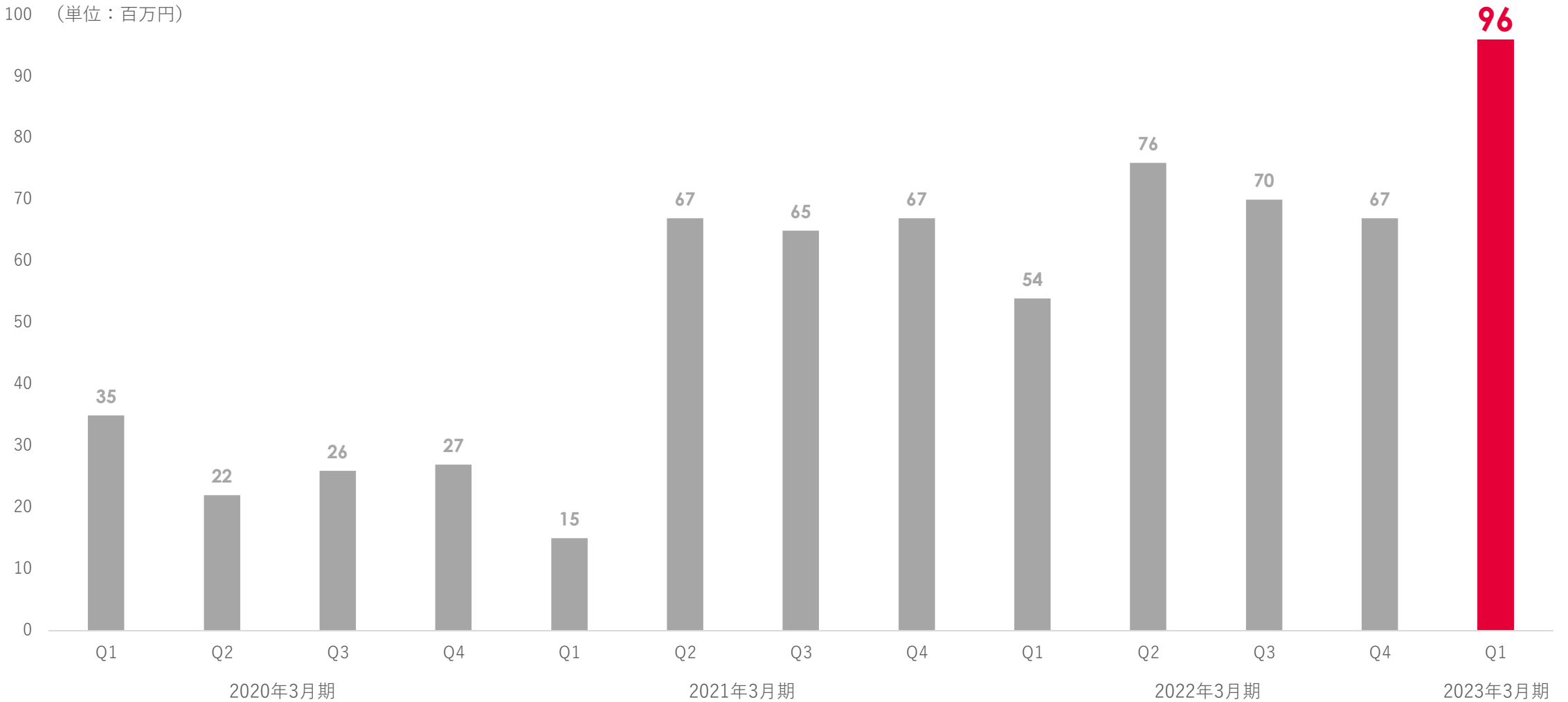
多くの利用者を抱える人気アプリとの連携による
認知度の向上、ユーザー数増加



サービス別 売上高 [イベントサービス]

リアル店舗の回復とECの成長によりサービス開始以来最大の売上を達成

100 (単位：百万円)



第1四半期の主な取り組み [イベントサービス]

既存店舗来場者数回復、「マンガ展名古屋」開店による売上の底上げ+EC施策の活性化



コラボカフェ店舗売上の回復

店舗売上前年度比 **+22.8%**

→ 「マンガ展名古屋」開店と既存店舗の**集客回復**により**売上増加**

IP獲得強化によるEC売上の拡大

EC売上前年度比 **+141.2%**

→ IP獲得強化により**グッズ商品点数の増加**
→ 自社製造を活かした**高利益率維持**

販管費増減サマリー（上位7費目の増減）

成長投資（人員増強と店舗・倉庫等設備投資）を進めつつ
売上減少に伴う変動費の減少により**販管費は前年同期比で減少**

(単位：百万円)	2022年3月期 1Q	2023年3月期 1Q	前期同期比
販管費	395	373	△5.5%
人件費	112	124	+ 10.9%
オンラインショップ運営費	82	79	△3.3%
荷造運賃	61	54	△11.3%
支払手数料	39	32	△17.3%
地代家賃	13	17	+ 27.9%
サーバー費	6	8	+ 38.3%
販促費	21	8	△60.1%
その他	61	51	△27.0%

会社概要

業績ハイライト (2023年3月期 第1四半期)

業績予想 (2023年3月期)

成長戦略

Appendix



**ECサービスの持続的な成長
イベントサービスの海外展開
に挑戦する1年**

2023年3月期連結業績予想及び第1四半期進捗

巣ごもり需要の反動により予想値から下振れて推移しているものの
ECサービス売上の改善基調、下期偏重傾向とイベントサービスの更なる拡大を想定

(単位：百万円)	2022年3月期実績	2023年3月期予想	前期比	2023年3月期1Q実績	進捗率
売上高	5,390	6,147	+14.0%	1,106	18.0%
EC*	5,123	5,690	+11.1%	1,010	17.7%
イベント	267	457	+71.2%	96	21.0%
売上総利益	1,828	2,146	+17.4%	403	18.8%
営業利益	199	340	+70.9%	30	8.8%
経常利益	207	347	+67.6%	30	8.6%
経常利益率 (%)	3.9%	5.7%	+1.8%	2.7%	△3.0%
当期純利益	152	233	+53.3%	20	8.6%

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

サービス別施策 [ECサービス]

第1四半期の取り組み

自社製造による特典施策の拡充

全巻セット特典として需要の高い収納ボックスに加えて、アクリルプレートやクリアカードなど自社製造展開を活かし他店と差別化促進

国内ECモールの新規出店開拓

認知度向上、販売チャネルの拡大を目的として「dショッピング」、「メルカリShops」への新規出店を実施

外部メディアとの連携による集客強化

「LINEショッピング」「Miles」「ONE」など新規顧客獲得ルートの開拓を目的に、ユーザー数の多いアプリメディアと提携開始

第2四半期以降の取り組み

当社オリジナルノベルティ施策の強化

売れ筋作品のオリジナルノベルティ施策の継続強化に加えて、全巻セット購入者のみが追加購入できる希少性の高い商品販売施策による他店との差別化促進

国内ECモール新規出店による販売チャネルの拡大

既存ECモールにおける売上の更なる拡大、新規ECモールの開拓による販売機会の拡大

海外ECモールでの販売開始

「Shopee」を經由した台湾、東南アジアでの越境EC本格参入

サービス別施策 [ECサービス]

当社オリジナルノベルティ施策の強化

メディア化された人気作品での特典施策

全巻収納ボックスの無償特典施策に加え、ボックス販売による既存読者のサイト認知と購買機会の創出

クリアカード、アクリルボードなど自社製造部門を活用した顧客需要にあわせた施策の拡充

当社施策による売上増加事例 (前月売上比)



「アオアシ」©小林有吾/小学館

+259%



「完全版 金色のガッシュ!!」©雷句誠/クラークンコミックス

+946%



「セゾク」©宮下英樹/講談社

+2975%

サービス別施策 [ECサービス]

国内ECモール新規出店による販売チャネルの拡大

- ・ 既存出店ECモール内での売上シェア拡大
- ・ 新規出店ECモールの拡張（メルカリShops、dショッピング）

楽天市場	PayPayモール	Amazon マーケットプレイス
auPAYマーケット	LINEギフト	メルカリShops
dショッピング	Coming soon...	Coming soon...

海外ECモールでの販売開始

- ・ 東南アジア/台湾における最大のECプラットフォームである「Shopee」への出店準備進行中
- ・ シンガポール、マレーシア、タイ、台湾、インドネシア、ベトナム、フィリピン、ブラジル、メキシコを含む計14地域における越境ECを開始予定



Shopeeは東南アジア・台湾で最大規模のEコマースプラットフォームです。

Shopeeでは毎日数千万人の消費者が、安心・安全でスムーズ、そして楽しいオンラインショッピング体験をしています。

(同サービスHPより)

サービス別施策 [イベントサービス]

第1四半期の取り組み

イベントにおけるコラボジャンルの拡大

これまでの漫画、アニメに加えてアーティスト、テレビドラマ等、エンターテインメント全般へとジャンル拡大を実現

アニメ公式イベントでの出店販売

これまでの自社店舗とEC販売に加え、アニメ公式イベントでの自社ライセンス商品の販売

新たな商品展開オンラインくじの開始

オンラインくじ「マンガチャ」をリリースし、新しい販売モデルを開始

第2四半期以降の取り組み

イベントジャンルの更なる拡大

イベントジャンルの拡大に注力すると共に、集客期待の高いコンテンツ獲得を推進

インバウンド・海外店舗に向けた企画

海外店舗、越境ECの売上拡大施策に加え、インバウンド需要の回復に備えた海外ユーザーの需要が高いイベント企画の立案

台湾店舗開店 / 現地出版社との連携

台湾店のオープンと現地を拠点としたプロモーション展開に向け、当社×日本国内出版社×現地出版社の三社間での企画を推進

サービス別施策 [イベントサービス]

これまでのマンガ・アニメを題材としたイベントに加えて
音楽、テレビドラマ等、**エンターテインメント全般へ対象範囲を拡大**

サンリオ
×
アーティスト「Ado」



© '22 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. L633380

サンリオで、新しいキャラクターの創造、研究をおこなっている研究所「SANRIOLABO」と圧倒的な歌唱力、表現力が話題の歌手「Ado」が夢のコラボレーション。
新キャラクター【Adorozatorumary】の研究発表会の開催。

テレビ東京
×
ドラマ「先生のおとりよせ」



©中村明日美子・榎田ユウリ (リブレ) / テレビ東京

テレビ東京で2022年4月から6月まで放送されたドラマ25「先生のおとりよせ」期間限定ポップアップストア。
オリジナルグッズ販売やドラマ撮影に使用された美術品の展示を実施。

36人の作家
×
オリジナルイベント「ほくろ展」



出版社を跨ぎ、36作家の参加による当社オリジナル主催企画イベント「ほくろ展」。
イベント企画、オリジナルグッズ展開の独創性から多くの注目を集める。

サービス別施策 [イベントサービス]

海外ユーザーに向けた店舗イベント、オンライン配信、オンラインくじ等
 コンタクトポイントを多様化し海外売上拡大を目指す

世界コスプレサミット2022



© Hiromu Arakawa/SQUARE ENIX © Jun Mochizuki/SQUARE ENIX © Ritz Kobayashi/SQUARE ENIX
 © Cocoa Fujiwara/SQUARE ENIX © Izumi Tsubaki/SQUARE ENIX © HERO/SQUARE ENIX © Daisuke Hagiwara/SQUARE ENIX

世界コスプレサミット2022 ~20th ANNIVERSARY~ / 2022年8月5日（金）～8日（日）期間中
 に『スクウェア・エニックス』コミックグッズ期間限定ショップ マンガ展名古屋開催。

店舗来店者数は3日間で4,000人超え。

オンラインくじ「マンガチャ」



©ma2/オーバーラップ

海外からも購入参加できるオンラインくじ
 「マンガチャ」を自社開発、商品展開開始

サービス別施策 [イベントサービス]

日本国内出版社、台湾現地出版社との協業にて
マンガ展台湾 (2022年9月開店予定) にて実施するイベント企画を鋭意進行中



サービス別施策 [イベントサービス]

シンガポールに現地法人を設立 (2022年10月予定) し、ASEANにおける店舗、EC展開を促進

イベント

- ・ 「マンガ展シンガポール」をASEAN第1号店として出店予定
- ・ シンガポール、マレーシアを中心にASEAN全域から集客

EC

- ・ シンガポールをEC拠点としてASEAN全体へ出荷
- ・ まずは自社サイトとECモール (Shopee) を販売チャネルとして展開



会社概要

業績ハイライト（2023年3月期 第1四半期）

業績予想（2023年3月期）

成長戦略

Appendix

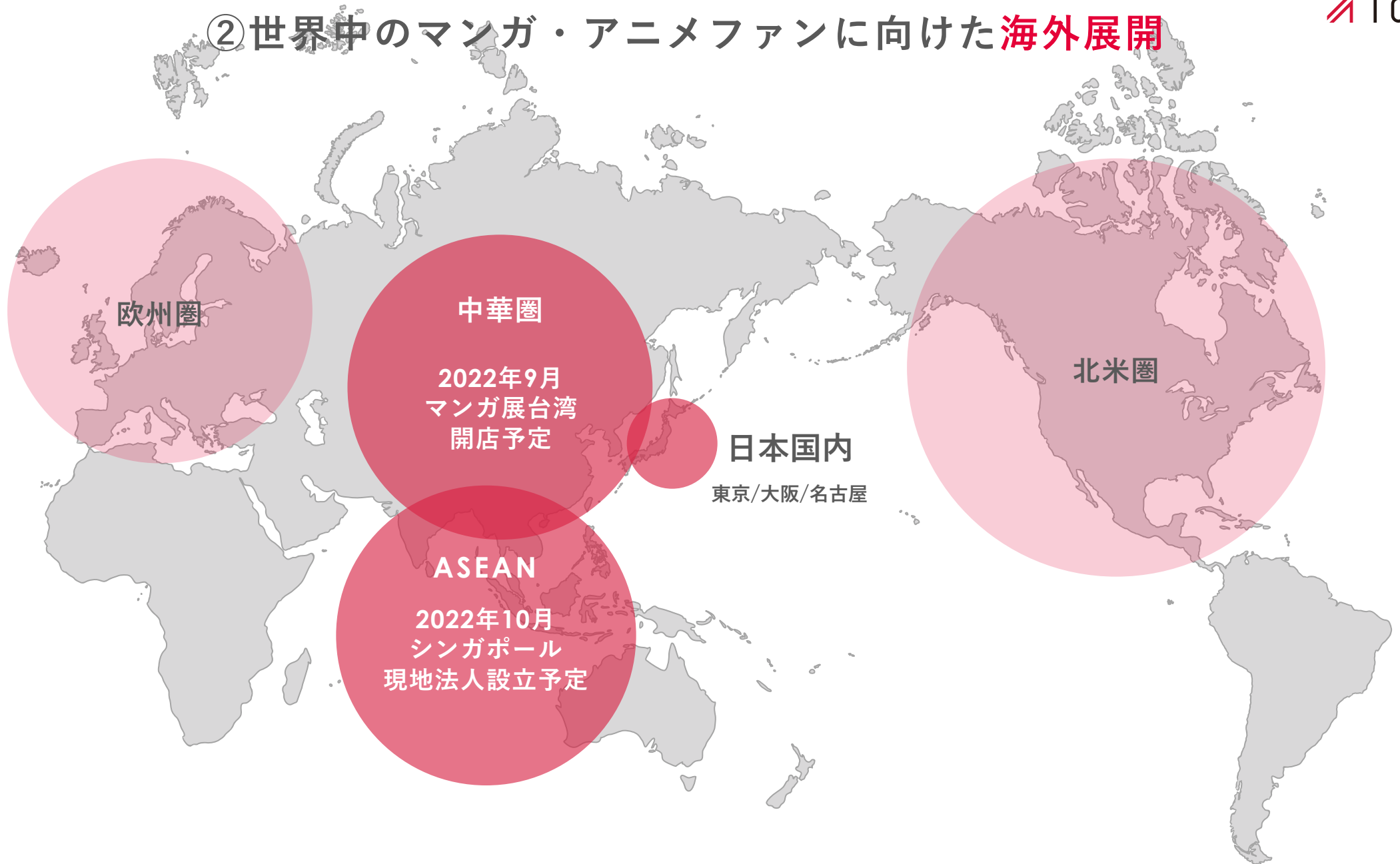
成長戦略

- ① 国内事業の深掘り
- ② 海外事業の拡大
- ③ 新規事業の創出

①販売チャネル増×他社サービス連携＝カバレッジ拡張



②世界中のマンガ・アニメファンに向けた海外展開



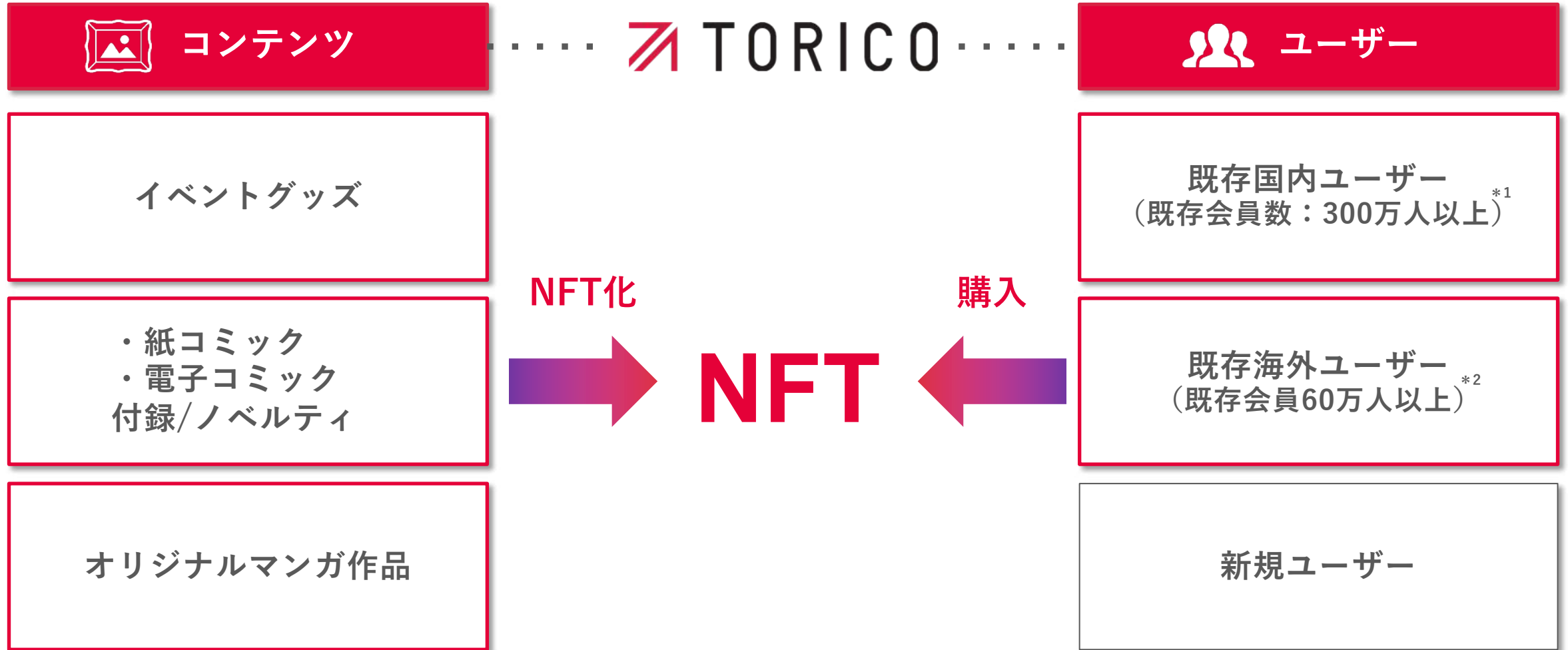
③新規市場=NFT市場への進出

TAM (獲得可能な最大市場規模)



・コミック市場長期推移 (出典：出版科学研究所)
・「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」商務情報政策局 コンテンツ産業課 (2020年) を用いて当社作成
・ブロックチェーンデータ企業「Chainalysis」レポート(2021年)

NFT対象コンテンツとユーザーを既に持つ強み

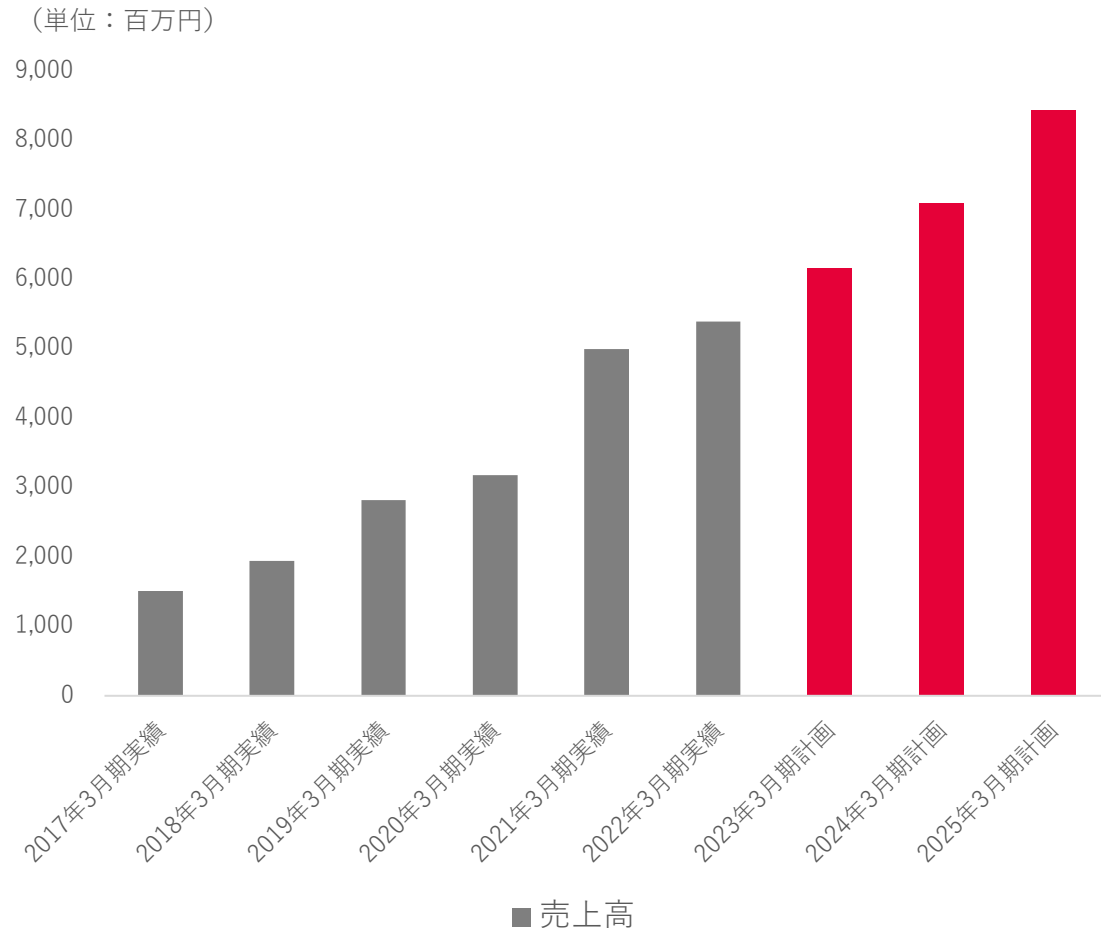


*1 漫画全巻ドットコム、スキマの会員数合計

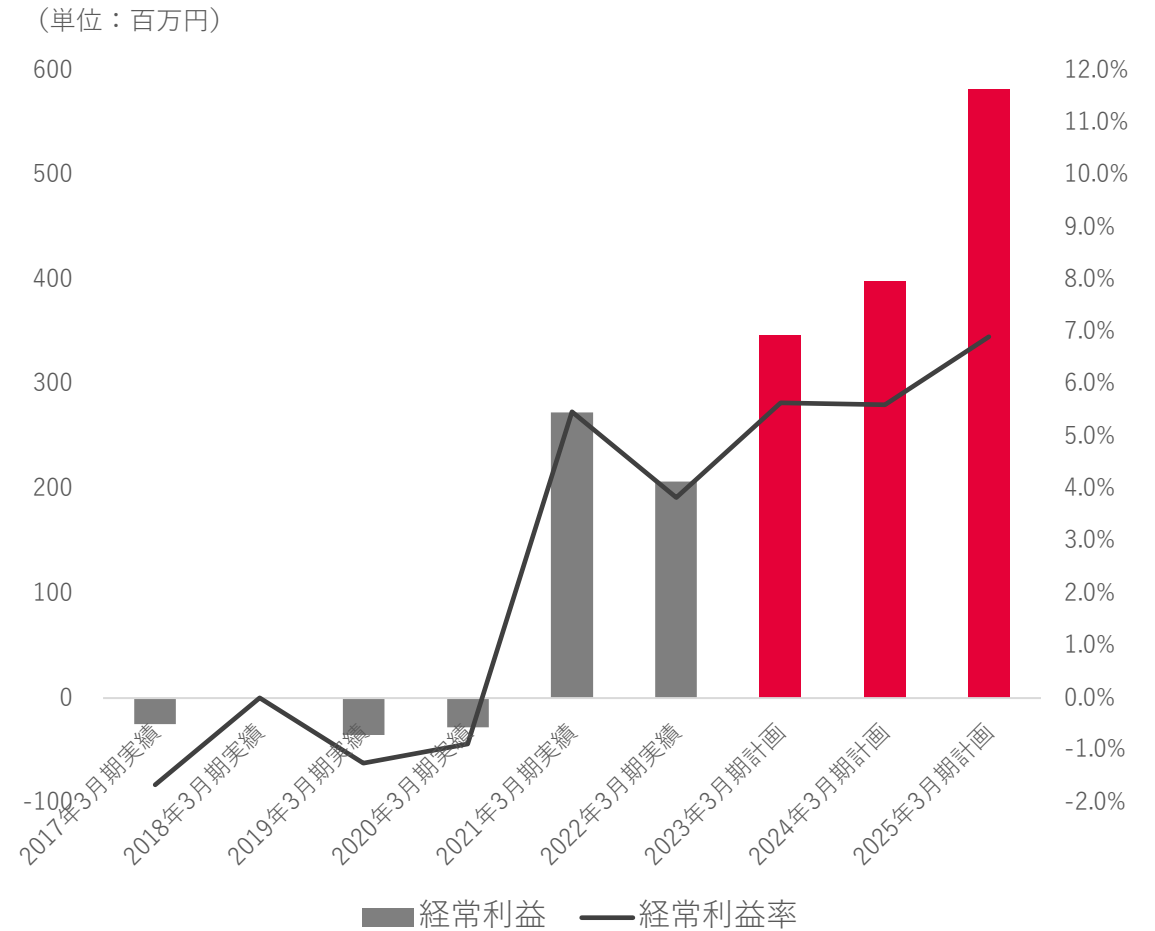
*2 MANGA.CLUBの会員数

中期計画（2023年3月期～2025年3月期）

売上高



経常利益/経常利益率



ECを基盤として海外/新規事業の成長による企業価値の向上

EC

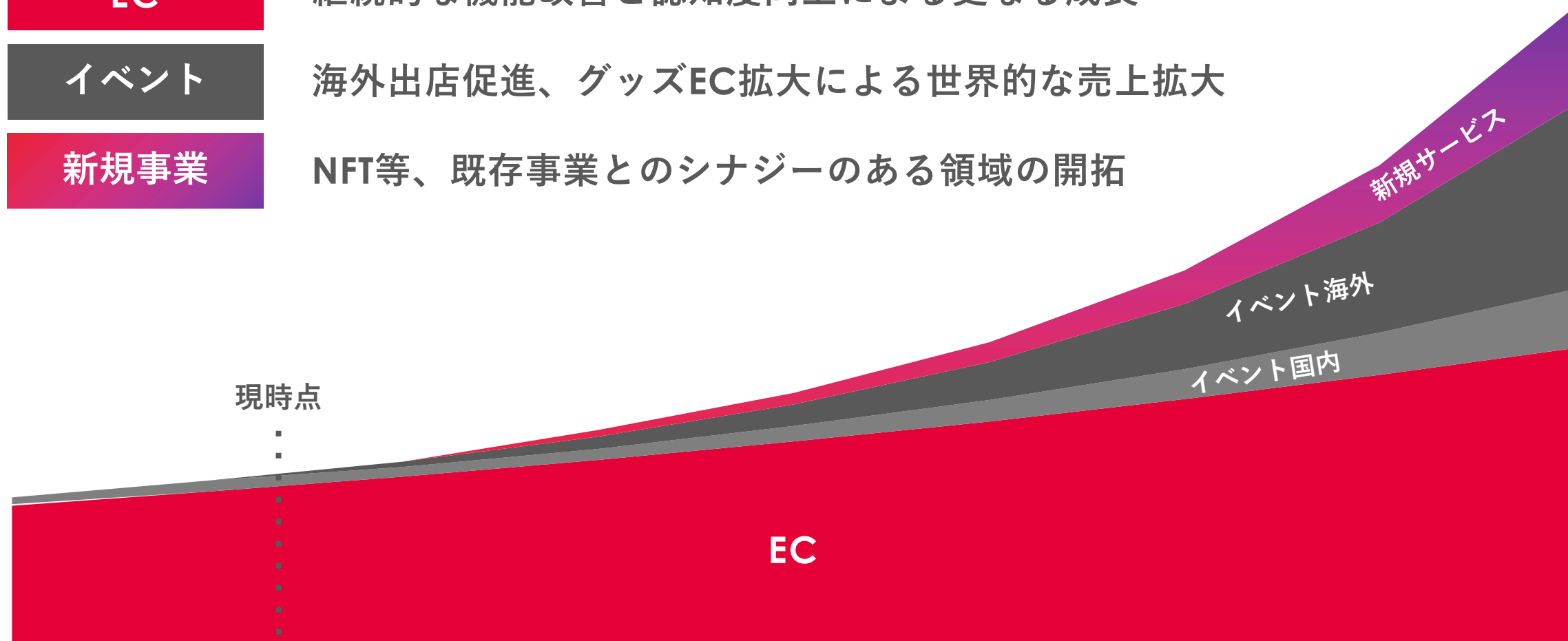
継続的な機能改善と認知度向上による更なる成長

イベント

海外出店促進、グッズEC拡大による世界的な売上拡大

新規事業

NFT等、既存事業とのシナジーのある領域の開拓



業績ハイライト（2023年3月期 第1四半期）

業績予想（2023年3月期）

成長戦略

Appendix

SDGsへの取り組み

5 ジェンダー平等を
実現しよう8 働きがいも
経済成長も**女性の活躍推進**

更なる女性の活躍推進を目指し、女性が能力を十分に発揮できるような職場環境づくり、キャリア支援を実施していきます。

2022年3月末時点で、女性社員比率は49.3%、女性管理職比率は37.5%です。

5 ジェンダー平等を
実現しよう10 人や国の不平等
をなくそう**ジェンダー・ペイ・ギャップ（性別による賃金格差）の解消**

全ての従業員に対して年齢、性別、国籍に関わらない公平な賃金の支払いに努めるとともに、ジェンダー・ペイ・ギャップの解消を目指しています。

2022年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：0.991です。

4 質の高い教育を
みんなに8 働きがいも
経済成長も**公平な成長機会の提供**

正社員、非正規社員を含めた全ての従業員に対して、各自の能力を十分に発揮できる成長機会の提供と入社時の雇用形態に捉われない公平な評価を目指しています。

2022年3月末時点で、正社員67名中22名（32.8%）が非正規雇用から正社員雇用に移行しています。

12 つくる責任
つかう責任15 陸の豊かさも
守ろう**持続的な環境への配慮**

環境に配慮したサービス・企業活動を通じて、地球環境保全への貢献を目指しています。

商品梱包用に使用している段ボールは原料の93%以上が使用済の段ボールから再利用されており、身近なところから実践できる社会貢献を積極的に進めてまいります。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

