

2024年3月期 第3四半期決算説明資料

2024年2月13日



会社概要

業績ハイライト（2024年3月期 第3四半期）

業績予想（2024年3月期）

成長戦略

Appendix

会社概要

業績ハイライト（2024年3月期 第3四半期）

業績予想（2024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

国内店舗数

6 店舗^{*3}

VISION

世界を**虜**にする

従業員数

178名^{*1}

海外店舗数

2 店舗^{*3}

MISSION

世界に“**楽しみ**”を増やす

売上高

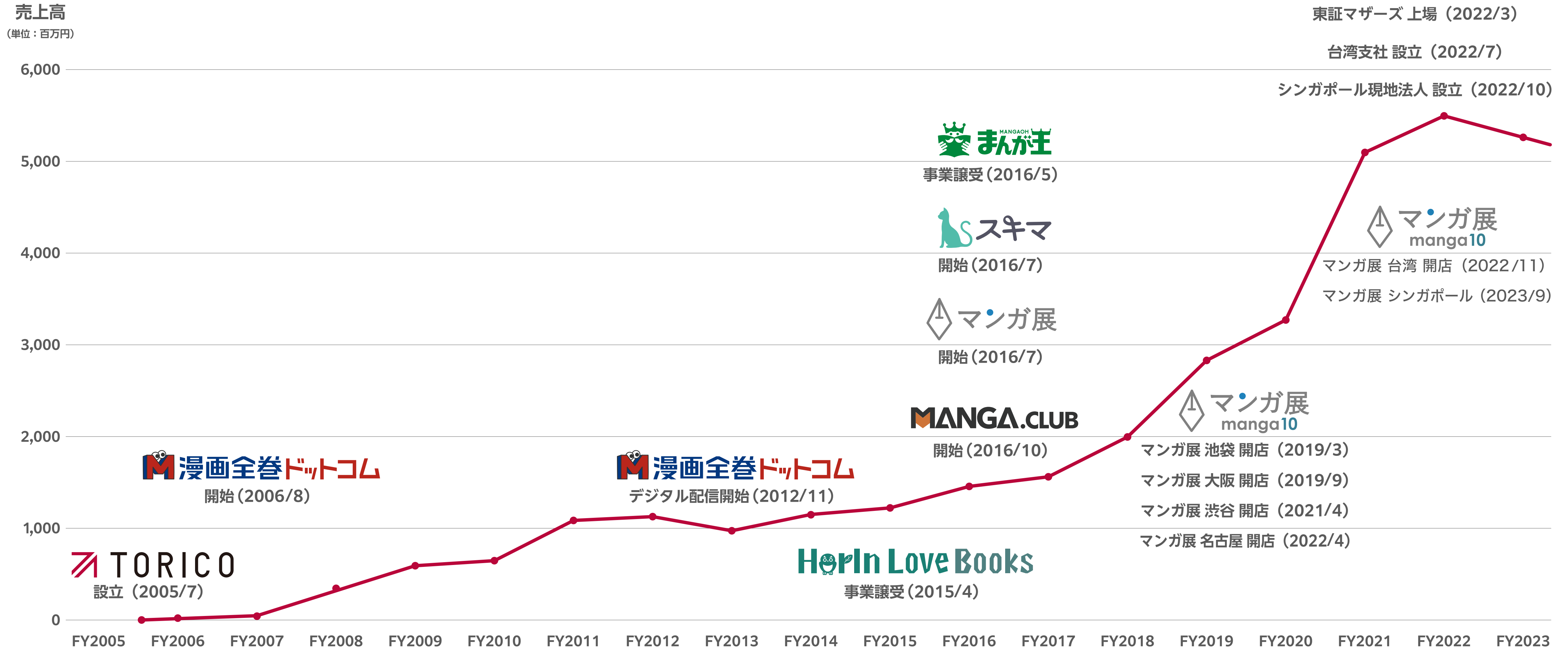
50億円^{*2}

海外拠点数

2 拠点^{*3}

*1 契約社員、アルバイト等の臨時雇用者を含む *2 2023年3月期売上高 *3 2023年12月末時点

沿革



会社概要

業績ハイライト（2024年3月期 第3四半期）

業績予想（2024年3月期）

成長戦略

Appendix

2024年3月期 第3四半期 連結決算サマリー [前期比]

中長期での成長サービスと位置づけるイベントサービスは成長を継続

主力のECサービスは、コロナ期の巣ごもり需要の終息と大型ヒット作品の不在で、前期からの減収傾向を今3Qの年末年始商戦期も継続している為に減収。

2Qでの本社移転費用発生及び繰延税金資産の取崩し等の影響で3Q累計でも当期純損失を計上。

(単位：百万円)	2023年3月期 3Q	2024年3月期 3Q	前期差	前期比
売上高	3,713	2,901	△812	△21.9%
EC*	3,427	2,531	△896	△26.1%
イベント	286	370	+84	+29.3%
経常利益	90	△158	△247	-
経常利益率	2.4%	-	-	-
当期純利益	63	△207	△269	-

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置づけておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービスと2種のサービスに分けて開示しております。

2024年3月期 第3四半期 連結決算サマリー [予算比]

中長期での成長分野の**イベントサービスは売上予算を超える**も主力のECは売上予算未達で着地。

今期は大型ヒット作品の不在によりEC売上の想定以上の減少及び、繰延税金資産の取崩しによる法人税等調整額の計上により赤字幅は拡大。

(単位：百万円)	2024年3月期 3Q 予算	2024年3月期 3Q 実績	予算差	予算比
売上高	3,952	2,901	△1,051	△26.5%
EC*	3,584	2,531	△1,053	△29.3%
イベント	368	370	+2	+0.5%
経常利益	20	△158	△178	-
経常利益率	-	-	-	-
当期純利益	4	△207	△211	-

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービスと2種のサービスに分けて開示しております。

販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

売上高減少に伴い**主要変動費は減少**するも

将来の事業拡大に向けた固定費投資（人件費、地代家賃、支払報酬、減価償却）等の
継続により販管費は前年同四半期比で微増。

(単位：百万円)	2023年3月期 3Q	2024年3月期 3Q	前期同期比
販管費	1,199	1,204	+0.4%
人件費（報酬・給与・雑給・法定福利費）	360	397	+10.4%
オンラインショップ運営費	271	225	△16.9%
荷造運賃	175	141	△19.2%
支払手数料	111	95	△13.6%
地代家賃	56	82	+47.9%
支払報酬	21	28	+32.6%
販売促進費	29	28	△3.1%
その他	176	202	+14.8%

BS・CF 概況

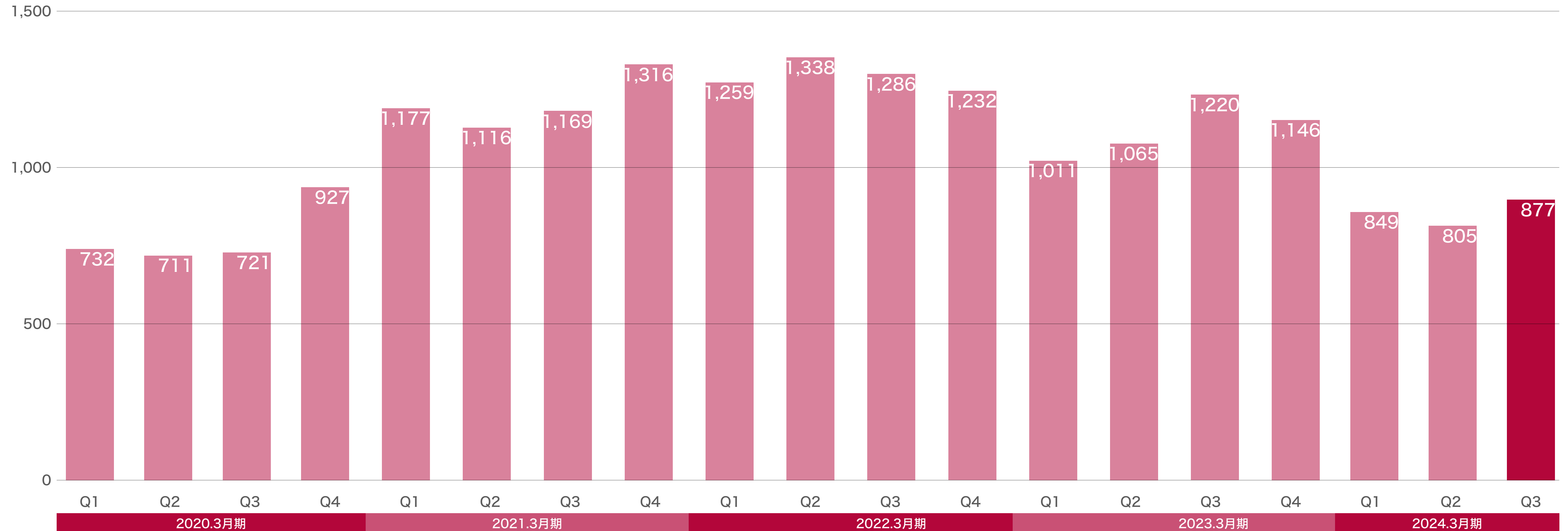
売上減少と本社倉庫移転投資等でキャッシュ残高は減少するも**運転資金は依然健全水準**。

(単位：百万円)	2022年3月期末 実績	2023年3月期末 実績	2024年3月期3Q実績	前期末比増減額	備考
流動資産	1,767	2,074	1,733	△340	
現金及び預金	737	1,062	620	△441	本社・倉庫移転支出増加
売掛金	366	322	375	+53	
商品	613	635	637	+2	
固定資産	162	172	267	+94	(増) 本社・倉庫移転支出
総資産	1,930	2,247	2,001	△246	(減) 繰延税金資産の取崩
負債	858	1,082	1,040	△42	
買掛金	378	312	338	+26	
有利子負債	179	522	442	△79	銀行借入減
純資産	1,071	1,164	960	△204	累計純損失、自己株取得等
自己資本比率	55.4%	51.7%	47.9%	△3.8pt	50%を下回るが依然健全水準
	2022年3月期末 実績	2023年3月期末 実績	2024年3月期3Q実績	前期末比増減額	
営業キャッシュフロー	24	14			
投資キャッシュフロー	△78	△50			
財務キャッシュフロー	242	361			
現金及び現金同等物	737	1,062	620	△441	現預金の減少

サービス別 売上高 [ECサービス]

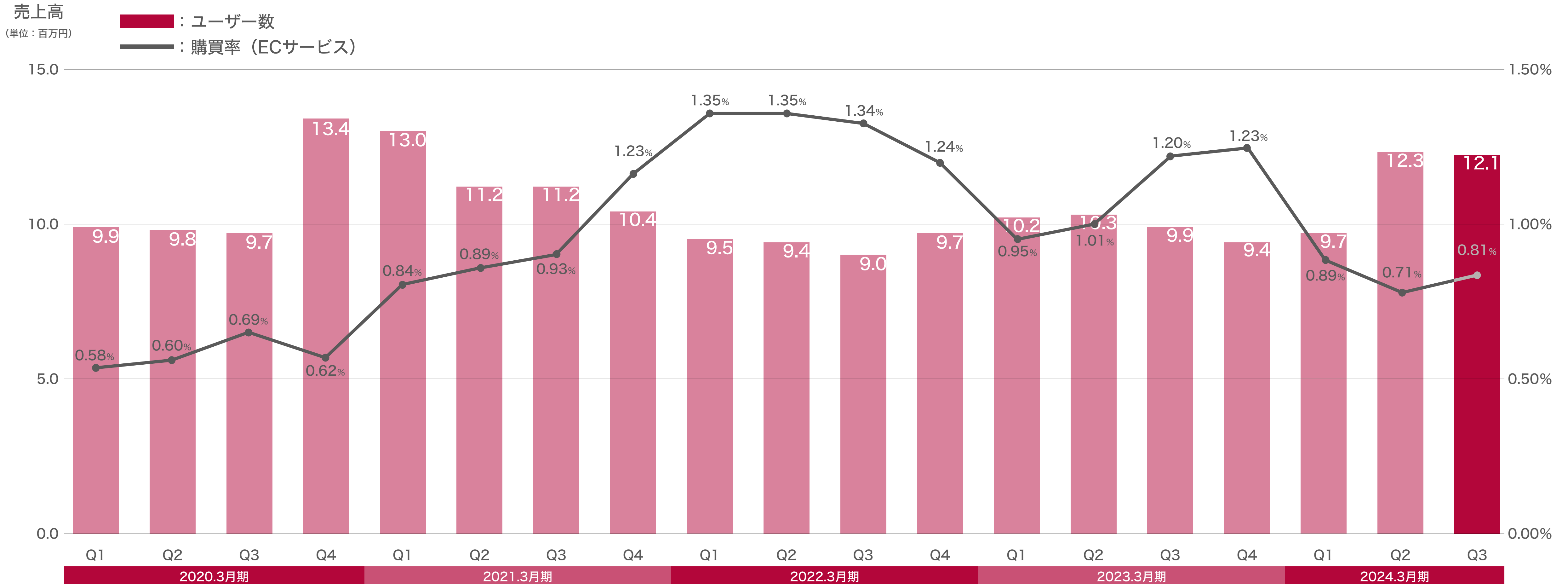
時期需要の高まるクリスマス・年末にかけての注文件数増加に伴い、**今四半期売上としては最大。**
前年の「SLAM DUNK」などの特需タイトルは生まれず、YoYで7割程に留まる。

売上高
(単位：百万円)



KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス/紙]

SNSや会員コミュニケーションツールの活用でサービス利用者は引き続き高水準を維持。
過去数年のような大きな特需作品は生まれず、購買率はコロナ渦前の水準で推移。



重要指標評価 [ECサービス]

利用者数

前期比：-1.6%
前年同期比：+21.4%

「葬送のフリーレン」「薬屋のひとりごと」など新作アニメ主力作品での限定特典施策を展開し新規集客増加

SNSやLINEなどの積極的な活用により既存ユーザーの再訪ならびにキャンペーン参加の増加

購買率

前期比：-0.1pt
前年同期比：-0.4pt

クリスマス・年末時期による利用者増加に伴い前期比では上昇しているが、1%を下回る水準

在庫確保は従来通り順調に推移し、売り損じ機会の発生などは顕著に見られないが、新規メディアミックスからの売上増加タイトルが創出されず

購買単価

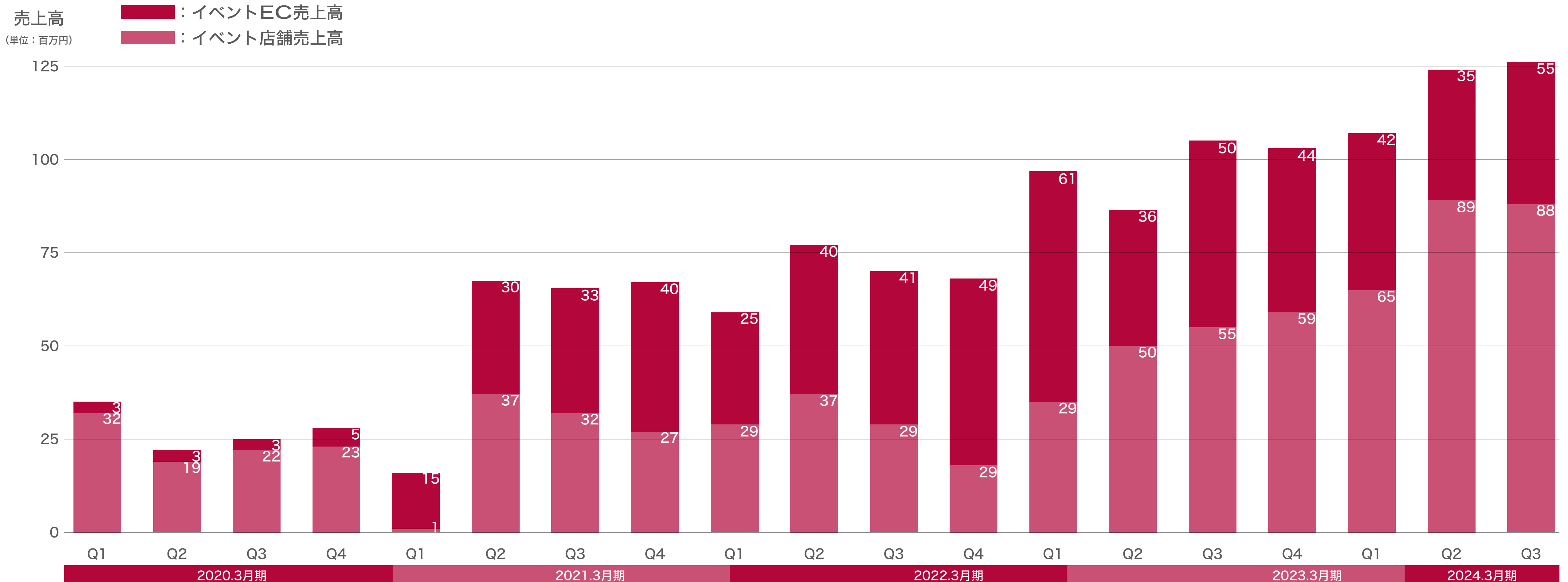
前期比：+0.4%
前年同期比：-16.7%

有償特典施策の施策数増加により、コミック+グッズのオリジナル商品は引き続き積極的に展開し、新刊コミックス販売の購入単価上昇

メディアミックス作品の早期化傾向により全巻セットのセット価格=購買単価が低下傾向

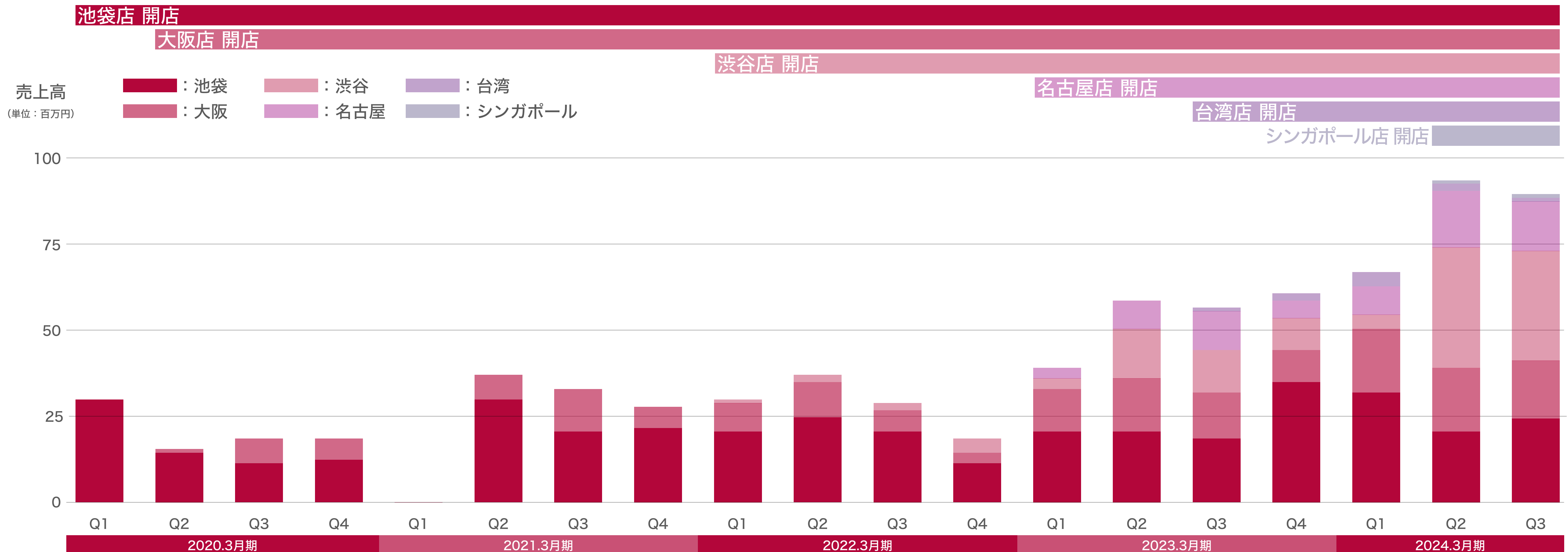
サービス別 売上高 [イベントサービス]

期間限定ショップ/コラボカフェなど自社運営店舗を活用した東名阪での催事巡回とオンライン注文の増加により**四半期過去最高売上**を更新。


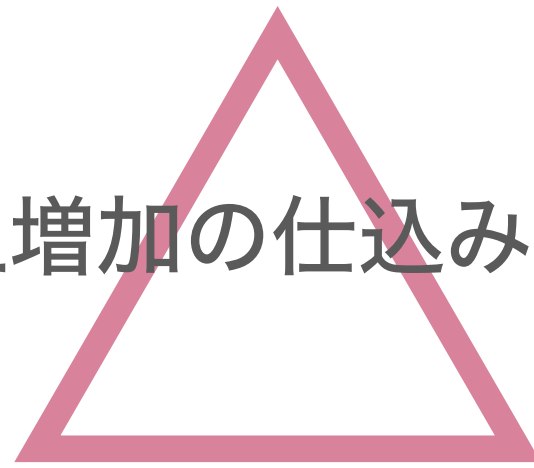



店舗別 売上高 [イベントサービス]

期間限定ショップ/コラボカフェ巡回催事による安定した集客で、
期間限定催事出店を複数行った前四半期に近い**高い売上水準を維持**。



重要指標評価 [イベントサービス]

国内	海外	IP・商品化
 <p>売上過去最高更新</p>	 <p>売上増加の仕込み期間</p>	 <p>メディアミックストレンドに乗じた商品化</p>
<p>コミック原作・アニメ・実写ドラマのIP特性を鑑みたイベント展開を継続開催し、集客・売上ともに堅調</p>	<p>現地店舗での集客、催事の継続実施はまだ課題あり 各国ニーズに適した商品開拓が必要</p>	<p>制作委員会出資作品の商品化・イベント化の反響が大きく、同ジャンルにおける催事の継続開催と催事会場の宣伝と事業好影響</p>
<p>店舗催事グッズのオンライン受注も堅調に推移し、EC売上も高水準を達成</p>	<p>台湾・シンガポール現地での商流拡大交渉を進め、当社国内販売商品の現地卸販売に向けた準備が整う</p>	<p>複数のアニメIPを中心に商品化企画を推し進めると同時に、自社販路以外の商流拡大を視野に活動拡大</p>

会社概要

業績ハイライト（2024年3月期 第3四半期）

業績予想（2024年3月期）

成長戦略

Appendix

2024年3月期連結業績予想及び第3四半期進捗

イベントサービスの拡大により利益回復を図るも、
期初からのECサービスの想定以上の売上減速を補えず、予想値から売上・利益共に下振れて推移。

(単位：百万円)	2023年3月期実績	2024年3月期予想	前期比	2024年3月期3Q実績	進捗率
売上高	5,004	5,465	+9.2%	2,901	53.1%
EC*	4,914	4,917	+6.6%	2,531	51.5%
イベント	389	548	+40.8%	370	67.5%
売上総利益	1,739	1,920	+8.7%	1,050	54.6%
営業利益	127	55	△57.2%	△154	-
経常利益	128	51	△60.5%	△158	-
経常利益率 (%)	2.6%	0.9%	△1.7pt	-	-
当期純利益	74	34	△54.1%	△207	-

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービスと2種のサービスに分けて開示しております。

2024年3月期連結業績予想の修正

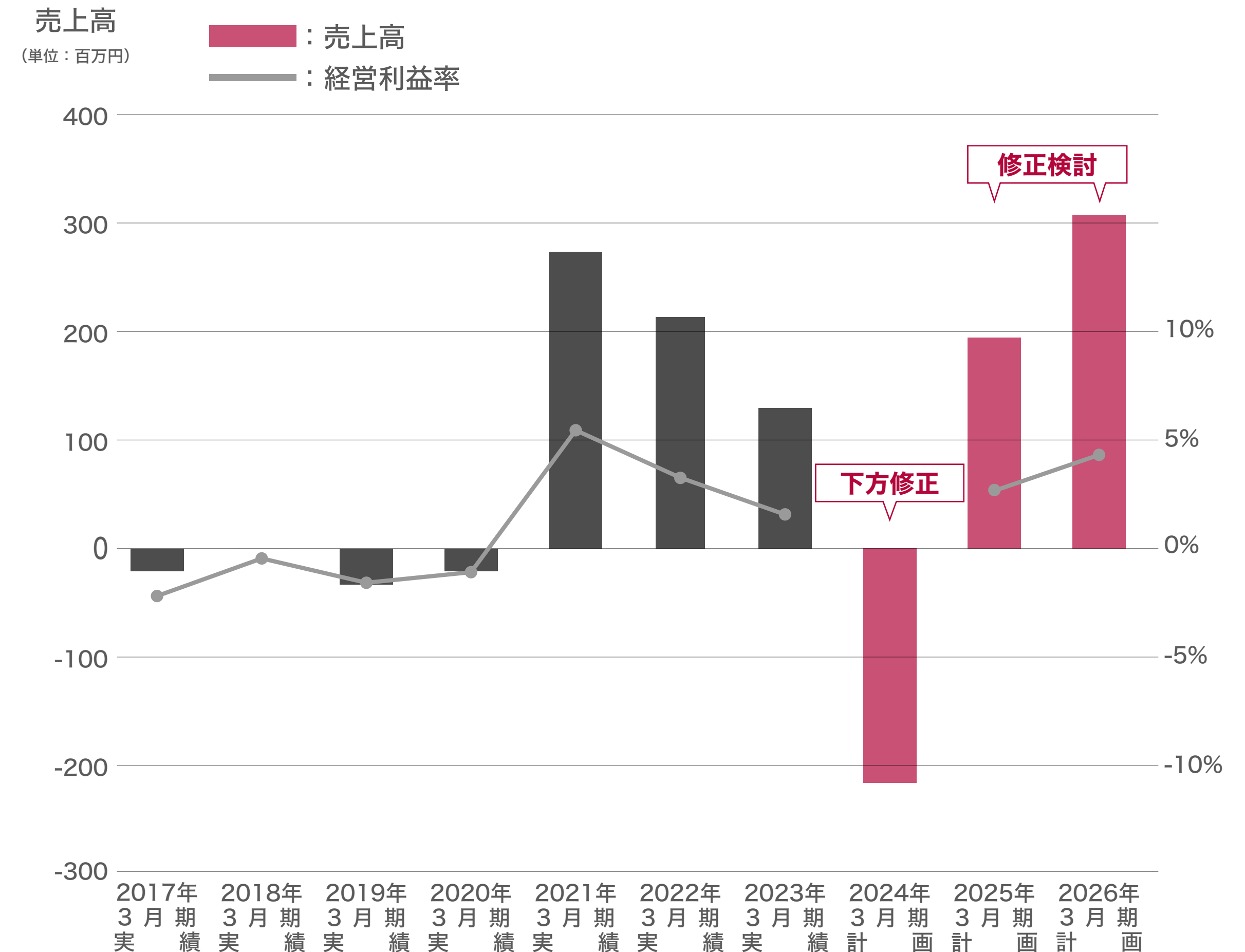
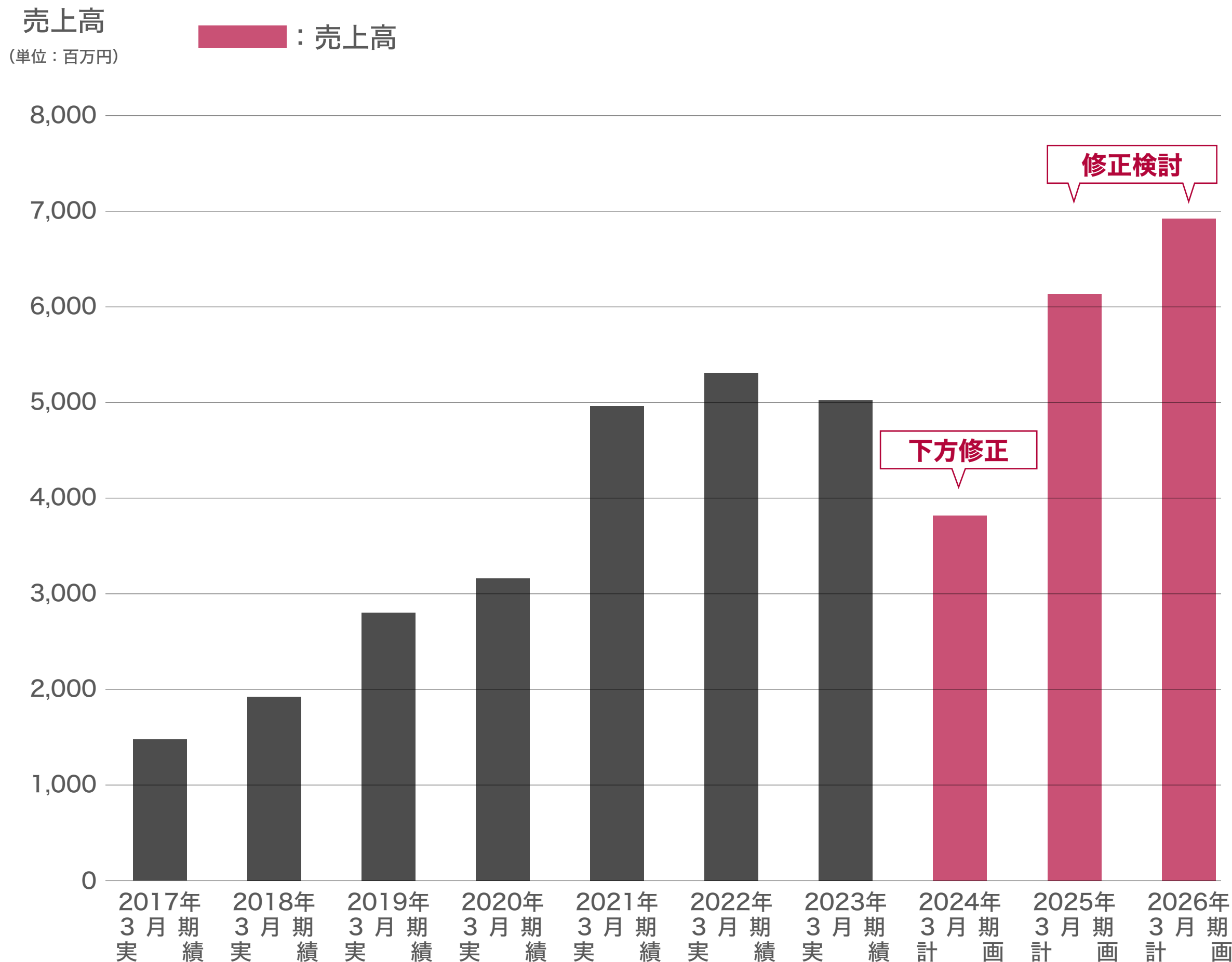
第3四半期迄の業績動向を踏まえ、市場環境変化に対応するための対策を講じているものの、現時点では期首業績予想時の業績予想数値と業績実績との乖離を解消するまでに至らないと見込まれることから業績予想を下方修正致します。

(単位：百万円)	2023年3月期実績	2024年3月期予想	2024年3月期修正予想	前期比	主な要因
売上高	5,004	5,465	3,781	△24.4%	減収 ● コロナ禍の巣ごもり特需の喪失の継続 ● 今期の大型ヒット作品の不在の見通しの継続
EC*	4,914	4,917	3,281	△33.2%	
イベント	389	548	500	+28.5%	
売上総利益	1,739	1,920	1,385	△20.3%	
営業利益	127	55	△212	-	減益/赤字 ● EC売上減収による粗利減 ● 本社オフィス・倉庫移転費用 ● 中期成長に向けた人員施策 ● IP開拓、海外事業人材獲得 ● エンジニア報酬改定 ● 損失発生による税効果取崩し
経常利益	128	51	△215	-	
経常利益率 (%)	2.6%	0.9%	-	-	
当期純利益	74	34	△265	-	

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービスと2種のサービスに分けて開示しております。

中期計画 [2024年3月期~2026年3月期]の見直しについて

今期の各サービスの進捗状況を踏まえ、次回の決算発表時には今後の数値をさらに精査を行う予定です。今後も成長戦略を着実に実践し、持続可能な成長を達成するための取り組みをさらに強化してまいります。



会社概要

業績ハイライト（2024年3月期 第3四半期）

業績予想（2024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. 国内事業の深掘り

EC

- コミックに纏わる複数の販売チャネルと商材を活かし、漫画・アニメ需要のユーザーの囲い込み

イベント

- 漫画、人気アニメ、漫画原作実写ドラマなど、作品特性とユーザーニーズを反映した特別物販催事・コラボカフェ展開を拡大

全巻購入特典



コミック新刊特典(有償限定特典)



運営EC



電子コミック無料・割引配信施策



コミック関連グッズ商品化

コミック原作



コラボカフェ POP UP催事

アニメIP



実写IP



葬送のフリーレン ©山田鐘人・アベツカサ/小学館 愛の国玉 ©atchi ai 2023 転生したらスライムだった件 ©伏瀬・川上泰樹/講談社 ブルーロック ©金城宗幸・ノ村優介/講談社 ゆびさきと恋々 ©森下suu/講談社 シャングリラフロンティア ©硬梨菜・不二涼介・講談社/「シャングリラ・フロンティア」製作委員会・MBS 夜明けの唄 ©ユノイチカ/シュークリーム from RED 新世紀エヴァンゲリオン ©カラー ワンルームエンジェル ©「ワンルームエンジェル」製作委員会・MBS

2. 海外事業の拡大

EC

- 越境ECの拡大と商圏拡大
(自社商流に加え、他小売店への商品卸を開始)
- 各商圏に適した販売取扱い商品の仕入れ
(特典付コミック・IP自社グッズ・ホビーなど)

イベント

- 国内コラボカフェの海外展開
(日本で実施したイベントをリアルタイムで海外へ)
- 当社限定商品の海外販売の促進
(自社店舗+商品卸)



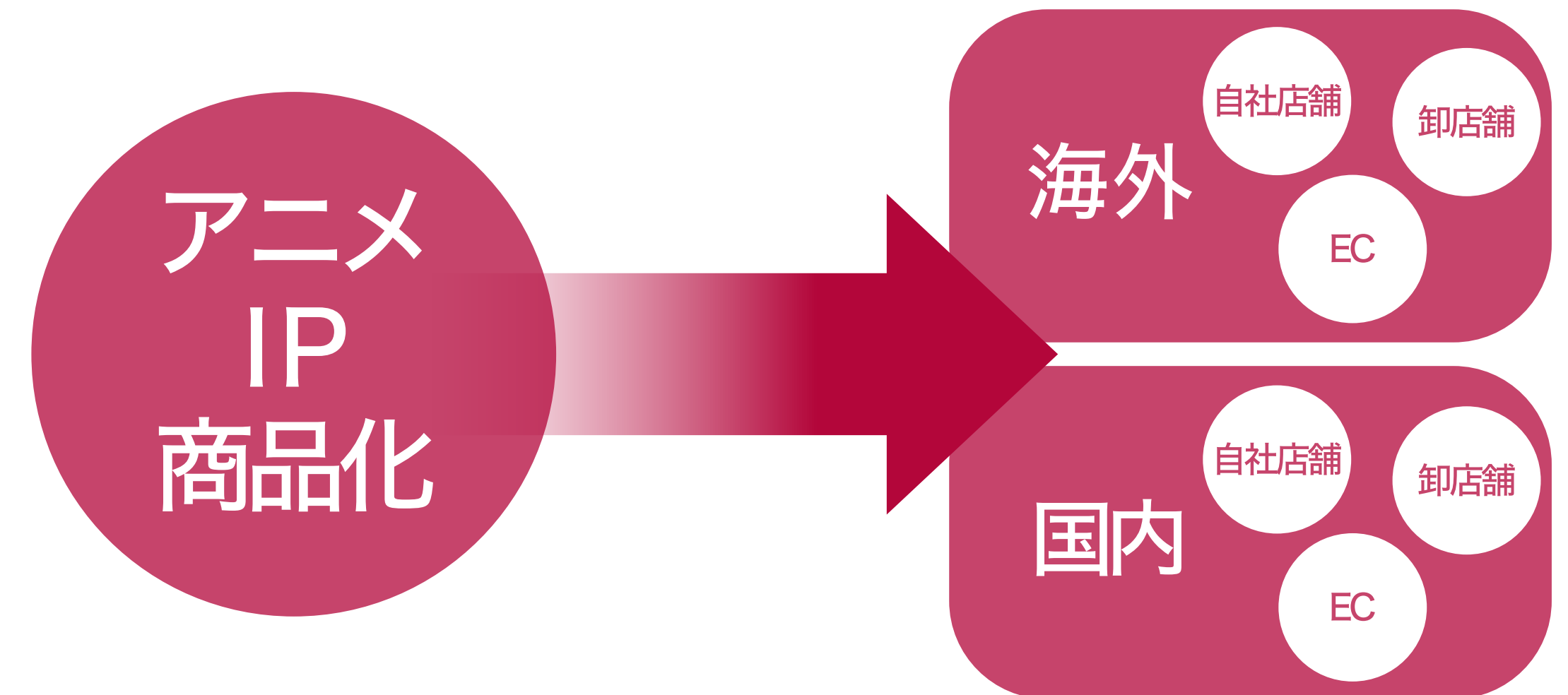
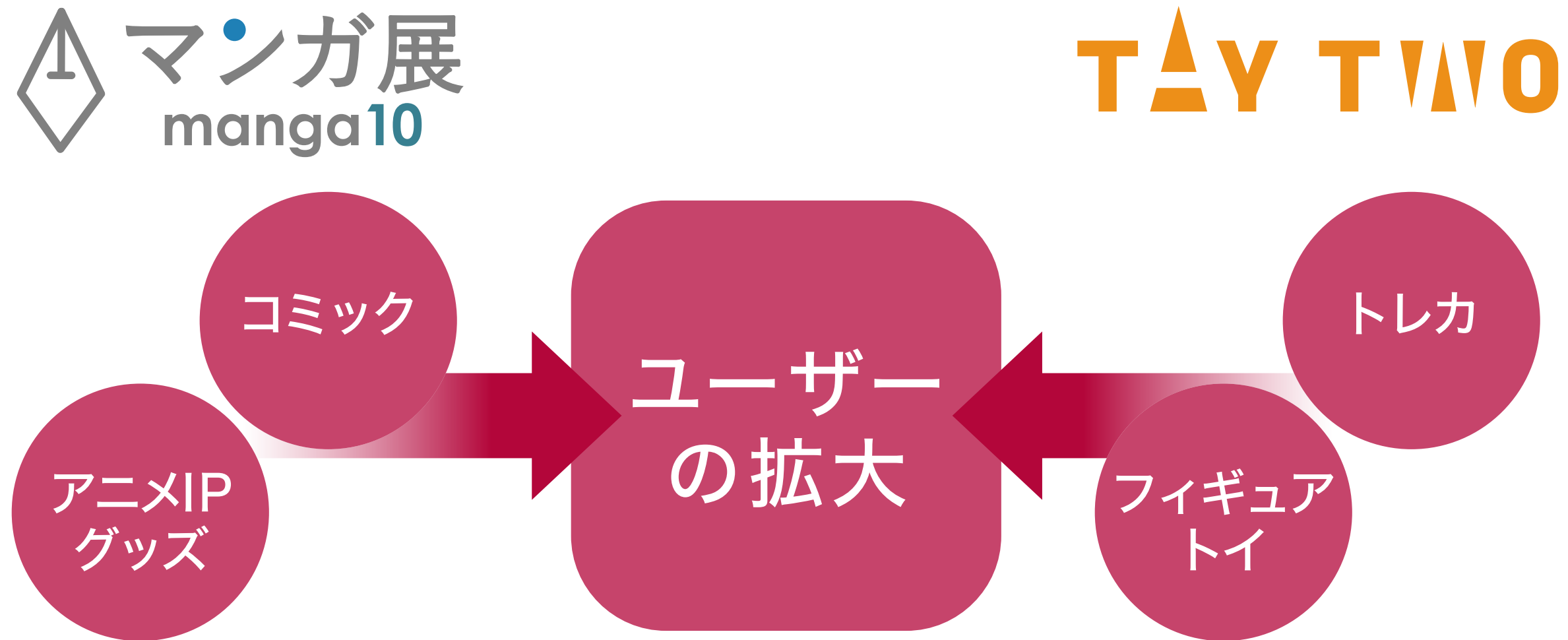
3. 新規事業の創出

EC

- テイツー社との協業によりトレカ、ホビーを中心にコミック以外の商品販売に本格的に着手し、ユーザーの拡大を図る

イベント

- 人気、新作アニメ IP への積極的な商品化と国内外リアルタイムでの販売戦略



商材×商流の拡大による事業拡大を目指す

 既存商材

コミック・オリジナルグッズ

商材の拡大

 新規商材

ホビー商材 (トレカ・フィギュア等)

TAY TWO

既存商材に加え「古本市場」を運営する
テイツー社との連携によりマンガアニメ
ファンとシナジーの高いホビー商材の
取り扱いを開始

商流の拡大

既存商流

 自社店舗

 越境EC

新規商流

 国内卸先

 海外卸先

 avex pictures

 アニメタイムズ
STORE

既存商流に加え

- 国内：avex pictures 社
(アニメグッズ卸売)
アニメタイムズ
(アニメグッズ EC)
- 海外：MUSE 社
(台湾、東南アジアを中心と
したライセンス企業)

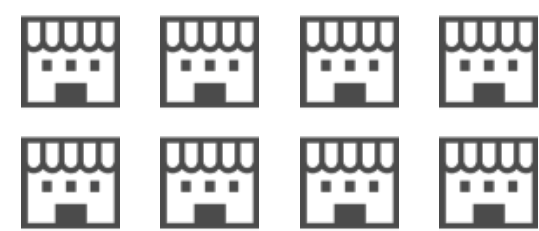
との連携により商流を国内外に拡大

 マンガ展
manga10

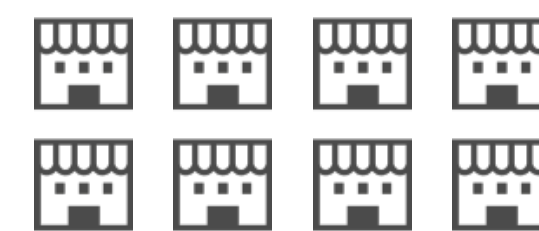
東京(池袋・渋谷) 大阪・名古屋
台湾・シンガポール

 amazon  ebay
 Shopee  Lazada
 天猫国际

Amazon・eBay(欧米)
Shopee・Lazada(アジア)
Tmall(中国)



日本国内の
アニメグッズ店舗での販売



日本のアニメ人気の高い台湾、東南アジアの
アニメグッズ店舗での販売

継続的に拡大するECと海外事業の成長による企業価値の向上

事業規模

1 自社既存事業によるオーガニックな成長

EC、イベントを中心とした既存事業においてこれまで培ったノウハウ、リソースを活かし持続的な成長を目指す

2 有力な同業他社との連携によるビジネス領域の拡大

戦略的なパートナーシップを通じた技術、ノウハウ、リソースの相互活用により成長の機会を追求する

3 M&Aによる新規領域、海外展開の本格化

サービスの多様化や市場拡大を目的としたM&Aにより国内外での競争優位性を向上させる

3

2

1

会社概要

業績ハイライト（2024年3月期 第3四半期）

業績予想（2024年3月期）

成長戦略

Appendix

サービス概要

サービス領域	主なサービス	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 コミックの嗜好に合わせた特化型 EC サイト
イベント	 <p>東京(池袋・渋谷) 大阪・名古屋 台湾・シンガポール</p>	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

ECサービス概要



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

男女比^{*1}

男性：56%	女性：44%
会員数	495,699 (2023年3月末時点)
MAU ^{*2}	761,683 (2023年3月)
平均購入単価	12,529円 (2023年3月)

事業系統図

出版社

出版取次



自社 EC

ショッピング
モール ECコミック全巻セット
(1巻～最新巻)

ユーザー

出版社とのリレーションを活かした当社限定ノベルティ



進撃の巨人 ©諫山創/講談社 ドラゴン桜2 ©三田紀房/cork ブルーピリオド ©山口つばさ/講談社

*1 2023/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別) *2 「Monthly Active Users」の略で1ヶ月に1回以上サービスにアクセスしたユーザーの数しております。

デジタルサービス概要



概要

- 日本語の電子コミックを配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告 ②有料配信
- **Read to Earn**

閲覧によってポイントが貯まる機能を追加

男女比*

男性：55%	女性：45%
会員数	3,581,490 (2023年3月末時点)
MAU*2	434,285 (2023年3月)
平均購入単価	2,553円 (2023年3月)
閲覧国数	206カ国/地域 (2023年3月期)

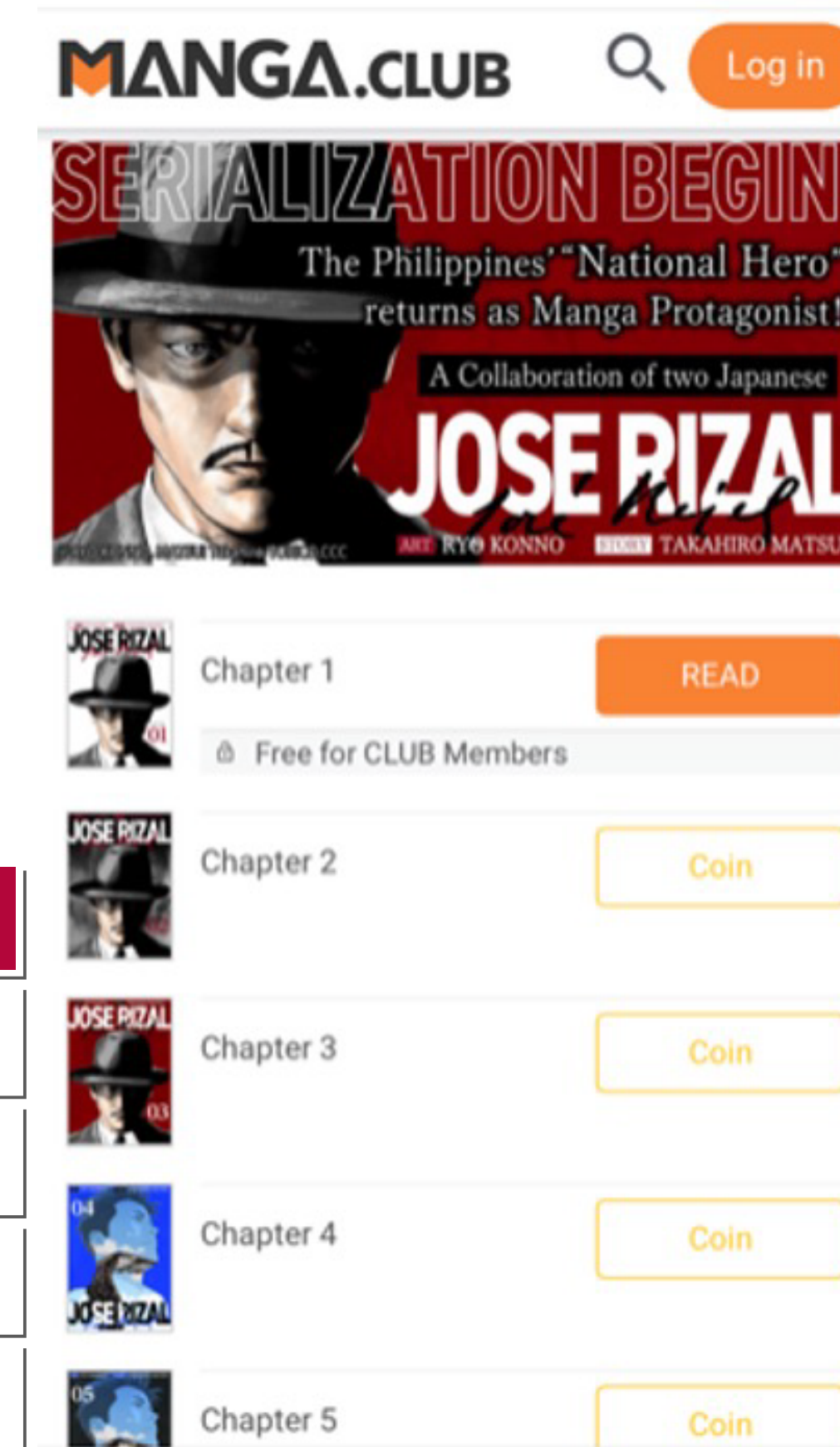


概要

- 英語版の電子コミックを世界中に配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告 ②有料配信

男女比*

男性：37%	女性：63%
会員数	741,344 (2023年3月末時点)
MAU*2	127,818 (2023年3月)
平均購入単価	2,208円 (2023年3月)
閲覧国数	237カ国/地域 (2023年3月期)



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・ツー ©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

* 2023/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

イベントサービス概要



店舗

国内 4 店舗、海外 2 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

男女比*

男性 : 37%	女性 : 63%
店舗平均顧客単価	2,079円 (2023年3月期)
EC平均顧客単価	8,262円 (2023年3月期)



©アジチカ・梅村真也・フクイタクミ/コアミックス
©アジチカ・梅村真也・フクイタクミ/コアミックス, 終末のワルキューレII 製作委員会

* 2023/3期にマンガ展サイトにアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

SDGsへの取り組み

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。
2023年3月末時点で、女性社員比率は50.0%、女性管理職比率は50.0%です。

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。2023年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：1.29です。

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。2023年3月末時点で、正社員70名中23名（32.9%）が非正規雇用から正社員雇用に移行しています。

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、国内およ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。

 TORICO