

2024年3月期  
通期決算説明資料  
事業計画及び  
成長可能性に関する事項

2024年5月13日



会社概要

業績ハイライト（2024年3月期）

成長戦略

業績予想（2025年3月期）

特徴と強み

市場動向

Appendix

## 会社概要

業績ハイライト（2024年3月期）

成長戦略

業績予想（2025年3月期）

特徴と強み

市場動向

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<sup>\*3</sup>

VISION

世界を**虜**にする

従業員数

193名<sup>\*1</sup>

海外店舗数

2 店舗<sup>\*3</sup>

MISSION

世界に“**楽しみ**”を増やす

売上高

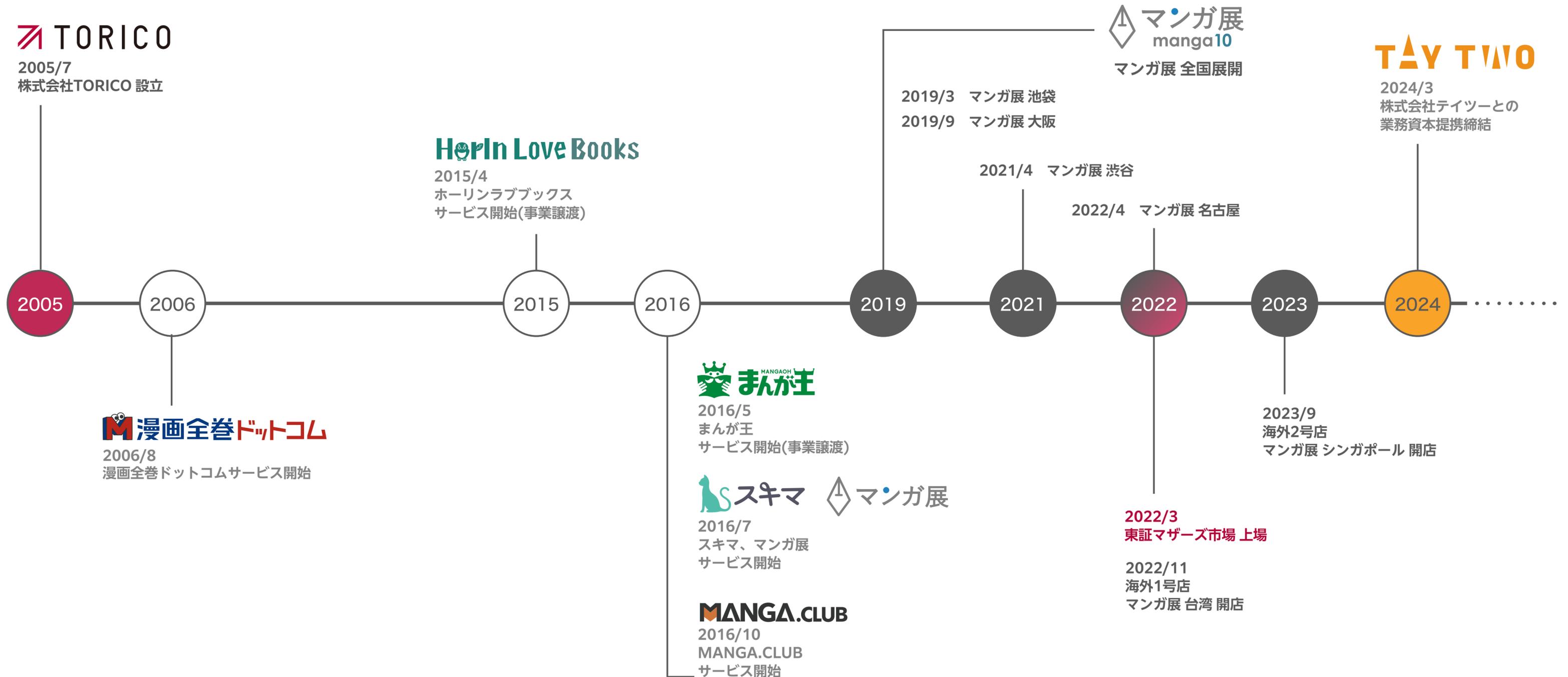
39億円<sup>\*2</sup>

海外拠点数

2 拠点<sup>\*3</sup>

\*1 契約社員、アルバイト等の臨時雇用者を含む \*2 2024年3月期売上高 \*3 2024年3月末時点

## 沿革



## 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	 東京(池袋・渋谷) 大阪・名古屋 台湾・シンガポール	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。

## ECサービス概要

# M 漫画全巻ドットコム

### 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<sup>\*1</sup>

男性：58%	女性：42%
会員数	516,000 (2024年3月末時点)
MAU <sup>*2</sup>	409,000 (2024年3月)
平均購入単価	8,874円 (2024年3月)



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 2024/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性の概要>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。

## 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：57%	女性：43%
会員数	2,425,000 (2024年3月末時点)
MAU*	299,000 (2024年3月)
平均購入単価	2,780円 (2024年3月)
閲覧国数	143カ国/地域 (2024年3月期)

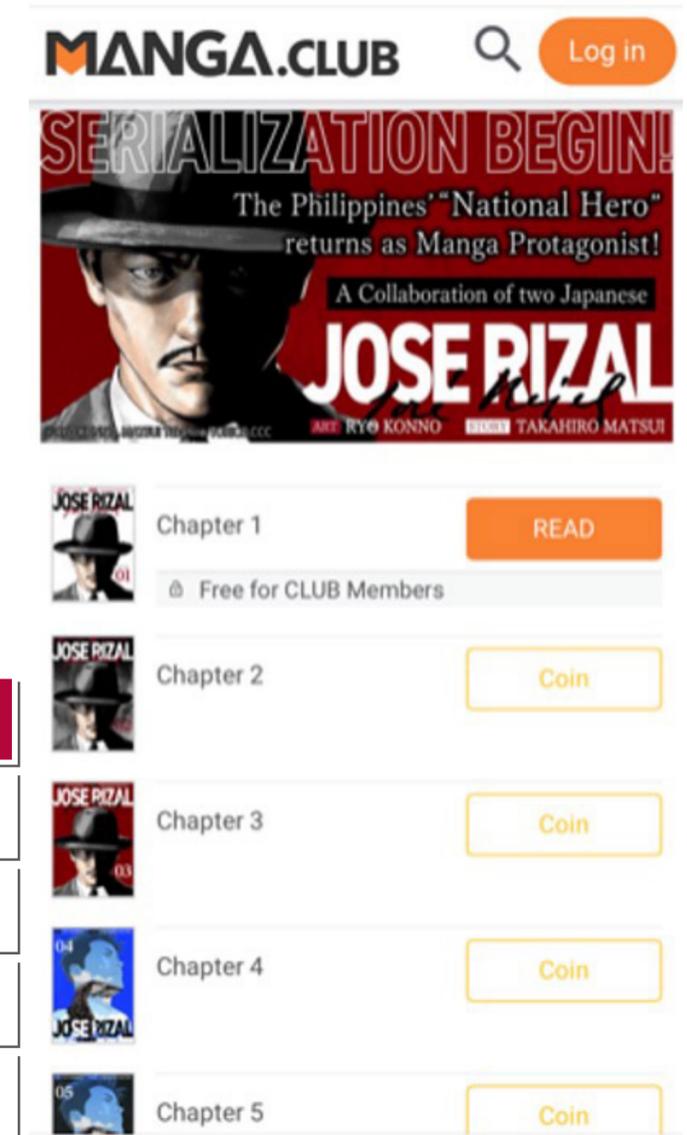


### 概要

- 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	873,000 (2024年3月末時点)
MAU*	114,000 (2024年3月)
平均購入単価	1,730円 (2024年3月)
閲覧国数	215カ国/地域 (2024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

\*2024/3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	3,026円 (2023年3月期)
EC平均顧客単価	5,137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

\*2024/3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)

会社概要

業績ハイライト (2024年3月期)

成長戦略

業績予想 (2025年3月期)

特徴と強み

市場動向

Appendix

## 前期成長戦略の進捗

## 成長戦略

ECサービスの認知向上による利用者拡大

国内外への新たな出店とイベント催事  
・商品化事業による売上積み上げ

## 施策／実績

年間を通じ継続した限定施策に加え、「葬送のフリーレン」「薬屋のひとりごと」などメディアミックス人気作を中心とした限定施策による新規利用者が拡大。コロナ禍水準を上回る結果。  
→ユーザー数 YoY 560万人増(+14.0%)

コロナ禍の前3期の購買率には回復しておらず、限定施策やコミック全巻セットなどの他社との優位性をより多くの潜在層へアプローチし、顕在化する取り組みが必要

催事、商品化企画の拡充により国内既存店舗の売上ベースが大幅に向上。コミック原作・アニメ・実写ドラマと多様なIPでの商品化・物販催事・コラボカフェ催事の継続展開が可能に。  
→継続して四半期売上1億円を達成

シンガポール店舗の開店、自社越境ECサイトの開設に加え、中国・東南アジアを中心に海外ECモールでの営業を開始。

## 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



アニメIP



実写IP



### コラボカフェ・POP UP催事

## 2. 海外事業の拡大

### EC

- 越境ECの拡大と商圏拡大  
(自社運営・商品卸展開 ※MUSE/アニメタイムズ)
- 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  
(日本パッケージ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)



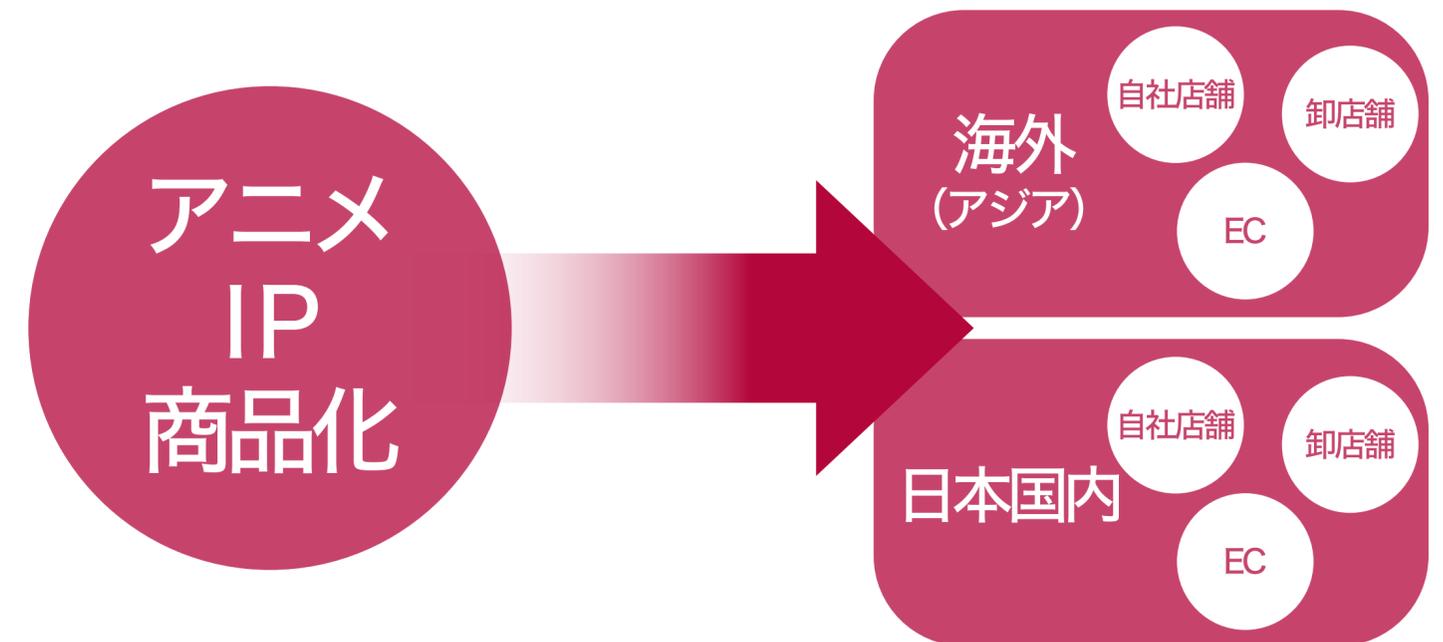
### 3. 新規事業の創出

#### EC

- 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、利用者商圏の拡大を図る

#### イベント

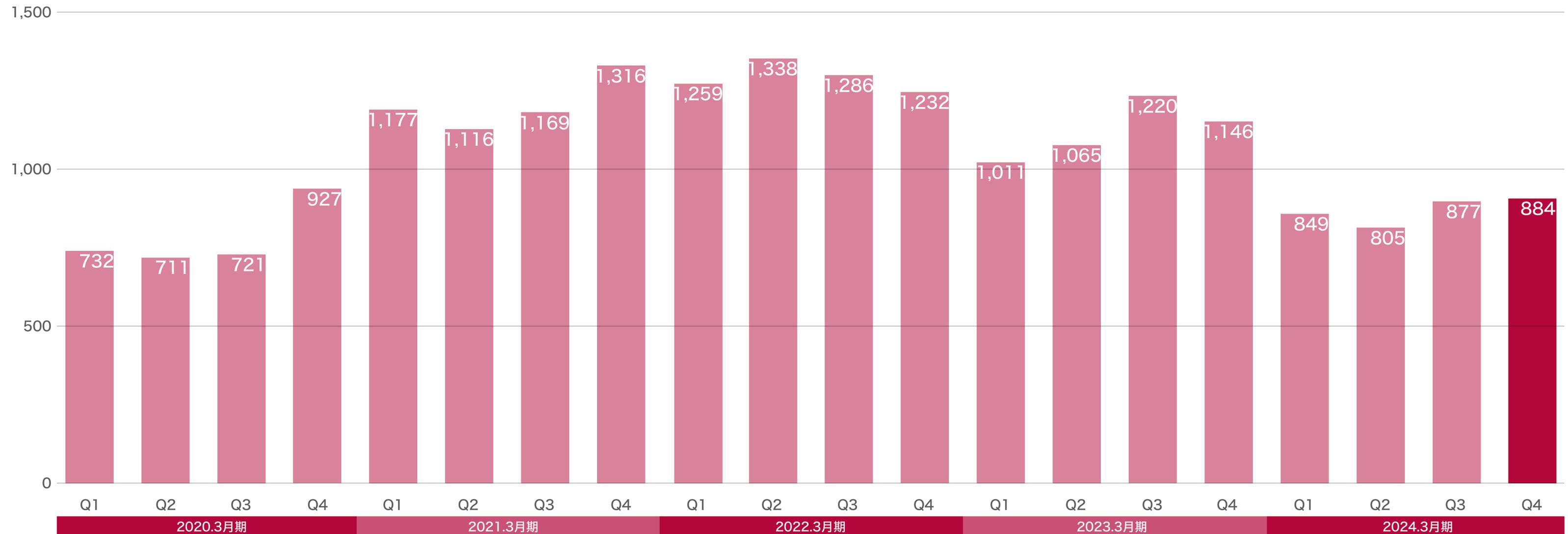
- 人気、新作アニメ IP への積極的な商品化と国内外リアルタイムでの販売戦略



## サービス別 売上高 [ECサービス]

売上需要の高い年末商戦を含む3Q売上を超え、**年度四半期最高売上**を達成。  
 「ハイキュー!!」「ゴールデンカムイ」など劇場映画化のコミック需要の高まりで当社優位性を発揮。

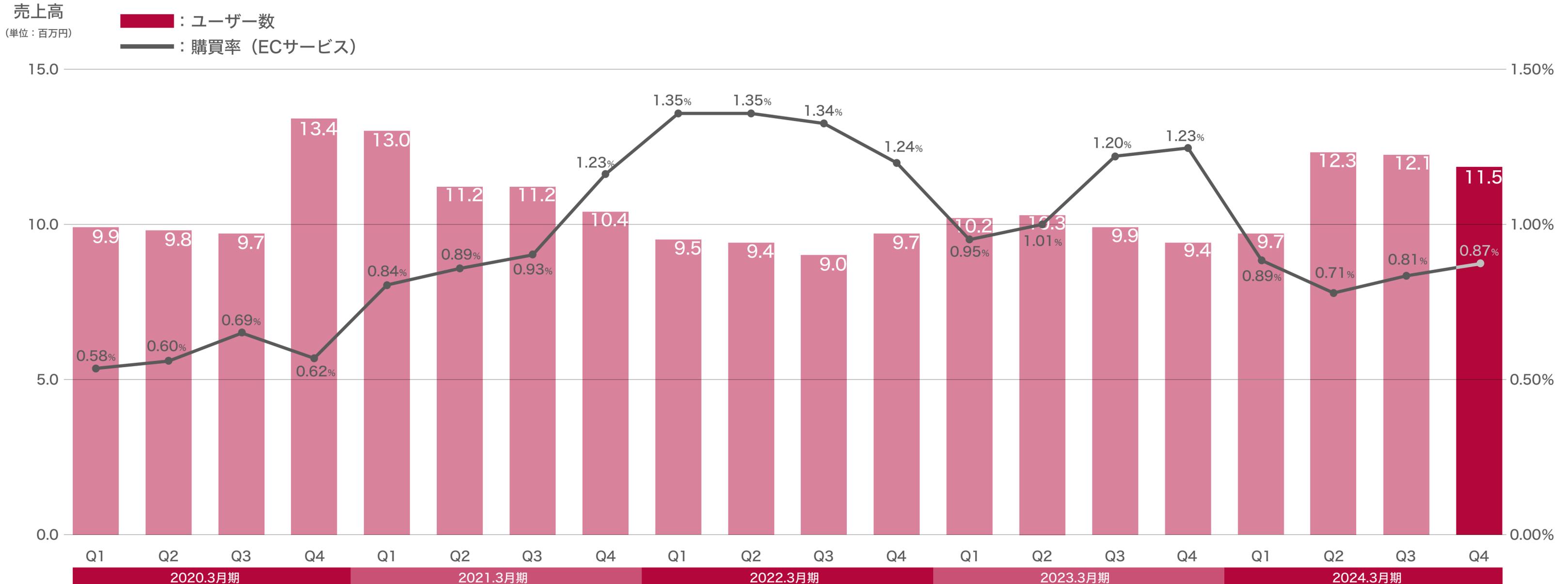
売上高  
 (単位: 百万円)



## KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス]

高い水準でのユーザー数維持。

長尺巻数作品のメディアミックス需要の高まりによる当社優位性を活かし、購買率も回復傾向。



重要指標評価 [ECサービス]

利用者数

**4,500万人**  
YoY+560万人  
+14.0%

年間を通じ新作アニメ作品・完結作品を中心に限定特典付き販促を継続し、新規利用者を拡大。

SNSやLINEなどの積極的な活用により既存ユーザーへの再訪促進のほか、ECモールでもポイント施策や特典施策で他店差別化を図りサービス認知の拡大を促進。

購買率

**0.82%**  
YoY: -0.28pt

コロナ禍需要の購買率水準とは大きく乖離し、予測水準を年間を通じて下回る。

第4四半期の長尺巻数作品の需要の高まりによる当社在庫確保の優位性など好材料もあったが、潤沢な市場在庫流通の継続で大きな優位性を発揮できず。

購買単価

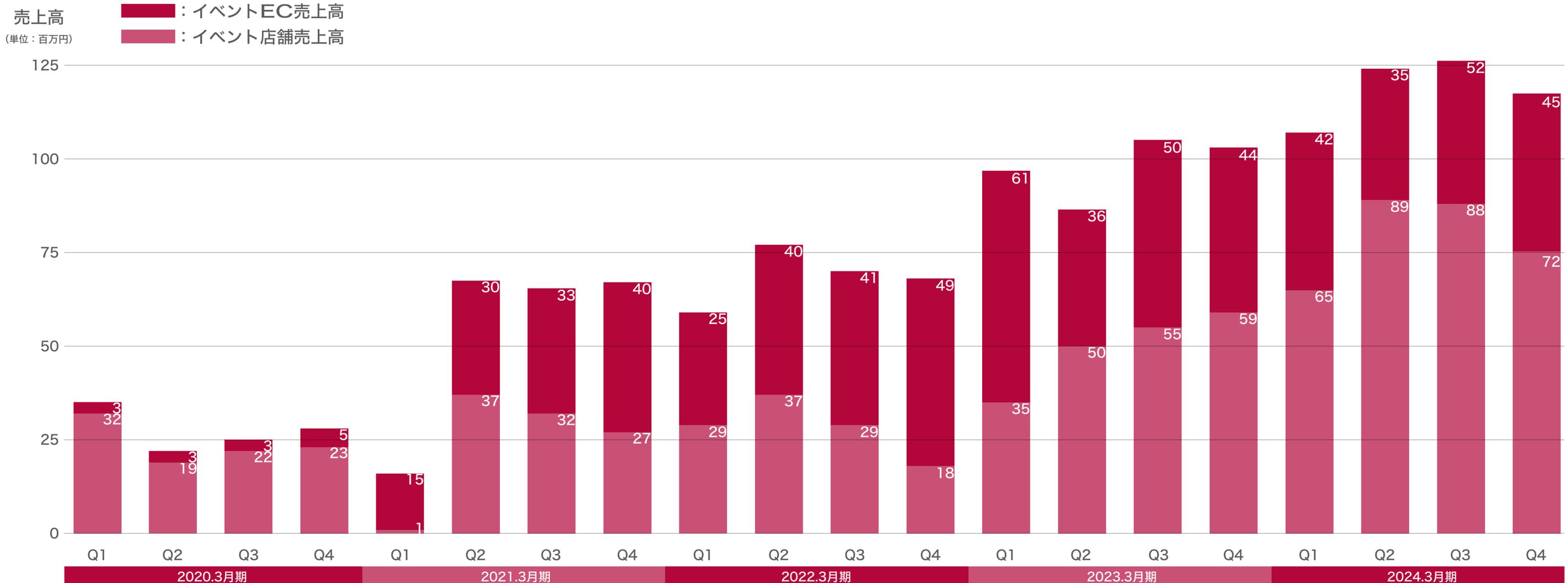
**8,347円**  
YoY: -1,302円  
-13.5%

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。

新刊コミックス+限定グッズ販売による特典施策により新刊販売における単価上昇を年間通じて実現。

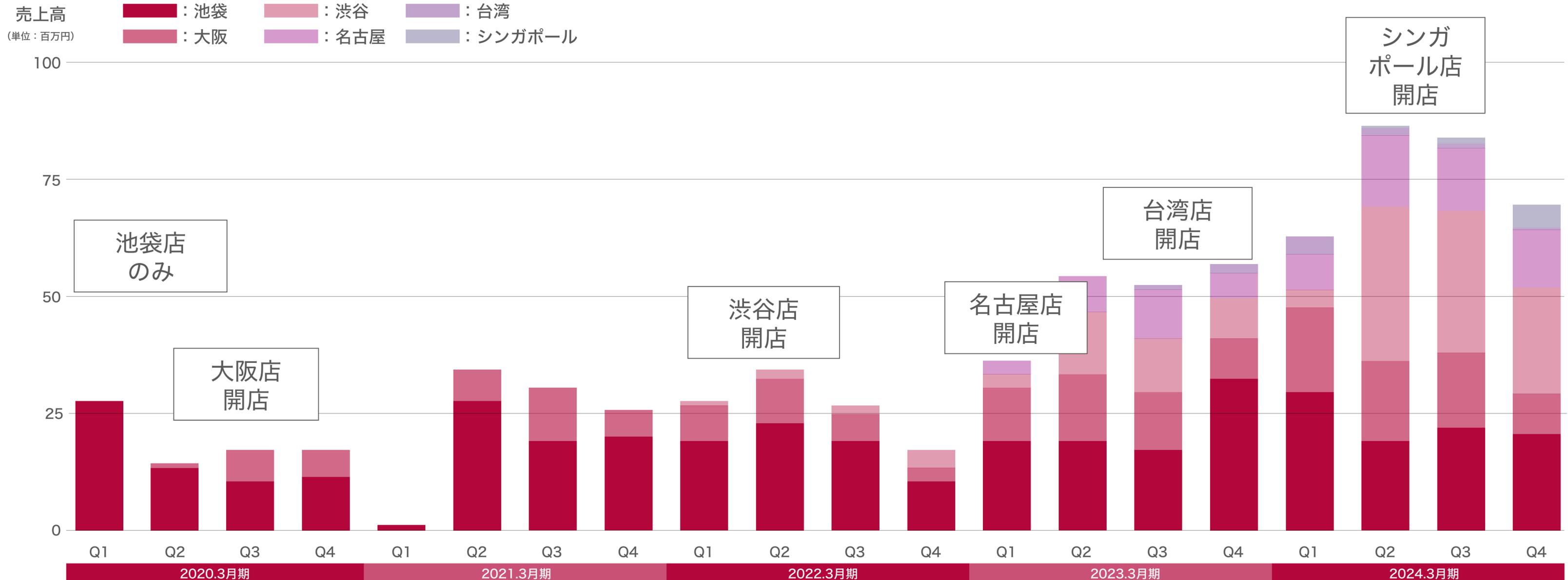
## サービス別 売上高 [イベントサービス]

POP UP SHOP/コラボカフェなど自社店舗を活用した東名阪での催事巡回とEC販売を継続。  
**年度を通して、四半期1億円水準達成。**



## 店舗別 売上高 [イベントサービス]

POP UP SHOP/コラボカフェ巡回催事による安定した集客と売上を維持。  
**渋谷店舗が売上を牽引するとともに、年間店舗売上が3億円(前期比 +58.6%)を突破**



重要指標評価 [イベントサービス]

国内	海外	IP・商品化
<p style="text-align: center;">   <b>482百万円</b>                      YoY+930万円                      +23.9%                 </p>	<p style="text-align: center;">                       売上増加の仕込み期間                 </p>	<p style="text-align: center;">                       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」×「実写ドラマ」                      ポップアップ催事+オリジナルグッズ                      商品化が新たなモデルとして構築。                      渋谷店舗を中心とした物販催事での                      売上寄与拡大要因に。</p>	<p>シンガポール子会社からの現地発                      EC売上が拡大傾向。</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>
<p>「コミック」「アニメ」「実写ドラマ」と                      トレンドに応じたIPを活用した                      コラボカフェ開催を実現し、                      売上基盤の底上げを実現。</p>	<p>台湾・シンガポール・越境ECと販路自体                      の拡大は推進されたが、まだ核となる商材、                      販路開拓までには至らず。</p>	<p>既存海外販路に加え中国での商品流通                      を視野に商品化許諾ならびに商品化を                      進め、2025年3月期の売上増を目指す。</p>

## 2024年3月期 連結決算概況 [前期比]

イベントサービスは成長を継続するも紙コミックス市場の逆風により前期比減収  
 将来の事業拡大に向けたコストの増加により当期純利益も減益で着地

(単位：百万円)	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前期比
売上高	5,390	5,004	3,897	△22.1%
EC*	5,123	4,614	3,415	△26.0%
イベント	267	389	482	+23.9%
経常利益	207	128	△224	-
経常利益率 (%)	3.9%	2.6%	-	-
当期純利益	152	74	△272	-

\*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 連結決算概況 [予算比]

映画のヒットが原作の売上を牽引し**EC売上高は予算を上回ったものの**、  
事業拡大に向けた投資（人件費、家賃等）が増加し**利益は予算を下回り着地**

(単位：百万円)	2024年3月期 予算	2024年3月期 修正予算 <sup>*2</sup>	2024年3月期 実績	予算比 (修正予算比)
売上高	5,465	3,781	3,897	△28.7% (+3.1%)
EC <sup>*1</sup>	4,917	3,281	3,415	△30.5% (+4.1%)
イベント	548	500	482	△12.0% (△3.6%)
経常利益	51	△215	△224	- (-)
経常利益率 (%)	0.9%	-	-	- (-)
当期純利益	34	△265	△272	- (-)

\*1 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。

\*2 2024年2月13日開示 2024年3月期 連結業績予想の修正に関するお知らせ

## 販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

前年度比売上高減に伴い**主要変動費は減少**するも  
**将来の事業拡大に向けた投資**（人件費、地代家賃等）は増加し、前年同期比が微増

(単位：百万円)	2023年3月期	2024年3月期	前期同期比
<b>販管費</b>	<b>1,609</b>	<b>1,626</b>	<b>+1.1%</b>
人件費（報酬・給与・雑給・法定福利費）	483	531	+9.9%
オンラインショップ運営費	367	319	△13.3%
荷造運賃	233	194	△17.0%
支払手数料	147	124	△16.0%
地代家賃	74	112	+49.0%
サーバー費	35	40	+11.1%
販売促進費	40	36	△9.9%
その他	230	270	+17.4%

\*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。

## BS・CF 概況

自己資本比率は安定数値を維持しつつ、今後の事業拡大に十分な運転資本を確保

(単位：百万円)	2023年3月期末 実績	2024年3月期2Q 実績	2024年3月期末実績	前期末比増減額	備考
<b>流動資産</b>	<b>2,074</b>	<b>1,813</b>	<b>1,605</b>	<b>△469</b>	
現金及び預金	1,062	680	606	△456	当期損失の計上による
売掛金	322	366	294	△28	3月売上微減
商品	635	679	589	△46	在庫微減
<b>固定資産</b>	<b>172</b>	<b>238</b>	<b>248</b>	<b>+76</b>	本社及び倉庫移転による増加
<b>総資産</b>	<b>2,247</b>	<b>2,051</b>	<b>1,853</b>	<b>△393</b>	
<b>負債</b>	<b>1,082</b>	<b>1,028</b>	<b>957</b>	<b>△125</b>	
買掛金	312	286	285	△27	3月仕入微減
有利子負債	522	469	416	△106	銀行借入返済による減少
<b>純資産</b>	<b>1,164</b>	<b>1,023</b>	<b>896</b>	<b>△268</b>	
自己資本比率	51.7%	49.8%	48.2%	△3.5pt	50%を下回るも安定水準を維持
	2023年3月期	2024年3月期2Q実績	2024年3月期末実績	前期末比増減額	
営業キャッシュフロー	14	△226	△187	△201	
投資キャッシュフロー	△50	△77	△136	△86	
財務キャッシュフロー	361	△80	△134	△495	
現金及び現金同等物	1,062	680	606	△456	

会社概要

業績ハイライト（2024年3月期）

成長戦略

業績予想（2025年3月期）

特徴と強み

市場動向

Appendix

# 株式会社テイツーとの資本業務提携 補足説明資料



## 株式会社テイツー 会社概要

名 称	株式会社テイツー（東証スタンダード：7610）		
所在地	岡山市南区豊浜町2番2号（支社）大阪府大阪市・埼玉県草加市		
事業内容	家族で楽しめる廉価な娯楽を提供する店舗の運営（屋号）古本市場、ふるいち、トレカパーク等		
資本金	100百万円（2024年2月末時点）		
設立年月日	1990年4月16日		
新規発行株式数	300,000株 ※2024年3月29日開催の当社取締役会においてその発行を決議 ※割当後の当該会社の持株比率 19.68%（第2位）		
当該会社との間の関係	取引関係：商品卸売取引／人的関係：当該会社より当社の取締役として1名が派遣予定		
P/L 推移	2022/2月期	2023/3月期	2024年/2月期
売上高	26,848百万円	31,255百万円	35,197百万円
経常利益	1,316百万円	1,603百万円	1,423百万円
当期純利益	1,499千円	1,002百万円	568百万円
自己資本比率	52.2%	51.2%	46.8%

\*2024年3月29日 当社開示 「株式会社テイツーとの業務提携及び第三者割当による新株式の発行並びに主要株主及びその他の関係会社の異動に関するお知らせ」

\*2024年4月15日 テイツー社開示 「2024年2月期 決算短信」より

## 資本業務提携の目的

両社の経営資源を相互に活用することで事業基盤を強化・拡充・発展させ、多様化する顧客ニーズへの対応と業界における地位向上を目指して**資本業務提携**を行う。

テーマ	テイツー社の強み	TORICOの強み
コミュニティ形成戦略	リアル店舗運営を主体にした発信力	出版物等の知的財産権を活用した「IP (Intellectual Property) ビジネス」、ECの発信力
商品戦略	リユース品 (ホビー・トレカ等)	IPビジネス/新刊書籍
体験型ビジネス戦略	現場運営力	イベント・コンセプトカフェの企画
海外戦略	リユース品 (ホビー・トレカ等)	現地開拓の推進力
EC戦略	リユース品 (ホビー・トレカ等)	システム自社開発・保守・運営企画ノウハウ

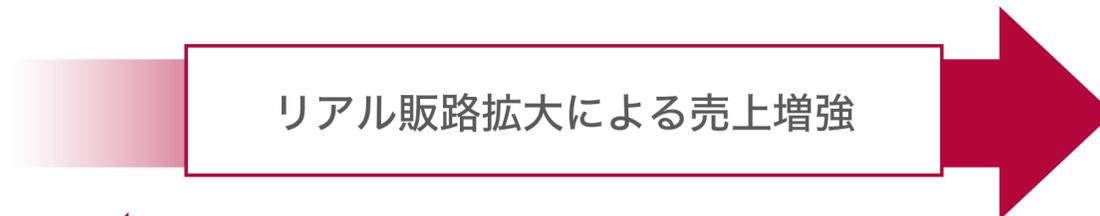
両社の強みを活かすことで、資本業務提携メリットを明確化します。

### 両社のシナジー効果への期待



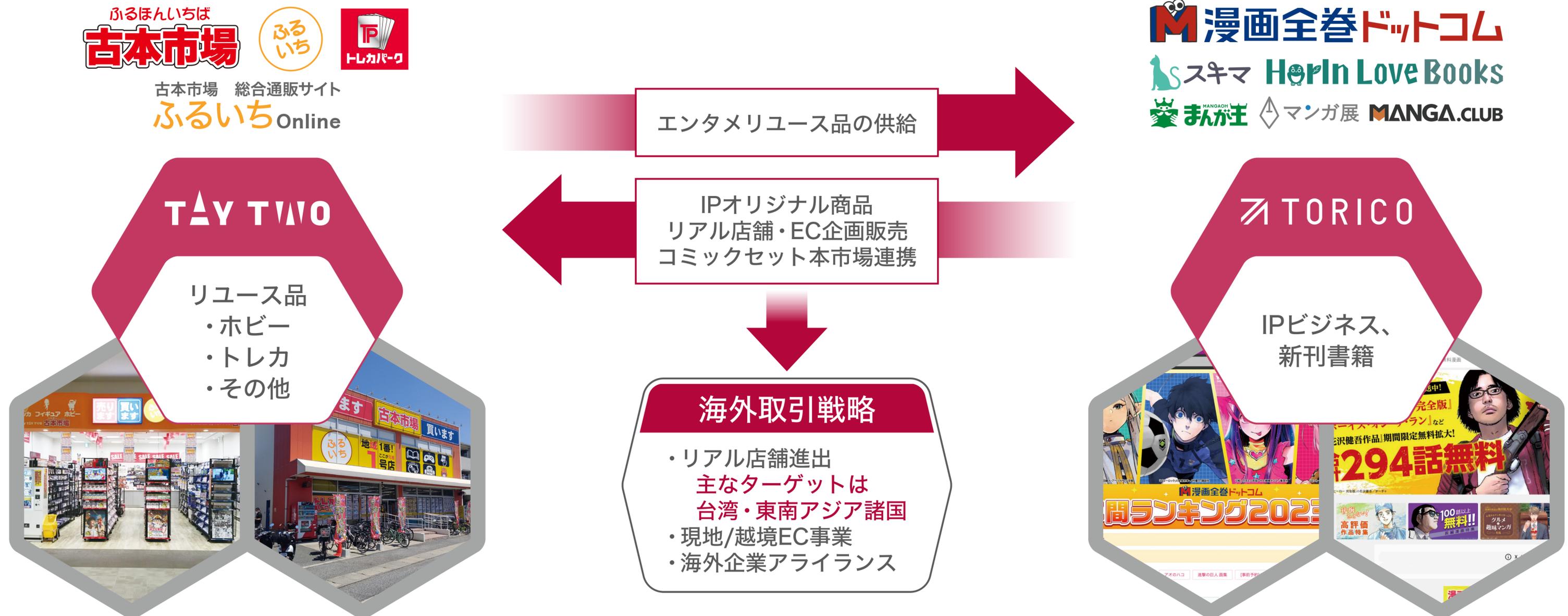
## 資本業務提携 [コミュニティ形成戦略]

テイツー社のリアル店舗の強み、TORICOのEC発信力の強みを共有することで、  
新たなコミュニティ形成戦略を構築します。



## 資本業務提携 [商品戦略]

テイツー社のリユース商品調達力・売買ノウハウ、TORICOのIPビジネス/新刊書籍ノウハウ（出版社との繋がり）を共有することで、新たな商品戦略を構築します。



## 資本業務提携 [体験型ビジネス戦略]

テイツー社のふるいち二川マンガ館、トキワ荘プロジェクト (漫画聖地のブランド化) 等の現場運営力、TORICOのイベント・コンセプトカフェの展開力を共有することで、体験型ビジネス戦略を構築します。



リアル店を活用した告知力販売力強化

コアコンテンツの発掘と共有  
IP企画力による魅力ある品揃えの実現

TAY TWO

現場運営力



TORICO

イベント・  
コンセプトカフェの  
展開

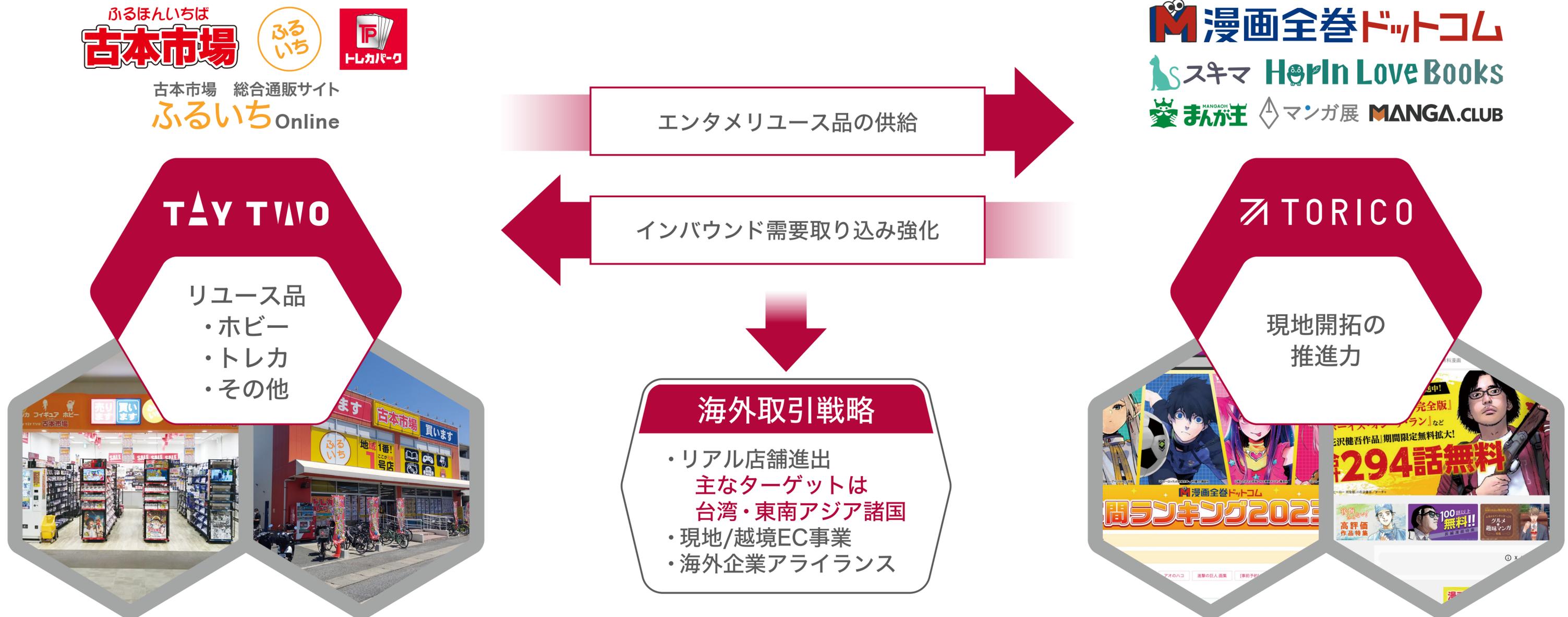


### 共同出店構想

- ・商業施設でのトキワ荘漫画喫茶『蔵 [KURA]』の展開
- ・TORICOのIP企画イベントを『ふるいち』の店舗に活用

## 資本業務提携 [海外戦略]

テイツー社のリユース商品調達力・売買ノウハウ、TORICOの海外現地開拓推進力（現地企業アライアンス）を共有することで、海外戦略を構築します。



## 資本業務提携 [EC戦略]

テイツー社のふるいちオンライン、TORICOの漫画全巻ドットコムを会員サービスを融合することで、既存EC戦略を効果的に見直し、最大限の戦略強化を指向します。



アクティブユーザー100万人の会員連携  
エンタメリユース商品の供給

アクティブユーザー 50万人の会員連携  
IP企画力による魅力ある品揃えの実現

**システム関連**

- ・システム開発をTORICOが受託
- ・システム保守をTORICOが受託



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

## 前期成長戦略へのシナジー

### 成長戦略

ECサービスの認知向上による利用者拡大

国内外への新たな出店とイベント催事  
・商品化事業による売上積み上げ

### 施策／実績

ECサービスの利用者拡大の継続施策を取り組みを継続実施。

コロナ禍の前3期の購買率には回復しておらず、限定施策やコミック全巻セットなどの他社との優位性をより多くの潜在層へアプローチし、顕在化する取り組みが必要。

→**テイツー社の全国店舗基盤を活用し、ネットとリアルの集客強化**

催事、商品化企画の拡充により国内既存店舗の売上が向上。販売需要が高い物販催事店舗の更なる成長を目的に、2024年4月より渋谷店舗の増床営業開始。首都圏での渋谷店舗モデルでの2号店、3号店を検討準備。また**テイツー社の全国店舗への展開**を想定した企画を推進。

シンガポール店舗の開店、自社越境ECサイトの開設に加え、中国・東南アジアを中心に海外ECモールでの営業を開始。各地域ニーズにあわせたエンタメ商材を、従来の自社領域のみならず**テイツー社の主力商材とあわせて**拡充を図る。

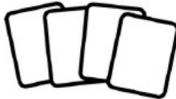
①国内事業の深掘り ②海外事業の拡大

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

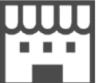
 新規商材

ホビー商材 (トレカ・フィギュア等)

商流の拡大

既存商流

新規商流

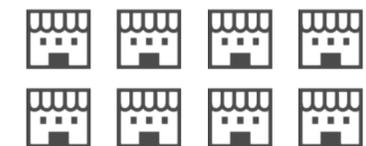
 自社店舗

マンガ展  
manga10  
当社直営店  
(東京/大阪/名古屋)  
での販売

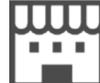
 越境EC

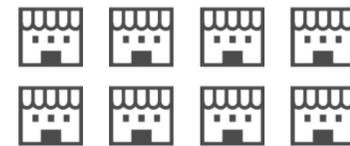
amazon      ebay  
Shopee      Lazada  
Tmall GLOBAL  
天猫国际  
越境EC  
Amazon・eBay (欧米)  
Shopee・Lazada (アジア)  
Tmall (中国)  
での販売

 国内卸先



日本国内の  
アニメグッズ店舗での販売

 海外卸先



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

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

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

## ② 海外事業の拡大

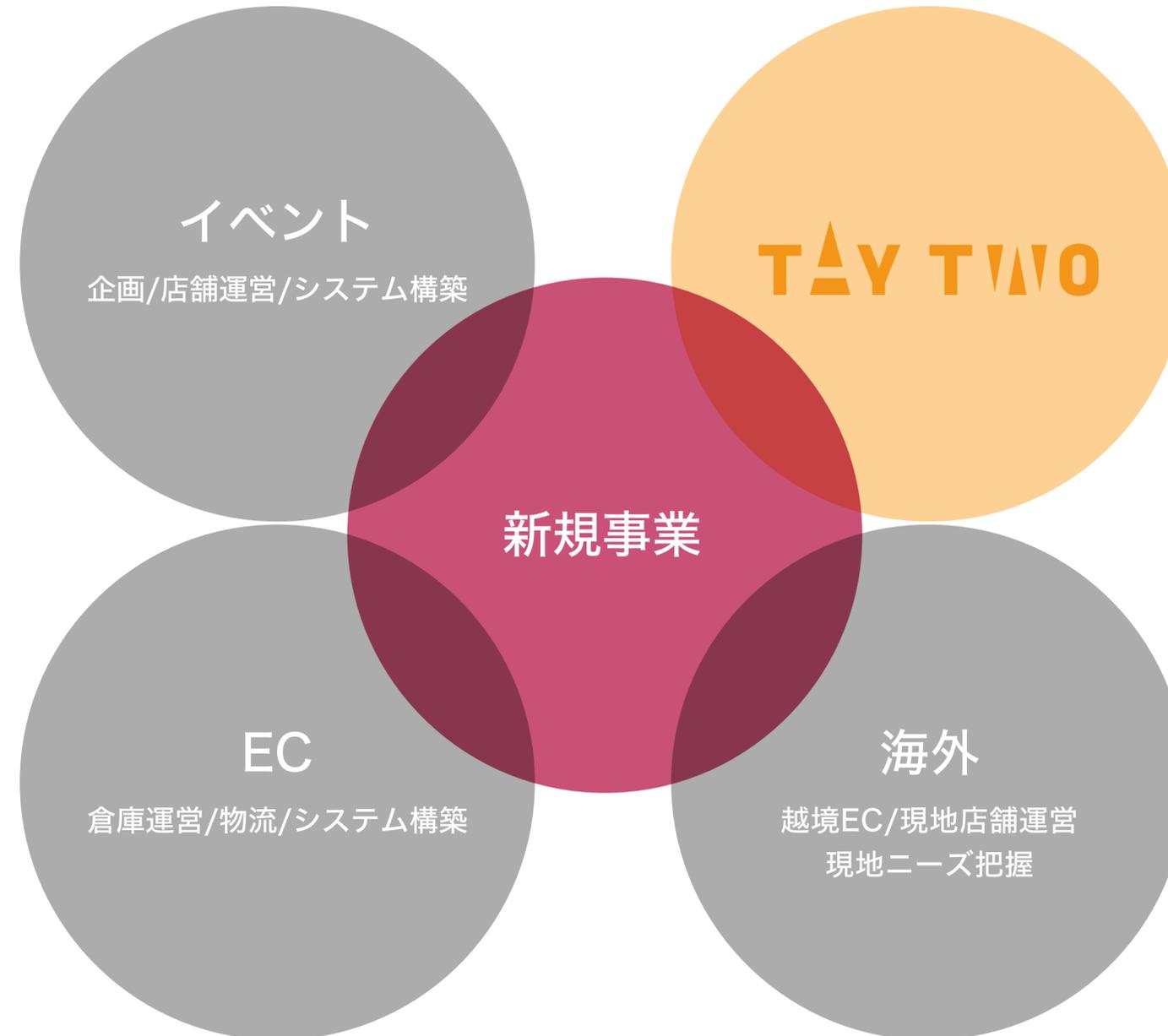
世界的にポテンシャルの高いキャラクター市場への挑戦



\*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

### ③ 新規事業の創出

既存事業(EC/イベント) × 海外事業 × ティーツー社とのシナジーから **中長期的に新たな柱を創造**



## 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）

成長戦略

業績予想（2025年3月期）

特徴と強み

市場動向

Appendix

## 中期経営計画の見直しについて

新型コロナウイルス感染症の感染法上の位置づけが第5類に引き下げられ、それに伴い経済社会活動への制約が大幅に緩和されました。その結果生じた巣ごもり需要の急激な減退により、当社主力のECサービスに対し大きな影響が生じました。

また、コミック市場（紙および電子の推定販売金額）は前年比2.5%増となっているものの、当社主力市場である紙コミック市場では前年度比8.0%減少となっております。

このような当初想定よりも厳しい事業環境が継続いたしましたため、中期経営計画を見直さざるを得ないと判断致しました。

今回、中期経営計画を見直すにあたり、これまで掲げてまいりました3つの成長戦略（国内事業の深掘り、海外事業の拡大、新規事業の創出）の推進によって見えてきた今後の柱になり得る事業への集中、株式会社テイツーとの資本業務提供による事業シナジー等を考慮した戦略、目標数値を策定し、計画数値に反映させております。

## 2025年3月期連結業績予想

中長期的な成長に向けた投資の継続、業務連携による増収増益を見込む

(単位：百万円)	2023年3月期実績	2024年3月期実績	2025年3月期予想	前期比	主な要因
売上高	5,004	3,897	4,559	+17.0%	<b>増収</b> <b>EC</b> 紙コミックス全巻セット、 特典付施策の促進による市場シェアの増進  <b>イベント</b> 店舗・EC取扱IPの拡大による売上増加  <b>新規事業</b> IP商品化の卸販路拡大とテイツー社との 業務連携による販路拡大、 海外EC・店舗売上拡大による売上増加
EC*	4,614	3,415	3,650	+6.9%	
イベント	389	482	677	+40.5%	
新規・海外	-	-	230	-	
売上総利益	1,739	1,403	1,708	+21.7%	
営業利益	130	△222	△67	-	<b>増益</b> ● 売上増加 ● コストの見直し
経常利益	128	△224	△83	-	
経常利益率 (%)	2.6%	-	-	-	
当期純利益	74	△272	△85	-	

\*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、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

## 中期計画ローリング概要 [サービス別売上高]

(単位：百万円)	中期経営計画 2024年3月期			
	2024年3月期実績	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期
売上高	3,897	4,559	5,141	5,658
EC*	3,415	3,650	3,665	3,826
イベント	482	677	788	916
新規・海外	-	230	687	915
経常利益	△224	△83	62	90

(単位：百万円)	中期経営計画 2023年3月期		
	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
売上高	5,465	6,228	6,896
EC*	4,917	5,085	5,130
イベント	548	1,143	1,766
経常利益	51	195	305

## 見直し事項

## 外部環境

- ECサービス  
コロナ禍以降の市況と売上実績進捗を鑑み見直し
- イベントサービス  
当社取扱IPの多様化と店舗拡大による成長ラインの見直し
- 新規・海外  
IP商品化の国内外販路拡大と海外拠点店舗、ECの拡大による成長

## 成長戦略/課題

- イベントサービス
  - 海外展開をより加速
  - 人気IPの獲得力をより強化
  - 人員増強の更なる必要性

\*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、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

## 中期計画概要

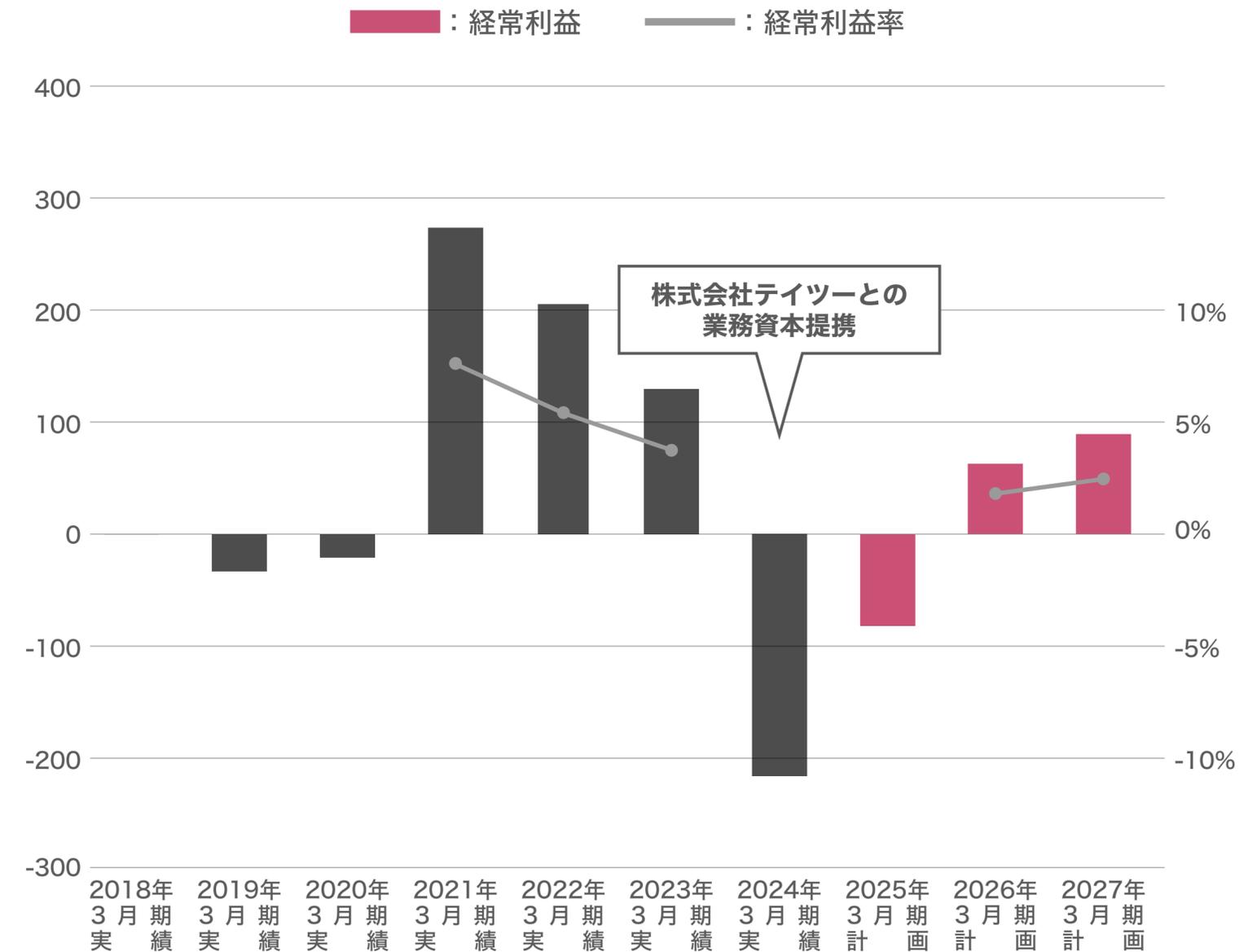
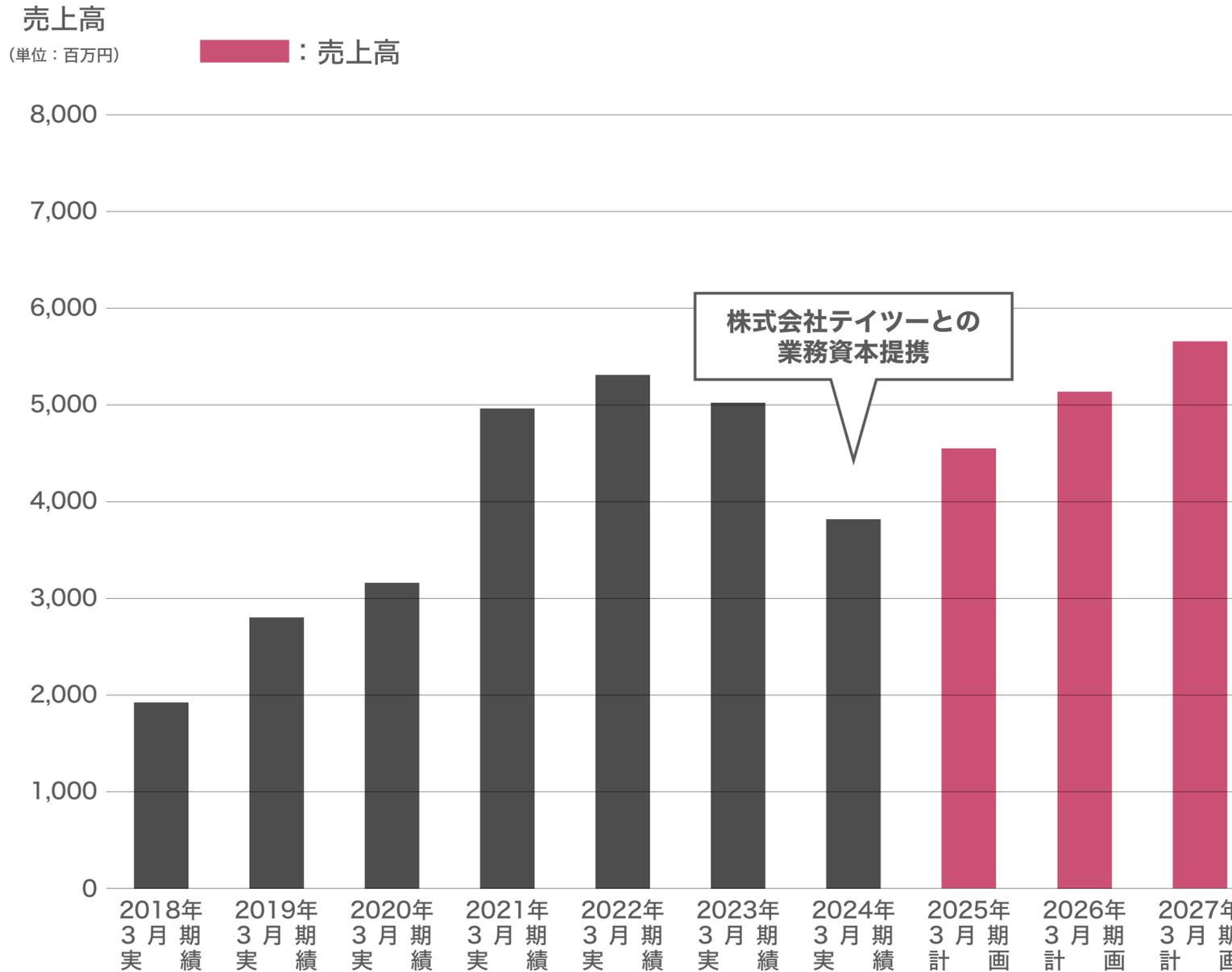
コミック販売中心のECをベースに商品化・催事企画事業を国内外且つ自社ならび卸販路の拡大で  
利益成長企業に構造転換を図っていく

(単位：百万円)	2024年3月期実績	2025年3月期予想	前期比	2026年3月期予想	前期比	2027年3月期予想	前期比
売上高	3,897	4,559	+17.0%	5,141	+12.8%	5,658	+10.1%
EC*	3,415	3,650	+6.9%	3,665	+0.4%	3,826	4.4%
イベント	482	677	+40.5%	788	+16.4%	916	+16.2%
新規・海外	-	230	-	687	+198.7%	915	+33.2%
経常利益	△224	△83	-	62	-	90	45.2%
経常利益率 (%)	-	-	-	1.2%	-	1.6%	+0.4pt
当期純利益	△272	△85	-	43	-	62	+44.2%

\*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、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

## 中期計画 [2025年3月期～2027年3月期]

株式会社テイツーとの業務資本提携により「海外事業の拡大」「新規事業の創出」の成長戦略に注力し、主力商材であるコミックとのシナジーを生み出すことで持続的な成長を目指します。



会社概要

業績ハイライト（2024年3月期）

成長戦略

業績予想（2025年3月期）

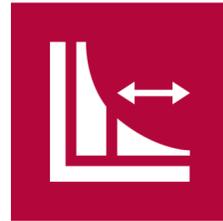
特徴と強み

市場動向

Appendix



## 当社の強み



ロングテール戦略による差別化



販売力と仕入力が生む好循環



サービス間回遊によるシナジー

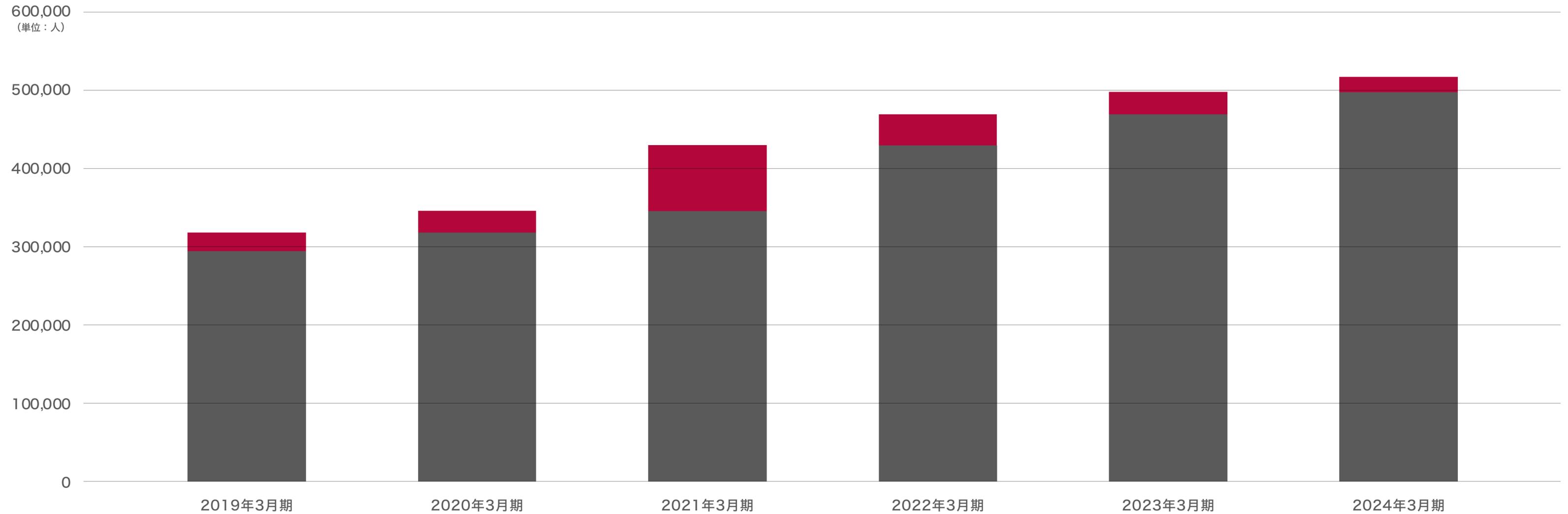
## 漫画全巻需要の堅調な拡大

会員増加率 (CAGR)

**8.0%**

2019年3月期-2024年3月期

会員数\* : 既存会員 : 新規会員



\* 会員登録後、実際に購入を行なったユーザー数

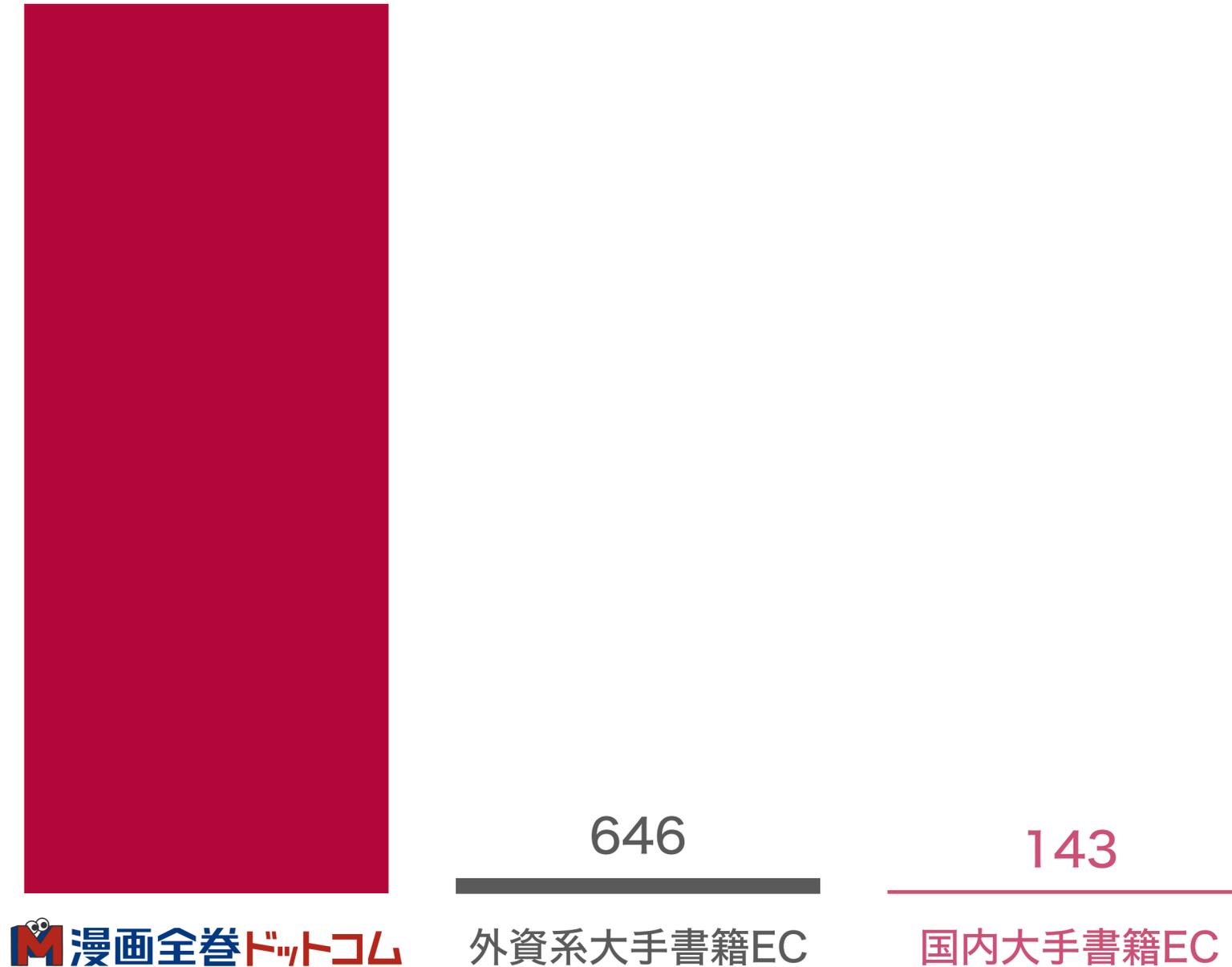


## コミック全巻セットの品揃えによる差別化

購入可能コミック全巻セット作品数

**27,681**

2024年3月末時点



購入可能コミック全巻セット数を下記方法にて抽出

- ・外資系大手書籍EC：「本」カテゴリー>フォーマット「コミック」>エディション「セット」>コンディション「新品」>明日までにお届け
- ・国内大手書籍EC：「巻セット」で検索>フォーマット「コミック」>ジャンル「漫画（コミック）」>在庫あり



## 2万セット常時販売を可能にするデータベースと倉庫運営



成長し続ける  
当社独自の  
データベース

16年間にわたるデータの蓄積、更新をし続けている独自のデータベースにより

- 年間2万回以上発生するデータ更新(巻数/価格/表紙等)作業のシステム化
- 人気作品の在庫確保に好影響を与える極めて低い返本率を実現する在庫管理を可能にしています。



全巻セットに  
特化した  
倉庫運営

一般書籍ECのような1冊単位ではなく全巻セット向けに最適化した倉庫の構築・運営により

- 巻単位で大量に入荷するコミックの全巻セット化
- 100万冊以上ある在庫のロケーション管理による最短当日出荷を可能にしています。



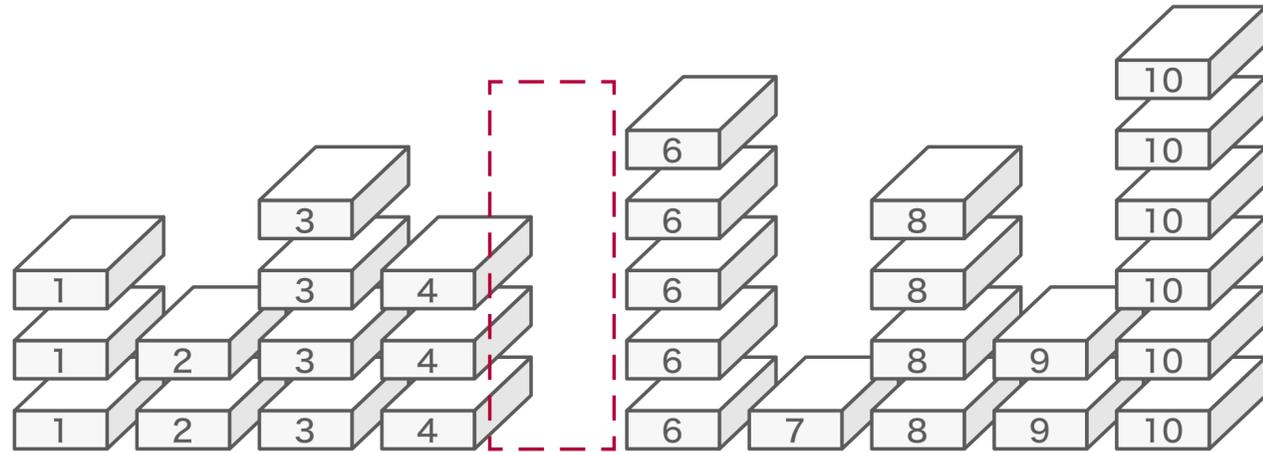
# 一般的なECとは異なる「セット化」に特化した倉庫運用

## 一般EC

「単品商品を単品として販売」を最適化

単品商品として入荷

同一作品内で欠巻があっても全ての在庫が販売可能



単品商品として出荷

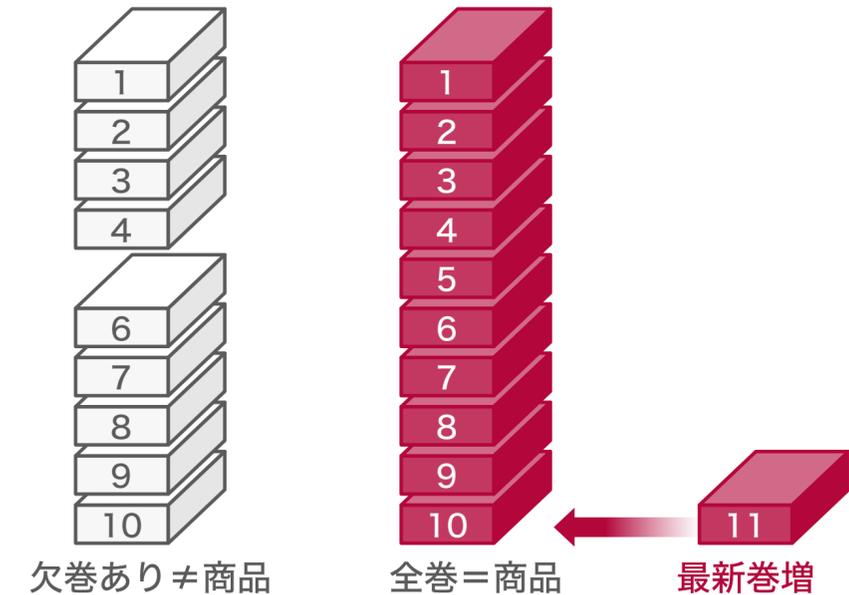
「個別」「セット」の共存は非効率



M漫画全巻ドットコム 「単品商品をセット化して販売」を最適化

単品商品として入荷

1巻から最新巻までを均等に揃える必要がある



セットで出荷



# ロングテール戦略により増え続ける競合不在エリアを深耕

販売数散布図\*



販売セット数

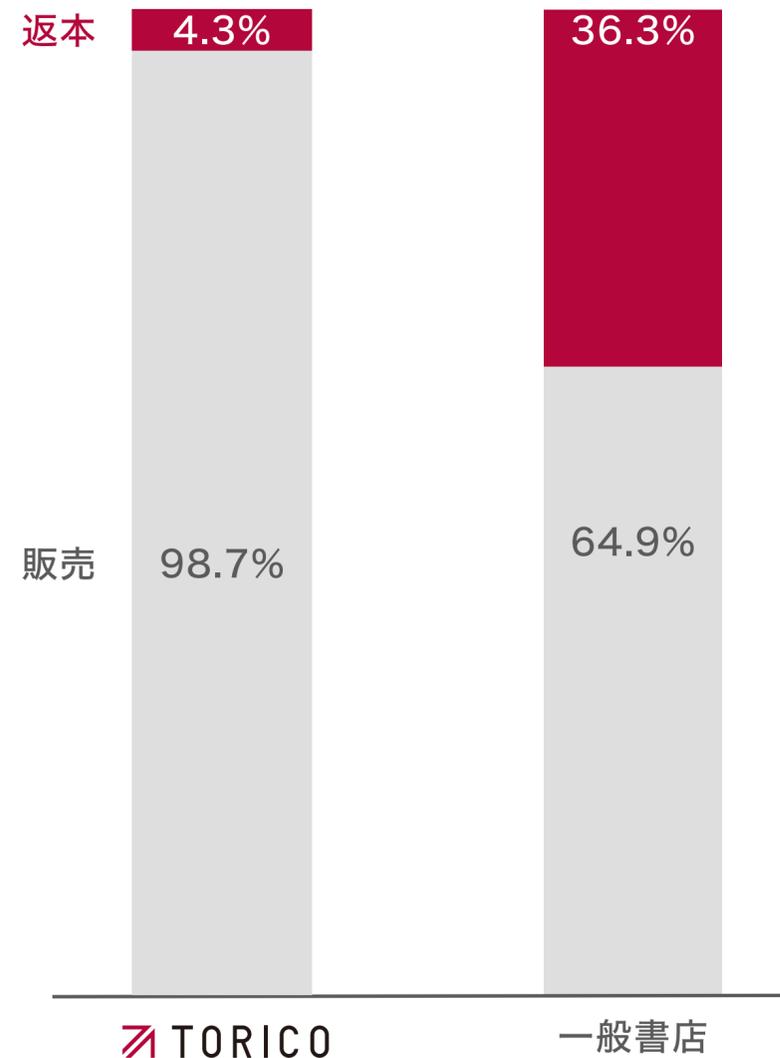


\*2024/3期の販売された商品を販売セット数と販売数ランキングで分布



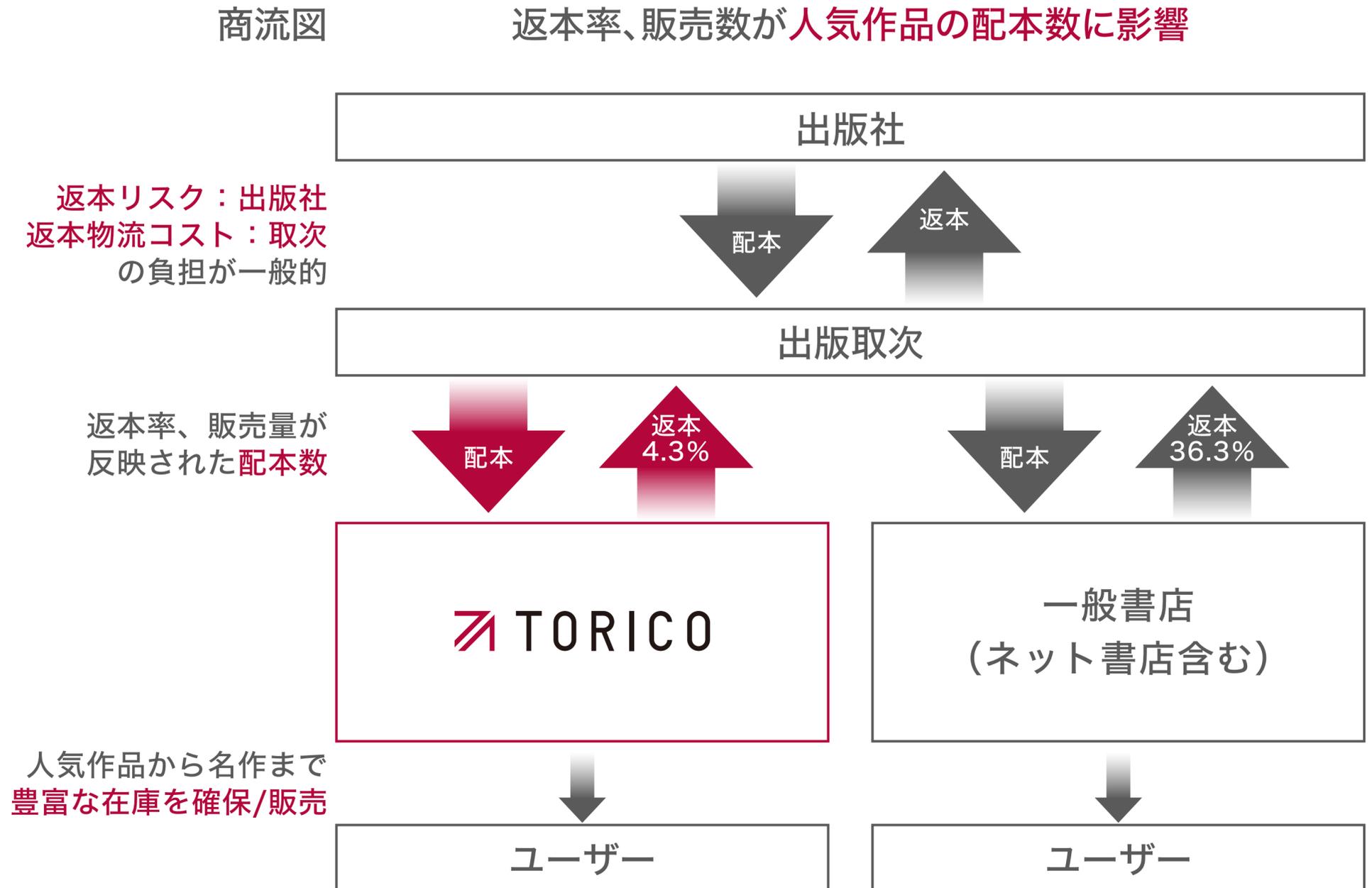
## 低返本率による豊富な品揃えの実現

返本率\* 当社返本率は一般書店の1/8以下



商流図

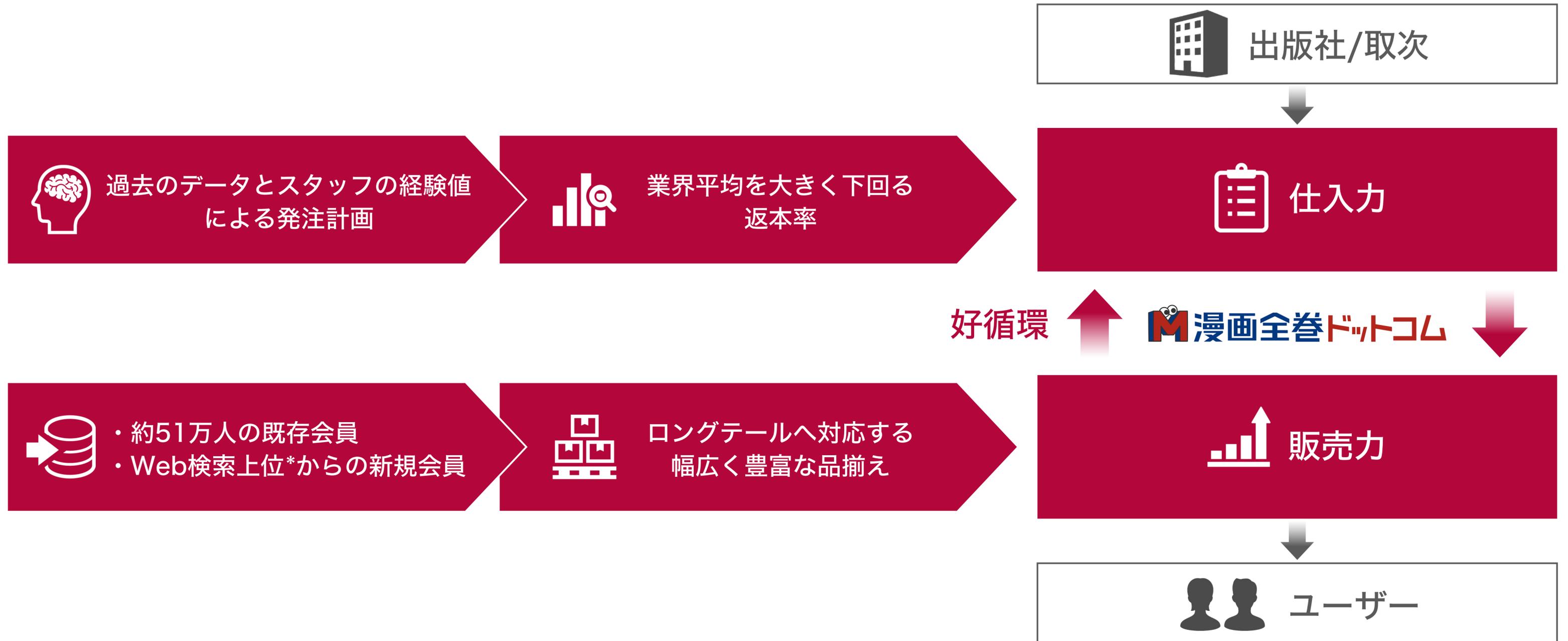
返本率、販売数が人気作品の配本数に影響



\* 当社返本率：2023年3月期当社実績  
一般書店返本率：日本出版販売株式会社 2022年度 上半期決算報告



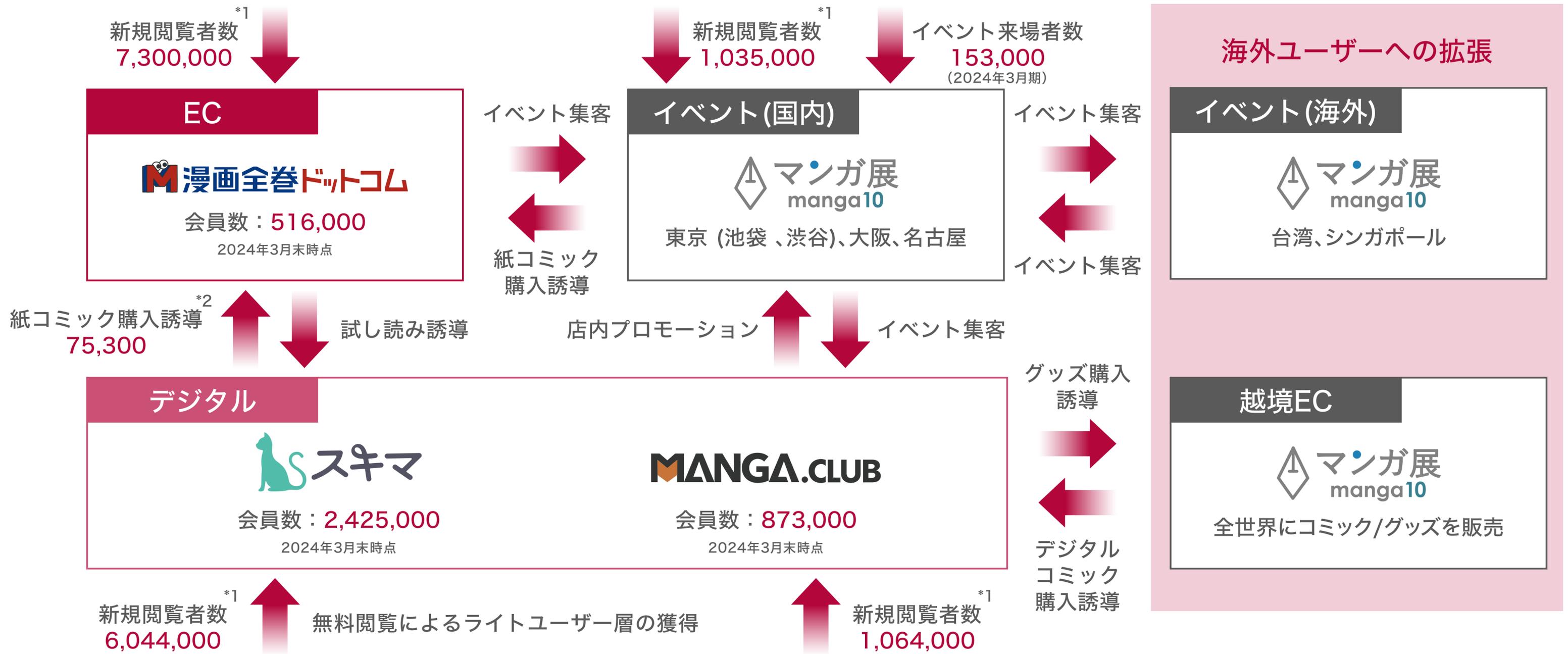
# 好循環をもたらす販売力と仕入力



\*漫画全巻ドットコム年間ランキング2021 <https://www.mangazengan.com/r/yearly/total/2021/> の上位100作品を「作品名 全巻」にてWeb検索(Google)した際、100作品中94作品が1ページ目(上位10サイト)に表示 (2023年3月末時点/当社調べ)



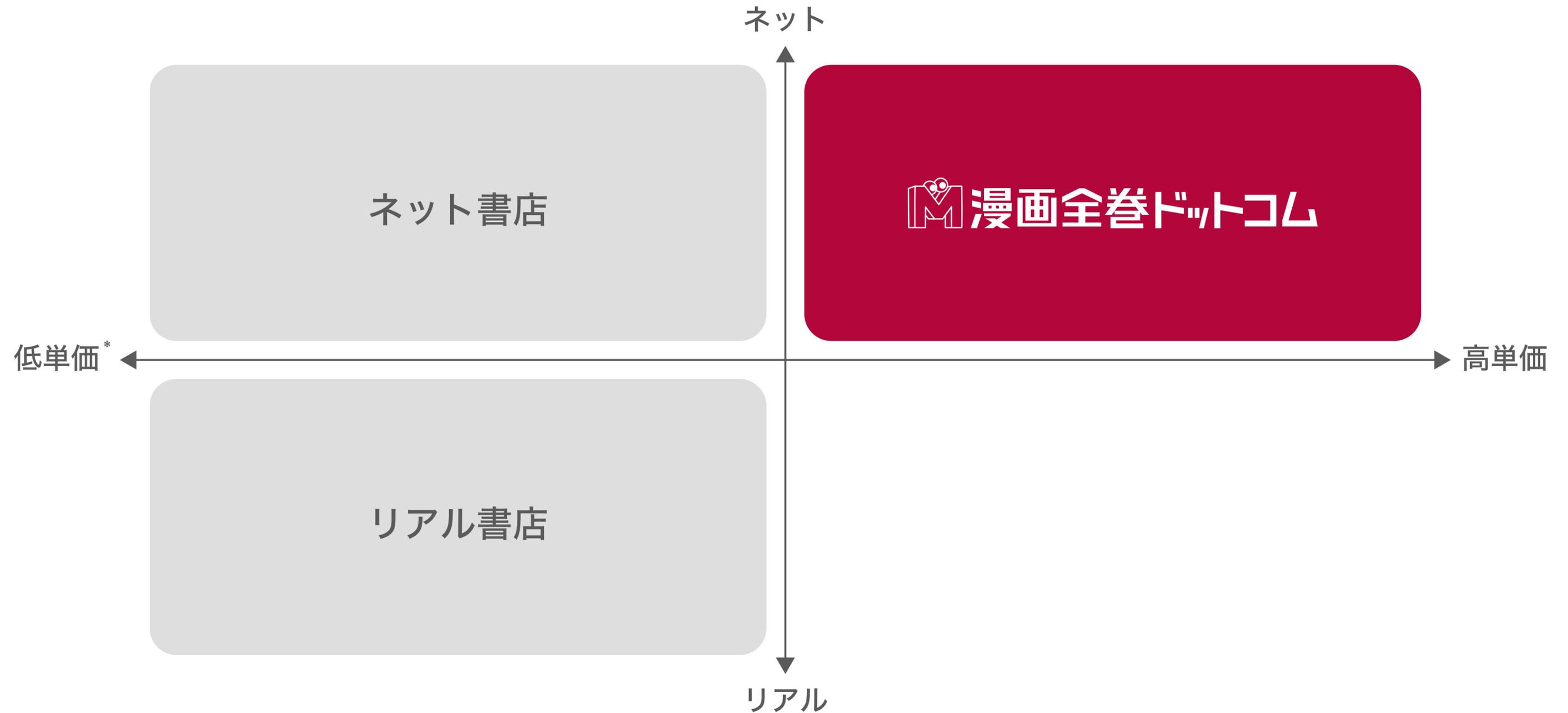
## サービス横断によるユーザーの循環



\*1 2023年3月期における各数値をGoogle Analyticsにて抽出

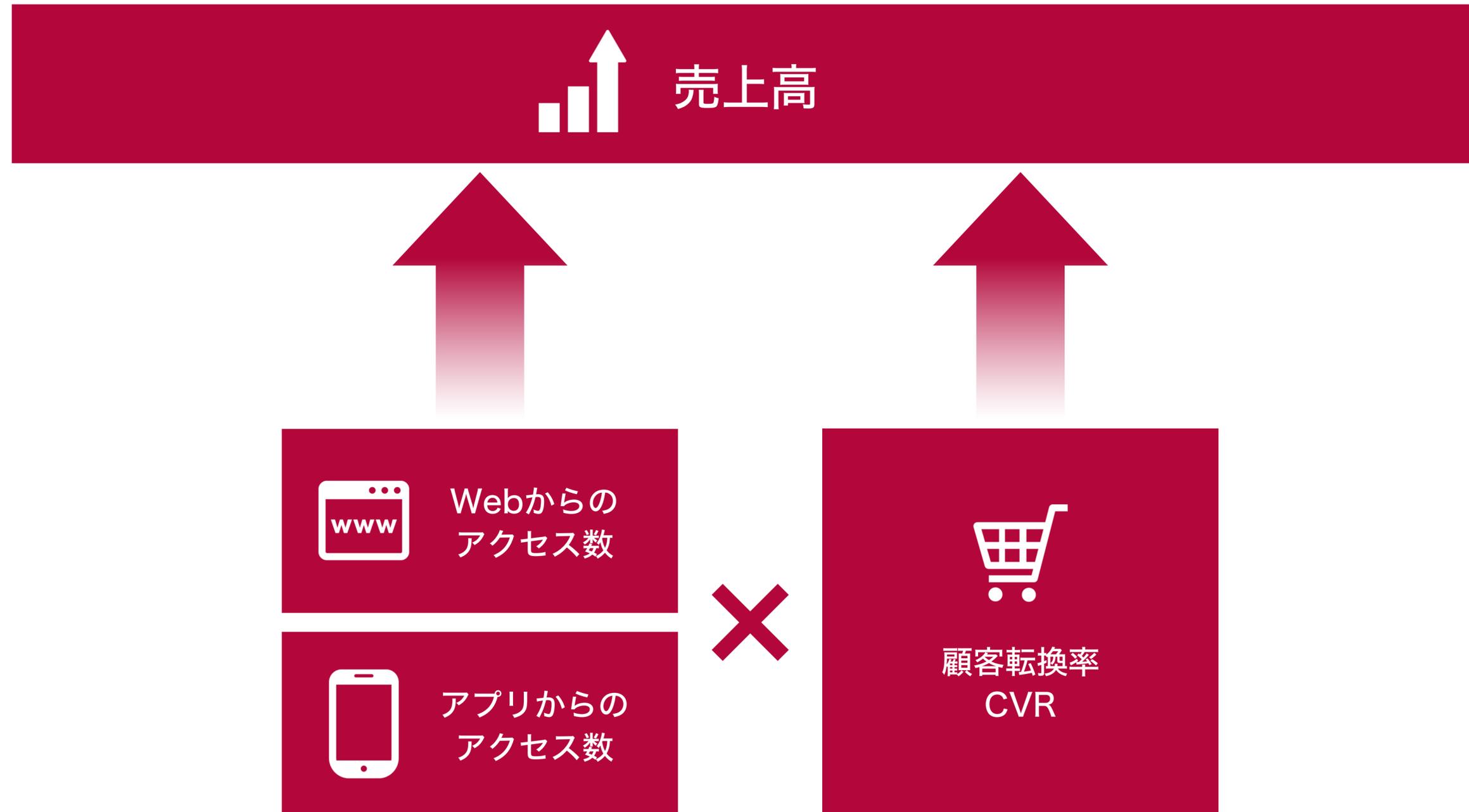
\*2 2022/04/01～2023/3/31における数値をGoogle Analyticsにて抽出

リアル書店ともネット書店とも差別化されたユニークなポジション



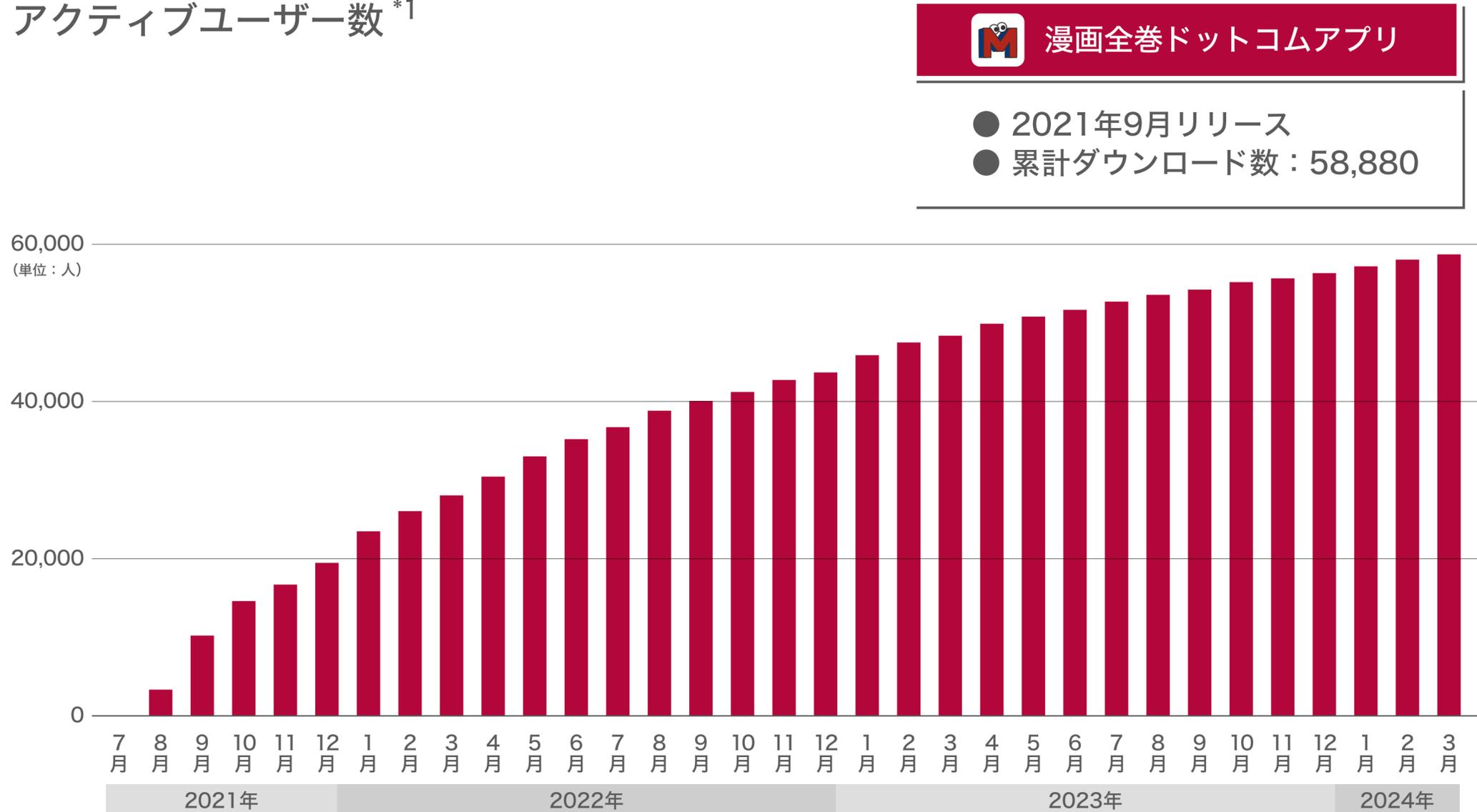
\* 2018年度の書店平均客単価：1,331円（出版流通学院）をもとに当社分析

## EC事業の売上高の最大化を重視した重要指標を設定



## 売上貢献度の高いアプリユーザー

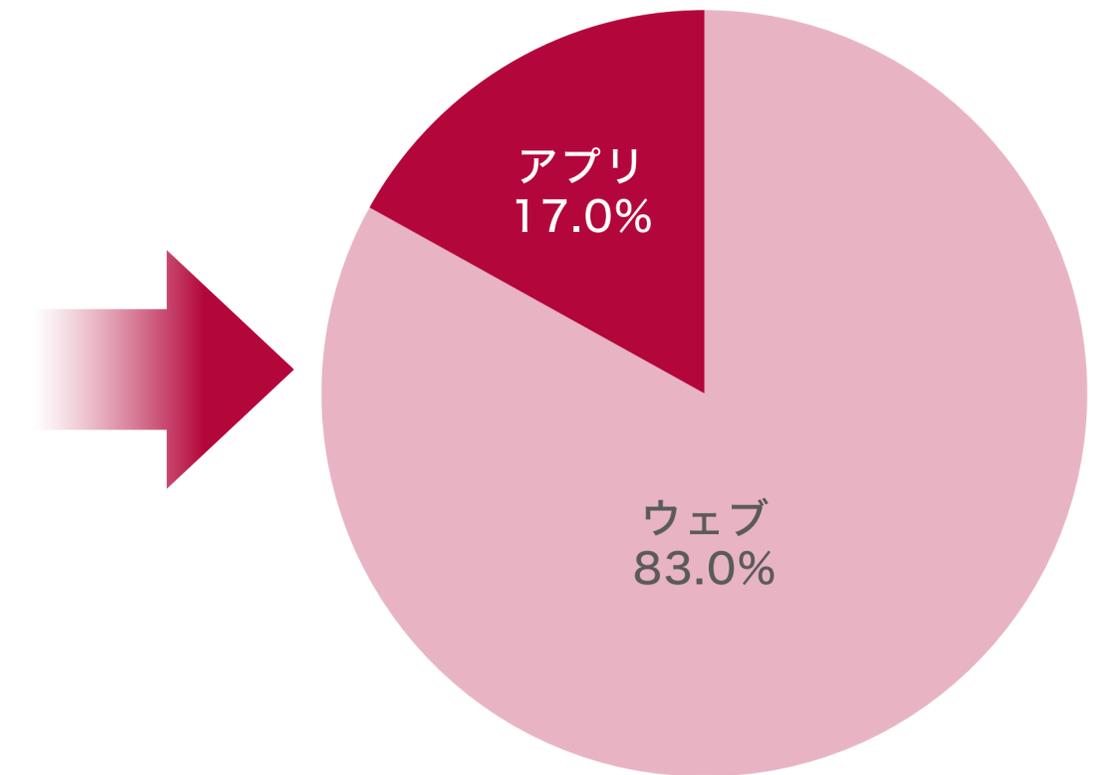
アクティブユーザー数<sup>\*1</sup>



漫画全巻ドットコムアプリ

- 2021年9月リリース
- 累計ダウンロード数：58,880

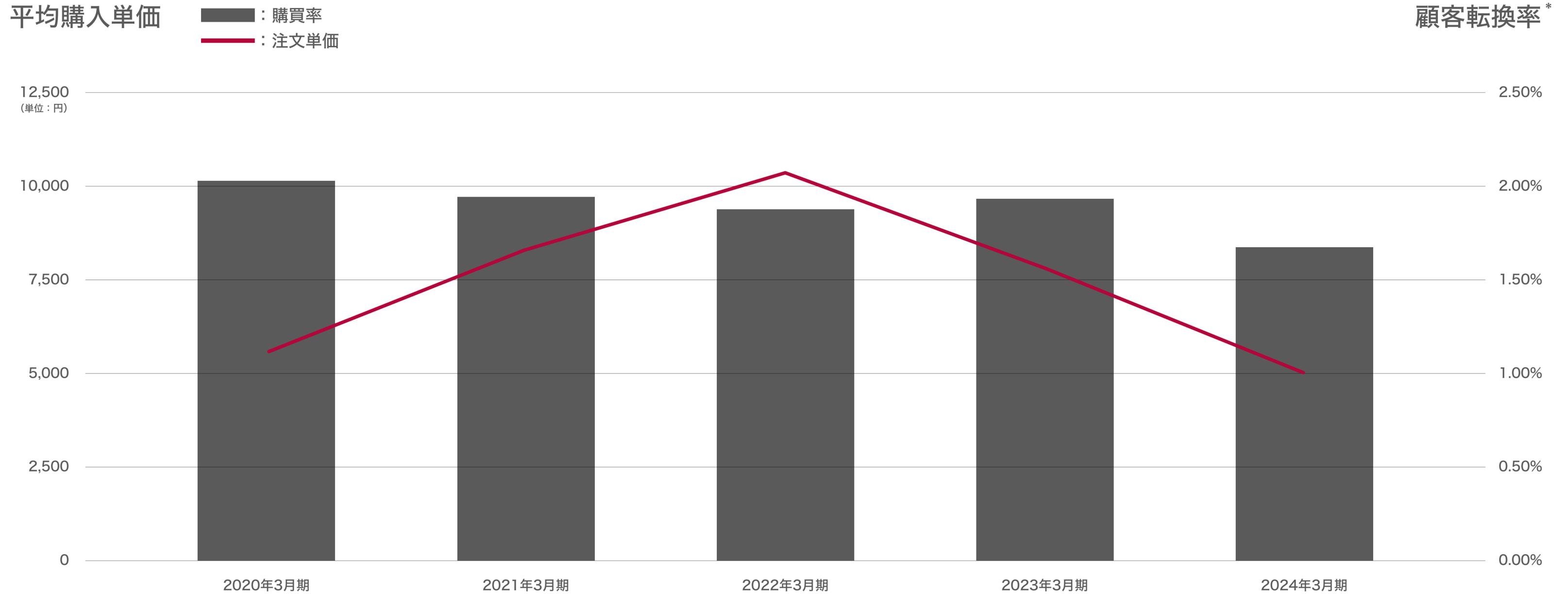
売上高比率<sup>\*2</sup>



\*1 2023年3月末時点のiOS、Androidの累計ダウンロード数の合計

\*2 2023年3月期におけるウェブ/アプリの売上比率

# 高い購入単価は維持するも顧客転換率は減少

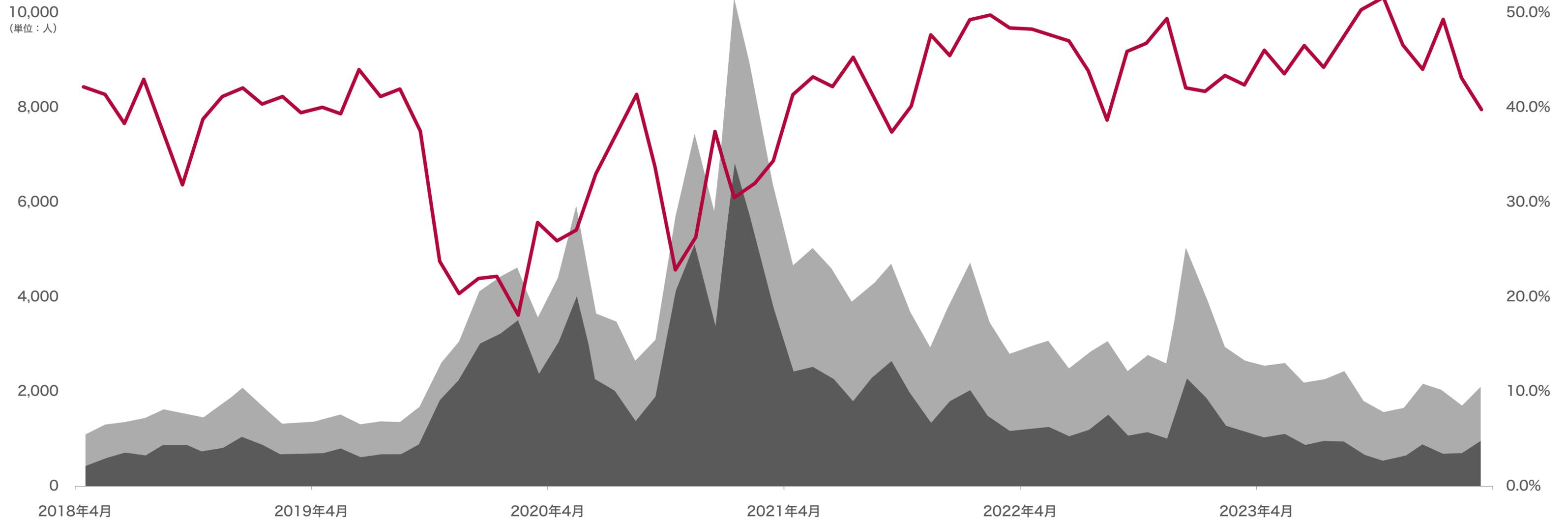


\* 顧客転換率 = 当社ECサービスにおける購入回数 / アクセス数

## 新規購入者増とリピート率向上によるECサービスの拡大

リピート率\* ■■■■：新規購入者数 ■■■■：再購入者数 ————：1年以内のリピート率

M 漫画全巻ドットコム



\* リピート率：当月購入者の内、その前の12ヶ月以内に1回以上購入履歴のある購入者の割合。計算式は(A-13)月~(A-1)月に購入し且つA月に購入したユーザー数/A月の全購入者数

会社概要

業績ハイライト（2024年3月期）

成長戦略

業績予想（2025年3月期）

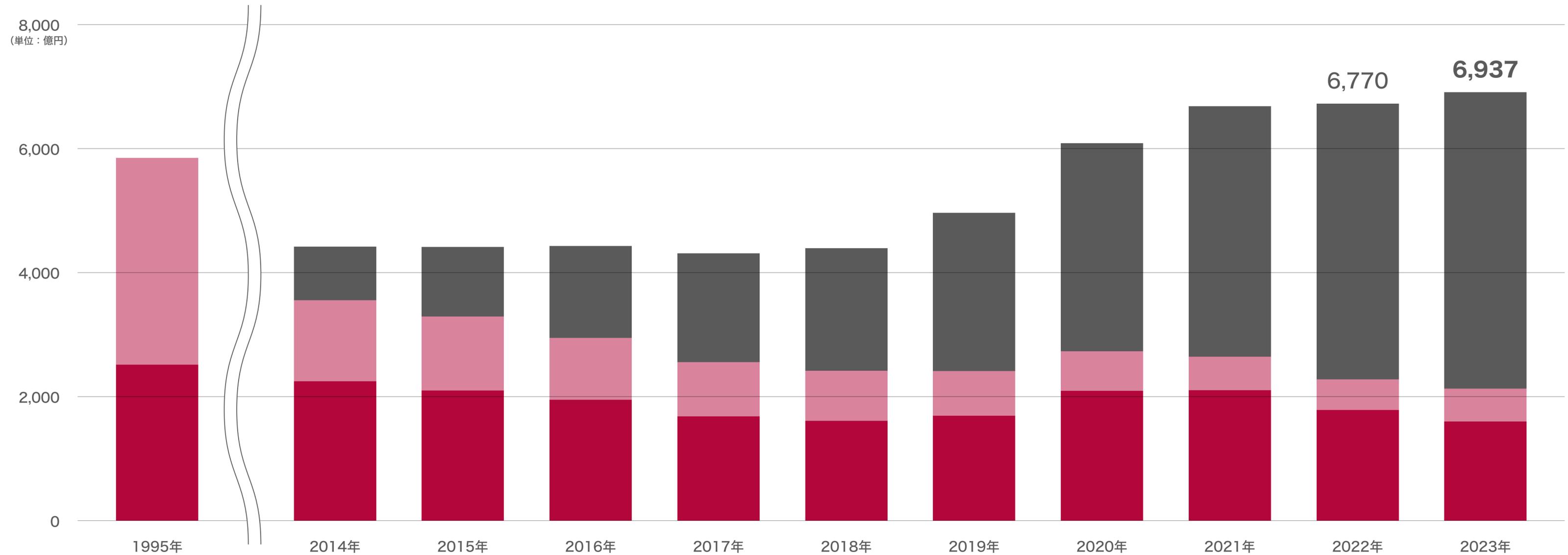
特徴と強み

市場動向

Appendix

# コミック市場は6,937億円(前年比0.2%増)と4年連続過去最高を更新

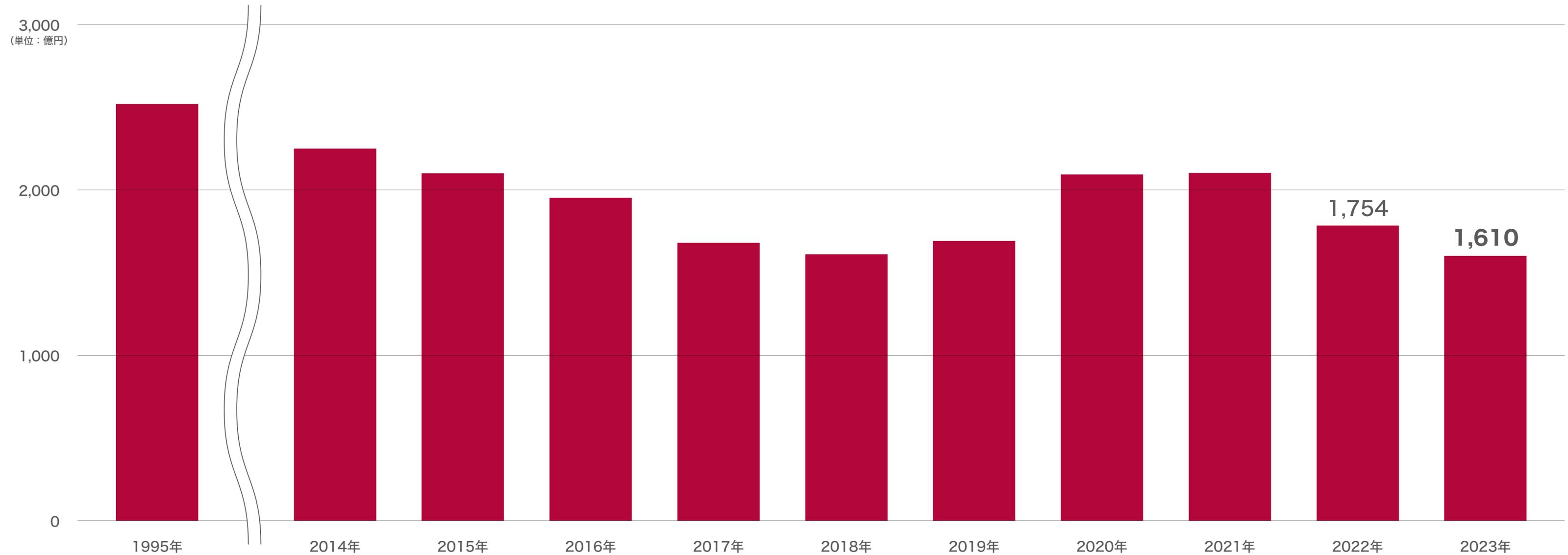
コミック市場規模(全体) ■：電子コミック ■：紙コミックス誌 ■：紙コミックス



コミック推定販売金額推移 (出典：出版科学研究所 出版指標 2024 春) を元に当社がデータ作成

# 紙コミック市場は1,610億円(前年比8.2%減)とコロナ禍前の水準に

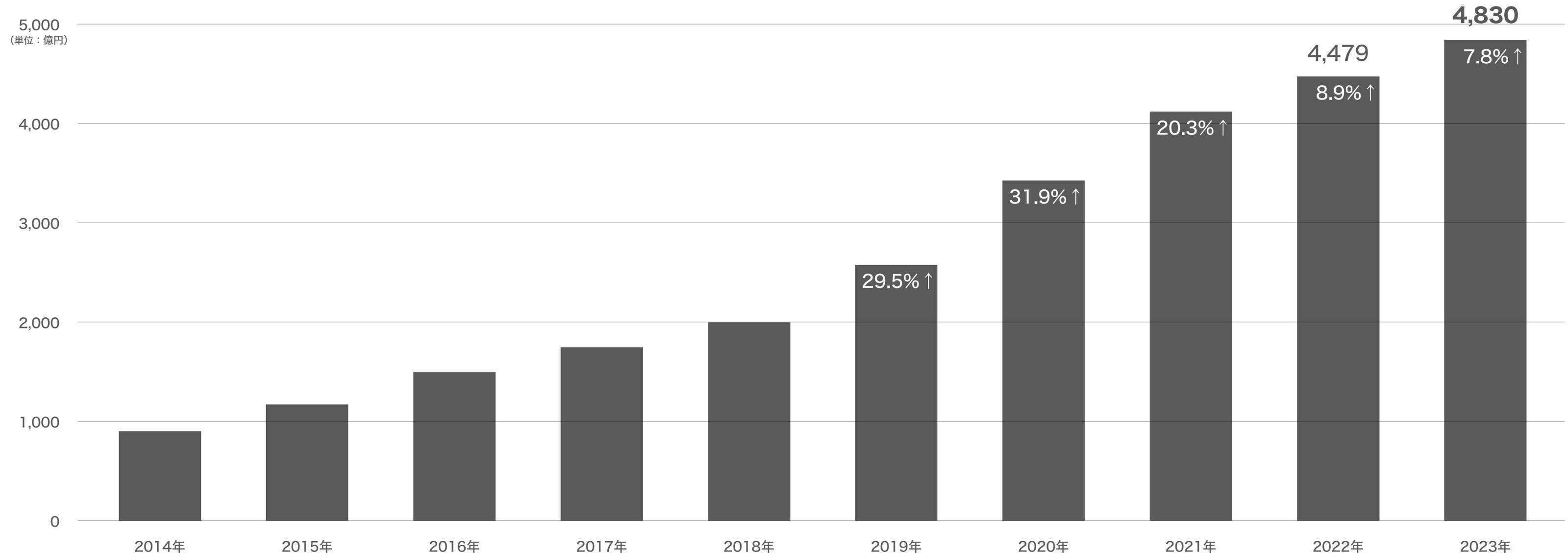
コミック市場規模(紙コミック)



コミック推定販売金額推移(出典:出版科学研究所 出版指標 2024 春)を元に当社がデータ作成

# 電子コミック市場は4,830億円(前年比7.3%増)と成長継続も伸び率減速

コミック市場規模(全体)



コミック推定販売金額推移 (出典：出版科学研究所 出版指標 2024 春) を元に当社がデータ作成

## メディアミックスによるマンガ全巻需要の拡大



マンガ作品

メディア化によるマンガ作品との接触機会の増加

TVアニメ  
TVドラマ



映画



ネット動画



ゲーム



舞台



マンガファン以外への原作コミック認知の拡大

コミック全巻セット購入動機の喚起

会社概要

業績ハイライト（2024年3月期）

成長戦略

業績予想（2025年3月期）

特徴と強み

市場動向

Appendix

## 直近発表の株主還元策について

## 株主優待の実施（2023年12月適時開示）

## 主旨

- 株主の皆様の日頃のご支援への感謝
- 当社サービスに対してご理解を深めていただくきっかけ作り

## 内容

- 対象者：2024年3月31日付の株主様（1単元以上保有）
- 優待内容：「漫画全巻ドットコム」で利用可能な優待ポイント券（1,000ポイント）を贈呈
- ポイント贈呈時期：2024年6月上旬に発送予定



## 今後のお知らせ

- 優待ポイント券のご利用方法の詳細については、贈呈前に当社WEBサイト「IR投資家情報」ページ内に掲載予定

## 資金使途の充当状況

成長戦略実現に向けて、上場時の調達資金（103百万円）を下記使途へ充当を予定。  
上場時の新規株式発行による手取り金は、2023年3月31日時点で以下の使途に充当しております。

資金使途		2023/3期実績	2024/3期予定	2024/3期実績	累計
エンジニア増員費用	既存サービス改善 新規サービス開発	15.4百万円	16百万円	16.6百万円	32百万円
事業拡大に伴う在庫 拡充資金及び運転資金	EC事業拡大に向けた 追加投資	71百万円	—	—	71百万円

上場時に調達する資金使途については、上述の通りですが、経済環境の変化に柔軟に対応するため、上記計画以外の使途に使用する可能性があります。  
また、上記計画通りに資金を使用したとしても当初想定していた事業規模の拡大が進まない可能性があります。なお、将来にわたっては、資金調達の使途の前提となっている事業計画・方向性が見直される可能性があります。

## 主要な事業リスクと対応策(1)

事業等の主要なリスク	発生可能性	時期	影響度	リスクへの対応策
<p>● <b>特定事業への依存について</b>            当社は、主力サービスであるECサービス「漫画全巻ドットコム」の全体売上に占める比率が大きく、仕入、販売、出荷配送の商流運営において、多くの経営資源を集中させております。事業環境の変化等により、ECサービスが停滞又は縮小した場合、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>当社は、付帯する様々なマンガビジネスを展開しており、特定事業への依存を低減させようと努めております。            引き続き、イベントビジネス等、新たな柱となるサービスを育成し、収益構造の多様化を図って参ります。</p>
<p>● <b>個人情報の保護に関する法律について</b>            当社は、サービス提供にあたり、取引先、コンテンツ利用者等の個人情報を取得する場合があります。外部からの不正アクセス、故意または過失等による情報漏洩に関するリスクは完全には排除できないことから、個人情報が流出する可能性があります。損害賠償の請求や信用低下等によって、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	中長期	大	<p>個人情報を適切に保護するため、Pマークを取得し、情報へのアクセス制限や不正侵入防止のためのシステム対応、プライバシーポリシー等の情報管理に関する規程の作成等、個人情報保護のための諸施策を講じるとともに、個人情報の取得は必要最小限に留めるよう努めております。</p>
<p>● <b>青少年保護に関連する法令について</b>            当社は「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」等の法令等の遵守に努めております。しかしながら、これらの法令が改正・解釈の変更または新たな法令の制定により、何らかの制約を受けることとなった場合、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	小	<p>当社のデジタルコミック配信サービスは「児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童の保護等に関する法律」及び各地方公共団体が制定する青少年健全育成条例等が規制対象とする事業に当たりませんが、当社ではコミックを配信する前に、東京都の青少年有害指定図書等における指定状況の確認、各プラットフォーム運営事業者の基準や当社の基準に照らし合わせ、表現の健全性を確保するように努めております。</p>

その他のリスクは有価証券報告書等の「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。

## 主要な事業リスクと対応策(2)

事業等の主要なリスク	発生可能性	時期	影響度	リスクへの対応策
<p>● システム障害について</p> <p>当社事業は、スマートフォンやPC、コンピュータ・システムを結ぶ通信ネットワークに依存しており、自然災害や事故（社内外の人的要因によるものを含む）等によって通信ネットワークが切断された場合には、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>当社のコンピュータ・システムは、適切なセキュリティ手段を講じて外部からの不正アクセスを回避するよう努めております。</p> <p>また、特定サービスの一時的なシステム障害による業績への影響を軽減すべく、収益構造の多様化を図ってまいります。</p>
<p>● 自社物流機能の運営について</p> <p>主力ビジネスであるECサービスにおいて、当社は自社で倉庫を持ち、商品の仕入れ納品から、受注後の出荷配送迄の、物流機能を有しておりますが、適切な在庫量の確保、安定した物流機能、十分な人材が確保できない事等が発生した場合には当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	長期	大	<p>倉庫拡張と設備メンテナンスの実施、適切な在庫予測による在庫量の安定化、労働環境の改善による離職率の低減等により、売上の拡大と季節的な需要に応じた倉庫、物流、人材の適正化を継続的に図ってまいります。</p>
<p>● 海外展開について</p> <p>当社は、今後の事業展開として、海外のマンガファンを対象にイベントビジネスを展開することを企図しております。しかし、海外におけるユーザーの嗜好や法令等が日本国内と異なり、必要な人材の確保を含め想定通りに事業展開できない場合には、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>海外ユーザーの嗜好については、当社サービスにおける既存海外ユーザーの動向分析に加え、現地での継続的な情報収集を行いながら、現地で受け入れられる商品サービスの開発に取り組んでまいります。また専門家の意見を参考にしながら各地域における法令遵守を前提とした事業展開を行なってまいります。</p>

その他のリスクは有価証券報告書等の「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。

## 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。  
2024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。2024年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：1.37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。2024年3月末時点で、正社員66名中21名（31.8%）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。

なお、当資料のアップデートは2025年5月に開示を行う予定です。

# TORICO