

2025年3月期 第2四半期決算説明資料

2024年11月14日



成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期 第2四半期）

業績予想(2025年3月期)

Appendix

「選択と集中」による成長基調への回帰

利益が出やすい体質への構造転換を図り、中長期的な事業拡大を目指した戦略的フォーカスを継続

選択

サービスの再編

- ・ 不採算事業の再編
- ・ 最適な人員配置を目指した人事組織の見直し

販管費の最適化

- ・ 各事業の収益に対する人員数の適正化
- ・ 費用対効果向上を目指した販促費用の見直し

現行売上で利益が出る水準まで損益分岐点を下げるべく、コスト構造の改善施策を継続して実施

集中

イベントサービスの拡充

- ・ 人気作品のイベント/グッズ取扱の拡充
- ・ 収益性の高い店舗モデルを国内外へ展開

海外売上の拡大

- ・ 現地拠点、越境ECの更なる拡充
- ・ 海外パートナーとの協業による販売網の拡張

成長余地の大きいイベントサービス、海外事業への集中により、会社全体の利益率の向上を目指す

成長戦略



1. 海外事業の拡大

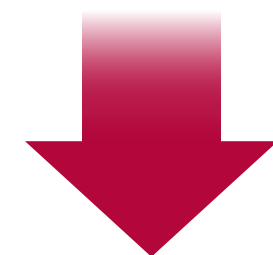
2. 国内事業の深掘り

3. 新規事業の創出

1. 海外事業の拡大

国内・海外のパートナーとの連携によるアニメ商材における**商社的ポジションの確立**

自社企画のグッズ/カフェ に加え国内パートナーとの連携で グッズ/企画を拡大	自社アニメグッズ	パートナーアニメグッズ
	自社カフェ企画	パートナーカフェ企画

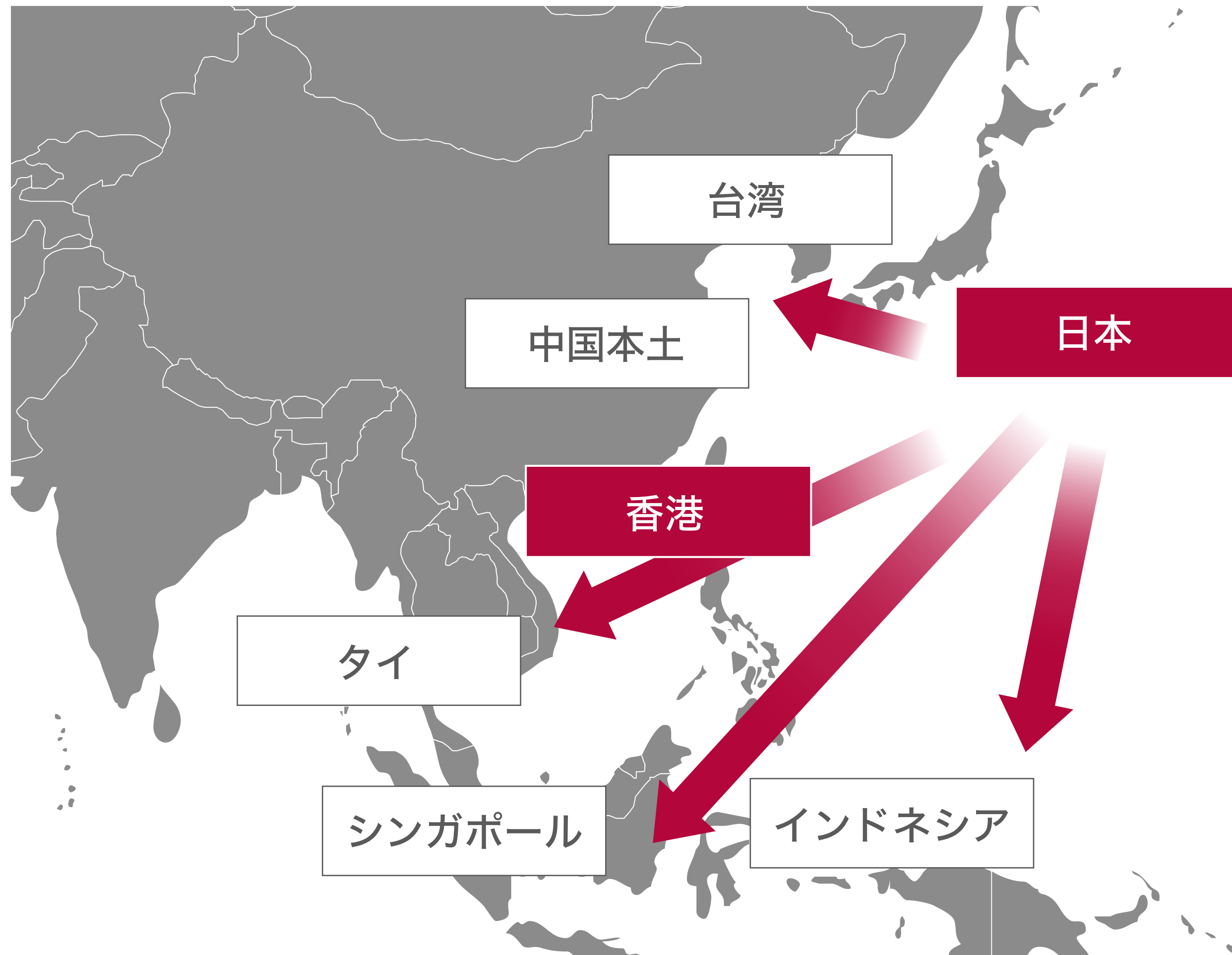


自社・パートナー合わせ豊富なグッズ、カフェ企画を**アニメ人気の高いアジア諸国へ輸出**

アジアを中心とした自社販路に加え 海外パートナーへの卸売販路を加速	自社販路 (BtoC)		卸売販路 (BtoBtoC)
	台湾	香港	中国本土
	シンガポール	インドネシア	タイ

1. 海外事業の拡大

これまで国内で完結していたアニメグッズ販売・イベント開催を成長余地の大きい海外市場へ拡大



**ブルーロック
モンスターパーティ
in 香港**

東京/大阪/名古屋の自社店舗でのイベント開催に続き、現地パートナー経由にて香港商業施設内でポップアップショップをオープン。

1. 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

2. 国内事業の深掘り / 3. 新規事業の創出

既存事業/新規事業におけるテイツー社との連携



テイツー社運営「古本市場」30店舗にてコミックセットコーナーを設置。
オフライン商圏の拡張。



渋谷店にてテイツー社との協業によりフィギュアコーナーを設置。
インバウンド需要の取り込み。



新規事業としてトレーディングカードEC「トレオタ」を2024年8月に開始。
新たな柱として期待。



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

成長戦略

業績ハイライト (2025年3月期 第2四半期)

業績予想(2025年3月期)

Appendix

2025年3月期 第2四半期 エグゼクティブサマリ

売上高 1,899百万円 **前年同期比** +15百万円(+0.8%)

- ・ イベントサービスは引き続き成長（前年同期比+29.6%）
- ・ ECサービスは紙コミック市場停滞の影響を受け減収（前年同期比-4.9%）

経常利益 -135百万円 **前年同期比** -37百万円

売上は前年同期に比べ微増するも
将来の事業拡大に向けた投資（海外事業、地代家賃等）、物価高の影響により減益で着地

2025年3月期 第2四半期 連結決算サマリー [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停滞により前期比減収
 将来の事業拡大に向けたコストの増加により経常利益も減益で着地
 前年同期は本社及び倉庫の移転に伴う特別損失を計上していたため当期純利益は微増

(単位：百万円)	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	前期差	前期比
売上高	1,883	1,899	16	0.8%
EC*	1,653	1,571	△82	△4.9%
イベント	229	297	68	+29.6%
新規事業	—	30	30	—
経常利益	△98	△135	△37	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△145	△139	6	—

*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。

2025年3月期 第2四半期 連結決算サマリー [予算比]

イベントサービスは成長を継続も出荷遅延等により売上高が翌四半期にスライド、売上予算をわずかに下回る

ECサービスは2Qの予算は達成するも1Qの不足を補うには足らず**予算比減収**

新規事業は海外事業にて急速に取引地域を含め販路拡大を推し進めるも安定した売上構築には至らず**予算比減収**

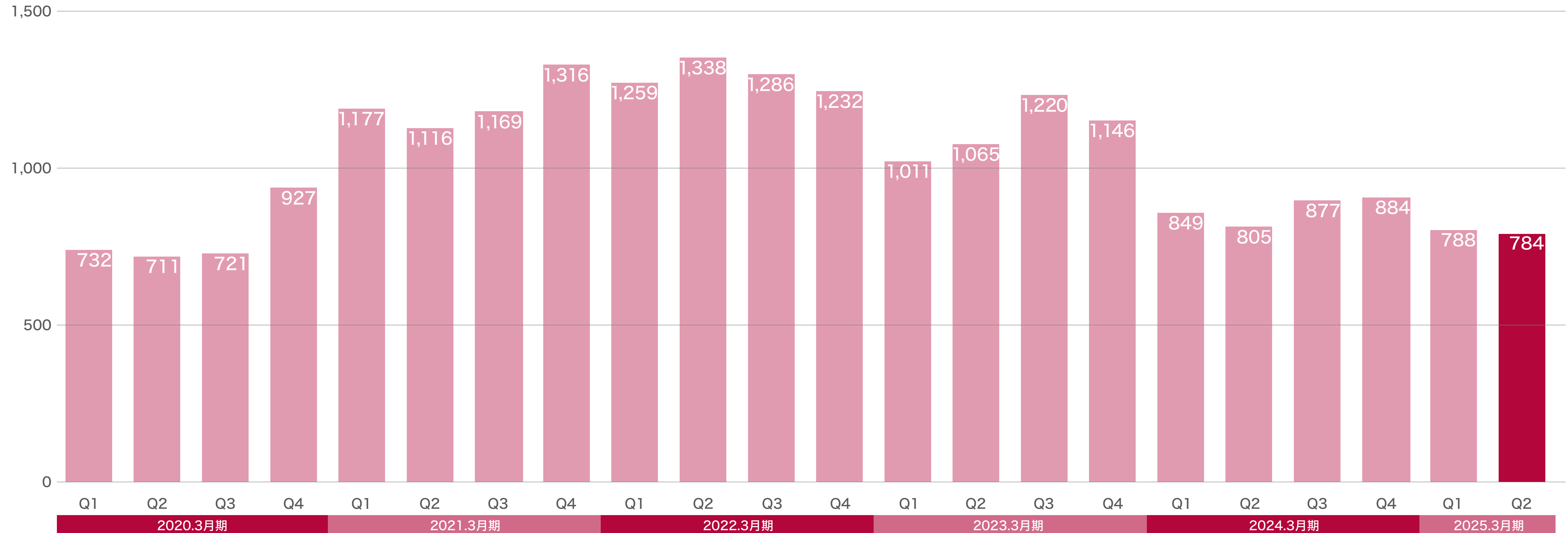
(単位：百万円)	2025年3月期 2Q 予算	2025年3月期 2Q	予算差	予算比
売上高	2,040	1,899	△141	△6.9%
EC*	1,672	1,571	△101	△4.9%
イベント	314	297	△17	△5.3%
新規事業	53	30	△23	△44.5%
経常利益	△93	△135	△42	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△94	△139	△45	—

*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。

サービス別 売上高 [ECサービス]

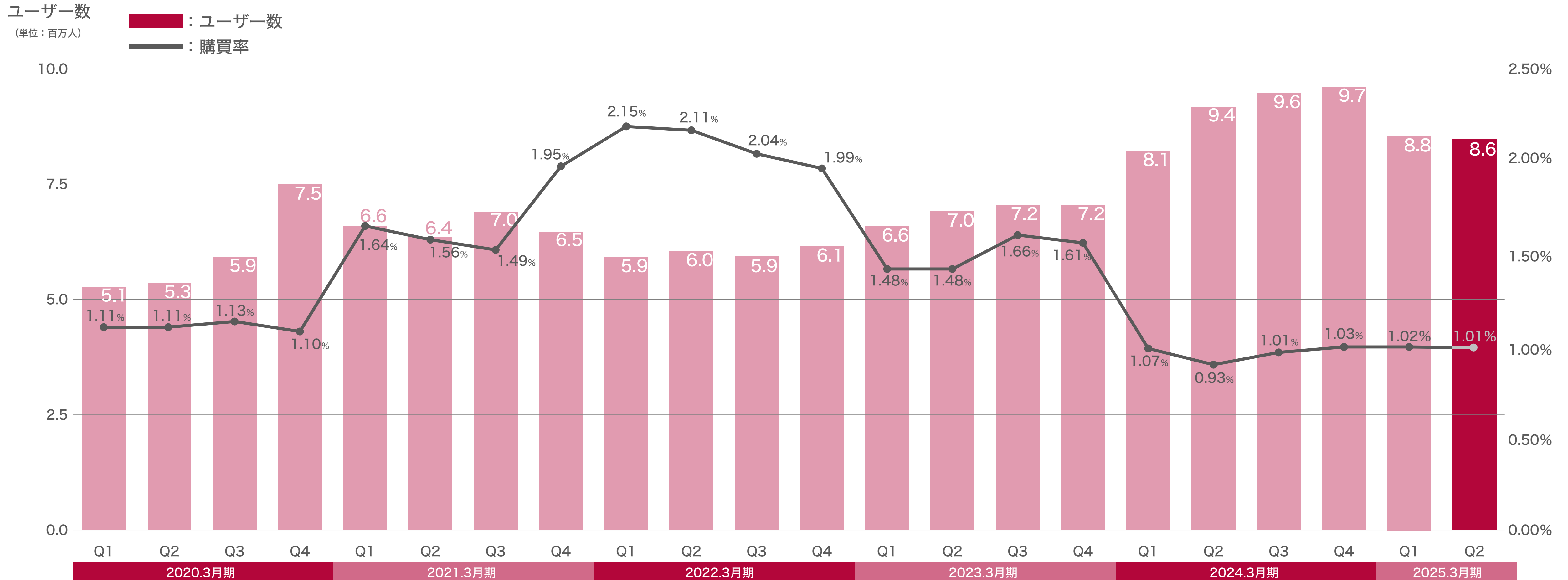
四半期予算は達成したものの、コミック全巻セット販売は引き続きコロナ禍以前の水準を維持市場を牽引するヒット作品の出現も少なく、売上水準の維持に留まる

売上高
(単位：百万円)




KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス/紙]

取扱商品の拡大により利用ユーザー数は四半期6期連続800万人超えを維持
 ショッピングモールの販売において運営費や販促コストを鑑み、**利益確保重視の販売戦略へ転換**



重要指標評価 [ECサービス/紙]

利用者数



860万人
QoQ -1.61%

引き続きサイト利用者は
四半期800万人水準を維持。

購買率



1.01%
QoQ -0.01pt

前期水準の購買率から脱せず。
増加するサイト利用者に対し、
高い水準で購買機会の提供が課題。

購買単価



8,131円
QoQ +144円

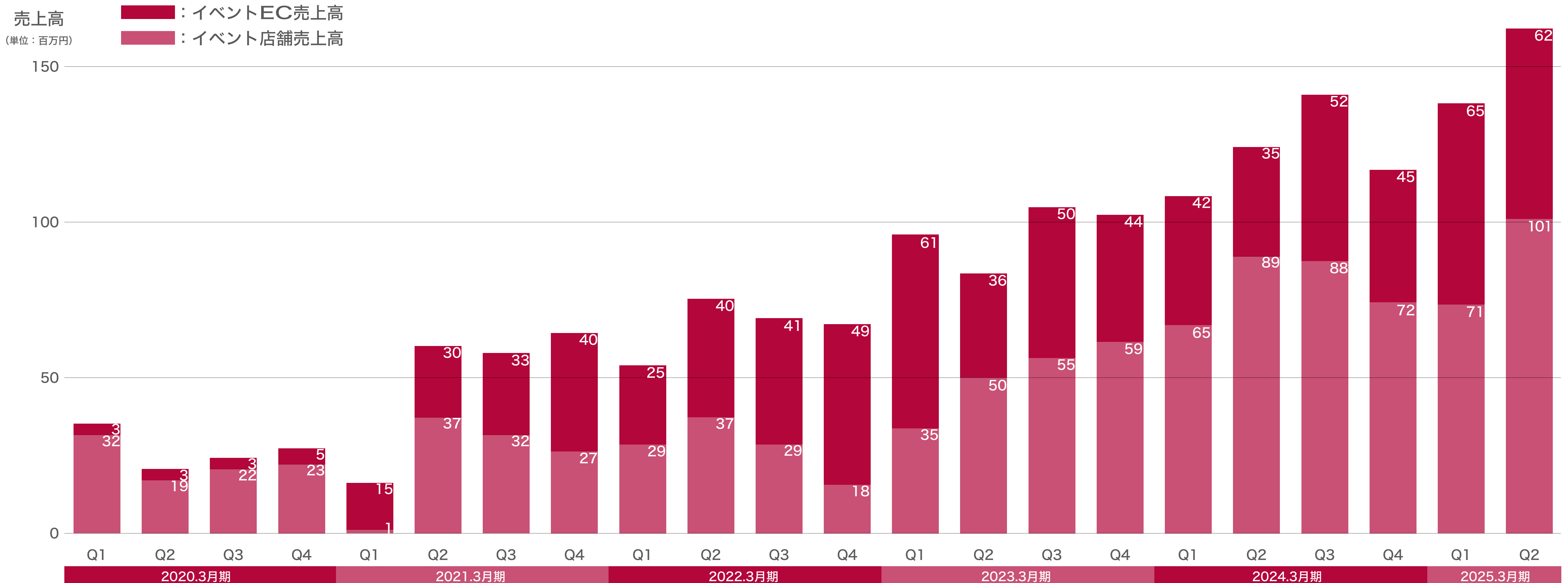
全四半期から増加し8,000円台に
回復したものの、引き続き低い水準
を推移。

外部出店の運営費ならびに固定販促費に伴い特定価格帯において利益確保が困難な状況が発生しており、
利益確保を優先し低価格帯商品の販売取扱停止を出店店舗によって判断。

購買単価の引き上げを行いつつ、利用者を維持できるかが課題。

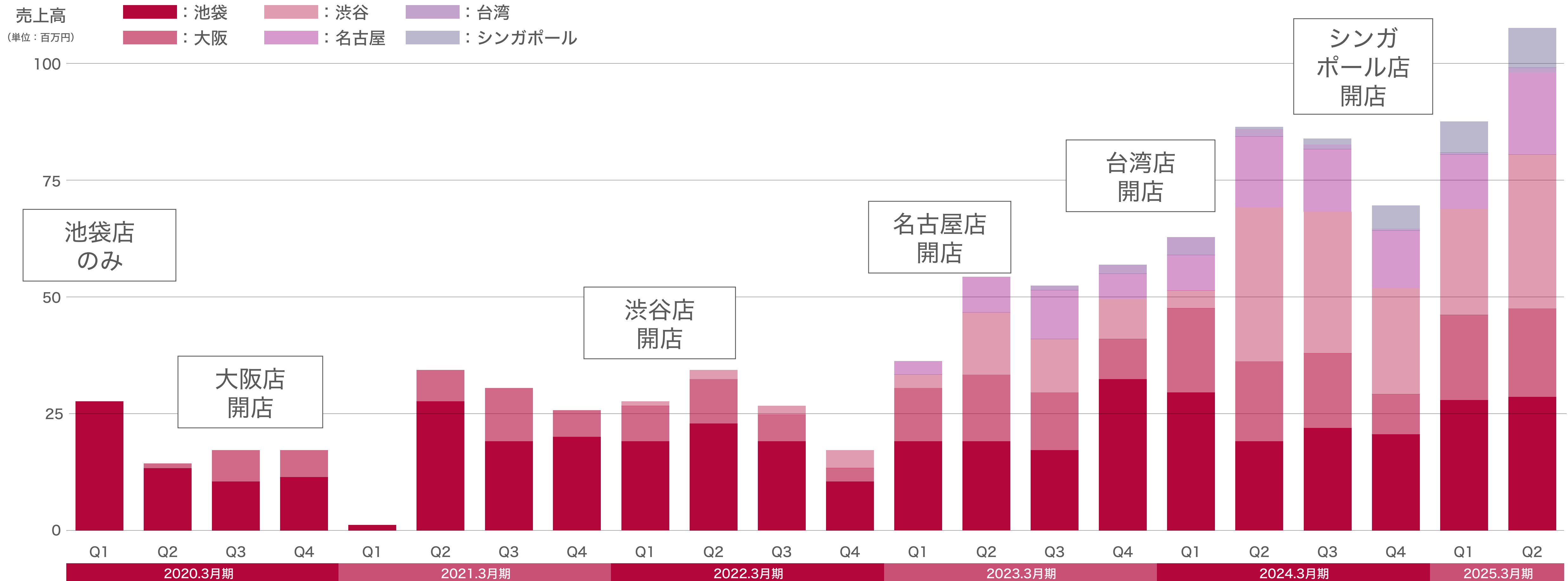
サービス別 売上高 [イベントサービス]

店舗+EC販売共に堅調に推移し、**四半期売上1.5億ライン**を事業開始以来、初めて達成



店舗別 売上高 [イベントサービス]

国内店舗のカフェ催事ならびに物販催事の積み上げで店舗四半期売上1億円に到達



重要指標評価 [イベントサービス]

店舗

国内店舗売上
QoQ **+42.7%**

「コミック原作」「アニメ」「実写ドラマ」と弊社催事の優位性を各店舗で最適化され、店舗売上は四半期売上として過去最高の1億円を達成。

EC

YoY **-3.3%**
QoQ **+76.9%**

四半期6,000万水準を維持したものの、需要を超える受注に対し商品製造から納品スケジュールが後ろ倒しとなり、想定していた売上が翌四半期にスライドしている。

重要指標評価 [新規・海外]

商品開発・卸販売

新作アニメ中心のライセンス商品化の拡大から、弊社店舗を活用したカフェ催事やポップアップ催事商品の先行販売→一般流通販売展開に戦略をシフト。

堅調に売上拡大している弊社店舗催事において限定販売していた商品を、先行販売→エンタメグッズ小売店へ流通させ販路拡大による売上最大化に取り組む。

アジアを中心に海外の日本エンタメグッズ販売先から仕入需要が高く、同時または巡回が可能な催事企画やオリジナル商品化が可能なIPに絞り、国内・海外ライセンスの同時契約での展開に注力する。

海外

弊社店舗での日本国内催事ならびにライセンス商品をアジアを中心に海外巡回、商品卸を強化。

自社催事ならびにライセンス商品を新規または追加で海外ライセンス催事・商品としての協業先展開ならびに卸販売を開始。

越境ECに加え、アジア圏を中心とした各国現地ECを現地協業先とともに構築し、上記展開をオンライン+EC両面から市場の拡大を目指す。

販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

販売促進費を削減しつつ前年同期比売上高増加を達成するも
価格高騰の影響により販管費全般が増加傾向にあり

将来の事業拡大に向けた投資（海外事業、地代家賃等）も増加し、前年同期比が増加

(単位：百万円)	2024年3月期 2Q	2025年3月期 2Q	前期同期比
販管費	776	824	+6.2%
人件費（報酬・給与・雑給・法定福利費）	263	270	+2.7%
オンラインショップ運営費	138	147	+6.5%
荷造運賃	90	97	+7.8%
支払手数料	65	64	△1.5%
地代家賃	51	59	+15.7%
サーバー費	19	21	+10.5%
販売促進費	17	12	△29.4%
その他	133	153	+15.0%

BS/CF 概況

第三者割当増資により自己資本比率は50%超に回復、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月期末 実績	2025年3月期 2Q実績	前期末比増減額	備考
流動資産	2,074	1,593	1,658	+65	
現金及び預金	1,062	606	787	+181	第三者割当増資による
売掛金	322	294	200	△94	9月売上減少
商品	635	589	607	+18	在庫微増
固定資産	172	260	261	+1	ソフト開発による増加及び減価償却による減少
総資産	2,247	1,853	1,919	+66	
負債	1,082	957	843	△117	
買掛金	312	285	232	△53	9月仕入減少
有利子負債	522	416	362	△54	銀行借入返済による減少
純資産	1,164	896	1,076	+180	
自己資本比率	51.7%	48.2%	56.0%	+7.8pt	50%超
	2023年3月期末 実績	2024年3月期末 実績	2025年3月期 2Q実績	前期末比増減額	
営業キャッシュフロー	14	△187	△57	+130	
投資キャッシュフロー	△50	△136	△25	+111	
財務キャッシュフロー	361	△134	263	+397	
現金及び現金同等物	1,062	606	787	+181	

成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期 第2四半期）

業績予想(2025年3月期)

Appendix

2025年3月期連結業績予想及び第2四半期進捗

イベントサービスは前年同期より増収するも出荷遅延等により売上高が翌四半期にスライド

ECサービスは予算達成するも1Qの不足を補うには不足売上高がやや下振れに推移

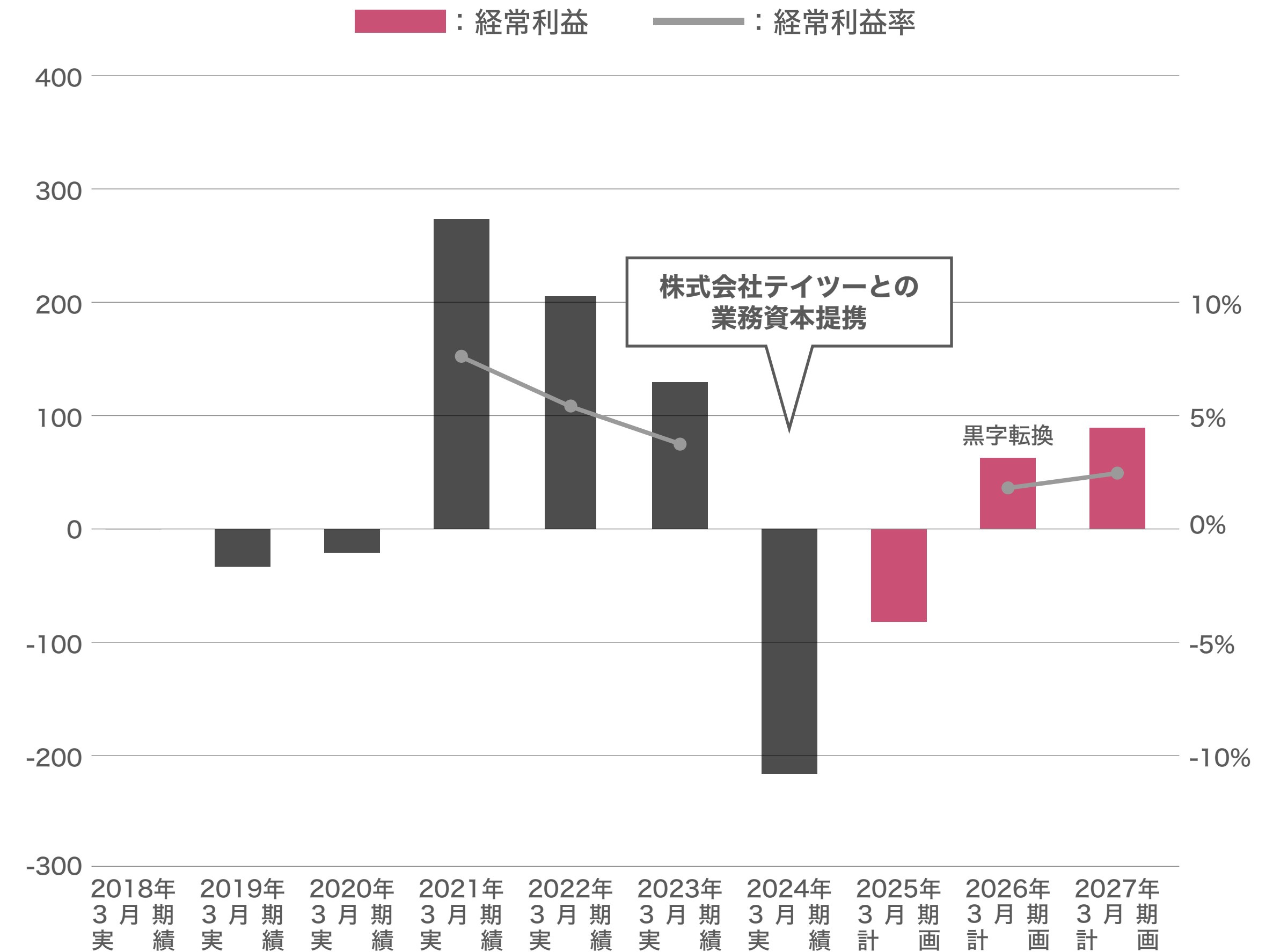
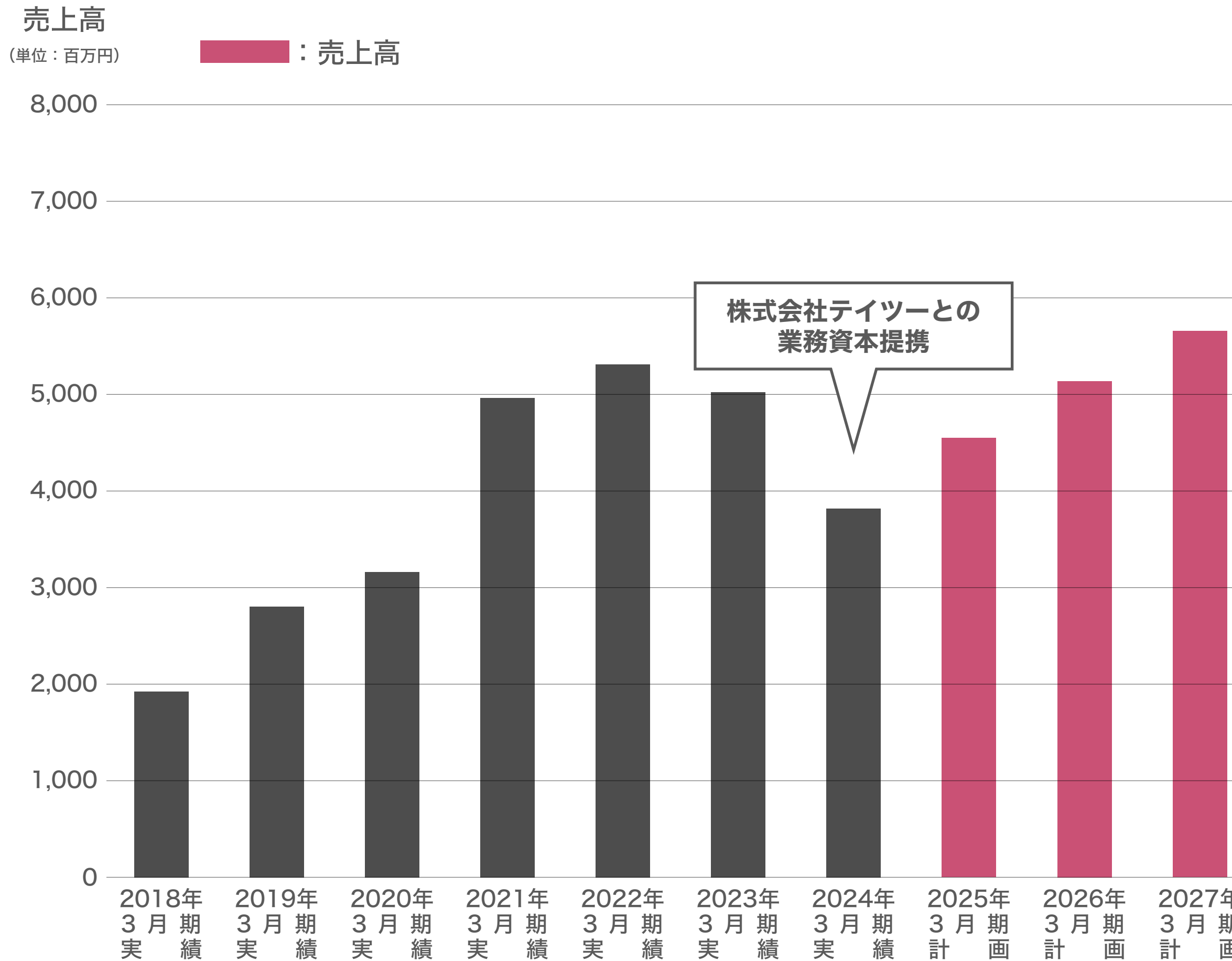
新規事業は海外事業にて販路拡大を積極的に推し進めるも期限内に想定した商圈構築には至らず予算未達
年末商戦需要を含む10-12月のEC売上の販売状況を踏まえて3Q決算での修正を検討

(単位：百万円)	2024年3月期実績	2025年3月期予想	前期比	2025年3月期 2Q実績	進捗率
売上高	3,897	4,559	+17.0%	1,899	+41.7%
EC*	3,415	3,650	+6.9%	1,571	+43.0%
イベント	482	677	+40.5%	297	+44.0%
新規・海外	—	230	—	29	+12.8%
売上総利益	1,404	1,708	+21.7%	824	+48.2%
営業利益	△222	△67	—	△129	—
経常利益	△224	△83	—	△135	—
経常利益率 (%)	—	—	—	—	—
当期純利益	△272	△85	—	△139	—

*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 [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を通じ、商材および商流の拡大を図るとともに
成長著しい海外アニメグッズ市場を見据えた海外事業推進による持続的な成長と企業価値の向上を目指す



成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期 第2四半期）

業績予想(2025年3月期)

Appendix

会社概要

会社名

株式会社 TORICO

設立

2005年

国内店舗数

5 店舗^{*3}

VISION

世界を虜にする

従業員数

187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

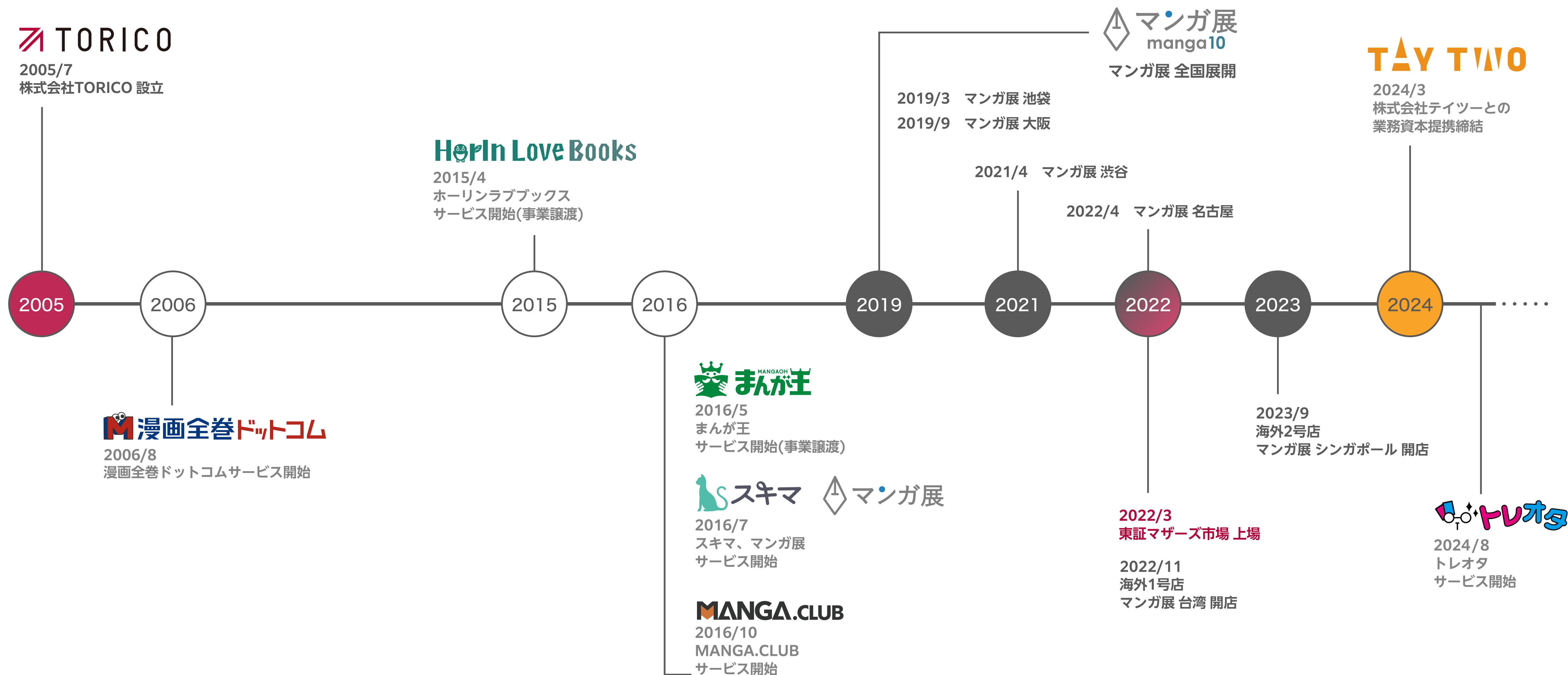
39億円^{*2}

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 2024年3月期売上高 *3 2024年9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
	 	デジタル(国内) デジタル(海外)	45,000 冊以上の電子コミックを無料配信 英語版コミックを世界中に配信
		トレーディングカード	中古/新品トレーディングカードに特化したECサイト オリパガチャ「トレオタガチャ」を展開
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^{*1}

男性：58%	女性：42%
会員数	516,000 (2024年3月末時点)
MAU ^{*2}	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)

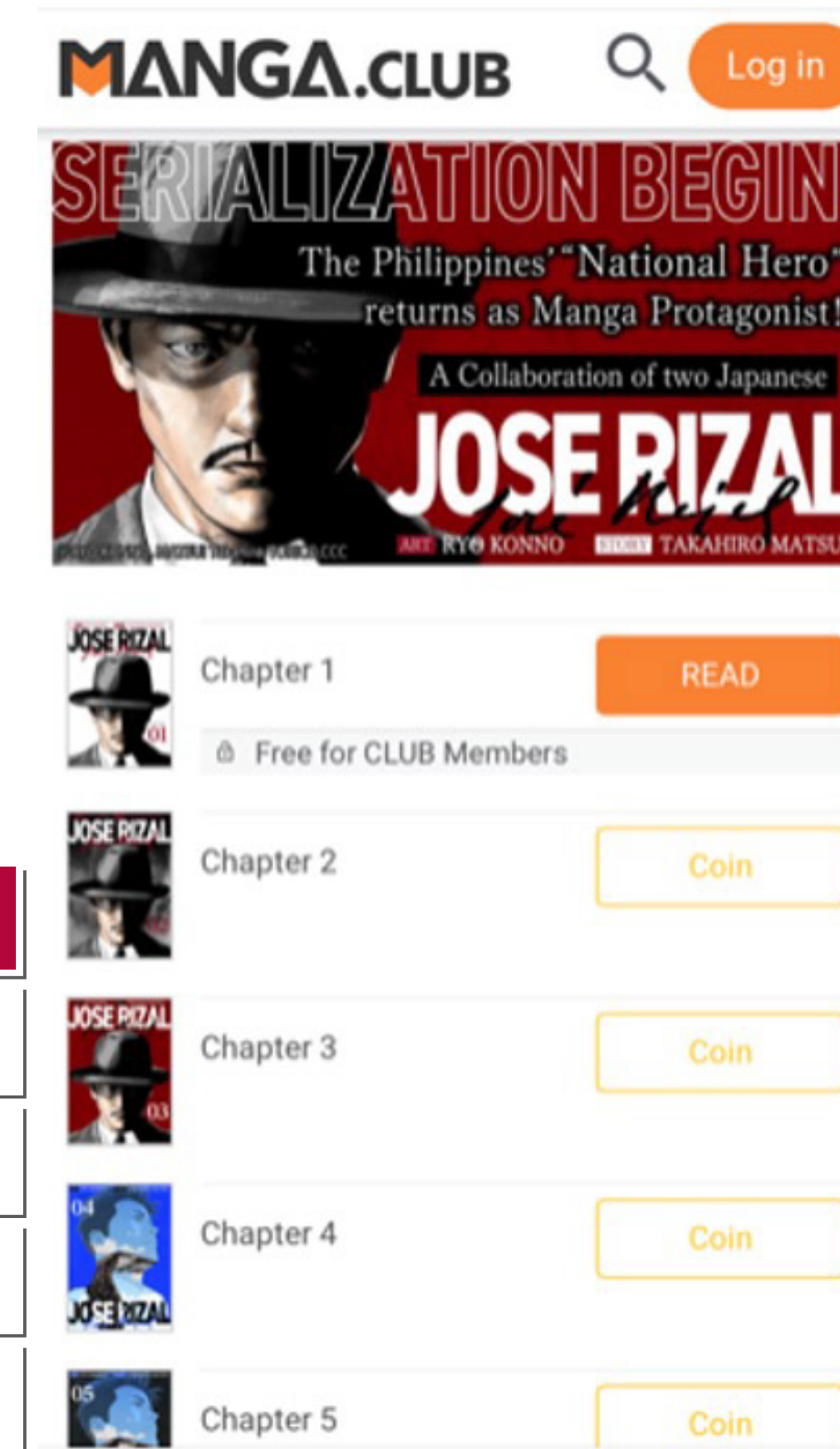


概要

- 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 5 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 : 30%	女性 : 70%
店舗平均顧客単価	3,000円 (2024年3月期)
EC平均顧客単価	5,920円 (2024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)

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。

 TORICO