

2025年3月期 第3四半期決算説明資料

2025年2月13日



成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期 第3四半期）

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

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

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

実施施策

- ・ 名古屋店閉店（～2025年2月）
- ・ 旧台湾店閉店（～2025年2月）
- ・ 人件費＋販促費（前年同期比7%減）

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

実施施策

- ・ 中国本土、香港、台湾パートナーとの協業開始（FY2025 Q2～）
- ・ 天王寺店開店（2025年2月～）
- ・ 新台湾店開店予定（2025年春予定）

成長戦略

1. 国内事業の深掘り

2. 海外事業の拡大

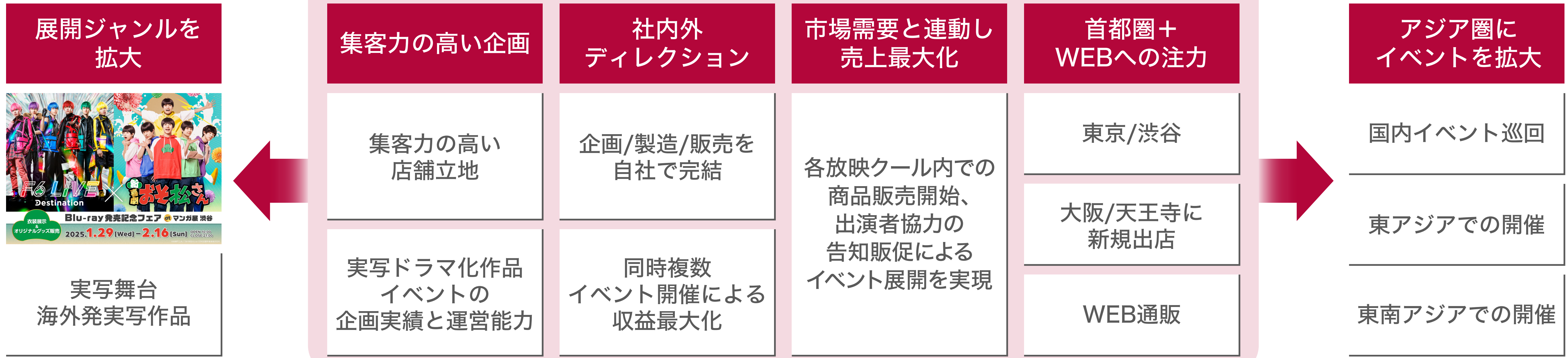
3. 新規事業の創出

1. 国内事業の深掘り

コミック原作×実写ドラマ化作品を中心に独自性のあるイベントの実施拡大



強み・差別化

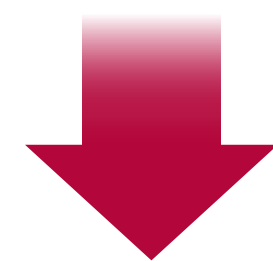


©「タカラのびいどろ」製作委員会 ©「彩香ちゃんは弘子先輩に恋してる」製作委員会・MBS ©「三ツ矢先生の計画的な餌付け。」製作委員会・MBS ©「ひだまりが聴こえる」製作委員会 ©「I Hear the Sunspot」Film Partners ©「未成年」製作委員会 ©「初めましてこんにちは、離婚してください」製作委員会・MBS ©赤塚不二夫/「おそ松さん」on STAGE製作委員会2024

2. 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

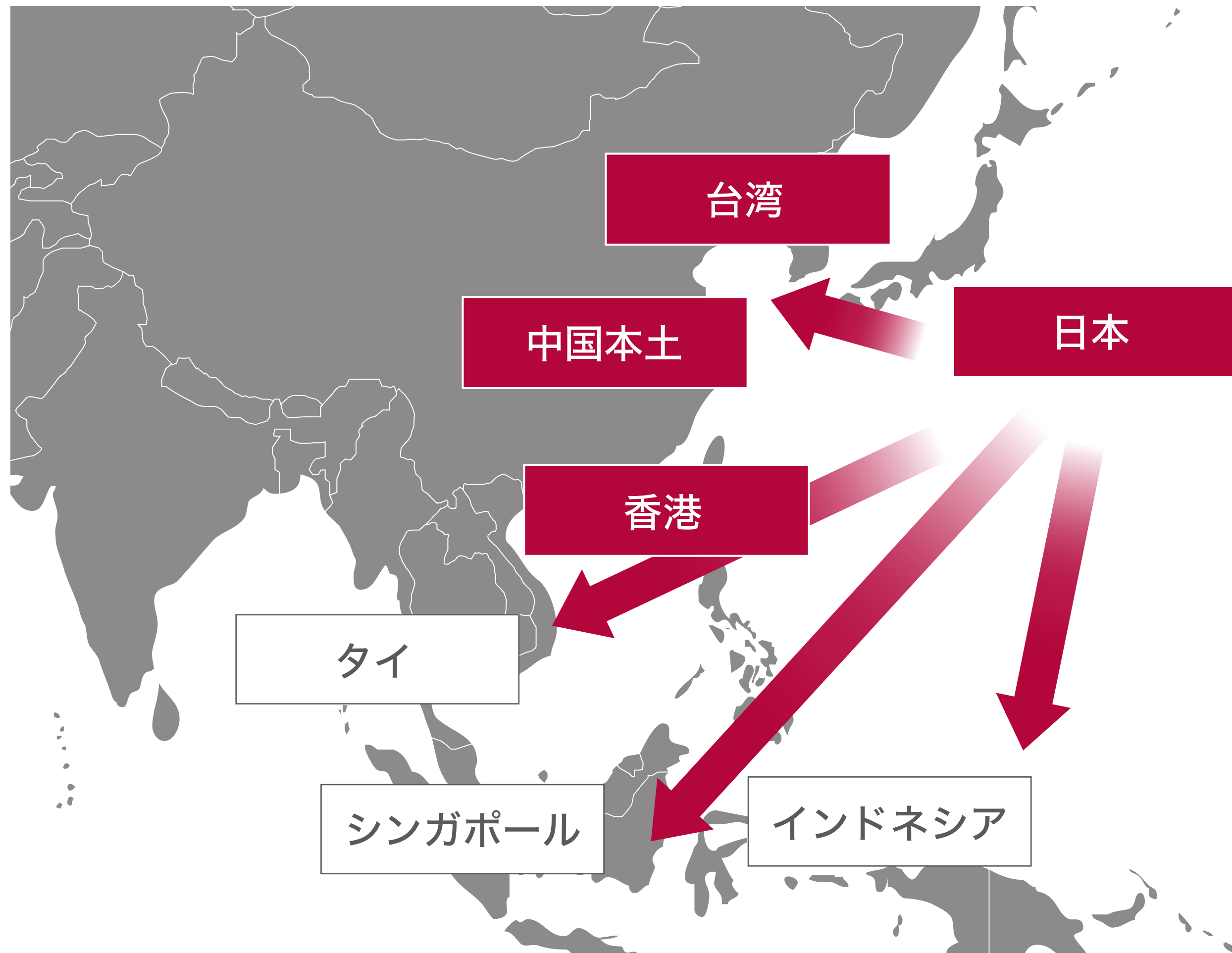


自社・パートナー合わせ豊富なグッズ、カフェ企画を**アニメ人気の高いアジア諸国へ輸出**

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	

2. 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



ドラマ「未成年～未熟な俺たちは不器用に進行中～」

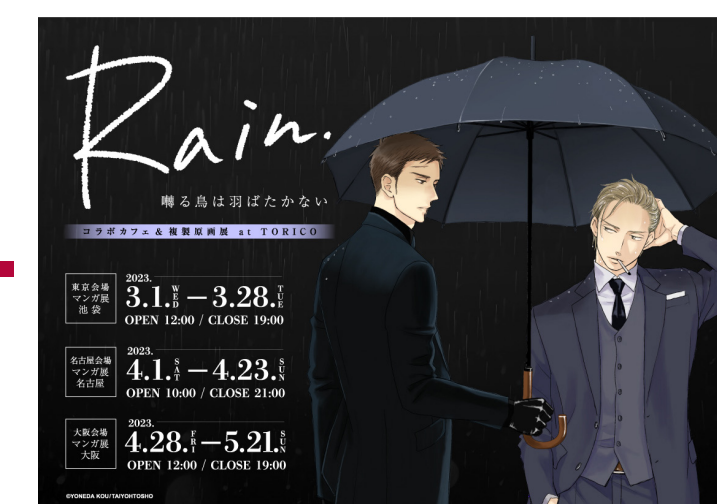


巡回催事として
中国・台湾・香港の協業先に拡大

囀る鳥は羽ばたかない コラボカフェ



2021年3月開催



2023年3月開催

Coming Soon...

2025年3月開催予定

過去催事を中国現地協業先に巡回

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/新規事業におけるテイツー社との連携



当社企画イベントの
協力店舗として**全国店舗販路拡大**



ふるほんいちば 古本市場

イベントオリジナルグッズをイベント協力開催店として
全国8都府県12店舗のふるいち・古本市場全て販売中!

※商品については限りがございます。商品・品切れの際はご容赦ください。
※商品取扱い店舗は12店舗となります。下記取扱い店舗一覧よりご確認ください。
※Blu-ray購入・予約特典は渋谷店のみの実施となります。

取り扱い店舗

群馬県
ふるいちイオンモール太田店
埼玉県
ふるいち川越クレアモール1号店
ふるいちららぽーと富士見店
東京都
ふるいちキョウマツ通り店
静岡県
ふるいちイオンモール浜松市野店
大阪府
古本市場中百舌商店
古本市場江店
ふるいちイオンモールりんくう泉南店
兵庫県
古本市場川西店
古本市場海店
岡山県
ふるいちイオンモール倉敷店

イベントは2月16日まで! ぜひお越しください!



テイツー社の豊富な在庫を活かし、
トレカ市場需要の高いガチャ専門店を
サービス追加リリース

トレオタ オリバ専門店

テラスタルフェスex
1BOX
抽選販売

ポケモンカードテラスタルフェスex
販売価格 6,500円(税込)+送料全国一律680円(税込)

応募方法はここから! ※トレオタのXに遷移いたします。

ポケモン ワンピース すべて

総還元率
97%
over!

抽選保証
2000pt

宅配買取

テイツー社との今後の連携拡大を見据え、
web**専門宅配買取サービス**を先行始動

自宅から簡単にできる宅配買取サービス

なんでも買取!

箱に詰めて送るだけ
依頼品の送料無料で
まとめて買い取ります!

査定申し込みはこちら >

会員登録・ログインはこちら >

査定申し込みには会員登録・ログインが必要です

買取ジャンルは多数!

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3四半期)

業績予想(2025年3月期)

Appendix

2025年3月期 第3四半期 エグゼクティブサマリ

売上高

2,879百万円

前年同期比

△22百万円(△0.8%)

経常利益

△187百万円

前年同期比

△29百万円

- ・ イベントサービスは引き続き成長（前年同期比+23.2%）
- ・ 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△6.4%）
- ・ 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3四半期 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
 名古屋店、台湾店の閉店に伴う特別損失を計上したため当期純利益も減益

(単位：百万円)	2024年3月期 3Q	2025年3月期 3Q	前期差	前期比
売上高	2,901	2,879	△22	△0.8%
EC*	2,530	2,371	△160	△6.4%
イベント	371	457	86	+23.2%
新規事業	—	51	51	—
経常利益	△158	△187	△29	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△207	△222	△15	—

*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。

2025年3月期 第3四半期 連結決算サマリー [予算比]

イベントサービスは**実写ドラマ催事を中心に物販の売上が堅調に推移**するも、カフェ店舗が振るわず売上予算を下回る。

ECサービスは紙コミックス市場の停滞により**予算比減収**。

名古屋店舗、台湾店舗の退店に伴う特別損失の計上により当期純利益が予算比減収となる。

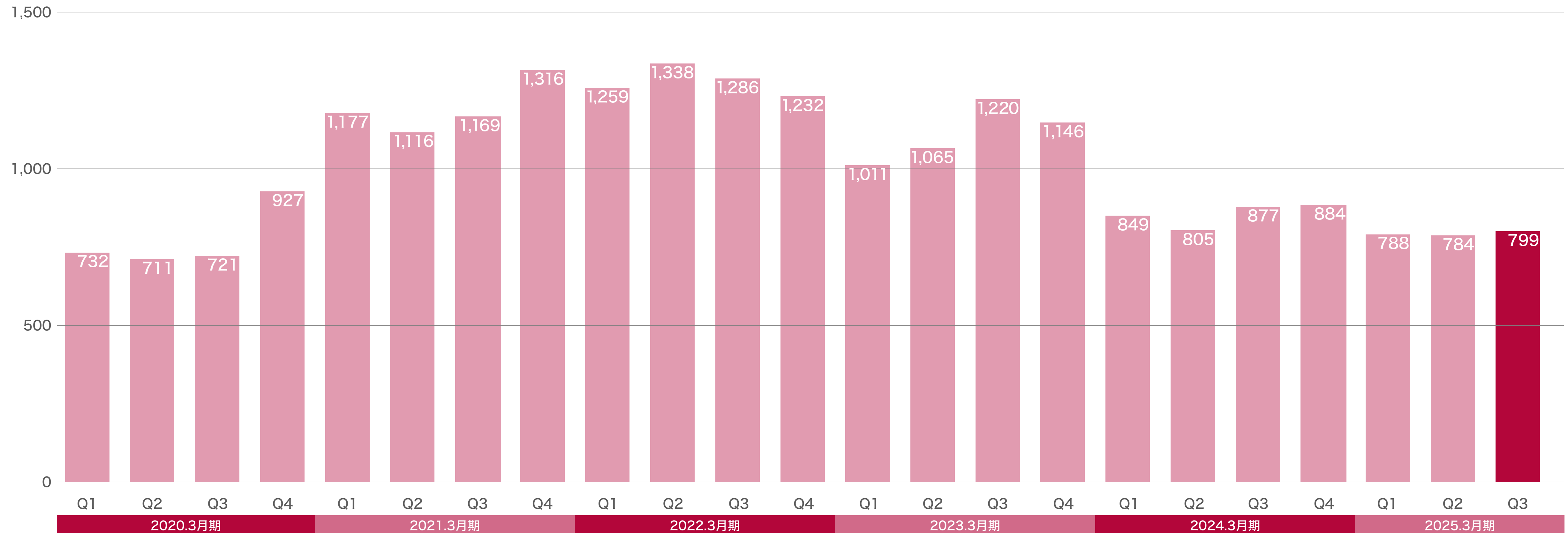
(単位：百万円)	2025年3月期 3Q 予算	2025年3月期 3Q	予算差	予算比
売上高	3,348	2,879	△469	△14.0%
EC*	2,724	2,371	△354	△13.0%
イベント	496	457	△39	△7.9%
新規事業	128	51	△77	△60.2%
経常利益	△85	△187	△102	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△87	△222	△135	—

*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。

サービス別 売上高 [ECサービス]

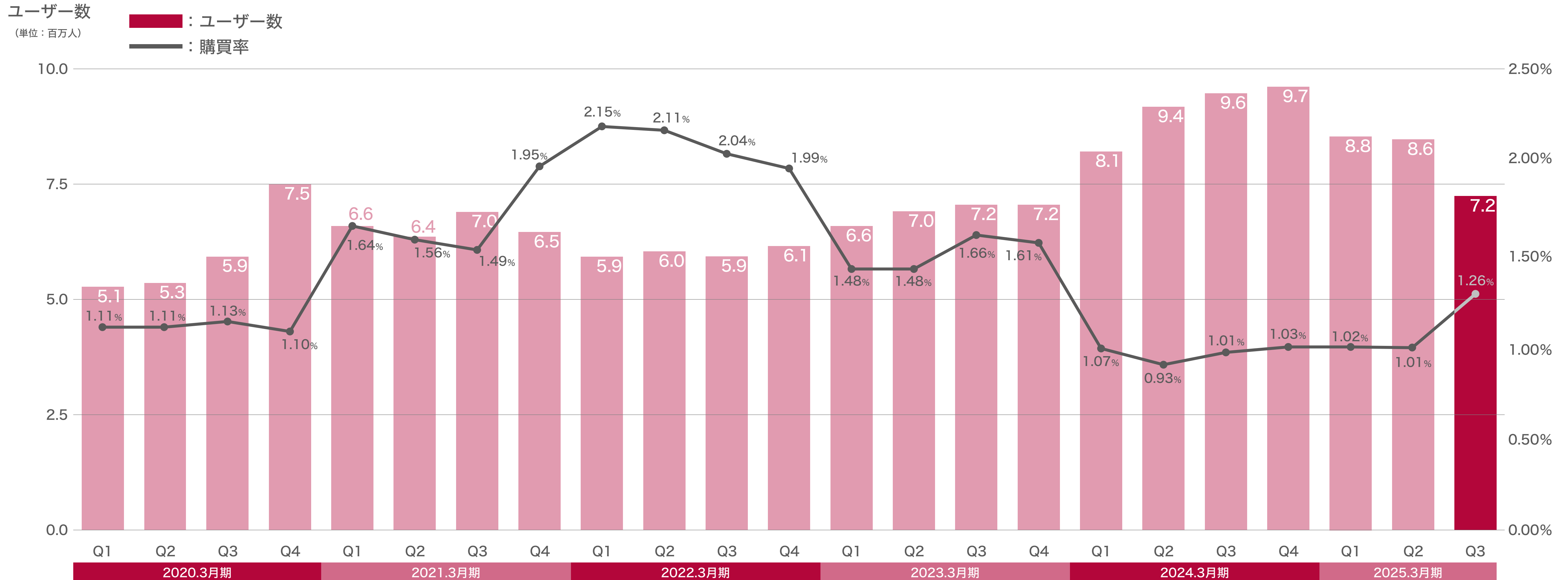
今期四半期売上高は更新したが、売上水準は予算を下回る結果となる。
 12月度は今期最高売上高を更新したものの、コロナ禍前の水準で推移。

売上高
 (単位：百万円)



KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス/紙]

Amazon・楽天市場・Yahooショッピングなどのモール展開において利益確保重視の販売戦略へ転換。
 送料無料ライン、ポイント還元率の見直しによりユーザー接触機会が減少するが**購買率は改善傾向**。



重要指標評価 [ECサービス/紙]

利用者数

720万人
QoQ -15.9%

収益効率の改善を目的に、
送料無料ラインの引き上げにより、
主にECモールでのユーザー利用が減少。

購買率

1.26%
QoQ +0.25pt

前々期以降初の1.2%台。取扱点数、
供給在庫数など当社の強みを生かし
売上水準を維持しながら購買率を改善。

購買単価

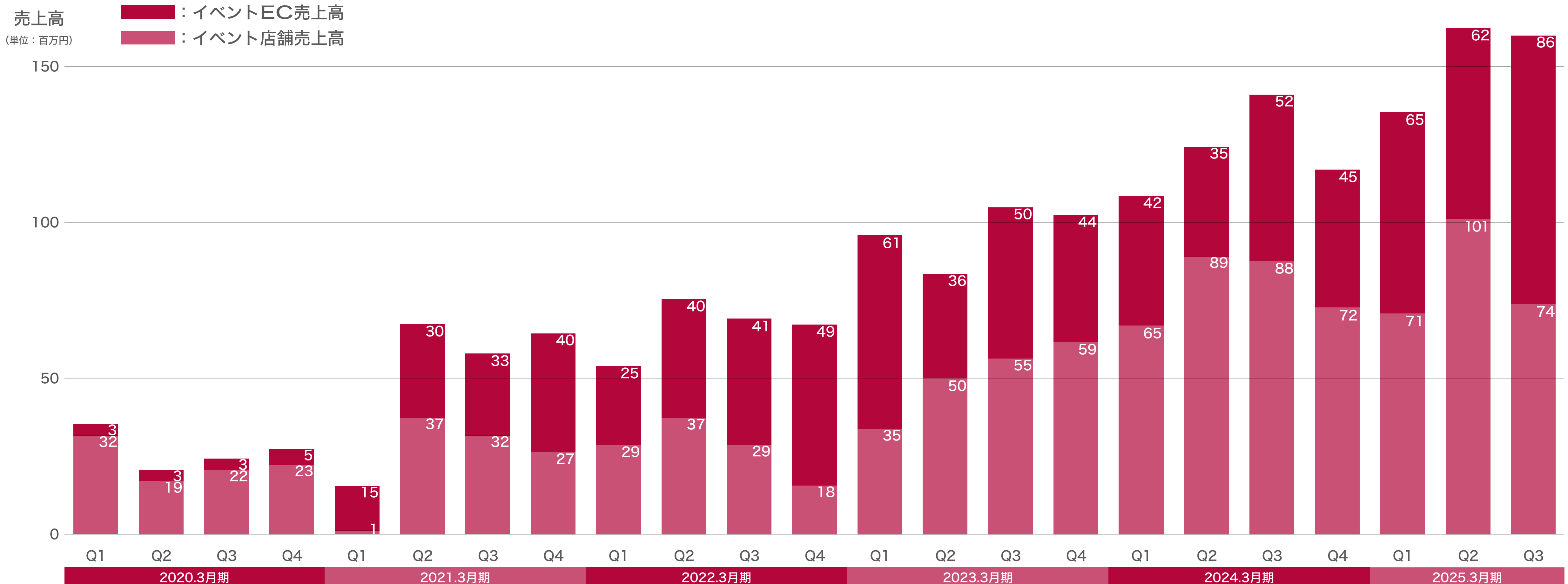
8,037円
QoQ -94円

メディアミックスの早期化に伴い、
全巻セット巻数の減少傾向が続く。
当社の強みである長尺セットの豊富
な取扱いタイトル数で一定の水準を維持。

ECモールの運営費ならびに固定販促費が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、
収益効率を優先した運営に移行中。コミック全巻市場の売上シェア最大化での利益積上げから転換を図る。

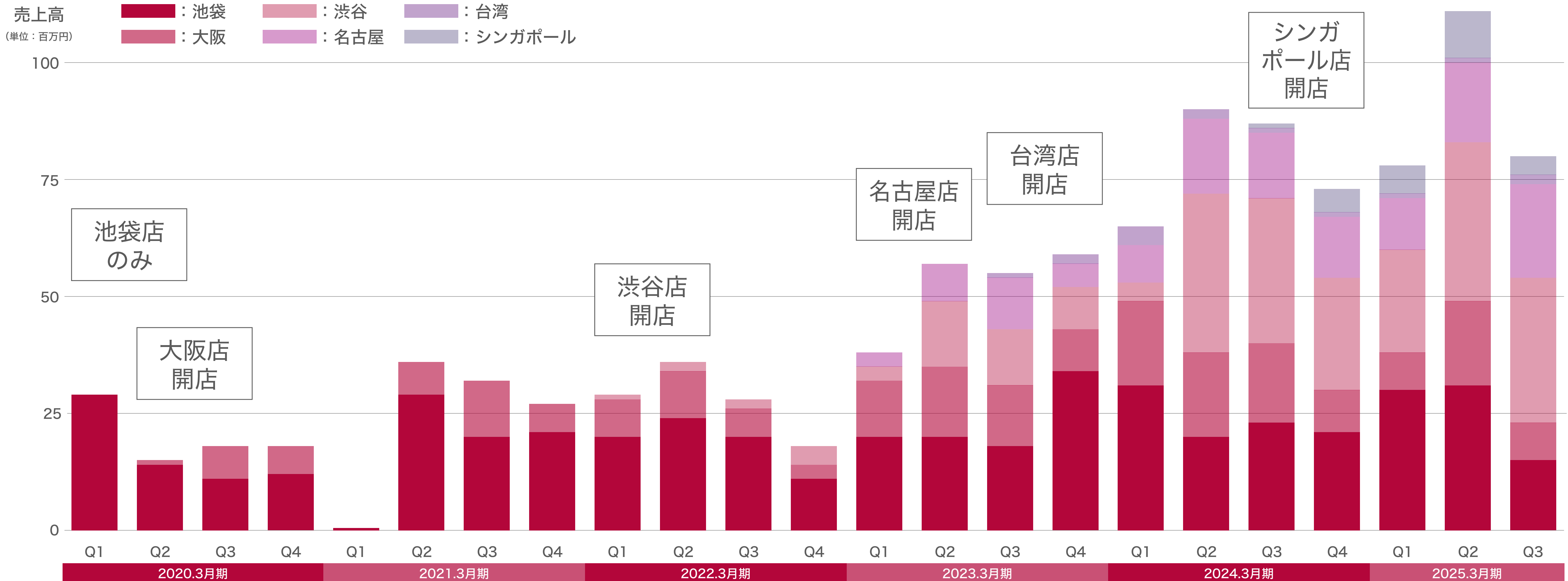
サービス別 売上高 [イベントサービス]

四半期売上1.5億ライン達成を継続。物販催事による店舗ならびに通販が堅調。
EC四半期売上過去最高を達成



店舗別 売上高 [イベントサービス]

渋谷店舗は引き続き売上を牽引。 国内店舗のカフェ催事は想定集客を下回り、売上減少。
安定した集客力の高いIP催事の企画が課題。店舗毎の採算改善計画実行による収益改善を図る。



重要指標評価 [イベントサービス]

店舗

QoQ **-26.9%**

【物販催事店舗】

実写ドラマ催事を中心に当社優位性を活かし売上堅調。集客力の高い催事単位売上の拡大と高い収益効率を活かし、関西圏での物販催事店舗を新規開店し売上積上げを図る。

【カフェ催事店舗】

想定した集客を下回り、売上不調。実施企画IP選定基準を見直し、集客効果の改善を図る。店舗拡大による催事企画数の増加による1店舗あたりの収益効率の悪化判断から一部店舗閉鎖を判断。

EC

四半期売上過去最高
QoQ **+38.2%**

四半期8,000万円台に到達。

当社物販催事店舗と連動した受注販売商品が売上牽引。

国内のみならず東アジアを中心に海外での催事・販売を目的とした打診が複数あり、海外販売許諾を得たうえで公式に卸展開可能な催事IPを積極的に獲得していく意向。

国内の催事+ECから海外への卸を加えた事業拡大を目指す。

重要指標評価 [新規・海外]

商品開発・卸販売

海外への事業拡大寄与が期待される複数事業を開始。
早期収益化貢献を目指す種まき期間

【商品化卸】

卸販売を前提とした商品化企画を中止。当社催事・海外協業先への卸を前提とした商品化に集約し、収益効率改善を目指す。

【トレカ販売】

トレカ販売強化を目的にオンラインガチャサービス販売を開始。
希少性の高いトレカ商品をテイツー社と連携した在庫確保により
効率良く且つ継続的な販売強化を目指す。

【買取サービス】

オンライン宅配買取サービスを先行リリース。今後のテイツー社との
シナジー・買取在庫の共有を目指しWeb主動にて当社先行リリース。

海外

弊社日本国内実施催事ならびに
ライセンス商品を海外巡回、商品卸を強化

自社催事ならびにライセンス商品を協業先展開・卸販売
を中国・台湾・香港に取引商圈を拡大。
更なる商圈拡大と来期以降の単一事業化を目指す。

越境EC含め自社運営でのEC販売を進めてきたが、
送料・関税などの顧客負担コスト増を鑑み、商品ならびに
催事単位での現地卸販売や運営委託強化にシフト。

販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

第3四半期においては前年同期に比べ販管費を抑えるも第2四半期までの増加傾向を補うことができず、前年同期比微増となった。

(単位：百万円)	2024年3月期 3Q	2025年3月期 3Q	前期同期比
販管費	1,205	1,238	+2.7%
人件費 (報酬・給与・雑給・法定福利費)	398	409	+2.8%
オンラインショップ運営費	226	229	+1.3%
荷造運賃	142	146	+2.8%
支払手数料	96	92	△4.2%
地代家賃	83	90	+8.4%
サーバー費	29	31	+6.9%
販売促進費	29	18	△37.9%
その他	202	223	+10.4%

BS/CF 概況

自己資本比率は50%超を維持、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 3Q実績	前期末比増減額	備考
流動資産	2,074	1,593	1,597	+4	
現金及び預金	1,062	606	666	+60	第三者割当増資による
売掛金	322	294	337	+43	12月売上増加
商品	635	589	524	△65	在庫減少
固定資産	172	260	269	+9	ソフト開発による増加、 減損損失及び減価償却による減少
総資産	2,247	1,853	1,867	+14	
負債	1,082	957	873	△84	
買掛金	312	285	255	△30	12月仕入減少
有利子負債	522	416	335	△81	銀行借入返済による減少
純資産	1,164	896	994	+98	
自己資本比率	51.7%	48.2%	53.1%	+4.9pt	50%超

成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期 第3四半期）

業績予想(2025年3月期)

Appendix

2025年3月期連結業績予想及び第3四半期進捗

イベントサービスは**実写ドラマ催事を中心に物販の売上が堅調に推移**するも、カフェ店舗が振るわず売上予算を下回る。

ECサービスは紙コミックス市場の停滞により**予算比減収**。

名古屋店舗、台湾店舗の退店に伴う特別損失の計上により当期純利益が予算比減収となる。

(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 3Q実績	進捗率
売上高	3,897	4,559	+17.0%	2,879	+63.1%
EC*	3,415	3,650	+6.9%	2,371	+65.0%
イベント	482	677	+40.5%	457	+67.5%
新規・海外	—	230	—	51	+22.2%
売上総利益	1,404	1,708	+21.7%	1,055	+61.8%
営業利益	△222	△67	—	△182	—
経常利益	△224	△83	—	△187	—
経常利益率 (%)	—	—	—	—	—
当期純利益	△272	△85	—	△222	—

*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。

2025年3月期連結業績予想の修正

第3四半期までの業績・市場動向を踏まえ、**通期業績予想の下方修正**を行わせていただきます。

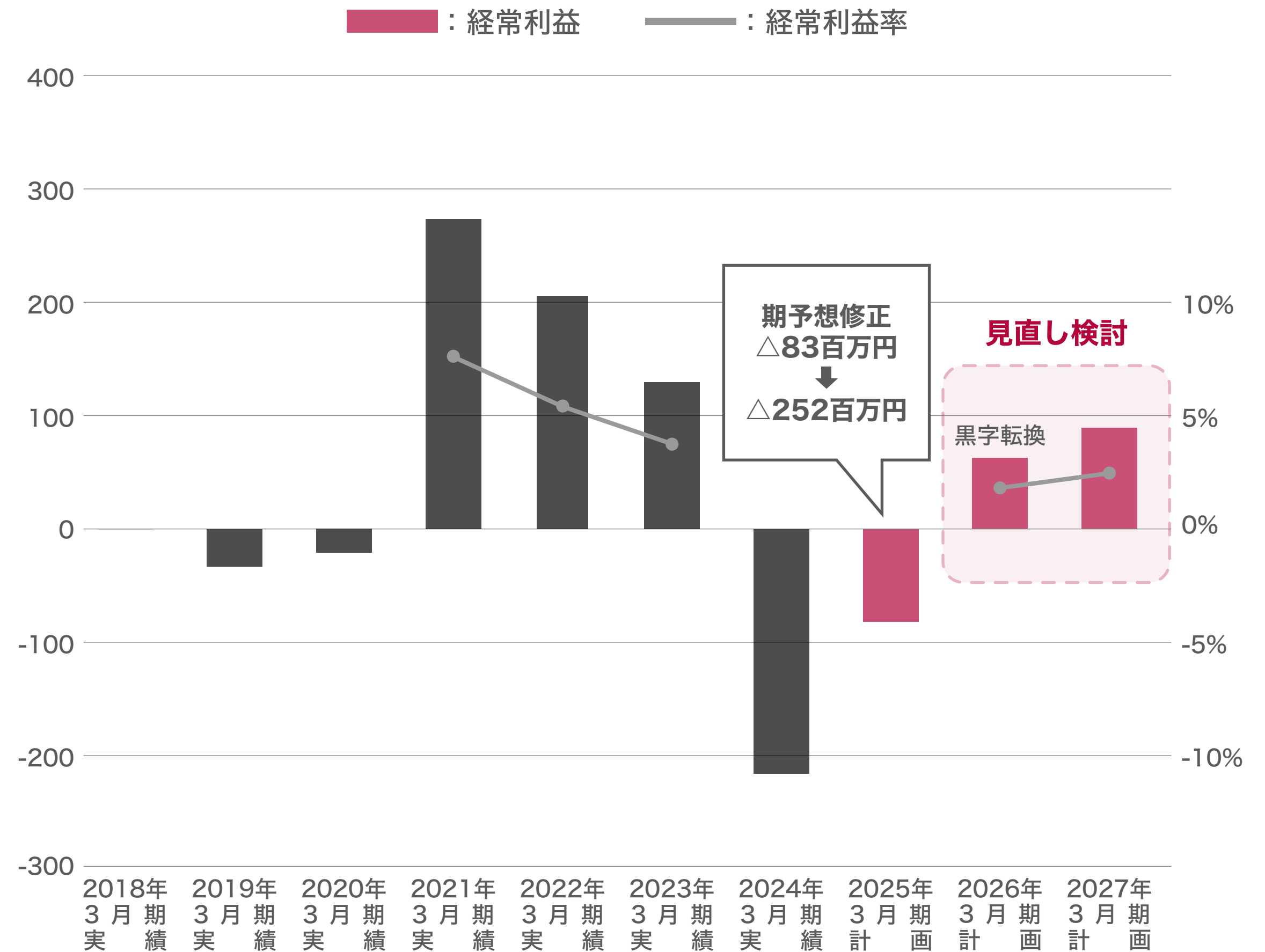
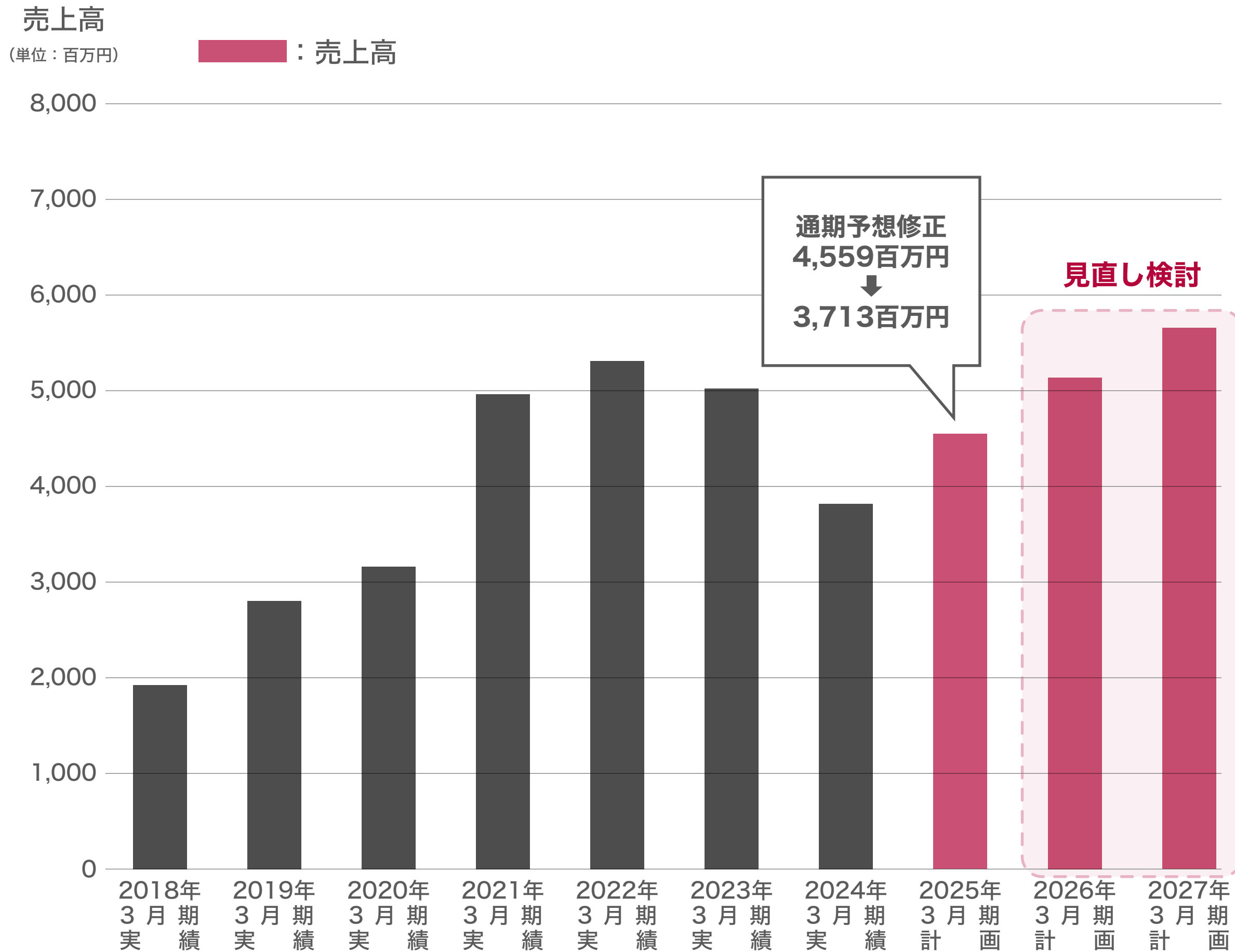
2025年3月期の通期連結業績予想において、コロナ禍の巣ごもり需要が終息した影響で、出版業界全体は再び縮小傾向にあります。特に当社の主力ECサービスが位置する紙コミック市場では、引き続き市場の減速が見られ、**大型ヒットタイトルの不在も影響して、当社ECサービスの今期売上高はコロナ禍以前の水準にとどまっております**。また、新規事業の立ち上げが予定通りに進んでおらず、売上への寄与が限定的となってしまいました。さらに、**海外事業では市場拡大に注力し、海外企業と業務提携を開始したものの、業績に反映されるにはもう少し時間を要する見込みです**。これらの要因から、通期の売上高は前回予想を下回る見通しとなりました。

営業利益および経常利益については、第2四半期以降、「**選択と集中**」をテーマに**不採算事業の再編を行い、収益性の低い店舗の閉店や人員配置の最適化を図るための組織再編を進めました**。これにより販管費の削減には成功したものの、**売上の想定以上の伸び悩みや海外・新規事業への先行投資が重荷となり、前回予想を下回る結果が見込まれます**。親会社株主に帰属する当期純利益についても、経常利益予想の変更に伴い見直しました。

(単位：百万円)	2024年3月期実績	2025年3月期予想	2025年3月期修正予想 (B：2025年2月13日開示)	増減額 (B-A)	増減率 (%)
売上高	3,897	4,559	3,713	△845	△18.6%
営業利益	△222	△67	△244	△176	—
経常利益	△224	△83	△252	△169	—
当期純利益	△272	△85	△289	△203	—

中期計画 [2025年3月期～2027年3月期]

今期通期業績予想を踏まえ、来期以降の計画についても見直しを検討し、精査後に開示予定。
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。



成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期 第3四半期）

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

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

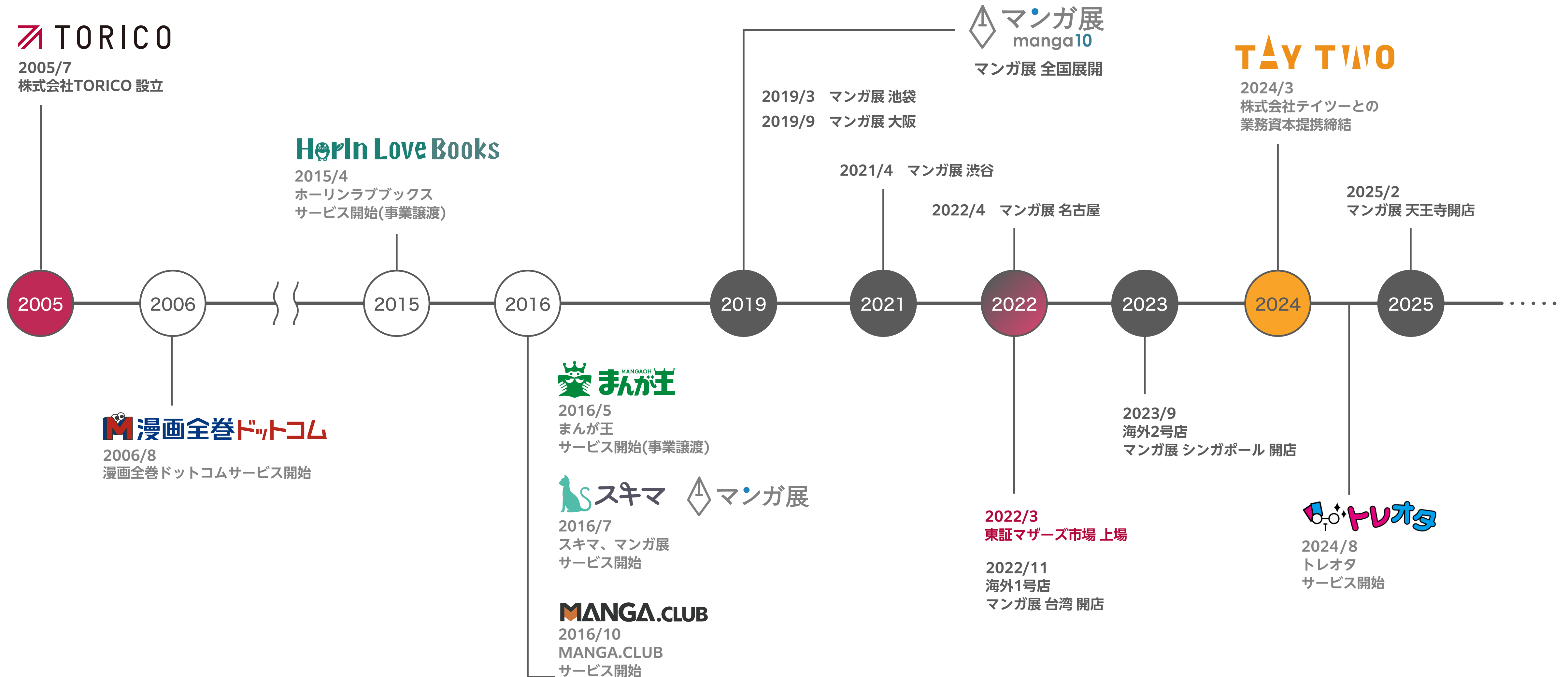
39億円^{*2}

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 2025年2月時点

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(大阪・天王寺)・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)

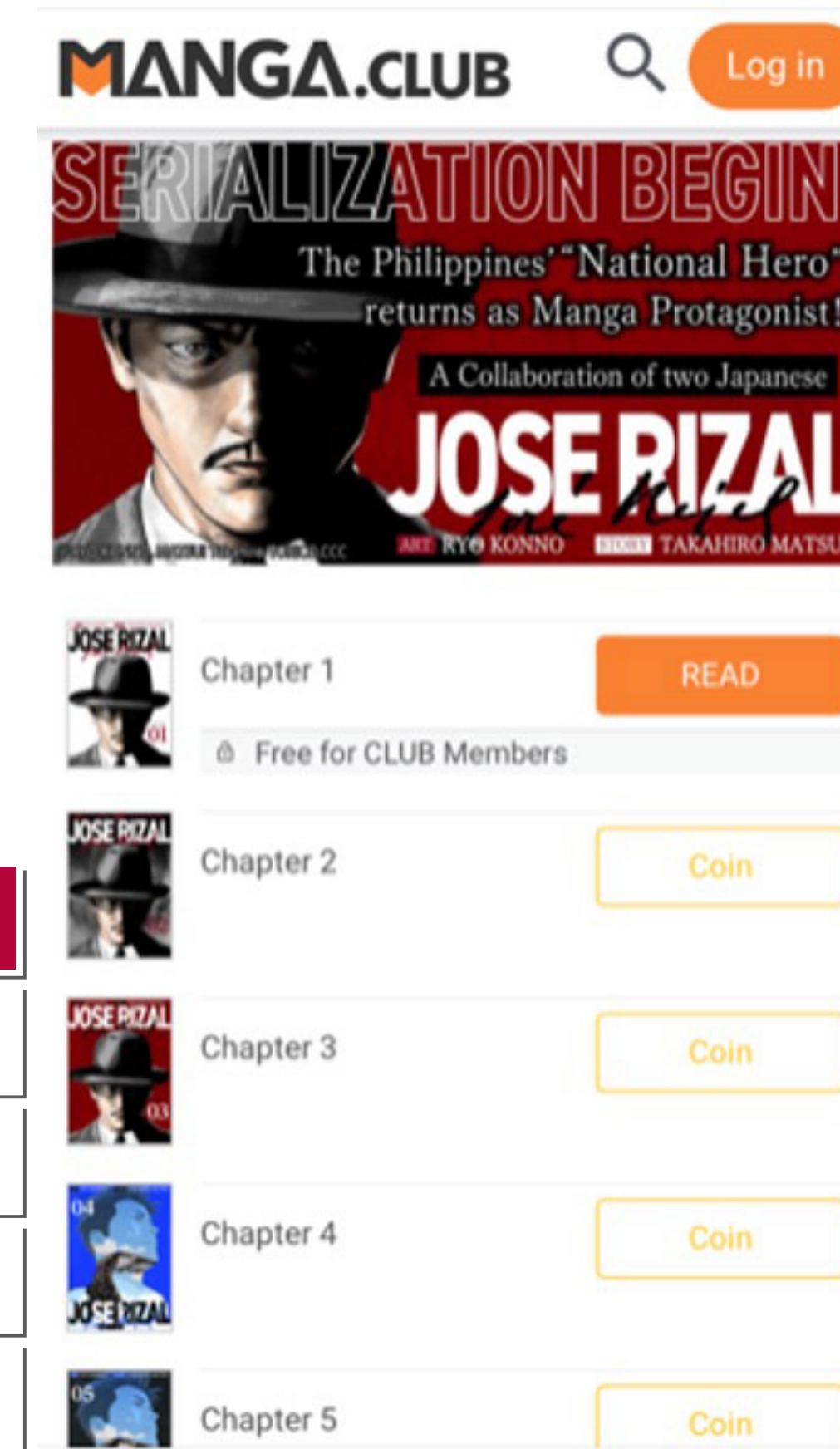


概要

- 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 6 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)



*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)

©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

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