



2026年1月期 第3四半期決算説明資料

2025年12月12日 株式会社 coly (東証グロース: 4175)

株主・投資家のみなさまへ

皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼を申し上げます。

当社は「もっと、面白く」のビジョンのもと、オリジナルIPのゲーム開発・運営とメディア展開、そして他社IPのライセンスビジネスの拡大に取り組んでおります。

この度、開発中の新規タイトルについて、リリース時期の変更をお知らせいたしました。

品質向上に精査を重ね、最高クオリティで世の中へお届けできるよう、鋭意準備を進めておりますので、何卒ご理解いただけますと幸いです。

足元の2026年1月期第3四半期においては、9月に『スタンドマイヒーローズ』の9周年を迎え、作品の新たな試みとして2.5次元舞台を実施し、大きな反響をいただきました。

第4四半期以降につきましても、11月に『魔法使いの約束』の6周年イベント、『ブレイクマイケース』の1.5周年イベントを開催し、ゲーム内外で多くのお客様とともに大切な節目を祝うことができました。

今後もそれぞれの事業の相互連携を最大限に活用し、より豊かで新しい体験をユーザーの皆様に提供していきたいと思います。

皆様には、より一層のご指導・ご支援を賜りますよう、心よりお願ひ申し上げます。

2025年12月12日
代表取締役社長 中島杏奈

ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社との取引契約締結のお知らせ

当社は、2022年10月6日に開示しました「大手エンターテインメント企業との取引契約締結のお知らせ」において、大手エンターテインメント企業と、オリジナルオンラインゲームの企画、開発および運営に関する取引契約を締結したことを公表しました。この度、当該取引先がウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社であること、サービス開始予定日を2027年1月期上半期想定へと変更することをお知らせいたします。

取引契約締結の経緯

当社は、「もっと、面白く」という企業理念を掲げ、モバイルオンラインゲームやグッズ展開を軸としたコンテンツ事業を展開しております。このたび、ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社の持つ幅広いファミリー・エンターテインメント及びメディアビジネスのノウハウと、当社のIP創出・育成の知見を掛け合わせることで、末永く愛される作品を生み出すことを目指してまいります。

取引内容

ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社とライセンス契約締結による、
ディズニーIPを使用したオリジナルオンラインゲームの企画、開発、運営

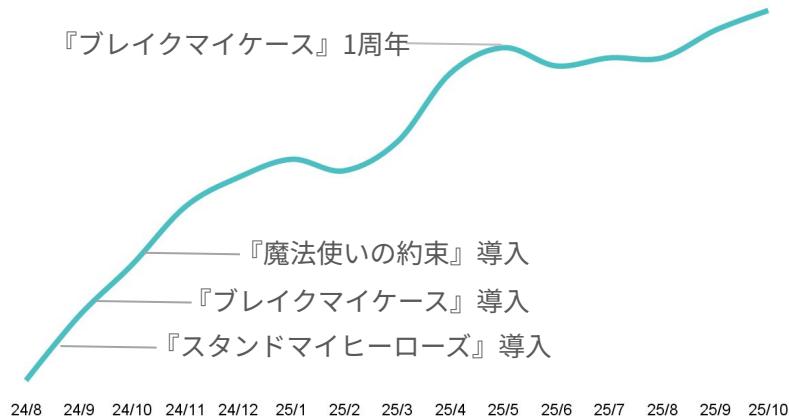
サービス開始時期

2027年1月期上半期想定

「coly ID」サービスの進捗

2024年8月にリリースした「coly ID」は、当社各種サービスと連携できる共通アカウントサービスで、web上で当社のモバイルゲームのアイテムがお得に購入できる仕組み。ポイント等でユーザー様への還元を目指すほか、従来の決済方法と比較し当社が負担する支払手数料の圧縮を実現。リリース後、徐々に浸透しcoly ID利用比率は好調に推移。25年9月には当社のECストア「coly store」と連携を開始。

【coly ID利用比率推移】



ユーザー様のメリット

- アイテムを購入するごとにサイト内で利用可能なポイントが貯まる
- 累積獲得ポイント数に応じてポイント還元率がアップ
- 「coly ID」だけのお得な限定セットの販売
- ひとつのアカウントでcoly各ゲームタイトルやcoly storeとの連携ができ、引継ぎが簡単に

当社のメリット

- プラットフォーム支払手数料の圧縮
- 当社サービスの横断的な連携が可能に

『スタンドマイヒーローズ』9周年イベント開催

9月に9周年を迎え、ゲーム内にて周年イベントを開催。ゲーム外では周年ストア、coly cafe!コラボや、2.5次元舞台などを開催し、より多くのお客様に楽しんでいただけるような施策を実施。

ゲーム



メディア（グッズ等）



メディア（イベント等）



9周年を祝して、キャラクター全員の周年カードを実装。
ゲーム内では、周年イベントの開催や、豪華ログインボーナス、無料10回ガチャなどのキャンペーンを開催。

周年ポップアップストアが好調に推移し、好評により一部商品が完売したため、追加製造を実施。
また、周年ストアのほかにcoly cafe!とのコラボなども実施し、メディア売上を牽引。

新宿のシアターサンモールにて2.5次元舞台『スタンドマイヒーローズ』を上演。
公演初日が平日にも関わらず満席、ご来場のお客様からも好評をいただいた。



Agenda

- 01 当社のビジョン 07
- 02 2026年1月期第3四半期業績 13
- 03 2026年1月期通期見通し及び今後の成長戦略 21
- 04 会社概要・ビジネスモデル 28
- 05 市場環境・競争優位性 35

01

当社のビジョン

当社のビジョン

私たち
女性向けエンタメ市場をリードする
IPクリエイター＆ディベロッパーです。

もっと、

面白く

女性向けエンタメ市場 × 3つの重点成長戦略

「女性向けエンタメ市場（※）」において、重点投資先として「ゲーム事業」「メディア事業」「AI活用」という3つの主軸を置く。

潜在的な女性向けエンタメ市場

ゲーム事業

グローバルポテンシャルのある
IP・ゲーム体験の創出

メディア事業

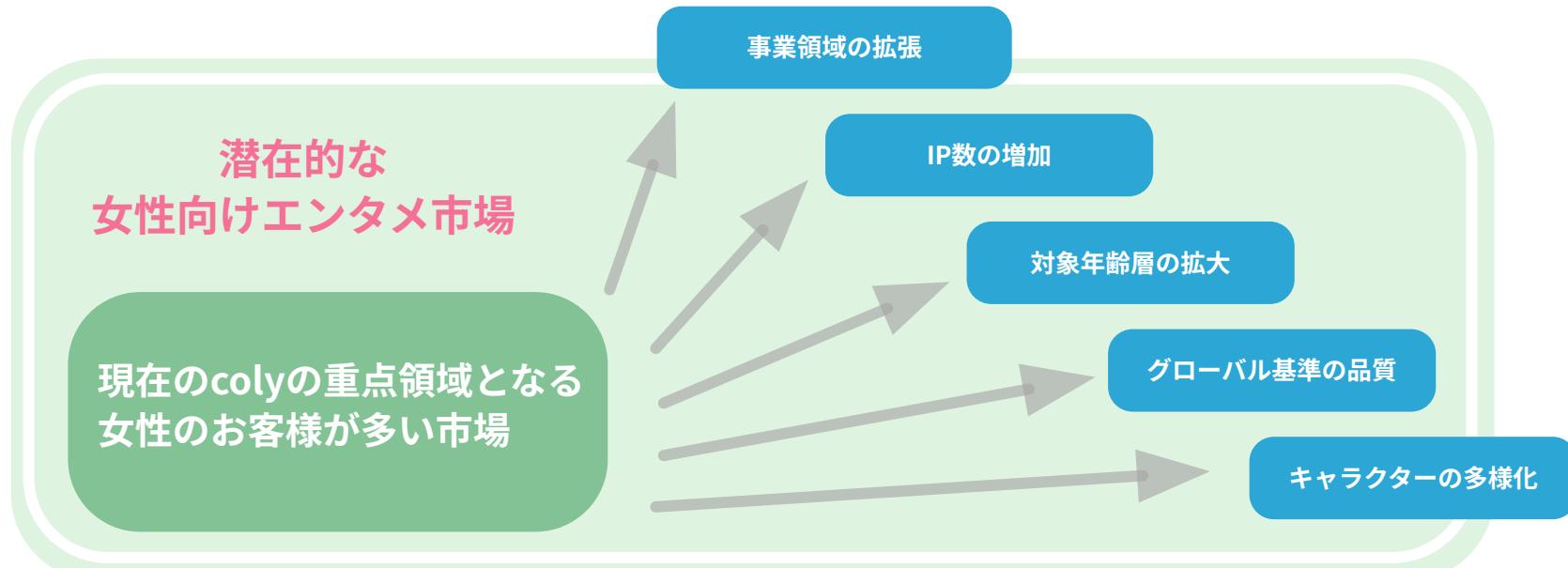
「体験」を重視する
EX展開の加速

AI

AIを活用した
ゲーム・メディアの事業展開

女性向けエンタメ市場で事業拡大を目指す

グローバルゲーム市場において女性ユーザー層は拡大中。これらを女性視点でより楽しめるものに変化させることで、市場そのものを拡張しながら、今まで接点のなかった方にも当社のエンターテインメントを楽しんでいただくことを目指す。



IPを中心とした多様な事業を展開

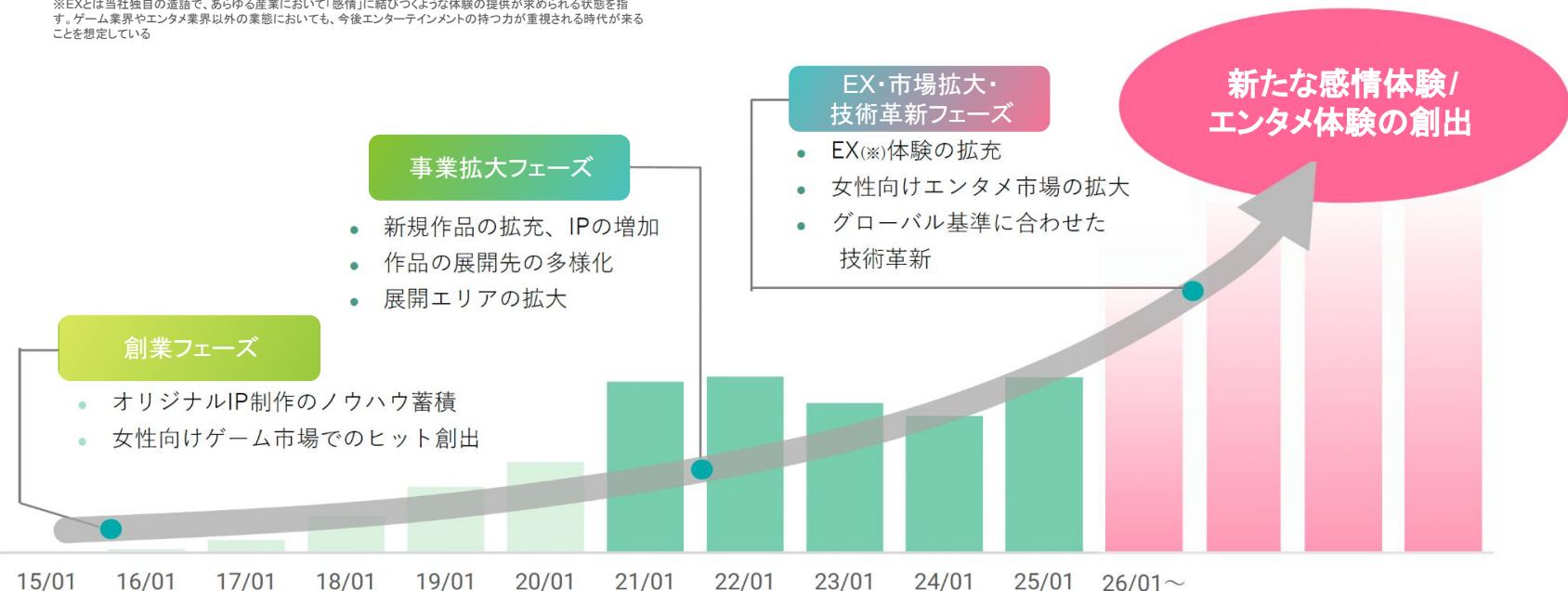
オリジナルIPを軸として、様々な施策を展開できる事業ポートフォリオを構築。それぞれの事業が相互連携することで、よりクオリティが高く、幅広いコンテンツをお客様にお届けできる。



中長期の成長イメージ

創業以来培ってきたオリジナルIP制作・展開のノウハウを軸に、女性のお客様が多い市場においてオンライン・オフラインとともに感情体験が生まれる場を創出し、将来的に女性向けエンタメ市場を中心に**売上高500億円**を目指す。

※EXとは当社独自の造語で、あらゆる産業において「感情」に結びつくような体験の提供が求められる状態を指す。ゲーム業界やエンタメ業界以外の業態においても、今後エンターテインメントの持つ力が重視される時代が来るこことを想定している



02

2026年1月期第3四半期業績

業績サマリー

売上高： 4,899 百万円

前年同期比： +597 百万円 (+13.9%)

- モバイルオンラインゲーム： 2,882 百万円 前年同期比： +228 百万円 (+8.6%)

期初から引き続き各種施策の積み上げにより、3Q累計では前年同期比増収で着地。

- メディア： 2,017 百万円 前年同期比： +369 百万円 (+22.4%)

常設店舗であるcoly more! 池袋PARCO店・心斎橋PARCO店、coly cafe! 池袋PARCO店を中心に、各IPともにグッズ販売を堅調に積み上げ、3Q累計では前年同期比増収で着地。

営業利益： △299 百万円

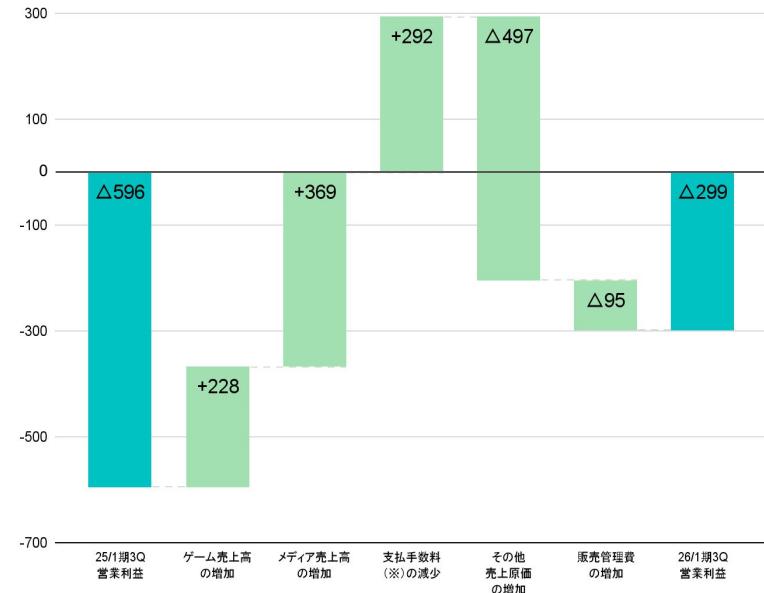
前年同期比： +297 百万円 (-%)

coly ID (Web課金)への移行が進行したことにより費用削減。一方で、複数の新規開発案件への投資を行い、引き続き費用が先行。

2026年1月期 第3四半期業績PL

| (百万円) | 第11期 2025年1月期 第3四半期 | 第12期 2026年1月期 第3四半期 | 前年同期比 増減額 | 前年同期比 増減率 |
|------------|---------------------------|---------------------------|--------------|--------------|
| 売上高 | 4,301 | 4,899 | +597 | +13.9% |
| 売上原価 | 2,730 | 2,935 | +204 | +7.5% |
| 売上総利益 | 1,571 | 1,964 | +393 | +25.0% |
| 販売費及び一般管理費 | 2,168 | 2,263 | +95 | +4.4% |
| 営業利益 | △596 | △299 | +297 | (-%) |
| 経常利益 | △591 | △248 | +343 | (-%) |
| 当期純利益 | △626 | △148 | +478 | (-%) |

※ 特別利益として、本社移転に伴う固定資産受贈益を計上

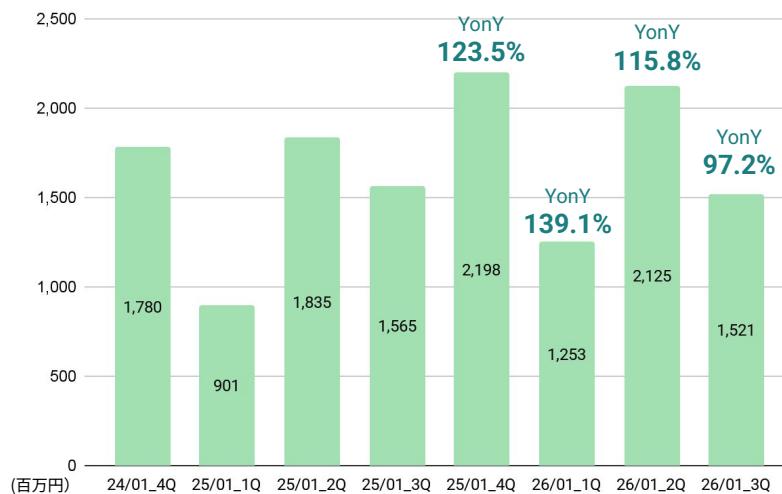


※ プラットフォーム運営事業者による配信手数料、及びcoly IDに係る代金回収代行業務に対する手数料等

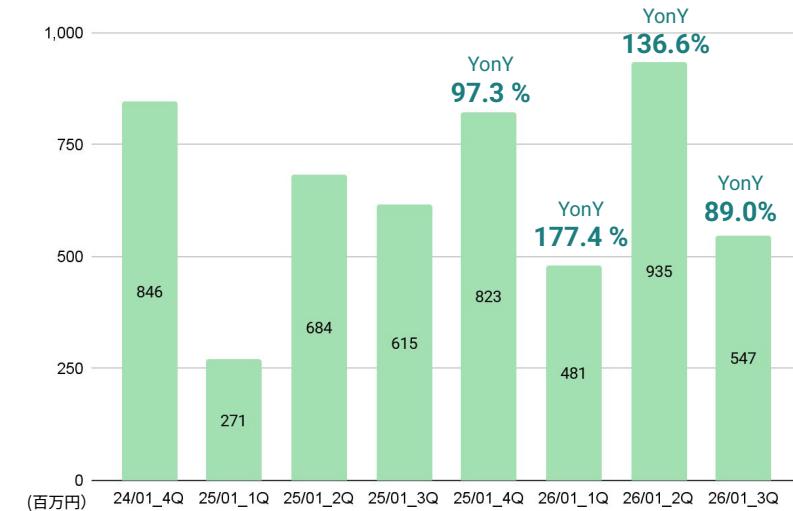
売上高／売上総利益 四半期推移

『スタンドマイヒーローズ』の周年イベントによる盛り上がりがあったものの、作品が成熟期にあること、またその他事業の施策の月ズレ等により、3Q会計期間では売上・売上総利益ともにYonYで減少。4Qでの各種施策積み上げにより、通期累計では前期比で増収を見込む。

【売上高推移】



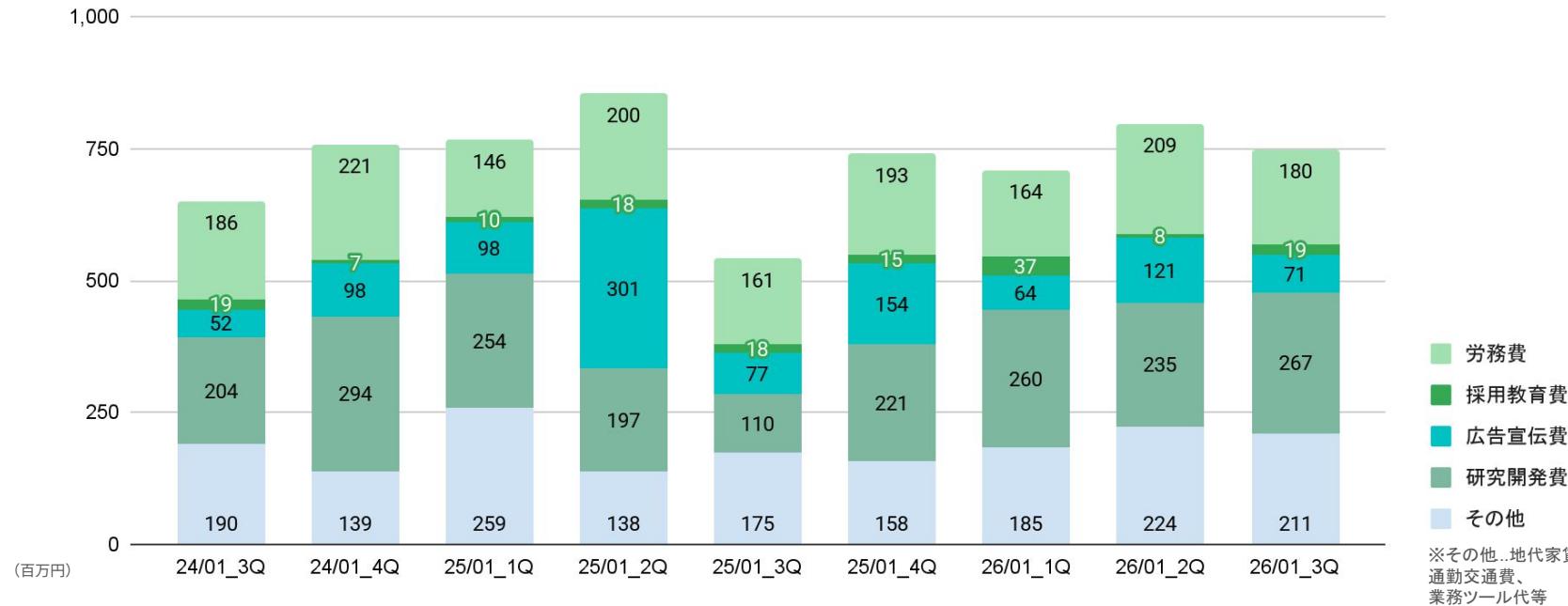
【売上総利益推移】



販管費の推移・内訳

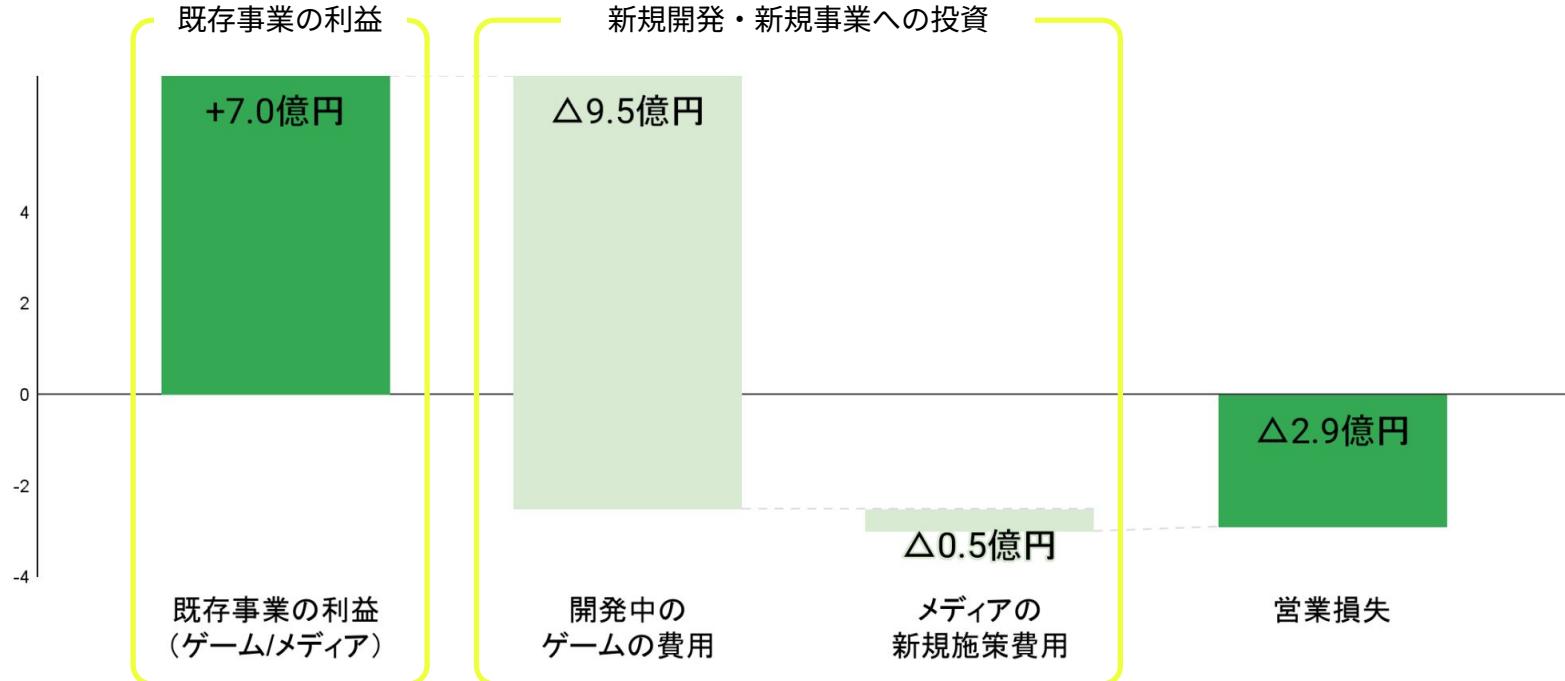
新規開発案件の費用を研究開発費として計上。リリースまで費用が先行するものの、引き続き新規IP創出のための開発を進める。広告宣伝費は、今後は既存タイトルの施策や新規タイトルのリリース等に合わせて効果を見ながら戦略的に投入する予定。

02 2026年1月期 第3四半期 業績



既存/新規 利益の内訳

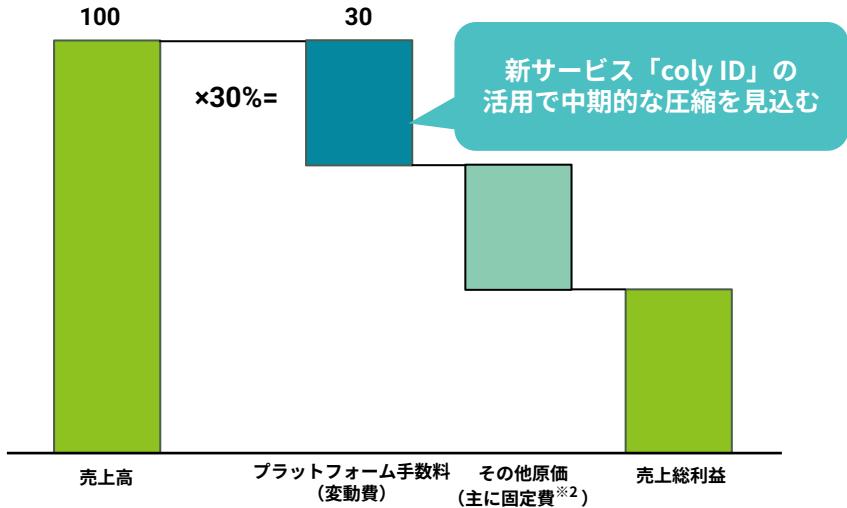
既存事業については、7.0億円の黒字を計上。開発中のゲーム・メディアの新規施策等、先行投資費用として10.0億円を計上し、全体の営業損失は2.9億円で着地。



ゲーム事業のコスト構造について

- モバイルゲームにおける変動費は原則として配信プラットフォーム手数料（売上に対し30%）のみ。
- 2024年8月に、ゲーム内アイテムをweb上で購入できる「coly ID」をリリース。従来の決済方法と比較して支払手数料の負担が軽減されることから、利益改善に寄与する見込み。
- リリース前の作品については、開発費用を研究開発費として計上。ソフトウェア仮勘定等の資産計上に伴う償却費及び減損損失は発生しない。

モバイルゲームにおけるコスト（原価）構造イメージ※1



※1：売上高を100とした場合

※2：労務費、外注費等

BSサマリー

自己資本比率78.5%と高い水準で推移。ファイナンス強化のため、借入等を実施。

| (百万円) | 第11期 2025年1月期 期末 | 第12期 2026年1月期 第3四半期末 | 対前期末 増減額 | 主要因 |
|---------|------------------------|----------------------------|-------------|-------------------|
| 流動資産 | 4,071 | 3,958 | △112 | 現預金の減少、その他流動資産の増加 |
| (現預金) | 3,357 | 2,900 | △457 | |
| 固定資産 | 2,212 | 2,728 | 516 | 投資有価証券、有形固定資産の増加 |
| 資産合計 | 6,283 | 6,687 | 404 | |
| 流動負債 | 997 | 1,289 | 291 | 借入金の増加 |
| 固定負債 | 31 | 151 | 120 | 長期借入金の増加 |
| 負債合計 | 1,029 | 1,440 | 411 | |
| 純資産 | 5,254 | 5,246 | △7 | |
| 負債純資産合計 | 6,283 | 6,687 | 404 | |

03

2026年1月期通期見通し及び 今後の成長戦略

2026年1月期業績予想・着地見込みについて

p.3でご紹介した開発案件および、2026年1月期中にリリース目標としていた作品について、サービス開始が来期以降に延期となる見込みであることをお知らせいたします。よりクオリティの高い作品として世の中にお届けできるよう、鋭意準備を進めておりますので、何卒ご理解をいただけますと幸いです。

サービス開始の延期を踏まえた今期着地は見積もり中であり、業績予想については現時点で非開示といたします。算定が出来次第、速やかに開示いたします。

着地見込み

売上高：非開示 前期実績：65.00億円 前期比： - (-%)

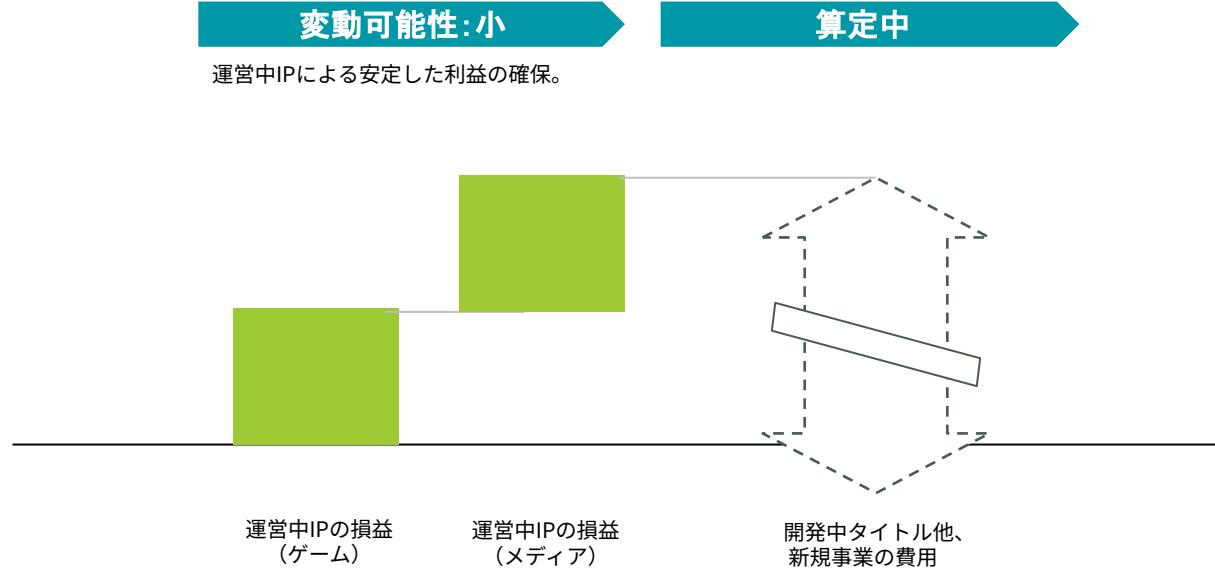
- 2024年5月リリースの『ブレイクマイケース』が、年間を通して寄与する予定であり、売上高としては前期比で増収を見込む。

営業利益：非開示 前期実績： \triangle 5.16億円 前期比： - (-%)

- 運営中IPについては丁寧な運営と社内業務の効率化により、黒字となる見込み。
- 各種新規案件に関する開発費用が引き続き計上される見込み。費用が先行するが、成長に向けた重要な投資と位置づけている。

2026年1月期の損益のイメージ

運営中のIPは、保守的に見ても黒字の見込み。一方、複数の新規開発の費用他、新規事業の費用について、今期への影響額を算定中。IP別スケジュールは26ページ参照。



2026年1月期 女性向けエンタメ市場における3軸の成長戦略

「ゲーム事業」 「メディア事業」 「AI活用」を成長戦略とし、女性向けエンタメ市場において自社IPの最大化を図る。既存IPに関しては、丁寧なゲーム運営はもちろんのこと、ゲーム以外の柱を創出し、当社の創り出す作品世界への没入体験を提供し続けることで、引き続きIPとしての成長を目指す。加えて、開発中のゲームをはじめとした新規IPの確立、メディア側からのIP創出、AIなど最新技術を活用した事業創出に注力する。

ゲーム事業

グローバルポテンシャルのあるIP・ゲーム体験の創出

- 運営中のゲームでの丁寧な運営
- 新作ゲームでのヒット創出

メディア事業

「体験」を重視するEX展開の加速

- 既存IPのマルチメディア展開
- ヒット商品創出と販路拡大
- 新規事業の創造/育成/展開
- 他社IPを活用した商品展開

AI活用

AIを活用したゲーム・メディアの事業展開

- AI技術の社内活用
- 最新技術へのキャッチアップ

ゲームタイトル一覧

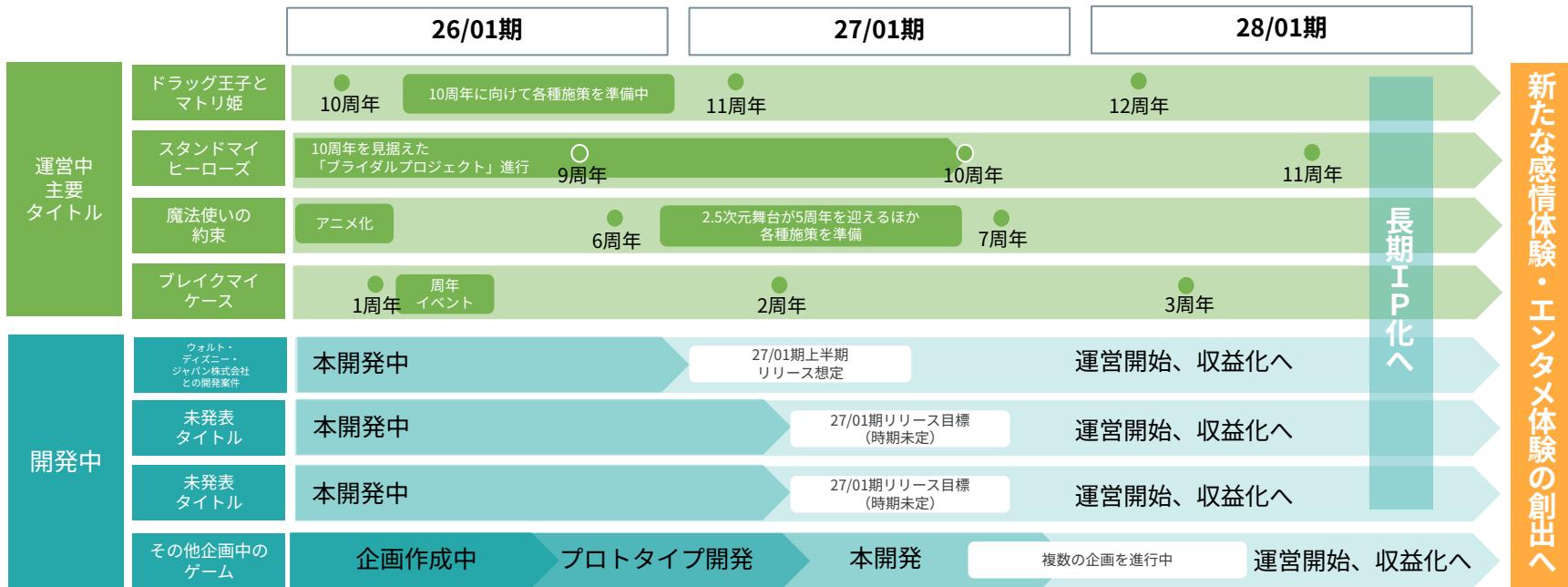
新規開発案件および、その他プロトタイプ開発中の作品については、リリース時期が決定次第、速やかに開示予定。

| | | | |
|--------|--------------------------|-----|---|
| 運営・販売中 | 運営中のスマートフォン向けゲーム | 5本 | <ul style="list-style-type: none">●スタンドマイヒーローズ●魔法使いの約束●ブレイクマイケース●ドラッグ王子とマトリ姫●永久少年Side Project-トワイライトなスピカ- |
| | 販売中のNintendo Switch向けゲーム | 3本 | <ul style="list-style-type: none">●ドラッグ王子とマトリ姫 for Nintendo Switch●オンエア！for Nintendo Switch●『金田一耕助シリーズ 本陣殺人事件』 |
| 本開発中 | 本開発中のスマートフォン向けゲーム | 1本 | <ul style="list-style-type: none">●ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社との開発案件 →2027年1月期上半期リリース想定 |
| 開発中 | 開発中のゲーム | 2本 | <ul style="list-style-type: none">●ゲームIP 未発表タイトル 2本 |
| | 企画中のゲーム | 複数本 | <ul style="list-style-type: none">●新たなプラットフォームへの挑戦も含めた複数の新規ゲームを企画中 |

IP別スケジュール

ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社との開発案件および、その他の未発表タイトルについて、サービス開始を27/01期想定に再設定。クオリティを最優先に開発を進行しており、その進捗については、リリース時期が決定次第、速やかに開示予定。

03 2026年1月期通期見通し及び
今後の成長戦略



事業別 足元の主な取り組み

運営中のIP・事業について、4Q以降も引き続きユーザーファーストを軸に各種施策で盛り上げを図る。

ドラッグ王子とマトリ姫 スタンドマイヒーローズ

『ドラッグ王子とマトリ姫』は新規シナリオを配信。『スタンドマイヒーローズ』はゲーム内で『オンエア!』コラボを開催し、周年後もゲームを盛り上げる様々な施策を展開。また、11月に開催されたAGFでは新規描き下ろしイラストを使用したグッズの販売を行い、多くのユーザー様にお越しいただいた。

その他のIP

『オンエア!』は8月に7周年を、『&0』は5月に3周年を迎えた。『オンエア!』は10月より、「オンエア！CD発売記念 POP UP SHOP」を開催。また11月より『スタンドマイヒーローズ』ゲーム内の『オンエア!』コラボイベントを実施。

魔法使いの約束

11月に6周年イベント「6th Anniversary きみと、夜明けの先に」を開催し、都志見文太先生書き下ろしイベントストーリーや様々なキャンペーンを開催。ゲーム外では周年記念として全国5都市にて交通広告を掲出し、Xにて「#まほやく5都市謎解き」に関するポストを沢山いただいた。12月よりアニバーサリーストアを開催し、周年後にもユーザー様に楽しんでいただく施策を展開。

ライセンシーグッズ

『文豪ストレイドッグス』『ブルーロック』『ウルトラマン』といった有名IPのグッズが売上を牽引。自社オンライン通販サイト「アニメバコ」での販売のほか、POPUPストアや、アニメイト等での販促を行った。4Q以降も引き続き、有名・人気タイトルの他社IPのグッズ化・ポップアップストア等を実施予定。

ブレイクマイケース

新形式イベントの実装などのゲーム施策のほかに、メディア展開として、公式ぬいぐるみ『SPINNIES』の発売や、リアルイベントの開催などにも力を入れ、ゲーム内外を問わずユーザー様を楽しませるような取り組みを行う。11月より1.5周年記念イベントを開催。期間限定ガチャ、100連無料キャンペーンなどを実施。

その他新規事業

引き続き、ウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社との開発案件をはじめとした新規作品の開発を進行中。またゲーム外の事業では、弊社が運営するWebサービス「coly ID」について、coly storeとの連携が可能となり、新たな決済方法も導入。

04

会社概要・ビジネスモデル

会社概要

| | |
|------|--|
| 社名 | 株式会社coly (英: coly Inc.) |
| 所在地 | 東京都 港区 三田 1-4-1 住友不動産麻布十番ビル3階 |
| 事業内容 | <ol style="list-style-type: none">インターネットコンテンツ・コンピュータソフトの企画・制作・販売キャラクターグッズの企画・制作・販売著作権・著作隣接権・商標権・意匠権・特許権などの知的財産権の取得、利用開発、管理、利用許諾、販売飲食店の経営 |
| 資本金 | 19億1,030万円 |
| 設立 | 2014年2月3日 |
| 従業員 | 正社員233名、契約社員・アルバイト等153名 (2025年10月31日現在) |

※従業員について、23年1月期より、従業員数及び平均臨時雇用人員の区分について見直しを行いました。



沿革



事業概要

ゲーム事業

モバイルオンラインゲームの
開発・運営

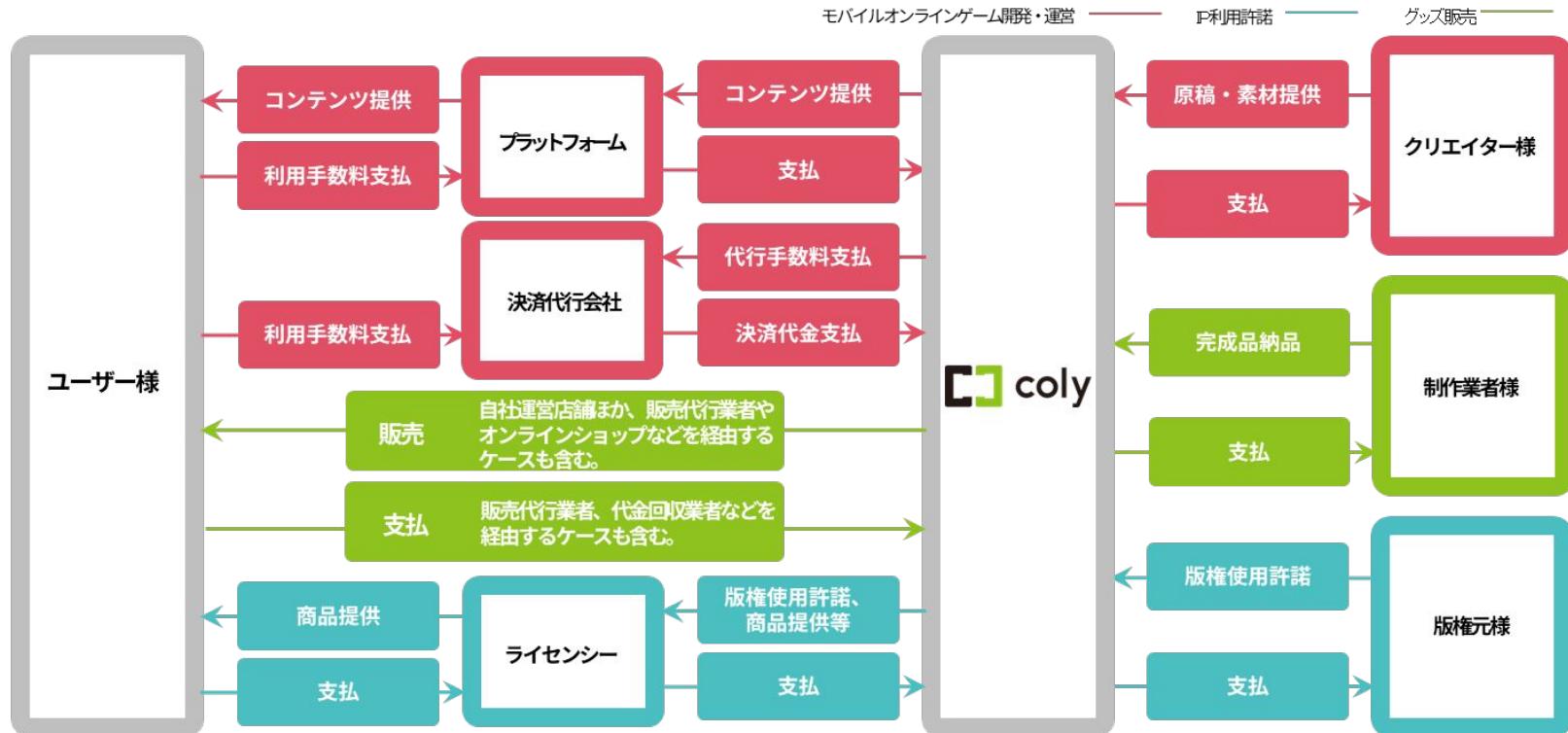


メディア事業

IPを軸とした各種メディア事業の運営
(グッズ・イベント・飲食・配信など)



ビジネスモデル



SDGsに関する取り組み



女性活躍の推進

ジェンダーギャップ指数が2025年統計で146カ国中118位^{※1}である日本において、当社では性別に依らないキャリア形成を掲げる。代表取締役社長及び副社長を女性が務めており、女性管理職比率も高水準である等、いずれも平均を上回る数値。



全国平均約11.1%^{※2}



全国平均約12.5%^{※3}

(注) 社員比率等については、2025年10月31日時点を基準に算出

出所1:内閣府男女共同参画局HPより

出所2:2024年帝国データバンク『女性登用に対する企業の意識調査』

出所3:内閣府男女共同参画局「上場企業における女性役員の状況」より(2024年時点)



ダイバーシティの推進

当社の経営理念のもと、当社従業員、ステークホルダー、ひいては社会全体が「もっと、面白く」を楽しめるように、ジェンダー・国籍等による差別のない就業環境を整備。

外国籍の方の採用

国籍・人種を問わず、企業文化にマッチする方を採用し、欧州・アジアなど多くの外国籍の社員が活躍。

外国籍社員比率



導入済みの制度

パートナーシップ制度

同性間の事実婚、結婚についても異性間の婚姻と同様に結婚祝金、結婚休暇等を付与。



役員紹介



中島 杏奈
代表取締役社長

早稲田大学教育学部卒業後、産業経済新聞社に入社。
2014年2月にcolyを創業し、その後、主にマーケティング戦略
およびコンテンツ戦略全般を統括。現在は経営全般を統括。



中島 瑞木
代表取締役副社長

東京大学教養学部卒業後、外資系証券会社に入社。2014年2月に
共同創業者である中島 杏奈と共にcolyを創業し、その後、主にビ
ジョン戦略および新規事業を統括。
現在は新規事業を統括。



佐々木 大地
取締役執行役員

東京大学教養学部を卒業、同大学院を中退し、2014年創業時より
colyに参画。プロデューサーとして複数のゲームプロジェクトの立
ち上げを担当。現在は事業全般を統括。

秋山 裕俊 取締役（社外）

慶應義塾大学経済学部卒業後、経営コ
ンサルティングファームに入社。中期
経営計画策定や新規事業開発等に従事
し、現在は独立。武蔵野美術大学大学
院修士課程を修了(造形構想研究科)。
2019年より当社社外取締役。

早川 治彦 常勤監査役（社外）

和歌山大学経済学部卒業。兼松株式会
社を経て、中堅商社にて上席執行役員
として経営企画部門を管掌。2018年よ
り当社常勤監査役就任。

須黒 統貴 監査役（社外）

早稲田大学教育学部を卒業後、新日本監査
法人（現EY新日本有限責任監査法人）に入
所。2017年に須黒統貴公認会計士事務所、
須黒統貴税理士事務所、2019年に合同会社
須黒統貴税務会計事務所を設立し、決算・
税務・内部統制・IPO等の支援業務等を展
開。2019年より当社社外監査役。

東條 桜子 監査役（社外）

慶應義塾大学法科大学院卒業後、2015年に
弁護士登録、西村あさひ法律事務所（現西
村あさひ法律事務所・外国法共同事業）に
入所。ペンシルバニア大学ロースクールを
経て、現在は外苑法律事務所に在籍。2024
年より当社社外監査役。

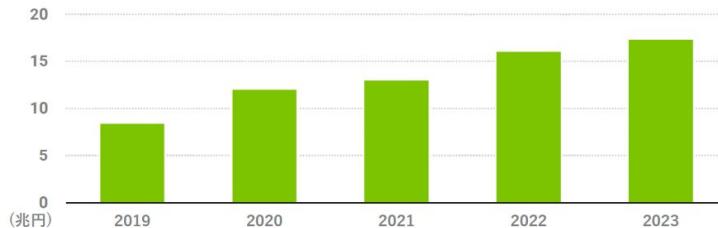
05

市場環境・競争優位性

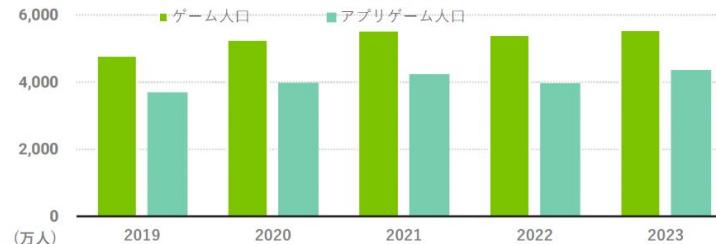
市場環境（モバイルゲーム）

モバイルゲーム市場は、国内は横ばいだが世界的には拡大傾向。国内のゲーム人口・アプリゲーム人口も高い水準で推移。国内のモバイルゲームユーザー人口は女性が男性を上回り、まだまだ当社が市場を拡張する余地がある。

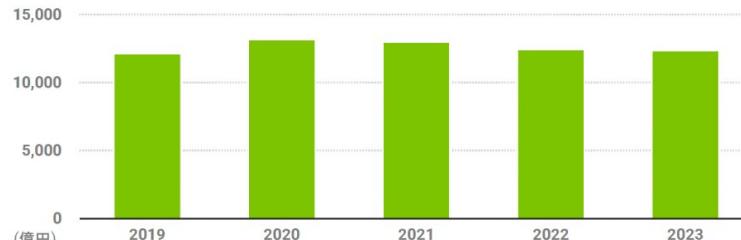
世界モバイルゲーム市場推移※1



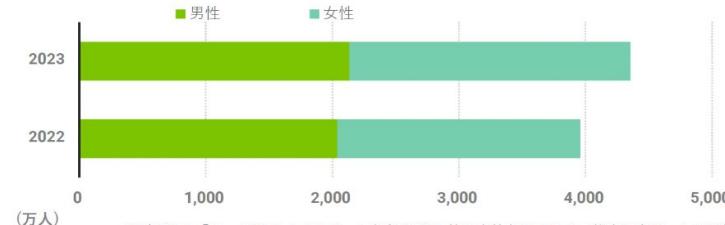
国内ゲーム人口／アプリゲーム人口推移※2



国内モバイルゲーム市場推移※1



モバイルゲームユーザー男女比率※3



※出所1：『ファミ通モバイルゲーム白書 2024』株式会社角川アスキー総合研究所 より当社作成

※出所2：『ファミ通ゲーム白書2024』株式会社角川アスキー総合研究所 より当社作成

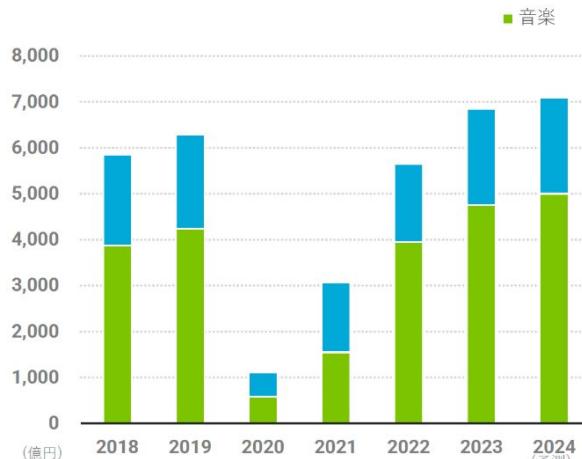
※出所3：『CESAゲーム産業レポート』一般社団法人コンピュータエンターテインメント協会 より当社作成

市場環境（メディア関連）

ライブ・エンターテインメント市場は、新型コロナウイルスによる規制が行われる以前（2019年）の水準へ戻りつつある。

2.5次元舞台の市場規模、上演本数も増加傾向にあり、当社が展開するリアルイベントや舞台、飲食店とのコラボレーション等にとって追い風となることが見込まれる。

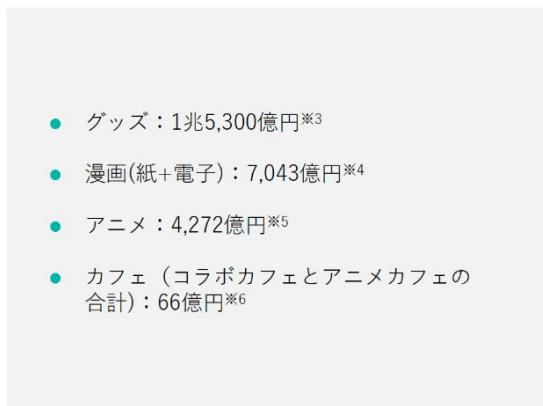
ライブ・エンターテインメント市場推移※1



2.5次元ミュージカル市場規模※2



各媒体推定市場規模



※出所3：株式会社キャラクター・データバンク『Chara Biz Data 2022②』「キャラクター商品の小売市場規模の推移」 2022年実績

※出所4：全国出版協会・出版科学研究所『出版指標』2025年2月25日 2024年推計

※出所5：一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2024』内「アニメ業界市場（狭義のアニメ市場）」 2023年実績

※出所6：アニメカフェ 2023年実績

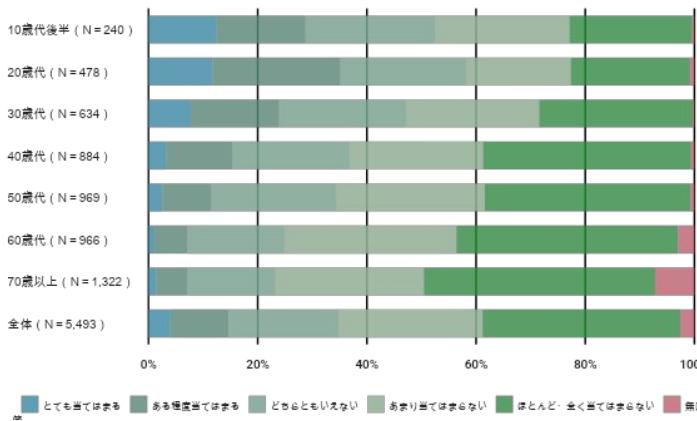
※1 出所：びあ株式会社「ライブ・エンタテインメント市場規模の推移予測グラフデータ」（2024年12月10日）より当社作成

※2 出所：びあ株式会社「2.5次元ミュージカル市場規模とタイトル本数の推移」（2024年10月18日）より当社作成

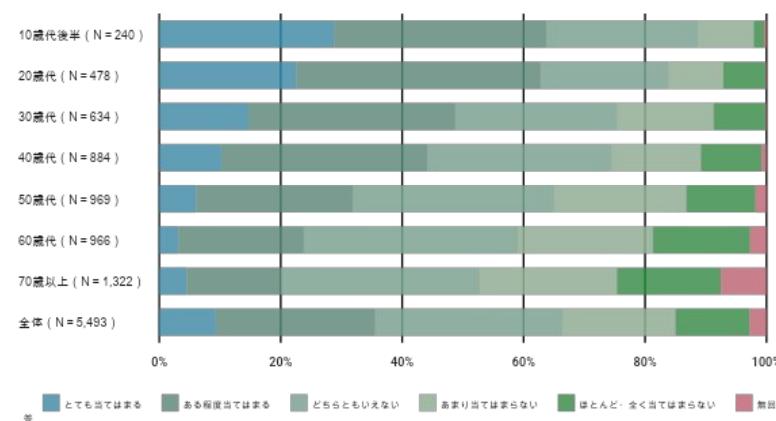
市場環境（その他）

アフターコロナでの「体験型消費」の増加にあわせ、「今しかできない体験」が10代～30代を中心に重要視される傾向がある。市場環境を踏まえ、当社としては「体験」を重視したリアルイベント等、EX展開を加速予定。

「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」人の割合
(年齢層別)^{*1}



「その時・その場でしか得られない体験をしたい」かどうか
(年齢層別)^{*2}

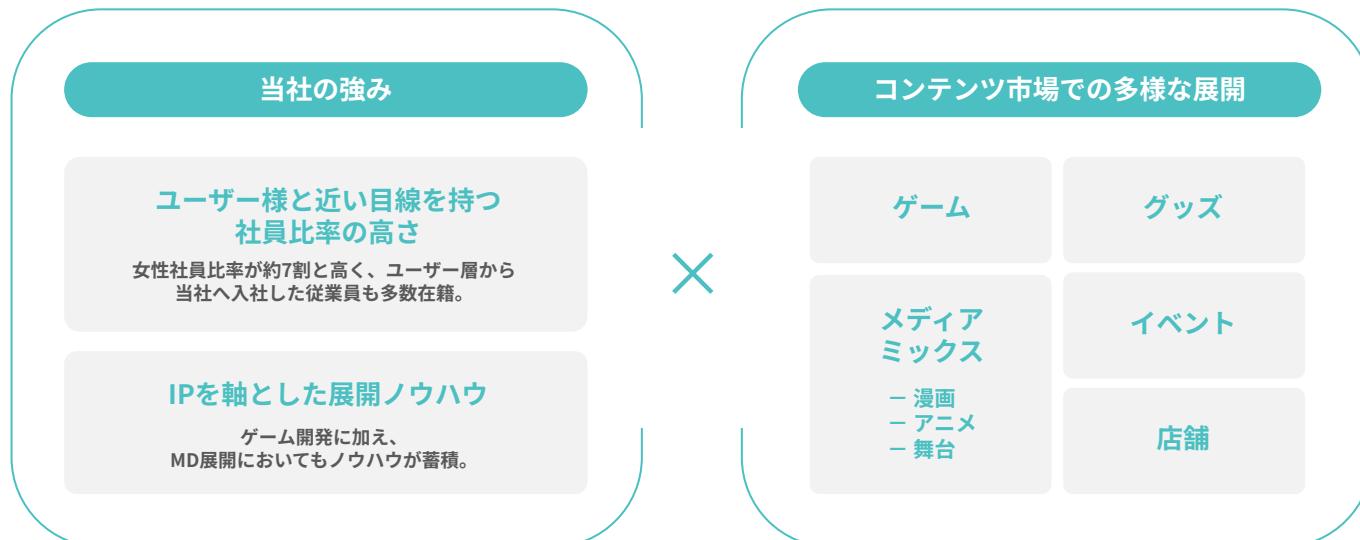


*出所1：消費者庁 令和4年版消費者白書 第1部 消費者問題の動向と消費者の意識・行動 図表I-2-2-11 「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」人の割合(年齢層別)[CSV]より当社作成

*出所2：消費者庁 令和4年版消費者白書 第1部 消費者問題の動向と消費者の意識・行動 図表I-2-1-17 「その時・その場でしか得られない体験をしたい」かどうか、という問への回答の割合(年齢層別)[CSV]より当社作成

競争優位性

当社作品のユーザー様と近い属性の社員が多く在籍しているため、お客様目線で企画・開発を行える組織を実現している。また、創業フェーズの早い段階からグッズ販売等のMD展開を手がけたことにより、IP展開のノウハウが蓄積。IPの企画・開発から製作、流通、販売まで一気通貫したビジネスモデルを保有している。ゲーム以外のビジネスを自社企画できる点が、ゲーム運営のみを手がける他社と比較した場合の優位性になると考える。



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は「見通し情報」を含んでいます。

これらは当該資料を作成した時点における見込み及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

上記のリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公開されている情報等から引用しており、かかる情報の正確性、適切性等について当社はこれを保証するものではありません。