Media Kobo, Inc
株式会社 メディア工房

2026年8月期

事業計画及び成長可能性に関する事項

2026年11月20日
株式会社メディア工房

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

Index

01 ビジネスモデル 3

02 市場環境及び競争力の源泉 16

03 事業計画と進捗及び今後の取組み 23

04 事業におけるリスク情報 39

05 企業概要 43

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

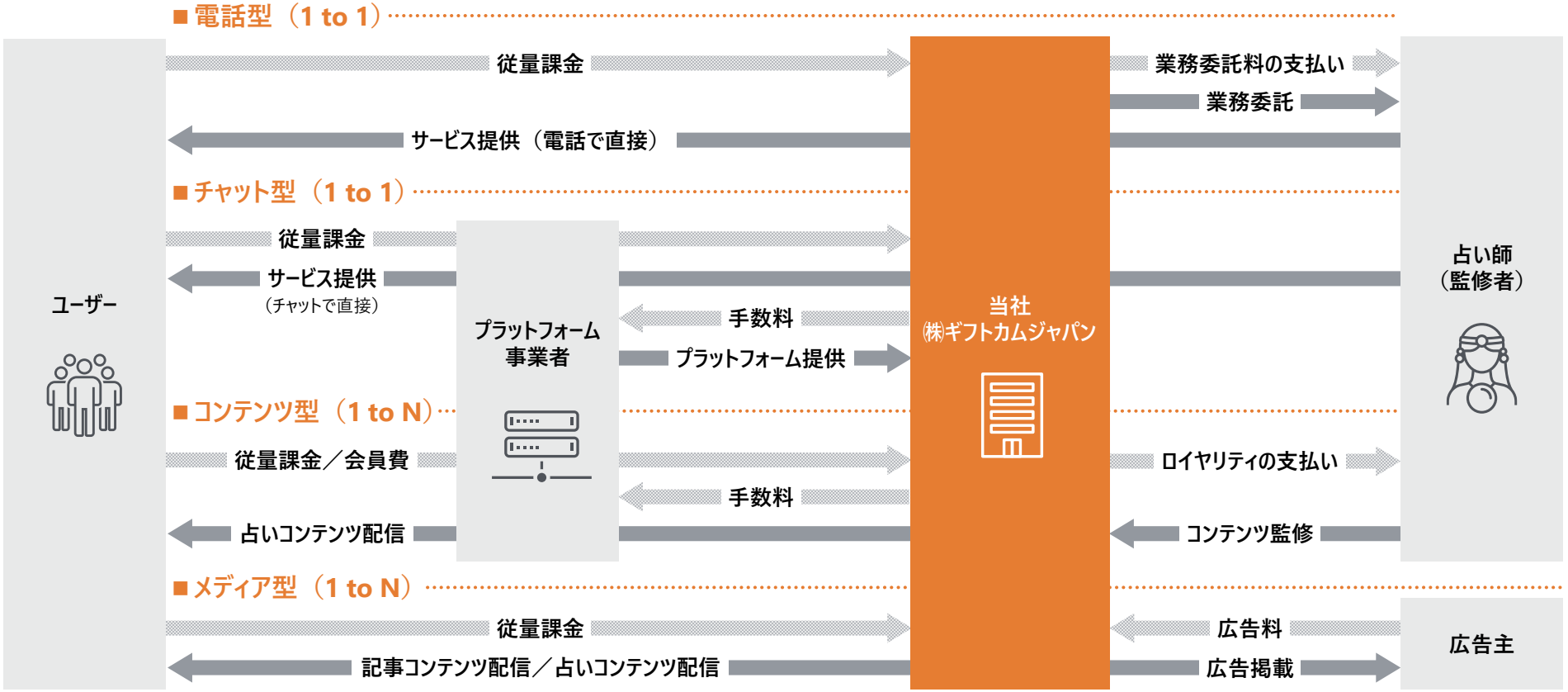


01

ビジネスモデル

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

占い

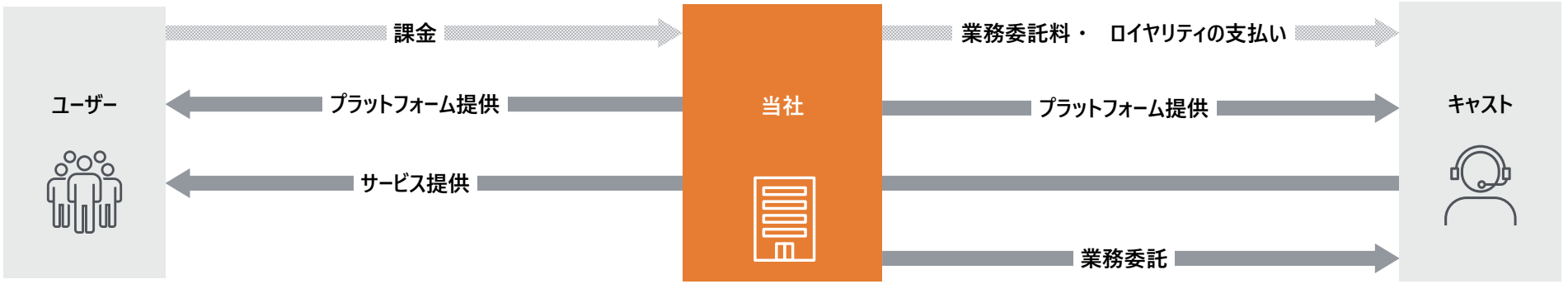


※ 制作コンテンツ：特に他社プラットフォーム（ISP・大手キャリア・楽天・LINE等）でのコンテンツ配信であり、この場合のコンテンツはユーザー自身で情報を入力することで占い結果が表示されるものです。
※ メディア：自社プラットフォーム（メディア）でのコンテンツ配信であり、この場合のコンテンツは主に女性をメインターゲットとしたライフスタイルや恋愛、占い等に関する記事であります。
※ 占いコンテンツの配信においては、主に大手キャリア各社、楽天、LINE、App StoreまたはGoogle Play（プラットフォーム事業者）を介して配信しております。この場合売上の15～30％を配信手数料として支払います。

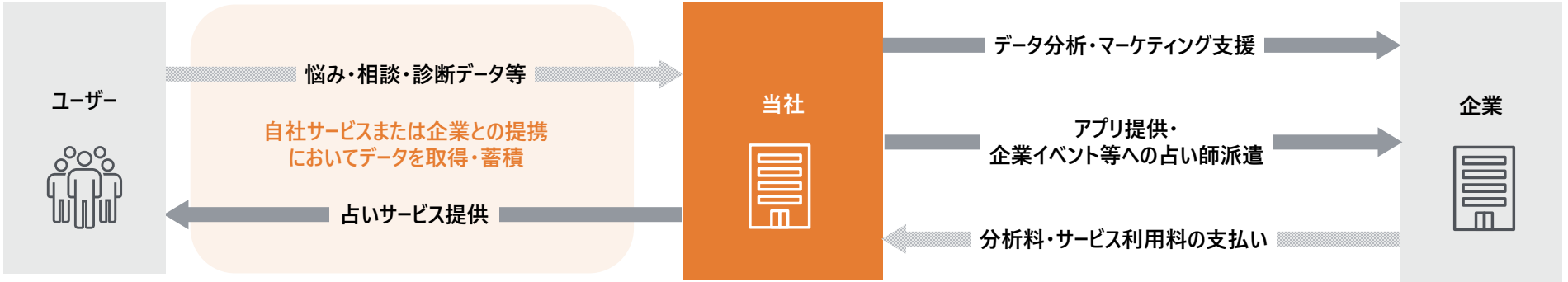
© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

データ・テクノロジー

■きゃらデン



■BtoB向けマーケティング支援（データ活用サービス）



※「きゃらデン」についてはApp StoreまたはGoogle Play（プラットフォーム事業者）を介して配信しております。この場合売上の15～30%を配信手数料として支払います。

※「きゃらデン」についてはその他LINE内におけるサービス提供も行っておりますが、図中においてはプラットフォーム事業者を省略しております。

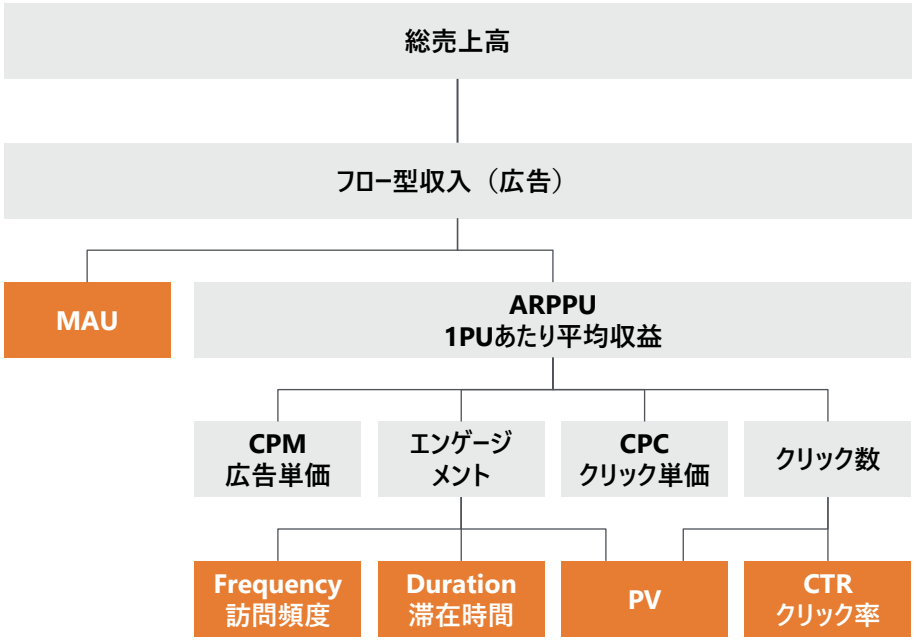
※ 当社はその他事業としてシミュレーションゴルフ店舗「Lounge Range 赤坂見附店」（フランチャイジー）の運営および韓国コスメEC「Coréelle JAPAN」の運営を行っておりましたが、「Lounge Range 赤坂見附店」は2026年5月末にて事業譲渡し、「Coréelle JAPAN」については、2026年10月をもって運営を終了し、閉鎖手続きを進めております。

※ 当社は、「その他事業」における新規事業として、今後、「法人向け占いイベント・集客支援サービス」および「推し活関連ブランド事業（グッズ販売事業）」の推進を予定しておりますが、提出日現在においては事業の立ち上げ段階にあるため、記載を省略しております。

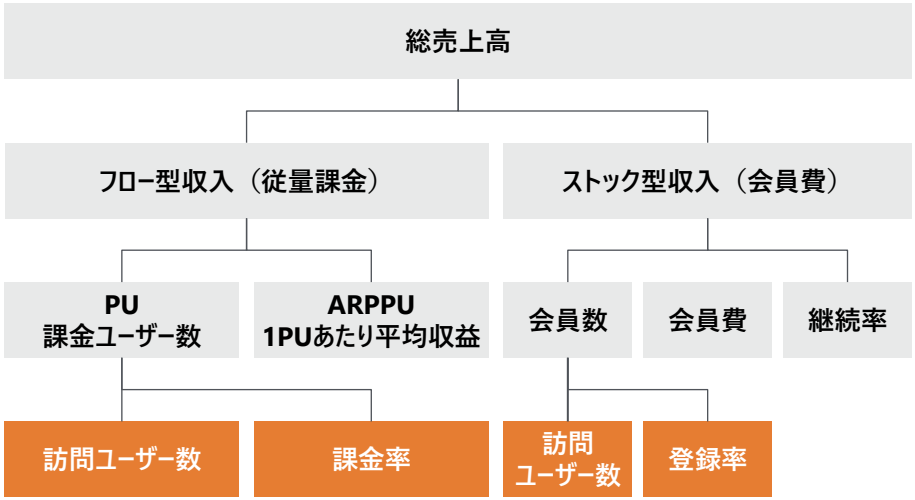
© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

事業の指標と施策

占い：メディア型



占い：コンテンツ型



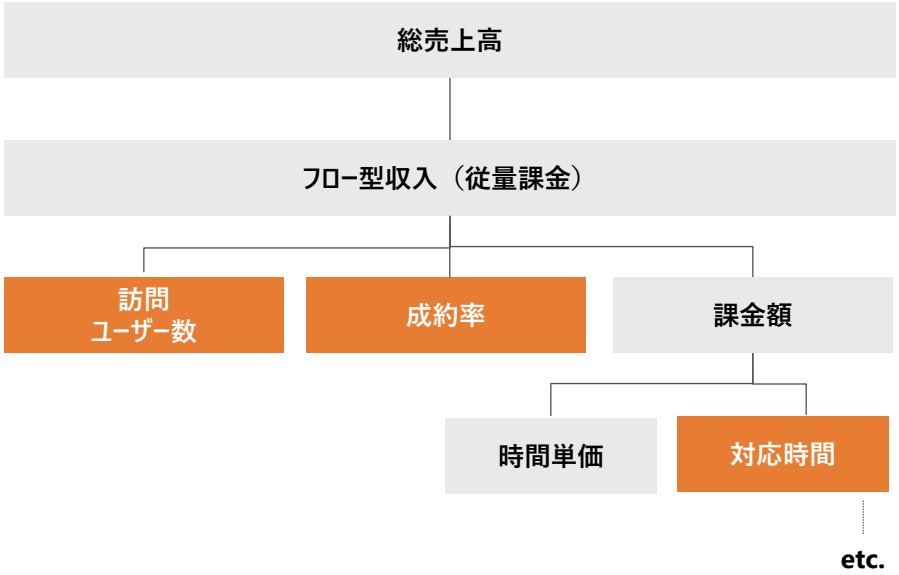
項目	対応策	
滞在時間・訪問頻度・CPR	• UI/UXの向上	
PV	• コンテンツの多様化（カテゴリー細分化）	• 更新頻度UPなどの運用強化
訪問ユーザー数・訪問頻度・登録率	• 著名な占い師によるコンテンツ監修	• SEO対策及びSNSの活用を含む多様な広告手法による露出強化
課金率	• 決済手段の多様化 • 分析によるニーズの把握・レコメンド機能強化	• コンテンツクオリティの向上

※ 各事業におけるKPIの推移については事業への影響を鑑み本資料において非開示とさせて頂きます。開示については適時検討してまいります。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

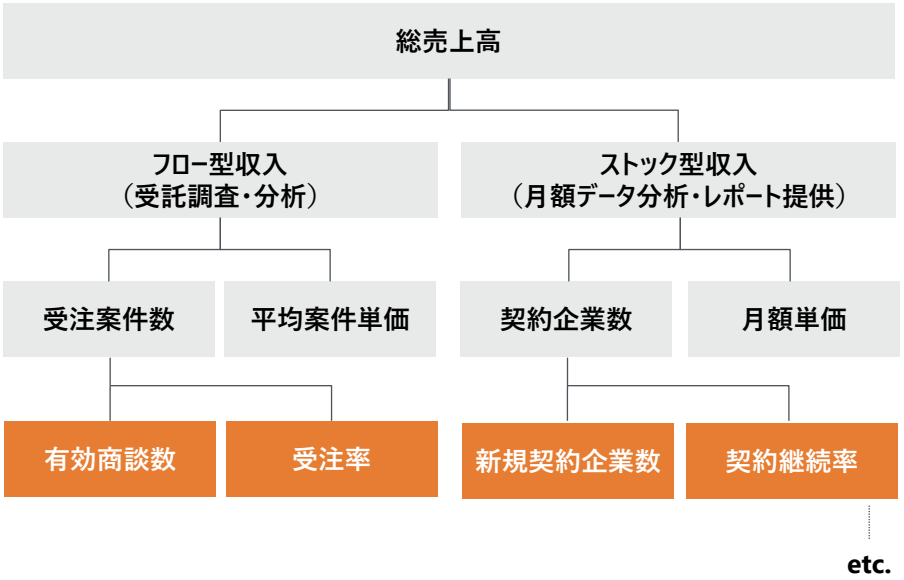
事業の指標と施策

占い：電話／チャット
データ・テクノロジーサービス：きゃらデン



項目	対応策
訪問 ユーザー数	• SEO対策強化 • SNS系サービスとの連携を含む多様な広告手法による露出強化
成約率・ 登録率	• 占い師およびキャストの育成による質の向上 • 占い師およびキャスト数の増加 • 決済手段の多様化・分析によるニーズの把握・レコメンド機能強化
対応時間	• 占い師およびキャストの待機率UP及び待機時間帯の最適化
継続率・ リピート率	• ニーズへの柔軟な対応 • 定期的なフォローアップ

データ・テクノロジーサービス：
BtoB向けマーケティング支援（データ活用サービス）



項目	対応策
法人顧客 の獲得	• 業種別の提案資料作成 • サンプルレポート公開 • 広告会社・調査会社との提携
受注への 転換	• 有償実証プランの提供、活用事例の蓄積 • 顧客課題に合わせた分析提案
単価向上	• 追加調査・効果測定の提供 • サービスのプラン化
継続利用	• データの定期更新、定例報告、顧客施策への改善提案

※ 各事業におけるKPIの推移については事業への影響を鑑み本資料において非開示とさせて頂きます。開示については適時検討してまいります。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

2026年8月期 通期 業績ハイライト(連結)

- 主力のデジタルコンテンツ及びLINEチャット占いの低迷により減収。
- 新たな制作基盤の運用開始が遅延し、新規コンテンツの梃入れが遅延していること、個人アプリ開発者によるAI占いが代替サービス化し、相談件数が減少。
- 利益面は既存事業の減収影響に加え、新規事業推進に伴う人件費・外注費の増加、株主優待費用・オフィス移転費用の計上などにより減益。
- 事業構造改革の実施に伴い、固定資産除却損82百万円および減損損失142百万円、合計225百万円の特別損失を計上。

（百万円）	FY2025	FY2026	増減額	増減率（%）
売上高	1,873	1,612	▲261	▲13.9
営業利益	▲323	▲533	▲210	-
経常利益	▲317	▲537	▲219	-
特別利益	―	47		
特別損失	▲114	▲225		
親会社株主帰属当期純利益	▲508	▲716	▲207	-
一株当たり当期純利益（円）	▲50.21	▲66.61	▲16.4	-

＜FY2026 特別利益内訳（百万円）＞

移転補償金	43
事業譲渡益	3

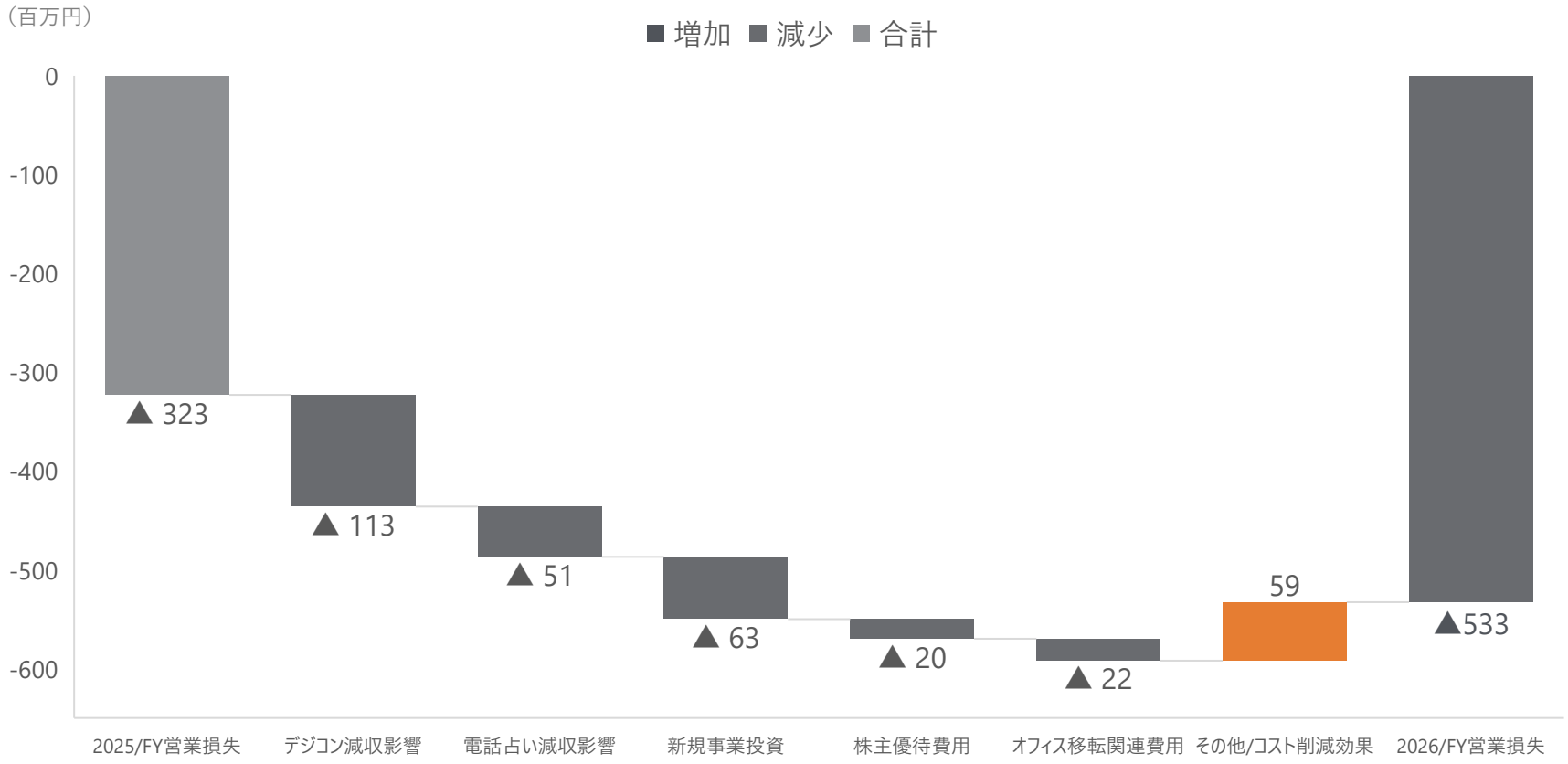
＜FY2026 特別損失内訳（百万円）＞

固定資産除却損	▲82
（デジタルコンテンツ新フレームワーク）	（▲49）
（占い大百科の改修部分）	（▲8）
（電話占い共通基盤システム）	（▲25）
減損損失	▲142
（電話占いシステム）	（▲97）
（電話占い管理システム）	（▲28）
（BtoBソリューションシステム）	（▲17）

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

2026年8月期 通期 営業利益の増減要因

- デジコン・電話占いの減収による利益減、新規事業投資や中間優待導入に伴う株主優待費用が減益要因。
- 営業損失は前年同期比で拡大した。



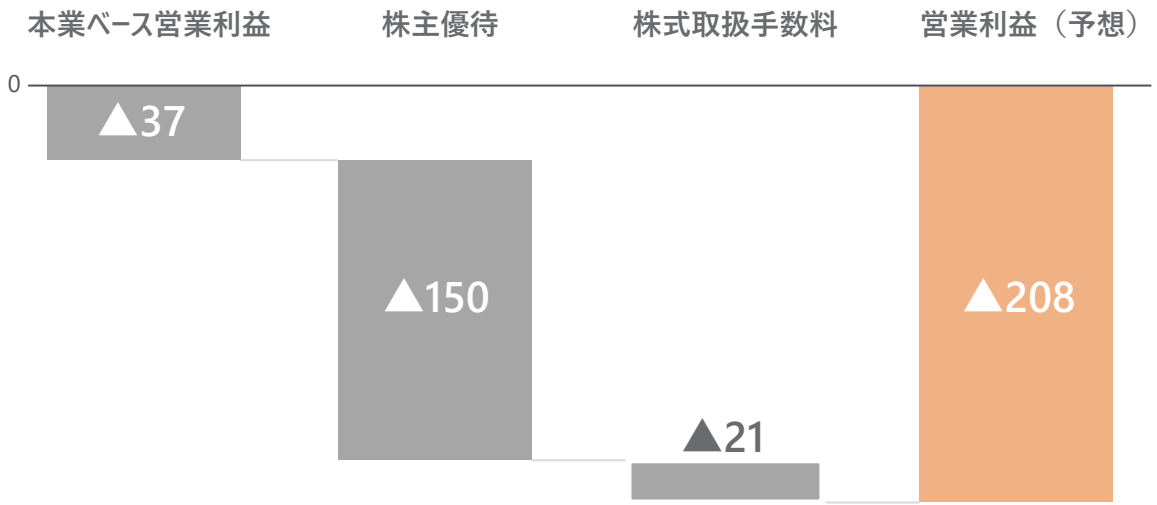
© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

営業損失の主因は株主関連費用。本業は来期に黒字化へ

■ 株主優待費用と株式取扱手数料は営業活動から生じる費用ではないため、本業の収益力と分けて示す

2027年8月期 営業利益予想の内訳

（百万円）



参考：2026年8月期実績 営業利益 ▲533　本業ベース営業利益 ▲389

※本業ベース営業利益＝営業利益＋株主優待費用＋株式取扱手数料（会計上の指標ではない参考値）。
出所：2026年8月期決算短信、2027年8月期業績予想、当社管理会計

2026年8月期

不採算資産を整理

電話占いシステム、占いデジタルコンテンツの新フレームワーク等を減損・除却（特別損失）

2027年8月期

本業は大幅な赤字圧縮の見通し

株主関連費用を除いた本業ベースで大幅に改善
コスト削減と効率化による効果を見込む

1．費用削減による効果　：198百万円
2．利益率改善による効果：141百万円
3．売上増加による効果　：　13百万円

開示の考え方

事業と株主関連を分けて開示

本業ベース営業利益を参考指標として継続的に示す

株主関連費用を除いた本業は、2028年8月期に黒字化を見込む

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

株主基盤の拡大が資本調達を支え、財務の安定を確保

■ 株主関連費用は株主数の拡大と資本調達の実現に寄与。今後は時価総額を見据えた経営へ移行。

株主数	時価総額	資本調達
約3万人	約50億円	約16億円
個人株主を中心に拡大	水準を維持	新株予約権・第三者割当等

借入の資本への振替が進み、資金繰りの懸念は解消

今後の経営方針

利益重視から時価総額を見据えた経営へ

成長事業の確立（データを活用した法人向けサービス）と株主還元の効率化を両立する

※株主数は2026年8月末基準、時価総額は期中の水準、資本調達額は手取概算。
出所：株主名簿、適時開示資料（新株予約権・第三者割当）

財務基盤を固め、時価総額を見据えた経営へ移行する

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

2026年8月期 通期 セグメント別業績

- デジコンは制作体制の再構築に時間を要しており減収減益。LINEチャット占いの不振により減収減益。
- データ・テクノロジー事業はきゃらデンが拡大し増収。

（百万円）		FY2025	FY2026	増減額	増減率（%）
合計	売上高	1,873	1,612	▲261	▲13.9
	営業利益	▲323	▲533	▲210	-
占い	売上高	1,761	1,491	▲270	▲15.3
	営業利益	386	221	▲165	▲42.7
デジタルコンテンツ	売上高	1,061	883	▲178	▲16.7
	営業利益	262	148	▲113	▲43.3
電話・チャット	売上高	700	608	▲92	▲13.1
	営業利益	124	73	▲51	▲41.3
データ・テクノロジー	売上高	99	113	14	14.1
	営業利益	▲131	▲171	▲39	-
その他	売上高	13	7	▲5	▲42.8
	営業利益	▲32	▲14	18	-
調整額	売上高	-	-	-	-
	営業利益	▲544	▲569	▲25	-

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

2026年8月期 通期 販売費及び一般管理費

- 中間株主優待の新設に伴い引当金繰入額が増加。
- 新規事業投資や一時的なコンサルティング費用の発生により、業務委託料が増加→事業構造改革に伴い６月以降削減。
- 人件費は「占い課金会社」から来期以降の「フィジカル領域への進出拡大」「データマーケティングビジネスの推進」に伴い、BtoB及びOnetoOneの人員拡充により増加。

（百万円）	FY2025	FY2026	増減額	増減率（%）
販管費	**1,232**	**1,228**	**▲4**	**▲0.3**
人件費	**312**	**354**	**41**	**13.3**
広告宣伝費	**280**	**238**	**▲42**	**▲15.0**
減価償却費	**4**	**19**	**15**	**383.5**
オフィス賃料等	**47**	**43**	**▲4**	**▲8.8**
業務委託料	**161**	**142**	**▲18**	**▲11.3**
採用費	**48**	**32**	**▲16**	**▲33.5**
株主優待引当金繰入額	**106**	**126**	**20**	**18.5**
その他	**274**	**275**	**0**	**0.1**

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

- **AI活用と市場ニーズに沿った企画転換で収益改善の兆し、BtoB展開も前進**
- **制作効率の向上と新規コンテンツの売上貢献に加え、企業連携を通じた新たな収益機会の開拓を推進**

自社メディアでAI制作の効果が発現



- サービス運営にAIを活用することで効率化
- デザインもAIで生産性上昇。AIコンテンツ（ポケカノ、ポケカレ等）は完成段階

従量課金の売上が増加
8月売上約400万円増、
利益約200万円増

デジタルコンテンツをマーケットイン型へ転換



- 「有名占い師 × 検索されやすいキーワード(片思い・復縁など)」で企画する方式に転換
- AIではフォローできない悩みを抱えるユーザー向けに寄り添える機能開発

新規コンテンツがヒット
8月売上約700万円と快走

BtoB事業育成

CREDIT SAISON

2025年12月
顧客満足度の向上を目的とした
業務提携契約を締結
新規入会が通常を上回る効果



- セレスが運営するポイントサイト「モッピー」において、占いコンテンツ「モッピータロット」の提供を開始

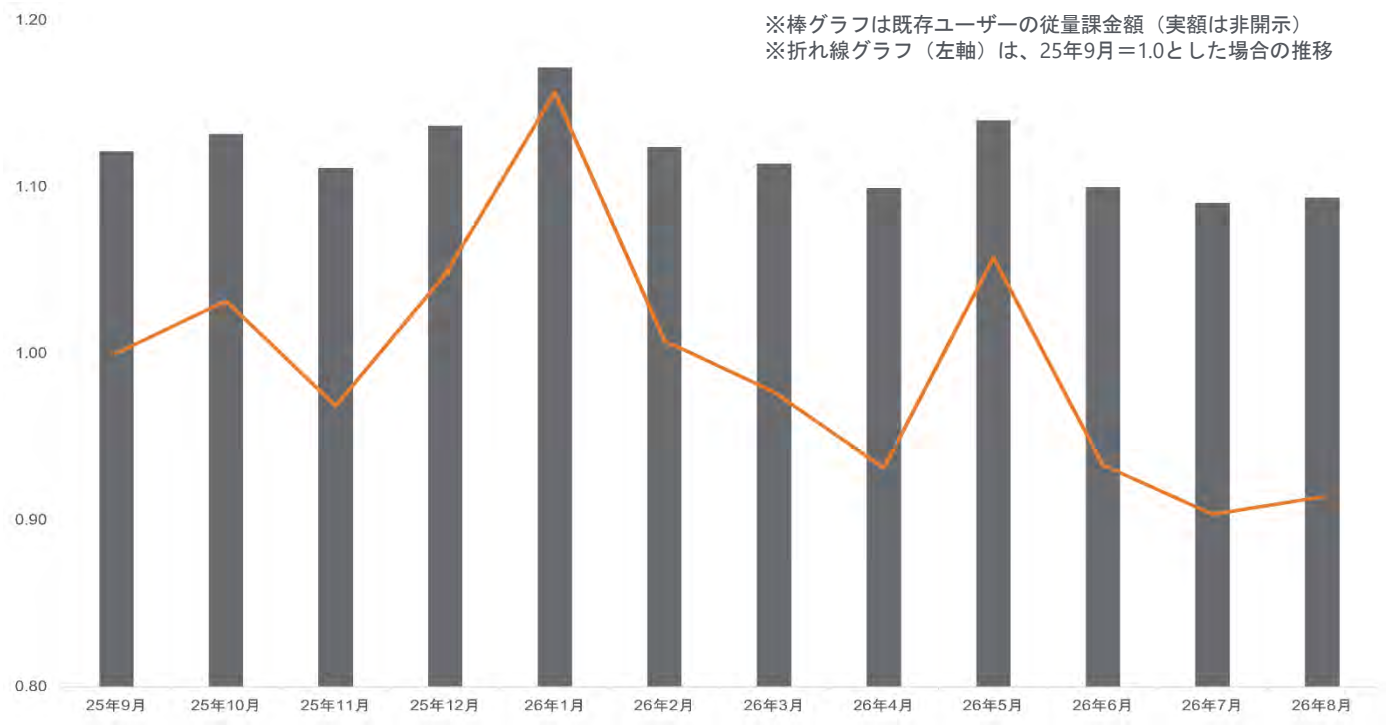
データを活用したサービスの
他分野展開を検討中

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

2026年8月期 主要なKPIの状況

- **トップコンテンツは、引き続き既存ユーザーの従量課金額が期初の水準を通期に渡って維持。**
  → 占い事業は安定的なキャッシュフロー創出を続けているが、新規コンテンツの制作数適正化とコストが課題。
- **今後は市場ニーズに沿った企画による増収、**
  AI活用による生産性・効率性向上・利益率改善による増益を目指す。

既存ユーザーの従量課金額の推移例



- トップコンテンツは、25年9月課金額を通期にわたって概ね維持。2025年9月を1.00とした指数の通期平均は0.99となった。
- また、24年9月課金額と比較しても、指数は平均0.95となり、運用年数に対し課金額の水準を維持。
- 既存コンテンツのうち、収益回復見込みの高いコンテンツについてリニューアル。制作コストを抑えつつ収益拡大を図る。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

02

市場環境及び競争力の源泉

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

関連市場　セグメントおよび各事業と関連する市場について

Media Kobo, Inc
株式会社 メディア工房

	事業領域	関連市場
占い	デジタルコンテンツ	占い市場
	電話・チャット	
データ・テクノロジーサービス	きゃらデン ※1	
	BtoB向けマーケティング支援（データ活用サービス）	インターネット広告市場
その他	法人向け占いイベント・集客支援サービス ※2	推し活関連ブランド事業 ※2（グッズ販売事業）
	美肌ナビ ※3	

※1 「きゃらデン」は占いに関連する事業ではありませんが、1対1での会話を提供するサービスとしてその収益形態を含め電話・チャット占いサービスと近しい事業でありますため、占い市場に関する説明において合わせてその説明を記載しております。

※2 当社は、今後の新規事業として「法人向け占いイベント・集客支援サービス」および「推し活関連ブランド事業（グッズ販売事業）」の推進を予定しておりますが、提出日現在においては事業の立ち上げ段階にあるため、市場に関する説明を割愛いたします。

※3 当社では事業構造改革推進の結果、キャッシュ・フローとROIを重視する観点から、2025年8月期において、新規事業「美肌ナビ」の開始時期の見直しを行い、一時的に推進を緩和しておりますため、市場に関する説明を割愛いたします。なお、「美肌ナビ」については技術や市場動向を踏まえ最適な事業展開を検討してまいります。

※4 前回提出時において、当社はその他事業としてシミュレーションゴルフ店舗「Lounge Range 赤坂見附店」（フランチャイジー）の運営および韓国コスメEC「Coréelle JAPAN」の運営を行っておりましたが、「Lounge Range 赤坂見附店」は2026年5月末にて事業譲渡し、「Coréelle JAPAN」については、2026年10月をもって運営を終了し、閉鎖手続きを進めております。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

競争力の源泉および競争優位性

	占い	データ・テクノロジー	その他
市場環境	成長～成熟	拡大	拡大
参入障壁	低	低～高 ※ サービス提供形態による	低
ナレッジ	○	△	△
ナレッジの汎用性	高	高	中
取引先（規模・数）	○	△	×
知的財産・技術（特許／特殊技術の保有）	×	×	×

ポイント

- **収益軸である「占い」は安定したユーザー数を保有。鑑定に使用されるパーソナルなデータはアセットバリューが非常に高い。**
  → ユーザー行動や嗜好等に関するデータを分析・活用し、BtoB向けのマーケティング支援やデータ活用サービスなど、周辺領域へ事業を展開
  → 事業ポートフォリオを多角化し、中長期的な収益基盤の安定化と持続的成長へ
- **今後予定する推し活関連ブランド事業（グッズ販売事業）については推し活全体市場はもちろん、関連市場としてカプセルトイ市場についても2024年と比較して2025年は39.0%増加と拡大傾向(※3)。約4.1兆円（※4）の推し活消費を背景に、対象IP・ファン層・商品カテゴリーを絞って参入することでスケールする可能性あり。**

※1. 2026年8月期時点の当社収益においてはそのほとんどが他社プラットフォーム（Yahoo、docomo、Softbank、LINE等）へのコンテンツ・サービスの提供によるものとなっております。
当社の競合他社はこれらの他社プラットフォームに当社と同様のコンテンツ・サービスを提供する企業が該当いたしますが、当社を含む各社の当該プラットフォームにおけるシェア率は公表されていないため本資料においては記載を行っておりません。

※2. 当社では競合他社の企業情報、決算情報およびサービス情報等から自社の他社プラットフォームにおけるポジションについて推測し、シェア拡大のための施策等を図っております。

※3. 出典：「令和7年度（2025年）カプセルトイ市場動向調査」（一般社団法人日本カプセルトイ協会　2026年2月公表）

※4. 出典：「第3回 推し活実態アンケート調査」（株式会社Oshicoco　2026年1月公表）

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

当社の強みと特徴

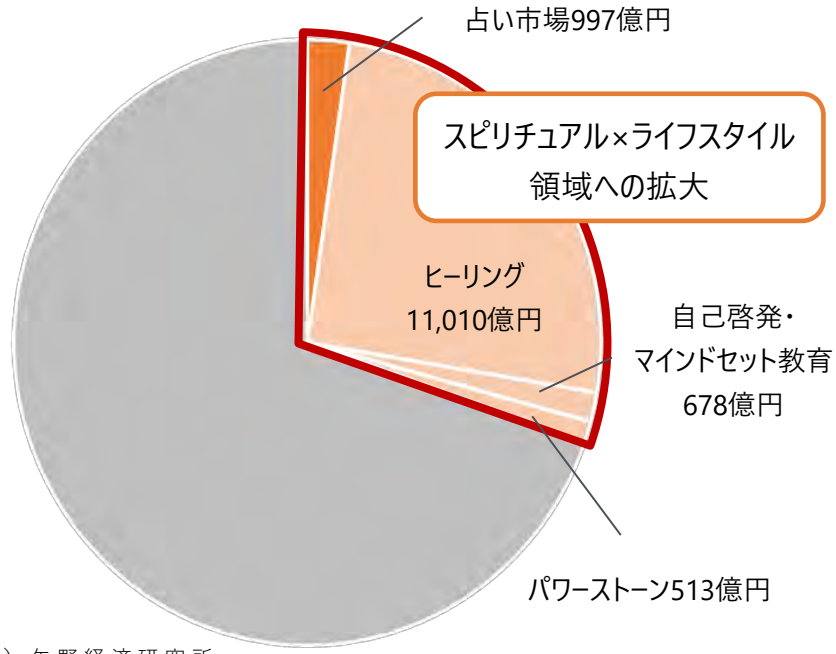
強みと特徴		ビジネスのポテンシャル
占いの価値にフォーカスしたビジネス展開 ・寄り添い ・背中を押されたい ・明るく前向きな気持ち ・カウンセリング ・コーチング ・エンタメ	▶	ミレニアル世代のライフスタイルに響きうる
占い専業の唯一の上場企業としての信用力 ・人気占い師 ・コンテンツ制作運用実績 ・顧客基盤 ・販売及び調達の商流	▶	アセットバリューがある
データの保有量 ・悩みデータ、心理データ、行動データ	▶	大きな価値である可能性

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

サービス別市場規模と成長性及び収益性①（スピリチュアル×ライフスタイル）

- 国内スピリチュアル市場とライフスタイル市場
- 海外での成功事例リサーチ

市場ポテンシャル



（出典）矢野経済研究所

- スピリチュアル関連全体の市場規模は約4.3兆円
- 占い市場のみでは997億円だが、ミレニアル・Z世代のライフスタイルに応じた事業展開で対象市場を拡大していく

海外注目事例

OBRIO	世界で人気の占星術アプリ・Nebulaを展開。占いの枠を超え、ミレニアル・Z世代の「自己省察」ツールとしての地位を確立
Co-Star	米国で人気の占星術ソーシャルアプリ・Co-Starを展開。独自のソーシャル機能で占いを「つながり」のツールへと進化

当社の強み

占い老舗企業として培ってきた「寄り添い」の価値観でミレニアル・Z世代のライフスタイルへ浸透を目指す

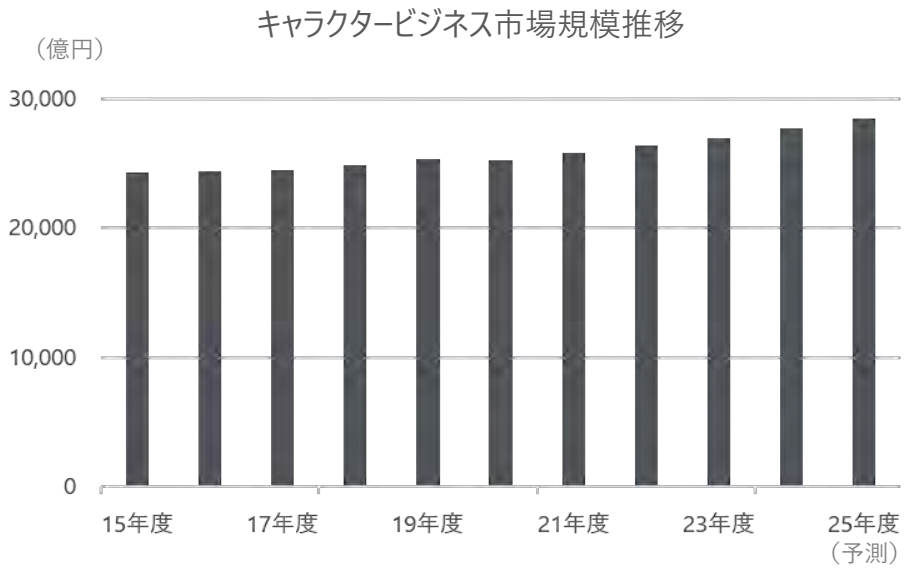
盤石な顧客基盤、希少価値の高いデータを活用し、効果的なマーケティング施策を実行していく

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

サービス別市場規模と成長性及び収益性②（IPビジネス）

- **当社のIP創出力に基づくビジネスの可能性（キャラクターAI、グッズ)**
- **市場ポテンシャルの考え方**

市場ポテンシャル



（出典）矢野経済研究所

- **24年度の市場規模は前年度比+2.9%と拡大傾向**
- **当社得意領域の人の占い師プロデュースに加え、キャラクタープロデュースで、IPビジネスの拡充を図る**

ビジネスモデル・収益性

創出	育成	収益化
・プロデュース ・コンテンツヒット	・スター占い師IP ・キャラクターIP	・B2C課金 ・ライセンス

- 主な収益源 -

B2C月額・従量課金　**B2Bレベニューシェア**

物販売上　**広告収入**

当社の強み

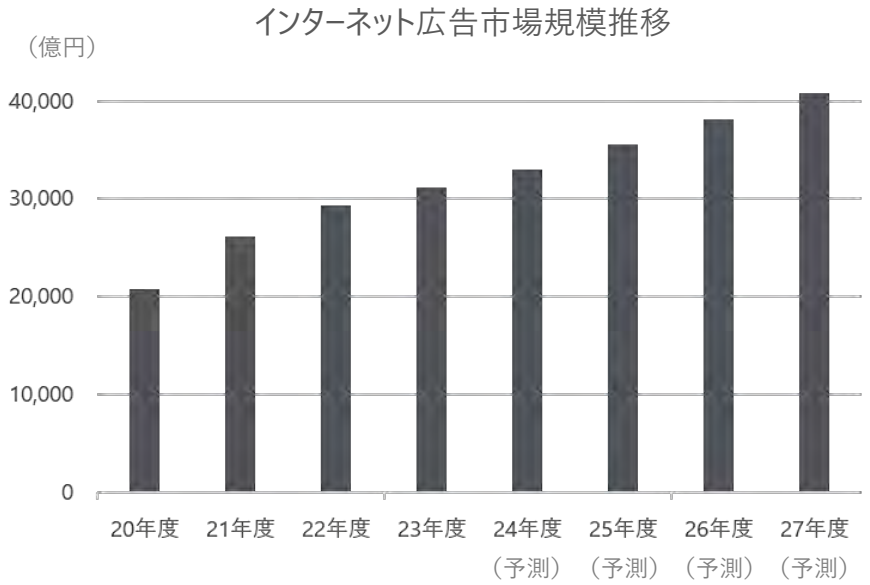
蓄積	注力分野	仕込み量
・大量の相談データ ・占い師ネットワーク ・IPヒット実績	・AI連携 ・プロデュース注力 ・SNS施策等の拡充 ・プロモーション力強化 ・アプリ開発強化	・Youtubeバラエティ ・IP創出〇件/月 (〇件の数値は今後目標設定)

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

サービス別市場規模と成長性及び収益性③（占いアド・B2B）

- **占いアド事業のポテンシャル**
- **B2Bソリューション、データビジネスのポテンシャル**

市場ポテンシャル



（出典）矢野経済研究所

- **インターネット広告市場は27年度には4兆円を超えると予測される**
- **当社は占い診断AD事業を中心に、提携企業への顧客送客や希少データの利活用で独自ポジションを築いていく**

ビジネスモデル・収益性

占いAD事業

占い診断による
提携企業へのユーザー送客

- **顧客企業ごとに送客単価を設定**
- **平均単価：〇〇円**
- **想定顧客企業数：年内〇〇社**

B2Bソリューション

当社独自データを活用したデータ
外販や診断API等の提供

- **データレポート：〇〇万円/件**
- **診断API等：従量課金**

(〇件の数値は今後目標設定)

当社の強み

占いコンテンツ制作ノウハウ

- **長年の占いノウハウに裏打ちされた高品質な診断コンテンツを作成可能**
- **占いを間口にすることで、幅広い年代の女性をターゲットにとれる**

希少価値の高い独自データ

- **個人の悩みデータという希少性の高いデータを蓄積している**
- **占いは継続的なサービス利用を前提としているため、悩み→カウンセリング→行動変容という時系列のデータを提供可能**

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

03

事業計画と進捗及び今後の取組み

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

成長戦略とマイルストーンの整理

- **占いコンテンツは、寄り添い、カウンセリング、コーチング、前向きな気持ちになる、といった心理的な効用がある。**
- **提供方法が多様化し、オンライン・SNSでのライブなど、双方向的でZ世代・ミレニアル世代の求めるインスタントなコミュニケーションが可能。占いビジネスは、成長分野である彼らのライフスタイル市場にアプローチできる。**

当社の成長戦略：成長分野であるZ世代・ミレニアル世代向けライフスタイル市場をターゲット



ミレニアル世代は、インスタントなコミュニケーションを好み、常に楽しくいたいという欲求がある。
占いにより、彼らの**ライフスタイル市場×スピリチュアル市場**（矢野経済の定義：心理的な効用をもたらすサービス全般を指す）に当社は成長機会を見出す。

■ 戦略のアプローチ（当社の特徴を活かす）

- **占いの本質的価値**に着目したサービスの提供
- **上場企業**ならではの戦略
  （信用力と知名度を活かす）を採用
- **無形資産**のアセットバリューを活用

■ 戦略のマイルストーン

これらにより、短期的には、**①収益源の多様化と、占いコンテンツを提供するプラットフォーム化**を図る。

中期的には、**②B2Cに向けたIPビジネス**を、長期的には、**③心理・悩み診断データを活用したB2Bソリューション提供**を目指す。

ただし、規律として、CFとROIを重視した運営を図り、ポジティブなキャッシュフローの創出に向け、事業戦略の優先順位付けを行う。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

構造改革の必要性に対する認識

- 「きゃらデン」をはじめとする一部サービスにおいては売上の伸長がみられるものの、主力である占いコンテンツ及びLINEチャット占いにおける低調を補うには至っていない。
- 2026年8月期通期では、課題の原因を特定し、減損・除却により不採算資産を整理した。

これまでの課題と実施した対応

新規フレームワークの開発トラブル	運用を断念し除却。その他、電話占いシステム等とあわせて特損約2.2億円を計上
新規コンテンツの不発	新規チームを縮小し、検索ニーズを起点としたマーケットイン型の企画へ転換
広告費を増やしても利益が出ない	客単価の高い電話占い・きゃらデンへ広告配分を移す

環境認識

- AI台頭によりデジタルコンテンツ課金、チャット占い課金が縮小
- 占い市場全体は約1,000億円規模で縮小していないが、「**大多数向けコンテンツ**」と「**1対1の濃い占い**」で二極化が進行

不採算資産を整理し、本業は収支均衡まで回復

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

構造改革の必要性に対する認識：構造改革の方向性

- **生成AI技術を取り込みながら、代替されにくいフィジカル領域と人間的価値（通話・対面・イベント・感情的つながり）に着目し、経営資源を投下する。**

基本方針：デジタルコンテンツとフィジカルサービスの融合

既存事業

マーケットイン型のコンテンツ制作

A. ユーザーターゲット層を絞り
B. エンタメ性を重視して
C. AIではフォローできない
ユーザーに寄り添う

} コンテンツ作り

ターゲット層を絞ったプロモーション方法

＜客単価に応じた広告配分＞
- 電話・チャット占い、きゃらデンに広告を重点配分
- あわせてプロモーションチームを新設

＜デジタルコンテンツ＞
- ショート動画を中心にユーザーの悩みに刺さるLPを作成

⇒ 無料占い→有料占いに誘導する

新規事業

デジタルからフィジカル領域のサービスへ

- 人間が本能的に有している感情・感性を満足させるサービス・コンテンツの提供
- 占い形式の多様化

⇒電話占い及び占いイベントの強化

提供価値とAI技術の取り込み（新規事業）

- データマーケティングの多分野展開
- AI ⇒ 集客・制作コスト削減
⇒ 個人データの蓄積・分析

占いで蓄積した心理データや健康診断等のヘルスケア領域におけるデータを活用し、「心身の健康」へとサービス領域を広げる方針

AI駆動型開発で構造改革を推進し、フィジカル領域の強化へ

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

今後の構造改革の取り組み

- **AI台頭でも、ヒトの不安や悩みがなくならない限り、占い需要はなくならない。**
  → AIでも代替可能な占術中心の占いから、ユーザーに寄り添い、悩みの解決を支援する占い事業へ再構築。
- **BtoB、BtoCの顧客ニーズに合わせたサービスを提供することで、事業構造改革を実施する。**
- **YouTubeを中心とした恋愛・癒しをテーマとしたSNSプラットフォームを構築 ⇒ IP化へ。**
- **時価総額の拡大を目指す　「データ」を生かした新規事業の構築**

01 きゃらでんの増強・拡大



- 「きゃらデン」サービスの増強・拡大
- 癒し要素の充実
- キャストの増員とファン強化
- キャストの動画を取り入れた自社運営YouTubeからの送客
- きゃらデンIP化

02 占いイベント／占いをフックにした集客 ⇒ 占いIP化




神田明神納涼祭：占い鑑定ベント



03 BtoBメディア連携





- クレディセゾンへの占い特集
- 日運APIの提供
- その他、他社メディアやサービスと占い連携を推進

04 デジタルコンテンツのマーケットイン化





- 産学連携、企業と連携した診断コンテンツ企画
- 企業が要望する診断を実装して、集客プロモーション機能として拡販

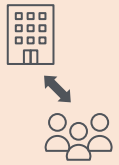
05 データビジネス　BtoB展開の加速

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

AI時代における新規事業の方向性

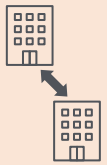
- **AIに代替されにくい通話・対面・リアルイベント・感情的なつながりに経営資源を振り向け、人間的価値を大事にするBtoCと、イベントやグッズを軸にする新たなBtoBを推進。**
- **ソフトウェア開発と集客プロモーションでAIを活用し、収益性と既存・新規両方の事業基盤の強化を図る。**

育成する事業



第1の柱（BtoC）

電話占い・きゃらでん等の
フィジカルサービス ＋ デジタルコンテンツの
垂直統合エコシステム



第2の柱（BtoB）

異業種連携・推し活・コラボグッズ・大学連携キャリア診断・
クレカ会社/商業施設/イベントへの占いサービス提供（占い師派遣）



第3の柱（データマーケティング）

占い・心理診断データのパーソラナイズによるデータマーケティング価値の創出

ユーザーの心理的・嗜好傾向などから、生成AIを活用したクリエイティブを生成することで、再訪率／クリック率／開封率／購入率を向上させる

成果が出始めたAI活用状況



サービス運営にAIを活用することで効率化。
自社メディアで月売上約400万円増、利益約200万円増。



SNS×AI自動化による
集客インフラ構築

投稿作成コスト
90%削減



コンテンツ制作におけるデザイン及びAIコンテンツ(ポケカノ等)の開発はほぼ完了

新規事業を推進し、一定の成果に到達。収益貢献が始まっている

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

目指す姿、戦略的意義とロードマップ

■ **AI時代を迎えて　データを生かした「心身ともに健康に」をサービスする企業へ変貌**



© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

財務面での定性的状況

- 占い事業を中心に既存事業の利益はプラスであり、新株予約権で調達した資金は新規の成長事業への投資として投下。
- 財務面はネットキャッシュで計画しており、手元キャッシュフローは運転資金等を考慮して十分な状況。

純資産および現預金の状況

（百万円）	FY2025	FY2026	FY2026 10月23日時点
純資産	708	308	760
現預金	1,596	817	（株主優待費用支払い後）950

※10月23日時点のネットキャッシュ（見込み）：596百万円

これまで運転資金及び投資に必要な資金を手当てした

（調達資金の使途は5月23日開示「第三者割当による第３回新株予約権及び
第１回無担保転換社債型新株予約権付社債の発行並びに第三者割当契約の締結に関するお知らせ」を参照）

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

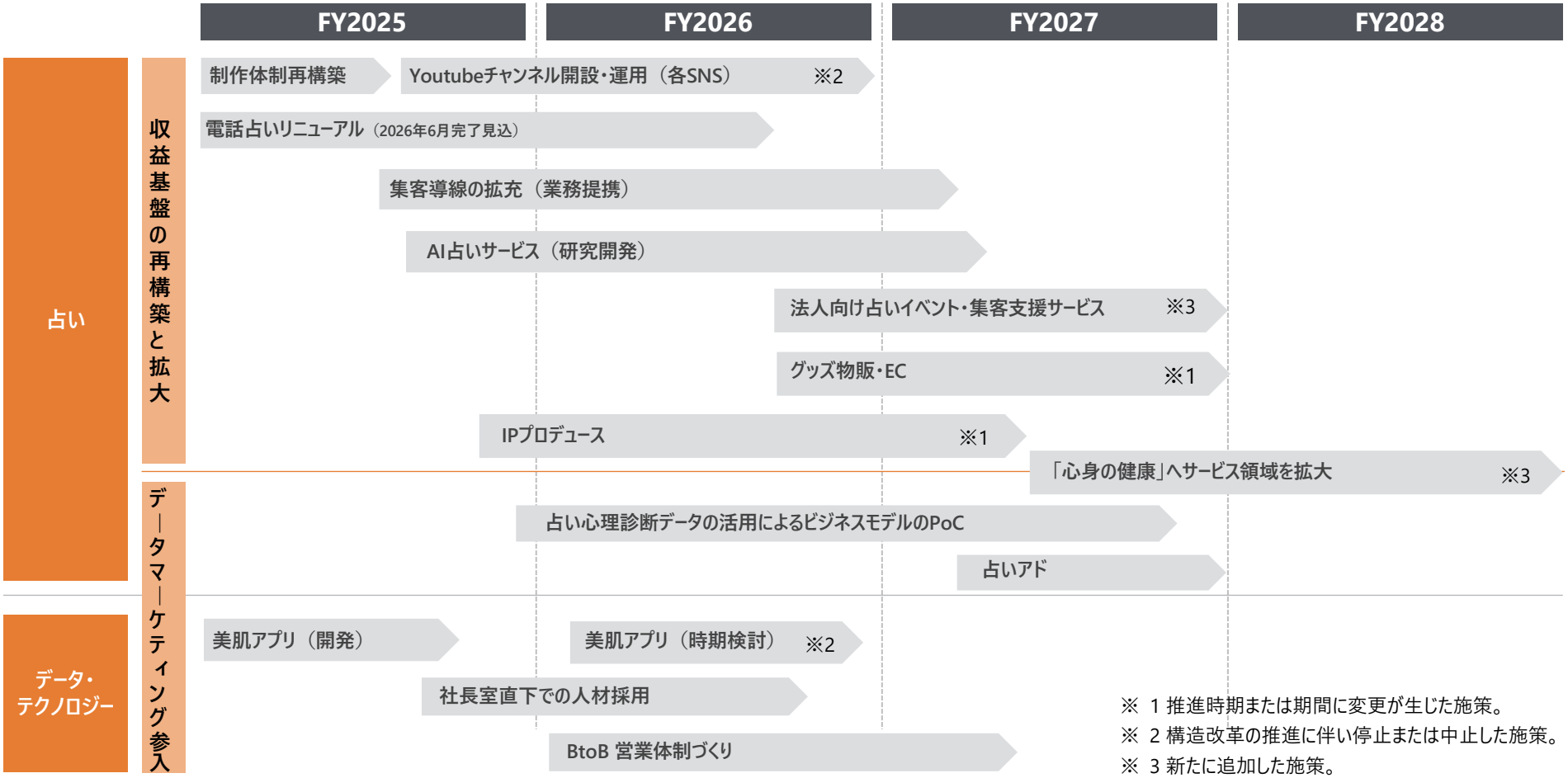
主な課題への取り組みと状況

	課題	26年8月期における施策	26年8月期における効果
占い事業	**新規コンテンツ制作体制の見直し・運用強化**	• 運用体制の見直し • 新フレームワークの開発による収益拡大 • 検索ニーズを起点とする企画に転換	• 新規コンテンツ開発のため「新フレームワーク」の開発に取り組んだものの、開発及び実運用への移行に遅れ。運用段階においても期待した効果を十分に得られなかったため運用を断念し資産を除却。 • 検索ニーズを起点とする企画に転換したことで8月新規がヒット。今後の方向性に確信。
	電話・チャットサービスの拡大	• 占い師の得意分野の可視化 • 対人サービスの付加価値向上を推進	• 人気占い師の離脱やAI普及等によりチャット相談件数が減少。 → これに対し、「自分で利用上限を設定」「課金額の見える化」「傾聴・寄り添いの徹底」（占い師の育成・フォローアップ）で安心・安全を広く訴求することで新規ユーザーの獲得、リピート率向上を企図
	生成AI対応	• 制作・デザイン・サービス運営にAIを活用 • SNS投稿作成の自動化を推進	• SNS投稿作成コストを90％削減。 • 自社メディアでは8月売上が約400万円増、利益が約200万円増となり、収益改善に寄与。
データ・テクノロジー事業	**きゃらデン利益拡大**	• ユーザー体験の更なる向上に向けてVチューバー・推し活をテーマとするYouTube連携施策を企画	• きゃらデン×YouTubeは企画に改善の余地。収益には貢献せず。 • 一方、きゃらデン自体は、「キャスト応援イベント」の企画等により第2四半期以降黒字を維持。
	BtoB事業育成・収益源の多様化	• 商業施設での企業イベントに占いサービスを展開。	• イベントにおける集客・回遊に貢献。クレジットカード会社へのサービス提供では、カード加入実績は通常の1.5倍に。 • 法人向け占いイベント・集客支援サービスとして今後展開を加速。
全社	**固定費・外部委託費の削減**	• 業務委託契約の終了 • 人員の適正配置、内製化を推進 • 自然退職時の補充も見直し	• 6月以降徐々に効果を発現。9月以降の月次で400～450万円の費用改善を実現。 → 2026年2月時点の費用状況と比較して、2027年8月期においては年間約220百万円の削減を見込む。
	財務基盤の強化・資金確保	• 新株予約権の行使による資金調達と借入金返済を推進。	• 第3回新株予約権の行使により2026年8月期において3億1,660万円の資金を調達。 → 期末以降、次のとおり資金を追加調達。当面の事業における必要額を手当て。 ① 第3回新株予約権の行使：8,400万円 ② 第三者割当による新株式および第4回新株予約権の発行：約4億270万円

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

主要施策の推進イメージ

- 事業構造改革に伴い各施策を見直し、経営資源を投下すべき「AIに代替されにくい領域」を抽出。
  今後は既存サービスにおいてAI技術を取り込むと同時に「フィジカル領域」と「人間的価値の提供」に注力。
- キャッシュフローとROIを重視して今後の施策を優先順位づける。



※ 1 推進時期または期間に変更が生じた施策。
※ 2 構造改革の推進に伴い停止または中止した施策。
※ 3 新たに追加した施策。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

システム投資の状況

- **事業構造改革の実施に伴う資産の見直し**
- **固定資産除却損82百万円および減損損失142百万円、合計225百万円の特別損失を計上**

＜2026年8月期中のシステム投資の状況（百万円）＞

No.	システム名	目的	2026年8月期		事業の選択と集中の結果
			予算	投資額	
1.	電話	業務管理システム	53	51	継続開発を行ったが、減損計上
2.	きゃらデン	再構築	–	–	2024年9月より償却開始
3.	きゃらデン	追加改修	–	2	2024年10月より償却開始
4.	デジコン	マーケティングシステム	–	37	2025年9月より償却開始、その後除却損計上
5.	デジコン	集客・機能強化	70	2	継続開発を行ったが、除却損計上
6.	美肌	新規サービス	–	–	2025年８月期に減損損失計上
7.	美肌	新規サービス（機能追加）	20	16	※PL計上（資産計上しない）
8.	B to B	新規サービス	100	16	開発を行ったが、減損計上

※投資額は2026年8月期の期中累計額。
※2027年8月期における各事業のシステムへの投資計画は、現在内容精査中であるため、記載を割愛します。

＜FY2026決算において、ソフトウェアの大半を除却・減損＞

＜FY2026 特別損失内訳（百万円）＞

固定資産除却損	**▲82**
（デジタルコンテンツ新フレームワーク）→ No.4,5	（▲49）
（占い大百科の改修部分）	（▲8）
（電話占い共通基盤システム）	（▲25）
減損損失	**▲142**
（電話占いシステム）	（▲97）
（電話占い管理システム）→ No.1	（▲28）
（BtoBソリューションシステム）→ No.8	（▲17）

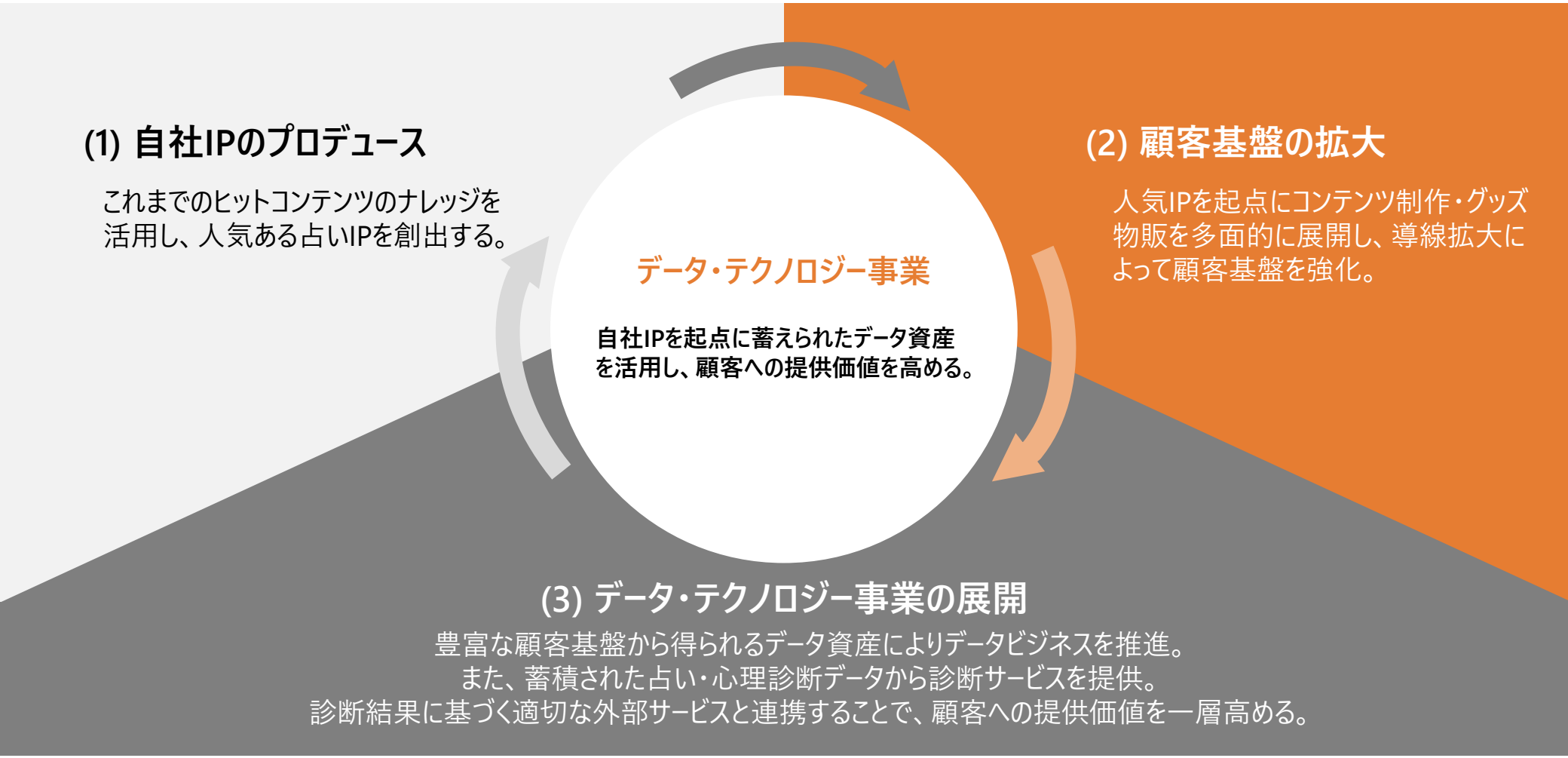
※2026年8月末時点の状況：ソフトウェア：38百万円　ソフトウェア仮勘定：2百万円

今後の占いコンテンツ制作においては原則費用計上を予定

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

IP・データ・テクノロジーの事業展開サイクル

- **自社IPを起点に得られる占い・心理診断データをもとに、データ・テクノロジー事業を展開。**
- **データ資産をサービス開発や業務提携で幅広く循環的に活用し、顧客価値を高める。**



© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

時価総額100億円を意識した経営としての重点施策

- ミレニアル世代のライフスタイル市場を当社の成長機会ととらえ、成長戦略を実施していく。
- 重点施策として、キャッシュフローとROIの重視を念頭に、マーケティング施策と生成AIの活用を進める。

重点施策

1. マーケティングの効率性を高めていくこと

➡ Youtube、SNS、TikTok、コラボレーション・監修

2. 即効性のあるキャッシュ創出に取り組むこと

➡提携による導線拡大、コンテンツ制作の企画と品質向上、グッズ販売　(例)ステッカー

3. 生成AIの研究開発

➡コンテンツ制作における活用、IPプロデュースにおける活用



株価を意識した施策

1. 事業戦略においてキャッシュフローの出易さを考慮し、取り組みに優先順位をつけること

2. 株主優待を継続すること

➡資本戦略上の重要事項であり、個人投資家の皆さまのご要望で最も大きいと認識

3. 積極的なIR・PRを図る旨

➡事業進捗を適宜ステークホルダーの皆さまへお知らせする目的



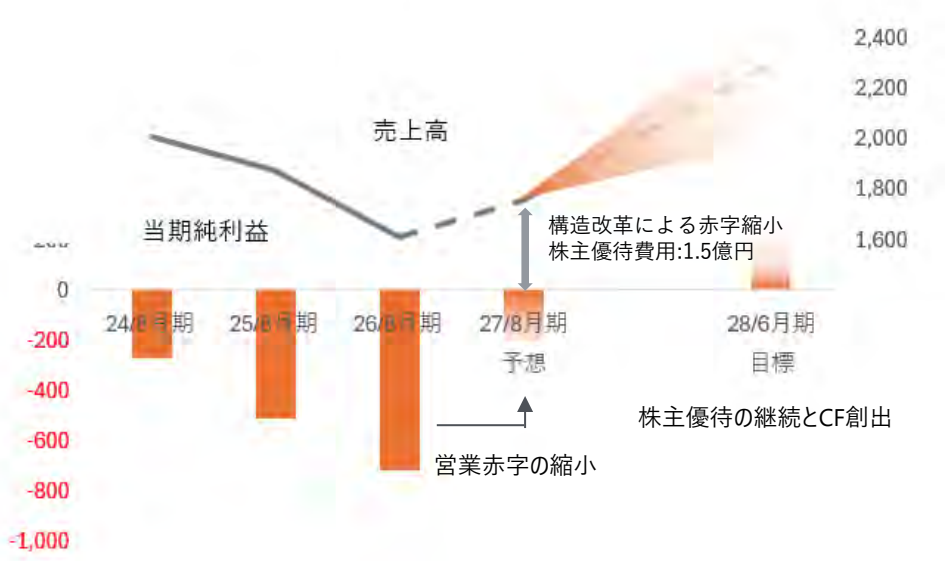
© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

中間株主優待の導入と資本市場との信頼関係構築

- **2024年8月期から株主優待を導入。**
- **株主の皆様に感謝の意を表すとともに、株主優待を資本市場との信頼関係構築の手段の一つとして位置付け。**
- **2026年8月期より中間優待を新設。今後も資本市場との信頼関係構築に努めてまいります。**

投資と業績のタイミングの考え方

- **構造改革は収益効果が比較的早い業務提携等を優先的に取組み**
- **キャッシュフローを重視した経営施策を優先し、早期の黒字化を図る**



株主優待制度

■ 対象となる株主様

毎年2月末日および8月31日現在で株主名簿に記載されている株主様のうち100株（単元株）以上を保有されている株主様

■ 優待の内容

中間優待（2月末日）
100株（単元株）以上：デジタルギフト 2,000円相当
100株（単元株）以上かつ1年以上継続保有：デジタルギフト 2,500円相当

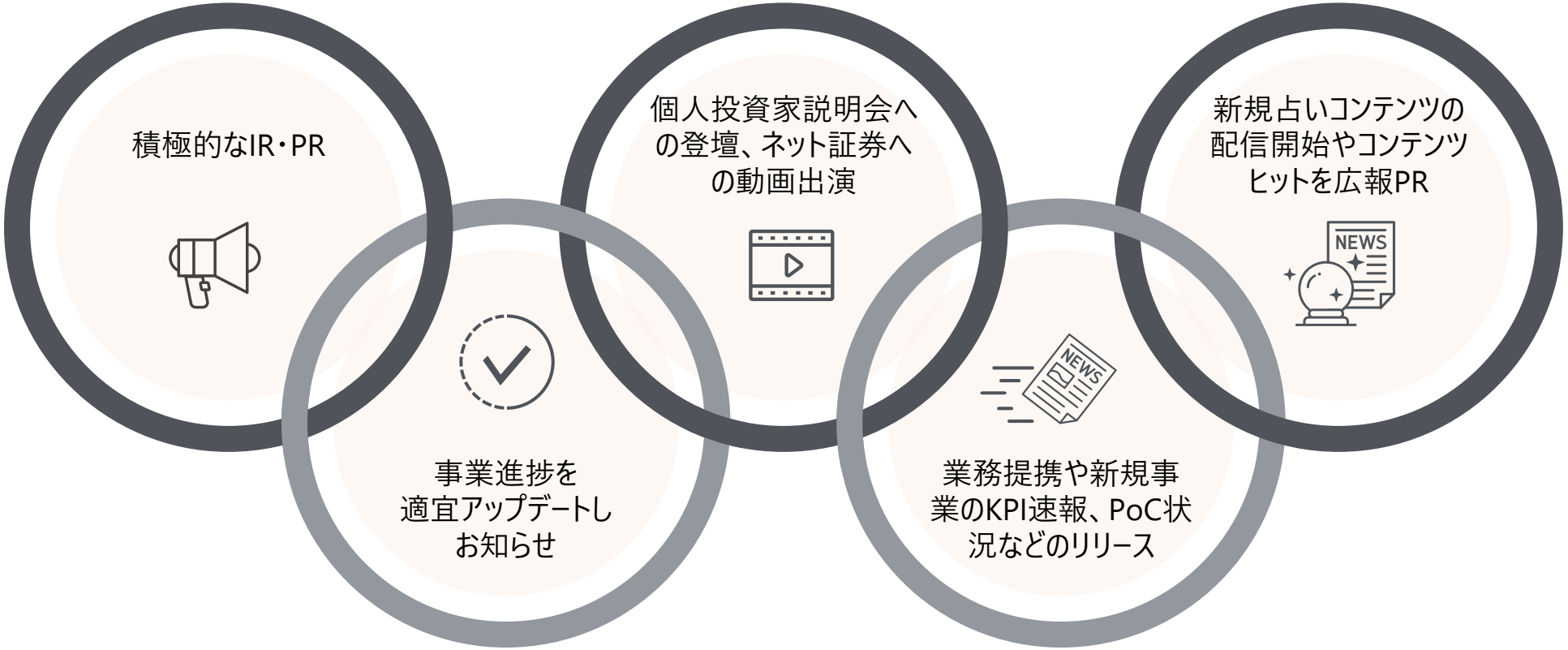
期末優待（8月31日）
100株（単元株）以上：デジタルギフト 2,000円相当
100株（単元株）以上かつ1年以上継続保有：デジタルギフト 2,500円相当

※継続保有期間1年以上の判定基準日は、従来どおり8月31日のみです。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

積極的なIR・PRの実施

- 投資家コミュニケーションを積極的に行い、株主の期待と不安に配慮したベンチマークを設定します。
- また、事業進捗に応じ、適宜ステークホルダーの皆様にお知らせしたい事項は広報PRと連携して発信いたします。



成長を応援してくれる株主の期待に応え、時価総額100億円を目指します。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

上場維持基準への適合状況

- **FY2025より引き続き基準に適合。**
- **今後も企業価値の向上と売買促進による株式流動性の向上のため「キャッシュ・フローおよびROI重視」の経営で収益の拡大を図る。**

項目		数値基準（上場維持基準）	当社状況（2026年8月末時点）	備考
事業計画	時価総額	40億円	**50億円**	（2026年6月～2026年8月平均）
流動性	株主数	150人以上	**29,314名**	（2026年8月末日時点単元株主数）
	流通株式数	1,000単位以上	**38,496単位**	（2026年8月末日時点）
	流通株式時価総額	5億円以上	**17億円**	（2026年6月～2026年8月平均）
	売買高	月平均10単位以上	**2,093単位**	（2026年1月～2026年6月平均）
ガバナンス	流通株式比率	25％以上	**34.06％**	（2026年8月末日時点）

- **流通株式比率の向上**

→ 一部役員等による当社株式の売却の実施や、第3回新株予約権の行使・売却に伴い流通株式比率が向上。

株主数増加

→ 2026年8月期より株主優待制度に、中間優待を導入。上記のとおり流通株式比率が向上していることに加え、本制度の認知が拡大したことにより株主数が増加していると推測される。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

04

事業におけるリスク情報

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

リスク情報：想定されるリスク 1

項目	影響する事業セグメント	リスクの内容	当該リスクが顕在化する可能性	発生想定時期	想定期間（短期/中期/長期）	影響度（大/中/小）	当該リスクへの対応策
ユーザーとの関係 	占い事業	ユーザーの趣味嗜好やニーズの変化に対応できず、利用者離れや売上減少が生じるリスク	中～高	–	短期～中期	中～大	• 主要ターゲット層の動向分析強化 • メニューの定期的リニューアル • A/Bテスト等による効果検証 • レコメンド機能の高度化 • UXリサーチの継続実施
占い師との関係 	占い事業	監修占い師の人気低下やイメージダウンにより、コンテンツの訴求力が低下し、売上が減少するリスク	中	–	短期～中期	中	• 占い師ポートフォリオの分散（特定人物への過度な依存回避） • コンプライアンス・SNS利用方針等の共有 • イメージ毀損時の代替コンテンツ・代替占い師の確保
著名占い師の獲得 	占い事業	著名占い師の獲得競争に伴うロイヤリティの上昇により、コンテンツの収益性が低下するリスク	中	–	短期～中期	中	• 契約条件・インセンティブ設計の適正化 • 社内ブランド・キャラクターの育成による自社IP強化 • 複数の占い師との長期的関係構築 • 監修コンテンツ別の収益管理
市場の変化 	占い事業	利用者ニーズや占い市場規模の変化、無料占いへの移行により、有料コンテンツの売上が減少するリスク	中	–	中期～長期	大	• 新しい課金モデルの開発（サブスク、ハイブリッド型等） • 無料コンテンツと有料コンテンツの役割整理 • 他ジャンル（診断・性格分析等）への展開 • BtoBデータ活用事業による収益源の多様化
人材 	全事業	人材確保の難航や主要人材の流出、外部への制作委託割合の上昇により、事業運営や収益性に影響するリスク	中	–	中期	中	• キャリアパスの整備・評価・報酬制度の見直し • 働きやすい環境整備（リモート、フレックス等） • 重要ノウハウのマニュアル化・仕組み化 • 社内で一貫して制作できる体制の強化

※ 当社事業において想定される事業リスクのうち、特に顕在化の可能性が高いリスクまたは顕在化した場合に影響が大きいリスクを記載しております。
※ その他のリスクについては有価証券報告書をご参照ください。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

リスク情報：想定されるリスク 2

項目	影響する事業セグメント	リスクの内容	当該リスクが顕在化する可能性	発生想定時期	想定期間（短期/中期/長期）	影響度（大/中/小）	当該リスクへの対応策
人材	全事業	開発人員の確保難やサービス内容・企画の変更により、開発が遅延し、サービス開始が遅れるリスク	中～高	–	短期～中期	中～大	• 採用戦略の見直し（待遇・ブランディング） • 外部パートナーやオフショアの活用 • アジャイル開発導入 • 開発優先順位付けの明確化とスコープコントロール
人材	全事業	コンテンツ制作に必要なクリエイター・制作人材の確保・育成が難航し、質・量の確保が困難となるリスク	中～高	–	短期～中期	中～大	• 採用力強化（待遇・働き方・ブランド向上） • 社内育成プログラムの整備 • 属人化を避ける制作プロセスの標準化 • 外部パートナーの開拓と質の管理
特定ジャンルへの依存	占い事業	占い分野への収益依存が高いことにより、市場・嗜好・競合動向次第で業績が大きく変動するリスク	中～高	–	中期～長期	大	• 占い分野における強み維持（データ・ブランド） • データ活用型BtoB事業や周辺領域への展開 • 事業ポートフォリオの多角化 • 定期的なポートフォリオレビュー
プラットフォーム依拠	全事業	プラットフォーム提供事業者等への販売依存により、配信停止・内製化・手数料引き上げ等の影響を受けるリスク	中～高	不明	短期～中期	大	• 取引先・プラットフォームの分散 • 自社メディア・アプリの強化 • 契約条件の見直し交渉 • リスクシナリオ別の売上影響試算と代替チャネルの開拓
検索エンジン	全事業	景気悪化や広告主の予算削減、検索エンジン（Google）のアルゴリズム変更等により、広告収入が減少するリスク	中～高	不明	短期～中期	中～大	• 広告以外の収益源拡大（課金・BtoB等） • 複数集客チャネルの活用（SNS、アプリストア等） • SEO以外の集客施策（広告、タイアップ、メール等）の強化

※ 当社事業において想定される事業リスクのうち、特に顕在化の可能性が高いリスクまたは顕在化した場合に影響が大きいリスクを記載しております。
※ その他のリスクについては有価証券報告書をご参照ください。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

リスク情報：想定されるリスク 3

項目	影響する事業セグメント	リスクの内容	当該リスクが顕在化する可能性	発生想定時期	想定期間（短期/中期/長期）	影響度（大/中/小）	当該リスクへの対応策
新たな取組み	新規事業	BtoBマーケティング支援・データ活用等で、顧客獲得や体制整備、法令対応が進まず、収益化の遅れや損失が生じるリスク	中～高	不明	中期～長期	大	• 段階的な投資 • 法務・個人情報保護の専門家関与 • 必要人材・ノウハウの計画的な獲得 • 撤退基準・KPIの事前設定と定期レビュー
システム管理・障害	全事業	自然災害・不正アクセス・過誤操作等によりシステム障害が発生し、サービス提供が停止・遅延するリスク	中	不明	短期～長期	大	• システム二重化・バックアップ体制の強化 • 災害復旧計画の整備・訓練 • 監視体制・インシデント対応手順の明確化 • 過誤防止のための権限管理・教育
法的規制	全事業	新たな法律・規制の制定により、事業運営が制約を受け、追加対応コストが発生するリスク	中	不明	中期～長期	中	• 法令・ガイドラインの定期的モニタリング • 法務・コンプライアンス体制の強化 • 表示内容・利用規約・フローの定期点検と見直し
個人情報保護	全事業	個人情報が社内管理の不備や外部からの侵入により漏洩し、損害賠償や信用失墜につながるリスク	中～高	不明	短期～長期	大	• アクセス制限やログ管理の徹底 • 脆弱性診断・セキュリティ製品の導入 • プライバシーマーク等に基づく運用徹底 • 従業員教育の継続 • 事故発生時の対応マニュアル整備

※ 当社事業において想定される事業リスクのうち、特に顕在化の可能性が高いリスクまたは顕在化した場合に影響が大きいリスクを記載しております。
※ その他のリスクについては有価証券報告書をご参照ください。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.



05

企業概要

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

企業理念

VALUE YOUR LIFE with Global Human Communication.

テクノロジーは日々驚くべきスピードで世界的に進化し続けています

私たちはこうしたテクノロジーの進化こそが
人々に新しいコミュニケーションをもたらすと信じています

私たちのミッションは デジタルコミュニケーションを通じて
人々を心から楽しませ 不安や悩みを解決する一助となり
世界的に人々が豊かな人間関係を構築し
社会がよりよくなるきっかけとなることです



© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

Media Kobo, Inc.
株式会社 メディア工房



社名	株式会社メディア工房
設立	1997年10月
資本金	451百万円
従業員数	56名　（8月末日時点：正社員数-連結）
平均年齢	38.9歳　（8月末日時点：グループ全体平均）
本社	東京都港区六本木7-15-9　住友不動産六本木セントラルタワー9階
子会社	3社（株式会社ミックスベース / 株式会社ギフトカムジャパン / 株式会社X square）
上場市場	東証グロース（3815）
事業内容	コンテンツ制作・配信事業・各種メディア事業　他
主要取引先	NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、ニフティ、LINEヤフー、ビッグローブ、グリーホールディングス、MIXI、ディー・エヌ・エー、楽天グループ、NTTドコモビジネス、iTunes（Apple Japan関連会社）　ほか

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

役員一覧



代表取締役社長
長沢　一男

日本債券信用銀行（現 あおぞら銀行）出身。2000年に当社代表取締役就任。



取締役
酒井　康弘

野村證券出身。2006年の当社上場に経営管理体制の整備で貢献。現在はOne to One Marketing事業等、複数部門の担当取締役。



取締役
長沢　匡哲

2002年当社入社、企画・モバイル・ゲーム・メディア等の各事業を統括し、現在はデジタルコンテンツ事業担当取締役。



取締役
長沢　和宙

富士通出身。2014年当社入社、2017年より当社取締役。現在はIPプロデュース、SNS運営、BtoB向けの業務提携等、複数部門の担当取締役。



社外取締役
五十部　紀英



社外取締役
和田　育子



社外監査役
大塚　尚



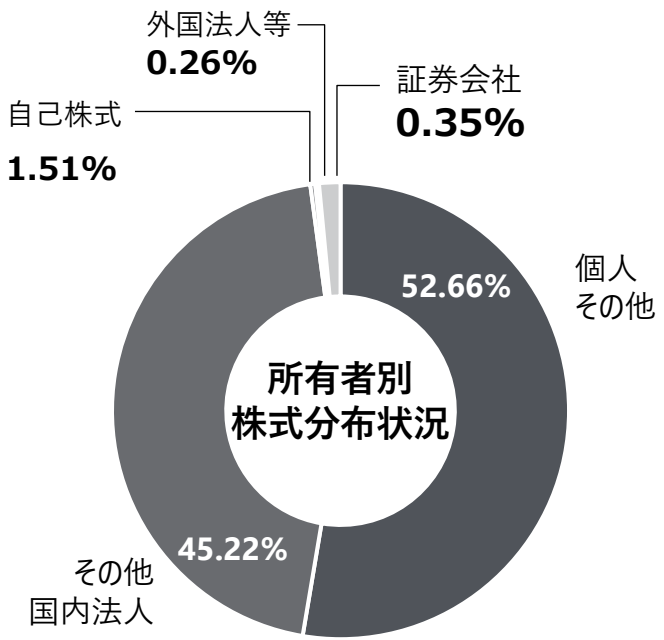
社外監査役
篠原　尚之

社外監査役
松川　和人

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

株主情報

上場証券取引所	東京証券取引所 グロース市場
証券コード	3815
発行済株式総数	11,300,000株
株主数	30,490名 （内 議決権を有する株主数 29,314名）



株式の流動性

流通株式数	38,496単位
流通株式比率	34.06％

大株主の状況

	株主名	所有株式数（株）	所有割合（%）
1	株式会社エヌカルテット	4,859,000	43.66
2	長沢　一男	1,846,300	16.59
3	長沢　敦子	182,600	1.64
4	マイルストーンキャピタル マネジメント株式会社	155,000	1.39
5	長沢　匡哲	86,700	0.78
6	株式会社千里眼	82,200	0.74
7	長谷川　かほり	24,900	0.22
8	モルガン・スタンレー ＭＵＦＧ証券株式会社	22,500	0.20
9	長沢和宙	19,800	0.18
10	酒井康弘	16,600	0.15

※ 当社は自己株式として171,144株（保有割合1.51％）を保有しておりますが、大株主の状況からは控除しております。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

連結貸借対照表（資産の部）

（百万円）	FY2025	FY2026	増減額	増減率（%）
流動資産	**1,860**	**1,041**	**▲ 818**	**▲ 44.0**
うち現金及び預金	1,595	816	▲ 778	▲ 48.8
うち売掛金	196	170	▲ 25	▲ 13.2
固定資産	**417**	**222**	**▲ 194**	**▲ 46.6**
うちソフトウェア	102	38	▲ 63	▲ 62.3
うちソフトウェア仮勘定	98	2	▲ 95	▲ 97.4
うち敷金及び保証金	94	46	▲ 47	▲ 51.0
資産合計	**2,277**	**1,264**	**▲ 1,012**	**▲ 44.5**

流動資産
- 現預金：借入金の返済(純額) ▲456百万円

固定資産
- ソフトウェアおよびソフトウェア仮勘定の減少：占い新フレームワーク/電話占い基盤システム等にかかる固定資産除却損82百万円
  電話占い用管理システム/BtoBソリューションシステム等にかかる減損損失142百万円

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

連結貸借対照表（負債／純資産の部）

（百万円）	FY2025	FY2026	増減額	増減率（%）
流動負債	**977**	**573**	**▲ 403**	**▲ 41.3**
うち買掛金	47	41	▲ 5	▲ 11.1
うち短期借入金	97	60	▲ 36	▲ 37.4
うち1年内返済予定の長期借入金	511	269	▲ 242	▲ 47.3
うち株主優待引当金	107	71	▲ 35	▲ 33.3
固定負債	**592**	**382**	**▲ 209**	**▲ 35.4**
うち転換社債型新株予約権付社債	300	300	–	–
うち長期借入金	292	77	▲ 214	▲ 73.3
負債	**1,569**	**956**	**▲ 613**	**▲ 39.1**
株主資本	**704**	**306**	**▲ 397**	**▲ 56.5**
うち資本金	451	451	–	–
うち利益剰余金	177	▲ 539	▲ 716	–
うち自己株式	▲ 366	▲ 72	294	–
新株予約権	**3**	**1**	**▲ 2**	**▲ 52.2**
純資産	**708**	**308**	**▲ 399**	**▲ 56.4**

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

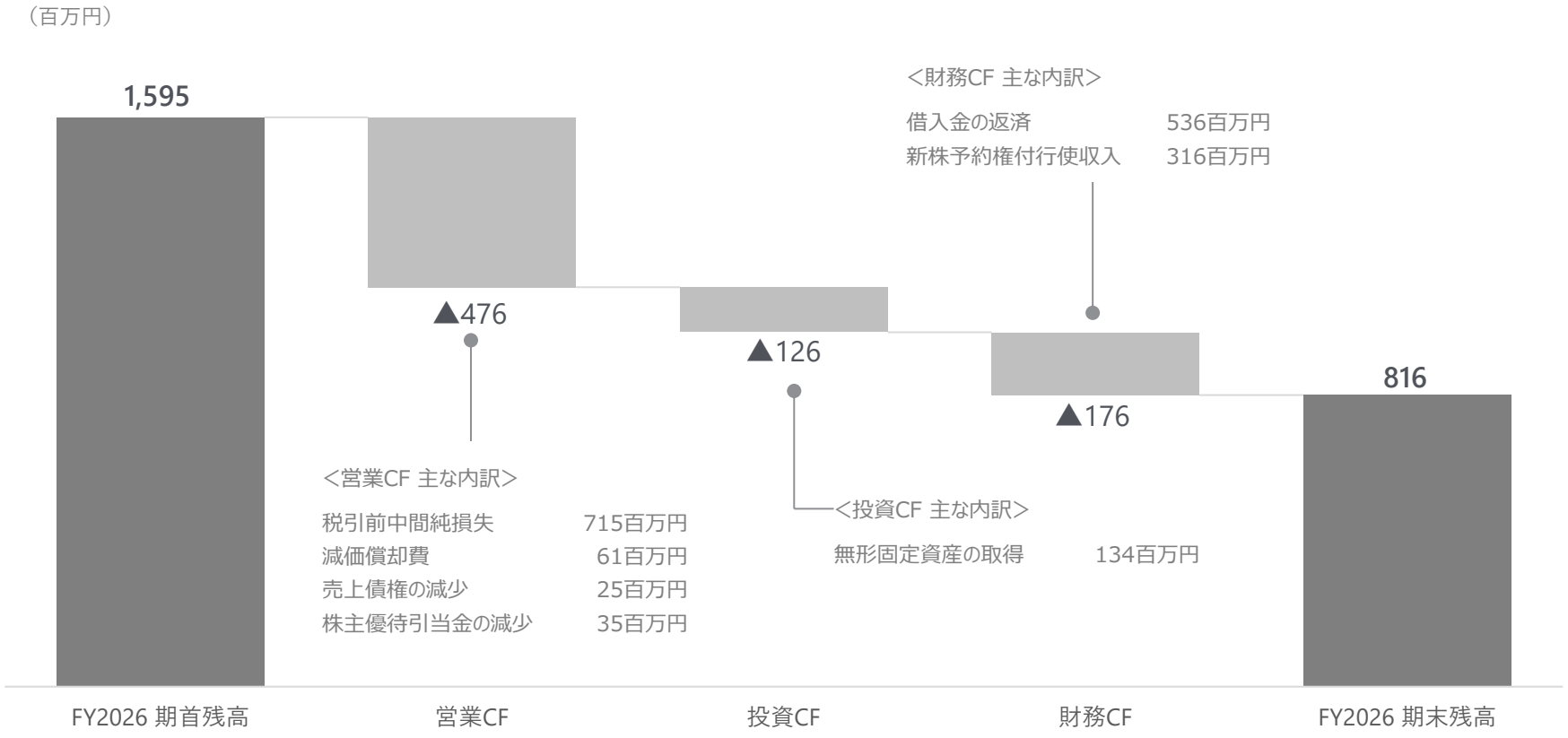
連結損益計算書

（百万円）	FY2025	FY2026	増減額	増減率（%）
売上高	1,873	1,612	▲ 261	▲ 13.9
売上原価	964	917	▲ 46	▲ 4.8
売上総利益	909	694	▲ 214	▲ 23.6
販売費及び一般管理費	1,232	1,228	▲ 4	▲ 0.3
営業利益	▲ 323	▲ 533	▲ 210	–
経常利益	▲ 317	▲ 537	▲ 219	–
親会社株主帰属当期純利益	▲ 508	▲ 716	▲ 207	–
一株当たり当期純利益（円）	▲ 50.21	▲ 66.61	▲ 16.40	–

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

連結キャッシュ・フロー計算書

- 手元資金の減少を踏まえ、キャッシュ創出力の回復を重視。コスト削減と収益力の改善を通じ、営業CFの改善を目指す
- 第三者割当による資金調達を通じた財務基盤の強化を推進（※）
- ネットキャッシュ　108百万円　フリーキャッシュフロー　▲602百万円



※ FY2025：ネットキャッシュ　694百万円　フリーキャッシュフロー ▲440百万円
※2026年10月5日付「第３回新株予約権の取得・消却及び第１回無担保転換社債型新株予約権付社債の償還（予定）並びに資金使途の変更並びに第三者割当による新株式及び第４回新株予約権の発行に関するお知らせ」をご参照ください。

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.

本資料に関する注意事項

当社は事業計画および成長可能性に関する事項について毎年事業年度末日から３か月以内に開示いたします。具体的には、当社は８月決算のため同年11月中に開示いたします。なお、事業計画および成長可能性に関する事項について変更等が生じた場合は速やかに開示いたします。

本資料は、当社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控え願います。

本資料に記載された意見や予測等の情報は、本資料作成時点の当社の判断によるものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。
そのため、事業環境の変更等の様々な要因により、実際の業績は、本資料に記載した将来の見通しと異なる場合があり、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありませんことをご了承ください。

■ 本資料に関するお問合せ　株式会社メディア工房　TEL ：03-5549-1804　MAIL : irpr@mkb.ne.jp
経営企画IR 担当　FAX：03-3586-4480　HP : http://www.mkb.ne.jp/

© Media Kobo, Inc. All Rights Reserved.