



2023年1月期 第2四半期 決算説明資料

2022年9月14日

株式会社 coly (東証グロース:4175)

株主・投資家の皆様へ

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」というビジョンの実現を目指し、自社運営のオリジナルIPを軸に、モバイルオンラインゲームと、その周辺事業の拡大に取り組んでおります。

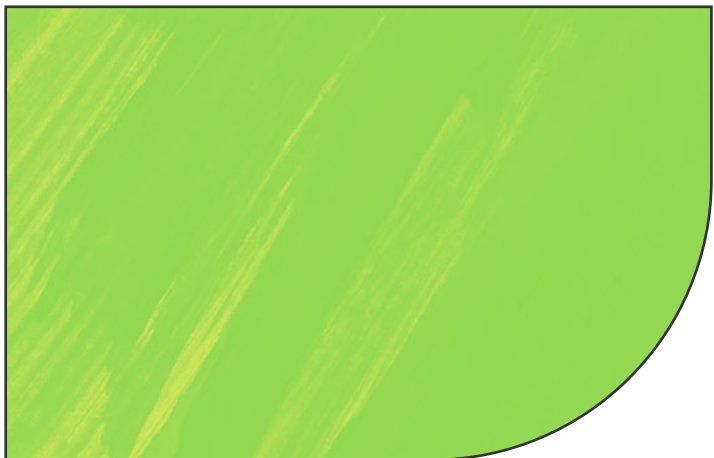
2023年1月期 第2四半期は、新作モバイルオンラインゲーム『&0』のリリースがあったものの、運営中タイトルの成熟による減収と、新規作品の研究開発費の増加、組織体制強化のための採用教育費といった販管費の増加により、前年同期比で減収減益の着地となりました。

今後につきましては、主要作品の大型イベントが控える第3四半期、第4四半期に向け、改めて施策の強化を行ってまいります。
また、パイプラインの拡充と、IP周辺事業の拡大に向け、成長のための地盤を固めてまいります。

株主の皆さまのご負託に応えられるよう、より一層努力を重ねる所存ですので、今後ともご指導・ご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2022年9月14日

代表取締役社長 中島瑞木



Agenda

01	当社のビジョン	03
02	コーポレートサマリー	07
03	2023年1月期 第2四半期業績	10
04	TOPICS	19
05	Appendix: 市場規模及び当社の優位性	33
06	Appendix: 今後の成長戦略	40
07	Appendix: 会社概要ほか	53

Agenda 01

当社のビジョン



もっとう、

私たちは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。

面白く

/ colyのものづくりの哲学

品質第一 × ユーザー様目線の組織 × IP戦略

品質を最優先にした
丁寧なものづくり

品質を支えるための
熱量が高い体制

IPホルダーとしての
多角的な事業展開

IPクリエイター& ディベロッパーとしての 事業拡張

IPクリエイター&ディベロッパーとして、モバイルオンラインゲーム及びそれより派生したグッズ展開(MD)^{*}事業を軸に、TVアニメ、漫画、舞台など様々な媒体に展開。また今後は協業による他社様IPの活用やM&Aを通じた事業の拡張を構想。



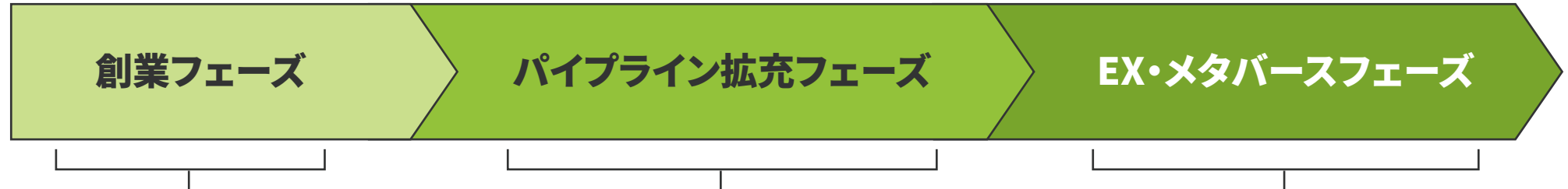
「EX」やメタバース時代の到来に向け、 足元ではパイプラインの拡充を最優先

あらゆる産業がデジタル化したDX (Digital Transformation) の先に、メタバースの時代や、感情をゆさぶる体験が最も重視されるEX (Entertainment Transformation)^{*} 時代の到来を見据える。足元では、創業以来培ってきたオリジナルIP制作のノウハウを軸に、作品開発、展開の多様化に注力しつつ、EX・メタバースフェーズに向けた地盤を固める。

2014年

2022年

2025年以降



創業フェーズ

パイプライン拡充フェーズ

EX・メタバースフェーズ

- ・オリジナルIP制作のノウハウ蓄積
- ・女性向けゲーム市場でのヒット創出

- ・新規作品の拡充
- ・作品の展開先の多様化
- ・作品お届けエリアの拡大
- ・EX、メタバース分野への展開着手

- ・メタバース分野での作品拡充
- ・EX分野での展開の多様化

^{*}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とを想定している。

Agenda 02

コーポレートサマリー



事業概要

足元では、モバイルオンラインゲーム事業と、
自社IPを活用したイベント実施やグッズ販売を展開中。

モバイルオンラインゲーム事業

ゲーム運営	新規作品の開発など
 <p>ドラッグ王子とマトリ姫</p>	<p>既存IP リニューアル 準備中</p> 
 <p>スタンドマイヒーローズ</p>	<p>新規作品</p> <p>『永久少年 Eternal Boys』 スピノフノベルゲーム フジテレビ様との協業案件として 開発中。</p>
 <p>魔法使いの約束</p>	<p>新規作品</p> <p>ドラッグ王子とマトリ姫 for Nintendo Switch</p>
 <p>&0 (アンドゼロ)</p>	

IPの活用事業(MD)



- ・イベントの実施
- ・グッズ開発、販売
- ・他社様とのコラボ等

沿革





Agenda 03

2023年1月期 第2四半期業績

2023年1月期 第2四半期業績について

- ／ 2Q累計の売上高は2,449百万円、営業利益は△173百万円
- ／ 対前四半期比では+16.7%の増収となるも、前年同期比では△16.8%の減収に
- ／ 開発体制・組織体制強化のための研究開発費や採用教育費といった販管費の増加により
営業赤字となった

2023年1月期 第2四半期 業績サマリー

前年同期比ベースではゲーム売上高・MD売上高ともに伸び悩み減収となった。また、新規作品の研究開発費や、組織体制強化のための採用教育費が増加し、減益着地。

売上高 2,449百万円

前年同期比:△493百万円(△16.8%)

モバイルオンラインゲーム 1,889百万円 前年同期比:△480百万円(△20.3%)

新規タイトル『&0』のリリースがあったものの、運営中作品の成熟による減収により、前年同期比で△480百万円の減収に。

MD 560百万円 前年同期比:△13百万円(△2.3%)

常設店舗「coly more! 池袋PARCO店」は引き続き堅調な動きを見せているほか、『魔法使いの約束』の2.5周年オフラインイベントに伴うグッズ売上が好調。一方で、運営中作品の成熟等による影響により、前年同期比では△13百万円の減収。

営業利益 △173百万円

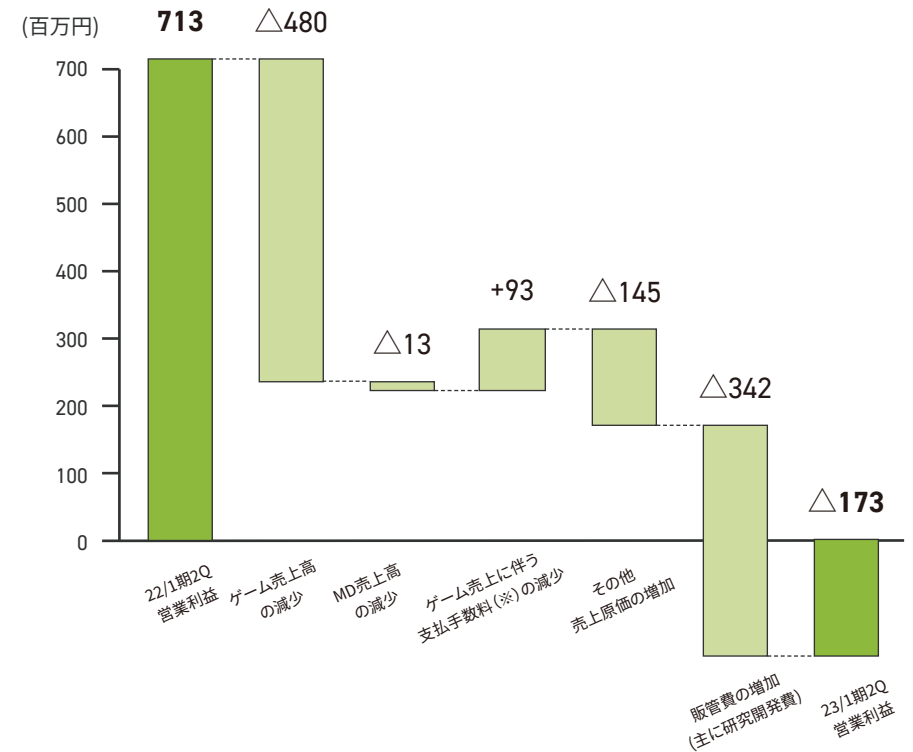
前年同期比: △886百万円(-%)

売上の減収に加え、研究開発費や採用教育費といった販管費の大幅増加により減益着地。

2023年1月期 第2四半期業績PL

(百万円)	第8期 2022年1月期 第2四半期	第9期 2023年1月期 第2四半期	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	2,943	2,449	△ 493	△ 16.8%
売上原価	1,459	1,510	+ 51	+ 3.5%
売上総利益	1,484	939	△ 544	△ 36.7%
販売管理費及び 一般管理費	770	1,112	+ 342	+ 44.4%
営業利益	713	△ 173	△ 886	-
経常利益	682	△ 172	△ 854	-
当期純利益	425	△ 108	△ 534	-

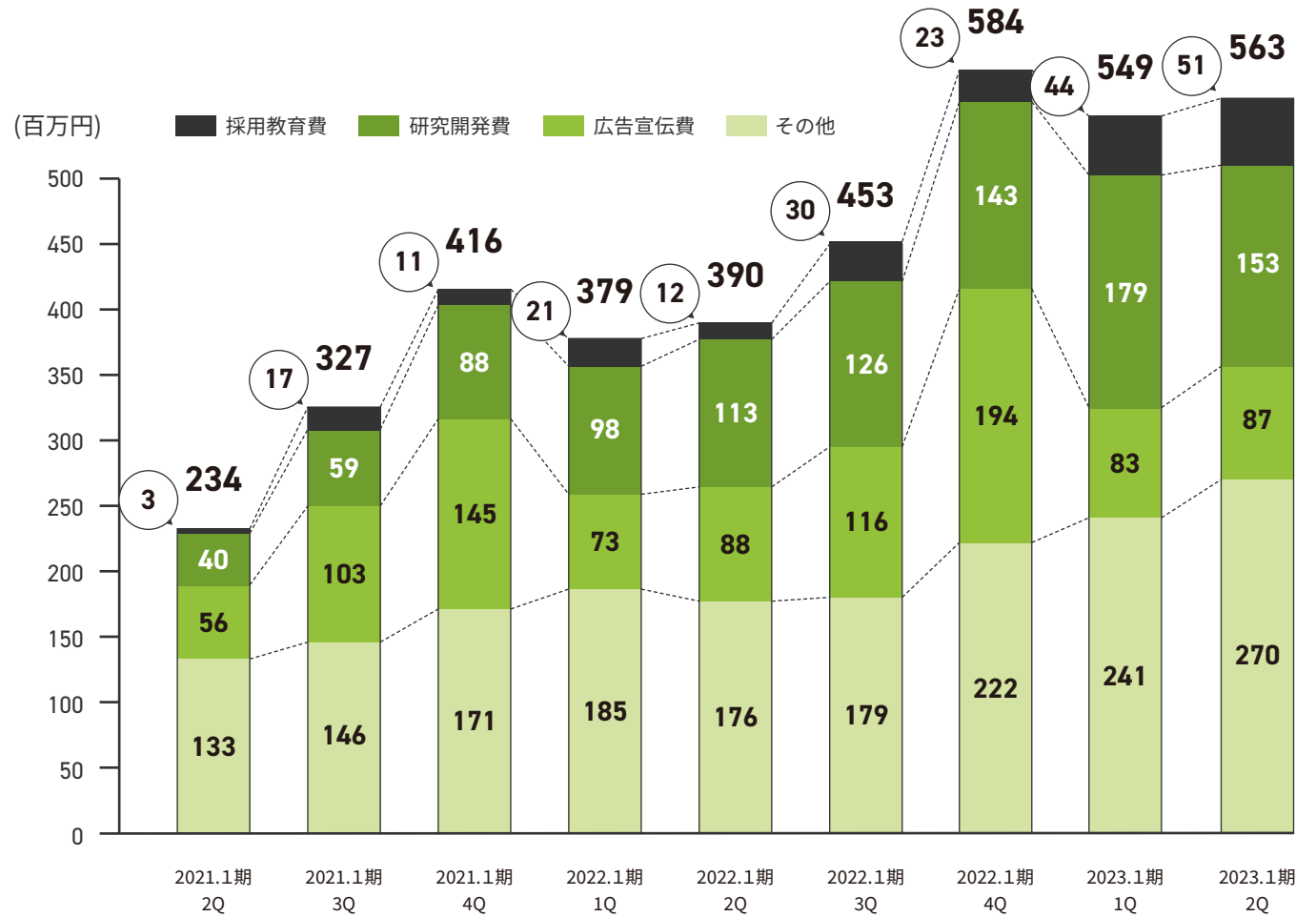
運営中作品の成熟により減収となったほか、新規作品の研究開発費、組織体制強化のための採用教育費・人件費の増加により減益着地。



※主にプラットフォーム運営事業者による配信及び代金回収代行業務に対する手数料。

販管費推移・内訳

新規タイトル『&0』をリリースしたことで研究開発費の計上額が1Q会計期間比較で減少したが、引き続き複数の新規作品開発を進行しており、前年2Q会計期間に対しては大幅に増加。また、組織体制強化のための採用教育費・人件費についても増加。



2023年1月期 第2四半期 BSサマリー

(百万円)	第8期 2022年1月期末	第9期 2023年1月期 第2四半期末	対前期末 増減額	主要因
流動資産	7,551	7,321	△ 230	-
（現預金）	6,899	6,723	△ 175	-
固定資産	208	366	+ 157	スタートアップ株式投資等により増加
資産合計	7,760	7,687	△ 72	-
流動負債	841	878	+ 36	-
負債合計	841	878	+ 36	-
純資産	6,918	6,809	△ 109	四半期純損失の計上により減少
負債純資産合計	7,760	7,687	△ 72	-

2023年1月期 業績予想について

2023年1月期の業績予想は、以下の理由から非開示といたします。

売上高に関して

- ・『&0』ほか、今期リリース作品のヒット度合い等の影響により、売上高の合理的な算出が困難であること
- ・運営中のゲーム作品に関して、環境の変化が速く、動向を予測することが困難であること
- ・常設店舗「coly more! 池袋PARCO店」のオープンをはじめとしたMD施策について、新型コロナウイルスの影響等により、予想される売上高の振れ幅が大きいこと

費用に関して

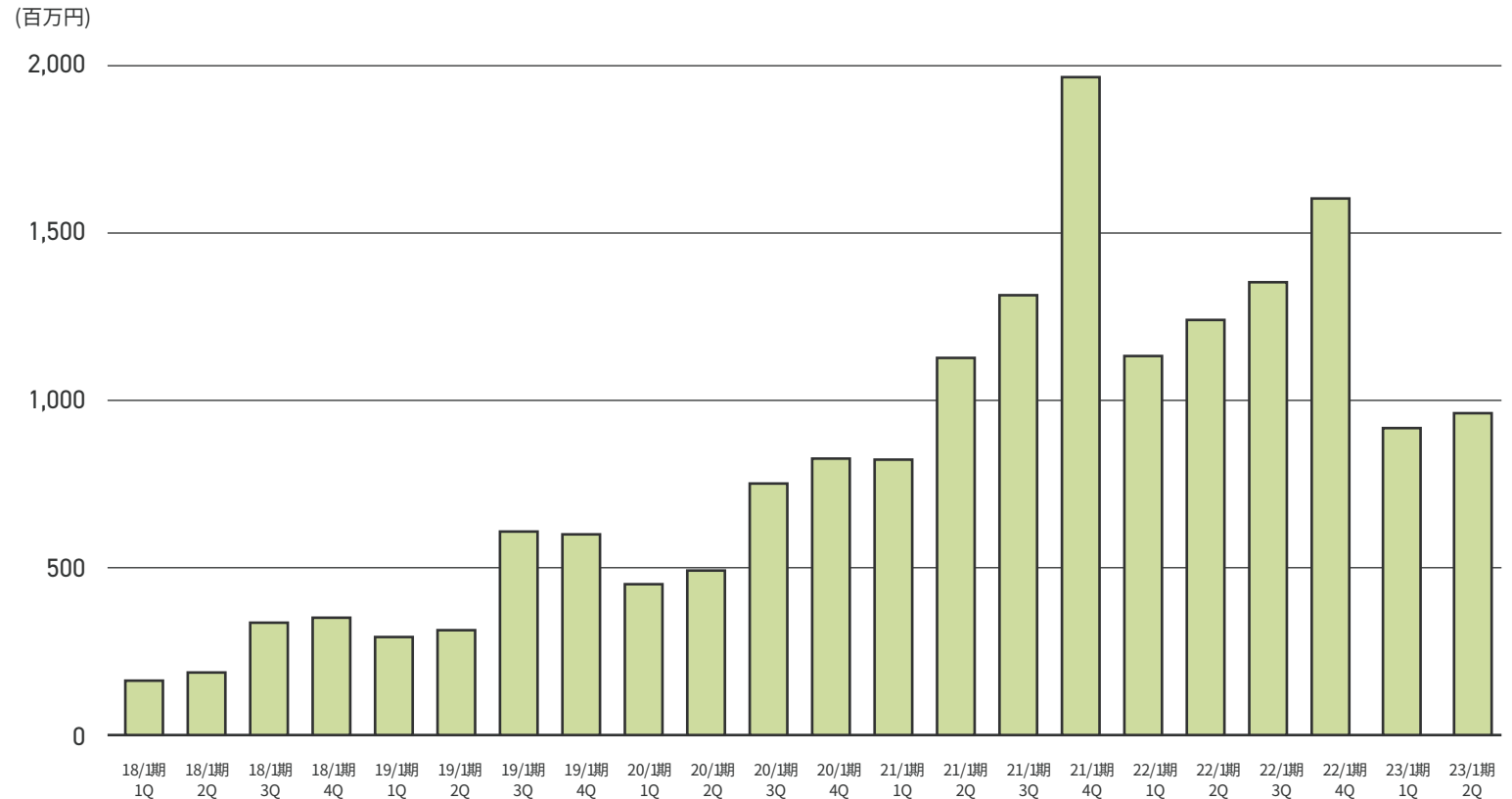
- ・大型タイトルを含めた新規開発着手を複数見込んでおり、研究開発費について現時点で未確定の部分が大きいこと
- ・上記開発人員も含めた採用人数について、現時点では見通せない部分が大きいこと

以上の点から、合理的かつ信頼性のある業績予想の提示が困難と判断いたしました。

今後の進捗を踏まえ、算定が可能になり次第、速やかに開示いたします。

当社の 業績傾向について

当社の売上高は、各タイトルの周年記念時期に開催されるイベントで特に大きく計上される傾向にある。現在運営している作品のうち、2作品の周年記念時期が3Q及び4Q会計期間に属していることから、23/1期についても売上が下期に偏重する傾向が予想される。



ゲーム売上高

業績推移

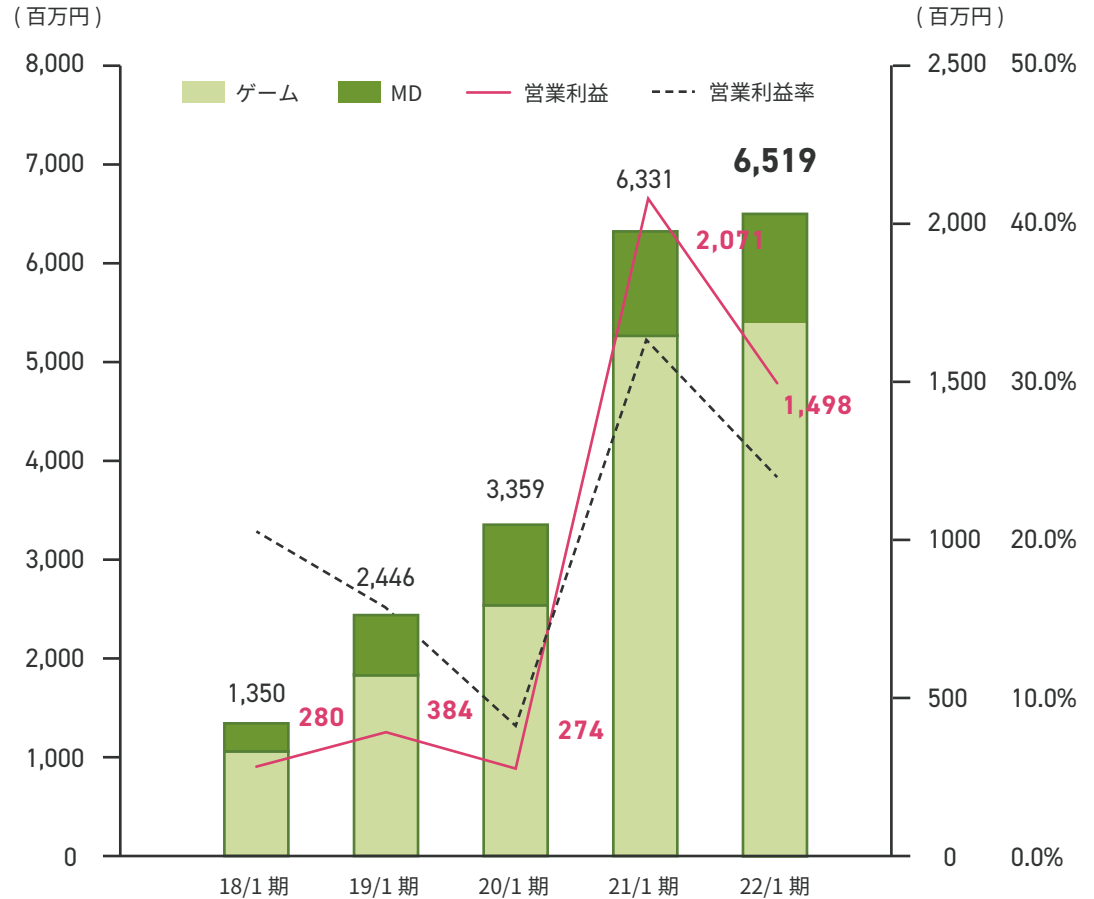
当社では事業規模を拡大し、収益性を向上させることが経営上重要であるという前提のもと、客観的な指標として売上高及び営業利益を重視。

売上高^{※1}

CAGR
48.2%

営業利益^{※2}

CAGR
52.2%



※1: 2018年1月期～2022年1月期までの売上高の年平均成長率
 ※2: 2018年1月期～2022年1月期までの営業利益の年平均成長率

Agenda 04

TOPICS

足元の主な取り組み

第2四半期の取り組み

ゲーム内の主な施策

- 新規タイトル『&0』のリリース
- 『スタンドマイヒーローズ』 × 『逆転裁判』 コラボ企画
- 『魔法使いの約束』 2.5周年記念キャンペーンの実施 ... 他

ゲーム外の主な施策

- 『ドラッグ王子とマトリ姫』 7周年ストア開催
- 『魔法使いの約束』 アニメイトフェアの開催
- 『オンエア!』初の舞台作品『ジュエルステージ「オンエア!」』上演 ... 他

第3四半期の取り組み

ゲーム内の主な施策

- 『スタンドマイヒーローズ』 6周年記念イベントの実施
- 『魔法使いの約束』リリース1000日記念キャンペーンの実施 ... 他

ゲーム外の主な施策

- 『SugarDia 原宿』 オープン
- 『スタンドマイヒーローズ』 6th Anniversary Store の開催
- 『魔法使いの約束』 ナンジャタウンコラボの開催 ... 他

第2四半期の取り組み



当社1作目である『ドラッグ王子とマトリ姫』は今年でアプリリリース7周年を迎えた。7周年を記念したポップアップストアを東京と大阪で開催。

7周年記念ストアの開催



アプリリリース7周年を記念した『ドラッグ王子とマトリ姫』のポップアップストアを、有楽町マルイ様・なんばマルイ様にて2022年5月26日から7月12日まで開催した。

第2四半期の取り組み

スタンド マイヒーローズ

5月には株式会社カプコン様が展開する『逆転裁判』シリーズとのゲーム内コラボイベントを実施し、両IPのファンのみなさまにお楽しみいただきました。また、毎年実施しているジュンブライドイベントでは、ARPPUが前年比+7.2%となるなどご好評をいただく。

各種ゲーム内イベントの実施



コラボイベント「逆転マイヒーローズ」では、“法廷バトル”ゲーム『逆転裁判』シリーズのキャラクターとコラボしたイベント限定ストーリーや限定ガチャを実施。イベント期間中のパズルクリア総数は7百万回を超えるなど、大きな反響をいただく。



各種オフライン施策の実施



「スタンドマイヒーローズくじ2」を全国のローソン・HMV様にて発売したほか、他社様と連携し、限定ショップやカフェでのオフラインコラボ施策を多数実施。

第2四半期の取り組み



2018年にリリースした『オンエア!』は2022年8月に4周年を迎えた。2020年10月のサービス終了後、2022年1月31日まで一部機能制限アプリを公開していたが、現在はIP展開で作品の魅力をお届け。

『オンエア!』初の舞台化



2022年6月には舞台作品『ジュエルステージ「オンエア!」』が上演され、続編の制作も決定。今後、完全新規書き下ろしのボイスドラマCDの発売や4周年アニバーサリーストアの開催も予定されており、グッズ・メディアミックス展開により引き続き積極的に事業展開予定。

ゲーム展開終了後も、グッズ・メディアミックス展開により引き続き積極的に事業展開予定。

第2四半期の取り組み



5月にはリリース2.5周年を記念したキャンペーンを、6月には毎年好評いただく「ジュンブライド」イベントを実施し、ユーザー様に『魔法使いの約束』の魅力をお届け。メインストーリー第2部の配信も引き続き好評をいただいております。配信日以降の平均DAUは上昇傾向にある。

2.5周年記念キャンペーンの実施



2.5周年記念キャンペーンでは、最大41連のガチャが無料となる施策や、Twitterのハッシュタグを用いた連動企画などのキャンペーンを多数実施。

オフライン施策の積極実施



全国のアニメイト店舗様にて「魔法使いの約束フェアinアニメイト」を開催。また、アニメイト池袋店様では期間限定で「2.5Anniversary ONLY SHOP」を開催したほか、7月には東京・大阪のcookpadLive cafe様でコラボカフェを開催。

ジュンブライドイベント「花雨をシェリーと見上げて」の実施



ジュンブライドイベントでは、限定ガチャのほか、プロポーズの日当日には限定ホームボイスを実装し、ジュンブライドを盛り上げた。

第2四半期の取り組み



2022年5月30日、当社5作目となるゲームアプリ『&0』をリリース。リリース前後には記念キャンペーンを実施するなど、オンライン・オフラインでの各種プロモーションを展開。

5作目となる新作タイトル『&0』をリリース



「めくるめく謎と一生ものの恋」を体験できる、探偵&恋愛シミュレーションアプリ『&0』を5月30日にリリース。ゲーム内にてリリース記念キャンペーンを多数実施したほか、リリース後も継続的にイベントを実施し、ユーザー様へ『&0』の魅力をお届け。

リリースに合わせた積極的なプロモーション展開



リリース当日の5月30日～6月30日には池袋ナンジャタウン様にて、7月9日～7月31日には『&0』のモデルとなった新宿エリアの新宿マールi 本館様・新宿マールi アネックス様・新宿マールi メン様でプロモーションイベントを開催。

第2四半期の取り組み

coly more!

「colyの作品を、もっとそばに」をコンセプトに、2022年4月にオープンした『coly more! 池袋PARCO店』は引き続き多くのお客様にご来店いただいている。

新商品の販売



オープン以来、定期的に新商品を発売している。感染症対策のため、新商品発売日などの混雑日は事前申し込みの抽選入場制度をとり、お客様に安心してお買い物を楽しんでいただける環境づくりをおこなっている。

第3四半期の取り組み



第3四半期についても、引き続きNintendo Switch版の開発を進行。

第3四半期の取り組み



8月から9月にかけて、カラオケまねきねこ様とのコラボキャンペーンを実施しているほか、第4四半期に控えている各種展開を準備中。



第3四半期の取り組み

スタンドマイヒーローズ

2022年9月5日にアプリリリース6周年を迎えた。6周年を記念し、ゲーム内では10大キャンペーンを実施し周年を盛り上げたほか、3Qから4Qにかけて、全国各地で6周年アニバーサリーストアを展開中。

6周年記念イベントの実施



6周年を記念したイベントでは、「6th Anniversary スタマイパーティ」をはじめとする10大キャンペーンを実施し、ご好評をいただいている。

各種オフライン施策の実施



8月には限定デザインの「ラブ・ライナー（発売元：msh株式会社様）」をマツモトキヨシ・ココカラファイン様にて発売。ゲーム内でも同アイテムが登場するなど、オンライン・オフラインの両軸でコラボを盛り上げた。また、9月以降、6周年を記念したアニバーサリーストアを全国5か所で順次開催。

第3四半期の取り組み



8月にはアプリリリース1000日記念キャンペーンを実施したほか、8月以降、他社様とのオフラインコラボ施策を実施。引き続きアプリ内外の施策を積極的に展開していく。

アプリリリース1000日記念キャンペーンの実施



アプリリリース1000日を記念したキャンペーンでは、限定ログインボーナスの配布や期間限定ステップアップガチャ「魔法使いパーティー」を開催し、リリース1000日を盛り上げた。

各種オフライン施策の実施



8月以降は「魔法使いの約束 in NAMJATOWN 魔法使いと夢色パーティー」、9月以降は「魔法使いの約束×アニメイトカフェ出張版」の開催など、他社様とのオフラインコラボ施策を実施。

第3四半期の取り組み



5月30日のリリース以降、オンライン・オフラインともに積極的に施策を実施し、ご好評をいただいている。3Qについても様々な施策を予定しており、ユーザー様へ『&0』の魅力をお届け。

ゲーム内イベントの実施



季節に合わせたストーリー分岐イベントを実施し、1回のイベントで2つのストーリーをユーザー様へお届けしたほか、9月以降も様々なイベントを予定している。

各種オフライン施策の実施



MDの新商品を定期的に発売しているほか、2022年10月中旬からは飲食店ブランド『SugarDia』とのコラボを予定している。

第3四半期の取り組み



EX時代の到来を見据え、テイクアウト用の揚げ菓子・ドリンクを提供する飲食店ブランド『SugarDia』を立ち上げ。



9月14日には東京・原宿に第一号店となる『SugarDia 原宿』をオープン。今後はIPとのコラボも予定しており、「日常を“もっと甘い”時間に」のコンセプトのもと、スイーツとエンタメのコラボによる豊かな感情体験を日常の空間で提供する。

コラボ第一弾：『&0』2022年10月中旬～ 予定

新規ゲーム & リニューアル展開

2022年内を予定していた『スタンドマイヒーローズ』のリニューアル展開は2023年春へ延期を決定。2022年冬以降は『永久少年 Eternal Boys』スピンオフノベルゲームのリリースを予定している。また、『ドラッグ王子とマトリ姫 for Nintendo Switch』や新規作品の開発が複数進行しており、開発に上場時調達資金及び手元資金の一部を投下予定。



Agenda 05

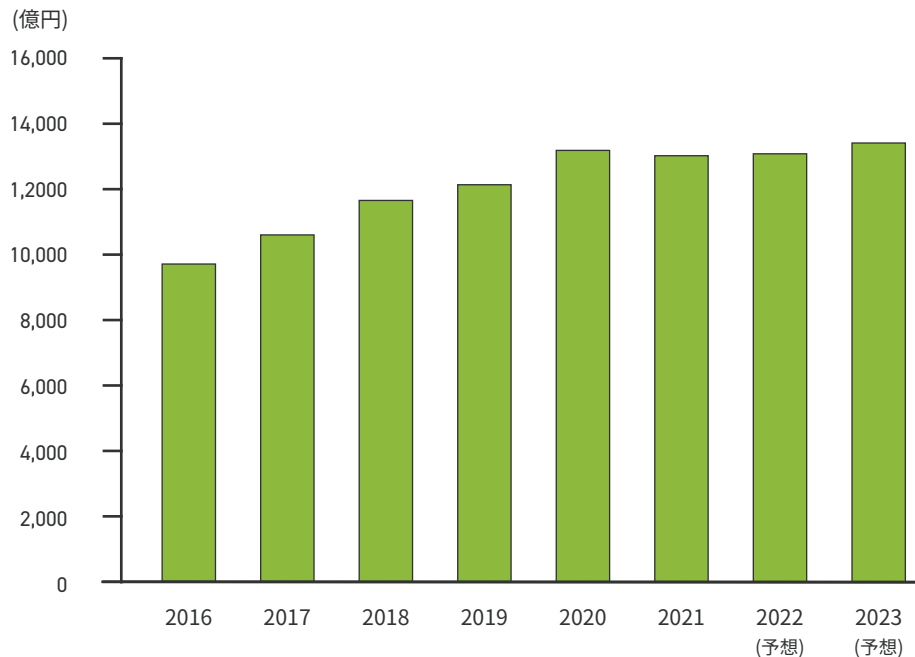
Appendix: 市場環境及び当社の優位性



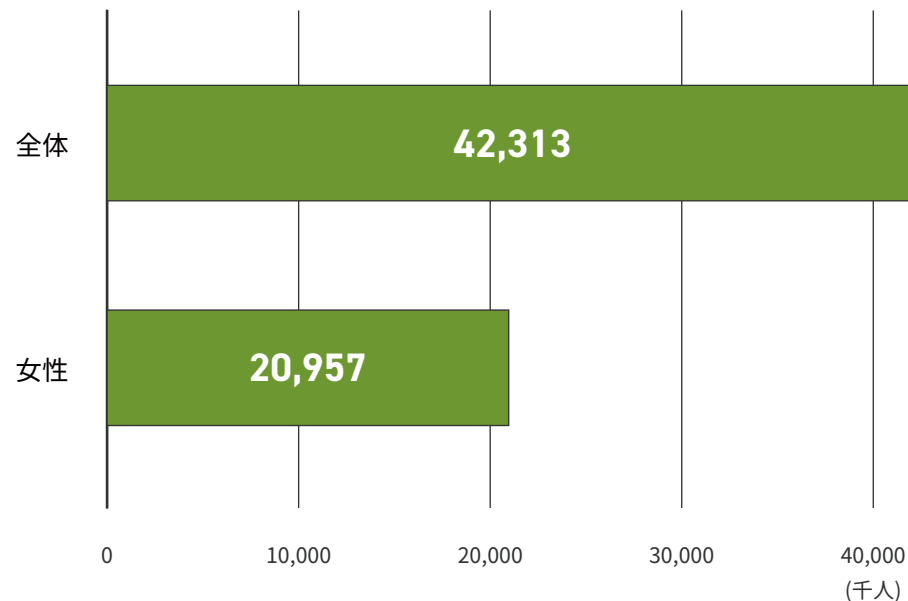
増加する女性のゲームユーザー

モバイルオンラインゲーム市場の拡大とともに、**女性のユーザー数も増加**しており、市場で存在感を増す。

スマートフォンゲーム市場推移¹



スマートフォンゲーム 推定男女別ユーザー数 (2021年)²



※出所1: 「ファミ通ゲーム白書 2022」株式会社角川アスキー総合研究所、国内オンラインプラットフォームゲームコンテンツ市場規模推移「ゲームアプリ (スマートデバイス+SNS)」より当社作成

※出所2: 「ファミ通ゲーム白書 2022」株式会社角川アスキー総合研究所、ユーザーマーケティング「スマホユーザーユーザー数」より当社作成

キャラクターを中心としたコンテンツ市場の特徴

世界観やキャラクターなど、IPの魅力を伝えるためのコンテンツがゲームアプリ以外の媒体にも大きく広がっていることが特徴。様々な媒体でユーザー様とコミュニケーションが可能になる。

各媒体推定市場規模
(グッズ・漫画は2021年度、その他は2020年度のデータ)



コンテンツの成長に伴い、
当社MD売上高も右肩上がり増加

直近5年(18/1期~22/1期)の
MD売上高

CAGR
43.8%

※出所1: 全国出版協会・出版科学研究所『出版月報』2022年2月号

※出所2: 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」

※出所3: 一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2021』内「アニメ業界市場(狭義のアニメ市場)」、「2020年ライブエンタテインメント市場」2.5次元ミュージカル(びあ総研調べ)及びアニメカフェ

当社の競合環境・ 競争優位性

拡大傾向にある女性向けコンテンツ市場を軸に、当社独自の**組織体制・事業構造**により高い成長率・収益性を実現。高いヒット率を誇る。

当社の強み

高い内製化率



ユーザー様目線を持つ社員比率の高さ



ゲーム及びIP活用事業
両輪での成長



競合環境から見た当社の優位性

売上総利益率 51.1% (競合他社平均30.8%)[※]

開発・制作工程を内製化することでコストを抑制、社内でノウハウが蓄積することで、売上高の伸びに比例した利益成長を実現。

ユーザー様目線の開発による高いヒット率

女性社員比率が7割以上と高く、ユーザー層から当社に入社した従業員も多数在籍。22/1期の累計においては自社開発の4作品を黒字計上。

売上高比率 ゲーム8割:MD2割

自社IPを活用したMDの積極展開により、開発依存=コスト負担増という悪循環を防ぎつつ、売上高の成長角度を向上。

積極的な内製化等による高い売上総利益率

中長期的なノウハウ蓄積と、コスト削減等の効率化のため、**開発部門の内製化を重視**。その結果、他社と比較して高い売上総利益率を実現。

ゲーム開発・運営の積極的な内製化



システム



デザイン

- ・開発ノウハウや汎用的な技術資産が蓄積
- ・コミュニケーションも含め長期的な高効率化

共通のビジョンのもと、作品の品質を継続的に向上

競合他社と比べ高い売上総利益率[※]

売上総利益率

coly 51.1%

競合他社平均 30.8%

内製化等の取り組みの結果、高い売上総利益率を実現

ユーザー様と近い視点での 独自の企画・開発・運営力

ユーザー様目線の企画・運営力



女性社員比率 **72.0%**



全社員平均年齢 **29歳**

- ・全社員の7割以上が女性社員
- ・多様な見識を持つ社員層

ユーザー様に面白いと思ってもらえる作品を企画・ディレクション

作品の増加に伴い、認知度が向上し、当社に対する**志望度の高いご応募が増加**。これにより、当社作品へのエンゲージメントが高いメンバーが集まり、**ヒット作を生み出せる組織が実現**。

スキルに加え、ビジョン重視の採用を実施

採用基準

- ・「もっと、面白く」への共感
- ・下記3点の当社価値観への共感

徹底的で、創造的

協調性

持続可能性

ゲームと IP活用事業 両輪での成長

様々な媒体でメディアミックスを行い、多様なお客様にコンテンツをお届けすることで、**IPとして永く愛されることを目指す。**

アニメ『スタンドマイヒーローズ』放映

※2019年10月7日～12月23日



アニメ放映に連動したゲーム内イベントの開催

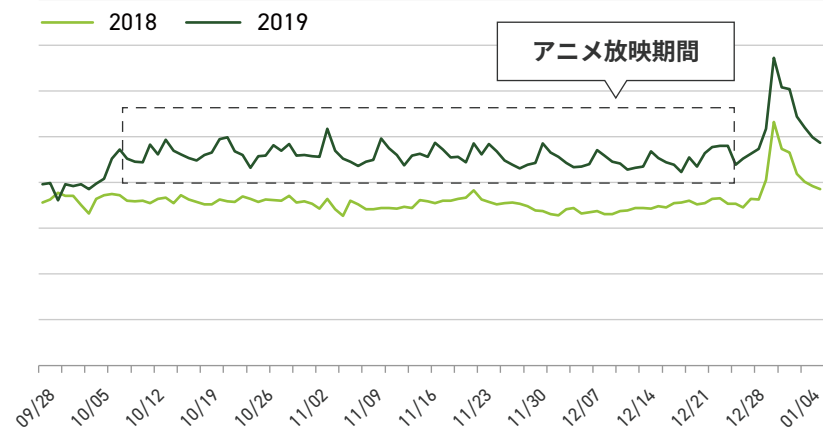
アニメ放映に連動したゲーム内イベントの開催

- ・消費ハート^{※1}半減キャンペーン
- ・SSR 確定ガチャチケット全員配布キャンペーン
- ・ゲーム内特別アイテムプレゼントキャンペーン

アニメ放映記念 MD 展開

- ・アニメ版グッズ展開
- ・アニメ × レジャー施設コラボ (カラオケ等)
- ・アニメ × 他社様コラボ

アニメ放映前後の DAU^{※2}推移 (前年同期間比較)



対前年同期間比月次平均 DAU^{※3} (10月～12月)

+28.5%

※1: スタンドマイヒーローズ内のパズルゲームをプレイするために必要となるゲーム内スタミナ

※2: Daily Active Users の略、1日に1回以上ログインしたユーザーの人数

※3: 1日に1回以上ログインしたユーザー数の月次平均値



Agenda 06

Appendix: 今後の成長戦略

今後の成長戦略

高品質な作品の継続的な制作に加え、
1作品当たりの展開の多様化と、
他社様との協業等により更なる広がりを目指す。

新規作品の拡充

① 自社作品の創出

② 他社様との協業

作品の展開先の多様化

③ 続編展開

④ MD展開

⑤ メディアミックス

作品お届けエリアの拡大

⑥ アジア

⑦ 欧米

① 自社作品の創出

② 他社様との協業

新規作品の開発方針の枠組み

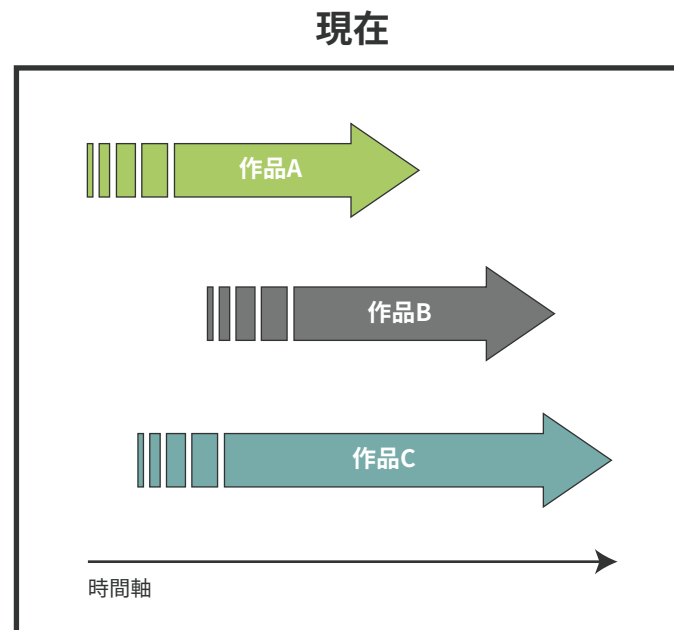
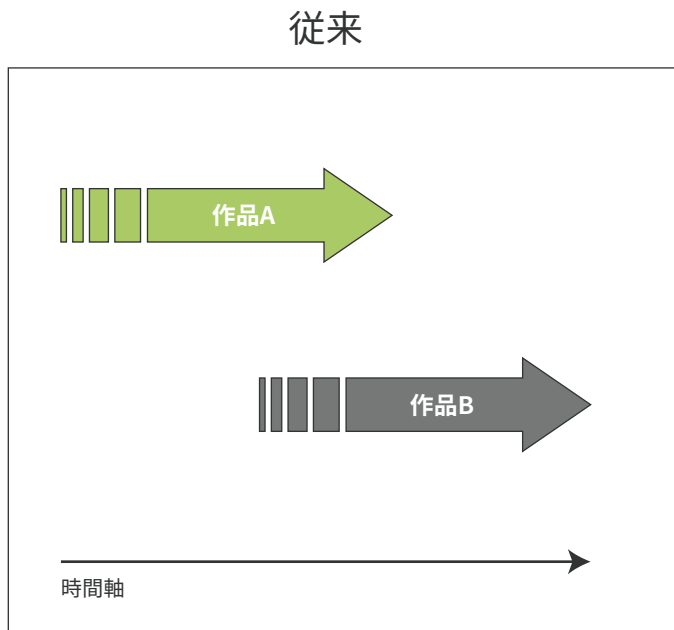
開発においては、いずれの作品規模についてもクオリティを最重視し、ひとつひとつの作品を丁寧に制作する。また今後は、さらに大規模な作品を、従来より時間をかけて制作することも想定する。

制作方針の例	安定運営を目指す作品	業績を牽引する作品	新たな挑戦を伴う作品
開発に必要な期間	1~2年	2~4年	3~5年
年間売上目標 (百万円)	~500	500~5,000	5,000~

① 自社作品の創出

新規作品の開発体制

運営中の作品開発で得たノウハウと、強固な組織をもとに、同時に複数の作品を妥協することなく丁寧に制作する。



従来は、リソースの問題等で2つの作品を同時期に制作することは難しかったが、
現在では人材の採用とノウハウの蓄積により、複数タイトルを並行して開発することが可能となっている。

② 他社様との協業

他社様との協業や 業務提携等による 収益の拡大

これまで培ってきた企画・開発ノウハウを生かし、他社様と協業することで、**事業スケールのさらなる拡大**を図る。また、当社とシナジーが見込める企業様との**M&Aも含めた業務提携**も検討することで、成長角度の向上を狙う。

① 自社作品



② 他社様 IP

出版社

アニメ制作会社

著作権管理会社

③ 他社様との業務提携等[※]

当社とシナジー創出効果の見込める会社様

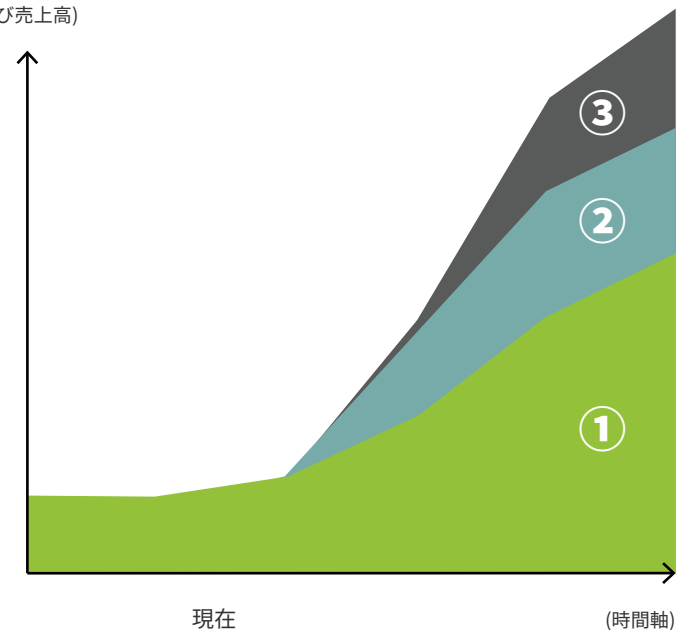
アニメ制作

出版社

飲食

グッズ

他社様 IP 参入及び業務提携等による成長イメージ

(ユーザー数
及び売上高)

③ 続編展開

10年以上続く作品作り

『スタンドマイヒーローズ』について、2023年春のリニューアルを発表。新たな展開により、初期からのユーザー様にも、新しいユーザー様にも永く愛される作品作りに取り組む。

作品の長期的な継続と拡大を行い、より多くの方により永くお楽しみいただく。



ドラッグ王子とマトリ姫

当社1作目のノベルゲーム。



スタンドマイヒーローズ

1作目の世界観をより広げ、パズルゲームとして制作。



2022年で7周年を迎えた



NEW!

スタンドマイヒーローズ

STAND MY HEROES

スタンドマイヒーローズ(リニューアル展開)

2023年春にリニューアル展開を予定。

④ MD展開

社内連携を駆使した 自社 MD 展開

アプリ以外のIP展開においても**作品の世界観**を高いクオリティで楽しんでいただくため、グッズ企画・制作・販売等を自社展開。総合エンターテインメント企業として、今後もゲームにとどまらない多面的な展開を目指す。

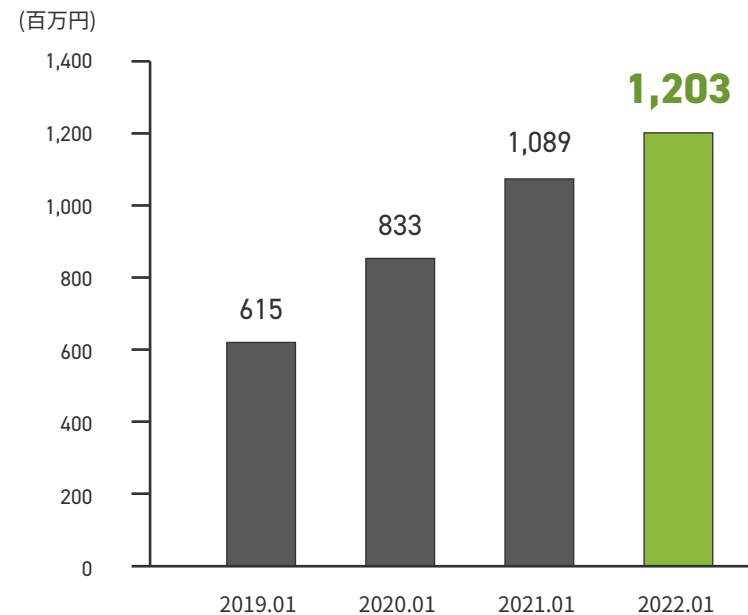
自社展開のメリット

- ・自社企画による高クオリティな制作
- ・ゲーム内施策との連動
- ・自社ECサイト、自社運営店舗による販売コスト削減
- ・高い利益率の実現



4月には、初の常設店舗「coly more!」を池袋PARCOにオープンした。

MD売上高の推移



④ MD展開

⑤ メディアミックス

メディアミックス事例

IPを軸に、舞台やアニメといったエンタメコンテンツから、宿泊施設とのコラボ等幅広い媒体に展開。

2.5次元舞台



例:舞台まほやく製作委員会
舞台『魔法使いの約束』

宿泊施設とのコラボ



例:池袋サンシャインシティプリンスホテル様

インターネットラジオ



例:タブリエ・コミュニケーションズ株式会社様
各キャラクターの声優様にご出演いただくラジオ番組

アニメ



OVA 『スタンドマイヒーローズ WARMTH OF MEMORIES』 2023 年配信予定

漫画



例:株式会社一迅社様
『魔法使いの約束』コミック・アンソロジー

テーマパーク

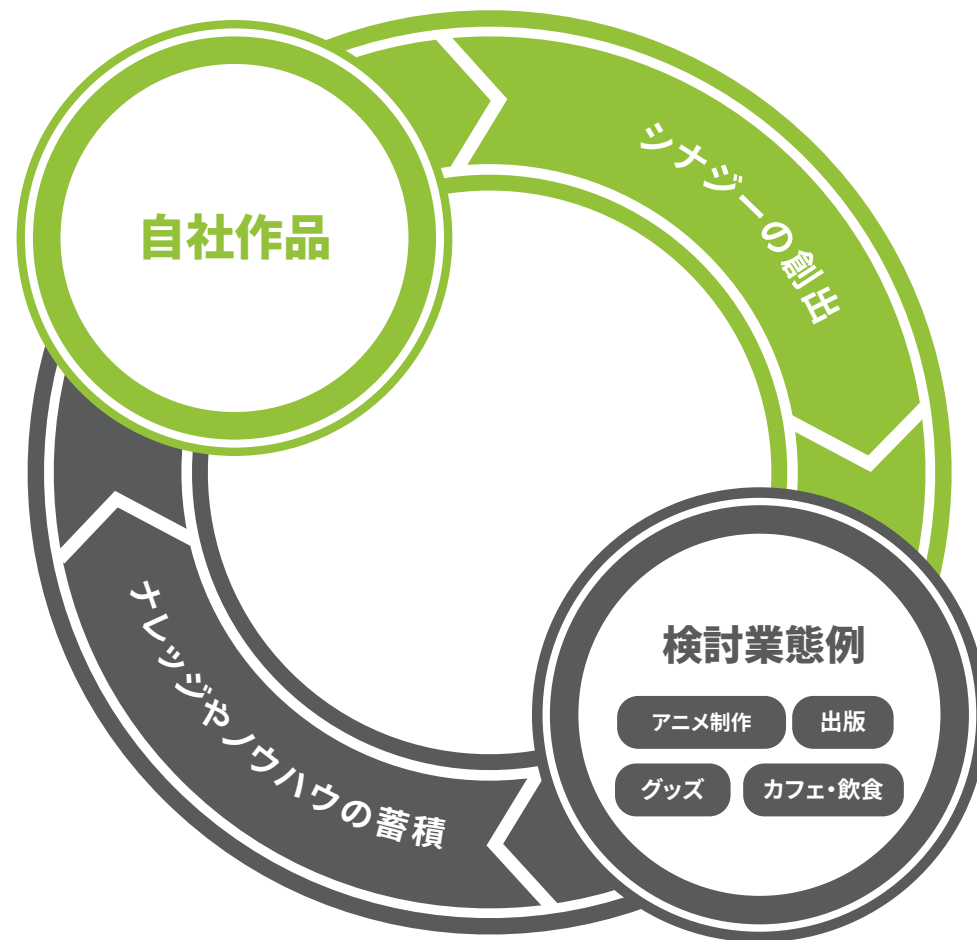


例:株式会社よみうりランド様
『スタンドマイヒーローズ×よみうりランド』
コラボ企画

⑤ メディアミックス

シナジー効果を生み出す 業務提携等を推進

メディアミックスの展望のひとつとして、アニメ業界や飲食業界など、弊社IPとシナジーの高い企業様との業務提携を強化予定。シナジー効果を最大限に発揮するため、M&Aの検討も視野に入れる。



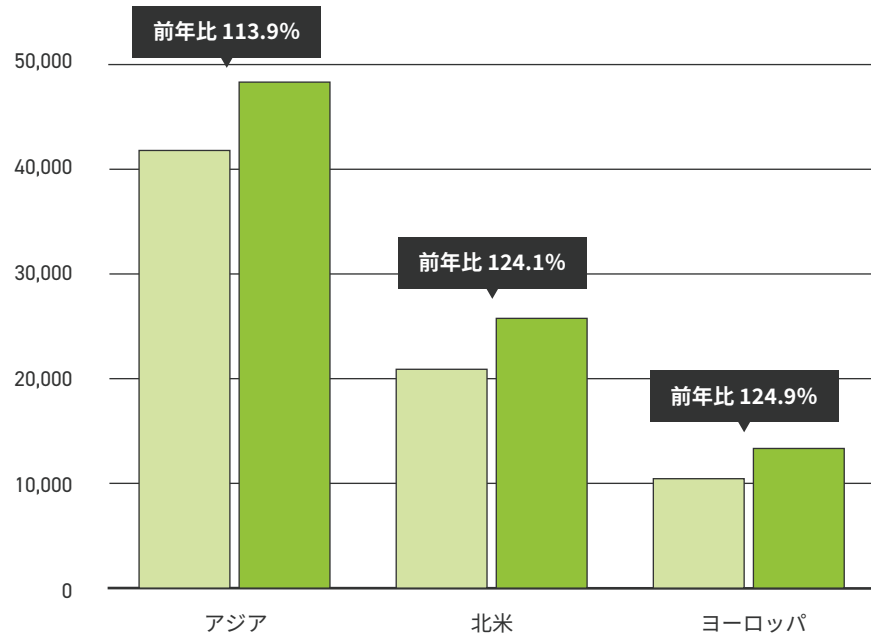
⑥ アジア

⑦ 欧米

世界のモバイルオンラインゲーム市場

世界で拡大するモバイルオンラインゲーム市場¹

地域別の内訳では、最も大きいアジアが市場の52.7%を占め、北米が28.1%、ヨーロッパが14.3%と続く。

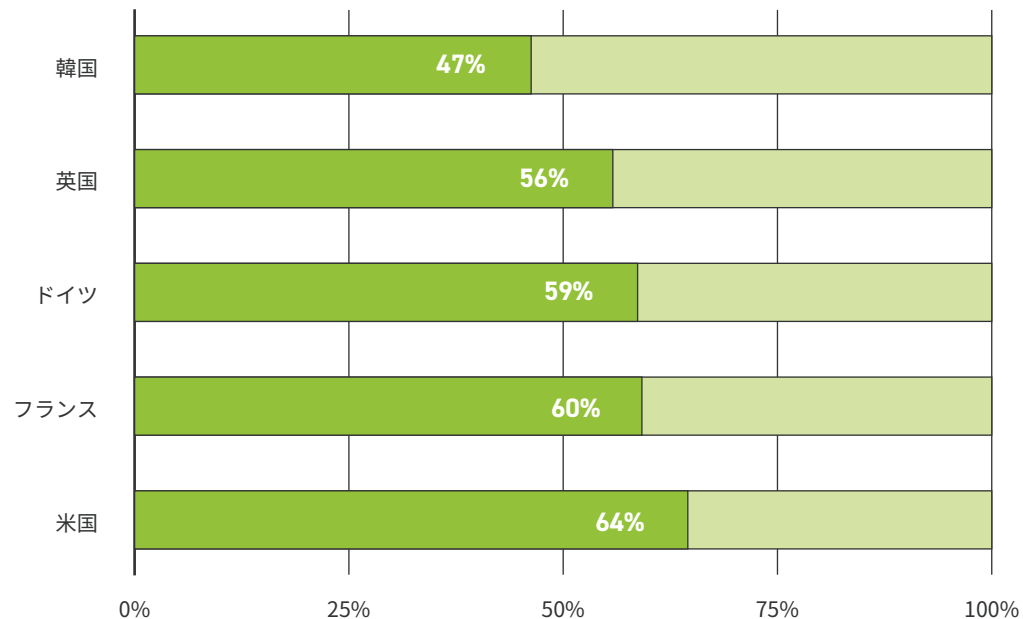


出所1: 「ファミ通モバイルゲーム白書 2022」株式会社角川アスキー総合研究所、「世界のモバイルゲームコンテンツ市場マップ」速報値より当社作成
出所2: 「2021年モバイルゲーム市場最新レポート」data.ai、「オーディエンスのトレンド」より当社作成

新型コロナウイルスのまん延が長引いた影響もあり、2020年～2021年にかけて**全世界のモバイルゲーム市場は二桁成長**となった。女性ユーザー割合の高さも含め、市場として大きな可能性を持つ。

各国モバイルオンラインゲームユーザーにおける女性割合²

2021年上半期について、各市場あたりのMAUがトップの1,000モバイルゲームにおける、ジェンダー別利用割合。女性が50%を超える地域もある。



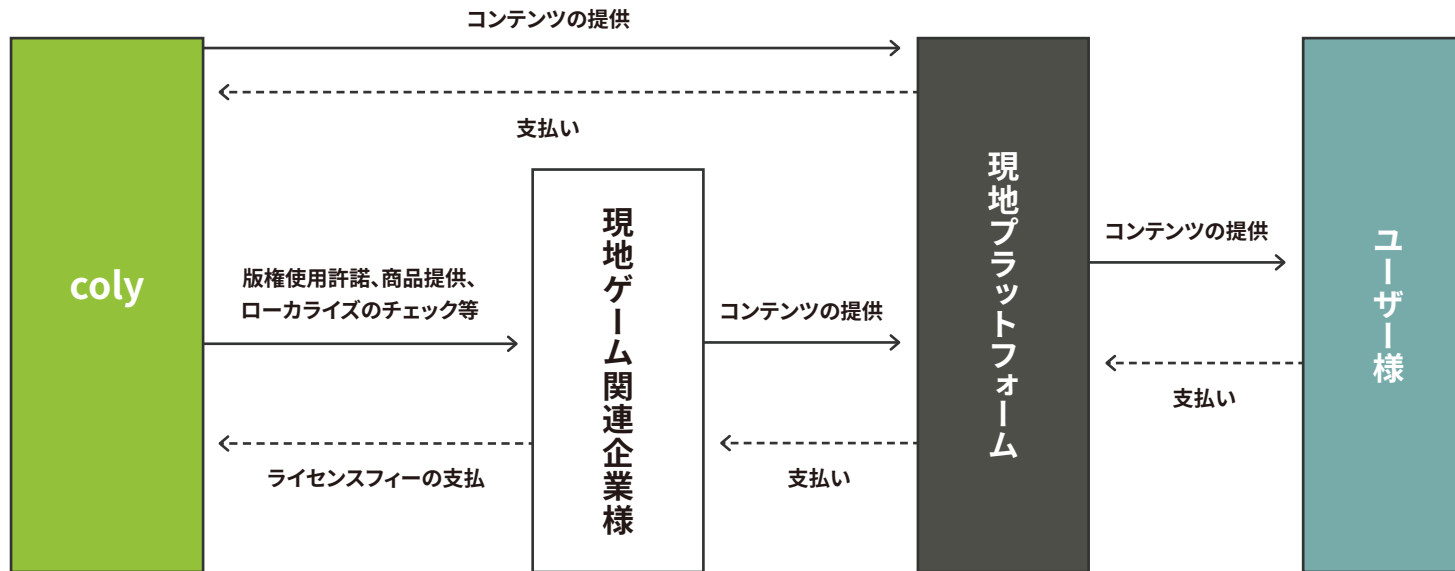
⑥ アジア

⑦ 欧米

海外展開時のスキーム

海外展開においては、現地のゲーム会社などパートナー企業様と協業するなど、**適切なローカライズ**を行い作品を展開することを検討。

検討を進めているスキームの一例



⑥ アジア

⑦ 欧米

欧米等への更なる 海外展開

アジアをはじめ、全世界展開を視野に
領域を拡大することで、普遍的に愛さ
れるIPの創出・展開を目指す。



現在、繁体字圏(台湾、香港)及び
韓国にて作品展開中。

欧州

アジア

北米

今後も運営中作品のローカライズ版を軸に、
翻訳作品を展開予定。

2023年1月期 IPOによる 調達資金使途及び 主な積極投資計画

IPO調達資金3,810百万円のうち、1,910百万円を22/1期で消化。残りの1,899百万円に手元資金を加えた金額を、右のような重点施策に投資する。

ゲーム運営費用

1,000～1,500百万円程度

リリース済タイトルの運営に係る外注費、労務費等

広告宣伝費

500～1,000百万円程度

主に既存作品の新規ユーザー様獲得を目的として、Web広告を中心に投下予定

研究開発費

500～1,000百万円程度

複数の新規作品開発のため、前期比で大幅に増加予定

人材採用

開発の進捗状況にもよるため採用人数は現時点では予測が難しいものの、積極採用を行っていく

Agenda 07

Appendix: 会社概要ほか

会社概要

会社名 株式会社coly (英: coly Inc.)

事業内容

1. 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
2. キャラクターグッズの企画・制作・販売
3. 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
4. 飲食店の経営

設立 2014年2月3日

資本金 19億1,030万円

従業員 421名 (2022年7月31日現在) ※臨時従業員を含む。対前四半期末で39名増員



役員紹介



中島 瑞木 代表取締役社長

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(代表取締役副社長)と共にcolyを創業し、主にビジョン戦略および組織戦略を統括。



中島 杏奈 代表取締役副社長

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、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。



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。2018年よりゲーム事業を統括。

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。戦略コンサルタント兼データサイエンティストとして中期経営計画策定、新規事業開発等に従事。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。

中川 直政 監査役(社外)

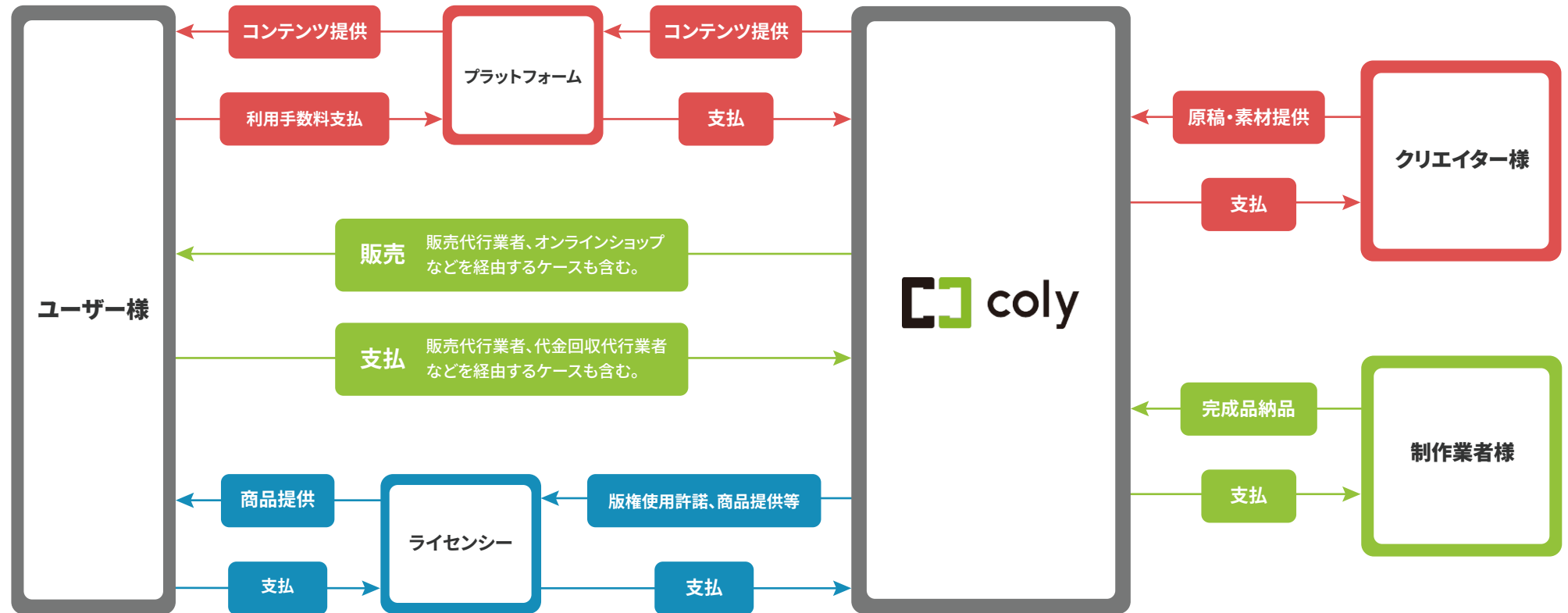
日比谷パーク法律事務所パートナー。東京大学法学部卒業後、2001年に弁護士登録、2009年にニューヨーク州弁護士登録。ガバナンス、M&A、エンタメを中心に企業法務全般を取り扱う。2018年より当社社外監査役。

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年に独立後、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。

ビジネスモデル

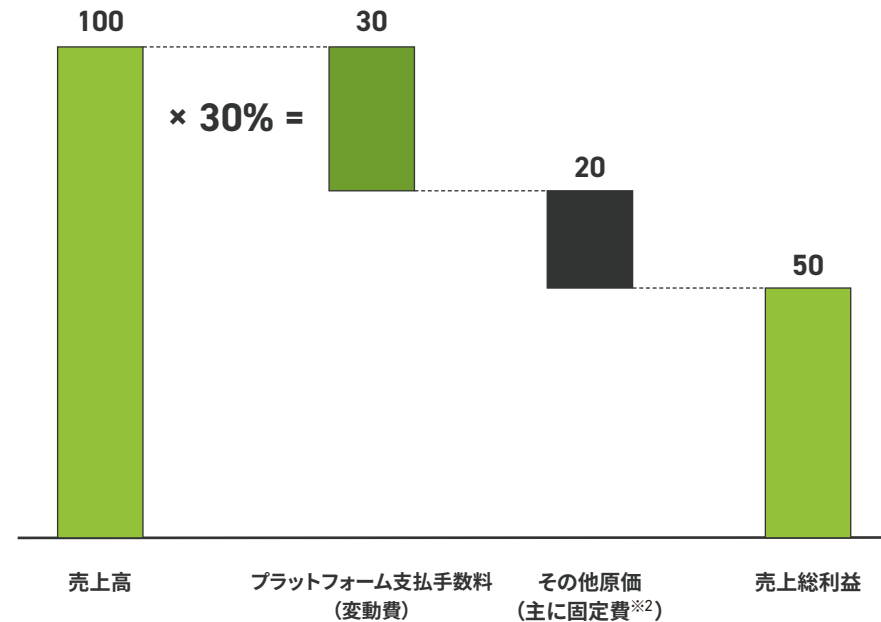
モバイルオンラインゲーム開発・運営 — IP利用許諾 — グッズ販売 —



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。
- ・リリース前の開発中作品の開発費用に関してはソフトウェア仮勘定等の資産計上を行わず、研究開発費として計上するため、それらに係る減価償却費及び回収可能性が見込めなかった場合の減損処理による特別損失は発生しない。

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



当社におけるSDGs ① (女性活躍の推進)

ジェンダーギャップ指数が2022年統計で146カ国中116位¹である日本国において、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。

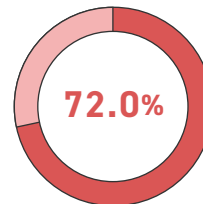
※社員比率等については2022年7月31日時点を基準に算出
 出所1:2022年内閣府男女共同参画局「共同参画」2022年8月号
<https://www.gender.go.jp/public/kyodosankaku/2022/202208/pdf/202208.pdf>
https://www.gender.go.jp/international/int_syogaikoku/int_shihyo/index.html
 出所2:2021年帝国データバンク『特別企画：女性登用に対する企業の意識調査』
 出所3:内閣府男女共同参画局「上場企業における女性役員の状況」より（2021年7月末時点）

日経BP社主催「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2022」にて 代表取締役社長・副社長両名が「大賞」を受賞



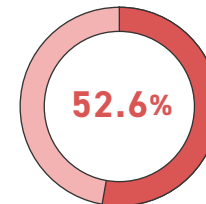
女性の活躍推進

女性社員比率



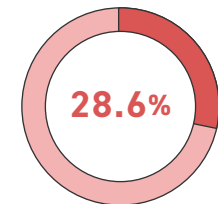
全国平均約26.5%²

女性管理職比率



全国平均約8.9%²

女性役員比率



上場企業平均約7.5%³



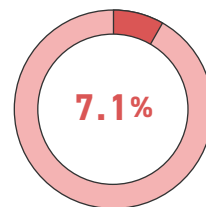
当社におけるSDGs ② (ダイバーシティの推進)

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の導入

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。



ドラッグ王子 マトリ姫

Drug Prince & Narcotic Girl

ドラッグ王子とマトリ姫

- リリース日 2015年3月
- 作品の特徴と魅力 coly初の恋愛ノベルゲーム
ストア平均評価4.6を超える珠玉のストーリーと美しいビジュアル。
2022年3月に7周年を迎えた。
- マネタイズモデル シナリオ買い切り型



麻薬取締官（マトリ）としてスカウトされた主人公と、パートナーとなる男性捜査官との、恋愛を軸としたストーリーです。毎日更新のニュースも好評いただいております。



10人の彼らとのエピソードを買い切り型で読み進めることができます。恋愛に留まらず人生を描く珠玉のストーリー群が特徴です。



2018年には韓国語版もリリースし、日本語版同様にストア平均評価4.4をいただいております。

スタンドマイヒーローズ

| リリース日 2016年9月

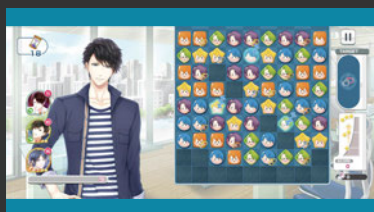
| 作品の特徴と魅力 前作『ドラッグ王子とマトリ姫』のキャラクターをベースに多彩な職業の魅力的なキャラクター達が登場する恋愛パズルゲーム

- 2018年8月 App Store 総合セールスランキング7位を獲得
- 2019年10月 テレビアニメ化
- 2022年4月 350万DLを突破

| マネタイズモデル アイテム課金型



アプリを開けばこの世界に生きる彼らに出会えます。それぞれの正義が交差する重厚なシナリオのメインストーリーや、実力派声優の臨場感溢れるボイスでお届けする様々なコンテンツが魅力です。



爽快なパズルゲームをクリアしていくと、ここでしか読めないストーリーが展開します。豪華Live2D※とともに、彼らの新たな一面を知ることができます。



2019年には繁体字版もリリース。6周年を迎え、メディアミックスやコラボ展開を積極的に行い、様々な媒体でスタマイの世界を楽しんでいただくことを目指します。

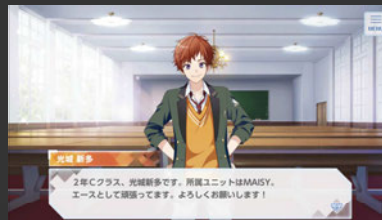
スタンドマイヒーローズ

※株式会社 Live2D(旧 株式会社サイバーノイズ)が開発した、2Dのモーフィングによるシームレスアニメーションを可能にする映像表現



オンエア！

- リリース日 2018年8月（2020年10月にゲームサービス終了）
- 作品の特徴と魅力 声優名門学校「宝石が丘学園」を舞台に、声優の卵たちのきらめく青春を描いたスター声優育成ゲーム
2周年を迎えた後にゲームの運営は終了したものの、colyの誇る作品の一つとしてグッズ等の展開を継続している。



キラキラな青春をテーマに、若い声優の卵たちが悪戦苦闘しながら夢を追いかける世界観が多くのユーザー様に好評をいただきました。Alright! 届けこの声『オンエア!』で始まる主題歌『Now On Air!』も好評配信されました。



総勢30名の彼らのために、実際に活躍する豪華声優陣に力のこもった演技をしていただきました。



キャラクタービジュアルやカードについてもご好評をいただいております。今後もグッズ展開等を通して、作品を盛り上げてまいります。

魔法使いの約束

- | リリース日 2019年11月
- | 作品の特徴と魅力 多様な絆と信頼のあり方を描く「魔法使いと心を繋ぐ育成ゲーム」
 - ・2020年11月 App Store 総合セールスランキング2位を獲得
 - ・2021年9月 600万DLを突破
- | マネタイズモデル アイテム課金型

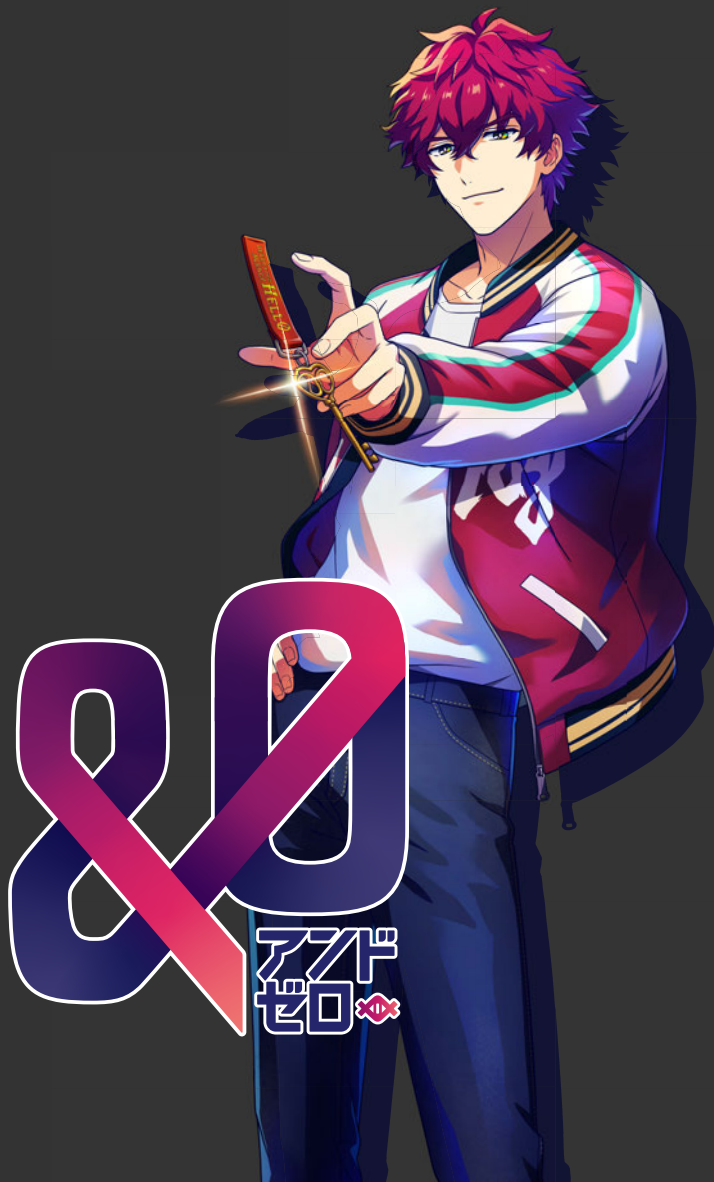


現代から異世界に召喚された主人公が、“大いなる厄災”と戦う魔法使いを導く“賢者”となり、世界を救うために奮闘する物語。終わらない役目とどう向き合うか、どうすれば信頼が築けるのかなど、それぞれの葛藤や信念が描かれた、個性豊かな魔法使いたちの群像劇。

魔法の存在する世界で、新しい世界での冒険や体験をお楽しみいただけます。また、皆様に自由な捉え方でこの世界を多様にお楽しみいただけるように、恋愛要素がなく、主人公の性別も任意に選べる仕様となっております。

魔法使い達を育成することで様々な姿に「覚醒」させ、彼らの新たな一面を知ることができます。一人ひとりの個性的なアニメーションも見所の一つです。





&0 (アンドゼロ)

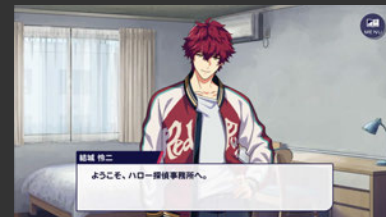
- | リリース日 2022年5月
- | 作品の特徴と魅力 一生ものの恋をする探偵&恋愛シミュレーションアプリ
2022年5月30日リリース。
- | マネタイズモデル アイテム課金型



記憶を失ったヒロインと、それぞれの過去を抱えた探偵や刑事たちが織りなす超重厚ストーリーを展開し、一生に一度と言える特別な出会いをお届けします。



アプリに入った瞬間からどのゲームモードでも気になる彼とパディとして共に時間を過ごしていただける作りに。「調査」という仕事の面と「交流」というプライベートの両面から彼らを知り、親密になっていけるシステムを搭載しています。



メインストーリーやイベントストーリーをはじめとする多種多様なストーリーを展開。それぞれの物語で一人ひとりの魅力をお届けします。

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の「見通し情報」を含んでおります。これらの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、通過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。

問い合わせ窓口: 管理本部

mail : ir@coly.info

IR情報 : <https://colyinc.com/ir/>