



2022年1月期第3四半期決算説明資料

2021年12月

株式会社 coly (東証マザーズ: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。

第3四半期につきましても、

ゲーム作品の運営や、新規作品の開発に全社一丸となって取り組んで参りました。

一方で、開発中のタイトルについてお客様に面白いと思っただけの作品にすることを念頭にクオリティを追求した結果、当初想定よりも開発期間をかけることとなり、発売を来期以降へ延期いたしました。

また、第3四半期以降、その減収分についてキャッチアップが可能となる想定でございましたが、

運営中作品全体の売上において予算を下回る見通しとなりましたため、

前期比においては増収となるものの、通期業績予想については下方修正をいたします。

今期については、来期、そしてさらに将来への準備と仕込みを行うものとして、今後の飛躍に向けてより一層努力を重ねる所存です。

今回の下方修正については厳粛に受け止め、引き続き株主の皆さまのご負託に応え、成長に向けて尽力いたしますので、

より一層のご指導・ご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2021年12月15日

代表取締役社長 中島瑞木

業績予想の修正について①

第3四半期の業績動向等をふまえ、
期初に発表した業績予想を修正いたします。

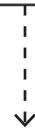
(百万円)	第8期 2022年1月期 当初業績予想	第8期 2022年1月期 今回修正予想	差異	第7期 2021年1月期 通期
売上高	7,689	6,516	△ 1,172	6,331
売上原価	3,609	3,190	△ 418	3,068
売上総利益	4,080	3,326	△ 754	3,263
販売管理費及び 一般管理費	1,876	1,763	△ 113	1,191
営業利益	2,203	1,562	△ 640	2,071
経常利益	2,174	1,530	△ 644	2,071
四半期純利益	1,373	995	△ 378	1,404

要因1

新規作品の開発・リリースの遅延

要因2

運営中タイトルの状況



次ページにて詳しくご説明いたします。

業績予想の修正について②

業績予想の修正要因について、下記のとおりご説明いたします。

要因1 開発の遅延について

- ・開発中タイトルについて、開発ラインを増やしたうえでクオリティを最重視した結果、ゲーム内キャラクターやストーリーのブラッシュアップに時間を要し、開発進捗が想定よりも遅れている。
- ・今期リリース予定だった新規作品についても、スピード以上にクオリティを重視することを決定し、リリースを来期以降へと延期した。

要因2 運営中タイトルの状況について

- ・「魔法使いの約束」のゲーム売上成長があったものの、新作リリースの遅れや、ゲーム全体の売上予算に対する減収幅を補うには至らなかった。
- ・MD（マーチャンダイジング）売上についても、前期比で成長はしているものの、予算に対する減収幅を補うには至らなかった。

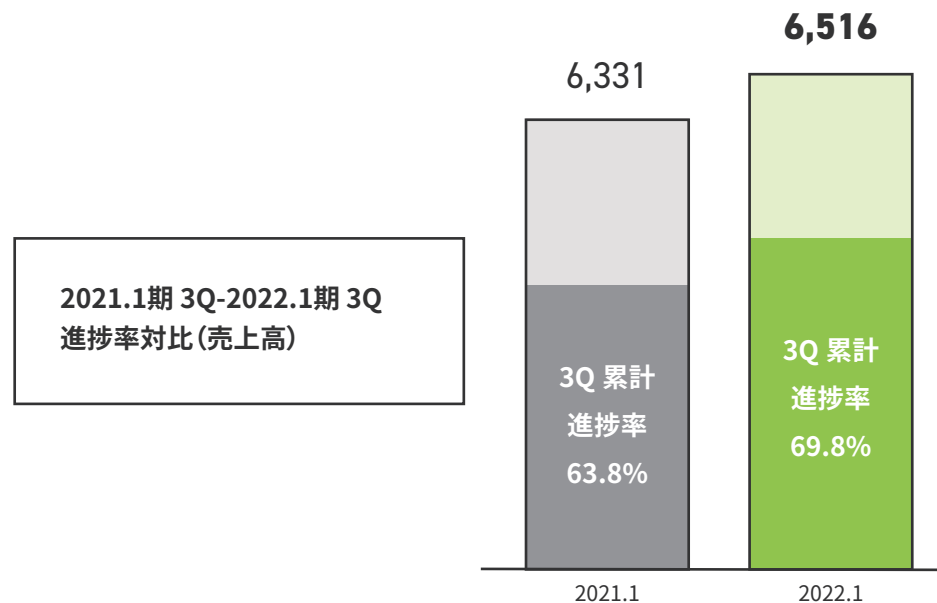
来期におきましては、

- ・スピード感を重視しつつ、クオリティの高い作品をリリースできる組織作りを行うことで、中長期的な成長を見据えながら増収を目指します。
- ・ゲーム事業における業績計画の精査および開示方法の再検討を進めてまいります。

2022年1月期第3四半期累計 対修正業績予想進捗状況

(百万円)	第8期 2022年1月期 修正業績予想	第8期 2022年1月期 第3四半期	進捗率
売上高	6,516	4,550	69.8%
売上原価	3,190	2,260	70.9%
売上総利益	3,326	2,289	68.8%
販売管理費及び 一般管理費	1,763	1,223	69.4%
営業利益	1,562	1,066	68.2%
経常利益	1,530	1,034	67.6%
四半期純利益	995	667	67.1%

修正後の通期業績予想に対する進捗率は、売上高 69.8%、営業利益 68.2%。
通期で売上高の増加が最も見込める、「魔法使いの約束」の周年期を含む
4Qの売上高によりキャッチアップ予定。





Agenda

01	当社のビジョン	06
02	コーポレートサマリー	10
03	2022年1月期第3四半期業績	13
04	トピックス	18
05	市場規模及び当社の優位性	25
06	今後の成長戦略	32
07	Appendix	46

明日を「もっと、面白く」。

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。

| coly のものづくりの哲学

品質第一 × ユーザー目線の組織 × 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

01 新規作品の拡充

クオリティを重視した魅力的なIPを創り出し、
しっかりとユーザー様にお届けする

02 作品展開の多角化

複数メディア展開や他社様との協業を積極的に行い、
より多くのユーザー様に作品を楽しんでいただく

03 海外エリアへの拡大準備

現在ゲーム展開中の台湾・香港・韓国エリアのほか、
中国大陸や北米エリアでの展開についても検討と準備を進める

coly が 2021年～2023年に 取り組むこと

長期的な成長のために、足元では着実に準備を積み重ね、新規ゲーム開発、IPの活用範囲の拡大にしっかり取り組んでまいります。

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を通じて事業を拡張予定。



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。

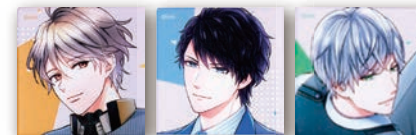
モバイルオンラインゲーム事業

ゲーム運営	新規IPの開発など*
 <p>ドラッグ王子とマトリ姫</p>	<p>新規IP①</p> <p>近日情報公開予定。</p>
 <p>スタンドマイヒーローズ</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 STAND MY HEROES</p>
 <p>魔法使いの約束</p>	<p>新規IP②</p> <p>フジテレビ様との協業案件として開発中。</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

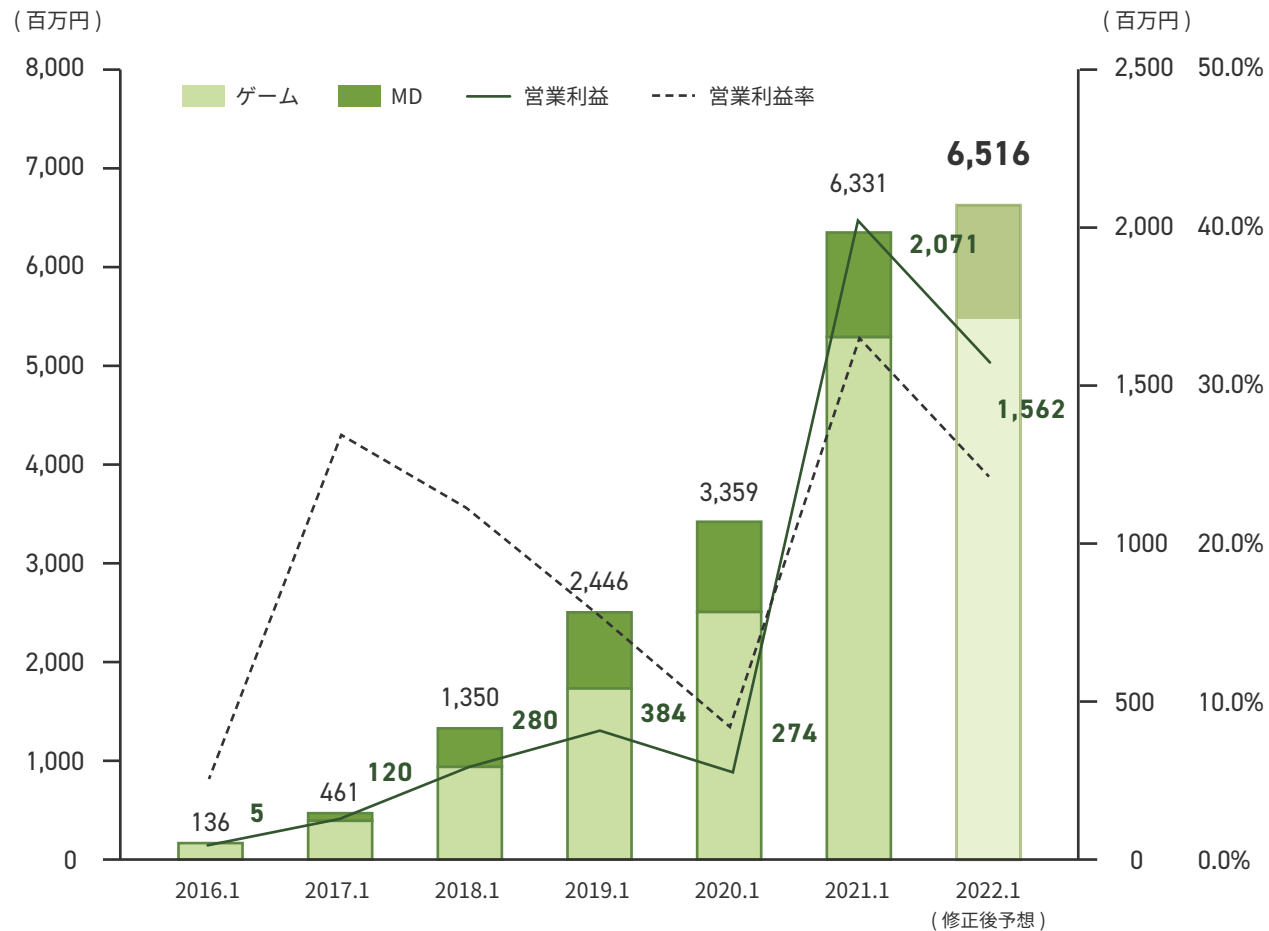


業績推移

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。創業以来黒字経営を維持し、新規作品制作ごとに業績を拡大。

売上高^{※1}
CAGR
115.4%

営業利益^{※2}
CAGR
231.9%



営業利益率については引き続き20%以上の高水準を維持

※1: 2016年1月期～2021年1月期までの売上高の年平均成長率

※2: 2016年1月期～2021年1月期までの営業利益の年平均成長率



Agenda 03

2022年1月期第3四半期業績

2022年1月期 第3四半期 業績サマリー

売上高については引き続き**2桁成長**と堅調に推移するも、研究開発費の増加により減益。

売上高 4,550百万円

前年同期比：+ 512百万円 (+ 12.7%)

モバイルオンラインゲーム 3,720百万円 前年同期比：+ 447百万円 (+ 13.7%)

↑ 9月に5周年を迎えた当社2作目「スタンドマイヒーローズ」は5周年施策が奏功し、周年当日のDAUは過去の同一イベントで過去最高を更新。当社4作目「魔法使いの約束」は引き続き堅調に推移、前年同期比で+ **49.9%**の増収で着地。

↓ 「スタンドマイヒーローズ」の5周年施策自体はご好評いただいたものの、5年近くの運営により市場で一定の認知を獲得する等、成熟期を迎えたことに加え、3作目「オンエア!」が前期第3四半期にゲーム展開を終了したことにより、2作品あわせて前年同期比で△**414M**の減収に。

MD 829百万円 前年同期比：+ 65百万円 (+ 8.5%)

↑ 前四半期より引き続き自社ECサイトを用いたオンライン販売上の好調及び「魔法使いの約束」の提供コンテンツ量増加に伴う大幅なグッズ売上高の増加により、オフラインイベントの縮小による減収をカバーし、増収着地。

↓ コロナウイルス感染症の影響については、9月末に緊急事態宣言が解除される等一定の落ち着きを見せたことからオフラインイベントの再開もあったものの、入場制限等、感染対策を引き続き実施したことで大規模な開催は出来ず、オフラインイベントによる増収率は小幅にとどまる。

営業利益 1,066百万円

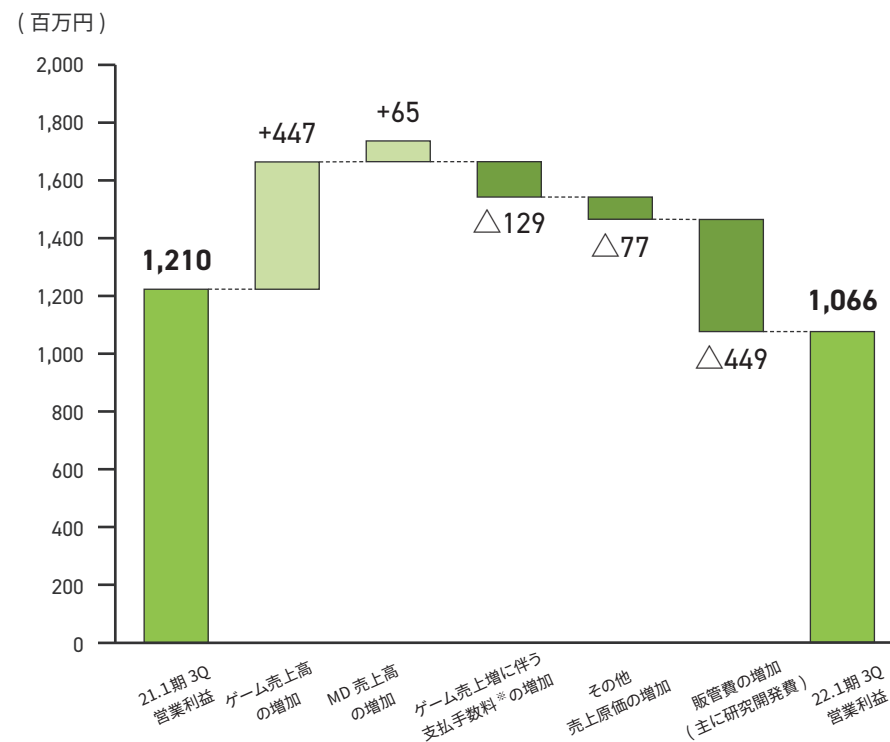
前年同期比：△ 144百万円 (△ 11.9%)

来期以降リリース予定の作品に係る研究開発費の増加について、モバイルオンラインゲーム・MDにおける上記増収で吸収できず、減益着地。

2022年1月期第3四半期累計業績 PL

(百万円)	第7期 2021年1月期 第3四半期	第8期 2022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	4,038	4,550	+ 512	+ 12.7%
売上原価	2,053	2,260	+ 207	+ 10.1%
売上総利益	1,985	2,289	+ 304	+ 15.3%
販売管理費及び 一般管理費	774	1,223	+ 449	+ 58.0%
営業利益	1,210	1,066	△ 144	△ 11.9%
経常利益	1,209	1,034	△ 175	△ 14.5%
四半期純利益	792	667	△ 124	△ 15.7%

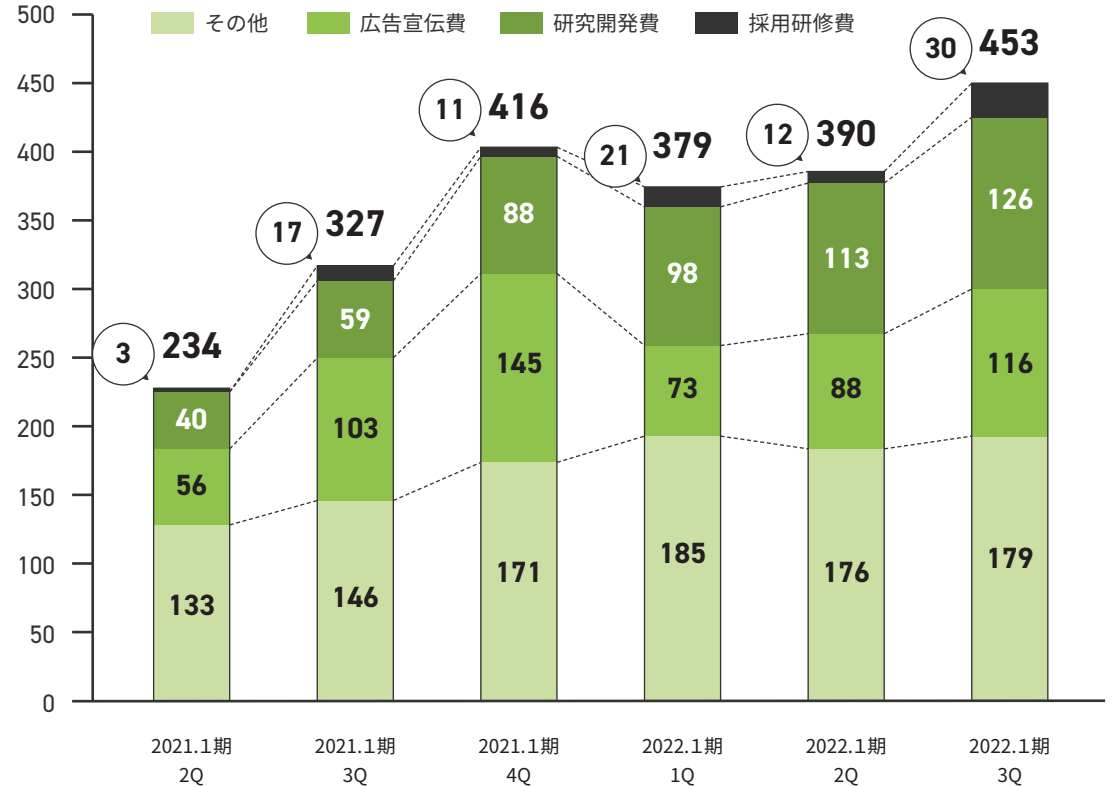
モバイルオンラインゲーム及び MD 売上の増加により、売上高は増収となるも、来期以降リリース予定の新規作品制作分の研究開発費の増加により、減益着地。



販管費推移・内訳

複数の新規作品開発の同時進行により、前年3Q会計期間に対し**+111.3%**と大幅に研究開発費が増加。また、既存作品の周年イベントに係る広告宣伝費の増加に加え、採用活動の加速により3Q時点で今期末の目標採用人数を達成できたことから、採用研修費も増加。

(百万円)



2022年1月期 第3四半期末 BS サマリー

(百万円)	第7期 2021年1月期末	第8期 2022年1月期 第3四半期末	対前期末 増減額	主要因
流動資産	3,281	6,992	+ 3,710	現預金の増加
(現預金)	2,580	6,456	+ 3,876	上場に伴う増資によるもの
固定資産	240	240	△ 0	-
資産合計	3,522	7,233	+ 3,710	-
流動負債	1,375	611	△ 764	未払法人税等及び未払消費税等の減少
固定負債	3	-	△ 3	長期借入金の返済によるもの
負債合計	1,378	611	△ 767	-
純資産	2,144	6,622	+ 4,477	当期純利益の計上及び上場に伴う増資によるもの
負債純資産合計	3,522	7,233	+ 3,710	-

Agenda 04

TOPICS

第3 四半期の取り組み①



9月の5周年イベント当日のDAUは、過去4年間の同イベントにおいて**過去最高数値**を記録。一定の離脱・休眠ユーザーの呼び起こしに成功。繁体字版『募戀英雄』においても、10月に2周年を記念したアプリ内イベントを実施しDAUの向上に繋がった。

5周年イベントでのカムバックボーナス等のCP実施



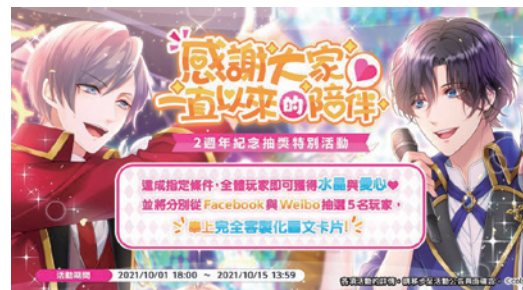
「大接近レコード」「スタマイAR」といった新機能の実装や、限定5周年記念SSRカード26種の登場等、豪華イベントを多数実施。



休眠ユーザー様が再ログインいただいた際に、スペシャルボーナスを配布。DAUの向上と、ユーザー様の呼び戻しに貢献。

期間中の平均DAUが32%※ 増加&公式Twitterのフォロワー数が期間中に20万人を突破

繁体字版『募戀英雄』リリース2周年目施策



2周年記念イベントによりDAUが向上

※昨年同イベント比

第3 四半期の取り組み②

スタンド マイヒーローズ

アプリ初となるアニメTVCMの放映等、アプリ外においても5周年に向けた積極的な露出を図る。また、5周年記念のオフラインストア「5th Anniversary Store」を9月から11月にかけて**5都市**で開催。また、東京会場においては当作品のこれまでの歩みを体感できる**展示会**もあわせて開催。

「5th Anniversary Store」オフラインストアの開催



東京・大阪・福岡・岐阜・青森の全国5都市で開催

本アプリ初のアニメTVCMの放映(9/5～9/11) ※日本テレビのみ



多くの人気作を手がけるA-1 Pictures 様によるアニメ制作

第3 四半期の取り組み③



8月に3周年を迎えた「オンエア!」は運営サービス自体は終了しているものの、周年当日のアニバーサリーイラストには多くの反響を呼ぶなど、高い熱量のご声援をいただく。10月には**3周年**を記念した**Anniversary Store**を開催。

3rd Anniversary Store



5,644 件のリツイート 744 件の引用ツイート 1.4万 件のいいね

グッズ等を中心に、引き続き積極的に事業展開予定

第3四半期の取り組み④



前期3Qに対し、今期3Qにおける平均DAUは**63%増**、9月には**600万DL突破**とユーザー様の数は着実に増加中。ゲーム外においてもアパレル企業様等とコラボすることで多様な展開を図り、4Qに控える2周年に向け積極的な露出を図る。

他社様とのコラボ施策



earth music&ecology Japan Label様



AQUA SAVON様



mayla classic様

本作の世界観を表現したアパレル・フレグランス・アクセサリアイテム

600万DL突破記念CP及び人気イベントのフルボイス復刻開催



600万DL記念ログインボーナスCPを実施したほか、大人気の祝祭シリーズシナリオを全編フルボイス化で復刻開催。

復刻イベント開催後DAUが増加、イベント終了後も引き続き高い水準を維持

第4四半期の取り組み①



コロナウイルス感染症の一旦の落ち着きを受け、昨年はコロナ禍により参加を見合わせていた大型オフラインイベントに参加。

「サンリオキャラクターズ」や「よみうりランド」様とのコラボイベントなど、他社様との協業も積極的に展開予定。

サンリオキャラクターズとの コラボイベントの実施(11月)



サンリオキャラクターズのファンの方にも楽しんでいただける取り組みとなり、ご好評いただく。

アニメイトガールズフェスティバル 2021に出展(11月)



日本最大規模の女性向けゲーム・アニメ系オフラインイベントに。多くのユーザー様に足を運んでいただき、大盛況のうちに終了。

遊園地「よみうりランド」様とのオフラインイベントの実施(12月)



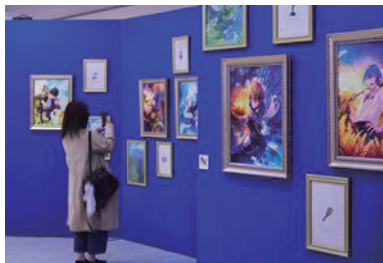
スタマイ仕様にラッピングされたアトラクションや、コラボ食品を展開。

第4四半期の取り組み②



「魔法使いの約束」2周年に合わせ、ゲーム内外でのイベントを実施。**初となる展覧会**に加え、4都市でオフラインストアを展開。また、5月に第1章を上演し、大好評となった舞台**「魔法使いの約束」第2章**の公演が11月にスタート。

「魔法使いの約束」2周年記念展覧会&ストア



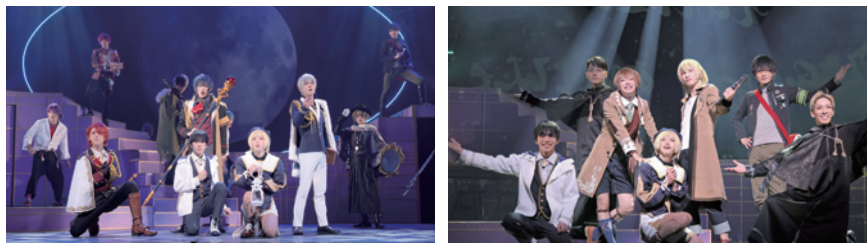
東京での展覧会は多くのお客様にご来場いただき、大盛況のうちに終了。

アプリ内 2周年 イベントの実施



様々なアプリ内施策を実施し、2周年期間中に公式Twitterのフォロワー数は25万人を突破。

舞台「魔法使いの約束」第2章公演



第3章の公演情報も解禁され、来期に向けたメディアミックス戦略をさらに加速予定。

Agenda 05

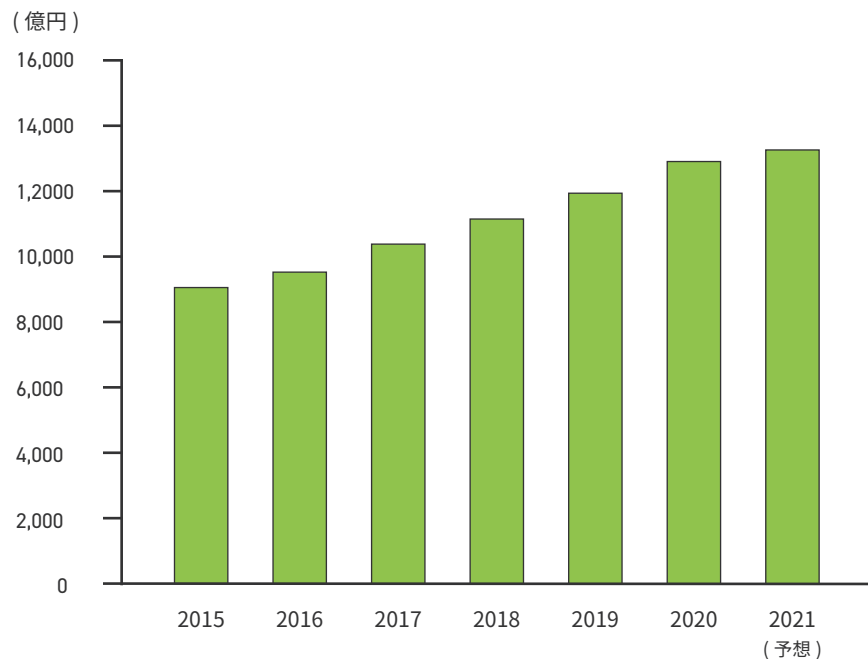
市場環境及び当社の優位性



成長する女性向けゲーム市場

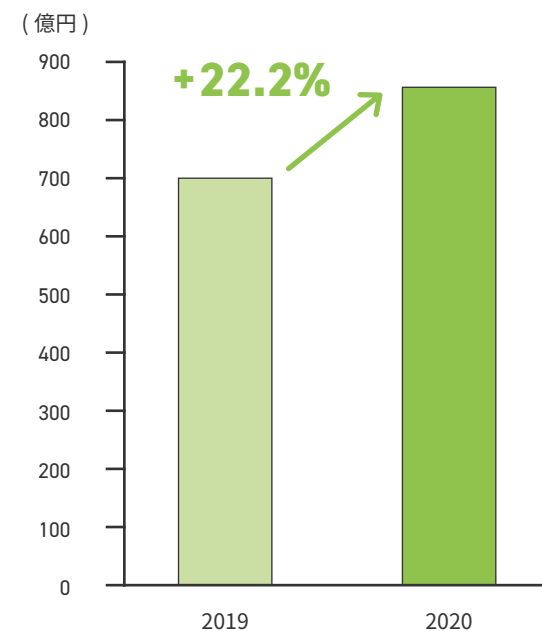
女性向けゲーム市場は 2016 年頃より拡大が続き、特に 2020 年は大型タイトルの増加を受け、約 855 億円 (前年比約 +22.2%) と、モバイルオンラインゲーム市場全体でも存在感を増す。

モバイルオンラインゲーム市場推移¹



女性向けタイトルは徐々に
セールスランキング上位を席巻³

女性向けゲーム市場規模²



出所 1: 「ファミ通ゲーム白書 2021」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

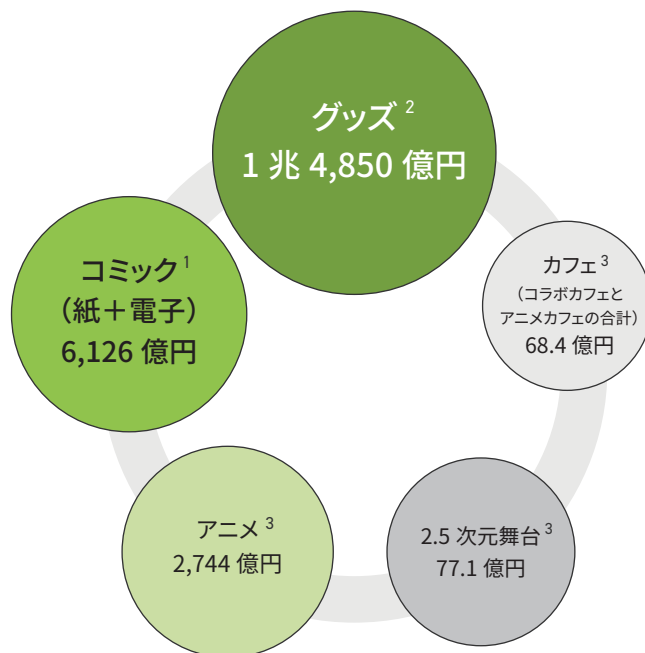
出所 2: App Store 及び Google Play セールスランキング及び App Ape を基に当社作成 (女性ユーザー比率が 80% を超えるモバイルオンラインゲームの売上高 (当社推計値) の合計を市場規模として算出)、なお、新興市場であるため 2019 年以降のデータのみ

出所 3: App Store 及び Google Play セールスランキングより当社調べ

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(2020年度)



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

2017年1月期-2021年1月期
MD 売上高

CAGR
121.7%

※出所 1: 全国出版協会・出版科学研究所『出版月報』2021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 2021』「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

営業利益成長率132.2% (同業他社内1位[※])

企画・開発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。当第三四半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。

高い内製化率を実現する 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 **74.3%**



全社員平均年齢 **28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

開発部門の内製化という独自の体制により、作品の品質を継続的に向上。
各アプリプラットフォームにおいて高評価を維持。

開発部門の内製化



システム



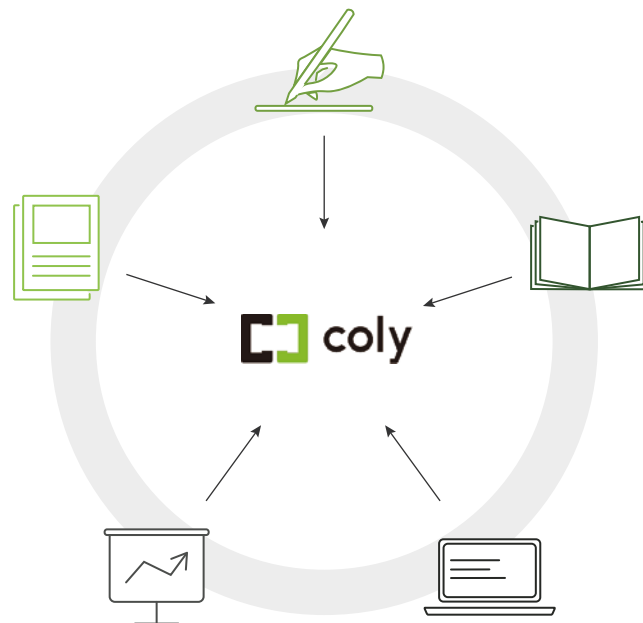
デザイン

- 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

ユーザー様と 近い目線を持つ 社員比率の高さ

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**。



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

ご応募人数 100 人に対し内定は 約1 人

→**内定倍率約100倍の採用を実施**

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

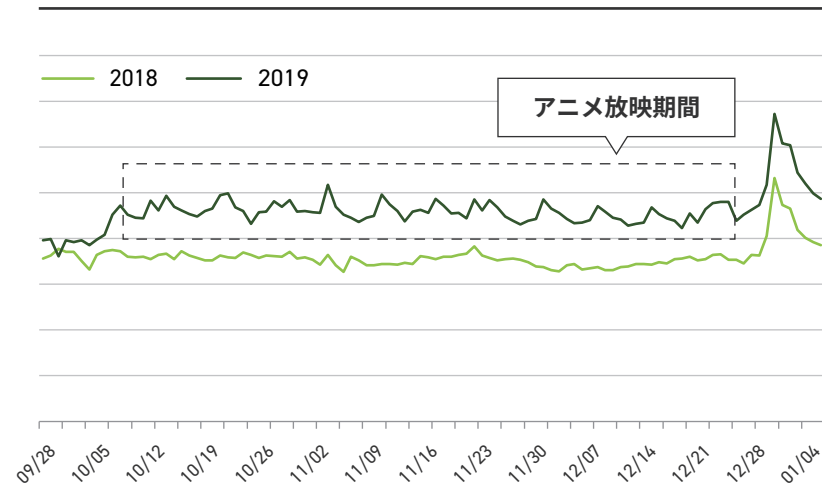
2.5次元舞台

- ・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 × 他企業コラボ

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

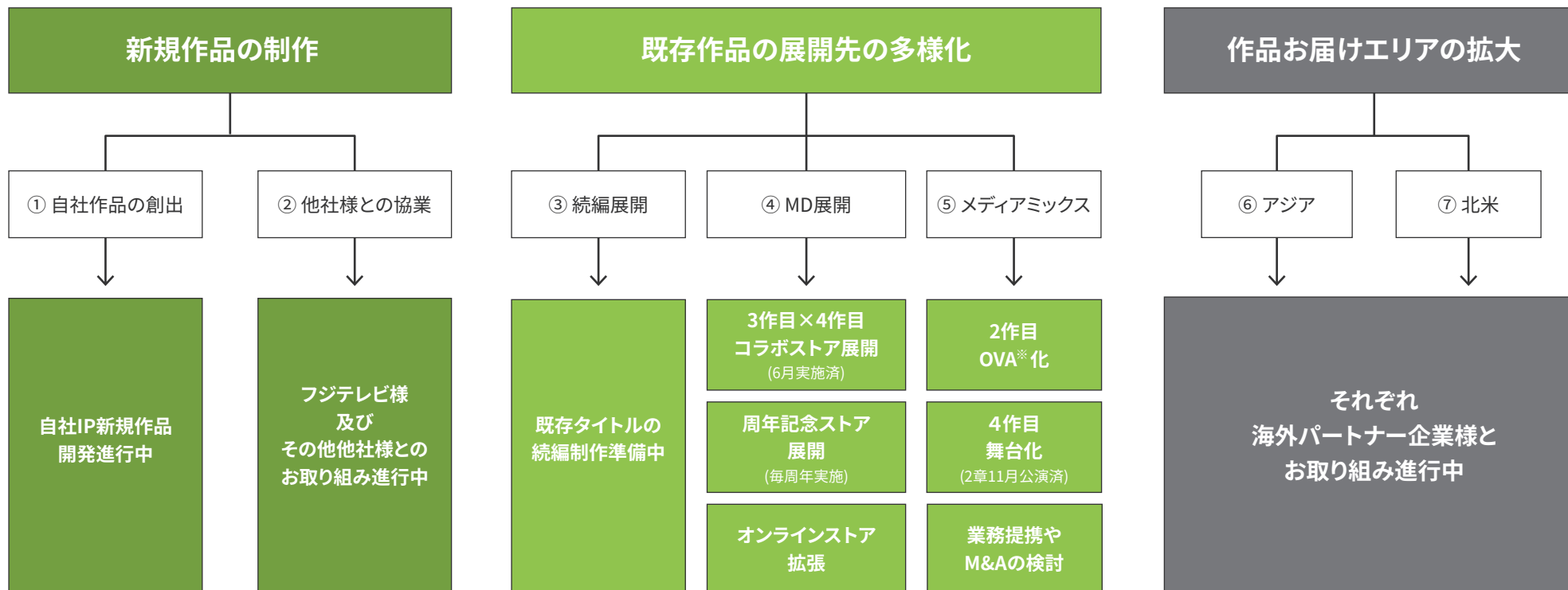


Agenda 06

今後の成長戦略

成長戦略の進捗状況

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。

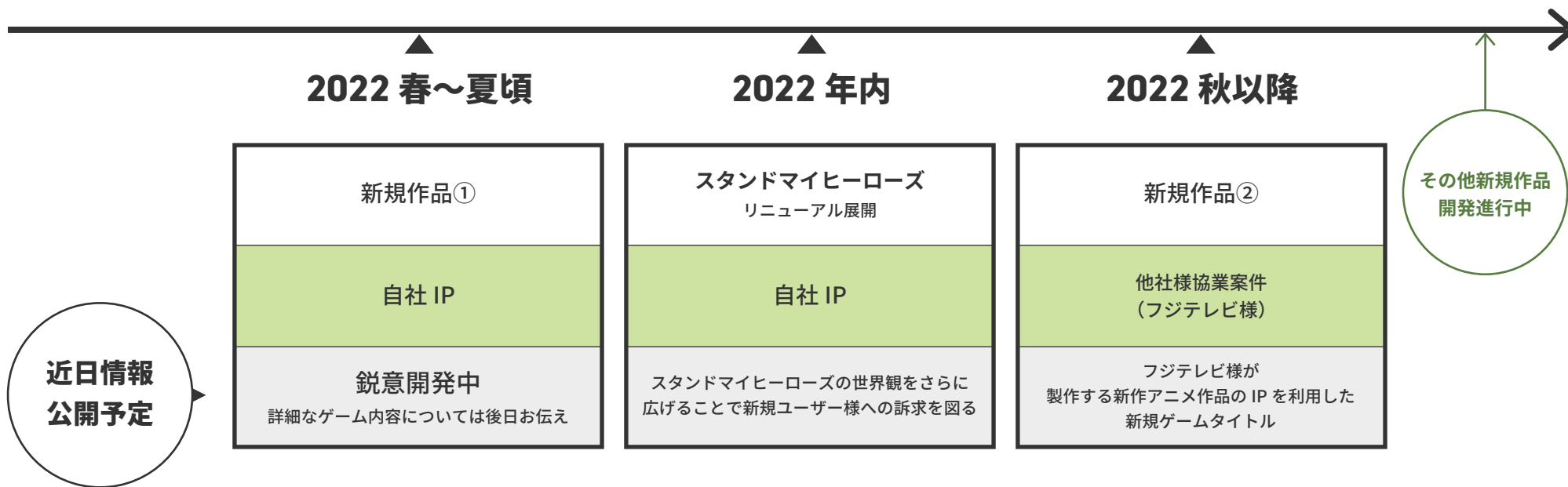


① 自社作品の創出

② 他社様との協業

今後の新規ゲーム & リニューアル展開

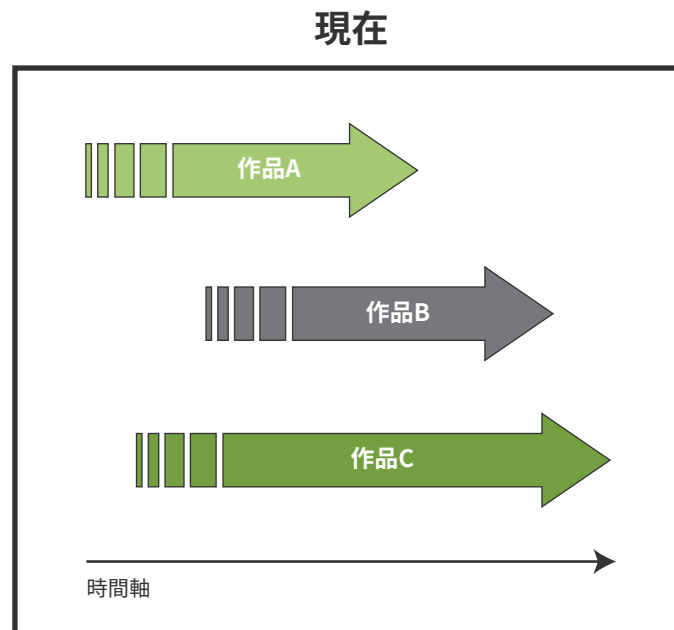
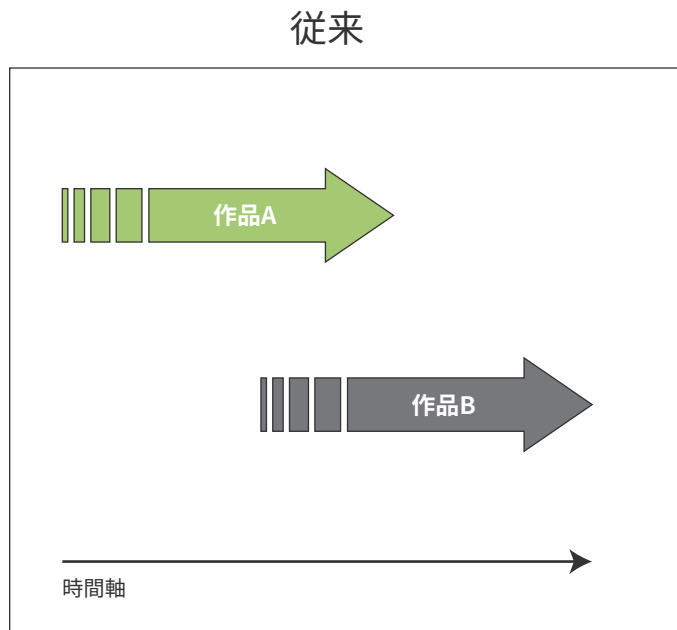
当社運営作品のアップデートによるリニューアルに加え、**新規作品開発**が複数進行中。新規作品の開発費用は上場時調達資金及び手元資金の一部を投下予定。また、下記の他、既存タイトルのコンシューマーゲームへの展開も検討中。



① 自社作品の創出

自社作品の新規開発・販売計画

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

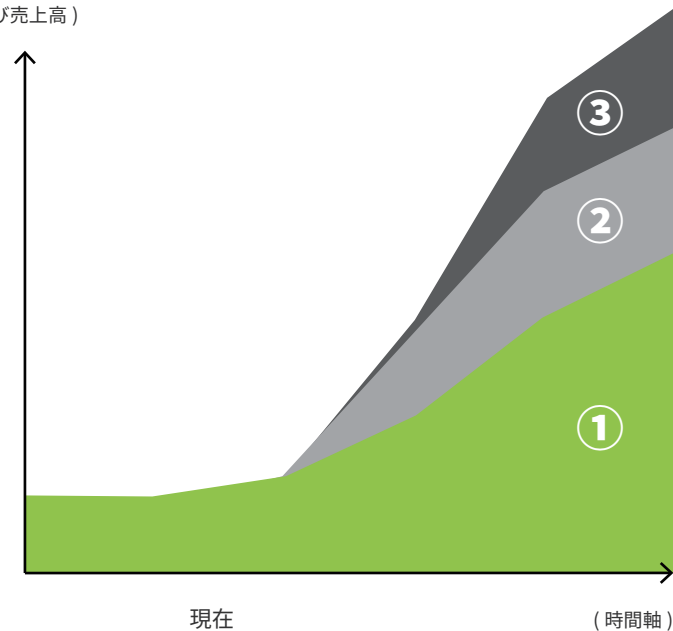
アニメ制作

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 作品づくり

スタンドマイヒーローズについて、**来年度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づくりに取り組む。

| ORIGINATOR !



ドラッグ王子とマトリ姫

当社1作目。ノベルゲームとしてスタート。

| 2ND VERSION !



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。

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)

2022年内を目処にリニューアル展開を予定。

作品の長期的な継続と拡大を行い、
より多くの方により長くお楽しみいただく。

④ MD展開

社内連携を駆使した 自社 MD 展開

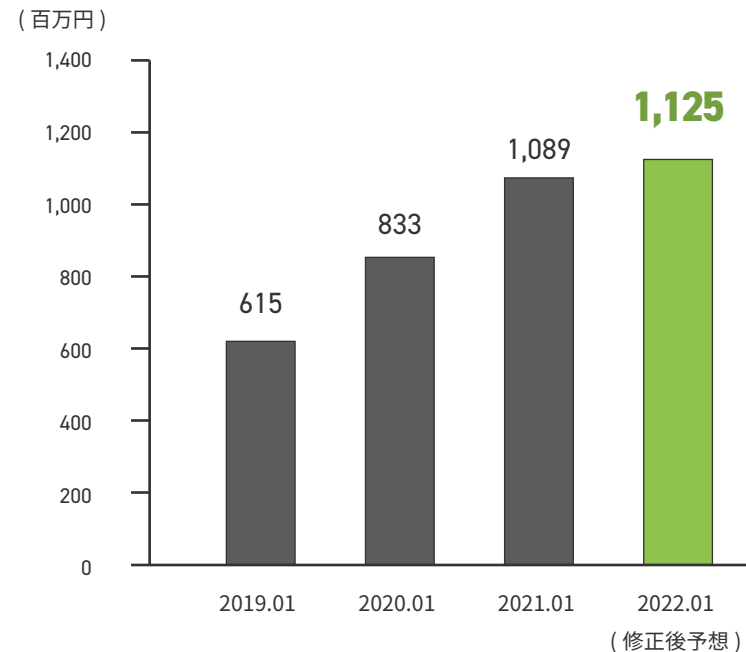
アプリ以外のIP展開においても
クオリティ高く作品の世界観を楽しんでい
ただため、グッズ企画・制作・販売等を自
社展開。

自社展開のメリット

- ・自社監修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 サイトによる販売コスト削減
- ・高い利益率の実現

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

MD売上高の推移



⑤ メディアミックス

メディアミックス事例

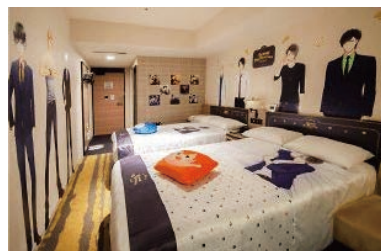
IPを軸に、舞台やアニメといったエンタメコンテンツから、宿泊施設とのコラボ等幅広い媒体に展開。

2.5次元舞台



例:ネルケプランニング様制作
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

ニコニコ生放送及びYouTube



例:株式会社ダウンゴ様
各キャラクターの声優様にご出演いただく生放送番組

アニメ



例:松竹株式会社様
アニメ
「スタンドマイヒーローズ PIECE OF TRUCE」
TOKYO MXにて放送

漫画



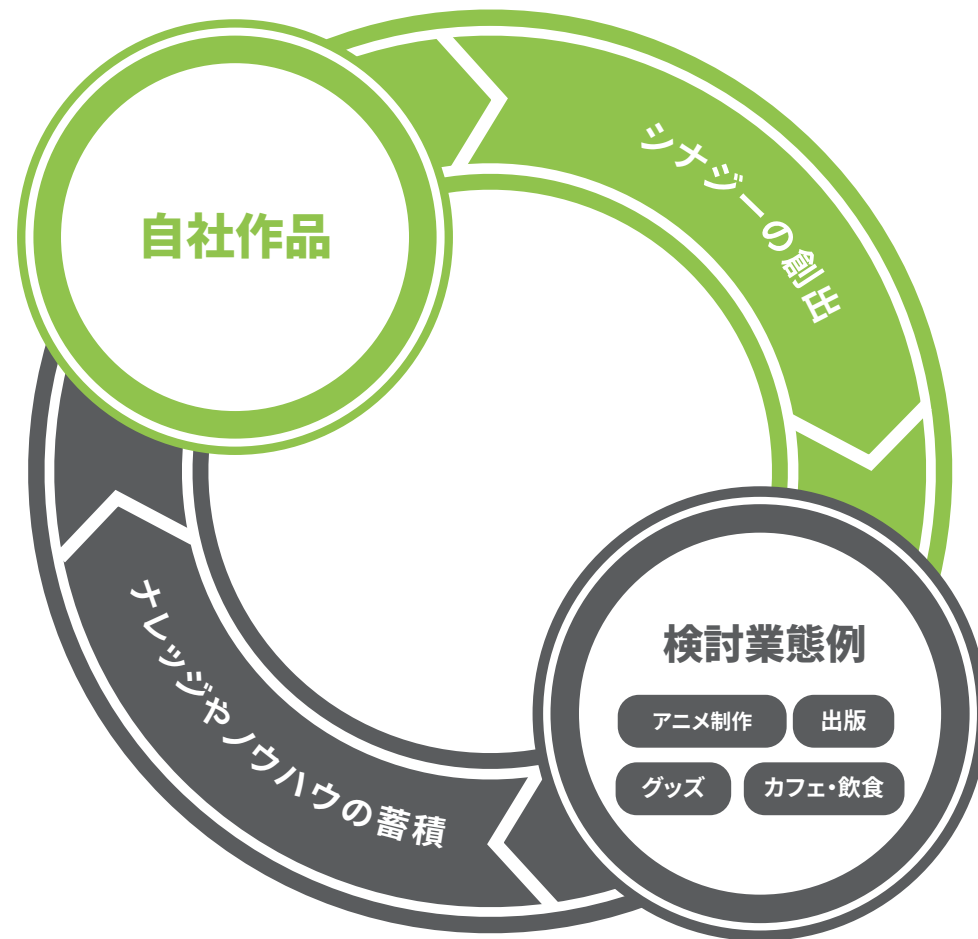
例:株式会社一迅社様
「魔法使いの約束」
コミック・アンソロジー

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。



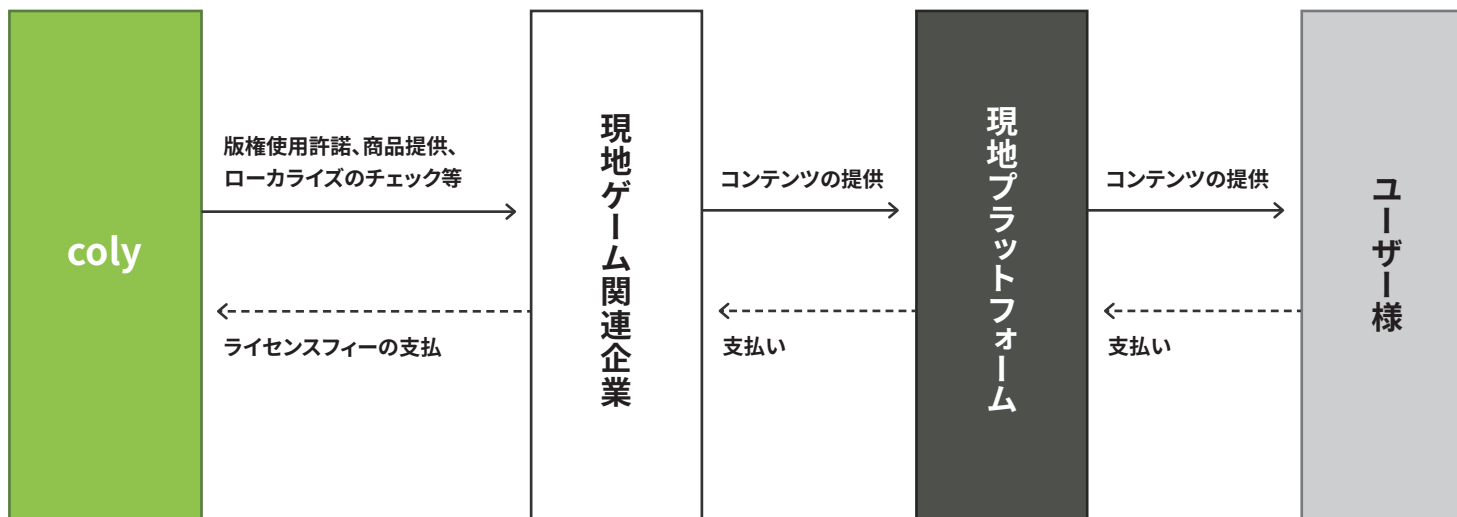
⑥ アジア

⑦ 北米

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と協業のうえ、適切なローカライズを行い作品を展開することを進行予定。

検討を進めているスキームの一例



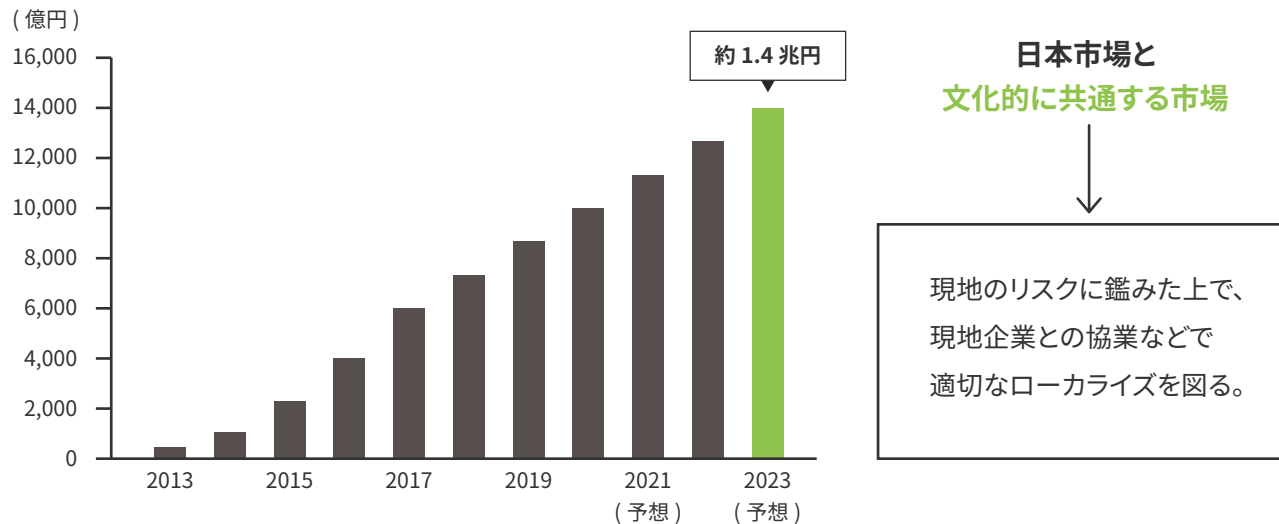
⑥ アジア

アジア圏における 女性ゲーム市場の 大きな拡大余地

中華圏において女性向けゲーム市場は拡大傾向にあり、2018年 - 2023年のCAGRは18.4%、2023年には約1.4兆円の規模へ拡大すると予測されている。

※1元=15.56円で換算

中華圏女性向けゲーム市場規模推移¹



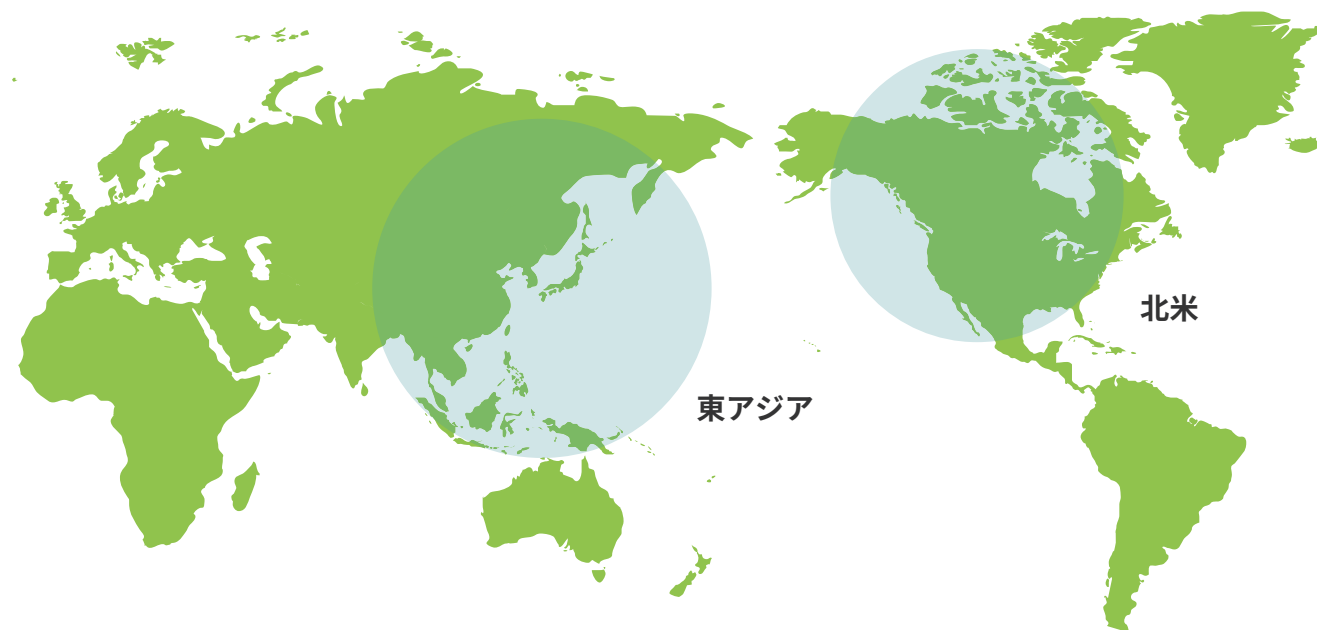
現在当社作品は繁体字圏(台湾、香港)及び韓国のみで展開中

→ 今後は東アジア全域へと領域拡大を進行予定

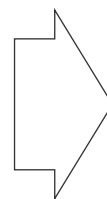
⑦ 北米

北米等への更なる 海外展開

東アジアをはじめ、**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。



新規作品 01

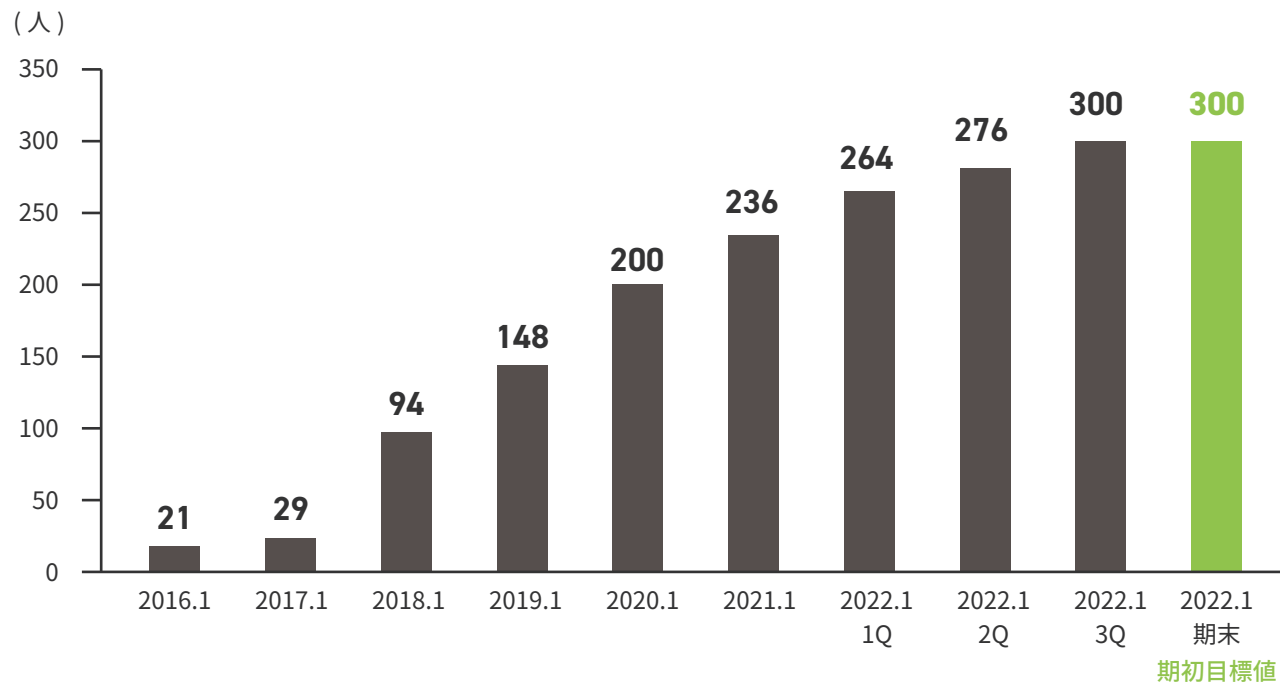
新規作品 02

新規作品 03

欧米、その他の地域への展開拡大や、
新規作品展開を検討

2022年1月期 重点施策 積極的な人材採用

期初時点で掲げていた、「期末時点300人体制」の目標を**3Q末で達成**。今後は地方採用を進め、今まで当社でアプローチできていなかったエリアでの採用活動の強化及び産学連携による優秀な学生の早期確保を図る。



地方採用を積極的に実施

産学連携による優秀な学生の確保

2022年1月期 重点施策 主な積極投資計画

広告宣伝費

474 百万円（前期比：+ 101 百万円、+ 27.2%）

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

475 百万円（前期比：+ 267 百万円、+ 128.1%）

複数の新規作品開発のため、前期比で大幅に増加予定。

**→予算修正に伴い、広告宣伝費と研究開発費について投資計画の見直しを実施。
研究開発費については、開発を丁寧に行ったために、当初投下予定だった費用の一部が
来期にスライド予定。**

Agenda 07

Appendix

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

設立 2014年2月3日

資本金 19億1,030万円

従業員 300名(2021年10月31日現在)※臨時従業員を含む。対前四半期で24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 取締役事業本部長

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年よりゲーム事業全体を統括。

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)

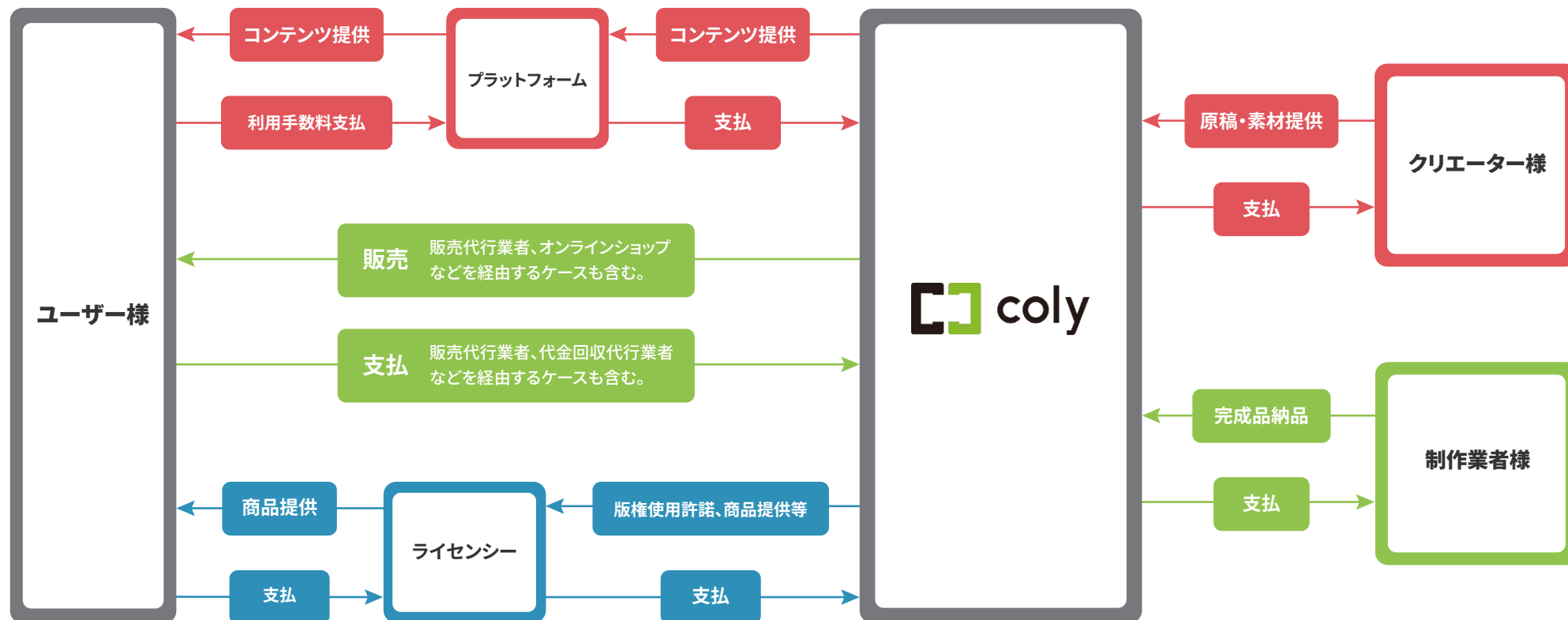
日比谷パーク法律事務所パートナー。東京大学法学部卒業後、2001年に弁護士登録、2009年にニューヨーク州弁護士登録。企業法務全般を取り扱う。2018年より当社社外監査役。

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 —

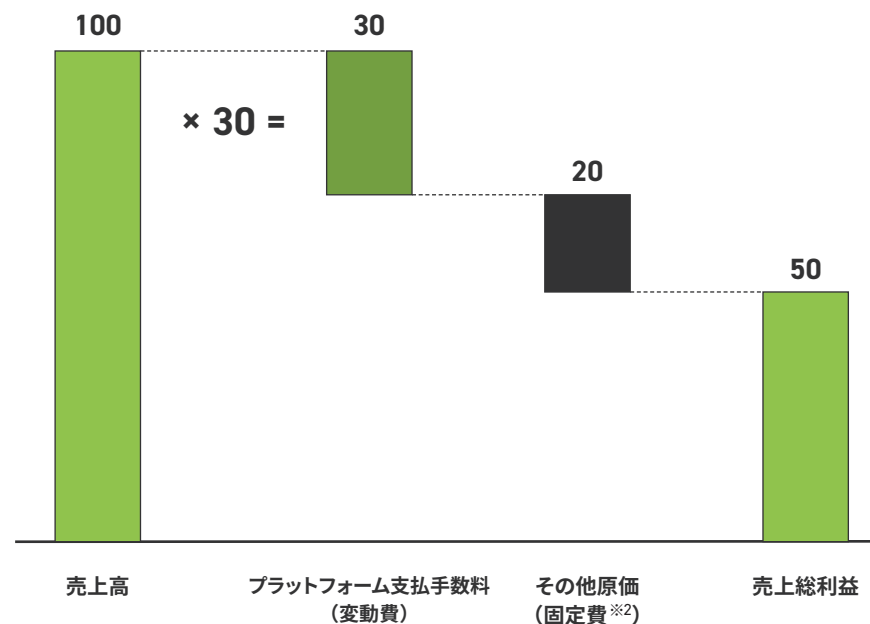


コスト構造について

・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2021年統計で156か国中120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2021年10月末時点を基準に算出

出所 1: 2021年内閣府男女共同参画局『「共同参画」2021年5月号』

出所 2: 2020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』

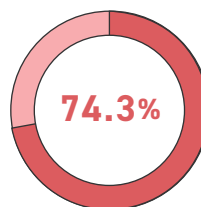
出所 3: 2020年内閣府男女共同参画局『女性活躍とSDGs-サステナビリティの実現に向けて-』

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



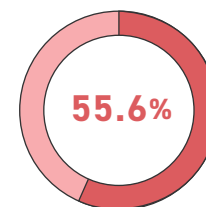
女性の活躍推進

女性社員比率



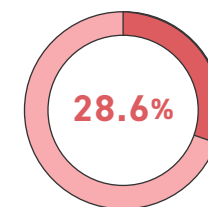
全国平均約 25.8%²

女性管理職比率



全国平均約 7.8%²

女性役員比率



上場企業平均約 5.2%³



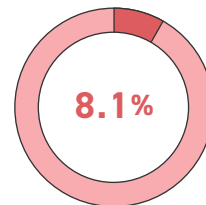
当社におけるSDGs ② (ダイバーシティの推進)

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。



沿革



ドラッグ王子とマトリ姫

ドラッグ王子 と マトリ姫

Drug Prince & Narcotic Girl



- | 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。
2021年3月に6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、恋愛を軸にしたストーリーです。毎日更新のミニストーリーもご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 を頂いております。

スタンドマイヒーローズ

リリース日 2016年9月

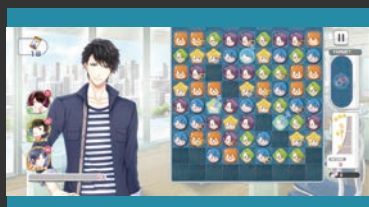
作品の特徴と魅力 前作「ドラッグ王子とマトリ姫」のキャラクターをベースに多彩な職業の魅力的なキャラクター達が登場する恋愛パズルゲーム

- ・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
- ・2021年2月 300万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。実力派声優の声とともに描かれる、それぞれの正義が交差するストーリーが大きな魅力の一つ。



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。5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。

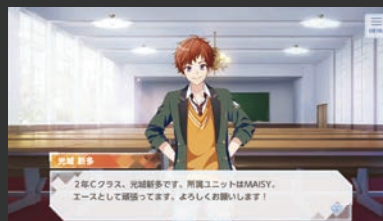


スタンドマイヒーローズ



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周年を迎えた後にアプリの更新は終了したものの、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ご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、作品を盛り上げて参ります。

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きやすいように、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技術も見所の一つです。



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 管理部

mail：ir@coly.info

IR 情報：https://colyinc.com/ir/