



2021年12月22日

各 位

会 社 名 T H E C O O 株 式 会 社
 代 表 者 名 代 表 取 締 役 C E O 平 良 真 人
 (コード番号：4255 東証マザーズ)
 問 合 わ せ 先 取 締 役 C F O 兼 コーポレート本部長 森茂樹
 (TEL. 03-6420-0145)

東京証券取引所マザーズへの上場に伴う当社決算情報等のお知らせ

当社は、本日、2021年12月22日に東京証券取引所マザーズに上場いたしました。今後ともなお一層のご指導ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、2021年12月期（2021年1月1日から2021年12月31日）における当社の業績予想は、次のとおりであります。また、最近の決算情報等につきましては別添のとおりであります。

(単位：百万円・%)

項目	2021年12月期 (予想)			2021年12月期 第3四半期累計期間 (実績)		2020年12月期 (実績)	
	対売上 高比率	対前 期増 減率		対売上 高比率		対売上 高比率	
売上高	3,392	100.0	46.2	2,452	100.0	2,320	100.0
営業損失(△)	△111	—	—	△59	—	△59	—
経常損失(△)	△113	—	—	△60	—	△60	—
当期(四半期)純損失(△)	△116	—	—	△64	—	△65	—
1株当たり当期(四半期) 純損失(△)	△63円50銭			△35円60銭		△40円19銭	
1株当たり配当金	0円00銭			0円00銭		0円00銭	

- (注) 1. 当社は連結財務諸表及び四半期連結財務諸表を作成しておりません。
2. 2020年12月期(実績)、2021年12月期第3四半期累計期間(実績)及び2021年12月期(予想)の1株当たり当期(四半期)純損失は、期中平均発行済株式数により算出しております。
3. 2021年12月期(予想)の1株当たり当期純損失は、公募による新株式数(200,000株)を含めた予定期中平均発行済株式数により算出し、オーバーアロットメントによる売出しに関する第三者割当増資分(最大75,100株)を考慮しておりません。

【2021年12月期業績予想の前提条件】

(1) 当社全体の見通し

当社は、一般ユーザー向けのファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」の提供を行う「Fanicon事業」及びクライアント企業向けにインフルエンサーを用いたマーケティング施策支援やオンライン広告コンサルティングを行う「法人セールス事業」を展開しております。

当社の主要なビジネスである Fanicon 事業は、ファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」の提供及び運営管理を行っております。「Fanicon」はアーティスト、インフルエンサー、タレント等（ファンコミュニティのオーナーであり、ファンの熱量の対象となるもので、以下「アイコン」という。）とそのファンが集い、アイコンとしての「価値」を提供したいアイコン側のニーズと、アイコンと「つながりたい」というファン側のニーズをマッチングさせるプラットフォームであります。また、法人セールス事業は、クライアント企業に対し、インフルエンサーを用いたマーケティング施策の実施支援を行うインフルエンサーセールス事業とクライアント企業に対してオンラインマーケティングに関する支援を提供するオンライン広告事業を展開しております。

当社の Fanicon 事業の市場環境としては、2020年6月30日に公表されたぴあ総合研究所株式会社の調査「ライブ・エンターテインメント白書」によると、音楽ライブや舞台ステージ等、ライブエンターテインメントの市場規模は2019年には6,295億円とされておりましたが、2020年は新型コロナウイルス感染拡大に伴い、1,106億円と大幅に下落しました。一方では新しい市場も創出され、2020年7月30日発表された株式会社CyberZ、株式会社OEN、株式会社デジタルインファクトの共同調査「デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年-2024年」によると、デジタルライブエンターテインメント（注）の市場規模は、2020年は140億円、2021年は前年比2倍以上の314億円、2022年は492億円と予測されております。

当社のファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」においても、そうしたデジタルライブエンターテインメント市場の動向を捉え、サービス拡大並びに新型コロナウイルス感染症の影響により活動の縮小を余儀なくされたライブ業界を救うため、2020年3月より開始しているチケット制ライブ配信プラットフォーム「Fanistream」の事業をリニューアルし、2021年4月にチケット制ライブ配信サービスとアーカイブを提供する「Cassette（カセット）」のサービス提供を開始いたしました。さらに2021年4月にオープンしたライブ配信専用スタジオ「BLACKBOX³（ブラックボックス）」を本格稼働させ、より様々な分野のアイコンとファンの交流を可能とすることで、「Fanicon」を通じて新しい価値の提供を進めております。その結果、「BLACKBOX³」は、アーティスト活動を主とするアイコンの新規コミュニティ開設に大きく寄与しております。

また、法人セールス事業の市場環境としては、株式会社電通の「2020年日本の広告費」によると、2020年のインターネット広告市場は2兆2,290億円、前年比105.9%と引き続き高い成長率で推移し、総広告費に占める媒体構成比は前年比5.9ポイント増の36.2%に達しております。当社としては、今後も同市場は堅調に推移すると予想しております。

法人セールス事業においては、数回に及ぶ緊急事態宣言が発出されたことにより、一部の

業界においては広告需要が低迷する中、国内外のクライアントより、インフルエンサーを用いた広告施策等の提案及びオンライン広告の運用・コンサルティングについて高い評価をいただき、着実に成長させてまいりました。

この結果、2021年12月期第3四半期累計実績は好調に推移しました。これを踏まえ、2021年12月期の業績予想は9月までの実績と10月以降の見込み値の合算により算出しており、売上高は3,392百万円（前事業年度比46.2%増）、営業損失は111百万円（前事業年度は営業損失59百万円）、経常損失は113百万円（前事業年度は経常損失60百万円）、当期純損失は116百万円（前事業年度は当期純損失65百万円）を見込んでおります。

（注）「デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年-2024年」では、アーティストが音楽ライブや演劇などを主にステージ上で演じ、ライブ配信で提供されるコンテンツを、「デジタルライブエンターテインメント」と定義し、その市場規模を推計・予測しております。

（2）売上高

売上高は、Fanicon事業及び法人セールス事業の売上高で構成されております。

Fanicon事業については、新規アイコン獲得数の計画を基に、実績から新規ユーザー増加数と既存コミュニティでのユーザーの増減数を想定したユーザー総数に、サブスク型の月額料金とファニポイント（注1）利用金額からなるARPU（1ユーザーあたりの平均月額売上）を掛けて売上高を算出しています。ARPUのうち、サブスク型の月額料金からなる売上は、新規アイコンがコミュニティを開設する際、通常料金プランに加え、使える機能に差をつけた高価格料金プランの2プランを導入し毎月着実に上昇してきていること、また既存アイコンに対してはカスタマーサクセス（注2）においてARPU向上の取り組みを続けたことによる上昇を踏まえて策定しております。また、ファニポイント利用金額からなる売上については、過去のトレンドに基づく利用分と、当社のカスタマーサクセスにおいて計画している季節にあわせたクリスマスやバレンタインなどのFanicon内イベントによる利用分を考慮して策定しております。

2021年12月期の売上高は、新規アイコンの獲得に伴うユーザー数の増加や上記イベント等の施策によるファニポイント利用ユーザーの増加、ARPUの上昇を想定しており、当事業の売上高は1,910百万円（前事業年度比73.6%増）を見込んでおります。

（注1）ファニポイントとはアプリ内課金にて購入し、様々な機能の対価として使用できるポイント

（注2）カスタマーサクセスの役割は、アイコンへのアプリ内の機能説明に留まらず、これまでの経験を通じて得たノウハウをチーム内で共有し、アイコン、ファン共に楽しんで頂ける様々なイベントを企画するなど、より良いコミュニティを作ることです。アイコンに有効な機能の使用方法を伝授することで、よりファンに喜んでもらえる仕組みを構築しております。

法人セールス事業は、「インフルエンサーセールス事業」及び「オンライン広告事業」にてビジネス展開を行っております。当事業については、事業別に、実績及び市場の成長率を参考

に、売上高を策定しております。2021年12月期の売上高は、インフルエンサーセールス事業については大型案件に注力する方針であるため、案件数は若干の減少を見込むものの、平均単価は上昇するため、インフルエンサーセールス事業全体としては増収を見込み、オンライン広告事業については、微増収となることを見込むことから、法人セールス事業全体としての売上高は1,482百万円(前事業年度比21.5%増)を見込んでおります。

(3) 売上原価、売上総利益

Fanicon 事業の売上原価は、アプリ決済手数料やクレジットカード決済手数料、及びアイコンへの分配金で構成されております。2021年12月期においては、分配率が相対的に高い大型のアイコンの増加及びアイコン数の増加により、アイコンへの分配金は増加しております。一方で、2018年9月に導入したクレジットカード決済は、そのユーザビリティから利用が増えてきており、クレジットカード決済は、アプリ決済と比べ手数料率が低いことから、売上原価となる決済手数料は低下傾向にあります。その結果、Fanicon 事業の原価率は、2020年12月期より5.1%程低下し、61.2%を見込んでおります。なお、サービス開発(保守・運用)にかかる人件費、当事業にかかる販売促進費等その他費用については、販売費及び一般管理費に分類しております。

以上の理由により、Fanicon 事業における売上原価は、前事業年度比60.3%増の1,169百万円を見込んでおります。

法人セールス事業の売上原価は、外注先であるインフルエンサーへの支払い及び広告媒体費用で構成されており、売上の増加に伴い、前事業年度比27.2%増の973百万円を見込んでおります。

その結果、2021年12月期の売上原価全体は、前事業年度比43.3%増の2,142百万円を見込んでおります。

以上の結果から、当社の売上総利益は前事業年度比51.4%増の1,250百万円を見込んでおります。

(4) 販売費及び一般管理費、営業損失

当社の販売費及び一般管理費の主な構成要素は人件費、広告宣伝費及び販売促進費、地代家賃、減価償却費等となっております。人件費については、人員計画に基づき策定しており、人員増強に伴う増加を見込んでおります。広告宣伝費及び販売促進費については、前期実績を基にFanicon 事業におけるアイコン獲得のための施策等による増加を見込んでおります。地代家賃については、本社オフィスの他、2021年12月期に開設したスタジオにより増加を見込んでおり、また、減価償却費についても同スタジオによる増加を見込んでおります。

その他の経費については、前期実績を基に、2021年12月期において必要とする費用を見積もり、計画上織り込んでおります。

以上の結果、2021年12月期の販売費及び一般管理費は前事業年度比53.8%増の1,361百万円を予想しており、Fanicon 事業では営業損失150百万円、法人セールス事業では営業利益38百万円を見込んでおります。また、当社全社の営業損失は111百万円(前期は営業損失59百万円)を予想しております。

(5) 営業外損益、経常損失

営業外収益は見込んでおりません。

営業外費用については、金融機関からの借入金に係る支払利息等を2百万円見込んでおります。

以上の結果、当社の2021年12月期の経常損失は113百万円を見込んでおります。

(6) 特別損益、当期純損失

現状、特別利益及び特別損失は見込んでおりません。

税金費用を加味した結果、当社の2021年12月期の当期純損失は116百万円を見込んでおります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述につきましては、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合があります。

以 上



2021年12月期 第3四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

2021年12月22日

上場会社名 THECOO株式会社 上場取引所 東
 コード番号 4255 URL <https://thecoo.co.jp/>
 代表者 (役職名)代表取締役CEO (氏名)平良 真人
 問合せ先責任者 (役職名)取締役CFO兼コーポレート本部長 (氏名)森 茂樹 (TEL)03(6420)0145
 四半期報告書提出予定日 — 配当支払開始予定日 —
 四半期決算補足説明資料作成の有無 : 無
 四半期決算説明会開催の有無 : 無

(百万円未満切捨て)

1. 2021年12月期第3四半期の業績（2021年1月1日～2021年9月30日）

(1) 経営成績(累計) (%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2021年12月期第3四半期	2,452	—	△59	—	△60	—	△64	—
2020年12月期第3四半期	—	—	—	—	—	—	—	—

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2021年12月期第3四半期	△35.60	—
2020年12月期第3四半期	—	—

- (注) 1. 2020年12月期第3四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、2020年12月期第3四半期の数値及び2021年12月期第3四半期の対前年四半期増減率を記載しておりません。
 2. 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式は存在するものの、当社株式は非上場であり、期中平均株価が把握できないため、また1株当たり四半期純損失であるため記載しておりません。

(2) 財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2021年12月期第3四半期	1,982	415	20.9
2020年12月期	1,718	480	27.9

(参考) 自己資本 2021年12月期第3四半期 414百万円 2020年12月期 479百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2020年12月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2021年12月期	—	0.00	—		
2021年12月期(予想)				0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無 : 無

3. 2021年12月期の業績予想（2021年1月1日～2021年12月31日）

（％表示は、対前期増減率）

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	3,392	46.2	△111	—	△113	—	△116	—	△63.50

- （注） 1. 直近に公表されている業績予想からの修正の有無 : 無
 2. 2021年12月期（予想）の1株当たり当期純損失は、公募による新株式数（200,000株）を含めた予定期中平均発行済株式数により算出しております。

※ 注記事項

- （1）四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用 : 無
 （2）会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示
 ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 : 無
 ② ①以外の会計方針の変更 : 無
 ③ 会計上の見積りの変更 : 無
 ④ 修正再表示 : 無

（3）発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2021年12月期3Q	1,821,355株	2020年12月期	1,821,355株
② 期末自己株式数	2021年12月期3Q	一株	2020年12月期	一株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2021年12月期3Q	1,821,355株	2020年12月期3Q	一株

- （注）2020年12月期第3四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、期中平均株式数（四半期累計）は記載しておりません。

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料2ページ「1. 当四半期決算に関する定性的情報（3）業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	3
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	3
2. 四半期財務諸表及び主な注記	4
(1) 四半期貸借対照表	4
(2) 四半期損益計算書	5
(3) 四半期財務諸表に関する注記事項	6
(継続企業の前提に関する注記)	6
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	6
(セグメント情報等)	6
(追加情報)	6

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第3四半期累計期間におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症のワクチン接種が進められておりますが、変異株による同感染症の感染が拡大しており、首都圏を中心に一部の地域で緊急事態宣言の再発出やまん延防止等重点措置が繰り返し実施されるなど、依然として経済活動に制限を受けていることなどから、先行き不透明な状況が続いております。

2020年6月30日に公表されたぴあ総合研究所株式会社の調査「ライブ・エンタテインメント白書」によると、音楽ライブや舞台ステージ等、ライブエンターテインメントの市場規模は2019年には6,295億円とされておりましたが、2020年は新型コロナウイルス感染拡大に伴い、1,106億円と大幅に下落しました。一方では新しい市場も創出され、2020年7月30日発表された株式会社CyberZ、株式会社OEN、株式会社デジタルインファクトの共同調査「デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年-2024年」によると、デジタルライブエンターテインメント（注）の市場規模は、2020年は140億円、2021年は前年比2倍以上の314億円、2022年は492億と予測されております。

当社のファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」においても、そうしたデジタルライブエンターテインメント市場の動向を捉え、2020年3月より、チケット制ライブ配信プラットフォーム「Fanistream」を開始（2021年4月に「Cassette」にリニューアル）しております。さらに2021年4月にはアイコンが無料で利用できるライブ配信専用スタジオ「BLACKBOX³」をオープンするなど、デジタルライブエンターテインメントというファンにとっての新しい選択肢を提供するべく、インフラを整備してきております。以上より、ライブエンターテインメント市場の成長にともない、Fanicon事業は今後も拡大余地があるものと当社は考えております。

また、法人セールス事業の市場環境としては、株式会社電通の「2020年日本の広告費」によると、2020年のインターネット広告市場は2兆2,290億円、前年比105.9%と引き続き高い成長率で推移し、総広告費に占める媒体構成比は前年比5.9ポイント増の36.2%に達しており、当社としては今後も同市場は堅調に推移すると予想しております。

このような環境の中、Fanicon事業においては、「Fanicon」の運営に加え、サービス拡大に向けて、2021年4月にオープンしたライブ配信専用スタジオ「BLACKBOX³」が本格稼働し始め、より様々な分野のアイコンとファンの交流を可能とすることで、「Fanicon」を通じて新しい価値の提供を進めております。その結果、「BLACKBOX³」は、アイコンの新規コミュニティ開設に大きく寄与しており、熱心なファンを抱えるアイコンに選ばれるファンコミュニティを提供できる体制が整ってきております。また、2020年3月に開始したチケット制ライブ配信プラットフォーム「Fanistream」の事業をリニューアルし、2021年4月にチケット制ライブ配信サービスとアーカイブを提供する「Cassette」のサービス提供を開始し、新型コロナウイルス感染症の影響により活動縮小を余儀なくされたライブ業界を救うための取り組みも開始いたしました。

法人セールス事業においては、数回に及ぶ緊急事態宣言が発出され、一部の業界においては広告需要が低迷する中、国内外の顧客に対して、インフルエンサーを用いた広告施策等の提案及びオンライン広告の運用とコンサルティング共に高い評価を得ることで、着実に成長させてまいりました。

以上の結果、当第3四半期累計期間の売上高は2,452,999千円、営業損失は59,070千円、経常損失は60,226千円、四半期純損失は64,832千円となりました。

（注）「デジタルライブエンターテインメント市場規模予測2020年-2024年」では、アーティストが音楽ライブや演劇などを主にステージ上で演じ、ライブ配信で提供されるコンテンツを、「デジタルライブエンターテインメント」と定義し、その市場規模を推計・予測しております。

a Fanicon事業

Fanicon事業においては、「Fanicon」の運営に加え、サービス拡大に向けて、2021年4月にオープンしたライブ配信専用スタジオ「BLACKBOX³」が本格稼働し始め、より様々な分野のアイコンとファンの交流を可能とすることで、「Fanicon」を通じて新しい価値の提供を進めております。その結果、「BLACKBOX³（ブラックボックス）」は、アイコンの新規コミュニティ開設に大きく寄与しており、熱

心なファンを抱えるアイコンに選ばれるファンコミュニティを提供できる体制が整ってきております。また、2020年3月に開始したチケット制ライブ配信プラットフォーム「Fanistream」の事業をリニューアルし、2021年4月にチケット制ライブ配信サービスとアーカイブを提供する「Cassette」のサービス提供を開始し、新型コロナウイルス感染症の影響により活動縮小を余儀なくされたライブ業界を救うための取り組みも開始いたしました。

2021年9月末時点において、1人以上のファンが登録しているアイコン数は2,115、ファン数(有料課金ユーザー数)は144,604となり、多くのファンを抱えるアイコンの新規開設の増加に伴い、会員数も順調に増加しております。また、アイコンへのイベント提案やファン体験の価値を高めるカスタマーサクセスの実施により、アイコンの解約率はサービス開始以来低水準で推移しております。

以上の結果、当事業の売上高は1,345,768千円、営業損失は94,700千円となりました。

b 法人セールス事業

法人セールス事業においては、数回に及ぶ緊急事態宣言が発出され、一部の業界においては広告需要が低迷する中、国内外の顧客に対して、インフルエンサーを用いた広告施策等の提案及びオンライン広告の運用とコンサルティング共に高い評価を得ることで、着実に成長させてまいりました。

以上の結果、当事業の売上高は1,107,230千円、営業利益は35,629千円となりました。

(2) 財政状態に関する説明

(流動資産)

当第3四半期会計期間末における流動資産は、前事業年度末に比べ170,435千円増加し、1,674,233千円となりました。主な要因は、現金及び預金の増加64,527千円、売上増加に伴う受取手形及び売掛金の増加99,647千円であります。

なお、売掛金には、売上高には計上されていないオンライン広告事業のサービスにおける顧客の媒体費用の立替分が含まれております。そのため、売上高に対し売掛金の規模が大きく、また、同事業の売上増に伴い増加する傾向があります。

(固定資産)

当第3四半期会計期間末における固定資産は、前事業年度末に比べ93,995千円増加し、308,469千円となりました。主な要因は、スタジオ建設に伴う有形固定資産のその他に含まれる建物の増加120,590千円及び機械装置の増加134,034千円、スタジオ完成に伴う有形固定資産のその他に含まれる建設仮勘定の減少129,428千円であります。

(流動負債)

当第3四半期会計期間末における流動負債は、前事業年度末に比べ323,304千円増加し、1,444,480千円となりました。主な要因は、買掛金の増加119,734千円、未払金の増加57,303千円、Fanicon事業におけるファン数の増加等に伴う前受金の増加175,899千円、1年内返済予定の長期借入金の返済20,800千円であります。

(固定負債)

当第3四半期会計期間末における固定負債は、前事業年度末に比べ5,959千円増加し、122,249千円となりました。主な要因は、スタジオ完成に伴う資産除去債務の増加3,127千円であります。

(純資産)

当第3四半期会計期間末における純資産は、前事業年度末に比べ64,833千円減少し、415,974千円となりました。主な要因は、四半期純損失を64,832千円計上したことによるものであります。

(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明

業績予想につきましては、本日公表いたしました「東京証券取引所マザーズの上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」をご参照ください。

なお、上記に記載した業績予想等は、現時点において入手可能な情報に基づき判断したものであり、実際の業績は、今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

2. 四半期財務諸表及び主な注記

(1) 四半期貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2020年12月31日)	当第3四半期会計期間 (2021年9月30日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	599,181	663,708
受取手形及び売掛金	858,038	957,685
その他	57,928	66,284
貸倒引当金	△11,349	△13,444
流動資産合計	1,503,798	1,674,233
固定資産		
有形固定資産	153,473	257,967
投資その他の資産	61,001	50,502
固定資産合計	214,474	308,469
資産合計	1,718,273	1,982,703
負債の部		
流動負債		
買掛金	240,227	359,962
1年内返済予定の長期借入金	27,040	6,240
未払金	497,397	554,700
未払法人税等	2,290	3,159
前受金	241,198	417,097
その他	113,022	103,320
流動負債合計	1,121,175	1,444,480
固定負債		
長期借入金	104,640	104,640
資産除去債務	11,649	14,777
その他	—	2,832
固定負債合計	116,289	122,249
負債合計	1,237,465	1,566,729
純資産の部		
株主資本		
資本金	90,000	90,000
資本剰余金	994,296	994,296
利益剰余金	△605,202	△670,034
株主資本合計	479,093	414,261
新株予約権	1,714	1,713
純資産合計	480,807	415,974
負債純資産合計	1,718,273	1,982,703

(2) 四半期損益計算書
第 3 四半期累計期間

(単位：千円)

	当第 3 四半期累計期間 (自 2021年1月1日 至 2021年9月30日)
売上高	2,452,999
売上原価	1,548,531
売上総利益	904,467
販売費及び一般管理費	963,538
営業損失(△)	△59,070
営業外収益	
広告収入	133
その他	6
営業外収益合計	139
営業外費用	
支払利息	1,236
為替差損	58
営業外費用合計	1,295
経常損失(△)	△60,226
特別利益	
新株予約権戻入益	1
特別利益合計	1
税引前四半期純損失(△)	△60,225
法人税、住民税及び事業税	1,775
法人税等調整額	2,832
法人税等合計	4,607
四半期純損失(△)	△64,832

(3) 四半期財務諸表に関する注記事項

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

I 当第3四半期累計期間(自 2021年1月1日 至 2021年9月30日)

1 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報

(単位：千円)

	報告セグメント			合計
	Fanicon事業	法人セールス事業	計	
売上高				
外部顧客への売上高	1,345,768	1,107,230	2,452,999	2,452,999
セグメント間の内部 売上高又は振替高	—	—	—	—
計	1,345,768	1,107,230	2,452,999	2,452,999
セグメント利益又は損失(△)	△94,700	35,629	△59,070	△59,070

(注) セグメント利益又は損失の合計は、四半期損益計算書の営業損失と一致しております。

2 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

該当事項はありません。

(追加情報)

(新型コロナウイルス感染症拡大の影響に関する会計上の見積り)

新規上場申請のための有価証券報告書(Iの部)の(追加情報)(新型コロナウイルス感染症拡大の影響に関する会計上の見積り)に記載した新型コロナウイルス感染症の仮定について重要な変更はありません。