



# 補足資料

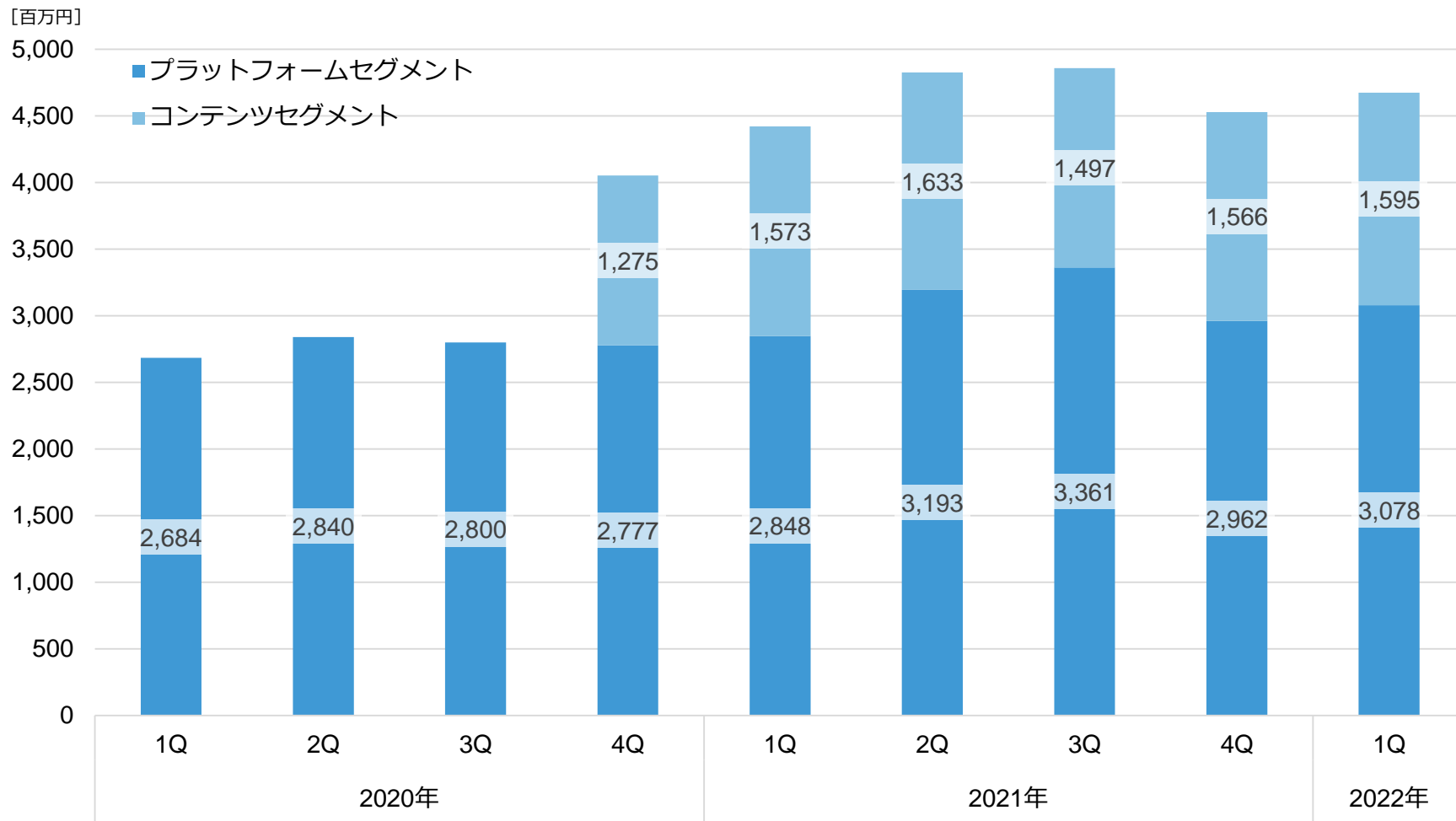
## 2022年12月期 第1四半期

# 売上高・各段階利益が 通期業績予想に対して堅調に推移

- ✓ Pセグ：『まんが王国』が引き続き成長
- ✓ Cセグ：収益性の高いデジタルコンテンツが好調

PL (単位：百万円、%)	2022年12月期		進捗	補足
	1Q	期末 (業績予想値)		
売上	<b>4,673</b>	18,791	24.9%	Pセグ・Cセグともに、堅調に推移
営業利益	<b>546</b>	1,536	35.5%	書籍返品に関する季節要因もあり、 各段階利益の進捗率は、 売上高の進捗率を上回る
経常利益	<b>512</b>	1,416	36.2%	
純利益	<b>254</b>	695	36.6%	
1株当たり純利益(円)	<b>42.63</b>	116.97	36.4%	

## 売上高



注：2020年4Qより連結決算へ移行。端数処理の都合、合計値は不一致。

### 全社業績



売上高	: 4,673 百万円	( 6%増)
営業利益	: 546 百万円	( 26%増)
のれん等償却前営業利益	: 740 百万円	( 17%増)

### プラットフォーム セグメント



売上高	: 3,078 百万円	( 8%増)
営業利益	: 234 百万円	( 235%増)
のれん等償却前営業利益	: 302 百万円	( 112%増)

### コンテンツ セグメント



売上高	: 1,637 百万円	( 1%増)
営業利益	: 311 百万円	( 14%減)
のれん等償却前営業利益	: 437 百万円	( 10%減)

注：( ) 内は前年同期比。

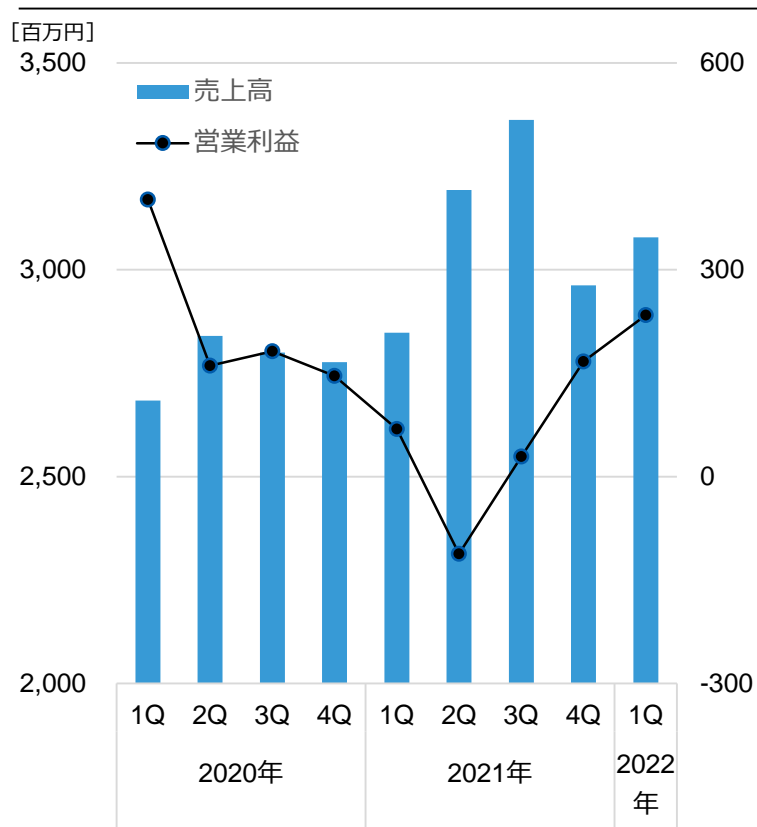
注：内部取引や全社費用の調整が入るため、セグメントの合算と全社業績は不一致。

注：のれん等償却前営業利益は、のれん償却費だけでなく2021年3Qで確定した著作権の償却費も考慮。

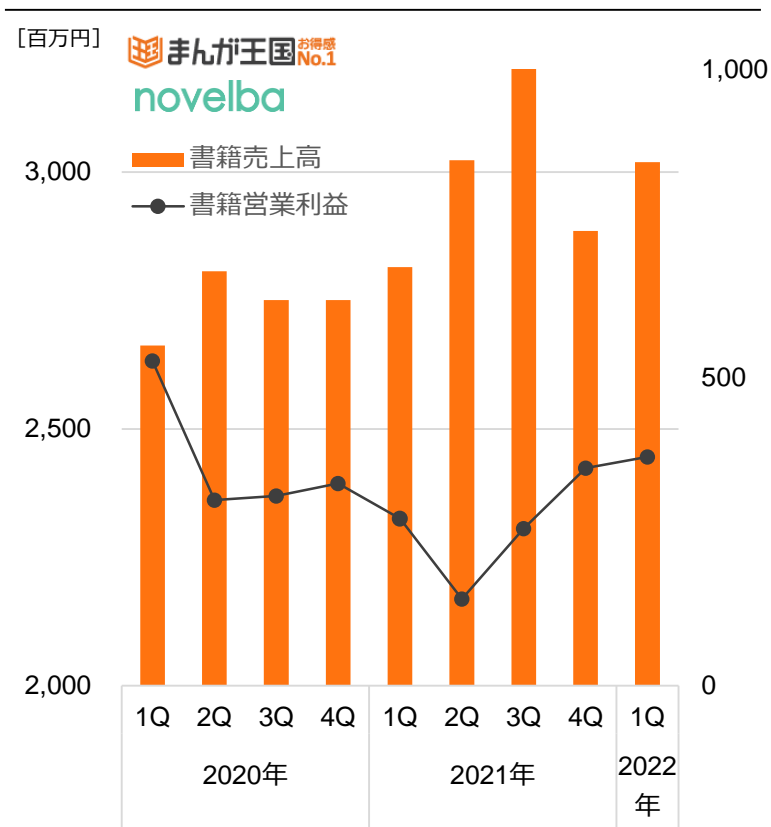
## 主力事業（書籍）が堅調に推移

利益面では、ゲームビジネスの赤字幅が減少したことに加え、  
 テレビCMを行わなかったことによる広告費の減少が要因となり、前期比で大幅に改善

### Pセグ 売上高・営業利益



### 主力事業（書籍）売上高・営業利益



注：内部取引や全社費用の調整が入るため、セグメントの合算と全社業績は不一致。端数処理の都合、合計値は不一致。

注：主力事業(書籍)売上高・営業利益は全社費用を除いた管理会計数値を表示。

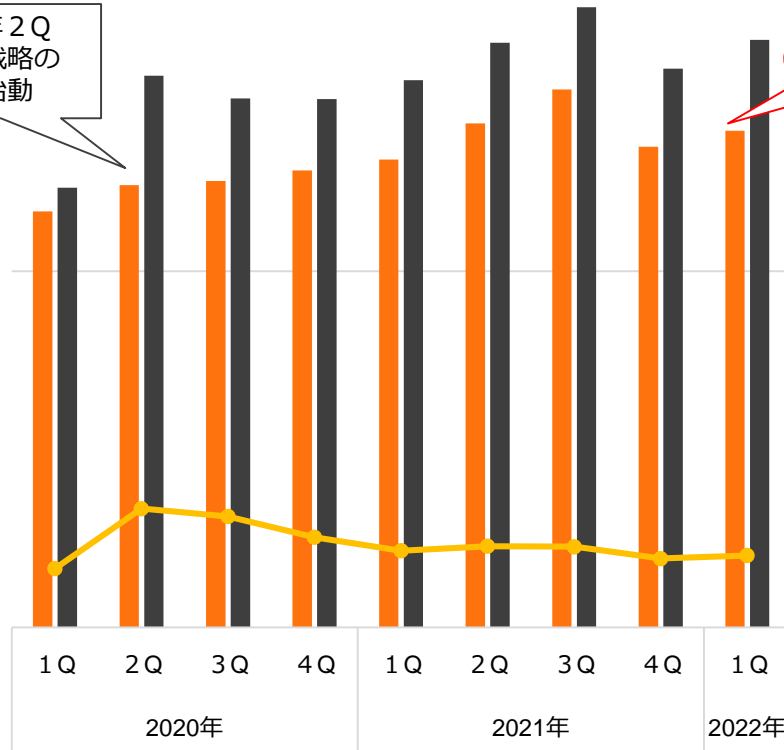


## 消費及び販促ポイント 課金額の推移

■ 課金額   ■ 消費Pt   ● 販促Pt

2020年2Q  
お徳感戦略の  
本格始動

前年同Q比  
約**6%**増

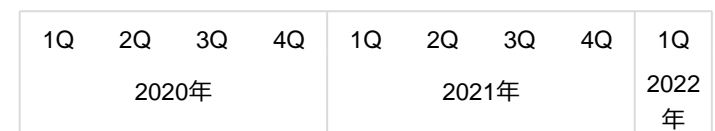


## 単価 (ARPPU) の推移

前年同Q比  
約**9%**増

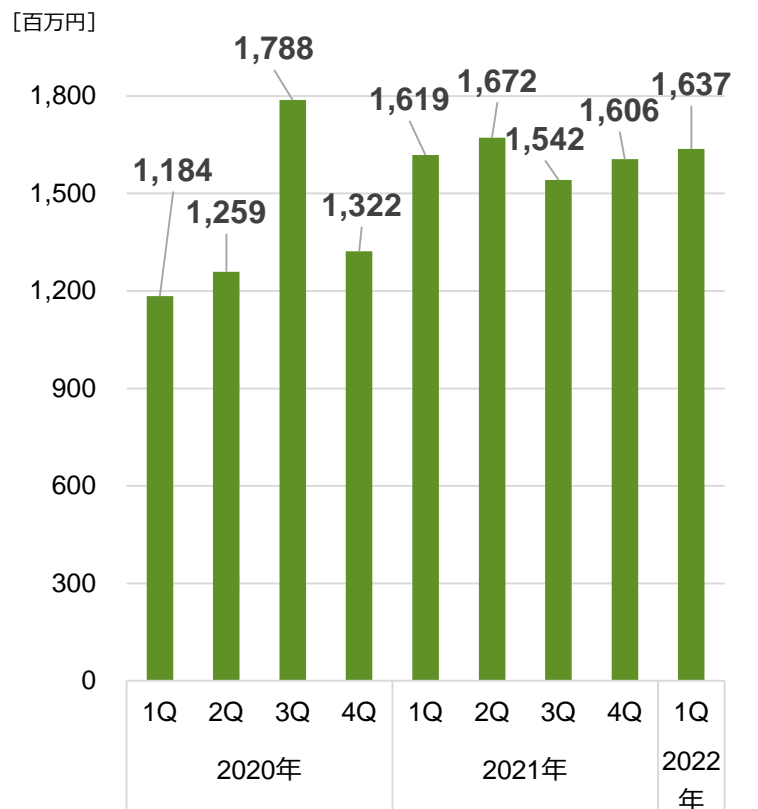
前年同Q比  
約**3%**増

● 課金ARPPU   ● 消費ARPPU

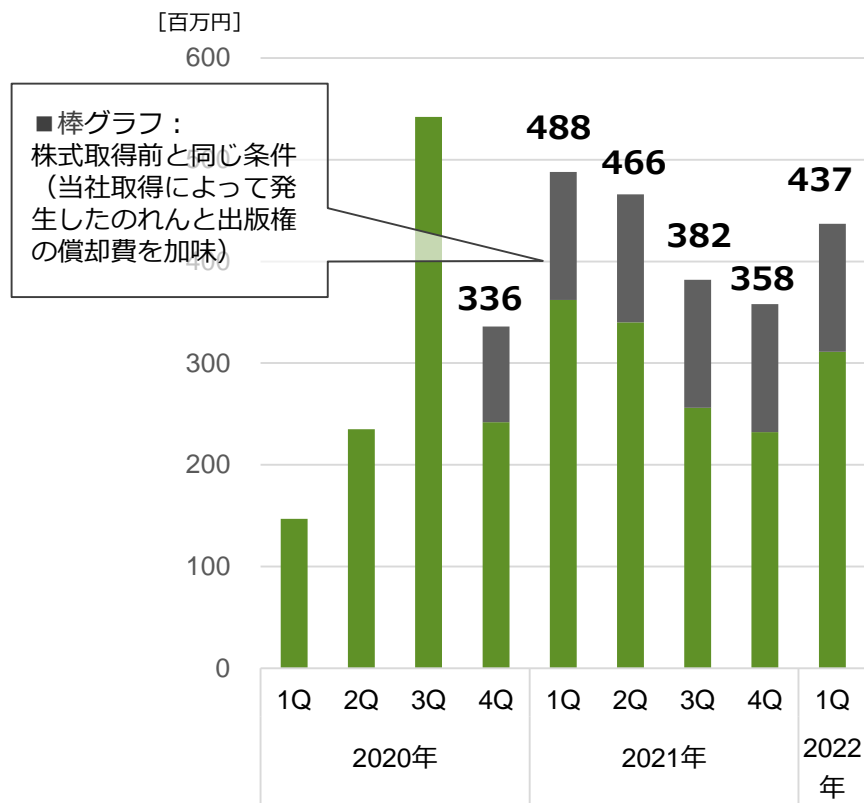


出版・その他の売上高が減少するも、収益性の高いデジタル売上高が好調に推移  
 利益面でもデジタルコンテンツが出版をカバーしたが、引当金の影響で前期比では減益に

### Cセグ 売上高



### Cセグ 営業利益

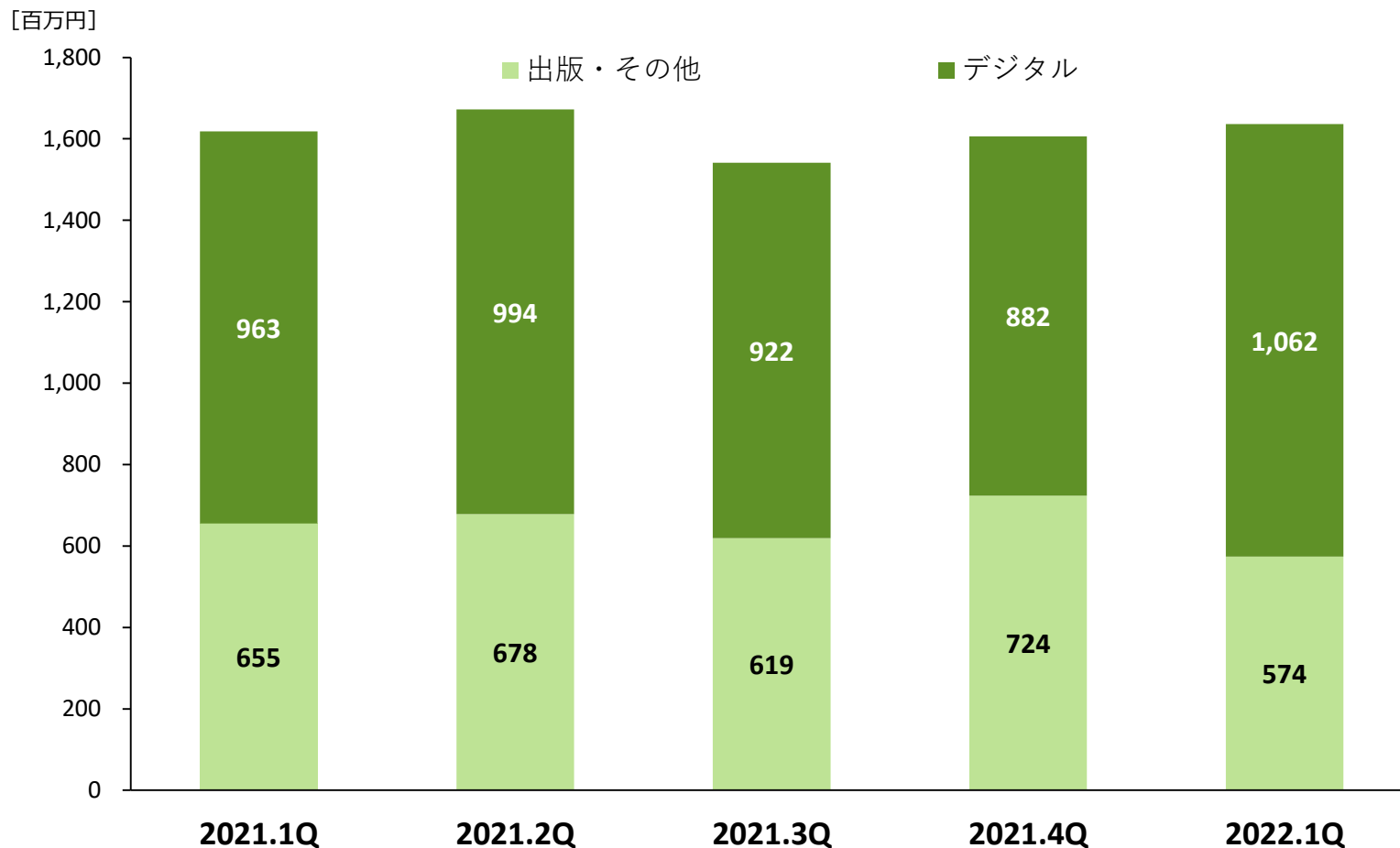


注：内部取引や全社費用の調整が入るため、セグメントの合算と全社業績は不一致。端数処理の都合、合計値は不一致。  
 注：20年3Q以前の数値は管理会計数値を利用。20年4Q以降の営業利益には当社買収時に発生したのれんと出版権の償却費が計上。



**デジタル売上が四半期で過去最高売上を達成**  
**前期中に廃刊した雑誌の影響などで、出版・その他の売上は前期比減少**

## Cセグ 売上高



注：端数処理の都合、合計値は不一致。