

Amazia

2022年9月期 第3四半期 決算説明資料

2022年8月10日

株式会社Amazia（証券コード：4424）

Main Contents



Contents.1...

業績概要

Contents.2...

業績予想

Contents.3...

Appendix

Amazia

Contents.1

業績概要

- 2022年9月期 第3四半期（会計期間）業績概要
- 業績推移 売上高/営業利益
- 2022年9月期 第3四半期（累計期間）業績概要
- 2021年9期 3Q比 営業利益増減分析

2022年9月期 第3四半期（会計期間） 業績概要

MAUが対前年同期比で5%程度増加するも、消費マインドの減退及び広告市況の悪化等により、ARPPU及び1日当たり広告収益が低調に推移

単位：百万円

	2021年9月期 第3四半期会計期間		2022年9月期 第3四半期会計期間		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	1,862	100.0%	1,549	100.0%	▲313	▲16.8%
売上総利益	628	33.8%	554	35.8%	▲74	▲11.8%
営業利益	▲9	▲0.5%	▲15	▲1.0%	▲6	—
EBITDA	▲8	▲0.4%	▲14	▲0.9%	▲6	—
経常利益	▲11	▲0.6%	▲4	▲0.3%	+6	—
四半期純利益	▲19	▲1.0%	▲6	▲0.4%	+13	—

対前年同四半期比（会計期間）における、当四半期の状況

【売上面】

- ユーザーの消費マインドの減退等により、課金収益KPI(ARPPU)が低調に推移
- 海外のアドネットワークとのドル建取引が大半を占めるため、円安の恩恵を受ける一方で、世界経済の停滞及び国内のインフレ懸念等により、広告市況が悪化し、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が減少
- 一方、2021年4月～2022年5月まで広告宣伝費を積極的に投下したため、対前年同期比でMAUは5%程度増加

【利益面】

- 積極的に広告宣伝費を投下したため、前年同期比で同水準の営業損失（売上高広告宣伝費率/前3Q:28.7%、当3Q: 29.5%）

業績推移 売上高/営業利益

営業損益がゼロになる程度にコントロールしながら、広告宣伝費を投下した結果、当2Q比で、MAUは同水準となるが、ARPPU及び1日当たり広告収益の低迷により売上高は▲10.5%減少



2022年9月期 第3四半期（累計期間）業績概要

MAUは増加傾向にあるものの、10~11月の緊急事態宣言解除の反動によるユーザーの行動変化、消費マインドの減退及び広告市況の悪化等の影響により、累計売上高は540百万円減少

単位：百万円

	2021年9月期 第3四半期累計期間		2022年9月期 第3四半期累計期間		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	5,509	100.0%	4,968	100.0%	▲540	▲9.8%
売上総利益	1,955	35.5%	1,797	36.2%	▲157	▲8.1%
営業利益	414	7.5%	▲23	▲0.5%	▲438	—
EBITDA	418	7.6%	▲20	▲0.4%	▲439	—
経常利益	414	7.5%	▲0	▲0.0%	▲415	—
四半期純利益	268	4.9%	▲10	▲0.2%	▲279	—

対前年同四半期比（累計期間）における、当四半期の状況

【売上面】

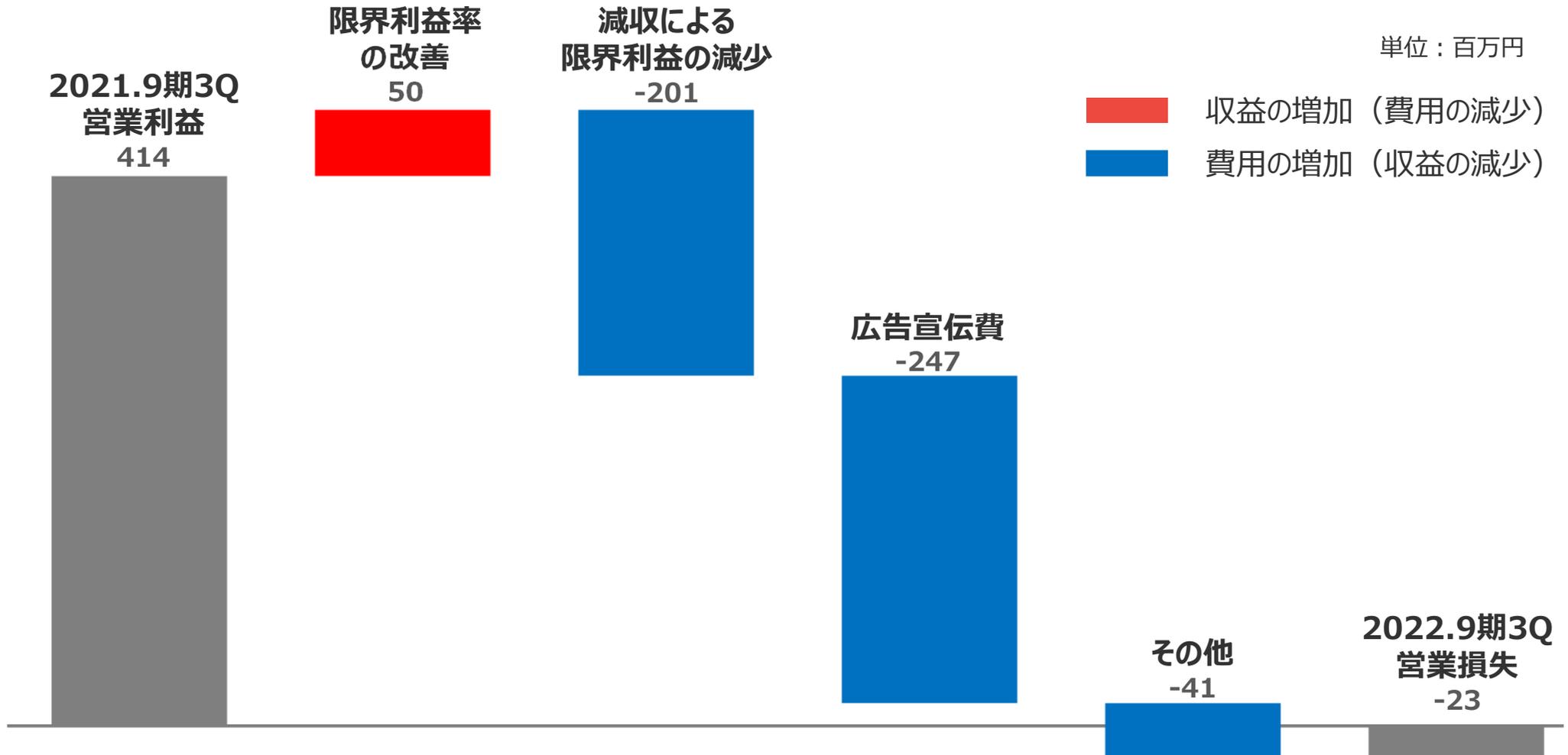
- 10~11月は緊急事態宣言の解除により、長期に続いた行動規制が緩和された反動で、ユーザーの外出等が増加し、課金収益KPI(決済率、ARPPU)、広告収益KPI（利用日数）が低下
- ATT導入による影響と広告市況の悪化により、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が低調に推移
- 一方、2021年4月~2022年5月まで広告宣伝費を積極的に投下したため、対前年同期比でMAUは6%程度増加

【利益面】

- 2021年4月から広告宣伝方針の変更により、売上高広告宣伝費率が29.8%にまで増加（前3Q:22.4%）したため、営業利益率が悪化

2021年9期3Q比 営業利益増減分析

引き続き厳しい競争環境の中でマンガBANG!の成長を優先し、ユーザーの獲得数を重視した広告宣伝方針に変更し、先行投資を増加させた結果、前年同期比で営業利益が438百万円減少



Amazia

Contents.2

業績予想

- 業績予想の修正
- 業績予想の修正要因
- 成長戦略の進捗状況
- 2022年9月期 第4四半期以降の見通し

業績予想の修正

(6/30開示資料から再掲)

競争激化による広告獲得単価の急上昇及びARPPUの悪化、更に広告市況の悪化等の厳しい市場環境が今後も続くことが想定されるため、MAUの拡大よりも広告獲得効率を重視した広告方針に変更し、MAUは一定規模の維持にとどめ、安定的に利益を計上していく方針

単位：百万円

	2022年9月期 通期				
	当初計画 (A)	修正後計画			差異 (A-B)
		上期 (実績)	下期 (計画)	合計 (B)	
売上高	8,000	3,419	3,115	6,535	▲1,464
営業利益	300	▲7	88	80	▲219
経常利益	300	4	96	101	▲199
当期純利益	190	▲4	59	54	▲136

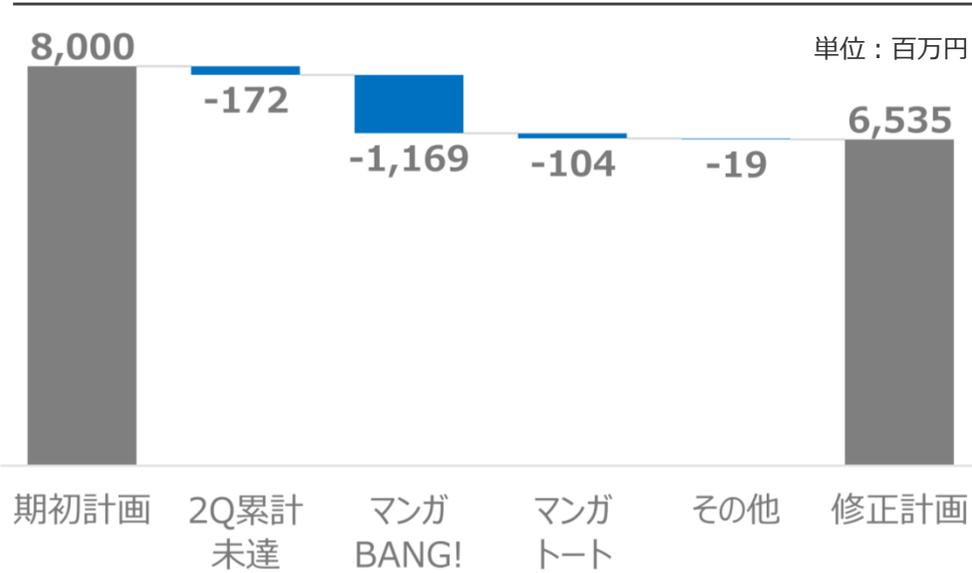
マンガBANG!における各KPIの計画策定の前提条件（対当初計画比）

MAU	広告収益（広告ARPU）		課金収益(課金ARPU)	
	一日当たり広告収益	利用日数	決済率	ARPPU
効率重視の広告方針に変更するため、当初計画から微減する想定	広告市況の悪化 + 当初計画よりも広告視聴回数が増加していないため、約25%減少を見込む	当初計画とほぼ同水準で推移する想定	当初計画とほぼ同水準で推移する想定	競争激化 + 新規取引先の開拓及び開発遅延により、当初計画から約20%の減少を見込む

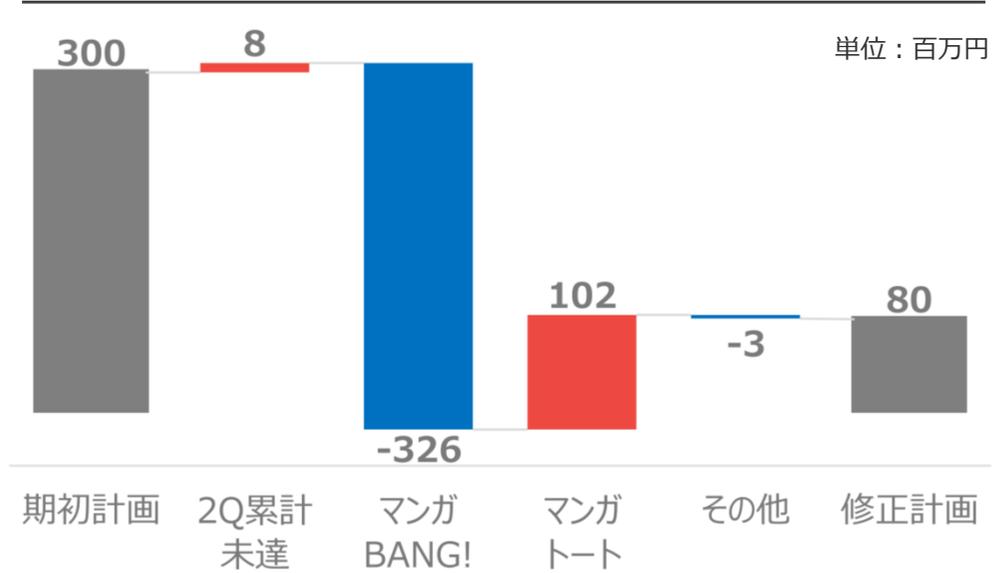
業績予想の修正要因

(6/30開示資料から再掲)

売上高



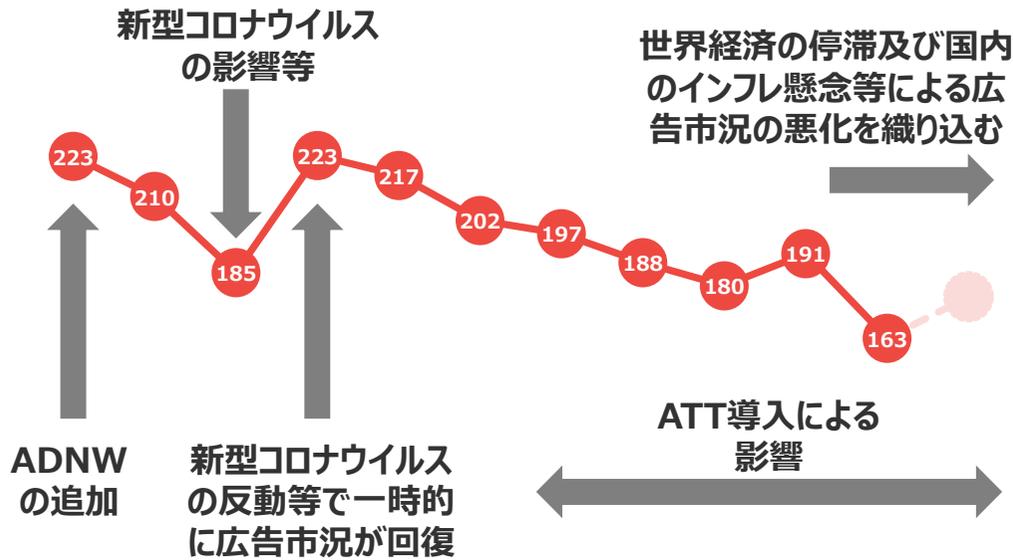
営業利益



サービス	2Q累計未達分		3Q以降の影響		
	売上高	営業利益	売上高	営業利益	主な増減要因
マンガBANG!			▲1,169	▲326	①効率を重視した広告宣伝方針に変更するため、MAUが当初計画から微減し、広告宣伝費も430百万円減少する計画（2,220百万円⇒1,790百万円） ②広告市況の悪化+新規取引先の開拓遅延等により、併読数（広告視聴回数）が当初計画ほど増加していないため、1日当たり広告収益を約25%下げて見積もる ③競争激化+新規取引先の開拓+開発遅延（課金モデル、UI/UX改善）により、当初計画より課金ARPPUを20%下げて見積もる
マンガトート (旧Palfe)	▲172	+8	▲104	+102	
その他			▲19	▲3	

マンガBANG!の広告ARPU・課金ARPU推移と計画

広告ARPU

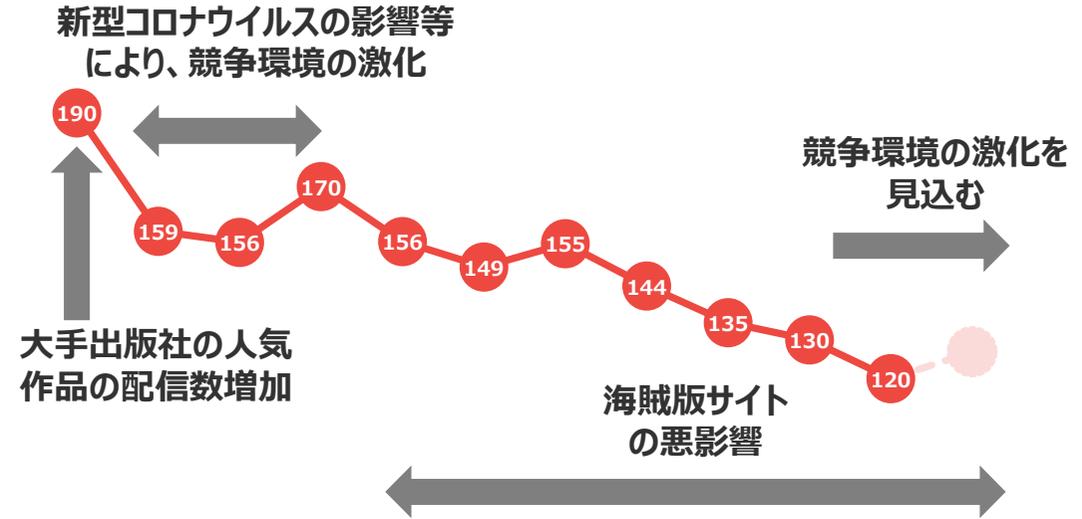


注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

点線部分は予想値

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2020年9月期				2021年9月期				2022年9月期			

課金ARPU



注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

点線部分は予想値

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2020年9月期				2021年9月期				2022年9月期			

成長戦略の進捗状況

01 マンガアプリ収益モデルの再構築

Google Playのサービス手数料が低減

- Googleの定める「Play Media Experience Program」の適用条件と要件をクリアし、2021年12月頃より適用開始され、手数料率が低減

配信作品のラインナップ拡充

- チャージ（現チケット）コーナーの配信作品数が計画を上回る
195作品(2021.9)⇒392作品（2022.6）
計画400作品(2022.9)
- 2022.8～Webtoonの配信開始（今後も随時追加予定）
- 当4Q～新たにKADOKAWA作品の配信開始

UI/UXの改善

- 2021年12月からリコメンドエンジン導入
- 2022.7に配信作品の拡大に適したUI/UXへのリニューアル（配信モデルの追加等）

02 オリジナル作品の体制強化

マンガ制作体制の拡大

- メディアミックスの本格展開、制作本数拡大に向けて、原作公募プロジェクト『マンガBANG×エイベックス・ピクチャーズ 第一回WEB小説大賞』を6/30より実施
既に多数の作品応募を受付



03 海外サービスの展開

- 資本業務提携先の「Mangamo」を活用し、自社オリジナル作品の有料配信を実施
- 自社アプリ「Manga Flip」のリニューアル（2023年9月期1Q～課金機能等を実装予定）

2022年9月期 第4四半期以降の見通し

マンガBANG!の収益モデルの再構築と成長投資（マンガ制作費）を継続
海外市場（規模、地域、収益モデル）の立ち上がりを見極めつつ、海外展開を加速

当社を取り巻く環境

売上増加 費用減少 要因

- 効率的な広告宣伝費の投下により、広告宣伝費の最適化を図る
- Google Playのサービス手数料が削減
- 「マンガBANG!」において、Webtoon作品、新規取引先の増加等、配信作品の拡大が進む
 - 1人当たり読書数が増加し、継続率、決済率、広告視聴回数の増加見込む
 - 特に、オリジナル作品の増加により、競合他社との差別化を図り、継続率の改善を見込む

売上減少 費用増加 要因

- 世界経済の停滞及び国内のインフレ懸念により、広告市況の不安定な状況が続き、広告収益単価が低調に推移する懸念
- 物価上昇による奢侈品に対する消費マインドの減退による、課金売上が低調に推移する懸念
- 海外向けのマンガアプリ「Manga Flip」のリニューアル開発費の発生
(当4Qでは10百万円程度の見込)

Amazia

Contents.3

Appendix

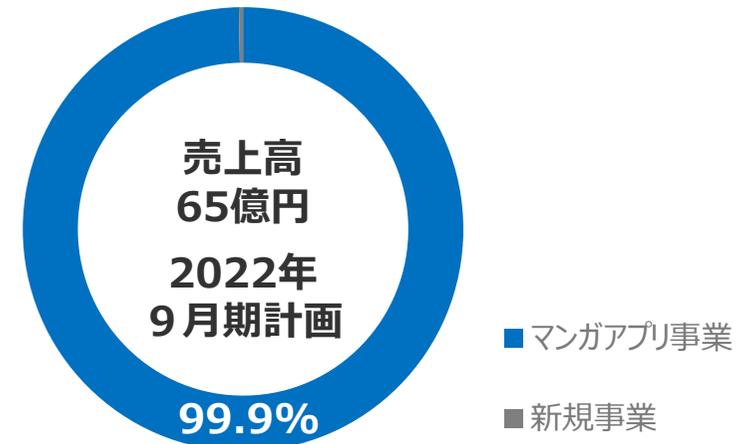
- 会社概要
- 四半期業績推移
- 年間業績推移
- 市場動向

会社概要

社名	株式会社Amazia（アメイジア）
本社住所	東京都渋谷区南平台町2-17 日交渋谷南平台ビル2階
設立	2009年10月
代表社名	代表取締役社長 佐久間 亮輔
事業内容	「マンガBANG!」の企画・運営 「マンガトート」の企画・運営 オリジナル漫画の制作
役員構成	取締役 5名（内、社外2名） 監査役 3名（内、社外3名） 監査役会設置会社
従業員数	32名（役員8名、アルバイト12名除く）

2022年6月30日現在

総資産	28億4,517万円
資本金	3億6,384万円
発行済株式数	6,745,000株
時価総額	42億5,609万円
単元株数	100株
上場市場	東証グロース（証券コード4424）



四半期業績推移

単位：百万円(百万円未満切り捨て)

	20/9期				21/9期				22/9期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	1,641	1,772	1,979	2,130	1,890	1,756	1,862	1,998	1,688	1,731	1,549
変動費(※1)	1,008	1,063	1,241	1,295	1,146	1,112	1,201	1,228	1,056	1,055	959
広告宣伝費	242	353	358	360	327	369	535	760	481	541	456
人件費(※2)	51	78	88	86	82	86	86	86	92	94	95
その他	42	45	49	59	50	46	48	49	55	50	53
営業利益 (営業損失)	296	232	241	327	283	141	▲9	▲127	1	▲9	▲15
経常利益 (経常損失)	293	231	236	323	277	149	▲11	▲124	4	▲0	▲4
当期純利益 (当期純損失)	200	156	158	234	189	98	▲19	▲83	▲0	▲3	▲6

※1 変動費は、仕入高（著作権料、プラットフォーム手数料）、【製】賃借料（サーバー代）

※2 採用費含む

年間業績推移

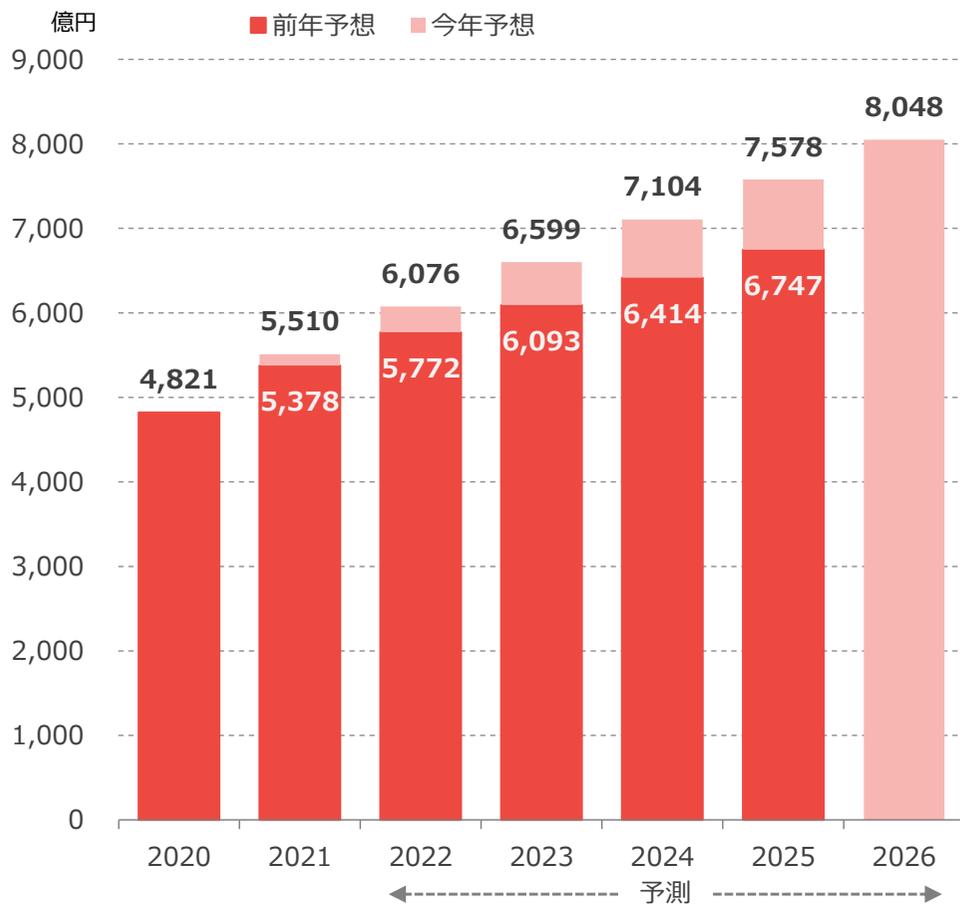
		第8期 2017年9月期	第9期 2018年9月期	第10期 2019年9月期	第11期 2020年9月期	第12期 2021年9月期	第13期計画 2022年9月期
売上高	(千円)	1,171,086	1,375,500	3,386,580	7,524,525	7,507,568	6,535,000
経常利益又は経常損失 (△)	(千円)	△27,321	77,337	396,443	1,084,693	290,843	101,000
当期純利益又は当期純損失 (△)	(千円)	△29,254	94,951	303,027	750,264	185,340	54,000
資本金	(千円)	153,347	161,472	338,524	356,089	361,504	(未開示)
発行済株式総数	(株)	14,840	3,018,000	3,314,100	6,710,200	6,734,600	
純資産額	(千円)	196,931	308,132	965,007	1,800,970	2,049,700	
総資産額	(千円)	410,025	565,159	1,613,255	3,106,918	3,020,181	
1株当たり純資産額	(円)	33.18	51.05	145.60	260.87	289.03	8.13
1株当たり当期純利益又は当期純損失 (△)	(円)	△5.00	15.91	46.77	112.33	27.55	
自己資本比率	(%)	48.0	54.5	59.8	56.3	64.4	(未開示)
自己資本利益率	(%)	△20.5	37.6	47.6	55.3	10.0	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△32,111	53,988	324,928	849,901	224,132	
投資活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△6,887	△9,006	△58,918	△25,969	△25,887	
財務活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	126,599	13,095	334,596	30,215	7,368	
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	181,099	239,177	839,783	1,693,930	1,899,544	
従業員数〔外、平均臨時雇用者数〕	(名)	10 〔1〕	12 〔1〕	16 〔2〕	25 〔3〕	27 〔7〕	

1. 売上高には、消費税等は含まれておりません。
2. 2017年3月15日付で普通株式1株につき10株、2018年9月1日付で普通株式1株につき200株、2020年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。第8期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、1株当たり純資産額、1株当たり当期純利益又は1株当たり当期純損失を算定しております。
3. 第8期から第11期の財務諸表については、金融商品取引法第193条の2第1項の規定に基づき、EY新日本有限責任監査法人により監査を受けております。
4. 従業員数は就業人員（退職者を除く）であり、臨時従業員数（アルバイト含む。業務委託社員を除く。）は、年間平均雇用人員（1日8時間換算）を〔外書〕に記載しております。

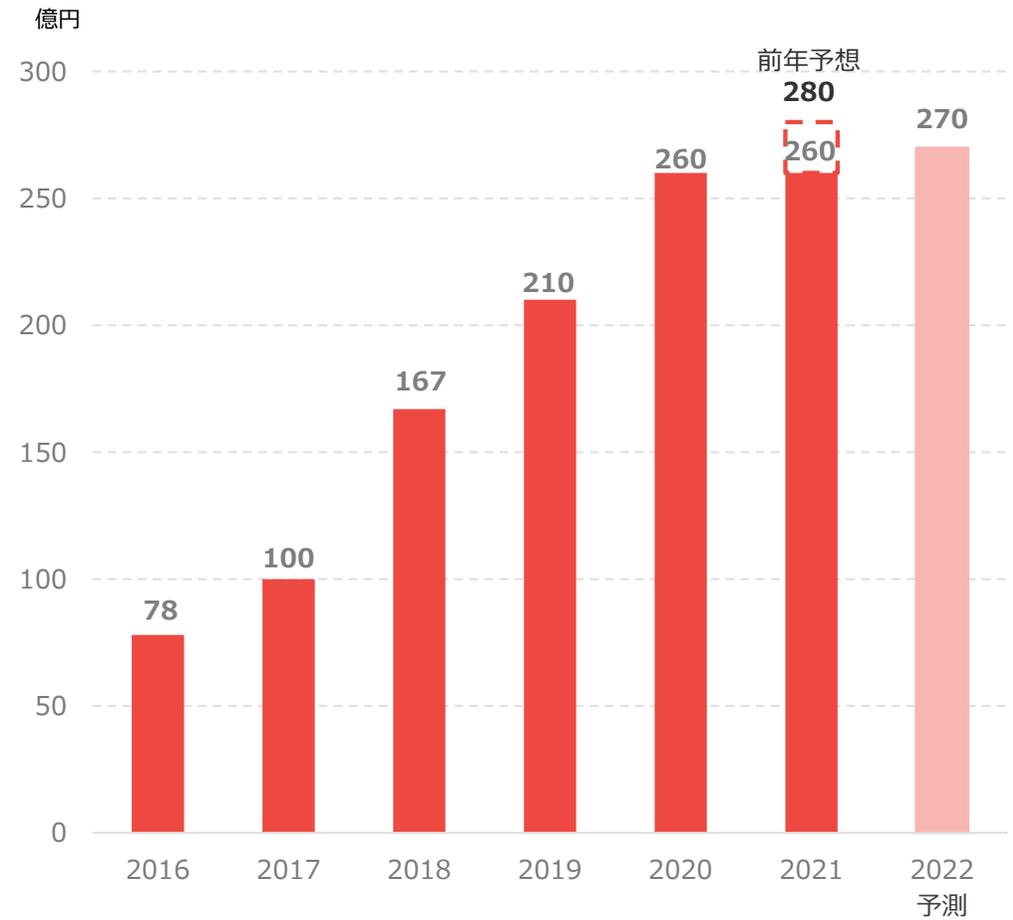
市場動向

2021年度電子書籍市場は5,510億円と堅調な成長を受け、2022年度以降の将来予測も上昇
 新型コロナウイルス感染拡大等による広告単価の下落によりマンガアプリの広告市場は横ばい

電子書籍市場（電子書籍+電子雑誌）



マンガアプリ広告収益市場



出所：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2021」、「電子書籍ビジネス調査報告書2022」

ディスクレームー

- 本資料に記載いたしました認識、戦略、計画などのうち、見通しは歴史的事実ではなく不確実な要素を含んでおります。実際の業績は、様々な要因により見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご了承願います。
- 実際の業績に影響を与える重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。なお、業績に影響を与える重要な要因は、これらに限定されるものではありません。
- 本資料は、公認会計士又は監査法人の監査・四半期レビューの対象外です。
- 別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは百万円単位で切捨表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社に関する情報以外は、一般に公知の情報に依拠しています。

【用語集】

- MAU (Monthly Active Users) : 月間アクティブユーザー
- ARPU (Average Revenue Per User) : 1ユーザー当たりの平均売上
- ARPPU (Average Revenue Per Payed User) : 課金ユーザー1人当たりの平均売上
- ATT (App Tracking Transparency) : アプリ上で広告事業主がユーザーをトラッキングできるかをユーザーがコントロールすること
- UI (User Interface) : デザインやフォント、外観、操作性など、ユーザーと製品・サービスの接点となる全ての情報
- UX (User Experience) : ユーザーが製品・サービスを利用して得られた体験・感じたこと