



**2023年3月期
第2四半期決算説明資料**

株式会社 TORICO

2022年11月11日

会社概要

業績ハイライト（2023年3月期 第2四半期）

業績予想（2023年3月期）

成長戦略

Appendix

会社概要



会社名：株式会社TORICO

設立：2005年7月29日

事業内容：マンガに特化した各種サービスの提供

従業員数：社員/67名、アルバイト/99名（2022年9月末現在）

VISION

世界を**虜**にする

MISSION

世界に**”楽しみ”**を増やす

サービス概要

サービス領域	主なサービス名	販売形態	サービス概要
EC*		紙 デジタル	漫画全巻 セット販売に特化したECサイト 同一アカウントでデジタルコミックも購入可能
		デジタル（国内） デジタル（海外）	10,000冊以上の電子コミック が読み放題 英語版コミック を世界中に配信
イベント	 東京（池袋、渋谷） 大阪、名古屋、台湾	飲食/グッズ（店舗） グッズ（EC）	マンガ・アニメイベントを企画運営 当社限定グッズ を店舗/ECで販売

* デジタルサービスは売上比率低下によりECサービスへ統合

ECサービス概要



□ 1巻から最終巻までの全巻セットのみを販売するECサイト

□ 最新コミックから往年の名作までを簡単購入

□ 最短当日発送

□ デジタルも配信

進撃の巨人©諫山創/講談社 宇宙兄弟©小山宙哉/講談社 七つの大罪©鈴木央/講談社 四月は君の嘘©新川直司/講談社
 ちはやぶる©末次由紀/講談社 のだめカンタービレ©二ノ宮知子/講談社 五等分の花嫁©春場ねぎ/講談社
 ザ・ファブル©南勝久/講談社 ダイアのA©寺嶋裕二/講談社



リニューアル中

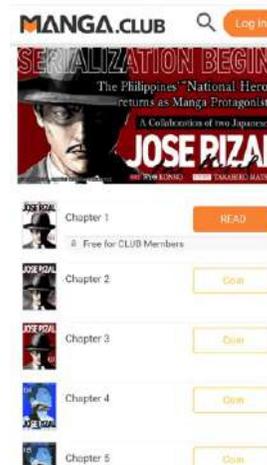
ザ・ファブル©南勝久/講談社
 ウロボロス©神崎裕也/新潮社
 いつかティファニーで朝食を©マキヒロチ/新潮社
 宇宙兄弟©小山宙哉/講談社
 炎炎ノ消防隊©大久保篤/講談社
 女子高生に殺されたい©古屋兎丸/新潮社
 ヒル・ツル©今井大輔/新潮社
 グ・ラ・メ〜大宰相の料理人〜©大崎充/新潮社
 青野くんに触りたいから死にたい©椎名うみ/講談社



□ 日本語の電子コミックを配信

□ ウェブ/アプリ、スマートフォン/タブレット/PCを問わない柔軟な閲覧が可能

□ 収益モデル
 ①無料閲覧+広告
 ②有料配信



□ 英語版の電子コミックを世界中に配信

□ 海外のマンガファンからの閲覧

□ 収益モデル
 ①無料閲覧+広告
 ②有料配信

Jose Rizal©Takahiro Matsui Ryou Konno/TORICO

イベントサービス概要

マンガ展



©タツノコプロ・読売テレビ

コラボカフェ

国内4店舗の常設店舗にて
1コンテンツ約2週間の
期間限定イベントを毎月2回程度実施
店内にて

- ・マンガ原画展示
- ・コラボフード/ドリンク提供
- ・当社限定グッズ販売

等を実施

EC

限定グッズを国内外に販売/発送

池袋店



渋谷店



大阪店



名古屋店



NEW 台湾店



会社概要

業績ハイライト (2023年3月期 第2四半期)

業績予想 (2023年3月期)

成長戦略

Appendix

2023年3月期第2四半期 連結決算サマリー [前期比]

イベントサービスは店舗/ECいずれも前期を上回る形で推移し**大幅売上増**
ECサービスは前期の巣ごもり需要の反動とヒット作品の減少により**減収で着地**

(単位：百万円)	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	前期比
売上高	2,731	2,325	△14.9%
EC*	2,601	2,144	△17.6%
イベント	130	181	+39.4%
売上総利益	929	817	△12.0%
営業利益	114	51	△55.1%
経常利益	120	51	△57.5%
経常利益率	4.4%	2.2%	△2.2pt
当期純利益	80	36	△54.9%

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

2023年3月期第2四半期 連結決算サマリー [予算比]

EC、イベントの両サービスにおける売上予算未達により利益計画を下回る
一方で海外展開を見込んだ人員拡充やシステムへの継続投資による中長期的な成長への基盤構築を推進

(単位：百万円)	2022年3月期 2Q 予算	2023年3月期 2Q 実績	予算比
売上高	2,866	2,325	△18.9%
EC*	2,655	2,143	△19.3%
イベント	211	181	△14.2%
売上総利益	1,003	817	△18.5%
営業利益	143	51	△64.3%
経常利益	146	51	△65.1%
経常利益率	5.1%	2.2%	△2.9pt
当期純利益	98	36	△62.5%

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

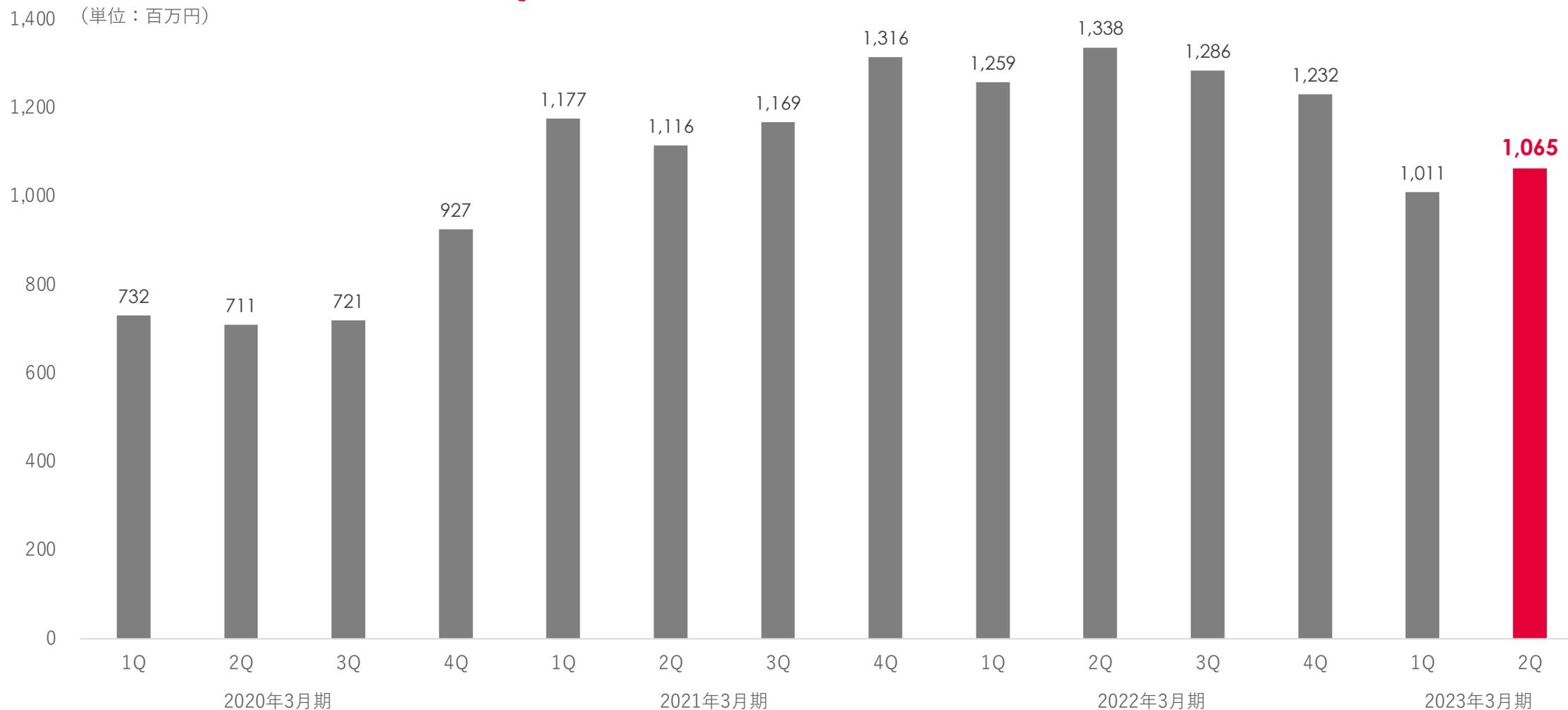
BS・CFサマリー

コミットメントラインの締結や銀行借入実施で成長資金を厚くしつつ、高い自己資本比率を維持

(単位：百万円)	2022年3月期末実績	2023年3月期1Q実績	2023年3月期2Q実績	前期末比増減額	備考
流動資産	1,767	1,630	1,973	+206	
現金及び預金	737	643	1,026	+289	借入による増加
売掛金	366	259	294	△72	売上減速による減少
商品	613	680	606	△7	
固定資産	162	159	171	+9	店舗、開発投資実施
総資産	1,930	1,790	2,145	+215	
負債	858	664	993	+135	
買掛金	378	308	283	△95	売上減速による仕入減
有利子負債	179	172	466	+287	借入による増加
純資産	1,071	1,126	1,151	+80	
自己資本比率	55.4%	62.8%	53.6%	△1.8pt	50%以上を維持
	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期2Q実績	前期末比増減	
営業キャッシュフロー	288	24	△19		
投資キャッシュフロー	△29	△78	△22		
財務キャッシュフロー	△9	242	330		
現金及び現金同等物	549	737	1,026	+289	

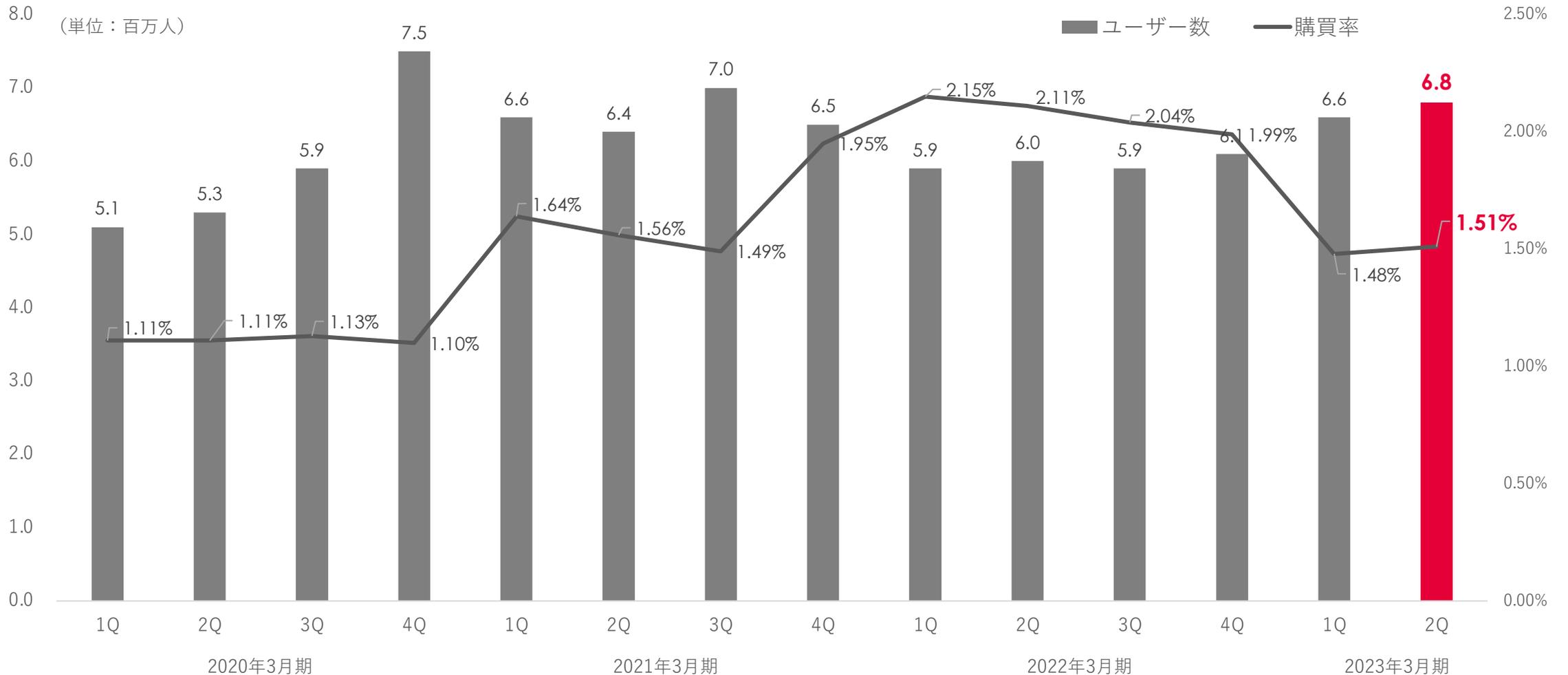
サービス別 売上高 [ECサービス]

巣ごもり需要の反動、大ヒット作品減少等の厳しい外部環境の影響を受けるも
今期1Qを超える売上で着地し、底堅い需要を確認



KPI 月間ユーザー数 / 購買率 [ECサービス]

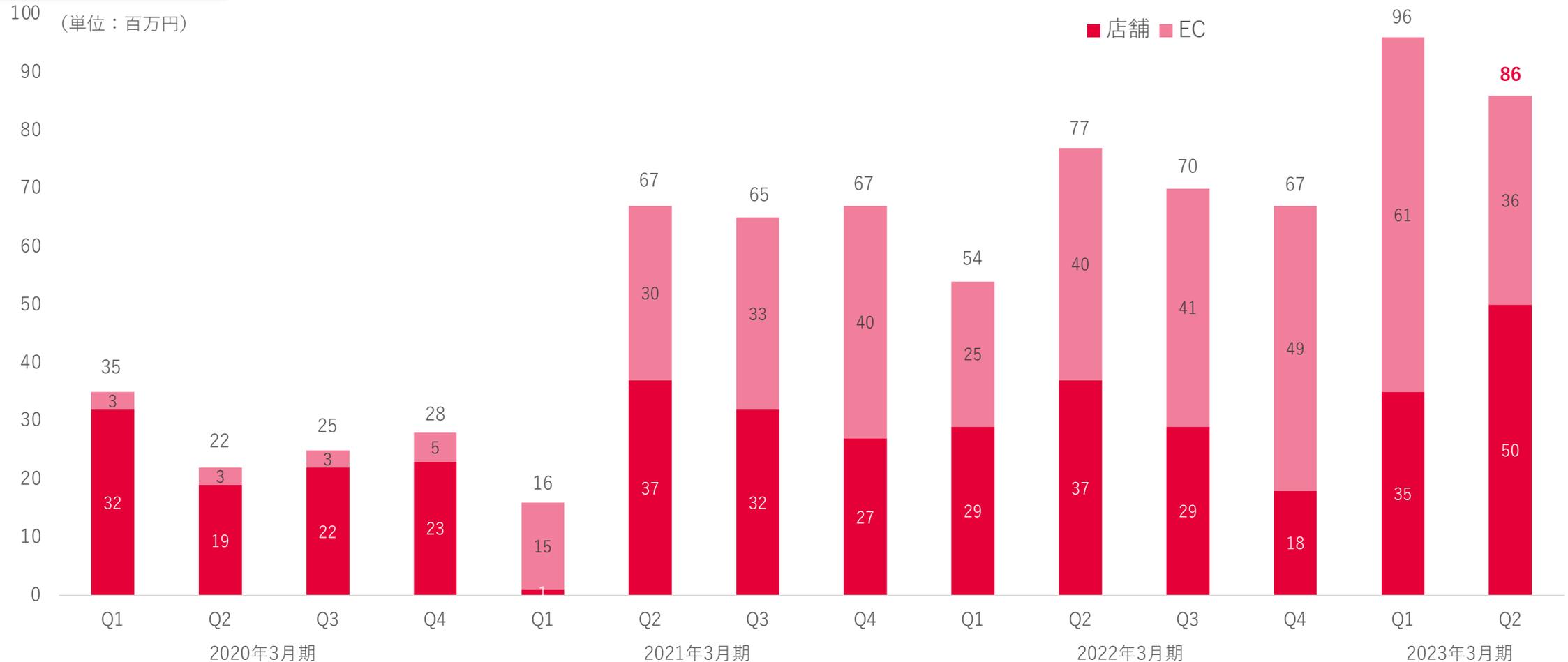
コロナ禍における特需的な高購買率は減退したものの
 随時実施したキャンペーンやアプリ施策により前期を超えるユーザー数水準を維持



サービス別 売上高 [イベントサービス]

国内行動規制解除によるリアル店舗売上の回復にて過去最高の店舗売上を記録

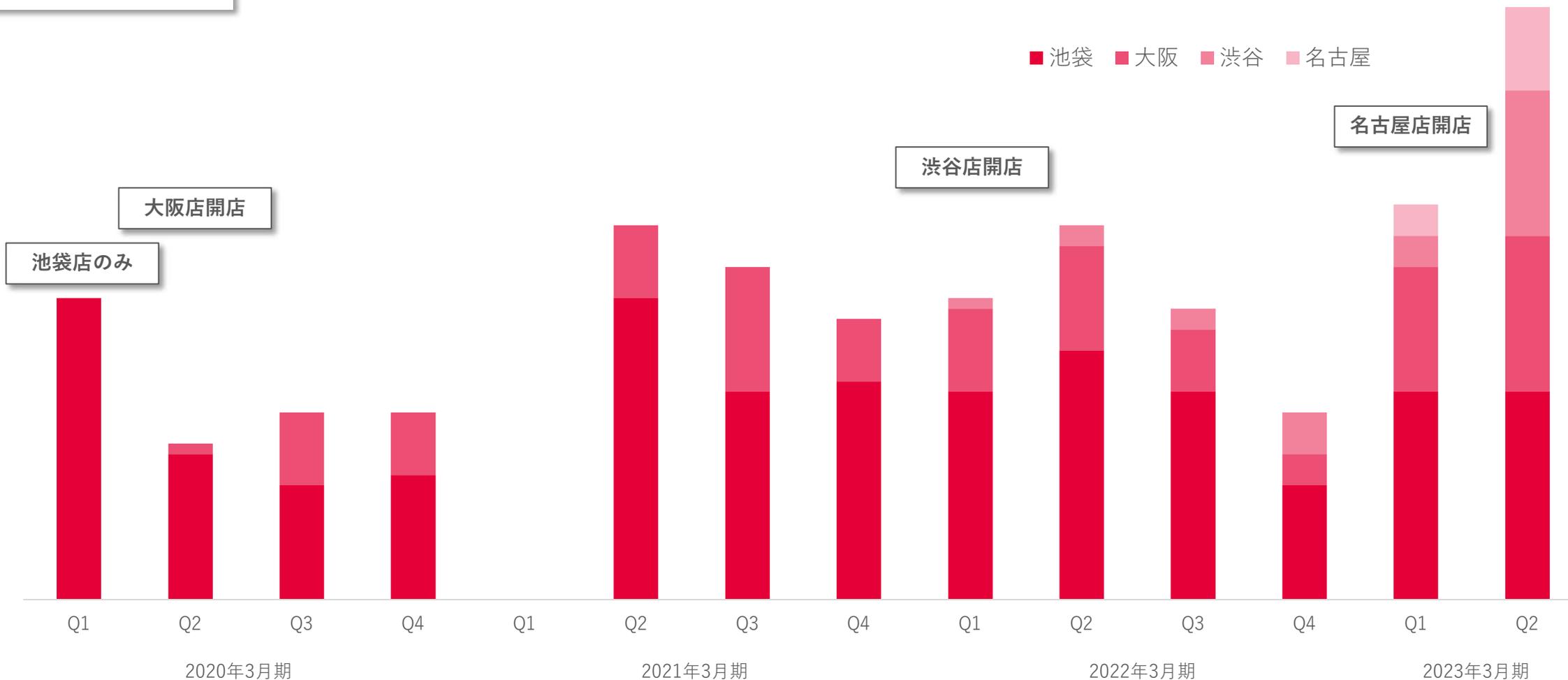
店舗/EC別売上高



サービス別 売上高 [イベントサービス]

店舗数の増加と共に売上高ベースの着実な積み上げ
 今後の国内店舗へのインバウンド需要や海外店舗への期待

店舗別売上高



会社概要

業績ハイライト（2023年3月期 第2四半期）

業績予想（2023年3月期）

成長戦略

Appendix



**ECサービスの持続的な成長
イベントサービスの海外展開
に挑戦する1年**

2023年3月期連結業績予想の修正について①

巣ごもり需要の反動が想定以上に強く、上半期を通して予想値から下振れて推移

(単位：百万円)	2022年3月期実績	2023年3月期予想	前期比	2023年3月期2Q実績	進捗率
売上高	5,390	6,147	+14.0%	2,325	37.8%
EC*	5,123	5,690	+11.1%	2,143	37.6%
イベント	267	457	+71.2%	181	39.6%
売上総利益	1,828	2,146	+17.4%	817	37.9%
営業利益	199	340	+70.9%	51	15.0%
経常利益	207	347	+67.6%	51	14.7%
経常利益率 (%)	3.9%	5.7%	+1.8%	2.1%	△3.6pt
当期純利益	152	233	+53.3%	36	15.5%

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

2023年3月期連結業績予想の修正について②

下半期はメディア化される人気作品の増加や年末年始商戦等の復調要素はあるものの上半期の下振れを補うまでの回復は難しいと判断、通期予想を修正

(単位：百万円)	2022年3月期実績	2023年3月期予想	前期比	2023年3月期修正予想	前期比
売上高	5,390	6,147	+14.0%	5,398	+0.2%
EC*	5,123	5,690	+11.1%	4,966	△3.1%
イベント	267	457	+71.2%	432	+61.8%
売上総利益	1,828	2,146	+17.4%	1,902	+4.0%
営業利益	199	340	+70.9%	167	△16.0%
経常利益	207	347	+67.6%	168	△19.1%
経常利益率 (%)	3.9%	5.7%	+1.8pt	3.1%	△2.6pt
当期純利益	152	233	+53.3%	115	△24.5%

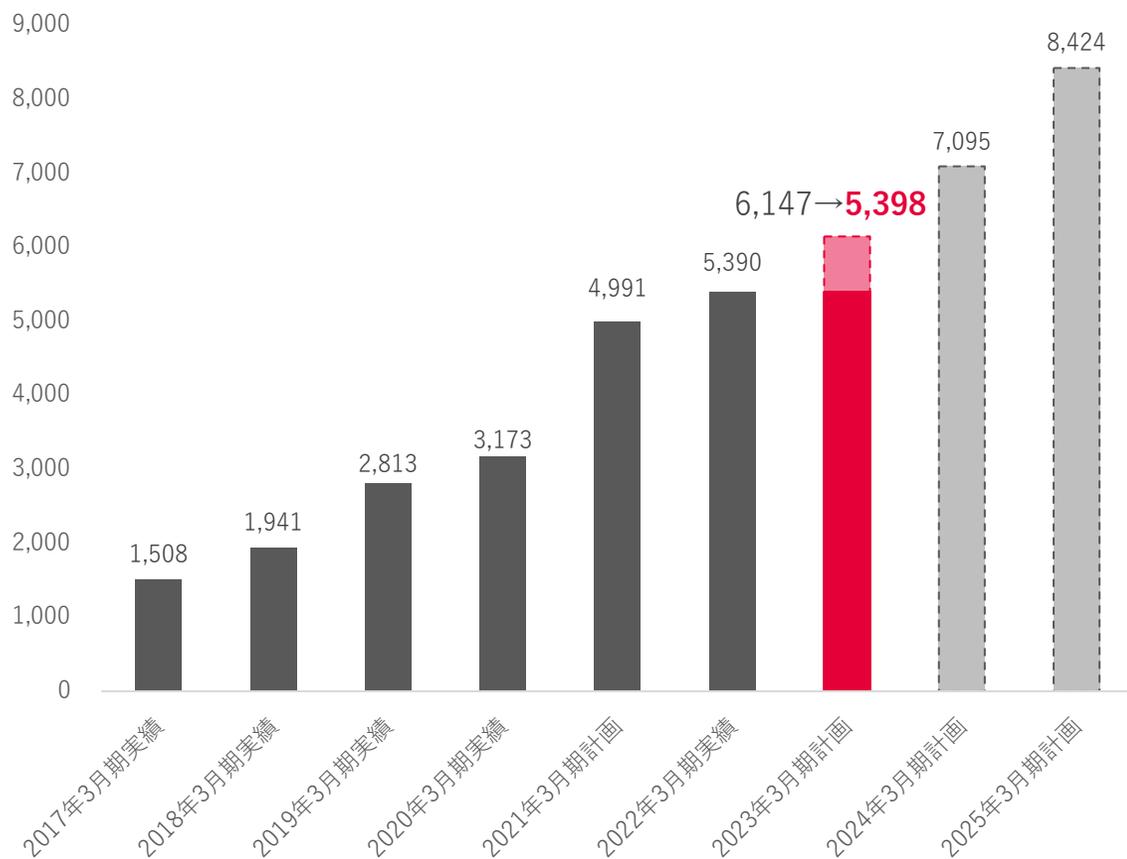
* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

中期計画（2023年3月期～2025年3月期）

今期通期予想の修正を受け、来期以降の計画についても見直しを検討
 下半期の状況を鑑み、精査後に開示予定

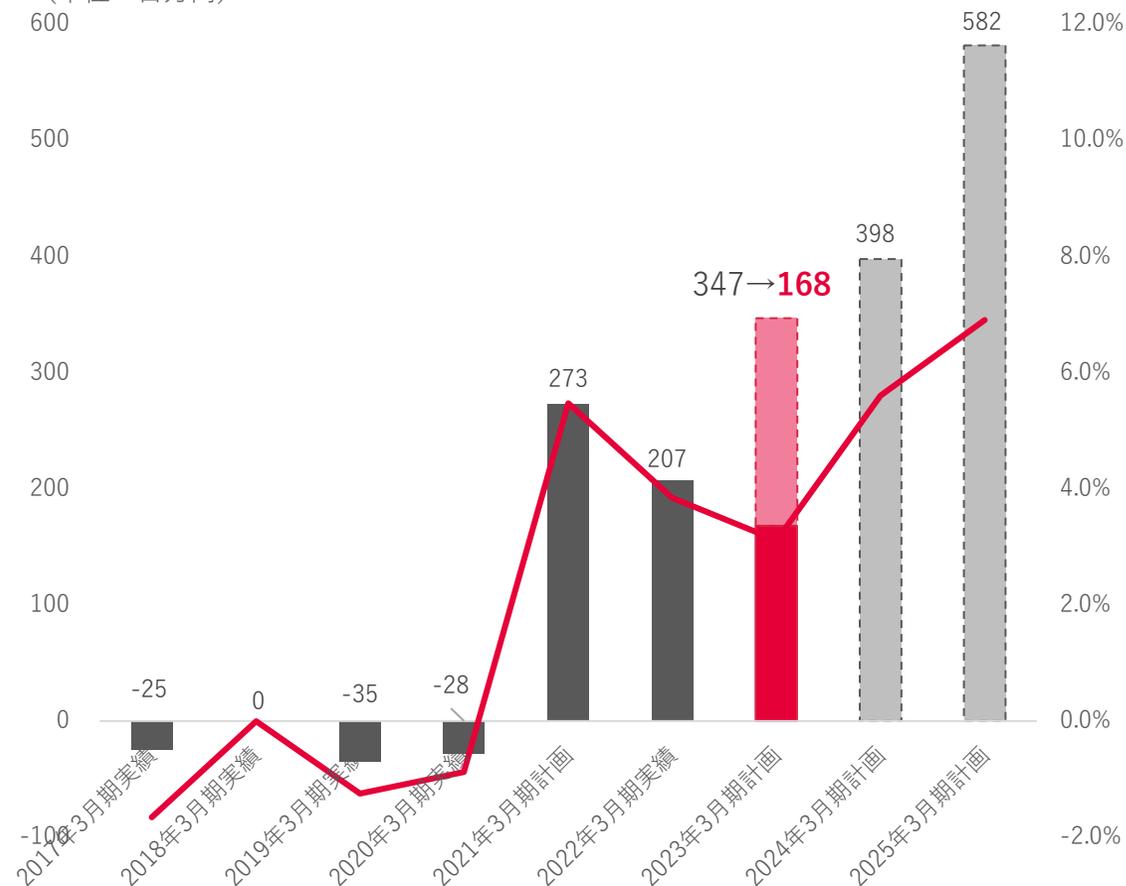
売上高

(単位：百万円)



経常利益/経常利益率

(単位：百万円)



サービス別施策 [ECサービス]

第2四半期の取り組み

第3四半期以降の取り組み

当社オリジナルノベルティ施策の推進

売れ筋作品の**オリジナルノベルティ施策の継続強化**に加えて、全巻セット購入者のみが追加購入できる希少性の高い商品販売施策による他店との差別化促進

人気サービスとの連携/販売チャネルの拡大

既存ECモールにおける売上の更なる拡大、新規ECモールの開拓による**販売機会の拡大**

海外ECモールでの販売開始

「Shopee」を経由した台湾、東南アジアでの越境EC本格参入

台湾進出による売上獲得、ASEAN進出準備開始

- ・台湾：店舗開店、EC（自社EC+Shopee）
- ・シンガポール（ASEAN）：店舗開店準備、EC（自社EC+Shopee）

サービス別施策 [ECサービス]

差別化を生むオリジナルノベルティの拡張と新たな販売チャネルの開拓を同時並行で推進

当社オリジナルノベルティ施策の推進

当社施策による売上増加事例（前月売上比）



©つくしあきひと/竹書房

+622%



©渡瀬悠宇/小学館

+390%

人気サービスとの連携/販売チャネルの拡大

集英社の総合電子書店「ゼブラック」との提携



ゼブラック内の主要電子コミック作品ページから漫画全巻ドットコム内紙コミックページへの**販売リンク**を設置



新規ユーザーの開拓

©P98-22/集英社

サービス別施策 [イベントサービス]

第2四半期の取り組み

第3四半期以降の取り組み

店舗数の増加×イベントジャンル拡大

店舗数の増加と共に異なるジャンルのイベント展開を実施により店舗四半期売上高**過去最高の5,000万円を達成**
TVドラマ作品イベント実施の反響が大きく、マンガ・アニメに続く3番目の柱として確立

インバウンド / 海外店舗との連携企画強化

インバウンド需要の拡大によって**東名阪に店舗を持つ当社の強みが発揮**されつつある
既存店舗と海外店舗の共同イベントによる海外からの集客施策を推進

台湾店舗開店準備 / 現地出版社との連携

台湾店のオープンと現地を拠点としたプロモーション展開に向け、当社×日本国内出版社×現地出版社の3社間での企画を推進

台湾店舗開店とASEAN進出準備開始

11月内の台湾店開店の実現、日本国内イベントの情報発信
 ASEAN進出に向け、**シンガポール現地調査開始**

サービス別施策 [イベントサービス]

国内店舗を受け皿としたインバウンド需要の取り込みと海外ファン獲得に向けた施策の実施

店舗数の増加×イベントジャンル拡大

テレビ東京ドラマ「みなと商事コインランドリー」
を東名阪3店舗で実施

会場	開催日	開催時間
東京会場	2022 8.26 FRI	9.19 MON
大阪会場	2022 9.22 THU	10.10 MON
名古屋会場	2022 10.14 FRI	10.30 SUN

© 缶爪さわ・椿ゆず/KADOKAWA/「みなと商事コインランドリー」制作委員会

インバウンド / 海外店舗との連携企画強化

海外のマンガファンへのアクセス

インバウンド

インバウンド需要の取り込みに向けたイベント企画とプロモーションの推進



海外店舗との連携

東名阪3店舗と台湾店の
合同イベントを随時実施

「春風のエトランゼ」
5巻発売記念
日本&台湾フェア in マンガ展

マンガ展 渋谷
2022.10.25 THU — 11.25 FRI
OPEN 10:00 | CLOSED 21:00

複製原画展示
特大ポスター&スタンド・パネル設置
書籍販売(有償特典付き新刊販売あり)

マンガ展 台湾
Coming soon...

「春風のエトランゼ」©KK/S

サービス別施策 [イベントサービス]

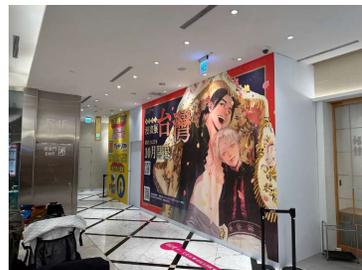
台湾、シンガポールを拠点として東アジア、東南アジアへと事業エリアを拡大

台湾（中華圏）

現地支店設立：日商特樂客股份有限公司

イベント

- ・ 「微風南山」内「atre taiwan」に第一号店オープン



シンガポール（ASEAN）

現地法人設立：TORICO Singapore Pte Ltd.

イベント

- ・ 「マンガ展シンガポール」をASEAN第1号店として出店予定
- ・ シンガポール、マレーシアを中心にASEAN全域からの集客

EC

- ・ シンガポールをEC拠点としてASEAN全体へ出荷

自社EC



台湾(繁体字)、ASEAN(英語)にてグッズ、コミック販売の世界展開開始

ECモール



東南アジア/台湾における最大のECプラットフォームShopee出店によりASEAN全体及び台湾をカバー

会社概要

業績ハイライト（2023年3月期 第2四半期）

業績予想（2023年3月期）

成長戦略

Appendix

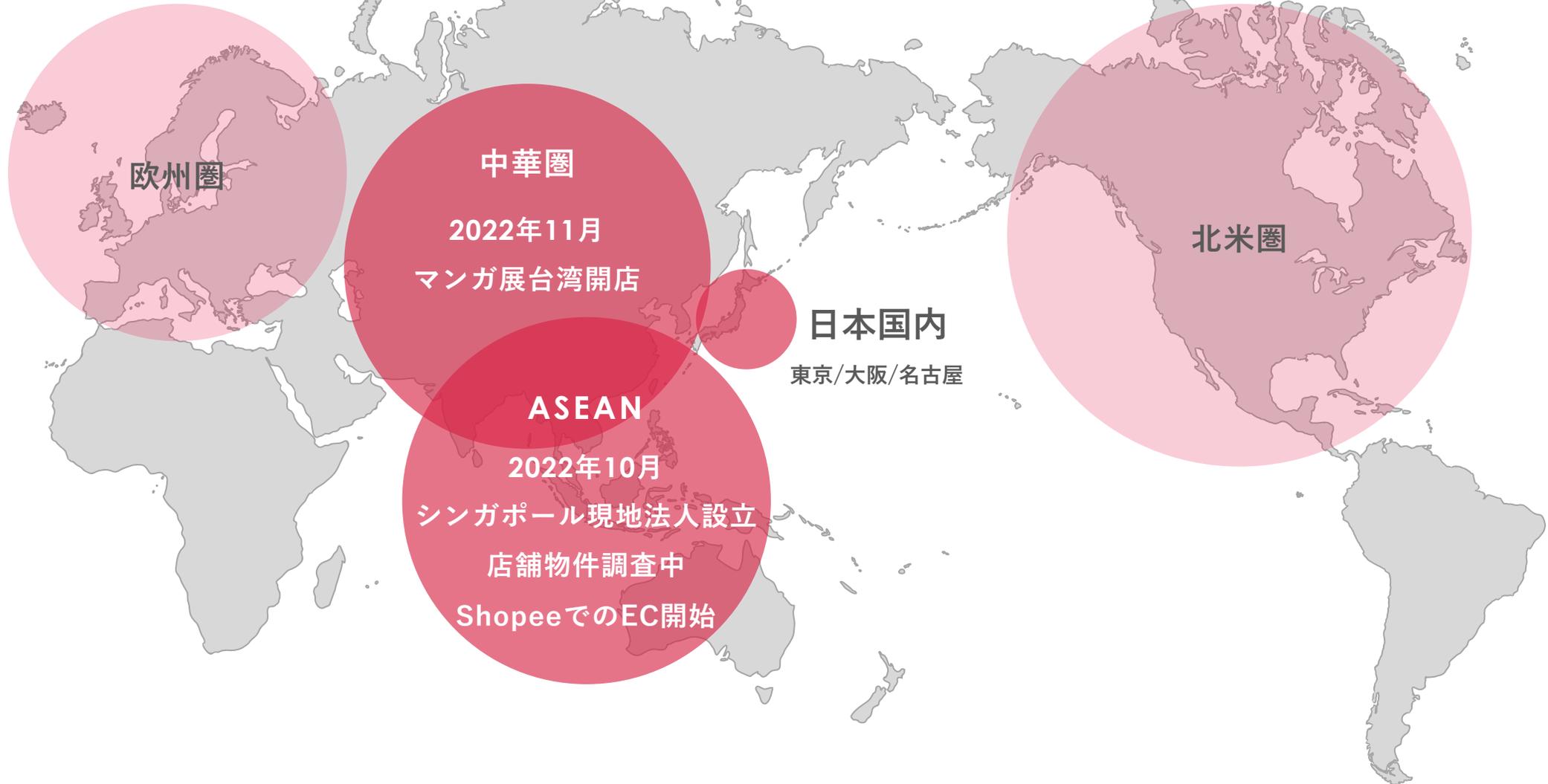
成長戦略

- ① 国内事業の深掘り
- ② 海外事業の拡大
- ③ 新規事業の創出

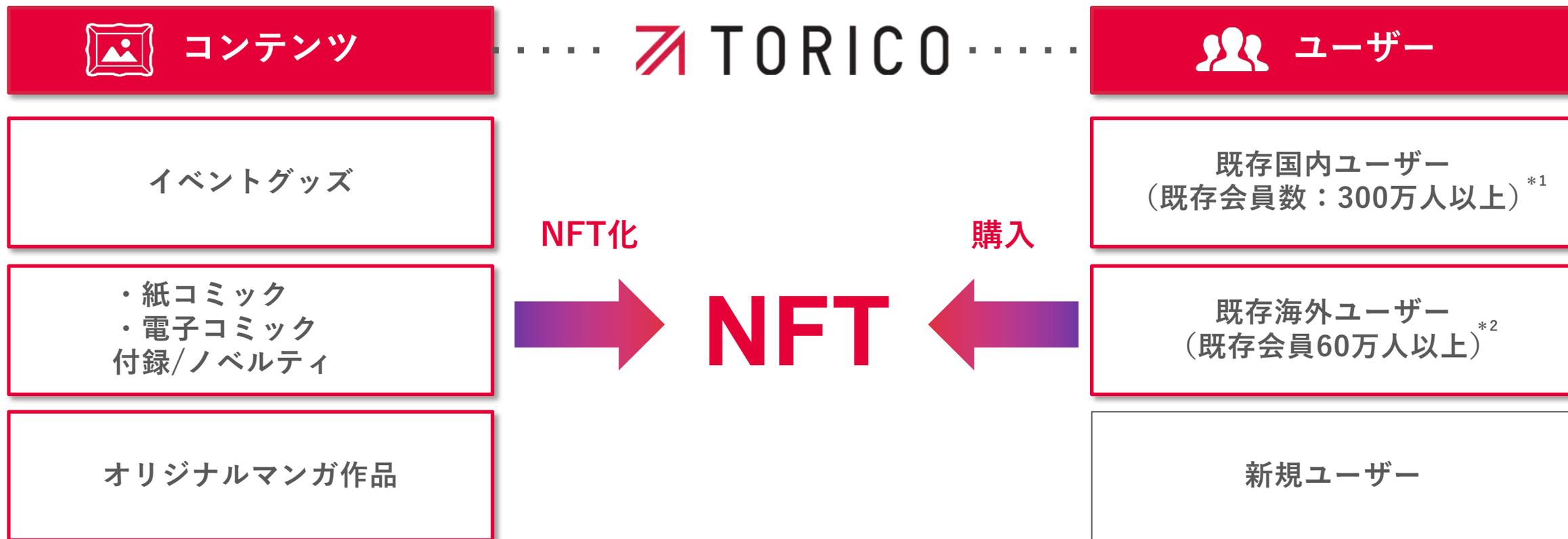
①国内事業の深掘り：チャンネル増×アライアンス増＝カバレッジ拡張



② 海外事業の拡大：アジアから始まる世界展開



③新規事業：NFT市場への参入



*1 漫画全巻ドットコム、スキマの会員数合計

*2 MANGA.CLUBの会員数

全世界的なNFT売上高急減を勘案し参入時期を再検討
当面は主力のEC、イベントサービスのインバウンド、海外展開へリソースを集中

ECを基盤として海外/新規事業の成長による企業価値の向上

EC

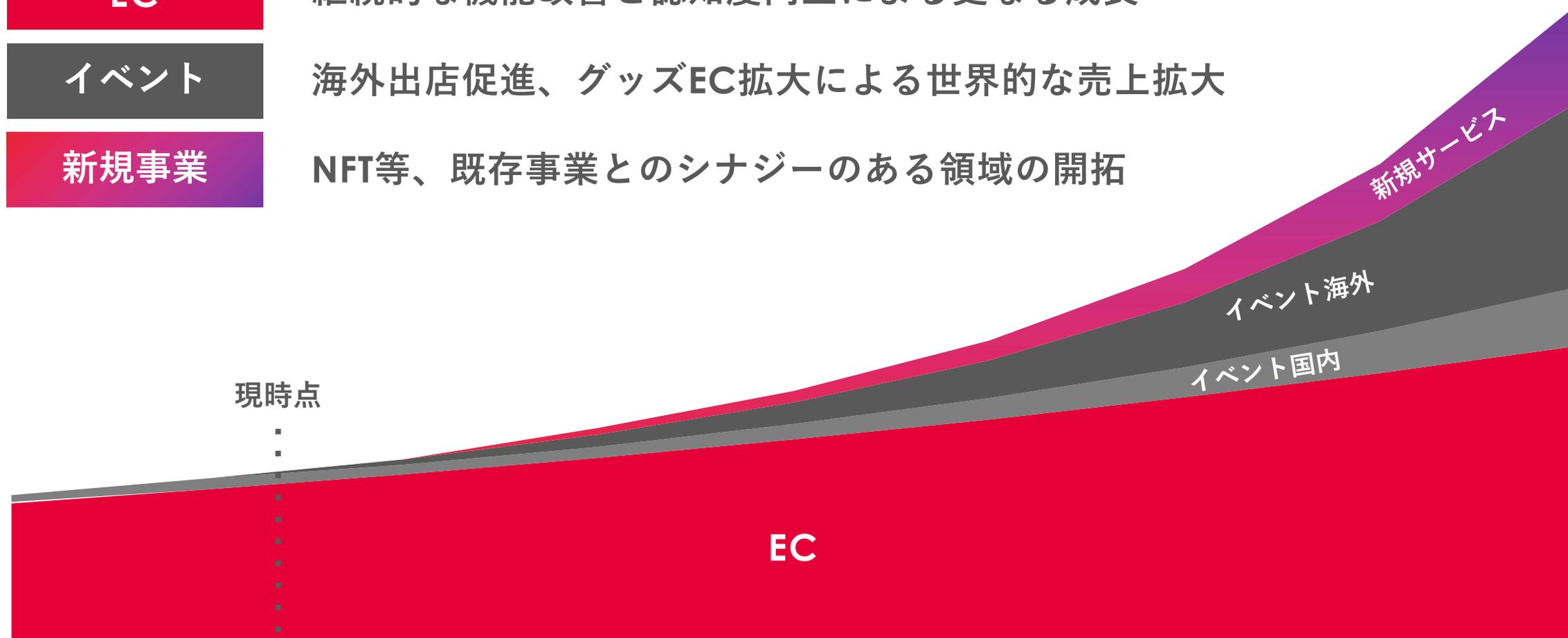
継続的な機能改善と認知度向上による更なる成長

イベント

海外出店促進、グッズEC拡大による世界的な売上拡大

新規事業

NFT等、既存事業とのシナジーのある領域の開拓



会社概要

業績ハイライト（2023年3月期 第2四半期）

業績予想（2023年3月期）

成長戦略

Appendix

販管費増減サマリー（上位7費目の増減）

成長投資（人員増強と店舗・倉庫等設備投資）を進めつつ
売上減少に伴う変動費の減少により販管費は前年同期比で減少

(単位：百万円)	2022年3月期 2Q	2023年3月期 2Q	前期同期比
販管費	814	776	△4.7%
人件費	232	254	+ 9.5%
オンラインショップ運営費	182	171	△6.0%
荷造運賃	126	111	△11.9%
支払手数料	81	68	△16.0%
地代家賃	27	37	+ 37.0%
サーバー費	13	18	+ 38.4%
販促費	43	18	△58.1%
その他	110	99	△10.0%

SDGsへの取り組み

5 ジェンダー平等を
実現しよう8 働きがいも
経済成長も**女性の活躍推進**

更なる女性の活躍推進を目指し、女性が能力を十分に発揮できるような職場環境づくり、キャリア支援を実施していきます。

2022年3月末時点で、女性社員比率は49.3%、女性管理職比率は37.5%です。

5 ジェンダー平等を
実現しよう10 人や国の不平等
をなくそう**ジェンダー・ペイ・ギャップ（性別による賃金格差）の解消**

全ての従業員に対して年齢、性別、国籍に関わらない公平な賃金の支払いに努めるとともに、ジェンダー・ペイ・ギャップの解消を目指しています。

2022年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：0.991です。

4 質の高い教育を
みんなに8 働きがいも
経済成長も**公平な成長機会の提供**

正社員、非正規社員を含めた全ての従業員に対して、各自の能力を十分に発揮できる成長機会の提供と入社時の雇用形態に捉われない公平な評価を目指しています。

2022年3月末時点で、正社員67名中22名（32.8%）が非正規雇用から正社員雇用に移行しています。

12 つくる責任
つかう責任15 陸の豊かさも
守ろう**持続的な環境への配慮**

環境に配慮したサービス・企業活動を通じて、地球環境保全への貢献を目指しています。

商品梱包用に使用している段ボールは原料の93%以上が使用済の段ボールから再利用されており、身近なところから実践できる社会貢献を積極的に進めてまいります。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

