

面白法人 カヤック

2022年12月期 第3四半期 決算説明会資料

2022年11月14日

株式会社カヤック | 東証グロース：3904

お問い合わせ <https://www.kayac.com/contact/form>



・ 2022年12月期 3Q連結業績

- ・ 売上高 35.8億円、営業利益 2.4億円（営業利益率6.7%）。
- ・ 売上高は第3四半期では過去最高。外部市況悪化の影響を受けて営業利益率が低下。

・ 主なトピック

- ・ グループ会社のウェルプレイド・ライゼスト株式会社が東京証券取引所グロース市場への上場承認。
- ・ 家具・インテリアショップの株式会社リビングハウスと資本業務提携を締結。
- ・ eスポーツスクールを運営する株式会社eSP（エスピー）を子会社化。
- ・ 東南アジア向けのeスポーツ大会ツールを提供する株式会社Papillon（パピヨン）を子会社化。
- ・ 地域マーケティング専門のベンチャー企業 ネイティブ株式会社を子会社化。

・ 2022年12月期 連結業績予想

- ・ 期初の連結業績予想は据え置きとさせていただきます。

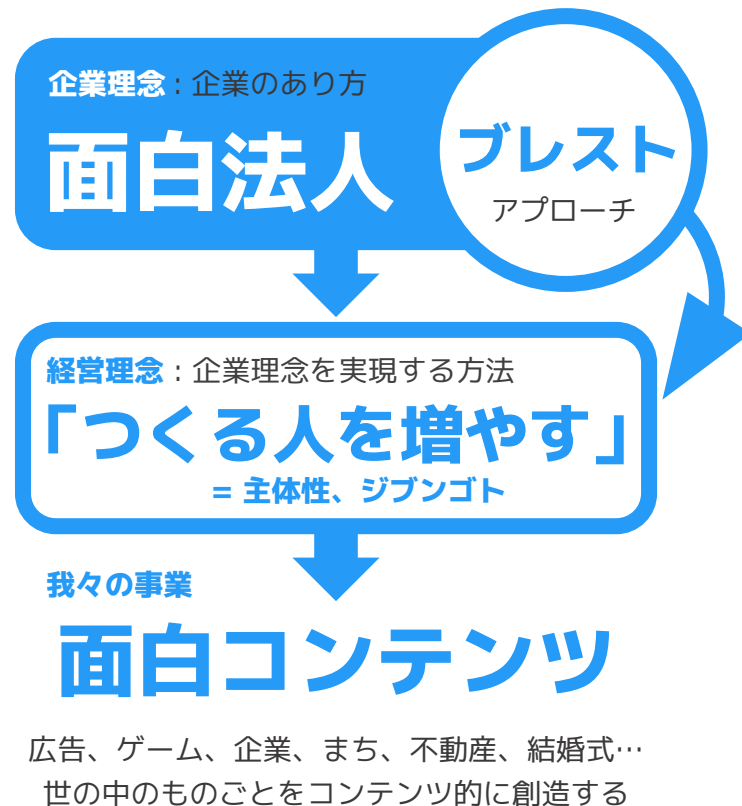
- 0. 経営方針
- 1. 四半期決算概要
- 2. サービスの状況
- 3. 今期計画について
- 4. 当社のSDGsに関する取り組み

0. 経営方針

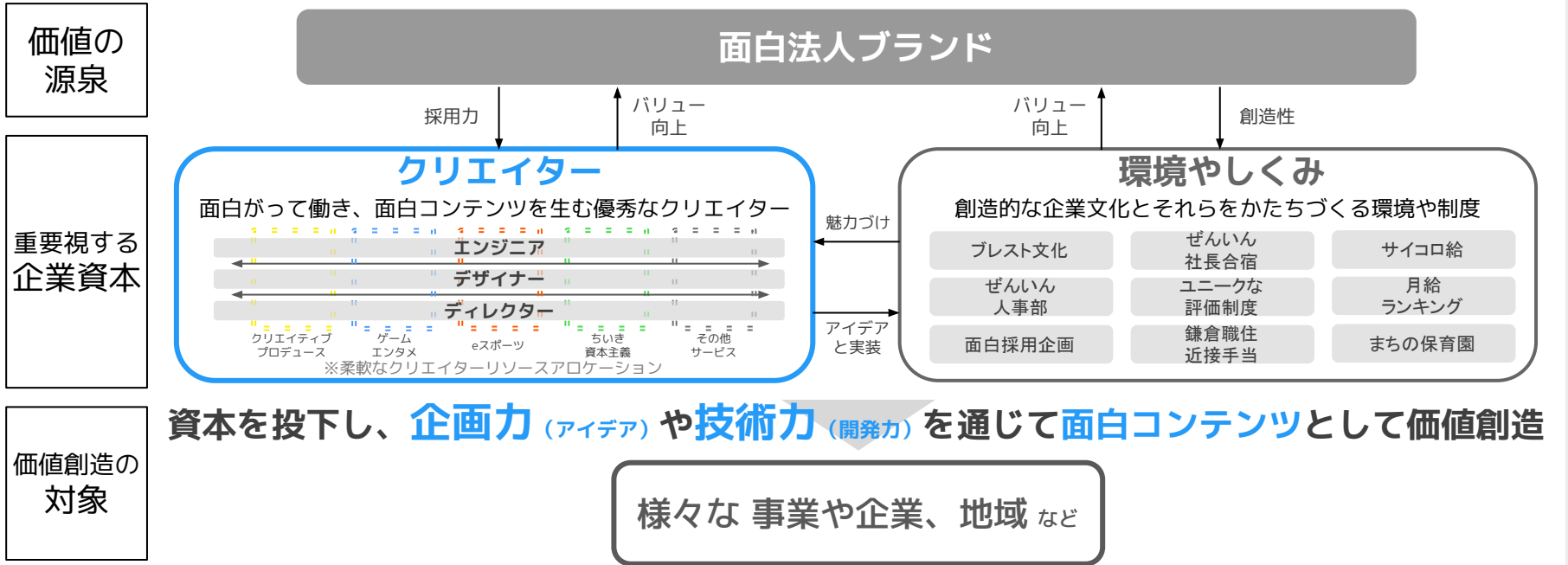
当社の理念や経営方針についてご説明します。

当社は**つくる人を増やす**という経営理念を掲げています。**つくる人**はクリエイターという直接的な解釈もありますが、我々は作り手になるということを技術習得によるものではなく、ものごとに対する意識であると考え、より広義に**主体的な人**と捉えています。多くの人が主体性を持ち、**つくる人**になることで、コンテンツ制作やサービス開発はもちろん、まちづくりや社会のしくみまで、世の中にジブンゴトとして関わるができるようになるはずです。

この原点は、我々が企業のあり方として掲げる**面白法人**という言葉にあります。世の中を面白がる企業であり、人でありたい。そのあり方を経営方針として表現したものが、**つくる人を増やす**というものです。つくる人を増やすことで、世の中をもっと主体的に面白く。当たり前のように与えられたと考えるルールまで、つくる側にたつ。それこそが、我々が考える企業としてのあり方です。



- ① **企画力**や**技術力**を発揮し、価値創造を行う**クリエイター**が競争優位を生む最重要な企業資本
- ② それらの資本の調達力を高める**面白法人ブランド**が企業価値の源泉
- ③ **面白コンテンツ**は知った人の印象に深く残り、面白法人ブランドのバリューを高めるもの



現在の面白法人カヤックをざっくり掴む10ワード

面白法人

創業時（1998年）より続く
当社の通称&企業理念

地域資本主義

地域軸で多様な価値を問う
カヤック提案の新資本主義

サイコロ給

毎月サイコロを振って給与
を決めるカヤックの制度

メタバース

数年前より研究開発推進、
2022/2に専門部隊設立

ブレスト

アイデアを生む原動力で、
面白がる体質になる訓練法

ハイカジ

ハイパーカジュアルゲーム
の略称。グローバル展開の
簡易操作スマホゲーム

うんこ

うんこ演算、うんこミュ
ージアムなど関連事業を実施

eスポーツ

ゲームを使う競技の通称、
グループの次の成長領域

鎌倉

本社所在地で、カヤックの
まちづくり実践地域

冠婚葬祭

結婚式や葬儀も一品一様の
コンテンツとして事業化

こちらは客観的な
ものでしょうか？



主観的説明です。当
社がわかり難いとい
う声があり、用意し
ています。

多種多様な小粒事
業を持つ意味は？



クリエイターやブラ
ンドを強みとする当
社では、多様な事業
が部分非効率でも全
体で効果的にもなり
得ると考えているた
めです。

1. 四半期決算概要

2022年12月期第3四半期の決算をご説明します。

連結業績

外部環境の影響により営業利益率低下

売上高： 3,584百万円 前年同期比：9.2%増 直前四半期比：7.9%減
営業利益： 241百万円 前年同期比：13.1%減 直前四半期比：27.2%減

クリエイティブ プロデュース

比較的堅調な推移

売上高： 678百万円 前年同期比：4.2%減 直前四半期比：17.0%増

ゲームエンタメ

受託案件の谷間や広告市況悪化の影響で減収

売上高： 1,828百万円 前年同期比：0.6%減 直前四半期比：23.5%減

eスポーツ

成長基調の回復。グループ会社の上場承認も

売上高： 637百万円 前年同期比：23.8%増 直前四半期比：9.3%増

ちいき資本主義

大規模案件もあり、前年同期比で大きな成長

売上高： 84百万円 前年同期比：143.7%増 直前四半期比：36.4%増

その他サービス

引き続きメタバース領域が大幅牽引

売上高： 355百万円 前年同期比：95.9%増 直前四半期比：29.3%増

四半期連結業績推移

売上高3,584百万円（前年同期比9.2%増、直前四半期比7.9%減）

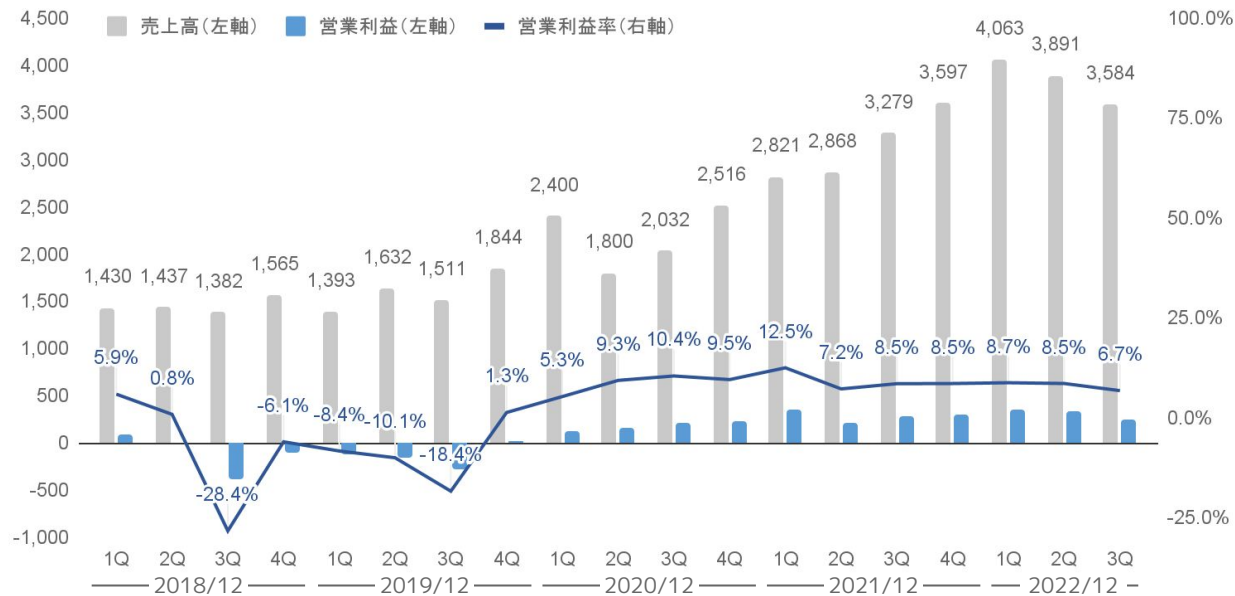
営業利益241百万円（前年同期比13.1%減、直前四半期比27.2%減）

直前四半期比で減収減益の理由は？



今四半期の業績に關しまして、次頁にてご説明させていただきます。

（単位：百万円）



今四半期業績について、売上高は大型受託案件（ゲームエンタメ領域）の納品時期の兼ね合いなどの中で概ね計画通りの推移となっておりますが、営業利益率は約3年ぶりに7%を割る結果となりました。

この主な要因は高収益なハイカジ事業に対する、グローバルな広告市況悪化です。直近のAlphabet社（Google親会社）やMeta社（旧Facebook社）の決算にもあらわれていた通りの、弱含みのマクロトレンドの影響を受けました。ハイカジ事業は、収益の大半を国外からの広告収益で得る構造（P32参照）となっており、来年度に向けて市況動向を直視した新戦略を進めています。

他方で、各サービスの事業成長が順調に進み、グループ会社の上場（承認）などの実績も見えてきています。

また、業績赤字となっていた3年前と比べるとポートフォリオの構成が成長し、ボラティリティが大きいコンテンツビジネスにおいても赤字リスクを避けられる構造となってきました。

「eスポーツ領域」や「地方創生領域」、メタバースなどの「新規的なエンタメ領域」などで現れはじめている成果をしっかりと実にし、引き続きご期待に添えるような長期的な企業価値の最大化に努め続けたいと考えています。

前項までにご説明の通り、外部市況悪化の影響を受けて営業利益率が低下。
 (なお、直前四半期(2022年12月期 2Q)の営業外収益は、主に為替差益と助成金収入によるもの)

(単位:百万円)

	2022年12月期 3Q(7-9月)	2021年12月期 3Q(7-9月)	前年同期比 増減	2022年12月期 2Q(4-6月)	直前四半期比 増減
売上高	3,584	3,279	9.2%	3,891	-7.9%
売上原価	1,847	1,688	9.4%	1,984	-6.9%
売上総利益	1,736	1,590	9.1%	1,907	-8.9%
売上総利益率	48.4%	48.5%	-0.1pt	49.0%	-0.6pt
販売管理費	1,494	1,312	13.8%	1,575	-5.1%
営業利益	241	278	-13.1%	331	-27.2%
営業利益率	6.7%	8.5%	-1.8pt	8.5%	-1.8pt
経常利益	232	288	-19.4%	375	-38.1%
税金等調整前当期純利益	232	288	-19.4%	375	-38.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	128	159	-19.3%	264	-51.2%

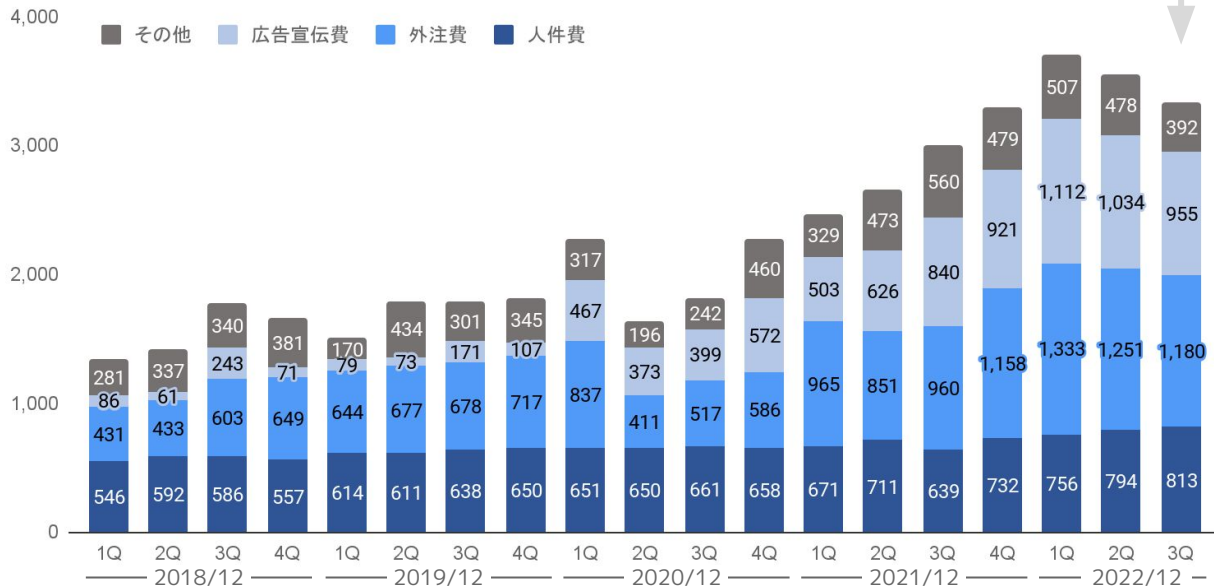
連結費用推移

人件費：グループ会社増加などの影響

広告宣伝費：ハイカジの運用調整により減

外注費：受託案件の影響で減

(単位：百万円)



前年同期比では、
人件費が27%増、外
注費が23%増、広告
宣伝費が13%増の一
方、その他が30%減
と減っています。



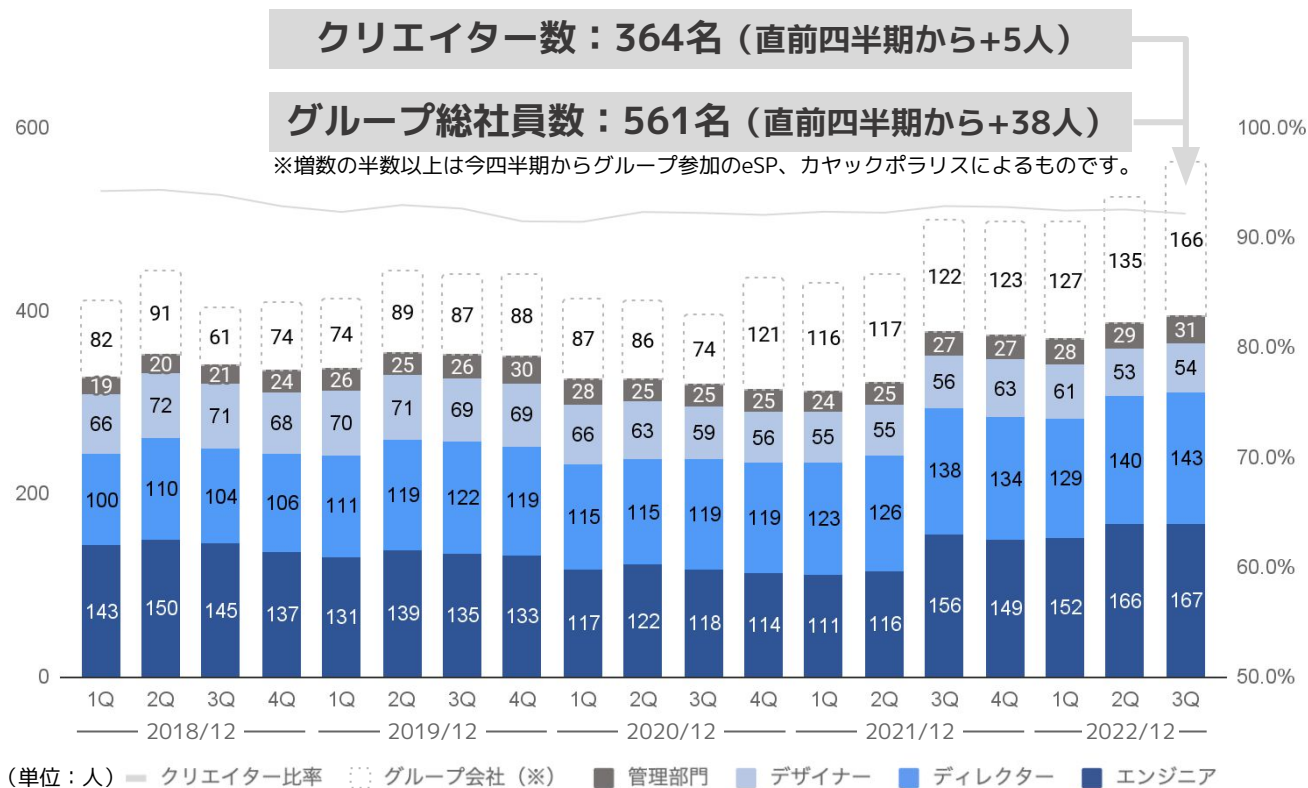
←は①人件費は社員
数に準じ、②外注費
は受託案件に準じた
発生主義の計上、③
広告宣伝費は主にハ
イカジ事業と関連
し、④その他は諸々
の費用に加え、期を
またぐ受託案件の仕
掛調整の人件費や外
注費のマイナス分を
含みます。
今回は納品が先の大
型受託の仕掛調整が
大きく、その他の費
用が減少しました。

M&Aや出資を進めながら、引き続き自己資本比率40%を目安に、状況に合わせたコントロールを継続。

(単位:百万円)

	2022年9月	2021年9月	前年同期比	2022年6月	直前四半期比
流動資産	5,816	4,690	124.0%	6,270	92.7%
うち現金及び預金	2,796	2,317	120.6%	3,649	76.6%
固定資産	3,315	2,578	128.5%	2,710	122.3%
総資産	9,131	7,268	125.6%	8,981	101.6%
流動負債	2,912	2,368	122.9%	2,992	97.3%
固定負債	1,484	1,532	96.8%	1,457	101.8%
純資産	4,734	3,367	140.5%	4,531	104.4%
自己資本比率	47.8%	41.3%	+6.6pt	47.0%	+0.9pt

社員数の推移



クリエイター数を重視する理由は？



クリエイターは当社の価値を生み出す、独自性と競争力をつくる経営資本です。クリエイター比率90%以上が当社の指標の1つです。クリエイターリソースをグループ会社に展開し、協調的にグループバリューを高めていくことも推進しています。

※カヤックアキバスタジオおよびカヤックポンドは、カヤックの秋葉原拠点の位置づけで一体的な運営を進めているため、グループ会社には含まず、当社が重視するクリエイターの数のカウントに含めております。



NATIV.

LIVING HOUSE.



分類

M&A (70%取得)
2022/8-

M&A (100%取得)
2022/9-

資本業務提携 (出資)
2022/10-

M&A (100%取得)
2022/11-

主な
事業
概要

eスポーツスクールの運営。

移住・関係人口創出
メディア企画開発運営、
ふるさと納税関連事業。

家具・インテリア等
の企画・販売。
店舗プロデュース等。

東南アジア向けの
eスポーツ大会開催
ツールの企画開発運営。

目論見

eSPが元々の親会社
(様々なスポーツスクールを運
営するスクールパートナー社)
から継承している
**スポーツビジネスへの
知見と、当社の
eスポーツのノウハウ
を掛け合わせること
でのeスポーツ領域の
エコシステム拡張
と、成長の促進。**

当社の移住・関係人口
促進メディア**SMOUT
との協同**による当分野
の**シェア / 成長促進**や
自治体提案力強化。
ふるさと納税の事業
ノウハウを活用した
当社の**地方創生分野に
おける新領域拡大。**

当社クリエイターが
マーケティングや商品
開発等を支援すること
で**リビングハウス社の
収益成長、企業価値
向上/IPOを目指す**と
ともに、純投資に
とどまらずに**地方創生
分野などを含む
包括的な協調**を狙う。

当社が開発運営を行う
国内最大級の大会の
主催プラットフォーム
**Tonamelとの統合に
より、世界水準の
eスポーツサービス
を目指す**ことを通じて
eスポーツ領域における
国内外での競争力強化。

今後もM&Aや出資
は増えますか？



カヤックは2022年11
月現在、グループで
16の子会社を持ち、
約20社に出資してい
ます。
グループワイドでの
成長に最も適した形
になるよう、吸収合
併等の再編も積極的
に行いたいと考えて
います。
こうしたM&Aや出資
等は当社の経営シス
テムと相性の良い経
営手段と考えてお
り、今後の成長のた
めにも、体制の強化
を進めています。

2. サービスの状況

5つのサービスの概観と状況をご説明します。

サービス内の構成

カヤック内事業部

グループ会社

クリエイティブ プロデュース

面白プロデュース事業部
(旧クライアントワーク事業部)

(株)SANKO、マンガデザイナーズラボ(株)

ゲームエンタメ

ゲーム事業部

(株)カヤックアキバスタジオ、
(株)カヤックボンド、
(株)カヤックポラリス (※新：2022/7/12～)

eスポーツ

ゲームコミュニティ
事業部

ウェルプレイド・ライゼスト(株)、
(株)ゲムトレ、(株)eSP (※新：2022/8/26～)、
(株)Papillion (※新：2022/11/1～)

ちいき資本主義

ちいき資本主義事業部

ネイティブ(株) (※新：2022/9/30～)

その他サービス

その他サービス事業部
(新規事業、メタバース専門部隊、
不動産投資、戦略投資 など)

鎌倉R不動産(株)、(株)鎌倉自宅葬儀社、
(株)カヤックゼロ、(株)サンネット、
(株)プラコレ、(株)八女流

グループ会社も増
加していますね。



現在グループ連結で
17社まで拡大してい
ます。

グループ横断のシナ
ジー追求のために、
サービス毎にリー
ダーや会議体を設定
し、一体的なサービ
スユニット経営を推
進しています。

主たる
対面市場

事業スケールのイメージや成長性のおおまかな参考値を示す

主たる
ビジネスモデル

収益性やボラティリティなどを示す

主な強み

サービスが伸びている理由や、今後成長が可能と考えられる理由を指し示す

今後の主な
成長方針

サービスを戦略的に成長させる方向感を指し示す

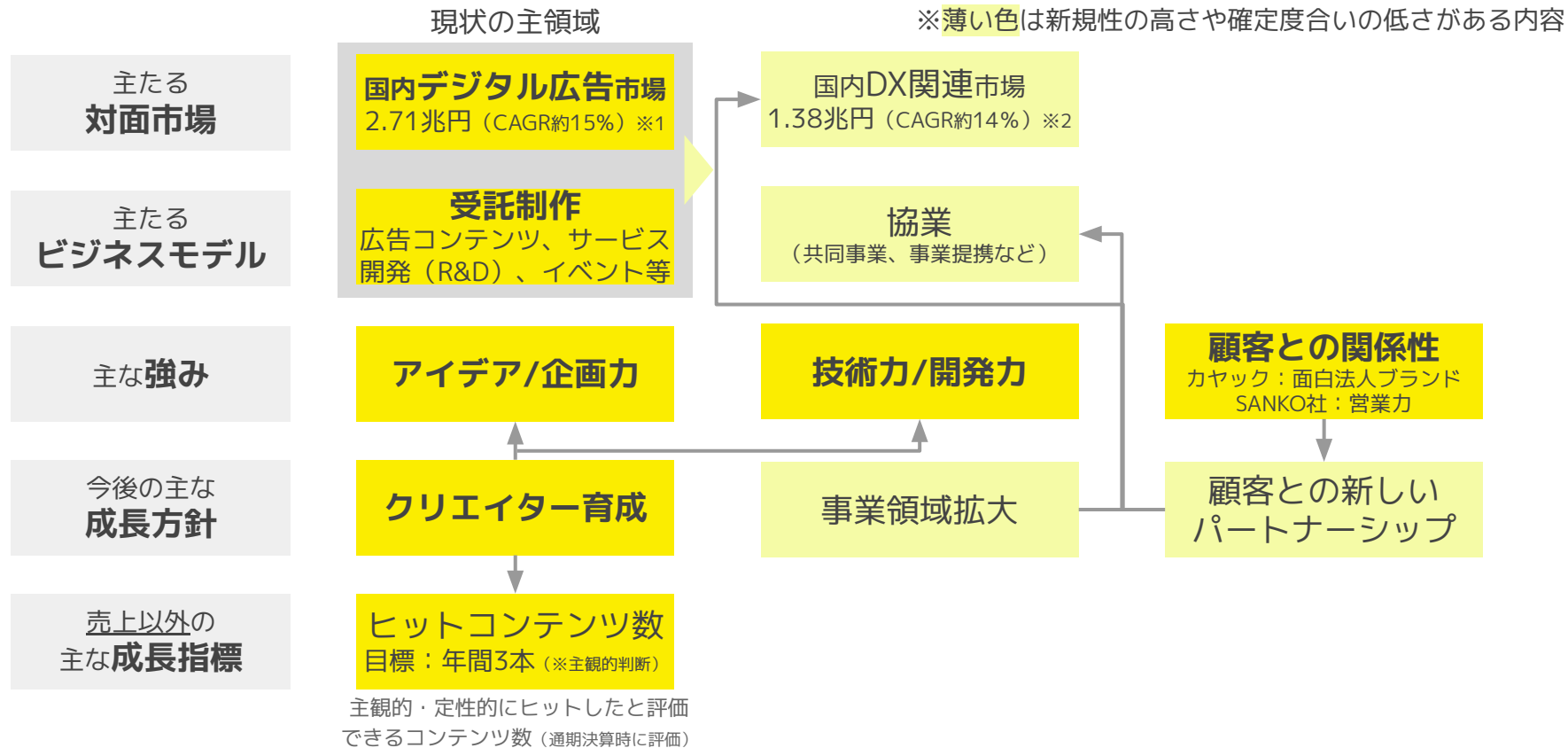
売上以外の
主な成長指標

各サービスの成長性に関して、売上高成長以外に何によって確認が可能かを示す

クリエイティブ プロデュース



クリエイティブプロデュース サービス概観

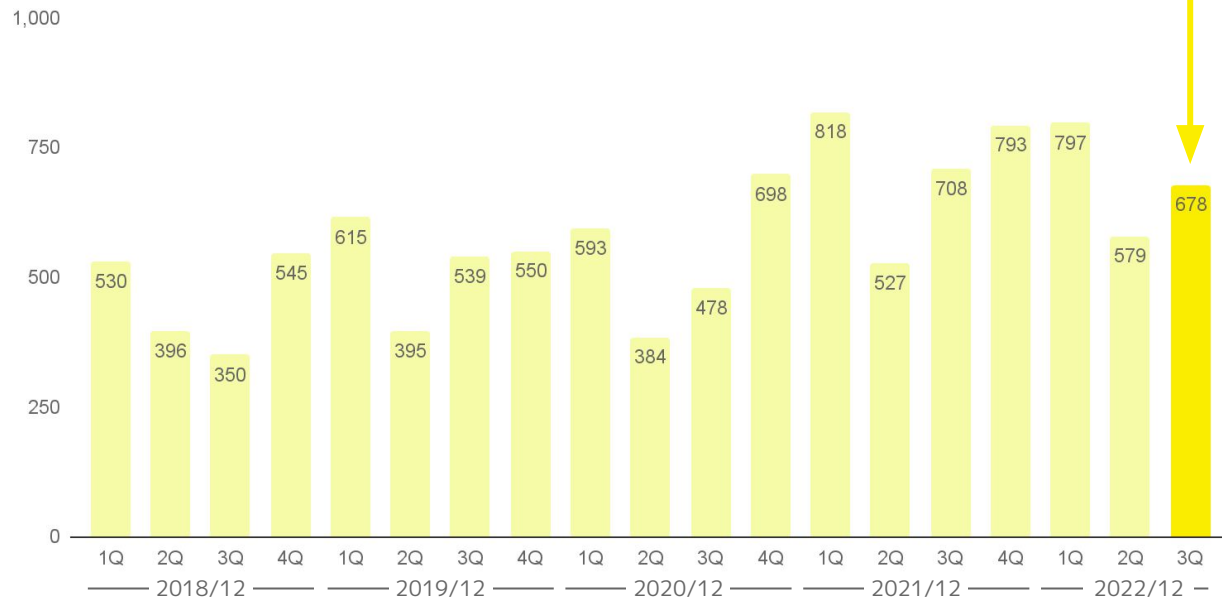


※1 出所：電通「2016年-2021年 日本の広告費」 / ※2 出所：富士キメラ総研「2022 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編」

クリエイティブプロデュース 売上高推移

678百万円（前年同期比4.2%減、直前四半期比17.0%増）

（単位：百万円）



景況感の影響はありますか？



インバウンドの復活など、プロモーションが増えている領域と、控えられている領域があるように感じています。事業方針としては、キャッシュフローの意識を強め、利益率を重視しながら、引き続き事業変革や体制面でも調整を進めています。

クリエイティブプロデュース トピック

カヤックが企画・開発・運営を行う地域密着型カプセルトイ専門店「御成カプセル」が鎌倉市の御成通りに8月27日にオープン。



狙いとカヤックの
担う役割は？



まず、店舗のある御成通りは当社本社もある商店街で、鎌倉資本主義を掲げる地域企業である当社の重要な場です。観光客への賑やかしただけではなく、地域商店との連携や資源循環なども仕組みとして取り込んでいます。カヤックはスペースの総合プロデュースから運営などすべてを担っており、メーカーと協業でオリジナルガチャの企画も行っています。

クリエイティブプロデュース トピック

サントリー社のジムビームハイボールの夏デザイン缶／限定コーラ缶を氷入りで飲むスタイルを訴求するWebCMを企画・制作。

プロモーションの
成果は？



動画再生回数は合計で390万回、Twitter上で2万8千RT、10万以上のいいねを獲得し、合計30以上のSNSメディアにも掲載され、大きな話題となりました。また、SNS上では動画のマネをして氷入りでジムビームハイボールを飲むツイートが超多発する結果となり、大きな効果を生む施策となりました。

クリエイティブプロデュース トピック

カヤックが吉本興業株式会社と株式会社fingerで共同で行う新企画『よしもとfinger部』が11月1日よりスタート。

カヤックは何をしているのですか？



『よしもとfinger部』のゲームの企画やディレクション、デザイン、開発を行っています。詳しくは[特設サイト](#)をご覧ください。

duo finger部

始動

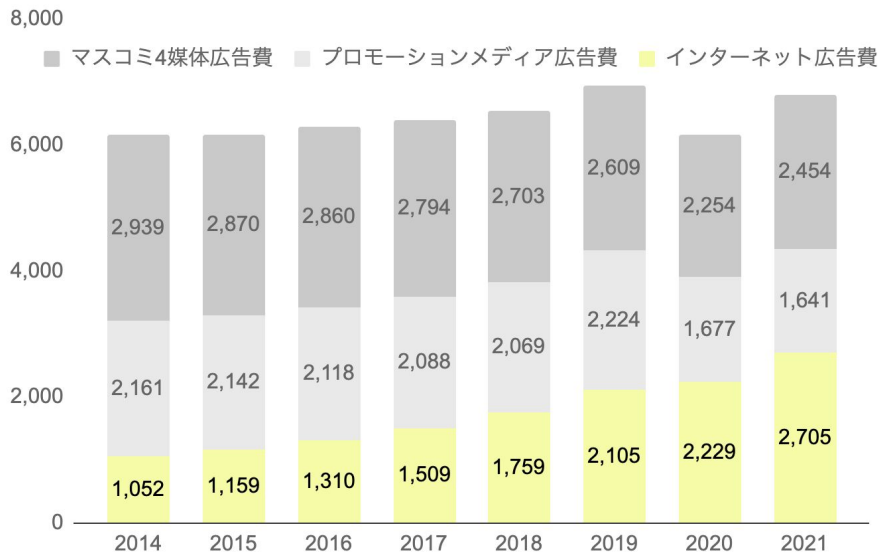
©finger Inc. / ©YOSHIMOTO KOGYO CO.,LTD.

fingerの視聴者参加型コンテンツで吉本芸人と一緒にゲームをプレイしよう!!
毎月豪華景品が当たるプレゼント企画を実施予定!

対面市場の1つであるインターネット広告は、コロナ禍の影響を受けた広告関連市場でも成長。

(単位：十億円)

日本の総広告費の推移



インターネット広告費の内訳(※)

(単位：十億円)

	2019	2020	2021
インターネット広告媒体費	1,663	1,756	2,157
成果報酬型広告	105	98	94
検索連動型広告	668	678	799
ディスプレイ広告	554	573	686
動画広告	318	386	512
その他	17	20	66
インターネット広告制作費	335	340	385
物販系ECプラットフォーム広告費	106	132	163
合計	2,104	2,229	2,705

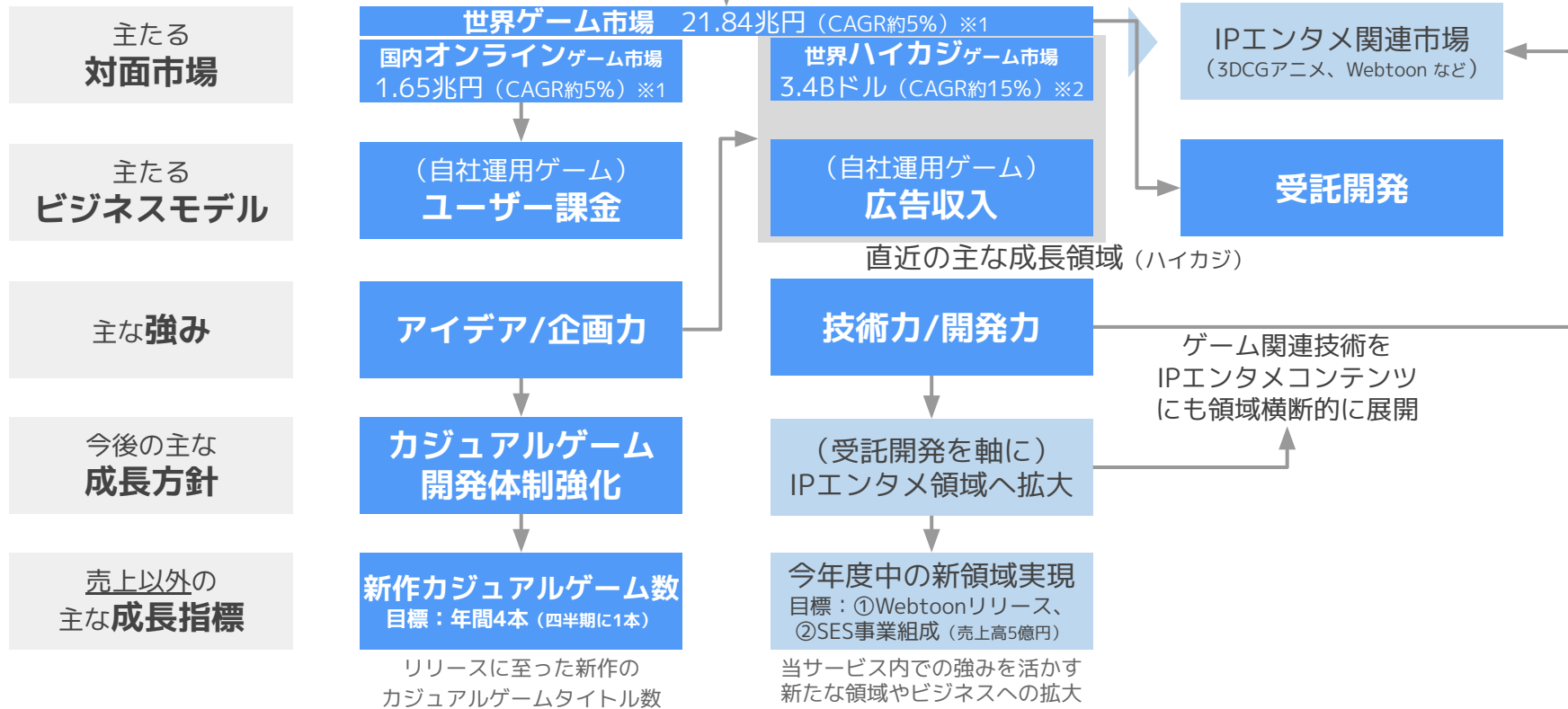
出所：電通 「2016年-2021年 日本の広告費」、CCI/ D2C/電通/電通デジタル「2020年 - 2021年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」(※2020年まで「ディスプレイ広告」に含まれていた「タイアップ広告」は、2021年は「その他のインターネット広告」に含む)

ゲームエンタメ



ゲームエンタメ サービス概観

※薄い色は新規性の高さや確定度合いの低さがある内容

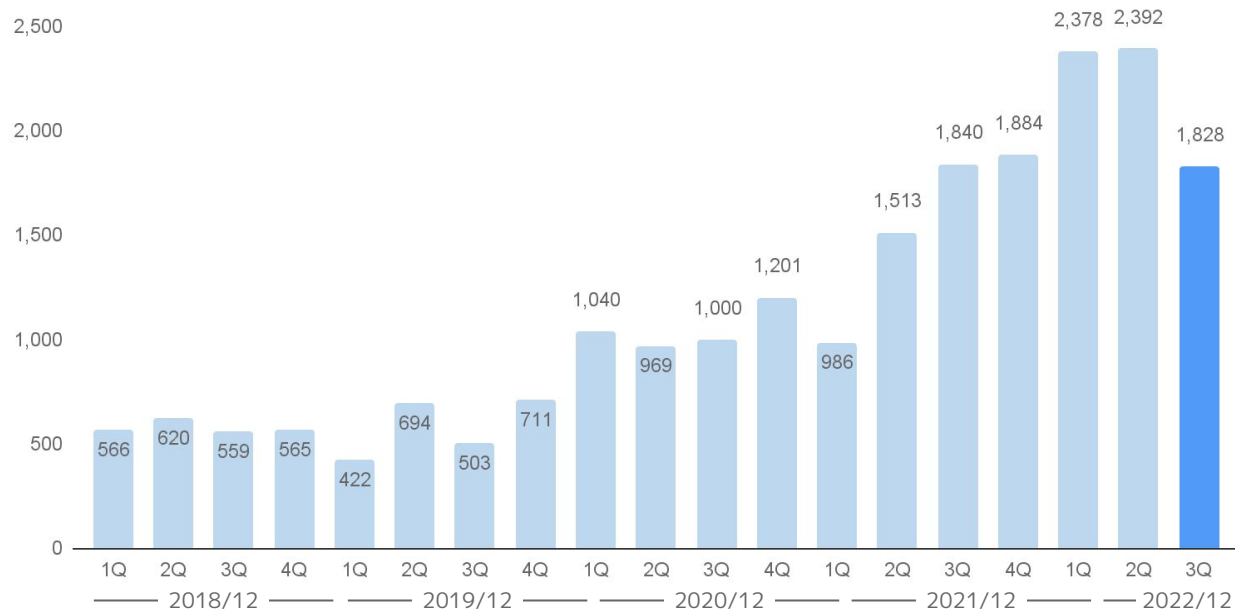


※1 出所：ファミ通ゲーム白書2022 / ※2 出所：Deconstructor of Fun 「2022 Predictions #1 The King is back, Merge overheats and Hypercasuals falter」

ゲームエンタメ 売上高推移

1,828百万円（前年同期比0.6%減、直前四半期23.5%減）

(単位:百万円)



ゲーム売上高 構成比

※P11に記載の通り①アキバスタジオは大型受託の納品時期、②ハイカジはマクロ市況による苦戦で、それぞれ売上減となりました。



進捗状況

新作

今四半期も目標とする新作1本のリリースができました。

一軍

DL数は徐々に落ち着きつつあるものの、大きなボリュームを保つ人気タイトルです。

二軍

上記と比べて獲得ボリュームが弱いため、縮小運用による利益最大化の方針で、優先度を下げています。

ソーシャルゲーム

利益最大化の方針で、引き続き安定運用を継続しています。

タイトル一覧



Scale Man



Drag Fight



Draw Saber



Ball Run
2048



Gun Sprint



Balloon Crusher:
Shoot'em all



Park Master



Balance
Duel



Type Spin



Noodle
Master



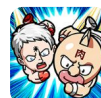
Masking
Print



Paint
Dropper



ぼくらの甲子園!
ポケット



キン肉マン
マスルショット

ゲームエンタメ ハイカジ新作リリース&ダウンロード

当四半期の合計ダウンロード数：約5,600万件



ダウンロード数の減少要因は？

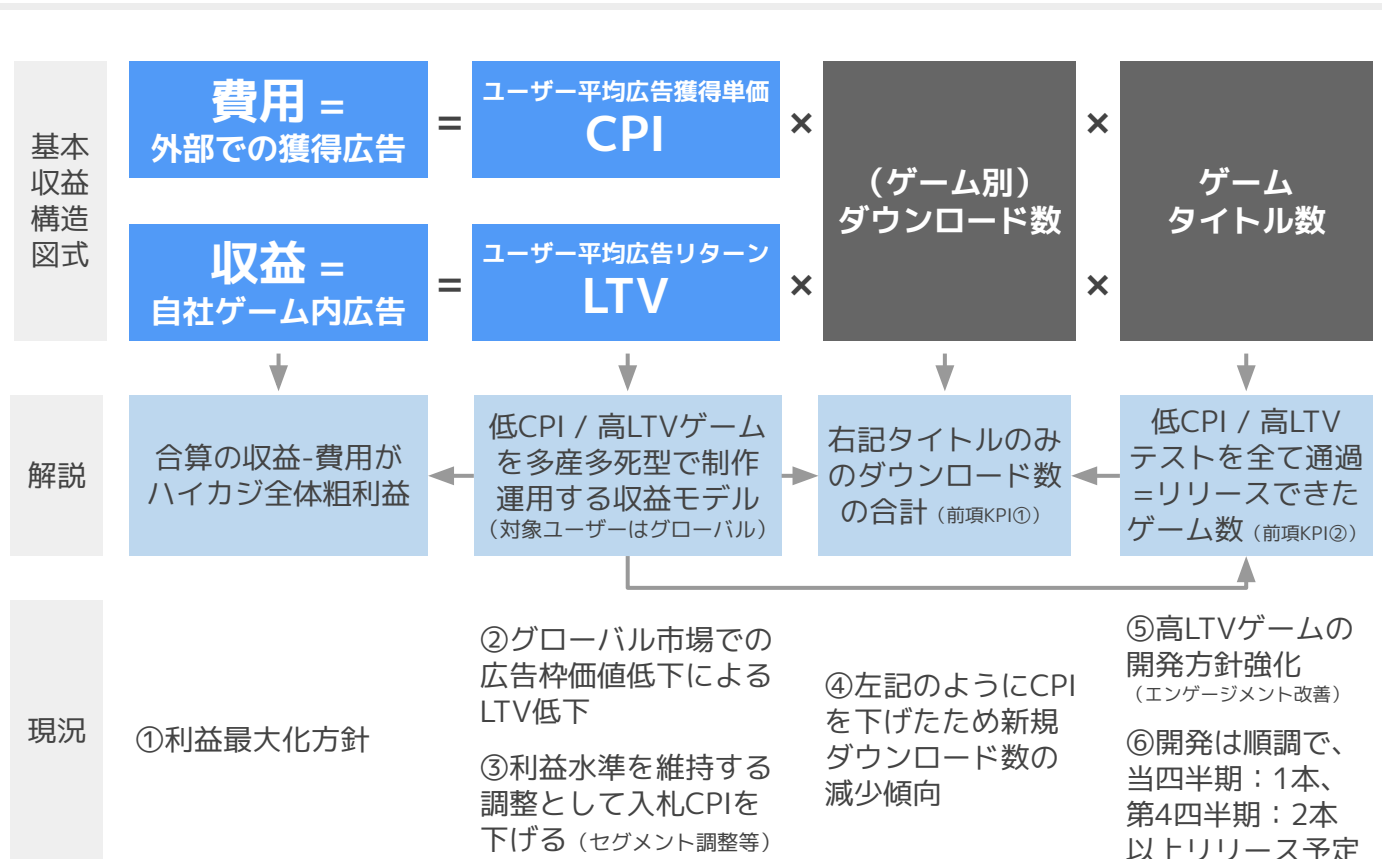
引き続き外部環境の変化により、ユーザーの獲得単価(CPI)を調整している影響によりです。(詳細次項)

海外ユーザーが多いですが、円安の影響は？

ハイカジについては、円安の影響により引き続きわずかに好影響が出ている状況です。

※ダウンロード数はiOS及びAndroidの合計値です。正式リリースに至らなかったB版のアプリについては総数に含めておりません。

ゲームエンタメ ハイカジの収益構造と現況



ハイカジ事業における強みは？



ユーザーの反応をテストしながら、自社内で多量のゲームをプロトタイプできる企画力と技術力です。加えて 低CPIにつながる広告制作運用のノウハウも大きいと考えます。

広告価値低下の傾向は続きますか？



マクロ環境にはよりますが、複数シナリオを用意した上、引き続き新戦略にて事業を進めています。

カヤック初のライブゲーム「ヌシ釣り」、Mirrativで9月15日から配信。



ライブゲーミング
市場をどう見て
いますか？



まだまだこれからですが、新しい可能性ある成長市場と考えています。このチャレンジは収益以上に、今後に向けたノウハウを得ることも主目的でした。また、こうした新しい領域にチャレンジすること自体が、当社の事業拡大にも、文化形成にも重要と考えており、今後も積極的な挑戦を続けたいと考えています。

カヤックアキバスタジオは合同会社AKIBA観光協議会と共に、NFTやトークンといったWeb3.0時代の新しいビジネスを創出するコンソーシアム形成を目的とした「AKIBA3.0」構想を発表。

第一弾企画として手塚プロダクションと連携の二次創作NFTプロジェクト「ATOM Genesis」の全貌を公開。

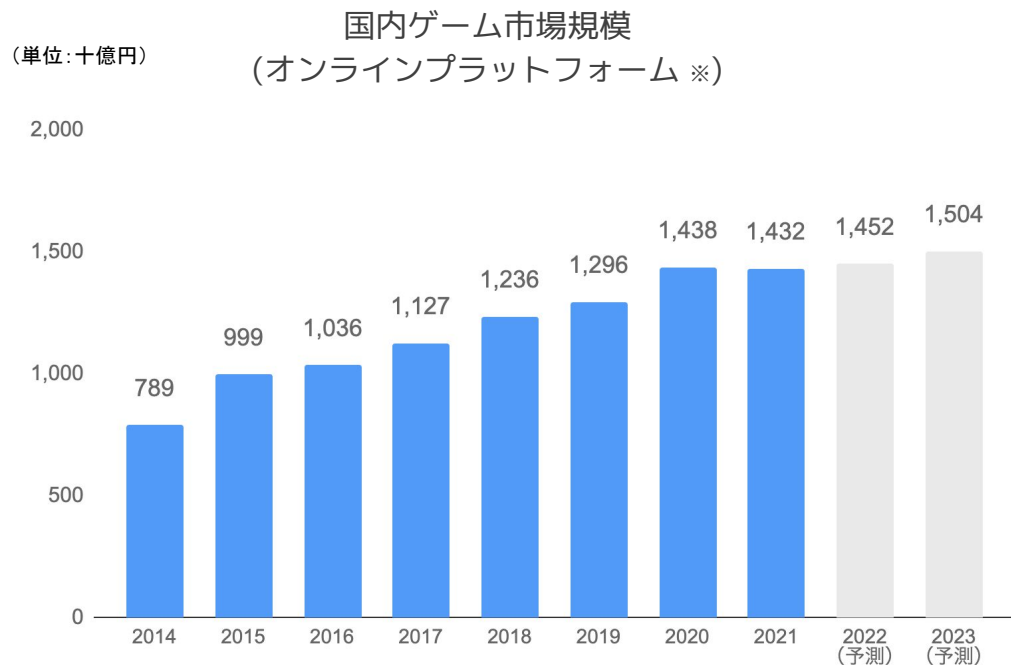


ATOM Genesisはどのようなものですか？

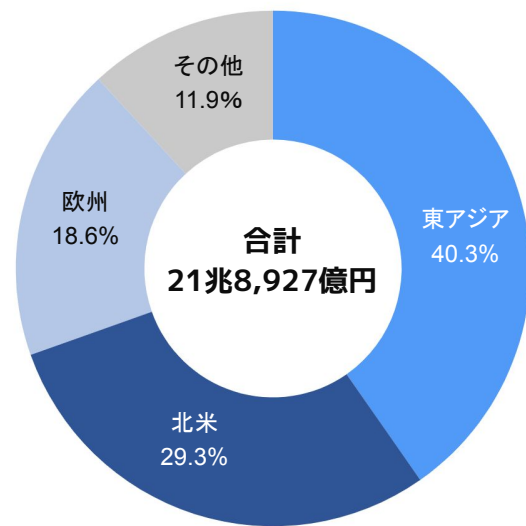


今回、各方面で活動するアーティスト・クリエイターの方々と連携し、コラボアートを総勢150種類以上制作。全て公式の著作権許諾を得ている公式商品として年内に発売の予定です。

引き続き国内オンラインゲーム市場は順調に拡大。



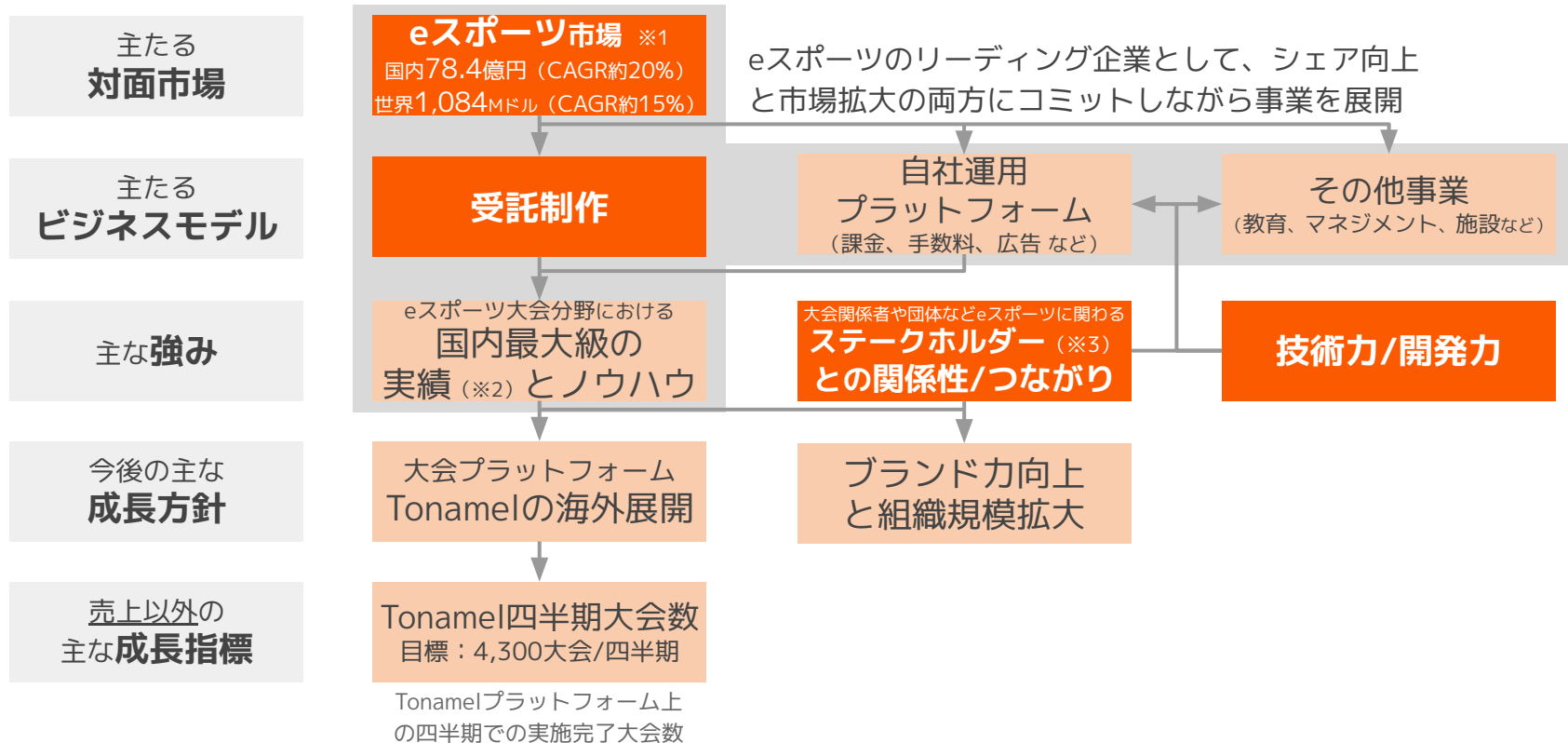
世界の地域別ゲームコンテンツ市場規模
(2021年)



eスポーツ



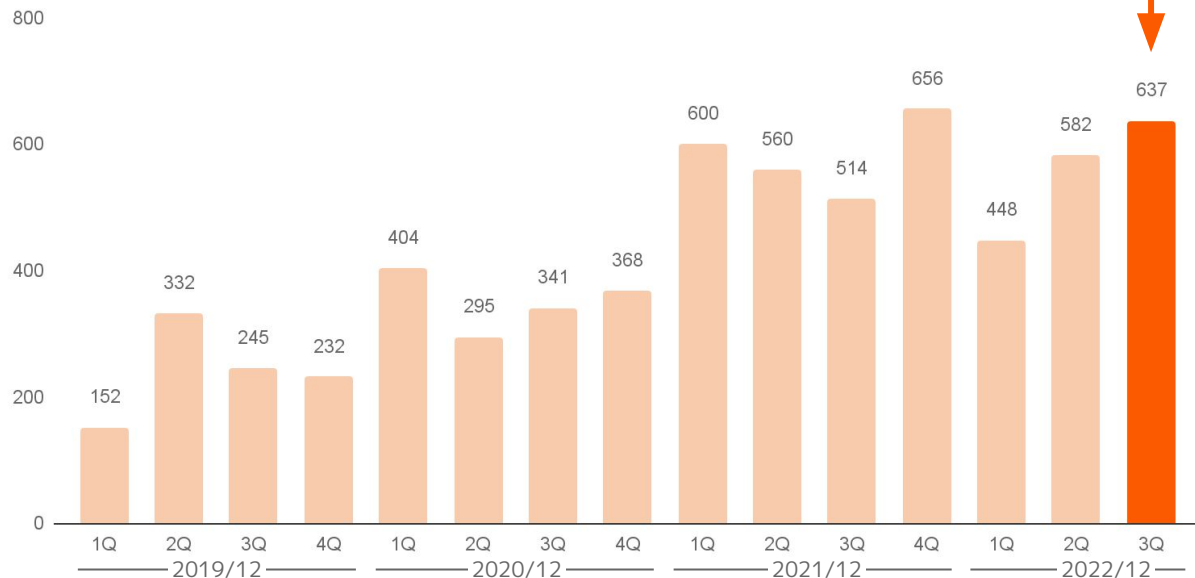
※薄い色は新規性の高さや確定度合いの低さがある内容



※1 出所：一般社団法人日本eスポーツ連合「日本eスポーツ白書2022」、Newzoo Global Esports Market Report 2021 / ※2：大会制作運営受託においてウェルブレイド・ライゼストは国内の約30%のシェアで業界1位。(eスポーツ大会関係者ヒアリング等による自社調べ) / 大会開催プラットフォームにおいてTonamelは2021年下半期の月間の開催数国内1位。(競合調査による自社調べ) / ※3：チーム/選手、インフルエンサー、実況/解説者、コミュニティ など

637百万円（前年同期比23.8%増、直前四半期比9.3%増）

（単位：百万円）

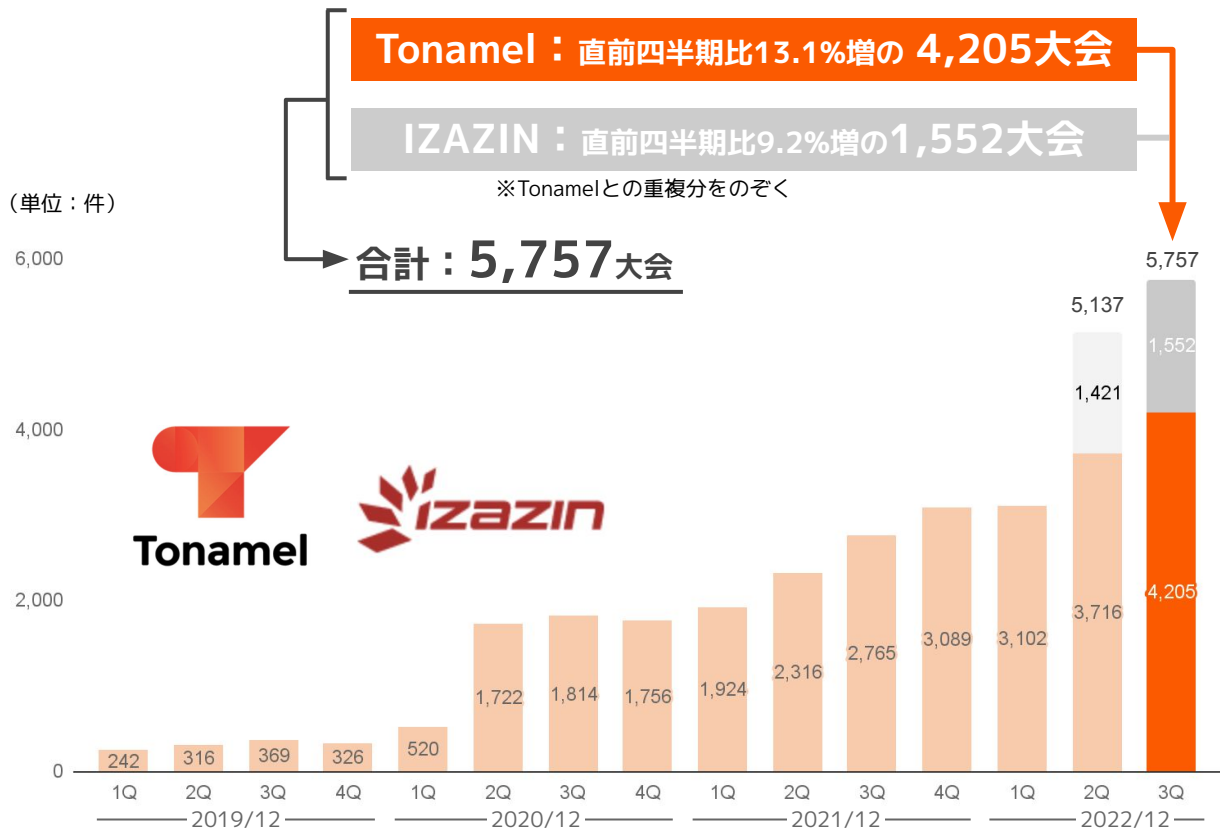


コロナもあり、収益成長が少し遅れたと理解はしていますが、この領域でグループで協動的に成長をする戦略は描けているのでしょうか？



はい、上場承認となったウェルブレイド・ライゼスト社の成長戦略はもちろんのこと、当初よりグループとしての大きな成長を見込んだ戦略的な投資を行っていますし、直近のM&A等もすべてそのストーリーの中のものです。

eスポーツ Tonamel / IZAZIN 大会数



Tonamelの当四半期の伸長理由は？



オフライン大会がまた伸びています。今後もオンオフ問わず大会主催者に喜んでいただける機能開発を進めて参ります。

IZAZINについて再度教えて下さい。



トレーディングカードゲーム大会関連の情報サービスとして国内最大規模のサービスです。今年4月にカヤックがサービス譲受をしました。

※来期以降はPapillon社のツールの大会数も合算の予定です。

小学生向けeスポーツ教室を運営する株式会社eSP（エスピー）を8月に子会社化。

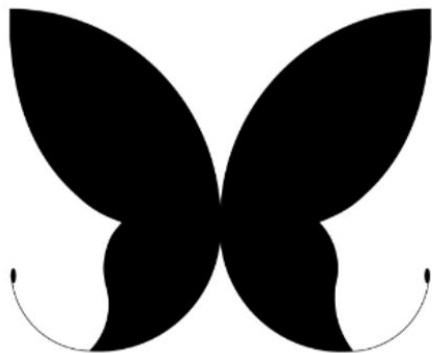


事業に関わる説明
をもう少ししてい
ただけますか？



eSPはもともと野球やサッカーなど様々なスポーツスクールを展開する株式会社スクールパートナーの子会社で、スポーツビジネスの知見を活かしたビジネスモデルが強みです。プロになるためというよりは、習い事という位置づけのeスポーツスクールのため、面白法人グループ内のゲームトレとも棲み分けができています。

東南アジア向けeスポーツ大会ツールを提供する株式会社Papillon (パピヨン)を10月に子会社化。



Papillon

海外戦略を強化するのでしょうか？



当社の大会プラットフォームのTonameIについても日本に留まらず、海外での利用が伸びておりました。今回はプラットフォームの統合による成長の加速が主な目的となっており、引き続き成長著しい海外のeスポーツ市場でのシェア拡大も狙っていきます。

ウェルプレイド・ライゼストの東京証券取引所グロース市場の上場が承認。

WAZT

子会社上場への考え方をあらためて教えてください。



当社グループの経営戦略として、子会社の上場はグループワイドの長期的成長のための調達力向上、企業価値最大化のための手段として重視しています。

eスポーツの文化・エコシステムをつくることで、eスポーツ市場（ビジネス）を拡大させていく。

<熱狂するコンテンツ（イベント・ヒト など）をつくる>

WAZT

ウェルプレイド・ライゼスト（株）
「eスポーツの総合商社」
大型のゲーム大会の制作を中心として
eスポーツ関連クリエイターの支援や
新たなeスポーツ興行開発などを行う

熱狂
拡大

雇用
育成

大会運営プラットフォーム

カードゲーム
領域で連携
(統合予定)



海外（東南アジア）
領域で連携
(統合予定)



GEMUTORE
ゲーム家庭教師
(オンライン)

eSP
eスポーツ教室

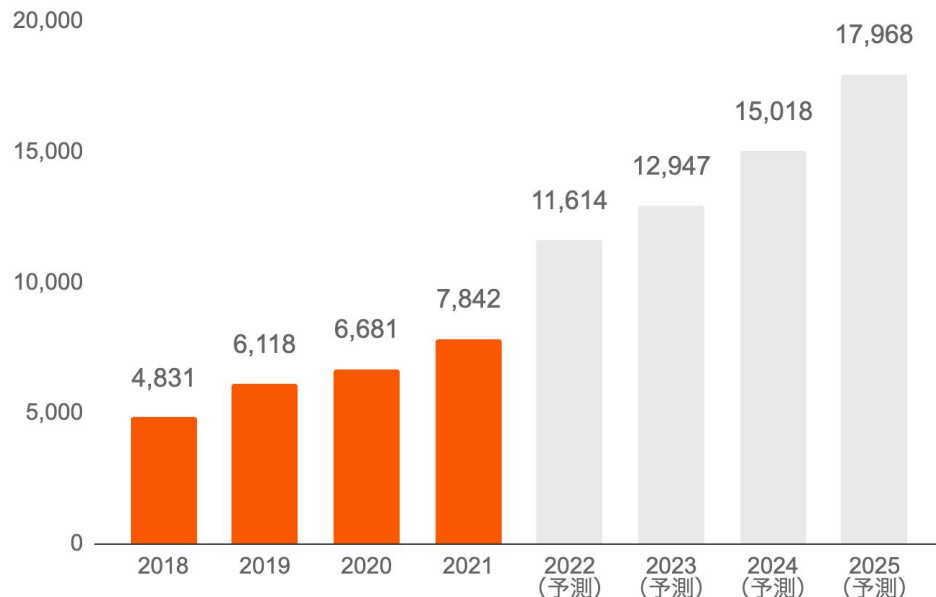
ゲーム大会の開催を文化に

<市場基盤の拡大>

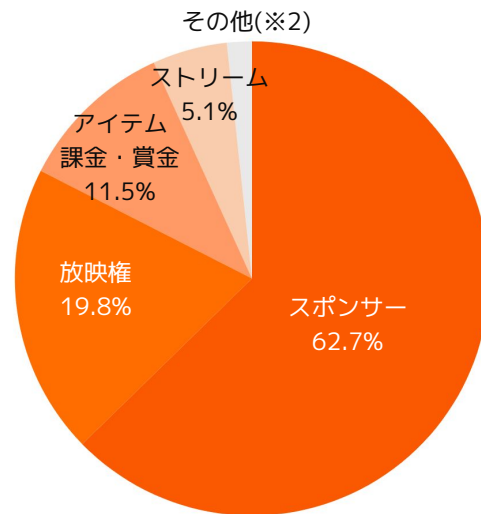
ゲームを学ぶことを文化に

2021年から2024年までのeスポーツ市場の売上高CAGRは20%を超える見込み。

(単位：百万円) 日本eスポーツ市場規模 ※1



2021年 日本eスポーツ市場規模 項目別割合



出所：一般社団法人日本eスポーツ連合「日本eスポーツ白書2022」、※1：2022年以降の数値は、2021年4月時点での予測。※2：その他にはチケット(1.1%)、著作権許諾(0.4%)、グッズ(0.2%)が含まれる。

ちいき資本主義



地方創生事業を5階層に整理。下層2段は基礎となる考え方や活動、上層3段が収益要素。
ちいき資本主義サービスはプラットフォームサービス(3層目)と関連受託事業が対象。

地域投資(不動産、事業投資、金融投資)



八女流

鎌倉R不動産
— REAL KAMAKURA ESTATE —



まちづくりコンテンツ受託・運営



活性化プラットフォーム



学ぶ・共有・仲間づくり
サロン
地域資本主義

地域密着型コミュニティ

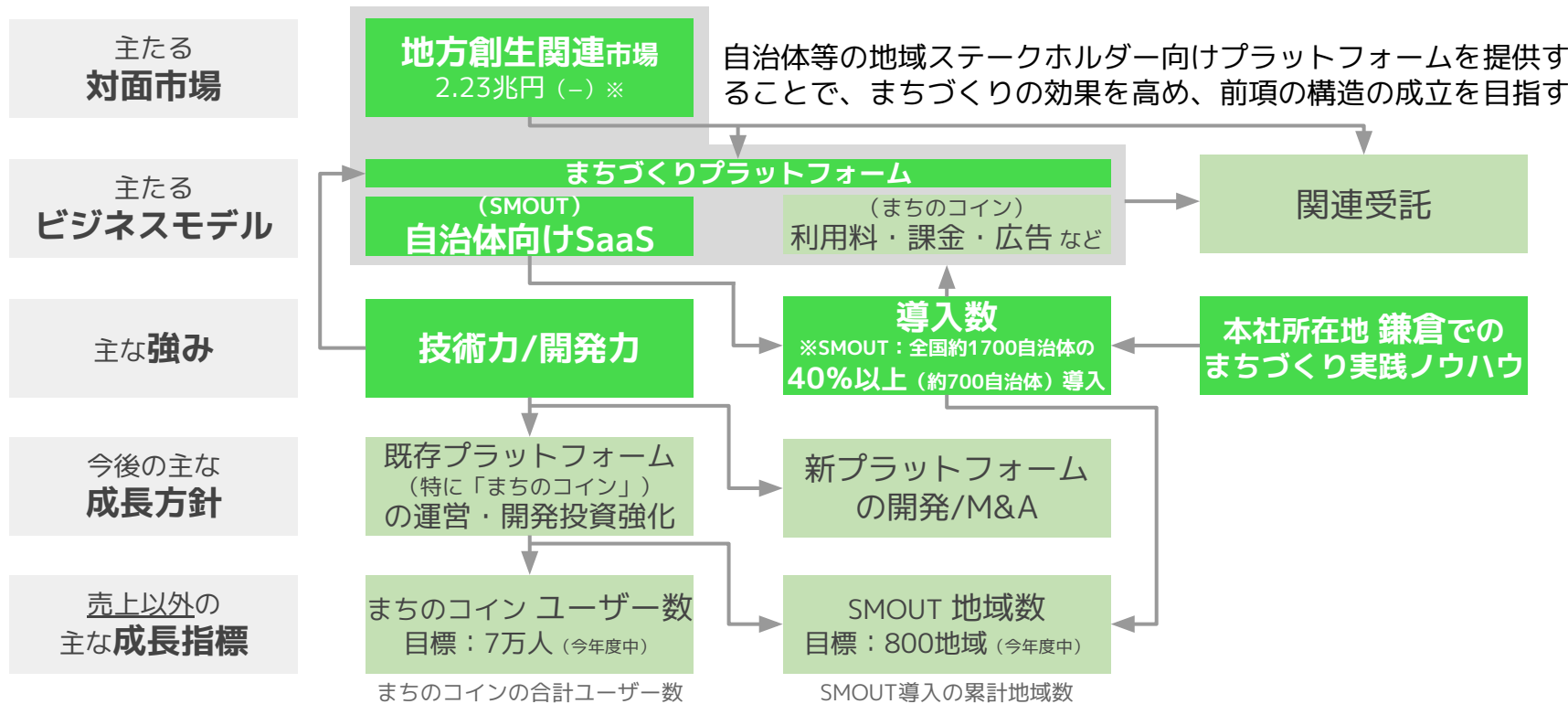


地域資本主義

ちいき資本主義
サービスの領域

ちいき資本主義 サービス概観

※薄い色は新規性の高さや確定度合いの低さがある内容

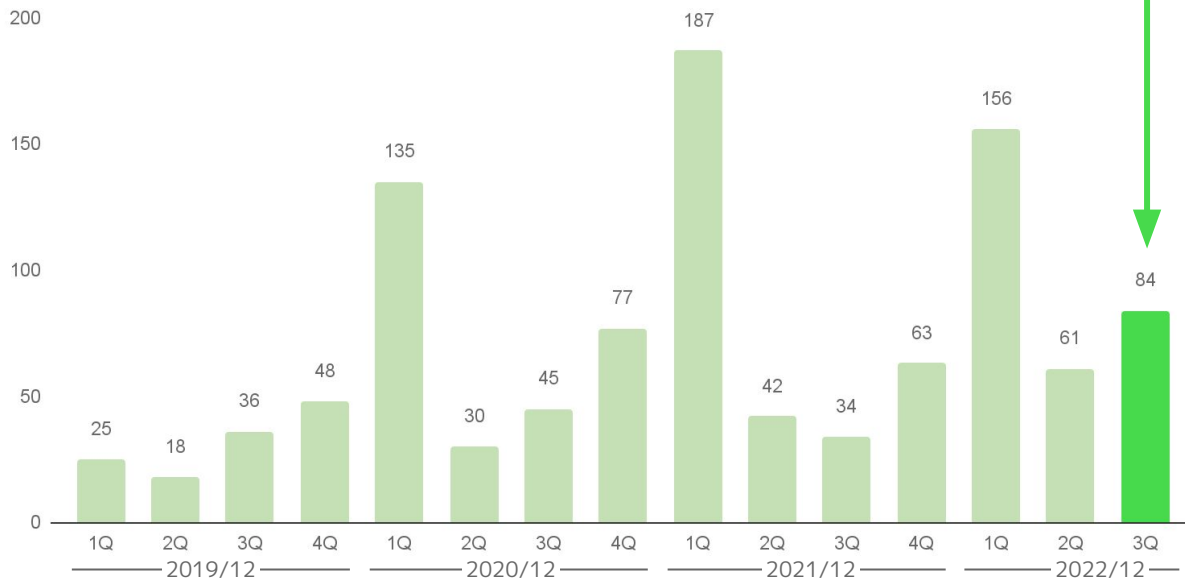


※令和3年度予算における地方創生予算より。変動要因が大きいためCAGRは記載していません。

ちいき資本主義 売上高推移

84百万円（前年同期比143.7%増、直前四半期比36.4%増）

(単位：百万円)



来年1Qはまた収益が伸びますか？



はい、自治体会計年度に合わせてまた来年3月には収益が上がる予定です。

この領域の成長フェーズはどう捉えていますか？

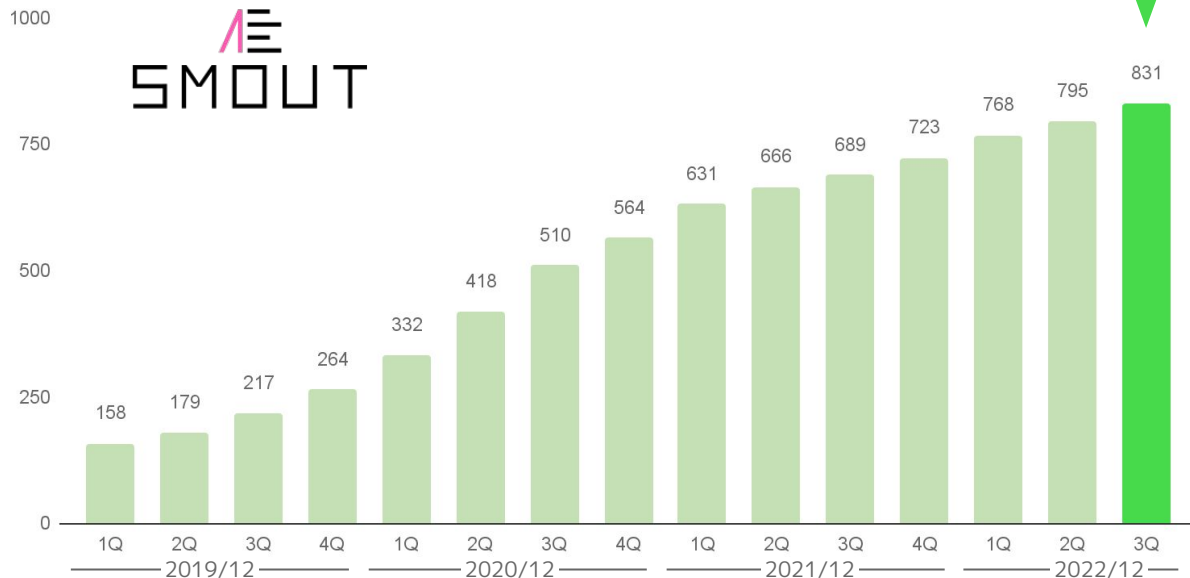


新規性が高い領域のため調整をしながらになりますが、eスポーツに次ぐ成長領域と考えています。

ちいき資本主義 SMOUT 導入地域数

SMOUT導入地域数：831 地域

(単位：地域)



この推移を見ると、直近の成長性は少し落ち着いて来ているのでしょうか？



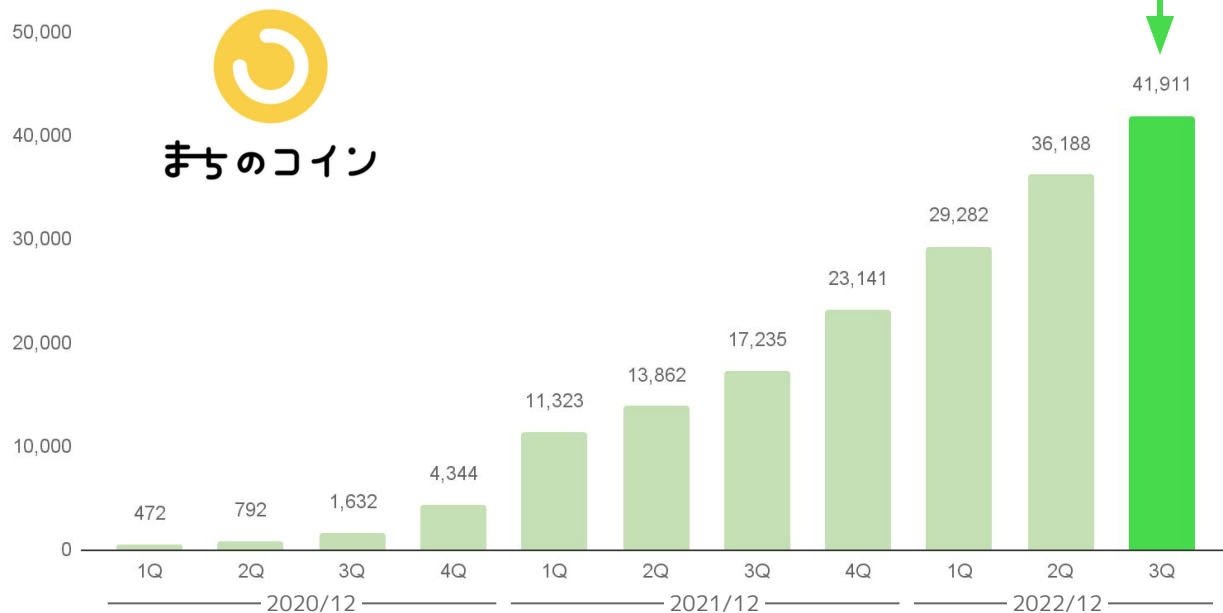
(この指標での) 市場の上限である自治体数は約1700のため、全体の50%近い導入となっています。移住や関係人口に関わるプラットフォームとしては国内最大級でユーザー数の成長も続いています。引き続きサービスの機能拡張や収益拡大施策を進めながら、需要の喚起につながるコミュニケーションも強化して、市場拡大を進めて参ります。

ちいき資本主義 まちのコイン ユーザー数

まちのコイン ユーザー数：41,911 人

※2022年9月末時点

(単位：人)



ユーザーの増加はどのような因子によって起きるのでしょうか？



まちのコインは地域を区切り、地域の運営団体を主体に導入していくモデルのため ①導入地域数、②各地域のユーザー数が基本構造です。①は営業活動等により増加します。②は各地域の運営団体を主体にコインの流通拡大によって増加します。カヤックはそのための機能やノウハウを提供しています。

渋谷区独自のデジタル地域通貨「ハチペイ」とまちのコイン「ハチポ」が11月1日サービス開始。

カヤックはどのような立ち位置になるのでしょうか？



渋谷区デジタル通貨「ハチペイ」、 まちのコイン「ハチポ」

11月1日提供開始



ハチペイ



まちのコイン



総額4.5億円キャンペーン開催!

カヤックはプロジェクト全体をリードする役割で、ハチペイをポケットチェンジ社と共同開発を進めるとともに、ハチポへのまちのコインの機能提供や、それぞれを含む全体設計、キャンペーンの企画開発などを行いました。今後の体制づくりや運用も進めています。

地域マーケティング専門のベンチャー企業 ネイティブ株式会社を9月に子会社化。

The logo for NATIV. is displayed in a dark blue, hand-drawn style font. The letters are thick and slightly irregular. The period at the end is a small red dot.

ネイティブ社の事業内容について、教えてください。



移住・関係人口メ
ディアの企画開発運
営や、ふるさと納税
運営事業など、地域
共創型のマーケティ
ング、DX分野の事業
を展開しています。
これらの事業やノウ
ハウを取り込むこと
で、移住・関係人口
分野におけるシェア
／成長促進、地方創
生分野での新領域拡
大を狙っていきま
す。

世代を超えた交流の場づくりを目指し、鎌倉・御成町に「まちの Snackbar」を9月9日オープン。



スナックとしての
特色は？



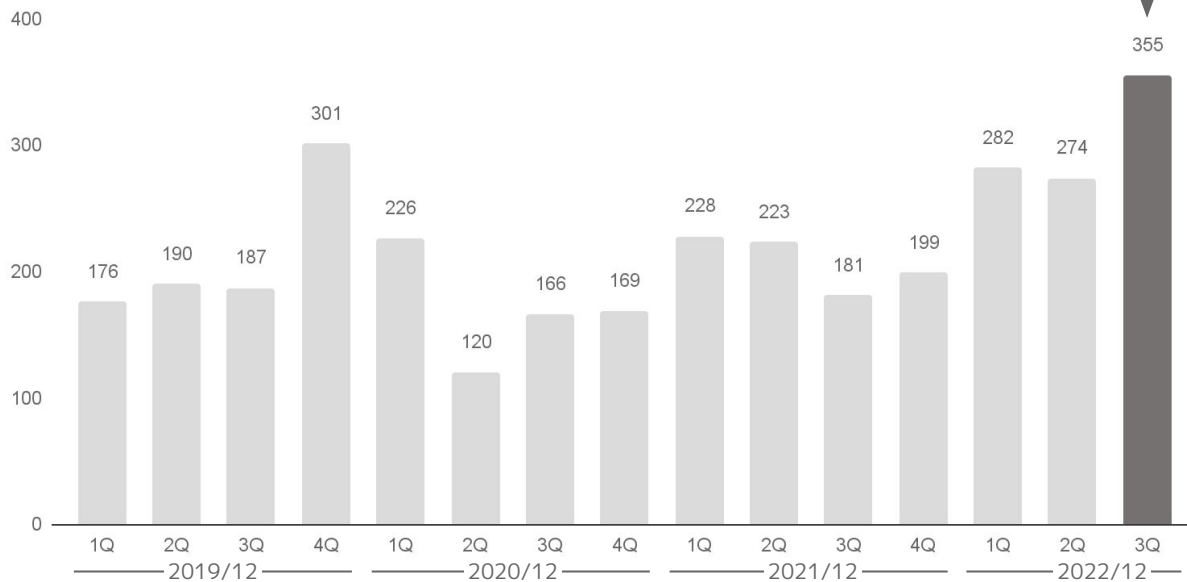
「鎌倉を愛するみんながつくる、気軽な夜の談話室」をコンセプトとしており、一般的なスナックとは少し趣が異なるお店です。①ママ&マスターが日替わり、②社員食堂の間借り（夜の部）でガラス張りで中が見える安心の空間、③みんなが話ながら少しずつ作り上げる空間で、ファンディング型のボトルキープなどの取り組みを実施している、などが特色ですが、良かったら是非鎌倉まで遊びに来て下さい。

その他サービス

その他サービス 売上高推移

355百万円（前年同期比95.9%増、直前四半期比29.3%増）

（単位：百万円）



今四半期の成長の要因は何でしょうか？



メタバース専門部隊によるものが大きくなっています。

その他サービス トピック

バーチャル渋谷ハロウィーン実行委員会（KDDI 株式会社、一般社団法人渋谷未来デザイン、一般財団法人渋谷区観光協会）が開催の「バーチャル渋谷 au 5G ハロウィーンフェス 2022」にパートナー企業として技術協力



メタバースは受託での取り組み中心というのですが、今後もこういった大型の企画への参加は予定していますか？



詳細はお伝え出来ませんが、今後も大きな案件での取り組みをお伝えできる機会があると思っています。公表できる段階になりましたら、随時発信させていただきます。

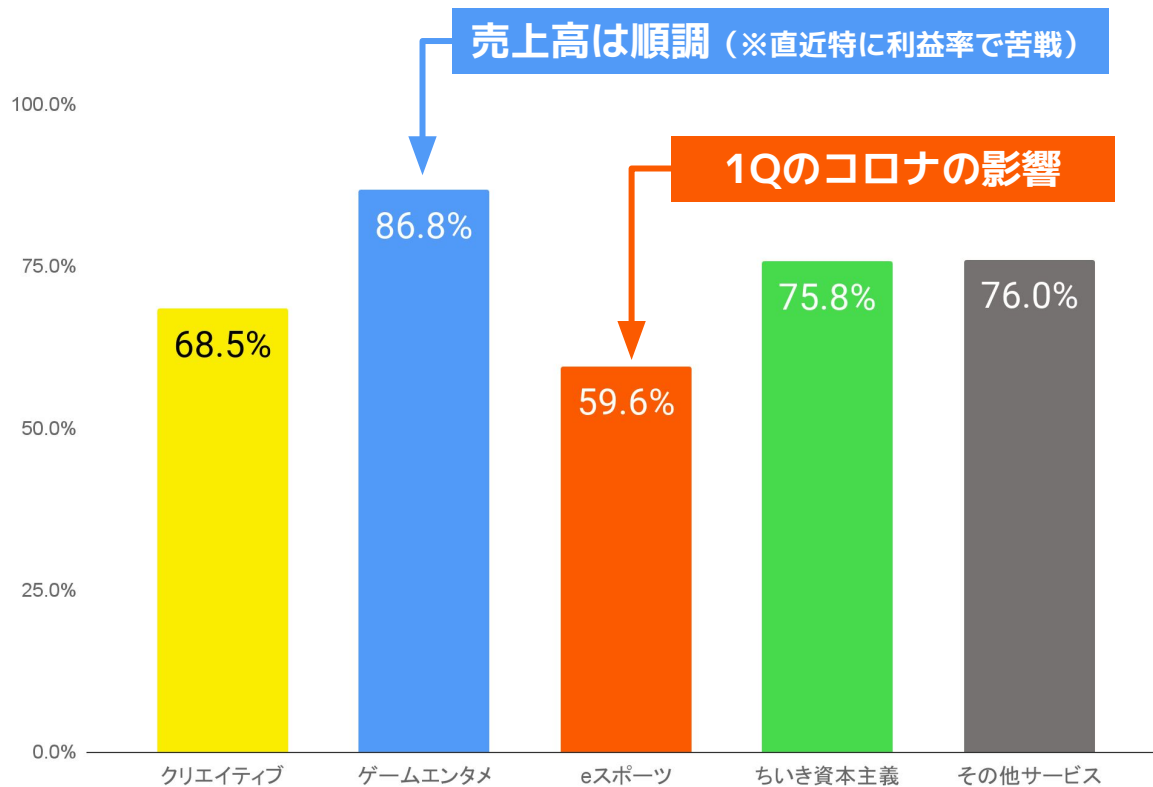
3. 今期計画について

今期の業績予想の進捗についてご説明します。

期初に発表の業績予想に対して、売上高は想定通りの進行となっています。

	2022年12月 3Q (実績)	2022年12月 (予想)	進捗率 (%)
売上高 (百万円)	11,539	15,000	76.9
営業利益 (百万円)	927	1,500	61.8
経常利益 (百万円)	1,002	1,500	66.8
親会社株主に帰属する 当期純利益 (百万円)	650	1,000	65.0
年間配当金 (円 銭)	—	3.90	—

サービス別の売上高進捗率



売上高としては、特に計画を外しているサービスはどこですか？



売上高では、eスポーツが第1四半期の新型コロナ第6波の影響があり、期初の計画から乖離が大きくなっています。

4. 当社のSDGsに関する取り組み

SDGsに関わる直近の取り組みから、
特筆すべきトピックをご紹介します。

次項より、SDGsに関わる直近の取り組みから特筆すべきものをトピックとしてご紹介。
なお、その他のSDGsに関わる取り組みは、面白法人カヤックWEBサイトの上部メニューから「About」タブ内の「[SDGsの取り組み](#)」にて記載。



News Service Member | Vision **About** Recruit | IR  

Home → About → SDGsの取り組み

SDGsの取り組み

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

従来の資本主義の指標だけでは測りきれない、地域ならではの豊かな自然やコミュニティを資本と捉えて、持続可能な成長を実現する。2002年から鎌倉に本社を置くカヤックでは、そんな「地域資本主義」の考え方を提唱しています。職住近接、地域密着型のコミュニティ、自然との共生。まちに溶け込み、地域と共存する会社を目指すカヤックのSDGsの取り組みです。

会社概要

地図

グループ会社

沿革

制度・行事

SDGsの取り組み

グループ会社

沿革

制度・行事

従来の資本主義の指標だけでは測りきれない、地域ならではの豊かな自然やコミュニティを資本と捉え持続可能な成長を実現する。2002年から鎌倉に本社を置くカヤックでは、そんな「地域資本主義」の考え方を提唱しています。職住近接、地域密着型のコミュニティ、自然との共生。まちに溶け込み、地域と共存する会社を目指す面白法人カヤックのSDGsの取り組みです。



コミュニティ通貨「まちのコイン」では、全国6地域で“SDGsなハロウィン”を楽しむイベント「もったいないハロウィン」を開催。

お店で余った野菜、ホテルで余った未使用のアメニティや中古家電など、まちのスポットで「お菓子」ならぬ「もったいないもの」をもらえる「まちのコイン」ならではのイベント。



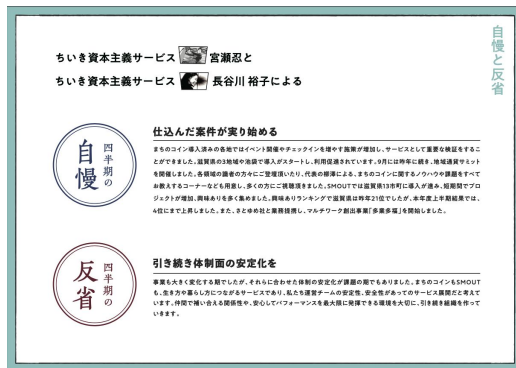
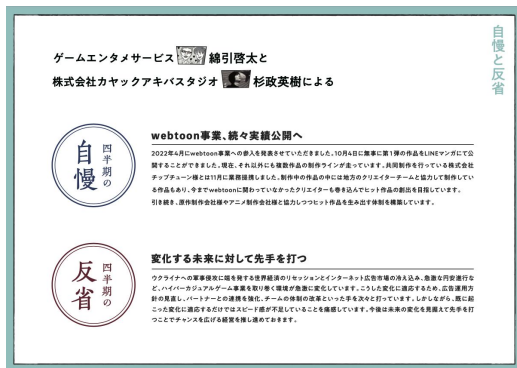
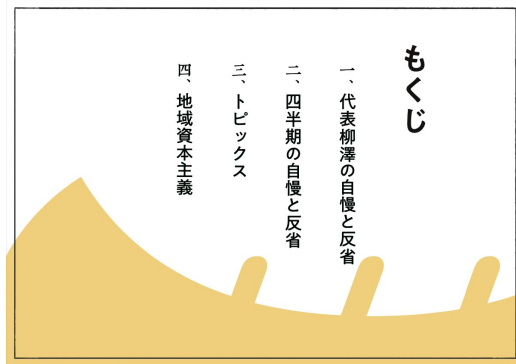
本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およ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。

それら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、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

決算開示と併せ、本第3四半期についても「おまけ短信」を発行。



おまけ短信とは何ですか？



売上高などの数字だけでは見えない面白法人をご紹介します、四半期に一度発行のIRコンテンツです。

今回の「読み所」は？



代表柳澤の自慢と反省で、グループ会社上場や面白いIRに向けた試行錯誤について語っています。



ありがとうございました。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT **GOALS**

面白法人カヤックは、神奈川県SDGsパートナー企業に登録されています。