

WAZT

事業計画及び成長可能性に関する事項

ウェルプレイド・ライゼスト株式会社

2022年11月30日

CONTENTS



① 会社概要	P03
② eスポーツ市場	P09
③ 事業内容	P19
④ 競合優位性	P41
⑤ 業績推移	P49
⑥ 成長戦略	P54

01

会社概要



会社名

ウェルプレイド・ライゼスト株式会社

本社所在地

〒160-0015
東京都新宿区大京町22-1
グランファースト新宿御苑6階

設立年月日

2015年11月19日

事業内容

eスポーツ事業

従業員数

正社員61名（2022年10月時点）

資本金

38,500,000円

2015年

11月 | eスポーツ専門の会社として、ウェルプレイド株式会社を東京都渋谷区に設立



Well Played

2017年

6月 | 株式会社カヤックと資本業務提携



WELL PLAYED LEAGUE

11月 | ウェルプレイドリーグ（自社リーグ）を開始

2018年

3月 | eスポーツ選手・実況者・解説者のマネジメントを開始

2020年

10月 | 株式会社電通ライブと業務提携し、「Play G-round」プロジェクトを発足

DENTSU
LIVE

2021年

2月 | 株式会社ライゼストと合併し、ウェルプレイド・ライゼスト株式会社に商号変更

6月 | 株式会社クリーク・アンド・リバー社と協業し、ゲーム実況者やプロゲーマーをサポートするプロジェクト「OC GAMES」を開始



2022年

7月 | 南海電気鉄道株式会社などと協業し、泉佐野市のeスポーツ先進都市化プロジェクトを開始





代表取締役

高尾 恭平 Kyohei Takao

2010年に入社した株式会社VOYAGE GROUPでモバイルゲームのディレクターに従事。その後ソーシャルアプリの開発・運営を行う株式会社enishの韓国支社CEOを務める。

各ゲームタイトルに向き合い、息の長いゲームタイトルにするお手伝いに全力を注ぎながらeスポーツ業界を盛り上げることを考え続けてきた。

様々な大会・イベントに出場し続けることで、プレイヤー視点を保ちながら、2020年に大阪でオープンした日本最大級のデジタル教育施設「REDEE」のプロデュースと運営に関わるなど、多視点でeスポーツに向き合う。



代表取締役

谷田 優也 Yuya Tanida

2010年に角川コンテンツゲートでIPデジタルコンテンツのプロデューサー、13年よりマーベラスでのアジア圏向けスマートフォン向けゲームアプリプロデュースなど、ゲームの世界に身を置いてきた。

トッププレイヤーに勝利できる程のプレイヤーとしての腕前とゲーム畑で培ってきたスキル、コミュニティを生かし、大会企画・運営に留まらず東京ゲームショウを始めとする様々な講演・セミナーに登壇。

ゲームに関連する様々な切り口でゲーム・eスポーツを広める活動を行う。



代表取締役

古澤 明仁 Akihito Furusawa

2003年ロジクール入社。その後サンディスク株式会社にてマーケティング、スマートデバイス向け新規事業立上げに従事し、2012年ロジクール再入社。スポーツマーケティングの要素を取り入れた独自のeスポーツ戦略を打ち出し、事業拡大に大きく寄与する。

eスポーツが生み出す喜怒哀楽・ドラマ、そして可能性に魅了され、4年間の海外留学経験を活かし、日本eスポーツ連合(JeSU)や「Esports Liaison Group」など国内外のクライアントのフロントとして活躍。世の中の中の社会的課題にeスポーツを用いたソリューションという新たなアプローチにも積極的に挑み、地方創生などにも力を入れる。

eスポーツへの絶対的確信

共同代表の谷田と高尾は渋谷のゲームセンターで出会った。

2人は長い期間ゲームに打ち込んできた中で、「上手いプレイから生まれる感動のストーリー」を何度も身をもって体験。

その一方で「上手いプレイヤーがゲームから一歩外の世界にでると評価されない」ことへのもどかしさも感じていた。

「eスポーツ」という言葉も浸透していなかった2015年夏。ラスベガスで開催の世界的な格闘ゲームイベント「EVO 2015」のパブリックビューイングを開催。120名以上が参加し、大盛り上がりを見せたことで、eスポーツに感じていた可能性が絶対的なものになった。

「ゲームが上手い人に価値が生まれる」「eスポーツ業界はこれからますます発展する」と確信し、2015年11月にウェルプレイド設立。さらに、2021年2月、競合であった古澤率いるライゼスト社と電撃合併し、ここに日本のeスポーツを飛躍させる最強チームが誕生。



MISSION

VISION

eスポーツの力を信じ、

価値を創造し、

世界を変えていく。

ゲームプレイに肯定を

ゲーム観戦に熱狂を

ゲームにもっと市民権を

02

eスポーツ市場



© Hisashi "Yosy" Yoshimura

© Hisashi "Yosy" Yoshimura

「eスポーツ (esports)」とは、
「エレクトロニック・スポーツ」の略で、
広義には、電子機器を用いて行う娯楽、競技、
スポーツ全般を指す言葉であり、
コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った
対戦をスポーツ競技として捉える際の名称。

※引用： [JeSU HP](#)

eスポーツ市場成長

ファンの拡大がコンテンツ
の熱を高め、市場を育てる

eスポーツファン数拡大 ※試合観戦/動画視聴者

国内
規模
(※1)



成長性

CAGR 29%
(年間市場成長率)

毎年
約**200**万人
ペースでの増加

主な
トピック

- ・世界のeスポーツ市場拡大：約**1957**億円（2024年）※2
- ・eスポーツ大会賞金額の増加とスポンサーの拡大

- ・日本の男子中学生が将来なりたい職業第2位
- ・SNSや配信による楽しみ方の広がり
- ・オリンピック種目採用の可能性

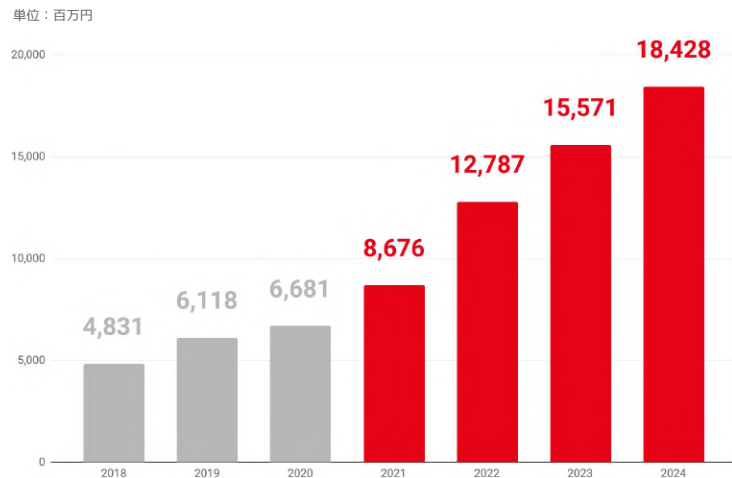
※1出典：「ファミ通」マーケティング速報 2021年4月16日発表「2020年日本eスポーツ市場規模は66.8億円」（なお、2020年のeスポーツ市場の内訳はスポンサー67.3%、放映権19.2%、アイテム課金・賞金11.5%、チケット1.2%、著作権許諾0.4%、グッズ0.2%）
※2出典：「グローバルeスポーツ&ライブストリーミングマーケットレポート2021」（角川アスキー総合研究所）（為替は1ドル=121円のレート（2022/4/1時点）にて再計算）

eスポーツ市場は、2020年は新型コロナウイルスによって成長が鈍化したものの強い成長トレンドは継続。

日本では、2024年に**約184億円**まで成長。2021年から2024年まで**CAGR29%**で推移、

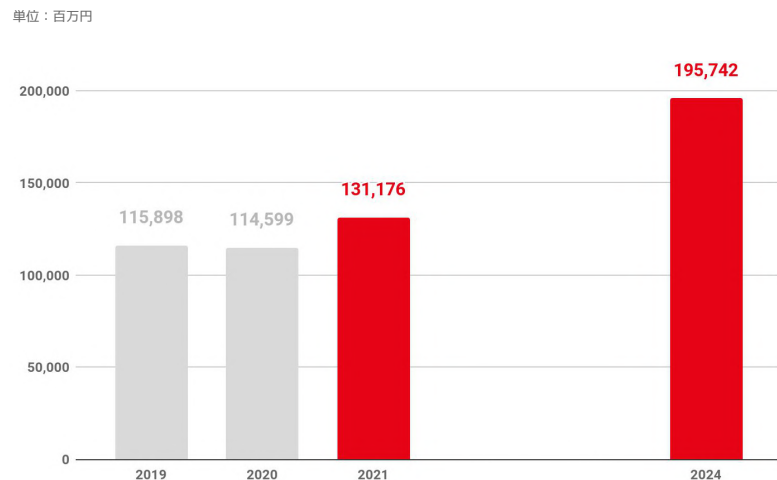
さらに、先行している海外では、2024年には**約1,957億円**まで成長を予想。

日本のeスポーツ市場規模



※出典：「ファミ通」マーケティング速報 2021年4月16日発表「2020年日本eスポーツ市場規模は66.8億円」
/2021年以降の数値は、2021年4月時点での予測

世界のeスポーツ市場規模



※出典：「グローバルeスポーツ&ライブストリーミングマーケットレポート2021」（角川アスキー総合研究所）
（なお為替は1ドル=121円のレート（2022/4/1時点）にて再計算）/2021年12月時点での予測

eスポーツ市場周辺関連領域を含めたTAMでは合計約604億円の市場規模となり、
また、eスポーツは他領域との掛け合わせによる業容拡大の余地が大きく、非常に大きなPAMを持っている



※1出典：ファミ通、※2出典：経済産業省「eスポーツの発展に向けて」(2020)、※3出典：デジタルインファクト「日本のインフルエンサーマーケティング市場規模」(2021)、※4出典：サイバーエージェント オンラインビデオ総研/デジタルインファクト調べ、※5出典：びあ総研「ライブエンタメ市場予測」、※6出典：令和3年度地方創生予算より、関連度の高い事業を合算

国内でも名だたる大企業がeスポーツ大会やチームのスポンサーとして名乗りをあげている。
また、eスポーツ大会の賞金額も増加し続けており、1タイトルでの最高累計賞金総額は**約280億円**。
eスポーツ市場内での流通額を押し上げている。

スポンサー：ビッグネームの増加

インテル

meiji

日清食品

Lenovo

SPONSORED

eスポーツコンテンツ

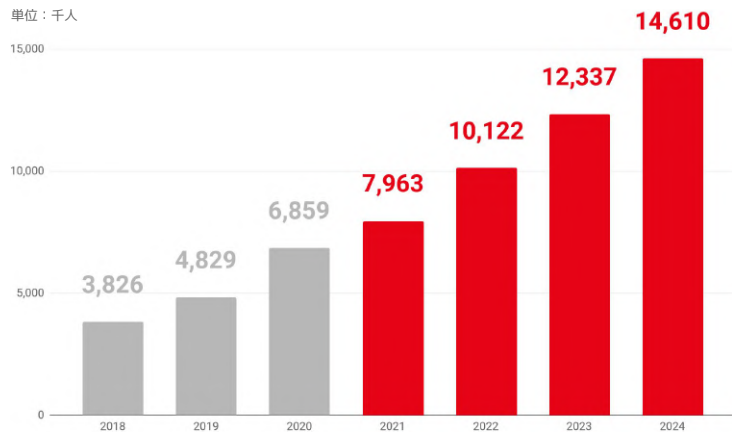
ゲームタイトルごとの累計賞金総額ランキング

1	Dota2	約280億8,750万円
2	CS:GO	約131億6,310万円
3	Fortnite	約111億3,390万円
4	League of Legends	約91億270万円
5	StarCraft II	約48億570万円

※出典：Esports Earnings「Top Games Awarding Prize Money」(2022年4月時点)

日本では2024年にeスポーツファン数（試合観戦・動画視聴経験者）が**1,461万人**まで成長予想。
世界でもメジャーな人気コンテンツに。

日本のeスポーツファン数（試合観戦・動画視聴）



※出典：「ファミ通」マーケティング速報 2021年4月16日発表「2020年日本eスポーツ市場規模は66.8億円」
/ 2021年以降の数値は、2021年4月時点での予測

世界のスポーツ大会の視聴者数の規模感



※出典：NFL公式サイト「第55回スーパーボウルの総視聴者数は9,640万人」、
ESPORT CHARTS「ML:BB.Esports.Tournaments.Statistics」

日本国内においてもeスポーツ関連領域は若年層の憧れの職業として浸透しており、この領域の将来の将来成長可能性を伺うことが出来る。

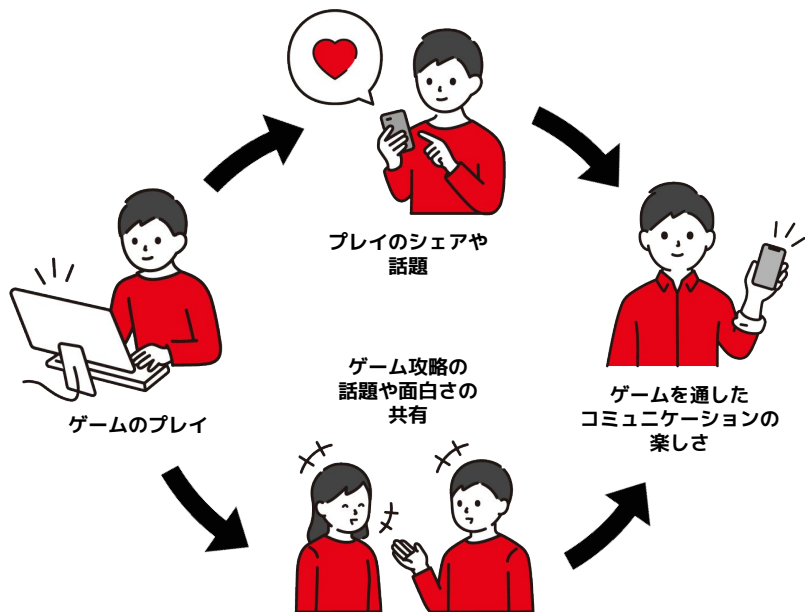
将来なりたい職業（2021）

	男子中学生（n=100）	%
1位	Youtuberなどの動画投稿者	23
2位	プロeスポーツプレイヤー	17
3位	社長などの会社経営者・企業家	15
4位	ITエンジニア・プログラマー	13
5位	ゲーム実況者	12
6位	公務員	8
	会社員	8
	プロスポーツ選手	8
9位	教師・教員	7
10位	ボカロP（音声合成ソフト楽曲のクリエイター）	6
	弁護士、裁判官などの法律関係	6

一部 eスポーツに
関連する職業

ダイレクトに
eスポーツに関わる職業

※出典：ソニー生命「中高生が思い描く将来についての意識調査2021」



ゲーム動画視聴の楽しさ



チームや選手を応援する楽しさ

ゲームプレイを通したユーザ体験

配信プラットフォームやSNSの発展によって、ゲームを通して得られる日常的なユーザ体験がゲームを楽しむ重要な要素として若年層に幅広く浸透しました。

競技シーンへの参加や応援、ゲームを通したSNS上でのコミュニケーション、動画コンテンツの話題などゲームプレイの外にもeスポーツに関わる活動が生まれ、若者の日々の生活の中に浸透しています。

『観戦勢』と呼ばれる新たな楽しみ方

自らはゲームをプレイしないが、動画や配信、イベントなどでゲームを見る『観戦勢』と呼ばれる人々が昨今急激に増加しています。従来ではゲームプレイを通した楽しみ方が一般的でしたが、特に競技シーンの発展や大会配信のエンタメ化が進んだ結果、今や楽しみ方の一つとして市民権を得ています。

アジアオリンピック評議会が主催する「アジア競技大会」や、IOC初のeスポーツ大会「オリンピック・バーチャル・シリーズ」などが開催され、オリンピック正式種目採用の可能性が高まっており、実現すればさらなる市場拡大の可能性も秘めている。



2018年にインドネシアで開催された「第18回アジア競技大会」にてeスポーツがデモンストレーション競技として実施された

※出典：VAMOLA eFootball News



2021年に「新しいオリンピックのデジタル体験」として第1回目のオリンピック・バーチャルシリーズ（OVS）が開催された

※出典：未来図

03

事業内容

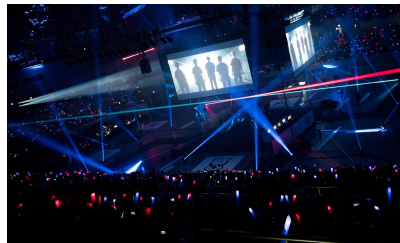
事業ポートフォリオテーマ：

eスポーツに関わる

あらゆることを

プロデュースする

eスポーツ総合商社



クライアント
ワークサービス

Client Work



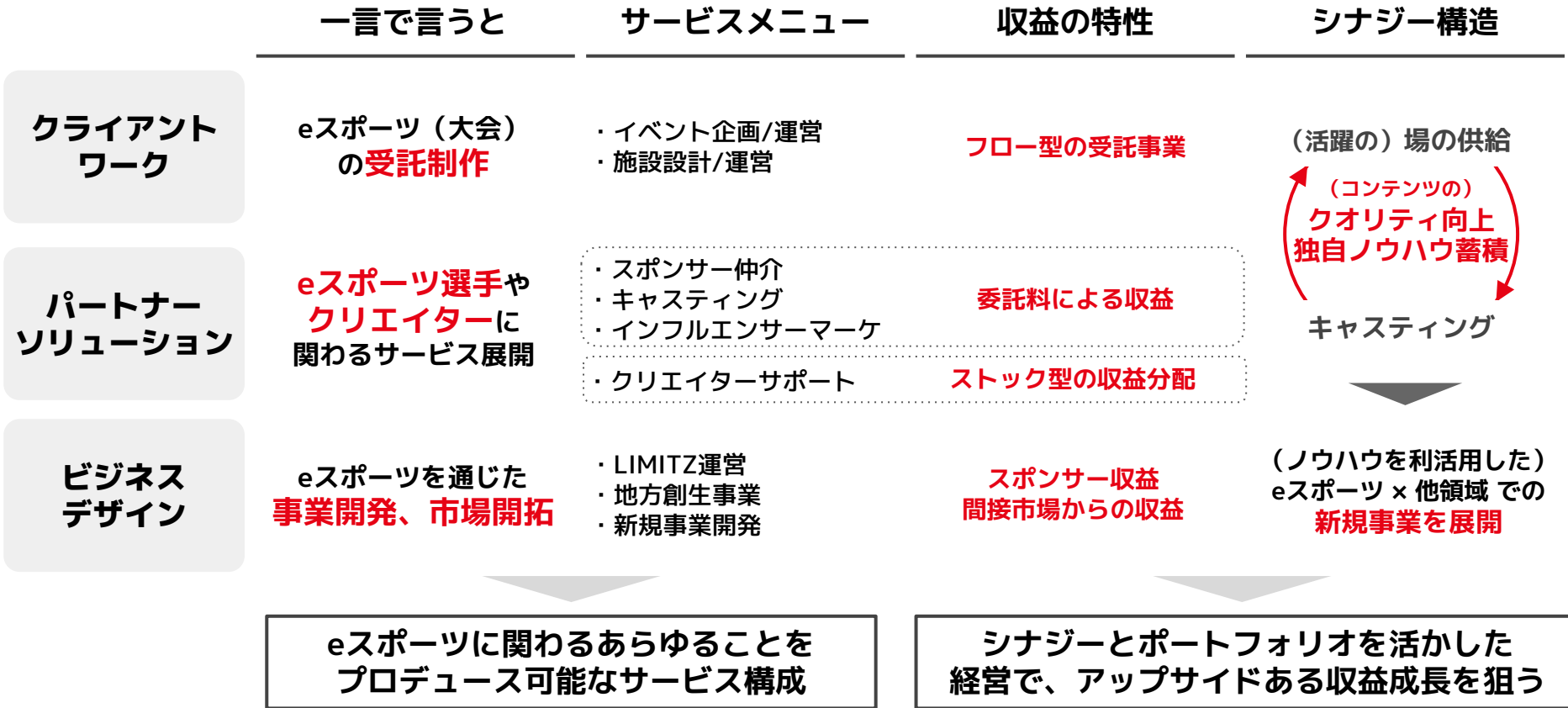
パートナー
ソリューション
サービス

Partner Solution



ビジネスデザイン
サービス

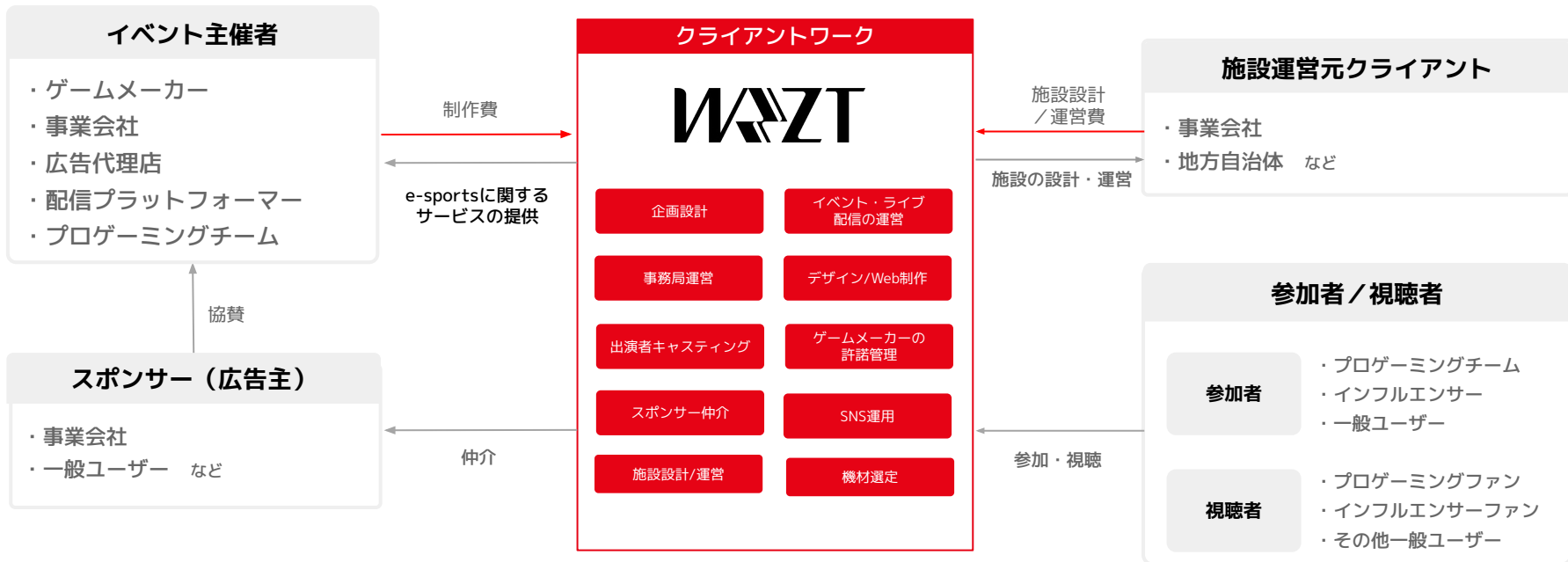
Business Design





クライアントワーク

イベント企画/運営に関わる業務をワンストップで提供しています。
イベント主催者から支払われる制作費が主な収益となっております。



クライアントワークサービスは**売上**と**営業利益率**を成長指標として設定。

eスポーツとビジネスを融合した企画力をさらに強化し、コンペになりやすい大型大会の受注率UP、既に優位性を持っているゲーム演出の単価UP（価値向上）により売上と営業利益率の成長を図る。

成長指標		主な打ち手				
		企画力強化 (コンペ勝率UP)	ゲーム演出の強化	顧客に合わせた 商品メニュー設計	スキル平準化に伴う サービスの品質向上 (生産性UP)	各パートナーとの 連携強化
売上高	案件数	◎	○		○	
	案件単価	○	◎	○	○	
営業利益率	生産性				◎	○
	ゲーム演出単価	○	◎	○	○	

これまでにeスポーツのリーディングカンパニーとして様々な大会やイベントを実施。

国内外の人気ゲームタイトルの公式大会を多数運営。



PUBG JAPAN CHALLENGE

バトルロイヤルシューティングゲームというゲームジャンルの元祖と呼ばれる「PUBG: BATTLEGROUNDS」の国内最強を決める公式日本大会である「PUBG JAPAN CHALLENGE 2021」の運営を担当。

63チームが国内本戦進出となる16チームを目指して、70試合の合計ポイントで競い合った。



荒野行動 チャンピオンシップ 王者の絆

TPSバトルロイヤルゲーム「荒野行動」のプレイヤー全員が参加可能。

さらに賞金総額2500万円の最高レベルのeスポーツ大会。

西日本予選、東日本予選、決勝戦を担当し、同時接続数は90,000人を記録。



クラロワリーグ アジア

クラッシュ・ロワイヤルのプロリーグ「クラロワリーグ アジア」の日本での配信における企画・制作・運営・プロデュースを実施。

視聴者の心をつかむ番組をゼロから創り上げ、同時接続数は20,000以上を記録。

インフルエンサーを起用した**コミュニティ向けイベント**や、企業・地方自治体などの**eスポーツを拡張したイベント**などの実績も豊富。



超滅Apex2

競技プレイヤーの注目度向上とトップアマの挑戦機会創出を目指し、世界中のトッププロと最強クラスのストリーマーを招待した個人最強決定戦であるApex Legends大規模個人戦イベント「超滅Apex」の第二回大会「超滅Apex2」において大会運営と配信制作を担当。

3日間にかけて配信された大会は、本配信の合計再生回数（ミラー配信を含む）が550万回を超えました。



TOPPAN eSPORTS FESTIVAL 2021

2年に一度、社内活性イベントとして、2010年からオフライン社内運動会イベント「TOPPAN SPORTS FESTIVAL」を実施。

競技大会回りの一部制作、運営支援。
国内48拠点/海外13拠点の従業員が参加した社内eスポーツイベントとして盛り上がりを見せた。



京都 eスポーツサミット2022 Spring

京都府とボノス株式会社を中心となり、eスポーツをキッカケにしたゲーム業界の活性化を図るサミット。

2022年3月に開催された本サミットの運営を担当。
地域活性を目的に、eスポーツと掛け合わせた提案を実施。

新施設や既存施設に「eスポーツ」を掛け合わせ、**ワンストップでの施設設計・運営**を行いつつ、さらに大会配信など様々な実績で培った**技術面でのサポート**も得意とする。

また、施設の再活用・活性化やリブランディングなど、**コンサル業務なども幅広く対応**。



e-sports SQUARE

日本初のeスポーツ施設「e-sports SQUARE」の自社保有を強みに、大会開催時に場所も含めた提案を実施

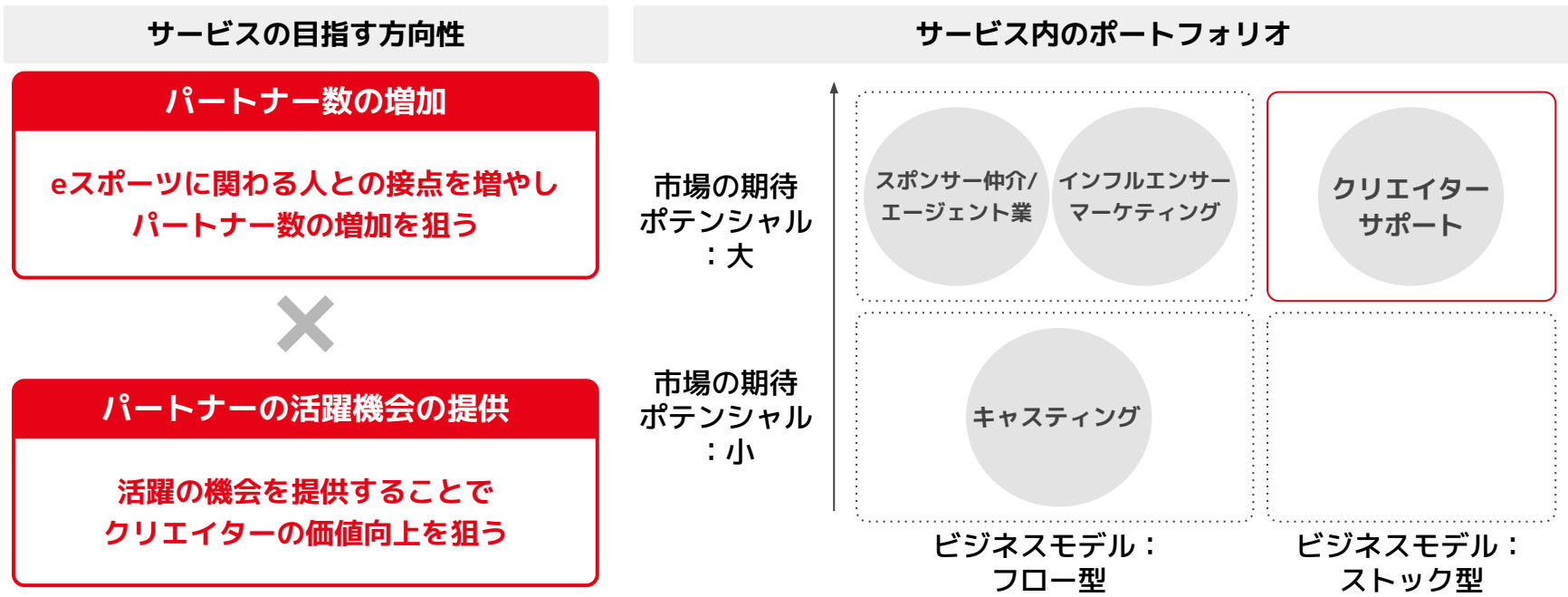


REDEE

日本最大級のデジタル教育施設「REDEE」の本体やeスポーツエリアの設計を手掛けた

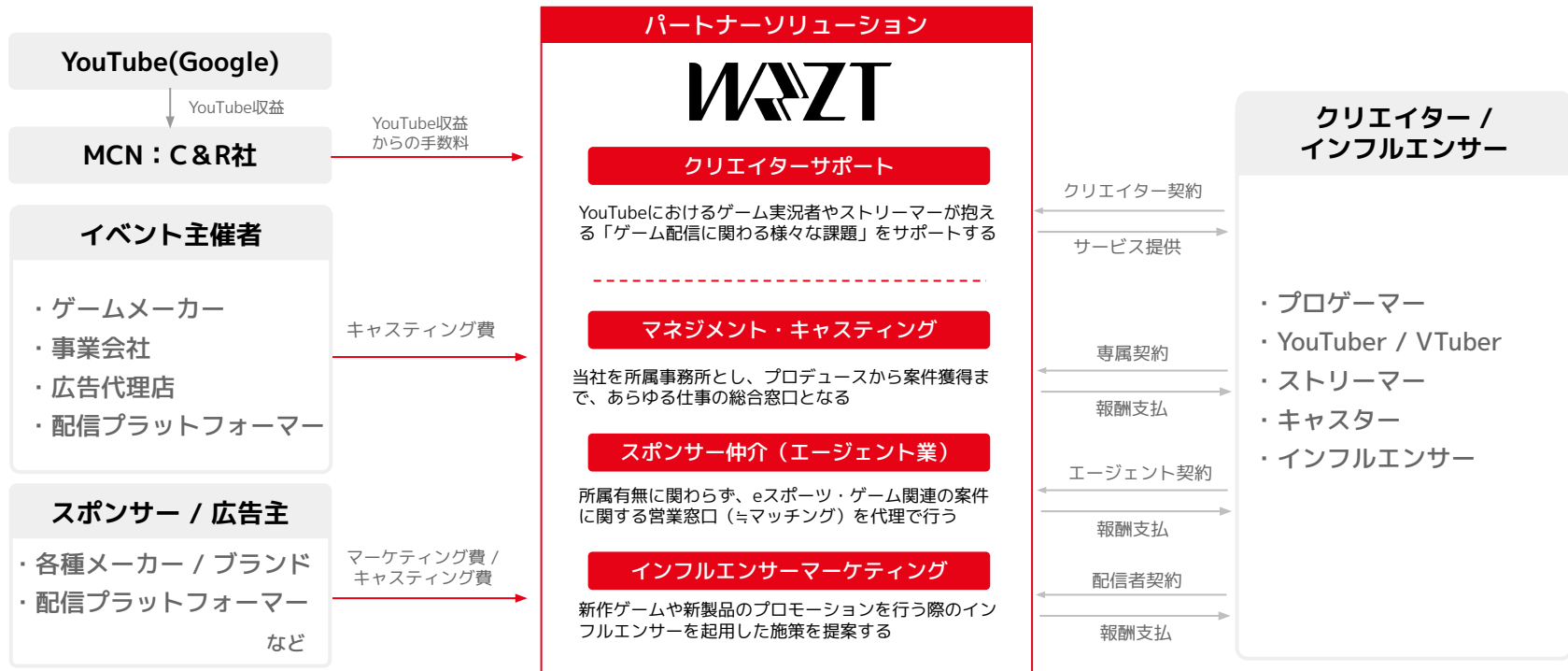
パートナー
ソリューション

eスポーツに関わる**選手やインフルエンサーなど「人」**に対して様々な収益機会を創出。
2022年10月期では売上は限定的も、将来の収益上の期待が大きい**クリエイターサポートに注力**。



※ パートナーとは：プロeスポーツ選手やインフルエンサーなど、パートナーソリューションに関わるすべての“人”を指す。
※ エージェント業とは：当社が関わるクリエイターの代理人として、様々な営業代行を行うことを指す。
※ 価値とは：収益力・影響力・ブランド力等、パートナーが活動する上での付加価値を指す。

eスポーツ業界で活躍する「人」と企業の間立つことでサービスを提供。
現在は、スポンサー仲介による収益が全体の売上を牽引。



当社は、大会制作等を通して培った関係値を生かし、**ゲームクリエイターのスカウト業務を担う**。
 また、契約後はクリエイターのフロント対応を通して、クリーク・アンド・リバー社と連携しサービスの提供を行う。

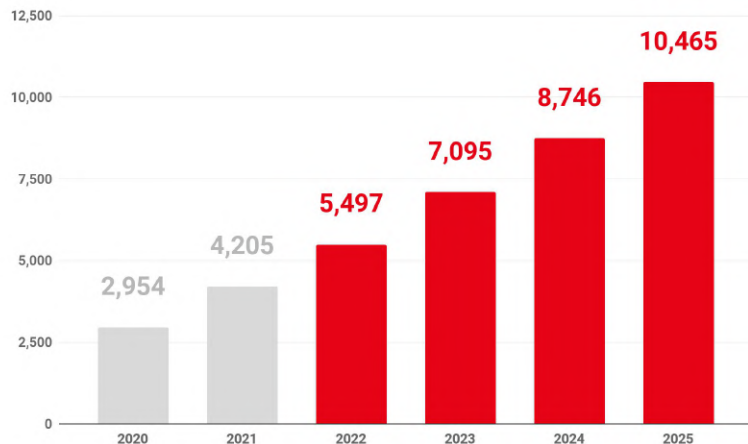


(※) クリーク・アンド・リバー社

動画広告市場が拡大傾向の中、ゲーム配信も増加傾向にあり、2021年に**投稿数が240万件を超過**。
ゲームクリエイターの存在価値が高まっていることが伺える。

動画広告市場規模推計・予測

単位：億円



※出典：株式会社サイバーエージェント「2021年国内動画広告の市場調査を公表」

YouTube上のゲーム実況動画の投稿数

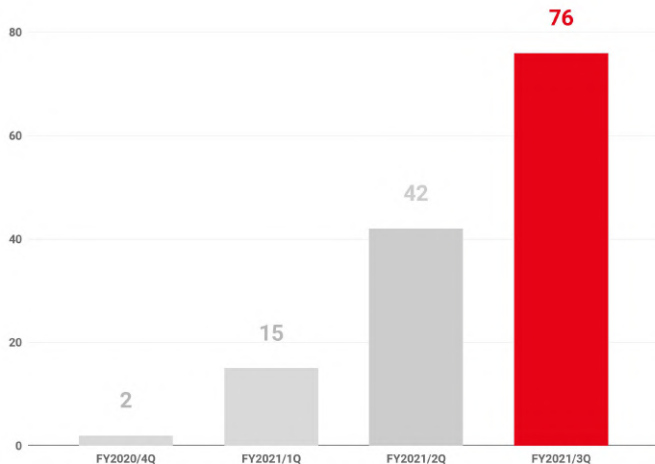


※出典：MOTTO × Kamui Trackerの独自集計「業界人なら知っておきたい「ゲーム実況」の世界～マーケティング視点で見る日本国内のゲーム実況のデータ」

クリエイターサポートのKPIとして、収益とつながる「契約YouTubeチャンネル数」を設定^(※)。
2021年9月のサービス立ち上げから2022年7月末時点で契約YouTubeチャンネル数は**76チャンネル**。
Twitchで配信時間あたりの視聴時間が**日本トップクラスのストリーマー**も本サービスを利用。

契約YouTubeチャンネル数

単位：チャンネル



関優太

大人気ストリーマー。

大手配信プラットフォームTwitchにて活動中。『Apex Legends』の配信においては主要配信プラットフォーム全ての中で国内最多の視聴時間を誇っている。

視聴時間は2021年4月度ベースで全プラットフォーム中13.13%、Twitch中では28.09%をたった一人で占める。

彼がプレイするゲームが流行るとまで言われる、日本ゲーム配信界における最重要人物。

YouTubeCH登録者数
57.7万人 (2022年3月)

Twitch内平均同時接続数
日本1位 (2021年4月)

Twitch内配信時間あたりの視聴時間
日本1位 (2021年4月)

全PF「APEX Legends」視聴時間
日本1位 (2021年4月)

※ 収益は契約するクリエイターのYouTubeにおける月間再生数に応じて発生する広告収益から、一定のパーセンテージで収受する。

※ ストリーマーとは：eスポーツのライブ映像を配信・編集したり、実況・解説する人を指す。

eスポーツに興味のある「企業」、eスポーツで活躍する「人」との繋がりを活かし、
ニーズのヒアリング、メニュー作成～企画提案～契約締結までの営業をワンストップで提供。
サポートを通して、最適なマッチングおよび価値の最大化を実現。



ゲームイベントや大会において、**最適な実況者・解説者・タレント**を選定して**アサイン**を行う。
 パートナーが最高に輝ける場所を提供し、**年間で約600件**のキャスティング実績を持つ。



タワーディフェンスゲーム『クラッシュ・ロワイヤル』で
日本人初のプログラマーとなり、
 さらにスマホゲームタイトル選手初の**レッドブルアスリート**となった
 「けんつめし」選手など、eスポーツ業界で活躍する選手と多数所属契約。



Wellplayed Rizet Inc. WAZT × PP Enter Prize Inc.

コスプレイヤーとして著名な「えなこ」や「伊織もえ」が所属するPPエンタープライズと
 エージェント契約を結び、親和性の高いコスプレとゲームを掛け合わせた
 様々な場面で楽しめるコンテンツ制作やキャスティングを実施。

近年、ユーザーがゲームを始める理由や、新製品購入の判断基準として、インフルエンサーの影響力が増加。
当社のコミュニティの理解およびリレーションを最大限に活かした、
クライアント、そしてユーザーにも喜んでもらえるインフルエンサーマーケティングを提案・実施。



ビジネスデザイン

サービスの
将来ビジョン

eスポーツ市場は67億円（2020年）CAGR29%の成長市場であり、ビジネスデザインサービスはeスポーツを他分野と掛け合わせることで市場のさらなる成長の加速化を図る。

足許の取り組みとして、地方創生の領域においてもeスポーツへの注目は大きく、様々な自治体とeスポーツx地域開発について企画を検討している。

想定する市場例

ライブエンタメ市場規模：6,295億円（2019年）

※出典：びあ総研「ライブエンタメ市場将来予測」



地方創生予算：2.2兆円（2021年）

※出典：内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局、内閣府地方創生推進事務局「令和3年度当初予算（地方創生関連）について」



LIMITZはウェルプレイド・ライゼストと有名eスポーツチームが手掛ける**共同開催**のeスポーツイベント。
ゲームタイトルや、キャスティング、そして施策内容を自由度の高い構成にすることで、
エンターテインメント性に富んだイベントとして多くの人々から支持を得ている。
過去5回のオンラインイベントの実績をベースに大規模なオフラインイベント開催を目指す。



※イベント参加者の収益については、大規模オフラインイベントを想定

04

競合優位性

大小様々なeスポーツイベントを企画し運営するクライアントワーク、インフルエンサーやチームとの強い繋がりを持つパートナーソリューション、自社でeスポーツイベント企画し主催するビジネスデザイン。
この3つの事業から生まれるノウハウを掛け算することで**eスポーツの総合商社として業界唯一の存在**に。

	eスポーツノウハウ	チームとの繋がり	IPホルダーとの幅広い繋がり	eスポーツインフルエンサーのキャスティング能力	イベント企画能力	イベント制作能力	スポンサー獲得能力
WAZT	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○
イベント制作会社 (eスポーツ)	◎	▲	○	▲	○	◎	×
広告代理店	▲	▲	▲	○	○	○	◎
MCN (マルチチャンネルネットワーク)	×	▲	○	○	×	▲	×
eスポーツ興行主	○	◎	○	○	◎	▲	○

eスポーツ市場では潜在価値の大きいアセットが十分に流通しておらず、ビジネスも固定化していない。

様々なコミュニティに偏在しているeスポーツアセットを

フラットな立ち位置から**効率的に調達、有効にプロデュース**してビジネス展開することが我々の競争力の源泉

WPRZTの価値創造モデル図



説明

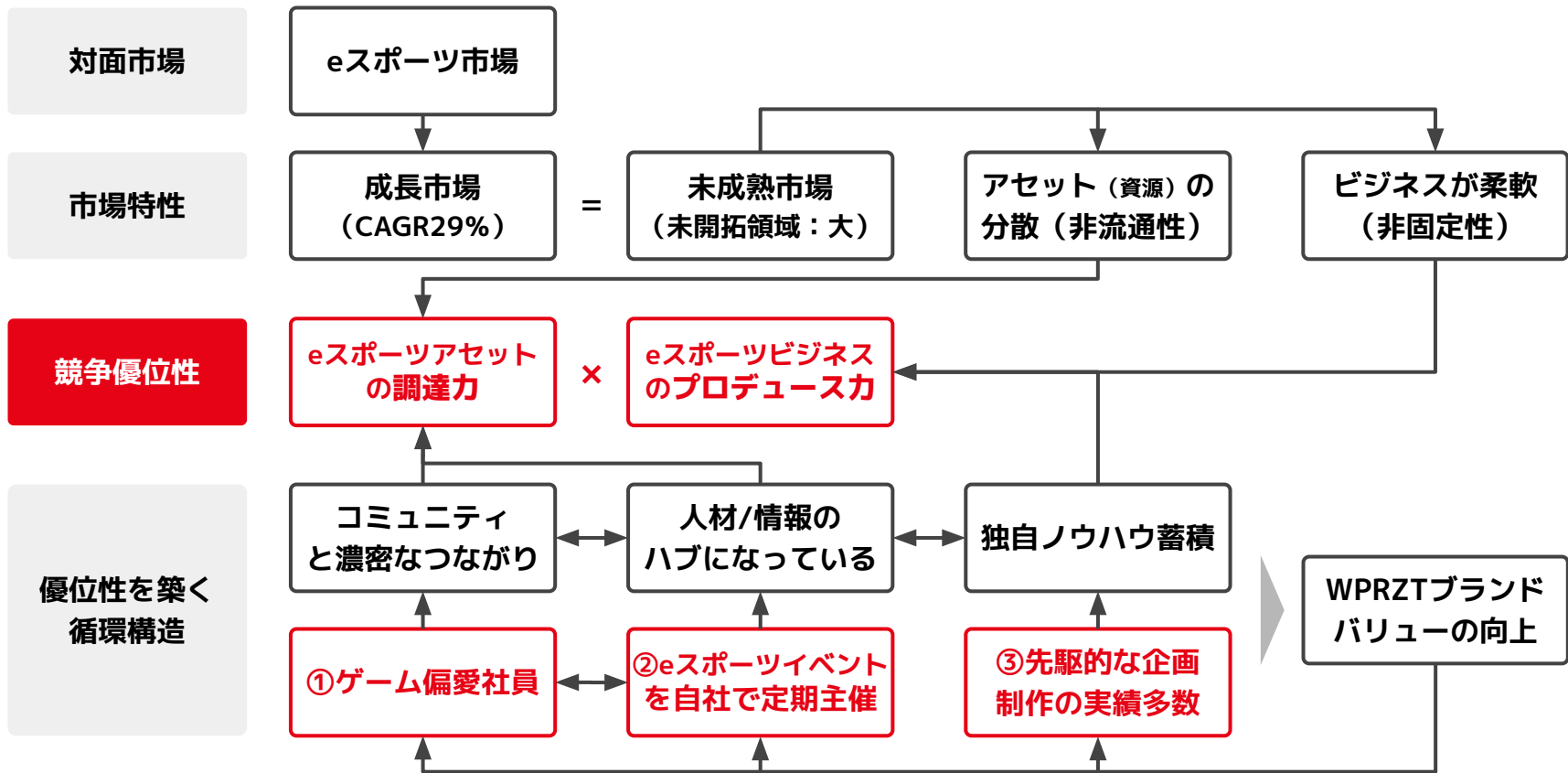
eスポーツアセット 人財、人脈、場、知見、情報 など
(各コミュニティベースで偏在しており、上手く流通していない)

調達力 上記アセットの効率的な獲得力
(眠っているアセットを発掘し、活用が可能な状態にする)

プロデュース力 アセット活用したeスポーツビジネス推進力
(ビジネスプロデュースを通じてアセットを市場価値に変換する)

eスポーツビジネス eスポーツを通じたビジネスの推進
(新規的な取り組みの余地がまだまだ大きい)

eスポーツという成長市場での「**アセット調達力**」と「**プロデュース力**」に競争優位を生む強みを持つ



ゲームを偏愛する社員たちの存在が他社にはアプローチ出来ないコミュニティとの関係性、理解を生み、ビジネス成果と継続発注、ブランドと調達力の向上などの**好循環**を回し、競合障壁を築いている

社員の代表的な実績例

- ・「フォートナイト」勝利数日本9位（アジア全体17位）
- ・「PUBG: BATTLEGROUNDS」世界大会16位
- ・「荒野行動」日本1位
- ・「ストリートファイターV」プロ選手ライセンス保持
- ・「ドラゴンクエストライバルズ」全国大会ベスト4 など

ファン
コミュニティ

ゲーミング
プロチーム

インフル
エンサー

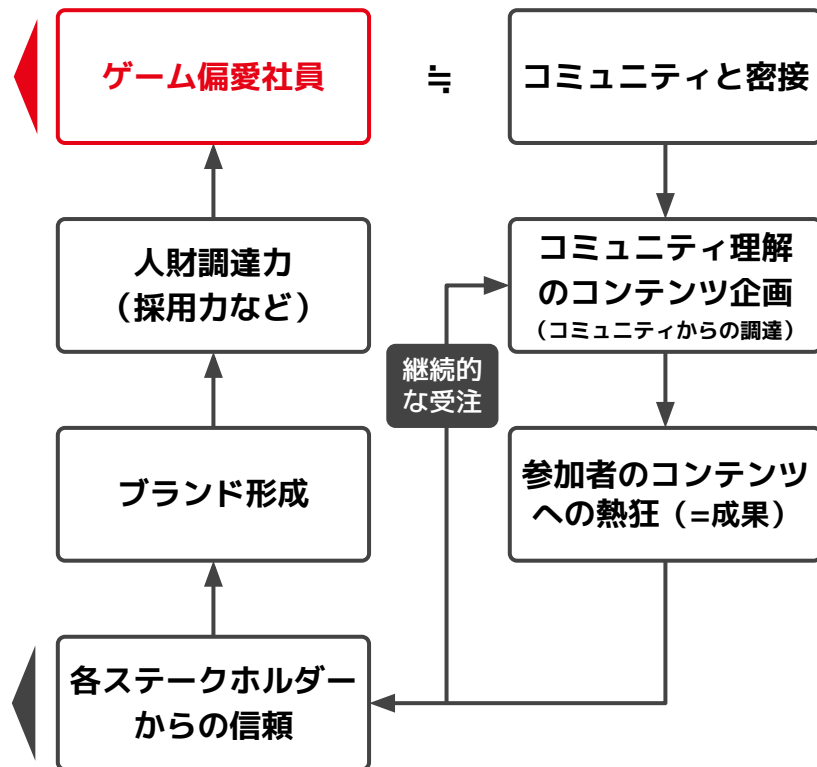
ゲーム
メーカー

スポンサー

事業会社

行政・自治体

など



自主企画のeスポーツに関わる交流型のイベントを続けていることで情報と人財のハブとしての業界ポジショニングを築き、幅広くeスポーツについて最初に相談を受ける存在感をつくっている

定期開催イベント例（※詳細後述）



など

eスポーツ コミュニティ側ステークホルダー

ファン
コミュニティ

ゲーミング
プロチーム

インフル
エンサー

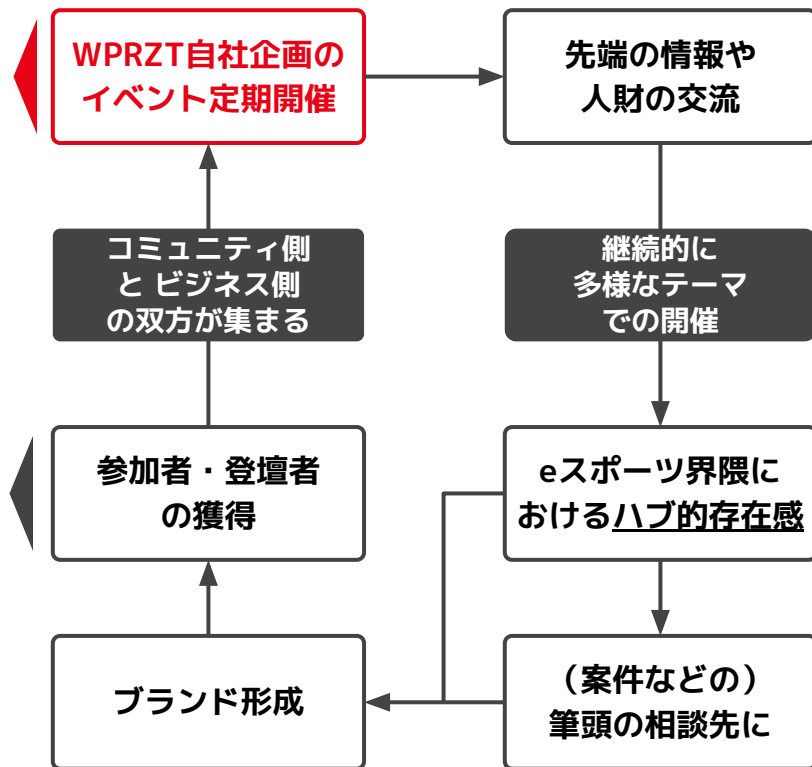
ゲーム
メーカー

スポンサー

事業会社

行政・自治体

eスポーツ ビジネス側ステークホルダー





esports オーナー会

eスポーツ業界をリードするチームオーナーが集まり普段聞けないeスポーツ業界に関する生の声を届ける配信番組を主催。

DetonatioN Gaming代表の梅崎信幸氏やeスポーツキャスターとして活躍するOooDa氏など、豪華メンバーが参加。



ウェルプレイドフェスティバル

esportsをもっとたくさんの人に楽しんでもらいたい、各ゲームタイトルのコミュニティと一緒に盛り上げたいという思いから「誰が来ても居場所があるeスポーツイベント」をテーマに主催。

様々なゲームタイトルのイベントなどを企画・運営し、約2,000名が来場。



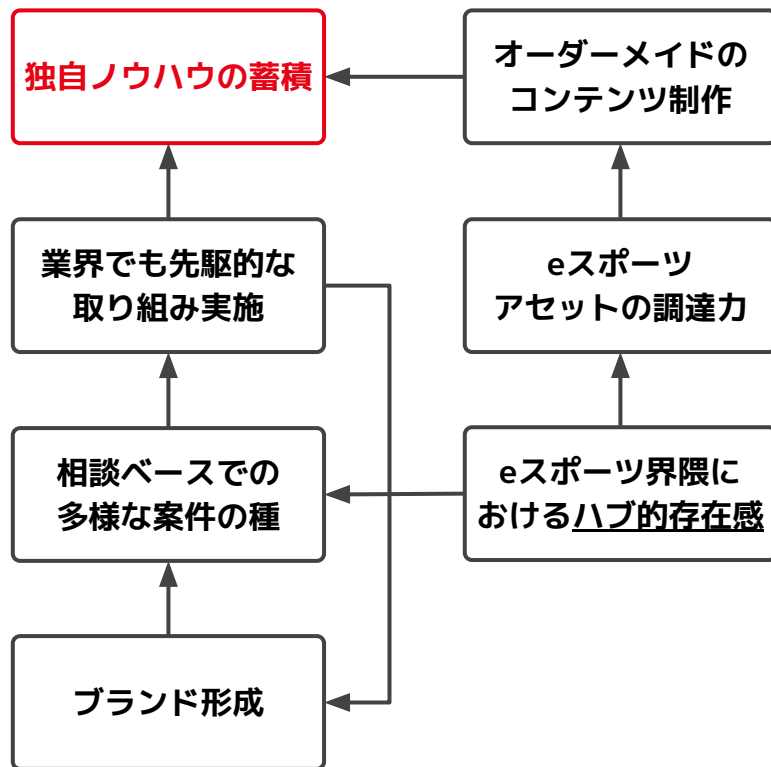
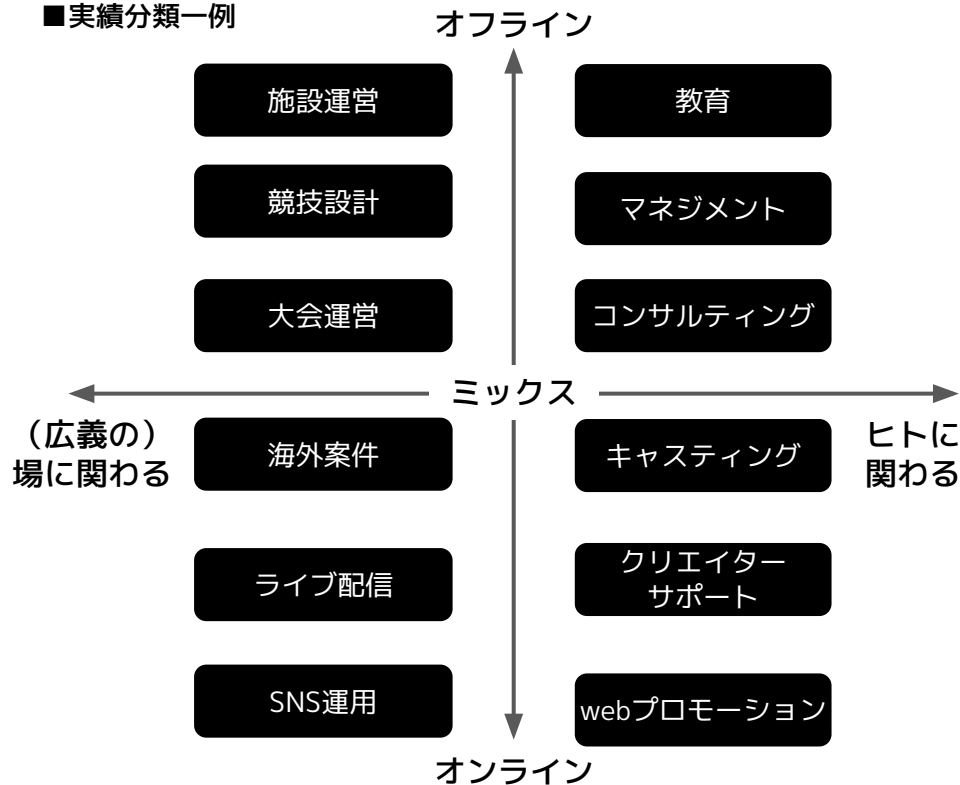
ゆるふわesports座談会

eスポーツ業界で活動するプロeスポーツプレイヤー、ゲームプロデューサーといった多種多様な方々を招き、カジュアルにeスポーツについて話すイベントを主催。

eスポーツ関連の方からeスポーツをよく知らない方まで幅広い来場者が参加。

多様な実績とクライアントの課題をeスポーツで解決するという姿勢、アセットの調達力を活かすことで、eスポーツビジネスに関わる独自の先駆的なノウハウを蓄積している

■実績分類一例



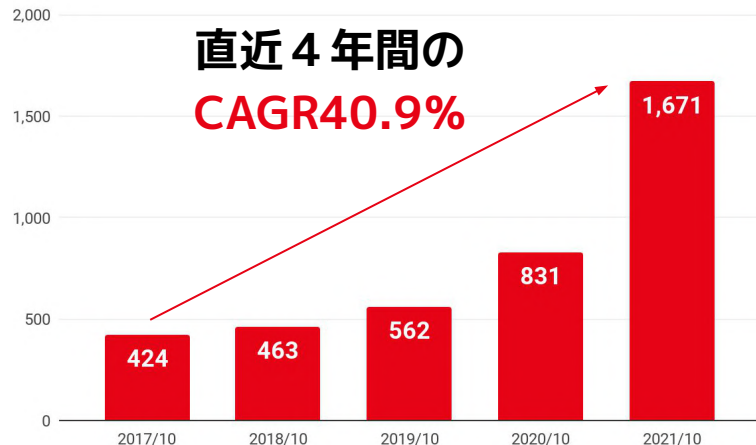
05

業績推移

株式会社ライゼストとの合併もあり、売上は直近4年間で**CAGR40.9%成長**、利益は組織強化や事業投資により2018年～2019年にかけて赤字が発生するも、投資先の選択と集中や合併の実施により、前期に**1.2億円と大きく黒字化**

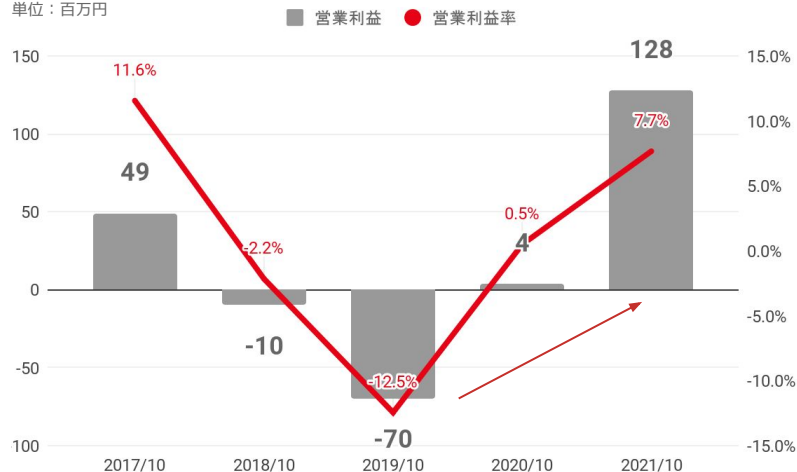
売上

単位：百万円



営業利益・営業利益率

単位：百万円



※株式会社ライゼストの合併は2021年2月に実施

株式会社ライゼストとの合併により、影響力およびサービスの品質が向上
 売上は**前期比201%**、営業利益は**前期比3147%**と大きく成長

通期業績 (百万円)		2020.10期	2021.10期	YoY%
売上		831	1,671	201.1%
セグメント別	クライアントワーク	771	1,364	176.8%
	パートナーソリューション	59	307	517.8%
売上総利益		193	509	263.2%
営業利益		4	128	3,147.5%
経常利益		8	131	1,568.8%
当期純利益又は当期純損失		-8	82	-

株式会社ライゼストとの合併による「のれん（無形固定資産）」の計上に加え
事業拡大による営業債権債務の増加により、総資産が**4.47億円増加**

(単位：百万円)

	2020/10	2021/10	増減		2020/10	2021/10	増減
流動資産	313	515	201	流動負債	214	603	389
現金及び預金	186	57	-129	買掛金	32	176	143
売掛金	90	323	233	借入金	103	352	249
その他	37	134	97	その他	78	74	-3
固定資産	59	305	246	固定負債	111	87	-23
有形固定資産	7	44	36	長期借入金	111	87	-23
無形固定資産	7	196	188				
投資その他の資産	43	64	21				
				純資産	47	129	82
資産合計	373	820	447	資産合計	373	820	447

売上高・営業利益ともに、**年成長約20%（増収増益）**を見込む
 クライアントワークは市場成長と足元の案件の積み上がりを考慮し予測
 ビジネスデザインは進行期より新たにサービスを開始

通期業績（百万円）		2021.10期 （実績）	2022.10期 （予想）	YoY%
売上		1,671	2,001	19.7%
サービス別	クライアントワーク	1,364	1,387	1.7%
	パートナーソリューション	307	503	63.8%
	ビジネスデザイン	-	109	-
売上総利益		509	622	22.2%
営業利益		128	157	22.7%
経常利益		131	155	18.3%
当期純利益		82	103	25.6%

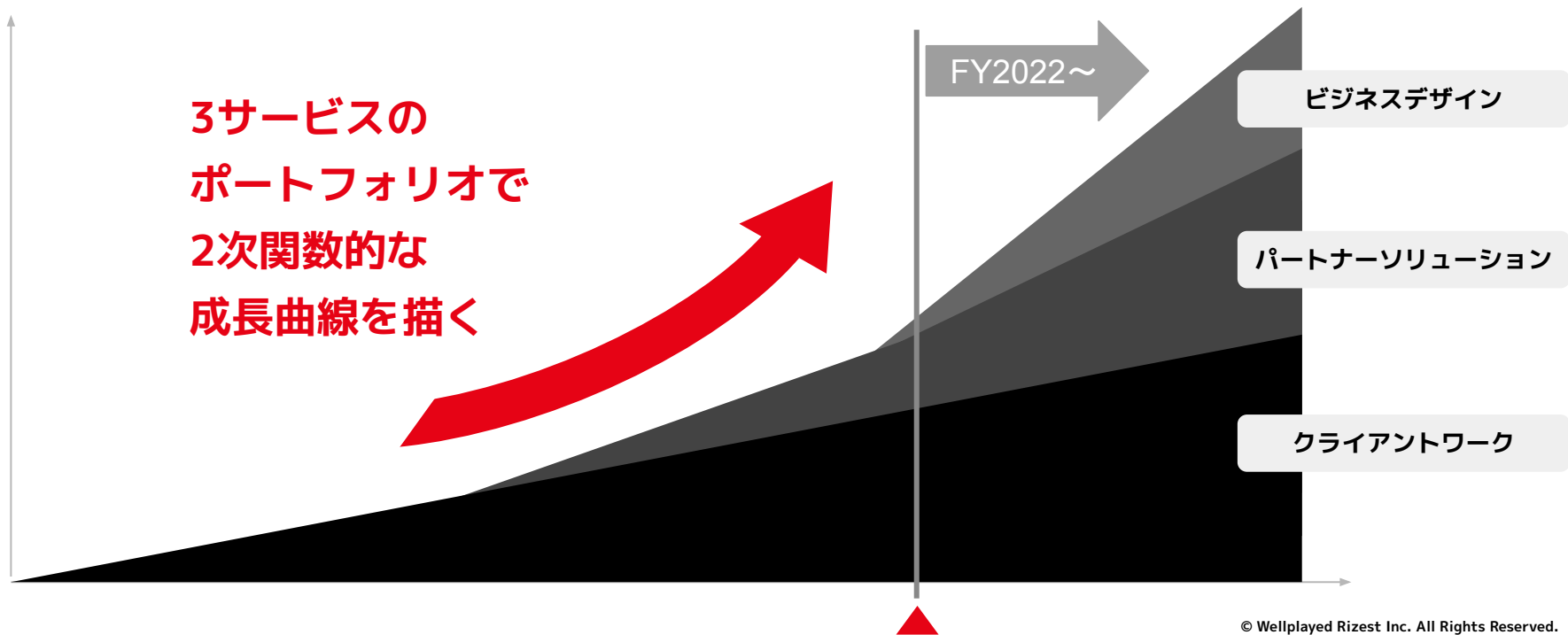
※パートナーソリューションは前年比で各メニューで伸長、牽引した主要因はキャスティング(前期比+61百万円)

※ビジネスデザインは2022年11月よりサービスを開始

06

成長戦略

クライアントワークで市場成長+ α での成長による安定した収益を基盤にしながら、短期的にはパートナーソリューションによるストック型ビジネスでの成長を描き、中長期ではビジネスデザインによる事業創出による大きなアップサイドを狙う。



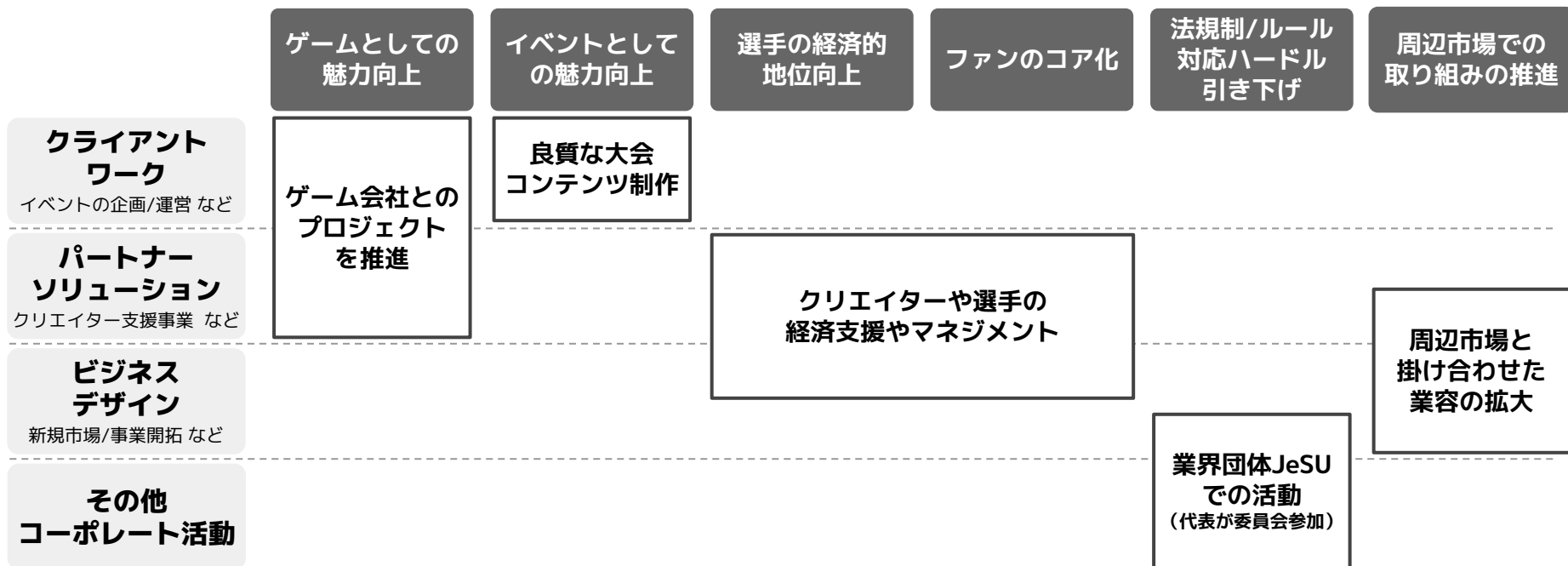
eスポーツという新興市場において、高い成長と安定した経営を目指し
 主要KPIには**売上高成長率**、**売上高営業利益率**を設定

	成長方針	主な打ち手	主な成長指標 (当社内での管理指標)
クライアントワーク イベントの企画/運営 など	売上高および市場シェアの拡大	<ul style="list-style-type: none"> 顧客ニーズに合わせた商品メニューの設計 各パートナーとの連携強化 スキル平準化に伴うサービスの品質向上 	サービス収益性 (売上高及び営業利益率)
パートナーソリューション クリエイター支援事業 など	クリエイターの数および価値の向上	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターへの付加価値提供力の強化によるクリエイター数向上 クリエイター収益手段の新規設計 	契約YouTubeチャンネル数 (※P34掲載)
ビジネスデザイン 新規市場/事業開拓 など	ノウハウを活かした新事業創出	<ul style="list-style-type: none"> eスポーツと他領域を掛け合わせたサービスの創出 テクノロジーを活用したプラットフォームの構築 	創出事業数 (中長期でフォロー)

現状の市場シェアをさらに拡大させることに加えて、

日本のeスポーツ市場の成長速度自体をさらに促進していくこともWPRZTの重要な使命だと捉え、
 経産省「日本のeスポーツの発展に向けて」より「eスポーツ市場成長のための方向性」各項目の対応も進める

■日本のeスポーツ市場成長加速に重要な方向性とWPRZTの活動見取り図（横軸：経産省「日本のeスポーツの発展に向けて」（2020）より引用）



調達予定金額196,080千円は、**採用費、借入金返済、新規サービスへの投資**に活用し
安定した経営と、さらなる成長を目指す

	予定金額	使途予定時期	
		2023年10月期	2024年10月期
(単位：千円)			
採用費	30,000	15,000	15,000
借入金返済	80,000	40,000	40,000
(ビジネスデザインの) 新規サービスへの投資	86,080	25,000	61,080
合計	196,080	85,000	111,080

事業遂行上の重要なリスク

①業界動向について

【顕在化の可能性：中、発生頻度：大】

当社が事業を展開するeスポーツ市場は、モバイルゲームeスポーツの勃興、eスポーツファンの増加、eスポーツ大会の視聴時間の増加等により成長を続けております。

また、2023年の第19回アジア競技大会で正式なメダル競技として実施されることが決定しているとともにオリンピックでの採用も検討されるなど、世界的にみてeスポーツの社会的価値が向上しております。

このような背景をもとに今後も継続して市場は成長していくと考えておりますが、現状eスポーツ市場の収益の多くはスポンサー料や広告費が占めているため、不況により事業会社の業績が悪化するなどした場合には、eスポーツ市場において市場成長が阻害されることとなり、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

②法規制について

【顕在化の可能性：中、発生頻度：中】

当社が事業展開するeスポーツ業界は「景品表示法」や「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」、「刑法（賭博罪）」による規制があるとともに、ユーザーの個人情報に関しては「個人情報の保護に関する法律」の適用を受けます。また、eスポーツ大会の制作等を外注している場合があり、それらの取引の一部は「下請代金支払遅延等防止法」（下請法）の適用対象となります。

当社は、上記各種法的規制等について誠実な対応をしていると考えておりますが、不測の事態等により、万が一当該規制等に抵触しているとして契約等の効力が否定された場合、当社が何らかの行政処分等を受けた場合、また、今後これらの法令等が強化・改正され、もしくは新たな法令等が定められ、当社の事業が制約を受ける場合には、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。

リスク対応策

eスポーツ市場に依存しない、ゲーム市場や動画広告市場といった他市場への展開をおこない、クライアントワークのイベント企画運営に頼らない収益源の多角化をおこなっています。

また、当社の強みである「数々の幅広い実績で培った創造力」を活かして、eスポーツの波及市場をとらえ、eスポーツを拡張した他分野の領域での新規ビジネスを引き続き模索してまいります。

当社はこれら法令を遵守するため、総務部が中心となり、各部署と連携して法令に抵触しない実務運用を整備する他、関連法令等の改廃動向についても常に情報収集を行うとともに、適宜顧問弁護士と連携する体制を整備しております。

また、代表取締役を委員長とし、毎月1回開催されるコンプライアンス委員会およびリスク管理委員会においても、これら法令遵守に関するリスクの管理・把握を行っております。

事業遂行上の重要なリスク

③新規事業・サービスについて

【顕在化の可能性：中、発生頻度：大】

当社は今後も事業規模の拡大と収益源の多様化を実現するために、積極的に新規事業・サービスに取り組んでいく方針であります。

新規事業・サービスについては企画段階・開発段階にてモニタリング等を実施するとともに、新規事業・収益事業等の事業ポートフォリオのバランスを図ることでリスクの低減を行っておりますが、不確定要素が多く存在する可能性があり、新規事業・サービスの展開が予想通りに進まない場合、当社の業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。

また、新規事業への取り組みに付随したシステム投資・広告宣伝費等の追加的な支出が発生し、利益率が低下する可能性があります。

④ゲームメーカーとの関係について

【顕在化の可能性：中、発生頻度：大】

当社が提供するeスポーツコンテンツは各ゲームメーカーが提供するゲームコンテンツを基に制作しております。

ゲームコンテンツを利用する場合は必ず許諾を取り、各ゲームメーカーのビジョンや価値観およびゲームコンテンツ自体のストーリーや世界観等を大切にしながら、eスポーツコンテンツを制作しておりますが、各ゲームメーカーとの関係が悪化した場合や各ゲームメーカーのeスポーツに対する方針の変更によりeスポーツ利用を中止した場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

リスク対応策

クライアントワークにおけるイベント企画運営の安定的な収益基盤をもとに、パートナーソリューションを第2の収益の柱にすべく活動しております。

また、ビジネスデザインの新規事業の創出においては、仮説検証を素早く行いながら、他サービスとのシナジーおよび他社との連携を強化することによって、事業成功の可能性を高めてまいります。

当社の強みである「ゲームおよびコミュニティの徹底的な理解」を活かして、引き続きゲームメーカーとの信頼関係を強固にして、各社の方針の最新情報にキャッチアップできるようにしていきます。

また、クライアントワークやパートナーソリューションにおける許諾関連の対応実績を活かして、ゲームメーカーの著作物に対して徹底的な法令遵守を今後も丁寧におこなってまいります。

上記に記載のない、その他のリスクにつきましては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

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、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、国内およ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、保証しておりません。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2023年10月期の通期決算発表時期を予定しております。