

# Amazia

2023年9月期 決算説明資料  
事業計画及び成長可能性に関する事項

2023年11月13日

株式会社Amazia（証券コード：4424）

# Main Contents



Contents.1...

**会社概要**

Contents.2...

**業績概要**

Contents.3...

**市場・競合・自社分析**

Contents.4...

**事業計画及び成長戦略**

Contents.5...

**Appendix**

# Amazia

Contents.1

---

## 会社概要

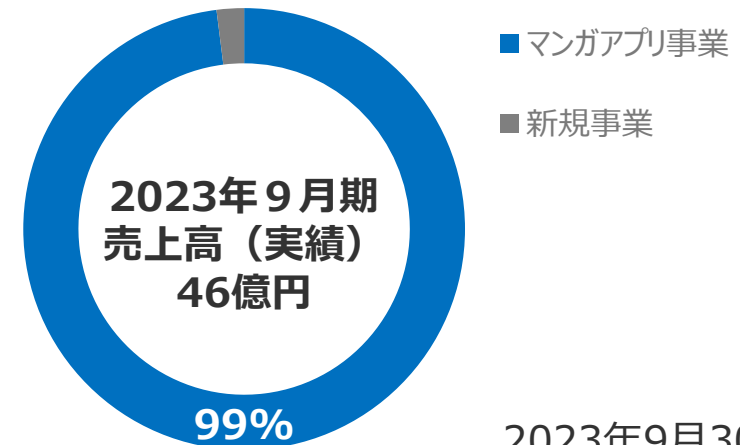
---

- 会社概要
- 代表者紹介
- 会社沿革
- 当社の主要サービス
- 事業概要
- マネタイズモデルとKPI
- 「マンガBANG!」事業系統図

# 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 A-PLACE渋谷南平台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 「MANGA BANG!」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	34名（役員8名、アルバイト17名除く）

総資産	25億7,616万円
資本金	3億6,600万円
発行済株式数	6,754,600株
時価総額	31億7,466万円
単元株数	100株
上場市場	東証グロース（証券コード4424）



2023年9月30日現在

# 代表者紹介

代表取締役社長

佐久間 亮輔



## 経歴

2001年3月 上智大学 卒業

2001年4月 (株)ジャフコ 入社

2007年2月 (株)シーエー・モバイル (現(株)CAM) 戦略投資室長

2007年6月 (株)アイデアコミュニケーション 代表取締役

( (株)シーエー・モバイル (現(株)CAM) の子会社)

2009年10月 当社設立 代表取締役社長

## 経営理念

世界にチャレンジする  
インターネットサービスを創る

# 会社沿革

- 
- 2 0 0 9 / 1 0 当社設立
  - 2 0 1 0 / 0 7 共同購入クーポンサイト「GroupMall」サービス開始
  - 2 0 1 0 / 0 9 携帯公式サイト運営アイデアコミュニケーション吸収合併
  - 2 0 1 2 / 1 0 マンガアプリ事業に進出
  - 2 0 1 4 / 1 1 「マンガBANG!」サービス開始
  - 2 0 1 7 / 0 5 「マンガBANG!」WEB配信サービス提供開始
  - 2 0 1 7 / 1 2 マンガ投稿サービス「マンガEpic!」をサービス提供開始
  - 2 0 1 8 / 1 2 東証マザーズ市場（現グロース市場）へ上場
  - 2 0 2 0 / 0 6 女性向けエンタメアプリ「Palfe（パルフェ）」  
（現 女性向けマンガアプリ「マンガトート」）をサービス提供開始
  - 2 0 2 0 / 1 0 海外向けアニメ・マンガ関連ニュースサイト「Tokyo Anime News」サービス開始
  - 2 0 2 1 / 0 3 海外向けマンガアプリ「Manga Flip」をサービス提供開始
  - 2 0 2 1 / 0 4 オリジナルレーベル「マンガBANGコミックス」創刊
  - 2 0 2 3 / 0 2 海外向けマンガアプリ「Manga Flip」に課金モデルを導入し、「MANGA BANG!」としてリニューアル
  - 2 0 2 3 / 1 0 WEB配信サービス「マンガBANG!」を「マンガBANGボックス」としてリニューアル

# 当社の主要サービス

基本無料のフリーミアムモデルで多数のユーザーを獲得し、毎日利用するアクティブユーザーを増やし  
 広告 + 課金でのマネタイズを行うマンガアプリ



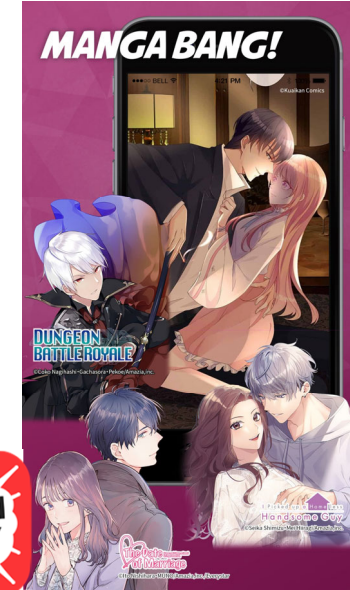
マンガBANG!

特徴

- ・フリーミアムモデル
- ・プラットフォーム型
- ・商業作品、オリジナル作品、WEBTOON作品

サービスの強み

- ・累計DL数3,100万超のユーザー基盤
- ・課金収益 + ユーザー全体から広告収益
- ・出版社との強固な関係



MANGA BANG!

特徴

- ・北米向けのフリーミアムモデル
- ・オリジナル作品、出版社作品（マンガ）、WEBTOON作品
- ・幅広いユーザー層がターゲット（日本のマンガ・アニメファン～スキマ時間の利用目的）

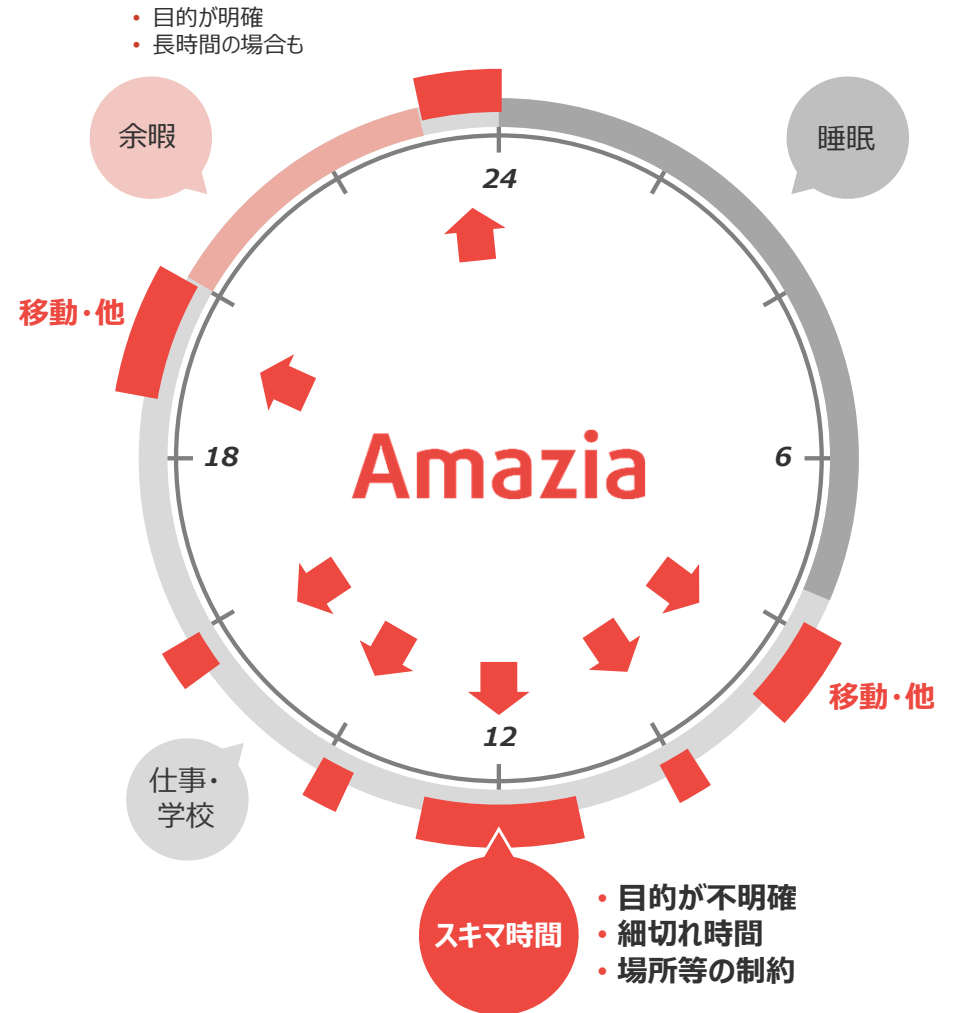
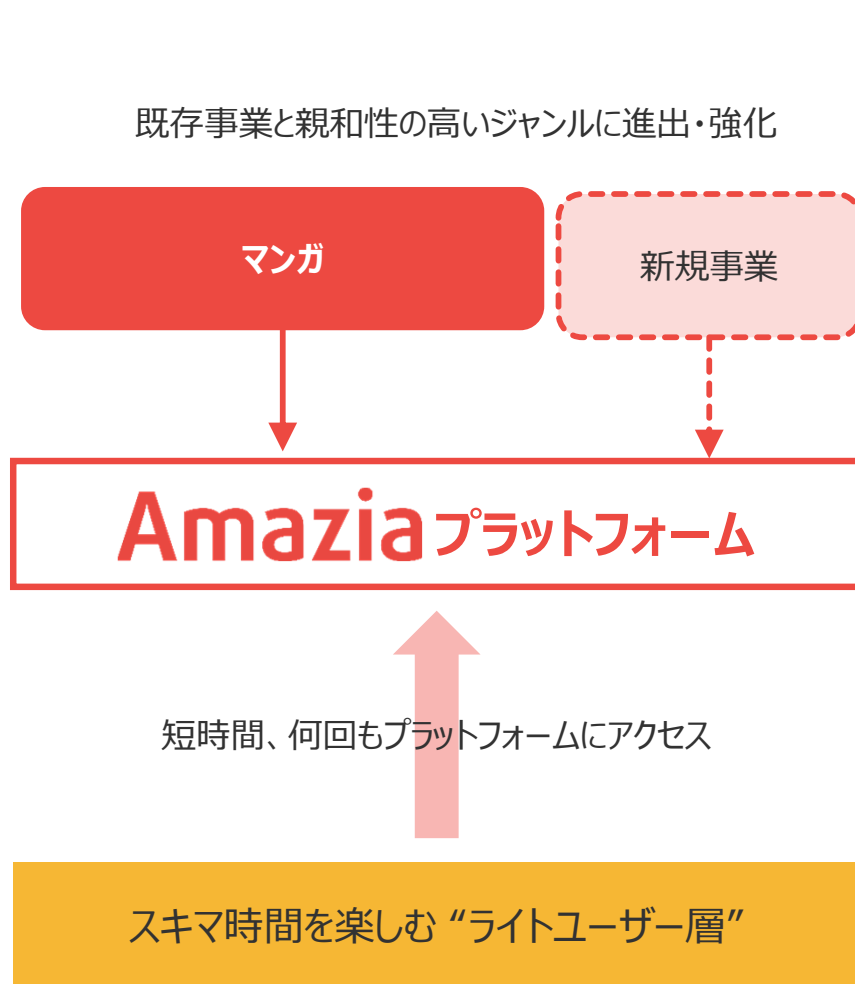
サービスの強み

- ・「マンガBANG!」で培った、アプリ運営力とマネタイズ力を駆使し、課金収益 + 広告収益の適切な組み合わせ
- ・出版社との強固な関係
- ・広告ノウハウを利用した集客

『サイコメトラー』©安童夕馬・朝基まさし、『ドラゴン桜2』©三田紀房/コルク、『賭博黙示録カイジ』©福本伸行/highstone,Inc.,『CUFFS ～傷だらけの地図～』©東條仁/ゴマブックス、『クニミツの政』©安童夕馬・朝基まさし、『エリアの騎士』©伊賀大晃/月山可也

# 事業概要

マンガアプリ事業で得られた事業ノウハウ・ユーザー基盤・データを横展開して、スキマ時間を埋めるプラットフォームとしての立ち位置を強化する

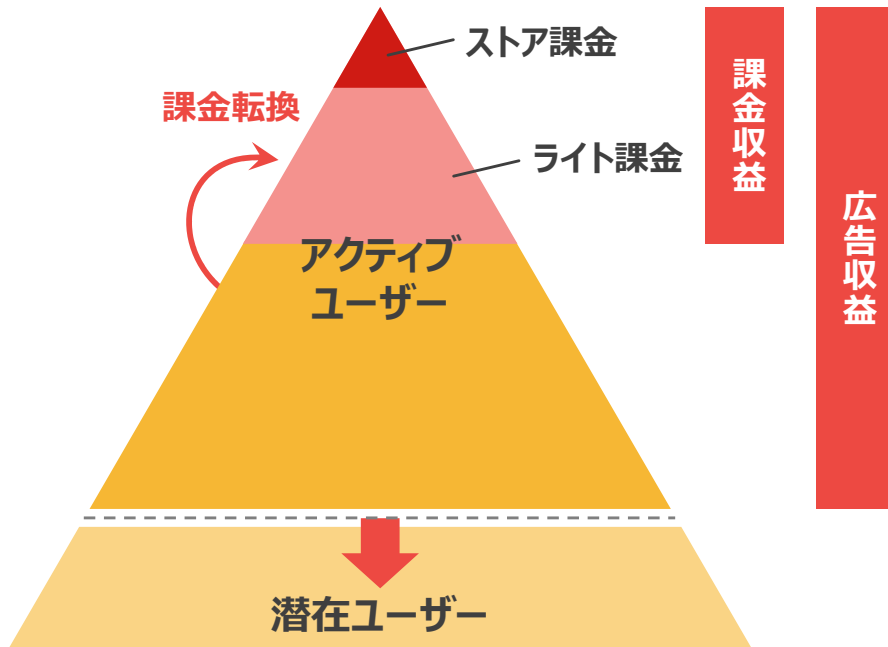




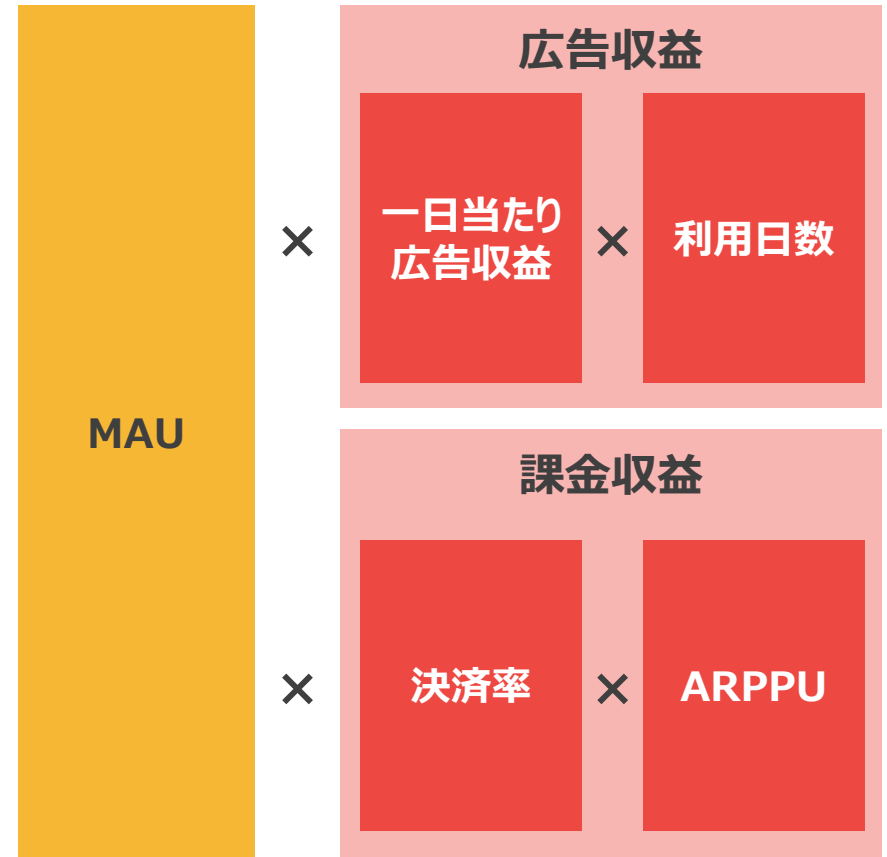
# マネタイズモデルとKPI

## フリーミアムモデル

- 広告収益・ライト課金モデルにより幅広いユーザーの獲得が可能



## 収益分解イメージ (KPI)



# 「マンガBANG!」事業系統図



【凡例】

- 売上高(課金、広告掲載料)
- 仕入高 (PF手数料、決済手数料、著作権料、取次手数料)

## 業績概要

---

- 2023年9月期 第4四半期（会計期間）業績概要
- 業績推移 売上高/営業利益
- 業績推移 MAU /広告宣伝費
- マンガBANG!の広告ARPU/課金ARPU推移
- 2023年9月期 第4四半期（累計期間）業績概要
- 2022年9月期比（累計期間）営業利益増減分析
- 2023年9月期 業績達成状況
- 2023年9月期 成長戦略の進捗状況

# 2023年9月期 第4四半期（会計期間） 業績概要

依然として続く、広告市況の悪化及び厳しい競争環境、消費マインドの減退等により、売上高、各段階利益は減少するが、「結婚予定日」のTVドラマ化等により、出版売上は四半期で過去最高に増加

単位：百万円

	2022年9月期 第4四半期会計期間		2023年9月期 第4四半期会計期間		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	1,578	100.0%	1,067	100.0%	▲511	▲32.4%
売上総利益	547	34.7%	327	30.7%	▲220	▲40.2%
営業利益	140	8.9%	▲16	▲1.5%	▲156	-
EBITDA	141	8.9%	▲15	▲1.4%	▲156	-
経常利益	144	9.2%	▲13	▲1.3%	▲158	-
四半期純利益	52	3.3%	▲104	▲9.8%	▲156	-

## 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及び行動変化、競合他社との価格競争の激化等により、課金収益KPI（決済率、ARPPU）が低調に推移
- ・ 世界経済の停滞及び国内インフレ等により、広告市況が悪化し、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が大幅に減少
- ・ ユーザー獲得効率が約10%改善、前年同期比で広告宣伝費を76百万円抑えたため、MAUと利用日数が減少

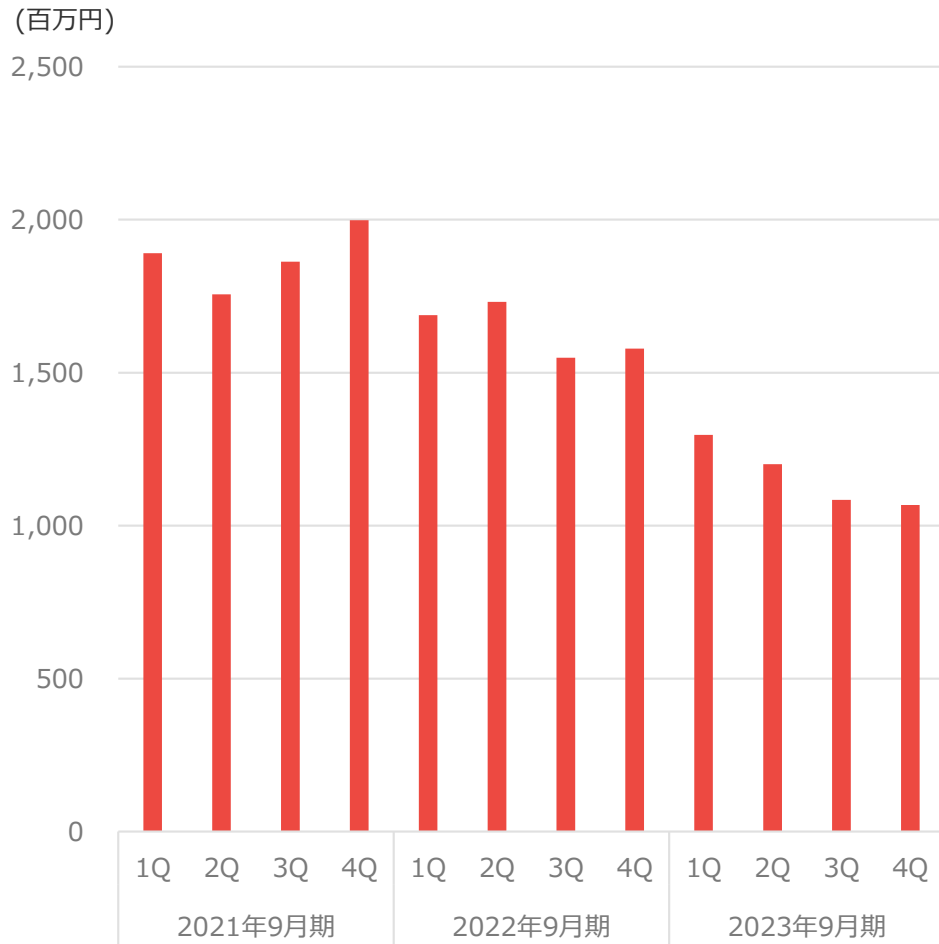
### 【利益面】

- ・ 広告収益単価の下落により、利益率の高い広告収益が減少したため、広告宣伝費の削減効果を上回り、営業利益が減少
- ・ 2024年9月期は新規事業等への先行投資を行う計画であり、一時的な損失を見込んでいるため、繰延税金資産を70百万円取り崩し

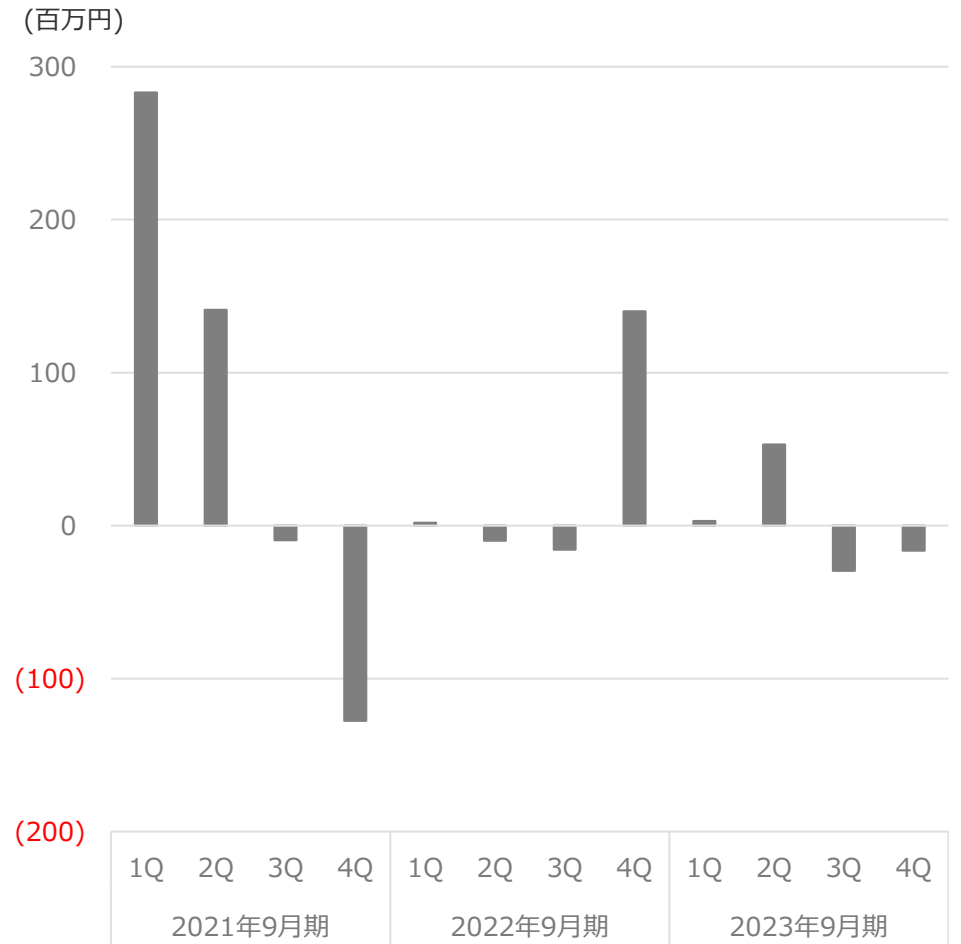
# 業績推移 売上高/営業利益

課金ARPU、広告ARPUは下げ止まりつつあるものの、低水準で推移しており、売上高は減少  
 営業損益がゼロになる程度にコントロールしながら、効率的に広告宣伝費を投下

売上高



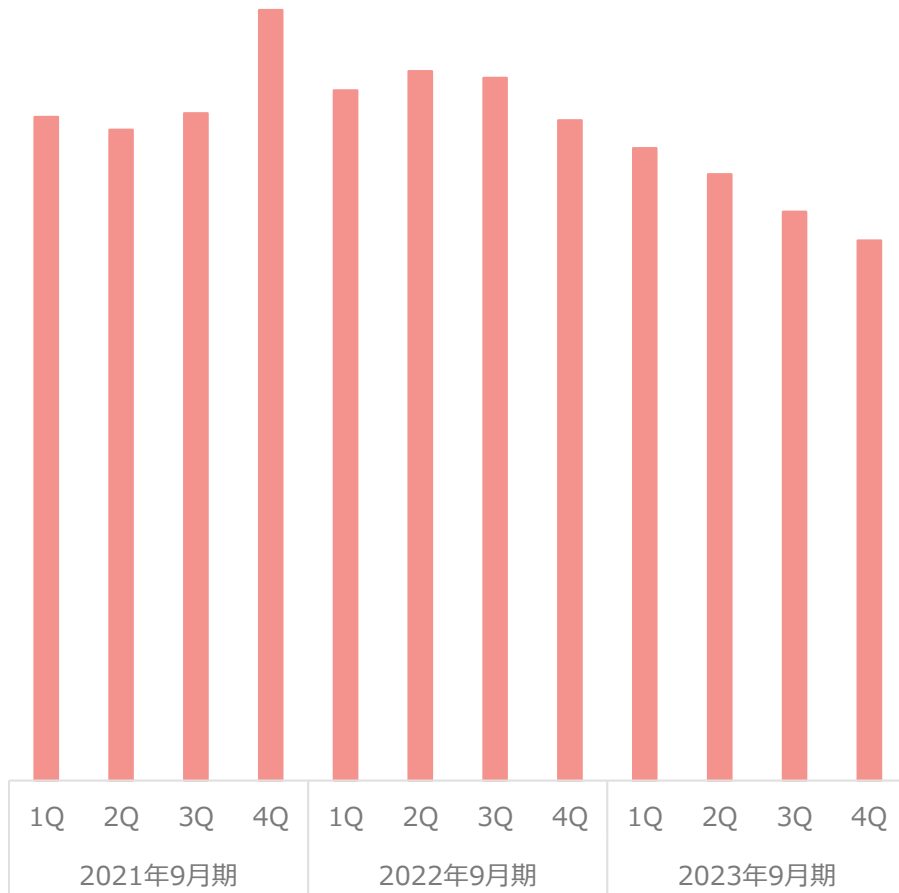
営業利益



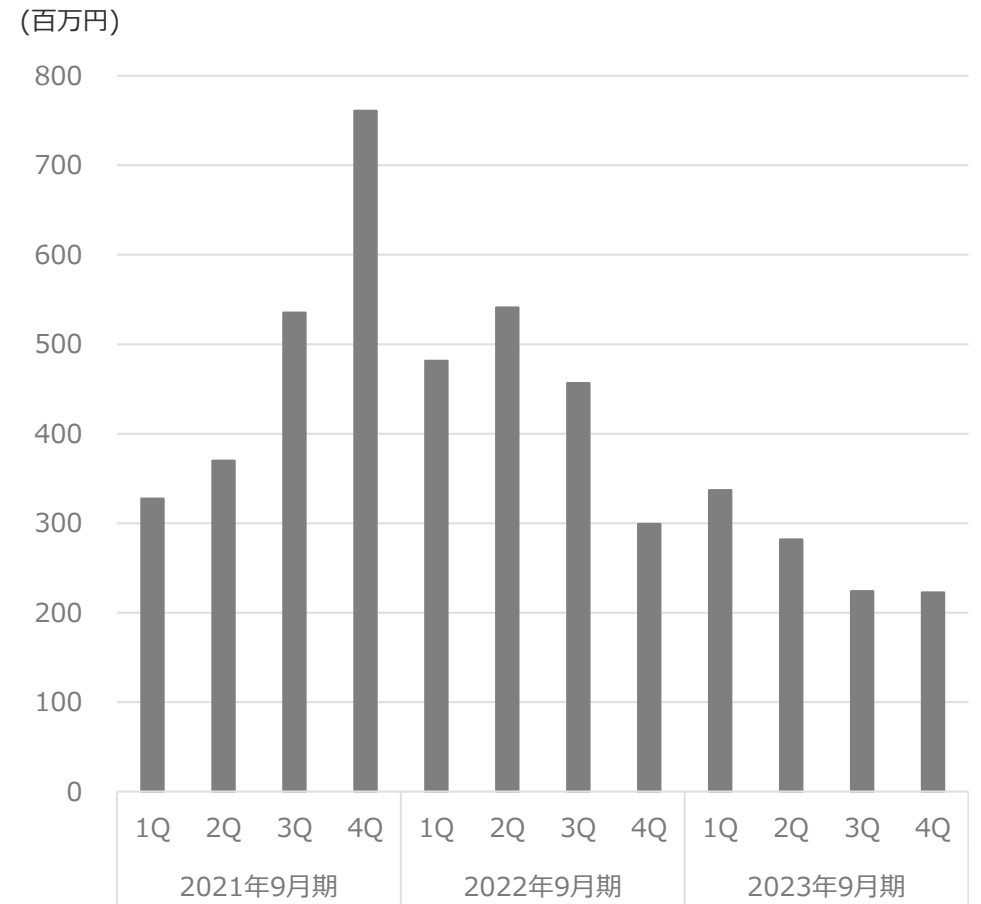
# 業績推移 MAU / 広告宣伝費

広告宣伝費を前期比713百万円（40%）減少させたものの、効率的な広告獲得により、MAUは微減にとどまる

MAU（3か月平均）



広告宣伝費

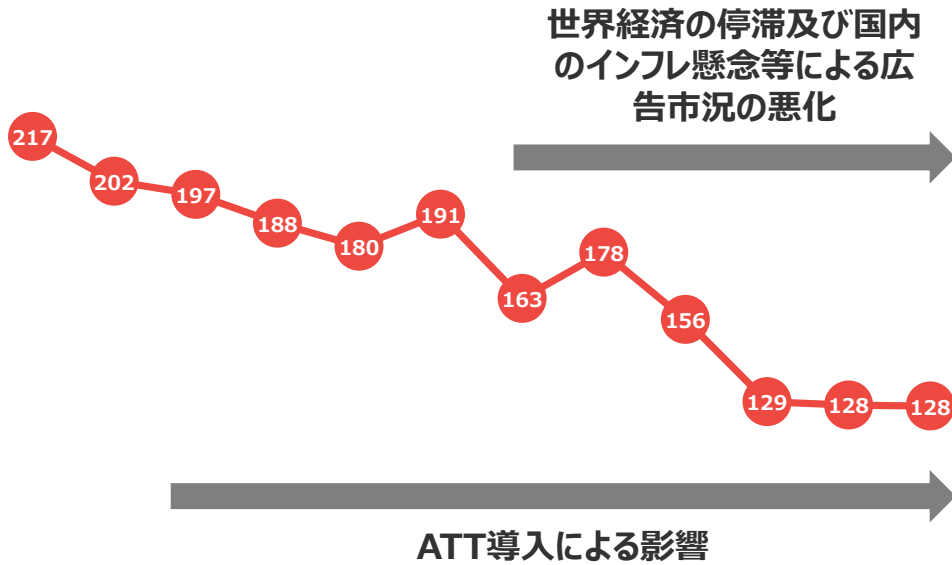


注：上記MAUは、マンガBANG!のMAUであり、マンガトート、Manga BANG!（海外版）等のMAUは除く

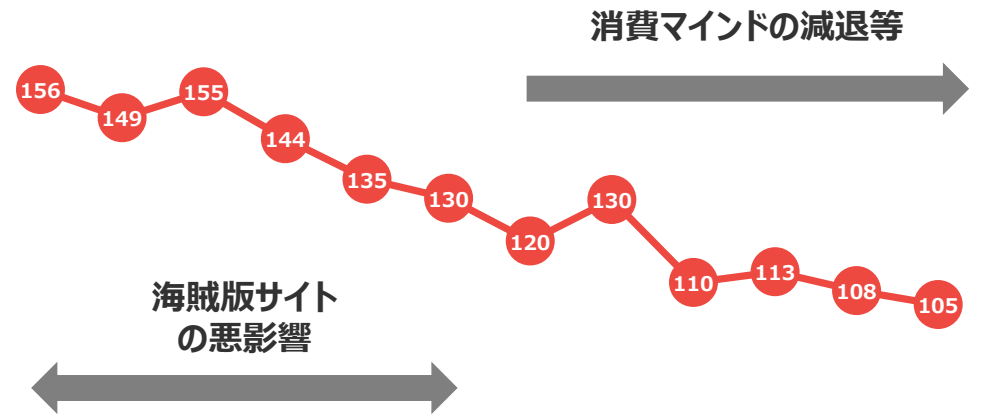
# マンガBANG!の広告ARPU・課金ARPU推移

広告ARPU: 広告表示回数は増加しているものの、広告表示当たり収益単価は低水準で推移  
 課金ARPU: 消費マインドの減退、競合他社との価格競争の激化による影響が続く

## 広告ARPU



## 課金ARPU



注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2021年9月期				2022年9月期				2023年9月期			

注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2021年9月期				2022年9月期				2023年9月期			

# 2023年9月期 第4四半期（累計期間） 業績概要

広告市況の悪化及び消費マインドの減退等の影響により、売上高は減少する一方で、ユーザー獲得単価を約20%改善できたため、MAUを微減にとどめながら、通期営業利益となる

単位：百万円

	2022年9月期 通期		2023年9月期 通期		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	6,547	100.0%	4,650	100.0%	▲1,897	▲29.0%
売上総利益	2,345	35.8%	1,452	31.2%	▲892	▲38.1%
営業利益	116	1.8%	10	0.2%	▲106	▲91.1%
EBITDA	120	1.8%	14	0.3%	▲105	▲87.9%
経常利益	144	2.2%	15	0.3%	▲129	▲89.6%
当期純利益	41	0.6%	▲60	▲1.3%	▲102	-

## 対前年同期比（通期）における、当期の状況

### 【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（決済率、ARPPU）が低調に推移
- 世界経済の停滞及び国内インフレ等により、広告市況が悪化し、広告収益KPI（1日当たり広告収益）が大幅に減少
- 効率的に広告獲得を行ったものの、前年同期比で広告宣伝費を713百万円抑えたため、MAUと利用日数が減少

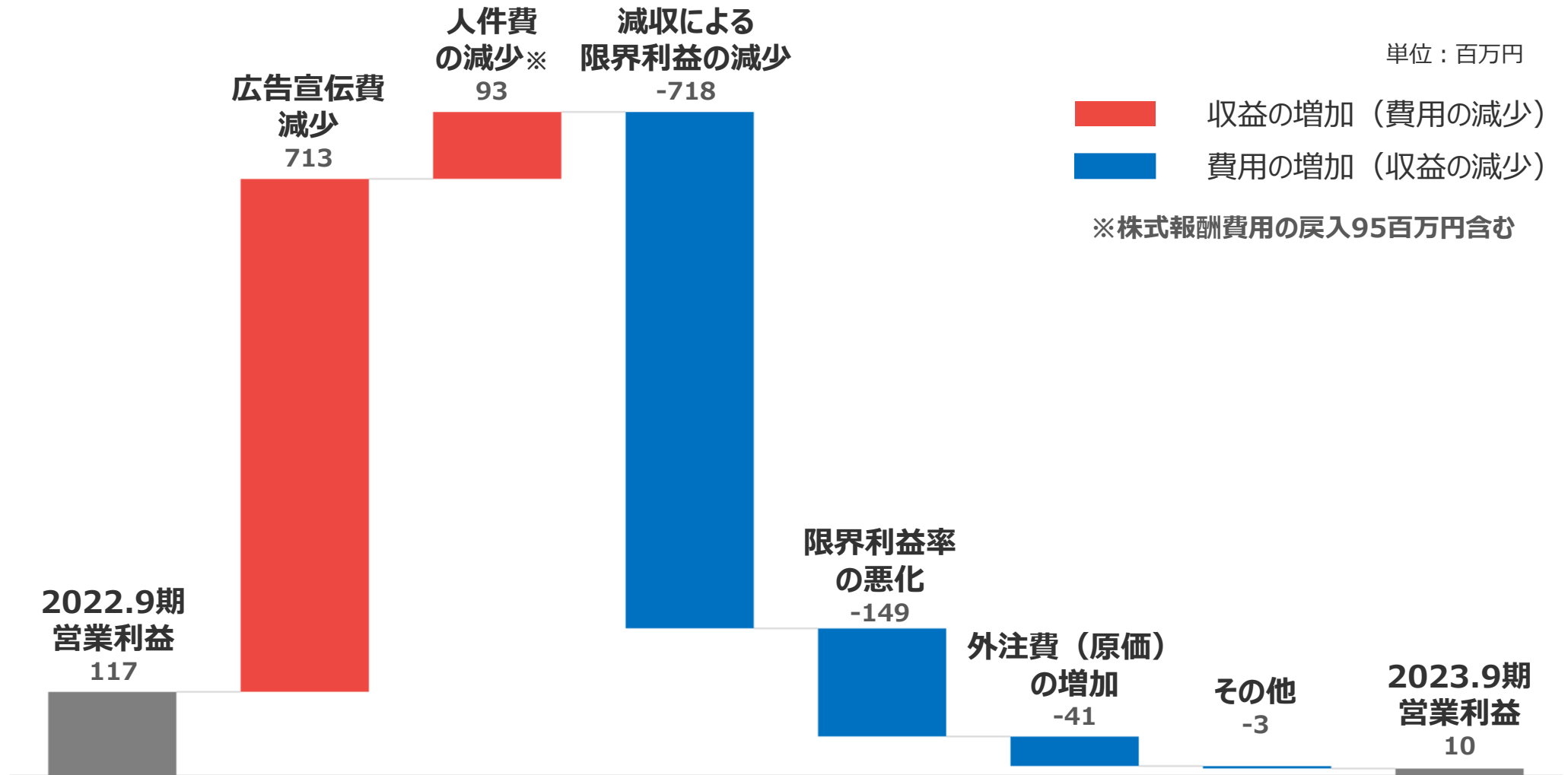
### 【利益面】

- 効率的に広告宣伝費を投下できたため、広告宣伝費率が22.9%にまで減少（前期：27.2%）し、減収の影響を吸収
- 2024年9月期は新規事業等への先行投資を行う計画であり、一時的な損失を見込んでいるため、繰延税金資産を70百万円取り崩し



# 2022年9月期比（累計期間）営業利益増減分析

売上高の減少により限界利益が減少及び利益率の高い広告収益の割合が低下したものの、効率的な広告宣伝費の投下及び株式報酬費用の戻入等により、10百万円の営業利益となる



# 2023年9月期 業績達成状況

消費マインドの減退及び広告市況の悪化の影響等を受け、マンガBANG!への広告宣伝費を抑え、マンガ制作等への先行投資を増やす方針に変更した結果、当期の売上高は減少したが、オリジナル作品が初めてTVドラマ化するなど、翌期以降のコンテンツ売上拡大の基盤が整った

単位：百万円

	2023年9月期 計画		2023年9月期 実績
	期初	23/5公表 下方修正	
売上高	5,800	4,820	4,650
営業利益	230	0	10
経常利益	230	0	15
当期純利益	145	21	※▲60

※繰延税金資産70百万円の取り崩し含む。詳細は本日（11/13）開示の「繰延税金資産の取り崩し並びに通期業績予想と実績との差異に関するお知らせ」参照。

## 期初計画、23/5公表 修正計画比における各K P I サマリー

	MAU	広告収益		課金収益	
		一日当たり広告収益	利用日数	決済率	ARPPU
期初通期 計画比	△	×	△	×	○
23/5修正 計画比	○	△	△	△	△

# 成長戦略の進捗状況

## マンガアプリで安定的に収益獲得

成長戦略	進捗状況
効率的な広告宣伝費の投下	広告宣伝費の投下時期、投下量をコントロールすることで、前期比でユーザー獲得単価が20%改善
新規ユーザーの定着率向上に向けたUI/UXの改善	カスタマイゼーション機能提供 新規ユーザーへのミッション型のインセンティブ付与等、新機能を提供し、ユーザーの定着率、決済額の増加に向けた施策を継続的に実施中
UI/UXの改善、機能追加によるLTVの向上	
オリジナル作品の売上割合を増加させ、粗利率の改善	オリジナル作品の売上は増加しているが、広告市況悪化により、利益率の高い広告収益が減少し、全体としての粗利率は4.6%悪化

## マンガアプリの海外展開

成長戦略	進捗状況
プレミアムモデル（課金＋広告）にてPMFの達成を目指す	2023年2月に課金モデルを導入し、「Manga Flip」を「MANGA BANG!」にリニューアル
LTVを向上させ、大規模な広告宣伝費を投下して、ユーザー基盤を構築する	LTVを向上させるために、UI/UXの改善を実施しており、2024年9月期に広告機能も追加予定

## オリジナル作品の制作強化

成長戦略	進捗状況
制作本数の増加（35作品制作）	22.9期23作品⇒23.9期38作品制作に拡大。企画進行中の案件も増え、大規模な制作ができる体制が整う 「結婚予定日」が当社初のTVドラマ化
メディアミックスに向けた展開	 <p>エブリスタ、エイベックスピクチャーズ、MIXIとIP展開、メディアミックス展開に向けた取り組みを実施中</p>

## 新規サービスの展開

成長戦略	進捗状況
成長性が見込まれるインターネットサービスについて、自社で新規サービスのリリースないしM&Aによる進出を目指す	(株)Skyfallにマイノリティ出資を実施 24.9期の新規サービスのリリースに向けテストマーケティングを実施中

# Amazia

Contents.3

---

## 市場・競合・自社分析

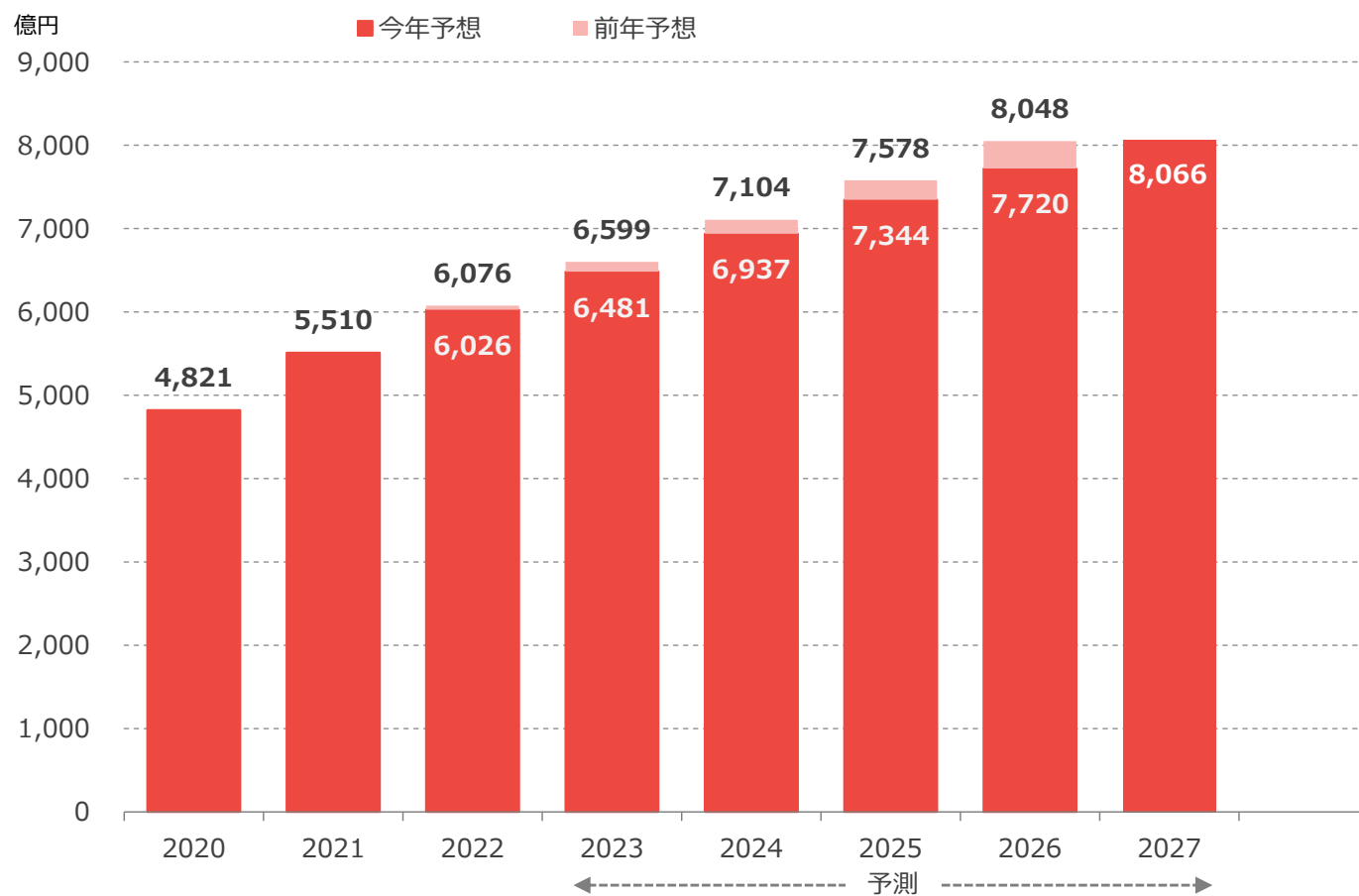
---

- 市場分析
- 競合分析～当社のポジショニング
- 自社分析～当社の特徴・強み

# 市場分析

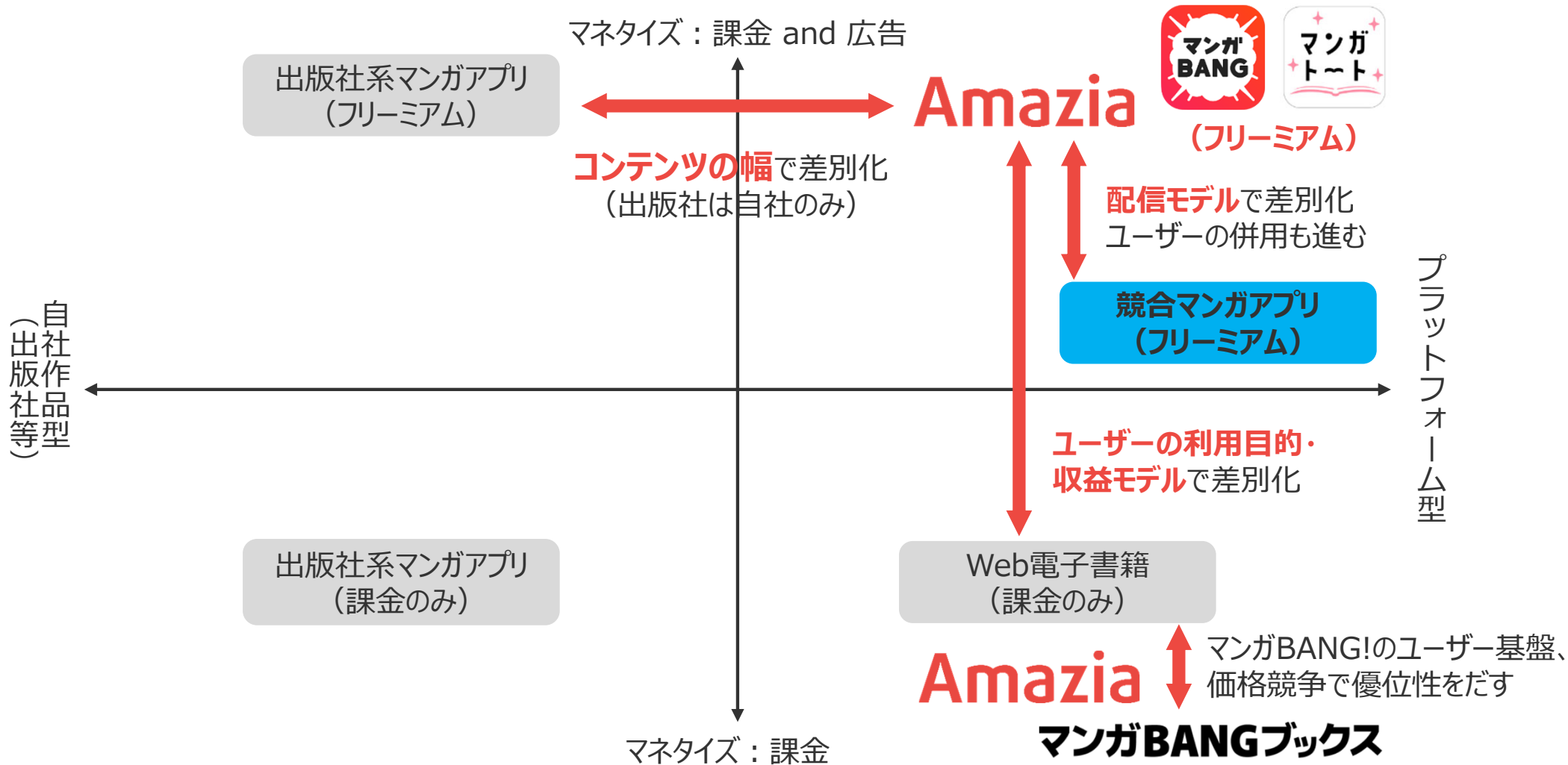
前年予想より市場成長は鈍化しているものの、2022年度電子書籍市場は6,026億円と前年比9.4%増となり、2027年度には8,066億市場にまで成長すると予測

## 電子書籍市場（電子書籍+電子雑誌）



# 競合分析～当社のポジショニング 1 / 2

当社マンガアプリは、コンテンツ競争力、収益機会の多様化などでWeb電子書籍・出版社系マンガアプリと差別化したポジションを確立 + 2024年9月期よりWeb電子書籍市場にも本格的に展開



# 競合分析～当社のポジショニング 2 / 2

電子書籍市場は、①Web電子書籍と②出版社系アプリ・③プラットフォーム型アプリで棲み分け  
マンガアプリの中でも、複数アプリの併用が進み、競合性の低い市場

- ✓ 1アプリ当たりの可処分時間が短い（無料で読める範囲に制限がある等）
- ✓ 配信作品、配信モデル（作品毎に1日1話無料、コーナー全体で複数話無料等）が異なる

棲み分け	電子書籍市場	利用目的	メインの販売作品	メインユーザー	
併用	Web 電子書籍	購入目的	最新刊 (紙からの置き換わり+ 特定ジャンルが人気)	男性・女性	マンガBANG ブックス
	出版社系 マンガアプリ	スキマ時間の利用	新作 (作品数が限定的)	男性・女性	
	プラットフォーム型 マンガアプリ	スキマ時間の利用	旧作	男性 女性	マンガ BANG マンガ トート

# 自社分析～当社の特徴・強み

## 01 アプリ開発力 / 02 マネタイズ力

### 開発体制

- 企画・開発・運営を自社内で一貫

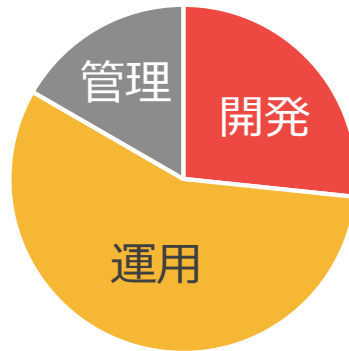
### Amazia



### 運営メンバー

- 市場調査力とそれを反映させる開発力・コンテンツ獲得力があるバランス型のメンバー構成

メンバー構成割合



- 開発** : 平均開発経験10年程度のチーム編成
- 運用** : 電子取次、電子書籍サイト、編集経験者
- 管理** : 公認会計士、経営企画経験者等

### コンテンツ獲得力

- ユーザ基盤、販売実績等が評価され、多数の出版社からコンテンツを獲得し、プラットフォーム型のビジネスを展開



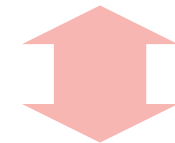
### Amazia



## 03 ライトユーザー基盤

- フリーミアムモデルにより広範なユーザー層を獲得

### Amazia



電子書店等





## 事業計画及び成長戦略

---

- 2024年9月期以降の重点戦略
- 2024年9月期 事業計画
- 2024年9月期 事業計画の営業利益増減推移
- 2024年9月期 成長戦略
- 将来的な成長イメージ
- AmaziaのESGへの取組み
- 事業等のリスク

# 2024年9月期以降の重点戦略

重点強化領域  
挑戦領域

## 01 作品制作の拡大及びIP展開



## 02 市場開拓戦略

- Web電子書籍市場

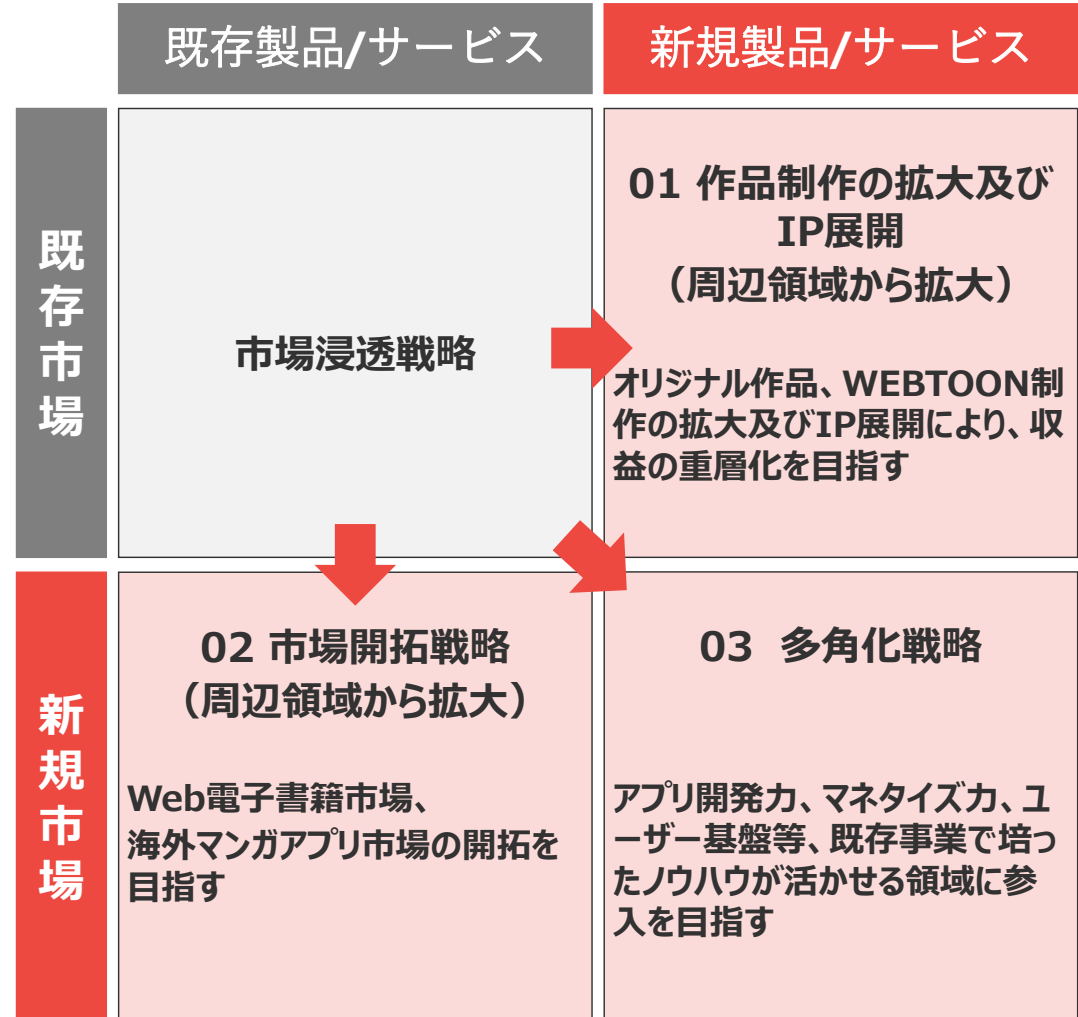
### マンガBANGブックス

- 海外展開



## 03 多角化戦略

- 新規事業
- M&A



# 2024年9月期 事業計画

マンガBANG!のメディアとしての強みであるMAUを維持できる水準の広告宣伝費に抑え、オリジナル作品（WEBTOON含む）の制作に注力し、大ヒット・IP展開による収益の重層化を図る  
23年10月リニューアルのマンガBANGボックス等の売上高、各利益が予測困難なため幅で開示

単位：百万円

	2023年9月期(実績)		2024年9月期(計画)	
	2Q累計	通期	2Q累計	通期
売上高	2,498	4,650	1,966～2,134	4,000～4,674
営業利益	56	10	▲200～▲207	▲373～▲460
経常利益	53	15	▲201～▲208	▲374～▲461
当期純利益	59	▲60	▲205～▲212	▲380～▲467

※ 当社が属する電子書籍業界は、著しく外部環境が変化をしているため、創発的で柔軟性の高い経営が重要と考え、現時点において、中期経営計画を公表しないことが適切であると判断しております。

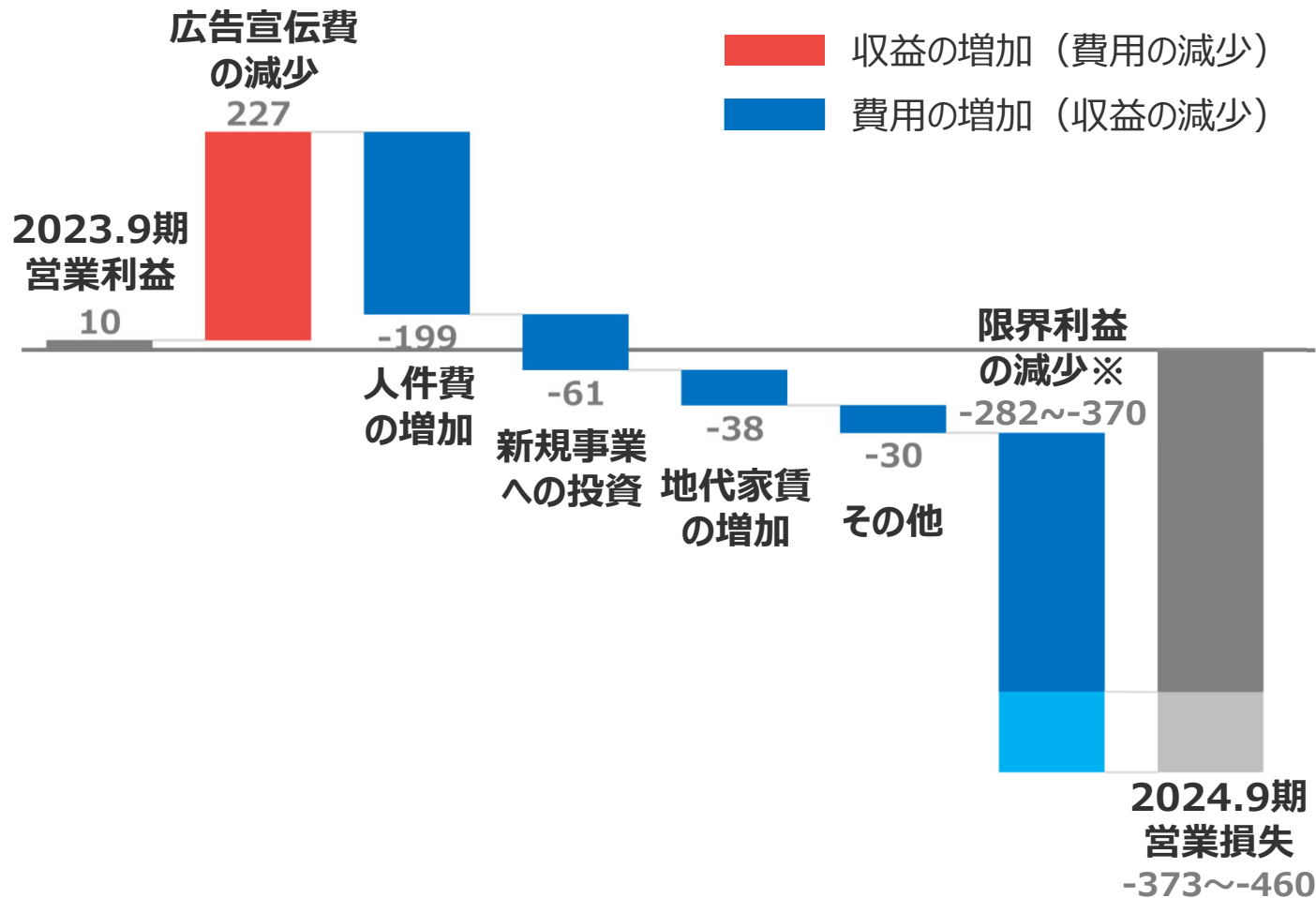
## マンガBANG!における各KPIの計画策定の前提条件

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
23.9期と同水準の継続率で推移すると仮定し、新規獲得ユーザーは、広告宣伝費を削減する分、減少を見込む	市況変化が著しいため、直近23.9期4Qと同水準で推移すると仮定	23.9期下期と同水準で推移すると仮定	23.9期下期と同水準で推移すると仮定	23.9期下期と同水準で推移すると仮定

# 2024年9月期 事業計画の営業利益増減推移

2025年9月期以降の成長及び黒字化に向けて、2024年9月期はマンガ制作、マンガBANGボックス、新規事業への先行投資を優先する

単位：百万円



## 主な増減項目の内容

### 広告宣伝費(マンガBANG! : ▲240M)

効率的に広告宣伝費を投下し、メディアとしての強みであるMAUが維持できる水準に減らす

### マンガBANGボックス※

購入金額に応じたポイント還元を積極的に実施するため、著作権料が増加し、限界利益率が悪化。売上が予測困難であるため、売上・利益に与える影響を幅で開示

### 漫画制作

連載中作品が19本増加予定のため、当該原稿料等が76M程度増加予定

### 人件費

編集者及びエンジニアを中心に採用強化

### 地代家賃

2024年1月～人員増加に伴う、本社移転

# 2024年9月期 成長戦略

## 01 マンガアプリの展開

- 売上高の成長にとらわれずに、一定水準のMAUを維持できる範囲で効率的に広告宣伝費を投下する
- オリジナル作品による差別化及び粗利率の改善を目指す（オリジナル作品は、著作権料率が低い）
- Web版の本格リニューアルで価格競争力を補い、継続率、決済率の改善を目指す
- UI/UXの改善、機能追加を行い、LTV向上を目指す
- 資本業務提携先のSkyfallと広告収益の最大化を目指した取り組みを行う
- 2024年9月期に海外版「MANGA BANG!」に広告機能を追加、海外で人気の作品追加を目指す

## 02 オリジナル作品の制作強化

- 継続的な編集者採用の拡大、協業パートナーとの制作本数の増加に加え、AI導入による制作業務の効率化も検討し、連載作品を50作品まで拡大を目指す
- WEBTOONスタジオの買収を積極的に推進し、WEBTOON制作への本格的な参入を目指す
- エブリスタ、エイベックス・ピクチャーズ、MIXI等との協業案件を中心にIP展開に向けた動きを活発化

## 03 マンガBANGブックスの拡大

- Web版「マンガBANG!」を「マンガBANGブックス」にリニューアルし、Web電子書籍市場に本格参入
- アプリで培ったユーザー基盤を利用し、Webの強みである低手数料を活用した、価格面でのお得感を訴求



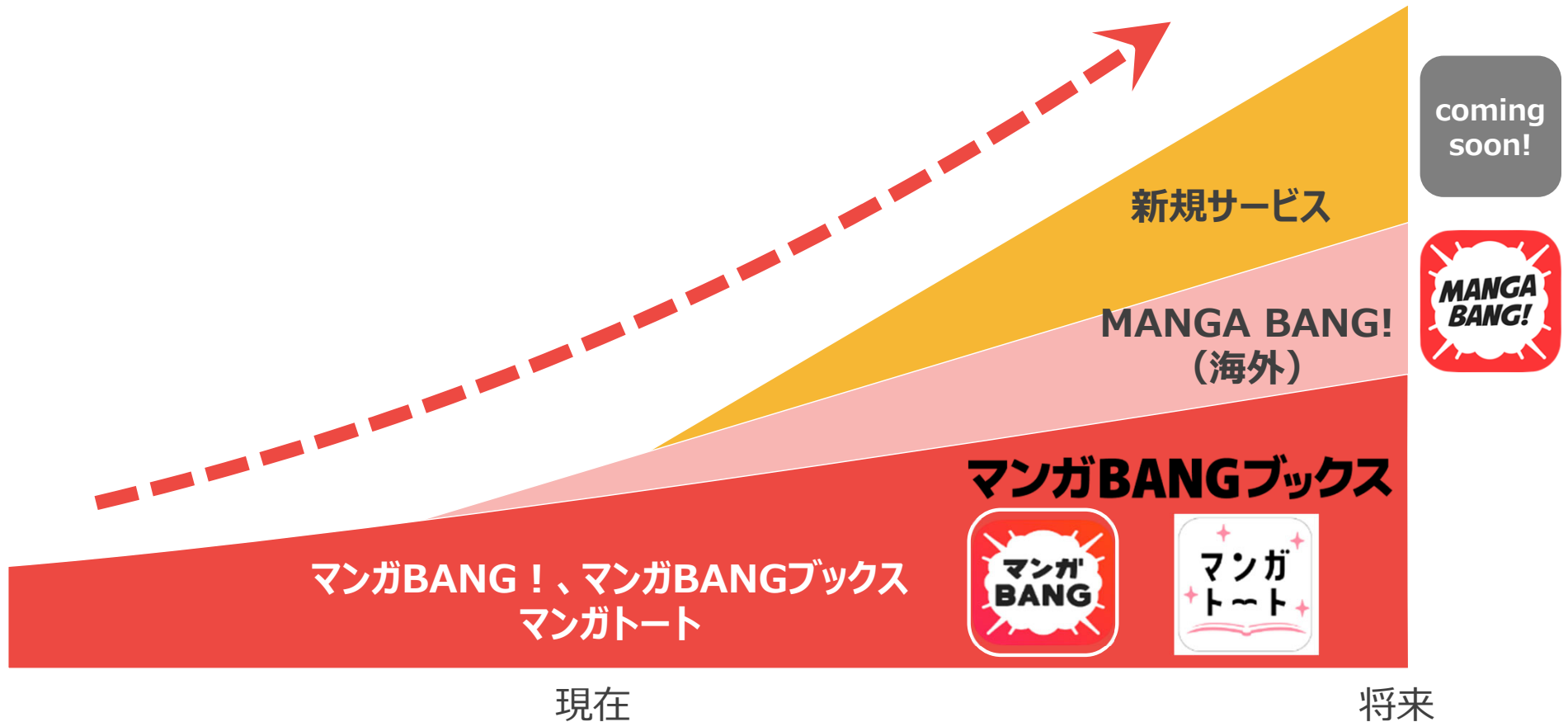
## 04 新規事業の創出

- 成長性が見込まれるインターネットサービスの領域で 2024年9月期に2サービスのローンチを目指して、テストマーケティングを実施中
- 2024年9月期は2サービスで60百万円程度の先行投資を行い、早期の黒字化を目指す

# 将来的な成長イメージ

既存のマンガアプリ事業で一定の利益を創出し、オリジナル作品の大ヒット及びIP展開、海外進出、新規サービス導入により、更なる成長を目指す

MAU成長イメージ



# AmaziaのESGへの取組み

ESG	ESG課題（重点活動項目）	SDGs
E 環境	<ol style="list-style-type: none"> <li>電子書籍化（ペーパーレス化）による森林保護</li> <li>森林保護によりCO2の削減</li> <li>デビューの場と収益化の機会の創出による、マンガ文化の発展</li> </ol>	
S 社会	<ol style="list-style-type: none"> <li>従業員の働きがいの向上 リモートワーク、フレックス制度の導入</li> <li>従業員のスキルアップ支援 セミナー、書籍、資格試験代の補助</li> <li>人権に配慮し、多様性と柔軟性に配慮した就労環境の整備 男性社員の育児休暇の整備、外部相談窓口（ハラスメント、法律、コロナ禍による精神的ストレス等の相談）の設置等</li> </ol>	
G ガバナンス	<ol style="list-style-type: none"> <li>女性役員の積極的な起用 2023年9月期末時点で12.5%</li> <li>社内取締役と社外取締役のバランス 社内取締役 3名、社外取締役 2名</li> </ol>	



# 事業等のリスク

## 本書提出日時点で、当社事業の特に重要なリスクとして以下を認識し、その対応を行う

主な事業リスク	発生可能性/時期	リスクの内容と当社の対応策
知的財産権の侵害 について	発生可能性：高 時期：発生中	海賊版サイトが長期にわたって大規模に知的財産権を侵害する場合、それによって生じる機会損失が当社の業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。そのため、海賊版サイトの根絶に向けて、出版社、電子書店、関係者と強調して対策を協議実行するとともに、法整備並びに著作権教育の推進に努めて参ります（詳細は33頁参照）。また、当社の優位性を残しつつ、海賊版サイトの影響を受けづらいサービス内容を取り入れて参ります。
プラットフォーム 運営事業者の動向 について	発生可能性：高 時期：常時	当社の売上の大半は、スマートフォンアプリを利用した課金売上及び広告売上であり、Apple Inc.及びGoogle Inc.の2社のプラットフォーム運営事業者への依存が大きくなっております。そのため、ATT導入や手数料率等の変動等、これらプラットフォーム運営事業者の方針変更により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があり、その動向を注視して参ります。
競合他社の影響 について	発生可能性：高 時期：発生中	当社が成長していくためには、ユーザーの継続的な獲得及びユーザーによる継続的な利用が重要であると考えております。そのため、広告宣伝活動が重要となりますが、マンガアプリ事業におけるユーザー獲得の競争は激化しており、ユーザー獲得が想定どおりに進まなかった場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。そのため、大規模な広告出稿ができる体制（クリエイティブ制作等）構築とオリジナル作品の制作による差別化等による対策を行って参ります。
マンガアプリ事業の 特性	発生可能性：低 時期：常時	マンガアプリ事業が属する電子書籍市場は、スマートフォン・タブレット端末の普及等を背景に拡大を続けており、今後も拡大基調が予測されています（詳細は21頁参照）。万が一、電子書籍市場の拡大が想定どおりに進まなかった場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。当リスクを抑制するため、海外進出や新規サービス等のビジネスポートフォリオの構築に注力して参ります。
為替リスクについて	発生可能性：高 時期：常時	当社の広告収益の約半分は、外資系企業との米国ドル建の取引となります。そのため、為替相場などの変動による一般的な市場リスクを有しており、その動向を注視するとともに、為替予約等の検討を行って参ります。（円安は広告収益にとってプラスの影響）

※投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針であります。当社株式に関する投資判断は、本項及び本項以外の記載内容並びに有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照し、慎重に検討した上で行われる必要があると考えております。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社が判断したものであります。



# 事業等のリスク\_海賊版サイトの動向と政府・業界の対策

法整備は2020年10月リーチサイト違法化、2021年1月著作権法改正と整いつつある  
2022年7月漫画BANK運営者が中国で摘発されるなど、警察との捜査協力の関係も強化

## 海賊版サイトの動向

### 主な過去の海賊版サイト（閉鎖済）

- 2017年1月～5月 : FreeBooks
- 2017年5月～2018年4月 : 漫画村
- 2019年5月～9月 : 星の口ミ
- 2020年5月～2021年11月 : 漫画BANK

### 本書提出日現在、拡大している海賊版サイト

- 2020年5月～ : ベトナム発サイトを中心とした複数サイト
  - 2020年7月以降、アクセス数の増加傾向が継続中
  - 2022年3月～大手海賊版サイト2つも閉鎖  
但し、当該サイトの後継サイトが複数立ち上げるなど、大きな海賊版サイトができるのではなく、複数サイトに分散

## 海賊版サイトに対する対策

### 政府による対策（法整備）

- 2020年10月 : リーチサイト違法化
- 2021年1月 : 著作権法の改正
  - 書籍も違法DL規制対象（利用者も取締り可能）

### 出版・通信業界による対策

- 政府、出版業界が、インターネットプロバイダ、通信業界と連携し、サイトブロッキング以外の海賊版サイト閲覧禁止策についても検討
  - DMCA（デジタルミレニアム著作権法）クレームによる検索結果から削除対応が進む
  - 海外のサーバー事業者に対して削除要請に対する対応の早期化が進む 等

# Amazia

Contents.5

---

## Appendix

---

- 四半期業績推移
- 年間業績推移

# 四半期業績推移

単位：百万円(百万円未満切り捨て)

	21/9期				22/9期				23/9期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	1,890	1,756	1,862	1,998	1,688	1,731	1,549	1,578	1,297	1,201	1,084	1,067
変動費(※1)	1,146	1,112	1,201	1,228	1,056	1,055	959	998	805	806	731	695
広告宣伝費	327	369	535	760	481	541	456	299	336	281	223	222
人件費(※2)	82	86	86	86	92	94	95	97	101	▲0	91	96
その他	50	46	48	49	55	50	53	43	50	60	67	68
営業利益 (営業損失)	283	141	▲9	▲127	1	▲9	▲15	140	3	53	▲29	▲16
経常利益 (経常損失)	277	149	▲11	▲124	4	▲0	▲4	144	▲1	54	▲24	▲13
当期純利益 (当期純損失)	189	98	▲19	▲83	▲0	▲3	▲6	52	▲4	64	▲16	▲104

※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、株式報酬費（戻入）含む

# 年間業績推移

		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 2022年9月期	第14期 2023年9月期	第15期計画 2024年9月期
売上高	(千円)	3,386,580	7,524,525	7,507,568	6,547,840	4,650,427	4,000,000 ~4,674,000
経常利益	(千円)	396,443	1,084,693	290,843	144,132	15,009	△374,000 ~△461,000
当期純利益及び当期純損失 (△)	(千円)	303,027	750,264	185,340	41,243	△60,926	△380,000 ~△467,000
資本金	(千円)	338,524	356,089	361,504	366,004	366,004	(未開示)
発行済株式総数	(株)	3,314,100	6,710,200	6,734,600	6,754,600	6,754,600	
純資産額	(千円)	965,007	1,800,970	2,049,700	2,041,309	1,878,996	
総資産額	(千円)	1,613,255	3,106,918	3,020,181	2,864,191	2,576,167	
1株当たり純資産額	(円)	145.60	260.87	289.03	286.40	274.38	
1株当たり当期純利益及び1株当たり当期純損失 (△)	(円)	46.77	112.33	27.55	6.14	△9.27	△57.79 ~△71.04
自己資本比率	(%)	59.8	56.3	64.4	66.1	70.0	(未開示)
自己資本利益率	(%)	47.6	55.3	10.0	2.1	△3.3	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	324,928	849,901	224,132	57,328	△160,084	
投資活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△58,918	△25,969	△25,887	△130,301	△196,974	
財務活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	334,596	30,215	7,368	△94,924	△28,844	
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	839,783	1,693,930	1,899,544	1,731,646	1,345,743	
従業員数〔外、平均臨時雇用者数〕	(名)	16 〔2〕	25 〔3〕	27 〔7〕	31 〔11〕	34 〔13〕	

1. 売上高には、消費税等は含まれておりません。
2. 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10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を算定しております。
3. 第10期から第13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（休職者を除く）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。

# 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。
- 実際の業績に影響を与えうる重要な要因には、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、業績に影響を与えうる重要な要因は、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。
- **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、2024年11月を予定しております。**

## 【用語集】

- MAU（Monthly Active Users）：月間アクティブユーザー
- ARPU（Average Revenue Per User）：1ユーザーあたりの平均売上
- ARPPU（Average Revenue Per Paid User）：1課金ユーザーあたりの平均売上
- LTV（Life Time Value）：1ユーザーあたりの生涯売上
- 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
- PMF（Product Market Fit）：製品・サービスが市場のニーズにマッチしている状態