



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（東証グロース：9565）

2024年1月31日

- 1 会社概要
- 2 カンパニーハイライト
- 3 成長戦略
- 4 リスク情報

- 1 会社概要
- 2 カンパニーハイライト
- 3 成長戦略
- 4 リスク情報

会社概要

会社名	ウェルプレイド・ライゼスト株式会社 (2024年2月よりGLOE株式会社に商号変更)
所在地	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
事業内容	ゲーム・eスポーツに関する事業
資本金	147,139千円 2023年10月末時点
設立	2015年11月19日
従業員数	69名 2023年10月末時点
子会社	株式会社en-zin

役員紹介



代表取締役

谷田 優也

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。

2013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・セミナーに登壇し、

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

2003年にロジクール入社。

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。

2012年ロジクール再入社し、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。

取締役 事業統括本部長

浅野 洋将

取締役 管理本部長

村田 光至朗

取締役 (社外)

田村 征也

会社沿革

- 2015.11 ○ 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
- 2017.06 ○ 株式会社カヤックと資本業務提携
- 2017.11 ○ ウェルプレイドリーグ（自社リーグ）を開始
- 2018.03 ○ eスポーツ選手・実況者・解説者のマネジメントを開始
- 2020.10 ○ 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
- 2021.02 ○ 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
- 2021.06 ○ 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プロジェクト「OC GAMES」開始
- 2022.07 ○ 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
- 2022.11 ○ 東京証券取引所グロース市場へ上場
- 2023.05 ○ 国内最大級のポーカールーム「ROOTS」を運営する株式会社POKER ROOMと業務提携
- 2023.08 ○ 初の子会社として、株式会社en-zinを設立
- 2024.02 ○ GLOE株式会社に商号変更

Vision • Mission

Vision

We are the GAMING LIFESTYLE Company.

Mission

ゲームをきっかけに人と社会をHAPPYにする。

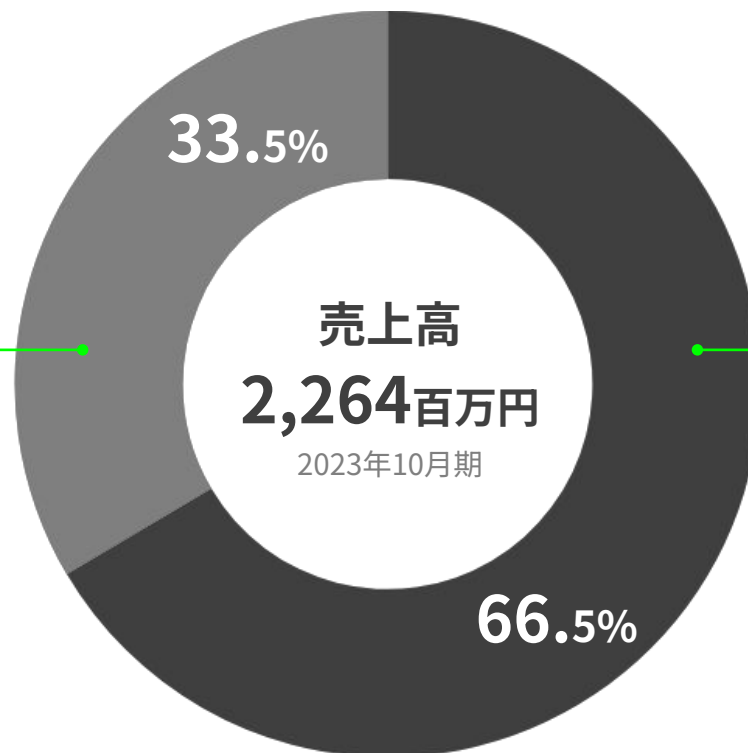
事業概要

eスポーツ大会やゲームイベントの受託制作を行うクライアントワークと、ゲームコミュニティの新たな価値を創るブランドプロデュースの2事業で構成。

ブランドプロデュース

- キャスティング
- インフルエンサーマーケティング
- スポンサー仲介
- クリエイターサポート
- 自社IP開発

※2024年10月期より、パートナーソリューションとビジネスデザインを一体化し、新たにブランドプロデュースに統合。

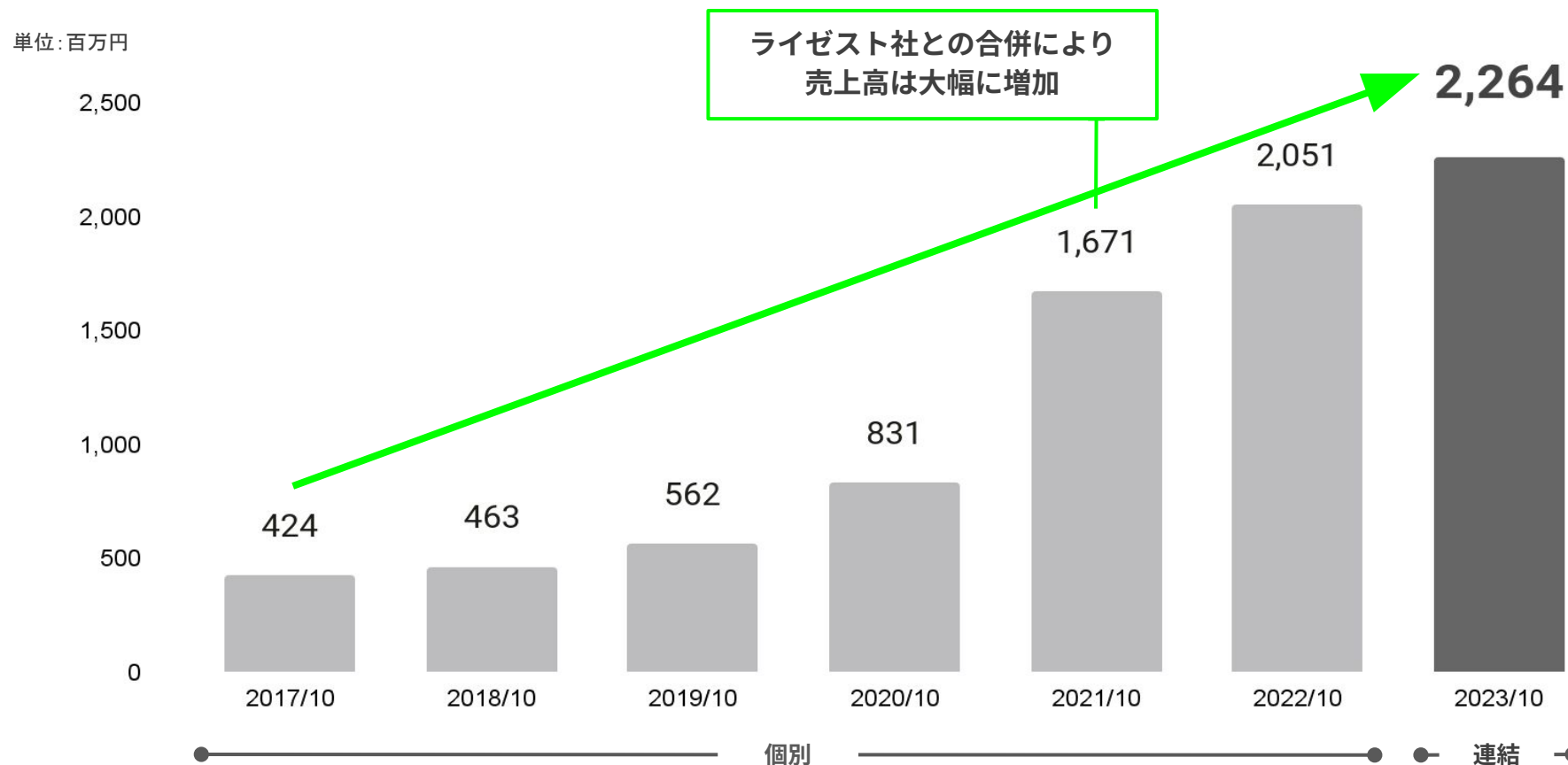


クライアントワーク

- ゲームイベントの企画・制作・運営
- 施設コンサルティング
- マーケティングプランニング
- ストラテジープランニング

業績ハイライト | 売上高

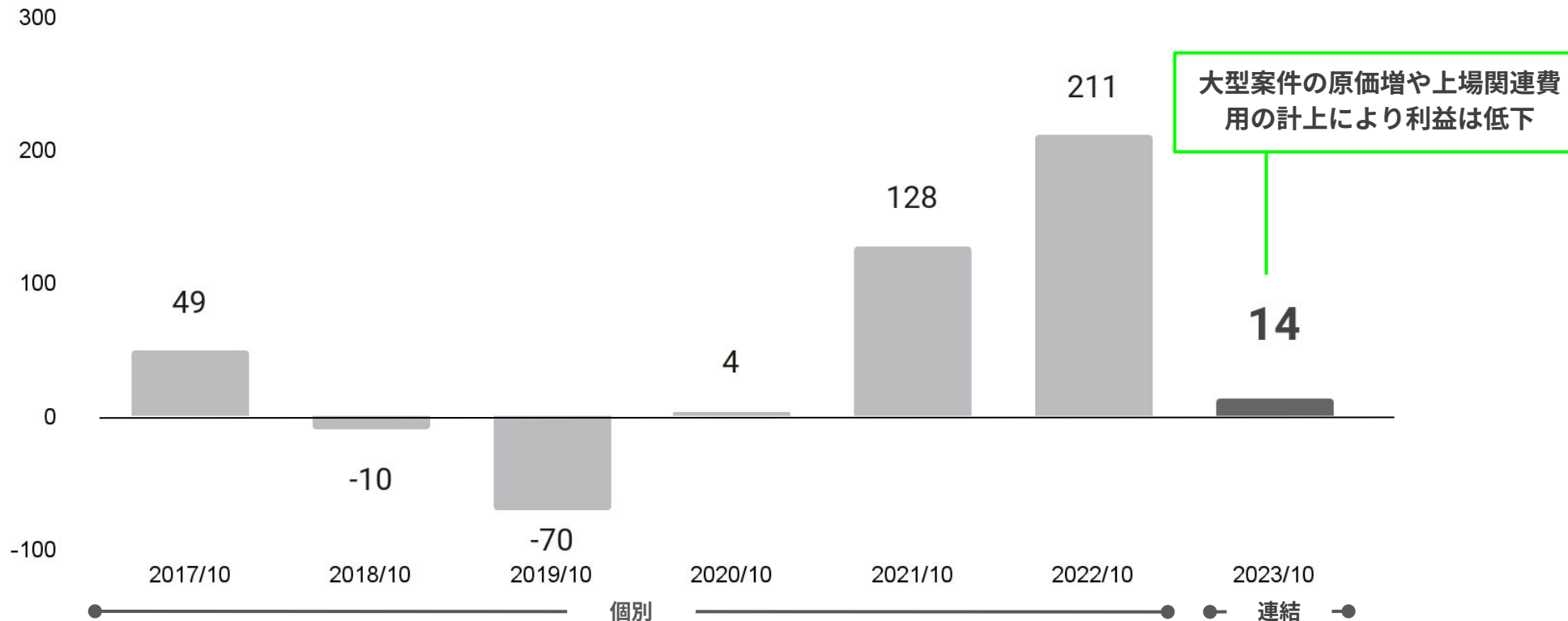
2021年に株式会社ライゼストとの合併、
コロナ禍でのオンラインイベントの急速な拡大により、創業より増収を継続。



業績ハイライト | 営業利益

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、2022年は2.1億円と大きく黒字化。2023年は大型案件の原価増や上場関連費用の計上により利益は低下。

単位：百万円



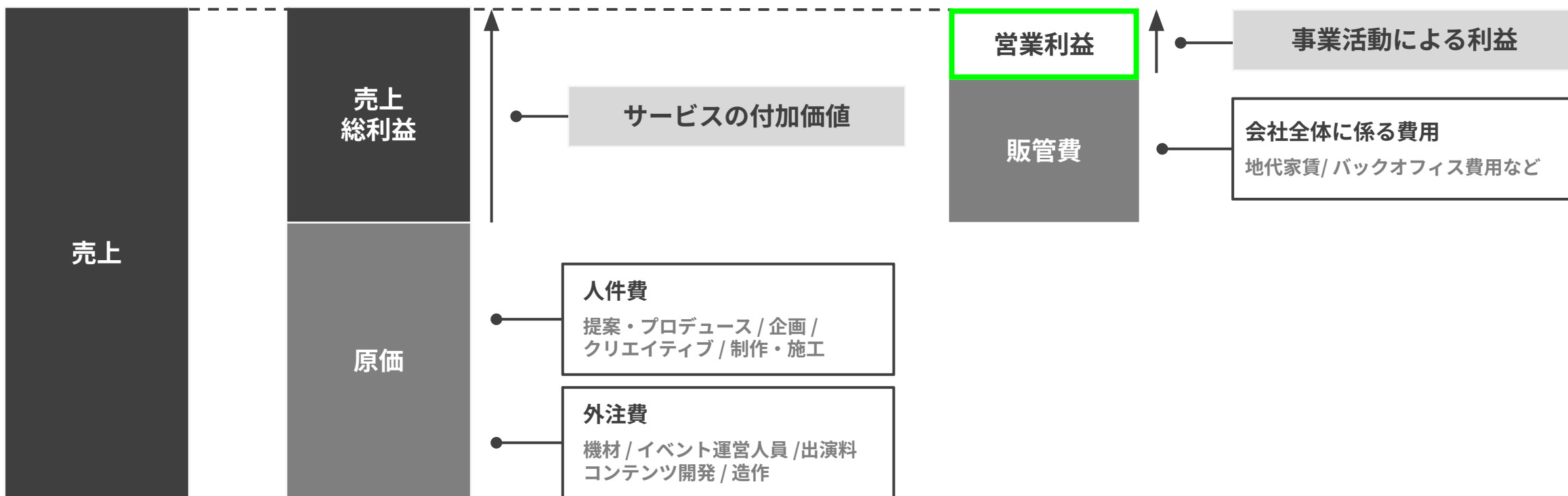
ビジネスモデル

クライアントワークでは、イベント主催者から支払われる制作費、
ブランドプロデュースでは、イベント主催者やスポンサーから支払われる費用が主な収益源になる。



当社グループの収益構造

当社グループは、外部のパートナーと協力してサービス提供を行っている。
売上原価は、イベント制作に係る外部のパートナーに対する外注費が大半を占める。



Index

- 1 会社概要
- 2 **カンパニーハイライト**
- 3 成長戦略
- 4 リスク情報



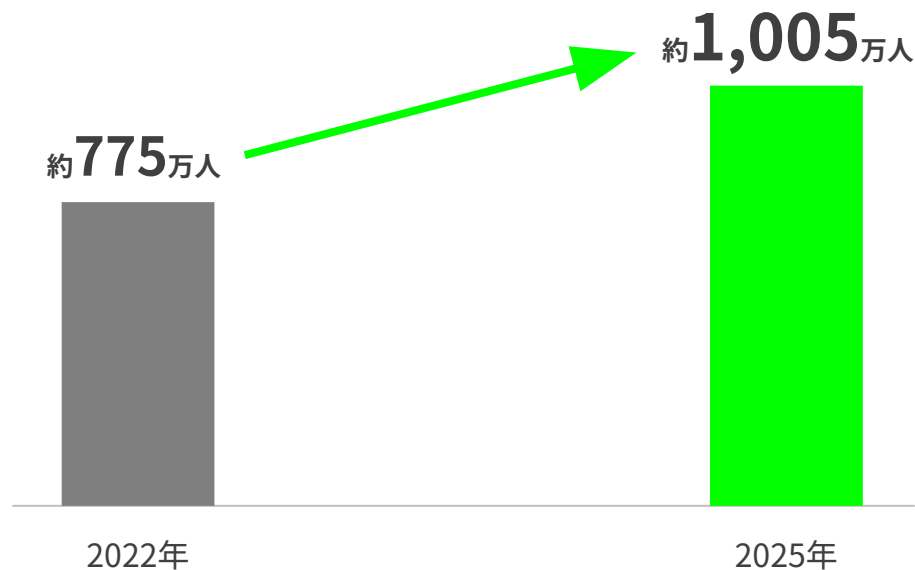
eスポーツ

「エレクトロニック・スポーツ」の略称。
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
対戦スポーツ競技として捉える際の名称。

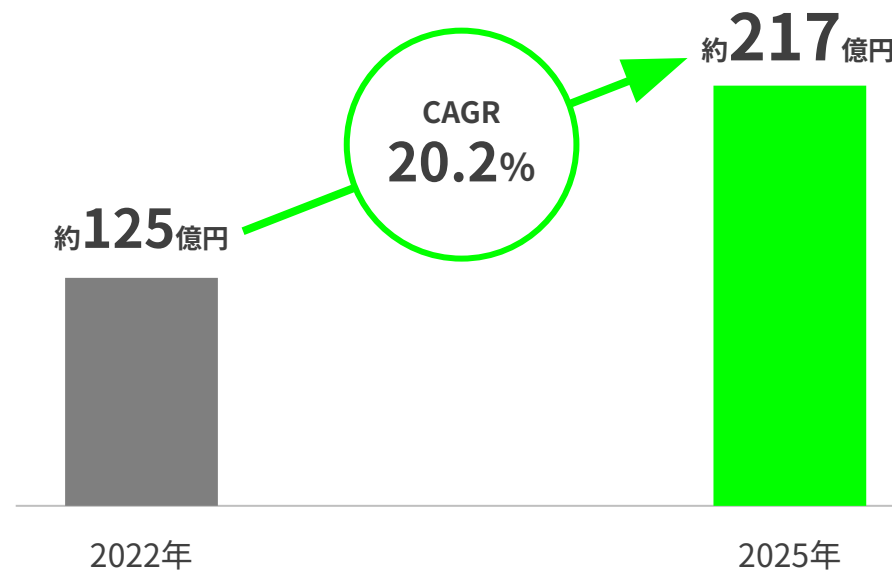
eスポーツ市場の概要

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（国内規模）※1



eスポーツ市場成長（国内規模）※1



- 日本の男子中学生が将来なりたい職業にランクイン
- 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

- 世界のeスポーツ市場拡大：約18億6千万ドル（2025年）※2
- eスポーツ大会賞金額の増加とスポンサーの拡大

eスポーツ人気 | 憧れの職業としてのゲーム・eスポーツ

日本国内においてもゲーム・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、この領域の将来の成長可能性を伺うことが出来る。

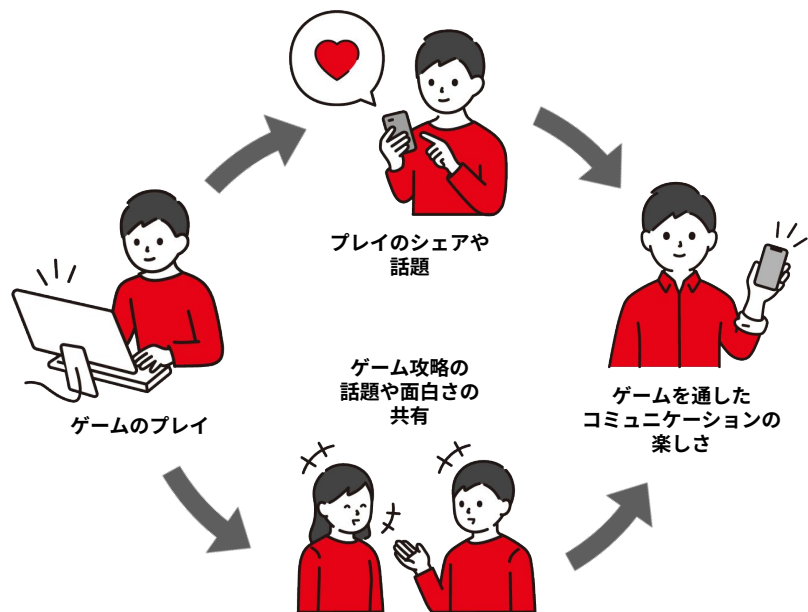
男子中学生の将来なりたい職業（2023）

1位	YouTuberなどの動画投稿者	22%
2位	ITエンジニア・プログラマー	17%
3位	プロスポーツ選手	15%
4位	ゲーム実況者	13%
5位	ゲームクリエイター	12%
6位	運転手・パイロット	8%
	会社員	8%
8位	社長などの会社経営者・企業家	8%
	ものづくりエンジニア	7%
	公務員	6%

一部 ゲーム・eスポーツに
関連する職業

ダイレクトに
ゲーム・eスポーツに関わる職業

※ソニー生命：「中高生が思い描く将来についての意識調査2023」



ゲームプレイを通したユーザー体験

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ー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。

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る。



『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。

従来ではゲームプレイを通した楽しみ方が一般的であったが、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る。

eスポーツの広がり

eスポーツはプロの競技だけでなく、競技や配信を見る「観戦勢」が参加するファンイベントとしても盛り上がりを見せる。また、事業会社による社内外交流や企業ブランディング、地方創生や教育、介護や福祉領域など、社会課題の新たなソリューションとしてもeスポーツは活用されている。



eスポーツの広がり

競技としてのeスポーツ・ファンイベント

国内外で数多くプロ競技としてのeスポーツ大会が開かれ、eスポーツ人気の中核を形成。競技で人気になったプレイヤーやゲームを配信するストリーマーのファンイベントも、エンタメコンテンツとして大きな広がりを見せている。

#コンパス×ウェルプレイドリーグ2023



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/3304/>

The Asia Pacific Predator League 2022



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/1937/>

PUBG JAPAN CHAMPIONSHIP



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/1166/>

VTuber最強決定戦 ver. APEX LEGENDS Season5



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/2555/>

LIMITZ #7 Identity V Manor Showtime



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/3115/>

VALORANT Masters Tokyo Countdown Events



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/2417/>

eスポーツの広がり

事業会社によるeスポーツの活用

ゲーム・eスポーツの持つコミュニケーションを活性化させる特徴を生かし、事業会社が主催するeスポーツイベントが数多く生まれている。

ぶよぶよeスポーツ 愛媛FC杯



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/3279/>

ゆるふわ企業交流会



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/2840/>

eeeレク!



世代を超えて楽しめるeスポーツによって社員間のコミュニケーションの活性化と、企業と従業員のエンゲージメント向上を目的にした、社内レクリエーションサービス

エンタメ領域では収まらないゲーム・eスポーツの価値を生かし、社会課題を解決するソリューションとして活用されている。

泉佐野eスポーツキャンプ 2023 Summer



詳細：<https://wellplayed-rizest.jp/works/2951/>

IncluFES 2024



公式Instagram：<https://www.instagram.com/inclufes>

「IncluFES」は、「気づき、深め、楽しむ」をテーマとした、インクルーシブ社会への扉を開くスポーツイベント。パラスポーツの競技体験やエキシビジョンマッチを行うイベントの中で、インクルーシブ体験コンテンツとして「ゲーム対戦大会」を開催。どんな方でも気軽に参加でき、老若男女、障がいの有無を問わず楽しめるインクルーシブなコンテンツとしてゲーム・eスポーツが活用される。

eスポーツの直近の動き（国外）

2018年

アジア競技大会のデモンストレーション競技に

2018年

国際オリンピック委員会内にeスポーツ連絡会が設立

2021年

東京オリンピック開催時にeスポーツ大会実施

2023年

第19回アジア競技大会（2022/杭州）

eスポーツの競技採用が見込まれる大型スポーツ大会

2025年：大阪万博

2026年：アジア競技大会（日本 名古屋）

2028年：ロサンゼルスオリンピック



eスポーツのワールドカップ創設を サウジアラビアが発表

2023年10月にサウジアラビアが、現地に数万人規模の雇用を創出する新たな活動として、2024年からeスポーツのワールドカップを開催することを発表した。

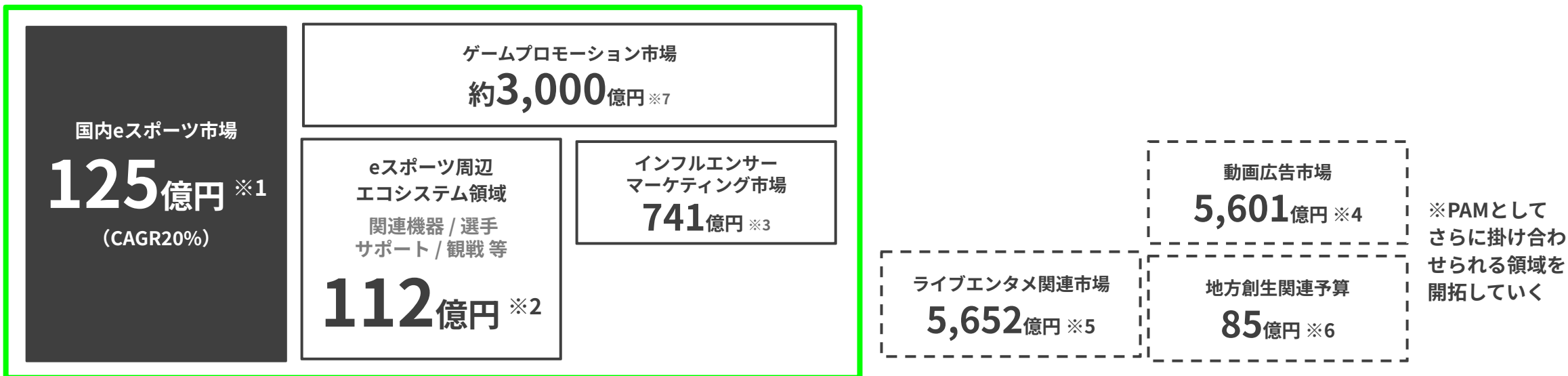
eスポーツ市場 | SAM / TAM / PAM

ゲーム・eスポーツは他領域との組み合わせにより業容を拡大する余地が大きく、非常に大きな市場ポテンシャル（PAM）を有する。

SAM (Serviceable Addressable Market ※ 実顧客の市場規模) **約125億円**

TAM (Total Available Market ※ サービスのリーチ可能な市場規模) **約3,978億円**

PAM (Potential Available Market ※ ポテンシャル市場規模) **約1.1兆円以上**



※1 日本eスポーツ連合 (JeSU) : 「日本eスポーツ白書2023」、※2 経済産業省 : 「eスポーツの発展に向けて」 (2020)
※3 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」 (2023)、※4 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 ぴあ総研 : 「ライブエンタメ市場予測」、※6 令和3年度地方創生予算より、関連度の高い事業を合算
※7 「ファミ通ゲーム白書」2022年国内のゲーム市場規模よりプロモーション費用の割合を勘案し、当社試算

当社グループの競争優位性

ゲームを偏愛する社員が、様々なゲームタイトルに向き合い、ゲームコミュニティの理解を深めることで、多くのコミュニティからの高い信頼を獲得。
先駆的な企画・多数の制作実績によるノウハウの蓄積により、ジャンルを問わず様々なゲームに対応が可能。
ポジションとリレーションを強みとして、ゲームコミュニティでのビジネス拡大を行う。



アセットの調達力

ビジネスのプロデュース力

※アセット 人財/人脈/場/知見/情報など


当社グループの競争優位性

ゲーム偏愛社員を醸成する組織づくり

ゲームを偏愛する社員たちの存在が、強固なコミュニティとの関係性を構築。
コミュニティと関係性強化が、大会制作でのクオリティを担保し、新規ビジネスを生み出す源泉となる。
当社グループでは、社内ゲーム交流大会の実施や、独自の人事評価制度・福利厚生制度を制定、ゲームを偏愛する社員を支援。

社員の大会実績

 VALORANT
ランク上位0.8%入り

 ストリートファイター6
マスターランク多数

 フォートナイト
勝利数日本9位（アジア全体17位）

 PUBG MOBILE
元プロゲーマー日本5位

 ドラゴンクエストライバルズ
全国大会ベスト4

 ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT
世界大会2位

当社独自の「GAMING LIFESTYLE福利厚生制度」



ゲーミング休暇



ゲーミング環境サポート



エンタメ補助制度



ゲーム購入補助制度

社内ゲーム大会の様子



ゲーム・eスポーツ業界における当社グループの立ち位置

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」のノウハウと、新たなブランドを創造する「ブランドプロデュース」の価値を掛け合わせることで、業界唯一の存在に。

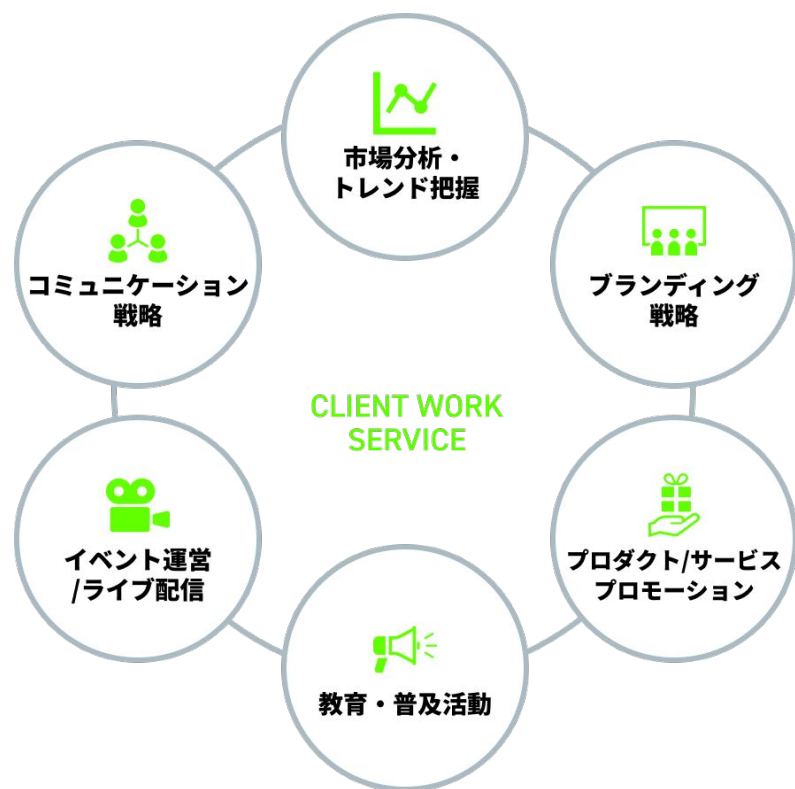
	WARZT	イベント制作会社 eスポーツ部門	広告代理店	MCN (マルチチャンネル ネットワーク)	eスポーツ興行主
eスポーツのノウハウ	◎	◎	△	×	○
チームとの繋がり	◎	△	△	△	◎
IPホルダーとの 幅広い繋がり	◎	○	△	○	○
インフルエンサーの キャスティング能力	◎	△	○	○	○
イベント企画能力	◎	○	○	×	◎
イベント制作能力	◎	◎	○	△	△
スポンサー獲得能力	○	×	◎	×	○

※ゲームクリエイター特化型MCNサービス「OC GAMES」は、KPIとしていた契約チャンネル数からパートナーへのサービス内容拡充に重点施策シフト。

クライアントワーク

クライアントワークについて

ゲーム・eスポーツにおける広範な知識と情熱を活かし、eスポーツの大会運営を中心に、ゲームを通じたコミュニケーションを促進するサービスを展開。



ゲーム・eスポーツ大会運営

- ✔ 課題ヒアリング、市場分析、戦略的な企画設計、実施運営（大会のルール設計、当日運営、Live配信等）をワンストップで実施
- ✔ 一般事業会社向けにゲームを活用したイベント、プロモーションおよびeスポーツを活用した課題解決ソリューションの提案

ゲーム会社向けサービス

- ✔ ゲームの開発段階から運用期まで、最適なサービスを組み合わせることで、戦略立案のパートナーとして全体を設計

ゲーム・eスポーツ大会運営について

課題ヒアリング、市場分析、戦略的な企画設計、実施運営（大会のルール設計、当日運営、Live配信等）をワンストップで実施。



大会



ライブ配信



展示会



販促PR



ファンイベント



社内懇親会



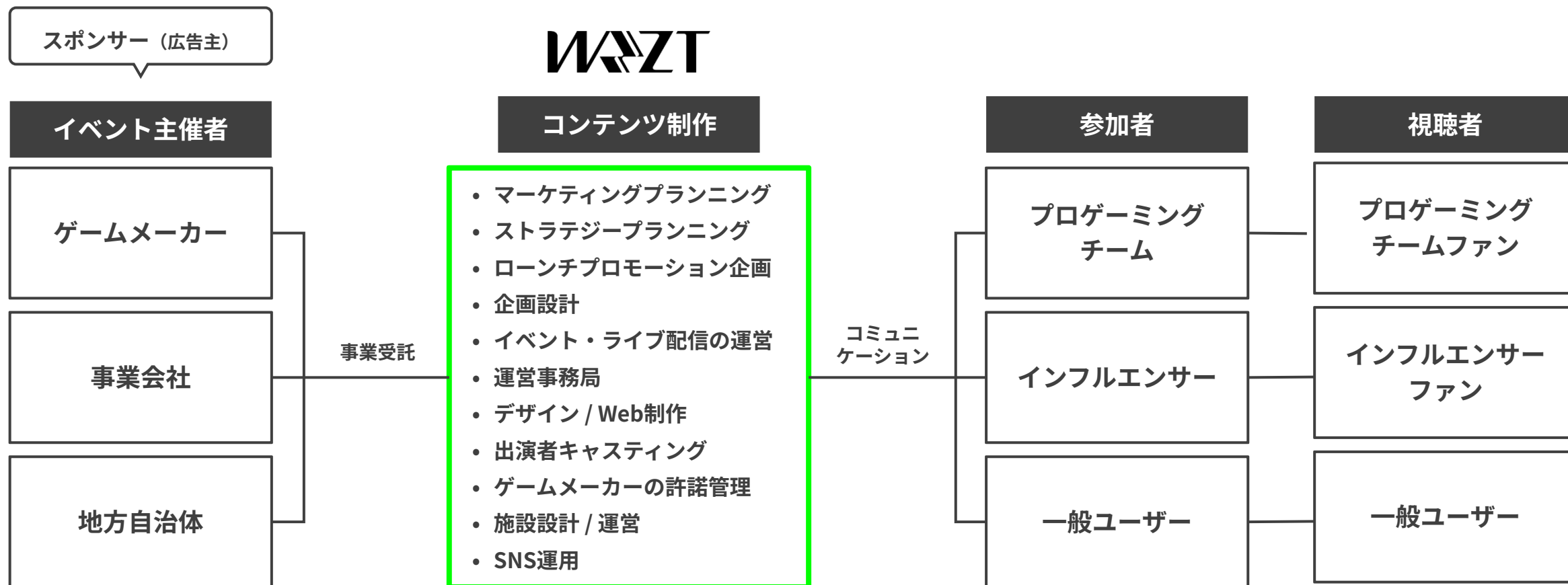
学校イベント



SNS運用

ゲーム・eスポーツ大会運営のビジネスモデル

eスポーツ黎明期から活動し、イベント企画・運営に関わる業務をワンストップで提供。



ゲーム・eスポーツ大会運営の成長戦略

ゲーム・eスポーツ大会運営は、売上高と営業利益を成長指標として設定。

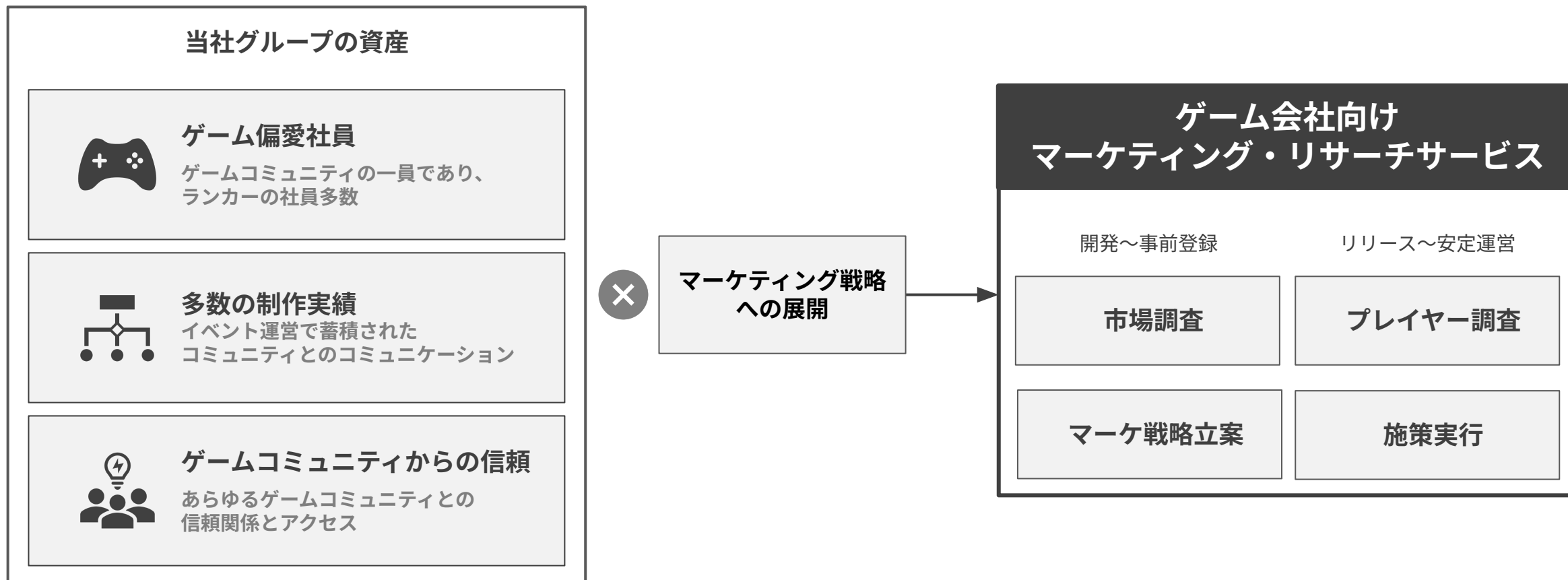
eスポーツとビジネスを融合した企画力をさらに強化し、コンペになりやすい大型大会の受注率の向上、既に優位性を持っているゲーム演出の単価への寄与（価値向上）、スキルの平準化による運営などの効率化により、売上と営業利益の成長を図る。

主な施策

成長指標		企画力の強化	ゲーム理解の向上	ゲームコミュニティとの連携強化	スキル平準化	営業体制の強化
売上高	案件数	◎	◎		○	◎
	案件単価	○	◎	○	○	○
	クオリティ	○	○	◎	○	
営業利益	生産性				◎	

ゲーム会社向けマーケティング・リサーチ サービス

eスポーツ大会運営で培った当社グループの資産を活かし、
ゲーム開発からマーケティングまでを支援する新たなサービスを展開する。



ゲーム会社向けマーケティング・リサーチサービスの対象となる領域

現状、当社グループが参入できている領域はゲーム開発・マーケティングの領域全体の一部。
当社グループの強みであるゲームへの深い理解や知見を生かし、
今後はプロモーション全体の戦略から参画し、ゲーム開発・マーケティング市場でのドメイン拡大を目指す。

※ゲーム開発・マーケティングの領域全体と当社グループの参入領域

既参入領域

SNS / コミュニティ施策

イベント / 配信

クリエイティブ

戦略・立案からの参入を目指す領域

ゲーム開発

マーケティング領域

OOH※

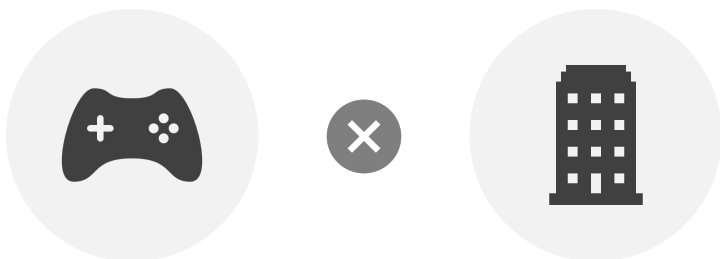
TV / CM

デジタルマーケティング

ブランドプロデュース

ブランドプロデュースについて

当社グループが関わるパートナーのブランドの価値向上や、新たに生み出すブランドを通して、まだ世にないゲーミングカルチャーの創造する。



パートナーブランドの価値向上

選手やクリエイターとスポンサー等との間を取り持ち、収益機会の獲得

動画を配信・投稿する
ゲームクリエイターの活動を支援



自社オリジナルIPの開発

当社グループが保有するブランドを通じて、ゲーム・eスポーツの価値を向上させ、新たな収益の柱を創出

パートナーのブランド価値向上

ゲーマーコミュニティをとりまくあらゆるパートナー・クリエイターに対して、
広告 / PR / イベント / 動画コンテンツ / SNS / コラボなど、様々な案件へ最適なマッチングを行う。

キャスティング



プロリーグからコミュニティイベントまで、
イベント大会を盛り上げるキャスティングを行う

IPプロデュース



eスポーツチームやゲームのストリーマーなどのIP
を活用したキャラクターグッズやタイアップの企画・仲介を行う

スポンサー仲介



eスポーツチームやゲームのストリーマーなどと、
企業との間に入りスポンサーの企画・仲介を行う

パートナーのブランド価値向上：クリエイターサポート

クリーク・アンド・リバー社と協業したゲームクリエイター特化型MCN※サービス「OC GAMES」
クリエイターがYouTube上の活動で直面するあらゆる課題に対し、安心・安全に配信や制作が行える環境の提供、
収益を多角化するサポートなどを行う。



YouTube収益の一部を手数料としていただく
ストック型ビジネスモデル

OC GAMESの主なサービス内容



IP許諾による
公正な配信をサポート



切り抜き動画※ やスポンサー獲得
による収益の多角化



YouTubeにおける
トラブル対応をサポート



チャンネルの成長サポート

自社オリジナルIPの開発

当社グループのブランドを持つことでゲームタイトルや流行に左右されず、ゲーム・eスポーツの認知や価値の向上へ寄与し、新たな収益の創出機会を目指す。既存IPの強化や活用に加え、コミュニティを活性化するより豊かな体験を提供する。

イベントIP



LIMITZ

URL : <https://limitz.gg/>

eスポーツイベントの制作経験を活かし、イベントのあり方を模索し、新しい可能性に挑戦。

キャラクターIP



COLORLESS

URL : <https://wpl-colorless.com/>

ユーザーやコミュニティとのタッチポイントを生み出すハブとして、キャラクターを中心とした自社オリジナルIPの開発を行う。

その他 / 新規ブランド開発



ゲームの魅力を伝える手段として、大会やイベントの楽しみ方や見どころを視覚的に分かりやすい方法で発信。コミュニティを活性化し、より豊かな体験を提供する。

その他の取り組み

地方創生



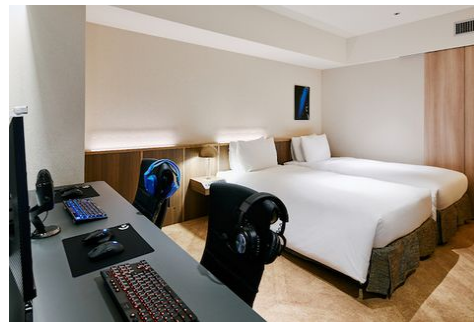
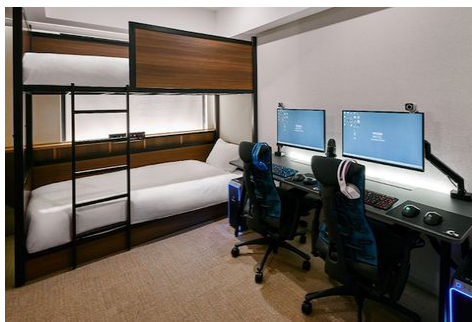
「eスポーツキャンプ」／泉佐野市、南海電気鉄道(株)
eスポーツ先進都市化プロジェクトを泉佐野市、南海電気鉄道(株)と協業
高校生を対象とした強化合宿を開催

関連機器



「ZENAIM」／(株)東海理化
スイッチ/センサ技術を活用した新規事業として、eスポーツ向けキーボードを開発
当社は、プロモーション等を担当

宿泊施設



「ゲーミングルーム」／NOHGA HOTEL AKIHABARA TOKYO
ゲーマー向けのPCや機器を完備した“ゲーミングルーム”をオープン
当社は、機材選定等のアドバイザー・プロモーション等を担当

人材育成

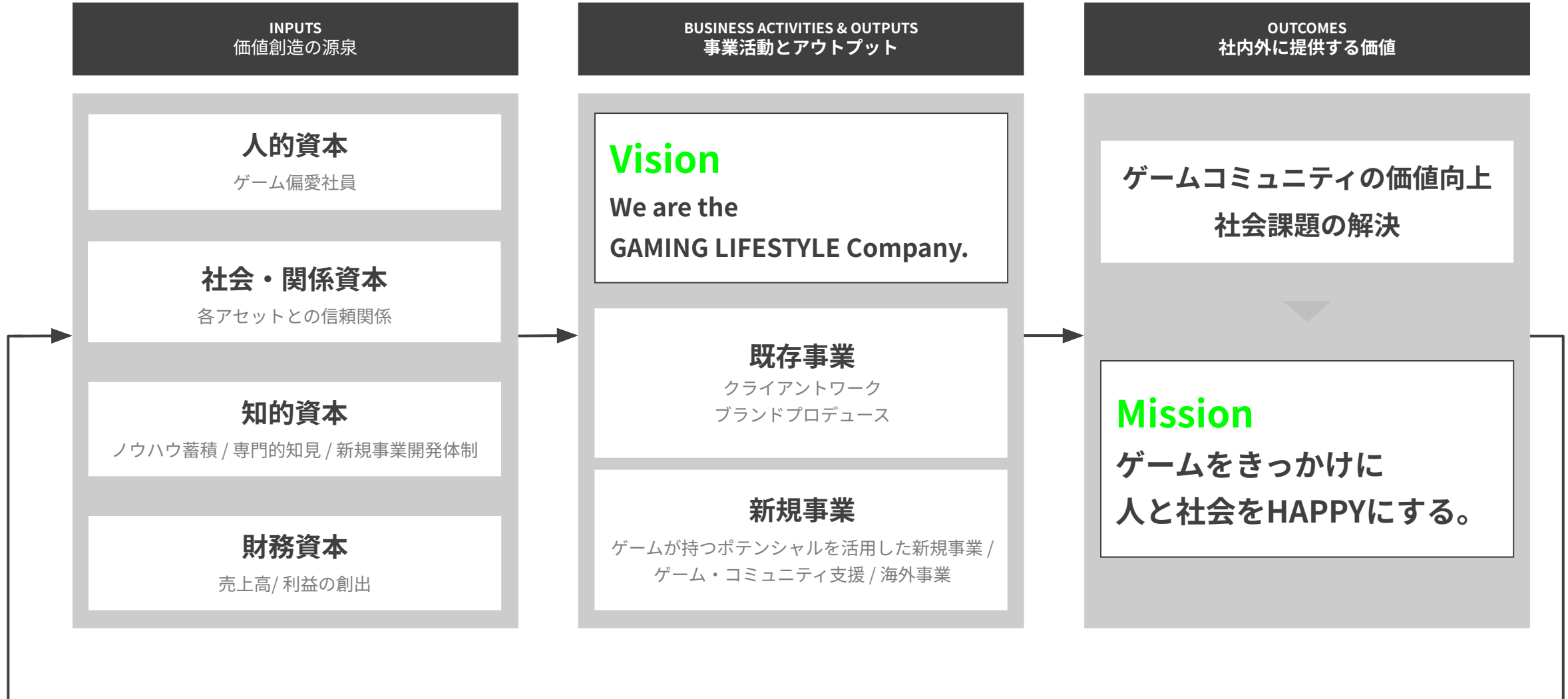


「講師派遣」／国際アート&デザイン大学校
弊社所属のプロゲーマーのネモ氏が、
e-スポーツ業界を目指す若者に向け、特別授業を開催

Index

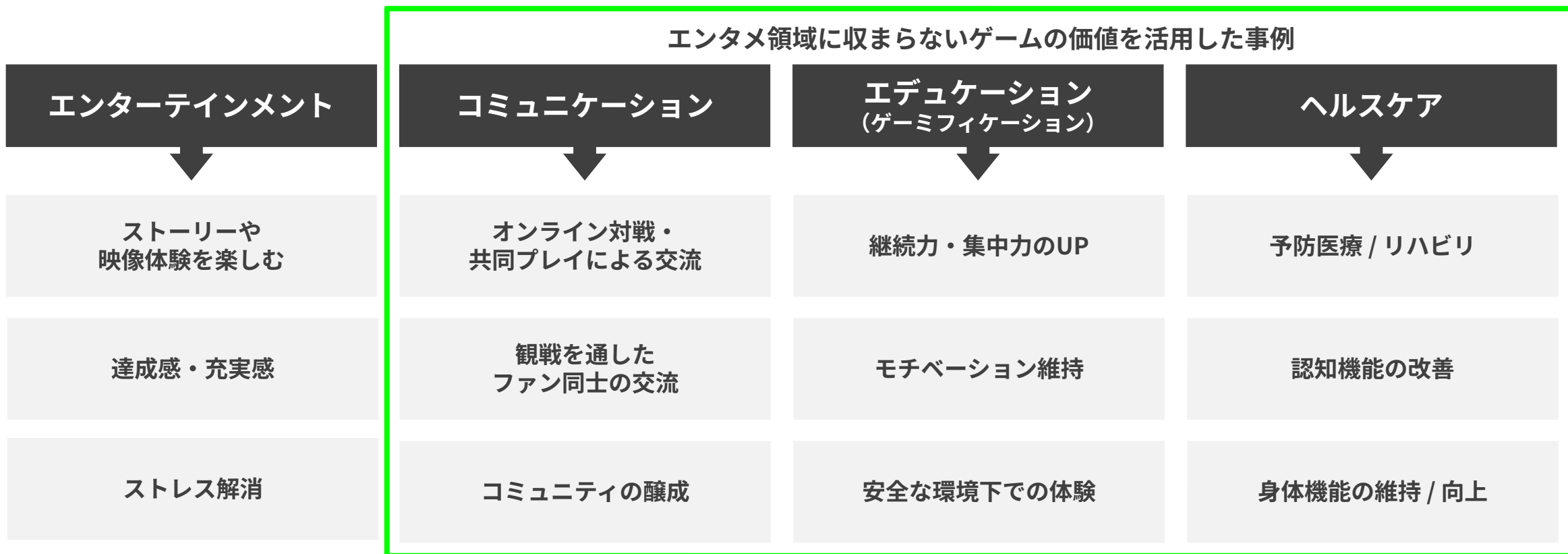
- ① 会社概要
- ② カンパニーハイライト
- ③ 成長戦略
- ④ リスク情報

価値創造モデル



ゲームが持つポテンシャルを活用した新規事業の展開

ゲームは、消費するだけのエンタメではなく、柔軟に変化し高い拡張性を持つ。
当社グループはエンタメ領域に収まらないゲームの価値に着目し、
ゲームの要素を社会活動やサービス開発に組み込むことで、新たな事業展開を目指す。



サービス別ビジネスの立ち位置

売上の多くを占める「eスポーツ大会運営」は成熟期に移行し安定成長を目指す。

上場時と比較して導入期・成長期の新規事業の種が増加。

導入期は成長期への育成を目的に検討を開始、成長期は人的投資の強化を行う。

導入期の事業が収益転嫁されるまで1～3年を見込む。



ゲーム・コミュニティ支援

プロゲーマーやゲーム配信者といった重要な“パートナー”が、より良い環境で活動できるサービスの開発を行う。パートナーの価値を向上することにより、ゲーム・eスポーツ業界全体の発展に寄与することを目指す。



ゲームクリエイター特化型MCNサービス
「OC GAMES」

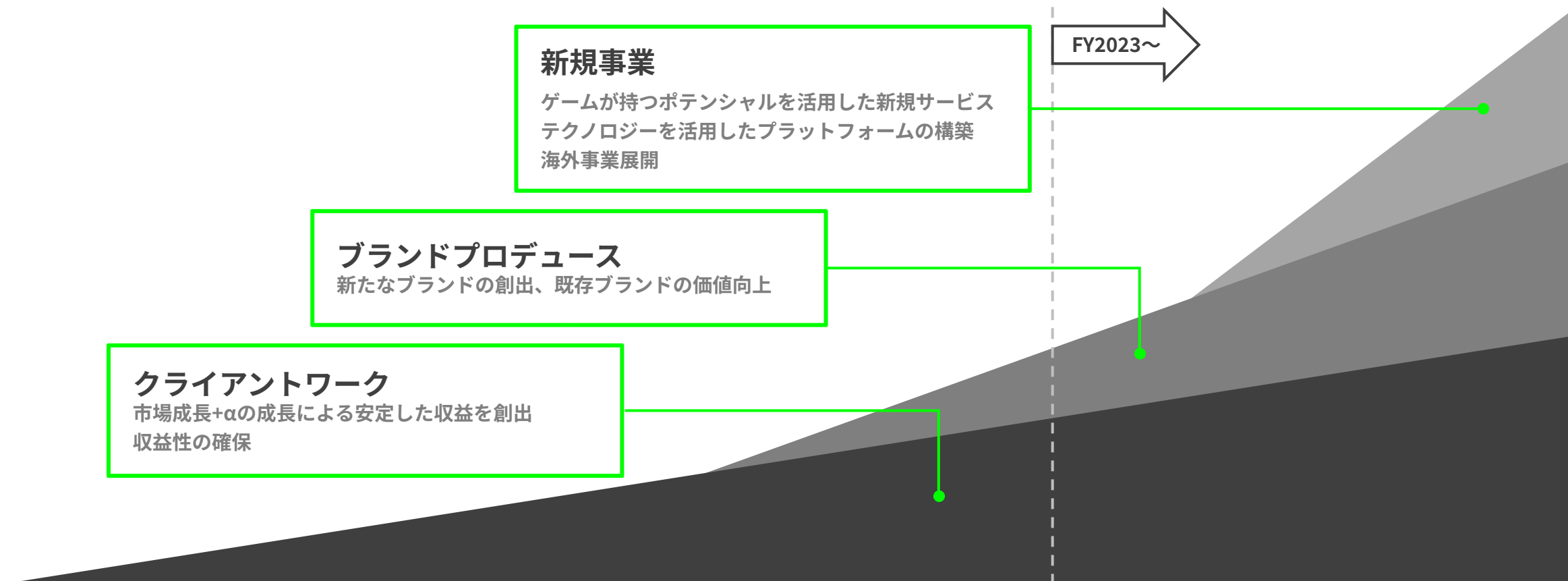


新たなパートナーとのサービスを開発中

新たなパートナーとのサービス開発により、
ゲーム・eスポーツ業界に新しい価値を提供

今後の展望について

クライアントワークで市場成長+ α の成長による安定した収益を基盤にしながら、ブランドプロデュースや新規事業での事業創出を目指す。



成長に資する取り組みの実施状況

組織体制の変更に合わせ、各サービスの新たな成長方針を策定。

既存事業の成長指標は収益性に統一し、売上高及び営業利益率の向上を目指す。

	成長方針	主な成長指標 (当社内での管理指標)	具体的な取り組み
クライアントワーク	ゲーム・eスポーツ市場でのドメイン拡大	収益性 (売上高及び営業利益率)	<ul style="list-style-type: none">コミュニティや各パートナーとの連携強化社内スキルの平準化による品質の向上営業体制の強化による、案件数・取引先数の拡大ゲーム会社向けのマーケティングリサーチサービスの開発
ブランドプロデュース	ゲーム・eスポーツに関わるブランドの創出	創出事業数 (中長期でフォロー)	<ul style="list-style-type: none">パートナーブランドとクライアントとの最適なマッチングによる付加価値向上自社ブランドの創出・強化eスポーツ×他領域のサービスの創出
新規事業	ノウハウを活かした新事業創出		<ul style="list-style-type: none">ゲームが持つポテンシャルを活用した新規サービス開発テクノロジーを活用したプラットフォームの構築海外事業展開

上場における調達資金の使途内訳

調達金額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。
2023年10月期では、採用強化による採用費の使用及び新規サービスへの投資を前倒しで実施。
2024年以降の使途予定内容に変更はなし。

単位：千円

使途内訳	調達金額	使途予定時期	
		2023年10月期 (想定額) 充当額	2024年10月期以降
採用費	30,000	(15,000) 19,000	11,000
借入金返済	80,000	(40,000) 40,000	40,000
新規サービスへの投資	86,080	(25,000) 31,000	55,080
合計	196,080	(85,000) 90,000	106,080

Index

- ① 会社概要
- ② カンパニーハイライト
- ③ 成長戦略
- ④ リスク情報

リスク情報

事業遂行上の重要なリスク

業界動向について

顕在化の可能性：中 / 発生頻度：大

当社グループが事業を展開する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年はオリンピックeスポーツウィークの開催や第19回アジア競技大会でメダル競技として実施されるなど、オリンピックでの採用も検討されており、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、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

法規制について

顕在化の可能性：中 / 発生頻度：中

当社グループが事業展開する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。
当社グループは、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、当社グループ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、当社グループの事業が制約を受ける場合には、当社グループ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、当社グループの強みである「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。

当社グループ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。

リスク情報

事業遂行上の重要なリスク

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

当社グループ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、当社グループ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。

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

当社グループが提供する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、当社グループ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、ブランドプロデュースを第2の収益の柱にすべく活動しております。
また、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。

当社グループの強みである「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。

本資料の取り扱いについて

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、当社グループ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、当社グループ以外の事項・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、当社グループ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。

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、2025年1月下旬を予定しております。