

2025年3月期 通期決算説明資料

事業計画及び成長可能性に関する事項

2025年5月14日



成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

前期成長戦略サマリー

成長戦略

施策／実績

国内事業の深掘り

従来のマンガ・アニメに加え、コミック原作の実写ドラマ化作品も取り入れた
独自性あるイベント展開を拡大。
大阪・天王寺にグッズ販売に特化した新店舗「マンガ展 天王寺」をオープンし、関西圏での販路を強化。
→イベント事業売上拡大(売上前年度比:23%増)

海外事業の拡大

現地有力パートナーとの連携により、中華圏(中国本土・香港・台湾)での催事展開を加速。
国内完結型だったアニメグッズ販売・イベント事業を、成長余地の大きい海外市場へ本格展開。
→海外事業売上拡大(売上前年度比:264%増)

新規事業の創出

トレーディングカード専門EC「トレオタ」を立ち上げ、収益多角化に向けた新たな基盤を構築。
「なんでも買取」機能を同時展開し、リユース商材領域をコミック以外へと拡大。
→既存のEC物流インフラ・業務運営ノウハウを最大限活用

「選択と集中」による成長基調への回帰

利益が出やすい体質への構造転換を図り、中長期的な事業拡大を目指した戦略的フォーカスを継続

現行売上で利益が出る水準まで損益分岐点を下げるべく、コスト構造の改善施策を継続して実施

選択

サービスの再編

- ・ 不採算事業の再編
- ・ 最適な人員配置を目指した人事組織の見直し

販管費の最適化

- ・ 各事業の収益に対する人員数の適正化
- ・ 費用対効果向上を目指した販促費用の見直し

実施施策

EC事業

- ・ 人件費+販促費の見直し

イベント事業

- ・ 名古屋店閉店（～2025年2月）
- ・ 旧台湾店閉店（～2025年2月）

集中

イベントサービスの 拡充

- ・ 人気作品のイベント/グッズ取扱の拡充
- ・ 収益性の高い店舗モデルを国内外へ展開

海外売上の拡大

- ・ 現地拠点、越境ECの更なる拡充
- ・ 海外パートナーとの協業による販売網の拡張

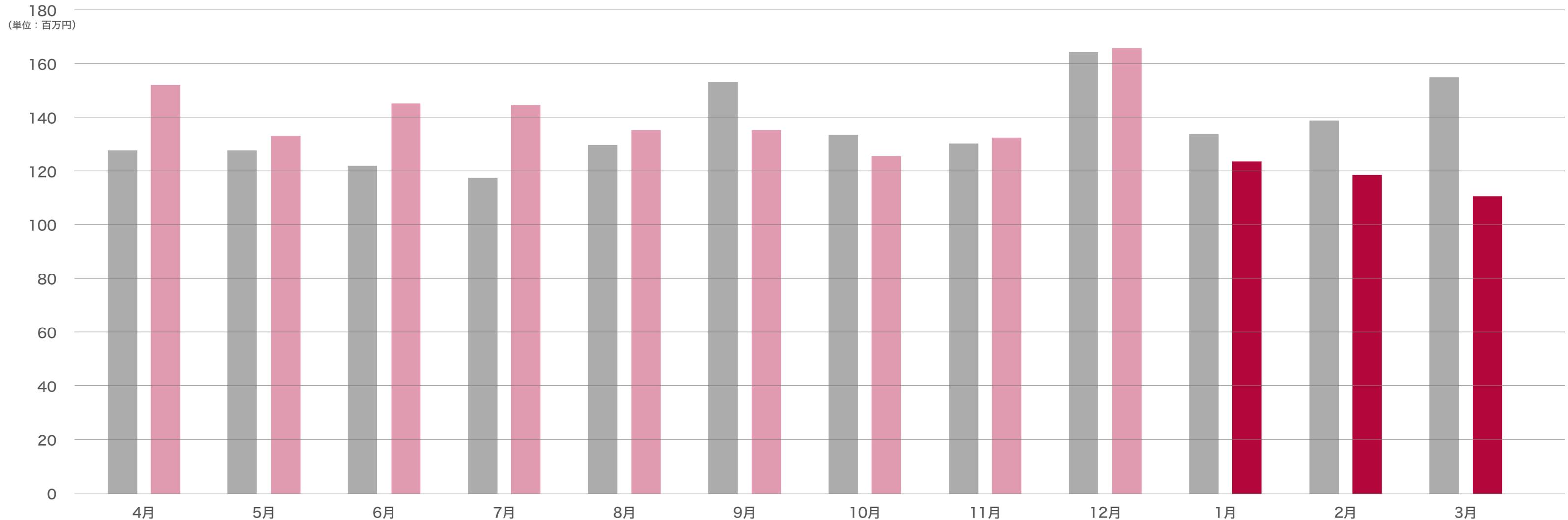
実施施策

- ・ 中国本土、香港、台湾パートナーとの協業開始（FY2025 Q2～）
- ・ 天王寺店開店（2025年2月～）
- ・ 新台湾店開店予定（2025年夏頃予定）

期初からのコスト削減施策が4Qで成果として顕在化

不採算事業の再編、人員体制・組織構造の見直し、販促費の適正化を含むコスト構造の改善施策を継続的に実施しており、第4四半期よりその効果が顕在化し始めています。

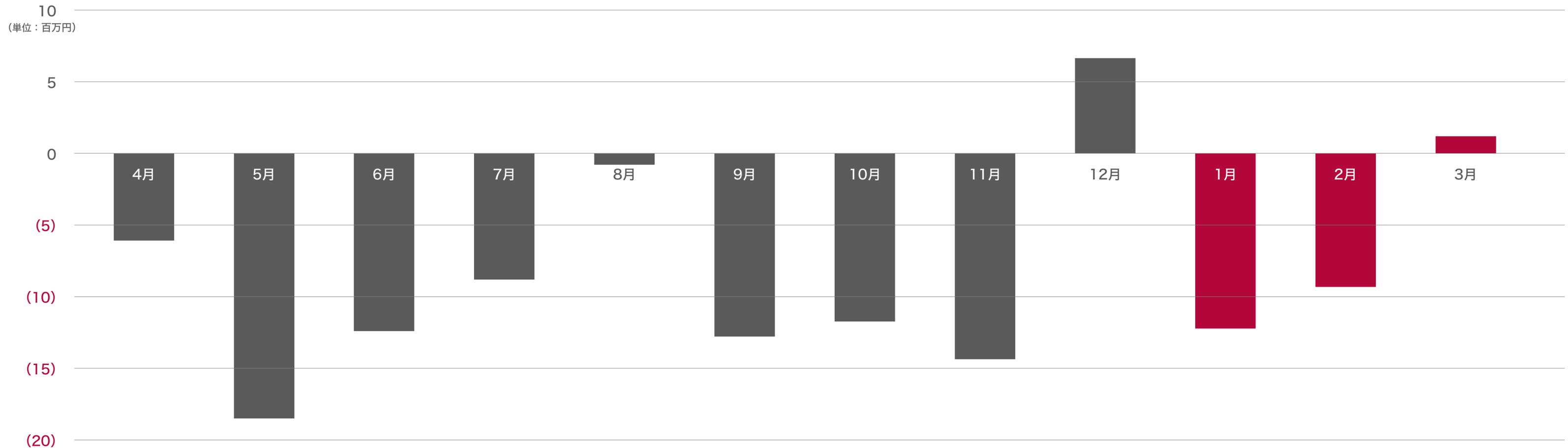
販管費 : FY24販管費 : FY25販管費



ECサービスにおけるコスト構造改革が進展

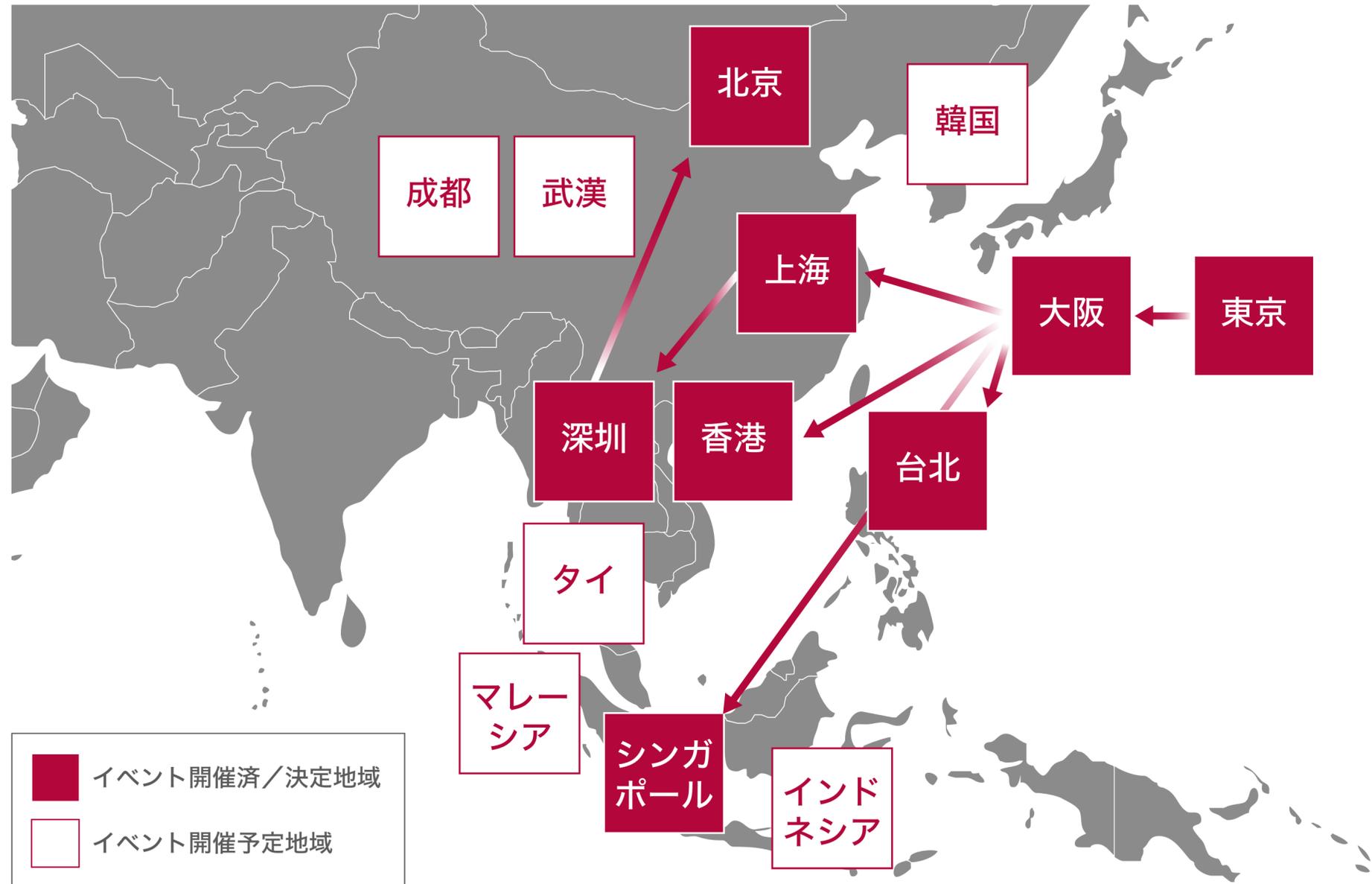
赤字傾向にあったECサービスにおいては、物流効率の見直し、人員配置の最適化、オペレーション体制の再構築など、積極的なコスト構造改革を推進しており、低売上水準においても継続的な黒字化が可能なコスト構造へと移行しつつあります。

ECサービス営業利益



当社独自イベントの海外巡回によるスケラブルな収益モデル

日本発の自社企画イベントをアジア主要都市へ巡回展開し、収益のスケラビリティを確保。
 現地ニーズに応じた商品・演出で再利用性を高め、高収益モデルとして横展開を加速。



上海でのコラボカフェ実施事例



©KOU YONEDA/TAIYOHTOSHO

グローバルパートナーシップによるアジア地域の販路拡大

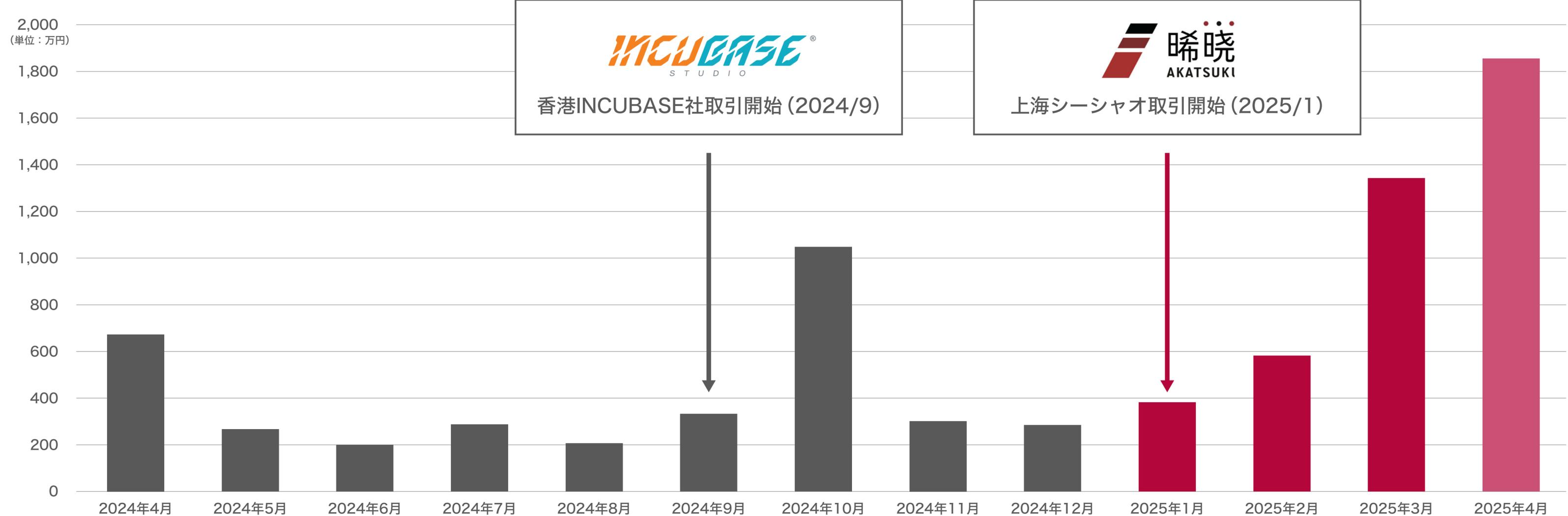
現地パートナーとの連携により、アジア主要都市でのコラボカフェ・物販事業を継続展開。当社が企画・製造を担い、現地での販売を委託するモデルによりスピードと利益率を両立。



単発的な売上案件依存から**持続的成長フェーズへの移行**

複数の安定的な海外取引先との取引を通じ、持続的な売上創出体制を構築。
 2025年以降は現地パートナーの獲得と展開地域の拡大により
 月次ベースでの収益積み上げが加速し、中長期的な成長軌道への移行が本格化。

海外事業売上



グロースパートナーズ社との事業提携及び資金調達による成長戦略の遂行



資本提携の概要

- ・無担保転換社債型新株予約権付社債 (3億円)
- ・新株予約権 (3億円)

業務提携の概要

- ・成長戦略における経営基盤強化と企業価値向上の推進
- ・同社の豊富な経営支援ノウハウとハンズオン型の伴走支援を活用し、戦略実行力を強化

今後の展望

- ・既存事業の選択と集中を図ると同時に、海外展開・新規事業・M&A戦略を推進
- ・調達資金を活用し、成長ドライバーである海外事業の拡大を加速
- ・財務面・戦略面双方からの支援により、EC事業の黒字体質への転換と持続的成長の実現

グロースパートナーズ について

成長企業に対する資本参加および経営支援を通じて、中長期的な企業価値の向上実績を有する戦略ファーム。戦略立案、財務・資本政策、M&A、組織改革、IR強化に至るまで、経営課題に対する総合的なハンズオン支援により上場企業を含む多数のパートナー企業との協業実績を有しています。

テイツー社との協業により国内事業の深化と新規領域への挑戦を推進

協業カテゴリー	進捗／実績
コミュニティ形成戦略	<p>TORICO企画イベントの協力店舗としてふるいち・古本市場店舗でマンガ展イベントを開催。 ふるいち店舗にて漫画全巻セットの販売を新たに開始し、販路と接点の拡充を図る</p>
商品戦略	<p>テイツー社から仕入れたホビー（フィギュア、トレーディングカード等）商材を「マンガ展 渋谷」を中心に販売開始。 店頭ラインナップの拡充と来店動機の多様化を促進。</p>
体験型ビジネス戦略	<p>コラボ店舗「ふるいち×マンガ展」を、2025年夏頃に台湾で开店予定。 アジア市場での展開拡大を見据えた越境型リテールモデルの第一弾として位置付ける。</p>
海外戦略	
EC戦略	<p>テイツー社「ふるいちオンライン」開発業務をTORICOが受託し、EC機能の強化と業務効率化を支援。 テイツー社よりトレカの仕入・販売ノウハウを受け、トレカ専門EC「トレオタ」を自社にてリリース。</p>



テイツー社とのコラボ店舗「ふるいち×マンガ展」を台湾にオープン

概要

2025年夏頃、台湾・西門町にテイツー社との共同店舗を初出店。
「ふるいち×マンガ展」として、ホビー商材とマンガ・アニメグッズを融合した新業態を展開。



目的

日本のカルチャーに対する高い関心を背景に、台湾市場での収益基盤の構築を目指す。
両社の商材・顧客基盤を活かし、相互送客・販路拡大によるシナジーを創出。

展望

第1号店の成果を踏まえ、台湾内および他アジア地域への多店舗展開を検討。
アジア市場における両社ブランドの認知向上とプレゼンス強化。



継続的に拡大するECと海外事業の成長による企業価値の向上

事業規模

1 自社既存事業によるオーガニックな成長

EC、イベントを中心とした既存事業においてこれまで培ったノウハウ、リソースを活かし持続的な成長を目指す

2 有力な同業他社との連携によるビジネス領域の拡大

戦略的なパートナーシップを通じた技術、ノウハウ、リソースの相互活用により成長の機会を追求する

3 M&Aによる新規領域、海外展開の本格化

サービスの多様化や市場拡大を目的としたM&Aにより国内外での競争優位性を向上させる

3

2

1

成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

2025年3月期 エグゼクティブサマリ

売上高

3,677百万円

前年同期比

△220百万円(△5.7%)

経常利益

△264百万円

前年同期比

△40百万円

- ・ イベントサービスは引き続き成長（前年同期比+23.0%）
- ・ ECサービスは紙コミック市場停滞の影響を受け減収（前年同期比△11.9%）
- ・ 将来の事業拡大に向けた投資（海外事業等）、物価高の影響により減益で着地

2025年3月期 連結決算サマリー [前期比]

イベントサービスは成長を継続するも紙コミックス市場の停滞により前期比減収
事業拡大に向けたコストの増加により経常利益も減益で着地

将来の収益見通しを踏まえ資産の回収可能性を再評価し、全社資産に関して保守的な観点から減損処理

(単位：百万円)	2024年3月期	2025年3月期	前期差	前期比
売上高	3,897	3,677	△220	△5.7%
EC*	3,415	3,007	△408	△11.9%
イベント	482	593	111	+23.0%
新規・海外	—	77	77	—
経常利益	△224	△264	△40	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△272	△445	△172	—

*コンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置づけておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め開示しております。

2025年3月期 連結決算概況 [予算比]

新規事業において**売上高が修正予算を上回ったものの**、**全社売上高は修正予算をわずかに下回る**
 将来の収益見通しを踏まえ資産の回収可能性を再評価し、全社資産に関して保守的な観点から減損処理

(単位：百万円)	2025年3月期 予算	2025年3月期 修正予算 ^{*2}	2025年3月期 実績	修正予算比 (当初予算比)
売上高	4,559	3,713	3,677	△1.0% (△19.3%)
EC ^{*1}	3,592	3,045	3,007	△1.3% (△16.2%)
イベント	677	598	593	△0.8% (△12.4%)
新規・海外	290	70	77	+10.0% (△73.4%)
経常利益	△83	△252	△264	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△85	△289	△445	—

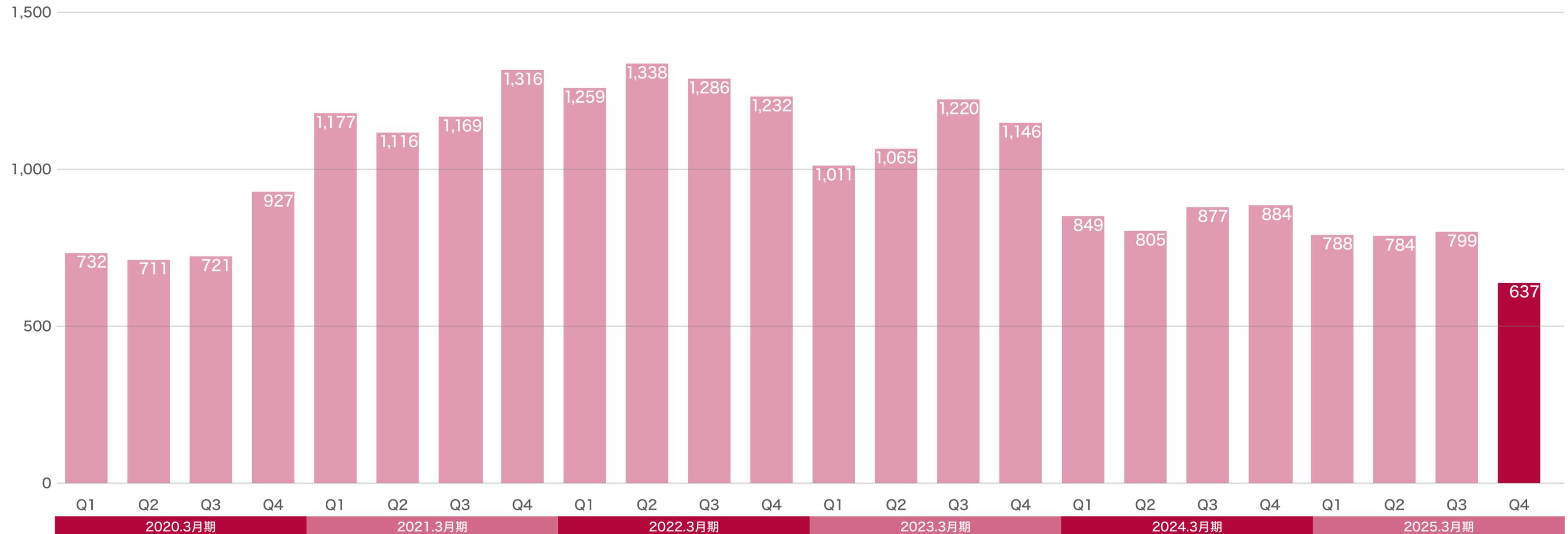
*1 コンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置づけておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め開示しております。

*2 2025年2月13日開示 2025年3月期 連結業績予想の修正に関するお知らせ

サービス別 売上高 [ECサービス]

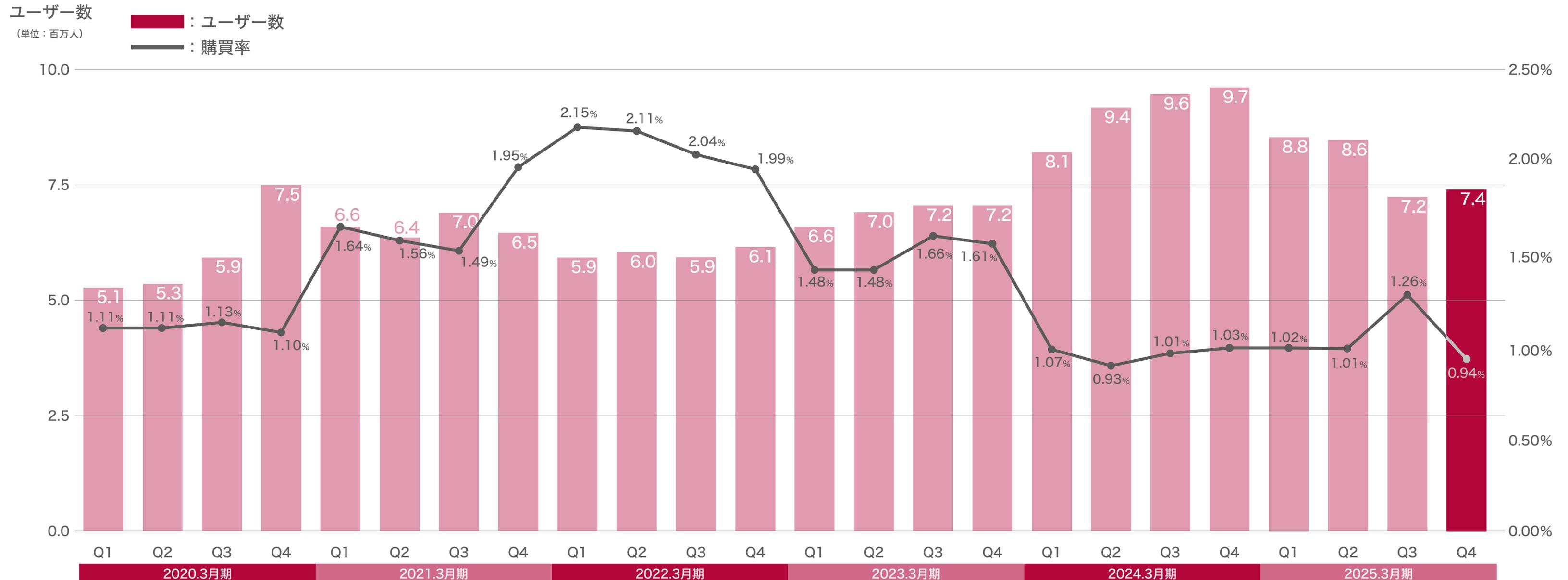
現況の市場規模を踏まえたコスト構造改革の推進に伴い、
売上拡大を重視した従来の営業指標から、継続的黑字化を目指す運営方針へ移行。

売上高
 (単位：百万円)



KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス/紙]

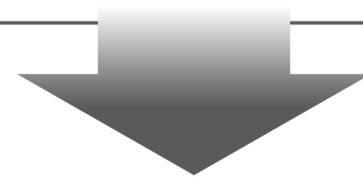
売上拡大を目的とした販促指標 (ポイント販促・送料無料) を大幅に見直し。
 販促費投下による売上獲得から取扱点数や供給在庫量にて他店との差別化を推進。



重要指標評価 [ECサービス/紙]

利用者数	購買率	購買単価
<p>740万人 QoQ +2.0%</p>	<p>0.94% QoQ -0.32pt</p>	<p>8,339円 QoQ +362円</p>

コスト構造改革の推進に伴い、価格施策・ポイント還元・送料無料対応を抑制、本来の強みであるコミック全巻セットにおける取扱商品点数および供給在庫量の優位性を活かした運営体制へと転換。利用者数の減少を想定していたものの、ロングテール商品群への流入の積み上げにより、利用者数水準を維持。



これまでのコロナ禍以降の推移と比較した相対的KPI基準からコスト構造改革基準での絶対的KPI基準へ2026年3月期より転換

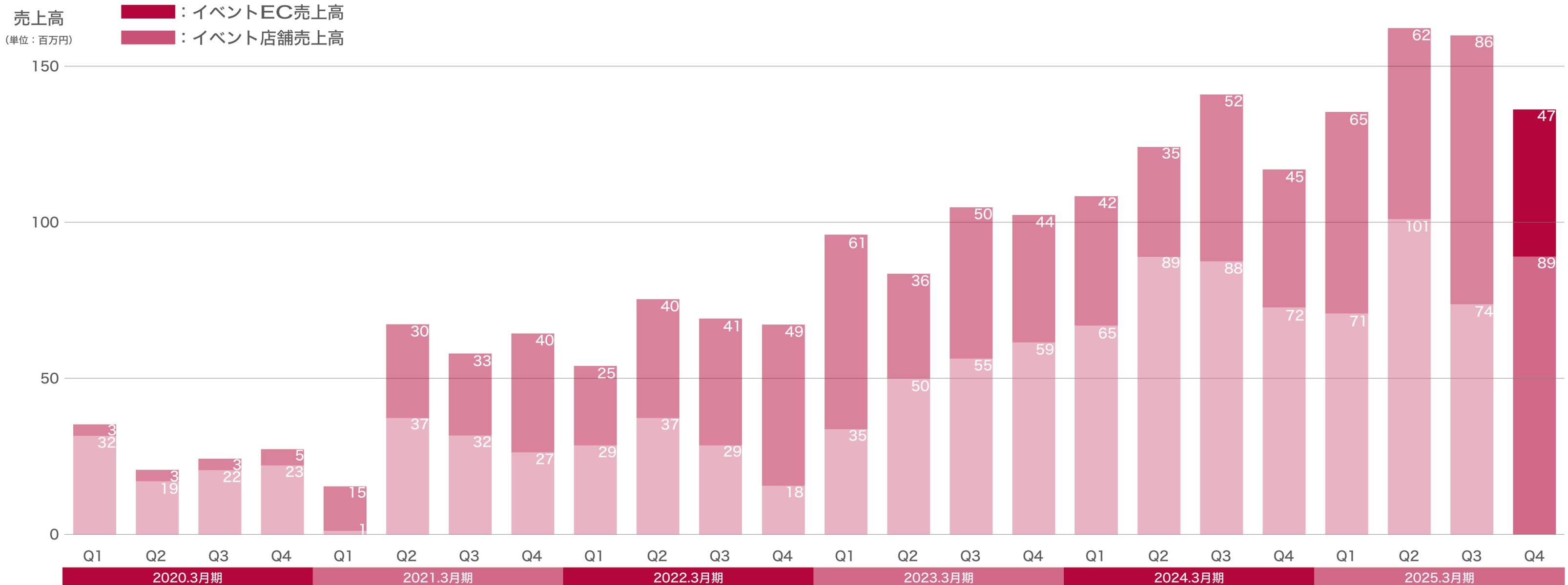
利用者数 710万人	購買率 1.0%	購買単価 8,500円
------------	----------	-------------

売上高販売促進費* 比率 5.5%未満

*広告宣伝費+購入時付与ポイント

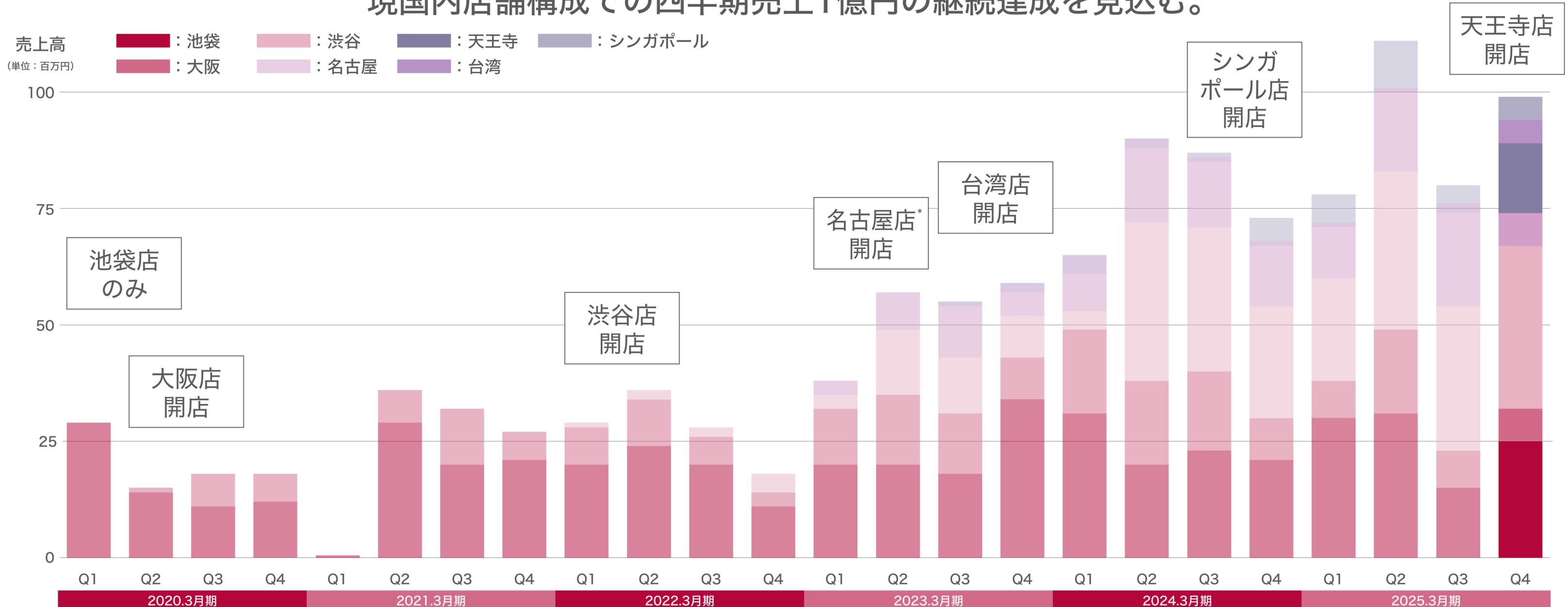
サービス別 売上高 [イベントサービス]

カフェ店舗は名古屋店閉店・天王寺店開店にて店舗売上水準底上げを目指す。
 イベントEC売上は前四半期の反動と次四半期の出荷準備期間で停滞。



店舗別 売上高 [イベントサービス]

売上堅調な渋谷店モデルの物販催事店舗として2025年2月に天王寺店を開店し始動。
現国内店舗構成での四半期売上1億円の継続達成を見込む。



*マンガ展 名古屋は2025年2月末で閉店

重要指標評価 [イベントサービス]

店舗

QoQ +20.5%
YoY +22.6%

【物販催事店舗】

天王寺店の開店により当社催事の注力IPである実写映像化物販催事が東阪継続開催が実現。

自社店舗の未出店都市、海外への催事展開を見込み、従来よりも長期間に渡りIP単位の収益化を実現を目指す。

【カフェ催事店舗】

名古屋店舗の閉店に伴い事業収支改善効果。
海外での巡回を前提としたIPでのコラボカフェ催事企画の立案・実施に注力。

EC

QoQ -46.0%
YoY +3.0%

四半期過去最高売上を達成した前四半期の反動もあり、想定より低い売上にとどまる。

継続催事展開を実施している実写映像化IPについて、積極的な出資再開により取扱いIP数の拡大とEC売上の継続的な成長を目指す

重要指標評価 [新規・海外]

商品開発・卸販売

テイツー社をはじめとする協業拡大寄与が期待される複数事業において、単独事業化を目指しサービス規模拡大フェーズ。

【トレカ販売】
オンラインオリジナルパックくじシステムの収益性改善を目的に自社システムへの切り替え(5月～)

【買取サービス】
テイツー社とのシナジーの高いオンライン買取サービスを開始。当社サービス内での露出により買取ならびに一般販売実績の積上げフェーズ。

【商品卸】
テイツー社店舗への商品卸を継続展開。四半期1,500万規模から取り扱い店舗増加による拡大を目指す。

海外

弊社日本国内実施催事の継続卸開催・巡回が実現。

中国・香港でのカフェ催事・ポップアップ催事の卸が実施され四半期3,000～5,000万規模且つ海外での巡回予定をスケジュールリング。中国内の複数都市、また台湾・タイなどのアジア地域への展開に向け、企画催事の積極的な営業活動に注力。

テイツー社との共同運営初店舗として台湾店の開店に向け始動(2025年夏頃)。

当社主催企画催事の巡回に加え、ホビー・TCGなどエンタメ商材の拡充店舗として現地での差別化を目指す。

販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

利益構造の改善により、オンラインショップ運営費・荷造運賃・支払手数料などの流動費が減少し、販管費全体としても前年同期比で減少。

(単位：百万円)	2024年3月期	2025年3月期	前期同期比
販管費	1,626	1,593	△2.0%
人件費 (報酬・給与・雑給・法定福利費)	531	532	+0.1%
オンラインショップ運営費	319	292	△8.4%
荷造運賃	194	182	△5.9%
支払手数料	124	115	△6.9%
地代家賃	112	121	+8.0%
サーバー費	40	40	+0.0%
販売促進費	36	21	△42.0%
その他	270	290	+7.4%

BS/CF 概況

自己資本比率は50%超を維持、今後の事業拡大に十分な運転資本を確保

(単位：百万円)	2024年3月期末 実績	2025年3月2Q 実績	2025年3月期 実績	前期末比増減額	備考
流動資産	1,593	1,658	1,408	△185	
現金及び預金	606	787	634	+29	
売掛金	294	200	207	△87	売上減少
商品	589	607	512	△77	在庫減少
固定資産	260	261	65	△195	減損損失による減少
総資産	1,853	1,919	1,473	△380	
負債	957	843	667	△290	
買掛金	285	232	199	△86	仕入減少
有利子負債	416	362	259	△157	銀行借入返済による減少
純資産	896	1,076	805	△90	
自己資本比率	48.2%	56.0%	54.6%	+6.4pt	50%超
	2024年3月期	2025年3月期2Q 実績	2025年3月末期 実績	前期末比増減額	
営業キャッシュフロー	△187	△57	△140	+47	
投資キャッシュフロー	△136	△25	△26	△110	
財務キャッシュフロー	△134	263	195	+329	第三者割当増資、SO行使による
現金及び現金同等物	606	787	634	+29	

成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

2026年3月期連結業績予想

イベント（国内）：常設自社店舗に加え、ポップアップ店舗を各地で展開し売上増加
 イベント（海外）：当社独自イベントを、海外パートナーとの連携を通じて展開地域・販路の拡大へ
 EC：市場の停滞を受けた減収見込みに対する、コスト構造見直しによる収益性改善の推進

(単位：百万円)	2025年3月期実績	2026年3月期予想 (2024年5月公表)	2026年3月期予想	前期比	主な要因
売上高	3,677	5,141	3,750	+2.0% (△27.0%)	減収 EC 利益確保優先方針として意図的に損益分岐点を下げる
EC*	3,007	3,665	2,723	△9.4% (△25.7%)	
イベント	593	788	695	+17.2% (△11.8%)	増収 イベント 常設店舗で開催した催事をポップアップで地方開催及びEC取扱IPの拡大により売上増加 新規・海外 テイツー社との共同運営店舗の開店、当社独自イベントを海外に巡回させて売上増加
新規・海外	77	687	332	+331.2% (△51.6%)	
売上総利益	1,333	1,970	1,477	+9.7% (△25.0%)	増収 EC ・売上に見合った組織への再構築 ・ポイント付与・送料無料ライン等のポイント販促見直しを 市場停滞の中で損益分岐点を下げ利益確保 イベント・海外 ・収益性の高い店舗モデルへの入替え完了 ・国内で既に開催したイベントパッケージを海外巡回することにより、最低限のコストでの運営を予定
営業利益	△260	60	△5	—	
経常利益	△264	62	△15	—	
経常利益率 (%)	—	—	—	—	
当期純利益	△445	34	△22	—	

*コンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置づけておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め開示しております。

減損実施による財務健全化と継続的黑字体質回帰への下地形成

将来の収益見通しを踏まえ全社資産の回収可能性を再評価し、保守的な観点から減損処理を実施。
財務の健全化と今後の成長投資に向けた体制強化を図りました。

内訳	FY2025 Q4	内容
有形固定資産関連	54	<ul style="list-style-type: none"> 建物附属設備 器具備品 車両運搬具 一括償却資産
無形固定資産関連	68	<ul style="list-style-type: none"> 無形固定資産 商標権 ソフトウェア
その他資産・債務	19	<ul style="list-style-type: none"> 資産除去債務 譲渡制限株式報酬 長期前払費用
合計	145	

グロースパートナーズ株式会社との協業

2025年4月25日付で業務資本提携契約を締結、同社が運営するファンドに対して第三者割当の方法により新株予約権及び転換社債型新株予約権付社債の発行を決議。同社との業務資本提携により、資金調達とハンズオン支援を受けることで、当社の成長戦略を加速させ、競争力を一層強化予定。2031年3月期までの中長期での協業を通じて、持続可能な成長を実現し、株主価値の向上を目指します。



会社名 グロースパートナーズ株式会社

設立 2022年7月 (2023年10月ファンド事業開始)

所在地 東京都目黒区自由が丘2-16-12 RJ3

代表者 古川 徳厚

事業内容 投資・ハンズオン支援事業

サービスを提供するファンド

- ・GP上場企業出資投資事業有限責任組合 (38億円)
- ・GPバイアウト/P/O/M投資事業有限責任組合 (24億円)

グロースパートナーズ株式会社との協業概要①

資金調達

〈転換社債型新株予約権付社債〉+〈新株予約権〉により約6億円を調達

 G R O W T H
P A R T N E R S

×

 T O R I C O

資金使途① | 成長事業である海外事業推進 (アジア市場への本格展開) に向けた戦略投資

中国本土・香港・台湾などアジア主要地域の市場拡大を成長戦略の柱とし、IPコンテンツ活用と現地パートナーとの連携を強化しています。2026年以降、現地拠点設立や直営店舗展開、製造体制強化に約300百万円を投資し、体験型IPビジネスのブランド価値を高めます。

これによりアジア市場での競争優位を確立し、海外収益比率の拡大と企業価値向上を目指します。

資金使途② | 企業価値向上・非連続的な成長を目指した戦略的M&A

既存事業と高い親和性を持ち、中長期的成長戦略に沿った積極的なM&Aを検討しています。

対象はIPコンテンツ活用や越境EC、デジタルマーケティングなどの関連領域で、小規模な案件(100～150百万円)を想定しています。特に海外市場のスピーディな展開を重視し、専門性ある企業との統合で非連続的成長と企業価値向上を目指します。

グロースパートナーズ株式会社との協業概要②

ハンズオン支援

当社成長のための戦略策定、各種分析、M&Aに関わる情報提供、IR強化等、コンサルティングサービスより一歩進んだハンズオン型による業務支援。

テーマごとに弊社メンバー、グロースパートナーズ担当者、必要に応じて外部エキスパートで構成されたプロジェクトを立上げ、月2回～週2回での定例会実施及び成果物作成を含めた支援を頂きます。


**GROWTH
PARTNERS**

×


TORICO

成長戦略策定

- ・既存事業の収益性改善に向けた現状分析・施策提案
- ・KPIの見直し・目標設定
- ・取引先×費目別のコスト分析・改善提案

オペレーション改善

- ・業務オペレーション診断の実施
- ・業務フローの見直しによる効率化
- ・ITツール導入による自動化提案

IR (株価向上) 施策

- ・ターゲットの特定とエクイティーストーリーの策定
- ・開示資料の策定・ブラッシュアップ
- ・投資家候補の紹介

M&A支援

- ・既存事業の成長加速に向けたM&A戦略の策定支援
- ・GPネットワークを活用したM&A候補案件の紹介
- ・提携先紹介によるアライアンス支援

中期経営計画の見直しについて

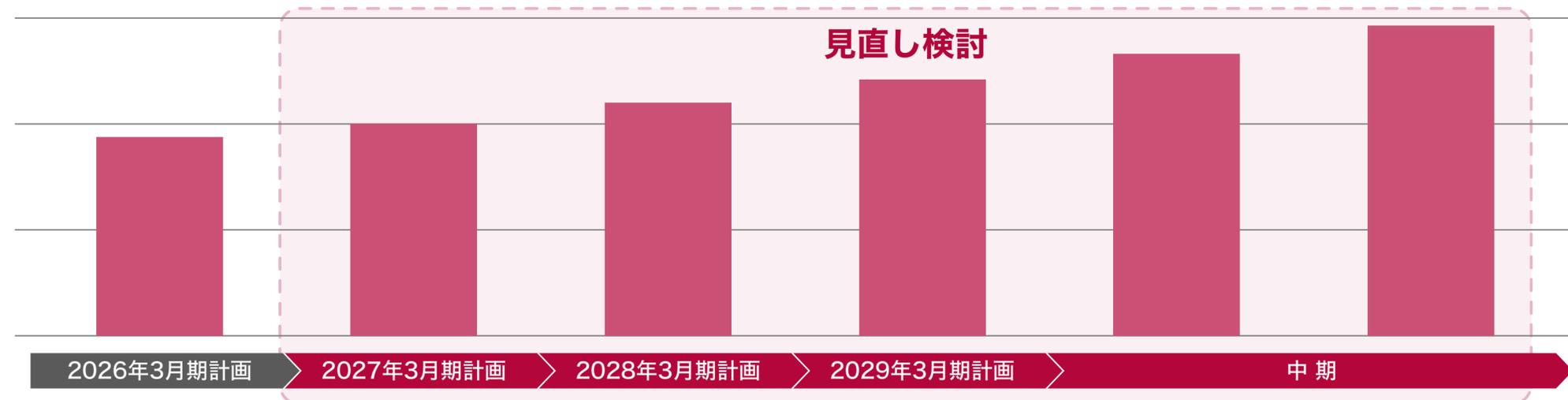
現在、当社は事業環境の変化を踏まえ、中期経営計画の見直しを進めております。
新たな方針は内容が固まり次第、速やかに開示いたします。

見直しの背景

- コロナ禍収束後の想定以上のコミック市場停滞による、主力であるEC事業の成長戦略の抜本的見直し
- 持続的成長が見込まれるイベント事業および海外展開への経営資源の戦略的集中
- グロースパートナーズ社との資本業務提携による成長戦略・経営改革の再構築の推進



前期からの取り組みにより収益性の改善と早期黒字化を推進。既存事業の深化に加え、パートナー連携およびM&Aによる成長基盤の多層化を図ることで、持続的な事業拡張を実現し、企業価値の最大化を目指す。



成長戦略

業績ハイライト（2025年3月期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

会社概要

会社名

株式会社 TORICO

設立

2005年

国内店舗数

4 店舗^{*3}

VISION

世界を**虜**にする

従業員数

182名^{*1}

海外店舗数

1 店舗^{*3}

MISSION

世界に“**楽しみ**”を増やす

売上高

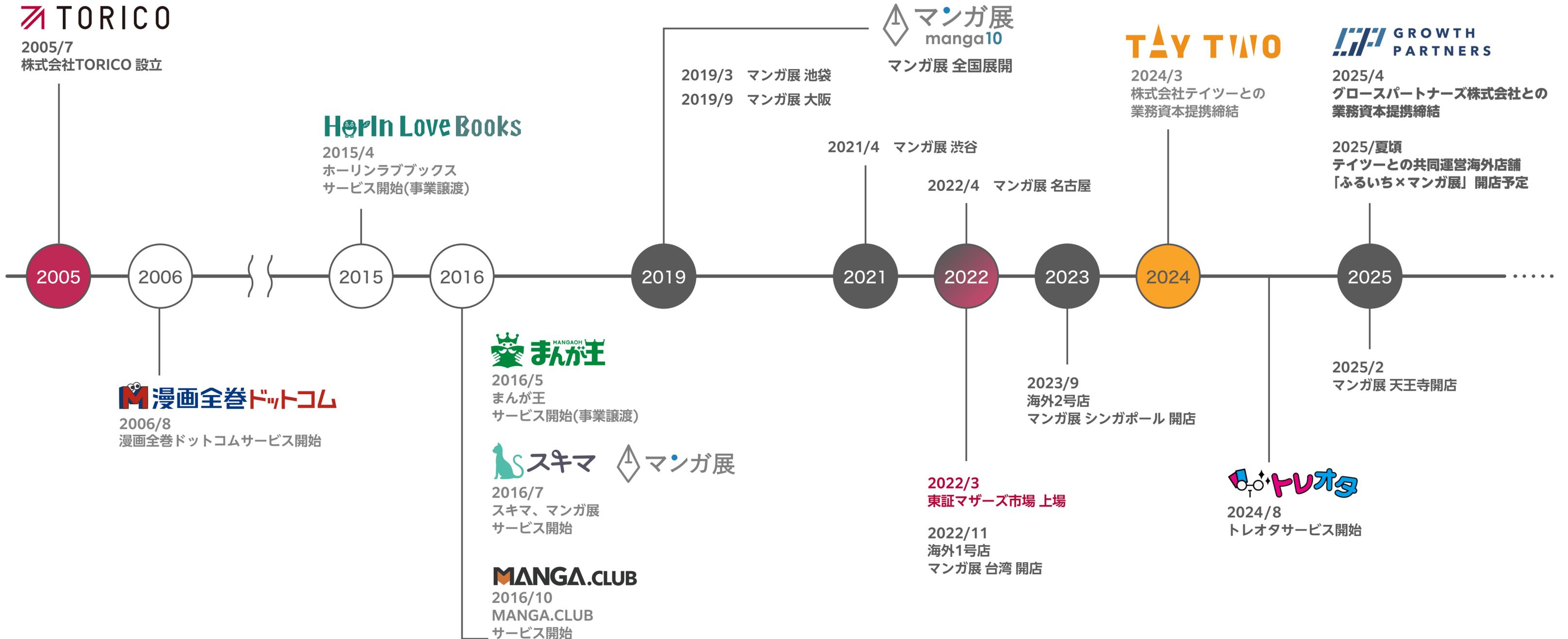
37億円^{*2}

海外拠点数

2 拠点^{*3}

*1 契約社員、アルバイト等の臨時雇用者を含む *2 2025年3月期売上高 *3 2025年3月末時点

沿革



サービス概要

サービス領域	主なサービス	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 コミックの嗜好に合わせた特化型 EC サイト
	 	デジタル(国内) デジタル(海外)	45,000 冊以上の電子コミックを無料配信 英語版コミックを世界中に配信
		トレーディングカード	中古/新品トレーディングカードに特化したECサイト オリパガチャ「トレオタガチャ」を展開
イベント	 東京(池袋・渋谷) 大阪(大阪・天王寺) 台湾・シンガポール	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

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含めて開示しております。

ECサービス概要

M 漫画全巻ドットコム

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

男女比^{*1}

男性：58%	女性：42%
会員数	528,903 (2025年3月末時点)
MAU ^{*2}	222,422 (2025年3月)
平均購入単価	8,966円 (2025年3月)



出版社とのリレーションを活かした当社限定ノベルティ



進撃の巨人 ©諫山創/講談社 ドラゴン桜2 ©三田紀房/cork ブルーピリオド ©山口つばさ/講談社

*1 2025/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性の概要>性別) *2 「Monthly Active Users」の略で1ヶ月に1回以上サービスにアクセスしたユーザーの数

デジタルサービス概要



概要

- 日本語の電子コミックを配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告 ②有料配信
- **Read to Earn** 閲覧によってポイントが貯まる機能を追加

男女比*

男性：57%	女性：43%
会員数	2,454,000 (2025年3月末時点)
MAU*	211,000 (2025年3月)
平均購入単価	4,033円 (2025年3月)
閲覧国数	145カ国/地域 (2025年3月期)

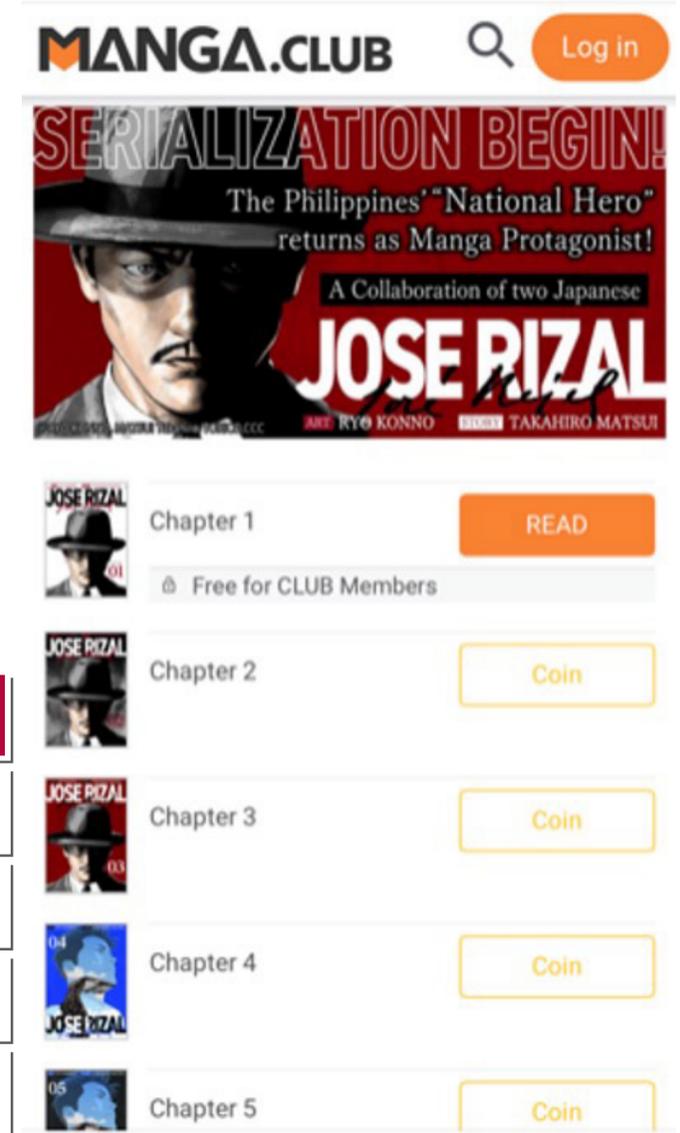


概要

- 英語版の電子コミックを世界中に配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告 ②有料配信

男女比*

男性：37%	女性：63%
会員数	915,100 (2025年3月末時点)
MAU*	106,000 (2025年3月)
平均購入単価	1,864円 (2025年3月)
閲覧国数	232カ国/地域 (2025年3月期)



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・ツー ©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

*2025/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

イベントサービス概要

マンガ展 manga10

店舗

国内 4 店舗、海外 1 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

男女比*

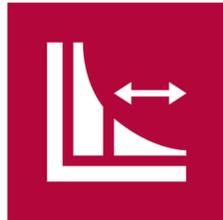
男性 : 30%	女性 : 70%
店舗平均顧客単価	3,865円 (2025年3月期)
EC平均顧客単価	7,431円 (2025年3月期)



©文乃ゆき/プランタン出版 ©青月まどか「熱愛プリンス お兄ちゃんはキミが好き」 宙出版 ©「マイストロベリーフィルム」製作委員会・MBS
 ©「25時、赤坂で」製作委員会 ©金城宗幸・ノ村優介・講談社/「ブルーロック」製作委員会 ©鯛野ニッケ/ソルマーレ編集部
 ©つるまいかだ/講談社 ©「天宮賜福」 嗶哩嗶哩漫画/墨香銅臭/晋江文学城/STARember

* 2025/3期にマンガ展サイトにアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

当社の強み



EC事業：ロングテール戦略による差別化



イベント事業：差別化されたイベント企画と海外展開

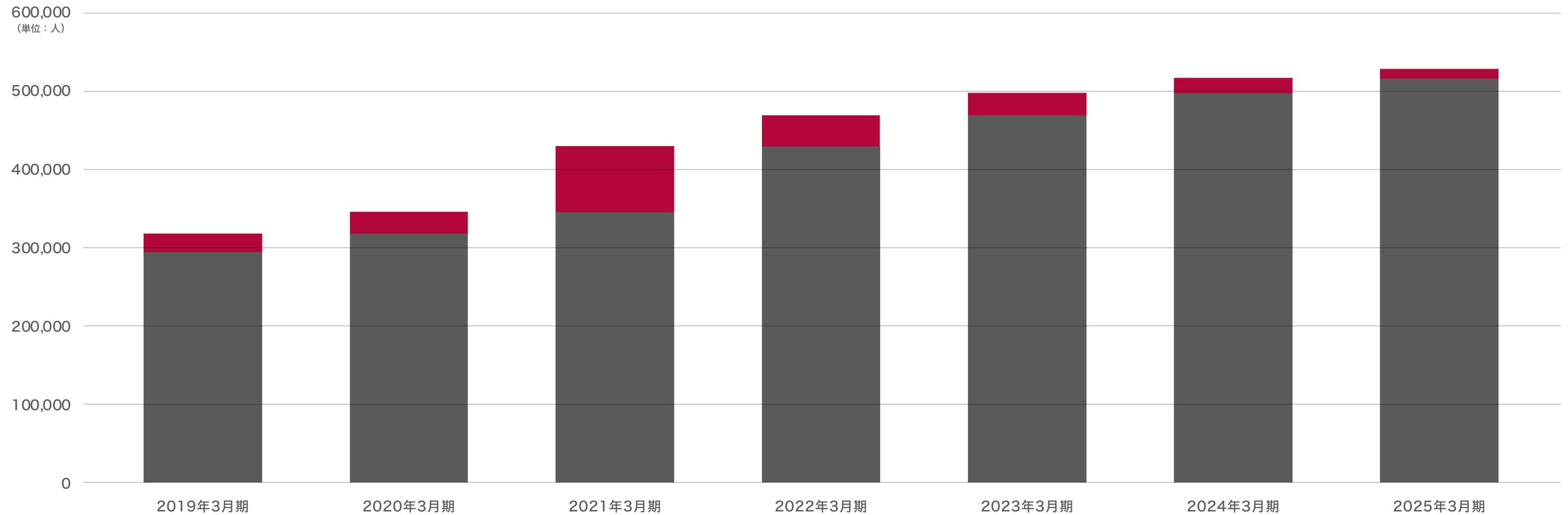
漫画全巻需要の堅調な拡大

会員増加率 (CAGR)

8.6%

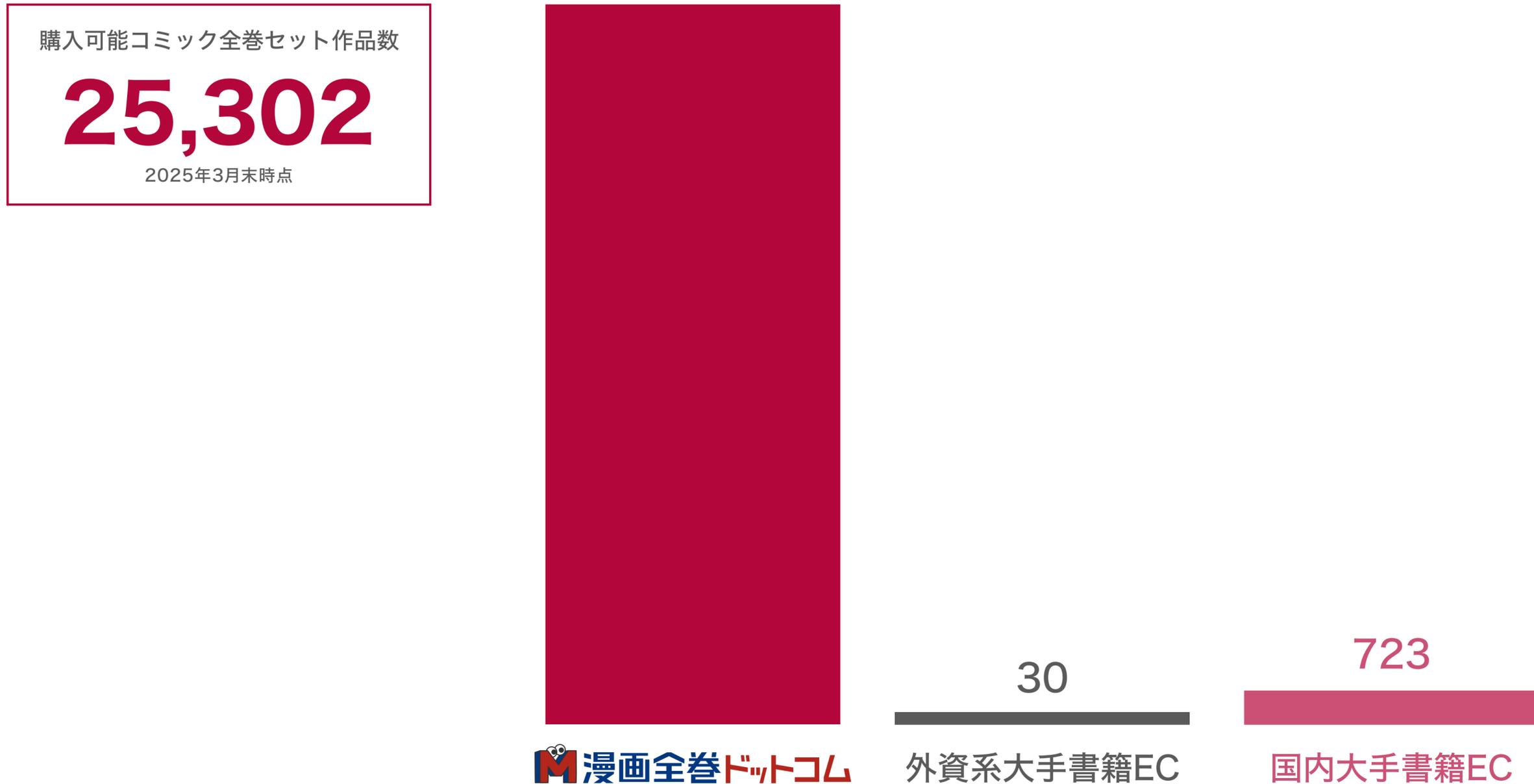
2019年3月期-2025年3月期

会員数* ■: 既存会員 ■: 新規会員



* 会員登録後、実際に購入を行なったユーザー数

コミック全巻セットの品揃えによる差別化



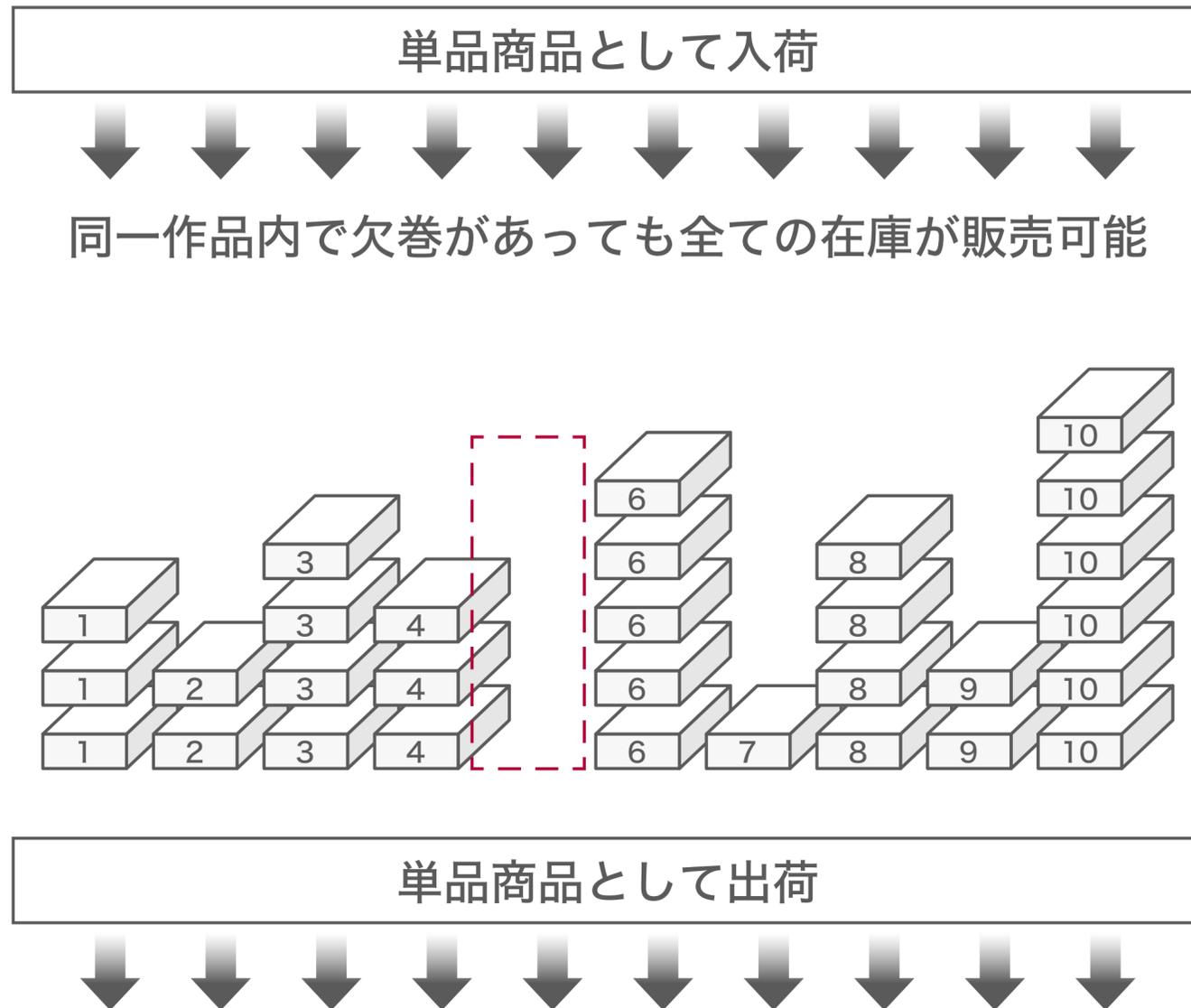
購入可能コミック全巻セット数を下記方法にて抽出

- ・外資系大手書籍EC：「本」カテゴリー>コミック・ラノベ・BL>まとめ買い・セット本ストア>コンディション「新品」>明日までにお届け
- ・国内大手書籍EC：「全巻セット」で検索>ジャンル「コミックセット」>注文可能

一般的なECとは異なる「セット化」に特化した倉庫運用

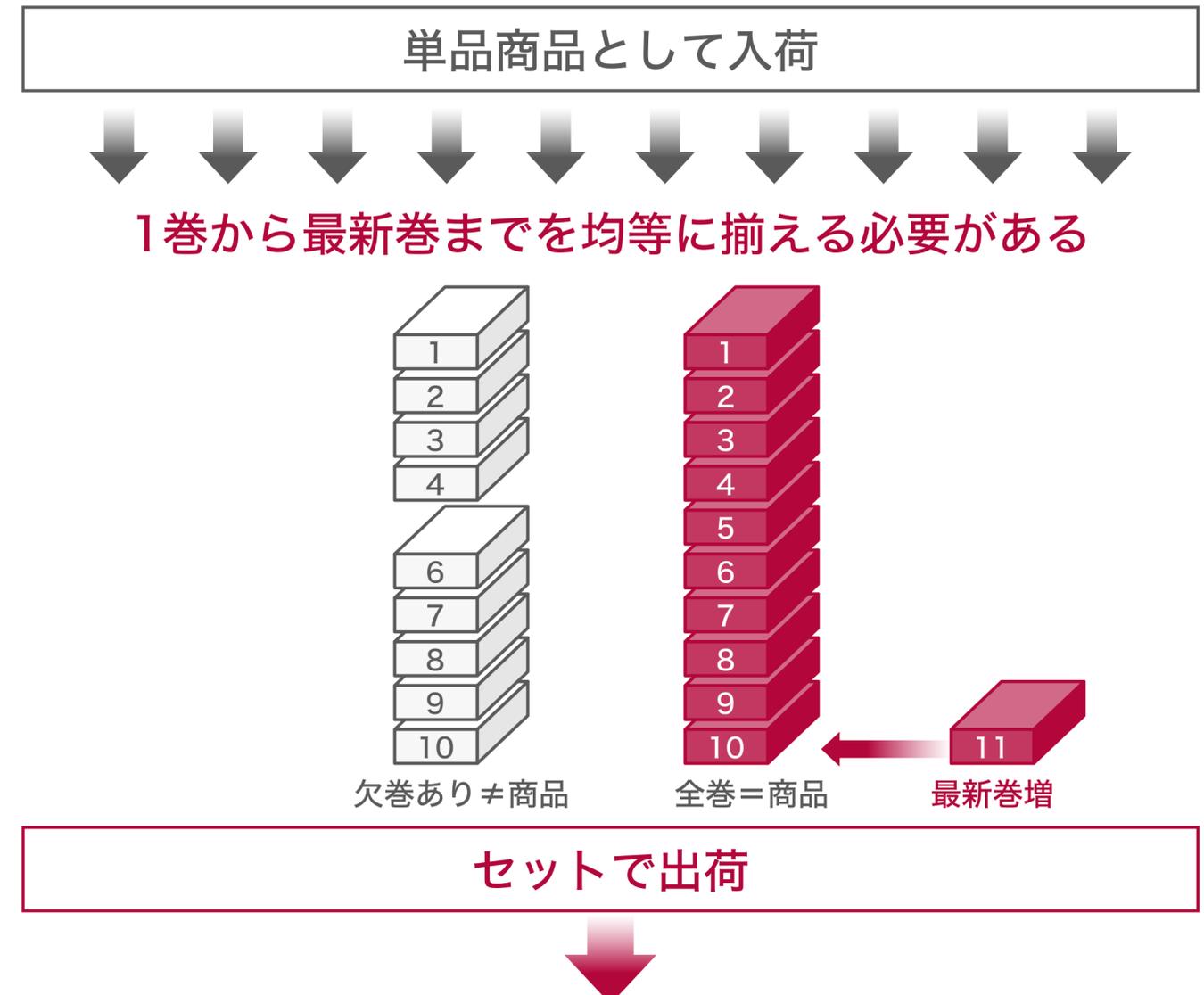
一般EC

「単品商品を単品として販売」を最適化



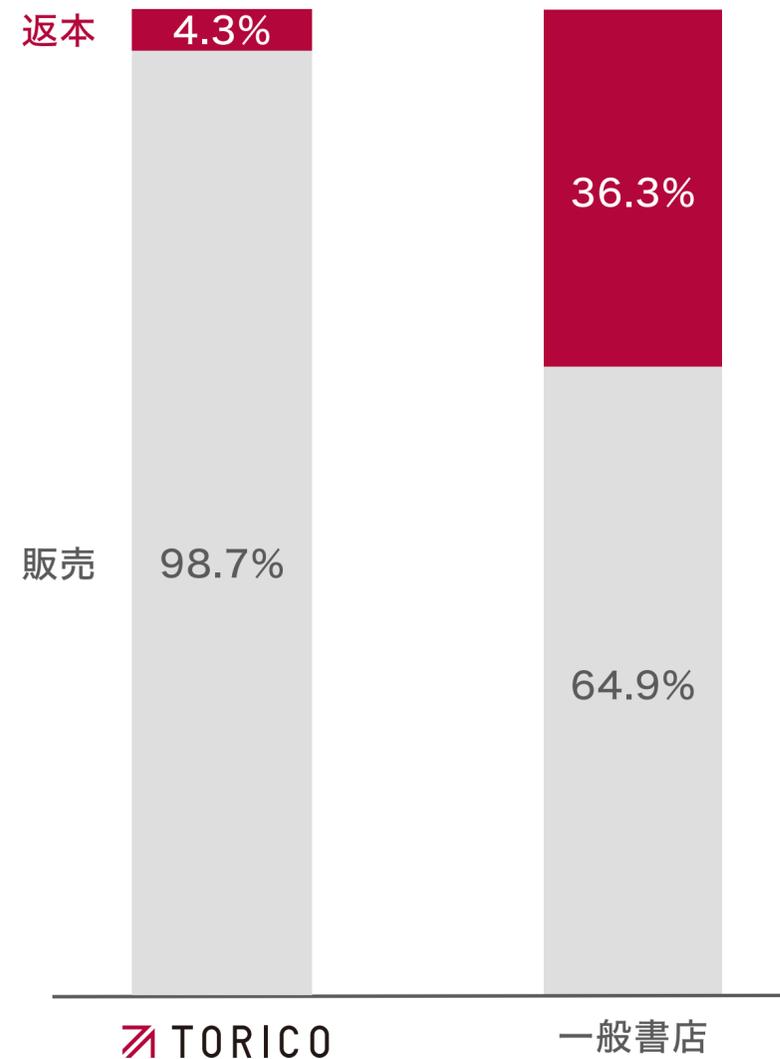
「個別」「セット」の共存は非効率

M漫画全巻ドットコム 「単品商品をセット化して販売」を最適化



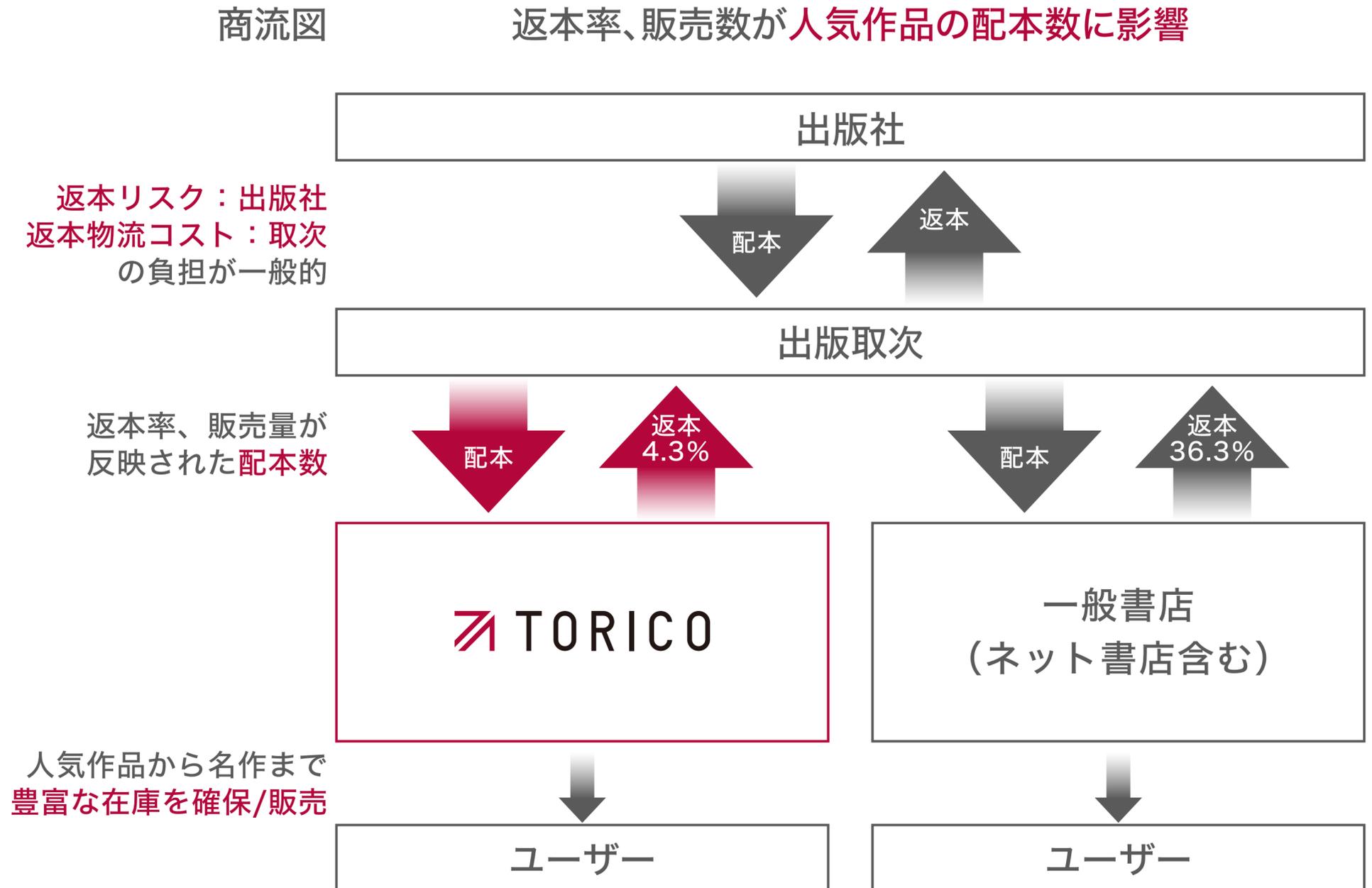
低返本率による豊富な品揃えの実現

返本率* 当社返本率は一般書店の1/8以下



商流図

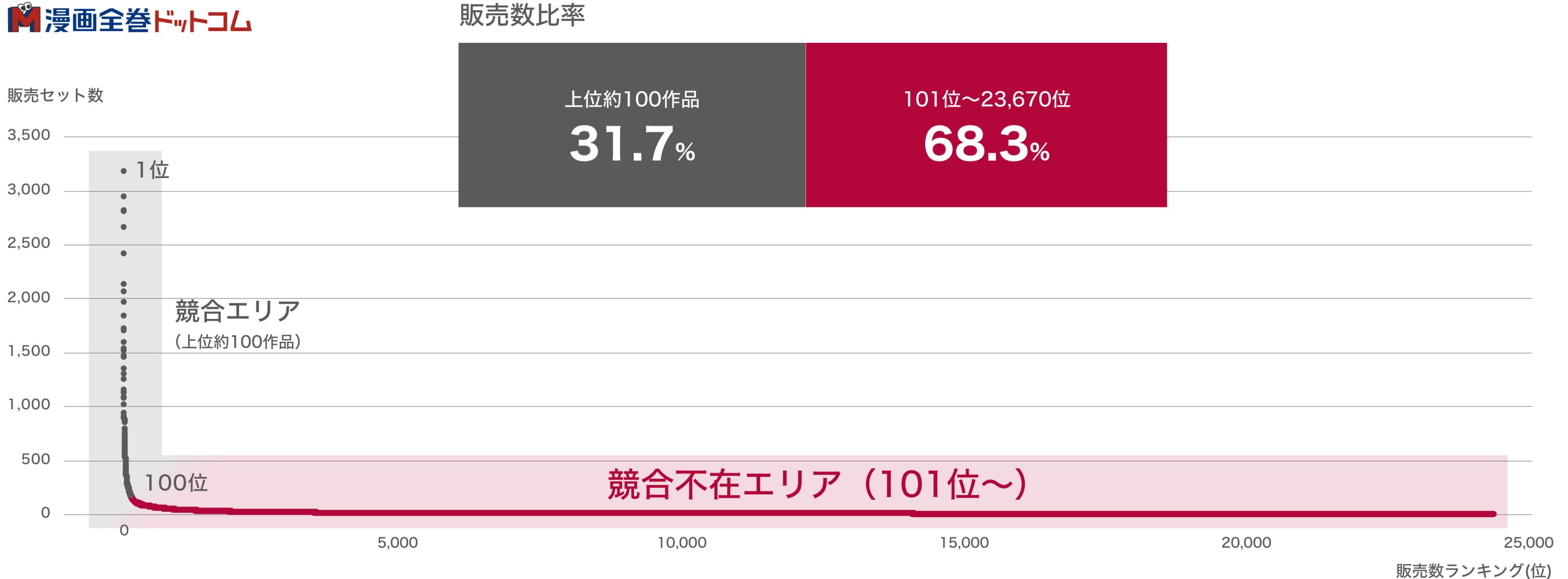
返本率、販売数が人気作品の配本数に影響



* 当社返本率：2023年3月期当社実績
一般書店返本率：日本出版販売株式会社 2022年度 上半期決算報告

ロングテール戦略により増え続ける競合不在エリアを深耕

販売数散布図*



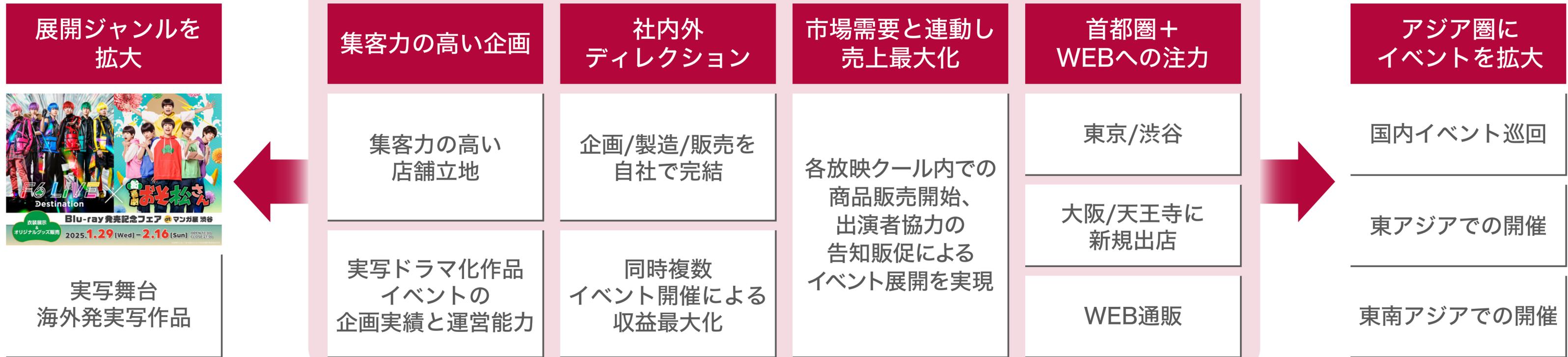
*2025/3期の販売された商品を販売セット数と販売数ランキングで分布

差別化されたイベント企画と海外展開

コミック原作×実写ドラマ化作品を中心に独自性のあるイベントの実施拡大



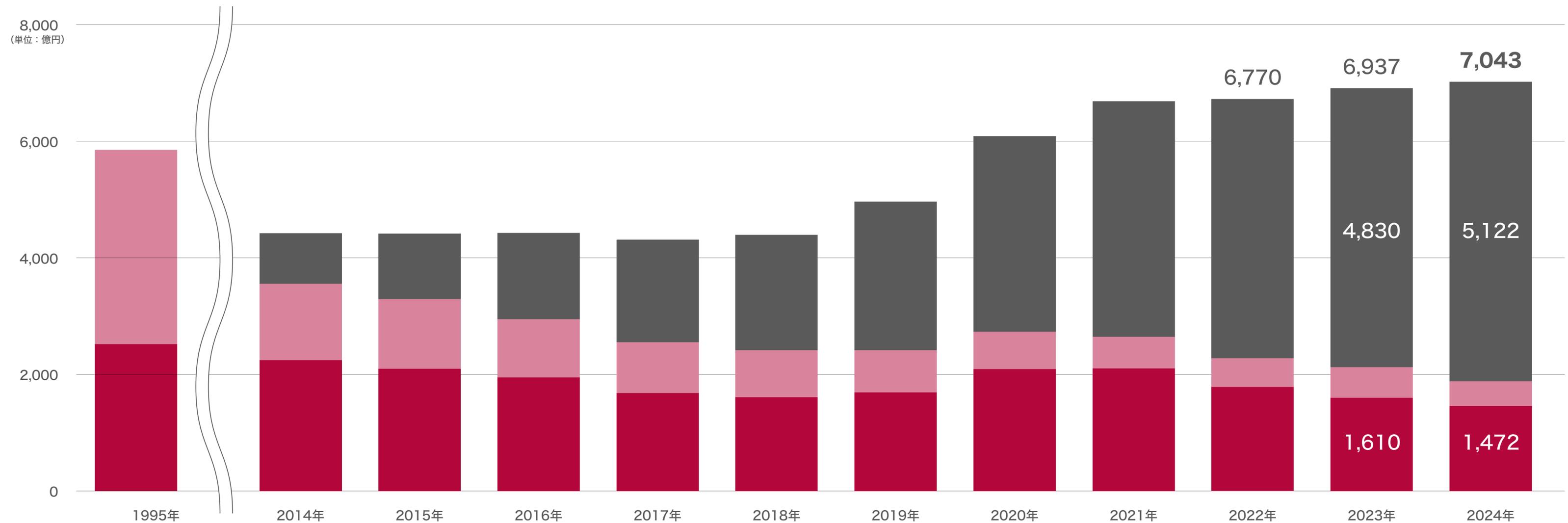
強み・差別化



©「タカラのびいどろ」製作委員会 ©「彩香ちゃんは弘子先輩に恋してる」製作委員会・MBS ©「三ツ矢先生の計画的な餌付け。」製作委員会・MBS ©「ひだまりが聴こえる」製作委員会 ©「I Hear the Sunspot」Film Partners ©「未成年」製作委員会 ©「初めましてこんにちは、離婚してください」製作委員会・MBS ©赤塚不二夫/「おそ松さん」on STAGE製作委員会2024

コミック市場は7,043億円(前年比1.5%増)と統計依頼初めて7,000億円を突破。
 電子コミックはついに5,000億円規模に到達。
 一方で紙コミックスは1,472億円(前年比8.6%減)と3年連続のマイナスに。

コミック市場規模(全体) ■：電子コミック ■：紙コミックス誌 ■：紙コミックス



コミック推定販売金額推移 (出典：出版科学研究所 出版指標 2025年 春号) を元に当社がデータ作成

世界的にポテンシャルの高いキャラクター市場への挑戦

世界キャラクター物販市場^{*3}

24.5兆円

国内キャラクター物販市場^{*2}

2兆7,464億円

国内コミック
市場^{*1}

7,043億円

*1：出版科学研究所調べ（2025年） *2：矢野経済研究所「キャラクタービジネスに関する調査（2024年）」 *3：Global Licensed Entertainment and Character Merchandise Market Research Report 2025

直近発表の株主還元策について

株主優待の実施（2024年12月適時開示）

主旨

- 株主の皆様の日頃のご支援への感謝
- 当社サービスに対してご理解を深めていただくきっかけ作り

内容

- 対象者：2025年3月31日付の株主様（1単元以上保有）
- 優待内容：「漫画全巻ドットコム」で利用可能な優待ポイント券（1,000ポイント）を贈呈
- ポイント贈呈時期：2025年6月上旬に発送予定



今後のお知らせ

- 優待ポイント券のご利用方法の詳細については、贈呈前に当社WEBサイト「IR投資家情報」ページ内に掲載予定

主要な事業リスクと対応策①

事業等の主要なリスク	発生可能性	時期	影響度	リスクへの対応策
<p>● 特定事業への依存について 当社は、主力サービスであるECサービス「漫画全巻ドットコム」の全体売上に占める比率が大きく、仕入、販売、出荷配送の商流運営において、多くの経営資源を集中させております。事業環境の変化等により、ECサービスが停滞又は縮小した場合、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>当社は、付帯する様々なマンガビジネスを展開しており、特定事業への依存を低減させようと努めております。 引き続き、イベントビジネス等、新たな柱となるサービスを育成し、収益構造の多様化を図って参ります。</p>
<p>● 個人情報の保護に関する法律について 当社は、サービス提供にあたり、取引先、コンテンツ利用者等の個人情報を取得する場合があります。外部からの不正アクセス、故意または過失等による情報漏洩に関するリスクは完全には排除できないことから、個人情報が流出する可能性があります。損害賠償の請求や信用低下等によって、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	中長期	大	<p>個人情報を適切に保護するため、Pマークを取得し、情報へのアクセス制限や不正侵入防止のためのシステム対応、プライバシーポリシー等の情報管理に関する規程の作成等、個人情報保護のための諸施策を講じるとともに、個人情報の取得は必要最小限に留めるよう努めております。</p>
<p>● 青少年保護に関連する法令について 当社は「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」等の法令等の遵守に努めております。しかしながら、これらの法令が改正・解釈の変更または新たな法令の制定により、何らかの制約を受けることとなった場合、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	小	<p>当社のデジタルコミック配信サービスは「児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童の保護等に関する法律」及び各地方公共団体が制定する青少年健全育成条例等が規制対象とする事業に当たりませんが、当社ではコミックを配信する前に、東京都の青少年有害指定図書等における指定状況の確認、各プラットフォーム運営事業者の基準や当社の基準に照らし合わせ、表現の健全性を確保するように努めております。</p>

その他のリスクは有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。当社事業に関する主なリスクは今後も継続的に動向を注視し対応を行う方針です。

主要な事業リスクと対応策②

事業等の主要なリスク	発生可能性	時期	影響度	リスクへの対応策
<p>● システム障害について</p> <p>当社事業は、スマートフォンやPC、コンピュータ・システムを結ぶ通信ネットワークに依存しており、自然災害や事故（社内外の人的要因によるものを含む）等によって通信ネットワークが切断された場合には、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>当社のコンピュータ・システムは、適切なセキュリティ手段を講じて外部からの不正アクセスを回避するよう努めております。</p> <p>また、特定サービスの一時的なシステム障害による業績への影響を軽減すべく、収益構造の多様化を図ってまいります。</p>
<p>● 自社物流機能の運営について</p> <p>主力ビジネスであるECサービスにおいて、当社は自社で倉庫を持ち、商品の仕入れ納品から、受注後の出荷配送迄の、物流機能を有しておりますが、適切な在庫量の確保、安定した物流機能、十分な人材が確保できない事等が発生した場合には当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	長期	大	<p>倉庫拡張と設備メンテナンスの実施、適切な在庫予測による在庫量の安定化、労働環境の改善による離職率の低減等により、売上の拡大と季節的な需要に応じた倉庫、物流、人材の適正化を継続的に図ってまいります。</p>
<p>● 海外展開について</p> <p>当社は、今後の事業展開として、海外のマンガファンを対象にイベントビジネスを展開することを企図しております。しかし、海外におけるユーザーの嗜好や法令等が日本国内と異なり、必要な人材の確保を含め想定通りに事業展開できない場合には、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>海外ユーザーの嗜好については、当社サービスにおける既存海外ユーザーの動向分析に加え、現地での継続的な情報収集を行いながら、現地で受け入れられる商品サービスの開発に取り組んでまいります。また専門家の意見を参考にしながら各地域における法令遵守を前提とした事業展開を行なってまいります。</p>

その他のリスクは有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。当社事業に関する主なリスクは今後も継続的に動向を注視し対応を行う方針です。

SDGsへの取り組み

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。
2025年3月末時点で、女性社員比率は50.0%、女性管理職比率は50.0%です。

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。2025年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：1.21です。

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。2025年3月末時点で、正社員62名中20名（32.8%）が非正規雇用から正社員雇用に移行しています。

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、保証していません。

なお、本資料のアップデートは2026年5月に開示を行う予定です。

 TORICO