

2025年3月期 第1四半期決算説明資料

2024年8月13日



業績ハイライト（2025年3月期 第1四半期）

成長戦略

業績予想(2025年3月期)

Appendix

業績ハイライト（2025年3月期 第1四半期）

成長戦略

業績予想(2025年3月期)

Appendix

2025年3月期 第1四半期 エグゼクティブサマリ

売上高 936百万円**前年同期比** -19百万円(-2.0%)

- ・ イベントサービスは引き続き成長（前年同期比+26.2%）
- ・ 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-7.2%）

経常利益 -86百万円**前年同期比** -56百万円

売上減少、将来の事業拡大に向けた投資（人件費、地代家賃等）、
物価高の影響により減益で着地

2025年3月期 第1四半期 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逆風により前期比減収
将来の事業拡大に向けたコストの増加により当期純利益も減益で着地

(単位：百万円)	2024年3月期 1Q	2025年3月期 1Q	前期差	前期比
売上高	955	936	△19	△2.0%
EC*	848	787	△61	△7.2%
イベント	107	135	28	+26.2%
新規事業	—	13	13	—
経常利益	△30	△86	△56	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△35	△88	△53	—

*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、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

2025年3月期 第1四半期 連結決算サマリー [予算比]

イベントサービスは成長を継続も出荷遅延等により売上高が翌四半期にスライド、売上予算をわずかに下回る
ECサービスは前期より続いている紙コミックス市場の逆風により予算比減収
将来の事業拡大に向けたコストの増加により当期純利益も減益で着地

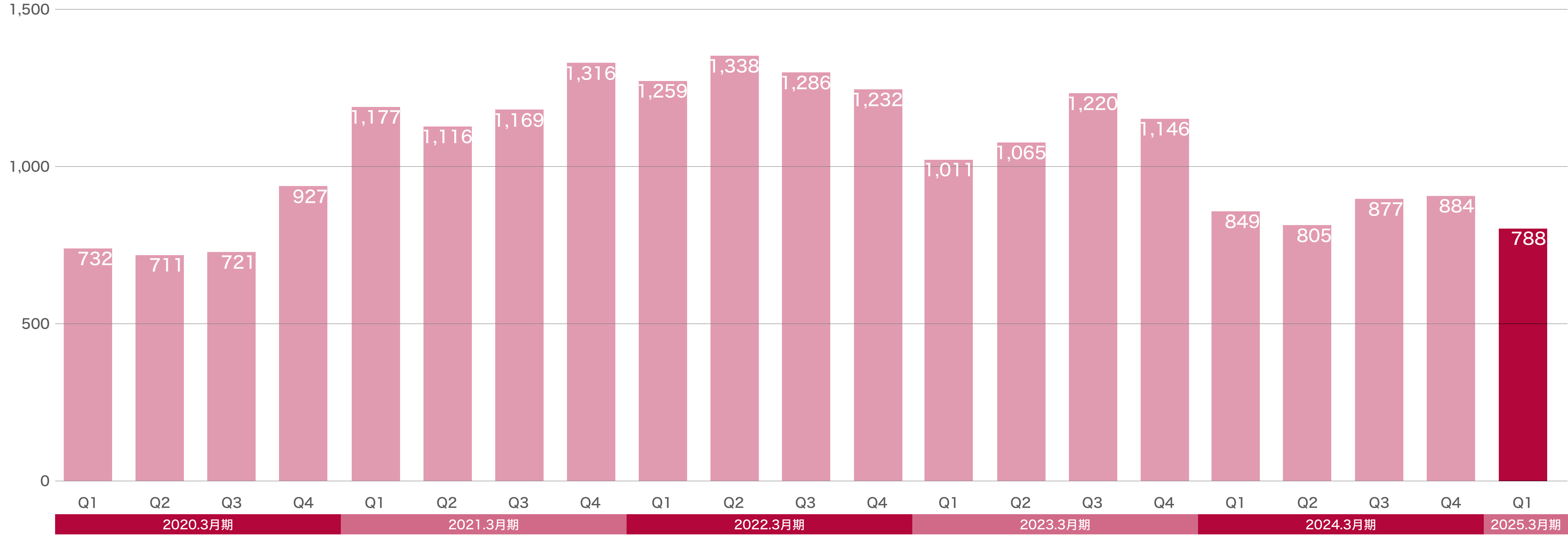
(単位：百万円)	2025年3月期 1Q 予算	2025年3月期 1Q	予算差	予算比
売上高	1,105	936	△169	△15.3%
EC*	938	787	△151	△16.1%
イベント	151	135	△16	△10.6%
新規事業	15	13	△2	△12.7%
経常利益	△45	△86	△41	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△45	△88	△43	—

*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、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

サービス別 売上高 [ECサービス]

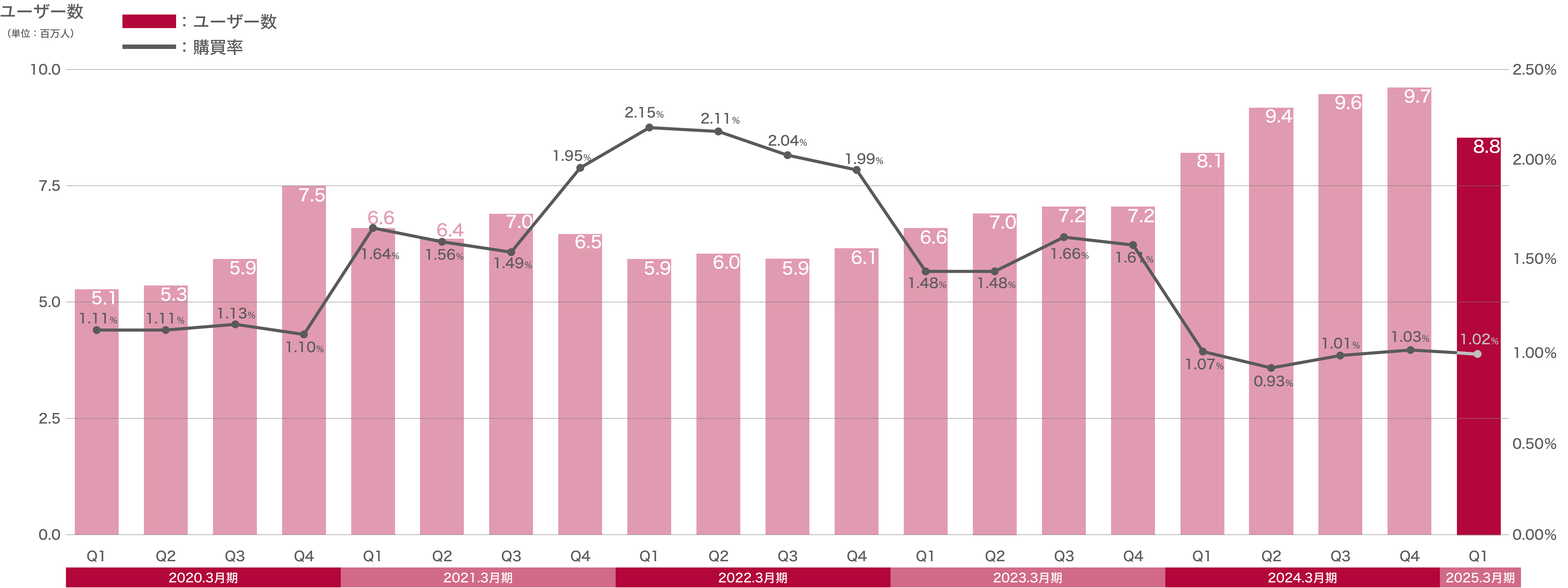
主力商材である紙コミック販売の売上が停滞。メディアミックス作品の需要が伸び悩み、テール商品の積み上げによる売上構成となりコロナ禍以前の売上水準に留まる

売上高
(単位：百万円)



KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス／紙]

主力商材の紙コミック取扱サービスにおいては**前期以降高い水準でのユーザー利用促進が継続。**
メディアミックス作品の需要低下の影響が強く購買率が停滞。



重要指標評価 [ECサービス／紙]

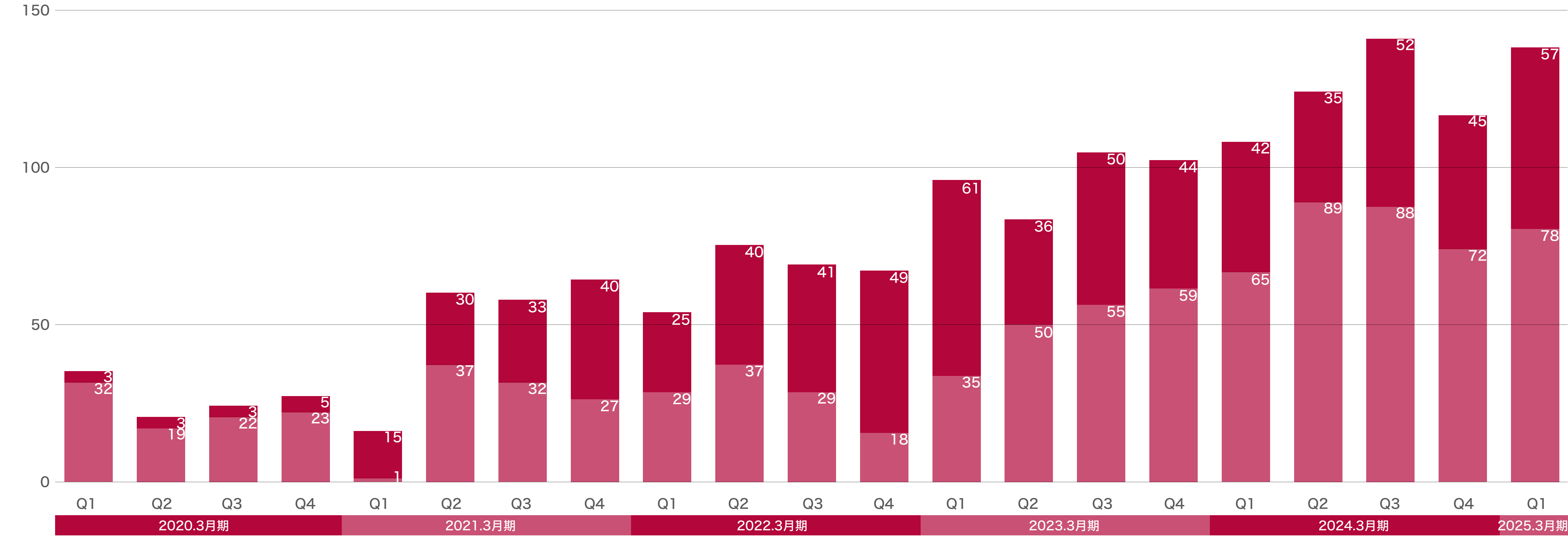
利用者数	購買率	購買単価
880万人 YoY +60万人	1.02% YoY -0.05pt	7,972円 YoY -933円
メディア化・新刊発売・完結など、様々なトピックにあわせ限定販促施策を展開。SNSを中心にした情報発信により引き続き高いサイト利用を維持。	前期水準の購買率から脱せず。増加するサイト利用者に対し、高い水準で購買機会の提供が課題。	コミックセット販売はメディアミックス作品の早期化傾向と重なり低下。
特定作品への需要集中が薄い中、販売可能取扱作品数の拡大でユーザー集客の積み上げを実現。	メディアミックスによる特定作品への需要集中が発生しない中、テール商品を含めた取扱点数の広さで注文件数を維持。	新刊発売施策においては、限定販売グッズとの同時購入施策展開を拡大し、注文金額が増加。

サービス別 売上高 [イベントサービス]

自社店舗でのポップアップ催事、コラボカフェ催事が堅調に推移。
EC売上は当初想定スケジュールからの製造遅延が生じ、
翌四半期へスライドし見込みを下回る結果となる。

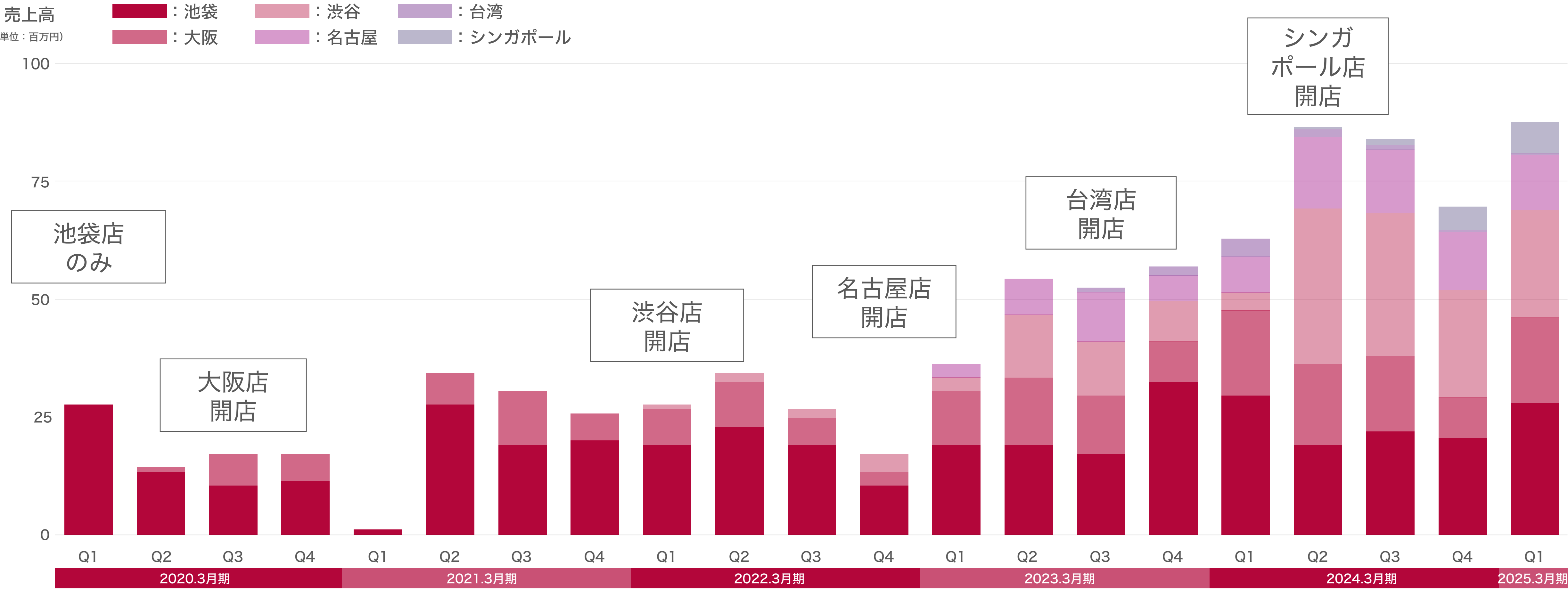
売上高
(単位：百万円)

■ : イベントEC売上高
■ : イベント店舗売上高



店舗別 売上高 [イベントサービス]

コミック原作・アニメ・実写ドラマと複数IPの催事展開により、店舗売上は堅調推移。
継続して堅調に推移している渋谷店のポップアップ催事モデルの出店拡大を検討。



重要指標評価 [イベントサービス]

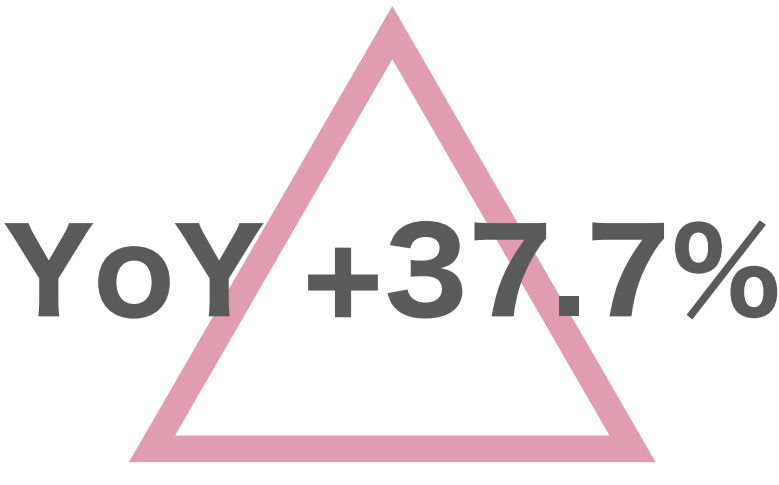
店舗



「コミック原作」「アニメ」「実写ドラマ」と作品特性を鑑みた催事展開で催事単位での平均売上が拡大。

市場需要の高いIPでの物販催事実施が増加できており、渋谷のみで展開している常設物販店舗の出店拡大を検討。

EC



自社店舗催事に伴うWEB受注に加え、アニメ・実写IPの商品化企画の増加により売上が拡大。

一方催事企画の増加に伴い商品量産・納品から出荷に遅延が生じ、当初見込みの売上が翌四半期にスライドし売上予算から乖離。

重要指標評価 [新規・海外]

商品開発・卸販売

海外

国内一般流通の商品化・販売を開始
自社外催事への商品提供開始

販路構築に注力した仕込み期間

アニメIPを中心に新規商品化を進行。
キャラクターグッズ取扱店を中心に卸販売が開始され、
自社店舗以外の販路を構築。

新規商品化グッズを自社のみならず、IPのライセンシーと
共同で中国・香港・台湾・シンガポールを中心とした
アジア圏への現地販路の開拓に注力。第3四半期から
流通開始を目指す。

継続した新規商品化アイテムの一般発売と同業他社との
差別化を図り、卸流通からの売上拡大を目指す。

越境ECに加え、アジア圏を中心とした各国現地ECでの
商品販売網を構築し、自社店舗＋卸店舗＋現地ECにて
更なる売上の拡大を目指す。

販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

前年度比売上高減ではあるが価格高騰の影響により**販管費全般が増加傾向にあり**
将来の事業拡大に向けた投資（人件費、地代家賃等）も増加し、前年同期比が増加

(単位：百万円)	2024年3月期 1Q	2025年3月期 1Q	前期同期比
販管費	375	416	+10.9%
人件費（報酬・給与・雑給・法定福利費）	131	137	+5.0%
オンラインショップ運営費	69	73	+ 5.1%
荷造運賃	44	48	+10.3%
支払手数料	31	34	+ 9.7%
地代家賃	18	28	+55.7%
サーバー費	9	11	+19.2%
販売促進費	10	6	△34.1%
その他	60	75	+23.9%

BS概況

第三者割当増資により 自己資本比率は50%超に回復、今後の事業拡大に十分な運転資本を確保

(単位：百万円)	2023年3月期末 実績	2024年3月期末 実績	2025年3月期 1Q実績	前期末比増減額	備考
流動資産	2,074	1,605	1,711	+106	
現金及び預金	1,062	606	807	+201	第三者割当増資による
売掛金	322	294	214	△80	6月売上微減
商品	635	589	603	+14	在庫微増
固定資産	172	260	258	△2	減価償却による減少
総資産	2,247	1,853	1,969	+115	
負債	1,082	957	840	△117	
買掛金	312	285	220	△65	6月仕入微減
有利子負債	522	416	389	△27	銀行借入返済による減少
純資産	1,164	896	1,129	+233	
自己資本比率	51.7%	48.2%	57.2%	+9.1pt	50%超

業績ハイライト（2025年3月期 第1四半期）

成長戦略

業績予想(2025年3月期)

Appendix

成長戦略



1. 国内事業の深掘り

2. 海外事業の拡大

3. 新規事業の創出

1. 国内事業の深掘り 2. 海外事業の拡大
商材×商流の拡大による事業拡大を目指す



TAY TWO

既存商材に加え「古本市場」「ふるいち」を運営する
テイツー社との連携によりマンガアニメファンとシナジーの高いホビー商材の取り扱いを開始

avex pictures

アニメタイムズ
STORE

既存商流に加え

- 国内：avex pictures 社 (アニメグッズ卸売) アニメタイムズ (アニメグッズ EC)
- 海外：MUSE 社 (台湾、東南アジアを中心としたライセンス企業)

との連携により商流を国内外に拡大

1. 国内事業の深掘り

EC

- 主軸のコミック全巻販売に加え新刊販売時の当社限定特典施策数の拡大による差別化
- コミック原作のオリジナル商品化による書籍以外の当社オリジナル関連商品化の拡大
- 中古コミックセット、フィギュアなどのコミック関連商品の販売の効率的拡大
→テイツー社在庫の活用

イベント

- コミック原作×実写ドラマ催事の積極展開で集客ターゲットを拡大
- オリジナル商品化+協力企業一般流通商品の先行販売による催事単位売上の増加
- 出版販促・アニメIP・製作委員会出資など催事企画の多様化と増加により店舗拡大による催事開催の増加フェーズ



2. 海外事業の拡大

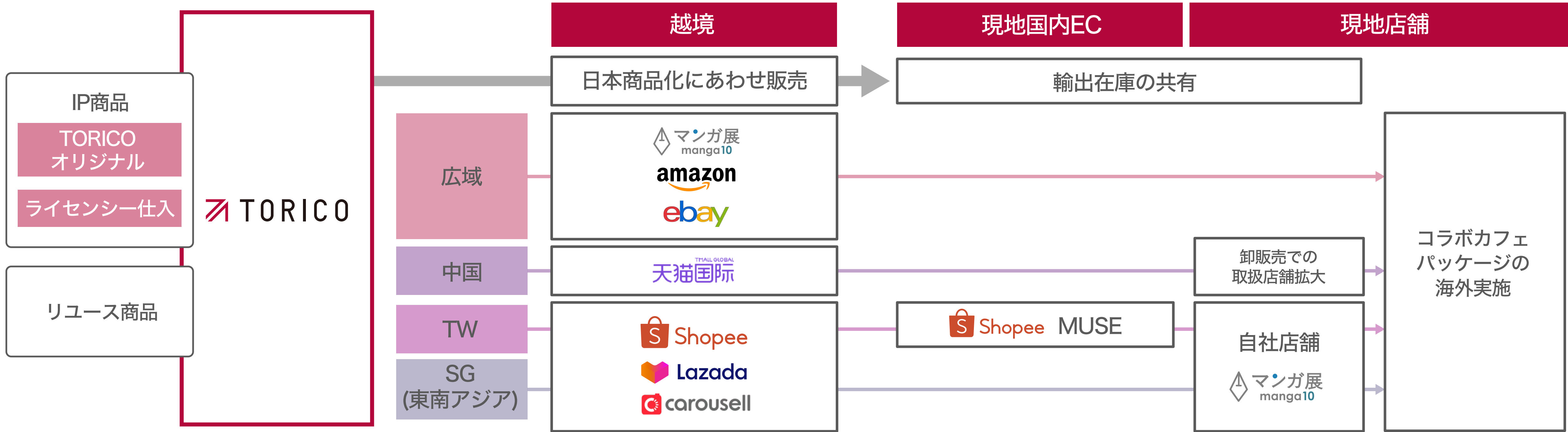
世界的にポテンシャルの高いキャラクター市場への挑戦



*コミック市場長期推移（出典：出版科学研究所）、「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」 商務情報政策局 コンテンツ産業課（2020年）を用いて当社作成

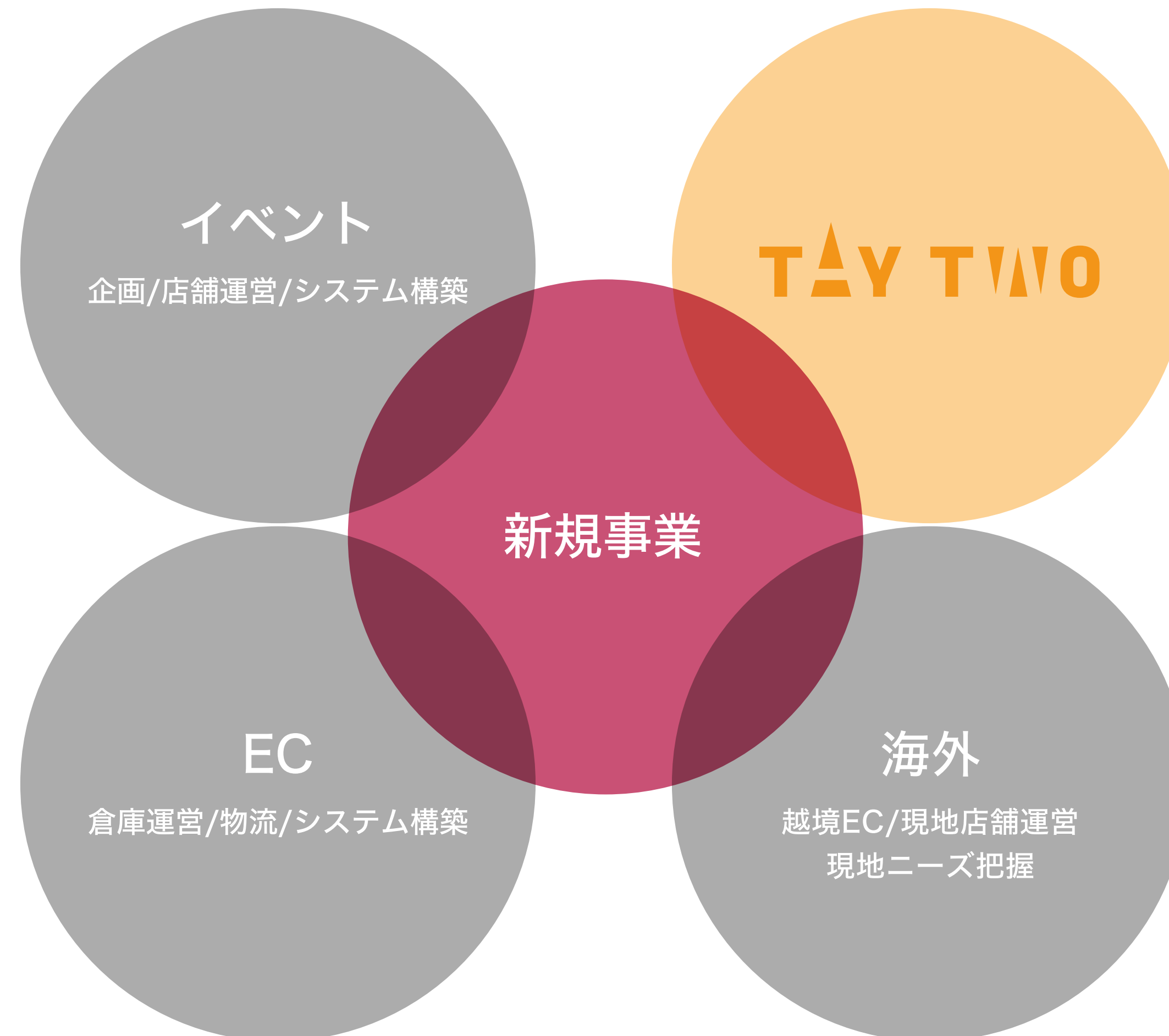
2. 海外事業の拡大

EC	イベント
越境EC（自社＋モール出店による利用可能地域と商材拡大）	日本展開済み催事企画の巡回拡大
現地内EC構築（台湾・シンガポール）	現地企業との協業による各国ニーズに即した商品企画/販売



3. 新規事業の創出

既存事業(EC/イベント) × 海外事業 × ティーツー社とのシナジーから **中長期的に新たな柱を創造**



3. 新規事業の創出

店舗・EC	イベント・商品開発
・ 自社、出店済みECモールでのリユース商品（コミックセット・フィギュア・プライズ）販売による売上拡大	・ マンガ展主催、協力企業運営によるポップアップ・コラボカフェ催事の開催を拡大
・ 全国100店舗以上のふるいち店舗を活用したコミックセット・オリジナル商品の順次販売開始	・ ふるいち店舗での販売を前提としたアニメIPを中心としたオリジナル商品・プライズくじの共同開発と販売
・ マンガ展店舗の常設販売としてフィギュアなどのリユース商品取扱を開始	・ テイツー社サポートによるトレーディングカード販売

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 自社既存事業の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

業績ハイライト（2025年3月期 第1四半期）

成長戦略

業績予想(2025年3月期)

Appendix

2025年3月期連結業績予想及び第1四半期進捗

イベントサービスは前年同期より増収するも出荷遅延等により売上高が翌四半期にスライド
ECサービスは前期より続いている紙コミックス市場の逆風により売上高がやや下振れに推移

(単位：百万円)	2024年3月期実績	2025年3月期予想	前期比	2025年3月期 1Q実績	進捗率
売上高	3,897	4,559	+17.0%	936	+20.5%
EC*	3,415	3,650	+6.9%	787	+21.6%
イベント	482	677	+40.5%	135	+19.9%
新規・海外	—	230	—	13	+5.7%
売上総利益	1,404	1,708	+21.7%	335	+19.6%
営業利益	△222	△67	—	△81	—
経常利益	△224	△83	—	△86	—
経常利益率 (%)	—	—	—	—	—
当期純利益	△272	△85	—	△88	—

*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、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

「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行う

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

集中

イベントサービスの拡充

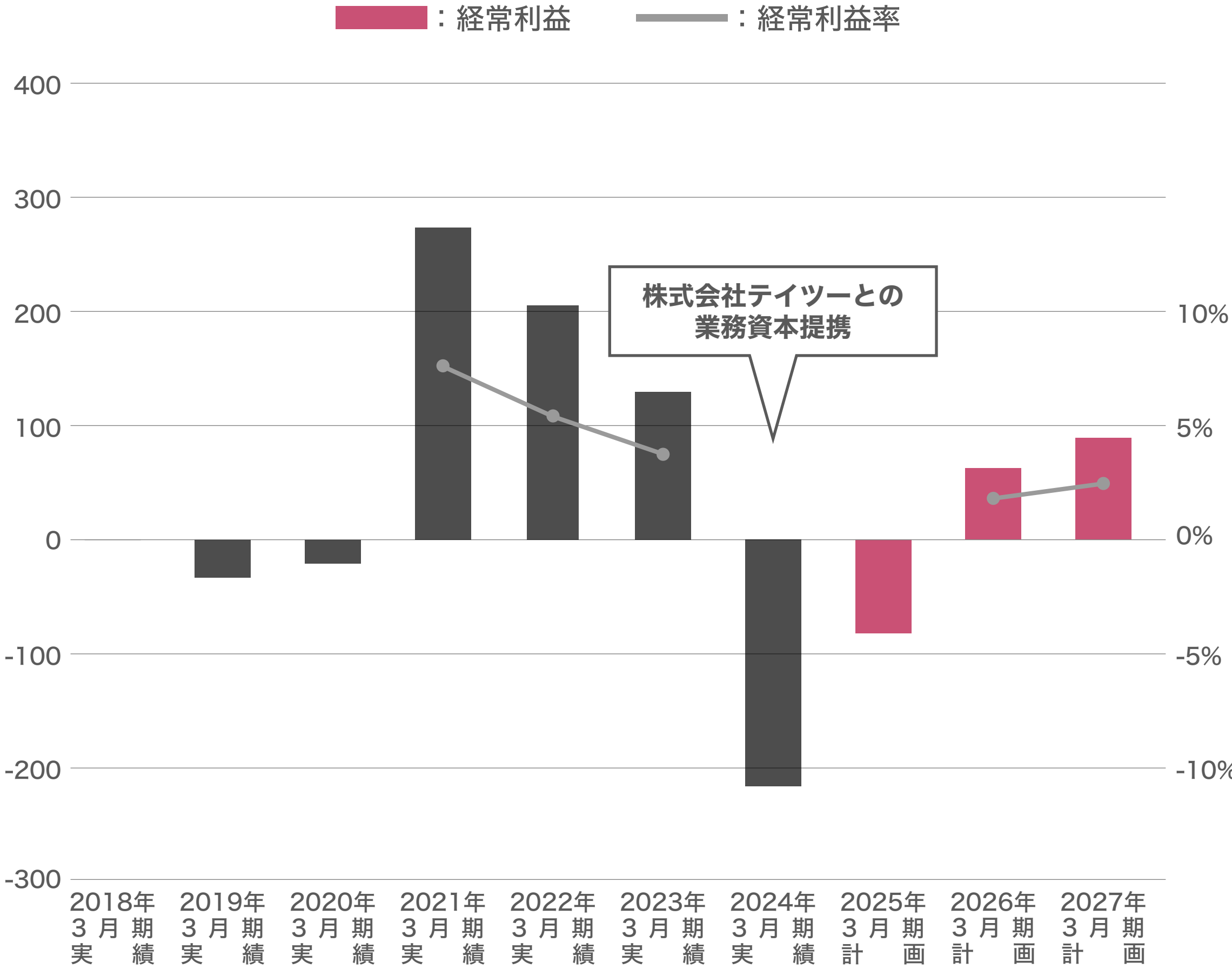
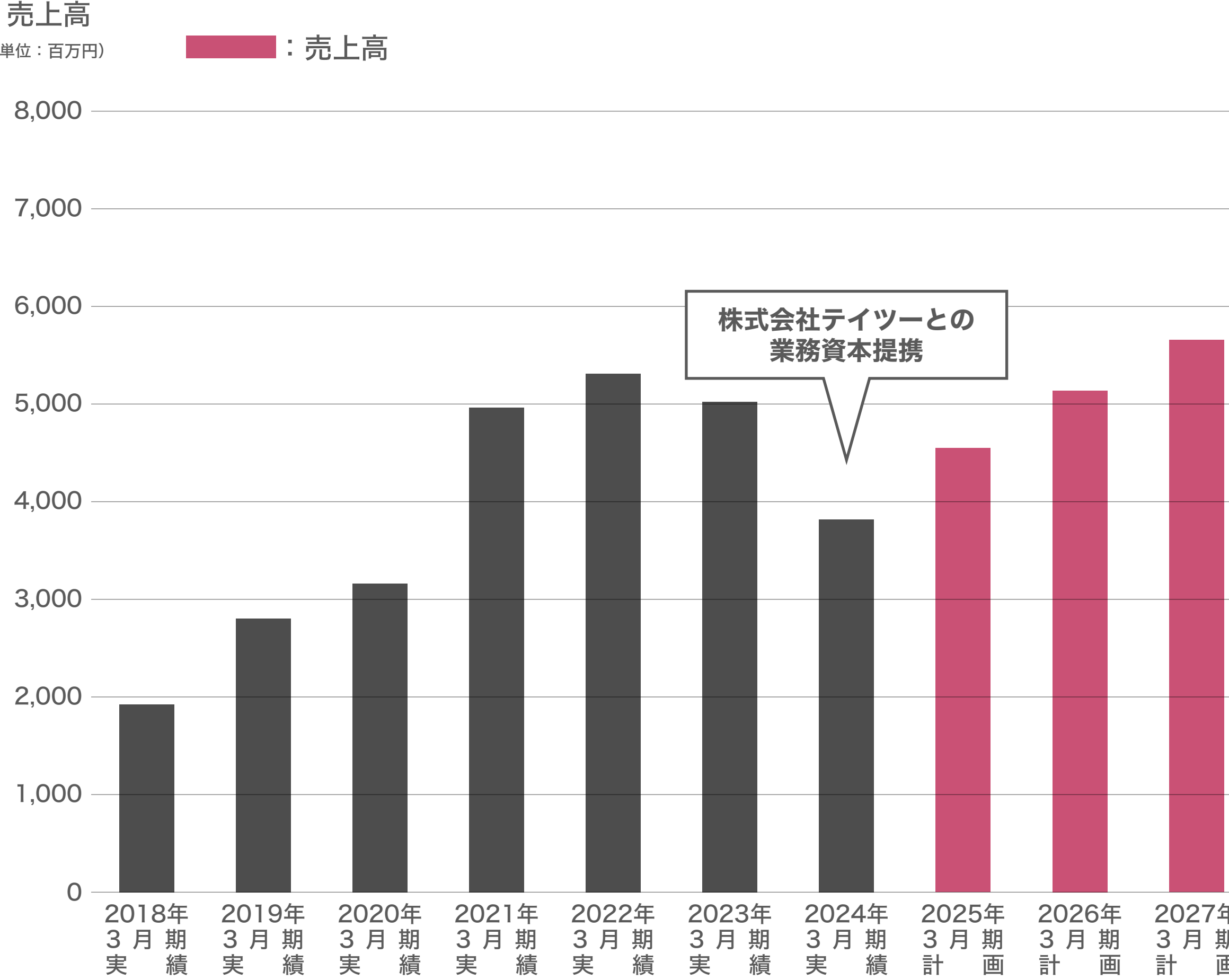
- ・ 人気作品のイベント/グッズ取扱の拡充
- ・ 収益性の高い店舗モデルを国内外へ展開

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チャネルの拡張

中期計画 [2025年3月期～2027年3月期]

株式会社テイツーとの業務資本提携により「海外事業の拡大」「新規事業の創出」の成長戦略に注力し、主力商材であるコミックとのシナジーを生み出すことで持続的な成長を目指します



業績ハイライト（2025年3月期 第1四半期）

成長戦略

業績予想(2025年3月期)

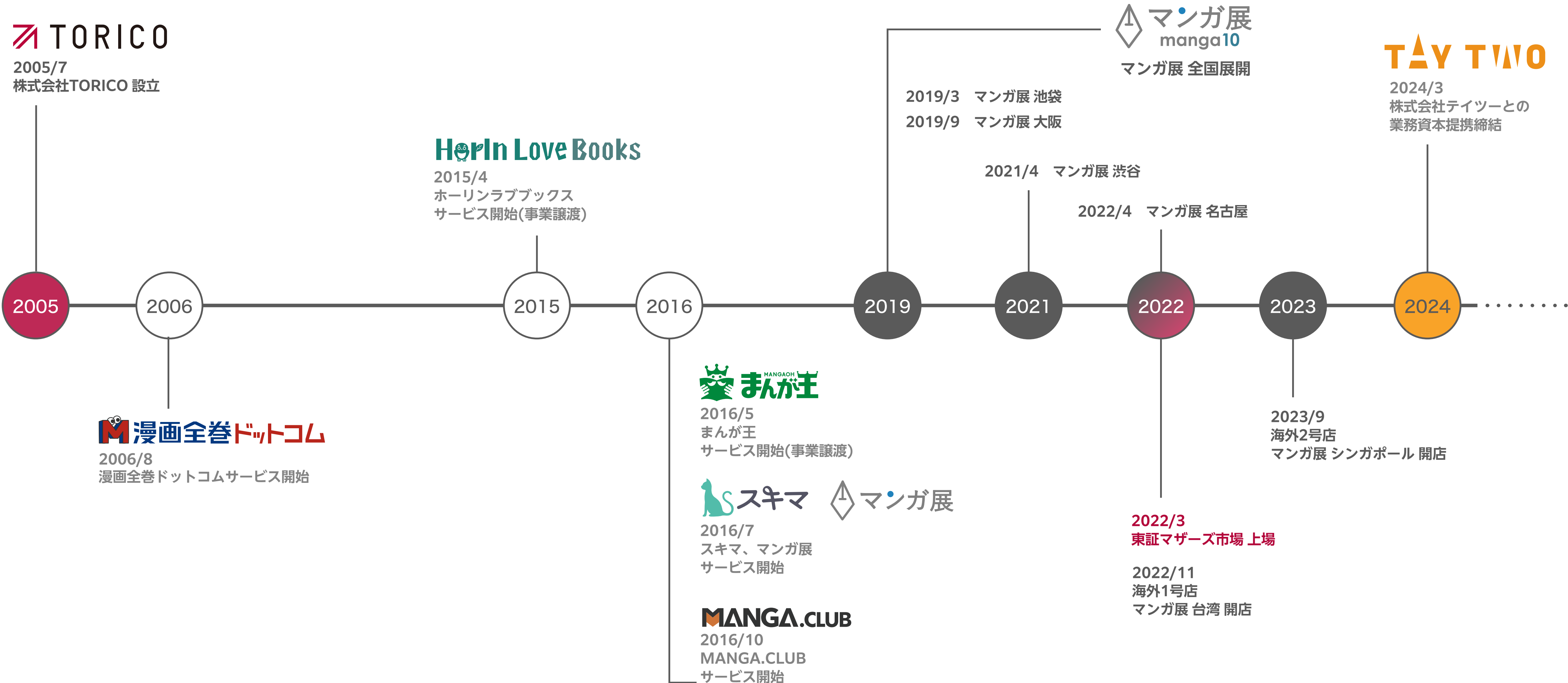
Appendix

会社概要

会社名	株式会社 TORICO	設立	2005年	国内店舗数	6 店舗 ^{*3}
VISION	世界を虜にする	従業員数	191 名 ^{*1}	海外店舗数	2 店舗 ^{*3}
MISSION	世界に“楽しみ”を増やす	売上高	39億円 ^{*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 2024年3月期売上高 *3 2024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
イベント	 東京(池袋・渋谷) 大阪・名古屋 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	516,000（2024年3月末時点）
MAU ^{*2}	409,000（2024年3月）
平均購入単価	8,874円（2024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} 2024/3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

男女比*

男性：57%	女性：43%
会員数	2,425,000（2024年3月末時点）
MAU*	299,000（2024年3月）
平均購入単価	2,780円（2024年3月）
閲覧国数	143カ国/地域（2024年3月期）

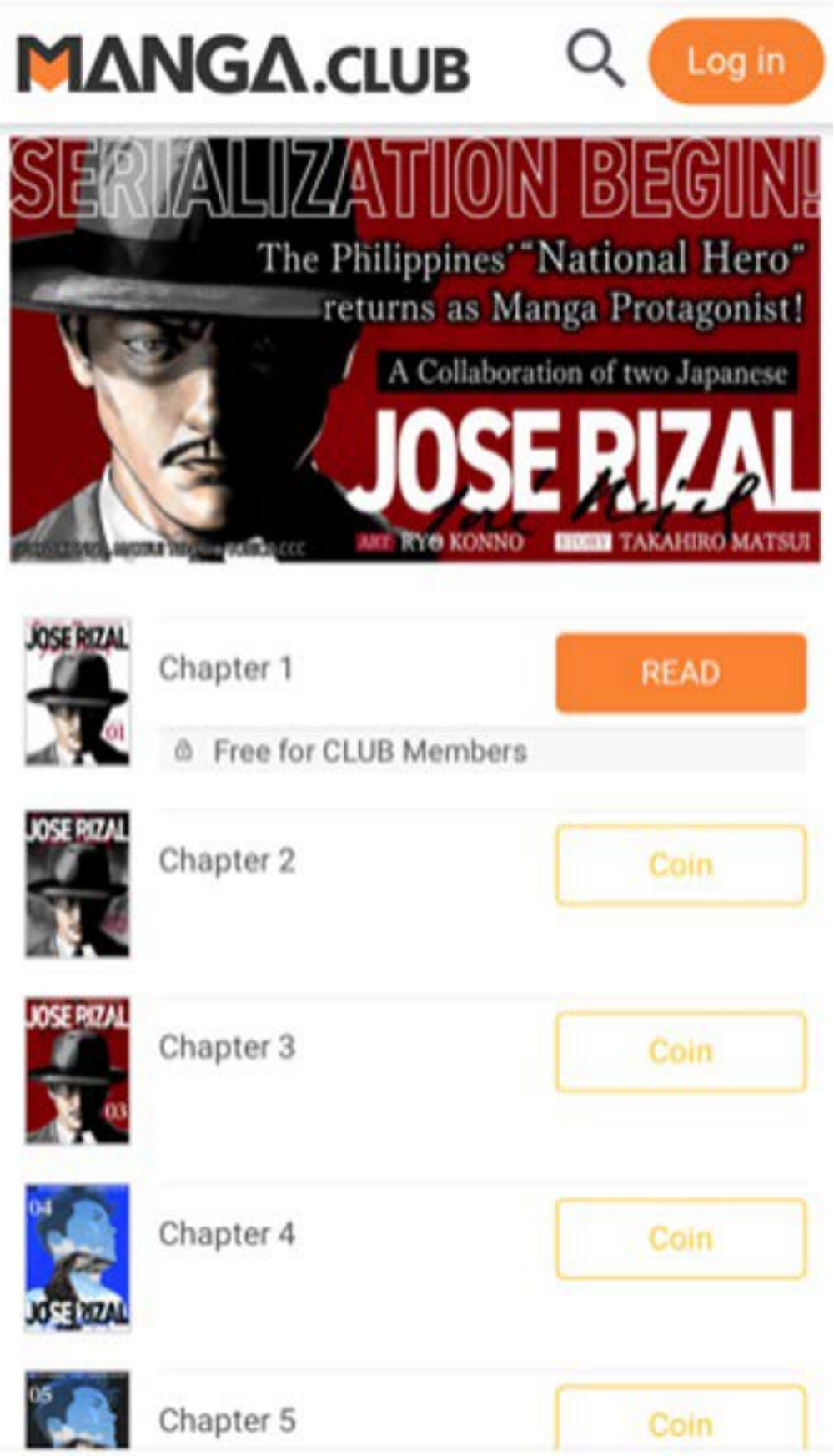


概要

- 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	873,000（2024年3月末時点）
MAU*	114,000（2024年3月）
平均購入単価	1,730円（2024年3月）
閲覧国数	215カ国/地域（2024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

* 2024/3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



店舗

国内 5 店舗、海外 2 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*

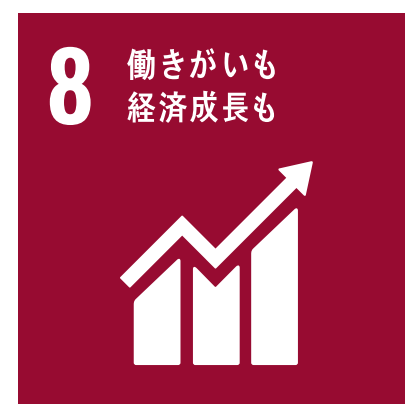
男性：30%	女性：70%
店舗平均顧客単価	3,000円（2024年3月期）
EC平均顧客単価	5,920円（2024年3月期）



* 2024/3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）

©アジチカ・梅村真也・フクイタクミ/コアミックス
©アジチカ・梅村真也・フクイタクミ/コアミックス, 終末のワルキューレ II 製作委員会

SDGsへの取り組み



女性の活躍推進

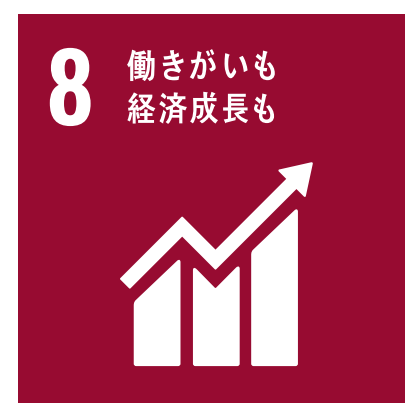
更なる女性の活躍推進を目指し、女性が能力を十分に発揮できるような職場環境づくり、キャリア支援を実施していきます。

2024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。2024年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性＝1：1.37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。2024年3月末時点で、正社員66名中21名（31.8%）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。

