2022年12月期
通期決算説明会資料

THECOO株式会社　東証グロース：4255

©THECOO Inc. All Rights Reserved

1. エグゼクティブサマリ
2. 会社・ビジネス概要
3. 2022年12月期通期業績と中長期について
4. FY2022-4Q業績
5. セグメント別：デジタルマーケティング事業（法人セールス事業）
6. セグメント別：Fanicon事業
7. Appendix

©THECOO Inc. All Rights Reserved

01 / エグゼクティブサマリ

©THECOO Inc. All Rights Reserved

1-1

2022年12月期業績の総括

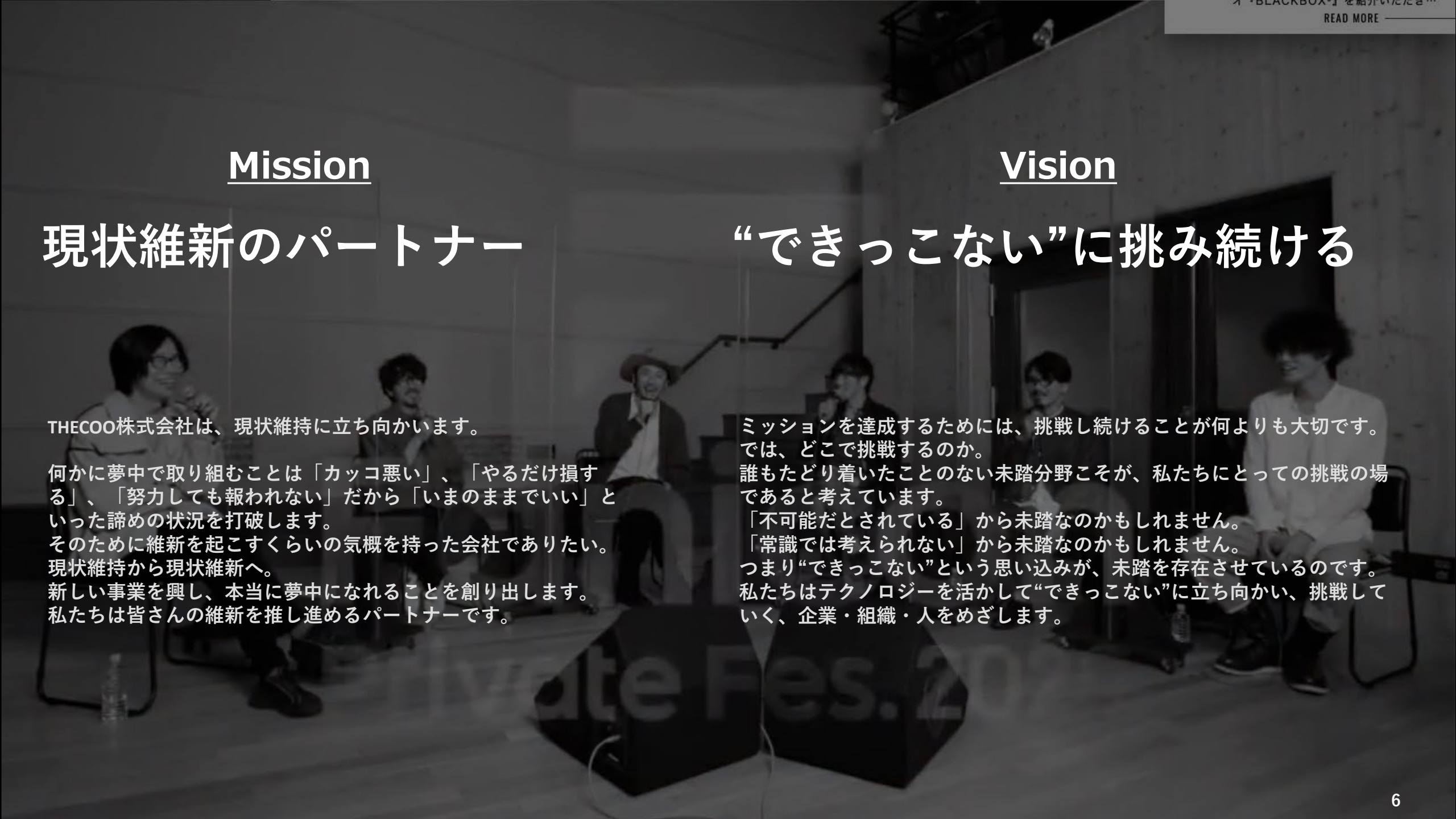
- 11月発表の業績予想を上回る売上高、営業利益で着地。純利益は減損損失の影響あり。

全社	**売上高 4,279百万円　YoY＋22.9%** グロス計上考慮後の売上高は4,775百万円となり、期初予想の4,600百万円を3.8%上回る **営業利益△212百万円　YoY△111百万円** 対予算比で販管費増、商品ミックスの変化による粗利率低下も、12月は単月で改善傾向 **当期純利益△488百万円　YoY△379百万円** 事業用資産に係る固定資産の減損損失260百万円を計上
Fanicon事業	**アイコン数　2,474**　YoY＋11.8% **ファン数　21.1万人**　YoY＋31.5% Fanicon事業の重要なKPIとして、YoYで確実に成長
デジタルマーケティング事業 （法人セールス事業）	**売上・利益ともに業績予想を達成　順調に成長**

©THECOO Inc. All Rights Reserved

02 / 会社・ビジネス概要

©THECOO Inc. All Rights Reserved



Mission

現状維新のパートナー

THECOO株式会社は、現状維持に立ち向かいます。

何かに夢中で取り組むことは「カッコ悪い」、「やるだけ損する」、「努力しても報われない」だから「いまのままでいい」といった諦めの状況を打破します。
そのために維新を起こすくらいの気概を持った会社でありたい。
現状維持から現状維新へ。
新しい事業を興し、本当に夢中になれることを創り出します。
私たちは皆さんの維新を推し進めるパートナーです。

Vision

“できっこない”に挑み続ける

ミッションを達成するためには、挑戦し続けることが何よりも大切です。
では、どこで挑戦するのか。
誰もたどり着いたことのない未踏分野こそが、私たちにとっての挑戦の場であると考えています。
「不可能だとされている」から未踏なのかもしれません。
「常識では考えられない」から未踏なのかもしれません。
つまり“できっこない”という思い込みが、未踏を存在させているのです。
私たちはテクノロジーを活かして“できっこない”に立ち向かい、挑戦していく、企業・組織・人をめざします。

2-2

会社概要

会社名	THECOO株式会社（ザクー）
代表者	代表取締役CEO　平良　真人
設立	2014年1月
資本金	7億58百万円　（2022年12月末現在）
上場日	2021年12月22日
所在地	東京都渋谷区神宮前2丁目34-17
役職員数	124名 （2022年12月末時点　臨時従業員数（パート社員）除く）
事業内容	デジタルマーケティング事業（法人セールス事業）、 Fanicon事業
決算期	12月
市場	東証グロース市場



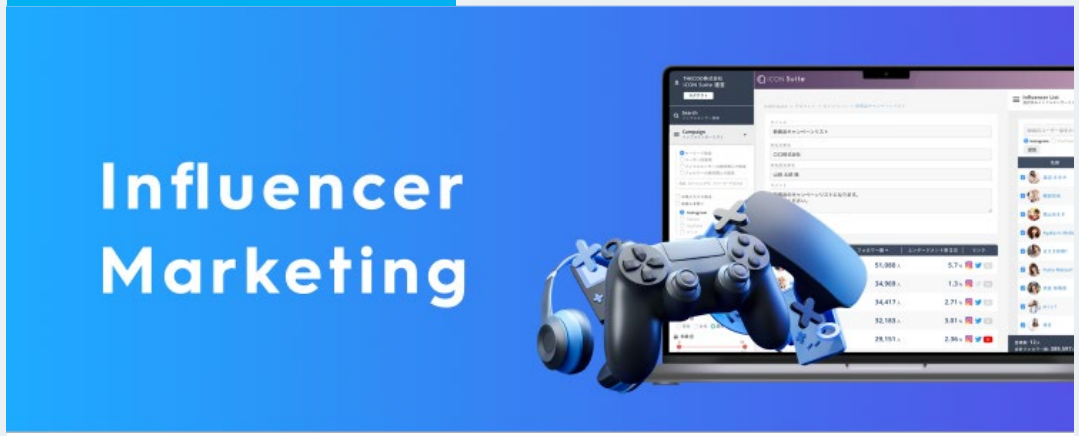


2-3

2つの主力事業

- BtoB・BtoC　2つの主力事業
- 相互にデータ・顧客基盤・ノウハウ等を共有

コア事業（利益創出事業）



BtoB

デジタルマーケティング事業（旧法人セールス）

YouTuberやインスタグラマーを活用したマーケティング支援を行う「インフルエンサーセールス事業」、運用型広告・SNS運用のコンサルティングを行う「オンライン広告事業」などを提供しています。

成長事業（先行投資事業）



BtoC

Fanicon事業

WEB、Android、iOSで提供しているファンコミュニティアプリ。決済機能やチケット販売機能など、従来型のファンクラブの機能を搭載しつつ、チャットやライブ配信・オンラインくじ等、独自の機能を提供。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

コア事業（利益創出事業）

デジタルマーケティング事業（旧：法人セールス）

YouTuberやインスタグラマーを活用したインフルエンサーマーケティング施策を支援するインフルエンサーセールス事業と、公式SNSアカウント運用・リスティング広告をはじめ運用型広告のコンサルを行うオンライン広告事業

B to B

インフルエンサーマーケティング

SNSインフルエンサー
（YouTuber、インスタグラマーが主）

オンライン広告媒体
（Google,Yahoo!,Twitter）

オンライン広告事業

THECOO

広告主企業

オンライン広告・コンサルティング
広告運用、レポーティング(4)

成長事業（先行投資事業）

Fanicon事業

Faniconを中心とした、アイコン(1)の活動を、彼らとファン(2)が一緒に盛り上げていく、会員制のファンコミュニティプラットフォーム運営事業
「Fun」＋「Icon」＝「Fanicon」

B to C

Fanicon

・コミュニティ開設・運営サポート
・スタジオ貸与　など

THECOO

カスタマーサポート全般

(3)

日々の出来事や写真など
のアップロード

応援

アイコン
（インフルエンサー）

ファン

月額料金とポイント購入
による課金モデル

：対価の支払
：役務の提供

データ・顧客基盤・ノウハウの共有

注(1)アイコンとはコミュニティのオーナー且つ運営主体
(2)ファンとは月額料金を支払い、コミュニティに加入するユーザー
(3)ファンから受け取る収益は、月額利用料金とポイント購入、ECでの物販などで構成

(4)「レポーティング」とは広告運用についての定期報告　内容は出稿金額、獲得コスト、広告運用方法等

©THECOO Inc. All Rights Reserved.

（C）THECOO Inc. All Rights Reserved.

9

新時代のファンコミュニティ

双方向のコミュニティで、
大好きな人を持続的に支援する。

Fanicon（ファニコン）はTHECOOが開発・運営する、完全有料制かつ、完全会員制のファンコミュニティアプリです。アーティストやインフルエンサーは「アイコン」と呼ばれ、アイコンの設立したコミュニティに、ファンが会費を払って入会します。

特徴は双方向性。従来のファンクラブでは、アイコンが用意した会報誌などのコンテンツを、ファンが一方的に享受するだけでした。こうした一方的な発信は、時にアイコンの稼働に負荷をかけ、本来の活動（音楽活動など）の時間を圧迫することにも繋がります。

Faniconはファンとアイコンが相互にコンテンツを発信できる仕組を設け、真に持続的な活動を支援する場を目指しています。



2-6

なぜ完全有料制・完全会員制なのか

- オープンで無料であることが「一般的なサービス」である中、あえて会員制を選択する理由がある
- 完全有料制・完全会員制にすることが、逆にロイヤリティを高め、持続可能な活動につながる



ファンを維持する

コンテンツを享受するだけの「ファン」から、同じコミュニティの一員に。帰属意識の高まりと共に、離脱率も下がります。



安定した収益基盤の確保

月額サブスクリプション形式の入会制度により、安定した収益基盤に。従量課金要素も多岐にわたり、収益の最大化が可能。



心理的安全性

完全有料制にすることで、熱量が高いファンだけが存在する空間を担保。安心して交流ができ、ファンの熱量が高まります。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

2-7 ご利用中のアイコン一例（一部抜粋）

- アイドル、アーティスト、俳優、ミュージシャン、タレント、著名人、YouTuber、スポーツチーム、Kpopアイドルなど、幅広いカテゴリーのアイコンが開設



ポルカドットスティングレイ / ネクライトーキー / POLYSICS / 小室哲哉 / access / 宇野実彩子（AAA) / 大木伸夫（ACIDMAN） / 赤澤遼太郎 / 小西成弥 / 阪本奨悟 / 小南光司 / 井澤勇貴 / 鈴木福 / のん / 木﨑ゆりあ GANGPARADE / Devil ANTHEM. / 渡辺美優紀 / RAB リアルアキバボーイズ / 帝国プリンスキングダム〜ぷりだむ〜 / カンコンキンシアター（関根勤） / Popteen / ふにゃっしー 他

©THECOO Inc. All Rights Reserved

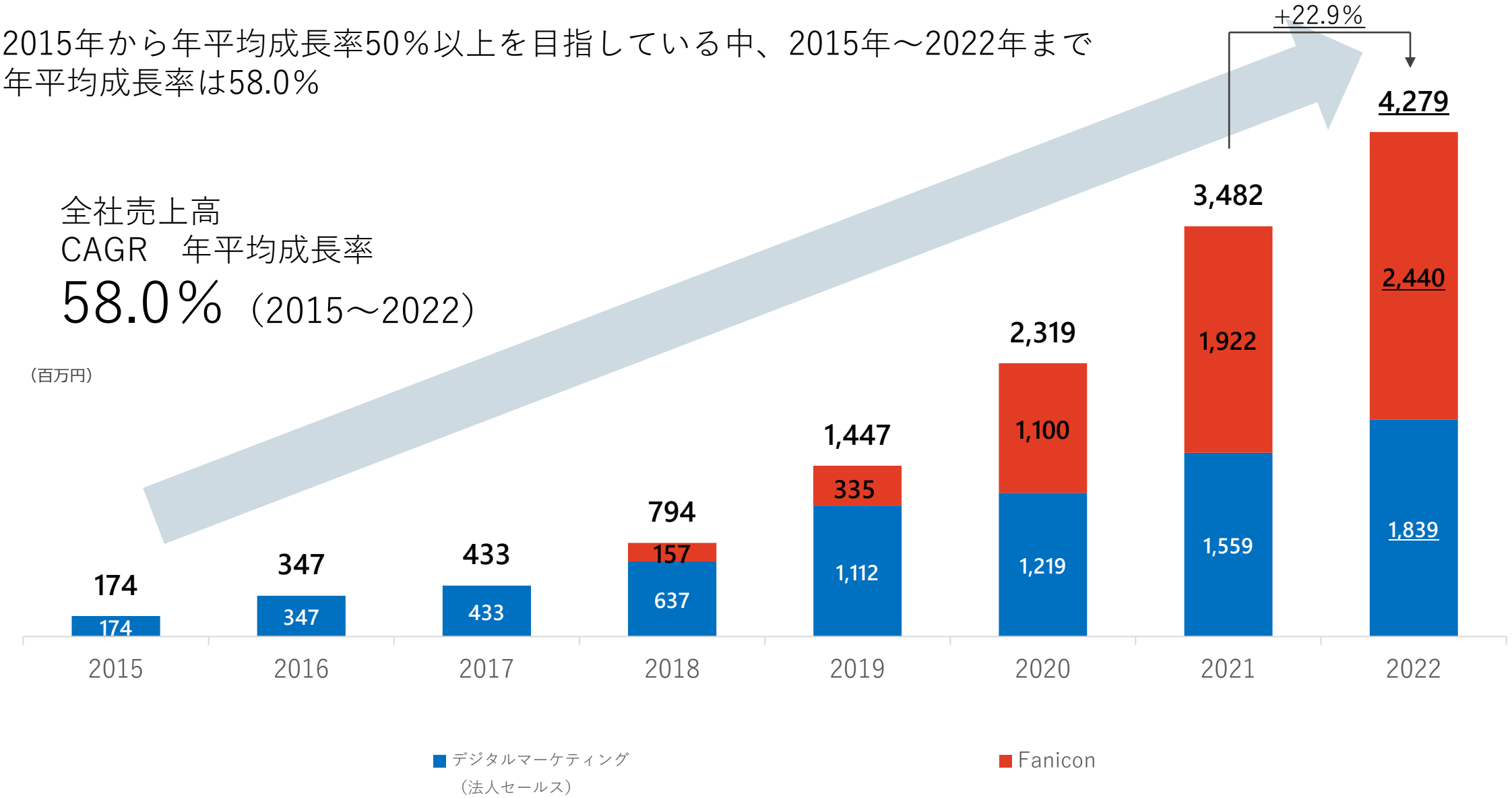
03 / 2022年12月期通期業績と中長期について

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-1

全社売上高CAGR（年平均成長率）

・2015年から年平均成長率50%以上を目指している中、2015年～2022年までの年平均成長率は58.0%



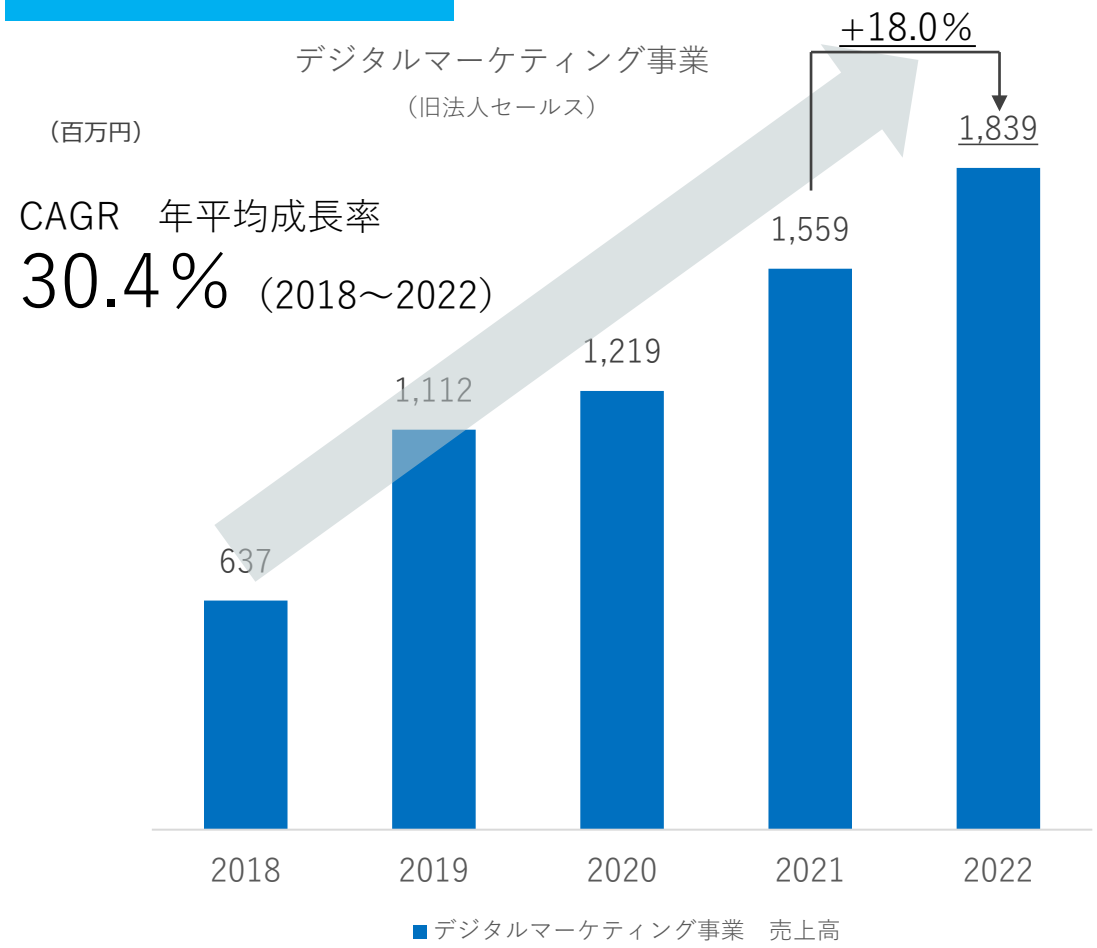
©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-2

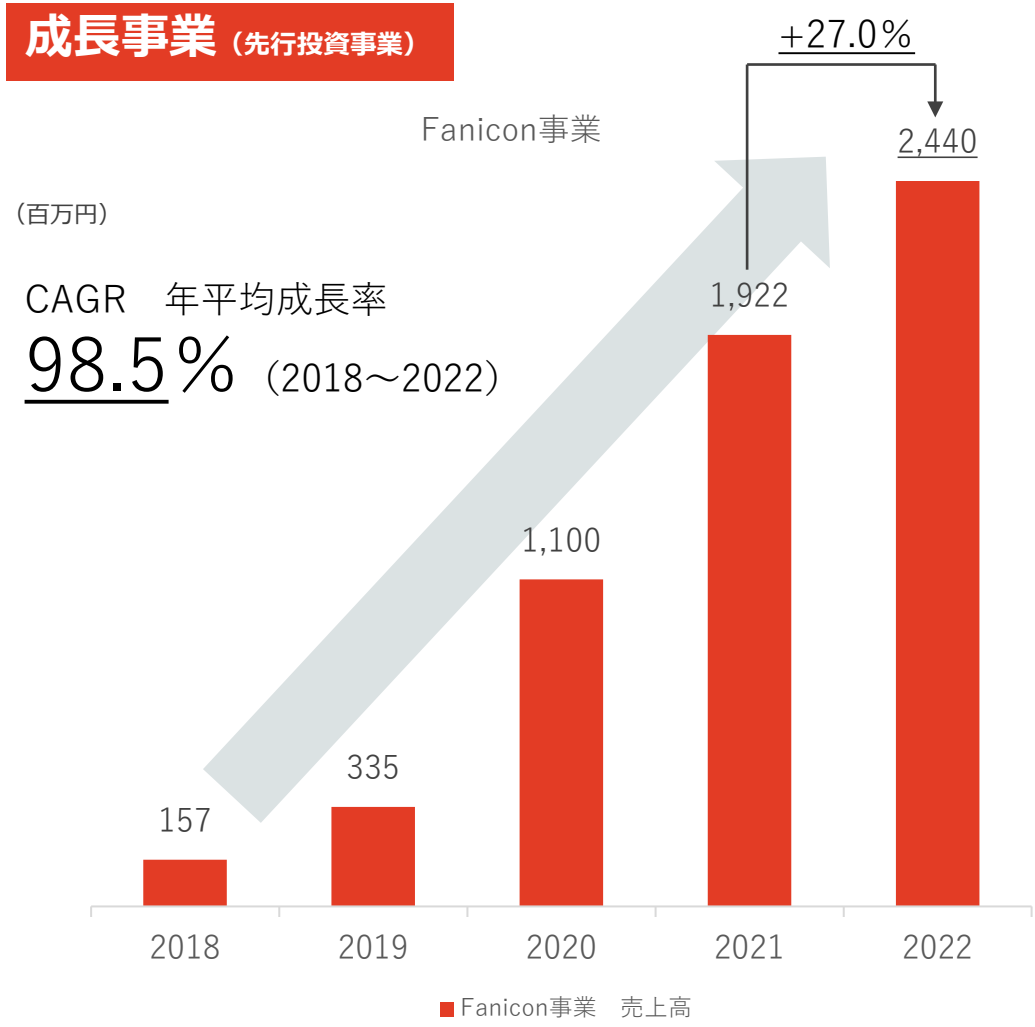
事業別売上高推移（年次）

・コア事業のデジタルマーケティング事業（旧法人セールス）は、安定成長を継続
・成長事業のFanicon事業は、年平均成長率98.5％と高成長を維持

コア事業（利益創出事業）



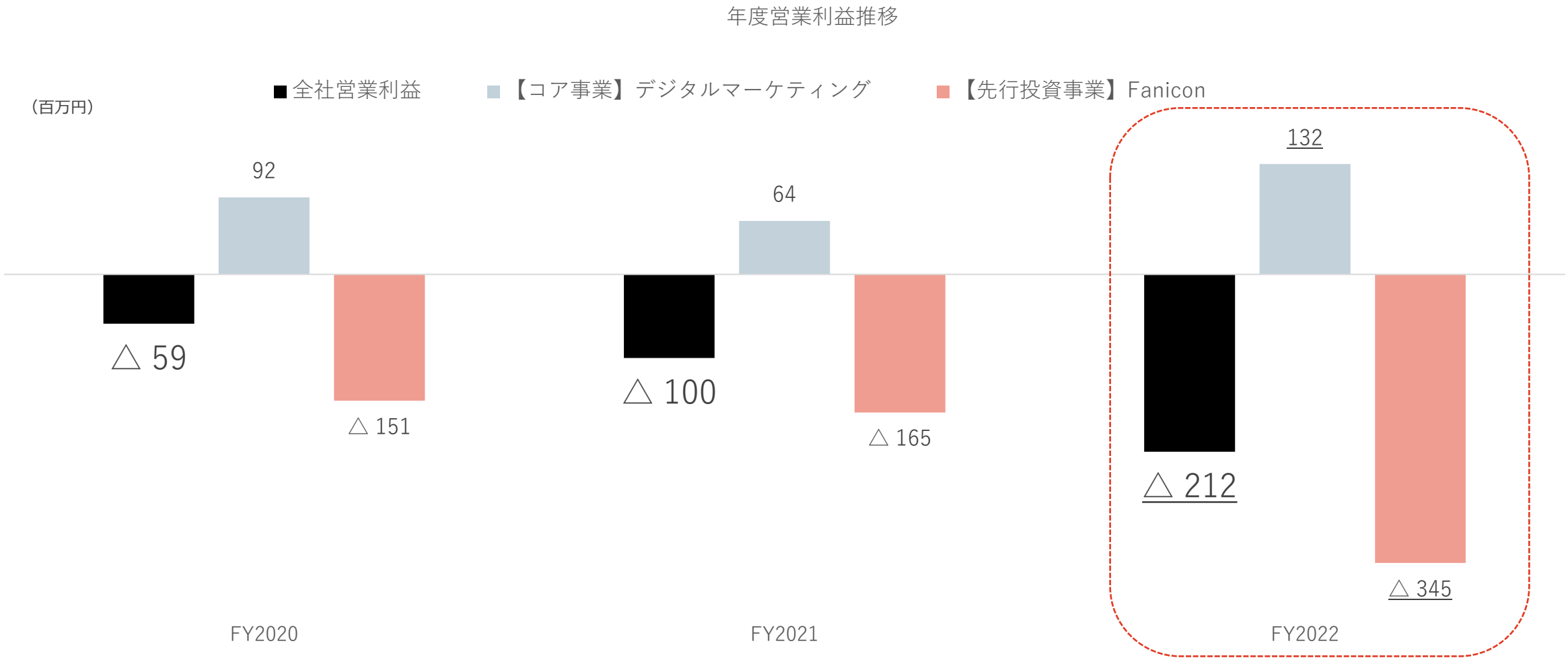
成長事業（先行投資事業）



©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-3 営業利益推移（年次）

・コア事業のデジタルマーケティング事業は確実な利益貢献を維持
・先行投資事業のFanicon事業は、引き続き、管理体制・採用を強化

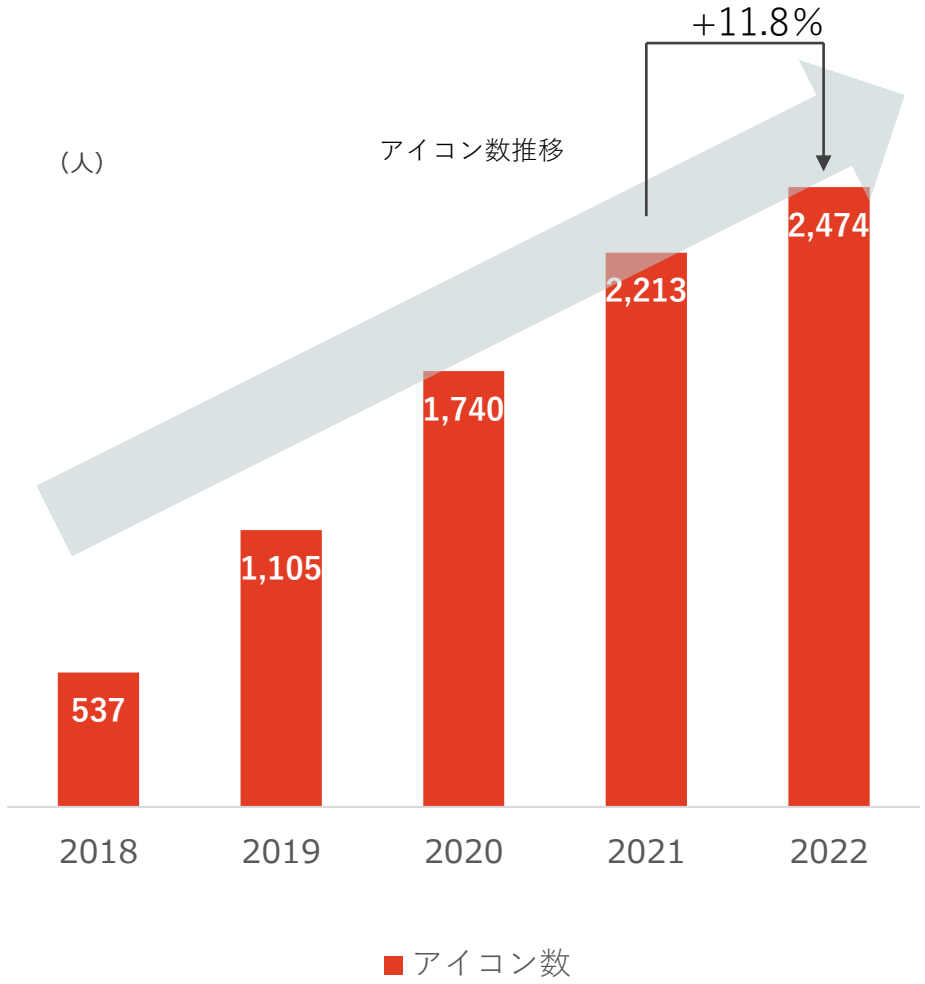


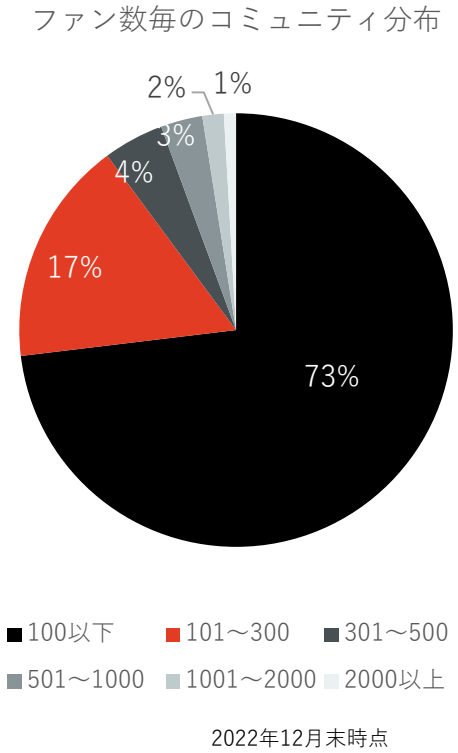
©THECOO Inc. All Rights Reserved

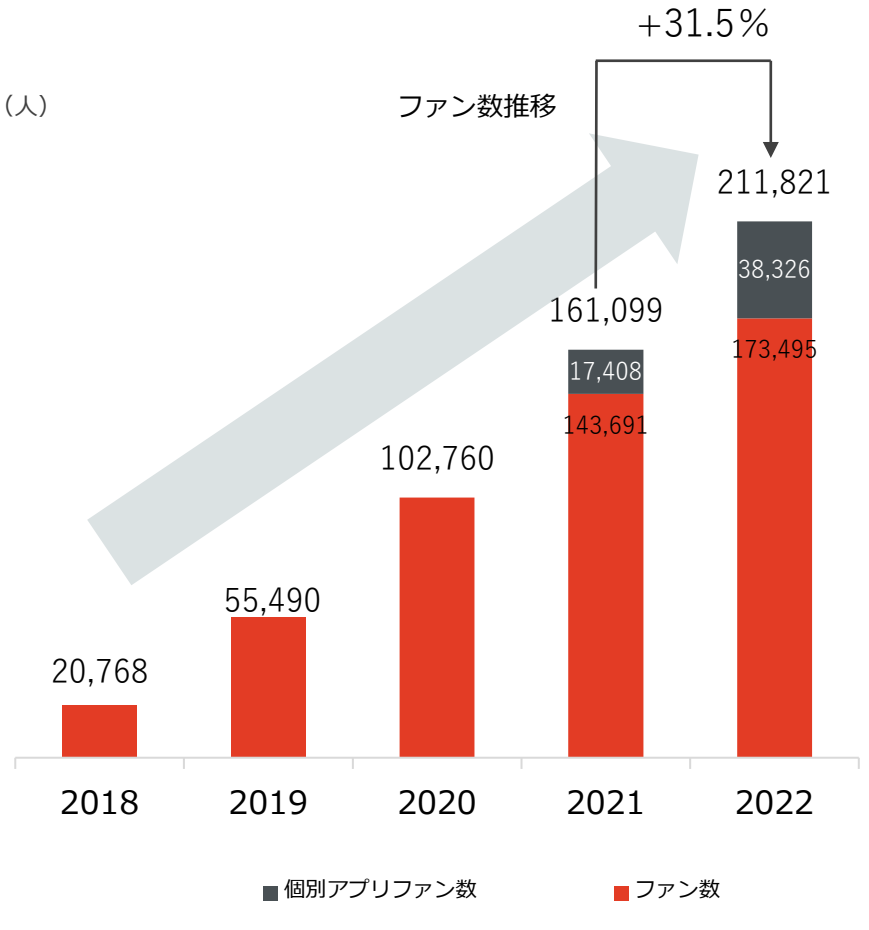
3-4

Fanicon事業 KPI（年次）

・アイコン数は、大型アイコン獲得ペースが予想より若干の遅延
・既存アイコンのファン数も増加傾向







©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-5

2022年12月期の振り返り

・第3四半期で下方修正となった2022年12月期　Fanicon事業 第4四半期において季節性の追い風を受けながら、利益率の高いポイント売上高が回復基調へ

				2022年の評価	コメント
事業	デジタルマーケティング事業 （旧：法人セールス事業）	案件数の増加	リードナーチャリングの仕組化	◎	マーケティング・インサイドセールスが立ち上がり安定稼働を開始
			海外案件の獲得増加	○	案件数は微増だが、外国籍企業との取引金額が増加
		Fanicon事業とのハイブリッド戦略	アセットを活かし、タイアップ施策や新しいサービスの提案	△	いくつかのケースにトライするも、積極的実施に至らず。2023年も継続的にトライ
	Fanicon事業	アイコン（ファン）獲得	マーケティングとインサイドセールスの体制強化	○	中型アイコンのリード獲得に関する様々なトライを実施　予定より遅れての実施となったため効果が限定的
			海外（韓国）市場開拓	○	専任1名が韓国長期滞在し、情報収集を実施 数名の韓国アーティストがFanicon利用を開始
		プロダクトの進化	CS体制の強化とプラットフォーム機能拡充	×	CSの体制強化及び機能拡充は不十分な状況
			Web3の概念を取り込み、オンラインでのファンビジネスをリード	×	様々な形で新サービス導入のトライアンドエラーを実施するも、想定よりスケジュールが遅延
投資		人材の獲得	成長を支える優秀な人材の採用	○	デジタルマーケティング事業本部、バックオフィスでの採用が順調
		販促費用	アイコン獲得 コミュニティのエンゲージメントを高く維持するための施策やグッズ制作など	△	大型アイコン獲得のスケジュール遅延 グッズ制作の仕組化に着手

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-6

利益率改善に向けた施策の進捗

FY2022-4Qから始めた施策

①EC、チケット販売など利益率の低い商材の料率、オペレーションの見直し

②管理体制の強化

③採用の強化

進捗状況

①利益率改善の工夫が功を奏し、12月の利益率が改善

②管理専任担当を置き、強化に着手

③中途採用チームを増強
3人→8人（2023年2月現在　兼務含む）

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-7 2022年12月期業績概要（計画比）

・売上高は、収益認識基準の影響を除きグロス計上を継続したと仮定すると、4,775百万円となり期初予想4,600百万円を達成

・当社はここ数年急激な成長を遂げてきたため、特にFanicon事業においてバックエンド面が手薄になっている事象が発覚。
オペレーション面、サブスク外の収支管理などが後手に回ったことにより、利益率の低下へ

・営業利益は、第4四半期　特に12月季節性の追い風を受けながらポイント売上高などが回復したことにより改善。

・Fanicon事業収益化の遅延により、スタジオを中心とした固定資産の減損損失260百万円を計上。

（百万円）	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2022年12月期実績（A）	4,279	△212	△210	△488
11/11発表業績予想（B）	4,200	△250	△250	△300
増減額（A-B）	+79	+38	+40	△188
増減率（%）	+1.9%	-	-	-
（参考）前期実績 2021年12月期	3,482	△100	△119	△109

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-8

2022年12月期　特別損失計上の詳細

- Fanicon事業に係る事業用資産について、今後Fanicon事業の成長は見込まれるものの、営業活動から生ずる損益が継続してマイナスであるため、帳簿価額を回収可能価額まで減額し、260百万円を減損損失として特別損失に計上

用途	種類	金額（百万円）
Fanicon事業 事業用資産	建物	119
	機械及び装置	94
	工具、器具及び備品	15
	ソフトウェア	24
	ソフトウェア仮勘定	5
	計	260

©THECOO Inc. All Rights Reserved


売上高100億円を目指す
エンタメ業界のデジタル化を促進する

3-9

2023年12月期方針

2023年末に前年比約50%以上増加の組織に拡大
中長期の大きな成長を確実なものとする

	2023年12月期方針	具体的な施策
デジタルマーケティング事業	インフルエンサーキャスティングに限定しないSNSマーケティング領域全体をカバーする代理店というポジションを狙う	当社の業界でのポジショニングを更に強化する為に特に下記を推し進める ・ホワイトペーパーやセミナーなどの自社発信コンテンツ/情報を強化して、プレゼンスをあげる ・インフルエンサーデータベースであるiCON Suiteの開発強化により、さらにデータドリブンな提案を可能にしていく
Fanicon事業	・“With Fan More Fun”を実現するために、関係する全ての人に愛されるサービス&プロダクトに昇華し、エンタメ業界全体のデジタル化を推し進める。	ここ数年、急激な拡大・成長を先行してきた背景で、バックエンドとオペレーションを立て直す必要があり、具体的に下記を推し進める ・商品とサービスの多角化 ・配信の安定と強化 ・CS施策などのより一層のデジタル化 ・オペレーションの改善 ・新サービスのローンチ
全社	両事業のシナジー創出	
投資	・サービス認知度向上 ・年間60名以上の採用 ・社内活性化部門横断施策	・人事制度整備 ・内部統制 ・予実管理

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-10

2023年12月期業績予想

中長期の大きな成長を確実なものとするため
2023年12月期は先行投資期と位置づけ

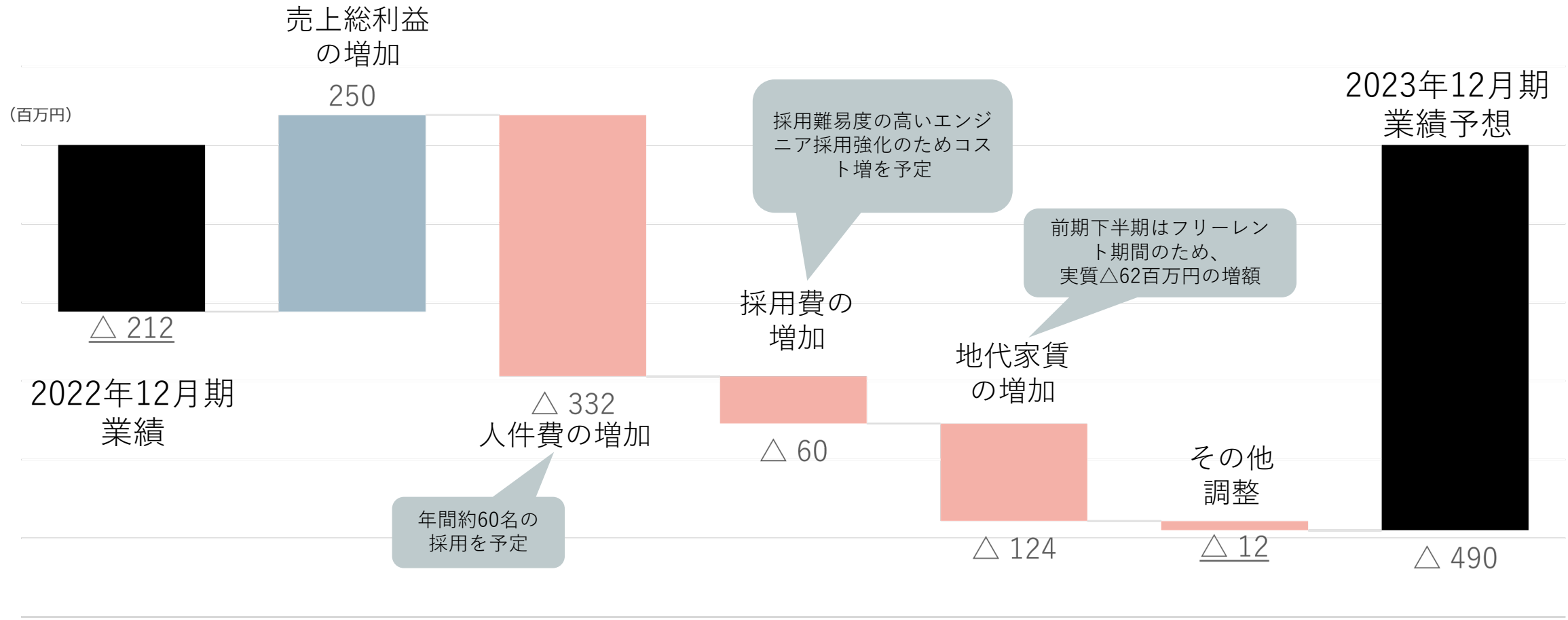
（百万円）	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
2023年12月期業績予想（A）	5,200	△490	△490	△490
2022年12月期実績（B）	4,279	△212	△210	△488
増減額（A-B）	+921	△278	△280	△2
増減率（%）	+21.5%	-	-	-
（参考）前期実績 2021年12月期	3,482	△100	△119	△109

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-11

2023年12月期　営業利益予想の考え方

中長期の成長を見据え、採用強化



©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-12

2023年12月期が投資時期である理由

2023年12月期についての考え方

デジタルマーケティング事業は、コア事業として安定的な利益貢献を継続しながらも、より積極的にシェア拡大を目指し増員

先行投資事業であるFanicon事業は、バックエンドのテコ入れをしながらも、商品の多角化にも注力。

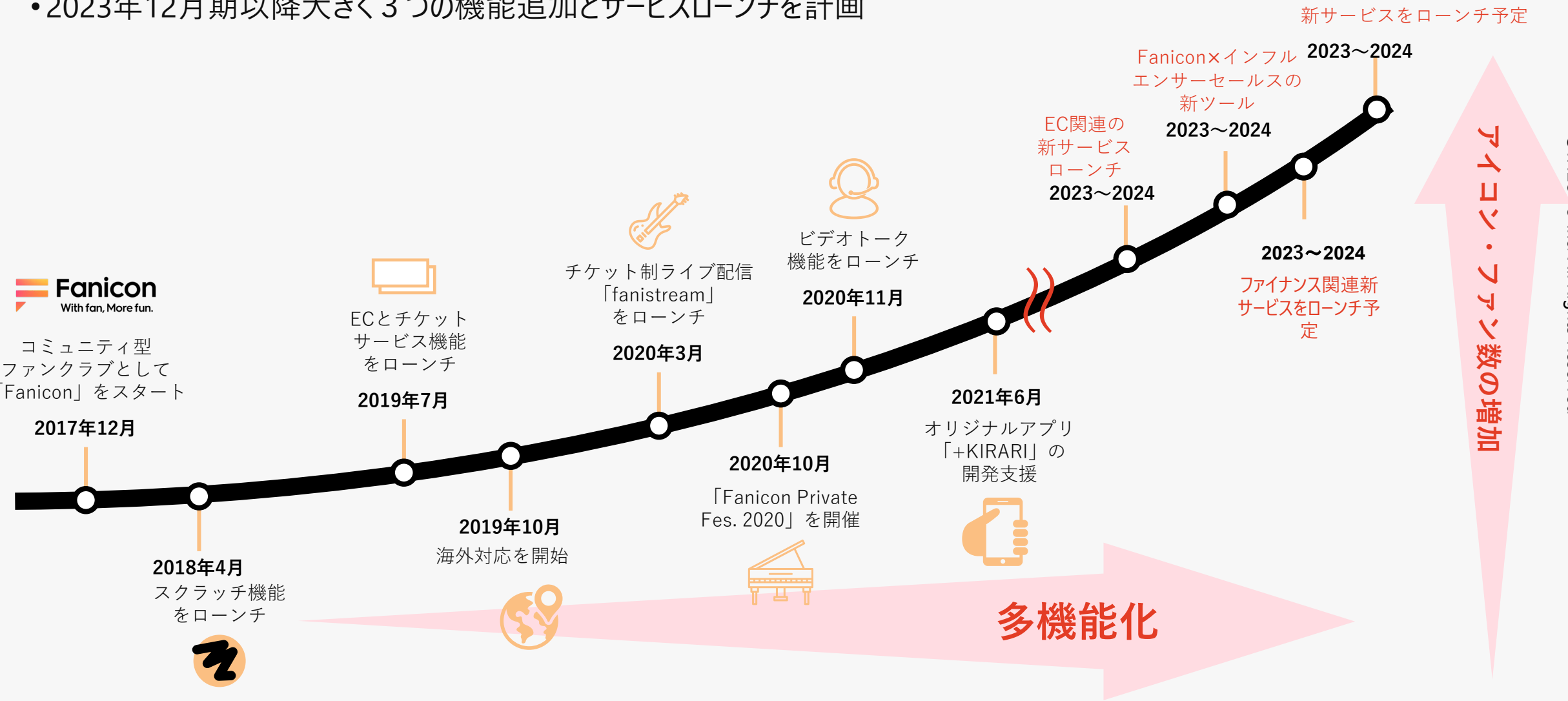
	投資内容	投資方針
デジタルマーケティング事業	・シェア拡大を目指し、10名以上の増員を予定	人件費増加
Fanicon事業	・これまでの急成長により、バックエンド面が手薄になる事象が発生、テコ入れ必須のため、エンジニア・カスタマーサクセスの採用強化	人件費増加

©THECOO Inc. All Rights Reserved

開発のロードマップ

THECOO

- 2023年12月期以降大きく３つの機能追加とサービスローンチを計画

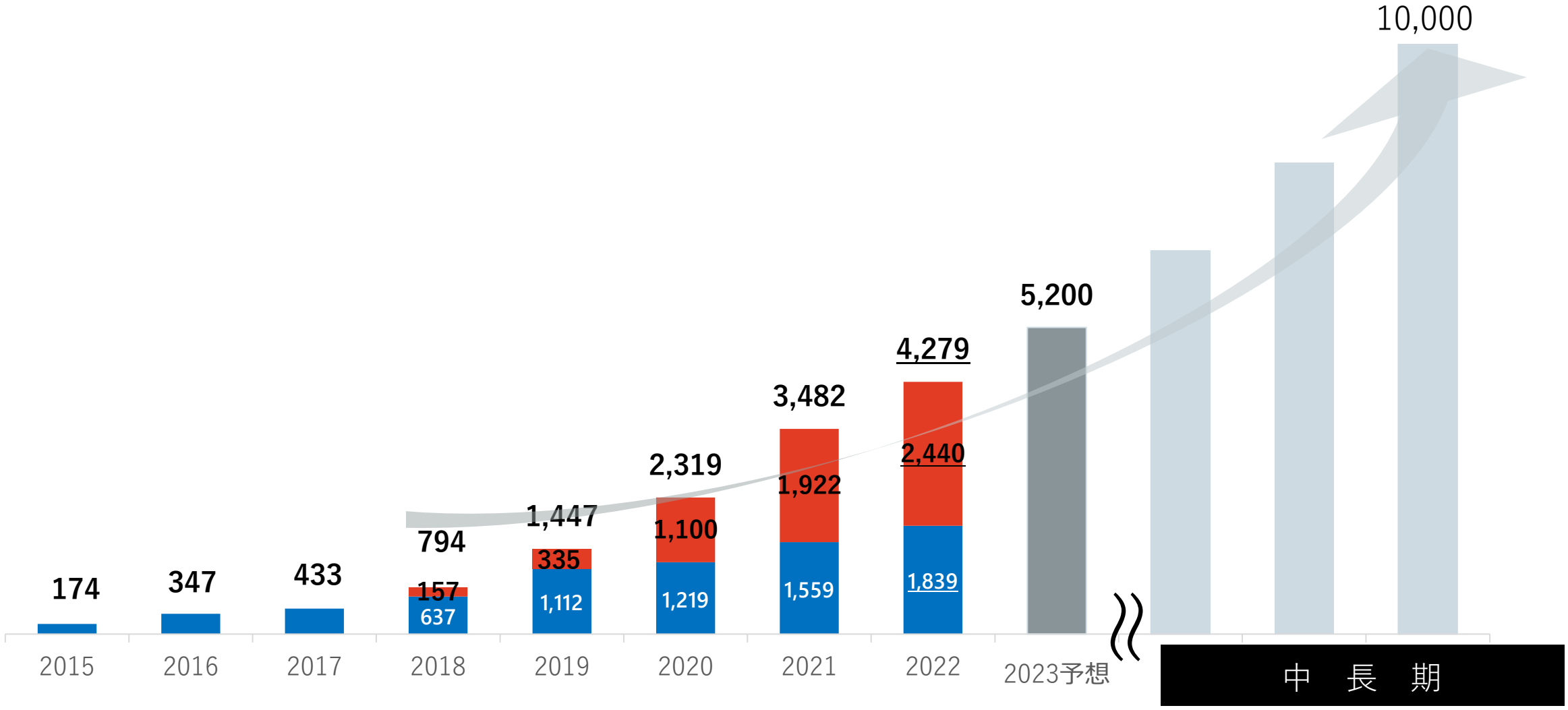


©THECOO Inc. All Rights Reserved

（C）THECOO Inc. All Rights Reserved.

3-14

中長期で売上高100億円を目指す



©THECOO Inc. All Rights Reserved

中期経営方針

デジタルマーケティング事業（旧：法人セールス事業）

データ重視のブランディングによる業界ポジションの確立

Fanicon事業

アイコンを中心として、ファンがコミュニティ化する世界の構築を目指す

全　社

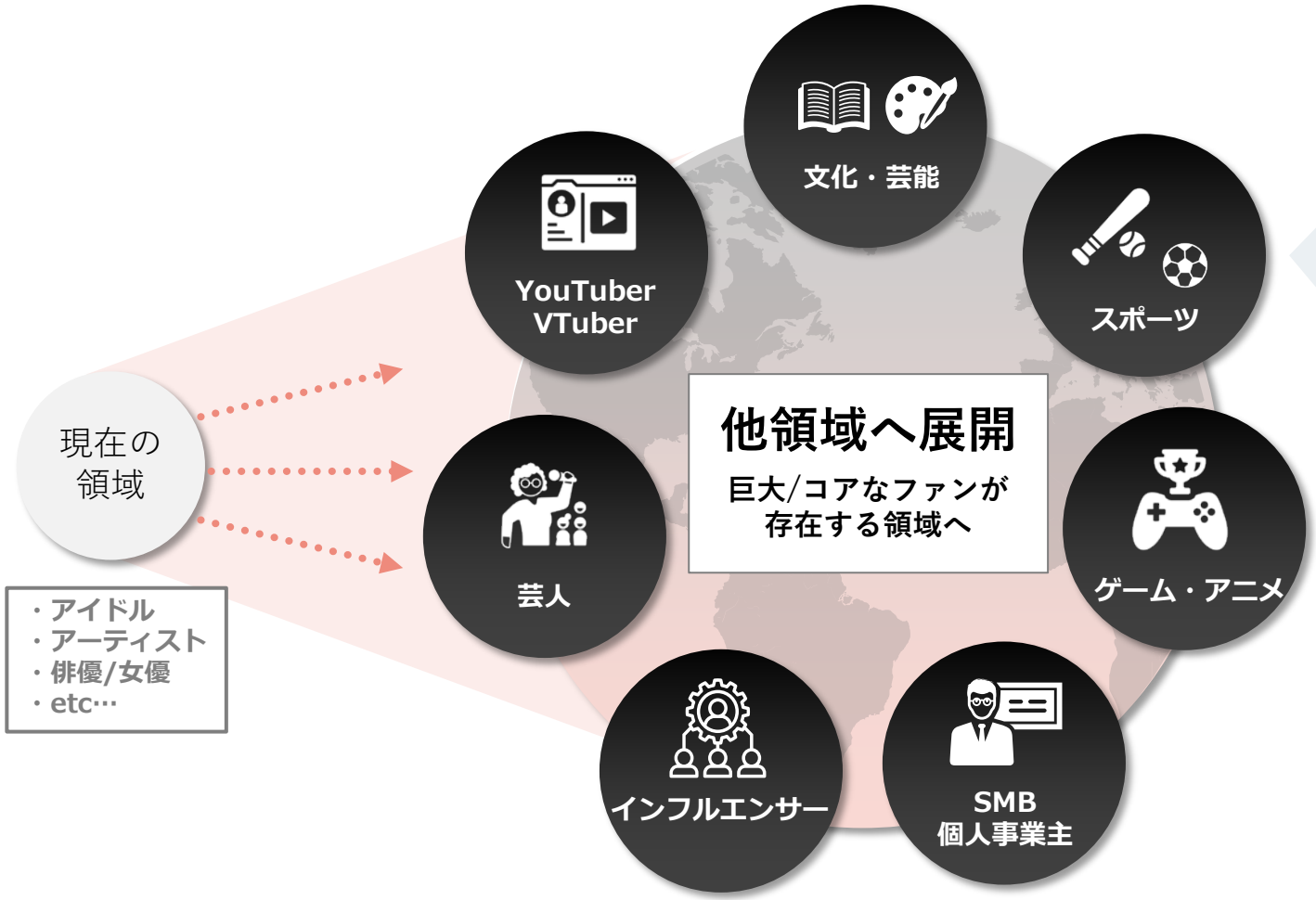
2つの事業のシナジーを創出　パッションエコノミーの実現

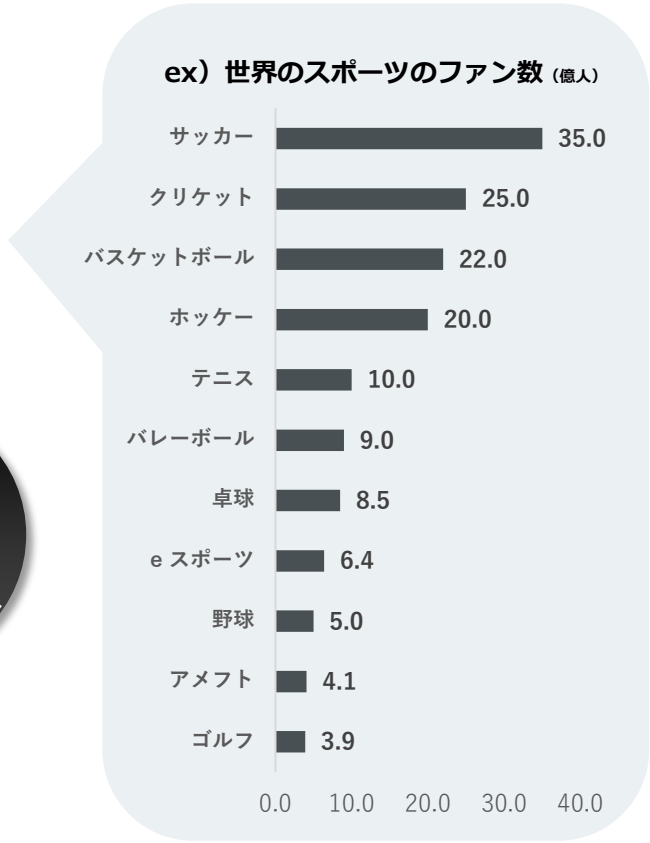
©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-16

アイコン増加施策①:エンタメ領域外への拡大による成長

- スポーツ等の熱狂的なファンを抱えるジャンルへ領域を拡大。アイコンの更なる獲得を目指す





出所： eスポーツはNewzoo、その他はSports Show

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-17

アイコン増加施策②：海外展開の本格化

- 多言語対応とリアルタイム翻訳等の機能拡充により、海外市場（特に韓国）でアイコン/ファン基盤の拡大を目指す

多言語対応

中国語
（広東語、マンダリン）

英語

韓国語

日本語

＋

リアルタイム翻訳

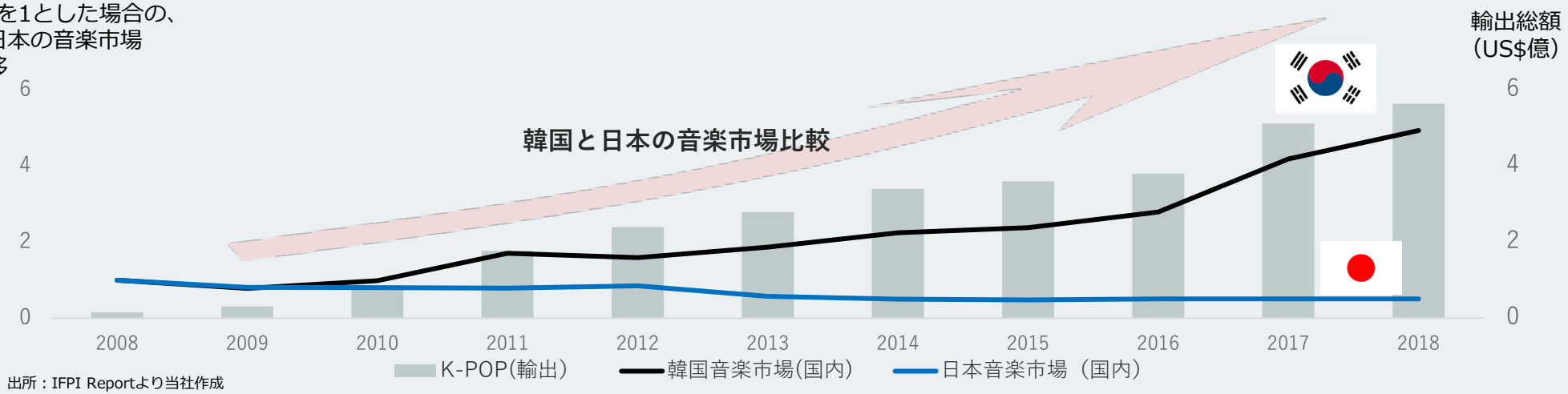
ファンのやり取りをリアルタイム翻訳



＋

機能拡充

2008年を1とした場合の、
韓国と日本の音楽市場
規模推移



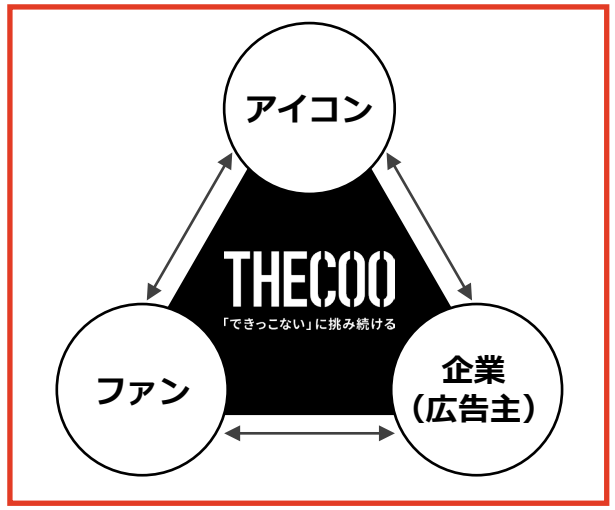
出所：IFPI Reportより当社作成

アジアのエンタメビジネスを牽引する韓国市場を海外戦略の一歩として、海外展開を加速

©THECOO Inc. All Rights Reserved

プラットフォームとしての可能性

- Fanicon事業とデジタルマーケティング事業のアセットを活用したハイブリッド戦略を推し進め、Web3 の世界をアイコン、ファン、企業をつなぐプラットフォームに構築
- 「パッションエコノミー」(1) の世界を創造



©THECOO Inc. All Rights Reserved

(注1)「パッションエコノミー」とは、米国の著名なベンチャーキャピタル、アンドリーセン・ホロヴィッツのパートナーである、Li Jin氏が2019年に執筆した記事において提唱。
「SNSの普及で発信力を持った個人が、自分の個性や情熱に興味を持ってくれるオーディエンスを独自に構築できる新しいデジタルプラットフォームによって作り出される経済圏」を意味する。

3-19

当社の描く、Web3の概念での「ファンコミュニティ」の未来

Now

・アイコンのNFT(1) 販売のサポート
・ファンによる、Fan Art生成システムの構築

Next

・ファンがアイコンの成長を支えるコミュニティ ”DAO”(2) に変化

Later

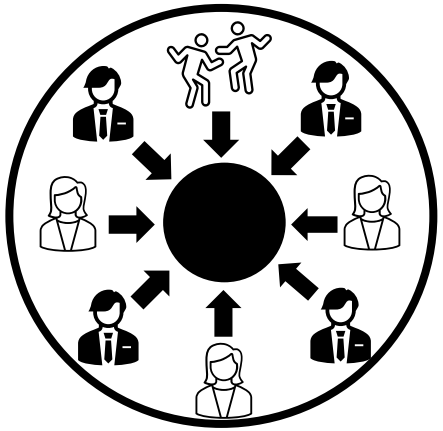
・コミュニティごとの、トークンを発行し、ICO(3) をサポート

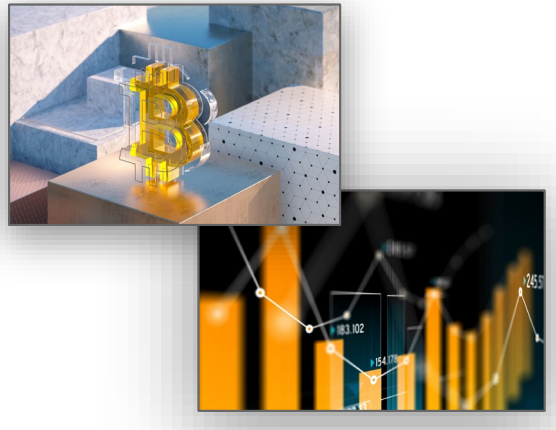
注(1) NFTとは、「Non-Fungible Token」の頭文字をとったもので、“非代替性トークン”の意味

注(2) DAOとは、「Decentralized Autonomous Organization」の頭文字をとったもので、“分散型自立組織”の意味

注(3) ICOとは、「Initial Coin Offering」の頭文字をとったもので、“新規通貨公開”の意味







©THECOO Inc. All Rights Reserved

04 / FY2022-4Q 業績

©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-1

【全社】FY2022-4Q　業績　PL

- 4Qは売上高と売上総利益が予想より若干上振れて着地

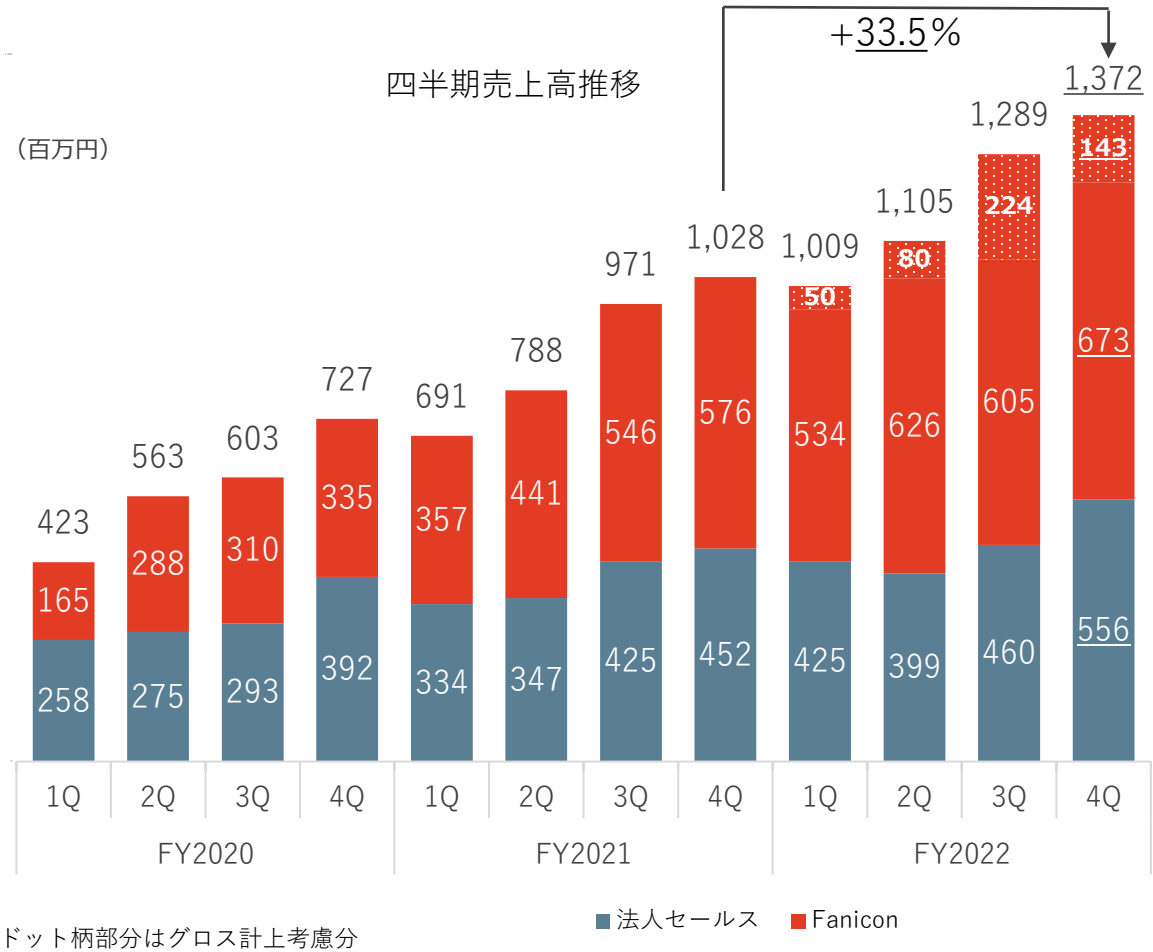
（百万円）	FY2022-4Q（2022年10－12月）					FY2022通期（2022年1－12月）		
	実績	前年同四半期比		前四半期比		実績	前年同期	
		実績	YoY	実績	QoQ		実績	YoY
売上高	1,227	1,029	19.2%	1,066	15.1%	4,279	3,482	22.9%
売上総利益	470	384	22.4%	428	9.8%	1,671	1,289	29.6%
売上総利益率	38.3%	37.3%	+1.0pt	40.2%	△1.9pt	39.1%	37.0%	+2.1pt
販売費及び一般管理費	512	426	20.2%	475	7.8%	1,883	1,390	35.5%
営業利益	△ 42	△ 41	-	△ 47	-	△ 212	△ 100	-
経常利益	△ 42	△ 59	-	△ 47	-	△ 210	△ 119	-
当期純利益	△ 283	△ 44	-	△ 83	-	△ 488	△ 109	-

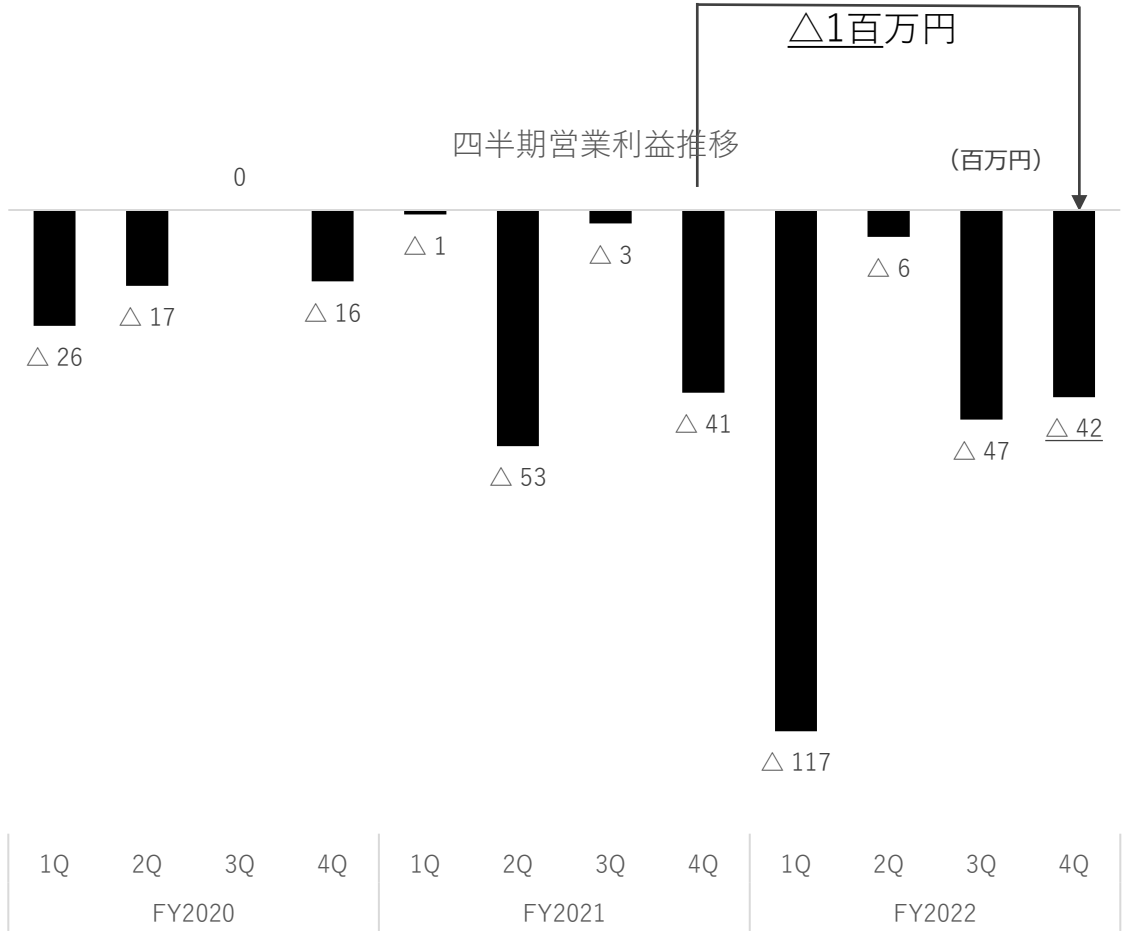
©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-2

【全社】四半期売上高・営業利益推移

- 四半期売上高はグロス計上考慮後でYoY＋33.5%
- 四半期営業利益はYoYで△1百万円の△42百万円





*ドット柄部分はグロス計上考慮分

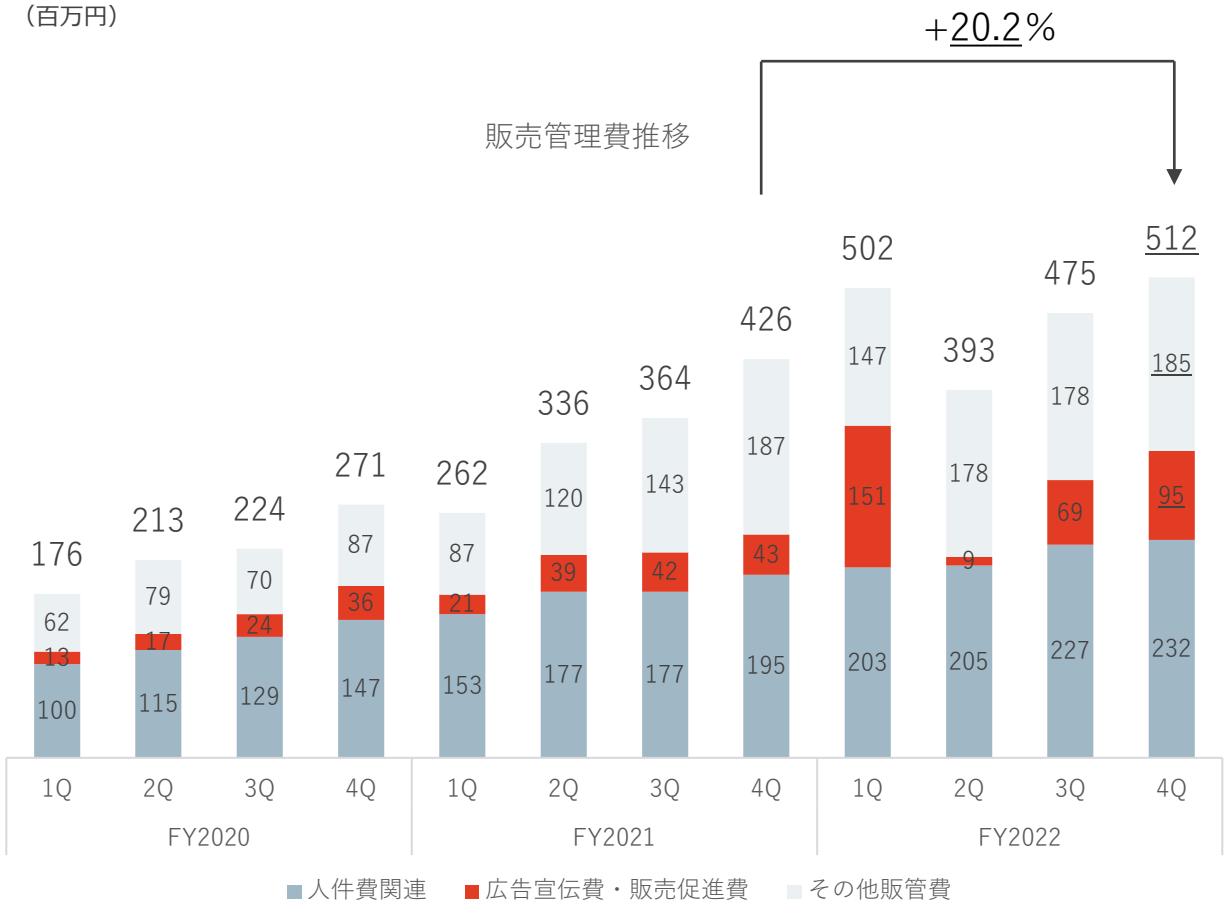
©THECOO Inc. All Rights Reserved

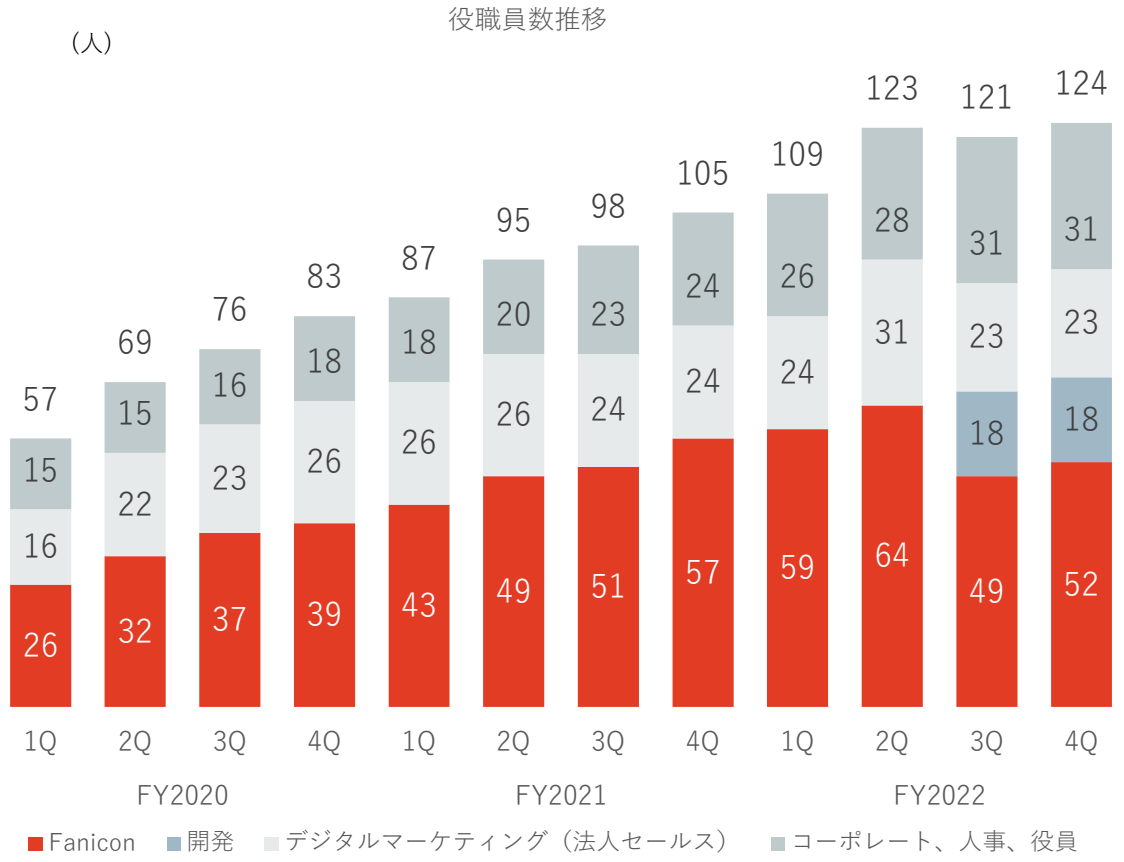
4-3

【全社】販売管理費・役職員数

・販売管理費は、2023年12月期より新オフィスの家賃負担開始

・役職員数推移は、2022年3Qより開発部を新設　エンジニア採用を強化





©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-4 TOPICS①　エンジニア・デザイナーの採用を強化

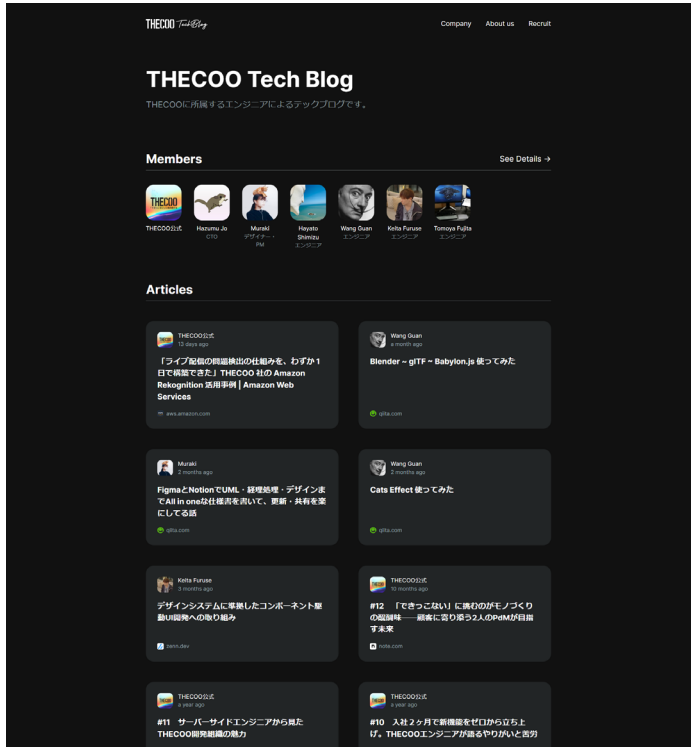
・エンジニア・デザイナーの採用強化を目的として、開発部の取り組みを発信するサイト「THECOO Recruiting Site for Engineers」と、開発メンバーによる技術記事をご紹介する「THECOO Tech Blog」を新規オープン



エンジニア採用サイト
「THECOO Recruiting Site for Engineers」
https://thecoo-engineer-recruiting.teleporthq.app/



テックブログ
「THECOO Tech Blog」
https://developer.thecoo.co.jp/



©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-5 TOPICS②「Z世代の注目企業2022」にランクイン

・SNSデータから見る「Z世代の注目企業2022」調査の200社にTHECOOがランクイン

SNS データから見る「Z 世代の注目企業 2022」

エンゲージメント量	企業名
10,000〜	伊藤忠商事 / カバー
5,000〜9,999	フォースタートアップス / キリンホールディングス / サイボウズ / グーグル / heart relation / アクセンチュア / ランサーズ
3,000〜4,999	207 / リブ・コンサルティング / メルカリ / パナソニック / ヘラルボニー / 国際協力銀行 / ひろのぶと / クリプトン・フューチャー・メディア
2,000〜2,999	カプコン / ドズル / LayerX / 塩野義製薬 / 電通デジタル / オークネット / GVA TECH / Metaverse Japan / THECOO / デロイト トーマツ コンサルティング / Chatwork / SmartHR / 大吉不動産 / GMO インターネットグループ / Voicy / マネーフォワード / 暗号屋 / セールスフォース・ジャパン
1,000〜1,999	ヴイエムウェア / ユーザベース / Zillow Group, Inc. / PR Table / マッキンゼー・アンド・カンパニー / アルファドライブ / 海士 / ラクスル / FLUX / キューブアンドカンパニー / 英治出版 / Gunosy / 犬猫生活 / ニット / 吉野家 / ソフトバンク / ユニバーサル ミュージック / Tesla, Inc. / カミナシ / 10X / M&A 総合研究所 / cotree / リクルートスタッフィング / ヤプリ

調査 / 作成 No Company NO COMPANY

本調査は2021年10月1日から2022年9月30日の1年間に、SNS（Twitter、Facebook）上でZ世代などの生活者が話題にした企業、団体・組織200社が選出されます。

●No Company社のプレスリリースはこちら
https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000012.000089446.html

©THECOO Inc. All Rights Reserved

05 / セグメント別：デジタルマーケティング事業

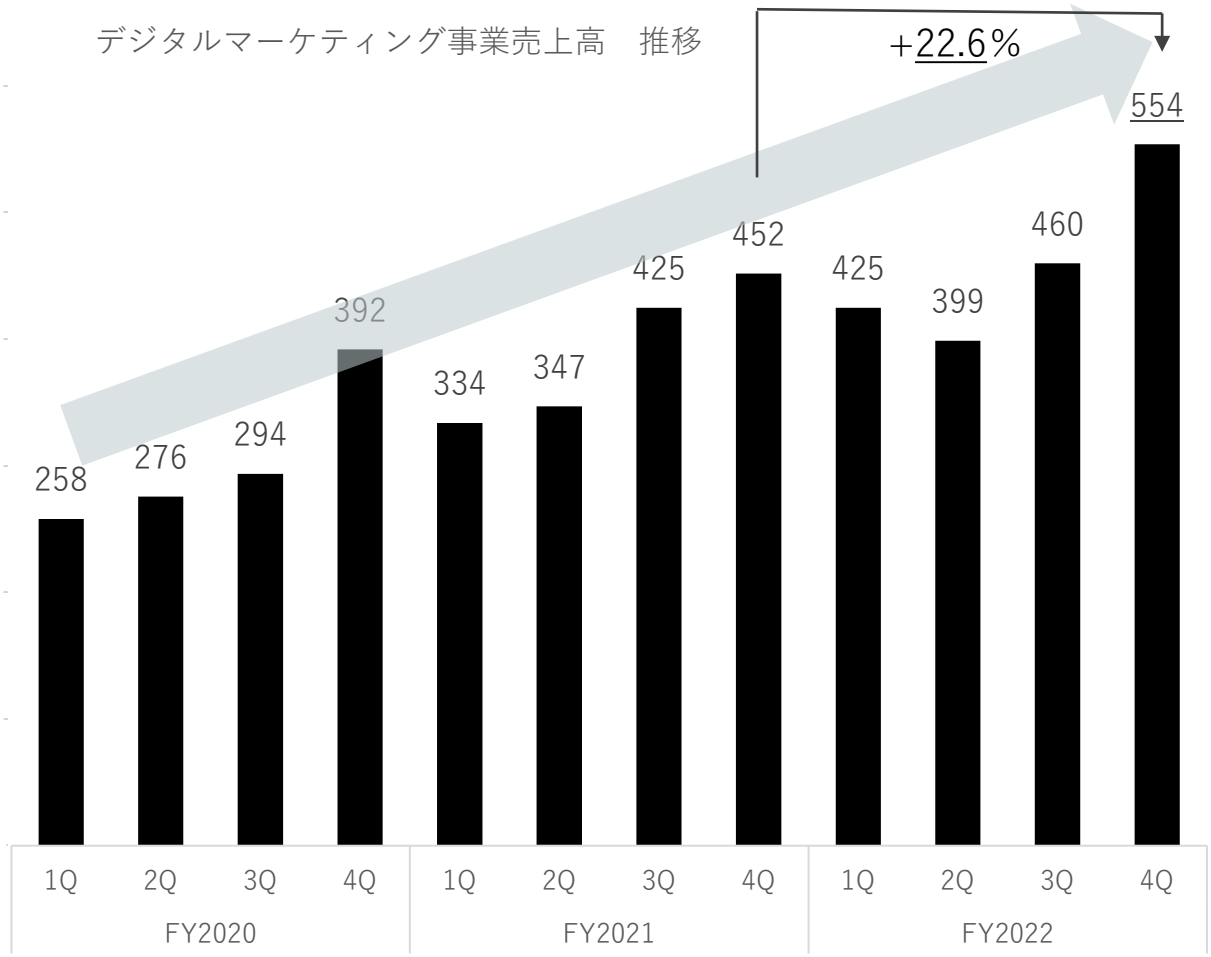
（旧：法人セールス）

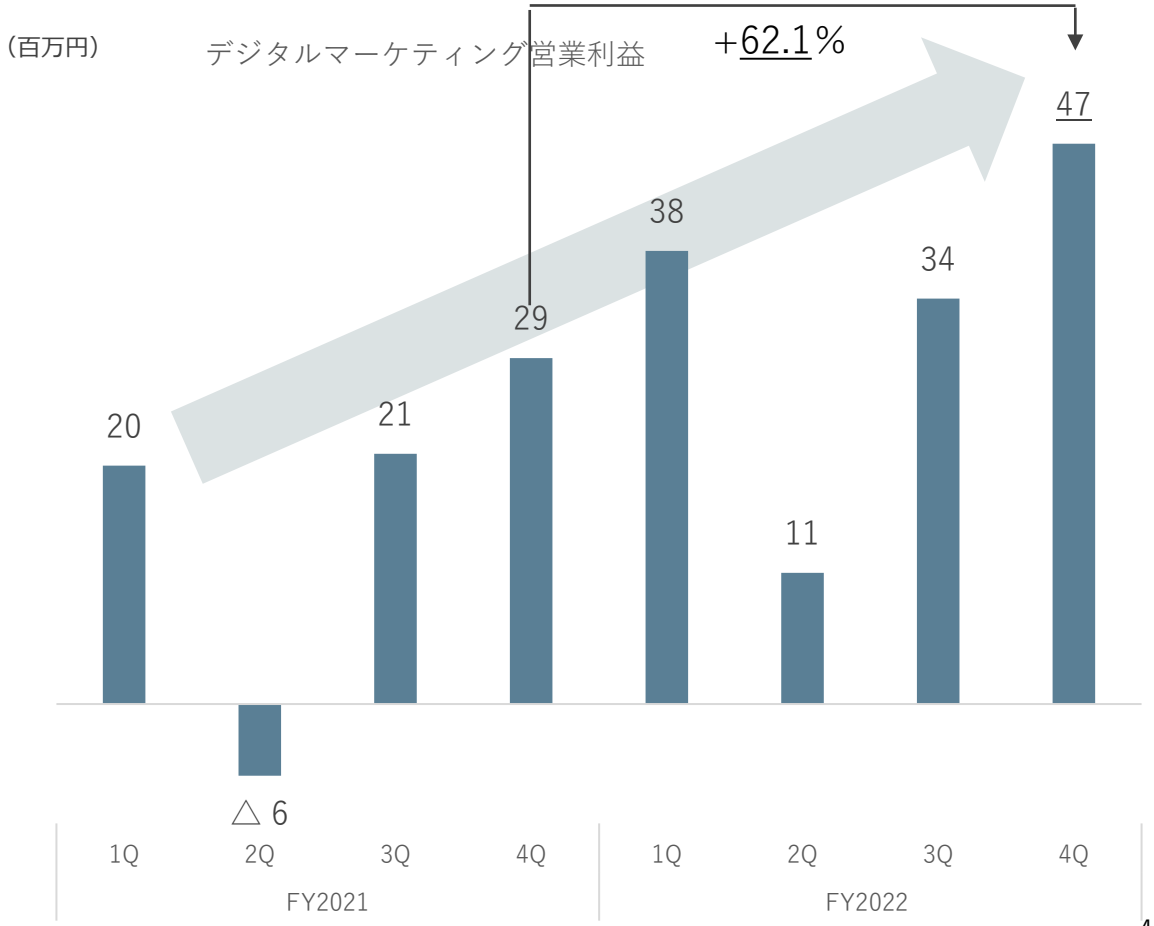
©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-1

【デジタルマーケティング事業】四半期売上高・営業利益推移

- 売上高はYoY＋22.6%の554百万円
- 営業利益はYoY＋62.1%の47百万円



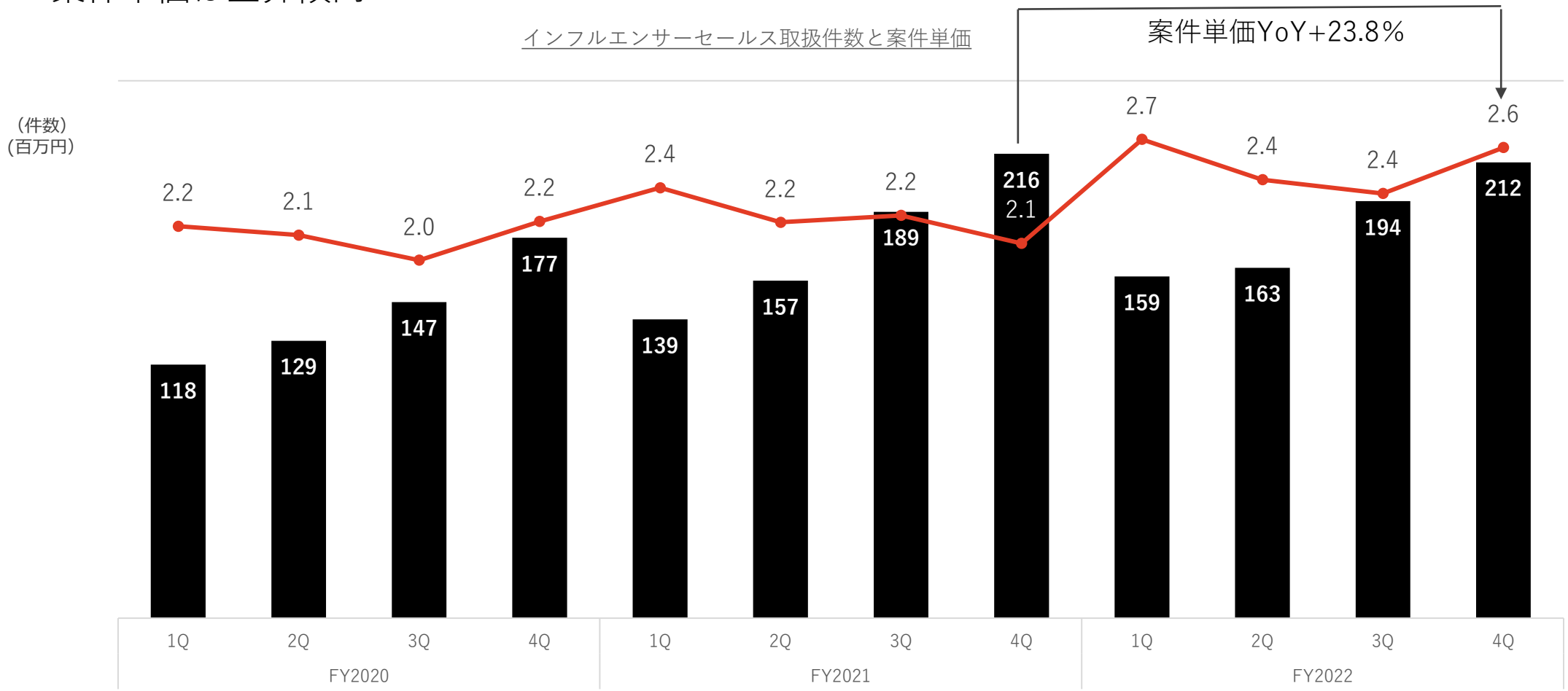


©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-2

【デジタルマーケティング事業】KPI

- インフルエンサーセールス取扱件数は、YoY△1.9%の212件
- 案件単価は上昇傾向



©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-3

【デジタルマーケティング事業（法人セールス）】インフルエンサー事業の特長

- インフルエンサー事業は、特定のメディアを持たず、クライアントの課題に寄り添い、データドリブンな提案を得意とする

当社インフルエンサー事業の特長

インフルエンサーマーケティングを実行する上で必要な項目を一気通貫で対応。クライアントの課題に寄り添った最適なプランを提案

	施策の全体設計	ディレクションノウハウ	キャスティング幅（SNS種類）	キャスティング幅（規模）	インフルエンサー分析・レポーティングツール提供	インフルエンサーマネジメント
THECOO	○	○	○	○	○	△
インフルエンサー事務所	×	○	△	△	×	○
インフルエンサー代理店	△	△	△	△	×	×
キャスティングプラットフォーム	×	×	△	×	×	×

クライアントの課題に寄り添うため、ゲーム・美容・ファッション等に限らず全ジャンルをカバーする膨大なインフルエンサーネットワーク

Youtuber事務所との Network



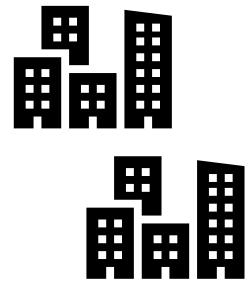
インフルエンサープランニングツール iCON Suite に約120,000名のインフルエンサーのデータを保有

3,000+ influencers

iCON CAST

iCON Suite

芸能事務所との Network



©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-4

【デジタルマーケティング事業（法人セールス）】 インフルエンサー事業のご紹介

- データドリブンな提案を可能にするiCon Suite(アイコン スイート）とは
- インフルエンサーの価値を見える化するツール

インフルエンサー検索機能

インフルエンサーを”本人”、または”フォロワー”の年齢性別、興味・関心などの情報を基に検索可能



インフルエンサー分析機能

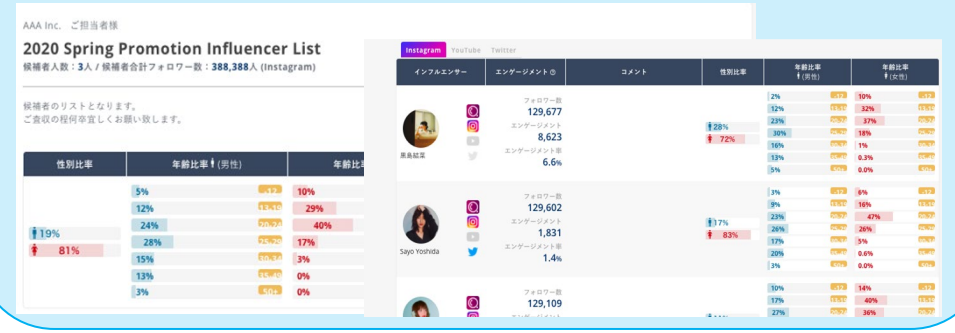
インフルエンサー/ファンの興味・関心



iCON Suite

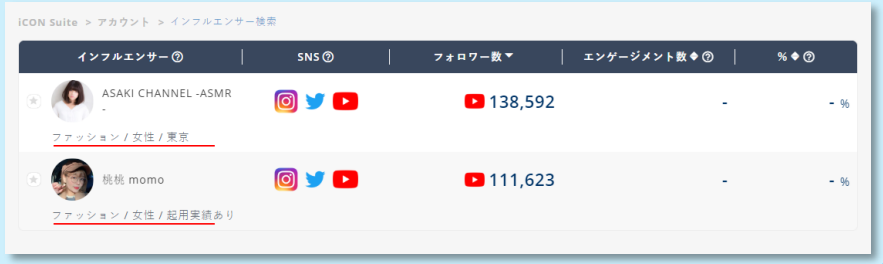
インフルエンサーリスト化機能

キャンペーンごとに候補のインフルエンサーをリストに



カスタムタグ機能

インフルエンサー個別に管理識別用のタグを付与
付与したカスタムタグを条件にインフルエンサー検索が可能



©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-5

Case Study：ゲーム業界　Electric Arts様

Apex Legends Mobile新規ユーザー獲得とコミュニティ活性化

商材：Apex Legends Mobile

役職：Japan Mobile Community Engagement Manager

認知 → 興味 → 購買 → ファン

利用SNS



実施の目的

- 新タイトルのユーザー獲得最大化
- 休眠層の掘り起こしとコアユーザー数の増加

Apex Legendsユーザーによるプレイ動画配信・Twitterでの紹介 × 他のFPSゲームユーザーによるプレイ動画配信

実施要件

実施期間：2022年春～

ターゲット層：

- Apex Legendsプレーヤー
- モバイルFPSゲームプレーヤー

訴求内容：プレイ動画の配信

得られた効果

- 知名度およびインストール数の最大化を達成できた
- 開発者のフィードバックセッションを設け、ユーザー目線の機能調整ができた

©THECOO Inc. All Rights Reserved

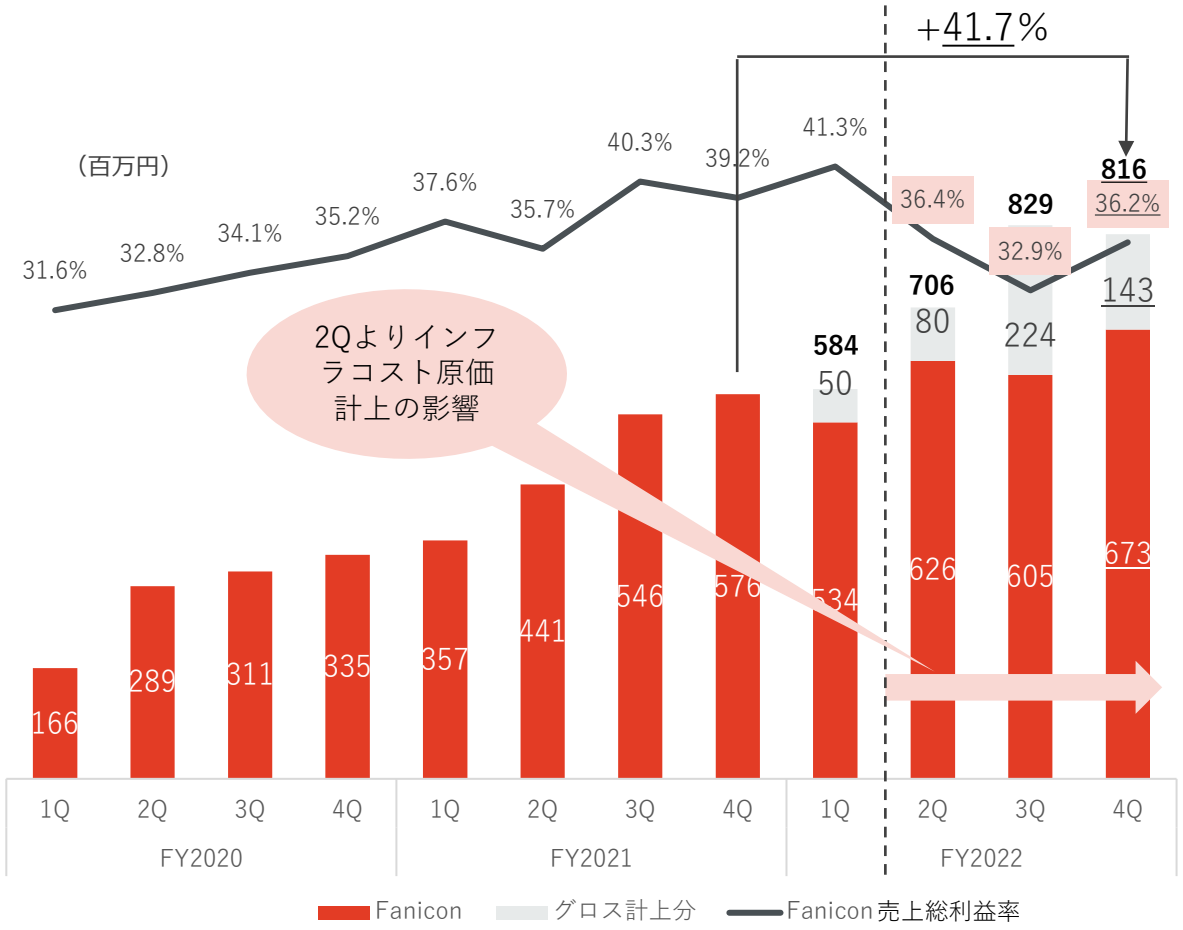
06 / セグメント別：Fanicon事業

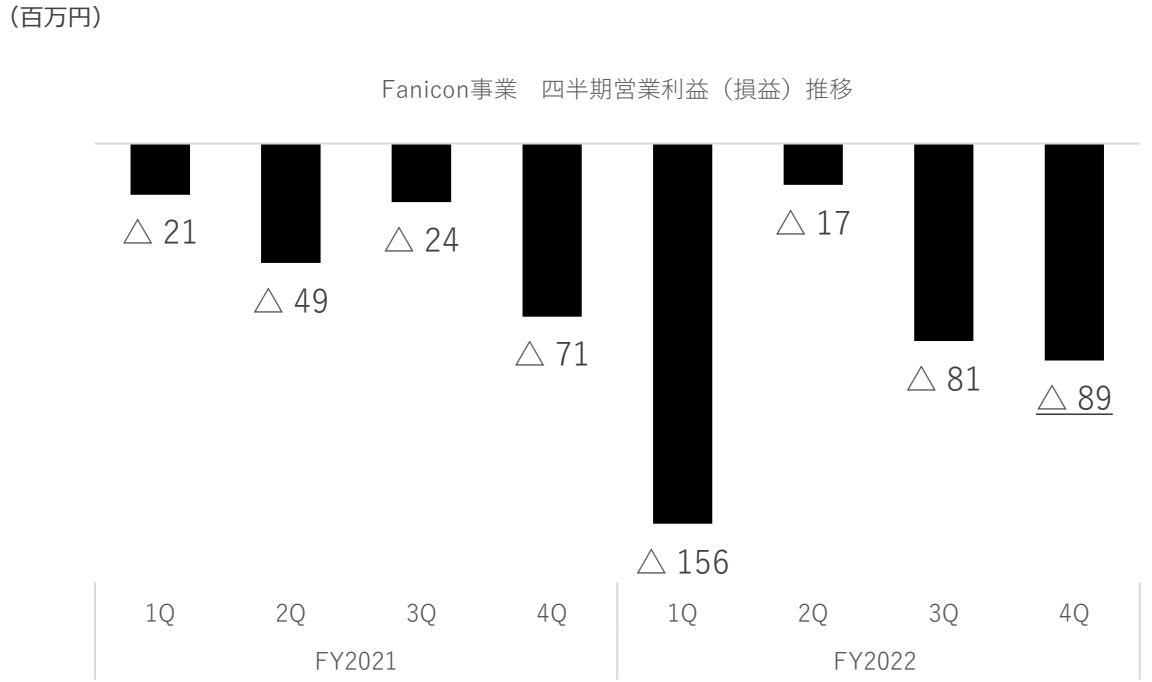
©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-1

【Fanicon事業】四半期売上高・売上総利益率、営業利益推移

- Fanicon事業部の売上高は、グロス計上考慮後でYoY41.7%増の816百万円と順調に成長
- 一方、12月にポイント売上高が伸びたため、売上総利益率はQoQで改善





*ドット柄部分はグロス計上考慮分

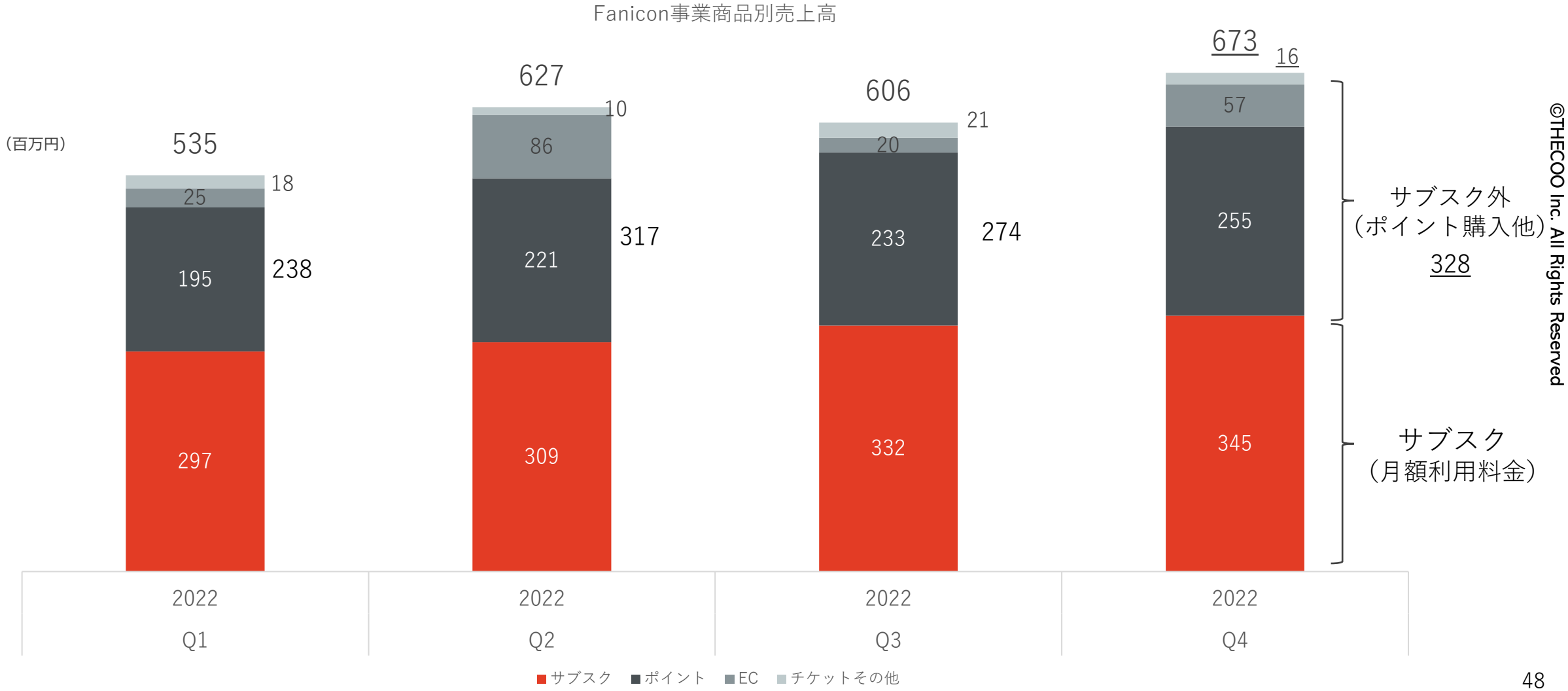
注）売上総利益率について、本資料よりグロス計上考慮後の売上高を利用して計算（2022年12月期第2四半期までの決算説明会資料においては、財務会計上の売上高を利用して計算）

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-2

Fanicon事業　商品別売上高

・ストック型の売上高　サブスク売上高は着実な積み上がり
・ポイント売上高は、季節性があるが順調に成長



©THECOO Inc. All Rights Reserved

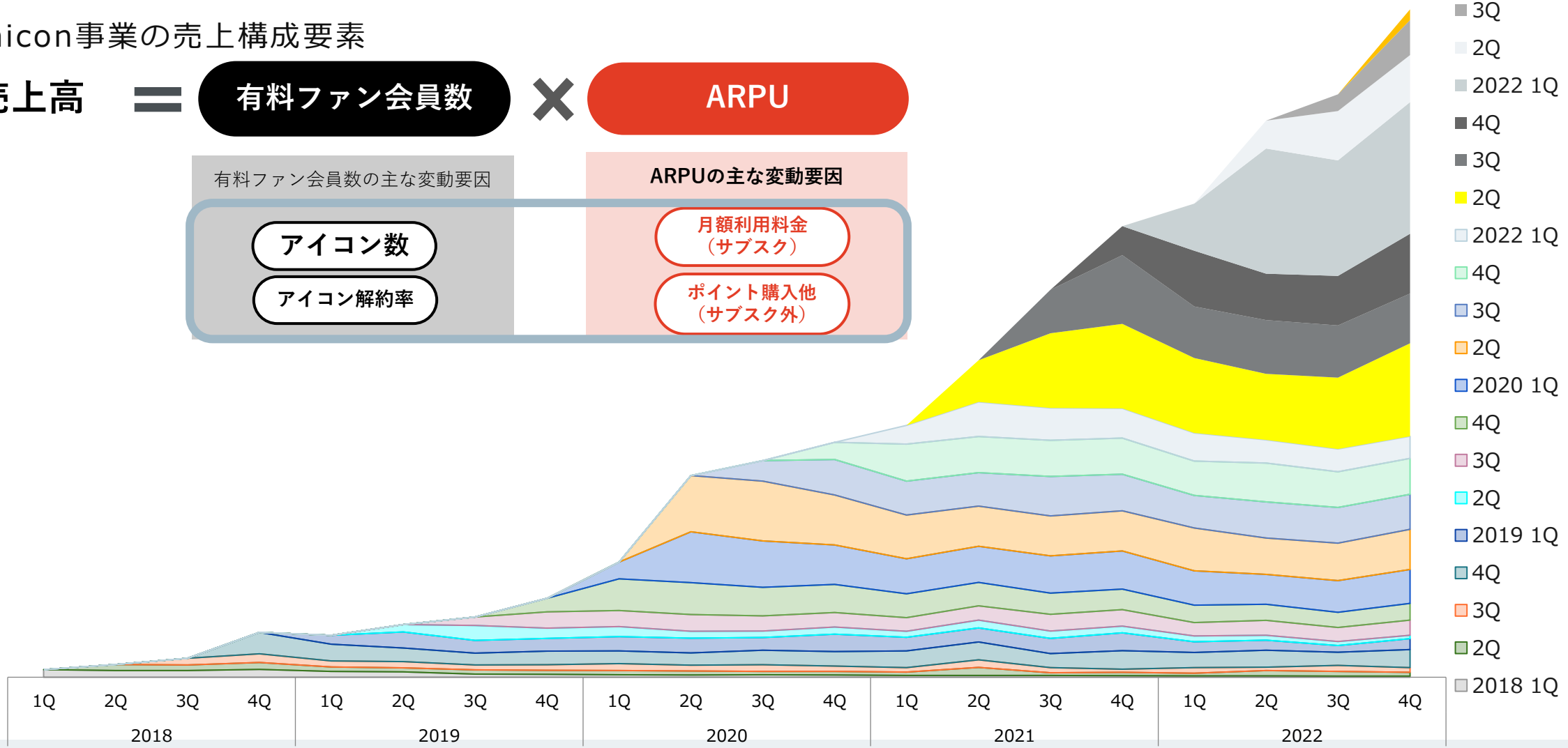
6-3

Faniconはストック型のビジネスモデル

Fanicon事業の売上構成要素

売上高 ＝ **有料ファン会員数** × **ARPU**

有料ファン会員数の主な変動要因	ARPUの主な変動要因
アイコン数	月額利用料金（サブスク）
アイコン解約率	ポイント購入他（サブスク外）

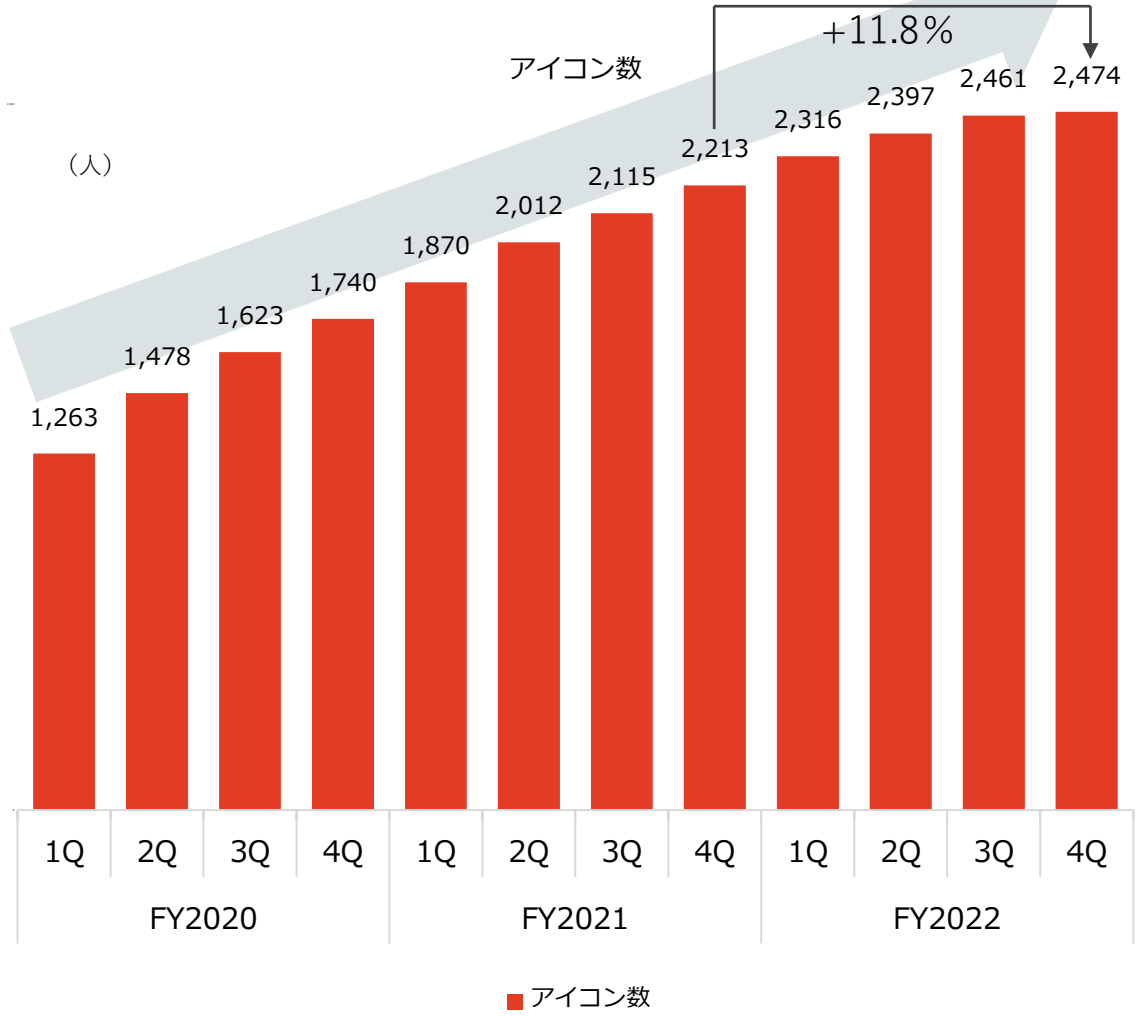


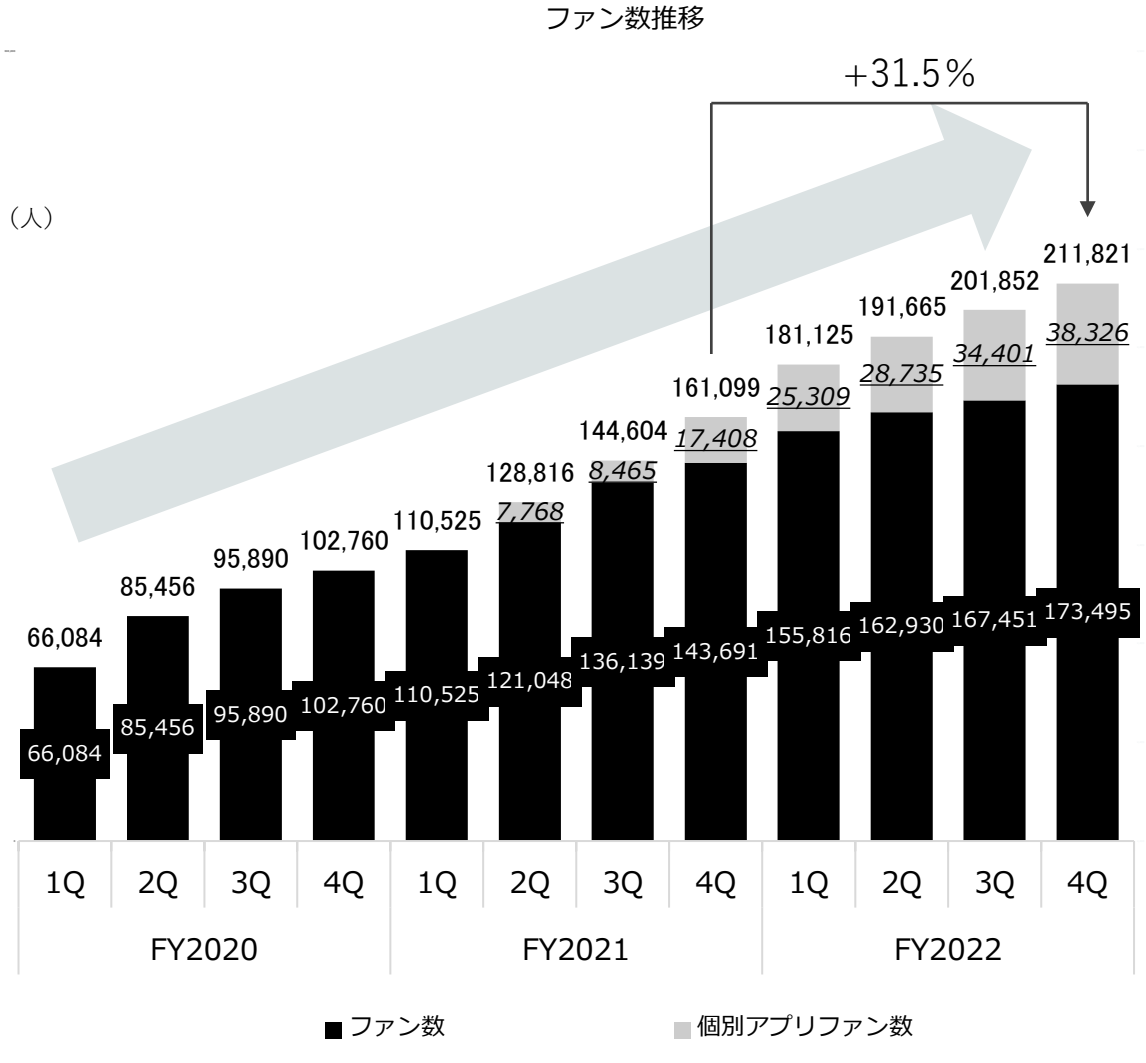
©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-4

Fanicon事業 KPI 四半期ベース

・アイコン数は、YoY11.8%増の2,474
・ファン数は、中型アイコンの増加によりYoY31.5%増の211,821
・既存アイコンのファン数も増加傾向





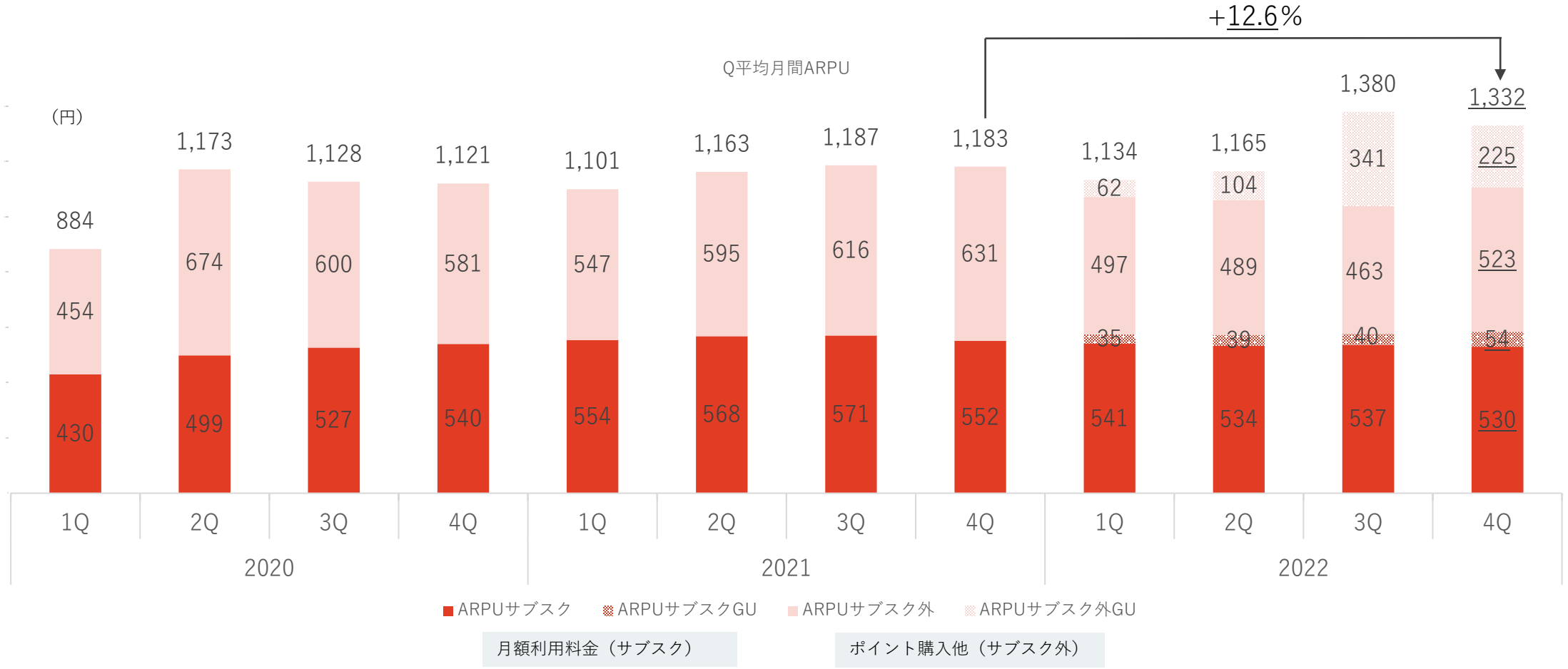
©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-5

【Fanicon事業】 KPI

- ARPUは、グロス計上考慮後、YoY12.6%増の1,332円

（なお、3/3本日発表の決算短信の訂正により、Fanicon事業の売上高が減少しておりますが、2/10開示のARPUの数値に誤りがあったため、本資料が正しいARPUとなっております。）



*1Q受託の大型ファンクラブ運営案件は、従来のファンコミュニティ運営とは実態が異なるため、KPIから除いております。

*ドット柄部分はグロス計上考慮分

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-6

【TOPICS】FY2022-4Q（10-12月）のFanicon開設一例



開設日:10月17日
アイコン名：【ASMR YouTuber】イライン
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『Baberang』
月額500円



開設日:10月29日
アイコン名：【アーティスト】栗林みな実
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『マロンパーティー』
月額600円/3000円



リリース日:11月15日
アイコン名：【元SKE/タレント】須田亜香里
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『あかりの頭の中』
月額680円



リリース日:12月19日
アイコン名：【アーティスト】宮川大聖
ファンコミュニティ名：
公式ファンクラブ『secret blue』
月額500円

韓国



開設日:12月24日
アイコン名：グローバルK-POP BAND「W24（読み：ダブリュートゥウェンティーフォー）」
コミュニティ名：ファンコミュニティ【EVERY WORLD】
月額500円／2,000円

韓国



開設日:12月24日
アイコン名：グローバルトップダンサー「ポッピンヒョンジュン」
ファンコミュニティ名：
POPPIN HYUNJOON OFFICIAL
月額500円

©THECOO Inc. All Rights Reserved

07 / Appendix

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-1 2022年12月期　バランスシート

（百万円）	2022年12月末	2021年12月末	前期末比	主な要因
流動資産	2,623	2,915	-10.0%	
現金及び預金	1,842	2,044	-9.9%	
受取手形及び売掛金	716	837	-14.5%	
その他	65	34	91.2%	大型ファンクラブとの契約に基づいた前渡金の支払い
固定資産	380	304	25.0%	
有形固定資産	210	235	-10.6%	
投資その他の資産	170	68	150.0%	新オフィスの敷金の支払い
資産合計	3,004	3,220	-6.7%	

（百万円）	2022年12月末	2021年12月末	前期末比	主な要因
流動負債	1,709	1,475	15.9%	
買掛金	572	447	28.0%	
未払金	250	365	-31.5%	
前受金	702	440	59.5%	Faniconファン数増加に伴う増加
その他	184	223	-17.5%	未払費用の減少
固定負債	105	48	118.8%	資産除去債務の計上によるもの
負債合計	1,815	1,523	19.2%	
資本金	758	752	0.8%	
資本剰余金	948	1,656	-42.8%	欠損金の補填の為
利益剰余金	-520	-714	-	
その他	2	2	0.0%	
純資産合計	1,188	1,696	-30.0%	
負債及び純資産合計	3,004	3,220	-6.7%	

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-2

2022年12月期　キャッシュフロー

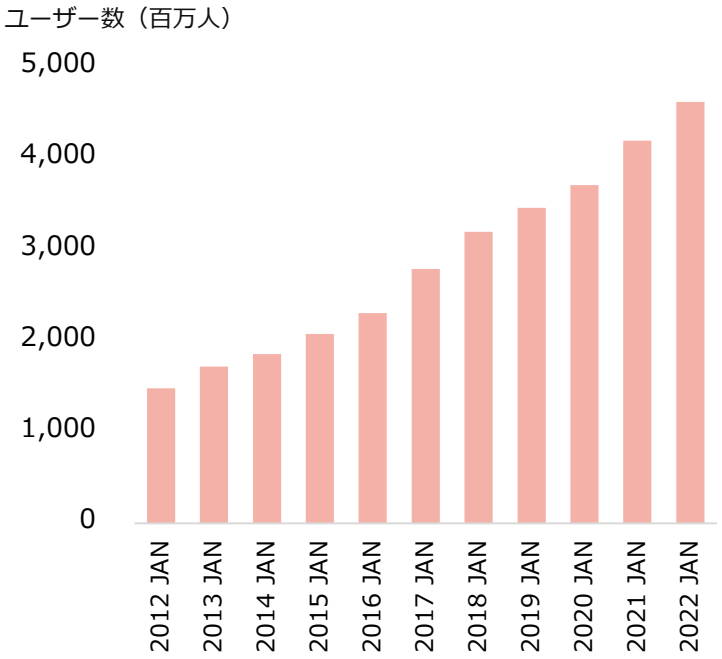
単位：百万円	2021年12月期	2022年12月期
営業活動によるキャッシュフロー	275	188
投資活動によるキャッシュフロー	△127	△344
財務活動によるキャッシュフロー	1,298	△55
現金及び現金同等物の増減額	1,445	△212
現金及び現金同等物の期末残高	2,044	1,832

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-3 拡大する個の市場

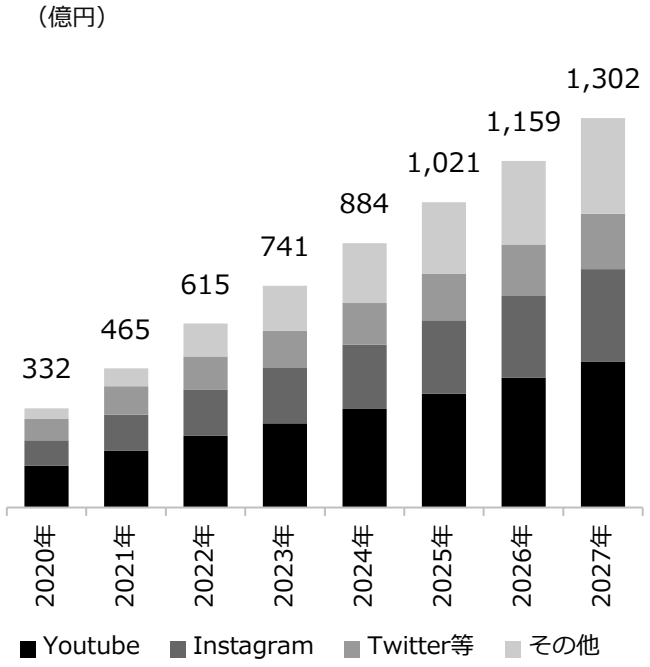
- 2022年から2023年のインフルエンサーマーケティング市場の伸び率は+20%と予想されている

世界のソーシャルメディア使用者数



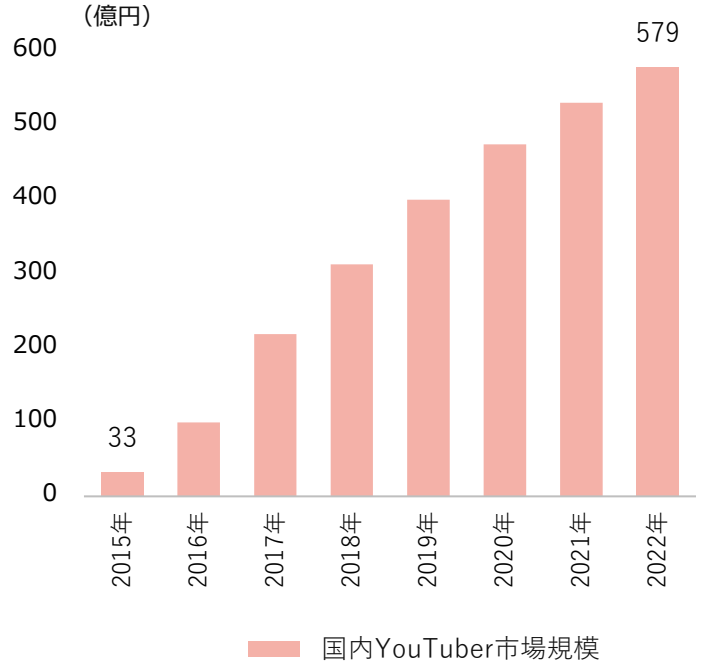
出典：We are Social Global 『Digital Overview』in Jan. 2022

インフルエンサーマーケティングの市場規模推計



出典：サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ
（2022年11月発表）

国内YouTuber市場規模



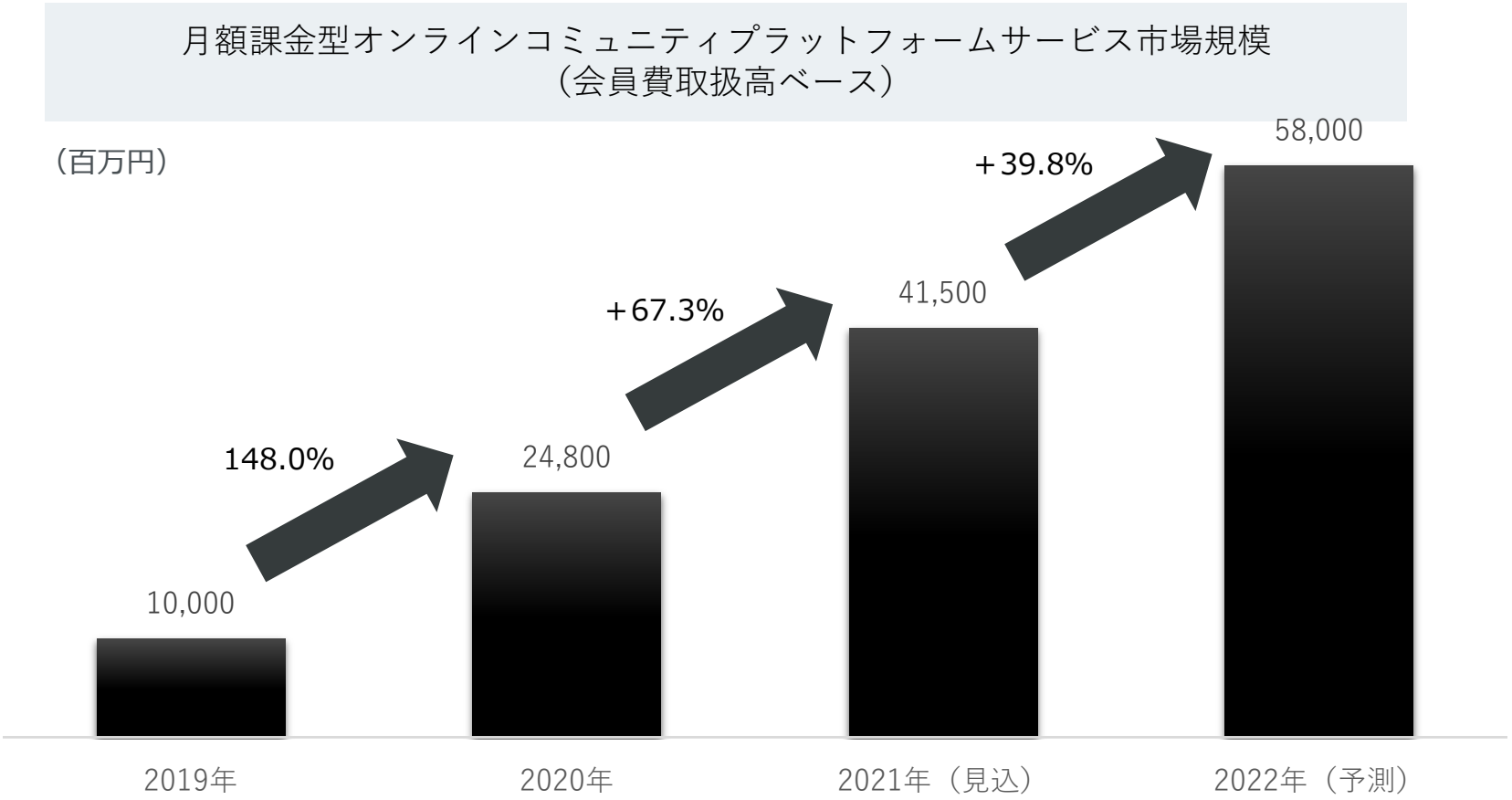
出典：CA Young Lab / デジタルインファクト調べ
（2018年3月発表）

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-4

急成長中のファンコミュニティビジネス市場

- 矢野経済研究所による調査「ファンコミュニティビジネス2022」によると2021年は、前期比67.3%増の415億円の見込み

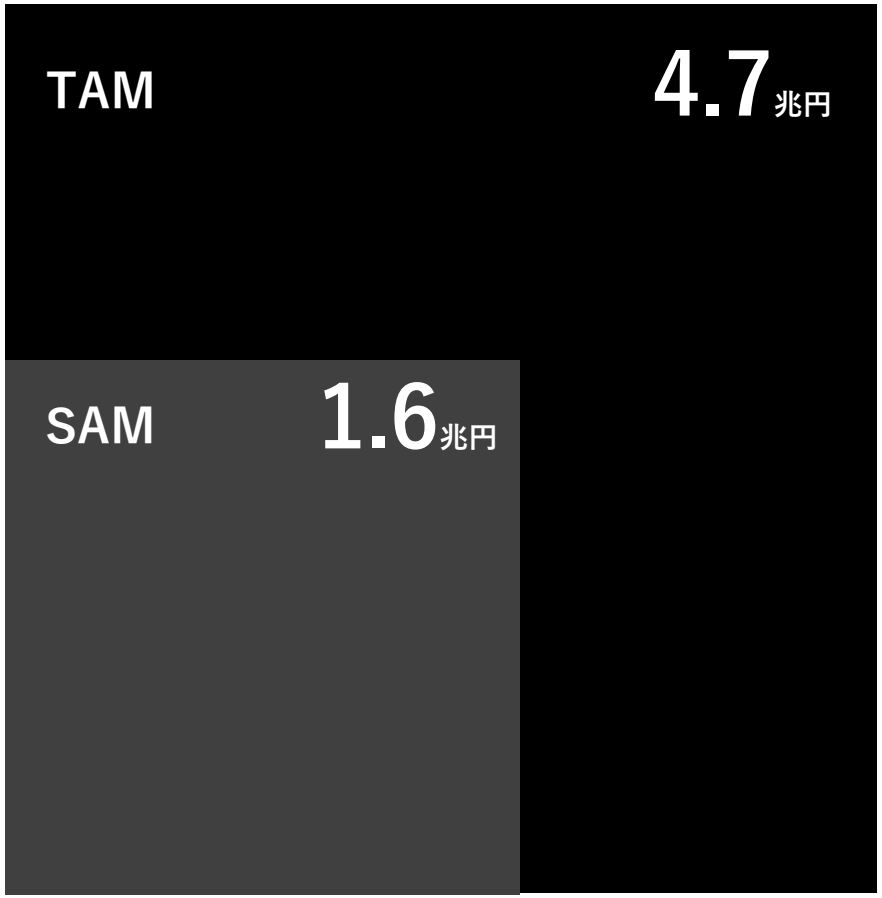


出典：矢野経済研究所「ファンコミュニティビジネス2022」（2022年4月発表）

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-5 広大なマーケットポテンシャル（Fanicon事業のSAMとTAM）

- “Web3”によって、今後も拡大余地のある広大なマーケットポテンシャル



エンタメビジネス市場

TAM(1)

ファンクラブ市場に加え、ライブ・エンタメ、デジタルコンテンツ、オンライン広告市場を加えた、DX化が進むエンタメビジネス市場規模

ファンクラブ市場規模

SAM(2)

当社が想定するファンクラブの市場規模

注：
(1)TAM: Total Addressable Market の略称。当社が想定する市場規模を意味する用語であり、当社が本資料開示日現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。外部の統計資料や公表資料を基礎として、当社が推計したものであり、その正確性にかかる統計資料や推計に固有の限界があるため、実際の市場規模はかかる推計値と異なる可能性があります。なお、具体的な算定方法についてはP59を参照ください。
(2)SAM: Service Available Market の略称。総務省の2021年7月の「人口推計」 と、2021年6月25日~7月8日に矢野経済研究所が実施したインターネットアンケート調査「ファンの消費行動」に基づく一人当たりの消費額と潜在層を含めたファン数を基に当社が想定するファンクラブ市場規模。なお、具体的な算定方法については「当社のSAM（ファンクラブの市場規模」ページを参照。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-6

【全社】 FY2022-1Qからの変更点

①新収益認識基準適用について

旧収益認識基準では、「Fanicon」内でのチケット売上をグロス計上していたが、
新収益認識基準では、ネット計上に変更

②Fanicon事業の個別アプリについて

運営主体が当社ではなく、アイコン側にあるアプリに関してはネットでの売上計上。
直近より個別アプリの売上高が成長し、Fanicon売上高全体に対する比率が大きくなることが予想されるため、併記可能な数値に関しては併記して開示。
ネット計上のため、粗利率向上の要因

③ARPU

過去からの成長トレンドを把握しやすくするため、本年度資料においてはグロス計上での開示を継続（会計基準変更をそのまま反映してしまうと、ミスリードとなる可能性を懸念）

上記内容は、現時点で監査法人と協議した決定内容であり、今後変更する可能性があります。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-7 経営陣

- Google株式会社で所縁のある経営陣で事業を創業・経営
- KPI重視の経営で『個』の充実と顧客満足を追求



代表取締役CEO

平良 真人 / Masato Taira

一橋大学社会学部卒。伊藤忠商事、ドコモAOL、SONYにて営業 ・マーケティング・ビジネス開発に携わる。 2007年、Googleに入社し、統括部長として中小企業への営業を強化し、同社の日本市場での成長に尽力。三度の飯よりロックが大好き。



取締役CFO・コーポレート本部長

森 茂樹 / Shigeki Mori

慶應義塾大学商学部卒、南カリフォルニア大学MBA
外資系企業数社にて財務・経営企画部門での要職、前職のECスタートアップで管理部門統括を経て、2017年12月当社に参画。



取締役COO　デジタルマーケティング（法人セールス）事業本部長

下川 弘樹 / Hiroki Shimokawa

東京大学法学部卒。NTT東日本・NTTコミュニケーションズを経て、2008年、Googleに入社。6年にわたり、広告営業組織にてGoogle AdWordsの普及に尽力し、退社後、平良と共に当社を創業。



取締役　メンバーサクセス本部長

野澤 俊通 / Toshimichi Nozawa

八千代国際大学卒
株式会社リクルート、ダブルクリック株式会社、Google株式会社などを経て、freee株式会社にて執行役員として人事採用部門を統括。2021年8月より当社人事部門の管掌役員に就任。

社外取締役　**柄澤 哲夫 / Tetsuo Karasawa**

早稲田大学商学部卒。 パイオニア株式会社、MTV Japan代表取締役社長、同社会長、株式会社ララ・メディア代表取締役社長、株式会社GONZO執行役員社長、同社会長などを経て、当社社外取締役に就任。

社外取締役　**会田 容弘 / Yoshihiro Aita**

上智大学文学部卒　 ソニー株式会社に入社後、業務用製品の海外市場向けマーケティングに従事。 以降、海外市場での事業企画、中国市場開拓を経て、ソニーコミュニケーションネットワーク株式会社に入社。 取締役を歴任し、現在は、AiTIA株式会社を設立、代表に就任。当社社外取締役に就任。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-8 沿革

- 常に挑戦し、新規事業を創出

2014年01月	Google株式会社で所縁のある経営陣３名がオンライン広告事業で創業
2015年01月	YouTuberと広告主のマッチングプラットフォーム「iCON CAST」提供開始
2016年02月	ルビー・マーケティング株式会社からTHECOO株式会社へ社名を変更
2016年08月	インフルエンサーマーケティングプランニングツール「iCON Suite」提供開始
2017年12月	会員制ファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」事業開始
2019年07月	「Fanicon」 ECとチケットサービス機能提供開始
2019年10月	「Fanicon」海外対応開始
2021年04月	クリエーター・アーティスト向け配信スタジオ「BLACKBOX^3 -ブラックボックス - 」オープン
2021年04月	新規ファンを増加させるライブ配信プラットフォーム「Cassette」提供開始
2021年05月	NTTドコモとライブビジネスに関する業務提携を締結
2021年12月	東京証券取引所マザーズ市場に上場（現：グロース市場）
2022年08月	オフィス移転（住友不動産原宿ビル）

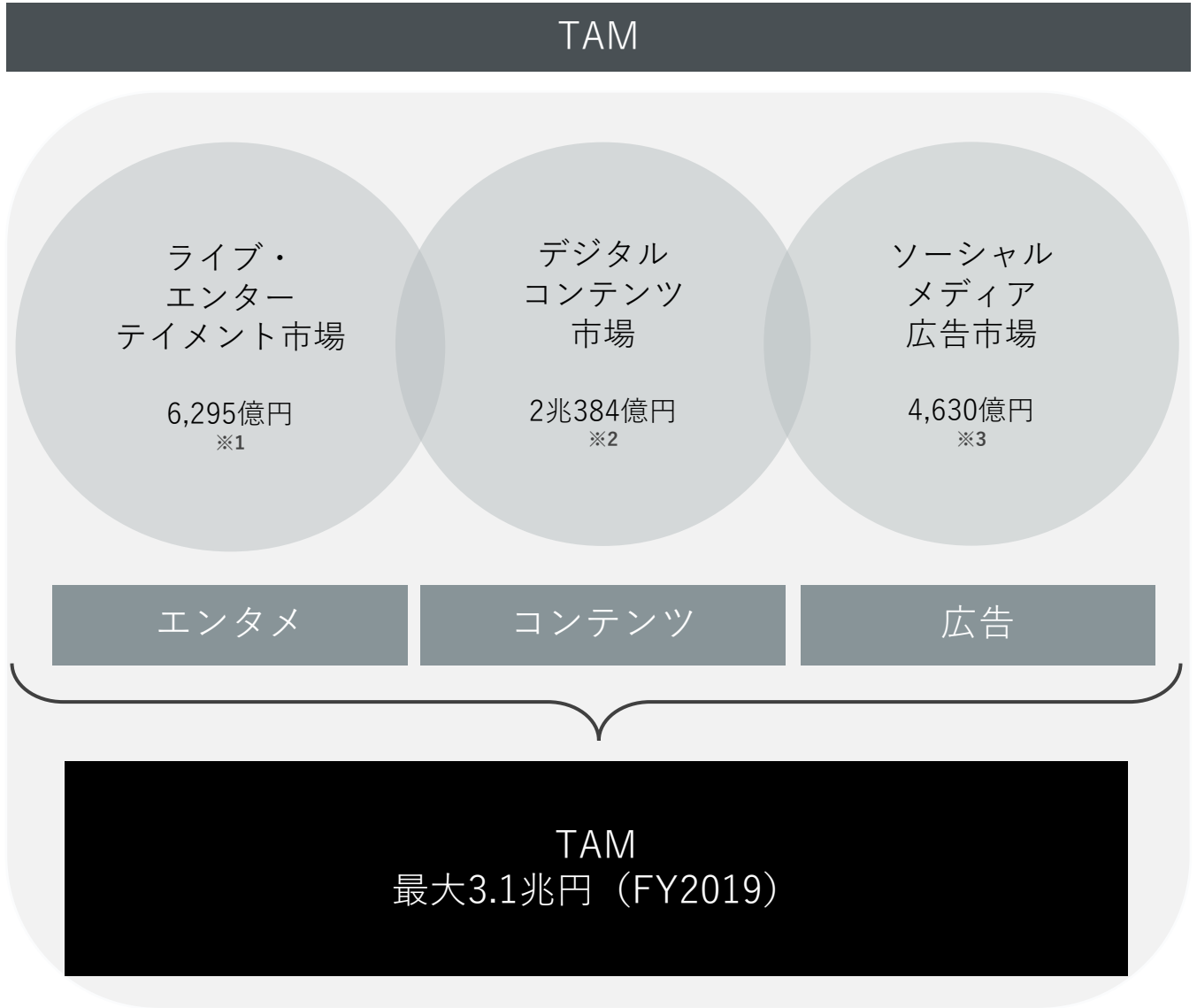
©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-9

Fanicon事業のTAM

・ライブ・エンタメ、デジタルコンテンツ、オンライン広告市場を加えた、DX化が進むエンタメビジネス市場規模

・今後も当社両事業の拡大が期待が出来る、広大なマーケットポテンシャル



※1：ライブ・エンターテイメント白書より当社作成（2020年度はコロナウイルスの影響下の為、2019年度を適用）。ライブ・エンタテインメント市場規模＝音楽コンサートとステージでのパフォーマンスイベントのチケット推計販売額合計と定義
※2：経済産業省「コンテンツの世界市場。日本市場の外観」2019年度市場規模より作成。尚1＄＝100円で試算。音楽（音楽ダウンロード、音楽ストリーミング、広告）、広告）映像（動画配信（SVOD）、動画配信（TVOD)、VRビデオ、広告（動画共有サイト等）、ゲーム（コンソールゲーム,/PCゲーム（ダウンロード）、モバイルゲーム、VRアプリ、VRゲーム、広告）のデジタルコンテンツ市場の合計と定義
※3：サイバー・バズとデジタルインファクト実施の国内ソーシャルメディアマーケティングの市場動向調査より、2019年度市場規模。ソーシャルメディア広告（YouTube、Facebook/Instagram、LINE、Twitter、TikTokで提供されている広告（ブログサイトの広告は含まない））の合算と定義

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-10 本資料の取り扱いについて /ディスクレーマー

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、本資料に記載されている内容につきましては、細心の注意を払っておりますが、その妥当性、正確性、有用性について保証するものではないことをご了承ください。

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。

お問い合せ先

コーポレート本部 IRチーム

E-mail：ir@thecoo.co.jp

IR情報：https://ir.thecoo.co.jp/

©THECOO Inc. All Rights Reserved