2023年12月期
第2四半期 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. 2023年12月期第2四半期業績
4. セグメント別：デジタルマーケティング事業（旧法人セールス事業）
5. セグメント別：ファンビジネスプラットフォーム事業（旧Fanicon事業）
6. 2023年12月期通期業績予想の修正について
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 独立調査委員会の調査報告書の受領及び再発防止策の策定等に関して

当社は、2023年6月27日付「独立調査委員会の調査報告書受領に関するお知らせ」
においてお知らせ致しました、調査委員会の調査報告書による再発防止策の提言を真摯に受け止め、
6月30日実施の臨時取締役会にて当社が取るべき再発防止策について決議致しました。

今後、この再発防止策を全社一丸となって推し進め、信頼回復に努める所存でございます。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

1-2

2023年12月期第2四半期業績の総括

- デジタルマーケティング事業：4月に発覚した不正発注の業績への影響
- ファンビジネスプラットフォーム事業（旧ファニコン事業　2023年4月事業セグメント名称変更）：
  新規アイコン獲得が低調。ネットの売上計上を適用する個別プラットフォームでのファン数の増加

全社

売上高 883百万円　YoY △13.9%

従業員による不正発注の影響で、デジタルマーケティング事業の不振が原因

営業利益△158百万円　YoY △152百万円

従業員による不正発注の影響で売上高と売上総利益の減少に加え、販管費増が主な原因

当期純利益△353百万円　YoY △349百万円

従業員による不正発注及び会計疑義に関する調査費用が主な原因（主に特別損失に計上）

デジタルマーケティング事業

従業員による不正発注による直接的および間接的な影響により、
インフルエンサーセールス取扱件数 YoY △25.1%、案件単価△29.1%

ファンビジネスプラットフォーム事業
（旧：Fanicon事業）

YoYで確実に成長

ファン数	**23.3万人**	YoY＋22.0%
アイコン数	**約２千700**	YoY＋12.1%

©THECOO Inc. All Rights Reserved

1-3

2023年12月期業績予想の修正について

主な要因：

<デジタルマーケティング事業>

・4月に発覚した不正発注による直接的及び間接的な影響

・案件成約率の低下と提案数の減少、大型受注の減少

<ファンビジネスプラットフォーム事業>

・上半期実績に基づいた新規アイコン獲得見込みの修正と個別アプリでのファン数増加を想定

<全社>

・従業員による不正発注及び会計疑義に関する調査費用（主に特別損失に計上）

（百万円）	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
前回発表予想（A）	5,200	△490	△490	△490
今回発表予想（B）	3,840	△650	△660	△870
増減額（B-A）	△1,360	△160	△170	△380
増減率（%）	△26.1%	―	―	―
（参考）前期実績 2022年12月期	4,279	△212	△210	△488

©THECOO Inc. All Rights Reserved

02 / 会社・ビジネス概要

©THECOO Inc. All Rights Reserved

Vision

“できっこない”に挑み続ける

なにか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。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

2-1 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	7億59百万円　（2023年6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 住友不動産原宿ビル
役職員数	139名 （2023年6月末時点　休職者及び臨時従業員数（パート社員）除く）
事業内容	デジタルマーケティング事業（旧：法人セールス事業） ファンビジネスプラットフォーム事業（旧：Fanicon事業）
決算期	12月
市場	東証グロース市場



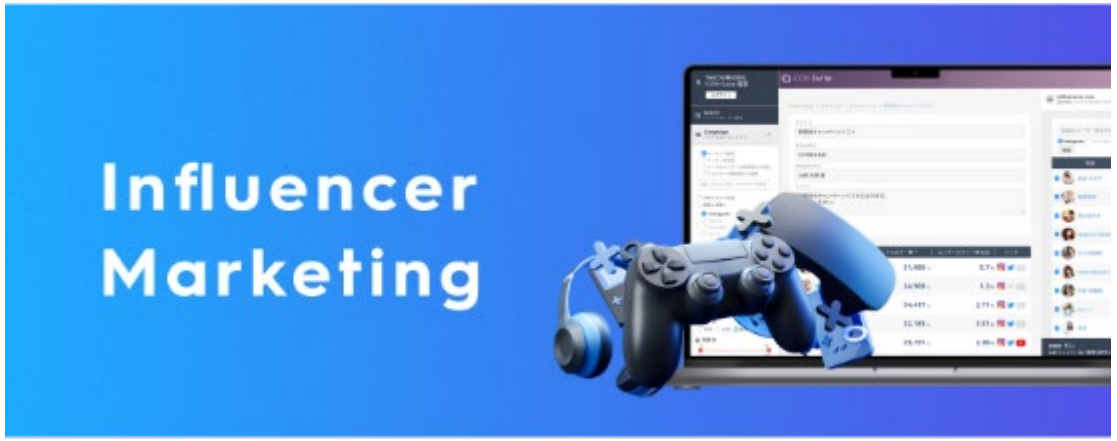


©THECOO Inc. All Rights Reserved.

2-2 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



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等を活用したマーケティング支援を行う「インフルエンサー事業」、運用型広告・SNS運用のコンサルティングを行う「デジタル広告事業」などを提供。

成長事業



BtoC

ファンビジネスプラットフォーム事業

（旧:Fanicon）

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

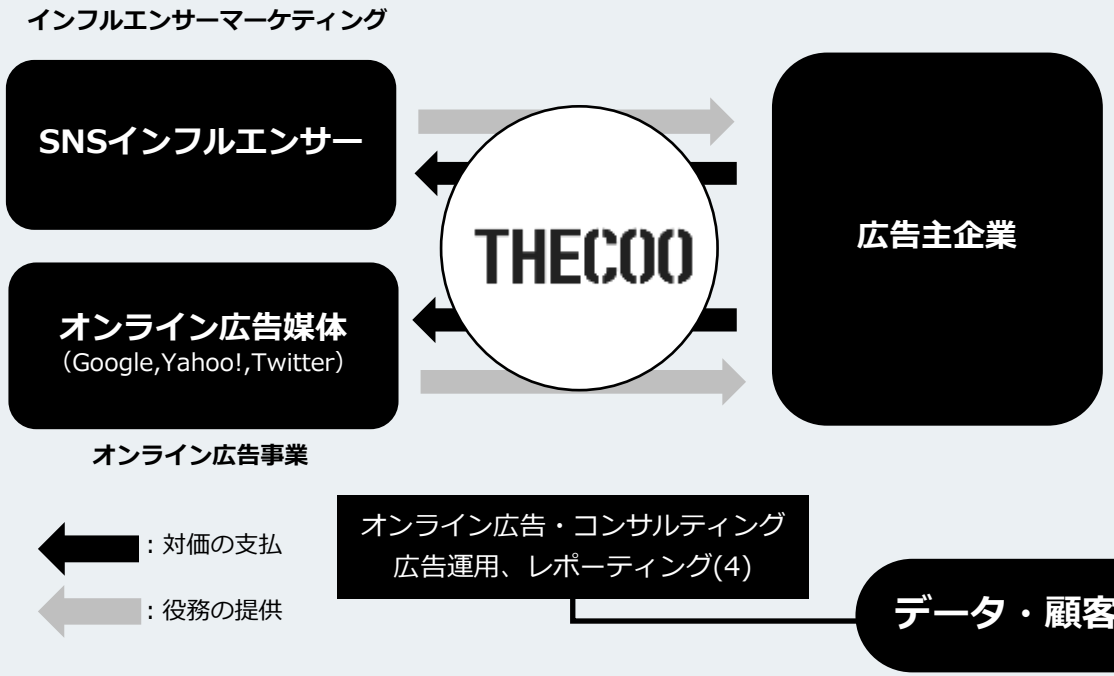
2-3 事業内容

コア事業

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

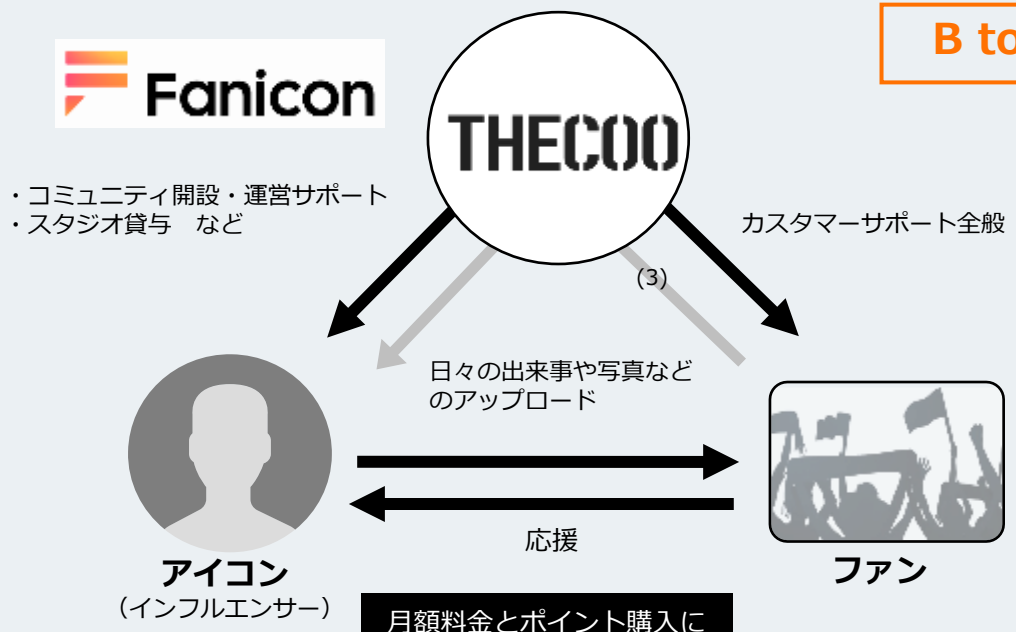


成長事業

ファンビジネスプラットフォーム事業（旧：Fanicon）

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



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

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。



©THECOO Inc. All Rights Reserved

2-4 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

2-5 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 / 2023年度12月期第2四半期業績

©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-1

【全社】2023年12月期第2四半期　業績PL

- 第2四半期 売上高及び売上総利益YoYは、主にデジタルマーケティング事業での不正発注の影響で減少
- 第2四半期 販売管理費YoYは、主に人件費関連、オフィス関連費用の増加により増加
- 不正発注および会計処理における疑義に係る調査費用関連を特別損失として計上

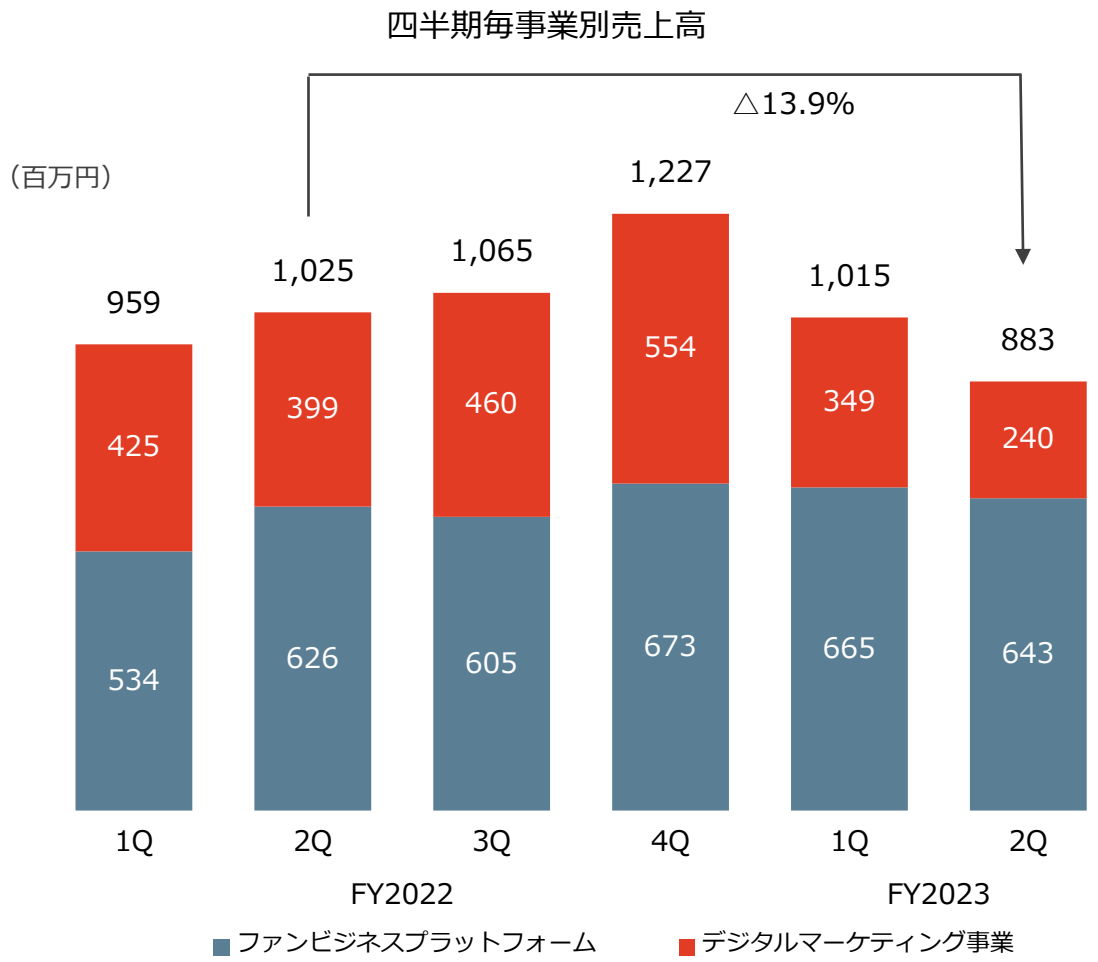
（百万円）	2023年度第2四半期（2023年4－6月）					2023年度第2四半期累計（2023年1－6月）		
	実績	前年同四半期比		前四半期比		実績	前年同期	
		実績	YoY	実績	QoQ		実績	YoY
売上高	883	1,026	-13.9%	1,015	-13.0%	1,898	1,986	-4.4%
売上総利益	351	387	-9.3%	422	-16.8%	774	772	0.3%
売上総利益率	39.8%	37.7%	2.0%	41.6%	-1.8%	40.8%	38.9%	1.9%
販売管理費	510	393	29.8%	481	6.0%	991	895	10.7%
営業利益	△ 158	△ 6	-	△ 58	-	△ 217	△ 123	-
経常利益	△ 158	△ 3	-	△ 70	-	△ 229	△ 120	-
当期純利益	△ 353	△ 4	-	△ 77	-	△ 431	△ 121	-

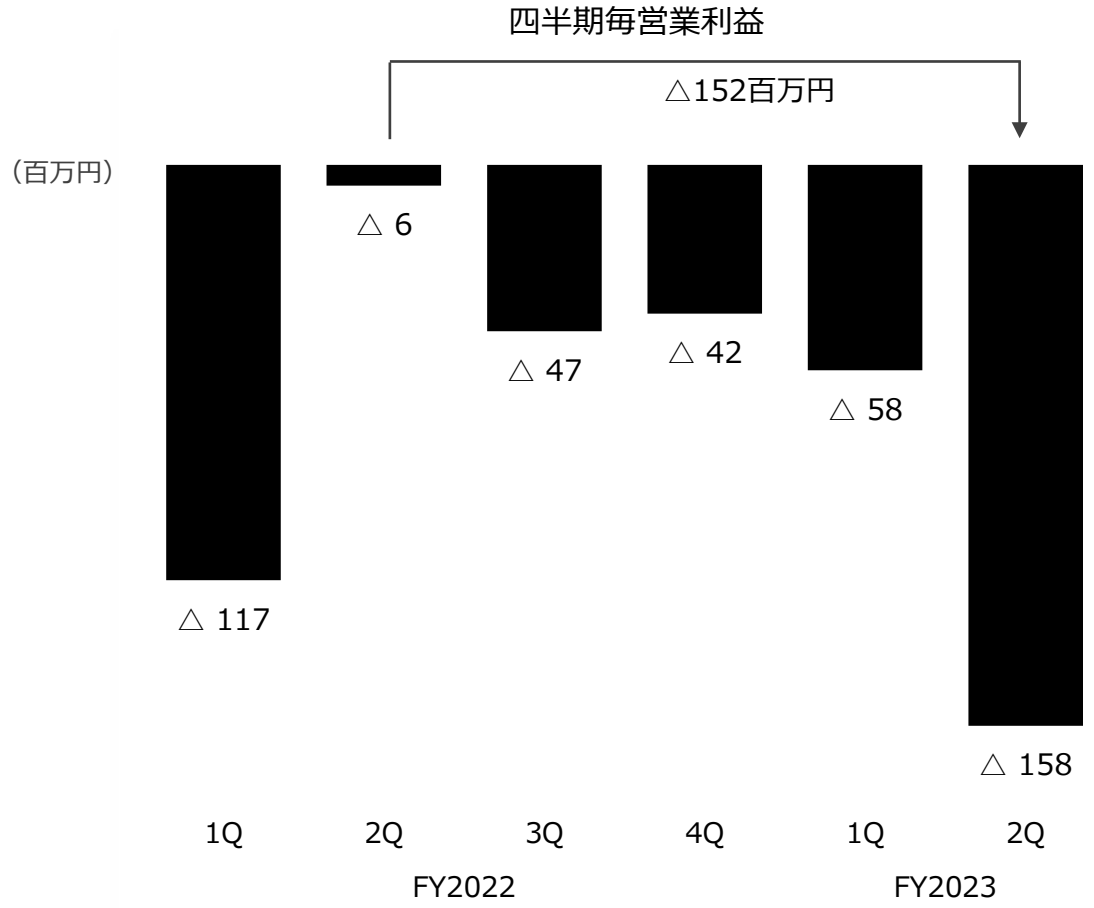
©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-2

【全社】四半期毎売上高・営業利益推移

・四半期毎売上高YoYで、△13.9%の883百万円
・四半期毎営業利益YoYで、△152百万円の△158百万円



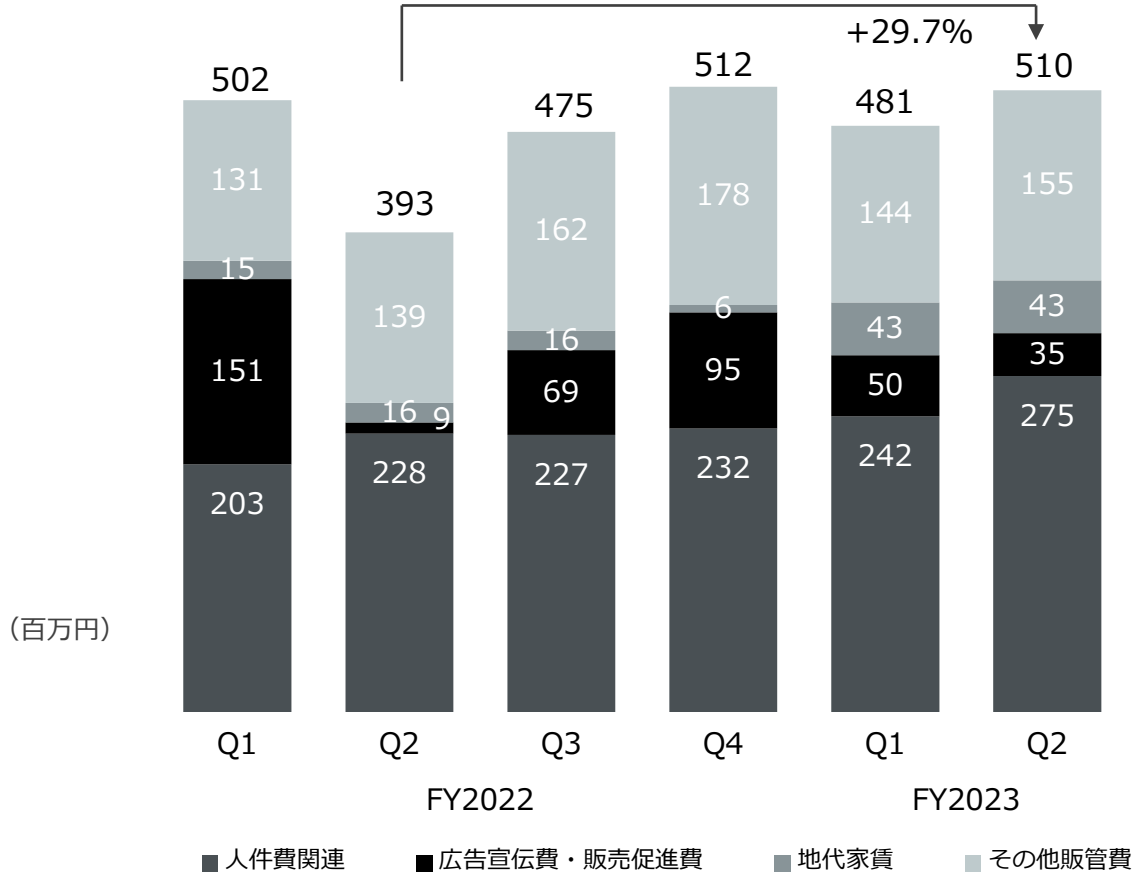


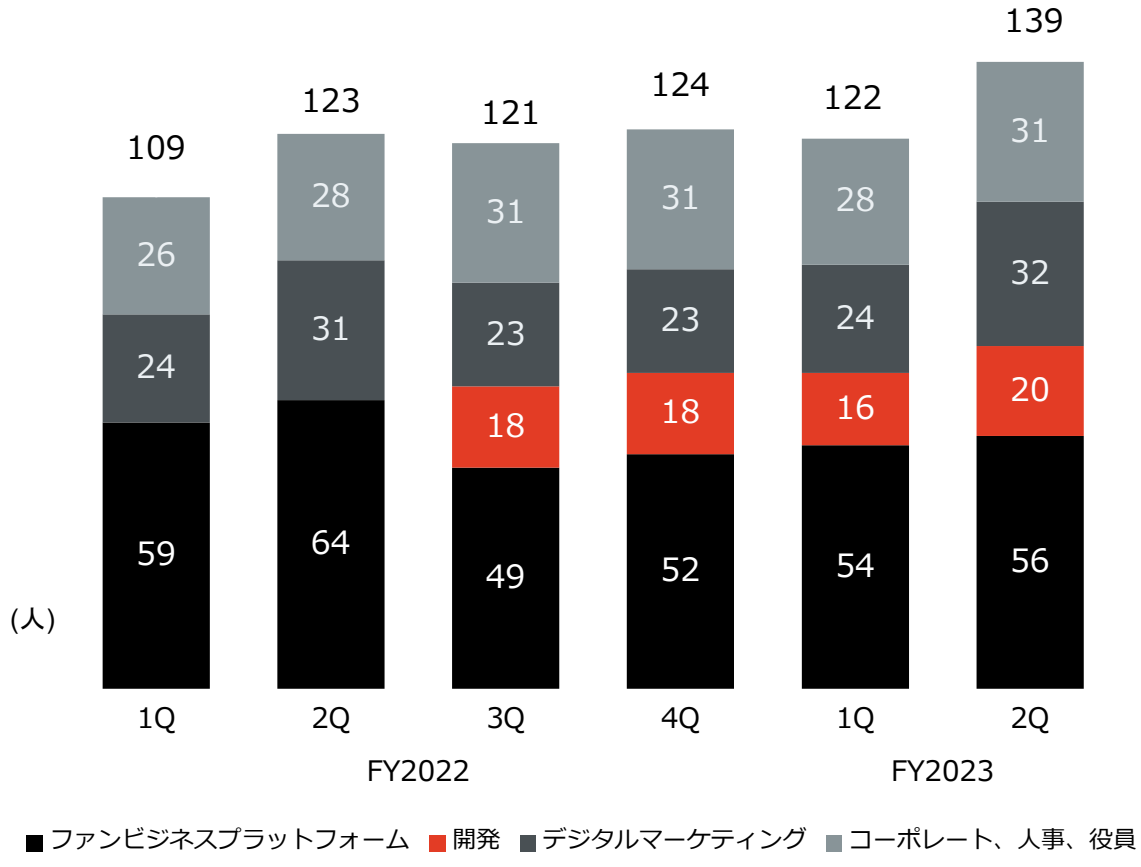
©THECOO Inc. All Rights Reserved

3-3

【全社】販売管理費・役職員数

・販売管理費は、主に採用に伴う人件費関連、移転に伴う賃料の増加により、YoY +29.7%
・役職員数は、主に開発部門で積極採用を続けており、YoY 16名増加
・2022年度 第1・2四半期の販管費については、*イレギュラーな費用（アイコン獲得費用）が発生





*2022年度第1四半期受託の大型ファンクラブ運営案件の獲得の際、約1億円計上した獲得のための販促費を同年度第2四半期にて減額し、▲56百万円を計上。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

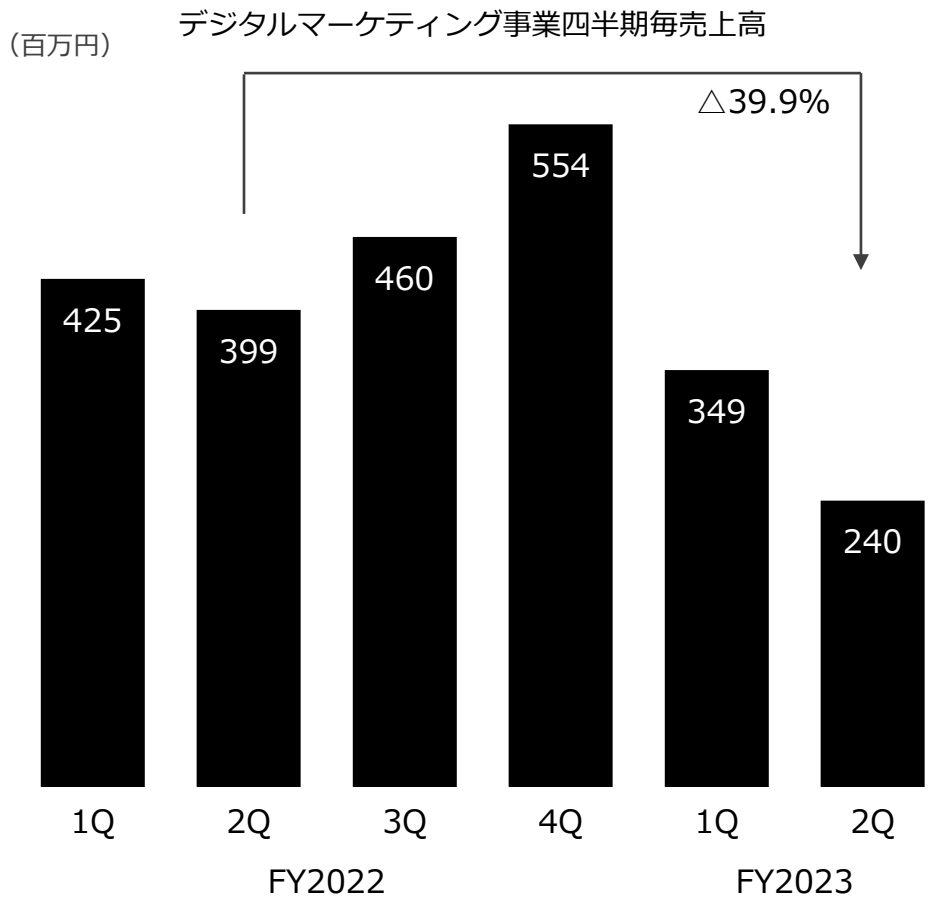
04 / セグメント別：デジタルマーケティング事業

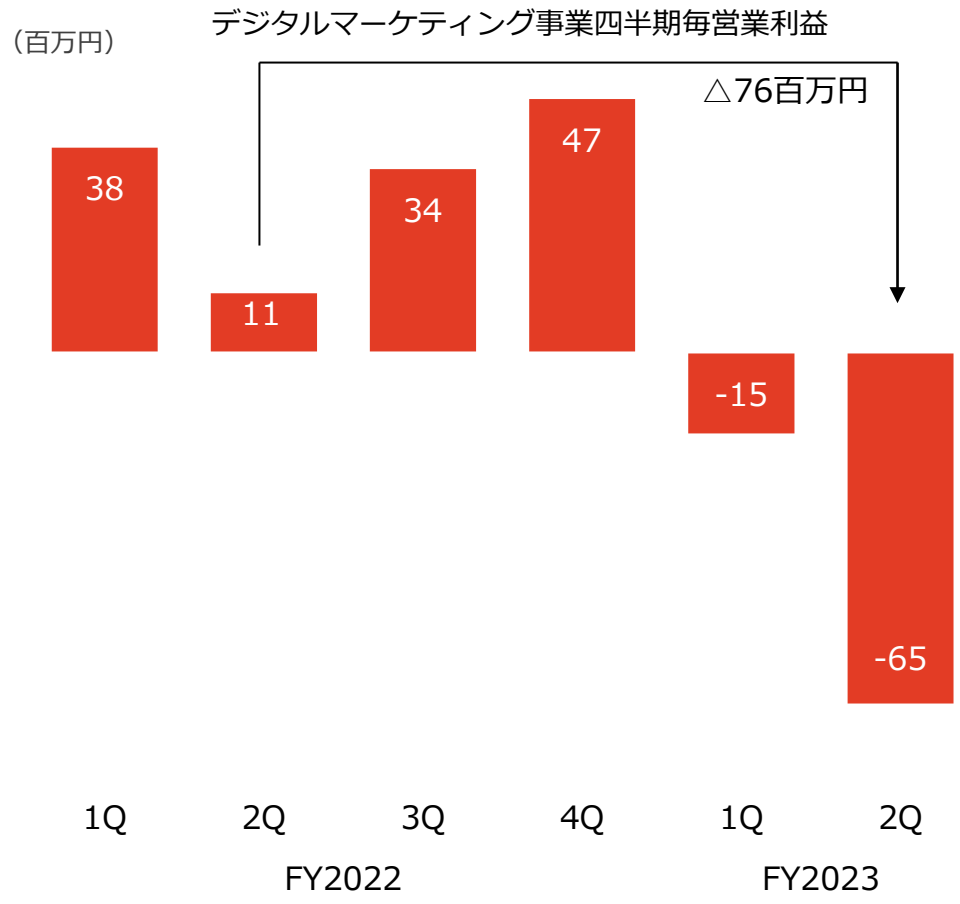
©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-1

【デジタルマーケティング事業】四半期毎売上高・営業利益推移

・第2四半期毎売上高YoYで、△39.9%、240百万円、営業利益YoYで、76百万円減、△65百万円
　　- 不正発注の影響による大型受注の減少と案件単価の低下
・第1四半期は新規採用メンバーの立ち上がりの遅れが原因で、提案件数が減少し、成約率も低下



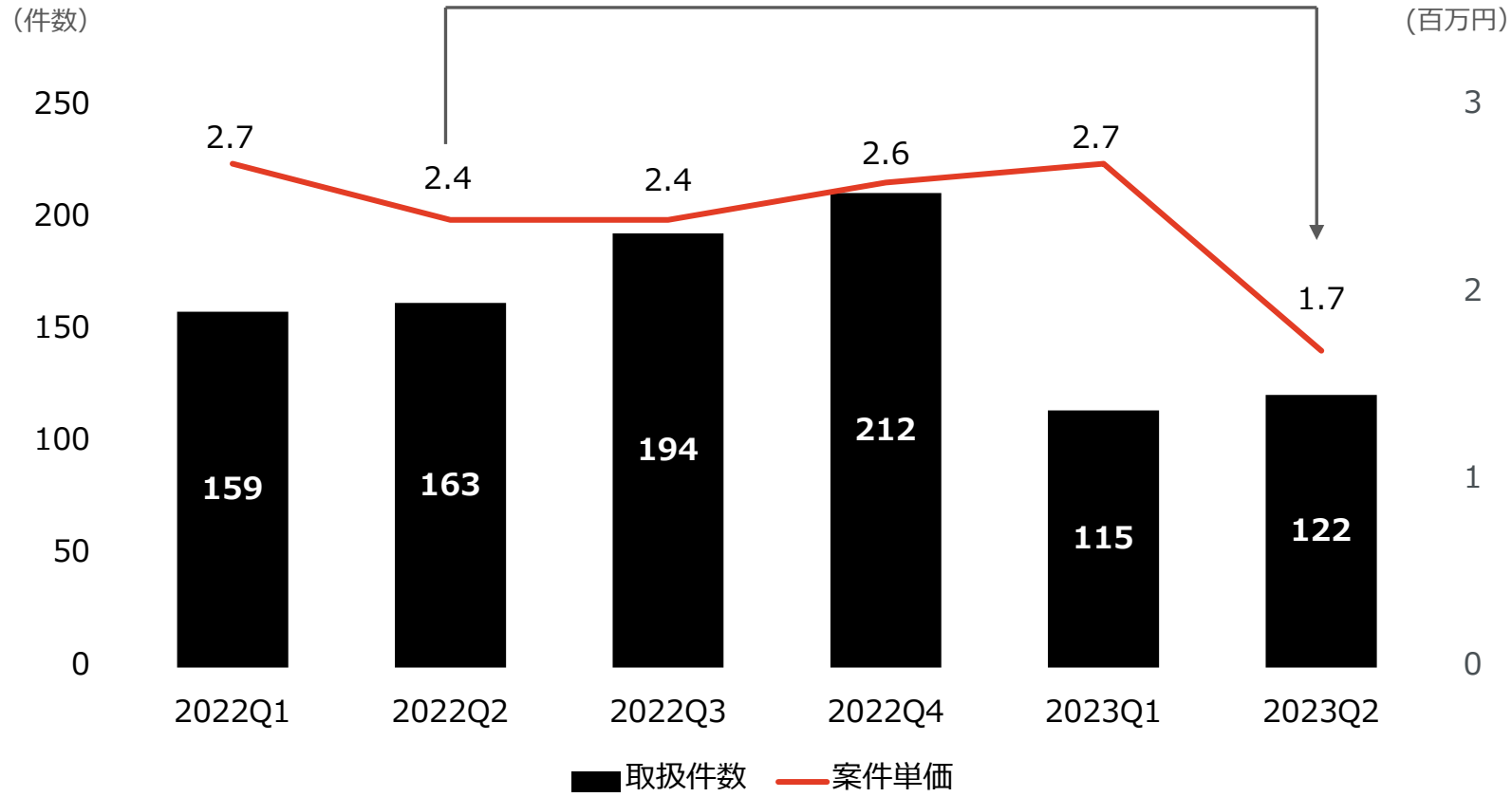


©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-2

【デジタルマーケティング事業】KPI 取扱件数と案件単価

・インフルエンサー事業において、第1四半期は新規採用メンバーの立ち上がりが遅れ、提案件数が減少し、成約率も低下
・第2四半期は、不正発注の影響で大型の取引が減少し、結果として案件単価が低下
YoYで取扱件数△25.1%、案件単価△29.1%



©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-3

【デジタルマーケティング事業】インフルエンサーマーケティングの特長

- インフルエンサーマーケティングは、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マーケティングの特長

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



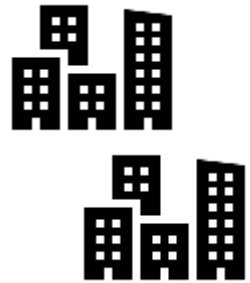
インフルエンサープランニングツール iCON Suite に約240,000名のインフルエンサーのデータを保有

3,000+ influencers

iCON CAST

iCON Suite

芸能事務所との Network



©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-4

【デジタルマーケティング事業】 インフルエンサーマーケティングのご紹介

- 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）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化



iCON Suite

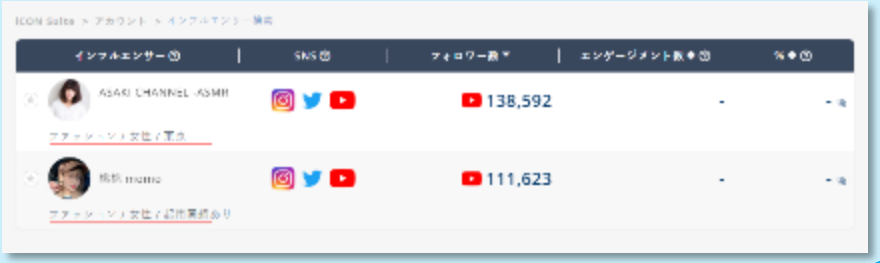
インフルエンサー分析機能

インフルエンサー/ファンの興味・関心



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

4-5 Case Study①：コスメ業界　再春館製薬所様

インフルエンサーのリアルな声をいかしブランディングを向上

商材：ドモホルンリンクル

担当部署：広告企画 ブランディング/PRチーム

認知 → 興味 → 購買 → ファン

利用SNS



実施の目的

- ブランド名だけでなく、ブランドや商品への理解を深めてもらう
- オンラインでしか出会えない30〜40代の女性への認知を高める

顕在層向けの無料お試しセット案内中心のプロモーション → 商品理解度を高めるブランディングにも注力

実施要件

実施期間：2018年〜
ターゲット層：30〜40代の女性
訴求内容：ブランドへの先入観をなくし商品の良さを伝える

得られた効果

- 他の広告媒体と比べ成約率が 2〜3倍と高い効果を発揮
- インフルエンサーのリアルな声をデジタル資産として残すことができ、そこからの無料お試しセット申し込みへの遷移導線が生まれた
- ライブ配信では視聴者同士のやりとりが生まれ申し込みを検討する声が聞かれた

©THECOO Inc. All Rights Reserved

4-6 Case Study②：語学学習アプリ Duolingo, Inc.様

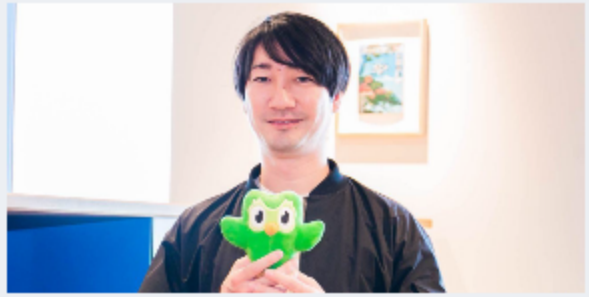
アプリインストールの最大化を目指しCPIベースで継続実施

商材：Duolingo

役職：Country Manager, Japan

認知 → 興味 → 購買 → ファン

利用SNS



実施の目的

- アプリのダウンロード数増加
- Duolingoのユニークなターゲット顧客への訴求



アプリの紹介を中心にした投稿 × 間接CVデータを用い、CPIベースで効果測定を実施

実施要件

実施期間：2020年～

ターゲット層：

- 語学学習意欲の高い30～40代

訴求内容：Duolingoアプリの紹介

得られた効果

- 投稿が大当たりして一気にインストール数が伸びたり、じわじわとロングテールで伸びるなど、他施策と比較し良い成果が出た
- 投稿内でアプリの紹介比率を高めるよう依頼し、高いインストール率を実現した

©THECOO Inc. All Rights Reserved

05 / セグメント別：
ファンビジネスプラットフォーム事業
（旧 Fanicon事業）

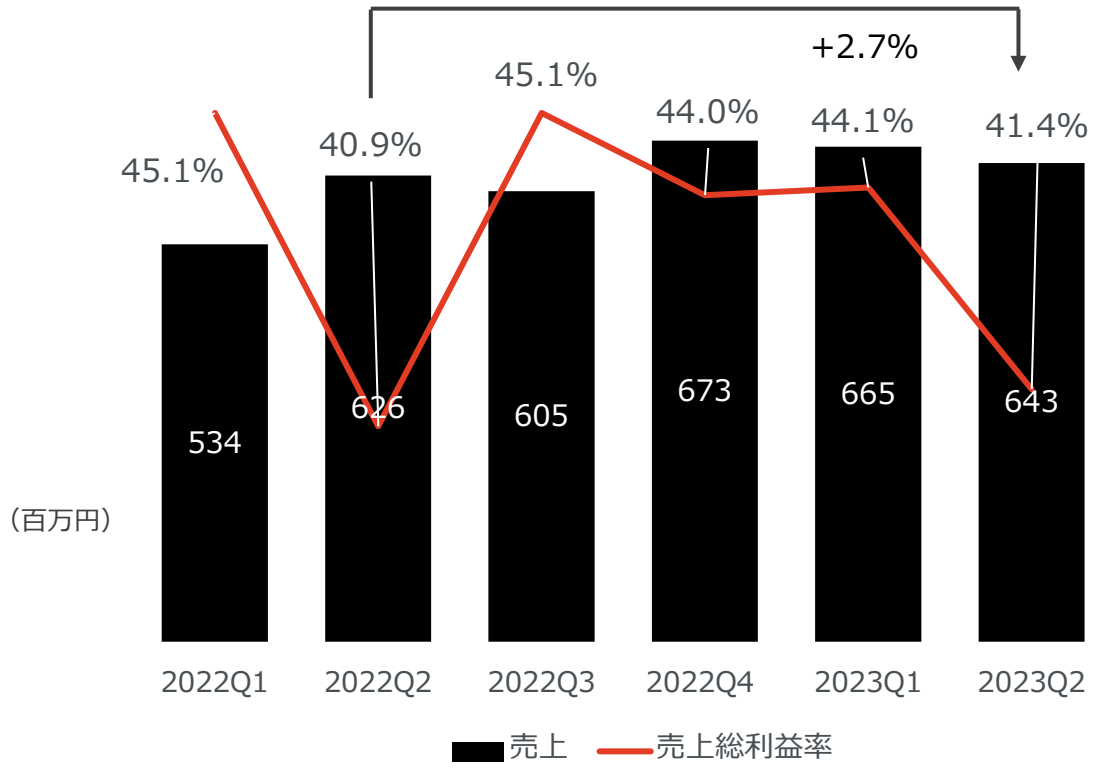
©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-1

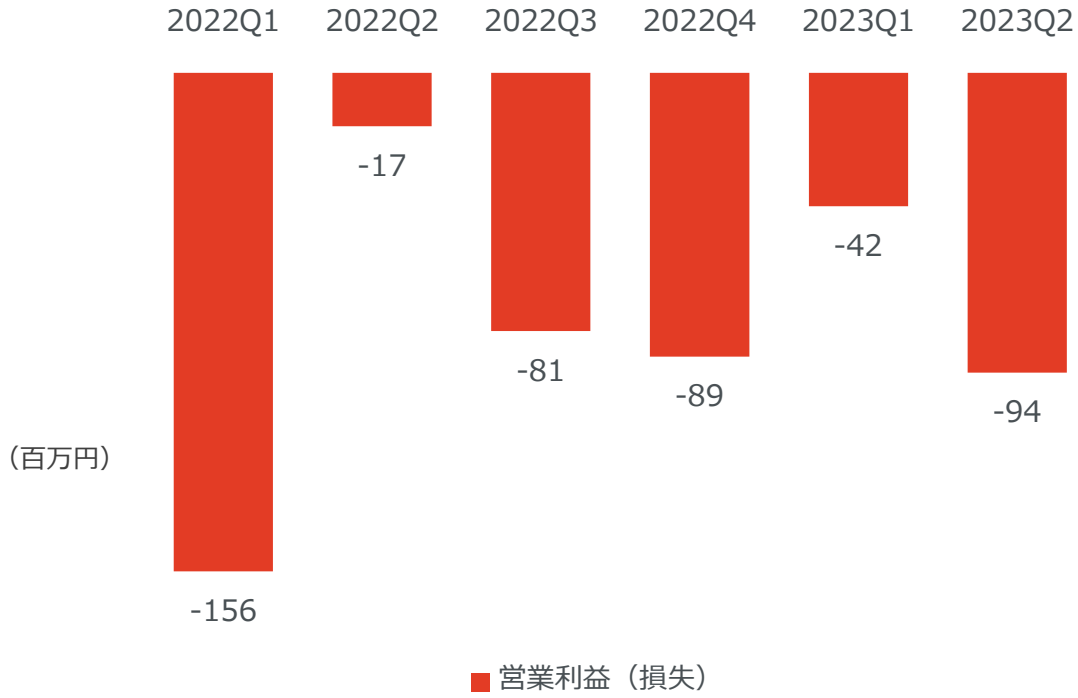
【ファンビジネスプラットフォーム事業】
四半期毎売上高・売上総利益率、営業利益推移

・ファンビジネスプラットフォーム事業部の第2四半期売上高YoYで、2.7%増
・2022年度の営業利益については、大型案件受注の影響で、第1四半期にイレギュラーな費用（アイコン獲得費用）が発生

四半期毎売上・売上総利益率利益



四半期毎営業利益

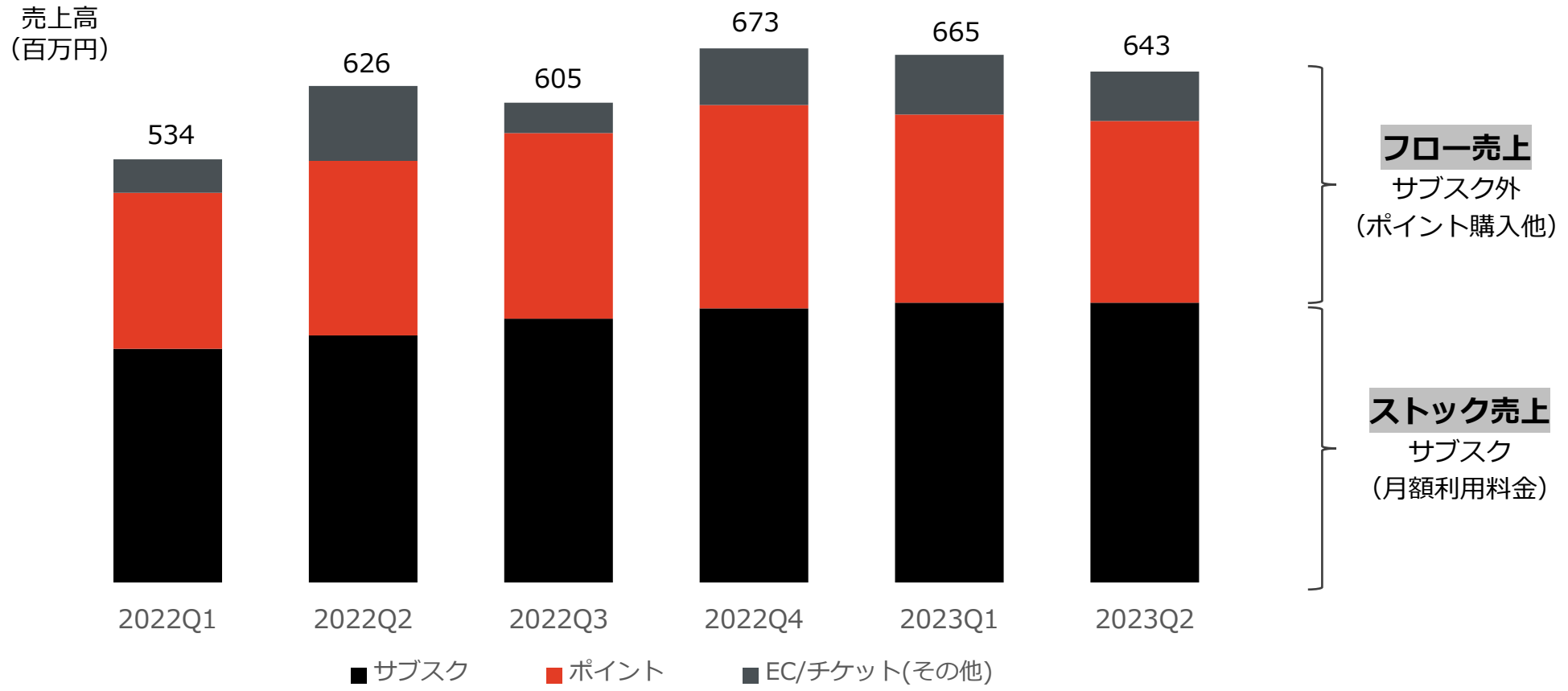


©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-2

【ファンビジネスプラットフォーム事業】 商品別売上高

・上半期に新規アイコン獲得が伸びなかったこと、ネットの売上計上を適用する個別アプリでの、ファン数増加が起因し、ストック及びフロー売上高が低調
・下半期のパイプライン構築はミドル～大型アイコン含め順調に進捗

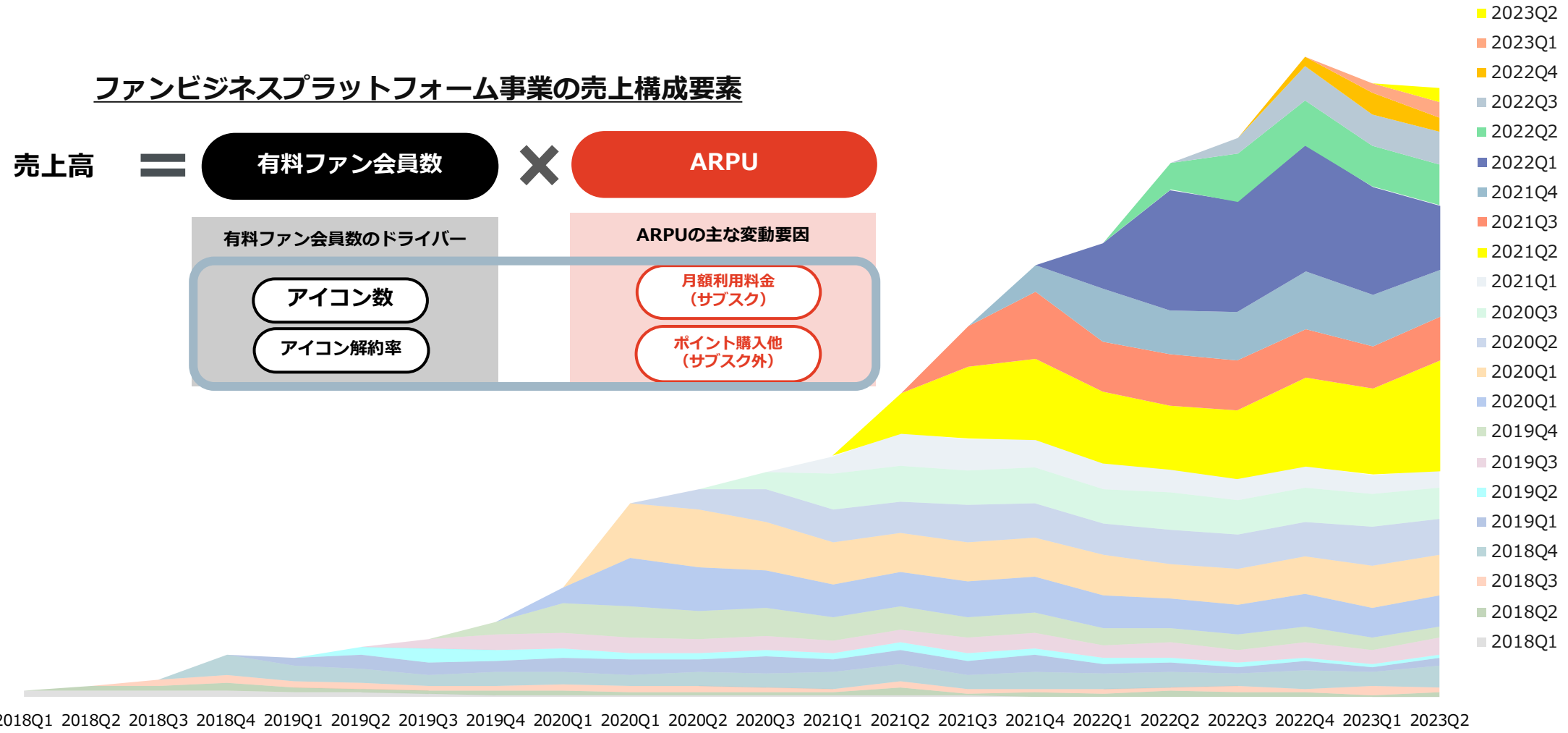


©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-3

Faniconはストック型のビジネスモデル

・上半期、新規獲得が伸びなかったこと、ネットの売上計上を適用する個別アプリでのファン数の増加が起因し、売上高が低調

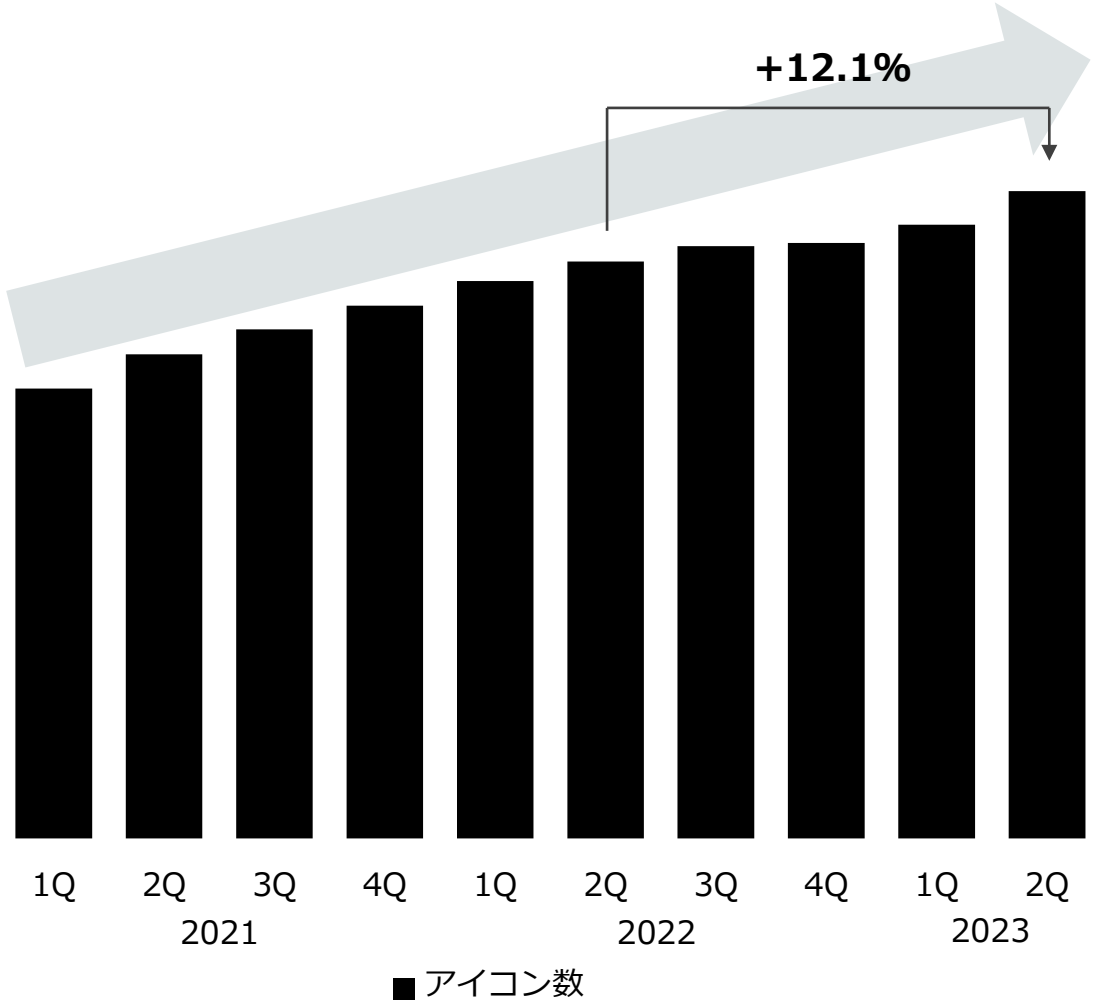


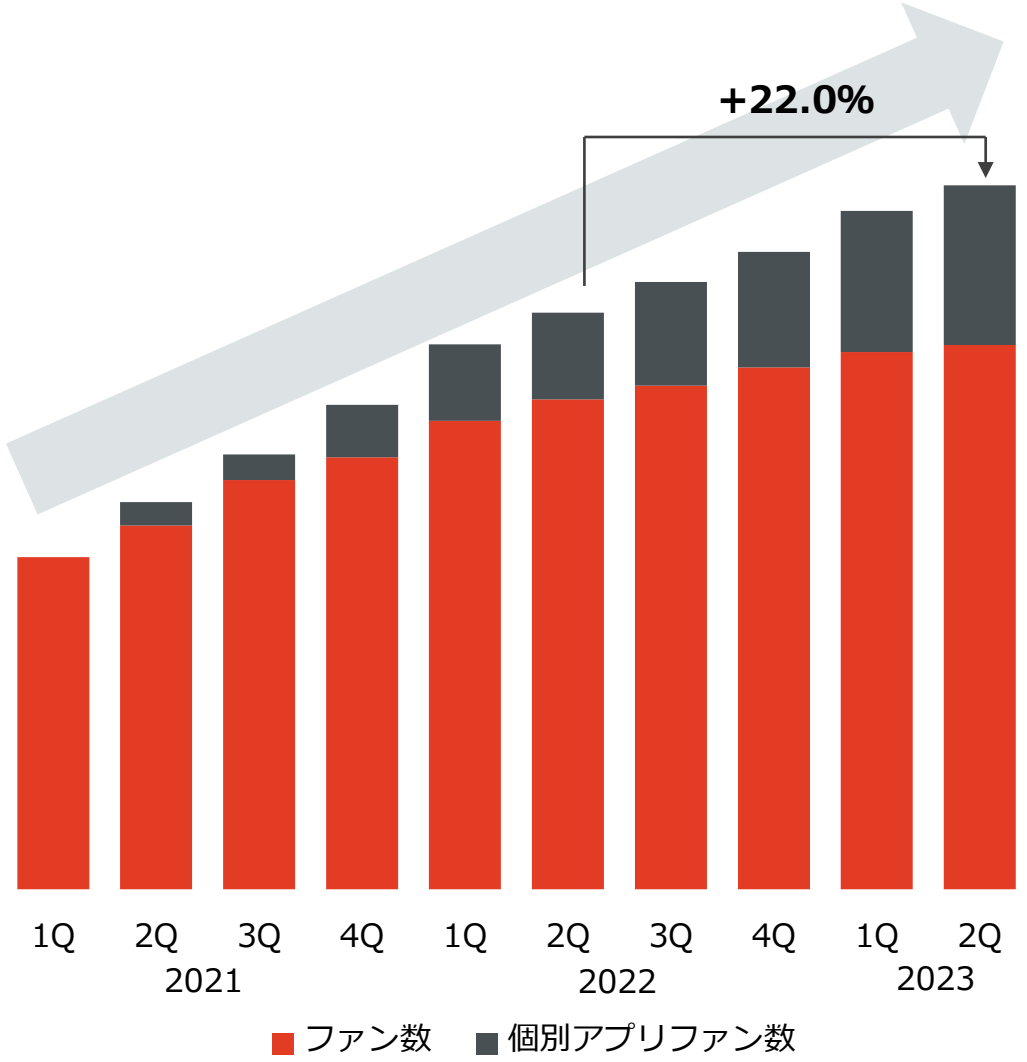
©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-4

【ファンビジネスプラットフォーム事業】 KPI アイコン数とファン数

・アイコン数は、YoY +12.1%の約2700 。ファン数は、個別アプリでの増加が目立ち、
YoY +22.0%の23.3万人



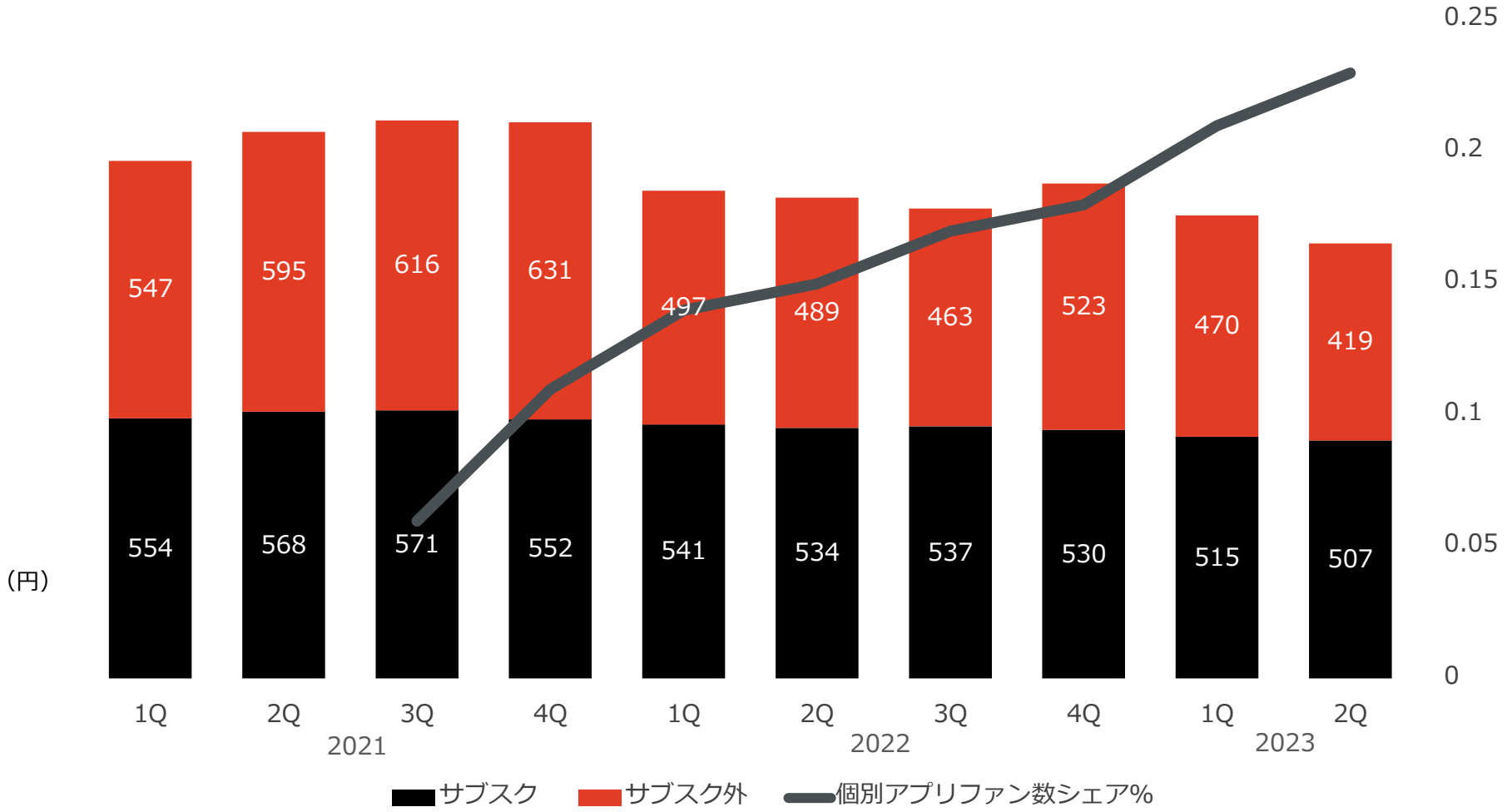


©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-5

【ファンビジネスプラットフォーム事業】 KPI ARPU

・ARPUのトレンドは、新規アイコン獲得が低調であったこと、ネットの売上計上を適用する、個別アプリでのファン数増加による影響



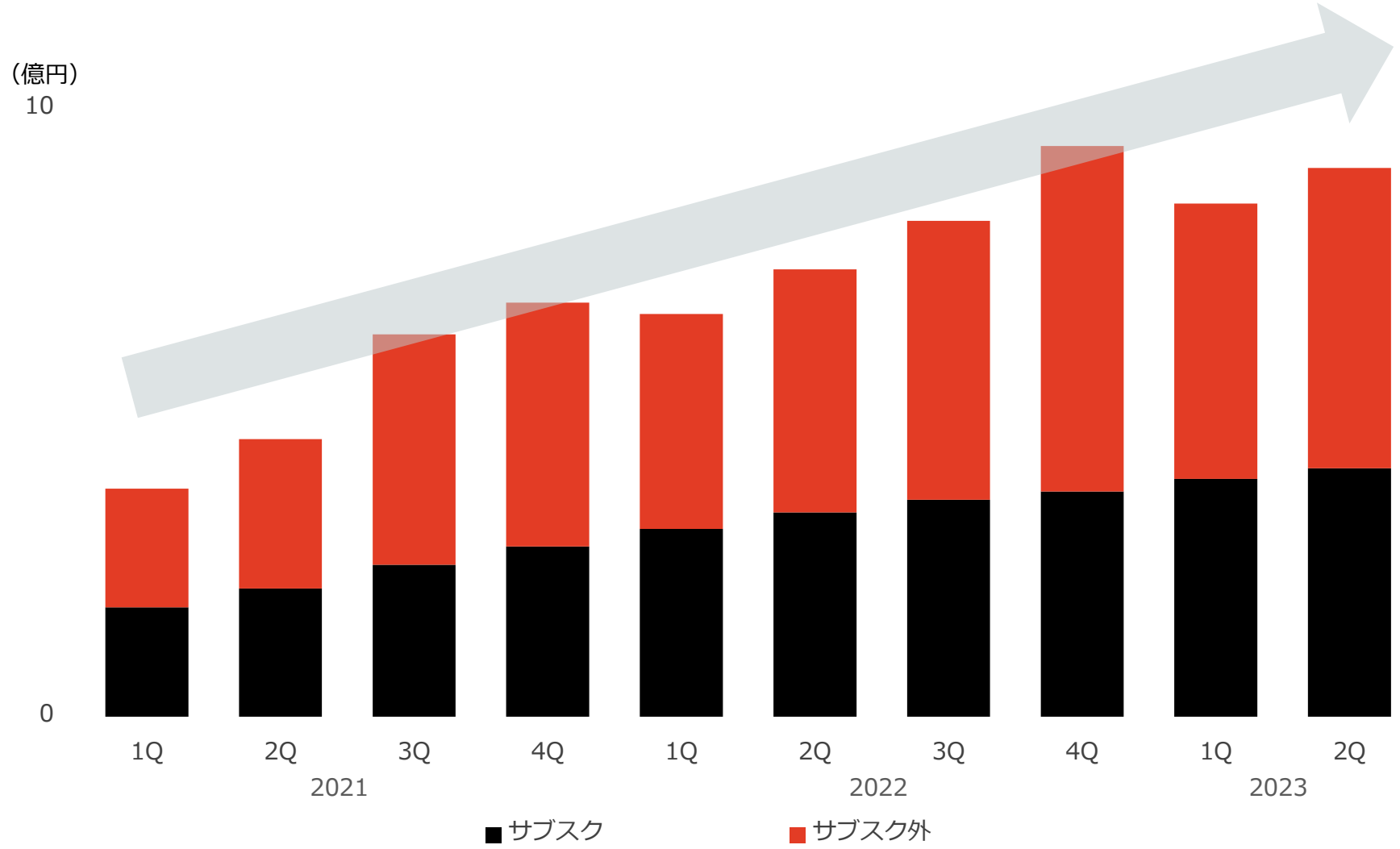
*2022年度第1四半期受託の大型ファンクラブ運営案件は、従来のファンコミュニティ運営とは実態が異なるため、ARPU算出に含まれておりません。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-6

【ファンビジネスプラットフォーム事業】 流通総額

・流通総額*は順調に拡大



*流通総額とは、ファンビジネスプラットフォーム事業が消費者に提供する商品やサービスの販売総額を表す。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-7

TOPICS①「Fanicon Awards 2023」3/23 YouTubeライブにて初開催

・ファンコミュニティを開設している2,500組の中から各賞の最優秀コミュニティ10組＋総合大賞の受賞者を表彰

▶Twitter投稿の総インプレッション数 205万回

▶本イベントに関連するハッシュタグ　#FaniconAwards2023　#マオさん #マオくん #YOKARO-MON　がトレンド入り

▶YouTubeライブ視聴回数 1.7万回

・新時代のファンコミュニティの在り方を世の中に発信する祭典として、Fanicon・THECOOの認知拡大に貢献



【MC】



関根勤さん



飯田あすかさん

©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-8 TOPICS①「Fanicon Awards 2023」3/23 YouTubeライブにて初開催

・MCに関根勤さん・飯田あすかさんを迎え、ベストライブ賞・ユニークコンテンツ賞・オリジナルスタンプ賞 など計11賞の表彰を通してそれぞれのコミュニティの特徴や独自の楽しみ方、優れた活用方法等を紹介

・Faniconにコミュニティを開設している**2,500組のアイコンおよび20万人超のユーザーに感謝の意を伝える**とともに有料会員でないユーザーに対しても**ファンコミュニティへの興味関心向上**に繋がる施策となった







©THECOO Inc. All Rights Reserved

5-9

TOPICS② FY2023-1-6月 のFanicon開設一例



開設日:1月17日
アイコン名：
【シンガーソングライター】矢井田瞳
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『yaiko's eye』
月額500円/1,000円



開設日:2月6日
アイコン名：【タレント】つるの剛士
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『つるの本部』
月額526円



開設日:3月28日
アイコン名：【声優】愛美
コミュニティ名：
公式ファンコミュニティ
『OKOMAISON(おこめぞん)』
月額500円



開設日:5月25日
アイコン名：【アイドル】NARLOW
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『NARLOW OFFICIAL COMMUNITY』
月額500円/2,000円



開設日:6月17日
アイコン名：
【シンガーソングライター】鈴華ゆう子
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『華屋敷』
月額500円/1,000円



開設日:6月26日
アイコン名：【バンド】LUNKHEAD
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『もぎたて!!みかん畑』
月額500円/1,000円

韓国



開設日:4月1日
アイコン名：【K-POPアイドル】NIEL
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ『Hi NIEL』
月額580円/1,000円

韓国



開設日:3月22日
アイコン名：【インフルエンサー】カンテリ
ファンコミュニティ名：
公式ファンコミュニティ
『Taeri's Room/テリテリルーム』
月額500円

©THECOO Inc. All Rights Reserved

06 / 2023年12月期通期業績予想の修正について

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-1

2023年12月期業績予想の修正について

主な要因：

<デジタルマーケティング事業>

・4月に発覚した不正発注による直接的及び間接的な影響

・案件成約率の低下と提案数の減少、大型受注の減少

<ファンビジネスプラットフォーム事業>

・上半期実績に基づいた新規アイコン獲得見込みの修正と個別アプリでのファン数増加を反映

<全社>

・従業員による不正発注及び会計疑義に関する調査費用（主に特別損失に計上）

（百万円）	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
前回発表予想（A）	5,200	△490	△490	△490
今回発表予想（B）	3,840	△650	△660	△870
増減額（B-A）	△1,360	△160	△170	△380
増減率（%）	△26.1%	―	―	―
（参考）前期実績 2022年12月期	4,279	△212	△210	△488

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-2 [デジタルマーケティング事業] 予算修正の理由と下半期での対策

・**4月に発覚した不正発注問題を受け、問題対応中の当社事業部の混乱を懸念した大手顧客による発注の見送りが起こった（直接的影響）。また、不正当事者らが担当していた案件の引き継ぎ対応に膨大なリソースを要し、本来営業に投下するリソースが大幅に削られた（間接的影響）。**

⇒ 再発防止策（内部統制の強化）を最優先で推し進め、信頼回復に努める。

・**ベテランスタッフの退職や休業が重なり、経験の浅いスタッフが事業部の中心となった結果、提案力不足による案件成約率低下、大型受注の減少を招いた。**

⇒ チームリーダーが経験の浅いセールススタッフへの教育や提案活動のフォローに注力できるように体制変更し、スタッフの早期立ち上がりと提案力の強化を図る。

⇒ デジタルマーケティング領域全般で、顧客の課題に対してより幅広く質の高い提案のできる営業組織への進化を目指す。
- 様々なSNSプラットフォームを活用した提案を進める。
- SNSアカウント運用や運用型広告を組み合わせた包括的な提案の実施を進める。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-3 [ファンビジネスプラットフォーム事業] 予算修正の理由と下半期での対策

・**新規アイコン獲得が低調**

⇒ 4月に新規獲得からオンボード、カスタマーサクセスまでの機能を内包した組織に変更。
アイコンの特性などに応じた獲得戦略の再構築、アイコンへの提案内容の充実、
サービス別にマネタイズ施策の検討。

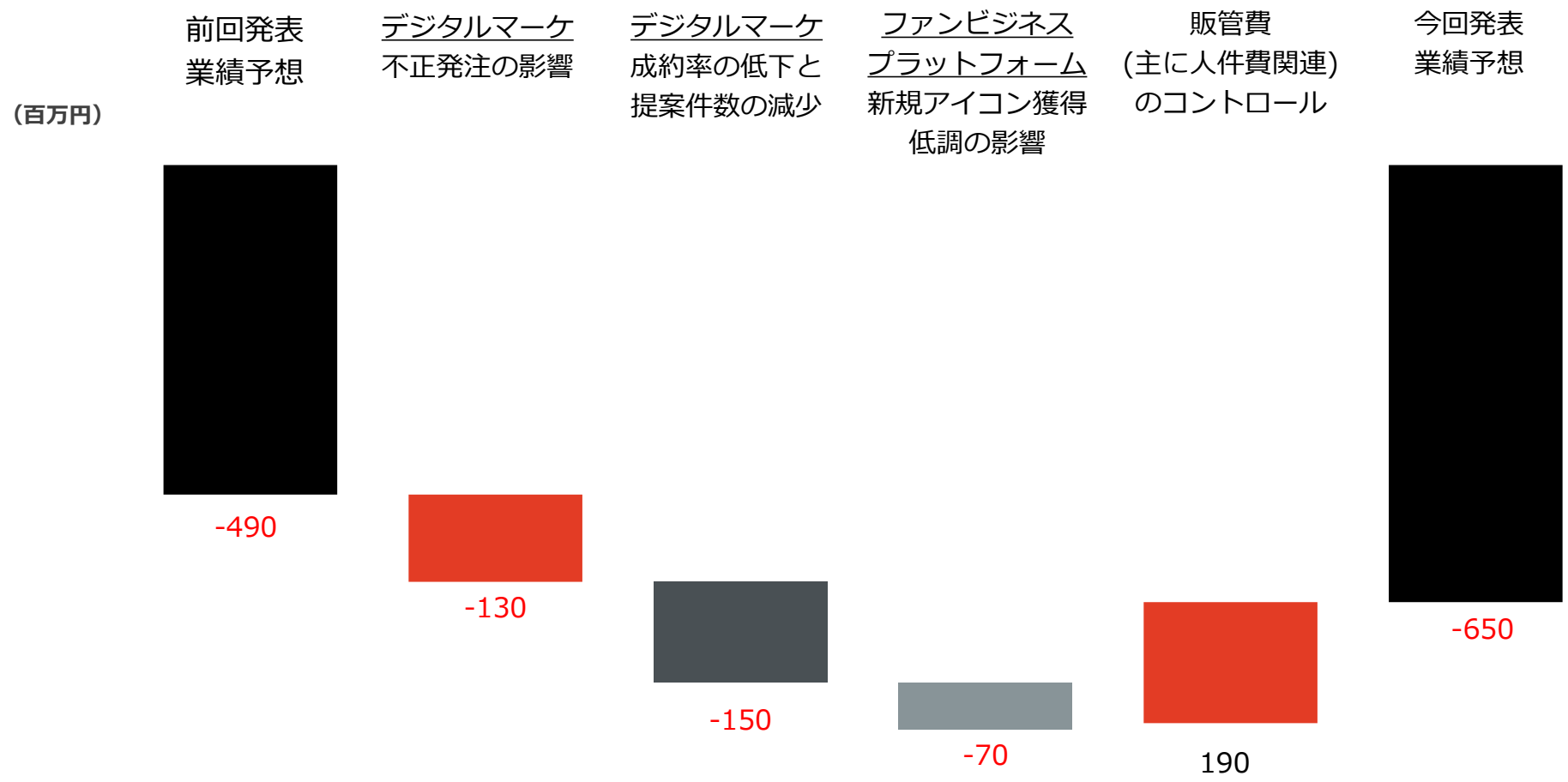
⇒ 新規アイコンの十分なパイプラインはあり、各部門間で連携し、獲得率の向上。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-4

営業利益予想の考え方

・今回の業績発表での影響金額は、前回発表の業績予想に対して、△160百万円



©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-5

2023年12月期方針 - 進捗のご報告

2023年末に前年比約50%以上増加の組織に拡大する
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
ファンビジネスプラットフォーム事業	“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

6-6 2023年12月期方針 - 上期進捗 「デジタルマーケティング事業」

・デジタルマーケティング事業においては、戦略の見直しが急務

	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 1. 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 2. 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

1. 自社発信コンテンツが寄与し、新規顧客からの商談創出が2023年第二四半期に過去最高数を記録。集客施策は着実に成果を挙げている。一方でベテランスタッフ離脱の影響で案件成約率低下・大型受注の減少が顕著。下期は経験の浅いメンバーの早期立ち上がりに力を入れる。また、プランニングできるインフルエンサー・SNSの幅を拡げることに注力し、複雑化する顧客のニーズにも応えられるよう提案力の強化を図る。
2. iCON Suite の対応SNSの拡大・インフルエンサー情報の大規模追加を予定していたが、開発に遅れ。下期中の完了を目指す。データ拡充した iCON Suite を新たな営業リソースとして活用し、顧客への提案の品質向上を目指す。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-7 2023年12月期方針 - 上期進捗 「ファンビジネスプラットフォーム事業」

・ファンビジネスプラットフォーム事業では、成長に向けて下地の整備

	2023年12月期方針	具体的な施策
ファンビジネス プラットフォーム 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 1. 商品とサービスの多角化 2. 配信の安定と強化 3. CS施策などのより一層のデジタル化 4. オペレーションの改善 5. 新サービスのローンチ

1. 組織再編を行い、ファンビジネス事業部・ファンプラットフォーム事業部の2事業部制へと移行。
   大型アイコンのニーズに応えられる体制、ファンビジネスのデジタル化を推進していく体制を整えた。
2. エンジニアの増強が計画どおりに進み、ライブ配信の安定・強化を実現。
3. ライブ配信の安定によりマネタイズポイントが広がり、ポイント売上に寄与。スタンプのリニューアル施策も好評。
4. 新たにオペレーション部を設立。グッズの制作発注のセントラルバイイングの取り組みを通じて、品質の向上とコストダウンを進める。
5. コラボ配信機能が本格稼働。ファン・アイコンの要望に応え、コミュニティの垣根を超えた配信を実現
   ECサービスの新機能「オンデマンド製造」も提供開始。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-8

2023年12月期方針 - 上期進捗 「全社と投資」

・会社の基盤を着実に整備が進む一方で、不正発覚を受けて、内部統制が喫緊の課題。

	2023年12月期方針	具体的な施策
全社	1. 両事業のシナジー創出	
投資	2. サービス認知度向上 3. 年間60名以上の採用 4. 社内活性化部門横断施策	5. 人事制度整備 6. 内部統制 7. 予実管理

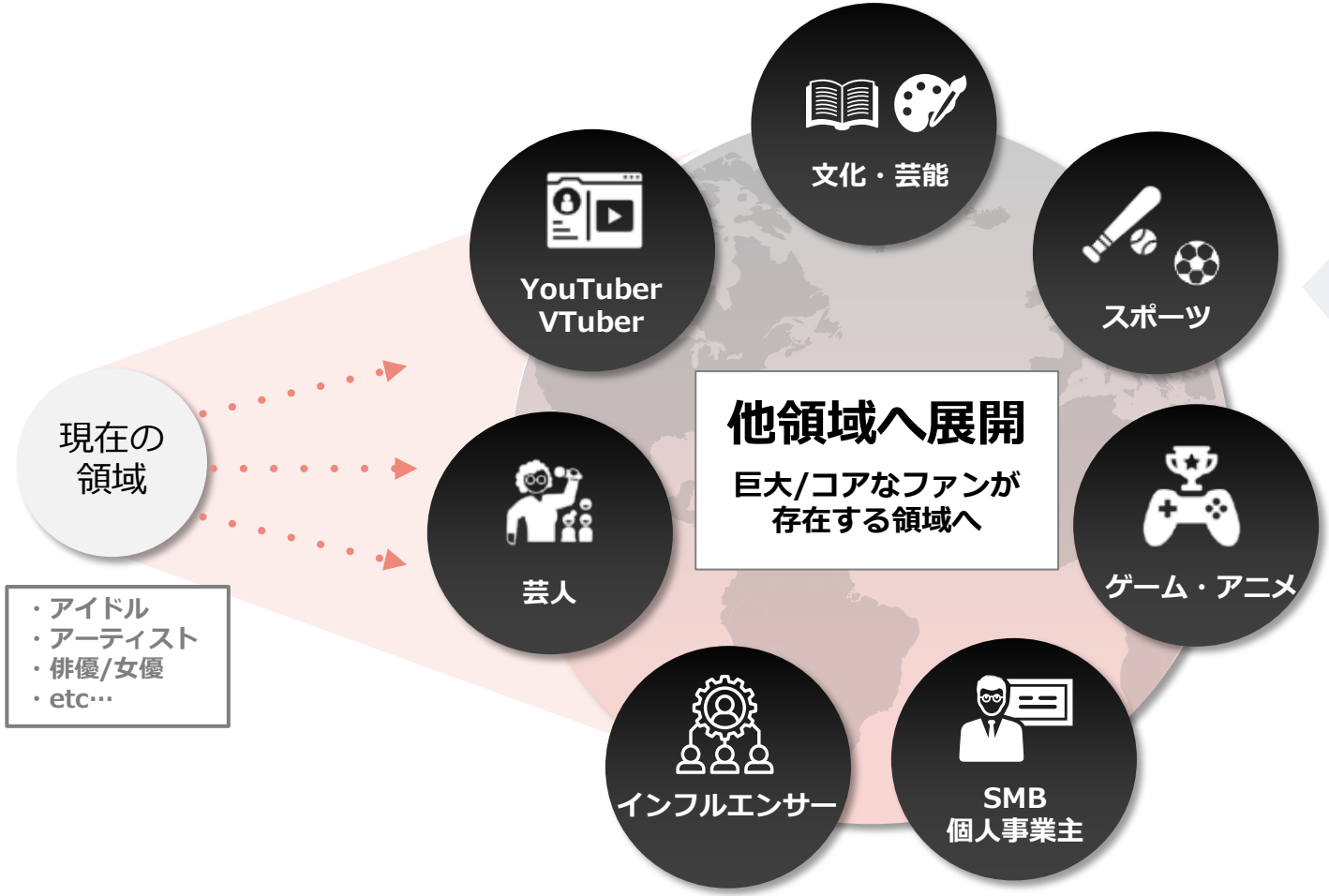
1. 方針転換し、ファンビジネスプラットフォーム事業の新サービスへと開発リソースを集中。
2. Fanicon Awards 2023を開催。
3. 6月末までの採用人数33名、重点投資領域のエンジニア採用の進捗が良好。
4. 「働きがいのある会社」を目指し、社員有志による“ラブカン・プロジェクト（Love Company）”を実施
   社員発信による新たなTHECOOのミッションを検討。
5. 社員急増により発生した様々な人事課題について整理、2024年に大幅な人事制度刷新を予定。
6. 期首よりJ-Sox対応を進めていたところ、4月の不正発注問題により様々な課題が露呈、最優先課題として下期に取り組む。
7. 2022年12月期の反省から販管費のコントロールに注力し、一定の成果を挙げている。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

6-9

【ファンビジネスプラットフォーム事業】
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

・プラットフォームだからこそ出来る、ジャンルの異なるアイコン間でのコラボの実現





出所： eスポーツはNewzoo、その他はSports Show

©THECOO Inc. All Rights Reserved

【ファンビジネスプラットフォーム事業】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、特に韓国でアイコン獲得の体制整備が順調に進捗

多言語対応

中国語（簡体字、繁体字）
英語
スペイン語
韓国語
日本語
ポルトガル語

＋

リアルタイム翻訳

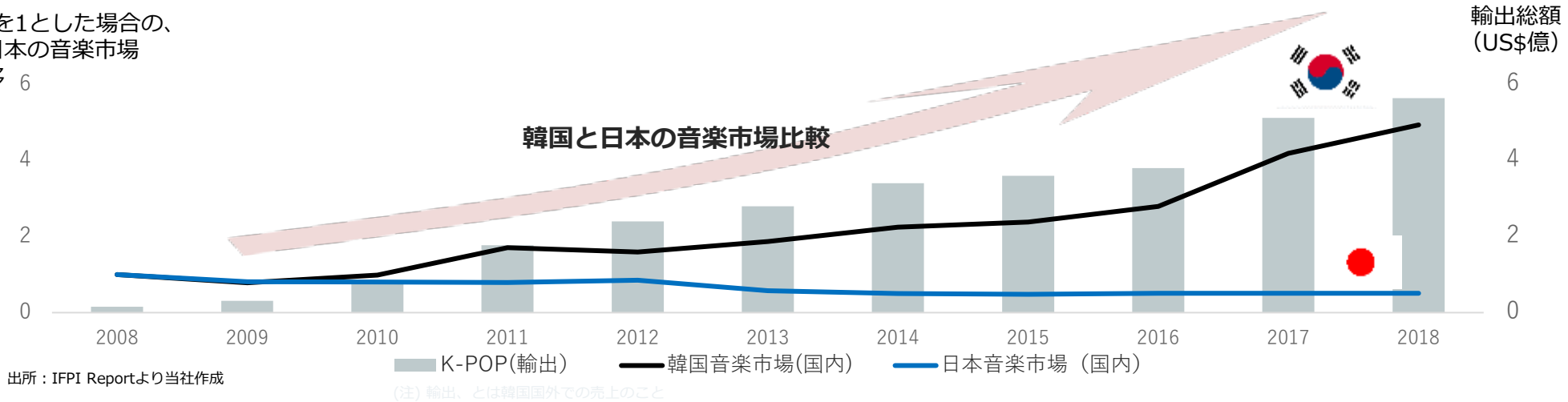
ファンのやり取りをリアルタイム翻訳



＋

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

(注) 輸出、とは韓国国外での売上のこと

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

07 / Appendix

・バランスシート

・経営陣

・沿革

・市場環境について

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-1 2023年12月期第2四半期　バランスシート

	2023年6月末	2022年12月末	前期末比較	主な要因
流動資産	2,213	2,623	-15.63%	
現金及び預金	1,633	1,842	-11.35%	
受取手形及び売掛金	511	716	-28.63%	
その他	68	65	4.62%	
固定資産	412	380	8.42%	
有形固定資産	193	210	-8.10%	
無形固定資産	2	0	―	
投資その他の資産	216	170	27.06%	調査費用 保証金
資産合計	2,626	3,004	-12.58%	

	2023年6月末	2022年12月末	前期末比較	主な要因
流動負債	1,780	1,709	4.15%	
買掛金	479	572	-16.26%	
未払金	487	250	94.80%	調査費用 190百万円
前受金	709	702	1.00%	
その他	104	184	-43.48%	
固定負債	88	105	-16.19%	長期借入金の減少
負債合計	1,868	1,815	2.92%	
資本金	759	758	0.13%	
資本剰余金	948	948	0.00%	
利益剰余金	-951	-520	―	
その他	1	1	0.00%	
純資産合計	759	1,188	-36.28%	
負債及び純資産合計	2,626	3,004	-12.58%	

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-2 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　経営企画室長

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　ファンビジネスプラットフォーム事業本部長
兼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

7-3 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「BLACKBOX³ -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

7-4 広大なマーケットポテンシャル（Fanicon事業のSAMとTAM)

- 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

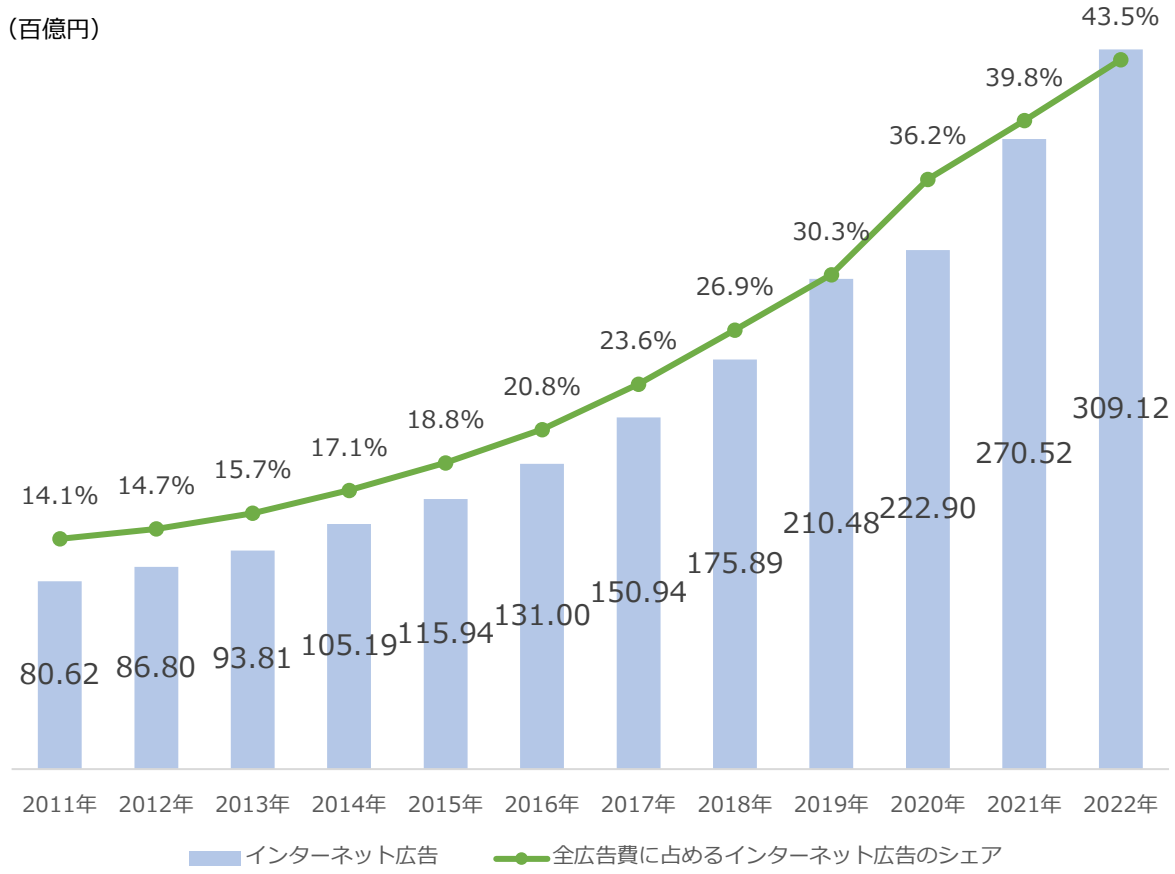
注：
(1)TAM: Total Addressable Market の略称。当社が想定する市場規模を意味する用語であり、当社が本資料開示日現在で営む事業に係る客観的な市場規模を示す目的で算出されたものではありません。外部の統計資料や公表資料を基礎として、当社が推計したものであり、その正確性にかかる統計資料や推計に固有の限界があるため、実際の市場規模はかかる推計値と異なる可能性があります。
(2)SAM: Service Available Market の略称。総務省の2021年7月の「人口推計」 と、2021年6月25日~7月8日に矢野経済研究所が実施したインターネットアンケート調査「ファンの消費行動」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。

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-5 デジタルマーケティング事業の市場規模

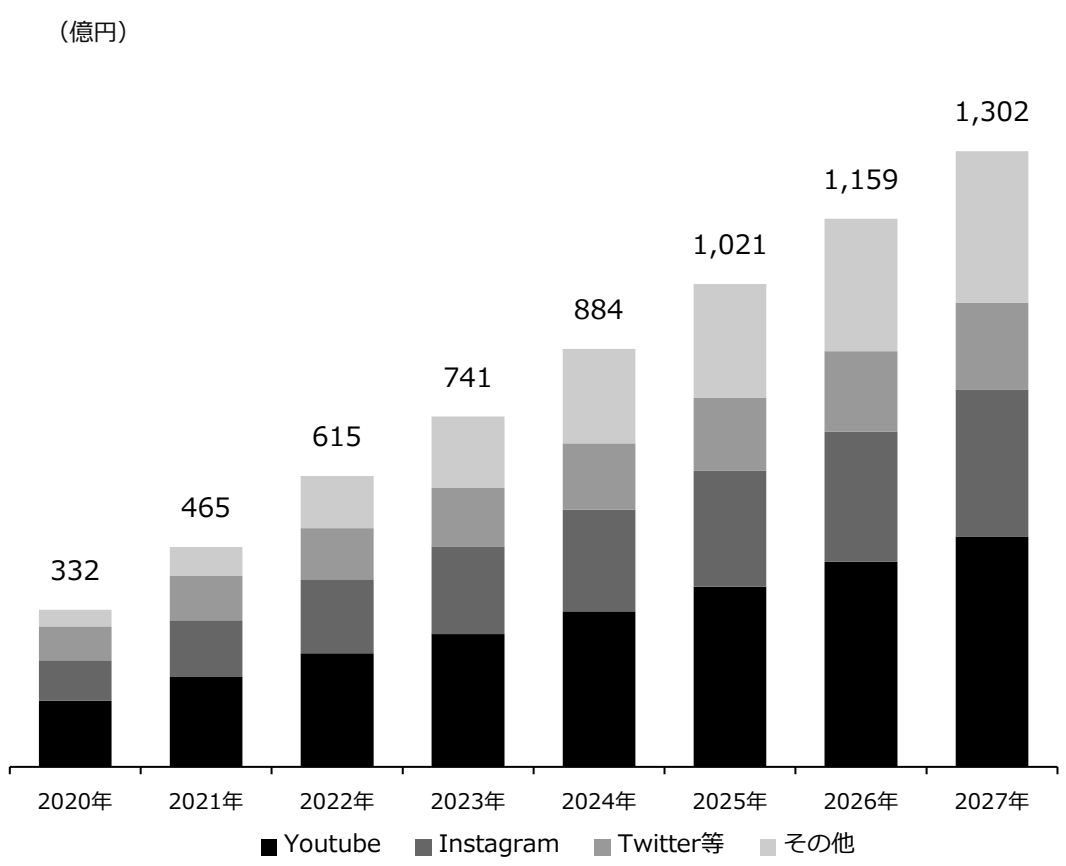
・デジタルマーケティング事業が主戦場とするインターネット広告市場は、2022年YoY＋11.4%の3兆9千億円
・インフルエンサーマーケティング市場は、2023年YoY＋20.5%の741億円

インターネット広告市場とそのシェア



出典：電通「日本の広告費（各年）」を基に制作

インフルエンサーマーケティングの市場規模推計



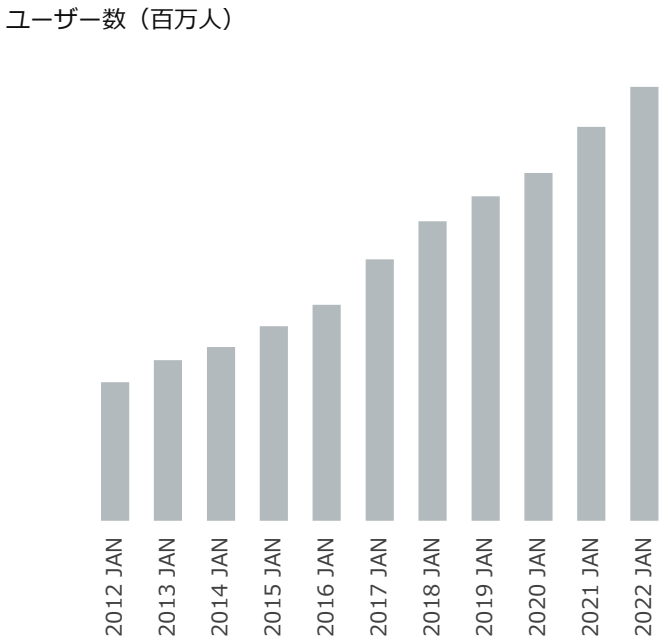
出典：サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ　（2022年11月発表）

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-6 拡大する個の市場

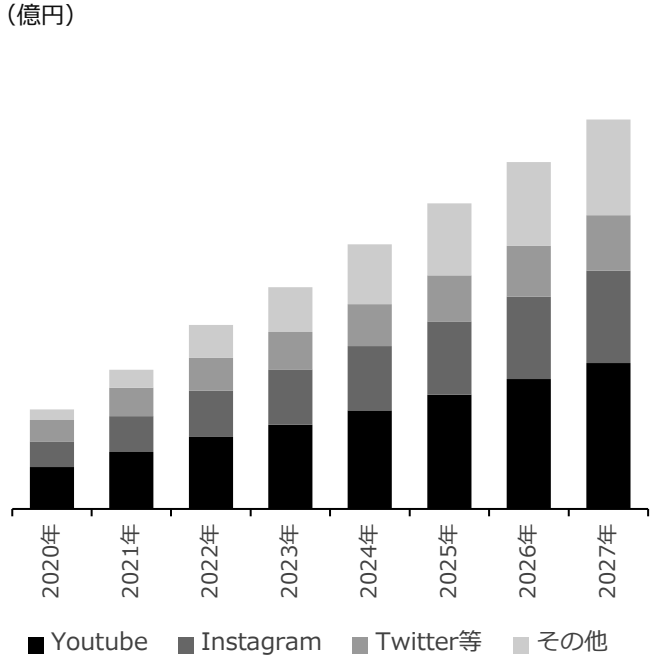
- 2022年から2023年のインフルエンサーマーケティング市場の伸び率は+20%と予想されている

世界のソーシャルメディア使用者数



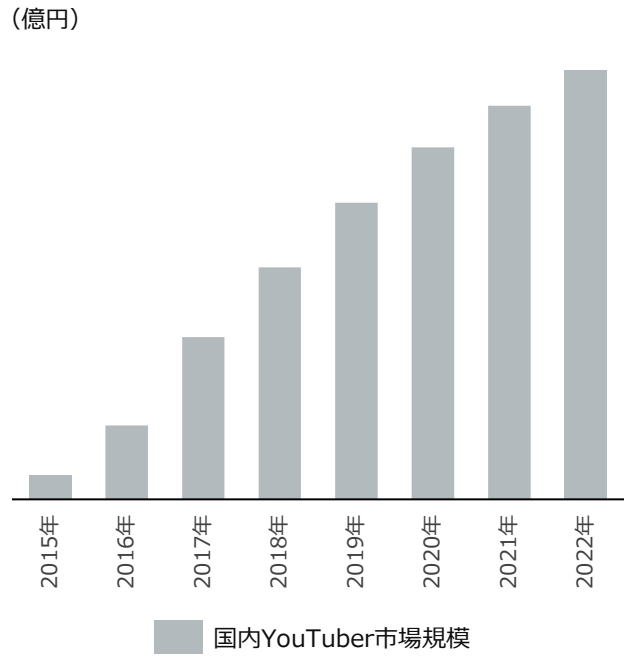
出典：We are Social Global 『Digital Overview』in Jan. 2022

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



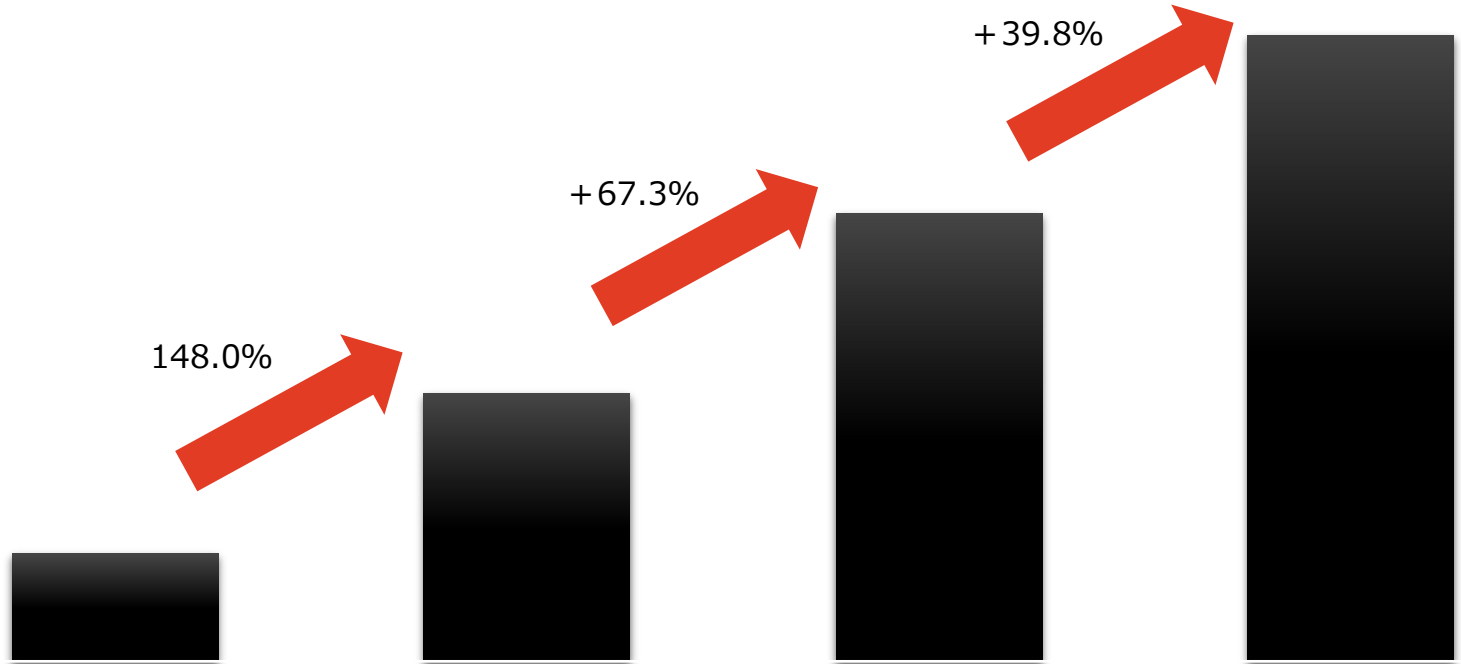
出典：CA Young Lab / デジタルインファクト調べ
（2018年3月発表）

©THECOO Inc. All Rights Reserved

7-7 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

月額課金型オンラインコミュニティプラットフォームサービス市場規模
（会員費取扱高ベース）



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

7-8 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 広報IR部
E-mail：ir@thecoo.co.jp
IR情報：https://ir.thecoo.co.jp/

©THECOO Inc. All Rights Reserved