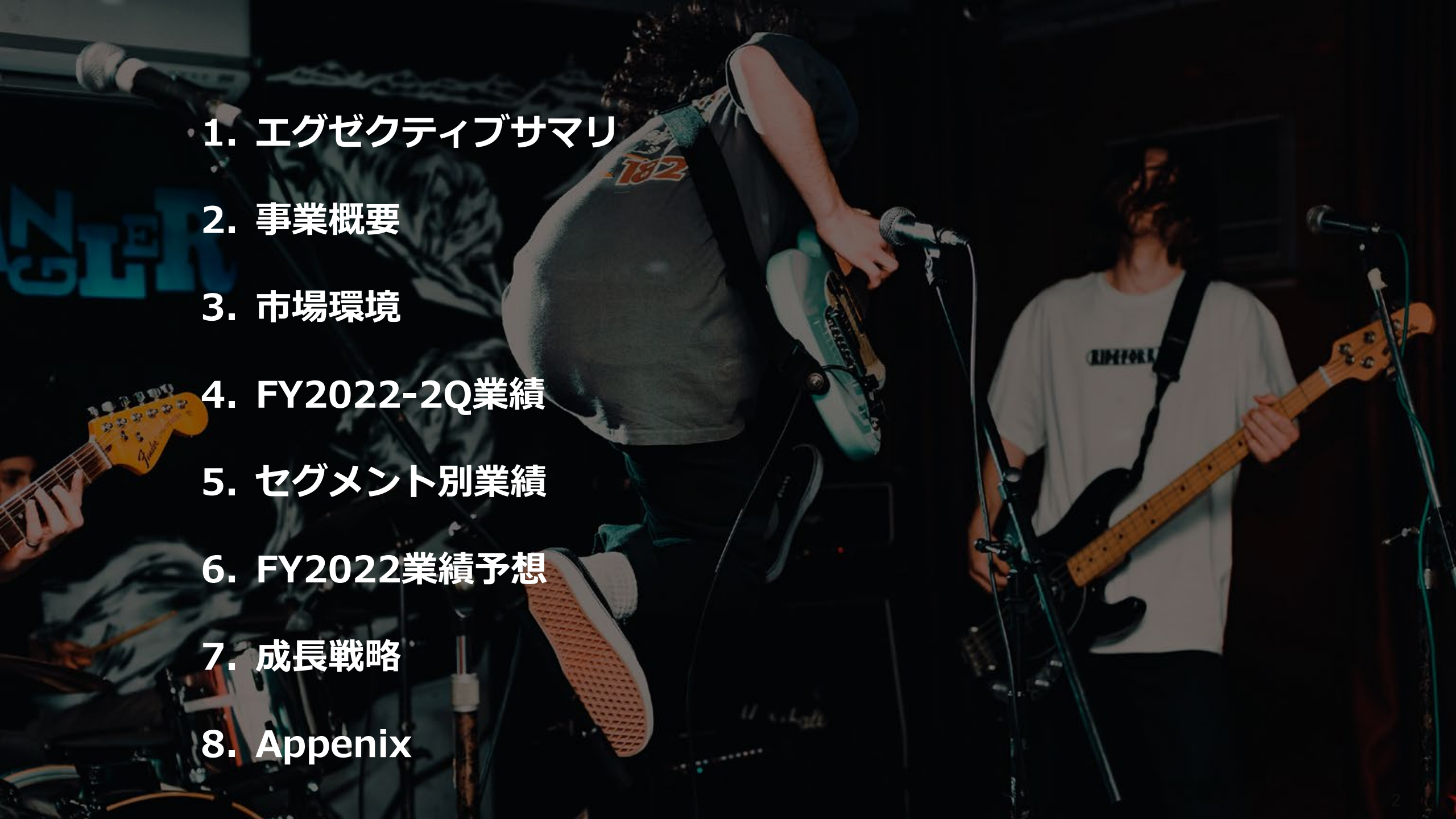


THECOO

「できっこない」に挑み続ける

2022.12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



1. エグゼクティブサマリ
2. 事業概要
3. 市場環境
4. FY2022-2Q業績
5. セグメント別業績
6. FY2022業績予想
7. 成長戦略
8. Appenix

エグゼクティブサマリ

THECOO

2022年12月期2Q業績の総括

全　社

売上高　1,026百万円　　前年同四半期比＋30.0%

当社のビジネス構造上、下期偏重予算のため、業績予想に対して進捗率43.2%とほぼ予想通りの進捗

営業利益　△６百万円　　前年同四半期比＋47百万円

1Qイレギュラー計上した大型ファンクラブ獲得のための販売促進費は、当初想定よりも減額できることが確定

業績予想は据え置き　引き続き　通期黒字化達成を目指す

Fanicon事業

アイコン数	2,397	前年同四半期比＋19.1%
ファン数	19.1万人	前年同四半期比＋48.8%

予算未達が続いていることから、抜本的な組織体制の変更を実施

法人セールス事業

KPI、売上高、営業利益　すべての指標において好調

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

FY2022-上半期業績（対予算比）

THECOO

法人セールス事業が売上高、売上総利益、営業利益すべての指標で好調

		1Q	2Q
全社	売上高	○	○
	売上総利益	◎	△
	営業利益	×	◎
Fanicon事業	売上高	×	×
	売上総利益	△	×
	営業利益	×	△
法人セールス事業	売上高	◎	◎
	売上総利益	◎	◎
	営業利益	◎	◎

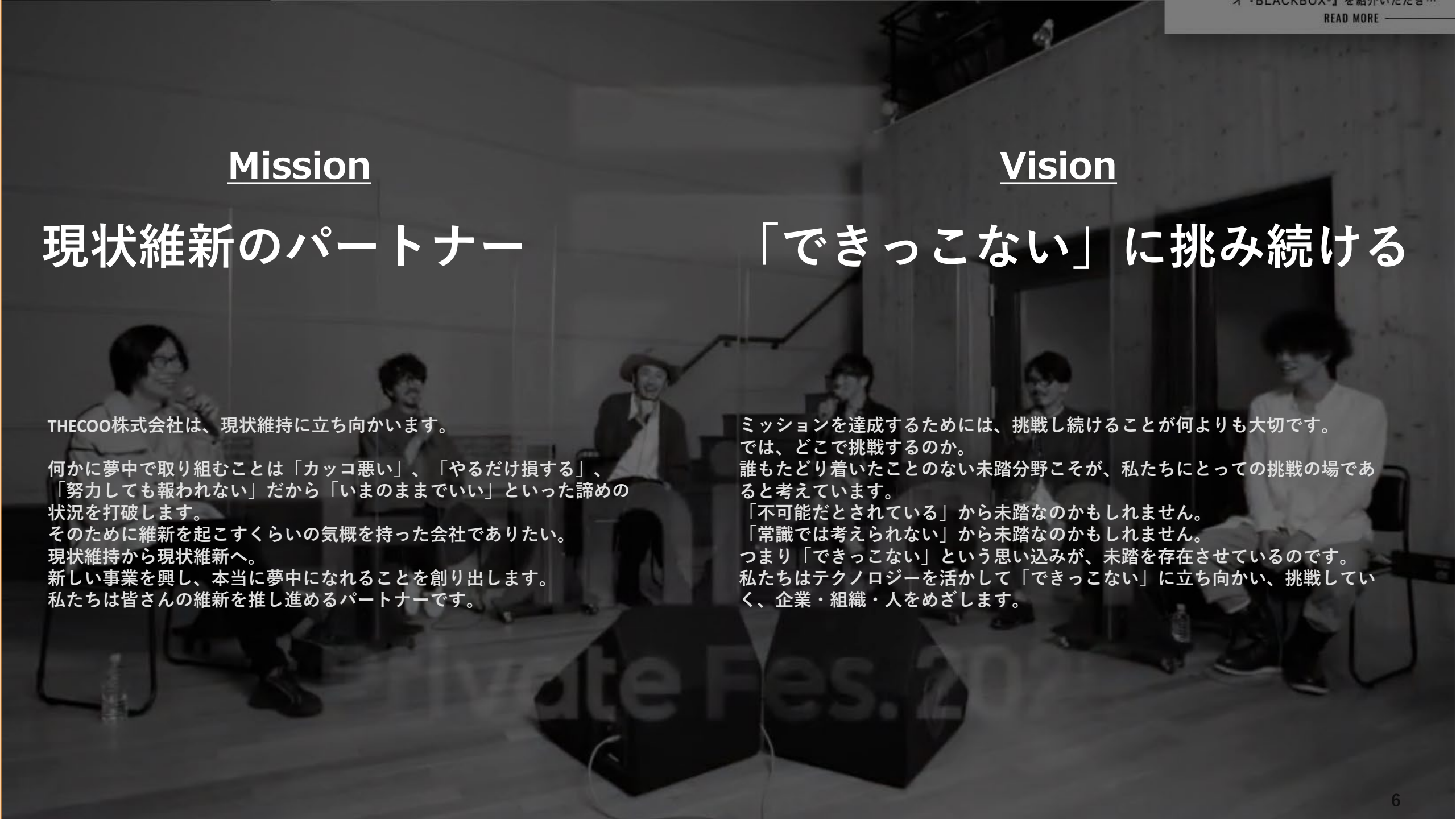
上記は、対予算比で　+3%以上=◎、±3%以内=○、▲3～5%以内=△、▲5%以上=×　を原則として社内にて総合的に判断したものです。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

THECOO

「できっこない」に挑み続ける

事業概要



READ MORE

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。

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**　：7億55百万円
  （2022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３丁目２５－１５
- **役職員数**　：123名
  （2022年6月末時点　臨時従業員数（パート社員）除く）
- **事業内容**　：Fanicon事業
  ：法人セールス事業
- **決算期**　：12月
- **市場**　：東証グロース市場

本社オフィス



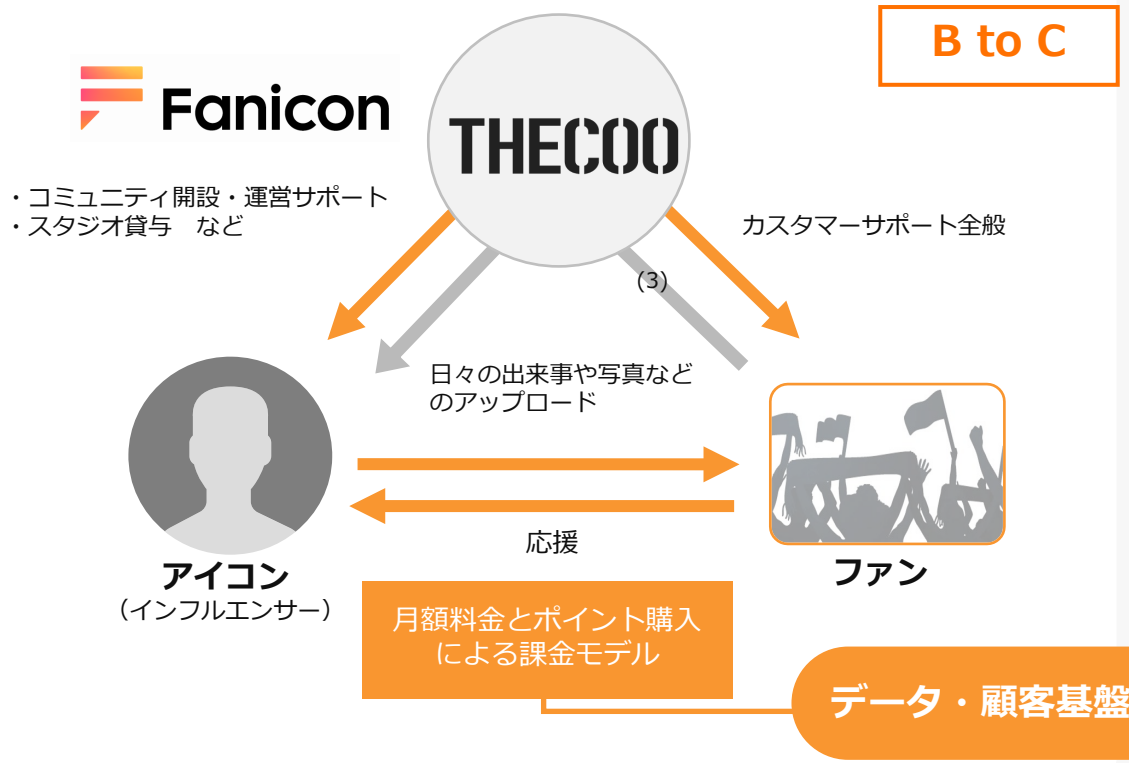
クリエーター・アーティスト向け
スタジオ：BLACKBOX³



事業内容

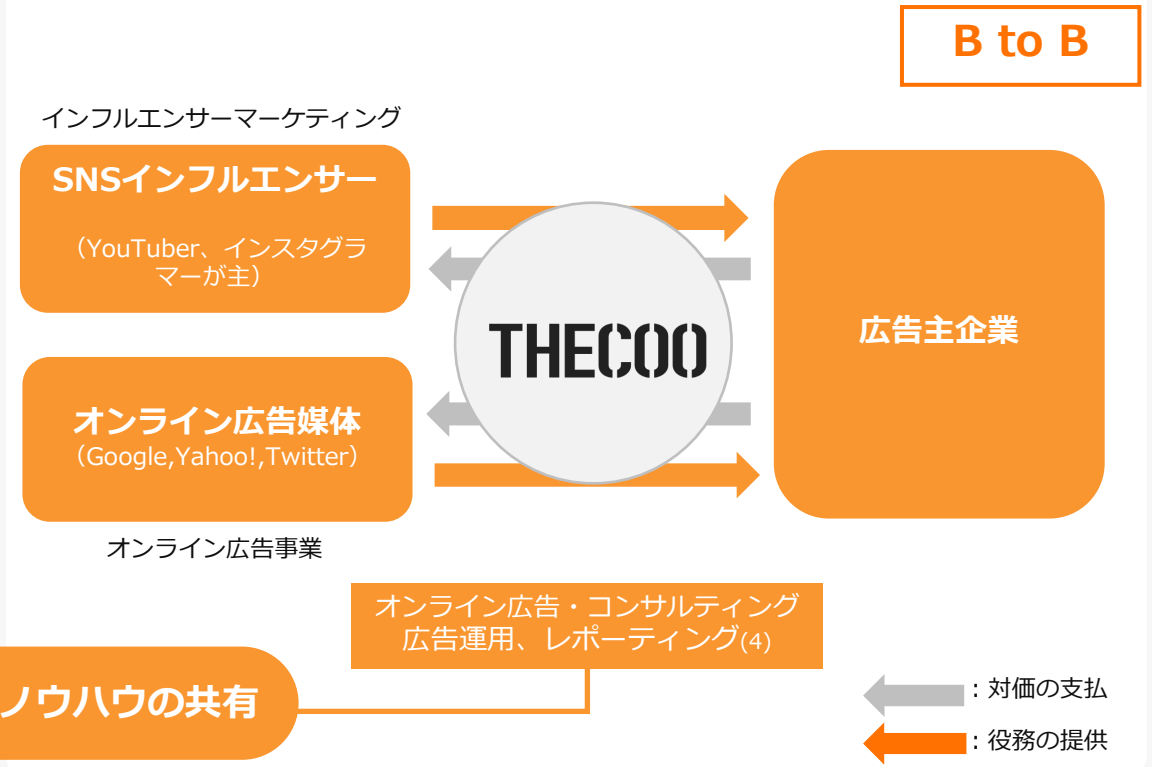
Fanicon事業

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」



法人セールス事業

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



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

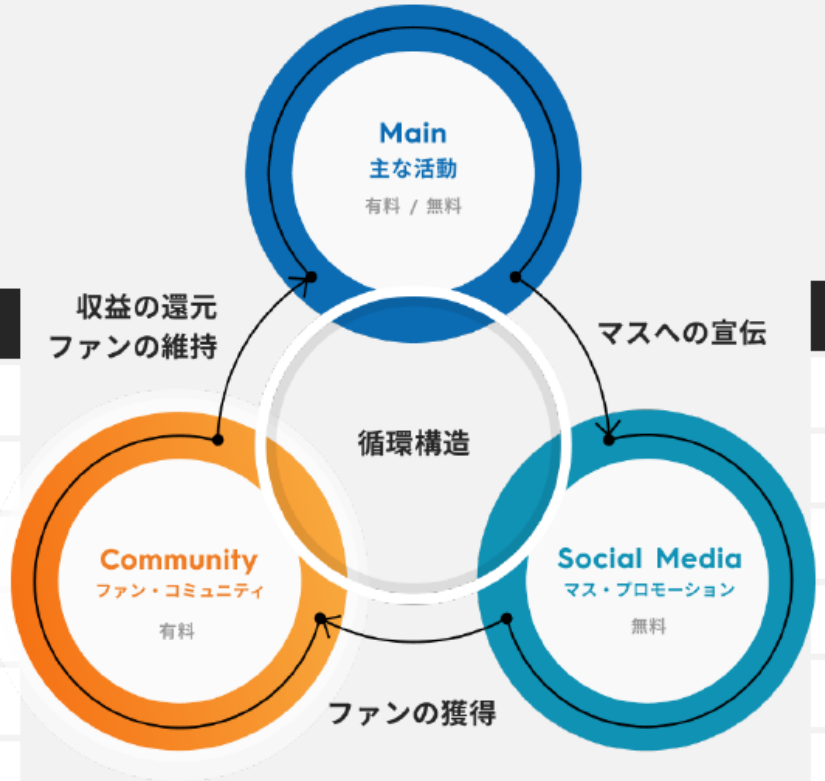
(4)「レポーティング」とは広告運用についての定期報告　内容は出稿金額、獲得コスト、広告運用方法等

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Faniconとは

「Fanicon」は、完全有料制・完全会員制のファンコミュニティアプリ

ファン・コミュニティ（Fanicon）	
役割	収益基盤確保・ファンの維持
公開範囲	月額課金したファンのみ
価格	完全有料制
心理的安全性	高い（肯定的ユーザーのみ）
マネタイズ	課金機能で収益最大化が可能



ソーシャル・メディア（各種SNS）	
役割	新規ファンの獲得
公開範囲	誰でも閲覧できる
価格	無料
心理的安全性	低い（攻撃的ユーザーも存在）
マネタイズ	収益化しにくい

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Fanicon　完全有料制・完全会員制のワケ

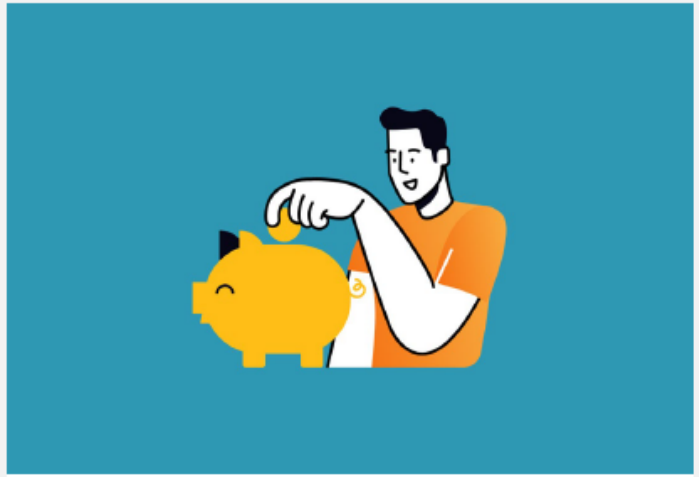
なぜ今、クローズドで有料な「コミュニティ」を作るのか？

「オープンで無料であること」が一般的な現代。**あえてクローズドな会員制**を選択する意味があります。



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。



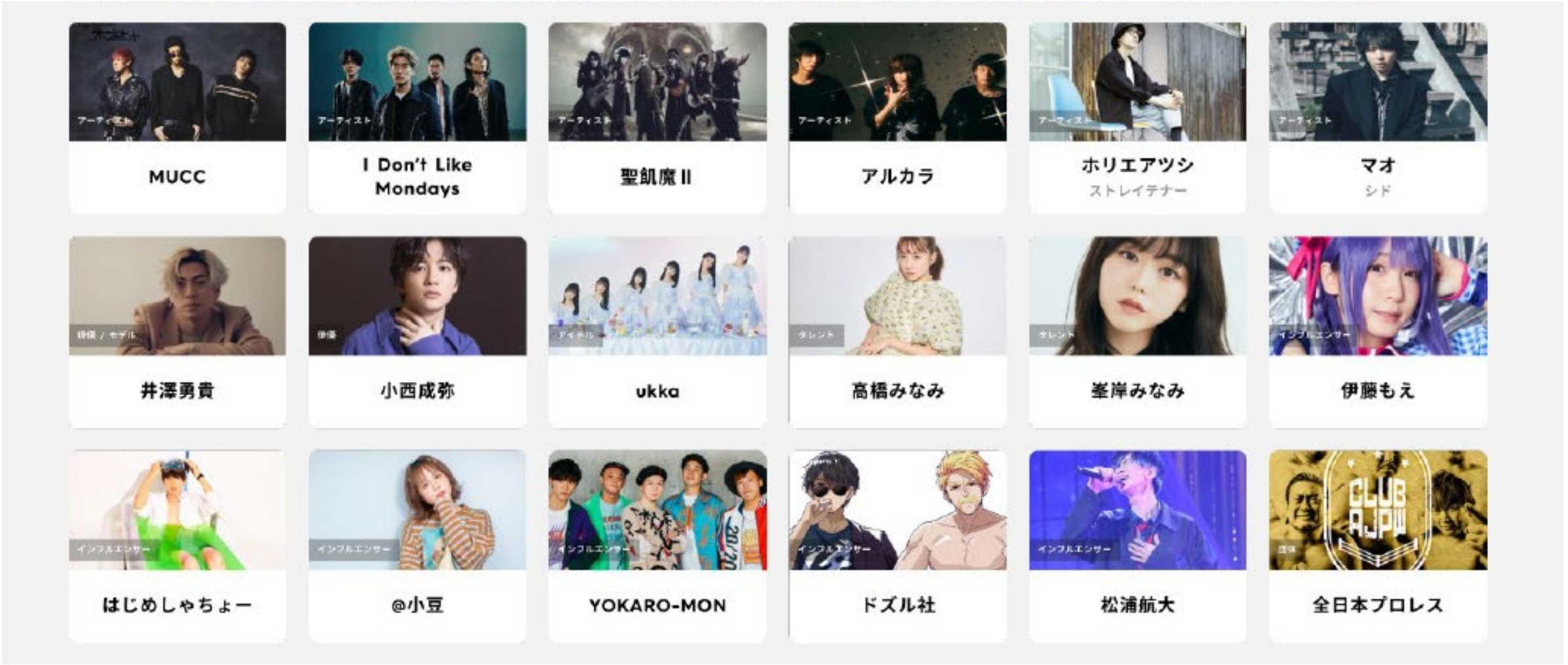
心理的安全性

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。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Fanicon 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中



（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Faniconの特長

①双方向性

2,397
コミュニティ
（2022年6月末時点）

アイコン

約19.1万人
（2022年6月末時点）

双方向な情報発信

ファン　**ファン同士の交流**　ファン

従来型のファンクラブは一方通行が主
Faniconは双方向インタラクティブが強み

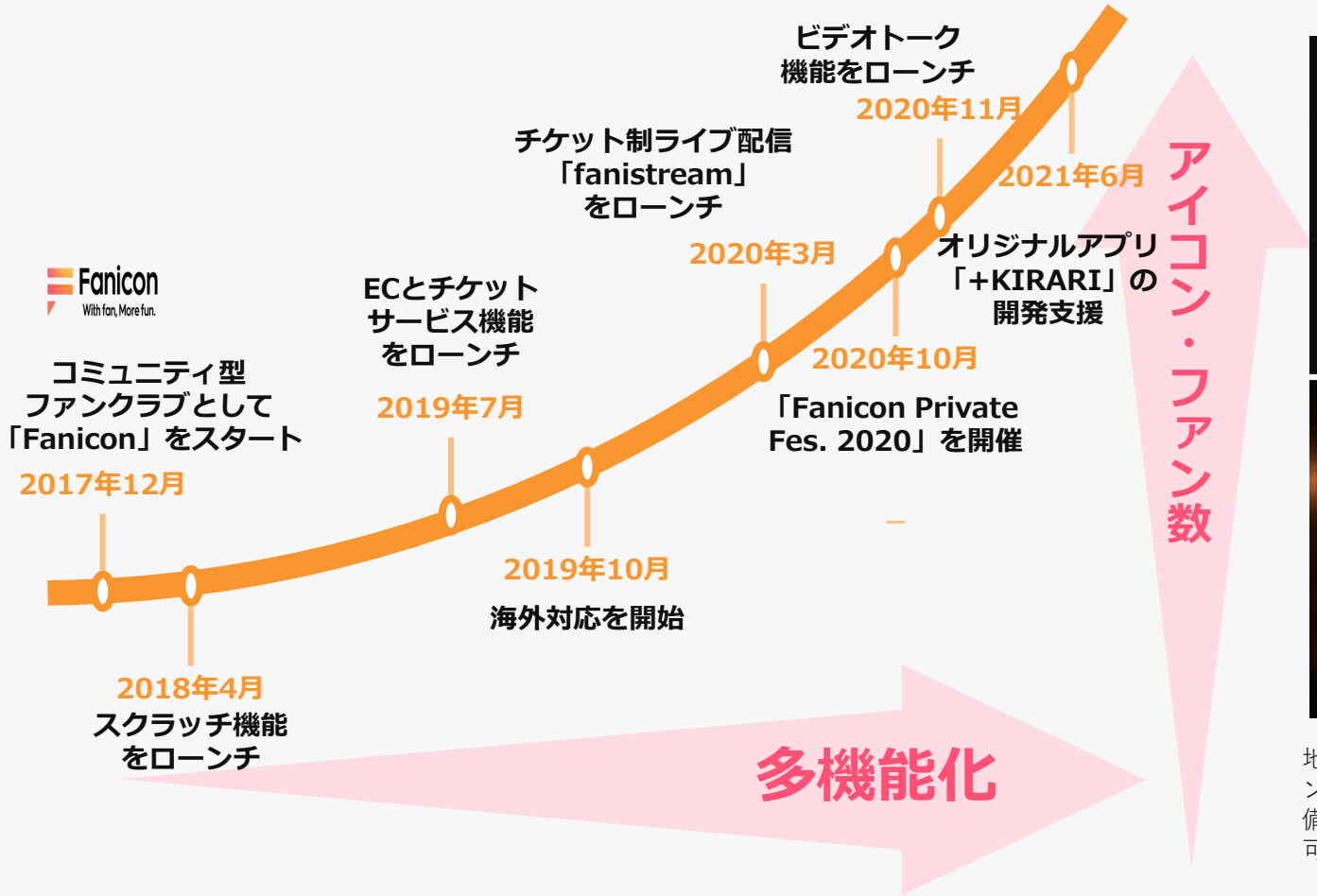
②多機能性



（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Faniconの特長

③プロダクト開発力



④無料で使える配信スタジオ



地下1階、2階のフロア構成となっており、4面LEDパネルを常設した「BOXスタジオ」、アンティーク調の「BRICKスタジオ」の2つのスタジオを併設。照明、カメラ、映像などの設備を完備しているためオンライン配信やMV撮影など様々な用途にご利用いただくことが可能

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Faniconの特長

⑤プラットフォーム戦略

ファン数の限られるアイコンからサービス提供開始　機能拡充・カスタマーサクセスの効率化を図り、トップアイコンへ

2017年頃 (サービスローンチ時)

ファン数が限られるアイコンから
サービス提供開始



2020年頃 (3年後)

徐々にある程度知名度のあるアイコン
にもサービス提供を開始



現在

トップアイコン（ヘッド）にも
サービス提供を開始



Fanicon
With fan, More fun.



（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Faniconの特長

⑥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

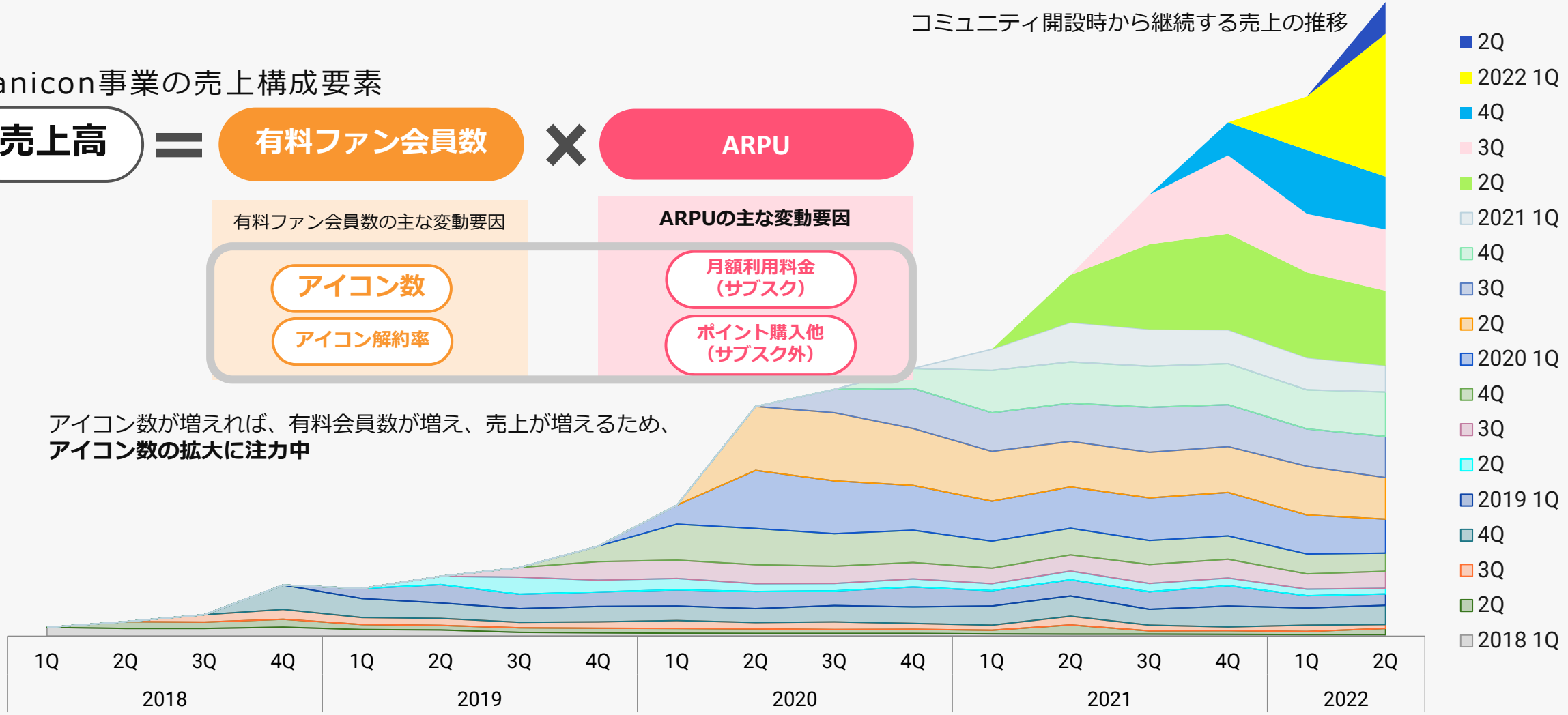
- アイコン数
- アイコン解約率

ARPUの主な変動要因

- 月額利用料金（サブスク）
- ポイント購入他（サブスク外）

アイコン数が増えれば、有料会員数が増え、売上が増えるため、
アイコン数の拡大に注力中

コミュニティ開設時から継続する売上の推移



*売上高については、管理会計上の数値であり、監査法人の監査は受けておりません。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

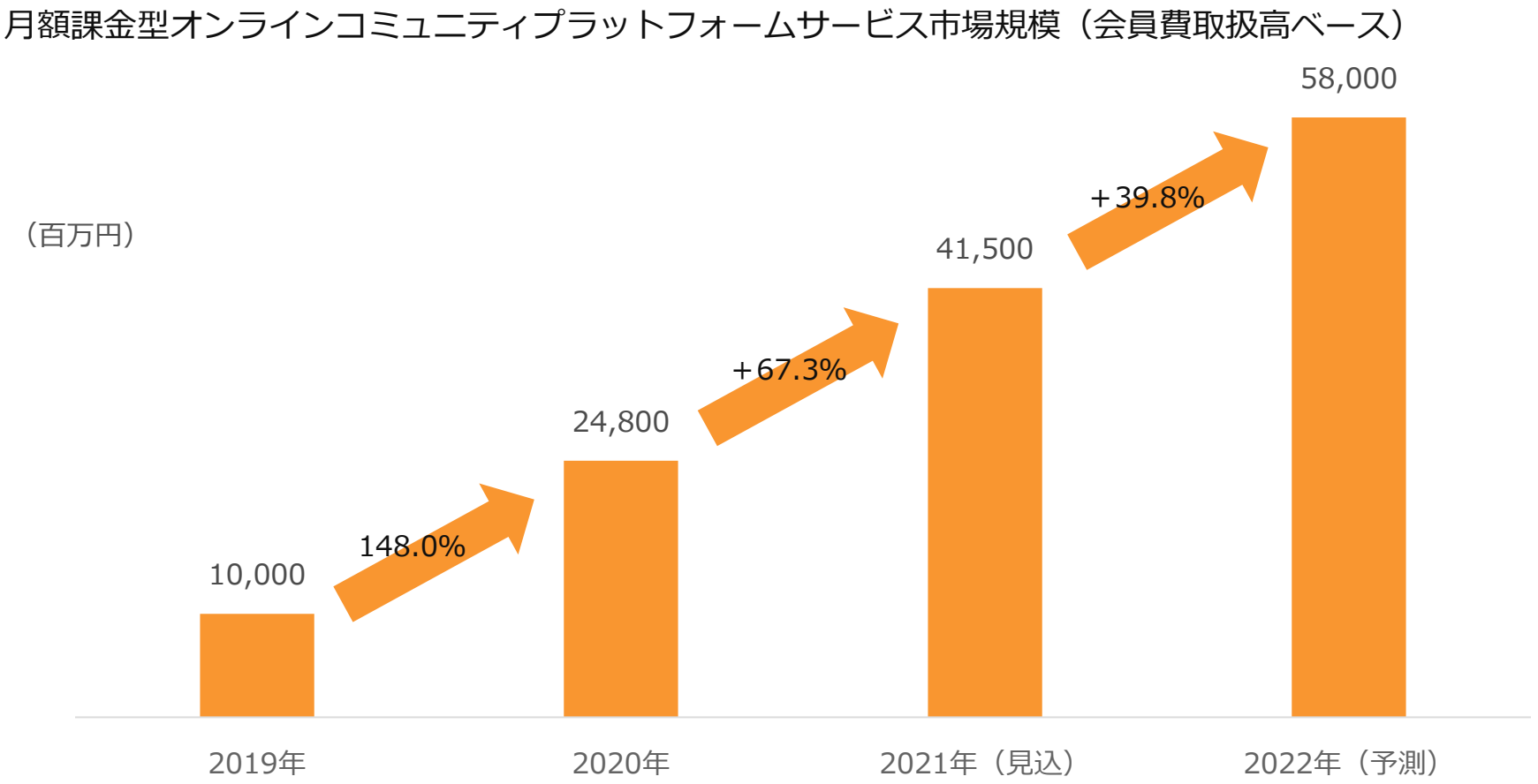
THECOO

「できっこない」に挑み続ける

市場環境

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



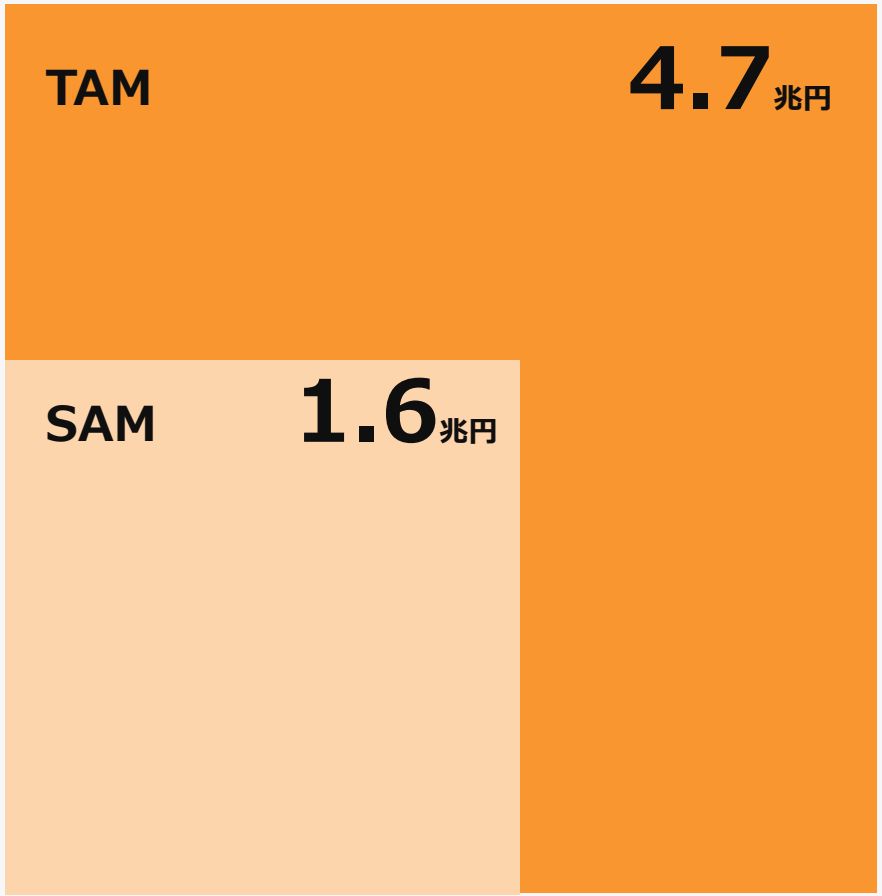
出典：矢野経済研究所「ファンコミュニティビジネス2022」
（2022年4月発表）

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

広大なマーケットポテンシャル（当社のSAMとTAM）

THECOO

“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	当社の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	当社の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。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

SNS全盛期におけるファンコミュニティの在り方

THECOO

SNS全盛期「個」の発信力が強まり、N対Nの時代へ

時代	1980年～2000年代	2000年～2010年代	**2020年代～**
主流接触デバイス	テレビ	テレビ&PC	**スマホ(SNS)**
タイトル例	松田聖子　チェッカーズ	AKB48　EXILE	**ボカロP(1)　VTuber(2)**
個の発信力	【1対Nの時代】 1人のクリエイターがマスに向けて発信		**【N対Nの時代】 1億2千万人がクリエーター（アイコン）に**

注

(1) ボカロPとは、音楽合成ソフト、ボーカロイドとプロデューサーを組み合わせた造語で、ボーカロイドで制作した楽曲を動画投稿サイトで発表している音楽家のこと

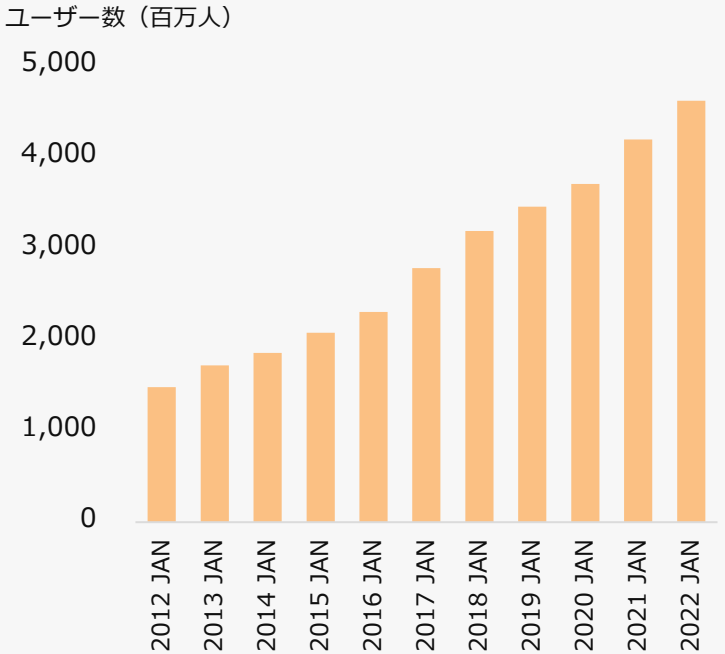
(2) VTuberとは、“Virtual YouTuber”の略称で、CGキャラクターを駆使してYouTubeに動画投稿を行なっている人のこと

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

拡大する個の市場

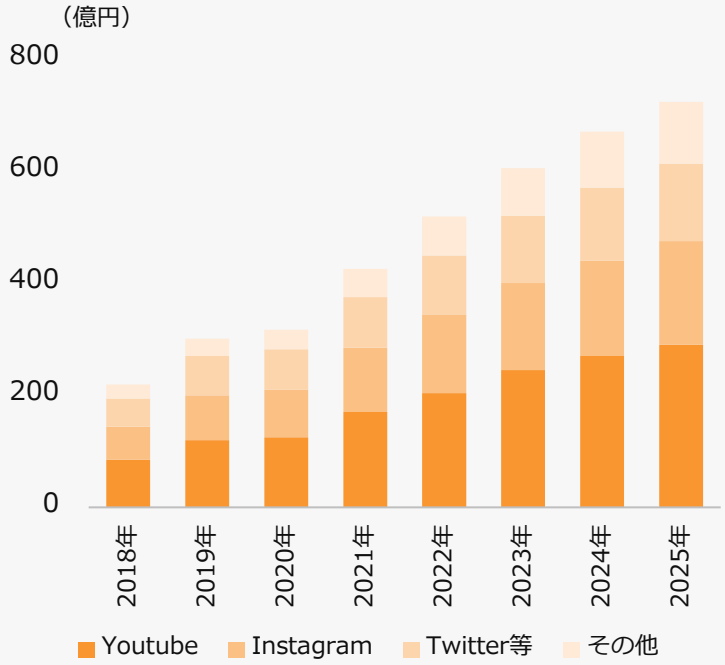
インフルエンサーマーケティング市場やYouTuber市場の拡大が示す、「個」の活躍の場が拡大

世界のソーシャルメディア使用者数



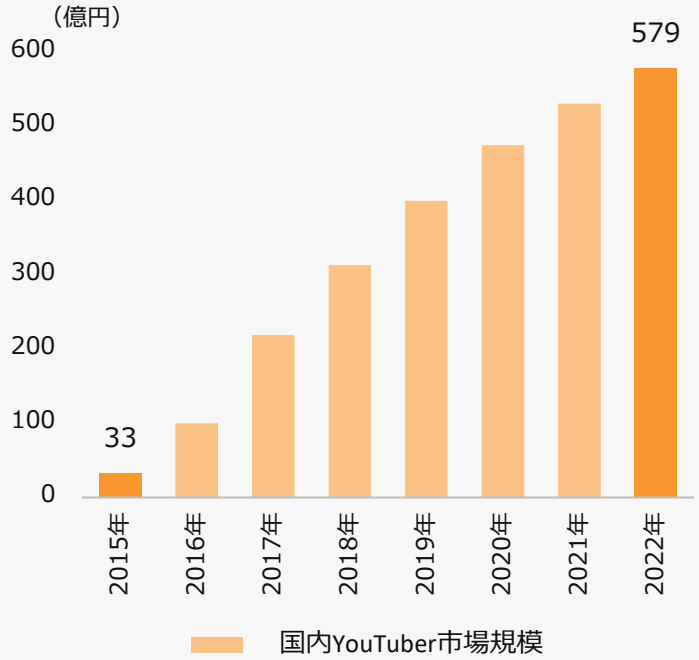
出典：We are Social Global 『Digital Overview』in Jan. 2022

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
（2020年10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）

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

THECOO

「できっこない」に挑み続ける

FY2022-2Q 業績

*数値の表記に関しては、小数点以下を切り捨て、%の表記に関しては、小数点第二位を四捨五入

【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）

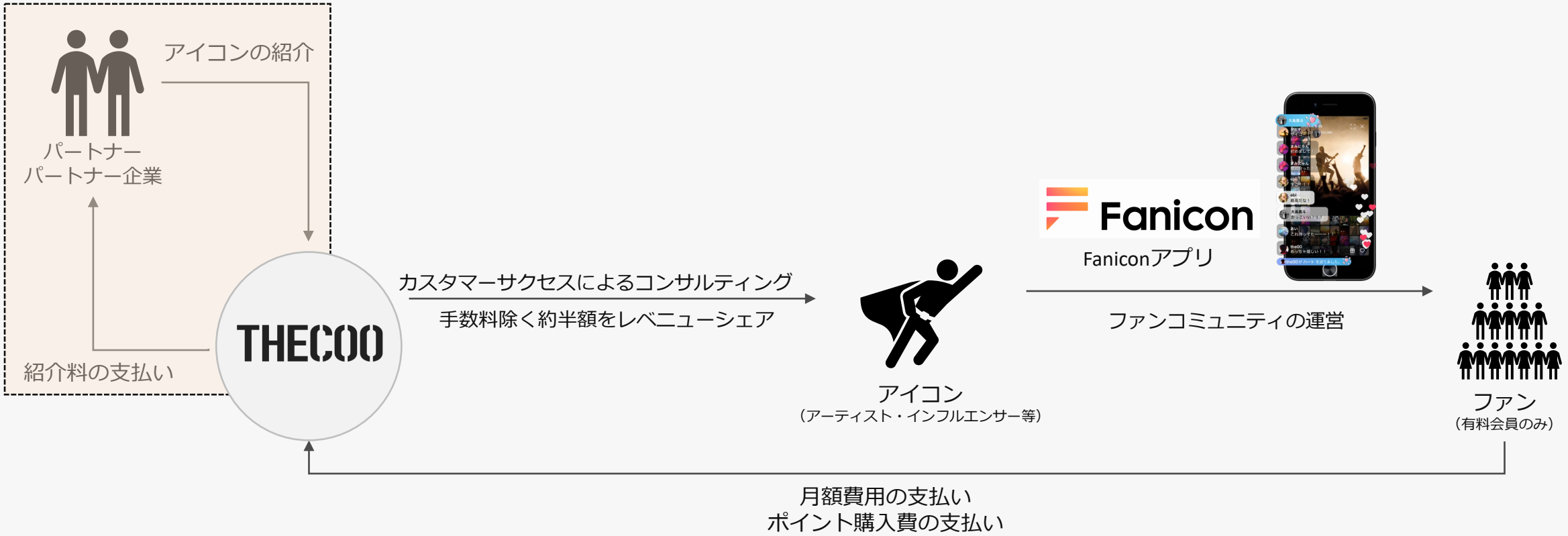
上記内容は、現時点で監査法人と協議した決定内容であり、今後変更する可能性があります。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Faniconのビジネスフロー

THECOO

アイコンが有料会員とコミュニケーションをすることにより得られる月額課金とポイント購入費の手数料除く約50%*をアイコンとレベニューシェアをするBtoBtoCのビジネスモデル



大型アイコンの場合のみ適用

*原則50%のレベニューシェアとしておりますが、様々な要因によって変動します

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

【全社】FY2022-2Q 業績　PL

THECOO

Fanicon事業の成長により売上高は前年同四半期比＋30%の成長

（百万円）	FY2022-2Q（2022年4－6月）					FY2022-2Qまでの累計（2022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	1,026	789	30.0%	959	7.0%	1,986	1,480	34.2%
売上総利益	387	283	36.7%	384	0.8%	772	544	41.9%
売上総利益率	37.7%	35.9%	+1.8pt	40.0%	-2.3pt	38.9%	36.8%	+2.1pt
販売管理費	393	336	17.0%	502	-21.7%	895	599	49.4%
営業利益	-6	-53	-	-117	-	-123	-55	-
経常利益	-3	-53	-	-117	-	-120	-56	-
当期純利益	-4	-53	-	-117	-	-121	-59	-

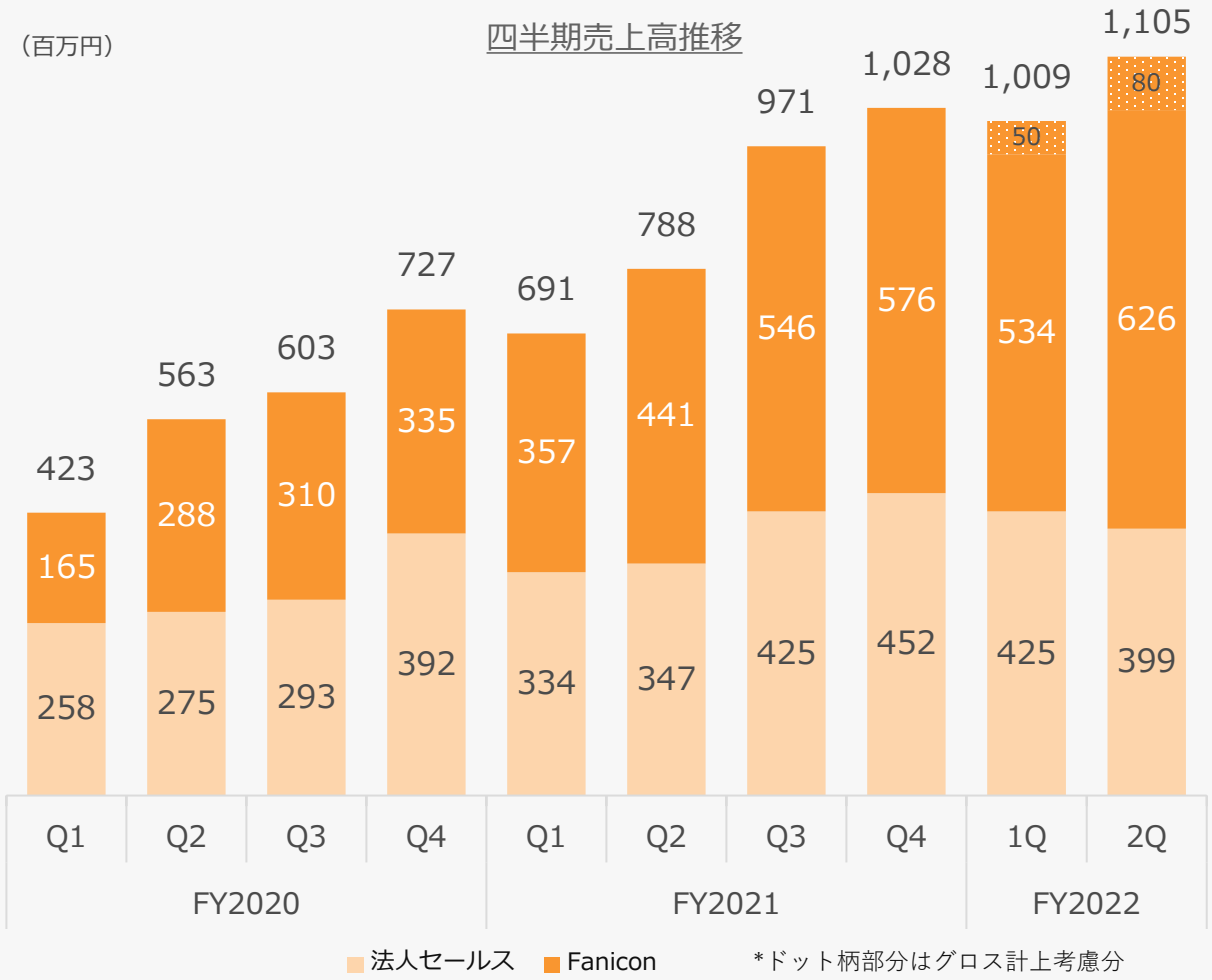
（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

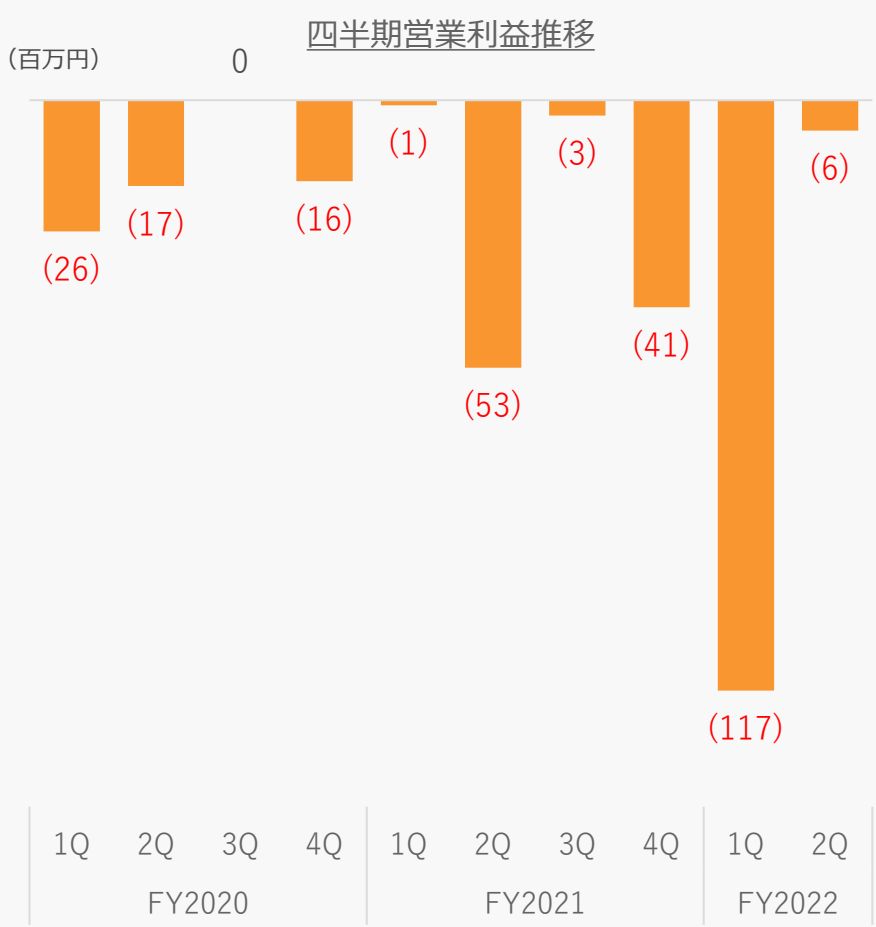
【全社】四半期売上高・営業利益推移

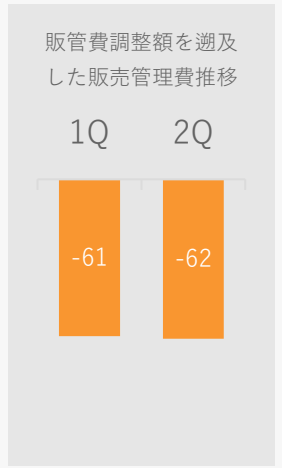
THECOO

四半期売上高はグロス計上考慮後で前年同四半期比＋40.2%増

四半期営業利益は前年同四半期＋47百万円の▲6百万円、販売管理費調整額を考慮すると▲62百万円





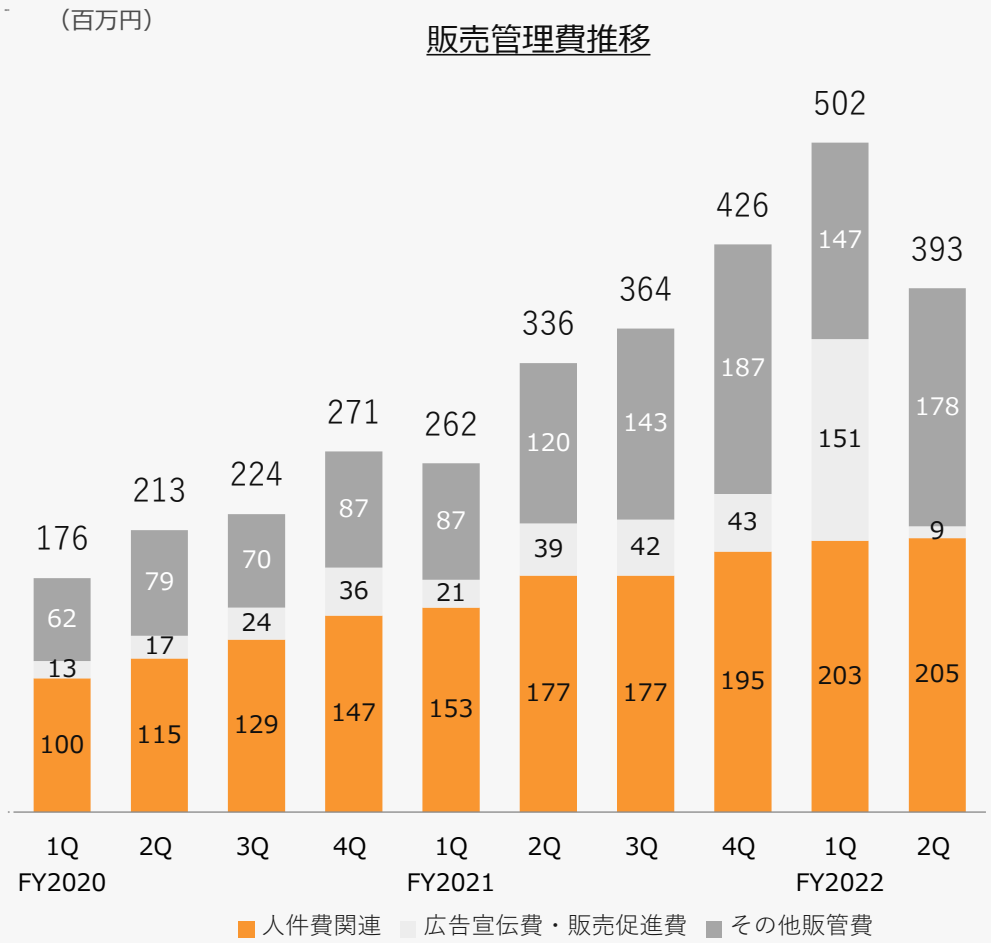


(C) THECOO,Inc. All Rights Reserved.

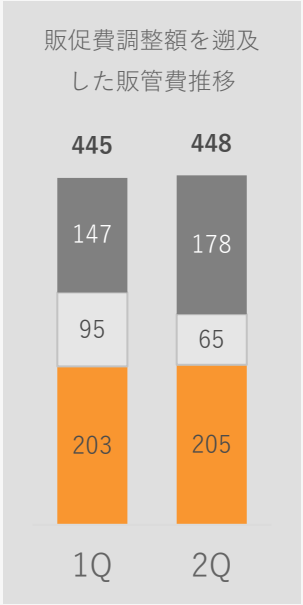
【全社】販売管理費及び役職員数

FY2022-1Qに100百万円計上していた大型ファンクラブ獲得のための販促費は、当初想定したよりも減額できることが2Qにおいて確定したため、2Qで▲56百万円

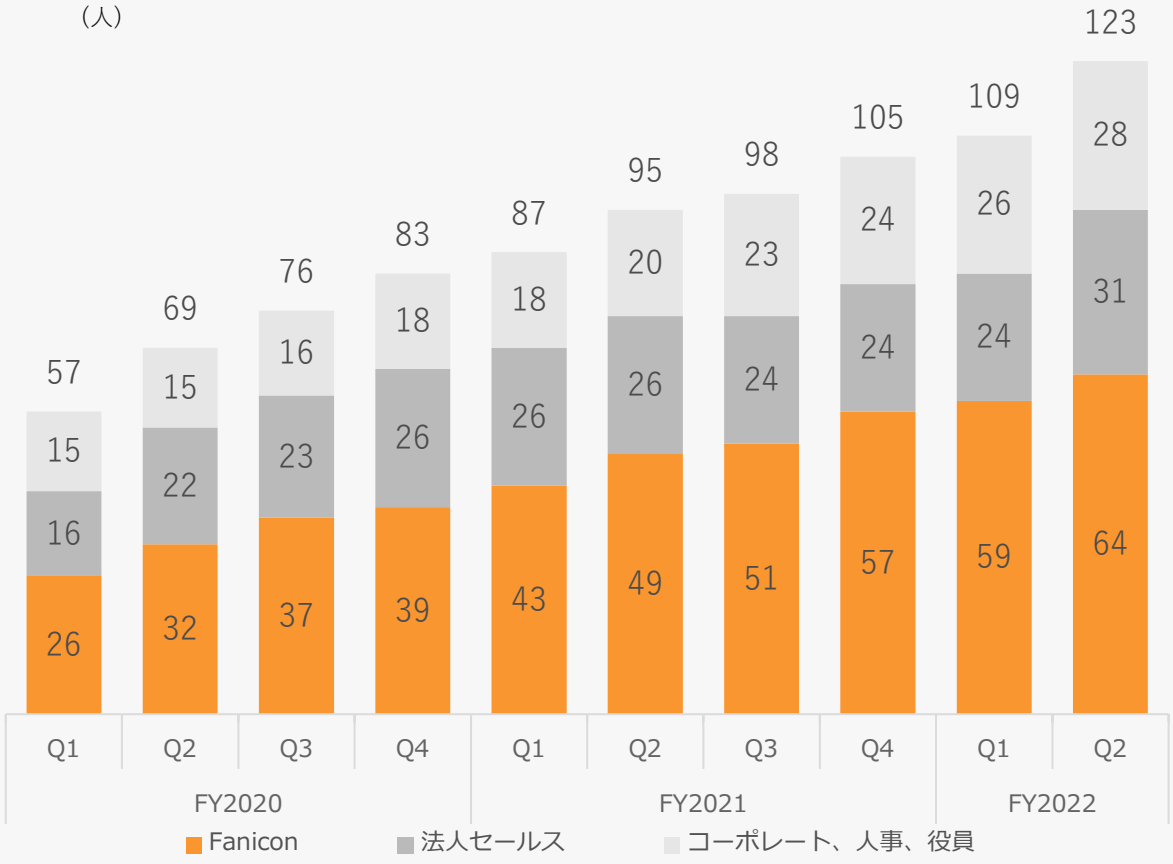
販売管理費推移



販促費調整額を遡及した販管費推移



役職員数推移



（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

THECOO

「できっこない」に挑み続ける

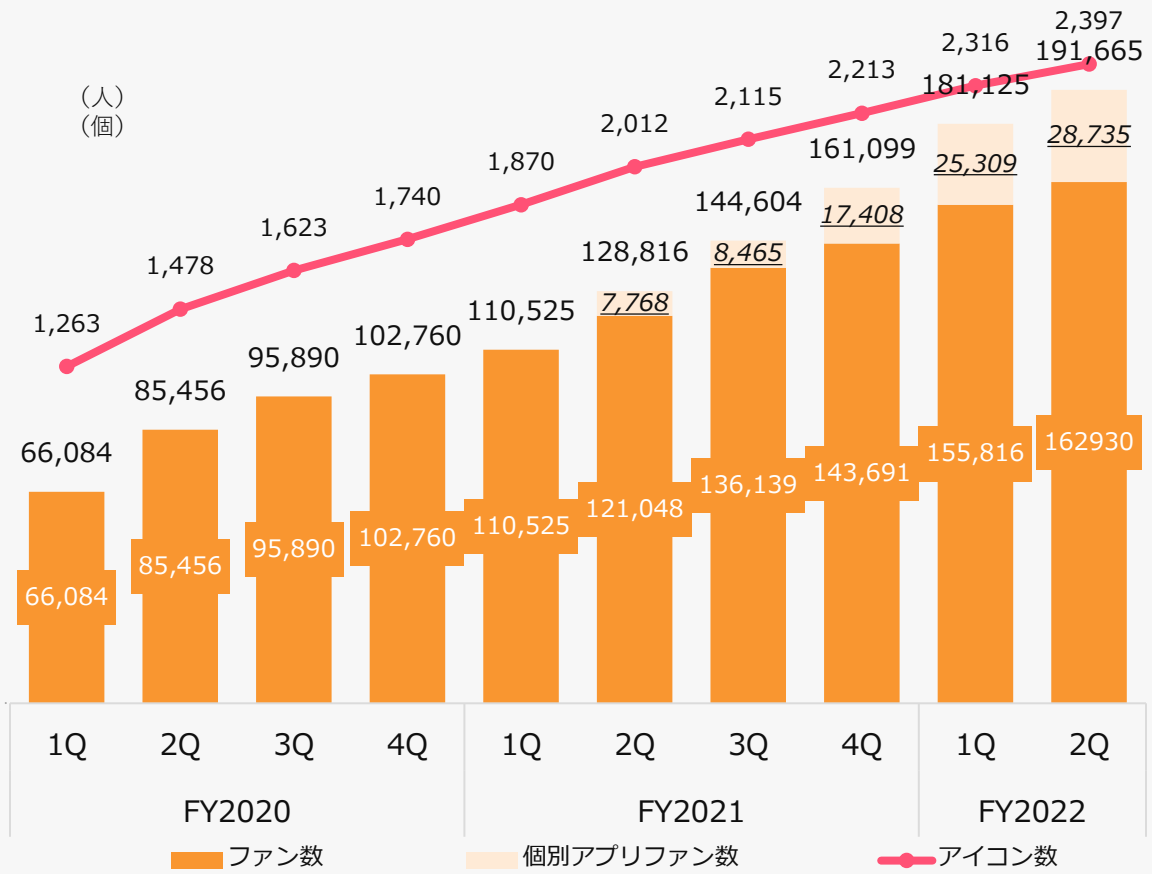
セグメント別業績

Fanicon事業

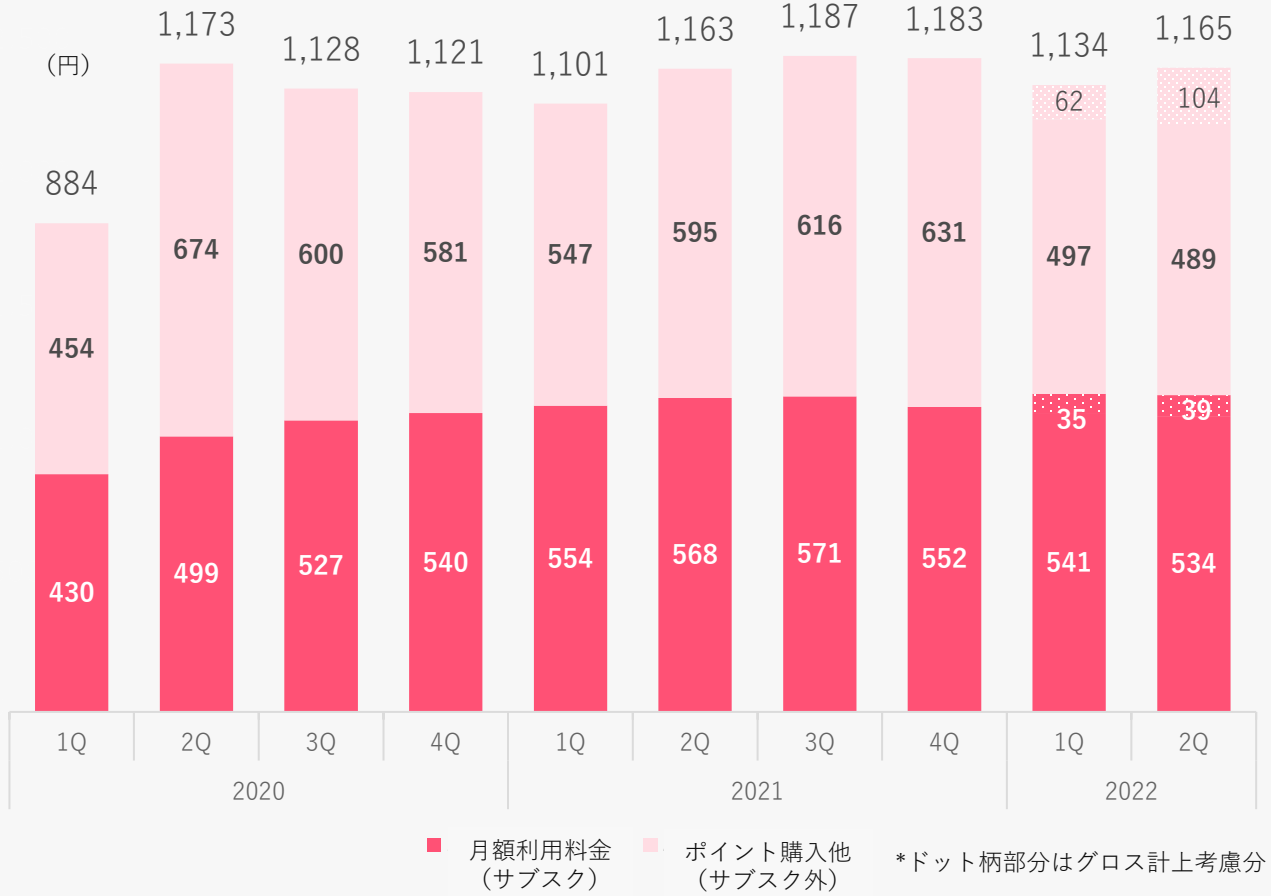
【Fanicon事業】 KPI

やや大型のアイコン獲得が進み、アイコン数は前年同四半期比19.1%増の一方、ファン数は同48.8%増
ARPUは、グロス計上考慮後、前年同四半期比1.7%増の1,165円

アイコン数・ファン数推移



Q平均月間ARPU



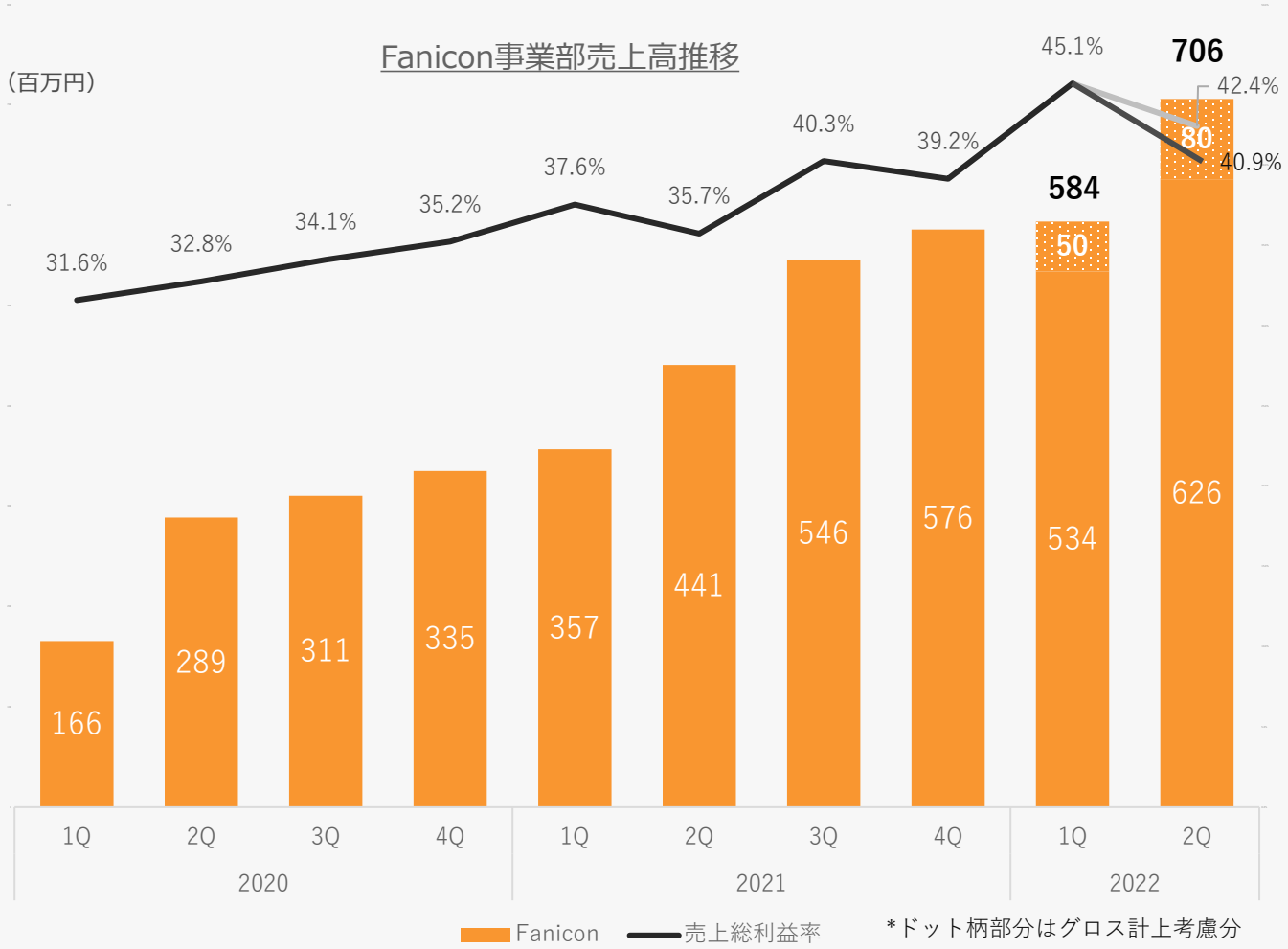
*1Q受託の大型ファンクラブ運営案件は、従来のファンコミュニティ運営とは実態が異なるため、KPIから除いております。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

【Fanicon事業】四半期売上高・売上総利益率推移

THECOO

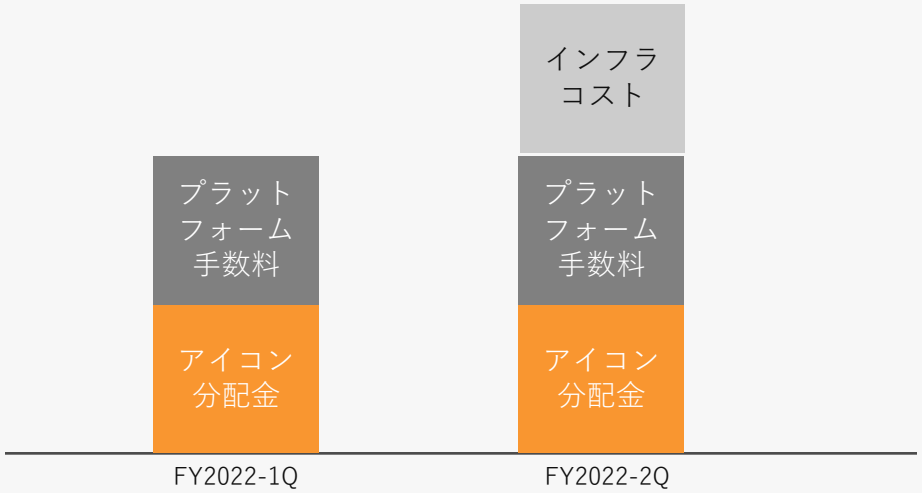
Fanicon事業部の売上高は、グロス計上考慮後で前年同四半期比60.1%増の706百万円と順調に成長
売上総利益率の減少は原価の構成要素変更によるもの



売上総利益率について

・2Q売上総利益率40.9%▲4.2points(1Q比)
・大型案件獲得に向けたサービス安定稼働に伴うインフラコストを2Qより原価計上したことによるもの（1Qまでは販売管理費計上）
・今後大型案件を安定的に運用するための先行投資と認識
・インフラコストを除く売上総利益率は42.4%

原価構成要素の変更



(C) THECOO,Inc. All Rights Reserved.

【Fanicon事業】今後の体制について

8月から組織体制の変更を実施
迅速かつより機動的な経営判断ができる体制を構築し、非連続的成長を目指す

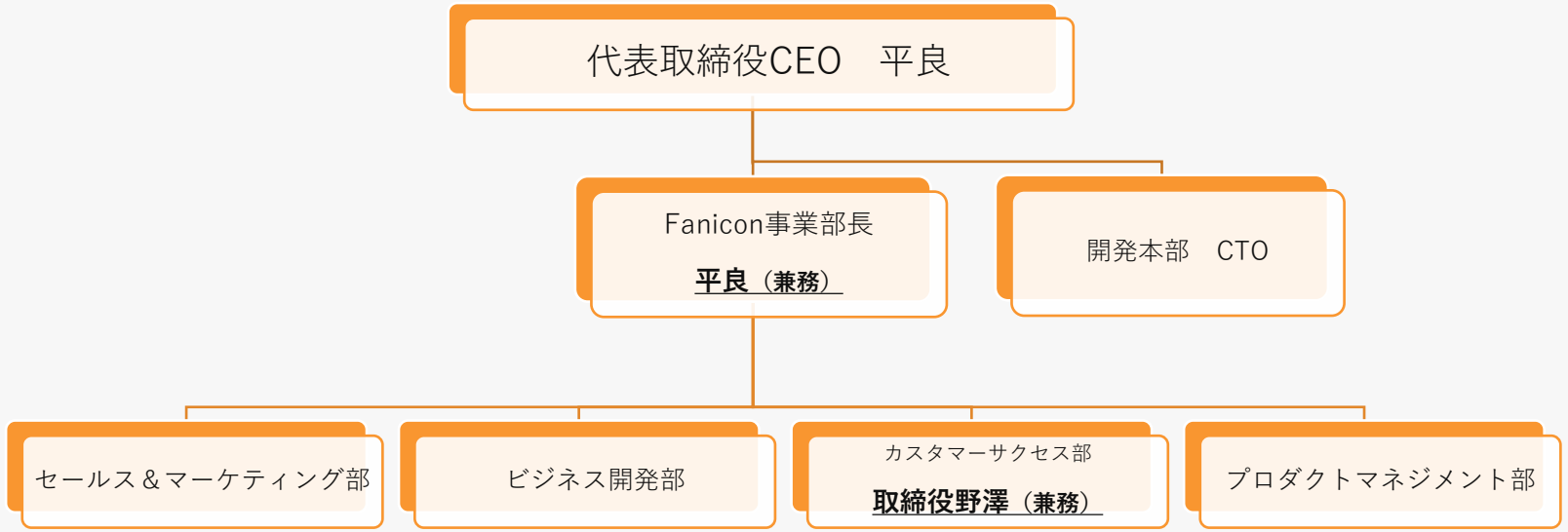
8月からのFanicon組織図

・よりスケールする事業を目指し代表平良がFanicon事業部長を兼務

・サブスク外（ポイント購入）売上の肝となるカスタマーサクセス部を取締役野澤が兼務

Knowledge ShareによるCS力強化、よりスケールする業務効率化を実施

・より迅速かつ組織的な開発を行うため、独立した組織とする開発本部、CTOを新設

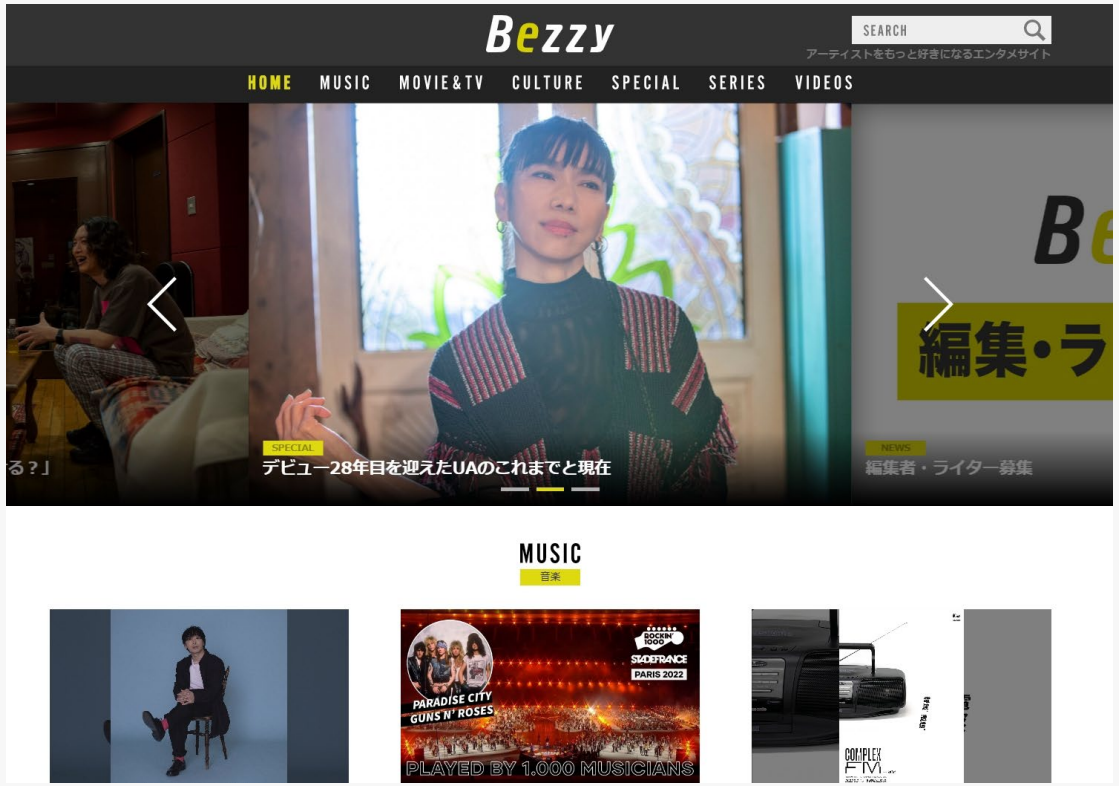


（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

Fanicon事業　TOPICS

引き続き、エンタメ業界における認知度拡大のための施策を継続

アーティストをもっと好きになるエンタメ情報 Webメディア「Bezzy（ベジー）」サービス開始



https://bezzy.jp/

第9回 ライブ・エンターテイメントEXPOに出展



ブースイメージ

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

THECOO

「できっこない」に挑み続ける

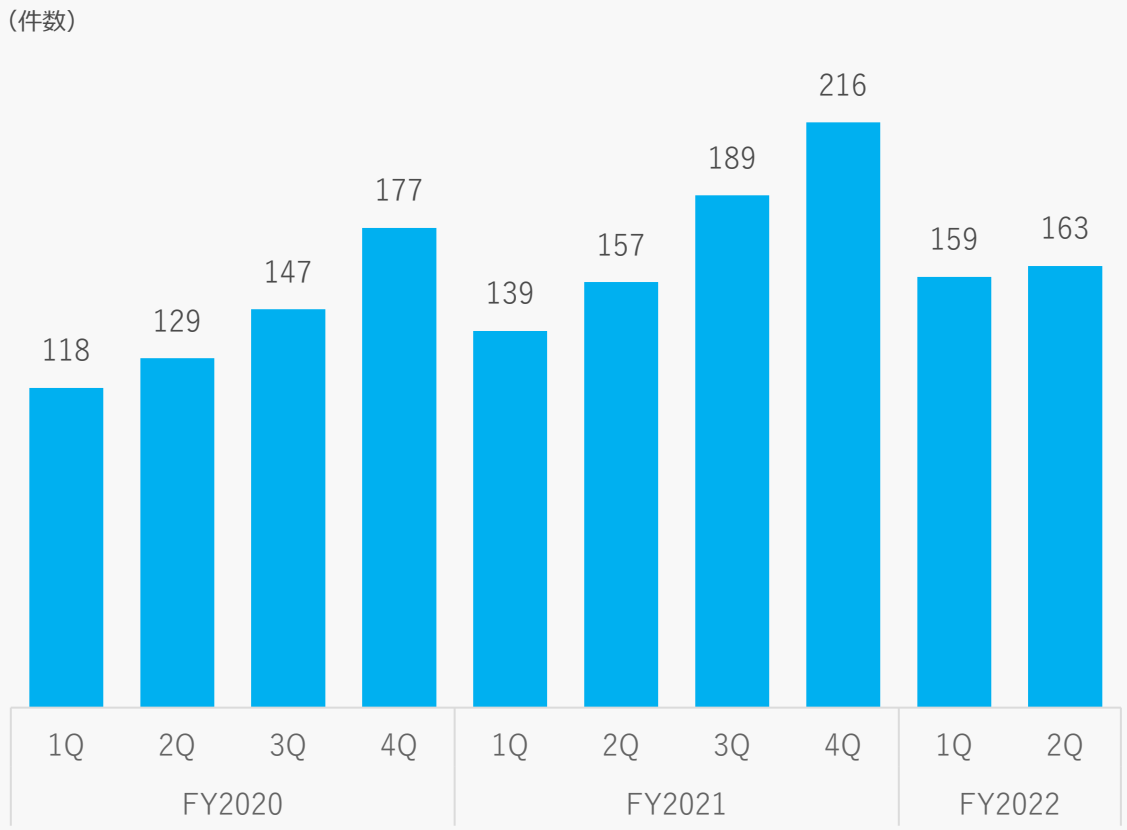
セグメント別業績

法人セールス事業

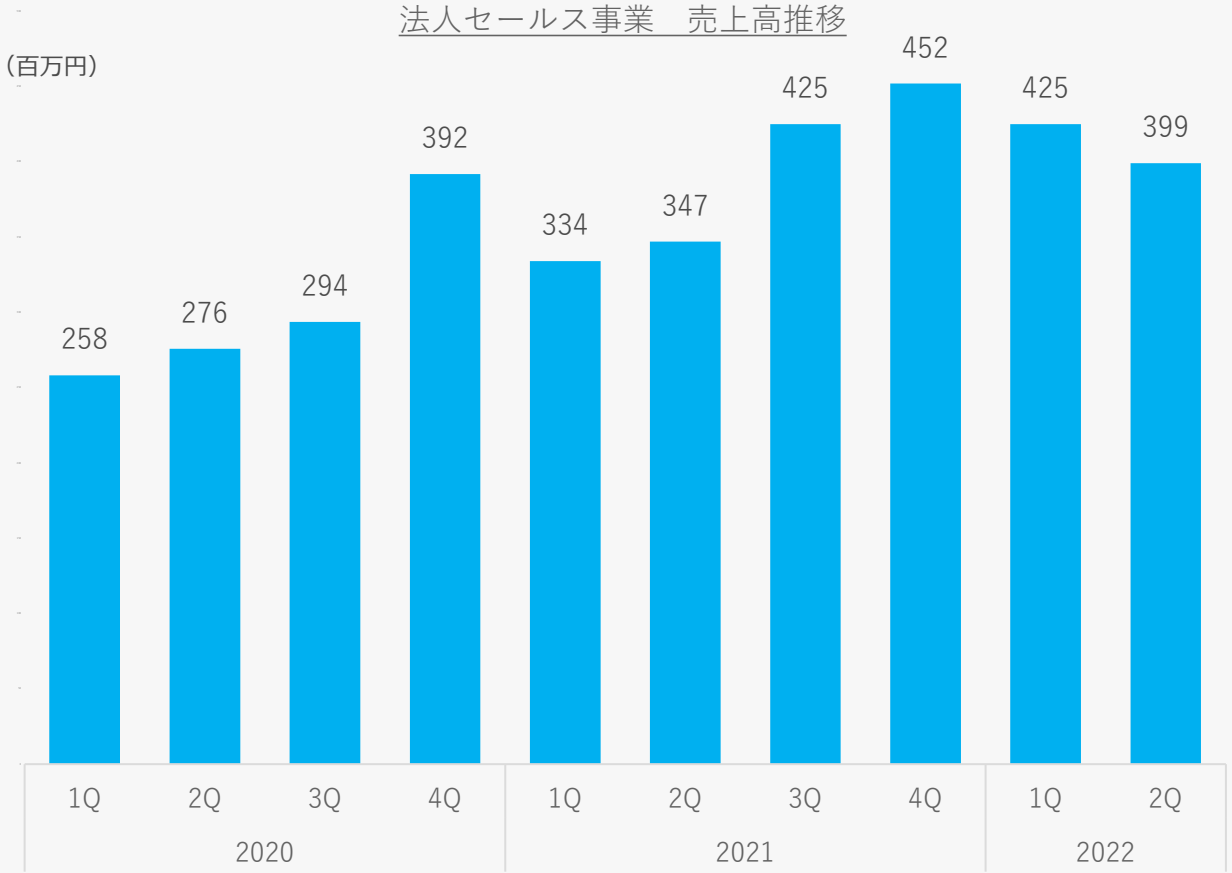
【法人セールス事業】KPI・売上高

インフルエンサーセールス取扱件数は、前年同四半期比＋3.8%の163件
売上高は前年同四半期比＋15.0%の399百万円

インフルエンサーセールス取扱案件数　推移



法人セールス事業　売上高推移



（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

【法人セールス事業】インフルエンサー事業のご紹介

THECOO

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

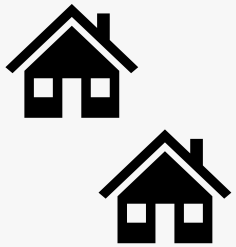
当社インフルエンサー事業の特長

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	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	△	△	△	×	×

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



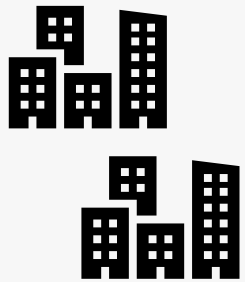
インフルエンサープランニングツール iCON Suite に約120,000名のインフルエンサーのデータを保有

3,000+ influencers

iCON CAST

iCON Suite

芸能事務所との Network



（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

【法人セールス事業】インフルエンサー事業のご紹介

THECOO

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

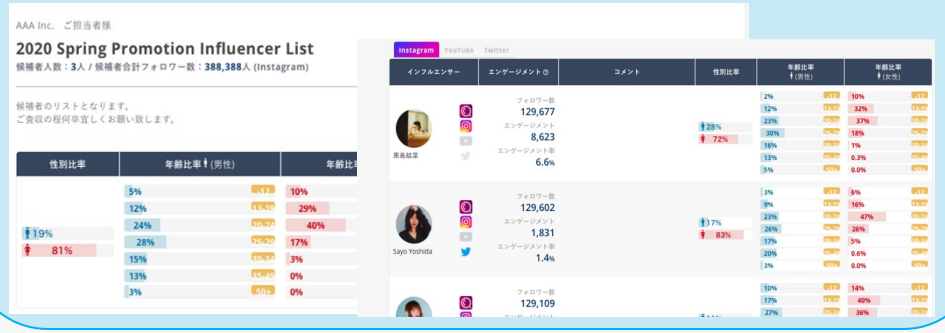
インフルエンサー検索機能

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



iCON Suite

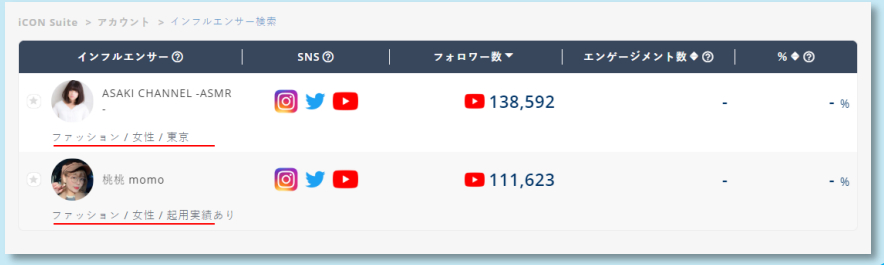
インフルエンサー分析機能

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



（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

THECOO

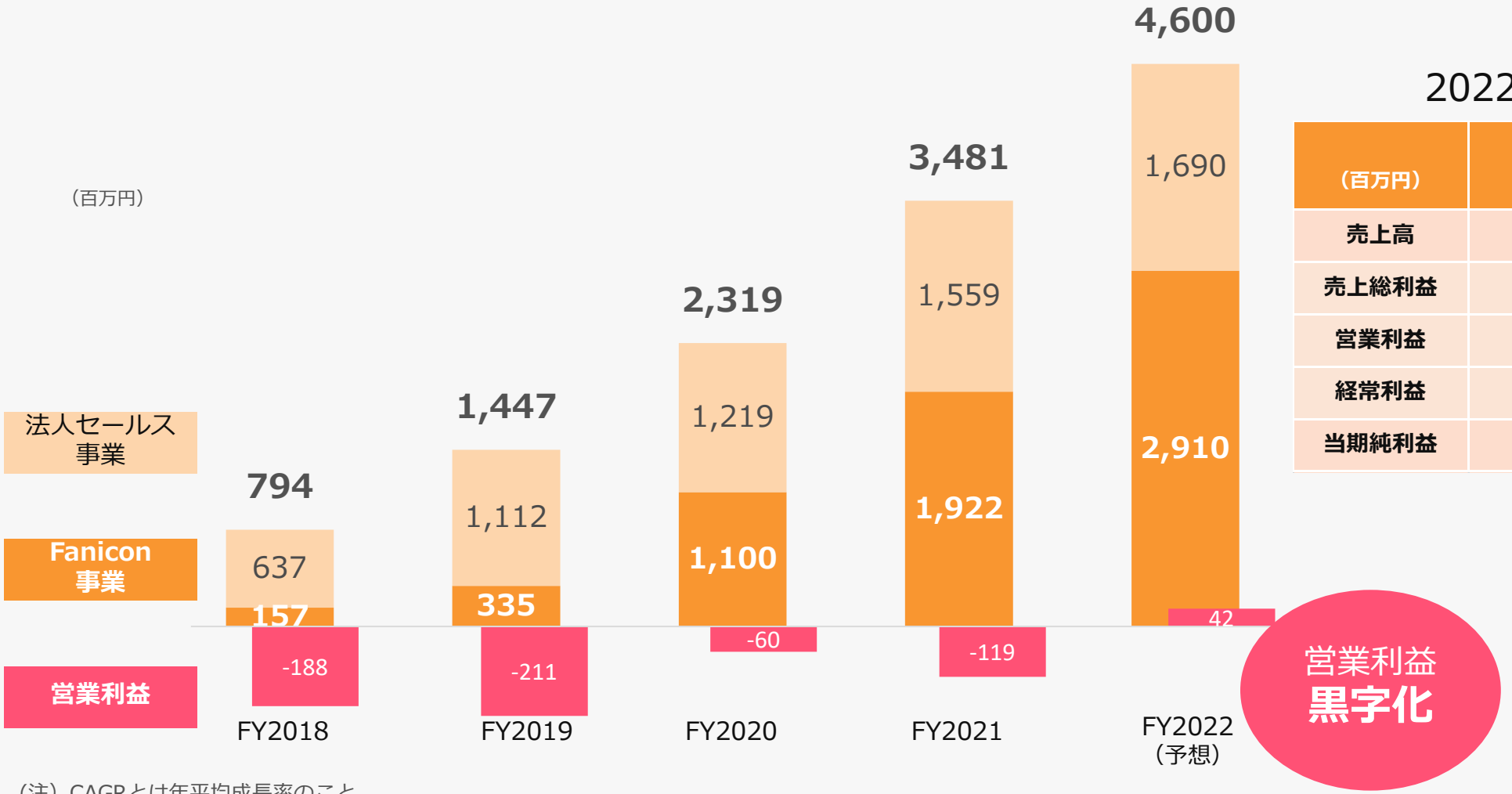
「できっこない」に挑み続ける

FY2022業績予想

*数値の表記に関しては、小数点以下を切り捨て、%の表記に関しては、小数点第二位を切り捨てております。

FY2022業績予想

業績予想は据え置き　通期黒字化を目指す



2022年12月期業績予想

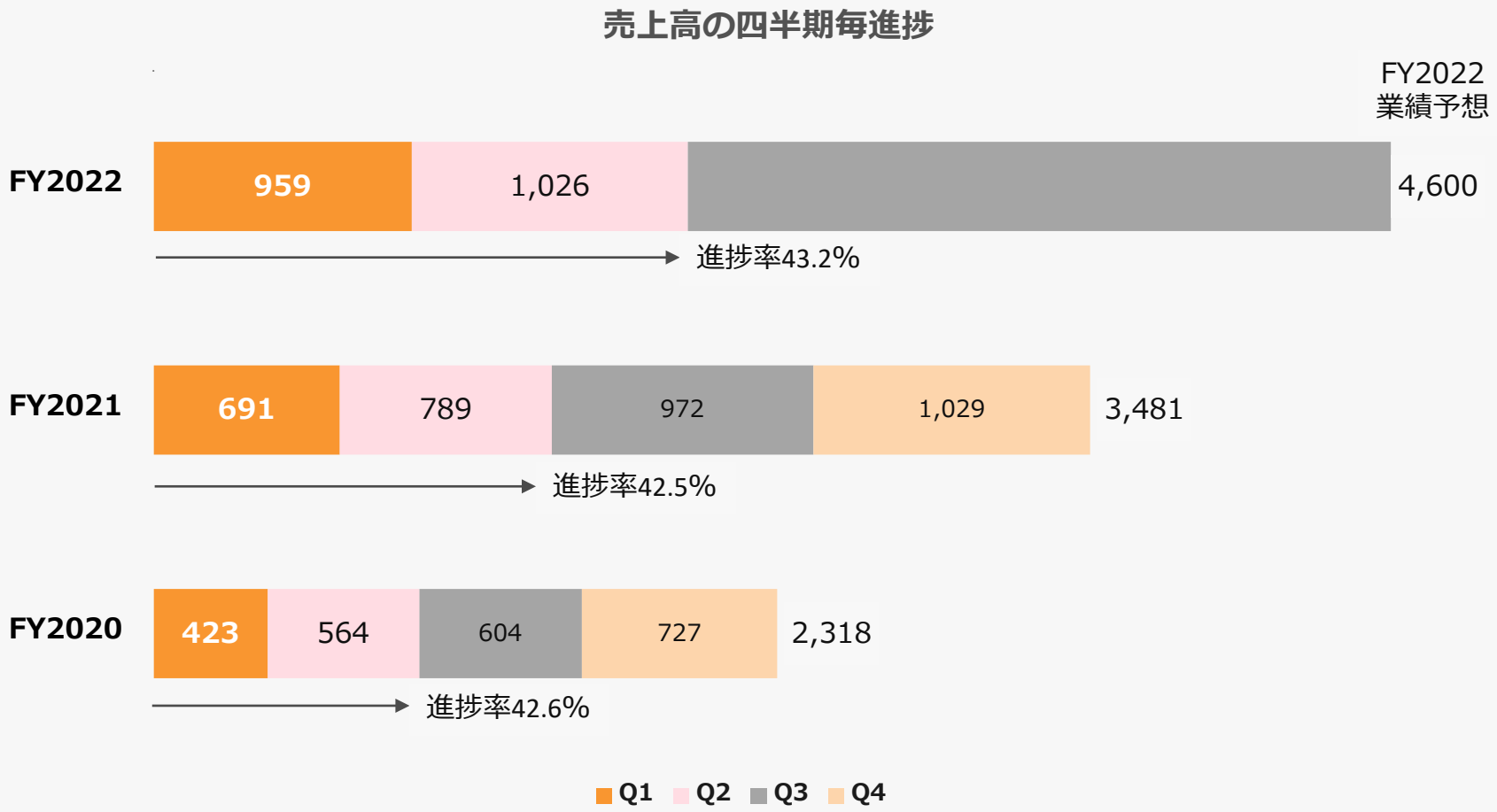
（百万円）	FY2022 業績予想	FY2021 実績	FY2021 YoY%
売上高	4,600	3,482	32.1%
売上総利益	1,816	1,289	40.8%
営業利益	42	-100	---
経常利益	41	-119	---
当期純利益	49	-109	---

(注）CAGRとは年平均成長率のこと

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

FY2022業績予想に対する進捗率

下期偏重型の予算のため通期業績予想に対して売上高進捗率は43.2%で順調な推移
(2021.12期: 42.5% / 2020.12期: 42.6%)



(C) THECOO,Inc. All Rights Reserved.

FY2022 方針

成長事業Faniconの成長を確実なものとし、投資を続けながらも、全社で通期黒字化を目指す

事業	Fanicon事業	アイコン獲得	・リードナーチャリングの仕組化
			・海外（韓国）市場開拓
		ARPUの向上	・CS体制の強化とプラットフォームの機能拡充
		プロダクトの進化	・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
	法人セールス事業	案件数の増加	・マーケティングとインサイドセールスの体制を強化
			・海外案件の獲得増加
		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
投　資		人材の獲得	・成長を支える優秀な人材の採用 ・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
		販促費用	

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

THECOO

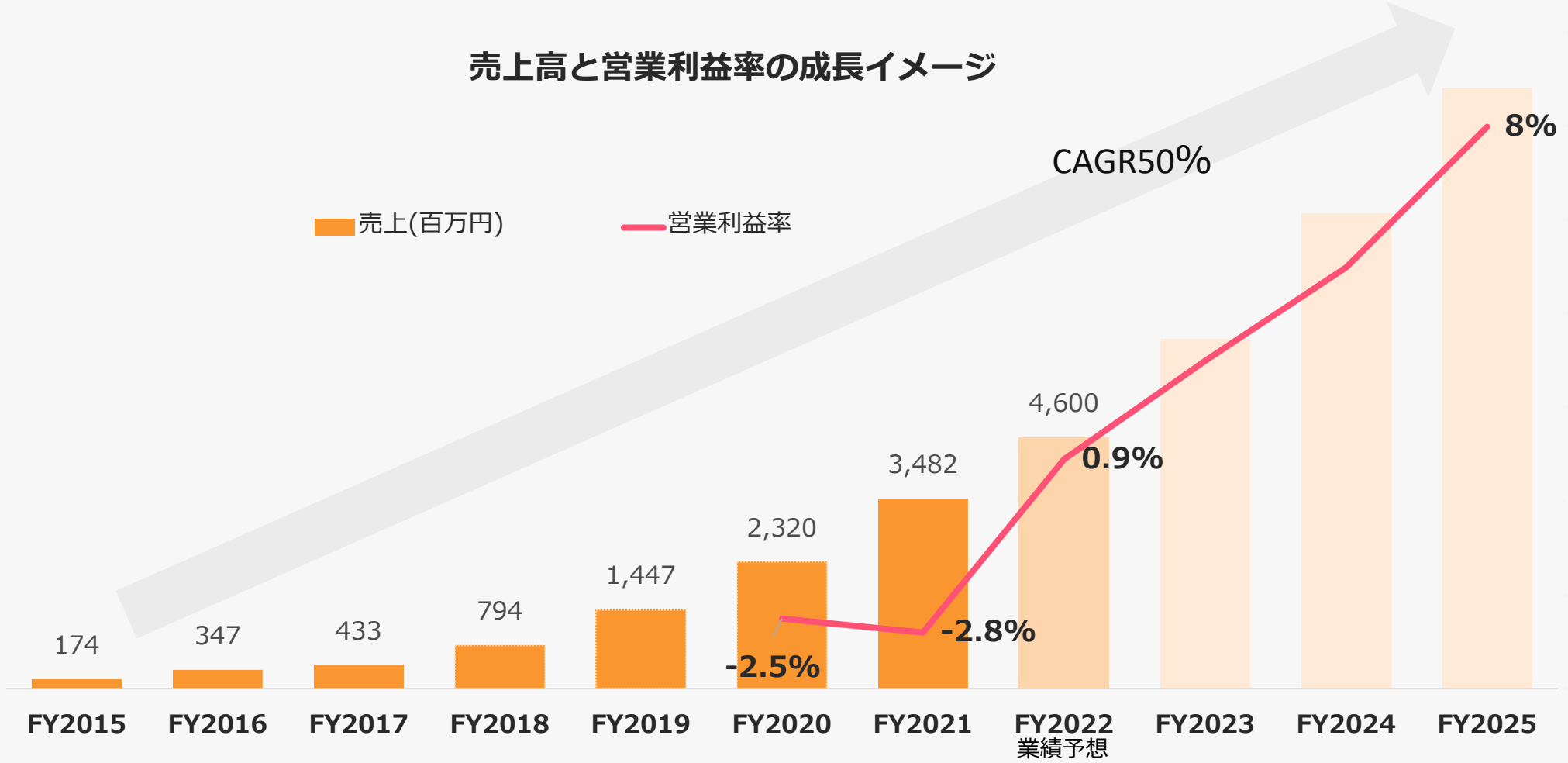
「できっこない」に挑み続ける

成長戦略

中期成長イメージ

FY2015～FY2025で、売上高CAGR＋50%注を維持

FY2025までに営業利益率 8 % の達成を目指す



注　Fanicon事業を今後の成長の中核に据え、同事業の成長を維持することで、今後3年間の成長を目指す。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

中期経営方針

THECOO

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」

- ジャンル拡充、海外展開によるアイコン数増加で売上高拡大
- 機能拡充によるARPU向上
- アイコンのデジタル商品により価値が生まれるように、NFT・メタバースなど、Web3の概念を取り込み、オンラインのファンビジネス市場をリード

法人セールス事業：

「”個のエンパワーメント“を掲げ、三方よし(1)の世界を構築する」

- テクノロジーを駆使し、データに基づく質の高いサービスを提供

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」

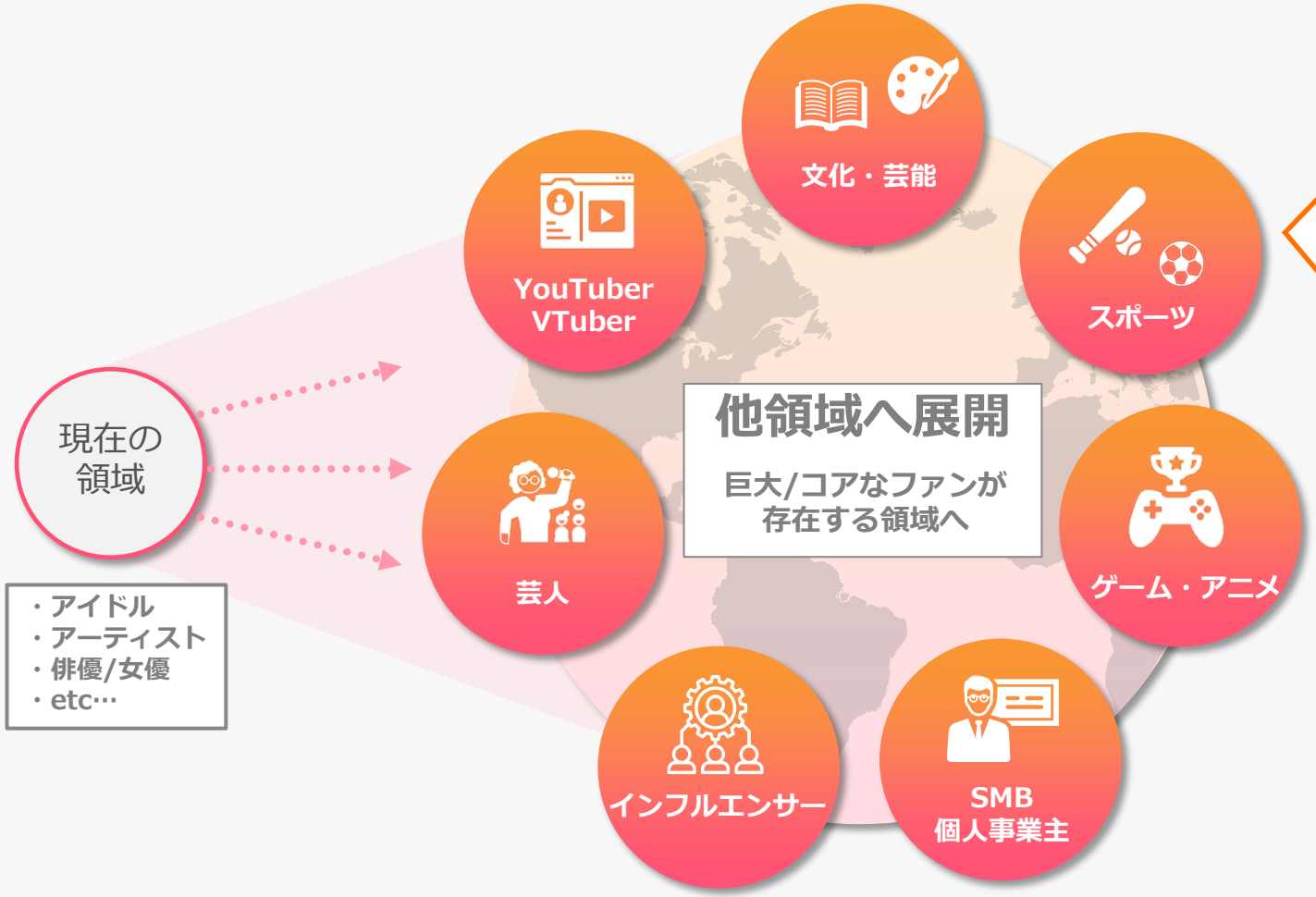
注(1) ”三方よし”とは本資料p39記載した図の通り、アイコン（インフルエンサー）、ファン（ユーザー）、広告主（企業）の３者が、“Win-Win”となるサイクルが、成立した環境のこと。

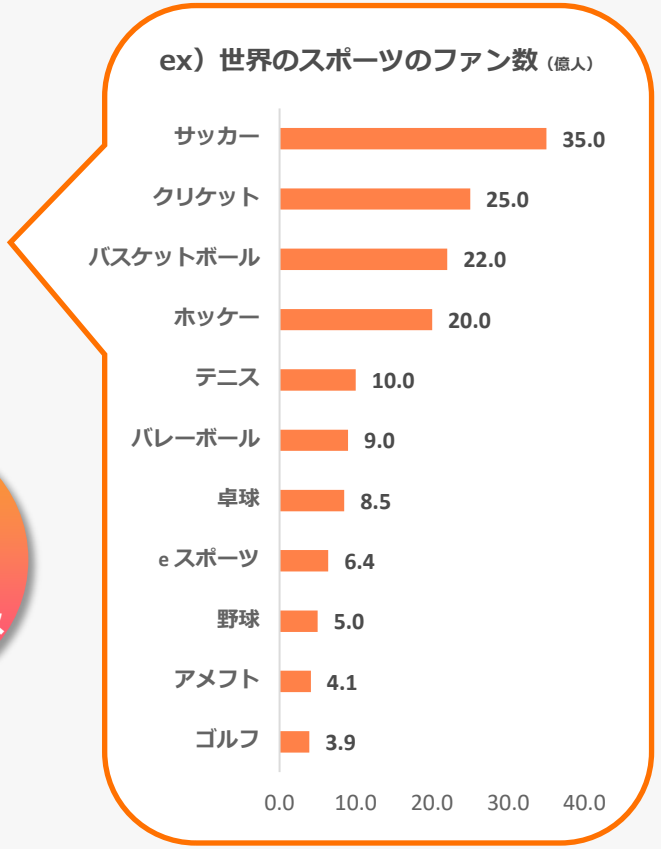
（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

アイコン増加施策①：
エンタメから領域拡大による更なる成長ポテンシャル

THECOO

・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

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

アイコン増加施策②：海外展開の本格化

THECOO

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

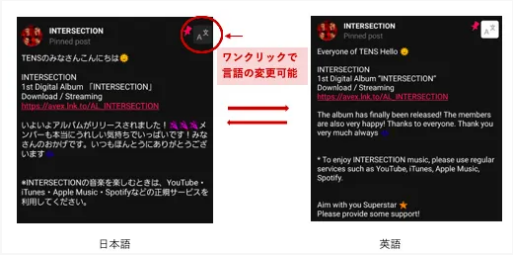
韓国語

日本語

＋

リアルタイム翻訳

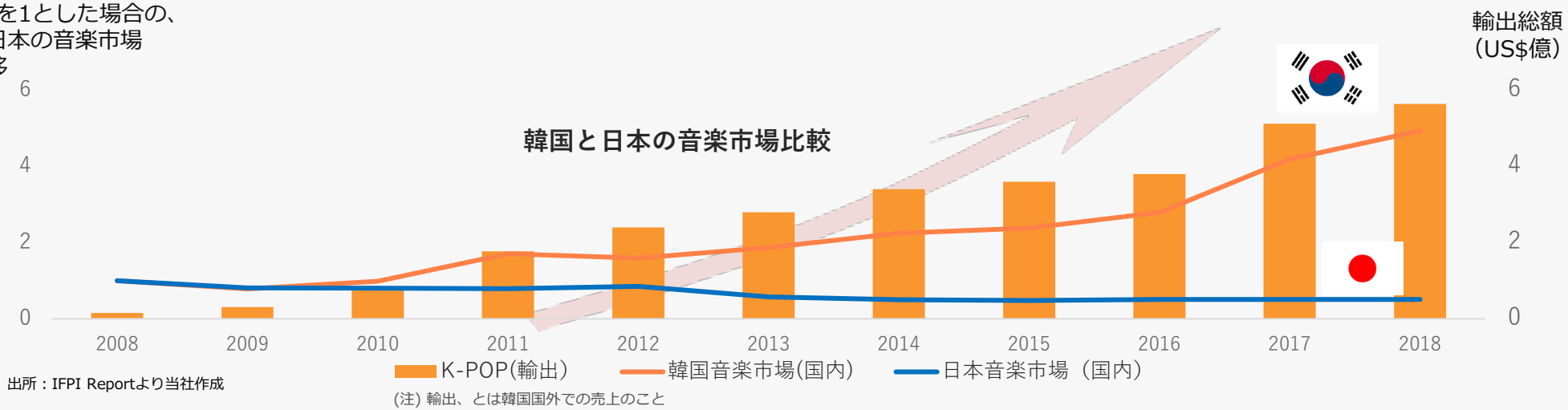
ファンのやり取りをリアルタイム翻訳



＋

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

(注) 輸出、とは韓国国外での売上のこと

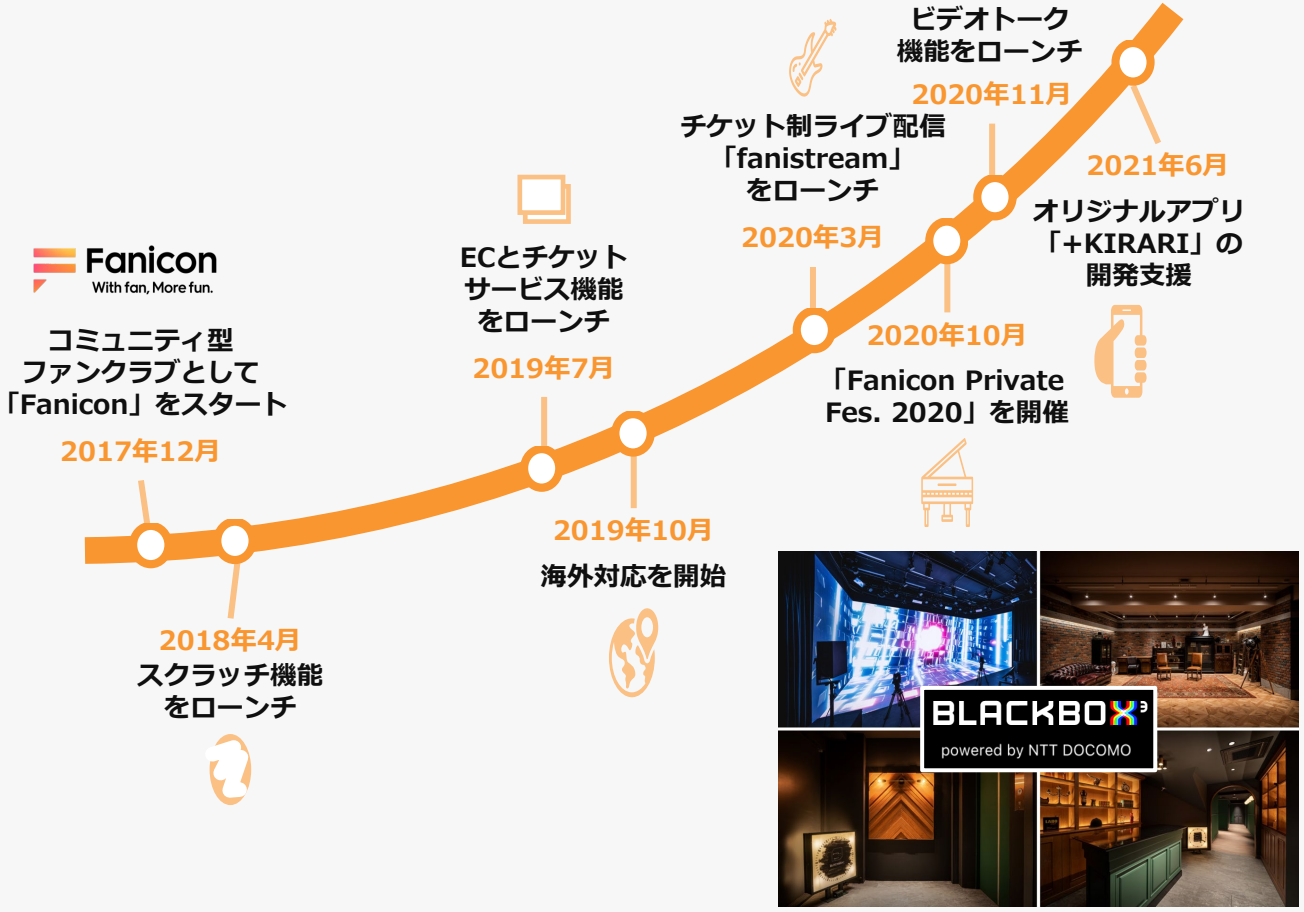
アジアのエンタメビジネスを牽引する韓国市場を海外戦略の一歩として、海外展開を加速

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

ARPU向上の施策

- 継続した強い開発力から生まれる多機能化の促進
- 「BLACKBOX³」など、『Fanicon』だから出来る、アイコンとファンが求めるサービスの拡充

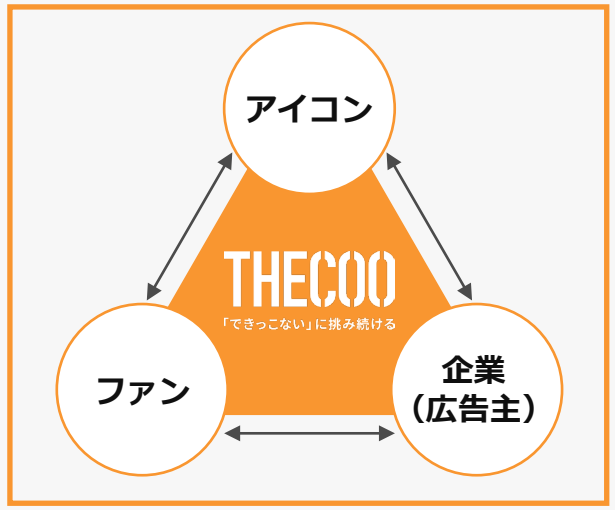




(C) THECOO,Inc. All Rights Reserved.

プラットフォームとしての可能性

- Fanicon事業と法人セールス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



(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。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

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

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



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

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



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(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



（C） THECOO,Inc. All Rights Reserved.

THECOO

「できっこない」に挑み続ける

Appendix

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COO

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

野澤 俊通 / Toshimichi Nozawa

八千代国際大学卒
リクルート株式会社、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。

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

沿革

常に挑戦し、新規事業を創出

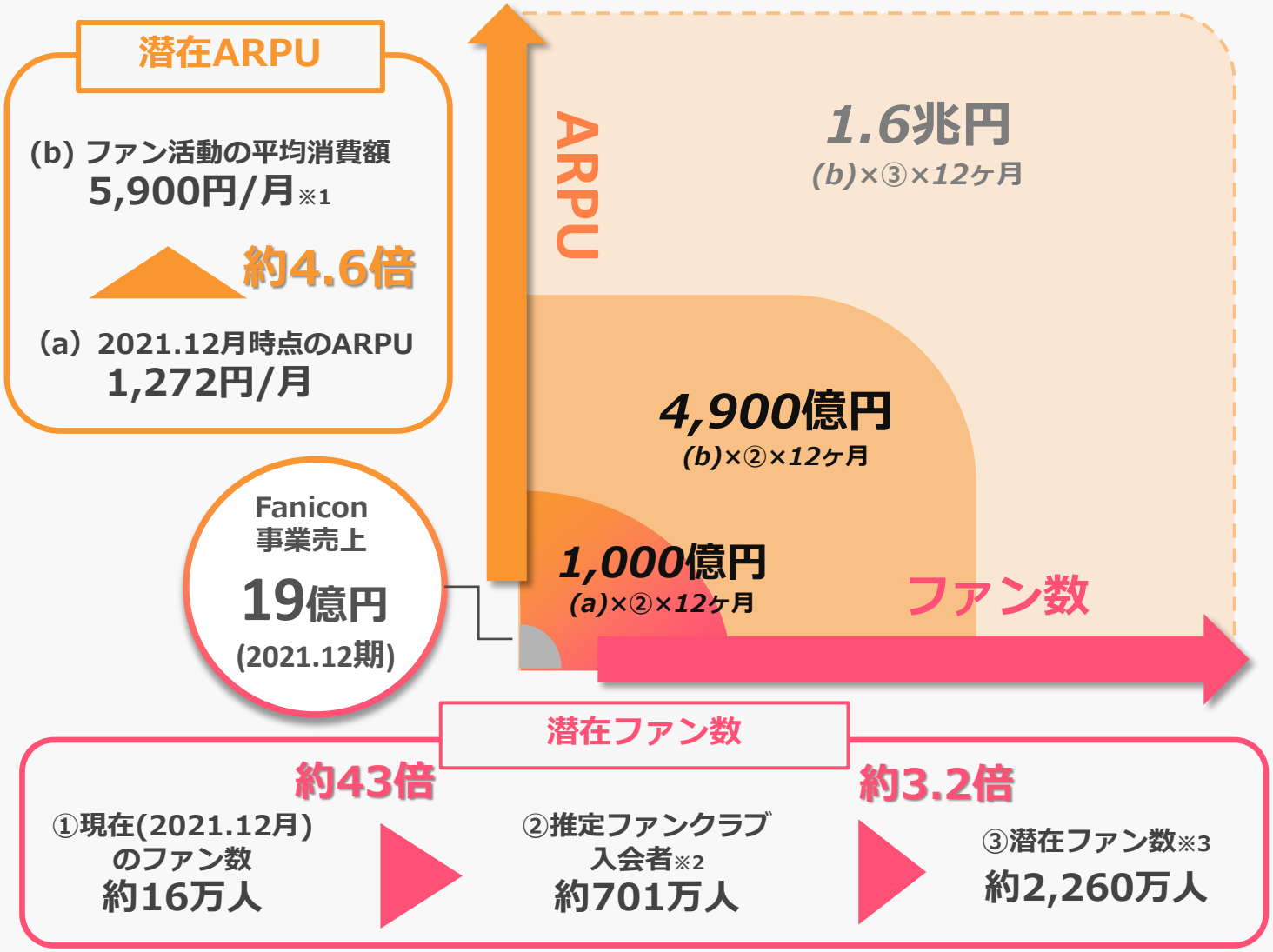
2014年01月	Google株式会社で所縁のある経営陣３名がオンライン広告事業で創業
2015年01月	YouTuberと広告主のマッチングプラットフォーム「iCON CAST」提供開始
2016年02月	ルビー・マーケティング株式会社からTHECOO株式会社へ社名を変更
2016年08月	インフルエンサーマーケティングプランニングツール「iCON Suite」提供開始
2017年12月	会員制ファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」事業開始
2019年07月	「Fanicon」 ECとチケットサービス機能提供開始
2019年10月	「Fanicon」海外対応開始
2021年04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）

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

当社のSAM
（ファンクラブ市場規模）

-DX化が進むFanicon事業のSAM

-アイコンのカテゴリー拡充や「Fanicon」の機能充実などの中長期的な施策を積み上げ、プラットフォームとしてのポジショニングの確率を目指す



※「ファン」の定義：矢野経済研究所「ファンの消費行動」より、特定の人物や物を熱烈に支持している人を「ファン」と定義。（2021年6月25日~7月8日に矢野経済研究所がインターネットアンケート調査を15~59 歳の日本在住の方を対象に実施。有効回答者数4,293サンプルへ「熱烈に支持している人物（グループ）、物があるか」を問い、「あてはまる」との回答1,196 票を「ファン」（特定の人物や物を熱烈に支持している人）と定義。）
※1：出典：矢野経済研究所「ファンの消費行動」より、ファン活動の平均消費額を記載。上記回答1,196票の内、有効回答数870 票を母集団として平均消費額を算出
※2：総務省「人口推計」（2021年7月）、矢野経済研究所「ファンの消費行動」より、10代~50代それぞれの「推定人口」×「ファンクラブに入会している割合」より算出。上記回答1,196票の内、有効回答数870 票を母集団としてファンクラブに入会している割合を算出
※3：総務省「人口推計」（2021年7月）、矢野経済研究所「ファンの消費行動」より、10代~50代それぞれの「推定人口」×「「ファン」の割合」より算出。上記回答1,196票を母集団として「ファン」の割合を算出

当社の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

FY2022-2Q　BS

（百万円）	2022年6月末	2021年12月末	前期末比	主な要因
流動資産	2,965	2,915	1.7%	
現金及び預金	1,967	2,044	-3.8%	
受取手形及び売掛金	782	837	-6.6%	
その他	216	34	535.3%	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	477	304	56.9%	
有形固定資産	243	235	3.4%	
無形固定資産	12	-	-	
投資その他の資産	221	68	225.0%	新オフィスの敷金の支払い
資産合計	3,443	3,220	6.9%	

（百万円）	2022年6月末	2021年12月末	前期末比	主な要因
流動負債	1,846	1,475	25.2%	
買掛金	664	447	48.5%	Faniconの売上増加に伴う分配金の増加
未払金	392	365	7.4%	
前受金	618	440	40.5%	Faniconファン数増加に伴う増加
その他	172	223	-22.9%	
固定負債	48	48	-	
負債合計	1,894	1,523	24.4%	
資本金	755	752	0.4%	
資本剰余金	944	1,656	-43.0%	
利益剰余金	-153	-714	-	
その他	2	2	0.0%	
純資産合計	1,548	1,696	-8.7%	
負債及び純資産合計	3,443	3,220	6.9%	

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.

ディスクレーマー
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、本資料に記載されている内容につきましては、最新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@thecoo.co.jp
IR情報：https://thecoo.co.jp/ir/

（C）THECOO,Inc. All Rights Reserved.