



2023年12月期 第1四半期決算短信〔日本基準〕（非連結）

2023年6月30日

上場会社名 THECOO株式会社 上場取引所 東
 コード番号 4255 URL https://thecoo.co.jp/
 代表者 (役職名) 代表取締役CEO (氏名) 平良 真人
 問合せ先責任者 (役職名) 取締役CFO兼コーポレート本部長 (氏名) 森 茂樹 (TEL) 03-6420-0145
 四半期報告書提出予定日 2023年6月30日 配当支払開始予定日 —
 四半期決算補足説明資料作成の有無：無
 四半期決算説明会開催の有無：無

(百万円未満切捨て)

1. 2023年12月期第1四半期の業績 (2023年1月1日～2023年3月31日)

(1) 経営成績 (累計)

(%表示は、対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		四半期純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年12月期第1四半期	1,015	5.7	△58	50.2	△70	40.1	△77	33.7
2022年12月期第1四半期	959	—	△117	—	△117	—	△117	—

	1株当たり 四半期純利益	潜在株式調整後 1株当たり 四半期純利益
	円 銭	円 銭
2023年12月期第1四半期	△37.58	—
2022年12月期第1四半期	△57.69	—

(注) 1. 2021年12月期第1四半期については、四半期財務諸表を作成していないため、2022年12月期第1四半期の対前年同四半期増減率については記載しておりません。

2. 潜在株式調整後1株当たり四半期純利益については、潜在株式は存在するものの、1株当たり四半期純損失であるため記載しておりません。

(2) 財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2023年12月期第1四半期	2,900	1,111	38.3
2022年12月期	3,004	1,188	39.5

(参考) 自己資本 2023年12月期第1四半期 1,109百万円 2022年12月期 1,187百万円

2. 配当の状況

	年間配当金				
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭	円 銭
2022年12月期	—	0.00	—	0.00	0.00
2023年12月期	—	—	—	—	—
2023年12月期 (予想)	—	0.00	—	0.00	0.00

(注) 直近に公表されている配当予想からの修正の有無：無

3. 2023年12月期の業績予想 (2023年1月1日～2023年12月31日)

(%表示は、通期は対前期、四半期は対前年同四半期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		1株当たり 当期純利益
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%	円 銭
通期	5,200	—	△490	—	△490	—	△490	—	△236.31

(注) 1. 直近に公表されている業績予想からの修正の有無：無

2. 第2四半期累計期間の業績予想は行っていません。

※ 注記事項

(1) 四半期財務諸表の作成に特有の会計処理の適用：無

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

- ① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更：無
- ② ①以外の会計方針の変更：無
- ③ 会計上の見積りの変更：無
- ④ 修正再表示：無

(3) 発行済株式数（普通株式）

① 期末発行済株式数（自己株式を含む）	2023年12月期 1 Q	2,074,355株	2022年12月期	2,073,555株
② 期末自己株式数	2023年12月期 1 Q	一株	2022年12月期	一株
③ 期中平均株式数（四半期累計）	2023年12月期 1 Q	2,073,777株	2022年12月期 1 Q	2,036,159株

※ 四半期決算短信は公認会計士又は監査法人の四半期レビューの対象外です

※ 業績予想の適切な利用に関する説明、その他特記事項

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。業績予想の前提となる条件及び業績予想のご利用にあたっての注意事項等については、添付資料4ページ「1. 当四半期決算に関する定性的情報（3）業績予想などの将来予測情報に関する説明」をご覧ください。

○添付資料の目次

1. 当四半期決算に関する定性的情報	2
(1) 経営成績に関する説明	2
(2) 財政状態に関する説明	3
(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明	4
2. 四半期財務諸表及び主な注記	5
(1) 四半期貸借対照表	5
(2) 四半期損益計算書	6
第1四半期累計期間	6
(3) 四半期財務諸表に関する注記事項	7
(四半期貸借対照表関係)	7
(継続企業の前提に関する注記)	7
(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)	7
(セグメント情報等)	7
(重要な後発事象)	8

1. 当四半期決算に関する定性的情報

2023年4月において、当社従業員3名が架空発注や水増発注による不適切な発注を行っていたことが発覚したことを受け、特別調査委員会を設置して、事実関係の調査を実施してまいりました。

また、同調査の過程で別の不適切な会計処理の疑義が生じたことから、委員の構成を変更して外部の専門家で組成された独立調査委員会にて徹底した調査を実施してまいりました。当社は、同委員会より2023年6月26日付で調査報告書を受領しております。

調査報告書によれば、2019年以降の本件不適切発注先への支払総額が特定されましたが、本件不適切発注事案以外に類似行為の存在は確認されませんでした。本件不適切発注に係る費用は、売上原価として各期において処理されておりました。また、2023年3月末時点における本件不適切発注先への支払総額74,489千円は長期未収入金として計上し、その全額について貸倒引当金を計上しております。長期未収入金には現時点では回収可能性はないと判断しておりますが、今後回収された場合は、将来の期間において利益として計上される可能性があります。

調査結果に基づき、過年度の有価証券報告書等の訂正の可否を慎重に検討いたしました。財務諸表に及ぼす金額的重要性及び誤謬が生じた原因に鑑みて質的重要性も認め難いと思料されることから、過年度の有価証券報告書は訂正いたしません。

しかしながら、当社はこの度の事態について真摯に受け止め、改めて深くお詫び申し上げるとともに、独立調査委員会の調査結果及び提言について十分に検討した上で、その内容を経営に反映し、再発防止策等を検討してまいります。

(1) 経営成績に関する説明

当第1四半期累計期間におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症による行動制限や海外渡航制限の緩和等、ウィズコロナの新たな段階への移行が進められる中、経済活動は持ち直しの方向に向かい始めました。しかしながら、ウクライナ情勢の長期化、原材料価格の高騰及び円安の進行、中国のゼロコロナ政策による経済活動の減速等、世界情勢は依然として不透明な状況が続いております。

一方で、国内経済をはじめ、当社を取り巻くエンターテインメント業界は、首都圏や、東名阪の三大都市を中心に、収容人数をフルに使ってのリアルライブの開催回数が徐々に増えてくるなど、少しずつ活気が戻りつつあります。

このような環境のもと、当社はビジョンに「“できっこない”に挑み続ける」を掲げ、SNS（ソーシャルネットワークワーキングサービス）全盛期の現在、1対Nの時代から大きく変化した、N対Nの潮流をとらえ、Fan（ファン）+Icon（アイコン）（注）を起源とした完全会員制、完全有料制のファンコミュニティプラットフォームを提供するFanicon事業と、祖業であるデジタルマーケティング事業（旧：法人セールス事業）の2つの事業を展開しております。

（注）アーティスト、インフルエンサー、タレント等、ファンコミュニティのオーナーであり、ファンの熱量の対象となるもの

Fanicon事業の市場環境としては、株式会社矢野経済研究所の調査「ファンコミュニティビジネス2022」によると、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）は、2020年度は24,800百万円（実績）、2021年度は41,500百万円（見込）（前期比167.3%）、2022年度は58,000百万円（前期比139.8%）と予測されております。新型コロナウイルスの影響を受け、オフラインでの活動を制限されたアーティストやクリエイター等が、新たな活動の場としてオンラインによる活動を求める機会が増加したことや、プラットフォーム上で全て一元管理できるサービスが増加し、コミュニティ開設者が芸能活動や創作活動に専念できるようになったことにより、年々市場が大きく成長しております。

また、当社が想定するファンクラブの市場規模（SAM：Service Available Market）は約1.6兆円であり、これは、総務省の「人口推計」と、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1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であります。

デジタルマーケティング事業の市場環境としては、株式会社電通の「2022年日本の広告費」によると、2022年のインターネット広告市場は3兆912億円、前年比114.3%と引き続き高い成長率で推移し、総広告費に占める媒体構成比は前年比3.7ポイント増の43.5%に達しており、当社としては今後も同市場は堅調に推移すると予想しております。また、サイバー・バズ/デジタルインパクト調べによる「国内インフルエンサーマーケティングの市場規模推計・予測 2020年-2027年」によると、2023年の国内インフルエンサーマーケティング市場は前年比120.5%の741億円が推計されており、2020年は332億円だったことから、ここ数年で大幅に市場規模が拡大しております。

両事業を合わせた市場規模（TAM：Total Addressable Market）は約5.4兆円と試算しており、その内訳は、当社想定ファンクラブ市場規模1.6兆円（上述）、ライブ・エンターテインメント市場6,295億円（ライブ・エンターテインメント白書より当社推計。ライブ・エンター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）、デジタルコンテンツ市場2兆384億円（経済産業省「コンテンツの世界市場。日本市場の外観」2019年度市場規模より推計。1\$＝100円で試算。音楽（音楽ダウンロード、音楽ストーリーミング、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）、ソーシャルメディア広告市場1兆899億円（サイバー・バズとデジタルインパ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、2023年度市場規模推計）となっています。

① Fanicon事業

Fanicon事業は、ファンコミュニティプラットフォーム「Fanicon」の提供及び運営管理を行っております。

「Fanicon」はアイコンとそのファンが集い、アイコンとしての「価値」を提供したいアイコン側のニーズと、アイコンと「つながりたい」というファン側のニーズをマッチングさせるプラットフォームです。また、従来のファンクラブとは異なり、ファンコミュニティのオーナーであるアイコンと、そこに属するファンが共にコミュニティを盛り上げ、共感したファン同士も繋がること可能なネットワーク効果のある、アイコンとファンのためのサービスです。

Faniconの会員（ファン）はすべて有料会員となっており、Fanicon事業の売上高は、会員より受領するサブスクリプションフィーを売上高として計上するストック型売上と、ポイント課金型のフロー型売上の2つの売上からなっております。

会員数を安定的に成長させるためには、新規アイコンの獲得が不可欠です。新規アイコンを獲得するための営業活動は専属チームが継続的に実施しておりますが、一部大型アイコンの獲得に関しては、パートナー企業等の協力を得ており、その結果、コミュニティ開設数は堅調に成長を続けております。

また、アイコンの解約率は、アイコンに対する季節や個人イベントに応じた施策の提案やファン体験の価値を高めるカスタマーサクセスの実施により、前事業年度に引き続き低水準で推移しております。

当第1四半期累計期間においてはアイコン数、ファン数が着実に増加し、当事業の売上高は665,331千円（前年同期比24.4%増）、セグメント損失は42,627千円（前年同期はセグメント損失156,128千円）となりました。

② 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、マーケティングやインサイドセールスの取組み強化により、既存案件の継続的な受注だけでなく、国内外の顧客との新規案件も獲得しております。当第1四半期累計期間においては、複数大型クライアントの広告予算削減が影響し、当事業の売上高は349,824千円（前年同期比17.8%減）、セグメント損失は15,825千円（前年同期はセグメント利益38,771千円）となりました。

以上の結果、当第1四半期累計期間の売上高は1,015,156千円（前年同期比5.7%増）、営業損失は58,453千円（前年同期は営業損失117,356千円）、経常損失は70,569千円（前年同期は経常損失117,722千円）、四半期純損失は77,923千円（前年同期は四半期純損失117,475千円）となりました。

(2) 財政状態に関する説明

(資産)

当第1四半期会計期間末における資産は、前事業年度末に比べ103,591千円減少し、2,900,804千円となりました。主な要因は、現金及び預金の減少90,069千円、受取手形及び売掛金の減少2,482千円であります。

なお、売掛金には、Fanicon事業及びデジタルマーケティング事業の一部の取引において代理人として純額で収益を認識している売上にかかる売掛金が含まれております。そのため、売上高に対し売掛金の規模が大きく、また、同サービスの売上増に伴い増加する傾向があります。

(負債)

当第1四半期会計期間末における負債は、前事業年度末に比べ25,898千円減少し、1,789,502千円となりました。主な要因は、未払金の増加140,528千円、買掛金の減少54,548千円、前受金の減少24,450千円、未払法人税等の減少4,360千円、長期借入金の減少8,320千円、流動負債・その他に含まれる未払費用が73,406千円減少したことによるものであります。

(純資産)

当第1四半期会計期間末における純資産は、前事業年度末に比べ77,693千円減少し、1,111,301千円となりました。主な要因は、四半期純損失を77,923千円計上したことによるものであります。

(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明

2023年12月期の業績予想につきましては、2023年2月10日に公表いたしました予想数値に変更はありません。

2. 四半期財務諸表及び主な注記

(1) 四半期貸借対照表

(単位：千円)

	前事業年度 (2022年12月31日)	当第1四半期会計期間 (2023年3月31日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	1,842,762	1,752,692
受取手形及び売掛金	716,032	713,550
その他	73,133	68,071
貸倒引当金	△8,046	△5,724
流動資産合計	2,623,881	2,528,589
固定資産		
有形固定資産	210,402	198,074
無形固定資産	-	3,028
投資その他の資産		
敷金	170,110	170,110
長期未収入金	-	74,489
その他	1	1,001
貸倒引当金	-	△74,489
投資その他の資産合計	170,111	171,111
固定資産合計	380,514	372,214
資産合計	3,004,395	2,900,804
負債の部		
流動負債		
買掛金	572,885	518,336
1年内返済予定の長期借入金	24,960	24,960
未払金	250,439	390,968
未払法人税等	8,463	4,102
前受金	702,457	678,007
その他	150,638	77,612
流動負債合計	1,709,844	1,693,988
固定負債		
長期借入金	16,800	8,480
繰延税金負債	2,073	1,376
資産除去債務	77,620	77,726
その他	9,061	7,930
固定負債合計	105,555	95,513
負債合計	1,815,400	1,789,502
純資産の部		
株主資本		
資本金	758,963	758,987
資本剰余金	948,856	948,880
利益剰余金	△520,398	△598,139
株主資本合計	1,187,421	1,109,727
新株予約権	1,573	1,573
純資産合計	1,188,995	1,111,301
負債純資産合計	3,004,395	2,900,804

(2) 四半期損益計算書

(第1四半期累計期間)

(単位：千円)

	前第1四半期累計期間 (自 2022年1月1日 至 2022年3月31日)	当第1四半期累計期間 (自 2023年1月1日 至 2023年3月31日)
売上高	959,973	1,015,156
売上原価	575,190	592,538
売上総利益	384,783	422,618
販売費及び一般管理費	502,140	481,071
営業損失(△)	△117,356	△58,453
営業外収益		
受取利息	6	9
広告収入	7	11
その他	12	40
営業外収益合計	26	60
営業外費用		
支払利息	392	365
貸倒引当金繰入額	-	11,775
その他	-	36
営業外費用合計	392	12,177
経常損失(△)	△117,722	△70,569
特別損失		
減損損失	-	7,374
特別損失合計	-	7,374
税引前四半期純損失(△)	△117,722	△77,944
法人税、住民税及び事業税	1,121	676
法人税等調整額	△1,367	△697
法人税等合計	△246	△21
四半期純損失(△)	△117,475	△77,923

(3) 四半期財務諸表に関する注記事項

(四半期貸借対照表関係)

(当第1四半期会計期間)

不適切発注事案に関連して発生したものが、次のとおり含まれております。

長期未収入金 74,489千円

貸倒引当金 △74,489千円

(継続企業の前提に関する注記)

該当事項はありません。

(株主資本の金額に著しい変動があった場合の注記)

該当事項はありません。

(セグメント情報等)

【セグメント情報】

I 前第1四半期累計期間(自 2022年1月1日 至 2022年3月31日)

1 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報

(単位:千円)

	報告セグメント			四半期 損益計算書 計上額
	Fanicon事業	デジタル マーケティング事業	計	
売上高				
外部顧客への売上高	534,654	425,319	959,973	959,973
セグメント間の内部売上高又は 振替高	—	—	—	—
計	534,654	425,319	959,973	959,973
セグメント利益又は損失(△)	△156,128	38,771	△117,356	△117,356

(注) セグメント利益又は損失の合計は、四半期損益計算書の営業損失と一致しております。

2 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

該当事項はありません。

II 当第1四半期累計期間(自 2023年1月1日 至 2023年3月31日)

1 報告セグメントごとの売上高及び利益又は損失の金額に関する情報

(単位:千円)

	報告セグメント			四半期 損益計算書 計上額
	Fanicon事業	デジタル マーケティング事業	計	
売上高				
外部顧客への売上高	665,331	349,824	1,015,156	1,015,156
セグメント間の内部売上高又は 振替高	—	—	—	—
計	665,331	349,824	1,015,156	1,015,156
セグメント損失(△)	△42,627	△15,825	△58,453	△58,453

(注) セグメント損失の合計は、四半期損益計算書の営業損失と一致しております。

2 報告セグメントごとの固定資産の減損損失又はのれん等に関する情報

「Fanicon事業」セグメントにおいて、事業用資産に係る固定資産の減損損失を7,374千円計上していません。

3 報告セグメントの変更等に関する事項

当第1四半期会計期間において、従来「法人セールス事業」としていた報告セグメントの名称を「デジタルマーケティング事業」に変更しております。この変更はセグメント名称の変更であり、セグメント情報に与える影響はありません。

なお、前第1四半期累計期間のセグメント情報についても変更後の名称で記載しております。

(重要な後発事象)

(不適切発注事案)

2023年4月において、当社従業員3名が架空発注や水増発注による不適切な発注を行っていたことが発覚したことを受け、特別調査委員会を設置して、事実関係の調査を実施してまいりました。また、同調査の過程で別の不適切な会計処理の疑義が生じたことから、委員の構成を変更して外部の専門家で組成された独立調査委員会にて徹底した調査を実施してまいりました。当社は、同委員会より2023年6月26日付で調査報告書を受領しております。

調査報告書によれば、2019年以降の本件不適切発注先への支払総額が特定されましたが、本件不適切発注事案以外に類似行為の存在は確認されませんでした。本件不適切発注に係る費用は、売上原価として各期において処理されておりました。また、2023年3月末時点における本件不適切発注先への支払総額74,489千円は長期未収入金として計上し、その全額について貸倒引当金を計上しております。長期未収入金には現時点では回収可能性はないと判断しておりますが、今後回収された場合は、将来の期間において利益として計上される可能性があります。

当該調査活動等に係る費用は、本四半期報告書提出時点において約189百万円であります。