

|| 企業調査レポート ||

ディー・エル・イー

3686 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2017 年 12 月 7 日 (木)

執筆：客員アナリスト

内山崇行

FISCO Ltd. Analyst **Takayuki Uchiyama**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 事業概要	01
2. 2017年6月期及び2018年6月期第1四半期実績	01
3. 2018年6月期以降見通し	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 事業内容	04
■ 事業概要	05
1. IPビジネス	05
2. ファッション&ビューティ	10
3. 大企業との提携	11
■ 業績動向	12
1. 2017年6月期及び2018年6月期第1四半期実績の業績概要	12
2. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	15
1. 2018年6月期の業績見通し	16
2. 事業別トピック	15
■ 中長期の成長戦略	17
1. 売上・利益予測	17
2. 事業構想	18
■ 株主還元策	19

■ 要約

事業構造改革により得意領域に注力、 強力な後押しも得て業績回復狙う

ディー・エル・イー<3686>はを自社で保有するキャラクターやブランド（IP※）を、インターネット・モバイル時代に最適化させたスタイルで映像、セールスプロモーション、デジタルコンテンツ、グッズ販売など多方面で活用し、短期間に収益を上げる独自の「ファスト・エンタテインメントモデル」で、2014年3月に東証マザーズ上場、2016年4月には東証1部への市場変更と、急成長を遂げてきた企業である。同社の主なキャラクターは、いずれもインターネット・TV・映画等、マルチメディア展開中であり、2016年で10周年を迎えアニメ化は7回を数える「秘密結社 鷹の爪」、静岡エリアからスタートし、今や日本のみならず世界にまで人気広がった「パンパカパンツ」、日本テレビ<9404>系の朝の情報番組「ZIP」内で放送され、知名度急上昇中の「貝社員」などがある。2015年より女性向けファッションイベント「TOKYO GIRLS COLLECTION（TGC）」の商標権を取得し、アニメーション・キャラクターと、ファッション・ビューティーの2分野で日本を代表するIPを保持する企業となった。

※ IP…Intellectual Property：キャラクター等の著作権や、商標権等の知的財産権

1. 事業概要

同社の事業領域にはキャラクターを活用したセールスプロモーション、デジタルコンテンツ（アプリ、スタンプなど）、グッズ製作等を中心的に手掛けるソーシャル・コミュニケーション領域、キャラクターや実写など、TV、映画、Web等の映像コンテンツのプロデュースを手掛けるIPクリエイション領域がある。2015年6月には、日本最大級のファッションイベント「TOKYO GIRLS COLLECTION（TGC）」の商標権を取得しファッション、ビューティーという新たな事業領域に展開を始めた。さらに、2016年9月には「TGC」のイベントプロデュースを行っていた（株）W mediaをグループ会社化（2017年1月に子会社の（株）TOKYO GIRLS COLLECTIONが吸収合併し、（株）W TOKYOに社名変更）、オンラインに加えオフラインでもエンタテインメントサービスを創出することを狙っている。

2. 2017年6月期及び2018年6月期第1四半期実績

2017年6月期は、中国向け大型案件の交渉中止、国内案件の一部受注の見送り、納品時期の次期への変更、越境EC事業の立ち上がりの遅れ等により業績の下方修正を実施した。加えて、海外子会社の清算及び投資先の減損、出資金の減損、一部映像制作事業からの撤退などにより特別損失も発生した。この結果、売上高4,427百万円（業績修正前計画比-2,214百万円）、営業損失895百万円（業績修正前計画比-1,550百万円）、経常損失916百万円（業績修正前計画比-1,561百万円）、親会社株主に帰属する当期純損失1,801百万円（業績修正前計画比-2,293百万円）と期初の計画を下回った。なお、2017年6月期より、連結決算に移行している。

ディー・エル・イー | 2017年12月7日(木)
 3686 東証1部 | <http://www.dle.jp/jp/ir/>

要約

2018年6月期第1四半期の実績は、事業構造改革により黒字化したものの、映像制作においては案件絞り込みや2017年6月期以前の低収益案件対応などで減収減益であったが、セールスプロモーションの増収、TGCブランドの伸長、新規事業の順調な立ち上がりによる増収増益が上回った。全体では、売上高1,529百万円（前年同期比19.2%増）、営業利益76百万円（同247.4%増）、経常利益77百万円（同290.3%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益113百万円（同92.0%）と、増収増益となり、通期計画を超過している。

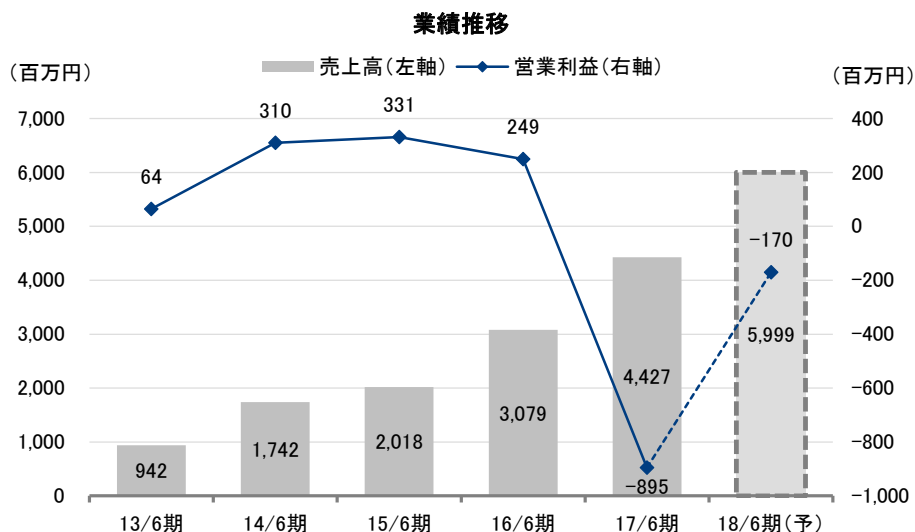
3. 2018年6月期以降見通し

2018年6月期は、2017年6月期の事業構造改革により新体制を構築したが、前期以前に契約を締結した収益性の低い一部案件の納品があることに加え、新体制での営業活動及び開発活動が業績に反映されるまでにはタイムラグがある。このため、売上高5,999百万円（前期比1,571百万円（35.5%）増）、営業利益-170百万円（前期比725百万円増）、経常利益-183百万円（前期比733百万円増）、親会社株主に帰属する当期純利益で-197百万円（前期比1,604百万円増）と、営業損失となる見込みではあるが、大幅に増収増益を見込む。同社の唯一無二のIPビジネスノウハウと、ファッション・ビューティー、アニメーション・キャラクターにおける強力なコンテンツに加え、大手人材広告企業（株）マイナビとの資本業務提携も生かし、業績回復を狙う。

なお、第1四半期で営業利益はすでに通期計画を上回っているが、会社は業績予想の修正は据え置いている。

Key Points

- ・アニメーション・キャラクターと、ファッション・ビューティーの2分野で日本を代表するIPを保有
- ・2018年6月期第1四半期は、事業構造改革の効果で売上・利益ともに急拡大し、通期計画を上回って着地
- ・自社の強みを生かす新たなビジネスモデルで、短期的な業績向上を狙うとともに、長期的には保有IPの価値向上に伴う業績拡大を目指す



注：2016年6月期以前は単体業績、2017年6月期以降は連結業績
 出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「ファスト・エンタテインメント」で急成長を遂げ、 総合エンタテインメント企業へ

1. 会社概要

同社はアニメーション・キャラクターと、ファッション・ビューティーという2分野で日本を代表するIPを保持し、これらをプロデュースすることで収益を産み出している企業である。アニメーション・キャラクターの分野には、放映以来10年を超える「秘密結社 鷹の爪」、静岡からスタートし、その後日本全国に人気広がった「パンパカパンツ」、TOHO シネマズの幕間ムービーやセールスプロモーションでの活用を経て、日本テレビ系列朝の情報番組「ZIP!」でレギュラー放送され知名度が上がった「貝社員」などがある。ファッション・ビューティーの分野には日本を代表する若年女性向けファッションイベント「TOKYO GIRLS COLLECTION」がある。

事業領域には、キャラクターを活用しセールス・プロモーション、アプリ、スタンプなどのデジタルコンテンツ、グッズ製作、「TOKYO GIRLS COLLECTION」等、ファスト・エンタテインメントを中心的に手掛けるソーシャル・コミュニケーション領域、キャラクターや実写映画プロデュースなど、TV、映画等を手掛けるIPクリエイション領域がある。

2. 沿革

同社は2001年に、主に米国ハリウッド・メジャーに対する映像ビジネスのコンサルティングサービスから事業を開始した。2005年にFlashアニメ制作を始めると、2006年に発表した「秘密結社 鷹の爪」が大きな話題となり、その後も「パンパカパンツ」などの人気キャラクターを次々と育てていった。その中で、テレビの放送枠を多額のコストをかけて獲得し、DVD販売で後から回収するような従来の重厚長大型のビジネスをやめ、小さく産んで早く、安く、大きく育てるファスト・エンタテインメント型のビジネスに舵を切った。その戦略が功を奏し大きく成長を遂げ、2014年には東証マザーズ上場、2016年には東証1部上場を果たしている。

上場時には、IoT時代のライフスタイルが求める、手軽なコンテンツニーズに適応するため、スピーディ、ローコストかつ大量生産ができる制作プロデュース手法を確立していた。現在では、あらゆるメディアやデバイスを通じ、SNS等の拡散力等を活用するなど、創造したコンテンツの熱狂・感動を、消費者に即時に届けるなど、制作領域に加え、発信領域へとファスト・エンタテインメントが進化している。なお、映画制作手法はFlashアニメから、2D・3D・実写などに拡大、さらに、ファッションやビューティー、ミュージックやアートといったライフスタイル全般へとファスト・エンタテインメントの事業領域は拡大している。

なお、「TOKYO GIRLS COLLECTION」に関しては、2015年に商標権を取得、2016年に運営を主体に行っていたW mediaを子会社化し商標と運営の一体化を図った。その後、W mediaを合併し、W TOKYOに社名変更している。

会社概要

沿革

年	沿革
2001年	主に米国ハリウッド・メジャーへの、映像コンテンツビジネスのコンサルティングサービス提供を目的として、東京都千代田区三番町5番14号に有限会社パサニアを設立
2003年	株式会社に組織変更し、株式会社ディー・エル・イーに商号変更
2005年	Flashによるデジタルコンテンツ製作を開始
2006年	オリジナルIP「秘密結社 鷹の爪」のTV放送を開始し、ファスト・エンタテインメント事業を本格展開 全国TOHOシネマズにて「秘密結社 鷹の爪マナームービー」の上映を開始し、ソーシャル・キャラクター・マーケティングサービスを本格展開
2007年	オリジナルIPを同一番組内で多数創造する「ファイテンション☆シリーズ」のTV放送開始 「秘密結社 鷹の爪 THE MOVIE 総統は二度死ぬ」が日本初の全編Flashにより制作したアニメとして、全国劇場公開
2008年	「秘密結社 鷹の爪」のキャラクター「吉田くん」が島根県の「しまね Super 大使」に任命される オリジナルIP「パンパカパンツ」のTV放送開始 ファイテンションテレビ 撤退の意思決定
2009年	クールジャパンコンテンツ「KIRA KIRA JAPON」がフランスにてTV放送開始
2012年	本社を東京都千代田区麹町三丁目3番地4に移転 アジア市場向けにファスト・エンタテインメント事業を行うため、台湾台北に年代網際事業股份有限公司(ERA)と合弁会社夢饗年代股份有限公司(DLE-ERA)を設立(持分法非適用の非連結子会社) 北米市場向けにファスト・エンタテインメント事業を行うため、米国サンノゼに子会社DLE America, Inc.を設立(持分法非適用の非連結子会社)
2014年	東京証券取引所マザーズへ株式を上場 TOHOシネマズと共同事業「キャラクターバトルクラブ」を開始
2015年	エンタテインメント型攻城戦ツアー「鷹の爪団のSHIROZEME in 松江城」開催 他社IP・リップロデュースの「キュートランスフォーマー 帰ってきたコンボイの謎」のTV放送開始 「TOKYO GIRLS COLLECTION」の商標権を取得し、東京都千代田区に株式会社TOKYO GIRLS COLLECTION(現株式会社W TOKYO)を設立 スマートフォンアプリの企画開発を行うため、沖縄県那覇市にちゅらっぶす株式会社を設立
2016年	スマートフォンゲーム『おそ松さんのへそくりウォーズ〜ニートの攻防〜』配信開始 東京証券取引所市場第1部に指定替え オリジナルIP「朝だよ!貝社員」日本テレビ系「ZIP!」で全国放送開始 実写映画「ディストラクション・ベイビーズ」全国劇場公開 子会社である株式会社TOKYO GIRLS COLLECTIONが株式会社W mediaを子会社化し商標と運営の一体化を行う
2017年	子会社である株式会社TOKYO GIRLS COLLECTIONが同社の子会社である株式会社W mediaを吸収合併し、株式会社W TOKYOへ社名変更

出所：ホームページよりフィスコ作成

3. 事業内容

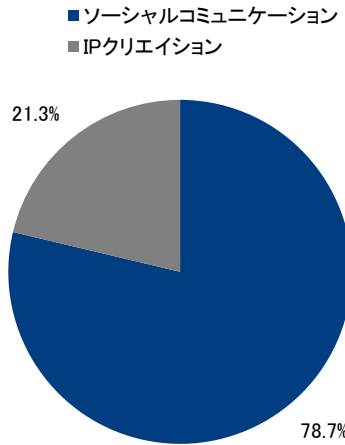
同社の事業領域は「ソーシャル・コミュニケーション領域」、「IPクリエイション領域」の2種類で構成される。

ソーシャル・コミュニケーション領域は、キャラクターを活用しセールス・プロモーション、デジタルコンテンツ(アプリ、スタンプなど)、グッズ製作、「TOKYO GIRLS COLLECTION」等、同社の最大の特徴である「ファスト・エンタテインメント」モデルを実現している事業である。IPクリエイション領域はTV、映画等の制作といった、映像コンテンツを作って納品する事業である。

2017年6月期の事業領域別売上高を見ると、ソーシャル・コミュニケーション領域は3,484百万円(78.7%)、IPクリエイションが942百万円(21.3%)となっている。また事業別売上総利益は、ソーシャル・コミュニケーション領域は790百万円、IPクリエイションが-355百万円となっている。特にIPクリエイションは中国向け大型案件の交渉中止、出資金償却負担増で売上・利益が低下している。

会社概要

売上高割合
(2017年6月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

お手軽エンタテインメントを 短納期・低コスト・大量プロデュースし高収益獲得

1. IP ビジネス

同社の最大の特徴である「ファスト・エンタテインメントモデル」について説明する。

現代は、世界規模でのインターネットの進歩・拡張、スマートフォン・タブレットなどスマートデバイスの急速な普及、ソーシャルメディア、動画配信・投稿サイトなどの新たな成長メディアの興隆等、メディア環境が大きく変わってきている。このような中、人々は、スマートデバイスを使い、最適メディアを選択し、「いつでも、どこでも、すぐに」楽しめる「手軽なエンタテインメント」を求め、SNS を使って即時に情報や感動を共有する傾向が強くなっている。同社の事業は、ファスト・フードやファスト・ファッションのように手軽なエンタテインメントを提供するもの、つまり「スキマ時間に楽しみ、容易に共有できるショート・コンテンツを、短納期かつ低コストで」提供するというものであり、その特徴と高収益の仕組みについて説明する。

(1) 特徴

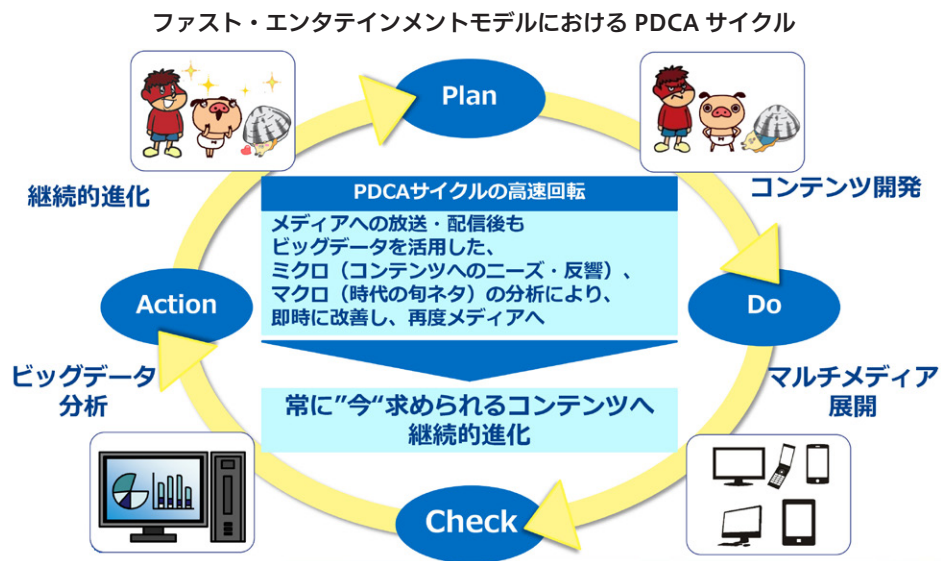
a) PDCA サイクルの高速回転によるコンテンツの継続的進化

視聴者の声や消費者の動きを吸い上げ、すぐに企画・制作に取り入れることで世の中のニーズに合った作品・仕掛けをプロデュースし、飽きを防ぎ、ヒットする確率をアップさせている。

事業概要

例えば、月曜日に番組を放送したとすると、即日 SNS やネット上でその反応（ビッグデータ）を収集し、ユーザーが何を期待しているか、また逆に何が期待の裏をかくのか、などといったことを分析する。加えて、その時々旬な話題なども踏まえ、よりユーザーの関心を引き、拡散を誘発するような内容にシナリオを書き換える。これを次の月曜日に放送し、またその結果を収集し分析するという PDCA サイクルを繰り返すことで、常に“今”求められるコンテンツへの進化を図っている。

このようにコンテンツの瞬発的变化を可能にするのは、同社自身が IP オーナーであり、急な変更にも許諾を要しないこと及び社内に持つ独自の制作システムによるものである。



b) 小さく産んで大きく育てるローリスク・ハイリターンモデル

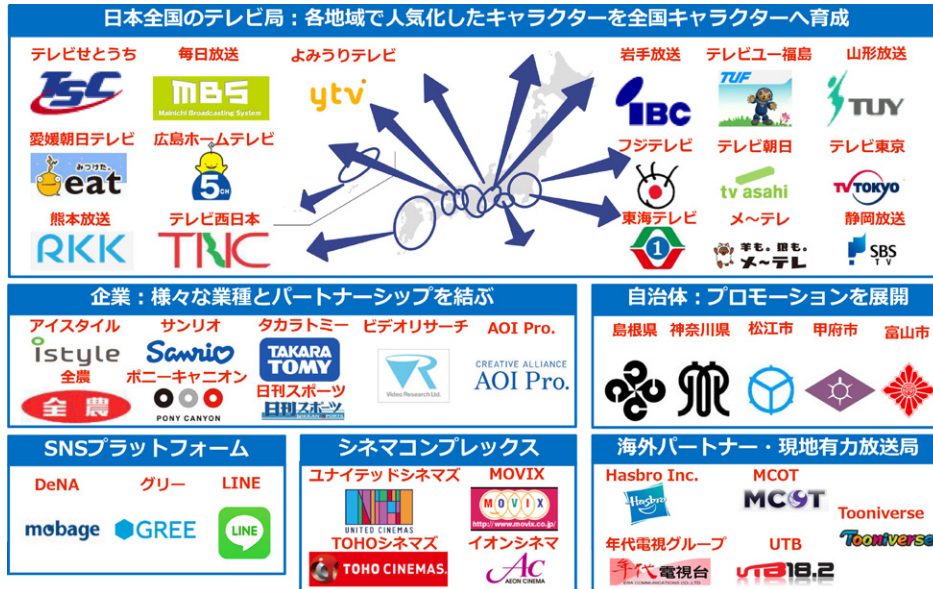
ニッチなメディアにローリスクで参入し、熱狂を作り育て、やがてマスメディアに成長させ、ハイリターンを狙うのが同社ビジネスの特徴であり、先に挙げた「パンパカパンツ」がその好例である。この成功もあり、同社の共同パートナーとなるニッチメディアは、日本全国のテレビ局、企業、自治体、SNS プラットフォーム、シネマコンプレックスなど国内外の多数の業種に広がっており、今後も第 2、第 3 の「パンパカパンツ」の誕生が期待される。

なお、同社の強みによって実現している当該モデルだが、通常ニッチなメディアでのキャラクタービジネスは非効率で採算が合わないと言われるため、参入障壁は高いものとなっている。

ディー・エル・イー | 2017年12月7日(木)
 3686 東証1部 | <http://www.dle.jp/jp/ir/>

事業概要

ニッチメディアの共同パートナー



出所：会社概要より掲載

c) IPポートフォリオの持続的成長

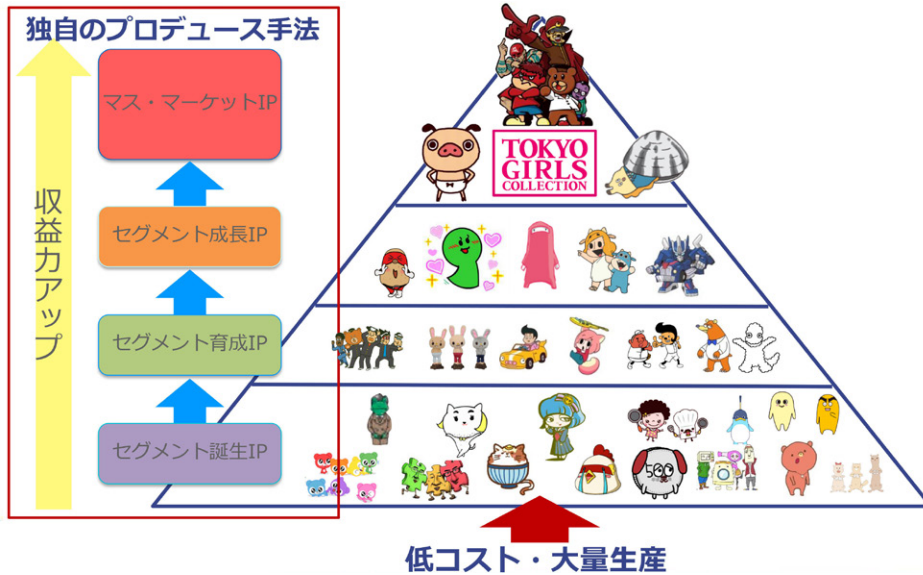
同社では様々なIPを成長させ、それぞれ収益力を向上させることで、特定のIPに依存しないポートフォリオを作り出している。主力IPである「秘密結社 鷹の爪」は順調に成長しているが、同社全体の売上に占める割合は2013年6月期の57%から2015年6月期は40%へと低下している。特定IPへの依存度は低下しており、売上構成における安全性は上昇している。

なお、単にIPを作り出すこと自体は個人でも可能であり、参入障壁は低いといえる。しかし、そのIPがヒットするかどうかは奇跡に近く、ましてや再現可能性は極めて低いといえる。一方、同社はTV局や映画館へも作品を供給できる量産力及び品質担保力と、先述したニッチメディアパートナーとの共同モデル構築などターゲットとなる視聴者へ確実にIPをリーチ・拡散させることができる「熱狂を生み出すプロデュース力」によってヒットの再現可能性を高めることに成功している。

ディー・エル・イー | 2017年12月7日(木)
3686 東証1部 | http://www.dle.jp/jp/ir/

事業概要

主要なオリジナル IP



出所：会社概要より掲載

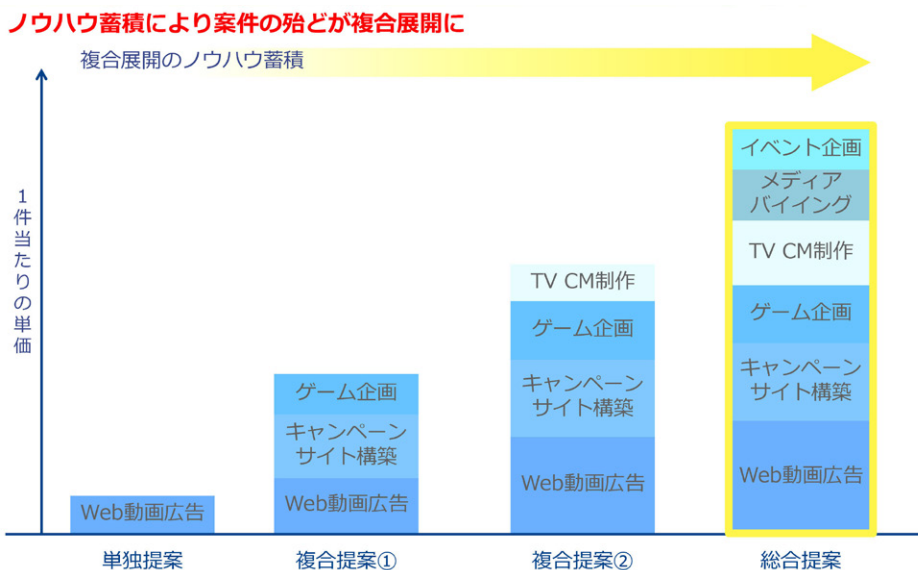
(2) 高収益の仕組み

ファスト・エンタテインメントモデルの高収益の仕組みについても説明する。

a) 複合展開による単価向上

同社はノウハウの蓄積を生かし、案件のほとんどについて複合展開を提案している。顧客にとってはメリットが大きく高単価での提案が可能であり、同社の高収益に寄与している。

複合展開による単価向上の仕組み



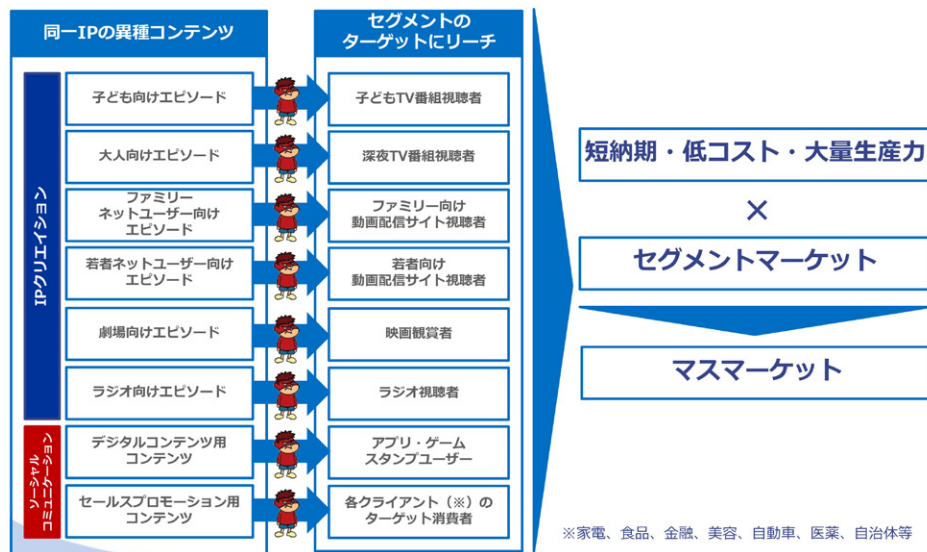
出所：会社概要より掲載

事業概要

b) 多メディア・多チャンネル時代のマスマーケットアプローチ

短納期・低コスト・大量生産可能という点を生かし、同一IPでも各セグメントのターゲット別にエピソードを変えてコンテンツを提供している。このため、単一コンテンツでの提供に比べ、低リスクで幅広い層へのアプローチが可能である。

マスマーケットへのアプローチの仕組み



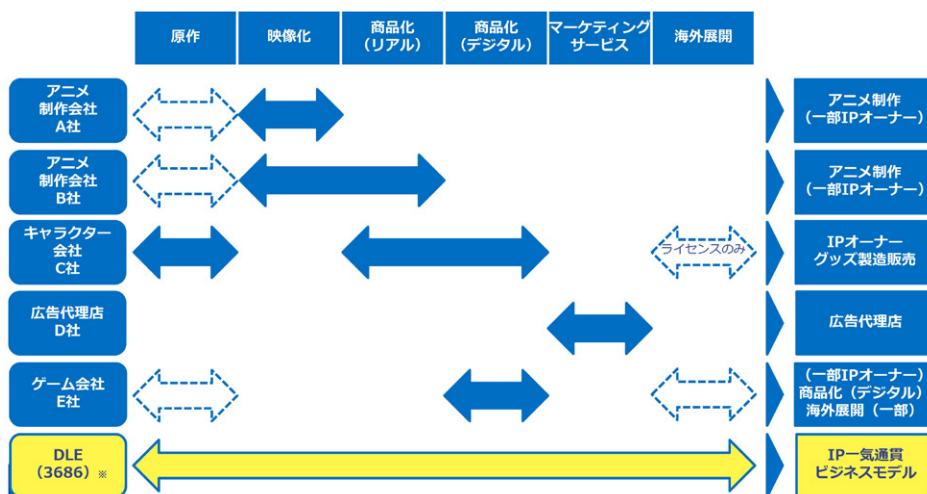
出所：会社概要より掲載

c) 自社で完結したビジネスモデル

同業他社と異なり、同社はIPの企画開発から制作、2次展開までをすべて自社で完結している。これにより、迅速かつ幅広い事業展開が可能で、高収益にもつながっている。

幅広い事業領域の仕組み

DLEはIPの企画開発から制作、二次展開にいたるまで自社で完結し、高収益を生み出す



出所：会社概要より掲載

事業概要

日本最大級のファッションイベントを、 通年稼げるビジネスモデルに転換図る

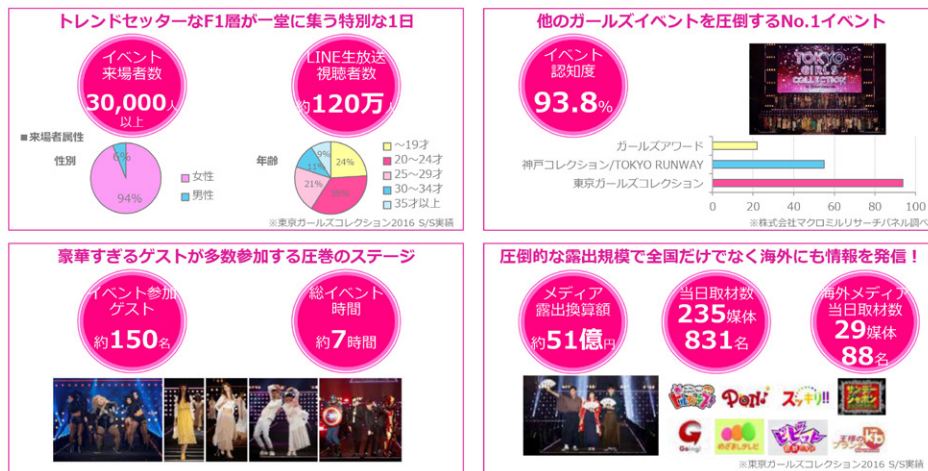
2. ファッション&ビューティー

同社は2015年6月に、日本最大級の女性向けファッションイベント「TOKYO GIRLS COLLECTION」の商標権を購入し、(株)TOKYO GIRLS COLLECTION(現(株)W TOKYO)を設立した。大きなブランド力を持つTGCをさらに大きくすることで、株主の期待に応えるべく、更なる成長を図ろうとしている。

TOKYO GIRLS COLLECTION (TGC)

TGCは日本最大級のガールズファッションイベントであり、ファッションをリードするF1層(20~34歳の女性)に対して圧倒的な認知度・訴求力を持っている。同イベントは2005年8月に始まり、東京近郊の会場で年2回のペースで開催されているが、近年は北九州、広島など地方展開も進めている。「日本のリアルクローズを世界へ」がテーマで、日本国外への情報発信や外国人の誘客をも企図しており、外務省や国土交通省も後援している。また、国連の友Asia-pacific、国連広報センターとも連携しており、国際社会への影響力を強めている。

TGCの特徴



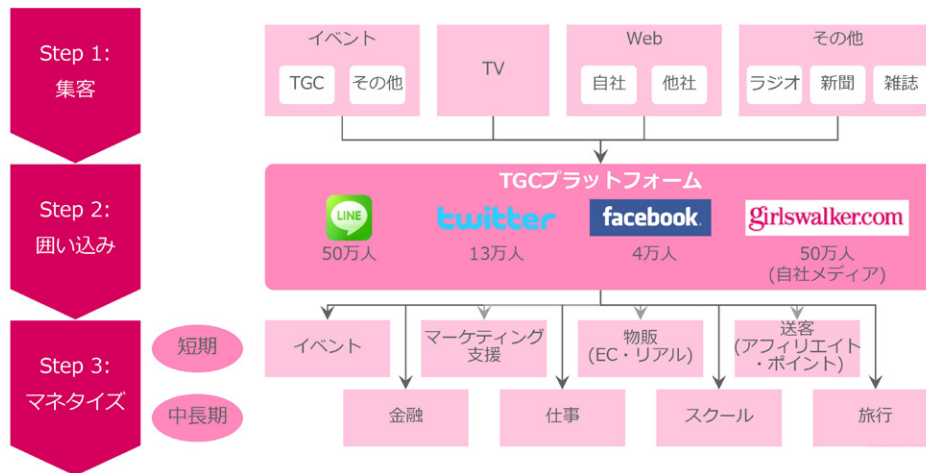
出所: 会社概要より掲載

同社は今まではイベントという面からとらえられることが多かったTGCを、SNS等を活用し顧客を囲い込み、イベントや物販のみならず仕事、スクール、金融、旅行など女性のライフスタイルに関連するビジネスとも結び付け、年2回のイベントから365日稼げるビジネスモデルを確立させようとしている。

ディー・エル・イー | 2017年12月7日(木)
 3686 東証1部 | <http://www.dle.jp/jp/ir/>

事業概要

TGCの戦略



出所：会社概要より掲載

なおTGCは、2020年以降を見据え日本文化の魅力を発信するとともに、共生社会、国際社会につながるレガシーを創り出す文化庁主導のプログラム、「beyond2020プログラム」に認証された。また、W TOKYOが大手人材広告企業大手(株)マイナビ(マイナビ)と資本業務提携を結び冠スポンサーとなった上、KDDIグループと共同事業契約を締結し、TGCと総合ショッピングモール「Wowma!」による共同事業として、2018年3月よりTGC公式通販サイト「SELECT STORE by TGC」の提供開始を予定するなど、更なる発展が期待できる。

各業界を代表する企業との提携により、マネタイズ期間を加速化

3. 大企業との提携

同社の唯一無二の強みであるIPビジネスのノウハウを最大限に生かすことで、マネタイズ期間の加速化を狙う。これまではIPを作り、話題化させ、マネタイズを図るという流れを全て同社で行っていた。これによりIPを「早く大量に作るノウハウ」と「早く話題化させるノウハウ」は身についたため、今後は各業界を代表する企業とジョイントすることで、マネタイズ期間の短縮を図る。

(1) 東映グループとの提携

東映(株) <9605>、東映アニメーション音楽出版(株)と2017年8月に合併会社のコヨーテ(株)を設立。オリジナルコンテンツの企画開発や、マンガや小説の映像化、既存コンテンツにさらなる魅力を与えるリブランディングなどを主に行う。新企画のパイロット版やトレーラーを制作するためのアニメスタジオ機能を持ち、パイロット版の制作を積極的に行うことで、プロデュースやパートナー営業、ブランディングを迅速に実現する方針である。少人数・短期間でアニメを制作する同社のノウハウを生かし、かつての有名な東映キャラクターのリプロデュース、東映の映画館網の活用、グッズ・音楽などの製造・販売のノウハウなど、それぞれの強みを生かし、マネタイズ期間の短縮を狙う。

事業概要

(2) 微博 (Weibo) との提携

W TOKYO は「微博 (weibo)」日本総代理と共同事業契約を締結し、TGC と微博の相互連携による TGC の中国展開、微博の日本幹事代理店として、著名人・芸能人等の中国進出のプロデュースや、インフルエンサーマーケティング事業及び越境 EC 事業等、日中間の共同事業を展開する。微博は、全世界 7 億人以上にユーザーを抱える中国圏最大のソーシャル・メディアである。中国本土のみならず、香港や台湾、アジアや欧米その他多くの中国語圏で幅広く利用されており、越境 EC やインバウンドプロモーションの一環として微博を活用し、成功している日本企業も近年増加している。同社は前期、中国関連ビジネスで手痛い打撃を受けたが、その反省を生かし、企業規模が大きく信用度の高い微博と組むことで、リスクを抑えながら巨大マーケットである中国進出を狙っている。

(3) KDDI グループとの提携

W TOKYO は KDDI (株) 及び KDDI コマースフォワード (株) と、TGC と総合ショッピングモール「Wowma!」による共同事業として、2018 年 3 月より TGC 公式通販サイト「SELECT STORE by TGC」の提供開始を予定している。将来的には TGC のステージ動画からのライブコマース、ファッション× AI といった TGC が取り組んできた様々な最先端テクノロジーの EC への活用など、KDDI の次世代の通信技術を見据えたネットとリアル、バーチャルとリアルの垣根を越えた次世代のコマースサービスを目指している。

業績動向

2017 年 6 月期は、大型案件の中止・越境 EC の立ち上げ遅れに加え、事業構造改革に取り組んだことで、売上・利益ともに大幅低下

1. 2017 年 6 月期及び 2018 年 6 月期第 1 四半期実績の業績概要

2017 年 6 月期は、以下のような理由から売上の下方修正が発生した。

(1) 中国向け大型案件の交渉中止

中国動画配信サイト大手との共同事業案件の実現に向け交渉を続けていたが、成約に至らず状況を鑑みて交渉を中止した。

(2) 国内大型案件の一部受注の見送り、納品時期の変更

前期より大型案件の成約が続いていたものの、供給体制の問題により今期は一部受注を見送った。加えて納品時期を変更したことで機会損失が発生した。

業績動向

(3) 越境 EC 事業の立ち上がりの遅れ

中国女性向けファッション EC サイト運営のハイファッション・グループと業務提携していたが、先方の戦略変更に伴い、事業の立ち上がりが遅れたため、当該業務提携を解消し、再度パートナー選定を行うこととなった。

(1)、(2)により、売上計画を約18億円減額、(3)により約3億円減額するなど、合計で20億円超の売上の減額が発生した。

加えて、次の複数の理由から合計で884百万円の特別損失を計上した。

(4) 事業構造改善費用

既に制作受注していたが、人材確保ができないこと等を理由に制作事業の継続が困難であると判断した一部映像制作事業（主にFlashアニメーション以外の領域）から撤退したことによる追加的な損失の見込額として379百万円。

(5) 減損損失

製作委員会への出資金のうち回収可能性がないものや、固定資産の減損損失として340百万円。

(6) 投資有価証券評価損

有価証券の実質価額の著しい下落に伴う評価損として65百万円。

(7) 関係会社株式評価損

米国法人DLE America, Inc.、台湾法人夢饗年代股份有限公司（DLE-ERA）の解散、清算にともなう評価損として55百万円。

(8) 特別退職金

撤退する事業に関連する人員を中心に希望退職を実施したことに伴う退職金として44百万円。

この結果、売上高4,427百万円（計画比-2,214百万円）、営業損失895百万円（計画比-1,550百万円）、経常損失916百万円（計画比-1,561百万円）、親会社株主に帰属する当期純損失1,801百万円（計画比-2,293百万円）と期初に立てた計画を大幅に下回った。

2017年6月期業績

(単位：百万円)

	17/6期		
	計画	実績	計画差異
売上高	6,641	4,427	-2,214
売上原価	-	3,991	-
営業利益	655	-895	-1,550
経常利益	645	-916	-1,561
親会社株主に帰属する当期純利益	492	-1,801	-2,293

注：計画は修正前の数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

なお、2018年6月期第1四半期の実績を見ると、IPクリエイション領域では、事業構造改革により黒字化したのが、映像制作事業での案件絞り込みや2017年6月期以前の低収益案件対応などで減収減益であった。一方で、ソーシャル・コミュニケーション領域では、セールスプロモーションの増収、TGCブランドの伸長、新規事業の順調な立ち上がりにより増収増益であった。全体では、売上高1,529百万円（前年同期比19.2%増）、営業利益76百万円（同247.4%増）、経常利益77百万円（同290.3%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益113百万円（同92.0%）と大幅な増収増益となっており、構造改革の成果が出つつあると思料される。

2018年6月期第1四半期の領域別売上高と売上総利益

（単位：百万円）

	18/6期(1Q)	
	実績	前年同期比
売上高	1,529	19.2%
ソーシャル・コミュニケーション	1,230	33.7%
IPクリエイション	298	-17.5%
売上総利益	377	21.7%
ソーシャル・コミュニケーション	373	39.8%
IPクリエイション	4	-90.6%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 財務状況と経営指標

資産を見ると、2017年6月末の流動資産は4,422百万円であり、主な内訳は現預金が2,362百万円、受取手形及び売掛金が1,017百万円、仕掛品が725百万円である。固定資産は1,728百万円であり、主な内訳はW TOKYOの連結によるのれん666百万円、商標権606百万円、出資金339百万円である。これらの結果、総資産は6,150百万円となった。

なお負債を見ると、流動負債は2,423百万円であり、主な内訳は買掛金612百万円、前受金577百万円、短期借入金450百万円、1年内返済予定の長期借入金476百万円である。また、固定負債は1,837百万円で、内訳は長期借入金1,463百万円、事業構造改善引当金374百万円である。これらの結果、負債合計は4,261百万円となった。

純資産は1,889百万円であり、主な内訳は、資本金1,520百万円、資本剰余金1,670百万円及び、利益剰余金は-1,301百万円となった。

業績動向

なお、2018年6月期第1四半期末時点では、総資産が6,470百万円（前期末比319百万円増）、負債が4,458百万円（前期末比197百万円増）、純資産が2,011百万円（前期末比122百万円増）となっている。

2018年6月期第1四半期末の貸借対照表及び主要な経営指標

（単位：百万円）

	17/6 期末	18/6 期 1Q 末	増減額
流動資産	4,422	4,680	258
（現預金）	2,362	2,041	-320
固定資産	1,728	1,789	60
総資産	6,150	6,470	319
流動負債	2,423	2,729	306
固定負債	1,837	1,728	-108
（有利子負債）	2,389	2,507	118
負債合計	4,261	4,458	197
純資産	1,889	2,011	122
（安全性）			
流動比率	182.4%	171.5%	-10.9pt
自己資本比率	30.7%	30.9%	0.2pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2018年6月期は引き続き営業損失を見込むも、前期にくらべ大幅回復

1. 2018年6月期の業績見通し

2018年6月期は、前期の事業構造改革により新体制を構築したが、2017年6月期以前に契約を締結した収益性の低い一部案件の納品や、新体制での営業活動及び開発活動が業績に反映されるまでタイムラグがある。このため、売上高5,999百万円（前期比35.5%増）、営業損失170百万円（前期は895百万円の損失）、経常損失183百万円（同916百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純損失で197百万円（同1,801百万円の損失）と、営業損失となる見込みではあるが、大幅な損失減少を見込む。

ただし、11月14日に発表された2018年6月期第1四半期では、事業構造改革等の効果により売上・利益ともに急拡大し、通期計画を上回って着地している。なお、現時点において業績予想の修正は据え置いている。

今後の見通し

(単位：百万円)

	17/6 期実績	18/6 期計画	増減
売上高	4,427	5,999	1,572
営業利益	-895	-170	725
経常利益	-916	-183	733
親会社株主に帰属する当期純利益	-1,801	-197	1,604

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業別トピック

(1) アニメーション&キャラクター

既存 IP である「秘密結社 鷹の爪」、「パンパカパンツ」、「貝社員」が順調に成長している。加えて、TVQ 九州放送で人気の「ダッピイズ」など、同社得意の Flash アニメーションについては順調に成長している。

(2) ファッション&ビューティー

ファッション&ビューティーの分野では、W TOKYO が大手人材広告企業大手マイナビと資本業務提携を行った。2017 年秋冬の TGC はマイナビがプラチナスponsor となっており、資金面で安定性をもたらすだけでなく、マイナビが持っている各種メディア、幅広い人脈が有効活用できることとなり、TGC だけでなく、各種イベントの開催スピードが上がり、集客効果も上がるなど、大きなメリットが見込まれる。

TGC については、文化庁『beyond2020 プログラム』に認証されるなど、COOL JAPAN の代表ブランドとしての地位を固めつつある。TGC 地方創生プロジェクトも続々決定しており、2017 年 10 月に北九州、12 月に広島で開催予定など、勢いが加速している。

また、W TOKYO は「微博 (weibo)」日本総代理と共同事業契約を締結し、TGC と微博の相互連携による TGC の中国展開、微博の日本幹事代理店として、著名人・芸能人等の中国進出のプロデュースや、インフルエンサーマーケティング事業及び越境 EC 事業等、日中間の共同事業を展開し、巨大マーケットである中国進出を狙っている。

さらに、KDDI グループとの共同事業として 2018 年 3 月より TGC 公式通販サイト「SELECT STORE by TGC」の提供開始を予定している。将来的には TGC のステージ動画からのライブコマース、ファッション×AI といった TGC が取り組んできた様々な最先端テクノロジーの EC への活用など、KDDI の次世代の通信技術を見据えたネットとリアル、バーチャルとリアルの垣根を越えた次世代のコマースサービスを目指している。

■ 中長期の成長戦略

自社の強みを生かす新たなビジネスモデルで、短期的な業績向上を狙うとともに、長期的な自社キャラクターの育成にも取り組む

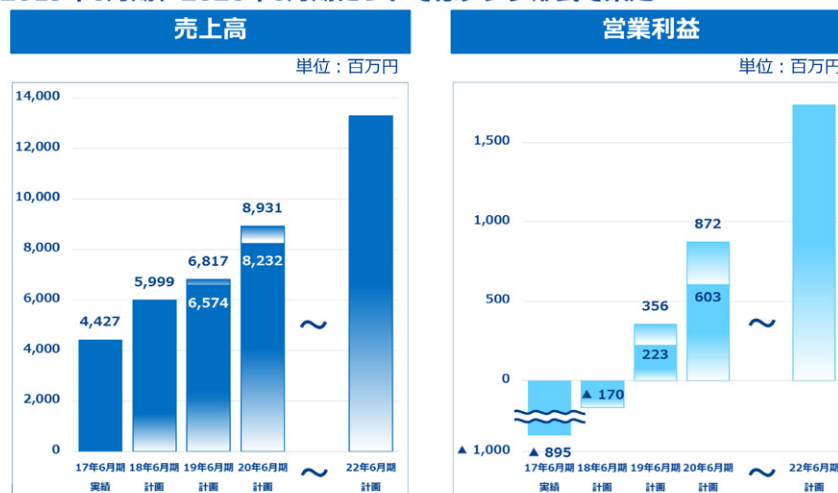
1. 売上・利益予測

変化の激しい競争環境等を考慮し、2019 年 6 月期、2020 年 6 月期の目標数値については幅を持たせている。2019 年 6 月期は売上高 6,574 ～ 6,817 百万円、営業利益 223 ～ 356 百万円、2020 年 6 月期は売上高 8,232 ～ 8,931 百万円、営業利益 603 ～ 872 百万円と業績回復を狙う。

なお、2018 年 6 月期第 1 四半期で営業利益はすでに通期計画を上回っているが、会社は中期経営計画の修正は据え置いている。

中期経営計画（連結）

変化の激しい競争環境等を考慮し、
2019年6月期、2020年6月期についてはレンジ形式で策定



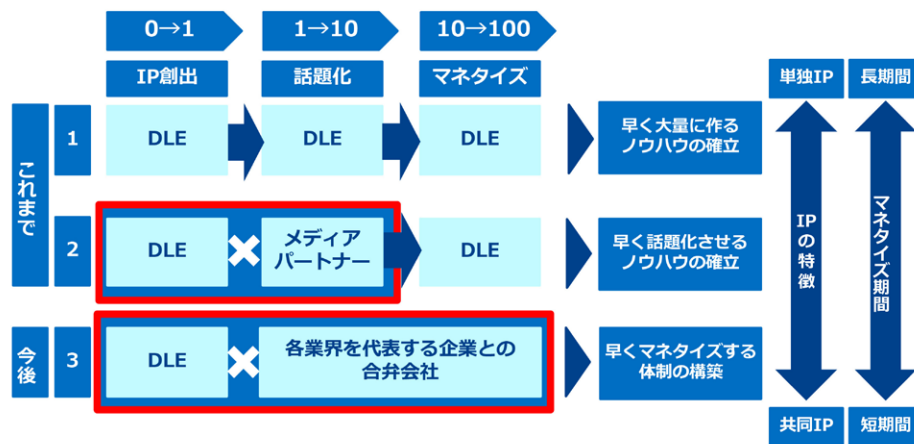
出所：決算説明資料より掲載

2. 事業構想

同社の唯一無二の強みである IP ビジネスのノウハウを最大限に生かすことで、マネタイズ期間の加速化を狙う。これまで IP を作り、話題化させ、マネタイズを図るという流れを全て同社で行っていた。これにより IP を「早く大量に作るノウハウ」と「早く話題化させるノウハウ」は身についたため、今後は各業界を代表する企業とジョイントすることで、マネタイズ期間の短縮を図る。

新たな IP 育成モデルの構築

各業界を代表する企業との合併会社設立による、マネタイズ期間を加速化



出所：決算説明資料より掲載

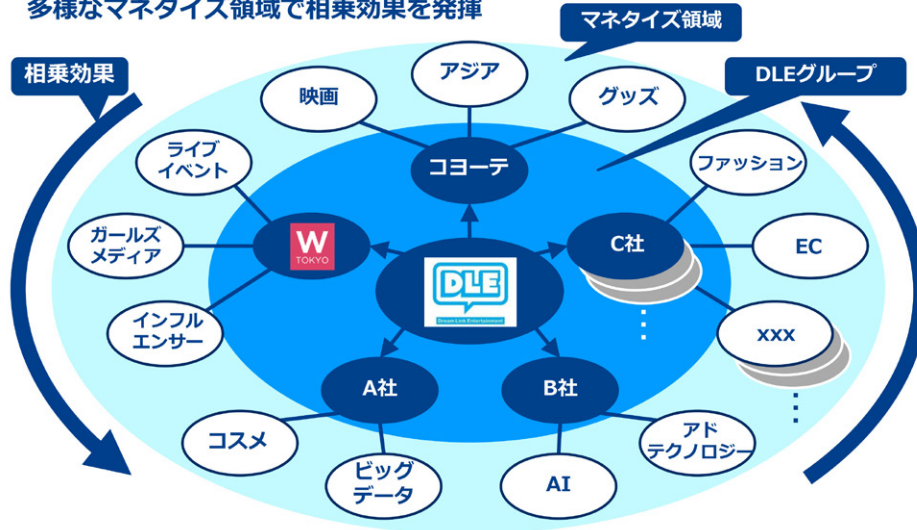
具体的には東映グループと合併で立ち上げたコヨーテや、W TOKYO において「微博 (weibo)」や KDDI グループとの提携が挙げられる。

また、同様に W TOKYO については、ライブイベントの実施、ガールズメディア、インフルエンサーの活用によるマーケティングなど、得意分野を生かしてマネタイズスキームの多様化を実現する。このように合併パートナー等との連携により、DLE グループを形成し、多様なマネタイズ領域で相乗効果の発揮を狙う。

中長期の成長戦略

IP 育成モデルによる事業拡大のイメージ

合併パートナーとの連携により、DLEグループを形成
多様なマネタイズ領域で相乗効果を発揮



出所：決算説明資料より掲載

■ 株主還元策

2017年6月期は無配、2018年6月期も無配を予定

同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題の1つとして位置付けており、将来の企業成長と経営基盤の強化のための内部留保を確保しつつ、株主に継続的に配当を行うことを基本方針としている。しかし、2017年6月期の大幅な損失計上により利益剰余金がマイナスの状態となっており、無配とせざるを得ない状況にある。2018年6月期の配当についても、収益体質の強化と安定化を図り、内部留保を高めるため、無配を予定している。

重要事項（ディスクレーマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ