

Amazia

2025年9月期 決算説明資料 事業計画及び成長可能性に関する事項

2025年11月13日

株式会社Amazia（証券コード：4424）

Main Contents



Contents.1...

会社概要

Contents.2...

業績概要

Contents.3...

市場・競合・自社分析

Contents.4...

事業計画及び成長戦略

Contents.5...

Appendix

会社概要

- 会社概要
- 代表者紹介
- 会社沿革
- 当社グループの主要事業
- マンガアプリサービスの事業概要
- 【マンガアプリサービス】マネタイズモデルとKPI
- 「マンガBANG!」事業系統図

会社概要



社名	株式会社Amazia（アメイジア）
本社住所	東京都渋谷区桜丘町1-2 渋谷サクラステージセントラルビル13階
設立	2009年10月
代表社名	代表取締役社長 佐久間 亮輔
事業内容 (グループ会社含む)	「マンガBANG!」、「MANGA BANG!」、「マンガトート」、「マンガBANGボックス」の企画・運営 マンガ制作事業（WEBTOON含む） 越境ECサービス「Fandom Tokyo」の運営 SES事業 SEOメディア「LogsFix」の運営 ポイ活アプリ「PetWalk」の企画・運営
役員構成	取締役 5 名（内、社外 2 名） 監査役 3 名（内、社外 3 名） 監査役会設置会社

従業員数	53名（役員 8 名、アルバイト17名除く）
連結売上高	28億4,317万円
連結総資産	14億6,155万円
資本金	3億6,672万円
発行済株数	6,757,800株
時価総額	19億5,976万円
単元株数	100株
上場市場	東証グロース（証券コード4424）
子会社	連結 2 社：(株)Amazia Link (株)ウィズマイメディカル 非連結 1 社：(株)WithLinks

2025年9月30日現在

代表者紹介

代表取締役社長

佐久間 亮輔



経歴

2001年4月 (株)ジャフコ 入社

2007年2月 (株)シーエー・モバイル (現株)CAM 戦略投資室長

2007年6月 (株)アイデアコミュニケーション 代表取締役

((株)シーエー・モバイル (現株)CAM) の子会社)

2009年10月 当社設立 代表取締役社長 (現任)

2024年3月 (株)Amazia Link 代表取締役社長 (現任)

2024年5月 (株)WithLinks 取締役 (現任)

経営理念

世界にチャレンジする
インターネットサービスを創る

会社沿革

- 2 0 0 9 / 1 0 当社設立
- 2 0 1 0 / 0 7 共同購入クーポンサイト「GroupMall」サービス開始
- 2 0 1 0 / 0 9 携帯公式サイト運営アイデアコミュニケーション吸収合併
- 2 0 1 2 / 1 0 マンガアプリ事業に進出
- 2 0 1 4 / 1 1 「マンガBANG!」サービス開始
- 2 0 1 7 / 0 5 「マンガBANG!」WEB配信サービス提供開始
- 2 0 1 8 / 1 2 東証マザーズ市場（現グロース市場）へ上場
- 2 0 2 0 / 0 6 女性向けエンタメアプリ「Palfe（パルフェ）」
（現 女性向けマンガアプリ「マンガトート」）をサービス提供開始
- 2 0 2 1 / 0 3 海外向けマンガアプリ「Manga Flip」をサービス提供開始
- 2 0 2 1 / 0 4 オリジナルレーベル「マンガBANGコミックス」創刊
- 2 0 2 3 / 0 2 海外向けマンガアプリ「Manga Flip」に課金モデルを導入し、「MANGA BANG!」としてリニューアル
- 2 0 2 3 / 1 0 WEB配信サービス「マンガBANG!」を「マンガBANGボックス」としてリニューアル
- 2 0 2 4 / 0 3 SES事業、SEOメディア事業の立上げに向けて、当社100%子会社(株)Amazia Linkを設立
- 2 0 2 4 / 0 3 WEBTOON制作を行う(株)WithLinksの株式を取得し、当社持分90.9%の非連結子会社化
- 2 0 2 4 / 0 9 オンライン診療支援サービスを行うため、提携先のクリニック等と当社持分77.6%の子会社(株)ウィズマイメディカルを設立
- 2 0 2 5 / 0 2 越境ECサービス「Fandom Tokyo」を開始
- 2 0 2 5 / 0 8 (株)Amazia Linkでポイ活アプリ「PetWalk」をサービス提供開始

当社グループの主要事業

基本無料のフリーミアムモデルで多数のユーザーを獲得し、毎日利用するアクティブユーザーを増やし
広告＋課金でマネタイズを行うマンガアプリと自社アプリ及び外販で収益化するマンガ制作を行う



マンガBANG!

特徴

- ・フリーミアムモデル
- ・プラットフォーム型
- ・商業作品、オリジナル作品、WEBTOON作品

サービスの強み

- ・累計DL数3,400万超のユーザー基盤
- ・課金収益＋ユーザー全体から広告収益
- ・出版社との強固な関係



マンガBANGコミックス

特徴

- ・異世界ファンタジーのコミカライズを中心に、大人恋愛、ヤンキー・アングラ、スポーツを制作
- ・WEBTOON制作を行う（子会社WithLinks）

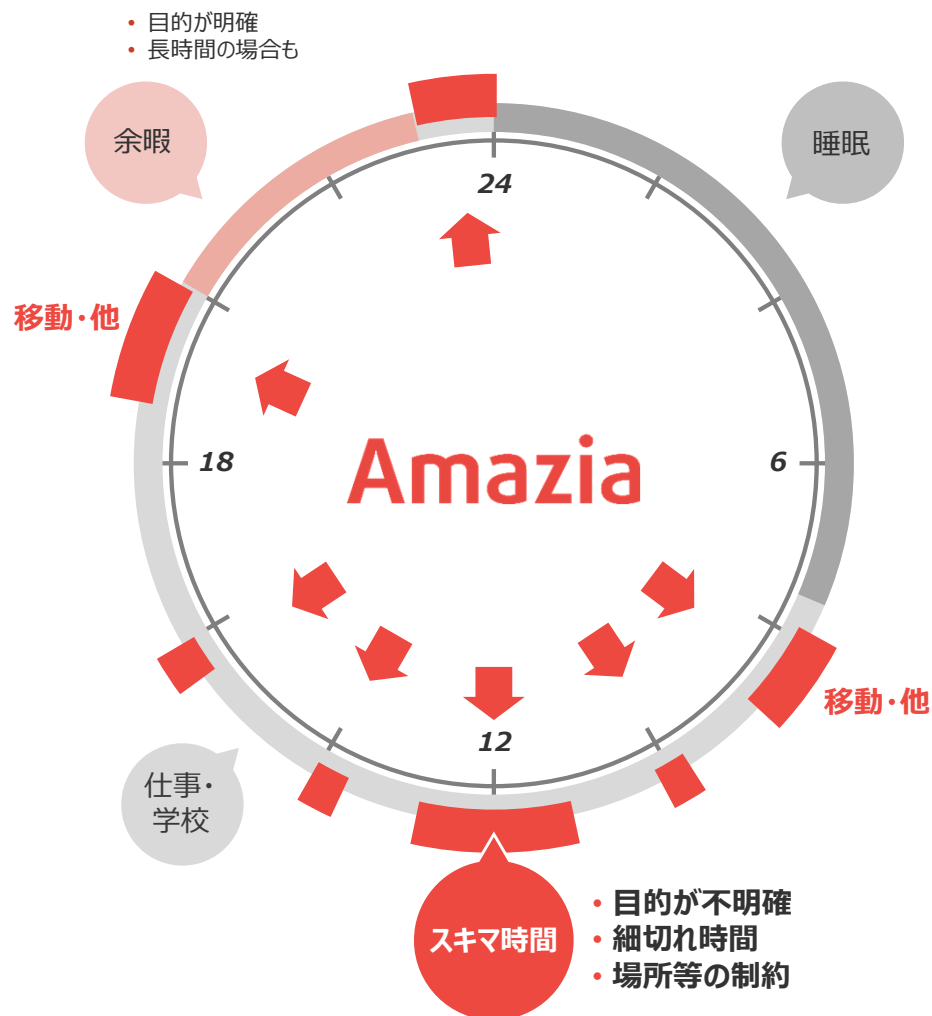
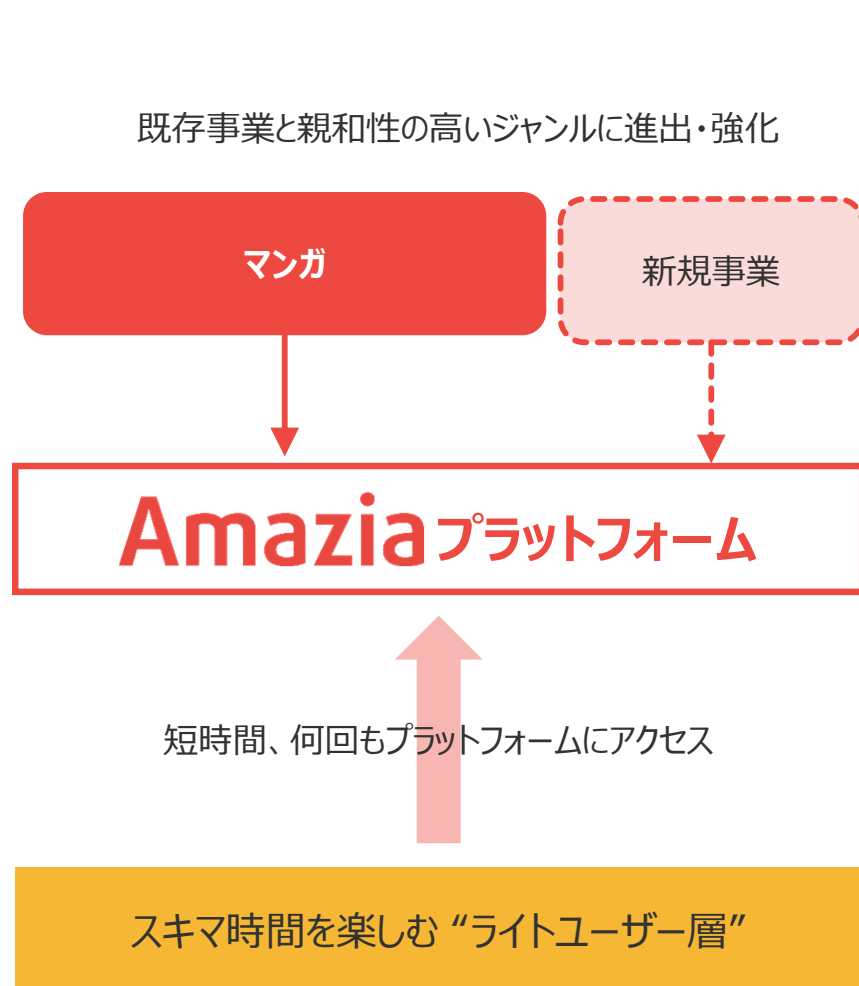
強み

- ・マンガBANG!を活用したアプリ内PR及び広告出稿により、読者と作品の接触機会を創出
- ・ドラマ化実績

『サイコメーター』©安童夕馬・朝基まさし、『ドラゴン桜2』©三田紀房/コルク、『賭博黙示録カイジ』©福本伸行/highstone, Inc.,
『CUFFS ～傷だらけの地図～』©東條仁/ゴマブックス、『クニミツの政』©安童夕馬・朝基まさし、『エリアの騎士』©伊賀大晃/月山可也

マンガアプリサービスの事業概要

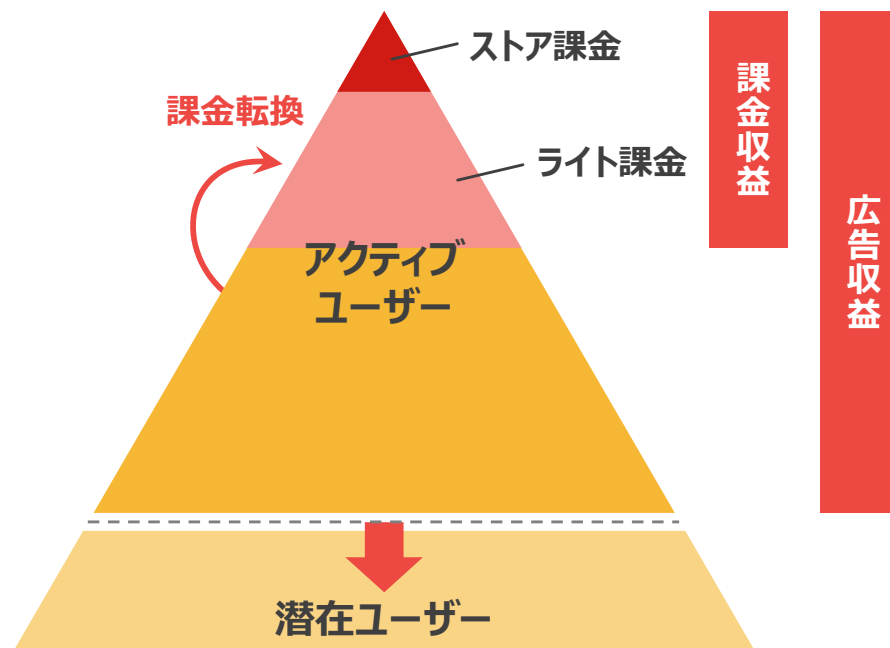
マンガアプリサービスで得られた事業ノウハウ・ユーザー基盤・データを横展開して、スキマ時間を埋めるプラットフォームとしての立ち位置を強化する



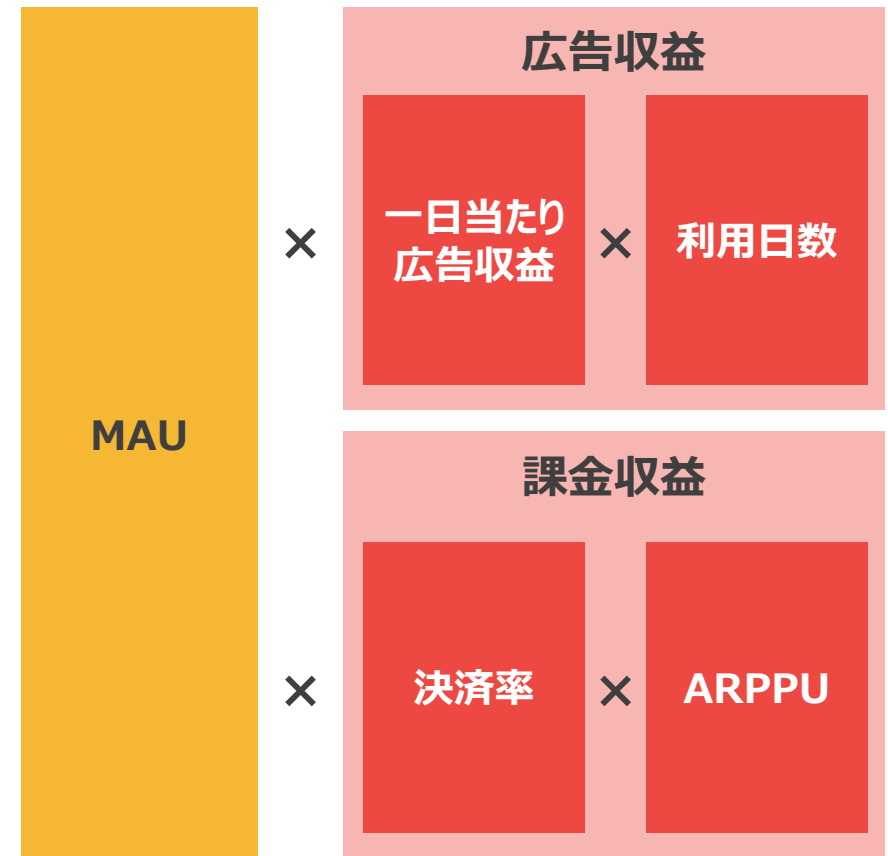
【マンガアプリサービス】マネタイズモデルとKPI

フリーミアムモデル

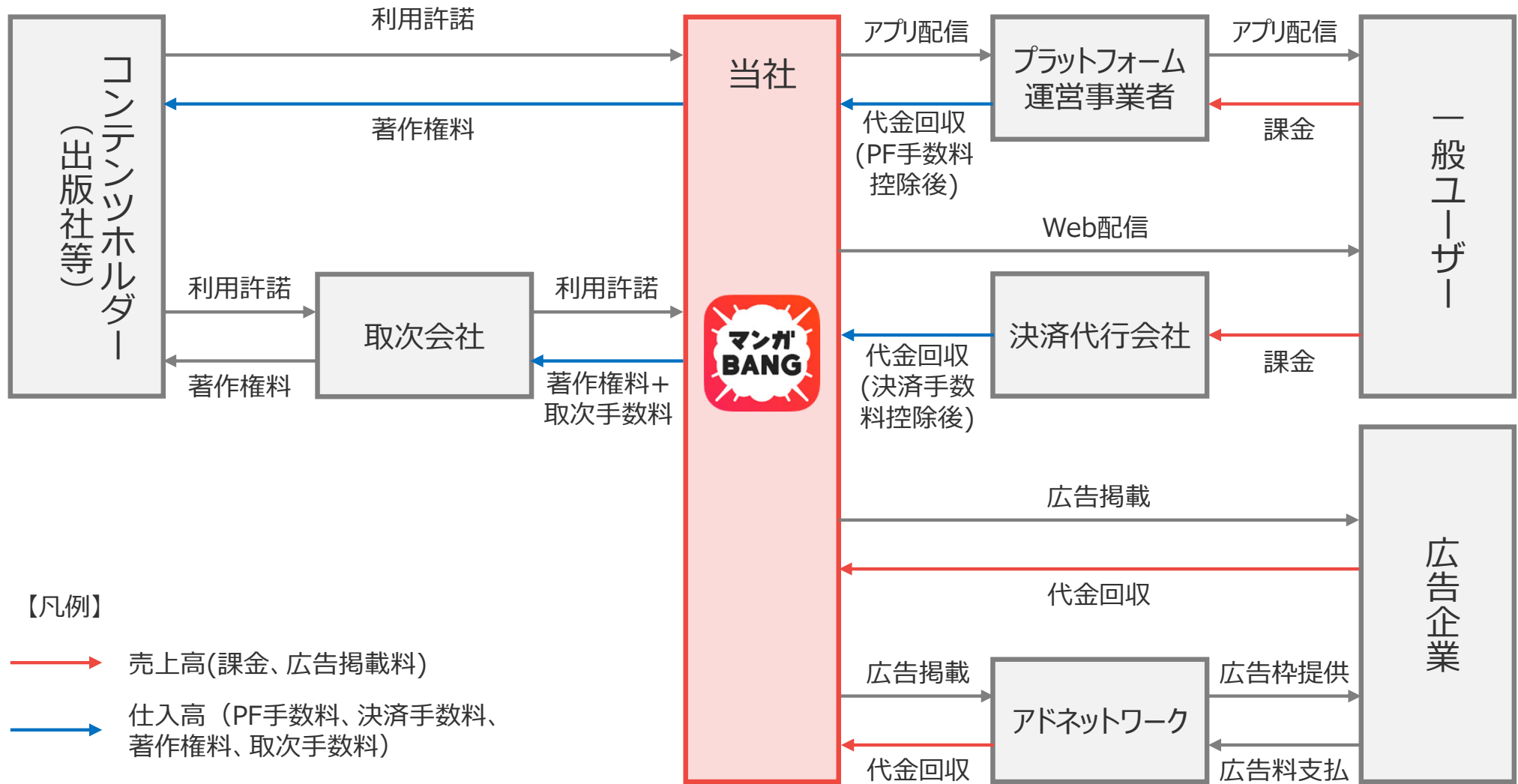
- 広告収益・ライト課金モデルにより幅広いユーザーの獲得が可能



収益分解イメージ（KPI）



「マンガBANG!」事業系統図



業績概要

- 2025年9月期 通期 連結業績概要
- 2024年9月期比連結営業利益増減分析
- 2025年9月期 第4四半期（会計期間）連結・単体業績概要
- 業績推移 売上高/営業利益
- 業績推移 MAU /広告宣伝費
- マンガBANG!の広告ARPU/課金ARPU推移
- 2025年9月期 業績達成状況
- 2025年9月期 成長戦略の進捗状況

2025年9月期 通期 連結業績概要

//////////

【売上】
広告宣伝費426百万円(56.2%)削減の影響で、MAUが減少したことにより、売上高も減少

【利益】
売上高減少の影響はあるが、広告宣伝費を削減した効果の方が大きく、営業利益が39百万円改善
ITソリューション事業（主にSES、ポイ活アプリ）への先行投資による営業損失が45百万円発生

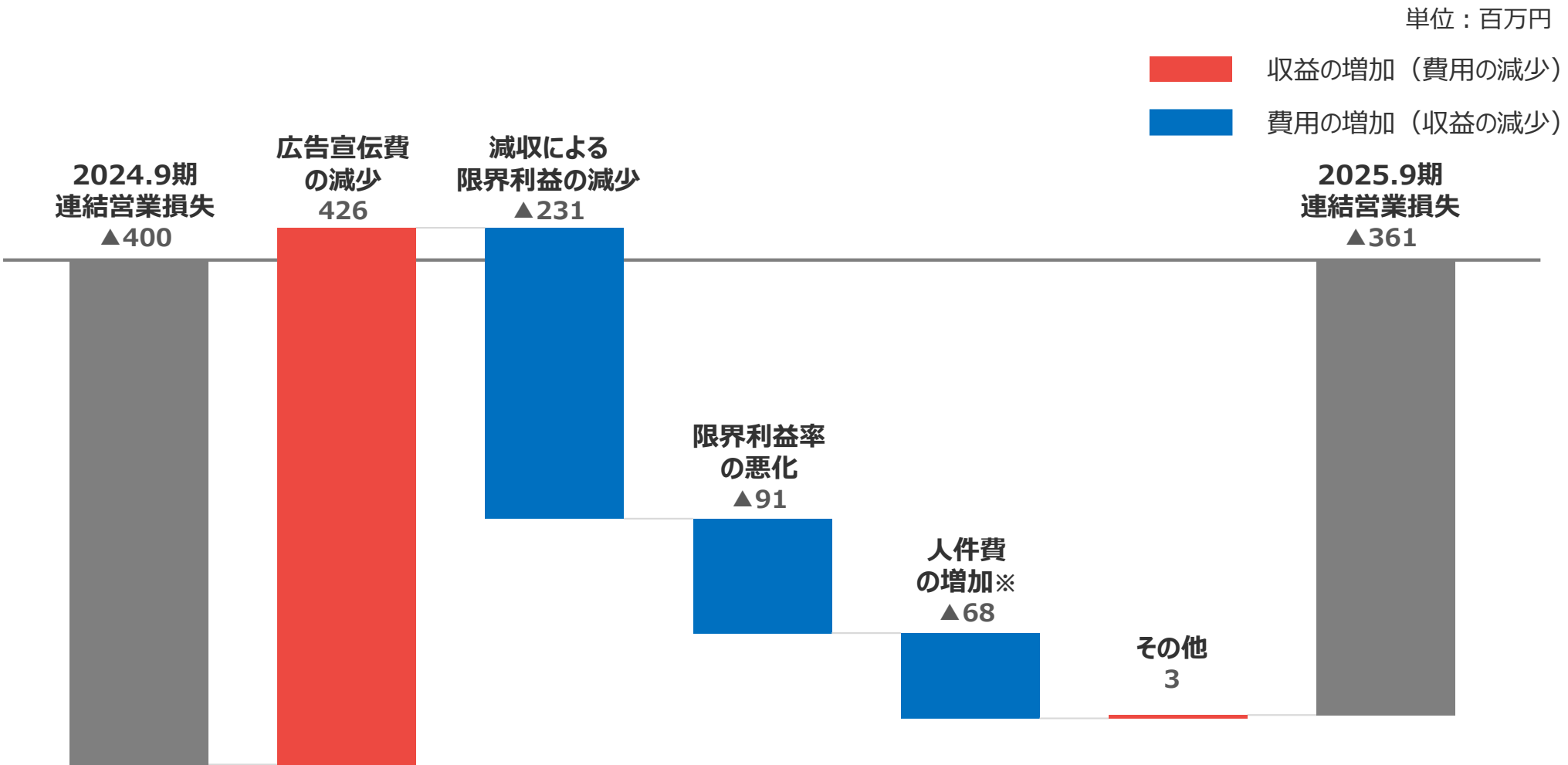
単位：百万円

	2024年9月期 通期（連結）		2025年9月期 通期（連結）		前年同期比	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	3,586	100.0%	2,843	100.0%	▲743	▲20.7%
エンターテイメント ※	3,586	100.0%	2,792	98.2%	▲794	▲22.1%
ITソリューション	0	0.0%	50	1.8%	+50	+9,132.3%
売上総利益	963	26.9%	575	20.3%	▲387	▲40.2%
営業利益	▲400	▲11.2%	▲361	▲12.7%	+39	-
EBITDA	▲388	▲10.8%	▲361	▲12.7%	+27	-
経常利益	▲403	▲11.2%	▲357	▲12.6%	+45	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲589	▲16.4%	▲372	▲13.1%	+217	-

※ 越境ECサービスの開始に伴い、「マンガアプリ」セグメントを「エンターテイメント」に変更

2024年9月期比 連結営業利益増減分析

減収による限界利益の減少、マンガ制作、越境EC及びITソリューション事業に向けた先行投資を行った結果、連結営業損失361百万円となる



※株式報酬費用の戻入益含む（前4Q：16百万円、当4Q：－百万円）

2025年9月期 第4四半期（会計期間） 連結・単体業績概要

【売上】

広告宣伝費110百万円(58.9%)削減の影響で、MAUが減少したことにより、売上高も減少
広告枠の追加及び広告市況の回復により、広告ARPUが16.8%改善

【利益】

広告宣伝費の削減及び利益率の高い広告ARPU改善の効果で、営業利益が111百万円改善
ITソリューション事業（主にポイ活アプリ）への先行投資による営業損失が7百万円発生

単位：百万円

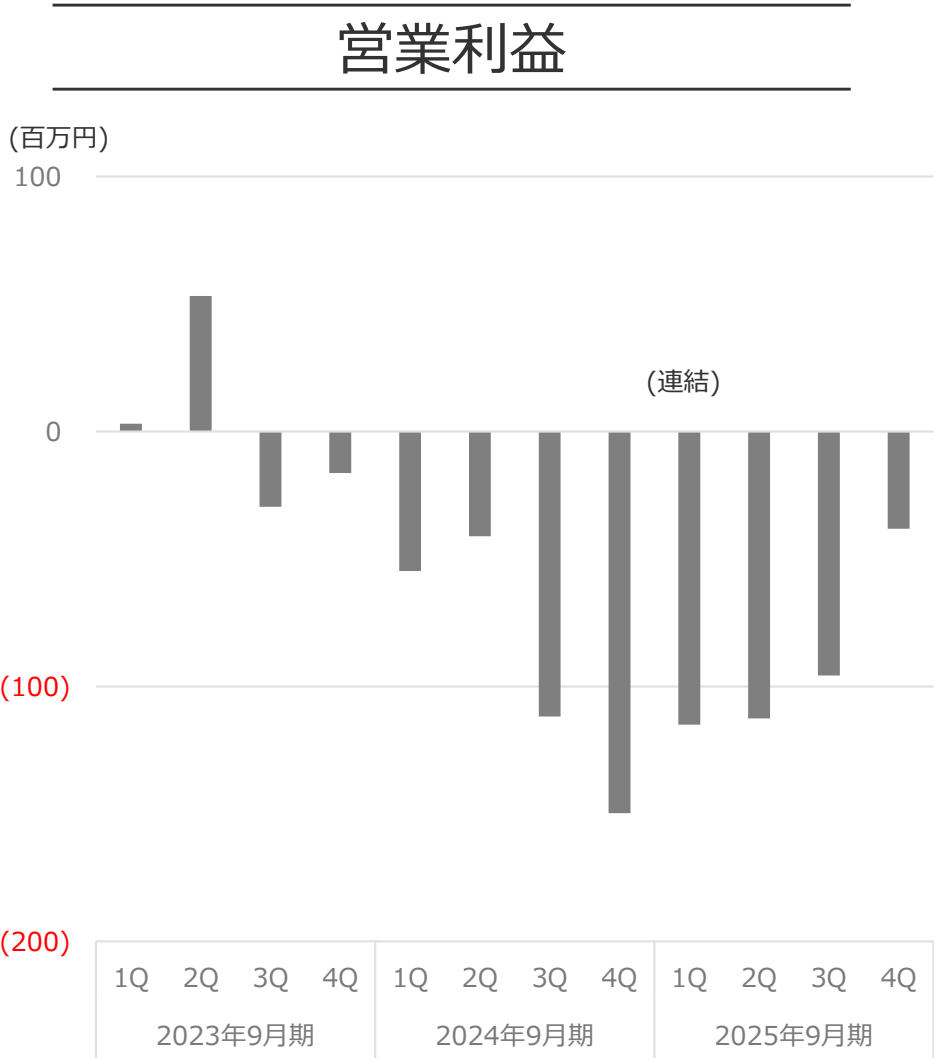
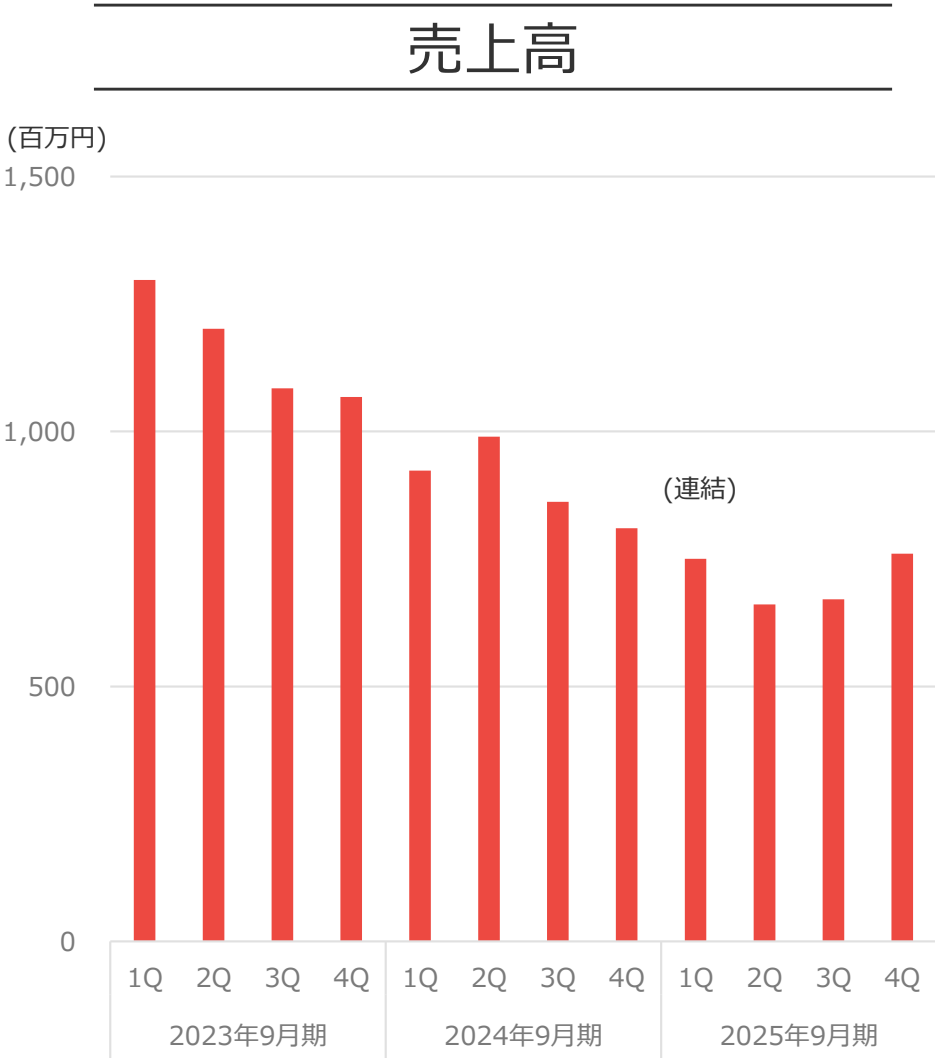
	2024年9月期 第4四半期会計期間（単体）		2025年9月期 第4四半期会計期間（連結）		前年同期比 ※1 前期単体数値との比較	
	金額	売上対比	金額	売上対比	増減金額	増減率
売上高	810	100.0%	760	100.0%	▲49	▲6.2%
エンターテイメント ※2	810	100.0%	737	97.0%	▲72	▲8.9%
ITソリューション	-	-	22	3.0%	+22	-
売上総利益	174	21.5%	190	25.1%	+16	+9.5%
営業利益	▲149	▲18.5%	▲38	▲5.0%	+111	-
EBITDA	▲145	▲18.0%	▲37	▲5.0%	+108	-
経常利益	▲153	▲19.0%	▲35	▲4.7%	+118	-
（親会社株主に帰属する） 当期純利益	▲382	▲47.2%	▲45	▲6.0%	+337	-

※ 1 2024年9月期第4四半期より連結財務諸表を作成しているため、前年同期は、単体財務諸表の数値

※ 2 越境ECサービスの開始に伴い、「マンガアプリ」セグメントを「エンターテイメント」に変更

業績推移 売上高/営業利益

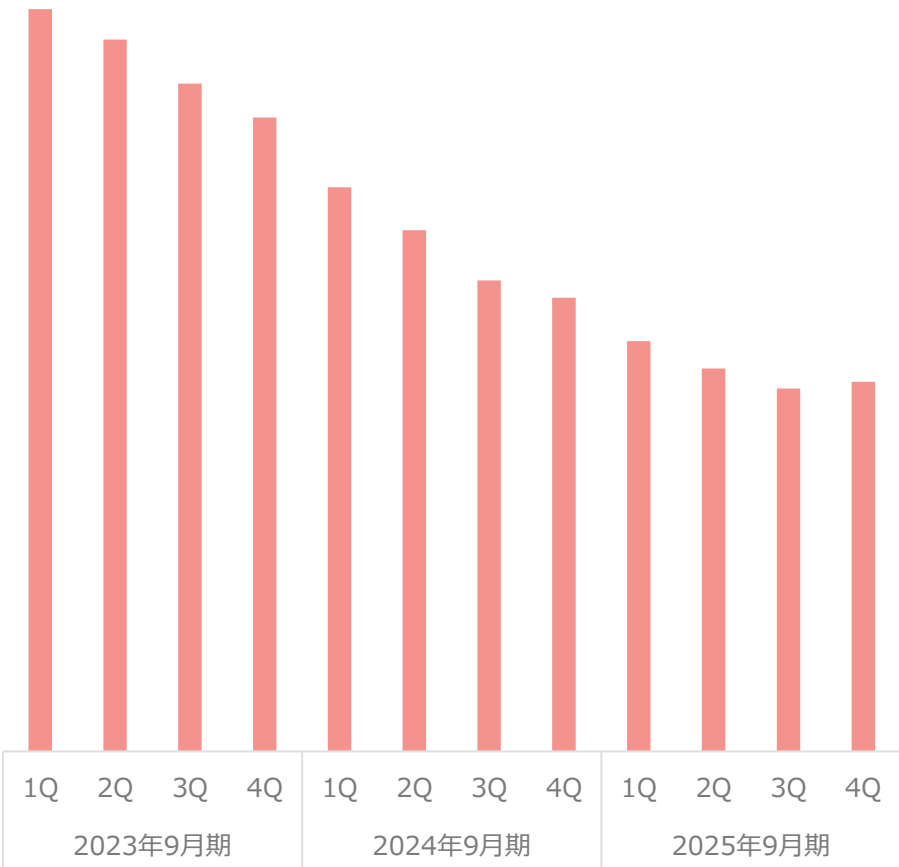
減少傾向にあった売上高も、当2Qを底に回復基調になり、当3Q比で89百万円(13.4%)増加
高利益率のマンガ制作売上の増加及び広告ARPUの改善により、当3Q比で営業利益57百万円改善



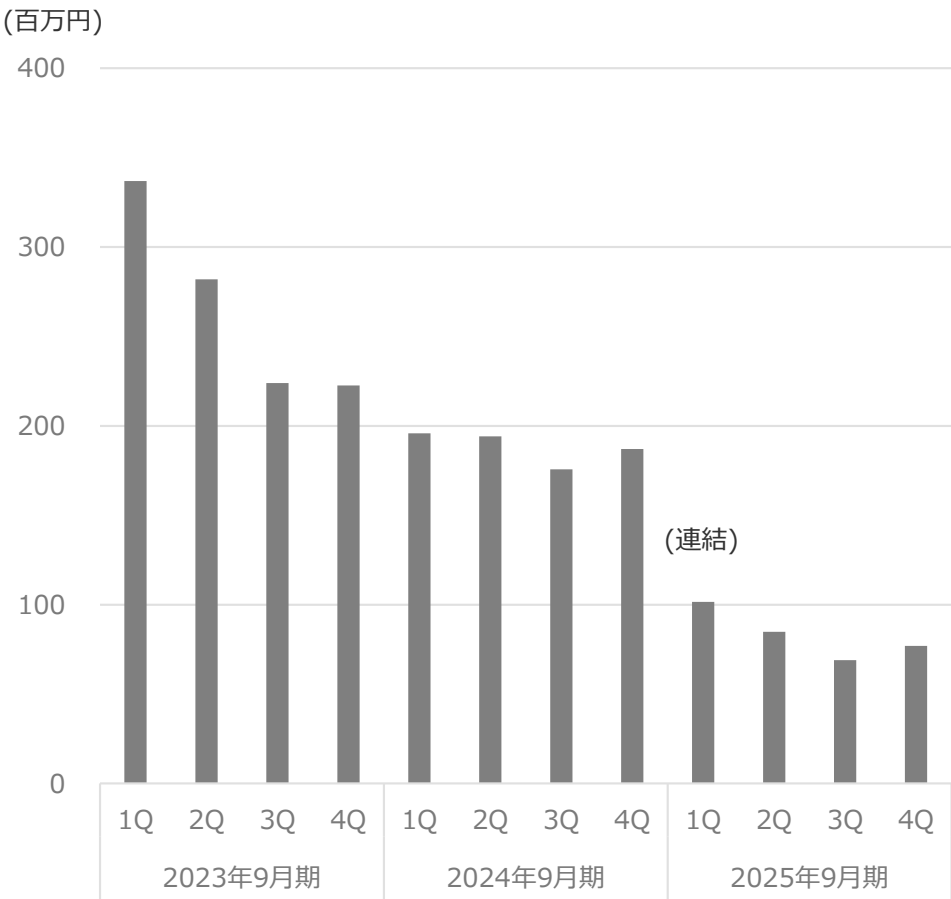
単体業績推移 MAU / 広告宣伝費

ロイヤルユーザー割合が高まり、当2Q以降は月25百万円程度の広告宣伝費で同水準のMAUを維持
前期比でMAUを微減にとどめながら、広告宣伝費を426百万円（56.2%）削減

MAU（3か月平均）



広告宣伝費

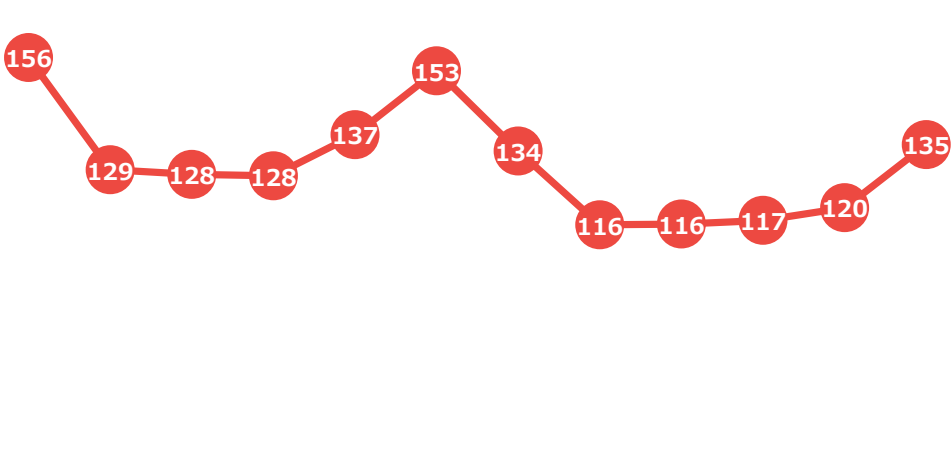


注：上記MAUは、マンガBANG!のMAUであり、マンガトート、Manga BANG!（海外版）等のMAUは除く

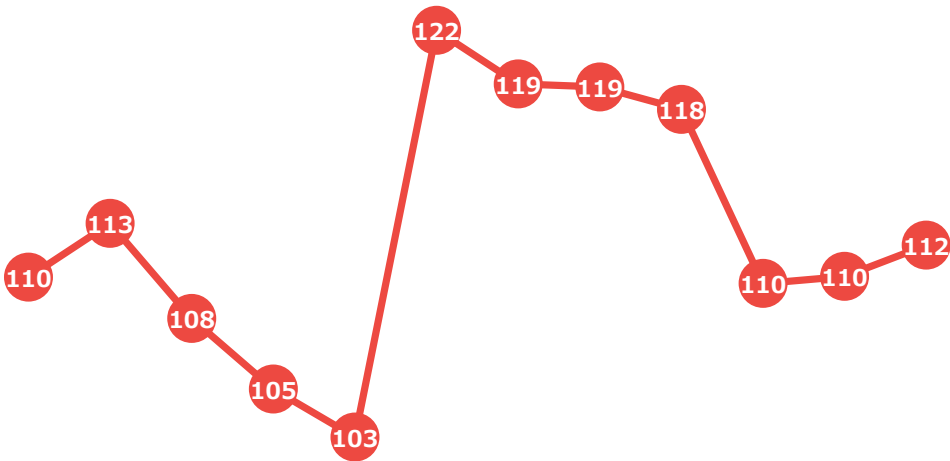
マンガBANG!の広告ARPU・課金ARPU推移

広告ARPU: 広告収益単価は低調に推移しているが、広告枠の追加等の影響で当4Qは改善
課金ARPU: 目玉コーナーでの新規配信作品の減少等により、低調に推移

広告ARPU



課金ARPU



注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2023年9月期				2024年9月期				2025年9月期			

注：2017年9月期1Q数値を100として指数化

1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
2023年9月期				2024年9月期				2025年9月期			

2025年9月期 業績達成状況 1/2

広告宣伝費を削減しつつ、MAUは計画通りに維持することで、営業利益は上振れて着地
25年7月に導入した新アイテム及び広告枠の追加により、1日当たり広告収益単価及び決済率は改善傾向となるが、リリース時期の遅延及び計画比で効果が限定的であったため、売上高は未達

単位：百万円

	2025年9月期		差異
	計画	実績	
売上高	3,050	2,843	▲207
営業利益	▲425	▲361	+64
経常利益	▲430	▲357	+72
(親会社株主に帰属する) 当期純利益	▲432	▲372	+60

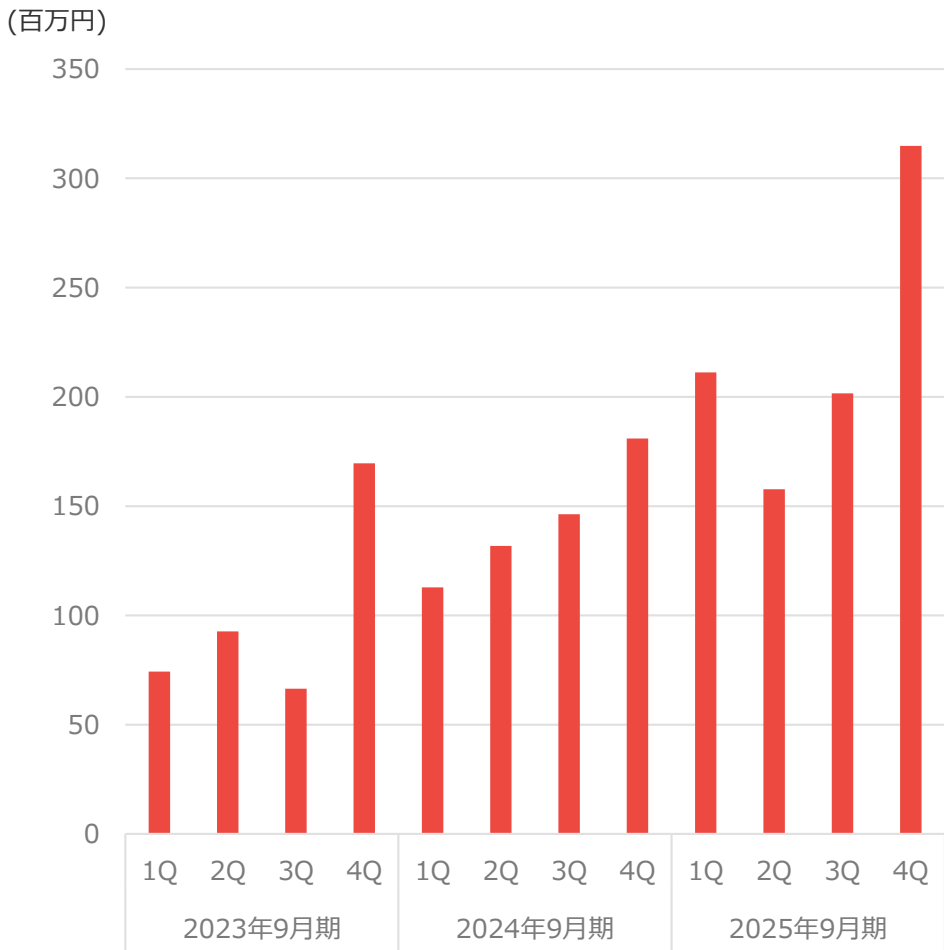
計画比におけるマンガBANG!の各KPIサマリー

MAU	広告収益		課金収益	
	1日当たり広告収益	利用日数	決済率	ARPPU
 ほぼ計画通りに推移	 計画を下回り推移	 ほぼ計画通りに推移	 計画を下回り推移	 計画上回り推移

2025年9月期 業績達成状況 2/2

マンガ制作:人気作品の新刊発売時期による波はあるものの、上代取扱高が前期比54.8%増加
新規事業:SES事業、越境ECサービスは、事業として立ち上がりを見せる

マンガ制作_上代取扱高



その他事業の評価サマリー

事業		評価
エンターテイメント	WEBTOON制作 WithLinks (非連結)	WEBTOONが売れる書店が限定的であるため、自社作品の制作は抑制し、受注制作に注力。
	越境EC Fandom Tokyo	順調な事業立ち上がり。 25年2月サービスリリースし、月間10百万円を超える売上高にまで成長。
ITソリューション	SES	計画比で採用は遅延したものの、当4Qに月間の事業部損益（共通費等配賦前）が黒字化を達成。
	SEOメディア LogsFix マンガBANGマガジン	事業立ち上げに苦戦。 コストを最小限に抑えつつ、ランク王社と業務提携による改善を目指す。
	ポイ活アプリ PetWalk	25年8月サービスリリース。 開発遅延により、ユーザーの初期動向の確認、テストマーケティングの準備に留まる。
	オンライン診療支援 ウィズマイメディカル オンラインクリニック	当初計画していたマーケティング施策による事業拡大は困難と判断し、2025年11月サービス終了予定。

成長戦略の進捗状況 1/2



マンガアプリ(Web版含む)の展開

成長戦略	進捗状況
エンターテインメント（旧マンガアプリ）事業で利益が出るように広告宣伝費をコントロールする	広告宣伝費を426百万円削減しつつ、MAUを一定水準に維持できたため、セグメント利益が60百万円改善し、5百万円の利益となる。
広告枠を増設し、1日当たり広告収益の改善を目指す	24年12月に広告枠を追加するも、ユーザービリティを勘案して、限定的な配信にしているため、改善効果も限定的。25年7月から、新アイテム/機能の追加と同時に、新アイテムを入手するための動画広告枠を追加した結果、1日当たり広告収益が5～7%改善。
UI/UXの改善、機能/アイテム追加を行い、LTV向上を目指す	
マンガBANGブックスにおいて、月額課金の追加、UI/UXの改善を目指す	マンガBANG!の機能開発を優先した結果、月額課金、UI/UXの改善が26年9月期1Qに遅延予定。高還元キャンペーンの実施により、課金額・課金者は増加するも、継続課金者は想定よりも増えず、限定的な効果に留まる。

オリジナル作品の制作強化

成長戦略	進捗状況
連載作品50～55を維持しながら、作品評価を早め、売れ行きの良い作品割合を増やす	25年9月期に24作品連載開始、11作品完結となり、期末時点で54作品を連載中（累計74作品）。費用計上済みの過年度に発売した既存巻の売上も好調で、売上高が前期比 +62.8% で成長。特に、連載中の『ミモス・サーガ～』が25.9期 20万部超 （累計65万部超/11巻）、『異世界クラス召喚～』が25.9期 25万部超 （累計30万部超/3巻）売れるヒット作品に育った。
WEBTOON作品の漫画化、ショートドラマ化等、販路拡大を目指す	WEBTOON作品が売れる書店が限られるため、版面漫画化による販路拡大を行うが、期待された販売実績には至らなかった。
24年9月期に引き続き、エブリスタ、エイベックス・ピクチャーズ、MIXI等との協業案件を中心にIP展開に向けた動きを活発化	自社作品のアニメ化の営業活動を行うが、25.9期中の決定には至らなかった。制作出資している他社レーベル1作品について、28年4月～放映の アニメ化 決定。

注：書店により、当社の著作権料率が異なるため、上代取扱高と売上高で差が生じる
販売部数は、電子売上を含めて換算計算

成長戦略の進捗状況 2/2

ITソリューション事業の拡大

AmaziaLink

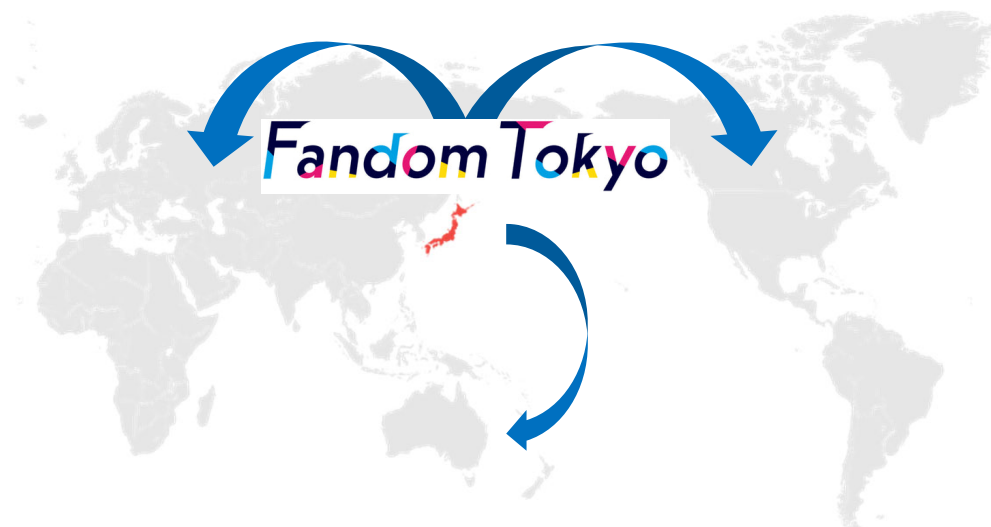
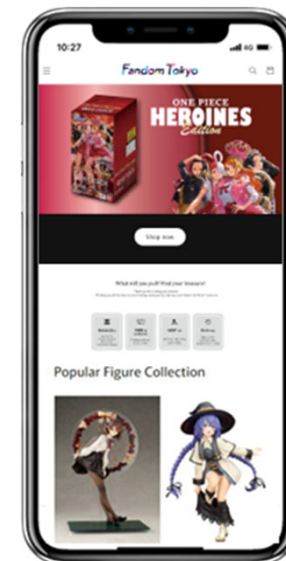
- SES事業：24年9月期末1人⇒25年9月期末11人に拡大。また、質の高いエンジニアの採用に注力したため、計画よりも高単価の案件を獲得。25年9月期中に、月間の共通費配賦前事業部利益が黒字化を達成。
- SEOメディア：24年10月に人材関連情報メディア『LogsFix』をリリース、25年9月にエンタメメディア『マンガBANGマガジン』をリリースし、PV数が拡大するも、コンバージョンにまで至らず、売上高が計画比で大幅に未達。
- ポイ活アプリ：散歩やペット写真の投稿等でポイントが貯まるポイ活アプリPetWalk(iOS)を25年8月にリリース。ユーザーの反応を確認中。



- オンライン診療受診支援サービス『ウィズマイメディカルオンラインクリニック』を2025年3月にリリースするが、当初計画していたマーケティング施策による事業拡大は困難と判断し、2025年11月にサービス終了予定。
- 提携医療機関との関係性を活かせる医療領域で、小規模投資で始動可能な新事業を企画・検討中。

新規事業の創出

- 2025年2月、キャラクターグッズやトレーディングカード等、エンタメ玩具の越境ECサービス『Fandom Tokyo』をリリース。
- 北米、ヨーロッパ、オセアニアを中心に、月間売上高10百万円を超えるまで拡大中。
- toB（現地でショップ展開している顧客）比率も増えてきている。
- 日米関税の影響は、事業立上期の成長カーブに内包され、不透明。現時点では、アメリカを含め、拡大中。



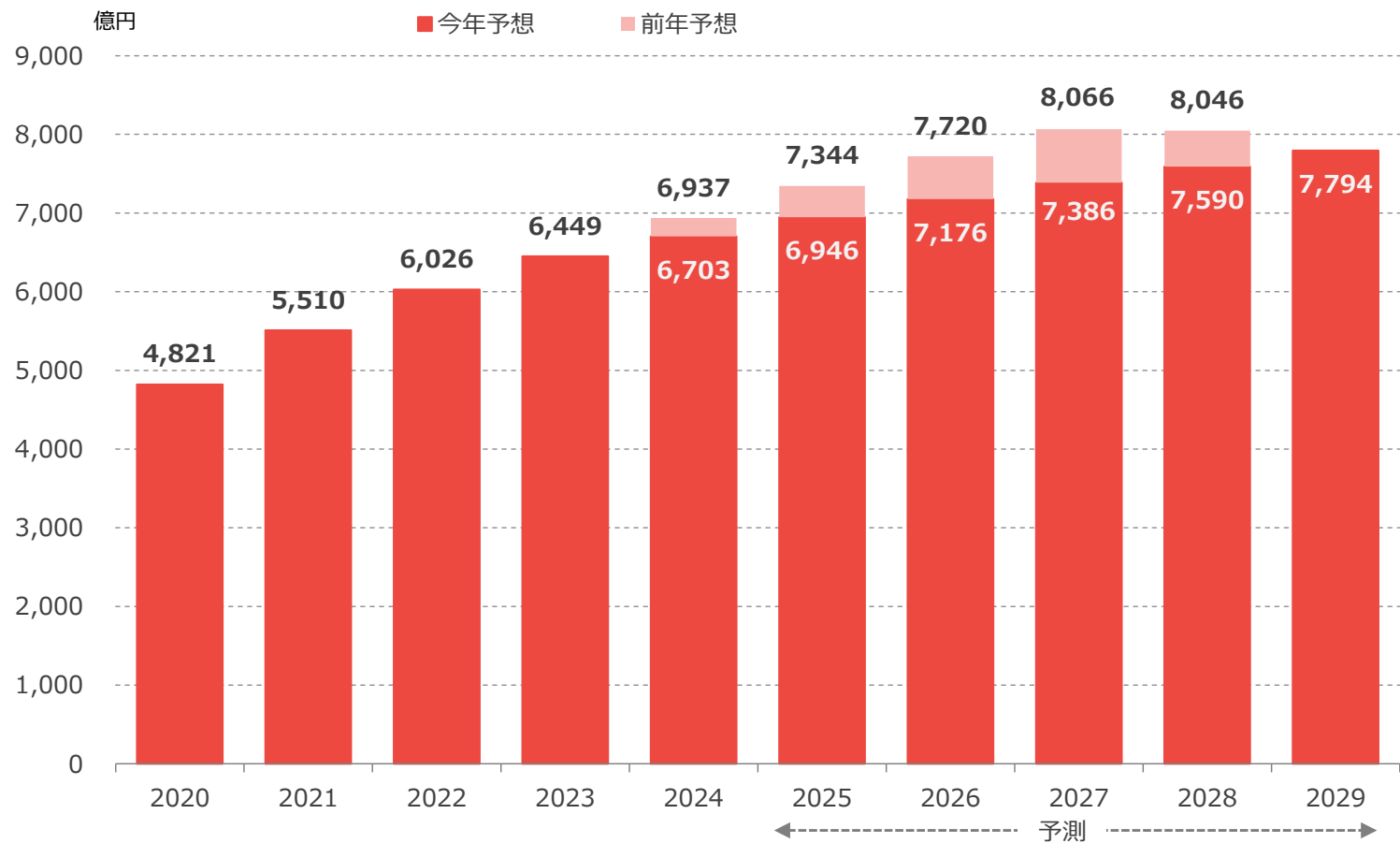
市場・競合・自社分析

- ・ 市場分析
- ・ 競合分析～当社のポジショニング
- ・ 自社分析～当社の特徴・強み

市場分析

2024年度電子書籍市場は6,703億円と前年比3.9%増となり、2029年度には7,794億円まで成長すると予測されるが、成長率は鈍化しており、前年予想からも下方修正されている

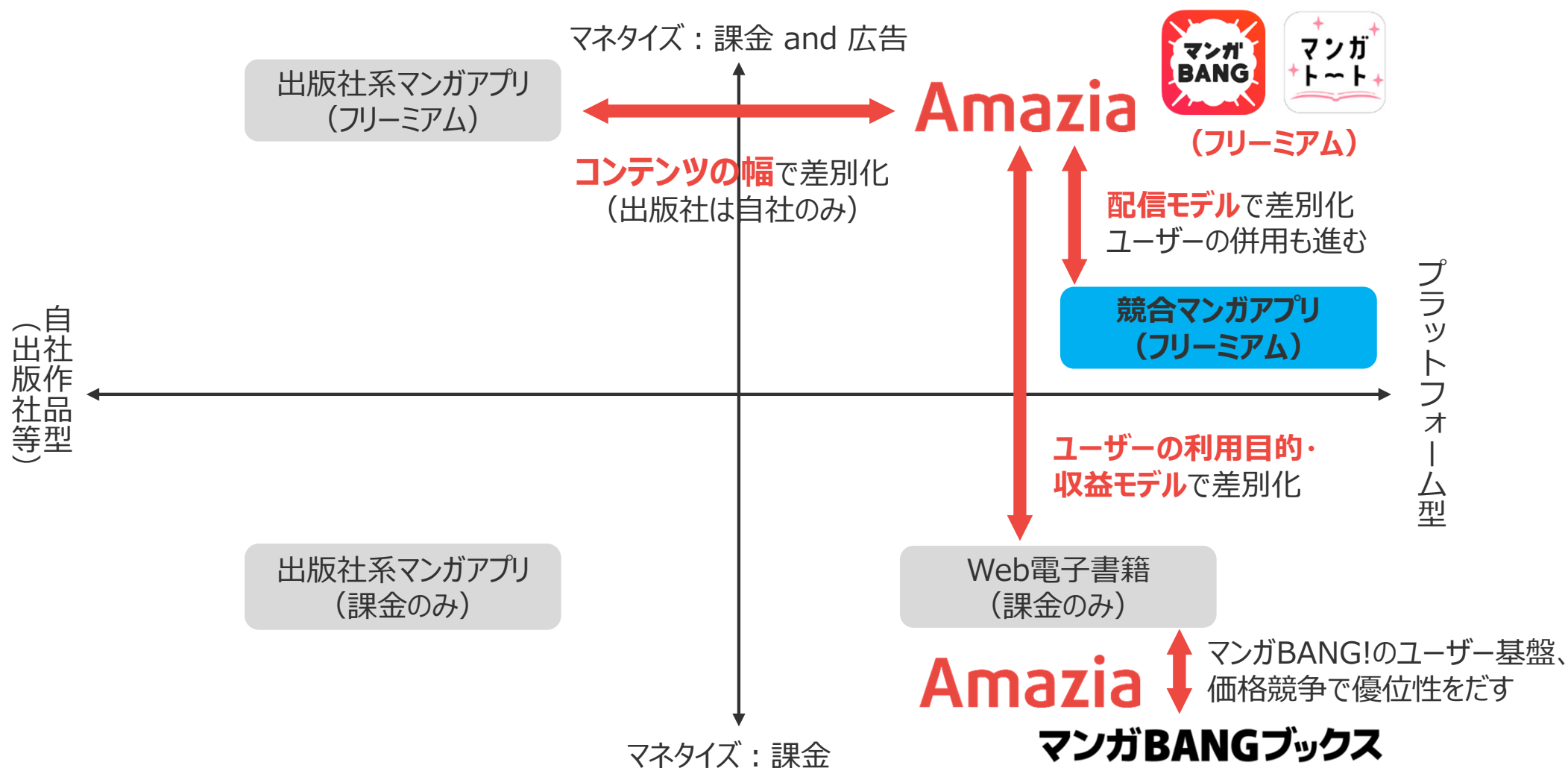
電子書籍市場（電子書籍+電子雑誌）



出所：インプレス総合研究所「電子書籍ビジネス調査報告書2024」、「電子書籍ビジネス調査報告書2025」

競合分析～当社のポジショニング 1/2

当社マンガアプリは、コンテンツ競争力、収益機会の多様化などでWeb電子書籍・出版社系マンガアプリと差別化したポジションを確立 + 2024年9月期よりWeb電子書籍市場に参入



競合分析～当社のポジショニング 2/2

電子書籍市場は、①Web電子書籍と②出版社系アプリ・③プラットフォーム型アプリで棲み分け
マンガアプリの中でも、複数アプリの併用が進み、競合性の低い市場

- ✓ 1アプリ当たりの可処分時間が短い（無料で読める範囲に制限がある等）
- ✓ 配信作品、配信モデル（作品毎に1日1話無料、コーナー全体で複数話無料等）が異なる

棲み分け	電子書籍市場	利用目的	メインの販売作品	メインユーザー	
併用	Web 電子書籍	購入目的	最新刊 （紙からの置き換わり+ 特定ジャンルが人気）	男性・女性	マンガBANG ブックス
	出版社系 マンガアプリ	スキマ時間の利用	新作 （作品数が限定的）	男性・女性	
	プラットフォーム型 マンガアプリ	スキマ時間の利用	旧作	男性 女性	マンガ BANG マンガ トート

自社分析～当社の特徴・強み

01 アプリ開発力 / 02 マネタイズ力

開発体制

- 企画・開発・運営を自社内で一貫

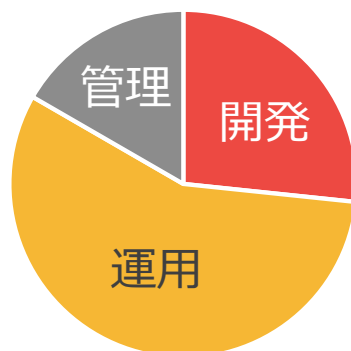
Amazia



運営メンバー

- 市場調査力とそれを反映させる開発力・コンテンツ獲得力がある
バランス型のメンバー構成

メンバー構成割合



- 開発** : 平均開発経験10年程度のチーム編成
- 運用** : 電子取次、電子書籍サイト、編集経験者
- 管理** : 公認会計士、経営企画経験者等

コンテンツ獲得力

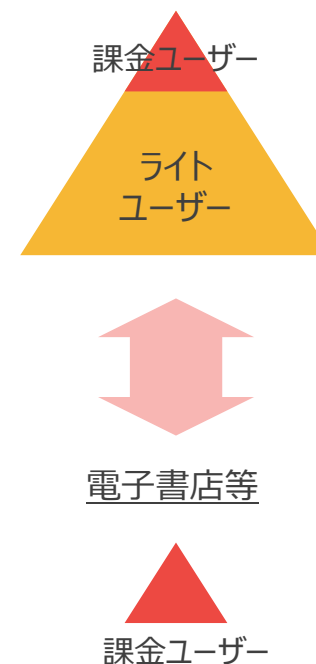
- ユーザ基盤、販売実績等が評価され、多数の出版社からコンテンツを獲得し、プラットフォーム型のビジネスを展開



03 ライトユーザー基盤

- フリーミアムモデルにより広範なユーザー層を獲得

Amazia



事業計画及び成長戦略

- 2026年9月期 事業計画
- 2026年9月期 事業計画の営業利益増減推移
- 2026年9月期 成長戦略
- 将来的な成長イメージ
- AmaziaのESGへの取り組み
- 事業等のリスク

2026年9月期 事業計画

マンガBANG!の利益拡大を目指して、アプリ外課金の本格導入及び引き続き広告宣伝費を抑制しつつ、オリジナル作品の制作に注力し、大ヒット・IP展開による収益の重層化を図る
複数立ち上げた新規サービスについて、選択と集中を行い営業損失額は大幅に縮小させるが、成長が見込まれる一部の領域については、先行投資を継続し、売上高の再成長を目指す

単位：百万円

	2025年9月期(実績)	2026年9月期(計画)
売上高	2,843	3,076
営業利益	▲361	▲131
経常利益	▲357	▲137
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲372	▲146

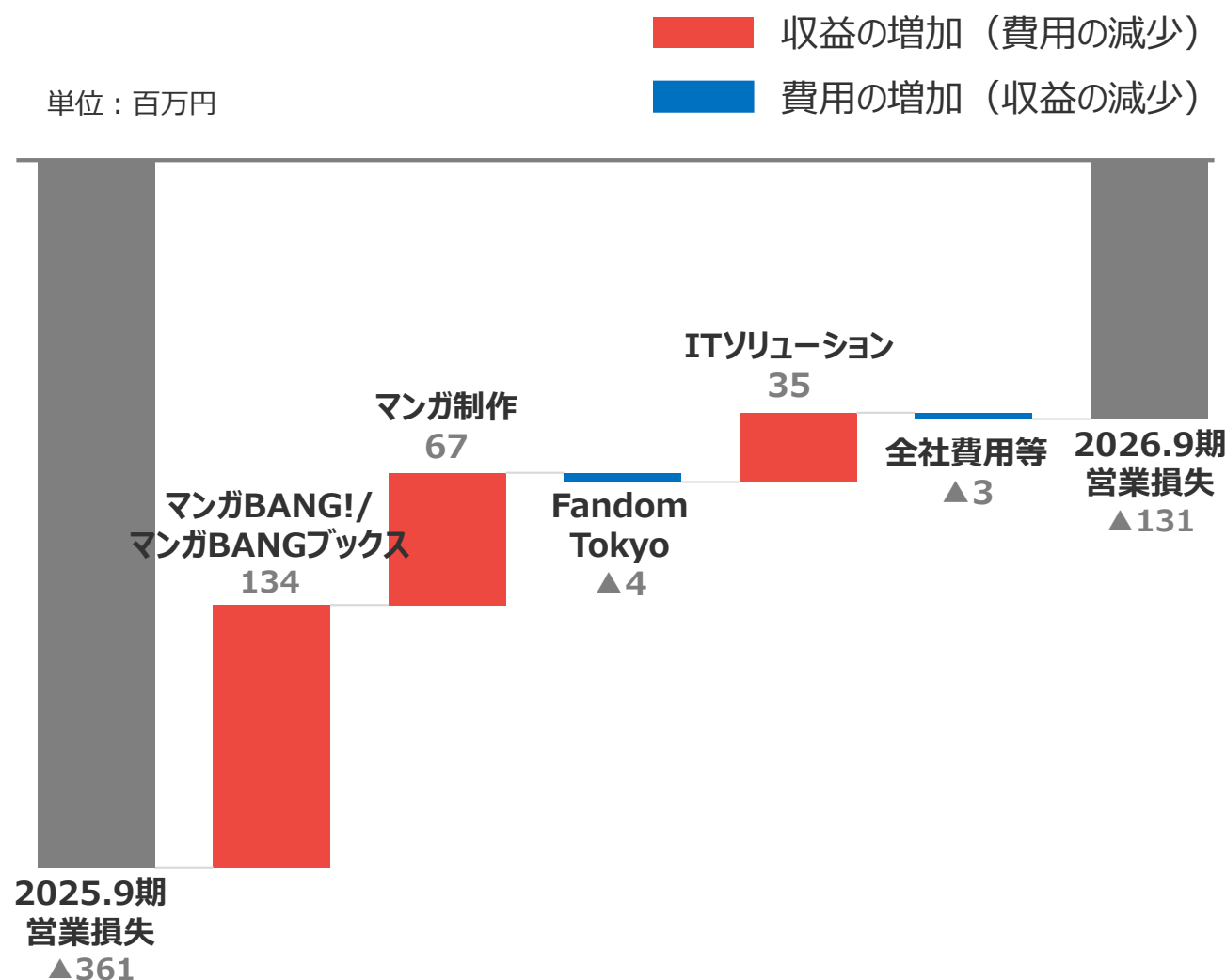
※ 当社グループが属する電子書籍業界は、著しく外部環境が変化をしているため、創発的で柔軟性の高い経営が重要と考え、現時点において、中期経営計画を公表しないことが適切と判断

マンガBANG!における各KPIの計画策定の前提条件

MAU	広告収益（広告ARPU）		課金収益（課金ARPU）	
	一日当たり広告収益	利用日数	決済率	ARPPU
25.9期下期と同水準で推移すると仮定	広告枠を追加した25.9期4Qの水準から保守的係数を乗じた数値で推移すると仮定	25.9期と同水準で推移すると仮定	25.9期と同水準で推移すると仮定	25.9期の水準から保守的係数を乗じた数値で推移すると仮定

2026年9月期 事業計画の営業利益増減推移

マンガ制作が順調に拡大を続けるため、制作費用を追加して将来の利益体質の基盤構築を目指す
マンガBANG!の収益性改善及び新規サービスの選択と集中により、営業利益の大幅改善を見込む



主な増減項目の内容

エンターテインメント事業 + 197M

【マンガBANG!/マンガBANGボックス】

25年12月施行「スマホソフトウェア競争促進法」により、アプリ外課金の導入効果30Mを見込む
MAUを維持しつつ、広告宣伝費36M削減を見込む
25年7月から追加した広告枠の収益貢献を見込む

【マンガ制作】

費用計上済の過去発売巻からの売上も積み上がっており、順調に利益改善が行われるため、制作費を20M増加し、常時55本程度の制作を行う

【Fandom Tokyo】

積極的に広告宣伝費を投下して、新規顧客の開拓及び売上高の拡大を優先する

ITソリューション事業 + 35M

【SES】

単月黒字化できる程度にまで従業員が増加しているため、黒字の範囲で採用費を積極的に投下する

【SEOメディア/ポイ活】

テストマーケティングの結果次第で、今後の方針を決定するが、計画時点では大規模な先行投資は見込まない

2026年9月期 成長戦略

01 マンガアプリ(Web版含む)の展開

- ・ アプリ内よりもお得に購入できるアプリ外課金を導入し、ユーザーの利用率の向上及び決済手数料の削減を見込む
- ・ マンガBANG!の利益拡大を目指して、MAUを維持しつつ、広告宣伝費をコントロールする
- ・ ユーザー当たりの広告視聴回数及び課金額を増やすために、UI/UXの改善、機能追加を行い、LTV向上を目指す

02 マンガ制作の強化

- ・ 連載作品55本程度を維持しながら、引き続き作品評価を早め、売れ行きのいい作品割合を増やす
- ・ 各作品ジャンルにあった大手書店との先行配信や無料キャンペーン施策等を行い、作品の露出を増やす
- ・ IP展開に向けた動きを活発化



03 Fandom Tokyoの拡大

- ・ SNS運用、ファンコミュニティを活用して、集客拡大及びリピーター比率の向上を図る
- ・ サプライヤーの新規開拓により、商品の安定供給及び商品ラインナップの拡充を図る
- ・ カントリーリスク（法規制・税務・為替・不正・物流等）を検討しながら、販売地域の拡大を目指す

04 ITソリューション事業の拡大

【SES】

- ・ 社内SE、セキュリティ人材等、採用エンジニアの幅を増やすことで採用速度を上げる
- ・ 高単価受注に向け、上位階層の案件に入れるように営業を強化

【SEOメディア】

- ・ マンガBANGのブランディングと業務提携したランク王社のノウハウを活用し、マンガBANGマガジンの成長を目指す

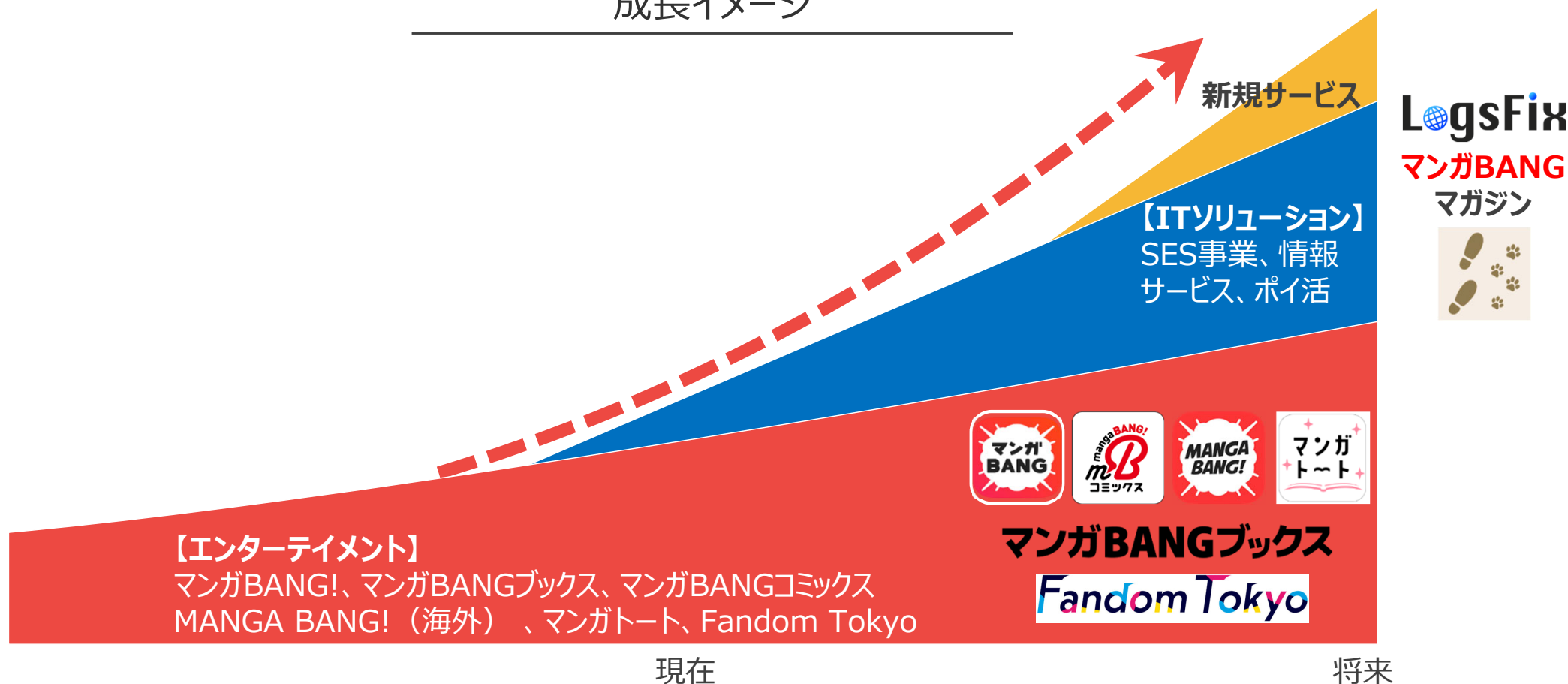
【ポイ活】

- ・ 小規模なテストマーケティング実施し、ユーザー動向を確認結果次第で、今後の方針を決定

将来的な成長イメージ

既存のマンガアプリサービスで一定の利益を創出し、オリジナル作品の大ヒット及びIP展開及びITソリューション事業の拡大、新規サービス導入により、更なる成長を目指す

成長イメージ



※越境ECサービスの開始に伴い、「マンガアプリ」セグメントを「エンターテインメント」に変更し、「Fandom Tokyo」を「エンターテインメント」に追加しています。

AmaziaのESGへの取り組み

ESG	ESG課題（重点活動項目）	SDGs
E 環境	1. 電子書籍化（ペーパーレス化）による森林保護 2. 森林保護によりCO2の削減 3. デビューの場と収益化の機会の創出による、マンガ文化の発展	  
S 社会	1. 従業員の働きがいの向上 リモートワーク、フレックス制度の導入 2. 従業員のスキルアップ支援 セミナー、書籍、資格試験代の補助 3. 人権に配慮し、多様性と柔軟性に配慮した就労環境の整備 男性社員の育児休暇の整備（2025年9月期の取得率100%）、外部相談窓口（ハラスメント、法律、精神的ストレス等の相談）の設置等	    
G ガバナンス	1. 女性役員の積極的な起用 2025年9月期末時点で12.5% 2. 社内取締役と社外取締役のバランス 社内取締役3名、社外取締役2名	 

事業等のリスク

本書提出日時点で、当社グループ事業の特に重要なリスクとして以下を認識し、その対応を行う

主な事業リスク	発生可能性/時期	リスクの内容と当社の対応策
知的財産権の侵害について	発生可能性：高 時期：発生中	海賊版サイトが長期にわたって大規模に知的財産権を侵害する場合、それによって生じる機会損失が当社の業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。そのため、海賊版サイトの根絶に向けて、出版社、電子書店、関係者と強調して対策を協議実行するとともに、法整備並びに著作権教育の推進に努めて参ります。また、当社の優位性を残しつつ、海賊版サイトの影響を受けづらいサービス内容を取り入れて参ります。
プラットフォーム運営事業者の動向について	発生可能性：高 時期：常時	当社の売上の大半は、スマートフォンアプリを利用した課金売上及び広告売上であり、Apple Inc.及びGoogle Inc.の2社のプラットフォーム運営事業者への依存が大きくなっております。そのため、ATT導入や手数料率等の変動等、これらプラットフォーム運営事業者の方針変更により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があり、その動向を注視して参ります。
競合他社の影響について	発生可能性：高 時期：発生中	当社が成長していくためには、ユーザーの継続的な獲得及びユーザーによる継続的な利用が重要であると考えております。そのため、広告宣伝活動が重要となりますが、マンガアプリ事業におけるユーザー獲得の競争は激化しており、ユーザー獲得が想定どおりに進まなかった場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。そのため、市場動向に迅速に対応した広告出稿ができる体制構築とオリジナル作品の制作による差別化等による対策を行って参ります。
マンガアプリサービスの事業特性	発生可能性：低 時期：常時	マンガアプリサービスが属する電子書籍市場は、スマートフォン・タブレット端末の普及等を背景に拡大を続けており、今後も拡大基調が予測されています（詳細は23頁参照）。万が一、電子書籍市場の拡大が想定どおりに進まなかった場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。当リスクを抑制するため、海外進出や新規サービス等のビジネスポートフォリオの構築に注力して参ります。
為替リスクについて	発生可能性：高 時期：常時	当社の広告収益の約半分は、外資系企業との米国ドル建の取引となります。そのため、為替相場などの変動による一般的な市場リスクを有しており、その動向を注視するとともに、為替予約等の検討を行って参ります。（円安は広告収益にとってプラスの影響）

※ 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社グループは、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針ですが、当社株式に関する投資判断は、本項及び本項以外の記載内容並びに有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照し、慎重に検討した上で行われる必要があると考えております。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社グループが判断したものであります。

Amazia

Contents.5

Appendix

- 四半期業績推移
- 年間業績推移

四半期業績推移

単位：百万円(百万円未満切り捨て)

	23/9期				24/9期				25/9期 ※3			
	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q	1 Q	2 Q	3 Q	4 Q
売上高	1,297	1,201	1,084	1,067	923	990	862	810	750	660	670	760
変動費(※1)	805	806	731	695	605	654	610	597	562	487	488	513
広告宣伝費	336	281	223	222	195	194	175	187	101	84	68	76
人件費(※2)	101	▲0	91	96	107	95	111	104	122	118	129	130
その他	50	60	67	68	69	86	76	71	79	82	79	77
営業利益 (営業損失)	3	53	▲29	▲16	▲54	▲41	▲111	▲149	▲114	▲112	▲95	▲38
経常利益 (経常損失)	▲1	54	▲24	▲13	▲59	▲36	▲109	▲153	▲111	▲113	▲97	▲35
当期純利益 (当期純損失)	▲4	64	▲16	▲104	▲59	▲37	▲109	▲382	▲115	▲113	▲97	▲45

※1 変動費は、仕入高（著作権料、プラットフォーム手数料）、【製】賃借料（サーバー代）

※2 採用費、株式報酬費（戻入）含む

※3 25/9期は連結会計期間の数値

年間業績推移

		第12期(単体) 2021年9月期	第13期(単体) 2022年9月期	第14期(単体) 2023年9月期	第15期(連結) 2024年9月期	第16期(連結) 2025年9月期	第17期計画 2026年9月期
売上高	(千円)	7,507,568	6,547,840	4,650,427	3,586,956	2,843,175	3,076,000
経常利益及び経常損失 (△)	(千円)	290,843	144,132	15,009	△403,486	△357,578	△137,000
当期純利益及び (親会社株主に帰属する) 当期純損失 (△)	(千円)	185,340	41,243	△60,926	△589,719	△372,270	△146,000
資本金	(千円)	361,504	366,004	366,004	366,724	366,724	(未開示)
発行済株式総数	(株)	6,734,600	6,754,600	6,754,600	6,757,800	6,757,800	
純資産額	(千円)	2,049,700	2,041,309	1,878,996	1,279,629	907,103	
総資産額	(千円)	3,020,181	2,864,191	2,576,167	1,950,236	1,461,555	
1株当たり純資産額	(円)	289.03	286.40	274.38	184.85	128.25	△22.24
1株当たり当期純利益及び1株当たり当期純損失 (△)	(円)	27.55	6.14	△9.27	△89.62	△56.60	
自己資本比率	(%)	64.4	66.1	70.0	62.3	57.7	(未開示)
自己資本利益率	(%)	10.0	2.1	△3.3	△48.5	△36.2	
営業活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	224,132	57,328	△160,084	△336,374	△451,529	
投資活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△25,887	△130,301	△196,974	△83,389	△16,390	
財務活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	7,368	△94,924	△28,844	2,530	-	
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	1,899,544	1,731,646	1,345,743	928,509	460,589	
従業員数〔外、平均臨時雇用者数〕	(名)	27 〔7〕	31 〔11〕	34 〔13〕	45 〔18〕	53 〔16〕	

1. 第15期第4四半期より連結財務諸表を作成しているため、第14期までの数値は単体財務諸表の数値、第15期以降は連結財務諸表の数値を記載しております。
2. 従業員数は就業人員（休職者を除く）であり、臨時従業員数（アルバイト含む。業務委託社員を除く。）は、年間平均雇用人員（1日8時間換算）を〔外書〕で記載しております。

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。
- 実際の業績に影響を与えうる重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。
なお、業績に影響を与えうる重要な要因は、これらに限定されるものではありません。
- 本資料は、公認会計士又は監査法人の監査・四半期レビューの対象外です。
- 別段の記載がない限り、本資料に記載されている財務データは百万円単位で切捨表示されています。
- 当社に関する情報以外は、一般に公知の情報に依拠しています。
- **次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2026年11月を予定しております。**

【用語集】

- MAU（Monthly Active Users）：月間アクティブユーザー
- ARPU（Average Revenue Per User）：1ユーザーあたりの平均売上
- ARPPU（Average Revenue Per Paid User）：1課金ユーザーあたりの平均売上
- LTV（Life Time Value）：1ユーザーあたりの生涯売上
- ATT（App Tracking Transparency）：アプリ上で広告事業主がユーザーをトラッキングできるかをユーザーがコントロールすること
- UI（User Interface）：デザインやフォント、外観、操作性など、ユーザーと製品・サービスの接点となる全ての情報
- UX（User Experience）：ユーザーが製品・サービスを利用して得られた体験・感じたこと