



2026年3月期 第2四半期決算説明資料

2025年11月13日

成長戦略

業績ハイライト (2026年3月期 第2四半期)

業績予想 (2026年3月期)

Appendix

FY2026 3つの成長戦略

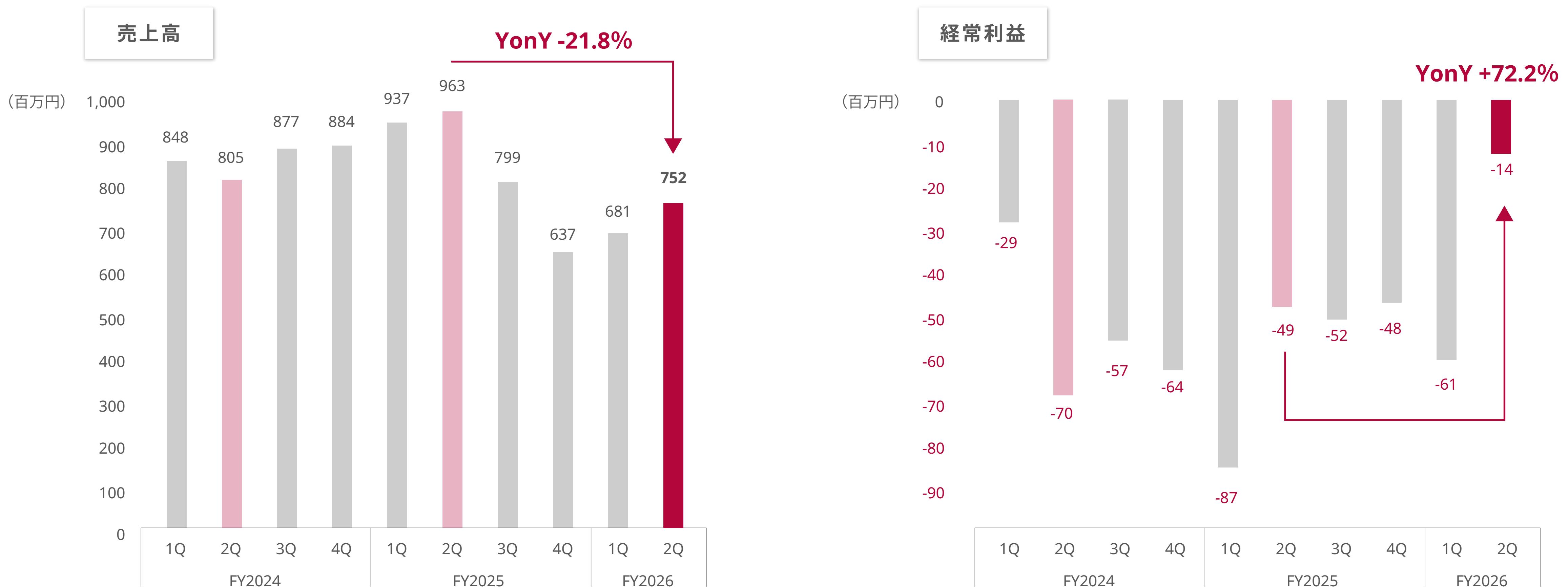
1 既存事業の収益性向上

2 海外展開の加速

3 新規事業の創造

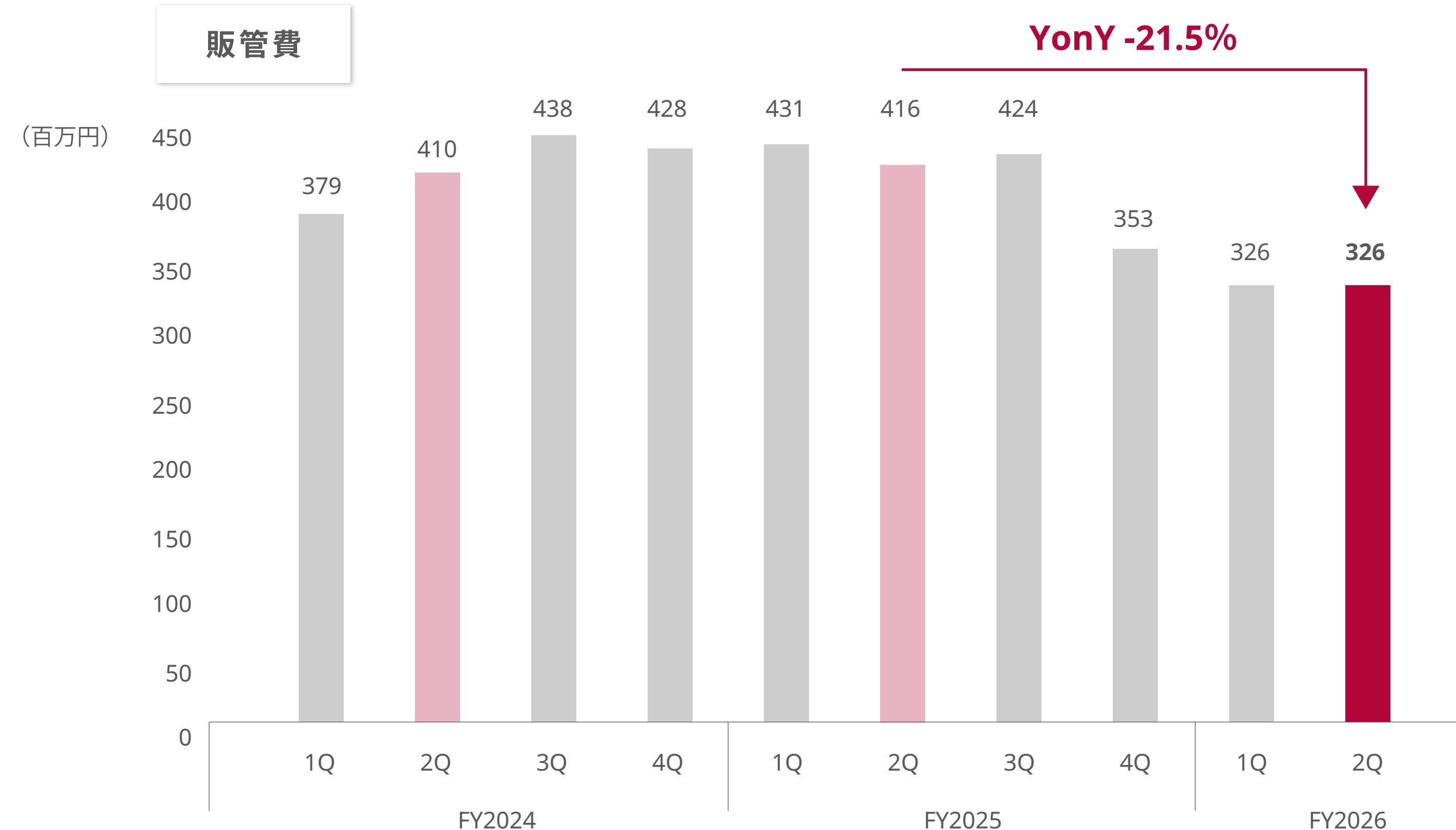
既存事業の収益性向上 [全社 / 売上高 経常利益]

収益性重視の方針のもと販管費を戦略的に抑制した結果、前年同期比**売上高21.8%減少**
コスト最適化と収益性改善により前年同期比**赤字幅72.2%縮小**、黒字転換に向けた業務改善が進行中



既存事業の収益性向上【全社 / 販管費】

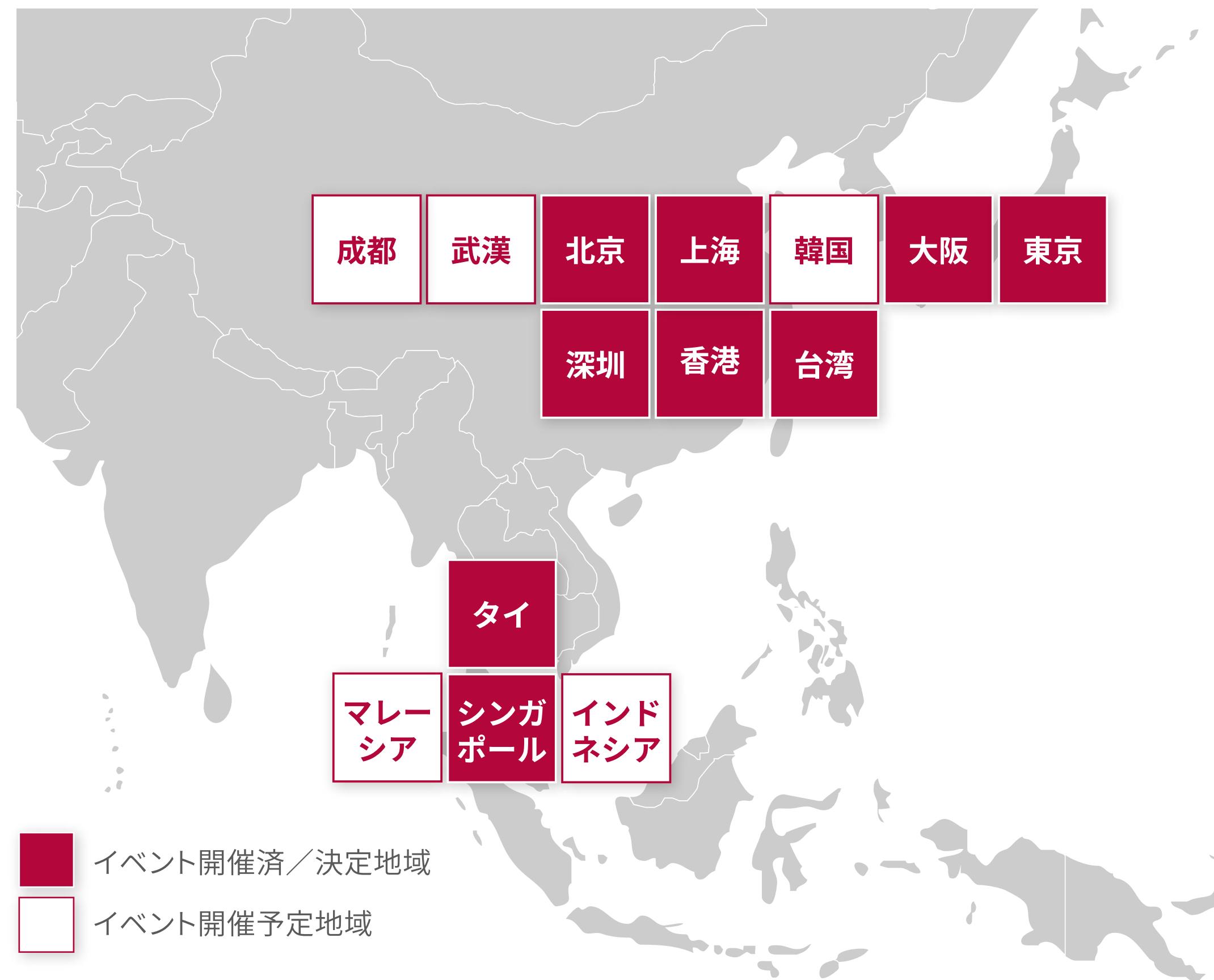
広告宣伝費の最適化、業務改善による人件費軽減により前年同期比**21.5%**減少、89百万円の削減



現地パートナーとの連携による海外展開

日本発の自社企画イベントをアジア主要都市へ巡回展開し、収益のスケーラビリティを確保

現地ニーズに応じた商品・演出で再利用性を高め、高収益モデルとして横展開を加速



タイの人気俳優マーチとSnow Man 向井康二が共演した
「Dating Game ~口説いてもいいですか、ボス!?~」の
ポップアップストアをアジア7都市で巡回予定



コラボ店舗「ふるいち×マンガ展」台湾に2025年7月12日オープン

ティツー社との共同運営により、旧店舗(台湾1号店)比で**293%**の売上増を達成

概要

2025年7月12日、台湾・西門町に
ティツー社との共同店舗を初出店。
『ふるいち×マンガ展』として、ホビー商材と
マンガ・アニメグッズを融合した新業態を展開。

目的

日本のカルチャーに対する高い関心を背景に、
台湾市場での収益基盤の構築を目指す。
両社の商材・顧客基盤を活かし、
相互送客・販路拡大によるシナジーを創出。

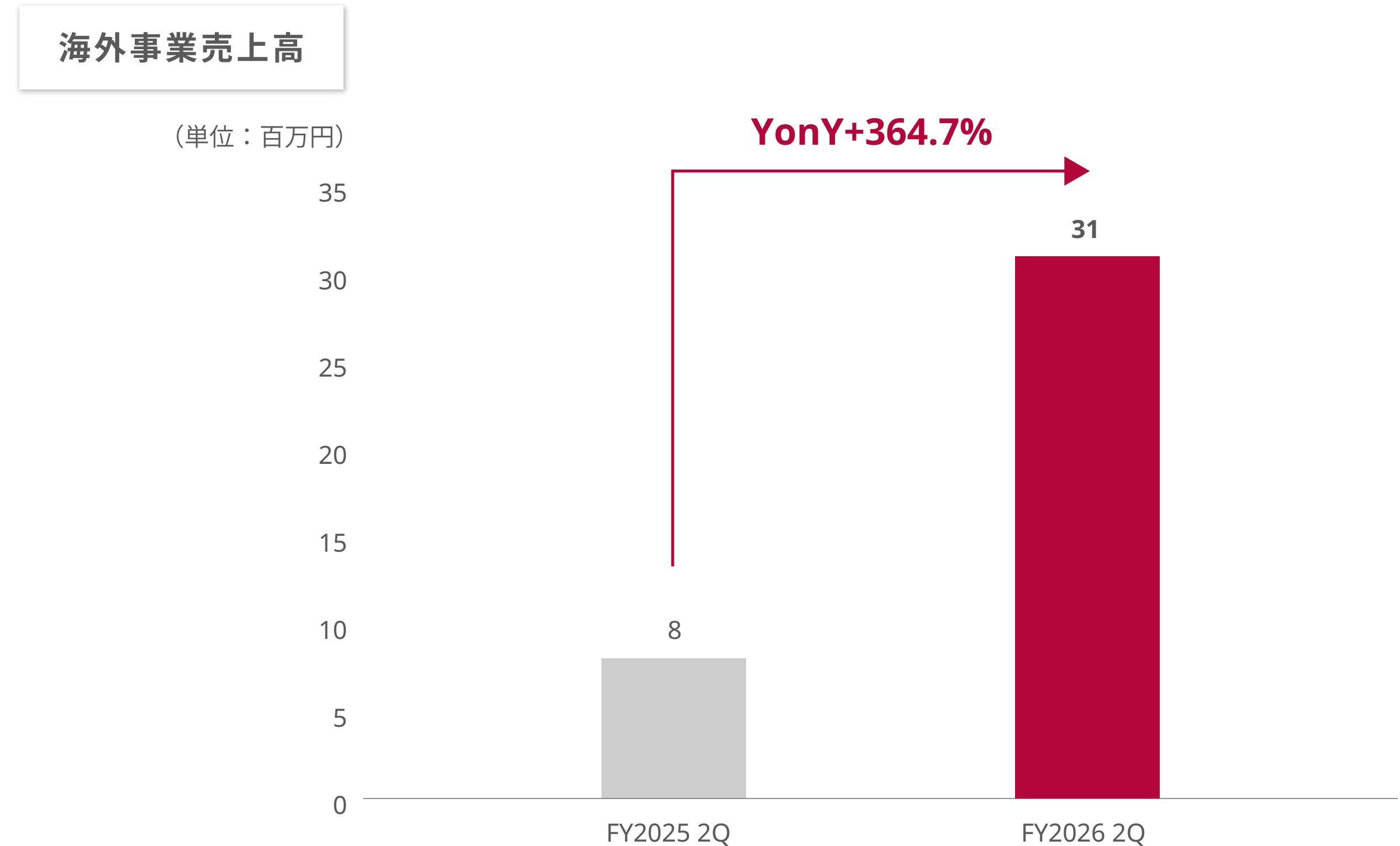
展望

第1号店の成果を踏まえ、
台湾内および他アジア地域への多店舗展開を検討。
アジア市場における
両社ブランドの認知向上とプレゼンス強化。



海外展開は引き続き奏功、売上高大幅増加

中華圏（中国本土／香港／台湾）を中心とした現地パートナーとの更なる連携強化により、前年同期比**売上高364.7%増加**
今後も新規エリア展開と収益性向上による持続的成長の見込み



暗号資産事業への参入

暗号資産への投資保有を通じた資産の多角化および価値保全

暗号資産およびブロックチェーン技術を活用した既存事業の高度化と新規事業の創出

時期	事項	概要
2025年7月8日	適時開示	「暗号資産投資事業への参入」を開示
2025年7月～	実行体制整備	社内体制構築（「デジタルアセットグループ」の新設） 株式会社幻冬舎（「あたらしい経済」）との業務提携開始
2025年8月31日	臨時株主総会基準日	臨時株主総会招集のための基準日
2025年11月28日	臨時株主総会開催	定款一部変更（目的に暗号資産投資事業関連を追加）
決定次第開示	投資実行開始	段階的な暗号資産取得、定期報告の開始

暗号資産事業におけるパートナーシップの拡大

幻冬舎を皮切りに業界をリードする有力企業との戦略的パートナーシップに向けた協議を進行中
パートナーとの連携を通じ、暗号資産事業の持続的な成長と企業価値の一層の向上を推進



世界的人気イベント「The Big Bounce」の国内事業を始動

世界累計100万人動員「The Big Bounce」を日本全国展開、人気IPや商業施設との連携を通じてイベント事業の成長を加速



エンターテイメント×暗号資産による新たなビジネスの創出

暗号資産、ブロックチェーン、NFT等を活用し、エンタメビジネスをデジタル経済圏に接続
リアル体験とデジタル価値の融合を通じて、新たな収益モデルを構築を目指す



エンターテイメントビジネス

- ・既存屋内イベント運営
- ・新規大型屋外イベント運営
- ・当社限定ライセンスグッズ製造販売



暗号資産
ブロックチェーン
NFT

次世代型ビジネスの創出

継続的に拡大するECと海外事業の成長による企業価値の向上

事業規模

既存事業の深化に加え、パートナー連携とM&Aを通じて成長ドライバーを多層化

持続的かつ段階的な事業拡張により、企業価値の最大化を目指す

1 自社既存事業によるオーガニックな成長

EC、イベントを中心とした既存事業においてこれまで培ったノウハウ、リソースを活かし持続的な成長を目指す

2 有力な同業他社との連携によるビジネス領域の拡大

戦略的なパートナーシップを通じた技術、ノウハウ、リソースの相互活用により成長の機会を追求する

3 M&Aによる新規領域、海外展開の本格化

サービスの多様化や市場拡大を目的としたM&Aにより国内外での競争優位性を向上させる

3

2

1

成長戦略

業績ハイライト (2026年3月期 第2四半期)

業績予想 (2026年3月期)

Appendix

2026年3月期 第2四半期 エグゼクティブサマリ

売上高

1,435百万円

前年同期比

△463百万円 (△24.4%)

経常利益

△76百万円

前年同期比

+59百万円

- ・ECサービスは販売促進コストを抑えることで前期比減収（前年同期比△28.6%）
- ・イベントサービスは物販店舗売上が過去最高を記録するも、ECでの売上が苦戦し前期比減収（前年同期比△18.2%）
- ・利益構造の改善により前年同期より赤字幅が59百万円縮小

2026年3月期 第2四半期 連結決算サマリー [前期比]

ECサービスは販売促進コストを大きく抑制し前期比減収となるも、利益構造の改善により赤字幅は減少
イベントサービスは物販店舗の売上は過去最高を記録するも、EC売上が苦戦し前期比減収

(単位:百万円)	2025年3月期 2Q	2026年3月期 2Q	前期差	前期比
売上高	1,899	1,435	△463	△24.4%
EC*	1,571	1,121	△449	△28.6%
イベント	297	243	△54	△18.2%
新規・海外	30	69	+39	+234.2%
経常利益	△135	△76	+59	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△139	△84	+54	—

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置づけておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

2026年3月期 第2四半期 連結決算概況 [予算比]

ECサービスは利益確保を重視した販売促進コストの抑制による売上減、収益の予算未達

イベントサービスは物販店舗の好調に対し、カフェ店舗の集客低迷による予算減収

(単位:百万円)	2026年3月期 2Q予算	2026年3月期2Q実績	予算差	予算比
売上高	1,827	1,435	△391	△21.5%
EC*	1,337	1,121	△215	△16.1%
イベント	364	243	△120	△33.1%
新規・海外	125	69	△56	△44.7%
経常利益	△8	△76	△67	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△8	△84	△75	—

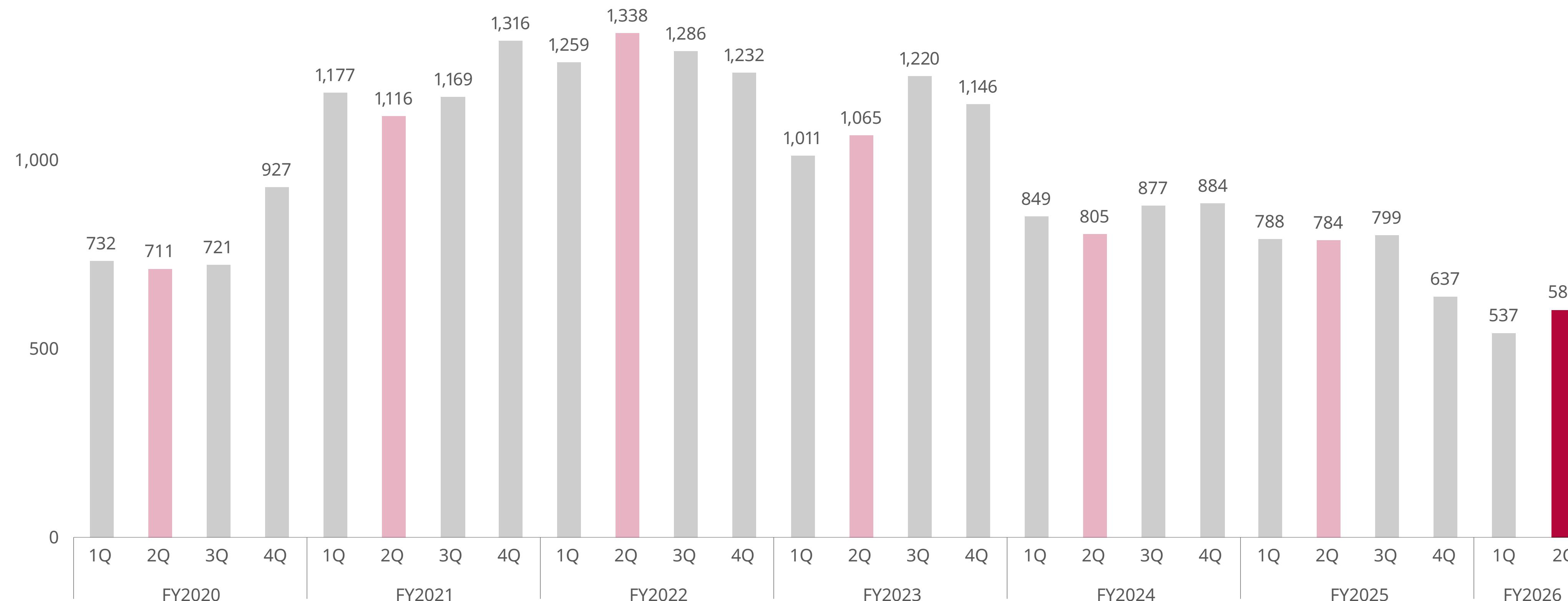
* デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置づけておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービスと2種のサービスに分けて開示しております。

サービス別 売上高 [ECサービス]

オンラインショップ運営費・販売促進費の継続的な改善による前四半期比8.8%の増収

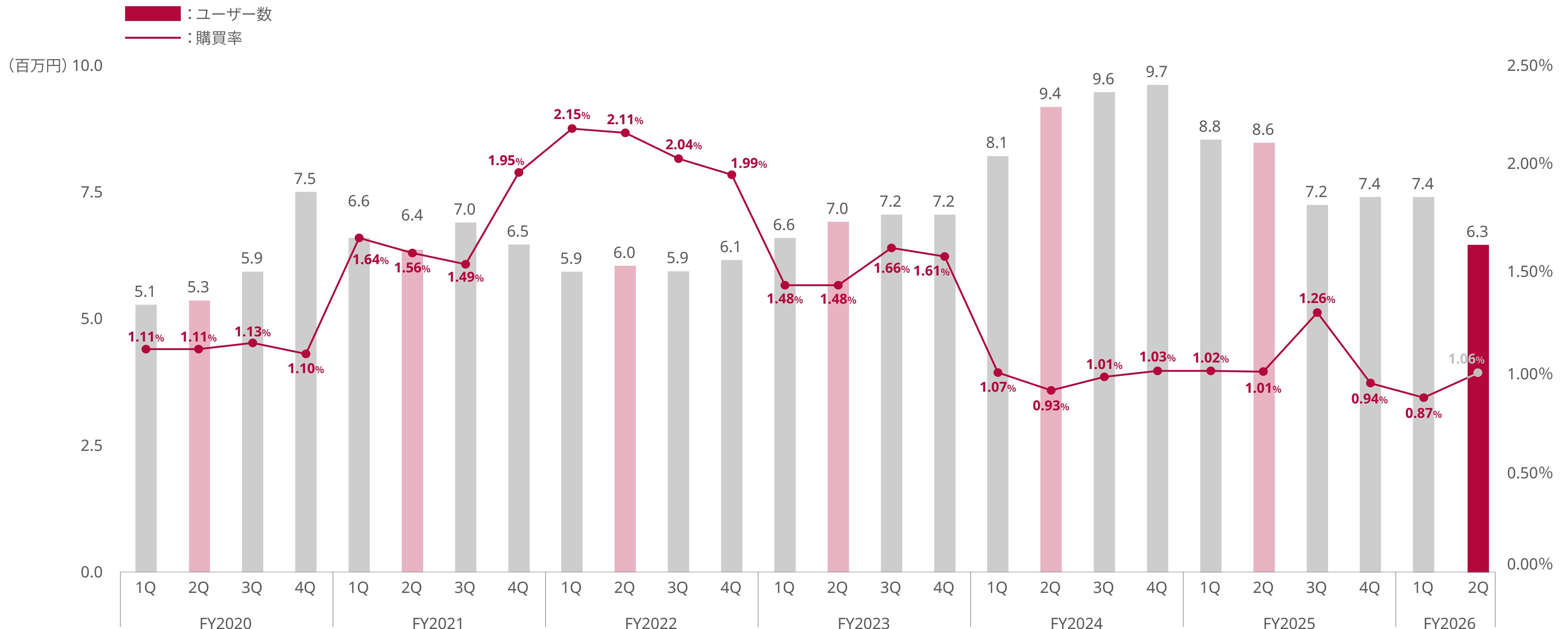
売上高

(百万円) 1,500

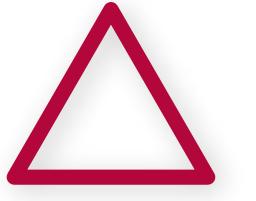
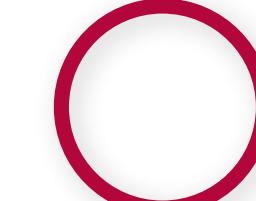
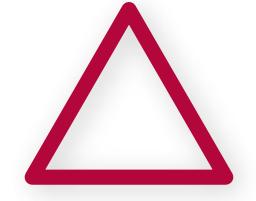


KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス/紙]

利益重視の集客・販促コスト最適化によりユーザー数は減少したものの、購買率は3四半期ぶりに1%台へ回復



重要指標評価 [ECサービス/紙]

利用者数	購買率	購買単価
710万人	1.0%	8,500円
 未達成 630万人 -80万人	 達成 1.06% +0.06pt	 未達成 7,917円 -583円

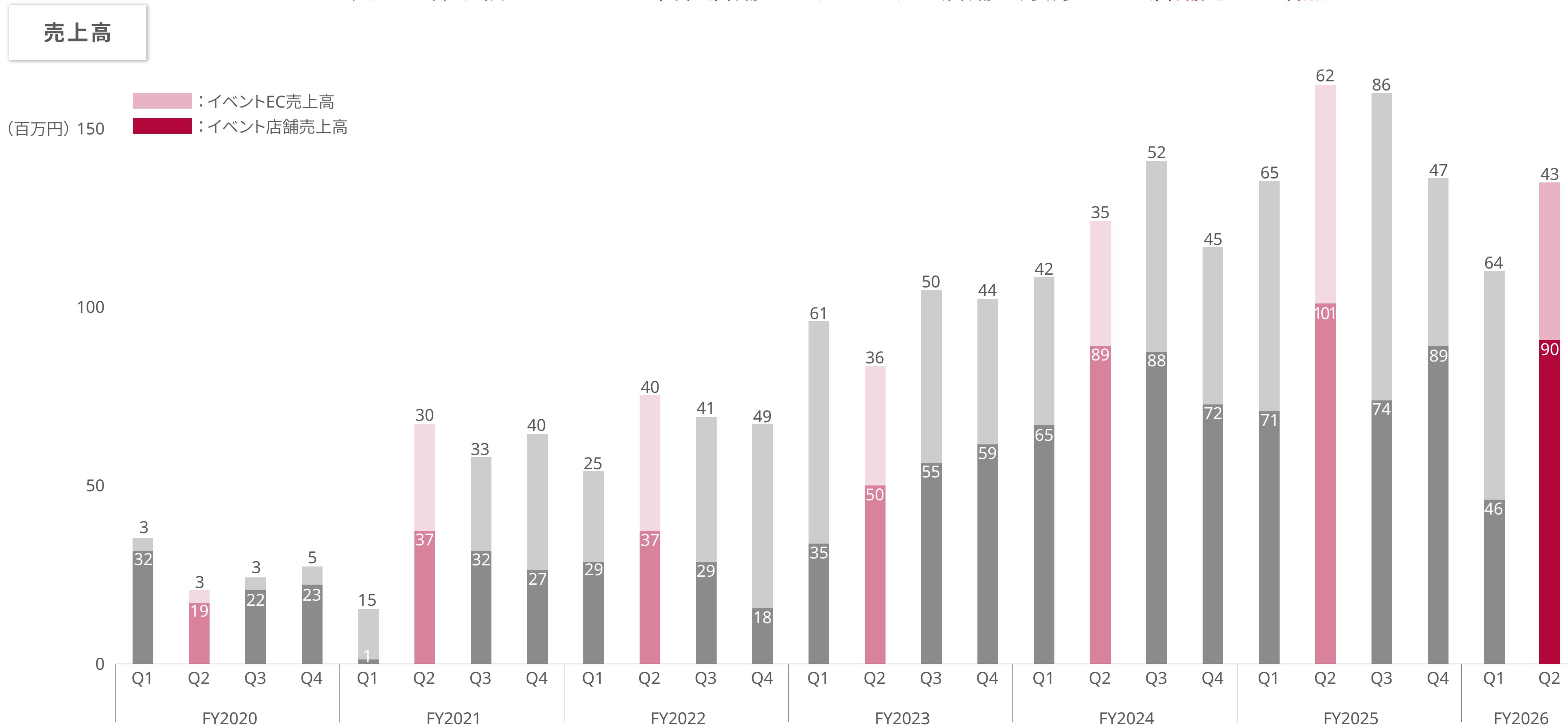
※スキマサービス終了に伴う減少影響含む

売上高販売促進費* 比率 5.5%未満		※広告宣伝費+購入時付与ポイント
 達成 4.65% -0.85pt		

	2025/07	2025/08	2025/09
売上高販売促進比率	4.50%	4.83%	4.59%
YonY	-1.17pt	-1.13pt	-0.89pt

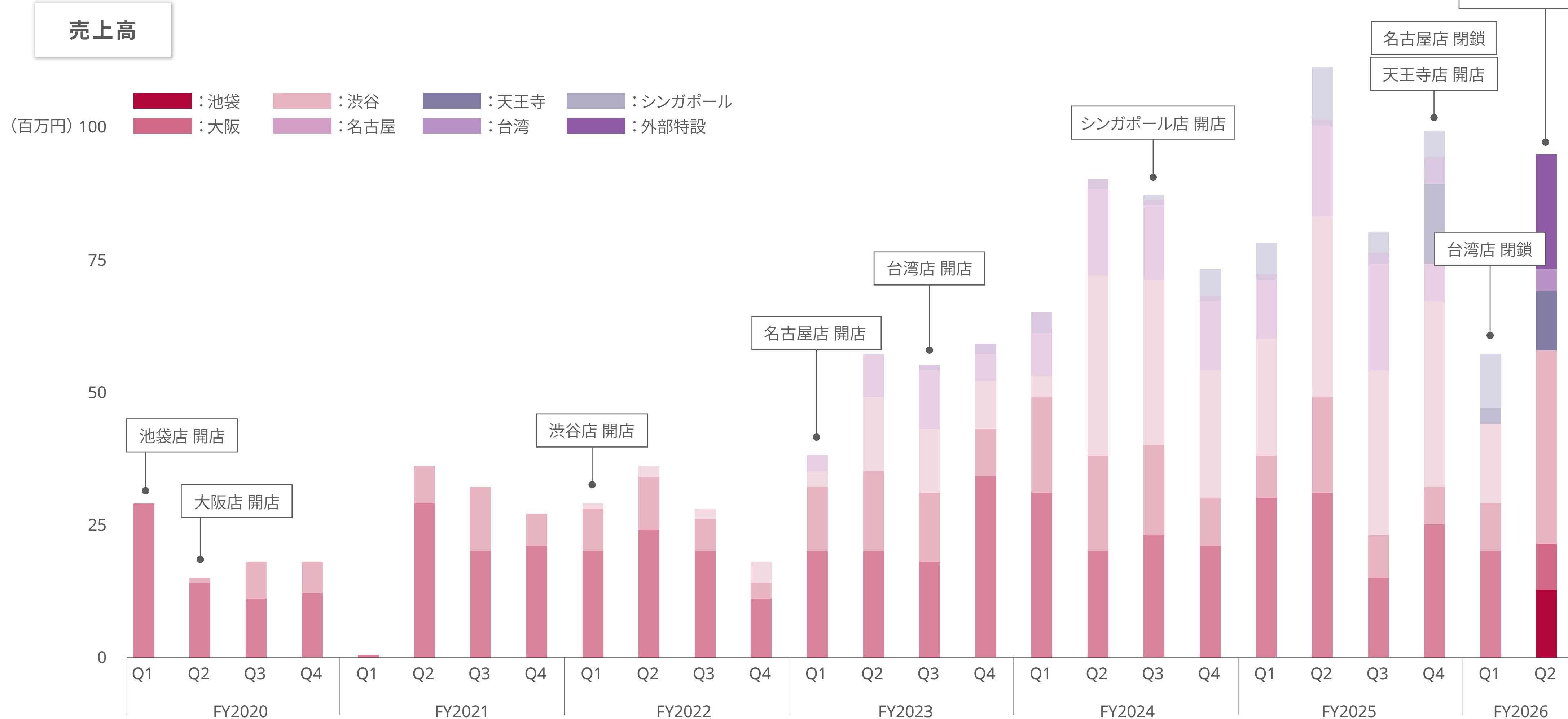
サービス別 売上高 [イベントサービス]

EC売上は伸び悩んだものの、自社店舗とポップアップ店舗の好調により店舗売上が増加



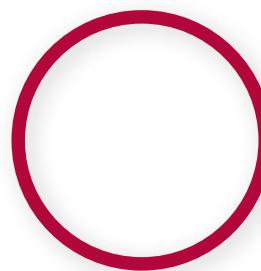
店舗別 売上高 [イベントサービス]

カフェ催事店舗の売上低調に対し、物販催事売上は過去最高水準を維持



重要指標評価 [イベントサービス]

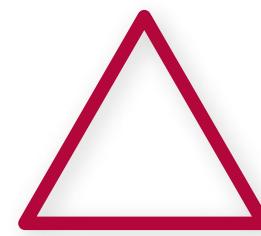
店舗



QonQ +96.4%
YonY -10.7%

- ・前年同期（過去最大売上）には約10%及ばなかったものの、物販催事店舗売上が過去最高の69百万円を超え高水準を達成
- ・コラボカフェ店舗の売上・集客が想定を大きく下回り、コスト負荷の高い飲食催事運営の改善を目的とした実施モデルの抜本的見直しに着手

EC

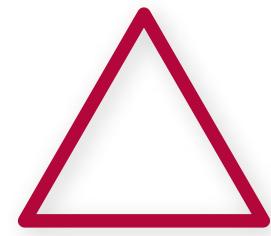


QonQ -33.6%
YonY -31.7%

- ・前四半期の売上苦戦によるEC受注の積み上げ不足
- ・今四半期の高水準な店舗売上による次四半期以降のEC受注拡大への好影響
- ・店舗企画への依存を抑えたEC売上の安定確保を目的に、オンラインくじ実施IPの獲得と、自社店舗規模に捉われない外部催事の積極提案を推進

重要指標評価 [新規・海外]

商品開発・卸販売



単独事業化を目指し
サービス規模拡大フェーズだが
事業継続判断が必要

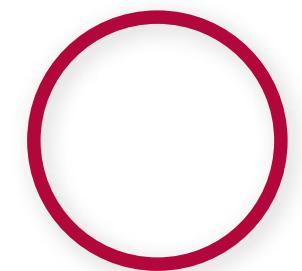
トレカ事業

渋谷店舗を活用したインバウンド向け販売は安定的な売上を
維持する一方、大幅な成長には至らず

買取サービス

買取から販売までの自社スキームを構築・運用中
将来的な主力事業への展開を視野に検証を進行

海外



予算進捗からは遅れが生じているものの
アジア圏での継続した
当社企画催事開催を実現

- ・東アジア・東南アジアを中心に、複数IPによる継続的な催事
展開を実現
- ・タイBLドラマ「Dating Game～口説いてもいいですか、ボス!?～」
催事は、タイ・東京を皮切りにアジア7都市での巡回開催を達成

- ・トイズー社との共同運営による初店舗「ふるいち×マンガ展」を
台湾・西門町にオープン
- ・著者サイン会やキャスト来店プロモーションを実施し、現地での
認知拡大を促進
- ・旧店舗比でYonY293%の売上増を達成

販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

主たる流動費（オンラインショップ運営費、荷造運賃、支払手数料等）をはじめ、販管費全般の削減を推進

(単位：百万円)	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期	前期同期比
販管費	824	622	△24.5%
人件費 (報酬・給与・雑給・法定福利費)	270	218	△19.3%
オンラインショップ運営費	147	84	△42.9%
荷造運賃	97	74	△23.0%
支払手数料	64	47	△26.6%
地代家賃	59	58	△1.6%
サーバー費	21	16	△22.7%
支払報酬料	26	21	△17.5%
その他	140	104	△25.7%

BS/CF 概況

新株予約権および転換社債の権利行使による自己資本比率の60%台への大幅増加

今後の事業拡大に十分な運転資本を確保

(単位：百万円)	2024年3月期末 実績	2025年3月期末 実績	2026年3月期 2Q実績	前期末比増減額	備考
流動資産	1,593	1,408	1,819	+411	
現金及び預金	606	634	1,154	+519	新株予約権の行使により増加
売掛金	294	207	201	△5	売上減少
商品	589	512	411	△101	在庫減少
固定資産	260	64	65	+0	
総資産	1,853	1,473	1,885	+411	
負債	957	667	714	+46	
買掛金	285	199	147	△52	仕入減少
有利子負債	416	259	361	+101	銀行借入返済、転換社債の発行
純資産	896	805	1,171	△365	
自己資本比率	48.2%	54.6%	62.1%	+7.5pt	新株予約権及び転換社債の権利行使により増加
	2024年3月期末 実績	2025年3月期末 実績	2026年3月期 2Q実績	前期末比増減額	
営業キャッシュフロー	△187	△140	△27	+113	
投資キャッシュフロー	△136	△26	△4	+22	
財務キャッシュフロー	△134	195	551	+356	新株予約権行使及び社債発行
現金及び現金同等物	606	634	1,154	+519	

成長戦略

業績ハイライト (2026年3月期 第2四半期)

業績予想 (2026年3月期)

Appendix

2026年3月期連結業績予想及び第2四半期進捗

ECサービスは市場停滞による売上減少を見込む一方、黒字化に向けたコスト構造の改善を継続
イベントサービスは物販店舗の堅調な売上、EC売上の減収、独自イベントのアジア圏展開

(単位：百万円)	2025年3月期実績	2026年3月期予想	前期比	2026年3月期2Q実績	進捗率
売上高	3,677	3,750	+2.0%	1,435	38.3%
EC*	3,007	2,723	△9.4%	1,121	41.2%
イベント	593	695	+17.2%	243	35.1%
新規・海外	77	332	+331.2%	69	20.9%
売上総利益	1,333	1,477	+10.8%	544	36.9%
営業利益	△260	△5	—	△77	—
経常利益	△264	△15	—	△76	—
経常利益率(%)	—	—	—	—	—
当期純利益	△445	△22	—	△84	—

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置づけておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、また今期より成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

グロース市場の上場維持基準への適合について

当社は、2024年6月28日付「上場維持基準への適合に向けた計画書」、2025年6月26日付「上場維持基準の適合に向けた計画に基づく進捗状況について（改善期間入り）」を提出し、グロース市場の上場維持基準への適合に向けた取組みについて開示をしておりました。

この度、東京証券取引所より「上場維持基準（分布基準）への適合状況について」を受領し、2025年9月30日時点において、

グロース市場の上場維持基準に適合していることを確認いたしましたので、下記の通りお知らせいたします。

今後も引き続き上場維持基準の適合を維持すべく、持続的な成長と企業価値の向上に努めてまいります。

		株主数	流通株式数	流通株式時価総額	流通株式比率
当社の適合状況 及びその推移	2024年3月末	928人	4,301単位	4.3億円	34.1%
	2025年3月末	852人	4,285単位	3.2億円	26.5%
	2025年9月末	3,255人	70,973単位	19.0億円	61.7%
上場維持基準		150人	1,000単位	5億円	25%
2025年9月30日時点の適合状況		○	○	○	○

※当社の適合状況は、東京証券取引所が基準日（2025年9月30日）時点で把握している当社の株券等の分布状況等を基に算出を行ったものです。流通株式時価総額の算出は、基準日以前3か月（2025年7月1日～9月30日）の平均株価268.94円を採用しております。

※当社は、2025年9月1日付で普通株式1株につき5株の割合で株式分割を行っておりますが、上記の数値には、当該株式分割の影響は遡及修正しておりません。

※詳細につきましては、2025年10月23日付け適時開示「上場維持基準への適合に関するお知らせ」をご参照ください。

中期経営計画の見直しについて

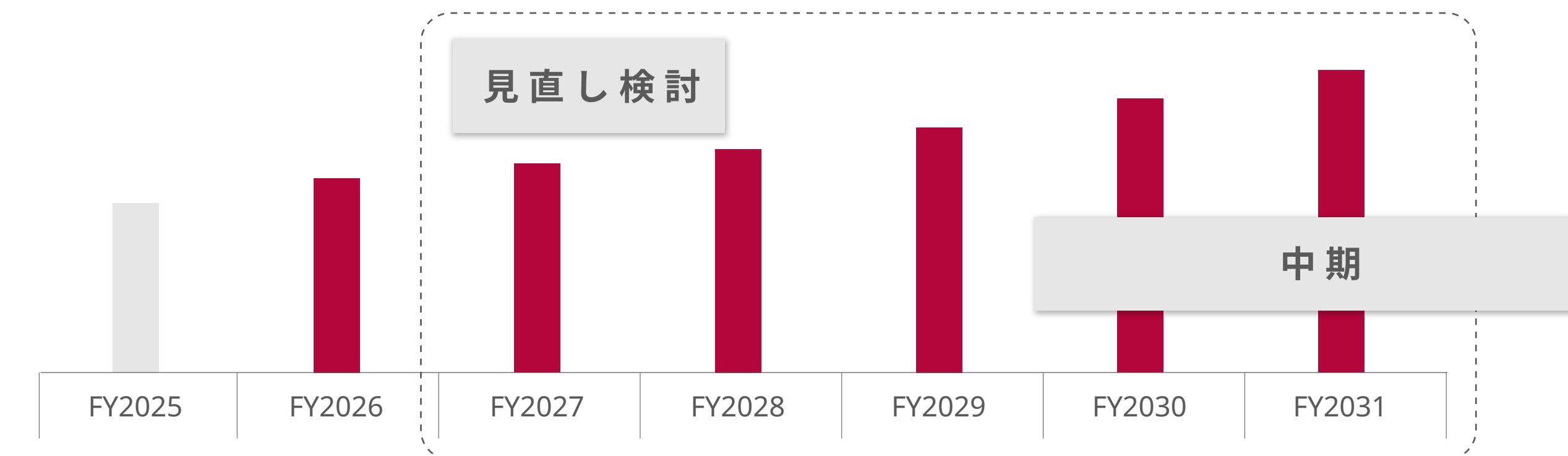
現在、当社は事業環境の変化を踏まえ、中期経営計画の見直しを進めております。
新たな方針は内容が固まり次第、速やかに開示いたします。

見直しの背景

- ・コロナ禍収束後の想定以上のコミック市場停滞による、主力であるEC事業の成長戦略の抜本的見直し
- ・持続的成長が見込まれるイベント事業および海外展開への経営資源の戦略的集中
- ・グロースパートナーズ社との資本業務提携による成長戦略・経営改革の再構築の推進
- ・新しい事業（暗号資産投資事業）を組み込んだ成長戦略の再構築



前期からの取り組みにより収益性の改善と早期黒字化を推進。既存事業の深化に加え、パートナー連携およびM&Aによる成長基盤の多層化を図ることで、持続的かつ段階的な事業拡張を実現し、企業価値の最大化を目指す。



成長戦略

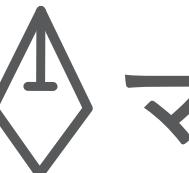
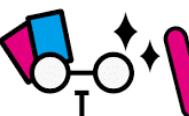
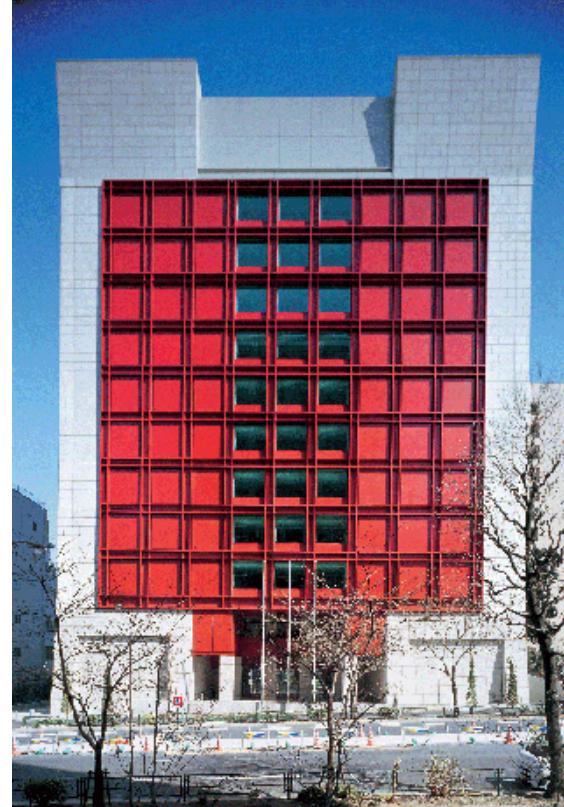
業績ハイライト (2026年3月期 第2四半期)

業績予想 (2026年3月期)

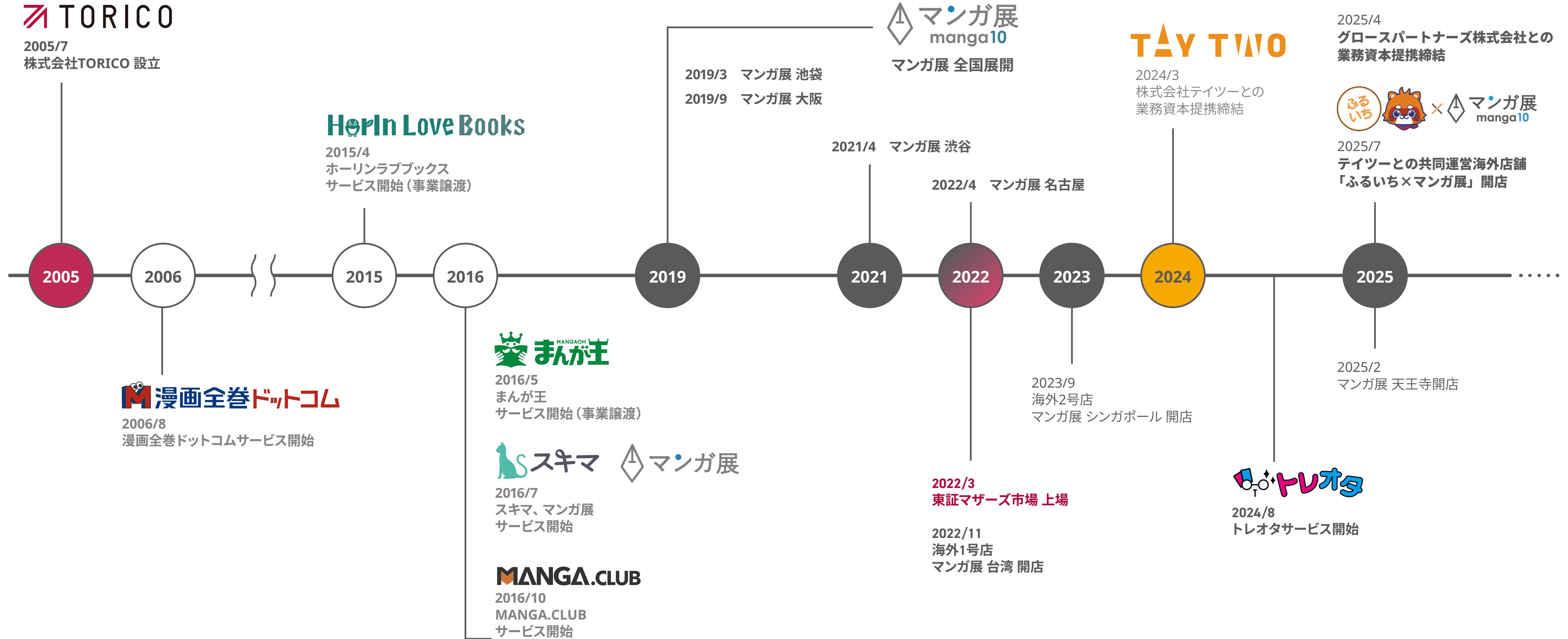
Appendix

会社概要



会社名	株式会社 TORICO	設立	2005年7月29日		
株式情報	東京証券取引所 グロース市場 証券コード 7138	従業員数	144名*		
所在地	東京都千代田区九段南2-1-30 イタリア文化会館ビル9F	サービス	 漫画全巻ドットコム  Herlin Love Books  まんが王 MANGAOOH  マンガ展  トレオタ		
			*2025年9月30日現在		

沿革



事業概要

EC事業

 漫画全巻ドットコム

 Heron Love Books



漫画全巻セットに特化したECサイトや
コミックの嗜好に合わせた特化型ECサイトを運営

イベント事業

 マンガ展

マンガ・アニメ・ドラマ等イベントを企画運営
当社限定グッズを店舗、ECで販売

新規事業

 Treオタ

トレーディングカードに特化したECサイト

※「スキマ」は2025年9月30日、「MANGA.CLUB」は2025年10月31日をもちまして、それぞれサービスを終了いたしました。

マンガ展常設店舗



グローバルパートナーシップによるアジア地域の販路拡大

現地パートナーとの連携により、アジア主要都市でのコラボカフェ・物販事業を継続展開



世界的にポテンシャルの高いキャラクター市場への挑戦



*1：出版科学研究所調べ（2025年）*2：矢野経済研究所「キャラクタービジネスに関する調査（2024年）」*3：Global Licensed Entertainment and Character Merchandise Market Research Report 2025

創業20周年記念特別株主優待の実施に関するお知らせ

主旨	当社は、2025年8月13日開催の取締役会において、以下のとおり、創業20周年（設立：2005年7月29日）を記念して特別株主優待を実施することを決議いたしましたので、お知らせいたします。
対象者	2025年9月30日及び2026年3月31日現在の当社株主名簿に記載または記録されている1,500株（株式分割前300株）以上を保有の株主様のうち、継続して6か月以上保有する方を対象とします。 ※継続して6か月以上保有する株主様とは、2025年9月30日及び2026年3月31日の当社株主名簿に、同一株主番号で2回連続して1,500株（株式分割前300株）以上の保有が記載または記録されている株主様といたします。
優待内容	対象となる株主様に対して、お一人様一律QUOカード（クオカード）30,000円分を贈呈いたします。
贈呈時期	2026年6月上旬に発送予定

詳細につきましては、2025年8月13日付け適時開示「創業20周年記念特別株主優待の実施に関するお知らせ」をご参照ください。

SDGsへの取り組み



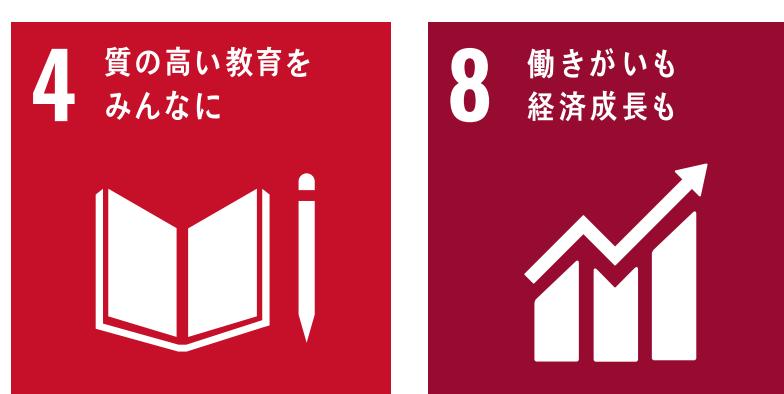
女性の活躍推進

更なる女性の活躍推進を目指し、女性が能力を十分に発揮できるような職場環境づくり、キャリア支援を実施していきます。2025年3月末時点で、女性社員比率は50.0%、女性管理職比率は50.0%です。



ジェンダー・ペイ・ギャップ(性別による賃金格差)の解消

全ての従業員に対して年齢、性別、国籍に関わらない公平な賃金の支払いに努めるとともに、ジェンダー・ペイ・ギャップの解消を目指しています。2025年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：1.21です。



公平な成長機会の提供

正社員、非正規社員を含めた全ての従業員に対して、各自の能力を十分に発揮できる成長機会の提供と入社時の雇用形態に捉われない公平な評価を目指しています。2025年3月末時点で、正社員62名中20名(32.8%)が非正規雇用から正社員雇用に移行しています。



持続的な環境への配慮

環境に配慮したサービス・企業活動を通じて、地球環境保全への貢献を目指しています。商品梱包用に使用している段ボールは原料の93%以上が使用済の段ボールから再利用されており身近なところから実践できる社会貢献を積極的に進めてまいります。

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默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、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。

