



COLOPL Report 2021

株式会社コロプラ
統合報告書 2021

コロプラのフィロソフィー

当社グループが目指す姿を改めて明確にし、グループ全体で理解・体現していくことが必要と考え、Mission、Vision、行動指針の3つからなる「フィロソフィー」を制定して約1年。人生の何気ない日常をより楽しく、より素晴らしいものにしていただくため、これまでにない新しい体験を届けるコンテンツ、いわば"祖"となるコンテンツをこれからも届け続けていきます。



Mission

“Entertainment in Real Life”

エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしく

人々が人生の多くを過ごす何気ない日常にワクワク、ドキドキするエンターテインメントを届けることで、
 退屈な誰かの明日を少しでも待ち遠しくできたら・・・
 立ち止まった誰かが一歩前へ進むきっかけをつくれたら・・・
 小さなマンションの一室で創業したその日から
 この想いで前に進んできました。
 私たちは何気ない日常を
 エンターテインメントで素晴らしくすることで
 希望と活力に満ちた世の中をつくっていきます。

Vision

最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで "新しい体験"を届ける

GPSを活用した世界初の位置ゲー「コロニーな生活」、
 スマートフォン初の本格的クイズゲーム
 「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」、
 指一本で本格的なアクションゲームを可能にした
 「白猫プロジェクト」の開発など、
 私たちは常に最新のテクノロジーや独創的なアイデアで、
 ユーザーさまが見たことのない"新しい体験"を届けてきました。
 私たちは最新のテクノロジーと独創的なアイデアで
 "新しい体験"を追求し、
 人々の日常をより楽しく、より素晴らしくしていきます。

行動指針



私たちは最新のテクノロジーや独創的なアイデアを実行するため、変化や失敗を恐れず、新しいことに挑戦します。



私たちはまだ誰も知らない面白さ、新しい価値を独自の発想で作りだします。安易に妥協せずユーザーさまの価値にこだわります。



新しい体験を生み出すには様々な困難が生じます。私たちはその困難に素直に正しく向き合い、自分とチームの力を信じて乗り越えます。

Contents

編集方針

コロプラグループの経営や企業活動全般を株主・投資家さまをはじめとするステークホルダーの皆さまにお伝えするため、経営方針や戦略、中長期の価値創造に加え、CSR活動などの非財務情報を取り入れて編集しています。

対象期間

2021年9月期(2020年10月1日～2021年9月30日)。必要に応じて、当期間の前後についても言及しています。

対象組織

原則として、株式会社コロプラ及びグループ各社(2021年9月30日時点、株式会社コロプラが発行済株式数の50%超を保有する会社)を「コロプラグループ」と表記しています。

将来の見通しに関する注意事項

当レポートにおける予想値及び将来の見通しに関する記述・言明は、当社が現在入手可能な情報による判断及び仮定に基づいています。その判断や仮定に内在する不確実性及び事業運営や内外の状況変化により、実際に生じる結果が予測内容とは実質的に異なる可能性があり、当社は将来予測に関するいかなる内容についても、その確実性を保証するものではありません。

コロプラについて

- 01 コロプラのフィロソフィー
- 03 成長の軌跡
- 05 コロプラグループの価値創造プロセス
- 06 コロプラのユニークポイント
- 08 コロプラの優位性
- 10 中長期の成長イメージ

マネジメント

- 11 新会長メッセージ
- 12 新社長メッセージ
- 15 CFO 兼 CHROメッセージ

事業

- 19 コロプラの事業

特集 1

- 20 エンターテインメント事業 取締役対談

特集 2

- 24 投資育成事業 コロプラネクスト代表取締役インタビュー

ESG

- 27 コロプラのESG
- 28 環境
- 29 社会
- 34 コーポレート・ガバナンス

財務

- 44 11年間の財務・非財務ハイライト
- 46 連結貸借対照表
- 47 連結損益計算書/連結キャッシュ・フロー計算書

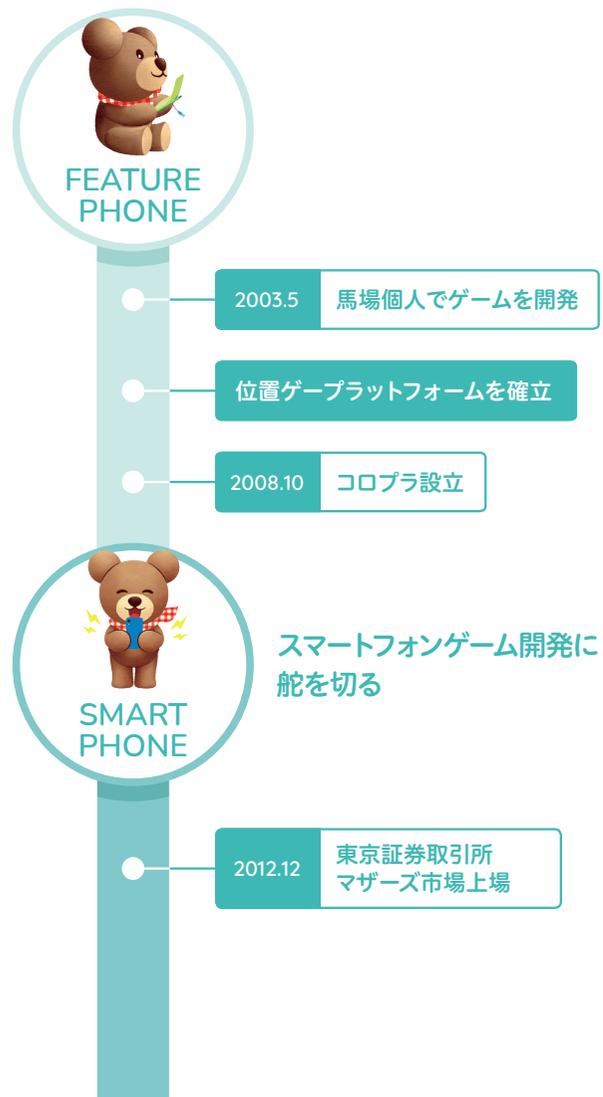
アウトライン

- 48 コロプラグループ
- 49 会社・株式情報
- 50 SNS・メディア一覧



新しいエンターテインメントを追求し、 変化と挑戦により道を切り開いてきたコロプラ

当社はこれまで、プラットフォームの移り変わりにいち早く対応し、自らの変化と挑戦によって道を切り開いてきました。これからも、世の中が求める以上のエンターテインメントを追求していきます。



会社全体のトピックス



2008.10
株式会社コロプラを設立

2011.3
人びとの移動を調査・分析するリサーチセンター「おでかけ研究所」を設立

2013.3
ソーシャルゲームインフォ株式会社がグループイン

2013.7
株式会社オーバークロックを設立

2014.12
株式会社インディゴゲームスタジオがグループイン



2015.2
投資事業を展開する株式会社コロプラネクストを設立



2015.6
株式会社リアルスタイルがグループイン



2015.9
株式会社ピラミッドがグループイン

サービスのトピックス



2003.5
代表取締役 馬場 功淳が個人で「コロニーな生活」を開始

2010.11
世界初の位置ゲープラットフォーム「コロプラ+ (現名称:コロプラ)」を開始



2011.9
スマートフォン向けゲームブランド「Kuma the Bear」を開始



2013.3
「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」を配信開始

2014.6
スマートフォン向けマーケティングリサーチアプリ「スマートアンサー」の提供開始



スマートフォンゲームの
事業規模が急拡大

2014.4 東京証券取引所
市場第一部に市場変更

VRをはじめ
新しいプラットフォーム
にも挑戦

グループ形成による
強固な事業基盤の構築

会社全体のトピックス

2015.11
 **360Channel** 360度動画関連事業を展開する株式会社360Channelを設立

クマの音楽隊
 2015.11
株式会社クマの音楽隊を設立

2016.1
 COLOPL VR FUND
国内外のVR企業支援に特化した2号ファンド「Colopl VR Fund」を設立

2016.5
 **Eighting**
株式会社エイティングがグループイン

2017.1
国内外のVR企業支援に特化した4号ファンド「Colopl VR Fund 2」を設立

2018.5
パラアスリートの採用を開始

2020.4
 **MAGES** 株式会社MAGESがグループイン

2020.5
 **CORE EDGE** 株式会社コアエッジの一部事業を譲り受け

2020.10
Mission、Vision、行動指針の3つからなるフィロソフィーを制定

2021.3
エンターテインメント事業と投資育成事業の2つのセグメントに変更

2021.12
新作ゲームの開発力強化を目的に体制変更
馬場が代表取締役会長 チーフクリエイター、
宮本が代表取締役社長に就任

サービスのトピックス

2014.7
 「白猫プロジェクト」を配信開始

2014.8
 コロプラ初となるOculus Rift向けアプリ「the射的! VR」を配信開始

2016.7
 「白猫テニス」を配信開始

2018.1
 「アリス・ギア・アイギス」を配信開始

2021.7
 「ユージェネ」の正式サービス開始

2021.11
 株式会社バンダイナムコエンターテインメントとの共同開発「テイルズ オブ ルミナリア」を配信開始
配信・株式会社バンダイナムコエンターテインメント

 沿革はこちら



コロプラグループの価値創造プロセス

2021年9月期より投資育成事業を主要な事業の一つと位置づけ、単一セグメントから『エンターテインメント事業』『投資育成事業』の2つのセグメントに変更しました。引き続き、2つの事業を軸に持続的な成長を実現し、企業価値の向上を目指していきます。



コロプラの ユニークポイント

1

ポートフォリオ戦略

「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで"新しい体験"を届ける」という当社のVisionを実現するため、「コンテンツ」「地域」「デバイス」からなる3つのポートフォリオ戦略を組み合わせ、安定的かつ継続的な事業の成長を目指しています。

コンテンツポートフォリオ戦略

1本のヒットタイトルのみを提供する「一本足打法」ではなく、対象となるユーザーさまの性別や世代などに合わせて、異なる性格の複数タイトルを開発し、運用しています。その結果、現在のメインビジネスであるゲーム事業においては、リリース年度別の売上がそれぞれ重なって伸びていく「ミルフィーユ」のような収益構造となっています。

売上は
積上モデル
となっております



地域ポートフォリオ戦略

2012年の英語圏でのリリースを皮切りに、台湾、韓国、香港、マカオ、そして中国(大陸)と提供エリアを広げ、複数のタイトルを海外に提供しています。全社売上に占める割合はまだまだ小さいものの、継続的に新しい取り組みを行っています。

デバイスポートフォリオ戦略

コンシューマー、フィーチャーフォン、スマートフォン、VRなどの様々なデバイス向けのサービスを展開しています。今後も成長が期待されるデバイスやプラットフォームをいち早く察知し、投資を行うことでリスクを低減しつつ業績拡大へと繋げていけるよう心掛けていきます。

コロプラのユニークポイント

2

投資育成事業のセグメント化

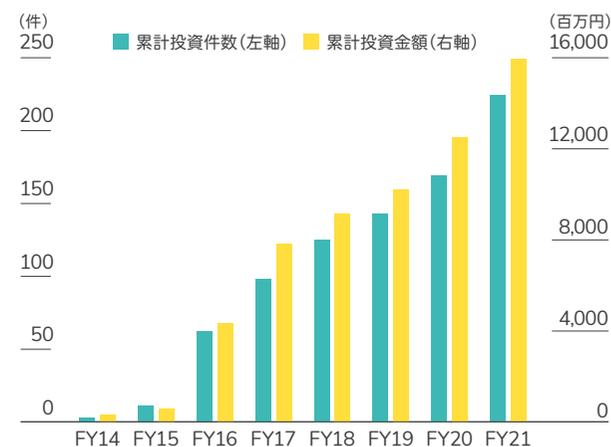
複数の投資テーマや時期を組み合わせ、リスクの最小化とリターンを最大化を目指します。

事業の歩み

当社は2014年より若手起業家の支援やVR企業への投資など、事業シナジーを生み出すことを目的として、未上場企業への投資を開始しました。

投資のノウハウ、人脈、優秀な人材を獲得しながら事業の幅を広げ、現在では国内外のエンタメ、BtoC企業を中心にシード(直近評価額5億円未満)からレイター(直近評価額50億円以上)までオールステージで幅広く投資をしています。累計投資件数は200件を超え、累計投資金額は約160億円に上り、成果が徐々に始めています。

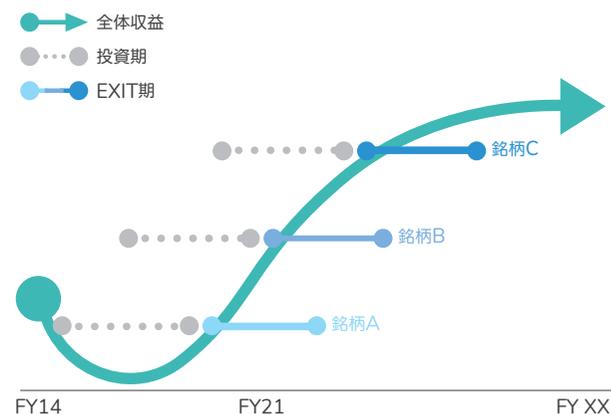
累計投資件数・累計投資金額 推移



事業の方針

未上場投資は大きく投資期とEXIT期の2つの期間に分かれます。はじめの投資期においては、先行して減損を計上することが多く、その後のEXIT期において、成功した投資先にて大きく収益を上げるビジネスモデルとなっています。EXITまでの期間は5~10年で、IRR15~20% (10年で4~6倍相当) を目標とし、複数のテーマと時期を組み合わせることでリスクの最小化とリターンを最大化を目指します。

投資収益イメージ



最新のテクノロジーと独創的なアイデアで "祖"となるコンテンツを創出

当社はこれまで、過去にない新しい体験を届けるコンテンツ、いわば"祖"となるものをつくることに挑戦してきました。当社の祖業であるGPSを活用した世界初の位置情報ゲーム「コロニーな生活」から始まり、2013年3月にはスマートフォン初の本格的クイズゲーム「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」、2014年7月には指一本で本格的なアクションゲームを可能にした「白猫プロジェクト」、2021年7月には完全生配信と本格ゲームを一つのタイトルで実現する新ジャンル『Live Playing Game』を開拓する「ユージェネ」など、最新のテクノロジーと独創的なアイデアで世の中に新しいエンターテインメントを届け、成長してきました。新しい体験を生み出すことは決して楽なことではありませんが、どんなに苦しくても"祖"となるコンテンツを作り続け、今後も多くのユーザーさまに楽しんでいただけるサービスやタイトルを提供してまいります。



コロプラの優位性

1

タイトルの運用・開発体制

代表取締役会長 チーフクリエイターの馬場が自ら新作ゲームの開発、新事業の創出を担っています。また、既存タイトルの長期的な運用と新作タイトルの連続的な投入を実現するため、社としてクリエイターの人材確保と数値やデータに基づいた意思決定も行っています。

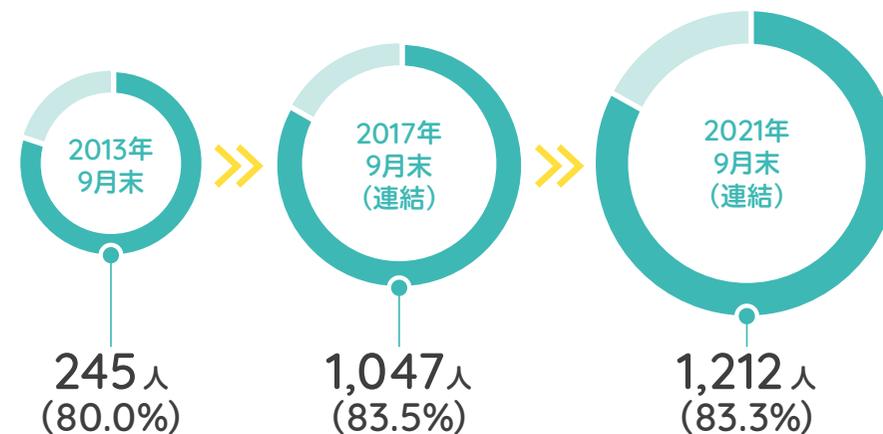
クリエイターの人材確保としては、現在、グループ従業員の8割超をクリエイターが占めています。そのため、内製比率が極めて高く、運用・開発ノウハウをグループ内で共有できる体制

を整えています。

数値やデータに基づいた意思決定としては、社内で「データサイエンスチーム」を編成し、膨大な数値やデータを迅速かつ徹底的に分析した上で成功確率の高い合理的な判断をしています。それにより、緻密なゲームパラメータの調整、効率的な広告出稿などを可能にしており、加えて分析データをグループ内に蓄積し、タイトルを横断したデータの活用を実現しています。

グループ従業員に占めるクリエイターの割合

連続的な新作タイトルの投入に向けて人材を確保してきました



コロプラの優位性

2

新会長メッセージ

● 役割分担を明確にした新体制で
さらなる企業価値向上を目指して

代表取締役会長
チーフクリエイター
馬場 功淳

当社は2008年の創業以来、最新のテクノロジーと独創的なアイデアで世の中に新しいエンターテインメントを届け続けてきました。昨今のモバイルゲーム市場は、国内外含め多くの企業が参入し、競争環境は年々高まっていることで、当社においても思ったように新作タイトルをリリースできず、継続的に新しい体験をお届けできていない状況に強い危機感を感じていました。

私はこれまで、経営者とクリエイターという二つの役割を担ってきましたが、当社のさらなる飛躍を実現するため、経営については適任者に任せ、私自身はより得意な新作ゲームの開発に注力すべきではないかという考えを持っていました。

そんな時、2020年5月に株式会社コアエッジの事業の一部を譲り受け、同社の代表取締役社長を務めていた宮本が当社に参画しました。宮本は、ゲーム業界での豊富な経験と代表取締役などの経営経験を有しており、当社入社後は本部長としてマーケティング強化に加え、組織の構造改革などグループ全体の組織強化に取り組んできました。宮本の参画から1年余りが経ち、これまでの実績から、経営については安心して彼に任せることができると考え、新たな経営体制へ移行いたしました。今後は、宮本が代表取締役社長として当社グループの経営を指揮し、私は代表取締役会長 チーフクリエイターとして新作ゲームの開発および新事業の創出に専念します。

また、この度、新たに社外取締役にハロルド・ジョージ・メイ氏が就任しました。メイ氏はエンターテインメント業界を含む大手企業において、マーケティング責任者や代表取締役社長を務めるなど経営やマーケティングについて深い見識と豊富な経験を有しております。当社は2022年4月にプライム市場への上場を予定しており、これまで以上にガバナンスの強化や事業の国際化が求められることとなります。メイ氏の持つグローバルな知見を経営に取り入れることで、当社グループのさらなる企業価値向上を目指してまいります。ステークホルダーの皆さまの期待にお応えできるよう取り組んでいきますので、今後ともご支援のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。



colopl

代表取締役社長
宮本 貴志

新社長メッセージ

社内外への発信力を高め、 技術力と独創性を最大限に活かす“強いコロプラ”を目指して

2021年12月17日、馬場功淳(現・代表取締役会長 チーフクリエイター)の後任として、株式会社コロプラの代表取締役社長に就任いたしました宮本貴志でございます。皆さまに会社の代表としてごあいさつ申し上げるとともに、社長就任にあたり、事業運営に関する抱負や今後の事業方針などをお伝えしていきたいと思っております。

馬場がコロプラを創業してから、13年の歳月が流れました。馬場が立ち上げたコロプラも、いまやグループ企業も合わせれば1,500人の従業員を抱える企業となりました。一方で、この

13年の間に世の中も市況も大きく様変わりし、コロプラもまた変革期を迎えていると私は実感しています。そのなかで、私は馬場からコロプラの代表取締役社長という大役を引き継ぐこととなりました。

今、社長として私が取り組むべきことは、コロプラが13年間で積み上げてきた実績や知見をベースに、コロプラを新たなステージへ引き上げていくことだと考えています。



高い技術力とアイデアの独創性を最大限に発揮できる組織を作る

コロプラの大きな魅力のひとつは、クオリティの高いものづくりを実践し続けているという点です。技術力があって独創性もある。だからこそ、「コロニーな生活」「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」「白猫プロジェクト」など、複数のヒットタイトルを世に送り出すことができたのだと思っています。

ただ、マーケットが多様化している昨今は、良いゲームだからといって売れるとは限りません。プロダクトアウトとマーケットインのバランスが上手く取れていないと、なかなか結果を出すことができない時代です。今は、ゲーム開発者とマーケティング担当者が両輪になって進んでいく必要があり、それを実践していくために、私は昨年コロプラに入社しました。それから約1年、マーケティングスタッフも育ち、成果も出始めてきました。

今後は新体制のもと、馬場を中心としたクリエイターたちが新作を生み出しやすい環境を整えるとともに、マーケティング部門の強化を引き続き推し進め、「最新のテクノロジーと独創的なアイデア」というコロプラの強みを、最大限に発揮できる組織を目指していきます。

他社IPとコラボ、自社IPの拡充を推進 ターゲットの見極めで勝ち抜く

株式会社スクウェア・エニックスから配信され、当社が開発を担当している「ドラゴンクエストウォーク」や株式会社バンダイナムコエンターテインメントとの共同開発タイトルである「ティルズ オブ ルミナリア」は、技術力の高いコロプラだからこそ実現したコンテンツで、今後もこのような他社IPとのコラボレーションは進めていきたいと考えています。

一方で、白猫シリーズ最新作である「白猫GOLF」のような自社IPも大きく育てていきたいと思っています。なぜなら、リリースしたゲームは時間経過に伴い、コンディションは落ち着いてきますが、コアなユーザーさまにはそのゲームに対する愛情や情熱をもって遊んでいただけるため、時間経過とともにIPそのものは強くなるという側面があるからです。コロプラは14期目に入り、白猫IPへのユーザーさまの熱量が徐々に大きくなってきているので、今後もしっかり注力し、強化していきます。また、コロプラのコンテンツは圧倒的なプロダクトアウトから始まっていることが多いため、売り方にはある程度マーケットインの思想を取り入れた戦略が必要だと

考えています。コロプラのプロダクトは作り手がこだわり抜いて作り上げたものばかりなので、ときとして「面白そうだけれど、自分にはちょっと難しい」と思わせてしまうことがあるからです。親和性の低いターゲットまで届けようとすればコストは上がり、得られる収益は下がります。ですから、闇雲にあちらこちらに届けようとするのではなく、プロダクトの性質をきちんと見極め、どこまでがターゲットなのかを理解した上でプロダクトをお客さまの元へ届けていくようにしていきます。今後は海外進出も重要なテーマになってくるため、ターゲットの見極めはさらに重要性を増してくると思っています。

プロダクトアウトのものづくりから生まれる唯一無二のIPこそがコロプラの真骨頂であるのは間違いないので、そこは馬場をはじめとする開発陣に任せ、私は社長としてグループ全体の戦略を立て、経営を牽引する役割を果たしていこうと思っています。それこそが、これからの時代でコロプラが勝ち抜いていく秘訣だと考えています。





発信力強化のため社長広報室を新設 『仕事の見える化』でファンを増やす

コロプラは素晴らしい技術を数多く有していますが、これまで社内外にその魅力を伝える力が弱かったのではないかと考えています。これは、「価値を決めるのは市場であり、ユーザーさまだ」という考え方があったからであり、その謙虚な態度はコロプラらしさの一つだと私は思っています。しかし、自らの考えを積極的に発信していくという姿勢も今の時代には必要だと考え、私は新たに社長広報室を設立しました。

2022年9月期は、ここを通してまずはインナーブランディングを進めていきます。

私は従業員もステークホルダーの一人であり運命共同体だと思っています。ですから、社外のステークホルダーはもちろんのこと、従業員への説明責任もあると考えています。なぜ会社はこのような意思決定をしたのかを、可能な限り答えられるようにしていきたい。従業員が自分の仕事に納得している組織と納得していない組織では、納得している方が個々の力が最大限に発揮されると考えています。コロプラの魅力を社外に発信してだけでなく、会社としての

意思決定や社長としての考えを、コロプラグループで働くすべての従業員に、きちんと伝えていきたいと思っています。

また、働いている人たちが不感なく「楽しいね」「面白いよ」と思える会社を私は目指していきたいと考えています。そして、従業員一人ひとりがコロプラのファンになってほしい。そのために、『仕事の見える化』を実施していきたいと考えています。「この日の自分の頑張りが何かのイベントの役に立ち、それが売上に貢献し、ファンの増加につながった」という事実がきちんと見えれば、働く人一人ひとりのやる気も高まると思うからです。そうすれば、従業員一人ひとりの会社への参加意識も強くなります。従業員がコロプラファンになれば、その家族や友人などもコロプラファンになってくれるでしょう。そうやってファンの輪がどんどん広がってほしい、私はそう思っています。

この『仕事の見える化』は、すべての部署、すべてのグループ会社で実施していきたいと考えています。

新体制は新たなステージへの第一歩 さらなる企業価値向上を目指す

馬場がコロプラを設立した頃から、私はコロプラが生み出すコンテンツの素晴らしさを認識していました。また、実は7年ほど前、取引先の社長という立場から当時のコロプラの役員に熱烈的なプレゼンを行い、「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」「白猫プロジェクト」をライセンスアウトしてもらい、台湾で運用を開始し、いまなお続いております。そのくらい私はコロプラが好きですし、コロプラのプロダクトを高く評価しています。もちろん、この“コロプラ愛”は、社内の人間になった今も変わることはありません。

馬場からバトンを渡された以上は、その意味を真摯に受け止め、覚悟を持って挑戦し、コロプラの企業価値向上のために努めていきます。きちんとした経営陣が揃っているのも、私は背伸びすることなく、自然体で、持てる能力を精一杯発揮していきたいと思っています。

創業者が降りることはあっても、開発に戻ることはほとんど前例がないと思います。会社は常に形を変えていくものですし、数年後、コロプラにとって今回のこの選択がベストだったと思っただけのように、私のやるべきことを遂行していきます。

これからますます成長を遂げていきたいと思っていますので、投資家の皆さまにおかれましては、コロプラの未来にご期待いただき、今後ともご支援くださいますようお願い申し上げます。



CFO 兼 CHROメッセージ

最上位『プライム市場』にふさわしい
会社を目指して取締役 CFO 兼 CHRO
原井 義昭フィロソフィー制定から1年、
社内外で「コロプラの目指す姿」が明確に

当社は昨年10月にMission、Vision、行動指針からなるフィロソフィーを制定しました。約1年が経ち、社内外の様々な場面で一貫性が保てるようになったと感じています。

社内では、『フィロソフィーに沿っているか』という点を確認することで、一貫性を持った意思決定に加え、メンバー間での円滑なコミュニケーションを行うことができるようになりました。社外では、外部に対して発信をする際に、人によって説明がブレることなく、一貫性を持って、『当社はこのような会社です』とシンプルに伝えられるようになりました。

新作のリリースに加え、
コンシューマーでも成果が出た2021年9月期

2021年9月期は既存タイトルが安定して推移するとともに、新作タイトル「ユージェネ」をリリースすることができました。さらに、コンシューマーが好調であるなどスマホゲーム以外のプラットフォームにおいても成果を出すことができたと考えています。

既存タイトルでは、「白猫プロジェクト」が人気の他社IP「呪術廻戦」とコラボを実施し、今年7月に迎えた7周年においてもしっかりと盛り上がりを作ることができました。また、株式会社スクウェア・エニックスから配信され、当社が開発を担当している「ドラゴンクエストウォーク」が9月に2周年を迎え、『ドラゴンクエストV 天空の花嫁』のイベントや新機能の実装などユーザーさまに長く楽しんでいただける運用を行うことができました。

新作タイトルでは、当社のVisionである「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」を体現したタイトルをお届けできたと考えております。「ユージェネ」は完全生配信と本格ゲームを一つのタイトルで実現する『Live Playing Game』という新ジャンルを開拓するものです。さらなるユーザー層の拡大を目指し、引き続き、「ユージェネ」の展開に注力してまいります。

コンシューマーでは、昨年4月に株式会社MAGES.がグループインしたことにより、計8本をリリースすることができました。同社が開発、発売を担当した「五分の花嫁 夏～夏の思い出も五分～」が販売数5万本を達成するとともに、同社がNintendo Switch版への移植を担当した任天堂株式会社のタイトル「ファミコン探偵倶楽部 消えた後継者・うしろに立つ少女」が好調な売れ行きとなりました。引き続き、コンシューマーを含むスマホ以外のプラットフォームにも注力をしていきたいと考えています。



投資育成事業をセグメント化、最適なポートフォリオで事業を拡大

事業の多様性を高めることで当社の持続的な成長を目指すため、2021年9月期に、従来のモバイルサービス事業のみの単一セグメントから、エンターテインメント事業と投資育成事業の2つのセグメントに変更しました。

当社は2014年より若手起業家の支援やVR企業への投資など事業シナジーを生み出すことを目的として、未上場企業への投資を開始し、投資のノウハウ、人脈、優秀な人材を獲得しながら事業の幅を広げてきました。昨年12月にKaizen PlatformがIPOするなど徐々に成果が出始めたこのタイミングで、投資育成事業を事業セグメントとして認識することにしました。各事業はポラティリティの高いビジネスであるため、ポートフォリオマネジメントを行い、リスクの低減に努めます。エンターテインメント事業では、「コンテンツ」「地域」「デバイス」からなる大きく3つの『ポートフォリオ』を展開し、サービスやリソースなどを複数分散させ、かつ最適に組み合わせてまいります。投資育成事業では、主に国内外のエンタメ、BtoC企業に幅広く投資し、複数のテーマや時期を組み合わせることでリスクの最小化とリターンの最大化を目指します。このように、各事業をグロースさせていくことで、当社グループの企業価値向上を目指してまいります。

財務戦略

盤石な財務基盤を構築し、安定的かつ継続的に株主還元を

当社のVisionを実現するため、持続可能性の担保と機動的な成長投資が可能となるキャッシュを確保し、その基準を上回る部分は安定的かつ継続的に株主還元していく方針のもと、2021年9月期の配当は1株当たり20円といたしました。

現在の現金保有水準は、600億円程度と考えております。まず、持続可能性の担保となる現金保有については、プラットフォームの入れ替えなど不測の事態が起こった際に、現在の企業規模を維持しつつ、それに対応するため500億円程度が必要であると算出しています。昨今はゲームの開発期間が長くなってきているため、新規ゲームの開発に3年程度かかると想定しています。加えて、成長分野への機動的な投資を実行するため100億円程度を確保し、合計で600億円程度を適正な現金保有水準としています。

引き続き、連結業績やDOE、キャッシュ・フローおよび資本の効率性を総合的に勘案した上で、安定的かつ継続的に株主の皆さまに還元してまいります。



2021年9月期の連結業績概要(単位:百万円)	2020年9月期	2021年9月期
売上高	45,128	37,125
売上原価	24,275	24,108
売上総利益	20,853	13,016
販売費及び一般管理費	8,602	6,695
営業利益	12,250	6,320
経常利益	11,790	7,843
税金等調整前当期純利益	10,938	4,251
親会社株主に帰属する当期純利益	7,977	3,047

通期連結決算推移





ゲーム・エンターテインメント 特許資産規模ランキング2020 上位10社

順位	企業名	特許資産規模 (pt)	特許件数
1	コナミデジタルエンタテインメント	4,156.1	134
2	任天堂	4,010.4	135
3	ソニー・インタラクティブエンターテインメント	3,882.5	125
4	コロプラ	3,848.7	96
5	グリー	3,428.8	129
6	セガ	3,273.8	108
7	バンダイ	2,861.8	86
8	バンダイナムコエンターテインメント	2,356.3	110
9	フリーー	1,786.1	34
10	スクウェア・エニックス・ホールディングス	1,739.4	65



各会議室にGoogle Meet hardware kitを導入



換気性能が高いテレキューブを設置



知財戦略 競争優位性を高めるため、アイデアの創出と保護に注力

当社のVisionである「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」を知財の面からも支えるため、2011年より職務発明制度を導入するなど、良い発明が生まれやすい環境の整備に注力してきました。今年3月には、「ゲームの世界への没入感を高め、ゲームの興趣性を向上させることが可能なゲームプログラム」などが評価され、各社が保有する特許資産を質と量の両面から総合評価した「ゲーム・エンターテインメント 特許資産規模ランキング2020^{*}」では4位を獲得いたしました。さらに知財への取り組みを強化するため、2021年9月期は、社員がより積極的に発明に取り組むことができるよう、発明の価値に応じた報奨金の見直しなどを行いました。また、発明の価値を適切に評価するため、発明審査会の実施回数を増やすとともに、ゲームの技術部門を管掌する取締役の池田が会議に参加し、テクノロジーの専門家の意見を取り入れられる体制としました。引き続き、独創的なアイデアの創出を奨励するとともに、当社の強みである新しいものづくりを特許からも支えていくことで、競争優位性を高めてまいります。

※株式会社パテント・リザルトが2019年4月1日から2020年3月31日までに登録された特許を対象として、個別特許の注目度を独自で得点化したものとなります。

人材戦略 人材の多様性を確保し、環境の変化に応じて迅速に対応

当社はこれまでにない新しいものを作り出すためには作り手の多様性が必要であるという考えから国籍や性別、障がいの有無を問わず人材の多様性を確保し、環境の変化に応じた意思決定を迅速に行ってまいりました。2021年9月期は、新型コロナウイルスの感染防止対策と事業推進の両立を目指すという方針のもと、出社勤務と在宅勤務のハイブリッドな働き方への対応を行いました。例えば、いち早い職域接種の実施や各会議室へのGoogle Meet hardware kitの導入、テレキューブの設置など円滑なコミュニケーションを実現するための環境整備や成果に比重を置いたメリハリある人事評価制度への変更など多岐にわたります。来年2月には最新の感染症対策を施した新オフィスへの移転も予定しており、正常化に向けて出社率を徐々に引き上げていく一方で、コロナ禍における働き方の柔軟性に応じた人材の確保に注力していきます。M&Aを通じた人材の獲得に加え、国内外問わず、住む地域にとらわれない優秀な人材の採用など、従来の従業員が会社に来る前提にとらわれない採用も加速することで、人材の多様性をより高めていきたい考えです。引き続き、盤石な財務基盤を活かして、人材への投資もしっかりと行っていきます。

さらなる企業価値の向上を目指し、新体制に移行

2021年9月期は、投資育成事業をセグメント認識するなど事業の多様性を高めることができた一方で、新作タイトルのリリースが思うようにいきませんでした。ユーザーさまへ継続的に新しい体験をお届けできていないという状況を打開するため、前代表取締役社長の馬場が代表取締役会長兼チーフクリエイターとして、新作タイトルの開発や新事業の創出に注力するという新体制に移行します。経営については、大手企業のグループ会社でマーケティング責任者や代表取締役社長を10年以上にわたって経験してきた前マーケティング部長の宮本が担い、当社がより成長していくための種まきはしっかりできていると考えています。2022年9月期は、既存タイトルをしっかり運用していくとともに、3~4本程度の新作スマホタイトルのリリースを目指します。また、コンシューマータイトルを10本程度リリースすることに加え、投資育成事業でも着実に成果を出していきたいと考えています。当社のさらなる企業価値の向上を実現してまいります。

ガバナンス強化や世界標準の開示を目指し、体制を強化

当社は来年4月にプライム市場への上場を控えています。さらなるガバナンスの強化や世界標準の開示が求められることから、様々な取り組みを行ってまいります。

ガバナンスについては、ハロルド・ジョージ・メイ氏が社外取締役に就任いたしました。豊富な経営経験や、エンタメ業界での知見を活かし、中立的な立場から重要事項の意思決定における監督などを行うとともに、新作タイトルの海外展開や国外への投資など事業の国際化についての助言も行っていきます。引き続き、さらなるガバナンスの強化を目指してまいります。

開示については、昨年の年次報告書「COLOPL Report 2020」の英語版が今年9月に世界最大のアニュアルレポートコンペティションで金賞を受賞いたしました。社外取締役の為末氏と当社所属のパラアスリートのインタビューといったESGの取り組みなど、レポートでしか見られない情報を多く掲載しており、当社の発信について国際的な評価をいただくことができました。今後も世界標準の開示を目指し、全てのIR資料の英文開示に加え、気候変動や多様性の確保といった非財務情報の開示を充実させるべく、注力してまいります。

プライム市場にふさわしい企業を目指し、当社の強みである、これまでにない新しい体験、いわば"祖"となるコンテンツを生み出す創出力を最大限に発揮できるよう、CFO兼CHROとして一層の体制強化に努めてまいります。

ステークホルダーの皆さまにおかれましても、当社の今後の成長にご期待いただくとともに、引き続き、応援を賜りますようお願い申し上げます。

現金保有の考え方

① 既存事業の安定化 ② 成長投資 ③ 株主還元

①②を考慮した現金保有水準を上回る部分を③に充当

成長分野への機動的な投資
100億円程度

不測の事態が起こった際の準備
500億円程度

600億円
程度の
現金保有

1株当たり配当金の推移



投資キャッシュ・フローの推移



コロプラの事業

2021年9月期より投資育成事業を主要な事業の一つと位置づけ、『モバイルゲーム事業』の単一セグメントから『エンターテインメント事業』『投資育成事業』の2つのセグメントとしました。引き続き、2つの事業を軸に当社のMissionである“Entertainment in Real Life”エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしくの実現に向けて取り組んでいきます。

エンターテインメント事業

スマートフォンゲーム

ジャンルにとらわれない多種多様なスマートフォンゲームを国内外向けに数多く提供しています。主カタイトルは、2013年3月リリースの「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」、2014年7月リリースの「白猫プロジェクト」、2018年1月リリースの「アリス・ギア・アイギス」となります。また、2012年より英語圏での配信を開始し、現在では台湾、香港、マカオ、インドネシア、韓国など東アジアにおいても展開をしています。



[サイトはこちら](#)

コンシューマーゲーム

2020年4月にグループインした総合エンターテインメント企業の株式会社MAGES.が企画、開発するなどコンシューマーゲームにも注力しています。「STEINS;GATE」を代表とする科学アドベンチャーシリーズや「メモリーズオフ」シリーズなどゲームを原作とするオリジナルタイトルに加え、アニメやライトノベル、コミックから派生した作品も手掛けています。



©MAGES./NITRO PLUS

[サイトはこちら](#)

VR

VRデバイス向けにサービスを提供しています。2014年にVRゲームの配信を開始し、2016年5月に360度動画を配信するプラットフォーム「360Channel」を開始するなど、今後、VRが普及する未来を見据え、じっくりと事業に取り組んでいます。



VRゲーム



360度動画関連事業を展開する株式会社360Channel

[サイトはこちら](#)

自社IP展開&グッズ関連

ユーザーさまにより長く愛されるIPに育てるため、IPの育成を目的としてゲーム運営の周辺領域に注力しています。主な取り組みは、①自社IPを使用した派生タイトルの開発、②コンシューマーやPCなど他プラットフォームへの展開、③描き下ろしのイラストなどを使用したオリジナルグッズの販売、④ユーザーさまとのエンゲージメント強化に効果のあるオンラインイベントの開催、⑤地上波の放映やOVAの配信などアニメへの展開となります。また、「コロカ」を活用したリアル連携サービスなどゲーム以外にも様々な事業を展開しています。



Coloca

[サイトはこちら](#)

投資育成事業

未上場投資

エンターテインメント、BtoC企業を中心に創業初期のシードから上場間近のレイトーまでオールステージで幅広く投資をしています。

[主な投資先はこちら](#)

ファンド運用

投資事業を展開する当社グループのコロプラネクストでは、現在複数のファンドを運用しています。

主なファンド

1号ファンド
学生起業家への投資

Colopl VR Fund
XR関連企業への投資

3号ファンド
主に30歳以下の
若手起業家への投資

Colopl VR Fund2
XR関連企業への投資

5号、6号、7号ファンド
純投資を目的とした
投資

The Next Unicorn Fund
韓国や東南アジア企業への投資



特集1 エンターテインメント事業 取締役対談

「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで "新しい体験"を届ける」の実現へ

～コロプラの強みがボーダーレス時代を切り拓く～

新取締役に就任されて1年が経ちましたが 2021年9月期はどのような期でしたか？

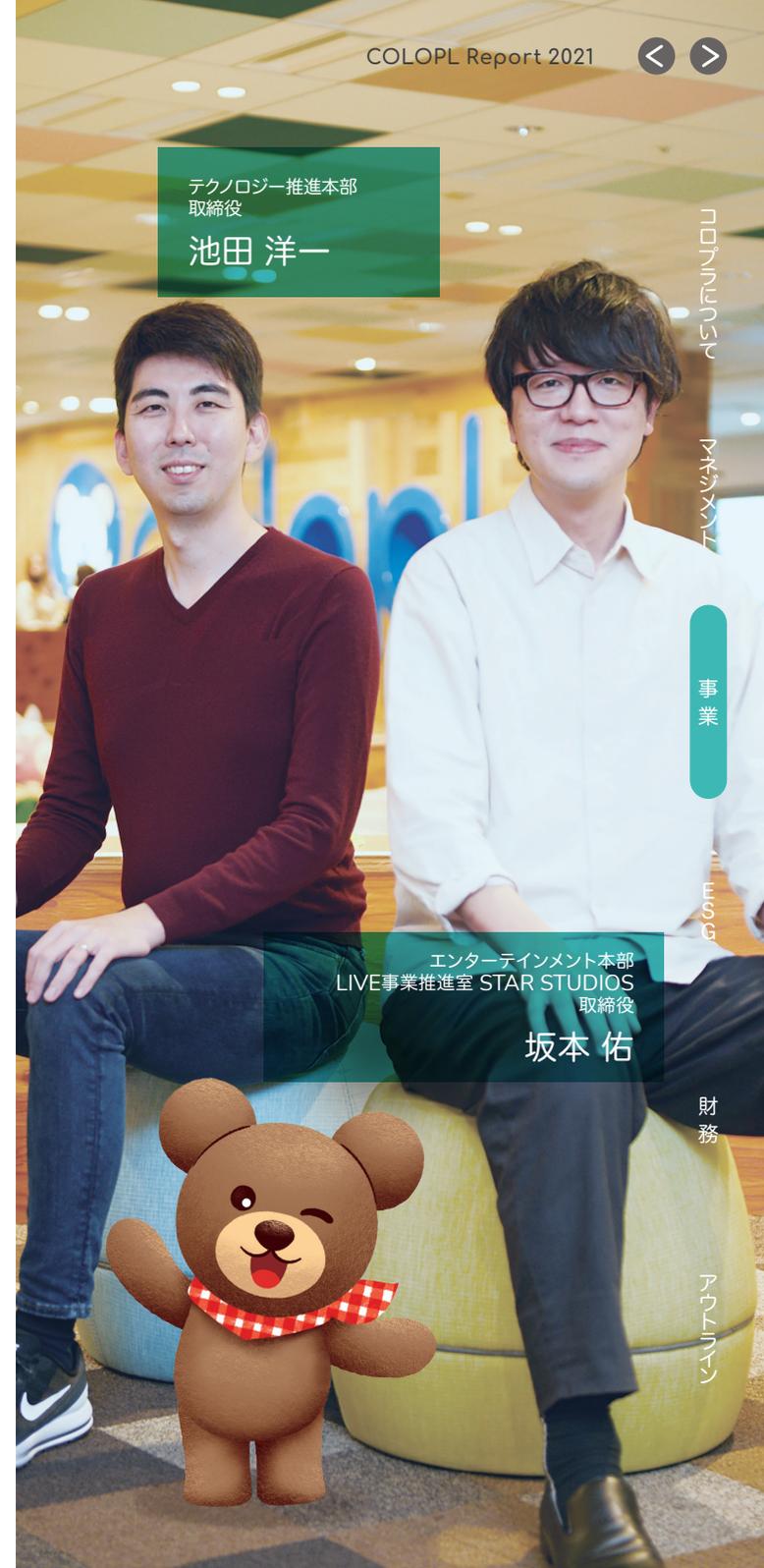
坂本 物事を判断する際の考え方がかなり変わったと思います。これまでは、本部長として前代表取締役社長の馬場が示した方向に向かって組織をまとめ、事業を推進していくことに専念していました。取締役に就任してからは、ステークホルダーの利益を最大化するという目線で物事を判断するようになりました。現在も本部長を兼任していますが、執行するだけの立場だった時と比べて、意思決定における判断の質や方向性がかなり変わったと思っています。

池田 具体的にはどんな感じですか。

坂本 判断する際の時間軸がより長期的になったことですかね。これまでは、当社のMissionである「“Entertainment in Real Life”エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしく」を長期的な目線で実現していくために、ま

ず今やることを考えるという現在の地点に比重を置いていました。取締役になり、先を見据えた判断をしなければいけないため、現時点ではある種マイナスに働くような判断でも、将来的にプラスに働かろうという判断を行うこともしました。よりドラスティックに、思い切った判断をしてきたかなと思っています。

池田 私の場合は、取締役に就任してもあまり変わっていないかなと思います。馬場に「池田さんは取締役でも池田さんだね」と言われたくらいです……(笑)。ですが、取締役になったことで、時間や人員などリソースをより技術の研究開発に費やすことができるようになりました。現時点で世に出ていないものもたくさんありますが、2021年9月期は新しいものづくりを支える新しい技術をたくさん生み出すことができたと思っています。また、技術面で存在する多くの壁を乗り越えるようなきっかけを見つけたことで、一気に視界が広がりました。今後、生み出した新しい技術を使って、さらに面白いことができるのではないかと考えています。



テクノロジー推進本部
取締役

池田 洋一

COLOPL

ENTERTAINMENT

事業

EDGE

財務

アウトライン

エンターテインメント本部
LIVE事業推進室 STAR STUDIOS
取締役

坂本 佑



エンターテインメント本部
LIVE事業推進室 STAR STUDIOS
取締役

坂本 佑

エンターテインメント本部

当社が注力している『IPの創出・育成』『新しい遊び方の提案』を実現する新作タイトルの開発及び既存タイトルの運用を担当する本部。

LIVE事業推進室 STAR STUDIOS

完全生配信と本格ゲームを一つのタイトルで実現する新ジャンル『Live Playing Game』を開拓する「ユージェネ」の運用や新事業の創出などを担う本部。

坂本 私から見ても、テクノロジー推進本部の成果をとっても頼もしく感じています。

池田 エンターテインメント事業をテクノロジーで支えていくのが私の仕事ですからね。坂本が管掌する部門が事業を作り、その事業に必要なテクノロジーを私が管掌する部門が生み出します。逆に、テクノロジーの基盤ができたので、これを事業にできないかと坂本に相談を持ちかけることもあります。

坂本 私たちの役割はまさしく、当社のVisionである「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」を体現していく部門ですよ。



テクノロジー推進本部
取締役

池田 洋一

テクノロジー推進本部

ユーザーさまに新しい体験をお届けするため、技術基盤の構築や技術力の向上などエンターテインメント事業を最新のテクノロジーで支える本部。

2021年9月期の 取り組みと成果について教えてください。

坂本 既存タイトルは良い結果だったと思います。基本的に、ゲームはリリースから時間が経つほど、ユーザーさまに与えられる体験が少なくなってくるのが一般的です。そんな中で、自社IPタイトルの「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」「白猫プロジェクト」は、長年運用しているタイトルでありながらも新しい遊び方を提案し続け、売上は安定して推移しました。また、株式会社スクウェア・エニックスから配信され、当社が開発を担当している「ドラゴンクエストウォーク」も多くのユーザーさまに楽しんでいただくことができました。新作タイトルは7月に「ユージェネ」の正式サービスを開始

しました。「ユージェネ」は技術力の高い当社だからこそ実現できたものであり、「ユージェネ」でしか得られないような新しい体験を提供しています。まさに、当社のVisionを体現するタイトルであり、当社のクリエイティブやテクノロジーの水準の高さを示すことができたと思っています。「ユージェネ」のリリースによって新たな分野をいち早く切り開くことができ、新しい体験をお届けするための基盤を固めることができたと考えています。

池田 私が管掌するテクノロジー推進本部は、組織を既存タイトルと新作タイトルに分割したことで、新作タイトルの開発はもちろん、既存タイトルの運用もサポートしやすい体制にしました。また、既存タイトルにおいてルールを明文化し、その情報を一括にまとめるなど業務の効率化も行うことができました。2021年9月期は、既存タイトルの運用で大きなトラブルがなかったので、私たちの組織改編も一役買ったのかなと嬉しく思いました。

坂本 そうですね。大きな問題がなく、安定した運用ができたのはとても良かったと思っています。

池田 他にも、知財への取り組みも強化しています。発明の価値を評価する発明審査会の開催回数を増やし、テクノロジー推進本部の管掌として私も出席する体制に変更しました。また、技術に関するアンケートを定期的実施するなど、現場で出たアイデアを吸い上げる体制を構築しました。当社のVisionにある、最新のテクノロジーと独創的なアイデアを特許の面からも支える体制が整ったと考えています。



2022年9月期以降の目標を教えてください。

坂本 既存タイトルでは、当社の主要タイトルである「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」と「白猫プロジェクト」において、ユーザーさまが求めるサービスを提供していくため、運用の方針を刷新しました。引き続き、長く愛されるタイトルに育てていきます。また、位置情報RPGである「ドラゴンクエストウォーク」については、新型コロナウイルスの感染状況を鑑みながら、引き続き、ユーザーさまに楽しんでいただける運用を行っていきます。

新作タイトルでは、「IPの創出・育成」と「新しい遊び方の提案」に注力してまいります。当社のVisionを実現するためには新作のリリースが不可欠ですが、開発難易度が高まってきており、過去のようなスピード感で新作をリリースすることができていません。この状況を打開するため、馬場が代表取締役会長 チーフクリエイターとして新作タイトルの開発や新事業の創出に注力する新体制へ移行しました。2022年9月期は、11月にリリースした株式会社バンダイナムコエンターテインメントとの共同開発「テイルズ オブ ルミナリア」に加え、現在開発中の白猫シリーズ最新作「白猫GOLF」を含めた年間3〜4本程度のリリースを目指します。

池田 テクノロジー推進本部では、さらなる体制の強化に取り組みます。ゲームの世界は、ハイクオリティのものがユーザーさまに受け入れられるのか、反対にイラストのようなアニメイストな表現が受け入れられるのか、どちらに振れるか分かりません。そんな中で、どちらのテイストも表現できる技術体制にしておかなければ、私た



ユーージェネ

完全生配信と本格ゲームを一つのタイトルで実現する新ジャンル『Live Playing Game』を開拓するタイトル。

3Dイメージを最速で生成し、配信遅延を最小限に抑える『リアルタイムレンダリング』により片道最速0.4秒※で配信。リアルタイムでキャラとプレイヤーがコミュニケーション可能。

※一般的なライブ配信では数秒〜数十秒の遅延が発生するとされています。

お二人が考えるコロプラの強みを教えてください。

坂本 技術力や企画力などたくさんありますが、一番は「ユーザーさまに価値のあるものを提供しよう」というマインドを全社員が持っているところだと思います。これは、役職員が体現すべき行動指針の1つとしている「Value」に通じています。一般的に、挑戦することを嫌がる人が多い中で、当社の社員は挑戦を嫌がらず、技術的なチャレンジにも果敢に挑んでいきます。グループ1,500人程度の規模で、ここまでのスピード感を持って事業を推進していくことができる会社は当社以外にあまりないと思います。「ユーザーさまに価値のあるものを提供しよう」という文化とこれを形成するマインドは、一朝一夕で真似できることではないので……。

池田 私は幅広いジャンルのゲームを運用しているところだと思います。農園を舞台としたファームゲーム「ほしの島のにゃんこ」や指一本で楽しめる本格アクションRPG

ちが考えるものと異なる方向のものが世の中に受け入れられた場合、太刀打ちできなくなってしまいます。坂本が「これを作りたい」と言った場合に、「大丈夫です」とすぐに対応できるような体制にしていきたいと考えています。

坂本 当社の得意とする分野は伸ばしつつ、そうでないものが主流となった場合にも対応できるように柔軟性を高めていきたいですね。

池田 中国や韓国などの技術力やスピード感はすごいので、海外タイトルの動向は常にチェックしています。また、直近は、国だけでなくプラットフォームにおいてもポータルレスになってきていると感じます。

坂本 そうですね。当社の現在のメインターゲットは国内のスマホゲームですが、ワールドワイドに全てのプラットフォームで通用する体験を作りたいと思っています。

池田 それができないと生き残れないと考えています。



「白猫プロジェクト」、LIVEとゲームが融合したタイトル「ユーージェネ」など、当社ほど多様なジャンルのゲームを開発、運用している会社は、ほとんどないと思います。ヒットしたタイトルと同じようなものを作るのではなく、常に新しいものを作りたいと思っていますよね。

坂本 そうですね。次は違うものにチャレンジしたいという思いは、ゲームを作る上でかなりの強みだと思います。違うものを生み出すことにチャレンジし続けるのは大変ですが、それをする事で手にするリターンは大きいと考えています。その大変さを、全社で乗り越えていきたいと思っています。

池田 テクノロジーの観点からも、同じものばかり作っていると、会社全体の技術基盤が特定のジャンルに偏ってしまいます。しかし、当社は幅広いジャンルのゲームを運用

しているのです、技術の偏りがなく、技術力を高い水準で維持できているので、この点も当社の強みだと考えています。

坂本 さらに、昨年10月に「フィロソフィー」を制定したことで、ものづくりにおいて、頭の片隅で「こうだな」と思っていたことが明文化され、会社として一体感が増したと思います。明確に言語化されたことで動きやすくなり、全社員が目標に向かってダイレクトかつスピーディに動けるようになりましたよね。

池田 そうですね。各人の基準で頭の中にぼんやりと思い描いていたものが、ピシッと一つになったという感じで、とても良かったと思います。

エンターテインメント事業のトップとして今後の展望や抱負を聞かせてください。

坂本 直近のゲーム市場は、国やプラットフォームでボーダーレスになっていますが、当社はそのような環境下においても、臨機応変に対応できる会社だと思います。新型コロナウイルスの拡大など予期せぬことが起こっても、技術力や企画力などゲームの開発、運用体制といった揺るぎない基盤をもとに、事業を推進していくことができると自負しています。また、現在、3Dアーティストの採用を強化しており、アートの観点からもクオリティの高いタイトルをリリースしていきたいと思っています。

池田 そうですね。ゲーム内の表現においても、提供する体験においても、ワクワクするものを届けていきたいと思って

います。研究開発に力を入れたことで、実現できることの上限を引き上げられたので、次は技術力の底上げをしていきます。また、全社の技術基盤はかなり盤石なものとなったので、今後は個人でその技術を使えるような体制にしていきたいと考えています。

坂本 また、馬場が代表取締役会長 チーフクリエイターとして、新しいものづくりに、よりフォーカスする体制となったことで、当社の強みをより強固なものにしていくことができると考えております。今後ぜひご期待ください。





コロプラネクスト
代表取締役社長

山上 慎太郎

特集 2 投資育成事業 コロプラネクスト代表取締役インタビュー

リターンの最大化だけでなく 投資を通じてより良い世の中へ

クリエイターがトップの会社で働く、 希有な体験でとても面白いと感じた

当時、コロプラで取締役を務めていた知人から「手伝ってくれないか」と声をかけられたのがきっかけで、2014年、コロプラに入社しました。マザーズ上場から2年ほどしか経っていない成長企業であったことに加え、創業者の馬場はエンジニアで、クリエイターがトップの会社は日本で珍しく、とても面白そうだと感じたためです。

コロプラが2014年より未上場企業への投資を始めた際、私は財務や管理など投資とは別の業務を担当していました。しかし、コロプラネクストの設立が決まり、当時、ファンドマネジメントの経験の有する人材が私以外に居なかったこともあって、社長に就任することとなりました。

学生起業家対象の1号ファンド、 コワーキングスペースの運営開始

2015年2月にコロプラネクストを設立した直後、学生起業家を対象とした1号ファンドを立ち上げました。コロプラは2012年より新卒採用を始め、優秀な学生の確保に取り組んでいたものの、起業を理由に内定を辞退されることが

しばしばあり、関係が切れてしまうのはもったいないということで、起業する学生たちには出資という形で関係を続けていくことにしました。また、TheRootsというコワーキングスペースを渋谷にオープン（現在はクローズ）し、コロプラネクストが出資する投資先はもちろん、それ以外の会社も無償で使用できるようにしました。起業家や起業を目指す学生同士の交流が盛んに行われ、スタートアップや起業に興味を持つ学生が増えれば、長い目で見たときにコロプラにとってもプラスになると考えたためです。

世界最大級VR専門ファンドを皮切りに 新生コロプラネクスト誕生

コロプラではいち早くVRに注目し、2014年よりVRゲームの配信を開始しました。その後、VR市場が盛り上がりを見せ始め、ゲーム以外にも投資する目的で、2016年1月に世界最大級のVR専門ファンドとなる2号ファンド「Colopl VR Fund」を立ち上げました。

当時、コロプラネクスト所属の社員はおらず、社長の私のみでした。コロプラの採用や投資チームが業務のサポートをしてくれていたものの、リソースが限られていたこともあり、1、2号ファンド以外の案件は断っていました。しかし、断って



いた会社が大きく成長するという事も増えてきたため、投資先の範囲をより広げるために2016年12月に、国内外の30歳以下の起業家を支援する3号ファンドを立ち上げました。また、そのタイミングで、コロプラネクストが運用するファンドとコロプラ本体の投資において、投資先の棲み分けを行い、株式の過半数を超えない投資方法であるマイノリティ投資はコロプラネクスト、それ以外の投資はコロプラ本体からすることとし、役割を明確にしました。加えて、コロプラ本体でコロプラネクストの投資案件を担当していたメンバーをコロプラネクストの所属とするなど組織の整理も行いました。こうして2017年4月、名実ともに新生コロプラネクストが誕生しました。

多様な人材が揃い、150社以上に投資 欧米でのポジションも確立

コロプラネクストのメンバーは金融出身の私をはじめ、コロプラ本体の新卒社員、起業やCFOの経験を持つ人物など様々なバックグラウンドを持っています。国籍においても、日本、韓国、台湾など多様でユニークな人材が揃っています。

これまでの累計投資件数は200件を超え、累計投資金額は約160億円に上ります。主な投資先は別表の通りで、コロプラと同じ領域で事業を展開するエンタメ、BtoC向けの会社が多くなっています。最近では、2号ファンドの投資先であるVR、AR企業をきっかけとして医療系企業への投資も増えています。また、投資先の国々も多岐にわたっていきまして、例えば、2020年6月に立ち上げた「The Next Unicorn Fund」では、韓国や東南アジアを拠点とするスタートアップ企業への投資も行っています。創業初期のシードから上場間近のレイターまでオールステージ

で幅広く投資をしており、社数で換算すると、ミドル(直近評価額10億円以上50億円未満)とレイター(直近評価額50億円以上)が全体の70%以上を占めています。

特に、欧米ではVR、ARを含めエンタメを中心とする投資先が多くなっています。VR、ARへの投資をきっかけにエンタメ業界での投資家・起業家とのネットワークを構築、拡大できたことや、エンタメ業界にフォーカスした投資家が比較的少ない状況が追い風となり、いち早く良い投資案件が舞い込んできます。コロプラネクストのポジションをしっかりと確立できていると考えています。

様々な分野の専門家が在籍 投資先の選定で大きな強みに

投資先を選定する基準は、投資先のステージによって異なります。創業初期のステージは、プロダクトの品質や創

業者の人柄などが評価の基準となります。プロダクトの品質を確かめる際は、ユーザー視点に立つため、実際にプロダクトを使ってみます。コロプラグループの考え方として、「ユーザーさまにとって良いもの、分かりやすいものを作りたい」という強い思いがあるためです。こうしてプロダクトを使用することで、創業者や会社の考えが見えてくることもあります。そして、創業から時間が経つにつれて、業績など数字の分析にウエイトを置きます。

一方で、会社のステージによらず重視するのが市場規模です。新しい市場を開拓する場合も含め、市場の規模や成長性などをしっかりと調査、分析します。その際、テクノロジーやマーケティングなどにおいて、コロプラにいる各分野の専門家にヒアリングをしながら対象企業の分析を行います。エンジニアの馬場をはじめ、身近に様々な分野のスペシャリストが居るとするのは、他社にはない大きな強みであると感じています。

コロプラネクスト
代表取締役社長

山上 慎太郎

大学卒業後、日系銀行に入行。その後、資産運用会社にてインターネットを中心とする国内新興企業のリサーチと投資に従事し、米国拠点ではメディアや通信などの米国企業への投資にも従事。2014年よりコロプラにてM&Aや投資などを担当。2015年2月、コロプラネクスト設立とともに代表取締役社長に就任。





主な投資先

企業名	会社概要	拠点
SODA	スニーカー専用のフリーマーケットアプリ「スニーカーダンク」を運用	日本
タイミー	すぐ働きたい人と、すぐ人手がほしい事業者をマッチングするスキマバイトサービス「タイミー」を運用	日本
BitStar	YouTuberをはじめとするクリエイタープロダクション事業、コンテンツ制作事業、インフルエンサーマーケティング事業、D2Cブランド事業などを展開	日本
inSTREAMLY	ゲーム配信者のマネタイズプラットフォームを提供	ポーランド
Admix	ゲーム、eスポーツ、仮想現実、拡張現実広告を提供するツールの運用	イギリス
Channel	チャットベースの顧客対応ツール、O2Oの顧客分析サービスを提供	韓国
Vogoplay	スマートフォン版のライブコマースを提供	韓国
Novakid	子ども向けのオンライン英会話サービスを提供	アメリカ
Pragma	医療業界向けの教育プラットフォーム「Giblib」を運用	アメリカ
Bound Entertainment	ドラマや映画の制作、動画配信サービスでの提供	韓国

優位性を活かした投資でリターンの最大化に注力

コロプラネクストの設立から6年余りが経ち、ここにきて徐々に成果が出始め、ようやく面白い時期になってきたと感じています。2021年9月期、コロプラは投資育成事業を重要なセグメントとして認識しましたが、コロプラネクストとしては、引き続き、良い会社を見つけて投資していきます。具体的な投資方針としては、EXITまでの期間は5～10年、目標投資リターンはIRR15～20%（10年で4～6倍相当）を掲げており、複数のテーマや時期を組み合わせることで、リスクの最小化とリターンの最大化に注力してまいります。2022年9月期は、徐々にEXITが始めることでさらなるキャピタルゲインを見込んでいます。近年、ベンチャーキャピタルの数が増え、一件あたりの投資金額も増えてきています。投資に参入する競合が増え、競争が激しくなってきていることもあり、投資リスクの最

小化はもちろん、投資リターンを最大化するために、いかに早いタイミングで良い案件に適正な金額を投資できるかが、重要であると考えています。

投資先として特に注力している欧米に関しては、先ほどもお話ししたように、独自のポジションを築くことができていると思います。また、韓国や東南アジアに関しては、欧米と比較するとベンチャーキャピタルの数が少ない上、現地にコネクションを持つメンバーの活躍により、徐々に実績を積み重ねることができています。他社にはない優位性を最大限に活かして投資を行ってまいります。コロプラネクストとして、人々の日常をより良いものにする新しいプロダクトやサービスを作っている会社への投資を通じて、より良い世の中を目指すことで、コロプラがMissionに掲げる「“Entertainment in Real Life”エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしく」を実現してまいります。今後とも変わらぬご高配を賜りますようお願い申し上げます。



TheRoots