



事業計画及び 成長可能性に関する事項

2026.9.24

GLOE株式会社

Agenda

01

会社概要

Company Overview

02

カンパニー
ハイライト

Company Highlights

03

成長戦略

Growth Strategy

04

リスク情報

Risk Information

VISION

We are the GAMING LIFESTYLE Company.

MISSION

ゲームをきっかけに人と社会を**HAPPY**にする。

会社概要

会社名	GLOE株式会社
所在地	東京都新宿区西新宿7-5-25 西新宿プライムスクエア15F
事業内容	ゲーム・eスポーツに関する事業
資本金	152,441千円 2026年6月末時点
設立	2015年11月19日
従業員数	103名 2026年6月末時点（連結）
子会社 （持株比率）	株式会社en-zin（51.0%） セールスプロモーション、イベント制作事業 配信技術研究所株式会社（50.1%） 広告、通信技術開発、技術コンサルティング、コンテンツコンサルティング事業 株式会社28（100%） デザイン・Web 広告制作、システム開発、スタジオ運営事業 株式会社AIJ（67%） イベント運営、ビジネスマッチング、コンサルティング事業

会社沿革

- 2015.11 ● eスポーツ専門の会社として、ウェルプレイド株式会社を東京都渋谷区に設立
- 2017.06 ● 株式会社カヤックと資本業務提携
- 2017.11 ● ウェルプレイドリーグ（自社リーグ）を開始
- 2018.03 ● eスポーツ選手・実況者・解説者のマネジメントを開始
- 2020.10 ● 株式会社電通ライブと業務提携し、「**Play G-round**」プロジェクトを発足
- 2021.02 ● 株式会社ライゼストと合併し、ウェルプレイド・ライゼスト株式会社に商号変更
- 2021.06 ● 株式会社クリーク・アンド・リバー社と協業し、ゲーム実況者やプロゲーマーのサポートプロジェクト「**OC GAMES**」開始
- 2022.07 ● 南海電気鉄道株式会社などと協業し、泉佐野市のeスポーツ先進都市化プロジェクトを開始
- 2022.11 ● 東京証券取引所グロース市場へ上場
- 2023.05 ● 国内最大級のポーカールーム「**ROOTS**」を運営する株式会社**POKER ROOM**と業務提携
- 2023.08 ● 初の子会社として、株式会社**en-zin**を設立
- 2024.02 ● **GLOE**株式会社に商号変更
- 2024.06 ● 配信技術研究所株式会社を子会社化
- 2025.02 ● 株式会社**28**を子会社化
- 2025.11 ● 配信技術研究所株式会社が広告プラットフォーム「**SCOP**」を正式リリース
- 2025.12 ● 株式会社ゲームエイトと、ゲーム外部決済・販売領域における協業に向けた基本合意を締結
- 2026.07 ● 経営者向けコミュニティの運営を目的として、株式会社**AIJ**を設立

Agenda

01

会社概要
Company Overview

02

カンパニー
ハイライト
Company Highlights

03

成長戦略
Growth Strategy

04

リスク情報
Risk Information

エグゼクティブ・サマリー | 提供サービス

圧倒的な熱狂、ユーザーエンゲージメントを生み出す**e**スポーツ・イベント、エージェンシーサービスを中核にその強みを活かし、コンテンツクリエイション、**SCOP**といった新サービスを開発・提供。

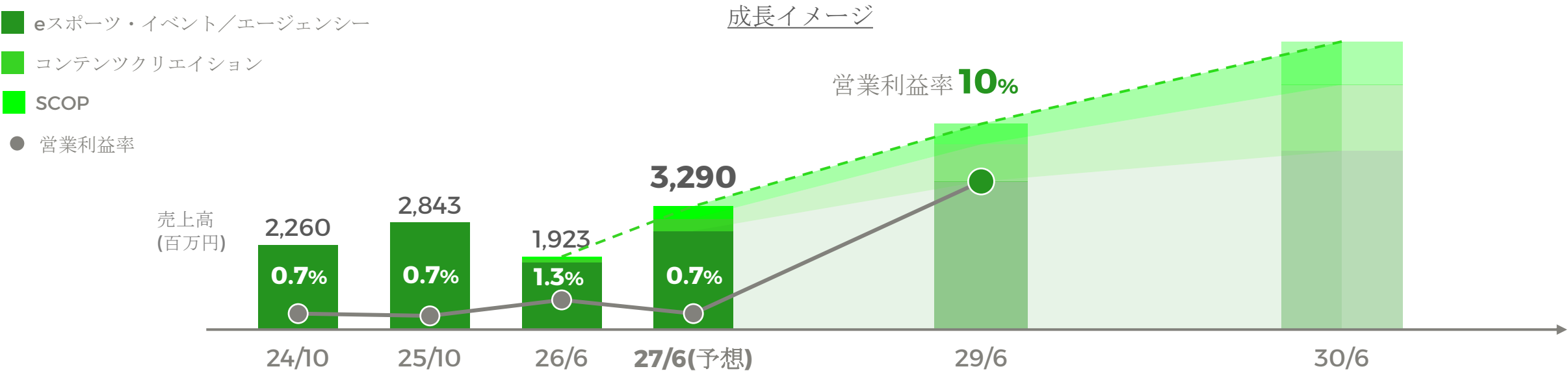
サービス	特徴	位置づけ
 eスポーツ・イベント イベント企画・運営 (オンライン・オフライン)	企業のマーケティング課題に対し、戦略立案から施策実行までを一気通貫で支援 イベントやコミュニティ運営を通じてユーザーの熱量を高め、能動的な参加・拡散を生み出し、ゲーム・IPとの継続的な関係を構築	収益・強みの基盤
 エージェンシー※1 - ストラテジープランニング - インフルエンサーマーケティング - コミュニティ運営		
 コンテンツクリエイション※2 IP共創(自社IP・興行の創出)	GLOEの強みである熱狂を生み出す力を活かし、新たなIP・イベントを共創	
 SCOP ※3 Z世代向け広告ソリューション	ゲーム配信者を束ね、Z世代への圧倒的なリーチとエンゲージメントを生み出す広告	高成長/非受託型収益の創出

※1:マーケティングエージェンシーの略。広告代理事業/サービスを提供
※2:開示上はその他に分類
※3:開示上はエージェンシーに分類

エグゼクティブ・サマリー | 今後の展望

eスポーツ・イベント、エージェンシーを基盤にコンテンツクリエイション、**SCOP**への投資を強化。**27/6**期は先行投資により収益性が一時的に低下するものの**29/6**期に成長指標である営業利益率**10%**を目指す。

サービス	成長へ向けた方針	成長実現イメージ
 eスポーツ・イベント	統合型マーケティング強化	業界のリファレンスになるようなイベントをコンスタントに創出
 エージェンシー		クライアントのマーケティングパートナーとして年間契約、統合マーケティング案件が中心に
 コンテンツクリエイション	成長領域への投資強化	毎月のように共創イベントが開催され、 GLOE と組めばイベントが成功すると認知されている
 SCOP		Z 世代の認知を獲得したいならまず SCOP と想起されている



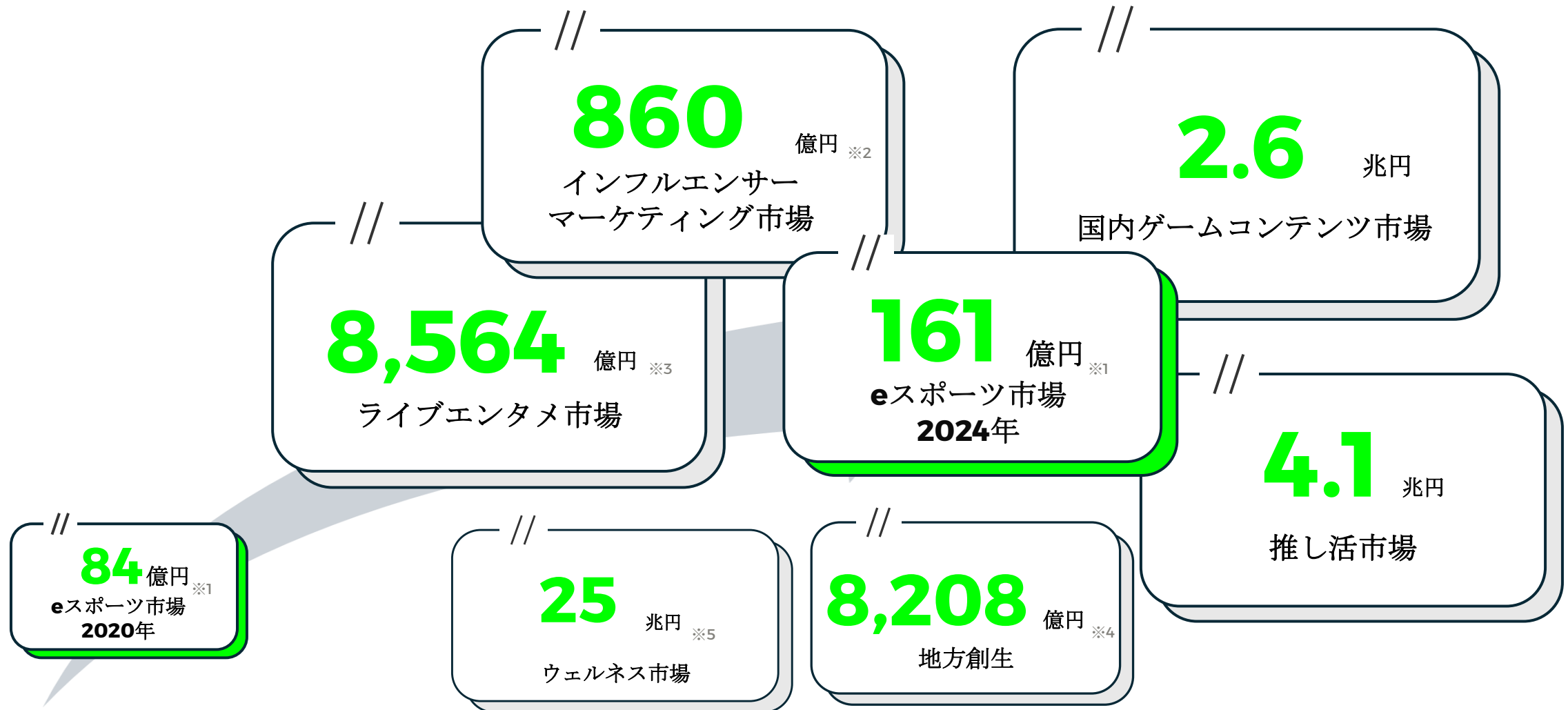


eスポーツ

「エレクトロニック・スポーツ」の略称
広義には、電子機器を用いて行う娯楽、競技、
スポーツ全般を指す言葉であり、
コンピューターゲーム、ビデオゲームを使った
対戦スポーツ競技として捉える際の名称

ゲーム・eスポーツ関連市場

ゲーム・eスポーツ市場は周辺市場との親和性が高く、事業ポテンシャルも大きい。



マーケティングにおけるゲーム・eスポーツの戦略的価値

今後数十年における世界最大の消費層である「Z世代」（世界人口の約**25%**、約**20億人**）※1。
ゲームは単なる娯楽の枠を超え、この層への最も有効なアプローチ手段となっている。

「マスメディア」から「ゲーム」へ
：可処分時間のシフト

10代のゲーム接触率は**80%**※2を超え、1日あたりのプレイ時間は**TV視聴時間**を上回っている※3。

ゲームはZ世代にとって滞在時間が長く、熱量を持って接する
「次世代のメインメディア」となっている。

非ゲーム領域でも顧客獲得の
重要チャネルは「ゲーム」

1兆円規模へと急成長する動画広告市場※4においても、10代男性の**YouTube**
好意度ジャンル第**1位**は「ゲーム」※5。

ゲーム会社のみならず、あらゆる産業のブランド認知・購買促進において
ゲームが重要な位置付けとなっている。

※1 NIQ/World Data Lab「Spend Z」

※2 角川アスキー総合研究所「ファミ通ゲーム白書2026」 ※3 総務省情報通信政策研究所「令和7年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査 報告書」

※4 電通「日本の広告費」 ※5 TesTee「YouTubeに関する調査」

GLOEグループのサービス構成

eスポーツ・ゲームのイベント企画・運営を中心に、ゲーム・IPの価値を最大化していくためのサービスを提供。

eスポーツ・イベント



- イベント企画・運営
(オンライン・オフライン)

エージェンシー



- ストラテジープランニング

コンテンツクリエイション



- IP共創(自社IP・興行の創出)

戦略への拡張

IP共創への拡張

エージェンシー



- インフルエンサーマーケティング
- コミュニティ運営

チャネルの拡張

SCOP



- Z世代向け広告ソリューション



GLOEグループの競争優位性

クレイジー

クレイジーな熱狂構想 × クレイジーな現実錬成

&

リテラシー

ゲームリテラシー × マーケティングリテラシー

競争優位の源泉

人材



- VALORANTランク上位**0.8%**入り
- ストリートファイター**6** マスターランク多数
- フォートナイト勝利数日本**9**位、アジア**17**位
- PUBG MOBILE 元プロゲーマー日本**5**位 等

制度



- GLowup System (人事制度)
- GAMING LIFESTYLE制度 (福利厚生制度)
- 社内ゲーム交流大会 等

データ



- 年間**200**案件のイベント・マーケ支援 × **10**年間を通じて蓄積した熱狂データ/ナレッジ

実績・成果事例

フルサイクル支援



- 『鳴潮』（KURO GAMES）×ピザラのコラボを、企画から実行まで一貫して担当

先端研究



- JT「D-LAB」×hololive 博衣こよりの共同研究に企画・収録・データ収集・発信まで伴走し、日本音響学会で学会発表

IP共創



- 獅白杯オフラインを共催。
最大同時接続 **9.2**万人／
配信ランキング **VTuber**カテゴリ**1**位を**2**日間キープ

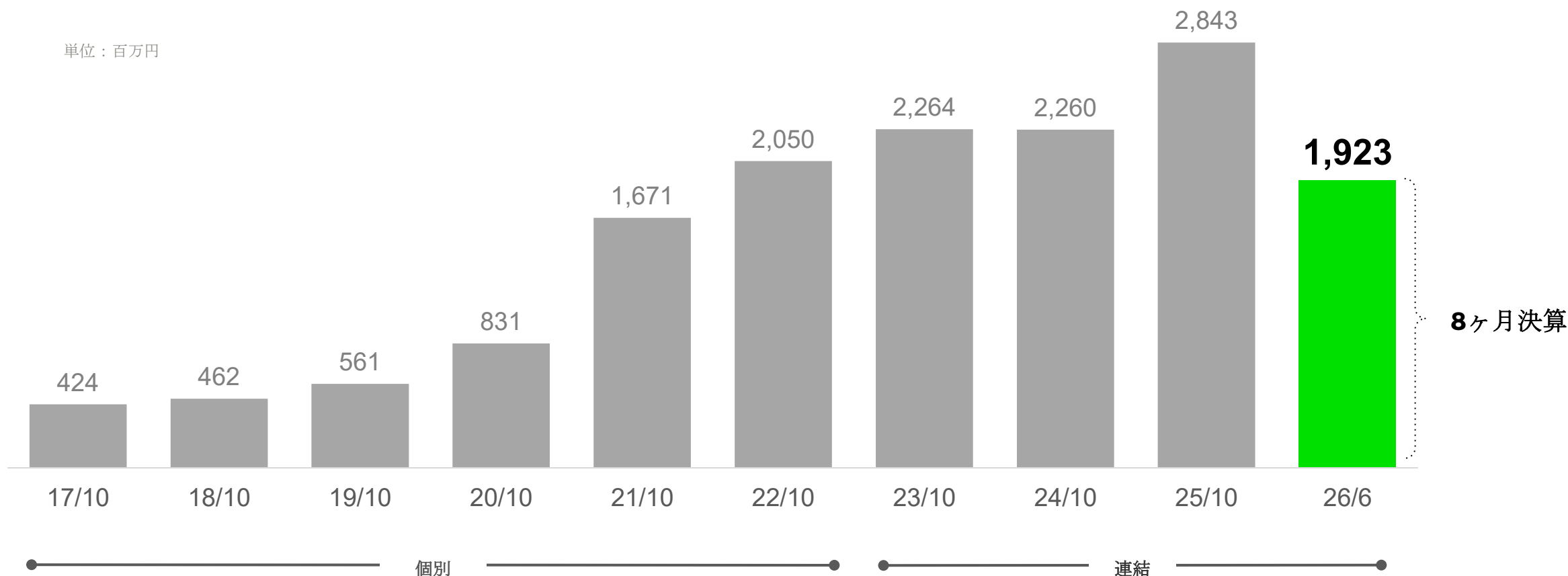
GLOEグループの競争優位性 | ゲーム・エンタメ領域のマーケ支援における比較

ゲーム・エンタメ領域のマーケティングにおいては**GLOE**グループのクレイジー&リテラシーという競争優位性が企画、施策に大きな違いを生み出す。

		イベント制作会社	広告代理店	補足/説明※1
課題設定・戦略立案	◎	△	○	- ゲーム、ユーザーコミュニティのインサイダーとしての濃い戦略・企画 - エージェンシー領域提案受注率70%※2
企画・クリエイティブ	◎	○	○	
チャネル・媒体の確保	○	△	◎	パートナーを活用し、サービス提供
実行・制作・運営	◎	◎	△	- ゲームへの深い愛着、理解から生まれるこだわり抜かれたイベント - 年間200案件のイベント・マーケ支援×10年間の実績、知見
効果測定・データ	◎	△	○	配信/イベントの熱量の定量化やSCOP Surveyなど独自データによる効果測定、改善策立案

業績ハイライト | 売上高

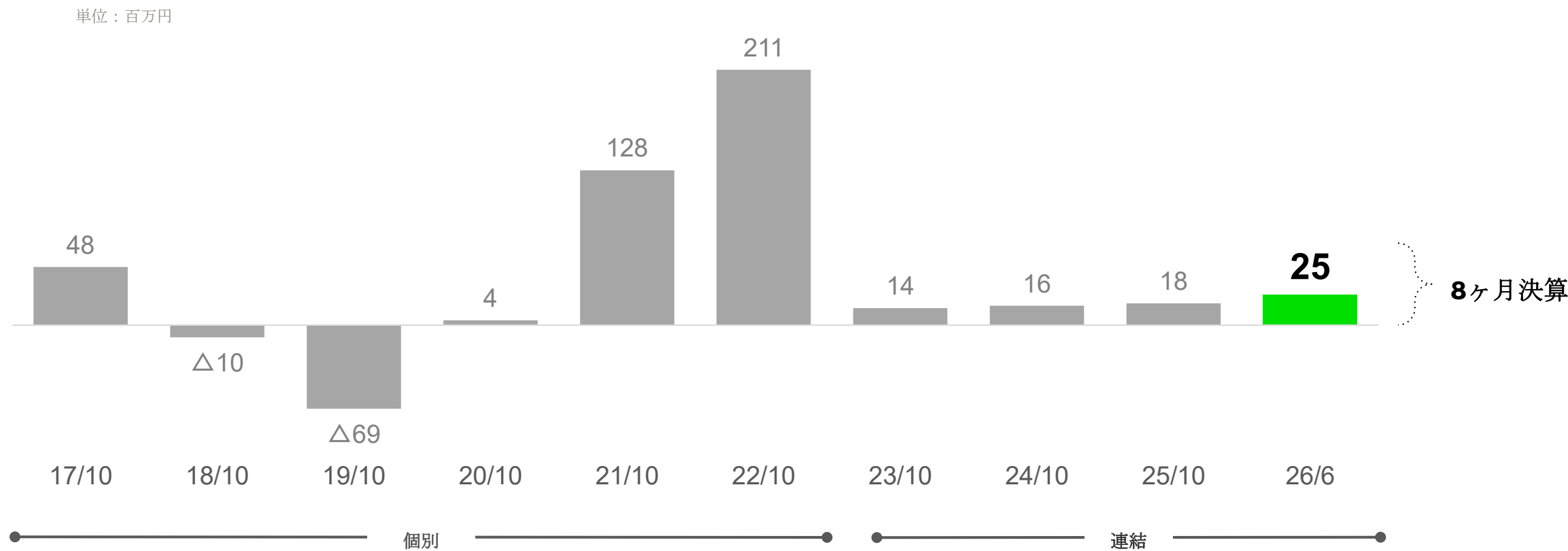
2021年に株式会社ライゼストと合併、コロナ禍をきっかけにオンラインイベントの需要が急速に拡大。
2026年6月期は決算期変更を行い、8ヶ月間（2025年11月～2026年6月）の変則決算。



※2023年8月に子会社（en-zin）を設立し、2023年10月期より連結決算に移行。
※2026年6月期は決算期変更に伴う8ヶ月間（2025年11月～2026年6月）の変則決算。

業績ハイライト | 営業利益

組織強化や事業投資により**2018年～2019年**にかけ赤字が発生するも、投資先の選択と集中や合併の実施により、**2022年**は**2.1億円**と大きく黒字化。
2023年以降は、商品開発や営業戦略に積極的に費用を投下し、利益は低下。



※2023年8月に子会社（en-zin）を設立し、2023年10月期より連結決算に移行。
※2026年6月期は決算期変更に伴う8ヶ月間（2025年11月～2026年6月）の変則決算。

業績ハイライト | 収益構成

売上はeスポーツ・イベントが中心だが、エージェンシーが次なる主要領域に伸張。
コスト、利益面では外注費を中心とした案件の収益性管理の強化・高度化を推進。



Agenda

01

会社概要
Company Overview

02

カンパニー
ハイライト
Company Highlights

03

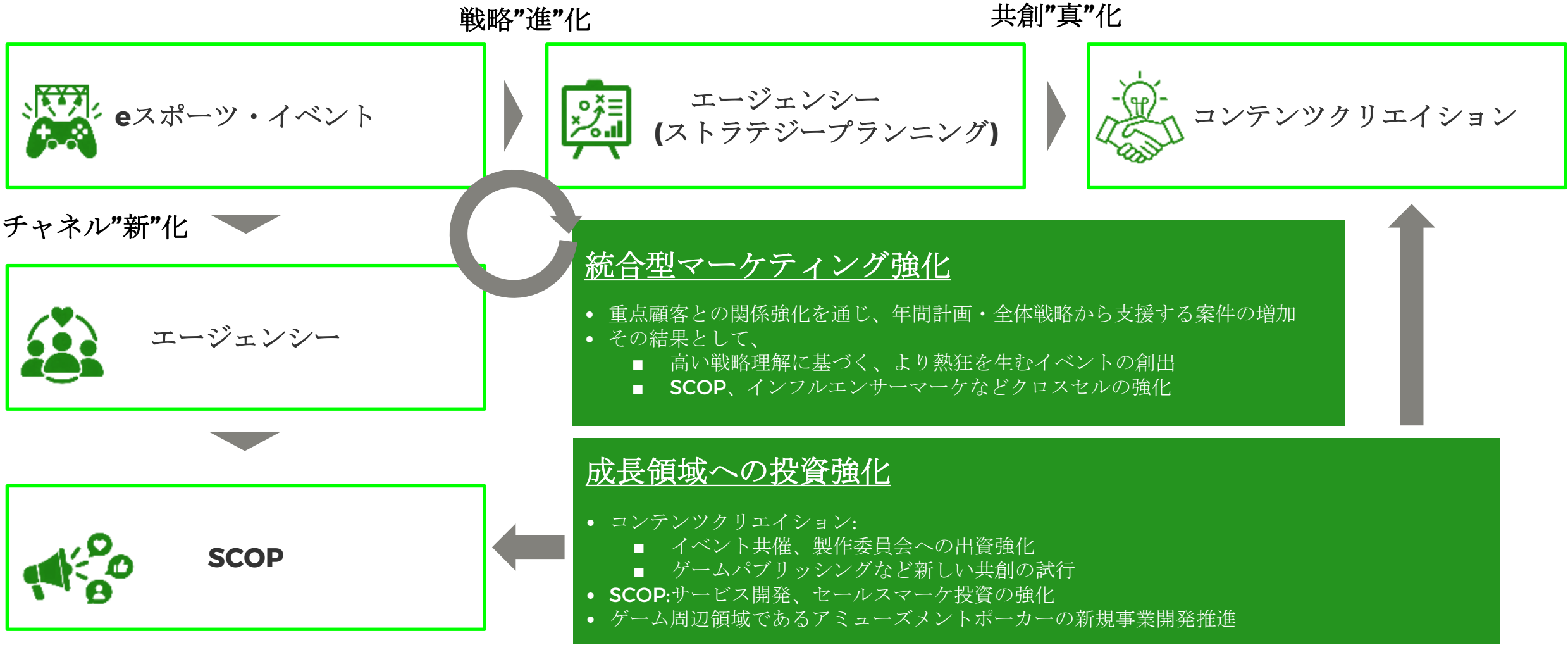
成長戦略
Growth Strategy

04

リスク情報
Risk Information

成長戦略 | 基本方針

統合型マーケティング強化、成長領域への投資強化を通じて、各領域への”シン”化を加速。



成長戦略 | 目指すシナジー

各サービス間の相乗効果で成長を加速



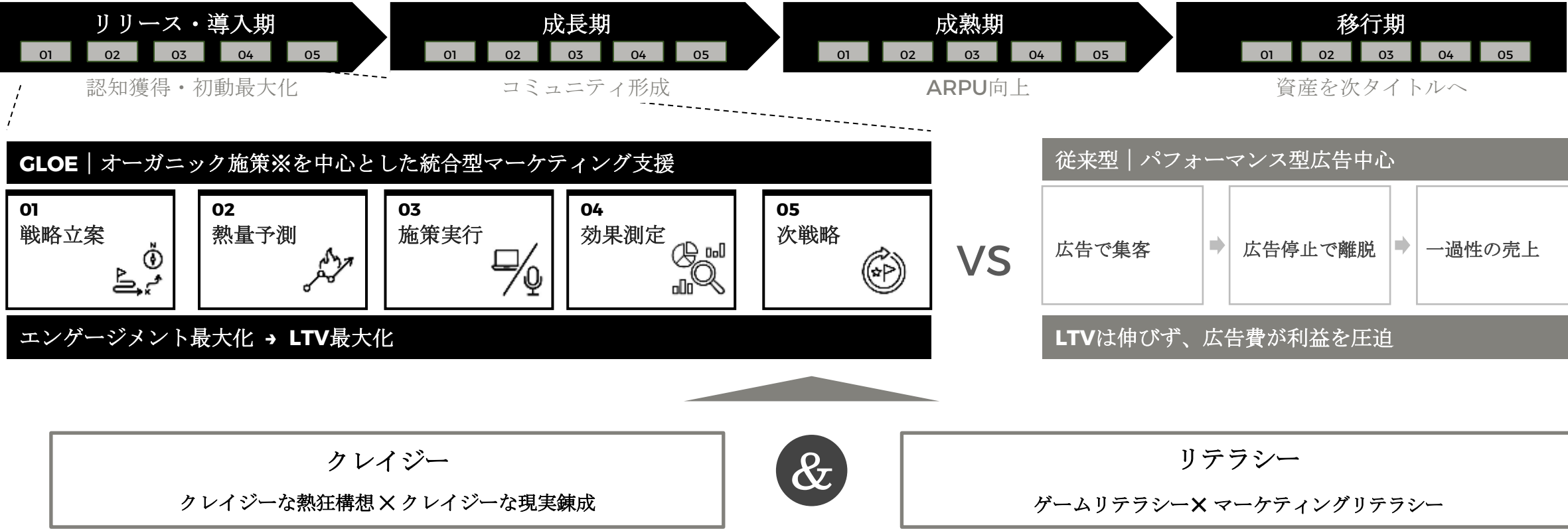
eスポーツ・イベント
エージェンシー

esports
Agency

eスポーツ・イベント/エージェンシーサービス概要

ゲーム・エンタメ会社のマーケティング課題に対し、戦略立案から施策実行までを一気通貫で支援。
イベントやコミュニティ運営を通じてユーザーの熱量を高め、能動的な参加・拡散を生み出し、ゲーム・IPとの継続的な関係を構築。ライフサイクル全体でエンゲージメント・LTVの最大化を実現。

ゲーム/IPライフサイクル：フルサイクルで支援



(グローバル大型ゲームIP×国内飲食コラボ)

「鳴潮」 ピザーラコラボ

グローバル配信ゲーム『鳴潮』（**KURO GAMES**）と国内大手ピザチェーン『ピザーラ』のコラボを、企画から実行まで一貫して担当。オリジナルコラボピザの企画、キャラクターを使用したグッズ制作、ゲーム内アイテム連動、**SNS**キャンペーンの設計・運営



「VTuber最協決定戦 Ver. STREET FIGHTER 6 第二幕」 — 運営支援

VTuber渋谷ハル氏が主催する対戦格闘ゲーム大会「VTuber最協決定戦 Ver. STREET FIGHTER 6 第二幕」の運営を支援。8チーム32名によるチーム戦の配信・運営・WEBサイト制作を担当。第一幕（前期）からの継続受注。



8チーム

対抗戦運営

32名

出場VTuber

2days

両日オンライン

16.4万人

Day1 平均同接（全配信合算）

21.5万人

Day2 平均同接（全配信合算）

東京都、群馬県、石川県羽咋市、学校法人国際総合学園との取組

26/6期は自治体・教育機関との連携によるプロジェクトを4件遂行。

行政・学校法人との継続関係を軸に、eスポーツを地域文化・教育に定着させる取組を推進。

TOKYO

東京eスポーツフェスタ



11,523 名来場

eスポーツイベントにおける複数領域を担当し実現を総合的に支援。

<https://tokyoesportsfesta.jp/>

GUNMA

eスポーツ2days 2025



2 日間

実況王決定戦+U19選手権全国大会の2日運営

<https://www.pref.gunma.jp/page/707161.html>

HAKUI

羽咋eスポーツシティ



2 年目

HAKUI esports City Project継続支援。
2025年12月にeSports Club正式設立

<https://hakui-esports-city.jp/>

NIIGATA

新潟コンピュータ専門学校
アイコンックキャンパス



2026.4 開設

「NCC eスポーツスタジアム アイコニック」の一部移転支援

https://www.nsg.gr.jp/blog/ncc_esports-stadium-open_202604/

D-LAB「声遊楽プロジェクト」－博衣こより 共同研究

JT(日本たばこ産業株式会社)のコーポレートR&D組織「D-LAB」における心の豊かさ研究の1つである「声遊楽プロジェクト」と、hololive(ホロライブ)所属VTuber博衣こよりとの共同研究を、企画・ロケ収録・データ収集・発信まで伴走。



声であそび、
声でつながる。

未来の「心の豊かさ」をさぐる、
ボイス・リサーチ &
コミュニケーション・ハブ。



同研究では「演じ分けた声でもファンなら同一人物と気づけるか」を研究・学会発表（日本音響学会2026年3月）。

(大手国内ゲーム会社 × 新作IP × リーグ立ち上げ)

Shadowverse: Worlds Beyond – Premier Series 26-27 立ち上げ支援

Cygames『Shadowverse: Worlds Beyond』の年間公式リーグ初年度の立ち上げを支援。チーム公募・選手公募・ドラフト会議・開幕戦の運営に加え、公式SNS・Webサイトの構築まで担当（現在シーズン中）。



コンテンツクリエイション

CONTENTS CREATION

コンテンツクリエイション

数多くのイベント運営、マーケ支援を通じて培った熱狂を生み出す力を活かし、ゲーム、VTuberといったクリエイターと協働で新たなIP・イベントを創出。



(人気VTuber × 共同主催 × ファン参加型興行)

獅白杯オンライン – IPホルダーとの共同主催による興行

カバー社所属タレントを冠した大会を共同主催。
シリーズ第4回にして初のオフライン開催として、
2026年4月に横浜BUNTAIで実施。

GLOEの担当領域

全体統括

会場運営

物販・
ノベルティ

動画制作

協賛対応

配信

大会運営



開催実績

最大同接 **9.2** 万人
Day2 (当社実測)

配信ランキング **1** 位
VTuberカテゴリ・2日間キープ (当社実測)



公式サイト

<https://shishirohai-offline.hololivepro.com/>

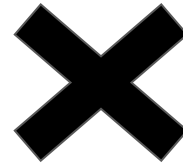
SCOP

AD PLATFORM

SCOPとは

約**400名**のゲーム配信者を通して、**10～20代**を中心とした若年層に幅広く認知を広げる広告媒体

Twitch（ゲーム配信サイト）で
表示回数を保証する広告媒体



配信者がそれぞれ
自分の言葉で商品を紹介



月間の視聴・配信規模

2.15億分

月間総視聴時間

29,163時間

月間総配信時間

- ・映画館のシネアド広告の**1.71倍** ※
- ・5分のYouTube動画1本が**4,300**万回再生

※シネアド広告比較: 一般社団法人日本映画製作者連盟（映連）「**2025**年全国映画概況」より、上映前に投影される新作映画PR時間をシネアドから全体の時間から除いたものを当社推計

SCOPの未来

かつてのテレビ**CM**のように、**若年層に届けるなら"まず出す"枠へ。**

広告主にとって
"常設の予算枠"になる

テレビ・ネットで届かない層に上乘せ。
年間広告予算の定番枠へ。

広告代理店の提案書に**標準で載る**
＝買いたい時に買える広告枠

特定の配信者と専属契約しない仕組みなので、
好きな時に好きな量だけ出せる。

配信者の**収益基盤**となり、
それぞれの**自己実現に貢献**

広告収入の分配で配信者の活動を支えます。

若年層の1日あたりの接触時間（10代・休日）

動画・配信  **165.4分**

テレビ  **66分**

10代の動画視聴はテレビの約**2.5倍**。
若年層の可処分時間は配信・動画へ移行が進んでいる。

出典：総務省「令和6年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

国内ライブ配信市場の成長

2020年1月  **約30億分/月**

2025年5月  **約140億分/月**

SCOPはこの市場の視聴時間を広告在庫化する第三者プラットフォームへ

出典：配信技研 公表データ（CEDEC2025発表）

ゲーマーからのアンケートが **5日**で**1,186件**集まる。

1

配信視聴中のゲーマーに直接アンケート

配信者を通じて視聴者へ。誰からのアンケートなのかを明示できる。

2

なぜ買われないのか、その原因を特定

知らない／思い出せない／分からないを切り分け、打ち手を決める。

3

結果がそのまま打ち手になる

止まった段階に合わせて広告・PRを設計し、実施後に再調査で検証。

βテスト実績

1,186件

有効回答（5日間で回収）

86.9%

アンケート回答者の内15～44歳の割合

95.7%

ゲームに強い関心を持つユーザーの割合

77.0%

PCでゲームをプレイしている割合

2026年6月19日～23日実施

設計から事後比較まで一気通貫

01 設問設計

02 アンケート配信・
回収

03 集計・診断

04 施策設計

05 広告出稿・PR※

06 事後比較※

※出稿・PR、事後比較はオプション。本サービスは配信技術研究所株式会社と共同で提供

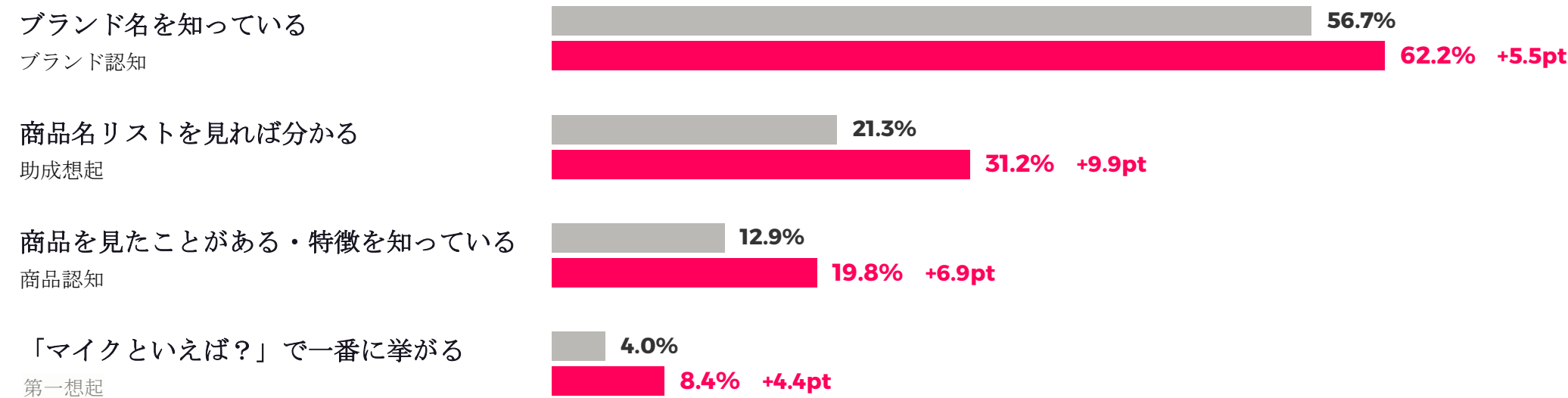
SCOP Survey：導入事例

サマリー

「マイク」カテゴリの商品について調査し、最適なPR手法や商品紹介を導き出し
認知・想起に関する4つのマーケティング指標が上昇

調査 → 施策 → 再調査の結果

■ 事前（2026年6月） ■ 事後（2026年7月）



出典：SCOP Survey 事前サーベイ n=1,186（2026年6月）／事後サーベイ n=1,120（2026年7月・当社調べ）事前・事後は独立した2回の調査であり、施策のみによる因果効果を示すものではありません。

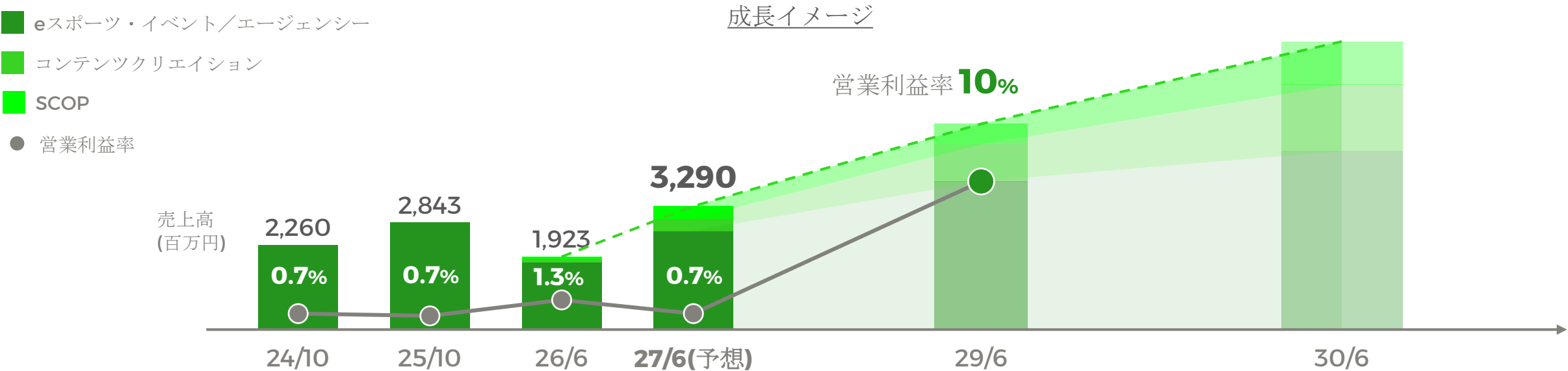
今後の展望

FUTURE
PROSPECTS

今後の展望

eスポーツ・イベント、エージェンシーを基盤にコンテンツクリエイション、**SCOP**への投資を強化。**27/6**期は先行投資により収益性が一時的に低下するものの**29/6**期に成長指標である営業利益率**10%**を目指す。

サービス	成長へ向けた方針	成長実現イメージ
 eスポーツ・イベント	統合型マーケティング強化	業界のリファレンスになるようなイベントをコンスタントに創出
 エージェンシー		クライアントのマーケティングパートナーとして年間契約、統合マーケティング案件が中心に
 コンテンツクリエイション	成長領域への投資強化	毎月のように共創イベントが開催され、 GLOE と組めばイベントが成功すると認知されている
 SCOP		Z 世代の認知を獲得したいならまず SCOP と想起されている



今後の展望 | 成長指標実現へ向けて

27/6期の先行投資を成長の土台とし、上流・継続案件の拡大、非受託型・プラットフォーム収益の成長、業務効率化を通じて、営業利益率目標を実現。

サービス	成長実現に向けた施策	財務インパクト	売上	粗利率※1	販管費率
 eスポーツ・イベント	プロデューサー人材の育成および、イベントナレッジDBの充実	見積精度向上、調達(外注含む)の最適化、業務標準化による粗利率向上	—※2	●	—
 エージェンシー	重点顧客への戦略的な営業活動の強化、および取引深耕	- 上流案件増加による粗利率向上 - クロスセル増加による売上向上	○	●	—
 コンテンツクリエイション	- 共創の型(仕組み)および人材作り - GLOE全領域の専門性を掛け合わせたPJ組成	レベニューシェア型でヒット時に追加コストを抑えながら売上増加を実現	●	●	●
 SCOP	- 自律型運用機能をはじめとした開発強化 - セールスモデルの確立	広告取引の増加に対し追加のシステム・営業コストを抑えながら売上増加を実現	●	●	●
共通	全社的な生成AI活用による業務の自動化、高度化	処理能力を高め、売上成長を下回る人員、コスト増加に抑え、販管費率を低減	—	—	●

営業利益率
1.3%→10%
(+8.7pt) ※3

粗利率
27.6%→30.7%
(+3.1pt) ※3

+

販管費率
26.3%→20.7%
(Δ5.6pt) ※3

※1 粗利:売上総利益と同義
※2 凡例: ●寄与大、○寄与あり、-:影響限定的
※3 26/6期実績と29/6期目標値の変化を示す

今後の展望 | 前回開示からの進捗および変更

成長戦略自体は前回開示から未変更だが、事業実態にあわせ、分類・指標の統廃合を実施。
なお、次回「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示は**2027年9月頃**を予定。

前回開示内容

サービス分類	成長指標
ゲーミングソリューション	収益性（売上高及び営業利益率）
コンテンツクリエイション	同上
新規事業	創出事業数

サービス分類
・
成長指標

進捗/変更

- ・ **e**スポーツ・イベントおよびエージェンシーサービスを総称してゲーミングソリューションとしていたが、開示の分類にあわせ、**e**スポーツ・イベントおよびエージェンシーと個別表記
- ・ 新規事業は独立の分類としては設けず、**SCOP**などのように立ち上がった事業は、それぞれ各事業/サービスの成長戦略へ統合(新規事業開発自体は継続)
- ・ 新規事業を各事業/サービスの成長戦略へ統合する位置付けとしたことから、成長指標も収益性に統合。
加えて中期的な優先順位を成長の質を重視する方針としていることから営業利益率のみを成長指標として選定

成長方針

サービス分類	成長方針	今回開示での扱い	前回開示以降の進捗
ゲーミングソリューション	GS 事業の拡大 (ゲームマーケティング市場の獲得領域を拡大)	e スポーツ・イベントおよびエージェンシーサービスの方針である、統合型マーケティング強化と同義(変更なし)	『鳴潮』（ KURO GAMES ）×ピザーラのコラボを、企画から実行まで一貫して担当するなど成果創出
コンテンツクリエイション	CC 事業の確立 (成長するインフルエンサー/ファン市場での新たな収益源を確立)	事業確立という方針は変わらず、実現へ向け成長領域として投資を強化 (変更なし)	獅白杯オフラインを共催するなど、共創実績を創出
新規事業	新規事業領域への挑戦 (ゲームが持つポテンシャルを活用した事業の展開)	上述の通り、新規事業を各事業/サービスの成長戦略へ統合	SCOP のように既存事業領域を拡張する新規事業を立ち上げ、成長フェーズへ

今後の展望 | 新規事業開発の取り組み-ポーカーを通じた経営者コミュニティAIJ-

ポーカーを通じた経営者同士の「知の共有」と「良質なコミュニティの醸成」を目的として株式会社AIJを2026年7月に設立。

交流会やビジネスマッチング、コンサルティングなどを通じて、意思決定トレーニングとしてのポーカーの価値と、マインドスポーツとしての健全な普及を目指す。



ポーカーとは？

		
マインドスポーツ	競技人口 約1億人	WSOP優勝賞金 17億円
世界中で老若男女に楽しまれているマインドスポーツ	国籍、性別、年齢を問わず競技でき、競技人口は世界で約1億人と、野球よりも多いとされてる	世界最大のポーカー大会（WSOP）の優勝賞金は17億円にもなり、世界で最も賞金が高いスポーツの一つ

Agenda

01

会社概要
Company Overview

02

カンパニー
ハイライト
Company Highlights

03

成長戦略
Growth Strategy

04

リスク情報
Risk Information

事業遂行上の重要なリスク

業界動向について

顕在化の可能性：中 / 発生頻度：大

当社グループが事業を展開するeスポーツ市場は、オンラインとオフラインを融合させたハイブリッド形式の定着により、エンターテインメントとしての地位を確固たるものとしています。2026年は「第20回アジア競技大会（愛知・名古屋）」の開催年であり、日本国内においてeスポーツが正式なメダル競技として実施され、国内における社会的な認知度と価値は一層高まることが期待されます。このような国際的な大型イベントを契機とした市場の活性化は、当社グループの事業機会を拡大させるポジティブな要因になると考えております。一方で、eスポーツ市場の収益構造は依然としてクライアント企業の広告予算やスポンサー料に依存する側面が強く、景気後退等による企業のプロモーション支出抑制は、市場成長の鈍化を招き、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。また、市場の成熟に伴い、顧客が求めるソリューションの高度化や業績に影響を及ぼす、競合他社との差別化といった競争環境の変化も注視する必要があります。

法規制について

顕在化の可能性：中 / 発生頻度：中

当社グループが事業展開するeスポーツ業界は「景品表示法」や「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」、「刑法（賭博罪）」による規制があるとともに、ユーザーの個人情報に関しては「個人情報の保護に関する法律」の適用を受けます。

また、eスポーツ大会の制作等を外注している場合があり、それらの取引の一部は「中小受託取引適正化法」の適用対象となります。

当社グループは、上記各種法的規制等について誠実な対応をしていると考えておりますが、不測の事態等により、万が一当該規制等に抵触しているとして契約等の効力が否定された場合、当社グループが何らかの行政処分等を受けた場合、また、今後これらの法令等が強化・改正され、もしくは新たな法令等が定められ、当社グループの事業が制約を受ける場合には、当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。

リスク対応策

従来のイベント企画運営のみならず、
2024年に子会社化した配信技術研究所株式会社が展開する
広告・マーケティングソリューション「SCOP」をはじめとした
自社プロダクトの展開を強化しております。
これにより、受託型ビジネス（フロー型）に過度に依存しない、
ストック型の収益源を含めた事業ポートフォリオの多角化を推進し、
安定的な成長基盤を構築してまいります。

当社グループはこれら法令を遵守するため、総務部が中心となり、各部署と連携して法令に抵触しない実務運用を整備する他、関連法令等の改廃動向についても常に情報収集を行うとともに、適宜顧問弁護士と連携する体制を整備しております。
また、代表取締役を委員長とし、毎月1回開催される総合リスクマネジメント委員会においても、これら法令遵守に関するリスクの管理・把握を行っております。

リスク情報

事業遂行上の重要なリスク

新規事業・サービスについて

顕在化の可能性：中 / 発生頻度：大

当社グループは今後も事業規模の拡大と収益源の多様化を実現するために、積極的に新規事業・サービスに取り組んでいく方針であります。

新規事業・サービスについては企画段階・開発段階にてモニタリング等を実施するとともに、新規事業・収益事業等の事業ポートフォリオのバランスを図ることでリスクの低減を行っておりますが、不確定要素が多く存在する可能性があり、新規事業・サービスの展開が予想通りに進まない場合、当社グループの業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。

また、新規事業への取り組みに付随したシステム投資・広告宣伝費等の追加的な支出が発生し、利益率が低下する可能性があります。

ゲームメーカーとの関係について

顕在化の可能性：中 / 発生頻度：大

当社グループが提供するeスポーツコンテンツは各ゲームメーカーが提供するゲームコンテンツを基に制作しております。

ゲームコンテンツを利用する場合は必ず許諾を取り、各ゲームメーカーのビジョンや

価値観およびゲームコンテンツ自体のストーリーや世界観等を大切にしながら、

eスポーツコンテンツを制作しておりますが、各ゲームメーカーとの関係が悪化した場合や各ゲームメーカーのeスポーツに対する方針の変更によりeスポーツ利用を中止した場合、

当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。

リスク対応策

eスポーツ・イベントサービスの安定的な収益基盤をもとに、イベント企画運営で培ったノウハウを生かし、マーケティング事業組織へ変容し、サービスの拡大を目指してまいります。

また、新規事業の創出においては、仮説検証を素早く行いながら、他サービスとのシナジーおよび他社との連携を強化することによって、事業成功の可能性を高めてまいります。

当社グループの強みである「ゲームおよびコミュニティの徹底的な理解」を活かして、引き続きゲームメーカーとの信頼関係を強固にして、各社の方針の最新情報にキャッチアップできるようにしていきます。

また、クライアントワークやパートナーソリューションにおける許諾関連の対応実績を活かして、ゲームメーカーの著作物に対して徹底的な法令遵守を今後も丁寧におこなってまいります。

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

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、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。

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、当社グループ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、当社グループ以外の事項・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、当社グループ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、保証していません。