



# 事業計画及び 成長可能性に関する事項

2026.1.30  
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 / MISSION

---

### 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 2025年10月末時点
設立	2015年11月19日
従業員数	72名 2025年10月末時点（単体）
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事業、イベント制作事業  配信技術研究所株式会社 (50.1%) 広告事業、通信技術開発事業、技術コンサルタント事業、コンテンツコンサルタント事業  株式会社28 (100%) デザイン・Web広告制作、システムアプリ開発、スタジオ運営事業

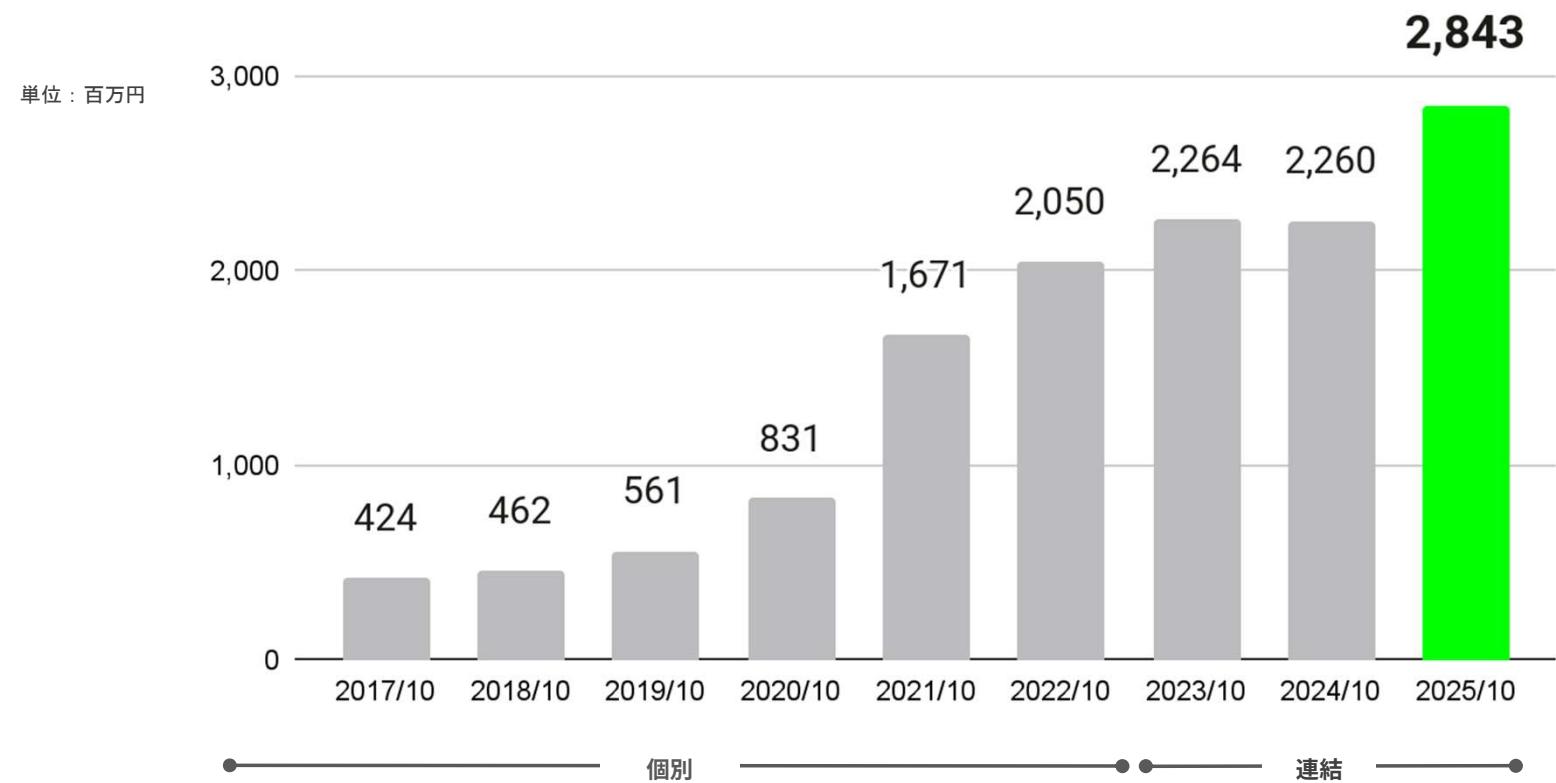
# 会社沿革

---

- 2015.11 eスポーツ専業の会社として、ウェルプレイド株式会社を東京都渋谷区に設立
- 2017.06 株式会社力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を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

## 業績ハイライト | 売上高

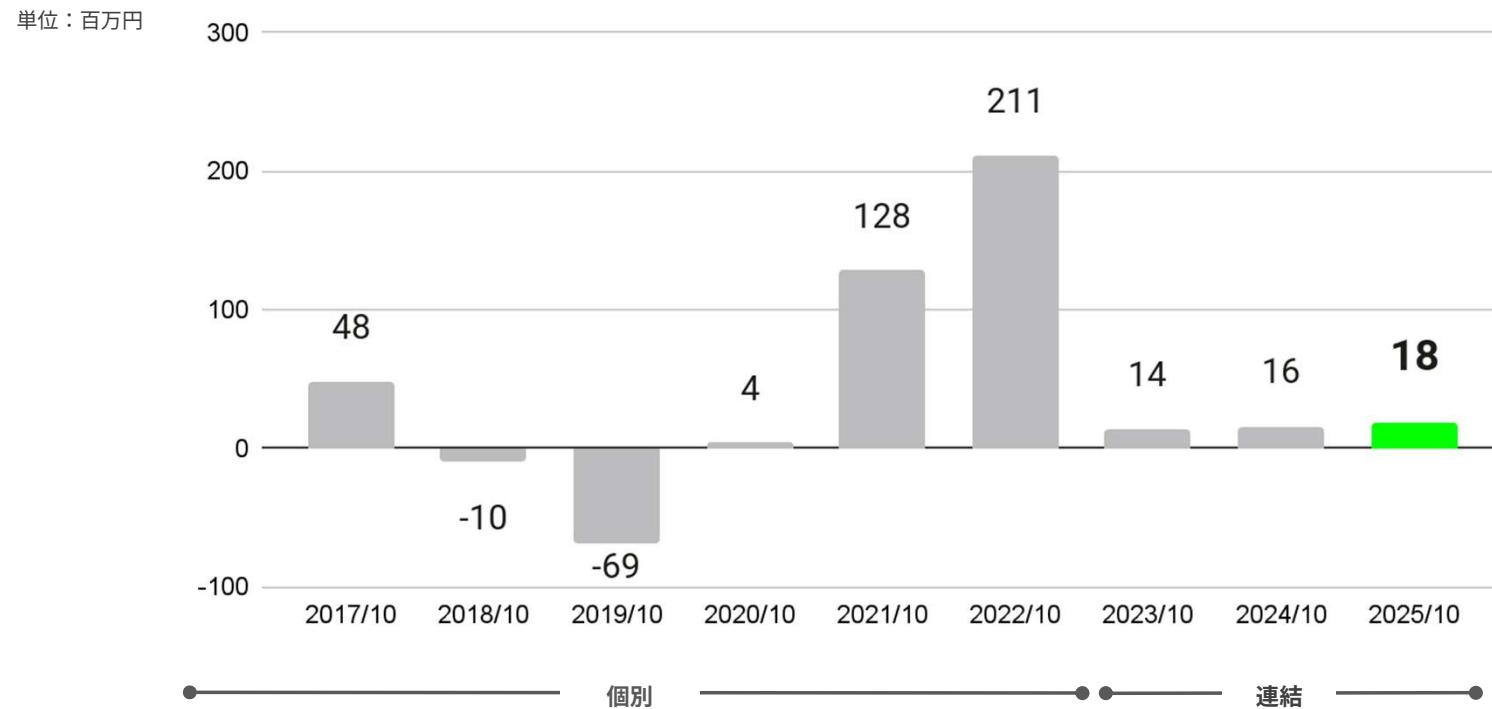
2021年に株式会社ライゼストと合併、コロナ禍をきっかけにオンラインイベントの需要が急速に拡大。  
2023年10月期以降、子会社の設立やM&Aを行い連結化。



※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しております。

## 業績ハイライト | 営業利益

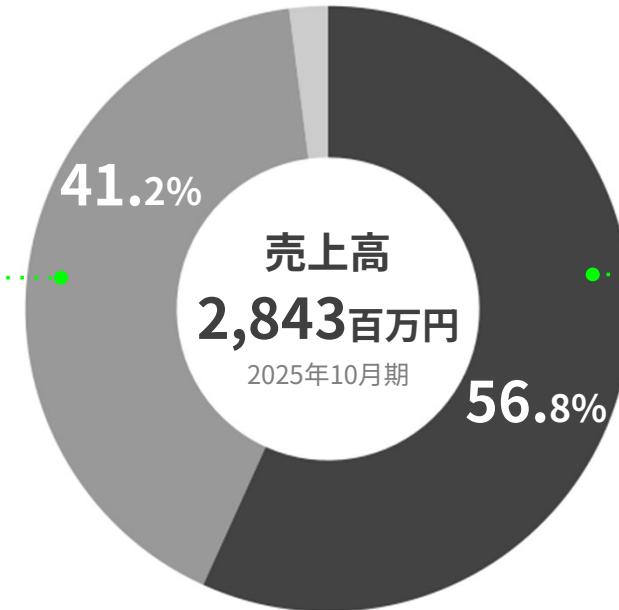
組織強化や事業投資により2018年～2019年にかけ赤字が発生するも、投資先の選択と集中や合併の実施により、2022年は2.1億円と大きく黒字化。  
2023年以降は、商品開発や営業戦略に積極的に費用を投下し、利益は低下。



※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しております。

## 事業概要

eスポーツ大会やゲームイベントの受託制作を行う「eスポーツ・イベントサービス」と、インフルエンサーマーケティングを中心とした「エージェンシーサービス」で構成。



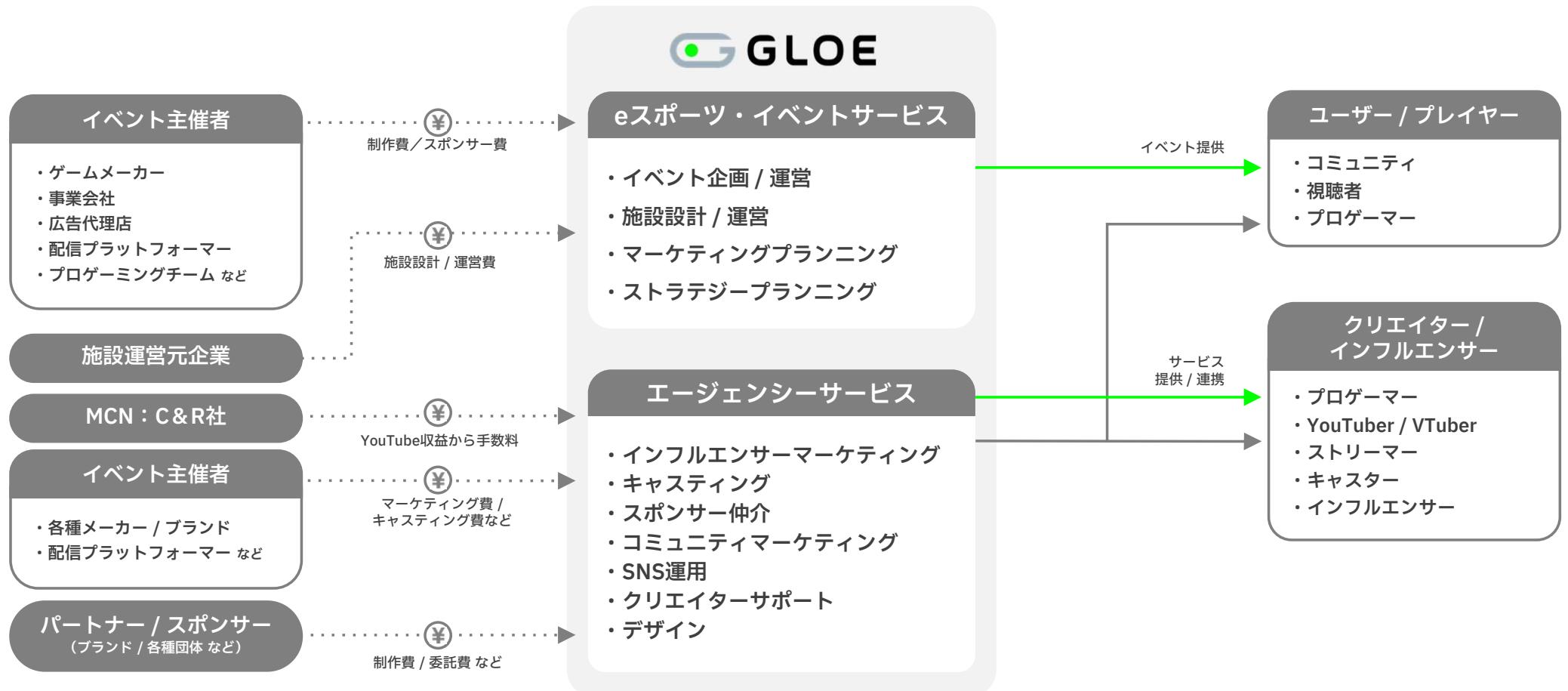
### エージェンシーサービス

- インフルエンサーマーケティング
- スポンサー仲介
- コミュニティマーケティング
- SNS運用

### eスポーツ・イベントサービス

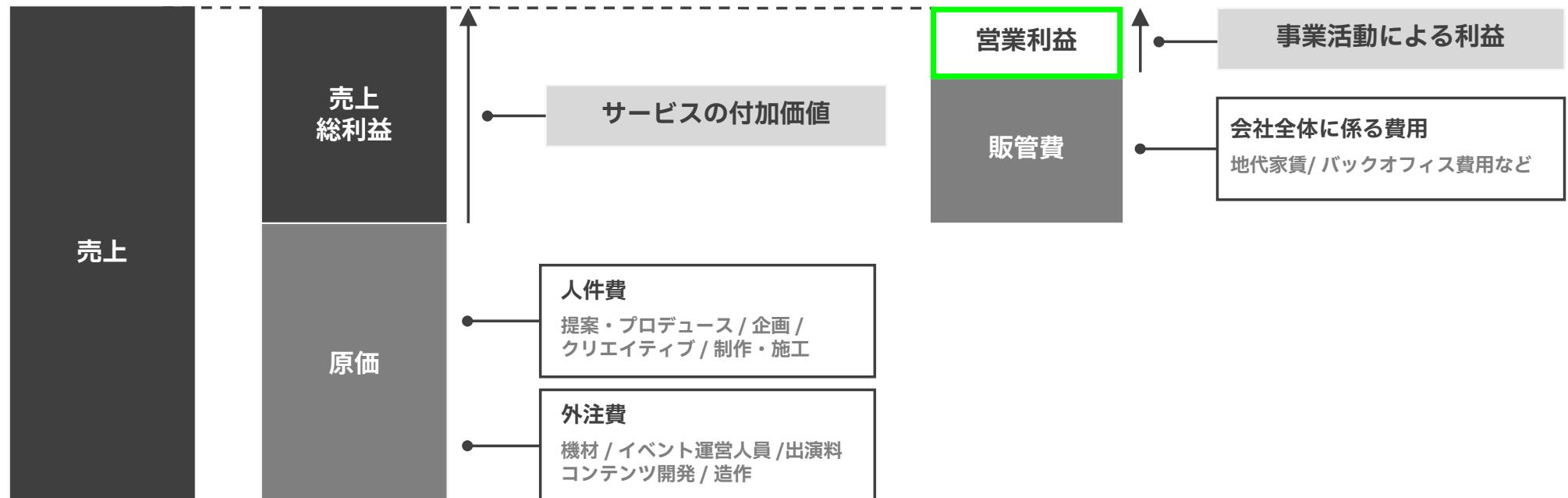
- ゲームイベントの企画・制作・運営
- 施設コンサルティング
- ストラテジープランニング

# ビジネスモデル



## 収益構造

当社グループは、外部のパートナーと協力してサービス提供を行う。  
売上原価は、イベント制作に係る外部のパートナーに対する外注費が大半を占める。



# 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



# 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

# 熱狂が渦巻く巨大市場

月間総視聴時間

**130**  
億分超え \*1

2020～2024年の  
市場の成長率

**3**  
倍 \*1

国内ゲーム人口

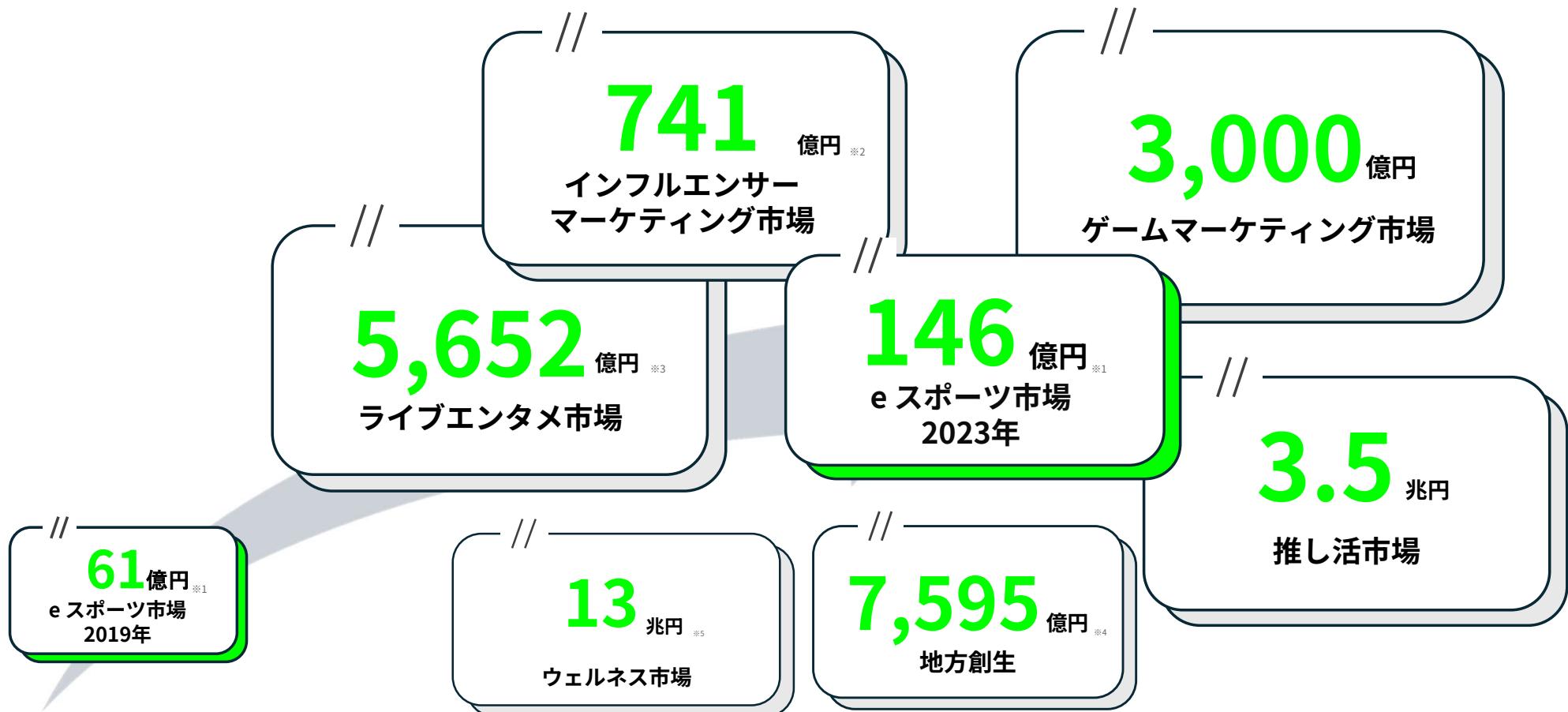
**5,553**  
万人 \*2

国内にゲームを楽しむプレイヤーが多いことはもちろん、  
昨今ではeスポーツのプロの大会である競技シーンと合わせて、  
YoutubeやTwitchなどでゲーム実況や配信を行う・視聴するストリーミングの文化が急成長。  
配信やイベントには**数万～数十万人**の集客・視聴されるなど強力なコミュニティが存在します。

出典：（※1）<https://branc.jp/article/2024/08/21/1227.html> （※2）<https://www.famitsu.com/article/202412/28189>

## ゲーム・eスポーツ市場の変化

ゲーム・eスポーツ市場は周辺領域への親和性が高く、業容は変化しながらも拡大



※1 日本eスポーツ連合 (JeSU) :「日本eスポーツ白書2023」、※2デジタルインファクト:「日本のインフルエンサーマーケティング市場規模」(2023)、※3びあ総研:「ライブエンタメ市場予測」、※4株式会社矢野経済研究所、自治体向けソリューション市場規模(2024)、※5経済産業省 ヘルスケア産業(公的保険外サービスの産業群)の市場規模 (推計)

# ゲーム市場が持つマーケティングポテンシャル

### Point 01 国内ゲーマー人口：5,553万人

日本の総人口の約半分が、何らかの形でゲームに触れる日常を送っています。

### Point 02 市場規模の継続的な成長

2020年のコロナ禍を機に市場は大きく成長。その後も拡大を続けており、巨大な消費が生まれています。2024年には国内ゲームコンテンツ市場規模は前年比3.4%増の「2兆3,961億円」に。

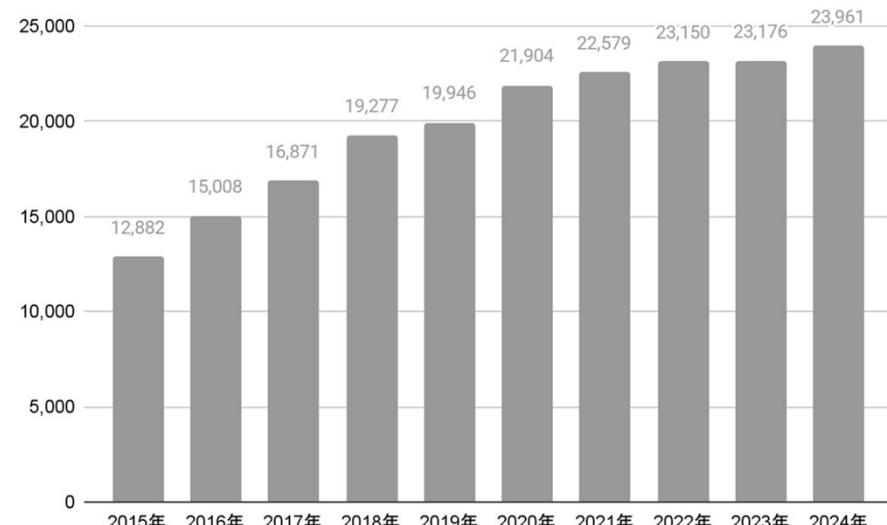
### Point 03 ライブ配信市場の急拡大

国内のゲーム実況ライブ配信における月間の総視聴時間は130億分を突破しました。

出典：[配信技研](#)

国内ゲームコンテンツ市場規模推移

単位：億円



出典：<https://www.famitsu.com/article/202508/49165>

# 具体的な数字で見るゲーム市場

## Z世代の可処分時間

「ゲーム界隈」を構成する中心であるZ世代（10～20代）の若者は、1日の可処分時間の25%をゲームをプレイや、ゲーム実況・配信の視聴に費やしています。



## ゲームのライブ配信の同時接続数

ゲームのライブ配信は高い視聴者エンゲージメントが見られ、人気チャンネルやイベントなどの平均同時接続数は**数万～10万人規模**に達するケースもあり、視聴者数の多さを示しています。

## ゲームファンの「推し活」

ゲームファンによる「推し活」は、応援する配信者やチームへの強い熱量から、高い消費行動を促す傾向にあります。VTuberとのコラボ商品では、限定セットが生配信終了から10分以内に完売した事例も多々あり、その**購買意欲の高さ**がうかがえます。

# 「視聴・観戦」が熱狂を加速させる

ゲームが巨大なエンターテイメント市場へと成長したのは、**楽しみ方が多様化**し、自分でプレイするだけではなく、他者のプレイを観て楽しむという文化が広く浸透してきたことが大きな要因です。この「観る」という体験は、大きく2つのシーンに分かれ、各々で大きなコミュニティを形成しています。



## 動画配信・実況（ストリーミング）の視聴

人気ストリーマーやVTuberのゲームプレイを、YouTubeやTwitchといったプラットフォームで、リアルタイムのコミュニケーションを交えながら楽しむスタイルです。ファンはコメントや「投げ銭」で配信者を応援し、配信者もそれに反応することで、強固な関係性が生まれます。情報はX等のSNSでも拡散され、TikTokのショート動画が新たなファンを生むきっかけにもなっています。



## eスポーツ（競技）の観戦

野球やサッカーのように、プロの選手やチームが繰り広げるハイレベルな戦いを観戦し、熱狂的に応援する文化が定着しています。eスポーツの選手たちは日々技術を磨き、大規模な大会で賞金と名誉を懸けて競い合います。その様子は専門の実況・解説付きでオンライン配信されるだけでなく、オフライン会場も数万人の観客で埋め尽くされ、その熱気はプロスポーツそのものです。

# 当社グループの競争優位性

ゲームを偏愛する社員が、様々なゲームタイトルに向き合い、ゲームコミュニティの理解を深めることで、多くのコミュニティからの高い信頼を獲得。  
先駆的な企画・多数の制作実績によるノウハウの蓄積により、ジャンルを問わず様々なゲームに対応が可能。  
ポジションとリレーションを強みとして、ゲームコミュニティでのビジネス拡大を行う。



# 当社グループの競争優位性 | ゲーム偏愛社員を醸成する組織づくり

ゲームを偏愛する社員たちの存在が、強固なコミュニティとの関係性を構築。

コミュニティと関係性強化が、大会制作でのクオリティを担保し、新規ビジネスを生み出す源泉となる。

当社グループでは、社内ゲーム交流大会の実施や、独自の人事評価制度・福利厚生制度を制定、ゲームを偏愛する社員を支援。

## 社員の大会実績

 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 (アジア全体17位)

 PUBG MOBILE  
元プロゲーマー日本5位

 ドラゴンクエストライバルズ  
全国大会ベスト4

 ポッ拳 POKKÉN TOURNAMENT  
世界大会2位

## 当社独自の「GAMING LIFESTYLE福利厚生制度」



### ゲーミング休暇



### ゲーミング環境サポート



### エンタメ補助制度



### ゲーム購入補助制度

## 社内ゲーム大会の様子



## 当社グループの競争優位性 | ゲーム・eスポーツ業界における当社グループの立ち位置

大小様々なeスポーツイベントを企画し運営する「クライアントワーク」のノウハウと、新たなブランドを創造する「ブランドプロデュース」の価値を掛け合せることで、業界唯一の存在に。

		イベント制作会社 eスポーツ部門	広告代理店	MCN (マルチチャンネル ネットワーク)	eスポーツ興行主
eスポーツのノウハウ	◎	◎	△	×	○
チームとの繋がり	◎	△	△	△	◎
IPホルダーとの 幅広い繋がり	◎	○	△	○	○
インフルエンサーの キャスティング能力	◎	△	○	○	○
イベント企画能力	◎	○	○	×	◎
イベント制作能力	◎	○	○	△	△
スポンサー獲得能力	○	×	◎	×	○

# 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

## 中長期の目指す方向性

社会/企業の課題解決に対し、ゲーム・eスポーツ価値を最大限に活用した

**イベント企画制作会社**



ゲームがそばにあるすべての人たちへ、創造性とつながりを届け、豊かなライフスタイルを共に築く

**GAMING LIFESTYLE Company**

## 中長期で注力する領域

GS事業（eスポーツ・イベントサービス、エージェンシーサービス）が現在の事業主体。

CC事業および新規事業は、新たな事業を中長期での柱とすべく、先行投資を行いながら事業成長を目指す。

### ゲーミングソリューション事業 (GS)

ゲーム・eスポーツの力で  
社会に新たな可能性を提供する

### コンテンツクリエイション事業 (CC)

インフルエンサーと  
新しい市場価値を共創する

### 新規事業

ゲーム・eスポーツを活用した  
新しいライフスタイルの提案

現在の  
サービス分類

eスポーツ・イベントサービス

エージェンシーサービス

新規事業

新規事業

# ビジョン達成に向けた3つの戦略

---

- 01 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)
- 02 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)
- 03 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)



ゲーミングソリューション事業

GAMING  
SOLUTION

# ゲーミングソリューション事業の概要

ゲーム・eスポーツにおける広範な知識と情熱を活かし、eスポーツの大会運営を中心に、ゲームを通じたコミュニケーションを促進するサービスを展開。

## ゲーム偏愛社員



我々自身がゲームに心を動かされた者の集団であり、誰よりもゲームのことを理解している。

## コミュニティからの信頼



さまざまなゲームコミュニティとの間で築いてきた、信頼関係とアクセス

## 圧倒的な会社実績



数千回以上のあらゆるマーケティング施策を実施



## 様々な業種の専門知識

広告

イベント

KOL施策

配信

SNS



# ゲーミングソリューション事業の運営方針

**01** マーケティング事業組織への変容

**02** 既存のゲームユーザーのエンゲージメントを高めるマーケティング

**03** 海外クライアント（主にアジア圏・北米・中東）への営業体制の強化

## マーケティング事業組織への変容 | 対象となる領域

現状、当社グループが参入できている領域は、ゲーム・マーケティングの領域全体の一部  
イベント企画運営で培った当社グループの資産を活かしながら、マーケティング領域のサービスを増やし  
てきた今期は、未参入領域へ人員を配置し、商品企画を行いながら事業領域のさらなる拡大を目指す



## 既存のゲームユーザーのエンゲージメントを高めるマーケティング

当社は、既存のゲームユーザーに刺さるコミュニティマーケティングを行えることが一番の強み  
大会運営のみならず、様々なサービスを提供し、既存のゲームユーザーの継続やファン化に寄与



## 実績 Escape from Tarkov | 東京ゲームショウ2025、G-STAR、ポップアップストア

Battlestate Gamesによる、『Escape from Tarkov』『Escape from Tarkov:ARENA』の  
東京ゲームショウ2025、韓国で開催したゲームショウG-STARのブース出展、  
大阪で開催したポップアップストアを総合プロデュース



東京ゲームショウ2025



G-STAR (in 韓国)



ポップアップストア (in 大阪)

実績詳細

[#TarkovTGS2025](#)

## 実績 デュエットナイトアビス | 東京ゲームショウ2025 / 駅ナカ広告サービス提供



Hero Gamesによる、  
『デュエットナイトアビス』  
の東京ゲームショウ2025ブース出展のサポート（左画像）



東京ゲームショウ2025



上記に加え、  
秋葉原・池袋駅にて10月～11  
月にかけて交通広告を掲出  
（右画像）。  
池袋東口ワイドビジョンでは、  
3回放映クリエイティブを切り  
替える特殊運用を実施



駅ナカ広告サービス

## 実績 松竹株式会社 | 東京ゲームショウ2025 / ミュージカル放映権購入

松竹株式会社ゲーム事業室（松竹ゲームズ）による、東京ゲームショウ2025のブース出展。企画・ブース施工をサポート。また、後述するミュージカルにおいて松竹ブロードキャスティング株式会社様の運営のCS放送「衛星劇場」でテレビ初放送。松竹様グループとしてお取引を推進。



東京ゲームショウ2025



ミュージカル「H12」



実績詳細

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000398.000053064.html>  
<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000751.000006470.html>



コンテンツクリエイション事業

CONTENTS  
CREATION

## コンテンツクリエイション事業

コンテンツクリエイション部は、IPの成長を共に目指すパートナーです。

共創事業や自社ブランド開発を通じ、IPの発掘・育成から収益化までをサポートし

物質化（MD）やセールスに至る一連のサイクルを統括することで、IPの価値最大化と自社資産の構築を実現します。



インフルエンサー(配信者)



GLOE株式会社



配信技術研究所株式会社



ゲームの枠を超えたコンテンツを企画制作

# コンテンツクリエイション事業 | スタンミジャパンプロジェクト

## ミュージカル「H12」

当社では、「企画や制作業務全般」を担当し、スタンミジャパンの俳優としての活動をサポートしています。



詳細

[https://gloe.jp/news/202504\\_h12/](https://gloe.jp/news/202504_h12/)

# コンテンツクリエイション事業 | ホロ花火 (Shiny Sparklers Symphony)

## ~ hololive production 8th Anniversary Fireworks ~Shiny Sparklers Symphony

当社では、「進行管理・配信・ネットワーク・SNS・キャスティング仲介・物販企画補助・クリエイティブ制作」を担当しました。



実績詳細

<https://holohanabi.com/>

## コンテンツクリエイション事業 | イベント企画

### GAMER's BOAT CLUB

YouTubeチャンネルを新規立ち上げ。

ボートレースを知らない層に向けて配信イベントを企画し、  
15,000人以上が同時視聴。



### げまげまファンミーティング

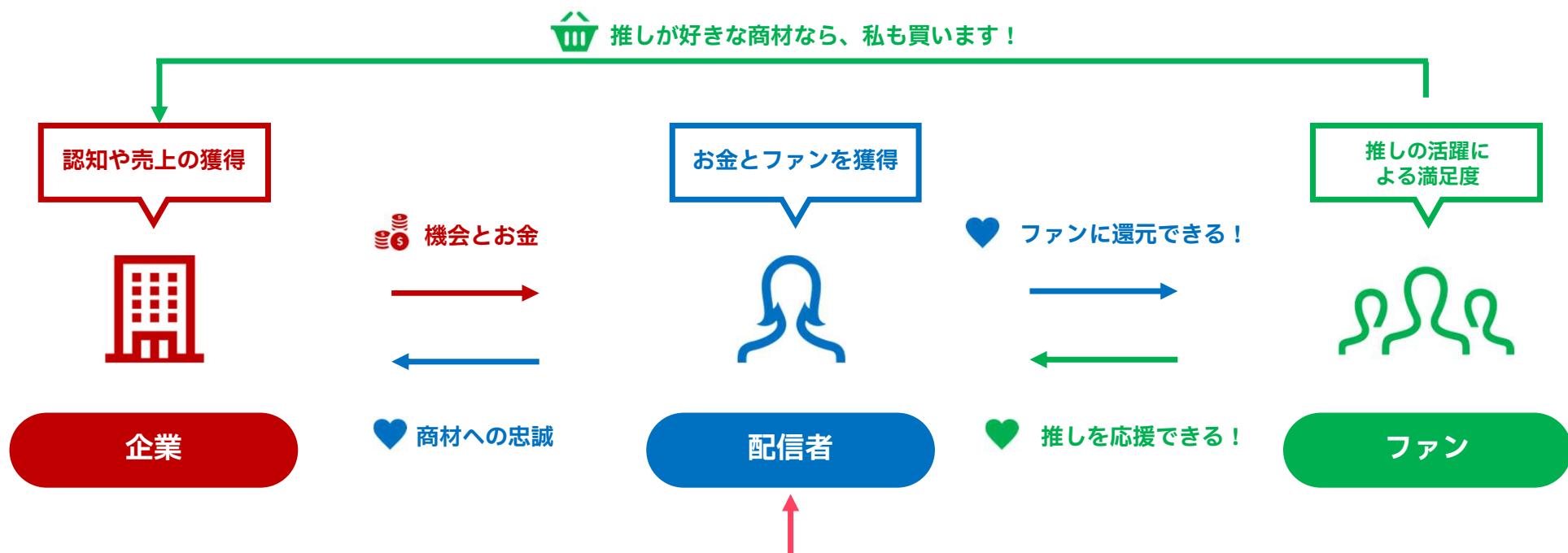
ストリーマーグループの握手会イベントを実施。

通常のゲームイベントとは異なる内容のイベントを企画。



# SCOP（配信技術研究所株式会社） | サービス概要

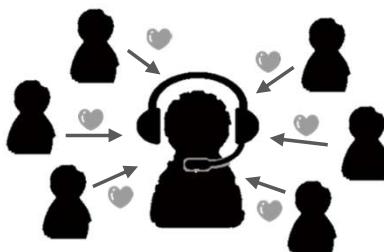
大規模ストリーマーより効果が高い中小規模ストリーマーを**教育+コミュニティ化**を行うことで  
更により良い効果を生み出す**インフルエンサーマーケ**と**ファンマーケ**の施策



SCOPというコミュニティに所属し、ファンを作るための配信や案件に関する教育を受けつつ  
配信者としての成長を目指す！

# SCOP | ストリーマーを活用したインフルエンサーマーケの特徴

## ストリーマーに対する視聴者のエンゲージメントの高さ



視聴者は「推しをサポートしてくれてありがとう」という感謝と共に、自ら購入・推奨してくれる強い味方になります。視聴者数だけでは測れない、本質的なエンゲージメントを創出します。

## コミュニティへの深い浸透力



ファンは「推し」のストリーマーが紹介する商品を自然と応援する傾向に。単なる認知獲得に留まらず、熱量の高いファンコミュニティへ深く、ダイレクトにブランドを浸透させることができます。

## 熱狂から生まれるUGC

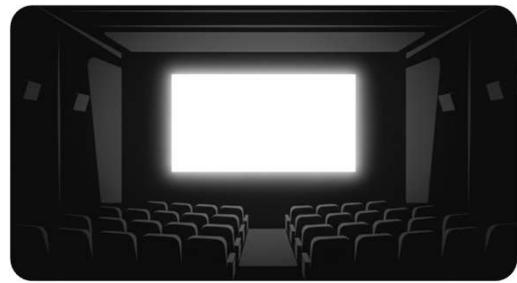


ファンが自発的にSNS投稿や口コミを行うことで、情報が二次的に拡散されます。企業発信ではない、リアルな熱量がこもったUGCは、何より信頼される情報源となります。

## SCOP | 月間の視聴時間数

---

月間の総視聴時間はシネアド\*を超える規模にまで拡大



シネアド

約**1.5**億分/月間



SCOP

**1.7** 億分/月間



新規事業

NEW  
BUSINESS

# ゲームが持つポテンシャルを活用した事業の展開

ゲームは、消費するだけのエンタメではなく、柔軟に変化し高い拡張性を持つ。

当社グループはエンタメ領域に収まらないゲームの価値に着目し、ゲームの要素を社会活動やサービス開発に組み込むことで、新たな事業展開を目指す。



# 拡大を見込んでいる注力領域

ゲームが持つ高い拡張性を最大限に活用し、  
中長期的な企業価値向上と安定した収益の柱を確立するため、各領域に注力していく。

## 地方創生



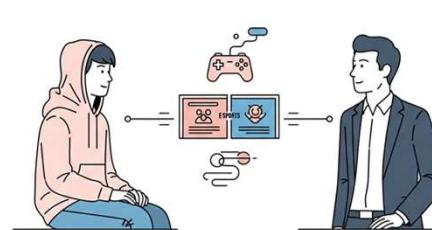
ゲーム・eスポーツを活用した地方自治体のまちづくり・地域活性化活動の支援

## ヘルスケア・高齢者



高齢者が主役となるゲームコミュニティの構築、健康増進や認知症予防を目的としたサービスや製品を開発

## 人材サービス



ゲーム・eスポーツを通じて、学生と企業の出会いをサポート

## アミューズメントポーカー



ゲーム・eスポーツを通じて、学生と企業の出会いをサポート

## 「ゲーム×就活」プロジェクト

ゲーマーフレンドリー企業だけが集まる合同説明会「ゲーたま」を開催。  
トークセッション、各社ブースでの対話など、94名のゲーム好きな学生とのカルチャーマッチを実現。



詳細

[https://gloe.jp/news/202503\\_getama/](https://gloe.jp/news/202503_getama/)

# アミューズメントポーカー

世界ではスキル・マインドゲームとして認知される「アミューズメントポーカー」。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と業務提携を通じて、日本発ポーカーのグローバルスタンダードを生み出す。



## ポーカーとは？

 <b>マインドスポーツ</b> 世界中で老若男女に楽しまれて いるマインドスポーツ	 <b>競技人口 約1億人</b> 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	 <b>WSOP優勝賞金 17億円</b> 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
--	--	--

## 株式会社ゲームエイトとの業務提携

---

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。  
プラットフォーム環境の変化を見据え、ゲーム外部決済・販売領域での協業を推進し販売成長を目指す。



詳細

[https://gloe.jp/news/202512\\_game8/](https://gloe.jp/news/202512_game8/)

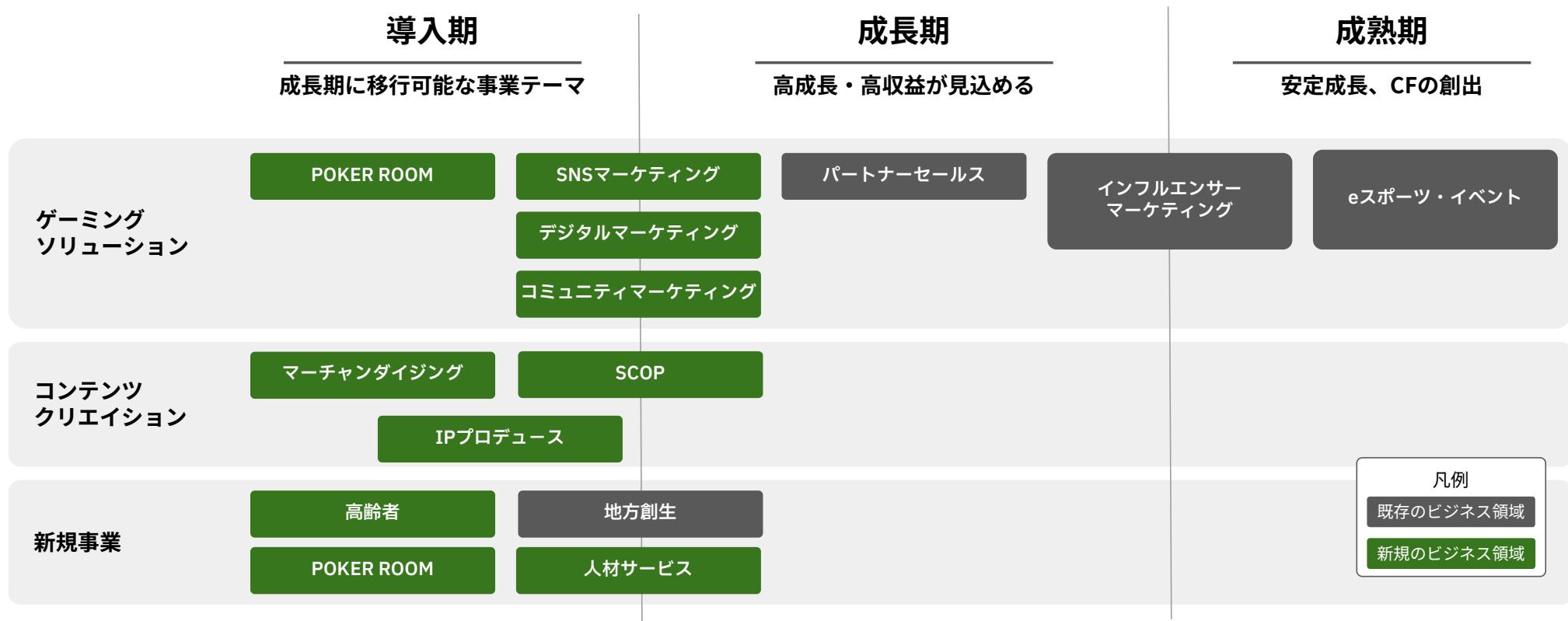


## 今後の展望

# FUTURE PROSPECTS

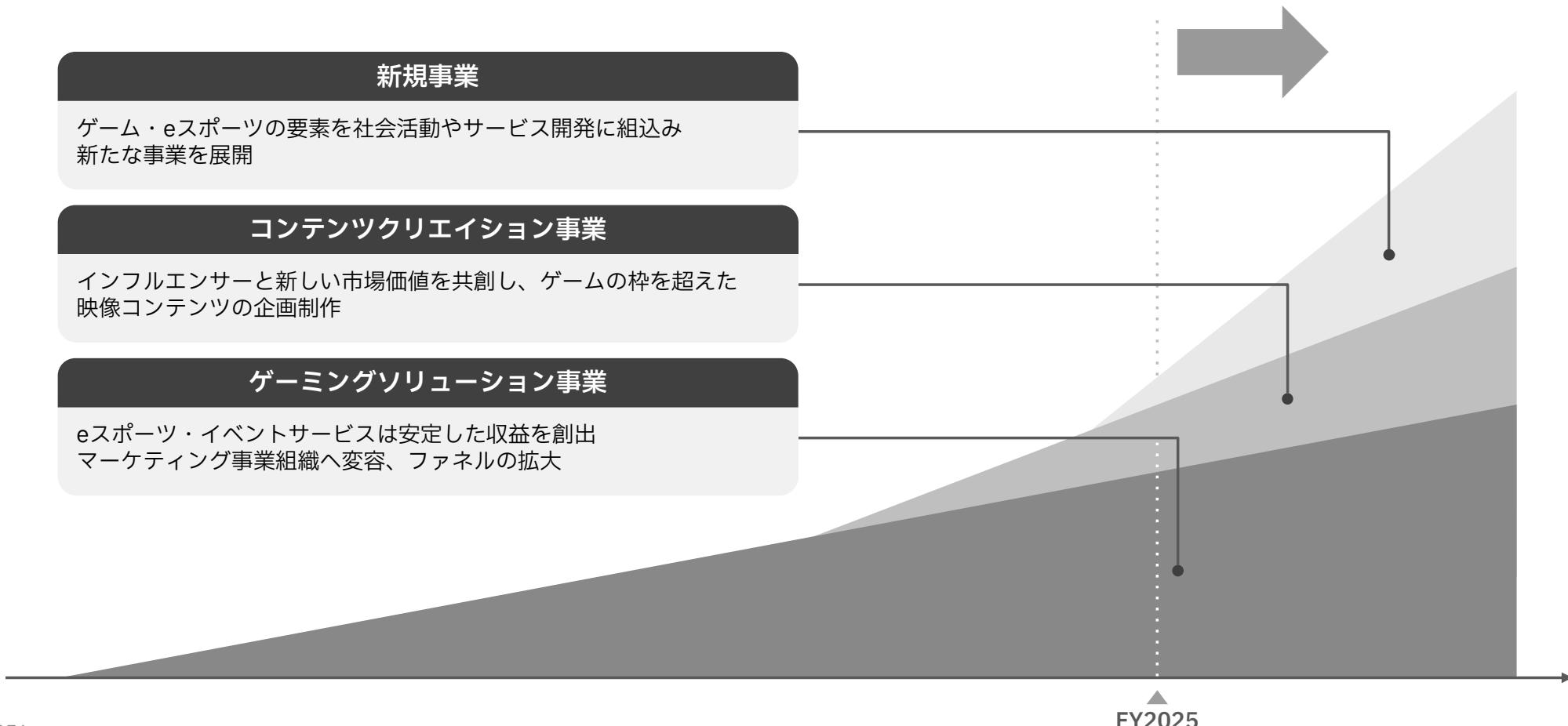
# サービス別のビジネスの立ち位置

現在の売上の多くを占める「eスポーツ・イベントサービス」は安定成長を目指す。  
導入期は成長期への育成を目的に検討を開始、成長期は人的投資の強化。  
導入期～成長期の事業が収益転嫁されるまでには1～3年を見込む。



# 今後の展望について

ゲーミングソリューション事業成長による安定した収益を基盤にしながら、新規事業での事業創出を目指す。



# 成長に資する取り組みの実施状況

組織体制の変更に合わせ、各サービスの新たな成長方針を策定。

既存事業の成長指標は収益性に統一し、売上高及び営業利益率の向上を目指す。

	成長方針	主な成長指標 (当社内での管理指標)	具体的な取り組み
ゲーミング ソリューション	マーケティング事業組織への変容	収益性 (売上高及び営業利益率)	<ul style="list-style-type: none"><li>● 営業体制の強化による、案件数・取引先数の拡大</li><li>● マーケティングサービスの開発強化</li><li>● コミュニティや各パートナーとの連携強化</li><li>● 海外事業展開</li></ul>
コンテンツ クリエーション	ゲームの枠を超えた 映像コンテンツの企画制作	創出事業数 (中長期でフォロー)	<ul style="list-style-type: none"><li>● コミュニティや各パートナーとの連携強化</li><li>● 自社ブランドの創出・強化</li><li>● テクノロジーを活用したプラットフォームの構築</li></ul>
新規事業	ゲームが持つポテンシャルを活用した 事業の展開		<ul style="list-style-type: none"><li>● ゲームが持つポテンシャルを活用した新規サービス開発</li><li>● eスポーツ×他領域のサービスの創出</li></ul>

# 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

# リスク情報

## 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ることから、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、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「下請代金支払遅延等防止法」（下請法）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回開催されるコンプライアンス委員会およびリスク管理委員会においても、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。

### 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。

### 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。

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まいります。

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、保証しておりません