

COLOPL REPORT2024



Entertainment in Real Life

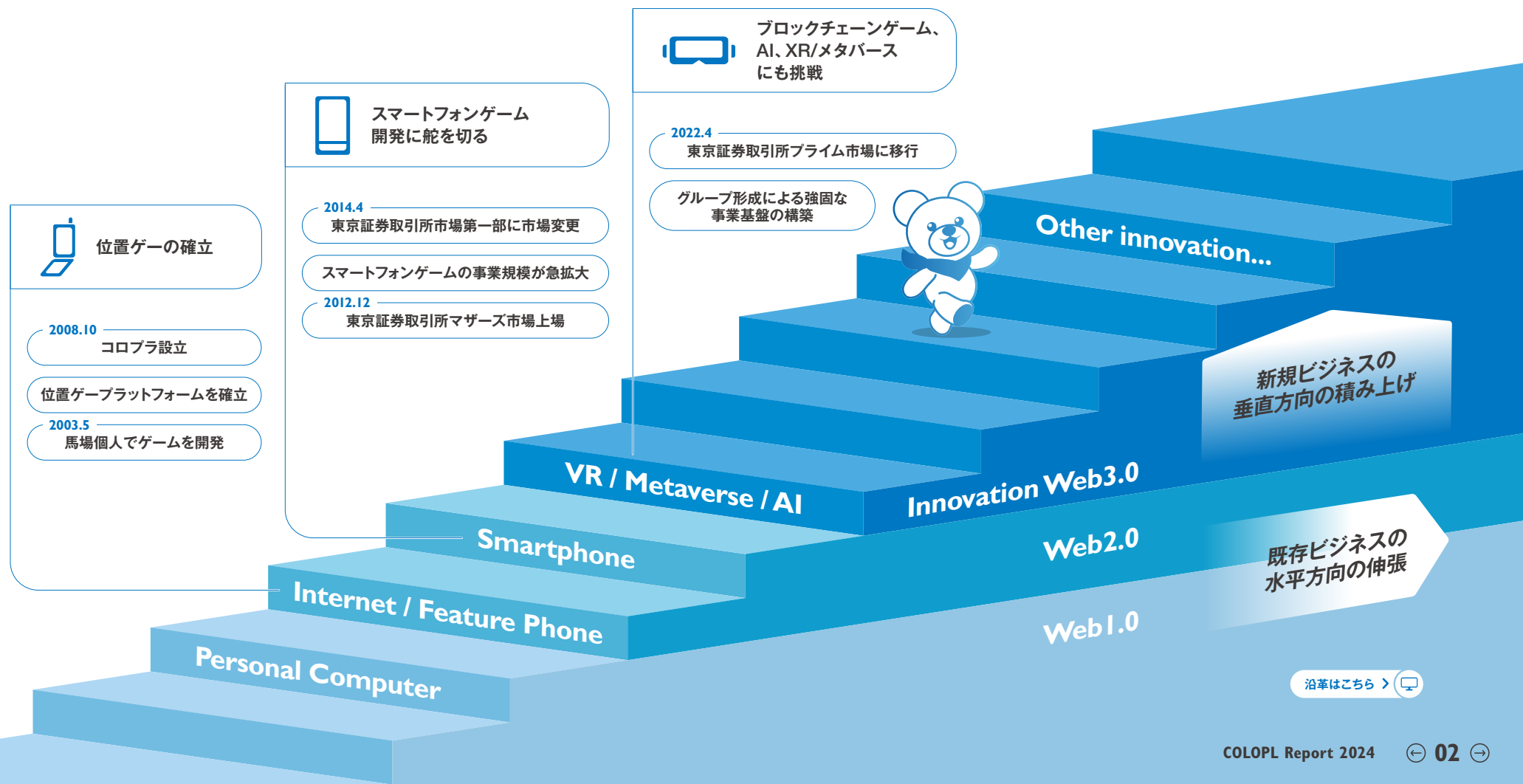
コロプラはGPSを活用した世界初の位置ゲー※「コロニーな生活」から始まり、
これまでに新しい体験を届ける、いわば“祖”となるコンテンツを数多く創出してきました。
創業時から続く、ものづくりへの強い想いは、17年目を迎えた今も変わりません。

これからも「Entertainment in Real Life」のミッションのもと、
何気ない日常をより楽しく、より素晴らしくする新しい体験を創出し、持続的な成長を目指してまいります。

※位置ゲーは株式会社コロプラの登録商標であり、世界初表記は自社調査に基づきます。

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

当社はこれまでイノベーションを成長機会とし、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、過去にない“新しい体験”を届けるエンターテインメントを追求していきます。



“祖”となるコンテンツを届けたい— 創業時から変わらないものづくりへの強い想い

当社は創業以来一貫して、過去にない新しい体験を届ける、“祖”となるコンテンツづくりに挑戦してきました。これを体現していくために制定したフィロソフィーのもと、全従業員がものづくりへの強い想いを持ち、世界を変える“祖”となるコンテンツをつくり続けています。

コロプラのフィロソフィー

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

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

行動指針

TRY

挑戦

VALUE

価値あるものづくり

BELIEVE

信じる心

[フィロソフィーの詳細はこちら](#)

創業者メッセージ

どんなに苦しくても祖となるコンテンツをつくれる会社であり続けてほしい

コロプラは過去にない新しい体験を届ける、いわば“祖”となるコンテンツをつくることに挑戦してきました。

GPSを活用した世界初の位置ゲー「コロニーな生活」をはじめ、成功したものもあれば、残念ながら陽の目をみなかったコンテンツもたくさんあります。多くのユーザーさまに楽しんでいただけるようになったものは、たくさんつくった中のほんの一握りです。

最近の取り組みでいえば、持続可能なPlay to Earnを目指したブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」が挙げられます。国内上場企業グループ初となるIEOをはじめ数々の困難を乗り越え、足元ではグローバルでユーザー

数を拡大させています。また、生成AIで新たなゲーム体験の創出を目指す新プロジェクトも始動しています。

祖となるものを生み出すためには、多くの苦しみが生じます。それでも、多くの人に喜んでもらえると思えばその苦しみを乗り越えた者だけが、それまでの世界を変える祖となるコンテンツを生み出す権利をもつことができると信じています。

どんなに苦しくても祖となるコンテンツをつくれる会社であり続けてほしい。これからどんなに時が経っても、どんなに規模が変わっても、コロプラの原点を忘れないためにこの言葉を受け継いでいってほしいと思っています。



取締役会長
チーフクリエイター
馬場 功淳

強みとその源泉

当社の強みである「“祖”となるコンテンツの創出力」は、「多様なサービスの開発・運営を担う人材と体制」と、「創業以来変わらないものづくりのカルチャー」によって支えられています。
チーフクリエイターの馬場を筆頭に、4名のリードクリエイターがゲーム開発を牽引。
グループ従業員の約8割がクリエイターであり、開発・運用ノウハウをグループ全体で共有できる体制を構築しています。

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生み出す創出力

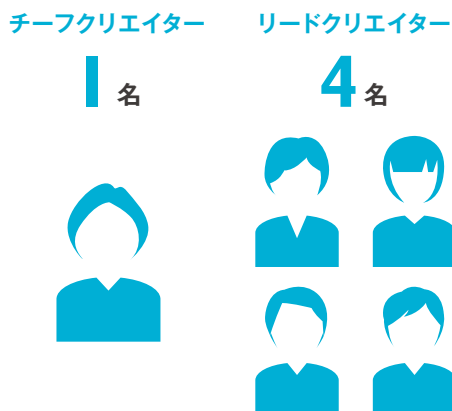
多様なサービスの
開発・運営を担う人材と体制

創業以来変わらない
ものづくりのカルチャー

…… クリエイターの割合 ……



……… 開発体制 ……



……… 生み出した“祖”となるコンテンツ ……



コロプラの事業

当社グループのMission、Visionに基づき、エンターテインメントと投資育成を軸として、適切なリソース配分と分散投資を行い、事業の拡大に努めてまいります。

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。主力タイトルは、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。



[サイトはこちら](#) >

● XR

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。また、2022年にはウェブブラウザ上で手軽にメタバースを楽しめるサービス「WEBmetaverse」を展開するなど、今後、XR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。



コロプラ社内キックオフで使用したメタバース空間

WEBmetaverse
2022年2月からWEBmetaverse事業を開始

360Channel
360度VR動画専用の配信プラットフォームを運営

[サイトはこちら](#) >

● コンシューマーゲーム

グループ会社の株式会社MAGES.では「STEINS;GATE」を代表とする科学アドベンチャーシリーズなどの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。また、株式会社ピラミッドでは「アリス・ギア・アイギスCS」などコンシューマゲーム開発全般を、株式会社エイティングでは受託開発を行っています。



©MAGES./NITRO PLUS

[サイトはこちら](#) >

● ブロックチェーンゲーム

グループ会社の株式会社Brilliantcryptoにて、持続可能なPlay to Earnの実現を目指したブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」の開発、世界に向けた展開を進めています。今多くの注目を集めるテクノロジーである、メタバース、Web3、AIを活用し、世の中に新しい価値を創出します。



[サイトはこちら](#) >

投資育成事業

投資事業を展開する株式会社コロプラネクストでは、複数のファンドを運営しています。現在は、日本及びアジアのエンターテインメント、BtoC企業を中心に投資を行っています。

[主な投資先はこちら](#) >

主なファンド

1号ファンド



学生起業家への投資

Colopl VR Fund
(2号ファンド)



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
(4号ファンド)



XR関連企業への投資

5号、6号、
7号、8号ファンド



純投資を
目的とした投資

The Next Unicorn Fund
IBK Scale-upGyeonggi G-Fund



東アジアや
東南アジア企業への投資

Contents

01 イントロダクション

- 01 はじめに
- 02 コロブラの歩み
- 03 コロブラの創業哲学
- 04 強みとその源泉
- 05 コロブラの事業
- 06 目次

07 コロブラの価値創造

- 08 CEOメッセージ
- 12 Brilliantcryptoの挑戦
- 13 価値創造プロセス
- 14 ステークホルダーエンゲージメント
- 15 マテリアリティ

16 価値創造のための戦略

- 17 中期経営方針
- 18 事業別の取り組み
- 19 **経営戦略** CSOインタビュー
- 23 **事業戦略** CPOメッセージ
- 26 **AI戦略** CIOメッセージ
- 29 **財務戦略** CFOメッセージ

32 価値創造のための基盤

01 サステナビリティ

- 33 安心して働ける環境づくり
- 34 ダイバーシティの推進
- 35 健康経営の推進
- 36 次世代の育成
- 37 事業推進と環境保全の両立

02 コーポレート・ガバナンス

- 38 **特集** 社外取締役×CEO 対談
- 42 サステナビリティを推進するガバナンス
- 45 役員紹介

47 財務データ

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

51 アウトライン

- 51 コロブラグループ
- 52 会社・株式情報
- 53 SNS・メディア一覧

編集方針

コロブ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、サステナビリティへの取り組み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

2024年9月期(2023年10月1日～2024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、株式会社コロブラ及びグループ各社(2024年9月30日時点、株式会社コロブラが発行済株式数の50%超を保有する会社)を「コロブラグループ」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。

コロプラの価値創造

8 CEOメッセージ

12 Brilliantcryptoの挑戦

13 価値創造プロセス

14 ステークホルダーエンゲージメント

15 マテリアリティ



代表取締役社長
上席執行役員 CEO
宮本 貴志

CEO MESSAGE

中期経営方針を掲げ 経営体制を刷新 コロプラのブランドを 世界に広めていく

2024年9月期の振り返り

新しい価値創造に向けた仕込みの一年 蒔いた種が花開いた事業も

国内モバイルゲーム市場は、二極化の一途を辿っています。長期運営の大型タイトルがランキング上位を独占する一方で、新作のヒット難易度が上昇。ヒットした新作の多くも中国を筆頭に海外タイトルが占めるなど、環境はより厳しさを増しています。

そうしたなか、当社既存タイトルは2024年7月に「白猫プロジェクト」が10周年、9月に「ドラゴンクエストウォーク(企画・制作:株式会社スクウェア・エニックス、開発:当社)」が5周年を迎え、ユーザーさまとのコミュニケーションに尽力してまいりました。新作としては、6月にグループ会社よりブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」を、8月には自社・他社のIPを活用したスマートフォン向けチームアクションゲーム「フェスティバル」をリリースいたしました。

ただ、新作のリリース時期が想定より後ろ倒しとなったことや、既存タイトルのクローズなどもあり、2024年9月期は前年比で減収となりました。また、「Brilliantcrypto」は自社発行トークンのIEOにより15億円を調達したものの、収益認識の都合上、売上への反映までに時間を要すること、そして、事業本格化に伴い開発費や広告宣伝費などが大きく集中したこと。こう

した構造的要因により、当社初の通期赤字となったことは、役員一同、真摯に受け止めています。

一方で、「Brilliantcrypto」は今後の業績貢献に向けた海外展開を進めております。その取り組みの一例として、2024年9月にはグローバル暗号資産取引所である「Bit2Me」を通じて世界66ヶ国でのトークン上場を果たしました。また、これまで種蒔きを続けてきた投資育成事業においては、株式会社タイミーをはじめ、投資先のイグジットが増加したことで増収。セグメント化以降、初の黒字決算となりました。



Brilliantcrypto



フェスティバル

©COLOPL, Inc. ©MIXI



2025年9月期の展望・施策

海外展開を軸とした中期経営方針を策定 独自技術×IPで新たな体験を創出

2024年9月期の取り組みと業績を踏まえ、2025年9月期は“成長戦略を実行する年”と位置づけています。これに先駆けて策定したのが、「海外市場への積極的展開」「国内IPの活用」「新しいUXの提供（唯一無二のものづくり）」の3つの戦略を柱とする中期経営方針です。

コロプラは、「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」というVisionのもと、技術革新をいち早くゲームに採り入れ、新しい体験を提供してまいりました。その姿勢は、今後も決して変わりません。

しかし、すでに成熟した国内モバイルゲーム市場にあって、飛躍的な成長を展望するのは困難です。一方で、グローバルに目を向けると、モバイルゲーム市場はさらなる伸長が期待されます。このことから、コロプラが成長し続けていくためには、海外への積極的な事業展開が不可欠だと考えています。

実際に多くの日本企業が海外展開を強化していますが、そう簡単にはいかないことも事実です。海外市場を勝ち抜くためには、すでに広く知られているUXの流用ではなく、新しいUXを提供し、他社タイトルと差別化を図ることが求められます。位置ゲーをはじめ独自の技術を多く有しているコロプラだからこそ、この市場で勝負し、勝ち抜いていくことができると考えています。さらに追い風となるのが、日本のIP価値の高まりです。特に北米では認知度・人気ともに急上昇しており、日本同様にIPで勝負できる市場ができあがっています。

そこで、コロプラの保有する独自技術とグローバルに強い他社様のIPとを組み合わせることで、当社にしかつくりえない新しいゲーム体験（未知のUX）を世界に広めていく、という方針を固めました。もちろん、自社IPを用いた未知のUXの提供にも引き続き力を入れていきます。現在開発中の生成AIを活用したゲームなどはその一例です。対して、すでに世の中で広く知られているUXを提供するタイトルの開発は、グループ会社や他社との協業により引き続き行っていきます。各社が得意とする領域にリソースを配分することで、事業ポートフォリオを充実させつつ、グループ全体、世界全体で収益を上げていく。これが成長戦略の骨子となります。

中期的な成長に向けた取り組み

世界で戦うための開発体制を構築 ブランディング活動にもより一層力を入れる

成長戦略を実施していくにあたって、強力な礎となるのが、2024年に行った数々の取り組みです。2月には、株式会社Aimingとの資本業務提携を締結し、モバイルゲーム開発に必要な技術・人材リソースの相互利用による、開発体制の強化を図りました。同社はIPを活用したゲームづくりにも定評があり、今後も協業関係を深化させていきたいと考えています。

また、グループ会社の株式会社MAGES.は、音楽コンテンツ事業及び番組制作事業などを譲渡し、主力のゲーム事業に一本化。今後はIP創出やゲーム制作に集中し、グループ全体の成長に寄与していきます。

社内においては、将来のゲーム開発に必須のAIをより身近なものとするために、積極的なAI活用を進めています。2024年9月期は、AI推進チームを組成し、バックオフィスを含めた社内業務の効率化を図りました。さらにはゲーム体験そのものへの活用にも視野を広げ、現在プロジェクトを進めております。

これらに加えて、引き続き強化を図っていくのが、ブランディングです。コロプラとは何を強みとする、どんな会社なのか。それを周知するために、インナーブランディング、社外への発信、ともに積極的に取り組んでいきます。

世界に存在感を示すためにも、わかりやすいブランドを創ることは重要です。目指すのは、コロプラ＝“新しい体験”と連想してもらえる企業になること。もちろん時間はかかるでしょうが、今後も成長戦略の要として、継続的にブランディング活動を続けてまいります。

経営体制を刷新

CxO制の導入により グループ全体の事業推進力を高めていく

中期経営方針で掲げた戦略をやり切るために、2024年12月の定時株主総会終結のときをもって、経営体制を変更しました。その目的は、事業推進力の向上と、コーポレート・ガバナンスの強化にあります。

まずスピーディーな意思決定を実現するにあたって、上席執行役員制度を導入し、併せてCxOの任命を行いました。それぞれの役割と責任領域を明確にすることで、執行スピードを上げていきます。さらに、CxOの管掌領域はグループ全体にわたり、各社の強みを掛け合わせたリソースの有効活用と、業務の汎用化による省力化やコスト削減にも貢献してまいります。

一方、企業経営の土台となるコーポレート・ガバナンスをより強化していくために、取締役会を刷新。これまで14名だった取締役を9名とし、うち5名を社外取締役としました。過半数を社外取締役とすることで、透明性を高めていくのが狙いです。また、新たに女性の社外取締役を1名迎えたことによって、取締役会における女性メンバーは2名となり、ダイバーシティも推進しております。

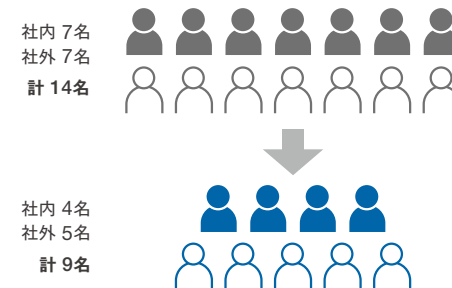
もうひとつの大きな変更は、代表権をCEOに集約したことです。私が代表取締役として経営の舵を取り、創業者である馬場は取締役会長兼チーフクリエイターとして、開発指揮に専念する体制となります。

この新体制のもと、各戦略を着実に遂行し、スピーディーに結果を出せる組織を目指してまいります。 [役員紹介はこちら > P.45-46](#)

CxO制の導入



取締役会の刷新



成長戦略を実現する社内体制へ

開発とマーケティングを有機的に統合し ものづくりと顧客創出を両輪で回していく

経営体制の変更に伴い、2025年1月よりこれまで私が管掌していたマーケティング本部の一部を、エンターテインメント本部に統合する予定です。

既存タイトルの収益向上を目指し、新作をヒットさせるためには、クリエイターとマーケターが同じKPIを共有する必要があります。それには、作品に対するマーケターの知見をより深め、クリエイターの収益感度も高めていかなければなりません。特に新規開発においては、企画の段階から足並みを揃えていくことが重要だと考えます。近年では開発に3～5年かかるのが当たり前になってきていますし、なおさらこの連携強化が求められるでしょう。

実は、「フェスティバル」もこの手法に則って開発した案件です。ここで得た手応えをもとに、ゆくゆくは全タイトルに専属のマーケティングチームをつけ、ものづくりからプロモーション、コミュニティマネジメントまでを二人三脚で行っていきたくと考えています。これにより、集客と収益の最大化を図ることで、成長戦略を実現していくのが狙いです。

人的資本への取り組み

評価制度や従業員活躍のあり方を見直し パフォーマンスを最大発揮できる環境へ

コロプラにとって、最も大切な資本は人材です。中期経営方針をやり切るにも、人がついてこなければ始まりません。従業員理解をより深め、彼らの成長に貢献していくことは、企業成長にもつながる重要度の高いミッションだと考えています。

そこで2025年9月期からは、CEOである私がHR本部も管掌することとしました。目指すのは、「誰もがオープンに発言できる会社」です。コロプラは今、新しい方針と体制のもと、大きく変わろうとしています。そこに疑問や不安を感じる従業員も少なくないでしょう。それを解消するためにも、みんなの意見を聞き、丁寧にコミュニケーションを重ね、納得してもらうことが、変革の第一歩だと思っています。

変革には、当然負荷も伴います。中期経営方針で掲げる戦略の遂行に向けては、これまで

以上に個人個人の努力や挑戦も必要となるでしょう。その貢献に報いるべく、チャレンジが公正に評価される仕組みをつくり、従業員一人ひとりがそれぞれの領域でパフォーマンスを最大発揮できる環境を整えていきます。

また、最近の嬉しいトピックスとしては、当社所属のパラアスリートたちの活躍も挙げられます。パリ2024パラリンピック競技大会に3名の選手が出場し、2つの金メダルを持ち帰ってくれました。コロプラでは、今後も彼らの活動を支援してまいります。

投資家の皆さまへ

絶対に“やり切る”覚悟で成長戦略を推進 これからのコロプラにご期待ください

2024年9月期は厳しい業績となりました。一方で、だからこそ当社が取るべき戦略が明確になったことも事実です。中期経営方針では、海外市場を視野に入れた成長戦略を描いています。その達成に向けて、2025年9月期は新体制のもと、戦略の実行に取り組んでまいります。

チャレンジングな試みに思われるかもしれませんが、コロプラにはそれを実現できるだけの人材も技術もあると思っています。皆さまのご支援にお応えするためにも、絶対にやり切る覚悟で、この戦略を進めてまいります。

17年目を迎えたコロプラが来年、再来年、そして20年の節目を笑顔で迎えられるよう、役員一同とグループ従業員約1,300名が一丸となって、中期経営方針のもと邁進してまいります。ステークホルダーの皆さまにおかれましては、引き続きのご支援とご期待を賜りますようお願い申し上げます。



Brilliantcryptoの挑戦

プロジェクト発表から1年。上場企業グループ初のIEOを成功させ、グローバルで着実にユーザーを獲得している「Brilliantcrypto」は、これからも世の中に新たな価値を創出するため挑戦を続けていきます。

「Brilliantcrypto」は世界中のユーザーが採掘者となり、宝石やトークンを獲得するため鉱山を採掘していくブロックチェーンゲームです。「Proof of Gaming」という新たなモデルを導入し、持続可能なPlay to Earnの実現を目指しています。

「Brilliantcrypto」は数々の困難を乗り越え、2024年6月にリリースされました。リリース直後からデジタル宝石取引が成立し、最高額は日本円換算で約56万円となるなど、着実に世の中に新たな価値を創出しています。また、国内上場企業グループで初めて自社トークンの発行を達成。グローバル暗号資産取引所「Bit2Me」での上場によって、世界66ヶ国でトークンの取り扱いが開始されるなど、グローバル展開も加速させています。足元ではデジタル宝石にさらなる価値を生み出すべく、NFTジュエリー工房機能を開発中です。

私たちが中長期で目指すメタバース経済圏の確立に向け、今後もさらなる挑戦を続けていきます。

これまでの取り組み



ゲームリリース/IEOの実施
(2024.6.17)



デジタル宝石取引が成立
(2024.6.18)



グローバル暗号資産取引所「Bit2Me」への上場
(2024.9.10)



NFTジュエリー工房機能を開発中

中長期的な価値創造プロセス



価値創造プロセス

“祖”となるコンテンツの創出力という強みを活かし、中期経営方針に掲げた3つの戦略を遂行していくことで、持続的な成長を目指していきます。

主要な経営資本

Input

人的資本

新しい体験を生み出す
多様性のある組織

グループ会社……………7社
グループ従業員数……………1,235名

知的資本

ゲーム配信を支える運営力と特許

国内スマートフォンゲーム……………12本
特許数……………887件

社会・関係性資本

熱量の高いユーザーとの関係性

QAU……………306万人^{※1}

財務資本

盤石な財務基盤

総資産……………798億円
現預金……………502億円

製造資本

ゲーム作りを支える環境

安心して働ける環境、健康経営の推進、
クリエイターファーストなオフィス

自然資本

事業活動を支えるエネルギー

電気使用量……………54万kWh^{※2}
(再生可能エネルギー使用比率50.1%)

事業活動

Business Model

エンターテインメント事業 / 投資育成事業 P.05 >

強み

“祖”となる
コンテンツの創出力

強みの源泉

多様なサービスの
開発・運用を
担う人材と体制



創業以来変わらない
ものづくりの
カルチャー

P.04 >

中期経営方針

海外市場への
積極的展開

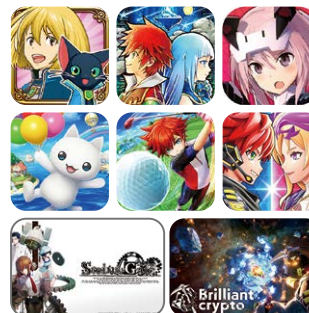
国内IPの活用

新しいUXの提供
(唯一無二のものづくり)

P.17 >

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



P.03 >

持続的な価値創造の基盤

コロプラのフィロソフィー

P.03 >

ステークホルダーエンゲージメント

P.14 >

サステナビリティの取り組み

P.33 >

コーポレート・ガバナンス

P.38 >

創出する価値

Outcome

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

社会に提供する価値

ユーザーさま

より楽しく、より素晴らしい
日常の創出に寄与

従業員等

多様なキャリア形成と
豊かな生活の実現

地域・社会

サステナブルな社会の実現に寄与

株主・投資家

企業価値の向上と
株主還元によるリターンの最大化

コロプラが得る価値




事業基盤の拡充
持続的な成長

※1 QAUは、ダウンロード日から7日目以降に2024年7月～9月において一度でもタイトルを立ち上げたユーザーさまの数。各タイトルの単純合算値です。

※2 電気使用量及び再生可能エネルギー使用比率は、2023年10月～2024年9月のコロプラ単体の実績値となります。

※ ※1、2以外のデータはすべて2024年9月末時点

ステークホルダーエンゲージメント

ステークホルダー	関心・期待	マテリアリティ	対話	Outcome
 <p>ユーザーさま</p>	<ul style="list-style-type: none"> • コロブラらしい“ワクワク”、“ドキドキ”するようなエンターテインメント • 安心、安全に遊べる環境 	<ul style="list-style-type: none"> • 事業推進と環境保全の両立 • 次世代の育成 • サステナビリティを推進するガバナンス 	<ul style="list-style-type: none"> • 日々のサービス運営やユーザーサポート • コーポレートサイトやプロダクトサイトの充実 	<ul style="list-style-type: none"> • エンターテインメントの提供を通じたより楽しく、より素晴らしい日常の創出に寄与
 <p>従業員等</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 働きがい、成長機会のある職場環境 • 多様な働き方とキャリア形成 	<ul style="list-style-type: none"> • 安心して働ける環境づくり • 健康経営の推進 • 次世代の育成 	<ul style="list-style-type: none"> • 教育研修、公正な評価制度 • 働く環境の整備（オフィス、在宅勤務制度など） • エンゲージメント調査、ストレスチェックの実施 	<ul style="list-style-type: none"> • 従業員の多様なキャリア形成と豊かな生活の実現
 <p>地域・社会</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 環境問題、環境負荷の低減 • 地域との共存共栄、活性化 • 雇用の創出 	<ul style="list-style-type: none"> • 事業推進と環境保全の両立 • 安心して働ける環境づくり • ダイバーシティの推進 • 次世代の育成 	<ul style="list-style-type: none"> • 社会貢献活動などを通じた地域社会への取り組み • コーポレートサイト、求人サイトの充実 • SNSなどを通じた情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> • 事業活動を通じたサステナブルな社会の実現に寄与
 <p>株主・投資家</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 事業成長を通じた企業価値の向上 • 株主還元や株価上昇を通じたリターン • 適切なガバナンス体制の構築やサステナビリティへの取り組み 	<ul style="list-style-type: none"> • 事業推進と環境保全の両立 • サステナビリティを推進するガバナンス 	<ul style="list-style-type: none"> • 株主総会、決算説明会などを通じた適切な情報開示 • IRサイトの充実やSNSを通じた情報発信 • 1on1ミーティングやカンファレンス参加による投資家との交流 	<ul style="list-style-type: none"> • 企業価値の向上と株主還元によるリターンの最大化

マテリアリティ

当社は、「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」というMissionのもと、エンターテインメントを通じて社会課題の解決を図り、グループ全体でサステナブルな社会の実現に貢献してまいります。

マテリアリティの特定

SDGsにおける重要課題(マテリアリティ)の特定において、取り組むべき項目をより明確にするために、ステークホルダーとコロプラグループにとって重要度の高い項目を、マトリックス評価により絞り込んでいます。

取り組み重要課題マトリックス



具体的な取り組み

● 安心して働ける環境づくり



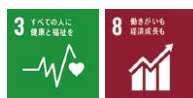
P.33 >

● ダイバーシティの推進



P.34 >

● 健康経営の推進



P.35 >

● 次世代の育成



P.36 >

● 事業推進と環境保全の両立



P.37 >

● サステナビリティを推進するガバナンス



P.42 >

価値創造のための戦略

17 中期経営方針

18 事業別の取り組み

19 **経営戦略** CSOインタビュー

23 **事業戦略** CPOメッセージ

26 **AI戦略** CIOメッセージ

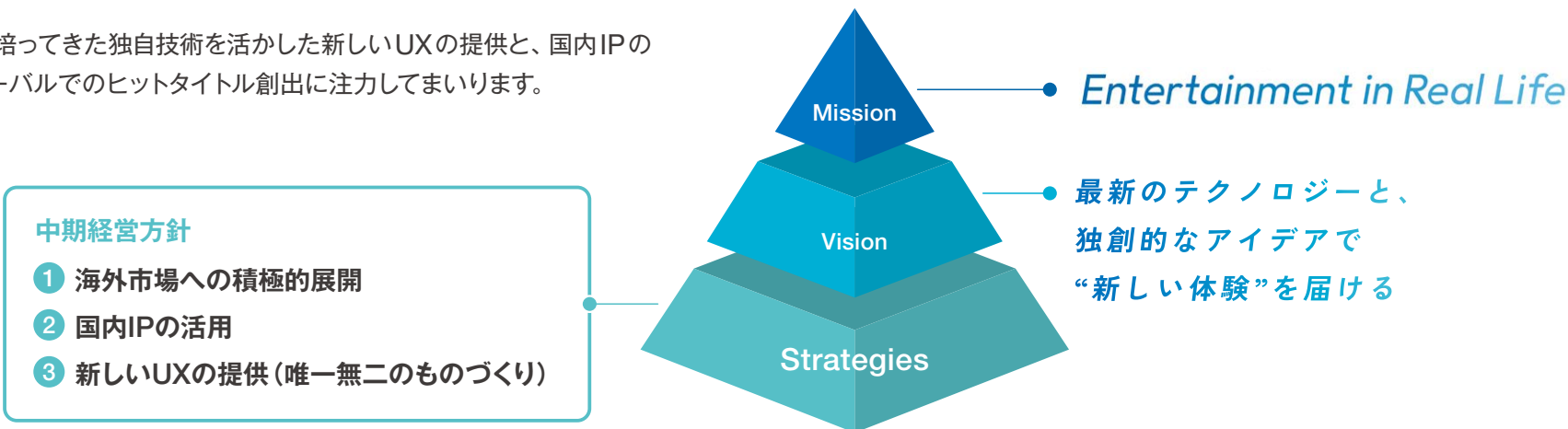
29 **財務戦略** CFOメッセージ

中期経営方針

当社は「Entertainment in Real Life」をMissionに、「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Visionを掲げております。これらをより追求していくため、この度、中期経営方針を策定いたしました。

中期経営方針の策定

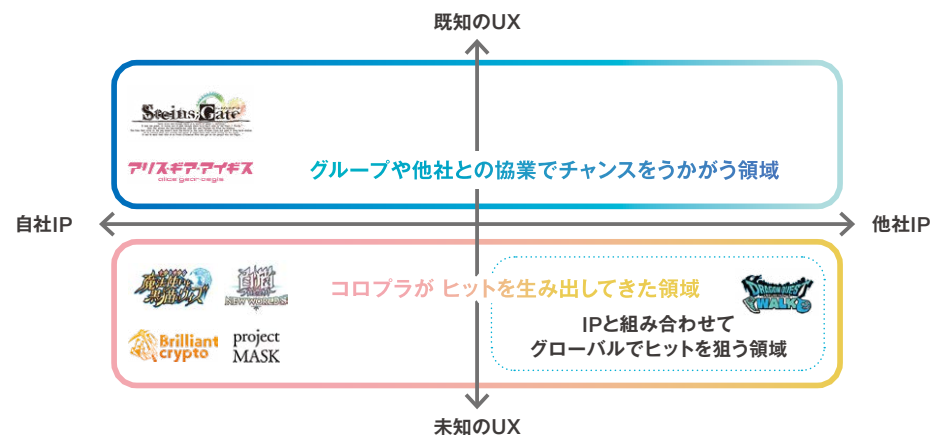
当社がこれまでに培ってきた独自技術を活かした新しいUXの提供と、国内IPの活用により、グローバルでのヒットタイトル創出に注力してまいります。



コンテンツ戦略

当社が得意とする未知のUXの領域においては、海外で認知が拡大している国内の有名IPを活用し、グローバルでヒットを狙っていきます。

また既知のUXの領域においては、グループ会社や他社との協業によってチャンスがうかがっていくことで、ポートフォリオを広くカバーしながら、リソースの選択と集中を進めてまいります。



※上図は、当社独自の基準に則って作成した指標です
 ※未知のUXは、当社オリジナルのゲーム体験を指し、既知のUXは、広く認知されたゲーム体験を指します

事業別の取り組み

中期経営方針のもと、エンターテインメントと投資育成を軸として、適切なリソース配分と分散投資を行い、事業の拡大に努めてまいります。

エンターテインメント事業

エンターテインメント事業においては、中期経営方針における戦略に基づいたコンテンツポートフォリオを組み、より多くの人々に“新しい体験”を届けることを目指してまいります。

● 既存ビジネス IPの積極活用とアプローチする市場の拡大

スマートフォンゲーム

- IPを活用し、新しい体験を提供する新作ゲームの開発
- 独自の技術力を駆使し、ターゲットとなる海外市場への展開の加速
- マルチプラットフォーム展開の推進

コンシューマーゲーム

- 強みであるアドベンチャーゲーム開発に注力
- 「STEINS;GATE」15周年を記念する新作リリースとユーザー層の拡大

● 新規ビジネス 将来の収益化を目指した新技術領域への挑戦

ブロックチェーン

- 「Brilliantcrypto」はPhase2へ。世界展開強化とデジタル宝石価値の最大化

AI

- 新たなゲーム体験そのものへの健全なAI活用の実現

XR

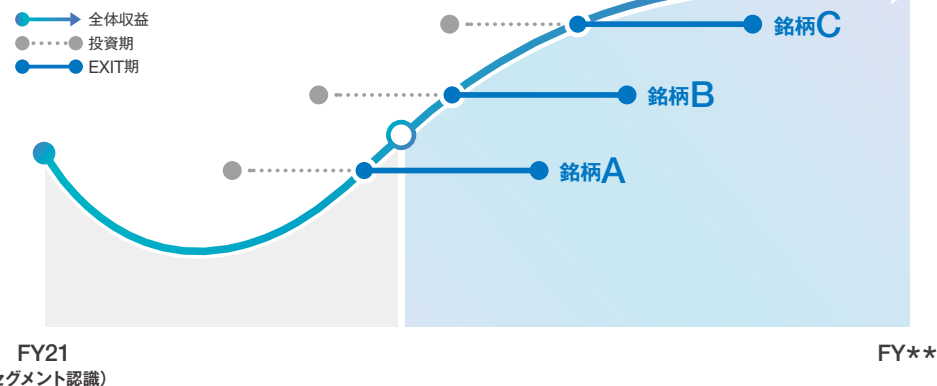
- さらなるサービス強化とBtoBへの注力
- これまでの知見を活かし、シナジーある新規事業を創出

投資育成事業

投資育成事業においては、日本及びアジアのIT関連・エンターテインメント企業等を対象に幅広く投資し、リスクの最小化とリターンの最大化を目指してまいります。

知見のある分野、地域での集中的な投資

投資収益イメージ



CSO INTERVIEW

コロプラはどう変わる？ CSOに聞く 中期経営方針策定の舞台裏

コロプラは、今後の成長に向けた中期経営方針を発表しました。戦略のポイントはどこにあるのか。立案を担当したCSOの瀧田に、IR担当執行役員の森が聞きました。

巻き込み型の戦略実行により グループ全体の成長に貢献したい

森 瀧田さんは、2023年7月よりコロプラにジョインされました。改めて、その経緯をお話いただけますか。

瀧田 一言でいうと、宮本さんに誘われたからです。私はこれまで3社で働いた経験があり、彼とは2社目で出会いました。

森 当時は、瀧田さんが上司だったんですね。

瀧田 ええ。私が部長をしていた部署に、優秀なルーキーとして入ってきたのが彼で。互いに会社を離れたあとも付き合いは続き、宮本さんがコロプラのCEOに就任してから、「戦略的な思考や行動様式をもたらず手助けをしてほしい」と声をかけてもらいました。

森 現在瀧田さんはCSOに就任されていますが、どのような役割を担っているのでしょうか。

瀧田 これまでは経営企画部長として、コロプラの意思決定支援や戦略立案に携わってきました。すでに中長期の目標についての合意形成は得ており、ここからは実行のフェーズ。その旗振り役として任命されたとの認識です。

上席執行役員
CSO (最高戦略責任者)
瀧田 和伸

執行役員
経営管理部長
森 林太郎

森 宮本さんを中心にこの1年間取り組んできたブランディングによって、コロプラとはどんな会社なのか、何が強みなのか、というのが明確になっていたこともあり、実行フェーズへの移行はスムーズに進んだと感じています。また、宮本さんには、もうひとつの構想もあったようですね。

瀧田 グループ全体の成長戦略ですね。コロプラ単体としての戦略は見えてきたので、次はグループ各社も巻き込んだプランを策定していこうと。これもCSOの大事なミッションだと心得ています。

森 瀧田さんは、子会社である株式会社リアルスタイルと株式会社MAGES.の役員も務めていますよね。

瀧田 どちらの子会社も立て直しの時期にあります。特に株式会社MAGES.はコンシューマーゲーム開発以外の事業を整理しており、今は業容転換後のリポートを進めているところです。

森 会社の再構築や再起動は、具体的にどんなことをやるかお話しいただけますか。

瀧田 私が戦略立案で大事にしているのは、「やるべきこと」と「やらないこと」をきっちり分けること。その会社のコアコンピタンスをしっかりと見据え、そこに資源を集中させれば、自ずとムダはなくなります。これは、コロプラの成長戦略でも同様です。

森 では、コロプラのコアコンピタンスは何だと思われますか。

瀧田 コロプラは日本でも数少ない、しっかりしたものづくりができる会社。自社でモバイルゲーム開発をしない大手企業もたくさんあるなかで、高いクオリティの大作を複数つくることのできる希少な企業です。しかも、「位置ゲー」という唯一無二の技術も有している。では、この2つをもって、どうやって勝ちを取りに行くのか。そのための戦略を策定し、グループ全体を巻き込みながら実行していくことが、私の役割だと考えています。

プロダクトアウトの強みを 全社で支える体制にしていく

森 ものづくりにおけるコロプラの強みは、どこにあると思いますか。

瀧田 一番は、プロダクトアウトであるという点。ユーザーさまの声を聞くことはもちろん大切ですが、結局その期待を超えるものづくりは、つくり手の情熱と自由な発想からしか生まれないと考えています。

森 いいものづくりの原動力は、それに尽きますね。コロプラには、ゲームやエンタメにこだわる人材が揃っていて、みんなが同じ方向を向いて進んでいけるところも、強みになっていると思います。

瀧田 プロダクトアウトは時代遅れ、今はマーケットインだという人もいますが、絶対そんなことは

ない。コロプラらしいものづくりには、プロダクトアウトが正解です。

森 一方で、課題に感じるところなどもありますか。

瀧田 2つあります。1つは、プロダクトアウトのものづくりを全社的に支えるスキームがないことです。マーケットインが顕在ニーズに応えるものであるのに対し、プロダクトアウトは潜在ニーズを掘り起こすもの。そして、それが正しいかどうかの判断はマーケターの仕事となります。つくり手の想いをユーザーに正しく届けるためにも、開発とマーケティングはつねに二人三脚でやっていく必要がある。プロダクトアウトの会社であれば、なおのことです。

森 それを受けて、これまで分かれていた開発部門とマーケティング部門がより密な連携を取れる組織へ変更しますね。今後は、プロジェクトの企画段階から開発、リリース、運営までの全フェーズに、専属のマーケターが寄り添う体制となります。

瀧田 いい傾向だと思います。2つ目の課題は、国内のモバイルゲーム市場が伸び悩んでいるという点。当社のコンテンツは国内向けにつくられたものが多く、収益獲得機会の縮小は避けられない状況です。と同時に、イノベーションのジレンマに陥ってしまうリスクも危惧しています。

森 かつてモバイルゲームの登場で、ゲーム業界の勢力図が大きく変わったようなことがまた起こるということでしょうか？

瀧田 近年はモバイル機器の進化に合わせてゲームもリッチ化の一途を辿っています。そこに注力してばかりだと、次に何か新しいプラットフォームが出てきたときに、後れをとってしまうかもしれません。ここはいったん立ち止まって、今一度モバイルゲームの価値を見直すべきだと思います。

森 モバイルならではの意味では、「位置ゲー」はまさに強力な付加価値といえますよね。

瀧田 ええ、「位置ゲー」に代表されるモバイル端末の特性を活かしたマーケットはあると考えています。また、モバイルゲームはもっとシンプルにして、複雑なゲームはモバイルとPCの両方でリリースしていくのが正攻法だとも考えています。

海外戦略を視野に入れた 3本柱の中期経営方針を策定

森 瀧田さんは今後のゲーム市場をどのように捉えていますか。

瀧田 まず国内市場は、少子高齢化を背景にゲーム人口のパイが狭まるとともに、海外タイトルの攻勢から、特に中堅のモバイル企業は全体的に苦戦を強いられています。一方で、海外のゲーム市場は年々拡大しており、今後もその傾向は続くと考えられます。なかでも、世界最大である米国市場は好調で、カジュアルゲームを中心に月に100億円を超える売上を獲得するタイトルも

珍しくありません。今後、コロプラが持続的な成長を果たしていくためにも、海外市場の攻略は必須といえるでしょう。

森 今回策定した中期経営方針にも、その方向性が示されていますね。

瀧田 海外市場に力を入れていくという方針は、入社前から宮本さんと共有していました。その実現に向けて、まず行ったのが海外市場のリサーチです。海外でどんなゲームやIPが嗜好されているのかを、コロプラ独自の切り口で調査しました。そこで得られたデータを前提に策定したのが、「海外市場への積極的展開」「国内IPの活用」「新しいUXの提供（唯一無二のものづくり）」の3本を柱とした中期経営方針です。

森 調査結果は従業員向けの動画や取締役会でもシェアされ、一定のコンセンサスを得たかと思います。そこから戦略を策定していくにあたって大きな起点となったのが、今年6月に実施した役員合宿ですね。

瀧田 合宿では、2つの戦略に基づいた仮説をベースに役員間で議論しました。戦略の1つは、市場に勢いのある要素に自分たちの強みをぶつけて戦う「積極化戦略」。2つ目は、市場の中で脅威と感じている要素に、やはり強みを活かす「差別化戦略」です。積極化戦略には、「海外に向けて有力な国内IPを活用したタイトルを開発する」、差別化戦略には「技術力で差別化を図りつつ、海外企業を凌駕するタイトルを開発する」という仮説プランを立てました。

森 瀧田さんの戦略は非常に明快で、コロプラの強みと課題をわかりやすく整理されました。とはいえ、ハンドリングは大変だったと思います。

瀧田 当社の役員は個別議論に走りがちで、むしろそちらに話題を振ったほうがいい議論ができると考え、「コロプラがつくるべきコンテンツは何か」という議題に変えたんです。

森 ここで出てきたのが、当社のゲームコンテンツ戦略のマッピングですね。

瀧田 コロプラは環境適応型というか、どの時代でも目の前にある機会に全力投球してきたため、結果的に全方位にいろんなコンテンツを展開しています。その豊富なコンテンツ資産を、縦軸にUX、横軸にIPを配置した四象限マトリックスに並べてみました。

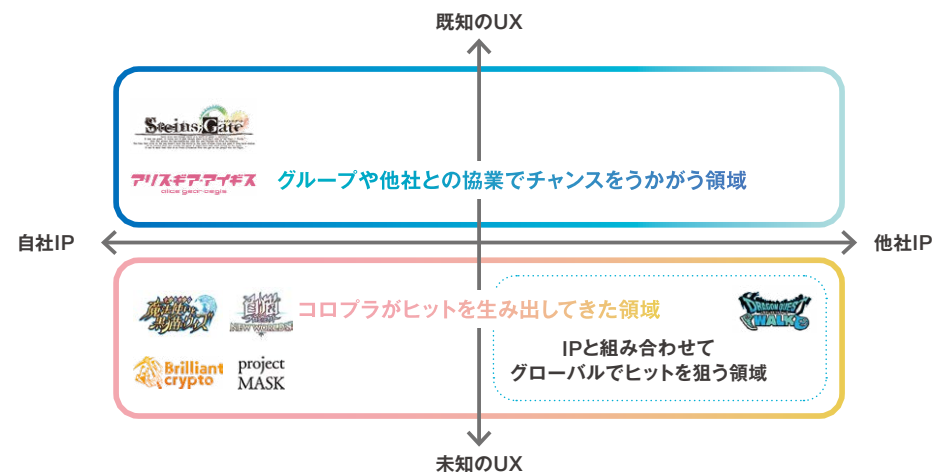
森 これをもとに、今後注力するのは「既知のUXか未知のUXか」、あるいは「自社のIPか他社のIPか」を話し合いましたね。

瀧田 その結果、今まで誰も見たことのないUXを世の中に提供していく。それこそが、コロプラのあるべき姿なんだ、という共通認識をあらたにしました。

森 まさに「やるべきこと」と「やらないこと」の見極めができましたね。

瀧田 さらにIPに関して、自社のみでなく、他社の有力IPも積極的に活用していく方向で意見が一致。この合宿を機に、「日本の有力IPとコロプラの技術力を結集した唯一無二のものづくりで、海外に攻めていく」という方針が決定しました。

コンテンツ戦略



独自技術を武器に新しいUXを提供し 世界で戦える企業へ

森 中期経営方針が定まったことにより、今後の意思決定もスピーディーになっていくはずです。これまでは「チャンスがあったら何でもやる」という開発姿勢でしたが、方針に照らし合わせれば、「チャンスがあってもこれはやらない」という選択も出てくる。CPOやリードクリエイターにとっても、より戦略的に開発を進められる環境が整ったとみています。

瀧田 やらないことを決めてしまえば、やるべきことは見えてきます。例えば、既存のゲームシステムを流用する“ガワ替え”タイトルはコロプラではやりません。ただ、グループ会社の開発タイトルや他社との協業作品においてはその限りではありません。事業ポートフォリオは広くカバーしながら、コロプラの貴重なリソースは新しいUXを提供するものづくりに集中させていきます。

森 新しいUXに通じる技術が、コロプラにはたくさんありますからね。

瀧田 「位置ゲー」をはじめとしたコロプラの技術は、差別化戦略の要であると同時に、積極化戦略にも活かせる強力な武器です。日本の有力IPと組み合わせることで、海外にも大きなイン

パクトを与えるタイトルが開発できると確信しています。

〔森〕では、コロプラの今後の目標はなんでしょう。

〔瀧田〕世界的なヒットタイトルを複数生み出すことです。繰り返しになりますが、国内市場が成熟しつつあるなか、モバイルゲーム会社として持続的な成長を果たすためには、グローバルで注目される企業になり、海外市場を勝ち取っていく必要があります。

〔森〕投資家の皆さまをはじめ社外の方からすると、世界的なヒットを複数出すというのは、かなりチャレンジングなゴール設定のように聞こえるかと。

〔瀧田〕そうですね、でも決してそんなことはないと思っています。当社には位置情報やブロックチェーンをはじめとした海外でも通用し得る技術が多数あり、新しいUXを提供してきた実績があります。そこにグローバルに強いIPを組み合わせることで、世界的なヒットを狙う。十分勝機はあると考えています。

変化をチャンスと捉え 今後の成長につなげていく

〔森〕中期経営方針の実行に向け、コロプラは大きく変わろうとしています。

〔瀧田〕企業変革という大袈裟かもしれませんが、少なくともコロプラが大きな岐路に立たされているのは間違いないでしょう。でも、変革というのは一夜にしては実現せず、徐々にしか進まないものです。

〔森〕そうしたなか、CSOとして取り組むべきことは何だと思われますか。

〔瀧田〕戦略への合意形成は果たせたので、次はこれを社内にどう浸透させていくかが課題だと考えています。いくら方針を掲げたところで、それが上から降ってきただけのお題目では改革は進みません。なぜならば各部門には歴史的に積み上げられた考え方や、多義的な合理性に基づいた行動様式が存在しているからです。その合理性をリスペクトしつつ、戦略遂行上フィットしないものは少しずつ調整していく必要があるでしょう。

〔森〕実際どのように調整していくのでしょうか。

〔瀧田〕抽象的なことを言っても人は動かないので、具体的な課題をタスクベースに落とし込み、それを横断的に展開していきます。そうすることで、それぞれの部門で凝り固まっていた岩盤を崩していけるのではないかと考えています。

〔森〕私も入社して7年目になりますが、これまでのコロプラにはなかった発想ですし、当社に欠けていた部分を補っていけるのではないかと感じます。



〔瀧田〕中期経営方針を従業員一人ひとりのものにしていくには、まだまだ時間がかかります。それでも丁寧にステップを刻んで、粘り強くやり続けていくことが、コロプラの持続的成長につながっていくと信じています。

〔森〕成長していく我々の姿をステークホルダーの皆さんに感じてもらうため、私もIR担当として尽力していきたいと思います。最後に瀧田さんからもメッセージをいただけますか。

〔瀧田〕プロダクトアウトの魅力的なものづくりと、コロプラ独自のさまざまな技術。コロプラの持つこれらの価値を最大限に発揮するためにも、全社で戦略を支えられる体制を整え、さらなる企業成長を目指してまいります。コロプラの変化に注目しながら、今後も応援をしていただけると幸いです。

CPO MESSAGE

視線はグローバルへ 独自の技術を活用し 世界を魅了する 新たなゲーム体験を創出

コロプラらしい挑戦を続けるために 中長期の成長に向けた戦略を策定

海外のビッグタイトルやハイパーカジュアルゲームの台頭により、日本のモバイルゲーム業界は新たな局面を迎えています。

そのなかで、コロプラは今年11周年を迎えた「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」や、10周年の「白猫プロジェクト」など、長期タイトルをユーザーさまとのコミュニケーションを大切にしながら育んできました。また8月には、新作モバイルゲーム「フェスティバトル」をリリース。当社IPと他社IPとの融合や、配信・視聴機能の搭載など、新しい試みにも挑戦しています。

ただ一方で、グローバルタイトルの存在感に押され、当社ゲームに触れていただく機会が伸び悩んでいるのも事実です。さらに、将来の収益貢献を見込むブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」にリソースを振り分けたこともあり、2024年9月期は大きな収益インパクトを残すことができませんでした。

こうした現状を踏まえ、コロプラでは中期経営方針を策定しました。戦略として掲げる「海外市場への積極的展開」「国内IPの活用」「新しいUXの提供(唯一無二のものづくり)」の3点に注力することで、コロプラの強みを最大限に活かしたゲーム開発を進めていきます。

取締役
上席執行役員
CPO(最高プロダクト責任者)
坂本 佑

コロプラの独自技術×強力な国内IPで 世界のゲーム業界を席巻していく

コロプラでは、これまでも「白猫プロジェクト」や派生タイトルの「白猫GOLF」など、国内向けに開発したタイトルを海外でも配信してまいりました。しかし国ごとに人気のジャンルや、主流のマネタイズ手法が異なるなか、国内のヒットタイトルが海外でもヒットするかというと、そうではありません。そこで今後は、これまでの海外配信のなかで得られた知見を活かしつつ、グローバルをメインターゲットにしたゲーム開発プロジェクトを立ち上げていきます。

コロプラは、世界で通用し得る独自の技術を多数持っています。そして、それを新しいUXへと形にしてきた実績があります。「海外市場への積極的展開」を進めるにあたって、日本が世界に誇る著名なIPとコロプラの技術を組み合わせることで、海外市場を席巻していけるのではないかと考えています。

実際、どの国でどんなIPがどれだけ人気を得ているかといった傾向も当社が行った市場調査で明らかになっています。そして、コロプラには各IPの魅力に沿った体験を提供できる独自の技術があります。ドラゴンクエストの世界観と“位置ゲー”の面白さを組み合わせた「ドラゴンクエストウォーク」の成功は、その好例といえるでしょう。今後は海外でも、コロプラの強みである技術力を活かし、IPの世界観を最大限楽しめるゲームを、多くのユーザーさまに届けていきたいと考えています。

この「国内IPの活用」については、日本向けタイトルでも同様に推進していきます。その筆頭となるのが、2025年9月期リリース予定の「異世界∞異世界」です。これは、異世界転生・なろう・SFなど様々なジャンルの人気アニメ作品キャラクターたちが次々に登場するゲーム。1つのIPに偏らず、ジャンル全体を巻き込んだ、新しいゲーム世界を展開していきます。こちらもぜひ期待しててください。

最新技術に対応し

新たなゲーム体験を実現させる

戦略の3つ目に掲げているのは、「新しいUXの提供(唯一無二のものづくり)」です。これは、コロプラが創業以来大切にしてきたことでもあります。

当社の歴史は、GPSを活用した世界初の位置ゲーである「コロニーな生活」に始まります。その後もスマホゲームの黎明期から市場を牽引し、「黒猫」「白猫」のような本格3Dゲームを業界に先駆けて開発してきました。新しい市場にいち早く着目し、対応する技術を確立したうえで、未知のゲーム体験を提供する。この流れこそが、当社の「勝ち筋」だと思っています。Web3時代に向けて、「Proof of Gaming」という新たな価値モデルを提示したブロックチェーンゲーム「Brilliantcrypto」も、その一例です。

これからも時代を先取りした新しいUXを提供し続けていくために、技術の進化には常に注目しています。

近年注目されている技術としては「AI」が挙げられます。さまざまな場面でAIを活用した事例が聞かれますし、実際にコロプラでも開発作業の効率化などでその技術を積極的に活用しています。「Brilliantcrypto」ではキャラクターや宝石のバックストーリーをAIが生成しており、ゲーム体験への活用にもいち早く取り組んでいました。一方でAIの価値を、ゲーム体験に



異世界∞異世界

©COLOPL, Inc.

©理不尽な孫の手/MFブックス/「無職転生II」製作委員会 ©川上泰樹・伏瀬・講談社/転スラ製作委員会 ©2020 川原 礫/KADOKAWA/SAO-P Project ©硬梨菜・不二涼介・講談社/「ジャングリ・フロンティア」製作委員会・MBS ©江口連・オーバーラップ/MAPPA/とんでもスキル ©謙虚なサークル・講談社/「第七王子」製作委員会 ©未来人A・講談社/鑑定スキルで成り上がる製作委員会 ©殆ど死んでいる・KADOKAWA刊/異世界おじさん製作委員会 ©棚架ユウ・るろ/マイクロマガジン社/転剣製作委員会



100%活かしているタイトルはまだないと考えています。生成AIを使ってコロプラが目指すのは、ユーザーごとに唯一無二の感動をもたらすゲーム体験。これを実現するために、現在新プロジェクトが進行しています。

また、当社がすでに保有している技術を拡張することも新しいUXの提供につながると考えています。例えば、「位置ゲー」はこれまでユーザー自身の位置情報を活用することが主な遊び方でしたが、もっと広義の「位置情報」を活用することで、位置ゲーの楽しみをさらに広げられるのではないかと、いったようなことです。

「Brilliantcrypto」で培ったブロックチェーン技術や、進行しているプロジェクトで今まさに培われているAI技術、そして17年の間で培われたあらゆる技術に対する知見を採り入れて、UXのさらなる可能性を探っていきます。

マーケットニーズを深く理解し UXやプロダクトに反映するCPOの役割

最新のテクノロジーを活用し、ユーザーに新しい体験を届けることは、フィロソフィーにも掲げているようにコロプラにとって重要な取り組みです。ただ、それが技術やアイデアの押しつけであっては本末転倒。ゲームとは、あくまでもユーザーさまが求めるものを提供するサービスだからです。



世の中の潜在的なニーズを捉えながら、面白いと思えるものを形にし、できあがったゲームを誰に届け、どんな体験をもたらすのか、までをセットで考えて回していくことが、ゲームづくりの一連の流れだと思っています。もちろん、リリース後も長く遊び続けていただくためには、このサイクルを継続的に回していかなければなりません。ゲームコンテンツは、つくったら終わり、ではないのです。

このゲームにおける価値創造から戦略策定、開発、マーケット展開までを統括するのが、CPOである私の役割となります。

これまでもエンターテインメント本部長として、プロダクト開発を牽引してきましたが、今後はCPOとして、プロダクトとマーケティングを同時に掌握することが求められます。マーケットニーズを理解したうえで、新しいUXをプロダクトに反映する。Pにはプロデュースやプロモーション、PRの意味も含まれているのです。

TRY、VALUE、BELIEVEの mindset で コロプラならではの価値を世界に発信

私たちは、これまでにない新しいゲーム体験を提供したい、と考えています。まだ世の中にないものをゼロから創る、というのは勇気のいる作業です。そこには多くの壁が立ちちはだかり、不安を感じる場面も少なくありません。それでも、その先に価値あるゲーム体験が生まれる未来を信じ、挑戦をあきらめない人こそが、コロプラの求めるクリエイター像です。

これは当社の行動指針である、TRY(挑戦)、VALUE(価値あるものづくり)、BELIEVE(信じる心)にも示されています。こうした行動や心構えを根付かせるために、成否に関わらずチャレンジを評価する環境をつくっていくことも、CPOの責務です。

ゲーム市場は大きく成長してきましたが、全世界で見れば、成功している企業はほんの一握り。いわば勝者総取りの様相です。そんな時代だからこそ、当社のユニークなものづくりが脚光を浴びるチャンスだとも捉えています。

この機を逃さず、国内のIPホルダーと共創することで、日本のゲームやコロプラの創出する価値を世界に届けていきたい。その一心で、今もさまざまなプロジェクトに取り組んでいる真っ最中です。現在、コロプラの開発パイプラインは、スマホゲーム4本、コンシューマーゲーム9本(2024年10月末時点)。まだパイプラインに入っていない開発中のものもあるので、ぜひ次の発表にご期待ください。

上席執行役員
CIO (最高情報責任者)
菅井 健太

CIO MESSAGE

最新のAI技術と アイデアの融合で “新しい体験”を 生み出していく

UXとDXの2つの観点から生成AIに注目 コロプラ独自のAIモデル構築も

コロプラは、「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」というVisionを掲げ、GPSを活用した「コロニーな生活」にはじまり、その時々最新の技術をゲーム開発に積極的に取れ入れてきました。現在はAI技術の活用を進めています。

私たちがAIで目指す変革はUXとDXです。具体的には、AIを活用した新たなゲーム体験の創出と、開発工程の効率化です。特にDXについては、企画提案時の素材集めから、プログラムコードの生成、品質管理やデバッグまで、あらゆる工程にAIを採り入れることにより、開発

スピードを速められるという利点があります。定型の作業を省力化できれば、クリエイターはより創造に集中できます。また最近では、コロプラが長年のゲーム開発で蓄積してきた豊富なアセットを、生成AIの学習データとして活用し、コロプラ独自のAIモデルの構築を目指しています。

もちろん、AIの活用においては社内向けのガイドラインを設定し、日々アップデートも行っていきます。AIは手段のひとつに過ぎませんが、その活用が新しい発想の起点になることもある。ゲーム開発や日常業務に幅広くAIを活用できるのも、当社の強みだと思っています。

ゲームの開発と体験のあり方を変えた 「Brilliantcrypto」におけるAI活用

AI技術を使用したUX＝新たなゲーム体験への活用例として、2024年6月にリリースした「Brilliantcrypto」が挙げられます。

「Brilliantcrypto」は、ゲーム内の鉱山で採掘を行い、宝石を獲得していくブロックチェーンゲーム。Web3技術を使って、“持続可能なPlay to Earn(遊んで稼ぐ)”の実現を目指し開発されたタイトルですが、実はここでもAIが活躍しています。

例えば、プレイヤーがキャラクターメイクを行う際に、選んだ外見やパーツ、出身地などを読み取ることで、その人物像や生き立ちをAIが自動で出力してくれます。さらに、掘り当てた宝石も



Brilliantcrypto

色や形、採掘した状況から、名前やストーリーを自動生成。プレイヤーの分身であるキャラクターがどんな人生を歩み、どれだけ苦労して宝石を探り当てたかといった背景までを加味して、唯一無二の宝石を創り上げるのです。

また、ゲーム内では直近の宝石取引のニュースを見ることができるのですが、それを伝えるアナウンサーの映像や音声もすべてAIが担当しています。

これまでは、クリエイターが一つひとつスクリプティングしていた部分をAIに任せることによって、単なる作業効率化だけでなく、ゲームとしての広がりや面白さの向上にもつながりました。その意味で、「Brilliantcrypto」はDXによる作業フローの変革から、新しいゲーム体験の提供までをスムーズに融合させた好事例といえるでしょう。

AIがゲーム世界をクリエイトする未来 その一歩目を踏み出す存在でありたい

AI技術のゲーム体験への活用は「Brilliantcrypto」だけではありません。現在取り組んでいる新プロジェクトでは、さらに踏み込んだ活用の仕方を模索しています。AIをゲーム開発にフルコミットさせることで、どんな体験を生み出すことができるのか。そこに焦点を当てたプロジェクトで、かなり挑戦的な取り組みです。

ゲームとは基本的にクリエイターが設計した枠組みの中で進行していくものですが、新プロジェクトでは、あえてその一線を踏み越えようとしています。AIが個々のプレイスタイルや選択を判断し、個別のゲーム体験を届ける。同じゲームをプレイしていても体験が変わるので、プレイヤー同士の交流としても新鮮な体験になると思っています。

ゲームバランスを崩さないよう、ある程度のコントロールはしながらAIを活かす範囲を見極めています。同時に、制御できないからこそその面白さも大切にしています。AIをものづくりの分野で活用することに対し、時に厳しい目が向けられているのは事実です。しかし、AIによって生み出されたゲーム体験を面白いと感じてもらえるようになれば、エンターテインメントの未来はさらに広がっていくでしょう。創業以来、最新のテクノロジーから新しい体験を生み出してきたコロプラとしては、その未来に向けた一歩目を踏み出す存在でありたいと思っています。

まずはなるべく早く皆さまにお届けできるよう、開発を進めています。

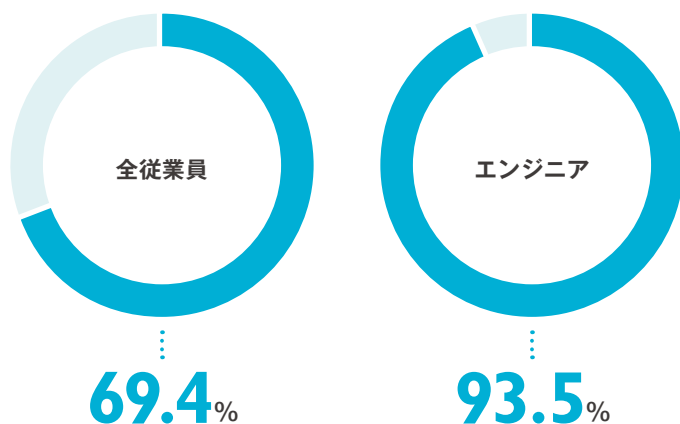
最新ゲーム開発から日常の業務改善まで 組織全体でAI技術を活用していく

AIのような最新技術をものづくりに活かすには、ふだんから業務の中で慣れ親しんでおく必要があります。その機運を醸成するために、AIが爆発的に話題となった2023年春には「ChatGPT活用表彰制度」をコンテスト形式で毎月開催。業務改善につながるさまざまな生成AI活用事例が発表されました。そのなかから生まれたのが、現在社内で広く使われている「コロポータルChat」です。これは機密情報の漏えいに配慮した、誰もが安全に利用できる社内向け生成AIチャットツール。日頃使用している社内ポータルサイトに組み込むことで、今ではバックオフィスを含めた多くの従業員が生成AIを身近に活用しています。

また、「ChatGPT活用表彰制度」の参加メンバーを中心にAI推進チームを組成し、社内での習熟度を高めるべく、実業務における活用例報告会や、ふだんAIに触れていない従業員に向けた研修の実施など、ノウハウの共有も積極的に行われています。その成果もあって、足元でエンジニアの生成AI使用率はほぼ100%に達し、バックオフィスにおいても業務活用への関心が高まりつつあります。今後はグループ会社も対象に、さまざまな職種に向けAI研修を拡大していく予定です。

AI技術は、日々刻々と進化しています。その最前線をキャッチアップし、ゲーム開発や業務改善に採り入れていくためにも、組織全体でAI活用を推進していきたいと考えています。

社内における生成AI活用率(2024年5月時点)



コロプラ独自のAI文化を育み AIでしか創れないエンターテインメントを追求する

私はこの12月までHR部門も管掌しておりましたが、現在就職活動をしている学生の多くはAIに慣れ親しんでおり、当たり前前の技術として活用していると感じています。ただ、AIは所詮ツールに過ぎません。AIで魅力的な絵を描くには、ゲームやイラストへの深い理解と本人の地力が必要ですし、効果的な企画案を出すには、現状の課題を正しく把握していることが必要です。いかにAIという技術を自分のものとして使いこなせているか、というのがポイントだと考えています。

社内でAI活用を推進するうえで、従業員一人ひとりがこうした認識を持っていることはとても重要です。そのための支援や環境づくりは惜しみませんし、当社独自のAI文化を育てていけるよう、人材育成にはこれまで以上に注力してまいります。その先に、AIでしか創れない新しいエンターテインメントがあると信じています。

コロプラは、これからも最新のテクノロジーをいち早く導入し、独自のアイデアと組み合わせることで、あっと驚くようなコンテンツを提供してまいります。ぜひ、楽しみにお待ちください。



CFO MESSAGE

グローバルで 新たな価値を創出 コロプラらしい財務戦略で 次なる成長を目指す

意欲的な新作のリリースにより 将来への大きな布石を打つことができた

2024年9月期は売上高、営業利益ともに減収減益での着地となりました。要因としては、既存タイトルの売上通減に加え、それをカバーする新作のリリースが遅れてしまったことが挙げられます。

一方で、新作の1つである「Brilliantcrypto」においては、上場企業グループ初のIEOを果たしました。フランスCBI社との資本業務提携・パブリッシング契約の締結や、世界66ヶ国で自社発行トークン(以下、BRIL)の取り扱いが開始したことにより、グローバル展開を加速させ、成長への布石を打つことができたとも感じています。

当社では、「Brilliantcrypto」を評価するGRV(Gross Revenue Value)という独自の指標を設けています。この指標を社外にも開示することで、投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さまにも、会社と同じ目線で「Brilliantcrypto」を評価いただけます。会計の都合上、BRIL売却によって得たキャッシュは売上への計上までにタイムラグが発生するのですが、まだ売上に振り替っていない将来収益と、売上を合計することで、「Brilliantcrypto」がこれまでに生み出した

取締役
上席執行役員 CFO
原井 義昭

実際の価値を示しています。今後、海外取引所でのBRIL売却やグローバルユーザーを獲得することで、その価値をより一層高めていきたいと考えています。

また、投資育成事業は、出資先である株式会社タイミーの上場に伴って保有株式の一部を売却し、通期で初の黒字化を果たしました。これ以外にも事業開始直後に行った投資は収穫期を迎えており、2025年9月期以降も継続的な利益確保を目指してまいります。

「Brilliantcrypto」はフェーズ2へ デジタル宝石の経済圏をグローバルに拡大

「Brilliantcrypto」では、上場企業グループがトークンを発行するにあたり、会計・監査のルールメイクができたことも大きいと考えています。他社にとっては大きな参入障壁になりますし、コプロラとしてはそこで得たノウハウ自体が貴重な資産です。

このように「Brilliantcrypto」は、ゲームの知見に加えて、ファイナンスや法務の知識も必要なことから、コプロラCFOの私が株式会社Brilliantcryptoの取締役として、マーケティングを管掌しています。

クリエイターとバックオフィスが一体となって開発、リリースした本作は、まさにコプロラグループのビジョンや企業文化を体現するプロジェクト。目指すのは、デジタル世界の宝石でメタバースに経済圏を確立することです。2024年9月期は、デジタル宝石の価値創出や取引活性化のフェーズでしたが、ゲームリリース後まもなく50万円を超える宝石取引が実現するなど、順調に進捗をしています。2025年9月期以降は、宝石の付加価値向上を図るフェーズで、現在はジュエリー工房機能を開発中です。また、ジュエリーの価値をより高めるため、ジュエリーブランドやジュエリーデザイナーとの提携なども目指しています。

引き続きアジアやヨーロッパでのマーケティングを強化することで、この経済圏をグローバルに拡大していきたいと考えています。

中期経営方針を実行するための新体制へ移行 グループ全体の持続的成長を目指す

足元では中期経営方針を策定し、新たな戦略のもとスタートを切っています。 [中期経営方針はこちら](#) > P.17

中期経営方針を推進するためには、開発部門の適切な人員配置や、バックオフィスとのバランスを見極める必要があります。将来の成長に目を向けて、短期的な赤字が許容されるかということ、そうではありません。どのフェーズにおいても、企業価値を最大限に引き出すために、コストコントロールへの対応と盤石な財務基盤を維持することは、CFOの役割だと考えています。

また、2024年12月より経営体制を刷新し、CxO制度を導入しています。CxOがそれぞれの専門性をもって、グループ会社の管掌役員を務めることで、各社の強みを活かした事業推進と課題解決、そしてグループ全体でのコスト効率化を進めていきます。

今回の経営体制では、社内取締役である4名に明確な役割があるのも大きな特徴です。クリエイティブのトップの馬場、経営全般への責任を担う宮本、事業を推進する坂本、そしてCFOの私。それぞれが自分の分野に責任を持ち、迅速に業務を推進していきます。

盤石な財務基盤があるからこそ 継続的な挑戦と安定配当の両立を実現

コプロラは、「最新のテクノロジーと、独創的なアイデアで“新しい体験”を届ける」をVisionに掲げています。それを実現するために、財務戦略においても“コプロラらしさ”を大切にしています。

大きな挑戦ができる財務基盤を構築するにあたって、当社では成長投資と不測の事態に備えた550億円程度のキャッシュを確保。それを上回る部分を、株主の皆さまに還元させていただく方針をとっています。

2024年9月期は、残念ながら赤字決算となってしまいましたが、この還元方針に基づいて、1株当たり配当は前年と同額の20円とさせていただいております。今後も安定配当を継続できるよう、コスト管理やバランスシートの最適化に努めていきます。そして、より魅力的なコンテンツづくりに邁進していくことで、皆さまのご支援とご期待にお応えしてまいります。

人的資本を何より重視する企業文化を マルチステークホルダーに向けて発信

継続的な企業成長と利益創出の実現に向けて、人的資本経営はより一層強化すべきと考えています。当社では新しいエンターテインメントを生み出し続けるために、「人」を大切な資産として、創業時よりこの分野に力を入れてきました。クリエイティブな作業に集中できるよう、従業員の椅子にこだわったり、プロのマッサージ師が常駐する「Kuma SPA」をオフィスに設置したり、バナナの食べ放題コーナー「無限バナナ」を常設したり、といったユニークな取り組みもその好例です。

ただ、情報発信については改善の余地があると考えています。持続的に人材を確保し、活躍してもらうためには、コソプラらしさや目指すべき姿を理解してもらうことが重要になります。そこで近年ではコーポレートブランディングに特に力を入れて取り組んでいきました。2024年4月には、コソプラらしさや目指すべき姿を広く発信するために、会社のVI(ビジュアルアイデンティティ)のリニューアルとコーポレートキャラクターのアップデートを実施。これからも“新しい体験”を生み出し続けるコソプラの魅力を、ステークホルダーの皆さまへ発信し、海外に向けても広めていく考えです。

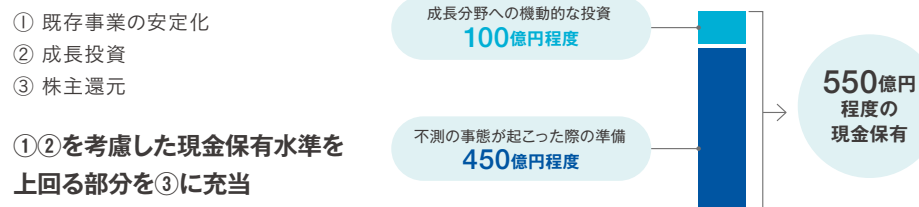
新たな方針と経営体制のもと 確かな価値創出で、ご支援に伝えていく

投資家の皆さまにおかれましては、いつもコソプラを応援していただき、誠にありがとうございます。

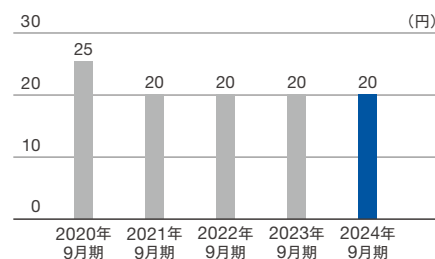
2024年9月期は芳しくない結果となりましたが、「Brilliantcrypto」のグローバル展開や中期経営方針の始動など、数字に表れない手応えも感じています。

新しい経営体制でしっかりとしたコスト管理のもと、より魅力的なタイトルを創出し、世の中に新しい価値を提供してまいります。引き続き、皆さまの厚いご支援を賜れますと幸いです。

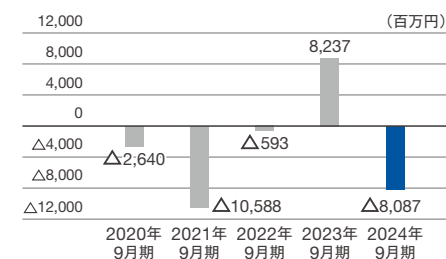
現金保有の考え方



1株当たり配当金の推移



投資キャッシュ・フローの推移



価値創造のための基盤

01 サステナビリティ

- 33 安心して働ける環境づくり
- 34 ダイバーシティの推進
- 35 健康経営の推進
- 36 次世代の育成
- 37 事業推進と環境保全の両立

02 コーポレート・ガバナンス

- 38 **特集** 社外取締役 × CEO 対談
- 42 サステナビリティを推進するガバナンス
- 45 役員紹介

安心して働ける環境づくり



当社は全従業員が安心して長く働くことができる職場環境を目指して、ワーク・ライフ・バランスなどを推進するさまざまな人事施策を実施しています。環境変化に対応し、従業員一人ひとりが生産性を高めて活躍できる制度や職場づくりに注力しています。

2024年9月期の取り組み

一人ひとりが能力を最大限に発揮できる環境へ

新しいエンターテインメントを提供し続けるためには、従業員が心身ともに健康であり、一人ひとりが能力を最大限に発揮できる環境を整えていくことが必要だと考えております。

そこで2024年9月期は、挑戦したい職種や希望する部署への異動のサポートを目的に、これまでの「チャレンジ制度」に加え、「社内公募制度」を制定。また、AI活用推進チームと協力してAI研修を新たに実施し、従業員のキャリア開発とスキルアップのサポート体制強化に努めました。AI研修は社内での満足度も高く、今後はグループ会社も対象に、さまざまな職種に向けて研修を拡大していく予定です。

また、2023年から継続して注力してきた両立支援に対する取り組みが評価され、子育てや不妊治療と仕事との両立支援サポート企業として「くるみんプラス認定」を初めて取得。育児休暇取得率も女性100%、男性72%と、引き続き高い水準を維持しております。

今後も、変化する時代やイノベーションにあわせた制度づくりや取り組みを通じ、従業員全員が安心して業務に向き合える環境の構築を目指してまいります。

人材育成

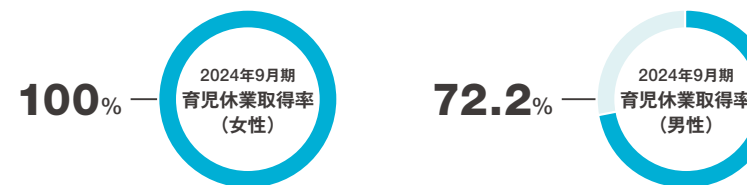
当社では従業員の成長やスキルアップを目的とした研修や支援を積極的に実施しています。全従業員を対象としたコンプライアンス、ハラスメント、情報セキュリティ、健康に関する知識や認識を高めるための研修をeラーニングで実施しています。また、管理職向けや新卒研修なども、グループワークやロールプレイングなど疑似体験を交えた形式で実施し、知識やスキルの定着を図りながらカリキュラムや運営体制を整えています。

また、当社の技術力向上を目的として、CEDECやUnityなど各種カンファレンスへの積極的な参加に加え、社内勉強会や同業他社との勉強会を実施するなど人材育成においてさまざまな取り組みに注力しています。

育児休業取得率

当社では、子育て世代を支援するさまざまな制度を設けています。

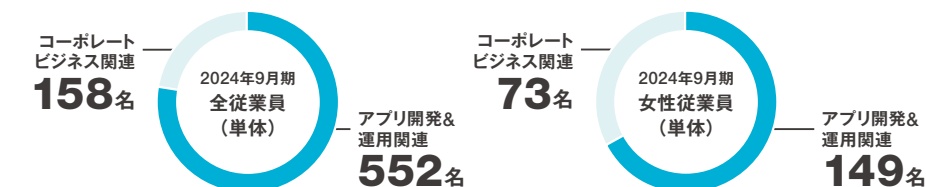
厚生労働省令和5年度雇用均等基本調査で発表された育児休業取得率(女性84.1% / 男性30.1%)に対し、当社の取得率は女性100% / 男性72.2%と男女ともに高く、育休を取得しやすい環境づくりを整備しています。



女性活躍推進

仕事と育児・介護等を両立しながら働ける環境をサポートする各種制度や相談窓口を設けるなど、女性の中長期的なキャリア形成を目指した取り組みを行っています。

休職制度だけでなく、多様なライフスタイルに合わせて勤務スタイルを選択できる制度や保育園との提携など、従業員が育児等の負担を軽減し、安心して働き続けられる環境づくりに取り組んでいます。



ダイバーシティの推進



持続的な成長と良質なエンターテインメントの提供には、人材の多様性が必要であるという考えのもと、国籍・性別・年齢・障がいの有無に関わらずそれぞれが最大限に活躍できる職場環境を推進しています。

障がい者雇用の促進

ゲーム制作のクリエイターをはじめ、座り仕事の疲れを解消してくれるヘルスキーパー、世界を舞台に活躍するパラアスリート、バックオフィスメンバーなどが障がい者雇用枠で入社し、それぞれのスキルや経験を活かしながら多方面で活躍しています。

LGBTQ

LGBTQをはじめとする性的少数者が安心して働けるよう従業員への理解と対応を進めています。オフィスには男女共用の「だれでも」使用できる個室トイレが各フロアに設置されているほか、相談窓口を設け産業医がサポートするなど誰もが快適に過ごすことができる職場環境を整備しています。

外国人採用

「日本のゲームやアニメが好きで来日した」という海外出身のゲームクリエイターも年々増えており、業務遂行に必要なスキルを持った方に国籍問わず活躍いただいています。

パラアスリートの採用

スポーツは人々を楽しませ、その心を動かすエンターテインメントそのものです。当社が掲げる「“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」というMissionを、トップアスリートの支援からも実現していこうと考え、パラアスリートの採用を2018年から開始しました。現在、当社に所属する4名のパラアスリートが世界を舞台に活躍しています。



車いすラグビー
中町 俊耶



ゴールボール
宮食 行次



車いすバスケットボール
赤石 竜我



車いすバスケットボール
柳本 あまね

[パラアスリートの紹介はこちら](#)

TOPICS 国際舞台で活躍するコロプラアスリートたち

パリ2024パラリンピック競技大会での活躍

中町俊耶選手(車いすラグビー)、宮食行次選手(ゴールボール)、柳本あまね選手(車いすバスケットボール)の3選手がパリ2024パラリンピック競技大会に出場し、素晴らしい結果を残しました。

結果



車いすラグビー
日本代表
金メダル



ゴールボール男子
日本代表
金メダル



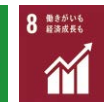
車いすバスケットボール女子
日本代表
7位入賞

ドイツトップリーグの車いすバスケットボールクラブに加入

赤石竜我選手(車いすバスケットボール)が、2024年10月から2年間で、ドイツ・ブンデスリーガのクラブチーム「Koeln 99ers」に加入いたしました。



健康経営の推進



当社は良質なエンターテインメントを持続的に提供するために「健康推進チーム」を発足し、従業員の健康維持・増進を目的としてさまざまな健康経営施策を実施しています。健康管理に関する専門的な知識と技術を持ったエキスパート（看護師、公認心理師、あん摩マッサージ指圧師など）が常勤し、非常勤の産業医や健康保険組合とも連携しながら健康管理・健康増進に向けた各種施策を推進しています。

健康経営への取り組み

当社らしいユニークな施策を実施しています。右記以外にも、健康診断・婦人科検診オプションの全額補助、高たんぱく・低カロリーな筋肉食堂弁当の導入など、さまざまな施策を通して健康経営の推進に取り組んでいます。

無限バナナ

健康に配慮した福利厚生として、入社した従業員がいつでも自由に食べることができる「無限バナナ」の運用を行っています。栄養価の高いバナナを栄養補助として提供することで、忙しくて食事が疎かになってしまう従業員の健康促進を図ります。



Kuma SPA

「Kuma SPA」という名のマッサージルームには、国家資格を保有したプロのマッサージ師が常駐し、従業員であれば誰でも無料で就業時間内にマッサージを受けることができます。従業員の約8割がクリエイターということもあり、長時間の座り仕事で引き起こす腰痛などの改善を促しています。



歩フェス(あるふえす)

関東ITソフトウェア健康保険組合が開催する「Pepウォーキング」への参加を推奨しており、当社独自の社内イベントとして「歩フェス」も開催。役員の順位予想当てクイズや、景品を設けて歩数が上位の参加者を表彰するなど、社内で盛り上げながら従業員の健康維持に取り組んでいます。



外部評価

健康増進を目的とした積極的な取り組みやパラアスリートの雇用と支援を通して、従業員が健康に働き続けられる環境づくりなどが評価され、「健康経営優良法人」「スポーツエールカンパニー」「東京都スポーツ推進企業」の認定を取得しています。



健康経営優良法人



スポーツエールカンパニー



東京都スポーツ推進企業

次世代の育成



エンターテインメント企業として、未来を担う次世代クリエイターの育成や支援に取り組んでいます。学生のキャリア形成を支援する企業訪問やインターンシップの受け入れ、エンジニア向けの勉強会、クマ財団を通じた才能あるクリエイターの活動支援など次世代で活躍する若手人材を積極的に支援しています。

クマ財団

当社の創業者である馬場が次世代を担う若手クリエイターの活動を援助・助成することを目的として2016年に「公益財団法人クマ財団」を設立しました。学生クリエイターによる創作活動への取り組みを支援するクリエイター奨学金を通じて、これまでに延べ384名のクリエイターを支援してきました。また作品発表の機会を継続的に設けるため、エキシビジョン・スペース「クマ財団ギャラリー」を六本木にオープンするなど若手クリエイターの創作活動と成長を支援しています。

クリエイター奨学金 / 活動支援金

25歳以下の学生クリエイターを対象とした「クリエイター奨学金」では、返済義務のない『給付型奨学金』の給付に加え、カリキュラムの実施を通して1年間の育成と創作活動サポートを行っています。また、奨学金の卒業生を対象とした「活動支援金」では、精力的に活動を続ける若手クリエイターの支援を行うことで、継続的に創作活動に向き合うことができる仕組みを提供しています。

エンジニア勉強会

最新のテクノロジーを活用した高い技術力を発信する機会として、エンジニア向けのオンライン勉強会を開催しています。ゲーム開発の効率化や技術課題の解決など情報を発信することでエンジニアの技術力向上と業界の発展に寄与します。

インターンシップの受け入れ

学生を対象にインターンシップの受け入れを実施しています。実際に開発現場に入り、チームの一員としてゲーム制作に携わることができます。

企業訪問・オンライン授業

小学生・中学生・高校生などの生徒さま向けに、総合学習の一環として行われている企業訪問・オンライン授業の受け入れを実施しています。



[公益財団法人クマ財団の詳細はこちら](#)

事業推進と環境保全の両立



持続可能な社会を実現するために、環境問題への取り組みを重要課題と捉え、事業の推進と環境保全を両立するさまざまな施策に取り組んでいます。そのなかでも、SDGsにおける目標のひとつである「気候変動」の要因とされる地球温暖化対策への取り組みを強化しております。

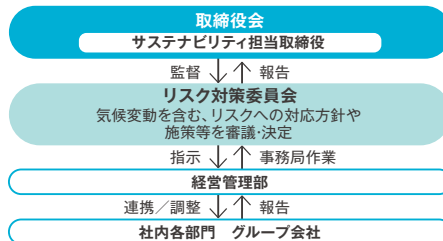
TCFDに基づく情報開示

気候変動が、事業にもたらす影響を評価する動きが広がっていることを受け、2022年12月より気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)提言に賛同を表明しております。

※TCFD提言
G20の要請を受け、金融安定理事会(FSB)が設置した気候関連財務情報開示タスクフォースが2017年6月に公表。

ガバナンス体制

代表取締役社長を“サステナビリティ担当取締役”に任命し、「リスク対策委員会」において、気候変動関連のリスク対応の審議・検討をし、その結果を取締役に報告しております。取締役会は必要に応じて改善指示を実施し、監督を行っています。



環境に配慮した取り組み

CO₂削減を中心に環境に配慮したオフィスづくりを進めています。

グリーン電力の導入

2022年4月よりオフィスで使用する電力の一部を再生可能エネルギー由来のグリーン電力へ切り替えました。これにより、年間約116tのCO₂排出削減効果を見込んでおり(杉の木約8,300本分の削減効果に相当)、気候変動の原因とされる温暖化の抑制、脱炭素化を加速させます。

※コロプラが入居する東京ミッドタウンの賃貸人である三井不動産株式会社と東京ミッドタウンにおける「非FIT非化石証書付電力の適用に関する覚書」を締結。

コロプラオフィスの電力をグリーン電力へ切り替え



床材などに天然素材「リノリウム」を使用

オフィスの床材や什器には、地球環境にやさしい天然素材の「リノリウム」を採用しています。リノリウムは、抗ウイルスでありながらカーボンニュートラルでもある素材で、CO₂排出削減に貢献しています。



戦略

コロプラグループは、気候変動が事業に与える影響(リスク、対応、機会)について、平均気温上昇を2°C程度に抑制できる「2°C未満シナリオ」及び、脱炭素社会への移行が進捗せず、平均気温が4°C上昇する「4°Cシナリオ」に区分してコーポレートサイトに明示しております。

リスク管理

気候変動に関するリスクについては、経営管理部のとりまとめにより、全社的なリスクを一元的にマネジメントしているリスク対策委員会にて分析及びその対応策について議論を行います。そして、対応方針の策定を推進するとともに当該リスクを、定期的を取締役に報告いたします。

指標と目標

コロプラグループでは、気候関連リスク・機会を管理するための指標として、CO₂排出量を算定し、コーポレートサイトに明示しております。

[TCFDに基づく情報開示の詳細はこちら](#)

ペーパーレス化の推進

社内外文書や契約書等の押印を電子化し、ペーパーレス化を推進しています。また、社内の文書廃棄に専用のリサイクルボックス「保護(まもる)くん」(株式会社日本パープル)を活用して機密保持とリサイクルを両立し、森林伐採やCO₂排出量の抑制に貢献しています。



再生ペット樹脂の飲料ボトルを使用

来客用に配布している飲料ボトルには、再生ペット樹脂を使用したリサイクルPETボトルを使用しています。



社外取締役(独立役員)
武田 雅子

代表取締役社長
上席執行役員 CEO
宮本 貴志

社外取締役 × CEO 対談

ゲームづくりは人づくり 人事のプロと展望するコロプラの未来

HRを越えた視点で コロプラの強みをブランディング

宮本 2023年12月に、コロプラ初の女性社外取締役として武田さんをお迎えしてから1年が経ちました。

武田 ゲーム業界に携わるのは初めてだったので、最初は不安もありました。女性役員を増やされたい意図はあったと思いますが、全然違う畑の私が選ばれた理由を改めて伺えますか？

宮本 多様性という意味ではどちらかというと、まったく違う業界の方、そして今の社外取締役

にはないスキルを持った専門家に来ていただきたいと考えていました。武田さんはクレジットカード会社や食品メーカー、IT企業といった多彩な現場で、人事戦略をリードしてきた経験をお持ちです。人事領域はコロプラが今もっとも注力すべき分野でもあり、大企業でその手腕を発揮されていた武田さんは適任だと確信したんです。

武田 ありがとうございます。私自身も、カード会社でやってきたファンづくりや、食品メーカーで知ったものづくりの楽しさなど、これまでに培ったすべての経験を活かせる魅力的な会社だな、という思いはありました。

宮本 武田さんがやってこられたのはHRの垣根を越えた、PRにも近いお仕事ですよね。社内の改革をしながら、つねに社会とのつながりも大切にしている。その視点は、ぜひコロプラにも採り入れたいと思っています。

武田 企業の成長戦略で重要なのは、いかに会社のファンを増やしていくかということだと思っています。つまり、ブランディングです。

宮本 それは、今まさに当社が注力していることです。「白猫プロジェクト」など個々のタイトルはある程度知られていますが、コロプラが何を目指している会社なのかという認知、ブランドには結びついていない。ここをもっと強化していくことが我々の課題であり、武田さんに参画いただいた理由でもあります。

武田 ブランドを確立するためには、確固たる世界観が必要です。その意味で、すでに独自の世界観を持っているコロプラには、大きな強みがあると思っています。

コロプラらしさを大切に 人もプロダクトも育てていく

宮本 コロプラの強みはどんなところに感じられますか。

武田 まず、多くのファンを惹きつける強烈なプロダクトを持っていること。それぞれのタイトルがユニークな世界観を有しているだけでなく、そこに魅せられたファンや作り手たちが醸し出す独特のコロプラワールドの存在も、大きな強みになっています。一言でいえば、コロプラらしさ。それが一番の魅力だと思います。

宮本 “らしさ”は大事ですね。エンタメを提供する会社として、教科書通りでは意味がないと思っています。

武田 そんなコロプラを好きでいることに、ファンの方も誇りを持っているように感じます。驚いたのは、株主総会でもご自身のファン歴や総プレイ時間を紹介したうえでご質問される株主様がいらしたことです。自分がどれだけコロプラが好きかをアピールしてくださっているわけです。これは、他の会社ではなかなか見られない光景。皆さまのコロプラ愛が伝わってくる、本当に素敵で感動的なシーンでした。

宮本 ありがたいことに、株主の皆さまの中にも熱心なコロプラファンはたくさんいらっしゃるんですよ。そのご期待にお応えせねばと、毎回身が引き締まる思いです。

武田 強みはほかにもあります。人事目線でいうと、人が成長し続けられる企業であることもまた、コロプラらしさのひとつだと思っています。例えば、CFOの原井さんは、「Brilliantcrypto」を通じて、CFO以外のスキルも習得していますよね。こういう人の変化は、見ていてワクワクしますね。経営層ですら、どんどんバージョンアップしていけるんだって。これは従業員の皆さんにとってもいい刺激になるはずです。



宮本 武田さんはよく人を見ていますよね。就任が決まった際にも、「従業員全員と面談したい」と仰っていたのを覚えています。

武田 それはまだ実現していないんですが、とにかくいろんな人とお話ししたいと考えています。特に、女性従業員のお声はたくさん聞いてみたいので、機会を広げていけるといいなと思っています。

宮本 取締役会の女性比率もそうですし、まずは女性管理職をいかに増やしていくかというのが課題のひとつ。経営会議でも頻繁に議論されています。

武田 女性管理職登用の道筋づくりは重要です。それが登竜門となり、社内にはどんどん女性リーダーが育っていく例は多くの会社で見してきました。コロプラも早くそうなることを期待します。

チャレンジを後押しするのも 社外取締役の使命

宮本 取締役会の会議の雰囲気はどう感じられましたか。

武田 参加するたびに、組織のフラットさを感じますね。経営陣同士もいい意味でお互いに余計な忖度をしていない。一人ひとりが各分野のオーソリティであり、そこをリスペクトし合うことで、ゾーンディフェンスができています。それに、コロプラの取締役会にはタブーなく何でも言える空気があります。これは、熱心に聞く姿勢を示してくれる宮本さんのおかげかもしれません。

宮本 会社がこれぐらいの規模になってくると、一人でできることなんて限られるわけです。だから、みんなに聞くんです。幸い、当社の取締役会には社内社外含め専門性を持った方が多く、相談もしやすい。経営判断の心強い拠り所になっています。

武田 すごいなと思ったのは、創業者である馬場会長にもみんなが意見を言えるし、会長ご自身もていねいに答えてくださること。上下の別なく、みんなでいい情報を上書きし合えるって、まさにコロプラらしくて素敵じゃないですか。議題によっては、盛り上がりすぎて時間が押しちゃうこともあります。予定調和で無難に終わるよりは断然いいと思っています。

宮本 僕自身も、いろんな方向から思わぬメスが入るのは悪くないと思っています。課題をきちんと議論していい方向に持っていくのが、取締役会の役割ですから。

武田 やっぱりみんなコロプラが大好きなんです。だから発言せざるにはられない。

宮本 たしかに、皆さんの「話したいオーラ」は感じますね。あと、うちの取締役会で頼もしいのは、リスクのあるチャレンジに対してもしっかり背中を押してくれるところだと思っています。

武田 それはありますね。元来、社外取締役はブレーキ役としての役割を担うことが多いと思うのですが、コロプラではアクセルを踏むためにはどうしたらいいかを一緒に考えていますよね。法律や会計など、あらゆる視点から専門的なフォローをしながら。挑戦好きな社外取締役が集まっているのも、コロプラの特徴かもしれません。

宮本 そもそも、エンターテインメントは挑戦から生まれるもの。コロプラは「白猫」や「黒猫」といった長期運営タイトルにおいても、制作を進める新作タイトルにおいても、つねに「新しい

体験」を届け続けることにチャレンジしています。あらゆるステージで挑戦し続けることが、企業の成長、そしてエンタメ業界の発展につながると信じているからです。武田さんはじめ社外取締役の皆さんも、それをよく理解してくださっているんだと思います。

一人ひとりの成長ストーリーを 従業員が描ける会社になりたい

武田 コロプラの取締役会には若いメンバーも多く、子育て真っ最中の方もいます。子どもを育てながら仕事をする、生活者の感覚をもった方々が取締役会のテーブルに就いているというのは、とても素晴らしいことだと常々思っています。役員自らが育児や介護と、仕事を両立する姿勢を見せていくことが重要なんです。従業員のお手本にもなるし、制度づくりのイメージも湧きやすくなりますから。

宮本 その流れでお聞きしますが、武田さんは、コロプラの女性活躍やダイバーシティ推進の取り組みをどうご覧になっていますか。

武田 必要十分な制度は採り入れられていると思います。ただ、会社の成長に応じて、フィットしきれない部分も出てくるでしょう。こと女性活躍推進においては、マネジメント層の意識改革が必要です。今は男性も女性も対等に子育てをする時代。女性のみならず男性従業員をケアすることで、はじめてみんなが活躍できるようになるのです。その意味で、女性活躍支援は次世代育成とほぼ同義だと思っています。

宮本 それでいうと、うちは男性の育休取得率も72%と高いんですよ。

武田 すごいですね。もっと自慢していいと思います。

宮本 世の中で少子化が叫ばれるなか、コロプラでは率先して、みんなが安心して子どもを育て、働けるような両立支援制度や環境を整えていきたいと考えています。

武田 ライフステージが変わっても、それぞれの価値を發揮し、長く活躍できる場をつくっていくことは大切です。その実現に向けて課題を抽出、解決し、さらなる課題を見つけて対応していくというのが人事の仕事。終わりのない挑戦ですが、だからこそやりがいを感じています。

宮本 人事の側面で、当社の今の課題はどこにあると思われますか。

武田 エンployeeエクスペリエンス、すなわち従業員に何を体験させてあげられるかを考えていくことは、永遠の課題だと思います。長期の時間軸で網羅的に見たときに、まだまだ抜けている部分や、やり方を変えるべきところも多い。一人ひとりの自立した従業員が、コロプラのうちの成長ストーリーを描けるようになるといいと思っています。



宮本 仰る通り、ゲームコンテンツの数年後は予想できても、自分の将来となると見えにくいかもしれませんね。特に今は昔と比べて開発のスパンが長くなっているため、その間に目標を見失ってしまう可能性すらあります。

武田 だからこそキャリアをどう作っていけばいいのか、会社側のサポートも大切になります。しかも、オンラインゲームの場合は、リリースした後も運営やメンテナンスをしていかななくてはなりません。そう考えると、開発メンバーが長く残ってくれたほうがクオリティも保てるし、何よりファンのユーザーさまに喜んでいただけるはずです。だから、従業員の方にはできるだけ長く活躍してほしいですね。

宮本 ゲームづくりは、人がいないと始まりませんからね。今いる人たちが継続的に価値を発揮でき、今後も魅力的な従業員を採用していくためにも、評価や役職、キャリアパスなど、あらゆる部分を制度として整えていくことが必要だと考えています。本来は社内ですべきなんですけど、武田さんにはいつも客観的なアドバイスをしていただき、とても助かっています。

武田 外から棒でつついているだけでは、人事は変わりませんから。ときに生々しい課題にも首を突っ込みながら、自らも手を動かして一緒に考えていきたいと思っています。

将来のさらなる成長に向け 土壌となる人づくりに注力

宮本 武田さんご自身は、コロプラでどんな挑戦をしていきたいですか。

武田 一番やりたいのは、コロプラの人事のイメージを向上すること。今も一生懸命やってくれているんですが、「うちの人事はこんなこともしてくれた！」と従業員が実感できるものがまだ少ない。そこはきちんとコネク特させていく必要があると思っています。広報と連携して、それぞれHRとPRをつなぐような施策を打ち出し、社外の人からも「コロプラの人事っていいね」と言われるような仕事をしたいですね。

宮本 たしかに、そこはまだ弱いかもしれません。コロプラにとって、人は宝です。本当に大事にしているんだということは、アピールしていきたい。僕らが目指しているのは、コロプラという旗のもと、新しいゲームを世に出し続けることでクリエイターの夢を叶え、ユーザーさまに喜んでいただくことです。その土壌となる畑づくりや人づくりに、これからもっと力を入れていかなければならないと思っています。

武田 大切なのは、みんなで課題を共有すること。どこの会社でもそうですが、人事が何をやっているのかはあまり知られていません。そこをもう少し透明にしていけるといいと思います。

宮本 武田さんのお力もお借りできればと思っています。最後に、今後のコロプラにどんなことを期待されていますか。

武田 コロプラの魅力は、その二面性にあると思っています。1つは、ロングセラータイトルとそのファンコミュニティを大事に育て、守り抜いていく側面。もう1つは、「Brilliantcrypto」や現在開発中の「project MASK」のようなまったく新しいゲームに挑戦する姿勢です。ともすれば相反する2つのチャレンジを、同時進行でバランスよく回し続けているのが、コロプラという会社。その強みを、今後どんなカタチで開花させていくのかは楽しみです。

宮本 創業時から新しい体験を届けてきたコロプラとしては、今後も“祖”となるコンテンツづくりに挑戦し続けたいと思っています。その実現に向け、人事をはじめとした制度や組織を変革していく時期。コロプラのこれからの、ぜひご期待ください！

サステナビリティを推進するガバナンス



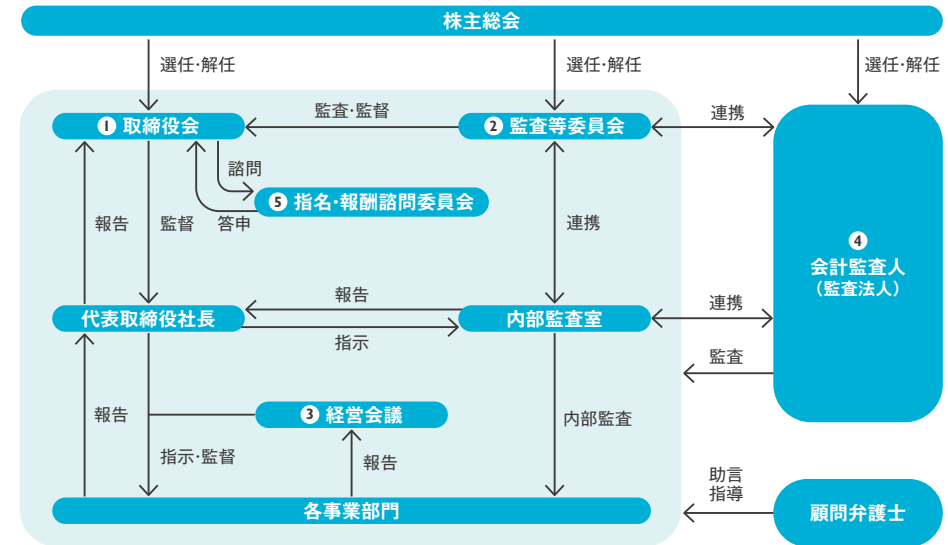
基本的な考え方

当社は企業価値を高めることを目的として、株主、ユーザーさま、従業員、取引先、地域社会等の各ステークホルダーとの「協創」を前提とした、公正かつロジカルで、スピーディな意思決定を行うことをコーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方としています。加えて、代表取締役社長の適確な判断・業務執行を支えられるような意思決定・業務執行機能・経営監視機能のバランスを図ることを基本方針としています。なお、当社のコーポレート・ガバナンスに関する報告書を東京証券取引所に提出しています。

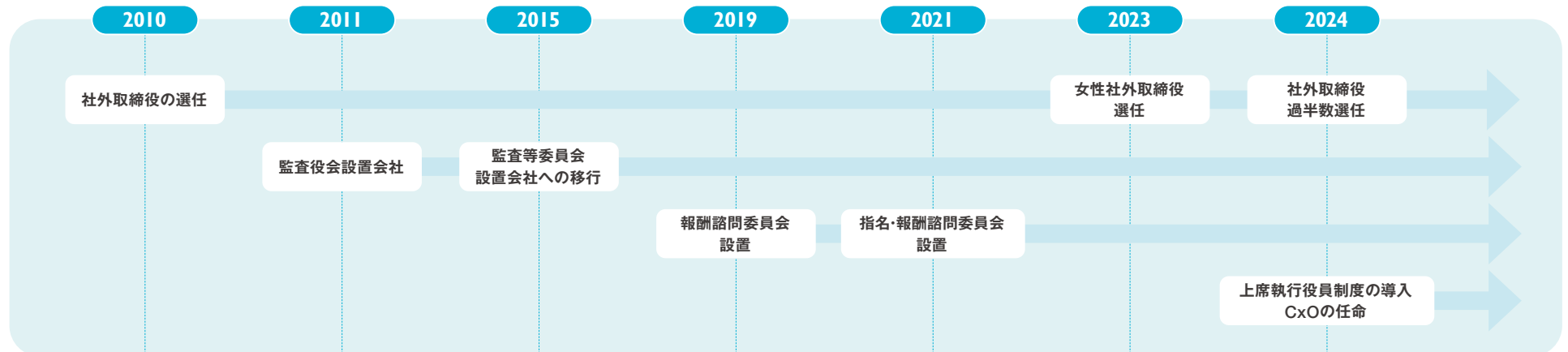
ガバナンス体制

当社は、取締役会設置会社であり、かつ監査等委員会設置会社です。当社が属する業界はまだ成長途上であり、他社との競争も激しいため、経営戦略を迅速に実行していく必要がある一方で、社会的信頼を得るために経営の透明性及び健全性の観点から、当該企業統治の体制を採用しています。当社グループの事業推進力を高め、企業価値の持続的な増大を図ること、またその土台となるコーポレート・ガバナンスを一層強化することを目的として、上席執行役員制度を導入いたしました。また、あわせてCxOを任命することで各人のスペシャリティに応じた執行責任の明確化を図ります。

体制図



ガバナンス強化に向けた取り組み



サステナビリティを推進するガバナンス

1 取締役会

当社の取締役会は、代表取締役1名、取締役(監査等委員であるものを除く)5名、監査等委員である取締役3名の計9名で構成されており、代表取締役社長宮本貴志が議長を務めています。取締役(監査等委員であるものを除く)の内2名、監査等委員である取締役の内3名が、当レポート提出日現在の会社法における社外取締役です。また、構成員については当レポートp.45に記載の通りです。取締役会は、効率的かつ迅速な意思決定を行えるよう、定時取締役会を毎月1回開催するほか、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。取締役会は、定款及び法令に則り、経営の意思決定機関及び監督機関として機能しています。

当事業年度においては、月次での経営状況やリスク対策委員会の審議・検討結果のモニタリング、重要な開発その他のプロジェクト、新規事業の開始、人事・組織・経営・決算等の重要な事項についての検討や意思決定のほか、取締役会の実効性評価等を行いました。

2 監査等委員会

当社の監査等委員会は、監査等委員である取締役3名で構成されており、常勤監査等委員である取締役戸澤章が委員長を務めています。全員が社外取締役であり、公認会計士及び弁護士をそれぞれ1名含んでいます。構成員については、当レポートp.45に記載の通りです。監査等委員である取締役は取締役会その他社内会議に出席し、取締役の職務執行について適宜意見を述べています。監査等委員である取締役は、監査計画に基づき監査を実施し、監査等委員会を毎月1回開催するほか、必要に応じて臨時監査等委員会を開催しています。また、内部監査室及び会計監査人と定期的に会合を開催することにより、監査に必要な情報の共有化を図っています。

なお、法令に定める監査等委員である取締役の員数を欠くことになる場合に備え、補欠の監査等委員である取締役1名を選任しております。

区分	氏名	主な活動状況
取締役 (監査等委員)	長谷川 哲造	当事業年度に開催された取締役会19回すべてに出席し、また、監査等委員会14回すべてに出席し、常勤監査等委員として社内の主要な会議に出席し、上場企業の役員としての経験から、コーポレートガバナンス、コンプライアンスに関する発言を行っています。また、指名・報酬諮問委員会の委員長として、当事業年度に開催された指名・報酬諮問委員会4回のすべてに出席し、客観的・中立的立場で当社の役員候補者の選定や役員報酬等の決定過程における監督機能を主導しています。
取締役 (監査等委員)	戸澤 章	2023年12月22日就任後に開催された取締役会14回すべてに出席し、また、2023年12月22日就任後に開催された監査等委員会10回すべてに出席し、常勤監査等委員として社内の主要な会議に出席し、上場企業の役員としての経験から、コーポレートガバナンス、コンプライアンスに関する発言を行っています。また、指名・報酬諮問委員会の委員として、2023年12月22日就任後に開催された指名・報酬諮問委員会3回のすべてに出席し、客観的・中立的立場で当社の役員候補者の選定や役員報酬等の決定過程における監督機能を担っています。
取締役 (監査等委員)	月岡 涼吾	当事業年度に開催された取締役会19回すべてに出席し、また、監査等委員会14回すべてに出席し、主に公認会計士及び税理士としての専門的見地から当社の会計、財務及び税務に係る事項に関する発言を行っています。また、指名・報酬諮問委員会の委員として、当事業年度に開催された指名・報酬諮問委員会4回のすべてに出席し、客観的・中立的立場で当社の役員候補者の選定や、役員報酬等の決定過程における監督機能を担っています。
取締役 (監査等委員)	飯田 耕一郎	当事業年度に開催された取締役会19回すべてに出席し、また、監査等委員会14回すべてに出席し、主に弁護士としての専門的見地から当社の法律に係る事項、コーポレートガバナンス、コンプライアンスに関する発言を行っています。

*長谷川哲造氏及び月岡涼吾氏は2024年12月20日開催の第16回定時株主総会終結の時をもって、辞任により退任いたしました。

3 経営会議

当社では、原則として毎週1回経営会議を開催し、取締役会決議事項以外の重要な決議、各事業部門からの報告事項が上程され、審議等を行うことにより、経営の透明性を図っています。

議長	代表取締役社長 宮本貴志
構成員	取締役 上席執行役員 CFO 原井義昭、取締役 上席執行役員 CPO 坂本佑 上席執行役員 CIO 菅井健太、上席執行役員 CDO 池田洋一、 上席執行役員 CLO 山崎聡士、上席執行役員 CSO 瀧田和伸 執行役員 森林太郎、執行役員 角田亮二 常勤監査等委員である社外取締役 戸澤章 その他役員等が会議の進行のために必要と認めた従業員

4 会計監査人

当社は、有限責任監査法人トーマツと監査契約を締結し、会社法及び金融商品取引法に基づく監査を受けています。

5 指名・報酬諮問委員会

当社では、取締役の指名及び報酬等の決定プロセスに係る客観性及び透明性を確保し、コーポレート・ガバナンス体制の一層の強化を図ることを目的として、指名・報酬諮問委員会を設置しており、取締役の選解任、取締役の報酬体系及び個別配分に関する原案等についての諮問に対する答申を行っています。

当事業年度においては、取締役の選解任方針及び取締役候補者の原案や、個人別の報酬等の決定方針及び報酬内容の原案に関する審議を行いました。

なお、長谷川哲造氏及び月岡涼吾氏は2024年12月20日開催の第16回定時株主総会終結の時をもって、辞任により退任いたしました。今後、取締役会の決議により構成員及び委員長を選任する予定です。

委員長	常勤監査等委員である社外取締役 長谷川哲造
構成員	取締役会長 馬場功淳、代表取締役社長 宮本貴志 社外取締役 柳澤孝旨 常勤監査等委員である社外取締役 戸澤章、監査等委員である社外取締役 月岡涼吾

最近事業年度における指名・報酬諮問委員会の活動内容

活動日	名称	活動内容
2024年4月24日	指名・報酬諮問委員会	取締役の指名及び報酬についての今期活動方針の協議
2024年8月21日	指名・報酬諮問委員会	取締役会の構成と役員報酬制度の審議
2024年9月18日	指名・報酬諮問委員会	来期役員体制諮問案の承認及び新役員報酬制度の審議
2024年10月23日	指名・報酬諮問委員会	役員報酬制度諮問案の承認及び取締役の個人別報酬諮問案の審議・承認

サステナビリティを推進するガバナンス

取締役の指名・解任（不再任）に関する方針

取締役の指名・解任（不再任）の方針

指名方針

- 1 役割に応じた知識・経験・能力等を有し、取締役会がバランスの取れた構成となる人材
- 2 取締役としてふさわしい人格・識見を有し、事業の持続的な成長に寄与する人材
- 3 当社グループのフィロソフィーを理解・実践し、中長期的な企業価値の最大化に資する人材

解任（不再任）方針

- 1 法令及び定款に違反する行為又はその恐れのある行為があった場合
- 2 職務を適切に遂行することが困難と認められる場合
- 3 期待している機能を十分に発揮していないと判断される場合

上記方針に基づき、取締役・社外取締役の各々に求める複数の評価項目を策定し、各々への充足度合いを勘案し、選任する方針です。特に社外取締役については、会社経営、法律、会計、マーケティング、経営戦略等各専門的分野の知見を有する方、豊富な経験と幅広い見識を有する方を選任する方針です。加えて、取締役会の全体として加えたい分野、また多様性についても鑑み、当該候補者が当社取締役にふさわしいか否かを判断いたします。手続きとしては、指名の是非を指名・報酬諮問委員会に諮問の上、取締役会に上申、上記評価項目を審議し、決定します。

代表取締役の選任・解任（不再任）の方針

選任方針

- 1 リーダーシップに優れ、変化に対応できる人材
- 2 経営の意思決定を行う者として相応しい知識、経験、能力、決断力及び高い倫理観を有する人材

解任（不再任）方針

- 1 代表取締役として法令、定款、公序良俗等に違反する行為又はその恐れのある行為があった場合
- 2 重大な不祥事件等の発生に関し、代表取締役の責任が重いと判断される場合
- 3 当社グループの経営に著しい支障が生じる原因をつくったと認められる場合
- 4 健康上の理由等により、職務を適切に遂行することが困難と認められる場合
- 5 代表取締役の選任方針の要件を欠くことが明らかになった場合

報酬等の決定に関する基本方針

報酬等の決定に関する基本方針

取締役会では、指名・報酬諮問委員会の答申を踏まえ、取締役の報酬等の額の決定について、以下の通り基本方針を定めています。

- 1 同業他社の水準を踏まえ、優秀な人材を確保できる報酬であること
- 2 職責及び貢献に見合う報酬であること
- 3 企業価値の向上を促す報酬体系であること

報酬の構成

当社の役員報酬は固定報酬及び譲渡制限付株式報酬となっており、連結業績及び各取締役の職責・貢献等を総合的に勘案して金額を決定しています。当社の取締役（監査等委員である取締役を除く）の固定報酬に関する株主総会の決議年月日は2021年12月17日であり、年額300百万円以内（うち社外取締役50百万円以内。ただし、使用人兼務取締役の使用人分給与を含まない。定款で定める取締役（監査等委員である取締役を除く）の員数は11名以内とする。当レポート提出日現在6名）と決議しています。監査等委員である取締役の固定報酬に関する株主総会の決議年月日は2023年12月22日であり、年額50百万円以内（定款で定める監査等委員である取締役の員数は5名以内とする。当レポート提出日現在3名）と決議しています。また、当社の役員の譲渡制限付株式報酬に関する株主総会の決議年月日は2019年12月20日であり、取締役（社外取締役及び監査等委員である取締役を除く）に対する譲渡制限付株式に関する報酬として支給する金銭報酬額は、年額300百万円以内と決議しています。社外取締役及び監査等委員である取締役の報酬等は、独立性の確保の観点から、固定報酬のみであります。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)				対象となる 役員の員数 (名)
		固定報酬	譲渡制限付 株式報酬	業績連動 報酬	左記のうち、 非金銭報酬等	
取締役 (監査等委員を除く。) (社外取締役を除く。)	209	159	49	—	—	7
取締役 (監査等委員) (社外取締役を除く。)	—	—	—	—	—	—
社外取締役	62	62	—	—	—	8

役員紹介

2024年12月23日時点

取締役

馬場 功淳

取締役会長
チーフクリエイター



所有株式数

61,781,792株

宮本 貴志

代表取締役社長
上席執行役員 CEO



所有株式数

79,609株

原井 義昭

取締役
上席執行役員 CFO



所有株式数

52,817株

坂本 佑

取締役
上席執行役員 CPO



所有株式数

41,942株

柳澤 孝旨

社外取締役
(独立役員)



所有株式数

5,000株

重要な兼職 株式会社ZOZO 取締役副社長兼CFO
株式会社デジタルホールディングス 社外取締役

武田 雅子

社外取締役
(独立役員)



所有株式数

一株

監査等委員

戸澤 章

社外取締役
(独立役員)
常勤監査等委員



所有株式数

一株

飯田 耕一郎

社外取締役
監査等委員



所有株式数

一株

重要な兼職 森・濱田松本法律事務所 パートナー
独立行政法人国民生活センター 紛争解決委員会
紛争解決委員

阿部 美寿穂

社外取締役
(独立役員)
監査等委員



所有株式数

一株

重要な兼職 阿部美寿穂公認会計士事務所 代表

上席執行役員 (取締役を兼務する者を除く)

菅井 健太

上席執行役員 CIO



池田 洋一

上席執行役員 CDO



山崎 聡士

上席執行役員 CLO



瀧田 和伸

上席執行役員 CSO



執行役員

森 林太郎
執行役員
経営管理部長

角田 亮二
執行役員
エンターテインメント本部副部長
リードクリエイター

取締役のスキルマトリックス

氏名	取締役会 出席回数	企業経営	ゲーム 開発	技術 研究開発	当社が特に期待する分野				グローバル感覚 国際性
					マーケティング ブランディング	財務・会計	法務 コンプライアンス	人事	
馬場 功淳	—	18回/19回(95%)	●	●	●				
宮本 貴志	—	19回/19回(100%)	●		●			●	●
原井 義昭	—	19回/19回(100%)				●			●
坂本 佑	—	19回/19回(100%)	●	●					
柳澤 孝旨	社外	14回/19回(74%)				●			
武田 雅子	社外	14回/14回(100%)			●			●	
戸澤 章	社外 監査	14回/14回(100%)				●	●		
飯田 耕一郎	社外 監査	19回/19回(100%)					●		●
阿部 美寿穂	社外 監査	—				●			

※上記一覧表は、取締役の有するすべての知見や経験を表すものではありません。

11年間の財務・非財務ハイライト

9月30日に終了した会計年度	2014	2015	2016 (連結)	2017 (連結)	2018 (連結)	2019 (連結)	2020 (連結)	2021 (連結)	2022 (連結)	2023 (連結)	2024 (連結)
経営成績(百万円)											
売上高	53,575	72,395	84,730	52,246	45,776	38,920	45,128	37,125	32,541	30,806	25,975
売上原価	22,160	29,609	37,442	28,449	28,357	26,409	24,275	24,108	22,704	21,614	19,216
売上総利益	31,414	42,786	47,288	23,796	17,418	12,511	20,853	13,016	9,836	9,192	6,758
販売費及び一般管理費	7,811	10,468	15,432	10,864	10,465	9,558	8,602	6,695	5,526	6,543	7,966
営業利益又は営業損失(△)	23,603	32,317	31,855	12,932	6,952	2,952	12,250	6,320	4,310	2,648	△1,208
経常利益又は経常損失(△)	23,556	32,363	31,272	12,901	6,097	1,655	11,790	7,843	5,732	3,066	△947
税金等調整前当期純利益又は 税金等調整前当期純損失(△)	23,556	32,363	30,761	12,551	5,849	1,318	10,938	4,251	5,732	3,066	△1,224
親会社株主に帰属する当期純利益又は 親会社株主に帰属する当期純損失(△)	13,024	19,436	20,710	8,691	4,192	1,070	7,977	3,047	2,414	1,746	△1,866
財政状態(百万円)											
総資産	48,012	59,260	72,301	75,744	77,244	74,740	85,833	80,814	83,280	81,464	79,805
負債	17,728	15,665	10,152	6,451	6,619	5,307	10,053	5,063	6,705	5,404	8,417
純資産	30,284	43,594	62,149	69,293	70,625	69,433	75,779	75,751	76,575	76,060	71,387
資本金	6,274	6,328	6,384	6,433	6,491	6,510	6,536	6,556	6,587	6,610	6,635
キャッシュ・フロー(百万円)											
営業活動によるキャッシュ・フロー	19,021	16,306	19,135	4,957	9,421	53	15,010	△3,104	3,637	1,159	237
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,087	△3,118	△6,501	△4,545	1,979	△2,768	△2,640	△10,588	△593	8,237	△8,087
財務活動によるキャッシュ・フロー	9,325	△6,121	△2,452	△2,018	△2,518	△2,118	△2,780	△3,200	△2,538	△2,567	△896
現金及び現金同等物の期末残高	35,584	42,638	52,556	51,409	60,400	55,822	65,308	49,052	50,914	58,167	49,454

※2023年9月期の数値は誤謬の訂正後の数値を記載しています。

11年間の財務・非財務ハイライト

9月30日に終了した会計年度	2014	2015	2016 (連結)	2017 (連結)	2018 (連結)	2019 (連結)	2020 (連結)	2021 (連結)	2022 (連結)	2023 (連結)	2024 (連結)
1株当たり指標(円)											
1株当たり当期純利益 又は1株当たり当期純損失(△)(EPS)	107.65	157.70	166.92	69.32	33.08	8.40	62.45	23.82	18.84	13.61	△14.55
1株当たり純資産(BPS)	245.07	354.50	499.07	551.34	555.65	544.53	592.81	591.86	597.24	592.90	556.07
1株当たり配当金(DPS)	10.00	16.00	17.00	21.00	17.00	17.00	25.00	20.00	20.00	20.00	20.00
財務指標(%)											
営業利益率	44.1	44.6	37.6	24.8	15.2	7.6	27.1	17.0	13.2	8.6	△4.7
当期純利益率	24.3	26.8	24.4	16.6	9.2	2.7	17.7	8.2	7.4	5.7	△7.2
総資本当期純利益率(ROA)	42.2	36.2	31.5	11.7	5.5	1.4	9.9	3.7	2.9	2.1	△2.3
自己資本当期純利益率(ROE)	68.3	52.6	39.2	13.2	6.0	1.5	11.0	4.0	3.2	2.3	△2.5
自己資本比率	63.1	73.6	86.0	91.5	91.4	92.9	88.3	93.7	91.9	93.4	89.4
配当性向	9.3	10.1	10.2	30.3	51.4	202.4	40.0	84.0	106.1	146.9	—
その他の指標(人)											
従業員数	450	753	1,181	1,248	1,283	1,368	1,565	1,449	1,348	1,277	1,235
単体合計	450	620	773	792	840	935	954	885	780	718	710
グループ各社合計	—	133	408	456	443	433	611	564	568	559	525

※四捨五入による若干の計算の差異があります。
 ※従業員数は就業員数(当社グループからグループ外への出向者を除き、グループ外から当社グループへの出向者を含む)を記載しています。

※グループ各社は、当社が発行済株式数の50%超を保有する会社となります。
 ※2016年9月期より連結財務諸表を作成しています。

連結貸借対照表

株式会社コロプラ及び連結子会社
9月30日時点

(単位:百万円)

	2023年9月期	2024年9月期
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	57,960	50,250
売掛金及び契約資産	4,635	4,206
営業投資有価証券	9,750	10,166
商品	74	35
仕掛品	362	498
貯蔵品	5	6
前払金	461	269
前払費用	673	941
その他	756	908
貸倒引当金	△21	△17
流動資産合計	74,658	67,267
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	2,146	2,097
減価償却累計額及び減損損失累計額	△517	△580
建物及び構築物(純額)	1,628	1,516
工具、器具及び備品	754	781
減価償却累計額及び減損損失累計額	△608	△658
工具、器具及び備品(純額)	146	123
建設仮勘定	5	—
その他	—	2
減価償却累計額及び減損損失累計額	—	△1
その他(純額)	—	0
有形固定資産合計	1,780	1,641
無形固定資産		
ソフトウェア	20	15
無形固定資産合計	20	15
投資その他の資産		
投資有価証券	2,833	7,588
関係会社株式	212	3
関係会社出資金	129	104
敷金及び保証金	1,654	1,611
繰延税金資産	120	124
その他	55	1,460
貸倒引当金	△0	△11
投資その他の資産合計	5,004	10,880
固定資産合計	6,805	12,537
資産合計	81,464	79,805

(単位:百万円)

	2023年9月期	2024年9月期
負債の部		
流動負債		
買掛金	67	72
未払金	2,226	2,734
未払費用	610	508
未払法人税等	336	245
未払消費税等	183	204
前受金	574	1,844
預り金	228	200
事業構造改善引当金	—	57
その他	56	700
流動負債合計	4,283	6,567
固定負債		
長期借入金	—	999
資産除去債務	745	759
繰延税金負債	349	72
その他	26	17
固定負債合計	1,121	1,849
負債合計	5,404	8,417

(単位:百万円)

	2023年9月期	2024年9月期
純資産の部		
株主資本		
資本金	6,610	6,635
資本剰余金	6,350	6,373
利益剰余金	66,210	61,764
自己株式	△4,645	△4,645
株主資本合計	74,526	70,128
その他の包括利益累計額		
その他有価証券評価差額金	1,179	814
為替換算調整勘定	348	437
その他の包括利益累計額合計	1,528	1,251
非支配株主持分	5	7
純資産合計	76,060	71,387
負債純資産合計	81,464	79,805

連結損益計算書

株式会社コロプラ及び連結子会社
9月30日に終了した会計年度

(単位:百万円)

	2023年9月期	2024年9月期
売上高	30,806	25,975
売上原価	21,614	19,216
売上総利益	9,192	6,758
販売費及び一般管理費	6,543	7,966
営業利益又は営業損失(△)	2,648	△1,208
営業外収益	926	720
営業外費用	508	460
経常利益又は経常損失(△)	3,066	△947
特別損失	—	276
税金等調整前当期純利益又は 税金等調整前当期純損失(△)	3,066	△1,224
法人税、住民税及び事業税	1,282	654
法人税等調整額	39	△11
法人税等合計	1,321	643
当期純利益又は当期純損失(△)	1,745	△1,867
親会社株主に帰属する当期純利益又は 親会社株主に帰属する当期純損失(△)	1,746	△1,866

連結キャッシュ・フロー計算書

株式会社コロプラ及び連結子会社
9月30日に終了した会計年度

(単位:百万円)

	2023年9月期	2024年9月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,159	237
投資活動によるキャッシュ・フロー	8,237	△8,087
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,567	△896
現金及び現金同等物に係る換算差額	423	△150
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	7,253	△8,896
現金及び現金同等物の期首残高	50,914	58,167
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額	—	184
現金及び現金同等物の期末残高	58,167	49,454

コロプラグループ



会社名	株式会社コロプラネクスト
設立	2015年2月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 山上 慎太郎
事業内容	投資事業

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社リアルスタイル
設立	2008年6月
所在地	東京都品川区南大井6-24-6 DAITOビル
代表者	代表取締役社長 内田 伸也
事業内容	スマートフォン、タブレット向けネイティブアプリの企画、開発、運営。 PC、携帯電話向けブラウザゲームの企画、開発、運営

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社ピラミッド
設立	2001年9月
所在地	東京都渋谷区渋谷3-3-2 アーバンセンター渋谷イースト
代表者	代表取締役社長 柏木 准一
事業内容	コンシューマーゲーム、ソーシャルゲーム、アーケードゲーム等の企画開発業務及びゲーム関連のシナリオ及びグラフィック制作業務

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社360Channel
設立	2015年11月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 小松 恵司
事業内容	360度動画関連事業、総合XRプロデュース事業、メタバース事業

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社エイティング
設立	1993年3月
所在地	東京都品川区南大井6-21-12 大森プライムビル
代表者	代表取締役社長 鮫島 保彦
事業内容	家庭用ゲーム機及びスマートデバイス向けゲームコンテンツの企画・開発・運営

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社MAGES.
設立	2011年6月
所在地	東京都港区三田3-13-16 三田43MTビル6階
代表者	代表取締役社長 浅田 誠
事業内容	ゲームソフトウェアの企画・開発

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社Brilliantcrypto
設立	2022年11月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 馬場 功淳
事業内容	ブロックチェーン技術または暗号資産、NFTを活用したGameFiなどのサービスの開発及び配信

[サイトはこちら](#)



会社名	株式会社クマの音楽隊
設立	2015年11月
所在地	東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
代表者	代表取締役社長 沼田 知己
事業内容	音楽著作権の管理、音楽著作物の利用の開発、CD・ビデオ等の原盤の企画及び制作

会社・株式情報

2024年9月30日時点

会社情報

会社名	株式会社コロブラ
設立	2008年10月1日
所在地	〒107-0052 東京都港区赤坂9-7-2 ミッドタウン・イースト6階
資本金	資本金 6,635百万円
従業員数	従業員数 710名 (グループ全体:1,235名)

株式状況

証券コード	3668
決算期	9月30日
発行可能株式総数	450,000,000株
単元株式数	100株
総株主数	27,676名
上場証券取引所	東京証券取引所 プライム市場
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社

※グループ全体とは、当社が発行済株式数の50%超を保有する会社の従業員数を含んだ合計となります。

※従業員数は就業員数(当社グループからグループ外への出向者を除き、グループ外から当社グループへの出向者を含む)を記載しています。

大株主の状況

株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
馬場 功淳	61,781,792	48.13
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	8,976,700	6.99
THE BANK OF NEW YORK MELLON 140051 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	6,468,200	5.04
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	5,835,400	4.55
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) 信託業務分 (うち投資信託3,928,577株、年金信託35,200株)	3,963,777	3.09
BANK JULIUS BAER AND CO. LTD. SG (常任代理人 株式会社三菱UFJ銀行)	3,695,300	2.88
THE BANK OF NEW YORK 133612 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	3,222,300	2.51
株式会社日本カストディ銀行(信託口) 信託業務分 (うち投資信託1,394,000株、年金信託103,300株)	1,497,300	1.17
THE HONGKONG AND SHANGHAI BANKING CORPORATION LTD - SINGAPORE BRANCH PRIVATE BANKING DIVISION A/ C CLIENTS (常任代理人 香港上海銀行東京支店 カストディ業務部)	1,200,000	0.93
STATE STREET BANK WEST CLIENT - TREATY 505234 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	892,000	0.69
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL (常任代理人 ゴールドマン・サックス証券株式会社)	649,400	0.51
JP MORGAN CHASE BANK 385781 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	605,274	0.47

※当社は、自己株式を1,778,834株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。

※持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

Webサイトのご案内

コロブラの会社情報やサービスなど、さまざまな情報を公式サイトで発信しています。



コロブラ公式サイト

サイトはこちら >



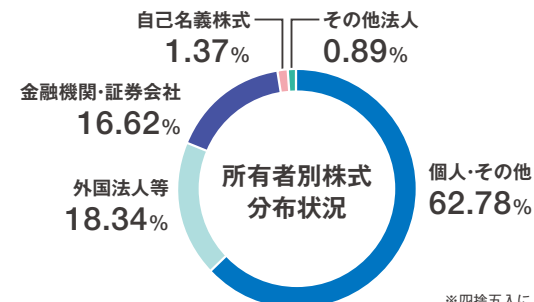
IRページ

サイトはこちら >



サステナビリティページ

サイトはこちら >



※四捨五入による若干の計算の差異がございます

SNS・メディア一覧

コロプラグループの最新情報を発信しています。

X

コーポレートアカウント



株式会社コロプラ
@colopl_pr

サイトはこちら >



株式会社コロプラ 採用
@ColoplRecruit

サイトはこちら >



株式会社Brilliantcrypto
@Brypto_JP

サイトはこちら >



株式会社コロプラネクスト
@coloplnext

サイトはこちら >



株式会社ピラミッド
@Pyramid_inc_net

サイトはこちら >



株式会社エイティング 採用
@8ing_saiyo

サイトはこちら >



株式会社MAGES.
@PR_MAGES

サイトはこちら >



公益財団法人 クマ財団
@kuma_foundation

サイトはこちら >



株式会社360Channel
@360ch

サイトはこちら >

Facebook



株式会社コロプラ
@coloplinc

サイトはこちら >



株式会社コロプラ 採用
@coloplrecruit

サイトはこちら >



株式会社エイティング 採用
@8ing.saiyo

サイトはこちら >



株式会社MAGES.
@MAGESINC

サイトはこちら >



その他SNSなど、最新の情報は下記からご覧ください。

ソーシャルメディア公式アカウント一覧

サイトはこちら >



お問い合わせ先

株式会社コロプラ 経営管理部 IRグループ

お問い合わせ先はこちらから > 