

COLOPL REPORT2025

株式会社コロプラ 統合報告書2025



01

イントロダクション

- └ はじめに
- └ コロプラの創業哲学
- └ コロプラの歩み
- └ 強みとその源泉
- └ 目次

01 イントロダクション

- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

[コロプラ公式サイト](#) >

[IRページ](#) >

[サステナビリティページ](#) >

[SNSページ](#) >

Entertainment in Real Life

エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしい

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」を皮切りに、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。培ってきた技術力とノウハウは、世界で戦うための確固たる強みです。これからも「Entertainment in Real Life」のミッションのもと、世界中の日常を彩る体験を創出し、中期目標である「Global Top 20」の実現と、その先のさらなる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。

- ↳ はじめに
- ↳ コロプラの創業哲學
- ↳ コロプラの歩み
- ↳ 強みとその源泉
- ↳ 目次

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

“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、より素晴らしい

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

サイトは[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続けてきました。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つ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」や、生成AIによって新たなゲーム体験を実現した「神魔狩りのツクヨミ」が挙げられます。特に「神魔狩りのツクヨミ」は、“生成ゲーム”という新たなゲームジャンルを確立し、今後のさらなる展開が期待されます。

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信じて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持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
馬場 功淳

- ↳ はじめに
- ↳ コロプラの創業哲学
- ↳ コロプラの歩み
- ↳ 強みとその源泉
- ↳ 目次

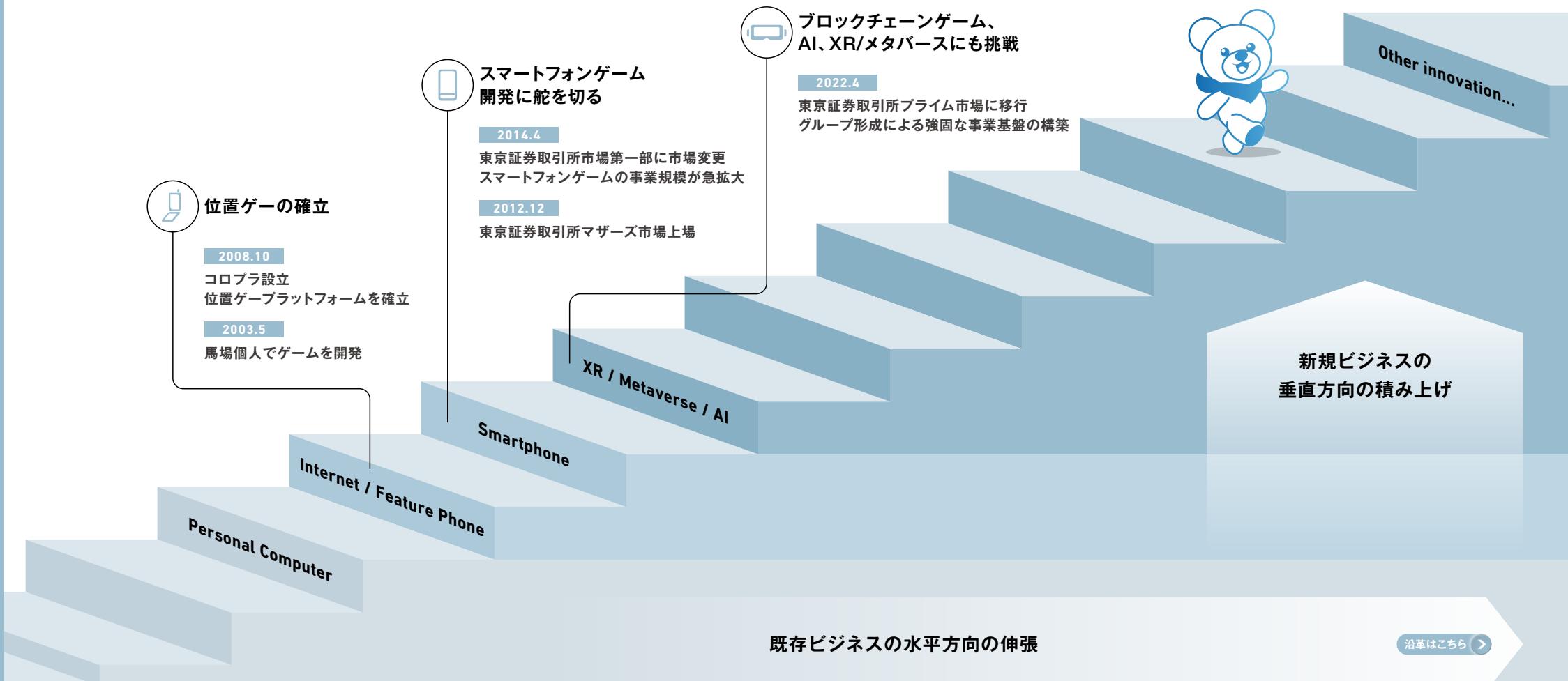
- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

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拓いてきたコロプラ

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拓いてきました。

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。



- └はじめに
- └コロプラの創業哲学
- └コロプラの歩み
- └強みとその源泉
- └目次

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

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。グループ従業員の約8割を占めるクリエイターがコロプラらしいものづくりを行っています。また、ミッションごとに事業部を分割することで、最適化された開発体制を実現しています。

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



05

イントロダクション

- ↳ はじめに
- ↳ コロプラの創業哲学
- ↳ コロプラの歩み
- ↳ 強みとその源泉
- ↳ 目次

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

Contents

01 イントロダクション

- 01 はじめに
- 02 コロプラの創業哲学
- 03 コロプラの歩み
- 04 強みとその源泉
- 05 目次

30 価値創造のための基盤

- 31 ステークホルダーエンゲージメント
- 32 マテリアリティ
- 33 人的資本の取り組み
- 36 コーポレート・ガバナンス
- 39 社外取締役メッセージ
- 41 役員紹介

06 コロプラの価値創造

- 07 価値創造プロセス
- 08 CEOメッセージ

43 財務データ

- 43 11年間の財務・非財務ハイライト

12 価値創造のための戦略

- 13 中期経営方針
- 16 エンターテインメント事業 本部長対談
- 20 Close Up 開発ディレクターの声
- 21 知財戦略
- 23 CFOメッセージ
- 26 事業別概況

45 アウトライン

- 45 会社・株式情報
- 46 コロプラグループ

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、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

2025年9月期(2024年10月1日~2025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(2025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・明記は、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。

06

コロプラの価値創造

[レ 値値創造プロセス](#)[レ CEOメッセージ](#)

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

[コロプラ公式サイト](#)[IRページ](#)[サステナビリティページ](#)[SNSページ](#)

Colopl's Value Creation

コロプラの価値創造

07 価値創造プロセス

08 CEOメッセージ

- [01 イントロダクション](#)
- [06 コロプラの価値創造](#)
- [12 価値創造のための戦略](#)
- [30 価値創造のための基盤](#)
- [43 財務データ](#)
- [45 アウトライン](#)

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

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、
Visionの達成とMissionの追求を通して、持続的な成長を目指していきます。



*1 QAUは、ダウンロード日から7日目以降に2025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
*2 2024年10月～2025年9月のコロプラ単体の実績値
※ 1, 2以外のデータはすべて2025年9月末時点

- └ 価値創造プロセス
- └ CEOメッセージ

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)



CEO MESSAGE

新たな飛躍に向けた実行の一年
変革の基盤を築き、次のステージへ

代表取締役社長
上席執行役員 CEO 宮本 貴志

2025年9月期の振り返り
変化の波を恐れず、技術と発想で挑み続けた一年
コロプラらしい一手で、生成AIゲームの市場を切り拓く

国内モバイルゲーム市場は成熟期に入り、長期運営タイトルがランキング上位を占める一方で、新作ヒットの難易度が一層高まっています。海外勢、特に中国タイトルの存在感は増しており、ゲームの質・量とともにグローバル競争も激化しています。こうした環境のなかでも、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」挑戦を愚直に続けてきました。その結果、2025年9月期は売上高259億円、営業利益10億円を計上。上場来初の営業赤字となった2024年9月期から黒字転換を果たすことができました。

- [価値創造プロセス](#)
- [CEOメッセージ](#)

- [01 イントロダクション](#)
- [06 コロプラの価値創造](#)
- [12 価値創造のための戦略](#)
- [30 価値創造のための基盤](#)
- [43 財務データ](#)
- [45 アウトライン](#)

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)



これを支えたのが、各事業セグメントにおける着実な成果です。まず、エンターテインメント事業では、2025年1月に「異世界∞異世界」、5月には生成AIを活用した「神魔狩りのツクヨミ」をリリースしました。「異世界∞異世界」では、さまざまなアニメ作品のキャラクターたちが次々に登場し、異世界転生・なろう・SFなどのジャンル全体を巻き込んだ新しいゲーム空間を創出。また「神魔狩りのツクヨミ」は、AIがユーザー体験に介在する“生成ゲーム”という新しい可能性を切り拓き、ユーザーさまからも高い評価を得ています。今後はここで得られた知見とノウハウをもとに、生成ゲーム市場の創出と拡大にも力を入れてまいります。

一方、既存タイトルでは、「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)」の当社売上が前年を上回りました。また、「白猫プロジェクト」は11周年、「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」は12周年を迎え、長期運営の中でユーザーの皆さまとの信頼関係をより強固なものにできたと考えています。

ブロックチェーン技術を活用した「Brilliantcrypto」では、新たな採掘エリアやジュエリー工房機能を実装しました。収益面では苦戦を強いられている一方で、NFT宝石という価値の創出など、成果を得られたこともあります。Web3領域での学びと経験は、将来の当社事業に

おいて必ず活きると考えており、今後もコスト管理を徹底しながら挑戦を継続してまいります。また、グループ会社においては、コンシューマーゲームの受託開発を担う株式会社エイティングが、大手からの案件を中心に安定した成果を上げています。

これらの積み重ねに加え、業績に大きく貢献したのは、投資育成事業です。事業立ち上げ当初から投資してきた銘柄のEXITや、成熟した銘柄の売却により、2025年9月期は11億円のセグメント利益を計上しました。スタートアップ企業を支援し、その成長を通じてリターンを得る本事業は、コロプラにとってのもう1つの挑戦のかたちです。当社の知見が活かせる、BtoC事業を展開する銘柄への投資を継続的に実施し、業績への持続的な貢献を目指していきます。

中長期の成長に向けた取り組み

新たな目標に向けた挑戦

モバイルゲームで「Global Top 20」を目指す

コロプラは、「“Entertainment in Real Life” エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしい」というミッションのもと、エンターテインメントを通じ、人々の何気ない日常をより豊かにすることを目指しております。2025年9月期にはこのミッションをさらに追求していくため、中期経営方針を定めました。2026年9月期はその実行フェーズであり、グループ全社のコミットメント意識を高め、進むべき道を全員で共有したいという思いから、中期経営方針に目標を設定しました。それが、モバイルゲーム市場における「Global Top 20」です。

「Global Top 20」達成の目安として、連結売上高1,000億円以上、連結営業利益500億円以上を想定しています。過去の実績から見ても、決して不可能な数値ではありません。これを達成することで、日本を代表するモバイルゲーム企業として世界に存在感を示し、その先の成長も見据えることができると考えています。

その道標となるのが、中期経営方針の3つの戦略「海外市場への積極的展開」「有力IPの活用」「新しいUXの提供(唯一無二のものづくり)」です。2025年9月期はこの戦略をコンテンツポートフォリオに落とし込み、アップデートしてきました。コロプラが目指すのは、モバイルゲームだからこそ実現できる体験を突き詰めること。その中核となるのが、「位置ゲー」をはじめとする独自技術です。

コロプラには、有力IPと「位置ゲー」を組み合わせた「ドラゴンクエストウォーク」や、多彩なIPを活用した「異世界∞異世界」「フェスバ+」などの実績があります。そのノウハウを活かし、グローバルヒットタイトルの創出を目指します。

- [価値創造プロセス](#)
- [CEOメッセージ](#)

- [01 イントロダクション](#)
- [06 コロプラの価値創造](#)
- [12 価値創造のための戦略](#)
- [30 価値創造のための基盤](#)
- [43 財務データ](#)
- [45 アウトライン](#)

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

一方で、生成AIを用いた「生成ゲーム」ジャンルの拡大にも本格的に取り組んでいます。AIによるカードやストーリー生成といった試みは、プレイヤーの体験を次の次元へ押し上げるものになるはずです。新しい技術をいち早く取り込み、エンターテインメントに変えること。それを私たちちは「未知のUX」と呼び、ゲーム開発の重要な土台として育てていく考えです。以上の戦略に基づき、パイプラインには、「有力IP×位置ゲー」の新作を2本追加しております。現在モバイルゲーム4本、PC／コンシューマーゲーム11本を開発中です(2025年11月末時点)。

戦略を迅速に実行するため、開発体制の強化にも取り組んでいます。2025年10月にはエンターテインメント部門の組織再編を行いました。有力IPや海外展開を見据えた大型タイトルの開発を進める「エンターテインメント本部」と、生成AIなど新技術を活用し、次なる未知のUXを生み出す「Kuma the Bear本部」の2本部制とし、それぞれが明確なミッションを持つ体制へ移行しました。役割分担を明確にすることで、意思決定のスピードと開発効率を高めることができます。さらに、経営資源配分の最適化にも取り組みます。その1つが今申し上げたエンターテインメント部門の組織再編、もう1つが新人事制度の施行です。

成長戦略を実現する社内体制

コミットメント型人事制度を導入 チームでやり切る組織へ

コロプラでは、これまで長く運用してきた人事制度を2026年9月期より刷新しました。ゲーム市場が急成長していた時期に設計された制度のままでは、現在の開発環境や事業構造にそぐわなくなっていたからです。タイトル一本当たりの開発期間や費用が大幅に増え、求められるスキルや役割も多様化する中で、従来のマネジメント手法では十分に対応できなくなっていました。

そこで、部署ごとにミッションを明確化し、個々の従業員が果たすべき役割を明示したうえで、コミットメントを重視する評価制度へと移行。単にタスクと報酬を結びつけるのではなく、「Global Top 20」という全社目標を起点に、自らの仕事がどのように貢献しているかを意識できる仕組みへと変えています。各組織が戦略を支える単位として機能し、メンバー一人ひとりが“自分ごと”として挑戦できる環境を整備していきます。

同時に、新しい制度のもとでの働き方に難しさを感じ、社外に活躍の場を求める従業員に対しては、「キャリア転進支援制度」を設けました。転職支援や一定期間の給与補償などにより、次の挑戦を応援するための制度です。一人ひとりが自らのキャリアを選び、成長を実感できる組織づくりを通じて、これからもコロプラらしい挑戦に邁進していきます。

新事業領域への挑戦

リアルの体験を拡張し、日常にエンタメを届ける CEO直下の新規事業推進室を設置

コロプラが得意とする位置情報やAI、XR、Web3といった技術は、ゲームの外の世界でも大きな価値を生み出します。今後は多様なパートナーと共に創り、日常生活のあらゆる場面に楽しさを広げていきたいと考えています。

その基盤組織として、2025年7月には、CEO直下に「スマートライフ・エンターテインメント推進室」を設立しました。そのはじめの取り組みとしてリリースしたのが、イベント会場の“待ち時間”を“遊び時間”に変えるサービス「FANPARK」です。これは、位置情報とスタンプラリー機能を活用し、来場者が自然に会場を回遊できる仕組みを提供するもので、主催者・協賛企業・来場者すべてにメリットを生み出すサービスです。株式会社ZOZO主催のファッション×音楽のスペシャルイベント「ZOZOFES」で初導入されました。

「FANPARK」は、ライブ会場やスポーツスタジアムなど、人が集まるさまざまなシーンでの活用が期待されます。グループ会社の株式会社360Channelが新たにリリースしたデジタルマップサービス「360maps」との連携により、屋内外の施設案内やARナビゲーションの展開も可能です。

今後も当社技術を軸に、ゲームだけではなく、日常のあらゆる場面を彩る新サービスを創出することで、真の「Entertainment in Real Life」を追求してまいります。



FANPARK



人的資本への取り組み

意志ある挑戦を、ともに進める組織へ 誰もが力を発揮できる環境をつくる

人材は、コロプラにとって最大の資本です。私たちは「意志ある挑戦を、ともに進める組織へ」という人事ポリシーを掲げ、従業員の主体性を尊重し、挑戦とコミットメントを促す文化を醸成していきます。求める人材像は、担当領域だけでなく関連領域を理解し、全体を見渡して行動する人。専門性と多能性を両立させる仕組みをつくり、多様な才能が協働できる環境を整えています。

従業員の挑戦を後押しする環境とサポート体制の構築の一環として、ライフステージの変化に合わせた働き方を可能にする制度の充実も進めています。2025年9月期の育児休業取得率は、男性87.5%、女性100%と高い水準を維持。取得率だけでなく、満足度向上を目的とした復職後のキャリア継続支援をはじめ、一人ひとりに合わせた柔軟な制度運用にも注力しています。

また、福利厚生面では、従来の制度に加え、自己研鑽やチームワーク構築に必要な費用を各自申請できる「選択型福利厚生制度」を新たに導入しました。エンターテインメント、リフレッシュなどにも自由に使える仕組みで、利用率は90%を超えていました。

誰もが安心して働き、成長できる環境を整えることで、従業員一人ひとりの挑戦が企業全体のグロースにつながると確信しています。

コーポレート・ガバナンス

経営と執行を分離し、戦略と実行の質を向上 取締役もミッションを持ち、結果で応える体制へ

人づくり、組織づくりと並行して、経営体制の強化にも取り組んできました。その一環として、2024年12月より上席執行役員制度とCxO制を導入しています。取締役の人数を14名から9名とし、社外取締役を過半数とした結果、経営の透明性とスピードがこの一年で大幅に向上しました。経営と執行を明確に分離したことで、戦略を練る時間が増え、意思決定の質も高まったと実感しています。

また、各CxOはグループ全体を横串で管掌し、知見共有と業務の標準化の推進に努めてきました。これにより、コスト構造の改善や業務効率化も着実に進んでいます。

さらに2026年9月期からは、取締役やCxOにも明確なミッションを設定し、コミットメントを通じて成果を出す仕組みを導入しました。経営陣自らがやり切る姿勢を体現することで、組織全体の意識変革を加速させていきます。



投資家の皆さまへ

たしかな成長を見据えた実行の一期目 コロプラの挑戦は、次のステージへ

2025年9月期の一年で、私たちは「Global Top 20」という明確な目標を掲げ、その道筋を整理することができました。営業黒字転換という結果以上に、中期経営方針の戦略基盤を整えられたことが最大の成果だと考えています。

2026年9月期は、いよいよ実行の一期目です。事業の中核となるゲーム開発で確実に成果を上げながら、同時に新たな成長の種を育てていきます。私たちの仕事は、5年10年経っても愛されるゲームやサービスを提供していくことです。その途上には、もちろん外部環境の変化や課題が生じることもあるでしょう。それらを1つ1つクリアしながら、決して立ち止まることなく、全社一丸となって挑戦を続けてまいります。

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心よりお願い申し上げます。

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト >

IRページ >

サステナビリティページ >

SNSページ >

Strategies for Value Creation

価値創造のための戦略

- 13 中期経営方針
- 16 エンターテインメント事業 本部長対談
- 20 Close Up 開発ディレクターの声
- 21 知財戦略
- 23 CFOメッセージ
- 26 事業別概況

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

中期経営方針

当社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、より素晴らしい」の追求と、企業としての持続的な成長を目的として、中期経営方針を策定しています。

目標(Goals)

中期経営方針における目標として、「Global Top 20」を掲げております。これはモバイルゲーム市場における世界首位20社に入ることで、自社調査に基づき、連結売上高1,000億円以上、連結営業利益500億円以上を目指しています。この目標を達成することで、当社の市場における存在感を高め、今後の事業展開及び長期的な成長を実現してまいります。

重点戦略(Strategies)

国内のモバイルゲーム市場が成熟期に差し掛かっているなかで、企業としての持続的な成長を達成するため、3つの重点戦略を策定しています。「海外市場への積極的展開」「有力IPの活用」「新しいUXの提供(唯一無二のものづくり)」を通して、当社の強みを活かしたグローバルヒットタイトルの創出に注力してまいります。



- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

中期経営方針 コンテンツ戦略

中期経営方針に掲げる重点戦略に基づいて、IPとUXの2軸からコンテンツポートフォリオを構築し、「Global Top 20」達成に向けた新作開発を推進しております。

コンテンツポートフォリオの構築

当社はこれまで「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」ことをVisionに掲げ、唯一無二のものづくりを続けてまいりました。

IPとUXの観点から構築したコンテンツポートフォリオのうち、得意とする未知のUXの領域では、引き続き最新技術への挑戦を通して、次なる“新しい体験”を生み出してまいります。

さらに、これまでに創出した未知のUXに、海外で認知が拡大している有力IPを組み合わせることで、グローバルでのヒットを狙っていきます。

また、既知のUXの領域では、グループ会社や他社との協業によってチャンスをうかがっていきことで、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

コンテンツ戦略に基づく組織体制の再編

コンテンツポートフォリオのうち、主に当社が取り組む未知のUXの領域では、それぞれのミッションに合わせて2つの本部を設置しております。次なるイノベーションを創出する「未知のUX×自社IP」の領域は「Kuma the Bear本部」、生み出されたイノベーションを有力なIPと組み合わせることでグローバルでのヒットを狙う「未知のUX×他社IP」の領域は「エンターテインメント本部」がけん引してまいります。

ミッションごとに本部を再編することで、開発体制や各種取り組みの最適化を図っております。

中期経営方針の戦略を推進する部門

Kuma the Bear本部

イノベーションの創出を狙う

エンターテインメント本部

グローバルでの売上獲得を狙う

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

中期経営方針 長期成長の方向性

当社Missionのさらなる追求に向けて、ゲームに限らずエンターテインメントと日常の生活を融合させ、日々の楽しさを広げていくことを目指しております。

今後の成長イメージ

「“Entertainment in Real Life”エンターテインメントで日常をより楽しく、より素晴らしい」という当社Missionの追求は、エンターテインメントと日常の生活をより融合させていくことで成し遂げられると認識しております。“位置ゲー”はその最たる例で、ゲームを通して人々のリアルな生活のなかでの新たな行動や発見を引き出します。当社が今後目指すのはコロプラならではの

技術領域を活用したサービスによって、ゲームの枠を超えて、日常のあらゆる場面で楽しさを感じられるようにすること。交通やフィットネス、行政などの領域に向けたエンターテインメントを創出し、当社Missionの追求と企業としてのさらなる成長を実現してまいります。



TOPICS

足元ではすでに新サービスを創出し、取り組みを進めております。



当社がこれまでに培ってきたデジタル技術や位置ゲーなどのノウハウを活用し、ライブの“待ち時間”を“遊び時間”に変える新サービス「FANPARK」をリリースしております。



株式会社360Channelより、2DマップとAR技術を組み合わせた、屋内外の施設案内を可能にするデジタルマップサービス「360maps」をリリースしております。



- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

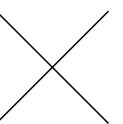
コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

SPECIAL INTERVIEW



唯一無二のものづくりで
グローバル展開を
加速する
コロプラの挑戦と未来

「市場創造型マーケティング」を
形にした一年

——2025年9月期は、CPOとしてプロダクトとマーケティングを掌握されてきた坂本さん。この一年の振り返りをお願いできますか。

坂本 エンターテインメント事業の価値を最大化する、という最重要テーマはこれまでと変わりませんが、CPOとしてプロダクト全体を俯瞰して捉える意識がより強まった一年でした。



取締役 上席執行役員
COO, Games
(Chief Operating Officer, Games)
エンターテインメント本部長

坂本 佑

執行役員
Kuma the Bear本部長

角田 亮二

そのなかでも大きな変化は2つ。1つは、コロプラ単体にとどまらず、グループのシナジーを掛け合わせることでエンターテインメント領域の事業拡大を目指した点です。コンシューマーゲームに強い株式会社MAGES.との連携を図ったり、株式会社ピラミッドと新しい企画を進めたりするなど、グループ全体で価値を創出、増大化する取り組みを強めています。ほかにもさまざまな施策を推進し、今後の事業展開を見据えた土台づくりは、この一年で着実に積み上げられたと思います。

——2つ目の変化は何ですか。

坂本 マーケティング領域への関わりです。年初からマーケティング部門も管掌することになり、開発と一体化した体制づくりを進めてきました。コロプラは、常に新しいものを生み出す会社であるからこそ、PMF(プロダクトマーケットフィット)の検証が重要です。以前は開発とマーケティングが十分に連携しきれていた部分もありましたが、今は最上流から目線を合わせ、市場の有無やニーズをしっかり確認しながら取り組んでいます。

角田 その象徴といえるのが、「神魔狩りのツクヨミ」です。これは画像生成AIをゲーム体験に組み込んだローグライクカードゲームで、2025年5月にリリースしました。

坂本 「神魔狩りのツクヨミ」は、AIを用いた未知の領域のゲームで、本当に市場があるのか、という問い合わせから始まりました。開発とマーケティング、プロモーションの各チー

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

ムが初期段階から連携していなければ、成立しなかったタイトルです。難易度の高い挑戦を成功に導けたのは、そうした初期からの共創があったからだと感じています。

——その「神魔狩りのツクヨミ」の開発を統括されたのが角田さんです。執行役員として活動されたこの一年はいかがでしたか。

角田 大きく変わりましたね。クリエイティブに集中していた以前と異なり、複数タイトルを統括する現在は、人とモノとお金はどう動かして事業を最大化するかという視点で考えるようになりました。そのなかで1つの指標となったのが、坂本がよく言っている「市場創造型マーケティング」という考え方です。

——「市場創造型マーケティング」とは?

坂本 プロダクトインやマーケットドライビングに似た概念なんですが、要は私たちのものづくりを起点に新しい市場を創造していくという発想です。

角田 これまでプロダクトアウトかマーケットインかみたいな議論はされてきましたが、エンタメにはどちらも当てはまらないという感覚があって。やっぱり顕在化したニーズを拾うだけではなく、まだ形になっていない期待を掘り当てる必要がある。そう考えたときに、この言葉がすっと腑に落ちたんです。

「神魔狩りのツクヨミ」も一見プロダクトアウトに見えるかもしれません、実際には市場の流れを見据えてAI領域を開拓した、

まさに“市場創造型”を体現したタイトルだったと思います。

中期経営方針に掲げた 戦略の実践過程で 見えてきた“秘密の方程式”

——中期経営方針の戦略に掲げている「海外市場への積極的展開」「有力IPの活用」「新しいUXの提供(唯一無二のものづくり)」について、現状の手応えを教えてください。

坂本 3つまんべんなく策は講じていますが、とくに成果が見えたのは「新しいUXの提供」です。「神魔狩りのツクヨミ」は、コロプラらしい“未知の体験”を形にできたわかりやすい例だと思います。

角田 世に先駆けて私たちが確立したこのジャンルを、「生成ゲーム」と呼んでいます。生成AIをエンタメ領域のサービスに実装した前例はほとんどありません。生成AIとクリエイティブは、いわば水と油のような相容れないもので、非常にセンシティブな組み合わせだからです。今回、それをどうすれば自然に受け入れられるか、どう伝えれば誤解なくユーザーさまに届くかを実証できたのは、次に続く大きな財産となりました。技術的には真似できません、その扱い方や温度感までは、まだどこも再現できないでしょう。

坂本 そこに、我々だけが持っている方程式があるんです。詳しくは言えませんが、これに則ることで、ユーザーさまの心をつか



むものづくりやマーケティングができました。

角田 まさに「秘密の方程式」ですよね。

坂本 こうした新しいUXやマーケティング手法の開発は、「海外市場への積極的展開」にも欠かせません。「有力IPの活用」についても、グローバルで認知されている大型IPを活用したタイトル開発を進めているところです。海外のマーケティングパートナー探しも始まっていて、3つすべての戦略実行に向けて、地盤は着実に固まりつつあります。

角田 一方、自社IPの活性化において、「白猫プロジェクト」や「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」などの展開を通じて、新たな手法が見えてきました。これまでに蓄積したナレッジを踏まえ、さらなる価値の最大化を図っていく計画です。

坂本 オンラインゲームのIP展開は難しい分野ですが、実はここにも方程式が存在します。そのヒントとなったのが、「バトルガール ハイスクール」の10周年施策でした。もう6年も前にサービスを終了しているタイトルなんですが、これがおおいに盛り上がったんです。

同じように、休眠ファンを再び動かすことでも、既存IPを活性化できる余地はまだまだあると感じています。

角田 コロプラの強みは、技術力だけではなく、こうしたノウハウもあると思っています。だから、テクノロジーをゲーム体験に落とし込むことができる。

坂本 具体的には「ゲームデザイン」という、プレイヤーが感じる“面白さ”を構造的に作り上げる設計思想のことですね。日本

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

でも教育や研究は広がりつつありますが、海外に比べるとゲームデザインを核としたタイトルづくりはまだ少ない印象があります。私たちは技術と体験設計を一体で扱うこと、技術自体は平凡でも、その上に“遊び”としての価値を築き上げる開発ができる。そこに、コロプラらしい強みがあると考えています。

理想の姿を実現していくために エンタメ組織を大きく改変

——中期経営方針における目標として、「Global Top 20」を掲げました。

坂本 これは、モバイルゲーム業界における世界企業規模ランキング20位以内を目指す、という目標です。大きく聞こえるか

かもしれません、決して実現不可能なものではありません。なぜなら、私たちが掲げるミッションを本気で体現していくべき、結果は必ずついてくると確信しているからです。言い換えれば、「Global Top 20」に到達することは、コロプラが理想とする姿にまた一步近づけた証しでもある。そうした意味で、非常に挑戦しがいのある指標だと捉えています。

——その達成に向けて、エンターテインメント組織の再編も行われました。

坂本 新しいUXの開発と、大型タイトルのグローバル展開を両輪で進めていくには、それぞれに最適化された体制が欠かせません。そこで、新しいUXやイノベーションタイトルの創出に専念する組織とし

て新設したのが、角田の統括する「Kuma the Bear 本部」です。一方、エンターテインメント本部では、グローバルヒットを目指すハイエンド向けタイトルの開発を担っていきます。

角田 Kuma the Bearは、もともとコロプラの原点にあるチームなんです。ネイティブアプリの黎明期に立ち上げた開発室が前身で、そこから「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」や「白猫プロジェクト」といったヒットタイトルが生まれました。

当時、私もその部署にいたんですが、とにかくイノベティブでタフでチャレンジングな開発部隊でしたね。そうした熱いマインドを取り戻すために、今回またKuma the Bearの名を復活させました。

——体制の移行にともなう、お二人それぞれの担当範囲や役割、今後の方針について教えてください。

坂本 私は引き続きエンターテインメント本部を統括しつつ、Kuma the Bear本部と合わせた2組織を取締役として管掌しています。CPOからCOO、Gamesに役職名は変わりましたが、開発からマーケティングまで、ゲーム領域のすべてに責任を持ち、企業価値を最大化させていくことが、私の普遍的なミッションだと考えています。

角田 私が統括するKuma the Bear本部は、次のコロプラらしさを定義していく実験場です。私は本部長として、新しい体験づくりに挑んでいきたいと考えています。

当面はAIを主軸に動いており、現在も生成ゲームの企画を複数進めています。

坂本 新しい体験をつくるというのは、簡単なことではありません。すでにゲームを遊んでくれている人に向けて情報を発信するのとは違って、まだ顕在化していない層がどこにいるのかわからない。そもそもその体験を待ち望んでいる人たちが本当にいるのかどうかすら見えていないケースも多いんです。だからこそ、「市場創造型マーケティング」を突き詰めていかなければならぬと考えています。

角田 コロプラならではの新しい体験を「誰に」届けるかということですね。

坂本 潜在層をどう特定し、どうやって接点を持つか。その人たちが必ずしもゲームやエンタメの情報に自然に触れる環境にいるとも限らないので、これまでの延長線上にはないチャネルやタッチポイントをどう築いていくかが戦術の肝となります。ここは今後も積極的かつ戦略的に取り組んでいく方針です。

角田 今までモバイルを前提として事業を開拓してきましたが、それだけでは飛躍的な成長は望めません。国内のモバイル市場が成熟する中で、コンシューマーやPCといった他のプラットフォームにも、それぞれ固有のファンや体験の場が生まれています。今後はどこで、どんな形で新しい体験を届けるのが最も自然で、価値を最大化できるのかを慎重に見極めていく必要があると思っています。



- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)



「位置ゲー」と「生成ゲーム」で拓くコロプラの次なるステージ

——坂本さんは「位置ゲー」、角田さんはAIを中心に取り組んでいかれると思います。今後のゲーム業界におけるそれぞれのポテンシャルと展望をお聞かせください。

坂本 少し意外に聞こえるかもしれません、「位置ゲー」はここからさらに伸びていく市場だと思っています。モバイル市場が成熟した結果、タイトルが乱立し、コンシューマーやPCでも遊べる作品が増えました。その中で“モバイルである意味”を持つジャンルは、もはや位置ゲーとカジュアルゲームだけです。

カジュアルゲームはグローバルで参入企業が多く、すでにレッドオーシャンですが、位置ゲーは違います。参入企業は数えるほどしかなく、タイトルの供給も世界的にみると少ない。

拡大の余地は十分にあると考えています。

角田 しかもコロプラは、2003年にGPSを活用した世界初の位置ゲーである「コロニーな生活」を生み出した元祖。どこよりも歴史や技術、そしてノウハウを持っています。

坂本 加えて、最近では「インフラゲーム」と呼ばれる新しい潮流も生まれつつあります。他社の事例として、公共インフラ設備の保守作業をゲーム的に体系化し、ユーザーが写真を投稿することで報酬が得られるというサービスもあります。ポイ活しながら、社会貢献ができるわけです。

このように「移動そのものが価値になる」という今のトレンドを背景に、位置情報と紐付いたゲーム体験はこれからますます注目されていくはずです。このタイミングで、コロプラはその可能性をもっと広げ、次のステージに発展させていきたいと考えています。

——AIについてはどうでしょう。

角田 ご存じの通り、AIは凄まじい勢いで進化しています。実際に開発効率という観点では、かなりの進展が見られます。それはどこかのゲーム会社でも同じでしょう。ただ、AIの特性を存分に活かしたゲーム体験づくりは、コロプラだからこそ取り組める領域だと自負しています。生成ゲームはその一端で、まだまだ未知のジャンルを切り拓けると思っています。

坂本 AIそのものにお金を払う一般消費者は少なくとも、AIの作り出したものに価値が生まれれば、そこにマネタイズが発生する。新しい市場が創出されるのです。

角田 その価値は、今までできなかつた体験が実現されることで生み出されます。「神魔狩りのツクヨミ」は、AIによって生み出されたゲーム体験に、人が価値を感じることを示した最初の例です。ここで得た知見を次のタイトルに繋げ、将来的には収益貢献にまで拡張していきたいと考えています。

坂本 位置ゲーも生成ゲームもすでに次のステップを見据え、大きなプロジェクトに向けて動いていますので、楽しみにお待ちいただけるとうれしいですね。

唯一無二のものづくりでコロプラが生み出す価値を世界へ

——最後に、投資家をはじめとしたステークホルダーの皆さんに向けたメッセージをお願いします。

角田 生成ゲームの先駆けである「神魔狩りのツクヨミ」は、派手にプロモーションをかけたタイトルではないにもかかわらず、国内外で大きな反響をいただいている。私たちの中でも価値の検証ができており、どうすれば大きく伸ばせるかの条件も見えてきました。今はその成功パターンをさまざまなタイトルに転用していくフェーズに入っています。順調に企画検討が進んでいます。

AIを起点とした遊びや体験の幅は、今後確実に広がっていくでしょう。コロプラは、この変化の波を着実につかめるポールポジションに立っています。投資家の皆さんにも、ぜひ期待を持って私たちの成長過程を見守っていただければ幸いです。

坂本 ゲーム市場全体を見ると、世界的には拡大しているものの、日本に限っていえば“踊り場”に差しかかっている状況です。多くの企業が過去のリバイバル作品や続編を中心に関開しており、新しい体験をともなうタイトルがほとんど出でていないのも、その証左といえるでしょう。

そのなかで、「位置ゲー」や「生成ゲーム」といった「コロプラにしかつくれない領域」を確立できているのは、非常に大きな強みです。そして、私たちはそれを国内だけで終わらせず、海外展開に向けて動き始めている。有力IPを掛け合わせ、グローバルヒットを狙うタイトルもすでにパイプラインに追加しています。唯一無二のものづくりを続けるコロプラのこれからに、ぜひご注目ください。そして、変わらぬ応援とお力添えをいただけますよう、心よりお願い申し上げます。

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

[コロプラ公式サイト](#)

[IRページ](#)

[サステナビリティページ](#)

[SNSページ](#)

> CLOSE UP

コロプラの未来を切り拓く。 ディレクターが語る、 新たな成長軌道へのトリガー



技術基盤本部
第2バックエンドエンジニア部長
齋藤 Kevin 雄輔

コロプラの「Global Top 20」達成を担う、大型新作プロジェクト。チームの総力を結集してグローバルヒットタイトルの創出を目指す、ディレクターの齋藤 Kevin 雄輔に、その挑戦への覚悟を聞きました。

コロプラが中期経営方針で掲げる「Global Top 20」という目標の達成は、新作タイトルの成功がカギになります。私がディレクターを務める大型プロジェクトも、その一つです。コロプラが得意とする「位置ゲー」に、有名IPを組み合わせグローバルヒットを狙うもので、すでに本格的な企画・開発が進んでいます。当社の中長期的な成長と企業価値に大きく影響を与えるプロジェクトを、ディレクターとしてけん引することに、大きな責任とやりがいを感じています。

2016年に新卒で入社して以来、私はエンジニアとして多くのタイトルに携わってきました。時にはメンバーと一緒に企画の方向性について意見を交わすなど、自身の職域にとらわれることなく、「面白いゲームを作る」ことを追求し続けてこられたと思います。2025年5月にリリースされた「神魔狩りのツクヨミ」では、初めてディレクターを務め、生成AIを活用した“生成ゲーム”というジャンルを確立。ディレクターとして、1つのプロジェクトを成立・成功させるためのすべてにコミットした経験は、現在にも活かされています。

この新プロジェクトは、コロプラの祖業でもある「位置ゲー」のタイトルになります。位置ゲーは生活に欠かせない移動と、ゲームを結びつけているため、普段の生活にどのように溶け込ませるか、一方で日常にどのように変化を与えるかを考え、設計しな

ければいけない難しさがあります。コロプラ以外からも過去複数の位置情報ゲームがリリースされてきましたが、そのすべてがヒットしているわけではありません。位置ゲーという確立されたジャンルの中でも新しい体験を届けることが重要です。

ゲームのヒットには運やタイミングも時には必要ですが、まずは開発に携わるすべての人に納得感がなければならないと考えています。全員が目指す方向や作っているものに納得し、より良くするために何ができるのかを主体的に考える必要があります。組織が大きくなると、どうしても自分の職域に収まってしまいがちになりますが、私はメンバー一人ひとりに「自分がこのプロジェクトの主人公である」という意識を持ってもらうことを大切にしています。そのなかで、チームの足りない部分を補い、支えることが私の役割です。チーム全員の能力を最大限に引き出し、結集させることで、ユーザーの皆さんに受け入れていただけるタイトルを作り上げていきます。

本プロジェクトは、コロプラの成長を新たな次元へと引き上げるトリガーとなると確信しています。この大きな挑戦を成功させるため、全力を尽くしてまいりますので、是非ご期待いただけますと幸いです。

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

知財戦略

当社は、唯一無二のものづくりを支える知的財産を重要な経営資源として認識しています。中期経営方針に掲げる「Global Top 20」の達成に向け、これまで以上に経営戦略との連携を強化し、自社権利の保護、事業の優位性確保そして将来の事業機会創出に注力しております。

未来を創造するコロプラの知財戦略

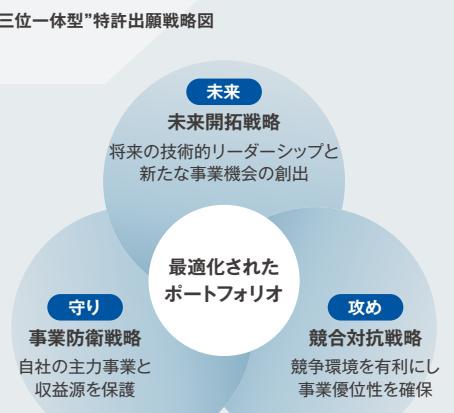
グローバル競争が激化するなか、ゲーム業界における知的財産は単なる事業の「守り」のツールとしてではなく、企業の競争優位性を築くための「攻め」の経営資源の役割も担い始めています。

こうした環境において、私たちは「三位一体型」特許出願戦略を掲げています。「守り」「攻め」「未来」の3つの異なる軸で特許を出願することで、最適化されたポートフォリオを構築し、経営課題を解決する戦略的な知財活動を実現しています。また、競合他社や保有する特許価値を分析する専門チームがいることも大きな強みです。収集した膨大な知財データは、将来の事業機会と技術的リスクを可視化させ、経営層の意思決定のサポートとしても機能します。

今後は経営戦略との連携を深化させ、より質の高い特許の出願を進めていく方針です。特に、中期経営方針に掲げる戦略を推進するための、グローバルでの知財分析の強化と、「位置ゲー」や「生成AI」に代表される、コロプラならではのUXを実現する技術の保護は欠かせません。

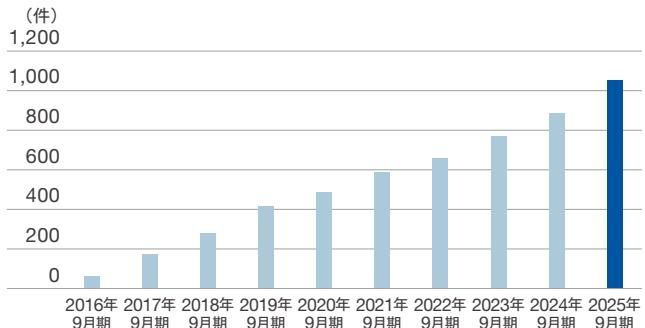
変化を続けるゲーム業界において、知財部門はこの先未来への布石をいかに打っていくかが重要になると考えています。私たちは単なるリスク管理部門ではなく、コロプラの持続的成長を支え、企業価値を高めるための戦略部門として、常に一步先の未来を見据えた活動に注力してまいります。

経営企画本部 知的財産部
知財グループ マネージャー 山際 将史



保有特許数の推移

当社は知的財産を重要な経営資源としており、継続的な特許の出願を行っています。2025年9月期末時点での特許保有件数は1,055件と、過去最多となっております。



外部評価

ゲーム・エンターテインメント業界の特許競争力を評価するランキングにおいて、2025年「特許資産規模ランキング」で4位、2024年「他社牽制力ランキング」で6位を獲得しております。

ゲーム・エンターテインメント業界
特許資産規模ランキング2025 上位10社

順位	企業名	特許資産規模 (pt)	登録件数
1	バンダイ	8,565.2	245
2	ソニー・インタラクティブエンタテインメント	6,631.0	208
3	グリーホールディングス	5,121.9	176
4	コロプラ	4,979.0	137
5	MIXI	4,664.8	241
6	任天堂	4,210.8	154
7	CYGAMES	3,633.3	76
8	セガ	2,763.2	87
9	ポケモン	2,377.3	66
10	バンダイナムコアミューズメント	2,021.6	20

ゲーム・エンターテインメント業界
他社牽制力ランキング2024 上位10社

順位	企業名	引用された特許数
1	バンダイナムコエンターテインメント	317
2	コナミデジタルエンタテインメント	264
3	ソニー・インタラクティブエンタテインメント	251
4	セガ	191
5	任天堂	159
6	コロプラ	146
7	グリー	105
8	スクウェア・エニックス・ホールディングス	96
9	ディー・エヌ・エー	88
10	カプコン	81

データ出典:株式会社パテント・リザルト

- 中期経営方針
- エンターテインメント事業 本部長対談
- Close Up 開発ディレクターの声**
- 知財戦略
- CFOメッセージ
- 事業別概況

- 01** イントロダクション
- 06** コロプラの価値創造
- 12** 価値創造のための戦略
- 30** 価値創造のための基盤
- 43** 財務データ

- 45** アウトライン

- コロプラ公式サイト >
- IRページ >
- サステナビリティページ >
- SNSページ >

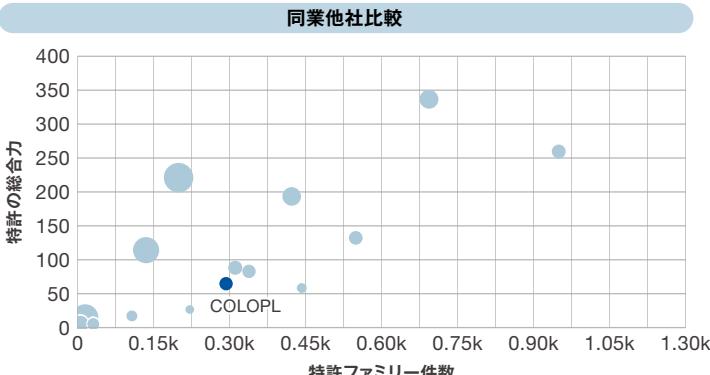
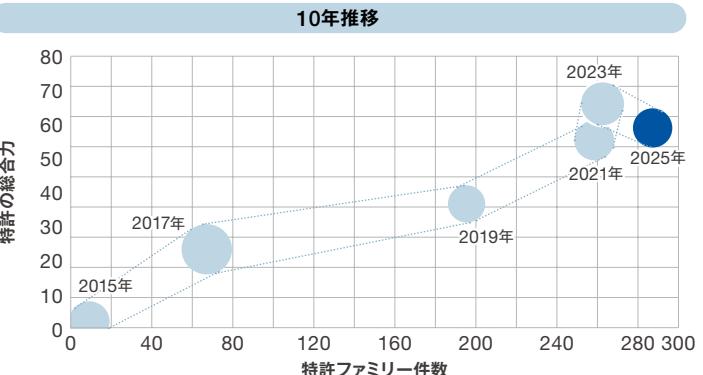
知財戦略

特許ポートフォリオ

当社の特許ポートフォリオの推移と、ゲーム系企業との比較による現在の立ち位置、そして今後の目指す方向性を、全社データに加え、当社が注力する“位置ゲー”、及び“AI”的観点から分析しています。

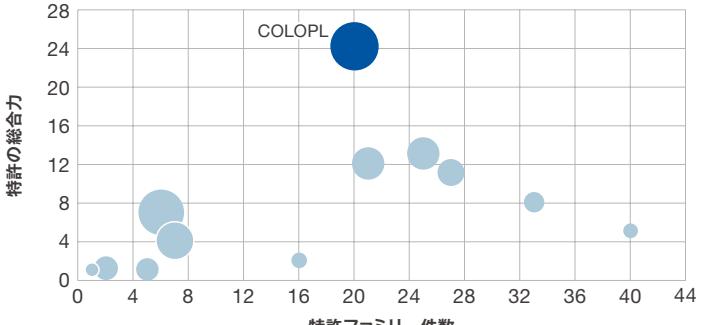
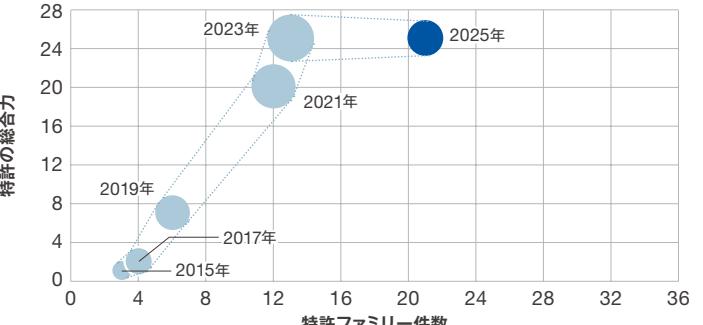
全社

当社が出願しているすべての特許を対象にしたデータを示しております。一定の質を維持しながら件数を増やしており、特許の総合力は上昇傾向にあります。当社としての知財ポートフォリオの構築が進む一方で、ゲーム系の他企業と比較すると突出した状況にはありません。今後は当社の知財戦略に基づいて、より質の高い特許の出願を進めることで、総合力のさらなる向上に努めてまいります。



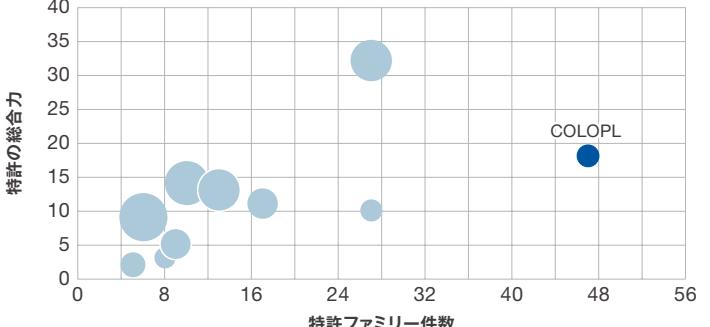
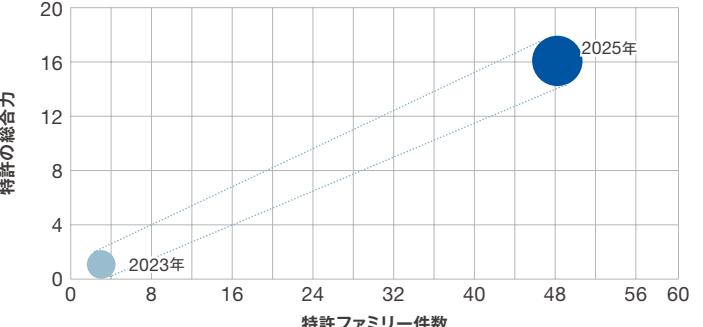
位置ゲー

当社の得意領域であり、祖業でもある“位置ゲー”的ゲームシステムに関連する特許のデータを示しております。他社と比較して件数は平均的ですが、“位置ゲー”的なゲーム性を支えるものなど、質の高い特許を複数保有しており、事業優位性を確保しております。



AI(2022年以降)

ChatGPTの出現などで、AIがより一般化した2022年以降に出願されたAIに関連する特許を対象にしたデータを示しております。AIは当社の今後の事業展開において重要な分野であり、出願件数は他社と比較しても多くなっています。今後は1件当たりの平均的な質を高めることで、他社に先駆けて優位な事業環境の構築を目指してまいります。



※LexisNexis Intellectual Property Solutionsが提供するPatentSight®のデータを参照し自社作成(2025年10月9日時点) ※バブルサイズ:特許の平均的な質

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ



CFO MESSAGE

新たな目標のもと、人・組織・財務が連動
強固な経営基盤で、持続的成長を実現する

取締役
上席執行役員 CFO

原井 義昭

赤字からの再スタートを経て 営業黒字転換と収益体质の強化を実現

上場来初の営業赤字となった前期から一転、2025年9月期は営業利益10億円を計上し、黒字転換を果たしました。売上規模は概ね前期と同水準でしたが、全社的なコスト管理の徹底と開発・運用の効率化が進んだことが、利益率改善の大きな要因です。

セグメント別に見していくと、エンターテインメント事業では、「異世界∞異世界」「神魔狩りのツクヨミ」の2本の新作をリリースしましたが、いずれも業績への貢献は限定的となりました。一方で「神魔狩りのツクヨミ」は、生成AIを活用した“生成ゲーム”という新しいジャンルを切り拓き、ユーザーさまからも高い評価を得ています。今後の開発ノウハウと技術的知見を得られたという点においても、次に繋がるコロプラらしい挑戦になったと考えています。また、6周年を迎えた「ドラゴンクエストウォーク」が当社において前年を上回る売上を達成したほか、コンシューマーゲームの受託開発を手掛ける、グループ会社の株式会社エイティングが確かな技術力により好調を継続。これらに加えて前述したコスト管理の徹底と、開発運用の効率化を進めた結果、セグメント利益はマイナス1億円ながら、前期と比較して大幅に改善いたしました。

もう一方の投資育成事業では、前に続いて黒字を計上。IPOによるEXITに加え、レイ

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

ターチ期銘柄の売却などにより、11億円というセグメント利益を創出できました。複数の案件によって、セグメント認識以降で過去最高の利益を計上しており、今後も多様かつ再現性のある手法で収益に貢献していくと見ています。

グループ投資を統合し、損益意識を徹底 中長期の収益基盤づくりを加速

2025年9月期中からは、私がCVC(コーポレートベンチャーキャピタル)子会社である株式会社コロプラネクストの取締役として、投資育成事業を管掌しています。コロプラ本体とコロプラネクストの投資を統合することで、グループ全体の損益を意識した運営体制とする狙いです。この体制のもと、現在はグループの価値創出をより重視して投資活動を進めています。

これにともない、コロプラネクストの評価・報酬体系も、投資育成事業全体の成果に応じたものへと変更しました。また事業環境に応じて投資方針を柔軟に調整し、2025年9月期までは減損回避の観点から、ミドルからレイヤー期の銘柄への投資を拡大してきました。

とはいえ、大きなリターンを得るために、シード期(創業初期)への投資も必要です。創業間もない時期に投資をしていたことで大きなリターンを得た、株式会社タイミーへの投資の先例もあります。そこで2026年9月期以降は、しっかりとリスク管理をしたうえでシード期への投資も再開し、「種まき」と「収穫」を並行するポートフォリオ設計を進めていきます。

これまでコロプラネクストで投資した企業は、170社以上。エンタメからAI、DX、ヘルスケアなど幅広い分野にわたります。特定ジャンルに絞ることで、魅力的な投資先や機会を逃さないという思いがあるからです。基本的には我々のBtoCの知見が活かせる領域を中心に、投資先を厳選しています。過去には当社事業とのシナジーを強く期待していた時期もありますが、大切なのはあくまでも投資によるリターンです。シナジーは副次的なものと捉え、今後も投資成果に焦点を当てて事業を展開してまいります。

中期経営方針の新たな旗印として 「Global Top 20」の高みを目指す

ここ数年で、ゲームを取り巻く環境は大きく変化しています。スピードと数で勝負できた成長期と比べると、市場は成熟し、競争も激化。開発費が高騰し、ヒットの確率も下がるなかで、限られたリソースをどこに集中させるかが重要になりました。

そうした背景のもと定めたのが、「海外市場への積極的展開」「有力IPの活用」「新しいUXの提供(唯一無二のものづくり)」の3つの戦略を核とする中期経営方針です。2025年9月期は

現金保有の考え方

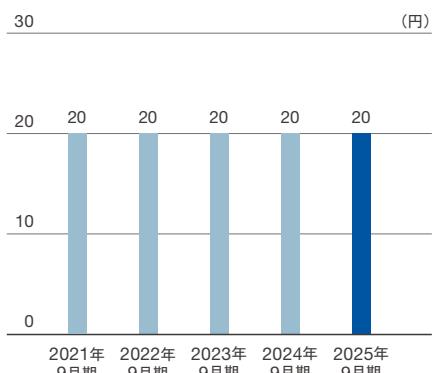
- ① 既存事業の安定化
- ② 成長投資
- ③ 株主還元

成長分野への機動的な投資
100億円程度

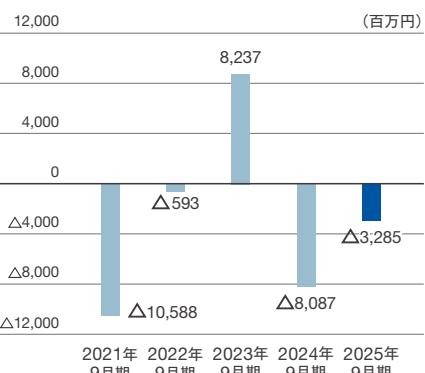
不測の事態が起った際の準備
450億円程度

550億円
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



これに基づき、中長期の観点で取り組む領域を明確にし、組織全体で一貫した方向性を共有することができました。

そして2026年9月期、その中期経営方針の目標として「Global Top 20」を掲げ、「世界のモバイルゲーム市場における上位20社以内となる」挑戦をスタートしました。

「Global Top 20」に相当する数値目安は、連結売上高1,000億円以上、連結営業利益500億円以上。これは国内外主要パブリッシャーの状況を参考に当社が独自に設定したもので、実現すれば、グローバル市場でも存在感のあるポジションに到達できるはずです。コロプラの過去最高業績は、連結売上高847億円、連結営業利益323億円であり、そこからさらに高みを目指すチャレンジもあります。

2026年9月期は、その挑戦を具体的な成果へつなげる初年度と位置づけています。

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

目指す姿を実現するために 挑戦を支える新たな組織と人事制度へ

「Global Top 20」を目指す取り組みには、組織と人の変革が不可欠です。コロプラはもともとプロダクトアウト型の企業であり、ゆえにモバイルゲーム市場の黎明期から成長期には大きな成功を収めました。しかし国内市場が成熟期を迎えた今は、それだけでは通用しません。今後はマーケットインの視点も取り入れながら、グローバルで市場を創造していくことが求められます。

まずその第一歩として、エンターテインメント部門の組織改革を実施しました。有力IPを活用したグローバルタイトルを手掛ける「エンターテインメント本部」に加え、新しい技術を軸にイノベーションタイトルを生み出す「Kuma the Bear本部」を新設。ターゲットとなる市場やユーザー層に合わせて組織と開発プロセスを設計することで、開発の効率をあげることも狙いです。

また、事業へのコミットメント意識を高めるため、人事ポリシー「意志ある挑戦を、ともに進める組織へ」のもと、人事制度の見直しを行いました。常に当事者意識と責任を持って業務にあたる、従業員の努力と挑戦を正しく評価することで、組織としての成果にも繋がると考えています。これを受け、2025年11月には「キャリア転進支援制度」の実施を発表しました。従業員一人ひとりが自らのキャリアを見つめ直し、新たな挑戦へ踏み出すことを支援するものです。

IRとPRの一体運営で情報発信を強化 全ステークホルダーと向き合い、信頼を築く

「資本コストや株価を意識した経営」がより一層求められるなか、2025年7月には上場企業に対する「IR体制の整備」の明記と遵守が義務づけられました。東証プライム上場企業の一員として、コロプラも本要請に基づく行動規範を整備しています。また、今までの情報開示に加えて、中長期での価値創造に焦点を当てたストーリーを構築し、積極的なコミュニケーションを図っています。足元では広報部門も私が管掌することで、IRとPRを統合した情報発信及びプランディングの強化にも取り組んでいます。より戦略的な情報発信を通じて、すべてのステークホルダーの皆さんに企業価値を正しくご理解いただけるよう努めてまいります。

その価値創出の基盤となる当社の財務体質は健全であり、財務戦略の基本方針も変わりません。これまでと同様、成長投資と不測の事態に備えた約550億円のキャッシュを確保しています。そのうち「成長分野への機動的な投資」として準備する約100億円に関しては、中期経営方針の実行過程において、必要に応じて柔軟に活用を検討していきます。スピーディな成長を実現する手段として、M&Aも視野に入れています。

また株主還元についても、経営における重要施策の一つと位置づけています。安定配当の継続を基本方針とし、連結業績・DOE・キャッシュフロー・資本効率性などを総合的に勘案した結果、1株当たり配当は前年と同額の20円といたしました。今後も中期経営方針のもとで成果を創出し、株主の皆さまへ還元させていただきます。

挑戦を止めず、次の成長ステージへ 確かな成果を積み重ね、ご期待に応えていく

中期経営方針に続き、「Global Top 20」という新たな指針を発表しました。もちろん、掲げるだけで終わるつもりはありません。この目標を現実のものとすべく、戦略的な道筋に沿って着実に推進してまいります。

経営陣一同、業績や株価の改善に強い意志と責任を持って取り組んでいます。今後もコロプラらしさを大切に、挑戦を恐れず、確かな成果を積み上げることで、株主・投資家の皆さまの信頼にお応えしていきたいと考えております。引き続き、コロプラの成長にご期待いただくとともに、あたたかいご支援を賜れますよう、心よりお願い申し上げます。



- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

事業別概況

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。

サイトはこちら >

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。

モバイルゲーム

ジャンルにとらわれない多種多様なモバイルゲームを、国内外向けに数多く提供しています。



PC/コンシューマーゲーム

グループ会社の株式会社MAGES.、株式会社ピラミッドではコンシューマーゲーム開発全般を、株式会社エイティングでは受託開発を行っています。



XR/Web3

XR領域は株式会社360Channel、Web3領域は株式会社Brilliantcryptoにて取り組んでいます。



リアルエンターテインメント領域

「コロカ」を活用したリアル連携サービスや、“待ち時間”を“遊び時間”に変える「FANPARK」など、日常とエンターテインメントを融合させたサービスの提供に取り組んでいます。



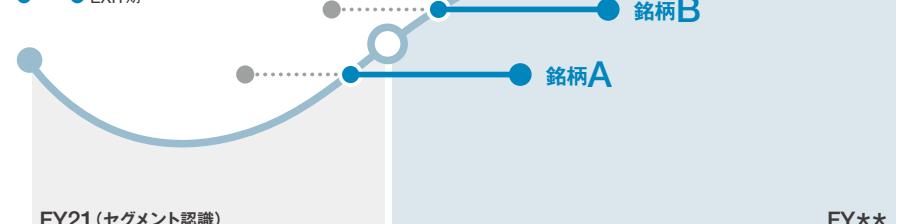
投資育成事業

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

- 全体収益
- 投資期
- EXIT期



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-up Gyeonggi G-Fund

東アジアや
東南アジア企業への投資

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

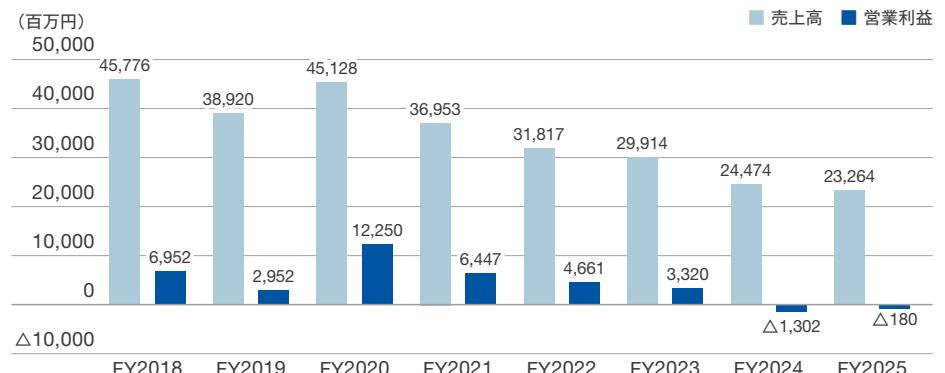
SNSページ

事業別概況 エンターテインメント事業

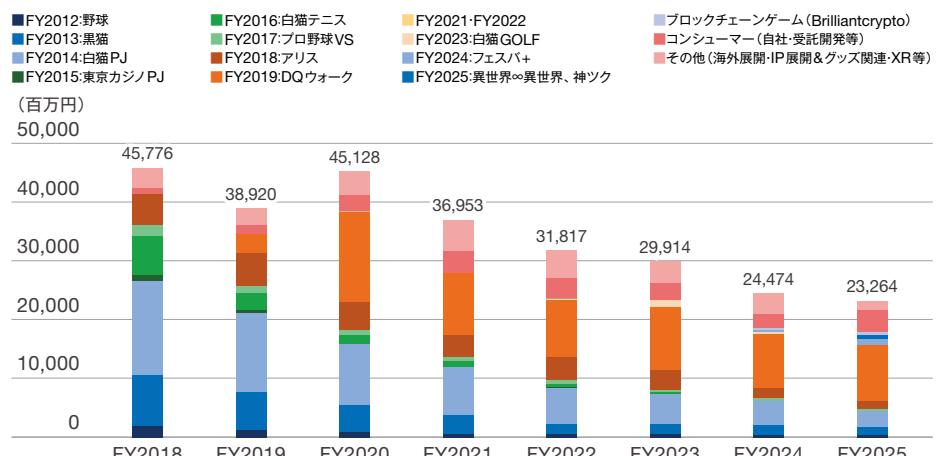
中期経営方針における戦略に基づいたコンテンツポートフォリオを組み、より多くの人々に“新しい体験”を届けることを目指しております。

通期セグメント業績推移

既存タイトルの運営長期化に加え、国内モバイルゲーム市場の成熟による新作タイトルのヒット難易度の高まりによって、業績は漸減傾向にあります。今後は既存各タイトルにおけるエンゲージメントの向上と、中期経営方針に掲げる戦略に沿った新作のリリースにより業績回復を目指してまいります。



リリース年別売上推移



※2025年9月末時点でサービスを終了しているタイトルは凡例に含めておりません
※「DQウォーク」の売上高はネット計上(レベニューシェア分)されています

パイプライン

2025年9月期第4四半期に、モバイルゲームに2本、PC/コンシューマーゲームに1本のパイプラインを追加しております。

モバイルゲームに新たに追加された2本は、いずれも当社が得意とする位置ゲーのタイトルです。有力IPと組み合わせることで、グローバルヒットを狙います。

モバイルゲーム

4本

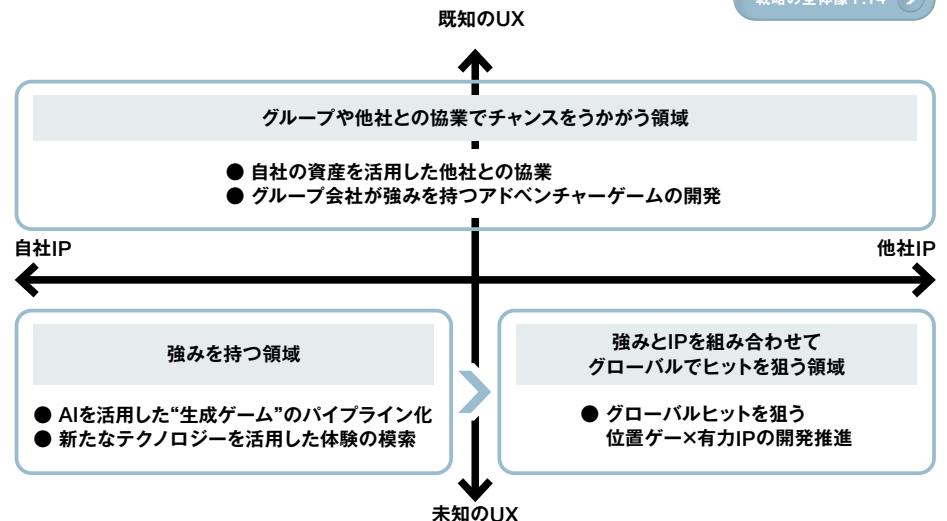
PC/コンシューマーゲーム

11本

2026年9月期の方針

グローバルヒットを狙う、位置ゲーに有力IPを組み合わせたタイトルの開発を中心に、各領域における取り組みを推進してまいります。

戦略の全体像 P.14



- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

[コロプラ公式サイト](#)[IRページ](#)[サステナビリティページ](#)[SNSページ](#)

事業別概況 エンターテインメント事業 トピックス

2025年9月期の取り組み

モバイルゲーム

中期経営方針に掲げる戦略に基づき、“新しい体験”を届ける新作タイトルの開発と、既存タイトルにおけるユーザーエンゲージメントの向上に注力しております。

クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ



12周年記念イベントを開催

白猫プロジェクト



11周年を記念したメインストーリーが開幕

アリス・ギア・アイギス



「BOAT RACE江戸川」とのコラボを開催

フェスバ+



同タイトル初の公式大会を開催

異世界∞異世界



多様な作品が次々に登場

神魔狩りのツクヨミ



新たなゲームジャンル“生成ゲーム”を確立

コンシューマーゲーム

グループとしてのノウハウとリソースを活用し、自社IPから他社IPまで幅広く作品をリリースしているほか、足元では将来的なグローバル展開も見据え、カジュアルゲームの開発にも取り組んでいます。

メモリーズオフ 双想
～Not always true～

シリーズ25周年を記念した最新作

©MAGES. ©春場ねぎ・講談社／「五等分の花嫁」製作委員会
©MAGES.五等分のプリンセス
～幻想と深淵と魔法学院～

人気IP作品のスピンオフストーリー



自分だけの爆盛ご飯を作れるカジュアルゲーム



©MAGES.

爆盛食堂

XR

NTTグループのXR触覚デモで使われるコンテンツの一部を、当社グループの株式会社360Channelが制作いたしました。XR分野でこれまでに培った強みを生かし、他社との連携を強めながら、今後は新サービスの創出にも注力していきます。

Web3

ブロックチェーンゲームの「Brilliantcrypto」はリリースから1周年を迎え、新たな採掘エリアを開放いたしました。ゲームプレイによって生み出されるデジタル宝石の価値向上を目指し、NFTジュエリーを制作できる新機能の実装など、さまざまな取り組みを進めております。

TOPICS

神魔狩りのツクヨミが「生成AI大賞2025」でグランプリを受賞

“クリエイター×生成AI”的共創を実現した新ジャンル“生成ゲーム”的開拓が高く評価されました。



詳細はこちら ➤

- └ 中期経営方針
- └ エンターテインメント事業 本部長対談
- └ Close Up 開発ディレクターの声
- └ 知財戦略
- └ CFOメッセージ
- └ 事業別概況

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

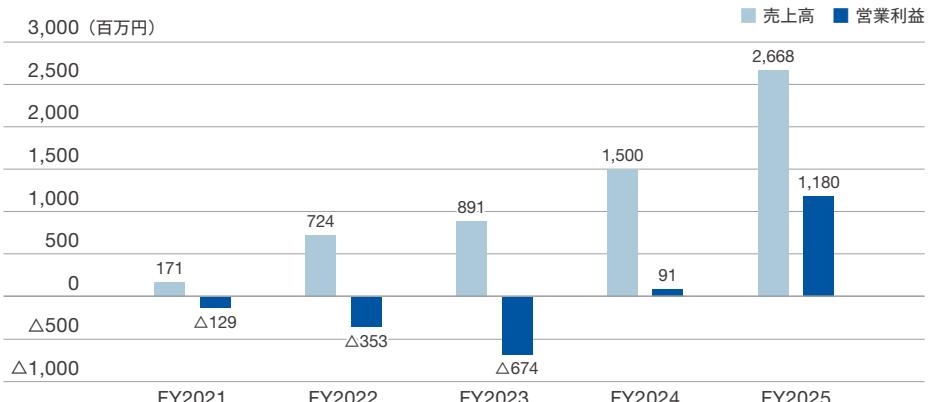
事業別概況 投資育成事業

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おります。

通期セグメント業績推移

セグメント認識以降は減損の先行による赤字を計上していましたが、近年では事業開始直後に投資をしていた銘柄が収穫期を迎えております。2024年9月期は株式会社タイミーの新規上場によるEXITが寄与し、初めての黒字を達成。2025年9月期はChannel Corp.、株式会社BitStarといった保有銘柄のEXITで着実に売上を積み上げ、売上高26億円、営業利益11億円を計上いたしました。

今後もシード期からレイターペリオドまでバランスよく投資を行い、継続的なグループ業績への貢献を目指してまいります。



主な投資先

当社のBtoCの知見が活かせる領域を中心に国内外に広く投資をしており、出資比率は国内が約40%、海外が約60%となっています。また、2022年11月に設立された韓国法人のColopl Next Korea, Inc.では、主に東アジア地域での投資に注力しております。



管掌役員メッセージ

信頼を基盤とする新規投資と、多様なEXIT戦略でグループ業績に貢献

本ページでは、私が管掌する投資育成事業について、その現状と今後の展望をより深くお話させていただきます。

コロプラグループは2014年に未上場企業への投資を開始し、ITやBtoC企業に幅広く投資を行ってきました。2021年9月期にセグメント認識して以降も投資期が続きましたが、2024年9月期、2025年9月期と2期連続でのセグメント黒字を達成。これまでの投資先は徐々に成長し、いよいよ“収穫期”を迎えつつあります。

足元では保有銘柄の売却が続いたことで、営業投資有価証券残高は減少傾向にありますが、持続的な収益確保に向け、新規投資先の選定も進めています。起業家側がベンチャーキャピタルを選ぶ時代になっているなかで、実績の有無は起業家からの信頼の獲得、ひいては優良企業への投資の実現に直結します。これまでの実績と起業家からの信頼を基盤に、新規投資を積み上げ、さらなる成長機会を追求します。その一環として、より大きなリターンを追求するべく、リスク管理を徹底しながら、シード期銘柄への投資も再開しています。

一方、ベンチャーキャピタル市場では、東京証券取引所におけるグロース市場の上場維持基準の見直しを受け、IPOのハードルも上がっています。こうした環境下で当社は、投資先企業の上場だけでなく、レイターペリオドでの他社への株式譲渡など、多様なEXIT手段を柔軟に選択しています。これまで以上に厳格な投資判断に加え、案件に応じたEXITのタイミングを見極めることで、着実な利益創出を図っております。

今後も、戦略的な事業展開によってグループ業績への安定的な貢献を実現し、「日常をより楽しく、より素晴らしい」する世界の実現に努めてまいります。

取締役
上席執行役員 CFO
投資育成事業管掌
原井 義昭

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト 

IRページ 

サステナビリティページ 

SNSページ 

Foundation for Value Creation

価値創造のための基盤

- 31 ステークホルダーエンゲージメント
- 32 マテリアリティ
- 33 人的資本の取り組み
- 36 コーポレート・ガバナンス
- 39 社外取締役メッセージ
- 41 役員紹介

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

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

ユーザーさま

- コロプラらしい“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

- 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

- 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

- 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

従業員等

- 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

- 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

- 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

- 従業員の多様なキャリア形成と豊かな生活の実現

地域・社会

- 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

- 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

- 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

- 事業活動を通じたサステナブルな社会の実現に寄与

株主・投資家

- 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

- 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

- 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

- 企業価値の向上と株主還元によるリターンの最大化

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

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、より素晴らしい」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

コロプラの
発展における重要度

高



社会・ステークホルダーの期待に応じられる可能性

具体的な取り組み

安心して働ける
環境づくり

ダイバーシティの推進



健康経営の推進



次世代の育成

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

サイトはこちら

サイトはこちら

サイトはこちら

サイトはこちら

サイトはこちら

サイトはこちら

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

人的資本の取り組み

良質なエンターテインメントを提供し続けるためには、従業員が安心して、意欲的に働く環境が不可欠です。当社では、個人の成長と組織の成果を両輪で高めるべく、各種取り組みを進めております。

担当部長メッセージ 意志ある挑戦を、ともに進める組織を目指して

私たちが中期経営方針のもと目指す「Global Top 20」を達成するためには、従業員一人ひとりが能力を最大限に発揮できる環境を整えることが不可欠です。そこで、今期は新たな人事ポリシー「意志ある挑戦を、ともに進める組織へ」を掲げ、従業員が当事者意識をもって意欲的に挑戦を続けられる組織と制度づくりに取り組んできました。

中でも注力したのは新人事制度の策定です。コロプラでは近年、経営体制の変更や中期経営方針の策定など、大きな変化が続きました。こうした変化に対応した新制度を導入することで、従業員の努力と挑戦を正しく評価し、個人の成長と組織の成果を両輪で高めていくと考えています。

福利厚生制度も刷新し、既存の制度に加え、従業員が自身のライフスタイルやキャリアに合わせて必要な補助を受けられる、選択型福利厚生制度を新たに導入しました。自己研鑽の支援だけでなく、ゲーム開発に不可欠な従業員同士のコミュニケーションを自然に促す工夫も盛り込んでおり、新しい体験を創造する手助けになっていると実感しています。

また、両立支援にも引き続き注力しています。子育てや不妊治療と仕事との両立支援をサポートする企業として「くるみんプラス認定」を2024年に取得したほか、男性の育児休業取得率の高さが評価され、「TOKYOパパ育業促進企業」のシルバー認定を2025年に取得いたしました。性別に問わらず育児休業を取得しやすい仕組みを整えており、取得率は男女ともに高い水準を維持していますが、コロプラでは次なるステップとして、取得者の満足度向上に着目。柔軟な制度運用や復帰後に安心して活躍できる体制の整備を通して、誰もが自分らしく働ける環境を維持しています。

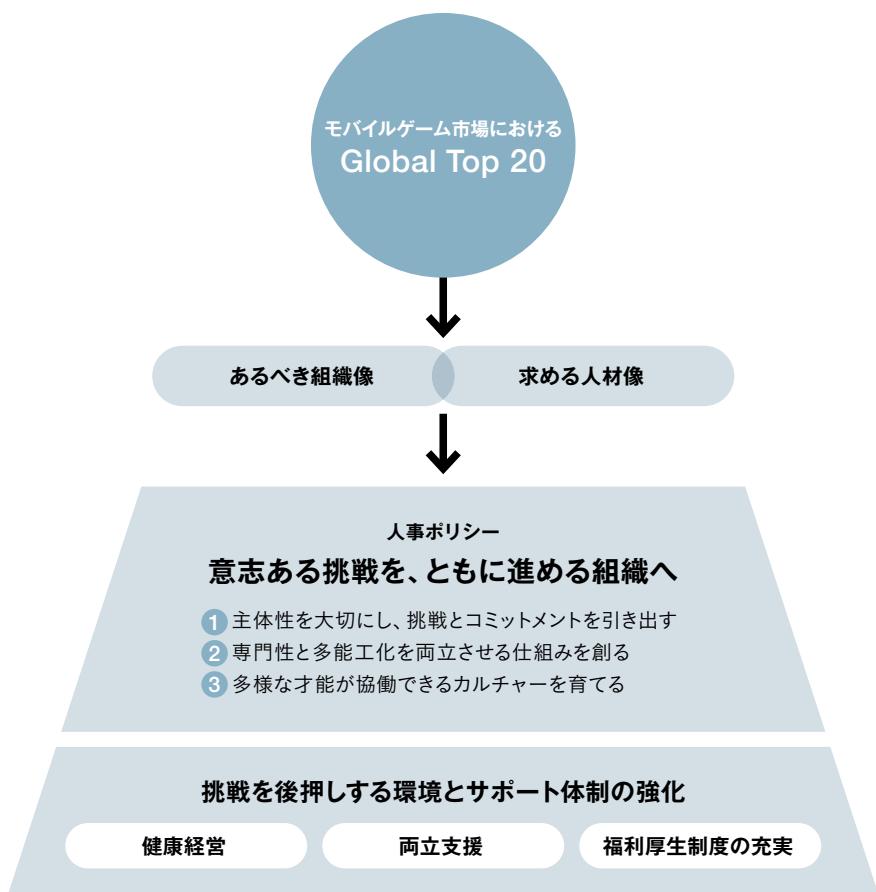
私たちにとって従業員は最も大切な経営資源であり、会社の成長の源です。だからこそ、これからも挑戦を後押しする環境とサポート体制を強化し続け、組織全体で「Global Top 20」の達成を目指してまいります。

経営企画本部 人事戦略部長 北村 主税



人事ポリシーの策定

「Global Top 20」の実現に向けた各戦略を推進していくため、新たに人事ポリシーを定めました。人事ポリシーは、コロプラが「どんな組織になりたいか」(るべき組織像)、「どんな人に活躍してほしいか」(求める人材像)、を明確にしたもので、従業員全員が同じ方向を向いて進むための道しるべとなります。



- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

人的資本の取り組み

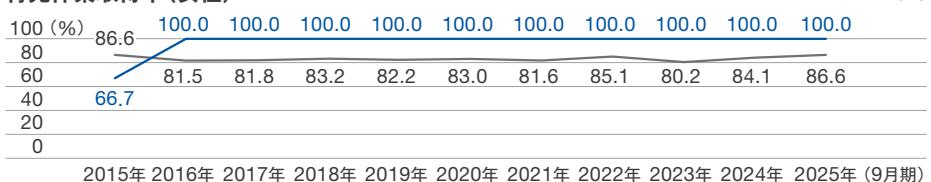
両立支援

当社では、変化するライフステージの中でも安心して働き続けられる環境の整備に注力しています。

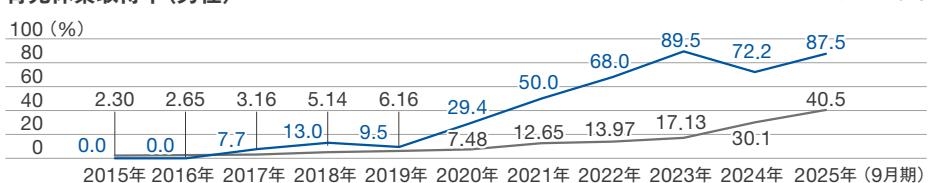
育児休業取得率

厚生労働省令和6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86.6%／男性40.5%)に対し、当社の取得率は女性100%／男性87.5%と男女ともに高く、育児休業を取得しやすい環境づくりを整備しています。

育児休業取得率(女性)



育児休業取得率(男性)



福利厚生の充実

選択型福利厚生制度

複数の福利厚生メニューの中から自由に選択できる「カフェテリアプラン」を導入しています。

自己研鑽



プロフェッショナル
トレーニングサポート

チームでの価値発揮



チームワークサポート

その他 福利厚生制度はこちら

人材の育成

当社では従業員一人ひとりの成長やスキルアップを支援する各種制度を導入しております。

全社向けeラーニングの実施

全従業員を対象にコンプライアンス、ハラスマント、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。

社内勉強会

技術力の向上を目的とした勉強会を定期的に開催しています。勉強会では各職種ごとにそれぞれの学びを効率よく共有したり、課題に対して議論しながら知識を深めたり、常に技術の向上に努めています。

2025年10月には、資本業務提携を締結している株式会社Aimingとの技術交流会を実施するなど、社外との連携にも注力しております。

書籍購入サポート

業務に関して広く知識を習得することを目的として、会社負担で書籍購入をサポートしています。

カンファレンス参加支援制度

各種学会などへの参加を積極的に推奨しています。

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、各種認定を取得しております。



健康経営優良法人
KENKO Investment for Health
大規模法人部門



くるみんプラス認定
株式会社セイコーグループ



TOKYO Baba
Yell Company
2025



SPORTS ELL
COMPANY
2025



東京都
スポーツ推進企業
2024認定

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

人的資本の取り組み 従業員メッセージ

コロプラには、「Entertainment in Real Life」というミッションに共鳴し、新しい体験を届けるべく挑戦を続ける“人”が集っています。コロプラの未来を支える、従業員たちの挑戦と決意をご紹介します。



スマートライフ・エンターテインメント推進室
Fグループ マネージャー **T.F**

ミッションを体現する 新たな事業の柱を生み出したい

私が所属するスマートライフ・エンターテインメント推進室は、日常のあらゆるシーンとエンターテインメントを融合させる事業を創出するべく、2025年7月に新設されました。まさに「Entertainment in Real Life」というコロプラのミッションの体現を目指す組織です。

部署の立ち上げからまだ日は浅いですが、イベントの“待ち時間”を“遊び時間”に変える「FANPARK」をすでにリリースしています。短期間で実現できたのは、変化を恐れず挑戦を続け、困難さえも楽しんでしまうメンバー一人ひとりの力があったからです。

現在は新規企画のプロジェクトマネージャーとして、やりがいを感じながら日々奔走しています。この刺激的な環境を楽しみつつ、ゆくゆくは「スマートライフ×エンターテインメント」の領域で、コロプラの新たな事業の柱を生み出すことが私の目標です。



Kuma the Bear本部
Aスタジオ 第4グループ マネージャー **M.S**

デザインの領域を超える 「挑戦を歓迎する文化」を次世代に繋げていく

現在はUI/UXやプロモーション関連のデザインを担当し、ユーザーの声とデータをもとに、より心地よい体験の提供を目指しています。地道な改善の積み重ねと、チームでアイデアを形にしていく過程に大きなやりがいを感じています。

そんななかで、大きな転機となったのは、UIセクションのリーダーに就任したことです。メンバーの意見を引き出し、よりよい方向を探るプロセスを通じて、チームで成果を出す面白さを実感しましたし、自分自身の視野も広がったと思います。職種や立場を超えてアイデアを出し合い、「まずはやってみよう」と挑戦を歓迎する風土が、コロプラらしさであり、私たちの成長を支えてくれています。

今後はデザインの領域を超えて、メンバーのアイデアを最大限に活かせる環境づくりに貢献することが私の目標です。「挑戦を歓迎する文化」を次の世代にもしっかりと繋げていけるような存在を目指しています。



CIO室
AIイネーブルメントグループ **K.Y**

AIによる新しい体験の創出に向け、 正解のない課題と向き合う

これまでのキャリアで最も印象深い出来事は、現在所属するAIイネーブルメントグループへの異動です。AI開発環境の整備や文化づくりなど、自律的に考え、決断し、実行する経験が、私自身の成長に繋がっていると実感しています。

生成AIは過渡期の技術であり、すべてが手探りです。そうしたなかで新技術に対する新技術に対する経営層の意思決定の速さは、現場が安心して挑戦できる大きな支えになっています。また、困ったときにすぐ相談できる各分野の専門家がいることや、技術課題について経営層とフラットに対話できることも、コロプラならではの文化と言えるでしょう。

私は今、AIを活用した業務効率化の支援を主に担っていますが、その先には“新しい体験の創出”というゴールがあります。AIが裏方にとどまらず、ユーザー体験の一部として機能する。そうした未来を実現するため、正解のない課題に対し、これからも全力で取り組んでいきます。

- └ ステークホルダーエンゲージメント
 - └ マテリアリティ
 - └ 人的資本の取り組み
 - └ コーポレート・ガバナンス
 - └ 社外取締役メッセージ
 - └ 役員紹介

- 01 イントロダクション

- 06 コロプラの価値創造

- 12 価値創造のための戦略

- 30 価値創造のための基盤

- 43 財務データ

- 45 アウトライン

コーポレート・ガバナンス

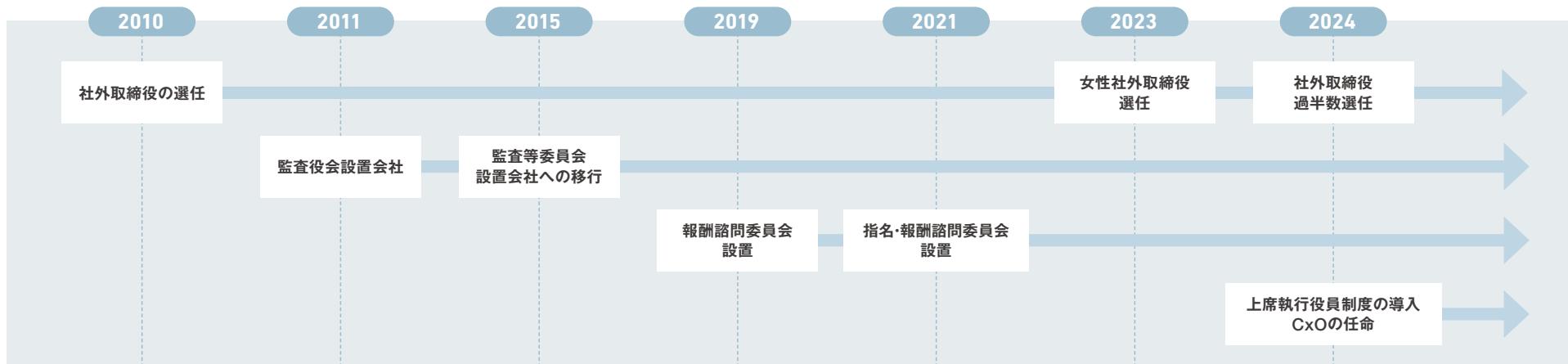
基本的な考え方

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。

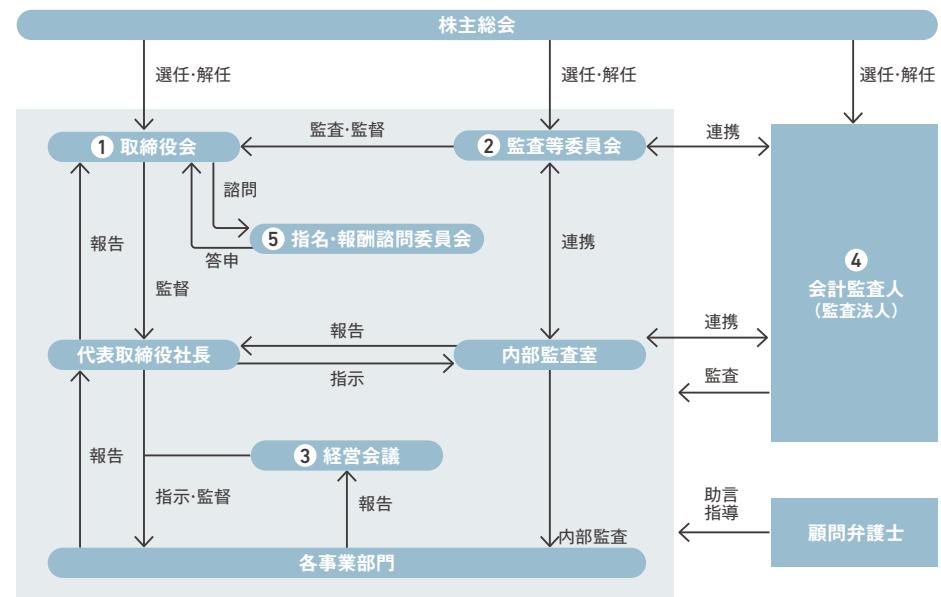
ガバナンス体制

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にあり、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。

ガバナンス強化に向けた取り組み



体制図



- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト 

IRページ 

サステナビリティページ 

SNSページ 

コーポレート・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 上席執行役員CEO 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。構成員については当レポートp.41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、定期取締役会を毎月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.41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名を選任しています。

区分	氏名	主な活動状況
取締役 (監査等委員)	戸澤 章	当事業年度に開催された取締役会18回全てに出席し、また、監査等委員会14回全てに出席し、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おります。また、指名・報酬諮問委員会の委員(2025年3月19日以降は委員長)として、当事業年度に開催された指名・報酬諮問委員会4回全てに出席し、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おります。
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18回全てに出席し、また、監査等委員会14回全てに出席し、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おります。
取締役 (監査等委員)	阿部 美寿穂	2024年12月20日就任後に開催された取締役会12回全てに出席し、また、2024年12月20日就任後に開催された監査等委員会10回中9回に出席し、主に公認会計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おります。また、指名・報酬諮問委員会の委員として、2024年12月20日就任後に開催された指名・報酬諮問委員会3回全てに出席し、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おります。

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 上席執行役員 CEO 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 COO, Games 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 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、その他の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。

委員長	委員長 常勤監査等委員である社外取締役 戸澤章
構成員	取締役会長 馬場功淳、代表取締役社長 上席執行役員 CEO 宮本貴志、社外取締役 柳澤孝志、監査等委員である社外取締役 阿部美寿穂

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
2025年4月23日	指名・報酬諮問委員会	取締役等の選任方針及び今期活動方針の協議
2025年8月20日	指名・報酬諮問委員会	取締役等の選任方針及び報酬決定方針の協議
2025年9月24日	指名・報酬諮問委員会	取締役等の選任諮問案及び報酬決定諮問案の協議
2025年10月22日	指名・報酬諮問委員会	取締役等の選任議案諮問案及び個人別報酬額諮問案の審議・承認
2025年12月23日	取締役会	取締役の個人別報酬額についての一任決議

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

コーポレート・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

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んにお伝えするため、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。

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、事業の永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い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、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するよう、株主利益と連動した報酬体系とすることとし、業務執行を担う取締役(社外取締役及び監査等委員である取締役を除く)の報酬は、基本報酬と譲渡制限付株式報酬により構成しています。基本報酬は、金銭による月例の固定報酬と業績によって支給される業績連動報酬の2種類で構成し、固定報酬の金額は、各取締役の職責・貢献等を総合的に勘案して決定するものとし、毎年、指名・報酬諮問委員会の答申を踏まえ、見直しを行っています。業績連動報酬の金額は、業績指標の達成度や営業利益額を基に決定しています。譲渡制限付株式報酬の金額は、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)の基本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。有価証券報告書提出日現在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。有価証券報告書提出日現在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額報酬額は、年額300百万円以内と決議しています。監督機能を担う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	報酬等の種類別の総額(百万円)			対象となる役員の員数(名)
	報酬等の総額(百万円)	基本報酬	譲渡制限付株式報酬	
固定報酬	業績連動報酬	—	—	—
取締役 (監査等委員を除く。 (社外取締役を除く。)	142	112	0	29
取締役 (監査等委員) (社外取締役を除く。)	—	—	—	—
社外取締役	46	46	—	8

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

[コロプラ公式サイト](#)[IRページ](#)[サステナビリティページ](#)[SNSページ](#)

異分野からの視点と監査の知見で コロプラの挑戦を支えていく



監査等委員
阿部 美寿穂

公認会計士としての経験を基盤に 社外取締役として コロプラに参画

2024年12月より、コロプラの社外取締役、監査等委員に就任いたしました。

公認会計士としてキャリアをスタートした私は、監査法人に16年在籍した経験があります。退所後に自身の公認会計事務所を設立し、子どもの小学校卒業までの約2年間は、専業主婦として過ごしました。家庭に向き合

う時間を持ったことで、自分の人生や働き方をあらためて考えるいい機会になったと感じています。その後、会計事務所を本格的に再開。公認会計士としての仕事に戻り、現在に至ります。

そんな中での社外取締役へのお誘いは、まさに青天の霹靂でした。監査法人時代の人とのつながりがきっかけで、私が当時エンターテインメント企業の監査を担当していたこともあり、白羽の矢を立ててくださったのではないかと思います。

コロプラは監査法人時代から名前を知っていましたし、周りでゲームをプレイしている人も多かったので、もともと好印象を抱いていました。でも実は私、ほとんどゲームをやったことがないのです。だから「務まらないのでは?」と、正直にその不安をお伝えしたところ、「むしろ違う畑からの目線で見てほしい」と言っていただき、挑戦を決意しました。

誠実さと健全な企業文化 ファンに支えられる ブランド力を実感

就任前はゲーム会社に対して、派手で自由奔放なクリエイター集団というイメージを持っていました。でも実際に取締役会に出てみると、当たり前のことを当たり前にやろうとする真面目さが際立ち、いい意味で意外でした。私が「このくらいなら許容範囲では」と思うような場面でも、「いや、そこはちゃんとやろうよ」と馬場会長自らがしっかりと釘を刺されるのです。本当にずいことが嫌いで、易きに流れずきちんと筋を通す文化が根付いているのを感じました。

同時に、コロプラにはゲームだけでなく、会社そのものにも多くのファンがいることに気づきました。新しいことに挑戦する姿勢、そして長年支持され続けるゲームを持っていることが、会社のブランドを強くしているの

だと思います。私の就任が発表されたときも、友人から「うちの夫もずっと白猫(白猫プロジェクト)をやってるよ」と声をかけられ、うれしく思ったのを覚えています。さらに、従業員の方々の「コロプラ愛」もひしひし感じています。組織の中にファンがいることもまた、健全な企業文化を支えているのでしょう。

社外取締役になって、私が最初に体験したのは、リリース直前の「Brilliantcrypto」でした。鉱山で宝石を採掘する、“Play to Earn(遊んで稼ぐ)”のブロックチェーンゲームです。その発想力もさることながら、これを実現するための複雑な会計処理をよくぞやりきったという点に、ただただ感心しました。私も監査法人時代にアニメ制作会社を担当したときに、前例のない会計処理をゼロから作り上げる苦労を経験していたので、その大変さはよくわかります。つるはしを振りながら、「この宝石一つを獲得する裏で、どれだけ会計議論が重ねられたのだろう」と思わずうなってしまったほどです。

中期経営方針を議論する 重要な場に参加 率直な疑問が議論を深めることも

取締役会では会計士としてはもちろん、ゲーム素人の私だからこそその疑問を投げかけるようにしています。最初の会議では、「バー

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

- 01 イントロダクション
- 06 コロプラの価値創造
- 12 価値創造のための戦略
- 30 価値創造のための基盤
- 43 財務データ
- 45 アウトライン

- [コロプラ公式サイト](#)
- [IRページ](#)
- [サステナビリティページ](#)
- [SNSページ](#)

「チャルな宝石なんて欲しい人いるんですか?」と率直に伺ってみましたが、馬場会長が「NFTを持つこと自体に価値を感じる人もいるんですよ」と丁寧に教えてくださいました。後日、実際にNFT宝石が高額で取引されている実態を目の当たりにし、あらためて自分の無知さと多様な価値観を知ることとなりました。それでも、CSOの瀧田さんから「素人の視点は貴重だ」とおっしゃっていたいたこともあります。臆することなく、自信を持って発言するようにしています。

それができるのは、取締役会がとても話しやすい雰囲気だからです。社内取締役4人、社外取締役5人という構成ですが、社内と社外の隔たりが一切なく、各人が得意分野を活かして自由に意見を出し合えるのも、コロプラ取締役会の魅力です。私も監査論点に気づいた際は早めに指摘することで、自身の専門性を発揮できるよう心掛けいますが、コロプラは経理部門が優秀なおかげで大きな問題は少なく、非常に助けられています。

この一年の活動の中でも特に印象的だったのが、役員合宿です。都内のホテルに籠もり、丸一日をかけて人事戦略や今後の経営方針を議論しました。まさにコロプラの未来を決める重要な会議に立ち会えたことは、新人社外取締役として貴重な経験でした。メンバーの結束もより強まったように感じます。

コロプラは現在、中期経営方針の3つの戦略として、「海外市場への積極的展開」「有力IPの活用」「新しいUXの提供(唯一無二のものづくり)」を掲げています。日本のIPは海外での人気も高く、位置ゲーをはじめとするコロプラ独自のUXと組み合わせることで、世界の注目を集めることになると期待しています。ゲームに詳しくないなりの意見が議論を深める瞬間もあったので、着火剤役になれたのかなと思っています。

多様な人材が 力を発揮できる環境づくり コロプラの成長を支える次の課題

私は2023年12月に就任された武田雅子さんに続いて、2人目の女性社外取締役です。女性活躍を意識しての起用だった面もあると思いますが、コロプラの女性管理職はまだ数えるほどしかいません。従業員における女性比率がそもそも多くないこともありますし、もちろん全員が管理職を望むわけではありませんが、組織として後押しする雰囲気がなければ、二の足を踏む人も多いでしょう。

監査法人にいた頃、私の周りでは出産後に元のポジションとして復帰するケースは多くありませんでした。当初は私もこれまでの先輩方のようにバックオフィスに回ろうかなと思い、監査現場から離れることを覚悟して

いましたが、上司から「やりたいなら応援するから、現場を続けてみたら?」と提案されました。その一言が私自身にとって大きな転機となりましたし、後に続く人もこれまで以上に増えました。やはり組織全体で「応援するよ」という雰囲気をつくることが重要だと実感しています。

ただ、当時と今とでは働き方の前提がまったく違います。かつては、長時間働く男性に合わせて女性も無理をするのが当たり前。自分や家族を犠牲にしてでも仕事を優先するような働き方でしたが、そんな働き方はもう通用しません。むしろ多様な人材がライフステージの変化に影響されることなく、長く力を発揮できる環境を企業側がどう整えるかが問われています。女性に限らず、男性も含めコロプラで働くすべての従業員をサポートすることが、企業の持続的成長につながるのではないかでしょうか。コロプラにはすでに制度や仕組みは整っていますから、あとはその空気をどうつくるか。ときには、意図的に環境を生み出す必要もあると考えています。

とはいっても、女性活躍推進のようなソフトなテーマは、企業に余裕がないとなかなか本気で取り組めないことも事実です。それでも灯した火を消してしまわぬよう、絶対にやり続けなくてはいけません。その分野でも着火剤となるよう、これからも積極的に提言を行っていきたいですね。

AIを活用した新たな挑戦に期待 株主の厳しい声に応え、 信頼に報いる

コロプラの強みは、「新しいことに挑戦し続ける姿勢」と「長年ファンに愛されてきた作品があること」だと思います。たとえリスクを負っても「新しいことをやろう」という信念を大切にする会社だからこそ、次の挑戦にも期待ができます。特にAIを活用した“生成ゲーム”的開発は、コロプラらしさが最も發揮される領域です。ここから未来のヒット作が生まれると信じています。

私自身も、少しずつゲームの知識を深めつつ、これからも率直な疑問や意見を投げかけていくつもりです。それが議論のきっかけや新しい視点につながるなら、社外取締役としての存在意義を果たせると考えています。

近年は会社の業績が伸び悩んでいることもありますし、株主総会では厳しいご意見を多くいただきますが、それは期待の表れで、コロプラへの愛情だと受け止めています。今は厳しい時期にありますが、「Global Top 20」という目標を掲げ、全社一丸となって乗り越えようとする姿勢を感じています。新しい挑戦を続けるコロプラらしさを失わず、必ず皆さまの期待に応えてまいりますので、どうか引き続き応援をよろしくお願い申し上げます。

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト >

IRページ >

サステナビリティページ >

SNSページ >

役員紹介

2025年12月24日時点

取締役



馬場 功淳

取締役会長

所有株式数
61,782,785株

宮本 貴志

代表取締役社長
上席執行役員 CEO所有株式数
99,508株

原井 義昭

取締役
上席執行役員 CFO所有株式数
67,554株

坂本 佑

取締役
上席執行役員
COO, Games所有株式数
53,492株

柳澤 孝旨

社外取締役
(独立役員)所有株式数
5,000株

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
2,000株

飯田 耕一郎

社外取締役
監査等委員所有株式数
一株

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

- └ ステークホルダーエンゲージメント
- └ マテリアリティ
- └ 人的資本の取り組み
- └ コーポレート・ガバナンス
- └ 社外取締役メッセージ
- └ 役員紹介

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト >IRページ >サステナビリティページ >SNSページ >

役員紹介

2025年12月24日時点

上席執行役員 (取締役を兼務する者を除く)



喬井 健太
上席執行役員 CIO



池田 洋一
上席執行役員 CDO



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
Kuma the Bear本部長

取締役のスキルマトリックス

氏名	取締役会出席回数	当社が特に期待する分野							
		企業経営	ゲーム開発	技術研究開発	マーケティングプランディング	財務・会計	法務コンプライアンス	人事	グローバル感覚 国際性
馬場 功淳	一	18回/18回(100%)	●	●	●				●
宮本 貴志	一	18回/18回(100%)	●	●		●			●
原井 義昭	一	18回/18回(100%)				●		●	●
坂本 佑	一	18回/18回(100%)		●	●	●			
柳澤 孝旨	社外	17回/18回(94%)				●			
武田 雅子	社外	18回/18回(100%)			●			●	
戸澤 章	社外 監査	18回/18回(100%)				●	●		
飯田 耕一郎	社外 監査	18回/18回(100%)					●		●
阿部 美寿穂	社外 監査	12回/12回(100%)			●				

※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

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト IRページ サステナビリティページ SNSページ 

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	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)	2025 (連結)
経営成績(百万円)											
売上高	72,395	84,730	52,246	45,776	38,920	45,128	37,125	32,541	30,806	25,975	25,933
売上原価	29,609	37,442	28,449	28,357	26,409	24,275	24,108	22,704	21,614	19,216	17,946
売上総利益	42,786	47,288	23,796	17,418	12,511	20,853	13,016	9,836	9,192	6,758	7,986
販売費及び一般管理費	10,468	15,432	10,864	10,465	9,558	8,602	6,695	5,526	6,543	7,966	6,984
営業利益又は営業損失(△)	32,317	31,855	12,932	6,952	2,952	12,250	6,320	4,310	2,648	△1,208	1,002
経常利益又は経常損失(△)	32,363	31,272	12,901	6,097	1,655	11,790	7,843	5,732	3,066	△947	1,805
税金等調整前当期純利益又は税金等調整前当期純損失(△)	32,363	30,761	12,551	5,849	1,318	10,938	4,251	5,732	3,066	△1,224	353
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(△)	19,436	20,710	8,691	4,192	1,070	7,977	3,047	2,414	1,746	△1,866	△306
財政状態(百万円)											
総資産	59,260	72,301	75,744	77,244	74,740	85,833	80,814	83,280	81,464	79,805	75,742
負債	15,665	10,152	6,451	6,619	5,307	10,053	5,063	6,705	5,404	8,417	6,801
純資産	43,594	62,149	69,293	70,625	69,433	75,779	75,751	76,575	76,060	71,387	68,940
資本金	6,328	6,384	6,433	6,491	6,510	6,536	6,556	6,587	6,610	6,635	6,656
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	16,306	19,135	4,957	9,421	53	15,010	△3,104	3,637	1,159	237	2,645
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3,118	△6,501	△4,545	1,979	△2,768	△2,640	△10,588	△593	8,237	△8,087	△3,285
財務活動によるキャッシュ・フロー	△6,121	△2,452	△2,018	△2,518	△2,118	△2,780	△3,200	△2,538	△2,567	△896	△3,232
現金及び現金同等物の期末残高	42,638	52,556	51,409	60,400	55,822	65,308	49,052	50,914	58,167	49,454	45,648

11年間の財務・非財務ハイライト

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

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	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)	2025 (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)											
157.70	166.92	69.32	33.08	8.40	62.45	23.82	18.84	13.61	△14.55	△2.39	
1株当たり純資産(BPS)	354.50	499.07	551.34	555.65	544.53	592.81	591.86	597.24	592.90	556.07	536.66
1株当たり配当金(DPS)	16.00	17.00	21.00	17.00	17.00	25.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
財務指標(%)											
営業利益率	44.6	37.6	24.8	15.2	7.6	27.1	17.0	13.2	8.6	△4.7	3.9
当期純利益率	26.8	24.4	16.6	9.2	2.7	17.7	8.2	7.4	5.7	△7.2	△1.2
総資本当期純利益率(ROA)	36.2	31.5	11.7	5.5	1.4	9.9	3.7	2.9	2.1	△2.3	△0.4
自己資本当期純利益率(ROE)	52.6	39.2	13.2	6.0	1.5	11.0	4.0	3.2	2.3	△2.5	△0.4
自己資本比率	73.6	86.0	91.5	91.4	92.9	88.3	93.7	91.9	93.4	89.4	91.0
配当性向	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	753	1,181	1,248	1,283	1,368	1,565	1,449	1,348	1,277	1,235	1,148
単体合計	620	773	792	840	935	954	885	780	718	710	676
グループ各社合計	133	408	456	443	433	611	564	568	559	525	472

※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。

会社・株式情報

2025年9月30日時点

会社情報

会社名	株式会社コロプラ
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 6,656百万円
従業員数	従業員数 676名 (グループ全体:1,148名)

※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。

Webサイトのご案内

コロプ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。



コロプラ公式サイト

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

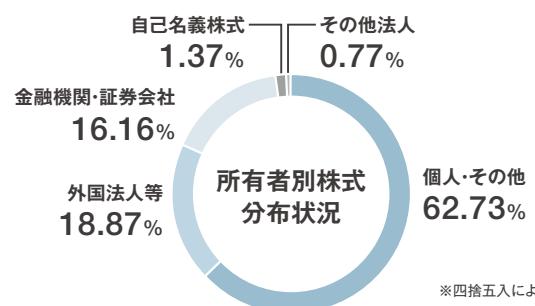
サイトはこちら

大株主の状況

株主名	所有株式数(株)	持株比率(%)
馬場 功淳	61,782,785	48.10
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	9,877,700	7.69
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	9,071,200	7.06
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)	5,303,500	4.13
BANK JULIUS BAER AND CO. LTD. SINGAPORE CLIENTS (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
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)	1,200,000	0.93
KUWAIT INVESTMENT AUTHORITY (常任代理人 シティバンク、エヌ・エイ東京支店)	934,935	0.73
JP MORGAN CHASE BANK 385781 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	854,474	0.67
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001 (常任代理人 株式会社みずほ銀行決済営業部)	724,026	0.56

※当社は、自己株式を1,778,924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。



※四捨五入による若干の計算の差異がございます

会社・株式情報
コロプラグループ

01 イントロダクション

06 コロプラの価値創造

12 価値創造のための戦略

30 価値創造のための基盤

43 財務データ

45 アウトライン

コロプラ公式サイト

IRページ

サステナビリティページ

SNSページ

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	東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー14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 木村 武志
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



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> 