

株式会社CLホールディングス

証券コード：4286

Today's Theme

上期決算概要とグループ中期経営方針について

上期決算概要とグループ中期経営方針について

1. 2023年12月期 上期決算概要
2. 2023年12月期 通期業績予想
3. CLホールディングス グループ中期経営方針

1. 2023年12月期 上期決算概要

- 売上収益は、「カフェ物販」、「メーカー顧客向けBPO」の好調により、増収。
- 営業利益は、人材強化の為の人件費用等の増加、テーマカフェサービスの店舗拡大等に伴う減価償却費の増加により、販売費及び一般管理費が増加し、減益。
- 親会社の所有者に帰属する四半期利益も減益。

(単位：百万円)	2022年12月期	2023年12月期	前期比
	上期実績	上期実績	増減率
売上収益	14,601	15,535	+6.4%
営業利益	463	42	▲90.8%
親会社の所有者に帰属する 四半期利益	272	12	▲95.3%

提供商家材別売上収益及び増減要因

(単位：百万円)		商家材・サービス	商家材・サービス内容	売上収益※1	増減額	増減率	増減要因
メント ※2 サービス	見込み	物販	B2B2C、B2CまたはD2Cで、商品（グッズ）を企画し、消費者に販売するサービスおよびカフェで提供する飲食サービス	4,796	704	+17.2%	カフェ物販（飲食売上含む）が好調に推移
		プレミアム（流通）	流通クライアントに対して、景品（プレミアム）を使用した販促・集客キャンペーン等を企画・実施するサービス	2,906	57	+2.0%	流通クライアント向けキャンペーンが好調に推移
プロモーション サービス	受託	BPO※2	クライアントの業務（マーケティング業務や調達業務）およびそのプロセスを受託するサービス	1,688	548	+48.1%	メーカークライアントの業務の受託が好調に推移
		OEM※2	委託者のブランドで、景品や商品を企画・生産・調達するサービス	1,421	133	+10.4%	エンタメ顧客向けOEMが好調に推移
		VMD※2	販促什器・陳列棚・POP等の企画・制作・設置や売り場デザイン等を実施するサービス	591	▲342	▲36.7%	競争環境の激化、資源価格高騰等に起因するメーカークライアントの販促予算の縮小が影響
		プレミアム（メーカー・外食）	メーカーや外食クライアントに対して、景品（プレミアム）を使用した販促・集客キャンペーン等を企画・実施するサービス	3,423	▲376	▲9.9%	

※1：その他売上収益は省略しています。 ※2：エクス・テイメント・・・エクスペリエンスとエンターテインメントを掛け合わせた造語で、エンタメ顧客体験価値のこと。

上期業績の主な要因と下期に向けた対策

	要因	対策															
売上収益	<p>エクس・テインメントサービス： ↗</p> <ul style="list-style-type: none"> ・流通プラットフォームの拡大 (特にテーマカフェ・コンビニエンスストア・ドラッグストアが拡大) <p>プロモーションサービス：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・プレミアム（メーカー・外食）の不調 ↘ (競争環境の激化、資源価格高騰に起因するメーカークライアントの販促予算の縮小が影響) ・BPOサービスの好調 ↗ 	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続きエクス・テインメントサービスに注力し、流通プラットフォームを拡大。 ・プロモーション領域における安定的な収益が見込めるBPOサービスを拡大。 															
	<p>中期戦略の進捗により 売上構成が変化</p> <table border="1"> <caption>売上構成の変化</caption> <thead> <tr> <th>期間</th> <th>エクス・テインメントサービス</th> <th>BPO</th> <th>プロモーションサービス</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2022年上期 (実績)</td> <td>49%</td> <td>8%</td> <td>43%</td> </tr> <tr> <td>2023年上期 (実績)</td> <td>52%</td> <td>11%</td> <td>37%</td> </tr> <tr> <td>2023年下期 (予想)</td> <td>54%</td> <td>17%</td> <td>29%</td> </tr> </tbody> </table>	期間	エクス・テインメントサービス	BPO	プロモーションサービス	2022年上期 (実績)	49%	8%	43%	2023年上期 (実績)	52%	11%	37%	2023年下期 (予想)	54%	17%	29%
期間	エクス・テインメントサービス	BPO	プロモーションサービス														
2022年上期 (実績)	49%	8%	43%														
2023年上期 (実績)	52%	11%	37%														
2023年下期 (予想)	54%	17%	29%														
売上総利益・営業利益	<ul style="list-style-type: none"> ・人員配置の遅れによる、収益構造の転換の遅行 ↘ ・テーマカフェサービスの売上総利益率・営業利益率の悪化 (資源価格 (原材料原価) や人件費用等高騰が影響) ↘ 	<ul style="list-style-type: none"> ・適切な人員配置の実施による販管費比率を適正化。 ・テーマカフェにおけるサービス価格の見直しを実施。 															

2. 2023年12月期 通期業績予想

(単位：百万円)	FY2022		FY2023		前期比	
	実績	(%)	計画	(%)	増減	増減率
売上収益	32,055	100%	35,000	100%	2,945	+ 9.2%
売上総利益	9,946	31.0%	11,200	32.0%	1,254	+ 12.6%
販売費及び一般管理費	9,342	29.1%	10,200	29.1%	859	+ 9.2%
営業利益	776	2.4%	1,000	2.9%	224	+ 28.7%
税引前利益	778	2.4%	1,000	2.9%	222	+ 28.5%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	364	1.1%	500	1.4%	136	+ 37.2%

- 下期は、売上構成の変化に、収益構造の変化が伴ってくることで、通期の売上収益・営業利益・親会社の所有者に帰属する当期利益は、いずれも前期を上回る予想。

下期の方針

売上収益

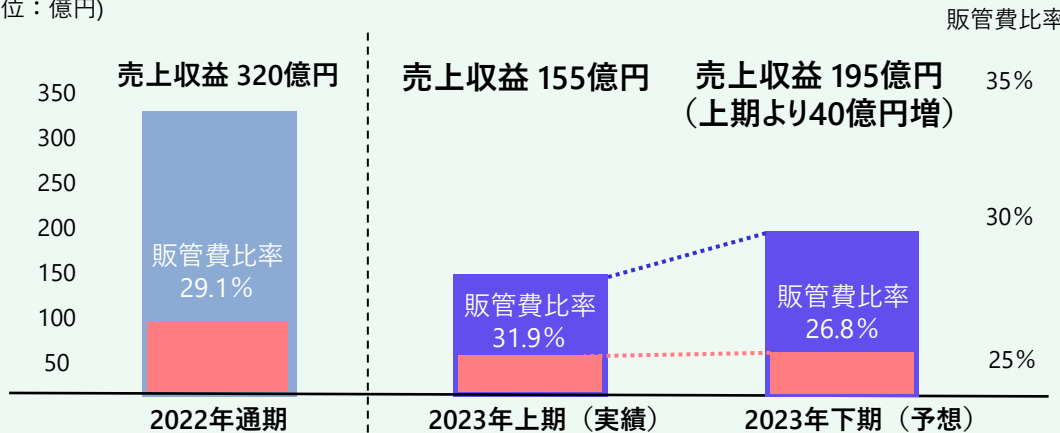
- ・**エクス・テインメントサービス**：流通プラットフォームの拡大（特にテーマカフェ・コンビニエンスストア・ドラッグストア）
- ・**プロモーションサービス**：**BPOサービス**の拡大

売上総利益・ 営業利益

- ・売上総利益率の改善：テーマカフェサービスにおけるサービス価格の見直し
- ・販管費比率の適正化：売上の成長が見込め、収益性の高いエクス・テインメント領域への人員再配置

収益性改善のイメージ

(単位：億円)



2023年上期 (実績)：
売上収益155 億円 (販管費比率 31.9%)
・適切な人員配置の遅れ、収益構造の変化が遅行。

2023年下期 (予想)：
売上収益195 億円 (販管費比率 26.8%)
・構造改革や事業ポートフォリオの適正化が進み、販管費の増加以上に、売上収益が増加することで、収益性は改善の見込み。

ピックアップ①：プラットフォームの拡大

テーマカフェ事業専門の合併会社株式会社エルティールによる、テーマカフェブランドの多角化を推進。

・IPコンテンツと飲食を掛け合わせた長期常設型テーマカフェの展開を加速

→大型IPコンテンツの活用を軸とした、長期間の運営形態でのテーマカフェの展開を加速。



下期
常設型カフェ
新規オープン予定

■Harry Potter Cafe（赤坂）

WIZARDING WORLD characters, names, and related indicia are © & ™ Warner Bros. Entertainment Inc. Publishing Rights © JKR. (s22)

・IPコンテンツ×業態(場所)の両軸の拡大によるテーマカフェブランドの多角化

→ホテルでのビュッフェ型テーマカフェの展開や、著作権元協賛によるデベロッパーと共同でのテーマカフェの展開など、テーマカフェブランドの多角化を推進中。

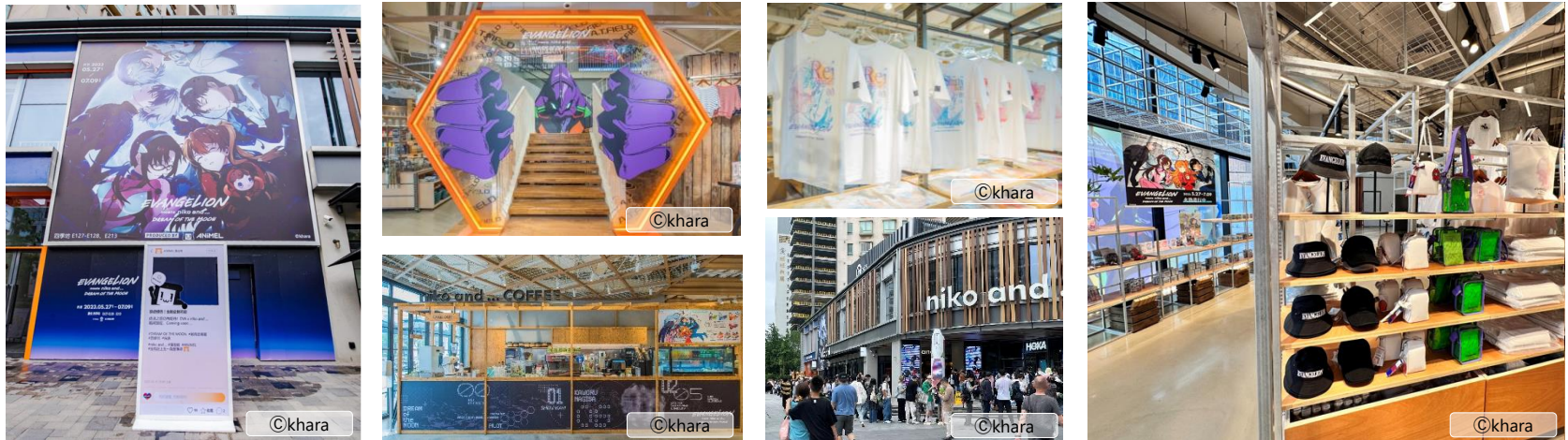


■The Unknown Café Gallery Harajuku（原宿）

©SHUEISHA Inc. All rights reserved.

ピックアップ②：プラットフォームの拡大

自社ブランド“ANiMEL”により、海外でもエクス・テインメント市場を拡大。



■「niko and...」×「エヴァンゲリオン」POPUPショップ & カフェ（上海・南京・成都・重慶）

・自社ブランド“ANiMEL”を使用し、日本のIPコンテンツを海外市場へ展開

→ライフスタイルブランド「niko and...」（株式会社アダストリア）の中国各都市の大型店にて、アニメ「エヴァンゲリオン」とコラボしたPOPUPショップ & カフェを展開。約30品番のアパレル・雑貨を企画・デザイン・製造・販売し、専用ECも展開。

・中国だけでなくアジア圏でもエクス・テインメント市場の拡大を計画中

→引き続き拡大が予想される海外アニメ市場を背景に、中国主要都市に留まらず、アジア圏内でもエクス・テインメント市場の拡大を計画中。

ピックアップ③：商品・サービスの拡大

フィギュアを主体とした事業を展開する合併会社、株式会社エルココが本格稼働。



■でふおるむぷらす（フィギュア）

©T, T/ K/ SRP



■ココぎゅっと！（ぬいぐるみ）

©CleeNoah 2023

・オリジナルフィギュアブランド「でふおるむぷらす」を中心に、自社ブランドの開発を加速

→IPコンテンツ調達力とフィギュア製作に関する知見・ノウハウを掛け合わせて自社ブランドを開発し、商品力を強化。

・国内プライズ事業とIPコンテンツ海外市場への展開を開始

→国内アミューズメント施設向けの販売を開始。また、海外市場での販売に向けて、アジアを中心とした海外ディストリビューターの開拓も加速。

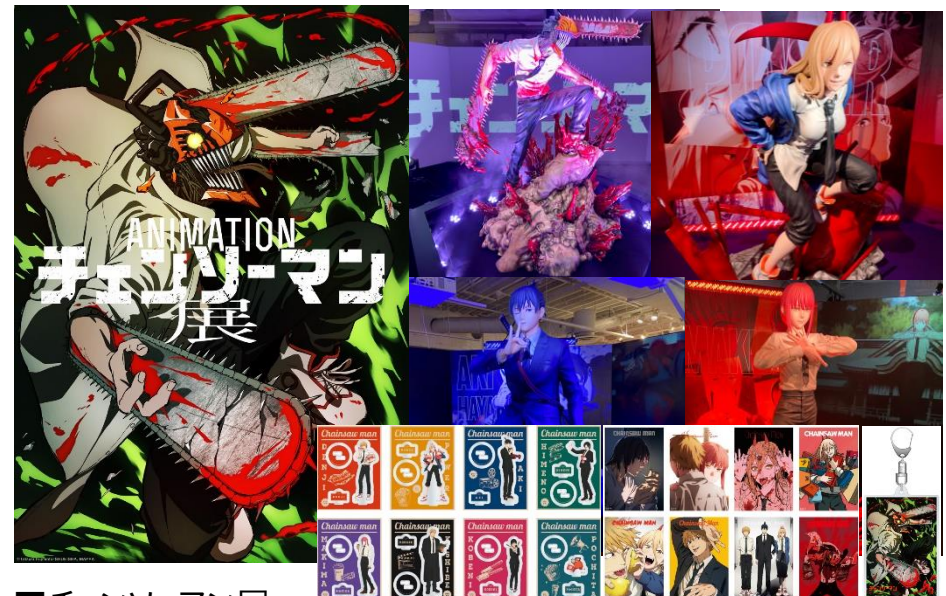
ピックアップ④：商品・サービスの拡大

当社グループの強みを活かし、顧客体験価値の高い催事物販サービスの開始。



■呪術廻戦展

©芥見下々／集英社・呪術廻戦製作委員会
© 2021「劇場版 呪術廻戦 0」製作委員会
©芥見下々／集英社



■チェンソーマン展

©藤本タツキ／集英社・MAPPA

・IPコンテンツ調達力を活かし、大人気IPコンテンツを活用した催事物販サービスを開始

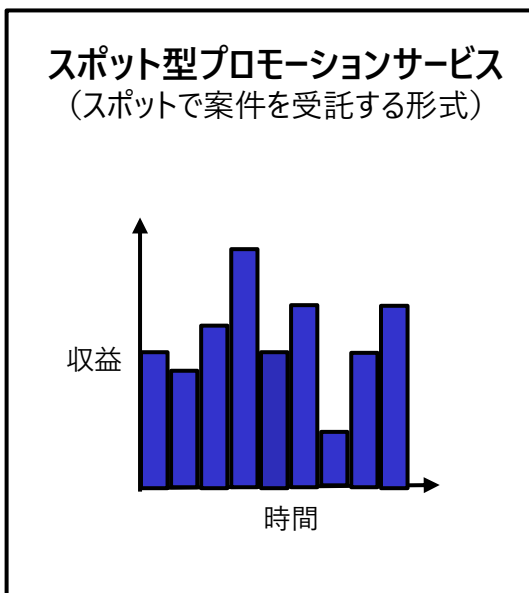
→ 著作権元のパートナーとして、大人気IPコンテンツの世界観を忠実に再現した催事と限定グッズの販売を開始。

・様々なIPコンテンツと催事を掛け合わせた体験価値の高いサービスを展開

→ ファンがIPコンテンツの世界観に没入できる体験を提供することで、著作権元の保有するIPコンテンツのロイヤリティ向上に貢献。

ピックアップ⑤：BPOサービスの拡大

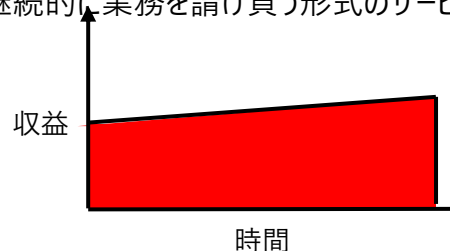
スポット型プロモーションサービスの発展形であるストック型プロモーションサービス（BPOサービス）を拡大中。



+

ストック型プロモーションサービス(BPOサービス)

(マーケティング力とIT技術を活用し、顧客のサプライチェーンに入り込み、継続的に業務を請け負う形式のサービス)



BPOサービスの受託業務例

- 販促物（ノベルティ等）の企画・デザイン・調達・品質管理業務
- スマートフォン用アプリのアニメーション制作・コンテンツ開発・イベント運営業務

従来のスポット型に新たにストック型が加わり、プロモーションサービスの安定的拡大へ

配当・資金の使途に関する方針

- ・グループ経営の観点から連結配当性向主義を採用し、業績に応じた配当を実施する。
- ・連結配当性向30%以上として利益配分を実施。

配当

- ・2022年12月期配当は、1株当たり11円（中間一円、期末11円）。
- ・2023年12月期配当は、1株当たり15円（中間一円、期末15円）を予想。

	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年 (予想)
1株当たり 配当金※1	34.0円	36.0円	36.0円	11.0円	15.0円
配当性向 (連結)	30.8%	30.5%	29.7%※2	31.2%	30.4%

※1：株式分割を遡及修正した金額です。2014年12月1日付で普通株式1株につき2株の割合での株式分割を実施しております。

※2：2022年12月期より国際財務報告基準（IFRS）を適用しているため、2021年12月期以降は、IFRSに準拠して表示しており、2020年12月期以前は、日本基準を適用して表示しております。なお、日本基準を適用した2021年12月期の配当性向は、31.3%となっております。

3. CLホールディングス グループ中期経営方針

さらなる機能連携・機能強化で、
エクス・テイメント市場を拡大する。

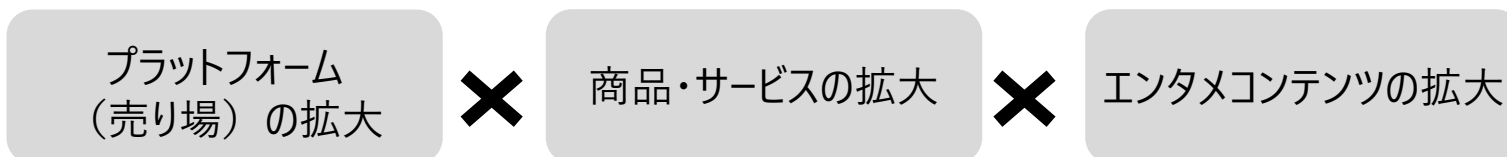
機能連携・機能強化

グループシナジーの創出



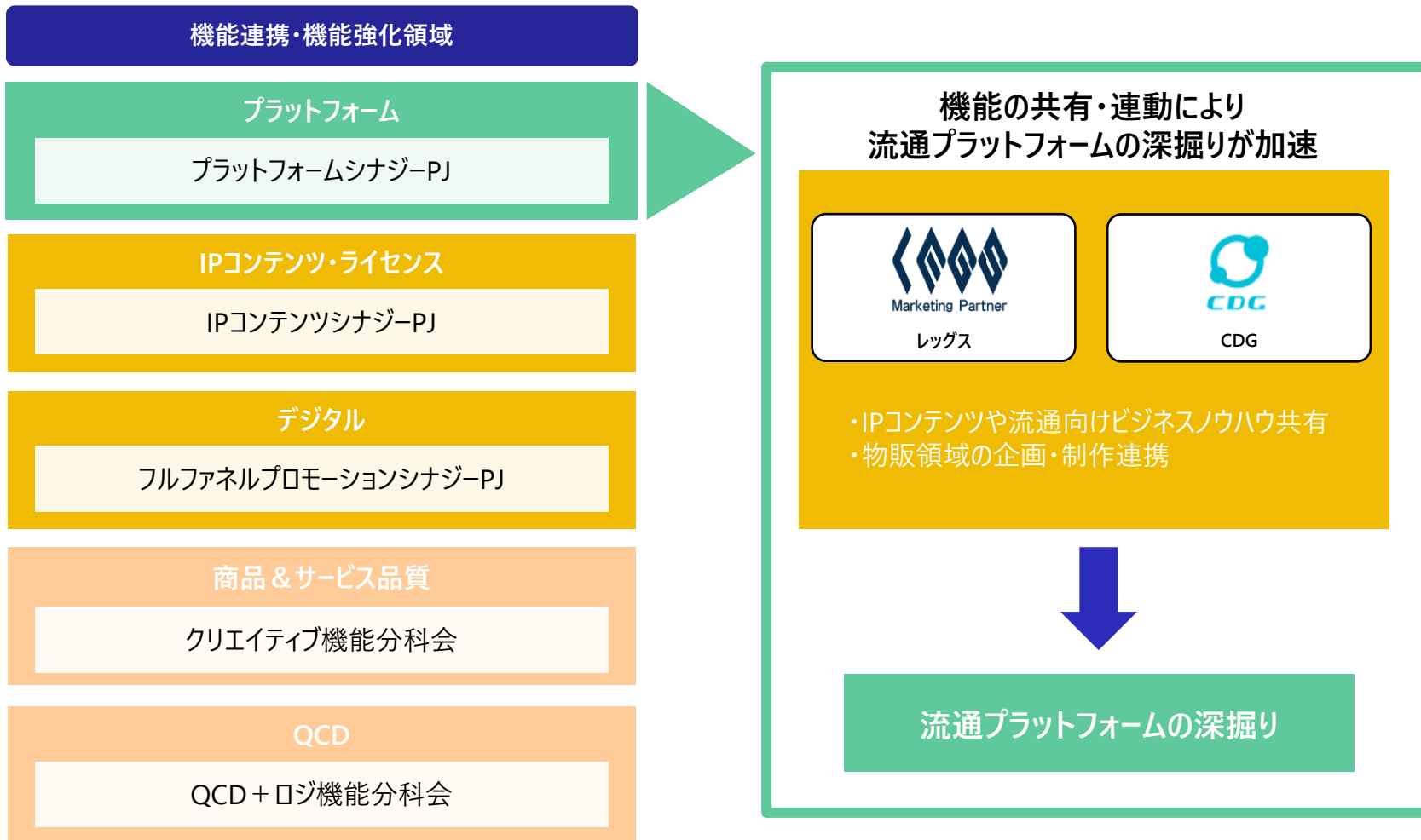
エクス・テイメント市場の拡大

機能連携・機能強化により、乗数拡大を実現



①事業シナジーの創出

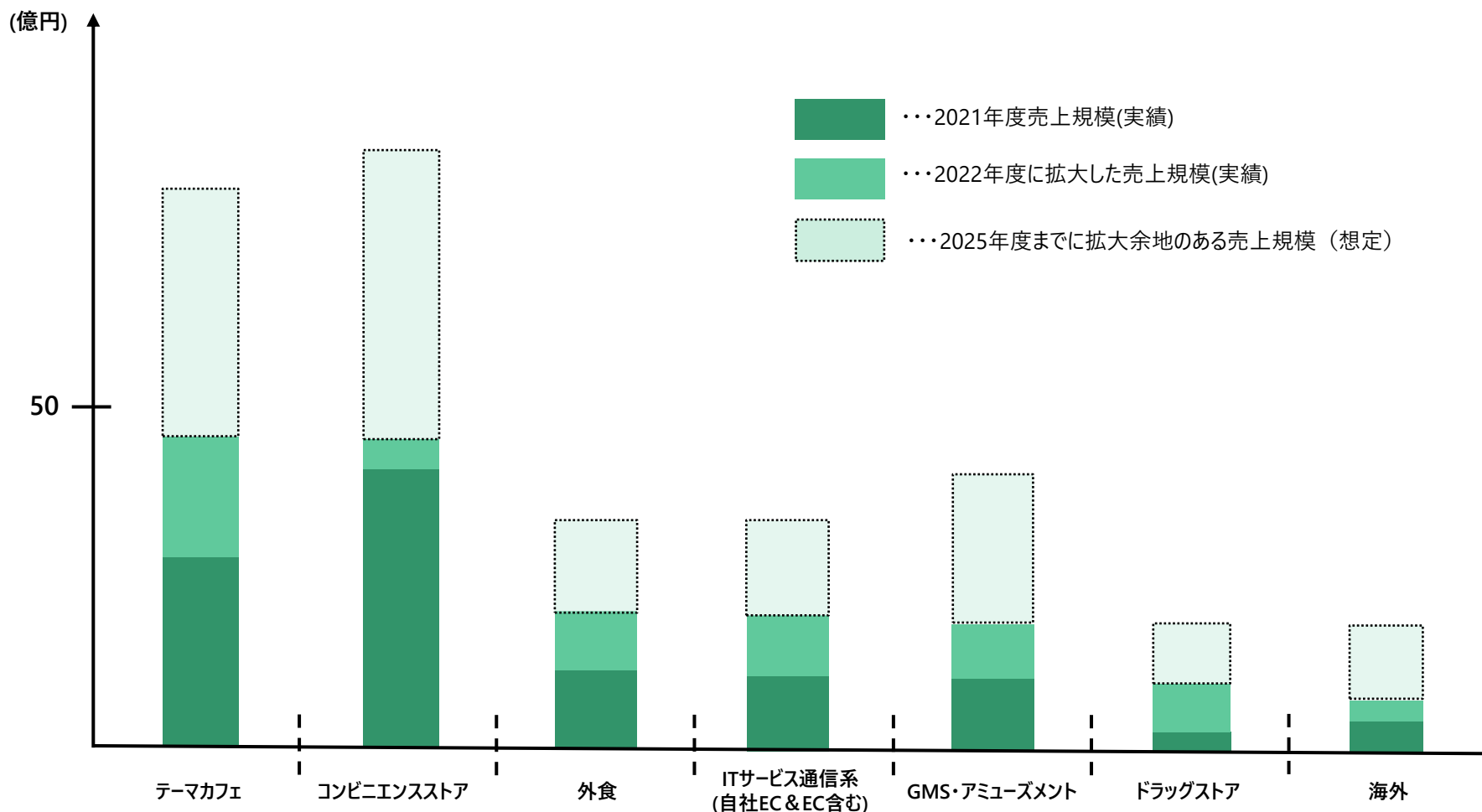
機能連携・機能強化領域において、各プロジェクトが順調に進行。特に、プラットフォーム領域での取り組みが先行しています。



中期戦略重点ポイントの進捗

②流通プラットフォームの拡大

国内外の流通（売り場）の開拓が順調に進捗。引き続き流通プラットフォームの開拓・深掘りを進めていくことで、流通プラットフォームを拡大していきます。



③ 自社MD・自社サービス開発の強化

グループの最大の強みであるキャンペーン&MDのトラフィック量を活かし、自社MD・自社サービスの開発を強化しています。

< 自社MD拡大：上期実績 >

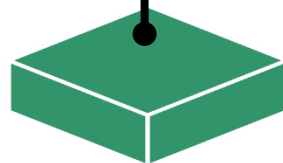
- ・国内プライズ向けMD
(でふおるむぷらす等)

< 自社サービス拡大：上期実績 >

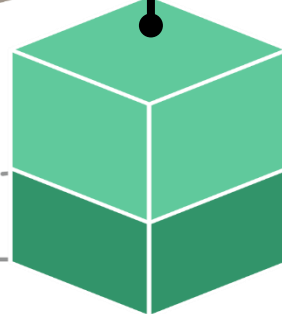
- ・催事物販サービス (呪術廻戦展、チェンソーマン展)
- ・自社デジタルプロモーションサービス (SPSuite)
- ・ストック型プロモーションサービス (BPO)

- ・プラットフォーム拡大 (EC含む)
- ・エクス・テインメントサービス拡大
- ・テーマカフェ飲食サービス拡大
- ・デジタルプロモーションサービス拡大
- ・ストック型プロモーションサービス (BPO) の拡大

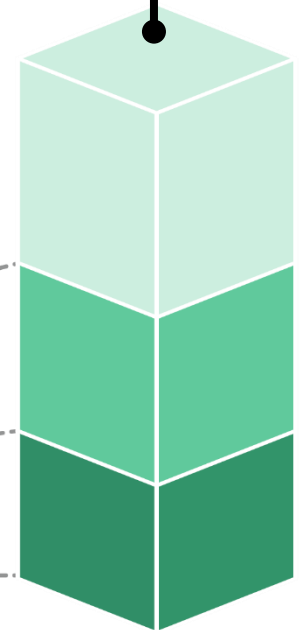
- ・エクス・テインメントサービス
- ・デジタルプロモーションサービス
- ・ストック型プロモーションサービス (BPO)



2021年



2022年

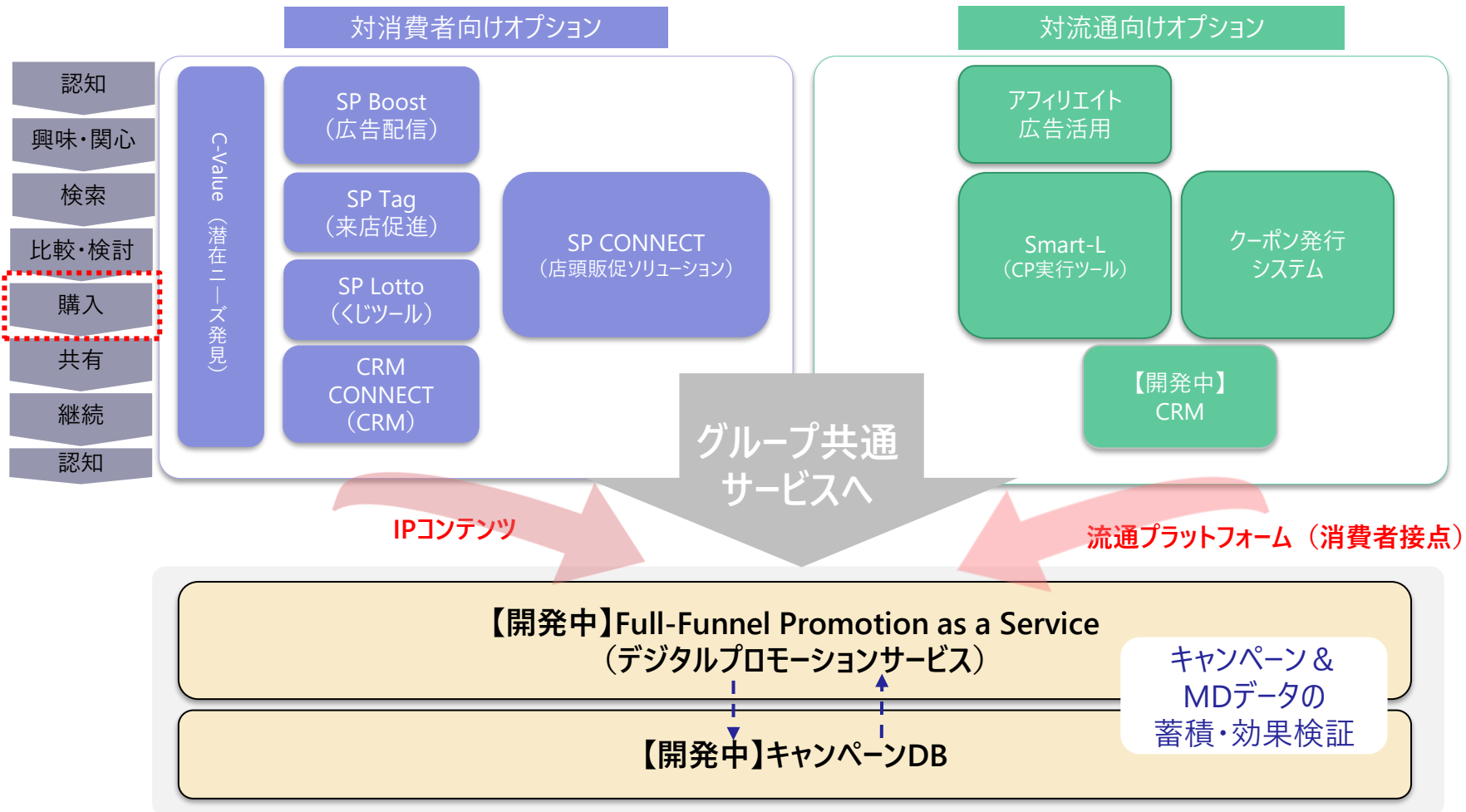


2023年~

中期戦略重点ポイントの進捗

④フルファネルプロモーションの構築

グループの強みであるIPコンテンツ調達力と流通プラットフォーム（消費者接点）を活かし、店頭販促領域を軸としたフルファネルで対応できるサービスとキャンペーンDBを構築中です。



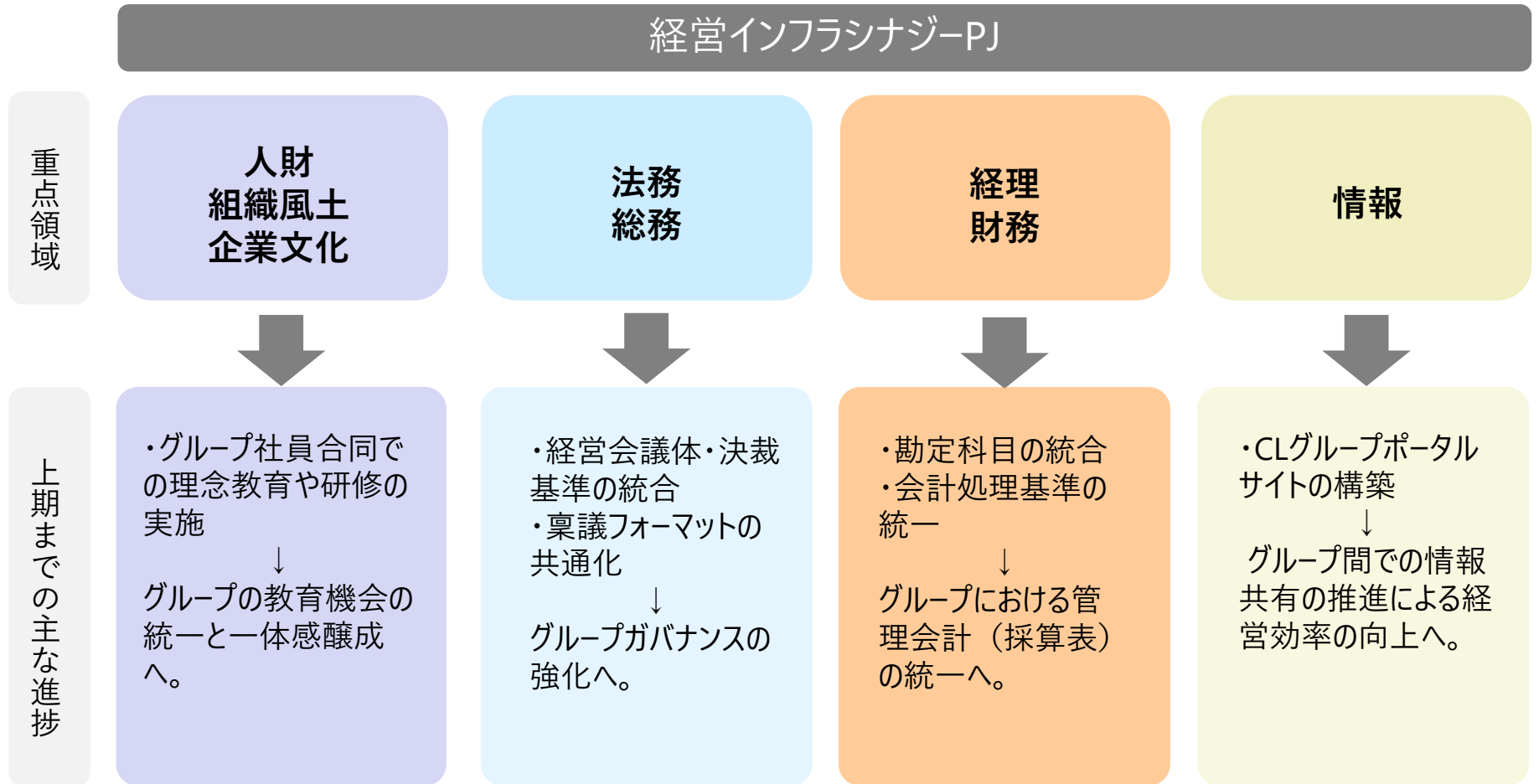
⑤戦略的投資の継続

合併会社の事業および投資先との取組みは順調に進捗。引き続き戦略的投資を継続することで、重点領域を強化していきます。

	方針	領域	主な進捗	
事業系	大型投資により、リスクをとることで大きな売上をつくる	i .プラットフォーム領域 (消費者接点の拡大)	合併会社の設立	
		ii .商品&サービス領域 (商品・サービスの拡大)	 株式会社エルココ ・国内向けにフィギュア・ぬいぐるみを含む雑貨類の販売を開始 ・海外プラットフォームの開拓が進行中	 株式会社エルティーアール ・テーマカフェ開催本数は前期を上回るペースで進捗中 ・テーマカフェブランドの多角化が進行中
機能系	小型かつ分散投資でリスクを抑えながらチャンスの芽をばらまく	iii .IPコンテンツ・ライセンス領域 (IPコンテンツの拡大)	資本業務提携	
		IV .デジタル領域 (CX・EXの拡大)	 株式会社ホゲティックラボ ・IPDBの開発により、データに基づいたMD企画開発力強化が進行中	転換社債型新株予約権付社債の引受  スマートシェア株式会社 ・IPキャンペーンをフックにしたフルファンネルプロモーションサービスを開発中
		V .QCD領域 (生産・品質・調達・物流の拡大)		

⑥グループ経営体制の強化

経営インフラシナジープロジェクトにおいて、重点領域を中心に取組みを進め、経営効率の向上とガバナンス強化を進めています。



2025年12月期 数値目標

売上収益

500億円

EBITDA※

50億円

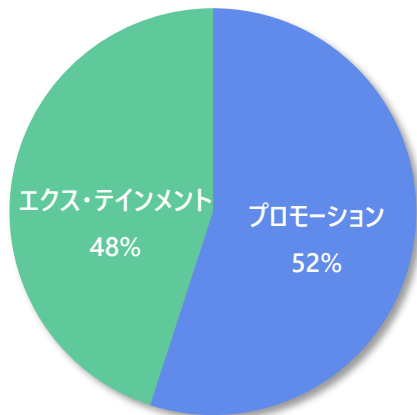
※簡易的に、営業利益+減価償却費で計算しています。

CLグループ中期戦略

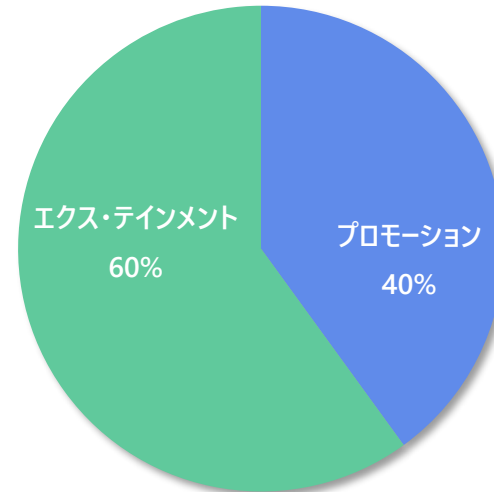
さらなる機能連携・機能強化で、
エクス・テインメント市場を拡大する。

グループ事業ポートフォリオ転換イメージ

2022年通期
売上収益320億円（実績）



2025年通期
売上収益500億円（目標）



■ エクス・テインメントサービス
■ プロモーションサービス

エクス・テインメントサービスを軸とする事業ポートフォリオへの転換。

サステナビリティについて

主要事業子会社においてサステナビリティ方針に基づき、各種取組みを推進中。

サステナビリティ方針



株式会社レグスは事業全体を通してサステナビリティ品質を強化することで利益を創出し企業価値を向上していきます。

サステナビリティ基本方針



私たちCDGは、持続可能な社会の実現に向け、イノベーションを追求することでプロモーション機能の発信力を高め、ビジョンの実現と新たな挑戦を通じて、さまざまな社会課題の解決と企業価値の向上に取り組んでいきます。

「人的資本」に関する主な取組み

働き方・・・従業員エンゲージメント指数向上の取組み

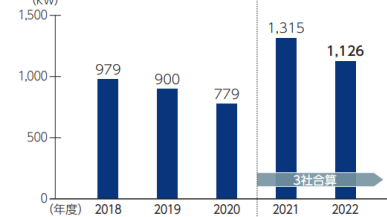
教育・研修・・・合同理念教育の実施、ジュニアボード制度の導入、合同ビジョン研修の実施

人事・・・グループ人事ポリシーの制定

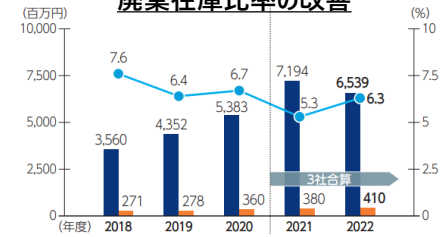


「環境」に関する主な取組み

従業員1人当たり 年間電力使用量の低減



物販売上に対する 廃棄在庫比率の改善



「商品・サービス」に関する主な取組み

環境に配慮した素材を活用した商材等の開発

- [主な商品・景品]
- ・リサイクル陶器を使用した食器
 - ・バイオマス素材の食器
 - ・フェアトレードコットンを使用したトートバッグ
 - ・バンブーファイバーを使用したカトラリー



「パートナーシップと共存共栄」に関する主な取組み

IPコンテンツを活用した SDGs啓蒙活動

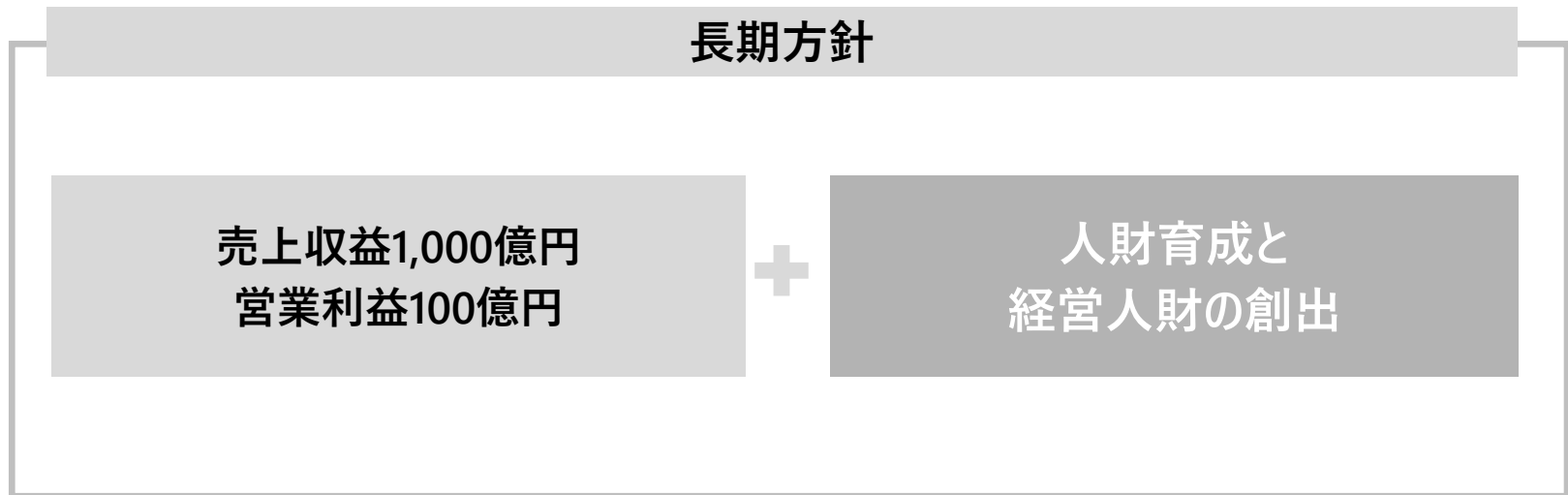


©2023 San-X Co., Ltd. All Rights Reserved.

パートナー企業・顧客・地域社会・ IPクリエイターとのパートナーシップ

- [主な取組み]
- ・ステークホルダーとの対話・発信 (株主・著作権元・パートナー企業)
 - ・地域との共創
 - ・日本のIPクリエイター支援

CLグループ長期方針



・この資料は当社をよりご理解いただくために作成されたものであり、投資勧誘を目的として作成されたものではありません。

・この資料に含まれている当社の計画・将来の見通し・戦略等のうち、過去または現在の事実に関するもの以外は、将来の見通しに関する記述であり、これらは当社がその時点で入手可能な情報による判断および仮定にもとづいています。実際の業績等は、様々なリスクや不確定要素の変動および経済情勢等の変化により、見通しと大きく異なる可能性があります。

