

株式会社CLホールディングス

証券コード：4286

Today's Theme

通期決算概要とグループ中期経営方針について

通期決算概要とグループ中期経営方針について

1. 2024年12月期 通期決算概要
2. 2025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. 2024年12月期 通期決算概要

2024年12月期 通期ハイライト

- 売上収益は、エンタメ顧客向けOEMおよび流通顧客向け物販の好調により増収。
- 売上総利益は、新規事業である催事事業・プライズ事業の収益性に課題があったこと、CDGにおける大型案件失注、およびレグスにおけるトラブル対応にまつわる費用計上等があったことにより減益。
- 営業利益は、売上総利益の減少に加え、2025年度に予定している東京オフィスの統合移転に伴う引当費用の増加、人材強化の為に人件費用等の増加、およびCDGに対する公開買付け・株式交換に伴う費用の増加により減益。
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は、売上総利益・営業利益の減少により減益。

(単位：百万円)	2023年12月期	2024年12月期	前期比
	実績	実績	増減率
売上収益	36,344	38,282	+ 5.3%
売上総利益	11,334	11,268	▲0.6%
営業利益	1,079	305	▲71.7%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	510	164	▲67.8%

ピックアップ①：プラットフォームの拡大

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が着実に進行。

長期常設型テーマカフェの拡大



■CREATIVE MUSEUM TOKYO CAFE（京橋）



■「アニメ「鬼滅の刃」柱展-そして無限城へ-カフェ produced by ufotable Cafe」

©吾峠呼世晴／集英社・アニプレックス・ufotable

- ・アニメや現代アートなど、様々なIPコンテンツの世界観を体験できるミュージアム併設型の長期常設型カフェを展開。
- ・第1弾の展覧会“アニメ「鬼滅の刃」柱展-そして無限城へ-”と連動し、柱9人にフォーカスしたメニューを提供。

新業態の展開

- ・テーマカフェ事業における新業態として、ベーカリーテイクアウト専門店『ちいかわベーカリー』を原宿にオープン。
- ・パンやドリンクに加え、マスコットなどのオリジナルグッズを多数展開。

海外におけるプラットフォームの開拓・深掘りが進行。

日本のIPコンテンツを活用し、催事物販・テーマカフェを中国で展開



■「銀魂」×「催事物販サービス」（上海）



■「呪術廻戦」×「テーマカフェサービス」（上海）



- ・上海の大型商業施設にて、大型POPUPイベントを開催。
- ・日本と海外の連動を図り、上海にてテーマカフェサービスを展開。
今後も中国を中心としたアジア圏におけるプラットフォームの拡大を計画中。

ピックアップ③：商品・サービスの拡大

新サービスとして、自社くじブランド「エニマイくじ」を開発し、提供を開始。

有力なIPコンテンツを調達し、自社くじブランドとして、全国の流通店舗で展開



Anytime, My Favorite.



■BT21 エニマイくじ (期間：2024年10月～11月) ©BT21

- ・コンビニエンスストアやテーマカフェ店舗などの流通プラットフォームを活用し、自社くじを全国の流通店舗へ展開が可能。
- ・多品種・小ロット・短納期対応を強みとしたサプライチェーンを活用し、旬なIPコンテンツを活用した高品質な商品を、生活者（消費者）に展開。

2. 2025年12月期 通期業績予想

01	経営自由度の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 全株式を取得することで、経営の自由度を高め、意思決定の迅速化を図る
02	事業ポートフォリオの最適化	<ul style="list-style-type: none"> ● クライアント別にファイアウォールを強化しつつ、事業における選択と集中を進め、グループ全体の事業ポートフォリオを最適化する
03	経営資源の最適な分配	<ul style="list-style-type: none"> ● 機能のスリム化・統一化・共通化と、適材適所への機動的な人員配置によって経営資源を最適に分配し、売上収益および利益の最大化を図る
04	規模の経済を働かせる	<ul style="list-style-type: none"> ● 互いの取引基盤、ノウハウを共有し、グループ全体の収益・資産規模を増大させ、IPコンテンツ調達力・製品調達力・デザイン力を向上させる
05	強みを組み合わせる	<ul style="list-style-type: none"> ● CDGの強みであるデジタルプロモーションとBPO(事業支援)を最大限活用し、グループ全体で、新たなサービスや製品の開発を進め、顧客に対してより高度で多様なソリューションを提供する



グループシナジーの最大化による収益力のさらなる強化

2025年12月期 連結業績予想

(単位：百万円)

(単位：百万円)	2024年12月期		2025年12月期		前期比	
	実績	(%)	計画	(%)	増減	増減率
売上収益	38,282	100%	40,000	100%	1,718	+ 4.5%
売上総利益	11,268	29.4%	13,000	32.5%	1,732	+ 15.4%
販売費及び一般管理費	10,739	28.1%	12,000	30.0%	1,261	+ 11.7%
営業利益	305	0.8%	1,000	2.5%	695	+ 227.5%
税引前利益	280	0.7%	900	2.3%	620	+ 221.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	164	0.4%	560	1.4%	396	+ 240.6%

●補足：

- ・売上については、領域運営を本格化させ、事業ポートフォリオの最適化を進めることで、前期比で増収となる見込みです。
- ・利益については、前期にあった特殊要因による減益がなくなる点、収益性に課題のあった新規事業の事業縮小や計画の見直しを進めている点等を勘案し、前期比で増益を見込んでいます。

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

- ・2024年12月期配当は、1株当たり5.0円（中間－円、期末5.0円）。
- ・2025年12月期配当は、1株当たり16.0円（中間－円、期末16.0円）を予想。

	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年 (予想)
1株当たり 配当金※1	36.0円	11.0円	16.0円	5.0円	16.0円
配当性向 (連結)	29.7%※2	31.2%	31.8%	31.0%	31.1%

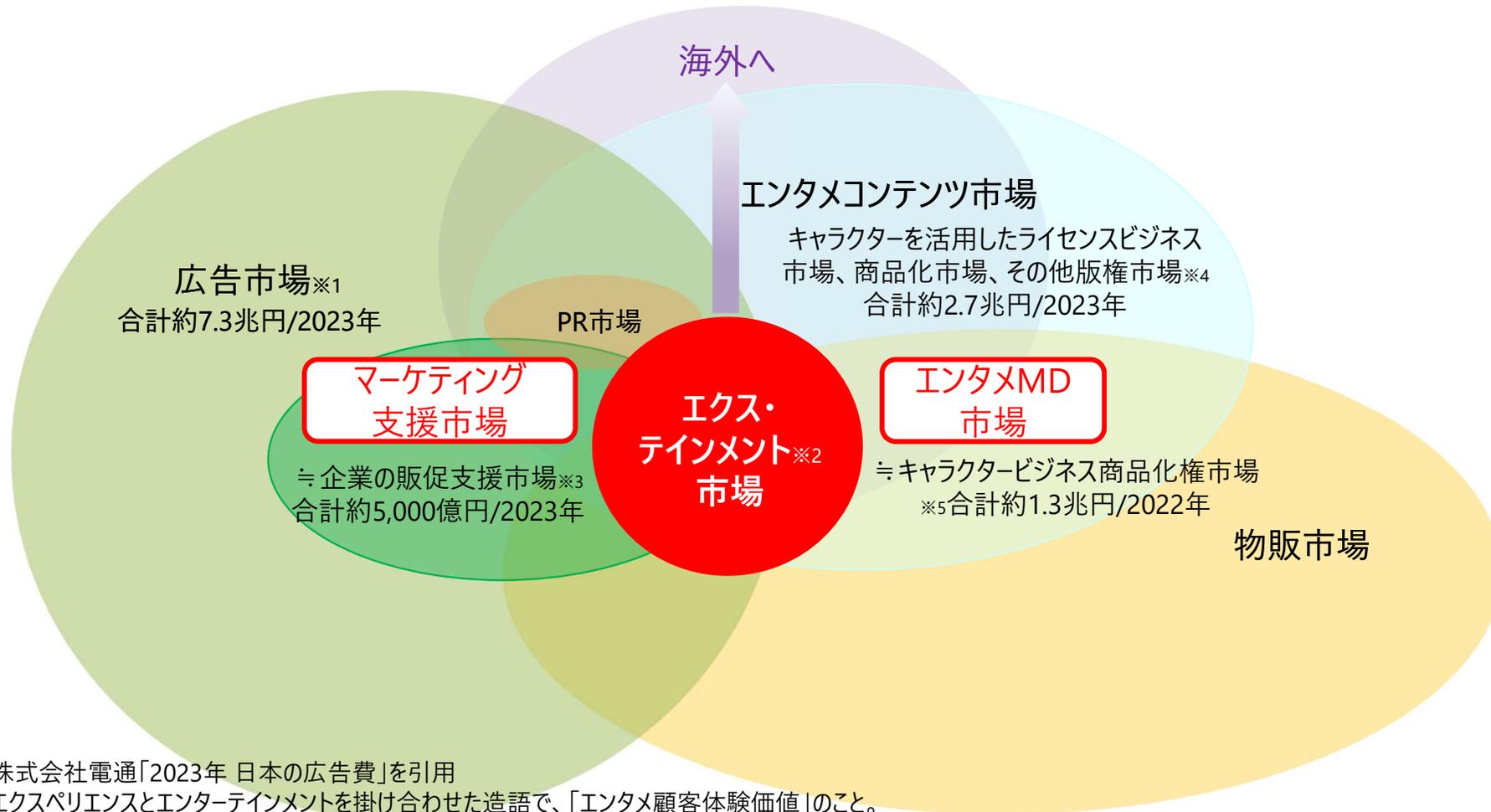
※1：株式分割を遡及修正した金額です。2014年12月1日付で普通株式1株につき2株の割合での株式分割を実施しております。

※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ます。

3. CLホールディングス グループ中期経営方針

CLグループが狙うべき市場

CLグループは、「マーケティング支援市場」「エンタメMMD市場」とそれにまたがる潜在的な領域である「エクス・テインメント市場」の3つの市場を狙っていきます。



※1：株式会社電通「2023年 日本の広告費」を引用

※2：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。

※3：一定の前提のもと、自社調べにより算出。

※4：株式会社矢野経済研究所「キャラクタービジネス年鑑 2024年版」を引用。

※5：株式会社矢野経済研究所「キャラクタービジネス年鑑 2023年版」を引用。

CLグループ中期戦略

『グループシナジーを高めて、収益力をさらに強化する。』

経営理念の実現のために、私たちはさらに「収益性」を高めます。そのために下記3つを実現します。

グループ中期戦略

3つの
重点ポイント

(1) 領域運営によるグループシナジーの強化

(2) 事業ポートフォリオの最適化と業務の最適化

(3) 投資の最適化

重点ポイント①：領域運営によるグループシナジーの強化

グループ構造・体制を最適化し、スムーズな領域運営を実現することでグループシナジーを強化します。



《CDGとの完全統合》

- ・経営理念・企業文化の完全統合
- ・業務システム・業務フローの共通化・最適化
- ・共通機能の集約化・統一化
- ・オフィスの物理的な統合
- ・制度・ルール集約化・統一化

重点ポイント②：事業ポートフォリオの最適化と業務の最適化

各事業領域において、収益力強化および業務の最適化のための戦略を策定し、事業領域責任者のもとで実行に移していきます。

i. マーケティング事業領域

ii. ロケーションベースドエンターテインメント
事業領域

iii. マーチャンダイジング事業領域

収益力強化・業務の最適化に向けた各事業領域の戦略

収益力強化に向けた取り組み：

- ・事業の選択と集中の推進
- ・フロー型ビジネスからストック型ビジネスへのシフト

業務の最適化に向けた取り組み：

- ・事業の収益性に応じた人員の最適配置と運営オペレーションの確立
- ・内製・外製バランスの最適化

収益力強化に向けた取り組み：

- ・事業の選択と集中の推進
- ・既存ビジネスの横展開および海外展開

業務の最適化に向けた取り組み：

- ・事業毎の収益性の精査および検証

収益力強化に向けた取り組み：

- ・OEM事業を軸とした海外への商品展開
- ・既存市場でのノウハウを活かした自社MDサービスの推進

業務の最適化に向けた取り組み：

- ・ECMの強化※
- ・商材開発に関するデータの蓄積と展開

社内業務へのAI活用（要約・スケジューリング・パワポ作成等）

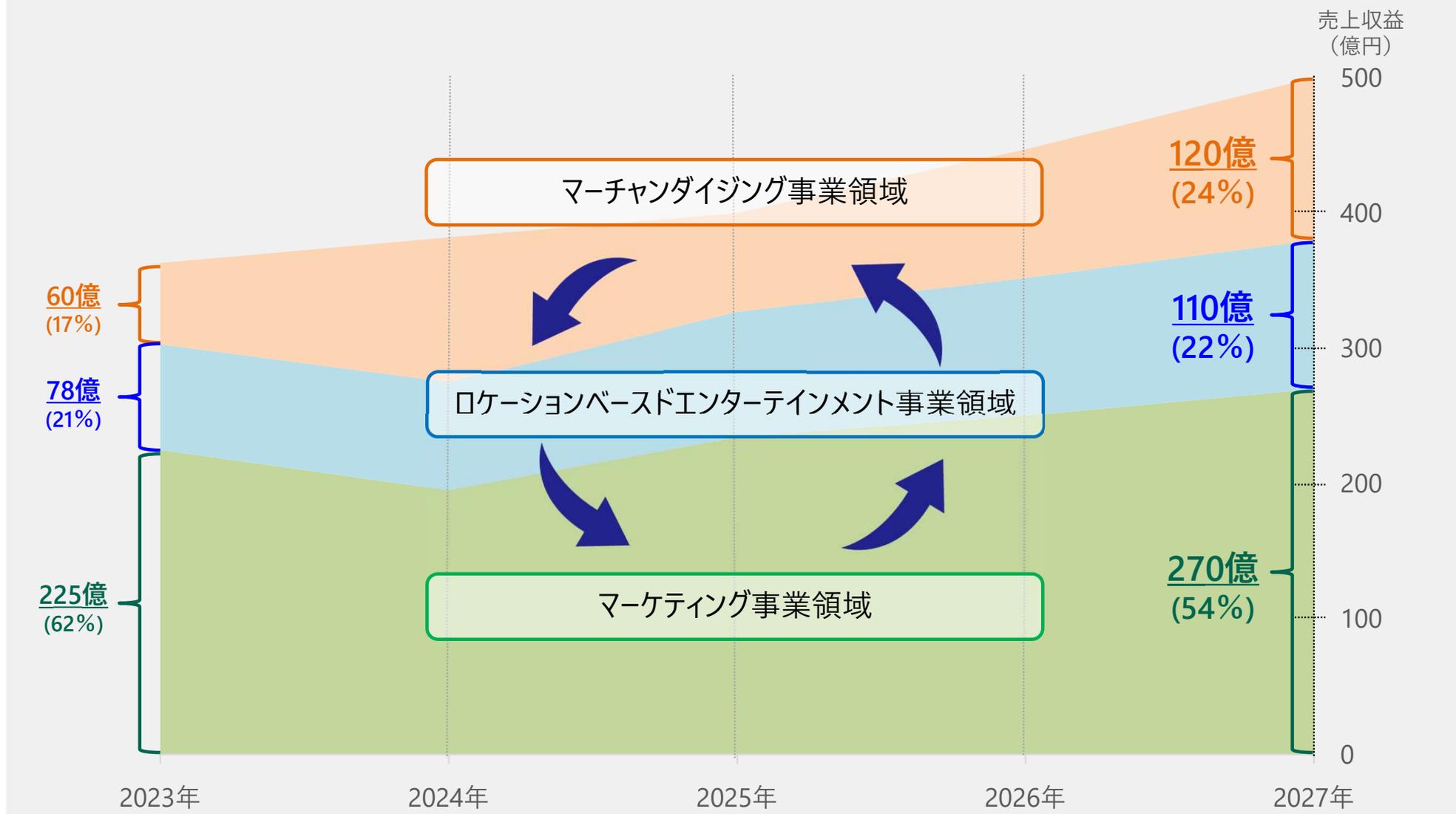
マーケティング支援市場

エクス・テインメント市場（最重要市場）

インタ×MD市場

重点ポイント②：事業ポートフォリオの最適化と業務の最適化

3つの事業領域に注力し、事業を推進することで中期的成長を実現します。



グループに必要な新規事業・海外・M&A・人的資本に対して、適正なバランスで、適正な収益性を確保しながら投資を進めていきます。

投資の最適化（適正なバランスで継続投資）

①新規事業

・案件ベースでの仮説・検証を数多く行い、事業化を狙っていく

②海外

・プラットフォーム拡大の延長線上で徐々に拡大

③M&A

・M&A投資方針に従って投資

④人的資本

・HDサステナビリティ方針と事業の成長に沿って継続投資

2027年12月期 数値目標

EBITDA※

50億円

EBITDAマージン※

10%以上

※簡易的に、EBITDA=営業利益+減価償却費で計算しています。

サステナビリティについて

CLホールディングスサステナビリティ委員会を中心に、マテリアリティを設定。
サステナビリティ推進室を中心に、各種取組みを推進中。

ホールディングスサステナビリティ方針

CLホールディングスは、経営理念の実践を通じて、持続可能な社会の実現に貢献します。

「事業」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

・キャラクターをアイコンに、環境に配慮した素材のオリジナル商品や、ご当地デザイン商品の販売を通じたSDGs訴求活動を展開

物販売上に対する廃棄在庫比率の改善



「人財」に関する主な取組み

人財創出の仕組みづくり

- ・フィロソフィ学習会
- ・理念教育
- ・リーダマネジメント教育
- ・ジュニアボード制度
- ・CHRO会議



▲ジュニアボード会議の様子

ダイバーシティ・エクイティ & インクルージョン (DE&I) の推進

- ・女性管理職比率の向上
- ・障がい者雇用の促進
- ・パートナーシップ証明書



▲女性マネージャー交流会の様子

「機能」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]

- ・再生陶器マグカップ、ティーカップ、ソーサー
- ・バイオマスプラスチックストロー
- ・フェアトレードコットンを使用したトートバッグ
- ・再生アクリル素材を使用したアクリルスタンド



▲木の端材を活用した各種ノベルティ

「会社」に関する主な取組み

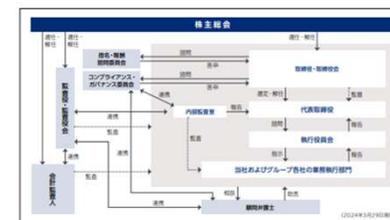
指名・報酬諮問委員会等の設置

・健全なコンプライアンス体制および透明性のあるコーポレート・ガバナンス体制の構築

コンプライアンス研修の実施

・全社員を対象としたオンライン研修の継続的な実施（個人と組織の両面からコンプライアンスを強化）

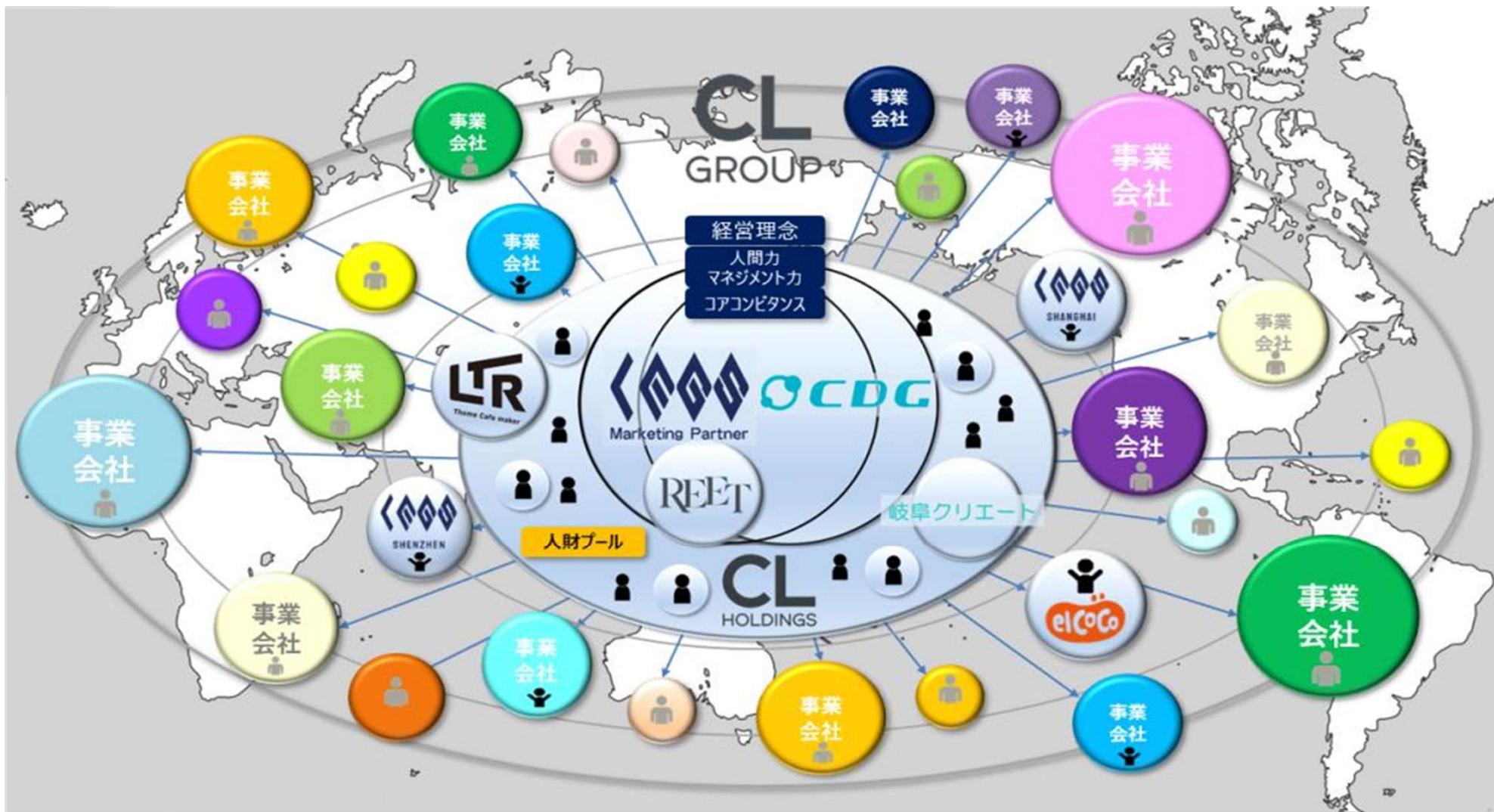
▼コーポレート・ガバナンス体制



CLグループ長期方針



人財育成と経営人財の創出



新規事業の創出と経営人財を輩出し続けるグループへ

・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。

