

2026年8月期

通期決算説明会

2026年10月23日

株式会社メディア工房

Index

01	2026年8月期 通期業績	3
02	構造改革への取組み状況	11
03	Appendix	18



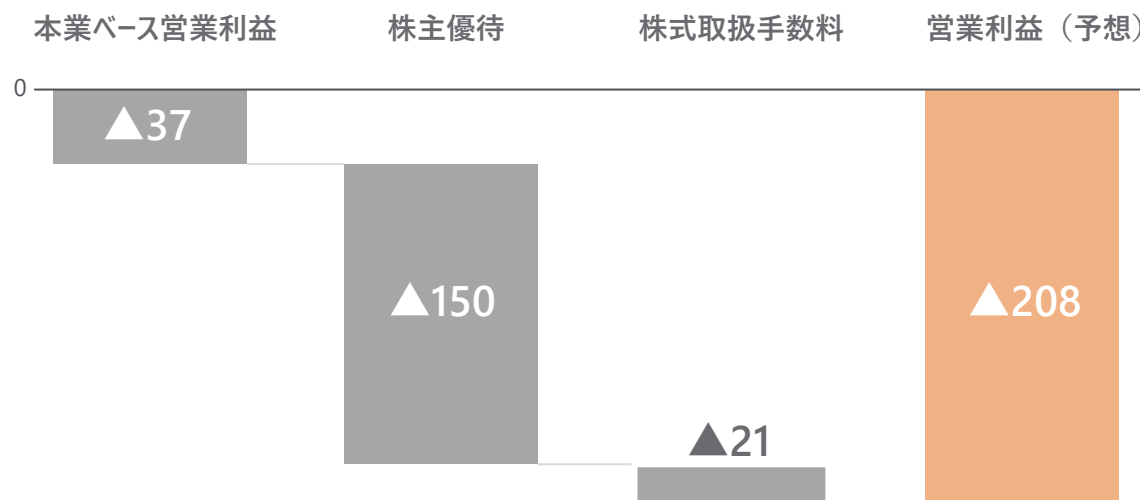
01

2026年8月期
通期業績

■ 株主優待費用と株式取扱手数料は営業活動から生じる費用ではないため、本業の収益力と分けて示す

2027年8月期 営業利益予想の内訳

(百万円)



参考：2026年8月期実績 営業利益 ▲533 本業ベース営業利益 ▲389

※本業ベース営業利益 = 営業利益 + 株主優待費用 + 株式取扱手数料（会計上の指標ではない参考値）。
出所：2026年8月期決算短信、2027年8月期業績予想、当社管理会計

2026年8月期

不採算資産を整理

電話占いシステム、占いデジタルコンテンツの新フレームワーク等を減損・除却（特別損失）



2027年8月期

本業は大幅な赤字圧縮の見通し

株主関連費用を除いた本業ベースで大幅に改善コスト削減と効率化による効果を見込む

1. 費用削減による効果 : 198百万円
2. 利益率改善による効果 : 141百万円
3. 売上増加による効果 : 13百万円



開示の考え方

事業と株主関連を分けて開示

本業ベース営業利益を参考指標として継続的に示す



株主関連費用を除いた本業は、2028年8月期に黒字化を見込む

- 株主関連費用は株主数の拡大と資本調達の実現に寄与。今後は時価総額を見据えた経営へ移行。



借入の資本への振替が進み、資金繰りの懸念は解消

今後の経営方針

利益重視から時価総額を見据えた経営へ

成長事業の確立（データを活用した法人向けサービス）と株主還元の効率化を両立する



※株主数は2026年8月末基準、時価総額は期中の水準、資本調達額は手取概算。
出所：株主名簿、適時開示資料（新株予約権・第三者割当）

財務基盤を固め、時価総額を見据えた経営へ移行する

- 主力のデジタルコンテンツ及びLINEチャット占いの低迷により減収。
- 新たな制作基盤の運用開始が遅延し、新規コンテンツの挺入れが遅延していること、個人アプリ開発者によるAI占いが代替サービス化し、相談件数が減少。
- 利益面は既存事業の減収影響に加え、新規事業推進に伴う人件費・外注費の増加、株主優待費用・オフィス移転費用の計上などにより減益。
- 事業構造改革の実施に伴い、固定資産除却損82百万円および減損損失142百万円、合計225百万円の特別損失を計上。

(百万円)	FY2025	FY2026	増減額	増減率 (%)
売上高	1,873	1,612	▲261	▲13.9
営業利益	▲323	▲534	▲210	-
経常利益	▲317	▲537	▲220	-
特別利益	-	47		
特別損失	▲114	▲225		
親会社株主帰属 中間純利益	▲508	▲716	▲208	-
一株当たり 中間純利益 (円)	▲50.21	▲66.61	▲16.4	-

< FY2026 特別利益内訳 (百万円) >

移転補償金	43
事業譲渡益	3

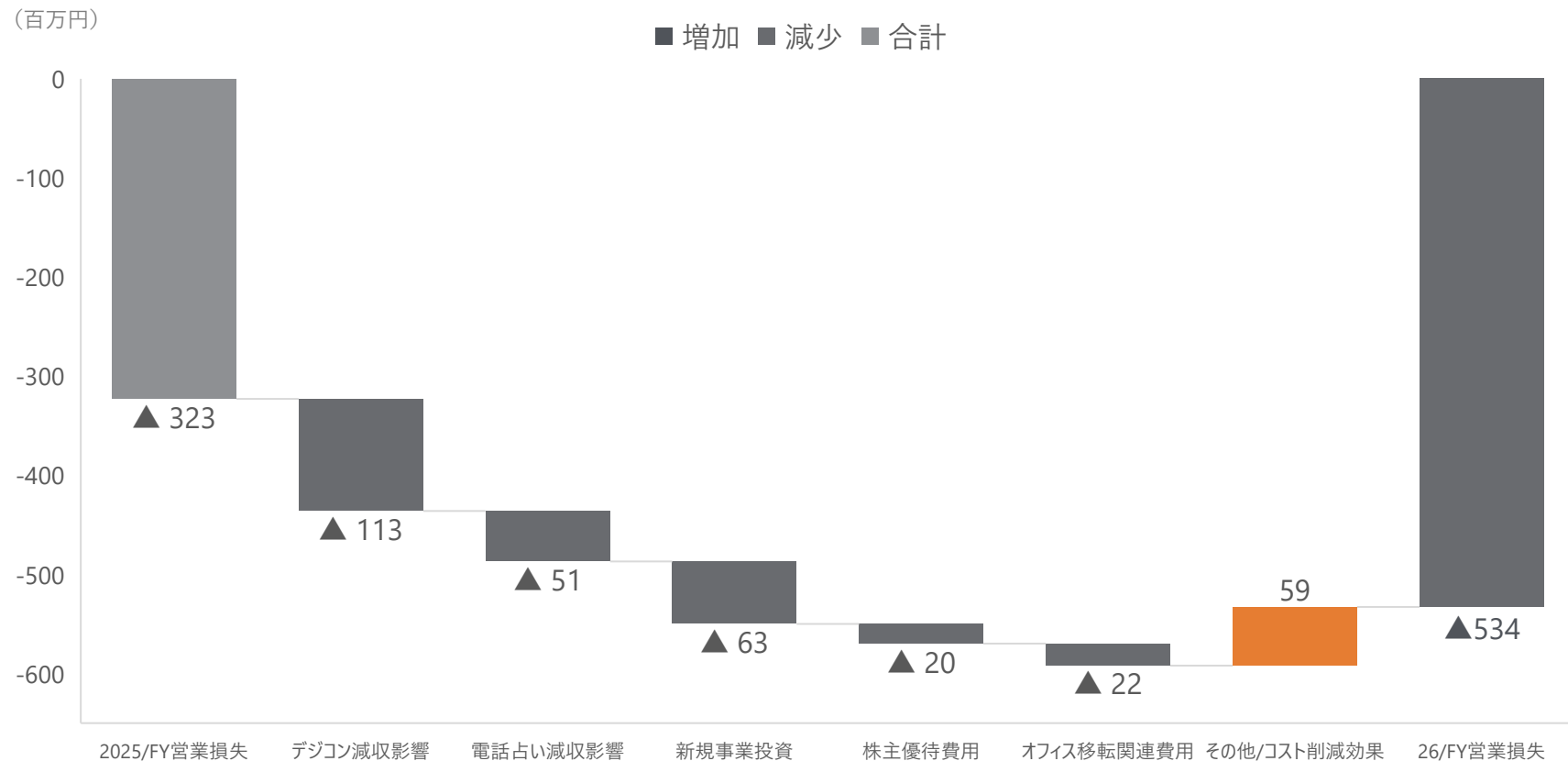
< FY2026 特別損失内訳 (百万円) >

固定資産除却損	▲82
(デジタルコンテンツ新フレームワーク)	(▲49)
(占い大百科の改修部分)	(▲8)
(電話占い共通基盤システム)	(▲25)
減損損失	▲142
(電話占いシステム)	(▲97)
(電話占い管理システム)	(▲28)
(BtoBソリューションシステム)	(▲17)

- デジコンは制作体制の再構築に時間を要しており減収減益。LINEチャット占いの不振により減収減益。
- データ・テクノロジー事業はきやらデンが拡大し増収。

(百万円)		FY2025	FY2026	増減額	増減率 (%)
合計	売上高	1,873	1,612	▲261	▲13.9
	営業利益	▲323	▲533	▲210	-
占い	売上高	1,761	1,491	▲270	▲15.3
	営業利益	386	221	▲165	▲42.7
デジタルコンテンツ	売上高	1,061	883	▲178	▲16.7
	営業利益	262	148	▲113	▲43.3
電話・チャット	売上高	700	608	▲92	▲13.1
	営業利益	124	73	▲51	▲41.3
データ・テクノロジー	売上高	109	113	4	3.9
	営業利益	▲7	▲171	▲164	-
その他	売上高	3	7	4	129.2
	営業利益	▲157	▲14	143	-
調整額	売上高	-	-	-	-
	営業利益	▲544	▲570	-25	-

- デジコン・電話占いの減収による利益減、新規事業投資や中間優待導入に伴う株主優待費用が減益要因。
- 営業損失は前年同期比で拡大した。



- 中間株主優待の新設に伴い引当金繰入額が増加。
- 新規事業投資や一時的なコンサルティング費用の発生により、業務委託料が増加。
- 人件費は「占い課金会社」から来期以降の「フィジカル領域への進出拡大」「データマーケティングビジネスの推進」に伴い、**BtoB及びOnetoOne**の人員拡充により増加。

(百万円)	FY2025	FY2026	増減額	増減率 (%)
販管費	1,232	1,228	▲4	▲0.3
人件費	312	354	41	13.3
広告宣伝費	280	238	▲42	▲15.0
減価償却費	4	19	15	383.5
オフィス賃料等	47	43	▲4	▲8.8
業務委託料	161	142	▲18	▲11.3
採用費	48	32	▲16	▲33.5
株主優待引当金繰入額	106	126	20	18.5
その他	274	275	0	0.1

- **AI活用と市場ニーズに沿った企画転換で収益改善の兆し、BtoB展開も前進**
制作効率の向上と新規コンテンツの売上貢献に加え、企業連携を通じた新たな収益機会の開拓を推進

自社メディアでAI制作の 効果が発現



- ・ サービス運営にAIを活用することで効率化
- ・ デザインもAIで生産性上昇。AIコンテンツ（ポケカノ、ポケカレ等）は完成段階

従量課金の売上が増加
8月売上約400万円増、
利益約200万円増

デジタルコンテンツを マーケットイン型へ転換



- ・ 「有名占い師 × 検索されやすいキーワード(片思い・復縁など)」で企画する方式に転換
- ・ AIではフォローできない悩みを抱えるユーザー向けに寄り添える機能開発

新規コンテンツがヒット
8月売上約700万円と快走

BtoB事業育成



2025年12月
顧客満足度の向上を目的とした
業務提携契約を締結
新規入会が通常を上回る効果



- ・ セレスが運営するポイントサイト「モッピー」において、占いコンテンツ「モッピータロット」の提供を開始

データを活用したサービスの
他分野展開を検討中



02

構造改革への取り組み状況

- 「きゃらデン」をはじめとする一部サービスにおいては売上の伸長がみられるものの、主力である占いコンテンツ及びLINEチャット占いにおける低調を補うには至っていない。
- 26年8月通期では、課題の原因を特定し、減損で不採算資産を整理した。

これまでの課題と実施した対応

	新規フレームワークの開発トラブル	運用を断念し除却。その他、電話占いシステム等とあわせて特損約2.2億円を計上
	新規コンテンツの不発	新規チームを縮小し、検索ニーズを起点としたマーケットイン型の企画へ転換
	広告費を増やしても利益が出ない	客単価の高い電話占い・きゃらデンへ広告配分を移す

環境認識

	AI台頭によりデジタルコンテンツ課金、チャット占い課金が縮小
	占い市場全体は1兆円規模で縮小していないが、「大多数向けコンテンツ」と「1対1の濃い占い」で二極化が進行

不採算資産を整理し、本業は収支均衡まで回復

- 生成AI技術を取り込みながら、代替されにくいフィジカル領域と人間的価値（通話・対面・イベント・感情的つながり）に着目し、経営資源を投下する。

基本方針：デジタルコンテンツとフィジカルサービスの融合

既存事業	新規事業
マーケットイン型のコンテンツ制作 A. ユーザーターゲット層を絞り B. エンタメ性を重視して C. AIではフォローできないユーザーに寄り添う コンテンツ作り	デジタルからフィジカル領域のサービスへ ・ 人間が本能的に有している感情・感性を満足させるサービス・コンテンツの提供 ・ 占い形式の多様化 ⇒ 電話占い及び占いイベントの強化
ターゲット層を絞ったプロモーション方法 <客単価に応じた広告配分> ・ 電話・チャット占い、きょうらデンに広告を重点配分 ・ あわせてプロモーションチームを新設 <デジタルコンテンツ> ・ ショート動画を中心にユーザーの悩みに刺さるLPを作成 ⇒ 無料占い→有料占いに誘導する	提供価値とAI技術の取り込み（新規事業） ・ データマーケティングの多分野展開 ・ AI ⇒ 集客・制作コスト削減 ⇒ 個人データの蓄積・分析 占いで蓄積した心理データや健康診断等のヘルスケア領域におけるデータを活用し、「心身の健康」へとサービス領域を広げる方針

AI駆動型開発で構造改革を推進し、フィジカル領域の強化へ

- AIに代替されにくい通話・対面・リアルイベント・感情的なつながりに経営資源を振り向け、人間的価値を大事にするBtoCと、イベントやグッズを軸にする新たなBtoBを推進。
- ソフトウェア開発と集客プロモーションでAIを活用し、収益性と既存・新規両方の事業基盤の強化を図る。

育成する事業



第1の柱 (BtoC)

電話占い・きやらでん等の
フィジカルサービス + デジタルコンテンツの
垂直統合エコシステム



第2の柱 (BtoB)

異業種連携・推し活・コラボグッズ・大学連携キャリア診断
クレカ会社/商業施設/イベントへの占いサービス提供 (占い師派遣)



第3の柱 (データマーケティング)

占い・心理診断データのパーソナライズ化によるデータマーケティング
価値の創出

ユーザーの心理的・嗜好傾向などから、生成AIを活用したクリエイティブを生成することで、再訪率/クリック率/開封率/購入率を向上させる

成果が出始めたAI活用状況



サービス運営にAIを活用することで効率化。
自社メディアで月売上約400万円増、利益約200万円増。



SNS×AI自動化による
集客インフラ構築

投稿作成コスト
90%削減



コンテンツ制作におけるデザイン及びAIコンテンツ(ポケカノ等)の開発はほぼ完了

新規事業を推進し、一定の成果に到達。収益貢献が始まっている

- AI台頭でも、ヒトの不安や悩みがなくなる限り、占い需要はなくなる限り。
→ AIでも代替可能な占術中心の占いから、ユーザーに寄り添った悩み解決できる占い事業へ再構築。
- BtoB、BtoCの顧客ニーズに合わせたサービスを提供する事で、事業構造改革を実施する。
- YouTubeを中心とした恋愛・癒しをテーマとしたSNSプラットフォームを構築 ⇒ IP化へ。
- 時価総額の拡大を目指す 「データ」を生かした新規事業の構築

01 きやらでんの増強・拡大



- ・「きやらでん」サービスの増強・拡大
- ・癒し要素の充実
- ・キャストの増員とファン強化
- ・キャストの動画を取り入れた自社運営 Youtubeからの送客
- ・きやらデンIP化

03 BtoBメディア連携



- ・クレディセゾンへの占い特集
- ・日運APIの提供
- ・その他、他社メディアやサービスと占い連携を推進

05 データビジネス BtoB展開の加速

02 占いイベント／占いをフックにした集客 ⇒ 占いIP化



04 デジタルコンテンツのマーケットイン化



- ・産学連携、企業と連携した診断コンテンツ企画
- ・企業が要望する診断を実装して、集客プロモーション機能として拡販

■ AI時代を迎えて データを生かした「心身ともに健康に」をサービスする企業へ変貌



- 古い事業を中心に既存事業の利益はプラスであり、新株予約権で調達した資金は新規の成長事業への投資として投下。
- 財務面はネットキャッシュで計画しており、手元キャッシュフローは運転資金等を考慮して十分な状況。

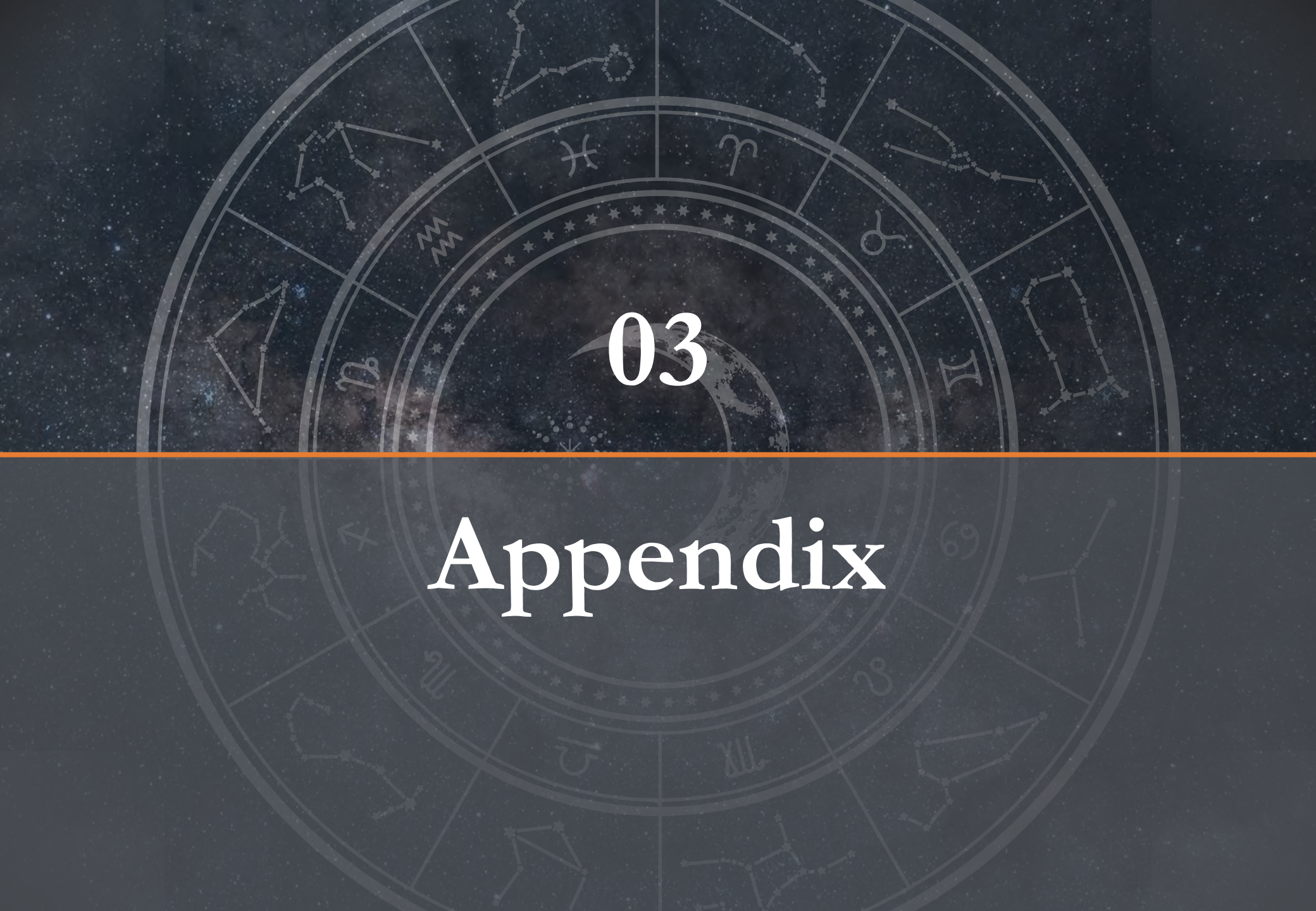
純資産および現預金の状況

	(百万円)		
	FY2025	FY2026	FY2026 10月23日時点
純資産	708	308	760
現預金	1,596	817	(株主優待費用支払い後) 950

※ 10月23日時点のネットキャッシュ：596百万円

これまで運転資金及び投資に必要な資金を手当てした

(調達資金の使途は5月23日開示「第三者割当による第3回新株予約権及び第1回無担保転換社債型新株予約権付社債の発行並びに第三者割当契約の締結に関するお知らせ」を参照)



03

Appendix

VALUE YOUR LIFE with Global Human Communication.

テクノロジーは日々驚くべきスピードで世界的に進化し続けています

私たちはこうしたテクノロジーの進化こそが

人々に新しいコミュニケーションをもたらすと信じています

私たちのミッションは デジタルコミュニケーションを通じて

人々を心から楽しませ 不安や悩みを解決する一助となり

世界的に人々が豊かな人間関係を構築し

社会がよりよくなるきっかけとなることです



社名	株式会社メディア工房
設立	1997年10月
資本金	451百万円
従業員数	56名 （8月末日時点：正社員数-連結）
平均年齢	38.9歳 （8月末日時点：グループ全体平均）
本社	東京都港区六本木7-15-9 住友不動産六本木セントラルタワー9階
子会社	3社（株式会社ミックスベース / 株式会社ギフトカムジャパン / 株式会社X square）
上場市場	東証グロース（3815）
事業内容	コンテンツ制作・配信事業・各種メディア事業 他
主要取引先	NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、ニフティ、LINEヤフー、ビッグロブ、グリーホールディングス、MIXI、ディー・エヌ・エー、楽天グループ、NTTドコモビジネス、iTunes（Apple Japan関連会社） ほか



代表取締役社長
長沢 一男

日本債券信用銀行（現 あおぞら銀行）出身。2000年に当社代表取締役就任。



取締役
長沢 和宙

富士通出身。2014年当社入社、2017年より当社取締役。現在はIPプロデュース、SNS運営、BtoB向けの業務提携等、複数部門の担当取締役。



取締役
酒井 康弘

野村證券出身。2006年の当社上場に経営管理体制の整備で貢献。現在はOne to One Marketing事業等、複数部門の担当取締役。



社外取締役
五十部 紀英



社外取締役
和田 育子



取締役
長沢 匡哲

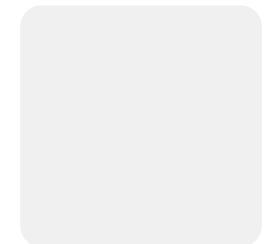
2002年当社入社、企画・モバイル・ゲーム・メディア等の各事業を統括し、現在はデジタルコンテンツ事業担当取締役。



社外監査役
大塚 尚



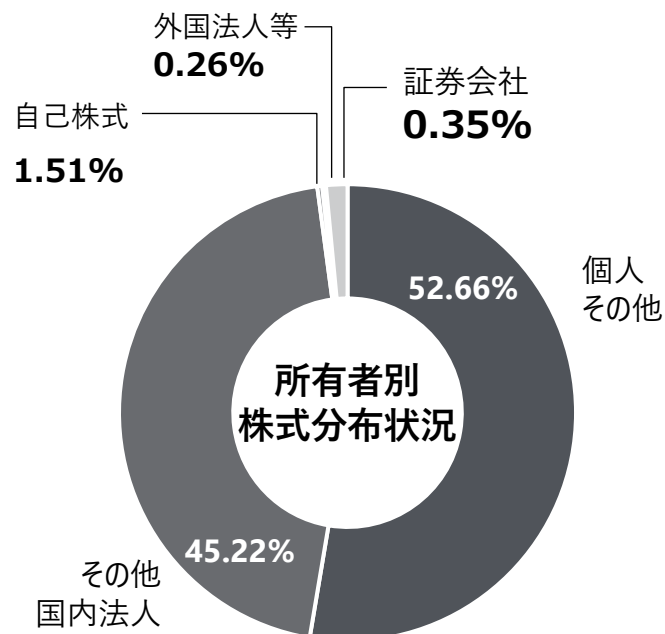
社外監査役
篠原 尚之



社外監査役
松川 和人

株主情報

上場証券取引所	東京証券取引所 グロー市場
証券コード	3815
発行済株式総数	11,300,000株
株主数	30,490名 (内 議決権を有する株主数 29,314名)



株式の流動性

流通株式数	38,496単位
流通株式比率	34.06%

大株主の状況

	株主名	所有株式数 (株)	所有割合 (%)
1	株式会社エヌカルテット	4,859,000	43.66
2	長沢 一男	1,846,300	16.59
3	長沢 敦子	182,600	1.64
4	マイルストーンキャピタル マネジメント株式会社	155,000	1.39
5	長沢 匡哲	86,700	0.78
6	株式会社千里眼	82,200	0.74
7	長谷川 かほり	24,900	0.22
8	モルガン・スタンレー M U F G 証券株式会社	22,500	0.20
9	長沢和宙	19,800	0.18
10	酒井康弘	16,600	0.15

※ 当社は自己株式として171,144株（保有割合1.51%）を保有しておりますが、大株主の状況からは控除しております。

（百万円）	FY2025	FY2026	増減額	増減率（％）
流動資産	1,860	1,041	▲ 818	▲ 44.0
うち現金及び預金	1,595	816	▲ 778	▲ 48.8
うち売掛金	196	170	▲ 25	▲ 13.2
固定資産	417	222	▲ 194	▲ 46.6
うちソフトウェア	102	38	▲ 63	▲ 62.3
うちソフトウェア仮勘定	98	2	▲ 95	▲ 97.4
うち敷金及び保証金	94	46	▲ 47	▲ 51.0
資産合計	2,277	1,264	▲ 1,012	▲ 44.5

流動資産

- 現預金：借入金の返済(純額) ▲456百万円

固定資産

- ソフトウェアおよびソフトウェア仮勘定の減少：占い新フレームワーク/電話占い基盤システム等にかかる固定資産除却損82百万円
電話占い用管理システム/BtoBソリューションシステム等にかかる減損損失142百万円

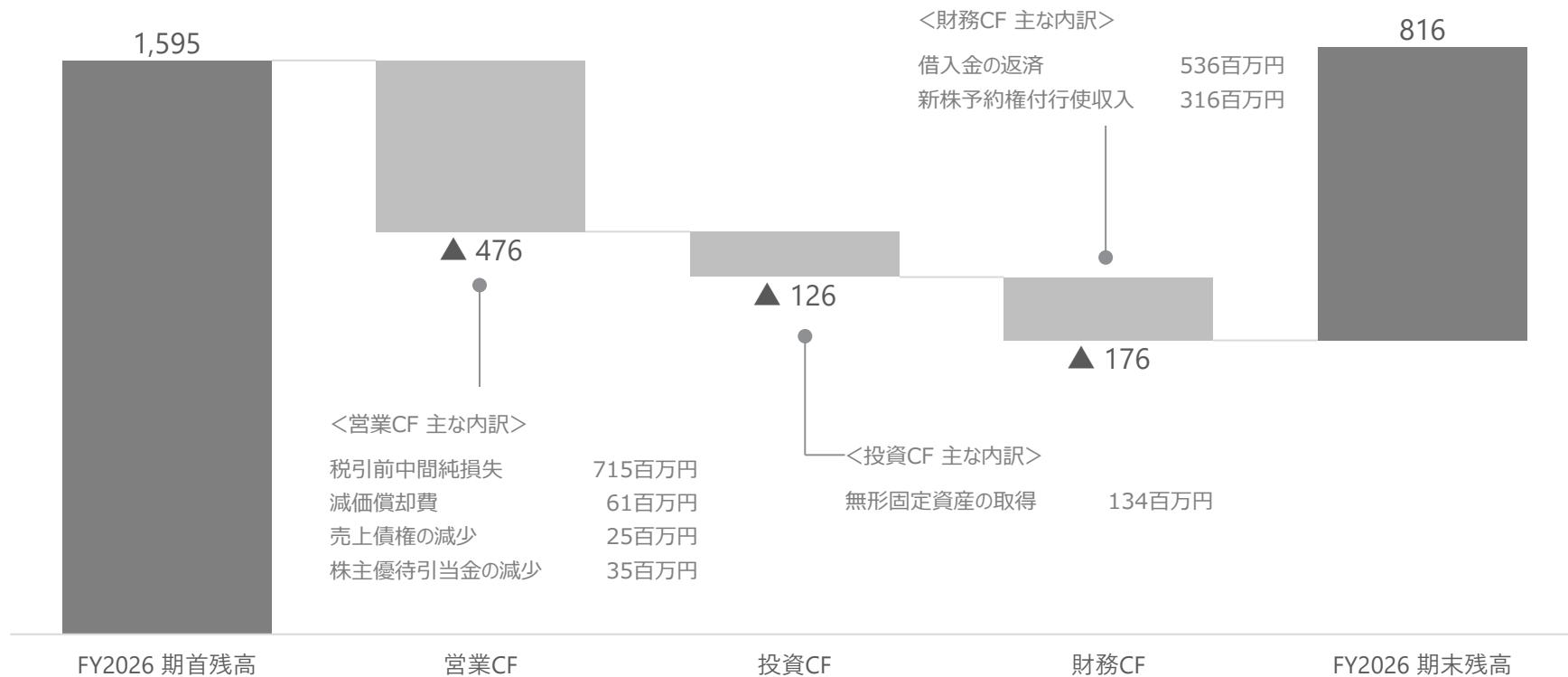
連結貸借対照表（負債／純資産の部）

Media Kobo, Inc
株式会社 メディア工房

（百万円）	FY2025	FY2026	増減額	増減率（％）
流動負債	977	573	▲ 403	▲ 41.3
うち買掛金	47	41	▲ 5	▲ 11.1
うち短期借入金	97	60	▲ 36	▲ 37.4
うち1年内返済予定の長期借入金	511	269	▲ 242	▲ 47.3
うち株主優待引当金	107	71	▲ 35	▲ 33.3
固定負債	592	382	▲ 209	▲ 35.4
うち転換社債型新株予約権付社債	300	300	—	—
うち長期借入金	292	77	▲ 214	▲ 73.3
負債	1,569	956	▲ 613	▲ 39.1
株主資本	704	306	▲ 397	▲ 56.5
うち資本金	451	451	—	—
うち利益剰余金	442	466	23	5.4
うち自己株式	▲ 366	▲ 72	294	—
新株予約権	3	1	▲ 2	▲ 52.2
純資産	708	308	▲ 399	▲ 56.4

- 手元資金の減少を踏まえ、キャッシュ創出力の回復を重視。コスト削減と収益力の改善を通じ、営業CFの改善を目指す
- 第三者割当による資金調達を通じた財務基盤の強化を推進 (※)
- ネットキャッシュ 108百万円 フリーキャッシュフロー ▲602百万円

(百万円)



※ FY2025 : ネットキャッシュ 694百万円 フリーキャッシュフロー ▲440百万円

※2026年10月5日付「第3回新株予約権の取得・消却及び第1回無担保転換社債型新株予約権付社債の償還（予定）並びに資金使途の変更並びに第三者割当による新株式及び第4回新株予約権の発行に関するお知らせ」をご参照ください。

強みと特徴



占いの価値にフォーカスしたビジネス展開

- ・寄り添い
- ・背中を押されたい
- ・明るく前向きな気持ち
- ・カウンセリング
- ・コーチング
- ・エンタメ



占い専門の唯一の上場企業としての信用力

- ・人気占い師
- ・コンテンツ制作運用実績
- ・顧客基盤
- ・販売及び調達の商流



データの保有量

- ・悩みデータ、心理データ、行動データ



ビジネスのポテンシャル

ミレニアル世代のライフスタイルに響きうる

アセットバリューがある

大きな価値である可能性

- 占いコンテンツは、寄り添い、カウンセリング、コーチング、前向きな気持ちになる、といった心理的な効用がある。
- 提供方法が多様化し、オンライン・SNSでのライブなど、双方向的でZ世代・ミレニアル世代の求めるインスタントなコミュニケーションが可能。占いビジネスは、成長分野である彼らのライフスタイル市場にアプローチできる。

当社の成長戦略：成長分野であるZ世代・ミレニアル世代向けライフスタイル市場をターゲット



ミレニアル世代は、インスタントなコミュニケーションを好み、常に楽しくいたいという欲求がある。占いにより、彼らの**ライフスタイル市場 x スピリチュアル市場**（矢野経済の定義：心理的な効用をもたらすサービス全般を指す）に当社は成長機会を見出す。

■ 戦略のアプローチ（当社の特徴を活かす）

- ・ 占いの本質的価値に着目したサービスの提供
- ・ 上場企業ならではの戦略（信用力と知名度を活かす）を採用
- ・ 無形資産のアセットバリューを活用

■ 戦略のマイルストーン

これらにより、短期的には、①収益源の多様化と、占いコンテンツを提供するプラットフォーム化を図る。

中期的には、②B2Cに向けたIPビジネスを、長期的には、③心理・悩み診断データを活用したB2Bソリューション提供を目指す。

ただし、規律として、CFとROIを重視した運営を図り、ポジティブなキャッシュフローの創出に向け、事業戦略の優先順位付けを行う。

- 自社IPを起点に得られる占い・心理診断データをもとに、データ・テクノロジー事業を展開。
- データ資産をサービス開発や業務提携で、幅広く循環的に活用し顧客価値を高める。

(1) 自社IPのプロデュース

これまでのヒットコンテンツのナレッジを活用し、人気ある占いIPを創出する。

(2) 顧客基盤の拡大

人気IPを起点にコンテンツ制作・グッズ物販を多面的に展開し、導線拡大によって顧客基盤を強化。

(3) データ・テクノロジー事業の展開

豊富な顧客基盤から得られるデータ資産によりデータビジネスを推進。
また、蓄積された占い・心理診断データから診断サービスを提供。
診断結果に基づく適切な外部サービスと連携することで、顧客への提供価値を一層高める。

データ・テクノロジー事業
自社IPを起点に蓄えられたデータ資産を活用し、顧客への提供価値を高める。

- ミレニウム世代のライフスタイル市場を当社の成長機会ととらえ、成長戦略を実施していく。
- 重点施策として、キャッシュフローとROIの重視を念頭に、マーケティング施策と生成AIの活用を進める。

重点施策

1. マーケティングの効率性を高めていくこと
→ Youtube、SNS、TikTok、コラボレーション・監修
2. 即効性のあるキャッシュ創出に取り組むこと
→ 提携による導線拡大、コンテンツ制作の企画と品質向上、グッズ販売 (例)ステッカー
3. 生成AIの研究開発
→ コンテンツ制作における活用、IPプロデュースにおける活用



株価を意識した施策

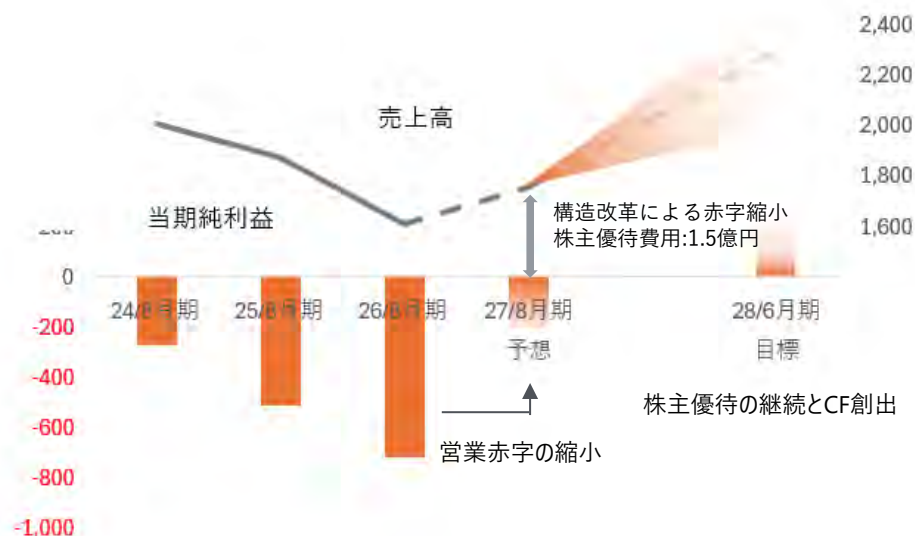
1. 事業戦略においてキャッシュフローの出易さを考慮し、取り組みに優先順位をつけること
2. 株主優待を継続すること
→ 資本戦略上の重要事項であり、個人投資家の皆さまのご要望で最も大きいと認識
3. 積極的なIRPRを図る旨
→ 事業進捗を適宜ステークホルダーの皆さまへお知らせする目的



- 2024年8月期から株主優待を導入。
- 株主の皆様にご感謝の意を表すとともに、株主優待を資本市場との信頼関係構築の手段の一つとして位置付け。
- 2026年8月期より中間優待を新設。今後も資本市場との信頼関係構築に努めてまいります。

投資と業績のタイミングの考え方

- 構造改革は収益効果が比較的早い業務提携等を優先的に取組み
- キャッシュフローを重視した経営施策を優先し、早期の黒字化を図る



株主優待制度

対象となる株主様

毎年2月末日および8月31日現在で株主名簿に記載されている株主様のうち100株（単元株）以上を保有されている株主様

優待の内容

中間優待（2月末日）

100株（単元株）以上：デジタルギフト 2,000円相当

100株（単元株）以上かつ1年以上継続保有：デジタルギフト 2,500円相当

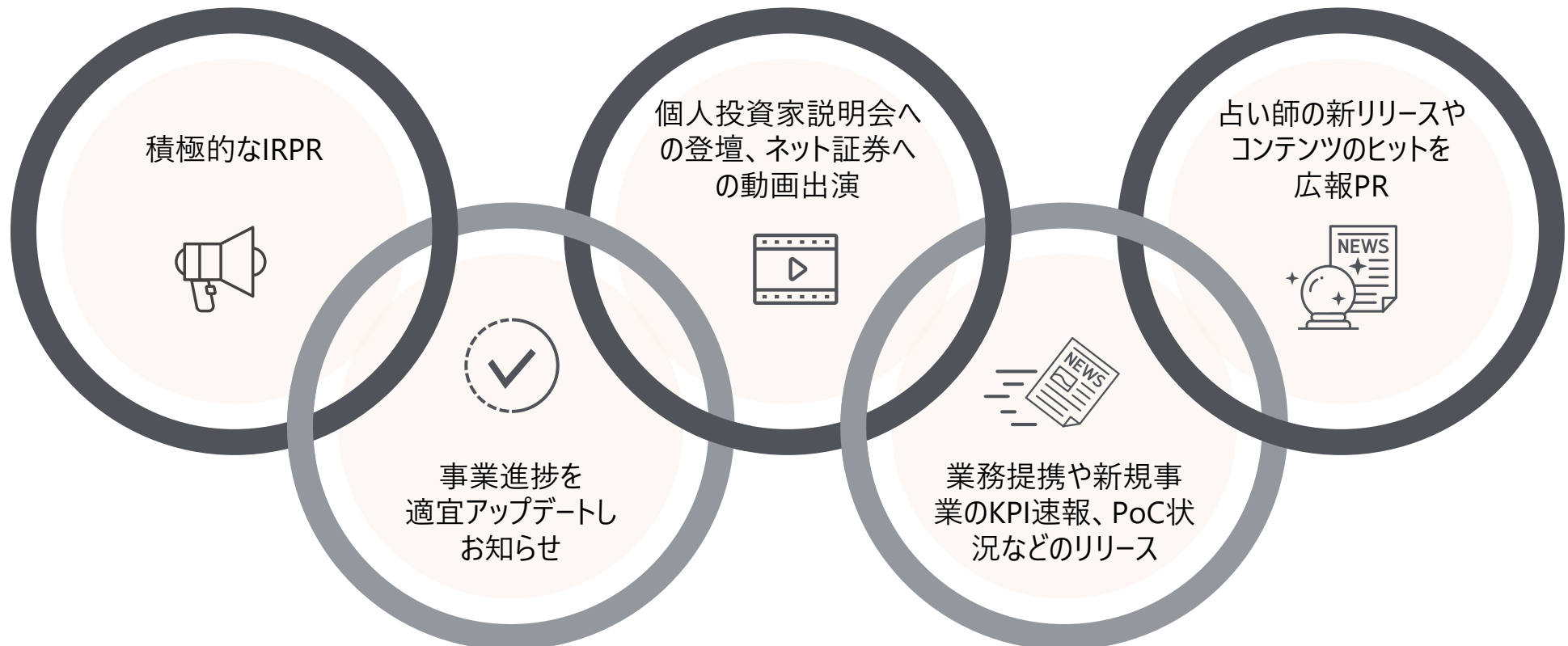
期末優待（8月31日）

100株（単元株）以上：デジタルギフト 2,000円相当

100株（単元株）以上かつ1年以上継続保有：デジタルギフト 2,500円相当

※継続保有期間1年以上の判定基準日は、従来どおり8月31日のみです。

- 投資家コミュニケーションを積極的に行い、株主の期待と不安に配慮したベンチマークを設定します。
- また、事業進捗に応じ、適宜ステークホルダーの皆様にお知らせしたい事項は広報PRと連携して発信いたします。



成長を応援してくれる株主への期待に応え、時価総額100億円を目指します。

本資料は、当社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券への投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控え願います。

本資料に記載された意見や予測等の情報は、本資料作成時点の当社の判断によるものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれております。

そのため、事業環境の変更等の様々な要因により、実際の業績および記載されている将来の見通しとは乖離が生じる可能性があります。当社としてその実現を約束する趣旨のものではありませんことをご了承ください。

■ 本資料に関するお問合せ

株式会社メディア工房
経営企画IR 担当

TEL : 03-5549-1804
FAX : 03-3586-4480

MAIL : irpr@mkb.ne.jp
HP : <http://www.mkb.ne.jp/>