



**TOKYO TSUSHIN**

## **2020年12月期 決算説明資料**

2021年2月12日

証券コード：7359 東証マザーズ



1.	2020年12月期決算概要	P. 3
2.	2021年12月期業績計画	P. 11
3.	セグメント別概況	P. 15
4.	成長戦略、中期経営方針	P. 27
5.	appendix - corporate profile -	P. 31
	appendix - 市場データ -	P. 47

## ご注意

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を約束する趣旨のものではありません。従って、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性がありますことをご承知おき下さい。



# 1. 2020年12月期決算概要



# 1. 2020年12月期 決算ハイライト

## 連結業績

既存事業の伸長により、対前年度比で増収増益を達成

新型コロナウイルス感染拡大に関して、業績への大きな影響は見られませんでした。

売上高	： 2,449 百万円	Y on Y	： 49.3 %増
営業利益	： 383 百万円	Y on Y	： 41.6 %増

## アプリ事業

ハイパーカジュアルゲームアプリの売上高が大幅成長

売上高	： 2,099 百万円	Y on Y	： 55.4 %増
営業利益	： 480 百万円	Y on Y	： 43.3 %増

## 広告代理事業

主要広告主の取引（運用型広告）が増加

売上高	： 328 百万円	Y on Y	： 15.8 %増
営業利益	： 244 百万円	Y on Y	： 23.0 %増

## その他

新規事業領域への人員増にともない人件費が増加

売上高	： 20 百万円	Y on Y	： 324.5 %増
営業利益	： △30 百万円	Y on Y	： 2 百万円

## 調整額

管理部門体制の強化と新規上場にもなう費用が増加

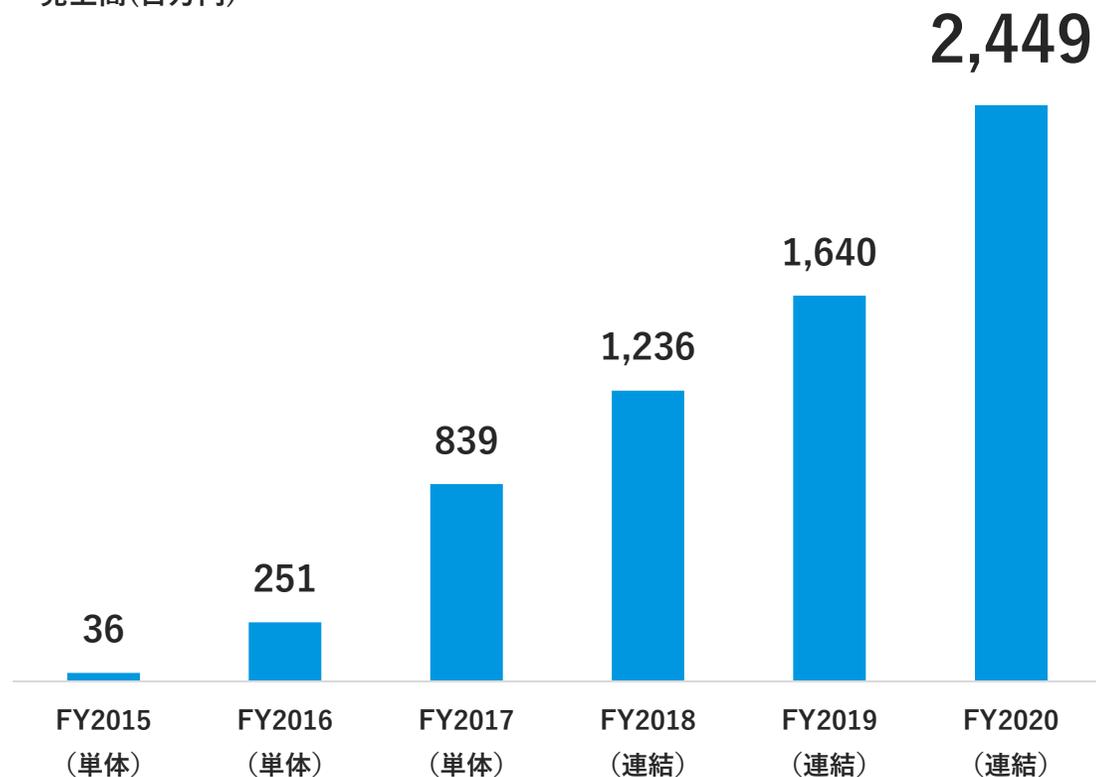
営業利益	： △311 百万円	Y on Y	： △80 百万円
------	------------	--------	-----------

# 1-1. 2020年12月期決算概要 / 全社実績

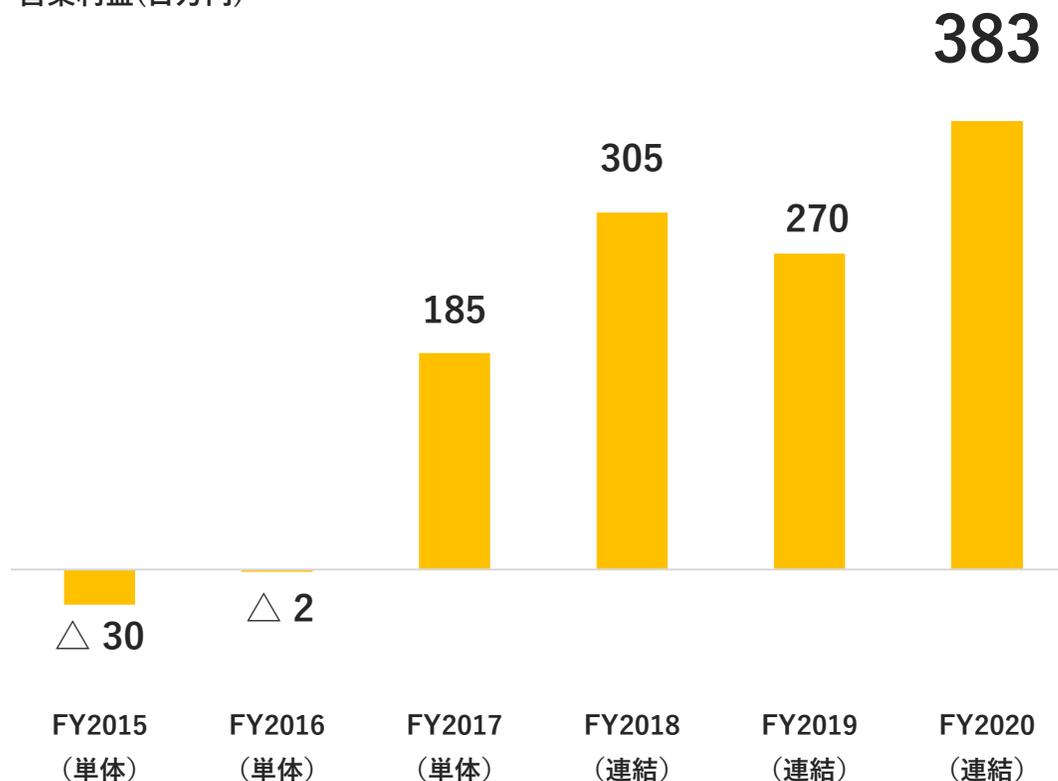
売上高 **2,449** 百万円(Y on Y 49.3%増)

営業利益 **383** 百万円(Y on Y 41.6%増)

売上高(百万円)



営業利益(百万円)



※当社は2018年12月期より連結財務諸表を作成しているため、2017年12月期以前の実績については単体ベースで記載しております。

# 1-2. 2020年12月期決算概要 / 全社実績

(百万円)	FY2019	FY2020		YoY
	実績	計画 ※1	実績	
売上高	1,640	2,449	2,449	49.3%増
営業利益 (利益率)	270 (16.5%)	380 (15.5%)	383 (15.6%)	41.6%増 (△0.9pt)
経常利益 (利益率)	268 (16.3%)	360 (14.7%)	369 (15.1%)	37.8%増 (△1.3pt)
親会社株主に帰属 する当期純利益 (利益率)	144 (8.8%)	190 (7.8%)	193 (7.9%)	33.4%増 (△0.9pt)

- アプリ事業におけるグローバル戦略の推進が奏功し、増収増益
- 主力事業において新型コロナウイルスのネガティブな影響は見られず

主な経営指標	FY2019	FY2020
EPS	33.7 円	44.6 円
ROA	26.2 %	31.4 %
ROE	33.1 %	27.1 %
FCF※2	75 百万円	219 百万円

※1. 当社は2021年1月20日に業績予想の修正（上方）を行っております。

※2. FCFは「営業CF」+「投資CF」にて算出しております。



## 1-3. 事業セグメント別実績

		FY2019	FY2020	増減	
		実績	実績		
連結業績	(百万円)				
	売上高	1,640	2,449	808	
	営業利益	270	383	112	
	(利益率)	(16.5%)	(15.6%)	(△0.9%)	
	売上高	1,351	2,099	748	
	アプリ事業	営業利益	335	480	145
	(利益率)	(24.8%)	(22.9%)	(△1.9%)	
	売上高	283	328	44	
	広告代理事業	営業利益	198	244	45
	(利益率)	(70.1%)	(74.4%)	(4.4%)	
	売上高	4	20	16	
その他	営業利益	△32	△30	2	
(利益率)	(—)	(—)	(—)		
調整額	営業利益	△230	△311	△80	



## 1-4. 連結損益計算書

(百万円)	FY2019	FY2020	増減
売上高	1,640	2,449	808
売上原価	79	101	22
	(4.9%)	(4.2%)	(△0.7pt)
売上総利益	1,560	2,347	786
	(95.1%)	(95.8%)	(+0.7pt)
販売費及び一般管理費	1,289	1,964	674
	(78.6%)	(80.2%)	(+1.5pt)
営業利益	270	383	112
	(16.5%)	(15.6%)	(△0.9pt)
営業外損益	△2	△13	△11
経常利益	268	369	101
	(16.3%)	(15.1%)	(△1.3pt)
特別損益	—	△4	△4
税金等調整前当期純利益	268	365	97
	(16.3%)	(14.9%)	(△1.4pt)
法人税等	94	121	26
税負担率	35.4%	33.2%	△2.2pt
非支配株主に帰属する当期純利益	28	50	22
親会社株主に帰属する当期純利益	144	193	48
	(8.8%)	(7.9%)	(△0.9pt)

※()内は対売上高比率になります。

### 販売費及び一般管理費の主な増減内訳

● 広告出稿費 +560 百万円

-国内向けカジュアルゲーム出稿費 △ 81 百万円

-グローバル広告出稿費 +642 百万円

● 人件費 +114 百万円

-既存事業の増員、新規事業拡大、  
管理部門体制強化にともなう人件費の増加



## 1-5. 連結貸借対照表

(百万円)	FY2019	FY2020	増減
<b>流動資産</b>	<b>720</b>	<b>1,272</b>	<b>552</b>
現預金	384	693	308
売掛金	296	548	252
その他	39	30	△9
<b>固定資産</b>	<b>153</b>	<b>205</b>	<b>52</b>
有形固定資産	41	64	22
無形固定資産	29	25	△3
投資その他資産	82	116	33
<b>資産合計</b>	<b>874</b>	<b>1,478</b>	<b>604</b>

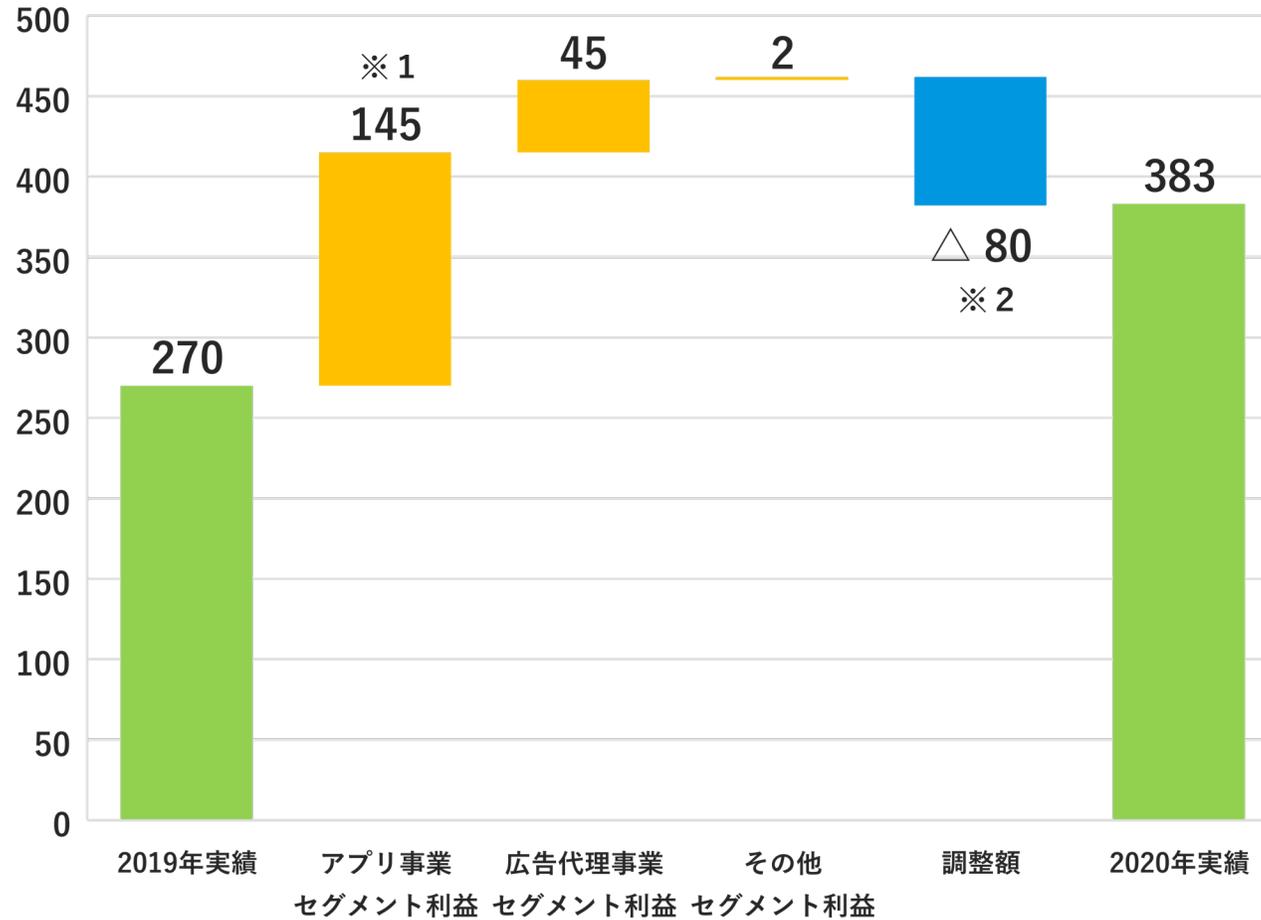
(百万円)	FY2019	FY2020	増減
<b>流動負債</b>	<b>271</b>	<b>526</b>	<b>255</b>
買掛金	70	46	△24
未払金	149	361	212
未払法人税	32	90	58
その他	18	27	8
<b>固定負債</b>	<b>11</b>	<b>20</b>	<b>8</b>
<b>負債合計</b>	<b>282</b>	<b>547</b>	<b>264</b>
<b>株主資本</b>	<b>497</b>	<b>931</b>	<b>434</b>
資本金	95	471	375
資本剰余金	92	—	△92
利益剰余金	308	460	151
非支配株主持分	94	—	△94
<b>純資産計</b>	<b>591</b>	<b>931</b>	<b>340</b>
<b>負債・純資産計</b>	<b>874</b>	<b>1,478</b>	<b>604</b>



# 1-6. 営業利益増減分析

(単位：百万円)

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



## ※1. アプリ事業におけるハイパーカジュアルゲームアプリが好調に進捗

ハイパーカジュアルゲームアプリを含むグローバル売上高は、前期の1億46百万円から594.4%増加の10億18百万円、貢献利益（売上高-広告出稿費）は、前期の2百万円から8,352.3%増加の2億32百万円と大きく成長

## ※2. 管理部門人件費の増加、上場コストの計上

調整額は主に各報告セグメントに配賦されない管理部門の人件費等の全社費用。

人件費は前期比27.5%増の1億72百万円。上場に伴う費用が増加し、支払報酬料が前期比57.7%増の52百万円、支払手数料が88.6%増の20百万円



## 2. 2021年12月期業績計画

## 2-1. 2021年12月期業績計画 / 全社業績計画

(百万円)	FY2020	FY2021	増減
	実績	計画	
売上高	2,449	2,763	314
営業利益 (利益率)	383 (15.6%)	352 (12.8%)	△30 (△2.9pt)
経常利益 (利益率)	369 (15.1%)	353 (12.8%)	△15 (△2.3pt)
親会社株主に帰属 する当期純利益 (利益率)	193 (7.9%)	227 (8.2%)	33 (+0.3pt)

主力事業である  
アプリ事業及び広告代理事業は増収増益を計画

アプリ事業は引き続きグローバル戦略を強化し、  
ハイパーカジュアルゲームアプリの運用本数の  
増加による成長を推進

また、今後の更なる成長に向けて積極的に新規  
事業投資を予定

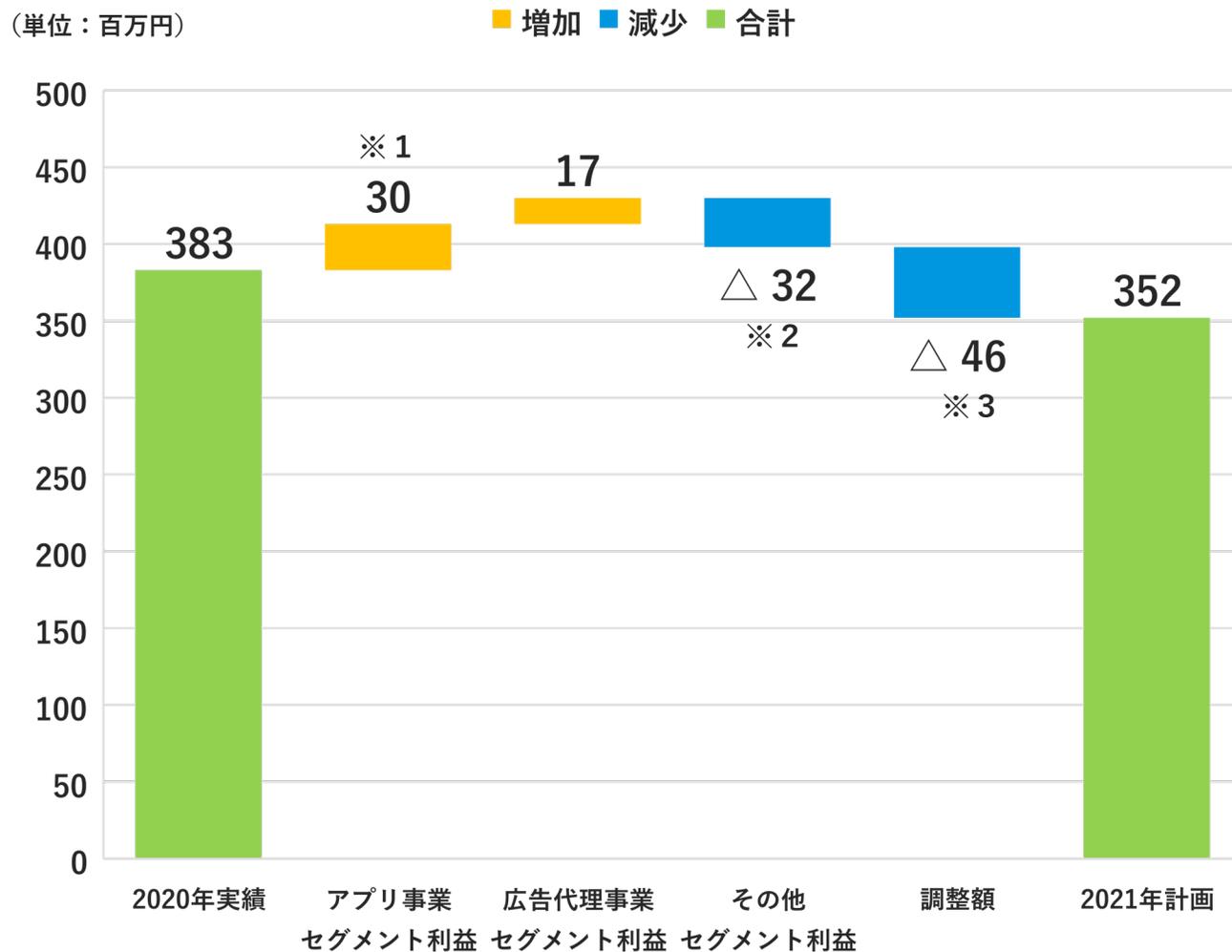
※新型コロナウイルス感染拡大に関して、連結業績見通しへの影響は軽微であり見込んでおりませんが、新型コロナウイルス感染症の収束時期や影響範囲等、さまざまな要因により大きく変動する可能性があります。当該連結業績見通しに影響を及ぼす事象が生じた場合には速やかに公表いたします。



## 2-2. 事業セグメント別計画

		(百万円)	FY2020	FY2021	増減
			実績	計画	
連結業績		売上高	2,449	2,763	314
		営業利益	383	352	△30
		(利益率)	(15.6%)	(12.8%)	(△2.9pt)
	アプリ事業	売上高	2,099	2,341	242
		営業利益	480	511	30
		(利益率)	(22.9%)	(21.8%)	(△1.1pt)
	広告代理事業	売上高	328	382	54
		営業利益	244	262	17
		(利益率)	(74.4%)	(68.5%)	(△5.9pt)
	その他	売上高	20	38	17
		営業利益	△30	△63	△32
(利益率)		(—)	(—)	(—)	
調整額	営業利益	△311	△357	△46	

## 2-3. 営業利益増減分析 / 計画対前年度比



### ※1. ハイパーカジュアルゲームアプリの伸長

ハイパーカジュアルゲームアプリを含むグローバルの売上高は、前期の10億18百万円から37.4%増の13億98百万円、貢献利益（売上高-広告出稿費）は前期の2億32百万円から65.9%増の3億85百万円を計画

一方で国内カジュアルゲームアプリの売上高は、前期の9億81百万円から12.8%減の8億55百万円、貢献利益（売上高-広告出稿費）は、前期の4億60百万円から14.1%減の3億95百万円を計画。  
リソースの一部をより成長性が見込めるグローバルへ移管し、事業全体の継続的成長に努めていく

### ※2. 新規事業として複数の動画関連サービス事業を推進する予定

新規事業関連コストとして32百万円を見込む

### ※3. 全社共通人件費の増加

全社共通の人件費は前期の1億72百万円から28.8%増の2億22百万円を計画。企画職の増員を図り新規事業分野への貢献に期待。  
今後、新規事業分野へ配賦する可能性あり



## 3. セグメント別概況

# 3-1. 事業別概況 / アプリ事業 - FY2020実績

FY2020

(単位：百万円)

	国内向け カジュアルゲームアプリ		グローバル ※1		ストック収入等 ※2		合計	
		対前期比 増減率等		対前期比 増減率等		対前期比 増減率等		対前期比 増減率等
運用本数 (月平均)	182	△229本	41	+19本	1,765	+397本	1,988	+187本
アプリ 1 本当たり売上高 (月平均、単位千円)	449	108.3%	2,069	272.6%	4	△45.0%	88	40.7%
売上高 (a)	981	△7.7%	1,018	594.4%	100	△29.1%	2,099	55.4%
広告出稿費 (b)	520	△13.6%	785	446.3%	0	△35.3%	1,306	75.0%
貢献利益 (a) - (b)	460	△0.1%	232	8352.3%	99	△29.0%	792	31.1%
貢献利益率	47.0%	+3.6pt	22.8%	+20.9pt	99.6%	+0pt	37.8%	△7.0pt

※1. グローバルの売上高は主にハイパーカジュアルゲームアプリの売上高となります。

※2. ストック収入等の内容は主にストック収入であります。各管理区分に配賦されない一部の広告出稿費等を含めております。

ハイパーカジュアルゲームアプリ  
「Save them all」



### 国内向けカジュアルゲームアプリ

広告出稿方法を見直した結果、運用本数は減少したが、貢献利益はアプリ 1 本当たりの売上高を増加させたことによって前年の水準を維持。



国内向けカジュアルゲームアプリを手掛ける子会社「MASK」が、App Annie2020年市場別ランキング（国内／ダウンロード数）トップパブリッシャー部門で第2位を獲得

出所：App Annie社『モバイル市場年鑑レポート2021』

### グローバル（国内・海外ハイパーカジュアルゲームアプリ及び海外カジュアルゲームアプリ）

運用本数の増加による成長を推進。ハイパーカジュアルゲームアプリの運用が順調に進捗。特に2020年の年末にかけて「Save them all」が突出した成果を出し全社業績を大きく牽引。



2020年11月より本格運用を開始した「Save them all」がApp Store『ゲームカテゴリ』DLランキングにて、国内をはじめとする6か国で1位を獲得『カジュアル』カテゴリでは23か国で1位を獲得

# 3-1. 事業別概況 / アプリ事業 - FY2021見通し

FY2021

(単位：百万円)

	国内向け カジュアルゲームアプリ		グローバル※		ストック収入等		合計	
		対前期比 増減率等		対前期比 増減率等		対前期比 増減率等		対前期比 増減率等
運用本数（月平均）	173	△9本	43	+2本	1,898	+133本	2,114	+126本
アプリ 1 本当たり売上高 （月平均、単位千円）	412	△8.2%	2,710	31.0%	3	△19.1%	92	4.9%
売上高（a）	855	△12.8%	<b>1,398</b>	<b>37.4%</b>	87	△13.0%	2,341	11.5%
広告出稿費（b）	460	△11.6%	1,013	29.0%	—	—	1,473	12.8%
貢献利益（a） - （b）	395	△14.1%	385	65.9%	87	△12.6%	867	9.5%
貢献利益率	46.2%	△0.7pt	27.5%	+4.7pt	100.0%	+0.4pt	37.1%	△0.7pt

※グローバルの売上高は主にハイパーカジュアルゲームアプリの売上高となります。



## 3-1. 事業別概況 / アプリ事業 - ハイパーカジュアルゲームアプリとは

# Hyper Casual Games

ハイパーカジュアルゲームとは…

- ハイパーカジュアルゲームは、ユーザーの年齢、性別、国籍などを問わず、誰もが遊べるデザインと操作性が特徴。極限までシンプル化されたモバイルゲームゆえ、10秒程度で遊び方を理解できる点が評価されている。
- 2018年の世界のゲーム市場はハイパーカジュアルゲームがダウンロード数ランキングの上位を占めた ※1。2019年に世界でブレイクしたゲームを見てもダウンロード数ランキングの上位をハイパーカジュアルゲームが占めている ※2。ハイパーカジュアルゲームは数億円の売り上げを出せるスケール感があり、無料アプリランキングの上位を席卷。
- Zynga がハイパーカジュアルゲームを専門にする Gram Games を2.5億ドルで買収し、ゴールドマン・サックスはハイパーカジュアルゲームのパブリッシングを行う Voodoo に2億ドルを投資するなど、大手企業の参入も進む。
- 有限の時間（スマホ画面の取り合い）のシェアを取る際に高尚なコンテンツを制作する企業とバッティングせずに隙間時間を狙っていく。

「Push Battle !」 「Save them all」

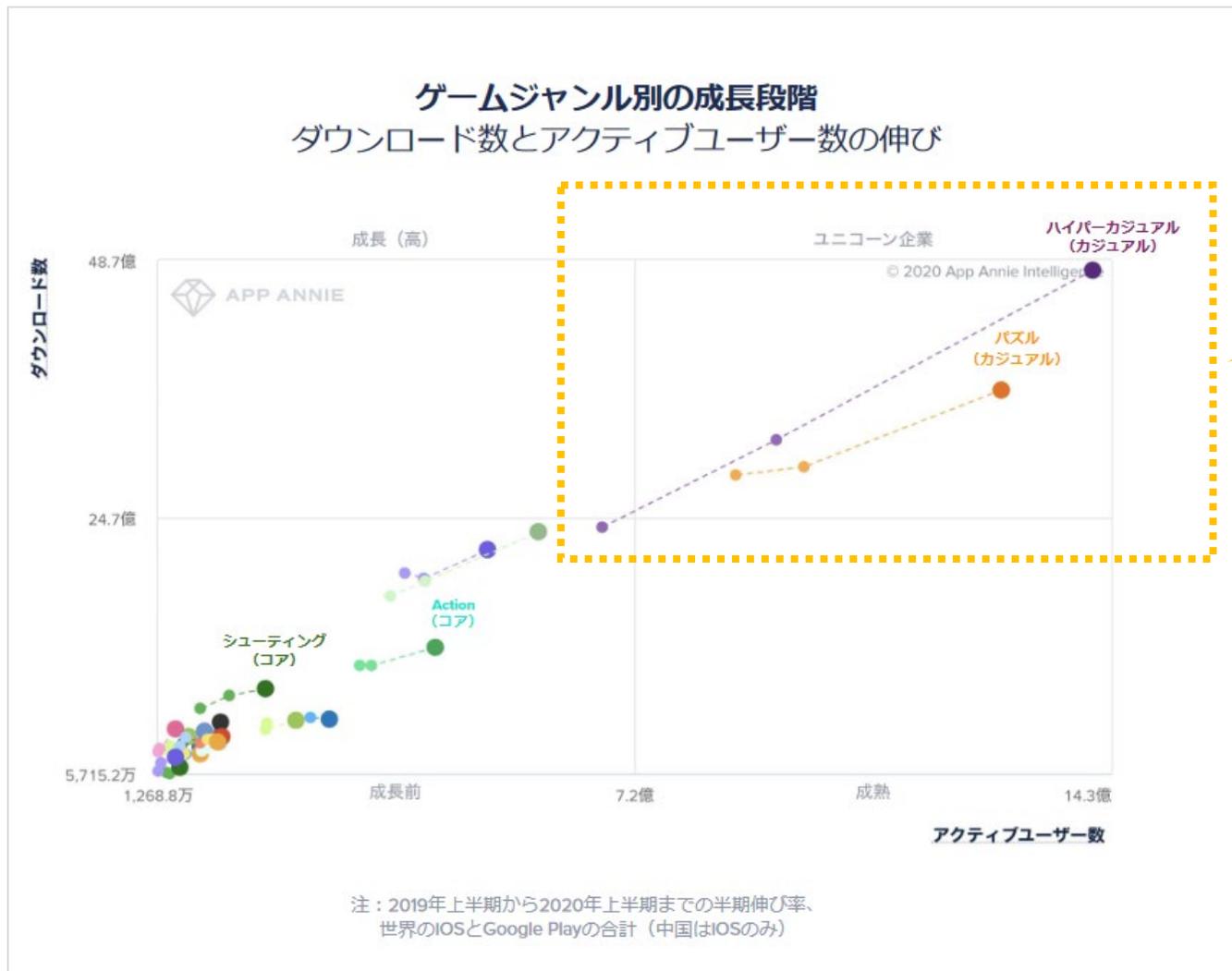
(当社グループ開発例)



「Save them all」では、App Store 『ゲームカテゴリ』 DLランキングにて国内をはじめとする6か国で1位を獲得  
『カジュアル』カテゴリでは23か国で1位を獲得する等の一定の成果を得ている状況



# 3-1. 事業別概況 / アプリ事業 - ハイパーカジュアルゲームアプリ市場規模①

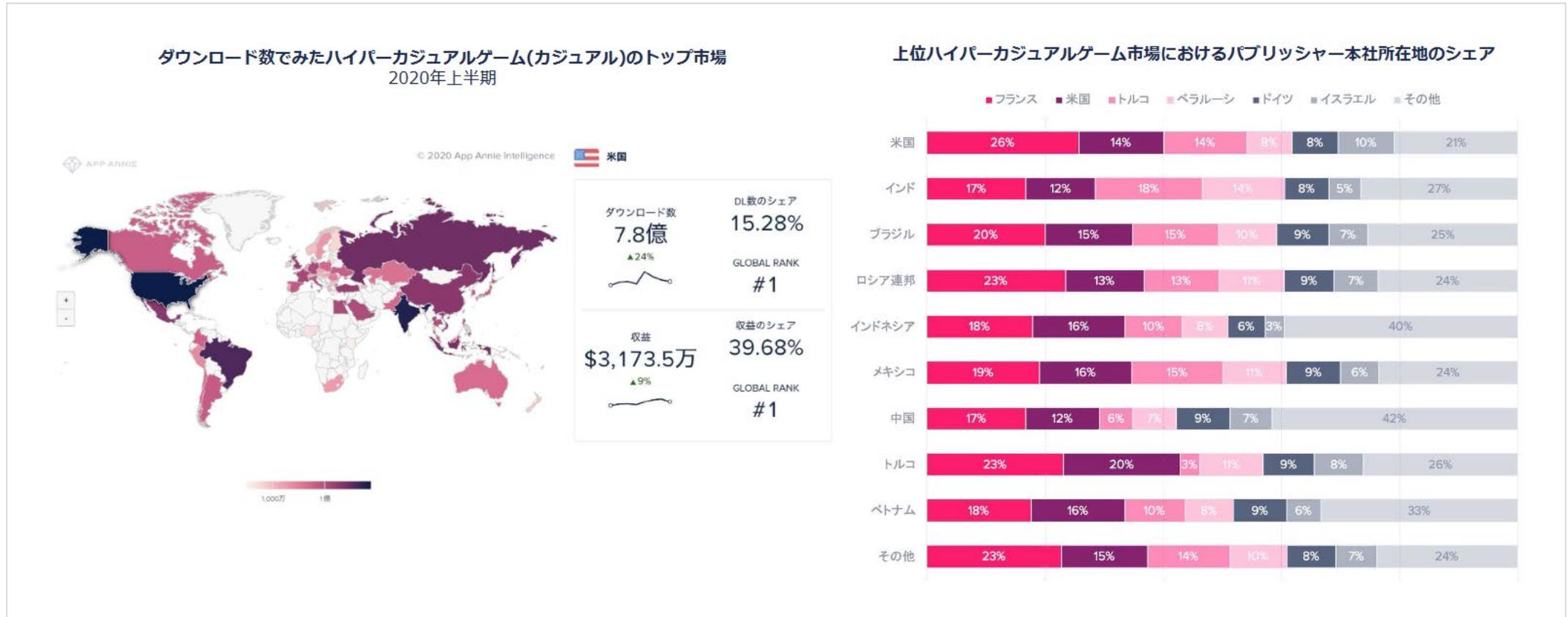


2020年上半期におけるハイパーカジュアルのダウンロード数は **50億ダウンロード** に到達  
カジュアルゲーム全体のダウンロード数の30%を占める

2年前の同時期から **約5倍** 増加しており急成長を遂げているカテゴリである



### 3-1. 事業別概況 / アプリ事業 - ハイパーカジュアルゲームアプリ市場規模②



- ハイパーカジュアルゲームアプリの需要は国内以上に全世界で広がっている
- 各国のゲームパブリッシャーが、全世界のユーザーをターゲットにしたゲームの提供を加速
- 当社グループも米国を中心に、**全世界のシェア獲得**に向けた**グローバル展開**を強化する方針

出所：App Annie 「Game IQ: The New Standard in Game Classification」



## 3-2. 事業別概況 / 広告代理事業

### FY2020 概況

売上高は **3億28百万円**（前期比**15.8%増**）、セグメント利益（営業利益）は **2億44百万円**（同**23.0%増**）

- 主要広告主及びアフィリエイトとのリレーションを深め、ウェブマーケティング（ウェブサイトでのプロモーション活動）によるアフィリエイト広告に加えて、運用型広告によるアプリマーケティング（スマートフォンアプリでのプロモーション活動）への取り組みを強化
- 新たな顧客獲得に向け、採用活動を強化し、営業社員等の確保に努めた

### FY2021 計画

売上高は **3億82百万円**（前期比**16.6%増**）、セグメント利益（営業利益）は **2億62百万円**（同**7.3%増**）

- ビデオ（動画）広告市場が大きく伸長する中、ウェブマーケティングによるアフィリエイト広告と、運用型広告によるアプリマーケティングを引き続き強化していく方針
- 取引先及び取扱案件を拡充すべく、広告主となる企業への営業活動を強化するために営業社員の増員を推進していく



## 3-3. 事業別概況 / その他

### FY2020 概況

売上高は 20百万円（前期比324.5%増）、セグメント利益（営業利益）は △30百万円（前期は△32百万円）

- 投資事業、ソリューションセールス事業及び新規事業開発等の取り組み
- 売上高はOA機器等の販売代理を主力とするソリューションセールス事業が牽引
- 販売費及び一般管理費は、新規事業開発担当者の増員による人件費や採用研修費が増加

### FY2021 計画

売上高は 38百万円（前期比83.0%増）、セグメント利益（営業利益）は △63百万円（前期は△30百万円）

- 引き続き、投資事業、ソリューションセールス事業及び新規事業開発等の取り組み
- 2021年12月期の新規事業として、複数の動画関連サービス事業を推進していく予定であり、これら新規事業関連の売上高として23百万円を見込む



### 3-3. 事業別概況 / その他 – 動画関連サービス事業

#### 新規事業展開「スキルオン」

インフルエンサー個人にはハードルの高い『課金ビジネスの企画～運営まで』を一括サポート

企画	決済システム
コンテンツ制作	マーケティング
サイト運営	カスタマーサポート
動画配信	データ分析

×



×



2021年1月に  
2サービスを提供開始

もりもとさちこ  
オンラインフィットネス



オンライン×フィットネス×ダイエットレシピ  
トレえみフィットネス





## 3-4. 事業別概況 / 全社共通

### FY2020 概況

セグメント利益（営業利益）は △ 3 億11百万円（前期は △ 2 億30百万円）

- 調整額は主に各報告セグメントに配賦されない管理部門の人件費等の全社費用であり、人件費は1億72百万円（同27.5%増）
- 上場に伴う費用が増加し、支払報酬料は52百万円（同57.7%増）、支払手数料は20百万円（同88.6%増）

### FY2021 計画

セグメント利益（営業利益）は △ 3 億57百万円（前期は △ 3 億11百万円）

- 人件費は人員計画をもとに計上し、2億22百万円（同28.8%増）を見込む。主に各報告セグメント配賦されない管理部門の増員による増加であり、特に企画職の増員を図り新規事業分野への貢献に期待。今後、新規事業分野へ配賦する可能性あり
- その他の費用については、前期実績から予想される数値をもとに積み上げ方式により計画



### 3-5. 従業員の状況 (2020年12月末現在／アルバイトは含めておりません)

連結会社の状況 (従業員数) FY2020 実績

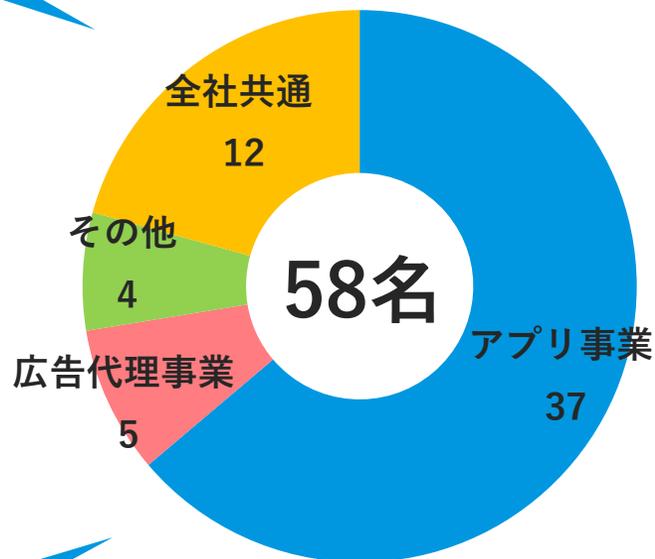
連結会社の状況 (従業員数) FY2021 計画

平均年齢(歳)  
34.3

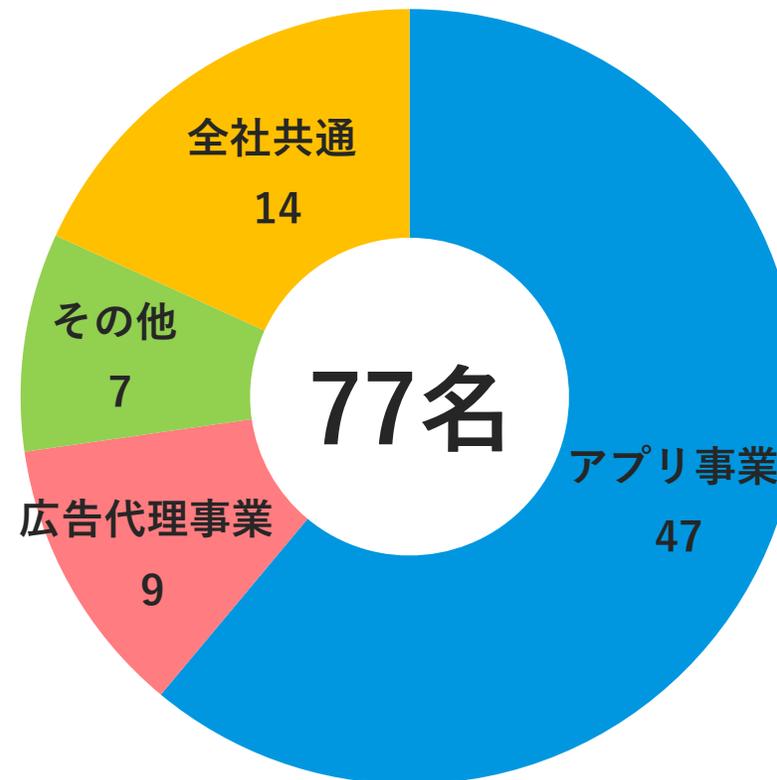
アプリ事業の状況  
(従業員数)



- エンジニア
- プロデューサー
- デザイナー
- アシスタント



- アプリ事業
- 広告代理事業
- その他
- 全社共通



- アプリ事業
- 広告代理事業
- その他
- 全社共通



## 4. 成長戦略、中期経営方針



## 4-1. 成長戦略 / 全社成長戦略

### グローバル戦略の強化

アプリ事業における  
ハイパーカジュアルゲームアプリ及び海外カジュアルゲームアプリの推進

### AIを用いた予測分析の強化

当社の強みであるマーケティング能力をより向上させるための取り組み

### 事業ポートフォリオの拡充

既存事業における新たな収益源の確保、新規事業の開発等

### 人材の確保及び育成

優秀な人材の確保及び人材育成の強化



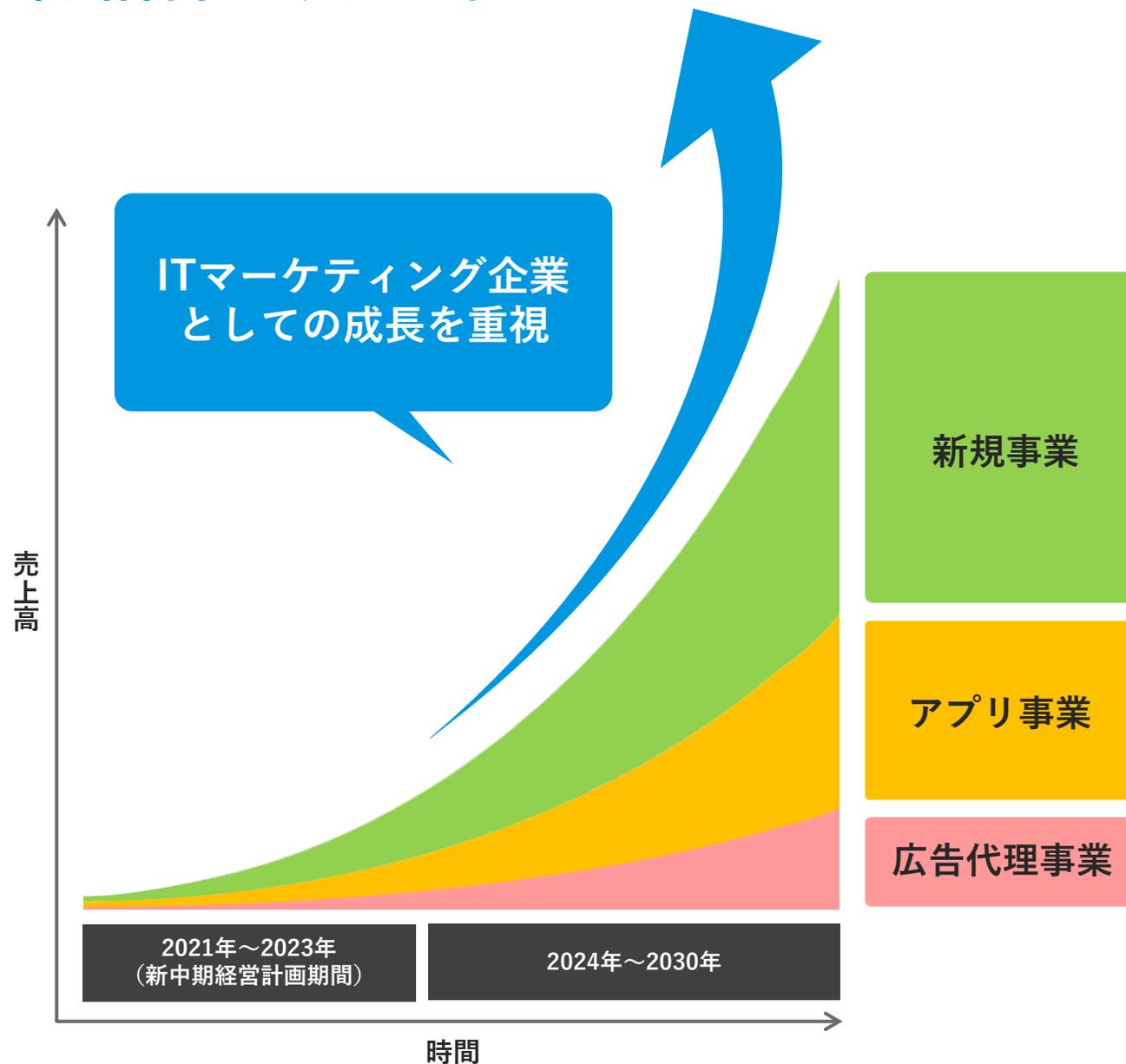
## 4-2. 成長戦略 / ITマーケティングの戦略特化で更なる拡大へ

### 当社はアプリ企業ではない ITマーケティング企業である

中期的にはアプリ事業を中心とした  
既存ビジネスの成長による拡大を目指してまいります。

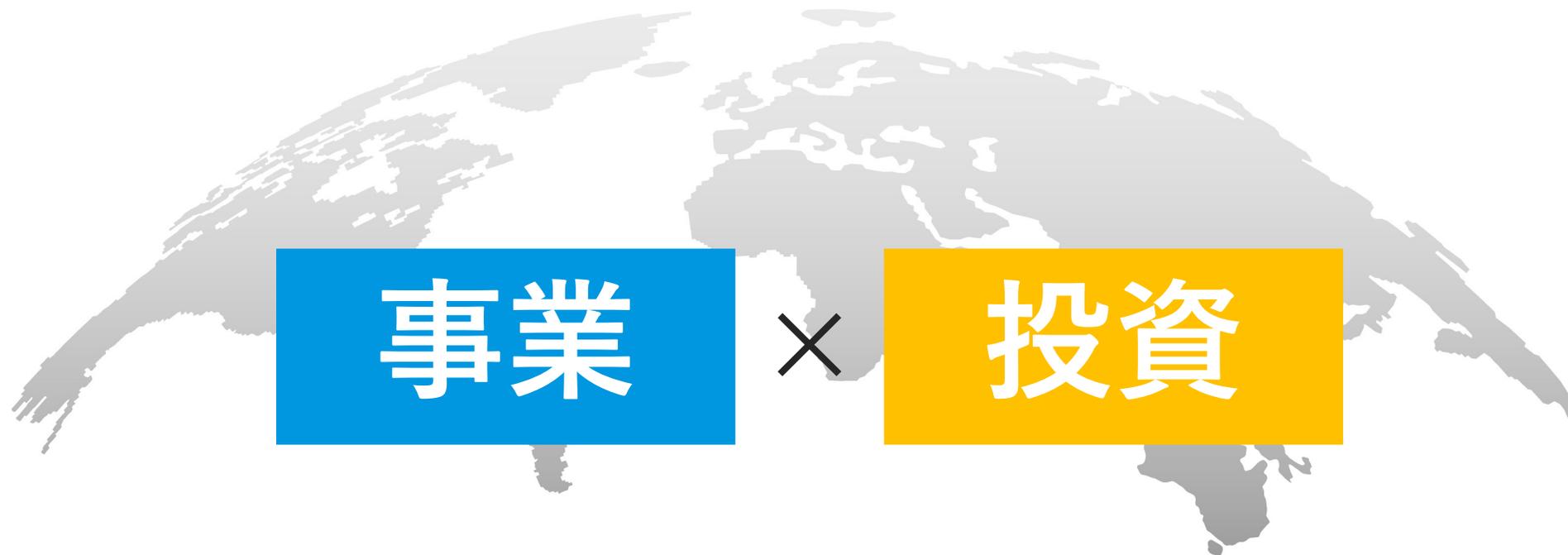
当社はITマーケティング企業であることを  
十分に認識し、既存事業に執拗にこだわることなく、  
変化の早い環境に順応していくために、  
既存事業のビジネスモデルの転換や競争力のある新規  
事業の創出・育成に臆せず挑戦し続けていく方針です。

なお、今後の成長に向けて、上場による調達資金  
約7億円のうち、約3億円をアプリ事業における広告宣  
伝費に、約5千万円を人材採用費や人件費に充当する  
予定であります。（充当期間は2021年～2022年）





## 4-3. 中期経営方針



当社グループの事業成長を加速させるために  
オーガニックグロースに加えて、積極的にM&Aグロースを検討していきます

※上記は方針であり、現時点においてM&Aやアライアンスに関する具体的な計画はありません。 2021年度計画にも含まれておりません。  
今後、M&Aやアライアンスについて開示が必要と判断された場合には速やかにお知らせいたします。



# 5. appendix

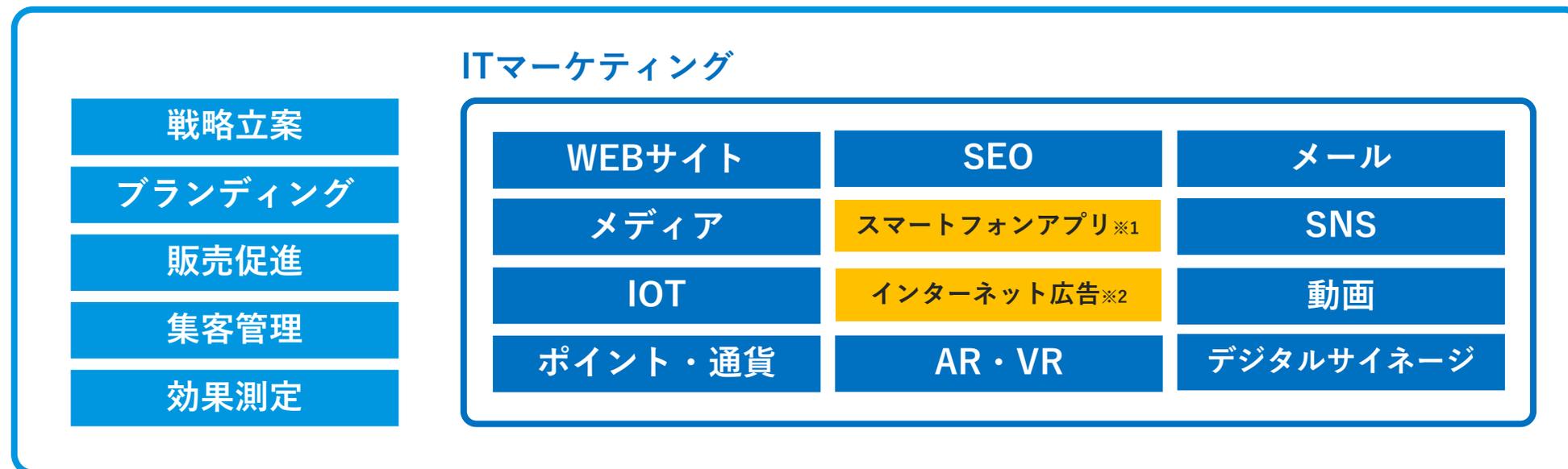
- corporate profile -



## 5. 当社について

当社グループはインターネット広告への  
“集客”と“効果最大化”のノウハウに自信を持つ  
ITマーケティング企業です。

### マーケティング



※1. アプリ事業では、スマートフォンアプリを活用した広告収入を得る事業を展開

※2. 広告代理事業では、アフィリエイト広告を中心としたインターネット広告の代理事業を展開



## 5. 経営理念等

### - 経営理念 -

MISSION IS TO MAKE YOU  
“LAUGH OUT LOUD”

～たのしいコミュニケーションを創る。～

### - Vision -

人々に寄り添うサービスを創造し続ける。

### - Shared Value (価値観) -

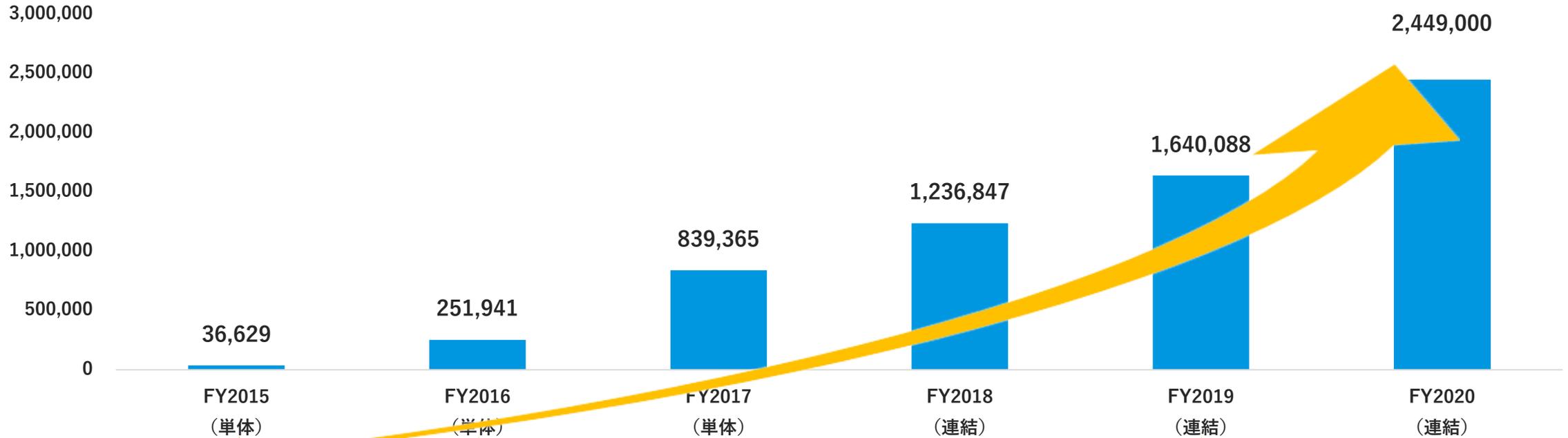
人々がワクワクするサービスを提供するために、挑戦を続けるために、  
まずは私たちがワクワクしながら働くことを大切にします。

また、革新的な発想を生み出すために、常識や形式にとらわれることなく、  
個性や自由を尊重して、私たちらしく活動します。



# 5. 沿革

## 売上推移（千円）



2013年

株式会社mon  
o l i c e 設立

2015年

スマートフォン向けアプリケーションの開発・運用を主な目的として株式会社東京通信を設立

2016年

スマートフォンメディア事業（現アプリ事業）の強化及び効率化を図るためMASK・Babangida・ftyの3社を設立

2017年

事業ポートフォリオの拡充を図るため、テクノロジーパートナー・BASE Partners・BLUE BIRD STUDIOの3社を設立

2018年

広告代理事業の強化及び効率化を図るため、スマートプロダクトを設立

2019年

BLUE BIRD STUDIOを「東京通信キャピタル合同会社」へ商号変更し、事業目的を投資事業へ変更

2020年

主力事業であるアプリ事業において海外アプリが大きく成長。ハイパーカジュアルゲームアプリが牽引

# 5. 東京通信グループ

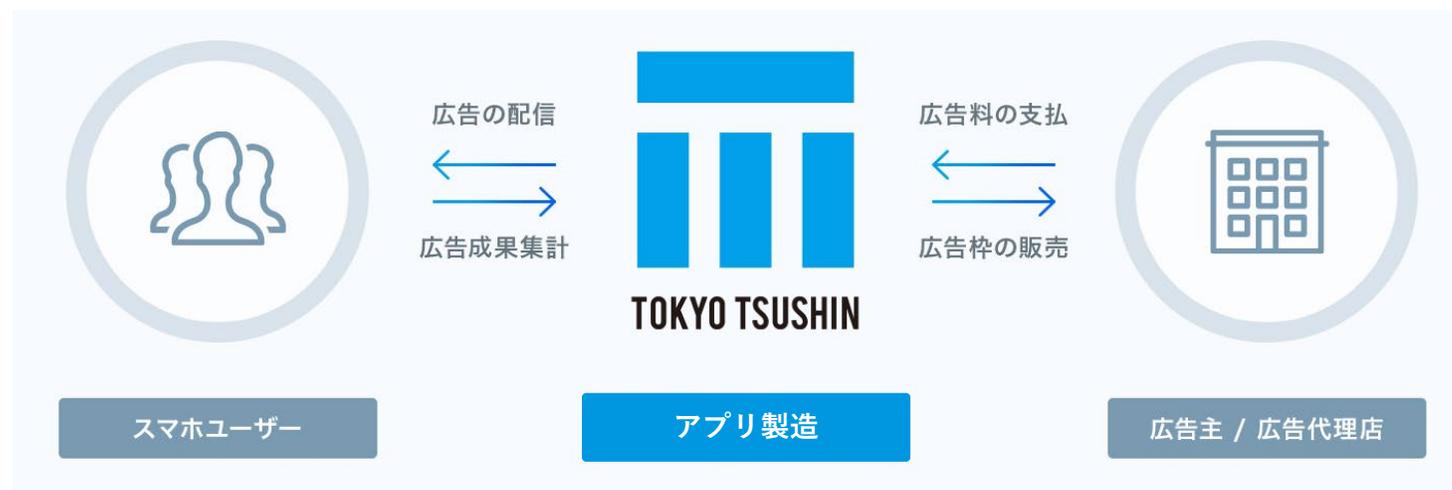
## アプリ事業を中心に複数の事業を展開

2020年12月期実績

セグメント区分	事業区分	主要な会社	主な役割・分担	売上高 (構成比)	営業利益 (構成比)
アプリ事業	アプリ企画戦略事業	株式会社東京通信	● 当社グループ各社のアプリの企画、開発及びパブリッシング、コンサルティング	2,099百万円 (85.7%)	480百万円 (125.5%)
	国内カジュアルゲームアプリ事業	MASK合同会社	● 国内向けカジュアルゲームアプリの運用及び管理		
	海外カジュアルゲームアプリ事業	Babangida合同会社	● 海外向けカジュアルゲームアプリの運用及び管理		
	ハイパーカジュアルゲームアプリ事業	fty合同会社	● ハイパーカジュアルゲームアプリの運用及び管理		
広告代理事業	アフィリエイト代理店事業	株式会社テクノロジーパートナー	● 広告主と媒体のリレーション	328百万円 (13.4%)	244百万円 (63.8%)
	アフィリエイトASP事業	株式会社スマートプロダクト	● ASP（アフィリエイトサービスプロバイダ）の開発、運用（アフィリエイトターの管理）		
その他	投資事業	東京通信キャピタル合同会社	● basepartners有限責任事業組合の持分の保有及び管理	20百万円 (0.9%)	△30百万円 (△8.1%)
		basepartners有限責任事業組合	● BASE Partners Fund 1号投資事業有限責任組合（ファンド）の運用管理		
		（持分法適用関連会社） BASE Partners Fund 1号投資事業有限責任組合	● 主に高い成長率を有する未上場企業に対する投資活動		
	ソリューションセールス事業、その他	株式会社東京通信	● ソリューション営業、新規事業開発		
調整額	—	—	● 主に各報告セグメントに配賦されない管理部門の 人件費等の全社費用	—	△311百万円 (△81.2%)
合計	—	—	—	2,449百万円 (100.0%)	383百万円 (100.0%)

## 5. アプリ事業

### スマートフォン向け **無料カジュアルゲームアプリ** がメイン

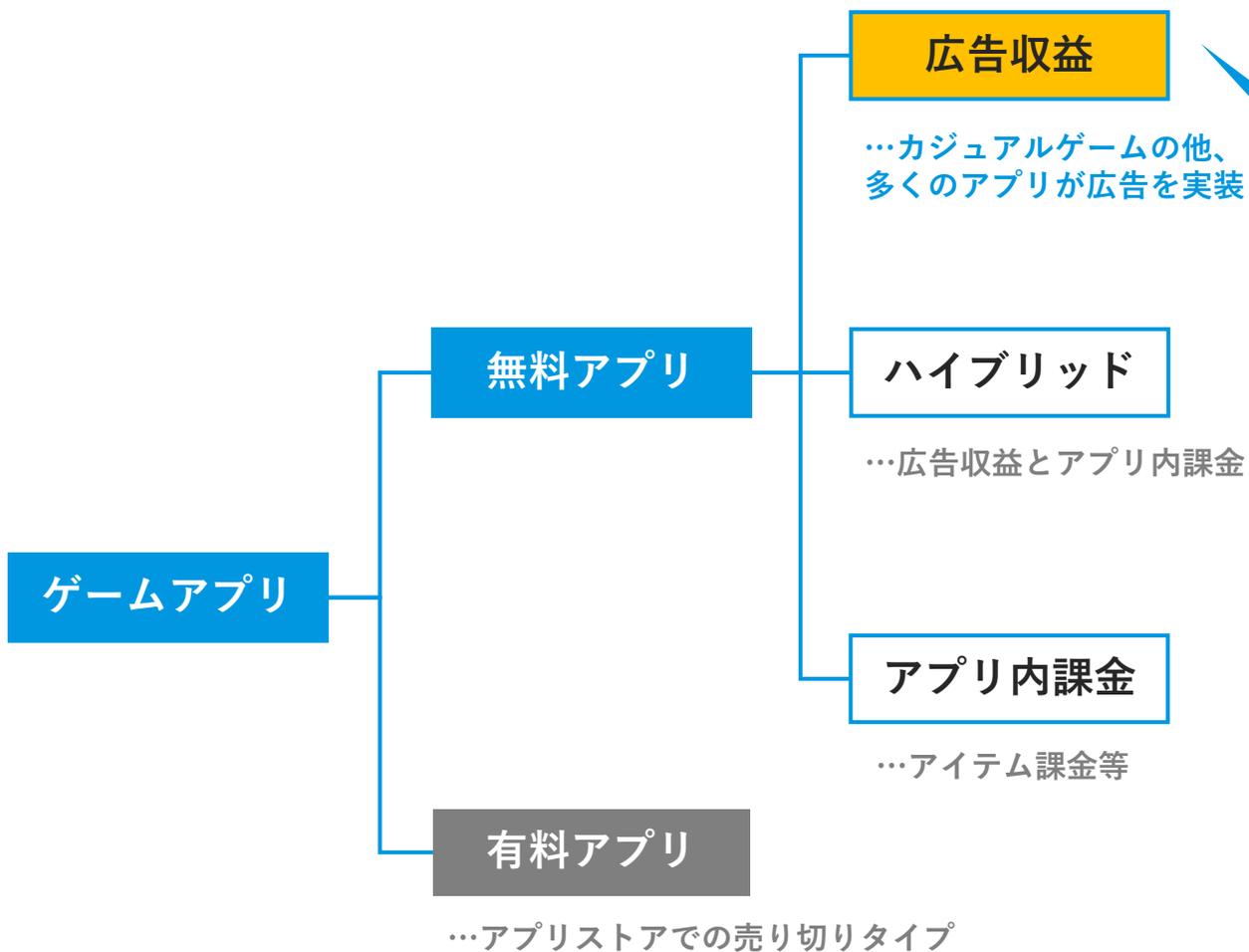


※製造したゲームアプリはApple社が運営するApp Store等のプラットフォームにリリースしております。当社グループがメインとするような広告収入のみの無料アプリにつきましては、利用の際にプラットフォーム運営事業者へ支払う手数料は発生しません。なお、課金実装または有料アプリ（購入時に料金を支払うもの）の場合は利用の際に手数料が発生いたします。



## 5. アプリ事業 / 事業領域について

短時間でプレイできる「カジュアルゲーム」  
シンプルな操作で言語の壁がない「ハイパーカジュアルゲーム」が中心。



「Save them all」  
(当社グループ開発例)

広告表示

広告表示

無料ゲームアプリ内の  
広告収益を主軸としたビジネスモデル



## 5. アプリ事業 / 当社グループが運用するゲームアプリについて

管理区分	ゲームタイプ	ゲームデザイン、展開エリア	広告出稿
国内向け カジュアル ゲームアプリ	国内向け カジュアルゲームアプリ	隙間時間などを利用して <b>短時間でのプレイが可能に簡単に遊べるゲーム</b> 。原則として日本国内のユーザーを対象としており、プレイを理解する上で、日本語や日本の文化を理解している必要がある。	○
グローバル	海外向け カジュアルゲームアプリ	国内向けカジュアルゲームアプリとして日本国内で一定の成果を得たアプリについて、 <b>ローカライズさせることで海外展開</b> 。主な展開エリアは中国。	
	国内及び海外の ハイパーカジュアル ゲームアプリ	国内向け・海外向けカジュアルゲームアプリと比較して、その <b>ゲームデザインがよりシンプル</b> 。ハイパーカジュアルゲームアプリは、ユーザーの年齢、性別、国籍などを問わず、誰もが遊べるデザインと操作性に特徴がある。 <b>極限までシンプル化されたゲーム性ゆえに、10秒程度で遊び方を理解できる点が評価</b> されている。原則は米国のユーザーをメインターゲットに事業展開。	
ストック収入	広告出稿を伴わない 上記全てのゲームタイプ	ストック収入とは、国内向けカジュアルゲームアプリ、海外向けカジュアルゲームアプリ及びハイパーカジュアルゲームアプリのうち、 <b>期間経過により収益性が低下したアプリ等で広告出稿せずに自然流入のみで広告収入を獲得できているアプリ</b> として整理。	×



## 5. アプリ事業 / 主な実績

### トップデベロッパーとしてのプレゼンスを発揮

日本企業唯一の  
トップ10入り



2019年上半期 国内アプリのダウンロード数「ナゾトキの時間」が第5位にランクイン

出所：App Annie社『2019年上半期（2019年1月1日～6月30日）における、日本国内のアプリダウンロード数および収益のTOP10ランキング』（2019年5月）



2019年 Apple ベストアプリとランキング「iOS無料ゲームランキング」にて第3位にランクイン (MASK)

出所：Apple社『App Storeが選んだ2019年のベストAppとゲーム』（2019年12月）



2019年の「日本のトップゲーム企業ランキング」累計DL数にて第4位にランクイン (MASK)

出所：App Annie社『モバイル市場年鑑2020』（2020年1月）



2020年4月～6月の「国産ハイパーカジュアルゲームアプリ、海外でのダウンロード数TOP10」で『Push Battle』（fty）が第8位にランクイン

出所：App Annie社『四半期ごとのモバイル最新ランキング「LevelUp」』（公表時期不明）

国内企業では  
最上位を獲得



2020年の「日本のトップゲームパブリッシャーランキング」累計DL数にて第2位にランクイン (MASK)

出所：App Annie社『モバイル市場年鑑2021』（2021年1月）

## 5. アプリ事業 / 圧倒的な製造数と運営実績

当社グループは **国内屈指の製造数を誇るゲームデベロッパー機能**  
及び **ゲームパブリッシャー機能** を有する ITマーケティング企業

シンプル	<ul style="list-style-type: none"><li>性別を問わず幅広い年齢層に気軽にプレイして頂くことを重視しているため、<b>シンプルなゲーム性</b>であることが最大の特徴。</li></ul>
短期間で量産	<ul style="list-style-type: none"><li>これまでの開発アプリ数（<b>累計3,500タイトル</b>）は、ゲームデベロッパーとして<b>国内屈指の開発数</b>。</li><li>短期間で量産可能な体制を構築。<b>月に100タイトル以上の開発実績</b>もあり。</li></ul>
マーケティングノウハウ	<ul style="list-style-type: none"><li>ノンプロモーションでApp Storeのゲームランキング（ゲームカテゴリにおける無料部門）で<b>1位</b>を獲得した実績があり、<b>マーケティングノウハウ</b>に自信を持つ。 同ランキング200位以内にランクインするアプリを常時複数運用。</li></ul>
低コスト開発 & マネタイズ力	<ul style="list-style-type: none"><li>短期間で量産したアプリの中からヒット可能性の高いアプリを厳選し、広告出稿費をかけてスケールさせるノウハウに強み。</li><li>1タイトル当たりの<b>平均開発単価は約20万円</b>であり、不採算案件が極めて少ない。</li></ul>

開発期間、開発コスト、開発要員、リリース  
タイトル数、運用、マーケティング、収入源

etc...

各要素において、一般的な  
ゲームパブリッシャー  
よりも優位性のある

ゲームアプリを  
ITマーケティングの  
ツールとして利用する  
会社です。



## 5. アプリ事業 / 競合について

他社アプリは、自社アプリと競合にある一方で、  
**自社アプリのユーザー獲得のために有用な媒体**ともなり得る。



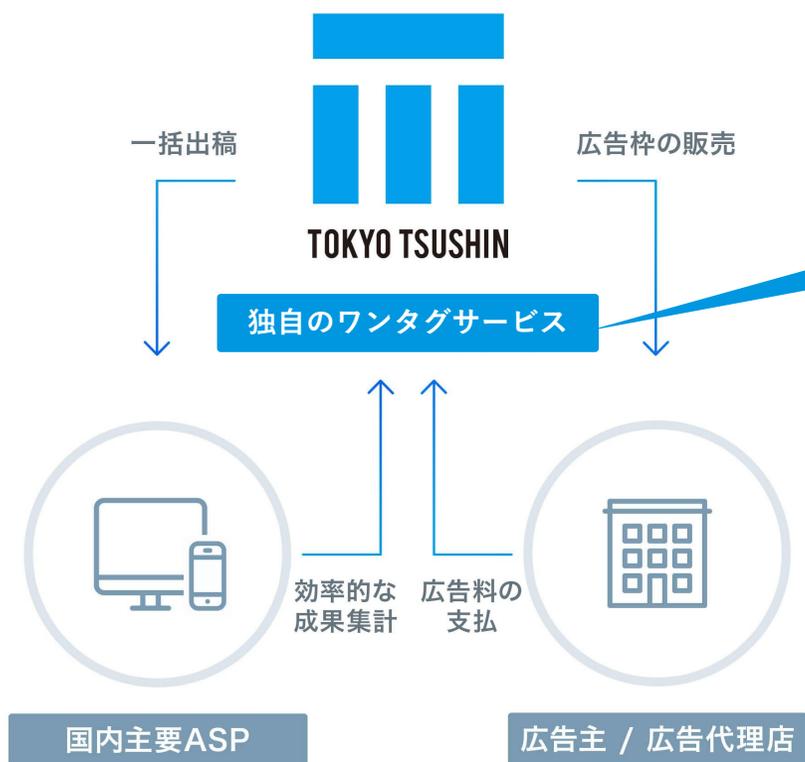
アプリ事業の収益は広告収益であり、多くのユーザーが自社アプリ内の広告に接触することが収益拡大の機会となる。  
自社アプリのユーザーを増やすために、他社アプリ内の広告枠へ自社アプリの広告を出稿することで、**自社アプリの宣伝及び認知度の向上**を行っている。

- 当社グループの無料カジュアルゲームアプリを広告出稿する際に、相性の良い広告媒体は他社の無料カジュアルゲームアプリであり、他社の無料カジュアルゲームアプリから多くのユーザーを獲得
- 当社グループの無料カジュアルゲームアプリと親和性の高い無料カジュアルゲームアプリがランキングの上位に位置する場合、広告経由のユーザー獲得が伸び、結果として当社グループのゲームアプリのユーザーが増加し、収益の拡大につながる

## 5. 広告代理事業

主にテクノロジーを活用したアフィリエイト広告（成果報酬型広告）代理事業を展開しており、運用型広告にも取り組んでおります。

### アフィリエイト中心のネット系広告代理店



- 🔍 広告主の収益最大化
- 🔍 大手顧客との信頼関係
- 🔍 当社グループ独自のワンタグサービス
- 🔍 効率的な成果管理



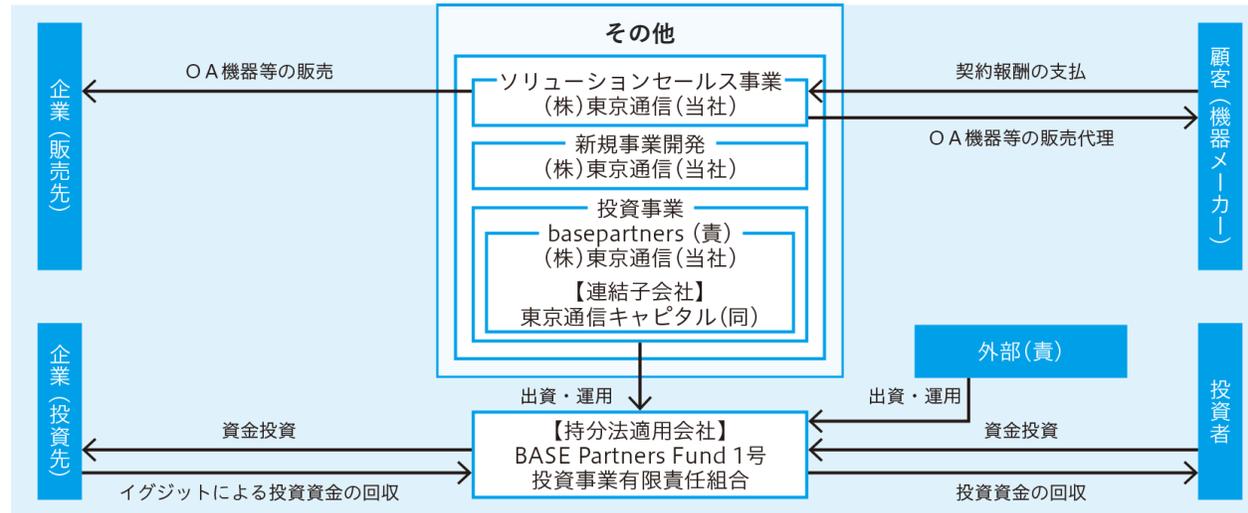
# 5. その他

## 投資事業

投資事業につきましては、短期的な成果を追求する事業ではないと認識しており、中長期的な視点に立ち、また、各投資先企業の状況に応じて対応していく方針です。

## ソリューションセールス事業 新規事業開発

ソリューションセールス事業及び新規事業開発につきましては、試験的な取り組み段階であり、新たな事業の創出及び育成に向けた挑戦を継続してまいります。

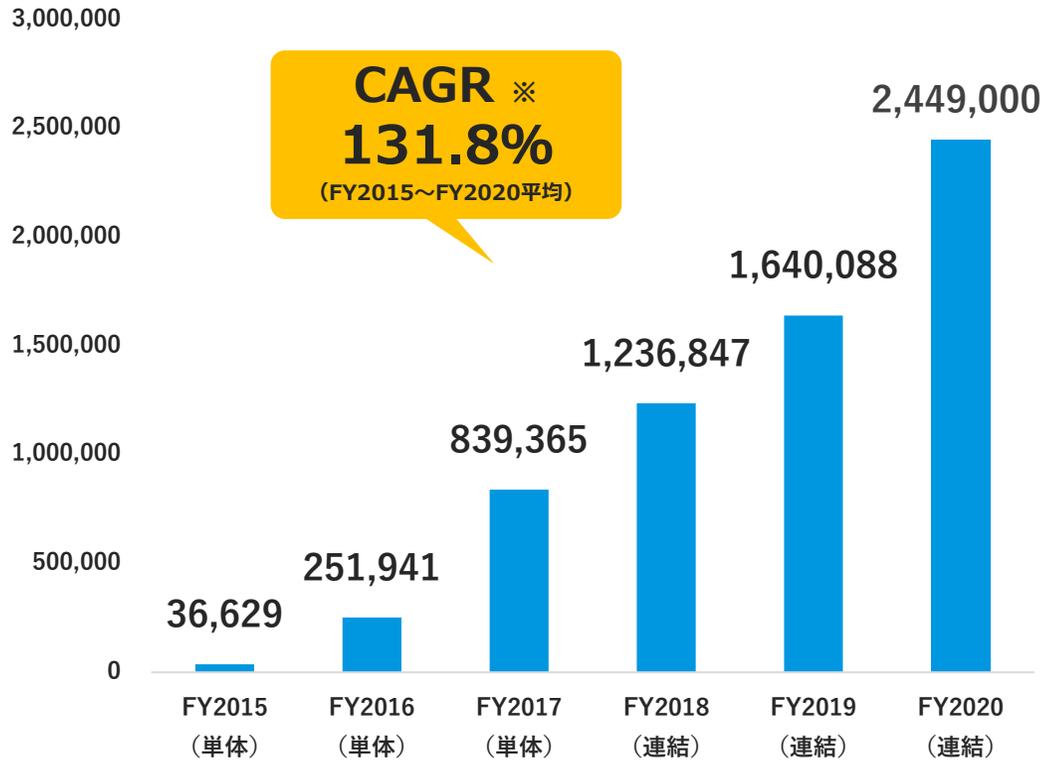


その他の区分は報告セグメントに含まれない事業セグメントであります。投資事業、ソリューションセールス事業及び新規事業開発等に取り組んでおります。投資事業におきましては、主に持分法適用会社であるBASE Partners Fund 1号投資事業有限責任組合を通じて投資することとしており、投資対象企業は、インターネット企業であり、投資ラウンドがシード、アーリー、またはシリーズA、かつ投資規模が概ね2,000万円から5,000万円としております。BASE Partners Fund 1号投資事業有限責任組合は、当社及び連結子会社の東京通信キャピタル合同会社が無限責任組合員となる連結子会社のbasepartners有限責任事業組合及び外部有限責任事業組合の2社で運営しており、basepartners有限責任事業組合は運用資産の管理を、外部有限責任事業組合は投資先企業の発掘をそれぞれの主力業務としております。その他、事業シナジーが見込め、また将来当社グループの事業となりうる企業または事業については、当社として投資を行っていく場合があります。ソリューションセールス事業はOA機器等の販売代理を主力事業としております。

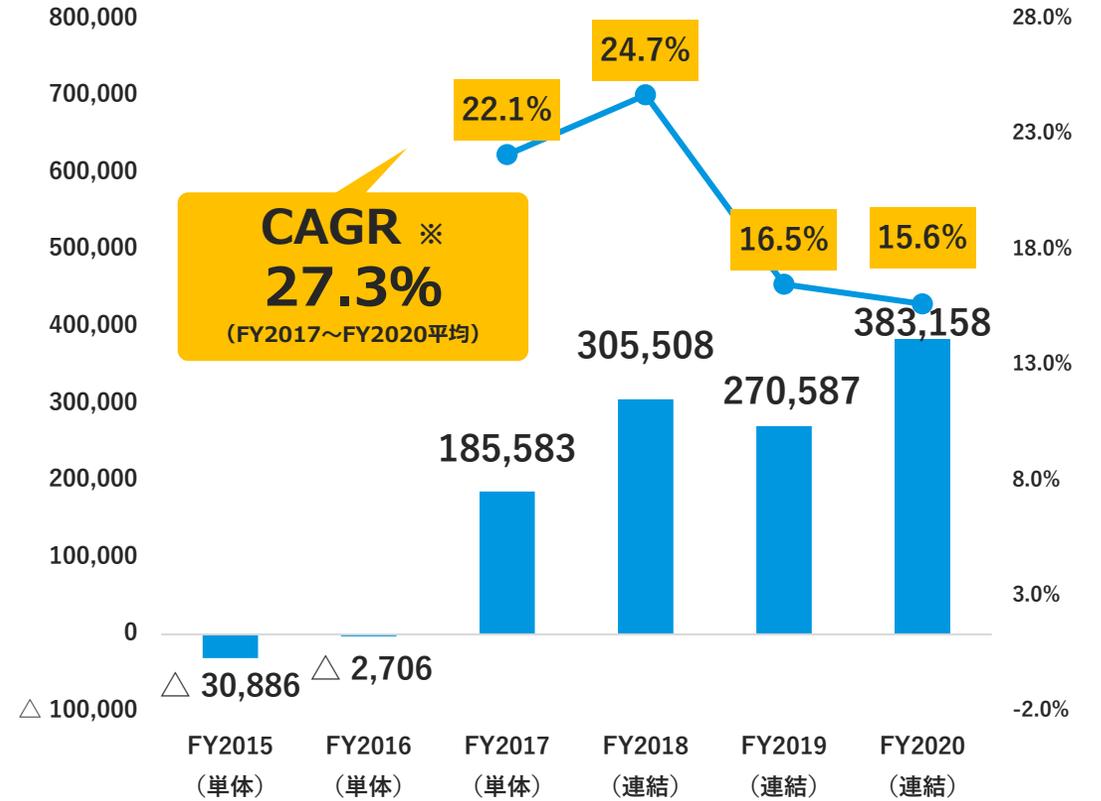


# 5. 業績推移

### 売上高 (単位：千円)



### 営業利益、営業利益率 (単位：千円、%)

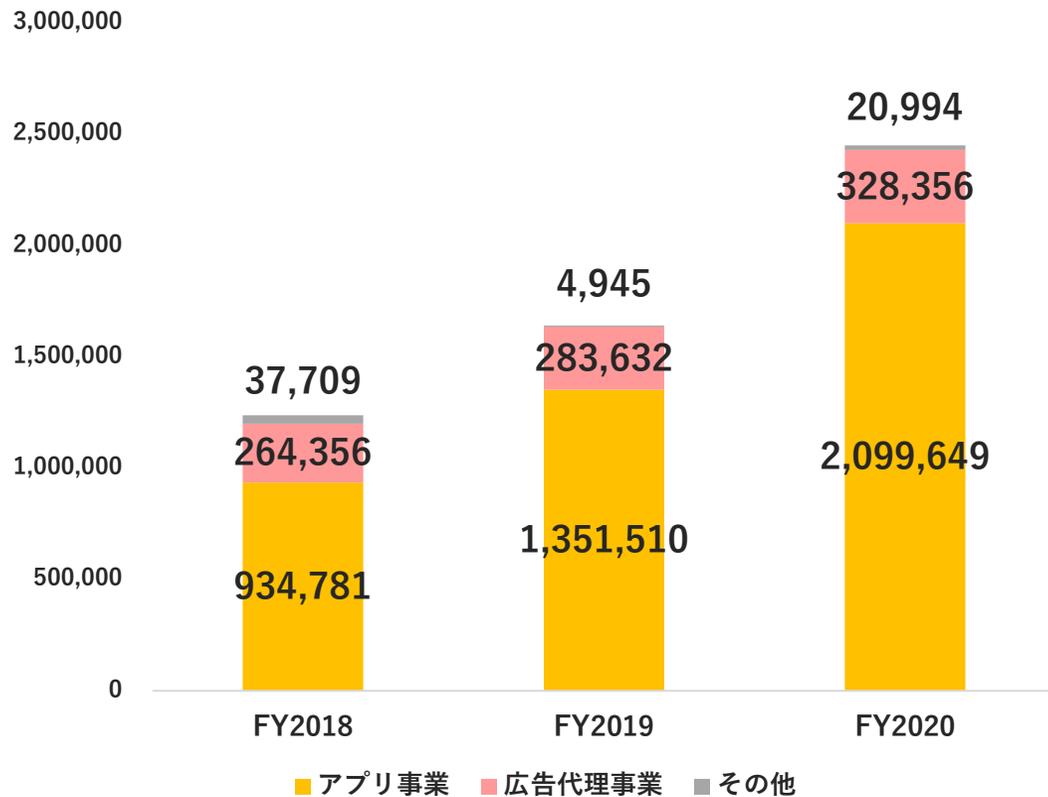


※CAGR (年平均成長率) はcompound average growth rateの略称であり、複数年にわたる成長率から1年あたりの幾何平均を求めたものであります。

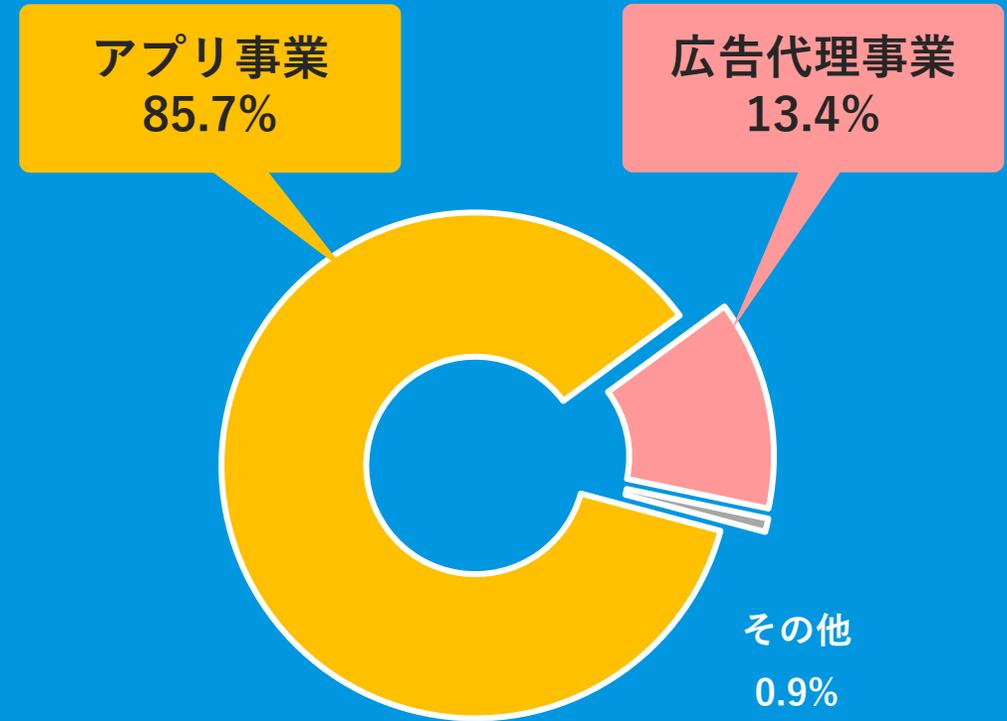


# 5. セグメント別業績推移 / 売上高

売上高 (単位: 千円)



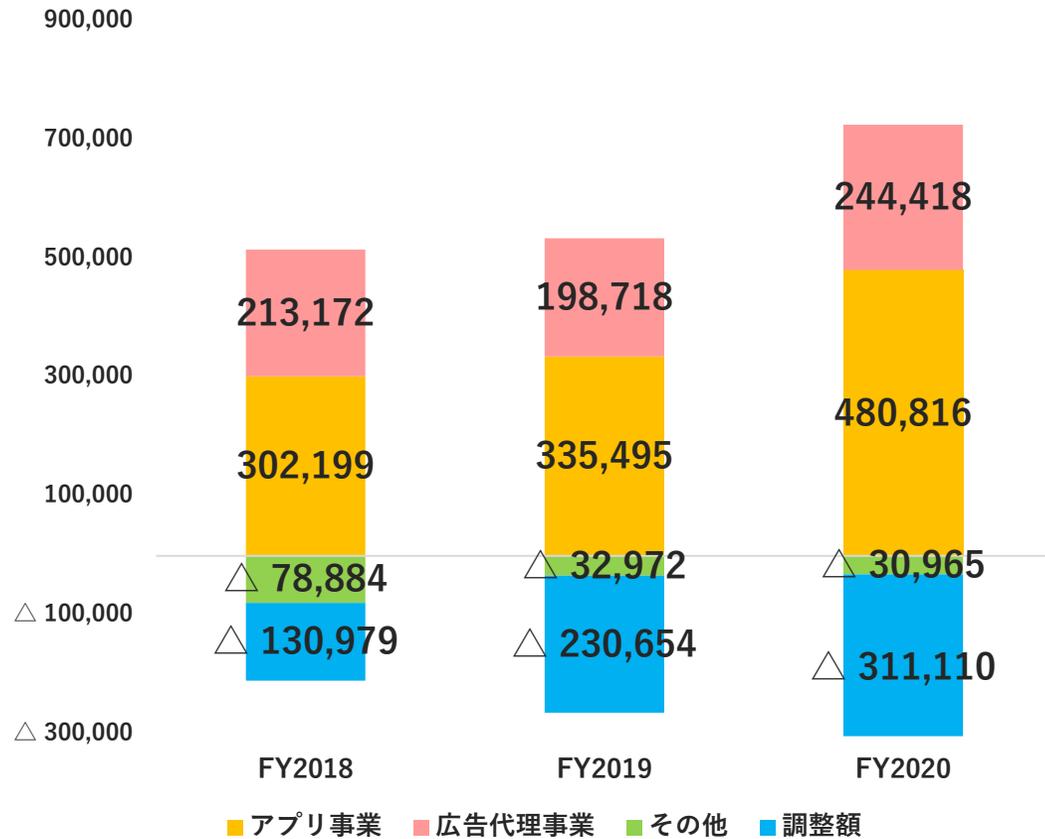
売上高に占める各セグメントの比率 (2020年12月期)



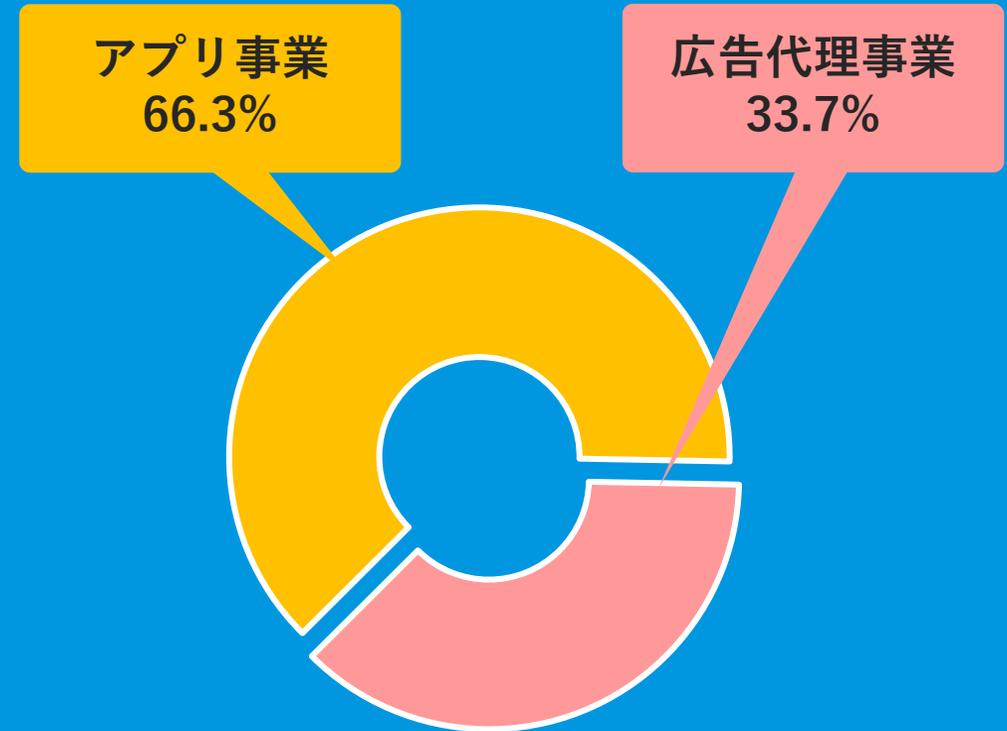
※当社は2018年12月期から連結財務諸表の作成及びセグメント別の実績管理を行っております。

# 5. セグメント別業績推移 / セグメント利益

営業利益 (単位: 千円)



セグメント利益に占める各セグメントの比率 (2020年12月期)



※当社は2018年12月期から連結財務諸表の作成及びセグメント別の実績管理を行っております。

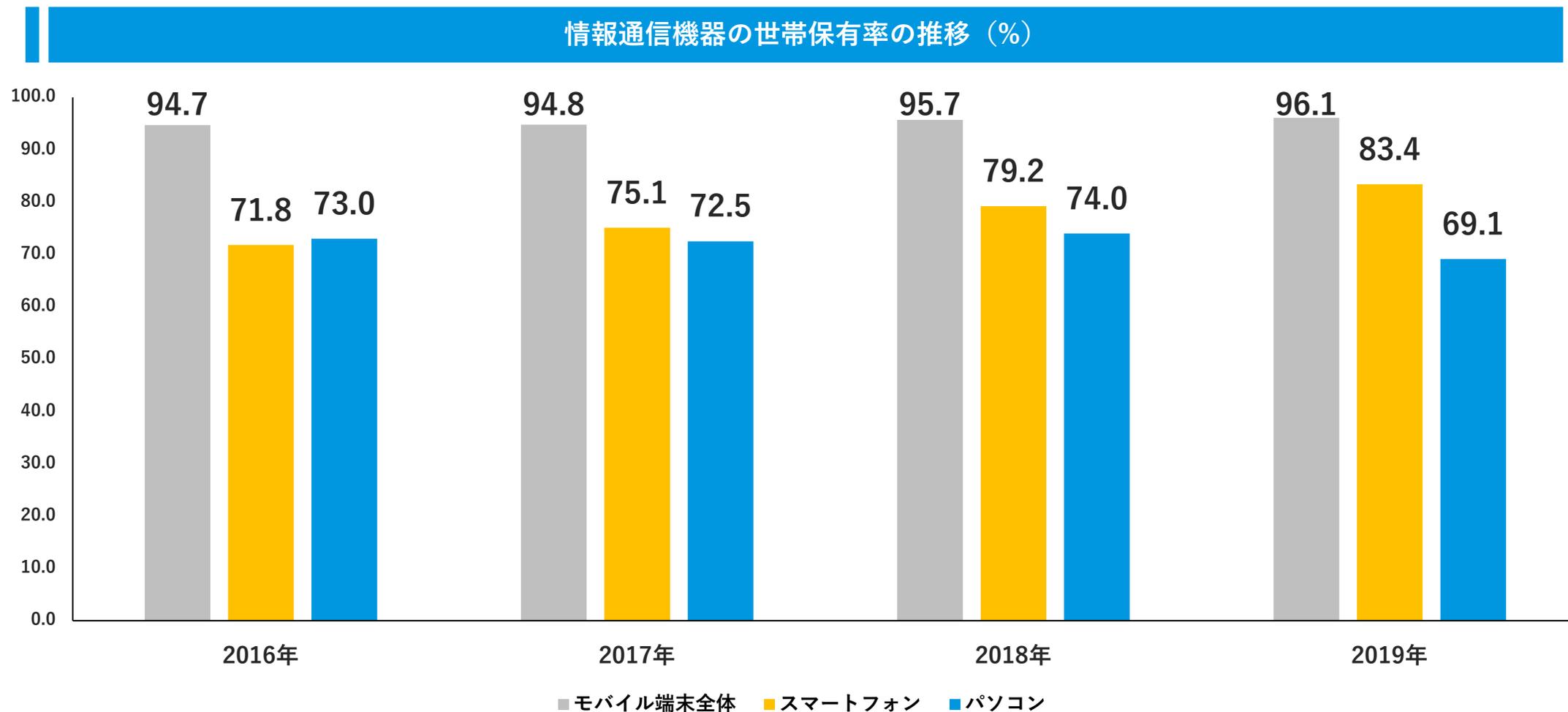


# 5. appendix

- 市場データ -

## 5. 市場データ / 国内スマートフォン保有状況

➤ 世帯あたりのスマートフォンの保有割合は、2019年に83.4%となり、初めて8割を超えた。



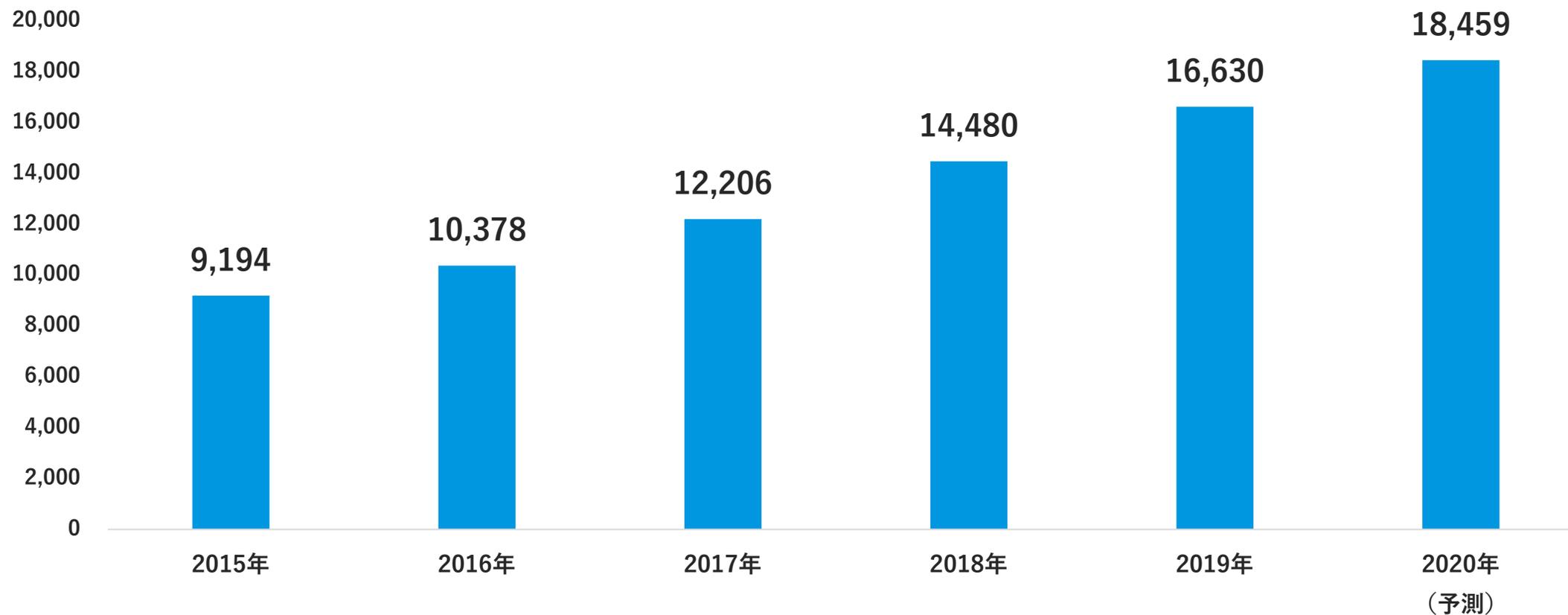
出所：総務省 令和2年版情報通信白書「情報通信機器の世帯保有率の推移」



## 5. 市場データ / 日本の広告費（インターネット広告費全体）

▶ インターネット広告費は、2020年には前年比111.0%の1兆8,459億円となり、6年連続で二桁成長が見込まれる。

日本の広告費：インターネット広告媒体費総額の推移（単位：億円）

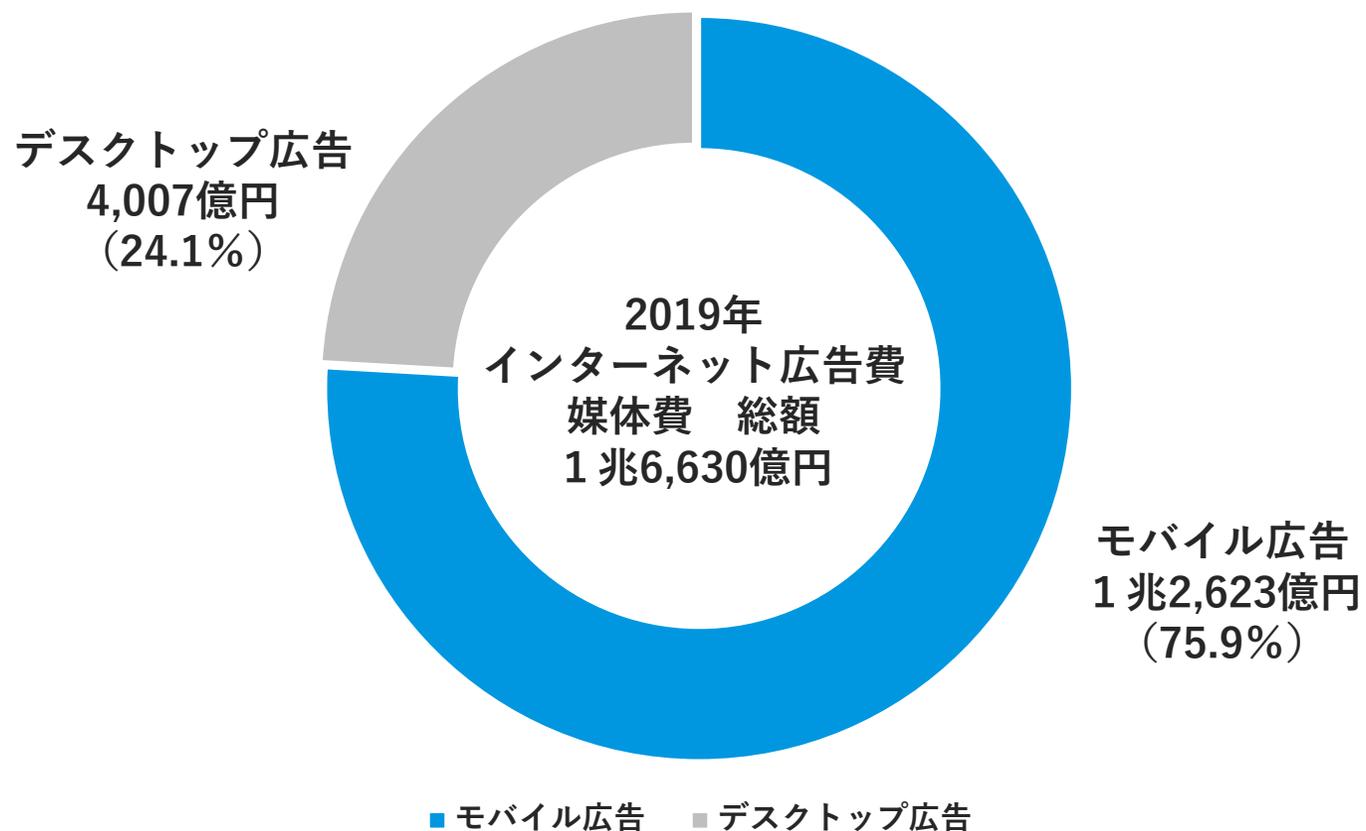




## 5. 市場データ / 日本の広告費（モバイル広告費）

- 2019年のモバイル広告費は、1兆2,623億円となり、全体の7割以上を占め、インターネット広告市場の拡大に伴い、モバイル広告費の増加が予想される。

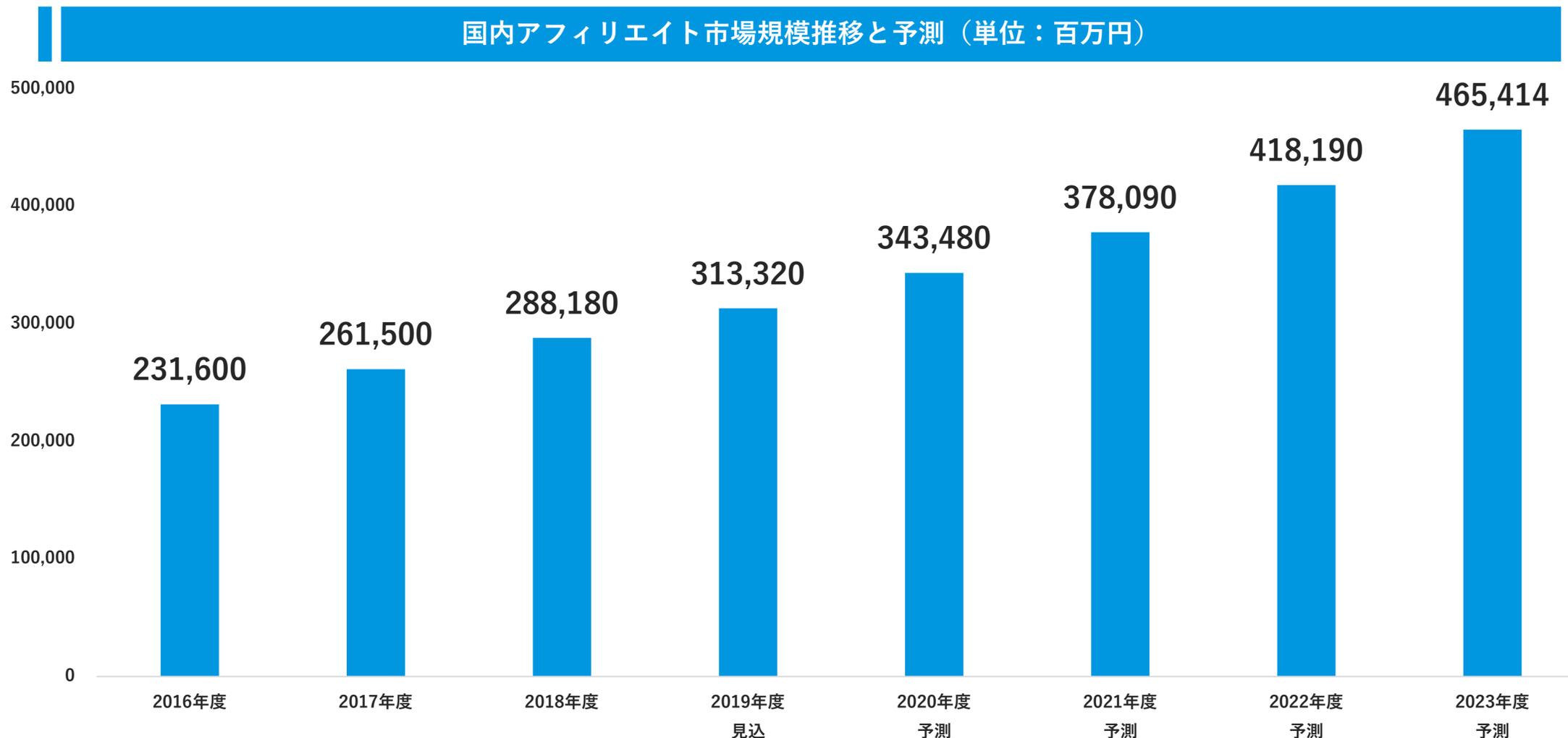
インターネット広告媒体費のデバイス別構成比





## 5. 市場データ / 国内のアフィリエイト市場規模

- 2018年度の国内アフィリエイト市場規模は、2,881億まで拡大。  
2023年度には4,654億に達すると予測。



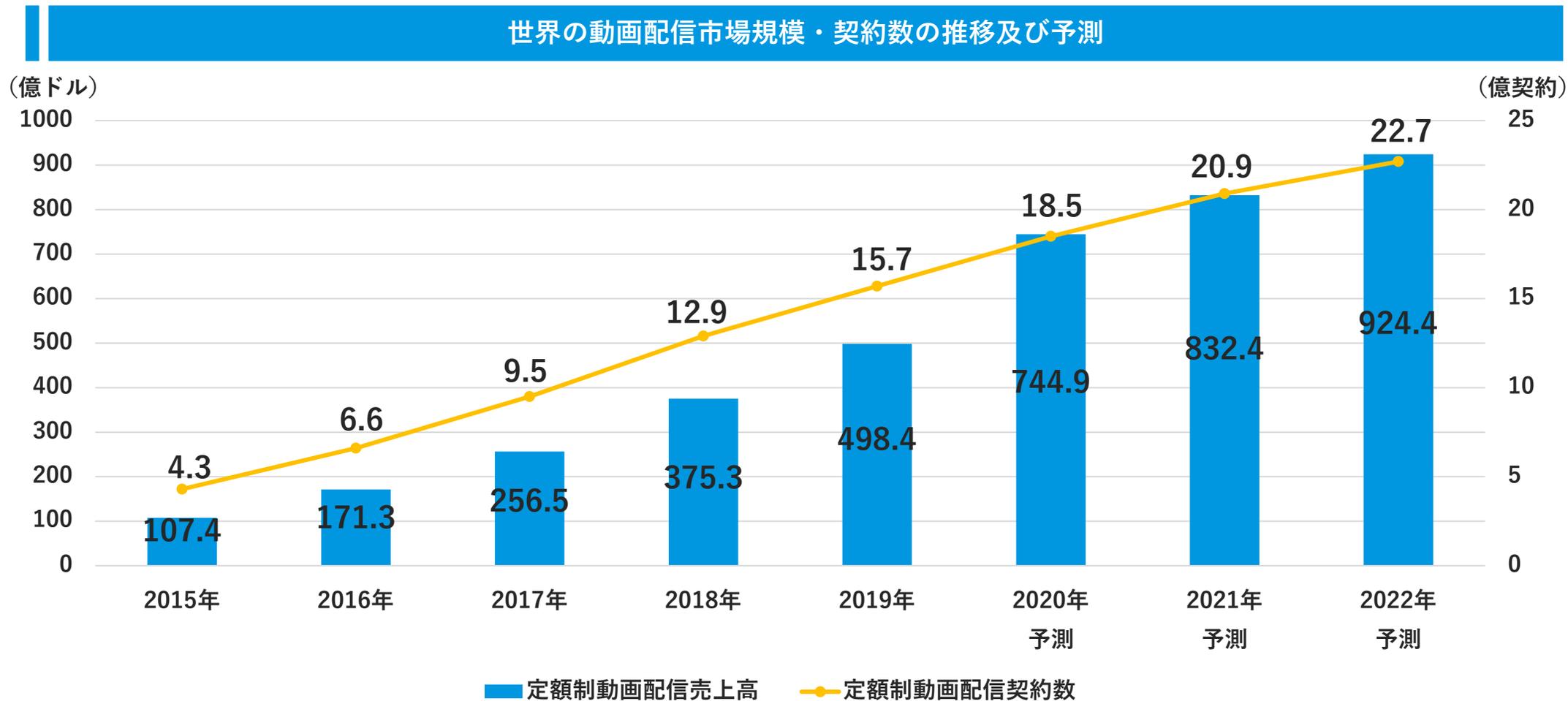
出所：「国内アフィリエイト市場規模推移と予測」（矢野経済研究所）

市場規模は、アフィリエイト広告の成果報酬額、手数料、諸費用（初期費用、月額費用、オプション費用等）の合算。2019年度は見込みで、2020年度以降は予測値。



## 5. 市場データ / 世界の定額制動画配信市場規模

- 2019年の世界の定額制動画配信市場規模は、前年比132.8%の498億ドルまで拡大。2022年には924億ドルまで拡大することが予想される。



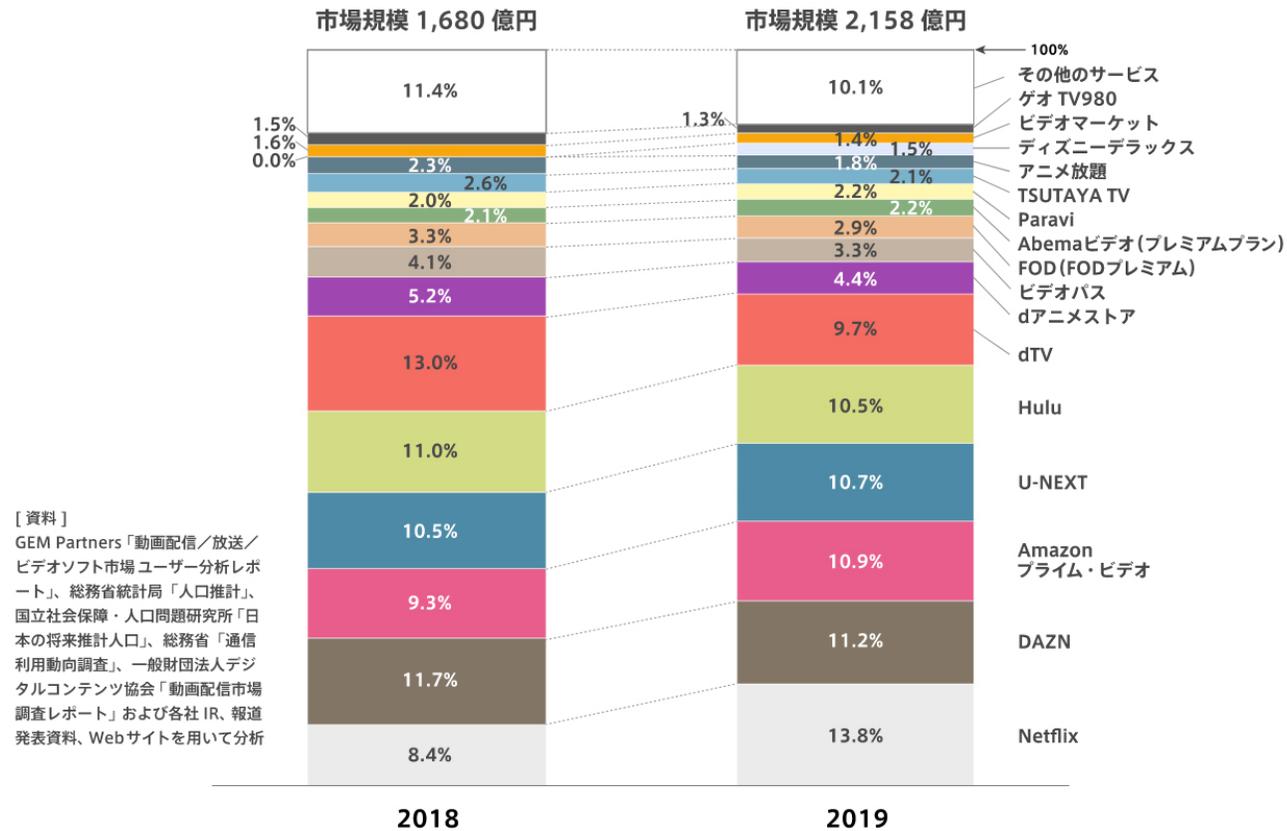
出所：総務省 令和2年版 情報通信白書『世界の動画配信市場規模・契約数の推移及び予測』（2020年8月）を基に作成



# 5. 市場データ / 定額制動画配信サービス別市場シェア推移

➤ 2019年の定額制動画配信サービス市場は、前年比128.4%の2,158億円まで拡大。

### 定額制動画配信（SVOD）サービス別市場シェア推移※



GEM Standard

「動画配信（VOD）市場5年間予測（2020-2024年）レポート」より

※出所：GEM Partners「動画配信（VOD）市場5年間予測（2020-2024年）レポート」プレスリリース

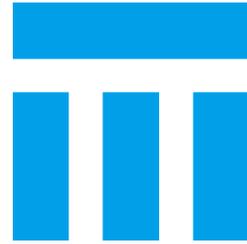


## 株主還元の基本方針

資本の健全性や成長のための投資を優先した上で最適なバランスを検討し、配当を基本として株主還元の充実に努める。

### 【 配当政策 】

- 当社は、事業の成長・拡大による企業価値の向上を最重要課題として認識するとともに、株主の皆様に対する利益還元を経営の重要課題の一つと位置付ける。
- 利益配分は、今後の成長・拡大戦略に備えた内部留保の充実等を総合的に勘案した上で業績の動向を踏まえた配当を検討していく方針。
- 現在当社は成長過程にあると認識しており、事業上獲得した内部留保資金については事業拡大のための成長投資に充当することを優先。



# TOKYO TSUSHIN

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。
- これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、国内外の経済情勢や当社グループの関連する業界動向等が含まれますがこれらに限られるものではなく、また、事業環境および市場動向の分析等による競争力の維持・強化に努めておりますが、上記リスクや不確実性を排除するものではありません。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。