

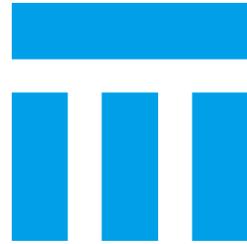


**TOKYO TSUSHIN**

**2021年12月期 第2四半期  
決算説明資料**

2021年8月5日

証券コード：7359 東証マザーズ



# TOKYO TSUSHIN

## 将来見通しに関する注意事項

- 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。



1.	経営理念・事業概要	P. 4
2.	2021年12月期 第2四半期(4 - 6月) 決算概要	P. 8
3.	2021年12月期 業績予想	P. 18
4.	セグメント別概況	P. 21
5.	成長戦略、中期経営方針	P. 41
6.	特徴と優位性	P. 45
7.	appendix	P. 51



# 1. 経営理念・事業概要



## 1-1. 経営理念改定

5月20日付で経営理念等を改定しましたので、お知らせいたします。

当社は、今もなお発展を続けるインターネット産業が「今後もより人々を豊かにしていく」と信じています。経営理念等を改定し、より一層の事業の拡充と発展に努めてまいります。



### 1. 経営理念の改定

(改定後) Digital Well-Being

(改定前) MISSION IS TO MAKE YOU “LAUGH OUT LOUD”  
～たのしいコミュニケーションを創る。～

### 2. Visionの改定

(改定後) 人々の心を豊かにするサービスを創造し続ける。

(改定前) 人々に寄り添うサービスを創造し続ける。

当社は、グループ経営における普遍的な考え方として経営理念を定め、企業活動を行う上での文化形成の指針としてまいりました。

経営理念に基づく企業活動の下、当社グループは着実に成長してまいりましたが、「デジタルサービス、テクノロジーを活用することで、人々の生活、人生をより豊かにできる事業を展開していきたい」という想いから、改定いたしました。

経営理念の改定にともない、標榜しています。



## 1-2. セグメント名称変更

8月5日付でセグメント名称を変更しましたので、お知らせいたします。

「アプリ事業」から「インターネットメディア事業」に、  
「広告代理事業」から「インターネット広告事業」に変更いたしました。

(旧セグメント)

アプリ事業

広告代理事業

プラットフォーム事業



(新セグメント)

インターネットメディア事業

インターネット広告事業

プラットフォーム事業

「アプリ事業」につきましては、ユーザーが有料のアイテムや機能を購入する課金収入からなるビジネスモデルと異なり、アドネットワーク事業者を通じて表示するアプリ内広告を収入としたメディア型の収益構造であることを明確に表現するため、「インターネットメディア事業」とセグメント名称を変更いたします。

「広告代理事業」につきましても、当社グループはインターネット広告の領域において、アドテクノロジーを活用した広告配信と運用型広告、サイトの最適化や課題解決となるソリューションを提供する事業であることを明確に表現するため、「インターネット広告事業」とセグメントの名称を変更いたします。

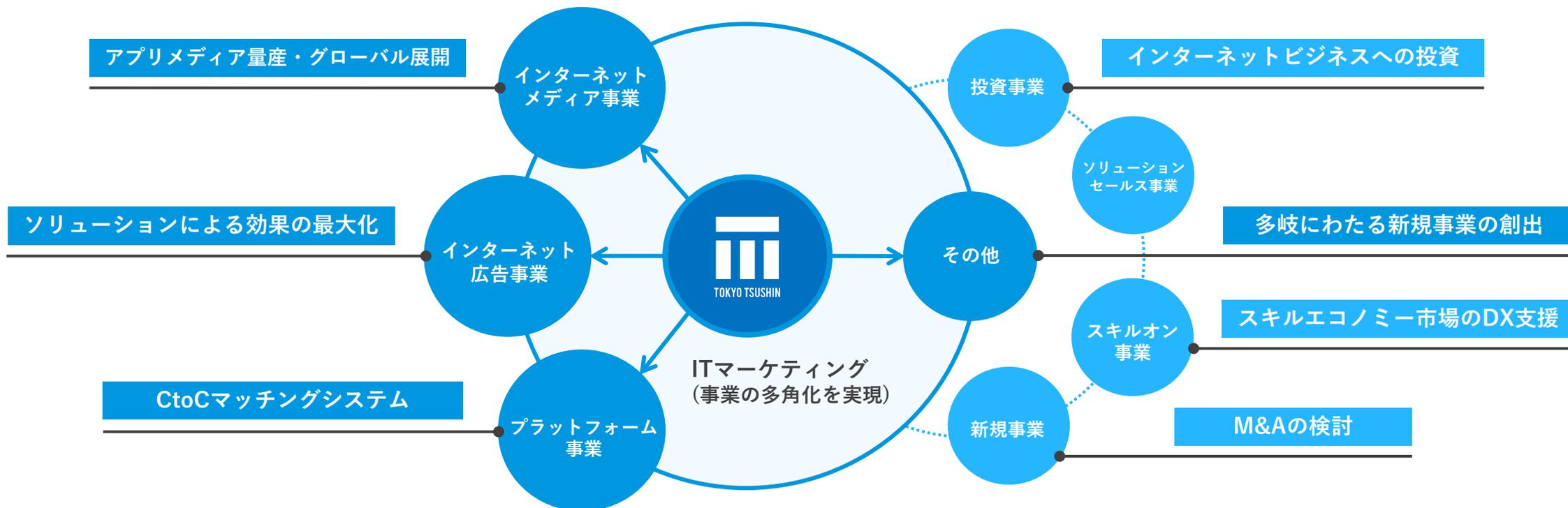
なお、このセグメントの名称変更がセグメント情報に与える影響はありません。



# 1-3. 東京通信グループの事業について



**TOKYO TSUSHIN** は“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。





## 2. 2021年12月期 第2四半期(4 - 6月) 決算概要

## 2-1. 第2四半期(4-6月) / 決算ハイライト①

売上高は前年同期比 257.9% と大幅な成長を実現  
営業利益の通期予想進捗率は 74.9% と好調に推移

売上高	前年同期比	増減	進捗率
1,265 百万円	257.9 %	+774 百万円	54.1 %
営業利益	前年同期比	増減	進捗率
146 百万円	186.3 %	+67 百万円	74.9 %
EBITDA ※	前年同期比	増減	進捗率
224 百万円	276.3 %	+143 百万円	59.6 %

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。

### FY2021 事業方針

- **グローバル戦略の強化**  
インターネットメディア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

※EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費



## 2-1. 第2四半期(4-6月) / 決算ハイライト②

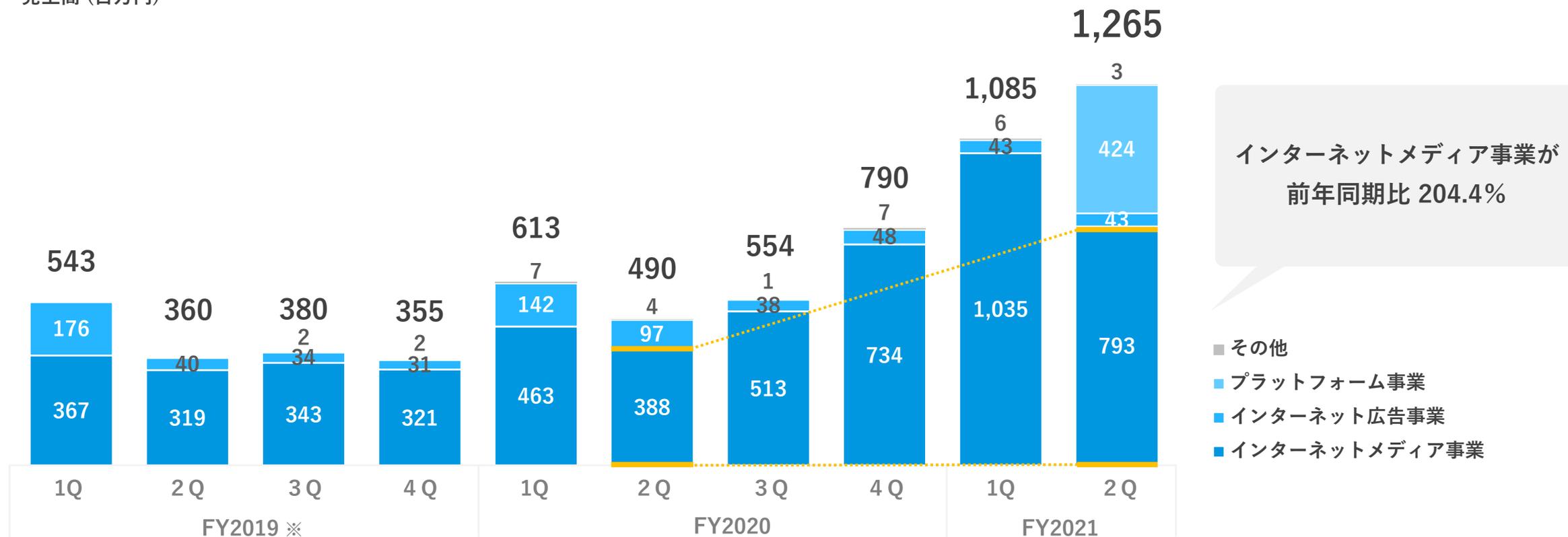
FY2021 / 2Q 連結業績	インターネットメディア事業、プラットフォーム事業が好調に推移し、前年同期比で増収増益を達成			
	売上高	: 1,265 百万円	前年同期比	: 257.9 %
	営業利益	: 146 百万円	前年同期比	: 186.3 %
新型コロナウイルス感染拡大に関して、業績への大きな影響は見られませんでした。				
インターネット メディア事業	ハイパーカジュアルゲームアプリの売上高、営業利益が大幅成長			
	売上高	: 793 百万円	前年同期比	: 204.4 %
	営業利益	: 186 百万円	前年同期比	: 237.7 %
インターネット 広告事業	第1四半期と同水準で進捗			
	売上高	: 43 百万円	前年同期比	: 44.8 %
	営業利益	: 20 百万円	前年同期比	: 25.5 %
プラットフォーム事業	電話占い「カリス」が堅調に推移 (株式会社ティファレトの株式取得にともないセグメント追加)			
	売上高	: 424 百万円	前年同期比	: —
	営業利益	: 52 百万円	前年同期比	: —
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	: 3 百万円	前年同期比	: 77.7 %
	営業利益	: △30 百万円	前年同期比	: △19 百万円

## 2-2. 第2四半期(4-6月) / 連結売上高

【連結売上高】 1,265 百万円 (YoY 257.9%)

インターネットメディア事業、プラットフォーム事業が好調に推移

売上高 (百万円)



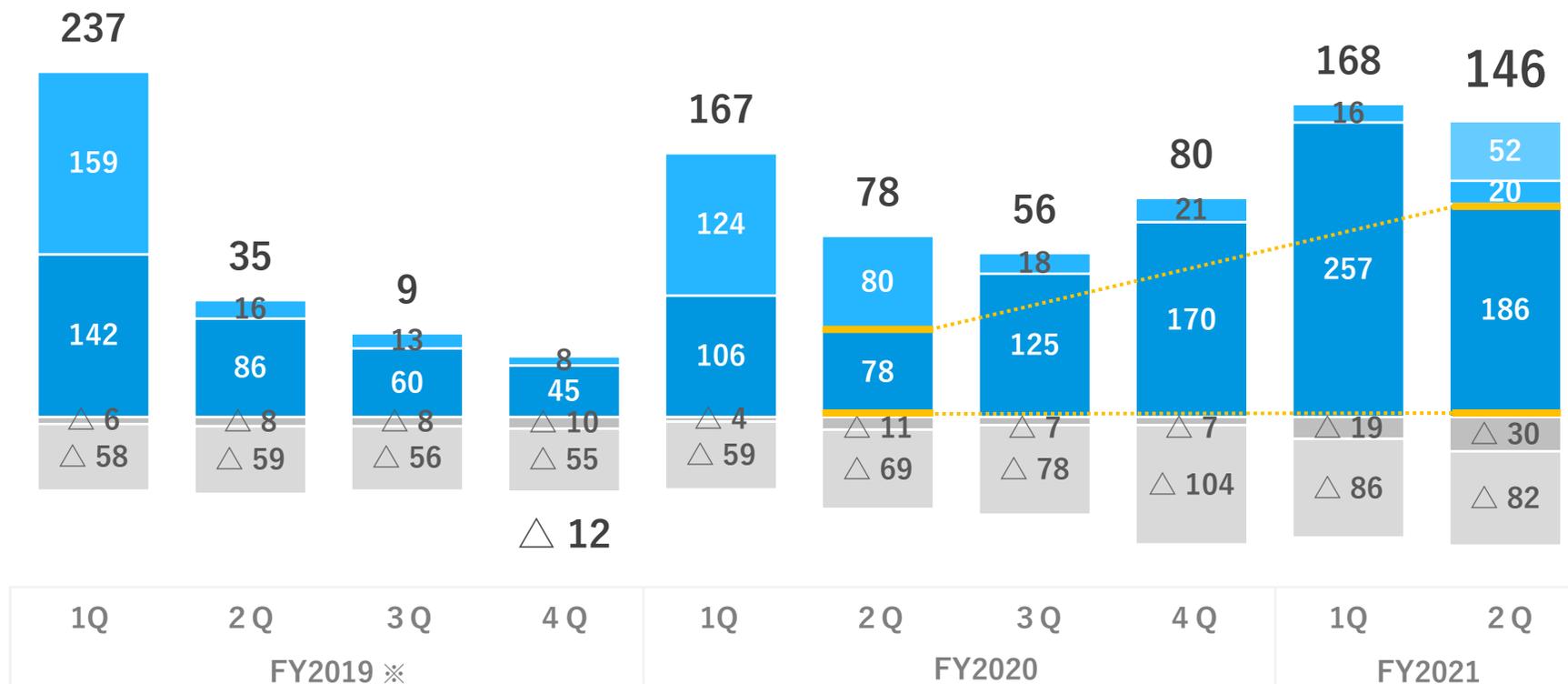
※FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

## 2-3. 第2四半期(4-6月) / 連結営業利益

【連結営業利益】 146 百万円 (YoY 186.3%)

インターネットメディア事業を中心に各事業が順調に推移し、予算の進捗率は 74.9%

営業利益 (百万円)



インターネットメディア事業が  
前年同期比 237.7%

- 調整額
- その他
- プラットフォーム事業
- インターネット広告事業
- インターネットメディア事業

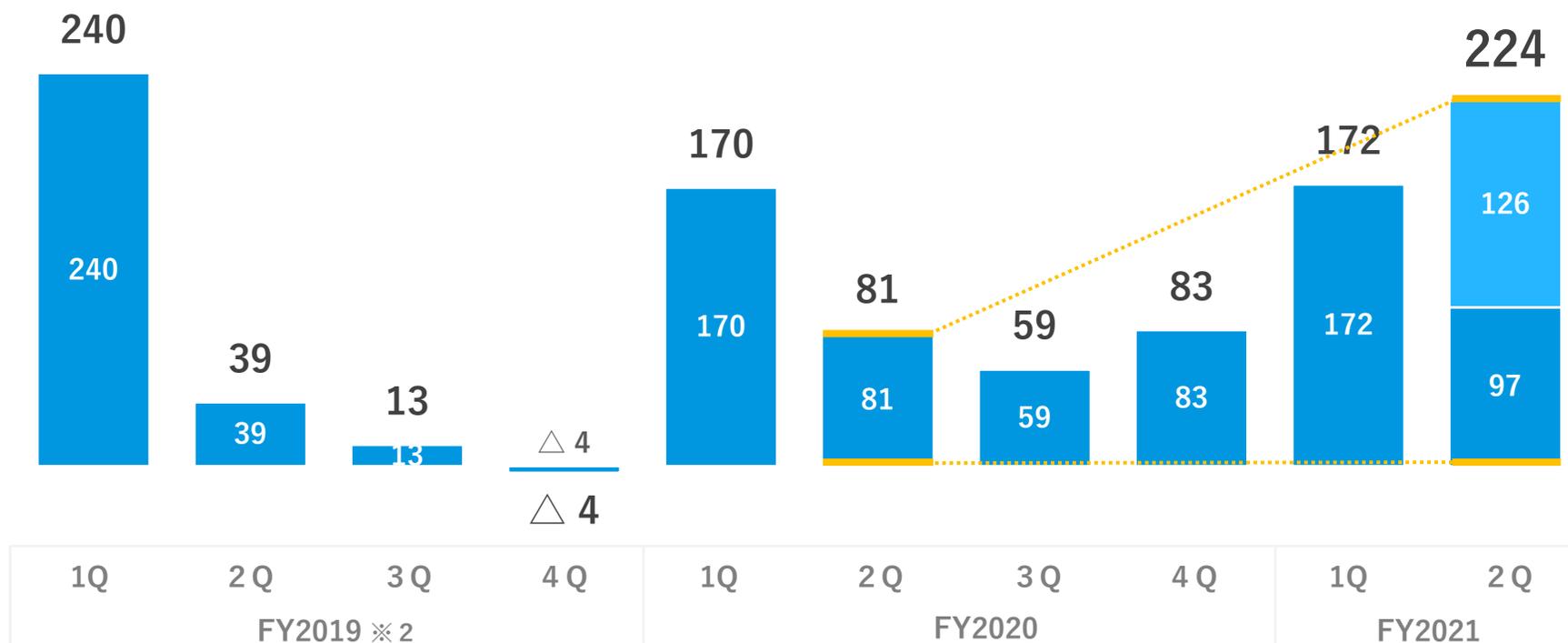
※FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

## 2-4. 第2四半期(4-6月) / EBITDA ※1

【EBITDA】 224 百万円 (YonY 276.3%)

株式会社ティファレトの連結子会社化にともない、EBITDAも大幅成長

EBITDA(百万円)



【EBITDA】  
 対前年度比 276.3%  
 対前四半期比 130.3%  
 と大幅成長

- プラットフォーム事業分
- EBITDA

※1. EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

※2. FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

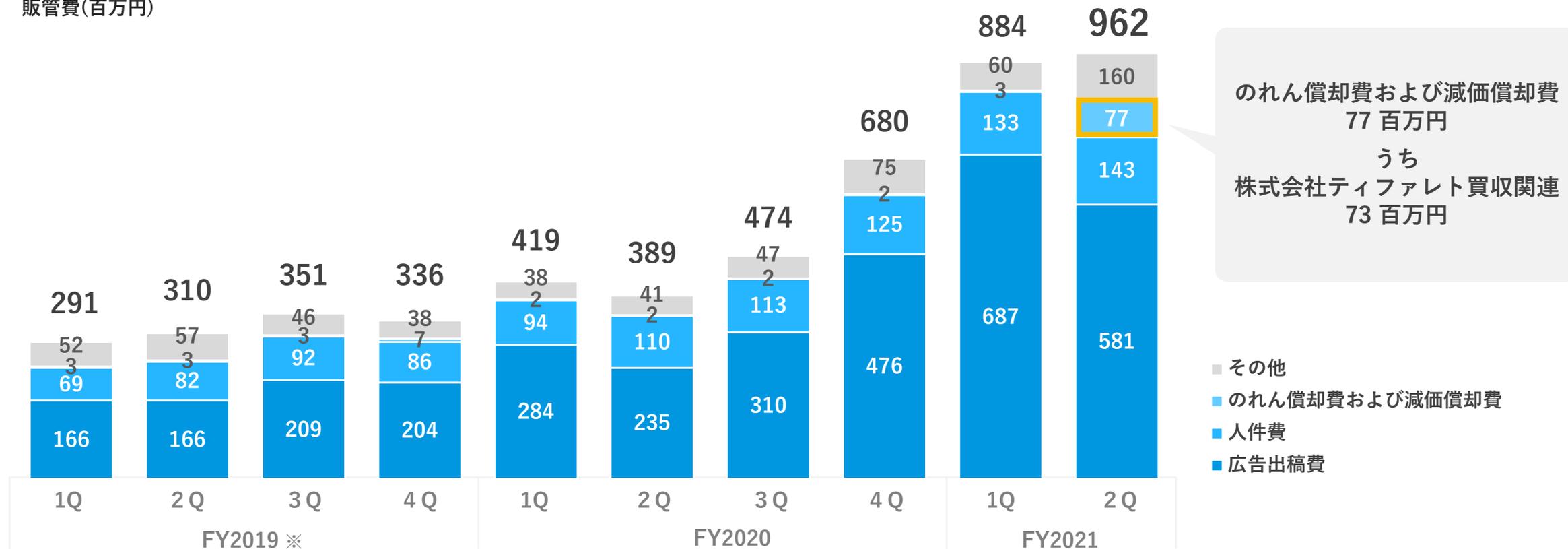


## 2-5. 第2四半期(4-6月) / 販売費及び一般管理費

【販売費及び一般管理費】 962 百万円 (YonY 246.9%)

売上高の増加にともない販売費及び一般管理費も増加、2Qからティファレット株式取得にともなうのれん償却費および減価償却費が発生

販管費(百万円)



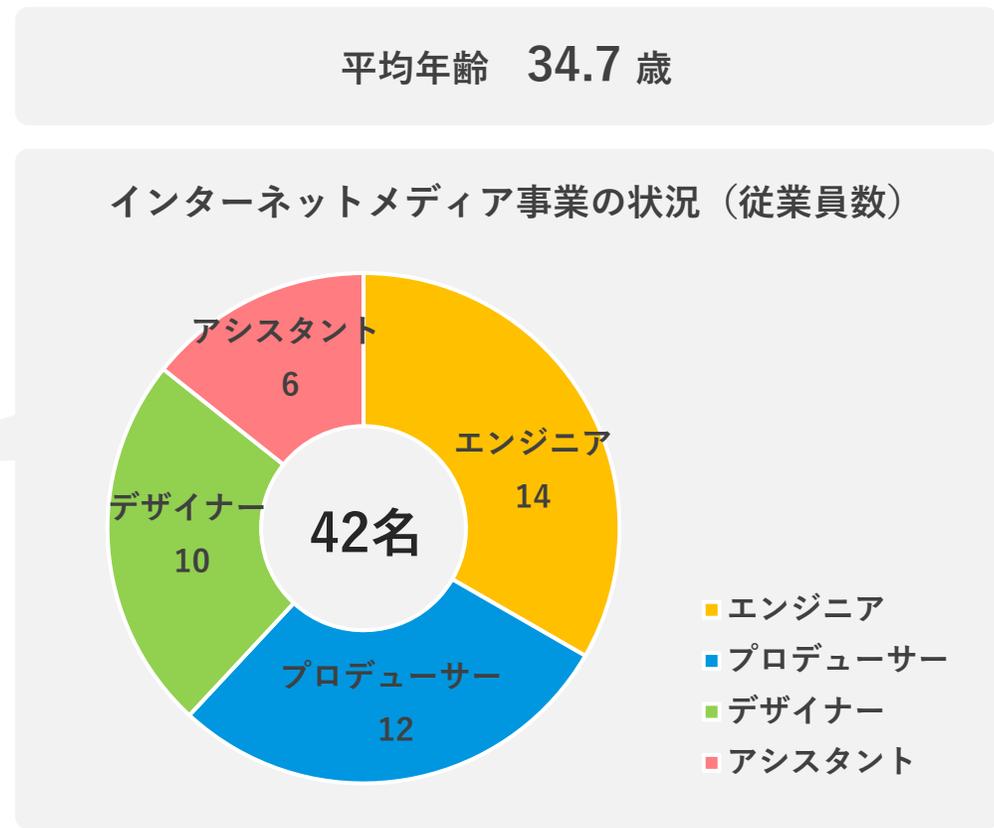
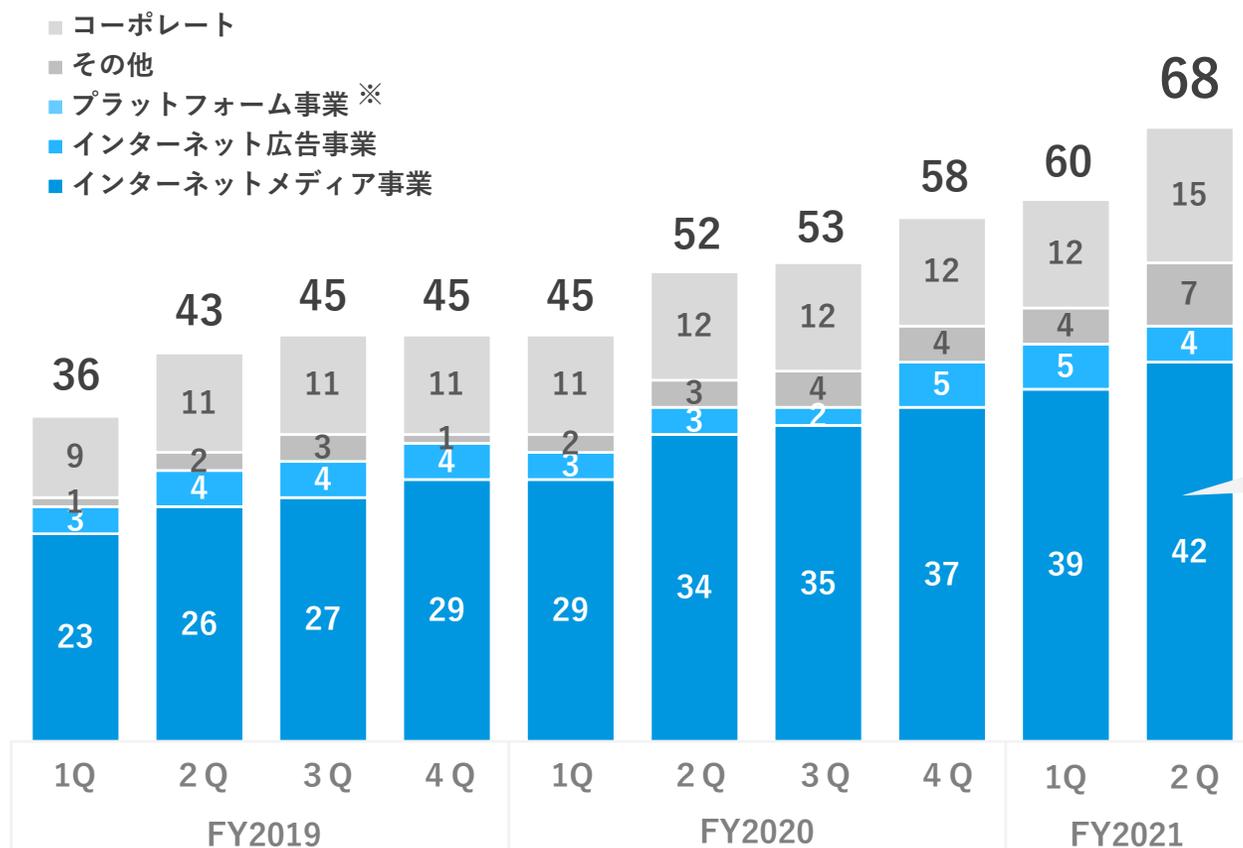
※FY2019 1Q~4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。



## 2-6. 第2四半期(4-6月) / 従業員数

【従業員数】 **68人** (2021年6月末現在 / アルバイトは含めておりません)

積極的な採用活動により順調に人員増加



※プラットフォーム事業に所属する株式会社ティファレットの従業員は、2021年6月末時点では外部業務委託としてのパートナー契約であるため、従業員数には含めておりません。

## 2-7. 第2四半期(4-6月) / 損益計算書

親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比 248.5% と大幅成長

(百万円)	FY2021/2Q	FY2020/2Q	YonY	FY2021/1Q	QonQ
売上高	1,265	490	774	1,085	180
売上総利益	1,108	468	640	1,052	55
販売費及び一般管理費	962	389	572	884	77
営業利益	146	78	67	168	△22
営業利益率	11.5 %	16.0 %	△4.4 pt	15.5 %	△4.0 pt
経常利益	139	77	61	140	△0
特別利益	—	—	—	—	—
特別損失	△0	—	△0	0	0
税金等調整前四半期純利益	139	77	61	139	△0
親会社株主に帰属する四半期純利益	78	31	46	81	△3
EBITDA ※	224	81	143	172	52

第2四半期より、株式会社ティファレットの連結子会社化にともない売上高と販売費及び一般管理費（のれん償却費と減価償却費）が増加

営業利益はQonQで減少したが、EBITDAでは大幅成長

※EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

## 2-8. 第2四半期(4-6月) / 連結貸借対照表

### 株式会社ティファレトの株式取得にともなう固定資産と固定負債が増加

(百万円)	2021年6月末	2020年6月末	増減	2020年12月末	増減
流動資産	1,566	994	571	1,272	293
現預金	964	646	317	693	270
固定資産	2,510	158	2,352	205	2,304
資産合計	4,077	1,153	2,923	1,478	2,598
流動負債	767	352	415	526	241
固定負債	2,216	14	2,202	20	2,196
負債合計	2,984	367	2,617	547	2,437
株主資本	1,092	652	439	931	160
純資産計	1,092	786	305	931	160
負債・純資産計	4,077	1,153	2,923	1,478	2,598

株式会社ティファレト買収にともなうのれん償却費が確定

のれん : 820百万円/9年  
 商標権 : 867百万円/12年  
 顧客関連資産 : 655百万円/5年

- 株式会社ティファレト買収のための銀行からの借入金が増加

- 無形資産(商標権および顧客関連資産)増加にともなう繰延税金負債が増加



## 3. 2021年12月期 業績予想

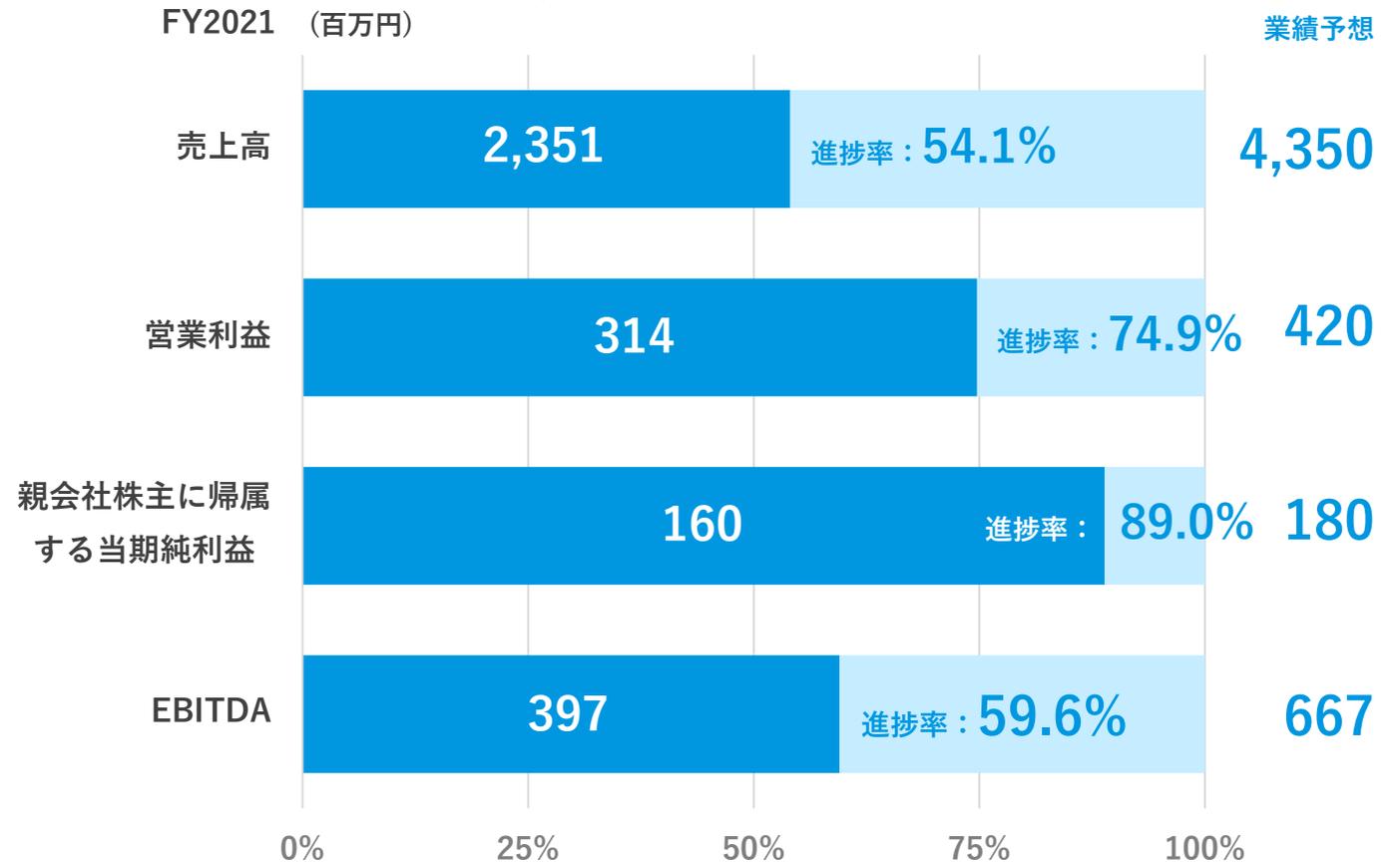


### 3-1. 2021年12月期 業績予想と進捗

#### 主力事業が好調、通期業績予想の進捗も順調に推移

今後、業績予想の修正が必要と判断される状況となった場合には、速やかに開示いたします。

(百万円)	FY2021 1~2Q実績	業績予想 <small>※1</small>
売上高	2,351	4,350
営業利益	314	420
親会社株主に帰属 する当期純利益	160	180
EBITDA <small>※2</small>	397	667



※1. 当社は2021年5月7日に業績予想の修正を行っております。

※2. EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

## 3-2. 2021年12月期 下半期以降の戦略投資方針

好調な事業環境を受け、来期以降を見据えた積極的な戦略投資を実行  
事業多角化に向け、積極的な採用活動を推進

### FY2021 下半期以降の重点方針

FY2021/3~4Q

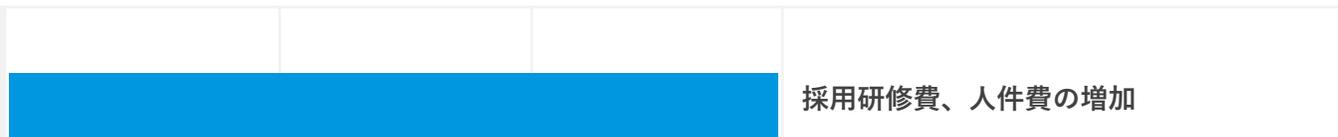
FY2022

FY2023

投資・費用内容

#### ● インターネットメディア事業のグローバル展開強化

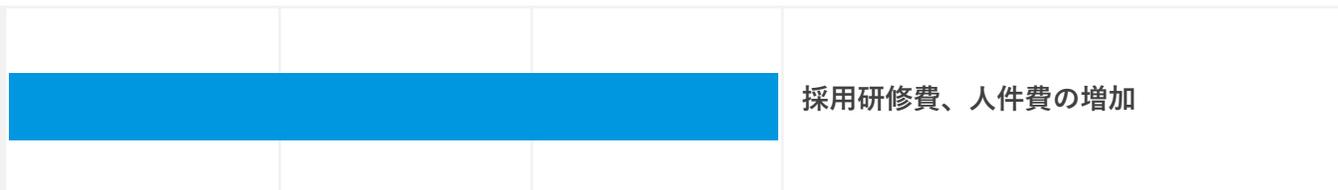
好調なインターネットメディア事業における『プロデューサー、デザイナー、エンジニアの各3名で1チーム体制』の増強、およびグローバル展開の強化



採用研修費、人件費の増加

#### ● プラットフォーム事業の機能拡張とシェア拡大

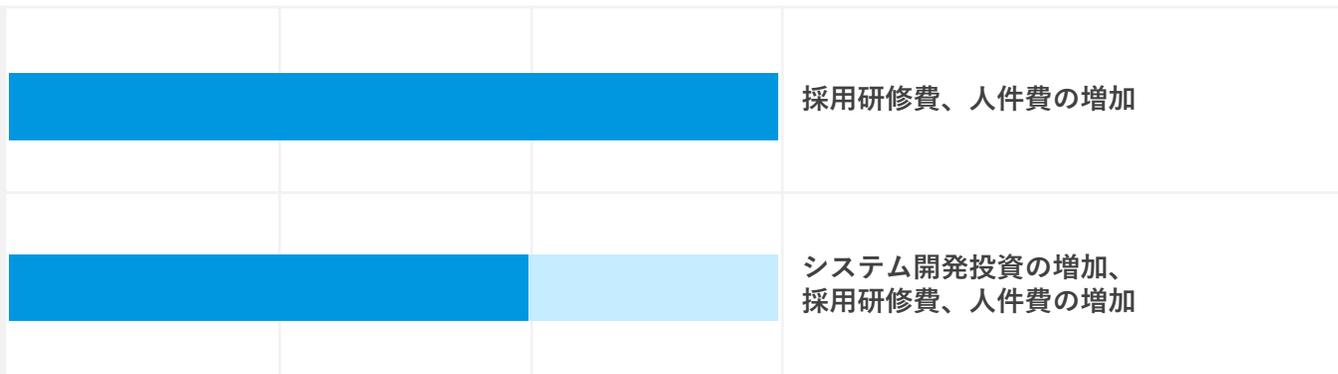
オンライン鑑定の機能面の強化(動画鑑定対応)と、電話占い「カリス」のノウハウを他業態の相談サービスへ横展開する検討



システム開発投資の増加、  
採用研修費、人件費の増加

#### ● SEO戦略における体制強化

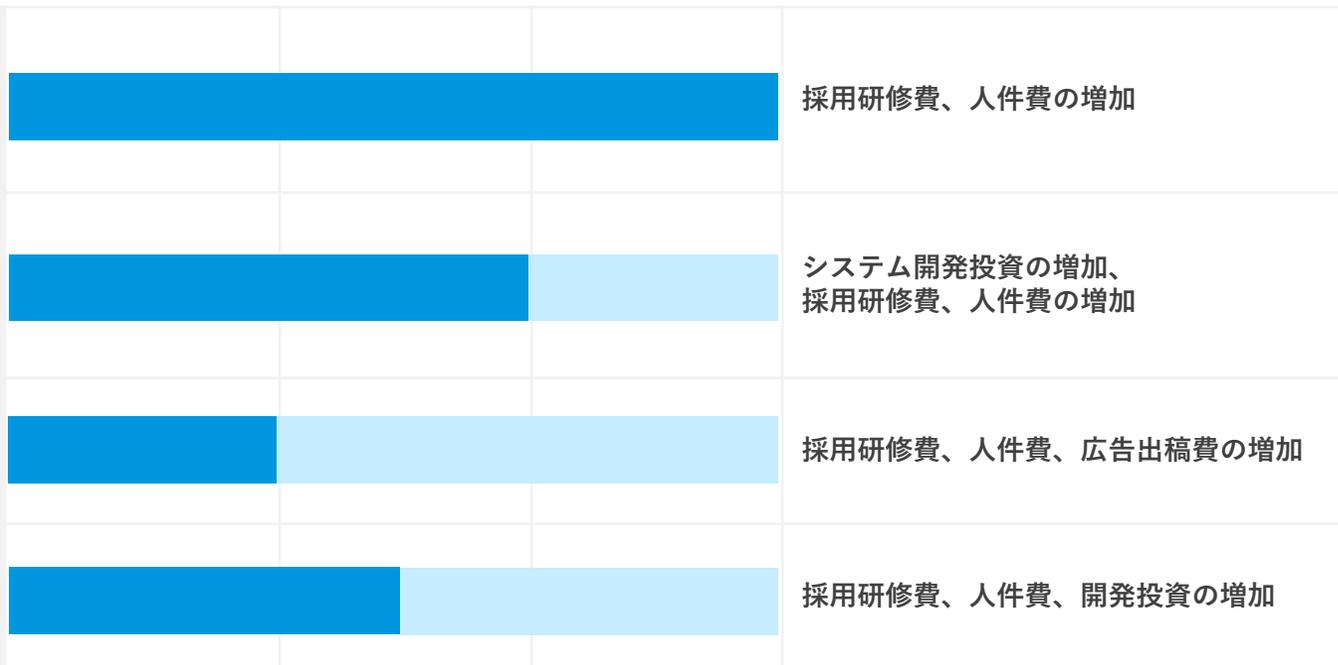
既存事業、および新規事業におけるSEO (Search Engine Optimization: 検索エンジン最適化) の施策、体制強化



採用研修費、人件費、広告出稿費の増加

#### ● 中長期的な収益基盤を目指す新規事業開発投資

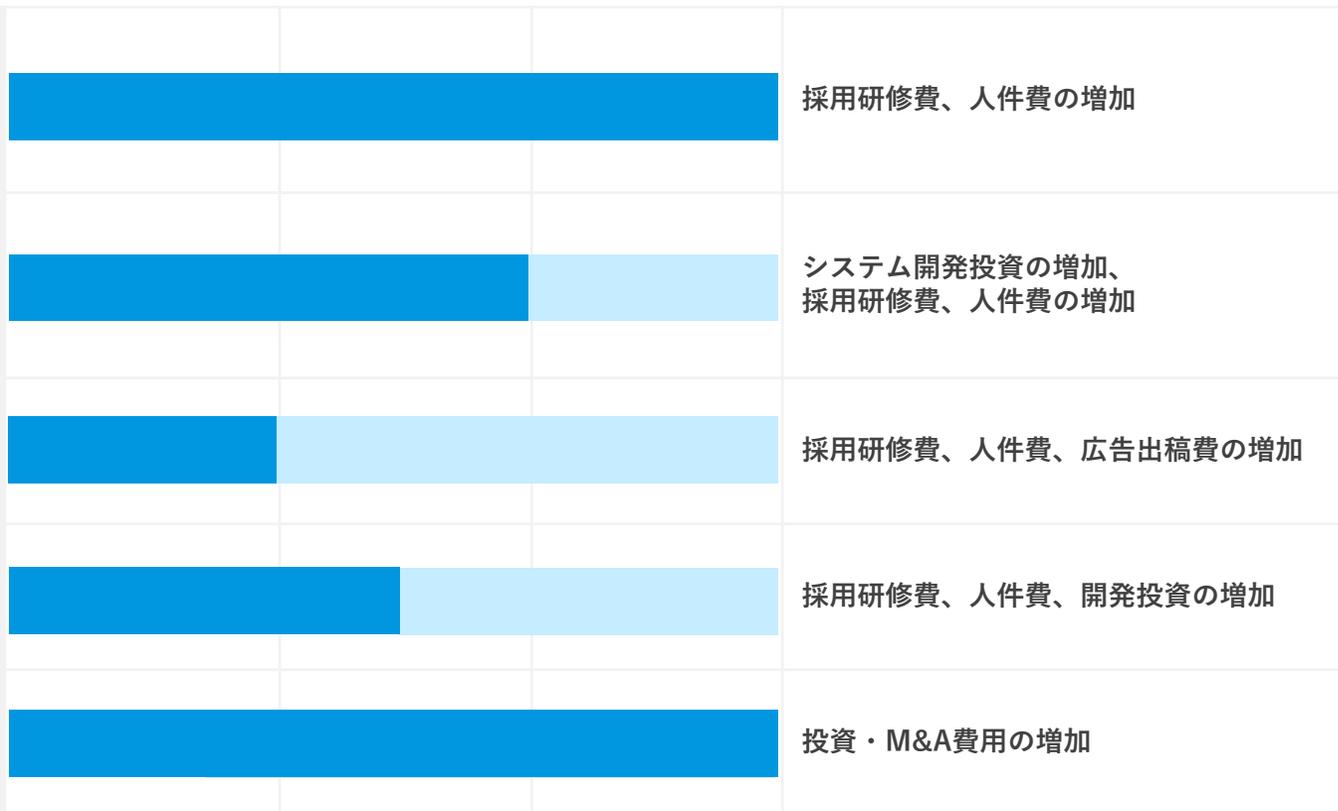
当期より開始したスキルオン事業、SEOコンサル事業、動画関連事業、その他新規事業など、多角的な事業の展開を予定



採用研修費、人件費、開発投資の増加

#### ● 投資・M&Aグロースの検討&推進

投資事業のノウハウを活用、投資とM&Aによる企業価値の向上



投資・M&A費用の増加



## 4. セグメント別概況

- インターネットメディア事業 -

## 4-1. インターネットメディア事業 / 概況

売上高、営業利益ともに前年同期比で大幅に増加  
特にハイパーカジュアルゲームアプリが中心の『グローバル』<sup>※</sup>が成長

FY2021 2Q

売上高	前年同期比	増減
<b>793</b> 百万円	<b>204.4</b> %	<b>+405</b> 百万円
営業利益	前年同期比	増減
<b>186</b> 百万円	<b>237.7</b> %	<b>+107</b> 百万円

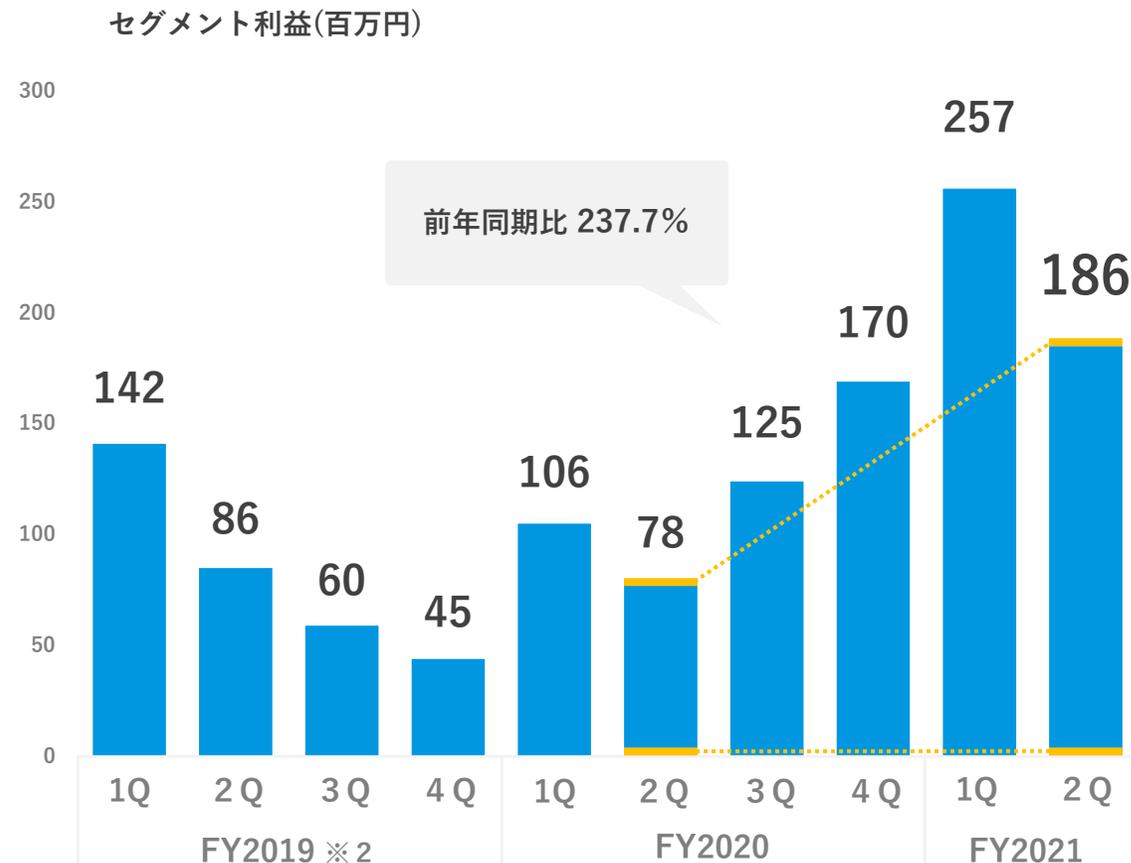
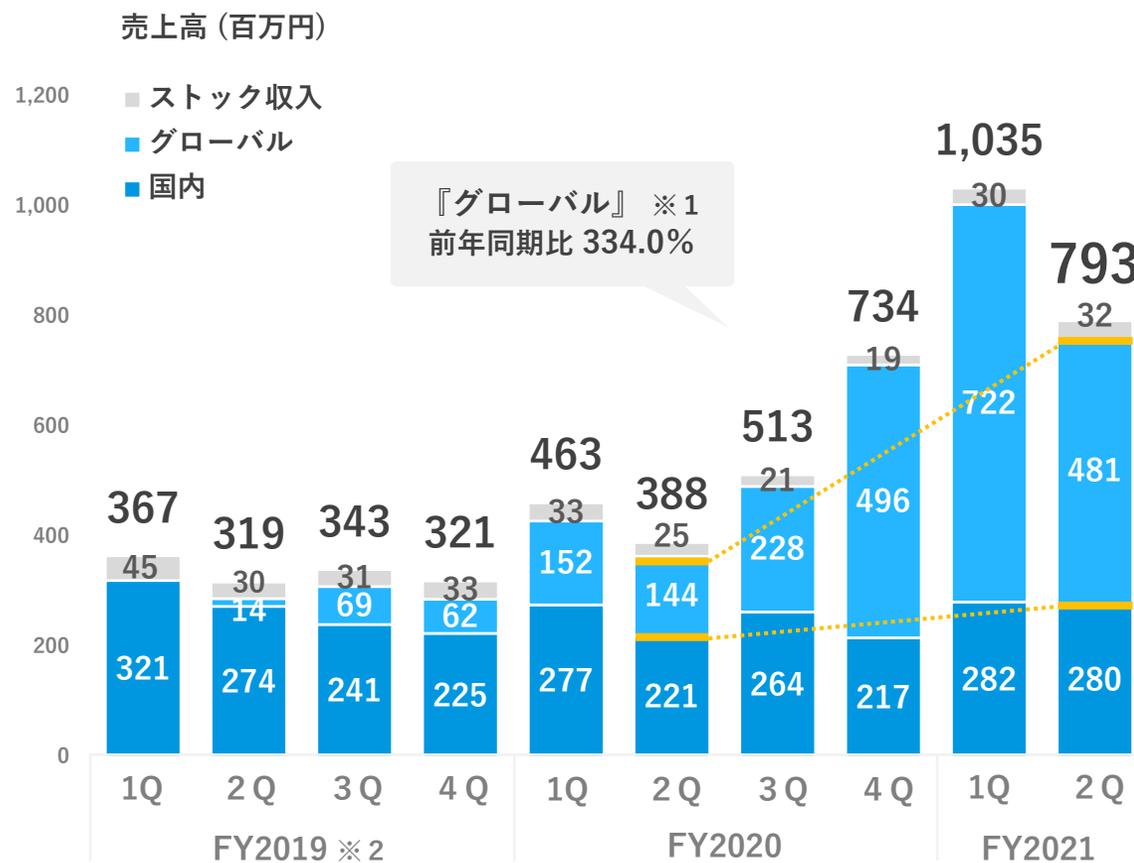
- 売上高は前年同期比 204.4%と大幅成長  
『グローバル』の売上高は 481百万円（前年同期比 334.0%）。
- 「Save them all」が引き続き好調  
2020年11月に本格運用を開始したヒットタイトルの「Save them all」が引き続き売上を牽引。
- 低コストの開発体制と  
効率的な広告出稿による高利益体質  
シンプルで開発費を抑えたアプリを性別を問わず、幅広い年齢層に提供。当社のマーケティングを活用した効率的な広告出稿で収益の最大化を図る。

※『グローバル』とは、国内及び海外の「ハイパーカジュアルゲームアプリ」、「海外向けアプリ」の合計として管理しております。



## 4-1. インターネットメディア事業 / 売上高・営業利益

運用メディア数の増加に伴い、引き続き成長基調  
運用の効率化により安定的な収益拡大を実現



※1. 『グローバル』とは、国内及び海外の「ハイパーカジュアルゲームアプリ」、「海外向けアプリ」の合計として管理しております。

※2. FY2019 1Q～4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

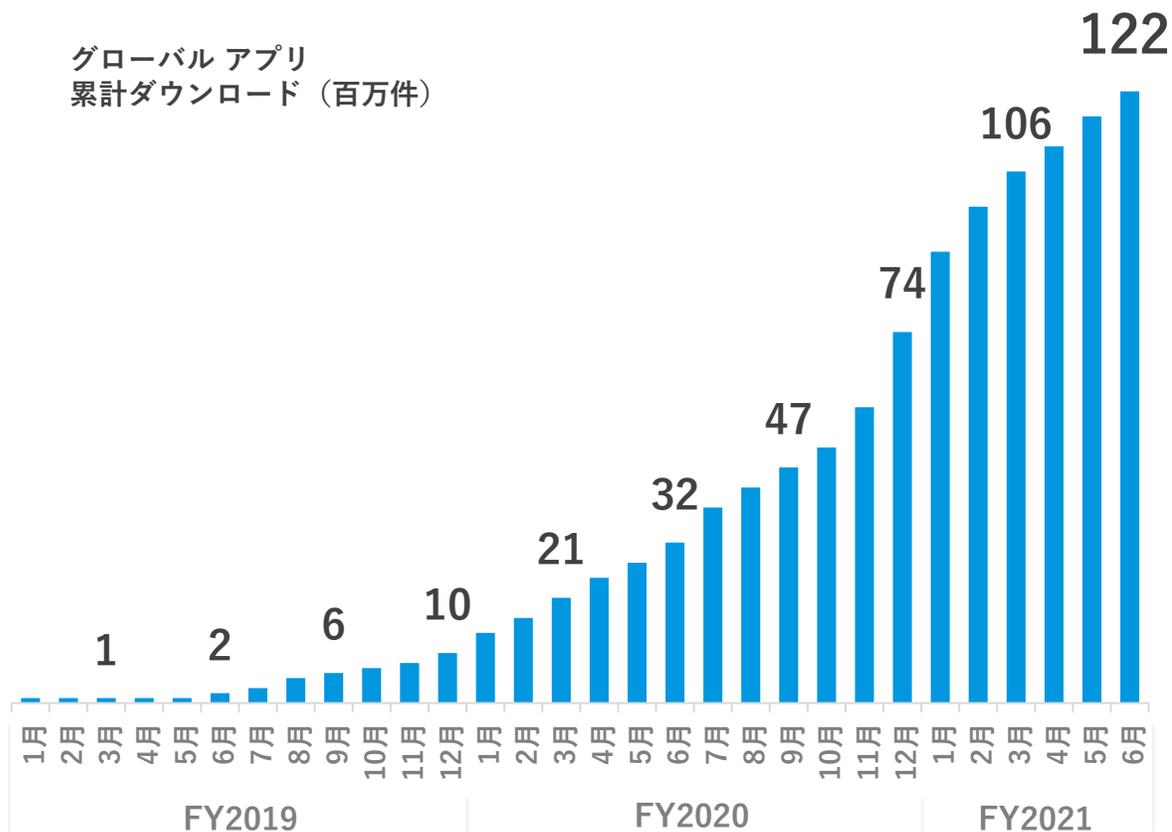


## 4-1. インターネットメディア事業 / 『グローバル』※

売上高は前年同期比 334.0% と大幅な成長

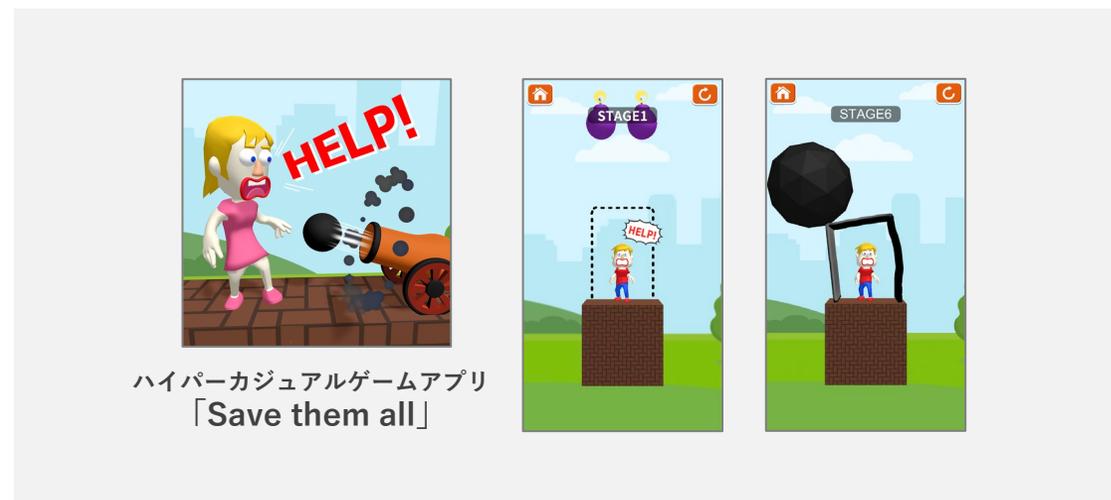
「Save them all」が第2四半期も引き続き売上を牽引し、大きく貢献

グローバル アプリ  
累計ダウンロード（百万件）



第2四半期 売上高は 4 億81百万円（前年同期比 334.0%）

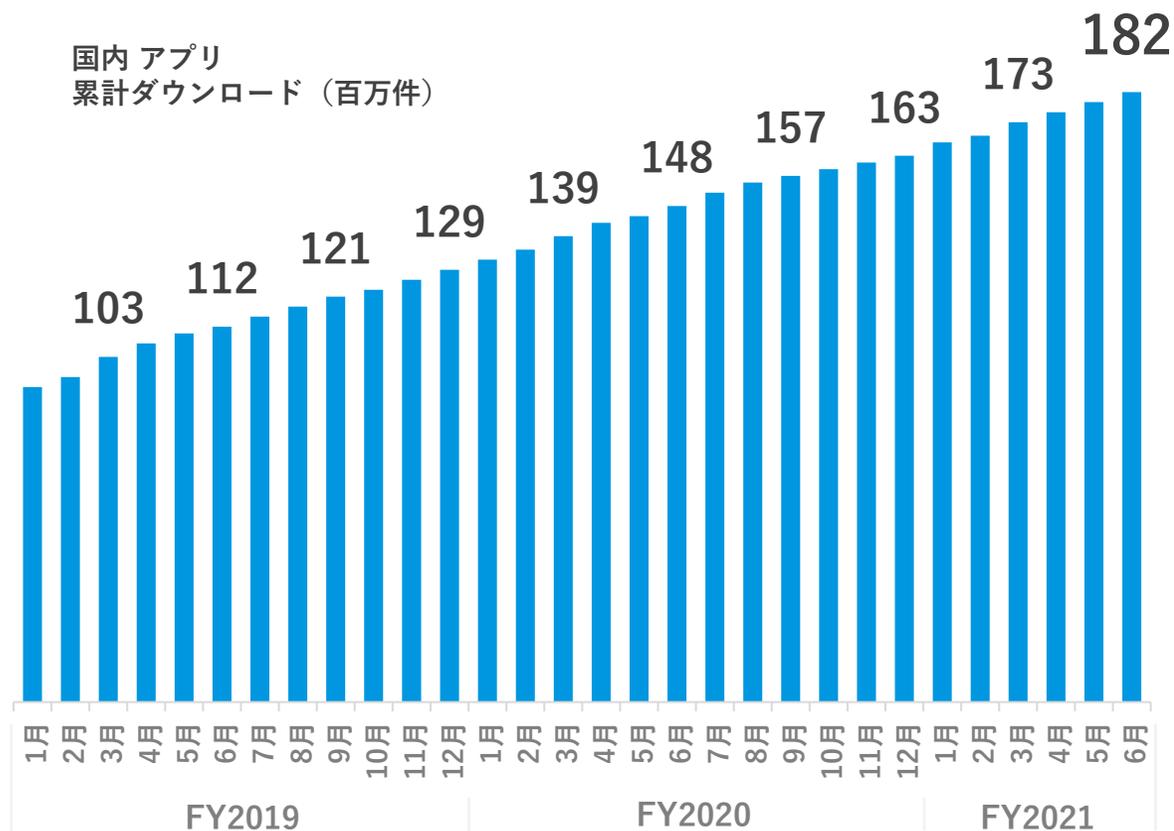
- 運用本数の増加、および売上高、貢献利益ともに前年同期比で大幅に増加
- 2020年11月に本格的に運用を開始した「Save them all」が第2四半期も引き続き売上を牽引し、大きく貢献



※『グローバル』とは、国内及び海外の「ハイパーカジュアルゲームアプリ」、「海外向けアプリ」の合計として管理しております。

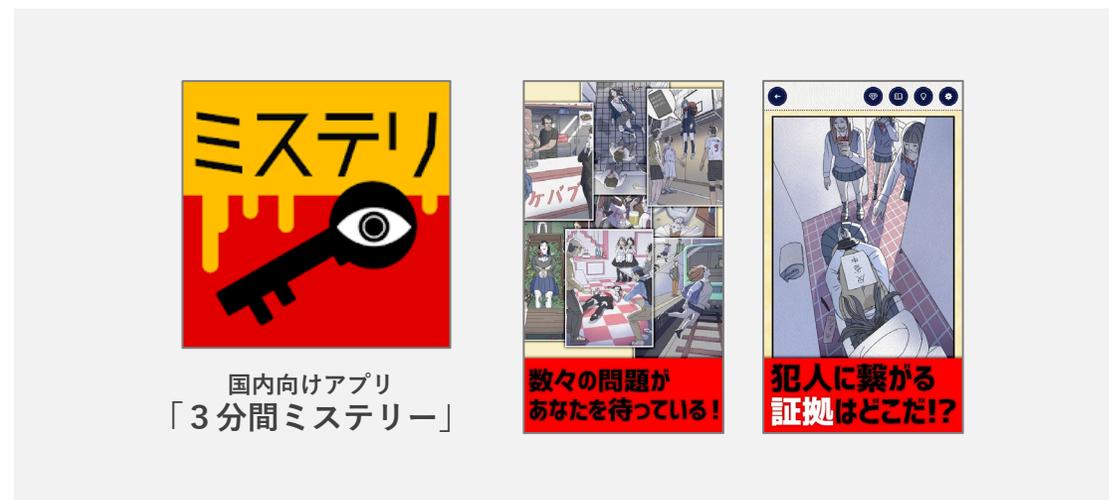
## 4-1. インターネットメディア事業 / 『国内』

売上高は前年同期比 126.3% と国内市場での確実な成長を実現  
「3分間ミステリー」などのヒットタイトルが引き続き売上を牽引



第2四半期 売上高は 2億80百万円 (前年同期比 126.3%)

- リソースの一部をより成長性が見込める『グローバル』<sup>※</sup>へ移管しつつも、売上高、貢献利益ともに前年同期比で増加
- 「3分間ミステリー」などの既存運用タイトルが堅調、貢献



※『グローバル』とは、国内及び海外の「ハイパーカジュアルゲームアプリ」、「海外向けアプリ」の合計として管理しております。



## 4. セグメント別概況

- インターネット広告事業 -



## 4-2. インターネット広告事業 / 概況

### 第1四半期と同水準で進捗

前年度に堅調であった既存案件の需要が落ち着いたことで、前年同期比では減収減益

#### FY2021 2Q

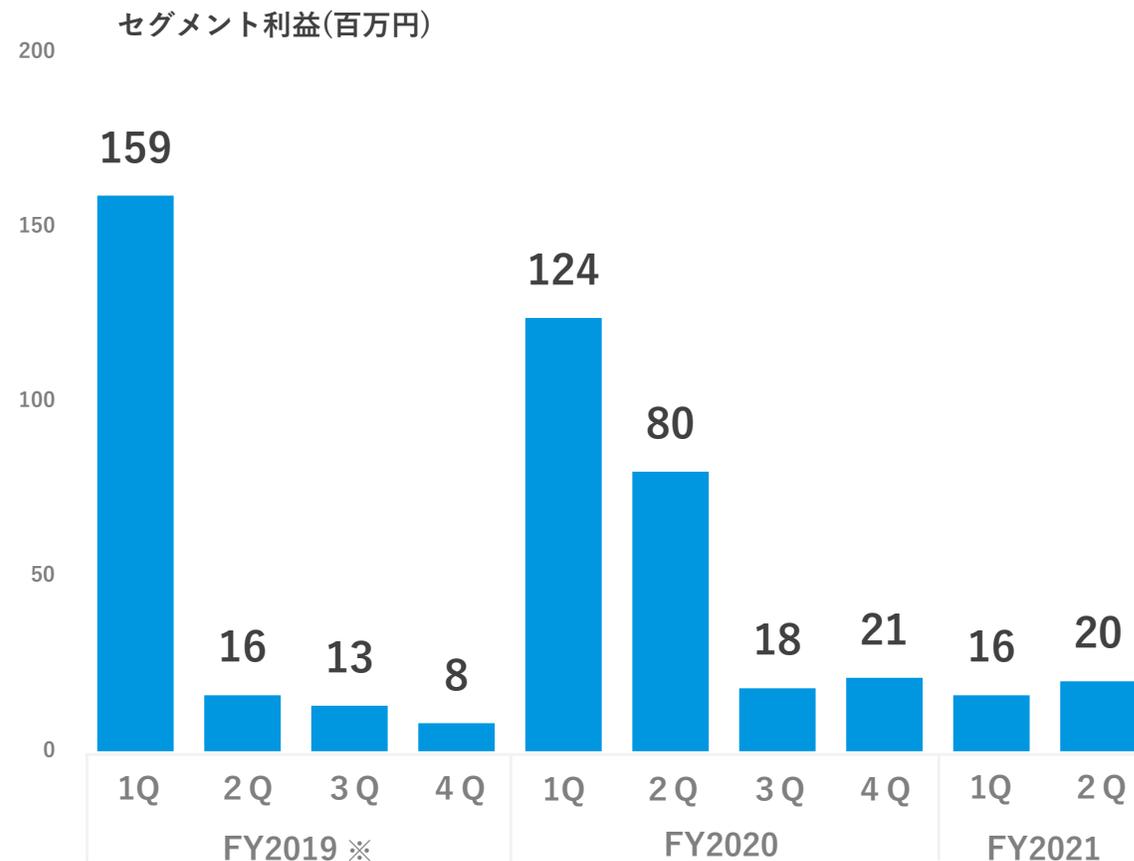
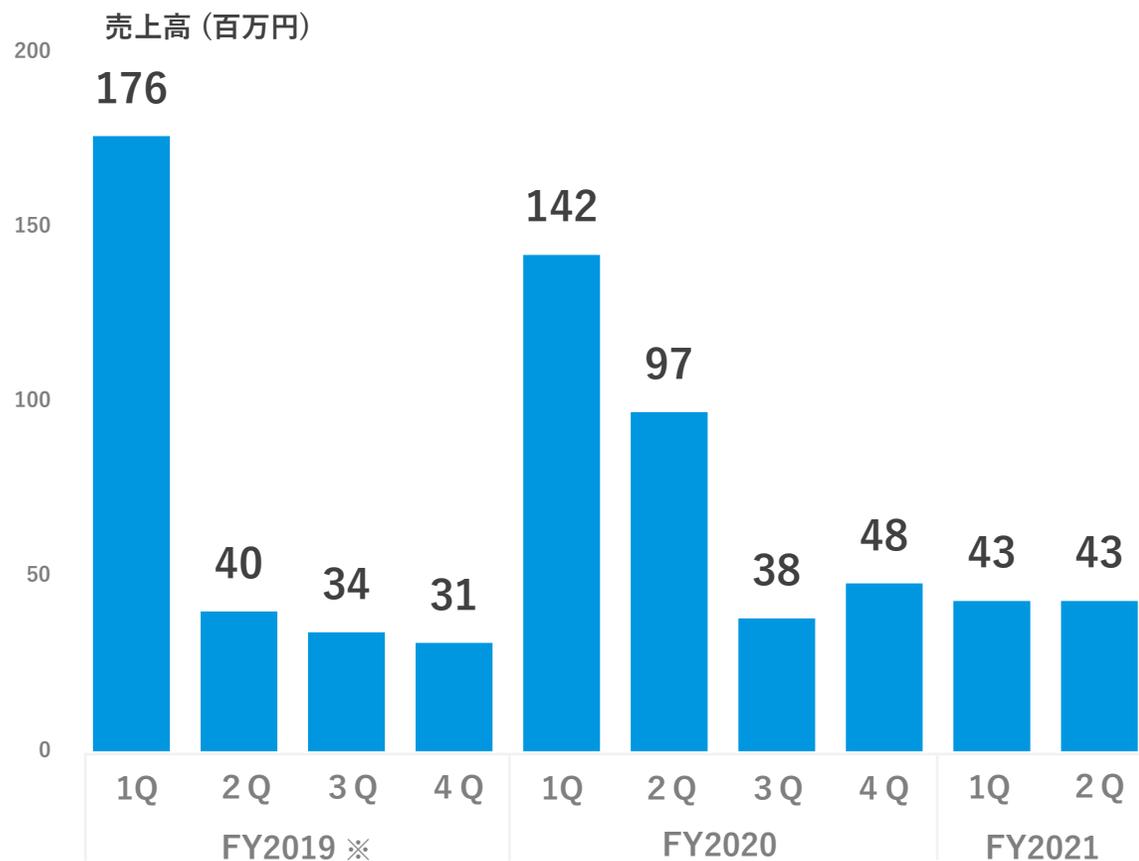
売上高	前年同期比	増減
<b>43</b> 百万円	<b>44.8</b> %	△ <b>54</b> 百万円
営業利益	前年同期比	増減
<b>20</b> 百万円	<b>25.5</b> %	△ <b>59</b> 百万円

- **アドテクノロジーを活用した成果報酬型広告戦略**  
VOD（ビデオ・オン・デマンド）サービスを始めとした成果報酬型広告に強み。  
有望なアフィリエイトとの関係の強化を推進。



## 4-2. インターネット広告事業 / 売上高・営業利益

第1四半期と同水準で進捗しているものの、前年度に堅調であった既存案件の需要が落ち着く



※FY2019 1Q～4Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。



# 4. セグメント別概況

- プラットフォーム事業 -



## 4-3. プラットフォーム事業 / 概況

当第2四半期連結会計期間より、株式会社ティファレトを連結子会社化  
経験豊富な鑑定師が、恋愛や仕事の悩みの相談に答える電話相談サービス事業を展開



FY2021 2Q ※1

売上高

424 百万円

営業利益

52 百万円

EBITDA ※2

126 百万円

### ● マーケティングの強化

当社グループのノウハウを活用した広告出稿の効率化を図る。また、電話占い「カリス」のSEO対策も強化し、自然流入数は増加傾向。



Google検索のビッグワード『電話占い』にて **第1位** を獲得 (2021年7月時点)

### ● コンプライアンスへの取り組み

ユーザーに安心してサービスを利用していただけるように、コンプライアンスを強化。カスタマーサポート体制の充実化と、1か月ごとの利用金額の上限設定等の取り組みを実施。

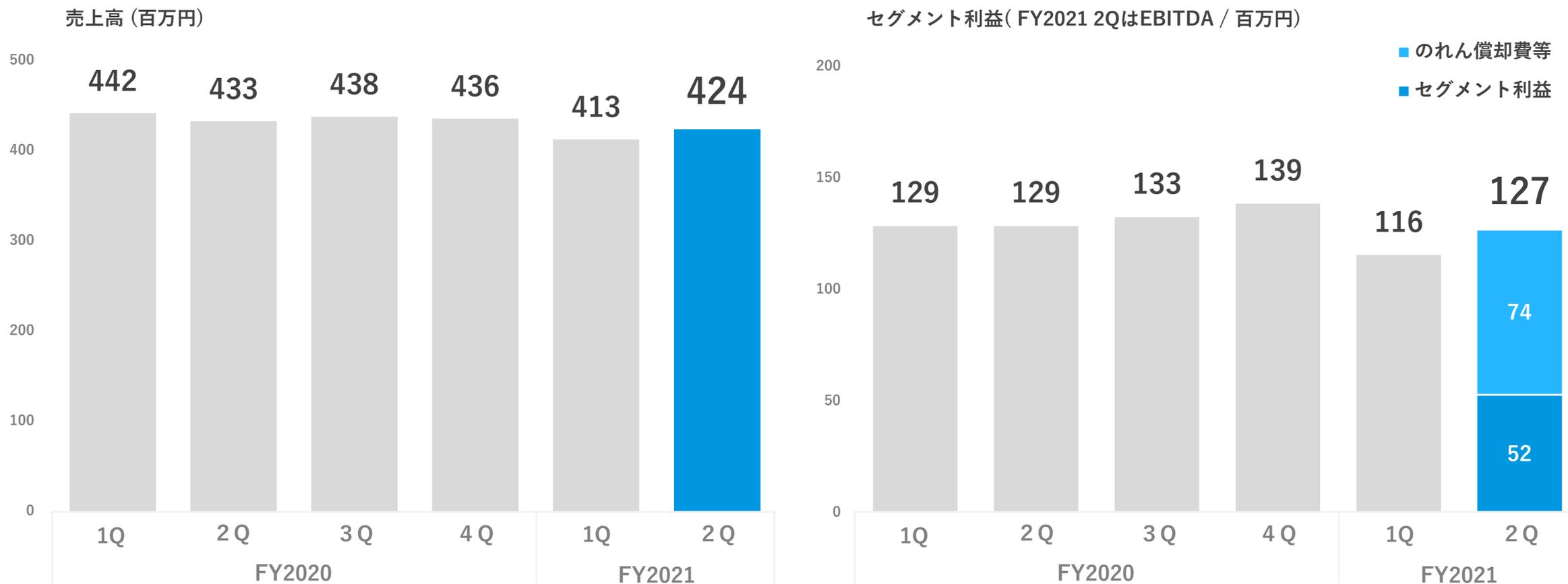
※1. 株式会社ティファレトの連結子会社化にともない、FY2021 2Qより「プラットフォーム事業」を新たに報告セグメントに追加。そのため、前年同期比の記載はございません。

※2. EBITDA=営業利益+のれん償却費+減価償却費



## 4-3. プラットフォーム事業 / 売上高・営業利益 ※1

第2四半期よりマーケティング方法の効率化を実施し、広告宣伝効率は徐々に改善傾向  
 連結子会社化にともなうのれん償却費等※2が74百万円発生



※1. FY2021 1Qまでの数値については、当社グループによる「株式会社ティファレット」の株式取得前の情報であり、監査法人による監査を受けておりません。また、過去の会計期間については、当社グループの決算期である12月期に合わせた想定で集計しております。

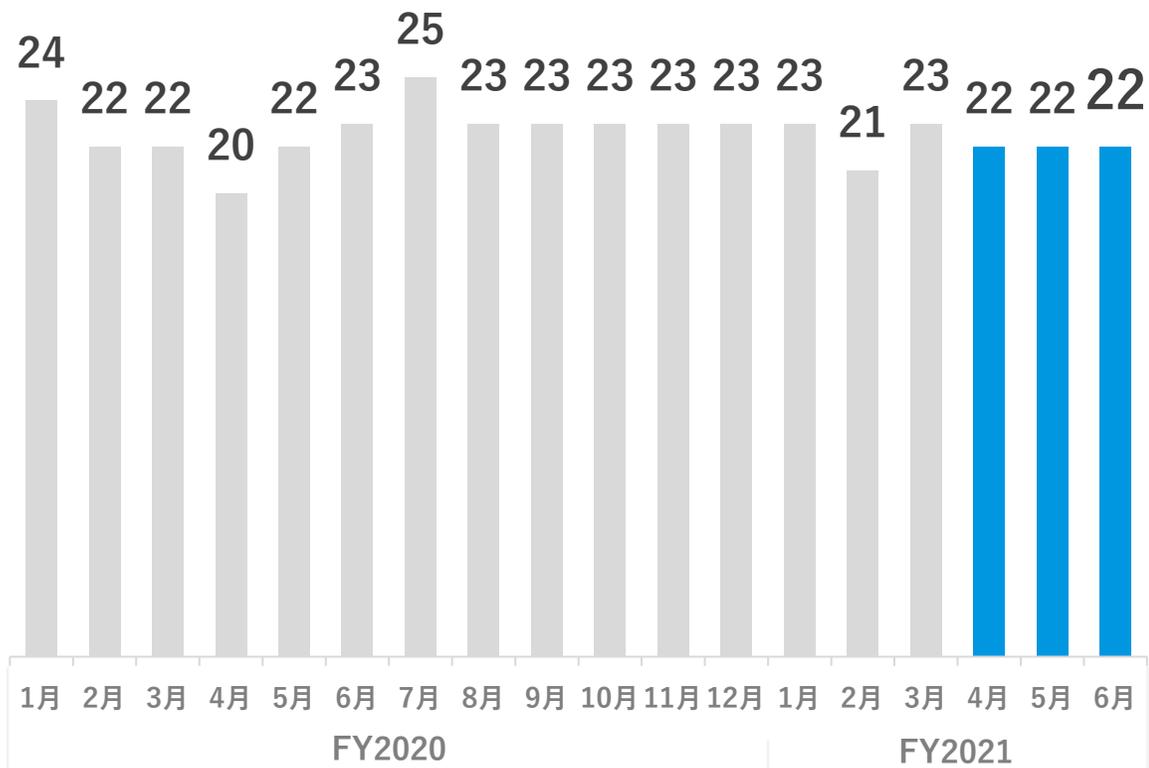
※2. 「のれん償却費等」は、のれん償却費と減価償却費の合計額となります。



## 4-3. プラットフォーム事業 / KPI

電話占い「カリス」では毎月 約22,000~23,000回 の電話鑑定を実施し、前年同期の水準を維持  
総勢 180名 以上の実績ある鑑定師が在籍

鑑定回数（千回）



- 総勢180名以上の鑑定師が在籍
- 厳しい選考を通過した鑑定師を揃え、高品質なサービスを提供
- 電話相談サービスは、リモート社会と親和性が高く、ユーザーの利用頻度と鑑定師の採用の両軸で需要が高まっており、今後も拡張性が見込める



あなたらしく輝く  
幸せを叶える電話占い



※FY2021 1Qまでの数値については、当社グループによる「株式会社ティファレット」の株式取得前の情報となります。



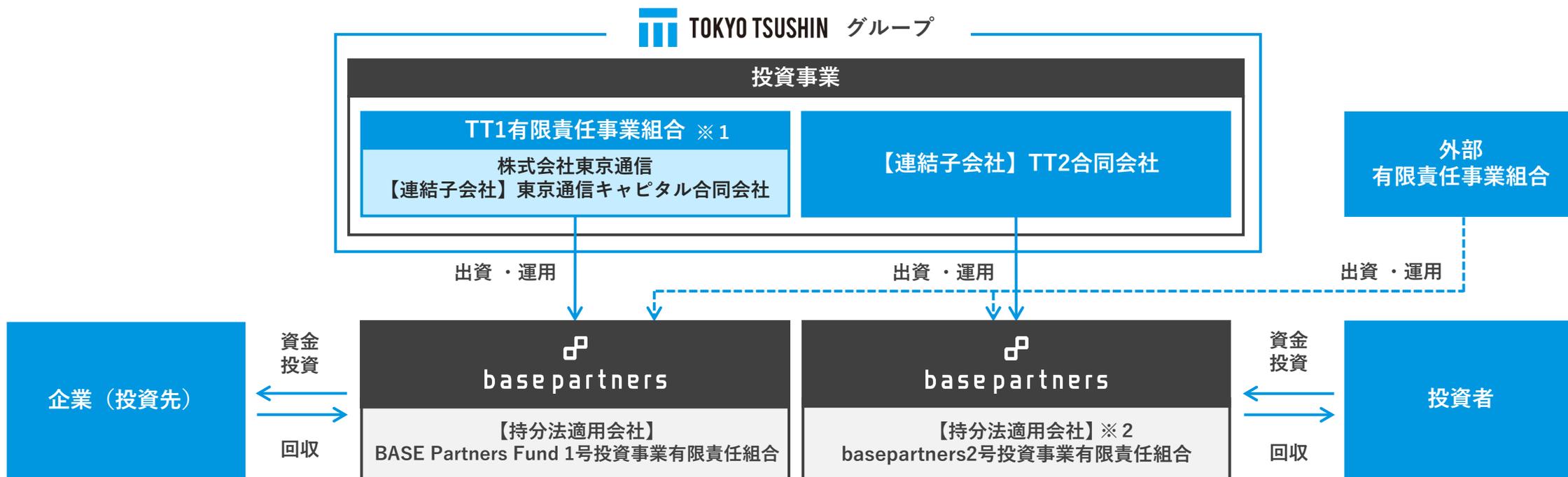
## 4. セグメント別概況

- その他（投資事業） -



## 4-4. 事業別概況 / その他（投資事業）

インターネット企業（シード、アーリー、シリーズA）を中心した投資を実行  
1号ファンドの順調な投資活動に伴い、2号ファンドを6月に組成



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、basepartners2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。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。

※1. 2021年4月1日付で「basepartners有限責任事業組合」から「TT1有限責任事業組合」に商号変更しております。

※2. 持分法適用関連会社として適用される予定です。



# 4-4. 事業別概況 / その他（投資事業） – 投資先紹介（一例）

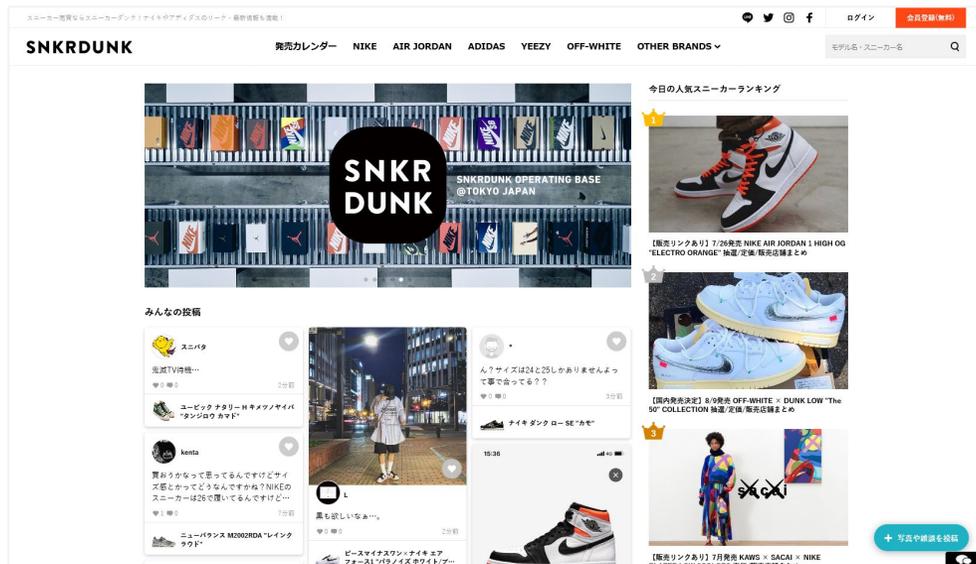
## 投資後も事業成長にともない追加出資を受けるなど、さらなる成長に期待

### SODA inc.

会社名 株式会社SODA  
 代表者 内山 雄太  
 事業内容 インターネットサービスの企画・開発・運営

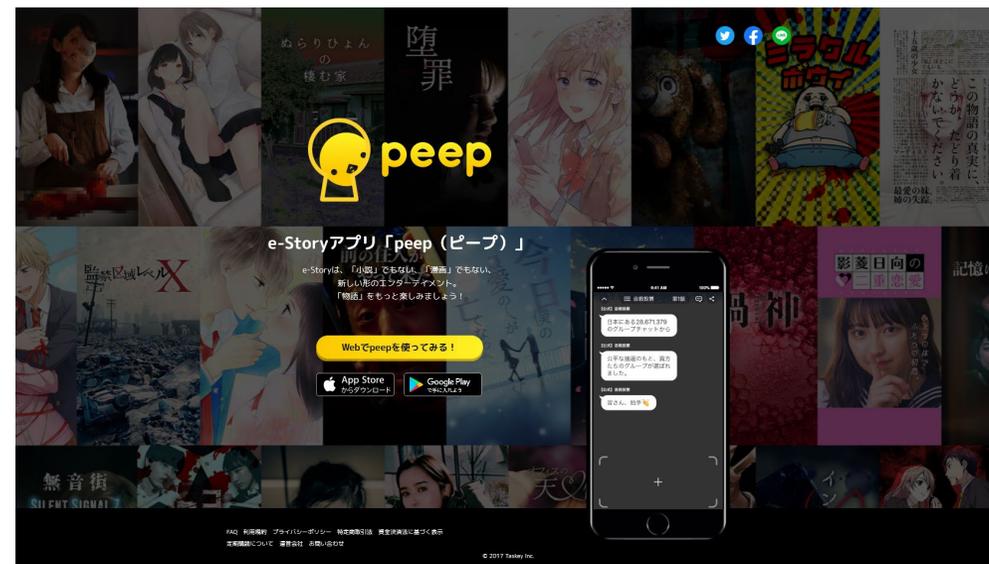
### taskey

会社名 taskey株式会社  
 代表者 大石 弘務  
 事業内容 e-Storyアプリ「peep（ピープ）」の運営



### SNKRDUNK

スニーカーやアパレルフリマサービスを運営。  
 人気ブランドの最新情報や発売日、抽選情報までリアルタイムで配信。



21世紀の新しい読み物「e-Story」アプリを運営。  
 1,500作品以上のオリジナル作品を配信。プロ作家による多彩な作品が無料で読める。



## 4. セグメント別概況

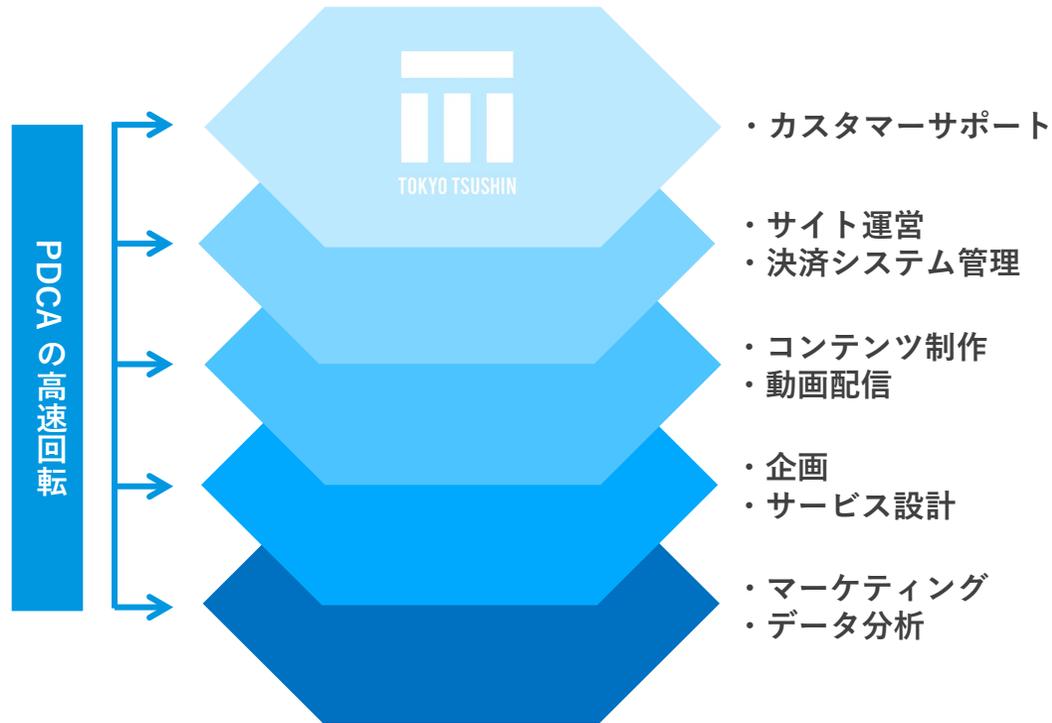
- その他（新規事業） -



## 4-5. 事業別概況 / その他（新規事業） – 動画関連サービス事業

### 新規事業展開「スキルオン」

影響力のあるインフルエンサーと、企画からサービスの運営・収益面のサポートまでを共同で行い  
DX（デジタルトランスフォーメーション）を支援



ITマーケティングノウハウを駆使し、戦略的にDX支援

### ITマーケティング企業だからこそできる

### 総合的なサービス開発と運営

#### 「スキルオン」が目指すものとは？

SNSの成長に伴い、インフルエンサーが個人のブランド力を強化することが可能になった一方で、ファンがインフルエンサーに求めるコンテンツ力への要望は高くなり、インフルエンサー個人での対応が難しくなっています。

「スキルオン」では、そうしたインフルエンサーの中でも、ユーザーに技術、ノウハウを提供している「スキル」を持った方に注目して、スキルエコノミー市場のDX（デジタルトランスフォーメーション）を目指しています。



# 4-5. 事業別概況 / その他（新規事業） – 動画関連サービス事業（一例）

## スキルオン サービス紹介①（フィットネス動画サービス）

「ココロとカラダが揺らぎやすいオトナ女子へ」  
高畑裕子のオンラインヨガ  
『YUKO's STYLE』



2021年6月サービス開始

ココロとカラダが揺らぎやすいオトナ女子に向け、年齢を重ねても心地良く、美しいカラダづくりをトータルサポート。  
万年ダイエットだったYUKOが、ヨガを学んで辿り着いた、最高にシンプルで最強のボディメイクの秘術を教えます。



きっと今度こそ続けられる。  
ヨガインストラクターYUKOが教える、健康的で心地よいココロとカラダ作り。

- ・月額3,000円でトータルサポート
- ・入会金など追加料金はございません





# 4-5. 事業別概況 / その他（新規事業） – 動画関連サービス事業（一例）

## スキルオン サービス紹介②（フィットネス動画サービス）

大人気ダイエット系YouTuber たるにい  
のオンラインフィットネス  
『T-FIT』



2021年8月サービス開始

「CHANGE MYSELF!」をコンセプトに、様々なダイエット経験をもとにたるにい自らが考案した「ダイエットフルサポートプログラム」を提供。一人でダイエットを頑張れない、今度こそ変わりたいと思っている方に向け、自分が目指す理想の体型へとたるにいが導きます。

LOGIN

たるにい公式オンラインフィットネス

CHANGE MYSELF!

たるにいと一緒あなた自身の変化を楽しもう!

なりたい自分を手に入れる  
たるにい流ダイエットプログラム

あなたのお悩みにたるにい本人が回答  
パーソナルカウンセリング

きっとダイエットが楽しくなる  
たるにいがからのメッセージ&オリジナル画像

運動だけじゃ、もったいない  
食事管理アプリ「カロミル」連携  
健康的に痩せるための食生活アドバイス

1日たった約73円(月額2,200円)で  
たるにいと始めるダイエット体験  
入金金なし!いつでも退会可能!

今ダイエットを頑張りたい君へ

ダイエット友達  
たるにいがいるから大丈夫!  
自分が目指す体型へー  
たるにいが全力サポート!

ダイエットは一人だとがんばれないもの...  
そんなあなたをダイエット友達のたるにいが全力サポート!  
様々なダイエットを経験した、たるにいだからこわかる  
「ダイエットフルサポートプログラム」で、  
自分のなりたい自分を手に入れよう!

“一生キレイ / カッコイイ”を  
目指すあなたにおすすめ

- ・自分に自信をつけたい
- ・オシャレを楽しみたい
- ・モテたい
- ・可愛い/カッコいい姿で写真を撮りたい
- ・友達や恋人、同僚に褒められたい

今すぐたるにいと  
ダイエットを始める

あなたの肥満度をチェック

PROGRAM  
すべてのプログラム

受講中

T-FIT  
減量  
PROGRAM  
30日間  
減量プログラム

受講済

T-FIT  
お腹  
PROGRAM  
NEW 14日間  
お腹痩せトレーニング

下出島



## 4-5. 事業別概況 / その他（新規事業） – 動画関連サービス事業（今後の展開）

### 2021年12月期 第3四半期以降も 新規サービスリリース、コンテンツ拡充予定

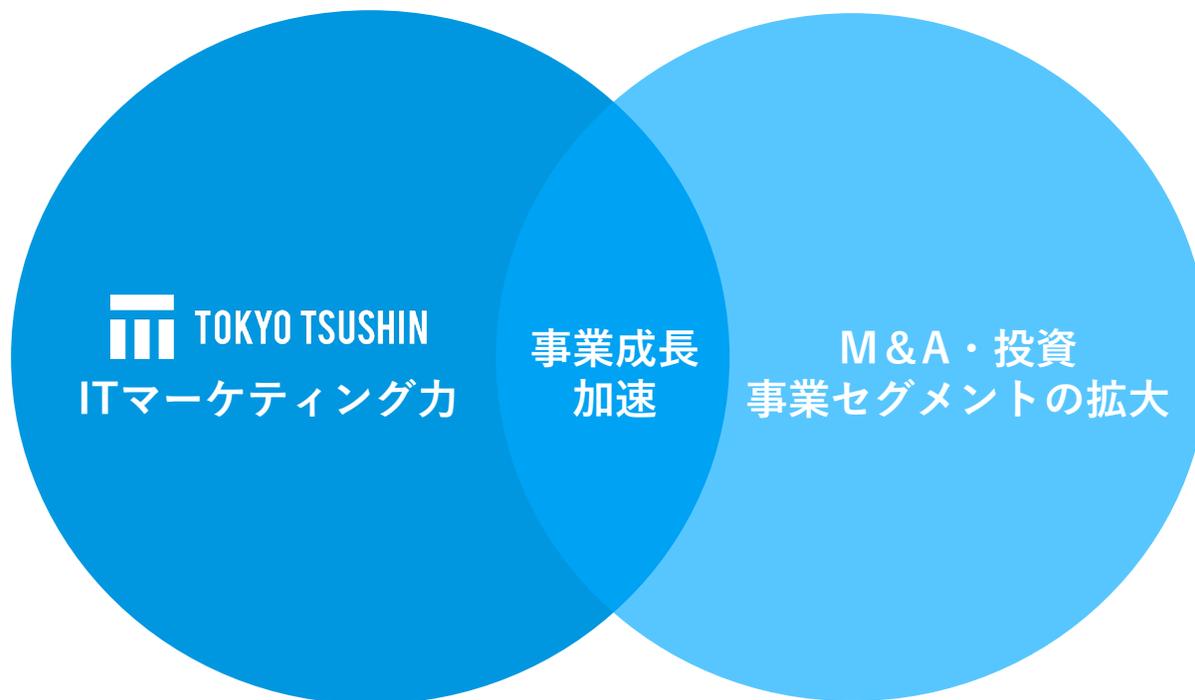
- 各サービス内にて他社との提携コンテンツを追加予定  
-株式会社askenの食事管理サービス「あすけん」
- 他インフルエンサーとの新規サービスもリリース予定



# 5. 成長戦略、中期経営方針



## 5-1. 成長戦略 / 中期経営方針



**TOKYO TSUSHIN** グループの事業成長を加速させるために

ITマーケティング力を活かした事業展開と、投資・M&Aグロースを検討&推進



## 5-2. 成長戦略 / 株式会社ティファレット買収について



あなたらしく輝く  
幸せを叶える電話占い

Charis  
電話占いカリス

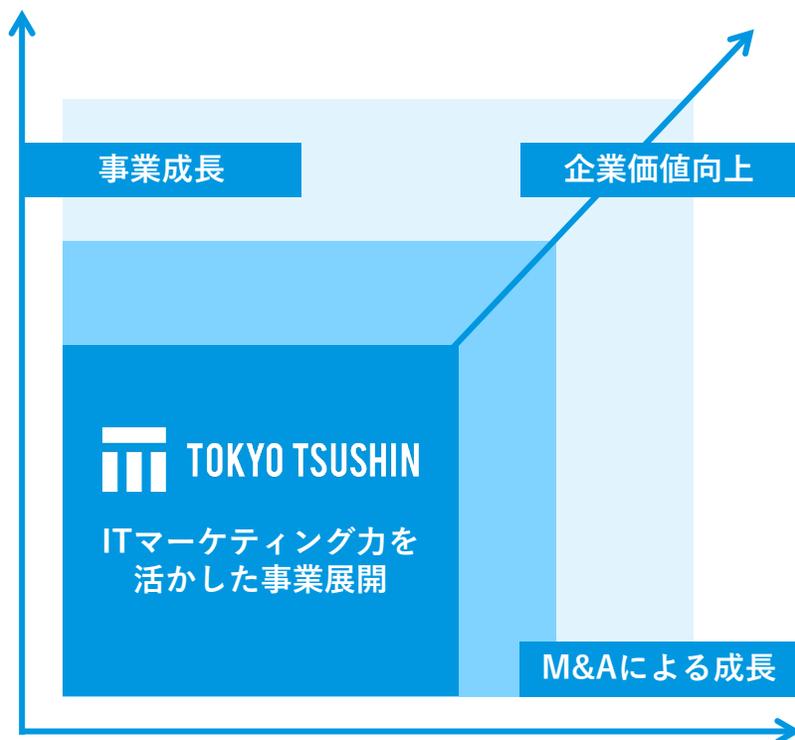
株式会社ティファレットの連結子会社化にともない  
2021年12月期 第2四半期 より  
「プラットフォーム事業」を新たに報告セグメントに追加



- 当社経営陣が過去にマネジメントしていた会社であり、更なる成長余地を見出し、買収に至る
- 既存事業（『広告』をマネタイズの要とする事業）とは異なる 第2の収益構造を獲得
- プラットフォーム事業の機能拡張とシェア拡大
  - ⇒ オンライン鑑定の機能面の強化（動画鑑定対応）
  - ⇒ 電話占い「カリス」のノウハウを他業態の相談サービスへ横展開する企画・検討



## 5-3. 成長戦略 / M&A戦略について



### なぜ「M&A」なのか？

- ITマーケティング力により成長加速の期待ができる
- ネットサービスの経験豊富な経営陣が多い
- M&Aや投資のトラックレコードがある



M&Aを掛け合わせることで事業成長加速



## 6. 特徴と優位性



## 6-1. 特徴と優位性 / 高水準のROE（自己資本利益率）

ROE（自己資本利益率）<sup>※</sup>

28.4%

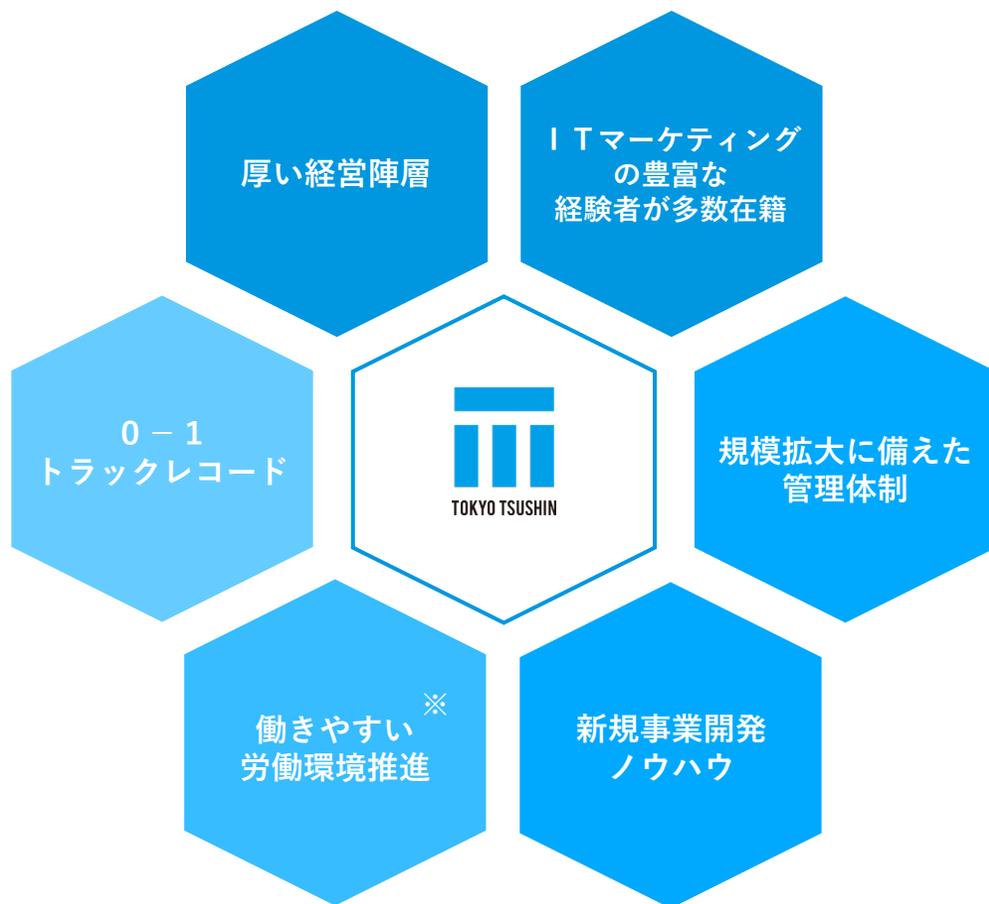
業界で高水準のROE

今後も資本効率を意識した経営を推進

※ROE = (2020年12月期下半期純利益 + 2021年12月期上半期純利益) ÷ (2020年12月期第2四半期末自己資本 + 2021年12月期第2四半期末自己資本) ÷ 2 × 100



## 6-2. 特徴と優位性 / 規模拡大を支える豊富な経営リソース



強固な事業基盤を維持しながらも  
臨機応変かつ柔軟な判断が可能な経営リソース



持続的な企業価値の向上を目指す

※当期の時間外労働は平均10時間台/月となっております。



# 6-3. 特徴と優位性 / インターネットメディア事業（実績）

## トップデベロッパーとしてのプレゼンスを発揮

2020年 日本のトップアプリと企業ランキング  
『ゲームダウンロード数別**トップ企業**』

 **第1位** (MASK・3分間ミステリー)

### 日本のトップアプリと企業ランキング

日本に本社がある企業と海外企業との比較

企業	ダウンロードでのトップアプリ
1 MASK	3 Minutes Mystery
2 BANDAI NAMCO	Taiko no Tatsujin
3 SEGA SAMMY	Project Sekai Colorful Stage! feat. Hatsune Miku
4 SQUARE ENIX	Dragon Quest Tact
5 LINE	Disney Tsum Tsum
6 Nintendo	Animal Crossing: Pocket Camp
7 CyberAgent	BanG Dream
8 Global Gear	Shy Boy Escape Game シャイボーイ
9 Sony	Disney: Twisted Wonderland
10 KONAMI	Professional Baseball Spirits A

出典：App Annie Intelligence: iOSとGoogle Playの合計

国内企業で  
最上位を獲得

2020年 日本のトップアプリと企業ランキング  
『ダウンロード数別**トップゲームアプリ**』

 **第10位** (MASK・3分間ミステリー)

### 日本のトップアプリと企業ランキング

日本に本社がある企業と海外企業との比較

トップアプリ	企業	Game IQ での分類
1 Animal Crossing: Pocket Camp	Nintendo	Casual>Simulation>Life
2 Dragon Quest Tact	SQUARE ENIX	Core>RPG>Turn Based
3 Mario Kart Tour	Nintendo	Casual>Racing>Kart Racing
4 Project Sekai Colorful Stage! feat. Hatsune Miku	SEGA SAMMY	Core>Simulation>Other Simulation
5 Disney: Twisted Wonderland	Sony	Core>Simulation>Other Simulation
6 Rescue Cut	MarkApp	Casual>Hyper Casual>Puzzle/Trivia
7 Park Master	KAYAC	Casual>Hyper Casual>Puzzle/Trivia
8 Disney Tsum Tsum	LINE	Casual>Puzzle>Match 3
9 Monster Strike	mixi	Core>RPG>Turn Based
10 3 Minutes Mystery	MASK	Casual>Puzzle>Other Puzzle

出典：App Annie Intelligence: iOSとGoogle Playの合計



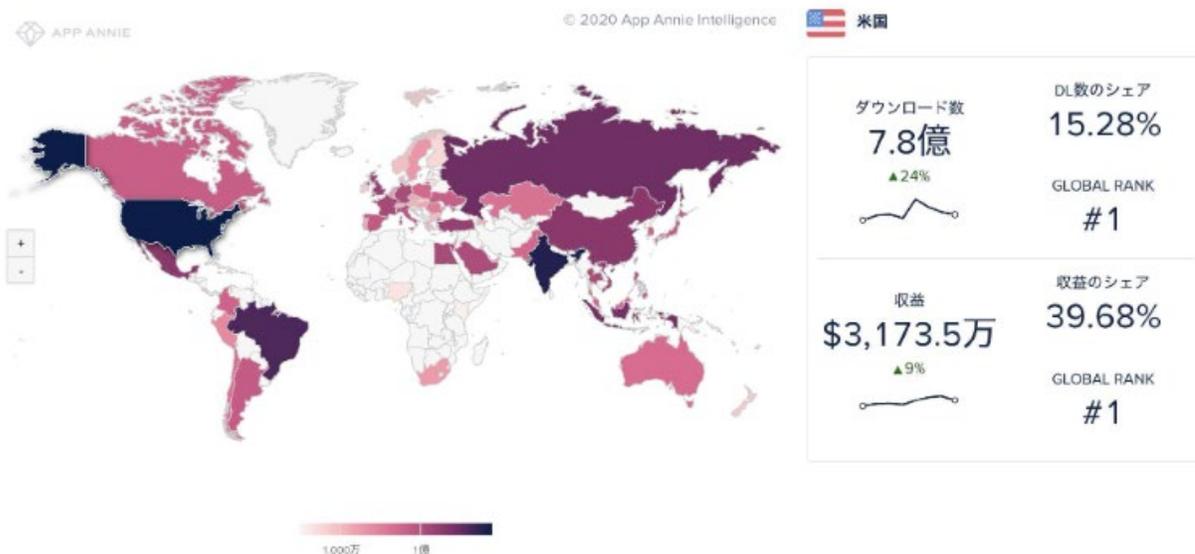
「3分間ミステリー」  
(当社グループ開発)



## 6-4. 特徴と優位性 / インターネットメディア事業（市場規模）

### 世界のハイパーカジュアルゲームアプリ市場は年々拡大 欧米の流行を追うように各国で勢力を拡大

ダウンロード数でみたハイパーカジュアルゲーム(カジュアル)のトップ市場  
2020年上半期



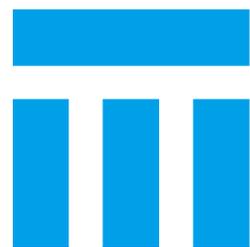
当社グループの「Save them all」では、※  
App Store『無料ゲーム』カテゴリのDLランキングにて  
国内をはじめとする **7か国で第1位** を獲得。

『無料ゲーム/カジュアル』では **25か国** で、  
『無料ゲーム/パズル』では **54か国で第1位** を獲得。



米国では『無料ゲーム/パズル』  
カテゴリで **第2位** を獲得。

ハイパーカジュアルゲームアプリ「Save them all」



**TOKYO TSUSHIN**

ご清聴ありがとうございました



# 7. appendix

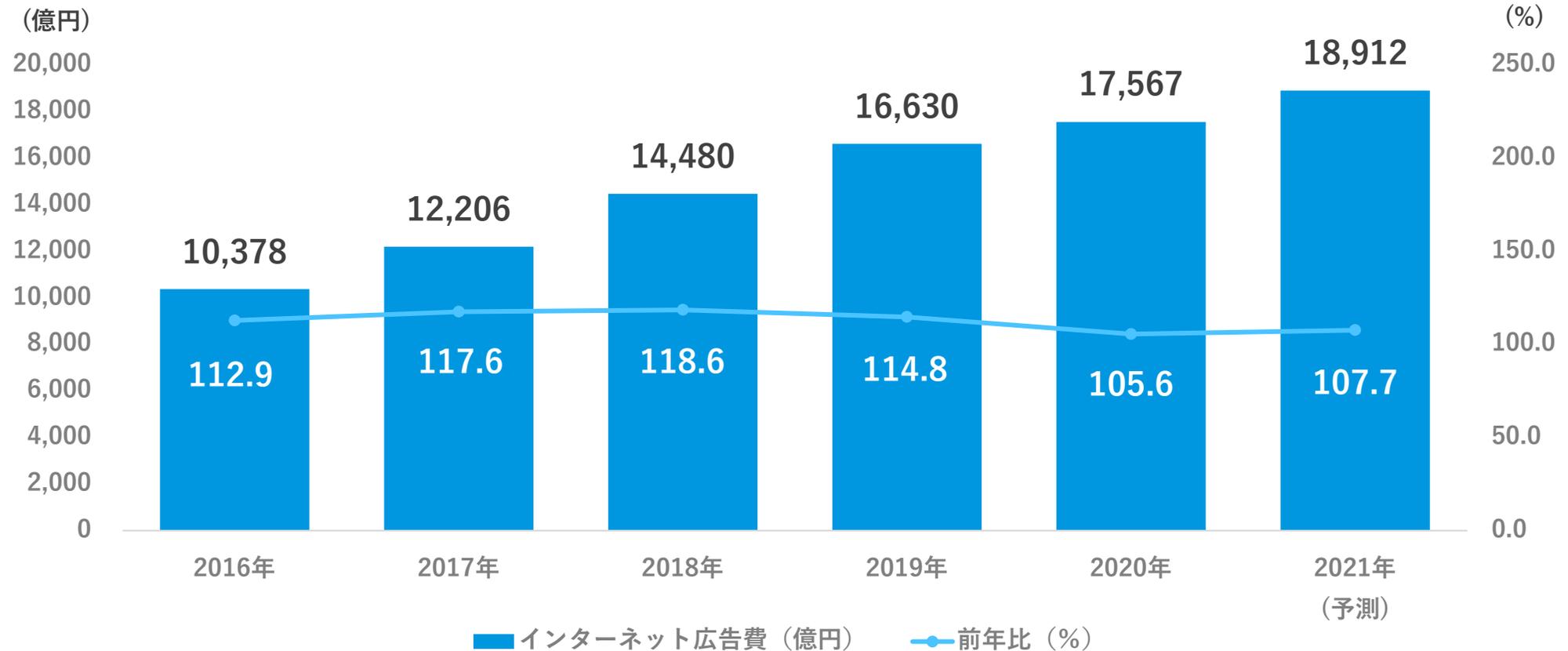
- 市場データ -



## 7. 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、2021年には前年比107.7%の1兆8,912億円まで拡大することが予想される。

日本の広告費：インターネット広告媒体費総額の推移

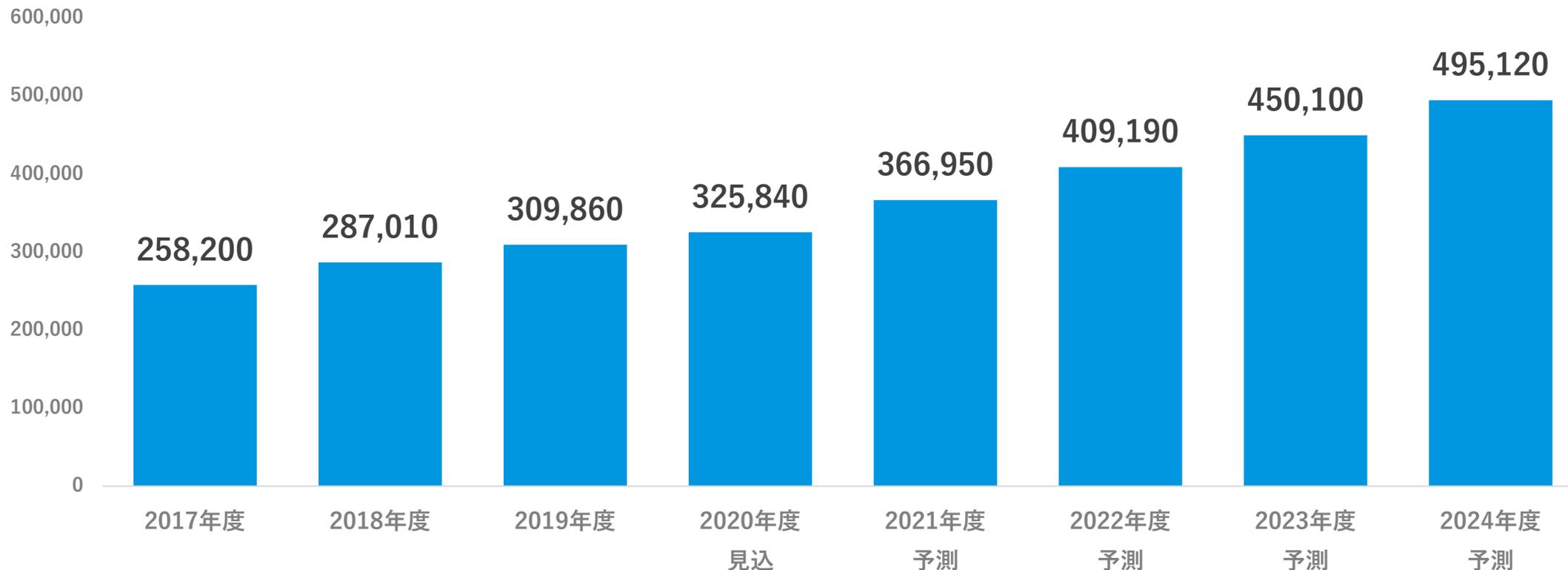




## 7. 市場データ / 国内のアフィリエイト市場規模

2020年度の国内アフィリエイト市場規模は、3,258億円まで拡大。  
2024年度には4,951億円に達すると予測。

国内アフィリエイト市場規模推移と予測（単位：百万円）



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）などの合算。2020年度は見込値、2021年度以降は予測値。

## 7. 市場データ / 世界の広告成長率

世界の広告市場は2020年に8.8%減少となる見通しだが、2021年には5.8%の成長（5,790億ドル）を予測。

2020年はコロナ禍においてもデジタル広告は媒体別で唯一プラス成長だったが、2021年も二桁成長を見込み、世界市場成長を牽引。媒体別シェアではじめて50%台超の予測。

### < 国・地域別の成長率予測 >

(成長率：%)

	2019年 (実績)	2020年 (予測)	2021年 (予測)	2022年 (予測)
全世界 (59カ国・地域)	3.7	△8.8	5.8	6.9
日本	6.2	△16.6	5.3	6.8

### < 媒体別成長率予測 (全世界) >

(成長率：%)

	2019年 (実績)	2020年 (予測)	2021年 (予測)	2022年 (予測)
デジタル	11.8	3.2	10.1	9.3

### < 媒体別のシェア予測 (全世界) >

(世界の広告費に対する媒体別シェア：%)

	2019年 (実績)	2020年 (予測)	2021年 (予測)	2022年 (予測)
デジタル	42.8	48.0	50.0	51.2

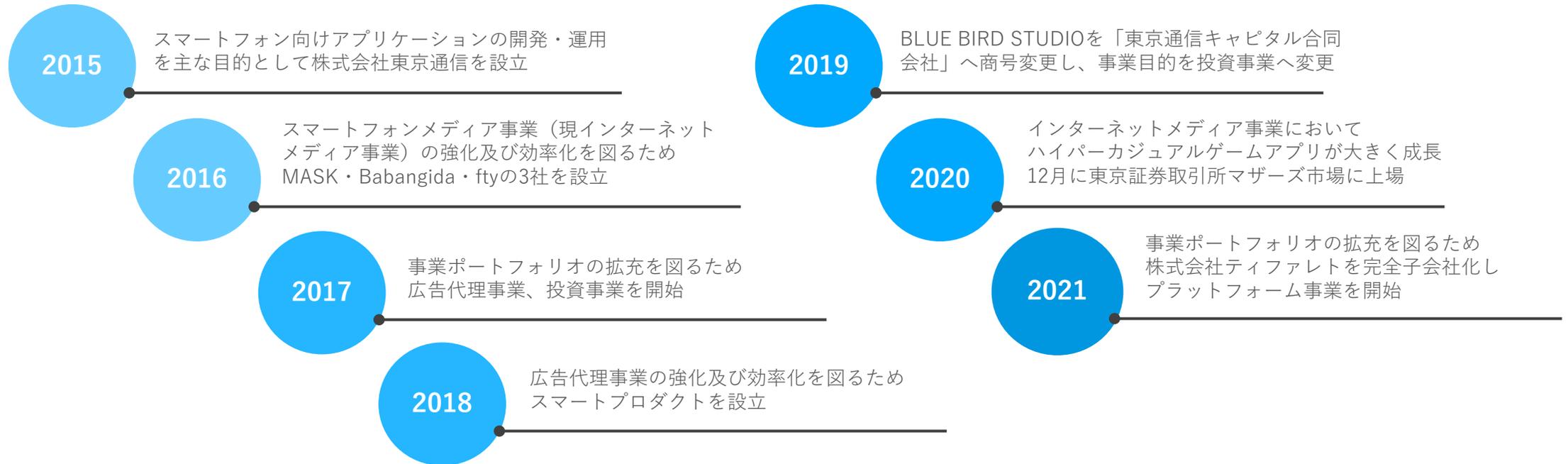


# 7. appendix

- corporate profile -

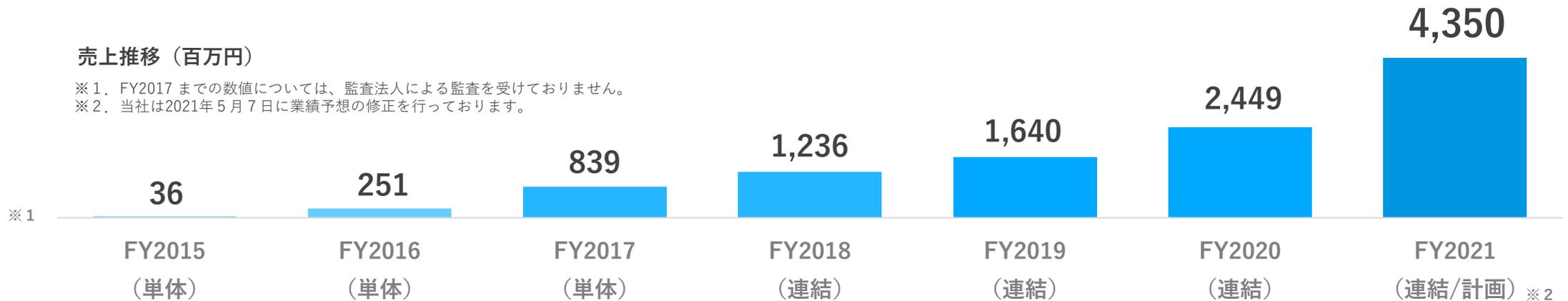


# 7. 沿革



## 売上推移（百万円）

※1. FY2017 までの数値については、監査法人による監査を受けておりません。  
 ※2. 当社は2021年5月7日に業績予想の修正を行っております。



## 7. 東京通信グループ

セグメント区分	事業区分	主要な会社	主な事業内容
※1 インターネットメディア事業	アプリ、メディア企画戦略事業	株式会社東京通信	● 当社グループ各社のアプリ、メディアの企画
	国内向けアプリ、メディア事業	MASK合同会社	● 国内向けアプリ、メディアの運用・管理
		inQ合同会社	
	海外向けアプリ、メディア事業	Babangida合同会社	● 海外向けアプリ、メディアの運用・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・管理	
※1 インターネット広告事業	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
	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
プラットフォーム事業	電話相談サービス事業	株式会社ティファレット	● 電話占い「カリス」の運営
その他	投資事業	東京通信キャピタル合同会社	● TT1有限責任事業組合 ※2 の持分の保有・管理
		TT1有限責任事業組合 ※2	● 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
		TT2合同会社	● basepartners2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) ※3 basepartners2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、 スキルオン事業、その他	株式会社東京通信	● ソリューション営業、動画関連サービス、新規事業開発

※1. 2021年8月5日付で「アプリ事業」から「インターネットメディア事業」、「広告代理事業」から「インターネット広告事業」に変更しております。

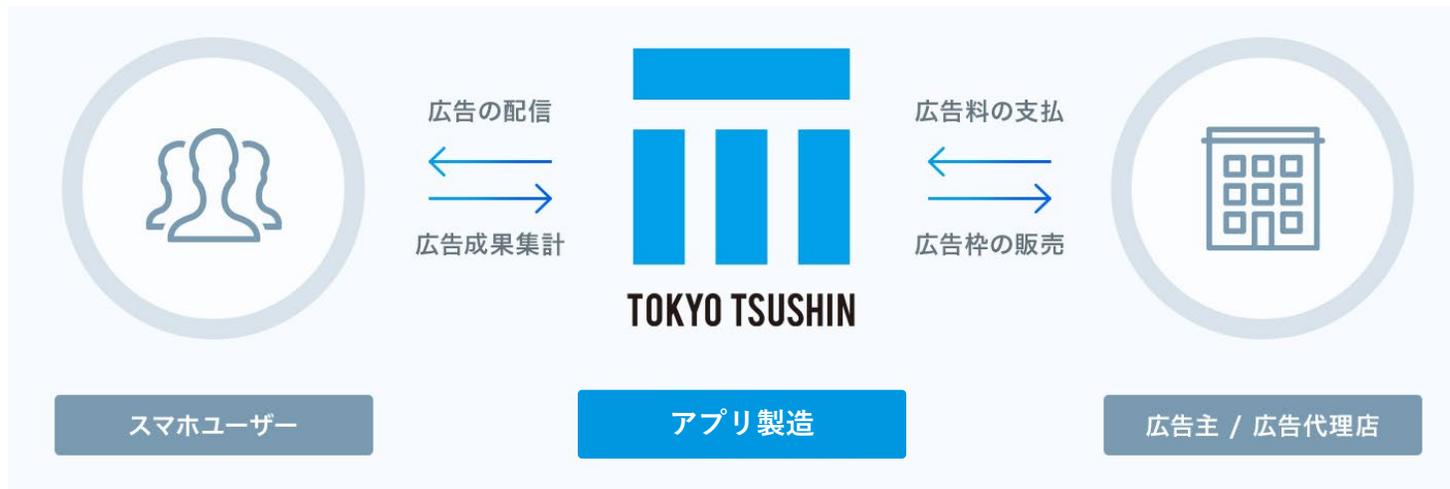
※2. 2021年4月1日付で「basepartners有限責任事業組合」から「TT1有限責任事業組合」に商号変更しております。

※3. 持分法適用関連会社として適用される予定です。



# 7. インターネットメディア事業

## スマートフォン向け 無料アプリメディア がメイン



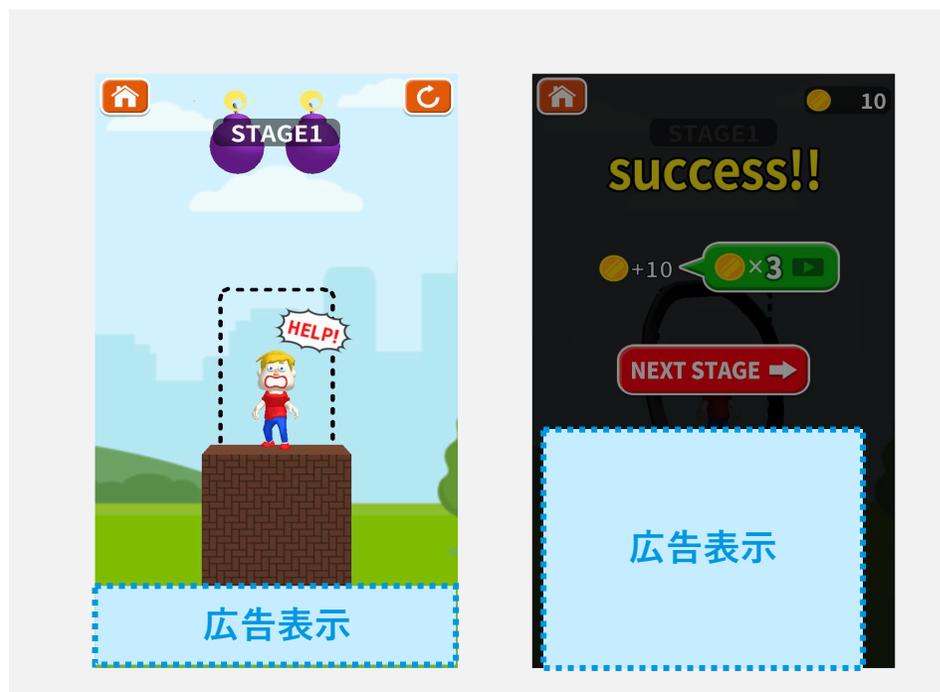
※製造したゲームアプリはApple社が運営するApp Store等のプラットフォームにリリースしております。当社グループがメインとするような広告収入のみの無料アプリにつきましては、利用の際にプラットフォーム運営事業者へ支払う手数料は発生しません。なお、課金実装または有料アプリ（購入時に料金を支払うもの）の場合は利用の際に手数料が発生いたします。



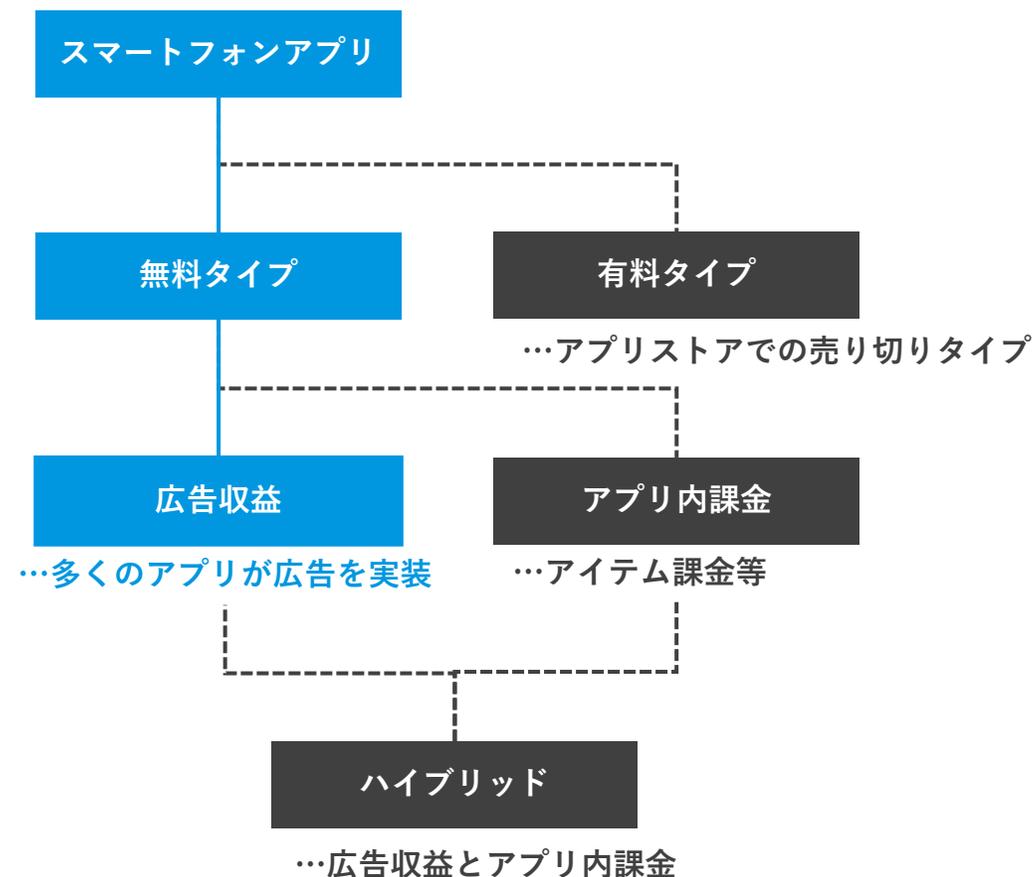
## 7. インターネットメディア事業 / 事業領域について

### 低コスト開発が可能な広告収益モデル

ソーシャルゲームとは異なり、1タイトル当たりの平均開発単価は約20万円と不採算案件が極めて少ない。



無料アプリメディア内の  
広告収益を主軸としたビジネスモデル



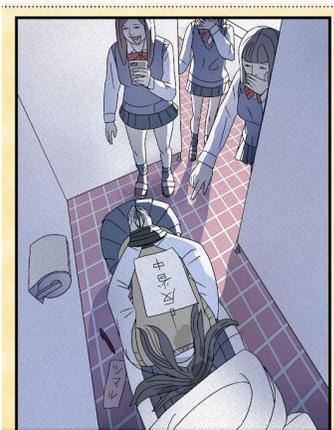
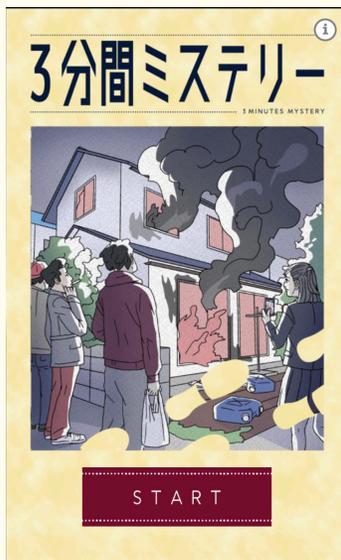


## 7. インターネットメディア事業 / 当社グループが運用するアプリについて①

### 『国内アプリ』の特徴



「3分間ミステリー」  
(当社グループ開発例)



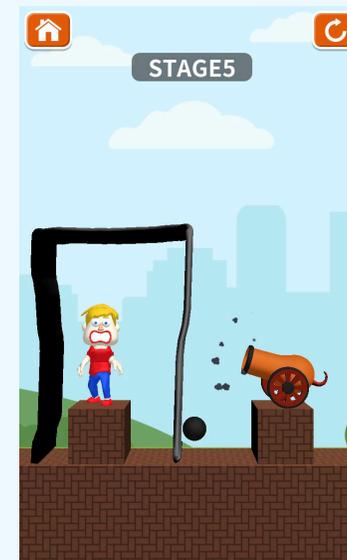
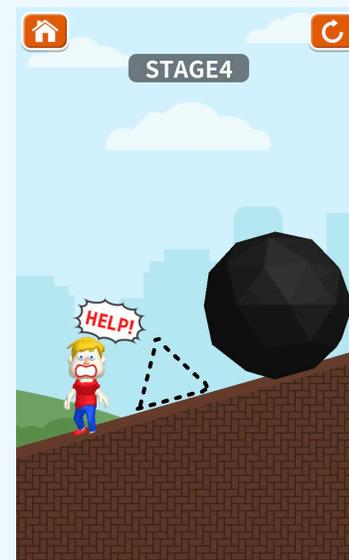
犯人に繋がる  
証拠はどこだ!?

- 国内（一部海外）を対象に配信。
- 隙間時間など短時間で簡単に楽しめる。
- 日本語や日本の文化を理解している必要がある。

### 『ハイパーカジュアルゲームアプリ』の特徴



「Save them all」  
(当社グループ開発例)



- 世界各国に配信。
- 国内アプリよりもデザインがシンプル。
- 年齢、性別、国籍などを問わず、誰もが楽しめるデザイン。
- シンプルなコンセプトゆえに、10秒程度で操作を理解できる。



## 7. インターネットメディア事業 / 当社グループが運用するアプリについて②

管理区分	タイプ	特徴	広告出稿
国内	国内向けアプリ	<ul style="list-style-type: none"><li>・隙間時間などを利用して短時間で簡単に楽しめる。</li><li>・原則として日本国内のユーザーを対象としており、日本語や日本の文化を理解している必要がある。</li></ul>	○
グローバル	海外向けアプリ	<ul style="list-style-type: none"><li>・一定の成果を得た国内向けアプリについて、ローカライズさせることで海外展開。主な展開エリアは中国。</li></ul>	
	国内及び海外のハイパーカジュアルゲームアプリ	<ul style="list-style-type: none"><li>・国内向け、海外向けアプリと比較して、デザインがよりシンプル。ユーザーの年齢、性別、国籍などを問わず、誰もが楽しめるデザインと操作性に特徴がある。極限までシンプル化された操作性ゆえに、10秒程度でコンセプトを理解できる点が評価されている。</li><li>・米国をはじめ、世界中に展開。</li></ul>	
ストック収入	広告出稿を伴わない上記全てのアプリ	<ul style="list-style-type: none"><li>・ストック収入とは、期間経過により収益性が低下し、広告出稿せずに自然流入のみで広告収入を獲得しているアプリ。</li></ul>	×



## 7. インターネットメディア事業 / 圧倒的な製造数と運営実績

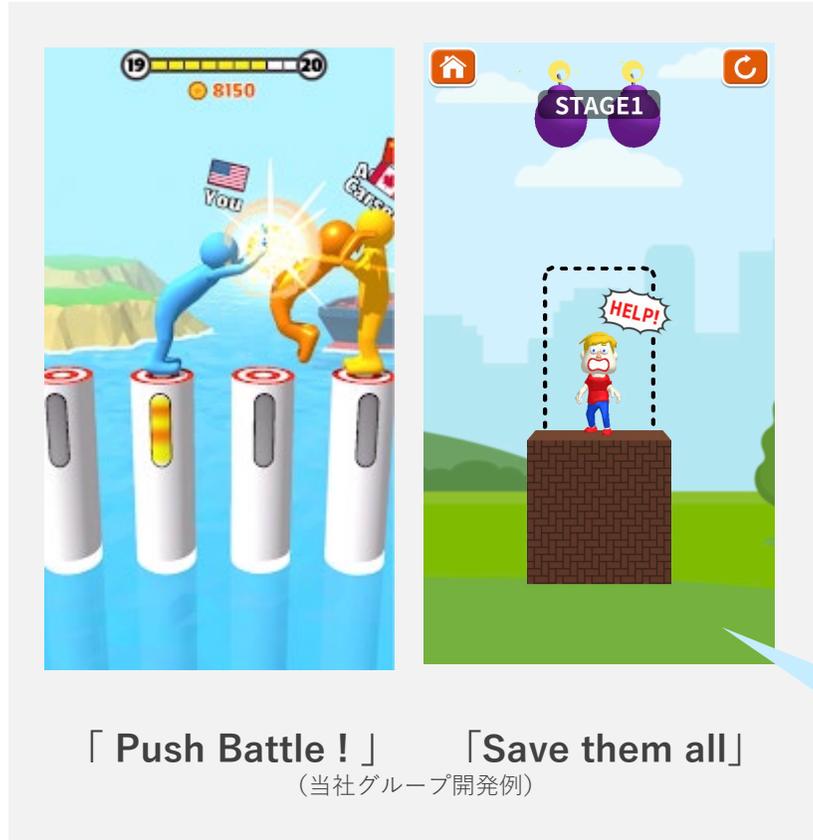
### 当社グループは 国内屈指の製造数を誇るアプリデベロッパー

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>シンプルな操作性</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4,000タイトル</b>）は、アプリ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>● ソーシャルゲームとは異なり、1タイトル当たりの<b>平均開発単価は約20万円</b>と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、一般的なアプリパブリッシャーよりも優位性のある  
**アプリメディアをITマーケティングのツールとして利用する会社です。**

## ハイパーカジュアルゲームとは？

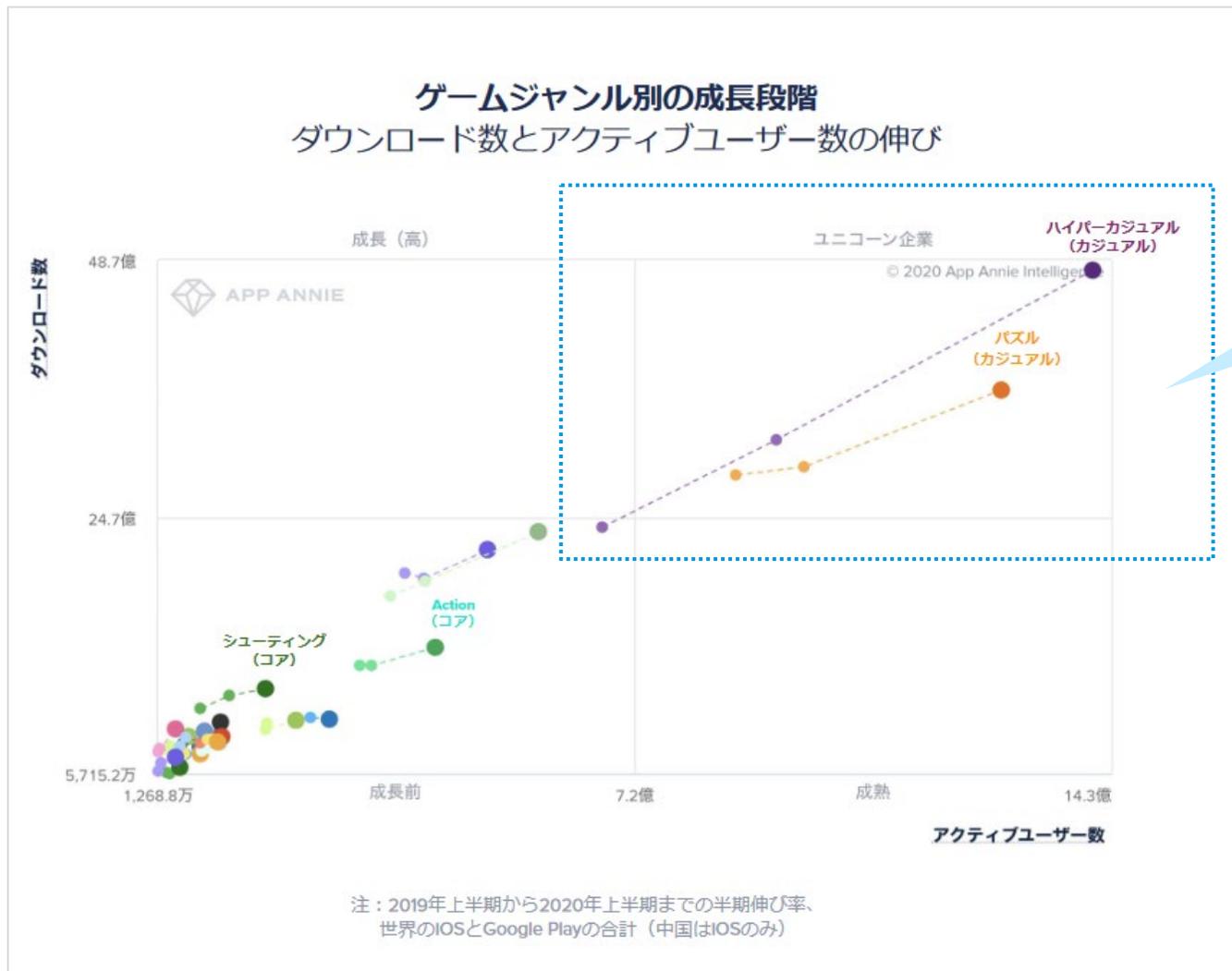


- 2018年の世界のゲーム市場はハイパーカジュアルゲームがダウンロード数ランキングの上位を占めた ※1。2019年に世界でブレイクしたゲームを見てもダウンロード数ランキングの上位をハイパーカジュアルゲームが占めている ※2。ハイパーカジュアルゲームは数億円の売り上げを出せるスケール感があり、無料アプリランキングの上位を席卷。
- Zynga がハイパーカジュアルゲームを専門にする Gram Games を2.5億ドルで買収し、ゴールドマン・サックスはハイパーカジュアルゲームのパブリッシングを行う Voodoo に2億ドルを投資するなど、大手企業の参入も進む。
- 有限の時間（スマホ画面の取り合い）のシェアを取る際に高質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。

「Save them all」では、App Store 『無料ゲーム』カテゴリのDLランキングにて、国内をはじめとする **7か国で第1位** を獲得。  
 『無料ゲーム/カジュアル』では **25か国** で、  
 『無料ゲーム/パズル』では **54か国で第1位** を獲得。 ※3



# 7. インターネットメディア事業 / ハイパーカジュアルゲームアプリ市場②



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

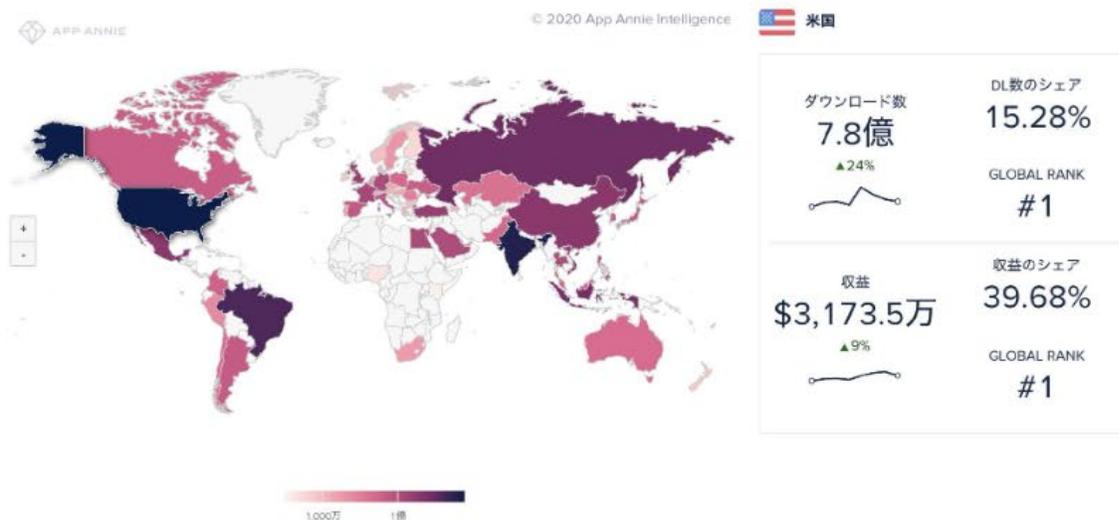
2年前の同時期から **約5倍** 増加しており急成長を遂げているカテゴリである

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

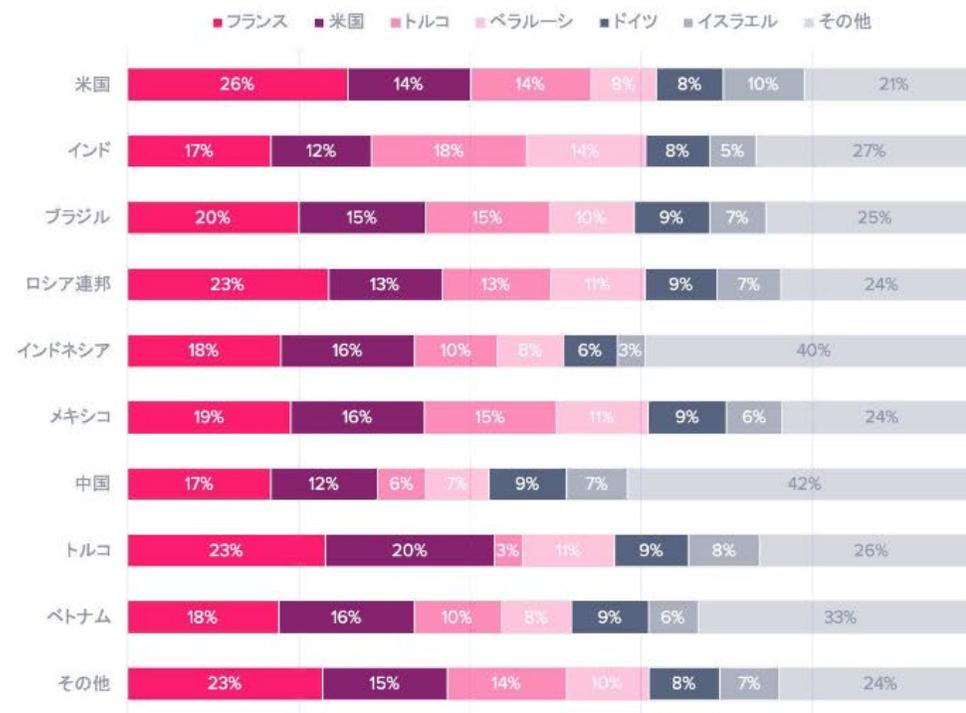


# 7. インターネットメディア事業 / ハイパーカジュアルゲームアプリ市場③

ダウンロード数でみたハイパーカジュアルゲーム(カジュアル)のトップ市場  
2020年上半期



上位ハイパーカジュアルゲーム市場におけるパブリッシャー本社所在地のシェア

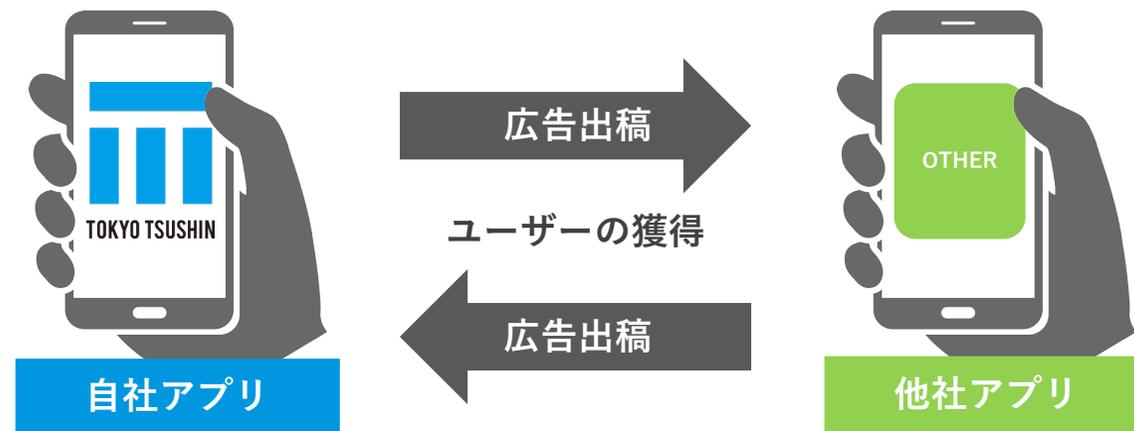


- ハイパーカジュアルゲームアプリの需要は国内以上に全世界で広がっている
- 各国のゲームパブリッシャーが、全世界のユーザーをターゲットにしたゲームの提供を加速
- 当社グループも米国を中心に、**全世界のシェア獲得**に向けた**グローバル展開**を強化する方針

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

## 7. インターネットメディア事業 / 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。



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。

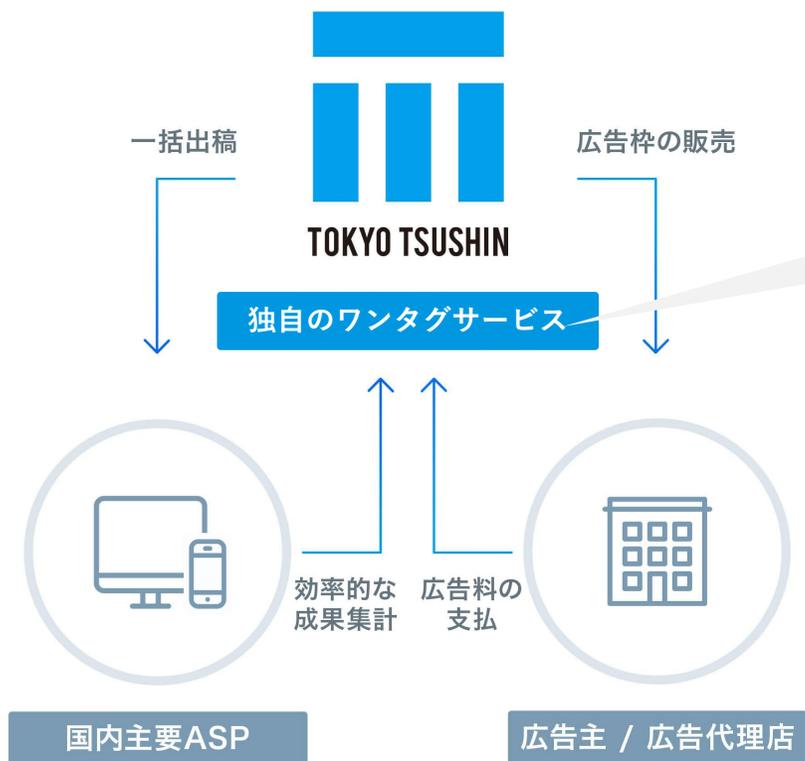
自社アプリのユーザーを増やすために、他社アプリ内の広告枠へ  
自社アプリの広告を出稿することで、自社アプリの宣伝及び認知度の向上となる。

- 当社グループの無料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アプリであり、他社の無料アプリから多くのユーザーを獲得
- 当社グループの無料アプリと親和性の高い無料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アプリのユーザーが増加し、収益の拡大につながる



## 7. インターネット広告事業

### アフィリエイト中心 のインターネット系広告代理店



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。

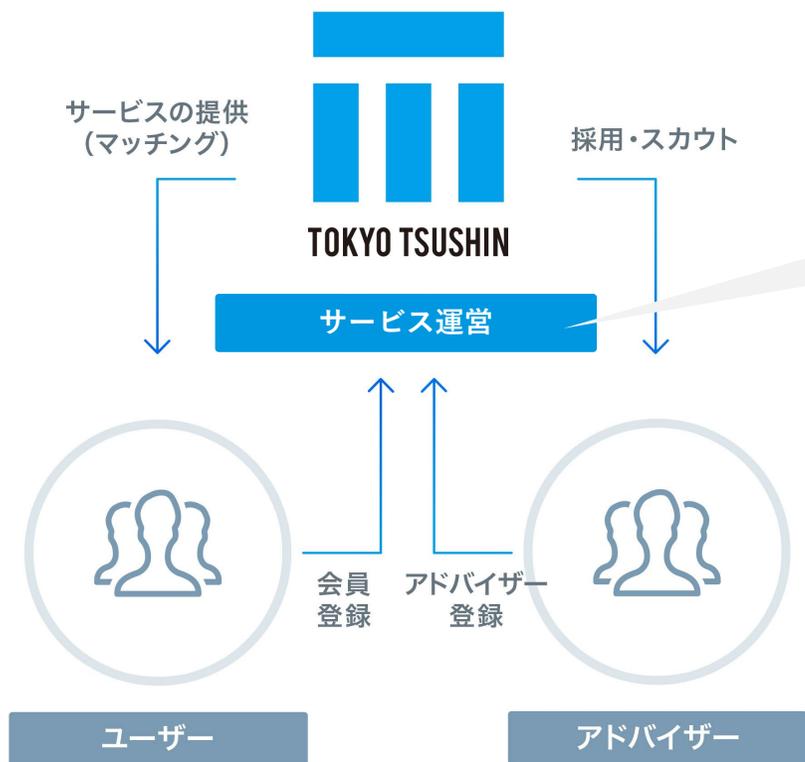


- 広告主の収益最大化
- 大手顧客との信頼関係
- 当社グループ独自のワンタグサービス
- 効率的な成果管理



## 7. プラットフォーム事業

### 電話相談サービスの運営 がメイン



株式会社ティファレトの連結子会社化にともない  
 2021年12月期 第2四半期 より  
 「プラットフォーム事業」を新たに報告セグメントに追加



あなたらしく輝く  
 幸せを叶える電話占い

「幸せに導く電話相談サービス」Charis

恋愛や、仕事、人生に関する悩みを抱えるユーザーと、経験豊かなアドバイザーをマッチングする電話相談サービス「カリス」を運営。

安定した運営実績を誇る「カリス」に当社グループの強みであるITマーケティングを掛け合わせることで事業の更なる成長を目指します。



## 7. 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 スキルオン事業 新規事業開発

ソリューションセールス事業、スキルオン事業、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。

投資事業

ソリューション  
セールス事業

スキルオン事業

新規事業開発

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はありますが、投資事業、ソリューションセールス事業、スキルオン事業及び新規事業開発等に取り組んでおります。

主要な売上は、ソリューションセールス事業のO A機器の販売代理と、スキルオン事業のオンラインフィットネスサービスによるものです。スキルオン事業につきましては、これまでオフラインが主流であったフィットネスサービスを、場所や時間の制約がないオンラインにDX（デジタルトランスフォーメーション）化する取り組みを、SNSで影響力のあるインフルエンサーと企画からサービスの運営、収益面のサポートまでを共同で行う取り組みを推進しております。



## 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。