



TOKYO TSUSHIN

事業計画及び成長可能性に関する事項

2021年11月4日

証券コード：7359 東証マザーズ



1. 会社概要 P. 3
2. ビジネスモデル P. 10
3. 当社の強み・特徴 P. 23
4. 市場環境 P. 34
5. 成長戦略および事業計画 P. 44

TOKYO TSUSHIN



1. 会社概要



1-1. 会社概要

社名	株式会社東京通信
代表者	代表取締役会長 外川 穰 代表取締役社長CEO 古屋 佑樹
本社所在地	東京都渋谷区恵比寿南1-1-9 岩徳ビル9階
設立	2015年5月15日
資本金	471百万円
株式公開市場	東京証券取引所・マザーズ市場（証券コード:7359）
事業内容	インターネットメディア事業 / プラットフォーム事業 / インターネット広告事業 / その他
従業員数	74名（平均年齢34.9歳）※2021年9月末時点
決算月	12月
グループ子会社	株式会社ティファレット / 株式会社テクノロジーパートナー / 他8社



1-2. 経営理念等

- 経営理念 -

D i g i t a l W e l l - B e i n g

- Vision -

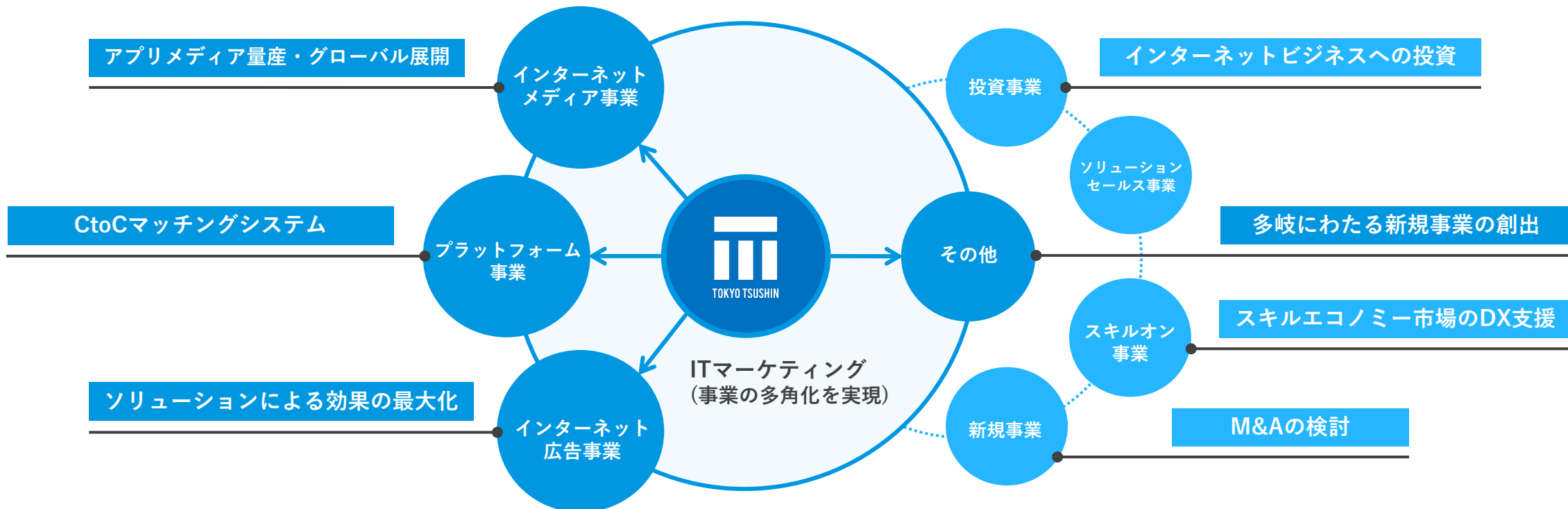
人々の心を豊かにするサービスを創造し続ける。

- 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。

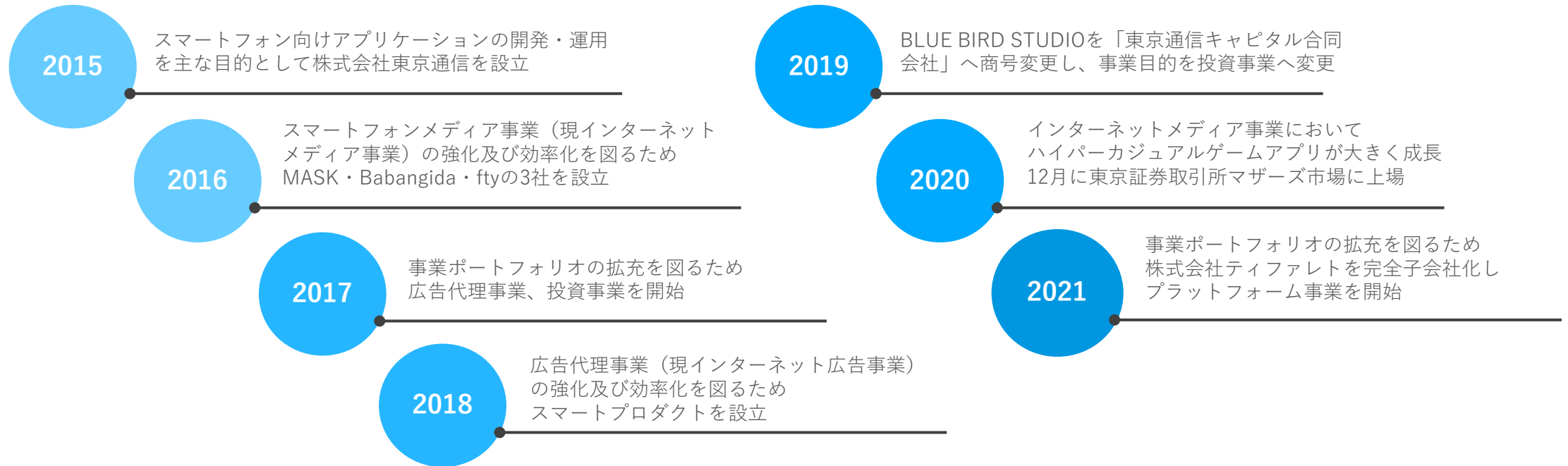
また、革新的な発想を生み出すために、常識や形式にとらわれることなく、
個性や自由を尊重して、私たちらしく活動します。

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。



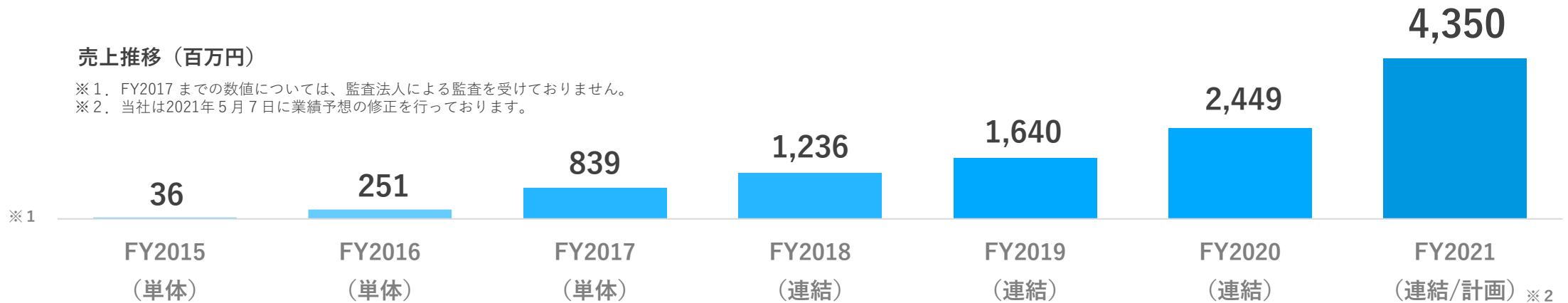


1-4. 沿革



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。



※1

※2



1-5. 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
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
※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
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) 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。

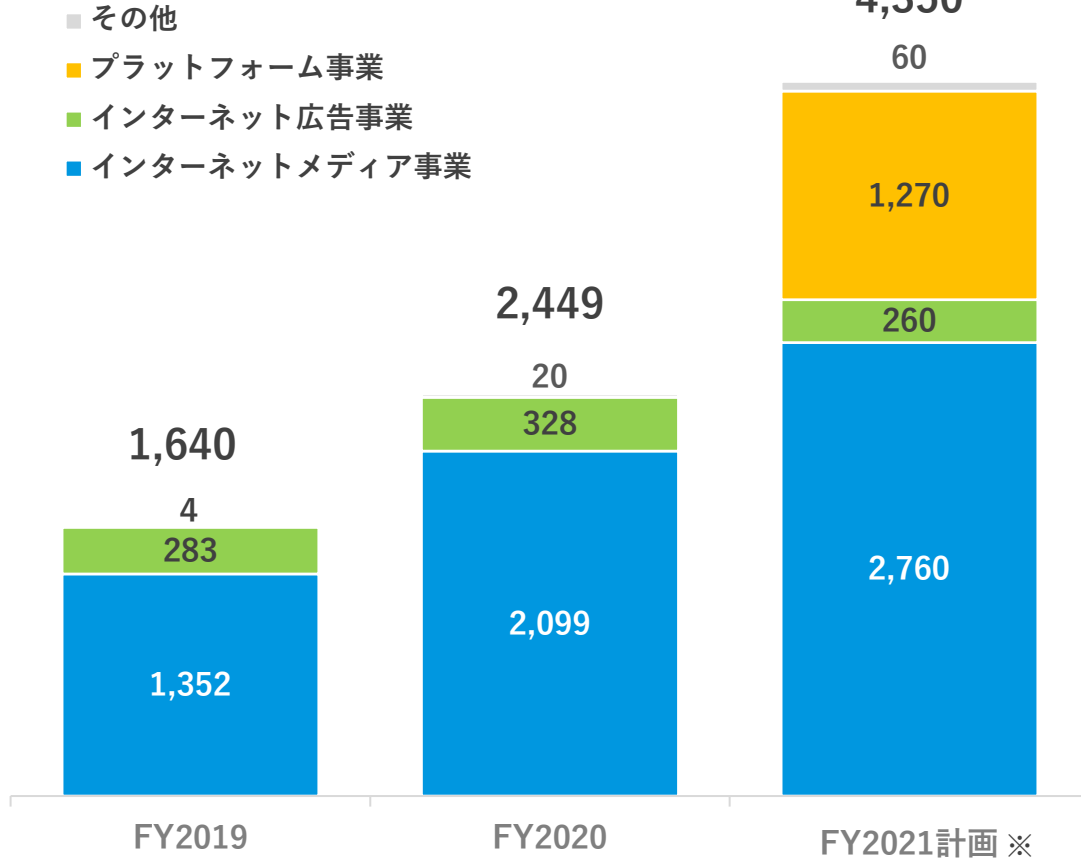
※2. 2021年4月1日付で「basepartners有限責任事業組合」から「TT1有限責任事業組合」に商号変更しております。



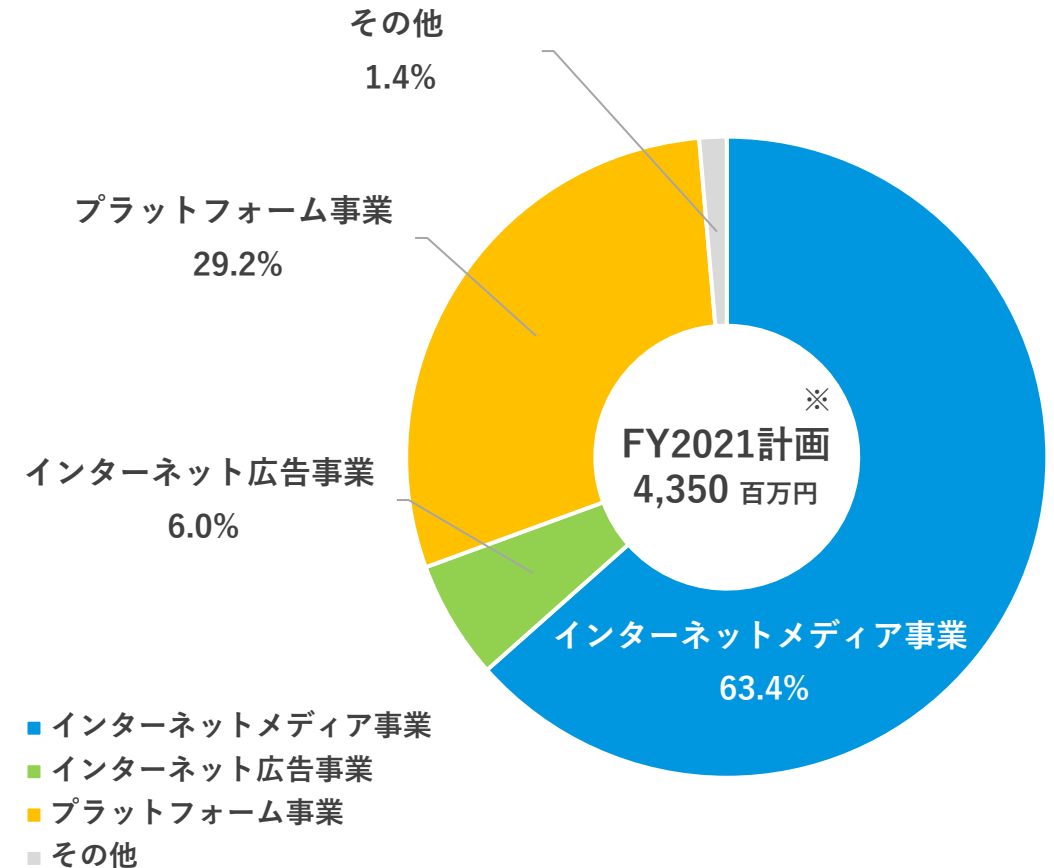
1-6. 連結売上高推移・構成比

インターネットメディア事業が主力セグメントであり、FY2021 2Qよりプラットフォーム事業を開始

売上高 (百万円)



売上高構成比



※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。

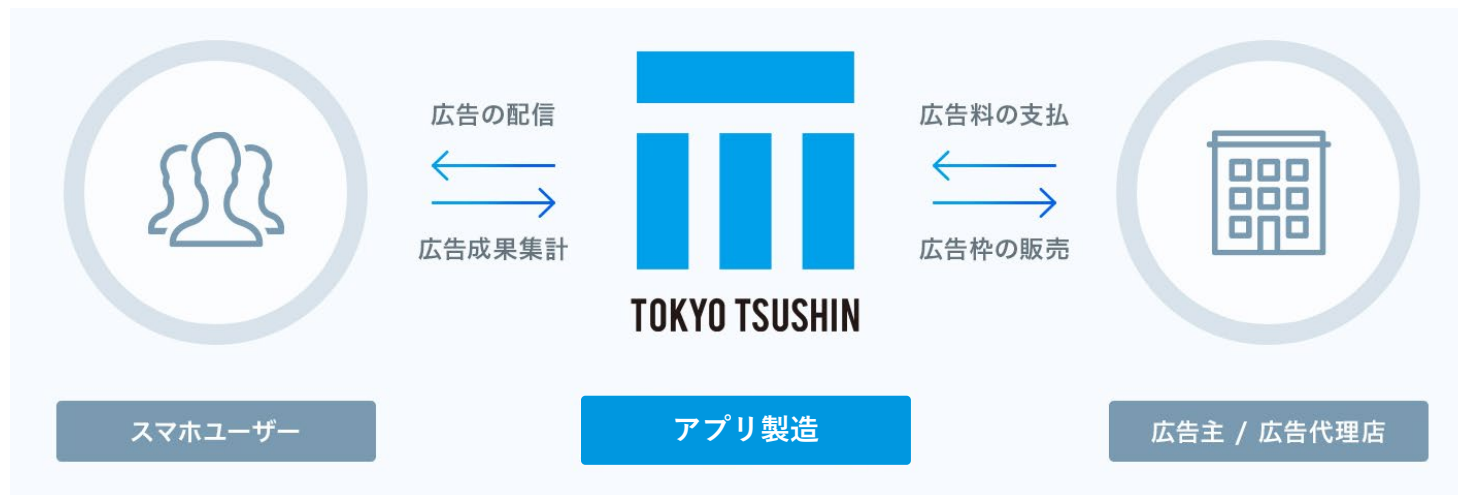


2. ビジネスモデル



2-1. 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。



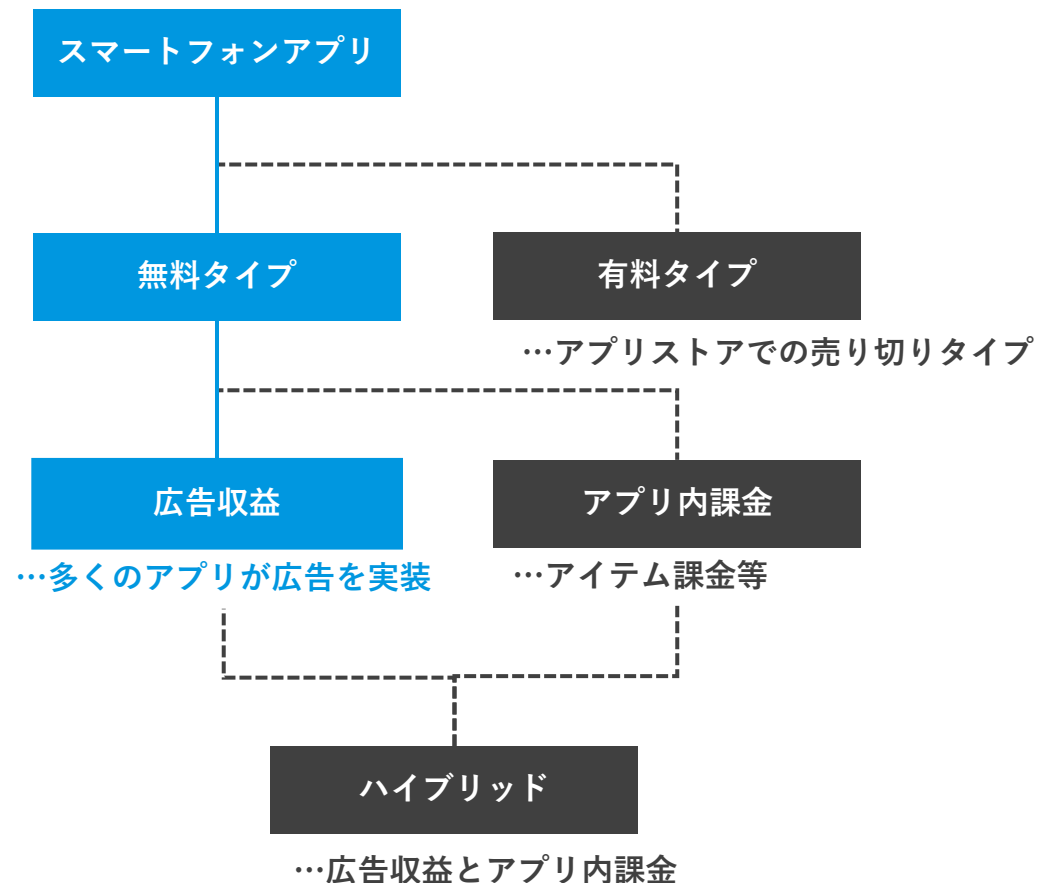
2-2. インターネットメディア事業 / 事業領域について

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



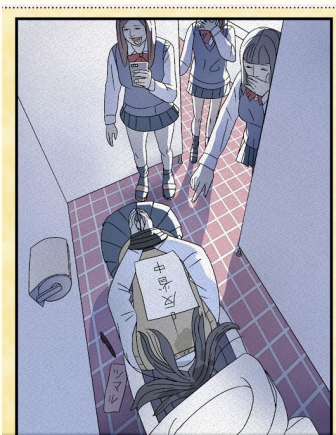


2-3. インターネットメディア事業 / 当社グループが運用するアプリについて①

『国内アプリ』の特徴



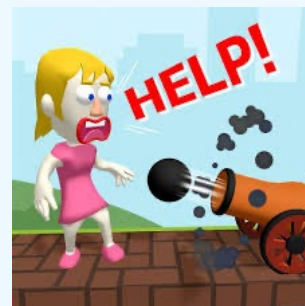
「3分間ミステリー」
(当社グループ開発例)



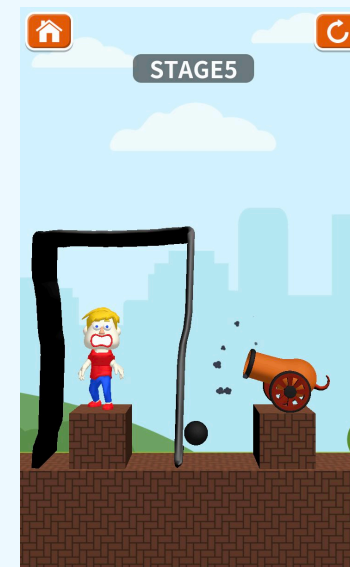
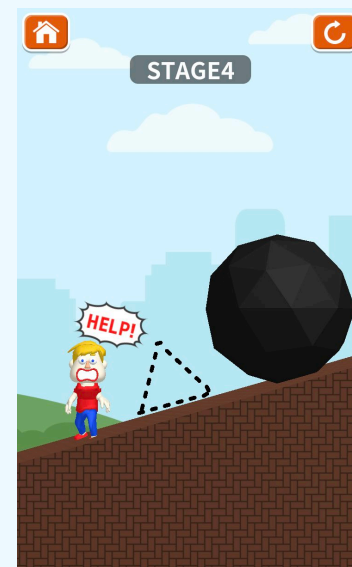
犯人に繋がる
証拠はどこだ!?

- 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。



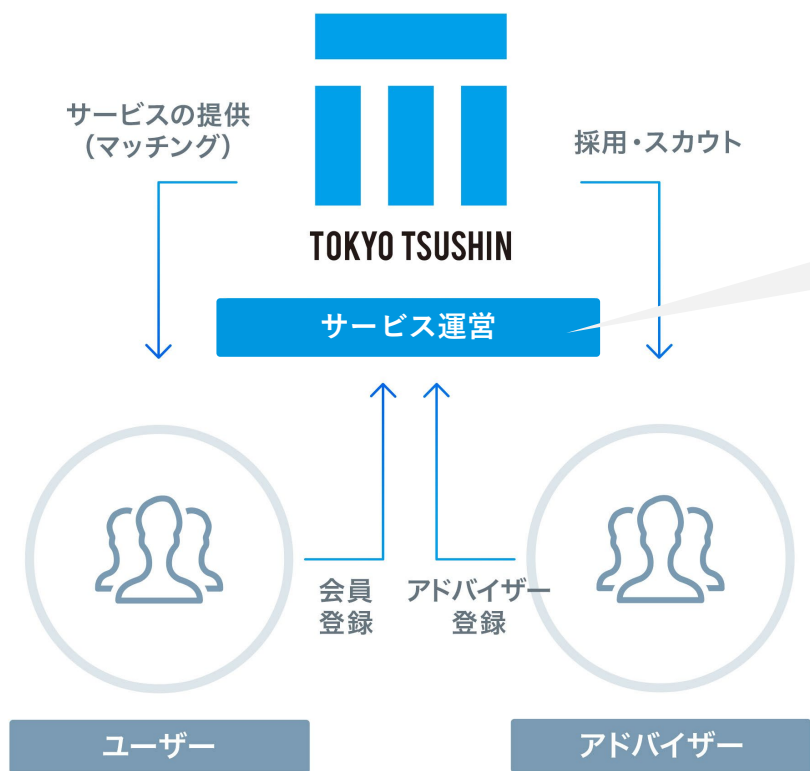
2-3. インターネットメディア事業 / 当社グループが運用するアプリについて②

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">・ 隙間時間などを利用して短時間で簡単に楽しめる。・ 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。	○
グローバル	海外向けアプリ	<ul style="list-style-type: none">・ 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。	
	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">・ 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。・ 米国をはじめ、世界中に展開。	
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">・ 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。	—



2-4. 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



「幸せに導く電話相談サービス」 Charis

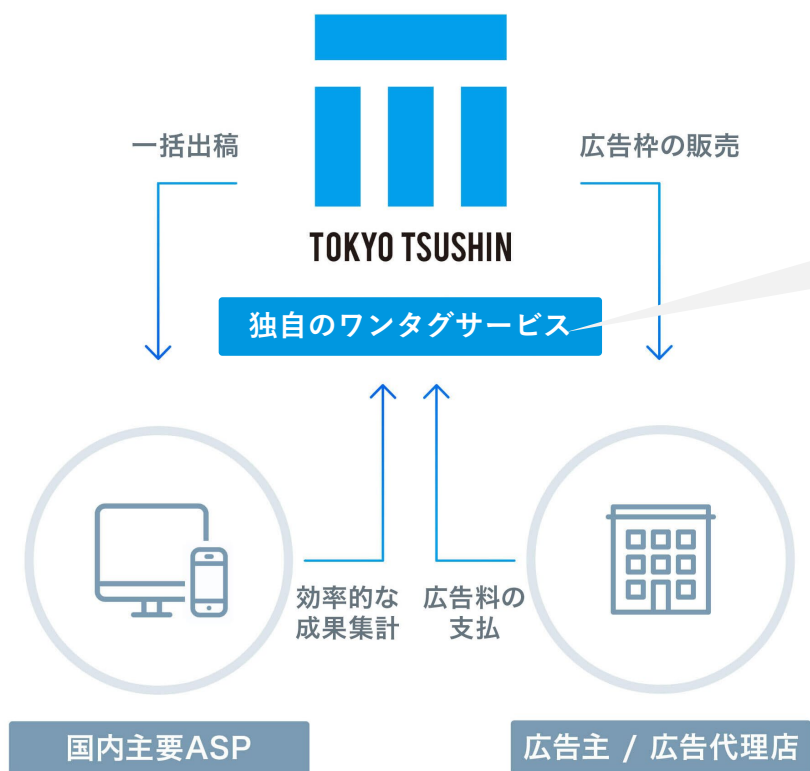
恋愛や、仕事、人生に関する悩みを抱えるユーザーと、経験豊かなアドバイザーをマッチングする電話占い「カリス」を運営。相談時間に応じた従量課金型のビジネスモデル。

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。

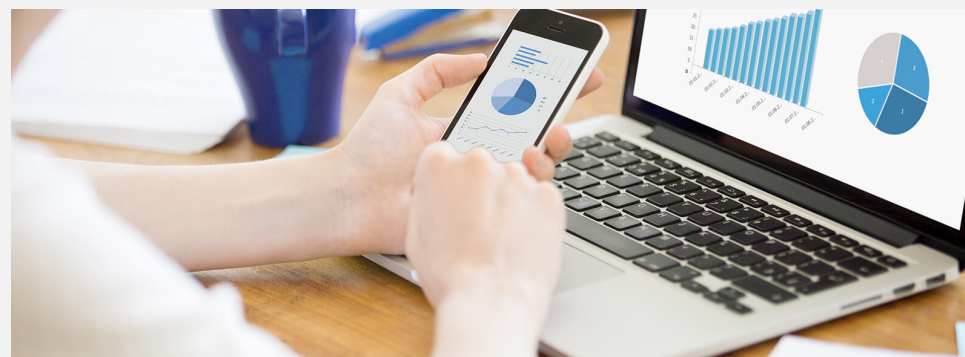


2-5. インターネット広告事業

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



2-6. 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

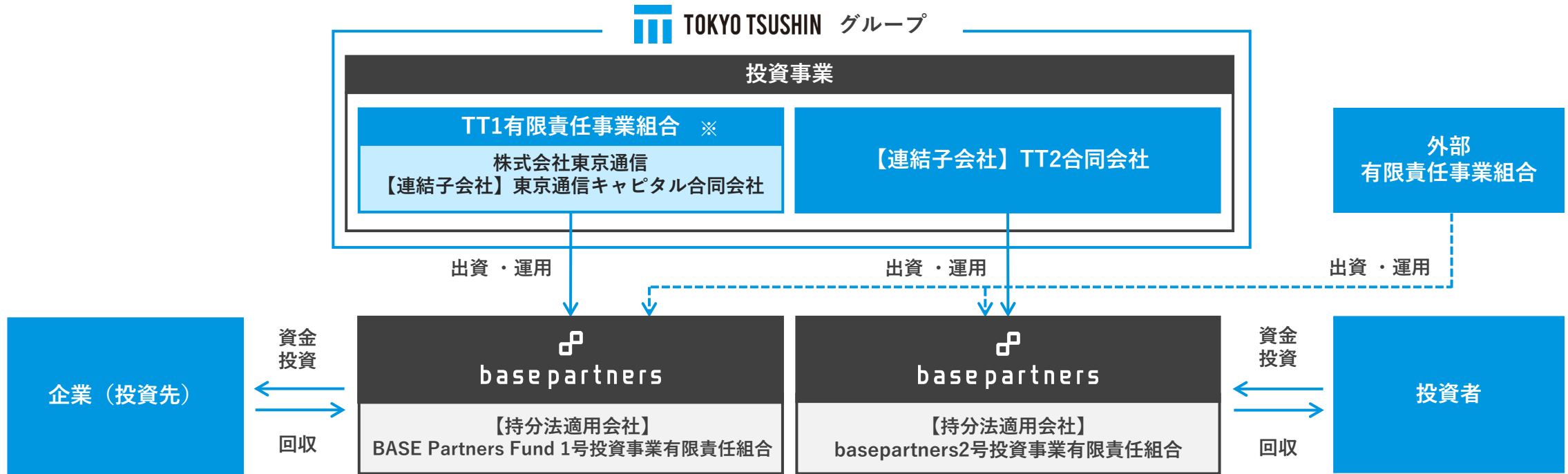
その他の区分は報告セグメントに含まれない事業セグメントではありますが、投資事業、ソリューションセールス事業、スキルオン事業及び新規事業開発等に取り組んでおります。

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、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。



2-7. 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）を中心とした投資を実行
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。

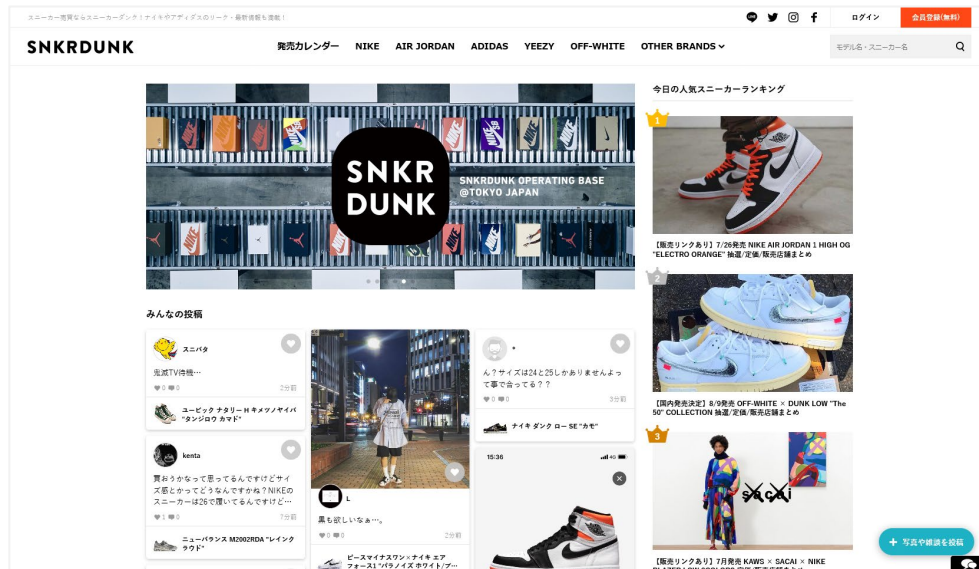
※2021年4月1日付で「basepartners有限責任事業組合」から「TT1有限責任事業組合」に商号変更しております。

2-8. 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

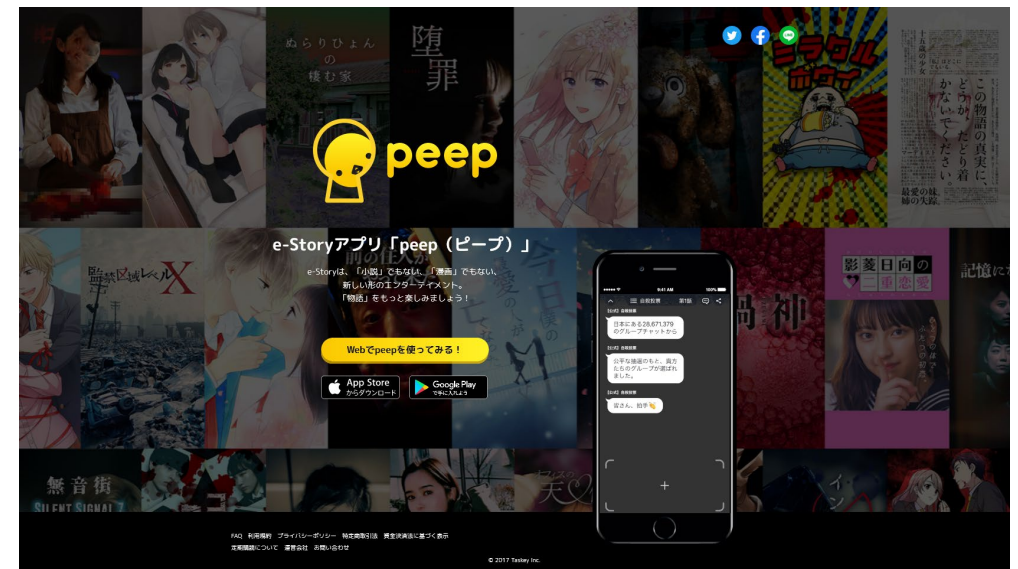


SNKRDUNK

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。

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



peep

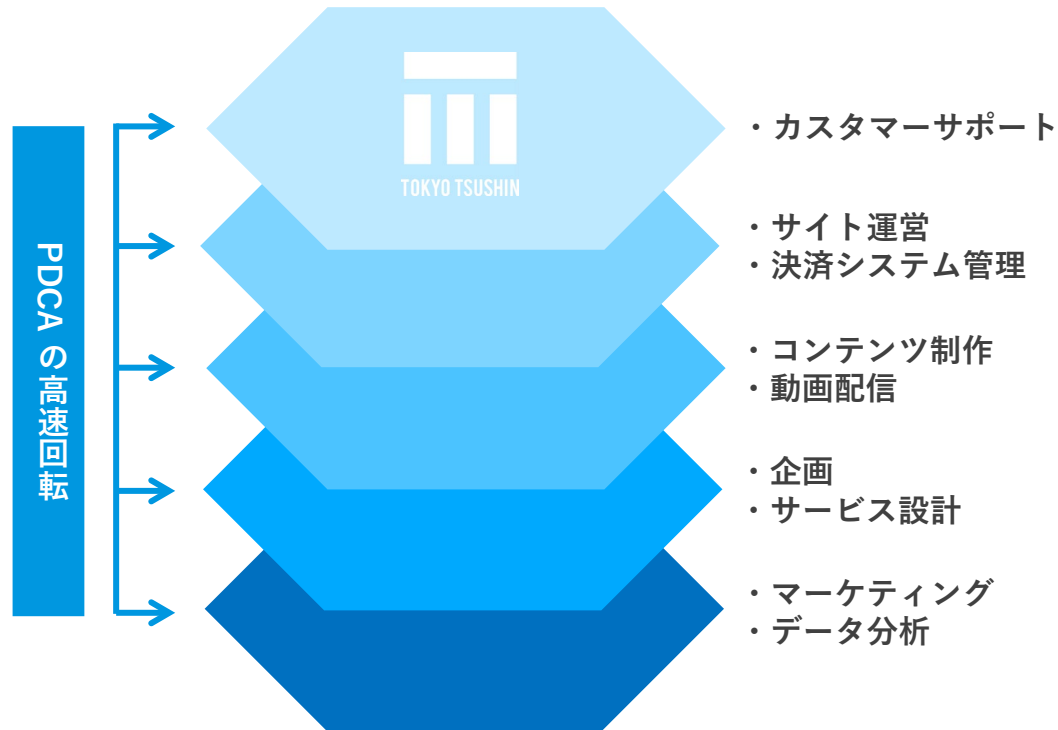
21世紀の新しい読み物「e-Story」アプリを運営。
1,500作品以上のオリジナル作品を配信。プロ作家による多彩な作品が無料で読める。



2-9. その他 – 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『スキル（＝習い事）の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）支援を推進してまいります。



2-10. その他 – 動画関連サービス事業（一例）①

スキルオン サービス紹介①（サブスクリプション型 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。

ログイン

たるにい公式オンラインフィットネス

CHANGE MYSELF!

たるにいと一緒に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
たるにいとはじめるダイエット体験
入金会なし!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

T-FIT
下当身



2-10. その他 – 動画関連サービス事業（一例）②

スキルオン サービス紹介②（サブスクリプション型 フィットネス動画サービス）

「ズボラストレッチ」で人気の
YouTuber深井裕樹の公式オンラインフィットネス
『ズボラストレッチプラス』



ズボラ
ストレッチプラス

2021年10月サービス開始

総再生回数1.2億超えの大人気ストレッチトレーニング。「もっと楽に痩せたい！」を叶える、ズボラに痩せる完全オリジナル撮りおろしプログラムを用意。モチベーションを維持するためのごほうび機能、体型ビフォーアフター機能であなたのダイエットをフルサポート。

プログラム一覧

NEW 全7回 初級
5分で変わる! 全身やせズボラストレッチ

NEW 全7回 中級
10分間の腕やせストレッチ



3. 当社の強み・特徴



3-1. ITマーケティングを知り尽くした人材 / ヒトの判断

「ITマーケティング企業」の運営は ヒトの判断 がキーポイント

臨機応変かつ柔軟な判断・対応が必要

インターネットメディア事業

- 開発技術のアップデート
- 市場に関する専門知識
- トрендや時事に関する嗅覚
- ユーザーライクを追求する執念
- 広告出稿・運用ノウハウ
- 効果測定・改善ノウハウ

インターネット広告事業

- 状況の変化を察知
- 市場に関する専門知識
- 優秀なアフィリエイトの獲得
- アクセス解析
- 広告出稿・運用ノウハウ
- 効果測定・改善ノウハウ

プラットフォーム事業

- 市場に関する専門知識
- 優秀な鑑定師の開拓
- 質の高い鑑定を行う為の教育体制
- 質の高いカスタマーサポート
- 広告出稿・運用ノウハウ
- 効果測定・改善ノウハウ



3-2. ITマーケティングを知り尽くした人材 / 経営メンバー

常勤取締役5名中4名及び子会社取締役はサイバーエージェントグループ出身
サイバーエージェントグループで培われた マーケティングノウハウ を活用



代表取締役会長 外川 稔

- 博報堂を経て、2000年にシーエー・モバイル（現CAM）創業、代表取締役社長として数々のモバイルインターネットビジネスを立ち上げ、サイバーエージェントの主力子会社としてグループを牽引し、2015年に最高益達成を契機に退任
- 2003年から2008年までサイバーエージェント専務取締役を兼務
- 2015年に東京通信の代表取締役会長に就任し、短期間での黒字化を達成



代表取締役社長CEO 古屋 佑樹

- シーエー・モバイル（現CAM）に新卒入社後、広告営業・メディアバイイング、新規事業開発に従事
- スマートフォン市場の黎明期よりアプリ関連事業を展開し、多種多様なジャンルのサービスを創出および運営を経験



取締役CFO 村野 慎之介

- 大和証券系及び外資系投資ファンドにて企業買収、企業再生業務に携わる
- その後IT業界に転身し、M&A・経営管理・メディア運営等を担い、シーエー・モバイル（現CAM）取締役、Amazia社外取締役（現任）を務める
- 2018年4月、東京通信に取締役CFOとして参画

インターネット
メディア事業

取締役COO 横山 佳史

高ROIの実現



その他

取締役 長谷川 智耶

新規事業開発力



インターネット
広告事業

テクノロジーパートナー

代表取締役CSO 稲垣 聡



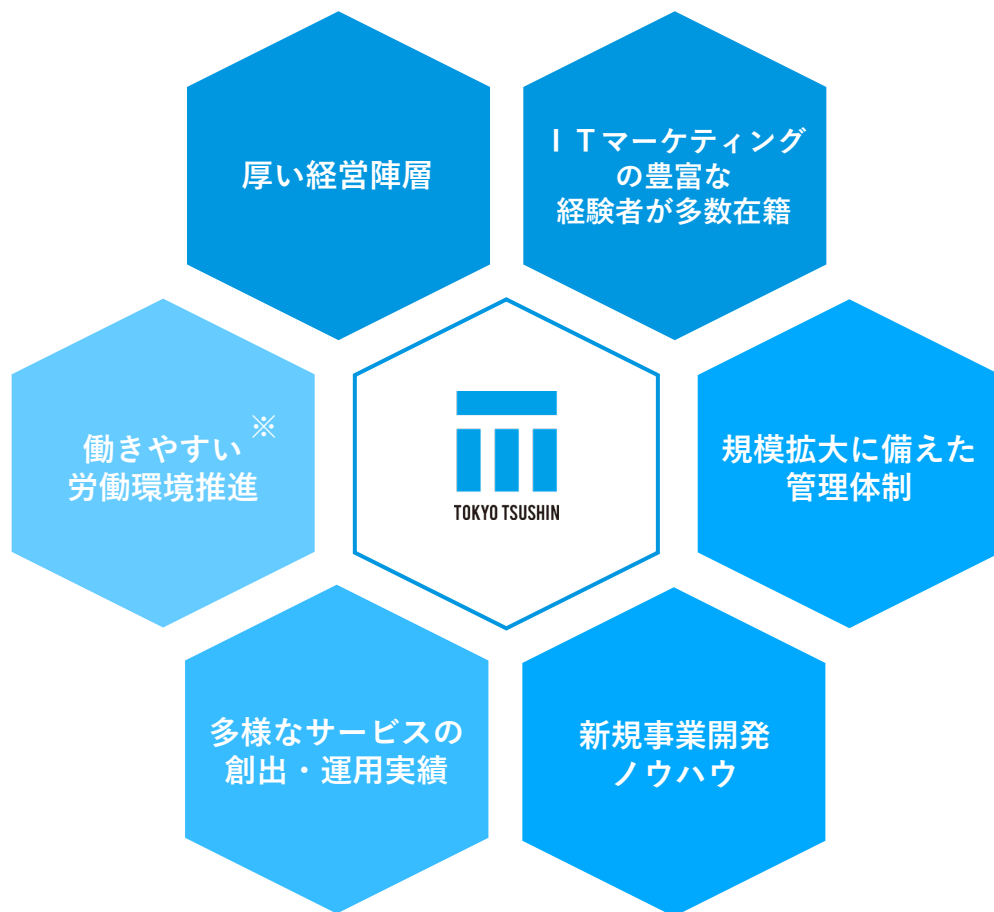
プラット
フォーム
事業

ティファレット

代表取締役社長 福島 勇人



3-3. 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（2021年9月末現在）となっております。



3-4. 高水準のROE（自己資本利益率）

ROE（自己資本利益率）[※]

30.6%

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月期第4四半期純利益 + 2021年12月期第1～第3四半期純利益) ÷ (2020年12月期第3四半期末自己資本 + 2021年12月期第3四半期末自己資本) ÷ 2 × 100



3-5. 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①

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"> 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、シンプルな操作性であることが最大の特徴。
短期間で量産	<ul style="list-style-type: none"> これまでの開発アプリ数（累計4,000タイトル）は、アプリデベロッパーとして国内屈指の開発数。 短期間で量産可能な体制を構築。月に100タイトル以上の開発実績もあり。
マーケティングノウハウ	<ul style="list-style-type: none"> 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1位を獲得した実績があり、マーケティングノウハウに自信を持つ。 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。
低コスト開発&マネタイズ力	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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。

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。



3-5. 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②

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)

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 (3分間ミステリー・MASK)

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 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



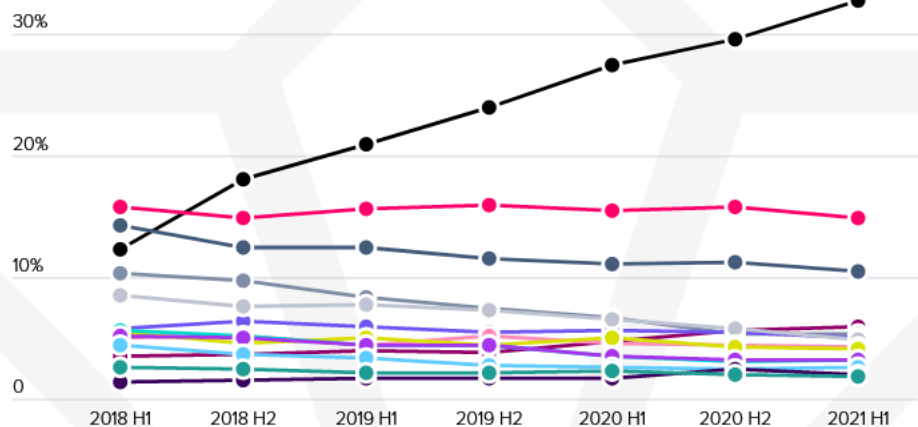
「3分間ミステリー」
(当社グループ開発)



3-5. 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③

各ゲームジャンルのダウンロードの市場シェア推移
地域別

< 全世界 >



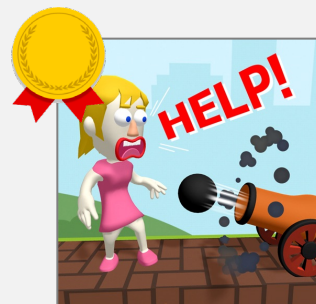
- ハイパーカジュアル ● シミュレーション ● アクション ● その他
- パズル ● マッチ ● シューティング ● レーシング ● テーブルゲーム
- スポーツ ● RPG ● ストラテジー ● パーティー ● カジノ

出典: App Annie Intelligence 注: ダウンロードはiOSとGoogle Playの合計 ジャンルの分類は2021年7月28日時点のApp Annie Game IQの分類に基づく

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

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 **26か国** で、
『無料ゲーム/パズル』では **54か国で第1位** を獲得。



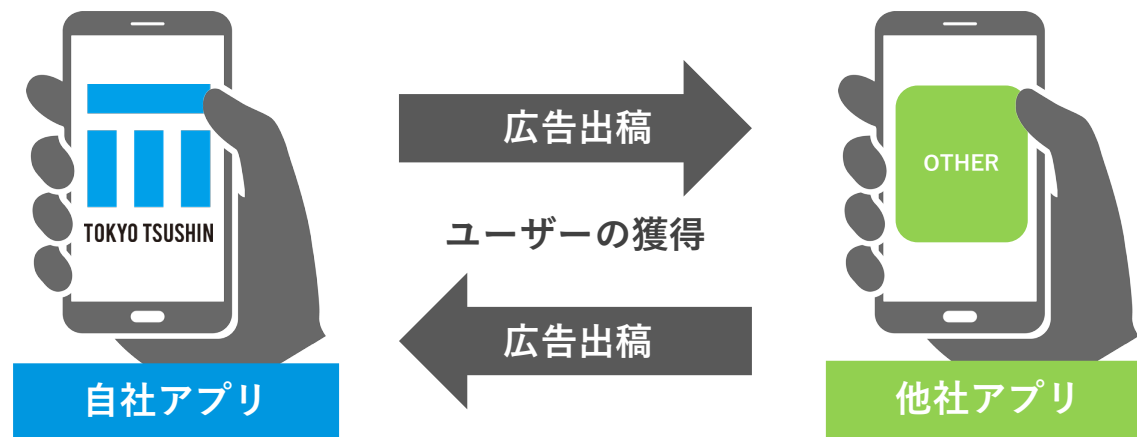
米国では『無料ゲーム/パズル』
カテゴリで **第2位** を獲得。

ハイパーカジュアルゲームアプリ「Save them all」



3-6. 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



3-7. プラットフォーム事業 / 10年の運営実績に基づく高品質な相談ノウハウ

10年にわたるサービス運営実績・ノウハウをもとに、鑑定師の相談手法の品質を重視
カスタマーサポートも充実させることで高い顧客満足度を実現

多くのお客様のご支援により
鑑定件数 **200万件以上**

カリスでは、これからもお客様の幸せに少しでも貢献できるよう誠実であり続けること、御心(みこころ)あるサービスを提供していくことをお約束いたします。



10年のサービス運営実績



質の高い鑑定師の開拓・育成

相談ノウハウの構築・共有

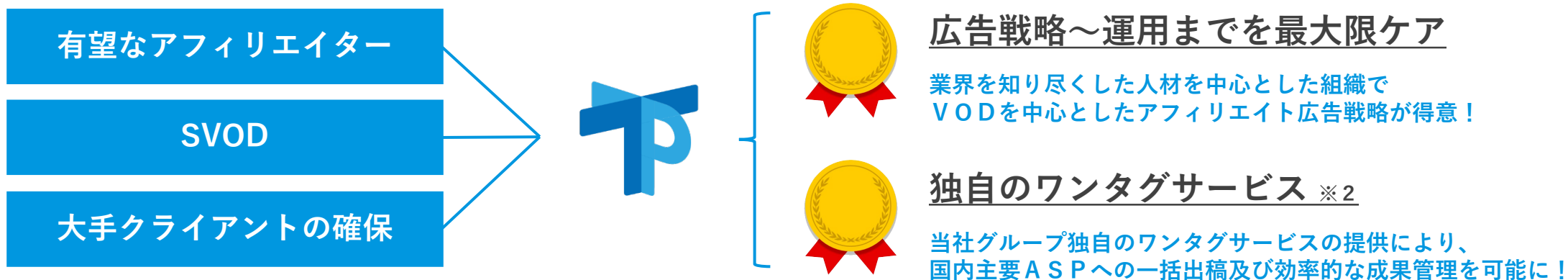
充実したカスタマーサポート

顧客満足度向上



3-8. インターネット広告事業 / SVODに強みを持つアフィリエイト広告運用

クローズドネットワーク ※1 の活用により有望なアフィリエイトターを抱え、
SVOD（サブスクリプション・ビデオ・オン・デマンド）サービスのアフィリエイトに強みを持つ。



- 当該事業の売上高は、主にアフィリエイト広告または運用型広告における獲得件数 ※3 に広告主から受け取る成果報酬を乗算した売上高総額に広告原価（アフィリエイトターに対する成果報酬や運用型広告費）総額を減算した数値が売上高（純額）となります。
- 有望なアフィリエイトターの発掘は新規ユーザーの獲得に、また、大手広告主との信頼関係は成果報酬に寄与することから、これらの対応は引き続き強化していく方針。

※1：クローズドネットワークとは、インターネット上の閉鎖網であり、誰もが利用可能なオープンネットワークではなく、利用者を限定したり、拠点間のみを接続する等の広域通信ネットワークであります。

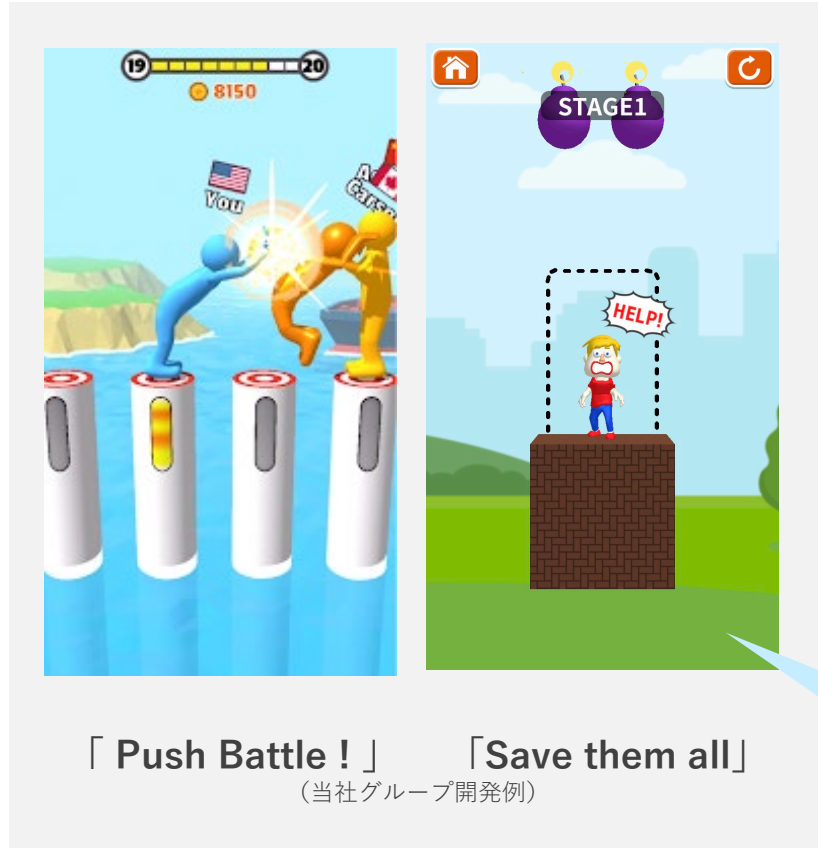
※2：ワンタグサービスとは、複数のASP（アフィリエイトサービスプロバイダ）を一括で管理するためのシステムやサービスのことであります。

※3：獲得件数は、メディアを閲覧するユーザーがアフィリエイト広告等をクリックし、広告主のサイトで商品購入や会員登録等の広告主が定める条件を満たすことで成果報酬が発生した件数であります。



4. 市場環境

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 **26か国** で、
 『無料ゲーム/パズル』では **54か国で第1位** を獲得。 ※3

※1. 出所：AppAnnie 「モバイル市場年鑑2019」

※2. 出所：AppAnnie 「モバイル市場年鑑2020」

※3. 2021年9月末現在までの最高ランク実績となります。

ハイパーカジュアルゲームが モバイルゲーム市場全体で一定の存在感を示している

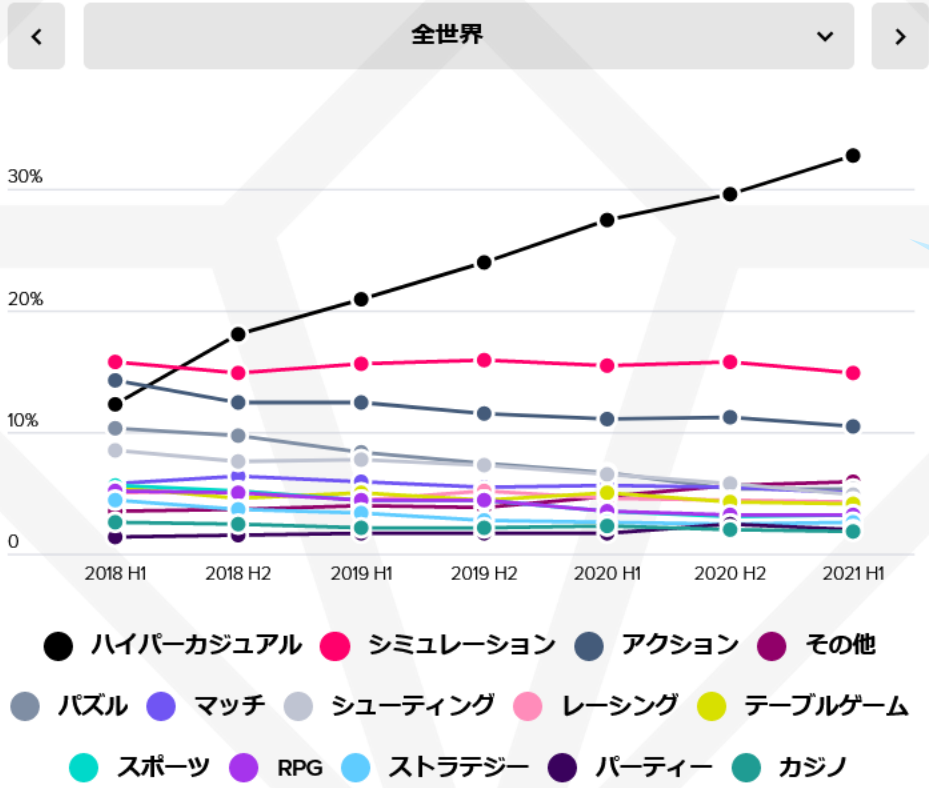


2019年度	市場規模（世界）	前年比
モバイルゲーム市場全体	576億ドル（6兆3,000億円）	15%増
ハイパーカジュアルゲーム市場	30億ドル（3,300億円）	33%増



4-1. 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

各ゲームジャンルのダウンロードの市場シェア推移
地域別



出典: App Annie Intelligence 注: ダウンロードはiOSとGoogle Playの合計 ジャンルの分類は2021年7月28日時点のApp Annie Game IQの分類に基づく

ハイパーカジュアルゲームが
世界各国でダウンロードのシェアを牽引し続ける見込み

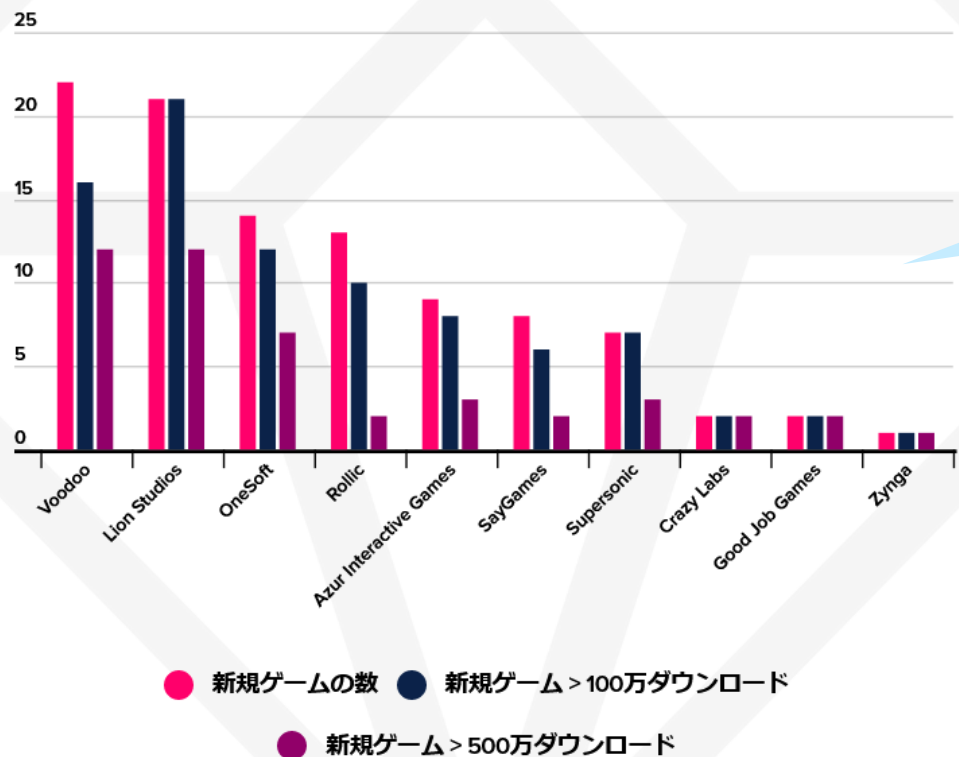
スマートフォンアプリにおける「各ゲームジャンルのダウンロードの市場シェア推移」では、2021年上半期時点でハイパーカジュアルゲームアプリのシェアが大きく伸長しており、**30%**を超える。

- 2年前の**2倍以上のシェア拡大**
- 3年前の**約5倍以上である68億ダウンロードを達成**
- 2021年上半期では、世界のダウンロード数トップ10のアプリのうち、**ハイパーカジュアルゲームが4つ占めている**状況



4-1. 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④

トップハイパーカジュアル・パブリッシャーの
新しいゲームのポートフォリオ成功率 | 2021年上半期



出典: App Annie Intelligence

注:iOS,とGoogle Playの新しいゲームダウンロード別トップ1000の数値を参照。中国はiOSのみ。
2021年1月-7月

世界のトップゲームパブリッシャーがリリースした アプリの半数以上が500万ダウンロードを達成

ハイパーカジュアルゲームのトップパブリッシャーは
ヒットタイトルを生み出す割合が高く、2021年上半期には
半数以上が500万ダウンロードを超えている。

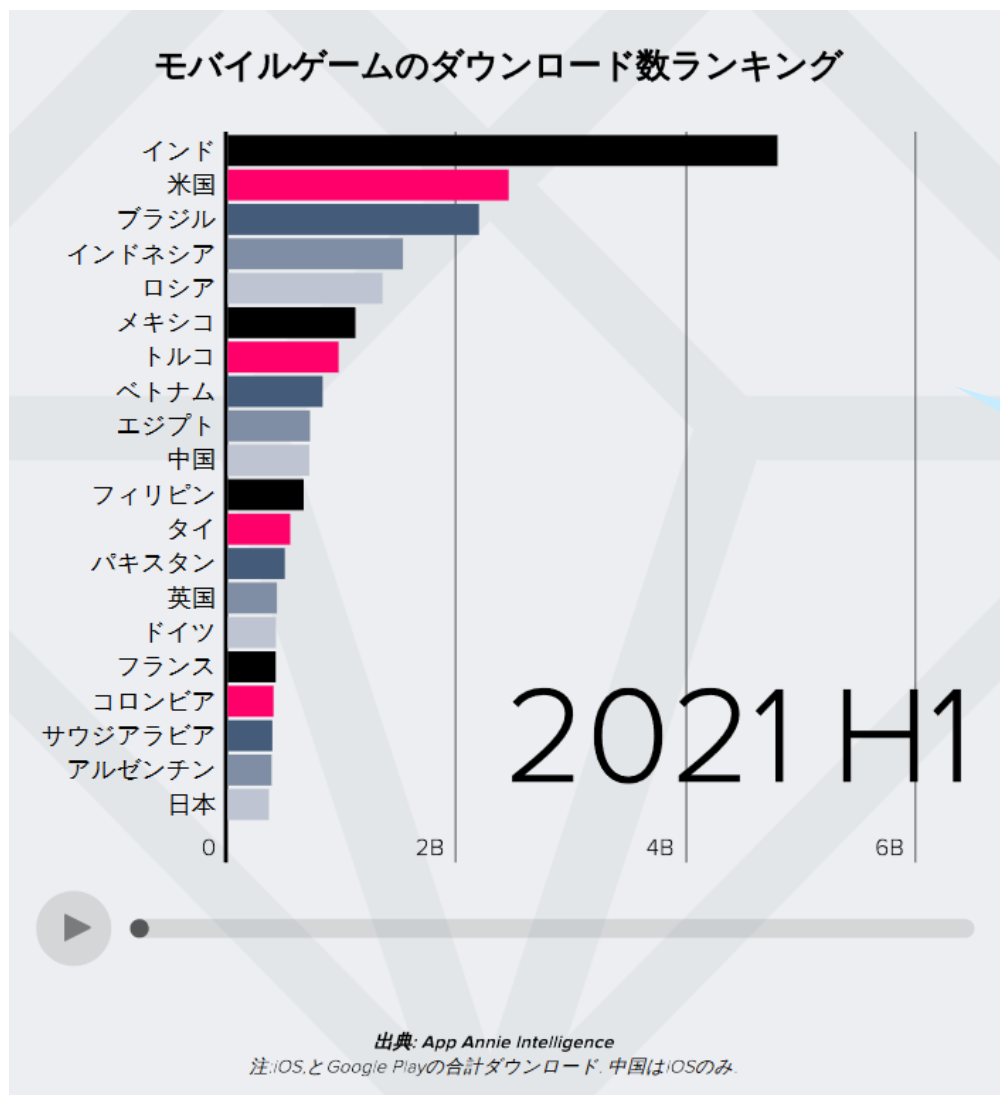
ハイパーカジュアルゲームは、他のゲームジャンルでは難しいとされてきた「ゲームをしない人をプレイさせる」ことに成功したジャンルと言われており、市場の変化を注意深くモニターし、それに適応するデベロッパー、パブリッシャーが長期的に成功すると考えられている。



- 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アプリの提供を加速
- 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



4-1. 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⑤



インドがダウンロード数で
世界最大のモバイルゲーム市場に成長

技術力の向上とモバイルデバイスにおける接続性の改善により、ブラジル、インドネシア、ロシアなどの新興市場も、モバイルゲーム市場において今後も大きな成長要因となるといわれています。



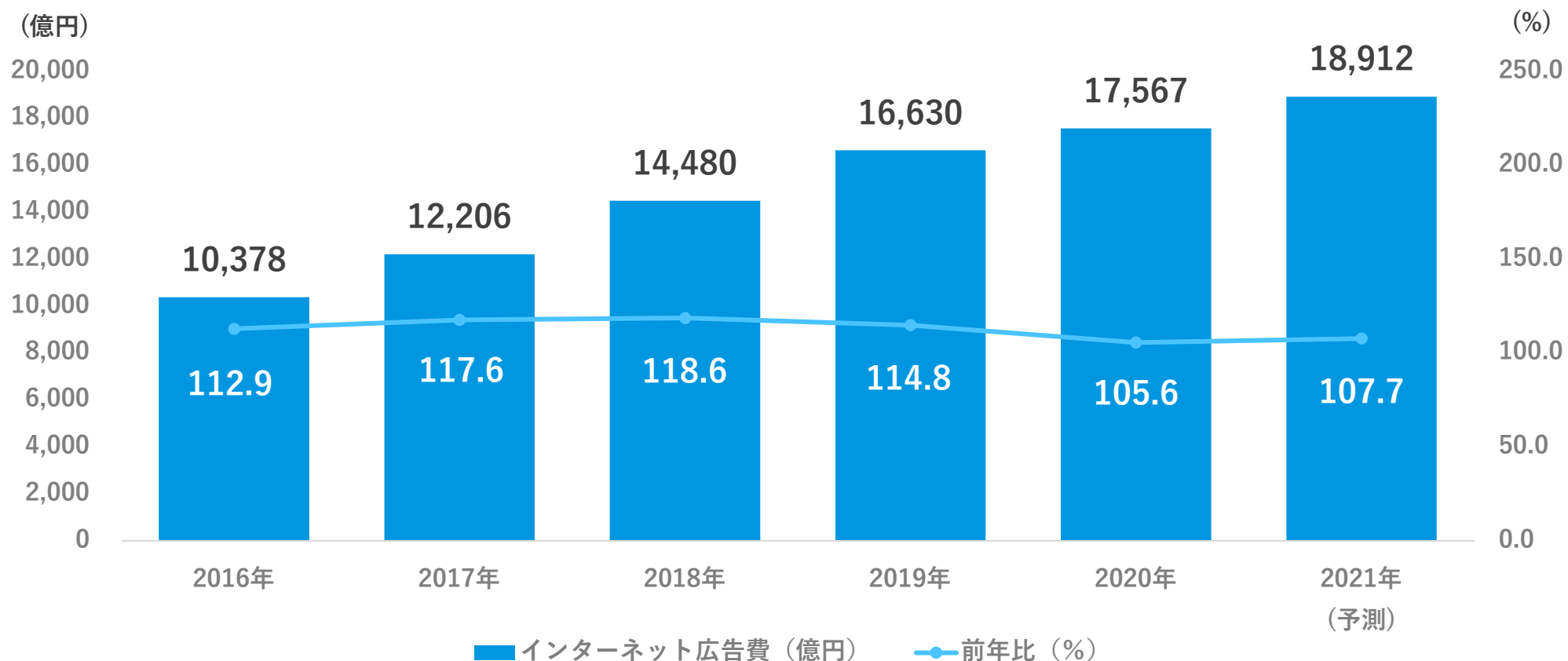
特に、当社の「ハイパーカジュアルゲームアプリ」でも同様の傾向がみられ、欧米やアジア市場に匹敵、上回る勢いで、インドやブラジルでのダウンロード数が増大していることから、『世界のハイパーカジュアル市場は今後も拡大傾向』と考えております。



4-2. 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



出所：株式会社電通『2020年 日本の広告費』



4-2. 市場データ / 世界の広告成長率

世界の広告市場は2020年に7.2%減少となったが、2021年には10.4%の成長（6,340億ドル）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 (実績)	2021年 (予測)	2022年 (予測)
全世界 (59カ国・地域)	3.7	△7.2	10.4	7.2
日本	6.2	△11.2	4.4	4.2

< 媒体別成長率予測 (全世界) >

(成長率：%)

	2019年 (実績)	2020年 (実績)	2021年 (予測)	2022年 (予測)
デジタル	11.8	4.0	15.6	10.6

< 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：%)

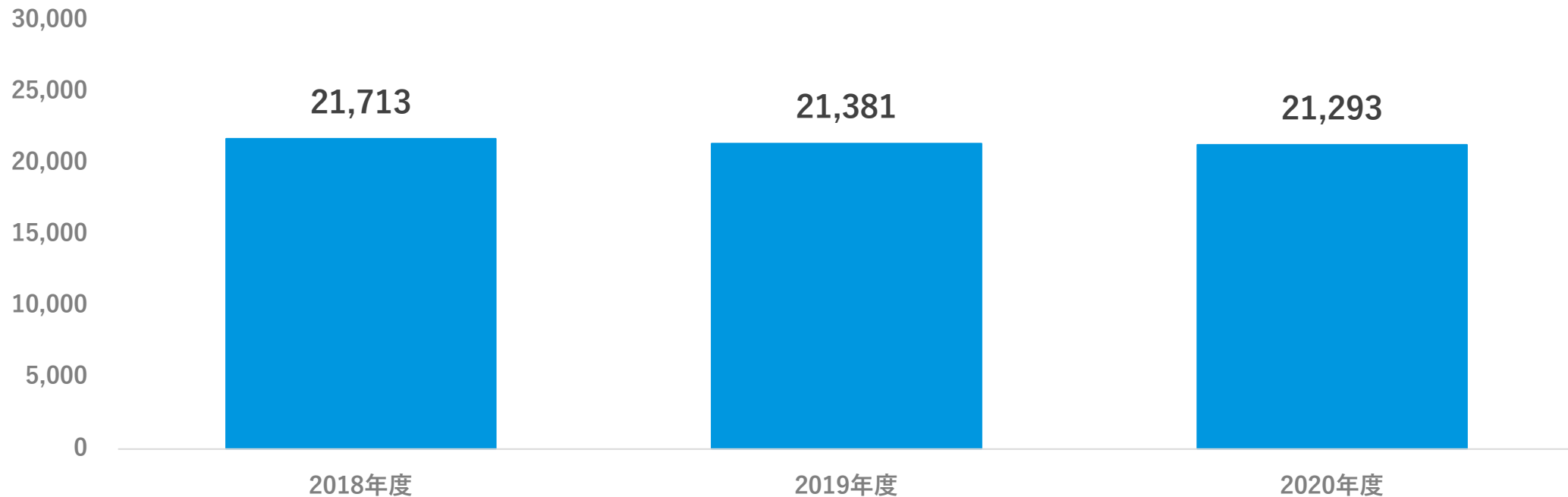
	2019年 (実績)	2020年 (実績)	2021年 (予測)	2022年 (予測)
デジタル	42.8	47.8	50.0	51.5



4-2. 市場データ / 国内の電話占いサービス市場規模

2020年度の国内電話占いサービス市場規模は212億円。
新型コロナウイルス感染拡大に関して、市場への大きな影響は見られず安定。

国内電話占いサービス市場規模（単位：百万円）



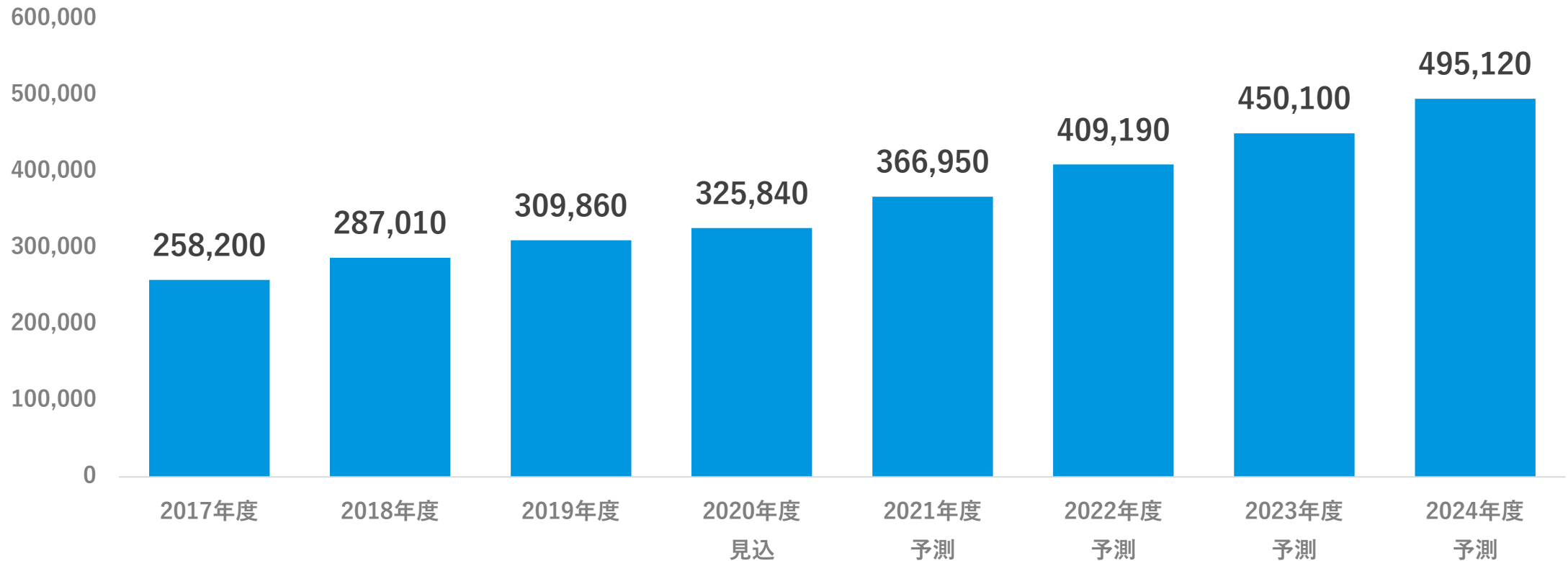
出所：当社調べ
調査条件については、「法人」としての取引があるものだけが対象であり、かつ、事業として継続的に「電話占い」サービスを提供していると認められる参入事業者40社（展開ブランド42）を対象に、「電話占い事業」による売上高（過去3年度）を積算し、それを「電話占い市場規模」（過去3年度）としております。
調査には協力会社が所有する企業データベース、公開情報（ホームページ、占いサービスサイト等）を用い、一部推定（所属占い師の人数、占い師の稼働状況、ホームページの更新状況、周辺事業の売上、同タイプの占い事業者の売上高等を手掛かり）しております。また、各社の売上高については、可能な限り「電話占い」事業のみの売上高を抽出するようしておりますが、電話占いに付随した広告収入、コンテンツ販売収入、Web制作、イベント収入、占い師の出演、各種著作権収入等が一部含まれた市場規模となります。



4-2. 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。



5. 成長戦略及び事業計画



当社はゲームアプリの開発会社ではなく
ITマーケティング企業である

中期的にはインターネットメディア事業を中心とした
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。



5-2. 成長戦略 / 全社成長戦略

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



5-3. 成長戦略 / インターネットメディア事業におけるグローバル戦略の強化

世界各国でダウンロードのシェアが拡大し続けている
「ハイパーカジュアルゲームアプリ」を持続的成長基盤とした

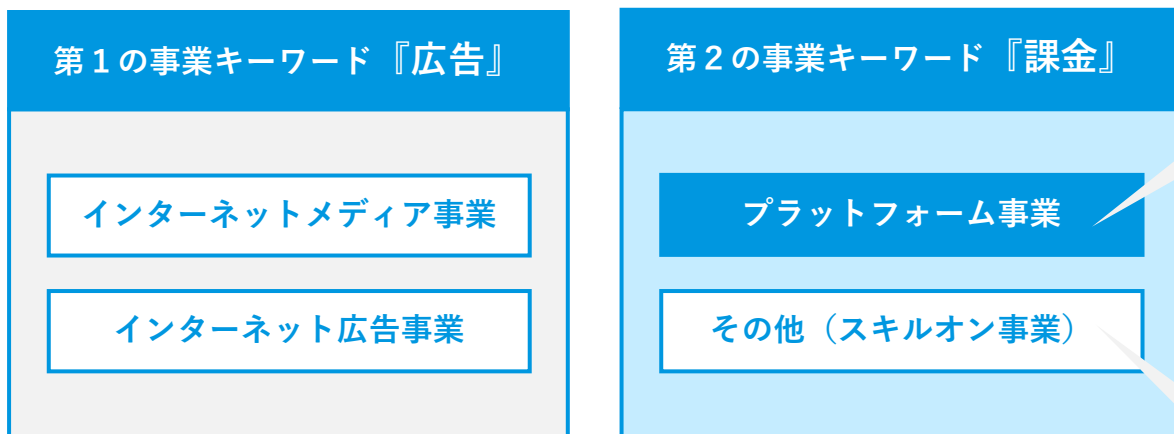
グローバル戦略の強化



- 「国内向けアプリ」、「海外向けアプリ」及び「ハイパーカジュアルゲームアプリ」に区分し、より一層の海外展開を推進
- 「海外向けアプリ」は、国内での成功アプリを海外にてカルチャライズ・ローカライズ

※「国内向けアプリ」については、そのリソースの一部をより成長性が見込める「ハイパーカジュアルゲームアプリ」へ移管いたしますが、国内市場でのシェアを維持しつつも、事業全体の継続的成長に努めてまいります。

事業ポートフォリオの拡充の方針



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『課金』の獲得、新規事業の創設

相談時間に応じた従量課金型のビジネスモデル



株式会社ティファレー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

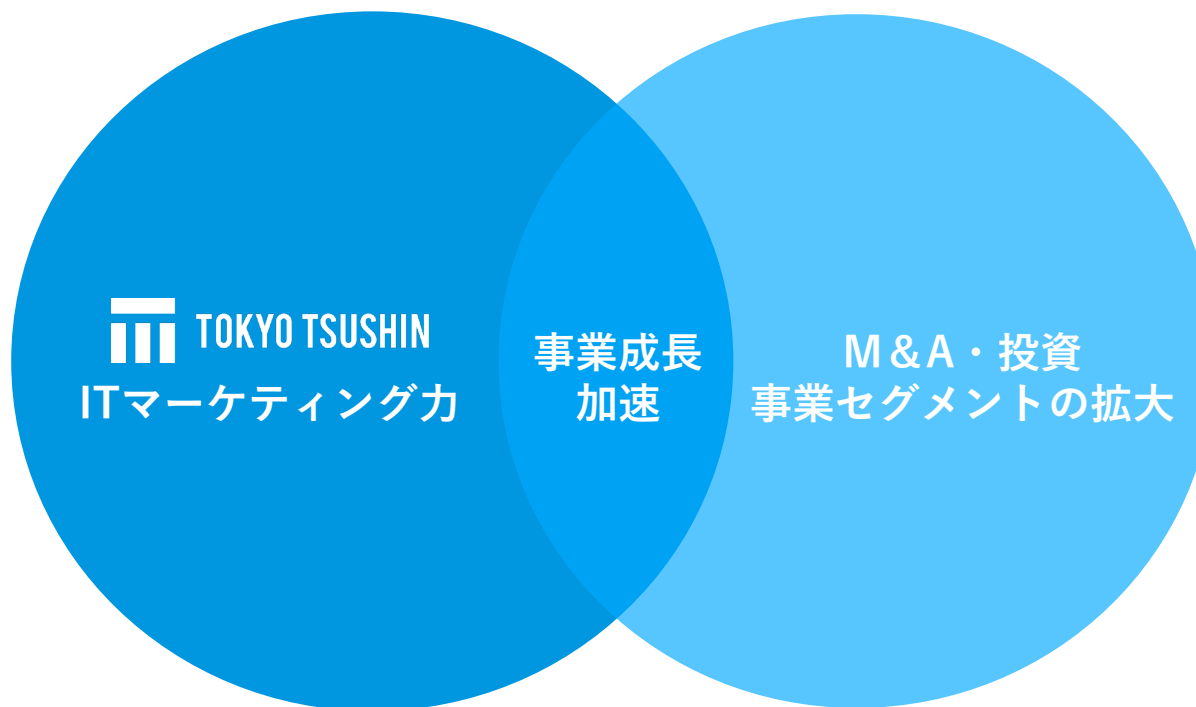
サブスクリプション型のビジネスモデル



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）支援を推進



5-5. 成長戦略 / 中期経営方針



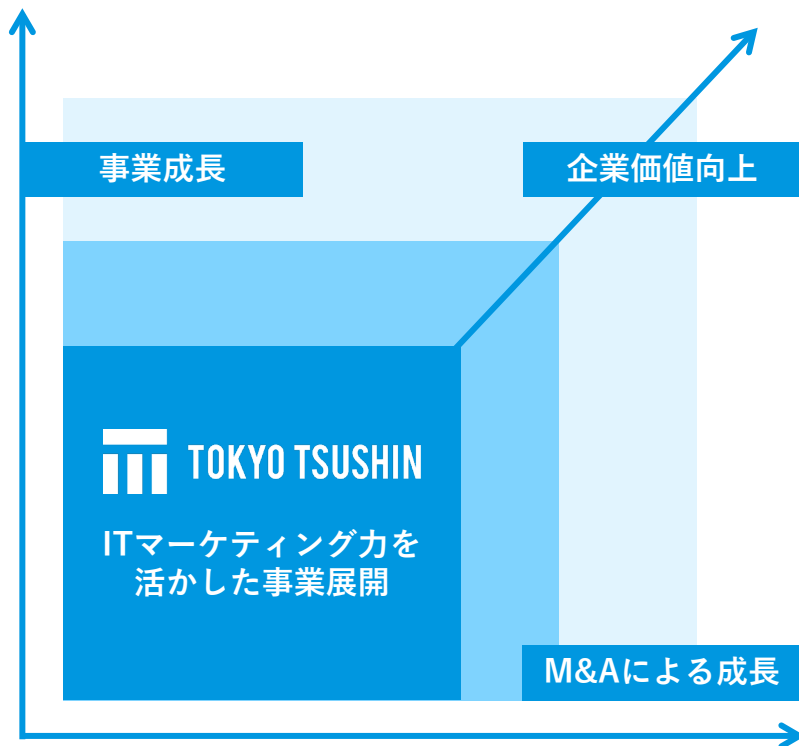
TOKYO TSUSHIN グループの事業成長を加速させるために

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

※上記は方針であり、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。



5-6. 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

※上記は方針であり、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。

5-7. 事業計画 / 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

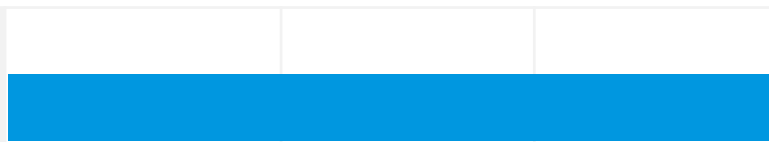
FY2021/3~4Q

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



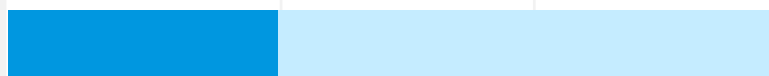
採用研修費、人件費の増加

● **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

※上記は方針であり、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。



5-8. 成長戦略 / 調達資金使途および今後の投資計画について

成長戦略の実行・実現に向けた投資として、上場時の調達資金は以下の使途に充当を予定しております。

上場による調達資金約7億円のうち、約3億円をインターネットメディア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12月期～2022年12月期の予定）

資金使途

想定充当額

FY2021

FY2022

● インターネットメディア事業におけるアプリのユーザー獲得のための広告宣伝費	150百万円	150百万円
● 事業拡大のために必要な人材の採用費及び人件費	30百万円	21百万円
● 借入れ金返済（子会社株式の取得資金のため）	342百万円	—

5-9. 事業計画 / 2021年12月期業績計画

(百万円)	FY2020 実績	FY2021 計画※1	増減
売上高	2,449	4,350	1,900
営業利益	383	420	36
経常利益	369	380	10
親会社株主に帰属する当期純利益	193	180	△13
EBITDA ※2	395	667	272

- 主力事業であるインターネットメディア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による成長を推進
- 2021年4月より株式会社ティファレットを完全子会社化したことに伴うプラットフォーム事業の業績予想を追加（のれん償却費として221百万円を見込む）
- インターネット広告事業は堅調であった既存案件の売上高が鈍化傾向、新規案件の獲得が当初想定した計画よりも遅延しているため下方修正
- 営業収益力の実態として、EBITDA ※2 667百万円（前期比272百万円増）を見込む

※1. 当社は2021年5月7日に業績予想の修正（上方）を行っております。

また、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. EBITDA = 営業利益 + のれん及び無形資産の償却費 + 減価償却費

5-10. 事業計画 / 事業セグメント別計画

		(百万円)	FY2020 実績	FY2021 計画※1	増減
連結業績	売上高		2,449	4,350	1,900
	営業利益		383	420	36
	(利益率)		(15.6%)	(9.7%)	(△6.0pt)
インターネットメディア事業	売上高		2,099	2,760	660
	セグメント利益		480	610	129
	(利益率)		(22.9%)	(22.1%)	(△0.8pt)
プラットフォーム事業 ※2	売上高		—	1,270	1,270
	セグメント利益		—	70	70
	(利益率)		(—)	(5.5%)	(5.5pt)
インターネット広告事業	売上高		328	260	△68
	セグメント利益		244	160	△84
	(利益率)		(74.4%)	(61.5%)	(△12.9pt)
その他	売上高		20	60	39
	セグメント利益		△30	△85	△54
	(利益率)		(—)	(—)	(—)

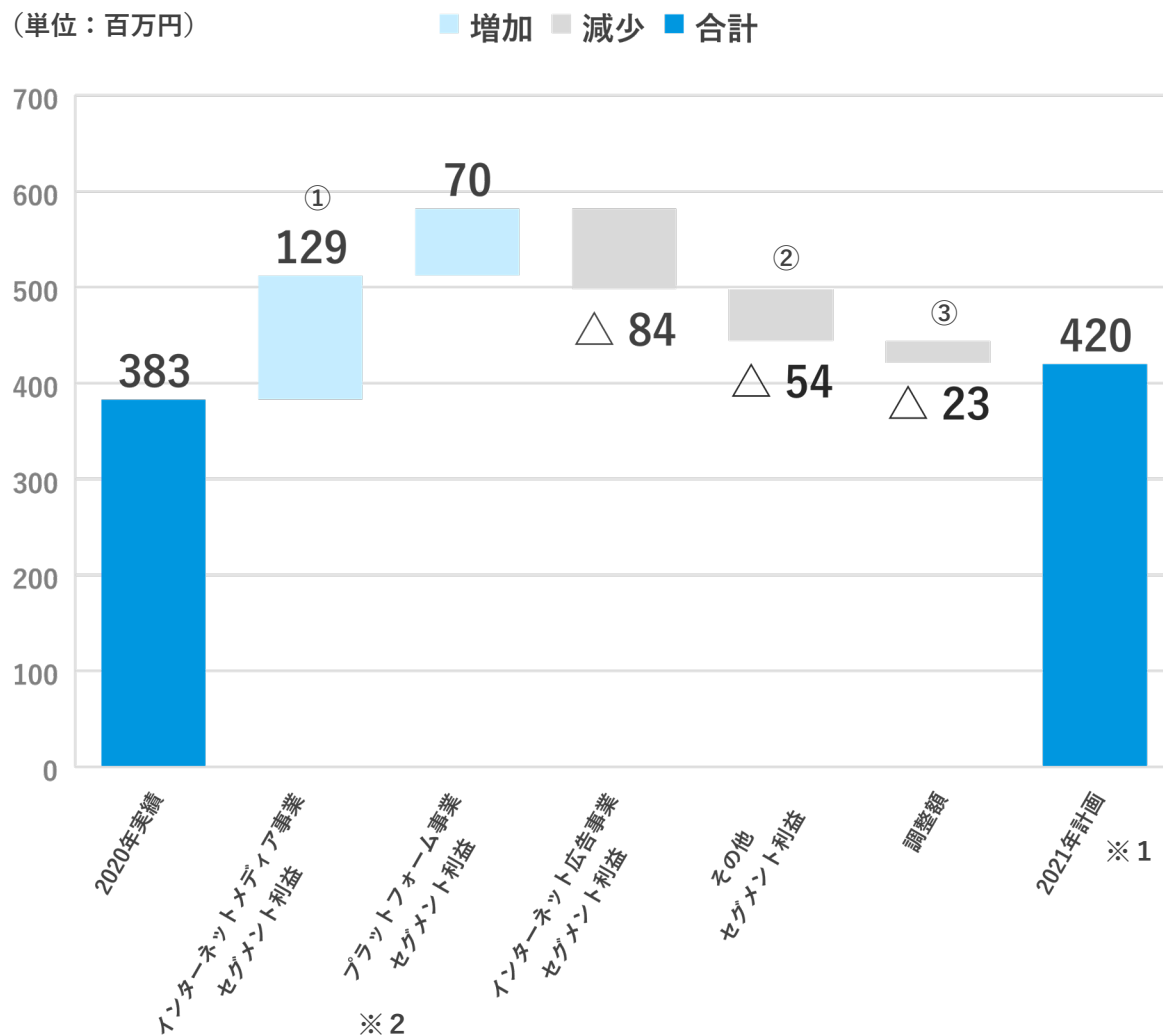
※1. 当社は2021年5月7日に業績予想の修正（上方）を行っております。

また、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. 2021年12月期 第2四半期連結会計期間より、株式会社ティファレットを連結子会社化し、プラットフォーム事業を追加しております。



5-11. 事業計画 / 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

インターネットメディア事業の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65.8%増の16億88百万円、貢献利益（売上高-広告出稿費）は前期の2億32百万円から94.3%増の4億51百万円を計画

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1.4%減の9億68百万円、貢献利益（売上高-広告出稿費）は、前期の4億60百万円から3.7%減の4億44百万円を計画。
リソースの一部をより成長性を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の推進予定

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12.4%増の1億94百万円を計画。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

※1. 当社は2021年5月7日に業績予想の修正（上方）を行っております。

また、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. 2021年12月期 第2四半期連結会計期間より、株式会社ティファレットを連結子会社化し、プラットフォーム事業を追加しております。



5-12. 事業計画 / インターネットメディア事業：トップラインKPI

FY2021 計画 ※1

進捗状況につきましては、四半期決算短信の公表にて定期的の開示を行います。

(単位：百万円)

	国内		グローバル ※2		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)	197	+15本	46	+5本	1,899	+134本	2,142	+154本
アプリ 1 本当たり売上高 (月平均、単位千円)	409	△8.8%	3,058	45.7%	4	△4.4%	107	22.2%
売上高 (a)	968	△1.3%	1,688	65.9%	102	2.6%	2,760	31.5%
広告出稿費 (b)	524	0.7%	1,236	57.4%	—	—	1,761	34.8%
貢献利益 (a) - (b)	444	△3.6%	451	94.6%	102	3.1%	998	26.0%
貢献利益率	45.9%	△1.1pt	26.7%	+3.9pt	100.0%	+0.4pt	36.2%	△1.6pt

※1. 当社は2021年5月7日に業績予想の修正 (上方) を行っております。

また、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. 『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。



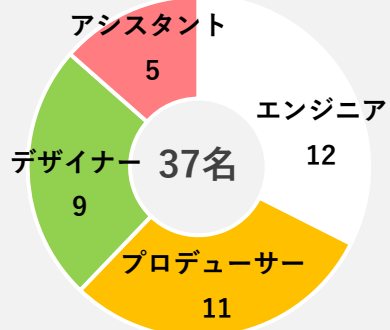
5-13. 事業計画 / 従業員数

連結会社の状況（従業員数） FY2020 実績

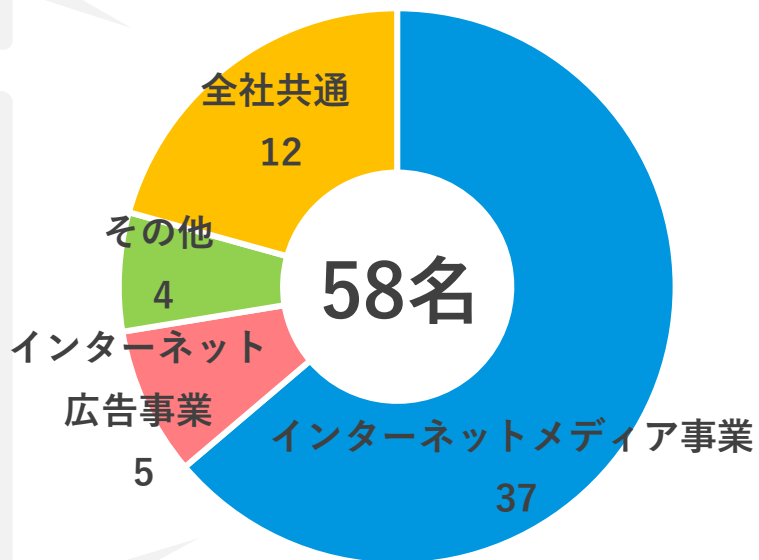
連結会社の状況（従業員数） FY2021 計画

平均年齢(歳)
34.3

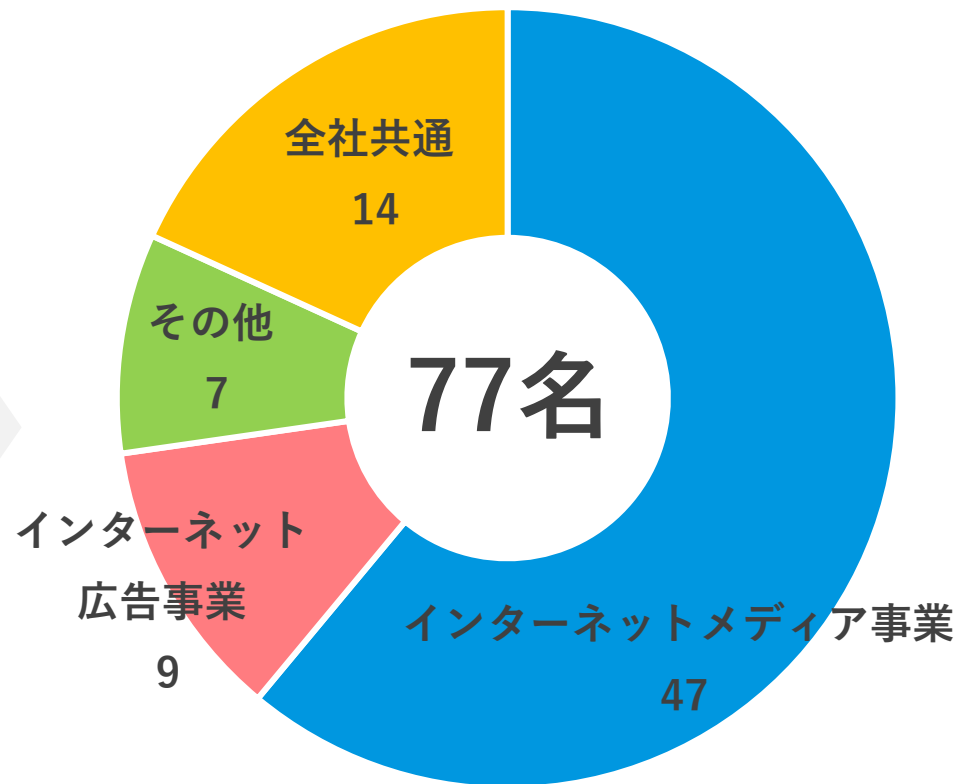
インターネットメディア事業
の状況（従業員数）



- エンジニア
- プロデューサー
- デザイナー
- アシスタント



- インターネットメディア事業
- インターネット広告事業
- その他
- 全社共通



- インターネットメディア事業
- インターネット広告事業
- その他
- 全社共通

5-14. 事業等のリスク① (市場環境)

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクについて記載しております。その他のリスクにつきましては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照下さい。

市場環境に係るリスク	リスクの概要	顕在化の可能性	影響度	対応方針
業界動向について	インターネット関連市場について ⇒国内外における市場成長が阻害されるような状況が生じた場合	低	低	現時点でも該当市場は成長、拡大を続けているものと捉えておりますので、今後も動向を注視して柔軟に対応してまいります。 また、多様な事業を運営しつつも、新規事業開発にも取り組むことにより、環境変化に影響を受けにくい収益構造となることを目指してまいります。
	スマートフォン関連市場について ⇒新たな法的規制の導入、技術革新の遅れ、利用料金の改定を含む通信事業者の動向等、当社の予期せぬ要因によりスマートフォン関連市場の発展が阻害される場合	低	中	
	インターネット広告市場について ⇒急激な景気変化等により、インターネット広告の需要に影響が及ぶ可能性	中	中	
	技術革新への対応 ⇒インターネット関連技術の知見やノウハウの獲得に困難が生じた場合、また技術革新に対する当社の対応が遅れた場合	中	中	
Apple及びGoogleの動向について	プラットフォーム運営事業者であるApple及びGoogleにアプリを提供することが現時点における事業展開の重要な前提条件であります。これらプラットフォーム運営事業者の事業戦略の転換及び動向により、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性	中	大	各プラットフォームでは定期的に、運営方針や利用上のガイドラインを変更するケースが多々ありますが、動向は常に注視し、変化の兆しがあった場合にはすみやかに調査、検討、対策を投じることで安定した事業を行ってまいります。
他社との競合について	当社グループと同様のサービスを提供している企業や新規参入企業との競争激化により、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性	中	中	インターネットメディア事業においては、競合他社が増加することで市場が活性化し、ユーザーの循環や広告収益も比例して向上するという特例がありますが、各事業ともに、更なる独自ノウハウの構築に注力し、体制の強化を図るとともに、事業の拡大を目指してまいります。

5-14. 事業等のリスク②（事業内容）

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクについて記載しております。その他のリスクにつきましては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照下さい。

事業環境に係るリスク	リスクの概要	顕在化の可能性	影響度	対応方針
海外展開について	当社グループは、当社グループのアプリを海外で展開しており、海外ユーザーの嗜好へ十分な対応が図られなかった場合や予測困難なビジネスリスクや法規制等によるリスクが生じた場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	市場の動向やユーザーの嗜好については常に注視し、変化の兆しがあった場合にはすみやかに調査、検討、対策を投じることで安定した事業を行ってまいります。
ユーザーの嗜好の変化について	当社グループが開発・運営するアプリにおいては、ユーザーの嗜好の変化が激しいと考えており、ユーザーのニーズに対応するコンテンツの開発・導入が何らかの要因により困難となった場合には、想定していた広告収益が得られない可能性があります。	中	中	
特定事業者への依存について	当社グループ事業のうち、インターネット広告事業の売上の多くが、特定事業者へ依存しており、取引関係が継続できなくなった場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	大	大	既存案件については、引き続き良好な関係を維持できるよう努めるとともに、広告営業人材の採用・育成や新規案件獲得に注力してまいります。
広告宣伝活動について	当社グループ事業のうち、インターネットメディア事業及びプラットフォーム事業については、新規ユーザーの獲得は非常に重要な要素であり、広告宣伝活動を積極的に実施してユーザー数の増加を図っております。また、プラットフォーム事業の電話占い「カリス」においては質の高い鑑定師を採用する上でも広告宣伝活動を積極的に行っております。獲得効率化のために都度最適な施策を実施しておりますが、必ずしも当社グループの想定どおりに推移するとは限らず、期待どおりの効果が得られない場合、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	インターネットメディア事業では、アプリ毎の収益状況を1日単位で監視、管理することで、損益を常に把握できる体制を構築しております。それにより、収益よりも費用が上回る場合には広告出稿を即座に停止する等の調整が可能となっており、引き続き安定した事業を行ってまいります。また、プラットフォーム事業でも同様に、費用対効果を最大にすべく広告宣伝活動に努めております。
「カリス」ブランドのイメージ悪化によるリスクについて	当社グループ事業のうち、プラットフォーム事業として株式会社ティファレットにて運営する電話占い「カリス」においては、総勢180名以上の鑑定師と業務委託契約を締結しております。鑑定師の人气が低下した場合や、「カリス」ブランドのイメージ悪化につながる事象が発生した場合、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	ユーザー1人当たりの月の利用金額の上限設定の導入や、初めてのユーザーにも安心してご利用いただけるためのカスタマーサポート体制の充実、厳選した採用と研修による鑑定師の質の向上に努めることで、「カリス」ブランドの地位向上に取り組んでおります。
投資事業について	当社グループでは、投資事業を通して、投資実行先を未上場会社とした株式投資を行っております。投資先企業の業績状況等に起因する株式評価の低下により、当社グループの業績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中	投資実行先選定にあたっては当該企業の事業計画等詳細なデューデリジェンスを行うとともに、投資実行後においても定期的・継続的モニタリングを行っておりますので、引き続き安定した事業を行ってまいります。



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。
- 当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期を目途として開示を行う予定です。