

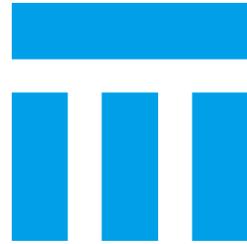


TOKYO TSUSHIN

2021年12月期 決算説明資料

2022年2月14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.	2021年12月期 決算概要	P. 5
2.	セグメント別概況	
	- インターネットメディア事業	P. 13
	- プラットフォーム事業	P. 18
	- インターネット広告事業	P. 21
	- その他（新規事業）	P. 23
3.	2022年12月期 業績計画	P. 26
4.	中期経営方針・成長戦略	P. 32
5.	appendix	P. 50



エグゼクティブサマリー

- **2021年12月期 決算では、YonYで売上高 193.2 %、営業利益 121.4 % と大きく成長**
 - ・ インターネットメディア事業のグローバル展開（ハイパーカジュアルゲームアプリ）が大きく貢献
 - ・ FY2021 2Q に「プラットフォーム事業」を新たに報告セグメントに追加、第二の主要セグメントに
- **2022年12月期 業績計画では、積極的な新規事業開発を行いつつも増収を目指す**
 - ・ インターネットメディア事業は、引き続きハイパーカジュアルゲームアプリのグローバル展開を推進、プラットフォーム事業は、電話占い「カリス」の安定した収益を確保しつつ、機能拡張やプロモーション強化を推進
 - ・ 新規事業開発（スキルオン、恋愛相談、ライブコマースなど）にも積極的に取り組み、ライブコマースでは、株式会社ANAPとの合併会社設立に向け基本合意書を締結
- **中期経営方針・成長戦略では「世界を代表するデジタルビジネス・コングロマリットを目指す」**
 - ・ 事業創造 及び 戦略投資を推進し、事業ポートフォリオを拡大
 - ・ 『楽しむ』『繋げる』『体験する』の3カテゴリで事業を推進し、“デジタルを通して得られる安らぎ”を提供



1. 2021年12月期 決算概要



1-1. 2021年12月期 決算概要 / 決算ハイライト①

主力事業が好調、通期業績も計画を大きく上回り着地
グローバル戦略が功を奏し、計画対比で売上高 108.8% と伸長

FY2021 事業方針と達成度について

● 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に開発リソースを寄せたことにより、セグメント売上高が32億78百万円（YoY 156.1%）と前年度より大きく成長&貢献

● 事業ポートフォリオの拡充

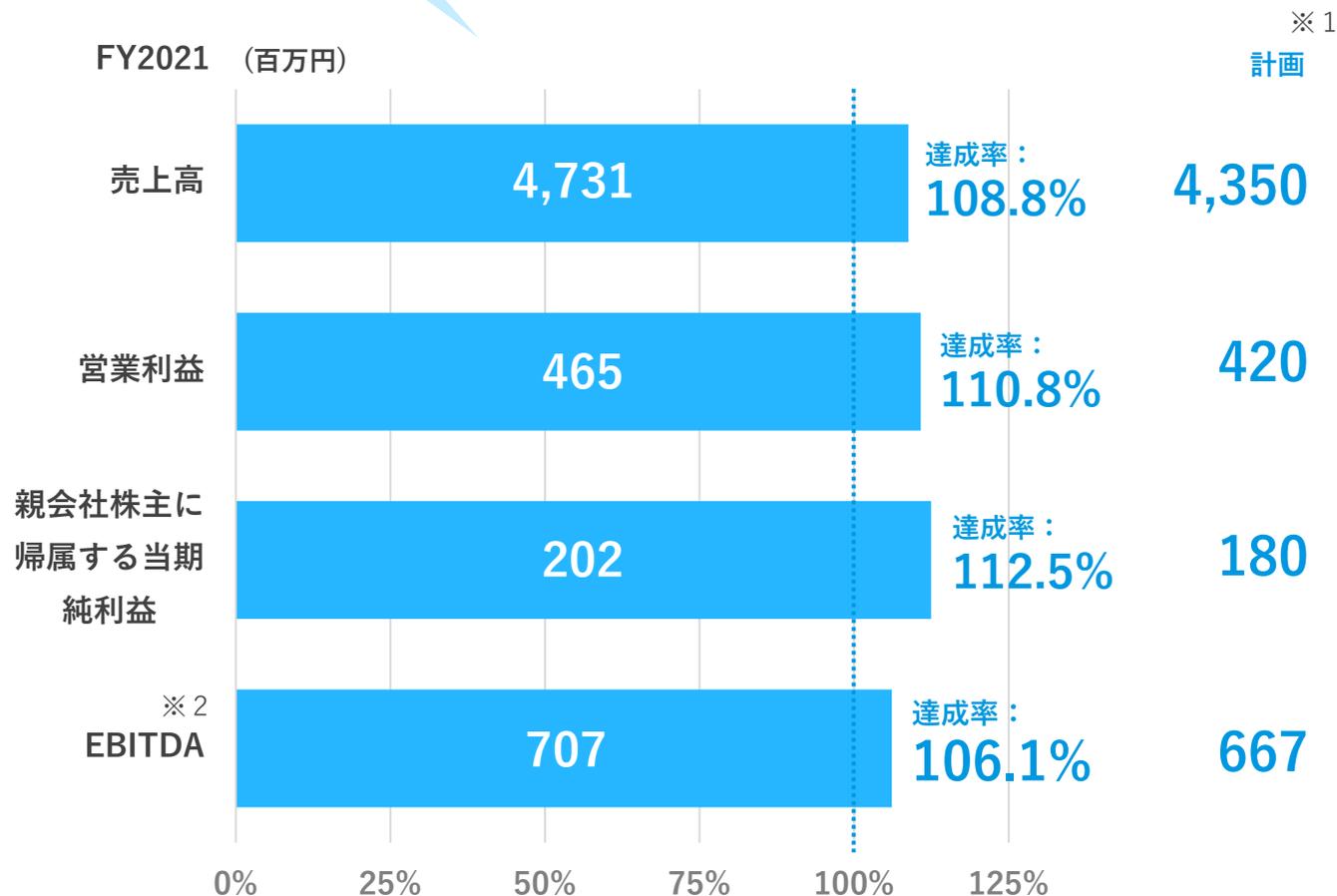
⇒株式会社ティファレットの連結子会社化にともない、FY2021 2Qより「プラットフォーム事業」を新たに報告セグメントに追加するなど、M&Aを積極的に検討&実施

● 人材の確保及び育成

⇒積極的に採用活動を行い、体制強化を図ることで、特にインターネットメディア事業の成長に寄与

● AIを用いた予測分析の強化

⇒インターネットメディア事業やプラットフォーム事業において、独自ツールの構築計画を継続検討中



※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



1-1. 2021年12月期 決算概要 / 決算ハイライト②

FY2021 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大きく伸長し、YonYで増収増益を達成			
	売上高	: 4,731 百万円	YonY	: 193.2 %
	営業利益	: 465 百万円	YonY	: 121.4 %

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が大幅成長			
	売上高	: 3,278 百万円	YonY	: 156.1 %
	セグメント利益	: 678 百万円	YonY	: 141.2 %

プラットフォーム事業	電話占い「カリス」の広告宣伝効率が買収前よりも改善、好調に推移			
	売上高	: 1,273 百万円	YonY	: —
	セグメント利益	: 182 百万円	YonY	: ※ —

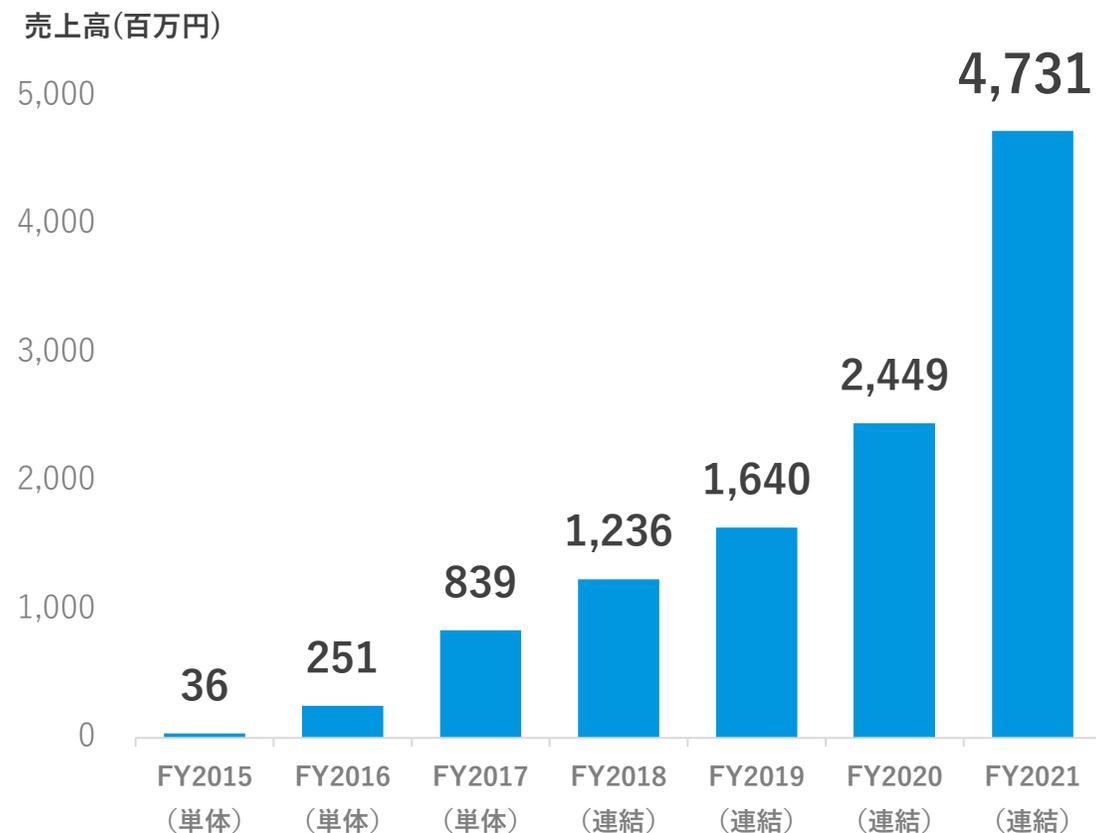
インターネット 広告事業	前年度に堅調であった既存案件の需要が落ち着いたことで、YonYでは減収減益			
	売上高	: 161 百万円	YonY	: 49.1 %
	セグメント利益	: 51 百万円	YonY	: 21.3 %

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	: 18 百万円	YonY	: 86.7 %
	セグメント利益	: △112 百万円	YonY	: △81 百万円

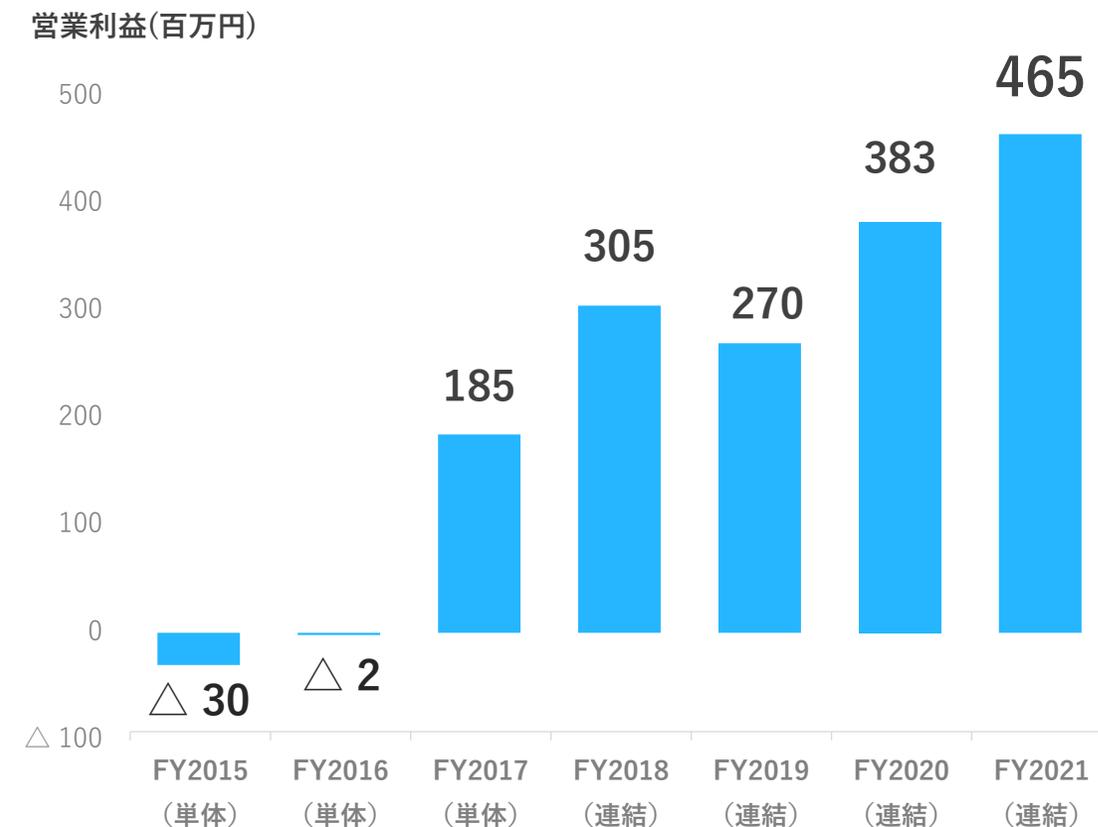
※株式会社ティファレットの連結子会社化にともない、FY2021 2Qより「プラットフォーム事業」を新たに報告セグメントに追加しております。そのため、YonYの記載はございません。

1-2. 2021年12月期 決算概要 / 連結売上高

【連結売上高】 4,731 百万円 (YonY 193.2%)



【連結営業利益】 465 百万円 (YonY 121.4%)



※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。

1-3. 2021年12月期 決算概要 / 連結損益計算書

(百万円)	FY2021		FY2020	YonY
	実績	計画 ※1	実績	
売上高	4,731	4,350	2,449	193.2%
売上総利益	4,213	—	2,347	179.5%
販売費及び一般管理費	3,748	—	1,964	190.9%
営業利益	465	420	383	121.4%
営業利益率	9.8 %	9.7 %	15.6 %	△5.8pt
経常利益	424	380	369	114.8%
税金等調整前当期純利益	411	—	365	112.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	202	180	193	104.7%
EBITDA ※2	707	667	395	179.1%

- インターネットメディア事業において、ハイパーカジュアルゲームアプリを中心としたグローバル領域が大きく伸長
- 2021年4月より株式会社ティファレットを連結子会社化したことで、売上が大幅増
- 実態の収益力の指標であるEBITDAは707百万円となり、YonY 179.1%と大幅に成長

※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



1-4. 2021年12月期 決算概要 / 事業セグメント別実績

		(百万円)	FY2021 実績	FY2020 実績	増減
連結業績	売上高		4,731	2,449	2,282
	営業利益		465	383	82
	(利益率)		(9.8%)	(15.6%)	(△5.8pt)
インターネットメディア事業	売上高		3,278	2,099	1,178
	セグメント利益		678	480	197
	(利益率)		(20.7%)	(22.9%)	(△2.2pt)
プラットフォーム事業 ※	売上高		1,273	—	1,273
	セグメント利益		182	—	182
	(利益率)		(14.3%)	(—)	(14.3pt)
インターネット広告事業	売上高		161	328	△167
	セグメント利益		51	244	△192
	(利益率)		(32.2%)	(74.4%)	(△42.2pt)
その他	売上高		18	20	△2
	セグメント利益		△112	△30	△81
	(利益率)		(—)	(—)	(—)

※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しております。

1-5. 2021年12月期 決算概要 / 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12月末	2020年12月末	増減
流動資産	1,628	1,272	355
現預金	906	693	212
固定資産	2,376	205	2,170
資産合計	4,004	1,478	2,525
流動負債	813	526	286
固定負債	2,056	20	2,036
負債合計	2,869	547	2,322
株主資本	1,134	931	202
純資産計	1,134	931	202
負債・純資産計	4,004	1,478	2,525

- 株式会社ティファレト買収にともない、固定資産が増加
【内訳（2021年12月末）】
のれん : 751百万円
商標権 : 813百万円
顧客関連資産 : 557百万円

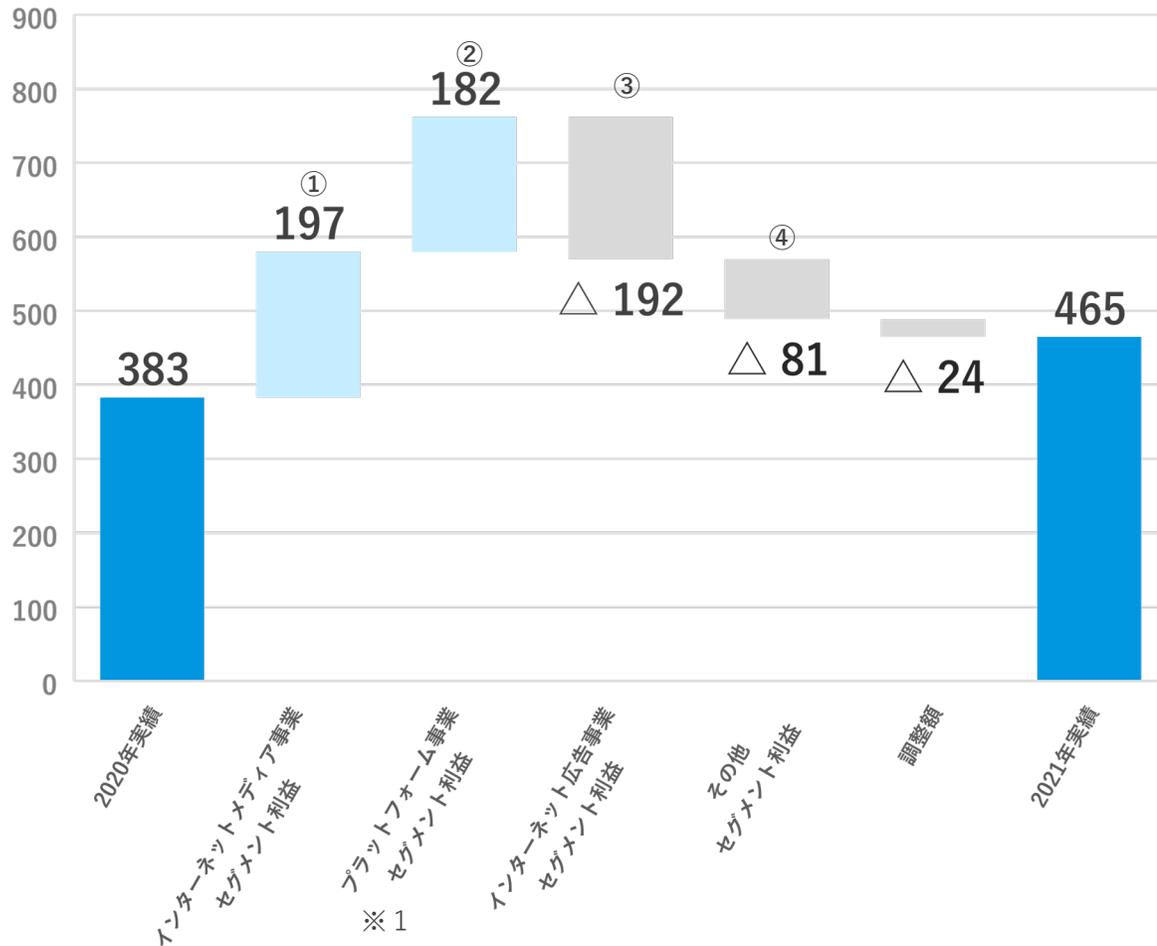
- 株式会社ティファレト買収のための銀行からの借入金が増加
- 無形資産（商標権および顧客関連資産）増加にともなう繰延税金負債が増加



1-6. 2021年12月期 決算概要 / 営業利益増減分析・対前年度比

(単位：百万円)

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



① インターネットメディア事業

昨年にリリースした「Save them all」が1年を通して好調を維持。「stop the flow!」や「Make Expression」等の新規タイトルの貢献もあり、セグメント売上高は32億78百万円 (YoY 156.1%) と前年度よりも大きく成長

② プラットフォーム事業

2021年4月より連結子会社化した株式会社ティファレットによる電話占い「カリス」が収益に大きく貢献

③ インターネット広告事業

新型コロナウイルスの巣ごもり需要によるVOD関連※2の特需が一服。また新規顧客獲得のための営業体制の増員や、新規商品開発費のためのコストが増加

④ その他

新規事業のための開発費、人件費が増加

※1. 株式会社ティファレッ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しております。

※2. VOD (ビデオ・オン・デマンド) とは、ユーザーが観たい時にいつでも様々なコンテンツを視聴することが可能なインターネット動画配信サービスであります。



2. セグメント別概況

インターネットメディア事業

2-1. インターネットメディア事業 / 概況

ハイパーカジュアルゲームアプリが中心の『グローバル』[※]が大きく成長
YonYでは売上高 156.1 %、セグメント利益 141.2 % と大幅に増加

FY2021

売上高	YonY	増減
3,278 百万円	156.1 %	+1,178 百万円
セグメント利益	YonY	増減
678 百万円	141.2 %	+197 百万円

- 売上高は『グローバル』が牽引

売上高は 21億44百万円（YonY 210.7%）と大きく貢献

- 新規タイトル「stop the flow!」がヒット

2020年11月から本格的に運用開始した「Save them all」が1年を通して好調を維持し、
2021年リリースのタイトルである「stop the flow!」や「Make Expression」等も海外ユーザーの新規獲得に加えて、国内ユーザーの利用も拡大し、好調に推移いたしました。

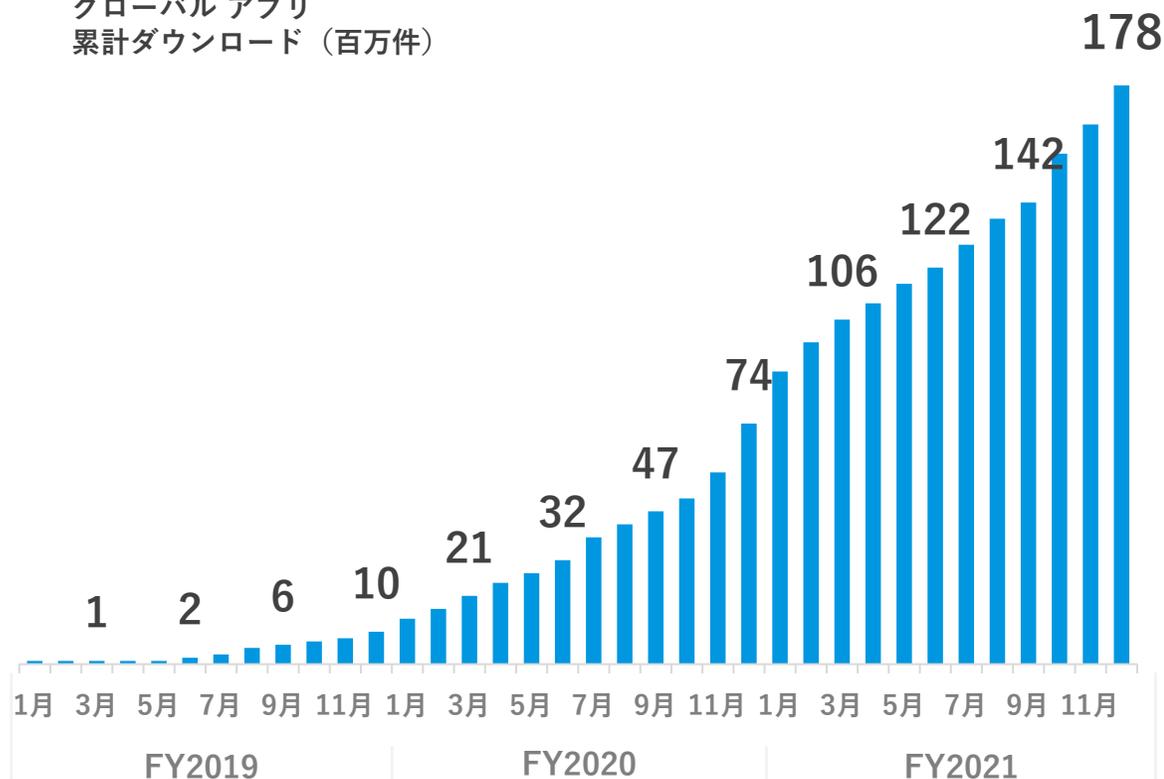
※「グローバル」とは、国内及び海外の「ハイパーカジュアルゲームアプリ」、「海外向けカジュアルゲームアプリ」の合計です。



2-1. インターネットメディア事業 / 『グローバル』[※]

- グローバルでは特にヒット作に恵まれ、運用本数が増加し売上高はYonY 210.7% と大幅な成長
- 既存タイトル「Save them all」をはじめ、新規タイトル「stop the flow!」なども大きく貢献

グローバル アプリ
累計ダウンロード（百万件）



FY2021 売上高は 21億44百万円（YonY 210.7%）

- 運用本数の増加、および売上高、貢献利益ともにYonYで大幅に増加
- 昨年度にリリースしたヒットタイトル「Save them all」が1年を通して好調を維持し、2021年リリースのタイトルである「stop the flow!」や「Make Expression」等も海外ユーザーの新規獲得に加えて、国内ユーザーの利用も拡大し、好調に推移



「Save them all」



「stop the flow!」



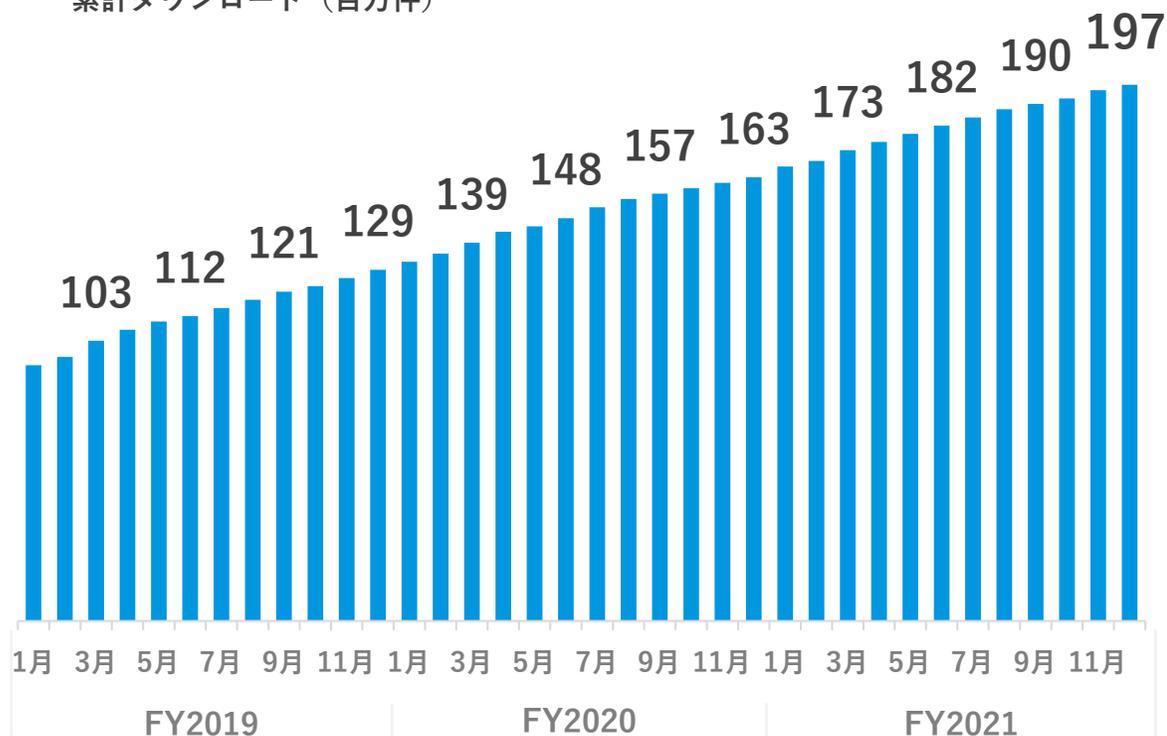
「Make Expression」

※「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」、「海外向けカジュアルゲームアプリ」の合計です。

2-1. インターネットメディア事業 / 『国内』

- リソースの一部を『グローバル』^{※1}へ移管している影響がありつつも、事業全体の継続的成長に貢献

国内 アプリ
累計ダウンロード（百万件）



FY2021 売上高は 10億14百万円（YonY 103.4%）

- 運用本数が増加したことに加え、「3分間ミステリー」などの既存運用タイトルが堅調に推移し、新規タイトル「クレイジー消しゴム」が国内、海外（韓国、台湾）でもヒット
^{※2}



「3分間ミステリー」



「クレイジー消しゴム」

※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」、「海外向けカジュアルゲームアプリ」の合計です。

※2. 【クレイジー消しゴム】の「海外向けアプリ」として【crazy eraser】をリリースし、海外における収益は、※1に記載の通り「グローバル」に加算されております。

2-1. インターネットメディア事業 / トピックス



※1
APP STORE AWARDS 2021 にて
 ハイパーカジュアルゲームアプリ
 「Save them all」が **第4位** を獲得



※2
 App Annie社『モバイル市場年鑑2022』
 の「2021年トップアプリ&ゲーム企業」
 にて **第2位** を獲得

トップ無料ゲームランキング

	ウマ娘 プリティーダービー 育成シミュレーションゲーム	表示
	Among Us! ゲーム	表示
	Project Makeover 大改造パズルゲーム	表示
	戦つぷしゲームパズルクソゲー - Save them all 人気脳トレひまつぶし神ゲー - おえかきばずる面白いゲーム	表示
	パーキングジャム 3D - Parking Jam 3D 混雑した駐車場から車を出して下さい!	表示
	プロジェクトセカイ カラフルステージ! feat. 初音ミク 初音ミクも登場する新作リズムゲーム	表示
	LINE: ディズニー ツムツム ゲーム	表示
	ビートラッシュ! Beat Runner! 人気音楽リズムゲー 走ろう! RUSH! TikTok・ポップミュージックの音ゲー	表示



2021年トップアプリ&ゲーム企業

2021年の市場別ランキング | トップ企業 - ゲーム

ダウンロード数		ダウンロード数によるトップゲーム		消費支出			
企業名	本社	ゲーム名	ゲーム名	企業名	本社		
1	Voodoo	フランス	Roof Rails	1	CyberAgent	日本	Uma Musume Pretty Derby
2	Tokyo Tsushin	日本	Save Them All - Drawing Puzzle	2	SQUARE ENIX	日本	Dragon Quest Walk
3	AppLovin	米国	Project Makeover	3	BANDAI NAMCO	日本	Dragon Ball Z Dokkan Battle
4	SQUARE ENIX	日本	NieR Reincarnation	4	KONAMI	日本	Professional Baseball Spirits A
5	BANDAI NAMCO	日本	My Hero Academia			日本	Fate/Grand Order

ダウンロード数		ダウンロード数によるトップゲーム	
企業名	本社	ゲーム名	ゲーム名
1	Voodoo	フランス	Roof Rails
2	Tokyo Tsushin	日本	Save Them All - Drawing Puzzle
3	AppLovin	米国	Project Makeover
4	SQUARE ENIX	日本	NieR Reincarnation
5	BANDAI NAMCO	日本	My Hero Academia

国内企業としては 第1位 の結果に!

※1. APP STORE AWARDS 2021 (トップ無料ゲームランキング) にて第4位を獲得(2022年)

※2. App Annie社『モバイル市場年鑑2022』の「2021年トップアプリ&ゲーム企業 (市場別ランキング/日本)」にて第2位を獲得(2022年)



2. セグメント別概況

プラットフォーム事業



2-2. プラットフォーム事業 / 概況

マーケティング体制とSEO対策強化により
新規会員獲得の効率化、検索エンジンからの自然流入の向上で広告宣伝効果が改善



FY2021 ※1

売上高

1,273 百万円

セグメント利益

182 百万円

EBITDA ※2

405 百万円

● マーケティングの強化

電話占い「カリス」のSEO対策を強化し、自然流入による新規会員の獲得が増加。運用型広告についても、出稿媒体を増やし、「カリス」ブランドの認知度向上を図る。



Google検索のビッグワード『電話占い』にて **第1位** を獲得 (2021年10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られるように、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しております。そのため、YonYの記載はございません。

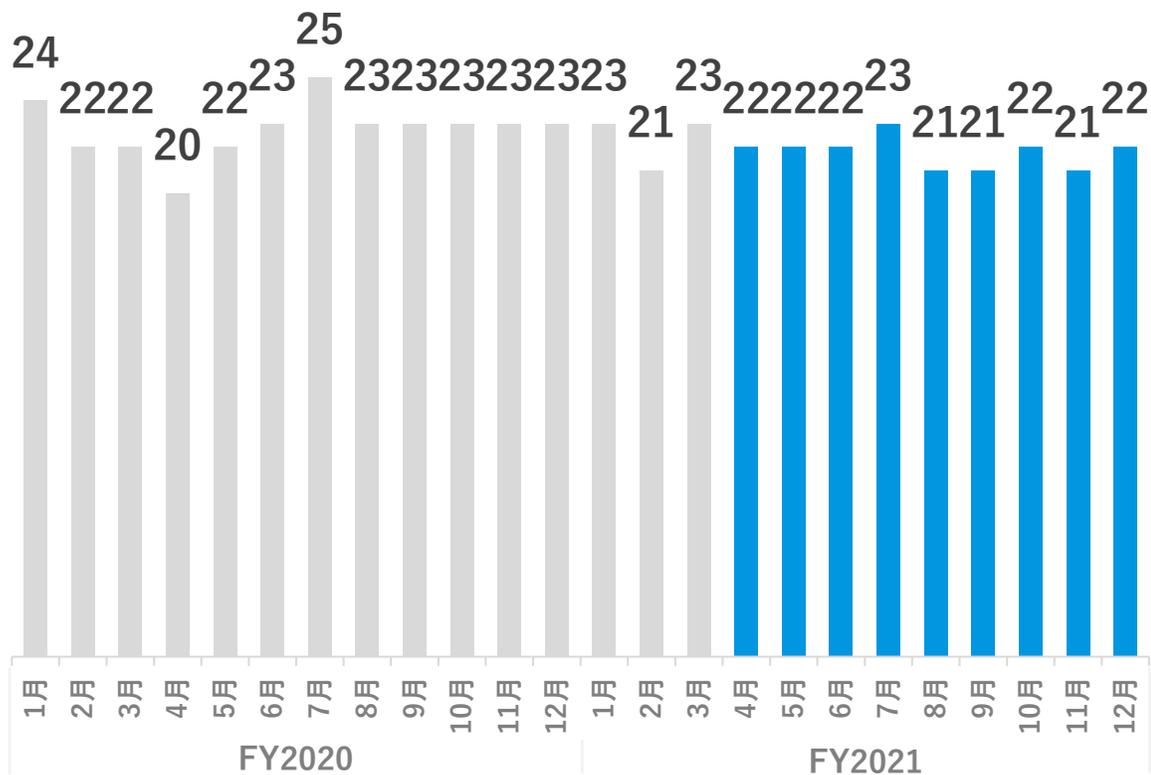
※2. EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費



2-2. 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回 の電話鑑定を実施
- 総勢 200名 以上の実績ある鑑定師が在籍

鑑定回数（千回）



- 総勢200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

Charis
電話占いカリス

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。



2. セグメント別概況

インターネット広告事業



2-3. インターネット広告事業 / 概況

広告主及びアフィリエイターとのリレーションを深め、マーケティング体制強化を図ったが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、YonYでは減収減益

FY2021

売上高	YonY	増減
161 百万円	49.1 %	△167 百万円
セグメント利益	YonY	増減
51 百万円	21.3 %	△192 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。

主要広告主及びアフィリエイターとのリレーションを深め、ウェブマーケティング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への取り組みを強化。



2. セグメント別概況

その他（新規事業）



2-4. 新規事業 / スキルオン事業

インフルエンサーを活用しながらファンビジネスのDX化支援を推進

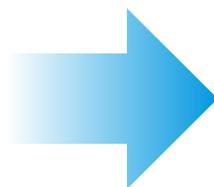
- 事業概要 -

インフルエンサーがサブスクリプション型課金サービスを展開する際に必要なITソリューションの開発、管理運用をするサービス

現状のスキルシェアリングサービス市場は、動画配信、ライブ配信など単調なコンテンツにとどまっております。サービス、課金、会員管理が分断されています。「スキルオン」では、**オンラインサービスにおける必要な情報、機能、コミュニケーション開発を行う他、Webマーケティングの観点から総合的にサポート**。



インフルエンサー個人にはハードルが高い
「課金ビジネスの企画～運用まで」を一括サポート



課金メディアの作成

公式サイト作成

SNS運用・集客

Web広告枠の作成

2-4. 新規事業 / スキルオン事業・サービス事例

FY2021は精力的にサービスリリース、他社との提携を実施。FY2022もさらなる新規サービス&発展を目指す



もりもと流
美習慣コントロール

「もりもと流 美習慣コントロール」

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

オンライン×フィットネス×ダイエットレシピ」

トレえみ
女性専用オンラインフィットネス



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

「ココロとカラダが揺らぎやすいオトナ女子へ」



たろにいと一緒あなた自身の
変化を楽しもう!

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

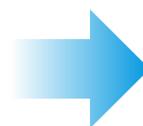


「ズボラストレッチ」で人気のYouTuber
深井裕樹の公式オンラインフィットネス
ズボラストレッチプラス



あすけん

- ライフログテクノロジー株式会社のヘルスケアサービス「カロミル」
- 株式会社askenの食事管理サービス「あすけん」



スキルオンの各サービス内にて他社との提携コンテンツ等を拡充
当社独自のオリジナルサービス等も続々とリリース



3. 2022年12月期 業績計画

3-1. 2022年12月期 業績計画 / 全社業績計画

- ・ 主力事業のインターネットメディア事業とプラットフォーム事業の既存領域は増収増益の計画
- ・ 新規事業への投資と管理体制を強化し、グループ全体の更なる成長を図る

(百万円)	FY2022 計画 ※1	FY2021 実績	増減
売上高	5,900	4,731	—
営業利益	470	465	4
経常利益	450	424	25
親会社株主に帰属する当期純利益	230	202	27
EBITDA ※2	790	707	82

- インターネットメディア事業は、前年に引き続き米国を中心としたハイパーカジュアルゲームアプリのグローバル展開を推進
- プラットフォーム事業は、電話占い「カリス」の安定した収益を確保しつつ、機能拡張やプロモーション強化を推進。また、恋愛相談サービスの立上げを計画
- 実態の営業収益力として、EBITDA 790百万円（前期比82百万円増）を見込む

※1. 2022年度12月期の業績見通しは、「収益認識に関する会計基準」を適用した後の金額であり、対前年増減額は記載しておりません。
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ると判断しておりますが、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 + のれん償却費 + 減価償却費



3-2. 2022年12月期 業績計画 / 事業セグメント別計画

		(百万円)	FY2022 計画 ※	FY2021 実績	増減
連結業績	売上高		5,900	4,731	—
	営業利益		470	465	4
	(利益率)		(8.0%)	(9.8%)	(△1.9pt)
インターネットメディア事業	売上高		3,544	3,278	—
	セグメント利益		698	678	19
	(利益率)		(19.7%)	(20.7%)	(△1.0pt)
プラットフォーム事業	売上高		1,782	1,273	—
	セグメント利益		250	182	67
	(利益率)		(14.0%)	(14.3%)	(△0.3pt)
インターネット広告事業	売上高		406	161	—
	セグメント利益		13	51	△38
	(利益率)		(3.2%)	(32.2%)	(△29.0pt)
その他	売上高		168	18	—
	セグメント利益		△87	△112	25
	(利益率)		(—)	(—)	(—)

※2022年度12月期の業績見通しは、「収益認識に関する会計基準」を適用した後の金額であり、対前年増減額は記載していません。

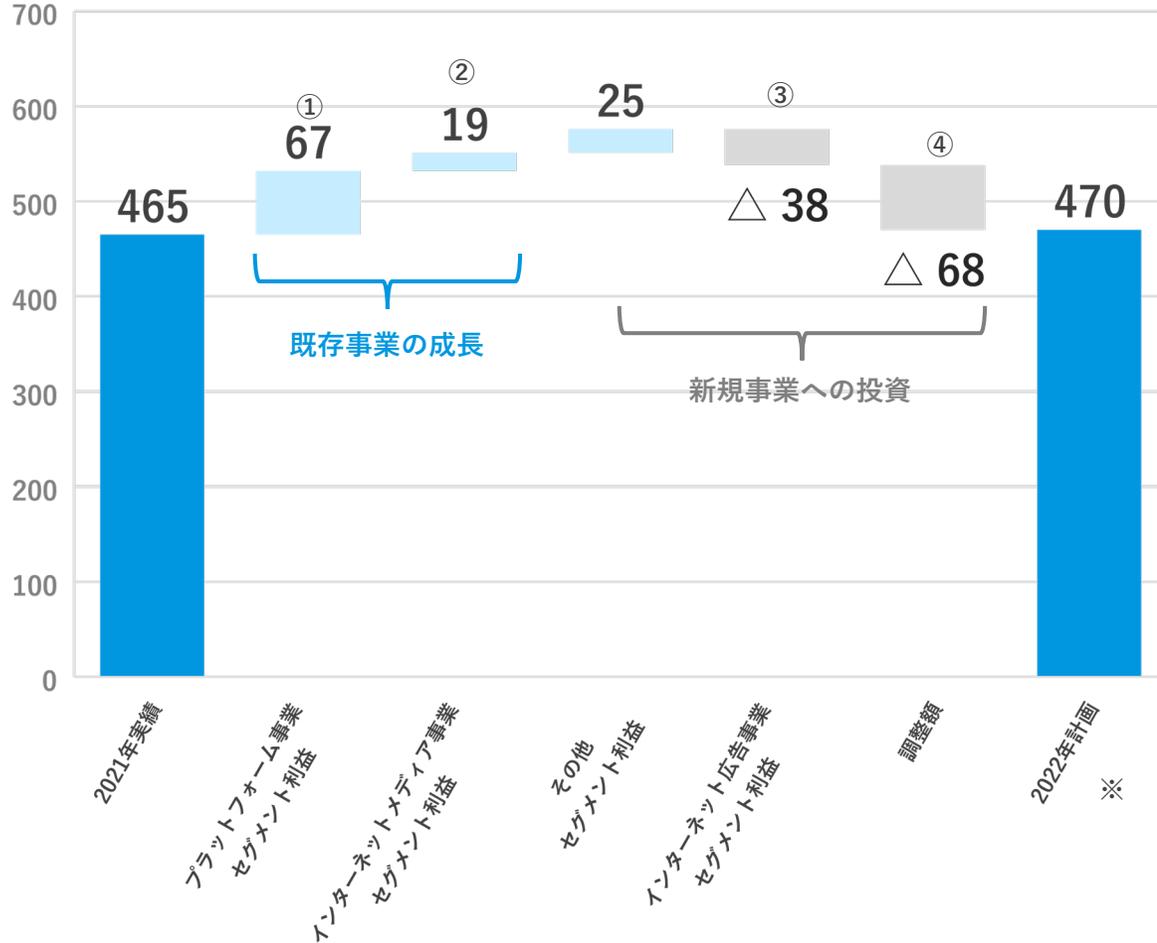
また、新型コロナウイルス感染拡大に関して連結業績見通しへの影響は軽微であると判断しておりますが、新型コロナウイルス感染症の収束時期や影響範囲等、さまざまな要因により大きく変動する可能性があります。当該連結業績見通しに影響を及ぼす事象が生じた場合には速やかに公表いたします。



3-3. 2022年12月期 業績計画 / 営業利益増減分析・計画対前年度比

(単位：百万円)

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



①プラットフォーム事業

2021年4月に子会社化した株式会社ティファレットが2022年は年間を通して業績に寄与。また、電話占い「カリス」で培った新規会員獲得手法と、アドバイザーのマネジメントノウハウを活用した新規の恋愛相談サービスの立ち上げを計画

②インターネットメディア事業

引き続き米国を中心としたハイパーカジュアルゲームアプリのグローバル展開を強化していくとともに2021年の後半にリリースしたタイトルの収益面での拡大を図る

③インターネット広告事業

新規顧客の開拓と、提携ネットワークの拡大の強化のための営業人員の増強と、自社メディアを中心とした新規商品開発のための費用が増加。利益率の改善に取り組む

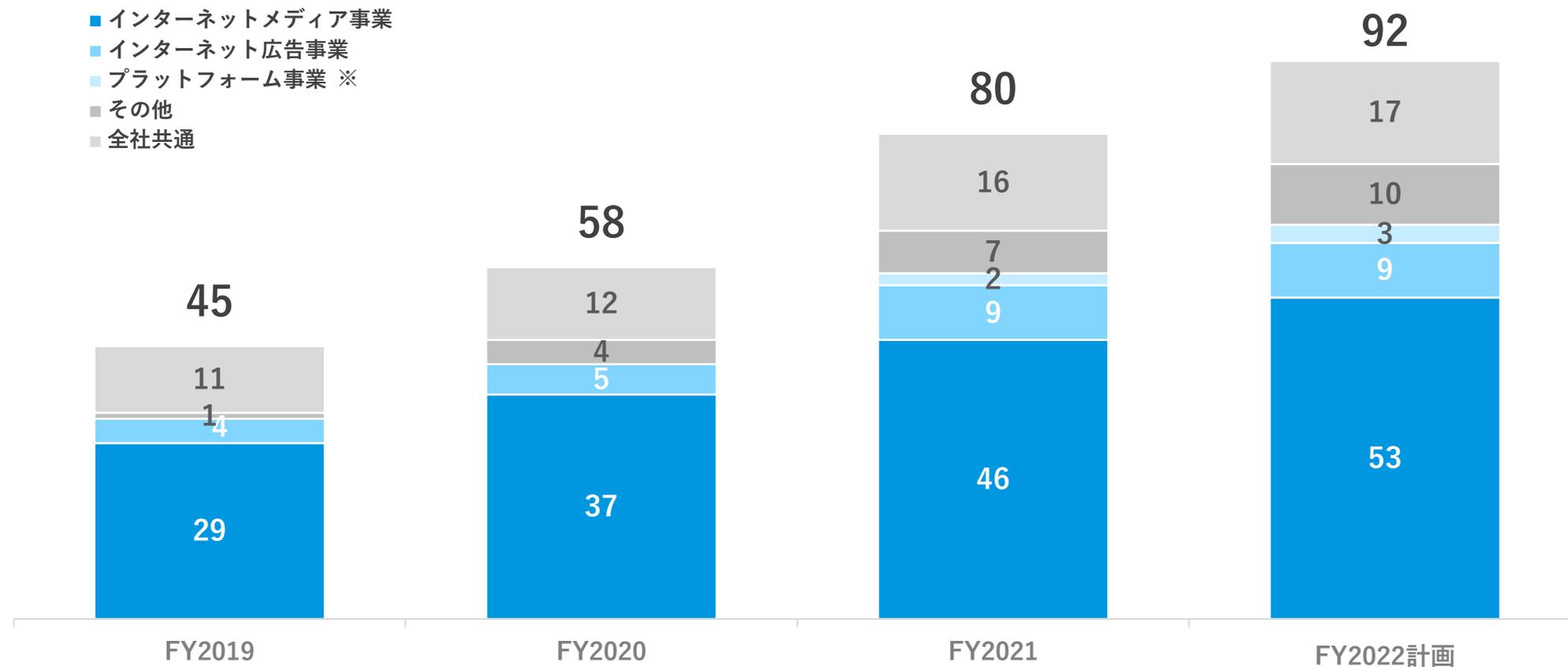
④調整額

主にガバナンス体制の強化としてのコーポレート部門の増員によるもの

※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。

3-4. 2022年12月期 業績計画 / 従業員数

FY2022以降も積極的な採用活動により増員を計画



※プラットフォーム事業に所属する役員以外の主な従業員は、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。



3-5. 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

充当額

FY2021 実績

FY2022 想定

● 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
● 借入金返済（子会社株式の取得資金のため）	342百万円	—



4. 中期経営方針・成長戦略



4-1. 当社の目指すもの

東京から世界へ

世界を代表するデジタルビジネス・コングロマリットを目指す



事業創造 及び 戦略投資 を推進し、事業ポートフォリオを拡大

4-2. 当社が実現する『Digital Well-Being』

『Digital Well-Being』を“デジタルを通して得られる安らぎ”と定義
人々の“寂しさ”に寄り添うことで、人々が“孤立”しなくなる世界を目指します



提供!!





4-3. 事業ポートフォリオ

「デジタルを通して安らぎを提供できる」サービスを展開

主に『楽しむ』『繋げる』『体験する』の3カテゴリで事業を推進



楽しむ
- Enjoy -

インターネットメディア事業

1. 国内向けカジュアルゲーム※₁及びグローバル向けハイパーカジュアルゲーム※₂を展開
ユーザーの隙間時間を狙った広告収益を中心とする無料スマートフォンアプリがメイン
2. グローバル向けミドルカジュアルゲーム※₃、国内向けインセンティブゲーム※₄を計画



繋げる
- Connect -

インターネット広告事業
及び 新規事業

1. 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）を推進
インフルエンサーと協業してファン向けのサービスの企画・開発・運営を手掛ける
2. アフィリエイト広告及びアドテクノロジーを活用し、広告主の収益最大化を図る



体験する
- Experience -

プラットフォーム事業

1. 日本国内において電話占い「カリス」を運営
培ったノウハウを転用し、親和性のある恋愛相談サービスを計画
2. アパレル商品を中心に扱うライブコマース事業を計画
株式会社ANAPと合併会社設立に向け、基本合意書を締結

※1. 「カジュアルゲーム」＝隙間時間など短時間で簡単に楽しめる国内向けのゲーム
※3. 「ミドルカジュアルゲーム」＝カジュアルゲームに課金要素を掛け合わせたゲーム

※2. 「ハイパーカジュアルゲーム」＝言語の壁や複雑な操作を必要としないグローバル向けのゲーム
※4. 「インセンティブゲーム」＝アプリ内通貨などのインセンティブを付与する形式のゲーム



4-4. 中長期 経営方針

「M&A」「資本業務提携」「ファンド投資」を戦略投資と定義して経営資源を最大活用
事業創造 及び 戦略投資を推進し、事業ポートフォリオを拡大

- 戦略投資 -

- M&A
メディア・アプリケーション領域を中心とした企業買収を推進
- 資本業務提携
シナジーがある企業とのアライアンスによるイノベーションの導入
- ファンド投資
ファンドとの情報連携や新たなファンド設立による多様性の獲得



内外資源の最大活用

経営・投資におけるナレッジの最大活用



更なる投資資金獲得

- 事業創造 -

- 事業成長
事業領域拡大や新たなサービス開発による成長
- 新規事業開発
社内からのイノベーション創出による新規事業開発
- 事業連携
事業資産を最大限活用するための連携推進



4-5. 当社が保有するナレッジの最大活用

経営・事業ナレッジと投資ナレッジを活用した事業創造を推進



経営・事業ナレッジ

当社役員・従業員がこれまでに培った企業経営や事業開発の知見を用いて、新規事業開発推進や資本業務提携先の運営支援が可能

1. 上場企業における経営経験
2. ベンチャー企業から成熟企業及び再成長を一貫して経営した経営ナレッジによる意思決定
3. 過去20年で産み出した事業・サービスにより身に付けた事業創造ナレッジ



投資ナレッジ

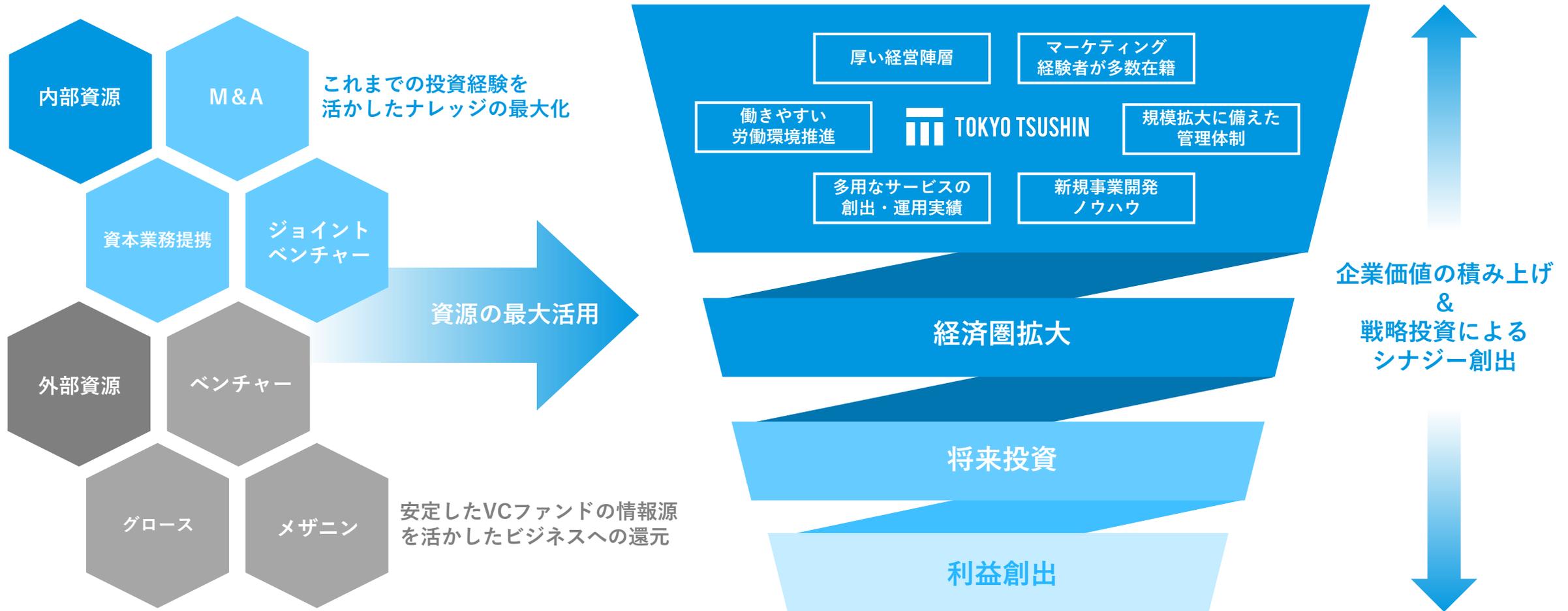
過去の企業買収（M&A）や資本業務提携における経験を活かしたソーシング、エグゼキューション、PMIを実施

1. これまでの多種多様なM&A経験
2. 事業会社でのM&Aにおける役割を意識した提案やその後のPMIの実施により、スムーズなグループ参加が可能
3. デジタル領域における幅広い範囲の企業経営経験を保有する役員による企業経営



4-6. 経営資源の最大限活用と事業創造の積み重ね・経済圏の拡大

事業から創出した利益で投資を行いながら、企業価値を積み上げ
 内外資源を最大活用することで、シナジーを創出できる戦略投資の機会を獲得



4-7. 中長期 M & A及び資本業務提携方針

既存事業へのシナジーをベースに様々なデジタル領域における提携を推進

業種・業界

デジタル領域を中心に、サービス業（B2C/C2C）、情報・通信業、広告業がメインターゲット

1. 原則、連結子会社を目的とした資本提携を企図
2. 既存事業の事業拡大や事業シナジーがある新事業・新サービスを勘案しつつ、デジタル領域でDXを推進する企業も対象に資本面・経営面から支援
3. 主な対象は、ゲームスタジオ、メディア・アプリケーション、プラットフォーム運営会社

事業のポテンシャル

高い事業成長を実現する戦略・施策の策定実行が可能

1. 原則、売上・利益が一定規模以上で、当社グループに参画することにより成長が見込める企業
2. マネジメントチームのコミュニケーション・相互信頼を重視し、ともに企業価値向上を目指す
3. 従業員の知見・ノウハウを活用した顧客提供価値向上、ブランディング、経営体制強化を支援

投資先企業への コミットメント

投資先企業が事業拡大に向け、自走し、更なる成長を描くためのコミットメント

1. 投資先企業の自律的な成長加速を目標にPMI期間に徹底したハンズオンを実施
2. 経営者、事業運営者の目線でバリューアップを追求
3. 自走後は、グループ全体での更なる成長に向けたシナジーも追求



4-8. 中長期 事業方針

『楽しむ』『繋げる』『体験する』のそれぞれに戦略を策定し、事業ポートフォリオを拡大

「デジタルを通して人々の心を豊かにする」サービスを提供し『Digital Well-Being』を実現

楽しむ
- Enjoy -

インターネットメディア事業
<メディア>

カジュアルゲーム ※1

インセンティブゲーム ※4

ハイパーカジュアルゲーム ※2

ミドルカジュアルゲーム ※3

新規取り組みにより
運用本数の拡大

繋げる
- Connect -

インターネット広告事業 及び 新規事業
<SNS・SEO・インフルエンサー>

SEOサイト

インフルエンサーを支援し
ファン・ビジネスを拡大

スキルオン

体験する
- Experience -

プラットフォーム事業
<スキルシェア>

培ったノウハウを
横展開

ライブ配信

占い相談

恋愛相談

広告収益

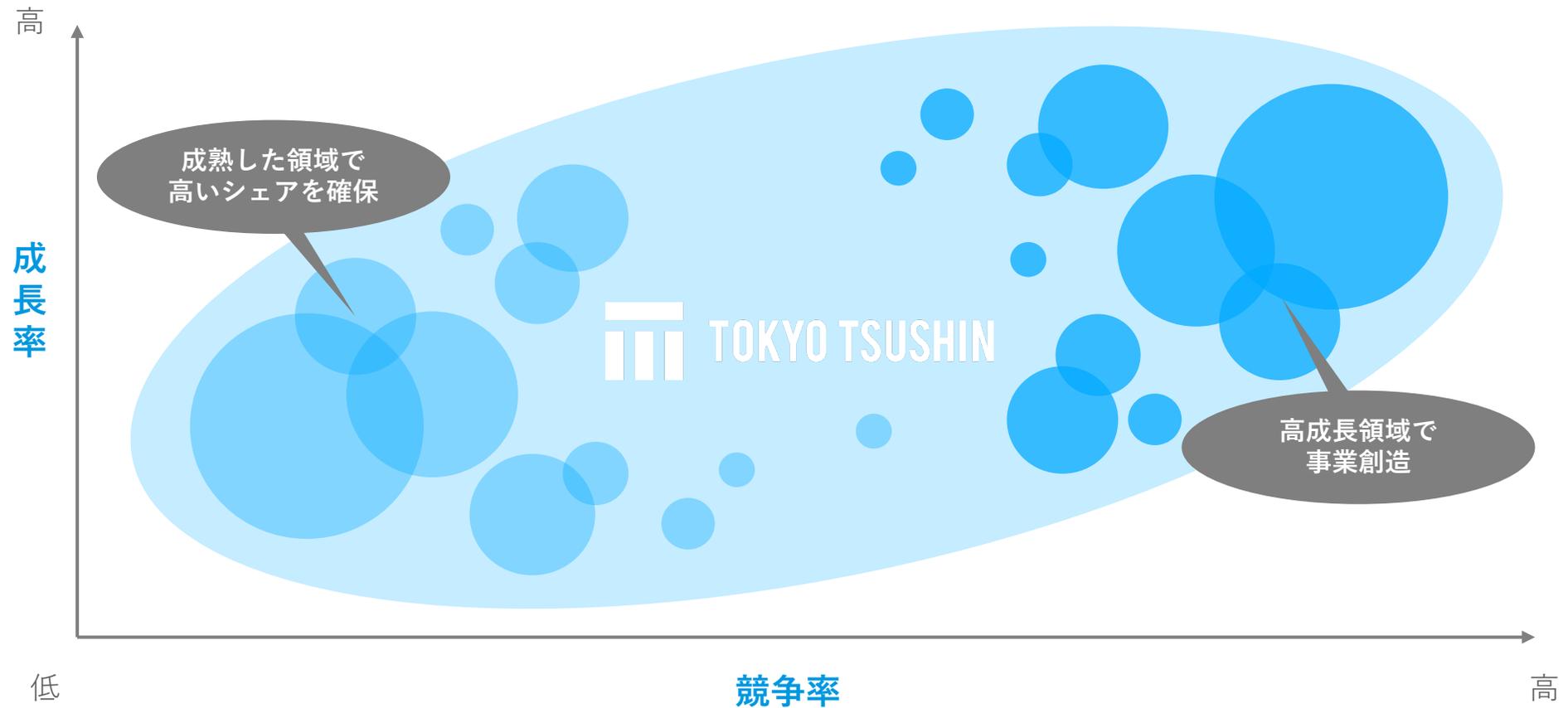
課金収益

※1. 「カジュアルゲーム」= 隙間時間など短時間で簡単に楽しめる国内向けのゲーム
※3. 「ミドルカジュアルゲーム」= カジュアルゲームに課金要素を掛け合わせたゲーム

※2. 「ハイパーカジュアルゲーム」= 言語の壁や複雑な操作を必要としないグローバル向けのゲーム
※4. 「インセンティブゲーム」= アプリ内通貨などのインセンティブを付与する形式のゲーム

4-9. 事業ポートフォリオの成長イメージ

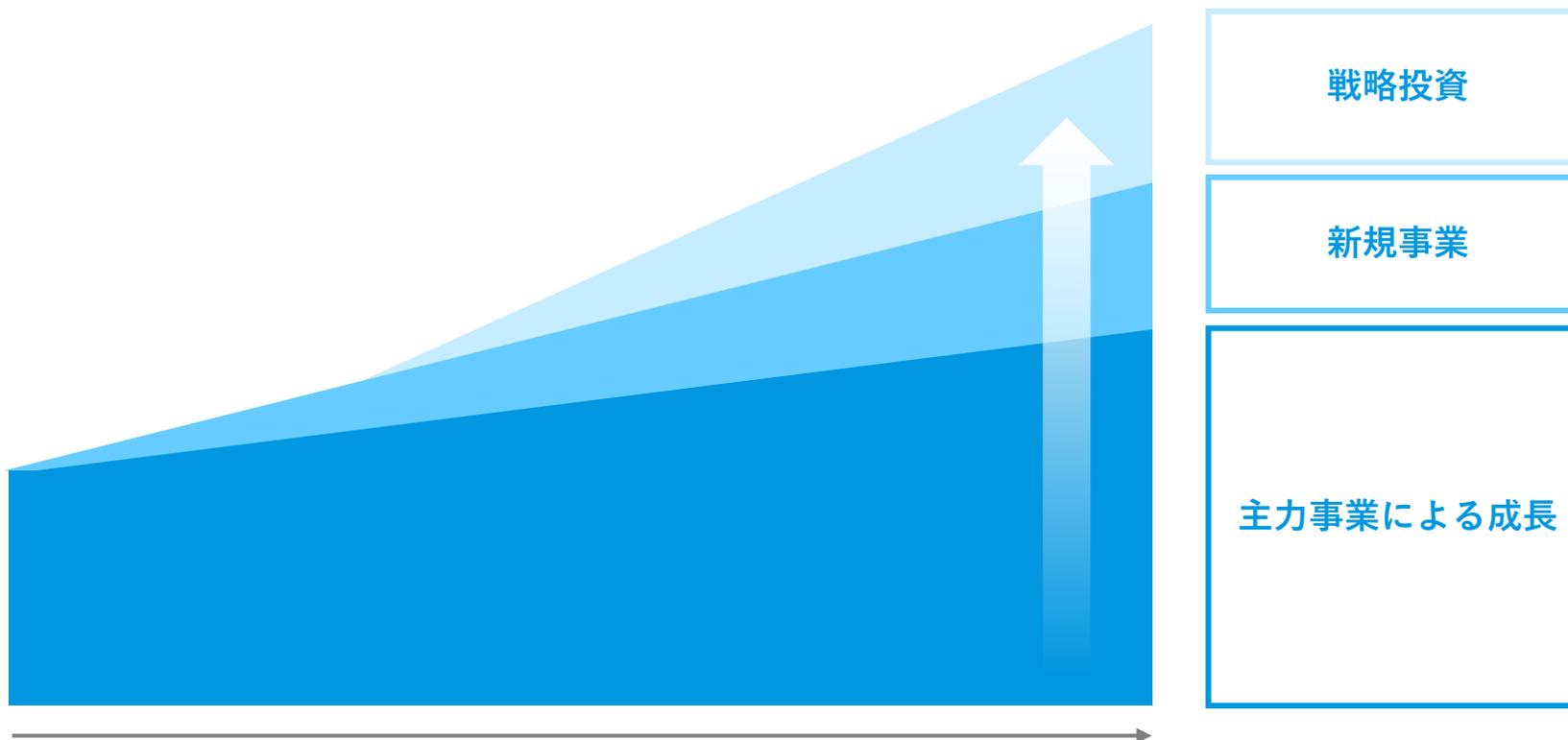
成熟した領域で高いシェアを確保し、高成長領域で事業創造





4-10. 成長イメージ

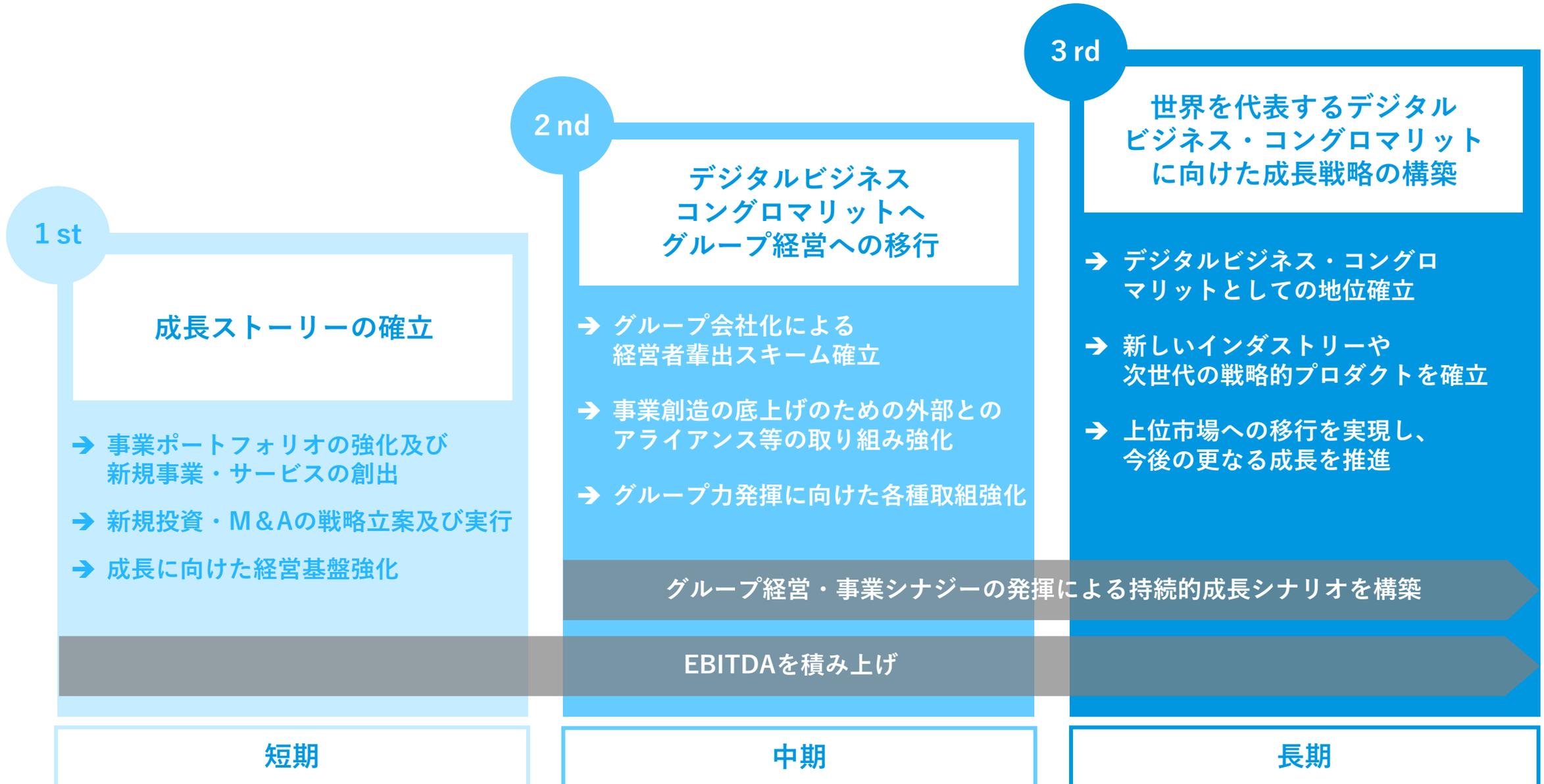
インターネットメディア事業及びプラットフォーム事業の**主力事業による成長**
新規事業 及び **戦略投資** によって **成長スピードを加速**



世界を代表するデジタルビジネス・コングロマリットを目指す



4-11. 成長戦略のロードマップ





4-12. インターネットメディア事業 / 今後の展望

- Free-to-Play^{※1}領域では^{※2}グローバル展開を視野に、“ミドルカジュアルゲーム”のリリースを計画
- 新たに、Play-to-Earn^{※3}領域にて国内向けに“インセンティブゲーム”の開発を模索

「デジタルを通して人々の心を豊かにできる」サービスを提供し『Digital Well-Being』を実現



※1. 「Free-to-Play」 = 基本プレイ無料のゲーム

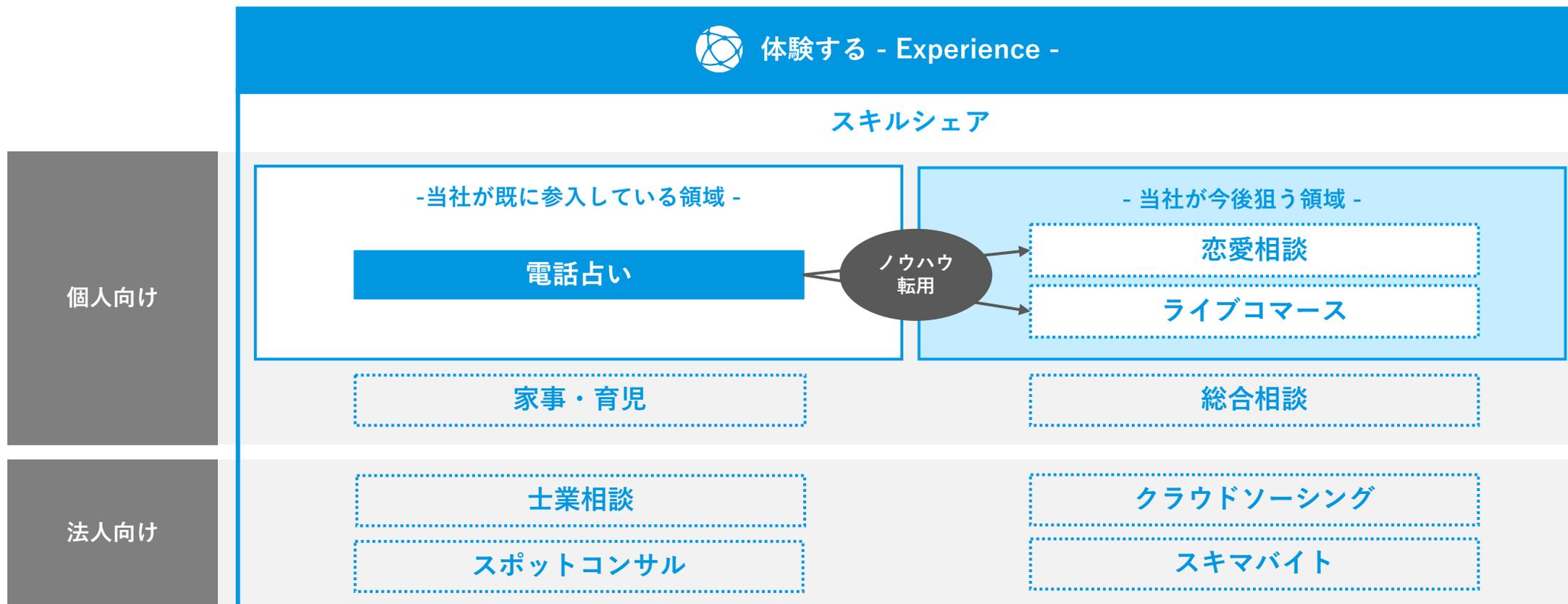
※2. 「グローバル」とは、国内及び海外の「ハイパーカジュアルゲームアプリ」、「海外向けカジュアルゲームアプリ」の合計です。

※3. 「Play-to-Earn」 = ゲームをプレイすることでお金やポイント等のインセンティブが得られるゲーム

4-13. プラットフォーム事業 / 今後の展望

- 電話占い「カリス」にて、より臨場感ある占い体験のために「多視点映像」[※]機能の実装を計画
- これまで培ったノウハウを転用し、恋愛相談サービスとライブコマース事業を展開予定

「デジタルを通して人々の心を豊かにできる」サービスを提供し『Digital Well-Being』を実現



※ライブコマース事業に関しましては、株式会社ANAPと合併会社を設立して事業を展開していく予定です。現時点の当社のセグメント区分は「その他」の新規事業開発に含めております。



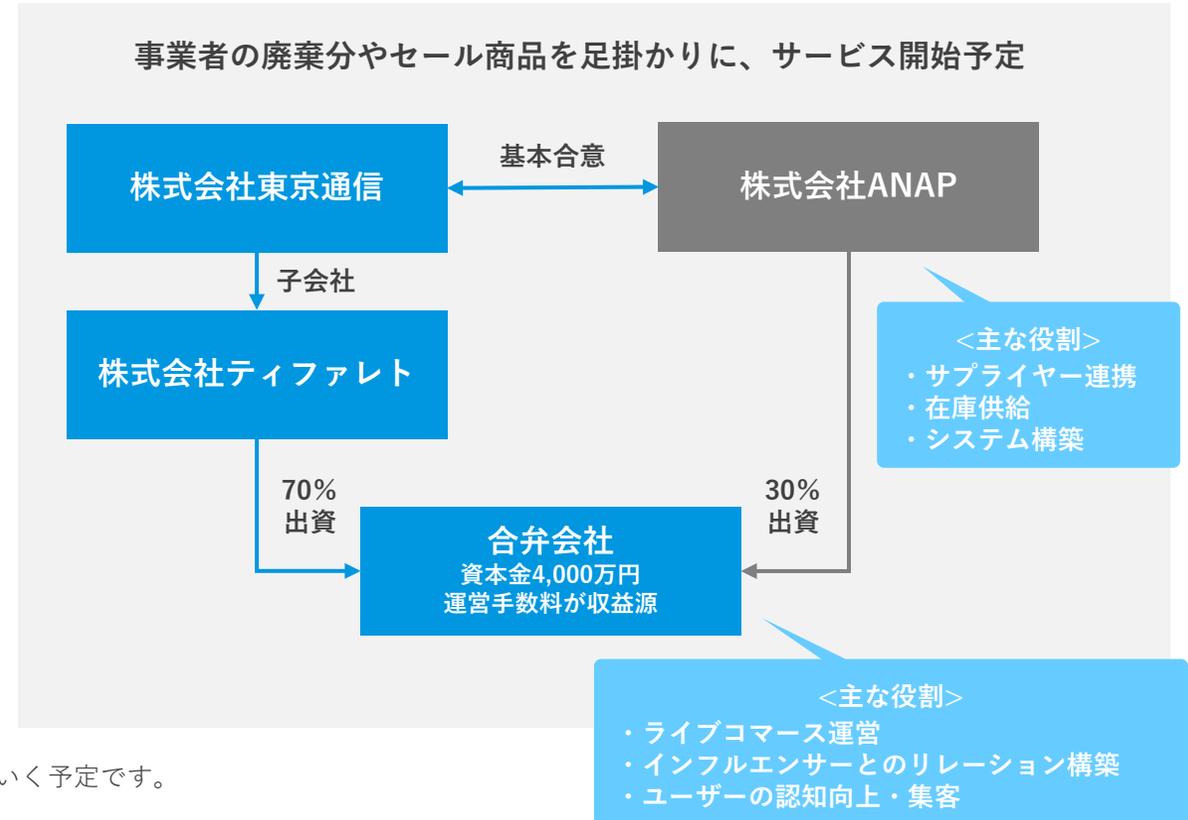
4-14. プラットフォーム事業 / 株式会社ANAPとのライブコマース事業に関して

- 2022年2月14日に株式会社ANAPとライブコマース事業^{※1}のための合併会社設立に向け基本合意書を締結
- アパレル商品をライブ配信から購入する新しい販売チャネルを確立し、よりリアルに近い購買体験を実現

アパレル市場概況



スキーム図



※1. ライブコマース事業に関しましては、株式会社ANAPと合併会社を設立して事業を展開していく予定です。
現時点の当社のセグメント区分は「その他」の新規事業開発に含めております。

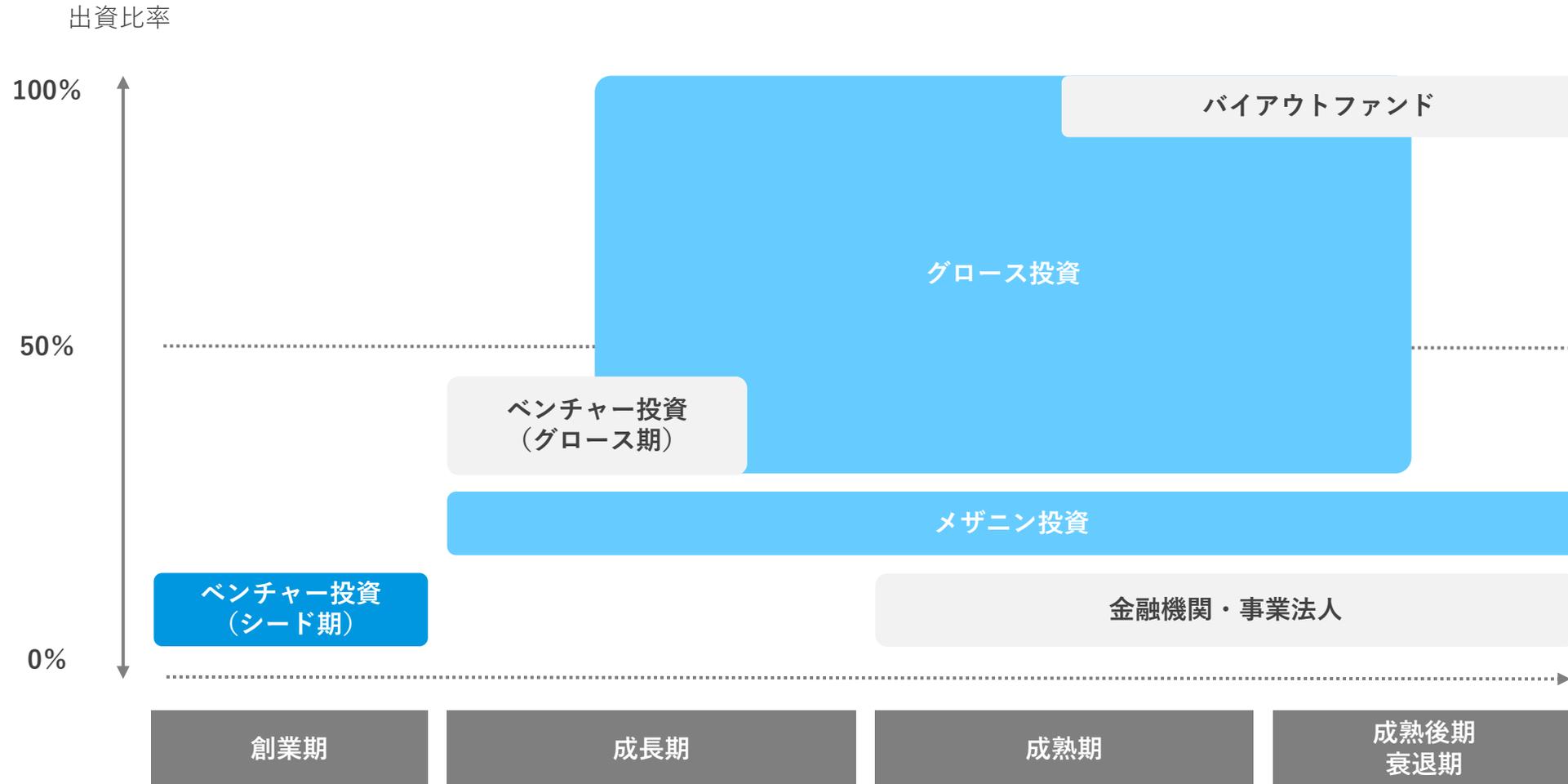
※2. 出所：株式会社矢野経済研究所『2021 アパレル産業白書』（2021）

※3. 出所：環境省 令和2年度 ファッションと環境に関する調査業務「ファッションと環境」調査結果（2020）



4-15. 投資事業の今後の展望①

- 内部ノウハウの最大活用及び成長資金ニーズから、シードのみならずグロース投資も検討
- スタートアップへの新たな資金供給方法として、メザニン投資を模索





4-15. 投資事業の今後の展望②

- 今後は社内ノウハウを活かした**投資方法を拡大**
- 各種投資手段における連携も視野に、**今後の投資事業の事業セグメントとしての確立を目指す**

ベンチャー投資

新たに2号ファンドを設立

- 2号ファンドを設立し、ファイナルクローズに向けて調達を推進
- 今後のファンド増加に合わせて組織も強化し、ベンチャー投資を更に拡大

メザニン投資

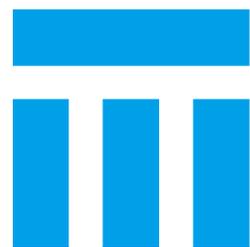
急成長のベンチャーの成長を繋ぐメザニン投資の模索

- エクイティとデットの調達を繋げるニーズに対応
- 柔軟なファイナンススキームの構築

グロース投資

ステージを問わず、成長企業を支援するグロース投資の検討

- 成長に必要な資金を供給するだけでなく、経営・事業ノウハウの提供
- これまでの事業投資で培ったネットワーク及びノウハウの最大活用



TOKYO TSUSHIN

ご清聴ありがとうございました



5. appendix



5-1. 会社概要

社名	株式会社東京通信
代表者	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	80名（平均年齢34.7歳）※2021年12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9社



5-2. 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。



5-3. 経営チーム

経営経験と新規事業創造力を持つ経営チームでデジタル領域の事業を拡大



代表取締役社長CEO 古屋 佑樹

- ・シーエー・モバイルに新卒入社後、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
- ・2015年に東京通信を創業



代表取締役会長 外川 穰※

- ・博報堂を経て、2000年にシーエー・モバイル創業、代表取締役社長として、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
- ・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



取締役CFO 村野 慎之介

- ・エヌ・アイ・エフベンチャーズ及び磐梯インベストメントにて企業買収、企業再生業務に携わる
- ・IT業界に転身し、M&A・経営管理等を担い、シーエー・モバイル取締役、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



取締役COO 横山 佳史

- ・長年にわたり、カジュアルゲーム開発やポイントアプリ事業立ち上げに従事
- ・2015年に東京通信の社員第一号として入社
- ・自身がプロデュースしたアプリが2019年に国内ダウンロード数3位になる等、アプリメディア開発の実力者



取締役 長谷川 智耶

- ・シーエー・モバイルに新卒入社後、広告営業・新規事業開発に従事
- ・2018年サイバーエージェントに転籍後、運用型広告、動画マーケティングの局長を務める
- ・2020年に東京通信に入社、2021年に取締役就任



ティファレット 代表取締役社長 福島 勇人

- ・2011年にシーエー・モバイルに入社
- ・コンテンツ事業及び占い事業を担当し、2014年に電話占い事業を展開する株式会社ティファレットを買収、代表取締役就任
- ・日本占いコンテンツ協会の理事長を務め、イベントを多数主催し、2017年にシーエー・モバイルの常務取締役就任



社外取締役 新居 佳英

- ・インテリジェンスに新卒入社、人材紹介事業部の立ち上げ、関連会社の代表取締役、本社で200人以上を率いる事業責任者を経験
- ・2000年にインサイトパートナーズ代表取締役就任
- ・2003年にユビキタスコミュニケーションズ（現アトラエ）を創業し、代表取締役就任（現任）、2016年に東証マザーズに上場、2018年に東証一部へ市場変更

※外川穰は2022年3月28日開催予定の当社第7回定時株主総会にて代表取締役会長から退任、取締役会長に就任予定です。

5-4. 取締役候補者及び社外取締役候補者

※ 業容拡大に向けガバナンスを強化すべく、新任の取締役候補者を選任



取締役候補 早川 晋

- ・朝日監査法人アンダーセンに新卒入社後、コンサルティング及び会計監査に従事
- ・2007年にDeNAに入社しモバイル広告営業に従事
- ・2009年にシーエー・モバイル入社、2010年10月取締役就任
- ・2018年にゼネラルリンク取締役就任（現任）

- 取締役候補者選任理由 -

インターネット広告業界において高い専門性と見識を持ち、監査法人での業務経験、豊富な企業経営経験を有しております。
今後の当社グループの新規事業立案等に関する貢献が期待できることから、取締役としての職務を適切に遂行することができるかと判断いたしました。



社外取締役候補 赤堀 政彦

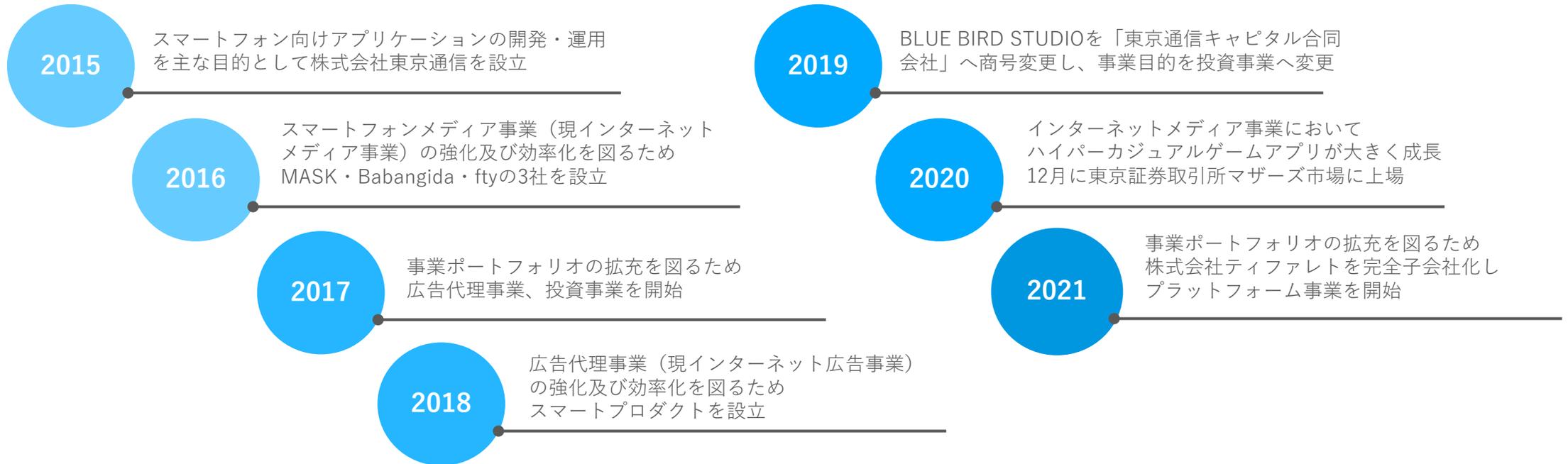
- ・シーエー・モバイルに新卒入社後、企業投資や業務提携に従事
- ・セレンディップ・ホールディングスにて企業投資、投資先経営やグループ管理体制強化、マネジメントソリューションズにて経営企画業務推進に貢献
- ・2020年よりコーポレート部門の取締役としてグローバルウェイに入社（現任）

- 社外取締役候補者選任理由 -

企業投資、経営再建等の豊富な実務経験及び高い能力・識見を有しており、当社グループのM&A、財務及びIR戦略に対して、有益な助言や業務執行に対する適切な監督を行っていただくことが期待できることから、社外取締役としての職務を適切に遂行することができるかと判断いたしました。

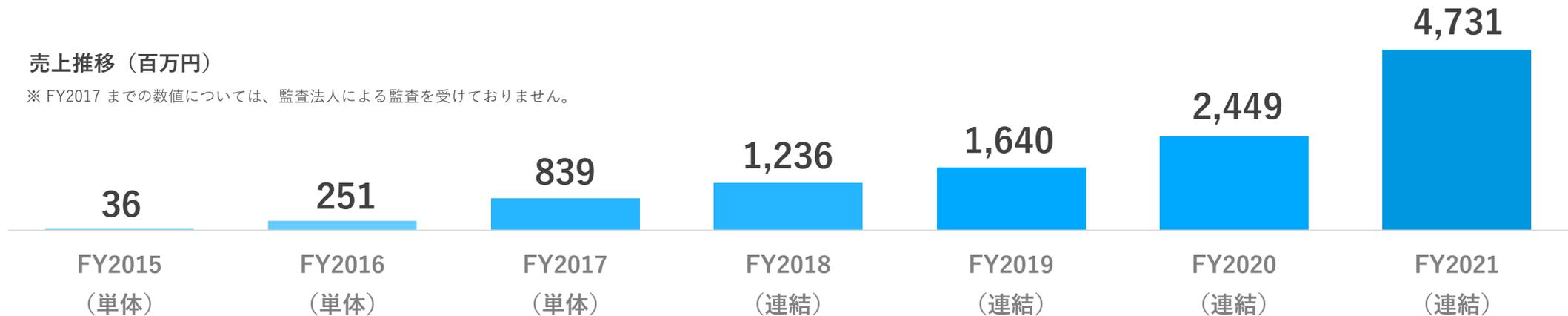


5-5. 沿革



売上推移（百万円）

※ 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。





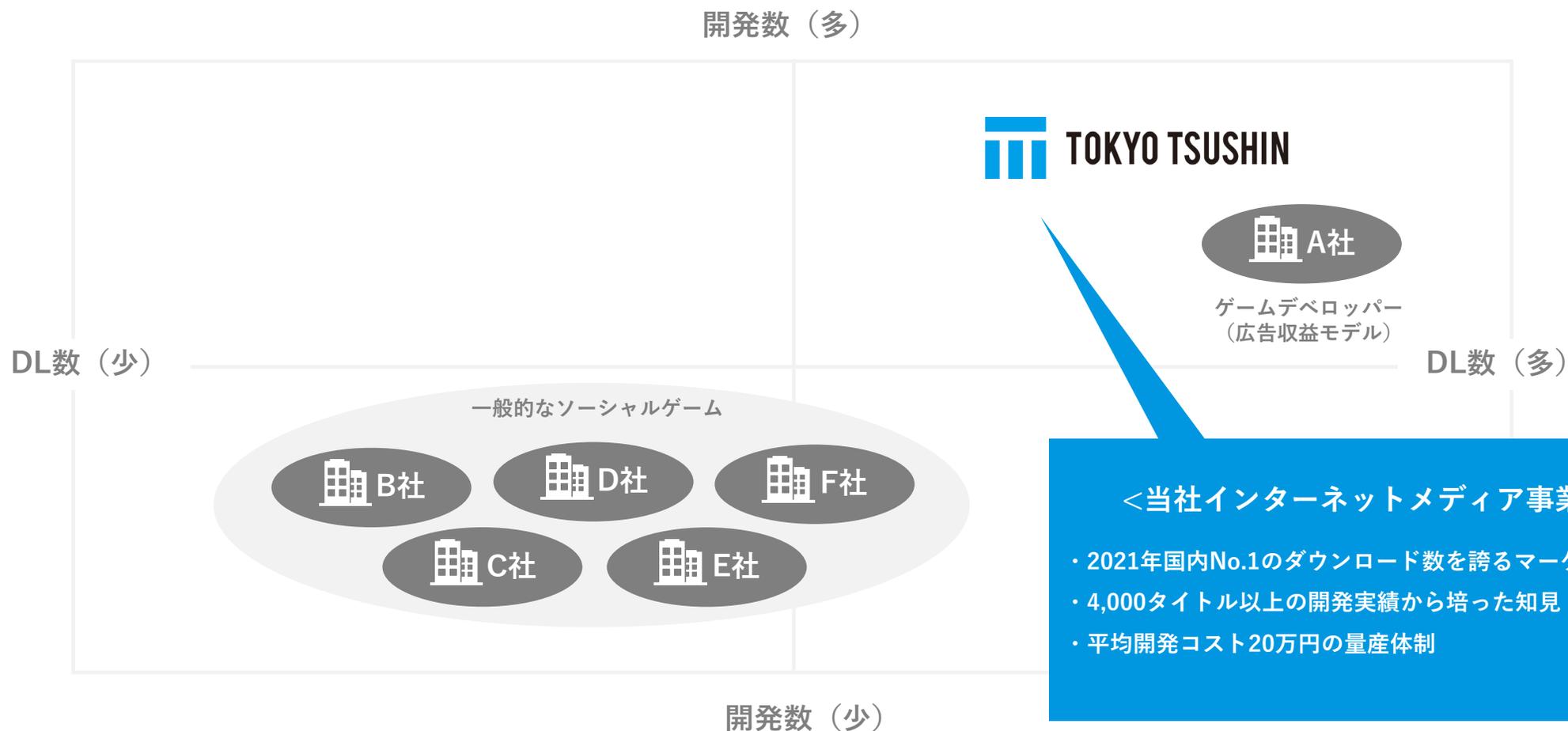
5-6. 東京通信グループ

セグメント区分		セグメント説明	主な事業区分	主要な会社
インターネットメディア事業		国内及び海外向けのインターネットメディアの開発及び運用を手掛ける。 現在はカジュアルゲームアプリが主力	アプリ、メディア企画戦略事業	・株式会社東京通信
			国内向けアプリ、メディア事業	・MASK合同会社 ・inQ合同会社
			海外向けアプリ、メディア事業	・Babangida合同会社
			ハイパーカジュアルゲームアプリ事業	・fty合同会社
プラットフォーム事業		電話占い「カリス」の運営を手掛け、 今後はマッチングプラットフォームとして 培ったノウハウを活かして他領域のプラット フォームの構築を推進	電話相談サービス事業	・株式会社ティファレット
インターネット広告事業		VOD（ビデオ・オン・デマンド）サービス やウェブマーケティング中心のアフィリエイト 広告とアプリマーケティングの運用型 広告を手掛ける	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
			ASP(アフィリエイトサービスプロバイダ)事業	・株式会社スマートプロダクト
その他	新規事業	ソリューション営業、動画関連サービスを 中心として新規事業を開発	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
	投資事業	デジタル領域を中心に投資事業を展開。 シードラウンドを主としたベンチャー投資 を基軸に今後は投資事業を拡大予定	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 ・BASE Partners Fund 1号投資事業有限責任組合 (持分法適用関連会社) ・TT2合同会社 ・basepartners2号投資事業有限責任組合 (持分法適用関連会社)



5-7. インターネットメディア事業 / ポジショニングマップ

- 2021年国内アプリデベロッパーNo.1[※]のダウンロード実績を誇るマーケティング能力が強み
- 4,000タイトル以上の開発実績から培った知見と平均開発コスト20万円の量産体制を持つ



※App Annie社『モバイル市場年鑑2022』の「2021年トップアプリ & ゲーム企業 (市場別ランキング/日本)」にて第2位を獲得 (第1位は海外企業)



5-7. インターネットメディア事業 / 世界のモバイル広告市場規模

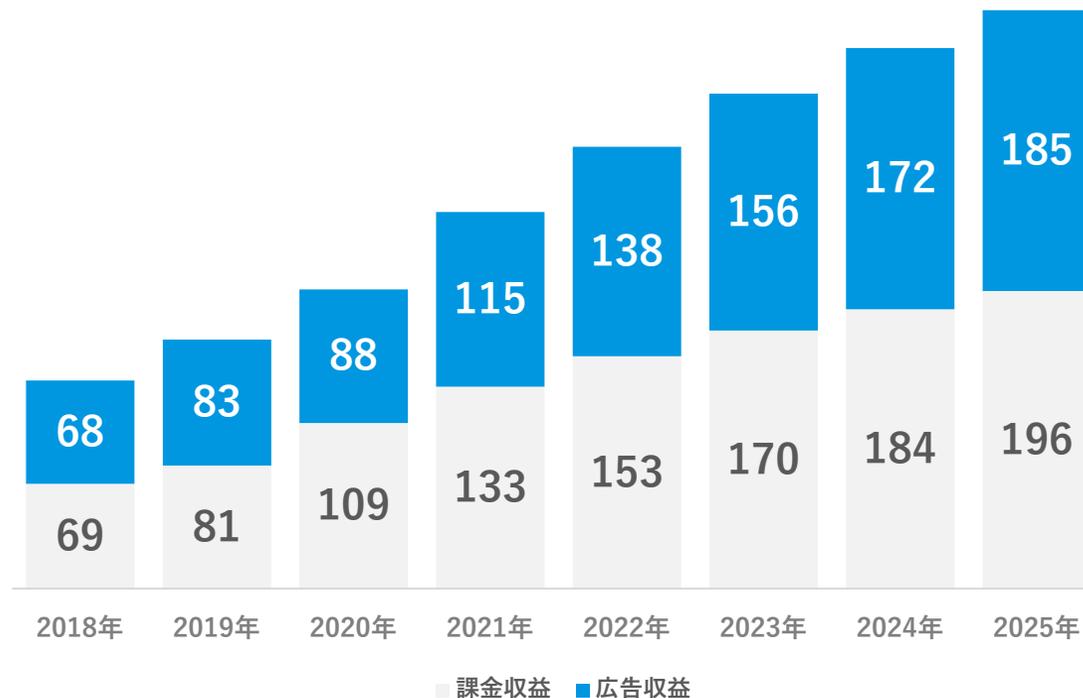
- モバイルゲーム内広告市場規模は2020年に880億ドル、2025年に1,850億ドルに到達と予想される
- 2021年のモバイルゲームのダウンロード数はハイパーカジュアルゲームが30%を超えるシェア

世界のモバイル広告市場概況



世界のモバイルゲームの市場規模予想 ※2

(単位：10億ドル)



※1. 出所：App Annie 『モバイル市場年鑑』 (2022)

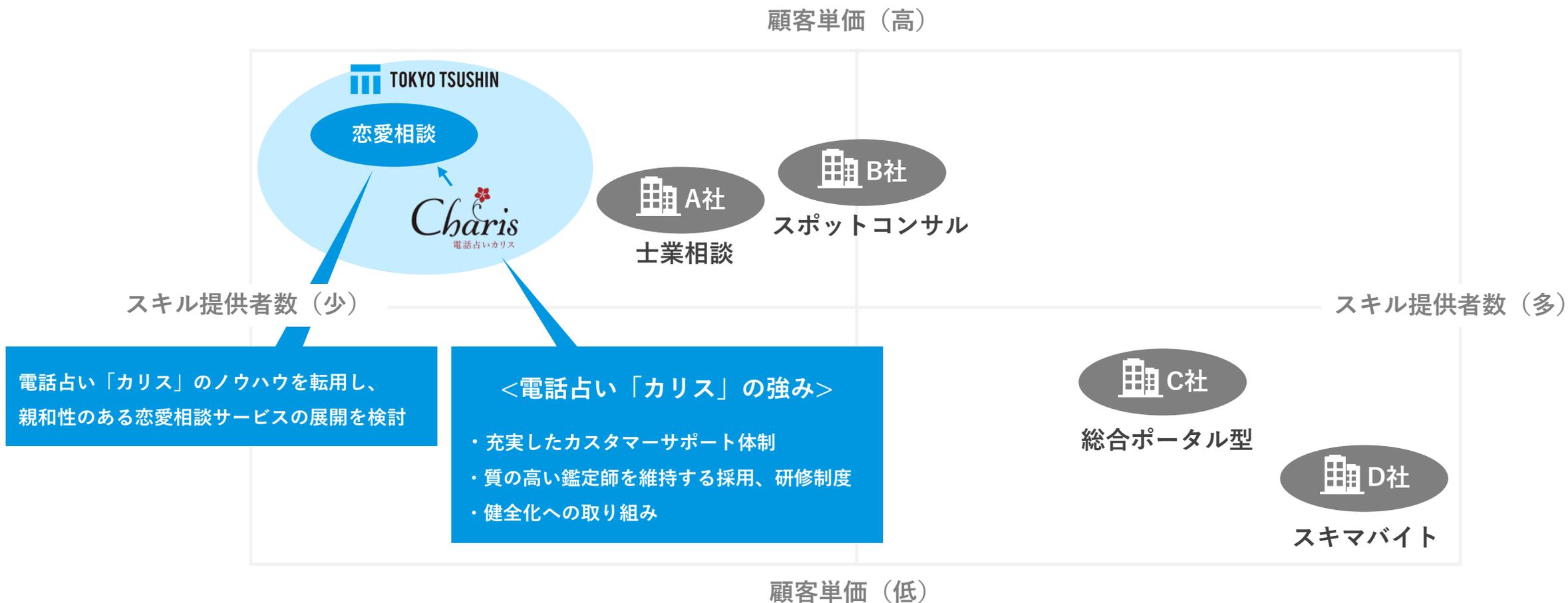
※2. 出所：Statista Digital Market Outlook "Mobile Games Index 2021"(2021)

※3. 出所：App Annie 『2021年モバイルゲーム市場最新レポート: サブジャンル、収益化、ユーザー獲得の重要トレンド』 (2021)



5-8. プラットフォーム事業 / スキルシェア市場におけるポジショニングマップ

- ・ 特定分野にて質の高いスキルを提供できる人材を集めたプラットフォームを開発していく方針
- ・ 電話占い「カリス」のノウハウを転用し、親和性のある恋愛相談サービスの展開を検討





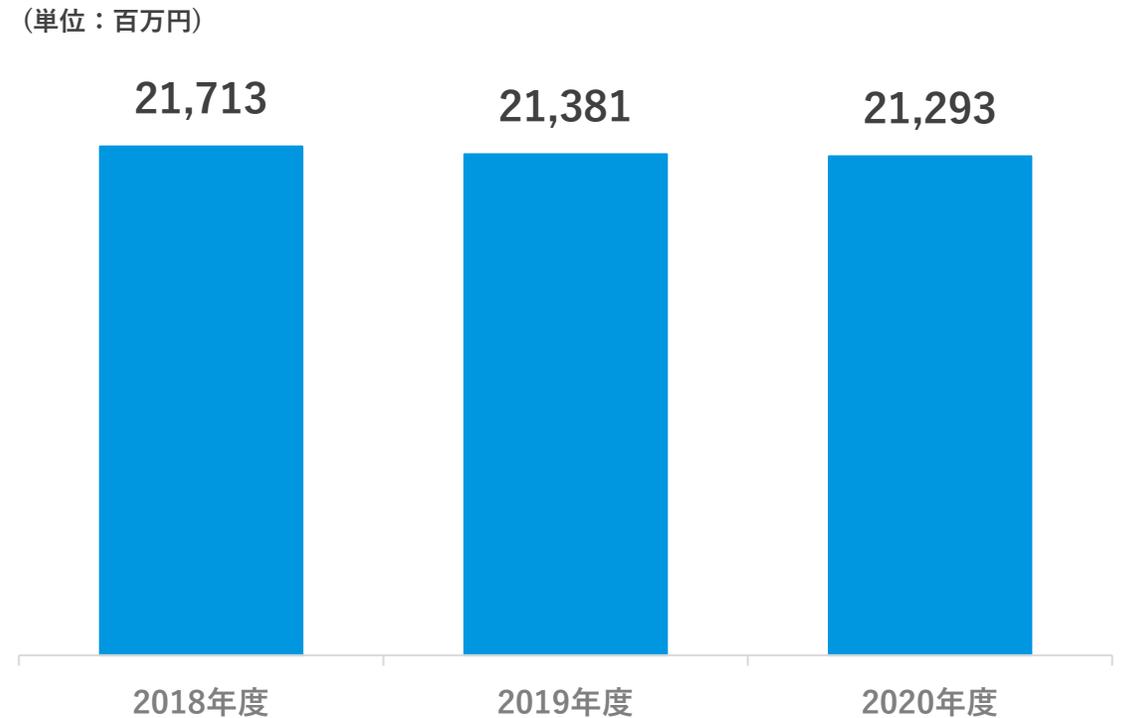
5-8. プラットフォーム事業 / 国内シェアリングエコノミーの市場規模

- シェアリングエコノミーの市場規模2.1兆円のうち、2,425億円がスキルシェア市場
- 当社が展開する電話占いの市場規模は212億円、新型コロナウイルス感染拡大でも大きな影響はなく安定

シェアリングエコノミー市場概況



国内電話占いサービス市場規模 ※2



※1. 出所：株式会社 情報通信総合研究所 『シェアリングエコノミー関連調査 2020年度調査結果』 (2020)

※2. 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にしておりますが、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。



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。