



TOKYO TSUSHIN

事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年2月14日

証券コード：7359 東証マザーズ



1.	会社概要	P. 3
2.	当社の強み・成長戦略	P. 8
3.	業績ハイライト及び連結計画	P. 23
4.	ビジネスモデル及び事業計画	
	- インターネットメディア事業	P. 31
	- プラットフォーム事業	P. 40
	- インターネット広告事業	P. 48
	- その他（新規事業・投資事業）	P. 53
5.	事業等のリスク	P. 58



1. 会社概要

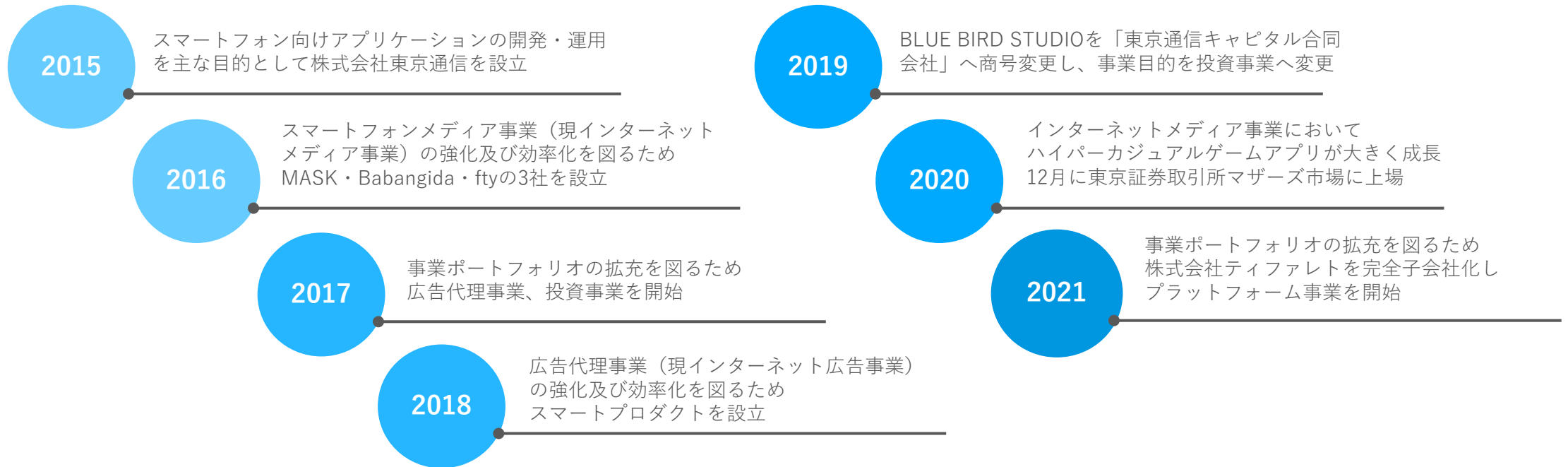


1-1. 会社概要

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

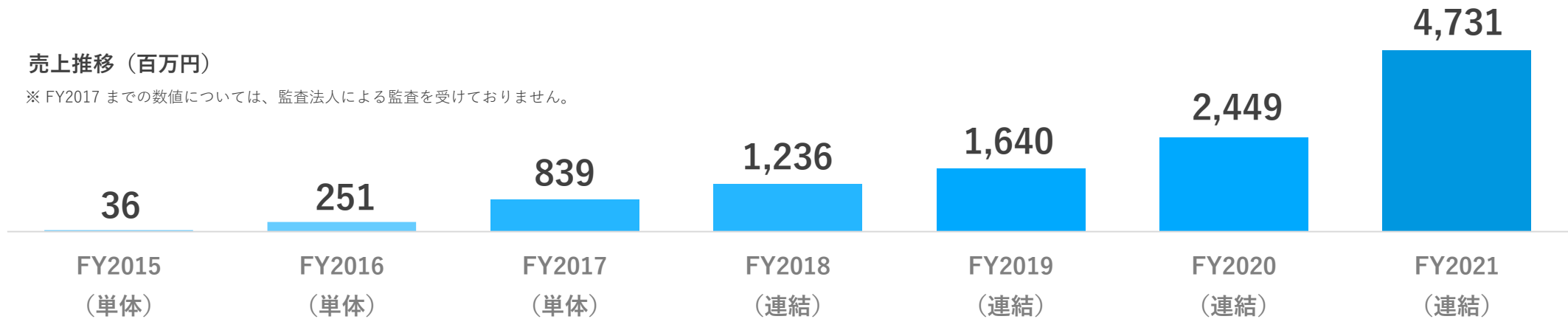


1-2. 沿革



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。





1-3. 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)

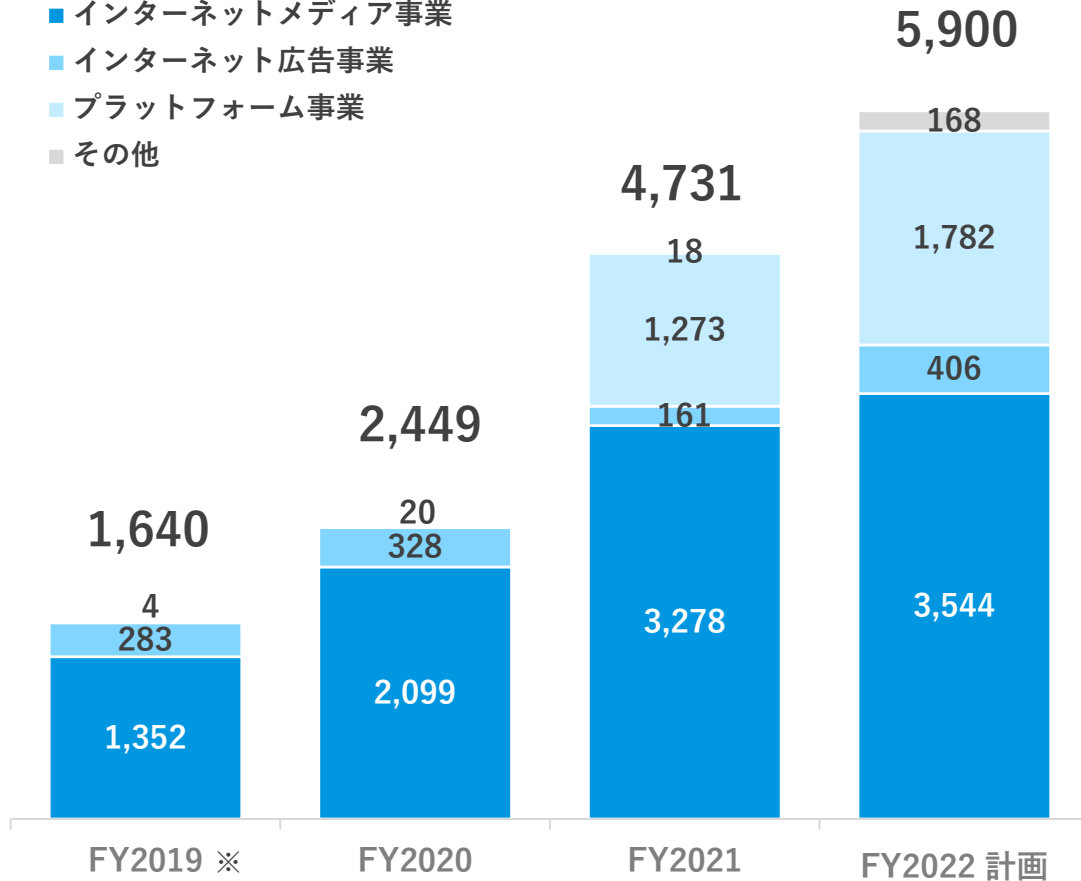


1-4. 連結売上高推移・構成比

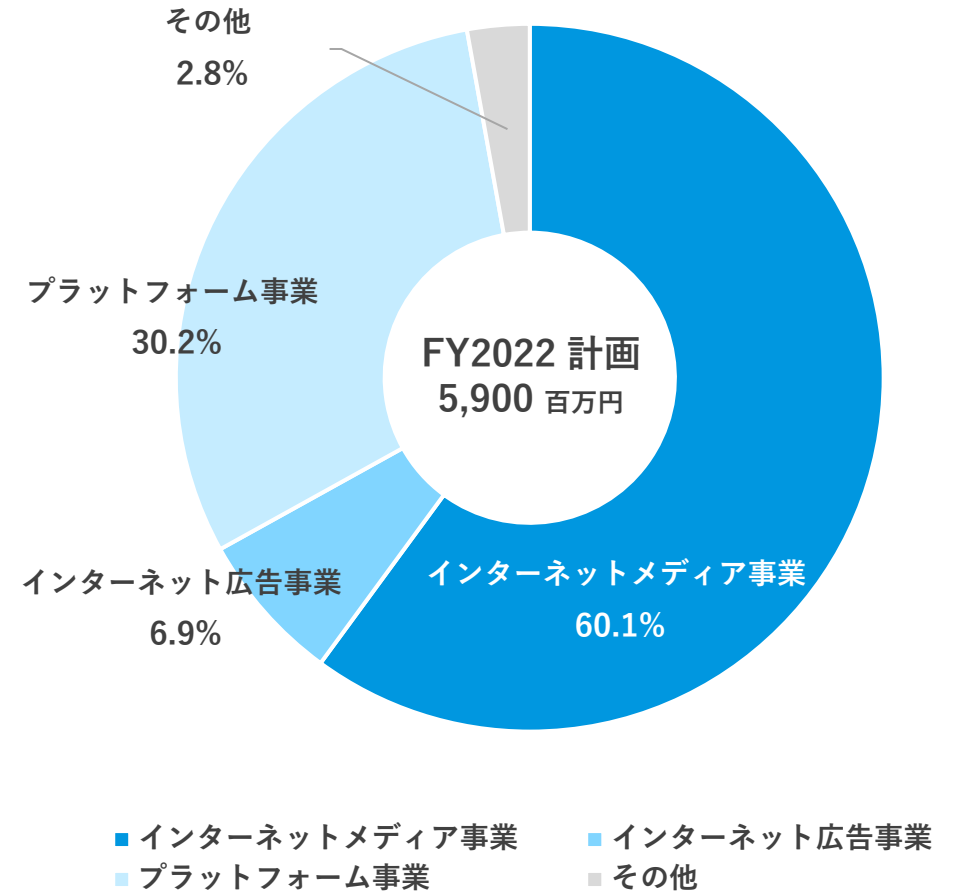
創業から伸長しているインターネットメディア事業、FY2021開始のプラットフォーム事業が主力

売上高 (百万円)

- 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
- その他



売上高構成比





2. 当社の強み・成長戦略



2-1. 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



2-2. 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。

2-3. 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!!





2-4. 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



2-5. 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



2-6. 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

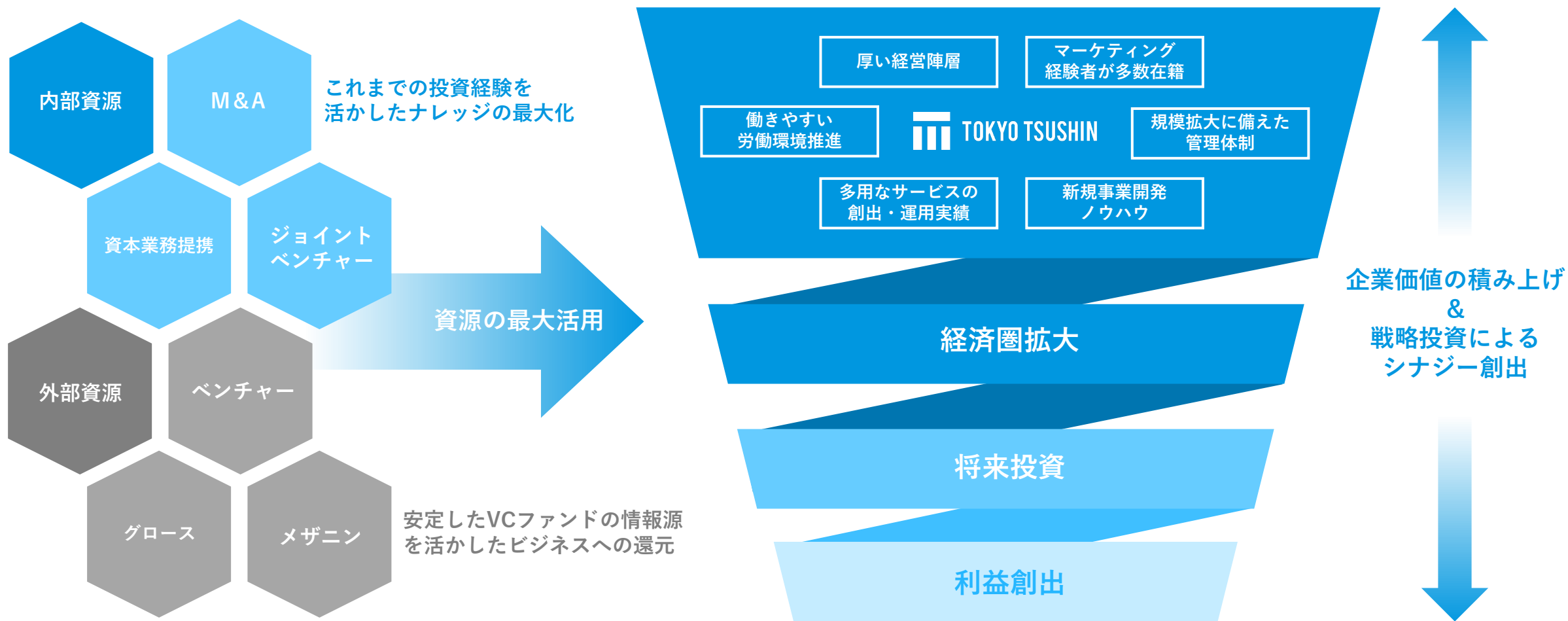
過去の企業買収（M&A）や資本業務提携における経験を活かしたソーシング、エグゼキューション、PMIを実施

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



2-7. 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



2-8. 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



2-9. 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

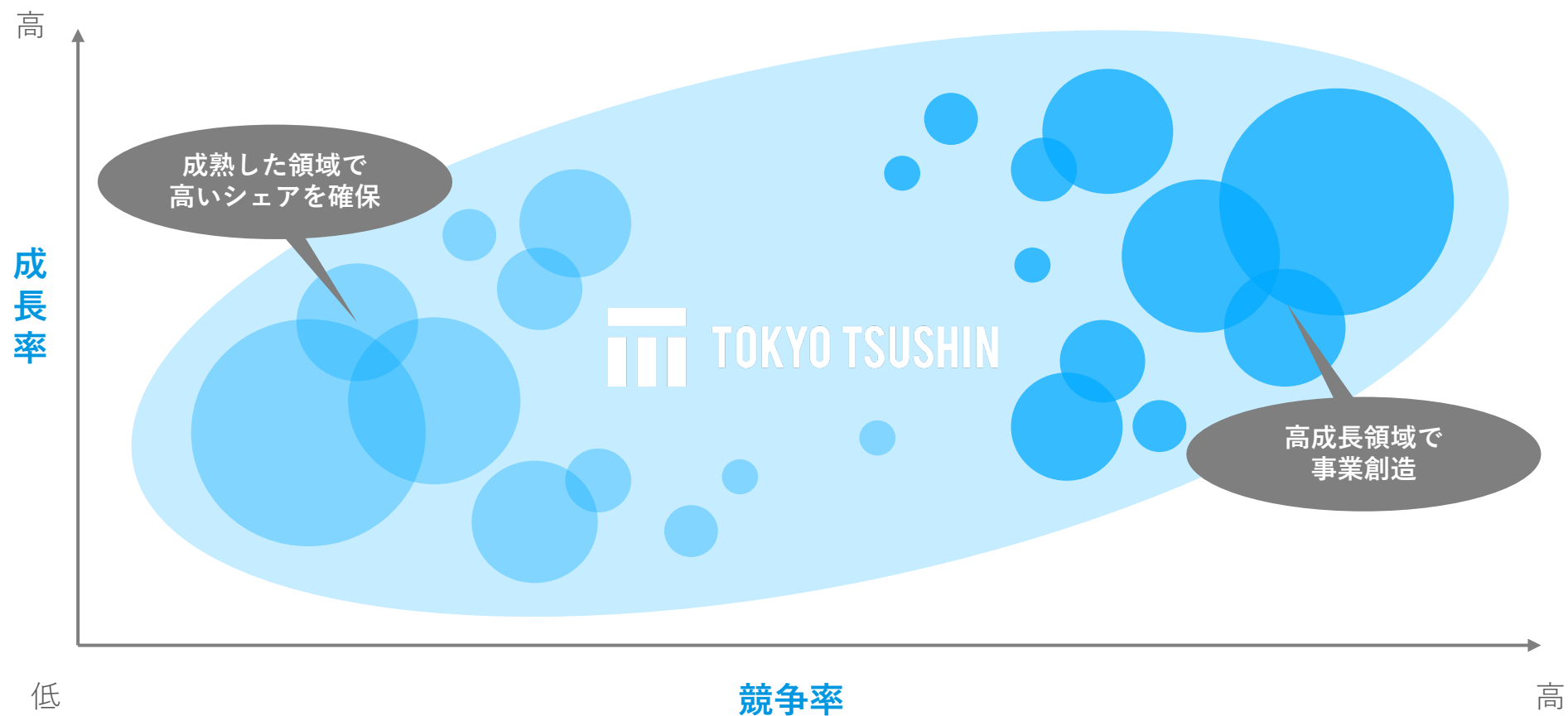
※1. 「カジュアルゲーム」= 隙間時間など短時間で簡単に楽しめる国内向けのゲーム
※3. 「ミドルカジュアルゲーム」= カジュアルゲームに課金要素を掛け合わせたゲーム

※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



2-10. 事業ポートフォリオイメージ

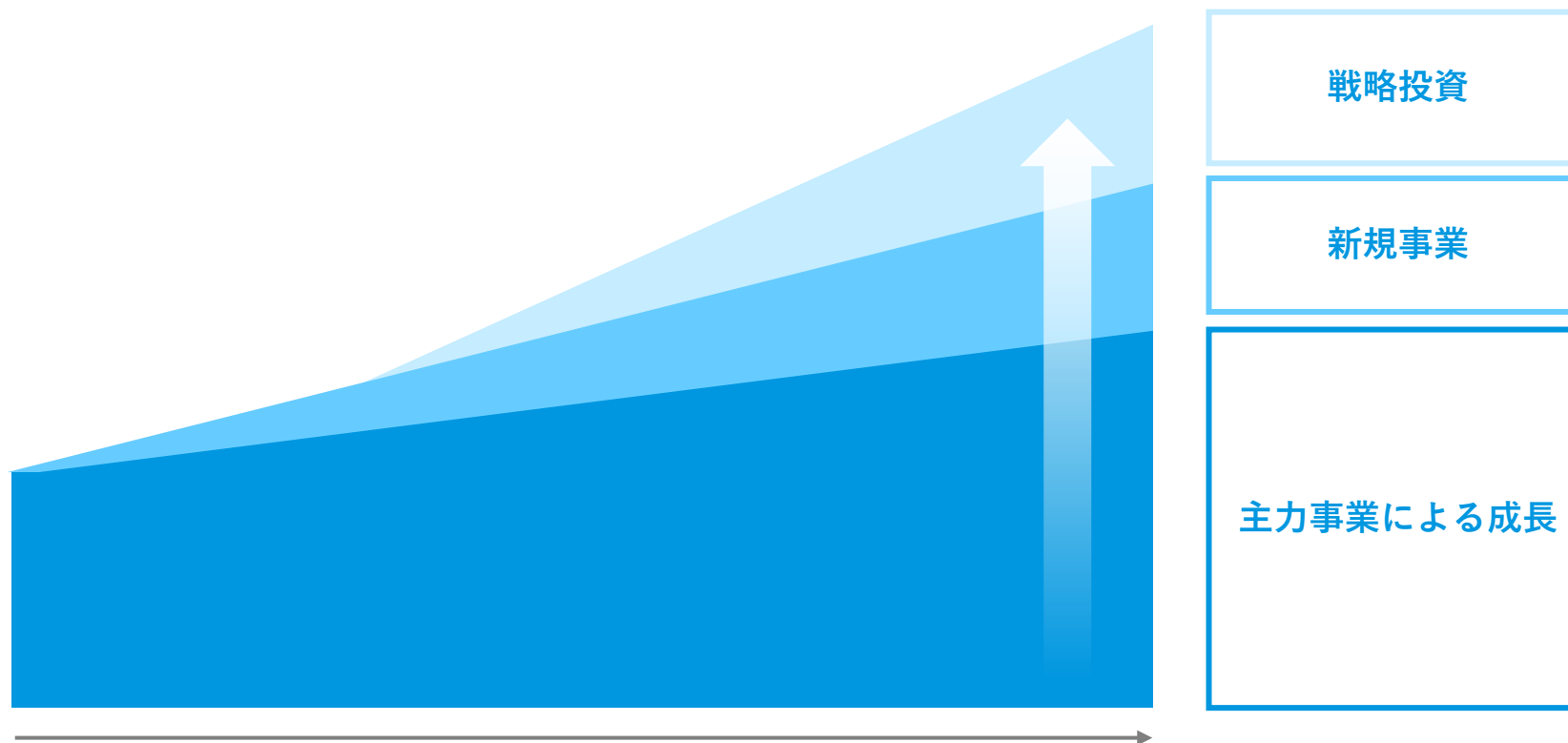
成熟した領域で高いシェアを確保し、高成長領域で事業創造





2-11. 成長イメージ

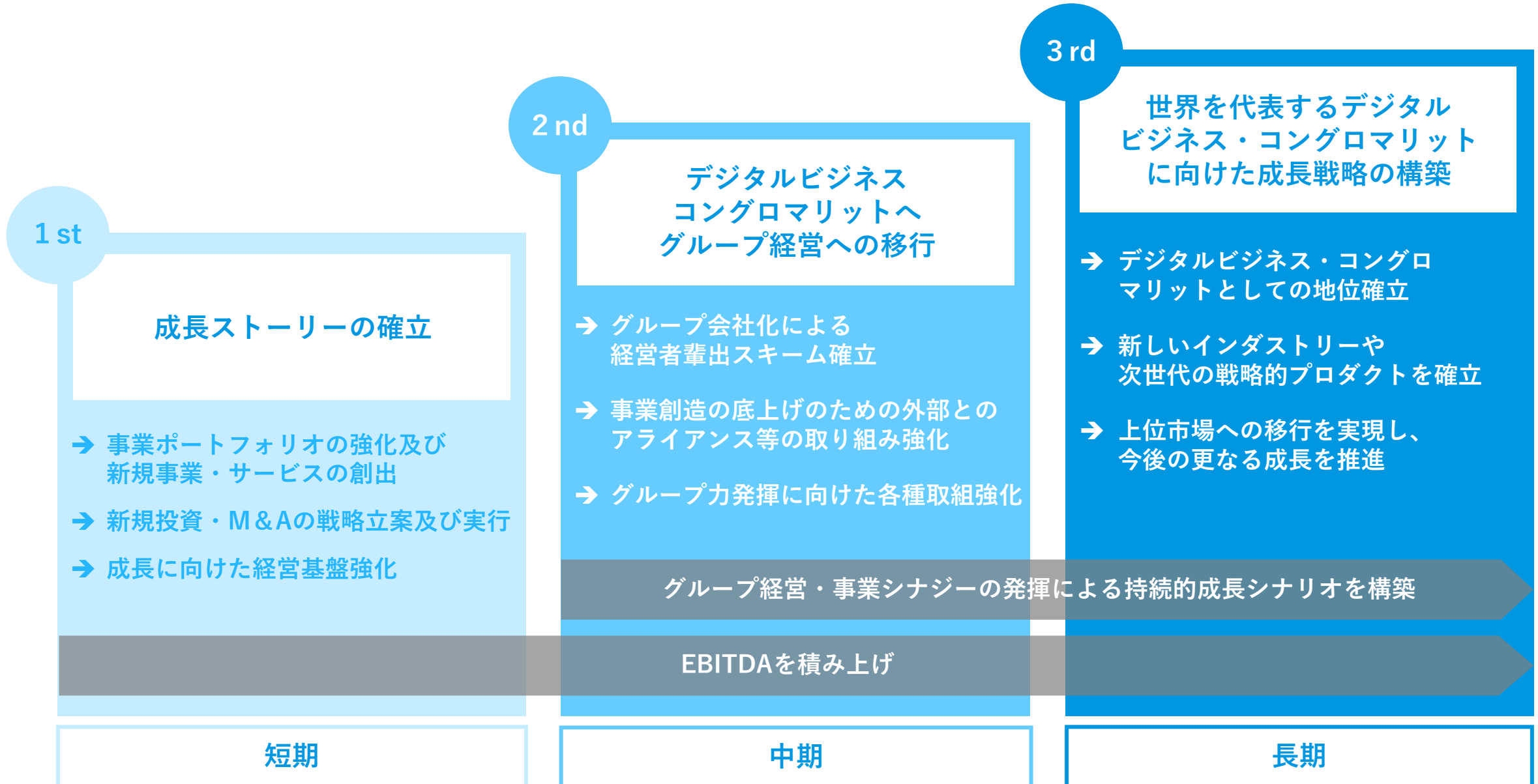
インターネットメディア事業及びプラットフォーム事業の**主力事業による成長**
新規事業 及び **戦略投資** によって **成長スピードを加速**



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



2-12. 成長戦略のロードマップ





2-13. 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。

2-14. 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。



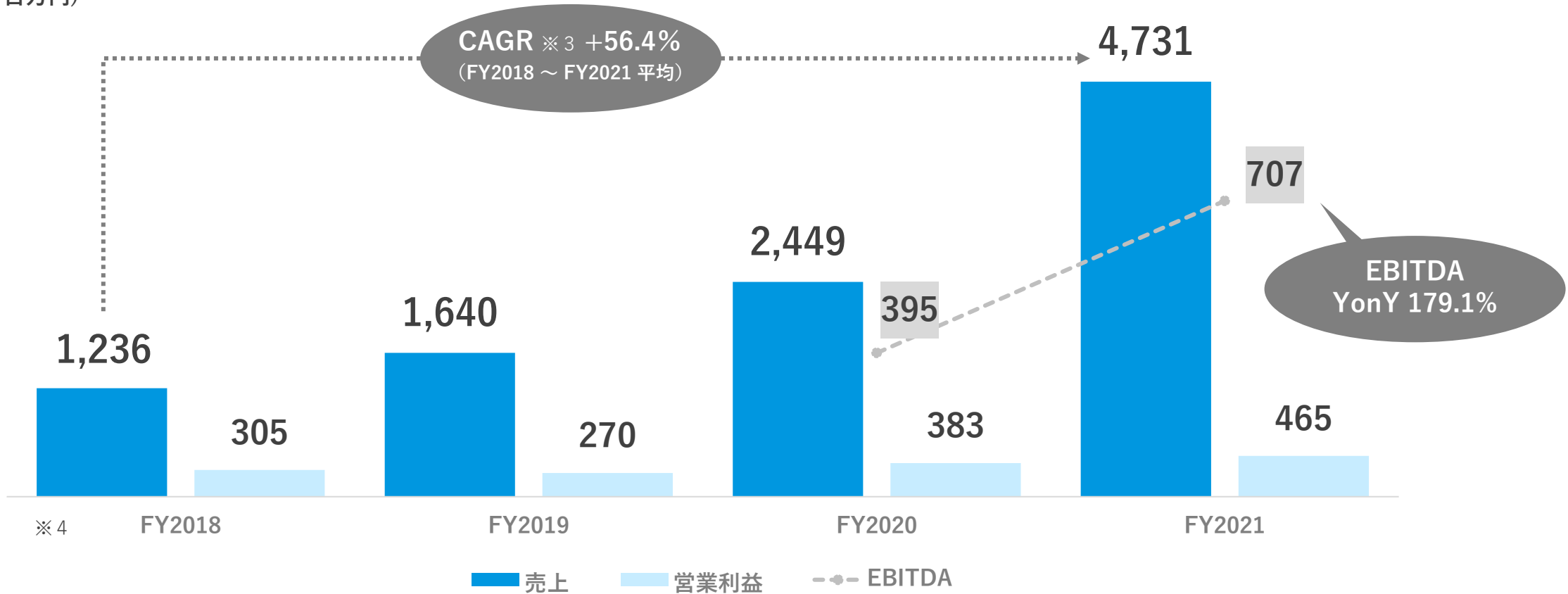
3. 業績ハイライト及び連結計画



3-1. 業績ハイライト

FY2021のEBITDAは、既存事業の伸長とM&A(FY2021)により、YonYで 179.1% と大きく成長

(単位：百万円)



※1. EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

※2. 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。

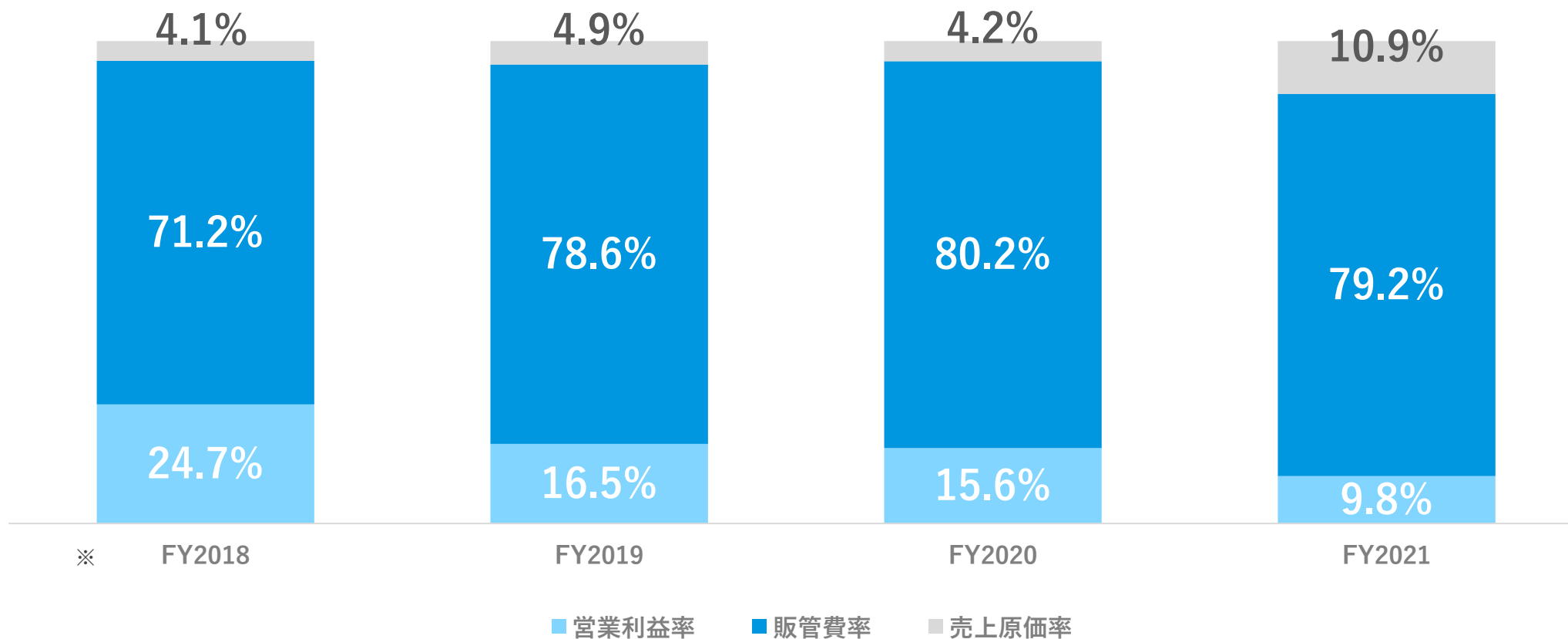
※3. CAGR (年平均成長率) はcompound average growth rateの略称であり、複数年にわたる成長率から1年あたりの幾何平均を求めたものであります。



3-2. 収益構造

新規事業開発に伴う原価や、FY2021の株式会社ティファレトのM&Aによりのれん等が増加

(単位：百万円)





3-3. 2022年12月期業績計画

- ・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



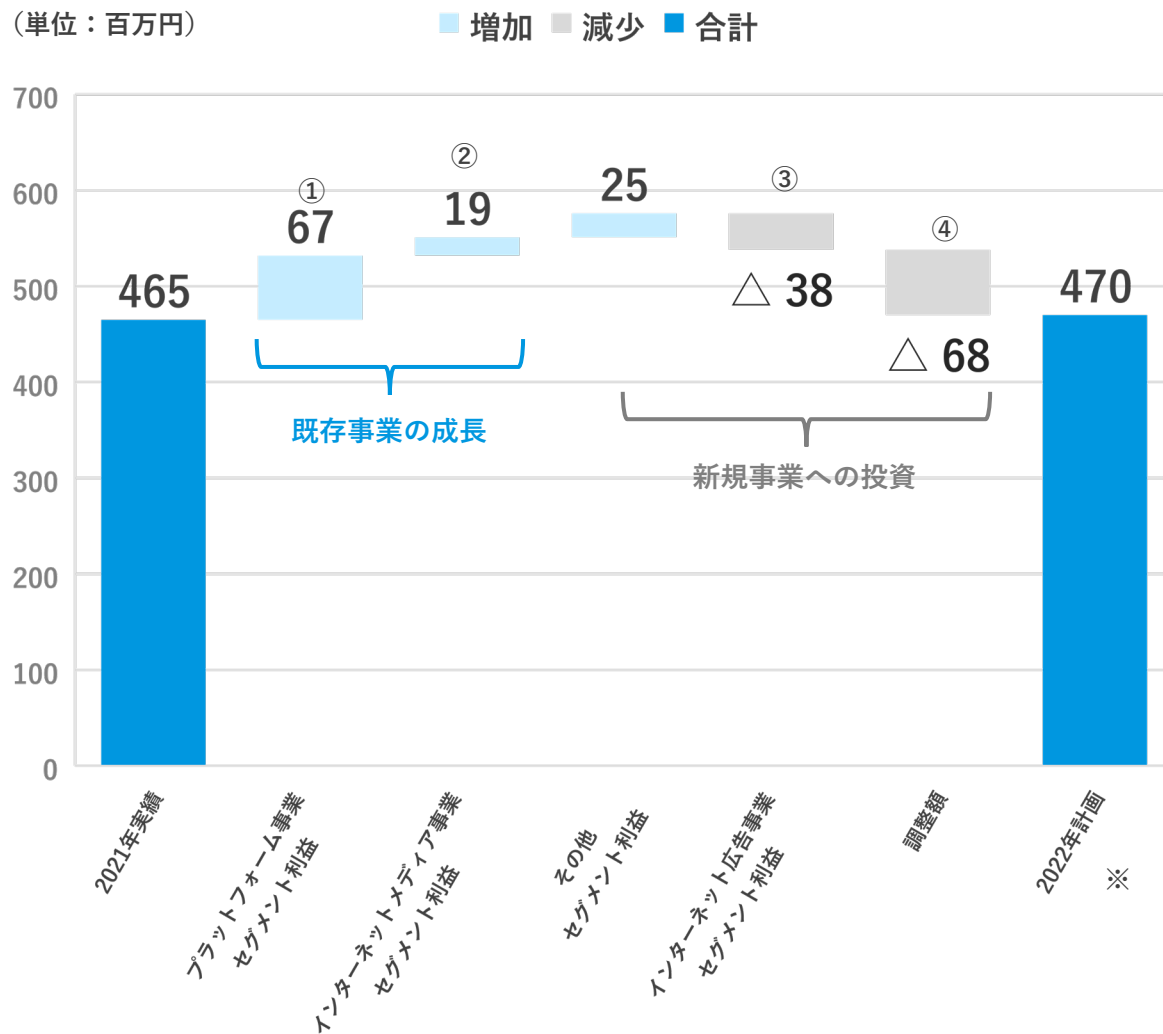
3-4. 事業セグメント別計画

		(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。

3-5. 営業利益増減分析・計画対前年度比



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。



3-6. 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

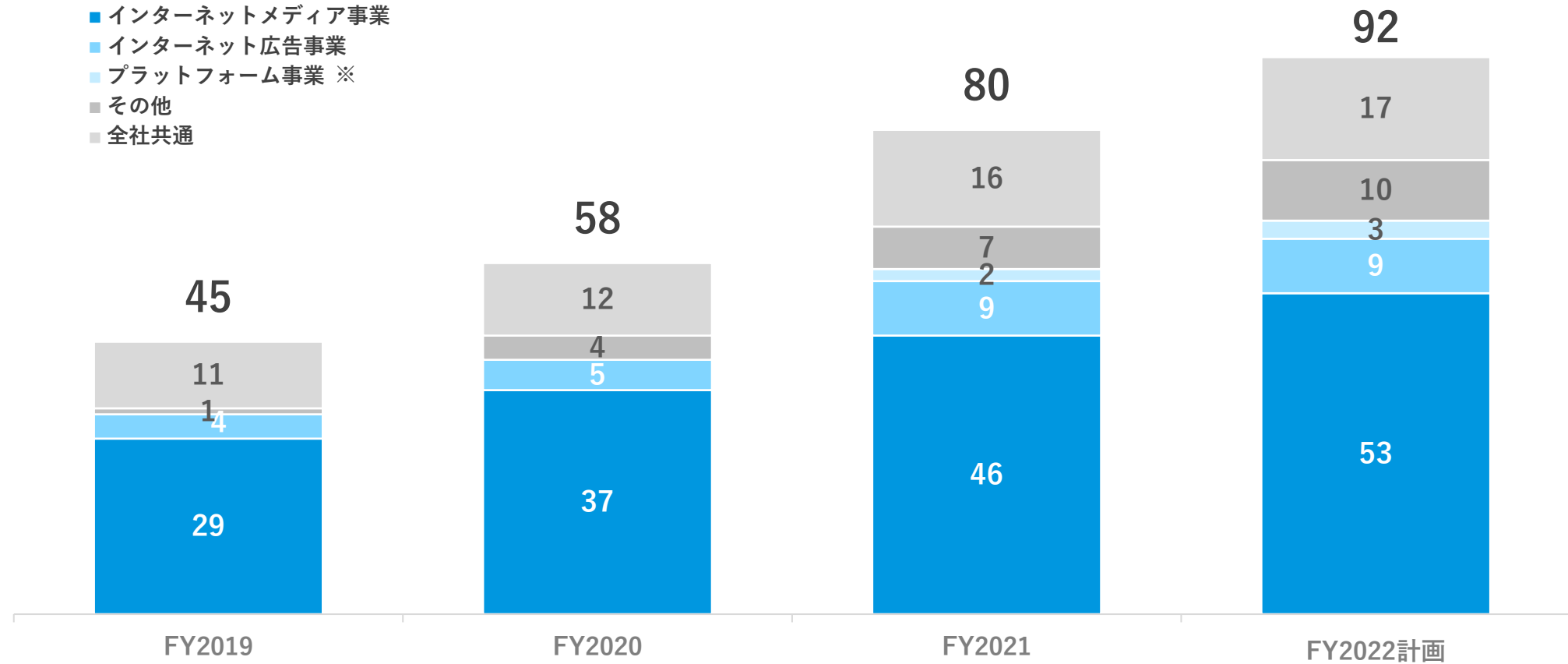
FY2022 想定

● 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	—



3-7. 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。



4. ビジネスモデル及び事業計画

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

- グローバル向けにミドルカジュアルゲームのリリースを計画 ^{※1}
- 国内向けは新ジャンルとしてインセンティブゲームのリリースを検討、第二の収益の柱へ ^{※2}
^{※3}

事業概要

- 国内向けカジュアルゲーム及びグローバル向けハイパーカジュアルゲームを展開。従来課金型と異なり、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のスマートフォンアプリがメイン
- 高成長が続くモバイルゲーム内広告市場を狙い、4,000タイトル以上を製造。代表作は“ Save them all ”

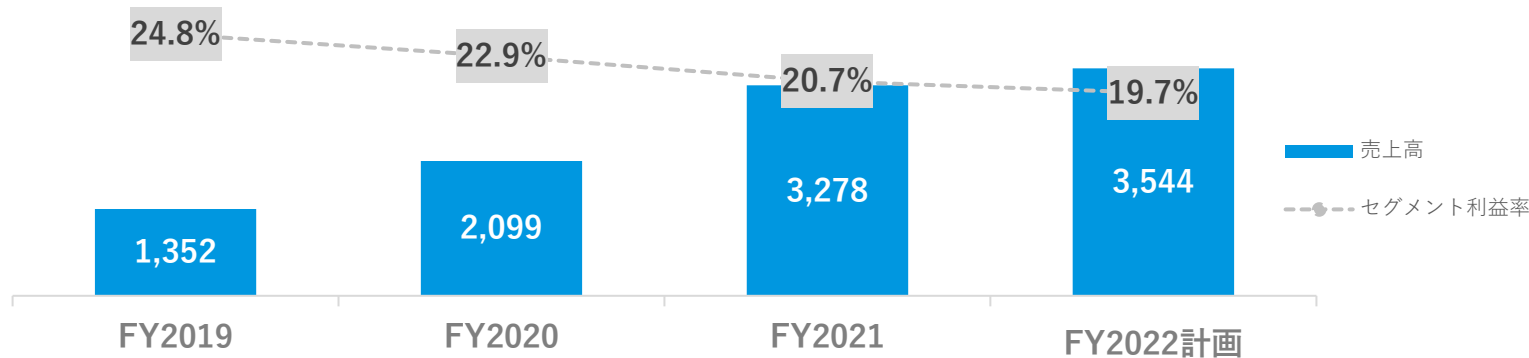
スキーム図



業績推移

(百万円)

売上計画及びセグメント利益率



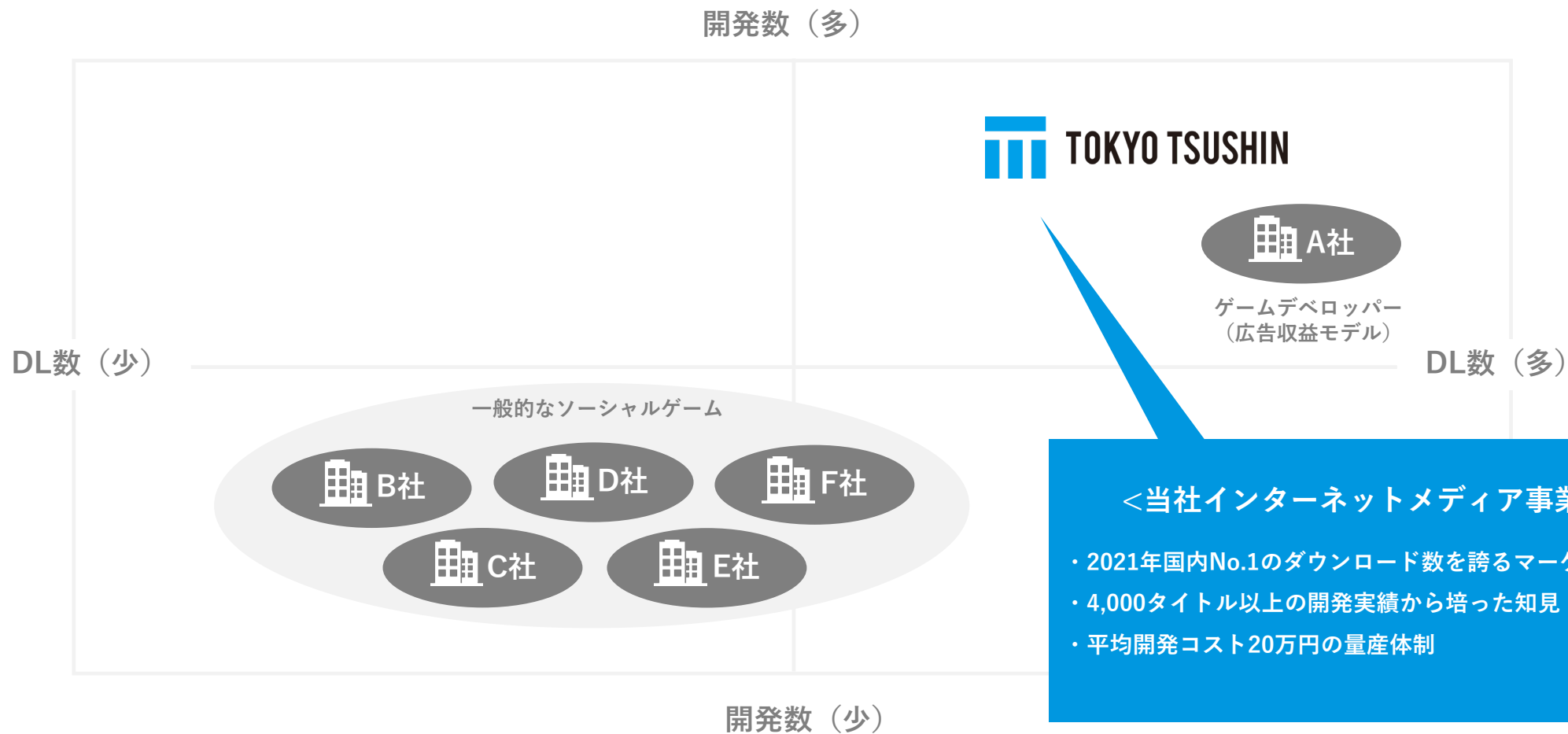
無料アプリメディア内の広告収益を
主軸としたビジネスモデル

※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. 「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
 ※3. 「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



4-1. 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



<当社インターネットメディア事業の強み>

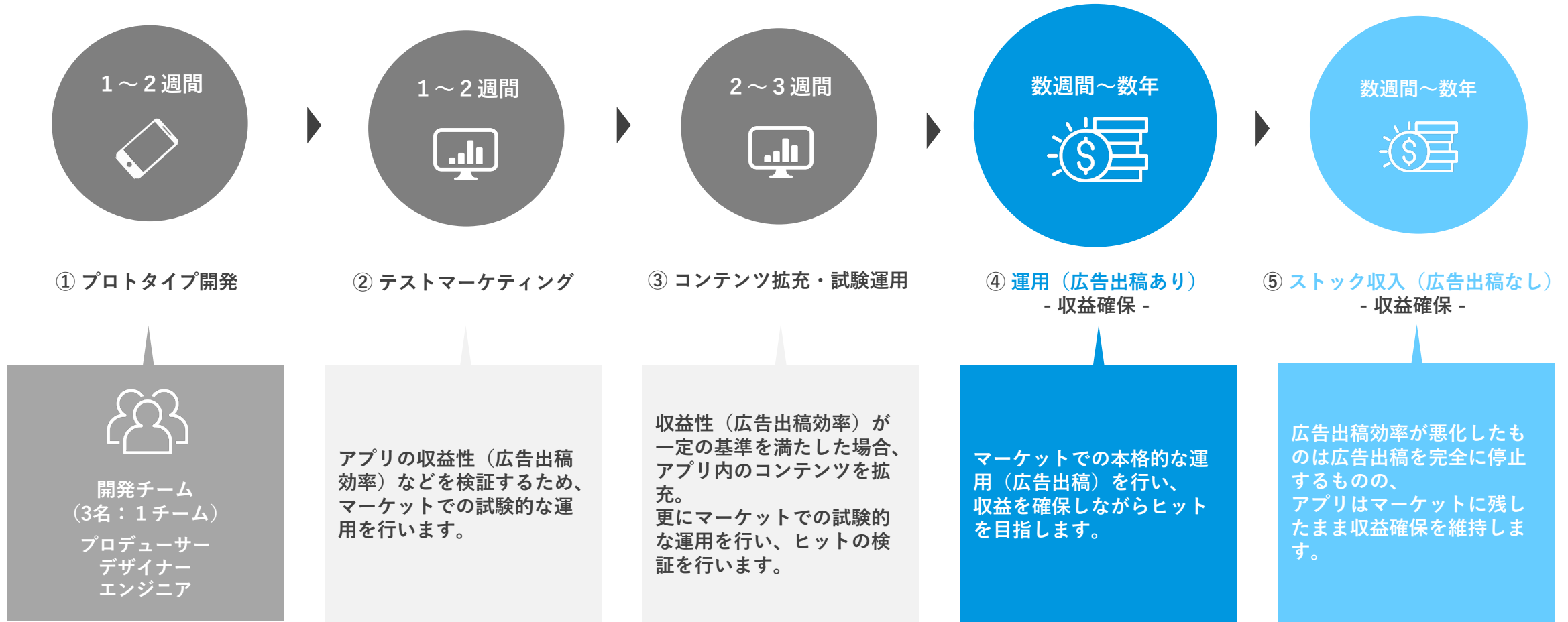
- ・ 2021年国内No.1のダウンロード数を誇るマーケティング能力
- ・ 4,000タイトル以上の開発実績から培った知見
- ・ 平均開発コスト20万円の量産体制

※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)



4-1. インターネットメディア事業 / ビジネスサイクル

当社独自の『小さく生んで、大きく育てる』スマートフォンアプリの開発～運用[※]サイクル



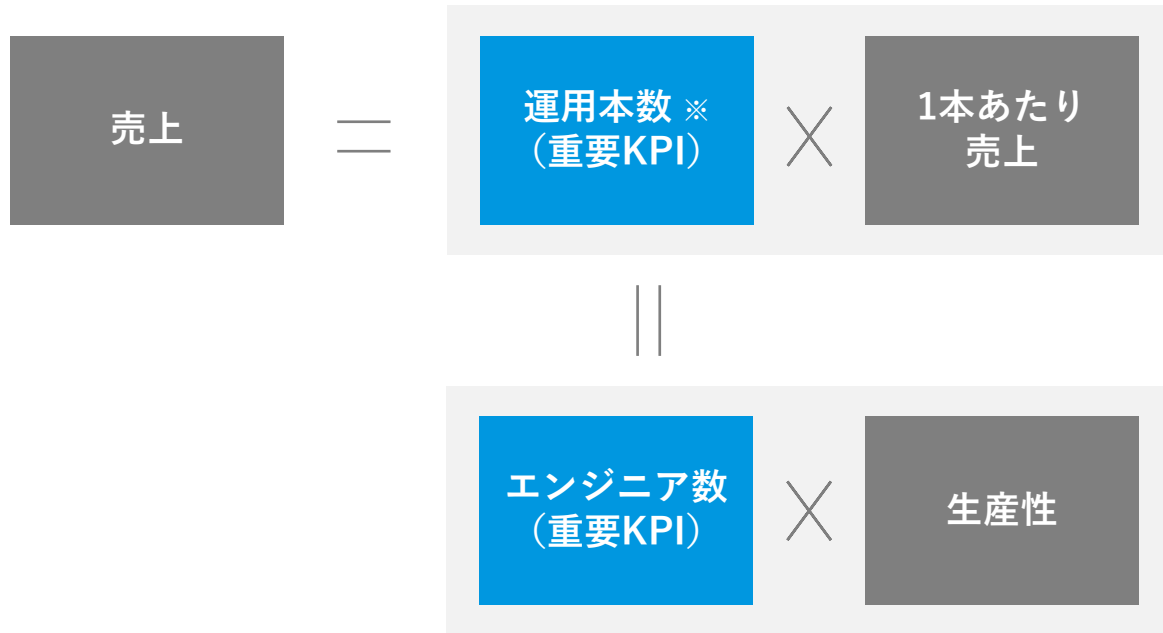
※「運用」とは、スマートフォンアプリの広告出稿が伴う運用を指します。



4-1. インターネットメディア事業 / 収益モデルとKPI

- エンジニア数を増加させることでデベロッパーとしての生産体制を強化
- 運用本数^{※1}を増加させることで総売上を拡大

収益モデル



KPI (運用本数・エンジニア数)^{※2}

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に開示を行います。

	FY2021 実績	FY2022 計画	増減
運用本数 (月平均)	298	351	53
エンジニア数	18	23	5

※1. 「運用本数」とは、広告出稿から運用を伴うすべてのスマートフォンアプリの本数（月平均）として管理しており、ストック収入は含まれておりません。

※2. FY2021までKPIとしておりました「国内向けカジュアルゲームアプリ」及び「グローバル」区分につきましては、「国内向けカジュアルゲームアプリ」のローカライズ（海外）展開の機会が増加したことや、国内市場の展開も一部含む「グローバル」の収益増加の背景などにより、区分自体の線引きが曖昧になってきた状況を鑑み、すべての本数を合算した数値のみを開示する方針に変更いたしました。

なお、「アプリ1本あたりの売上高」「貢献利益率」等の指標につきましても、これまで区分ごとの運用状況の把握・分析、戦略立案の観点から重視していたものの、区分を合算したことにより、指標としての重要性が低下したと判断したことや、投資家からのご意見も踏まえ、区分を合算した運用本数に影響を与えるエンジニア数が、より重要なKPIであると判断したことから、「運用本数（月平均）」と「エンジニア数」の2種のKPIに整理いたしました。



4-1. 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。

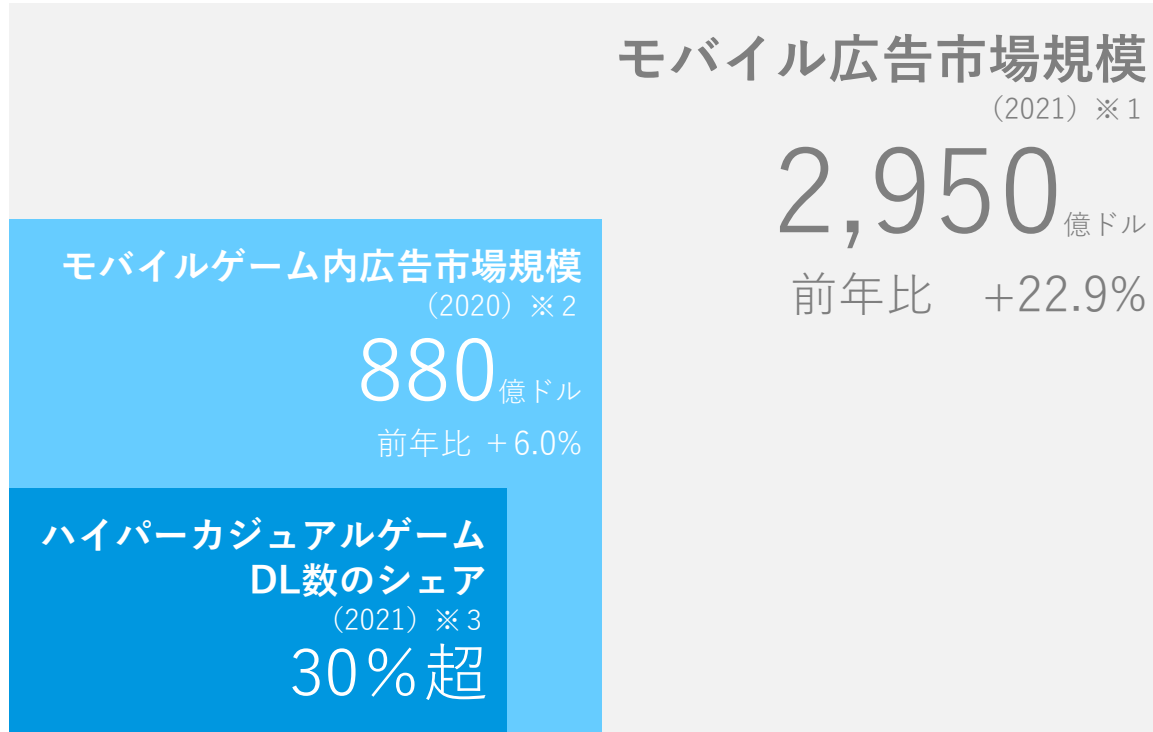
※3. 「Play-to-Earn」= ゲームをプレイすることでお金やポイント等のインセンティブが得られるゲーム



4-1. 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

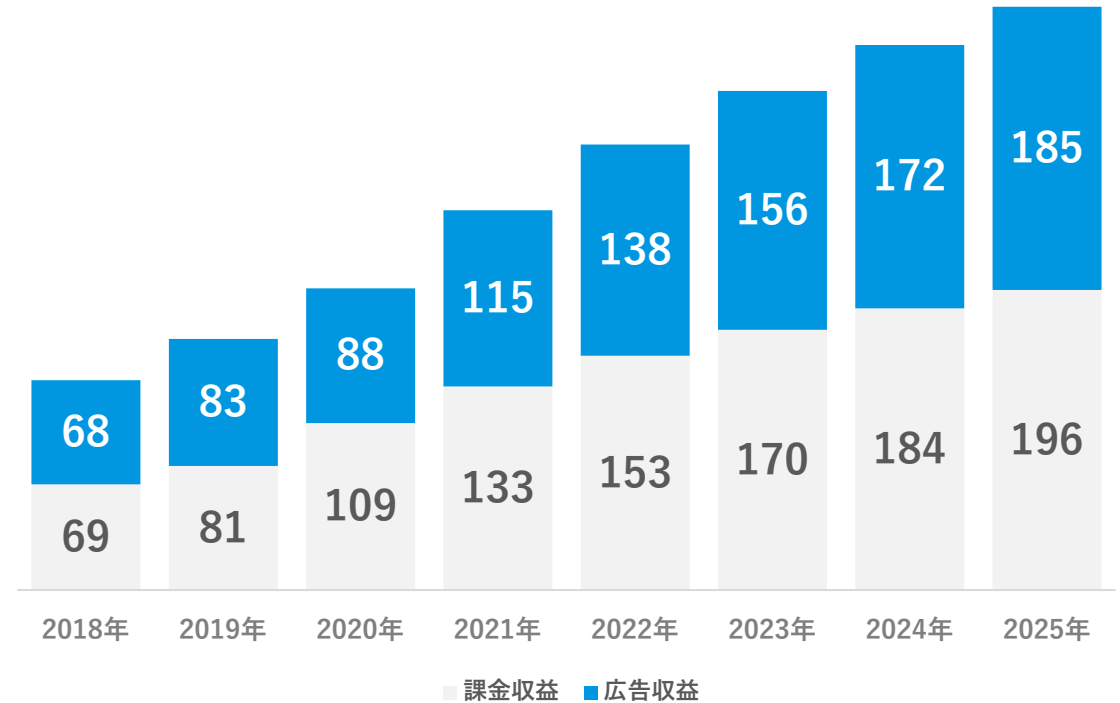
- モバイルゲーム内広告市場規模は2020年に880億ドル、2025年に1,850億ドルに到達と予想される
- 2021年のモバイルゲームのダウンロード数はハイパーカジュアルゲームが30%を超えるシェア

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)



4-1. インターネットメディア事業 / 成長ポテンシャル

得意とする国内市場ではシェアを維持、グローバル戦略においては圧倒的成長ポテンシャルをもつ

世界のゲーム人口 ※1
約27億人



アジア・太平洋のゲーム人口 ※1
約14億人



欧米のゲーム人口 ※1
約6億人

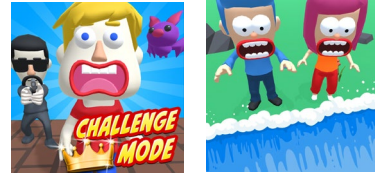


国内のゲーム人口 ※2
約5,000万人



- ※3
• APP STORE AWARDS 2021 にて第4位を獲得
- ※4
• App Annie社「2021年トップアプリ&ゲーム企業」にて第2位を獲得

「グローバル（ハイパーカジュアルゲームアプリ）」 管理ブランド名：FTY



- ・ハイパーカジュアルゲームアプリ市場が盛んな欧米をはじめ、アジア、インドやブラジルなどの新興国を含む全世界100カ国以上を対象にアプリを配信。
- ・各国の特徴に合わせたきめ細やかなマーケティングにて、収益の最大化を目指すとともに、ヒットを目指します。

「カジュアルゲームアプリ」 管理ブランド名：MASK



- ・当社が得意とする市場。国内デベロッパーとしては上位のシェアを誇り、世界的にみてもモバイル広告収益市場としてはまだまだ大きい。
- ・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。

※1. 出所：Newzoo社『2020年グローバルゲームプレイヤー人口』（2020年11月）

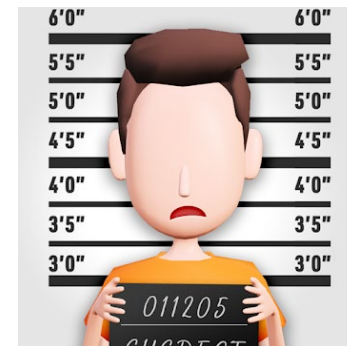
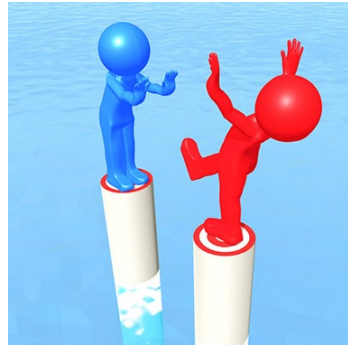
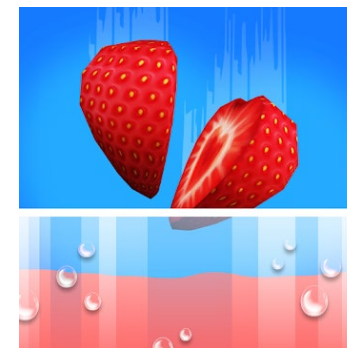
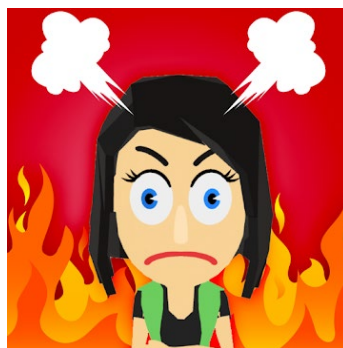
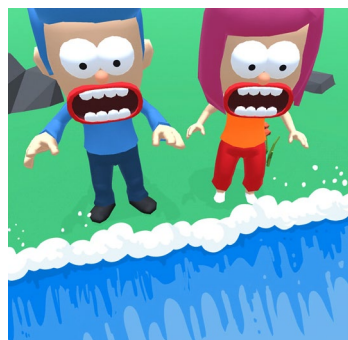
※2. 出所：株式会社角川アスキー総合研究所『ファミ通ゲーム白書2021』内「国内アプリゲーム人口」（2021年7月）

※3. 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)

※4. 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)



4-1. インターネットメディア事業 / 運用タイトル事例





4. ビジネスモデル及び事業計画

プラットフォーム事業



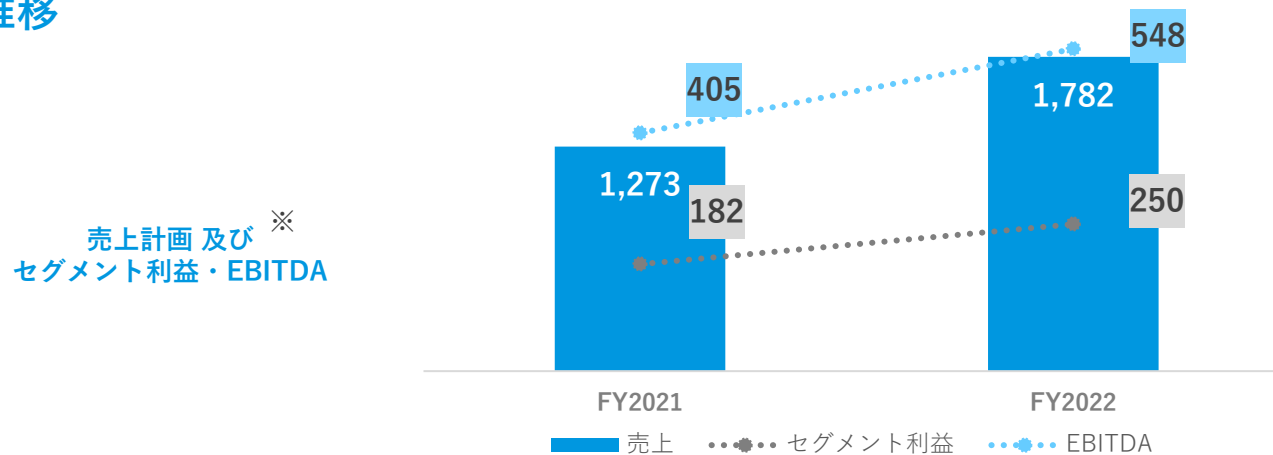
4-2. プラットフォーム事業

これまで培ったノウハウでスキルシェア市場に参入、恋愛相談サービスをメインに新規展開を予定

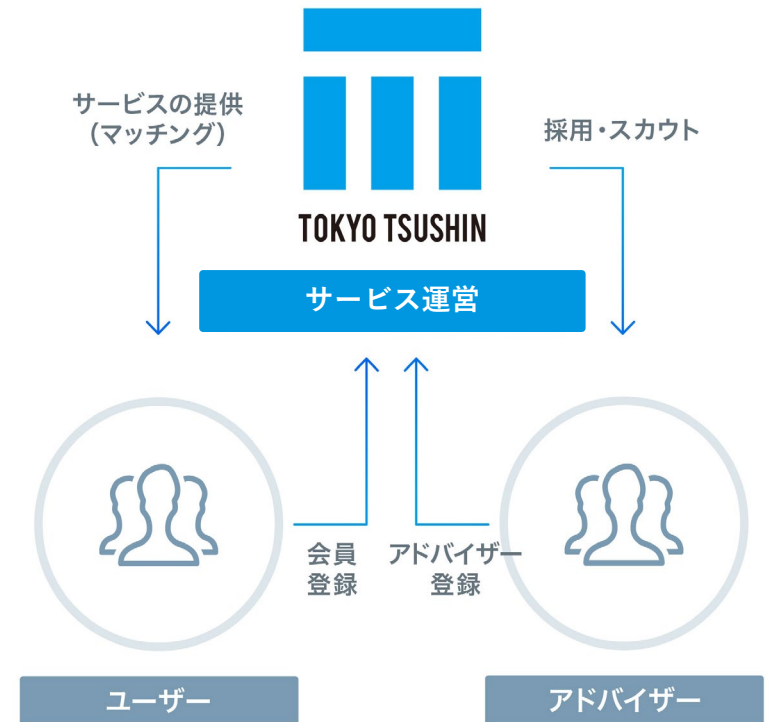
事業概要

- 日本国内において電話占い「カリス」を運営。鑑定師とユーザーのマッチングを行い、鑑定料（相談時間に応じた従量課金型）が主な収益
- ブランド力、コンプライアンス体制、鑑定師のプロデュース能力が強み
- 今後、AIを活用したマッチング精度の向上を模索

業績推移



スキーム図

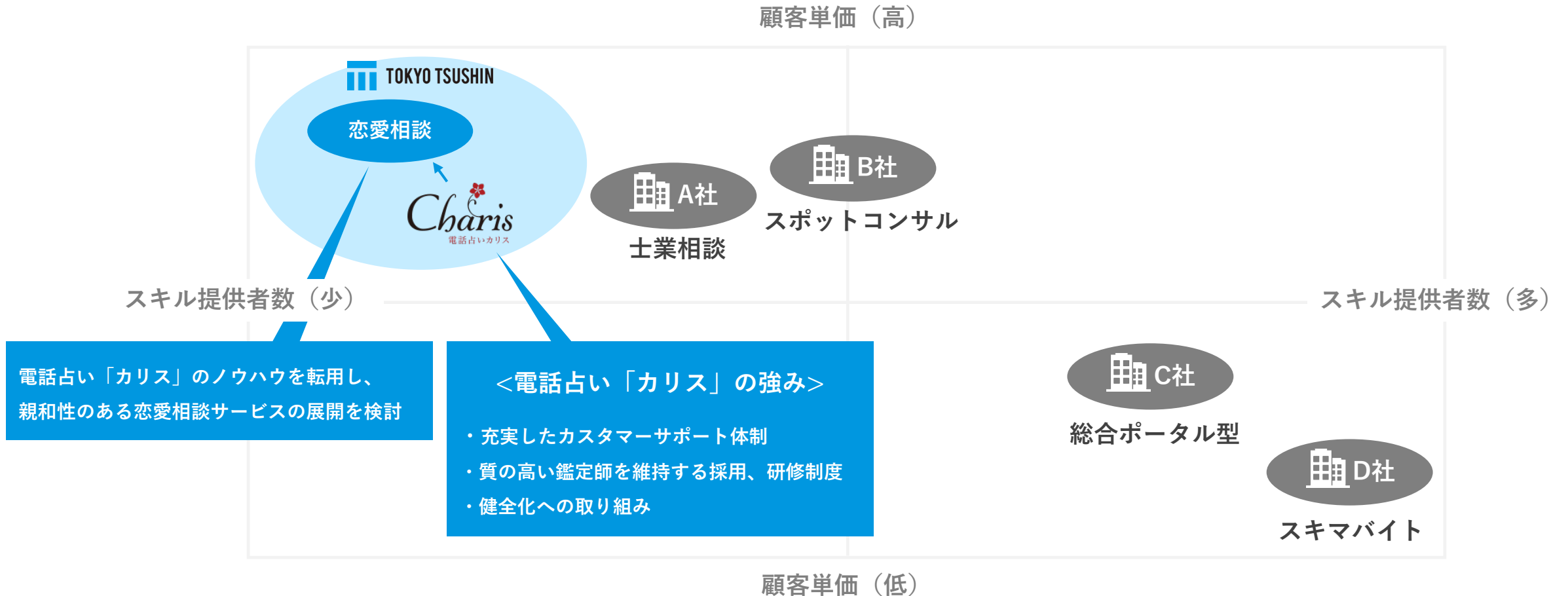


※株式会社ティファレートの連結子会社化にともない、FY2021 2Qより「プラットフォーム事業」を新たに報告セグメントに追加。
EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費



4-2. 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

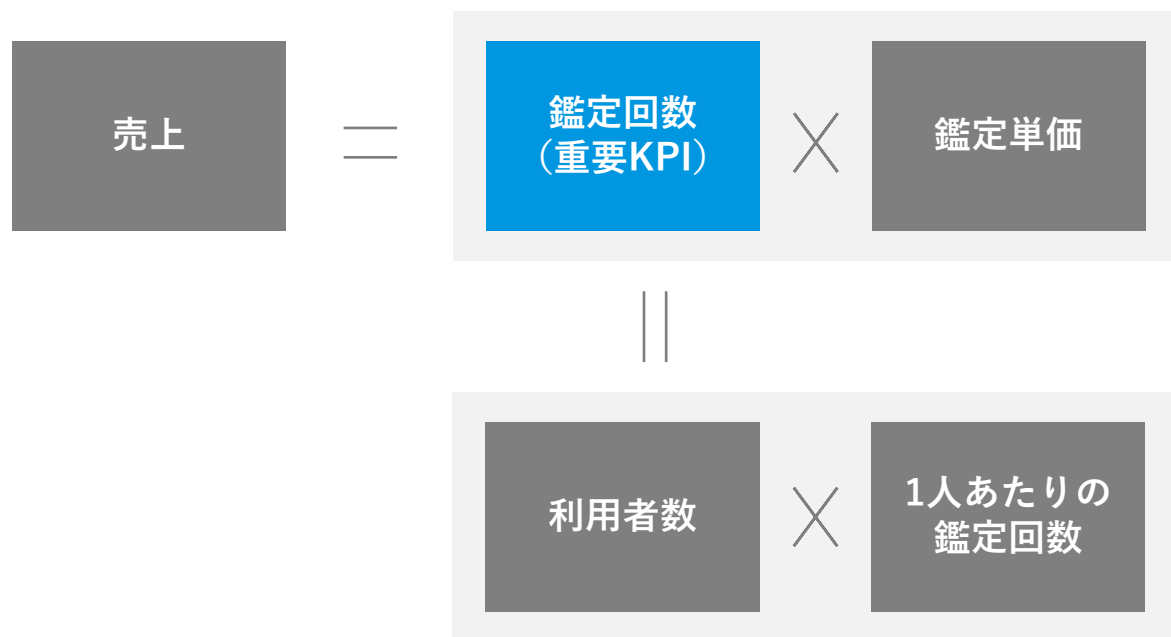




4-2. プラットフォーム事業 / 電話占い「カリス」収益モデル

- 積極的なプロモーション活動による利用者数を増加させ、**鑑定回数**を増大
- 鑑定回数が増加する事で、**売上の拡大を見込む**

収益モデル



KPI (鑑定回数)

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。

(千回)	FY2021 実績	FY2022 計画	増減
鑑定回数	266	277	11

4-2. プラットフォーム事業 / 成長戦略

既存事業の成長 × 新規事業の創出によるシェアの拡大を目指す

既存占いサービスの強化

カリスブランドの向上



新規獲得の広告予算拡充

デジタル広告の配信チャネルの拡大

所属鑑定師のメディア露出

UI/UXの追求



AI活用によるマッチング精度向上

オンライン動画鑑定機能の実装

決済手段の多様化

新規サービスの創出

新規事業創出



恋愛相談サービス

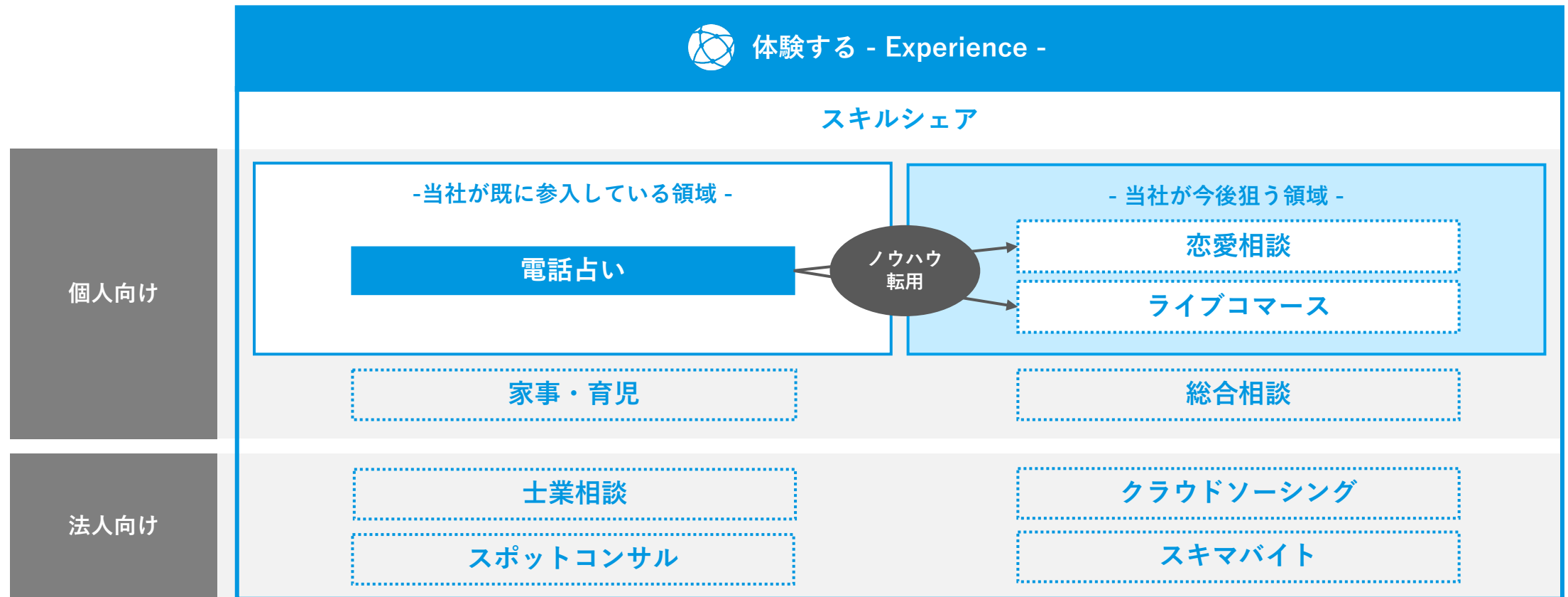
ライブコマース ※

※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。

4-2. 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



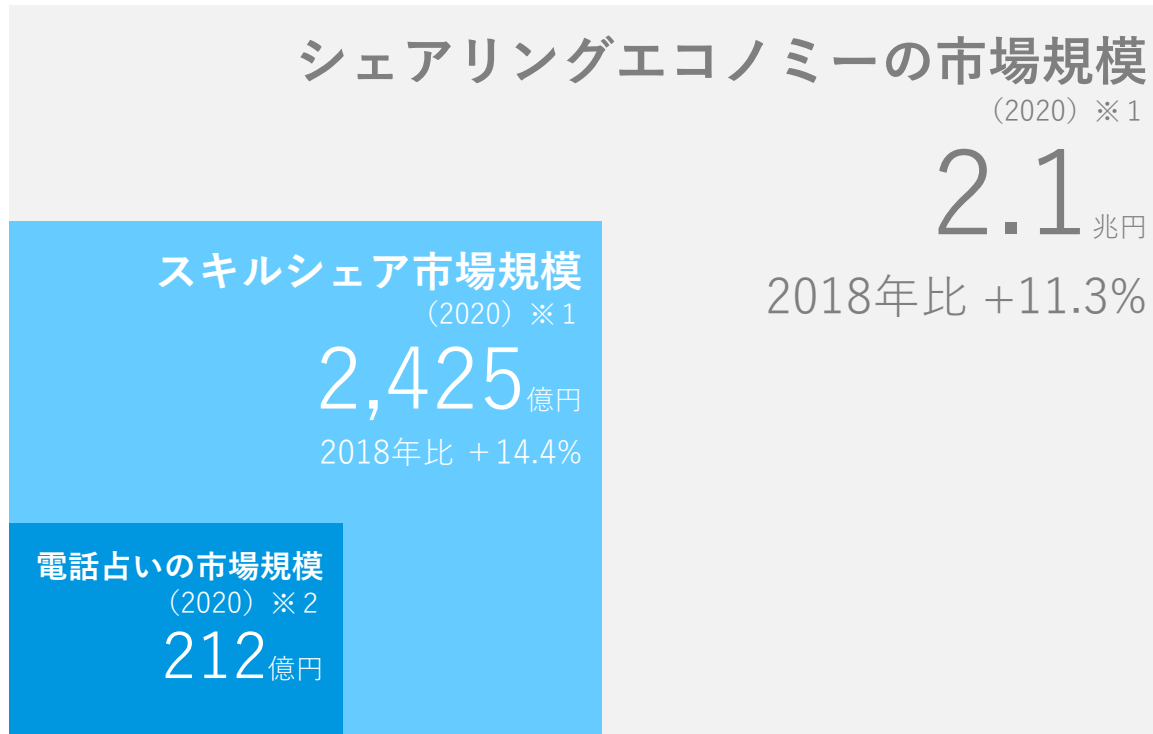
※ライブコマース事業に関しましては、株式会社ANAPと合併会社を設立して事業を展開していく予定です。現時点の当社のセグメント区分は「その他」の新規事業開発に含めております。



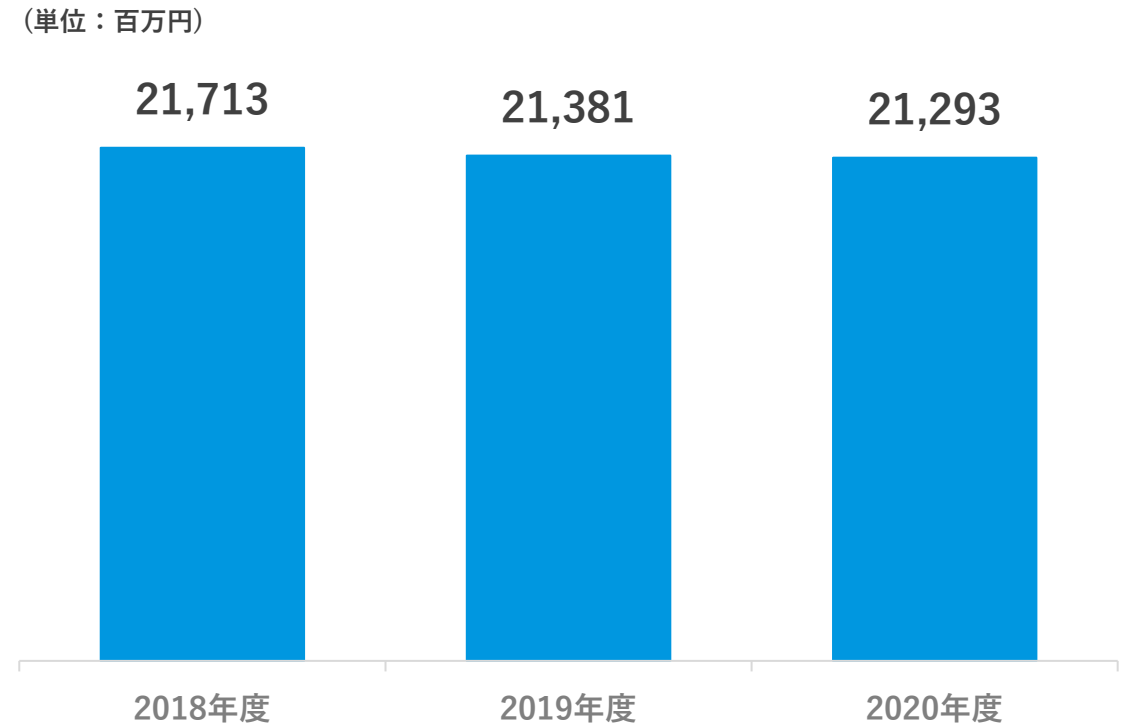
4-2. プラットフォーム事業 / 国内シェアリングエコノミーの市場規模

- 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。



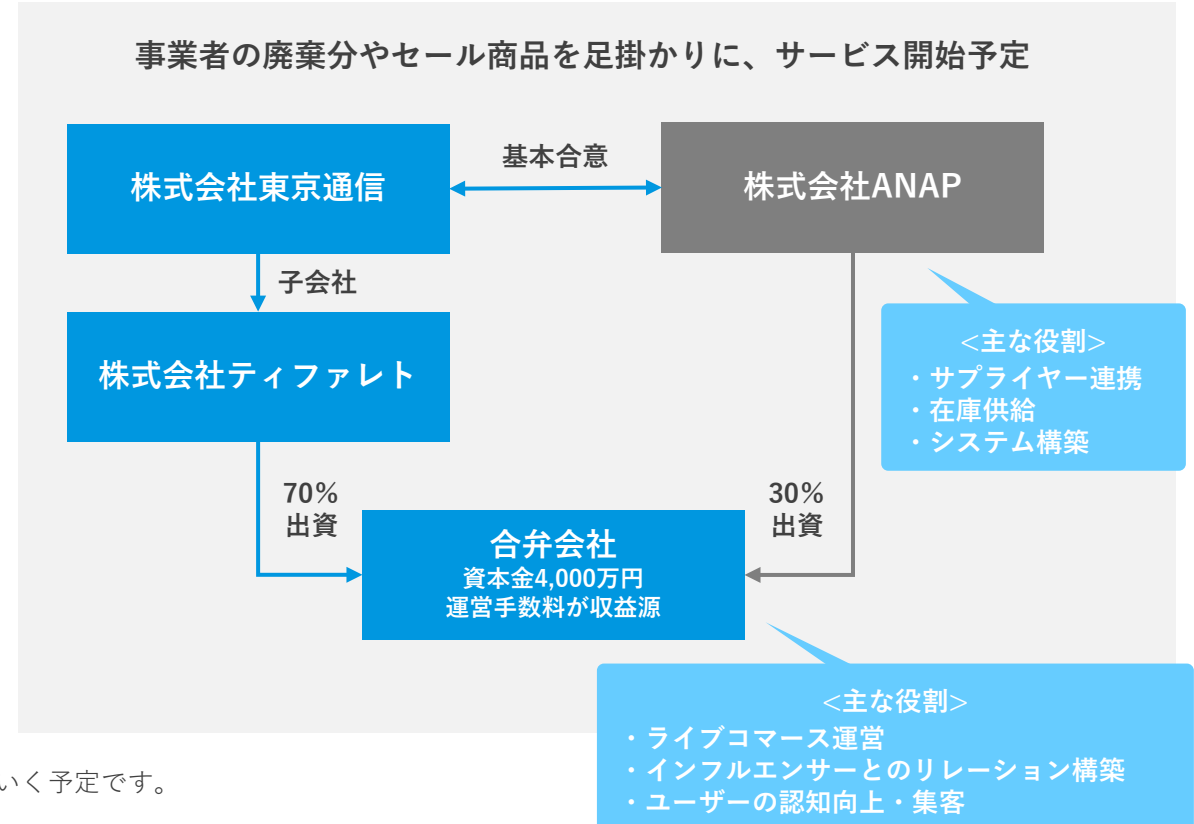
4-2. プラットフォーム事業 / 株式会社ANAPとのライブコマース事業に関して

- 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）



TOKYO TSUSHIN

4. ビジネスモデル及び事業計画

インターネット広告事業



4-3. インターネット広告事業

主にテクノロジーを活用したアフィリエイト広告、運用型広告を中心とした代理店事業を展開

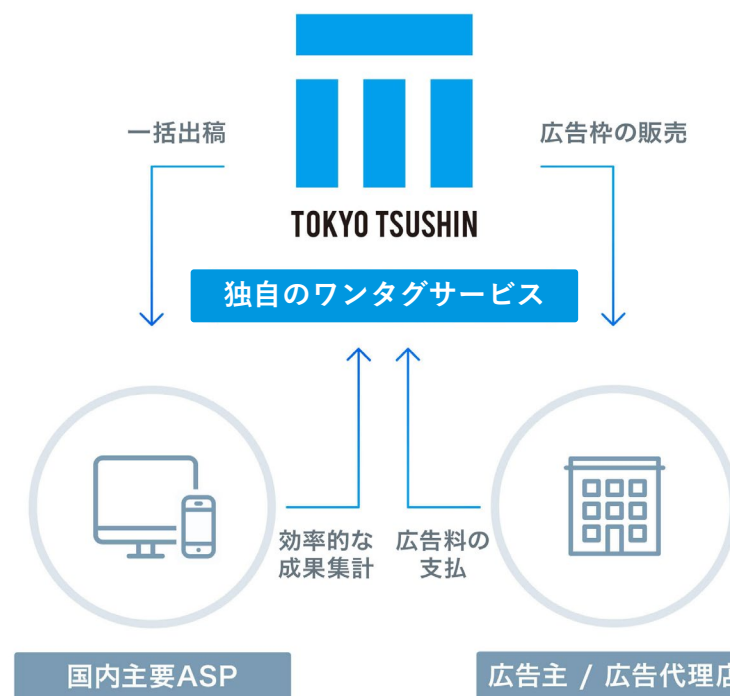
事業概要

- 広告代理店事業
インターネット広告領域において、アド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）、運用型広告が中心
- SEO事業
クライアントへのSEOコンサルティングサービス、クリエイティブサービス



広告配信、運用の管理から、実績をもとにした分析、改善案まで一気通貫でサポート

スキーム図





4-3. インターネット広告事業 / ポジショニングと特徴

当社の強みを生かしたデジタルマーケティングを中心に広告代理店事業を展開

- マーケティング -

戦略立案

ブランディング

販売促進

集客管理

効果測定

- デジタルマーケティング -

IoT

動画

ポイント・通貨

AR・VR

デジタルサイネージ

フィンテック

- 当社が得意とする領域 -

インターネット広告

アフィリエイト

メディア

SEO

スマートフォンアプリ

SNS

メール

WEBサイト

- 当社の強み -

「ユーザーの検索行動を最適化する」
ノウハウ・実績

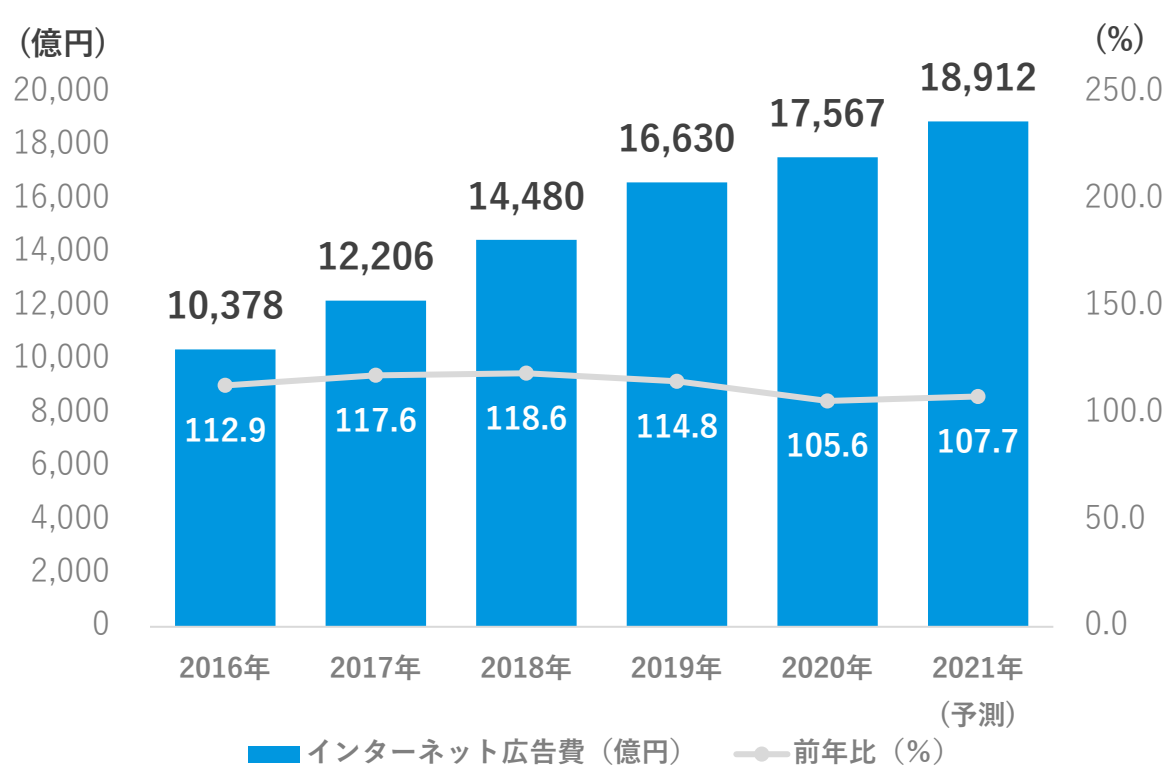
- 広告代理事業（運用型広告）
- 広告代理事業（アフィリエイト広告）
- SEOノウハウ
- SEOドメイン協業
- SEO自社サイト
- SNS集客ノウハウ



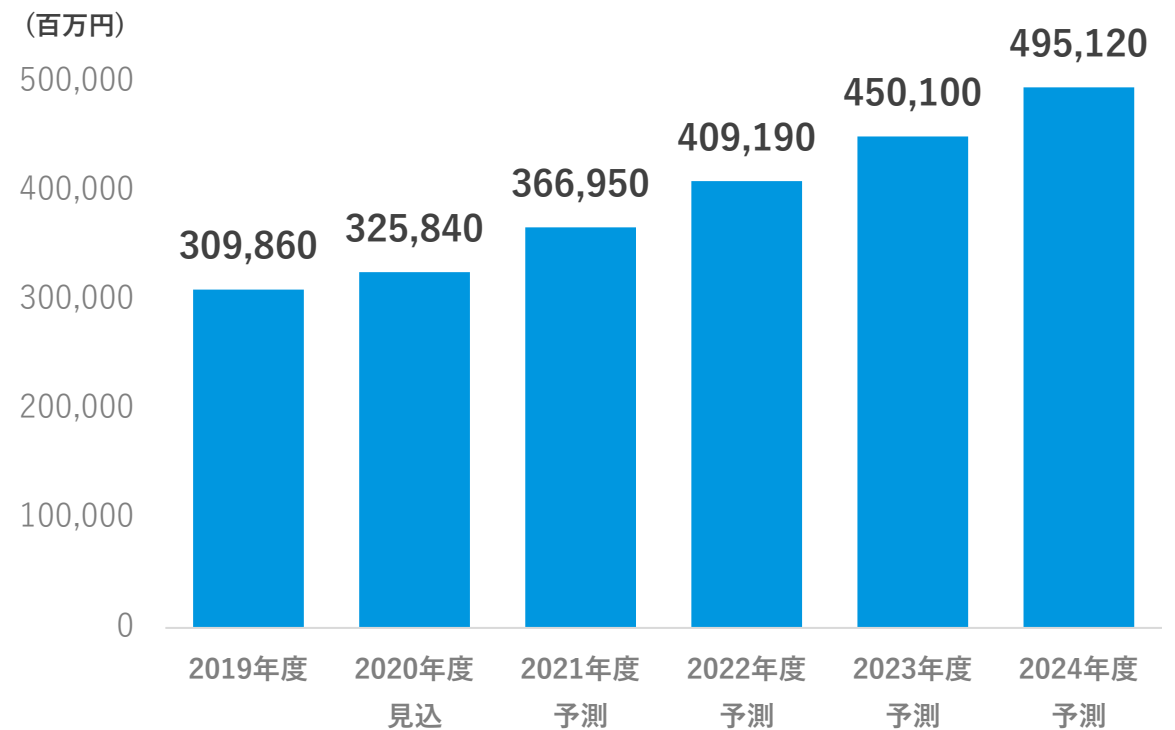
4-3. インターネット広告事業 / 日本のインターネット広告市場規模

- 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と予測
- 国内アフィリエイト市場規模は、2024年度には4,951億円に達すると予測

日本の広告費：インターネット広告媒体費総額の推移 ^{※1}



国内アフィリエイト市場規模推移と予測 ^{※2}



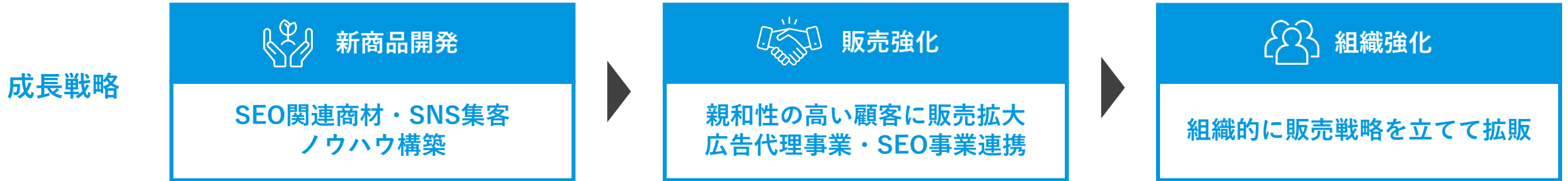
※1. 出所：株式会社電通『2020年 日本の広告費』

※2. 出所：矢野経済研究所『国内アフィリエイト市場規模推移と予測』（2021年）

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。

4-3. インターネット広告事業 / 成長戦略

広告代理店事業を軸に、SEO事業を展開。事業シナジーによる販売強化、組織強化を目指す



- ・ インターネット広告事業は収益最大化を目指す
- ・ SEO事業は金融関連領域などの利益率が高く、ユーザーの選択肢が多い商材を基に展開する方針

当期戦略

当期戦略① 既存事業の収益最大化	<ul style="list-style-type: none">・ 広告代理店事業においては、既存体制にて収益の最大化を目指す
当期戦略② SEO事業の立ち上がり	<ol style="list-style-type: none">1. ドメイン貸与メニューにて大手メディアと連携、収益を拡大。自社メディアの準備開始2. 専門性の高い業種のドメインを中心にリクルーティング3. 自社内ではドメインランクの高い既存サイトでメディア展開



4. ビジネスモデル及び事業計画 その他（新規事業・投資事業）



4-4. スキルオン事業

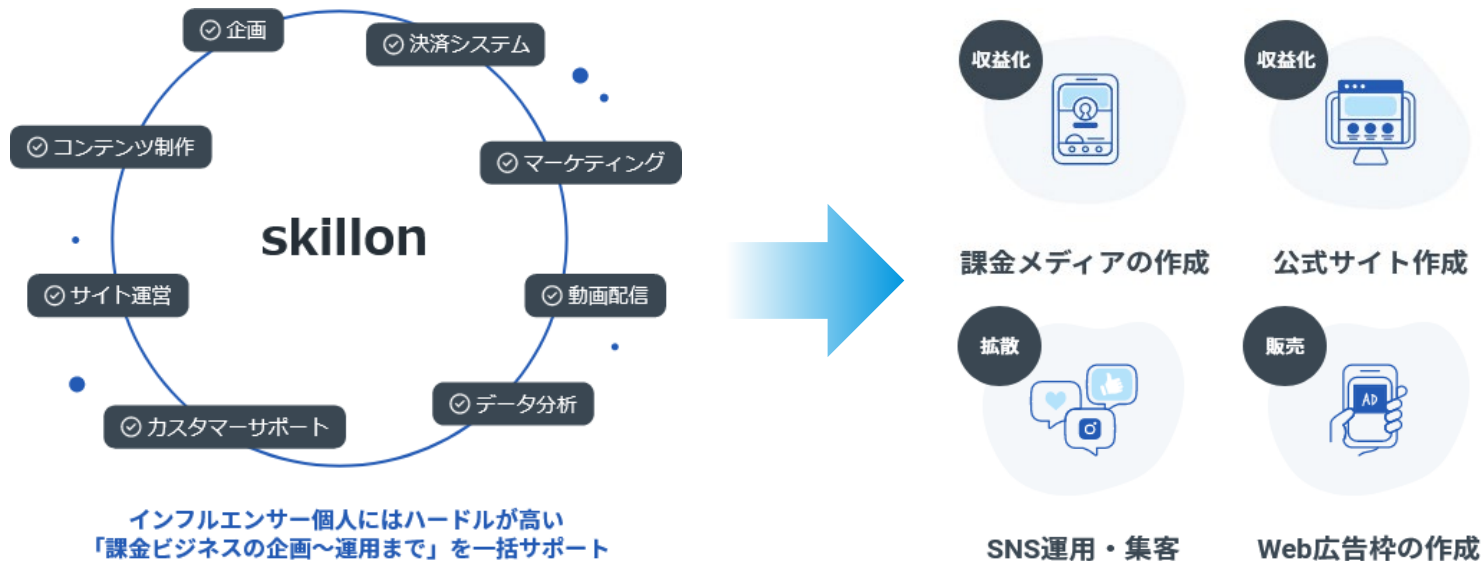
インフルエンサーを活用しながらファンビジネスのDX化支援を推進

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、管理運用をするスキルオンサービス

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**しています。



サービス事例

「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』



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





4-4. 投資事業

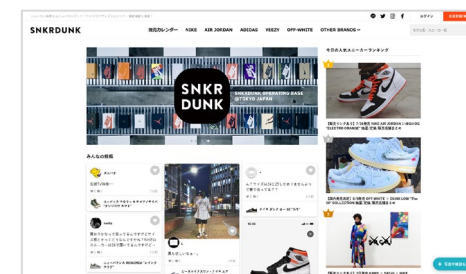
- インターネット企業を中心に有望投資先をソーシングし、投資実行する方針
- 新たに、basepartners2号投資事業有限責任組合を立ち上げ、ファンド規模を拡大

事業概要

- 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
- 投資後も事業成長に伴い、追加出資を受け、さらなる成長に期待
- 主な投資先はSODA inc.や taskey 等

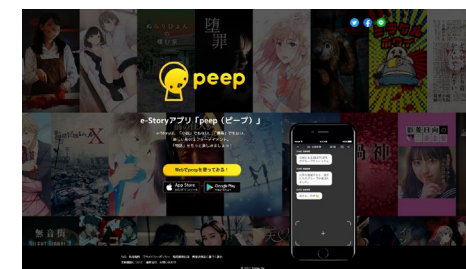
投資先事例

SODA inc.

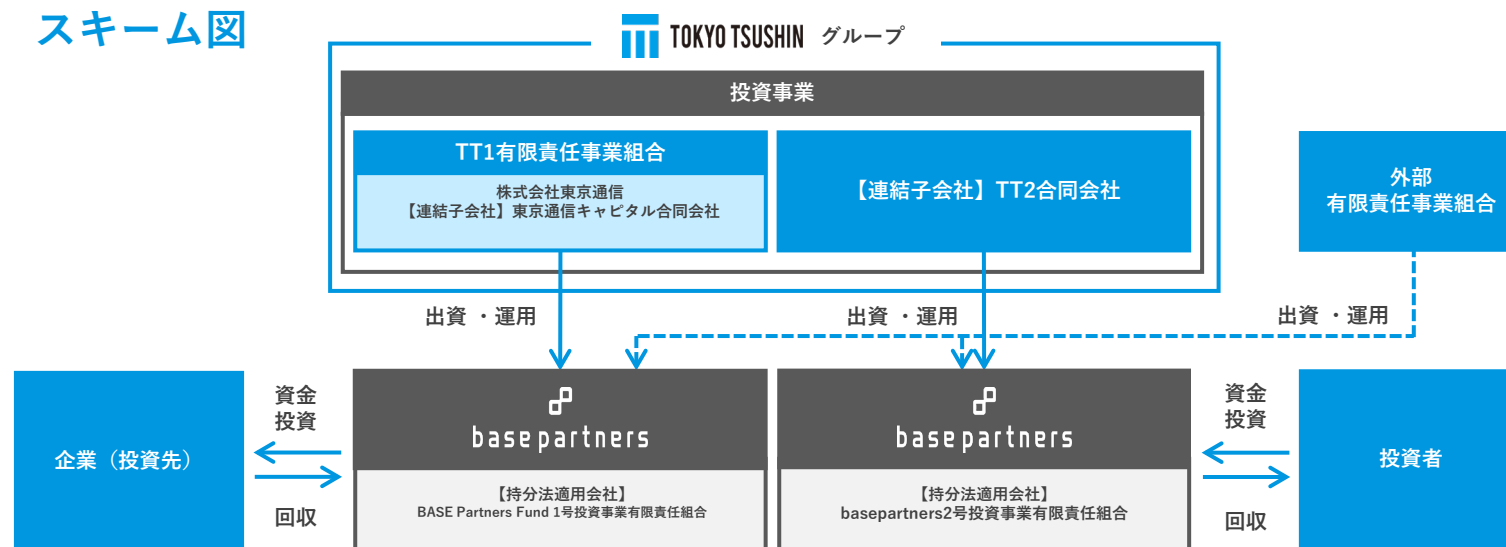


SNKR DUNK

taskey



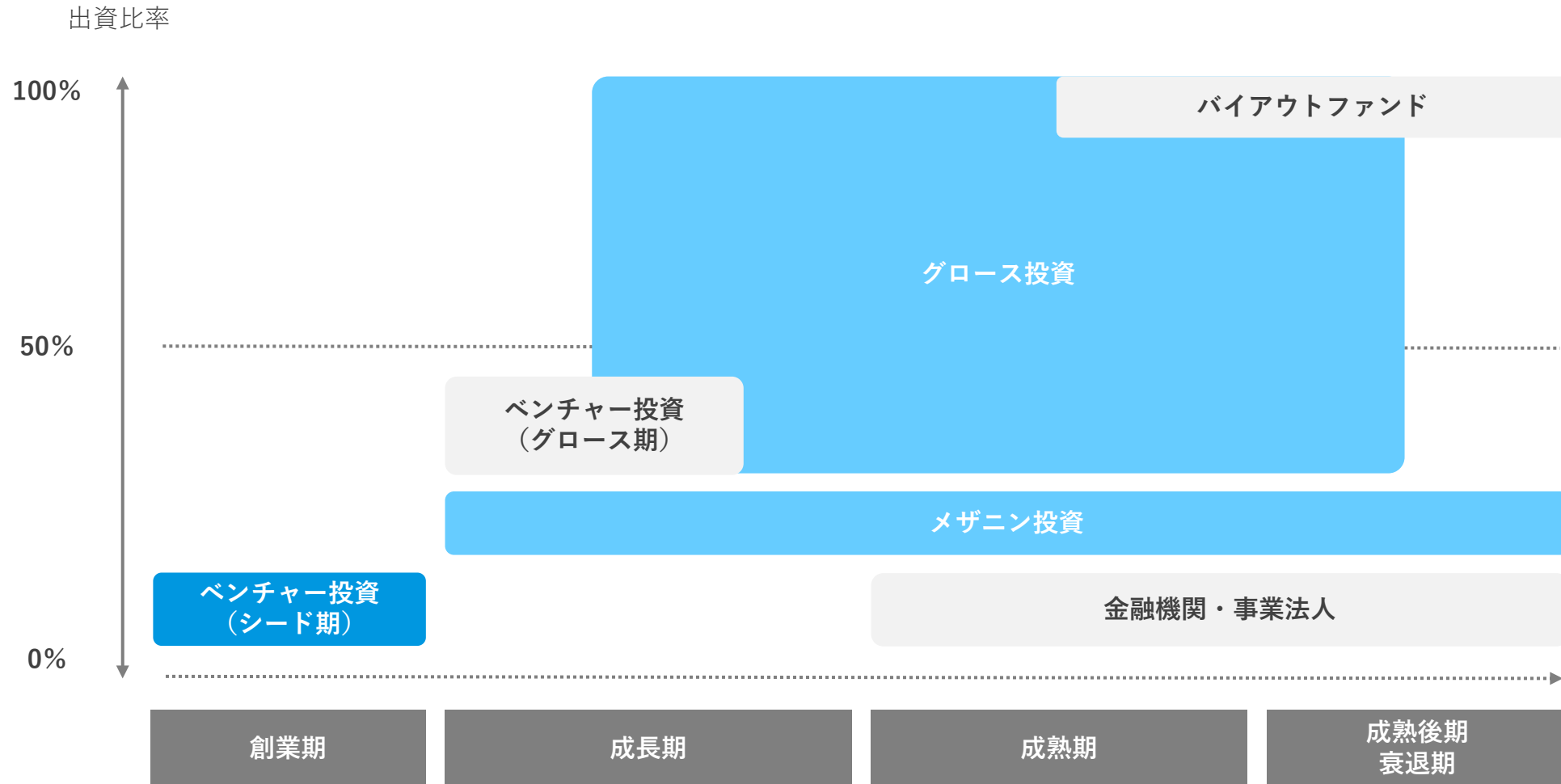
スキーム図





4-4. 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**





4-4. 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



5. 事業等のリスク



5. 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。

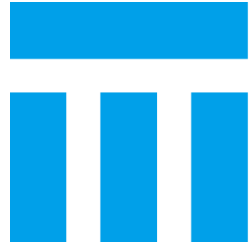
市場環境に係るリスク	リスクの概要	顕在化の可能性	影響度	対応方針
業界動向について	インターネット関連市場について ⇒国内外における市場成長が阻害されるような状況が生じた場合	低	低	現時点でも該当市場は成長、拡大を続けているものと捉えておりますので、今後も動向を注視して柔軟に対応してまいります。 また、多様な事業を運営しつつも、新規事業開発にも取り組むことにより、環境変化に影響を受けにくい収益構造となることを目指してまいります。
	スマートフォン関連市場について ⇒新たな法的規制の導入、技術革新の遅れ、利用料金の改定を含む通信事業者の動向等、当社の予期せぬ要因によりスマートフォン関連市場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. 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、特定事業者に依存しており、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200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。