



**TOKYO TSUSHIN**

## 2022年12月期 決算説明資料

2023年2月13日

証券コード：7359 東証グロース



# 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.	2022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. 12
	- プラットフォーム事業	P. 18
	- インターネット広告事業	P. 29
	- その他（新規事業）	P. 31
3.	2023年12月期 業績計画	P. 33
4.	今後の展望	P. 36
5.	appendix	P. 42



# エグゼクティブサマリー

## ● Web3.0 / メタバース / GameFi 領域に注力

- ・ブロックチェーンゲームの開発 及び GameFi 領域へ参入、注力事業として強化
- ・投資先である株式会社オーバースが「Nippon Idol Token (NIDT)」のIEOを2023年春に実施予定
- ・Fortniteを活用したメタバース×ゲームにてOWN.×メタバース広告の活用を開始

## ● 2022年ゲームダウンロード数ランキング第1位を獲得 / 「SATORI電話占い」を事業譲受

- ・東京通信が2022年のスマートフォン向けゲームダウンロード数ランキングにて第1位を獲得
- ・株式会社サイバーエージェントから「SATORI電話占い」を譲受することを決定、今後は恋愛相談サービスのリリースを予定  
FY2023～では、電話占い「カリス」のM&A後のナチュラルグロース&「SATORI」の譲受で、年間約400百万円の増収 ※

## ● 「OWN.」「B4ND」を中心に、精力的に新サービスを展開

- ・「OWN.App」はリリース9か月で累計10万ダウンロードを突破、「OWN.Shop」にてアパレル展開を開始
- ・アーティストと双方向のコミュニケーションを実現する推し活×メッセージアプリ「B4ND」を2月にβ版リリース予定
- ・TikTok特化型の最新マーケティング手法が学べる「ULTRA SALON」の提供開始、次世代LIVEクリエイター発掘を推進



# 1. 2022年12月期 決算概要



# 1-1. 2022年12月期 決算概要 / 決算ハイライト

FY2022 連結業績	精力的に新規事業への投資を実施しつつも、売上高はYonYで成長			
	売上高	: 5,071 百万円 ※1	YonY	: 107.2 %
	営業利益	: △54 百万円	YonY	: △11.7 %

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	精力的にハイパーカジュアルゲームアプリや新ジャンルのアプリ開発投資に注力			
	売上高	: 3,011 百万円	YonY	: 91.8 %
	セグメント利益	: 334 百万円	YonY	: 49.3 %

※2 プラットフォーム事業	電話占い「カリス」がブランドの認知向上とともに大きく貢献、精力的に複数の新規サービス開発を継続			
	売上高	: 1,778 百万円	YonY	: 138.9 %
	セグメント利益	: 156 百万円	YonY	: 116.9 %

インターネット 広告事業	SEO事業等の新規商材の貢献もあり増収ではあるものの、コスト増により減益			
	売上高	: 263 百万円	YonY	: 163.5 %
	セグメント利益	: △14 百万円	YonY	: △28.1 %

その他	新規事業領域への人員増に伴う人件費、開発費のコスト増			
	売上高	: 21 百万円	YonY	: 182.3 %
	セグメント利益	: △97 百万円	YonY	: △34 百万円

※1. FY2022 1Qより「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を適用しております。

※2. FY2022 2Qより、その他に含まれていた一部の事業につきましてサービス内容を拡大しプラットフォームの提供形態になったため、「プラットフォーム事業」に含めております。  
なお、FY2021のセグメント情報 (YonY) については、変更後の区分方法により作成したものを記載しております。

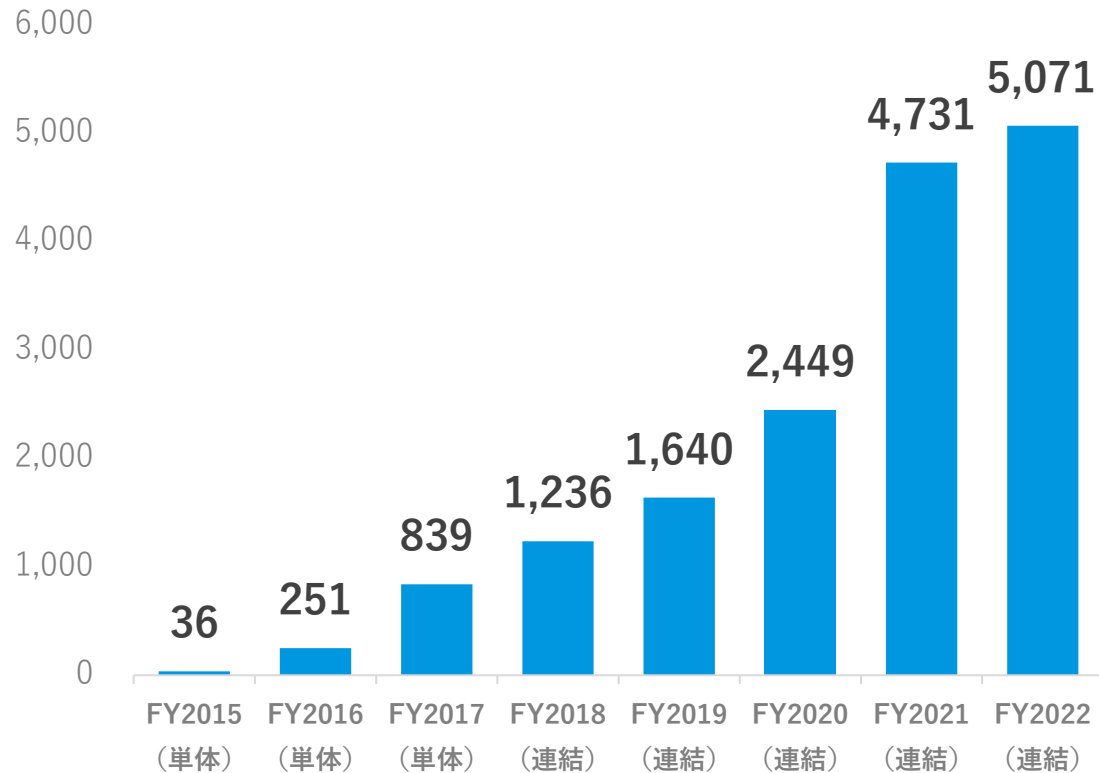


# 1-2. 2022年12月期 決算概要 / 連結売上高・連結営業利益

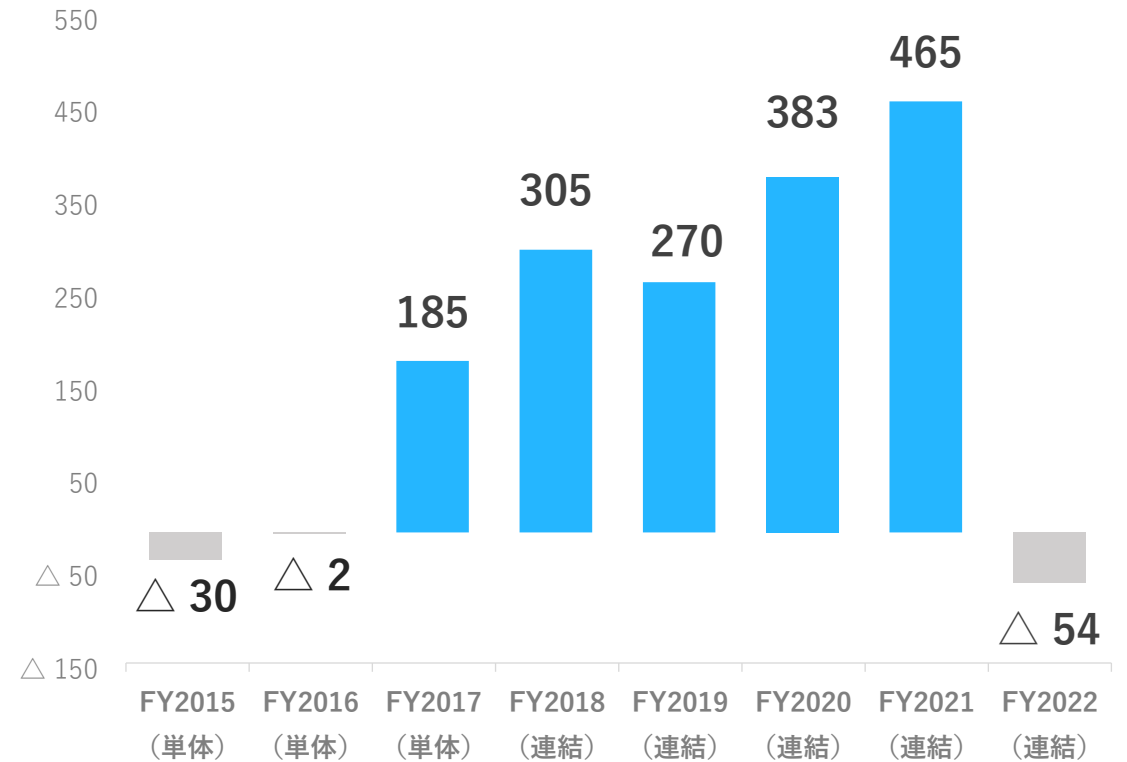
※  
【連結売上高】 5,071 百万円 ( YonY 107.2% )

【連結営業利益】 △54 百万円 ( YonY △11.7% )

売上高(百万円)



営業利益(百万円)



※ FY2022 1Qより「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を適用しております。

# 1-3. 2022年12月期 決算概要 / 連結損益計算書

(百万円)	FY2022		FY2021	YoY
	実績 ※1	計画 ※2	実績	
売上高	5,071	5,000	4,731	107.2%
売上総利益	4,221	—	4,213	100.2%
販売費及び一般管理費	4,276	—	3,748	114.1%
営業利益	△54	△75	465	△11.7%
営業利益率	△1.1%	△1.5%	9.8%	△10.9pt
経常利益	△45	△60	424	△10.6%
税金等調整前当期純利益	△141	—	411	△34.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△265	△230	202	△131.0%
EBITDA ※3	318	296	707	44.9%

- プラットフォーム事業の電話占い「カリス」が年間を通して安定的に収益貢献したことに加え、ヘルステックサービス「OWN.」をはじめとする新規事業のリリースにより、売上高は前年比で107.2%と成長

- インターネットメディア事業において、「Save them all」に続く世界規模のヒット作を創出できなかったことと、新ジャンルのアプリ開発費とプロモーション費が増加したことで利益が減少
- 11月のオフィス移転による一時的なコストが発生

※1. FY2022 1Qより「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を適用しております。

※2. 当社は2022年12月27日に業績予想の修正を行っております。

※3. EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費





# 1-4. 2022年12月期 決算概要 / 事業別セグメント実績

		(百万円)	FY2022 実績	FY2021 実績	増減
連結業績	売上高 ※1		5,071	4,731	340
	営業利益		△54	465	△519
	EBITDA ※2		318	707	△389
インターネットメディア事業	売上高		3,011	3,278	△267
	セグメント利益		334	678	△343
プラットフォーム事業 ※3	売上高		1,778	1,280	498
	セグメント利益		156	133	22
	EBITDA		460	357	103
インターネット広告事業	売上高		263	161	102
	セグメント利益		△14	51	△66
その他	売上高		21	11	9
	セグメント利益		△97	△63	△34

※1. FY2022 1Qより「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等を適用しております。

※2. EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

※3. FY2022 2Qより、その他に含まれていた一部の事業につきましてサービス内容を拡大しプラットフォームの提供形態になったため、「プラットフォーム事業」に含めております。  
なお、FY2021のセグメント情報(増減)については、変更後の区分方法により作成したものを記載しております。

# 1-5. 2022年12月期 決算概要 / 連結貸借対照表

(百万円)	2022年12月末	2021年12月末	増減
<b>流動資産</b>	<b>1,677</b>	1,628	49
現預金	898	906	△7
固定資産	2,207	2,376	△168
<b>資産合計</b>	<b>3,884</b>	4,004	△119
流動負債	1,049	813	235
固定負債	1,956	2,056	△100
<b>負債合計</b>	<b>3,005</b>	2,869	135
株主資本	869	1,134	△265
<b>純資産計</b>	<b>879</b>	1,134	△255
<b>負債・純資産計</b>	<b>3,884</b>	4,004	△119

- オフィス移転にともない旧オフィス関連の固定資産が減少
- 当初計画との乖離が発生したサービスに関して固定資産を減損



# 1-6. 各事業の進捗状況

デジタルビジネス・コングロマリットに向けた **事業ポートフォリオの強化** 及び **新規事業・サービスの創出**

	FY2022の黒字事業	FY2022の赤字事業	
	利益創出フェーズ ※1	利益化フェーズ ※2	事業化フェーズ ※3
インターネット メディア事業	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">無料ゲーム</div> グローバル展開を強化	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">音声コンテンツ</div> FY2023 単月黒字化	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">Play to Earn</div> NFT×IP 模索
プラット フォーム事業	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">電話占い 恋愛相談</div> ※電話占いから恋愛相談が派生予定	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">スキルオン</div> FY2023 単月黒字化	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">ヘルスケア (OWN.)</div> FY2023 単月黒字化
インターネット 広告事業		<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">SEO</div> 複数領域 開拓	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">広告代理</div> 新規顧客 開拓
その他	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">投資</div> 2号ファンド立ち上げ	<div style="border: 1px solid blue; padding: 5px; text-align: center;">デジタル サイネージ</div> FY2023 単月黒字化	<div style="border: 1px dashed blue; padding: 5px; text-align: center;">ライブコマース (PCAN Live)</div> FY2023 単月黒字化
			<div style="border: 1px dashed blue; padding: 5px; text-align: center;">メッセージアプリ (B4ND)</div> FY2023 単月黒字化
			<div style="border: 1px dashed blue; padding: 5px; text-align: center;">メタバース</div> コンテンツ移植 推進
			<div style="border: 1px dashed blue; padding: 5px; text-align: center;">人材サービス (Seekers Port)</div> FY2023 単月黒字化
			<div style="border: 1px dashed blue; padding: 5px; text-align: center;">その他 新規事業</div>

既存事業で創出した利益を複数の新規事業へ投資。  
さらに注力すべき事業を取捨選択し、  
次なる収益柱の確立&セグメント化を目指す。

※1. 利益創出フェーズ：利益が黒字の状態  
 ※2. 利益化フェーズ：ビジネスモデルが構築され、赤字の状態であるが、順調に売上が積みあがっている状態  
 ※3. 事業化フェーズ：ビジネスモデルの構築を行っている状態



## 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

大ヒットタイトル「Save them all」の収益減少の影響があるものの  
精力的にハイパーカジュアルゲームアプリや新ジャンルのアプリ開発投資に注力

FY2022

売上高

**3,011** 百万円

YoY

**91.8** %  $\triangle$  **267** 百万円

増減

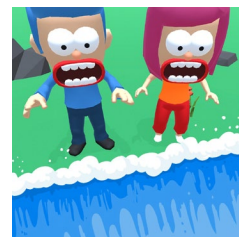
セグメント利益

**334** 百万円

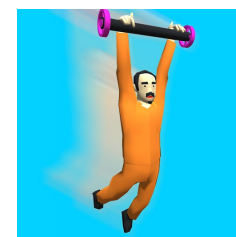
YoY

**49.3** %  $\triangle$  **343** 百万円

増減



「stop the flow!」



「draw flights」



「ポイ活ソリティア」



「救え! 邪神ちゃんドロップキック」

- 世界に配信しているハイパーカジュアルゲームアプリでは、「stop the flow!」や「draw flights」といったヒットタイトルの運用が好調に推移。
- Play-to-Earn領域※にて“インセンティブゲーム”の展開を開始した「ポイ活ソリティア」も好調に運用継続中。
- 外部のIP（知的財産）を活用したハイパーカジュアルゲームアプリ「救え! 邪神ちゃんドロップキック」をリリース。

※「Play-to-Earn」=ゲームをプレイすることで、ユーザーがアプリ内通貨などのインセンティブを得られる形式のゲーム

## 2-1. インターネットメディア事業 / KPI

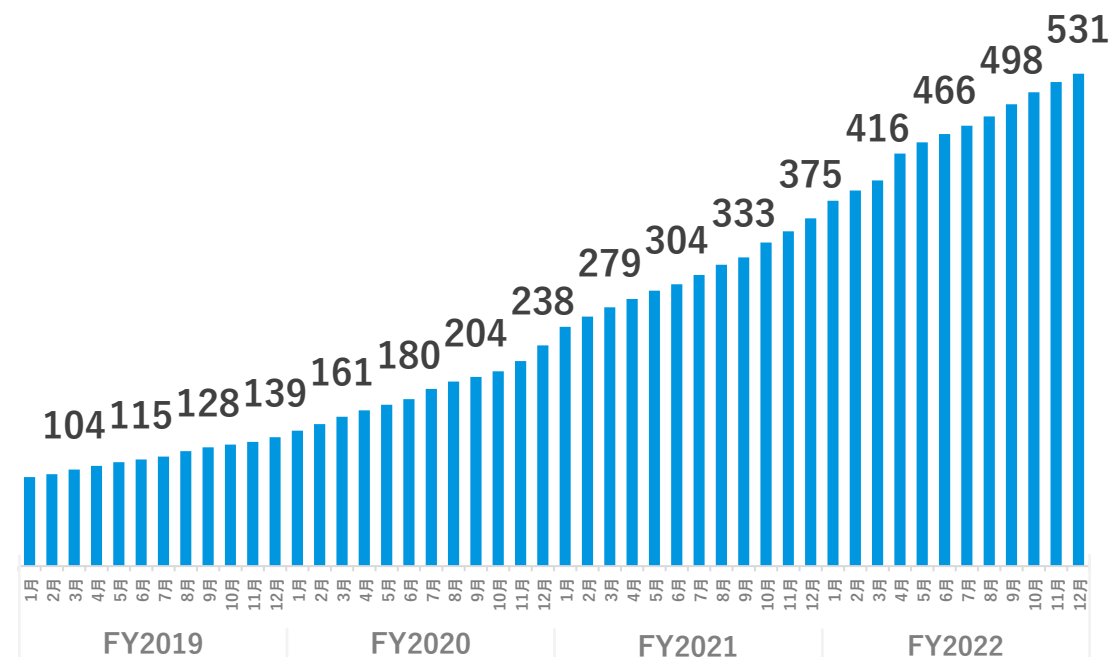
- スマートフォンアプリの累計ダウンロード数が5億件を突破

### ※1 ※2 KPI (運用本数)

	FY2022 計画	FY2022 実績
運用本数 (月平均)	351	340

KPIの運用本数は計画値に届かなかったものの、精力的に新ジャンルでのアプリ開発等にも注力しており、運用本数に含まれていないNintendo Switch™ ※3でのタイトル配信～運用などの新たな取り組みも開始しております。

参考：  
スマートフォンアプリ累計ダウンロード数 (百万件)



※1. 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。

※2. 「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。

※3. 「Nintendo Switch」は、任天堂株式会社の商標です。



## 2-1. インターネットメディア事業 / トピックス①

ハイパーカジュアルゲームアプリ「stop the flow!」が  
APP STORE AWARDS 2022で第9位を獲得※



子会社のfty合同会社が手掛けるハイパーカジュアルゲームアプリ  
「stop the flow!」がAPP STORE AWARDS 2022（トップ無料ゲームランキン  
グ）にて第9位を獲得しました。

「Stop the flow!」は、ドロワー系系のハイパーカジュアルゲームアプリで、  
ゲームの目的は主人公のキャラクターを押し寄せる波から守るシンプルで直観  
的に遊べるアプリです。

IP×ハイパーカジュアルゲーム  
『救え！邪神ちゃんドロップキック』を全世界へ配信



新たな取り組みとして、外部のIP（知的財産）を活用したハイパーカジュ  
アルゲームアプリ『救え！邪神ちゃんドロップキック(Rescue! DROPKICK ON  
MY DEVIL!!)』を全世界（一部地域を除く）に配信しています。

アニメ「邪神ちゃんドロップキック」の公式ゲームとなり、迫りくる危険から  
線を描いて「邪神ちゃん」を救出していくアプリです。

©ユキヲ・COMICメテオ／邪神ちゃんドロップキックX製作委員会  
©MASK LLC.

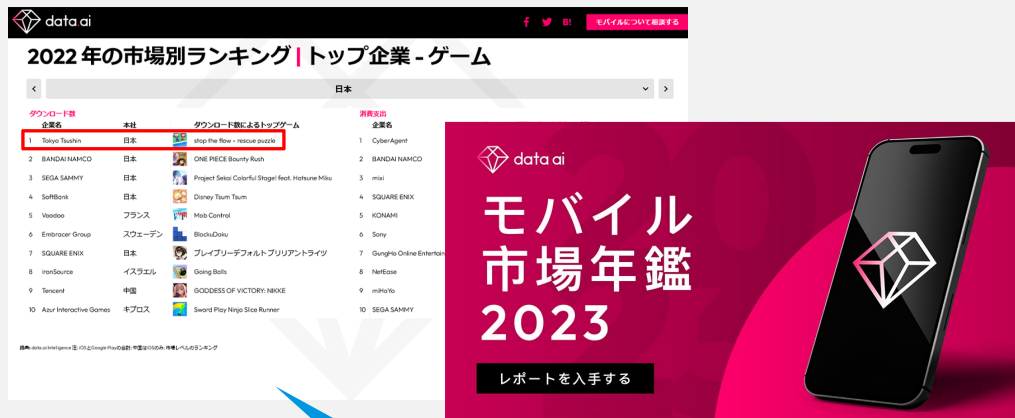
※ Apple社「APP STORE AWARDS 2022（トップ無料ゲームランキング）」（2022年）



# 2-1. インターネットメディア事業 / トピックス②

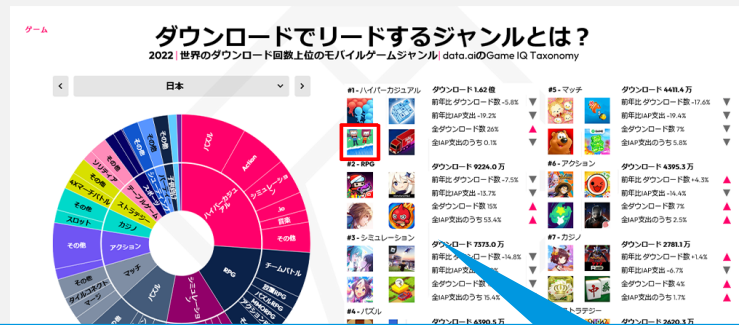
東京通信が『2022年ゲームダウンロード数ランキング』にて第1位を獲得  
ハイパーカジュアルアプリ市場の成長に大きく貢献

※



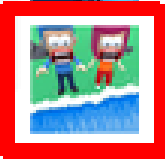
順位	企業名	本社	ダウンロード数によるトップゲーム
1	Tokyo Tsushin	日本	stop the flow - rescue puzzle
2	BANDAI NAMCO	日本	ONE PIECE Bounty Rush
3	SEGA SAMMY	日本	Project Sekai Colorful Stage! feat. Hatsune Miku

東京通信がダウンロード数で日本一に!!



#1-ハイパーカジュアル ダウンロード1.62億  
前年比ダウンロード数 -5.8%  
前年比IAP支出 -19.2%  
全ダウンロード数 26%  
全IAP支出のうち 0.1%

#2-RPG ダウンロード9224.0万



#2-RPG

「ハイパーカジュアルジャンルの1.62億ダウンロード」に東京通信が貢献!!

※ data.ai社『モバイル市場年鑑2023』『2022年ゲームダウンロード数ランキング（日本市場）』（2023年）





## 2-1. インターネットメディア事業 / トピックス③

※  
当社のゲームアプリ開発ノウハウを活かし、GameFi 領域へ参入予定



ブロックチェーンゲームの開発 及び GameFi 領域への参入に向け  
株式会社ネクスグループとアライアンス契約を締結

 TOKYO TSUSHIN



今後、さまざまな GameFi プラットフォームへ  
ブロックチェーンゲームの供給を模索

※ GameFiとはGame（ゲーム）とFinance（金融）を融合した言葉であり、ゲームをプレイすることでプレイヤーがトークンなどの経済的インセンティブを獲得できる「Play to Earn」などの仕組みを含むブロックチェーンゲームを指します。



## 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

電話占い「カリス」がブランドの認知向上とともに大きく貢献  
精力的に複数の新規サービス開発を継続

FY2022 ※1

売上高	YonY	増減
<b>1,778</b> 百万円	<b>138.9</b> %	<b>+498</b> 百万円
セグメント利益	YonY	増減
<b>156</b> 百万円	<b>116.9</b> %	<b>+22</b> 百万円
EBITDA ※2	YonY	増減
<b>460</b> 百万円	<b>129.0</b> %	<b>+103</b> 百万円



- 電話占い「カリス」が引き続き大きく貢献  
「カリス」ブランドの認知度が向上、業績も堅調に推移。  
2023年4月には株式会社サイバーエージェントより、「SATORI電話占い」を事業譲受予定、積極的にシェア拡大を狙う。
- 新規事業の精力的な展開
  - ・ヘルステックアプリ「OWN.App」は高い継続率で課金ユーザーが順調に増加、物販EC領域の開拓に向け「OWN.Shop」をリリース。
  - ・アーティストと双方向のコミュニケーションを実現する推し活×メッセージアプリ「B4ND」(β版)を2023年2月リリース予定。

※1. FY2022 2Qより、その他に含まれていた一部の事業につきましてサービス内容を拡大しプラットフォームの提供形態になったため、「プラットフォーム事業」に含めております。  
 なお、FY2021のセグメント情報 (YonY) については、変更後の区分方法により作成したものを記載しております。  
 ※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

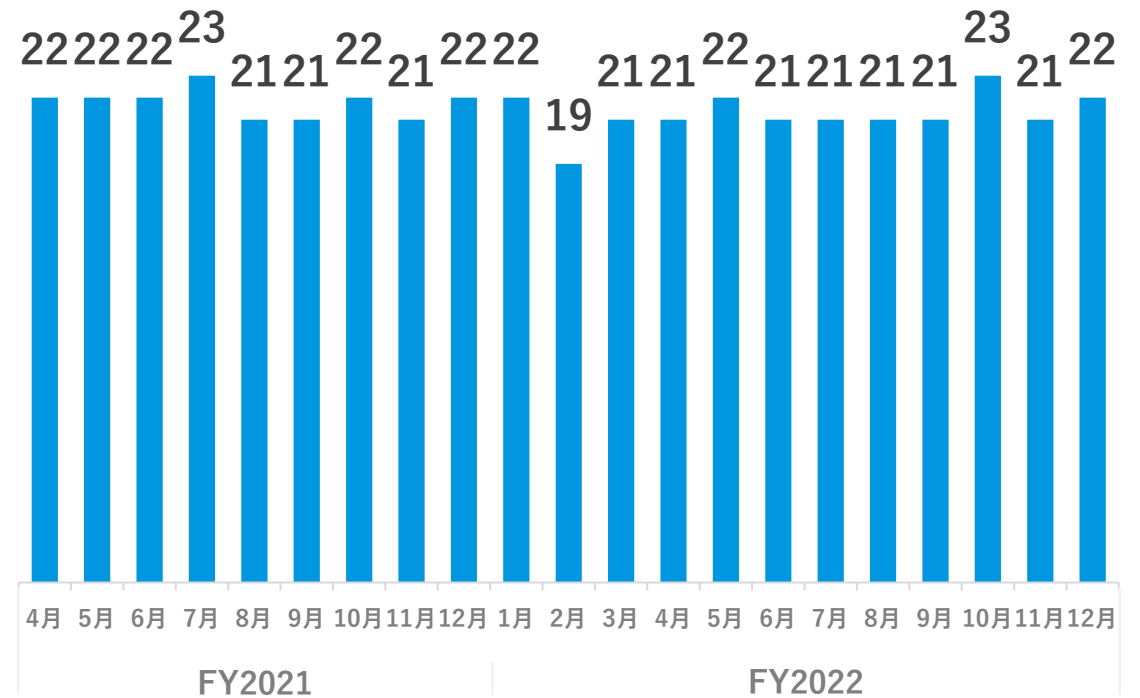
- 電話占い「カリス」では毎月 約21,000回 の電話鑑定を実施
- 約200名の実績ある鑑定師が在籍

### KPI (鑑定回数)

(千回)	FY2022 計画	FY2022 実績
鑑定回数	277	261

KPIの鑑定回数は計画値に届かなかったものの、「カリス」ブランドの認知向上を図り、収益性の改善をすることで、売上高、セグメント利益ともにプラットフォーム事業の業績に大きく貢献しました。

鑑定回数(千回) ※



※ 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るため非掲載となります。



## 2-2. プラットフォーム事業 / 電話占い「カリス」 M&A後の動向

- FY2021の株式会社ティファレトの株式取得（完全子会社化）後、電話占い「カリス」の収益改善を達成
- FY2023に株式会社サイバーエージェントから「SATORI電話占い」を譲り受け予定、シェア拡大を狙う

### 電話占い「カリス」

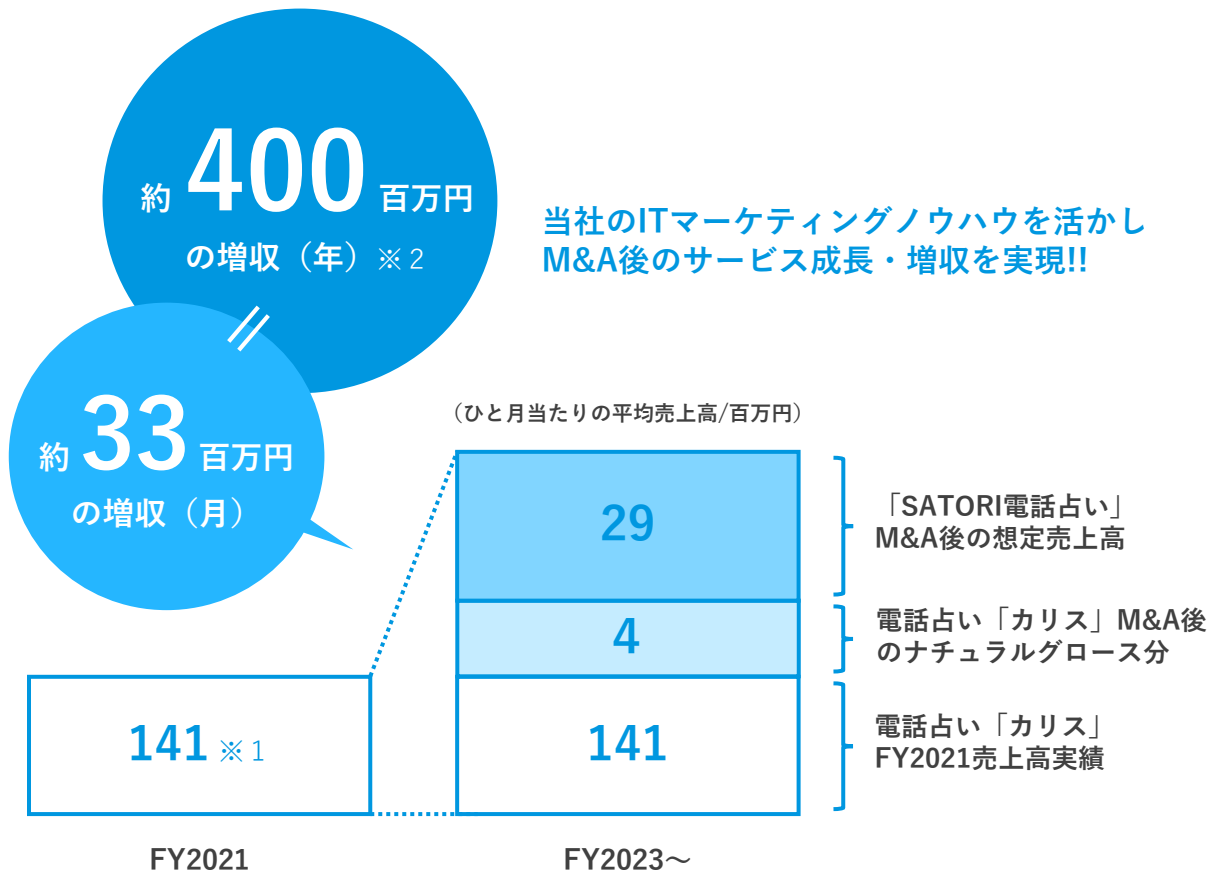


FY2021 2Qから  
セグメント新設・追加

### 「SATORI電話占い」



FY2023 2Qから  
セグメント追加（予定）



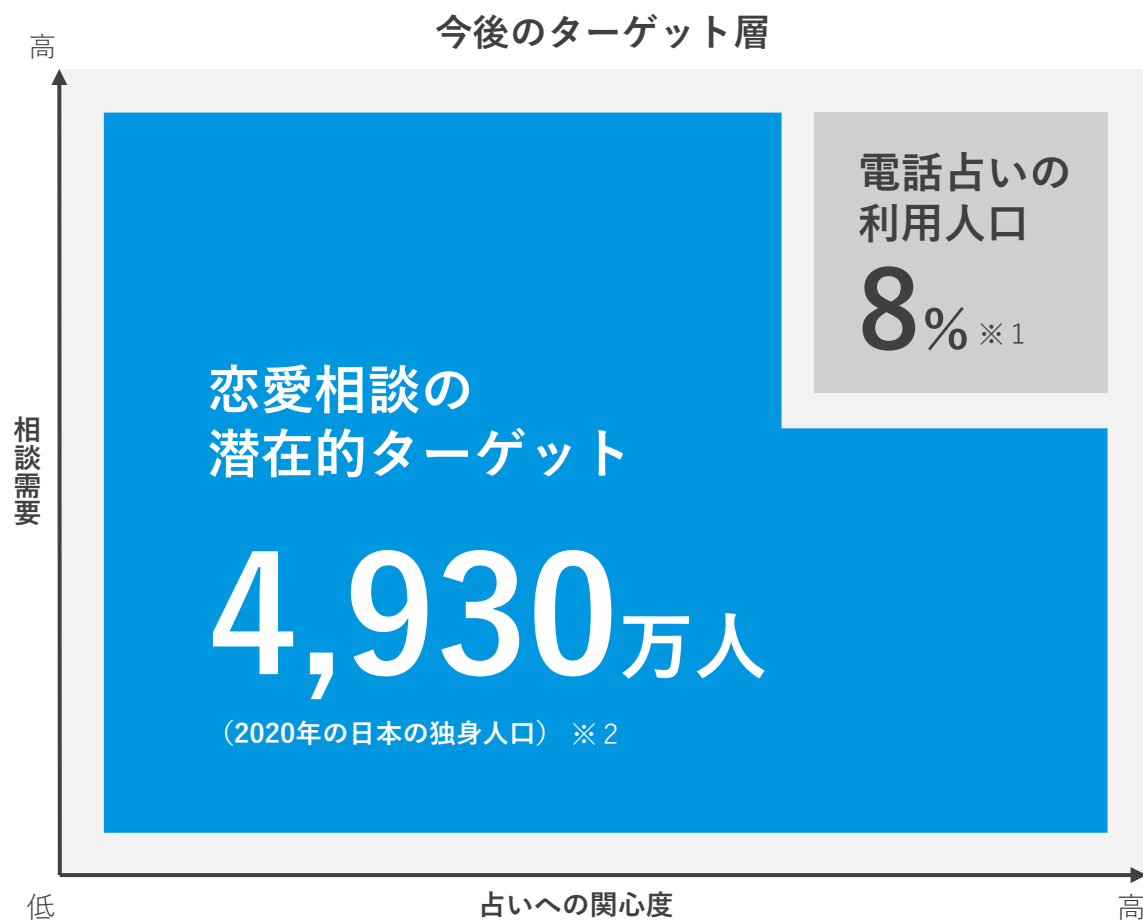
※1. FY2021 1Qまでの数値については、当社グループによる「株式会社ティファレト」の株式取得前の情報となるため、FY2021の月平均の売上高は2Q～4Qまでの実績値から算出しています。

※2. 「SATORI電話占い」は、FY2023 2Qからのセグメント追加予定のため、図中のひと月当たりの増収額（約33百万円）に12か月を掛け合わせた数値情報となります。

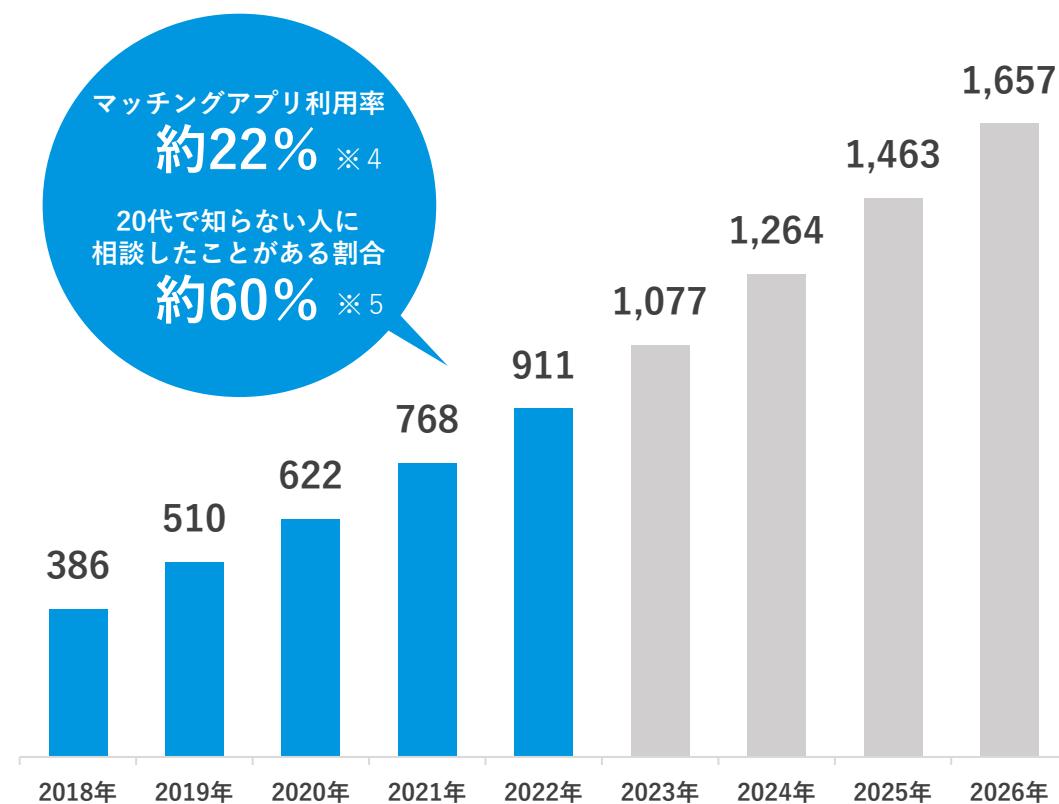


## 2-2. プラットフォーム事業 / C to C マatchingプラットフォームに向けて

- 電話占いから恋愛相談へ派生し、ライフスタイル領域のC to C マatchingプラットフォームを目指す



恋活・婚活マatchingサービス市場規模予想 (億円) ※3



※1. 出所：ノマドマーケティング株式会社『全国の男女1000名を対象に電話占いについてのアンケート』（2021年）

※2. 出所：総務省『国勢調査』（2020年）

※3. 出所：株式会社タプル「2021オンライン恋活・婚活マatchingサービスの国内市場調査」（2021年）

※4. 出所：株式会社リクルート「婚活実態調査2022」

※5. 出所：株式会社RLECT「恋愛相談に関する実態調査」（2022年）



## 2-2. プラットフォーム事業 / 物販領域の開拓 「OWN.Shop」 について

- プロテインやサプリメントに加え、「OWN.Clothing」の販売を開始
- 物販EC領域や健康経営領域を開拓し、ヘルスケアにおける包括的なサービス提供を目指す

### OWN.Shop



### OWN.Clothing

2023年1月販売開始



「OWN.App」の機能強化・認知向上により、ユーザー数の最大化に努めるとともに、ヘルスケアにおける包括的なサービス提供に向け、自社開発のプロテイン、マルチビタミンサプリメント、アパレル及びトレーニンググッズの販売を開始（一部商品は予定）。将来的にはリアルフィットネス・ジムへの展開、健康経営を目指す企業への福利厚生サービスとしての提供等を検討・推進してまいります。



## 2-2. プラットフォーム事業 / あらたな取り組み

- 「OWN.App」の認知向上に向け、ゲーム×メタバース広告の活用を開始
- TikTok特化型のマーケティング手法が学べるコミュニティサロン「ULTRA SALON」の提供開始

### 「OWN.App」の認知向上に向け ゲーム×メタバース広告の活用を開始



メタバース市場の成長と共にメタバース広告の需要も急増すると予想し、新たな取り組みとして、「OWN.」監修の筋トレ系インフルエンサーのTestosterone氏のIPを活用したメタバース×ゲーム「TOKYO WORKOUT DEATHRUN」にて、メタバース広告を活用しました。

### TikTok特化型のコミュニティサロン 「ULTRA SALON」の提供開始



SNSを活用した認知度向上や集客力強化を実現できないクライアントが多くいることを鑑み、ULTRA SOCIAL株式会社と協業でTikTok特化型の最新マーケティング手法が学べるコミュニティサロン「ULTRA SALON」の提供を開始。また、次世代Liveクリエイター発掘に向け、同社と代理店契約を締結しました。





## 2-2. プラットフォーム事業 / 「OWN.」 が狙うターゲット人口

- 国内のフィットネス会員数は433万人、人口対比で3.5%のニッチな市場
- ダイエット経験のある推定7,000万人のマス向けのヘルステックアプリとしてのポジション確立を目指す

# OWN.



# OWN. が狙うポジショニング



※1. 出所：株式会社クラブビジネスジャパン『Fitness Business』（2021年）

※2. 出所：マイボイスコム株式会社『ダイエットに関する調査（第10回）』（2020年）



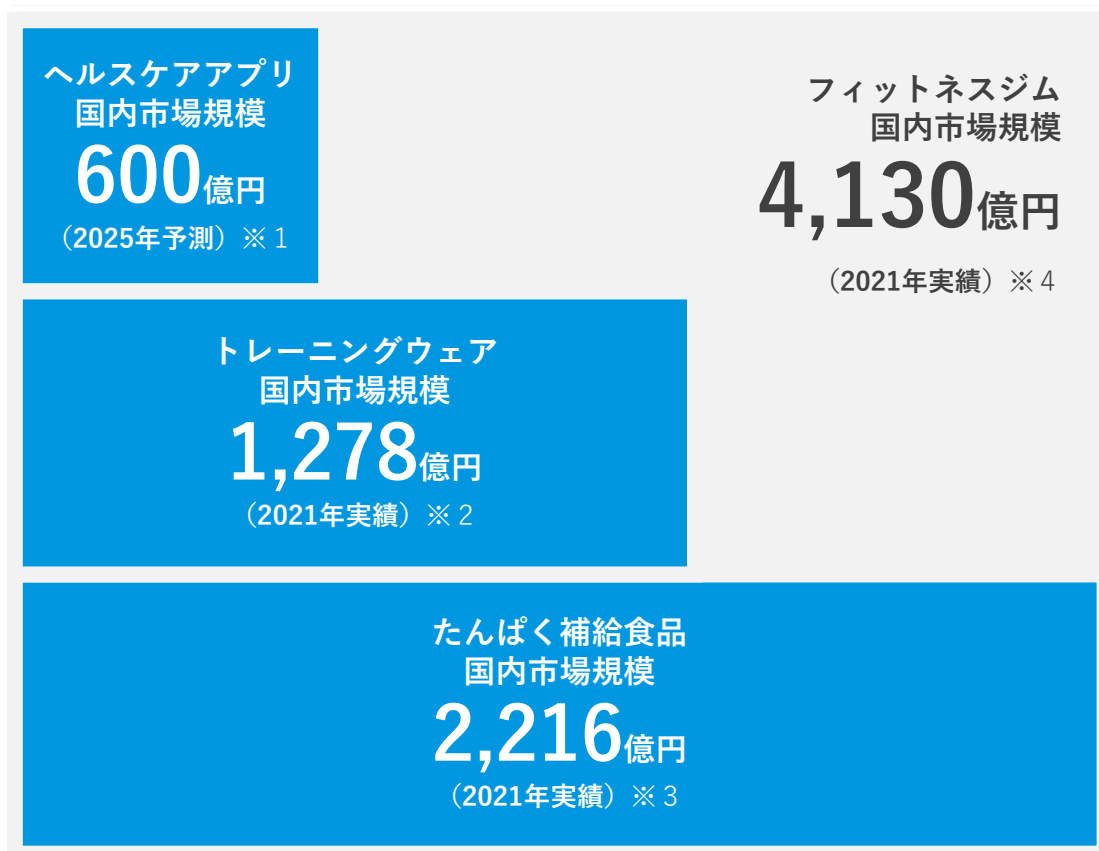
## 2-2. プラットフォーム事業 / 「OWN.」が狙うターゲット市場

- 2023年1月時点で「OWN.App」が累計10万ダウンロードを突破
- スマホアプリを起点にユーザーを獲得し、「OWN.Shop」にてヘルスケア関連商品の販売網を構築

### OWN. の長期ターゲット市場

<b>測定</b> <small>検査・検診 計測機器</small>	<b>衣</b> <small>トレーニングウェア トレーニングシューズ</small>	<b>癒</b> <small>エステ リラクゼーション</small>
<b>健康経営</b> <small>顧客エンゲージメント 従業員エンゲージメント</small>	<b>知</b> <small>ヘルスケアアプリ 健康関連書籍</small>	<b>住</b> <small>トレーニングマシン 健康志向設備</small>
<b>予防</b> <small>衛生用品 予防接種</small>	<b>食</b> <small>プロテイン サプリメント</small>	<b>運動</b> <small>フィットネスジム</small>

### OWN. の現在のターゲット市場



※1. 出所：経済産業省『次世代ヘルスケア産業協議会の今後の方向性について』（2018年）  
 ※2. 出所：株式会社矢野経済研究所『スポーツアパレル市場に関する調査』（2021）

※3. 出所：株式会社富士経済グループ『たんぱく補給食品市場 2021』（2022年）  
 ※4. 出所：公益財団法人日本生産性本部『レジャー白書2022』（2022）



## 2-2. プラットフォーム事業 / 「OWN.」の販売チャンネルの拡大

- ヘルステックアプリ「OWN.App」は B to B to C の販売チャンネルを確立し、ユーザー数の拡大を狙う
- ヘルスケアにおける包括的なサービス提供を目指す

### OWN. 販売チャンネルの拡大戦略





## 2-2. プラットフォーム事業 / 推し活×メッセージアプリ「B4ND」(β版) 2月リリース予定

- アーティストと双方向のコミュニケーションを実現する推し活×メッセージアプリ「B4ND」を開発
- 1:1のクローズドなコミュニケーション環境で個々のファンの存在を“認知できる”価値を提供



※ 上記のサービス画面は開発途中のものであり、今後変更となる可能性があります。



## 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

SEO事業等の新規商材の貢献もあり増収ではあるものの、コスト増により減益

FY2022

売上高 ※	YonY	増減
<b>263</b> 百万円	<b>163.5</b> %	<b>+102</b> 百万円
セグメント利益	YonY	増減
<b>△14</b> 百万円	<b>△28.1</b> %	<b>△66</b> 百万円

- 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

※ FY2022 1Qより「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を適用しております。



## 2. セグメント別概況

### その他（新規事業）



## 2-4. その他(新規事業) / Web3.0 -メタバース領域への新たなチャレンジ-

- 投資先 オーバース社のアイドル×メタバースの総合プロデューサーに秋元康氏が就任、2023年春にIEO実施予定
- AMIZA <街づくり>プラットフォーム構築プロジェクトの開発が順調に進捗

### 投資先の総合プロデューサーに秋元康氏が就任



### AMIZA<街づくり>プラットフォーム構築プロジェクト



※ IEO (Initial Exchange Offering) とは、暗号資産交換業者が開設する暗号資産交換所での取引開始を前提とした新規暗号資産による資金調達の手段です。





## 3. 2023年12月期 業績計画

# 3-1. 2023年12月期 業績計画 / 全社業績計画

- ・ FY2023 1Qより「メディア事業」「プラットフォーム事業」の2つの報告セグメントに変更 ※1
- ・ 引き続き、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)	FY2023 計画 ※2	FY2022 実績	増減
売上高	6,000	5,071	928
営業利益	30	△54	84
経常利益	10	△45	55
親会社株主に帰属する当期純利益	△110	△265	155
EBITDA ※3	355	318	36

## ● メディア事業

- ・ ハイパーカジュアルゲームアプリのグローバル展開の拡大
- ・ Play-to-Earn ※4 領域のインセンティブゲームの提供
- ・ 外部IPを活用したゲーム開発への注力
- ・ 成長市場であるブロックチェーンゲームの開発検討
- ・ 自社コンテンツのマルチプラットフォーム展開を拡大

## ● プラットフォーム事業

- ・ 主力事業である電話占い「カリス」にて安定的な収益を確保
- ・ ヘルスケアサービス「OWN.」は、ヘルスケア領域の包括的なサービス提供に向けて機能拡充を継続
- ・ 2月に推し活メッセージアプリ「B4ND」(β版)のリリース予定
- ・ 4月に株式会社サイバーエージェントより「SATORI電話占い」を譲り受け予定

- 実態の営業収益力として、EBITDA 355百万円(前期比36百万円増)を見込む

※1. 当社の報告セグメントの区分は、「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」の3つの報告セグメントとしておりましたが、FY2023 1Qより「インターネットメディア事業」と「インターネット広告事業」を「メディア事業」に統合し、「プラットフォーム事業」と2つの報告セグメントに変更いたしました。

※2. EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費

※3. 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。

※4. 「Play-to-Earn」= ゲームをプレイすることで、ユーザーがアプリ内通貨などのインセンティブを得られる形式のゲーム



## 3-2. 2023年12月期 業績計画 / 事業別セグメント計画

		(百万円)	FY2023 計画	FY2022 実績	増減
連結業績	売上高		6,000	5,071	928
	営業利益		30	△54	84
	EBITDA ※2		355	318	36
メディア事業 ※1	売上高		3,500	3,274	225
	セグメント利益		330	320	9
プラットフォーム事業	売上高		2,200	1,778	421
	セグメント利益		200	156	43
	EBITDA		510	460	49
その他	売上高		300	21	278
	セグメント利益		55	△97	152

※1. 当社の報告セグメントの区分は、「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」の3つの報告セグメントとしておりましたが、FY2023 1Qより「インターネットメディア事業」と「インターネット広告事業」を「メディア事業」に統合し、「プラットフォーム事業」と2つの報告セグメントに変更する予定となります。上記に伴い、各セグメント情報については、変更後の区分方法（旧「インターネット広告事業」の計画、実績値を「メディア事業」に統合）により作成したものを記載しております。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



## 4. 今後の展望

## 4-1. 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!!





## 4-2. 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※<sub>1</sub>及びグローバル向けハイパーカジュアルゲーム※<sub>2</sub>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※<sub>3</sub>、国内向けインセンティブゲーム※<sub>4</sub>に着手



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に着手  
株式会社ANAPと合併会社設立、「PCAN Live」を9月リリース

※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



# 4-3. 成長戦略のロードマップ

1st



成長ストーリーの確立

- 事業ポートフォリオの強化及び新規事業・サービスの創出
- 新規投資・M&Aの戦略立案及び実行
- 成長に向けた経営基盤強化

短期

2nd



デジタルビジネス  
コングロマリットへの  
グループ経営移行

- 持株会社化により子会社を創設し経営者輩出スキーム確立
- 事業創造の底上げのための外部とのアライアンス等の取り組み強化
- グループ力発揮に向けた各種取組強化

グループ経営・事業シナジーの発揮による持続的成長シナリオを構築

EBITDAを積み上げ

中期

3rd



世界を代表するデジタル  
ビジネス・コングロマリット  
に向けた成長戦略の構築

- デジタルビジネス・コングロマリットとしての地位確立
- 新しいインダストリーや次世代の戦略的プロダクトを確立
- 上位市場への移行を実現し、今後の更なる成長を推進

長期

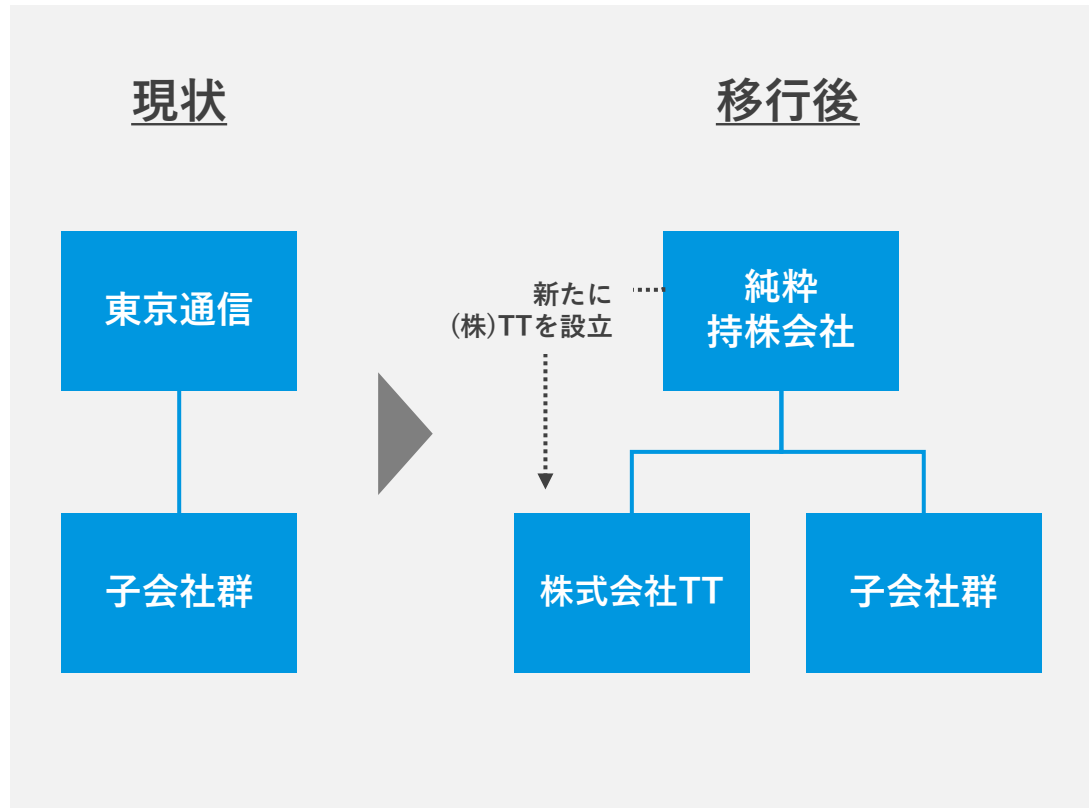


## 4-4. 持株会社体制移行の検討及び商号変更に関して

- コーポレート機能を担う持株会社とプロフィットセンターとしての各事業を分離し、意思決定を迅速化
- 世界を代表するデジタルビジネス・コングロマリットに向け、次世代の経営人材に向けた育成基盤を醸成

### 持株会社体制移行の想定スキーム図

### 今後の見通し



**2023年2月22日（予定）**

持株会社体制への移行及び商号変更に関する議案の取締役会での承認



**2023年3月30日（予定）**

商号変更に関する議案の定時株主総会での承認



**2023年4月1日（予定）**

持株会社体制への移行及び商号変更

※詳細情報については決定次第お知らせいたします。





**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	東京都港区六本木3丁目2-1 住友不動産六本木グランドタワー 22階
設立	2015年5月
資本金	471百万円
株式公開市場	東京証券取引所・グロース市場（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	82名（平均年齢35.2歳）
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13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。

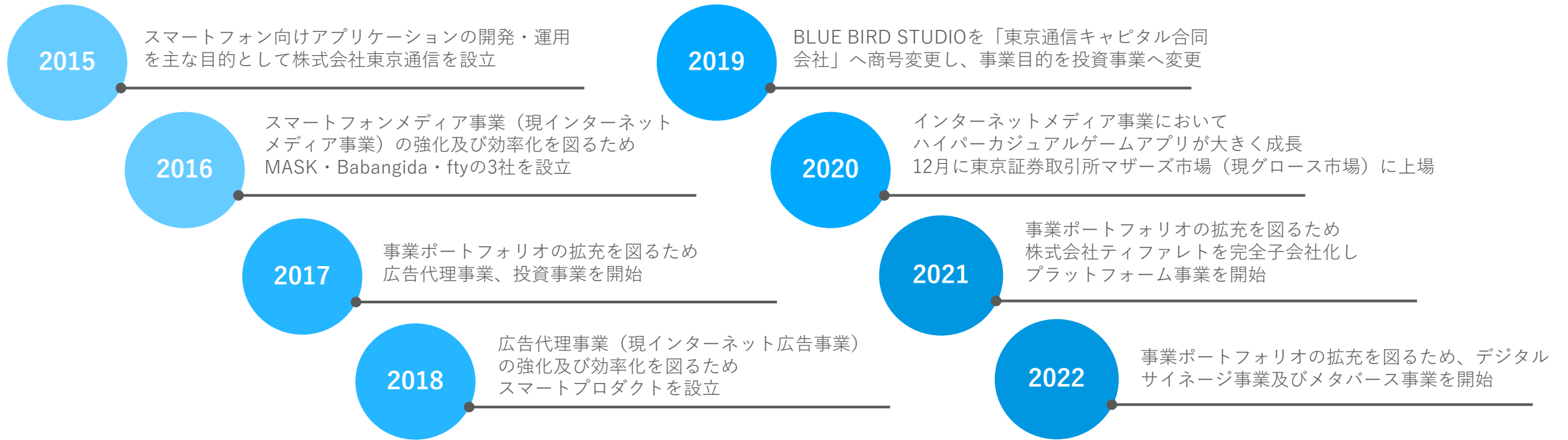
### - Shared Value（価値観） -

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。

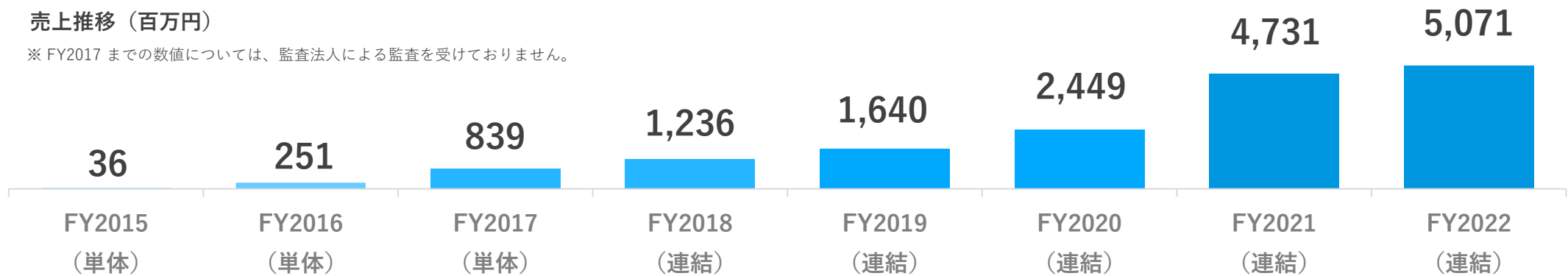


## 5-3. 沿革



### 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。





## 5-4. 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、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、ヘルステックサービス「OWN.」の運営、インフルエンサーを活用しファンビジネスのDX化支援を推進する「スキルオン」サービスの運営など、ユーザーへサービス提供、マッチングする事業を手掛ける	<ul style="list-style-type: none"> <li>・電話相談サービス事業</li> <li>・ヘルスケア事業</li> <li>・スキルオン事業</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・株式会社東京通信</li> <li>・株式会社ティファレト</li> </ul>	
インターネット広告事業		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広告代理事業  SEOコンサルティングサービス、クリエイティブサービスを提供	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	
			SEO事業	・株式会社東京通信	
その他	新規事業	新規事業開発	メタバース事業	・株式会社METAVERSE A CLUB	
			デジタルサイネージ事業	・株式会社Digital Vision Industries	
			人材紹介事業（準備のため）	・株式会社シーカーズポート	
			ソリューションセールス事業、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し、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	・東京通信キャピタル合同会社
				TT1有限責任事業組合	・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)	・BASE Partners Fund 1号投資事業有限責任組合(持分法適用関連会社)

※ 2022年12月末時点の情報となります。



## 5-5. 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



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多くのネットビジネスを創出
- ・ 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就任
- ・ 2017年にbasepartnersファンドの代表パートナー就任



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



## 5-5. 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



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。国内ダウンロード数上位のアプリを多数輩出するなど、アプリ開発の実力者
- ・2015年に東京通信の社員第一号として入社
- ・2019年に取締役就任



取締役CFO / 赤堀 政彦

- ・シーエー・モバイルを経て、セレンディップ・コンサルティング及びマネジメントソリューションズにて企業買収、投資先常駐支援業務、コーポレート業務全般に携わる
- ・グローバルウェイ取締役CFOとして業績黒字化及び株価向上に貢献
- ・2022年に東京通信に取締役CFOとして参画



取締役 / 村野 慎之右

- ・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社外取締役を務める
- ・2018年に東京通信に取締役として参画



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
- ・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



取締役 / 早川 晋

- ・朝日監査法人アンダーセンにてコンサルティング及び会計監査に従事
- ・DeNAのモバイル広告営業を経て、2009年にシーエー・モバイル入社後、取締役を務める
- ・2018年にゼネラルリンク取締役を経て、2022年に東京通信に取締役として参画



ティファレット 代表取締役社長 / 福島 勇人

- ・シーエー・モバイルに入社後、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





## 5-5. 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



#### 取締役（社外） / 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、本社で事業責任者を経験
- ・インサイトパートナーズ代表取締役を経て、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
- ・2019年に当社取締役就任



#### 取締役（常勤監査等委員・社外） / 芝崎 香琴

- ・中央青山監査法人、新日本監査法人を経て、2016年に芝崎香琴公認会計士事務所代表就任
- ・2018年に当社監査役を経て、2022年に取締役（監査等委員）就任



#### 取締役（監査等委員・社外） / 高橋 由人

- ・野村證券に入社、野村総合研究所取締役就任を経て、同社取締役副社長就任、同社顧問を務める
- ・BEENOS取締役（監査等委員）、セレス取締役（監査等委員）就任
- ・2018年に当社監査役を経て、2022年に取締役（監査等委員）就任



#### 取締役（監査等委員・社外） / 串田 規明

- ・シーエー・モバイル、加藤・西田・長谷川法律事務所を経て、2017年に法律事務所スタートライン代表就任
- ・2018年に当社監査役を経て、2022年に取締役（監査等委員）就任



## 5-6. 当社のメタバーズ構想 -コンテンツの民主化に向けて-

- 当社はこれまで様々な実体験をオンラインを介して、情報への“アクセスの自由化”を推進して参りました
- 今後は“コンテンツの民主化”に向けて、まずは実体験により近いメタバーズ体験の創出を目指す

### 当社が考えるメタバーズの価値



#### 実体験

移動、お金、時間が不可欠で  
誰もがその体験を享受できるとは限らない

#### 現在のオンライン体験

インターネット環境があれば誰もが  
手軽にコンテンツにアクセスができるが、  
実体験には及ばない

#### 将来のメタバーズ体験

様々な制約が取り除かれ、時間さえあれば  
誰もが現実に近い疑似体験を享受できる



## 5-7. 当社のメタバース構想 -コンテンツの民主化に向けて-

- 自社コンテンツをメタバース上で再定義し、新しいメタバース体験の創出を目指す

### 当社が考えるメタバースの構想

## 『情報へのアクセスの自由化、そして、コンテンツの民主化へ』



	コンテンツ	アセット	構想
	カジュアルゲーム	4,000タイトル以上 国内トップの開発実績	世界中の人と一緒にできる主観型のカジュアルゲーム体験
	電話占い「カリス」	約200名の占い師 とのリレーション	仮想現実の没入感、臨場感のある占いバーチャル体験
	ヘルステック 「OWN.」	170万超フォロワー Testosterone監修	まるでフィットネスジムにいるかのようなヘルスケア体験
	ライブコマース 「PCAN LIVE」	アパレルブランド ANAP社と協業	リアル店舗での購入に近い、バーチャルでの購入体験
	推し活メッセージアプリ 「B4ND」	メタバース×アイドル オーバース社へ出資	直接コミュニケーションしているかのような臨場感のある体験



# 5-8. インターネットメディア事業・プラットフォーム事業の市場データ

	テーマ	フェーズ	展開エリア	市場性		
				総市場規模 (TAM)	ターゲット市場規模 (SAM)	自社ターゲット (SOM)
無料ゲーム	ゲーム	利益創出フェーズ	国内 グローバル	世界のアプリ内広告 全体 <b>1,100</b> 億ドル (2021) ※1	世界のアプリゲーム内広告 <b>68</b> 億ドル (2021) ※2	世界のゲーム人口割合 <b>34.8</b> % ※3
電話占い 恋愛相談	スキルシェア	利益創出フェーズ	国内	日本のシェアリングエコノミー 全体 <b>2.4</b> 兆円 (2021) ※4	スキル C to C・C to B <b>2,579</b> 億円 (2021) ※4	悩みやストレスを抱える人の割合 <b>46.5</b> % ※5
OWN.	ヘルスケア	利益化フェーズ	国内 ※中長期ではグローバル	日本のヘルスケア産業 全体 <b>27.6</b> 兆円 (2020) ※6	健康維持・増進に働きかけるもの <b>10.3</b> 兆円 (2020) ※6	ダイエット経験者の割合 <b>56.7</b> % ※7
PCAN Live	ライブコマース	事業化フェーズ	国内	日本のアパレル 全体 <b>11.3</b> 兆円 (2020) ※8	アパレルEC <b>2.2</b> 兆円 (2021) ※8	ライブ動画サービスの認知割合 <b>53.3</b> % ※9
B4ND	アイドル・推し活	事業化フェーズ	国内	日本のコンテンツ 全体 <b>10.6</b> 兆円 (2018) ※10	デジタルコンテンツ <b>2.7</b> 兆円 (2018) ※10	2030年 予想オタク人口割合 <b>40</b> % ※11

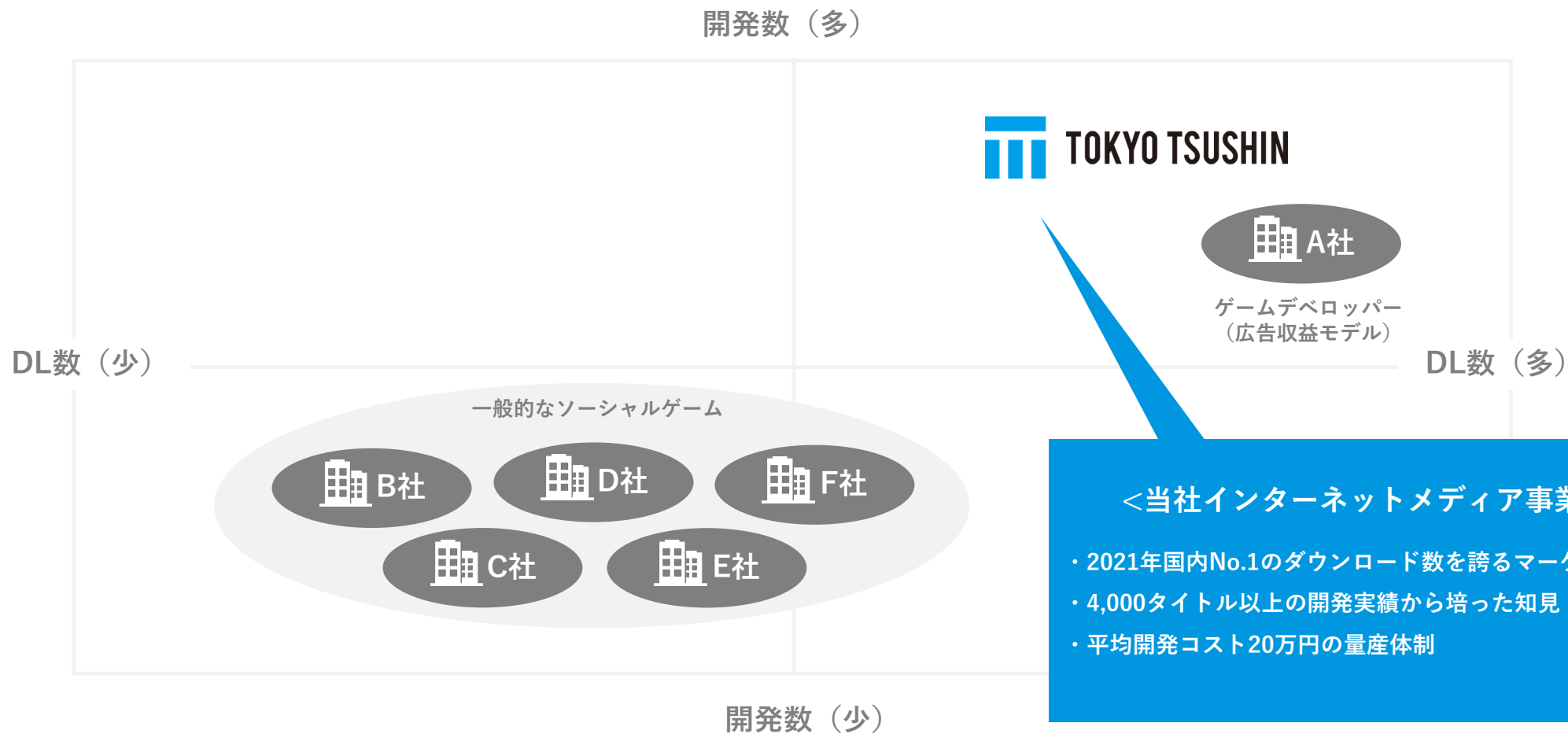
※1. 出所：Kenneth Research『アプリ内広告市場：世界の需要分析と機会展望2031年』（2022年）  
 ※2. 出所：Allied Market Research "In-Game Advertising Market Research, 2030" (2022)  
 ※3. 出所：Newzoo社『2020年グローバルゲームプレイヤー人口』（2020）  
 ※4. 出所：株式会社情報通信総合研究所『シェアリングエコノミー関連調査 2021年度調査結果』（2022年）  
 ※5. 出所：厚生労働省『平成22年国民生活基礎調査の概況』（2010、12歳以上、入院者を除く）  
 ※6. 出所：経済産業省『経済産業省におけるヘルスケア産業政策について』（2018年）

※7. 出所：マイボイスコム株式会社『ダイエットに関する調査（第10回）』（2020年）  
 ※8. 出所：経済産業省『令和2年度電子商取引に関する市場調査』（2021年）  
 ※9. 出所：NTTドコモ モバイル社会研究所『2021年一般向けモバイル動向調査』（2021年）  
 ※10. 出所：経済産業省『コンテンツの世界市場・日本市場の概観』（2020年）  
 ※11. 出所：矢野経済研究所『「オタク」市場に関する調査』（2021年）



## 5-9. 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<sup>※</sup>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>

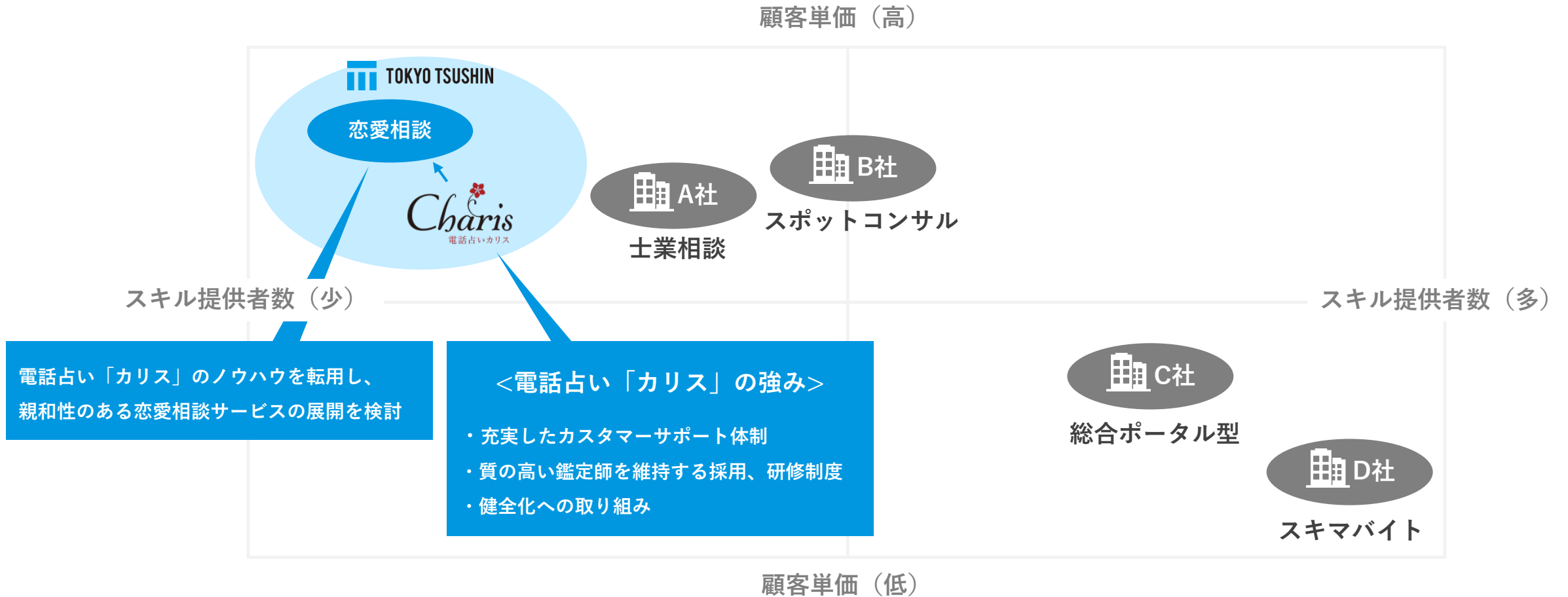
- 2021年国内No.1のダウンロード数を誇るマーケティング能力
- 4,000タイトル以上の開発実績から培った知見
- 平均開発コスト20万円の量産体制

※ 出所：data.ai（旧App Annie）『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）



## 5-10. プラットフォーム事業（電話占い「カリス」） / 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予定





## 5-11. M&Aの目的 -事業ドメインの拡張 / 事業創造力の強化 -

事業ドメインの拡張 と 事業創造力の強化 という2つの目的のために  
自己資金及び外部資金を活用したM&A戦略を実行する方針

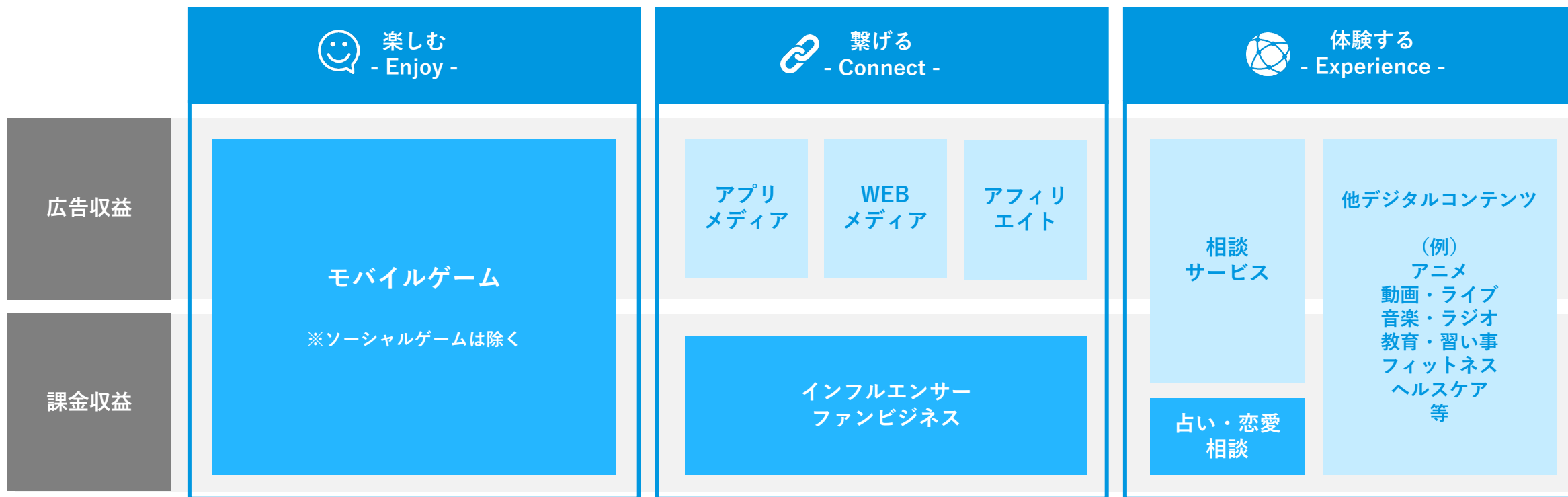
M&Aの目的	M&Aの対象	M&Aの効果	M&Aの方法
事業ドメインの拡張	楽しむ - Enjoy -	収益機会の最大化  複数サービスを素早く獲得するためにM&Aを活用し、収益機会を増やししながら、自社のノウハウを活用しシナジーを創出	自己資金 デッドファイナンス エクイティファイナンス  規模の獲得のために、自己資金のみならず、デッドファイナンスやエクイティファイナンスなど、外部資金を活用したM&Aも積極的に活用する方針
	繋げる - Connect -		
	体験する - Experience -		
事業創造力の強化	プロダクト・企画力	収益性の最大化  事業創造力の強化、自社リソースの拡張のためにM&Aを活用し、機能の内製化を推進し、サービス収益性を向上	
	開発キャパシティ		
	マーケティング力		



## 5-12. M & A対象イメージ

インターネットマーケティングの知見を活かせる事業へ積極的に投資  
企業価値 数千万円～数十億円まで検討

インターネットマーケティングの知見を活かせる事業へ積極的に投資







## 5-13. 個人投資家向けのIR強化



事業に関する情報や補足を  
代表取締役社長CEOの古屋が

Twitterにて発信中



@yukifuruya7359



## 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。