

TOKYO TSUSHIN

事業計画及び成長可能性に関する事項

2023年3月14日

証券コード：7359 東証グロース



1.	会社概要	P. 3
2.	当社の強み・経営戦略	P. 7
3.	業績ハイライト及び連結計画	P. 26
4.	事業説明及び成長戦略	
	- メディア事業	P. 32
	- プラットフォーム事業	P. 40
	- その他（新規事業・投資事業）	P. 54
5.	事業等のリスク	P. 60



1. 会社概要



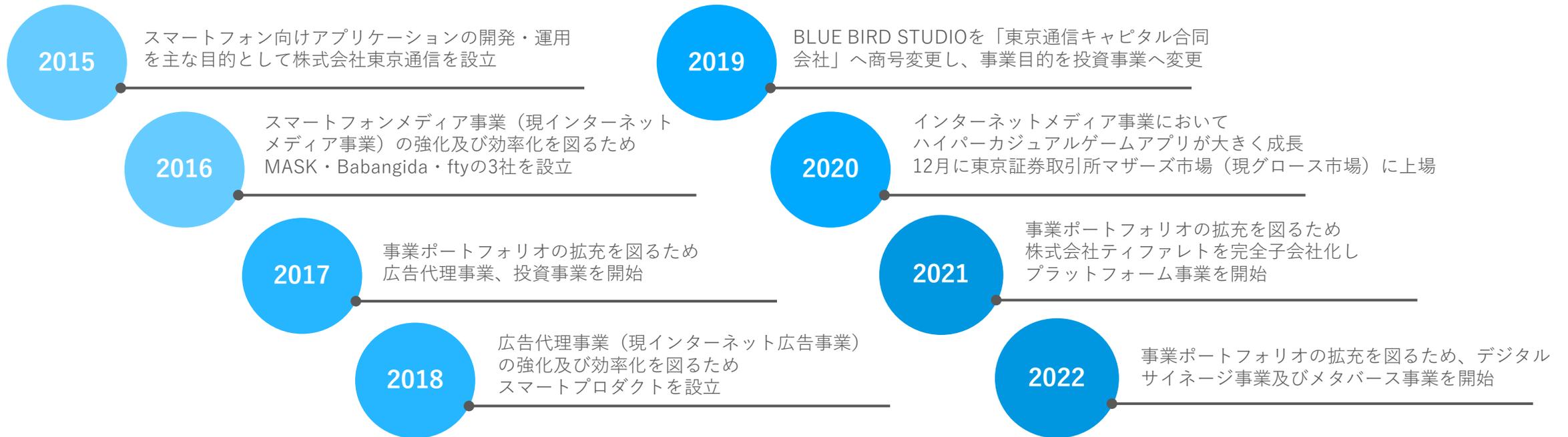
1-1. 会社概要

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
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

※ 上記は2022年12月末時点の情報となります。

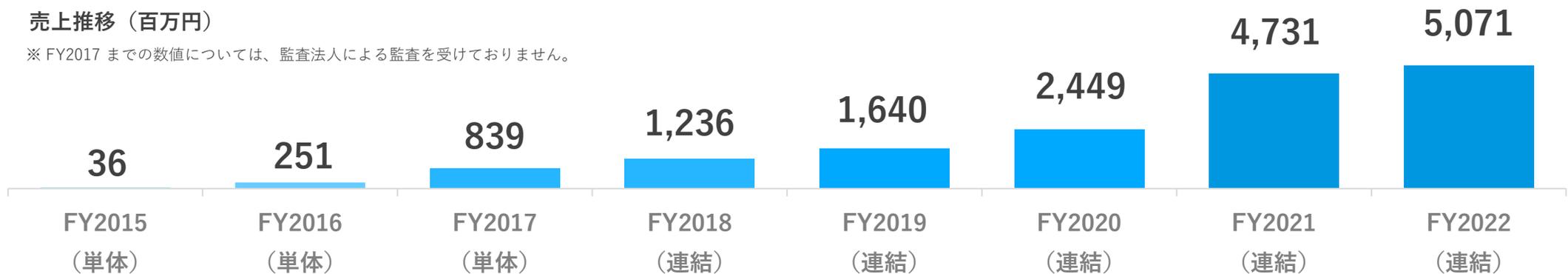


1-2. 沿革



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。

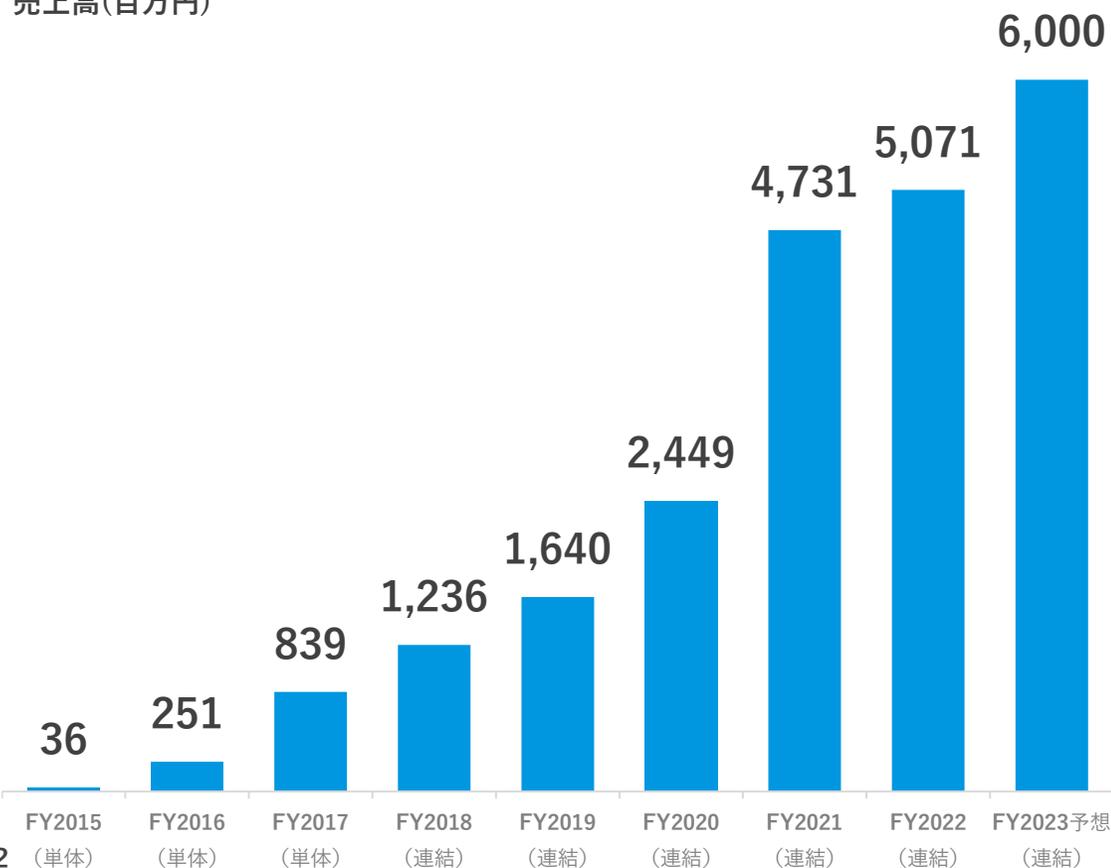




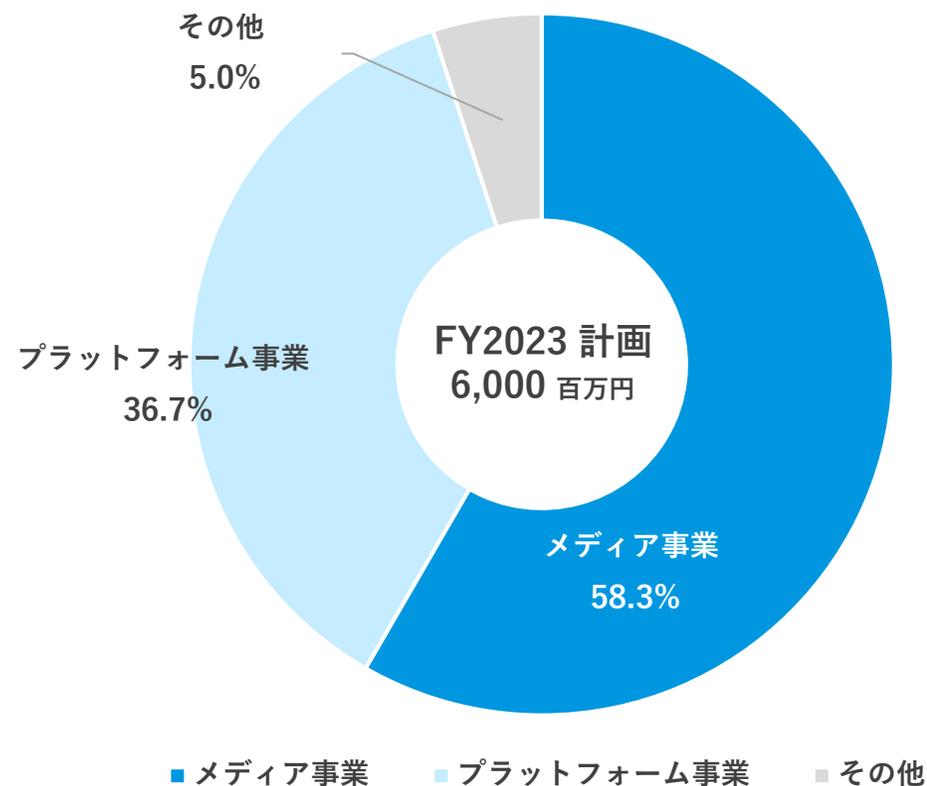
1-3. 連結売上高推移・構成比

※1
創業から伸長しているメディア事業（旧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)



売上高構成比



※2 (単体) (単体) (単体) (連結) (連結) (連結) (連結) (連結) (連結)

※3

※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. 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。

※3. 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. 当社の強み・経営戦略



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

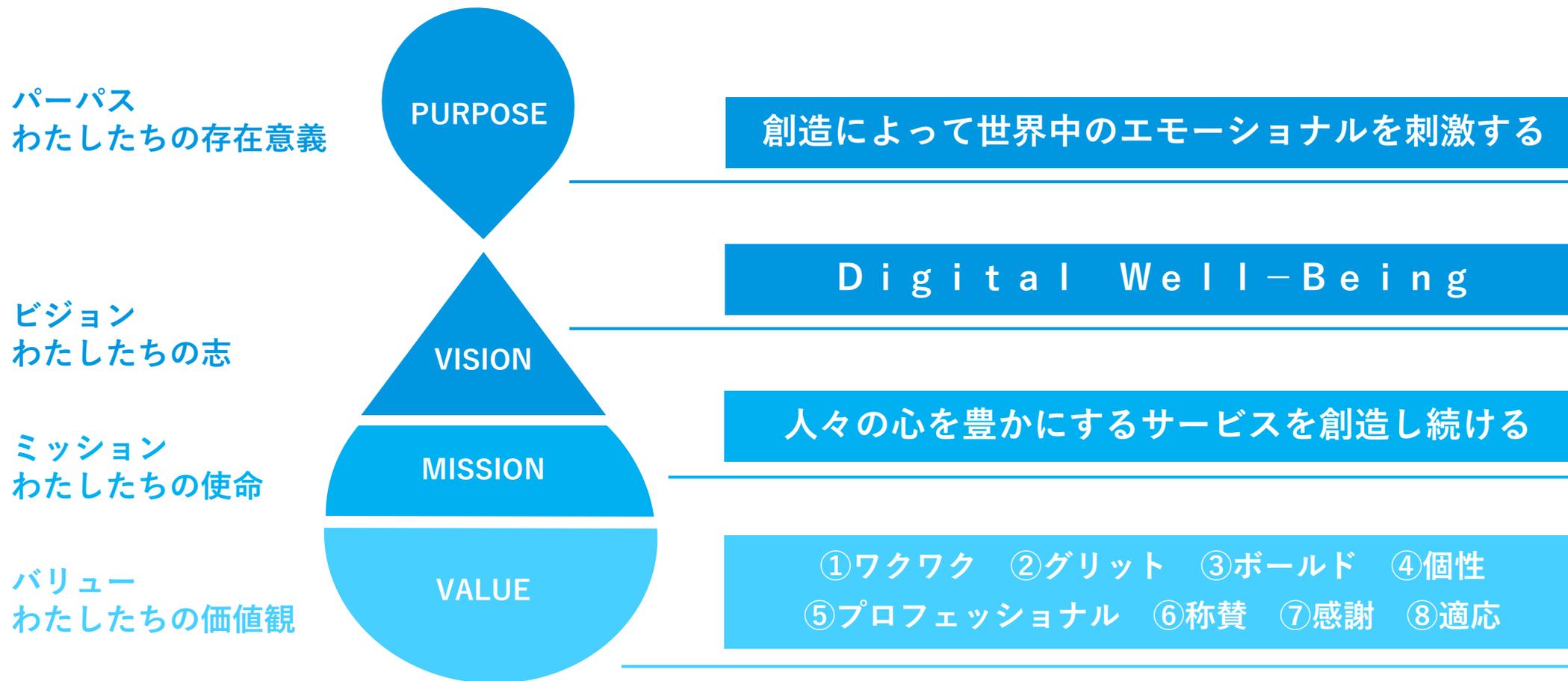


事業創造 及び 戦略投資 を推進し、事業ポートフォリオを拡大



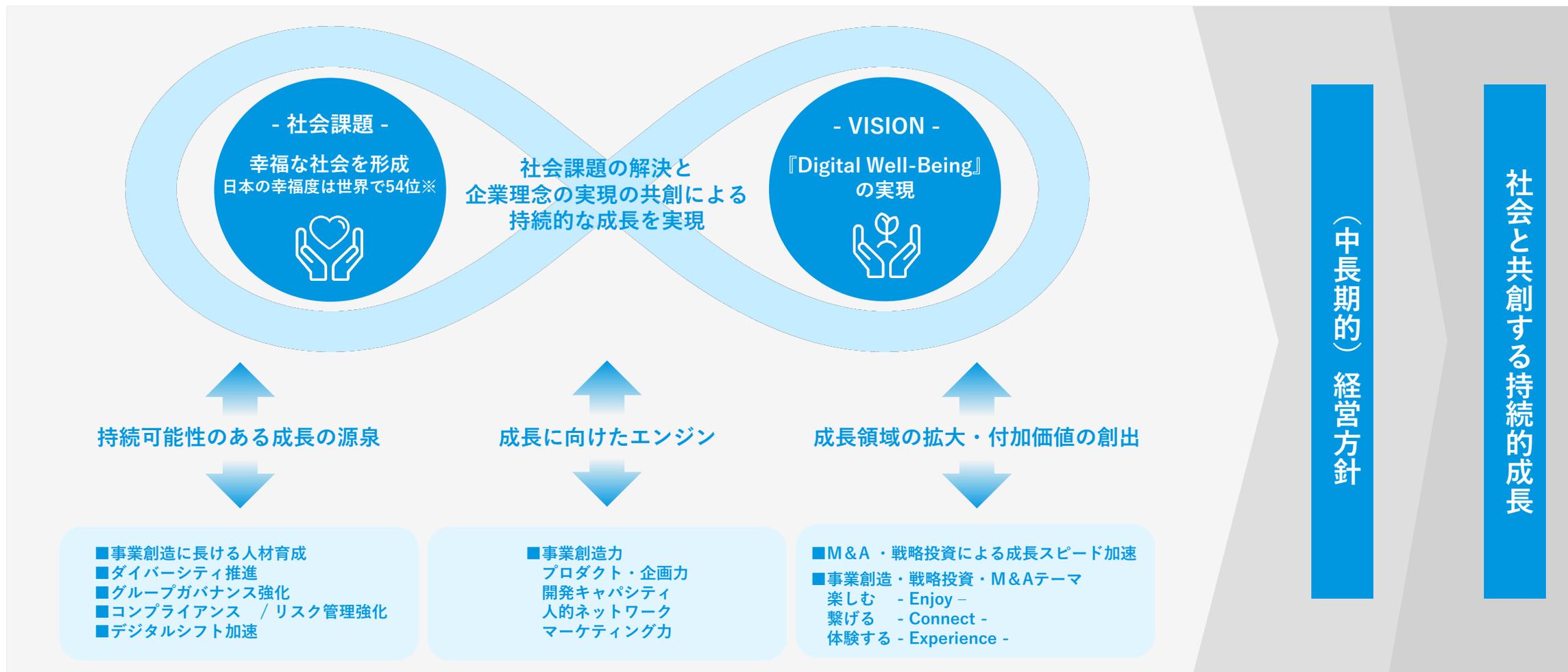
2-2. PURPOSE / 企業理念

「人々の心を豊かにするサービスを創造し続ける」ことで中長期的な企業価値の向上を図り
持続的な成長の実現に向けて積極的な事業活動を推進



2-3. 東京通信の価値創造・持続的成長モデル

社会課題の解決と当社の企業理念の実現の共創により持続的な成長を実現
より良い社会の実現により、事業成長及び企業価値の向上を実現する好循環



※出所：産業精神保健研究機構『世界幸福度報告』（2021）



2-4. 主力の事業ポートフォリオ

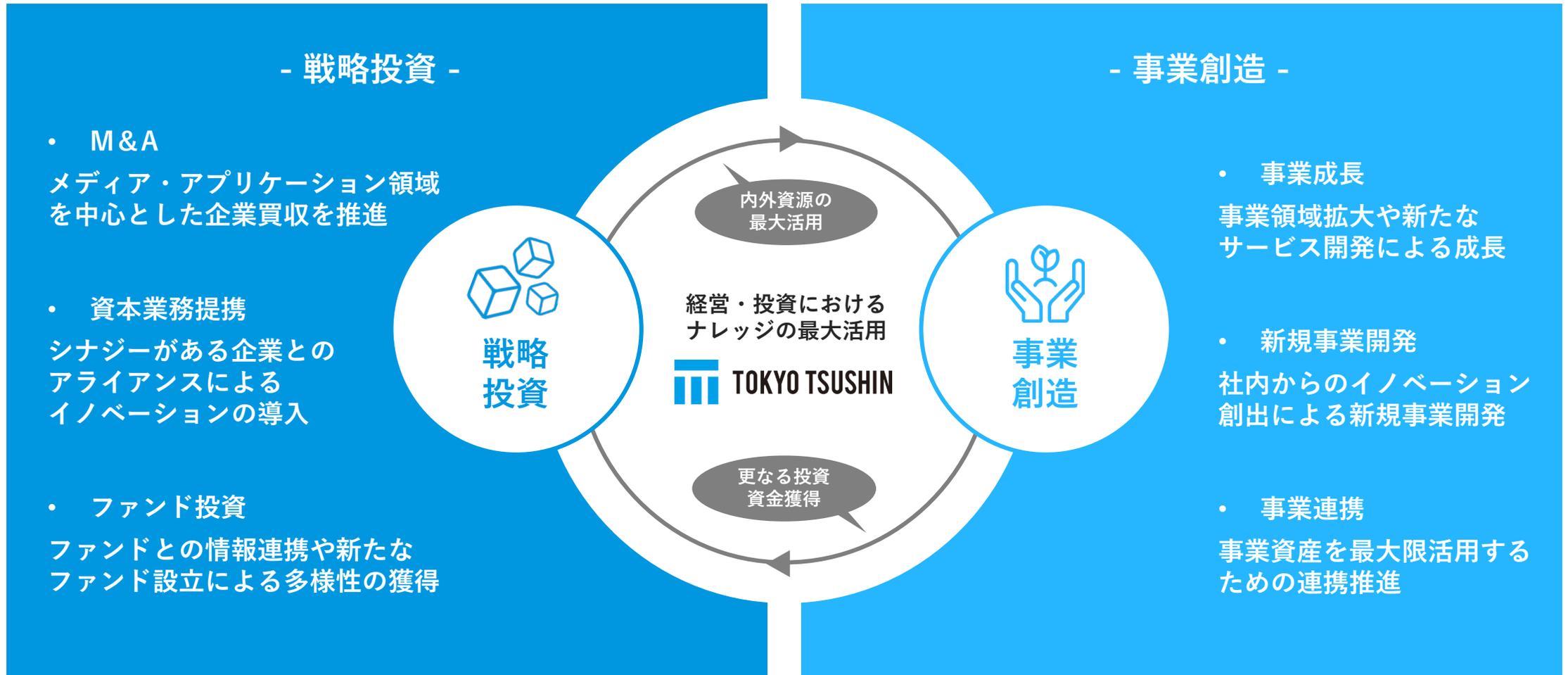
高成長市場や成熟市場のキャッシュエンジンで創出した利益を次なるテーマへ再投資
複数の投資テーマ・ポートフォリオを保有するデジタルビジネス・コングロマリットを目指す





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



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

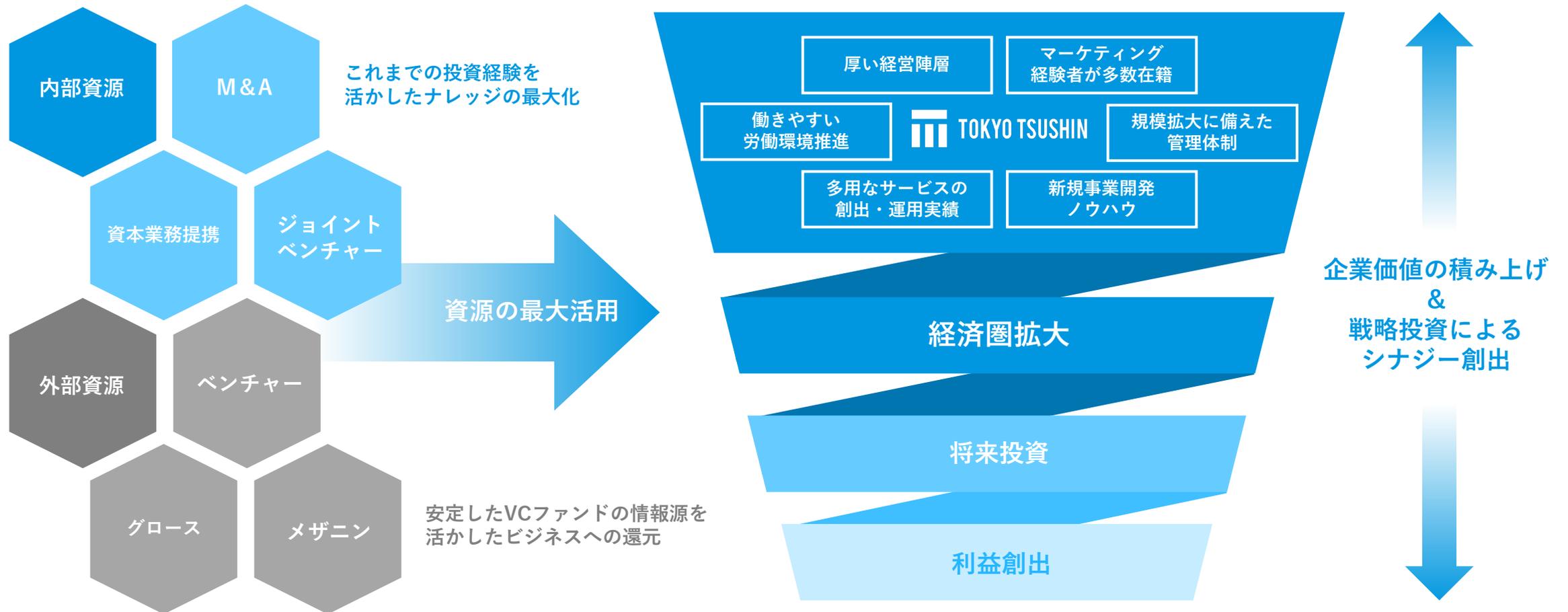
過去の企業買収（M&A）や資本業務提携における経験を活かしたソーシング、エグゼキューション、PMIを実施

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. 成長戦略のロードマップ

- ファーストステップ -

- セカンドステップ -

- サードステップ -

成長ストーリーの確立

デジタルビジネス・コングロマリット
へグループ経営へのシフト

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

- 事業ポートフォリオの強化 【完了】
(新規事業開発及びM&A)
- 成長に向けた経営基盤強化 【完了】
- 持株会社体制への移行 【完了】
- 執行役員制度を導入 【追加】
- PURPOSEの設定 【追加】

- 持株会社体制移行による経営者輩出
スキーム確立
- 事業創造の底上げのための外部との
アライアンスを活用したグロース強化
- グループ力発揮に向けた各種取組強化

- 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参入や次世代の
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

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

短期 (FY2022)

中期 (FY2023~)

長期 (FY2025~)

2-9. 経営・事業ナレッジ - 事業創造力 -

東京通信の競争力の源泉

事業創造力

プロダクト・企画力

特定領域のプロダクトがある
あるいはプロダクト企画力がある

開発キャパシティ

クオリティとスピードを意識した
開発キャパシティがある

人的ネットワーク

事業創出に向け、最適な人材を発見できる人的ネットワークがある

マーケティング力

高いLTVを実現できる
質の高い顧客集客力がある

『楽しむ - Enjoy -』 『繋げる - Connect -』 『体験する - Experience -』 をテーマに
事業創造力を活かして、社会に大きなポジティブ・インパクトを与える

事業創造・戦略投資・M&Aの対象テーマ例

楽しむ - Enjoy -

無料ゲーム・GameFi・ブロックチェーン

メタバース・デジタルツイン

他デジタルコンテンツ

繋げる - Connect -

ライブコマース・EC

HR・人材・デジタルヒューマン

デジタルサイネージ

体験する - Experience -

電話占い・恋愛相談

アイドル・推し活

ヘルスケア・ダイエット

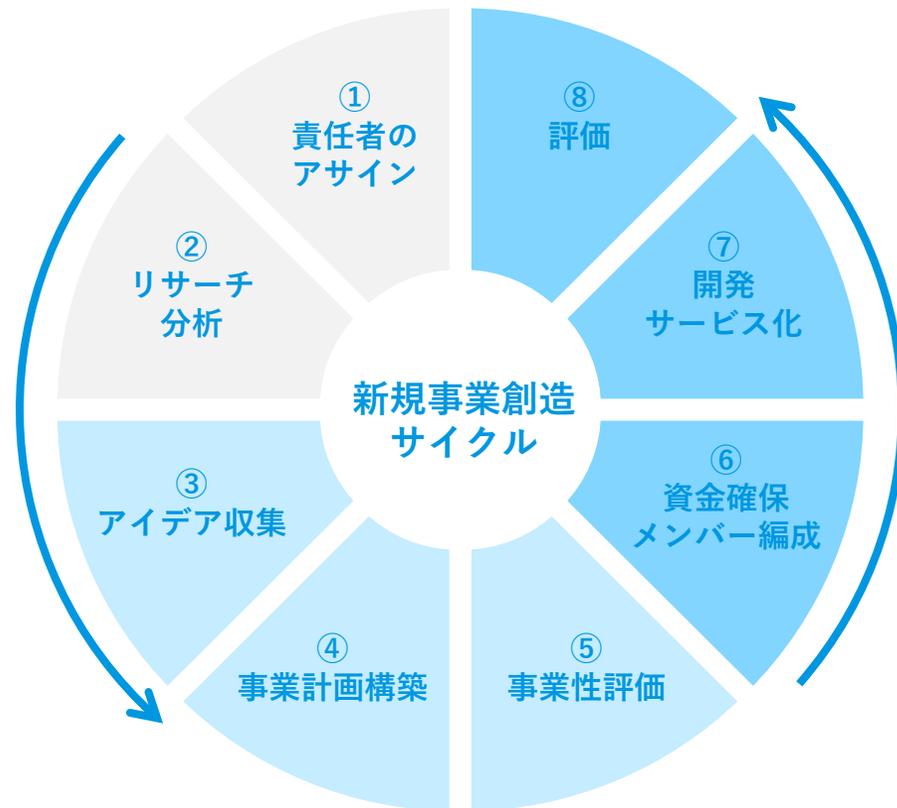


2-10. 経営・事業ナレッジ - 新規事業創造のサイクル -

新規事業創造に向けたプロセスを活用し、事業創造を促進
素早いPDCAで、拡大・撤退を速やかに判断

【0 ⇒ 1】 創出フェーズ

【1 ⇒ 100】 拡大フェーズ



創出フェーズ①～⑧で企画～実行～フィードバックのサイクルを経て
最後に評価を得たサービスが拡大フェーズに進む



新たな
収益柱として
成長軌道へ



2-11. 経営・事業ナレッジ - 経営者創出のプロセス -

事業を創造できる人材を採用・登用
グロース事業は子会社化の後、**複数企業創造** or **IPO** を目指しグループ拡大を担う

事業創造に長ける
人材の採用力

役員をはじめ識者で構成される
人材育成環境

常に挑戦するステージを提供する
文化・価値観

当社の強みを活かした経営者創出プロセスを構築



①人材雇用～事業化

(売上高 1 ～ 5 億円未満)



事業創造

②法人化

(売上高 5 ～ 10 億円未満)



子会社化

③投資支援

(売上高 10 ～ 30 億円未満)



複数企業創造

④複数企業創造・IPO

(売上高 30 億円以上)



IPO



2-12. M&A方針 -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方針	M&A対象	テーマ事例	M&Aの効果
事業ドメインの拡張	楽しむ - Enjoy - 繋げる - Connect - 体験する - Experience -	無料ゲーム アプリメディア Webメディア ファンビジネス スキルシェア 相談サービス	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
事業創造力の強化	プロダクト・企画力 開発キャパシティ マーケティング力	他デジタルコンテンツ アニメ・動画 ライブ・ラジオ・音楽 教育・ヘルスケア等 ITエンジニア PR・ブランディング	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



2-13. 持株会社体制移行の概要

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、持株会社体制へ移行予定
新社名を『東京通信グループ』とし、コーポレートカラーも一新

TOKYO TSUSHIN GROUP



※持株会社体制移行及び商号変更は、2023年3月30日開催の第8回定時株主総承認後、2023年4月1日を予定しております



2-14. 上場時調達資金使途の実績

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いたしました。

2022年2月開示「事業計画及び成長可能性に関する事項」の
P.29「3-6.調達資金使途および今後の投資計画について」で記載のFY2022想定金額通り、充当いたしました。

資金使途	充当額	
	FY2021 実績	FY2022 実績
● 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	—

2-15. 当社の事業領域における市場データ

テーマ	サービス（投資先、予定含む）	対象市場	市場規模
モバイルゲーム	カジュアルゲーム	グローバル・ハイパーカジュアルゲーム市場	34億ドル（2022年推計） ※1
GameFi	ブロックチェーンゲーム	グローバル・ブロックチェーンゲーム市場	3兆円（2025年予想） ※2
スキルシェア	電話占い「カリス」 / PCAN Live	国内・C to C 及び B to Cスキルシェア市場	2,579億円（2021年実績） ※3
ヘルスケアアプリ	OWN.App	国内・ヘルスケアアプリ市場	600億円（2025年予想） ※4
ヘルスケアEC	OWN.Shop	国内・プロテイン及びトレーニングウェア市場	3,494億円（2021年実績） ※5,6
押し活・オタ活	B4ND	国内・オタク市場	7,163億円（2022年予測） ※7
メタバース	OVERSE / AMIZA	国内・メタバース市場	24兆円（2030年予想） ※8
デジタルサイネージ	デジタルサイネージ事業	国内・デジタルサイネージ市場	1,338億円（2026年予想） ※9
人材紹介	SeekersPort	国内・人材紹介市場	2,960億円（2021年実績） ※10

※1. 出所：Deconstruct or of Fun『2022 Predictions #1 The King is back, Merge overheats and Hypercasuals falter』（2022）

※2. 出所：A.T. カーニー『“Play to Earn”という新しい価値の登場～ブロックチェーンゲーム（BCG）の市場規模と将来見通し～』（2022）

※3. 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）

※4. 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）

※5. 出所：株式会社矢野経済研究所『2023年版 スポーツアパレル市場動向調査』（2021）

※6. 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）

※7. 出所：株式会社矢野経済研究所『2022 クールジャパンマーケット/オタク市場の徹底研究 ～市場分析編～』（2022年）

※8. 出所：三菱総合研究所『CX2030：バーチャルテクノロジー活用場としての広義のメタバース』（2022年）

※9. 出所：株式会社CARTA HOLDINGS『デジタルサイネージ広告市場※に関する調査』（2022年）

※10. 出所：株式会社矢野経済研究所『2022年版 人材ビジネスの現状と展望 PART1 総合人材サービス編』（2022年）



2-16. 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



代表取締役社長執行役員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



2-17. 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



執行役員 / 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



執行役員 / 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ツにて企業買収、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



執行役員 / 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



執行役員 / 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
- ・2021年にティファレットが東京通信子会社となり参画



執行役員 / 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



取締役執行役員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



2-18. 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） / 塚本 信二

- ・三井物産に新卒入社、その後、日本マイクロソフトやアマゾンジャパンでマーケティング業務に従事し、カントリーマネージャー等を歴任
- ・2022年にアマゾン バイスプレジデントに就任しアマゾンアド アジア太平洋地区を統括
- ・2023年に当社取締役就任予定



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



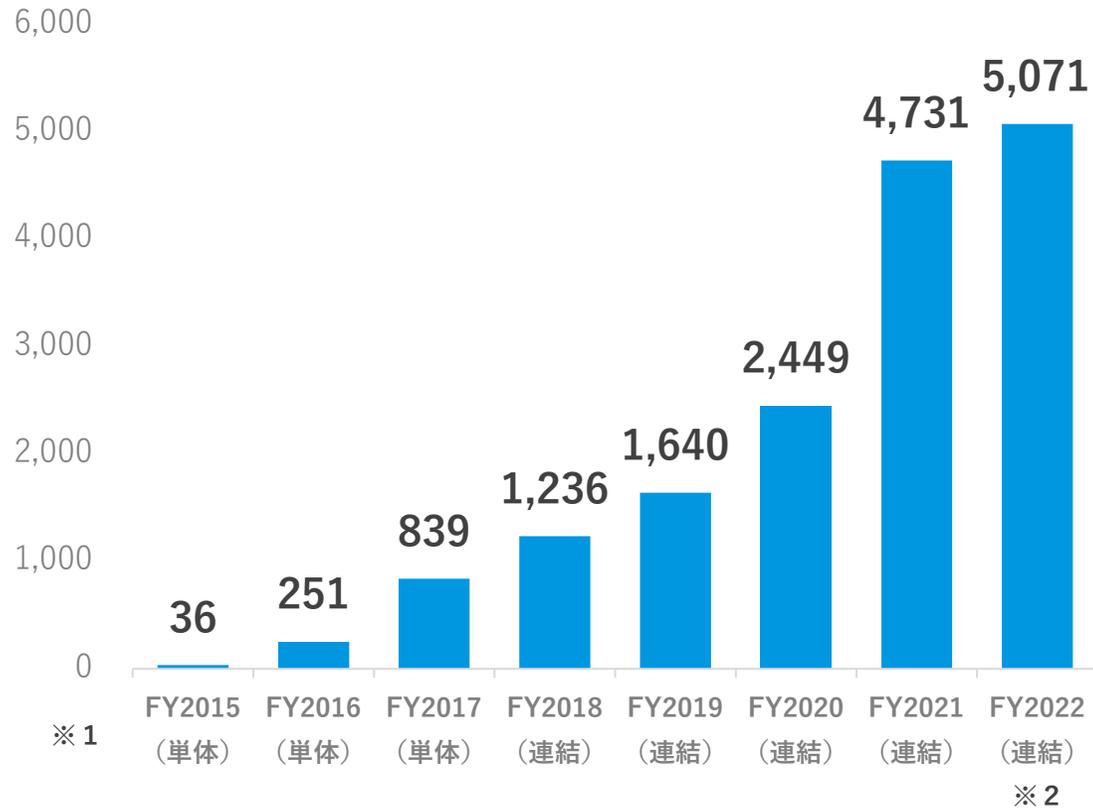
3. 業績ハイライト及び連結計画



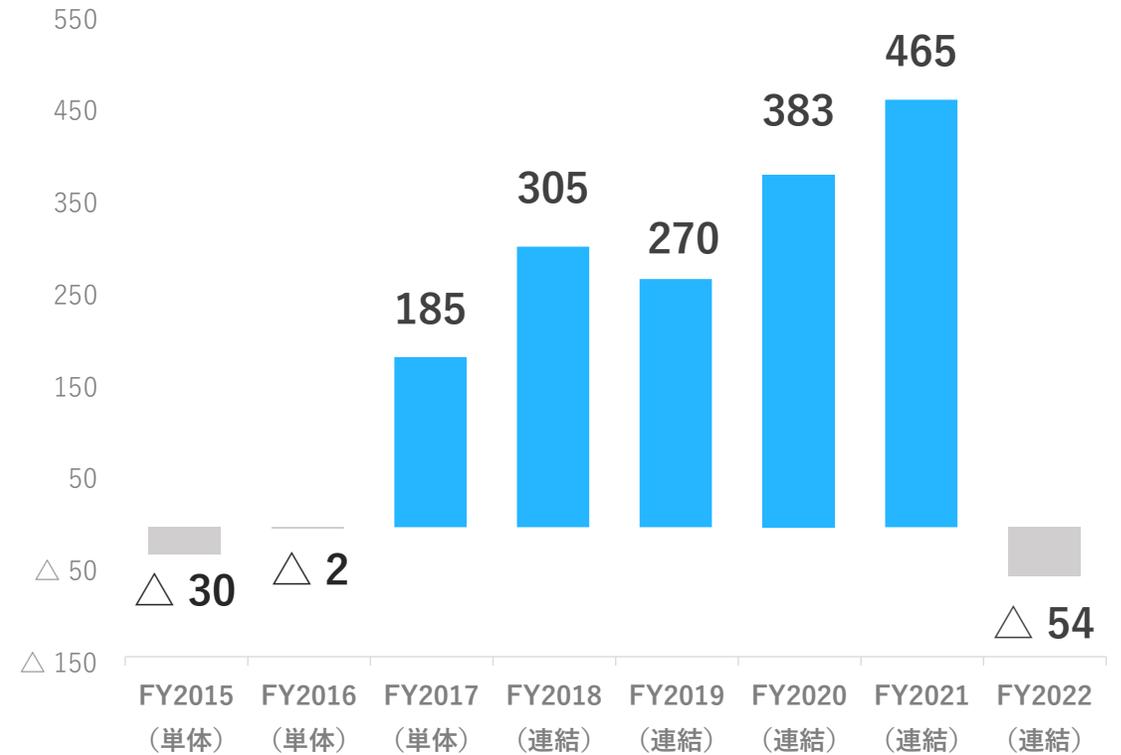
3-1. 業績ハイライト

- 連結売上高 5,071 百万円 (YonY 107.2%) 連結営業損失△54 百万円 (YonY △11.7%)
- 本社移転費用、新規事業に伴う原価やFY2021の株式会社ティファレトのM&Aによるのれん等が増加し営業赤字

売上高(百万円)



営業利益(百万円)



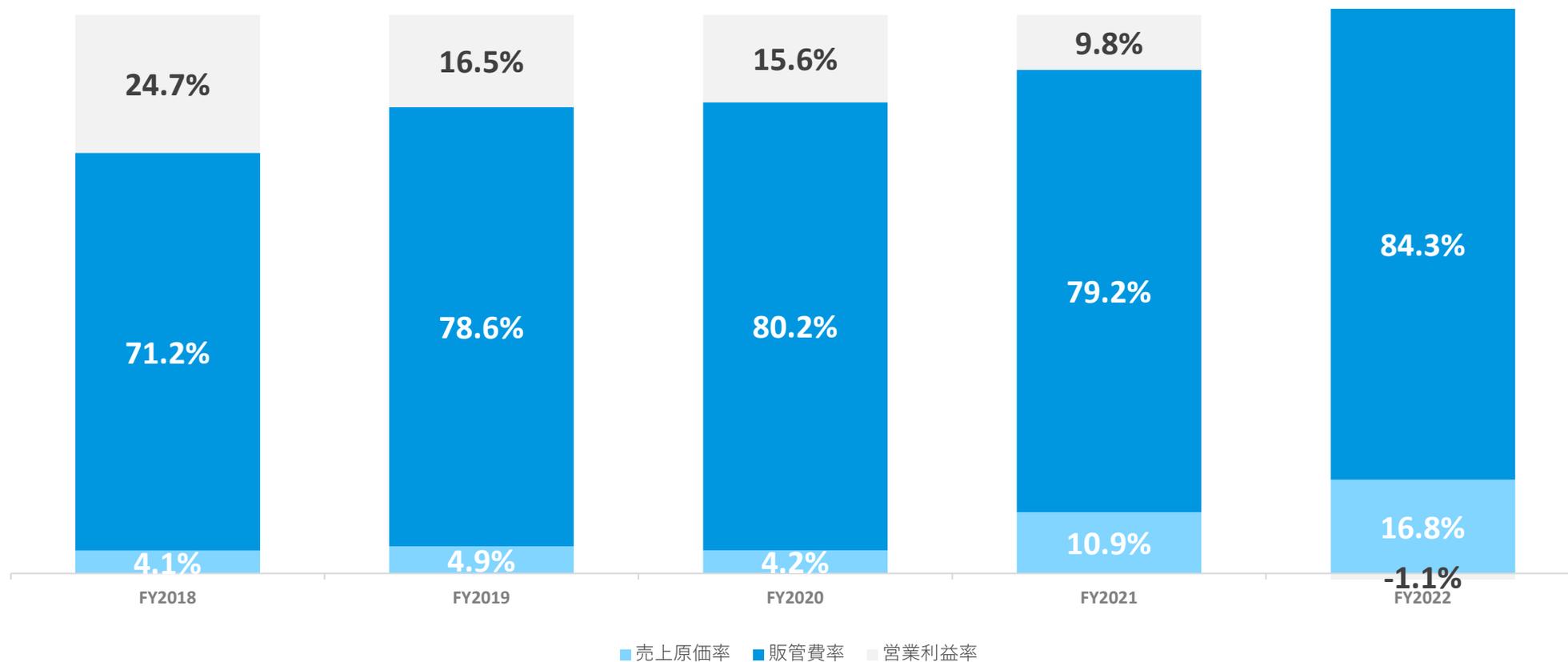
※1. FY2017 までの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

※2. 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。



3-2. 収益構造

- 本社移転に伴う費用、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





3-3. 2023年12月期業績計画

- 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
- 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



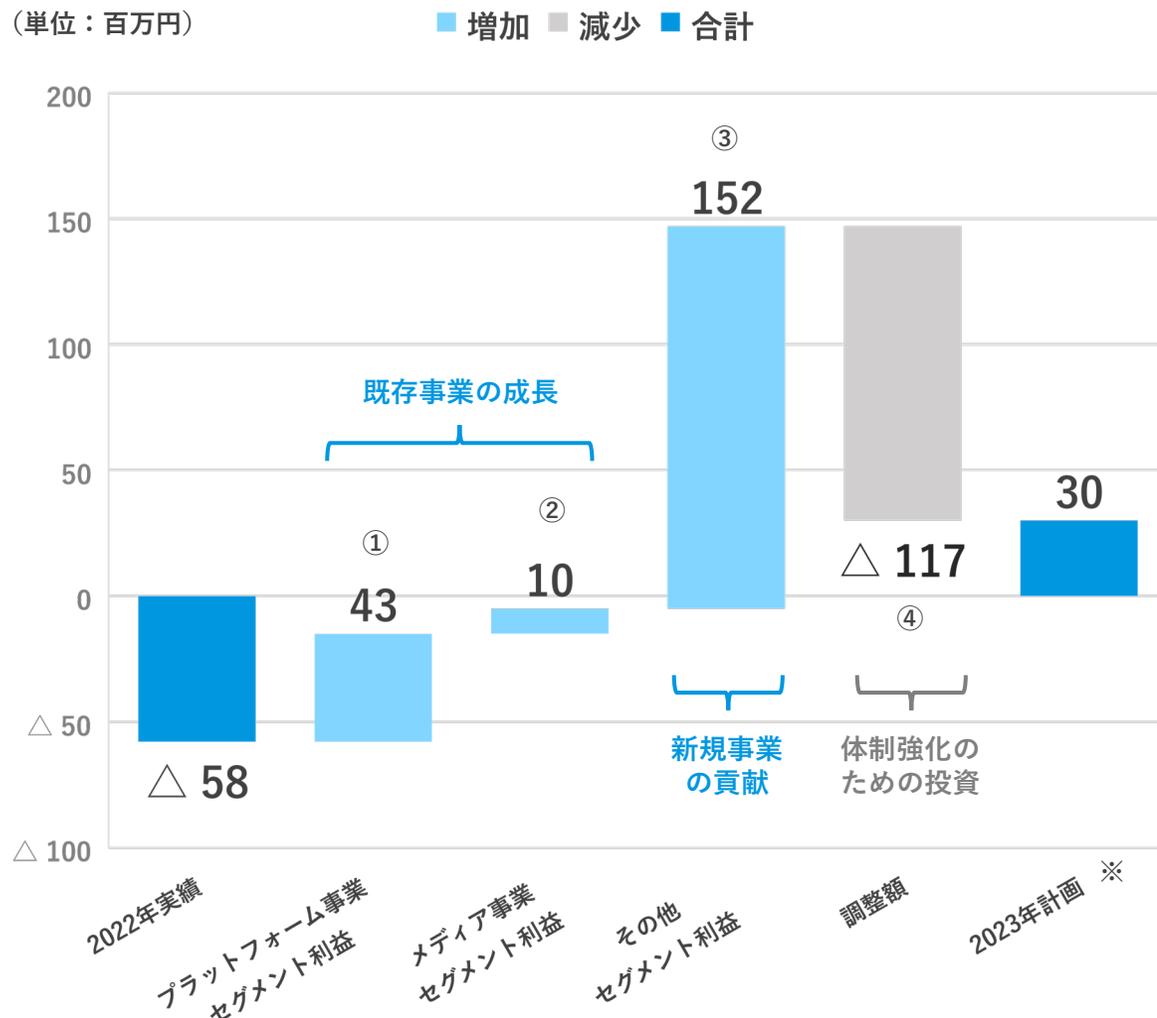
3-4. 事業セグメント別計画

		(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

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

電話占い「カリス」が年間を通して業績に寄与し、新規サービスの開始や「SATORI電話占い」の事業譲受などにより収益拡大を図る

②インターネットメディア事業

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強化するとともに、インセンティブゲームやブロックチェーンゲームなど新ジャンルの開発にも注力

③その他

人材紹介事業の「Seekers Port」やデジタルサイネージ事業などの新規事業の貢献

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。



4. 事業説明及び成長戦略

メディア事業



4-1. メディア事業 - 2022年12月期 アクションとその期振り返り-

Play to Earn領域として開始したインセンティブゲームにてポイ活×カジュアルゲームが好調な出だし
ゲームプラットフォーム（コンシューマー向け）へのマルチプラットフォーム展開や外部IPの活用も実施

新セグメント

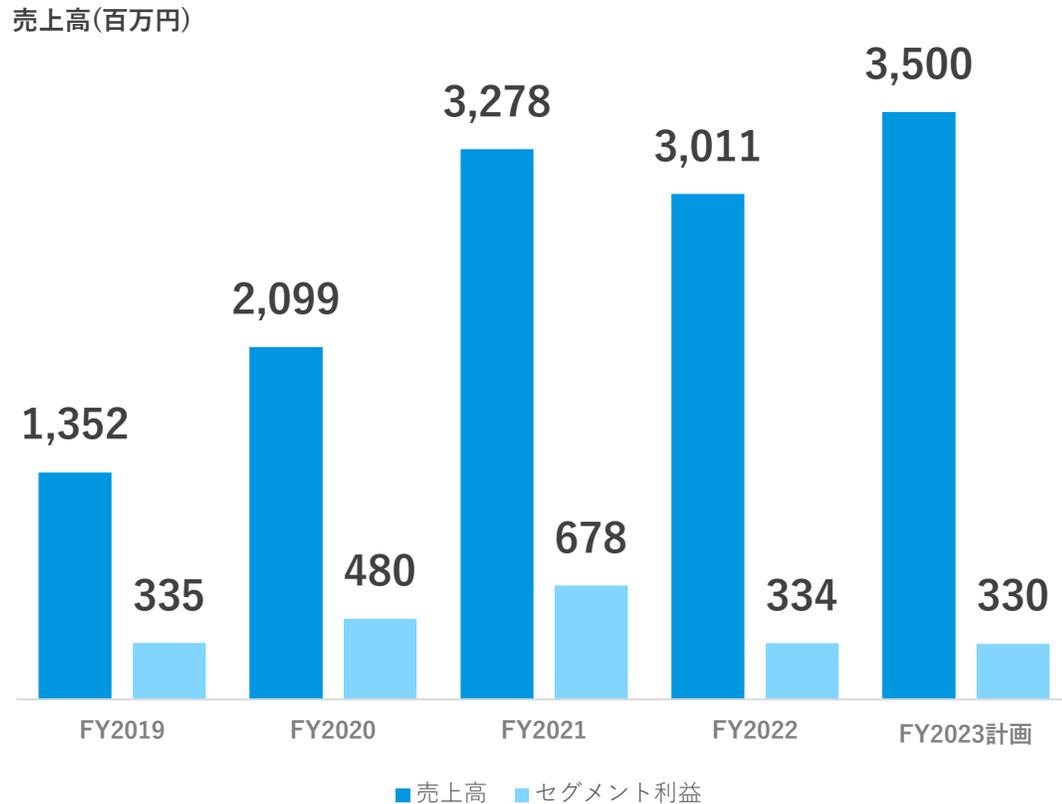
2022年12月期 アクションとその振り返り

<p>メディア事業</p> <p>FY2023より インターネットメディア事業 及びインターネット広告事業を 統合</p>	<p>旧インターネット メディア事業</p> <p>売上高 3,011百万円 利益 334百万円</p>	国内向け カジュアルゲーム	<ul style="list-style-type: none"> 家庭用ゲーム機等、マルチプラットフォーム展開を実施 外部IPとのコラボレーションしたカジュアルゲームを提供
		国内向け インセンティブゲーム	<ul style="list-style-type: none"> ポイ活×カジュアルゲームコンテンツを複数リリース 「ポイ活ソリティア」「ソリティアスクラッチ」等
		グローバル向け ハイパーカジュアルゲーム	<ul style="list-style-type: none"> グローバルヒットタイトル創出に向けタイトルリリース 「draw flights」「Big Makeover」等
		グローバル向け ミドルカジュアルゲーム	<ul style="list-style-type: none"> 複数ジャンルにてテストマーケを重ねながら開発中
	<p>旧インターネット 広告事業</p> <p>売上高 263百万円 損失 14百万円</p>	デジタルマーケティング	<ul style="list-style-type: none"> アフィリエイト広告、運用型広告等の広告代理 クリエイター動画の編集代理等を開始
		SEOメディア	<ul style="list-style-type: none"> SEOコンサルティングサービスを展開 医療・ヘルスケア領域を中心にメディアを運営

4-2. メディア事業 - 成長戦略のサマリー -

FY2023計画は売上35億円、セグメント利益3.3億円を見込む
成長戦略の1つとして、GameFi領域へ参入し、注力分野として事業拡大を目指す

売上高実績 及び 計画の推移^{※2}



売上高予想の前提

売上高

= 運用本数^{※1}

×

1本あたり売上高

目標：運用本数365本 (FY2022実績 340本)

成長戦略の概要

1. グローバルヒットタイトル創出
2. 他社IPとのコラボレーション
3. マルチプラットフォーム展開
4. ポイ活アプリへの注力
5. GameFiへの参入

※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）に加え、2023年12月期より家庭用ゲーム機向けの有料ゲームコンテンツの販売タイトル数を含んでおります。

※2. FY2019～FY2022の数値はインターネットメディア事業のみの数値となります



4-3. メディア事業 - 事業構造 -

ゲーム内広告をアドネットワークを介して広告主に提供、**広告収益が主な収益源**
スマートフォン向け無料ゲームコンテンツを有料コンテンツとして別プラットフォームへ展開

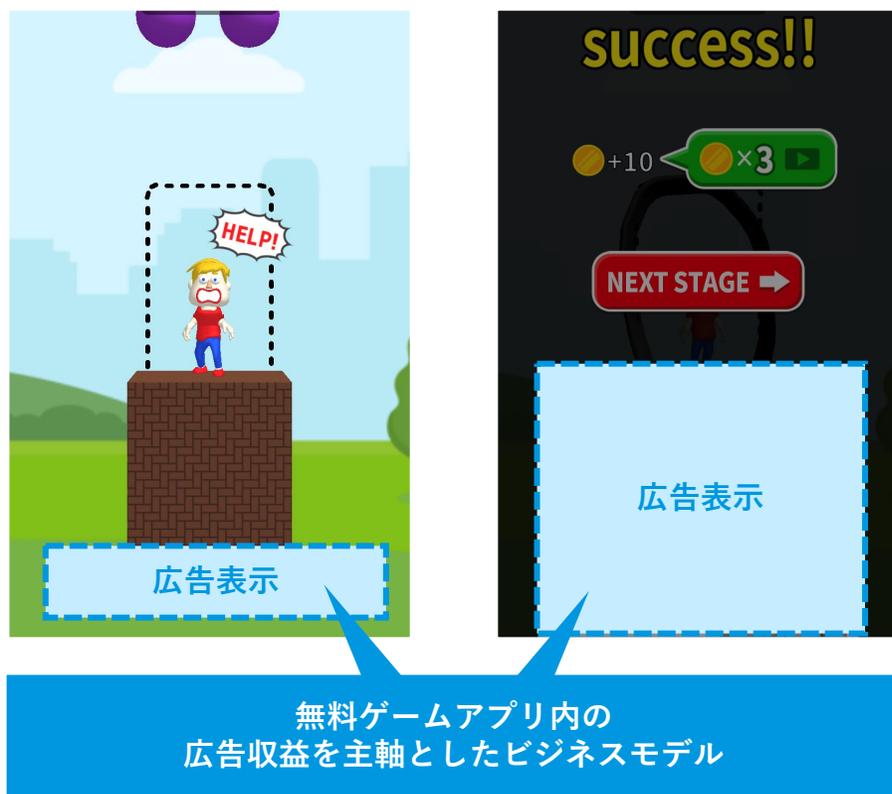




4-4. メディア事業 - サービス概要 -

無料ゲームアプリ内の広告枠が収益源、シンプルなゲーム性で世代を問わずプレイされるゲーム
ハイパーカジュアルゲームのグローバル展開で、国内のみならず、世界のゲーム人口27億人へリーチ

- 当社のハイパーカジュアルゲーム例 -



- 当社のターゲット -



※1. 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2022』（2022年）

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



4-5. メディア事業 - 直近の実績 -

累計5億ダウンロードを突破し、『2022年ゲームダウンロード数ランキング』にて**国内第1位**を獲得
成長著しいハイパーカジュアルアプリ市場の成長に大きく貢献

※

2022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	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

モバイル市場年鑑 2023

レポートを入手する

ダウンロード数

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!!

ダウンロードでリードするジャンルとは?
2022 | 世界のダウンロード回数上位のモバイルゲームジャンル | data.aiのGame IQ Taxonomy

#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**

「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）

4-6. メディア事業 - GameFi領域への参入 -

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 GROUP

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。



4-7. メディア事業 - カジュアルゲーム × GameFi 構想 -

※
カジュアルゲームコンテンツの量産体制とユーザー獲得能力を活かし、GameFi領域へ参入
トークンサプライヤーとPlay to Earnユーザーを繋ぐカジュアルゲーム × GameFi Economyを目指す



※ 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。



4. 事業説明及び成長戦略

プラットフォーム事業



4-8. プラットフォーム事業 - 2022年12月期 アクションとその振り返り -

電話占い「カリス」はM&A後も業績が堅調に推移し、プラットフォーム事業全体に大きく貢献
ヘルスケア領域に「OWN.」、推し活領域に「B4ND」等の新規サービスを投下

セグメント

2022年12月期 アクションとその振り返り

<p>プラットフォーム事業</p> <p>売上高 1,778百万円</p> <p>セグメント利益 156百万円</p> <p>EBITDA 460百万円</p>	既存事業	電話占い「カリス」	<ul style="list-style-type: none"> 恋愛相談への派生サービスは開発中（2023年リリース予定） 既存顧客のリピートとサービス認知拡大により業容拡大 月間の平均鑑定回数は22千回、年間実績26.1万回
	新規事業	ヘルステックアプリ OWN.App	<ul style="list-style-type: none"> 2022年4月にヘルステックアプリ「OWN.App」リリース プロテイン等の販売に向けOWN.Shopを開設 ※2023年1月時点で累計10万ダウンロード突破
		推し活メッセージアプリ B4ND	<ul style="list-style-type: none"> 2022年12月期に推し活×メッセージアプリを開発 ※2023年2月よりβ版をリリース
		スキルオン	<ul style="list-style-type: none"> ヘルステックアプリ「OWN.App」に注力する方針
		ライブコマース PCAN Live	<ul style="list-style-type: none"> ANAP社と合併で株式会社PCAN設立 2022年9月にPCAN Liveのβ版配信を実施

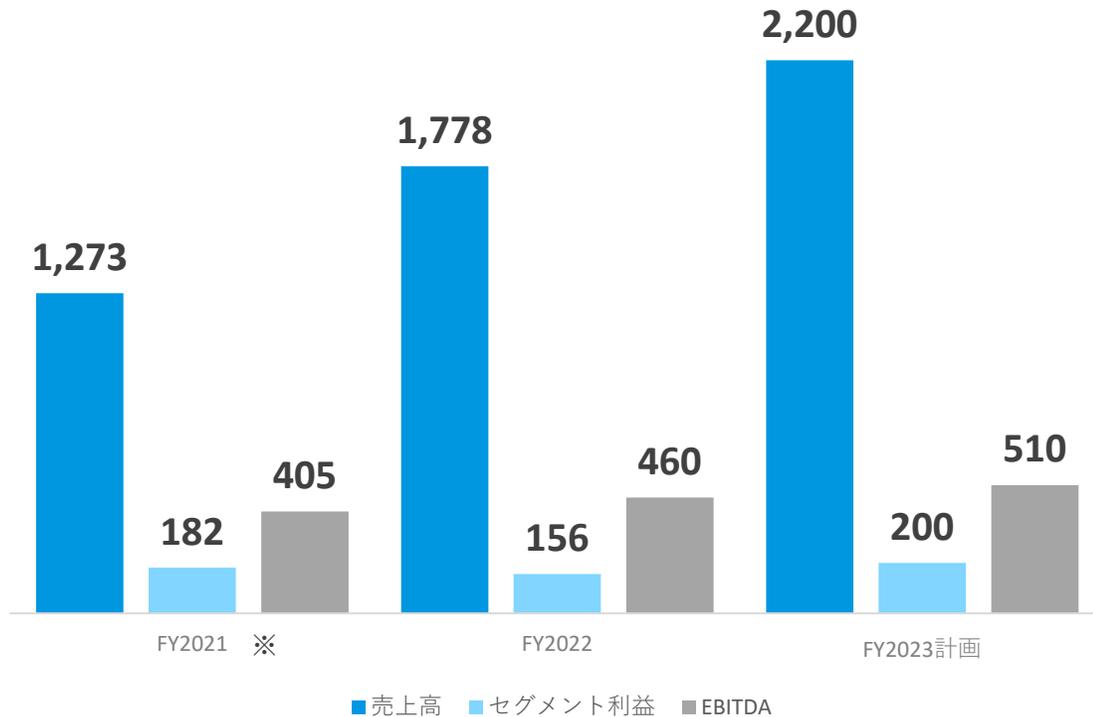


4-9. プラットフォーム事業 - 成長戦略のサマリー -

電話占い「カリス」に加え、新規サービスにより、FY2023計画は売上高22億円、EBITDA5.1億円を見込む
新規サービスのヘルステック「OWN.」とエンタメテック「B4ND」による成長を目指す

売上高実績 及び 計画の推移

売上高(百万円)



売上高予想の前提

$$\text{売上高} = \text{鑑定回数} \times \text{単価}$$



目標：鑑定回数29.9万回（FY2022実績 26.1万回）

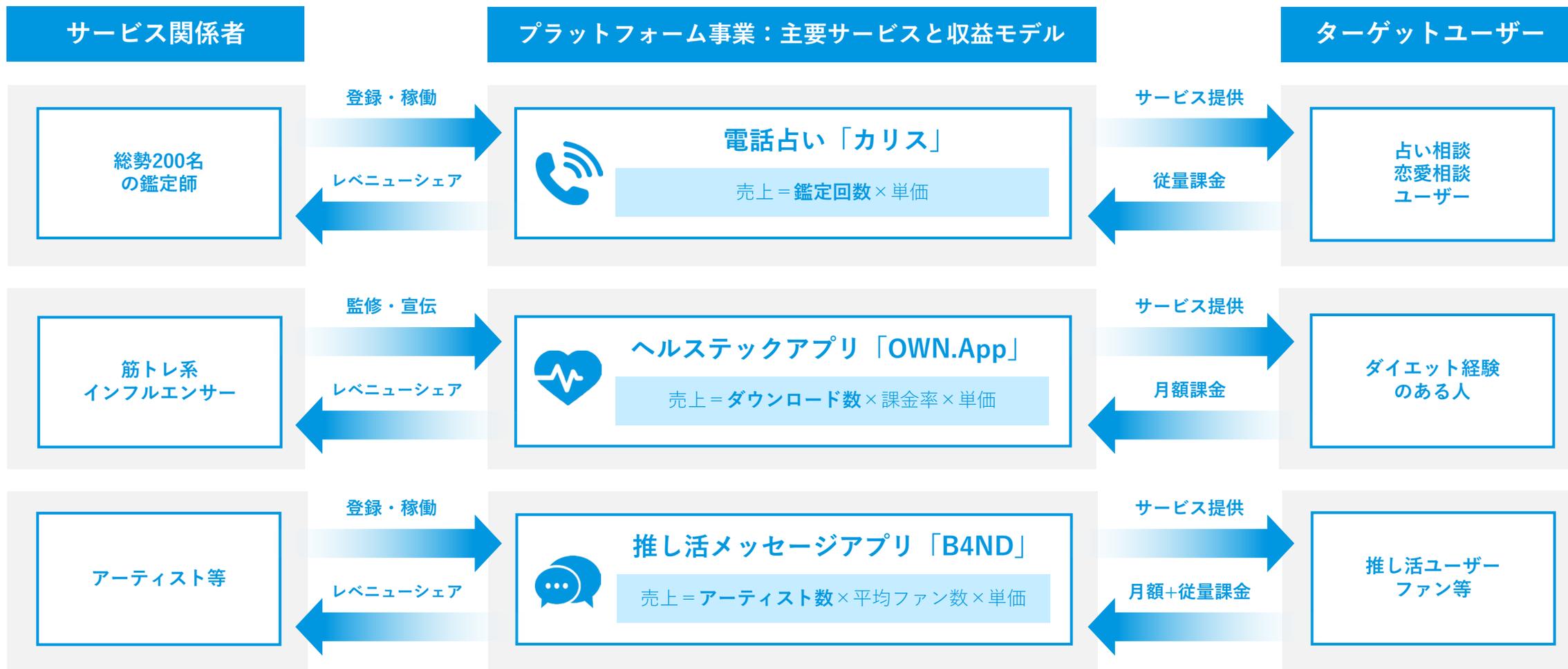
成長戦略の概要

1. 占い相談のDX推進
2. 恋愛相談サービスへの派生
3. OWN.の認知チャネル拡大
4. B4NDのアーティスト参画拡大
5. その他新規サービス創出

※ 株式会社ティファレットはFY2021 2Qより連結しているため、FY2021 2Q～4Qの財務数値となります

4-10. プラットフォーム事業 - 事業構造 -

定額課金 と 従量課金 が主な収益源
複数のプラットフォームサービスを運営



4-11. サービス概要 - 電話占い「カリス」 -

鑑定師と占い相談をしたいユーザーをマッチングする電話占い「カリス」を運営株式会社サイバーエージェントから「SATORI電話占い」を譲受。今後、恋愛相談サービスの展開を予定

- 当社の電話占いサービス -

- 当社のターゲット -

Charis あなたらしく輝く
幸せを叶える電話占い
電話占いカリス

当たると話題の
電話占いNO.1
おかげさまで
業界初の三冠達成

電話占い
クチコミ人気
NO.1

復縁したい人に
おすすめの
電話占い
NO.1

当たると話題
の
電話占い
NO.1

調査方法：インターネット調査。調査対象：日本在住の20代～40代女性
調査期間：2023年7月、サイトのイメージ調査
本調査はサイトのイメージをもとにアンケートを実施しており、
サービスの実際の利用状況は反映していません。

業界最高クラスの的中率をお試しください。

今すぐ無料で占う
最大10分(2400円無料)

SATORI 電話占い

ひとりで抱え込まず
お電話ください
一緒に解決していきましょう

新規会員登録
初回2,400円分無料

ログイン

ログインできない方はこちら



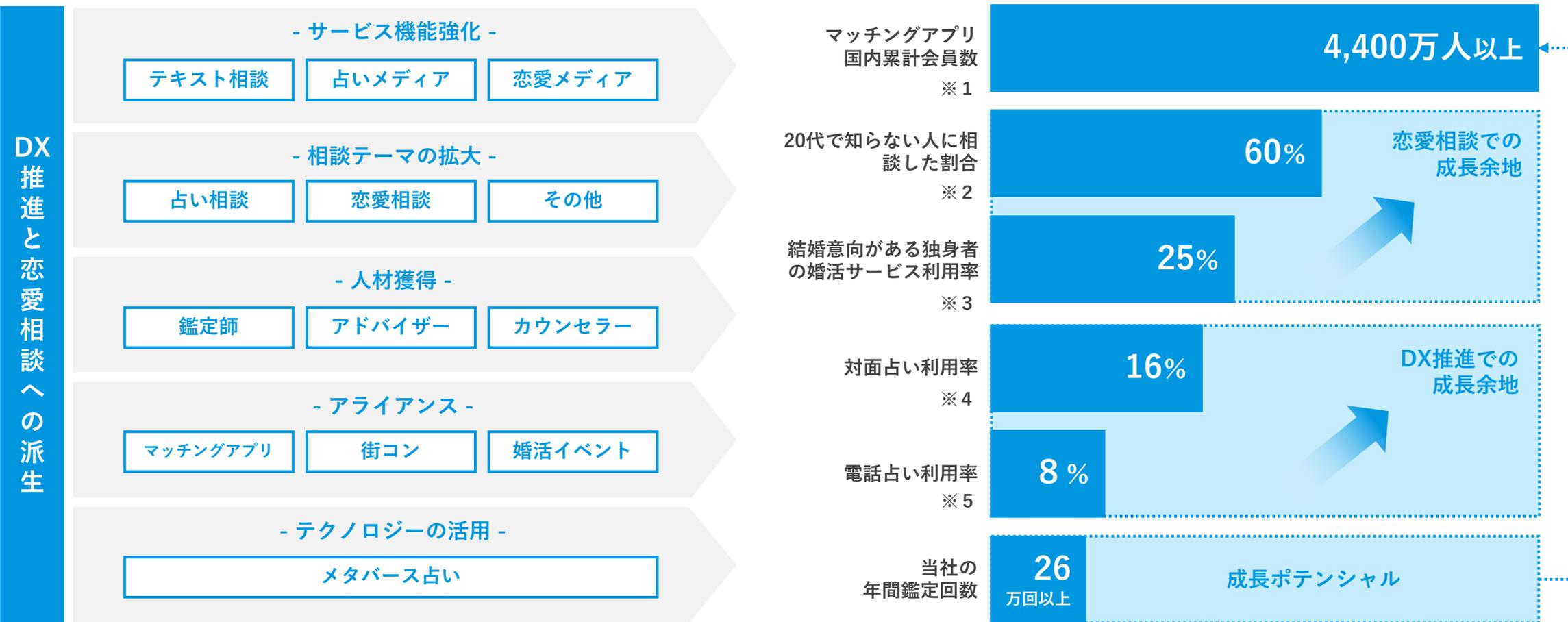
※1. 出所：ノマドマーケティング株式会社『全国の男女1000名を対象に電話占いについてのアンケート』（2021年）

※2. 出所：出所：マッチングアプリ国内上位3社の累計会員数の合計（2023年）



4-12. 成長戦略 - 電話占い「カリス」 -

年間26万件以上の鑑定をマッチングするも、占い相談における電話占いのシェアは30%程度
占い相談のデジタルトランスフォーメーションの推進と恋愛相談サービスにより、再成長を目指す



※1. 出所：マッチングアプリ国内上位3社の累計会員数の合計（2023年）
 ※2. 出所：株式会社RLECT「恋愛相談に関する実態調査」（2022年）
 ※3. 出所：株式会社リクルート「婚活実態調査2022」（2022年）

※4. 出所：合同会社Lani『占い事情調査』（2023年）
 ※5. 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）

4-13. 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

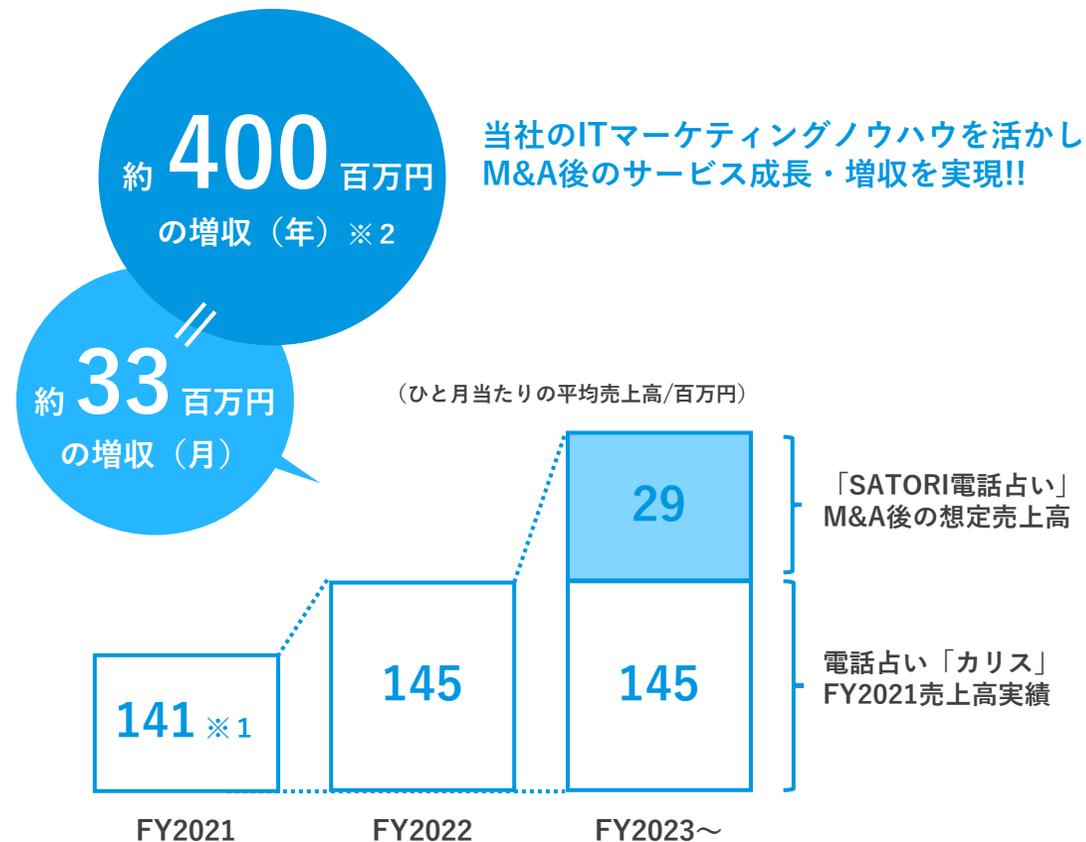


FY2021 2Qから
セグメント新設・追加

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。



4-14. サービス概要 - OWN. -

筋トレ・食事管理・睡眠管理をワンストップで提供するヘルステックアプリ「OWN.App」を展開
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

- 当社のサービス -

OWN.



ヘルステックアプリ「OWN.App」

- 当社のターゲット -



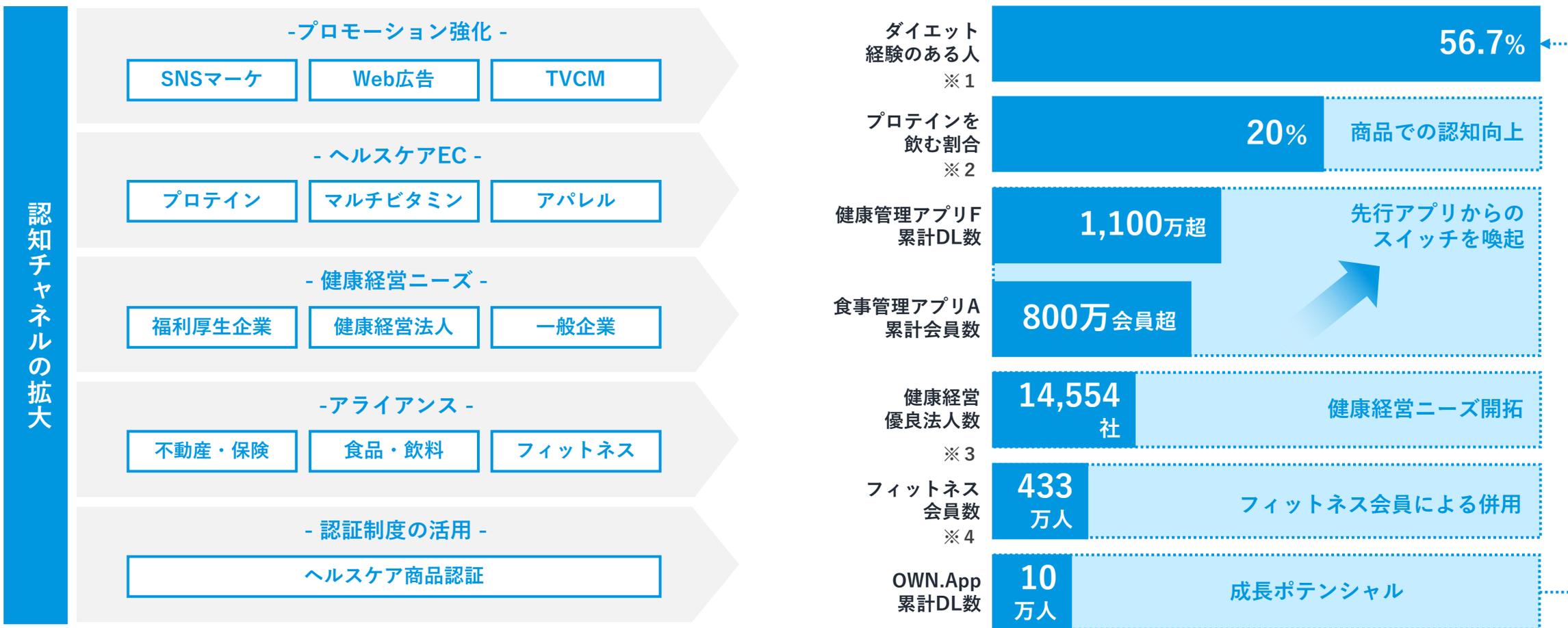
※1. 出所：株式会社クラブビジネスジャパン『Fitness Business』（2021年）

※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）



4-15. 成長戦略 - OWN. -

プロモーション等なしで、リリース9か月で累計10万ダウンロードを突破
複数に認知チャネルを確立し、ヘルスケアNo.1アプリを目指す



※1. 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. 出所：マイボイスコム株式会社『プロテインに関する調査』（2022年）

※3. 出所：経済産業省『健康啓江優良法人2022』（2022年）
※4. 出所：株式会社クラブビジネスジャパン『Fitness Business』（2021年）

4-16. ヘルスケアEC領域 - OWN.Shop -

プロテインやサプリメントに加え、**アパレル展開を開始**
ヘルスケア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。

4-17. (参考) ターゲット市場 - OWN. -

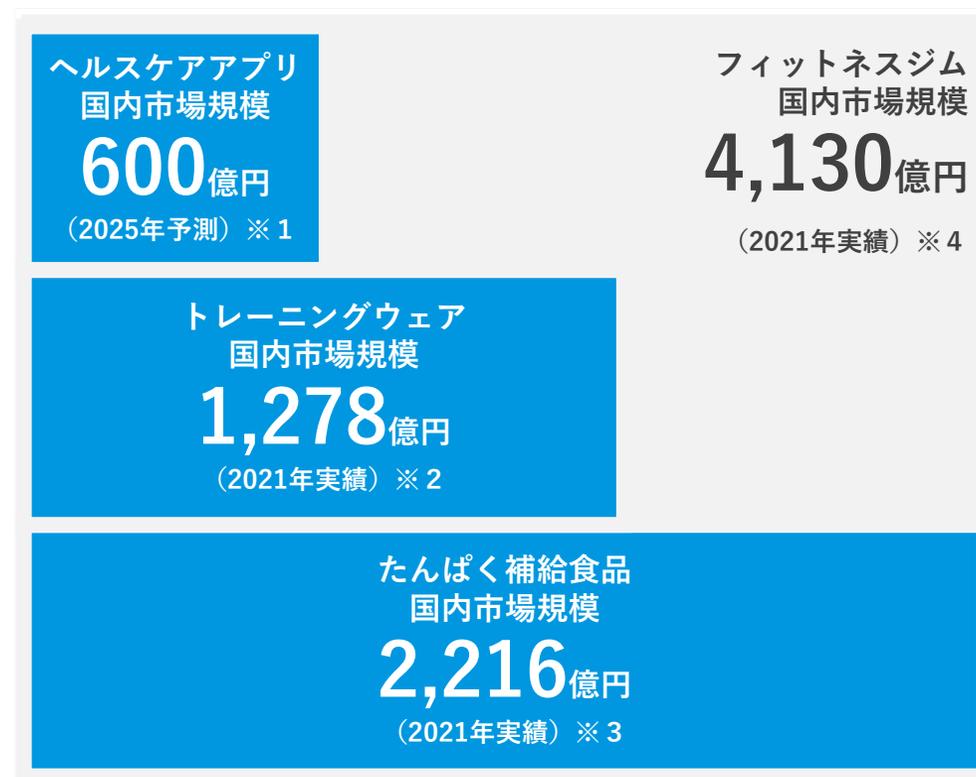
スマホアプリを起点にユーザーを獲得し、「OWN.Shop」にてヘルスケア関連商品の販売網を構築
 長期的にはヘルスケア領域の複数テーマを手掛け、ヘルスケア経済圏確立を目指す

OWN. の長期ターゲット市場

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



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『2023年版 スポーツアパレル市場動向調査』（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）



4-18. サービス概要 - B4ND -

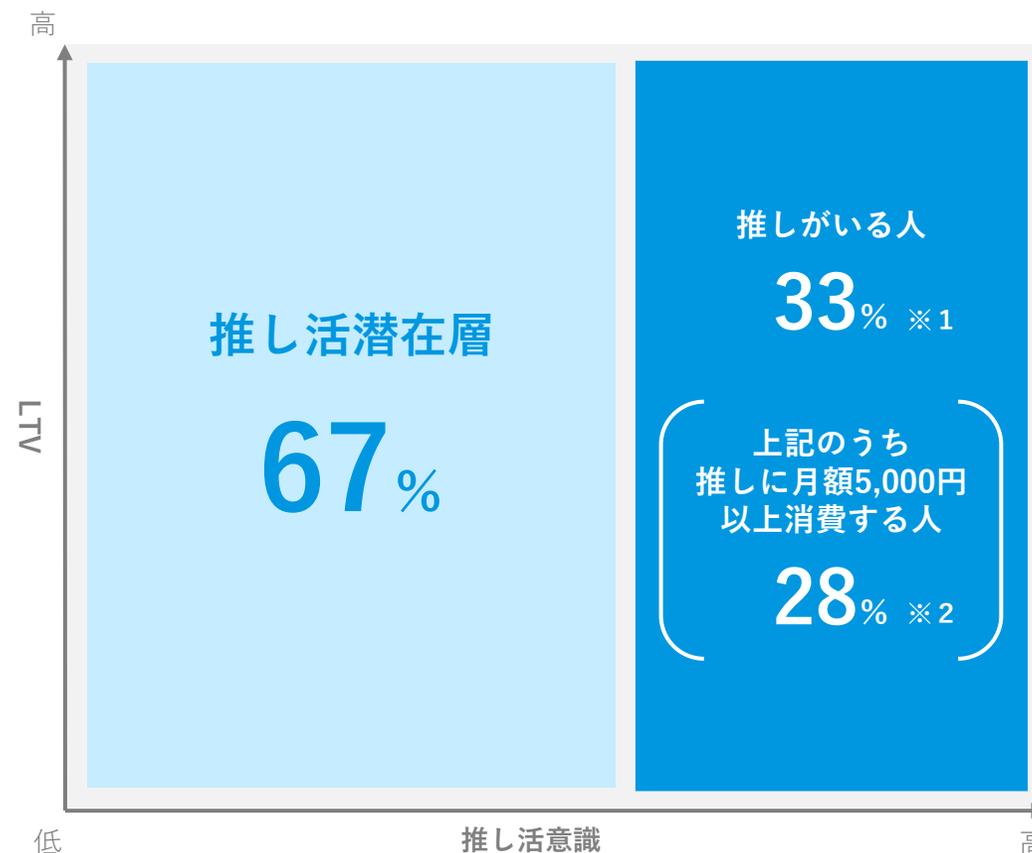
アーティストと双方向のコミュニケーションを実現する推し活×メッセージアプリ「B4ND」を開発
1：1のクローズドなコミュニケーション環境で個々のファンの存在を“認知できる”価値を提供

- 当社のサービス -



推し活×メッセージアプリ「B4ND」

- 当社が狙うポジショニング -



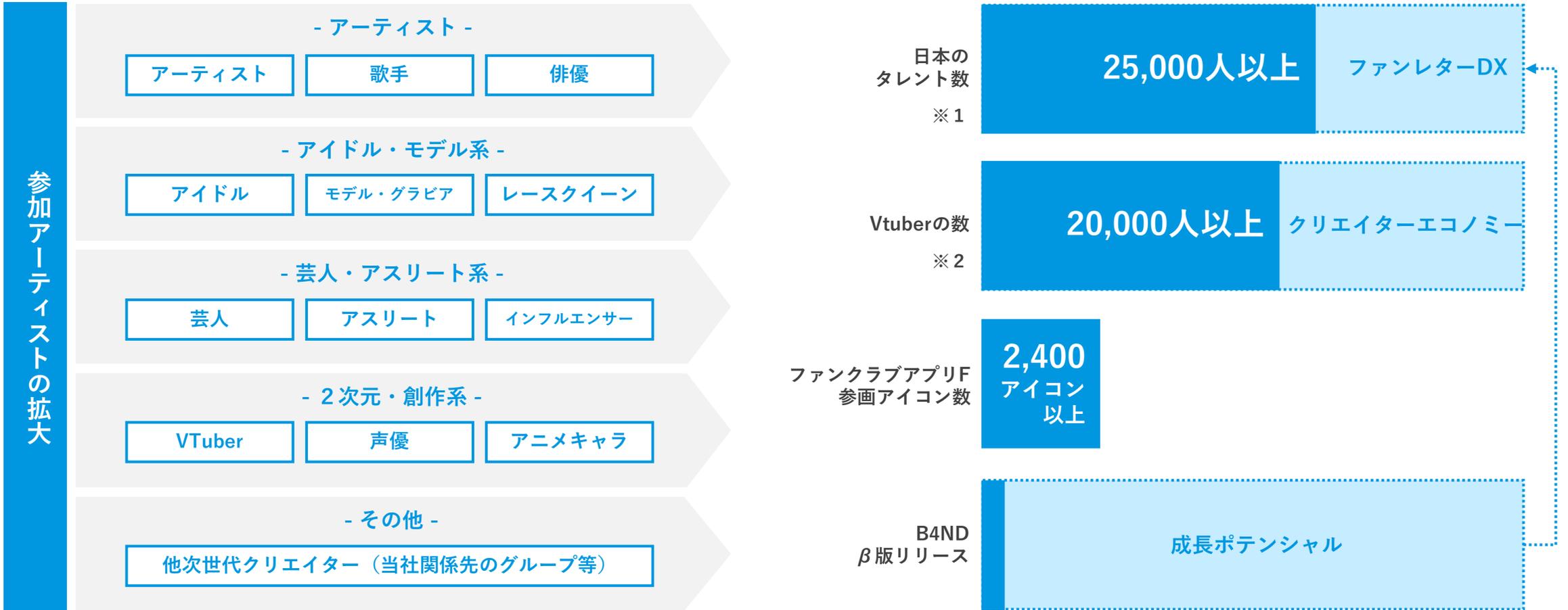
※1. 出所：株式会社Paidy『みんなの推し活大調査』（2022年）

※2. 出所：株式会社エイチーム『推し活にけるお金と節約に関する意識調査』（2023年）



4-19. 成長戦略 - B4ND -

2023年2月にβ版をリリース、参画アーティスト拡大に向け、芸能プロダクション等への営業強化
ファンレターのDXとクリエイターエコノミーを推進し、推し活No.1アプリを目指す



※1. 出所：株式会社VIPタイムズ社『日本タレント名鑑』（2022年）

※2. 出所：株式会社ユーザーローカル『ユーザーローカルVTuberランキング』（2022年）

4-20. (参考) ターゲット市場 - B4ND -

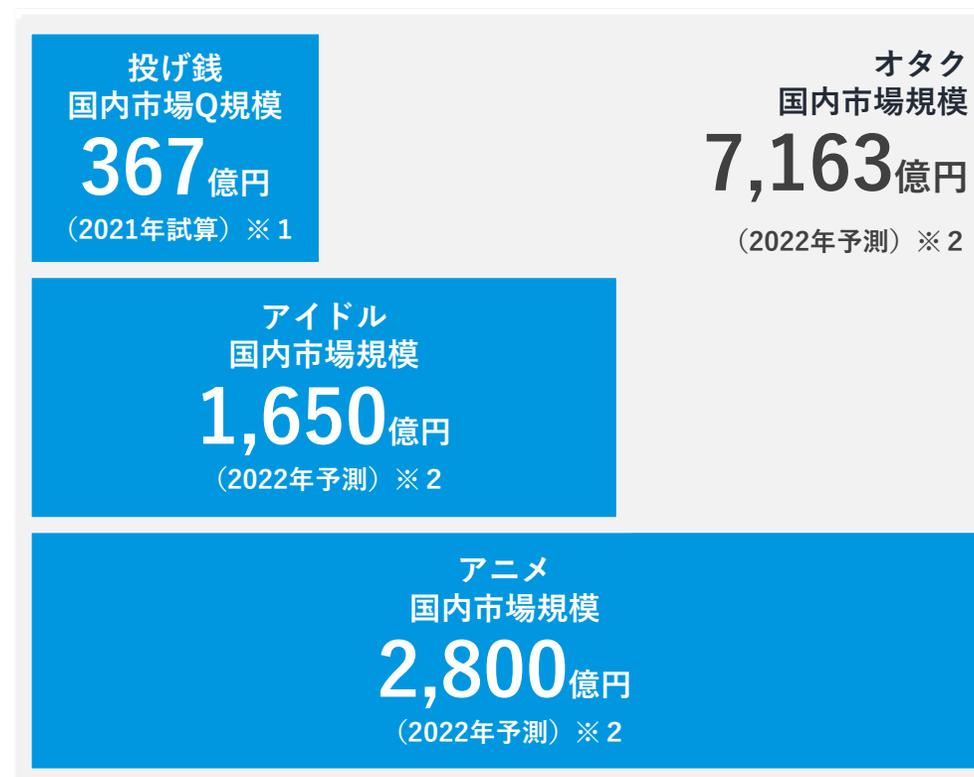
ファンレターDXを起点にアーティストの参画を拡大し、国内No.1の推し活アプリを目指す
 長期的には、アプリの枠を超えて、推し活領域での網羅的なビジネス拡大を目指す

B4ND の長期ターゲット市場

グッズ	ファンクラブ	イベント オフ会
ゲーム内 アイテム	ファンレター	服・美容
コスプレ	投げ銭 ギフト	他



B4ND の現在のターゲット市場



※1. 出所：Fintertech株式会社「投げ銭市場調査」(2021)

※2. 出所：株式会社矢野経済研究所『2022 クールジャパンマーケット／オタク市場の徹底研究 ～市場分析編～』(2022)



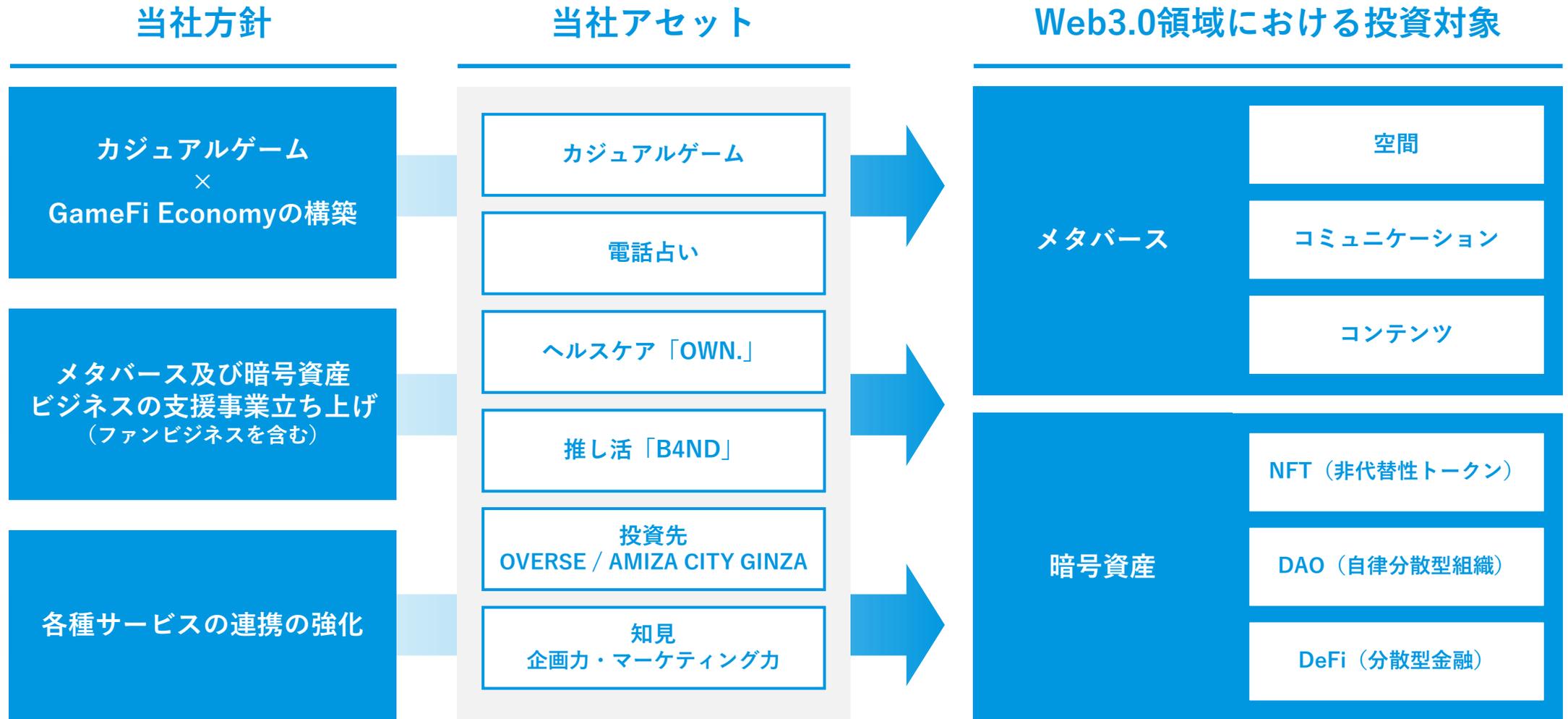
4. 事業説明及び成長戦略

その他（新規事業・投資事業）



4-21. Web3.0領域への当社方針

新規市場として注目されるWeb3.0領域へ積極的に投資
新たに **メタバース** 及び **暗号資産ビジネス**の支援事業を立ち上げる方針





4-22. 当社のメタバーズ・NFTを含む Web3.0 構想

デジタルツイン×メタバーズ構築やメタバーズ×アイドル組成プロジェクトへ参画し、今後も投資を継続
メタバーズ×アイドルプロジェクトをサポートする立ち位置としてメタバーズ×ファンビジネスを構想



※ NFT (Non-Fungible Token) とは非代替性トークンと訳され、代替が不可能なブロックチェーン上で発行された、送信権が入った唯一無二のデータのことです。デジタル上での資産の鑑定書や所有証明書としての役割を持っている。DAOは特定の所有者や管理者が存在せずとも、事業やプロジェクトを推進できる組織を指す言葉のことである。



4-23. メタバーズ関連トピックス

投資先 オーバース社のアイドル×メタバーズプロジェクトが始動、2023年3月にIEO実施

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、AMIZA CITY GINZAの一部動画を公開

投資先のアイドル×メタバーズプロジェクトが始動

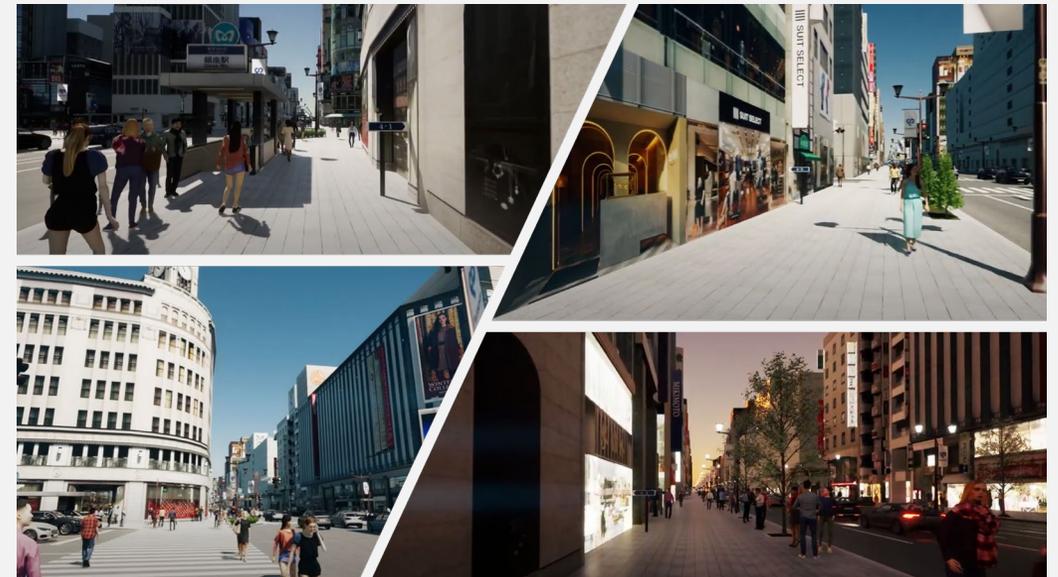
Nippon Idol Token



2023年3月にIEOを実施

AMIZA <街づくり>プラットフォーム構築プロジェクト

AMIZA CITY GINZA



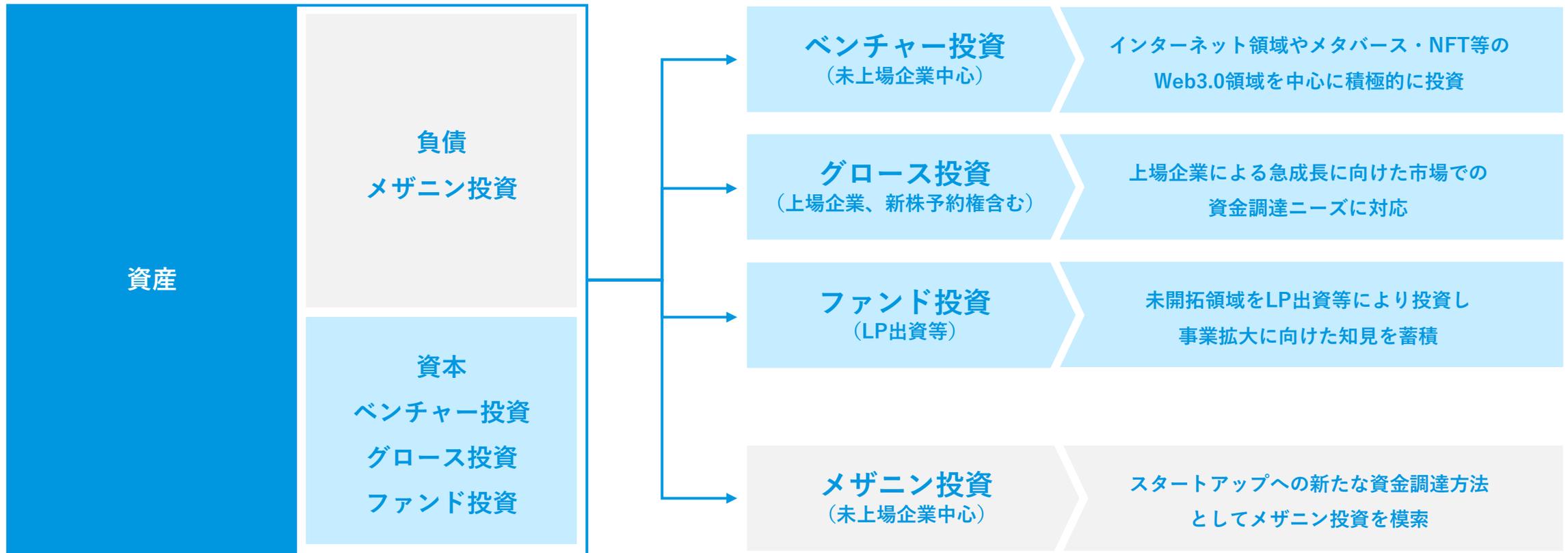
テナント誘致やメタバーズ広告への展開を推進

※ 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。



4-24. 投資事業の概要

今後は社内ノウハウを活かし、ベンチャー投資のみならず様々な投資手法を拡大
投資事業の事業セグメントとしての確立を目指す





4-25. 当社グループの投資先が資金調達、成長加速へ

Brave group社はメタバース領域での事業拡大とグローバル展開を見据え、累計調達額30.4億円に到達

UPSIDER社は国内大手金融機関からデットファイナンスにて467億円を調達

投資先であるBrave group社の
累計調達額が30.4億円に到達



Brave
GROUP

株式会社Brave groupは、メタバース領域における事業拡大とグローバル展開の加速を見据え、3億円の資金調達を実施し、Brave groupの累計調達額は30.4億円に到達

投資先であるUPSIDER社が国内大手金融機関から
デットファイナンスにて467億円を調達



UPSIDER
上場のための法人カード

株式会社UPSIDERは、国内大手金融機関からデットファイナンスを行い、467億円の資金調達をクローズし、更なるサービス拡大を目指す



5. 事業等のリスク

5-1. 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。

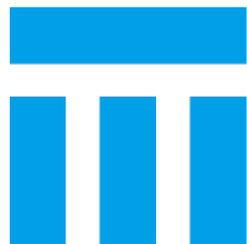
市場環境に係るリスク	リスクの概要	顕在化の可能性	影響度	対応方針
業界動向について	インターネット関連市場について ⇒国内外における市場成長が阻害されるような状況が生じた場合	低	低	現時点でも該当市場は成長、拡大を続けているものと捉えておりますので、今後も動向を注視して柔軟に対応してまいります。 また、多様な事業を運営しつつも、新規事業開発にも取り組むことにより、環境変化に影響を受けにくい収益構造となることを目指してまいります。
	スマートフォン関連市場について ⇒新たな法的規制の導入、技術革新の遅れ、利用料金の改定を含む通信事業者の動向等、当社の予期せぬ要因によりスマートフォン関連市場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



5-2. 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	
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（2月～3月）に開示を行う予定です。