

|| 企業調査レポート ||

エムアップホールディングス

3661 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年12月29日(金)

執筆：客員アナリスト

柴田郁夫

FISCO Ltd. Analyst **Ikuo Shibata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2024年3月期上期決算の概要	01
3. 2024年3月期の業績予想	02
4. 今後の事業戦略	02
■ 会社概要	03
1. 事業内容	03
2. グループ体制	05
3. 沿革	06
■ 企業特徴	07
■ 業界環境	08
■ 決算動向	10
1. 過去の業績推移	10
2. 2024年3月期上期決算の概要	12
3. 2024年3月期上期の総括	13
■ 主な活動実績	14
1. 新しいファン体験を提供するサービスの拡大	14
2. グローバル戦略の活性化	14
3. 次世代ビジネスの取り組み	15
■ 業績見通し	15
1. 2024年3月期の業績予想	15
2. 弊社の見方	16
■ 今後の方向性	16
1. 今後の成長イメージ	16
2. 事業戦略のポイント	17
3. 弊社による中長期的な注目点	17
■ 株主還元	18

■ 要約

2024年3月期上期も会員数の増加やEC拡大、 電子チケットの伸びにより、大幅な利益成長を実現。 グローバル戦略や次世代ビジネス（VR、NFT等）にも進展

1. 会社概要

エムアップホールディングス<3661>は、アーティストを中心として、タレントや声優、アニメまで、幅広いジャンルにおけるファンクラブサイトの事業を軸としながら、キャラクター、スタンプ、音楽、電子書籍といった多岐にわたるデジタルコンテンツの配信から、eコマース、電子チケットに至るまで、複合的な事業展開をしている。音楽アーティストを中心とするファンクラブサイトの運営は500以上、ファンクラブサイトの課金会員数は250万人を超え、それぞれ国内最大規模を誇る。代表取締役の美藤宏一郎（みとうこういちろう）氏が音楽業界（レコード会社）出身者であることから、アーティストやタレント、スポーツ選手、キャラクターなど強力IP（Intellectual Property）の獲得に強みがあり、多岐にわたるカテゴリーやジャンルで数多くの公式サイトを展開する。コアファンによる会員基盤に支えられながら同社業績も安定推移してきたが、2018年9月にはEMTG（株）の完全子会社化により事業基盤が大きく拡大するとともに、市場拡大が期待できる「電子チケット事業」へも参入し、2020年4月からは持株会社体制へと移行した。2020年以降、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響を一部受けたものの、コロナ禍をきっかけとしたアーティストとファンの関わりの変化やエンタテインメントのDXを見据えた新たな価値の創出（VR、NFT等）にも注力しており、今後の成長に向けて新たなステージを迎えようとしている。

2. 2024年3月期上期決算の概要

2024年3月期上期の業績は、売上高が前年同期比14.2%増の8,865百万円、営業利益が同22.7%増の1,457百万円とコロナ禍からの回復とともに増収増益を実現した。主力の「ファンクラブ・ファンサイト事業等（以下、ファンサイト事業）」「EC事業」「電子チケット事業」がそれぞれ順調に拡大した。「ファンサイト事業」は、新規FC（ファンクラブサイト）獲得とそれに伴う課金会員数の増加が業績の伸びをけん引した。「EC事業」は、回復するライブやコンサートと歩調を合わせた取り組み（商品取扱高の拡充）が奏功した。「電子チケット事業」についても、有観客でのライブ、イベントが増加するなかで、電子チケットの強み（感染予防対策など）を生かした発券枚数の伸びに加え、周辺サービス（オンラインくじ等）を付加した顧客単価の向上も寄与した。利益面でも、オフィス増床等による費用増や新規事業への先行費用が発生したものの、会費の値上げ効果や収益性の高い「EC事業」「電子チケット事業」の伸びにより大幅な増益を実現した。活動面では、ファンダム形成※に向けた新サービスの展開や新規事業の立ち上げ、韓国・中国を中心とするグローバル戦略の推進、次世代ビジネスの取り組み（VR、NFT等）など、短期・中長期の目線から各方面で進展を図ることができた。

※ 熱量の高いファン集団。

要約

3. 2024年3月期の業績予想

2024年3月期の業績について同社は、現時点で期初予想を据え置き、売上高を前期比9.8%増の17,500百万円、営業利益を同20.5%増の2,500百万円と通期でも増収増益を見込んでいる。上期に引き続き、ライブ、コンサートの回復のもと、新規FC開設に伴う課金会員数の増加や「EC事業」、「電子チケット事業」の拡大が業績の伸びをけん引する想定である。特に下期は大型FCを含め、新規案件の開設が多数予定されているほか、韓国ファンプラットフォーム企業との合併によるサービス開始（2024年2月）も予定している。利益面でも、引き続き先行費用等を予定しているものの、収益性の高い「EC事業」の伸びや一人当たりの単価向上等により高い利益成長を実現する。なお、上期業績（特に利益面）の順調な進捗を鑑み、今後の新規事業の立ち上がりの状況を見ながら適宜見直す予定としている。

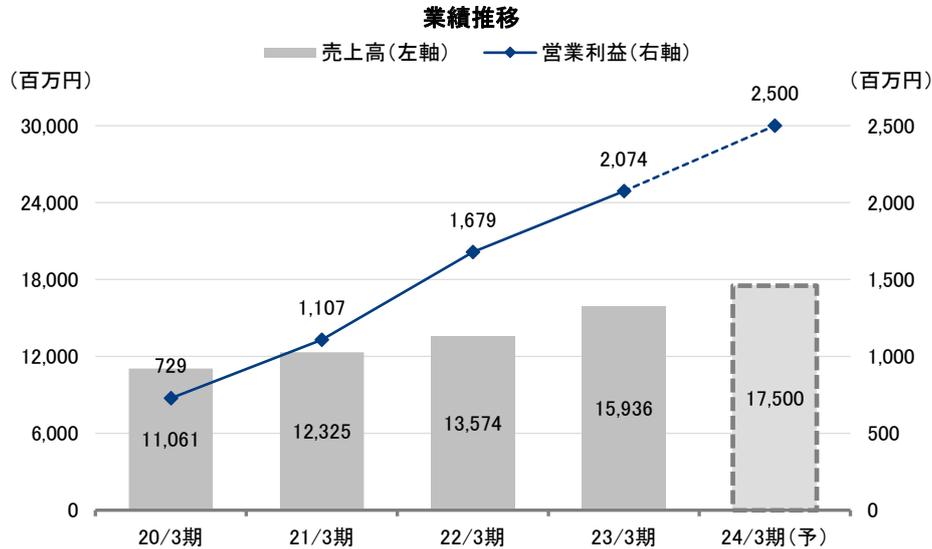
4. 今後の事業戦略

今後の事業戦略のポイントは、1) 基盤強化の継続、2) 事業シナジーの追求、3) 積極的な事業投資による成長加速である。具体的には、強力IPの獲得に向けた活動（基盤強化）を継続するとともに、IPと動画配信ノウハウを生かした独自の「VR事業」の展開や、IPとアプリの組み合わせによるファンサイトのプラットフォーム化、IP活用によるNFTマーケットプレイスへの参入など、様々な方面での事業シナジーの追求を目論む。また、電子チケットサービスを同社のファンクラブサイトやVRライブ事業へ導入するとともに、他社アプリへのOEM供給、チケットトレードセンター機能を生かした二次流通市場の創出など、成長加速に向けた新規事業投資にも積極的に取り組む方針である。さらにはポップカルチャーを中心に文化交流が深まるアジア展開にも注力していく。弊社でも、市場拡大が期待される「電子チケット事業」「VR事業」「NFT事業」への展開、さらにはポテンシャルの大きいグローバル戦略の本格化により中長期的な成長加速を実現する可能性が高いと評価している。

Key Points

- ・2024年3月期上期はコロナ禍からの回復が進むなか、課金会員数の増加やEC拡大、電子チケットの伸びにより大幅な増収増益を実現
- ・活動面でも、ファンダム形成に向けた新サービスの展開や新規事業の立ち上げ、グローバル戦略の推進、次世代ビジネスの取り組みなどに進展
- ・2024年3月期の業績予想を据え置き、増収増益を見込む（足元業績の順調な進捗を鑑み、適宜見直す予定）
- ・今後も強力IPの獲得を目指すとともに、「電子チケット事業」や「VR事業」「NFT事業」等との事業シナジーの創出により成長を加速する方針

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

スマートフォン向けにファンクラブサイトや各種コンテンツを提供。市場拡大が期待される電子チケットやVR、NFTにも注力

1. 事業内容

同社グループは、アーティストを中心として、タレントや声優、アニメまで幅広いジャンルにおけるファンクラブサイトの事業を軸としながら、キャラクター、スタンプ、音楽、電子書籍といった多岐にわたるデジタルコンテンツの配信から、eコマース、電子チケットに至るまで、複合的な事業展開をしている。同社の価値提供は、利用者をスマートフォンやPC等の各媒体を通じて各権利元（アーティスト、音楽事務所、レコード会社、キャラクター会社等）と有機的に結び付け、ファンというロイヤリティの高い会員基盤を拡大するとともに、コンサートチケットの先行予約販売や楽曲提供をはじめ、デジタルコンテンツ（CD及びDVD、ブルーレイ等）やグッズまで幅広い商品やサービスを提供するところにある。数多くの有力アーティストやコンテンツを保有する優位性を生かし、それらを相互活用することによりグループ全体でシナジー効果を発揮させ、事業基盤の拡大と多様化を図ってきた。

会社概要

2018年10月1日にはEMTGの完全子会社化により、成長が期待できる「電子チケット事業」への参入を含む事業基盤の拡大を図った。2020年4月1日からは経営資源の最適配分や迅速な意思決定、グループシナジーの更なる追求を図るため、持株会社体制へ移行した。2020年以降、コロナ禍の影響を一部受けてきたものの、ファン待望の「VR事業」が着実に立ち上がってきたほか、市場拡大が期待できる「電子チケット事業」の伸びや「NFT事業」への参入などにより、同社は新たなステージを迎えようとしている。報告セグメントは、「コンテンツ事業」と「電子チケット事業」「その他事業」の3つに区分されるが、「コンテンツ事業」は、さらに「ファンサイト事業」と「EC事業」に分類される。創業来の主力である「ファンサイト事業」の売上構成比が大きいが、今後は「EC事業」や「電子チケット事業」についても相互に連携させながら伸ばしていく方針である。

各事業の概要は以下のとおりである。

(1) コンテンツ事業

a) ファンサイト事業

スマートフォンやPC向けのファンクラブサイト運営や各種デジタルコンテンツ配信、アプリの提供などを行っている。特に、主力となるファンクラブサイトは、アーティスト及びアイドルをはじめ、俳優及びタレント、スポーツ選手などの最新情報や独占コンテンツを配信する公式サイトを運営するとともに、会員限定のコンテンツや楽曲配信、グッズ販売等も展開している。音楽アーティストを中心とするファンクラブサイトは500以上※1、収益源となる課金会員数は250万人を超え、それぞれ国内最大規模を誇る。また、ファンクラブのアプリ化も進めており、様々な機能の追加（プラットフォーム化）により、利用者ニーズへの対応と収益獲得の間口を広げている。2021年3月期からはコメントや投げ銭機能を搭載した生配信視聴専用アプリに加え、VRでのライブ生配信や様々なVR映像コンテンツを提供するサービスを開始したほか、ファンサービスのDXを見据えた新規事業展開、新たな収益モデルとして期待されるNFTマーケットプレイス※2への参入などにも取り組んでいる。一方、各種デジタルコンテンツ配信は、「しゃべってコンシェル(しゃべってキャラ)」※3やきせかえ、スタンプ、デコメールなど、人気キャラクターやタレント等をテーマにしたコンテンツを多数配信している。加えて、キャリアが展開する月額使い放題サービス向けにも積極的にコンテンツを提供している。

※1 Fanpla Kit (FCプラットフォーム) を含む。Fanpla Kitとは、アーティストの規模にかかわらず、初期・導入費用不要でファンクラブの立ち上げができ、会費管理はもちろんファンクラブ運営に必要な機能がパッケージされているSaaS型のプラットフォームである。2020年12月にオープンしてから順調に利用者数及び新規会員数が増加してきた。

※2 ブロックチェーン技術を利用したNFT(非代替性トークン)マーケットプレイスで、エンタテインメント領域のコンテンツに特化し二次流通以降まで対応している。

※3 「しゃべってコンシェル(しゃべってキャラ)」は、(株)NTTドコモが提供するスマートフォン向け音声サービスのこと。スマートフォン上に表示されるキャラクターにやりたいことや調べたいことを話しかけることによって、端末がその言葉の意図を読み取り、情報やサービス、端末機能の中から最適な回答を画面に表示するサービス。

b) EC事業

同社グループの運営するファンクラブサイト等を通じて、CD、DVD及びブルーレイといった音楽映像商品と、それに関連するアーティストグッズを販売している。ファンクラブサイトの会員であるコアなファン層をターゲットとしている点や、大手アーティストからインディーズ流通のアーティストまで対応し、ファンへ直接販売するという新たな流通経路を開拓している点、パッケージ商品の販売に際しては、オリジナル特典(アーティストグッズ等)を付与することにより効果的な販促ができる点などに特徴がある。また、最近ではライブやイベント会場の物販をスムーズに利用できる新たなサービス(事前販売及び会場受取サービス等)を開始し、ECの枠を越えた販売機会の拡大を図っている。

会社概要

(2) 電子チケット事業

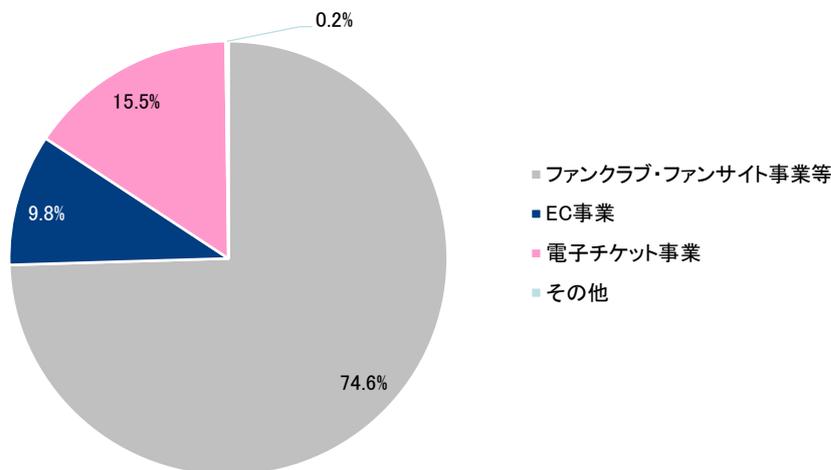
2018年10月にEMTGの完全子会社化により参入した事業であり、電子チケット及びチケットトレード※1、並びにそれらに付随する各種サービスからの収益により構成されている。音楽のライブはもちろんのこと、アイドルグループの握手会等のイベント、プロ野球やフィギュアスケートといったスポーツ、遊園地などのレジャー施設まで幅広く電子チケットサービスを提供している。また、「コンテンツ事業」で実施するライブ配信と連動する形で、オンライン配信の視聴パスを販売するプラットフォームなども開始した。一方、電子チケットに付随するサービスとしては、カードコレクションアプリ（プロ野球8球団やBリーグ全36チームに採用）※2を展開するほか、ライブにまつわる記念コンテンツ（「メモコレ」）を有料パッケージ販売するなど、マネタイズ手段の多様化にも取り組んでいる。

※1 ライブやイベントに行けなくなった時に、他の人に定価でチケットを譲れるサービスである。今までのチケット転売サイトとは異なり、個人間のやり取りができず、定価取引で行われ、チケットの高額転売を防ぐことができる。
 ※2 Vリーグ（日本バレーボールリーグ機構）公式カードコレクションサービス「Vコレ-MEN-」、「Vコレ-WOMEN-」やWリーグ（バスケットボール女子日本リーグ）公式カードコレクションサービス「Wコレ」についても開始した。

(3) その他事業

上記のセグメントに属さない、主に新規事業開発を行う連結子会社の収益等が計上されている。

事業別売上高の構成比(2024年3月期上期実績)



出所：決算短信よりフィスコ作成

2. グループ体制

同社グループは、2020年4月1日より持株会社体制に移行している。同社の傘下には8つの事業会社（連結子会社）が存在し、各社の独自性や迅速な意思決定を重視しながら、グループシナジーの創出と収益源の多様化を実現する体制となっている。

会社概要

グループ会社一覧



出所：決算補足説明資料より掲載

3. 沿革

同社は、現 代表取締役の美藤宏一郎氏によって、携帯電話端末及び PC 端末向けの有料コンテンツの提供及び通信販売を行うことを目的として、2004 年 12 月に設立（本社は渋谷区）された。

携帯電話の普及や IT 環境の進展に伴って携帯コンテンツ市場が拡大するなか、「着うた」を中心に同社の業績も順調に推移した。特に、キャリアの新サービス提供が同社の業績に大きく影響した。2006 年 10 月には、同社がコンテンツプロバイダーとなる携帯電話キャリア公式サイトとして、メロディコールを提供する「アーティスト公式コール」を開設した。また、2007 年 2 月には、アーティストやタレントに関連するファッションを中心に扱うセレクトショップ「ROYAL Roc」の携帯電話キャリア公式サイトを開設し、e コマース事業を開始した。さらに、2007 年 7 月には、「アーティスト公式デコメ」をキャリア公式サイトとして開設し、音楽以外のコンテンツ分野にも進出した。

同社にとって大きな転機となったのは、2008 年 9 月に、「GLAY MOBILE」をキャリア公式サイトとして開設し、ファンクラブサイトの運営を開始したことである。芸能界に精通した同社の特徴が生かせる分野であるとともに、ロイヤリティの高いファン層を課金会員として囲い込むことで、技術や市場動向の影響を受けづらい安定的な事業基盤を確立することができた。特に、ファンクラブサイトから CD、DVD、アーティストグッズの直販サイトに誘導することで、e コマース事業とのシナジー効果を発揮できたことが同社の成長をけん引することになった。

2012 年 3 月に東証マザーズに上場し、2012 年 5 月には、アドウェイズ <2489> より、韓流サイトなどを運営していた（株）アドウェイズ・エンタテインメントの全株式を取得して子会社化（2013 年 5 月に吸収合併）。2013 年 9 月に東証 1 部に市場変更となった。また、2018 年 10 月には EMTG の完全子会社化により電子チケット事業にも参入。2020 年 4 月 1 日には持株会社体制へ移行した。

■ 企業特徴

会員数の拡大が業績の伸びをけん引する収益モデル。 強力 IP の獲得や複合的な事業展開などに強み

同社は、会員数の拡大が業績の伸びをけん引する収益モデルである。したがって、強力 IP (コンテンツ) を獲得し、集客力の高いサイトを数多く保有するとともに、会員の退会率を低く抑えることで会員基盤を積み上げ、さらに「EC 事業」や「電子チケット事業」との連携を含めて、会員 1 人当たりの単価を高める仕組みを導入することが成功の秘訣と言える。同社は、以下に掲げる強みを生かすことで他社との差別化を図るとともに、効果的な価値創造を実現している。

(1) 強力 IP を獲得し、集客力の高いサイト運営を実現する仕組み

同社は、レコード会社をはじめとする音楽業界等のコンテンツホルダー出身者が多いことから、芸能界に精通していることに加え、これまでのコンテンツ制作に携わってきた経験が、集客力の高いアーティストやタレント、キャラクター等の獲得やコンテンツ発掘、サイト企画に有利に働いている。また、ファンクラブサイトにはオリジナル特典を付与することで、コアなファン層を会員として取り込むとともに、会員期間が長いほど恩恵を受ける仕組みや、関連するコンテンツやオリジナル特典の継続的な提供により退会率を低く抑え、会員基盤の積み上げを図っている。

(2) 様々なコンテンツ分野の人気サイトを運営してきた実績

会員制サイトの運営や e コマースをはじめ、多岐にわたるカテゴリーやジャンルで公式サイトを幅広く運営してきたことがノウハウの蓄積や信頼につながり、コンテンツホルダーからコンテンツを獲得する際の強みとなるとともに、リスク分散にもなっている。また、その多くはキャリアの公式メニューの上位サイトにランキングされている。

(3) シナジー効果を発揮する複合的な事業モデル

「ファンサイト事業」を中心として、「EC 事業」や「電子チケット事業」を複合的に展開することにより、相互にプラスの効果を生み出すシナジーが発揮されている。特に、ファンクラブサイトから CD や DVD、アーティストグッズ等の e コマースへの誘導や、電子チケット及びチケットトレードサービスとの連携は、コアとなるファン層に直接リーチする新しいチャネルを創造するとともに、1 人当たりの単価の向上にも貢献している。また、会員向けのチケット先行販売や会員限定販売、チケットトレードにおける会員向けプレミアムサービスなどが、会員獲得のための有効な施策にもなっている。さらに、将来的には「VR 事業」や「NFT 事業」とのシナジー効果にも期待ができる。

企業特徴

(4) 「電子チケット事業」及び「VR事業」における優位性

2019年3月期より参入した「電子チケット事業」については、スマートフォン画面にスタンプを押す電子チケットアプリやチケットトレードセンター機能に優位性がある。特に、チケットトレードセンター機能を生かした二次流通市場の創出は、会員を囲い込むインセンティブになるとともに、政府や業界が進める不正転売対策にも貢献するものである。他社との連携を図りながら、今後のデファクトスタンダードになる可能性が高い。一方、2021年3月期からサービス提供を開始した「VR事業」についても、各権利元とのリレーションによる強力IPの獲得が大きな武器になるものと考えられる。また、同社ならではのVR体験による差別化にも取り組んでいる。さらには、各事業会社との戦略的提携によるコンソーシアム体制を取っていることから、他社との協業によるダイナミックな展開（価値創造）も期待できる。

業界環境

コロナ禍においても音楽配信は順調に拡大。 ライブ・コンサート市場にも回復傾向

音楽やアーティスト関連の市場動向に目を向けると、2019年までは堅調に推移してきた。特に、音楽配信では、ストリーミングサービスの利用が急拡大するとともに、ライブ・コンサート市場も拡大傾向にあった。ただ、コロナ禍の影響を受けた2020年については、販売延期等により音楽ソフトの生産金額が減少した一方、音楽配信の販売金額は自宅等でのストリーミングサービスの利用増加により拡大し、明暗が分かれる結果となった。2021年及び2022年についても、音楽ソフトの生産金額が低調に推移する一方、音楽配信の販売金額は高水準を維持してきた。2023年に入ってから音楽ソフトの生産金額（上半期）が1,169億円（前年同期比20.2%増）に持ち直すとともに、音楽配信も引き続き好調であり、根強い音楽需要に支えられ市場は拡大している※。

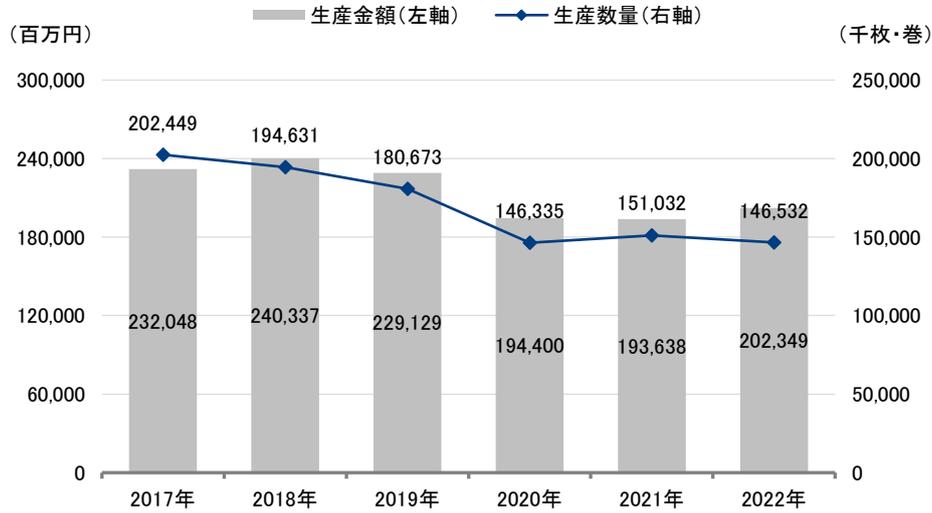
※ 出所：（一社）日本レコード協会

また、ライブ・コンサート市場についても、コロナ禍により多くのライブ・コンサートが中止・延期となったことから、2020年の公演回数は大幅に減少するとともに、収容人数の制限等も重なり動員数は大きく落ち込んだ。2021年に入ってから公演回数は大きく回復し、コロナ禍前（2019年）の約80%にまで戻ってきた一方、動員数は収容人数制限による影響が残りコロナ禍前の約45%にとどまった。もっとも、2022年に収容人数制限が緩和されたことで大規模会場の公演が本格的に再開されると、公演数ではコロナ禍前を上回る水準に達し、再び成長軌道へと回帰してきた※。

※ 出所：（一社）コンサートプロモーターズ協会

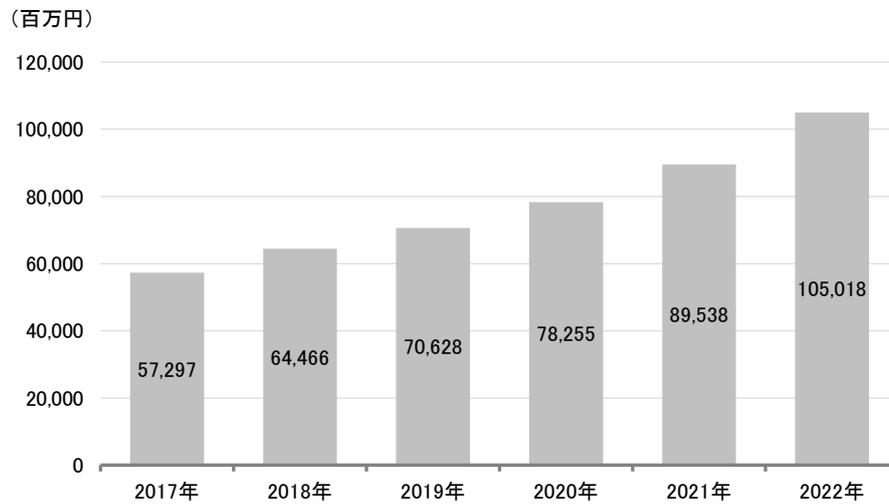
業界環境

音楽ソフトの生産金額及び生産数量の推移



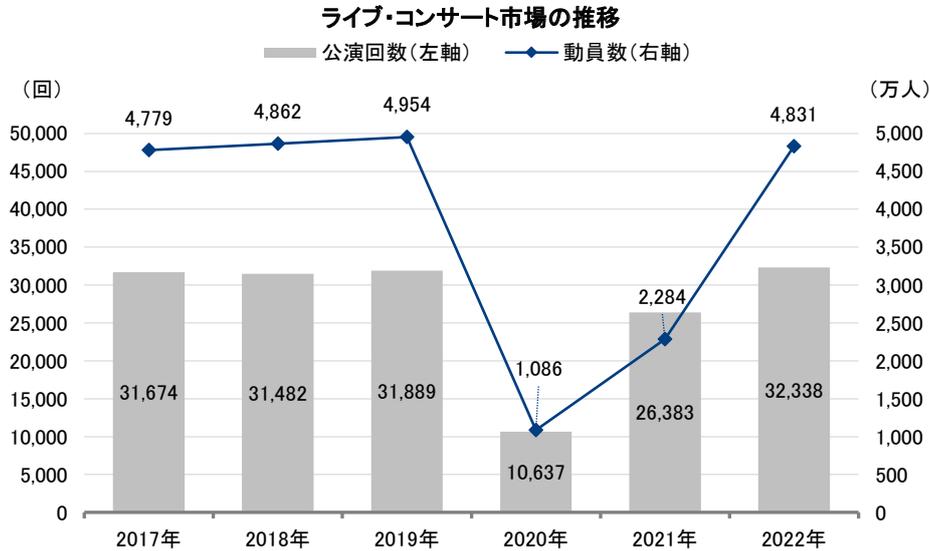
出所：(一社)日本レコード協会ホームページよりフィスコ作成

有料音楽配信の販売金額の推移



出所：(一社)日本レコード協会ホームページよりフィスコ作成

業界環境



出所：(一社)コンサートプロモーターズ協会ホームページよりフィスコ作成

■ 決算動向

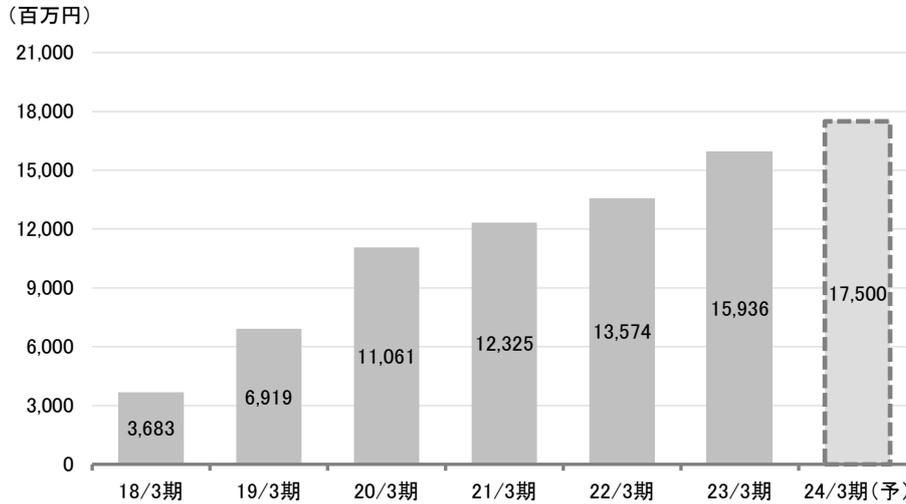
ファンクラブサイトを軸に安定した業績や財務基盤を維持。 グループ各社のシナジーを集約し事業基盤の拡大を図る

1. 過去の業績推移

過去の業績を振り返ると、売上高は2018年3月期まで伸び悩んできた。主力の(携帯)コンテンツ事業において、フィーチャーフォンからスマートフォンへの移行や「着うた」を中心とした音楽コンテンツの急激な縮小などが業績の足を引っ張る要因となるなかで、ファンクラブサイトを中心とするコアな会員基盤が業績の底支えになってきたものの、新規サイトの獲得ペースが鈍化したことが伸び悩みの原因である。一方、2019年3月期から業績が大きく拡大したのは、EMTGの完全子会社化により、ファンクラブサイト数や会員基盤がおおむね倍増し、「ファンサイト事業」や「EC事業」の底上げにつながったほか、新たに「電子チケット事業」が加わったことが上乗せ要因となっている。コロナ禍の影響を受けた2021年3月期以降についても、アーティストとファンとの関わりの変化に対応した新たなサービスの立ち上げや、「EC事業」及び「電子チケット事業」の伸びにより増収基調を継続している。

決算動向

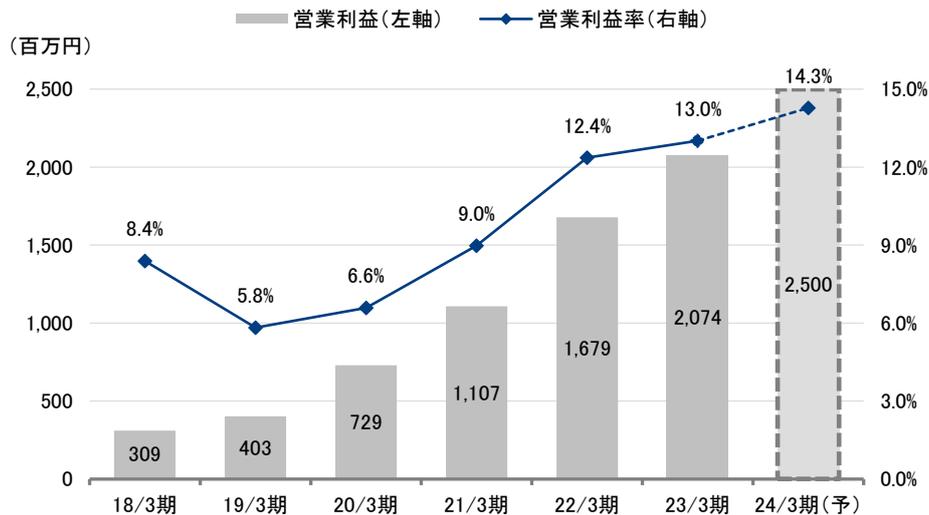
売上高の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

損益面に目を向けると、営業利益率は2015年3月期まで14%前後の高い水準を維持してきた。2016年3月期以降は、本社移転などの一過性費用や新規事業への先行投資（VRや電子チケット等）、M&A費用などにより営業利益率はしばらく低調に推移した。ただ、2020年3月期からは増収による収益の底上げや一時的な費用の解消などにより回復傾向にあり、2023年3月期の営業利益率は13.0%の水準にまで戻ってきた。

営業利益及び営業利益率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

決算動向

財務面では、設備投資等の必要がない事業特性から無借金経営を続けており、財務基盤の安定性を示す自己資本比率は高い水準で推移してきた。2019年3月期に大きく低下したのは、EMTGの連結化に伴う総資産の拡大によるものである。ただ、無借金であることや流動比率が高い水準を維持していることなどから、財務基盤の安全性に懸念はない。一方、資本効率性を示すROEについては、2018年3月期に利益率の低下に伴って落ち込んだものの、2020年3月期以降は回復傾向にあり、2022年3月期以降は20%前後の水準で推移している。

2024年3月期上期も会員数の増加やEC拡大、電子チケットの伸びにより、バランスの良い利益成長を継続

2. 2024年3月期上期決算の概要

2024年3月期上期の業績は、売上高が前年同期比14.2%増の8,865百万円、営業利益が同22.7%増の1,457百万円、経常利益が同22.7%増の1,472百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同24.5%増の795百万円とコロナ禍からの回復とともに増収増益を実現した。また、通期計画（特に利益面）に対してもハイペースで進捗している。

主力の「ファンサイト事業」「EC事業」「電子チケット事業」がそれぞれ順調に拡大した。「ファンサイト事業」は、新規FC獲得とそれに伴う課金会員数の増加が業績の伸びをけん引した。「EC事業」は、回復するライブやコンサートと歩調を合わせた取り組み（商品取扱高の拡充）や会員限定販売・事前販売などのファンニーズに寄り添ったサービスが奏功した。「電子チケット事業」についても、有観客でのライブ、イベントが増加するなかで、電子チケットの強み（感染予防対策など）を生かした発券枚数の伸びに加え、周辺サービス（オンラインくじ等）を付加した顧客単価の向上により順調に伸びている。

利益面でも、オフィス増床や円安に伴うAWSサーバー代の上昇などによる費用増に加え、新規事業等への先行費用が発生したものの、会費の値上げ効果や収益性の高い「EC事業」「電子チケット事業」の伸びにより大幅な増益を実現し、営業利益率も16.4%（前年同期は15.3%）に改善した。

財政状態については、「EC事業」の拡大等により売上債権が増加した一方、現預金が減少したことから、資産合計は前期末比0.7%減の16,328百万円とほぼ横ばいで推移した。自己資本についても、内部留保の積み増しによるプラス要因と、自社株買い及び有価証券評価差額金の変動によるマイナス要因がほぼ均衡し、同0.2%減の6,152百万円と横ばいで推移したことから、自己資本比率は37.7%（前期末は37.5%）と同水準を確保した。

決算動向

主なセグメント別の業績は以下のとおりである。

(1) コンテンツ事業

売上高は前年同期比 16.3% 増の 7,476 百万円、セグメント利益は同 22.7% 増の 1,438 百万円と増収増益となった。そのうち、主力の「ファンサイト事業」については、FC プラットフォーム (Fanpla Kit) の利用拡大等により新規案件獲得が堅調に推移し、それに伴って課金会員数が増加したことや、会費の値上げも奏功し前年同期比 14.8% 増の 6,611 百万円に伸長した。新規 FC 開設は 55 件 (年間目標は 75 件)、新規獲得に伴う会員数の増加は約 7 万名に上り、総会員数も年間目標 (前期末比 10% 増) に向けて順調に進捗した。また、「EC 事業」についても、回復するライブやコンサートと歩調を合わせ商品の取扱高を増加させたことや、コンサート会場での電子決済及び事前販売・会場受取サービスへの需要の取り込み、会員限定販売の実施等により同 28.4% 増の 865 百万円と大きく伸びた。利益面でも、新規事業 (新サービス) 等への先行費用を継続しながらも、増収による収益の押し上げにより大幅な増益を実現した。特に会費の値上げ効果や収益性の高い「EC 事業」の伸びによりセグメント利益率も 19.2% (前年同期は 18.2%) に改善した。

(2) 電子チケット事業

売上高は前年同期比 3.4% 増の 1,370 百万円、セグメント利益は同 17.1% 増の 396 百万円と増収増益となった。有観客でのライブ、イベントが増加するなかで、電子チケットの強みを生かしたシェア拡大により、電子チケットの発券枚数が増加した。また、不正転売に対応すべく、チケットトレードによる二次流通の普及や利用拡大に取り組んだほか、プロ野球球団の公式チケット二次流通サービスも開始し、スポーツ領域でのチケット拡大に向けた取り組みも本格化した。電子チケットの発券枚数は前年同期比 17.6% 増の 280 万枚に増加し、通期目標 (550 万枚) に向けても順調に進捗した。一方、チケットトレードの成立件数は、大型ツアーが下期に開催されることもあり 12.3 万枚と通期目標 (35 万枚) に対して出遅れたものの、案件数は 536 件 (前年同期比 16.2% 増) と順調に拡大している。また、電子チケットに加え、オンラインくじ (くじブラ) などによりチケット 1 枚あたりの単価向上を図ったほか、周辺領域サービスであるプロ野球等のカードコレクションアプリについても、新たに開始したバレーボールや女子バスケットボールなどが収益貢献した。利益面では、収益性の高いチケット販売 (手数料収入) の伸びや単価向上等により大幅な増益を実現し、セグメント利益率は 28.9% (前年同期は 25.5%) に改善した。

3. 2024 年 3 月期上期の総括

以上から、2024 年 3 月期上期を総括すると、コロナ禍からの回復が本格化するなかで、ハイペースで進捗している業績面はもちろん、アーティストとファンの関わり方の変化やファンサービスの DX を見据えた様々な取り組みが軌道に乗ってきたところは、今後に向けても評価すべきポイントと言える。特に「ファンサイト事業」を起点として「EC 事業」、「電子チケット事業」がバランス良く利益成長を実現していることは、同社ビジネスモデルの優位性が発揮されている証左と捉えることができるだろう。また、活動面についても、ファンダム形成に向けた新サービスの展開や新規事業の立ち上げ、韓国・中国を中心とするグローバル戦略 (海外 IP の獲得、FC 展開) の推進、次世代ビジネスの取り組み (VR、NFT 等) など、短期・中長期の目線から各方面で進展を図ることができた。

■ 主な活動実績

将来を見据えた新サービスの拡大や グローバル戦略の活性化などにも取り組む

1. 新しいファン体験を提供するサービスの拡大

2022年3月期よりスタートした「Fanpla 進化プロジェクト」(Fanpla for ARTIST)※については、既述のとおり、ファンクラブのプラットフォーム「Fanpla Kit」が様々なIP獲得を実現しているほか、オンラインサロン「Fanpla Rooms」、ファンクラブ向けのオンラインくじ「Fanpla Chance」、アーティストとファンの共創をコンセプトにしたクラウドファンディング「Fanpla Action」、アーティストとファンをつなぐNFTマーケットプレイス「Fanpla Owner」などの新規事業も着実に伸びてきた。このうち「Fanpla Owner」については、デジタルアートの販売のみならず、公演チケットのNFT化(特典付与による価値高騰)やアーティスト応援企画への参加券のNFT化、大型野外フェスへのNFT導入(来場者にエアドロップでプレゼント)など、コレクションするNFTから実用性のあるNFTへの活用事例も増えてきた。「Fanpla Chance」についても、オンラインくじをライブ連動・FC周年などの企画で展開し、会員サービスを行いながら収益化を実現している。また、新たな取り組みとして、早期からのファン獲得に向け、オーディションからの囲い込みにより、ファンの熱量をあげながらファンダム化していくシステム構築にも取り組んでいる。

※ コロナ禍をきっかけとしたアーティストとファンの関わりの変化をはじめ、エンタテインメントのDXを見据えた新たな価値の創出や、ファンエンゲージメント強化によるアーティスト活動の支援を目的とするプロジェクト。

2. グローバル戦略の活性化

2023年2月にプライベートメッセージサービス「DearU bubble」※を展開する韓国 Dear U 社と資本・業務提携を締結すると、合弁会社(Dear U plus)の設立により日本版「bubble for JAPAN」のサービス導入に向けて準備を進めている(2024年2月開始予定)。また、日本音楽市場で活躍が期待されるK-POPアーティストやファントレンドのキャッチアップを強化し、他社に先んじての日本展開のサポートやファンクラブ案件の獲得を推進する体制を構築した。

※ アーティストとファンがチャット形式でやり取りを楽しめるプライベートサービスである。合弁会社と同社グループの協力体制により、日本市場のファンニーズを捉えたローカライズとアーティスト導入に取り組む方針。

ほかにも海外IPの獲得や、中国でのファンクラブ事業展開など、グローバル戦略に向けた動きが活性化してきた。特に中国本土で絶大な支持を得る日本人アーティストの中国FCを開始したほか、今後は運営ノウハウの蓄積を通じて、アーティストの海外進出のファンビジネスをサポートする体制を構築する方針である。

3. 次世代ビジネスの取り組み

VR 事業についても LIVE コンテンツ^{※1} を事業の柱として、新規アーティストを多数配信するとともに、一斉配信システムの活用による有料イベントの実施（2023年9月）^{※2} などを含め、新たな収益基盤づくりに取り組んでいる。さらには HMD メーカーやメタバース企業との提携による BtoB 領域の拡大^{※3} や市場拡大に合わせたプラットフォームの機能拡張^{※4} などを進める方針だ。

- ※1 VR ギアとのバンドル販売、VR 生配信、収録によるマルチアングル配信など。
- ※2 180° 3D 立体視映像による、圧倒的な没入感や近接感に加え、リアルタイムでライブを共有しているような一体感も味わえるものとなり、今後は全国規模へ拡大予定である。
- ※3 TikTok を展開する ByteDance 社傘下の HMD メーカー PICO 社へのコンテンツ制作協力など。
- ※4 高音質配信機能の開始（2023年11月から）や立体音響、HMD 機能拡張、2D 立体視映像再生機能、次世代 VR デバイスへの対応など。

業績見通し

2024年3月期の業績予想を据え置き、通期でも増収増益を見込む。上期業績の順調な進捗を鑑み、今後の状況を見ながら適宜見直す方針

1. 2024年3月期の業績予想

2024年3月期の業績について同社は、現時点で期初予想を据え置き、売上高を前期比9.8%増の17,500百万円、営業利益を同20.5%増の2,500百万円、経常利益を同20.9%増の2,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を同37.2%増の1,500百万円と増収増益を見込んでいる。

上期に引き続き、ライブ、コンサートの回復のもと、新規 FC 開設に伴う課金会員数の増加や「EC 事業」「電子チケット事業」の拡大が業績の伸びをけん引する想定である。特に下期は大型 FC を含めて、新規案件の開設が多数予定されているほか、既述のとおり、韓国ファンプラットフォーム企業との合併によるサービス開始（2024年2月）も予定している。

利益面でも、電子チケットや新規事業等への開発投資、人材関連等への先行費用を予定しているものの、収益性の高い「EC 事業」の伸びや一人当たりの単価向上等により高い利益成長を実現する。また、上期業績(特に利益面)が順調に進捗していることを鑑み、今後の新規事業の立ち上がりの状況を見ながら適宜見直す方針としている。

業績見通し

2024年3月期の連結業績予想

(単位：百万円)

	23/3期		24/3期		増減	
	実績	構成比	予想	構成比	額	率
売上高	15,936		17,500		1,564	9.8%
営業利益	2,074	13.0%	2,500	14.3%	426	20.5%
経常利益	2,068	13.0%	2,500	14.3%	432	20.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,093	6.9%	1,500	8.6%	407	37.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 弊社の見方

弊社でも、上期業績の順調な進捗に加え、下期においても課金会員数の増加や「EC事業」の拡大、「電子チケット事業」の伸びがそれぞれ期待できることから、同社の業績予想の達成は十分に可能であると見ている。特に利益面ではアップサイドの着地点（上振れ幅）を探る展開を予想している。韓国プラットフォーム企業との合併による新サービスの立ち上がりのほか、海外IP獲得、中国でのFC事業展開など、グローバル戦略の加速化に向けた動きにも注目したい。なお、大手芸能事務所のスキャンダルに見舞われる音楽・芸能業界においても、アーティストとファンとの関わり方の変化を先取りし、ファンダム形成のための様々な取り組みを進めてきた会社にとって大きなマイナス材料は見当たらず、むしろ業界における同社プラットフォームの役割（プレゼンス）が一段と重要になってくるものと判断している。

■ 今後の方向性

引き続き、強力IPの獲得を目指すとともに、「電子チケット事業」や「VR事業」「NFT事業」等との相互連携により成長を加速する方針。グローバル戦略（アジア展開）の本格化にも注力

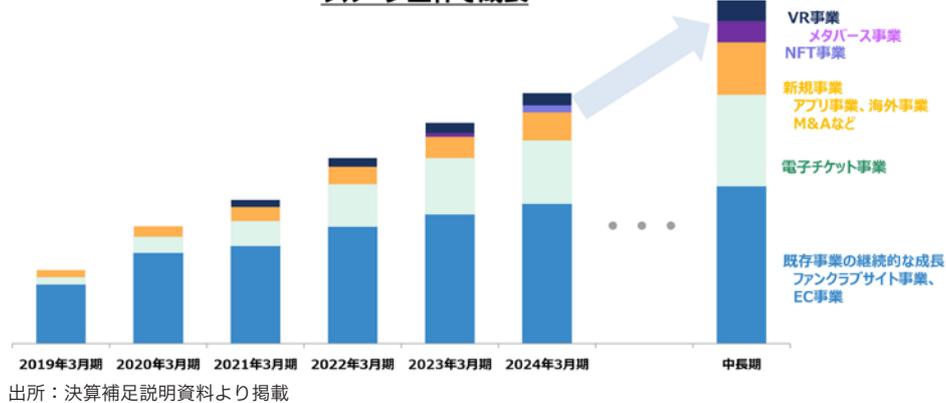
1. 今後の成長イメージ

同社のこれまでの基本戦略の軸は、ファンクラブサイトを起点としてロイヤリティの高い会員基盤の拡大を図るとともに、関連するコンテンツや「EC事業」とのシナジー効果を高めるところにあった。今後は、さらに「電子チケット事業」や「VR事業」に加え、新たに開始した「NFT事業」との相互連携により、グループ全体で成長を加速する戦略を描いている。

今後の方向性

今後のグループ成長イメージ

グループ全体で成長



2. 事業戦略のポイント

同社は、今後の事業戦略のポイントとして、1) 基盤強化の継続、2) 事業シナジーの追求、3) 積極的な事業投資による成長加速を挙げている。具体的には、強力 IP の獲得に向けた活動（基盤強化）を継続するとともに、IP と動画配信ノウハウを生かした独自の「VR 事業」の展開や、IP とアプリの組み合わせによる公式アプリ展開、IP 活用による NFT マーケットプレイスへの参入など、様々な方面での事業シナジーの追求を目論む。また、電子チケットサービスを同社のファンクラブサイトや VR ライブ事業へ導入するとともに、他社アプリへの OEM 供給、チケットトレードセンター機能を生かした二次流通市場の創出など、成長加速に向けた新規事業投資にも積極的に取り組む方針である。さらにはポップカルチャーを中心に文化交流が深まる韓国・中国を軸とするグローバル戦略（アジア展開）にも注力していく。

3. 弊社による中長期的な注目点

弊社でも、市場拡大が期待される「電子チケット事業」や「VR 事業」、「NFT 事業」への展開が、中長期的な成長加速に結び付く可能性が高いと評価している。特に「電子チケット事業」については、デファクトスタンダードと成り得る事業モデルとしての優位性はもちろん、単なる電子チケット販売にとどまらず、クラウドシステムでの会員の囲い込みによるクロスセル（ほかのアーティストのチケットやグッズ販売、各種 VR 体験等）や、二次流通市場の創出に向けたイニシアティブの発揮など、様々な可能性を秘めていることから、今後の展開やそのスピードに注目したい。また、「VR 事業」については同社ならではの IP 獲得や VR 体験の提供のほか、課金ポイント（マネタイズ）の巧拙が成功のカギを握るだろう。さらに「NFT 事業」については、IP やファンデータベースとの親和性が高い分野であり、これまでになかったファン体験や価値（メタバース上でのアーティストとの接点構築やアーティストアイテムの経済圏の創出など）を生み出すことにより、同社の新たな収益源となる可能性はもちろん、アーティストの活動支援にも貢献するものとして期待ができる。

今後の方向性

コロナ禍はエンタテインメント業界に影響を及ぼす一方、アーティストとファンの関わりの変化やファンサービスのDXを加速するきっかけにもなっており、5GやWeb 3.0への流れと合わせて、エンタテインメント業界は大きな変革期を迎えている。したがって、ファンサービスのリーディングカンパニーである同社にとっては、さらなる進化を図るチャンスであると同時に、エンタテインメント業界の発展にいかにか貢献していくのが最大のテーマと言えるだろう。その意味で、今後のエンタテインメント業界の発展のカギを握る成長分野（電子チケット、VR、NFT等）を複合的に展開し、さらにシナジー効果が期待できる同社の役割は明らかに重要であり、それに見合う成長の余地も大きいと評価できる。また、ポテンシャルの大きなグローバル戦略（アジア展開）の本格化が新たな成長の軸となる可能性にも注目していきたい。

■ 株主還元

2024年3月期の1株当たり配当金は、 前期比2円増配となる12円を予定

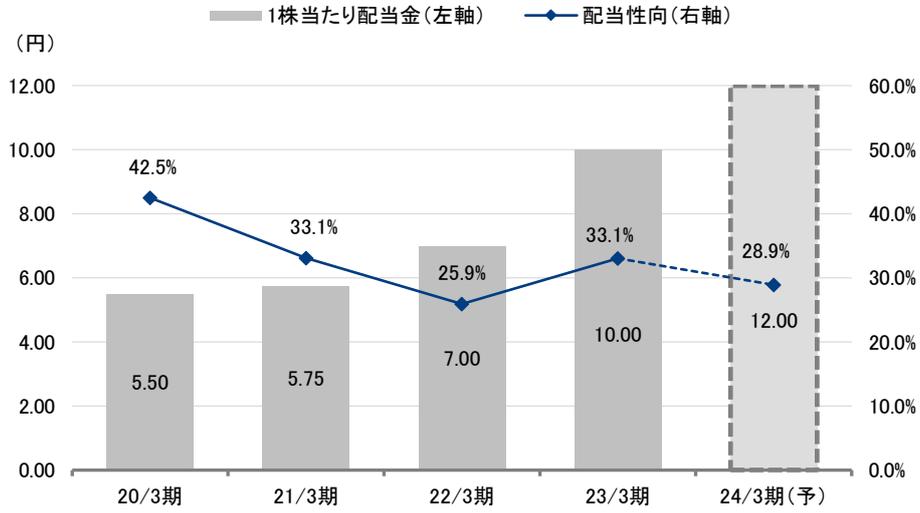
同社は、配当性向30%を目安として業績に連動した配当の実施を基本方針としている。2023年3月期は、分割調整後で1株当たり前期比3円増配の10円と大幅な増配を実施した。2024年3月期も大幅な増益予想に基づき、前期比2円増配の1株当たり12円を予定している。

弊社では、強固な財務基盤や設備投資等が不要な事業特性に加えて、いくつもの収益の軸が立ち上がってきていることから、利益成長に伴う増配の余地は十分にあるものと見ている。

また、経営環境の変化に対応した機動的な資本政策を可能とすること、並びに株主還元の拡充及び資本効率の向上などを目的として自社株買いを実施し、2023年8月16日～2023年8月31日の期間において100,000株を取得した。今後も引き続き検討していく方針である。

株主還元

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp