

# COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 >>>

2026年7月27日 (月)

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. 2026年3月期決算の概要  | 01 |
| 3. 2027年3月期の業績予想  | 02 |
| 4. 今後の成長イメージ      | 02 |
| ■ 会社概要            | 03 |
| 1. 事業内容           | 03 |
| 2. グループ体制         | 06 |
| 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. 2026年3月期決算の概要  | 11 |
| 3. 2026年3月期の総括    | 13 |
| ■ 業績見通し           | 14 |
| ■ 今後の方向性          | 14 |
| 1. 今後の成長イメージ      | 14 |
| 2. 戦略的投資の主な内訳とねらい | 15 |
| 3. 弊社による中長期的な注目点  | 15 |
| ■ 株主還元            | 16 |

エムアップホールディングス  
3661 東証プライム市場

2026年7月27日(月)  
[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

## 要約

### 2026年3月期は大幅増配を実施。 電子チケット等の伸びにより増収増益を継続

#### 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900以上、ファンクラブサイトの課金会員数は470万人を超え、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。2020年以降、コロナ禍の影響を一部受けたものの、ライブ・コンサート市場が再び活況を呈するなか、「EC事業」や「電子チケット事業」との連動や、新しいファン体験を提供するサービスの拡大とともに足元の業績は大きく伸びている。最近ではグローバル展開にも注力しており、新技術(Web3.0、NFT等)を活用した次世代ファンビジネスの育成を含め、同社は新たなステージを迎えようとしている。

#### 2. 2026年3月期決算の概要

2026年3月期の業績は、売上高が前期比23.0%増の31,715百万円、営業利益が同23.1%増の5,003百万円と期初予想を上回る大幅な増収増益を実現した。「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、中核アーティスト群が総じて好調であった既存サイトの課金会員数の伸びや新規FC開設、海外会員数の増加などが業績の伸びをけん引した。「EC事業」も音楽ライブ市場が活況を呈するなか、「ファンサイト事業」との連携により順調に拡大した。「電子チケット事業」についても、取り扱いアーティストが着実に増加し発券枚数が過去最高枚数を更新したほか、チケットトレードの取扱実績も過去最高を更新した。利益面でも、円安に伴うAWSサーバー代の上昇やシステム管理費の増加などがあったものの、課金会費数の拡大や収益性の高い「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、将来的なグローバル展開の加速を見据え、米国法人を設立した。また、配当性向を従来の30%から「40%~50%」へ引き上げ、2026年3月期の1株当たり配当金は同11.0円増配となる1株当たり20.0円と大幅増配を実施した。

## エムアップホールディングス

3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

### 要約

#### 3. 2027年3月期の業績予想

2027年3月期の業績予想について同社は、期初時点で公表見送りとしている※。その理由として、さらなる成長加速に向けた事業構造の最適化に伴う組織再編の継続推進に加え、グローバル展開や生成AI等の先端技術への戦略的投資など、将来の収益基盤強化に向けた重要な施策を並行して実施する予定であることから、これらが業績に与える影響を現時点で適正かつ合理的に算出することが困難であることをあげている。合理的な予測が可能となった時点で速やかに公表する方針だ。ただ、業績のトレンドはこれまでと同様程度の増収増益率を想定しているようだ。期末配当金については前期比4.0円増配となる1株当たり24.0円を予定している。

※ 同社は、2026年6月26日付けで2027年3月期の業績予想を公表した。一部のノンコア事業について売却を含めた再編を行う方針を決定したことなどに伴い、一定の合理的な算出が可能となったことが公表に至った理由である。2027年3月期の売上高を前期比13.5%増の36,000百万円、営業利益を同15.9%増の5,800百万円、経常利益を同10.5%増の6,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を同17.9%増の3,500百万円と増収増益を見込んでいる。

#### 4. 今後の成長イメージ

今後も強力IPの獲得や会員基盤の拡大により、既存事業の安定的かつ継続的な成長を見込むとともに、グローバル展開や電子チケット事業の拡充、次世代ファンビジネスの創出、M&Aを含む新規事業の育成を新たな収益ドライバーとして、グループ全体で成長を加速する戦略を描いている。とりわけ中核となるファンクラブを「仕組み」から「ファン体験」を生み出す統合型プラットフォームへ進化させるため、戦略的投資に積極的に取り組む方針だ。

#### Key Points

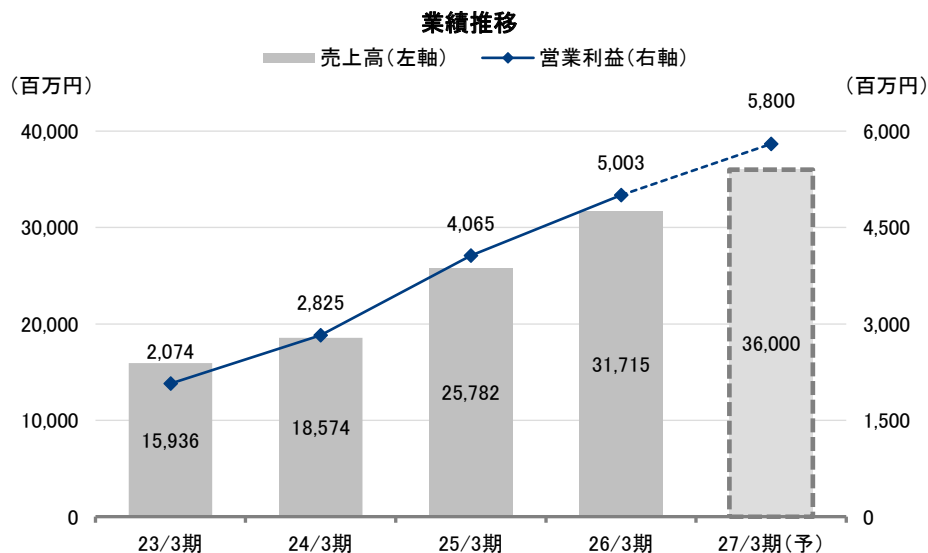
- ・ 2026年3月期は主力3事業が順調に拡大し、期初予想を上回る大幅な増収増益を実現
- ・ 配当性向の目安を30%から、「40%～50%」へ引き上げ、大幅増配を実施
- ・ 成長加速に向けた組織再編や戦略投資等の影響を鑑み、現時点で2027年3月期業績予想の公表見送り
- ・ 中核となるファンクラブを「仕組み」から「ファン体験」を生み出す統合型プラットフォームへと進化させ、グローバルな成長加速を目指す

エムアップホールディングス  
3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 会社概要

### EC・電子チケット等を横断的に連動させた独自の統合型プラットフォームを展開

#### 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。

## エムアップホールディングス

3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

### 会社概要

2018年10月1日にはEMTG (株) (現 (株) Fanplus) 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さら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たものの、ライブ・コンサート市場が再び活況を呈するなか、新しいファン体験を提供するサービスの拡大とともに足元の業績は大きく伸びている。最近ではグローバル展開にも注力しており、新技術を活用した次世代ファンビジネスの育成を含めて、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。今後は収益性の高い(手数料収入である)「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す方針である。

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) ファンサイト事業等

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900以上※1、収益源となる課金会員数は470万人を超え、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)※2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。また、Web3.0技術を活用したメタバースサービス「FANPLANET」※3や、アーティストとファンの親密なコミュニケーションを実現するファンエンゲージメントアプリ「bubble for JAPAN」※4といった周辺サービスも展開し、ファンクラブとの連携を図っている。一方、各種デジタルコンテンツ配信では、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。以下、Fan + Kit) を含む。Fan + 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 電子チケット機能に加え、オリジナルのファンレターをアーティストに届けられるデジタルファンレター機能や、天気予報、カスタムアイコン機能など、日常に寄り添う機能拡張により、エンゲージメント向上を図っている。

※3 専用のアバターを使って仮想空間を巡り、他のファンやアーティストと交流しながら「推し活」を楽しむことができる。音楽をアーティスト、ファン同士で共有する「リスニングパーティ」機能などを搭載する。暗号資産「FPL」を決済手段としたアイテム販売も開始した。

※4 韓国企業Dear U Co., Ltdが展開するグローバルファンコミュニケーションアプリ「bubble」の日本版サービス。Dear Uとの資本・業務提携を通じて2024年6月よりサービスを開始した。

## エムアップホールディングス

3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

### 会社概要

#### 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するほか、ファンクラブ限定のオンラインくじ「Fanpla Chance」など、多様なファン向けECサービスを提供している。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、ファンクラブ事業との連携によりデータに基づく最適な商品提案とサービス拡充が図れ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。

#### (2) 電子チケット事業

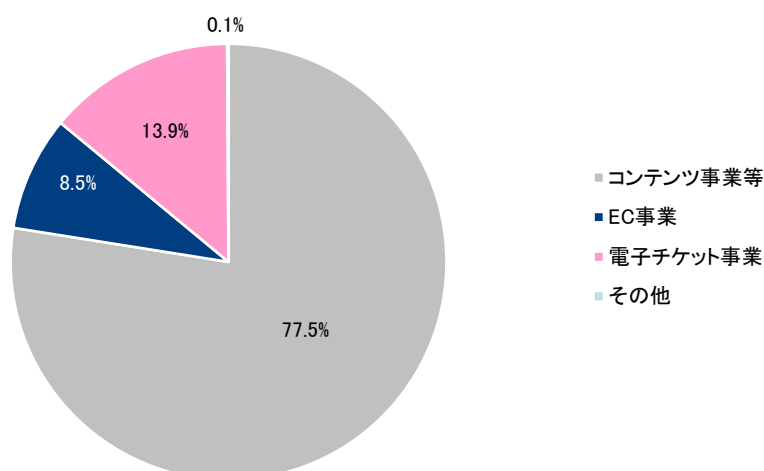
2018年10月にEMTGの完全子会社化により参入した事業であり、電子チケット及びチケットトレード※、並びにそれらに付随する各種サービスからの収益により構成されている。音楽のライブはもちろんのこと、アイドルグループの握手会等のイベント、プロ野球やフィギュアスケートといったスポーツ、遊園地などのレジャー施設まで幅広く電子チケットサービスを提供している。一方、電子チケットに付随するサービスとしては、カードコレクションアプリ(プロ野球をはじめ、Jリーグやバスケットボール、バレーボール、卓球の選手カード等)を展開するほか、ライブにまつわる記念コンテンツ(「メモコレ」)を有料パッケージ販売するなど、マネタイズ手段の多様化にも取り組んでいる。なお、さらなる成長加速と経営資源の最適化を目的に電子チケット事業とデジタルカード事業の組織再編を実施した。

※ ライブやイベントに行けなくなった時に、ほか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。

#### (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(2026年3月期実績)



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



## ファンビジネスを軸に持株体制で成長を加速

### 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、Fanplus、(株)チケットプラス、(株)Dear U plus、(株)Creative Plus、(株)VOLZ、(株)VR MODE、(株)THE STAR JAPAN、(株)Roen Japanの8つの事業会社(連結子会社)が存在する。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。

### 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、同年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、同年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

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。また、会員となるファンはアーティストの活動、人気により増加することがほとんどであり、会員獲得のためのコストを抑制できるところに大きな特徴がある。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ン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、将来的には新技術(Web3.0、NFTなど)を活用した次世代ファンビジネスとのシナジー効果にも期待ができる。

#### (4) 「電子チケット事業」の優位性

「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。さらに顔認証による強固な本人確認や各領域のニーズに応える機能進化などにより優位性をさらに強めている。

## ■ 業界環境

### リアルなライブ体験への期待とともに、 ライブ・コンサート市場は活況を呈す

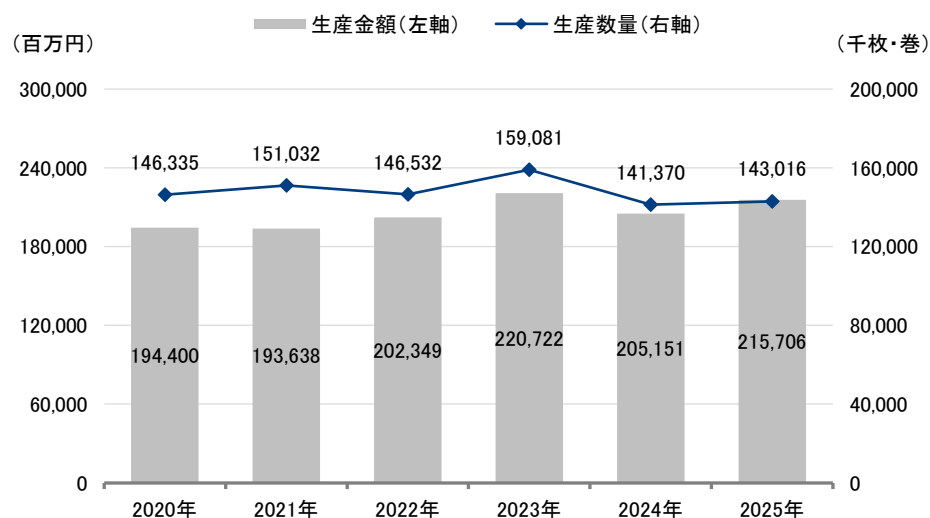
音楽やアーティスト関連の市場動向に目を向けると、2019年までは堅調に推移してきた。特に、音楽配信では、ストリーミングサービスの利用が急拡大するとともに、ライブ・コンサート市場も拡大傾向にあった。ただ、コロナ禍の影響を受けた2020年については、販売延期等により音楽ソフトの生産数量・金額が減少した一方、音楽配信の販売金額は自宅等でのストリーミングサービスの利用増加により拡大し、明暗が分かれる結果となった。その後も、音楽ソフトの生産数量・金額は伸び悩む傾向が見られるものの、音楽配信は引き続き伸び続けており、根強い音楽需要に支えられ市場は拡大している※。

※ 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。2022年に公演回数、動員数ともにほぼコロナ禍前の水準に戻ると、2023年以降、動員数は大きく伸び続け、2025年は過去最多を2年連続で更新した。市場規模も6,443億円(前期比5.3%増)に拡大し、ライブ・コンサート市場の活況ぶりを示している※。デジタル配信を通じて音楽に接する機会が増えたことを契機として、リアルなライブ体験への期待や熱量が一段と高まっている状況と言える。

※ 出所：(一社)コンサートプロモーターズ協会

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

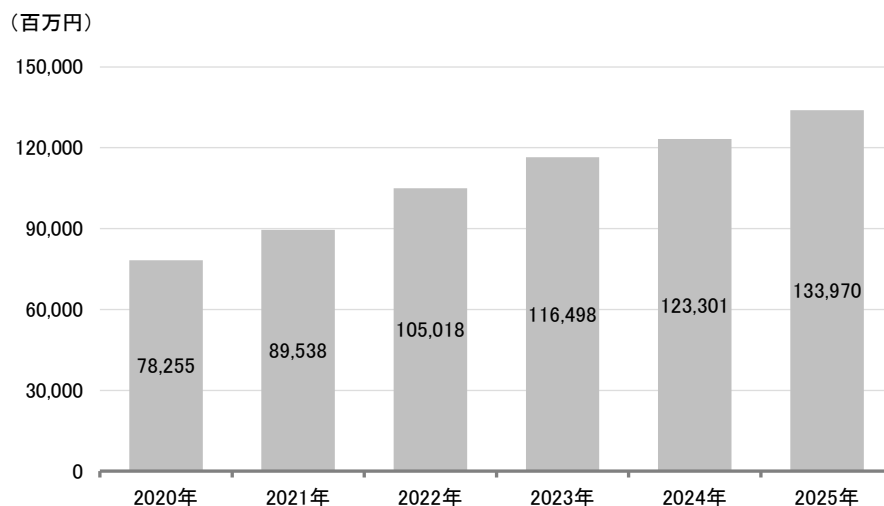
エムアップホールディングス  
3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

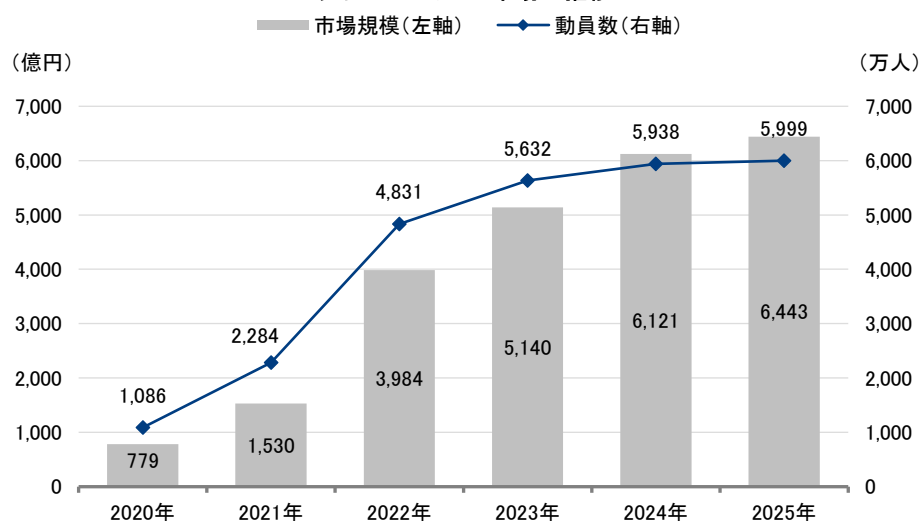
業界環境

### 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

### ライブ・コンサート市場の推移



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

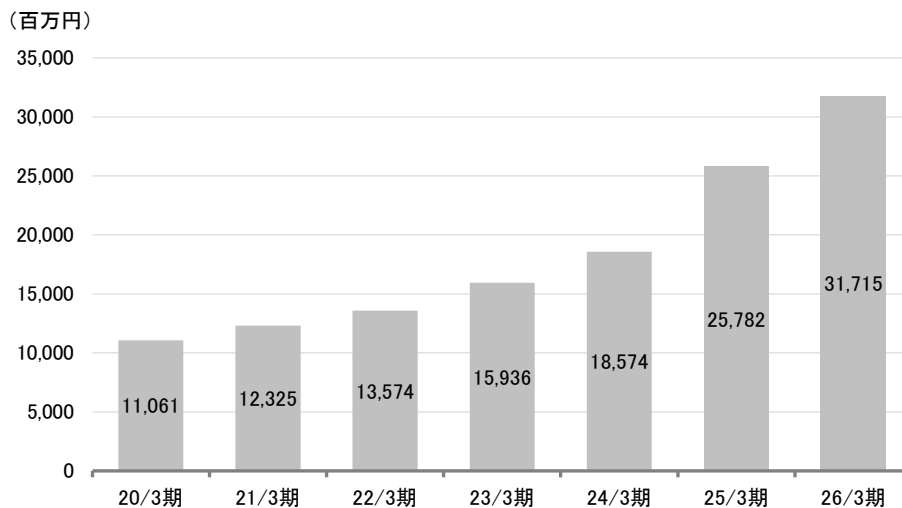
## ■ 決算動向

### ファンサイト事業を軸に安定した業績の伸びや財務基盤を維持

#### 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。

#### 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月期以降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をたどった。さらに足元では、収益性の高い「EC事業」及び「電子チケット事業」の伸び、会員単価の増加などにより営業利益率は16%前後の水準まで引き上がってきた。

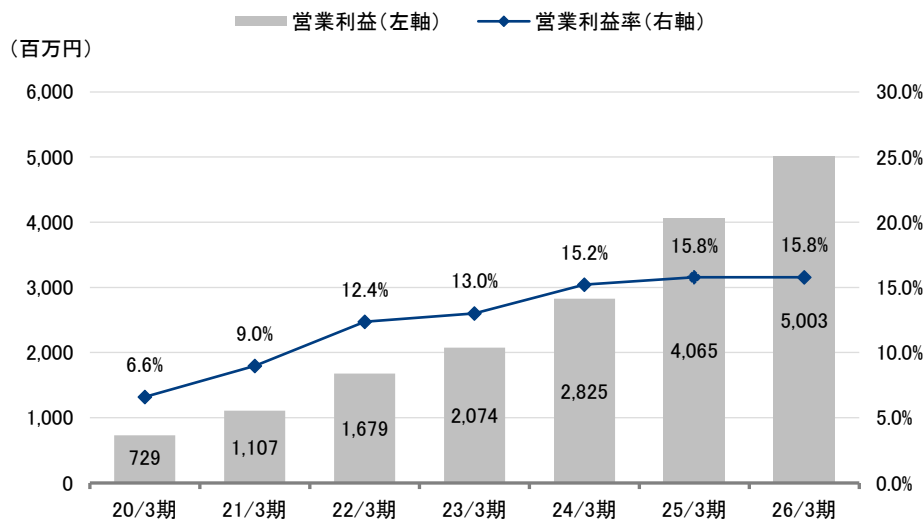
エムアップホールディングス  
3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

決算動向

### 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

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。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月期以降は再び改善傾向をたどっており、2024年3月期以降は20%を超える水準で推移している。

## 2026年3月期は会員基盤の拡大、 EC・電子チケットの伸びで増収増益を継続

### 2. 2026年3月期決算の概要

2026年3月期の業績は、売上高が前期比23.0%増の31,715百万円、営業利益が同23.1%増の5,003百万円、経常利益が同32.1%増の5,432百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同78.4%増の2,969百万円と期初予想を上回る大幅な増収増益を実現した。

「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、中核アーティスト群が総じて好調であった既存サイトの課金会員数の伸びや新規FC開設、海外公演を通じた海外会員数の増加などが想定を上回り業績の伸びをけん引した。「EC事業」も、「ファンサイト事業」との連携により順調に拡大した。特に音楽ライブ市場が活況を呈するなかで、事前販売などによる安定したグッズ販売やオンラインくじの拡大などが寄与した。「電子チケット事業」についても、取り扱いアーティストが着実に増加し、発券枚数が過去最高枚数を更新したほか、チケットトレードも成立数・案件数がともに伸び、取扱実績は過去最高を更新した。

# エムアップホールディングス

3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

## 決算動向

利益面でも、円安に伴うAWSサーバー代の上昇やシステム管理費の増加、組織再編に係る費用が発生したものの、課金会費数が想定以上に伸びたことや収益性の高い「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15.8% (前期は15.8%) と高い水準を維持することができた。

財政状態については、現金及び預金の増加や「EC事業」の拡大等に伴う売上債権の増加、事業連携や余資運用を目的とする投資有価証券の増加等により、資産合計は前期末比28.2%増の31,617百万円に拡大した。自己資本についても、配当や自己株式取得を実施した一方、それを上回る内部留保の積み増し (利益剰余金の増加) により同21.8%増の9,389百万円に拡大した。それらの結果、自己資本比率は29.7% (前期末は31.2%) に若干低下している。

## 2026年3月期業績

(単位：百万円)

|                     | 25/3期  |         | 26/3期  |         | 前期比   |       |
|---------------------|--------|---------|--------|---------|-------|-------|
|                     | 実績     | 構成比・利益率 | 実績     | 構成比・利益率 | 増減額   | 増減率   |
| 売上高                 | 25,782 | -       | 31,715 | -       | 5,933 | 23.0% |
| コンテンツ事業             | 21,838 | 84.7%   | 27,272 | 86.0%   | 5,434 | 24.9% |
| 電子チケット事業            | 3,921  | 15.2%   | 4,399  | 13.9%   | 478   | 12.2% |
| その他                 | 23     | 0.1%    | 43     | 0.1%    | 20    | 88.0% |
| 売上原価                | 17,962 | 69.7%   | 22,846 | 72.0%   | 4,884 | 27.2% |
| 販管費                 | 3,753  | 14.6%   | 3,866  | 12.2%   | 113   | 3.0%  |
| 営業利益                | 4,065  | 15.8%   | 5,003  | 15.8%   | 938   | 23.1% |
| コンテンツ事業             | 3,635  | 16.6%   | 4,515  | 16.6%   | 880   | 24.2% |
| 電子チケット事業            | 1,055  | 26.9%   | 1,353  | 30.8%   | 298   | 28.3% |
| その他                 | -36    | -       | -23    | -       | 13    | -     |
| 調整                  | -588   | -       | -842   | -       | -254  | -     |
| 経常利益                | 4,113  | 16.0%   | 5,432  | 17.1%   | 1,319 | 32.1% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 1,664  | 6.5%    | 2,969  | 9.4%    | 1,305 | 78.4% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

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

売上高は前期比24.9%増の27,272百万円、セグメント利益は同24.2%増の4,515百万円と大幅な増収増益となった。そのうち、主力の「ファンサイト事業」の売上高は同27.0%増の24,545百万円であった。中核アーティスト群が総じて好調に推移した既存サイトの課金会員数の伸び (同約20%増) や新規FC開設 (同約12%増)、Fan + Kit利用アーティストの増加 (同約31%増)、海外公演を通じた海外会員数の獲得 (同約24%増) などにより課金会員数が想定以上に拡大した。2.5次元系アーティストやお笑い芸人案件等、Fan + Kitの活用や外部ID連携を強みに、ジャンル横断での新規案件獲得も課金会員数の底上げに寄与したようだ。活動面でも、アーティストアプリの機能拡張やWeb3.0技術を活用したメタバースサービス「FANPLANET」の導入拡大、ファンエンゲージメントアプリ「bubble for JAPAN」における参画アーティストの拡充など、ファンとのエンゲージメントを継続的に向上させる機能開発やサービス強化に取り組んだ。さらに、将来的なグローバル展開の加速を見据え、米国法人を設立した。



## エムアップホールディングス

3661 東証プライム市場

2026年7月27日(月)

[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

### 決算動向

一方、「EC事業」の売上高は前期比8.8%増の2,707百万円であった。取り扱うアーティストのラインナップ拡充や新規オンラインストアの開設など販売チャネルの拡充に取り組んだほか、活況を呈する音楽ライブ市場を背景として、コンサート会場でのキャッシュレス決済や事前購入・会場受取サービスの定着が業績の伸びをけん引した。また、新たなファン体験として定着しつつある「Fanpla Chance」(オンラインくじ)も好調であり、営業利益ベースで同約34%増となった。

利益面でも、円安によるサーバー費の上昇や人件費増といったコスト要因があったものの、増収による収益の押し上げによりカバーし大幅な増益を実現した。セグメント利益率が16.6%と前期と同水準にとどまったのは、一過性費用の発生<sup>※1</sup>や原価構成の変化<sup>※2</sup>によるものであるが、それでも高い水準を維持したとの見方が妥当である。

<sup>※1</sup> 大型ファンコミュニティにおけるロイヤリティ負担の増加やEC事業における過年度修正(58百万円)による影響。

<sup>※2</sup> EC事業において原価負担のある「Fanpla Chance」(オンラインくじ)の構成比の高まりによるもの(グッズ販売等は手数料収入が中心であり原価負担が生じない)。

### (2) 電子チケット事業

売上高は前期比12.2%増の4,399百万円、セグメント利益は同28.3%増の1,353百万円と増収増益となった。取り扱いアーティスト数の着実な拡大と音楽ライブ市場の活況を背景に、電子チケットの発券枚数は過去最高を記録した。また、電子チケット機能の外部提供も増加しており、収益機会の拡大と電子チケットの普及拡大にも寄与した。一方、「チケットトレード」についても、不正転売への対策ニーズはもちろん、幅広いニーズに対応する公式二次流通サービスとしての評価が高まっており、音楽領域での導入拡大に加え、注目の高い国際的なスポーツ・イベントや大型イベント等、非音楽領域への採用が一段と進展したことにより、成立枚数は同33%増となり、取扱実績は過去最高となった。活動面でも、ファンアプリにチケット機能を導入し、ファンデータの分析・活用による来場促進やリテンション向上などを可能としたほか、安全性と公平性のさらなる向上に向けて、顔認証技術を活用した新たなリセール機能や大型イベントにおける厳格な転売対策など、安心・安全なチケット流通基盤としての優位性を一段と高める施策に取り組んだ。

利益面でも、円安によるサーバー費の上昇などコスト要因があったものの、収益性の高いチケット販売の伸びや各種手数料の改定等により大幅な増益を実現し、セグメント利益率は30.8%(前期は26.9%)に改善した。

### 3. 2026年3月期の総括

2026年3月期を総括すると、引き続き20%を超える増収増益基調が続いており、同社の会員基盤を起点として事業展開するビジネスモデルがしっかりと機能していることが確認できた。特に、音楽ライブ・コンサートが活況を呈するなかで、その勢いを確実に取り込めているところは同社のファンサービスビジネスの実力や提供する価値(ファン体験)の誘引力の高さを示していると言えるだろう。活動面でも、ファンエンゲージメントの向上につながら様々な機能やサービスの充実に取り組んだほか、将来を見据えた組織再編や米国法人の設立など、成長加速に向けた動きが活発化してきた。



エムアップホールディングス  
3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)  
[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

## 業績見通し

### 組織再編等の影響を踏まえ、 2027年3月期の業績予想は期初時点で公表見送り

同社は、期初時点で2027年3月期の業績予想について公表見送りとしている※。その理由として、さらなる成長加速に向けた事業構造の最適化に伴う組織再編の継続推進に加え、グローバル展開や生成AI等の先端技術への戦略投資など、将来の収益基盤強化に向けた重要な施策を並行して実施する予定であることから、これらが業績に与える影響を現時点で適正かつ合理的に算出することが困難であることをあげている。合理的な予測が可能となった時点で速やかに公表する方針だ。ただ、業績のトレンドはこれまでと同様程度の増収増益率を想定しているようだ。

※ 同社は、2026年6月26日付けで2027年3月期の業績予想を公表した。グループにおける経営資源の「選択と集中」の観点から、一部のノンコア事業について売却を含めた再編を行う方針を決定したことに伴い、コア事業への注力による収益モデルの明確化、及びグローバル展開等を含む各施策の連結業績への影響度について、一定の合理的な算出が可能となったことが公表に至った理由である。2027年3月期の売上高を前期比13.5%増の36,000百万円、営業利益を同15.9%増の5,800百万円、経常利益を同10.5%増の6,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を同17.9%増の3,500百万円と増収増益を見込んでいる。また、同日付けで、経済産業省が推進する「コンテンツ産業成長投資支援事業 (IP360)」に当社グループの「ファンクラブ事業モデルの海外展開」が採択され、補助金の交付が決定したことも公表した。

## 今後の方向性

### グローバル展開の本格化、 次世代ファンビジネスの創出等により成長加速を目指す

#### 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、「EC事業」「電子チケット事業」とのシナジー効果を高めるところにあった。今後も、強力IPの獲得や会員基盤の拡大により、既存事業の安定的かつ継続的な成長を見込むとともに、グローバル展開の本格化、「電子チケット事業」の拡充、次世代ファンビジネスの創出、M&Aを含む新規事業の育成を新たな収益ドライバーとして、グループ全体で成長を加速する戦略に変更はない。とりわけ中核となるファンクラブについては「仕組み」から「体験」へ進化させる方向性を明確に打ち出しており、会員管理・コンテンツ、チケット、EC、Web3.0といった多様な接点を有機的に連携させ、シームレスなファン体験を生み出す統合型のプラットフォームへ進化させるため、戦略的投資に積極的に取り組む方針だ。

エムアップホールディングス  
3661 東証プライム市場

2026年7月27日 (月)  
[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

今後の方向性

## 2. 戦略的投資の主な内訳とねらい

### (1) UXアップデート

ファンクラブ、電子チケットを横断したUX (利便性、使いやすさ) の強化により、入会・購買・来場・継続利用まで一気通貫したファン体験を高度化する。また、メタパースのさらなる進化、AIを活用したコンテンツなど、新たなファン体験開発の投資と実用化を通じて価値領域を拡張する。

### (2) プラットフォーム進化

ID・外貨決済・データ基盤をグローバル基準で再整備し、ファンダム成長に最適なUXを実現する。また、データに基づくインサイトを生かした戦略・提案力を強化し、グローバルでの競争優位性の確立を目指す。

### (3) グローバル展開

現地法人による現地マーケティングにより海外展開を加速するとともに、海外パートナーへの投資を通じて開発リソースを確保する※。事業拡大と開発力強化の両面から持続的な成長基盤の構築を図る。

※ 2025年に米国法人を設立。2026年には韓国法人を設立予定であるほか、ベトナム大手IT企業と資本業務提携し、オフショア開発センターを設立する計画である。

## 3. 弊社による中長期的な注目点

弊社では、まだまだ伸びしろが期待できる既存事業の深化に加え、ポテンシャルの大きなグローバル展開や各領域で幅広いニーズを取り込む「電子チケット事業」の拡充が、同社の中長期的な成長をけん引する可能性が高いと評価している。特にグローバル展開の本格化は、海外でも人気が高まっている日本のアーティストの活動支援を通じて、会員基盤のさらなる拡大に向けた可能性を広げるものであり、同社の持続的成長を支えるポジティブな材料と捉えることができるだろう。また、ファン体験を生み出す独自の事業モデル(統合型プラットフォーム)は海外でもユニークな存在であることから、実績や知名度が高まってくれば、海外でのアーティスト獲得にも十分に期待がもてる。今回、組織再編を含め、戦略的投資の方向性を打ち出したのは、独自のファン体験を生み出す統合型プラットフォームが具現化しつつあり、そこに確信や勝ち筋が見えてきたことが背景にあると見ている。「仕組み」だけの提供であれば、AIなどの技術に置き換わるリスクがあるものの、同社が提供する「ファン体験」はリアルな没入感や共感や感情といったAIやデジタルの世界では味わえないところに本質的な価値があるため、さらに多様な機能やサービスを付加することで、進化を続けるポテンシャルを秘めていると考えられる。シームレスなファン体験を生み出す統合型プラットフォームに向けて、今後どのような道筋をたどるのか、組織再編や戦略的投資の動きとともに注目していきたい。

エムアップホールディングス  
3661 東証プライム市場

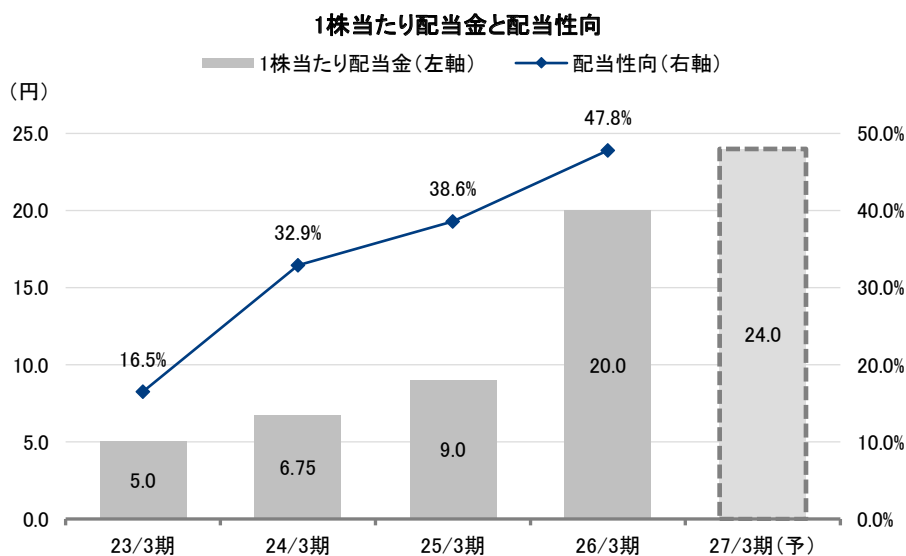
2026年7月27日 (月)  
[https://m-upholdings.co.jp/ir\\_financer/news/](https://m-upholdings.co.jp/ir_financer/news/)

## 株主還元

### 配当性向を引き上げ、大幅増配を実施。 機動的な自己株式取得にも取り組む

同社は、配当性向の目安を従来の30%から、「40%~50%」へと引き上げた。それに伴って、2026年3月期の1株当たり配当金は前期比11.0円増配となる1株当たり20.0円と大幅増配を実施した（配当性向47.8%）。2027年3月期も今後の業績動向を踏まえ、同4.0円増配の1株当たり24.0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、今後も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、株主還元の充実及び資本効率の向上を目的として、機動的な自己株式の取得にも取り組んでおり、2025年3月期は約3億円、2026年3月期は約10億円の自己株式の取得を実施した。今後もグローバル展開を含む、戦略的投資やM&Aの状況も考慮しながら、引き続き自己株式取得による株主還元を検討する方針である。



注：2026年1月1日付で1株につき2株の割合で株式分割を実施。2025年3月期以前の数値は遡及処理済  
出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 重要事項 (ディスクレーマー)

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・表示したものです。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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、配布等することは強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