

|| 企業調査レポート ||

スペースシャワーネットワーク

4838 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年6月30日(金)

執筆：客員アナリスト

水田雅展

FISCO Ltd. Analyst **Masanobu Mizuta**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. ライブ・コンテンツセグメントが回復基調	01
2. 2023年3月期はコロナ禍影響が和らいで営業黒字転換	01
3. 2024年3月期もライブ・コンテンツセグメントが牽引して大幅営業増益予想	02
4. 中期経営計画「Daylight 2024」で未来へとつながる光の道を切り開く	02
5. アナリストの注目点	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要	05
2. セグメント別の推移	08
3. リスク要因・収益特性と課題・対策	09
■ 業績動向	09
1. 2023年3月期連結業績の概要	09
2. セグメント別の動向	11
3. 財務の状況	12
■ 今後の見通し	13
● 2024年3月期連結業績予想の概要	13
■ 成長戦略	14
1. 2022～2024年度中期経営計画「Daylight 2024」の概要	14
2. サステナビリティ経営	16
3. 弊社アナリストの注目点	16
■ 株主還元策	16

■ 要約

多様なメディア・コンテンツ事業を展開するエンタテインメント企業

スペースシャワーネットワーク<4838>は、ユーザーに対してコンテンツ・感動を、アーティストに対してソリューションを提供し、多様なメディア・コンテンツ事業を展開するエンタテインメント企業である。そして、有料放送を中心とするメディアセグメントの収益を維持しながら、ライブ・コンテンツセグメントやソリューションセグメントの拡大によって新しいエンタテインメントの世界の創造を目指している。

1. ライブ・コンテンツセグメントが回復基調

アーティスト・クリエイターのマネジメントからライブ制作まで、あらゆる音楽エンタテインメント関連事業を展開している。事業区分は2023年3月期より変更して、音楽専門有料放送「スペースシャワーTV」運営や音楽映像収録・プロモーションビデオ等の映像制作を行うメディアセグメント、主催イベント企画・運営やライブハウス・エンタテインメントカフェ運営等を行うライブ・コンテンツセグメント、音楽配信やファンクラブ運営等を行うソリューションセグメントとしている。メディアセグメントの有料放送事業は契約者数の減少で漸減傾向だが、ライブ・コンテンツセグメントは新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響が緩和されて回復基調となっている。ソリューションセグメントのディストリビューション事業は、現在は人員やシステムの増強など先行投資の段階だが、今後の成長ドライバーと位置付けている。

2. 2023年3月期はコロナ禍影響が和らいで営業黒字転換

2023年3月期の連結業績は、売上が前期比10.9%増の15,381百万円、営業利益が153百万円の黒字（前期は0百万円の損失）、経常利益が同2.2%増の563百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同39.3%減の348百万円だった。売上面は、メディアセグメントが有料放送の契約者数減少などで減収だったが、ライブ・コンテンツセグメントがコロナ禍影響緩和による大型イベントの再開、ライブハウスの回復、エンタテインメントカフェの来店者数増加などで大幅増収となって牽引し、利益面は増収効果で営業利益が黒字転換した。営業利益153百万円増益の事業別分析は、有料放送が110百万円減、イベントが60百万円増、ライブハウスが137百万円増、アーティストが27百万円増、エンタテインメントカフェが218百万円増、ディストリビューションが128百万円減、ファンクラブが25百万円減、その他が26百万円減だった。なお営業外収入での助成金収入減少などで経常利益は小幅増益にとどまった。また、税負担が増加したため親会社株主帰属当期純利益は減益だった。

要約

3. 2024年3月期もライブ・コンテンツセグメントが牽引して大幅営業増益予想

2024年3月期の連結業績予想は、売上高が2023年3月期比8.2%増の16,650百万円、営業利益が同261.3%増の554百万円、経常利益が同6.5%増の600百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同7.5%増の374百万円としている。新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行したことに伴い、社会経済活動が平常化に向かうことを想定し、ライブ・イベントに加えて、ライブハウスやエンタテインメントカフェなどの店舗営業も通常時に回復するため、増収・大幅営業増益予想としている。売上高については過去最高の見込みだ。経常利益と親会社株主帰属当期純利益については、営業外収入での助成金収入が減少するため小幅増益予想としている。なお上期と下期に分解すると、上期偏重の計画としている。これは大型イベント開催が上期に集中することが主因である。また、会社予想は先行きの不透明感や、ソリューションセグメントでの先行投資などを考慮しているが、事業環境が大幅に改善していることを勘案すれば、会社予想に上振れ余地があるだろうと弊社では考えている。

4. 中期経営計画「Daylight 2024」で未来へとつながる光の道を切り開く

2022～2024年度中期経営計画「Daylight 2024」では、混迷の時代にあっても、エンタテインメントが持つ力を信じ、未来へとつながる光の道「Daylight」を切り開くことを目指すとしている。経営目標値には、2024年度までに連結売上高200億円、連結営業利益10億円（営業利益率5%）、連結経常利益10億円、ROE20%を掲げ、セグメント別経常利益構成比の目標をメディアセグメント17%、ライブ・コンテンツセグメント41%、ソリューションセグメント42%としている。成長の重点領域と位置付けるライブ・コンテンツセグメントでは、ロイヤリティの高いファンを有する優良コンテンツの「SWEET LOVE SHOWER」や「あっとほおーむカフェ」などの水平展開と付加価値向上により、事業収益の拡大を目指す。さらに、従来のロックフェスとは異なるジャンル、ターゲットのコンテンツ開発により新たな顧客獲得を目指す。ソリューションセグメントでは、FUGA社との連携を強化し、データマーケティング力の強化、音楽業界のネットワークを活用したクライアントアクイジションを強化する。メディアセグメントについては、有料放送市場が緩やかな漸減傾向であることを想定し、既存の有料放送事業の収益堅守に向けて顧客ニーズに最適化したコンテンツ制作や番組編成に注力する。映像制作については、既存事業の柱である音楽映像制作のうち、大型ライブ映像収録案件獲得に注力するとともに、先進的な映像演出機能の獲得を目指す。

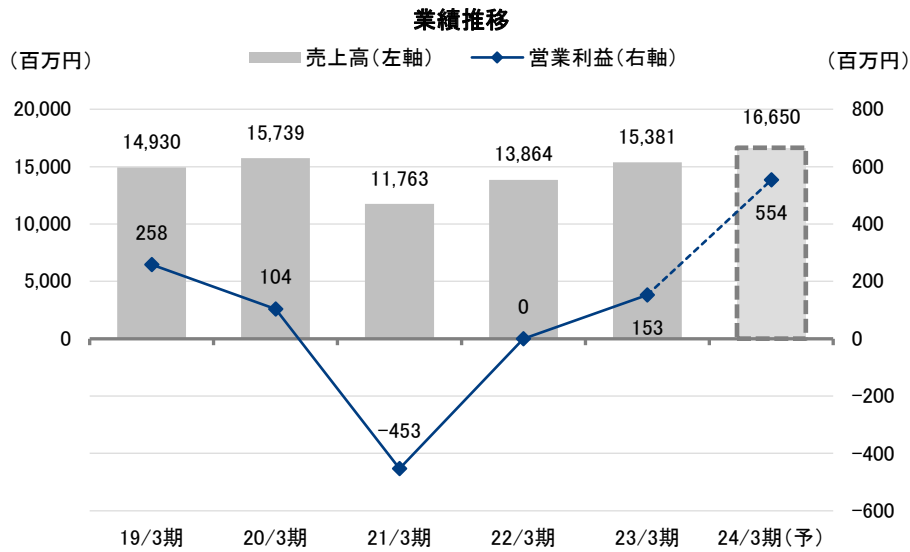
5. アナリストの注目点

音楽エンタテインメント市場については、技術革新によって配信プラットフォームや配信機器が変化する傾向があるものの、音楽配信そのものの市場は拡大基調が予想される。こうした事業環境の下、同社にとっては、従来の収益基盤であったメディアセグメントの有料放送事業の収益維持が課題となるものの、メディアセグメントの映像制作、ライブ・コンテンツセグメント、さらにソリューションセグメントのディストリビューション事業は市場開拓余地が大きいと考えられる。中期経営計画「Daylight 2024」において、こうした成長領域への取り組みを積極化させる強い意気込みがうかがえることを勘案すれば、中長期的に収益拡大が期待できるだろうと弊社では評価している。

要約

Key Points

- ・多様なメディア・コンテンツ事業を展開し、新しいエンタテインメントの世界の創造を目指す企業
- ・2023年3月期はコロナ禍の影響が和らいで営業黒字転換
- ・2024年3月期もライブ・コンテンツセグメントが牽引して大幅営業増益予想
- ・中期経営計画「Daylight 2024」で未来へとつながる光の道を切り開く



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

多様なメディア・コンテンツ事業を展開するエンタテインメント企業

1. 会社概要

同社は、ユーザーに対してコンテンツ・感動を、アーティストに対してソリューションを提供し、多様なコンテンツ、ソリューション業を展開するエンタテインメント企業である。ビジョンに「我々は音楽をはじめとするカルチャーの発展と多様性の実現に貢献し続けます。」を掲げ、有料放送を中心とするメディアセグメントの収益を維持しながら、ライブ・コンテンツセグメントやソリューションセグメントによって新しいエンタテインメントの世界の創造を目指している。

スペースシャワーネットワーク

4838 東証スタンダード市場

2023年6月30日(金)

<https://www.spaceshower.net/ir/finance/index.html>

会社概要

2023年3月期末の総資産は7,804百万円、純資産は3,691百万円、自己資本比率は47.3%、発行済株式数は8,811,354株(自己株式449,881株を含む)である。本社所在地は東京都港区で、拠点は大阪オフィス(大阪市北区)、福岡オフィス(福岡市中央区)、渋谷 WWW/WWW X(東京都渋谷区)に展開している。グループは同社、連結子会社4社((株)セップ、インフィニア(株)、コネクトプラス(株)、(株)SPACE SHOWER FUGA(出資比率51.0%))、で構成されている。なお同社は、2015年6月に資本業務提携したフジ・メディア・ホールディングス<4676>の持分法適用関連会社となっている。

2. 沿革

1994年10月に(有)デジタルピクチャーを設立、1996年12月に商号変更及び株式会社への組織変更により、現在の(株)スペースシャワーネットワークとなった。そして1997年3月に、(株)スペースシャワーより音楽専門チャンネル「スペースシャワーTV」など全営業を譲り受けた。その後、2004年9月にプロモーションビデオ制作等を行う(株)セップ映像企画(現(株)セップ)を設立、2016年1月に(株)アーティストコネクト(現コネクトプラス(株))を設立、2016年2月にインフィニアの株式を取得して連結子会社化、2021年2月に合併会社(株)SPACE SHOWER FUGAを設立した。

株式関係では、2001年4月に日本証券業協会に株式を店頭登録(その後の市場再編等に伴ってジャスダック証券取引所、東京証券取引所JASDAQに株式上場)、2011年3月にKDDI<9433>と資本業務提携、2015年6月にフジ・メディア・ホールディングス<4676>と資本業務提携、2022年4月に東京証券取引所の市場区分見直しに伴ってスタンダード市場に移行した。

沿革

年月	主な沿革
1994年10月	(有)デジタルピクチャーを設立
1996年12月	商号変更及び株式会社への組織変更により(株)スペースシャワーネットワークとなる
1997年3月	(株)スペースシャワーより全営業(音楽専門チャンネル(スペースシャワーTV)など)を譲受
2001年4月	日本証券業協会に株式を店頭登録
2004年9月	プロモーションビデオ制作等を行う子会社(株)セップ映像企画を設立(2004年10月に(株)セップへ商号変更)
2004年12月	取引所再編に伴ってジャスダック証券取引所(その後東京証券取引所JASDAQ)に株式上場
2011年3月	KDDI<9433>と資本業務提携
2015年6月	フジ・メディア・ホールディングス<4676>と資本業務提携
2016年1月	(株)アーティストコネクトを設立(2016年2月にコネクトプラス(株)へ商号変更)
2016年2月	インフィニア(株)の株式を取得して連結子会社化
2019年12月	ANYMIND GROUP LIMITED(現Anymind Group<5027>)と資本業務提携
2021年2月	INDEPENDENT I P B.V. と合併で(株)SPACE SHOWER FUGAを設立
2022年4月	東京証券取引所の市場区分見直しに伴ってスタンダード市場へ移行
2023年3月	サステナビリティ基本方針を制定

出所：会社資料よりフィスコ作成

事業概要

あらゆる音楽エンタテインメント関連事業を展開

1. 事業概要

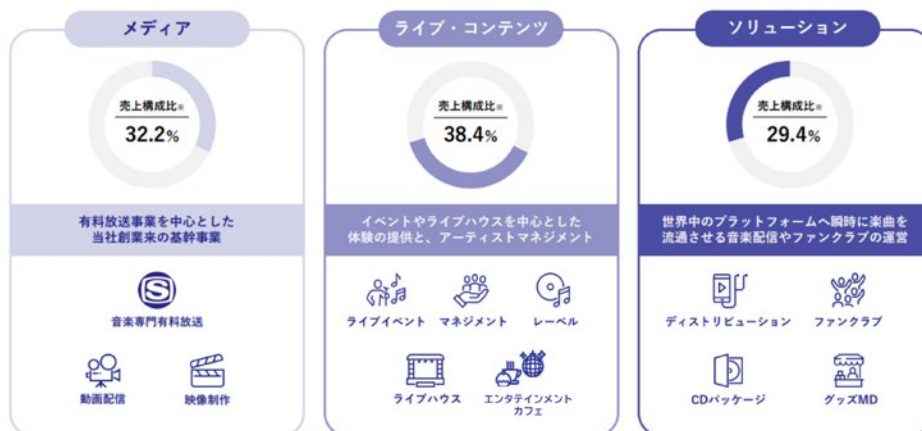
アーティスト・クリエイターのマネジメントからライブ制作まで、あらゆる音楽エンタテインメント関連事業を展開している。事業区分は2023年3月期より変更して、音楽専門有料放送「スペースシャワーTV」運営や音楽映像収録・プロモーションビデオ等の映像制作を行うメディアセグメント、主催イベント企画・運営やライブハウス・エンタテインメントカフェ運営等を行うライブ・コンテンツセグメント、音楽配信やファンクラブ運営等を行うソリューションセグメントとしている。

ビジネスモデル



出所：決算説明資料より掲載

セグメント区分



※売上構成比は2023年3月期末時点

出所：決算説明資料より掲載

事業概要

a) メディアセグメント

メディアセグメントは同社創業以来の基幹セグメントで、日本最大の音楽専門チャンネル「スペースシャワーTV」「スペースシャワーTVプラス」を運営する有料放送事業、「スペースシャワーオンデマンド」を運営するオンデマンド事業、音楽ライブの映像収録やプロモーションビデオ等の映像制作を行う映像制作事業を展開している。

音楽映像制作の分野では子会社のセップが、アライアンスも活用して、現実世界と仮想世界を融合させて新しい体験を提供するXR(クロスリアリティ)領域のコンテンツ開発を強化している。2022年12月には、画像処理専門の研究開発型ベンチャーの(株)Qonceptと、音楽ライブ映像向けのリアルタイムARグラフィックシステム「instrack」を共同開発した。また2023年3月には、高度なプログラミングスキルをベースに映像・音楽・デジタルコンテンツの企画・制作を行う(株)バックスペースプロダクションと共同で、アーティストを仮想空間内に現出させるXRライブを配信した。

b) ライブ・コンテンツセグメント

ライブ・コンテンツセグメントは、「SWEET LOVE SHOWER」「POP YOURS」など主催イベントの企画・運営を行うイベント事業、ライブハウス「WWW」「WWW X」の運営(東京・渋谷のスペイン坂で2店舗運営)を行うライブハウス事業、同社所属アーティストのマネジメントを行うマネジメント事業、アーティストのプロデュースやサポートを行うエージェンツ事業、協賛広告の獲得や他社とのコンテンツ共同制作などを行うアライアンス事業、「あっとほおむカフェ」の運営を行うエンタテインメントカフェ事業を展開している。

イベント事業は、コロナ禍に伴って開催中止を余儀なくされる局面があったが、2023年3月期には行動制限が緩和され、2022年5月に国内最大規模のヒップホップフェスティバル「POP YOURS」と、新規の大型野外フェスティバル「SWEET LOVE SHOWER SPRING 2022」を立ち上げた。また、2022年8月には3年ぶりとなる夏の野外フェスティバル「SWEET LOVE SHOWER 2022」を開催、2023年1月にプロ野球「福岡ソフトバンクホークス」及びセレクトショップ「BEAMS」とともに国内最大級の屋内音楽フェスティバル「FUKUOKA MUSIC FES.」をプロデュースするなど、正常化に向けた動きが加速した。2024年3月期も複数のライブ開催を予定している。

「POP YOURS」



「SWEET LOVE SHOWER」



「FUKUOKA MUSIC FES.」

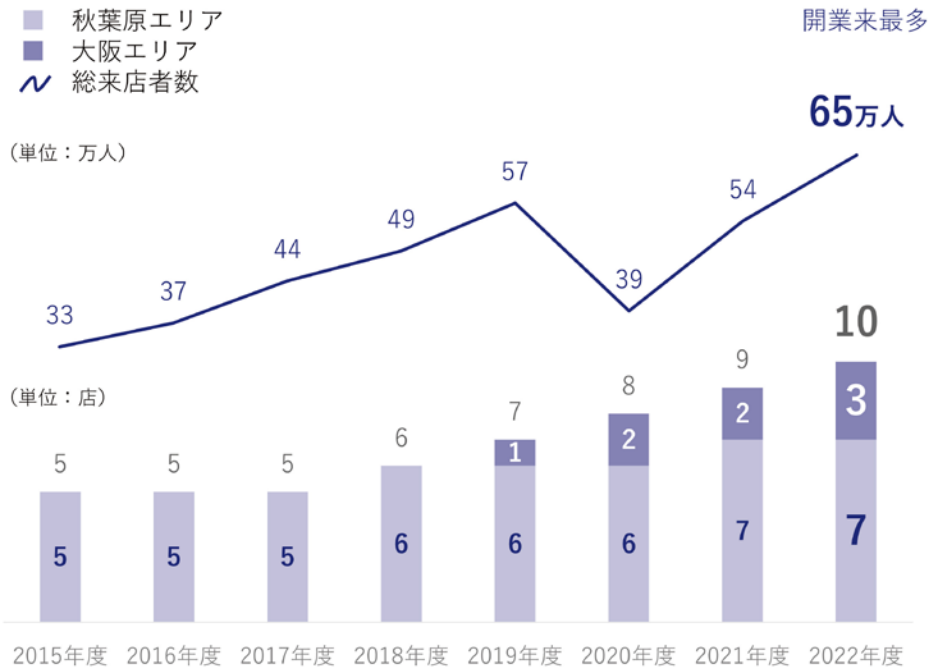


出所：決算説明資料より掲載

エンタテインメントカフェ「あっとほおむカフェ」は子会社インフィニアが運営し、2023年3月には国内10店舗目(東京・秋葉原地区7店舗、大阪・日本橋地区3店舗)となる「あっとほおむカフェ大阪本店3F」をオープンした。なお、コロナ禍でも新規店舗開発を推進し、既存顧客の満足度向上や新規顧客獲得に努めた結果、2023年3月期の来店者数はコロナ禍前の2019年3月期を上回る過去最多の65万人となった。

事業概要

「あっとほおーむカフェ」の店舗数及び来店者数の推移



出所：決算説明資料より掲載

なお、同社所属のアーティスト中村佳穂が、2021年7月に公開された細田守監督のアニメーション映画「竜とそばかすの姫」の劇中歌と主人公役の声優を担当したに加えて、同年末の紅白歌合戦へ出演したことが大きな話題となった。同社の所属アーティストの紅白出場は、2015年の「ゲスの極み乙女」、2018年の「Suchmos」に次いで3組目となる。アーティストの価値を拡大・向上させるというビジネスモデルが結実した好例であり、今後も同社のビジネスモデルの強みを生かしたアーティストの発掘・価値向上を推進する方針だ。

c) ソリューションセグメント

ソリューションセグメントは、音楽配信やパッケージを通じた楽曲等の流通を行うディストリビューション事業、アーティスト等のファンクラブやファンサイトの運営を行うファンクラブ事業（子会社のコネクトプラスが展開）、グッズの企画・制作や EC サイト「スペシャストア」の運営を行う EC/MD 事業を展開している。

FUGA 社との合併会社である「SPACE SHOWER FUGA」（2021年2月設立、2021年9月音楽配信サービス開始）は、世界主要都市に拠点を置いてグローバルディストリビューション事業を展開する FUGA 社と連携し、アーティストの楽曲を世界中のリスナーへ効果的に届ける支援を行う。現在は人員増強など先行投資の段階だが、今後の成長ドライバーと位置付けている。

事業概要

FUGA 社との連携



OUR STRENGTH

- ✓ 業界をリードする最先端のテクノロジー
- ✓ カスタマイズ可能なディストリビューション
- ✓ 即時的な配信実績や分析データの可視化
- ✓ 世界主要都市に拠点を置くFUGAチームとの連携によるグローバルマーケティング
- ✓ 当社メディア活用、イベント連携
- ✓ 日本の音楽業界での実績とネットワーク

出所：決算説明資料より掲載

2. セグメント別の推移

2023年3月期のセグメント別の推移（旧区分の2018年3月期～2022年3月期、及び新区分の2022年3月期～2023年3月期）は、売上高はメディアが4,993百万円、ライブ・コンテンツが6,497百万円、ソリューションが4,530百万円、経常利益はメディアが272百万円、ライブ・コンテンツが374百万円、ソリューションが91百万円の損失、経常利益率はメディアが5.5%、ライブ・コンテンツが6.3%、ソリューションがマイナス2.0%だった。メディアは契約者数の漸減傾向が続いている。ライブ・コンテンツはコロナ禍の影響が和らぎ、大型イベントの再開、ライブハウスの回復、エンタテインメントカフェの来店者数増加などで大幅増収となり、経常利益率も大幅に改善した。ソリューションはディストリビューション事業拡大に向けた投資が先行している。

セグメント別の推移

(単位：百万円)

	旧区分					新区分	
	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	22/3期	23/3期
売上高（外部顧客への売上高）							
メディア・コンテンツ	13,345	13,319	14,365	10,617	12,164	メディア	5,432
映像制作	1,740	1,610	1,374	1,145	1,700	ライブ・コンテンツ	4,236
連結売上高	15,086	14,930	15,739	11,763	13,864	ソリューション	4,194
連結売上高							
13,864							
経常利益							
メディア・コンテンツ	503	190	131	-202	392	メディア	419
映像制作	112	124	58	21	135	ライブ・コンテンツ	60
調整額	20	-25	-23	-20	23	ソリューション	46
連結経常利益	636	288	166	-202	551	調整額	24
連結経常利益							
551							
経常利益率							
メディア・コンテンツ	3.8%	1.4%	0.9%	-	3.2%	メディア	7.7%
映像制作	6.5%	7.7%	4.3%	1.8%	7.9%	ライブ・コンテンツ	1.4%
全社	4.2%	1.9%	1.1%	-	4.0%	ソリューション	1.1%
全社							
4.0%							

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

3. リスク要因・収益特性と課題・対策

リスク要因として事業別にみると、メディアセグメントでは国内において人口減少が進むなか、有料多チャンネル放送業界においては契約者数が漸減傾向にあるため、同社の業績にも影響を与える可能性がある。また、同社は番組供給事業者であるため、チャンネル全体の編集権や価格決定などの権利を有している放送事業者の方針変更や放送関連の法令改正などが、業績に影響を与える可能性がある。対策として、視聴者に選ばれるコンテンツの制作を強化している。

ライブ・コンテンツセグメントでは、自然災害（地震、台風、洪水等）や感染症拡大の影響など、同社グループではコントロールできない事由によってイベントが開催できなくなる可能性がある。対策として、BCP（事業継続計画）を策定するとともに、各種保険にも加入している。またライブハウスやエンタテインメントカフェは、出店に際して食品衛生法に準拠して保健所より営業許可を受ける必要がある。対策として衛生管理を徹底している。ソリューションセグメントでは、多くの音楽デジタル配信プラットフォーム事業者の新規参入が増加する一方で、世界的規模でいくつかの事業者に発展的に集約される可能性がある。対策として、「SPACE SHOWER FUGA」が、FUGA 社との連携を強化している。

業績動向

2023年3月期は回復途上だが営業黒字転換

1. 2023年3月期連結業績の概要

2023年3月期の連結業績は、売上高が前期比10.9%増の15,381百万円、営業利益が153百万円の黒字（2022年3月期は0百万円の損失）、経常利益が同2.2%増の563百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同39.3%減の348百万円だった。売上面は、メディアセグメントが有料放送の契約者数減少などで減収だったが、ライブ・コンテンツセグメントがコロナ禍影響緩和による大型イベントの再開、ライブハウスの回復、エンタテインメントカフェの来店者数増加などで大幅増収となって牽引し、利益面は増収効果で営業利益が黒字転換した。売上総利益は13.6%増加し、売上総利益率は0.3ポイント上昇して16.0%となった。販管費は人件費の増加などにより6.6%増加したものの、販管費比率は0.7ポイント低下して15.0%となった。

スペースシャワーネットワーク

4838 東証スタンダード市場

2023年6月30日(金)

<https://www.spaceshower.net/ir/finance/index.html>

業績動向

2023年3月期の業績

(単位：百万円)

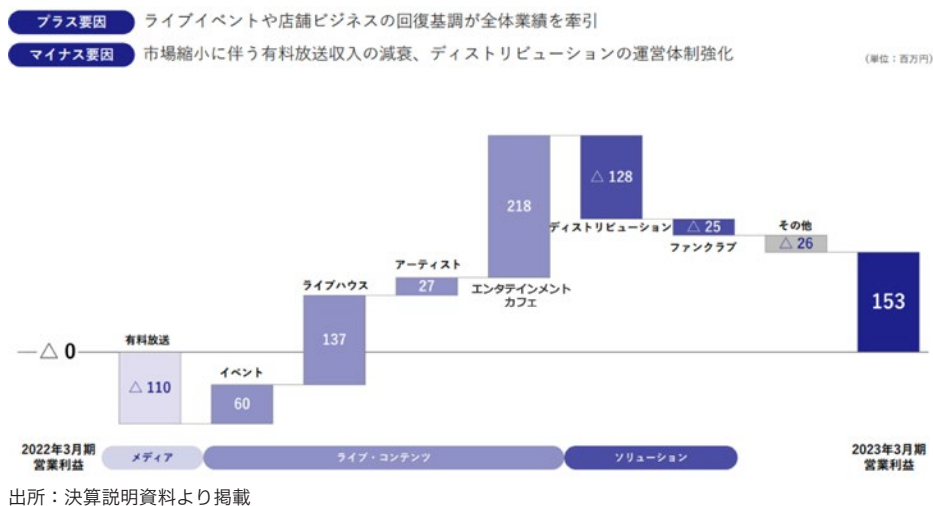
	22/3期		期初予想	23/3期		前期比	期初予想比 金額
	実績	構成比		実績	構成比		
売上高	13,864	100.0%	16,936	15,381	100.0%	10.9%	-1,555
売上総利益	2,171	15.7%	-	2,467	16.0%	13.6%	-
販管費	2,171	15.7%	-	2,313	15.0%	6.6%	-
営業利益	0	-	245	153	1.0%	-	-92
経常利益	551	4.0%	454	563	3.7%	2.2%	109
親会社株主に帰属する 当期純利益	573	4.1%	300	348	2.3%	-39.3%	48

注：期初予想は2022年5月13日付

出所：決算短信よりフィスコ作成

営業利益 153 百万円増益の事業別分析は、有料放送が 110 百万円減、イベントが 60 百万円増、ライブハウスが 137 百万円増、アーティストが 27 百万円増、エンタテインメントカフェが 218 百万円増、ディストリビューションが 128 百万円減、ファンクラブが 25 百万円減、その他が 26 百万円減だった。営業外収入では助成金収入 464 百万円を計上したが前期比（前期は 489 百万円計上）では減少し、営業外費用で助成金返還損 85 百万円を計上したため経常利益は小幅増益にとどまった。特別利益では投資有価証券売却益を 97 百万円計上（同 3 百万円計上）した。特別損失では減損損失を 90 百万円（同 34 百万円計上）したが、前期計上の投資有価証券売却損 19 百万円が剥落した。また法人税等調整額 118 百万円を計上（同 129 百万円減計上）して税負担が増加したため親会社株主帰属当期純利益は減益だった。

営業利益増減要因



なお、計画との比較で見ると、期中に業績予想の修正（2022年10月28日付で売上高と営業利益を下方修正、経常利益を据え置き、当期純利益を上方修正、2023年1月27日付で売上高・各利益とも上方修正、2023年5月12日付で売上高・利益とも上方修正）があったが、結果的には期初計画（2022年5月13日付）に対して、ディストリビューション事業において音楽配信売上が計画を下回ったため売上高と営業利益が期初計画を下回ったものの、経常利益と当期純利益は期初計画を上回って着地した。

スペースシャワーネットワーク | 2023年6月30日(金)

 4838 東証スタンダード市場 | <https://www.spaceshower.net/ir/finance/index.html>

業績動向

ライブ・コンテンツが大幅増収増益で回復本格化

2. セグメント別の動向

セグメント別の動向（売上高は外部顧客への売上高、セグメント利益は経常利益、2022年3月期は新区分に組替後）は以下のとおりである。

メディアセグメントは、売上高が前期比 8.9% 減の 4,946 百万円で、経常利益が同 35.0% 減の 272 百万円となり、減収減益だった。主力の有料放送事業において契約者数の漸減傾向が継続し、番組販売売上が減少した。映像制作事業は、ライブ映像収録案件の受注増加で増収だが、助成金収入の減少で減益だった。

ライブ・コンテンツセグメントは、売上高が前期比 39.6% 増の 5,914 百万円で、経常利益が同 516.9% 増の 374 百万円だった。行動制限緩和などでコロナ禍の影響が和らぎ、大型イベントの再開、ライブハウスの回復、エンタテインメントカフェの来店者数増加などで大幅増収増益だった。経常利益率も大幅に上昇した。

ソリューションセグメントは、売上高が前期比 7.8% 増の 4,520 百万円で、経常利益が 91 百万円の損失（前期は 46 百万円の利益）となり、増収減益だった。ディストリビューション事業において音楽配信売上が増加したが、人材再配置に伴う人件費の増加や配信システムの運用コストなど、音楽配信運営体制強化に向けた投資が先行した。ファンクラブ運営は受託案件が減少した。

2023年3月期のセグメント別業績

(単位：百万円)

	22/3 期		23/3 期		前期比
	金額	構成比	金額	構成比	
売上高（外部顧客への売上高）					
メディア	5,432	39.2%	4,946	32.2%	-8.9%
ライブ・コンテンツ	4,236	30.6%	5,914	38.4%	39.6%
ソリューション	4,194	30.3%	4,520	29.4%	7.8%
連結売上高	13,864	100.0%	15,381	100.0%	10.9%
経常利益					
メディア	419	7.7%	272	5.5%	-35.0%
ライブ・コンテンツ	60	1.4%	374	6.3%	516.9%
ソリューション	46	1.1%	-91	-	-
合計	527	-	555	-	5.5%
調整額	24	-	7	-	-
連結経常利益	551	4.0%	563	3.7%	2.2%

注 1：22/3 期は新区分に組替後

注 2：経常利益の構成比は各々の売上高に対する比率

出所：決算短信よりフィスコ作成

財務の健全性は良好

3. 財務の状況

財務面で見ると、2023年3月期末の資産合計は前期末比539百万円増加して7,804百万円となった。現預金が同669百万円増加した一方で、繰延税金資産が同145百万円減少した。負債合計は同209百万円増加して4,112百万円となった。未払金が同473百万円増加、賞与引当金が同106百万円増加した一方で、買掛金が同96百万円減少、その他流動負債が同222百万円減少、役員退職慰労金引当金が同99百万円減少した。純資産合計は同330百万円増加して3,691百万円となった。自己株式消却により自己株式が1,038百万円減少した一方で資本剰余金が同額減少した。また、譲渡制限付株式報酬付与のための自己株式処分により自己株式が20百万円減少し、利益剰余金が265百万円増加した。この結果、自己資本比率は1.1ポイント上昇して47.3%となった。なお同社は、2022年2月28日を効力発生日として資本金の額を減少し、全額をその他資本剰余金に振り替えているが、純資産の部における勘定科目内の振替処理であり、純資産の額に変動はない。

全体として大きな変動項目はなく、自己資本比率が上昇した。無借金経営であり、キャッシュ・フローの状況にも特に懸念点は見られない。財務の健全性は良好と弊社では考えている。

貸借対照表及びキャッシュ・フロー計算書（簡易版）

(単位：百万円)

項目	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	増減
資産合計	8,029	7,811	7,159	7,264	7,804	539
流動資産	5,373	4,828	4,561	4,593	5,346	753
固定資産	2,654	2,981	2,597	2,668	2,456	-212
負債合計	3,586	3,414	3,066	3,903	4,112	209
流動負債	2,590	2,719	2,308	3,078	3,313	235
固定負債	996	694	757	825	799	-26
純資産合計	4,442	4,396	4,092	3,361	3,691	330
株主資本	4,431	4,396	4,072	3,348	3,633	285
(資本金)	1,920	1,920	1,920	100	100	0
自己資本比率 (%)	55.2%	56.3%	56.9%	46.2%	47.3%	-

項目	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	404	389	347	845	891
投資活動によるキャッシュ・フロー	-512	-272	19	-308	-124
財務活動によるキャッシュ・フロー	-124	-126	-107	-1,364	-97
現金及び現金同等物の期末残高	2,615	2,565	2,825	1,997	2,667

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年3月期は大幅営業増益予想、会社予想は保守的で上振れ余地

● 2024年3月期連結業績予想の概要

2024年3月期の連結業績予想は、売上高が2023年3月期比8.2%増の16,650百万円、営業利益が同261.3%増の554百万円、経常利益が同6.5%増の600百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同7.5%増の374百万円としている。新型コロナウイルス感染症の分類が5類へ移行したことに伴い、社会経済活動が平常化に向かうことを想定し、ライブ・イベントに加えて、ライブハウスやエンタテインメントカフェなどの店舗営業も通常時に回復するため、増収・大幅営業増益予想としている。売上高については過去最高の見込みだ。経常利益と親会社株主帰属当期純利益については、営業外収入での助成金収入が減少するため小幅増益予想としている。

2024年3月期業績予想

(単位：百万円)

	23/3 期実績		24/3 期予想			上期金額	下期金額
	金額	構成比	金額	構成比	前期比増減率		
売上高	15,381	100.0%	16,650	100.0%	8.2%	8,736	7,914
営業利益	153	1.0%	554	3.3%	261.3%	458	96
経常利益	563	3.7%	600	3.6%	6.5%	458	142
親会社株主に帰属する 当期純利益	348	2.3%	374	2.2%	7.5%	292	82

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお上期と下期に分解すると、上期は売上高が8,736百万円、営業利益が458百万円、経常利益が458百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が292百万円、下期は売上高が7,914百万円、営業利益が96百万円、経常利益が142百万円、親会社株主帰属当期純利益が82百万円で、上期偏重の計画としている。これは大型イベント開催が上期に集中することが主因である。会社予想は先行きの不透明感やソリューションセグメントでの先行投資などを考慮しているが、事業環境が大幅に改善していることを勘案すれば、会社予想に上振れ余地があるだろうと弊社では考えている。

成長戦略

2022～2024年度中期経営計画「Daylight 2024」

1. 2022～2024年度中期経営計画「Daylight 2024」の概要

2022～2024年度中期経営計画「Daylight 2024」では、ビジョンに「我々は音楽をはじめとするカルチャーの発展と多様性の実現に貢献し続けます。」、ミッションに「Empower artists & Enrich fan experience」「新しい価値観や視点を持った良質なコンテンツを生み出し、ユーザーに感動を提供します。」「多様なソリューションを提供し、アーティストの自由で独立的な活動を可能にしていきます。」を掲げた。なおタイトルの「Daylight」は、アメリカンフットボールでボールを持ったランニングバックが、敵味方入り乱れる混沌の中に見出す「光が差し込む突破口」を意味する言葉である。混迷の時代にあっても、エンタテインメントが持つ力を信じ、未来へとつながる光の道「Daylight」を切り開くことを目指すとしている。

経営目標値には、2024年度までに連結売上高 200 億円、連結営業利益 10 億円（営業利益率 5%）、連結経常利益 10 億円、ROE20% を掲げている。セグメントを再編し、2024年度の経常利益構成比の目標をメディアセグメント 17%、ライブ・コンテンツセグメント 41%、ソリューションセグメント 42% としている。

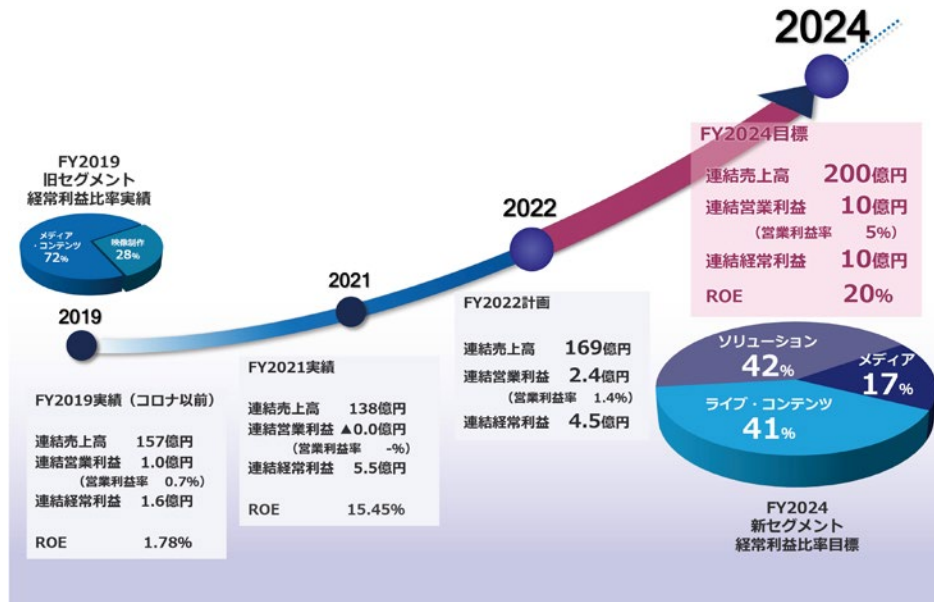
中期経営計画「Daylight 2024」の概要



出所：中期経営計画より掲載

成長戦略

定量目標ロードマップ



出所：中期経営計画より掲載

重点施策として、成長の重点領域と位置付けるライブ・コンテンツセグメントでは、ロイヤルティの高いファンを有する優良コンテンツの「SWEET LOVE SHOWER」や「あっとほおむカフェ」などの水平展開と付加価値向上により、事業収益の拡大を目指す。さらに、従来のロックフェスとは異なるジャンル、ターゲットのコンテンツ開発により新たな顧客獲得を目指す。「SWEET LOVE SHOWER」は夏フェスとしての夏開催に加えて、新たに春・冬を加えて収益増を目指す。「あっとほおむカフェ」については、リアル店舗の追加出店を推進するほか、バーチャルあっとほおむカフェ正式版のローンチを予定している。

ソリューションセグメントでは、FUGA 社との連携を強化し、データマーケティング力の強化、同社のネットワークを活用したクライアントアクイジションを強化する。さらに、デジタル領域の強化に向けて M&A・アライアンスも視野に入れて、デジタルソリューション機能の獲得・強化を推進する。

メディアセグメントについては、有料放送市場が緩やかな漸減傾向であることを想定し、既存の有料放送事業の収益堅守に向けて顧客ニーズに最適化したコンテンツ制作や番組編成に注力する。映像制作については、既存事業の柱である音楽映像制作のうち、大型ライブ映像収録案件獲得に注力するとともに、先進的な映像演出機能の獲得を目指す。

2. サステナビリティ経営

サステナビリティ経営に関しては、コーポレート・ガバナンスを強化するとともに、環境問題や働きがいの向上など、SDGsの社会的な課題に取り組む方針を打ち出している。2023年3月にはサステナビリティ基本方針を策定した。創業以来、アーティストのクリエイティビティを尊重し、その価値を高め広げる事業を展開しており、多様性や創造性が重要視されるこれからの未来においても、音楽カルチャーの持続可能な発展とともに、すべての人々が人種、民族及び文化的多様性、ジェンダーの平等を尊重される、公正で、平等で寛容な開かれた世界を目指すとしている。

3. 弊社アナリストの注目点

音楽エンタテインメント市場については、技術革新によって配信プラットフォームや配信機器が変化する傾向があるものの、音楽配信そのものの市場は拡大基調が予想される。こうした事業環境の下、同社にとっては、従来の収益基盤であったメディアセグメントの有料放送事業の収益維持が課題となるものの、メディアセグメントの映像制作、ライブ・コンテンツセグメント、さらにソリューションセグメントのディストリビューション事業は市場開拓余地が大きいと考えられる。中期経営計画「Daylight 2024」において、こうした成長領域への取り組みを積極化させる強い意気込みがうかがえることを勘案すれば、中長期的に収益拡大が期待できるだろうと弊社では評価している。

株主還元策

株主還元は安定配当を継続

株主還元については、中期経営計画期間においてはコロナ禍からの回復途上であることを鑑み、従来通り安定的・継続的に行うことを基本方針とする。この基本方針に基づいて、2023年3月期の配当は2022年3月期と同額の10.00円(期末一括)とした。配当性向は24.0%となる。2024年3月期の配当予想は2023年3月期と同額の10.00円(期末一括)としている。予想配当性向は22.3%となる。業績伸長の際には、株主還元の充実を機動的に検討するとしている。なお、株主優待については、1単元(100株)以上保有株主に対してクオカード500円分を贈呈している。

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