

|| 企業調査レポート ||

## 東京通信

7359 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年6月10日(金)

執筆：客員アナリスト

大川勇一郎

FISCO Ltd. Analyst **Yuichiro Okawa**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 2022年12月期第1四半期業績の概要	01
2. 2022年12月期業績見通し	01
3. 新事業展開について	01
4. 株主還元策	02
■ 事業概要	03
1. 沿革	03
2. 事業内容	03
■ 業績動向	06
1. 2022年12月期第1四半期業績の概要	06
2. 事業セグメント別動向	06
3. 財務状況と経営指標	07
■ 今後の見通し	07
1. 2022年12月期の業績見通し	07
2. 今後の見通し	09
■ 株主還元策	10

## ■ 要約

### 積極的に新規事業を開始、事業ポートフォリオの拡大を目指す

東京通信 <7359> は、国内外向けに無料スマートフォンゲーム（以下、スマホゲーム）を多数展開するインターネットメディア事業を軸として、インターネット広告事業、プラットフォーム事業を手掛けている。ハイパーカジュアルゲームアプリ等をグローバル展開するインターネットメディア事業、アフィリエイト広告（成果報酬型広告）を行うインターネット広告事業に、電話占い「カリス」を運営する（株）ティファレットの連結子会社化に伴い、2021年12月期第2四半期からプラットフォーム事業が加わった。また、新たな取り組みとして、ANAP<3189>と共同で展開するアパレル商品を中心に扱うライブコマース事業を手掛けるほか、2022年4月には新サービス「OWN.」をリリースして、ヘルスケア・フィットネス領域へ参入した。さらに、5月にメタバース（インターネット上に構築される仮想の三次元空間）事業及びデジタルサイネージ事業への参入とこれらを目的とした新会社の設立について決議するなど、新規事業を積極的に展開することで事業ポートフォリオの拡大を目指している。なお、中長期にわたる経営の効率化を目指し、分散したオフィス環境を統合する目的から2022年11月に本社を移転することが決定している。

#### 1. 2022年12月期第1四半期業績の概要

2022年12月期第1四半期業績は、売上高が1,313百万円、営業利益が37百万円（前年同期比77.6%減）、経常利益が50百万円（同64.2%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益が19百万円（同76.7%減）、EBITDA（営業利益+のれん償却費+減価償却費）が116百万円（同32.7%減）となった。マーケティング体制の強化によってプラットフォーム事業が堅調に推移し、増収となった。一方で、積極的にプロモーションを行ったことで新規商材や新規事業開始に伴う人件費や開発投資のコストが増加し、減益となった。なお、2022年12月期から「収益認識に関する会計基準」等を適用しているため、売上高については、同基準の適用前である2021年12月期の実績に対する増減率を決算短信に記載していない。

#### 2. 2022年12月期業績見通し

2022年5月31日に2022年12月期業績予想の修正を行った。先行投資に関わる影響及び本社移転に関わる影響に加えて、直近の業績動向を踏まえ、見通しについて売上高を5,900百万円から5,300百万円（当初予想比10.2%減）、営業利益を470百万円から10百万円（同97.9%減）、経常利益を450百万円から10百万円（同97.8%減）、親会社株主に帰属する当期純損失を140百万円（当初予想は230百万円の利益）、EBITDAを790百万円から396百万円（同49.9%減）へとそれぞれ引き下げた。

#### 3. 新事業展開について

フィットネスブームに事業機会を見い出し、2022年4月にヘルステックサービス「OWN.」をリリースした。また、2022年4月26日にはANAPと共同で、アパレル商品を中心に扱うライブコマース事業を行うための合弁会社（株）ピーカンを設立した。さらにメタバース事業及びデジタルサイネージ事業へも参入を決定している。リアル体験をバーチャル体験に変換することで、コンテンツごとのメタバースを構築する事業とリアル社会における看板広告をデジタルサイネージへとリプレイスし、広告枠として活用する事業を推進する。また、2022年5月31日に新しいアイドルグループの創造を目指す（株）オーバースへ出資を行った。

要約

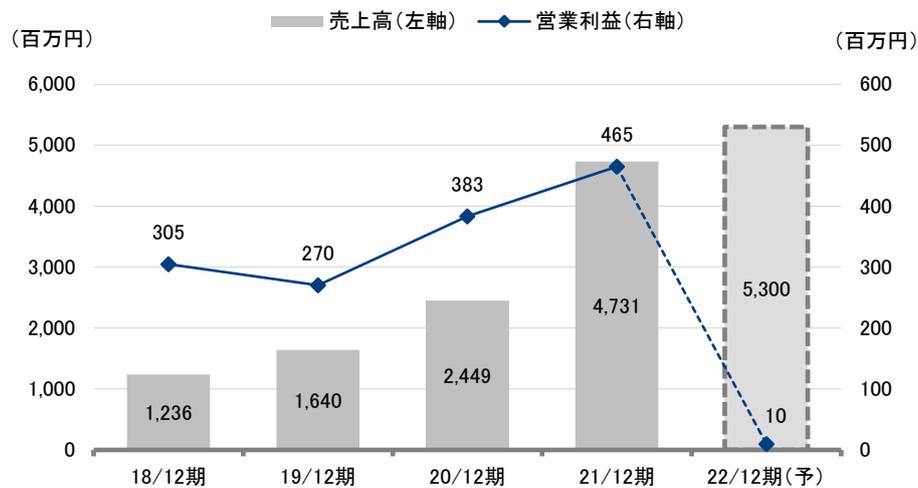
#### 4. 株主還元策

同社では、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、株主に対する利益還元を経営の重要課題の1つと位置付ける。当面配当の予定はないものの、資本の健全性や成長のための投資を優先したうえ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としている。

#### Key Points

- ・ マーケティング体制の強化により、プラットフォーム事業が引き続き堅調
- ・ 新規商材開発のためのコスト増により減益
- ・ 先行投資及び本社移転に関わる影響と直近の業績動向を踏まえて2022年12月期の業績予想を修正
- ・ アパレル商品を中心に取り扱うライブコマース事業を手掛けるANAPとの合弁会社ピーカンを設立
- ・ 新サービス「OWN.」のリリースでヘルスケア・フィットネス領域へ参入
- ・ メタバース事業及びデジタルサイネージ事業へも参入を決定
- ・ 新しいアイドルグループの創造を目指すオーバースへ出資

#### 業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 事業概要

### 世界を代表するデジタルビジネス・コングロマリットを目指す

#### 1. 沿革

同社グループは、2015年5月、スマートフォン向けアプリケーションの開発・運用を主な目的として設立された。2020年12月東京証券取引所（以下、東証）マザーズ市場に上場を果たし、現在は、東証グロース市場に移行している。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」を目指して、変化の早い環境に順応していくために、既存事業にこだわらず、ビジネスモデルの転換や競争力のある新規事業の創出・育成に挑戦する風土が同社の強みとなっている。

### フィットネス、ライブコマース、メタバース、デジタルサイネージなど、新事業展開に注力

#### 2. 事業内容

同社のセグメント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、及びその他で構成される。その他の区分は報告セグメントに含まれない事業セグメントとなる。

##### (1) インターネットメディア事業

インターネットメディア事業では、主にスマートフォン向けのアプリメディアを企画・開発する。アプリ内の一部スペースを広告枠とし広告を出稿したい広告主へ提供することで、ユーザーの広告視聴やクリック数等を獲得し、広告収入を得ている。

具体的には、短時間で操作できる「国内向けアプリ」、シンプルな操作で言語の壁がない「ハイパーカジュアルゲーム」を中心に、現在4,000タイトル以上のスマートフォンアプリをリリースし、無料アプリ内の広告収益を主軸としたビジネスモデルとなっている。また、新たなジャンルとして Play-to-Earn 領域において、懸賞アプリをはじめとする国内向けのインセンティブゲームのプロモーションを強化した。Play-to-Earn とは、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で、継続的なユーザーの維持による広告収益の増加を見込む。

##### (2) プラットフォーム事業

プラットフォーム事業では、恋愛や、仕事、人生に関する悩みを抱えるユーザーと、経験豊かなアドバイザーをマッチングする電話相談サービス「カリス」を運営する。電話占いは、相談を受ける側である占い鑑定師のマネジメントや教育にも注力し、全体的なコンテンツの質を高めることでユーザー獲得を行っている。また、「カリス」のノウハウを転用した恋愛相談サービスを計画している。占いと恋愛相談は心理的に近い分野であり、恋愛に悩みを持つ人、誰かに恋愛相談したい人などにまで顧客層を広げる。

事業概要

(3) インターネット広告事業

インターネット広告事業は、アフィリエイト広告及びアドテクを活用し、広告主の収益の最大化を図り、取引の不正防止に重点を置くなど、大手クライアントとの信頼関係を構築し、安定した広告提案から運用までを手掛ける。業界に造詣の深い人材を中心とした組織を構築し、クローズドネットワークの活用により有望なアフィリエイトを抱え、VOD（ビデオ・オン・デマンド）サービスをはじめとしたアフィリエイト広告戦略を強みとする。

(4) その他の事業

その他の区分は報告セグメントに含まれない事業セグメントで、投資事業、ソリューションセールス事業、スキルオン事業及び新規事業開発等となっている。特に注目すべきは、2022年4月にリリースしたヘルステックサービス「OWN.」と、ANAPとのライブコマース事業である。

160万近いフォロワーを抱える筋トレ系インフルエンサーのTestosterone氏が監修する「OWN.」は、動画でのトレーニング要素に加え、画像認識による食事の自動解析、体重管理や摂取カロリー計算機能を追加したヘルステックサービスとなっている。健康でエネルギッシュな状態を生涯にわたって維持するのに役立つプロダクトを提供するウェルネスブランドとして事業展開を予定している。Web・Appマーケティングとインフルエンサーマーケティングの両輪でアプリダウンロード数を最大化し、ショートムービー型SNSを駆使しながら、ダウンロードユーザーの課金比率向上を狙う。国内若年層を最初のターゲットとし、トレーナーと顧客をマッチングさせるサービスなどを視野に入れ、世界でトップのサービスを目指す。また「OWN.」ブランドの積極的な事業展開を計画しており、EC販売として近く自社開発のプロテインが発売予定となっている。

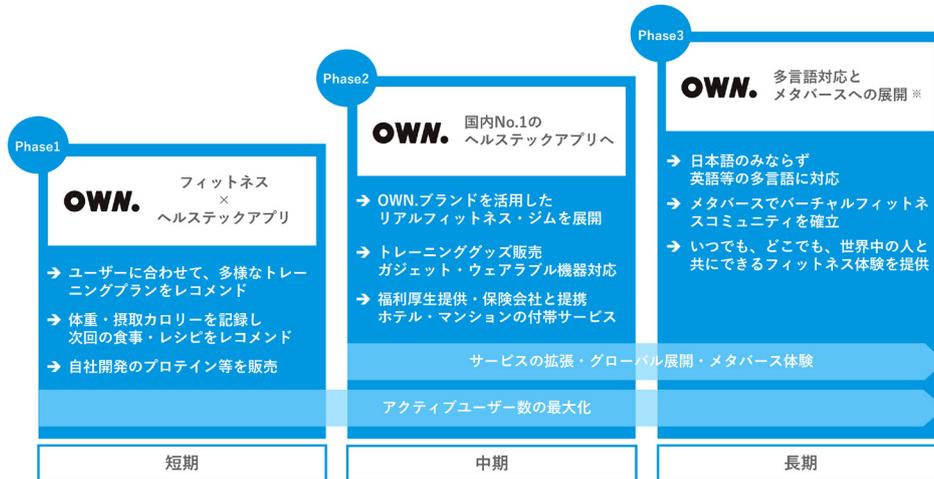
「OWN.」のイメージ



出所：同社ホームページより掲載

事業概要

ヘルステック経済圏構想のロードマップ



※メタバースとは、インターネット上に構築される仮想の三次元空間のことを指します。

出所：決算説明資料より掲載

また、ANAP と共同で、アパレル商品を中心に扱うライブコマース事業を手掛けるピーカンを設立した。現在開発中のライブコマースプラットフォーム「ピーカンライブ」において、インフルエンサーによるアパレル商品のライブ配信という新たな販売チャネルを確立することで、収益の最大化を目指す。

さらに、事業ポートフォリオの拡大の取り組みとして、メタバース事業及びデジタルサイネージ事業へも参入を決定している。メタバース事業においては、(株)METAVERSE A CLUB (メタバースエースクラブ) を2022年6月に設立する予定となっている。ハイパーカジュアルゲームアプリ及び電話占い「カリス」、ファンビジネスのDX (デジタルトランスフォーメーション) 支援を行う「スキルオン」やヘルステックサービス「OWN.」といった、それぞれのコンテンツのメタバースを構築するビジネスを構想している。具体的には「カジュアルゲームアプリ×メタバース」「占い×メタバース」「アイドル×メタバース」「フィットネス×メタバース」が挙げられる。スマートフォンの枠を越え、メタバースへと変換することによりコンテンツ自体の市場を拡張させながら、より多くの人々へサービスを提供し、同社独自の Web3.0 (分散型インターネットと称される次世代のインターネット) 経済圏の確立を目指す。また、「アイドル×メタバース」展開の足掛かりとして、5月にオーバースへ出資を行った。提携により、これまで培ってきたファンビジネスの企画運営ノウハウを活用するとともにデジタルグッズ販売の運営支援などを手掛ける。

デジタルサイネージ事業においては、(株)Digital Vision Industries を同じく2022年6月に設立する予定となっている。同社では、インターネット広告事業において、独自のワンタグシステムの提供とAIを活用した効果測定により、国内主要ASPへの一括出稿及び効率的な成果管理を可能にしており、デジタルサイネージ事業への参入は、こうした知見と強みを生かすものである。従来の看板広告を、デジタルサイネージ広告によってリプレースすることで、「広告効果の数値化」が可能となる。また、AIの活用により、視聴データを分析しながら、Web広告のような細かい設定やターゲットを絞った広告配信も可能となる。これらによって、エリア・属性を絞り込み、ターゲットに合わせてAIが判断し、適切な場所へ広告を配信することで、効率の良い広告配信と効果測定を実現できるという。看板広告をDXするためにデジタルサイネージの活用を進め、この広告枠を集約したデジタルサイネージ特化のアドネットワークの構築を推進する。

## 業績動向

### マーケティング体制の強化により、プラットフォーム事業が引き続き堅調に推移する

#### 1. 2022年12月期第1四半期業績の概要

2022年12月期第1四半期業績は、売上高が1,313百万円（前年同期は1,085百万円）、営業利益が37百万円（前年同期比77.6%減）、経常利益が50百万円（同64.2%減）、親会社株主に帰属する四半期純利益が19百万円（同76.7%減）、EBITDAが116百万円（同32.7%減）となった。マーケティング体制の強化によって、電話占い「カリス」をはじめプラットフォーム事業が堅調に推移した。インターネットメディア事業においては、2021年12月期に大ヒットした「Save them all」等の既存タイトルは売上高が減少したものの、ロングランの既存タイトルや新規ヒットタイトルの貢献もあり、全体では増収となった。

一方で、海外領域のさらなる拡大のために東アジアに向けてアプリの提供を本格的に開始したこと、新たなジャンルとしてPlay-to-Earn領域においてプロモーションを強化したことで、開発費及び広告出稿費が増加し、減益となった。

#### 2022年12月期第1四半期の業績

（単位：百万円）

	21/12期1Q		22/12期1Q		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	1,085	-	1,313	-	-
売上総利益	1,052	97.0%	1,117	85.1%	6.1%
販売費及び一般管理費	884	81.5%	1,079	82.2%	22.1%
営業利益	168	15.5%	39	2.9%	-77.6%
経常利益	140	12.9%	50	3.8%	-64.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	81	7.5%	19	1.4%	-76.7%
EBITDA	172	15.6%	116	8.8%	-32.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 2. 事業セグメント別動向

##### (1) インターネットメディア事業

セグメント別の売上高では、インターネットメディア事業の売上高が820百万円（前年同期比20.8%減）、セグメント利益は113百万円（同55.8%減）となった。2021年12月期にヒットした「Save them all」等の既存タイトルの売上高が減少傾向にあるものの、新規タイトルである「shoot'em all」の収益貢献が始まった。また、海外領域のさらなる拡大として台湾、香港、韓国を中心とした東アジアへのアプリの提供を本格的に開始した。潜在顧客層の拡大が期待できる新ジャンルの開拓として、懸賞アプリをはじめとするインセンティブゲームの開発と、積極的なプロモーションを行ったため、開発費及び広告出稿費が増加した。

## 業績動向

**(2) プラットフォーム事業**

プラットフォーム事業は、売上高が425百万円、セグメント利益は55百万円となった。プラットフォーム事業については2021年12月期第2四半期から新たな報告セグメントとして追加したため、前年同期比については算出していない。電話占い「カリス」が引き続き堅調に推移した。2021年12月期から取り組んでいたマーケティング体制の強化により、新規会員獲得のためのCPA（顧客獲得単価）の改善と、SEO対策による自然流入会員の獲得を行う事で収益性の向上につながった。

**(3) インターネット広告事業**

インターネット広告事業の売上高は63百万円、セグメント損失は5百万円（前年同期は16百万円の利益）となった。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と、運用型広告、SEOによる広告主の課題解決を行った。有望なアフィリエイトとの関係性の強化による提携ネットワークの拡大と、利益率の向上のための自社メディアを中心とした広告商品の開発の取り組みを強化していることで、新規広告商品の開発費と人件費が増加し、損失計上となった。

**(4) その他の事業**

その他の事業の売上高は4百万円、セグメント損失は32百万円（前年同期はセグメント損失19百万円）となった。売上高の主な内訳は、スキルオン事業のオンラインフィットネスサービスと、ソリューションセールス事業のOA機器の販売代理によるものとなっている。

**3. 財務状況と経営指標**

2022年12月期第1四半期末における財政状態は、資産合計が3,934百万円（前期末比70百万円減）、負債合計が2,780百万円（同89百万円減）、純資産合計は1,153百万円（同19百万円増）となった。資産の主な減少要因は、償却により無形固定資産が67百万円減少したことによる。負債の主な減少要因は、長期借入金が62百万円、繰延税金負債が17百万円減少したことによる。純資産の主な増加要因は、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上により利益剰余金が19百万円増加したことが挙げられる。

## ■ 今後の見通し

### 意思決定の迅速化と次世代の経営人材に向けた育成基盤の醸成を狙う

**1. 2022年12月期の業績見通し**

2022年5月31日に2022年12月期業績予想の修正を行った。見通しについて、売上高を5,900百万円から5,300百万円（当初予想比10.2%減）、営業利益を470百万円から10百万円（同97.9%減）、経常利益を450百万円から10百万円（同97.8%減）、親会社株主に帰属する当期純損失を140百万円（当初予想は230百万円の利益）、EBITDAを790百万円から396百万円（同49.9%減）へとそれぞれ引き下げた。

今後の見通し

修正の理由として、先行投資の前倒し及び本社移転の費用計上、直近の業績動向の影響が挙げられる。なかでも注目すべきは先行投資の前倒しである。同社グループでは第二創業期を迎えて、2022年2月に成長戦略を策定しており、世界を代表するデジタルビジネス・コングロマリットになることを目指している。成長ストーリーの実現に向けて、新たな収益源の確立のため、成長投資の拡大を見据えて、当初想定していた新規事業を中心とした先行投資を前倒しすることとした。本社移転については120百万円を売上原価、販売費及び一般管理費に配分する。2022年12月期においては一時的な費用の拡大を見込んでいるものの、同社では今後、中長期の成長を視野に入れて事業成長に取り組んでいくとしている。

**2022年12月期通期業績の予想**

(単位：百万円)

	21/12期		22/12期			
	実績	売上比	当期予想	修正後予想	売上比	前期比
売上高	4,731	-	5,900	5,300	-	-
営業利益	465	9.8%	470	10	0.2%	-97.8%
経常利益	424	9.0%	450	10	0.2%	-97.6%
親会社株主に帰属する 当期純損益	202	4.3%	230	-140	-	-
EBITDA	707	15.0%	790	396	7.5%	-44.0%

注：2022年12月期から収益認識に関する会計基準等を適用しているため、見通しは同基準適用後の数値。売上高の対前期増減額は公表していない

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

各セグメント別の見通しは以下の通りとなっている。

**1) インターネットメディア事業**

インターネットメディア事業においては、見通しについて売上高を3,544百万円から3,240百万円（当初予想比304百万円減）、セグメント利益を698百万円から432百万円（同266百万円減）へとそれぞれ引き下げた。売上高の修正は「Save them all」に続くヒット作を創出できていないなどの業績動向の影響が要因である。セグメント利益の減少額の内訳は、前述の業績動向の影響が128百万円、東アジアへのアプリ提供の本格化、Play to Earn 領域のインセンティブゲーム、自社コンテンツの家庭用ゲーム機等のプラットフォームへ展開、ECサイトでの音声コンテンツ販売、教育関連アプリの開発等の新規領域への挑戦を目的とした追加開発を行う先行投資に関わる影響が105百万円などとなっている。

**2) プラットフォーム事業**

プラットフォーム事業においては、見通しについて売上高を1,782百万円から1,728百万円（当初予想比54百万円減）、セグメント利益を250百万円から216百万円（同34百万円減）へとそれぞれ引き下げた。売上高の修正は、電話占い「カリス」のノウハウを活用した恋愛相談サービスのリリースを計画中であり、成功確率を上げることを狙い、協業予定のパートナーとリリース計画の再構築を行ったこととクオリティ追及を目的とした開発期間の延長に伴う業績動向の影響が要因である。セグメント利益の減少額の内訳は、前述の業績動向の影響が5百万円、先行投資に関わる影響が14百万円などとなっている。

今後の見通し

### 3) インターネット広告事業

インターネット広告事業においては、見通しについて売上高を 406 百万円から 244 百万円（当初予想比 162 百万円減）、セグメント利益は 13 百万円からセグメント損失 18 百万円（同 31 百万円減）にそれぞれ引き下げた。いずれも SEO 関連サービスの計画を再調整し、それに伴う業績動向の影響が要因となっている。

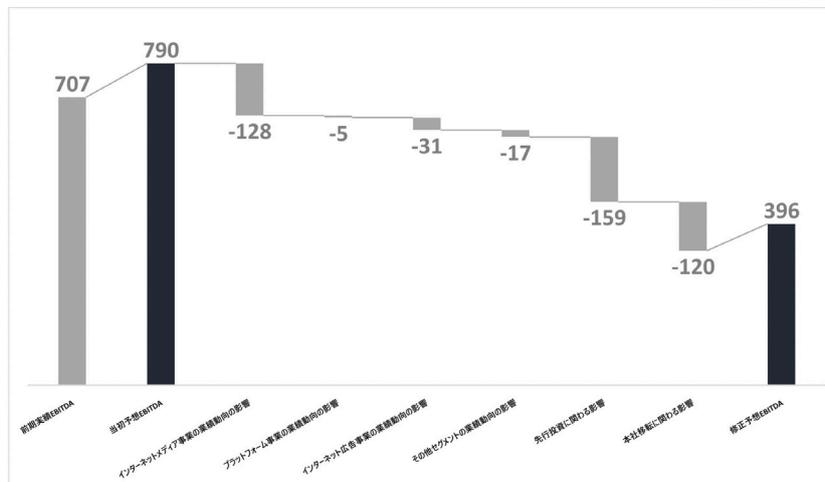
### 4) その他セグメント

その他セグメントにおいては、見通しについて売上高を 168 百万円から 88 百万円（当初予想比 80 百万円減）、セグメント損失を 87 百万円から 144 百万円（同 57 百万円増）へとそれぞれ引き下げた。売上高は「OWN.」のサービス向上のために協業するインフルエンサーと告知スケジュールの調整を行ったことによる業績動向の影響が要因である。セグメント損失の増加額の内訳は前述の業績動向の影響が 17 百万円、「OWN.」の機能改善のための追加開発を行う先行投資に関わる影響が 40 百万円となっている。

これらに加え、メタバース事業、デジタルサイネージ事業、その他新規事業に関しても、より成長を加速させるための開発体制の強化を計画しており、同社はこれらを 2023 年 12 月期以降の業績拡大につなげていくとしている。

### 業績修正に伴う EBITDA の変動（2022 年 12 月期）

（単位：百万円）



注：修正予想 EBITDA には本社移転関連の減価償却費を加えている。

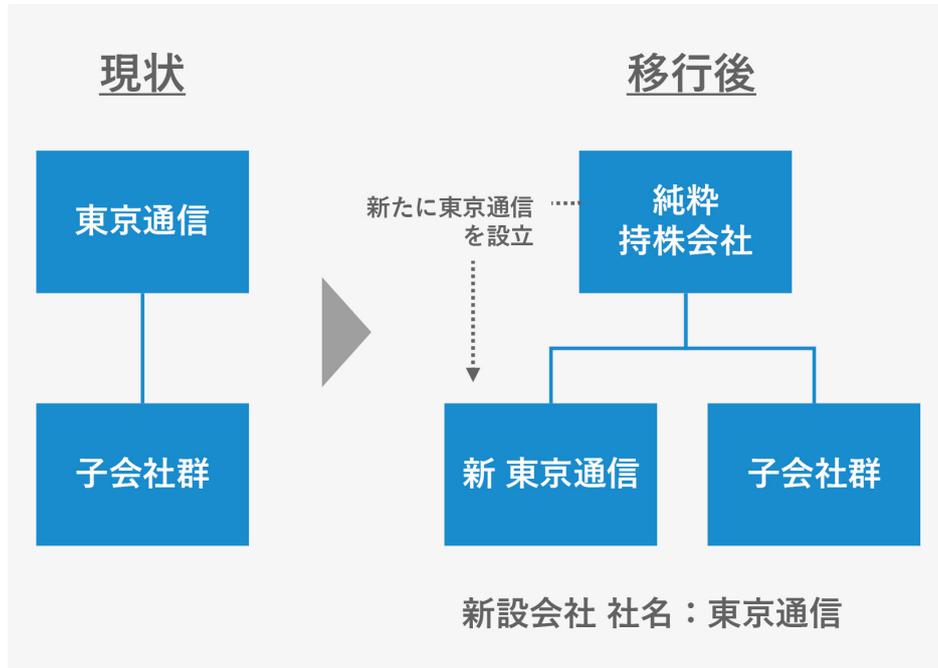
出所：同社リリースより掲載

## 2. 今後の見通し

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、意思決定を迅速化させるため、2023 年に持株会社体制移行と商号変更を予定している。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て、次世代の経営人材に向けた育成基盤の醸成を目指す。新商号については、世界を視野に入れてより親しみやすい名称を検討中である。

今後の見通し

持株会社体制移行の想定スキーム図



出所：決算説明資料より掲載

## 株主還元策

### 成長局面での投資を優先

同社グループでは、事業の成長・拡大による企業価値の向上と株主への利益還元を経営の重要課題の1つと位置付けている。2021年12月期末の配当は、事業拡大のための成長投資に充当することを優先し、無配とした。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うえで業績の動向を踏まえた配当を検討する方針ではあるが、今後の配当実施の可能性や実施時期については、現時点で未定となっている。

#### 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