

|| 企業調査レポート ||

スペースシャワーSKIYAKIホールディングス

4838 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年12月27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. 事業ポートフォリオ最適化を目的としてコンテンツとソリューションに再編	01
2. 2025 年 3 月期中間期は費用増加で減益だが、売上面順調で EBITDA 増益	01
3. 2025 年 3 月期通期は大幅増収増益予想	02
4. 中期経営計画「Ignite 2027」で成長基盤強化と収益性向上を推進	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. 事業環境	07
3. 事業戦略	08
4. リスク要因・収益特性と課題・対策	10
■ 業績動向	11
1. 2025 年 3 月期第 2 四半期累計（中間期）連結業績の概要	11
2. セグメント別の動向	12
3. 財務の状況	13
■ 今後の見通し	14
● 2025 年 3 月期通期連結業績予想の概要	14
■ 成長戦略	15
1. 中期経営計画「Ignite 2027」(2026 年 3 月期～ 2028 年 3 月期)	15
2. 株主還元策	17
3. サステナビリティ経営	18
4. 弊社の視点	18

■ 要約

コンテンツとテクノロジーの融合で 次世代エンタテインメント創造を目指す

スペースシャワー SKIYAKI ホールディングス <4838> は、2024年4月1日付でスペースシャワーネットワークと SKIYAKI が経営統合し、持株会社体制へ移行・商号変更した。両社のコンテンツとテクノロジーを融合させた新しいエンタテインメントカンパニーとして、アーティスト・クリエイターとともに次世代エンタテインメントを創造することを目指している。

1. 事業ポートフォリオ最適化を目的としてコンテンツとソリューションに再編

同社は経営統合後のセグメント区分について、事業ポートフォリオ最適化やシナジー創出を目的として再編し、コンテンツセグメント（スペースシャワーネットワークのイベント事業、ライブハウス事業、アーティストマネジメント事業、レーベル・エージェント事業、有料放送事業、オンデマンド事業、インフィニアのエンタテインメントカフェ事業）、及びソリューションセグメント（SKIYAKI のプラットフォーム事業、ファンクラブ事業、EC・MD 事業、セップのアライアンス事業、映像制作事業、SPACE SHOWER FUGA のディストリビューション事業）としている。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ことが同社の特徴・強みである。なお 2025年4月1日付（予定）で一部子会社間の事業承継・吸収合併などの再編を行う。

2. 2025年3月期中間期は費用増加で減益だが、売上面順調で EBITDA 増益

2025年3月期第2四半期累計（中間期）の連結業績は、売上高が前年同期比 18.6% 増の 10,581 百万円、営業利益が同 15.0% 減の 581 百万円、経常利益が同 14.2% 減の 582 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同 23.8% 減の 323 百万円だった。利益面は経営統合（SKIYAKI を新規連結）に伴って顧客関連資産の減価償却費、のれんの償却費負担、人件費、諸経費などが増加したため営業減益だった。ただし売上面は経営統合により大幅増収と順調だった。そして減価償却費などを除くベースの EBITDA（営業利益 + 減価償却費 + のれんの償却額）は同 12.2% 増の 915 百万円だった。セグメント別には、コンテンツは売上高が同 9.1% 増の 5,757 百万円、営業利益が同 18.1% 減の 539 百万円、EBITDA が同 12.1% 減の 672 百万円、ソリューションは売上高が同 32.4% 増の 4,824 百万円、営業利益が 74 百万円（前年同期は 4 百万円）、EBITDA が 275 百万円（同 30 百万円）だった。

要約

3. 2025年3月期通期は大幅増収増益予想

2025年3月期通期の連結業績予想は前回予想（2024年8月9日付の公表値）を据え置いて、売上高が前期比21.3%増の19,578百万円、営業利益が同24.4%増の769百万円、経常利益が同25.5%増の777百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同45.1%増の406百万円としている。大幅増収増益予想としている。経営統合による増収効果で統合関連一時費用を含めたコスト増加を吸収する見込みだ。なお11月8日付で投資有価証券売却益102百万円の計上を発表、11月13日付で構造改革実施を発表している。この構造改革が2025年3月期連結業績に与える影響については精査中としている。中間期の進捗率は売上高が54.0%、営業利益が75.6%、経常利益が74.9%、親会社株主に帰属する当期純利益が79.6%と順調である。SKIYAKIとの経営統合効果により好業績が期待できると弊社では考えている。

4. 中期経営計画「Ignite 2027」で成長基盤強化と収益性向上を推進

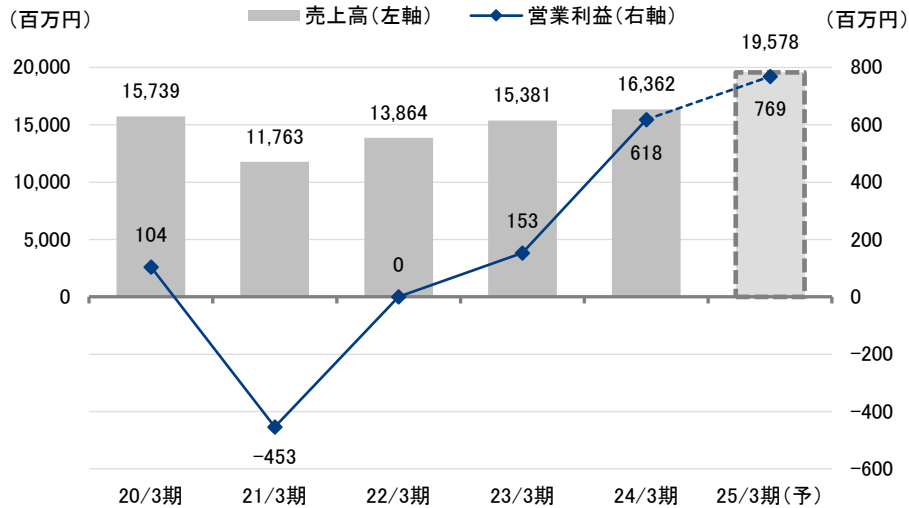
同社は2024年11月13日付で、新たな中期経営計画「Ignite 2027」（2026年3月期～2028年3月期）を発表した。コンテンツとテクノロジーの融合を通じて成長基盤のさらなる強化と収益性の向上を図り、次代のエンタテインメントの創造に取り組む。経営目標値には、最終年度2028年3月期の売上高24,000百万円、営業利益1,600百万円（営業利益率7%）、EBITDA2,200百万円、ROE10%超、営業キャッシュ・フロー（2026年3月期～2028年3月期の3年間の累計）4,400百万円を掲げている。株主還元については、本中期経営計画期間中は最低配当を年間13.00円とする累進配当を行い、連結配当性向35%～45%を目標とする。また連結総還元性向45%～60%を目標に、年間200百万円を上限として自己株式取得を機動的に実施する方針とした。

Key Points

- ・ スペースシャワーネットワークとSKIYAKIが経営統合
- ・ 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ことが特徴・強み
- ・ 2025年3月期中間期は費用増加で減益だが売上面順調でEBITDA増益
- ・ 2025年3月期通期は大幅増収増益予想
- ・ 中期経営計画「Ignite 2027」で成長基盤強化と収益性向上を推進

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

スペースシャワーネットワークと SKIYAKI が経営統合した持株会社

1. 会社概要

同社は2024年4月1日付でスペースシャワーネットワークとSKIYAKIが経営統合(スペースシャワーネットワークが株式交換によってSKIYAKIを子会社化)し、持株会社体制へ移行・商号変更した。両社のコンテンツとテクノロジーを融合させた新しいエンタテインメントカンパニーとして、アーティスト・クリエイターとともに次世代エンタテインメントを創造することを目指している。

2025年3月期中間期末時点の総資産は16,480百万円、純資産は8,258百万円、株主資本は8,134百万円、自己資本比率は50.0%、発行済株式数は17,029,205株(自己株式306,994株を含む)である。本社所在地は東京都渋谷区(2024年10月移転)である。グループは同社(持株会社)、連結子会社7社(旧(株)スペースシャワーネットワークの事業を承継した新(株)スペースシャワーネットワーク、(株)SKIYAKI、(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%)、(株)ロックガレージ(SKIYAKIの連結子会社で旅行業を展開))で構成されている。なお2025年4月1日付(予定)で、事業ポートフォリオ最適化やグループシナジー向上に向けた一部子会社間の事業承継・吸収合併などの再編を行い、SKIYAKIがコネクトプラスを吸収合併する。

会社概要

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(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などを行う(株)セップ映像企画(現(株)セップ)を設立、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、2016年1月に(株)アーティストコネクト(現コネクトプラス)を設立、同年2月にインフィニア(株)の株式を取得して連結子会社化、2021年2月に合弁会社SPACE SHOWER FUGAを設立、2024年4月にSKIYAKIと経営統合して持株会社へ移行・現商号に変更した。

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)、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へ移行した。

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	FUGAと合弁で(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
2024年 4月	(株)SKIYAKIと経営統合して持株会社へ移行、スペースシャワー SKIYAKI ホールディングス(株)へ商号変更

出所：会社資料よりフィスコ作成

事業概要

事業ポートフォリオ最適化に向けて コンテンツとソリューションに再編

1. 事業概要

同社は経営統合後のセグメント区分について、事業ポートフォリオ最適化やシナジー創出を目的として再編し、自社で企画プロデュースするオリジナルコンテンツをユーザーに提供するコンテンツセグメント（スペースシャワーネットワークのイベント事業、ライブハウス事業、アーティストマネジメント事業、レーベル・エージェント事業、有料放送事業、オンデマンド事業、インフィニアのエンタテインメントカフェ事業）、及びクライアントの課題解決のためにサービスを提供するソリューションセグメント（SKIYAKIのプラットフォーム事業、ファンクラブ事業、EC・MD事業、セップのアライアンス事業、映像制作事業、SPACE SHOWER FUGAのディストリビューション事業）とした。2025年3月期のセグメント別売上高構成比はコンテンツが54.4%、ソリューションが45.6%だった。

アーティスト・クリエイターのマネジメント、イベント主催、ライブハウス運営、レーベル、エージェント、著作権管理、音楽有料放送、映像制作、エンタテインメントカフェ、ファンクラブ・プラットフォーム運営、ディストリビューションなど、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ことが同社の特徴・強みである。

なお、さらなるグループシナジー向上に向けて、2025年4月1日付（予定）で一部子会社間の事業承継・吸収合併などの再編を行う。具体的には、SKIYAKIがコネクトプラスを吸収合併してファンクラブ事業を集約、スペースシャワーネットワークのアライアンス事業をセップへ承継してクリエイティブソリューション機能を集約、デジタルディストリビューション事業をSPACE SHOWER FUGAへ集約して配信ビジネスを一体運営する。

グループ再編について



出所：中期経営計画資料より掲載

事業概要

セグメントごとの売上構成比



出所：中期経営計画資料より掲載

(1) コンテンツセグメント

スペースシャワーネットワークのイベント事業は、自社ブランドの大型イベントである音楽フェス「SWEET LOVE SHOWER」やヒップホップフェス「POP YOURS」など様々なイベントを主催し、チケット収入、物販収入、飲食収入などを得る収益モデルである。ライブハウス事業は、東京・渋谷スペイン坂のライブハウス「WWW」「WWWX」の運営を行い、レンタル料やチケット収入を得る収益モデルである。放送・ネットなどと連動し、立体的に音楽の「生」の魅力を発信している。

アーティストマネジメント事業は、同社所属アーティストを中心に 360 度マネジメント業務を行い、原盤・出版・ライブ・MD 収入等を得る収益モデルである。レーベル・エージェント事業は音楽制作、音楽出版管理、エージェント業務等を行い、原盤・著作権収入やエージェント手数料等を得る収益モデルである。アーティストのマネジメント、音楽レーベル機能をはじめ、デジタル音楽配信、CD 製造販売、著作権管理にいたるまで音楽ソフトに係る事業を一元的に運営し、アーティストの活動を全方位でサポートする。

有料放送事業は、日本最大（視聴可能世帯数約 700 万世帯）の音楽専門チャンネル「SPACE SHOWER TV」「SPACE SHOWER TV プラス」の編成・制作等を行い、単価 × 視聴可能世帯数（同社は番組供給事業者のため、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経由）の収益モデルである。オンデマンド事業は「スペシャオンデマンド」の運営等を行い、単価 × 有料会員数の収益モデルである。

インフィニアのエンタテインメントカフェ事業は、東京・秋葉原及び大阪・日本橋において「あっとほおむカフェ」を運営している。2025 年春には中部地区初出店となる名古屋・大須への出店（国内 11 店舗目）を予定。「ご主人様とメイド」という独特な世界観に基づいた接客を楽しむことができるカフェスタイルのテーマパークである。またメイド関連グッズを販売する「@home shop」も運営している。単価 × 来店客数の収益モデルで、年間来店客数は約 73 万人に達している。

事業概要

(2) ソリューションセグメント

SKIYAKI のプラットフォーム事業及びファンクラブ事業は、オールインワン型ファンプラットフォーム「Bitfan」及びエンタープライズ向けカスタム型ファンプラットフォーム「Bitfan Pro」を主力としている。「Bitfan」はアーティストがオフィシャルサイト、ファンクラブ・ファンサイト、グッズ販売、ライブ配信、電子チケット販売など、クリエイター活動に必要なサービスをオールインワンかつ低コストで利用できるプラットフォームサービスである。翻訳機能を実装し、海外通貨にも対応しているため、国内外問わずクリエイター活動を支援する。「Bitfan Pro」は大型アーティスト向けにデザインのカスタマイズが可能なプラットフォームサービスである。ファンプラットフォームの総有料会員数は約130万人となっている。EC・MD事業は、アーティストグッズの企画・開発から製造、倉庫管理、納品・発送、ECサイト運営などのサービスを展開し、単価×販売数の収益モデルとなる。また国内最大級（月間約900万PV）の音楽ライブ情報サービス「LiveFans」も運営している。なお2025年4月1日付でSKIYAKIがコネクトプラスを吸収合併してファンクラブ運営事業を集約する。

セップは、クリエイティブに特化した業界No.1の音楽映像制作会社で、アライアンス事業は協賛広告獲得や受託イベント制作によって広告収入やイベント制作収入を得る収益モデル、映像制作事業は音楽ライブ映像収録やMVなどの映像制作によって製造制作収入を得る収益モデルとなる。高いクリエイティビティとクリエイターとの信頼関係を基に、CM・VP・WEB・XRなど年間400作品以上の幅広いコンテンツの企画制作を行っている。また、受託イベント制作は、プロ野球球団「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.」をプロデュースしている。なお2025年4月1日付でセップがスペースシャワーネットワークのアライアンス事業を承継する。

SPACE SHOWER FUGAは、スペースシャワーネットワークとデジタルディストリビューションを世界展開するFUGAとの合併会社として2021年に設立され、ディストリビューション事業として、音楽配信による楽曲流通やマーケティングサービスなどを行っている。配信手数料を得る収益モデルとなる。スペースシャワーネットワークの日本市場におけるノウハウやネットワーク、FUGAの業界最先端のディストリビューションシステムや海外ネットワークを結合し、パートナーの音楽を世界のリスナーに最善の方法で届けるために必要なツール・サービスを提供している。

2. 事業環境

同社が展開する音楽エンタテインメント関連事業の市場規模としては、同社資料によると、ライブエンタメ市場が6,857億円、音楽配信・音楽ソフト市場及び音楽著作権市場が4,763億円、有料放送市場が8,250億円、クリエイターエコノミー市場が1兆6,552億円などで、合計5兆3,593億円となっている。

市場成長性としては、音楽配信・音楽ソフト市場及び音楽著作権市場が横ばい、有料放送市場が低い見込みだが、ライブエンタメ市場やクリエイターエコノミー市場などについては、今後も高い成長性が見込まれている。同社にとって事業環境は良好と言えるだろう。

事業概要

3. 事業戦略

同社は事業戦略の基本方針として、コンテンツが成長すればソリューションの収益も増加し、ソリューションが成長すればコンテンツの獲得機会も増加していくという考え方に基づき、両セグメントのシナジーによる新たなIPやサービスの創出、両セグメントを拡充するための投資の実行により、事業全体を加速度的に成長させる方針としている。

(1) コンテンツセグメント

コンテンツセグメントの注力戦略としては、イベント、アーティスト、エンタテインメントカフェなどを中心とする自社IPのブランド力向上、及び有望な新人アーティスト・クリエイター発掘の強化を推進する。自社IPのブランド力向上では、主催イベント水平展開や新規イベント創出、アーティストIPの強化・拡大、エンタテインメントカフェ既存業態新規出店や新業態カフェ開発などによりジャンルごとに自社IPを強化することに加え、良質なコンテンツの制作、SNSを中心とした各メディアでの発信、SPOTIFYやAPPLE MUSICをはじめとするDSP (Digital Service Provider) への積極展開、「Bitfan Pro」や「Bitfan」を活用したEC・ファンクラブ・アプリサービスなど、内製による自社サービスの強化を図る。有望な新人アーティスト・クリエイター発掘の強化では、ライブハウス「WWW」「WWWX」などアーティストやクリエイターが集まるベニュー（施設）の提供拡大、レーベル・マネジメント機能の拡大などにより、10年先を見据えた有望なアーティストの獲得・育成や自社IPの開発につなげるなど、自社アセットを最大限に活用したコンテンツエコシステムを拡大させる。

自社アセットを最大限に活用したコンテンツエコシステム



出所：中期経営計画資料より掲載

事業概要

事業別の戦略としては、スペースシャワーネットワークのイベント事業では主催フェスの拡大及び水平展開、新規フェスの立ち上げ、ファンクラブ・EC・アプリなどグループのソリューション機能と連携した新規サービス開発などを推進する。ライブハウス事業では新規大型店舗の出店、新人アーティスト発掘や新規イベントIP開発の場としての体制強化などを推進する。アーティストマネジメント事業及びレーベル・エージェント事業では、グループの強力なインフラを活用した次代を担う新人アーティストの獲得・育成、自社所属アーティストの強化と海外市場への進出、原盤・出版を中心としたストック収益基盤の確立、自社フェスやIPと連動したヒット曲創出、新たな音楽シーンへの参入などを推進する。有料放送事業及びオンデマンド事業では、放送番組を起点としたIP獲得、他社プラットフォームへのコンテンツ供給拡大、クオリティ維持やコストコントロールによる利益水準の維持などを推進する。インフィニアのエンタテインメントカフェ事業では、継続的に新規出店するほか、新規事業も検討する。

(2) ソリューションセグメント

ソリューションセグメントの注力戦略としては、プラットフォーム開発、音楽配信、映像制作、イベント制作を中心として、オンライン・オフラインを問わない多様なグループ内ソリューションをベースに、ジャンルを問わず多種多様なクライアントの獲得を推進する。また新規ビジネスとして、フェスを中心にイベントのDXを図るアプリサービスを開発して同社主催イベントを問わず提案活動を行うことを検討しているほか、新規事業としてエンタテインメント領域に特化してオンライン上でのクライアント向けファイナンスサービスの開始を検討している。

オンライン・オフラインを問わないソリューション提供



出所：中期経営計画資料より掲載

事業概要

事業別の戦略としては、SKIYAKIのプラットフォーム事業、ファンクラブ事業、EC事業では、ファンクラブ・EC・イベントなどのソリューションを360度で提案する。また、ジャンル及び案件の規模ごとに最適なチーム編成を行い、既存クライアントとのリレーションを維持しつつ、圧倒的に効率化したセールスプロセスで新規クライアント獲得を推進する。さらに、クリエイター向けのセミナー開催及びイベントへの協賛、クリエイターとファンのニーズに応じた機能の継続的開発などを推進する。セップのアライアンス事業、映像制作事業では、新規大型レギュラーイベント受託制作の獲得、イベント開催時のアーティストブッキング力の強化、デジタルプロモーションに関するコンサル能力向上、自社ブランド（イベント・放送など）の広告クライアントとのリレーション維持、グループ内の案件のセールス体制強化（クロスセルのハブ組織へ）、音楽映像制作No.1ポジションの維持、ライブ映像・広告映像の受託制作強化、売上拡大などを推進する。SPACE SHOWER FUGAのディストリビューション事業では、優良IPを保有する日本企業の配信面のサポート、ストリーミングを最大化させるための各種マーケティング活動の強化などを推進する。

4. リスク要因・収益特性と課題・対策

エンタテインメント産業の一般的なリスク要因としては、ヒットアーティストやヒットコンテンツの有無、自然災害（地震、台風、洪水など）や感染症の発生、著作権・商標権などの知的財産権の侵害、SNSによる偽情報拡散、個人情報保護、デジタル化などの技術革新への対応遅れなどが挙げられる。

事業別に見ると、イベント事業、ライブハウス事業、エンタテインメントカフェ事業においては、自然災害や感染症の発生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・ライブなどが開催できなくなる可能性がある。この対策として同社は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コンセプ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り、対策として衛生管理などを徹底している。

有料放送事業、オンデマンド事業においては、有料多チャンネル放送契約者数が減少傾向にあるため、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。

このほか、アーティストマネジメント事業、レーベル・エージェンツ事業、プラットフォーム事業、ファンクラブ事業、EC・MD事業、アライアンス事業、映像制作事業、ディストリビューション事業においては、競合も多いため、ヒットアーティストやヒットコンテンツの獲得・創出、高付加価値サービスの開発・提供、既存顧客とのリレーション維持や新規顧客獲得などを推進している。

業績動向

2025年3月期中間期は費用増加で減益だが、 売上面順調で EBITDA 増益

1. 2025年3月期第2四半期累計(中間期)連結業績の概要

2025年3月期第2四半期累計(中間期)の連結業績は、売上高が前年同期比18.6%増の10,581百万円、営業利益が同15.0%減の581百万円、経常利益が同14.2%減の582百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同23.8%減の323百万円だった。当期より子会社コネクトプラスの会計処理方針を変更したため前期を遡及適用して比較している。利益面は経営統合(SKIYAKIを新規連結)に伴って顧客関連資産の減価償却費、のれんの償却費負担、人件費、諸経費などが増加したため営業減益だった。ただし売上面は、主催イベントにおいて台風の上陸・接近による公共交通機関の乱れに伴い一部チケットを払い戻した影響が約160百万円の減収要因となったものの、経営統合により大幅増収と順調だった。売上総利益は増収効果などで同52.6%増加し、売上総利益率は同5.9ポイント上昇して26.5%となった。販管費は同92.7%増加し、販管費比率は同8.1ポイント上昇して21.0%となった。この結果、営業利益率は同2.2ポイント低下して5.5%となった。減価償却費などを除くベースのEBITDA(営業利益+減価償却費+のれんの償却額)は同12.2%増の915百万円だった。なお特別損失にオフィス統合による本社移転費用44百万円を計上した。

2025年3月期第2四半期累計(中間期)連結業績の概要

(単位:百万円)

	24/3 期中間期		25/3 期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	8,922	100.0%	10,581	100.0%	1,659	18.6%
売上総利益	1,835	20.6%	2,801	26.5%	965	52.6%
販管費	1,152	12.9%	2,219	21.0%	1,067	92.7%
営業利益	683	7.7%	581	5.5%	-102	-15.0%
経常利益	679	7.6%	582	5.5%	-96	-14.2%
親会社株主に帰属する 中間純利益	424	4.8%	323	3.1%	-100	-23.8%
EBITDA	816	9.1%	915	8.7%	99	12.2%

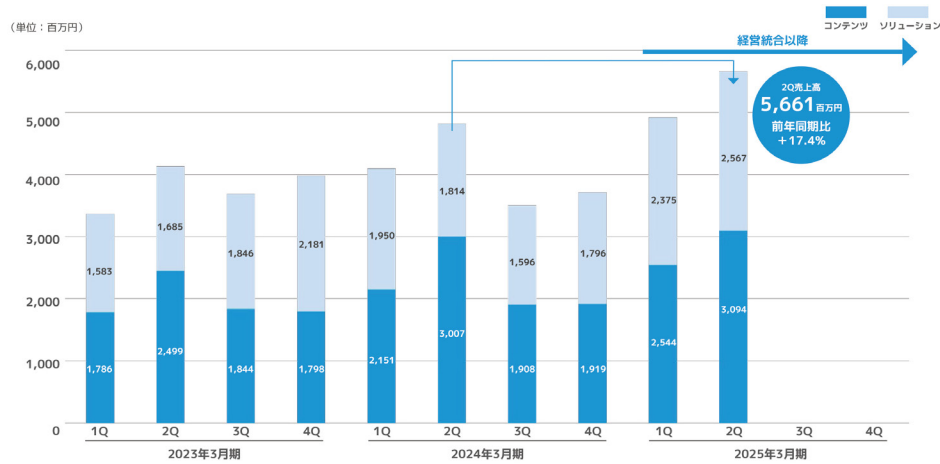
注1: 25/3期より会計処理変更を行ったため24/3期中間期は遡及修正後

注2: EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれんの償却額

出所: 決算短信よりフィスコ作成

業績動向

売上高の推移



出所：決算説明資料より掲載

ライブ・コンテンツが好調、ファンプラットフォームが大幅伸長

2. セグメント別の動向

セグメント別の動向(当期よりセグメント区分を変更したため2024年3月期中間期を新区分に組み替えて比較、売上高は顧客との契約から生じる収益、セグメント利益は全社費用等調整前営業利益)は以下のとおりである。

コンテンツセグメントは売上高が前年同期比9.1%増の5,757百万円、営業利益が同18.1%減の539百万円、EBITDAが同12.1%減の672百万円だった。売上高の内訳はメディアが同4.5%減の1,357百万円、ライブ・コンテンツが同13.1%増の2,791百万円、エンタテインメントカフェが同15.7%増の1,608百万円だった。売上面ではメディアが伸び悩んだものの、ライブ・コンテンツとエンタテインメントカフェが好調だった。ライブハウスとエンタテインメントカフェの店舗ビジネスは稼働率上昇や来場者数増加で好調だった。エンタテインメントカフェでは創業20周年を記念して5月に「あっとフェス2024」を開催、8月に「あっとフェス2024summer」を開催した。なおイベントについては、8月30日～9月1日開催の「SPACE SHOWER SWEET LOVE SHOWER 2024」において、台風10号の影響で8月30日及び31日公演分のチケット払い戻しを実施した。この払い戻しを除いた入場券売数は6.2万枚だった。

ソリューションセグメントは売上高が前年同期比32.4%増の4,824百万円、営業利益が74百万円(前年同期は4百万円)、EBITDAが275百万円(同30百万円)だった。売上高の内訳はファンプラットフォームが1,702百万円(同153百万円)、ディストリビューションが前年同期比12.4%減の2,059百万円、クリエイティブソリューションが前年同期比6.7%減の1,062百万円だった。SKIYAKIとの経営統合(新規連結)により大幅増収増益だった。アーティスト、文化人、俳優、女優、アイドル、女流プロ雀士など様々なジャンルで新規ファンクラブサイトがオープンし、9月末時点の「Bitfan Pro」及び「Bitfan」を中心としたファンクラブの有料会員数は132.7万人、サービス数は1,190となった。そしてストック収益であるファンクラブ売上及びフロー収益であるクリエイターグッズなどのEC売上が好調だった。

業績動向

2025年3月期第2四半期累計(中間期)セグメント別の概要

(単位:百万円)

	24/3 期中間期		25/3 期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
連結売上高	8,922	100.0%	10,581	100.0%	1,658	18.6%
コンテンツ	5,278	59.2%	5,757	54.4%	478	9.1%
メディア	1,421	15.9%	1,357	12.8%	-64	-4.5%
ライブ・コンテンツ	2,467	27.7%	2,791	26.4%	323	13.1%
エンタテインメントカフェ	1,389	15.6%	1,608	15.2%	218	15.7%
ソリューション	3,644	40.8%	4,824	45.6%	1,180	32.4%
ファンプラットフォーム	153	1.7%	1,702	16.1%	1,548	1,005.8%
ディストリビューション	2,350	26.3%	2,059	19.5%	-291	-12.4%
クリエイティブソリューション	1,139	12.8%	1,062	10.0%	-76	-6.7%
連結営業利益	683	7.7%	581	5.5%	-102	-15.0%
コンテンツ	658	12.5%	539	9.4%	-119	-18.1%
ソリューション	4	0.1%	74	1.5%	69	1,654.7%
合計	663	7.4%	613	5.8%	-50	-7.4%
調整額	20	-	-32	-	-	-
連結 EBITDA	816	9.1%	915	8.7%	99	12.2%
コンテンツ	765	14.5%	672	11.7%	-92	-12.1%
ソリューション	30	0.8%	275	5.7%	245	809.8%
合計	795	8.9%	948	9.0%	152	19.2%
調整額	20	-	-32	-	-	-

注1: 24/3 期中間期は新区分に組替後

注2: セグメント別売上高は顧客との契約から生じる収益

注3: 営業利益の売上比は各々の売上高に対する利益率

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、2025年3月期中間期末の資産合計は前期末比8,315百万円増加して16,480百万円となった。主に現預金が1,831百万円増加、受取手形及び売掛金が2,429百万円増加、のれんが1,253百万円増加、顧客関連資産が1,970百万円増加した。負債合計は3,998百万円増加して8,221百万円となった。主に買掛金が1,171百万円増加、預り金が1,926百万円増加、繰延税金負債が637百万円増加した。長短借入金残高は126百万円となった。純資産合計は4,316百万円増加して8,258百万円となった。株式交換に伴う新株発行によって資本剰余金が4,055百万円増加したほか、利益剰余金が185百万円増加した。この結果、自己資本比率は1.9ポイント上昇して50.0%となった。SKIYAKIとの経営統合に伴ってB/Sが膨らんだ形だが、実質無借金経営であり、自己資本比率が上昇したことや、キャッシュ・フローの状況にも特に懸念点は見られないことなども勘案すれば、財務の健全性は良好と弊社では考えている。

業績動向

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)

	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期中間期	増減
資産合計	7,159	7,264	7,804	8,164	16,480	8,315
流動資産	4,561	4,593	5,346	5,419	9,973	4,553
固定資産	2,597	2,668	2,456	2,744	6,506	3,762
負債合計	3,066	3,903	4,112	4,222	8,221	3,998
流動負債	2,308	3,078	3,313	3,452	6,750	3,298
固定負債	757	825	799	770	1,470	700
純資産合計	4,092	3,361	3,691	3,941	8,258	4,316
株主資本	4,072	3,348	3,633	3,847	8,134	4,286
自己資本比率	56.9%	46.2%	47.3%	48.1%	50.0%	1.9pp

	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期中間期
営業活動によるキャッシュ・フロー	347	845	891	1,156	-602
投資活動によるキャッシュ・フロー	19	-308	-124	-609	-400
財務活動によるキャッシュ・フロー	-107	-1,364	-97	-90	-213
現金及び現金同等物の(中間)期末残高	2,825	1,997	2,667	3,123	4,955

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2025年3月期通期は大幅増収増益予想

● 2025年3月期通期連結業績予想の概要

2025年3月期通期の連結業績予想は前回予想(2024年8月9日付の公表値)を据え置いて、売上高が前期比21.3%増の19,578百万円、営業利益が同24.4%増の769百万円、経常利益が同25.5%増の777百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同45.1%増の406百万円としている。大幅増収増益予想としている。経営統合による増収効果で統合関連一時費用(245百万円を想定)を含めたコスト増加を吸収する見込みだ。

なお2024年11月8日付で、第3四半期に特別利益(投資有価証券売却益102百万円)を計上すると発表した。また2024年11月13日付で、構造改革の実施(スペースシャワーネットワークを対象会社とする15名程度の早期退職募集を実施、退職日は2025年3月31日、及び2025年4月1日付で一部子会社間の事業承継・吸収合併などの再編を実施)を発表した。この構造改革が2025年3月期連結業績に与える影響については精査中としている。中間期の進捗率は売上高が54.0%、営業利益が75.6%、経常利益が74.9%、親会社株主に帰属する当期純利益が79.6%と順調である。SKIYAKIとの経営統合効果により好業績が期待できると弊社では考えている。

今後の見通し

2025年3月期通期連結業績予想の概要

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期		前期比		中間期 進捗率
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率	
売上高	16,362	100.0%	19,578	100.0%	3,216	21.3%	54.0%
営業利益	618	3.8%	769	3.9%	151	24.4%	75.6%
経常利益	619	3.8%	777	4.0%	158	25.5%	74.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	280	1.7%	406	2.1%	126	45.1%	79.6%

注：25/3期通期予想は2024年8月9日付公表値

出所：決算短信よりフィスコ作成

成長戦略

新たな中期経営計画「Ignite 2027」を策定

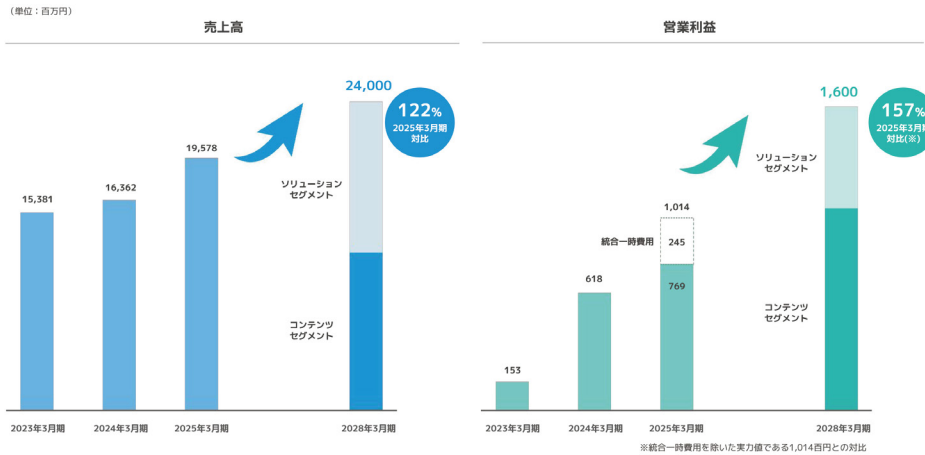
1. 中期経営計画「Ignite 2027」（2026年3月期～2028年3月期）

同社はSKIYAKIと経営統合し、2024年11月13日付で新たな中期経営計画「Ignite 2027」（2026年3月期～2028年3月期）を発表した。基本方針として、コンテンツとテクノロジーの融合を通じて成長基盤のさらなる強化と収益性の向上を図り、次代のエンタテインメントの創造に取り組むとしている。エンタテインメント産業を取り巻く環境はDXの進展により多様化し、さらに一段の変革を求められているため、これまで培ってきたエンタテインメントのノウハウとテクノロジーを交わせることで、従来の枠を超えた新たな創造力の発火点（Ignite）を生み出し、コンテンツとテクノロジーの両軸からアーティスト・クリエイターとともに新たなエンタテインメント体験を提供することを目指す。

経営目標値には、最終年度2028年3月期の売上高24,000百万円、営業利益1,600百万円（営業利益率7%）、EBITDA2,200百万円、ROE10%超、営業キャッシュ・フロー（2026年3月期～2028年3月期の3年間の累計）4,400百万円を掲げている。

成長戦略

中期経営目標（売上高と営業利益の推移）

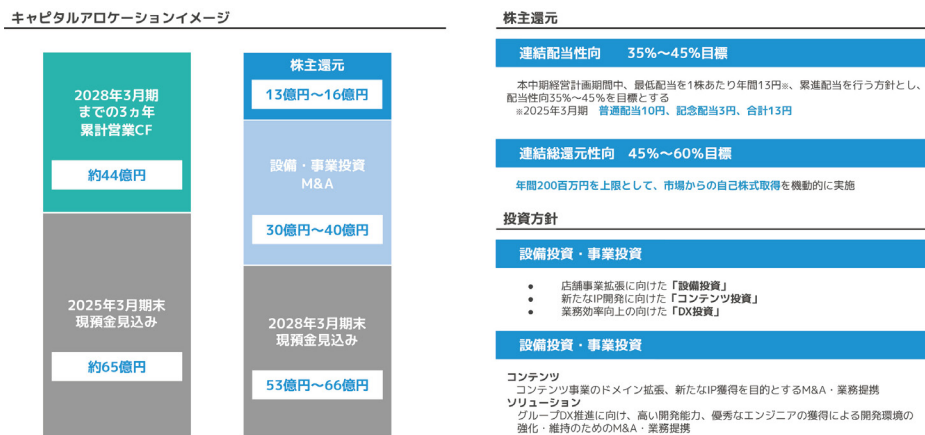


出所：中期経営計画資料より掲載

資本コストや株価を意識した経営の実現については、現状の資本コストをおおむね 7.6% と認識し、中期経営計画「Ignite 2027」最終年度目標 ROE10% 超を実現することで、早期に株価 PBR1 倍割れの解消を目指す方針としている。ROE の向上については、中期経営計画「Ignite 2027」に基づく事業構造改革やグループシナジー創出によって利益率及び効率性の向上を図るとともに、機動的な自社株買の実施により自己資本の圧縮を推進する。また PBR 改善に向けて、収益力の強化、資本収益性の向上、成長に向けた投資の実行とその説明の強化、株主還元を通じた資本効率の向上を図るとともに、資本コストと株価を意識した経営を行うことで企業価値の最大化を図る。

キャピタルアロケーションのイメージとしては、2025年3月期末現預金（見込み）約 6,500 百万円及び 2028年3月期までの3ヶ年累計営業キャッシュ・フロー約 4,400 百万円により、株主還元へ約 1,300 百万円～1,600 百万円、設備・事業投資及び M&A 投資に約 3,000 百万円～4,000 百万円、2028年3月期末現預金（見込み）に約 5,300 百万円～6,600 百万円の配分を計画している。

キャピタルアロケーションイメージ、株主還元、投資方針



出所：中期経営計画資料より掲載

成長戦略

株主還元については、本中期経営計画期間中は最低配当を年間13.00円とする累進配当を行い、連結配当性向35%～45%を目標とする。また連結総還元性向45%～60%を目標に、年間200百万円を上限として自己株式取得を機動的に実施する方針とした。そして2024年11月13日には自己株式取得（上限250,000株又は100百万円、取得期間2024年12月1日～2025年11月30日）を発表した。

設備・事業投資としては、店舗事業拡張に向けた設備投資、新たなIP開発に向けたコンテンツ投資、業務効率向上のDX投資を計画している。セグメント別では、コンテンツセグメントにおいては事業ドメインの拡張、新たなIPの獲得を目的とするM&A・業務提携、ソリューションセグメントにおいてはグループDXの推進に向けて、高い開発能力を持った優秀なエンジニアを獲得するための開発環境強化やM&A・業務提携などを推進する。

2025年3月期増配予想、株主優待制度も拡充

2. 株主還元策

株主還元については2024年11月13日付で配当方針変更、2025年3月期配当予想の上方修正、自己株式取得、株主優待制度拡充を発表した。変更後の配当方針は、中期経営計画「Ignite 2027」（2026年3月期～2028年3月期）中は継続的な増配を行っていくことを最優先として、連結配当性向35%～45%を目標に累進配当を継続することを基本方針とした。さらに、事業領域の拡大に寄与する投資やM&Aを推進しつつ、財務状況やROE水準などを総合的に勘案し、収益拡大に伴って得た成果を「配当」という形で株主に直接還元する方針とした。この基本方針により、2025年3月期の配当予想は、経営統合記念配当3.00円を含めて前期比3.00円増配の13.00円（期末一括＝普通配当10.00円＋記念配当3.00円）とした。予想配当性向は53.4%となる。

株主優待制度については、従来から毎年3月末現在の同社株式100株（1単元）以上保有株主を対象としてクオカード500円分を贈呈しているが、さらに2025年9月末基準日より追加優待を実施し、毎年9月末現在の保有株式数に応じて同社グループが開催する音楽ライブ・イベントへの招待抽選権を贈呈する。

株主優待制度の拡充

【追加優待制度】当社グループ音楽ライブイベントへの抽選によるご招待

保有株式に応じた抽選口数を設定
 100株（1単元）～499株＝1口 500株～999株＝5口 1,000株～＝10口

イベント開催発表の後、株主様専用サイトへご招待対象イベントを順次掲載し、年度（11月～翌年10月）内開催の、下記のイベントが対象となる予定です。



出所：中期経営計画資料より掲載

音楽エンタテインメント関連事業を通じて社会的課題解決に貢献

3. 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、2023年3月にサステナビリティ基本方針を策定してコーポレート・ガバナンスを強化するとともに、音楽エンタテインメント関連事業を通じて社会的課題解決に貢献する方針としている。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、全ての人々が人種、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。

新たな成長ステージに向かう可能性を評価

4. 弊社の視点

同社に対する投資家目線としては「音楽専門チャンネルの会社」という印象が強い可能性があるが、同社の特徴・強みは、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ことであり、さらに SKIYAKI との経営統合によって事業基盤が一段と強化された。音楽エンタテインメント関連市場については、ライブエンタメ市場、映像制作市場、「オタク」市場、クリエイターエコノミー市場などが今後も高い成長性を見込まれており、同社にとって事業環境は良好と言えるだろう。そして SKIYAKI との経営統合による事業ポートフォリオ最適化や、シナジー創出（コンテンツとテクノロジーの融合）により、2026年3月期には経営統合効果の本格化が期待され、同社が新しいエンタテインメントカンパニーとして、新たな成長ステージに向かう可能性が高いと弊社では評価している。したがって中期経営計画「Ignite 2027」の進捗状況に注目したいと弊社では考えている。

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