

|| 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 >>>](#)

2025年7月23日(水)

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. 2025年3月期決算の概要	01
3. 2026年3月期の業績予想	01
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. 2025年3月期決算の概要	12
3. 2025年3月期の総括	14
■ 主な活動実績	15
1. 「Weverse」とのID連携を構築	15
2. ファンエンゲージメントアプリ「bubble for JAPAN」をオープン	15
■ 業績見通し	16
1. 2026年3月期の業績予想	16
2. 弊社の見方	16
■ 今後の方向性	17
1. 今後の成長イメージ	17
2. 新たな成長の軸の育成	18
3. 弊社による中長期的な注目点	18
■ 株主還元	19

■ 要約

2025年3月期も会員基盤拡大やEC、電子チケットの伸びにより、大幅な増収増益。グローバル展開でも一定の成果

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800以上、ファンクラブサイトの課金会員数は380万名を超え、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、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、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（VRや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. 2025年3月期決算の概要

2025年3月期の業績は、売上高が前期比38.8%増の25,782百万円、営業利益が同43.9%増の4,065百万円と期初計画を上回る大幅な増収増益を実現した。主力の「ファンサイト事業」「EC事業」「電子チケット事業」がともに順調に拡大した。「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伸びが想定を上回り業績の伸びをけん引した。「EC事業」も、ライブ・コンサート市場が活況を呈するなか、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、取り扱いアーティストが着実に増加し発券枚数が伸びたほか、周辺サービス（オンラインくじ等）を付加したサービス単価の向上、チケットトレードの着実な成長により順調に拡大した。利益面でも、円安に伴うサーバー費の上昇に加え、新規事業等への先行費用が発生したものの、課金会費数の伸びや収益性の高い「EC事業」「電子チケット事業」の拡大により大幅な増益を実現した。

3. 2026年3月期の業績予想

2026年3月期の業績予想について同社は、売上高を前期比8.6%増の28,000百万円、営業利益を同15.6%増の4,700百万円と引き続き増収増益を見込んでいる。引き続き「ファンクラブ事業」「EC事業」「電子チケット事業」がそれぞれ順調に拡大する見通しである。課金会員の底上げ、並びに「EC事業」「電子チケット事業」との連動による顧客単価の最大化を図るほか、グローバル展開による海外ファンの取り込みも強化していく考えだ。利益面でも、サーバー費の上昇や採用強化による人件費増、新規事業への開発投資などを予定しているものの、収益性の高い「EC事業」「電子チケット事業」の拡大等により増収を確保する見通しである。

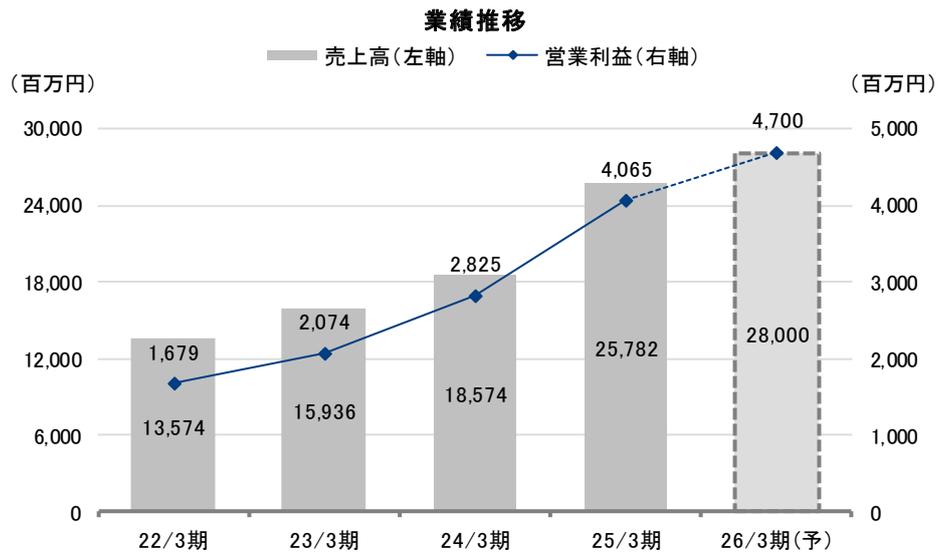
要約

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。営業利益ベースでは年間 20% 以上の成長を目指していく。

Key Points

- ・ 2025 年 3 月期は会員基盤の拡大や EC、電子チケットの伸びにより大幅な増収増益を実現
- ・ 本格的なグローバル展開を見据えた施策や次世代ファンビジネスへの投資にも取り組む
- ・ 2026 年 3 月期も会員基盤を起点とする各事業・サービスの伸びにより増収増益を見込む
- ・ 今後も既存事業の伸びに加え、グローバル展開や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



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グローバル展開にも注力

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。

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」の売上げ構成比が大きい。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していく方針である。

会社概要

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 800 以上※¹、収益源となる課金会員数は 380 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) 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、エンター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。

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

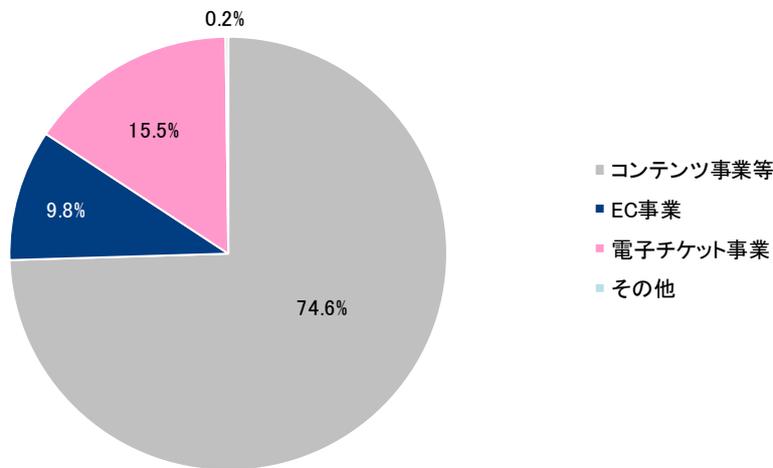
2018年10月にEMTGの完全子会社化により参入した事業であり、電子チケット及びチケットトレード※1、並びにそれらに付随する各種サービスからの収益により構成されている。音楽のライブはもちろんのこと、アイドルグループの握手会等のイベント、プロ野球やフィギュアスケートといったスポーツ、遊園地などのレジャー施設まで幅広く電子チケットサービスを提供している。また、「コンテンツ事業」で実施するライブ配信と連動する形で、オンライン配信の視聴パスを販売するプラットフォームなども開始した。一方、電子チケットに付随するサービスとしては、カードコレクションアプリ（プロ野球をはじめ、バスケットボールやバレーボール、卓球の選手カード等）※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、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。
※2 直近ではJリーグクラブの獲得も進めている。

(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(2024年3月期上期実績)



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

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。

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。

会社概要

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。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。

企業特徴

(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（VRや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」の優位性及び新技術活用による差別化

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。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。また、2021年3月期からサービス提供を開始したVR技術を活用したライブ演出のほか、Web3.0技術を活用した次世代ファン体験の創造、さらには推し活の進化を見据えたメタバース等の研究開発にも取り組んでおり、本格的な展開が実現すればさらなる差別化の要素となる可能性は大きい。

業界環境

コロナ禍後も音楽配信は順調に拡大。 ライブ・コンサート市場も活況を呈す

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*。

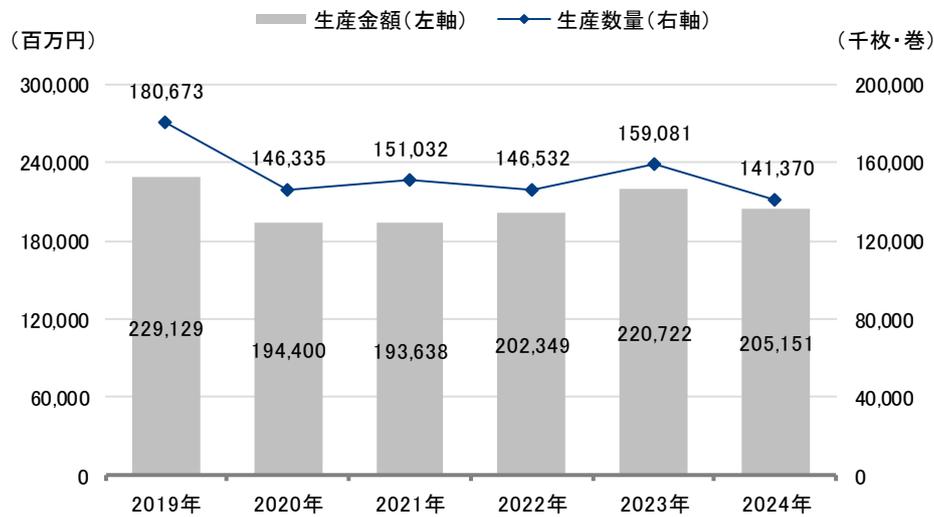
* 出所：(一社)日本レコード協会

業界環境

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年以降は公演回数がほぼ横ばいで推移する一方で、動員数は大きく伸び続け、2024年は過去最多を記録した。市場規模も6,121億円（前期比19.1%増）と大幅に拡大し、ライブ・コンサート市場の活況ぶりを示している*。

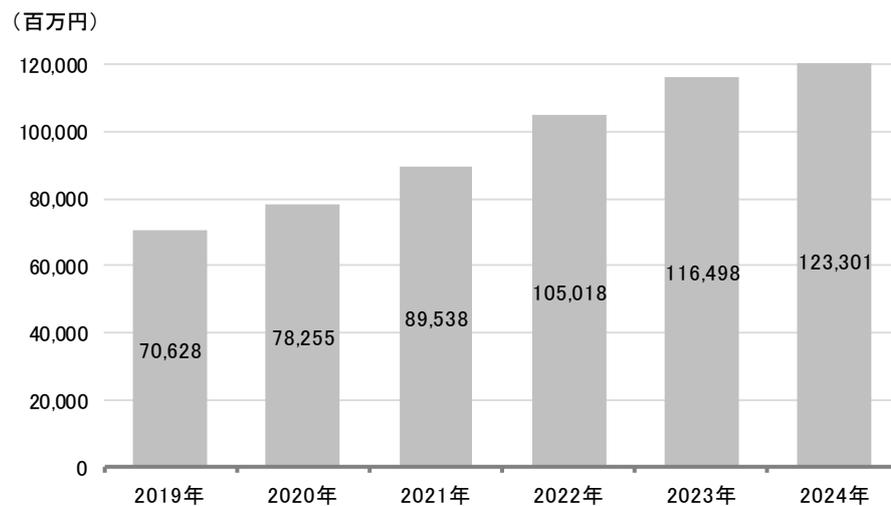
* 出所：（一社）コンサートプロモーターズ協会

音楽ソフトの生産金額及び生産数量の推移



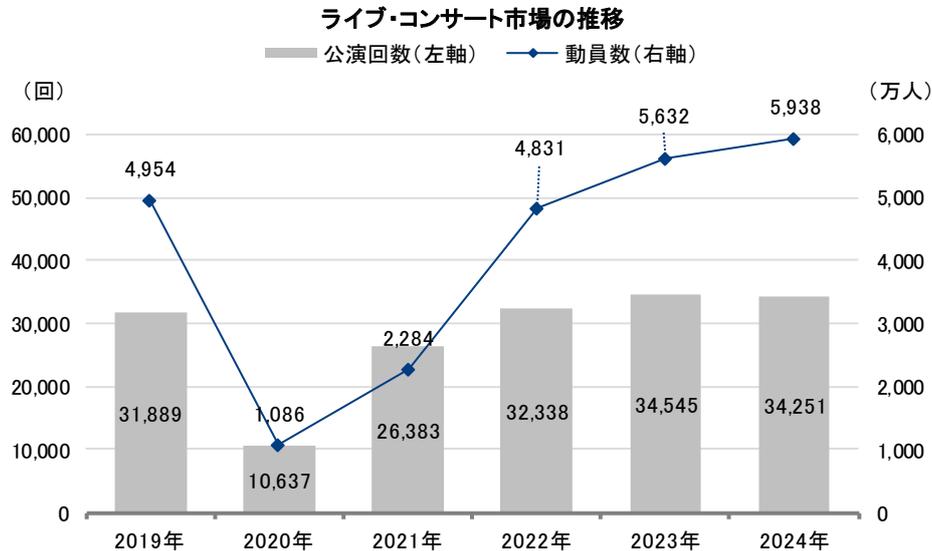
出所：（一社）日本レコード協会ホームページよりフィスコ作成

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

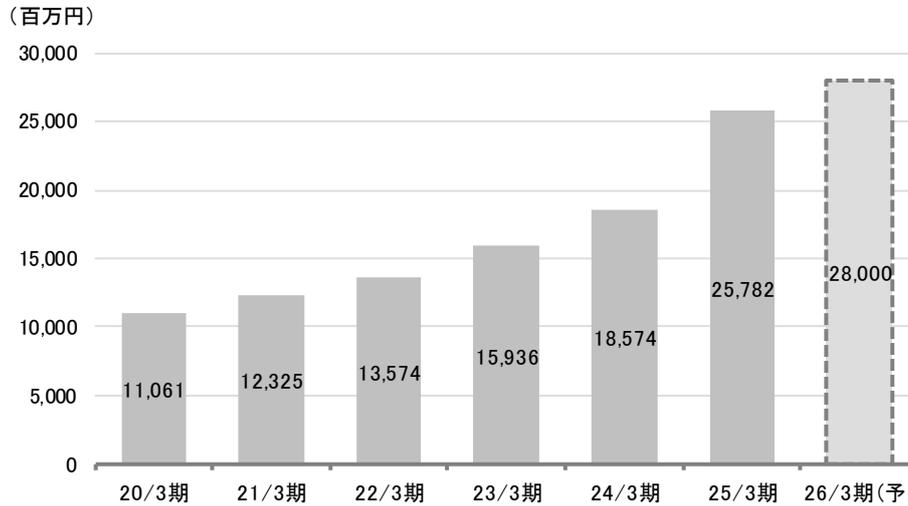
ファンサイト事業を軸に安定した業績の伸びや財務基盤を維持。グループ各社のシナジーを集約し事業基盤の拡大を図る

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

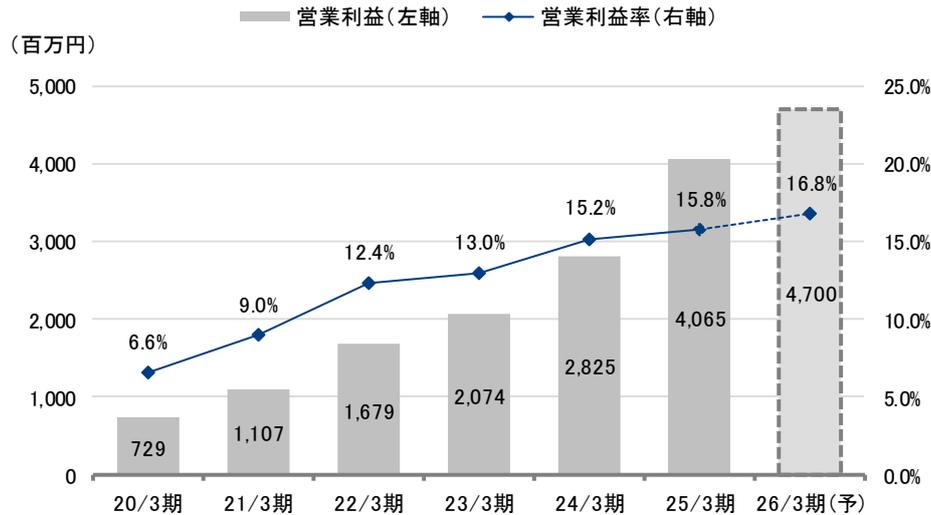
売上高の推移



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」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。

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。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。

2025年3月期は会員基盤の拡大や、EC、電子チケットの伸びにより大幅な増収増益を実現

2. 2025年3月期決算の概要

2025年3月期の業績は、売上高が前期比38.8%増の25,782百万円、営業利益が同43.9%増の4,065百万円、経常利益が同43.4%増の4,113百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同12.3%増の1,664百万円と期中計画を上回る大幅な増収増益を実現した。

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伸び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」の会員数の伸びとともに順調に拡大。特に活況を呈しているライブやコンサートと歩調を合わせた取り組みや会員限定販売・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、取り扱いアーティストが着実に増加し発券枚数が伸びたほか、周辺サービス（オンラインくじ等）を付加したサービス単価の向上、公式二次流通サービスとして高い評価を受けているチケットトレードの着実な成長により順調に拡大した。

利益面でも、円安に伴うAWSサーバー代の上昇に加え、新規事業等への先行費用が発生したものの、課金会員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15.2%）に改善。

財政状態については、現預金の増加や「EC事業」の拡大等に伴い売上債権が増えたことから、資産合計は前期末比32.9%増の25,983百万円に拡大。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21.4%増の7,707百万円に拡大した。それらの結果、自己資本比率は29.7%（前期末は32.5%）に若干低下している。

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

売上高は前期比 40.8% 増の 21,838 百万円、セグメント利益は同 38.8% 増の 3,635 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」の売上高は前期比 39.5% 増の 19,349 百万円であった。トレンドアーティストの新規案件の獲得^{※1}やリアル施策と連動したファンサービスの強化^{※2}により課金会員数が想定以上に拡大^{※3}。特に、大型アーティストのファンクラブ獲得が業績の伸びに寄与したようだ。また、日本アーティストに対する海外からの関心の高まりを追い風として海外会員施策^{※4}も好調、海外展開への展望も開けてきた。さらに、新たな技術領域への対応として、Web3.0 関連の取り組みにも着手した^{※5}。

- ※1 新規 FC 開設数は前期比約 118% 増に増加した。同社独自のファンクラブプラットフォーム「Fanpla Kit」の利用アーティストは前期比約 137% 増となっている。
- ※2 チケット先行受付や会員限定イベントなど
- ※3 課金会員数は前期比約 127% 増に増加した。
- ※4 アーティストの海外公演に合わせた海外会員先行を実施し、新規会員獲得に成功。同時に会員コンテンツの多言語化も推進、会員の海外割合が約 10% となる例もある。
- ※5 将来的な NFT 活用やグローバルファンに向けたデジタル資産管理、柔軟な決済手段の拡充などを見据えた技術基盤の構築により、次世代のファン体験の創出にも取り組んでいる。

また、「EC 事業」の売上高は前期比 51.0% 増の 2,488 百万円であった。活況を呈するライブ・コンサート並びにアーティスト・ファン基盤の拡大を背景にとり、引き続き利便性とファン体験の向上を両立した取り組み^{※1}や高アクセス対応のストア構築^{※2}が奏功し、物販売上げ及び商品取扱高の拡大につながった。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、利用件数・単価ともに増加した。さらに公式 EC サイトと「YouTube」の連携も開始し、販売チャネルの拡大にも取り組んだ。

- ※1 会員限定の特典施策やバリエーション豊かな商品企画を実施したほか、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拡充などに取り組んだ。
- ※2 「Shopify」を活用しアクセス集中時でもストレスなく商品閲覧や購入可能なストアを構築。大規模販売による売上拡大に貢献した。

利益面でも、円安によるサーバー費の上昇や次世代ファンビジネスを見据えた新規事業への投資、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。特に、会員単価の増加(会費値上げ効果を含む)や収益性の高い「EC 事業」の伸びによりセグメント利益率は 16.6% (前期は 16.9%) と高水準を維持することができた。

決算動向

(2) 電子チケット事業

売上高は前期比 29.5% 増の 3,921 百万円、セグメント利益は同 16.8% 増の 1,055 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更新。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を高め、チケットトレード成立件数、チケットトレード実施案件数※ともに右肩上がりの成長トレンドを続けている。また、演劇・スポーツ・イベントなど非音楽領域への展開にも進展があった。さらにはアーティストのサイン入りグッズなどが当たる「くじプラ」（オンラインくじ）や「メモコレ」など、ライブやチケットと連動したファン向けサービスも順調に伸びている。特にスポーツ領域での採用が拡大し、顧客単価の向上に寄与した。周辺領域として展開するスポーツ向けのデジタルカードコレクションアプリにおいては、野球、バスケットボール、バレーボールの選手カードの販売が好調であったほか、新たに Jリーグクラブとの連携も進展しており、新たな成長領域として取り組んでいる。

※ チケットトレード成立件数は前期比 122% の 33 万枚、チケットトレード実施案件数は同 113% の 1,236 件に拡大した。

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（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た。セグメント利益率は 26.9%（前期は 29.9%）と若干低下したものの、依然高い水準を確保している。

3. 2025 年 3 月期の総括

2025 年 3 月期を総括すると、大型案件の獲得による特殊要因があったものの、その影響を除いても、各事業・サービスが順調に拡大しており、同社の会員基盤を起点として連動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を示していると言えるだろう。また、今回の大型案件についても同社ならではの誘引力があってこそといった見方もでき、今後もこのような上振れ要因は十分に期待できる。戦略面では、注力するグローバル展開において具体的な動きが出てきた。特に、海外からの人気も高い日本のアーティストの海外進出支援を通じて、海外ファンも獲得できているところは今後に向けて明るい材料である。

■ 主な活動実績

グローバル展開の本格化に向けて「Weverse」とのID連携を構築

1. 「Weverse」とのID連携を構築

同社グループ Fanplus と Global Superfan Platform 「Weverse (ウィバース)」を日本で展開する Weverse Japan は、日本アーティストのグローバルファン獲得を支援する新たな取り組みとして、Fanplus が運営するファンクラブと「Weverse」のID連携を構築し、2025年4月30日より Mrs. GREEN APPLE の公式ファンクラブ「Ringo Jam」に採用された。「Weverse」は毎月1,000万人以上のグローバルユーザが利用するプラットフォームであり、EC、ライブストリーミング、デジタルメンバーシップなどの多様なサブスクリプションサービスやリスニングパーティー*など、ファンダム活動に必要なあらゆるサービスをアーティストとファンに提供している。Fanplus が運営するファンクラブを利用しているアーティストは、今回のID連携を採用することで「Weverse」の公式コミュニティ上の既存のファンクラブへの入会導線を設けることができ、「Weverse」ユーザーがファンクラブのコンテンツを Weverse Account で楽しむことが可能となる。

* 同じ時間に同じ音楽をオンラインで共有し、リアルタイムでチャットを通じて感想を共有するイベントのこと。アーティストやファンが、遠隔地でも一緒に音楽を楽しむことができる新しい形式として注目される。

2. ファンエンゲージメントアプリ「bubble for JAPAN」をオープン

2024年6月に、同社グループ Dear U plus は、グローバル展開する韓国発のファンコミュニケーションアプリ「Dear U bubble」*を展開する Dear U との協業、並びに Fanplus とのグループ内連携(共同開発)により、「Dear U bubble」の日本語版となる「bubble for JAPAN」をオープンした。本アプリはグローバル対応しており、世界200ヶ国以上のエンターテインメントファンが利用可能であるほか、世界規模で人気を博している「bubble」シリーズと同様の機能がセットされている。

* 「Dear U bubble」は、韓国企業 Dear U が展開している“ファンがアーティストと二人だけのプライベートメッセージ感覚を楽しめる”コミュニケーションアプリである。チャットボットではなく、実際にアーティスト本人が送信する日常のカジュアルなメッセージが受け取れ、ファンからも返信できることが大きな特長となっている。一般的なチャットアプリのような親しみやすいUIで、ファンがアーティストと友達のようにつながっている体験ができるため、サービスへの没入感や親密度が高まるという。

業績見通し

2026年3月期も増収増益基調が継続する見通し

1. 2026年3月期の業績予想

2026年3月期の業績予想について同社は、売上高を前期比8.6%増の28,000百万円、営業利益を同15.6%増の4,700百万円、経常利益を同14.3%増の4,700百万円、親会社株主に帰属する当期純利益を同50.2%増の2,500百万円と引き続き増収増益を見込んでいる。

前期同様、「ファンクラブ事業」「EC事業」「電子チケット事業」がそれぞれ順調に拡大する見通しである。増収率が前期と比べて緩やかなのは、前期業績の大幅な伸びに寄与した特殊要因（大型案件の獲得）の剥落によるものである。引き続き課金会員の底上げ、並びに「EC事業」「電子チケット事業」との連動による顧客単価の最大化を図るとともに、グローバル展開による海外ファンの取り込みも強化していく考えだ。

利益面でも、引き続きサーバー費の上昇や採用強化による人件費増、新規事業への開発投資などを予定しているものの、収益性の高い「EC事業」や「電子チケット事業」の伸びにより増収を確保する見通しである。営業利益率も16.8%（前期は15.8%）に大きく改善し、過去最高水準を更新する想定となっている。

2026年3月期の業績予想

(単位：百万円)

	25/3期連		26/3期連		増減	
	実績	構成比	予想	構成比	額	率
売上高	25,782		28,000		2,218	8.6%
営業利益	4,065	15.8%	4,700	16.8%	635	15.6%
経常利益	4,113	16.0%	4,700	16.8%	587	14.3%
親会社に帰属する 当期純利益	1,664	6.5%	2,500	8.9%	836	50.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 弊社の見方

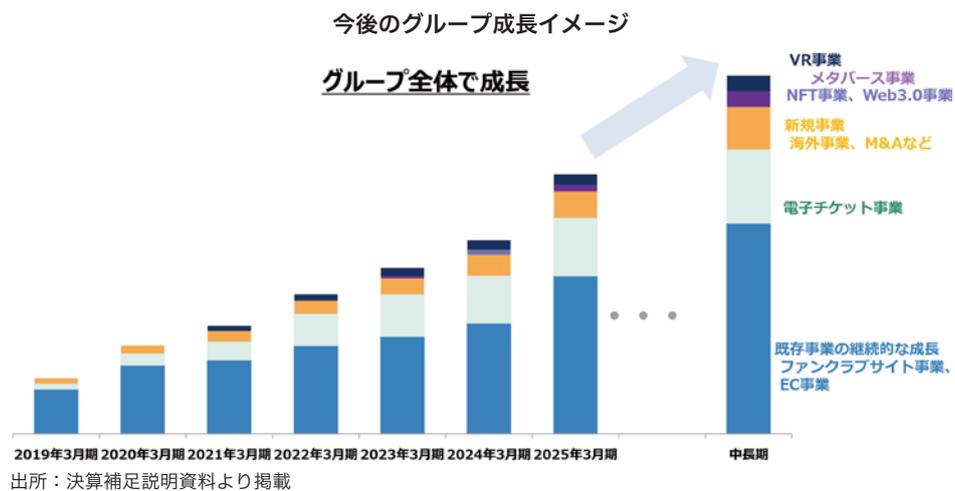
好調な外部環境（ライブ・コンサートの活況ぶり）やファンクラブサイトを起点とした各事業・サービスが順調に伸びていること、業界においてアーティスト・ファンの双方に対してますます優位なポジションを確立していることなどを勘案すれば、同社の業績予想は十分に達成可能であると弊社では見ている。注目すべきは、新たな成長の軸として期待されるグローバル展開の進展である。日本のアーティストに対する海外会員の獲得、並びに海外アーティストの獲得の両面に注目したい。また、VR技術を活用したライブ演出の展開や、Web3.0関連技術を生かしたデジタルアセット管理・NFT活用など、次世代ファンビジネスについても、グローバル展開とともに本格化していく可能性を秘めており、そういった両にらみの視点から今後の動向を見守りたい。

■ 今後の方向性

既存事業の成長に加え、グローバル展開の本格化や、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を描いている。営業利益ベースでは年間20%以上の成長を目指していく。



2. 新たな成長の軸の育成

(1) グローバル展開の本格化

韓国発の人気コミュニケーションアプリの国内提供に加え、中国におけるファンクラブ及び EC サービスの本格展開、さらには海外ファン向けの入会・決済環境の整備など、多言語・他通貨対応を進めている。今後も日本アーティストのグローバル展開や海外アーティストの日本進出を支援し、グローバル視点でのファンダム基盤の拡充を図っていく考えである。特に、「Weverse」等の有力サービスや現地パートナーとも積極的に連携する考えだ。

(2) 「電子チケット事業」の拡充

幅広い領域への展開を見据えた柔軟なサービス基盤を構築していく。特に発券から入場、来場促進、収益拡大までをトータルにサポートする DX 支援をはじめ、高精度な本人確認チケット、価格変動型サービス、多機能販売基盤の構築など、機能強化と付加価値向上に取り組む。

(3) 次世代ファンビジネスの創出

引き続き、VR 技術を活用したライブ演出の展開や、Web3.0 関連技術を生かしたデジタルアセット管理・NFT 活用の検討など、次世代ファンビジネスの創出に向けた活動を本格化していく。また、M&A や外部企業との連携を含めて、新規事業の開発にも積極的に取り組む方針だ。

3. 弊社による中長期的な注目点

弊社でも、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。一方、新技術（VR や Web3.0、NFT 等）を活用した次世代ファンビジネスの創出は、現時点で時間軸を含めて未知数なところが大きいものの、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、アーティストとファンとの関わりに新技術を導入し、新たなファン体験や価値を生み出すことは避けて通れないテーマであり、順調に立ち上がってくれば業績の上振れ要因になる可能性もあるだろう。特にグローバル展開の本格化が、海外ファンとの関係づくりや他社との技術的な連携などを誘発し、イノベーションのスピードに拍車がかかる可能性が高いと見ている。また、「電子チケット事業」についても、二次流通市場の拡大に向けて各領域で需要が高まっているうえ、付加サービスとの組み合わせによる単価向上や各領域の DX 支援など収益機会は大きく広がっており、事業拡大の余地は大きい。したがって、各方面で成長機会は広がっており、それぞれがどのようなペースで立ち上がってくるかが今後の成長性を占ううえでも重要な判断材料となるだろう。

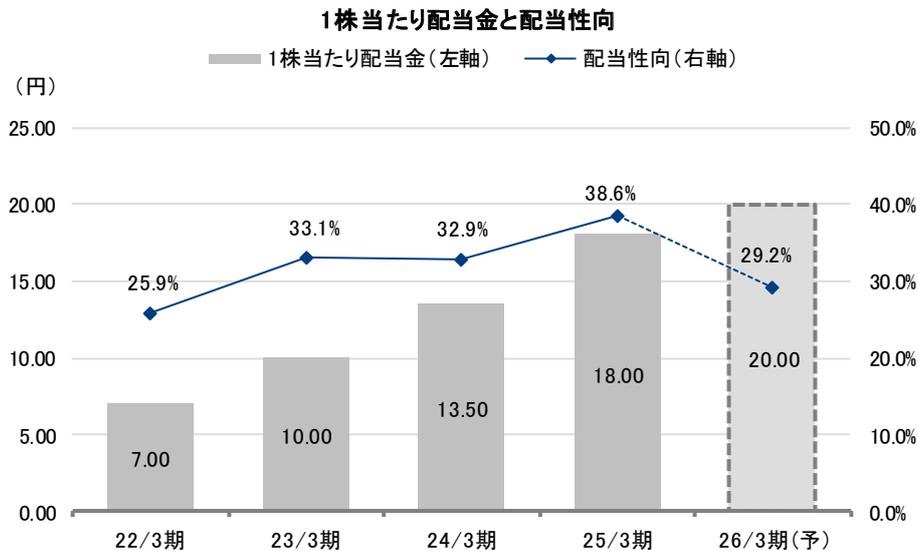
■ 株主還元

2026年3月期の1株当たり配当金は、 前期比2円増配となる20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。2025年3月期は、1株当たり前期比4.5円増配の18円と大幅な増配を実施した。2026年3月期も前期比2円増配の1株当たり20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、グローバル展開を含む、新規事業への投資やM&Aの状況も考慮しながら、引き続き自社株買いによる株主還元も検討していく方針である。



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、理由のいかなを問わず、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