

2022 年度 中間決算報告書



株式会社エフエム東京

各位

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

当社グループの第58期上期（2022年4月1日から2022年9月30日まで）の営業状況をとりまとめましたので、ここにご報告申し上げます。

当期上期は、新型コロナウイルス感染症の流行が継続する中、混迷を極めるウクライナ紛争や、円安による物価上昇等、厳しい経営環境が続きました。

このような状況下、当社の放送に関しては、引き続き、自由な言葉が行き交う音声放送の楽しさ、面白さを追求することにより、2022年度上期に実施された全3回の首都圏ラジオ合同聴取率調査の全ての回において、「男女18~49歳」「男女20~34歳」「男女12~59歳」「男女12~69歳」と幅広い世代でトップを獲得しました。

しかし、日本のラジオ広告市場全体では、当期上期もコロナ前の水準を取り戻すには至っておらず、さらに、中長期的にもラジオ、テレビ、新聞、雑誌の所謂マス四媒体の売上について厳しい状況が予想されています。一方で、インターネット広告の売上は、2021年にマス四媒体の合計を上回り、今後も5Gの普及やメタバース等、新たなデジタルメディアの進展によって拡大が続いていくことが予想されています。

このような環境下、当社は、2019年度より「FM放送事業者からオーディオコンテンツ事業者へ」を経営方針に掲げ、放送で培ったコンテンツ制作能力を活かして、インターネット関連売上に放送売上に並ぶ収入軸に成長させるべく取り組んでいます。中でも、インターネット音声コンテンツプラットフォーム「AuDee（オーディー）」は、内容の充実とともに着実に売上実績を上げております。今後は、インターネット界の様々な有力事業者との提携を広げていくオープンイノベーションが事業拡大をもたらしていくものと考えています。

そして、ジャパンエフエムネットワーク（JFN）38局のキーステーションとしての立場を踏まえ、ネットワークを活かした事業展開という基本姿勢を今後も大切にして取り組んでまいります。

今後とも格別のご支援、ご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。

代表取締役社長 黒坂 修

事業の概況

当中間連結会計期間におけるわが国経済は、“ウィズコロナ”を前提とした景気の緩やかな持ち直しの動きがみられたものの、ウクライナ紛争や新型コロナウイルス感染症の再拡大、原材料価格やエネルギー価格の高騰、急激な円安の進行等により、先行きの不透明感が払拭されない状況が続きました。

広告市場においては、インターネット広告費が引き続き高い成長率を示した一方、マス四媒体広告費は全般的に新型コロナウイルス感染症からの回復に鈍化傾向がみられました。経済産業省特定サービス産業動態統計調査（広告業、2022年4月～9月期）によると、テレビ広告市場は昨年夏のオリンピック・パラリンピック効果の反動で前年同期比7.7%減となりましたが、ラジオ広告市場は前年同期比3.3%減に留まりました。

このような状況下、当社グループにおいては、主力の放送事業において、タイム放送収入やスポット放送収入が伸び悩んだものの、インターネット広告需要の急激な伸びを背景に当社のインターネット収入が前年同期比48.6%増と大幅な伸びを示したこと、および本年1月にグループ内資本再編により誕生した連結子会社㈱サウンズネクストが合併効果の後押しもあり売上を順調に伸ばしたこと等が貢献し、放送事業収入全体では増収となりました。また、企画・制作事業収入は、コロナ禍の影響を引き続き受けたものの、イベント興行に一部復活傾向が見られたこと、およびインターネット配信によるイベント企画が好評を博したことにより、前年同期に比べて増収となりました。一方、連結子会社ジグノシステムジャパン㈱が運営するインフォメーションプロバイダー事業収入は、モバイルコンテンツ市場の構造変化への対策に課題を残し、減収となりました。

この結果、当中間連結会計期間における連結売上高は66億9千8百万円（前年同期比0.5%減）、営業利益は3億8千9百万円（前年同期比8.9%減）、経常利益は5億2千3百万円（前年同期比7.6%減）、親会社株主に帰属する中間純利益は3億5千4百万円（前年同期比13.4%減）となりました。

当社単体の業績については、売上高が52億2千7百万円（前年同期比1.4%増）、営業利益が2億8千1百万円（前年同期比3.7%減）、経常利益が4億7千2百万円（前年同期比0.6%減）、中間純利益は3億4千9百万円（前年同期比3.6%減）となりました。

連結事業セグメント別の営業状況は以下の通りです。

<放送事業活動>

当社では、開局50周年を迎えた2020年4月より、放送活動におけるブランドプロミス（編成指針）“Life Time Audio 80.0”を掲げ、「伝わる言葉と心に届く音楽で、生活者の日々を豊かにするオーディオコンテンツを発信しながら、生活者の人生に寄り添い、生活者と共に心豊かな物語を紡いでいく存在でありたい」との理念のもと番組編成に取り組んでおり、この2年間の聴取率調査において安定して高い数字を獲得しています。

当期4月においては、大きな番組改編は行わず、各々の番組内容、選曲、演出の精査に取り組みながら、新たな試みとして、当社の公式ファンコミュニティ「LisCom」と連動した新番組『Roomie Roomie!』（月～木曜 20:00～20:55）をスタートさせました。「LisCom」は、ファンコミュニティ業界のリーディングカンパニーであるクオン㈱とのパートナーシップにより立ち上げた会員制のコミュニティサイトで、番組と番組提供社の「ファン」を育成しつつ、会員からの投稿やコミュニティ内での会話をAI分析することにより有益なマーケティング情報を提供する機能も有しており、『Roomie Roomie!』を拠点番組として、新たな広告手法の開発と提供を目指しています。

当期の特別番組では、4月22日の“アースデー”において、人気ボーイズグループINIをフィーチャーした『JFN EARTHDAY SPECIAL TO THE FUTURE From INI』をJFN38局で放送し、大きな反響を得ました。番組では、地球を取り巻く環境問題や社会課題について、ゲストに招いた専門家からINIのメンバーたちがさまざまなことを学びながら、「今、自分たちにできること」を考えて発信しました。

続く5月には、ブランドプロミスである“Life Time Audio 80.0”を具体的に象徴する番組として昨年4月に放送し反響を呼んだ『Life Time Audio ～My First Music「14歳のプレイリスト」』の第2弾を放送しました。「人は14歳の時に聴いた音楽でその後の音楽の好み形成される」と言われていること

から、リスナーから届いた「人生を変えた1曲」をエピソードとともに多数紹介し、さらにデビュー50周年を迎えた“レジェンド”矢沢永吉氏と、歌手としても役者としてもトップを走り続ける福山雅治氏の初対談の様態を放送しました。この対談は、ネットニュースやSNSでも取り上げられ、大きな話題となりました。

当期は、“マンスリーキャンペーン”企画にも積極的に取り組みました。6月には、雑誌「週刊文春」（株式会社春秋発行）との初のコラボレーションを実現しました。「週刊文春」誌面に当社番組の出演者が多数登場、番組の面白さ・こだわりを語り、当社番組には「週刊文春」の編集長や記者が出演、話題の多い“文春砲”の裏側を明かす、という相互乗り入れ企画を実施し、話題を呼びました。8月には「Back to the Summer! 〜アノ・ナツ・ノオト〜」を実施、イラストレーター永井博氏の描き下ろしによる作品をキービジュアルとして、リスナー各々の「夏の思い出」をくすぐる夏の名曲を約1ヵ月にわたってオンエアしました。リスナープレゼントとして、同氏によるイラストがデザインされた団扇とステッカーを制作し、好評を博しました。この取り組みが評価され、9月にはSpotifyとのコラボレーションによる音楽キャンペーン企画「Throwback September〜あの頃を振り返る9月〜」が実現しました。引き続き永井博氏によるイラストをキービジュアルに、平日各ワイド番組を横断し、夏と秋がクロスフェードする9月に聴きたい、時代を超えた名曲を番組出演者とリスナーの思い出とともにオンエアしました。Spotifyでは、TOKYO FMおよびJFN各局の人気パーソナリティが選曲した「9月を振り返る1曲」のプレイリストを公開しました。

こうした取り組みの結果、4月の首都圏ラジオ合同聴取率調査では、当社のコアターゲットである「男女18～49歳」に加え、「男女12～59歳」、個人全体の「男女12～69歳」において単独トップを獲得、さらに6月と8月の調査においても、同3区分で同率トップ、「男女20～34歳」は単独トップを獲得しました。同率を含めれば、「男女20～34歳」は5期連続、コアターゲット「男女18～49歳」と「男女12～59歳」は4期連続、個人全体の「男女12～69歳」は3期連続でのトップ獲得となっており、幅広い世代のリスナーに支持される放送局を目指して推進してきた編成改革が成果となってあらわれています。

当社は、「FM放送事業者からオーディオコンテンツ事業者へ」を経営方針として掲げており、デジタルビジネス分野での事業基盤の確立・収益の拡大を目指しています。その中核として2020年より立ち上げた音声コンテンツプラットフォーム「AuDee」は、コンテンツ数が千を超え、月間アクティブユーザー数（MAU）は2022年4月に212万人を達成する等、順調に進捗しております。収益面でも、有料会員向けサービス「AuDeeプレミアム」をスタートする等、広告収入以外にもユーザーからの課金収入を獲得していく体制を整えつつあります。また、オープンイノベーションによる外部企業との連携にも注力しており、前述のSpotifyとの連携によるキャンペーン企画やTwitterとの連携による番組発の動画の拡散企画等が新たな収益を生み出しております。

<企画・制作事業活動>

当期上期は、新型コロナウイルス感染症第7波が予想を上回る拡大を見せ、エンタテインメント業界にとっては引き続き厳しい環境が続きましたが、当社においては、感染対策を万全とした上での自主企画興行の一部再開、Web配信イベントの実施等、企画・制作事業の再開に向け歩みを進めました。

4月には、自主企画イベント『JFN EARTHDAY SPECIAL TO THE FUTURE From INI』を無観客の配信限定ライブとして実施、配信チケットとしては当社の過去最高記録となる3万2千枚を売り上げました。コンサートの模様は、前述のとおり、4月22日の“アースデー”においてJFN38局を通じ全国に放送され、大きな反響を得ました。また、7月には、世界的作家である村上春樹氏がディスクジョッキーをつとめる『村上RADIO』（毎月最終日曜 19:00～19:55）発の特別イベント『村上RADIO～村上春樹 presents 山下洋輔トリオ再乱入ライブ』を同氏の母校である早稲田大学との共催により実施しました。ウクライナ紛争下、村上春樹氏自身の呼びかけにより実現したこのイベントは、1969年の学園紛争下で若き山下洋輔トリオが早稲田大学構内で突如ライブを行い、その圧倒的な演奏力により政治的主張を超えて学生たちを飲み込んでしまったと言われる伝説のライブを約半世紀の時を超えて再現したものです。この模様は、番組『村上RADIO』でもダイジェスト版を放送し（9月25日（日）19:00～19:55）、多くのメディアでも取り上げられ、話題となりました。その他、9月には、世界的な人気漫画の舞台化

の第4弾として話題を集めた『ライブ・スペクタクル「NARUTOーナルトー」～忍界大戦、開戦～』に出資参画しました。

<インフォメーションプロバイダー事業活動>

連結子会社ジグノシステムジャパン(株)では、主力のモバイル端末向けコンテンツ事業が伸び悩み、期首より減収基調で推移しました。特に、所謂ガラケー向けの公式サイトの終了、定額アプリ使い放題サービスへのコンテンツ提供に対する配分収入の減少等、昨今、通信キャリアにおけるコンテンツビジネスの不調が顕著となっています。これに対し、SNSの人気キャラクターを起用したカジュアルゲームやLINEスタンプの販売等を強化したほか、子会社エフエムモバイルコミュニケーションズドットコム(株)の吸収合併による事業効率化等の対策を講じて参りました。さらに、新規事業分野の開拓に向け、外部事業者との協業によるメタバース、NFT等の新ビジネスへの参入に着手しており、収益回復の道筋を固めて参ります。

<その他の事業活動>

TOKYO FM 少年合唱団は、新型コロナウイルス感染症対策の徹底により団員の安全を確保しながら、東京二期会「エドガール」(オーチャードホール・4月)、読売日本交響楽団 第617回定期演奏会「歌劇 ヴォツェックから3つの断章」(サントリーホール・5月)に出演したほか、映画「MONDAYS」(2022年10月公開)の挿入歌録音等の活動を行いました。

以上

前年同期比較中間損益計算書（連結）

2022年4月1日～2022年9月30日

（単位：千円）

勘定科目	2023年3月期中間期 (2022.4.1～2022.9.30)	2022年3月期中間期 (2021.4.1～2021.9.30)	前期比
売上高	6,698,040	6,731,529	99.5%
売上原価	4,014,000	3,943,754	101.8%
売上総利益	2,684,040	2,787,774	96.3%
販売費及び一般管理費	2,294,285	2,360,058	97.2%
営業利益	389,754	427,716	91.1%
（売上高営業利益率）	5.8%	6.4%	
営業外収益	142,341	151,453	94.0%
営業外費用	8,387	12,320	68.1%
経常利益	523,709	566,850	92.4%
（売上高経常利益率）	7.8%	8.4%	
特別利益	—	25,334	—
税金等調整前中間純利益	523,709	592,184	88.4%
法人税、住民税及び事業税	143,533	163,048	88.0%
法人税等調整額	16,046	6,884	233.1%
中間純利益	364,129	422,251	86.2%
非支配株主に帰属する 中間純利益	9,968	13,458	74.1%
親会社株主に帰属する 中間純利益	354,161	408,793	86.6%

（注）金額は千円未満を切り捨てて表示しております。

前年同期比較中間損益計算書（当社単体）

2022年4月1日～2022年9月30日

（単位：千円）

勘定科目	2023年3月期中間期 (2022.4.1～2022.9.30)	2022年3月期中間期 (2021.4.1～2021.9.30)	前期比
売上高	5,227,914	5,154,297	101.4%
売上原価	3,216,737	3,152,819	102.0%
売上総利益	2,011,177	2,001,477	100.5%
販売費及び一般管理費	1,729,833	1,709,326	101.2%
営業利益	281,343	292,150	96.3%
（売上高営業利益率）	5.4%	5.7%	
営業外収益	196,079	195,630	100.2%
営業外費用	5,090	12,376	41.1%
経常利益	472,333	475,405	99.4%
（売上高経常利益率）	9.0%	9.2%	
特別利益	—	4,929	—
税引前中間純利益	472,333	480,334	98.3%
法人税、住民税及び事業税	115,883	118,902	97.5%
法人税等調整額	7,368	△ 858	—
中間純利益	349,080	362,289	96.4%

（注）金額は千円未満を切り捨てて表示しております。

前年同期比較売上高内訳書(当社単体)

2022年4月1日～2022年9月30日

(単位:千円)

	2023年3月期中間期 (2022.4.1～2022.9.30)	2022年3月期中間期 (2021.4.1～2021.9.30)	前期比
売上高	5,227,914	5,154,297	101.4%
放送事業収入	5,055,974	5,039,323	100.3%
放送収入	3,317,992	3,371,115	98.4%
タイム放送料	2,223,213	2,232,722	99.6%
スポット放送料	1,094,779	1,138,392	96.2%
制作収入	1,195,313	1,203,939	99.3%
その他	542,668	464,268	116.9%
企画事業収入	142,068	77,704	182.8%
その他事業収入	29,871	37,269	80.1%

(注)金額は千円未満を切り捨てて表示しております。

58 期(上期)広告会社取り扱い順位

<総合順位>

58 期	57 期	広告会社
1	1	博報堂DYメディアパートナーズ
2	2	電通
3	3	ADKマーケティング・ソリューションズ
4	4	大日本印刷
5	5	オレンジ・アンド・パートナーズ
6	7	東急エージェンシー
7	8	クオラス
8	6	エスプロックス
9	21	マッキャンエリクソン
10	9	企画・宣伝協同組合

<タイム>

58 期	57 期	広告会社
1	1	博報堂DYメディアパートナーズ
2	2	電通
3	3	ADKマーケティング・ソリューションズ
4	4	大日本印刷
5	5	オレンジ・アンド・パートナーズ
6	12	東急エージェンシー
7	6	クオラス
8	7	企画・宣伝協同組合
9	8	全農ビジネスサポート
10	9	オリコム

<スポット>

58 期	57 期	広告会社
1	1	博報堂DYメディアパートナーズ
2	2	電通
3	3	エスプロックス
4	6	ユータムエンタープライズ
5	5	東急エージェンシー
6	4	ADKマーケティング・ソリューションズ
7	9	マッキャンエリクソン
8	7	放送文化事業
9	29	一広グループホールディングス
10	14	クオラス

2023年3月期 中間決算短信

2022年11月24日

会社名 株式会社 エフエム東京

URL <http://www.tfm.co.jp>

代 表 者 (役職名) 代表取締役社長 (氏名) 黒坂 修

問 合 せ 先 責 任 者 (役職名) 取締役 管理本部 経営管理局長 (氏名) 東 和志 TEL (03) 3221-0080

配当支払開始予定日 2022年12月6日

(百万円未満切捨て)

1. 2023年3月期中間期の連結業績 (2022年4月1日～2022年9月30日)

(1) 連結経営成績 (%表示は対前年中間期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		親会社株主に帰属する 中間純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年3月期中間期	6,698	△0.5	389	△8.9	523	△7.6	354	△13.4
2022年3月期中間期	6,731	△5.8	427	40.7	566	34.0	408	△75.0

	1株当たり中間純利益		潜在株式調整後 1株当たり中間純利益	
	円	銭	円	銭
2023年3月期中間期	395	29	—	—
2022年3月期中間期	456	27	—	—

(2) 連結財政状態

	総資産		純資産		自己資本比率	
	百万円		百万円		%	
2023年3月期中間期	29,095		24,361		82.7	
2022年3月期	30,332		24,571		80.0	

(参考) 自己資本 2023年3月期中間期 24,075百万円 2022年3月期 24,269百万円

2. 配当の状況

	年間配当金					
	中間期末		期末		合計	
	円	銭	円	銭	円	銭
2022年3月期	60	00	60	00	120	00
2023年3月期	60	00				
2023年3月期(予想)			60	00	120	00

※注記事項

(1) 期中における重要な子会社の異動 (連結範囲の変更を伴う特定子会社の異動) 無

新規：一社

除外：一社

(2) 会計方針の変更・会計上の見積りの変更・修正再表示

① 会計基準等の改正に伴う会計方針の変更 無

② ①以外の会計方針の変更 無

③ 会計上の見積りの変更 無

④ 修正再表示 無

(3) 発行済株式数 (普通株式)

① 期末発行済株式数 (自己株式を含む) 2023年3月期中間期 900,000株 2022年3月期 900,000株

② 期末自己株式数 2023年3月期中間期 4,057株 2022年3月期 4,057株

③ 期中平均株式数 (中間期) 2023年3月期中間期 895,943株 2022年3月期中間期 895,943株

(参考) 個別業績の概要

(百万円未満切捨て)

1. 2023年3月期中間期の個別業績(2022年4月1日～2022年9月30日)

(1) 個別経営成績

(%表示は対前年中間期増減率)

	売上高		営業利益		経常利益		中間純利益	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2023年3月期中間期	5,227	1.4	281	△3.7	472	△0.6	349	△3.6
2022年3月期中間期	5,154	3.1	292	70.8	475	0.2	362	△78.5

	1株当たり中間純利益	
		銭
2023年3月期中間期	387	87
2022年3月期中間期	402	54

(2) 個別財政状態

	総資産	純資産	自己資本比率
	百万円	百万円	%
2023年3月期中間期	27,084	23,676	87.4
2022年3月期	28,228	23,824	84.4