

各位

会社名 カバール株式会社
 代表者名 代表取締役社長 谷郷 元昭
 (コード番号：5253 東証グロース市場)
 問合せ先 執行役員 CFO 兼 経営企画室長 金子 陽亮
 (TEL 03-6280-4036)

(訂正)「2024年3月期 決算説明資料」の一部訂正について

2024年5月13日に公表いたしました「2024年3月期 決算説明資料」について、一部に訂正すべき事項がございましたので、以下のとおり訂正の上、訂正後の資料を添付いたします。

なお、通期業績数値に関して、開示済みの決算短信等の数値に訂正はありません。

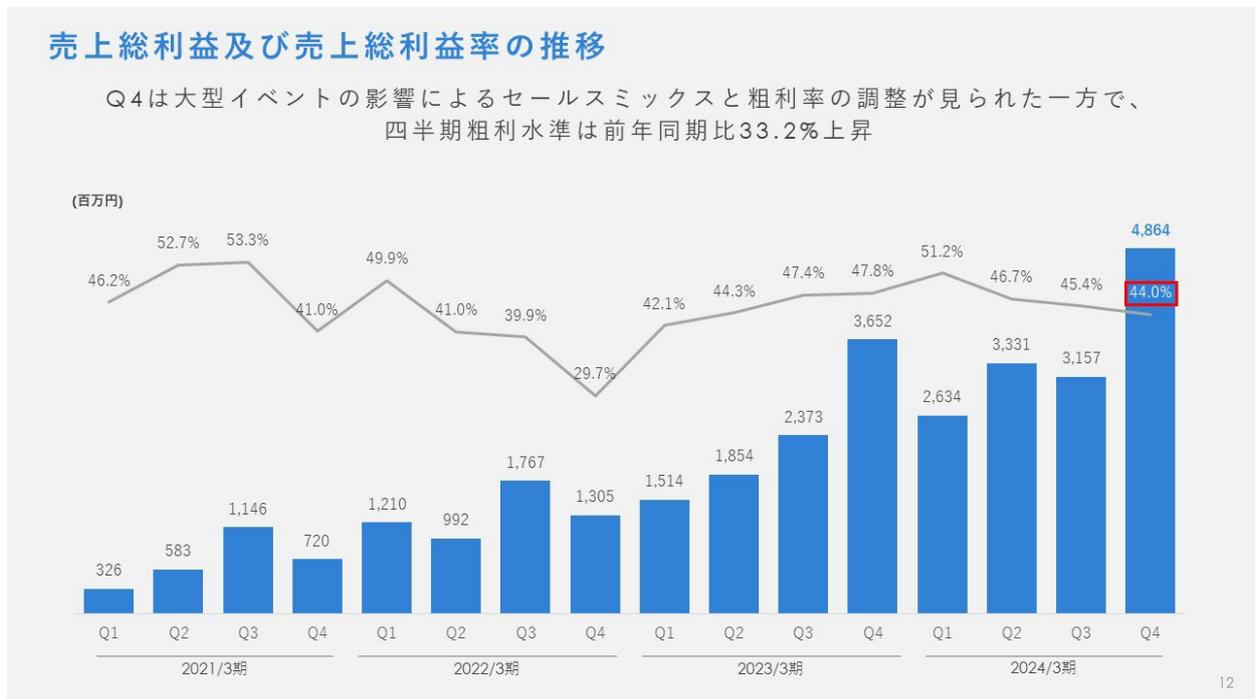
1. 訂正の箇所

訂正の箇所は、以下の2箇所となります。

(1) 「2024年3月期 決算説明資料」(P.12)

折れ線グラフにおける、2024/3期 Q4の数値ラベル

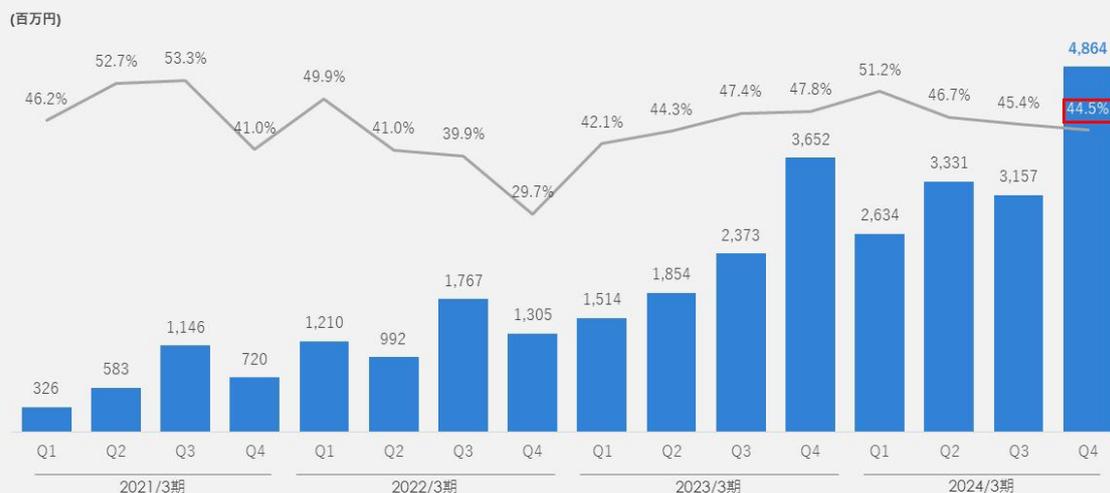
(訂正前)



(訂正後)

売上総利益及び売上総利益率の推移

Q4は大型イベントの影響によるセールスマックスと粗利率の調整が見られた一方で、
四半期粗利水準は前年同期比33.2%上昇



12

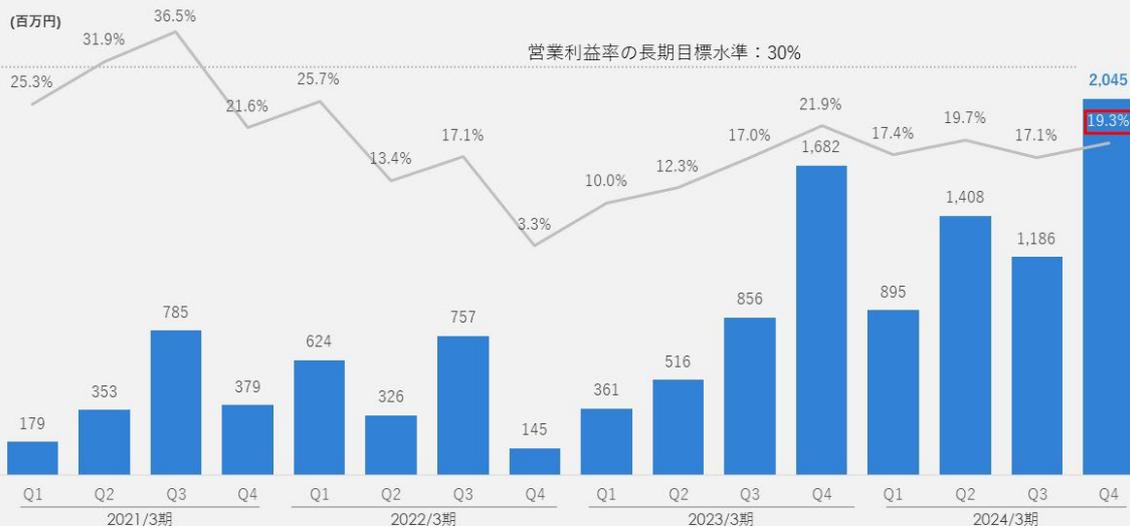
(2) 「2024年3月期 決算説明資料」(P.14)

折れ線グラフにおける、2024/3期 Q4の数値ラベル

(訂正前)

営業利益及び営業利益率の推移

Q4は年度末の大型イベント関連費用の計上があった一方で、
売上増加に伴って固定費比率が低下しており、営業利益水準は前年同期比で21.6%上昇



14

(訂正後)

営業利益及び営業利益率の推移

Q4は年度末の大型イベント関連費用の計上があった一方で、売上増加に伴って固定費比率が低下しており、営業利益水準は前年同期比で21.6%上昇



14

2. 添付資料

訂正後の資料を添付しております。

以上

**2024年3月期
決算説明資料**

2024.5.13



COVER



2024年3月期決算概況

決算ハイライト 2024年3月期のサマリー①

2024年3月期業績

売上高 **30,166**百万円

(前期比+47.5%)

(業績予想比+6.0%)

売上総利益 **13,988**百万円

(前期比+48.9%)

営業利益 **5,536**百万円

(前期比+62.0%)

(業績予想比+5.8%)

純利益 **4,137**百万円

(前期比+65.0%)

(業績予想比+6.6%)

IP指標

YouTube総ch登録数※1

8,841万

(2024年3月末時点)

在籍VTuber数※2

85名

(2024年3月末時点)

在籍VTuberあたり年間収益※3

355百万円

(2024年3月期)

※1：2024年3月31日時点の各VTuber及び公式のYouTubeチャンネルより集計

※2：chを共有しているフワフワ・アビスガードとモココ・アビスガードについては併せて1名とみなし集計

※3：2024年3月期売上高を2024年3月期末の在籍VTuber数で除して算出

決算ハイライト 2024年3月期のサマリー② - 通期業績

百万円	2023/3期 実績	2024/3期 業績予想	2024/3期 実績	前期比	予想比
売上高	20,451	28,471	30,166	+47.5%	+6.0%
配信/コンテンツ	6,342	-	7,647	+20.6%	-
ライブ/イベント	3,429	-	5,601	+63.4%	-
マーチャндаイジング	8,003	-	12,477	+55.9%	-
ライセンス/タイアップ	2,676	-	4,440	+65.9%	-
売上総利益	9,396	-	13,988	+48.9%	-
営業利益	3,417	5,233	5,536	+62.0%	+5.8%
純利益	2,508	3,882	4,137	+65.0%	+6.6%

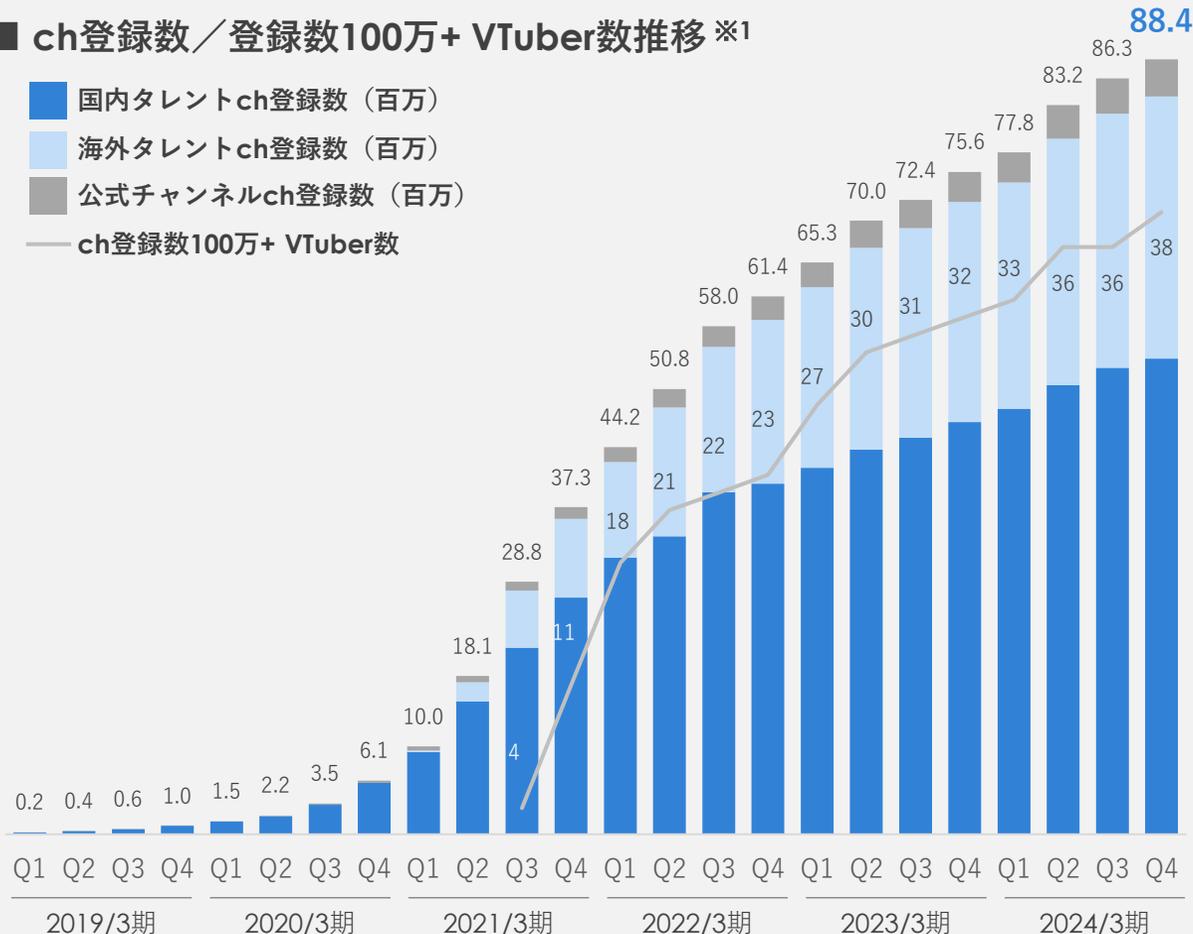
決算ハイライト 2024年3月期のサマリー③ - Q4業績

百万円	2023/3期 Q4	2024/3期 Q4	前年同期比
売上高	7,648	10,941	+43.0%
配信/コンテンツ	1,744	2,157	+23.6%
ライブ/イベント	2,187	2,985	+36.5%
マーチャンダイジング	2,740	4,414	+61.1%
ライセンス/タイアップ	976	1,383	+41.7%
売上総利益	3,652	4,864	+33.2%
営業利益	1,682	2,045	+21.6%
四半期純利益	1,227	1,512	+23.2%

ファン数拡大の状況

音楽を通じた幅広い視聴者層からの認知獲得が継続していることに加え、大型イベントを通じた潜在ファンの熱量向上等により、引き続き国内外でファン数が拡大

■ ch登録数／登録数100万+ VTuber数推移 ※1



■ 地域別タレントch登録数(2024年3月末時点)

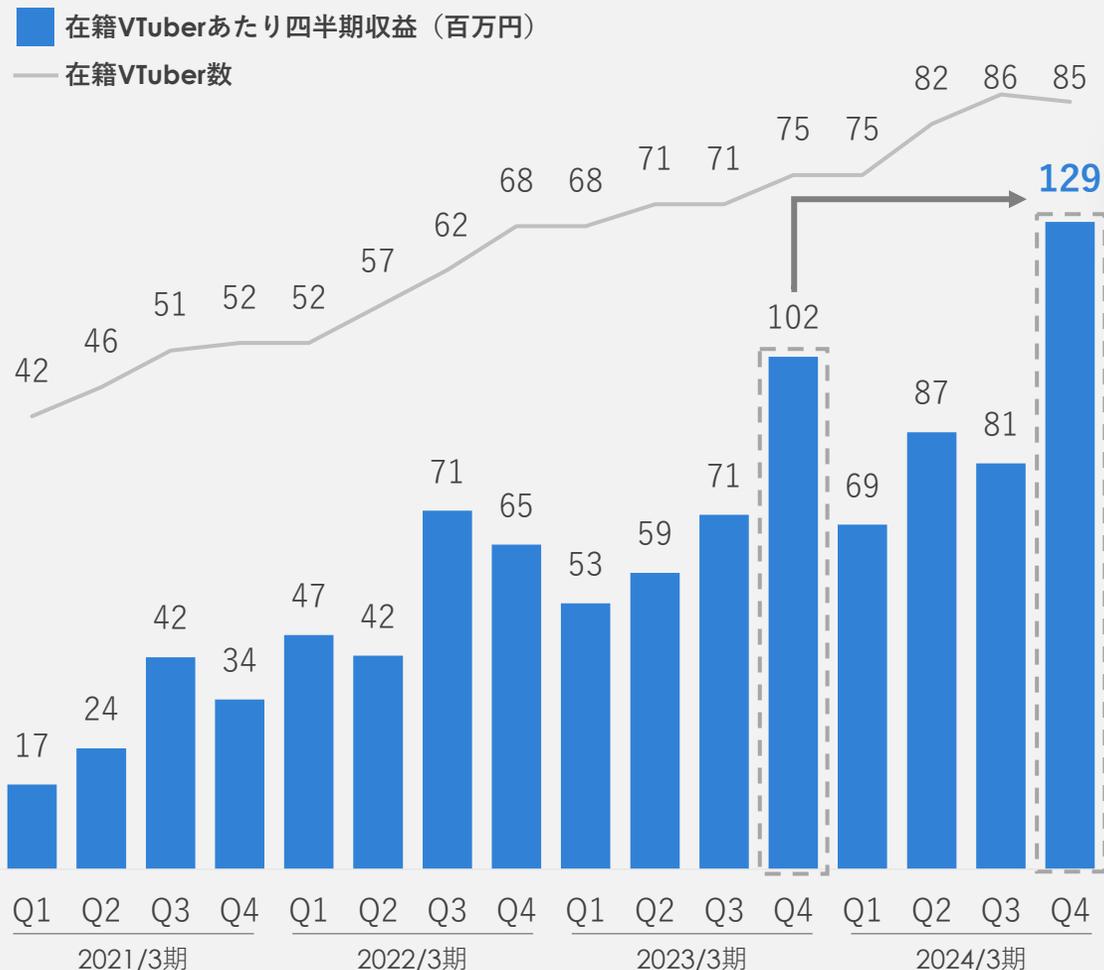
日本	5,427 万人 (前年同月比+15.4%)
海外	2,991 万人 (前年同月比+19.1%)
海外内訳	
英語圏	2,022 万人 (前年同月比+22.9%)
インドネシア	969 万人 (前年同月比+11.9%)

※1: YouTubeチャンネル登録数

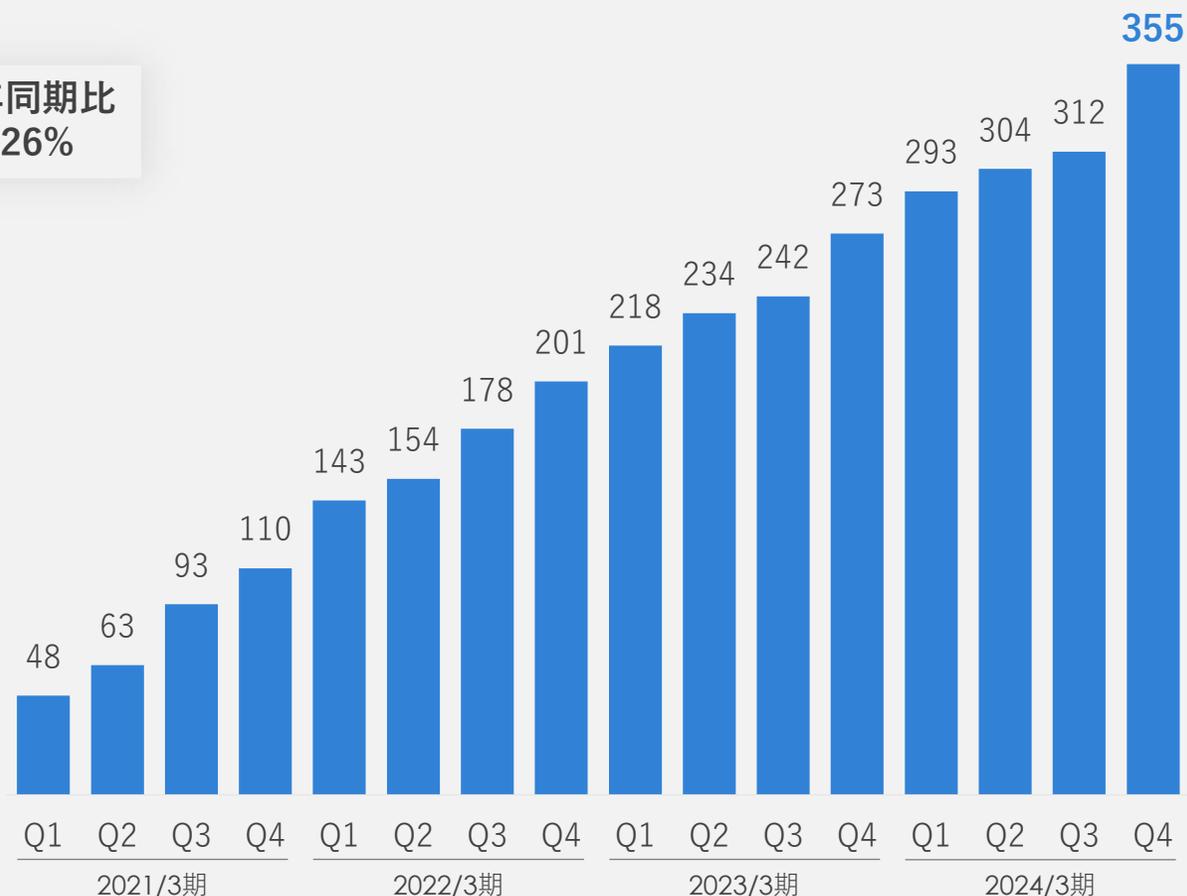
VTuberあたり収益の状況

コマース領域の季節性の収益増加に加え、
MD商品の小売販売チャネルの拡大等が寄与する形でVTuberあたりの収益は構造的に拡大

■ 在籍VTuberあたり四半期収益※1、在籍VTuber数※2



■ 在籍VTuberあたり年間収益※3 (百万円)



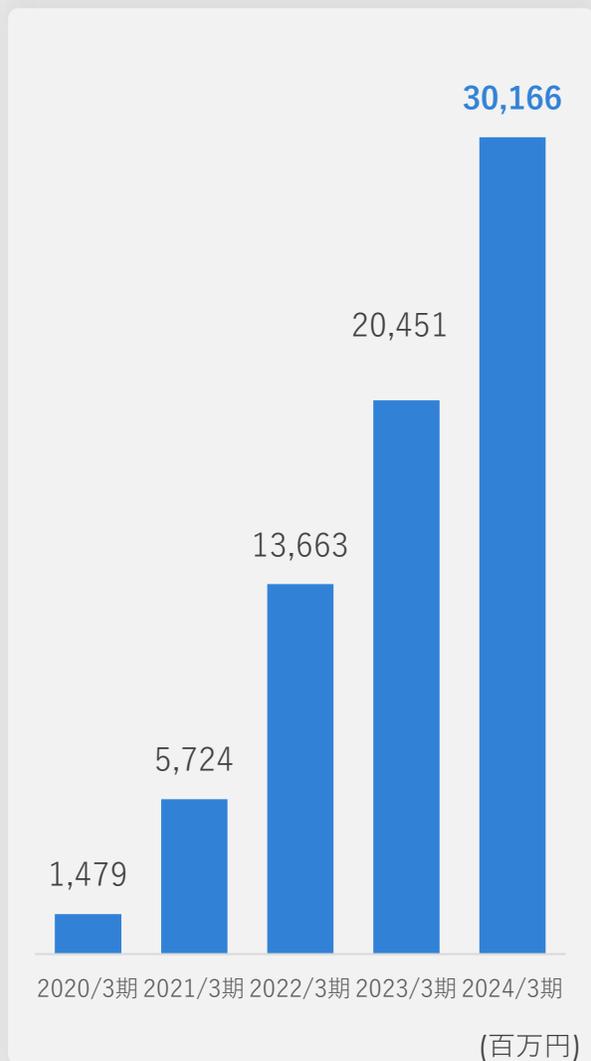
※1：各四半期の売上高を各四半期末の在籍VTuber数で除して算出

※2：chを共有しているフワフワ・アビスガードとモココ・アビスガードについては併せて1名とみなし集計

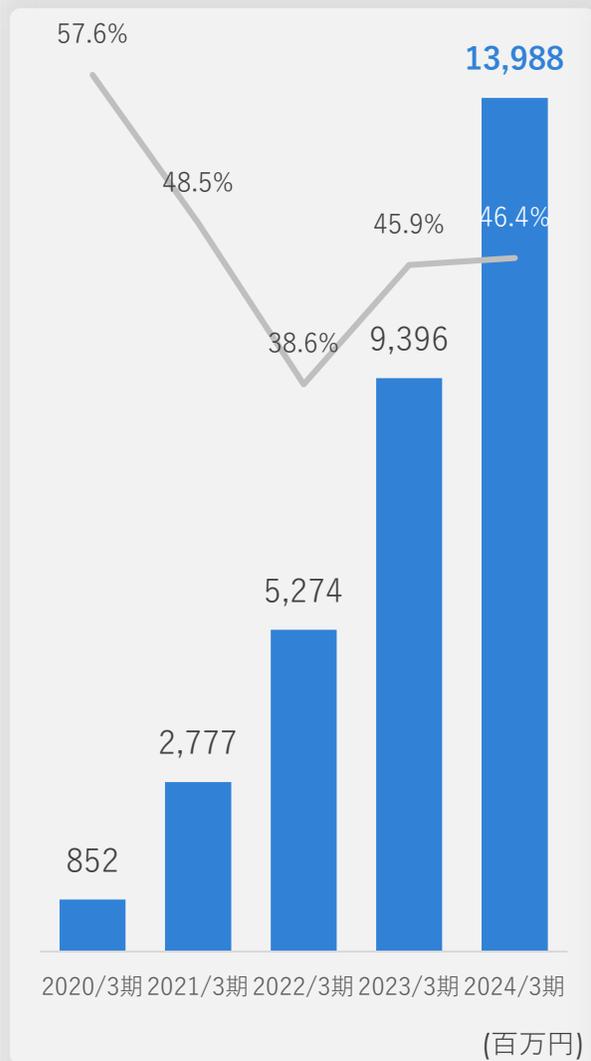
※3：当該四半期から直近4四半期分の年間売上高を当該四半期末の在籍VTuber数で除して算出

通期業績推移

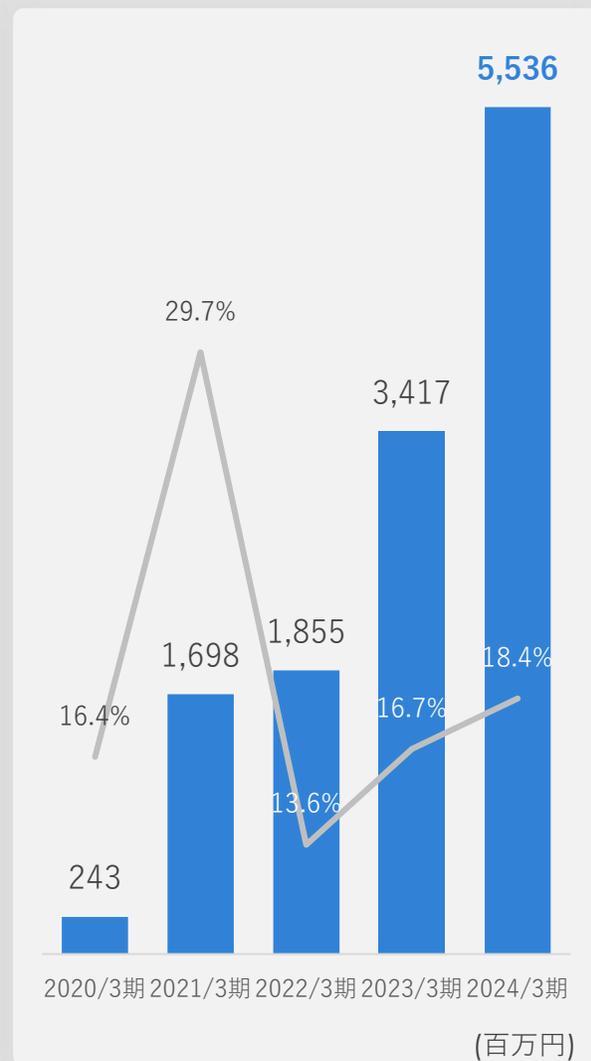
売上高



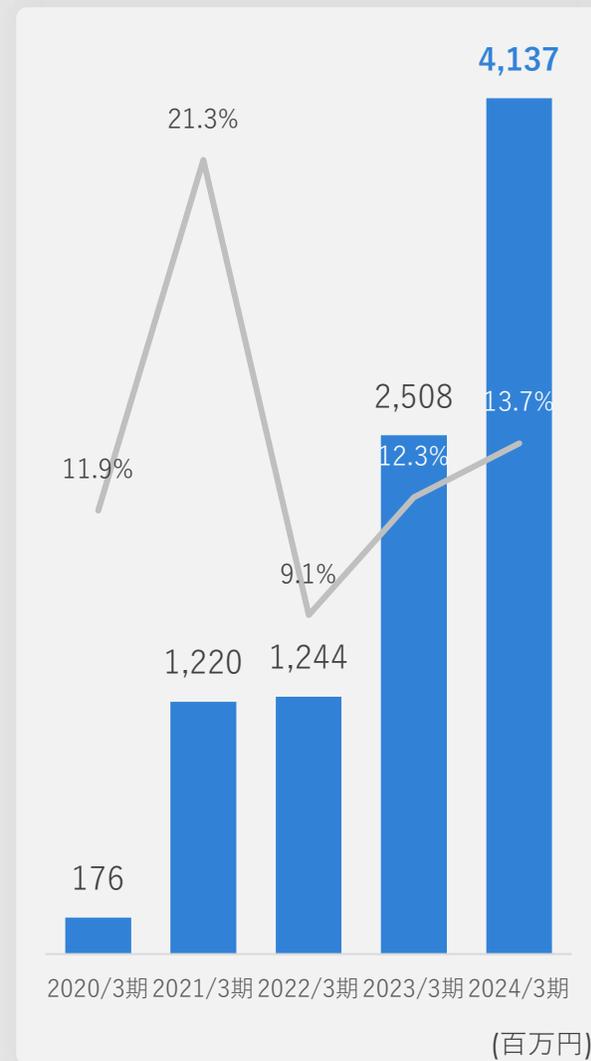
売上総利益/売上総利益率



営業利益/営業利益率

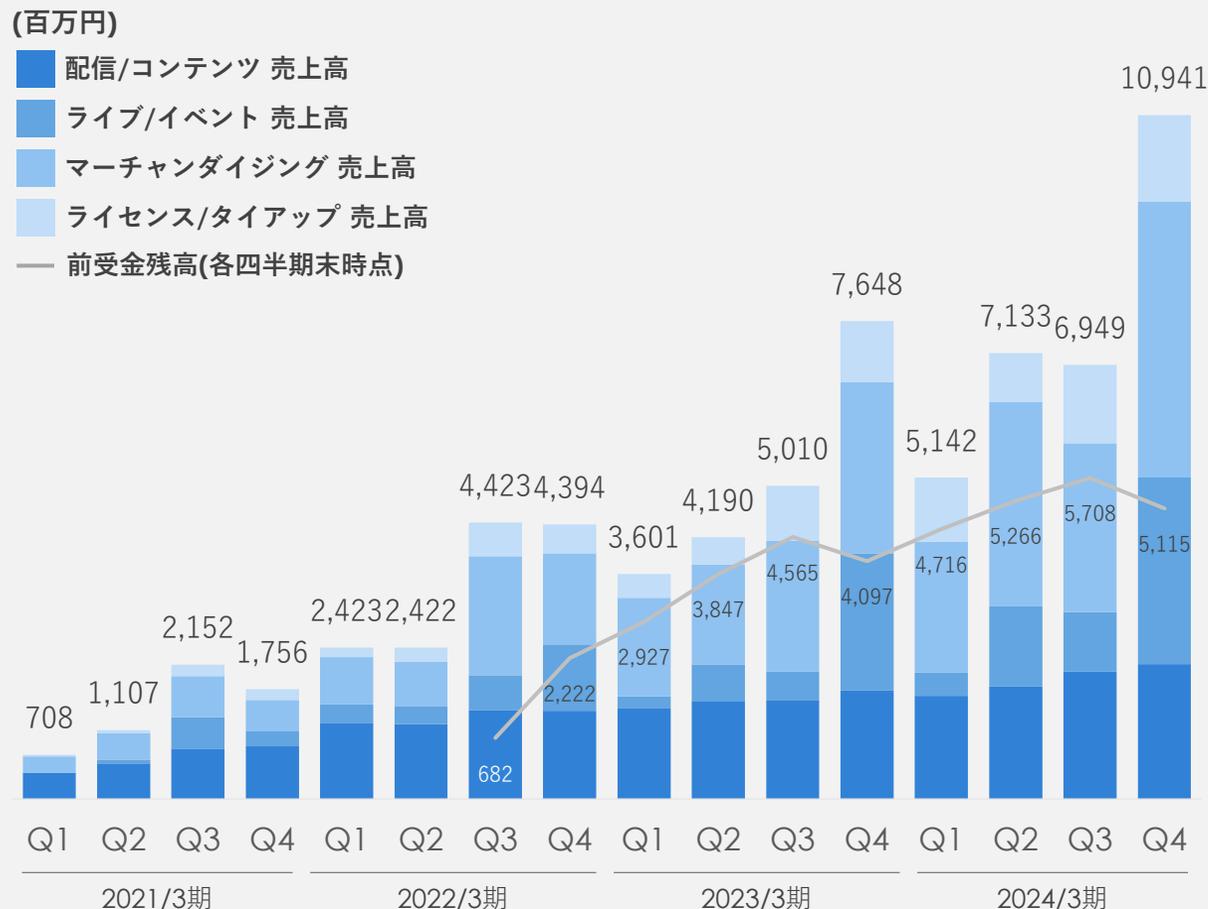


純利益/純利益率



売上高の推移

Q4期間では、大型イベントの収益貢献に加え、マーチャндаイジング分野における収益拡大を背景として前年同期比+43.0%の成長を記録



■ ライブ／イベント分野の活況

- Q4のFes/EXPO関連収益が24億円程度の着地となったことに加え、中型のライブコンサート複数収益寄与

■ マーチャндаイジングの四半期売上が過去最大を記録

- 受注生産商品の発送と収益転化が昨年末の未発送分を含む形で順調に進捗
- 小売店販売における商品配荷店舗網が拡大

■ 受注販売商品および大型イベントによる季節性

- 受注商品は受注時点で決済金を前受金としてBS計上し、3~6か月程度後の発送時点でPL上の売上高として計上
- 受注商品はタレントのアニバーサリー等の記念日商品が多く、現状では売上高がQ3~Q4に立ちやすい
- Q4には大型イベントを実施しているため、他の四半期よりも収益規模が大きい

※1 サービス別の四半期売上高の内訳についてはAppendixに記載
 ※2 前受金数値は、現行EC体制となった2022/3期Q3以降の数値を記載

Fes/EXPOの規模拡大について

昨年対比でFes/EXPOの実施規模は大幅に拡大。
クリエイターとファンがコミュニティの成長を大きく感じられる機会となった



■ 5th Fes./ EXPO2024 実績

収益規模

プロジェクト売上：24億円

- 売上は前年比+30%で着地
- 部材費の上昇などによるコスト増を受けながらも、利益率は20%以上を確保

延べ動員数状況（前年比）

全体：256,000（201,000）

内訳

EXPO	30,000	(26,000)
Fes	226,000	(175,000)

■ Fes詳細（4ステージ合計）

現地	58,000	(15,000)
配信	168,000	(160,000)

- 現地動員の増強を図ったものの、配信チケットの販売枚数は維持し、全体の動員数は約30%増加

スポンサー数（前年比）

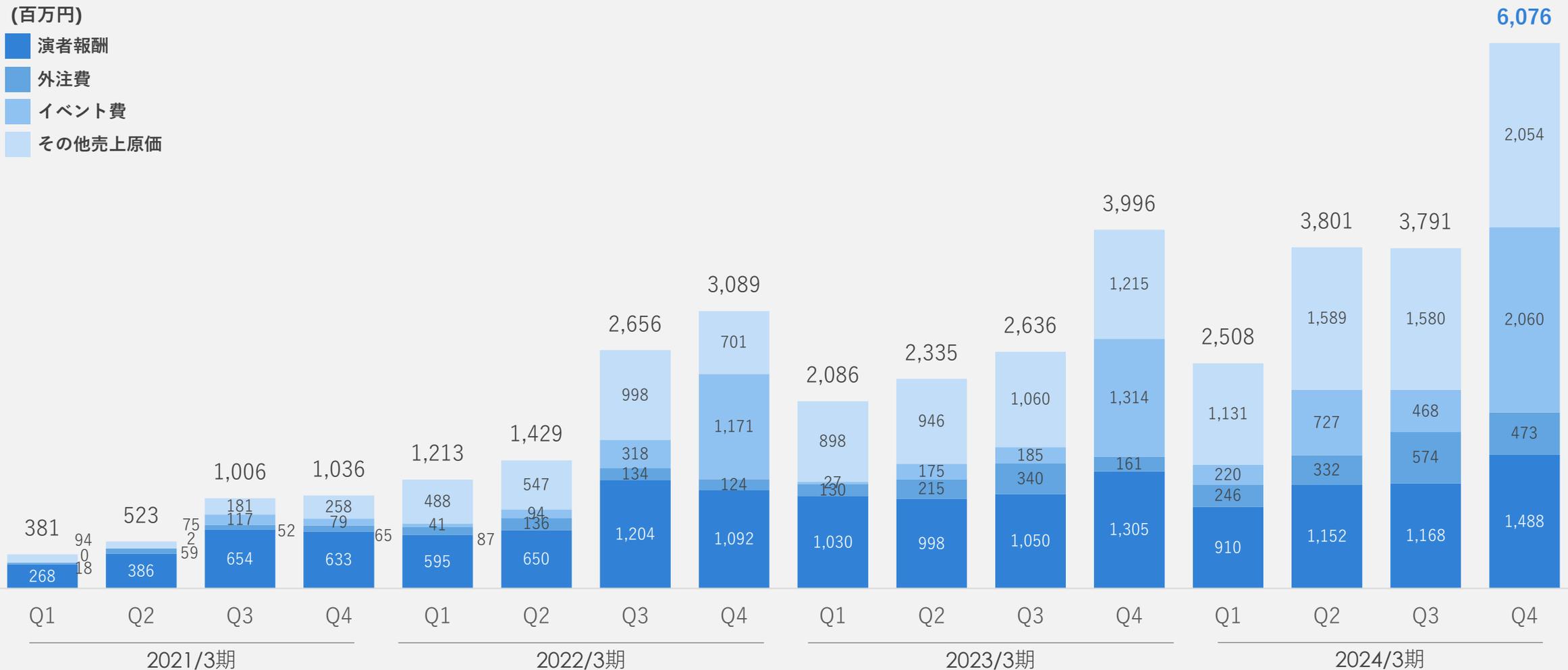
協賛：15社（13社）

ブース出展：12社（7社）

コスト推移（売上原価）

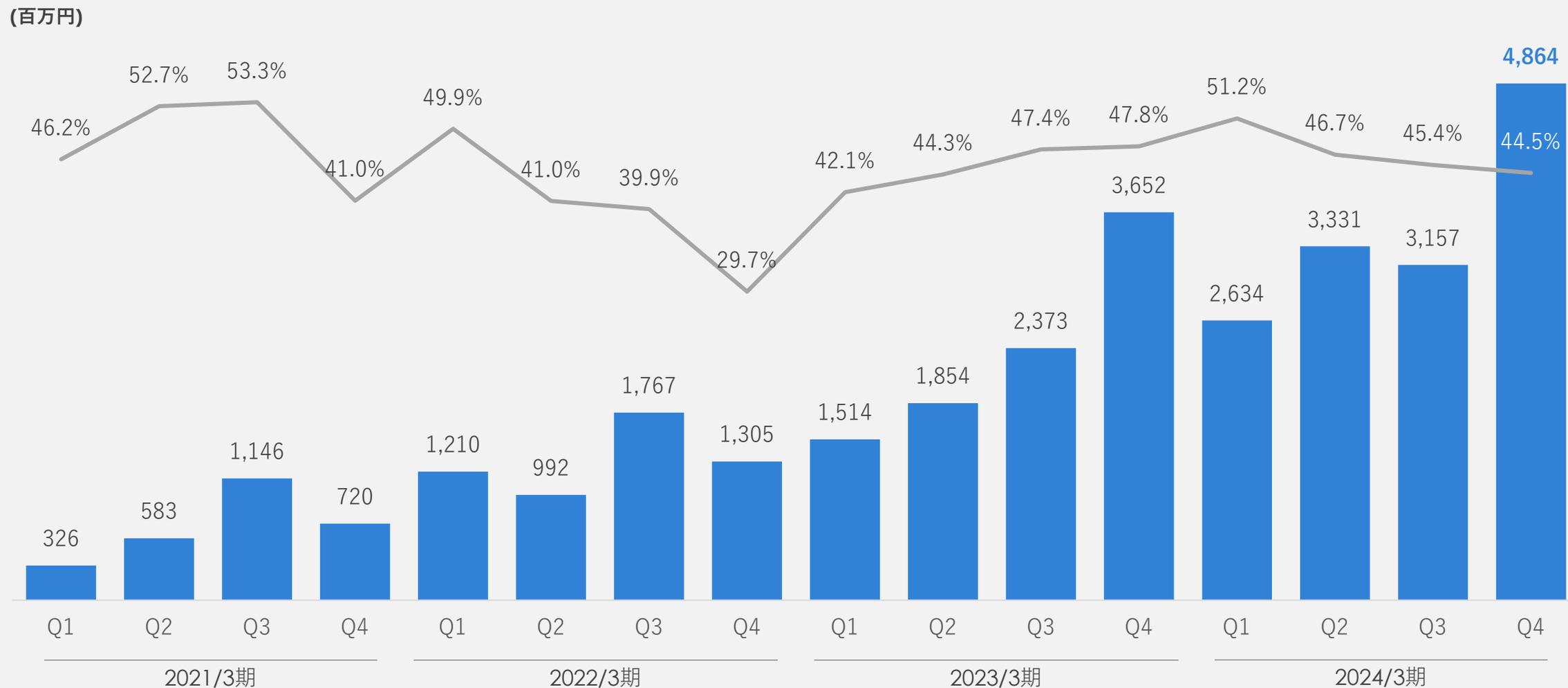
Q4は大型イベント関連費用に加え、

マーチャンダイジングの取引増を背景とした製造原価と演者報酬の増加により原価水準が上昇



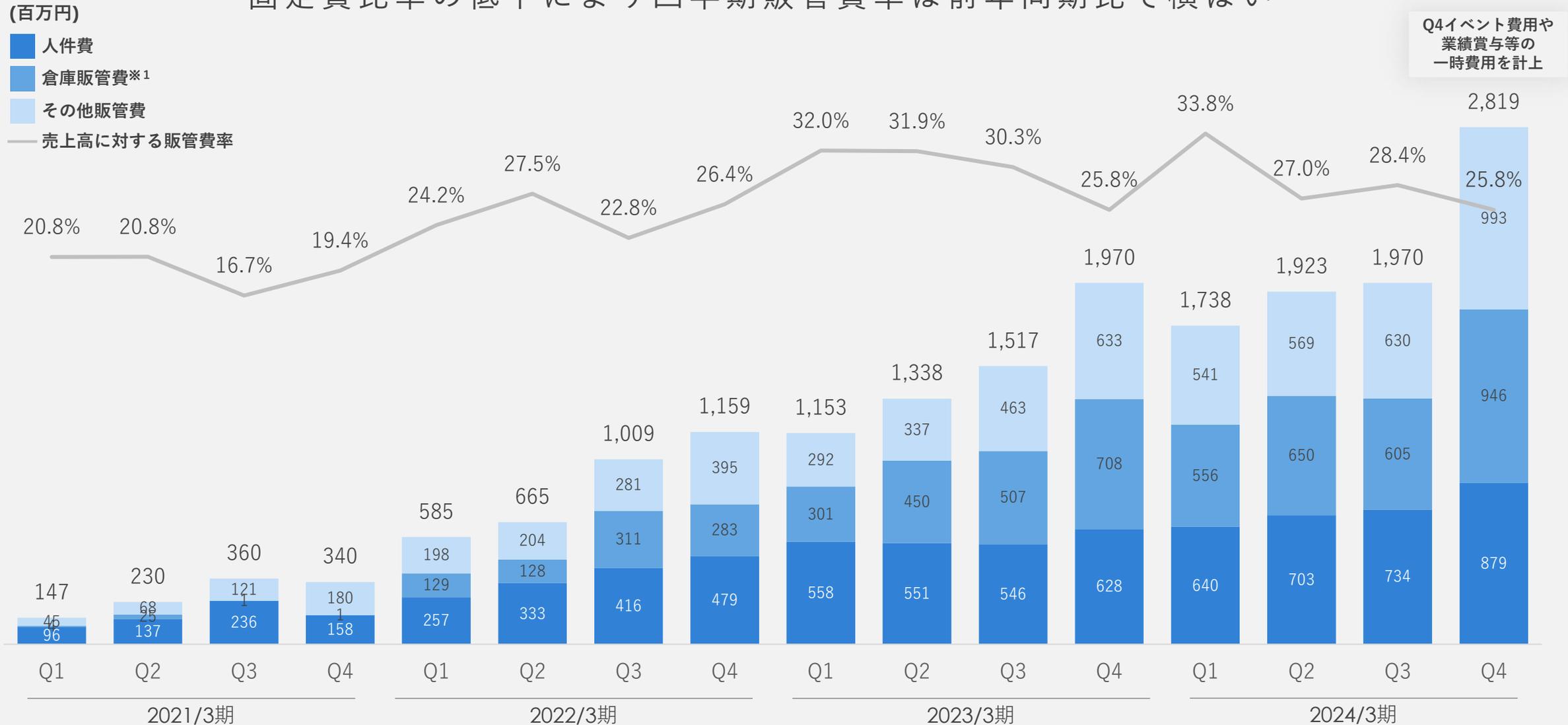
売上総利益及び売上総利益率の推移

Q4は大型イベントの影響によるセールスマックスと粗利率の調整が見られた一方で、
四半期粗利水準は前年同期比33.2%上昇



コスト推移（販管費および販管費率）

売上高の増加に伴い、倉庫販管費等の変動費項目が増加している一方で、
固定費比率の低下により四半期販管費率は前年同期比で横ばい

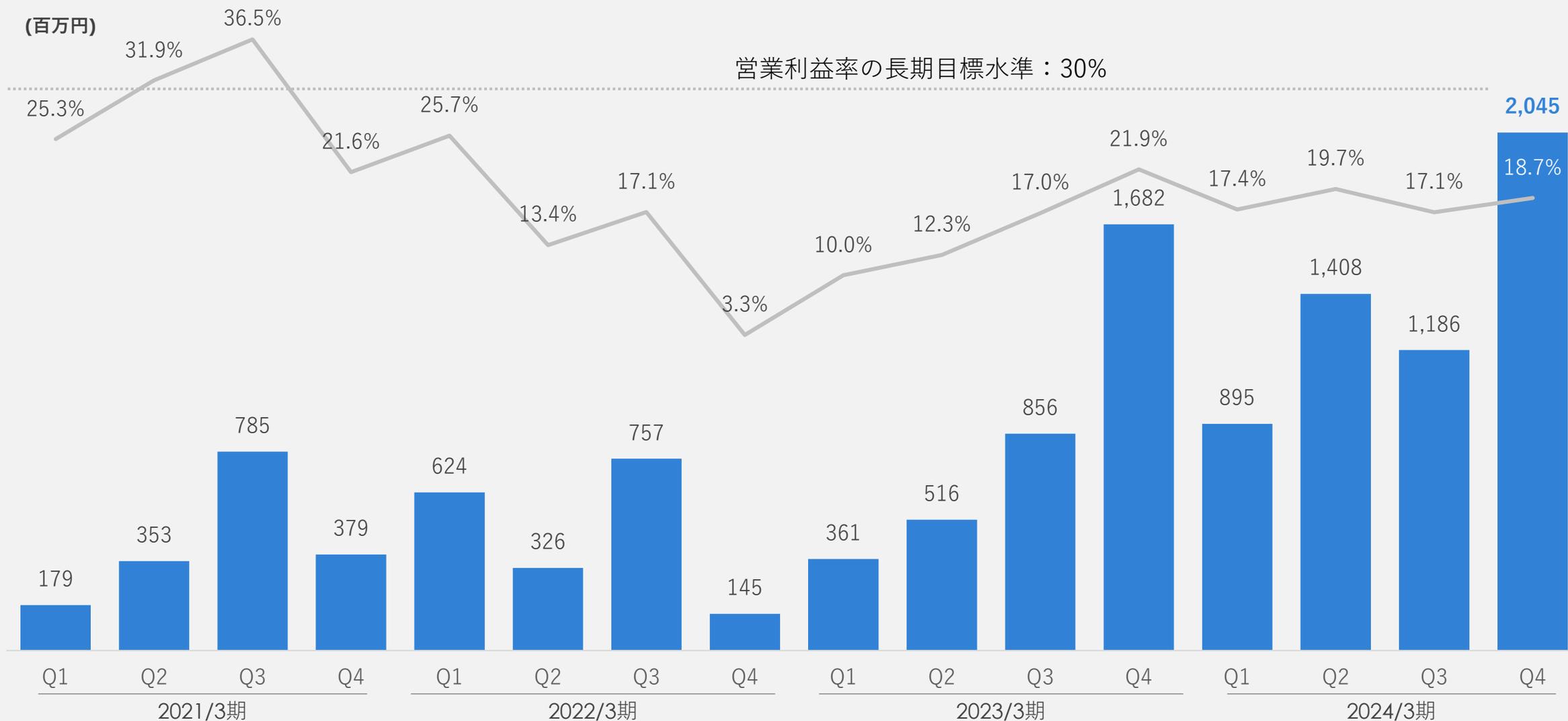


※1：物流・販売手数料等のECに係る販管費を含む

※2：4Q時点の各費用項目に合わせてQ2/Q3の内訳を適時的に修正・整理しています

営業利益及び営業利益率の推移

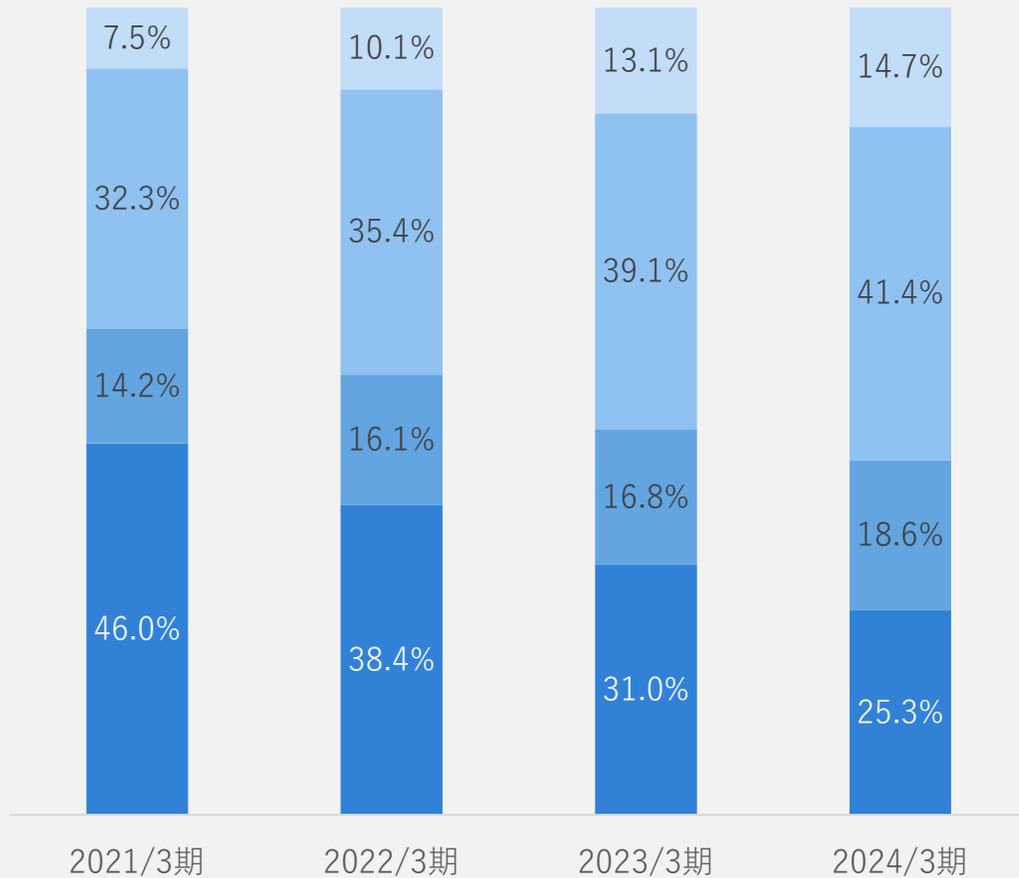
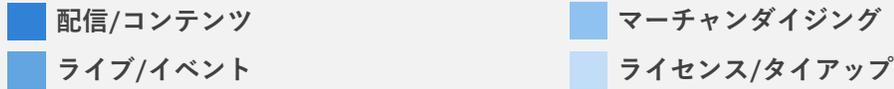
Q4は年度末の大型イベント関連費用の計上があった一方で、売上増加に伴って固定費比率が低下しており、営業利益水準は前年同期比で21.6%上昇



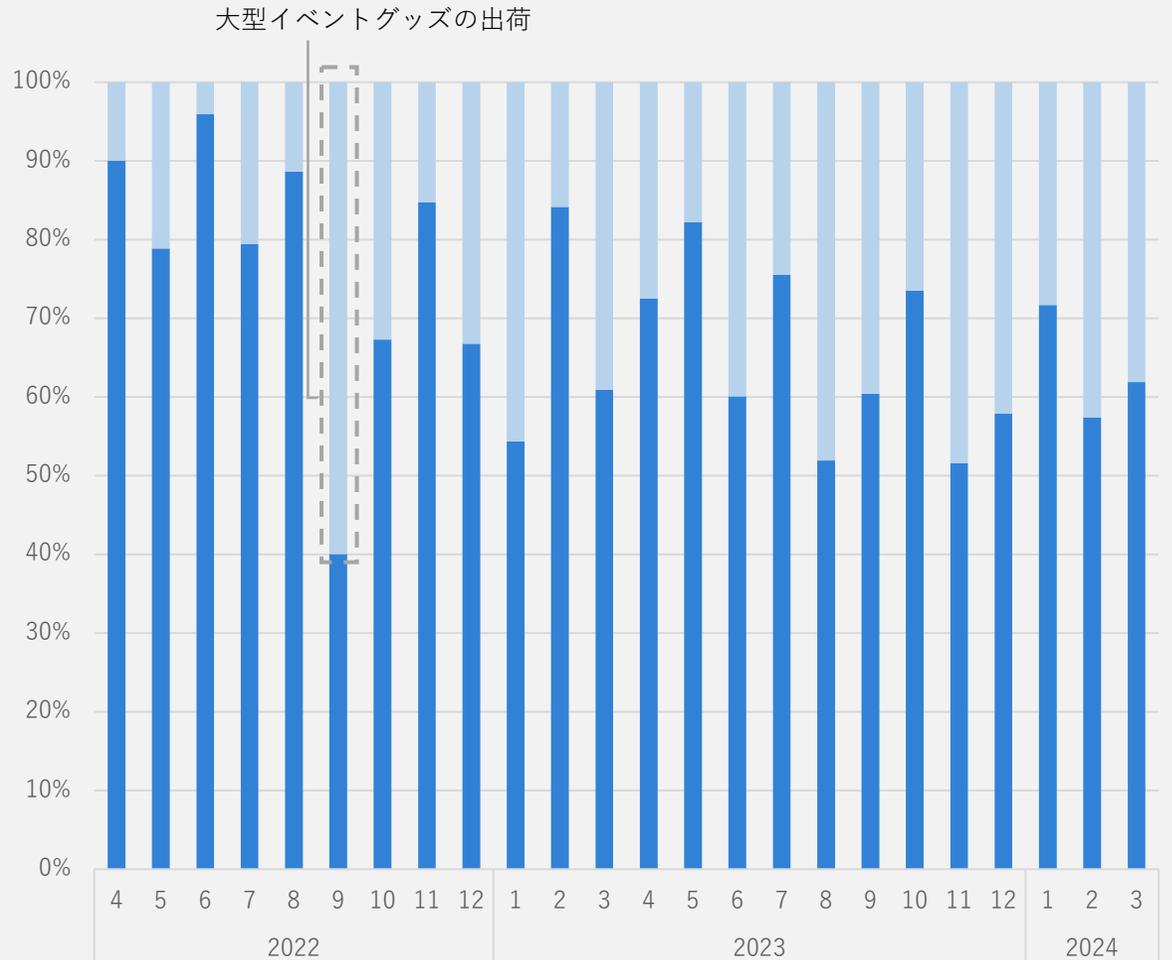
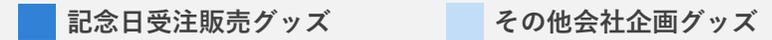
サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

前年比で売上高全体に占めるコマース領域の構成比が増加。
小売店販売チャネルの拡大により、商品購買顧客層の拡大も推進

■ サービス別売上高比率



■ 当社EC等※1における各プロダクト毎の月次売上比率の推移



※1: 「ホロライブプロダクション公式ショップ」およびGeek Jackでの販売分を含む

中長期の方針について

つくろう。 世界が愛するカルチャーを。

個性の光るクリエイターが集まり、その表現力を発揮できる舞台を。

先端技術を注ぎ、クオリティにこだわり抜いた新体験を。

国境を超え、世代さえも超えて、

愛される二次元エンターテインメントをつくる。

ただ、そのために、私たちは挑戦をつづけます。

VTuberの多面的な特性を活かした事業展開

日々の配信やライブイベントを通じて認知度・ファンコミュニティを獲得し、大規模な集客と多面的な展開を可能とするIPとしてコマース事業を展開



※1：2024年3月売上高に占める内訳

※2：YouTubeのライブチャットを利用したライブ配信動画の公開時に視聴者が有料課金を行うことでチャットメッセージを目立たせることができる機能

※3：月額料金を支払いチャンネルメンバーになり、バッジ・絵文字、限定動画視聴等の特典を得られる制度

IPカンパニー型収益構造への変化

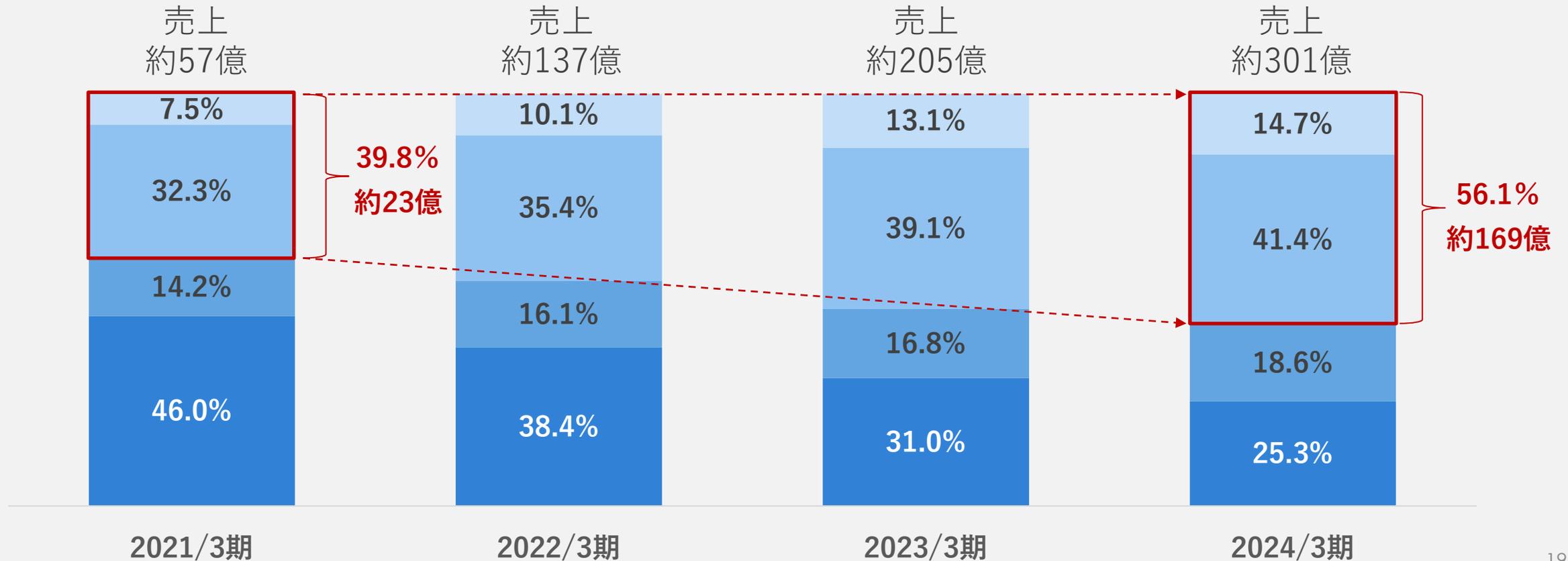
2021年から約3年間で、配信やライブ/イベントによる収益よりも、
マーチャндаイジングとライセンス/タイアップのほうが収益が高くなっている。
収益構造は、IPカンパニー型の収益構造に変化

■ 配信/コンテンツ

■ ライブ/イベント

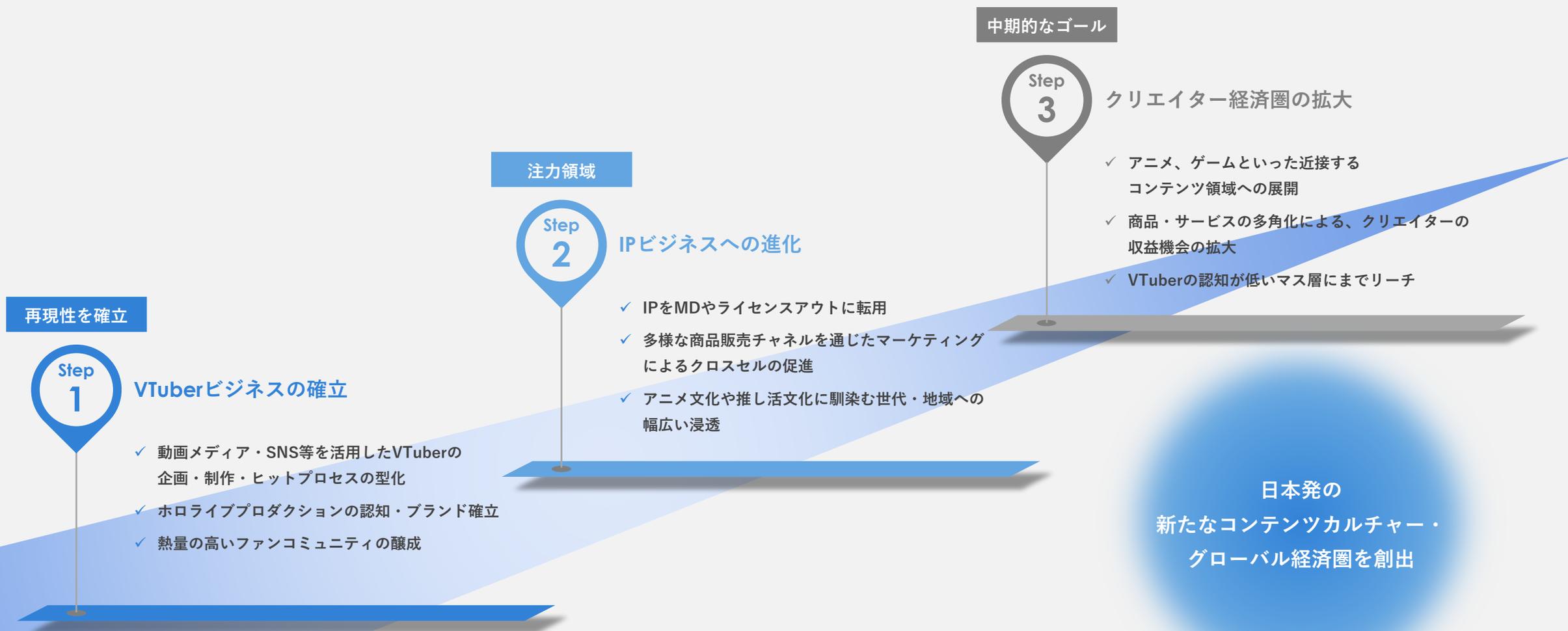
■ マーチャндаイジング

■ ライセンス/タイアップ



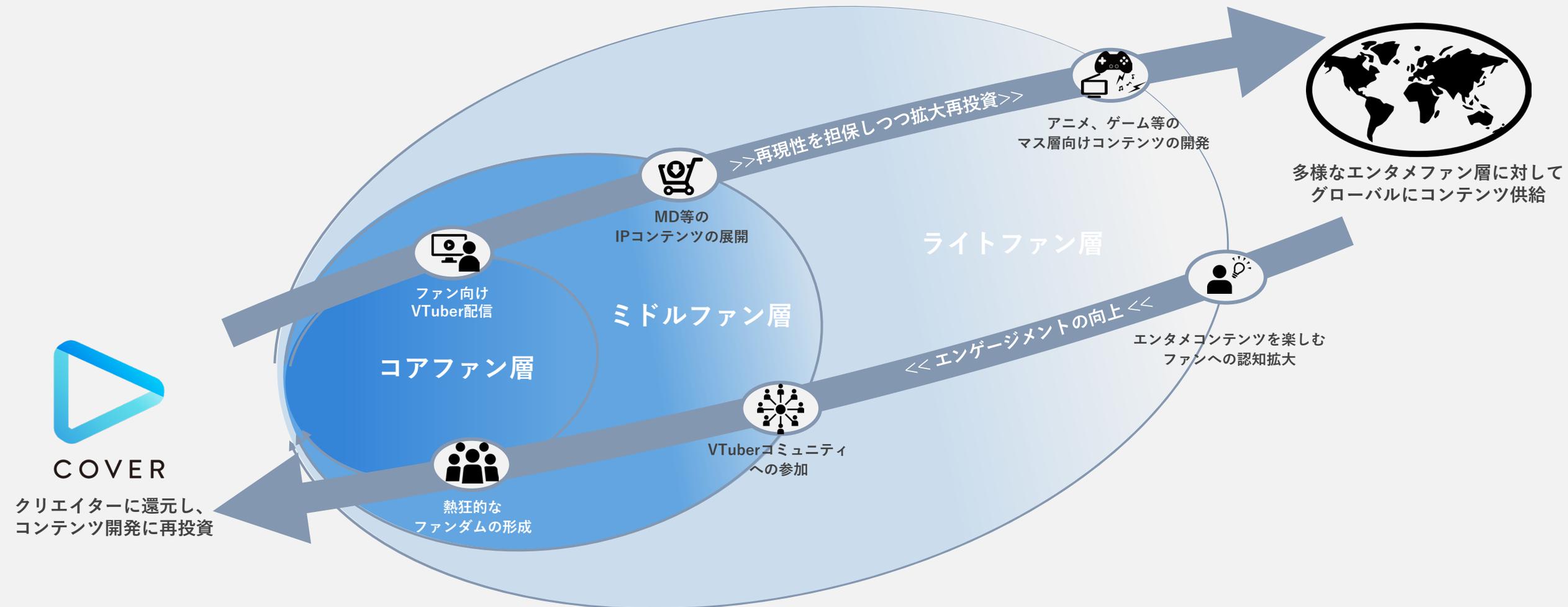
ミッション達成に向けたマイルストーン

再現性を担保しながら徐々にスケールの大きなIPビジネスに拡大していくことを目指す



拡大再投資によるクリエイター経済圏拡大

コンテンツの拡大再投資によりさらに大きな潜在ファンにアプローチし、
当社ブランドとクリエイター経済圏を継続的に拡大



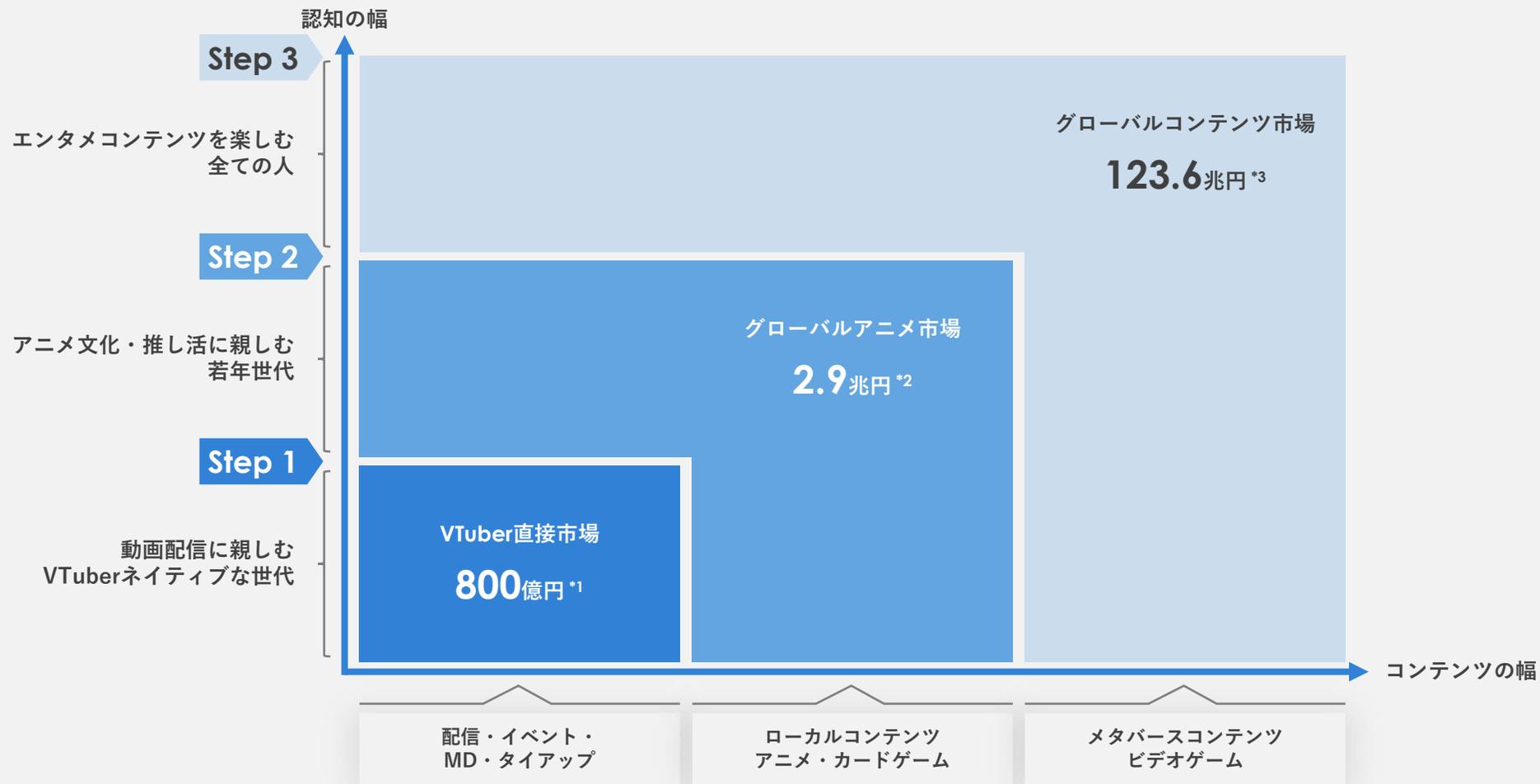
戦略的パートナーシップまたはM&Aの検討領域

当社のIPや展開事業とのシナジーにより企業価値の向上が見込める領域については、内製での事業開発に加えて戦略的パートナーシップやM&Aも積極的に検討

	技術力・制作力の拡充	コンテンツ領域の拡大	ローカライズ展開
Step 1 VTuberビジネスの確立	<ul style="list-style-type: none">最先端モーションキャプチャー技術、3DCG技術の拡充	<ul style="list-style-type: none">ショート動画、短編アニメ等のコンテンツ企画の多様化音楽を通じたプロモーションの拡大イベントの大型化及び高度化	<ul style="list-style-type: none">多言語でのコンテンツ・ローカライズ海外イベントの開催
Step 2 IPビジネスへの進化	<ul style="list-style-type: none">多数のライセンサー企業や商品製造企業等との同時並行取引を前提とした、商品の企画・生産体制の拡充	<ul style="list-style-type: none">カードゲーム・アパレル・フィギュア等の高度商品群を含む、MD・ライセンスアウトの商品の多様化	<ul style="list-style-type: none">商品の海外現地生産・流通網の確保
Step 3 クリエイター経済圏の拡大	<ul style="list-style-type: none">連続TVアニメシリーズ等の高度コンテンツの企画・監修ラインの確保メタバースに係る人材の拡充	<ul style="list-style-type: none">大型アニメコンテンツのメディアミックス展開ゲーム/メタバース領域でのコンテンツ拡大	<ul style="list-style-type: none">海外現地メディア企業、セールスエージェントとの提携

中長期戦略に紐づいたTAMの拡大イメージ

コンテンツの幅とターゲット層を徐々に広げていくことにより、より大きな市場に段階的にアプローチする



※1: 株式会社矢野研究所『2023年VTuber市場の徹底研究～市場調査編～』より、2023年度のVTuber市場規模見込みを参照
※2: 一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2023』より、2022年アニメ産業市場（講義のアニメ市場）を参照
※3: 内閣官房『第23回新しい資本主義実現会議の基礎資料』にて記載の2019年のコンテンツ産業の世界市場規模を参照

2025年3月期事業計画

2025年3月期業績予想

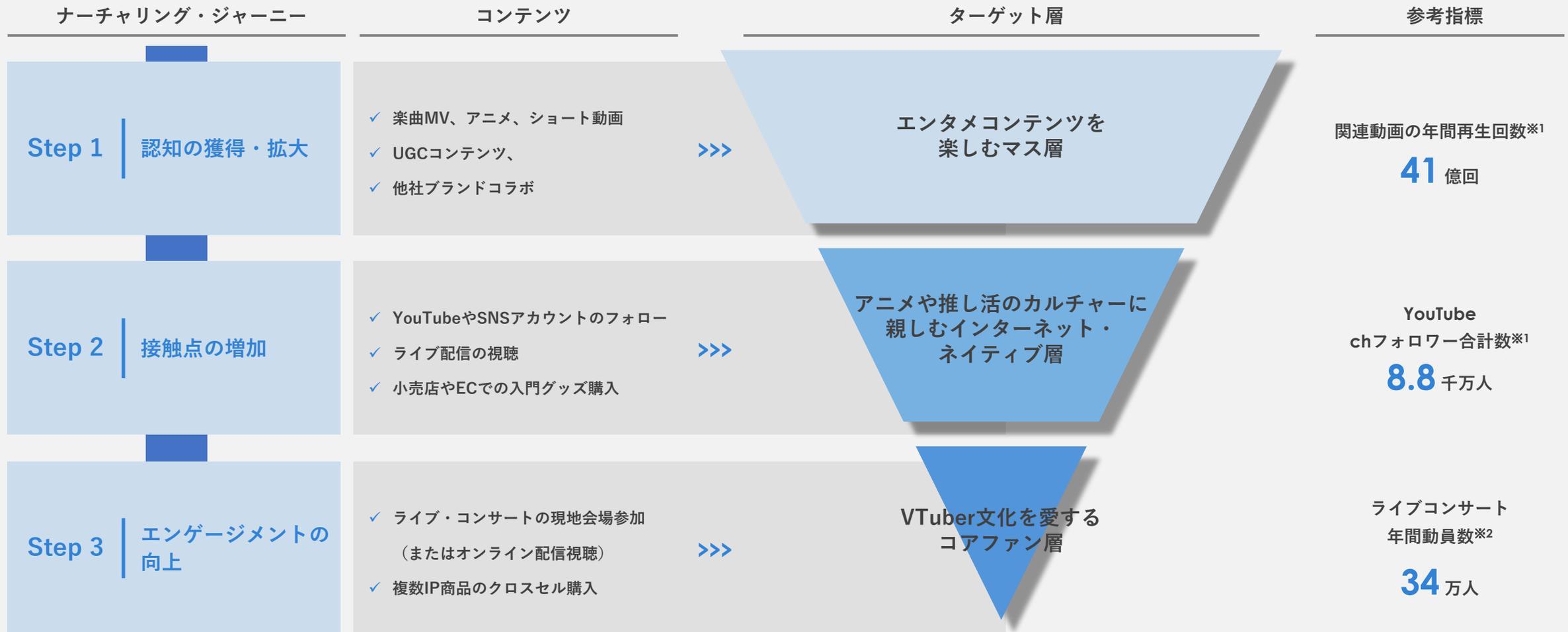
今年度もセールスマックス改善による限界利益向上を伴いながら継続的な事業拡大を見込む。
前年度に引き続きMD売上や大型イベントの季節性を受けて業績進捗は下期偏重となる想定

百万円	参考：2024/3期実績			2025年3月期業績予想			増減額 (増減率)		
	通期実績	上期実績	下期実績	通期業績予想	上期業績予想	下期業績予想	通期	上期	下期
売上高	30,166	12,276	17,890	36,481	14,426	22,055	+6,315 (+20.9%)	+2,150 (+17.5%)	+4,165 (+23.3%)
参考：限界利益*	12,375	5,263	7,112	15,711	6,195	9,515	+3,335 (+27.0%)	+932 (+17.7%)	+2,403 (+33.8%)
対売上高比率	41.0%	42.9%	39.8%	43.1%	42.9%	43.1%	-	-	-
営業利益	5,536	2,304	3,232	7,300	2,401	4,899	+1,763 (+31.8%)	+96 (+4.2%)	+1,666 (+51.6%)
対売上高比率	18.4%	18.8%	18.1%	20.0%	16.6%	22.2%	-	-	-
経常利益	5,623	2,311	3,311	7,300	2,401	4,899	+1,677 (+29.8%)	+89 (+3.9%)	+1,588 (+48.0%)
対売上高比率	18.6%	18.8%	18.5%	20.0%	16.6%	22.2%	-	-	-
純利益	4,137	1,657	2,480	5,064	1,665	3,399	+927 (+22.4%)	+8 (+0.5%)	+918 (+37.0%)
対売上高比率	13.7%	13.5%	13.9%	13.9%	11.5%	15.4%	-	-	-

※：限界利益は「売上高－売上原価(変動費)－倉庫販管費－広告宣伝費」として計算

ファン・ナーチャリングを見据えた多面的なコンテンツ展開

楽曲MV、アニメ、ショート動画等の拡散力の高いメディアで認知を拡大し、VTuber IPとの接触機会の増加によってファン化を促進



※1：公式を含む所属VTuberのYouTubeチャンネルの集計値

※2：自社主催の有料ライブコンサートにおける各公演の現地と配信動員数の合計。通し券は各公演で重複して集計

高品質なPGCによる顧客接点の拡大

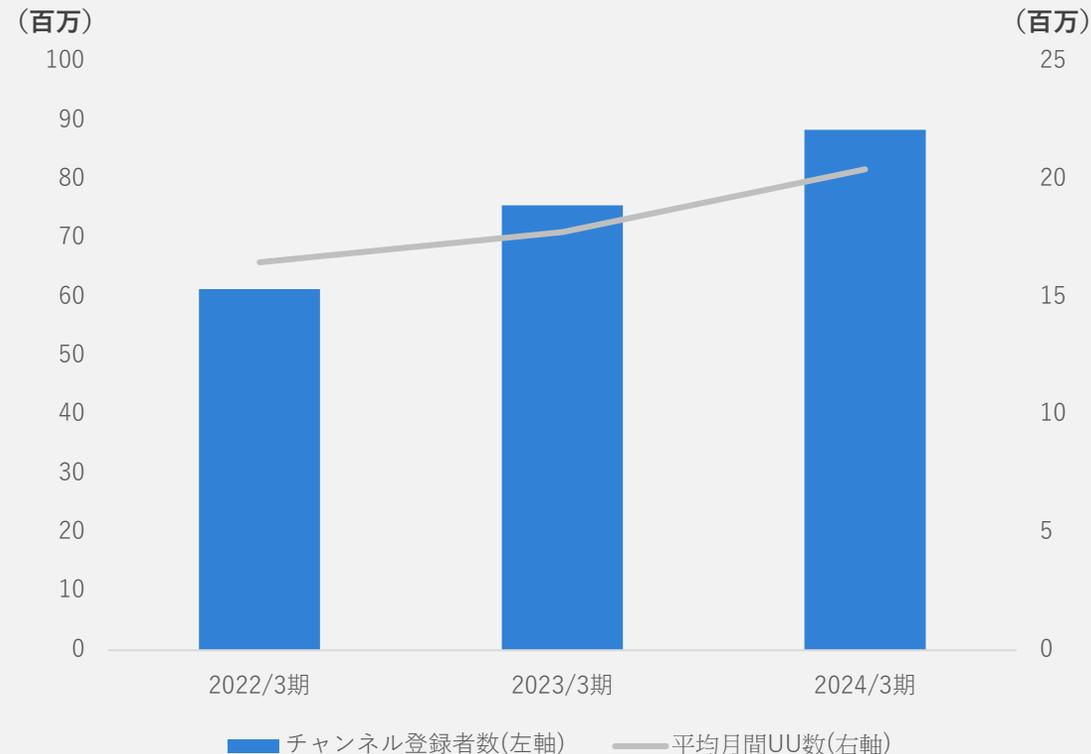
当社VTuber IPの音楽シーンでの存在感の拡大により新規ファンが顕著に流入。
高品質なPGCはより多くのUGCを生み、顧客接点を拡大していく

IPによるPGC×UGCサイクル



新規顧客接点とファンの拡大

YouTubeにおけるチャンネル登録数と平均UU数の推移*



VTuber IP・ブランド力を育成することで、多面的なビジネス展開が可能

※：各年度末時点の公式を含む所属VTuberのチャンネル登録者数および各年度の月間UU数の平均の推移

パートナーシップを通じた顧客接点の拡大

各地域ごとに影響力のある広告／営業代理店や小売店等とのパートナーシップを通じて、潜在ファンとのIP接点をグローバルに増加

代理店網の拡充

小売店の開拓



- 世界各国140以上の代理店企業を開拓し、250以上のクライアント企業との協業を検討
- パートナー企業とのB2Bネットワークを拡充することで、相互送客による認知度の拡大と商品プロモーションをグローバルに実施

- ECの主要地域である北米、アジア地域に対して、ローカルのECや小売店を活用した販売店チャンネルを拡充
- 店置きしやすい商品の拡充とともに、広範なファン層へリーチできる販売網を整備



インドネシア「Indomie (Indofood)」

- インドネシア現地代理店経由で現地の国民的即席麺の案件を獲得
- 現地潜在ファンからの幅広い認知獲得につながった

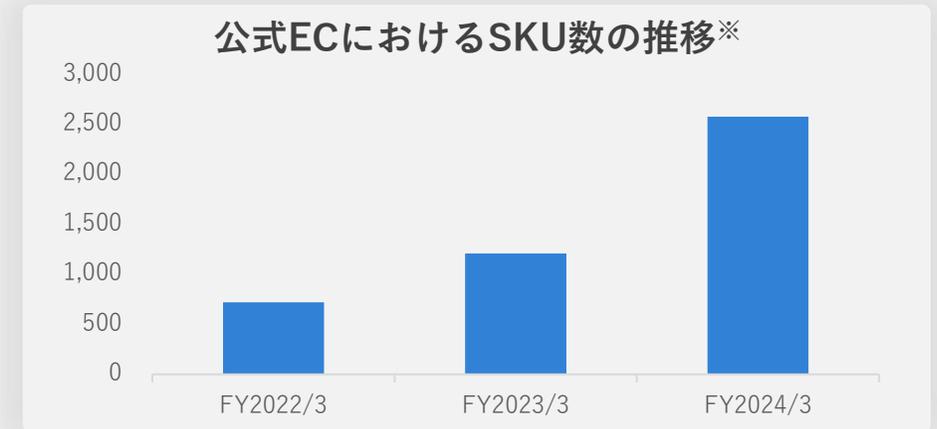
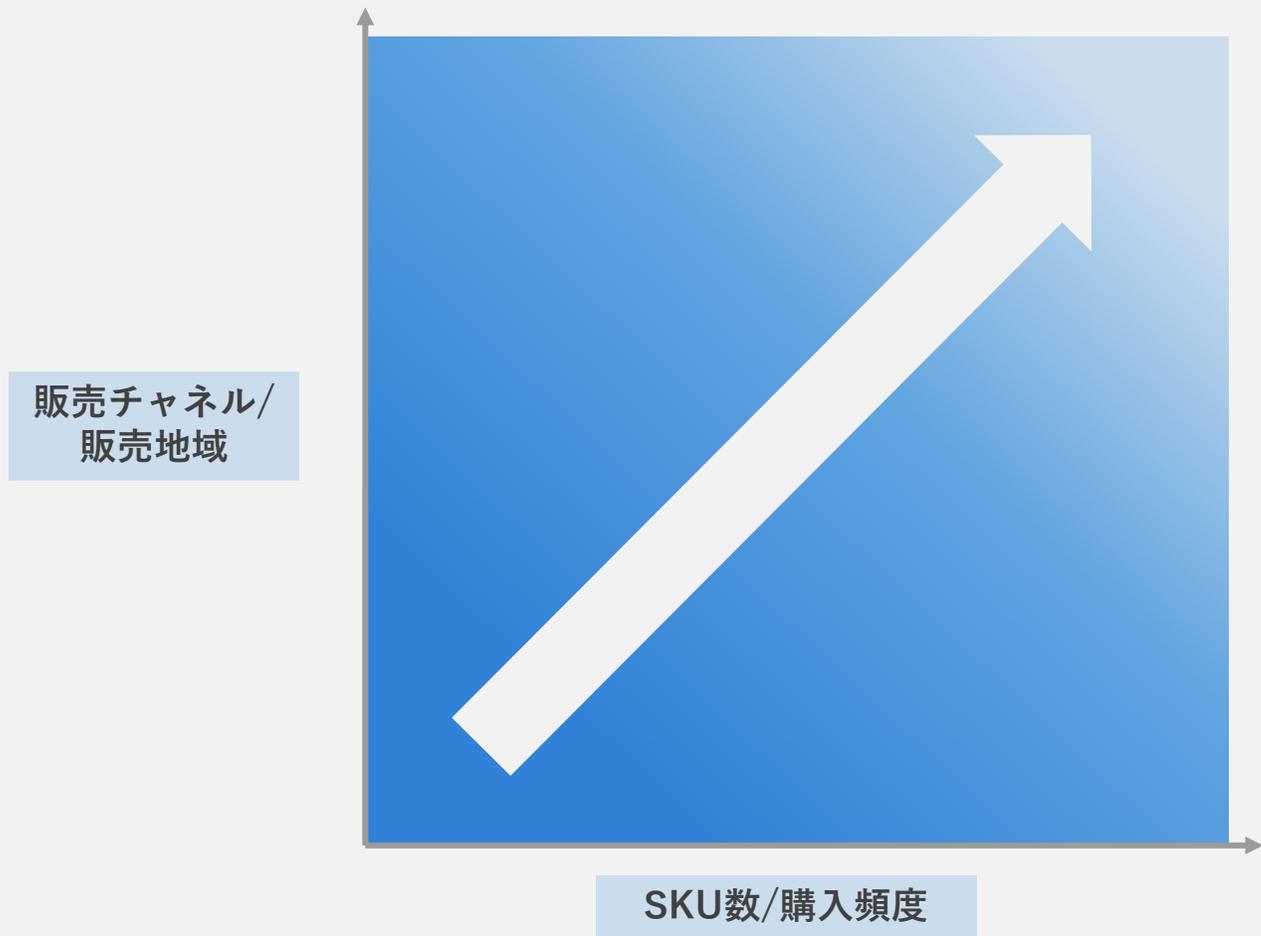


北米小売店の開拓

- 2023年9月より、アニメイトロサンゼルスでの取り扱いを開始
- 2024年4月より、Tokyo Japanese Lifestyleでも30店舗以上での取り扱いを開始

マーチャндаイジング拡大による潜在ファンのIP接触機会の増加

商品の現地販路拡充をグローバルに推進することにより、潜在ファンの商品購買機会を拡大。トレーディング・カードゲーム等のシリーズ商品により、特定VTuberファンのクロスセルを企図



大型シリーズ商品企画の推進

ぬいぐるみ・アクスタシリーズ

トレーディングカード

※：各期末時点の公式ECで販売されている商品SKU数の推移（販売期間中の在庫切れ商品を含む）

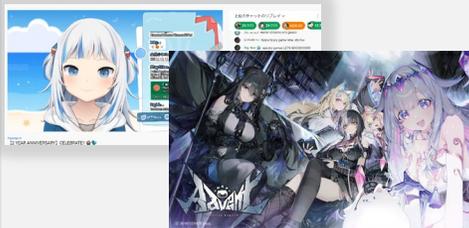
海外ファン向け商品・サービスの充実

海外の展開エリアとしては、アニメ市場の浸透が高い北米及びアジア地域を重視。
各地域の潜在ファンがアクセスできるイベントや商品・サービスの増加を目指す

VTuber IP・ファンベースを育成

配信/コンテンツ

配信プラットフォームを通じた
ライブ配信



ライブ/イベント

オフライン/オンラインでの
ライブイベント開催



サービス
展開

現状

今後の展開

地域別タレントch登録数 (2024年3月末時点)

日本	5,427万人	(前年同月比+15.4%)
海外	2,991万人	(前年同月比+19.1%)
海外内訳		
英語圏	2,022万人	(前年同月比+22.9%)
インドネシア	969万人	(前年同月比+11.9%)

イベント動員数

- hololive English 1st Concert -Connect the World-
会場：5,000人
オンライン：約2.5万人
- 5th Fes. / EXPO
海外ファン動員数：8,000人
- FY2023 海外イベント
出展数：29件

- ・ 新規視聴者層を開拓する多様なタレントのデビュー
- ・ IPを育成するための大型海外企画の実施
- ・ SNS等を通じたローカルのコミュニティ・マネジメントとUGCの促進

- ・ 現地でのオフラインライブの企画・実施
- ・ 積極的なローカルイベントへの出展

IPを活用したコマース展開

マーチャндаイジング

フィジカル/デジタルの
VTuberグッズ販売

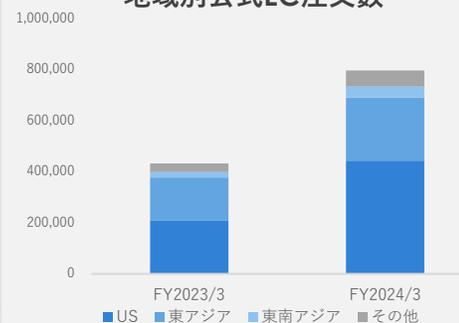


ライセンス/タイアップ

メーカー等へのIPライセンスアウトや
タイアップ広告等のプロモーション支援



地域別公式EC注文数



- ・ ECにおけるグローバル販路の拡充
- ・ ローカル店舗への商品配荷

海外企業取引社数



- ・ 現地営業代理店や企業とのパートナーシップ強化
- ・ ライセンスアウトによるローカライズされたコラボ商品の拡充

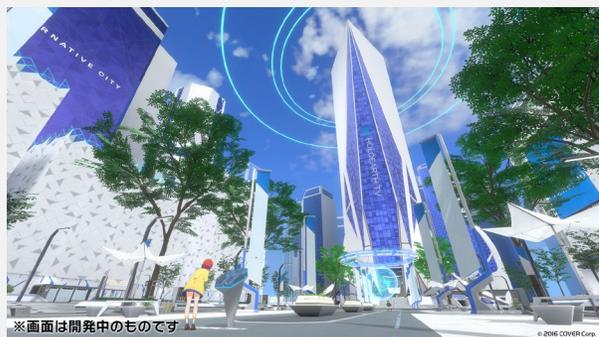
当社のゲーム／メタバース関連プロジェクトの類型

中期的に大きな収益源となりうるゲーム関連分野については、開発期間も長くかかるため、類型ごとに財務リスクを分散化して管理

	概要	開発費	収益モデル
holo Indie 	<ul style="list-style-type: none">当社IPを用いた二次創作ゲーム向けのブランドインディーズゲーム・クリエイター等が、当社IPを用いたゲームを当該ブランド下で公開可能	原則クリエイターが負担	レベニューシェア
外部ゲーム企業へのIPライセンスアウト 	<ul style="list-style-type: none">当社保有IPを外部のゲーム開発・運用会社にライセンスアウトし、オリジナルゲームを開発当社は原作監修及びプロモーションの一部を担当	大部分を開発・運用会社が負担	レベニューシェア
ホロアース 	<ul style="list-style-type: none">ファンに新たな体験を提供するメタバース・プラットフォーム当社の他サービスとの連携も視野に開発柔軟性の観点で内製開発	当社が負担 (B/S計上した資産をPLにて償却費用化)	当社が享受

アニメルック・メタバース「ホロアース」

2024年にかけてオープンβ版の機能拡充を段階的に実施予定



■ 概要

- 当社自社開発のメタバース・プラットフォーム
- ユーザーに対して、自身のアバターを介したバーチャル空間コミュニティ内での交流機会やコンテンツ体験を提供

■ 当面の財務インパクトについて

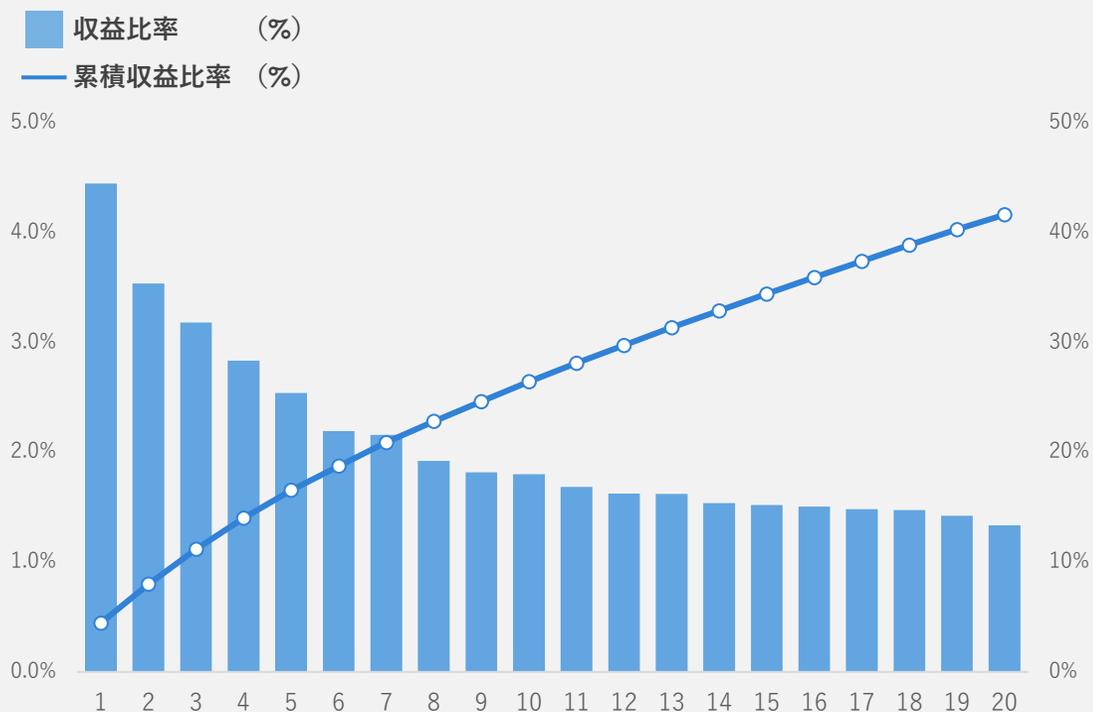
- 2024年3月末時点までの開発費用は約20億円がBS上でソフトウェア資産計上されている
- 2025年3月期以降は運用費及びソフトウェア資産の償却費をPL計上
 - 償却は2024年10月頃からの開始を想定（償却期間5年）
 - 2025年3月期のPL上の費用インパクトは全体で5億円程度を想定
- 2024年10月頃の償却開始後のフェーズにおける開発費は、エンジニアリング等の稼働工数に応じて、追加での資産計上を予定
 - 追加の資産計上分については、各種機能のリリースに応じて随時償却を開始

Appendix

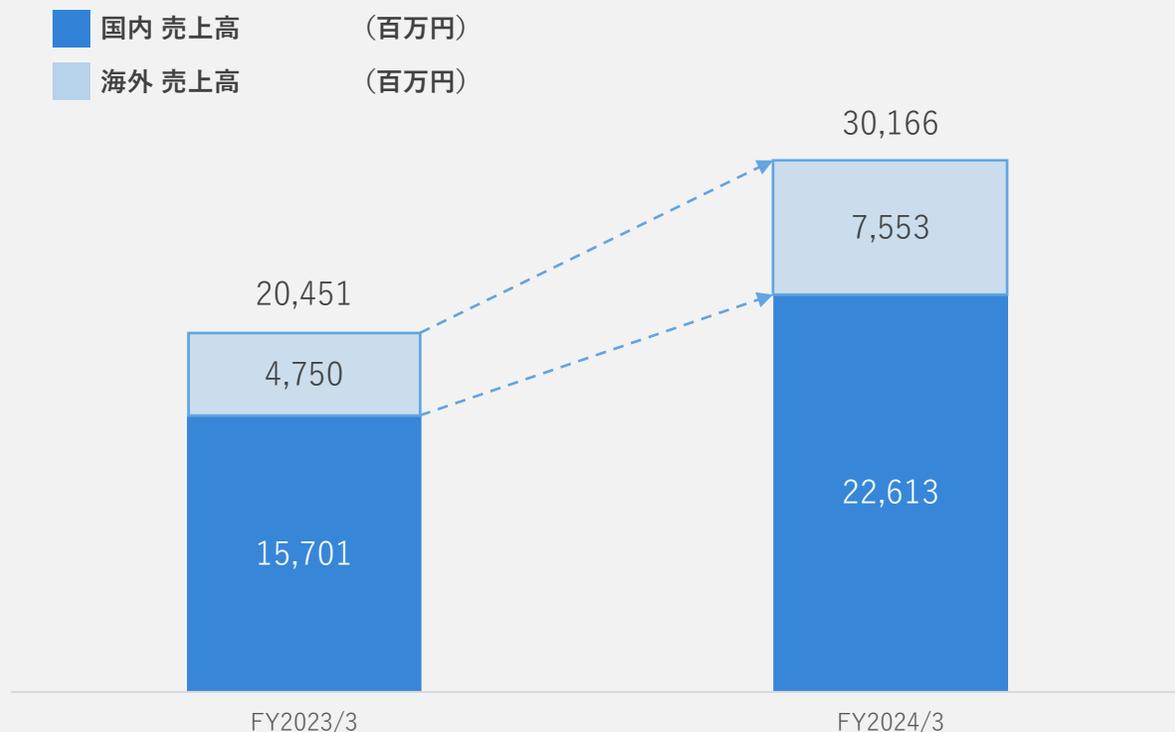
在籍VTuberの収益分散と海外売上の状況

特定のVTuber・グループに収益が集中せずグループ全体として稼ぐ構造を醸成

■ VTuber別の収益比率（上位Top 20）*1



■ 売上推移（国内・海外）*2



出所：YouTube（2023年3月31日時点）

※1：収益比率（左軸）は収益上位20位までの各VTuberの収益の当社所属VTuber収益総額対比の構成比。累積収益比率（右軸）は当該収益比率の上位からの累積和を表示
 ※2：有報で記載の所在地による海外売上とは異なり、各サービス別に海外売上が合理的に推定・集計可能な項目の合算売上。海外取引を推定できない収益を国内売上として集計

VTuber経済圏拡大のイメージについて

アニメ文化がある国を中心にVTuberを若者世代のカルチャーに昇華させ、
国や世代を越えていくグローバルコンテンツ市場に浸透していく

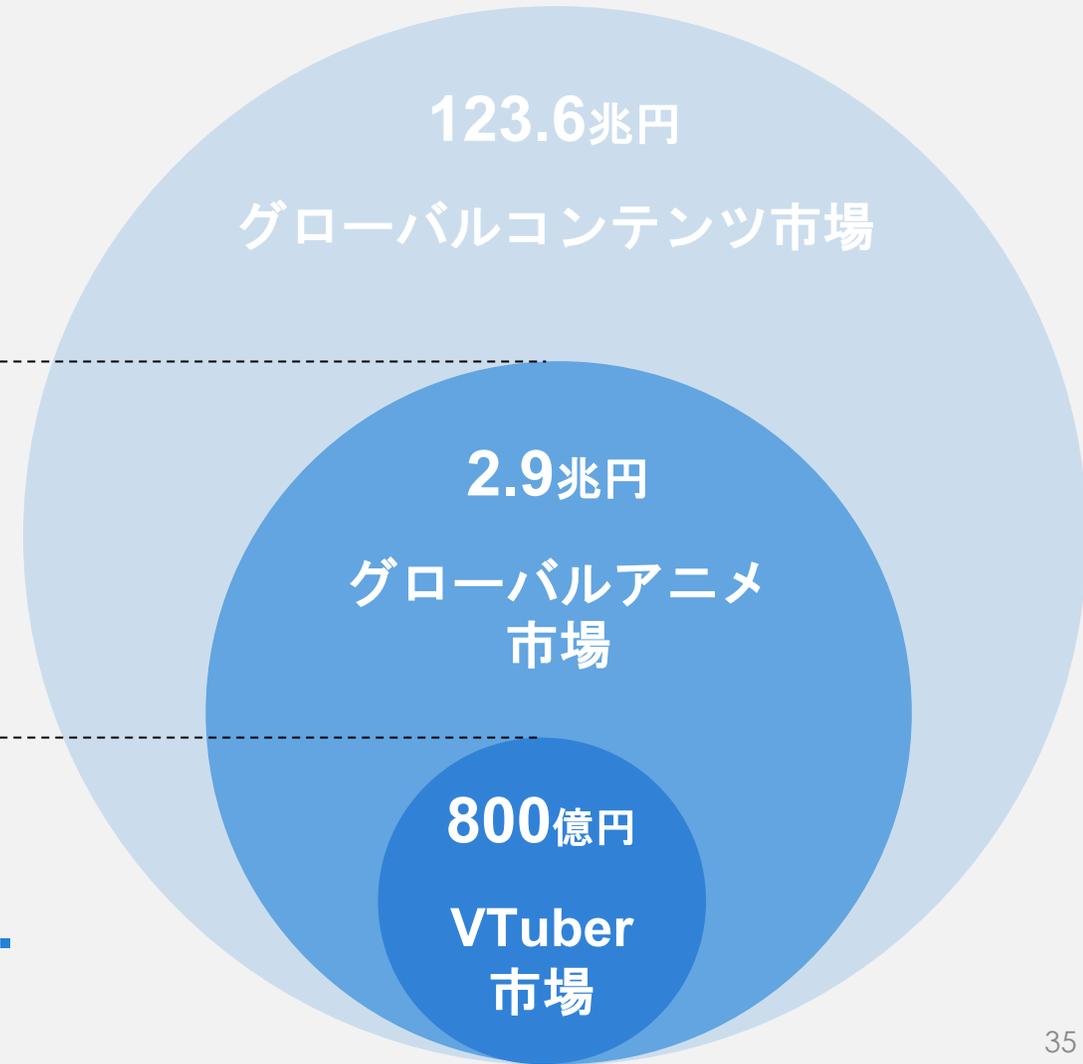
VTuberコンテンツが地域・世代を超え独自の経済圏をつくり、
各市場に対して浸透していく



アニメやIPコンテンツと親和性の高い国を中心に、
VTuberビジネスがアニメ市場に拡大



様々なコンテンツの集合群として、
日本におけるVTuberビジネスが確立



グローバルにオンラインイベントを展開

各地域のイベント・エキスポにて熱量の高いファンコミュニティの存在を確認



Anime Revolution (カナダ)



Seoul POPCON (韓国)



hololive Meet x TAIPEI (台湾)



Thailand Comic Con (タイ)



DreamHack (オーストラリア)



hololive English 1st Concert -Connect the World-
(カルフォルニア)

「UGC」とは

近年ではPGCだけでなくユーザーが制作するUGCに注目が集まっている

PGC

Professional Generated Content

~プロによって作られたコンテンツ~

専門的な知識やスキルを持つプロフェッショナルなクリエイターや専門家によって制作されたコンテンツを指す。

#テレビ番組 #MV #アーティストの楽曲

UGC

User Generated Content

~ユーザーによって作られたコンテンツ~

一般ユーザー・消費者によって作られ、共有されるコンテンツを指す

#電子商取引ウェブサイトでのレビュー・コメント #切り抜き動画

UGCを促進する環境整備

当社の提供するコンテンツを、より多くのファンの皆様が、より多様な形で、安心して楽しめることを目的として、二次創作ガイドラインを制定



二次創作は通常非営利目的に限るものの、切り抜き動画においては、動画共有サイトが提供する収益化機能を利用可能とし、二次創作ゲームについては、二次創作ゲーム向けのゲームブランド「holo Indie」を用いたSteam上での掲載により、有償配布が可能。

一定の条件での収益化を認め、クリエイターによる創作意欲を高める還元エコシステムを構築

holo Indieプロジェクトについて



2023年11月に、世界中のファンやクリエイターと共創するべく、新たに二次創作ゲーム向けのゲームブランド「holo Indie」を立ち上げ。

二次創作ゲームクリエイターに継続的な活動をサポートするための還元エコシステムとして、ゲームクリエイター・サポートプログラム※を提供。

これにより、通常は無償で制作する二次創作ゲームの市場において、有償での配布を許可し、二次創作ゲームの創作活動を支援。

※当社の子会社である株式会社CCMC（本社：東京都港区）を通じ、Steamアカウント上をはじめとしたウェブサイト等への掲載・審査・管理その他必要な管理業務を担うことで、二次創作ゲームのパブリッシングを集約し、クリエイターに還元するシステム。

■ holo Indie リリース実績



ホロパレード



Holo X Break



WOWOWOW KORONE BOX



Idol Showdown



Miko in Maguma

ESG関連の活動について

クリエイターの活動支援に向けて、業界団体を通じた環境整備や
各種誹謗中傷対策等を実施

■ 所属団体及び活動

日本オンラインゲーム協会(JOGA)

ゲーム配信およびメタバース開発に関わる業界団体として加入。
ガイドラインの整備や勉強会などに参加。

クリエイターエコノミー協会(CEA)

誹謗中傷や投げ銭などクリエイター周りの問題に取り組む業界団体として加入。クリエイターに関する意見交換や調査などに協力。

日本音楽出版協会(MPA)

音楽周りの権利処理や分配に関わる業界団体として加入。

セーファーインターネット協会(SIA)

誹謗中傷や未成年保護などインターネットトラブルに取り組む業界団体として加入。当社サービスに関わる様々な問題に対する意見交換や調査などに協力。

■ 誹謗中傷に係る活動について

2023年1月から2023年12月までの1年間における活動実績

所属タレントに対する誹謗中傷行為の対応件数：**116件**

- ・ SNS投稿及び掲示板の書き込みにおける権利侵害行為への対応
- ・ 海外における当社所属タレントに対する迷惑行為への対応
- ・ まとめサイトに対する法的措置

そのほか、2023年6月にグーグル合同会社・note株式会社・UUUM株式会社・ANYCOLOR株式会社・当社及び誹謗中傷問題の有識者から構成される「誹謗中傷対策検討会」を設立

等

■ 当社の配信モデレーター体制について

約70名のモデレータースタッフにより、24時間体制で日・英・インドネシア語による配信モデレーション業務を実施。

※2024年3月31日時点

CSR関連の活動について

所属VTuberの発信力を活用し、啓蒙や行政広報活動等に貢献

■日本AED財団との啓蒙活動



所属タレントである「白上フブキ」が、『救命サポータープロジェクト「team ASUKA」』における「救命サポーター」として同財団の活動をサポート。

公益財団法人日本AED財団YouTubeチャンネルにて、AEDの講習動画などを公開。

■東京観光大使への就任



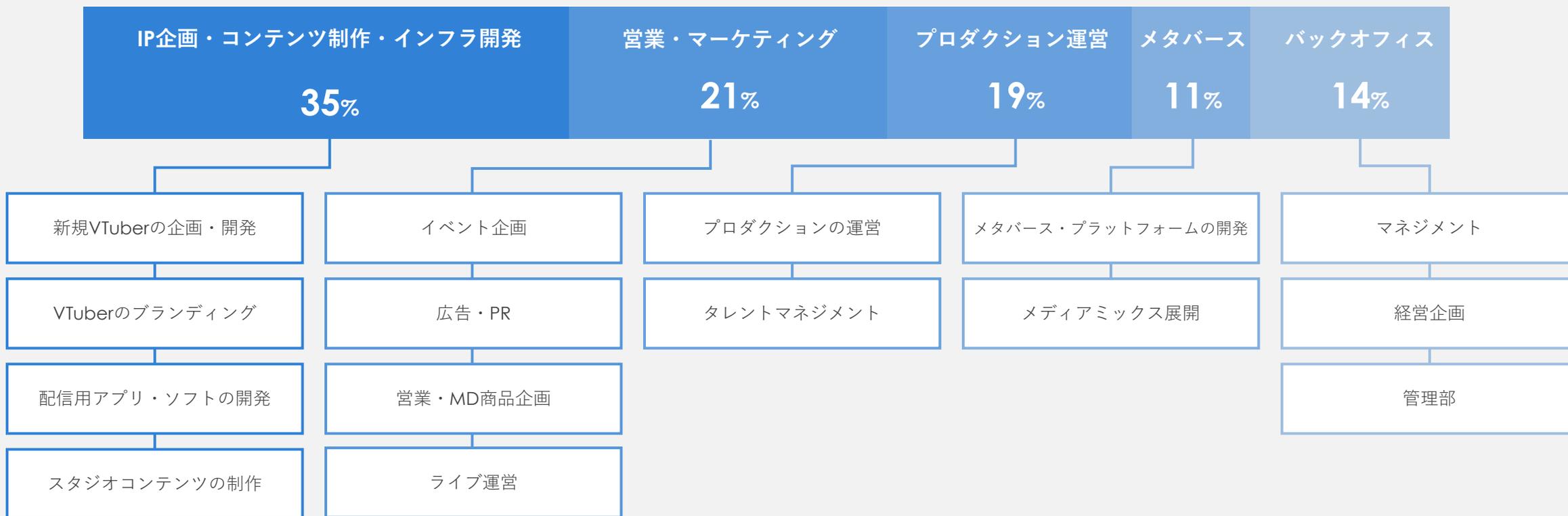
東京の魅力を国内外に広く発信し、訪都意欲を喚起することにより、来訪者の増加や地域の活性化につなげることを目的とした「東京観光大使」に、ホロライブプロダクションが選出。

ホロライブ所属の「さくらみこ」、ホロライブEnglish所属の「森カリオペ」、「がうる・ぐら」が就任。

共創を支える組織体制

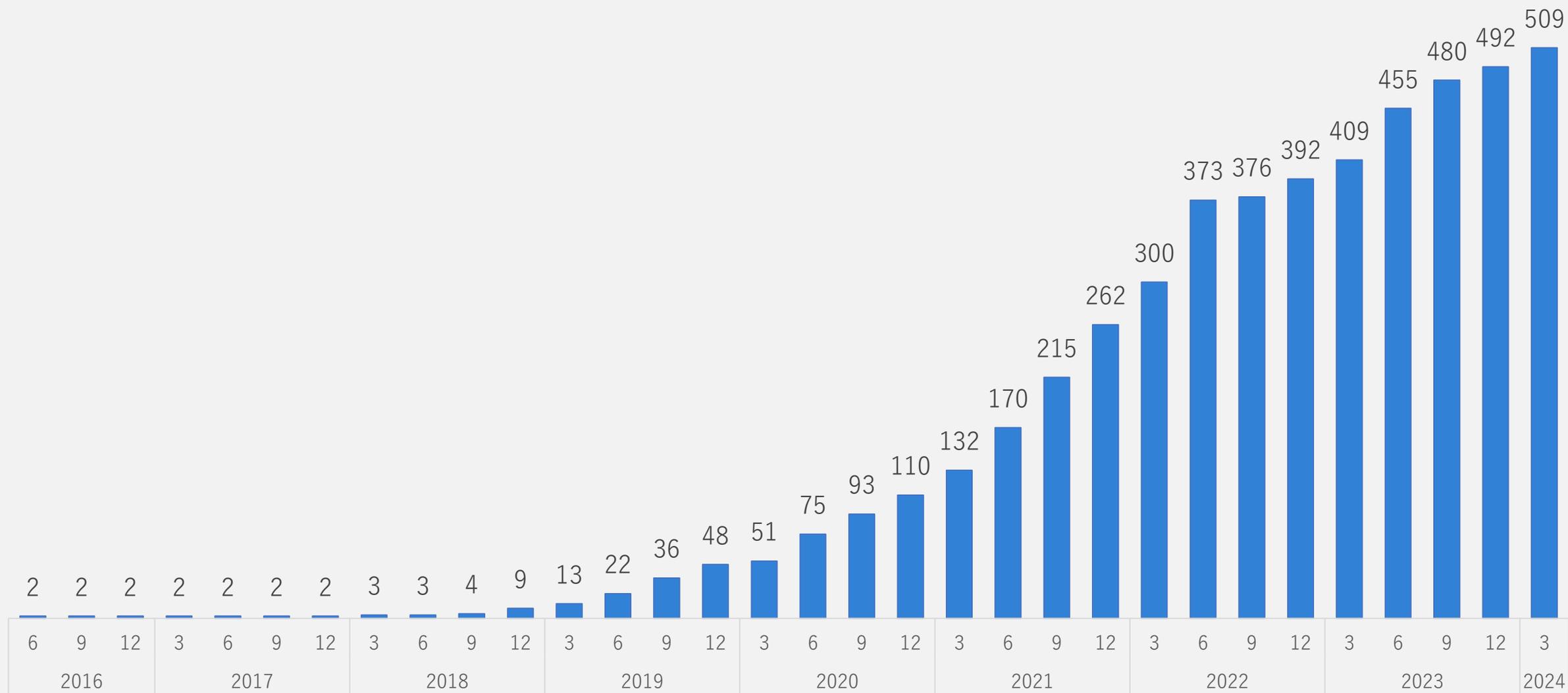
業界トップクラスかつ多様な人材が集結

■ 人員構成内訳 *1 (2024年3月31日時点)



*1: 正社員における人員構成

従業員数の推移



経営上の目標の達成状況を判断するための客観的な指標等

当社はVTuberのファン数の直接的な指標である「YouTubeチャンネル登録数」、並びに魅力的なコンテンツ制作の原資となる「売上高」及び「サービス別売上高」を重要な経営指標と位置づけ、企業価値の向上を図って参ります

	2021/3期				2022/3期				2023/3期				2024/3期			
	Q1	Q2	Q3	Q4												
YouTubeチャンネル登録総数 (万)	1,003	1,808	2,884	3,733	4,418	5,081	5,799	5,986	6,525	7,002	7,238	7,558	7,782	8,319	8,625	8,841
売上高 (百万円)	708	1,107	2,152	1,756	2,423	2,422	4,423	4,394	3,601	4,190	5,010	7,648	5,142	7,133	6,949	10,941
配信/コンテンツ	420	571	797	844	1,220	1,200	1,416	1,412	1,450	1,572	1,575	1,744	1,651	1,799	2,038	2,157
ライブ/イベント	0	58	515	240	293	287	563	1,059	193	581	466	2,187	376	1,285	954	2,985
マーチャндаイジング	262	424	656	503	756	713	1,904	1,457	1,574	1,597	2,090	2,740	2,091	3,269	2,701	4,414
ライセンス/タイアップ	24	52	182	168	152	220	540	464	382	439	878	976	1,023	778	1,254	1,383

損益計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
売上高	5,724	13,663	20,451	30,166
成長率	+287%	+138%	+49%	+48%
売上総利益	2,777	5,274	9,396	13,988
対売上高比率	48%	38%	45%	46%
営業利益	1,698	1,855	3,417	5,536
対売上高比率	29%	13%	16%	18%
当期純利益	1,220	1,244	2,508	4,137
対売上高比率	21%	9%	12%	14%

貸借対照表の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
流動資産合計	3,048	7,168	11,740	14,798
現金及び現金同等物	1,899	4,644	7,793	8,666
固定資産合計	467	1,069	4,146	7,914
資産合計	3,516	8,238	15,887	22,713
負債合計	1,303	4,780	8,880	11,569
純資産合計	2,212	3,457	7,006	11,143

キャッシュ・フロー計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
営業活動による キャッシュ・フロー	1,419	3,537	4,866	4,765
投資活動による キャッシュ・フロー	△402	△793	△2,759	△3,893
財務活動による キャッシュ・フロー	526	-	1,040	△0
現金及び現金同等物の 増減額	1,543	2,745	3,148	873
現金及び現金同等物の 期首残高	356	1,899	4,644	7,793
現金及び現金同等物の 期末残高	1,899	4,644	7,793	8,666

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報の開示のみを目的として当社が作成したものであり、米国、日本国又はそれ以外の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に記載された記述のうち、過去又は現在の事実に関するもの以外は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「信じる」、「目指す」、「予想する」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「期待する」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「戦略」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みますが、これらに限りません。将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

当社は、本資料の日付後において、本資料を更新する義務を負いません。



つくろう。世界が愛するカルチャーを。