



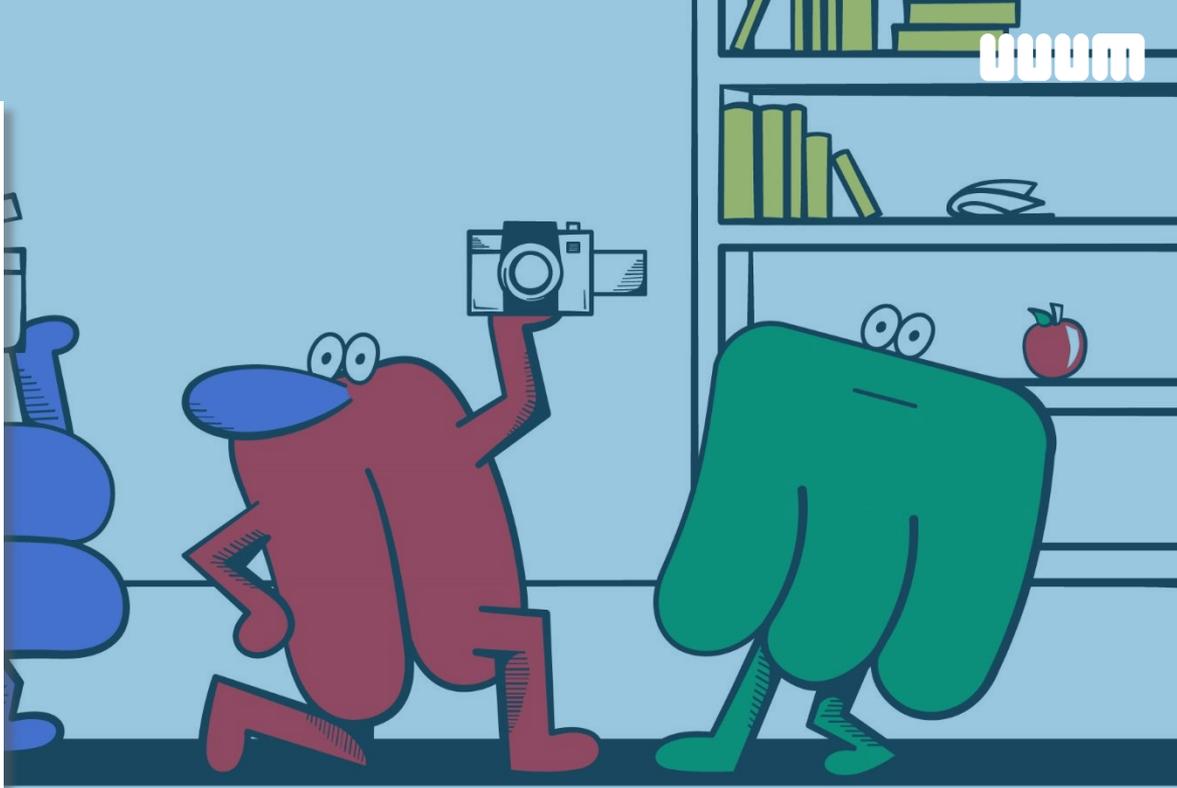
2024年9月期 第4四半期決算説明

2024年7月12日

AGENDA

1. 2024年9月期 4Q決算概要

2 参考資料





営業利益

黒字継続

4Q単体で黒字、旧決算期でも通期黒字達成（23年6月～24年5月）

構造改革

極めて順調

人的資源の最適化・広告宣伝費の抑制など、構造改革が順調に進捗
収益体質の改善は着実に進展

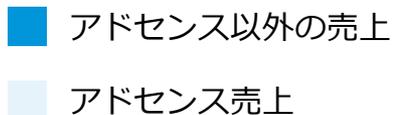
キャッシュポジション

良化

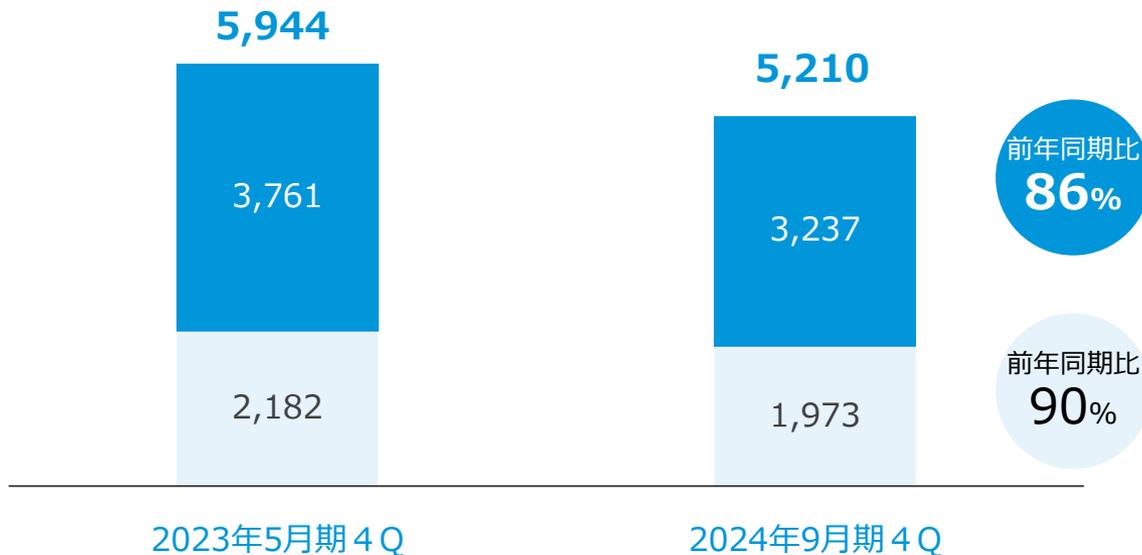
保有資産の選択と集中の一環として関連会社株式の譲渡を行い、関連会社株式売却益等6.6億円を計上
12期以降に向けた成長資金を確保



- ・アドセンス売上は長尺動画の広告単価上昇も、クリエイターの契約変更等の影響により、前年同期比90%。
- ・アドセンス以外の売上はコンテキストドリブンマーケティング売上が前年同期比減となり、前年同期比86%。専属クリエイターとの協働を加速し更なる収益機会の拡大を図る。



(単位：百万円)





- ・ アドセンス及びコンテキストドリブンマーケティングの減収により売上高が前年同期比88%
- ・ 営業利益は前年同期に棚卸資産評価損や投資有価証券評価損などの一過性費用を計上したため増益
- ・ 当期純利益は関連会社株式等の整理を行い大幅増益

(百万円)	24/9期 4Q (2024年3月-2024年5月)	23/5期 4Q (2023年3月-2023年5月)	前年同期比
売上高	5,210	5,944	88%
粗利益	1,669	1,149	145%
販管費	1,490	1,840	81%
営業利益	179	△690	-%
親会社株主に帰属する当期純利益	636	△1,153	-%



- ・ グッズP2C売上は拡大したものの、アドセンス及びコンテキストドリブンマーケティングの減収により前期比91%
- ・ 構造改革が順調に進捗し、営業利益は4Q累計で黒字

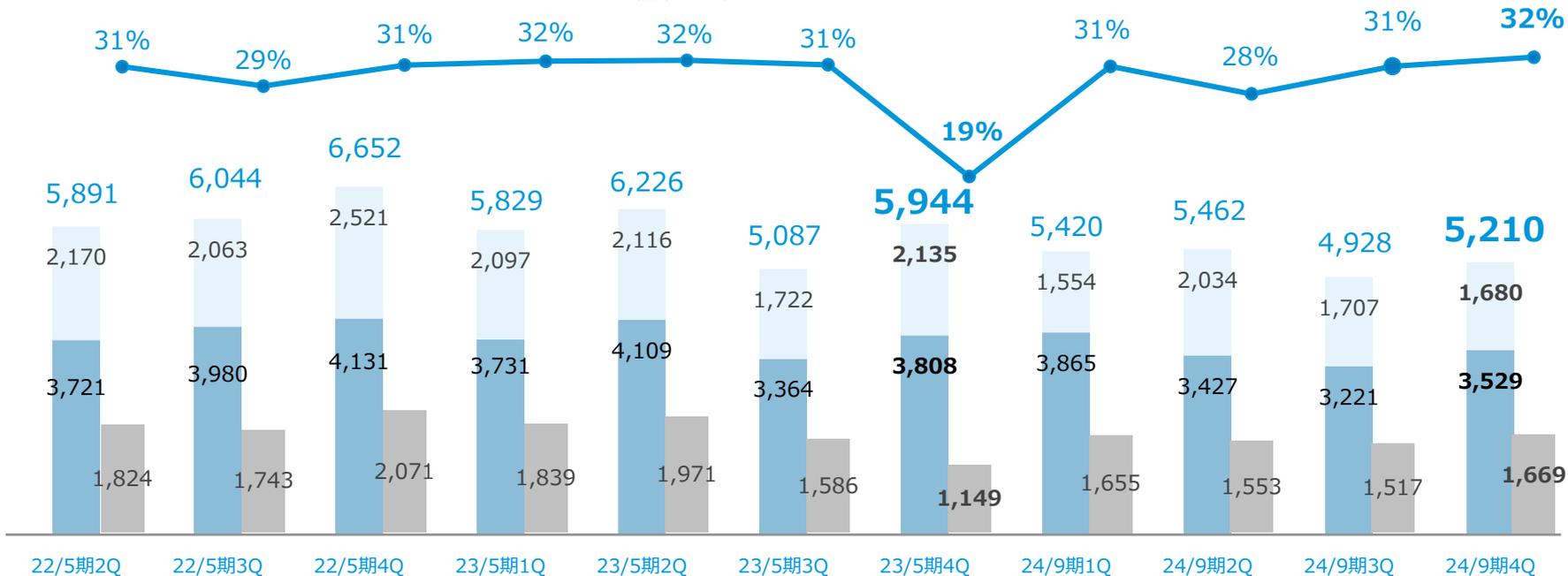
(百万円)	24/9期 4Q累計 (2023年6月-2024年5月)	23/5期 4Q累計 (2022年6月-2023年5月)	前年同期比
売上高	21,021	23,087	91%
粗利益	6,396	6,546	98%
販管費	6,175	6,742	92%
営業利益	220	△195	-%
親会社株主に帰属する当期純利益	328	△1,053	-%



- ・インフルエンサーギャラクシーはアドセンスの減収により前年同期を下回り推移
- ・コンテキストドリブンマーケティング売上も前年同期比減
- ・粗利益率は同水準で推移
(23/5月4Qは一過性費用が一部売上原価計上になったことが大きく影響し一時的に低下)

■ コンテキストドリブンマーケティング売上 ■ 粗利益
■ インフルエンサーギャラクシー売上 ● 粗利益率

(単位：百万円)





- ・インフルエンサーギャラクシー売上は、グッズP2Cが前年同期並みに推移するも、アドセンス・イベントの減収により前年同期比93%
- ・構造改革の一環で売上増減はあるものの、クリエイターの育成、成長を促し周辺領域を広げる

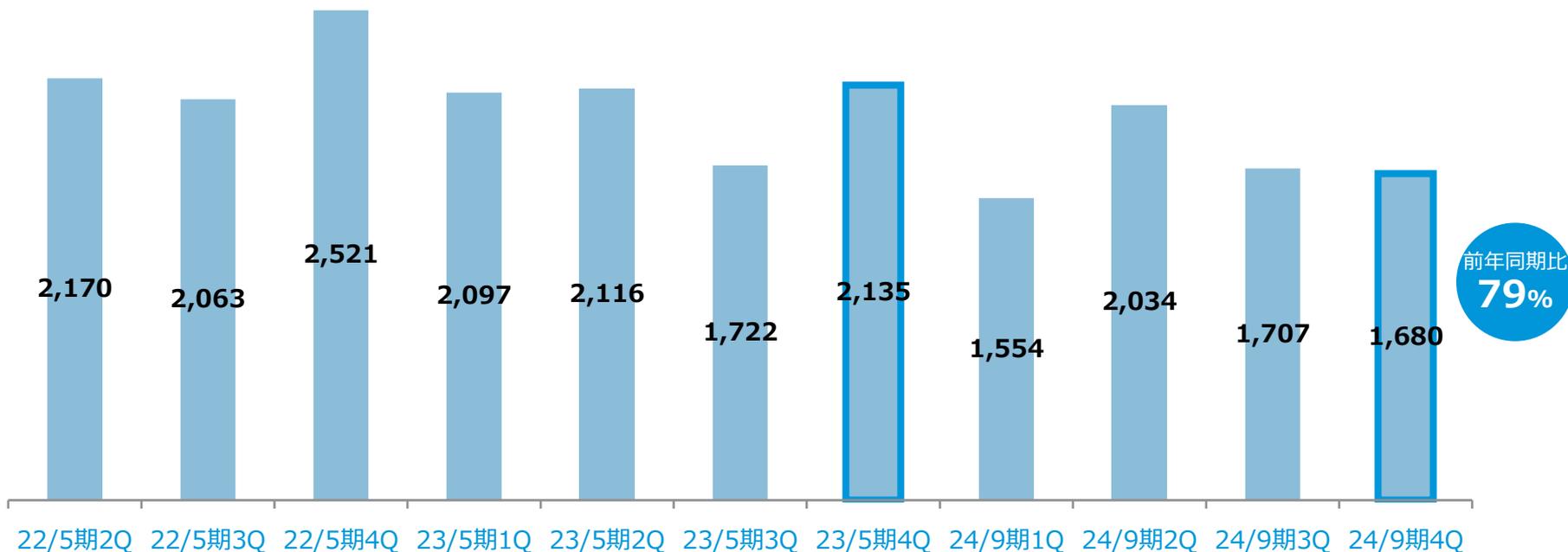


※ネットワーククリエイターの規約見直しに伴い、22/5期4Qよりネットワーククリエイターのアドセンスはネット計上に変更。



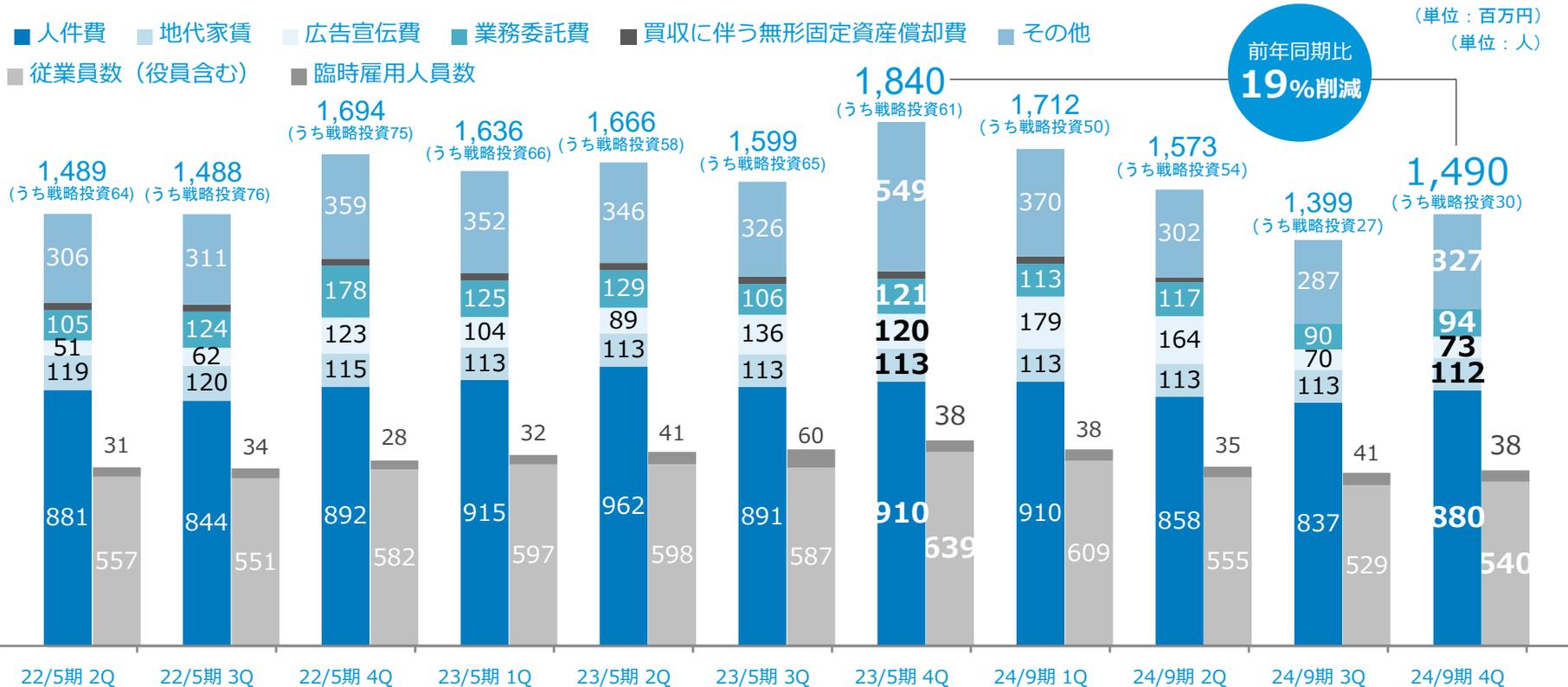
- ・コンテキストドリブンマーケティング売上は前年同期比79%と減収
- ・ショート動画のタイアップや広告運用に特化した新たな組織改編や、営業戦略を再構築し、売上回復を図る

(単位：百万円)





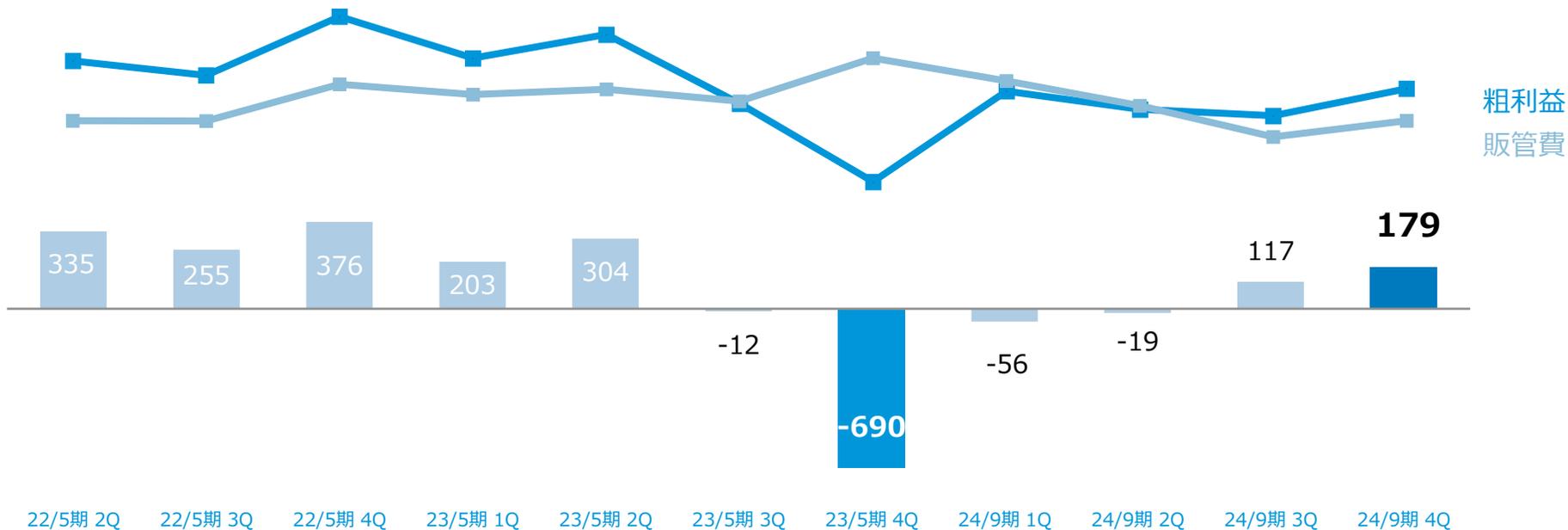
- ・ 構造改革による人員数適正化、広告宣伝費の抑制により販管費の削減を継続
- ・ 販管費合計は前年同期比19%の削減





・ 構造改革による販管費の削減により、営業利益179百万円計上

(単位：百万円)



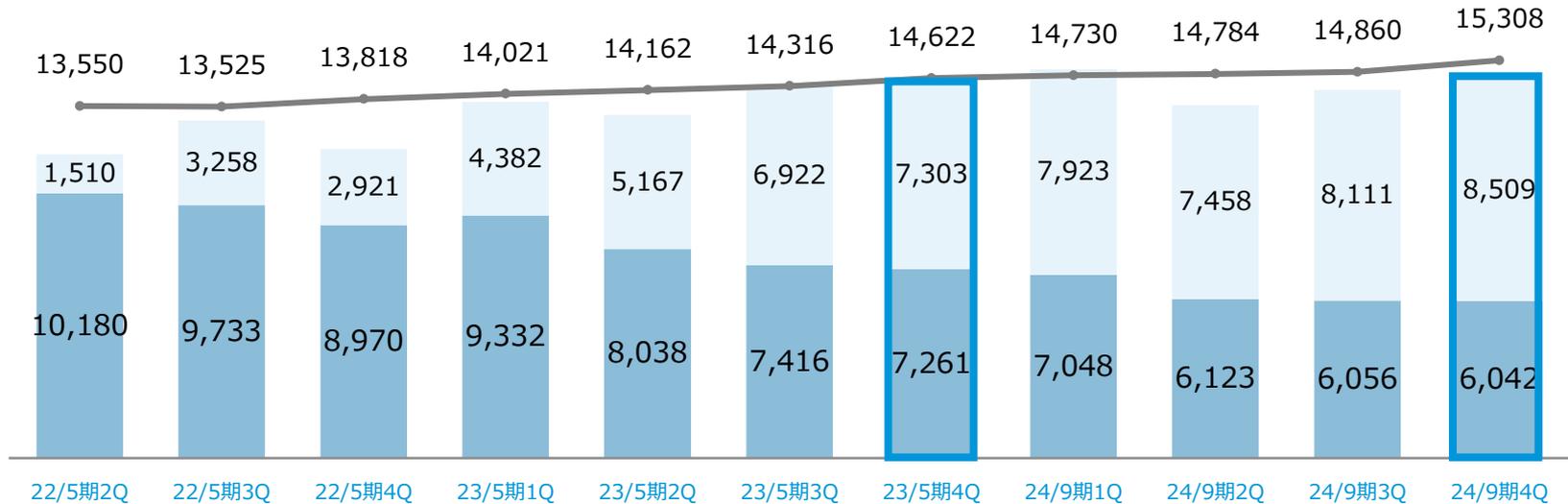
- ・ 全体再生回数は前年同期比100%と横ばい
- ・ ショート除く再生回数はQoQで微減
- ・ ショート動画のマネタイズ施策を拡大中

■ ショート再生回数

■ ショート除く再生回数

● 期末チャンネル数

(単位：百万回、チャンネル)



前年同期比
100%



インフルエンサー
ギャラクシー



YouTubeチャンネル「HikakinTV」の登録者数が1,800万人突破、はじめしゃちょーも1,300万人を突破し、現在は1,400万人に到達

インフルエンサー
ギャラクシー



GWに「フィッシャーズ大運動会」を開催
鬼ごっこや玉入れなどを参加者と一緒に楽しむ

インフルエンサー
ギャラクシー



カラフルビーチが初のオフラインイベントを開催
多くのグッズが完売するなど大盛況

インフルエンサー
ギャラクシー



「みそきん」の再販を実施



インフルエンサー
ギャラクシー



人気ホラーゲーム『青鬼』シリーズ最新作となる『最恐-青鬼-』の販売を開始

インフルエンサー
ギャラクシー



『TOKAI ONAIR OFFICIAL STORE 岡崎公園店』が愛知県岡崎市にてOPEN

コンテキスト
ドリブン
マーケティング



「THE FINALS」国内初の大規模カジュアルイベント「STREAMERS DIVE into THE FINALS」Sponsored by NEXONにて開催

コンテキスト
ドリブン
マーケティング

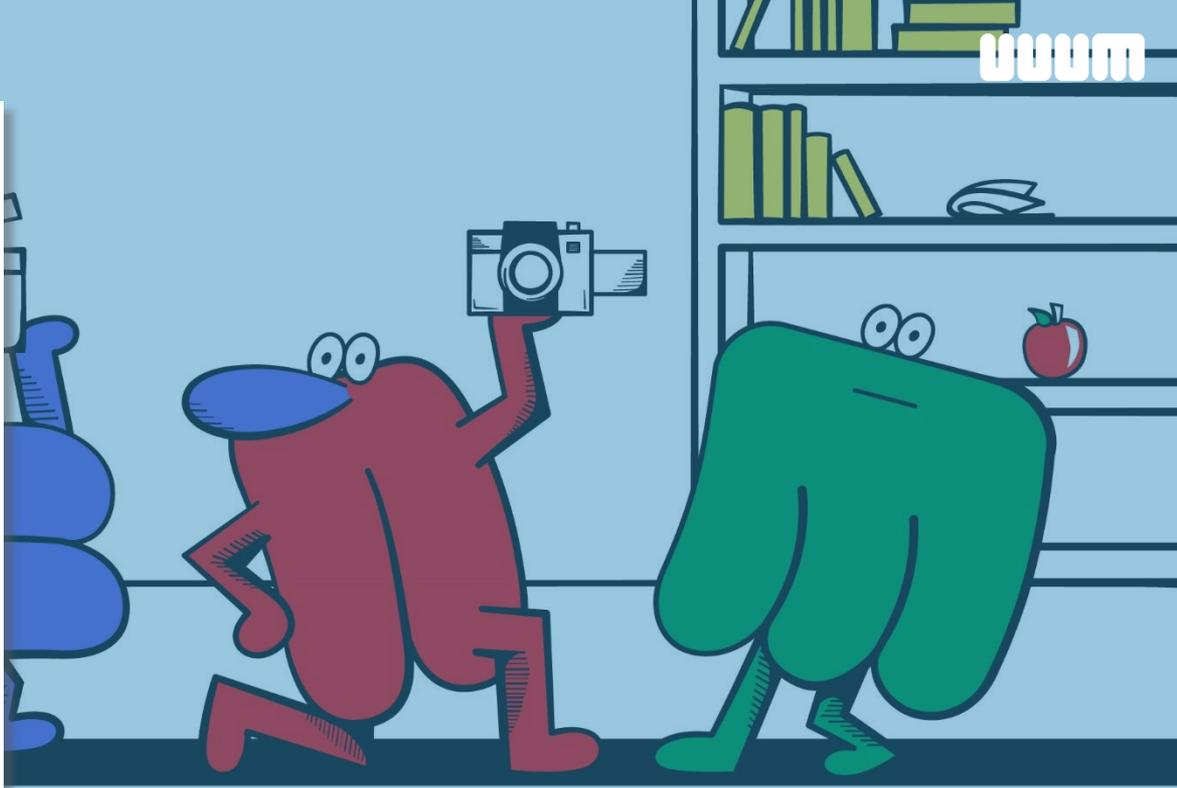


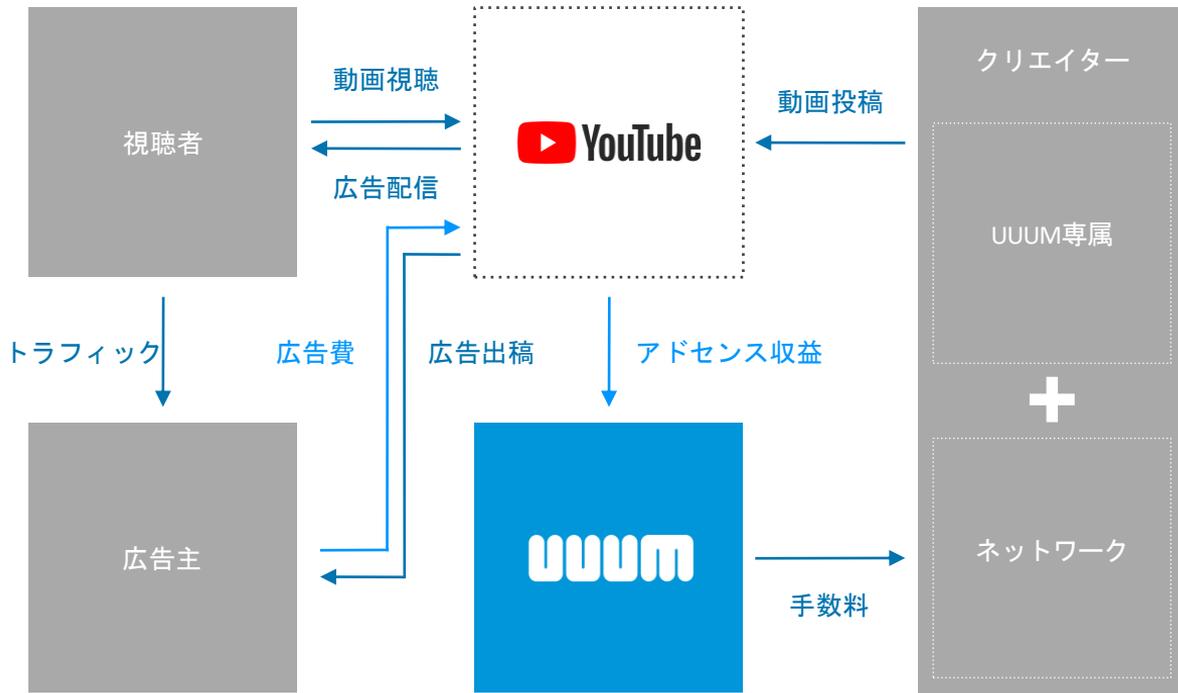
「TikTok for Business Japan Awards 2024」にて“Rising Star Category”でBronze Award、“Agency Category”でQUEST特別賞をW受賞

AGENDA

1. 2024年9月期 3Q決算概要

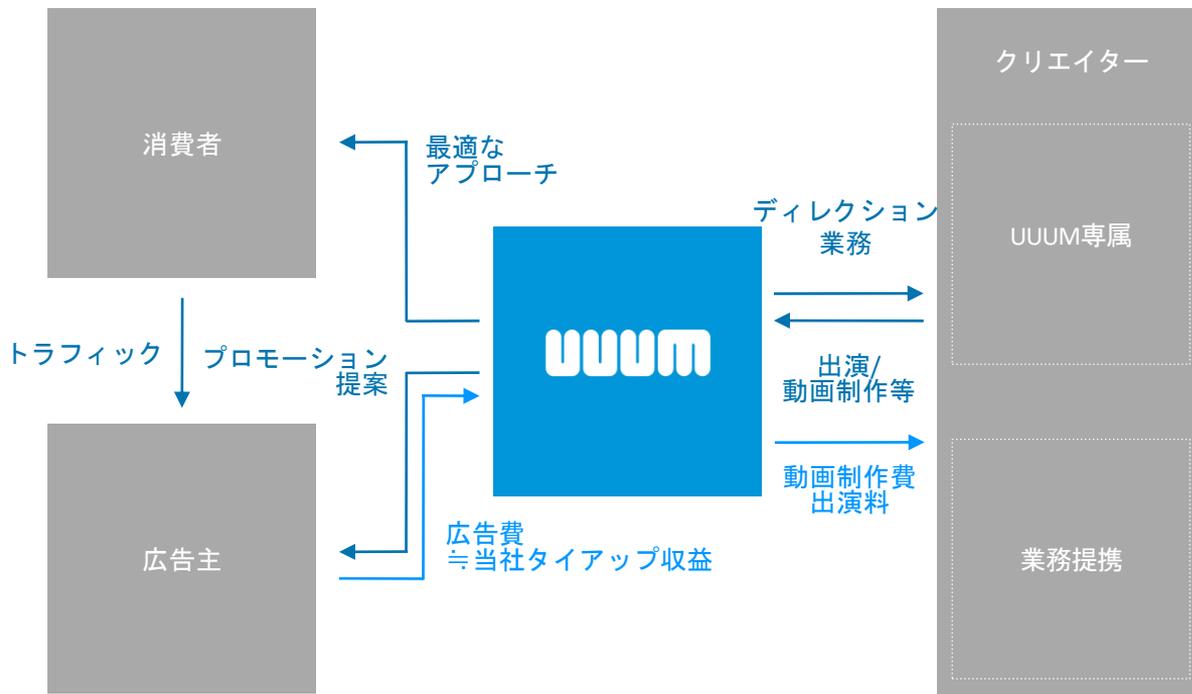
2. 参考資料



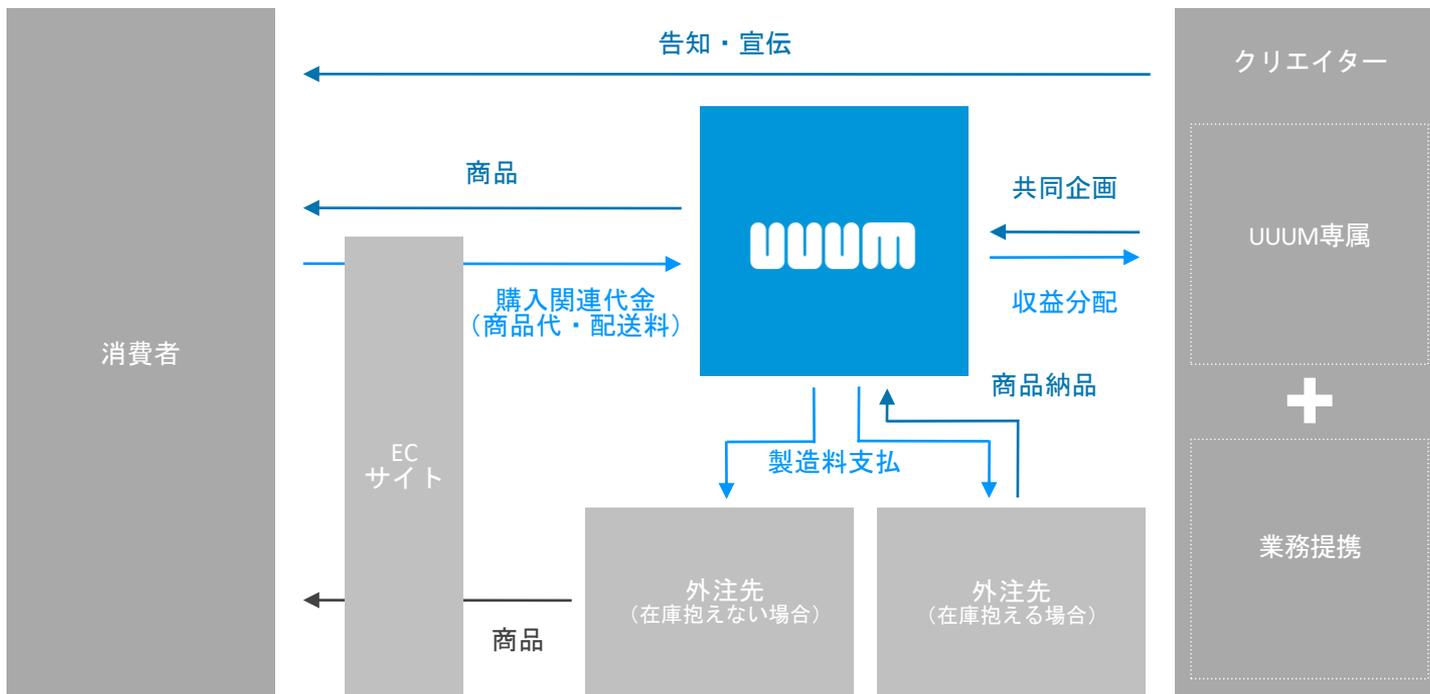


アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価

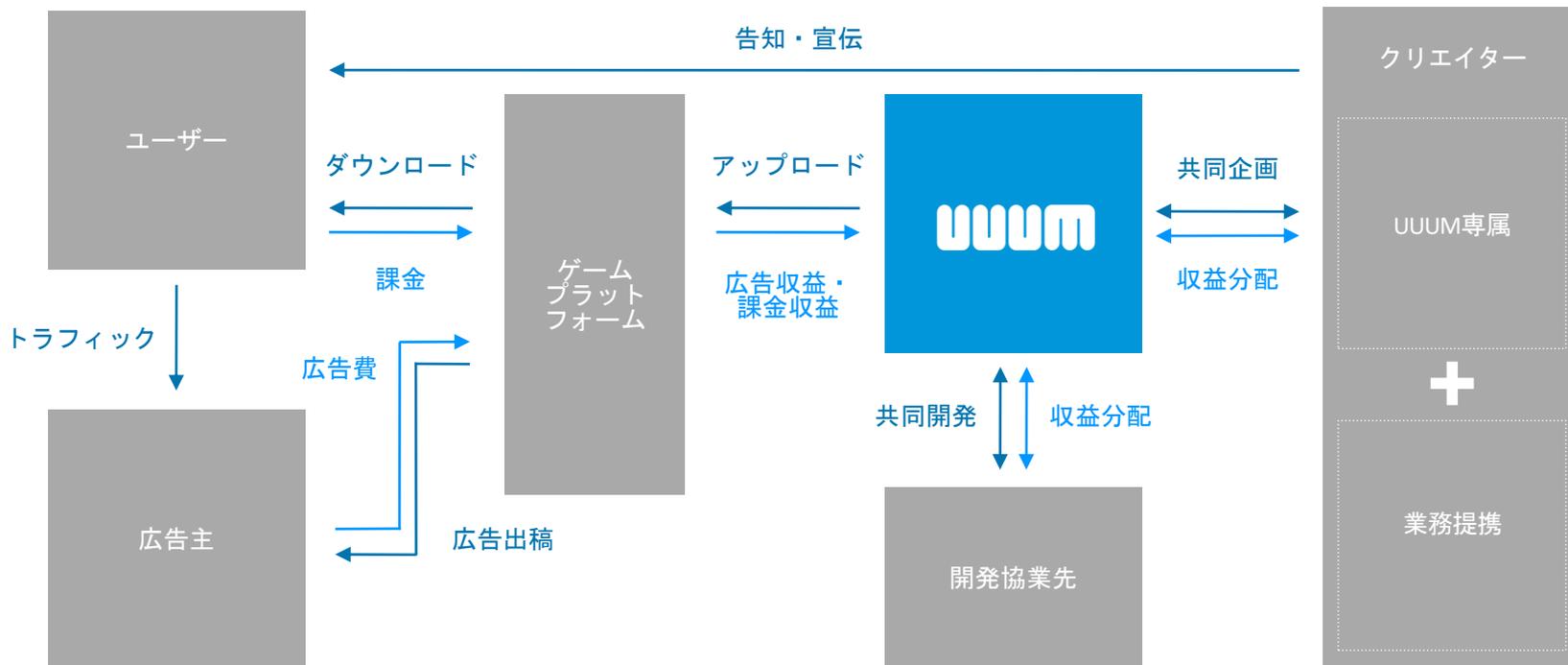
* ネットワーククリエイター等一部のクリエイターについてはアドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価×手数料率



ティアアップ収益（当社売上）＝媒体費・制作費・キャストینگ費・PR費・キャンペーン費等



グッズ収益（当社売上）＝商品代金＋配送料



$$\text{ゲーム収益 (当社売上)} = \text{ゲーム広告収入} + \text{ゲーム課金収入}$$



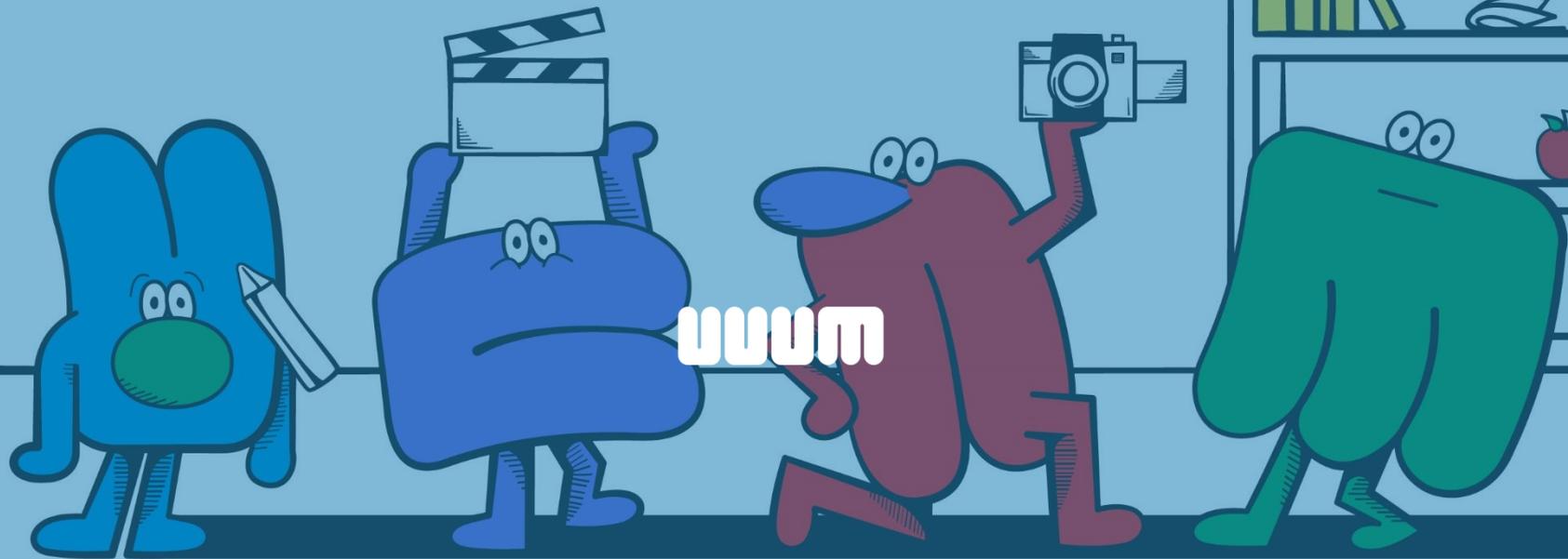
項目	主要なリスク	顕在化の可能性 ／時期	顕在化した 場合の影響度	リスク対応策
広告市場の動向	<ul style="list-style-type: none"> 景気の低迷等の理由による広告出稿の落ち込み 	中／中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> 広告市場におけるビジネス領域の拡大によるシェア拡大 広告市場に依存しないビジネスの拡大
新規事業開発について	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業に関して、予測とは異なる状況が発生し、計画通りに進まない場合 	大／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> 自社の強みを活かした新規事業の選定 撤退ラインの明確化
特定のクリエイターへの依存	<ul style="list-style-type: none"> トップクリエイターの活動が休止・停止した場合 スキャンダルや炎上によりクリエイター活動に影響が生じた場合 	中／中長期	低～中	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターへのコンプライアンスの徹底 幅広いクリエイターとのビジネス拡大

注：その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照



免責事項:

免責事項:本資料は、事業や業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。本資料の内容には当社の判断が含まれており、様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。



Expand the World with Great Zeal