

ツイキャス

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム



2025年1月期決算説明資料 事業計画及び成長可能性に関する事項

モイ株式会社

2025年3月



目次

- 1 会社概要
- 2 事業の特徴と強み
- 3 2025年1月期 決算概要
- 4 2026年1月期 業績予想
- 5 成長戦略



1 会社概要

会社概要

| | |
|-------|--|
| 会社名 | モイ株式会社 (Moi Corporation) |
| 設立年月日 | 2012年2月29日 |
| 代表者名 | 赤松洋介 |
| 事業内容 | ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム「ツイキャス」の企画、開発、運用 |
| 従業員 | 42名(2025年1月末) |



Mission

ミッション

人と人をつなげて
世界中の人々の生活を豊かに変えます

Vision

ビジョン

心地よいコミュニケーション空間＝健全なコミュニティ
を創造し世界中の人々をダイレクトにつなぐ

代表取締役社長 赤松 洋介

- 1994/3 京都大学工学部工学研究科修士課程修了
-
- 1994/4 株式会社オーガス総研
オブジェクト技術部 シニアエンジニア
オブジェクト指向DBシステム開発・コンサルティングを担当
-
- 1996/2 スタンフォード大学
Computer Science 客員研究員
Digital Library Projectに参画
-
- 2000/1 サイボウズ株式会社
サイボウズ Office プロジェクトマネージャー
サイボウズ Office の開発・マーケティング全般の総責任者
-
- 2005/8 サイドフィード株式会社 設立 (現 Moi Labs 株式会社)
代表取締役
-
- 2010/2 ライブ配信サービス「ツイキャス」リリース
-
- 2012/2 モイ株式会社 設立
代表取締役社長



マネジメントチーム – 取締役・監査役



取締役 サービス運用本部長
芝岡寛之

サイボウズ株式会社でWebアプリエンジニアを経験。サービス黎明期から当社に参画し、2013年取締役に就任。



取締役 経営管理本部長
入山高光

サイボウズ株式会社で海外事業立上げに従事後、ヤフー株式会社で新規事業開発等を担当。2020年に当社取締役に就任。



社外取締役
本田謙

株式会社フリークアウト代表取締役に就任等を経て、2018年株式会社フリークアウト・ホールディングス代表取締役社長Global CEO就任。2019年当社社外取締役に就任。



常勤監査役(社外)
石崎文雄

Korea University 招聘准教授、南山大学教授等を経て、株式会社Orchestra Holdings常勤監査役などを歴任。2019年に当社監査役に就任。



監査役(社外)
竹内亮

朝日新聞を経て、2008年に弁護士登録後、2019年鳥飼総合法律事務所パートナー就任。2020年より当社監査役に就任。



監査役(社外)
伊藤耕一郎

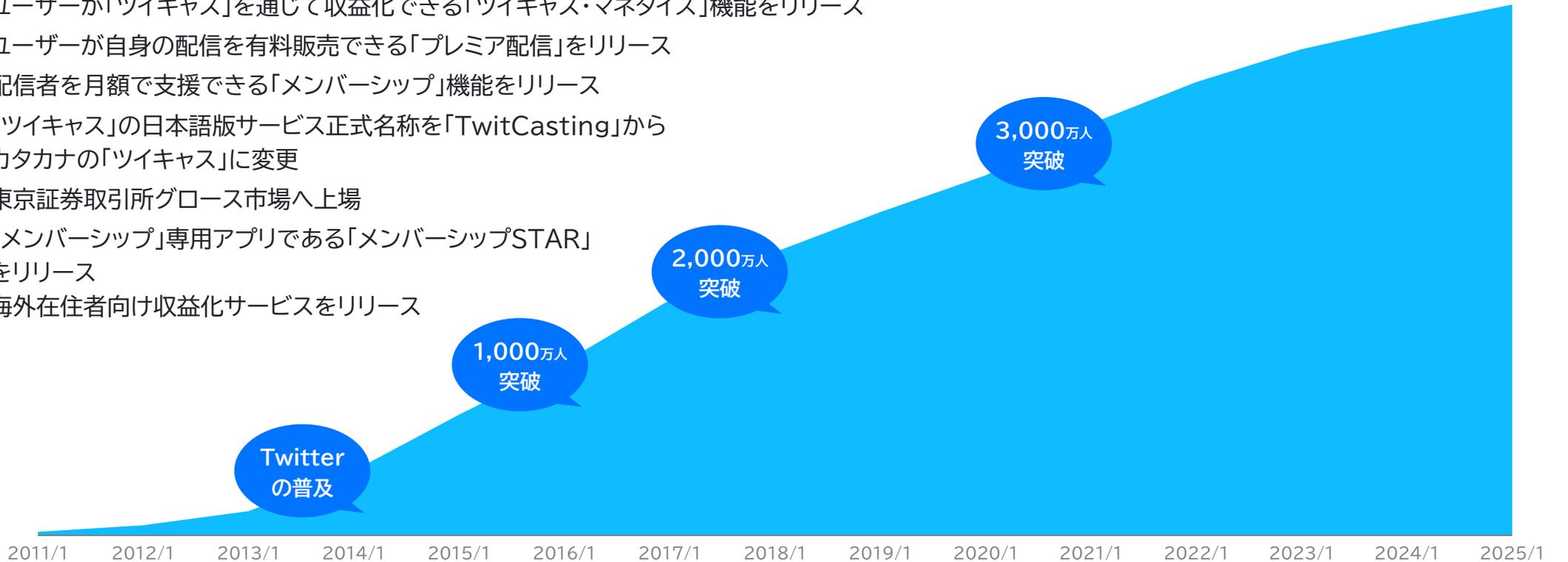
ゴールドマン・サックス証券株式会社、税理士法人プライスウォーターハウスクーパーズを経て独立し、2011年伊藤国際会計税務事務所開業。2020年より当社監査役に就任。

沿革とツイキャストの成長

スマホ・SNSと共に成長 / 若年層・女性が安心 / コミュニケーションにフォーカス

- 2012年2月 サイドフィード株式会社からの会社分割にてモイ株式会社を設立
- 2015年4月 有料チケット販売サービス「キャストマーケット」(現:公式ストア)をリリース
- 2018年6月 ユーザーが「ツイキャスト」を通じて収益化できる「ツイキャスト・マネタイズ」機能をリリース
- 2020年3月 ユーザーが自身の配信を有料販売できる「プレミアム配信」をリリース
- 2020年11月 配信者を月額で支援できる「メンバーシップ」機能をリリース
- 2021年8月 「ツイキャスト」の日本語版サービス正式名称を「TwitCasting」からカタカナの「ツイキャスト」に変更
- 2022年4月 東京証券取引所グロース市場へ上場
- 2022年8月 「メンバーシップ」専用アプリである「メンバーシップSTAR」をリリース
- 2023年8月 海外在住者向け収益化サービスをリリース

ツイキャスト
累計登録ユーザー数*



* サービス開始から2025年1月末までの累積登録ユーザー数。

2 事業の特徴と強み

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム「ツイキャス」の運営

| サービス | プラットフォーム | 概要 |
|--|---|--|
| ツイキャス  | iOS ・ Android ・ Web (Browser) | スマホ1台で、誰でも、簡単に、無料で、生放送を配信・視聴できるライブ配信サービス。 |
| 公式ストア  | | 有料のオンラインライブを手軽に開催できる「プレミアム配信」機能を備えたオンラインストア。 |
| メンバーシップ  | | 視聴者が毎月定額で継続的に配信者を応援できるサブスクリプションサービス。 |

ツイキャス

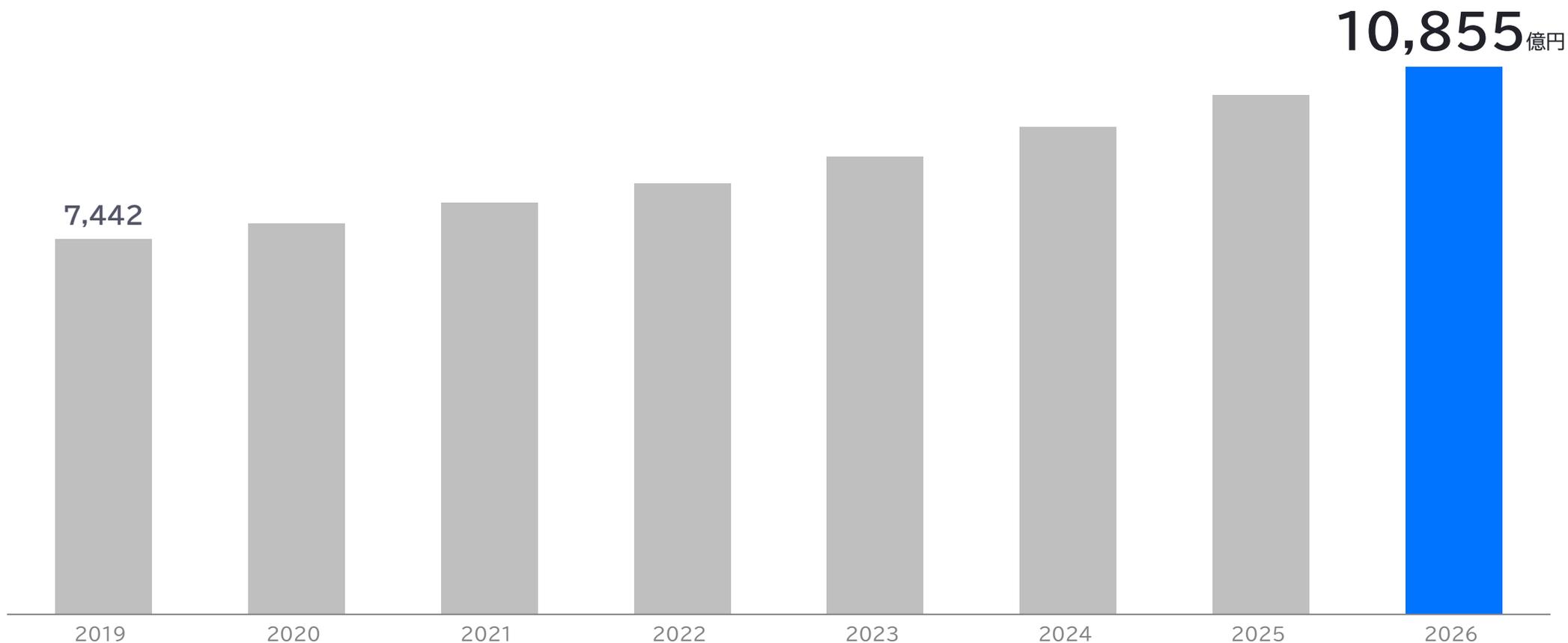
ツイキャスとは？

あらゆる人の集まりをオンライン化し、
快適なコミュニケーションを発生させるプラットフォーム



動画投稿・ライブ配信サービスの市場規模

動画投稿・ライブ配信*1の市場規模*2は2026年に1.08兆円と推計*3



- *1 「YouTube」や「ニコニコ動画」などの、消費者や企業が動画を投稿できる動画投稿サービス、および「SHOWROOM」「17 LIVE」など、消費者や企業がライブ配信できるライブ配信サービスに関連する分野を「動画投稿・ライブ配信市場」と定義する。
- *2 動画投稿サービスおよびライブ配信サービスにおける「プレミアム会員費」「ファンクラブ会員費」「ギフティング」「アバター購入費」、動画投稿者・ライブ配信者の「関連イベントへの参加費」「関連グッズの購入費」、動画投稿者・ライブ配信者が宣伝する「商品の購入費」を含めるほか、動画投稿サービスおよびライブ配信サービス上で掲載される「インターネット広告料(広告製作費は除く)」を含む。なお、これらのうち、2019年度の広告費は、電通によるインターネット広告媒体費総額の推計値よりNRIが推計。2020年度以降はNRI予測。
- *3 出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発行

当社が見据える市場セグメント

ライブ配信の市場規模は1,399億円*5と推定



*1 当社2025年1月期の売上高。

*2 「YouTube」や「ニコニコ動画」などの、消費者や企業が動画を投稿できる動画投稿サービス、および「SHOWROOM」「17 LIVE」など、消費者や企業がライブ配信できるライブ配信サービスに関連する分野を「動画投稿・ライブ配信市場」と定義する。

*3 動画投稿サービスおよびライブ配信サービスにおける「プレミアム会員費」「ファンクラブ会員費」「ギフトリング」「アバター購入費」、動画投稿者・ライブ配信者の「関連イベントへの参加費」「関連グッズの購入費」、動画投稿者・ライブ配信者が宣伝する「商品の購入費」を含めるほか、動画投稿サービスおよびライブ配信サービス上で掲載される「インターネット広告料(広告製作費は除く)」を含む。なお、これらのうち、2019年度の広告費は、電通によるインターネット広告媒体費総額の推計値よりNRIが推計。2020年度以降はNRI予測。

*4 出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発刊

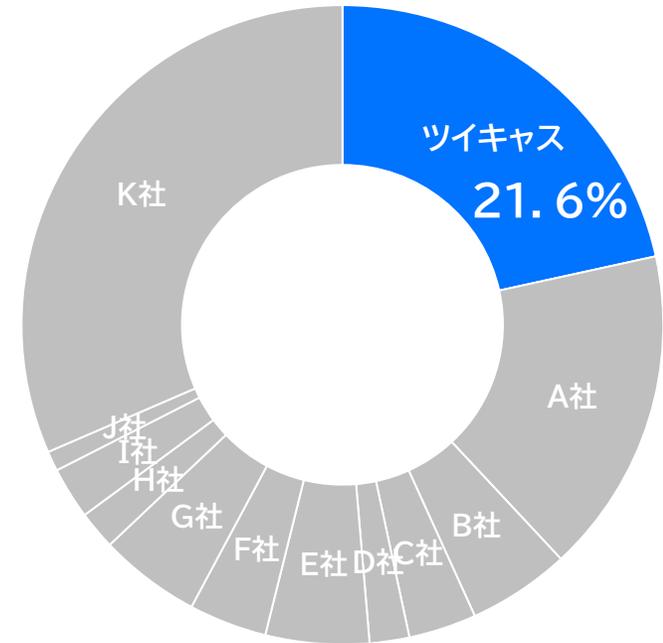
*5 *4における株式会社野村総合研究所による2021年度当該市場規模推計値を前提として、ライブ配信アプリ市場における月間アクティブユーザー数(自社調査による2021年8月時点での集計値)をもとに自社で試算した推計値。

国内ライブ配信アプリ市場における当社サービスのポジション

国内ライブ配信アプリMAU^{*1}シェア21.6%^{*2*3}



主要12アプリにおけるMAUシェア



*1 MAU:月間アクティブユーザー数。

*2 国内ライブ配信アプリ各社のMAU比率は、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手した2025年1月末時点の情報を元に自社で集計しております。なお各比率を計算する際に使用した母数は、対象とした12アプリの各MAUの合計となります。

*3 スマートフォンなどを使った動画の生配信及びそれらの視聴を主目的としたアプリが対象となります。YouTube、Instagram、TikTok等、ライブ配信機能を有するSNSサービスについては、対象に含まれておりません。

サービス特徴

エンターテイメント

ゲーム性の高いイベントに課金

当社が得意とする領域

コミュニケーション

「快適」な交流から
生まれる満足度に課金

コンテンツ

著名人・コンテンツの価値に課金

サービスの成長を支える仕組みを構築

- ユーザー基盤拡大に貢献する多様な配信文化
- 「快適」を支えるコミュニティ運営と独自インフラ
- コミュニケーションから収益が生まれる仕組み

ユーザー基盤拡大に貢献する多様な配信文化

様々な仕組みや技術で配信文化の多様化をサポート



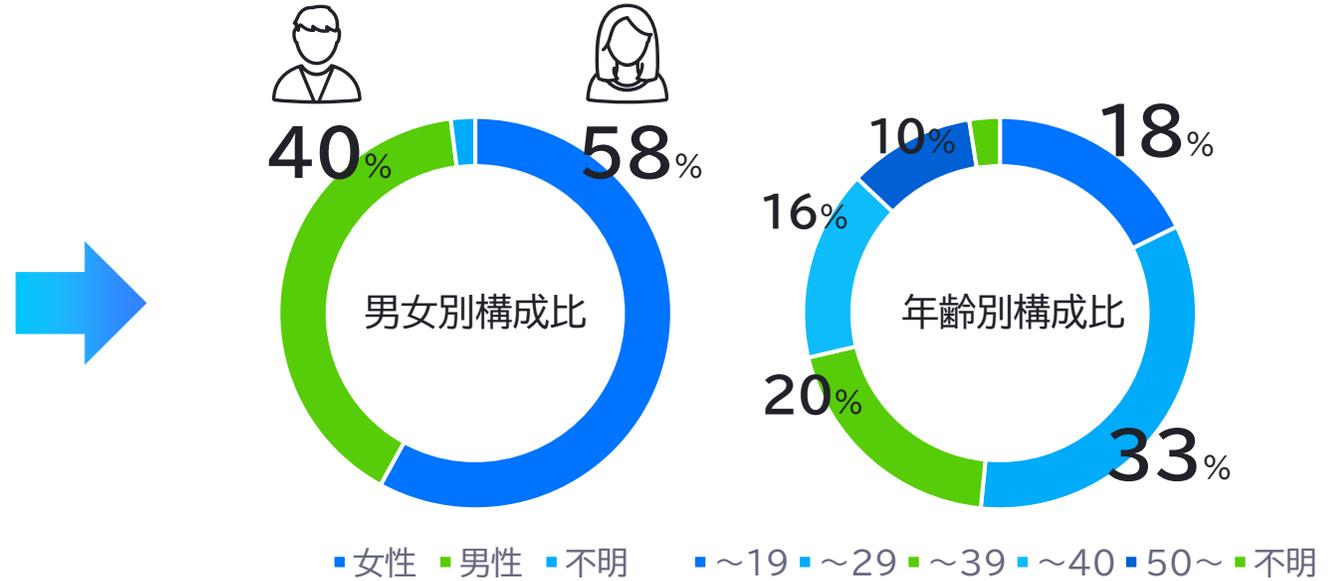
「快適」を支えるコミュニティ運営

10年以上の運営ノウハウと仕組みのシステム化により、女性・若年層が安心できるコミュニティを構築

ユーザーが安心して使えるコミュニティとそれを支える健全な運営システム



女性比率が高く、10代・20代が中心、30代以上も増加傾向



* ユーザーの性別分布及び年齢分布は、2024年2月1日から2025年1月31日までの1年間を対象とした実績値を集計しております。集計データは全て、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手したものを利用しております。

「快適」なコミュニティ運営のための主な取組

| トピック | 主な取組内容 |
|----------------|---|
| 児童・未成年ユーザー保護対応 | <ul style="list-style-type: none">ユーザー登録時に年齢確認を行い、未成年ユーザーに対して月間のポイント購入金額に上限を設定し未成年による多額のポイント購入を未然に防止児童ユーザーに対する出会い系コメントや露出を誘導するコメントをシステムで自動検知し、アカウントの自動規制や注意喚起を行うことで、児童被害の発生・拡大を防ぐ「ツイキャス」の収益化機能を通じて報酬を受け取ることができる対象を法人または18歳以上※の個人に限定することで、未成年ユーザーが金銭トラブルに巻き込まれるリスクを最小化 ※条件を満たした15歳以上の個人は、収益化機能を制限付きで利用して報酬を得ることが可能15歳未満のユーザーに対してセンシティブ・コンテンツ(未成年の視聴にふさわしくないコンテンツ)の表示制限を実施 |
| 配信者保護対応 | <ul style="list-style-type: none">ライブ配信中のユーザー間トラブル発生を事前に防止する仕組みとして、特定のユーザーや単語をブロックできるNG機能を提供ライブ配信中の迷惑コメントをシステムで自動検知し、アカウントの自動規制を実施配信者がユーザーを指定し、そのユーザーが、その配信者のライブ配信内で投稿された迷惑コメントをリアルタイムで削除できる機能(モデレーター機能)を提供 |
| ユーザー啓蒙活動推進 | <ul style="list-style-type: none">利用規約やサービスを利用する上でのルールや注意事項を記載したコミュニティ・ガイドラインをはじめとする様々なガイドラインを設け禁止行為を明確にし、ユーザーに周知徹底するための啓蒙活動を継続的に実施 |
| 著作権保護対応 | <ul style="list-style-type: none">著作権に関するガイドライン、楽曲利用に関する注意喚起ページ、ゲーム実況配信に関するガイドライン等を公開し、ユーザーに注意啓発を実施著作権者専用の通報フォームを設置し、著作権侵害行為に対して迅速に対応できる体制を構築著作権を有する権利団体や個別の会社との間で、サービス上の利用に関する包括契約を締結 |
| サービス監視体制 | <ul style="list-style-type: none">アウトソーシング(外部委託)の活用による24時間365日監視対応ユーザー等からの報告による違反行為の早期発見と早期対応無作為サンプリングによるリアルタイムでの配信監視の実施アカウント規制判断基準の定期評価及び更新 |
| ユーザー主導監視促進 | <ul style="list-style-type: none">ユーザーによる違反行為の報告を容易にするためシンプルなユーザー通報機能の提供、認知しやすい位置への設置および通報機能の継続的な改善コミュニティ・ガイドライン等において違反行為に対するユーザー報告を啓発ユーザー通報に対して適切かつ速やかに対応することにより、ユーザーコミュニティ間で「違反行為を報告すれば適切に対応される」という意識を醸成 |

「快適」を支える独自インフラ

大規模な双方向コミュニケーションを低遅延で実現

- 1 オンプレミスによる大規模&低コスト運用の実現
- 2 クラウド併用による柔軟な拡張性
- 3 スマホ・遅延に特化した独自のシステム設計
- 4 配信システムのBCP対応による事業継続性の強化



低コスト

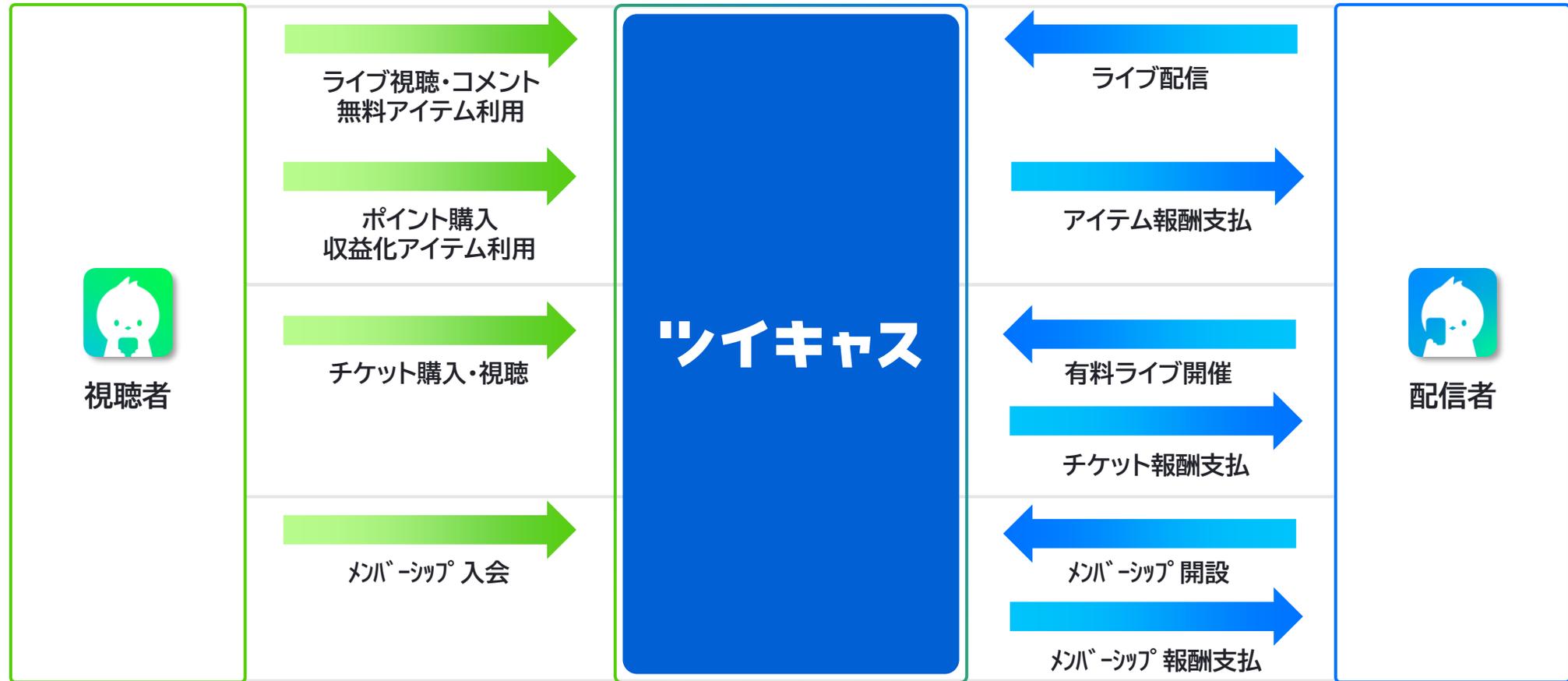


大規模

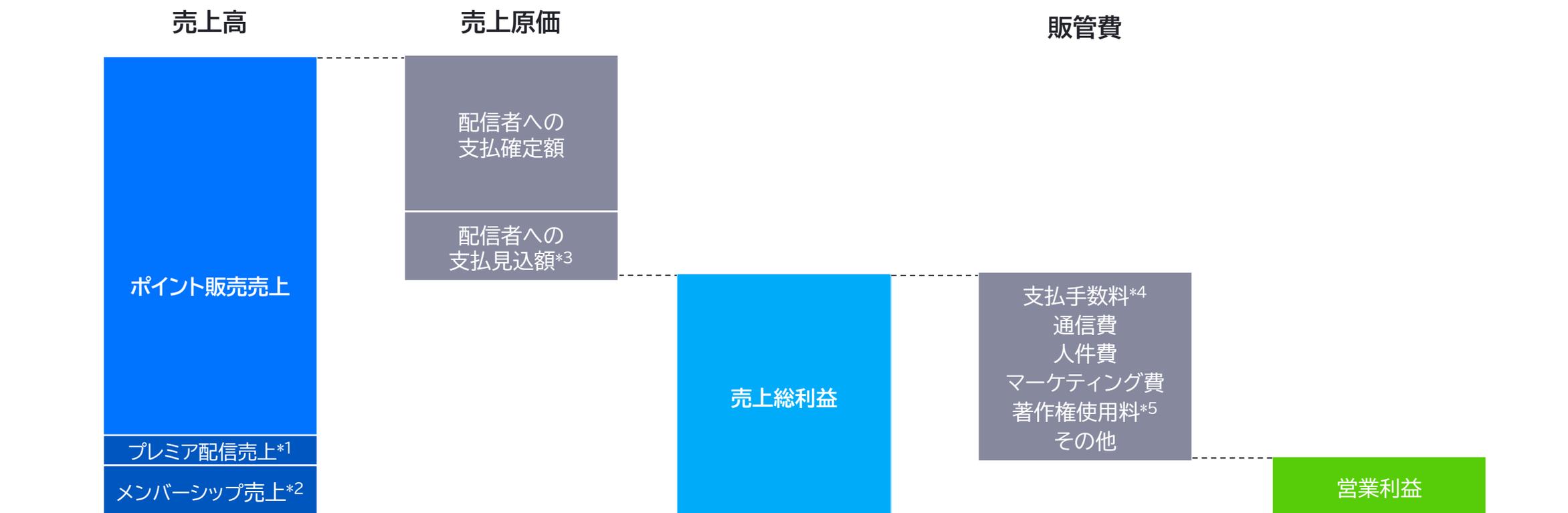
低遅延 = 快適なコミュニケーション
による満足度の向上

コミュニケーションから収益が生まれる仕組み

ライブ配信から生まれるコミュニケーションを多様な形で収益化



収益構造



*1 公式ストアにおけるチケット・コンテンツ販売手数料売上等となります。2025年1月期における売上高全体に占める割合は3.4%となります。

*2 メンバーシップ販売手数料売上となります。2025年1月期における売上高全体に占める割合は6.7%となります。

*3 将来に配信者へ支払を行う可能性の高い金額のうち、一定額を見込額として売上原価計上しております。

*4 Apple、Googleなどのプラットフォームに対して支払う決済手数料になります。

*5 音楽著作権等の利用に伴いJASRAC、NexTone等に対して支払う使用料等になります。

業績の実績推移

| 単位:千円 | 第9期 (実績) | 第10期 (実績) | 第11期 (実績) | 第12期 (実績) | 第13期 (実績) |
|--------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | 2021年1月 | 2022年1月 | 2023年1月 | 2024年1月 | 2025年1月 |
| 売上高 | 5,479,467 | 6,552,032 | 6,607,710 | 6,433,375 | 6,592,963 |
| 売上原価 | 2,800,414 | 3,313,094 | 3,304,754 | 3,221,159 | 3,230,726 |
| 売上総利益 | 2,679,053 | 3,238,937 | 3,302,955 | 3,212,216 | 3,362,237 |
| 販売費及び一般管理費 | 2,812,713 | 3,036,833 | 3,198,601 | 3,069,557 | 3,129,669 |
| 営業利益又は営業損失(△) | △ 133,660 | 202,103 | 104,354 | 142,658 | 232,568 |
| 経常利益又は経常損失(△) | △ 136,237 | 206,214 | 105,310 | 156,724 | 256,180 |
| 税引前当期純利益又は当期純損失(△) | △ 136,237 | 206,176 | 105,310 | 148,646 | 96,180 |
| 当期純利益又は当期純損失(△) | △ 146,616 | 246,652 | 53,425 | 194,105 | 27,830 |

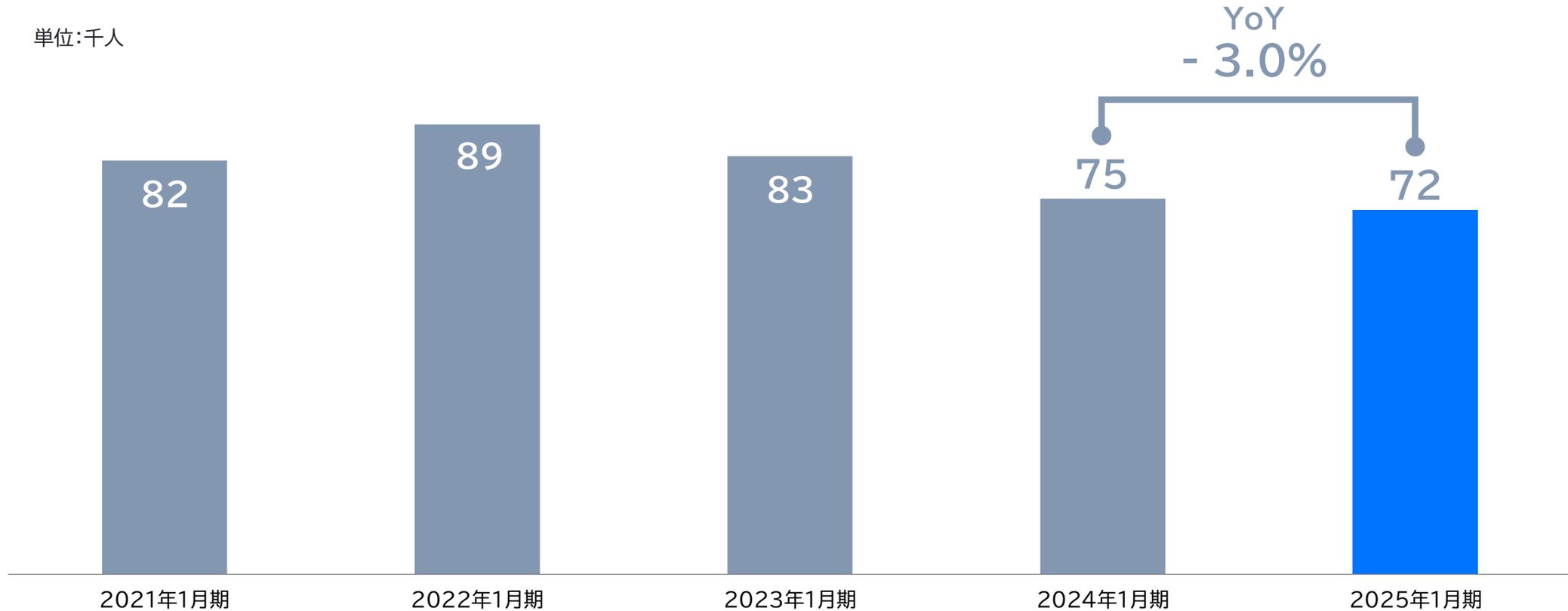
主要KPI(実質売上総利益・ポイント販売売上・ポイントPU・ポイントARPPU)



ポイントPU(月間ポイント購入ユーザー数)の実績推移

ライブ配信市場における競争環境の変化等の影響が継続し、前年同期比で減少

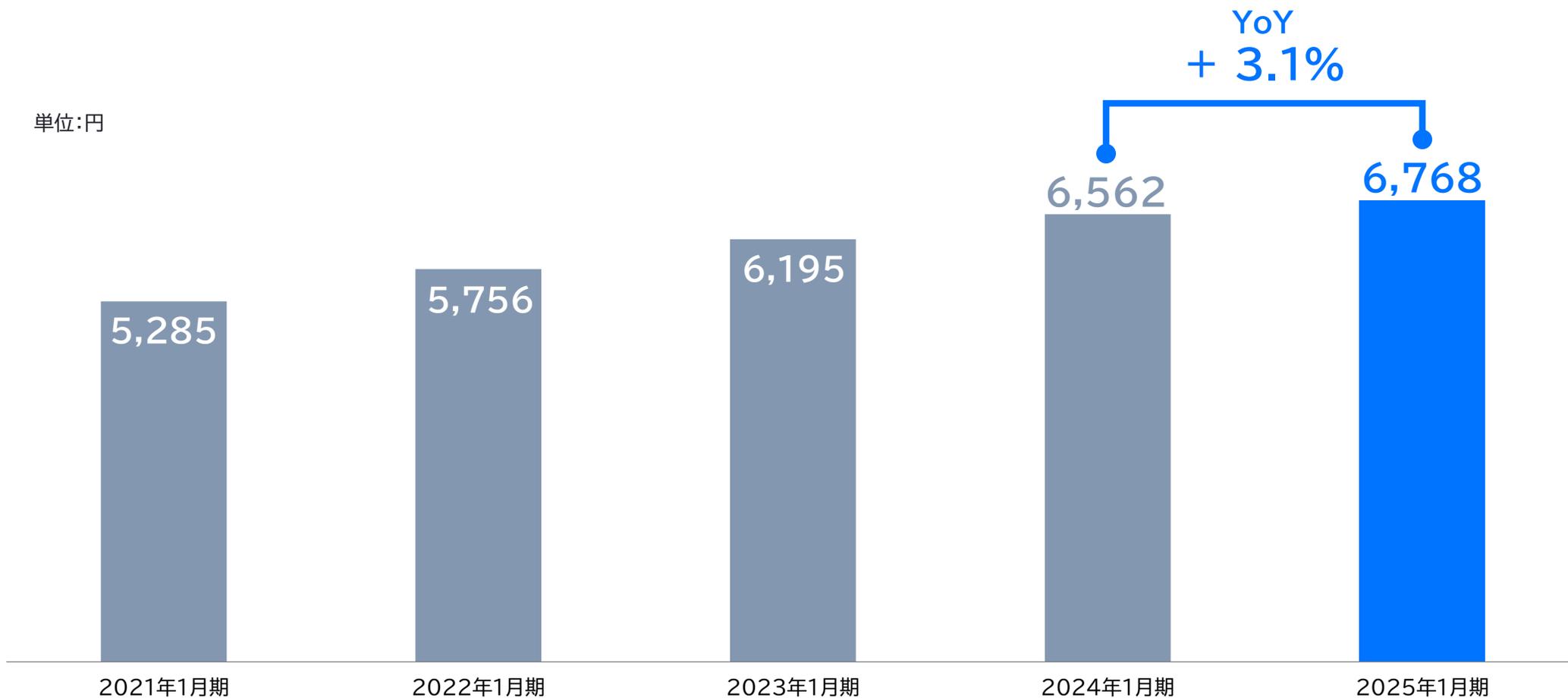
単位:千人



* 各事業年度における月間平均ポイント購入ユーザー数。

ポイントARPPU(ポイント購入ユーザーあたり月間平均課金額)の実績推移

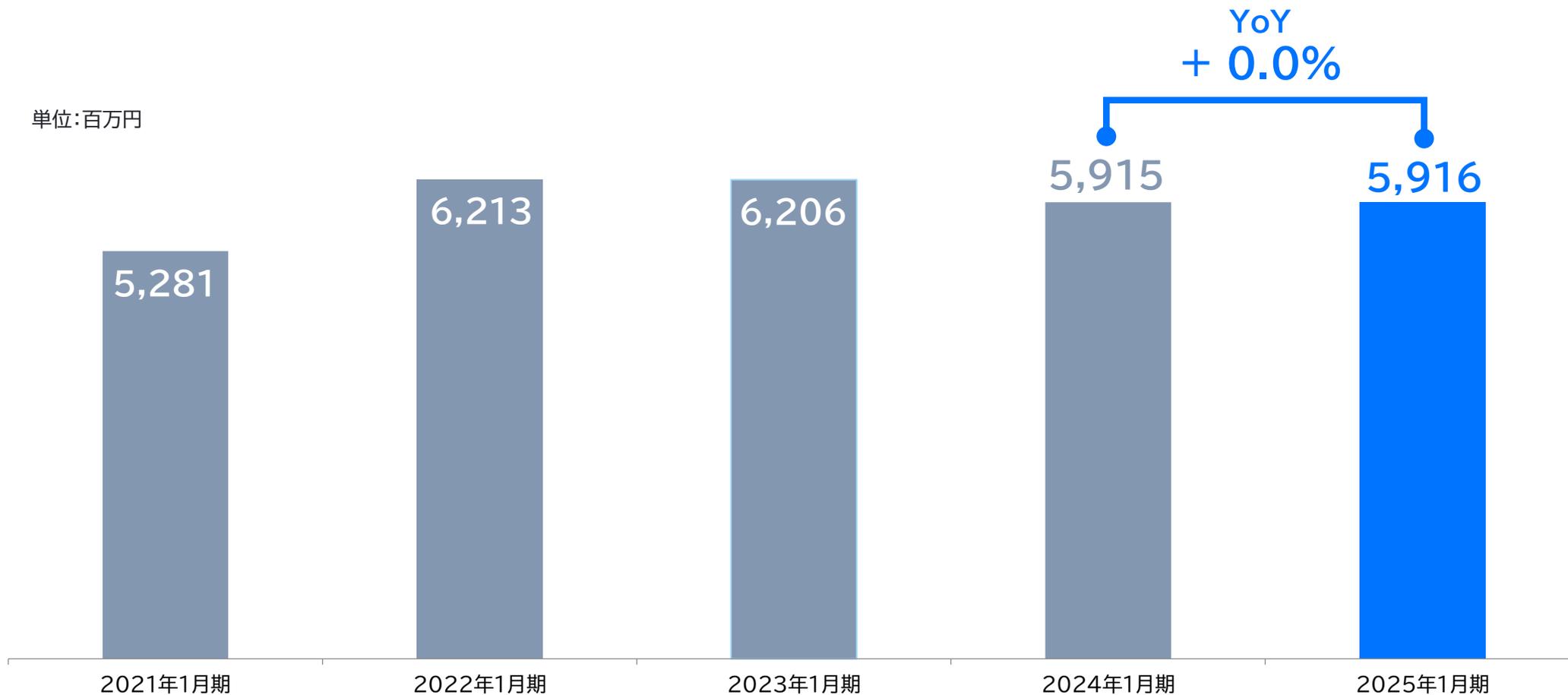
プロモーション施策の効果等により、健全な範囲での増加を継続



* 各事業年度におけるポイント購入ユーザーあたりの月間平均課金額。

ポイント販売売上の実績推移

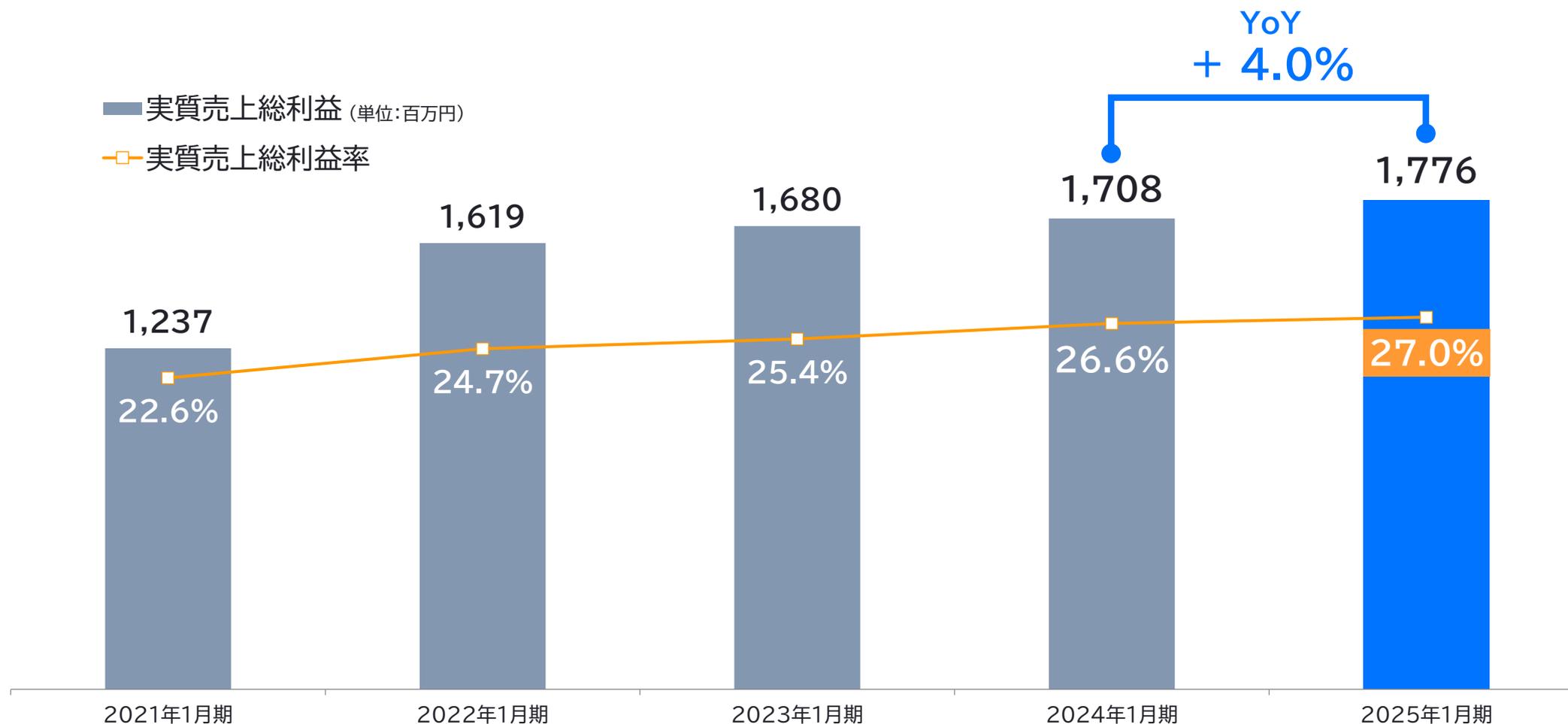
ポイントPUの減少をポイントARPPUの増加がカバーし、前年同期比で微増



* 各事業年度末におけるポイント販売売上合計。

実質売上総利益の実績推移

メンバーシップ売上のさらなる成長により、増加傾向を継続
実質売上総利益率は前年同期比で+0.4pt上昇



* 各事業年度末における実質売上総利益。

3 2025年1月期 決算概要

2025年1月期 主なトピック: ユーザー満足度の向上

- 人気キャラクターとのコラボレーションイベントの開催。



©吉崎観音/KADOKAWA・BNP・テレビ東京・NAS・BV



© '24 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. G650037

- 季節イベントに連動した限定アイテムの公開。



- 配信者とリスナー双方のエンゲージメントを高めるユーザー参加型キャンペーンの実施。



- 新しい公式キャラクター「ソノヒグラシ」のデビュー。



2025年1月期 主なトピック：プラットフォームの規模拡大

- 配信音声のリアルタイム文字起こし機能「ライブ字幕」を公開。



- スマホだけで手軽に3Dアバター配信が可能となる「3Dアバター」機能を公開。



- 「Moi Records」による歌手文化促進イベントの開催。



- 収益化サービスの海外対象エリアを拡大。



オーストラリア



カナダ



シンガポール



インドネシア



アメリカ
※カリフォルニア州を除く。



台湾



韓国



香港

業績ハイライト

| 2025年1月期4Q | 会計期間 | YoY | 累計期間 | YoY |
|------------|----------|----------|----------|---------|
| ポイントPU | 71千 | - 3.7% | 72千 | - 3.0% |
| ポイントARPPU | 6,900円 | + 6.0% | 6,768円 | + 3.1% |
| ポイント販売売上 | 1,485百万円 | + 2.0% | 5,916百万円 | + 0.0% |
| 売上高 | 1,665百万円 | + 3.5% | 6,592百万円 | + 2.5% |
| 実質売上総利益 | 447百万円 | + 5.3% | 1,776百万円 | + 4.0% |
| 営業利益 | 48百万円 | + 268.1% | 232百万円 | + 63.0% |

競争環境の変化等の影響を受け、ポイントPUが減少したが、ポイントARPPUが増加した影響により、ポイント販売売上は、YoYで微増に。

売上高と実質売上総利益は、順調に成長したメンバーシップが牽引し、YoYで増加。

売上高と連動した売上総利益の増加と、マーケティング費用、減価償却費等の最適化による販管費の圧縮等の影響により、営業利益は、YoYで大幅なプラスに。

主なコストの推移

| 2025年1月期4Q | 会計期間 | YoY | 累計期間 | YoY |
|------------------|--------|---------|----------|---------|
| 売上原価 (ユーザー報酬) | 808百万円 | + 1.1% | 3,230百万円 | + 0.3% |
| 手数料 | 408百万円 | + 6.4% | 1,585百万円 | + 5.3% |
| インフラ | 142百万円 | - 5.8% | 575百万円 | - 4.4% |
| 体制強化 | 171百万円 | + 9.2% | 628百万円 | + 5.6% |
| マーケティング | 34百万円 | - 35.1% | 118百万円 | - 22.1% |

■ 配信者の取分である売上原価は、ポイント販売売上に連動して微増。

■ メンバーシップの規模拡大に伴うアプリ決済数増加の影響により、手数料費用はYoYで増加。

■ インフラ関連費用は、サーバー設備投資が一区切りしたことによる減価償却費の減少に伴い、YoYで減少。

■ 新規採用や昇給による人件費の増加により、体制強化費用は計画通りの着地。

■ マーケティング費用は、期を通して施策の費用対効果の向上を実現した結果、YoYで減少。

ポイントPUとポイントARPPUの推移

ポイント販売売上

=

ポイントPU

×

ポイントARPPU

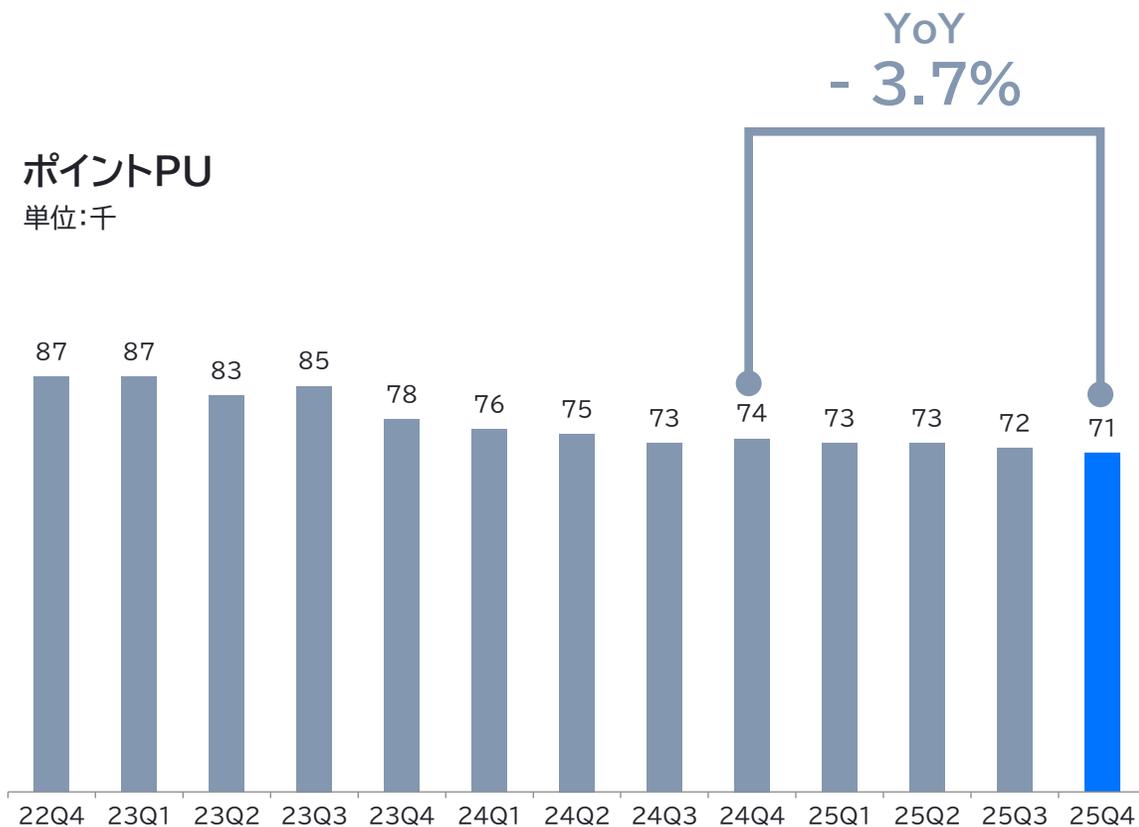
-

未使用ポイント

- 月間平均ポイントPUは、YoY -3.7%(-2千)の71千に。
- 月間平均ポイントARPPUは、YoY+6.0%(+391円)の6,900円に。

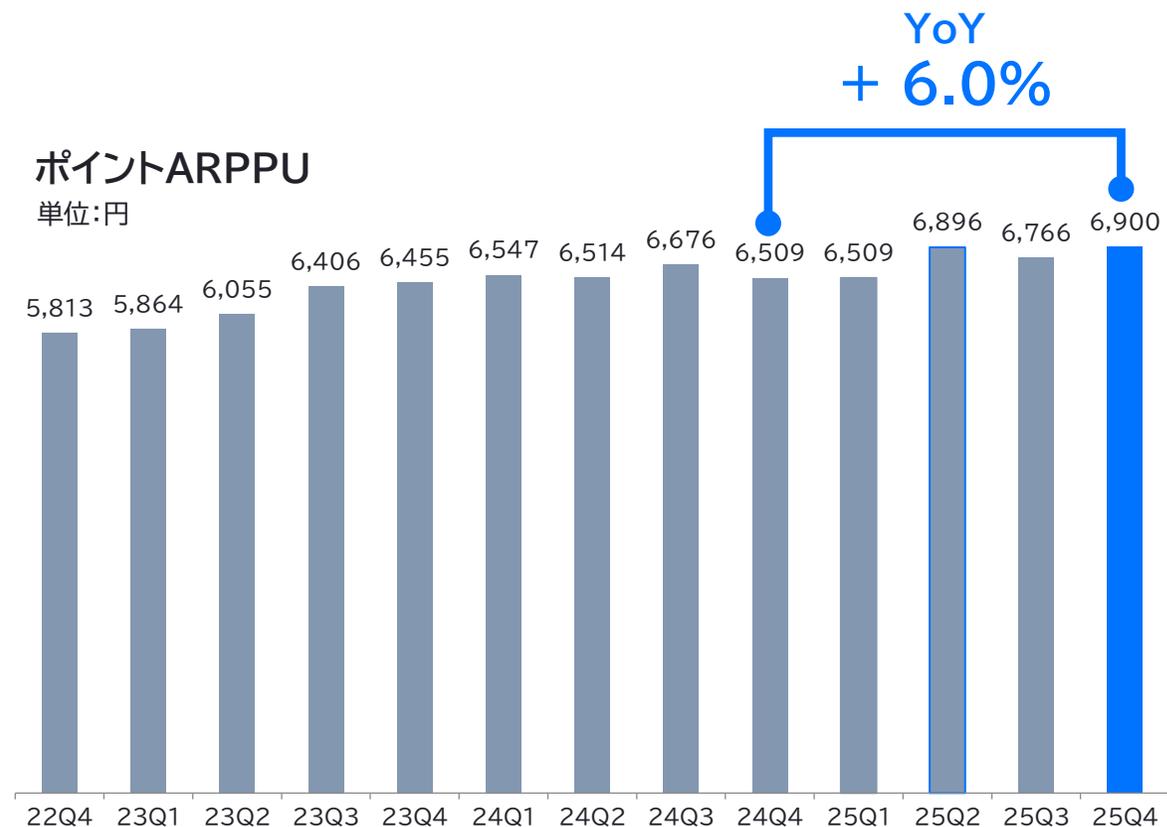
ポイントPU

単位:千



ポイントARPPU

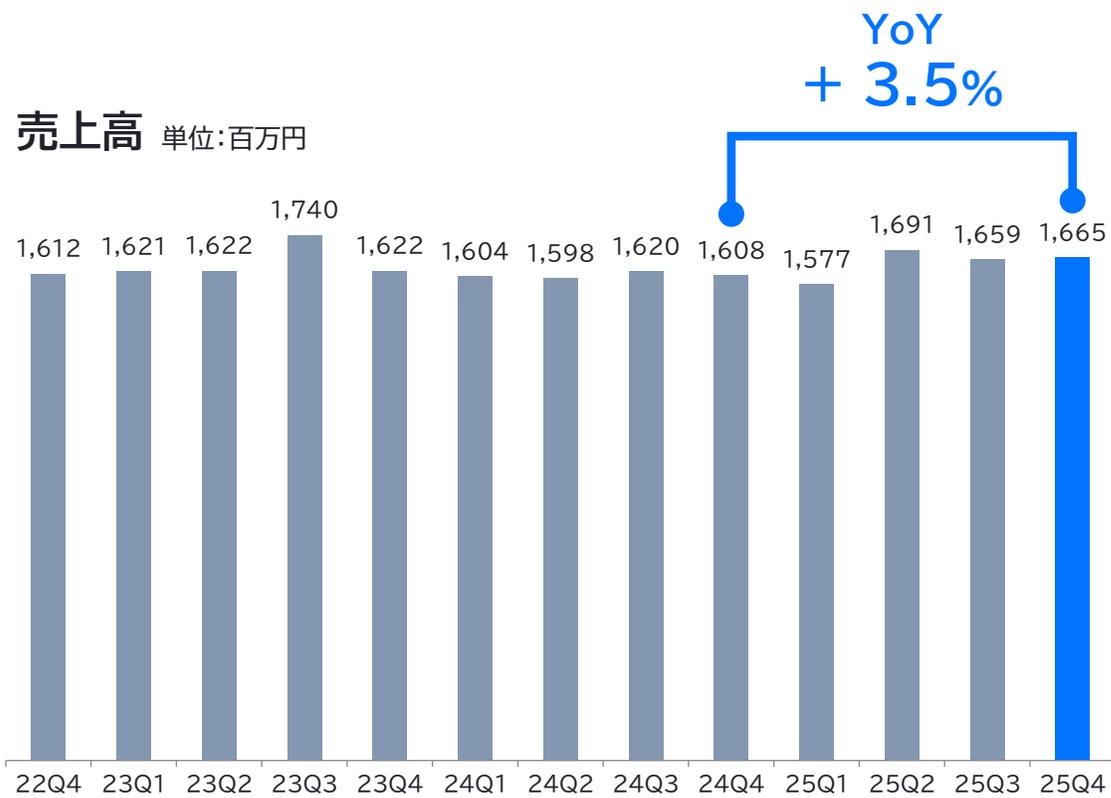
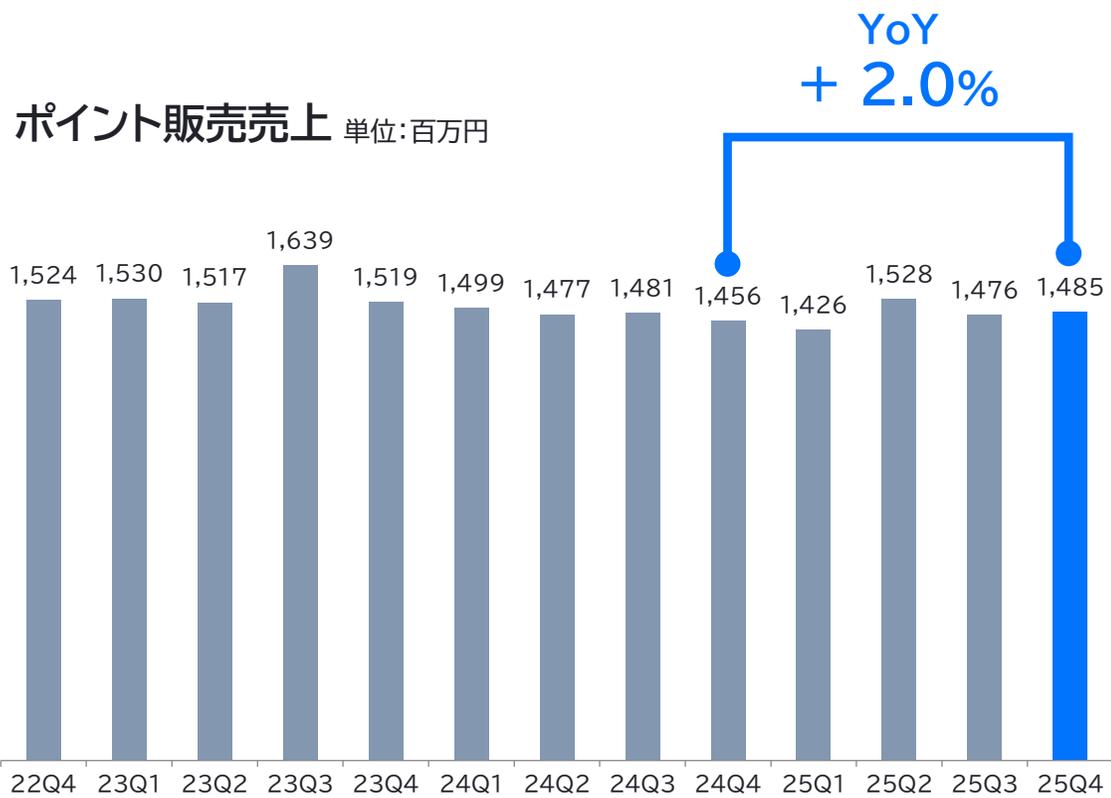
単位:円



ポイント販売売上と売上高の推移

売上高 = ポイント販売売上 + メンバーシップ売上 + プレミア配信売上

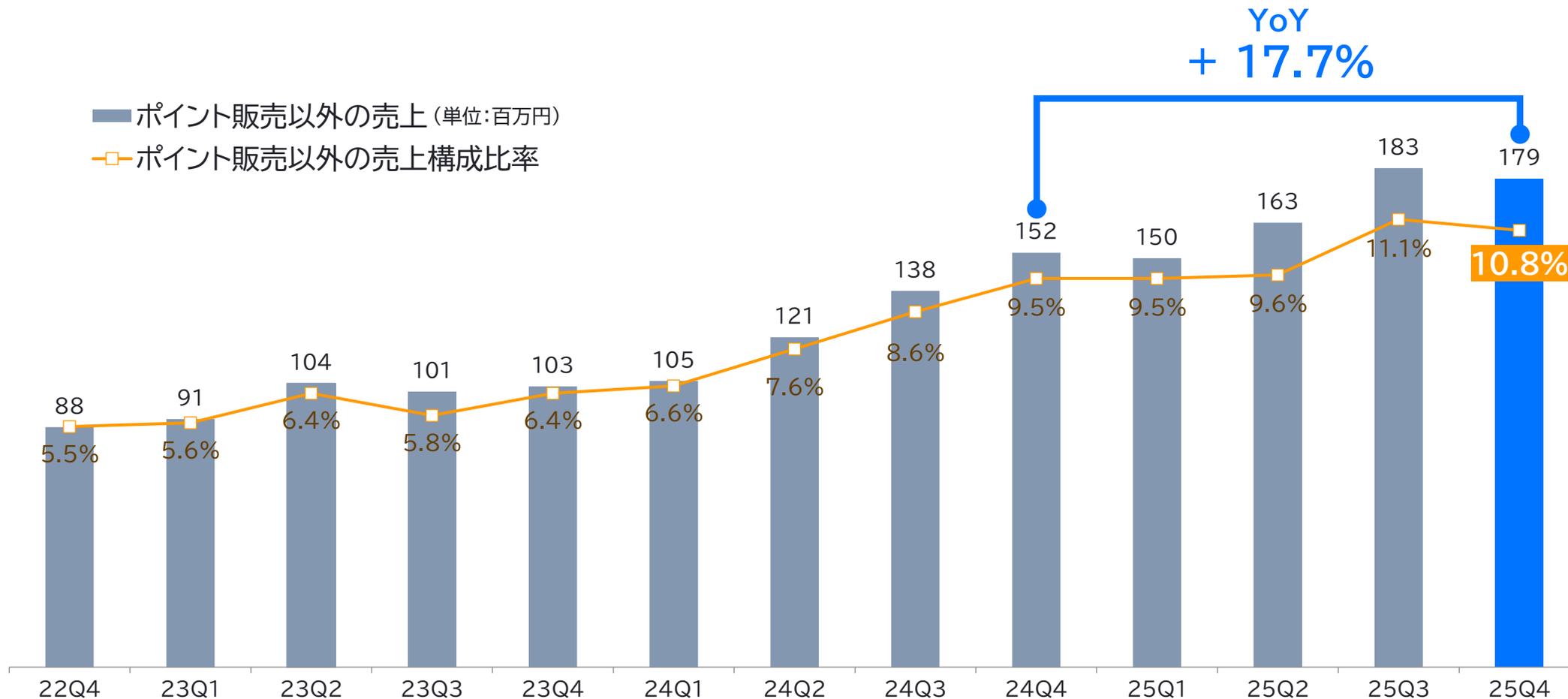
- ポイント販売売上は、YoY+2.0%(+29百万円)の1,485百万円に。
- 売上高は、YoY+3.5%(+56百万円)の1,665百万円に。



ポイント販売以外の売上合計の推移

売上高 = ポイント販売売上 + メンバーシップ売上 + プレミア配信売上

- ポイント販売以外の売上合計は、YoY+17.7%(+27百万円)の179百万円で着地。
- ポイント販売以外の売上構成比は、10.8%(YoY+1.3pt)に。



メンバーシップ売上とプレミアム配信売上の推移

売上高

=

ポイント販売売上

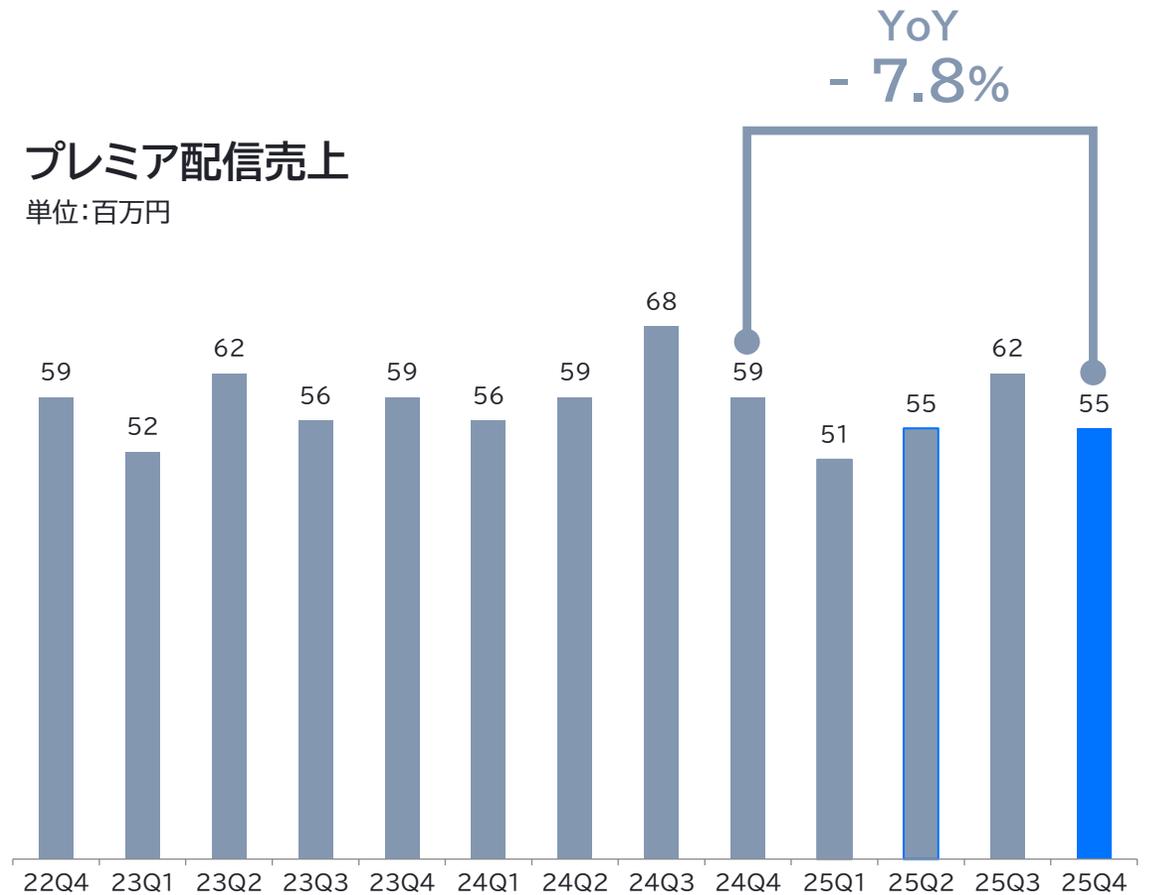
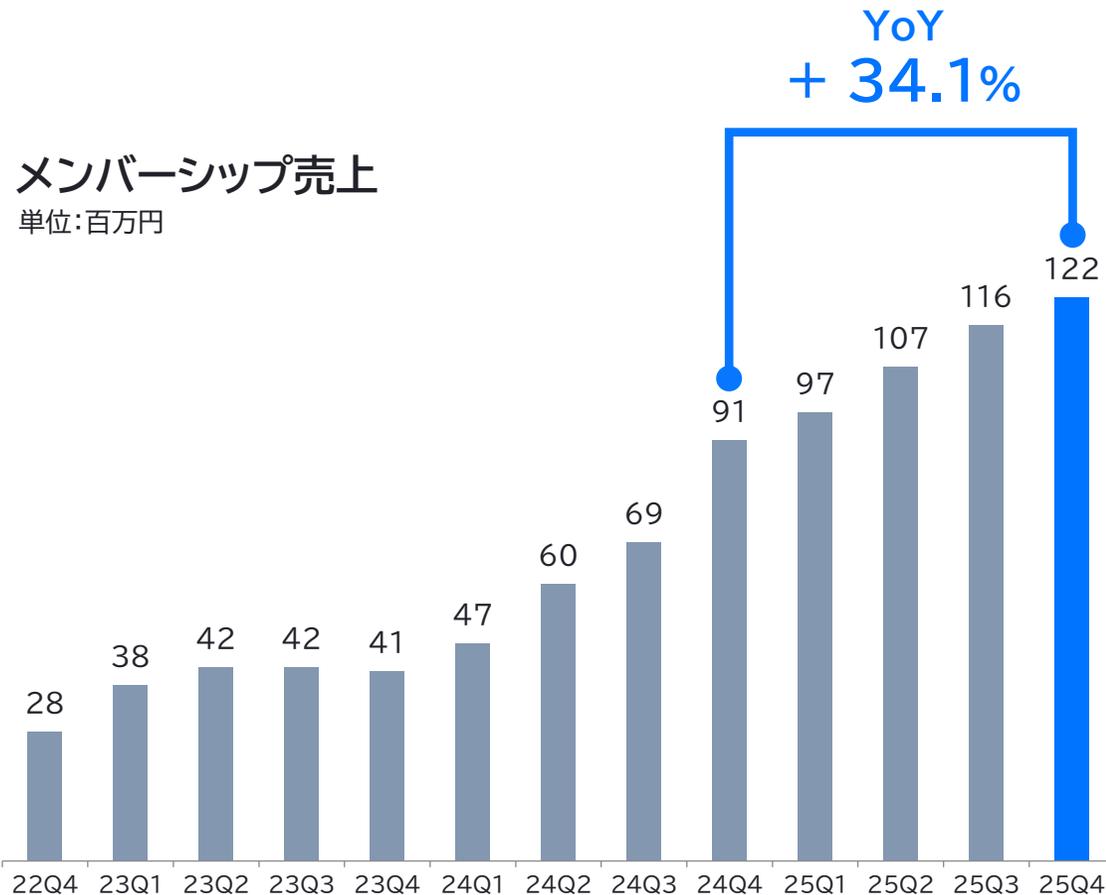
+

メンバーシップ売上

+

プレミアム配信売上

- メンバーシップ売上は、YoY +34.1%(+31百万円)の122百万円と、引き続き順調に成長。
- プレミア配信売上は、YoY -7.8%(-4百万円)の55百万円に。



実質売上総利益の推移

実質売上総利益

=

売上高

-

売上原価

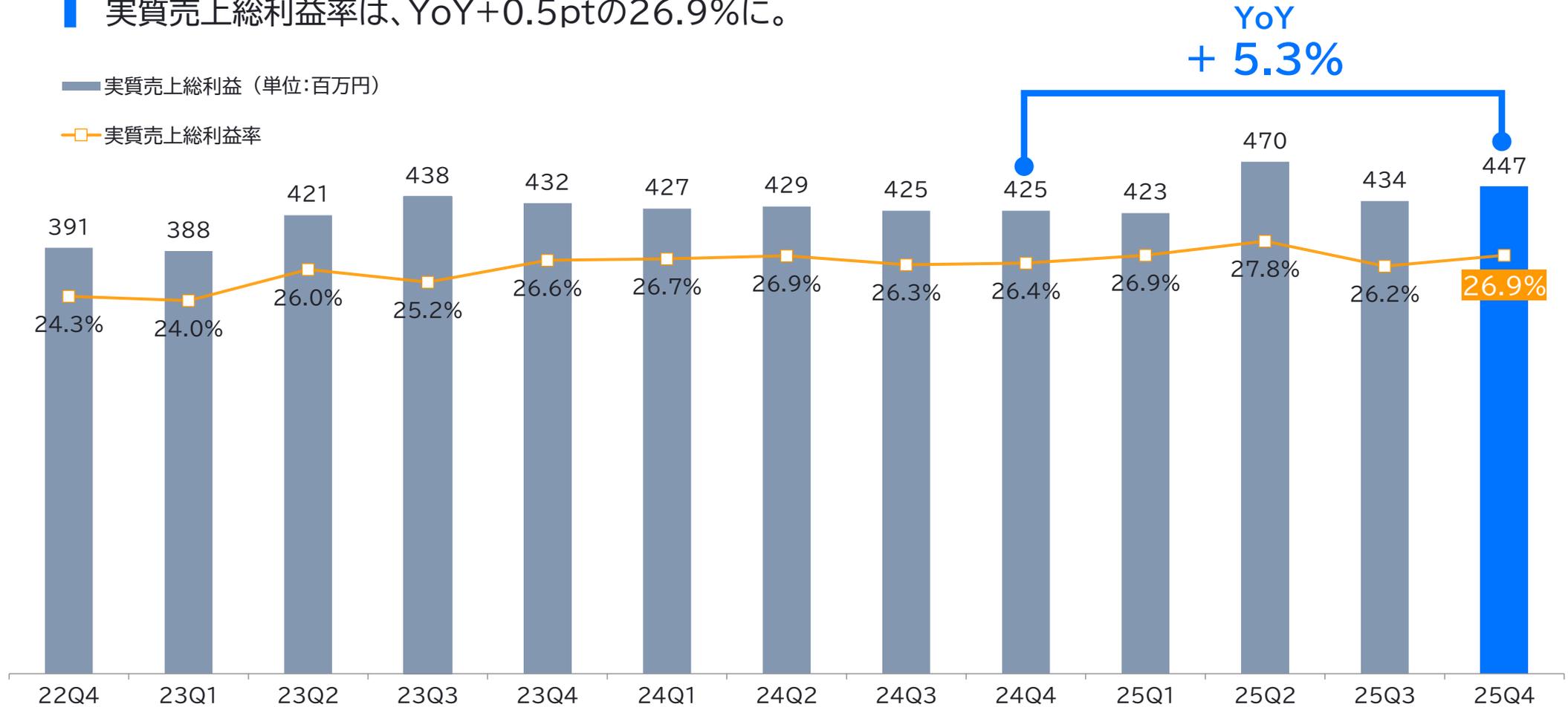
-

手数料

■ 実質売上総利益は、YoY+5.3%(+22百万円)の447百万円に。

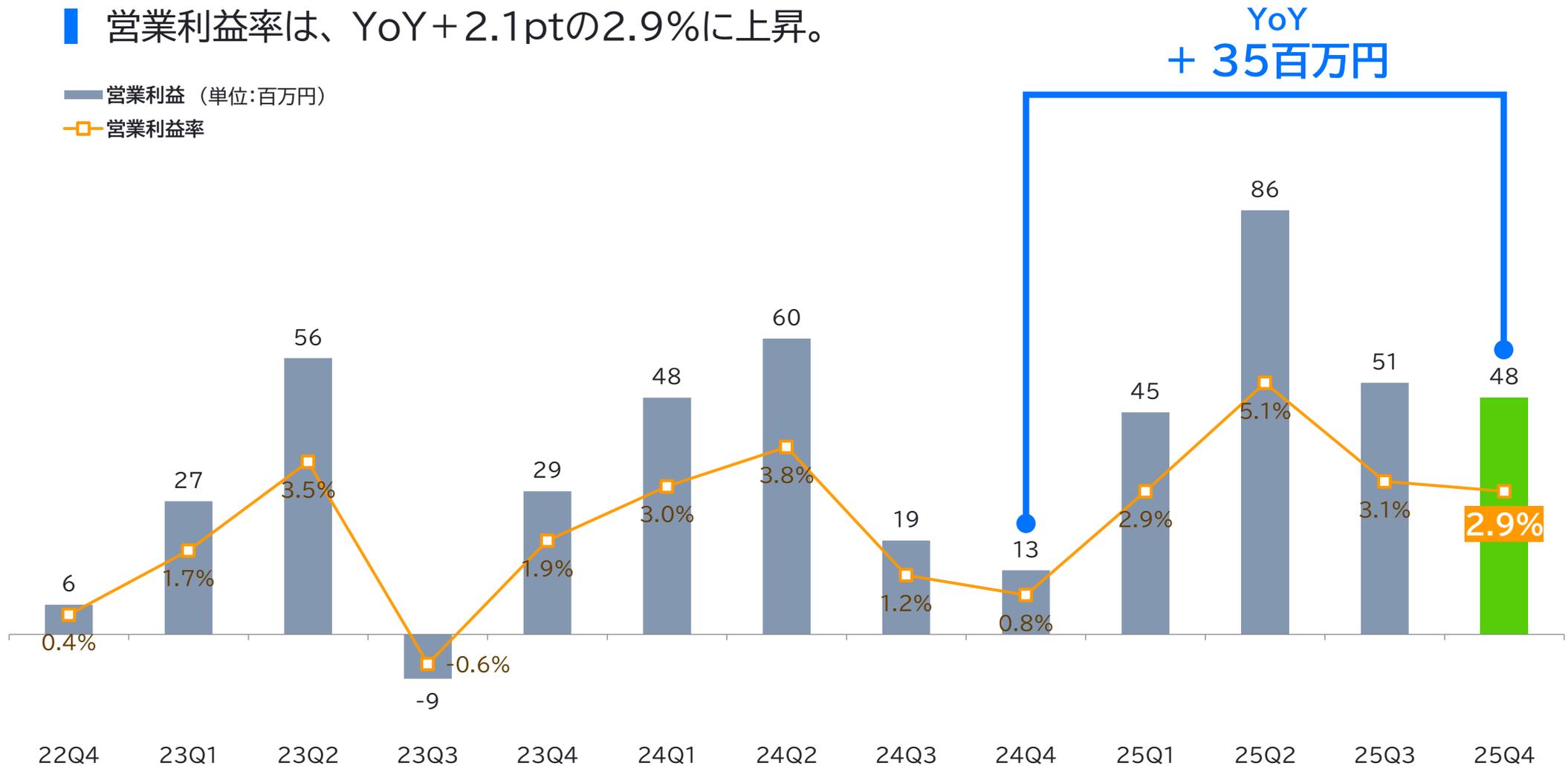
■ 引き続きメンバーシップ売上の成長が牽引。

■ 実質売上総利益率は、YoY+0.5ptの26.9%に。



営業利益の推移

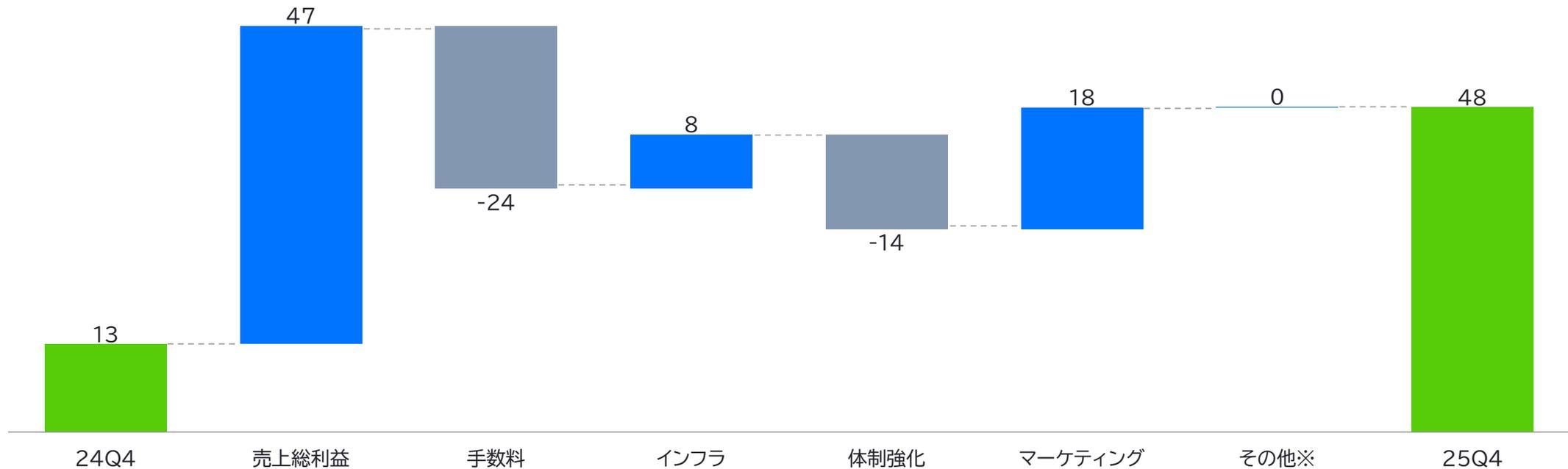
- 営業利益は前年同期から35百万円増加し、48百万円に。
- 営業利益率は、YoY+2.1ptの2.9%に上昇。



営業利益の増減分析(会計期間)

- ポイント販売売上とメンバーシップ売上の増加により売上総利益が増加(+47百万円)。
- 減価償却費の圧縮とシステム運用の最適化によりインフラ費用は減少(-8百万円)し、各施策の費用対効果の向上でマーケティング費も減少(-18百万)。
- メンバーシップの成長に伴うアプリ決済数増加の影響で手数料が増加(+24百万円)し、体制強化費用は計画通りに増加(+14百万円)。

単位:百万円



損益計算書サマリ(通期)

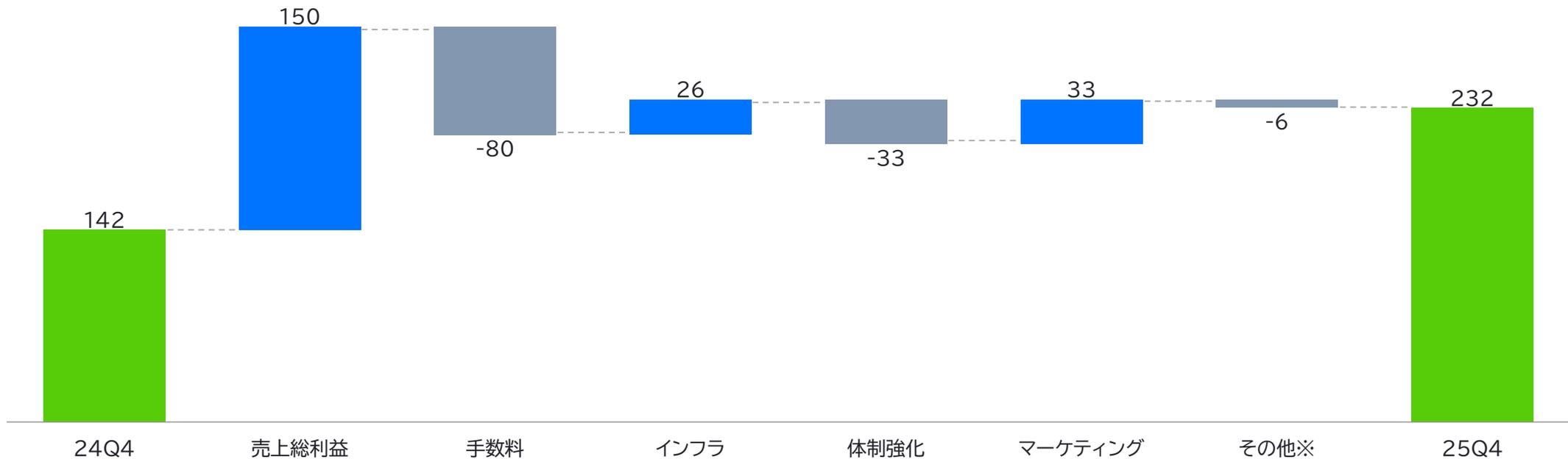
- 売上高は増加(YoY+2.5%)、営業利益は増加(YoY+63.0%)。
- 特別損失を計上した結果、当期純利益は27百万円(YoY -85.7%)に。

| 単位:千円 | 2024年1月期Q4 | 2025年1月期Q4 | 増減 | 前年同期比 |
|------------|------------|------------|----------|--------|
| 売上高 | 6,433,375 | 6,592,963 | 159,588 | 2.5% |
| 売上原価 | 3,221,159 | 3,230,726 | 9,567 | 0.3% |
| 売上総利益 | 3,212,216 | 3,362,237 | 150,020 | 4.7% |
| 販売費及び一般管理費 | 3,069,557 | 3,129,669 | 60,111 | 2.0% |
| 営業利益 | 142,658 | 232,568 | 89,909 | 63.0% |
| 経常利益 | 156,724 | 256,180 | 99,455 | 63.5% |
| 税引前当期純利益 | 148,646 | 96,180 | -52,465 | -35.3% |
| 当期純利益 | 194,105 | 27,830 | -166,275 | -85.7% |

営業利益の増減分析(通期)

- メンバーシップ売上の継続的な成長の結果、売上総利益が増加(+150百万円)。
- 会計期間分析と同様の理由により、インフラ費用は減少(-26百万円)し、マーケティング費も減少(-33百万)、手数料は増加(+80百万円)し、体制強化費用は想定範囲内の着地(+33百万円)。

単位:百万円



特別損失の計上について

- 音楽著作権管理団体(以下、管理団体)の当社に対する監査手続きの過程で、当社サービス「ツイキャス」での楽曲利用に伴う収入報告の内容において、報告対象となる収入範囲に係る管理団体と当社間における認識の齟齬が顕在化。
- 当社としては、本事案の適切な解決に向けて交渉をしており、それに関連し発生する費用160 百万円を特別損失に計上。
- 管理団体と当社の協議は、当資料発表時点で進行中であり、当社としては、早期の解決に向けて、適切に対応していく方針。
- 本事案に関して、今後開示すべき事項が発生した場合には、速やかに開示を行う予定。

業績予想及び前期実績値との差異について

- 売上高は、ポイント販売売上、プレミアム配信売上、メンバーシップ売上の全てが業績予想を上回り、業績予想比、前年実績比ともに想定範囲内で増加。
- 営業利益と経常利益は、売上総利益の増加と、主にマーケティングや体制強化に関する費用の最適化による販管費の圧縮により、業績予想、前年実績ともに上回って着地。
- 繰延税金資産の増加に伴い法人税等調整額をマイナス計上した一方、特別損失を計上したことにより、当期純利益は、前年実績比で大きく減少。

| 単位:百万円 | 当期実績 | 業績予想 | 前年実績 | 業績予想比 | 前年実績比 |
|--------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 売上高 | 6,592 | 6,536 | 6,433 | 0.9% | 2.5% |
| 営業利益 | 232 | 165 | 142 | 40.8% | 63.0% |
| 経常利益 | 256 | 187 | 156 | 37.0% | 63.5% |
| 当期純利益 | 27 | — | 194 | — | -85.7% |

貸借対照表サマリ

■ 純資産1,871百万円、自己資本比率45.2%と、財務基盤として健全な水準を維持。

| 単位:千円 | 2024年1月期末 | 2025年1月期4Q末 | 増減 |
|----------|-----------|-------------|----------|
| 流動資産 | 3,293,997 | 3,767,321 | 473,323 |
| 現金及び預金 | 2,171,016 | 2,978,629 | 807,612 |
| 売掛金 | 988,642 | 766,454 | -222,188 |
| 固定資産 | 385,654 | 372,215 | -13,439 |
| 流動負債 | 1,835,575 | 2,267,629 | 432,053 |
| 買掛金 | 754,318 | 854,241 | 99,922 |
| 預り金 | 511,230 | 614,513 | 103,282 |
| 純資産 | 1,844,077 | 1,871,907 | 27,830 |
| 負債純資産 | 3,679,652 | 4,139,536 | 459,884 |
| (自己資本比率) | 50.1% | 45.2% | -4.9% |

4 2026年1月期 業績予想

2026年1月期の経営方針

- 2026年1月期における当社事業は、グローバルSNSプラットフォームのライブ配信利用者増加に伴う競争環境の変化及びクリエイター活動の多様化による影響を一定程度受けることを想定する。
- 引き続き、持続的な事業成長を実現するための取り組みに注力する。

| プラットフォームの規模拡大 | 収益基盤の強化 |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. コミュニティによって生み出される配信文化の多様性と寛容性の拡大を推進2. ユーザーによる経済行動の多角化及び活性化の推進 | <ol style="list-style-type: none">1. メンバーシップのさらなる成長による売上構成の分散を加速2. 当社の取分率である実質売上総利益率の向上 |

2026年1月期業績予想サマリ

- 売上高は、ポイント販売売上とプレミアム配信売上を保守的に見積った上で、メンバーシップ売上のさらなる成長を見込んで微増。
- 中長期の持続的な成長の基盤強化に向けて、体制強化とマーケティングは積極的に投資する方針により、営業利益と経常利益は減少。
- 繰延税金資産の回収可能性を適正かつ合理的に見積もるための時間を要するため、当期純利益は未定。

| 単位:百万円 | 2025年1月期 実績 | 2026年1月期 予想 | 増減 | 前年同期比 |
|--------|-------------|-------------|------|--------|
| 売上高 | 6,592 | 6,610 | 17 | 0.3% |
| 営業利益 | 232 | 115 | -116 | -50.2% |
| 経常利益 | 256 | 129 | -126 | -49.3% |
| 当期純利益 | 27 | — | — | — |

主なコストの推移見込

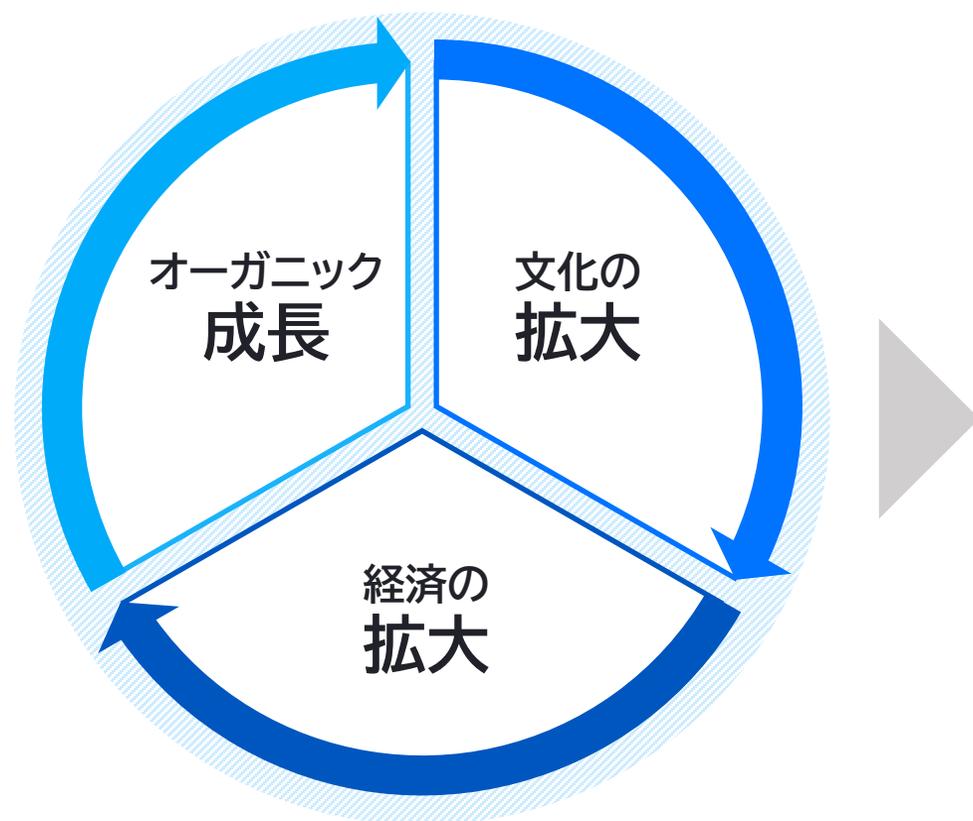
- ポイント販売売上の保守的な見積りに連動して売上原価は減少するが、手数料はメンバーシップ成長によるアプリ決済増加の影響が一定程度継続することを見込み増加。
- インフラは、データトラフィックのさらなる最適化の効果を見込んで減少。
- 定期昇給や新規採用を推進することで、体制強化は引き続き増加。
- ユーザー満足度向上とプラットフォーム規模拡大に向けたチャレンジを見込むため、マーケティングは増加。

| 単位:百万円 | 2025年1月期 実績 | 2026年1月期 予想 | 増減 | 前年同期比 |
|--------------|-------------|-------------|-----|-------|
| 売上原価(ユーザー報酬) | 3,230 | 3,181 | -49 | -1.5% |
| 手数料 | 1,585 | 1,662 | 77 | 4.9% |
| インフラ | 575 | 543 | -31 | -5.5% |
| 体制強化 | 628 | 691 | 62 | 10.0% |
| マーケティング | 118 | 181 | 63 | 53.7% |

5 成長戦略

目指す成長の方向性

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現



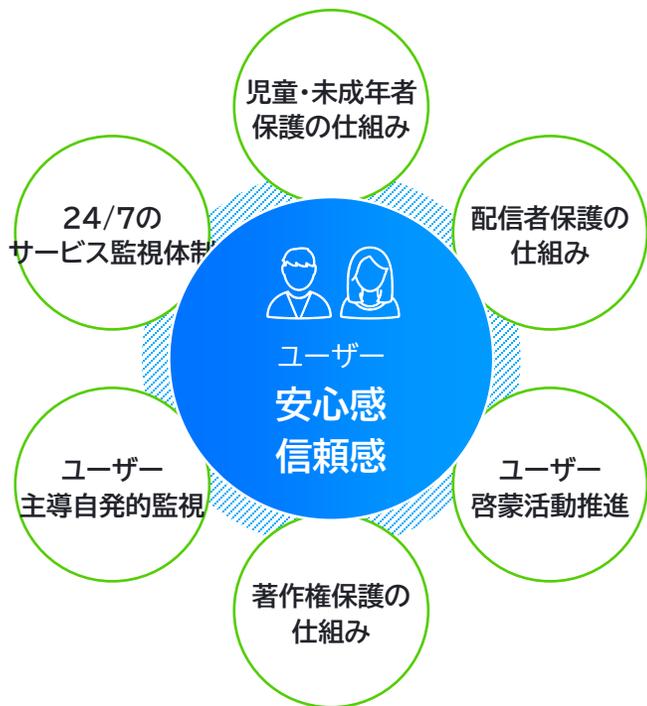
- ユーザー満足度向上によってドライブされるオーガニックな成長
- 配信文化の多様性と寛容性の拡大によるプラットフォーム利用者とコミュニケーションの増加
- ユーザーの経済行動の多角化と活性化によるプラットフォーム経済活動参加者とトランザクションの増加

オーガニック成長

ユーザー満足度を生み出す基盤の強化 & ユーザー満足度を高める施策の深耕

コミュニティ運営=安心

プラットフォームを安心して利用できる環境整備を推進



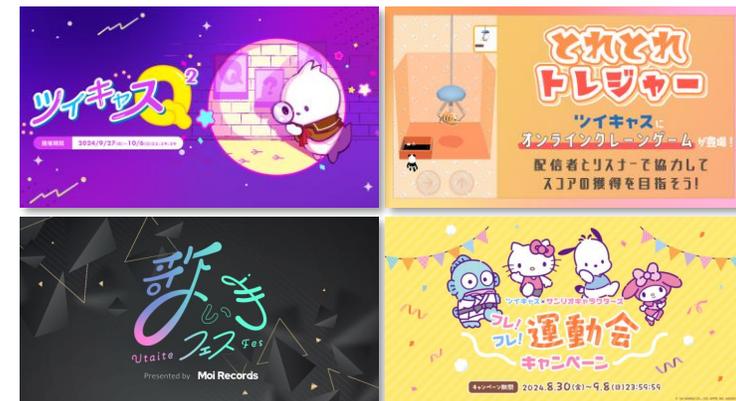
サービスインフラ=快適

低遅延なユーザー体験を支えるインフラシステムのさらなる進化



キャンペーン・イベント=つながり

限定アイテムや、オンラインゲームイベント等、ユーザーが「つながり」を感じられる施策の充実



©'24 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. G650037

スタジオ配信

3Dアバターも使えるリッチな音声配信をスマホ一つで手軽に実現

- 従来はPCで専用ツールを使う必要があった音声配信用のリッチな配信画面を、スマートフォンだけで簡単に作成
- コメントビューワー、時計、来場者数、カウントダウンタイマーなど、様々な定番パーツを直感的に配置
- 毎月追加される人気クリエイターの各種素材が無料で使い放題
- ツイキャスアプリから動く3Dアバターで配信可能



ツイキャスシアター & シアターパーティ

オンライン共同視聴体験から生まれる新しいコミュニケーション

- ツイキャスシアターで人気アニメや映画を不特定多数のユーザーと一緒に無料でオンライン共同視聴
- コメントやアイテムを使って、他のユーザーとリアルタイムにコミュニケーション
- シアターパーティ機能で、配信者はいつでも自分の配信に自分の好きな作品の共同視聴を組み込み可能
- 邦画、洋画を問わず、コメディ、時代劇、ホラーなど多様なジャンルの人気作品を配信



© 2018 TBV PRODUCTIONS, LLC. ALL RIGHTS RESERVED.



© 2002 松竹/日本テレビ/住友商事/博報堂DYメディアパートナーズ/日販/松竹ブロードキャスティング



© 1977 松竹株式会社



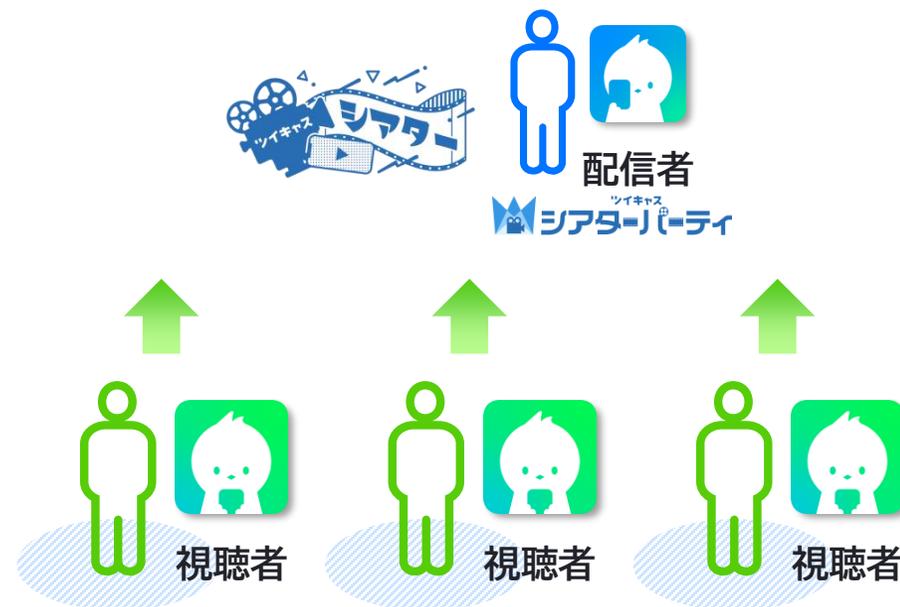
© LE UPSIDE SPV LLC. ALL RIGHTS RESERVED



© 2014「超高速!参勤交代」製作委員会



© 2016「クリーピー」製作委員会



ツイキャスVV

ユーザー同士が3Dキャラクターで交流できるバーチャル空間



- スマートフォン(iOS & Android)のブラウザだけで手軽に利用可能な、配信を中心に設計された3D空間
- 3Dキャラクターは、予め用意されたものに加えて、他のユーザーが公開登録したキャラクターから自由に選択
- 友達を招待できることはもちろん、知らない人をゲストとして入室させるなど、より広い範囲でコミュニケーションが楽しめる設計
- 3D空間内の大型モニターで、配信中のツイキャスの映像を流し、3D空間内で共同視聴が可能
- ツイキャスVVの映像を、ツイキャス上で手軽にライブ配信可能 ※OBSなどのツールを利用

メンバーシップ

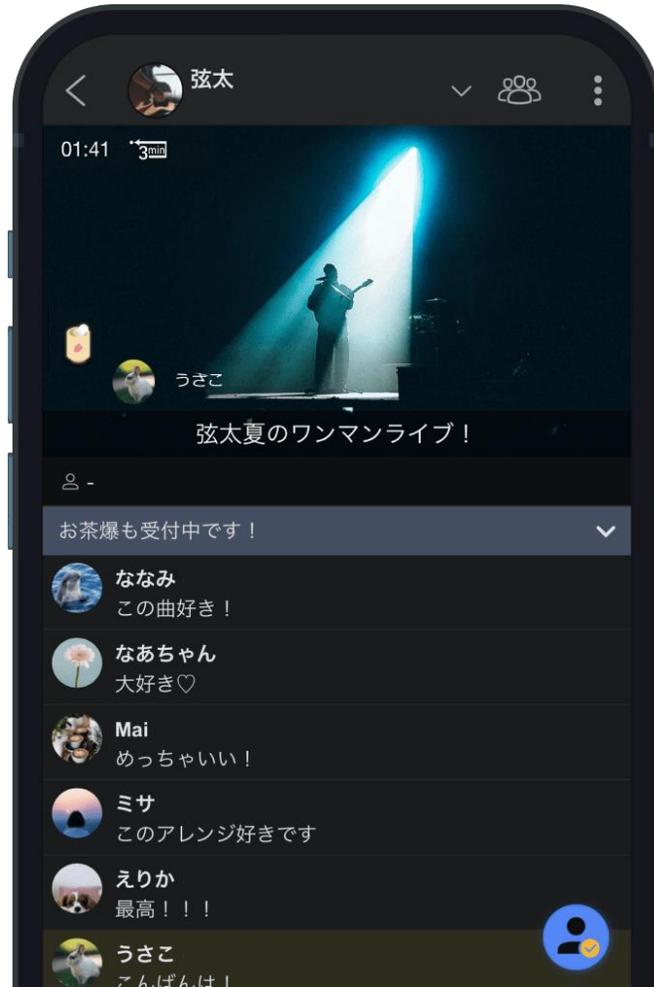
配信者と視聴者のためのファンコミュニティプラットフォーム

- 配信者は、ロイヤリティの高いファンの獲得と安定した収入を確保可能
- 視聴者は、サブスクリプション(月額課金)で継続的に配信者を応援でき、限定コンテンツや配信者とのより密なコミュニケーションなどにより満足度が向上



プレミアム配信

チケット販売数500万超、チケット流通総額100億円超の有料オンラインライブ配信システム



自分で簡単に
チケット販売&配信



視聴者とのコミュニケー
ションがとりやすい



販売期間中、何度も
ライブ配信ができる



初期費用、
基本料は0円

ツイキャス・グッズ・ファクトリー

配信者が配信で得た収益からオリジナルグッズを制作・販売



ツイキャスアカウント
で面倒な手続き不要



ツイキャスで得た
収益でグッズ制作費
を支払い



手持ちのイラストで、
オリジナルグッズを
簡単制作



自分のライブ配信で
グッズを直接販売



在庫管理も
グッズ発送も
全部お任せ

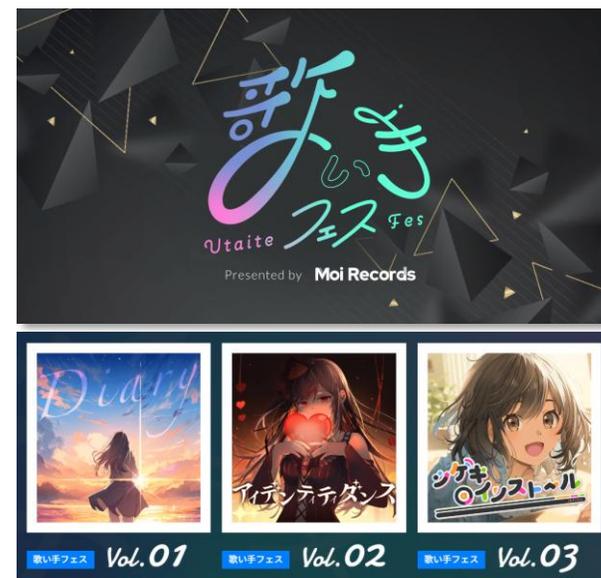
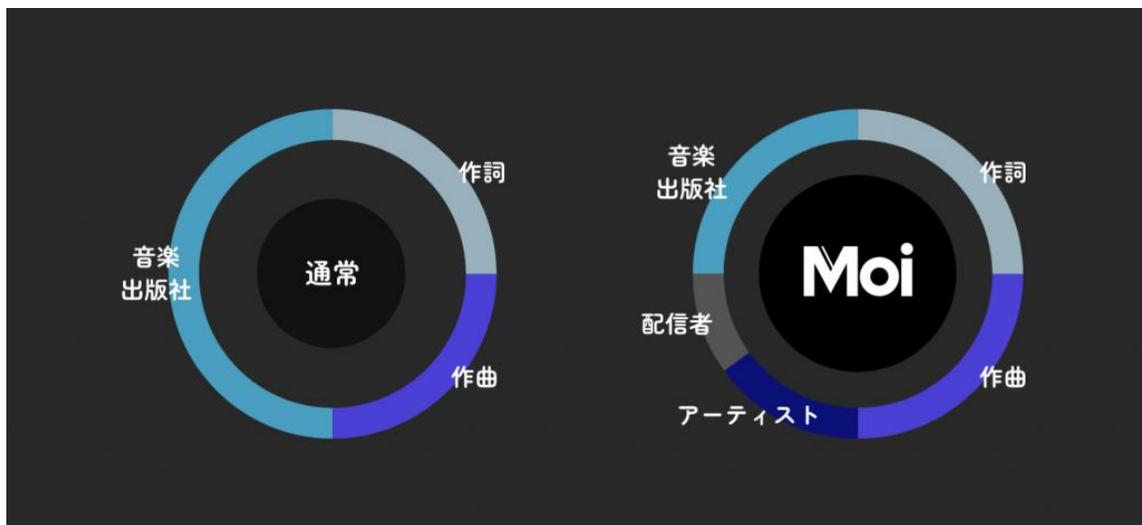
Moi Records

「ツイキャス」と連動する音楽レーベル

■ 通常では楽曲の著作権収益の分配対象にはならなかったアーティストや、その楽曲を配信に利用した配信者にも分配を行うことができる仕組みの構築を推進

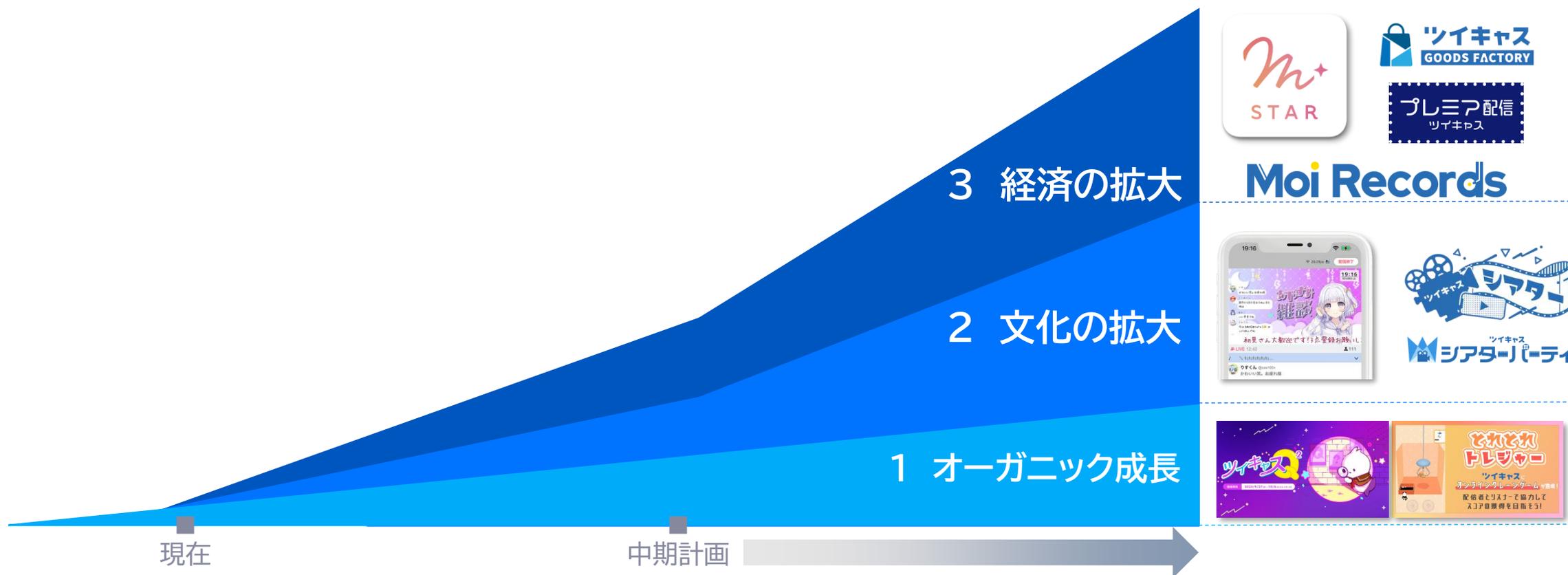
■ 「ツイキャス」上での楽曲の利用促進、楽曲の流通支援、歌手文化促進イベントの開催など、さまざまな形でアーティストをサポート

Moi Records



中長期成長イメージ

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現



Appendix

主な事業等のリスクについて

| リスク | リスク概要 | 顕在化の可能性／影響度 | 当社対応方針 |
|-----------------|---|-------------|---|
| 業界の成長性 | 当社の属するインターネット業界におけるライブ配信市場は、日々進化しており、国内外の経済状況はもとより、関連する法規制や新たな法規制等の出現や個人の嗜好等の変化に大きな影響を受ける傾向にあります。これに伴い、当該市場の成長が鈍化した場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。 | 小／中 | 市場調査やユーザー問合せ対応等を通して、本リスクが顕在化する可能性、時期、程度等を早期に把握し、必要な対応を適宜適切に行うことに努めております。 |
| 売上にかかる第三者への依存 | 当社が提供するスマートフォン用アプリは、Apple Inc.及びGoogle Inc.といったプラットフォーム運営事業者を介して一般ユーザーに提供されており、代金回収やシステム利用、ユーザー獲得等において、かかるプラットフォーム運営事業者に相当程度依存しております。これらの事業者との契約継続が困難となった場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。 | 小／大 | 本リスクの顕在化を防止するために、かかるプラットフォーム運営事業者との良好な関係構築や適時な情報収集及び対応に努めております。 |
| サービスの健全性の維持 | 当社の提供するサービスは、不特定多数のユーザーが、配信者と視聴者、それぞれの立場から、リアルタイムでオンラインコミュニケーションを行うプラットフォームを提供することをその基本的性質としています。そのため、ユーザー間のコミュニケーションや行為等で発生した諸問題により、当社及び当社が提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザー離れにつながる可能性があります。更に、当社もプラットフォームを提供する者としての責任を問われた場合、当社の企業イメージ、信頼性の毀損、ひいては当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。 | 中／大 | サービスの利用規約において、ユーザーが各種の問題行為、違法行為を当社サービスで行うことを禁止しております。また、通報制度の整備・運用、機能面では、特定のユーザーや単語をブロックする機能、特定のユーザーのみが視聴できる機能等の提供をしております。さらに、ユーザー間のコミュニケーションに対するモニタリング体制を構築しており、社内でのユーザーサポート人員の確保・教育、及び外部監視委託業者を利用し、監視体制の強化を図っております。 |
| 一部機能にかかる第三者への依存 | 当社は、ユーザーの利便性向上を目的とし、X Corp.及びGoogle Inc.といった第三者が提供する複数のAPIサービスを利用しており、その一つとして、ユーザーが第三者の提供するサービスのアカウントの情報を利用して当社サービスにログインできる機能を提供しております。従来通り当社が第三者のAPIサービスを利用したアカウントの登録機能・ログイン機能を提供できなくなった場合、ユーザーはポイントを購入しにくくなり、ひいては、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。 | 中／大 | 当社では、第三者のAPIサービスに依らない当社サービス独自のアカウント登録・ログイン方法の提供、第三者のAPIサービスが利用できなくなった場合に備えた当該第三者サービスのアカウント情報及び当社サービスに登録した方法によりログイン可能とする方法の提供をしております。 |
| システムトラブル | 当社サービスへのアクセスの急増などの一時的な過負荷、外部連携システムにおける障害、自然災害、DDoS攻撃等の悪意のある第三者によるサイバー攻撃など、当社の予測不可能な様々な要因によってコンピュータシステムがダウンした場合、復旧等に際して特別な費用負担を強いられることにより、当社の利益が減少する可能性があります。 | 中／大 | システムトラブルの発生可能性を低減するために、安定的運用のためのシステム強化、冗長化、セキュリティ強化を徹底しており、継続的なシステム等への設備投資を行っております。また、当社は、事業を運営するためのシステムを外部事業者が保有するデータセンターに設置し、セキュリティ強化による不正アクセス対策や、データのバックアップ、冗長化の体制を構築しております。 |

※事業等のリスクについて、有価証券報告書に掲載のリスクの中から、当社が特に重要と考えているリスクを抽出して記載しております。その他の事業等のリスクについては、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】3【事業等のリスク】」に記載しております。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料は今後通期決算発表時に更新して開示いたします。次回の開示時期は2026年3月頃を予定しています。