



2023年1月期第2四半期 決算説明資料

モイ株式会社

2022年9月

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



目次

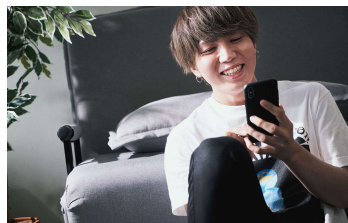
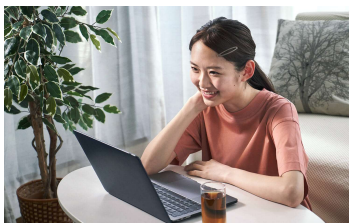
- 1 会社および事業の概要
- 2 2023年1月期 Q2決算概要
- 3 2023年1月期 通期業績予想
- 4 成長戦略
- 5 Appendix



1 会社および事業の概要

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	36名(2022年7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

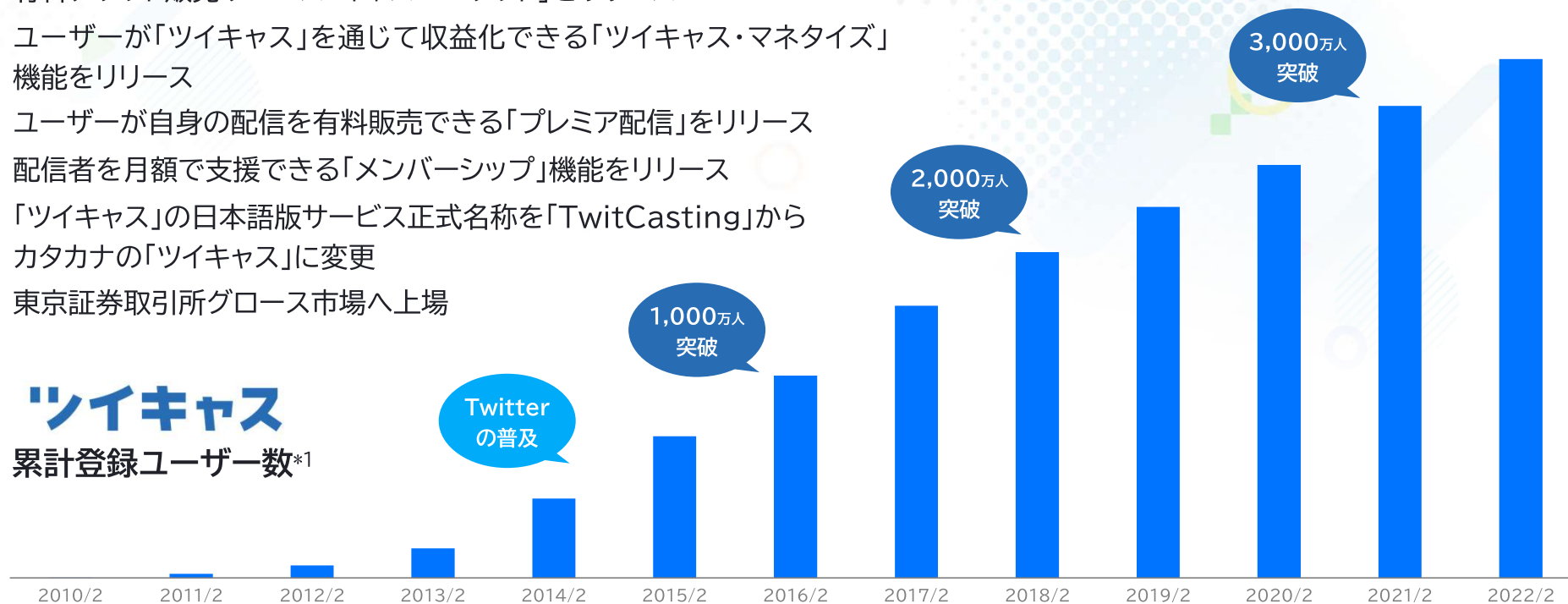
心地よいコミュニケーション空間＝健全なコミュニティ
を創造し世界中の人々をダイレクトにつなぐ

沿革とツイカスの成長

10年に及ぶ独自文化への投資・スマホSNS特化・女性も安心

- 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「キヤスマーケット」をリリース
- 2018年6月 ユーザーが「ツイカス」を通じて収益化できる「ツイカス・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 「ツイカス」の日本語版サービス正式名称を「TwitCasting」からカタカナの「ツイカス」に変更
- 2022年4月 東京証券取引所グロース市場へ上場

ツイカス 累計登録ユーザー数^{*1}



*1 サービス開始から2022年2月末までの累積登録ユーザー数。

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

視聴者



視聴



ポイント購入
アイテム利用
(仮想ギフト)

ツイキャス

Webサイト

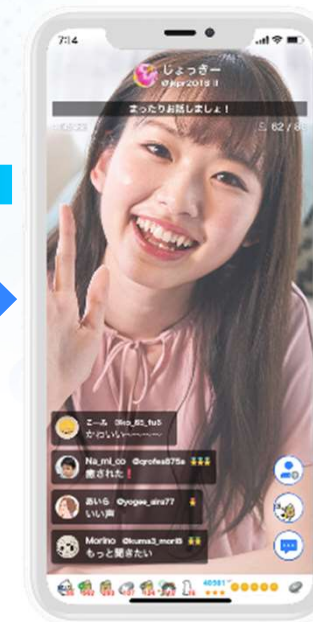
スマホアプリ

配信



報酬支払

配信者



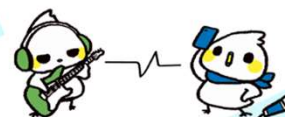
コメントで
楽しむ



アイテムで盛り上げる



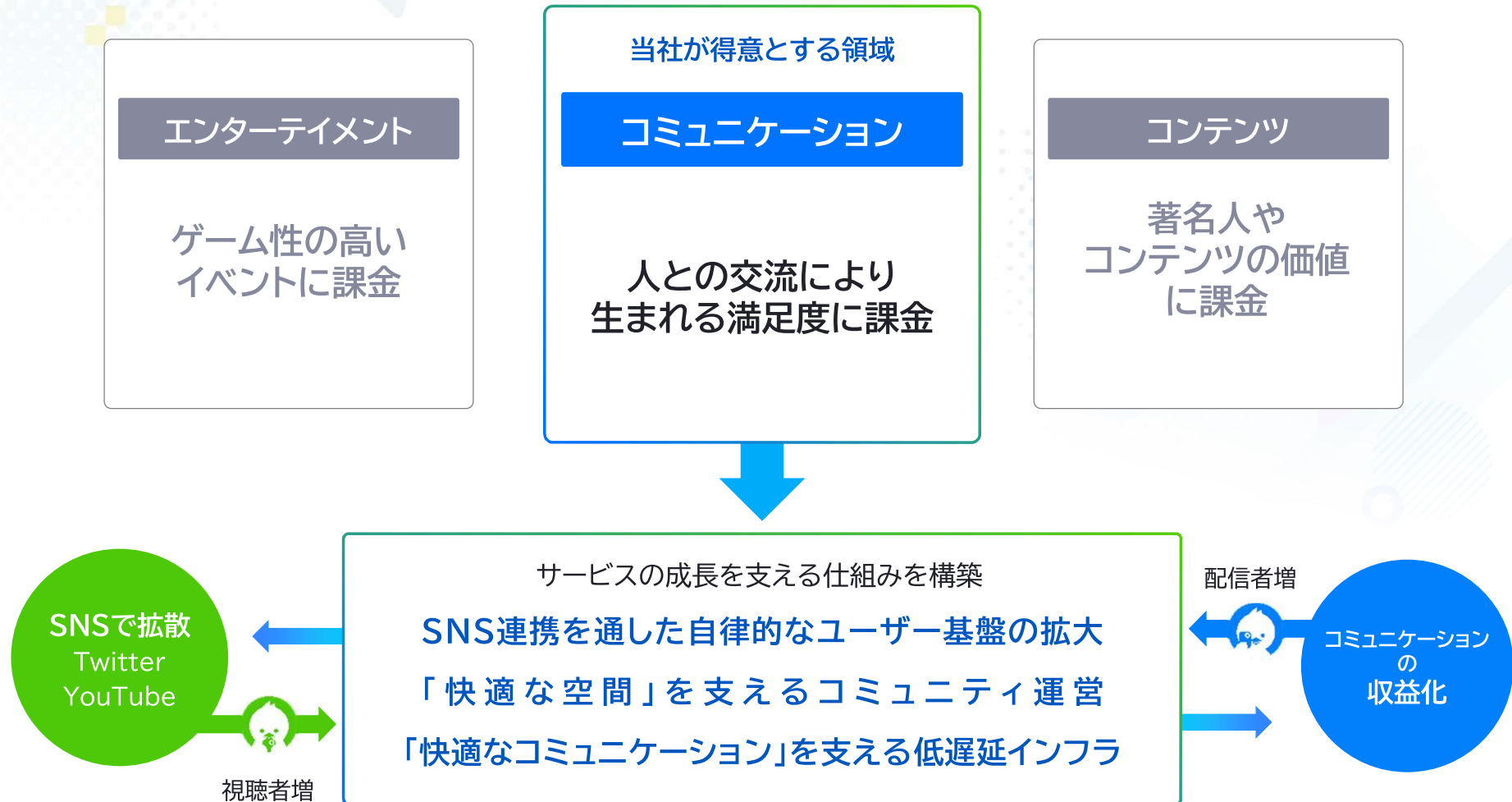
コラボ配信も



ギガ制限中も
サクサク！



サービスポジショニングと特徴



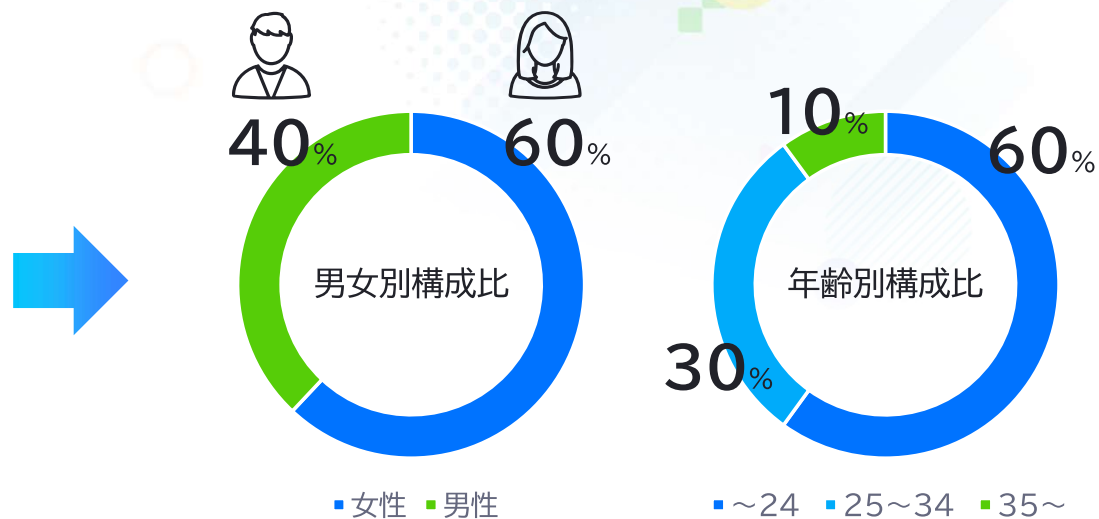
「快適な空間」を支えるコミュニティ運営

10年間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構築を推進

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



女性率、若年層率が高い
配信／視聴で分布に偏りが無い



「快適なコミュニケーション」を支えるインフラ

大規模な双方向コミュニケーションを低遅延で実現するインフラ

- 1 独自配信システムをオンプレミスで運用
- 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配信システム



低コスト



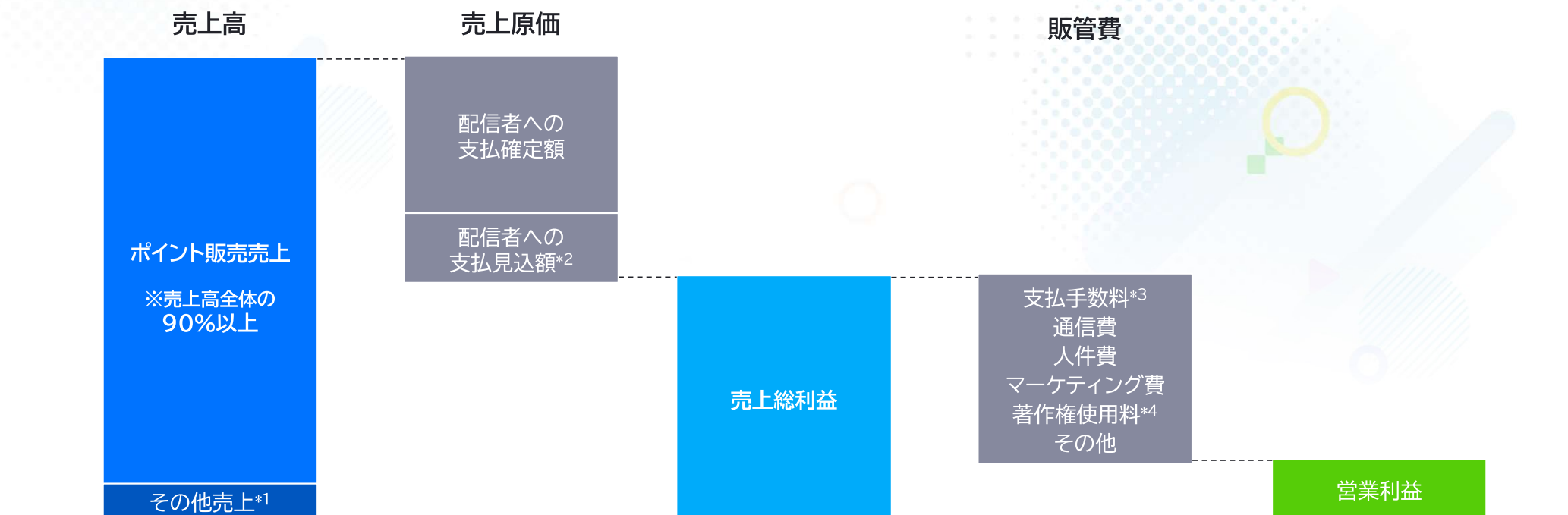
大規模



快適=いつでも低遅延
なコミュニケーションの実現



収益構造



*1 2022年1月期実績においては、メンバーシップ販売手数料売上(以下、メンバーシップ売上)(1%)、「キャスマーケット」におけるチケット・コンテンツ販売手数料売上(以下、キャスマ売上)(4%)となります。

*2 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。

*3 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。

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

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)



2 2023年1月期 Q2決算概要

サービスハイライト：メンバーシップSTARのリリース



- ツイカスの月額制コンテンツ「メンバーシップ」にコミュニケーションを深める機能を追加した、配信者と会員リスナー向け専用アプリ。
- 配信者は、ツイカスのライブ配信機能に加え、テキストメッセージやボイス・写真・動画などのオリジナルコンテンツを手軽に共有でき、会員リスナーはそれらのコンテンツをタイムライン形式で楽しむことが可能。
- ライブ配信の枠を越えて、配信者とリスナーが、オリジナルコンテンツを通してより密なコミュニケーションを楽しめるプレミアムで心地よい空間を提供。

サービスハイライト: ツイキャストVVのβリリース



- 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トの映像を流し、3D空間内で共同視聴が可能。
- ツイキャストVVの映像を、ツイキャスト上で手軽にライブ配信可能。※OBSなどのツールを利用。

サービスハイライト： その他

- 「ラブライブ！ スーパースター!!」2期などの人気アニメ等の配信による新しいコミュニケーション文化（共同視聴）の推進を継続。



ツイキャス

ラブライブ!
School idol project
スーパースター!!

7月22日(金)から
毎週金曜日23時30分~
"ツイキャスにて
放送決定！

- ブランディング施策として「ポムポムプリン」等の人気キャラクターとのコラボを実施。

NEW ポムポムプリン 全14種

ツイキャスキャラクタースタンプ

優勝 ぶっかきです ぼち ぼち 助かる... 最高... 推せる *

使用期間：2022年6月1日(水)～2022年8月31日(金) © '22 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. L631384

業績ハイライト

2023年1月期Q2

	会計期間	YoY	累計期間	YoY
売上高	1,622百万円	+ 1.4%	3,244百万円	+ 4.1%
営業利益	56百万円	+ 15.1%	84百万円	- 4.4%
実質売上総利益	421百万円	+ 6.3%	810百万円	+4.3%
ポイント販売売上	1,517百万円	- 0.1%	3,048百万円	+ 3.3%
ポイントPU	83千	- 7.0%	85千	- 4.0%
ポイントARPPU	6,055円	+ 6.8%	5,959円	+ 7.4%

■ コロナ禍の行動制限解除による反動の影響が継続し、売上高、ポイント販売売上、ポイントPUの成長率は見込を下回って推移。

■ 営業利益は、累計では上場関連費用等の影響でマイナスとなったが、単Qではメンバーシップ売上増と広宣費の最適化等の効果で堅調に増加。

■ 実質売上総利益は、累計、単Qともに、メンバーシップ売上の成長等により増加。

■ サービス改善と季節限定アイテムの投入等によるユーザー満足度向上により、ポイントARPPUは増加傾向を継続。

主なコストの推移

2023年1月期Q2

	会計期間	YoY	累計期間	YoY
売上原価 (ユーザー報酬)	809百万円	- 0.5%	1,627百万円	+ 2.5%
手数料	395百万円	+ 1.0%	794百万円	+ 2.6%
インフラ関連	135百万円	+ 9.1%	265百万円	+ 8.7%
体制強化	126百万円	+ 15.2%	250百万円	+ 16.9%
マーケティング	40百万円	- 23.0%	98百万円	+ 8.5%

■ 配信者への報酬支払額である売上原価は、ポイント販売売上と連動。

■ 手数料は、売上高に連動して増加。

■ ユーザー満足度向上を目的に高画質化を推進したことによるデータトラフィックの増加、サーバー設備の増設等によりインフラ関連費用は増加。

■ サービス運用体制及び管理体制の強化を推進したことで体制強化費用は増加。

■ マーケティング費用は、期初よりユーザー満足度改善に向けて投資してきた結果、累計では増加。

売上高とポイント販売売上の推移

売上高

ポイント販売売上

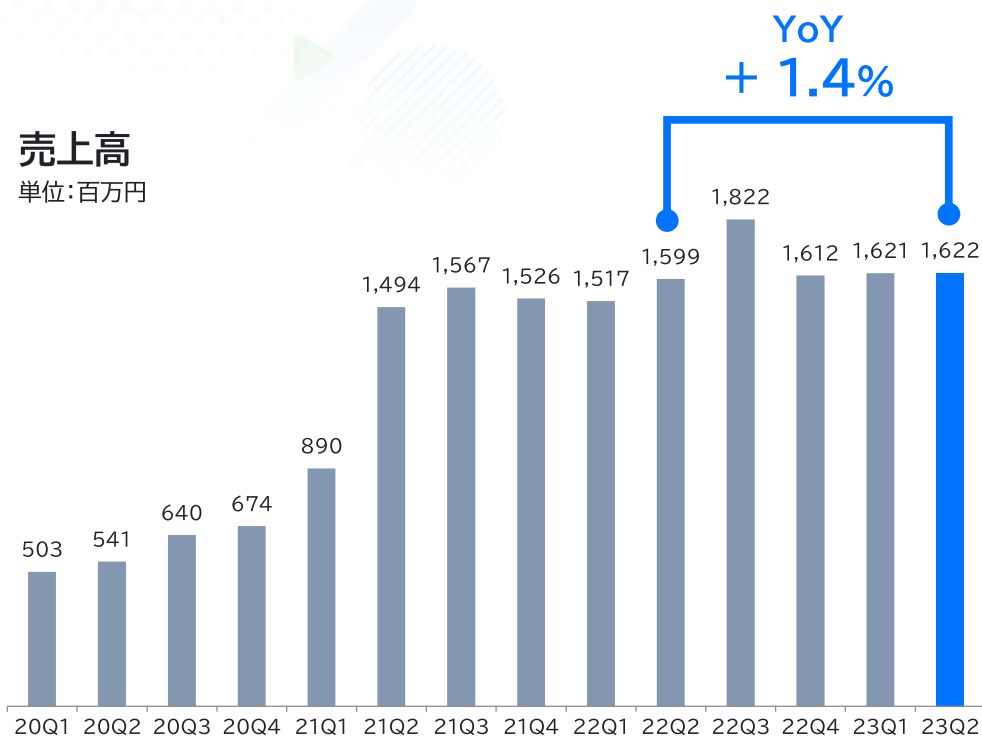
メンバーシップ売上

キャッシュ売上

- 売上高はYoY+1.4%(+22百万円)の1,622百万円に。
- ポイント販売売上は、YoY-0.1%(-1百万円)の1,517百万円に。

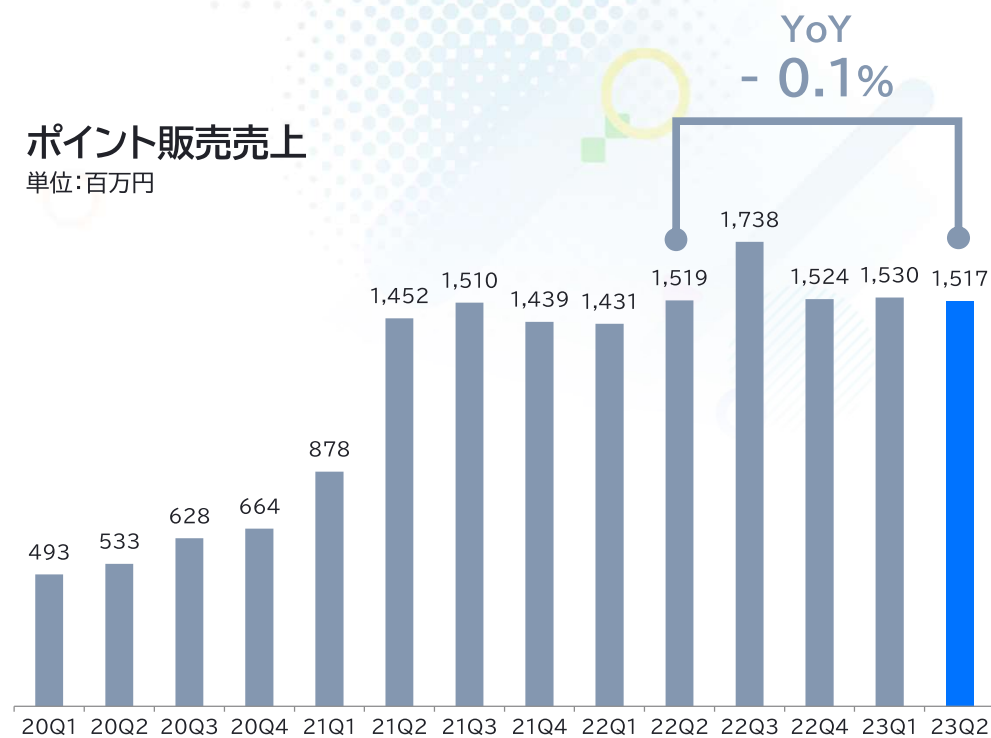
売上高

単位:百万円



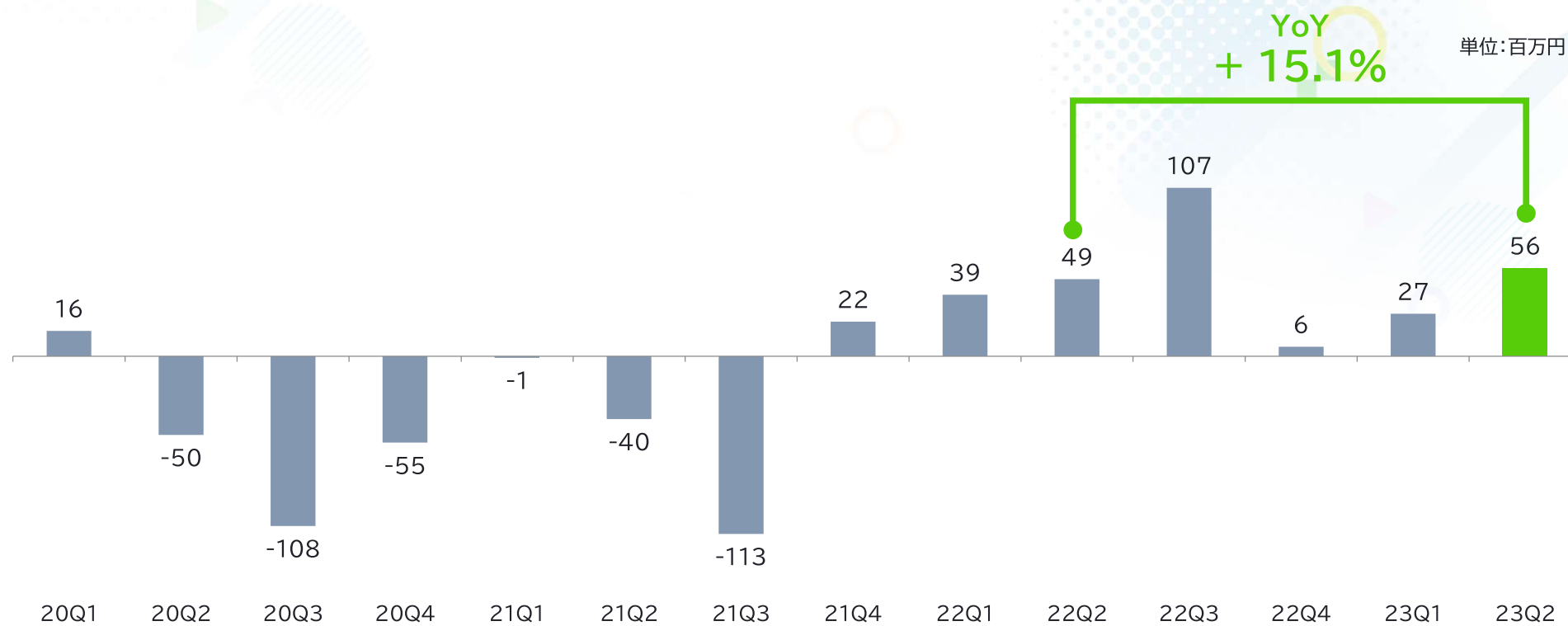
ポイント販売売上

単位:百万円



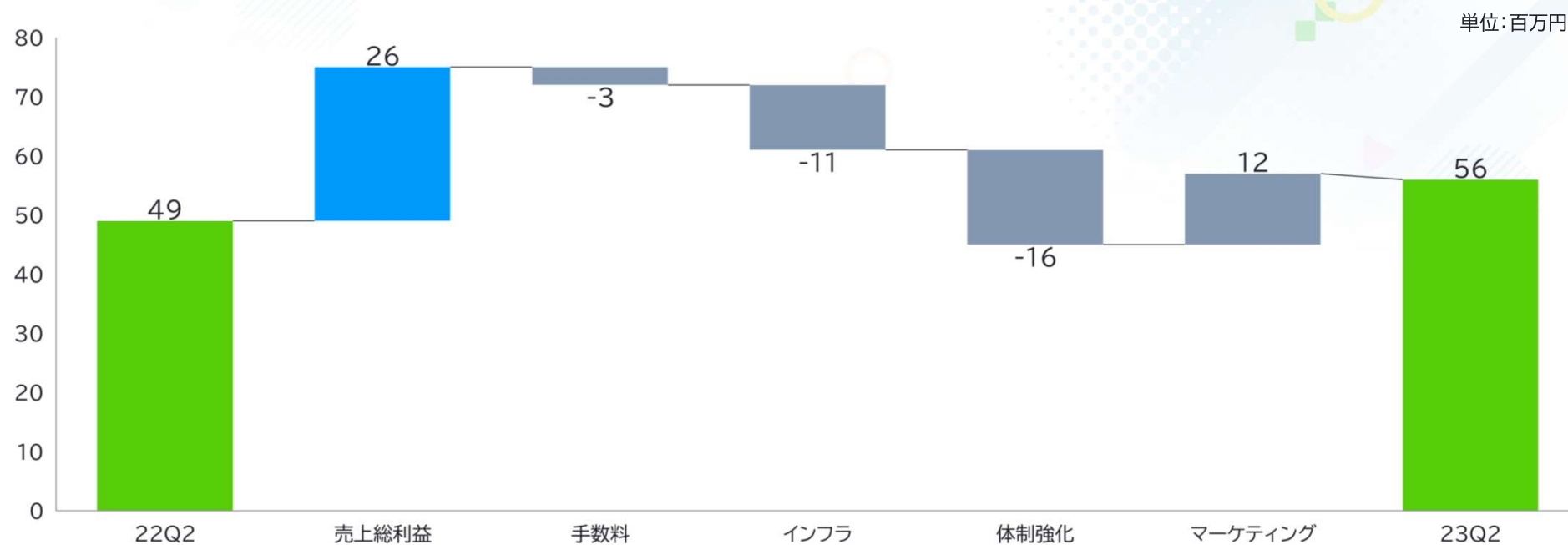
営業損益の推移

- 営業利益はYoY+15.1%(+7百万円)の56百万円に。
- メンバーシップ売上増、マーケティング施策の最適化等の効果。



営業利益の増減分析(会計期間)

- 手数料が、売上高に連動して増加。
- インフラと体制強化の両領域については、中長期の成長に向けて今後も継続的に投資予定。
- 今後のマーケティング費用については費用対効果を見ながら、適切に投資予定。



実質売上総利益の推移

実質売上総利益

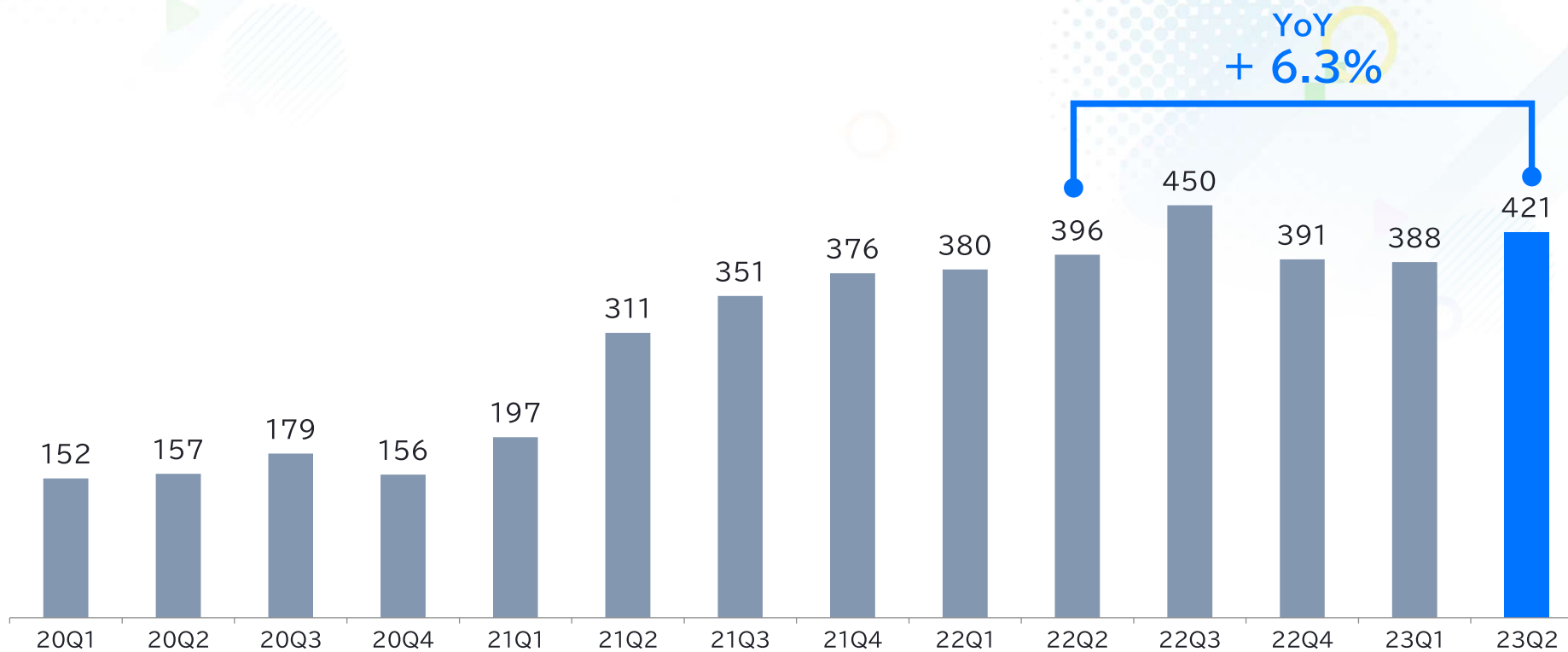
売上高

売上原価

手数料

- 実質売上総利益は、YoY+6.3%(+24百万円)の421百万円で着地。
- メンバーシップ売上の成長が貢献。

単位:百万円



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

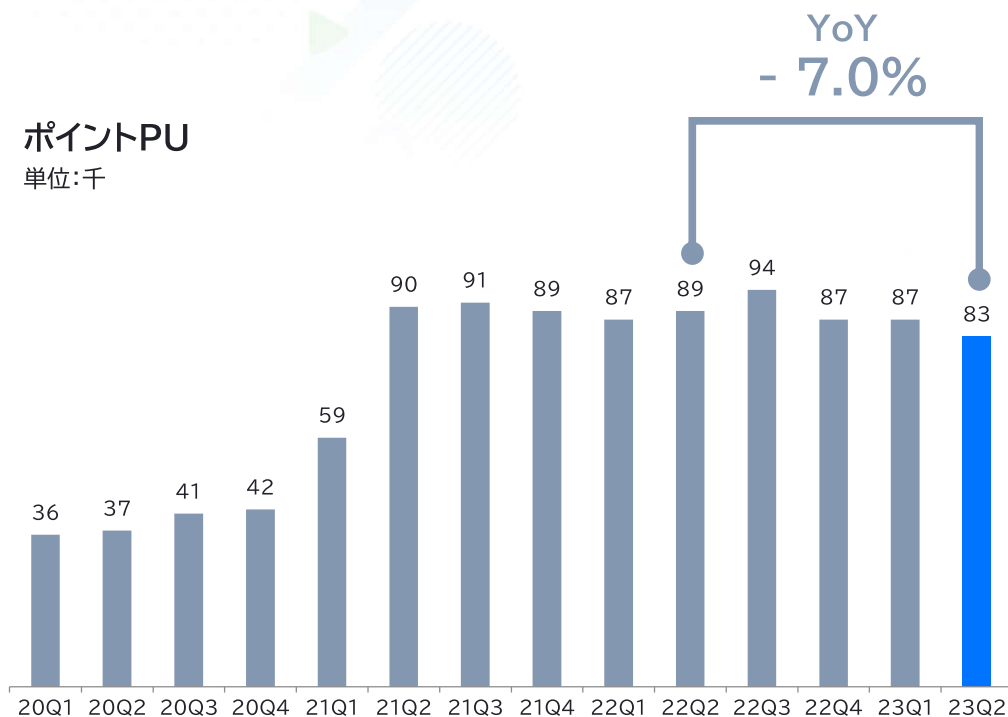
-

未使用ポイント

- 月間平均ポイントPUは、YoY- 7.0%(- 6千)の83千で着地。
- 月間平均ポイントARPPUはYoY+ 6.8%(+383円)の6, 055円に成長。

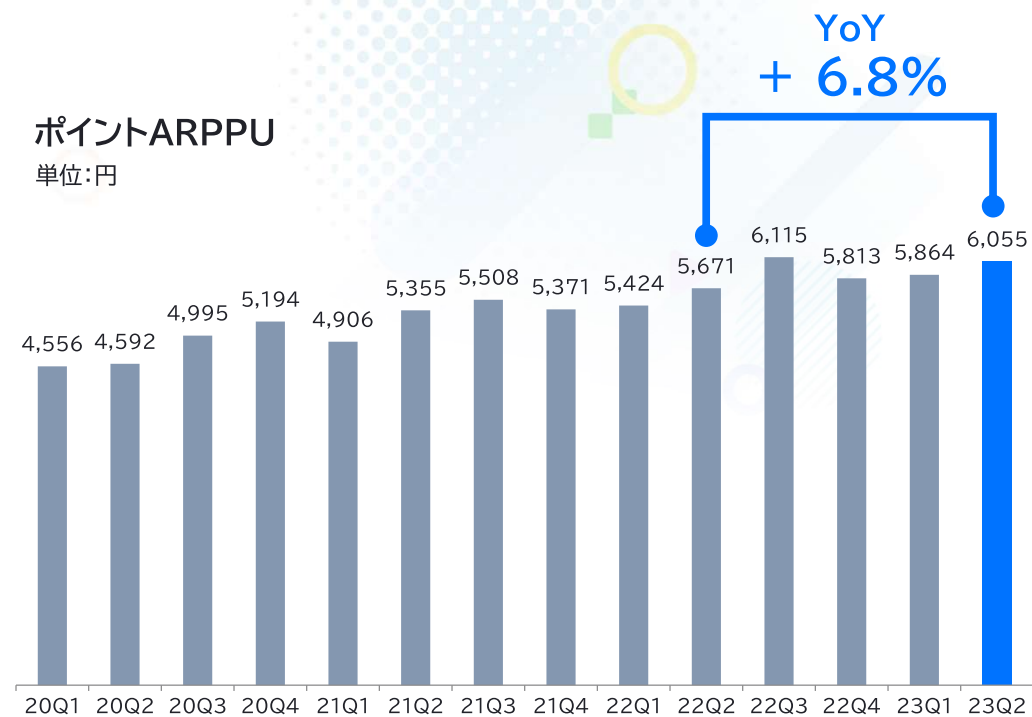
ポイントPU

単位:千



ポイントARPPU

単位:円



損益計算書サマリ(累計期間)

- 売上高はYoY+4.1%、営業利益は、前四半期計上の上場関連費用等の影響によりYoY- 4.4%に。

単位:千円	2022年1月期Q2	2023年1月期Q2	増減	前年同期比
売上高	3,117,317	3,244,149	126,831	4.1%
売上原価	1,588,546	1,627,795	39,248	2.5%
売上総利益	1,528,771	1,616,354	87,582	5.7%
販売費及び 一般管理費	1,440,633	1,532,062	91,428	6.3%
営業利益	88,137	84,291	-3,846	-4.4%
経常利益	88,943	84,804	-4,139	-4.7%
税引前四半期純利益	88,943	84,804	-4,139	-4.7%
四半期純利益	63,381	63,687	305	0.5%

貸借対照表サマリ

IPOによる資金調達と四半期純利益計上により、純資産は1,637百万円、自己資本比率は49.7%に。

単位:千円	2022年1月期末	2023年1月期Q2末	増減
流動資産	2,266,244	2,802,197	535,953
現金及び預金	1,230,534	1,813,118	582,584
売掛金	940,057	909,498	-30,558
固定資産	373,636	493,533	119,896
流動負債	1,693,079	1,657,600	-35,478
買掛金	838,896	770,123	-68,772
預り金	362,723	420,979	58,255
純資産	946,571	1,637,960	691,389
負債純資産	2,639,880	3,295,731	655,850
(自己資本比率)	35.9%	49.7%	13.8%

3 2023年1月期 通期業績予想

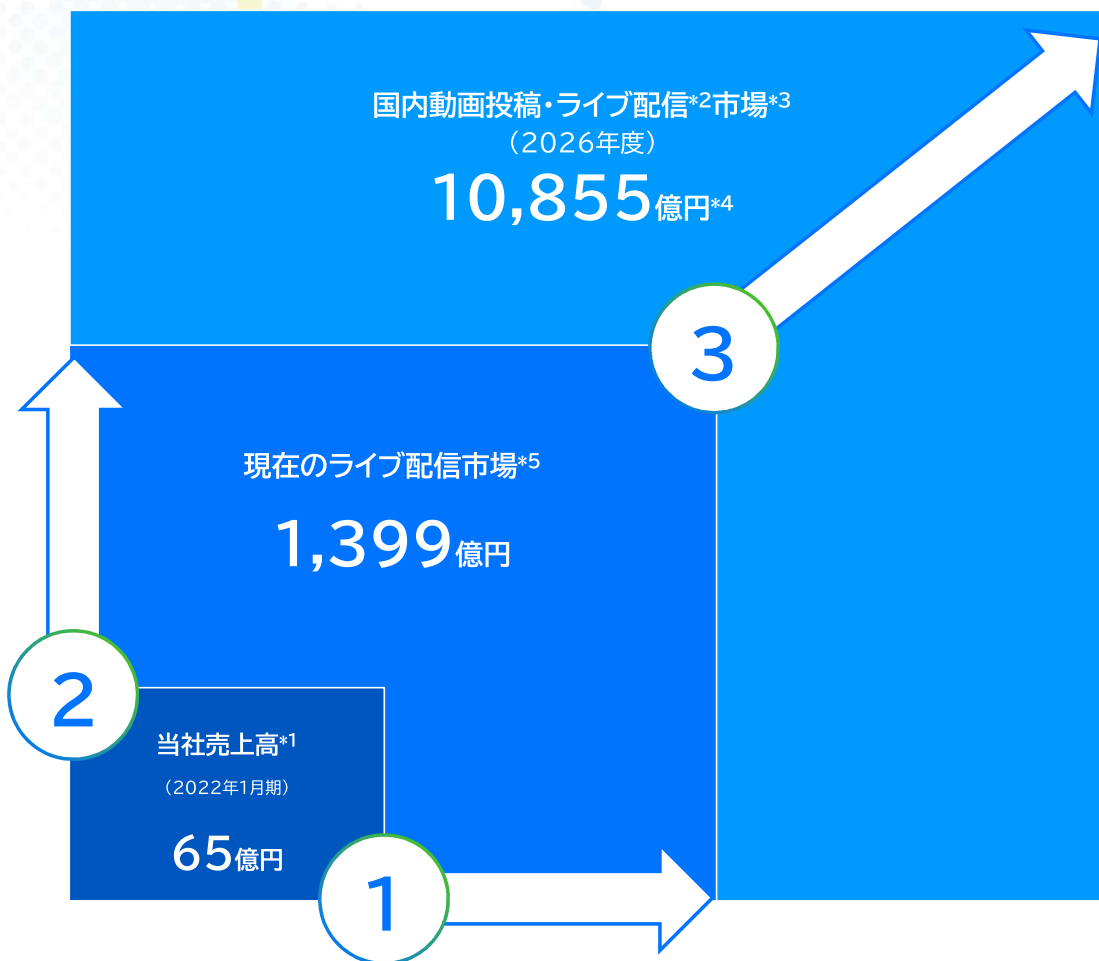
2023年1月期 業績予想

- 季節要因を考慮した下期偏重の計画であるため、現時点で業績予想の変更はなし。

単位:百万円	2022年1月期 通期実績	2023年1月期 通期予想	前年比	2023年1月期 2Q実績	進捗率
売上高	6,552	7,738	118.1%	3,244	41.9%
売上原価	3,313	3,795	114.6%	1,627	—
売上総利益	3,238	3,943	121.8%	1,616	—
販売費及び 一般管理費	3,036	3,657	120.4%	1,532	—
営業利益	202	286	141.5%	84	29.5%
経常利益	206	287	139.7%	84	29.4%
税引前当期純利益	206	287	139.7%	84	—
当期純利益	246	247	100.2%	63	25.8%

4 成長戦略

市場規模を見据えた成長の基本戦略



1

顧客基盤の拡大

主要KPI:

ポイントPU／キャスマ売上

2

顧客あたりの収益拡大

主要KPI:

ポイントARPPU／メンバーシップ売上

3

事業ドメインの拡大

*1 当社2022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」「17LIVE」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。

① 有料オンラインライブ(プレミア配信)による新規ユーザー開拓

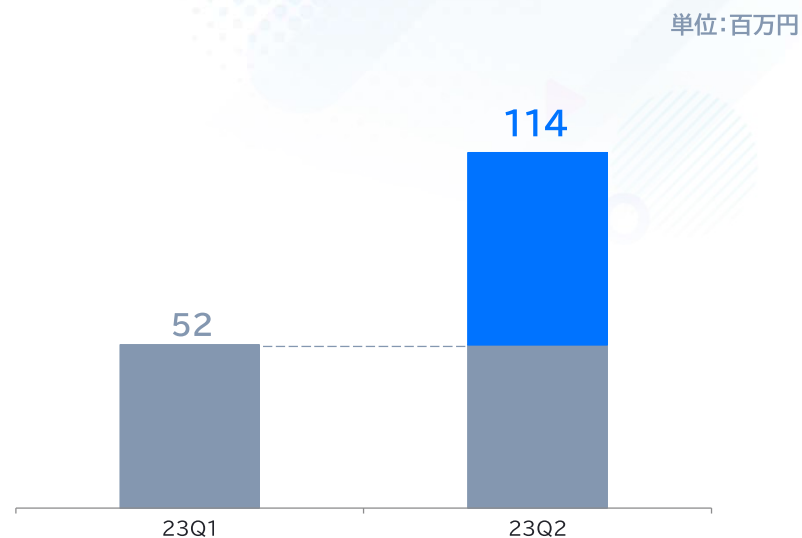
- ライブコンテンツ視聴 x コミュニケーション、という新しい価値の提供。
- 音楽から落語や演劇、トークショーまで幅広く利用が広がる。
- 新たなユーザー層(30代後半以上層)の獲得に貢献。

✓ 有料オンラインライブチケット販売実績例



魔怪都市新宿
オカルト&怪談フェス

✓ プレミア配信売上※(累計実績)



* 「キヤスマーケット」におけるチケット・コンテンツ販売手数料売上

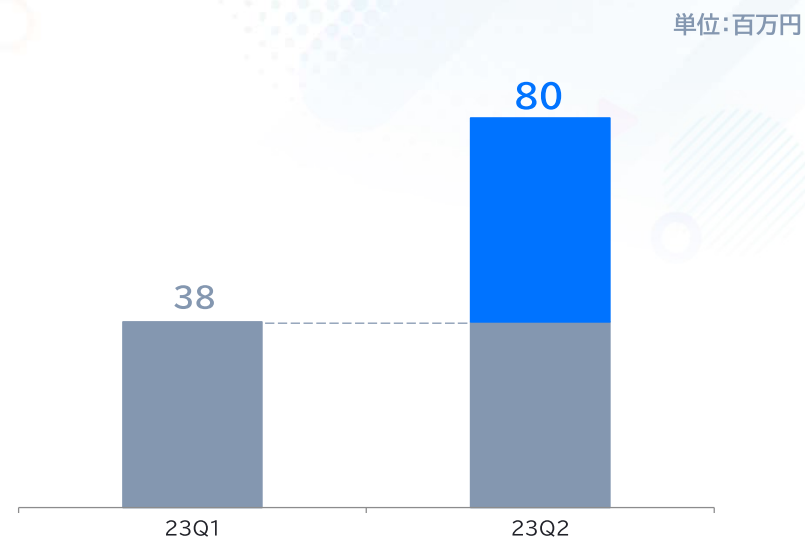
② 配信者をサブスクリプション(月額課金)で継続的に応援できるメンバーシップの拡大

- 配信者: ロイヤリティの高いファンの獲得と安定した収入の確保。
- 視聴者: 自分が応援する配信者とより密にコミュニケーション。
- 当社: ロイヤリティの高いユーザーの増加とストック型収益の発生。

✓ 専用アプリ「メンバーシップSTAR」をリリース。



✓ メンバーシップ売上※(累計実績)



※ メンバーシップ販売手数料売上

①&② ユーザー参加型コラボキャンペーンの開催

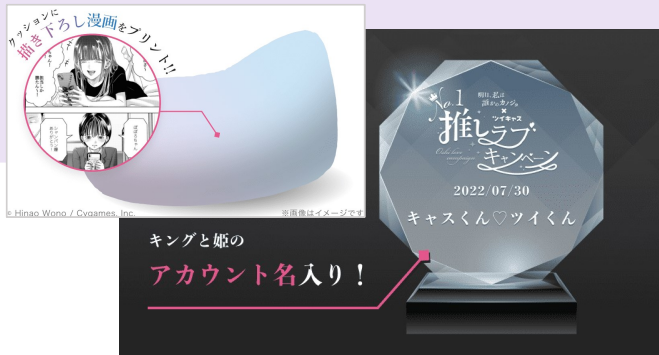
課金の「きっかけ」 x ユーザー満足度向上 x ブランディング



ユーザー参加型コラボキャンペーン



課金の「きっかけ」の提供



特別な体験を伴うユーザー満足度の向上

課金ユーザー数の増加



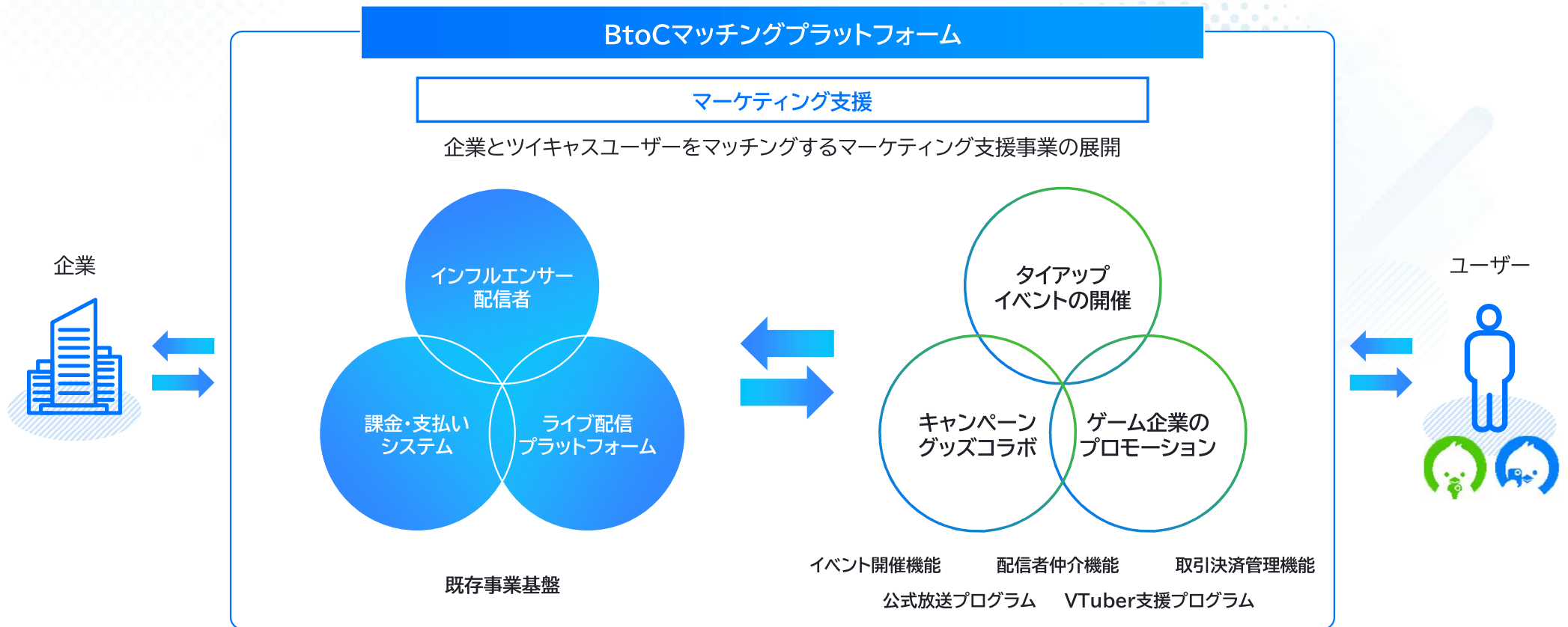
課金ユーザーあたりの
平均課金額増加



コラボ先と当社の
ブランド価値向上

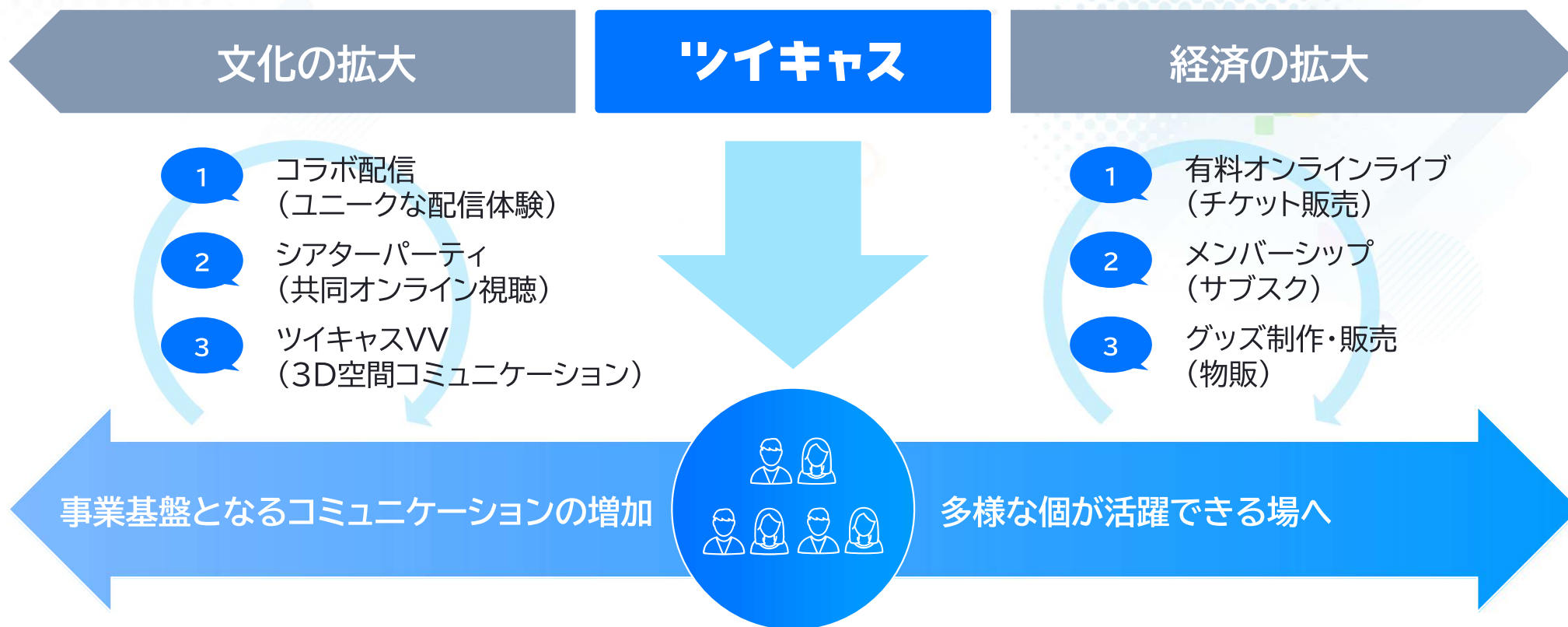
③ プラットフォームの規模拡大に伴うビジネス範囲の拡張

事業基盤を生かしたBtoCマッチングプラットフォームへ進化



①&② 機能改善や新規サービスのリリースを通じた新たな付加価値の提供

「文化」&「経済」の両面から、プラットフォームの規模を拡大



5 Appendix

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 株式会社オーグス総研
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。

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。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくよう、お願いいたします。