



**2023年4月期  
第2四半期決算説明資料**

2022年12月15日

# 目次

---



1. 2023年4月期 第2四半期決算
2. 会社概要
3. ビジネスハイライト
4. Appendix

# 2023年4月期 第2四半期決算

# 決算ハイライト



## FY23/4 第2四半期業績

売上高	119.7 億円	前年同期比 +92%
売上総利益 (売上総利益率)	52.6 億円 (43.9%)	前年同期比 +103% (+2.3pts)
営業利益 (営業利益率)	43.1 億円 (36.0%)	前年同期比 +143% (+7.5pts)
当期純利益 (当期純利益率)	29.9 億円 (25.0%)	前年同期比 +143% (+5.2pts)

## VTuber数

112名 (日本) (前年同期比 +5名)	26名 (英語圏) (前年同期比+16名)
--------------------------	--------------------------

## YouTube再生時間

304百万時間 (日本) (前年同期比 +4%)	73百万時間 (英語圏) (前年同期比 +750%)
-----------------------------	-------------------------------

## ANYCOLOR ID<sup>(1)</sup>

714千ID (前年同期比 +101%)	82% 29歳以下 <sup>(2)</sup>	36% : 64% 男女比 <sup>(2)</sup>
-------------------------	-----------------------------	---------------------------------

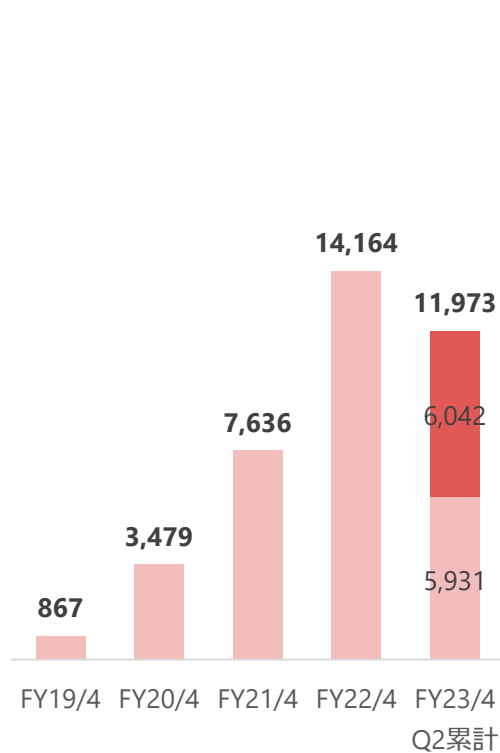
注：  
1. 「にじさんじオフィシャルストア」や「にじさんじFAN CLUB」の利用の際に必要となるID登録であり、2020年9月より運用開始  
2. 性別・年齢について登録されているアカウントの内訳

# 通期業績推移



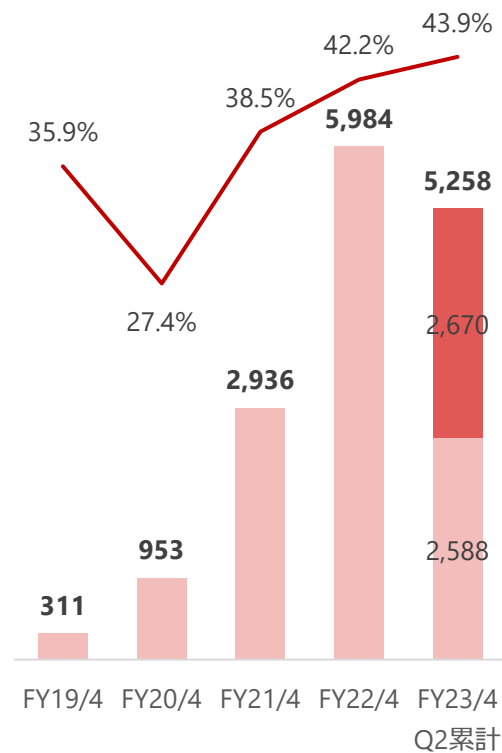
## 売上高

百万円



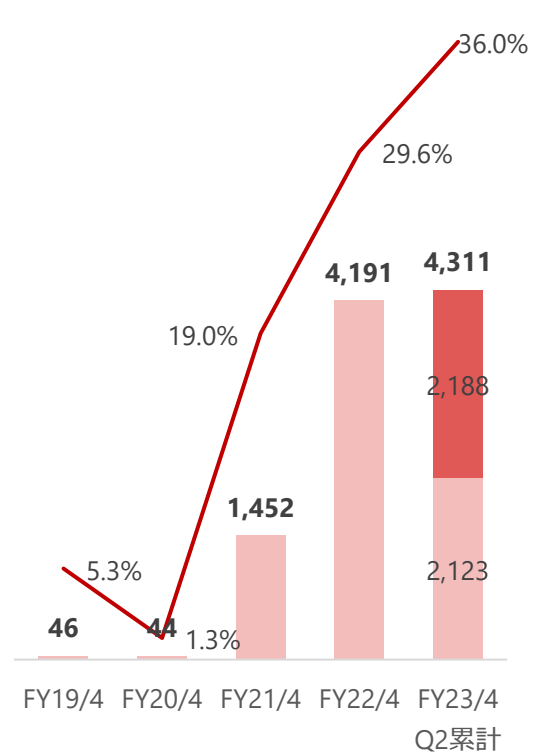
## 売上総利益／売上総利益率

百万円



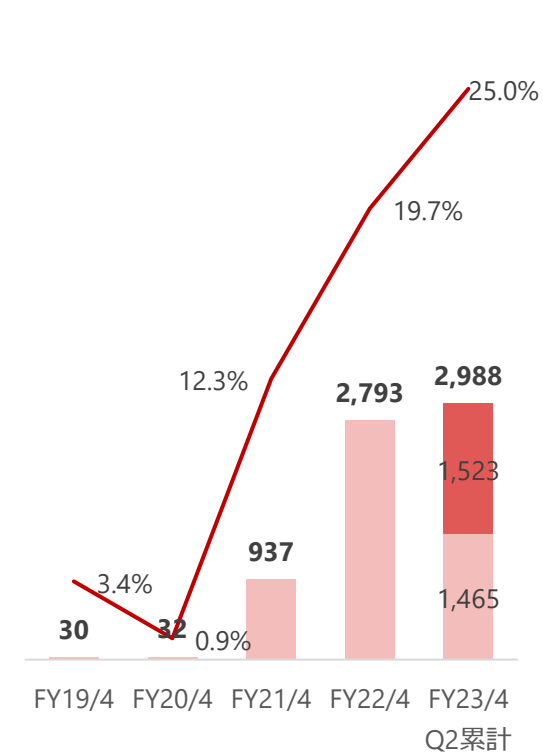
## 営業利益／営業利益率

百万円



## 当期純利益／当期純利益率

百万円



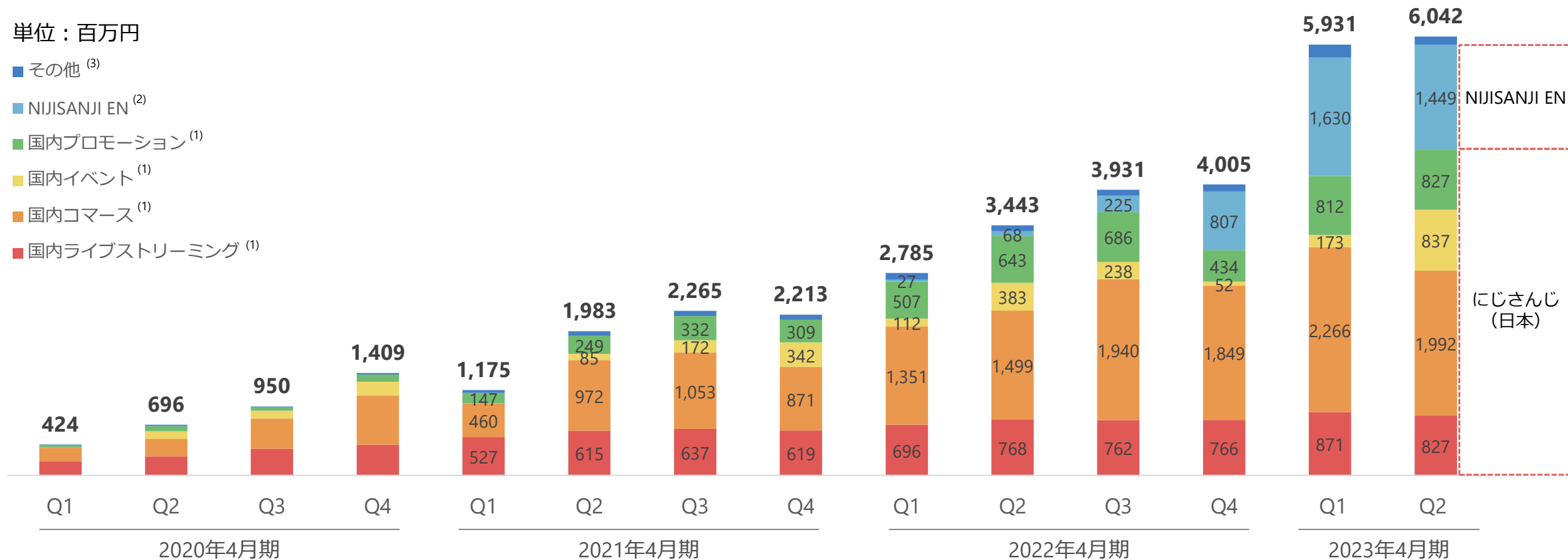
# 売上高（四半期）推移



- ✓ 「にじさんじフェス」開催によるイベント領域での貢献が大きい一方で、VTuber及び社内のリソースを当該イベントに集中させたこと等がその他領域に影響
- ✓ NIJISANJI EN内での各領域毎の内訳は次頁を参照

単位：百万円

- その他<sup>(3)</sup>
- NIJISANJI EN<sup>(2)</sup>
- 国内プロモーション<sup>(1)</sup>
- 国内イベント<sup>(1)</sup>
- 国内コマース<sup>(1)</sup>
- 国内ライブストリーミング<sup>(1)</sup>



注：

1. 日本国内で活動する「にじさんじ」に所属するVTuberの活動から生じる国内外での各領域の売上を計上
2. 「NIJISANJI EN」に所属するVTuberの活動から生じる国内外での各領域の売上を計上
3. 中国ビジネス（にじさんじ、NIJISANJI EN所属VTuberによるビリビリ配信等を含む）、韓国及びインドネシアで活動する「にじさんじ」に所属するVTuberの活動から生じる国内外での各領域の売上を計上

CONFIDENTIAL

本資料は許可なく複製・配布を行わないようお願いいたします。  
Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute without permission.

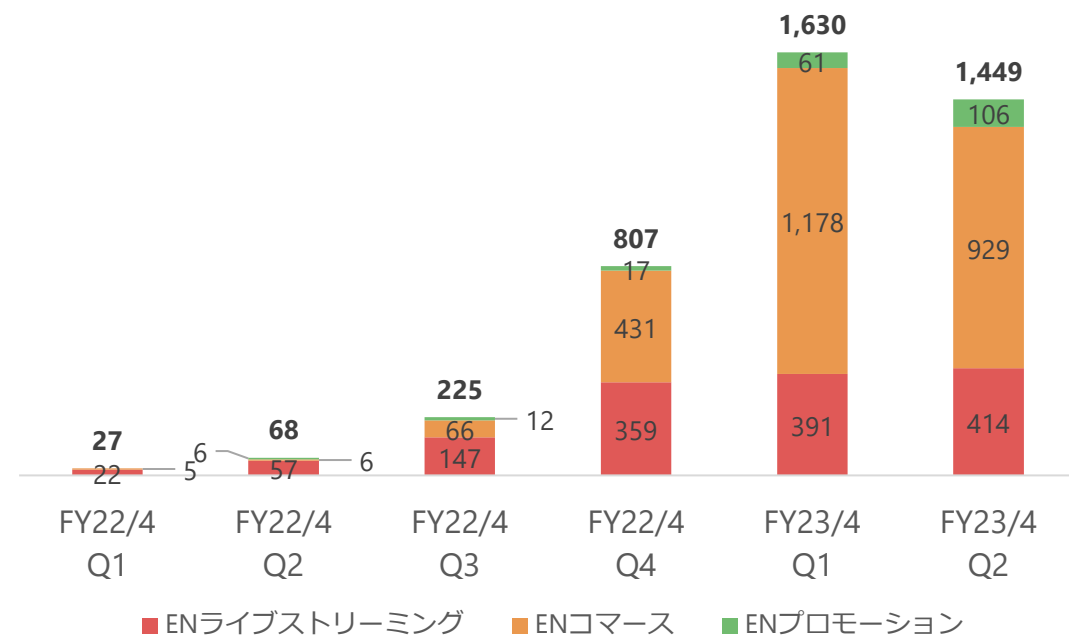
# 売上高 (NIJISANJI EN)



- ✓ NIJISANJI ENについては、前四半期と比較してコマース領域での減少がみられたものの、引き続き好調な推移
- ✓ 前四半期末に新規で6名がデビューした一方で、「にじさんじフェス」準備への対応や大規模なコマース施策が少なかったこともあり、収益は前四半期対比で減少し、結果としてNIJISANJI ENのVTuber当たり売上高は減少

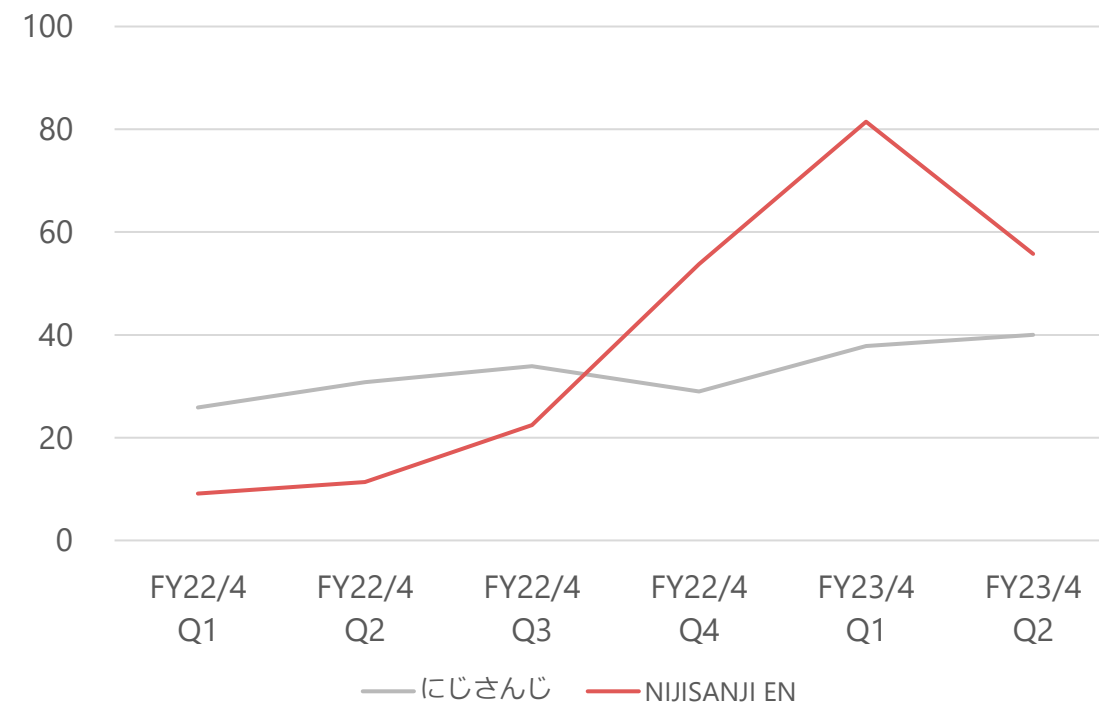
## NIJISANJI EN売上高推移

百万円



## VTuber当たり売上高(1)

百万円

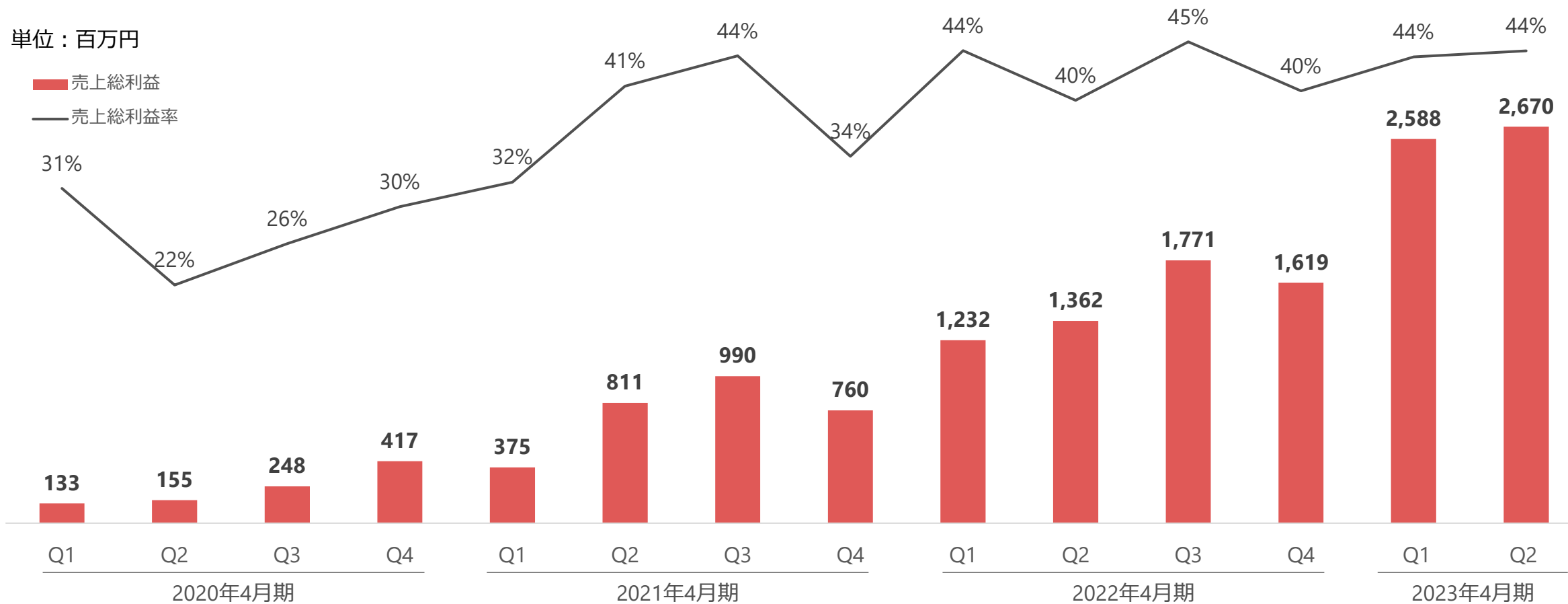


注：  
1. 各四半期の売上高を各四半期初のVTuber数で割って算出

# 売上総利益（四半期）推移



✓ 売上総利益率は概ね想定通りの着地



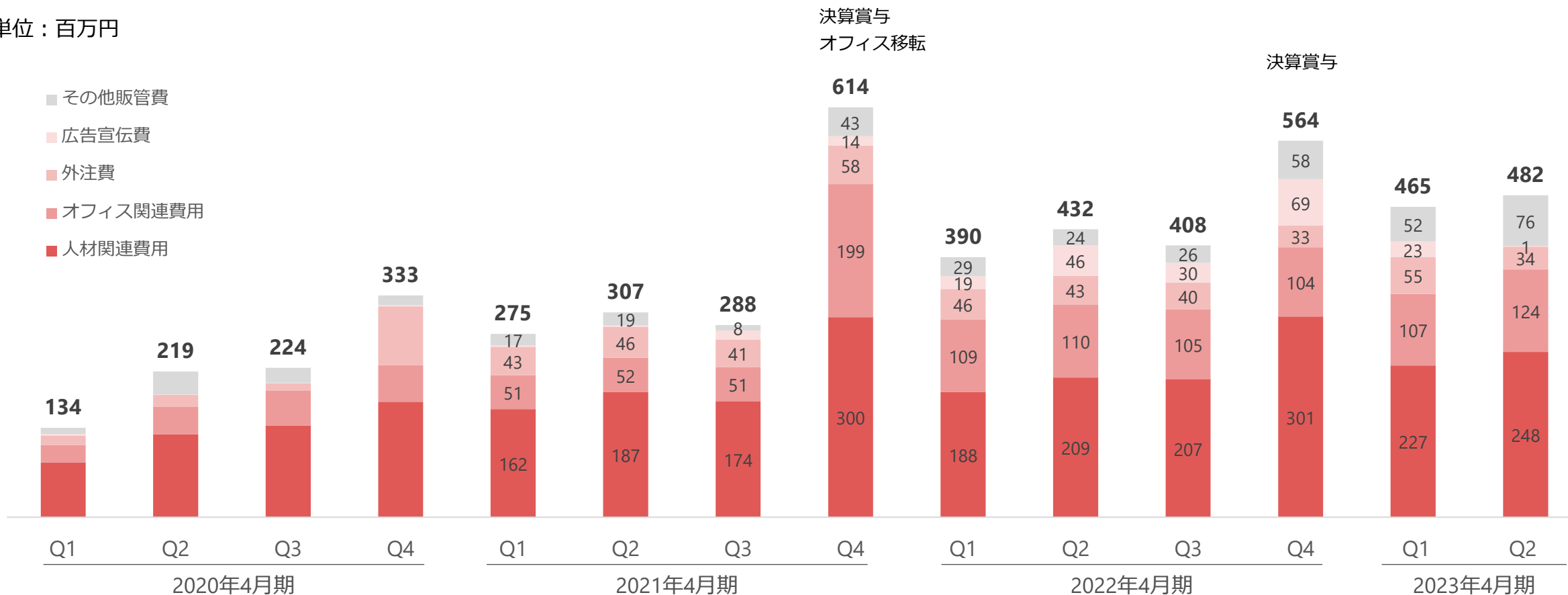


# 販管費（四半期）内訳



✓ 販管費の増加要因は主には人員の増加が中心であり、その他ソフトウェア費用や租税公課がやや増加

単位：百万円



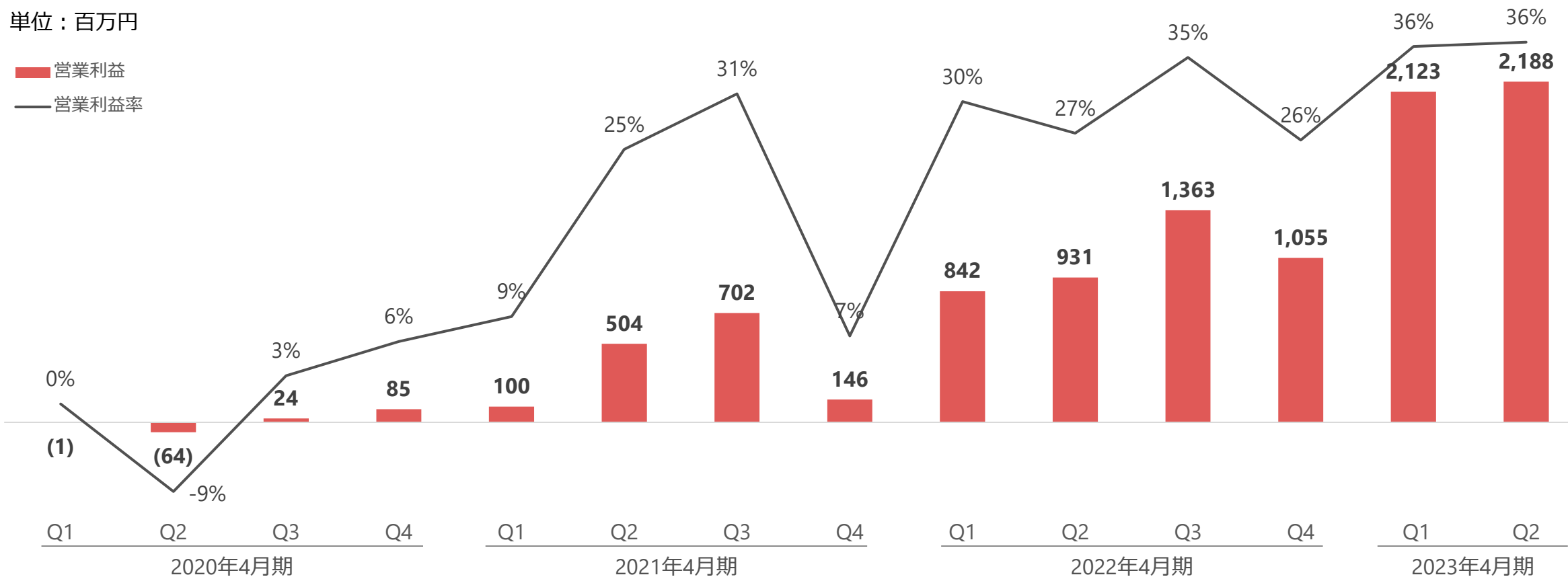
# 営業利益（四半期）推移



✓ 売上高成長に伴うオペレーティングレバレッジにより、営業利益率が改善

単位：百万円

■ 営業利益  
— 営業利益率



# 2023年4月期業績予想の上方修正

- ✓ 「NIJISANJI EN」は2021年5月の事業開始以降着実に成長しており、当初業績予想策定時点での想定を上回る進捗となっていること
- ✓ 「にじさんじ」についても国内コマース領域を中心に、各領域において当初業績予想策定時点での想定を上回る進捗となっていること
- ✓ 上記の売上高の上振れに対して、変動費以外のコスト項目については概ね当初業績予想策定時の想定通りの進捗であること
- ✓ 今回の業績予想から変動が生じた場合には適時に開示予定

## 修正後の業績予想

億円	修正前業績予想		修正後業績予想		第2四半期末 進捗率
売上高	<b>190 - 210</b>	YoY <b>+34 - 48%</b>	<b>225.0</b>	YoY <b>+58.9%</b>	<b>53.2%</b>
売上総利益 (売上総利益率)	<b>77.9 - 88.2</b> (41 - 42%)	YoY <b>+30 - 47%</b>	<b>98.0</b> (43.6%)	YoY <b>+63.8%</b>	<b>53.4%</b>
営業利益 (営業利益率)	<b>55.1 - 65.1</b> (29 - 31%)	YoY <b>+31 - 55%</b>	<b>77.0</b> (34.2%)	YoY <b>+83.7%</b>	<b>56.0%</b>
当期純利益 (当期純利益率)	<b>38.0 - 46.2</b> (20 - 22%)	YoY <b>+36 - 65%</b>	<b>53.0</b> (23.6%)	YoY <b>+89.8%</b>	<b>56.4%</b>

# 所属VTuber数とYouTube再生時間（四半期）推移

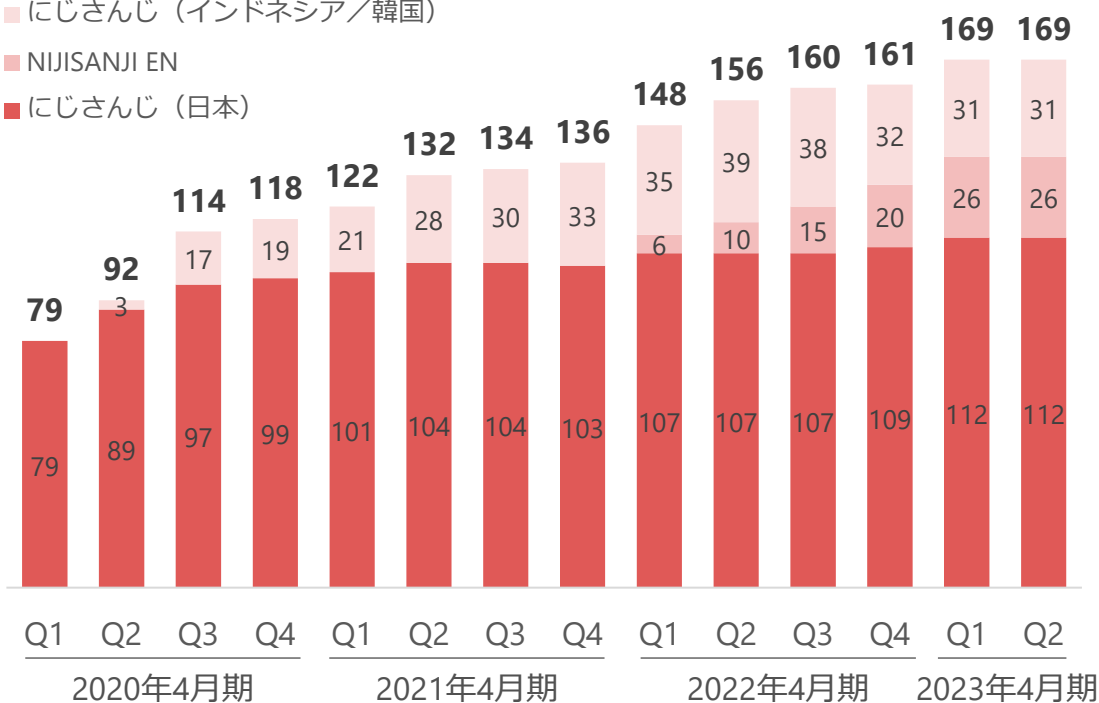


✓ 当四半期については新規VTuberのデビューは「にじさんじ」、「NIJISANJI EN」ともになく、卒業したVTuberもいないことからVTuber数の変動はなし

## 四半期末時点の所属VTuber数<sup>(1)</sup>

人

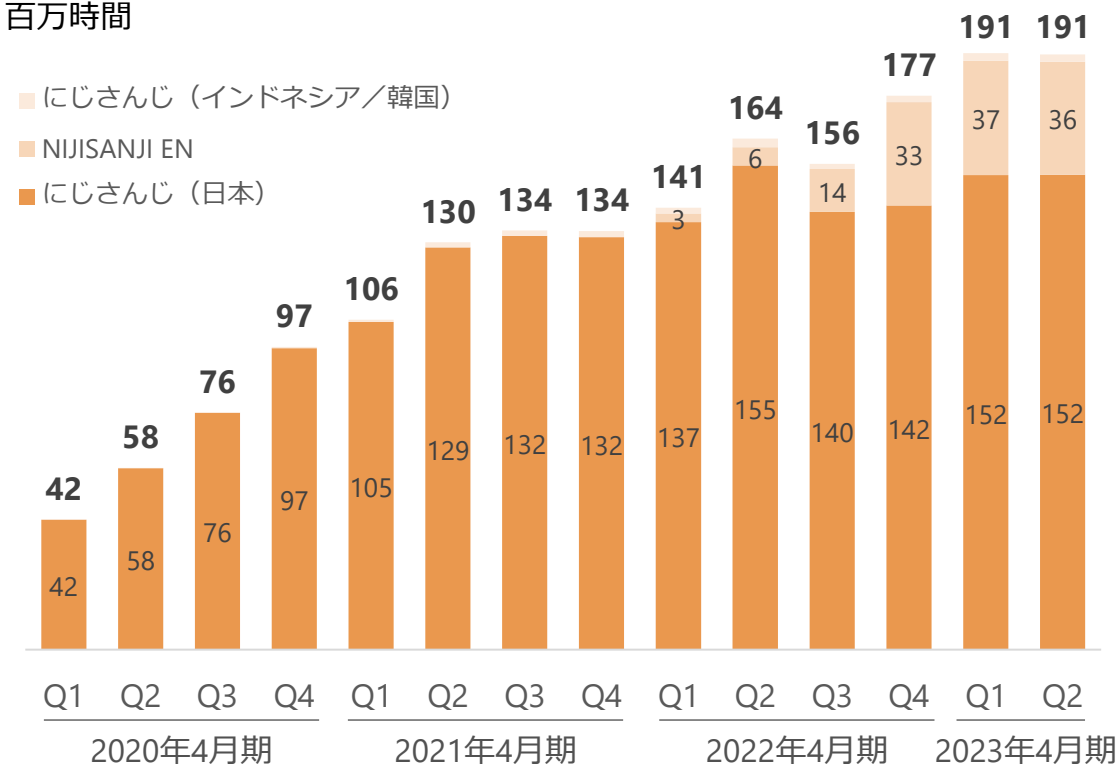
- にじさんじ（インドネシア／韓国）
- NIJISANJI EN
- にじさんじ（日本）



## YouTube再生時間<sup>(1)</sup>

百万時間

- にじさんじ（インドネシア／韓国）
- NIJISANJI EN
- にじさんじ（日本）



注：

1. 2022年4月15日にインドネシアにおけるVTuberグループ「NIJISANJI ID」と韓国におけるVTuberグループ「NIJISANJI KR」を、VTuberグループ「にじさんじ」に統合しているものの期間比較の観点から統合後も区分して掲載

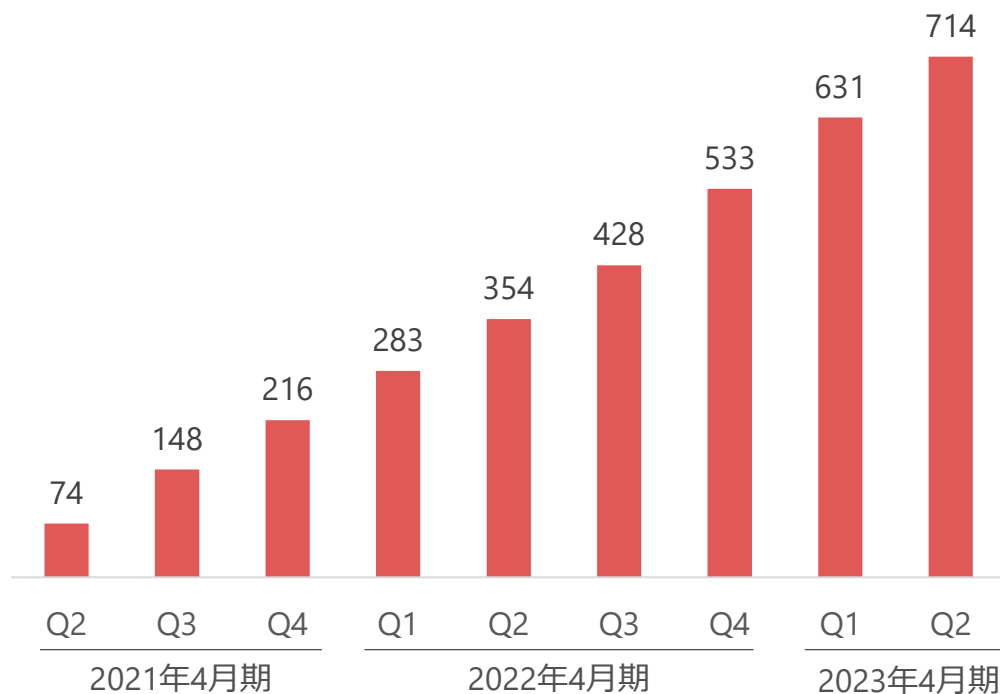
# ANYCOLOR ID（四半期）推移



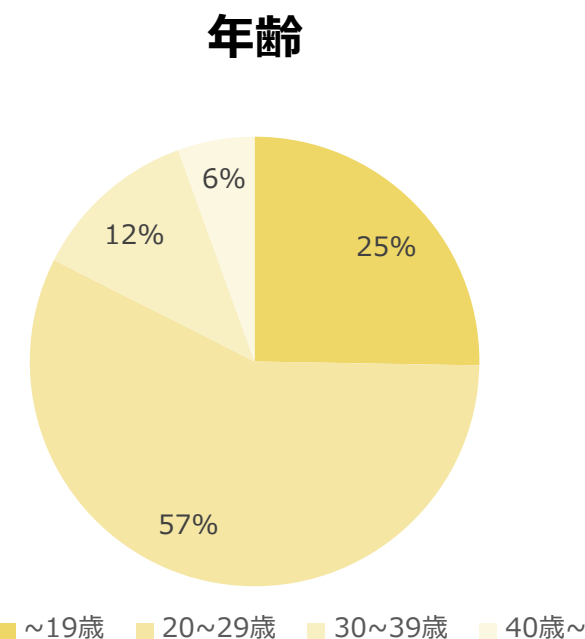
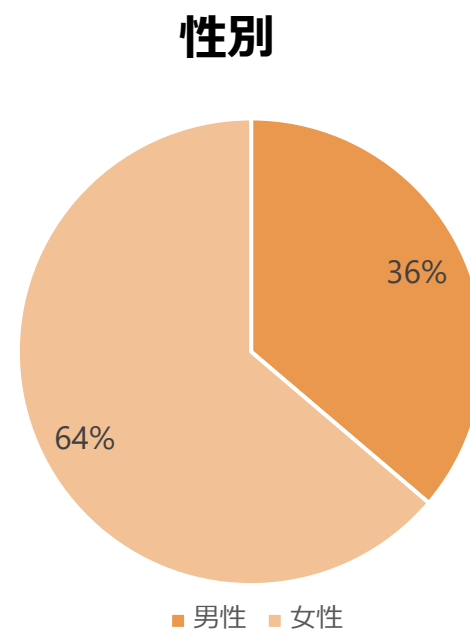
- ✓ ANYCOLOR IDは「にじさんじオフィシャルストア」でのコンテンツ購入や「にじさんじFAN CLUB」への加入、イベントチケットの購入等に際して利用するID
- ✓ アカウント数は堅調に増加しており、男女別・年齢層ともにバランスのよい構成

## 四半期末時点のANYCOLOR ID数

千アカウント



## ANYCOLOR IDの属性別内訳<sup>(1)</sup>



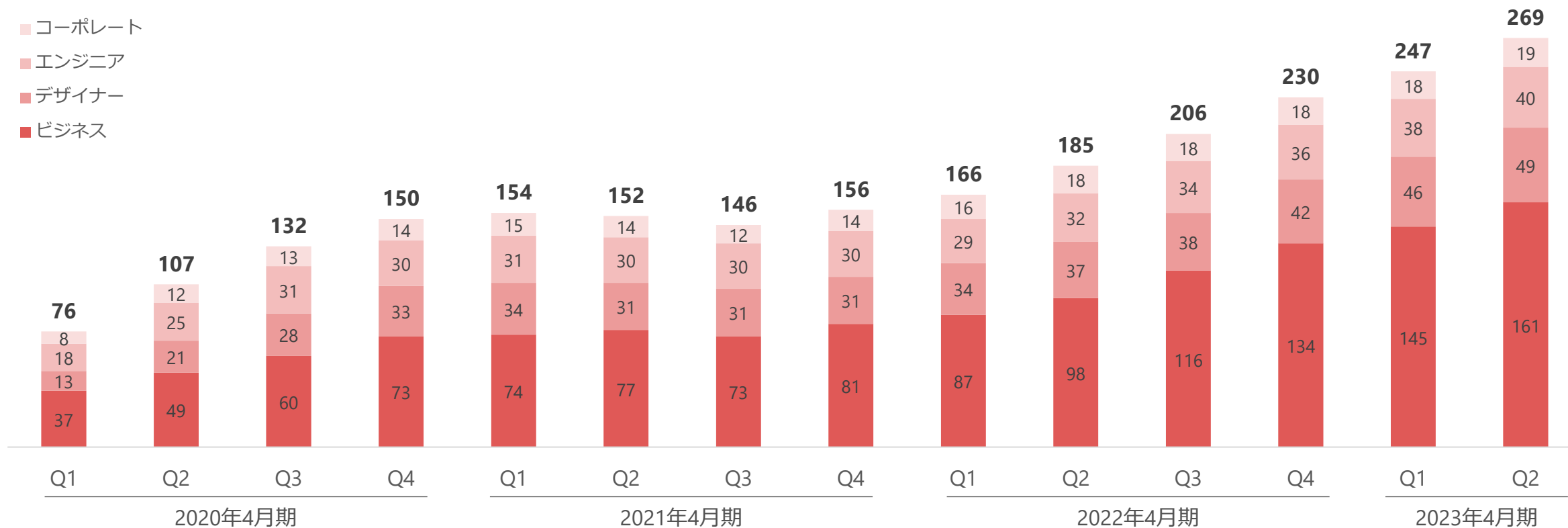
注：  
1. 2023年4月期 Q2末時点におけるANYCOLOR IDのうち、年齢・性別について登録のあるユーザーのみを母数として集計した中での内訳

# 従業員数<sup>(1)</sup>（四半期）推移



単位：人

- コーポレート
- エンジニア
- デザイナー
- ビジネス



注：  
1. 正社員及び契約社員の合計

CONFIDENTIAL

本資料は許可なく複製・配布を行わないようお願いいたします。  
Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute with out permission.

# 事業アップデート：「にじさんじ甲子園2022」

ANY  
COLOR

コナミデジタルエンタテインメントから発売されている「eBASEBALLパワフルプロ野球2022」を使用して、「にじさんじ」所属の監督VTuberが選手を育成、頂点を目指し試合を行うゲーム大会  
ドラフト会議、育成期間を経て2022年8月12日(金)～8月14日(日)に本戦を開催し、高い注目を獲得



YouTubeライブ  
最大同時視聴者数  
**20万人超**

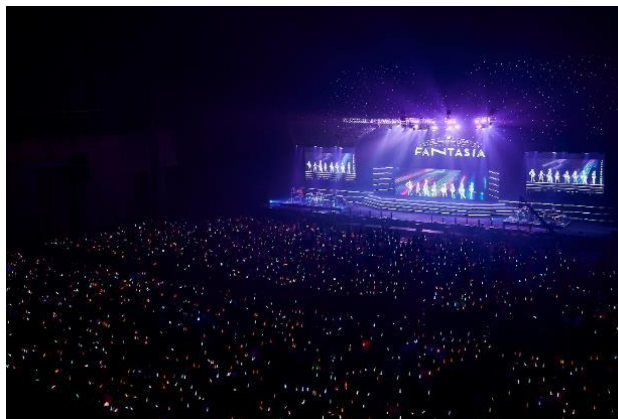


YouTubeライブ  
最大同時視聴者数  
**18万人超**



YouTubeライブ  
最大同時視聴者数  
**31万人超**

# 事業アップデート：「にじさんじフェス2022」



**国内および海外のVTuber総勢118名が参加！**  
**“文化祭”をテーマにステージや企画ブース、フード&ドリンク、グッズなど様々な企画が楽しめる大型フェス！**  
**10月1日(土)・2日(日) 9:00~18:00 @幕張メッセ 1-6ホール**



# 会社概要

魔法のような、新体験を。

## NEXT ENTERTAINMENT FACTORY

僕らは、テクノロジーで、**エンタメを変える**。

**もっと自由で、もっと多彩で、もっとディープなコンテンツ**を送り出し、魔法のような新体験を世界に届ける。

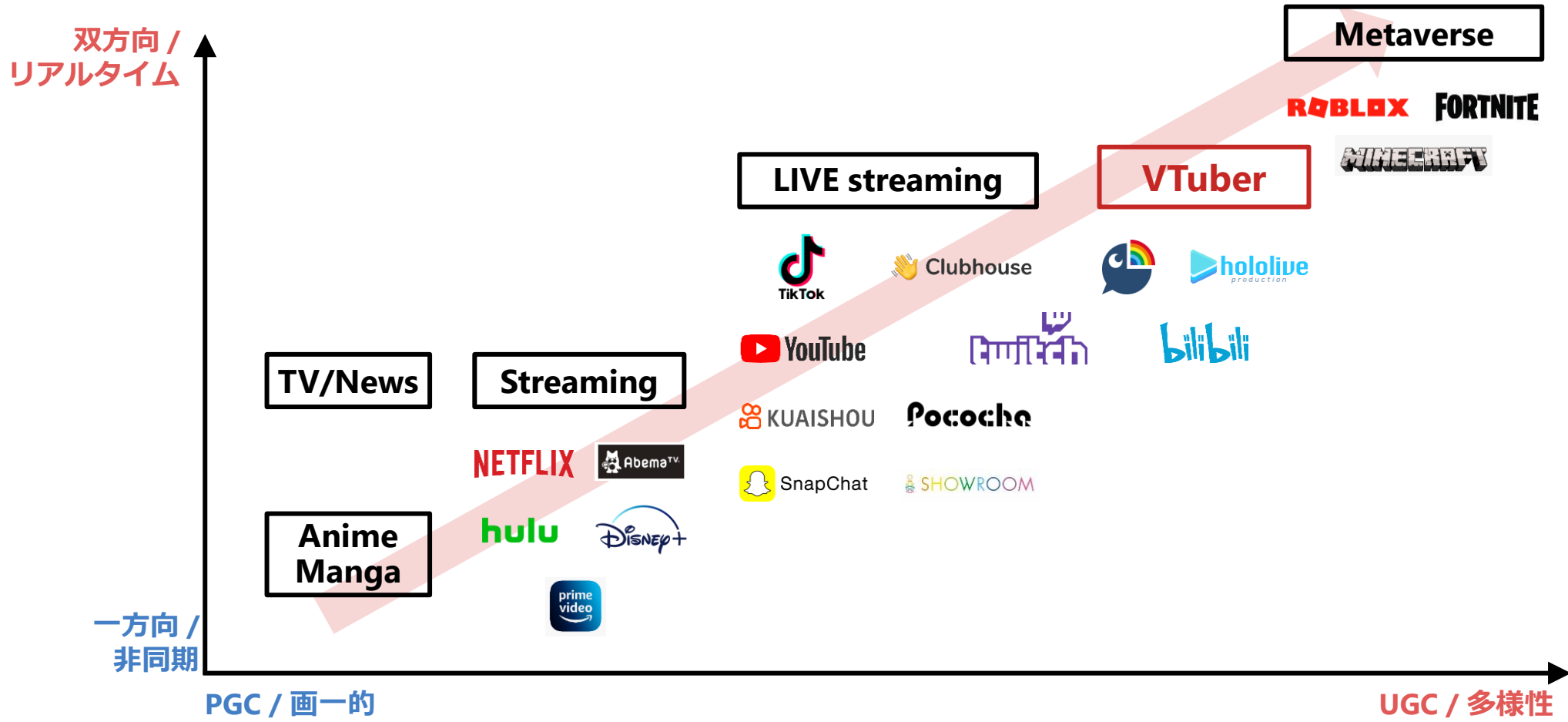
そして、その先に見つめるのは、新たな「**エンタメ経済圏**」だ。

近い将来、**人々の生き方や働き方が大きく変わり**、よりクリエイティブなものに時間を注ぐ時代がやってくる。

それは同時に、**ユーザーとクリエイターの垣根がなくなる時代**で、消費と創作の新たなサイクルのもと、「エンタメ経済圏」が加速していこう。

僕らは、そんな新時代の切り込み役として、世界の人々の日常に魔法をかけていく。

# メディア業界におけるパラダイムシフト



注：  
1. 上記はメディア業界における各媒体のポジショニングについて当社独自の分析を示したものです

CONFIDENTIAL

本資料は許可なく複製・配布を行わないようお願いいたします。  
Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute with out permission.

# VTuber (Virtual YouTuber) とはなにか



## キャラクター

Not  
アニメキャラクター

- ✓ モーションキャプチャーの活用により、アニメでは表現できない“人間らしさ”を表現
- ✓ ライブストリーミングを通じて、相互コミュニケーションが可能



## 配信者

Not  
アイドル

- ✓ 現実の容姿や生活と関係なくバーチャル世界で活動が可能
- ✓ 属人的なリスクの排除



## VTuber

Not  
YouTuber

- ✓ アニメならではのキャラクター・世界観の表現が可能
- ✓ IPとして、コマーシャルやタイアップ広告等の事業展開が可能



# バーチャル／メタバースにおける有名人／芸能人



## バーチャル世界でのブランド力を活かした独自のエコシステムを構築

# VTuberのデビューまでの総合的なサポート体制



注:

1. 現時点ではにじさんじ（日本）のみ実施

本資料は許可なく複製・転載を行わないようお願いいたします。

CONFIDENTIAL

Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute with out permission.

VTubers

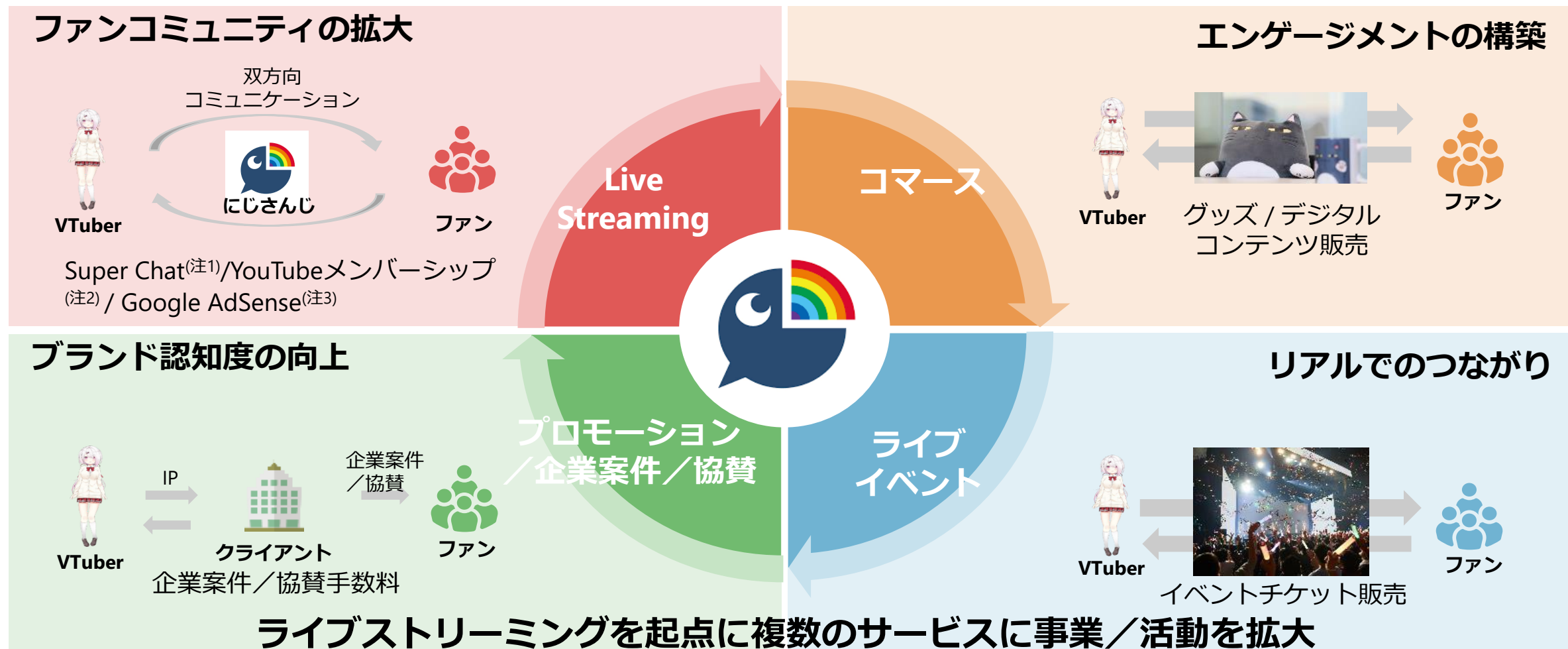
# エンゲージメントの高いコミュニティの創出

ANY  
COLOR



- ✓ YouTubeを中心に、各VTuberがライブストリーミング配信を実施
- ✓ VTuberによるライブストリーミング配信を通じて、VTuberとのシームレスな会話体験を提供
- ✓ VTuberとのコミュニケーションを通じて、ファンの方々からの高いエンゲージメントを獲得

# 独自のエコシステムの拡大



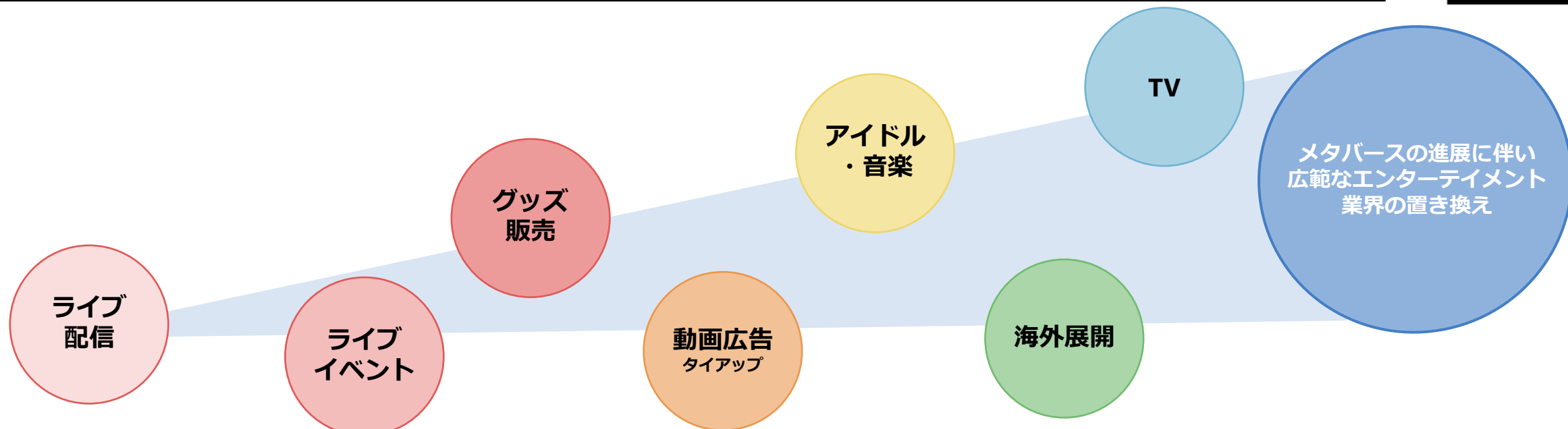
注:

1. YouTubeのライブ配信におけるチャット機能のうち、ユーザーが有料課金を行うことでコメントが目立つように固定表示される機能
2. ユーザーが一定の月額料金を支払うことによってYouTubeチャンネルのメンバーとなり、チャンネル独自の限定動画、その他のアイテム等のメンバー限定の特典を得られる制度
3. YouTube上に流れる広告による収益の一部をGoogle LLCから受領することによる収益

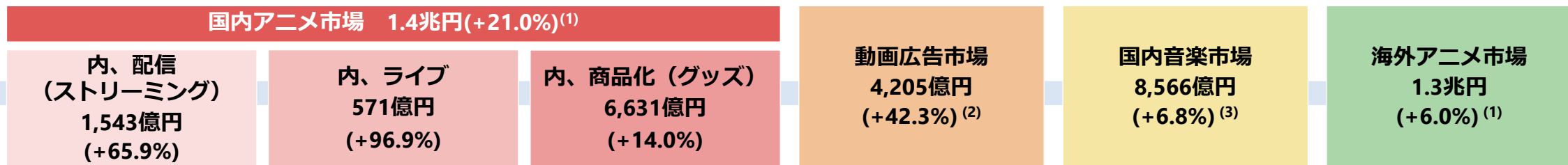
CONFIDENTIAL Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute without permission.



# VTuberの活動の拡がりに伴うTAMの拡大



## 市場規模（対前年比成長率）



出所:一般社団法人日本動画協会 アニメ産業レポート2022、サイバーエージェント、一般財団法人 デジタルコンテンツ協会

注:

1. アニメ市場には2021年の「TV」、「映画」、「ビデオ」、「配信」、「商品化」、「音楽」、「海外」、「遊興」、「ライブ」各項目のエンドユーザー売上高を含む
2. 動画広告は2021年のインターネットを通して配信される動画広告の年間広告出稿額を推計し市場規模予測を算出（動画広告業界関連事業者へのヒアリング調査ならびに公開情報、調査主体およびデジタルインファクトが保有するデータ等を参考に実施。また、広告主が支出する広告費を対象に市場規模を算出）した数値を使用
3. 国内音楽市場には、2021年の「パッケージソフト売上」、「ネットワーク配信売上」、「フィーチャーフォン向け配信売上」、「カラオケ売上」、「コンサート入場料収入」、「ラジオ放送・関連サービス収入」実績値を含む

CONFIDENTIAL

本資料は許可なく複製・配布を行わないようお願いいたします。 Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute without permission.

# ビジネスハイライト

# Business Highlights

---

ANY  
COLOR

1 バーチャル世界における競争優位性の構築

2 にじさんじブランドの強まり

3 持続的に顧客層を惹きつける成長モデル

4 高い成長性と収益性の実現

# 1 バーチャル世界における競争優位性の構築



## 会社がVTuberのIPを保有

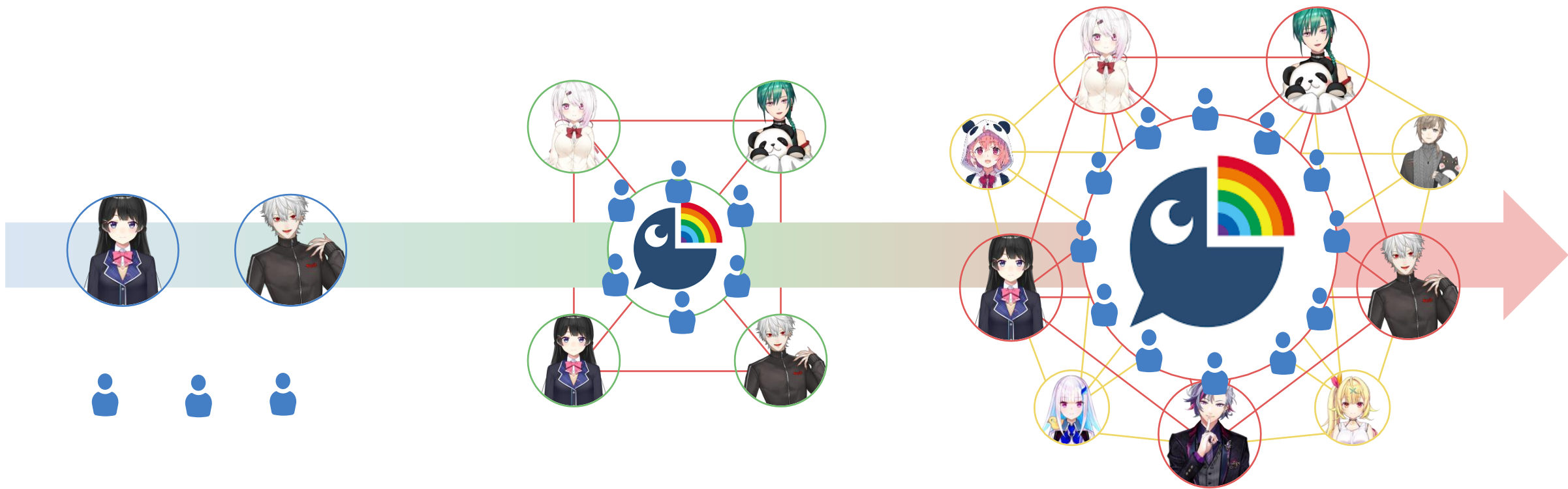
## バーチャル文化

- ✓ 多様な収益源の確保
  - 配信者ビジネス x IPビジネス
  - 高い営業利益率
- ✓ VTuberの高いリテンション率
  - **リテンション率98 %<sup>(1)</sup>**
- ✓ 会社プロデュースでのVTuber設定
  - トレンドを踏まえたキャラクター設定

- ✓ 現実世界の知名度を活用できず、新規参入の障壁
  - バーチャル世界で0からファンを獲得
  - ライブストリーミングを通じたファンとの関係性の構築
- ✓ ファンの熱量に支えられたビジネス
  - 収益に占めるBtoC比率の高さ
  - 露出による認知度ではなく、視聴を通じてファンとの絆を構築することが必要

注：  
1. 2021年4月末時点の国内VTuber数からFY22/4期間中に卒業した国内VTuberを除き、2021年4月末時点での数で割って算出

## 2 にじさんじブランド価値の強まり



□ ローンチ～初期

にじさんじを通じたVTuber同士の交流により、ブランド価値が向上

## 2 にじさんじコミュニティの構築



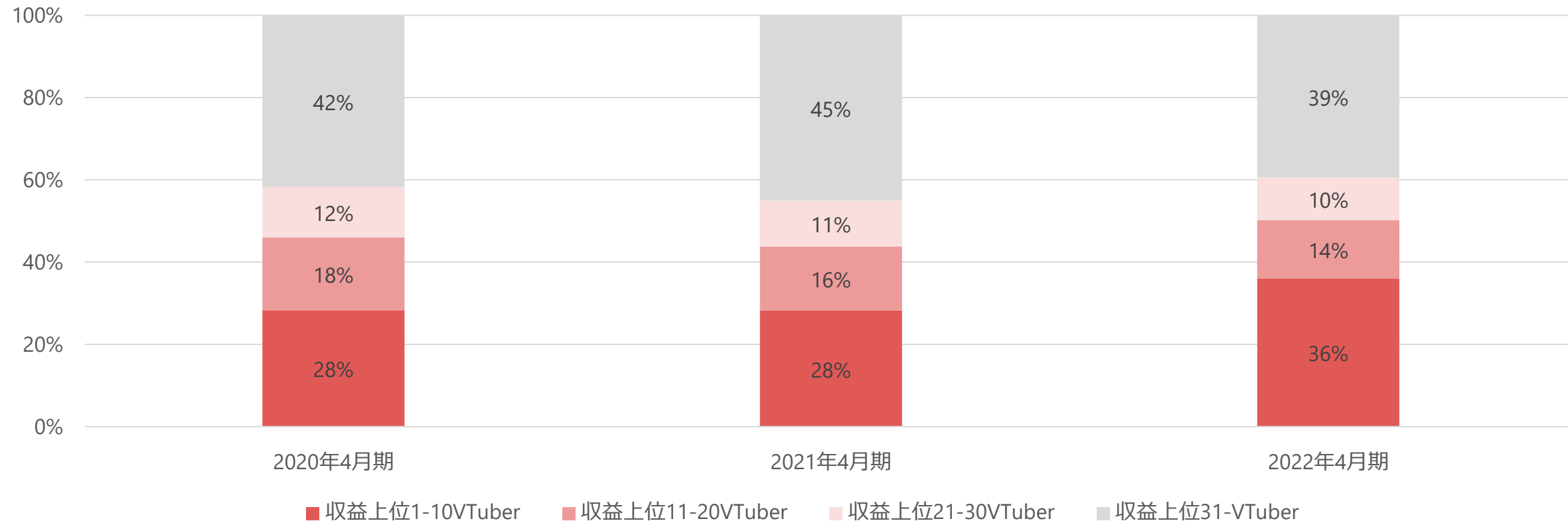
ユーザーの二次創作がにじさんじコミュニティ構築と  
ブランド拡大に寄与

## 2 幅広いVTuberに収益が分散した安定的な事業基盤



✓ 各VTuberがそれぞれにファンを抱えることで、幅広く各VTuberに収益基盤が分散している

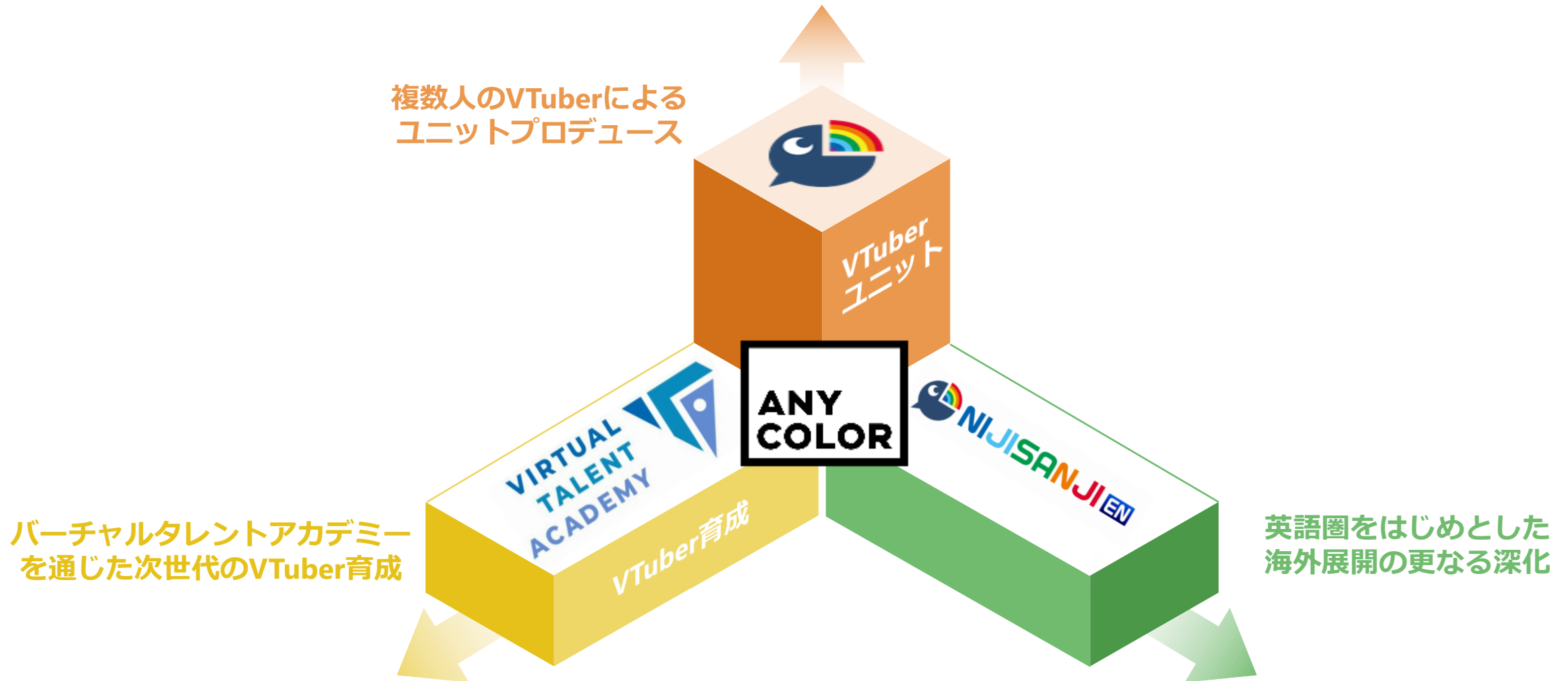
全社収益への貢献割合<sup>(1)</sup>



注：

1. 各VTuber別の収益の按分は、ビジネス領域別に以下の前提に基づき計算

- ライブストリーミング収益：各VTuberのYouTubeチャンネルの売上
- コマース：対象コンテンツに起用されているVTuberに按分（複数VTuberの場合は人数按分）。但し、イベントグッズについては下記イベントと同様の方法で按分
- イベント：出演する各VTuber毎に設定された出演単価に基づき按分
- プロモーション：対象案件毎に出演VTuberに按分（複数VTuberの場合は設定された出演単価に基づき按分）





複数のVTuberでユニットを組成し、ユニット活動を通じてVTuberあたりの魅力の向上し、新規ファンの獲得及び既存ファンのエンゲージメント向上を図る

## 音楽コンテンツ



接触回数の増加による認知の拡大

## 番組コンテンツ



接触時間の増加による視聴者及びファンの獲得

## 多様なコンテンツ

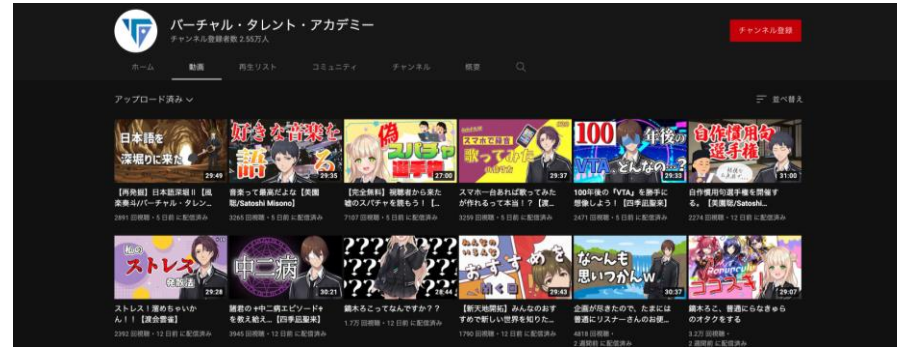


ファンエンゲージメントの更なる向上

### 3 バーチャルタレントアカデミー

ANY  
COLOR

歌唱、演技、ダンス、企画力などの配信技術や、配信者マインドの育成を通じて  
中長期で活躍できるVTuberをプロデュース



# 新人VTuberユニット、既存VTuberユニットの状況

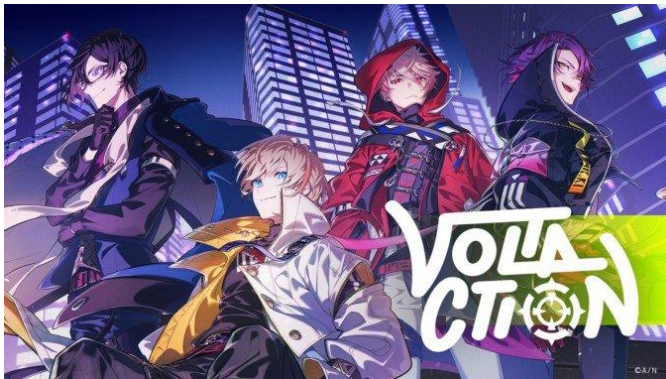
ANY  
COLOR

## 国内新人VTuberユニット

### Ranunculus



### Voltaction



## 国内既存VTuberユニット

### ROF-MAO



### Nornis



## 英語圏VTuberユニット

### LazuLight



### Ethyria



### Noctyx



### OBSYDIA



### Luxiem



### ILUNA



今後も新人・既存VTuberとともに積極的にユニット展開を実施

## 英語圏向けVTuberグループ「NIJISANJI EN」

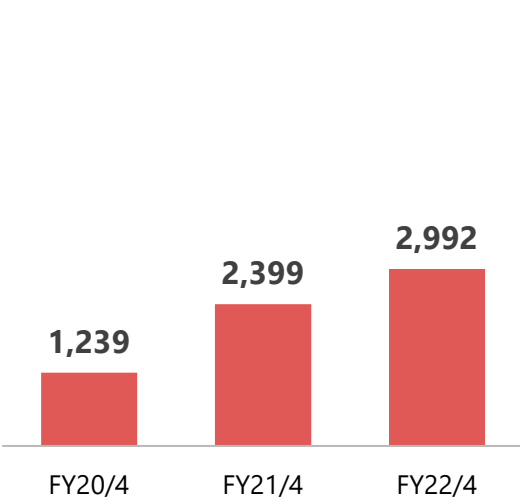


2021年5月より、主に英語を用いて活動するVTuberグループ「NIJISANJI EN」が活動を開始  
サービス開始以降、高い成長性を継続

# 4 多様な事業ポートフォリオにより高成長を実現



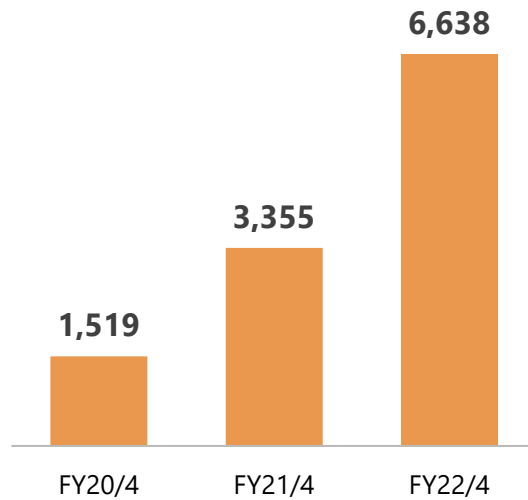
国内Live Streaming売上高  
百万円



主要コスト項目

- VTuberとのレベニューシェア
- 配信プラットフォームへの手数料

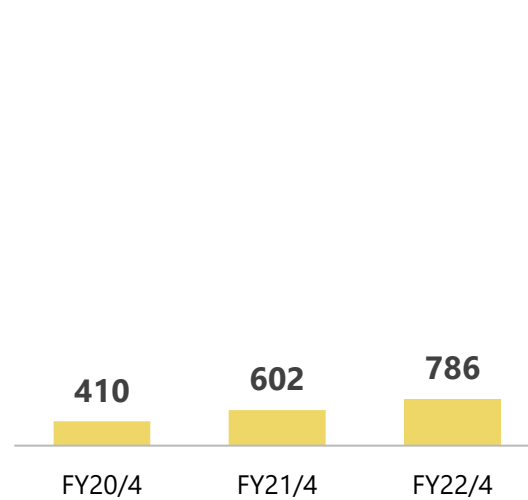
国内コマース売上高  
百万円



主要コスト項目

- VTuberとのレベニューシェア
- 販売プラットフォームへの手数料
- グッズ原価

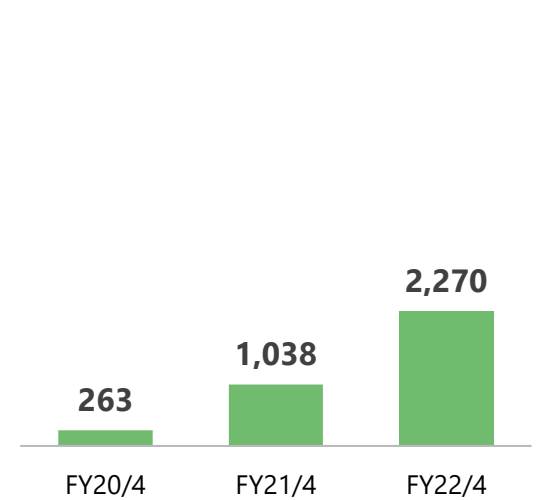
国内イベント売上高  
百万円



主要コスト項目

- VTuberとのレベニューシェア
- オンライン配信プラットフォーム手数料
- イベント制作原価

国内プロモーション売上高  
百万円



主要コスト項目

- VTuberとのレベニューシェア

## 対売上高比率の推移

単位: 百万円

実績

	FY20/4	FY21/4	FY22/4
売上高	3,479	7,636	14,164
売上原価	2,525	4,700	8,180
<b>売上総利益</b>	<b>953</b>	<b>2,936</b>	<b>5,984</b>
<b>売上総利益率</b>	<b>27.4%</b>	<b>38.5%</b>	<b>42.2%</b>
販売費及び一般管理費	909	1,484	1,793
<b>販管费率</b>	<b>26.1%</b>	<b>19.4%</b>	<b>12.7%</b>
<b>営業利益</b>	<b>44</b>	<b>1,452</b>	<b>4,191</b>
<b>営業利益率</b>	<b>1.3%</b>	<b>19.0%</b>	<b>29.6%</b>

・前頁下段の費用等が含まれる

・サービスミックス変化による  
売上総利益率の改善

・人件費やオフィス賃料など、  
売上高の成長に比例しない固  
定的な費目が多く含まれる

・オペレーティングレバレッジ  
による営業利益率の改善

# Appendix

## 2017-2018年



- 2017年 5月
  - 田角陸が早稲田大学在学中に当社を創業
- 2017年 11月
  - 東京都新宿区から東京都渋谷区に本店移転
- 2018年 2月
  - 国内VTuberグループ「にじさんじ」が活動を開始
- 2018年 5月
  - ゲーム配信者に特化したVTuberグループ「にじさんじゲーマーズ」が活動を開始
- 2018年 6月
  - 「にじさんじ」の候補生により構成される「にじさんじSEEDs」が活動を開始
- 2018年 12月
  - 「にじさんじ」、「にじさんじゲーマーズ」、「にじさんじSEEDs」の3グループを「にじさんじ」に統合

## 2019年



- 2月
  - 「にじさんじ」の配信スケジュールサイト「いつから.link」の提供を開始
- 5月
  - Bilibiliとの合併で、中国におけるVTuberグループ「VirtuaReal Project」が活動を開始
- 9月
  - インドネシアにおけるVTuberグループ「NIJISANJI ID」が活動を開始

## 2020年



- 1月
  - 韓国におけるVTuberグループ「NIJISANJI KR」が活動を開始
- 3月
  - 東京都渋谷区から東京都千代田区に本店移転
- 6月
  - 「にじさんじ」の英語圏公式YouTubeチャンネルを開設
- 9月
  - 「にじさんじ」専用のオンラインショップ「にじさんじオフィシャルストア」を開設
- 10月
  - 「にじさんじ」公式のファンクラブ「にじさんじ FAN CLUB」の提供を開始

## 2021年



- 5月
  - 東京都千代田区から東京都港区に本店移転
  - 商号をいちから株式会社からANYCOLOR株式会社に変更
  - 英語圏におけるVTuberグループ「NIJISANJI EN」が活動を開始
- 6月
  - VTuberとして活躍するための新たなタレント育成プロジェクト「バーチャル・タレント・アカデミー」を始動

## 2022年



- 4月
  - インドネシアにおけるVTuberグループ「NIJISANJI ID」と韓国におけるVTuberグループ「NIJISANJI KR」を、VTuberグループ「にじさんじ」に統合



# 「にじさんじ」の動画コンテンツ



それぞれのVTuberによる日々のライブストリーミングやファンによる二次創作コンテンツに加えて、当社にて各種番組の企画 / 制作を行い、さらにファンエンゲージメントの向上を目指す

## レギュラー番組



## ユニット番組



## 3Dお披露目配信



# 2023年4月期 新規VTuberデビュー

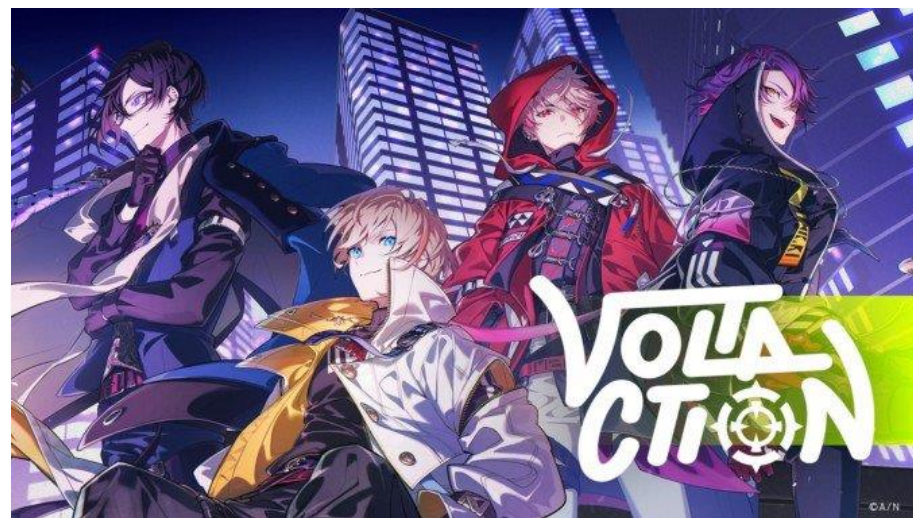


## にじさんじ



©ANYCOLOR, Inc.

2022年5月21日より  
「壱百満天原サロメ」  
がデビュー



©A/N

2022年7月13日よりVTuberグループ  
「VOLTACTION」として4名がデビュー

## NIJISANJI EN



©ANYCOLOR, Inc.

2022年7月20日よりVTuberグループ  
「ILUNA」として6名がデビュー

# 2023年4月期 新規ユニット「Nornis」



「にじさんじ」に所属する、町田ちま / 戌亥とこ / 朝日南アカネの女性3人組ボーカルユニット3人にしか作り出せないハーモニーを届けるため、2022年6月にユニットとして活動開始

# 「にじさんじ」のコマースビジネス



当社では数多くのグッズやボイスコンテンツ等を制作し、ECプラットフォームや各イベントにて販売を行っています。



様々なグッズ・ボイス企画を定期的 to 実施

魅力的なコンテンツ制作を目指しています

# メディアミックス作品「Lie:verse Liars」

ANY  
COLOR

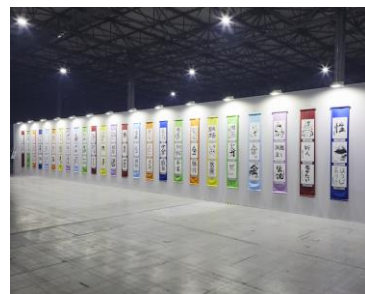
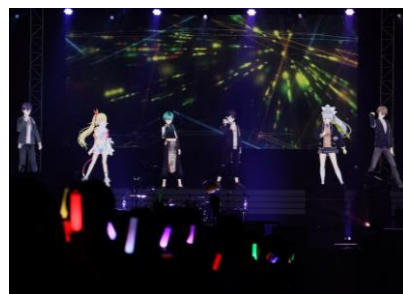


- 株式会社KADOKAWAおよび有限会社BALCOLONY. との3社共同事業として、メディアミックス作品「Lie:verse Liars」（リーバース・ライアーズ）の制作を決定
- 本作品のキャストには「声優」に加え、「にじさんじ」所属VTuberを「俳優」として起用しています。
- 本作品は、VTuberが「俳優」として演じるキャラクターのデザインに彼らの姿を取り入れながら制作することで、キャストと作品の親和性をより一層高めた、次世代エンタメコンテンツとして展開していきます。

# 「にじさんじ」のイベントビジネス

ANY  
COLOR

## にじさんじ Anniversary Festival 2021



3周年を記念した大規模フェスイベント  
東京ビッグサイトにて前夜祭含め3日間、ライブ・メインス  
テージ・ライバー企画等を実施

開催日：2021年2月26日(金)～28日(土)  
会場：東京ビッグサイト 青海展示棟  
ステージ：メインステージ全8公演

## にじさんじ “LIGHT UP TONES”



初の完全AR生バンドライブ。全47都道府県・75会場  
でのライブビューイング、およびニコ生にて中継。

開催日：2021年7月31日(土)～8月1日(日)  
会場：全国ライブビューイング  
ニコニコ生放送 配信



今後も様々なイベントを  
展開予定！

# 2023年4月期 ライブイベント「Aim Higher」



葛葉、叶、ROF-MAOによる3マンライブ「Aim Higher」を7月27日(水)ぴあアリーナMMにて開催  
ライブイベント当日はTwitterトレンドランキングで「#AimHigher」が世界1位を獲得

# 「にじさんじ」のプロモーションビジネス



## 配信／出演によるPR事例



スマホ契約促進



アプリゲーム大会



商品プロモーション

## IPコラボレーション事例



お菓子コラボ案件



香水コラボ案件



インゲーム案件



# 「にじさんじ」の話題性



Twitter  
トレンドランキング  
世界1位獲得！(1)

YouTubeライブ  
最高同時視聴者数  
31万人超(2)



※2022年8月14日「にじさんじ甲子園 決勝」より

注：  
1. 2019年12月8日時点  
2. 2022年8月14日時点

CONFIDENTIAL

本資料は許可なく複製・配布を行わないようお願いいたします。  
Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute with out permission.

# 損益計算書



百万円	2020年4月期	2021年4月期	2022年4月期	2022年4月期 Q2累計	2023年4月期 Q2累計
売上高	3,479	7,636	14,164	6,228	11,973
成長率	301.5%	119.5%	85.5%	97.2%	92.2%
売上原価	2,525	4,700	8,180	3,634	6,715
対売上高比率	72.6%	61.5%	57.8%	58.4%	56.1%
直接変動費 <sup>(1)</sup>	2,074	3,993	7,155	3,197	6,040
対売上高比率	59.6%	52.3%	50.5%	51.3%	50.4%
上記以外の売上原価 <sup>(2)</sup>	452	706	1,025	437	675
対売上高比率	13.0%	9.3%	7.2%	7.0%	5.6%
売上総利益	953	2,936	5,984	2,594	5,258
売上総利益率	27.4%	38.5%	42.2%	41.6%	43.9%
販管費	909	1,484	1,793	821	948
対売上高比率	26.1%	19.4%	12.7%	13.2%	7.9%
営業利益	44	1,452	4,191	1,773	4,311
営業利益率	1.3%	19.0%	29.6%	28.5%	36.0%
経常利益	42	1,451	4,149	1,773	4,310
経常利益率	1.2%	19.0%	29.3%	28.5%	36.0%
税引前当期純利益	42	1,261	3,999	1,773	4,310
税引前当期純利益率	1.2%	16.5%	28.2%	28.5%	36.0%
当期純利益	32	937	2,793	1,230	2,988
当期純利益率	0.9%	12.3%	19.7%	19.7%	25.0%

注：

- 37頁下段に掲載した費用等
- 売上原価に計上される人件費、地代家賃、外注費、その他の費用等

CONFIDENTIAL

本資料は許可なく複製・配布を行わないようお願いいたします。  
Information contained in this document is confidential and property. Please do not reproduce or distribute without permission.

# 貸借対照表およびキャッシュフロー計算書



## 貸借対照表

百万円	2020年4月末	2021年4月末	2022年4月末	2023年4月期 Q2末
流動資産	3,334	5,671	8,498	12,402
現預金等	2,492	3,628	5,861	8,188
売上債権	705	1,395	2,070	3,373
固定資産	257	1,009	856	885
<b>資産の部</b>	<b>3,591</b>	<b>6,680</b>	<b>9,353</b>	<b>13,287</b>
流動負債	670	2,584	2,724	3,694
有利子負債	152	443	247	205
固定負債	217	570	310	216
有利子負債	217	570	310	216
<b>負債の部</b>	<b>887</b>	<b>3,155</b>	<b>3,035</b>	<b>3,910</b>
<b>純資産の部</b>	<b>2,704</b>	<b>3,526</b>	<b>6,319</b>	<b>9,377</b>

## キャッシュフロー計算書

百万円	2020年4月期	2021年4月期	2022年4月期	2023年4月期 Q2累計
営業活動による キャッシュ・フロー	(205)	1,350	2,718	2,453
投資活動による キャッシュ・フロー	(260)	(758)	(35)	(70)
財務活動による キャッシュ・フロー	2,892	544	(456)	(66)
<b>現金及び現金同等物に 係る増減額</b>	<b>2,426</b>	<b>1,137</b>	<b>2,232</b>	<b>2,327</b>
現金及び現金同等物に 係る期首残高	65	2,492	3,628	5,861
<b>現金及び現金同等物に 係る期末残高</b>	<b>2,492</b>	<b>3,628</b>	<b>5,861</b>	<b>8,188</b>

# ディスクレームー

---



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が、これらの記述は本資料作成時点において当社が入手している情報に基づいて作成されたものであり、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、経済環境の変化等の様々な要因により、将来の見通し等と異なる場合があることにご留意ください。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合においても、当社は、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新・改訂を行う義務を負う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。