



2023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

2023年3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 会社概要
- 2 事業の特徴と強み
- 3 2023年1月期 決算概要
- 4 2024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	39名(2023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 株式会社オービス総研
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

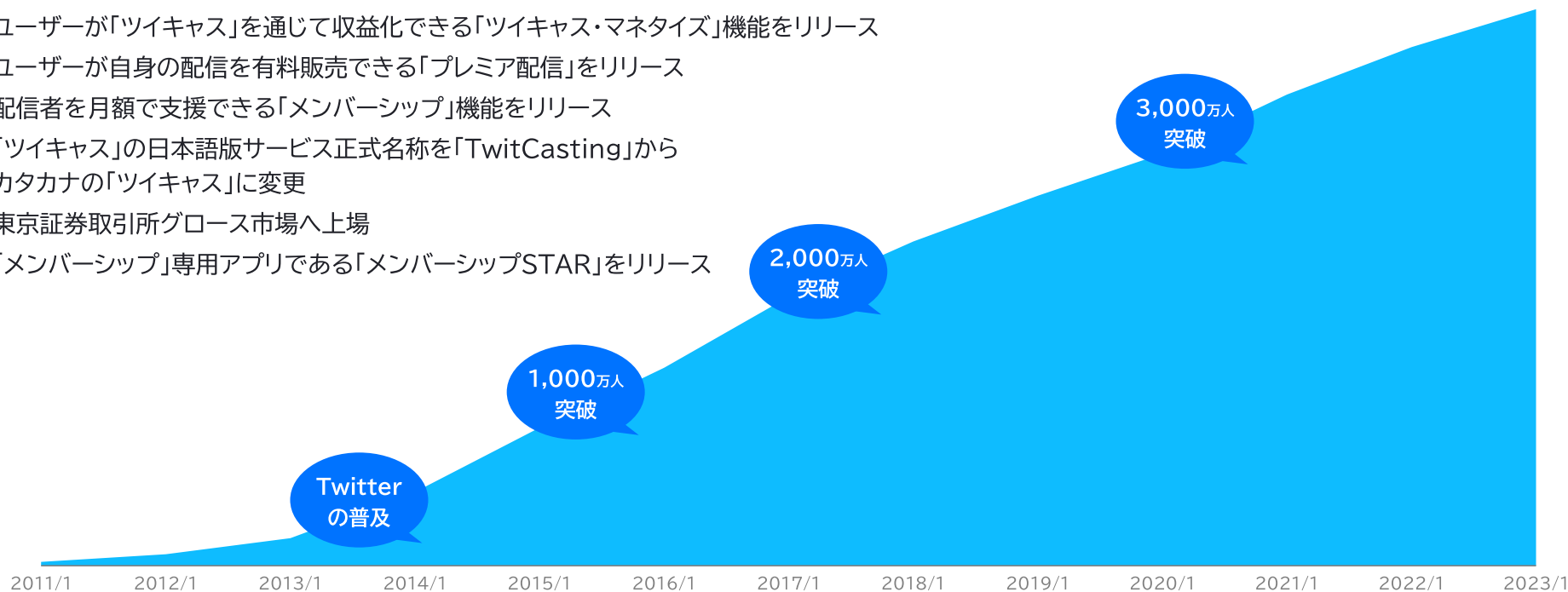
ゴールドマン・サックス証券株式会社、税理士法人プライスウォーターハウスクーパーズを経て独立し、2011年伊藤国際会計税務事務所開業。2020年より当社監査役に就任。

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

ツイキャスト
累計登録ユーザー数*



* サービス開始から2023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 		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 	iOS ・ Android ・ Web (Browser)	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



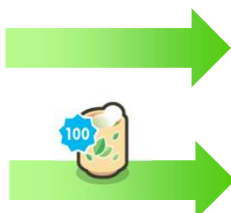
視聴者



配信者



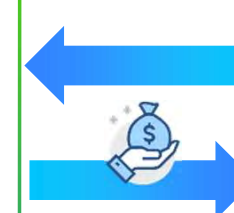
視聴



ポイント購入
アイテム利用
(仮想ギフト)



配信



報酬支払



コメントで
楽しむ



アイテムで盛り上げる



コラボ配信も

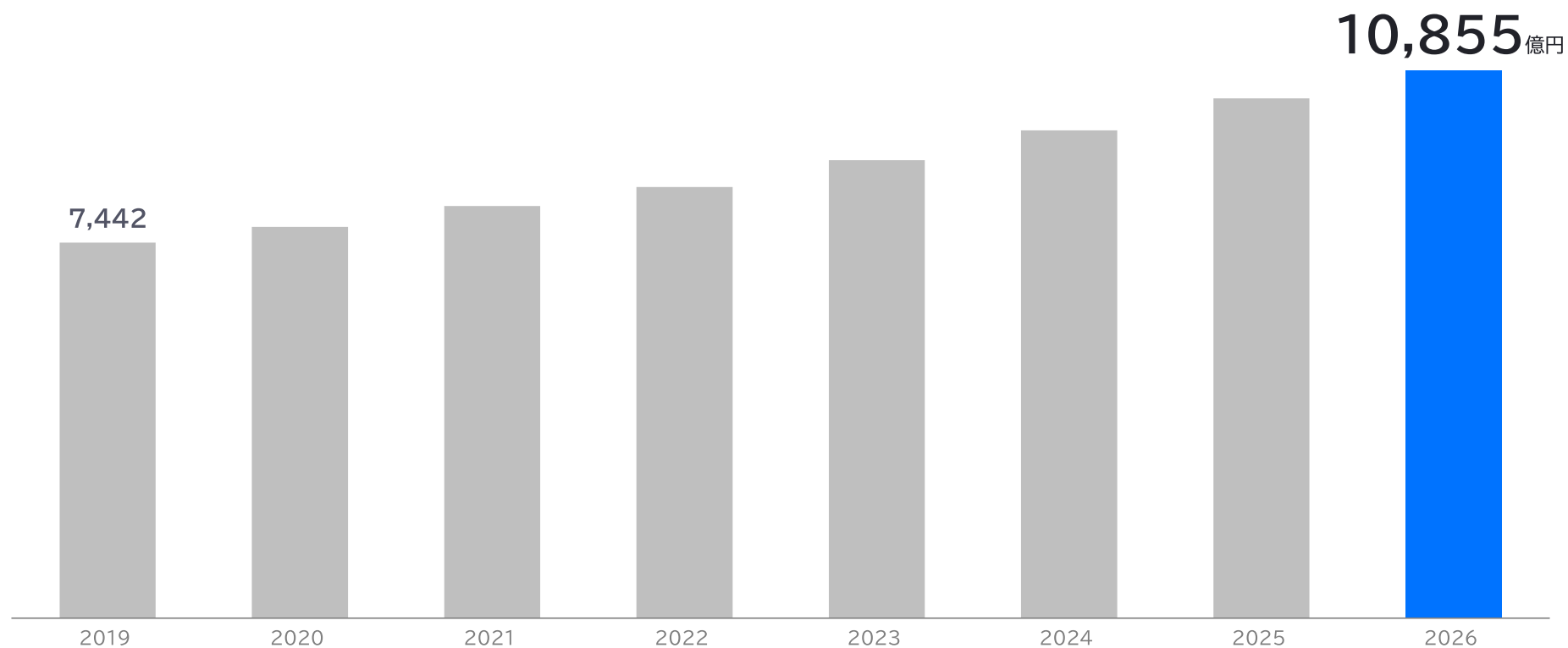


ギガ制限中も
サクサク！



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2025年に1兆円越えと推計されている*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。

*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2023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」「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。

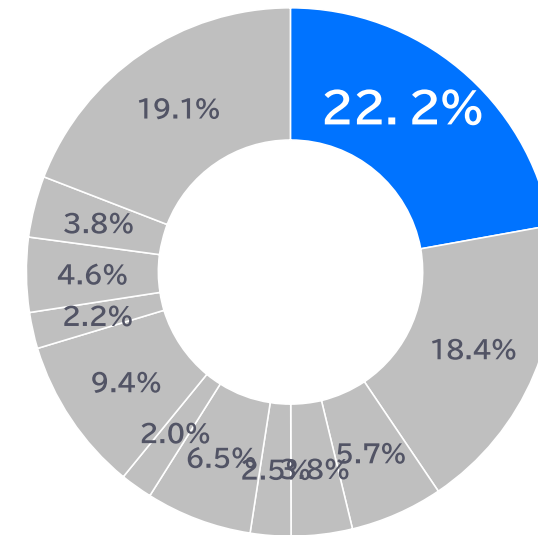
*4 出典：株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発行

*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 No.1 *2*3

主要12アプリにおけるMAUシェア



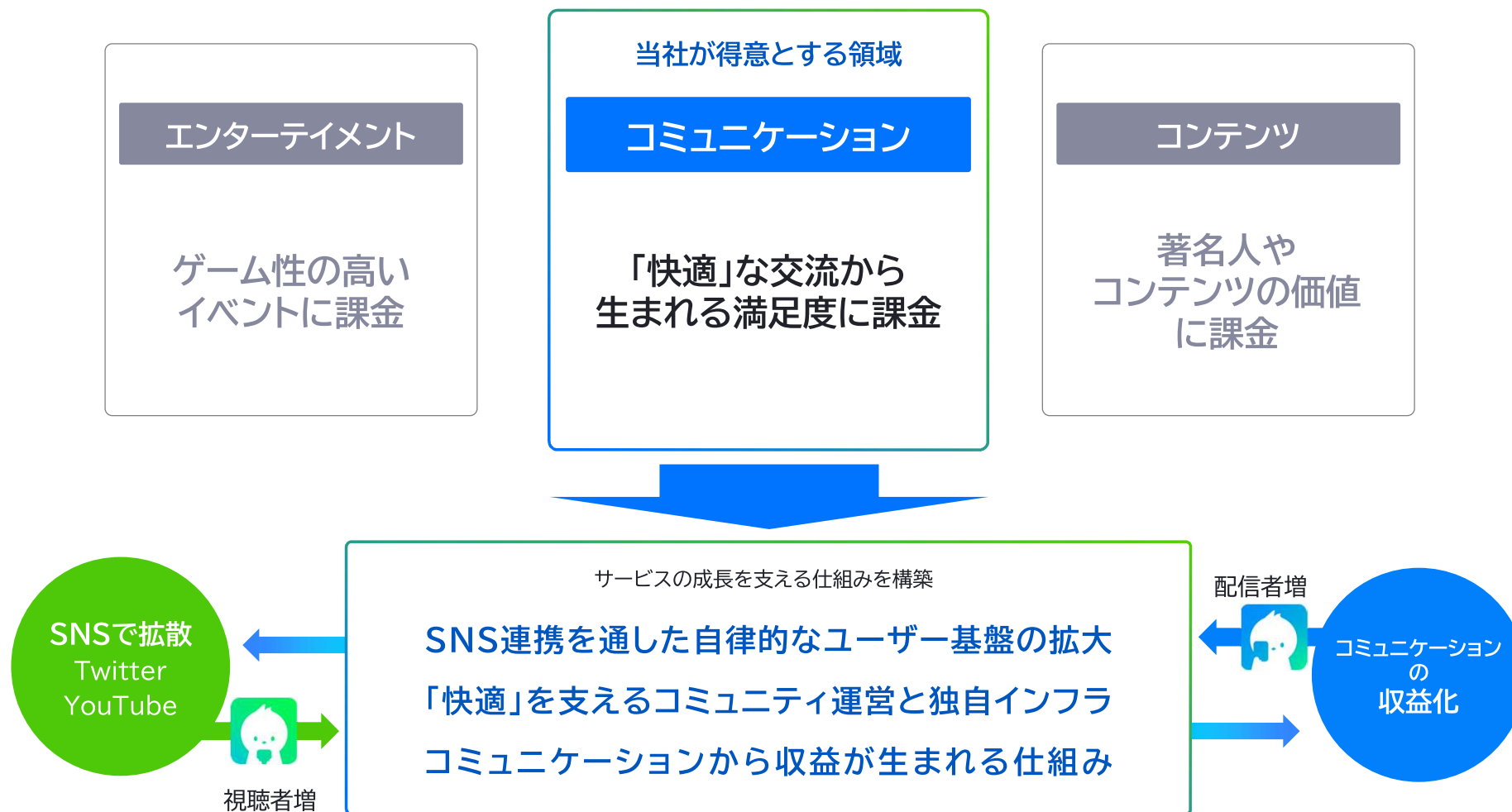
■ ツイキャス ■ A社 ■ B社 ■ C社 ■ D社 ■ E社 ■ F社 ■ G社 ■ H社 ■ I社 ■ J社 ■ K社

*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2023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。

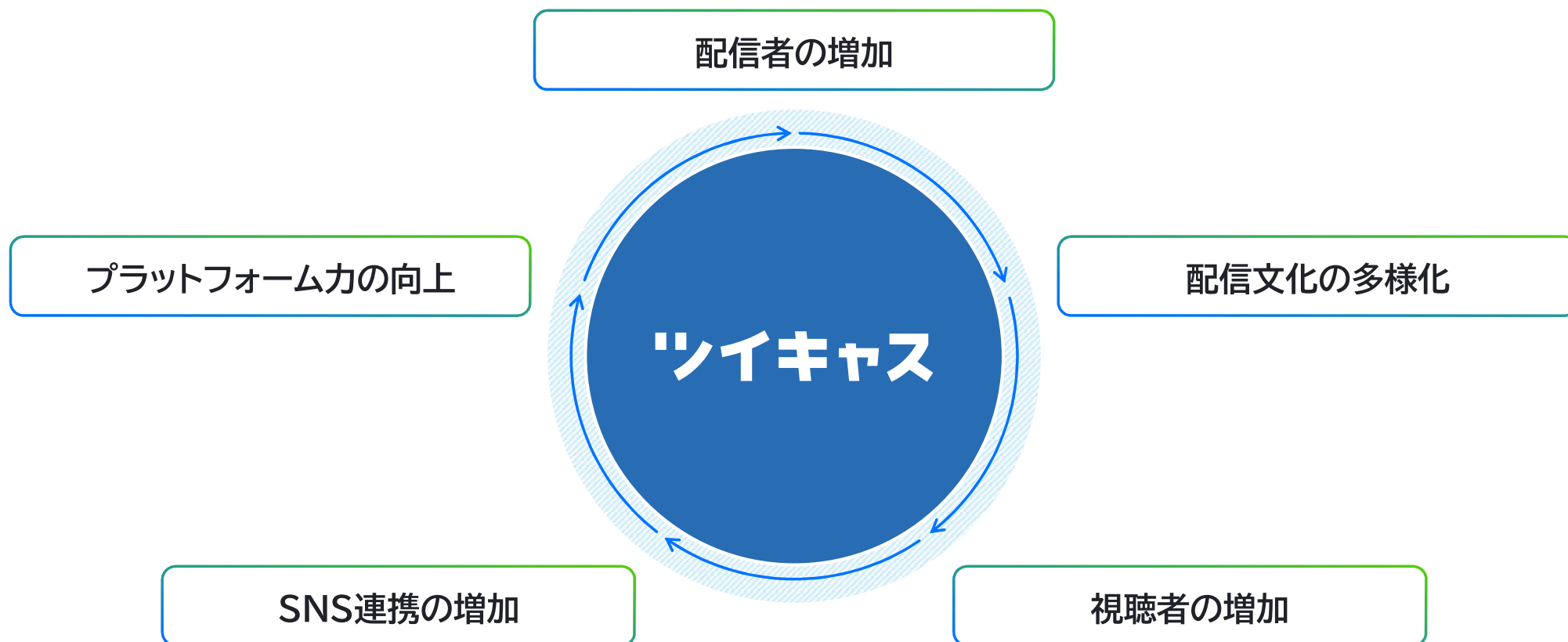
*3 スマートフォンなどを使った動画の生配信及びそれらの視聴を主目的としたアプリが対象となります。YouTube、TikTok等、ライブ配信機能を有するSNSサービスについては、対象に含まれておりません。

サービス特徴



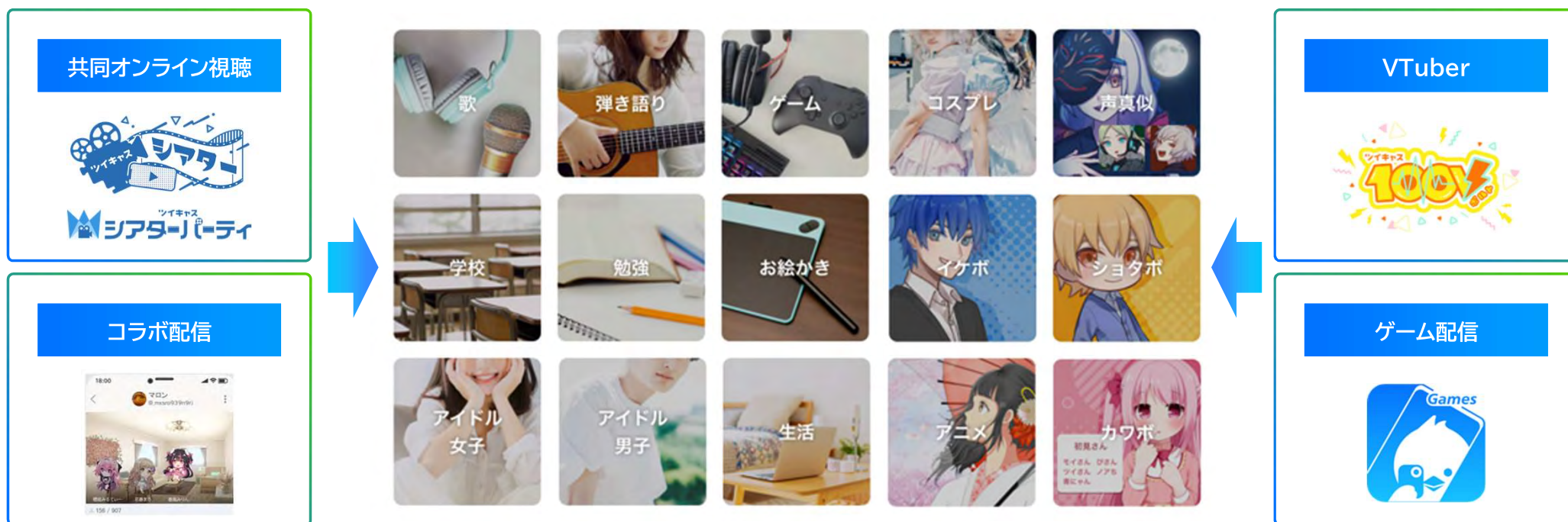
自律的なユーザー基盤の拡大

配信者と視聴者双方のエンゲージメントが向上し、SNS連携することで、自律的にユーザー基盤が拡大



ユーザー基盤拡大に貢献する多様な配信文化

100以上のカテゴリでユーザーが興味を持てる「入口」を形成
様々な仕組みで配信文化の多様化をサポート



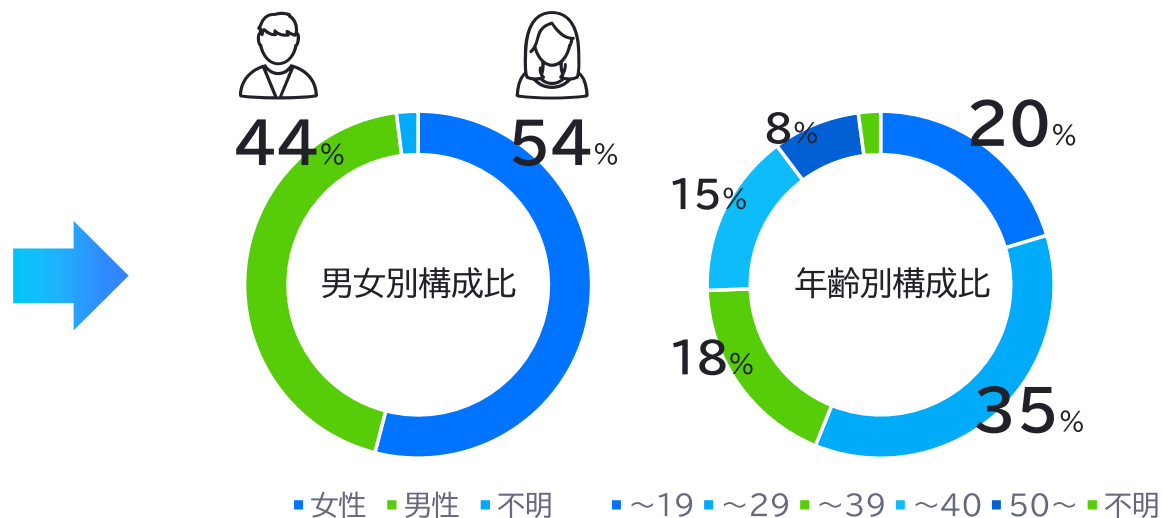
「快適」を支えるコミュニティ運営

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



女性率、10代・20代率が50%以上
30代以上比率も増加傾向



* ユーザーの性別分布及び年齢分布は、2022年2月1日から2023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 • 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



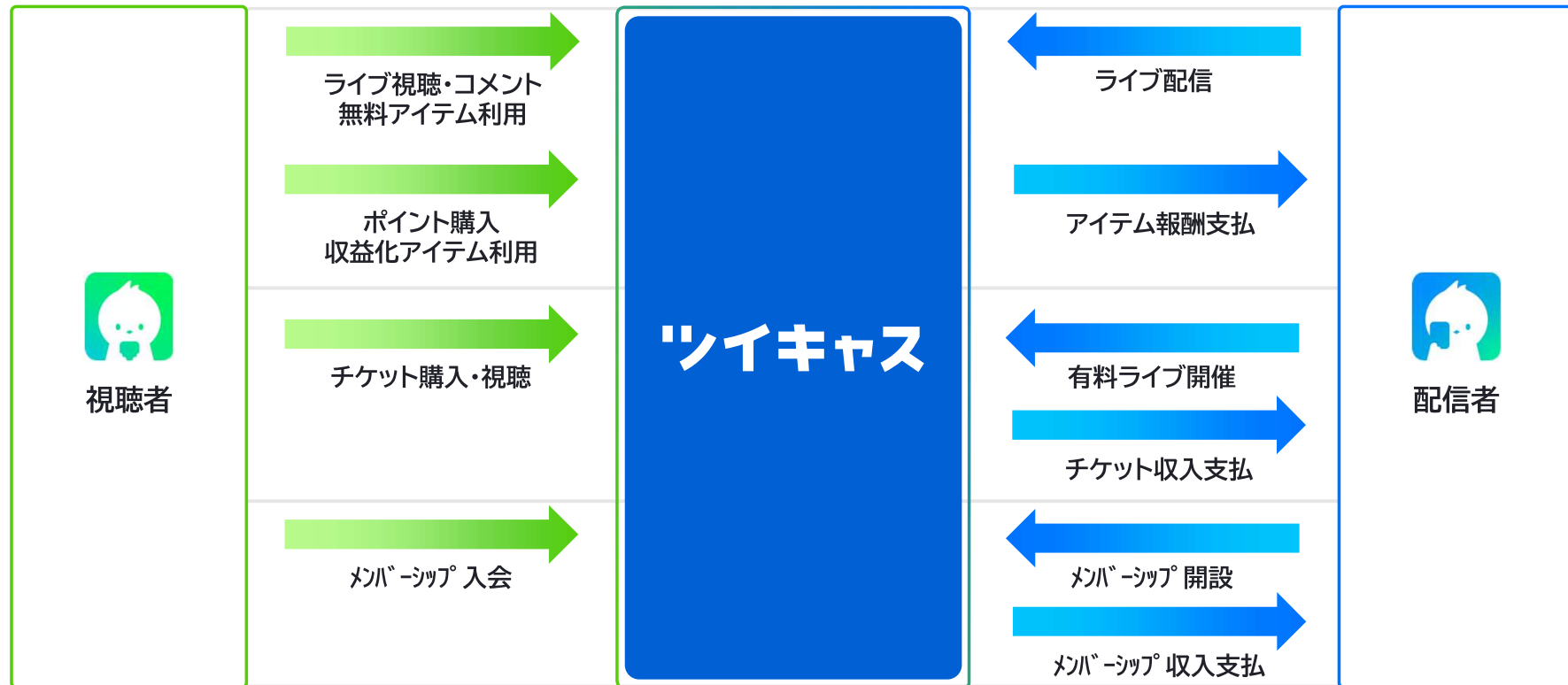
大規模



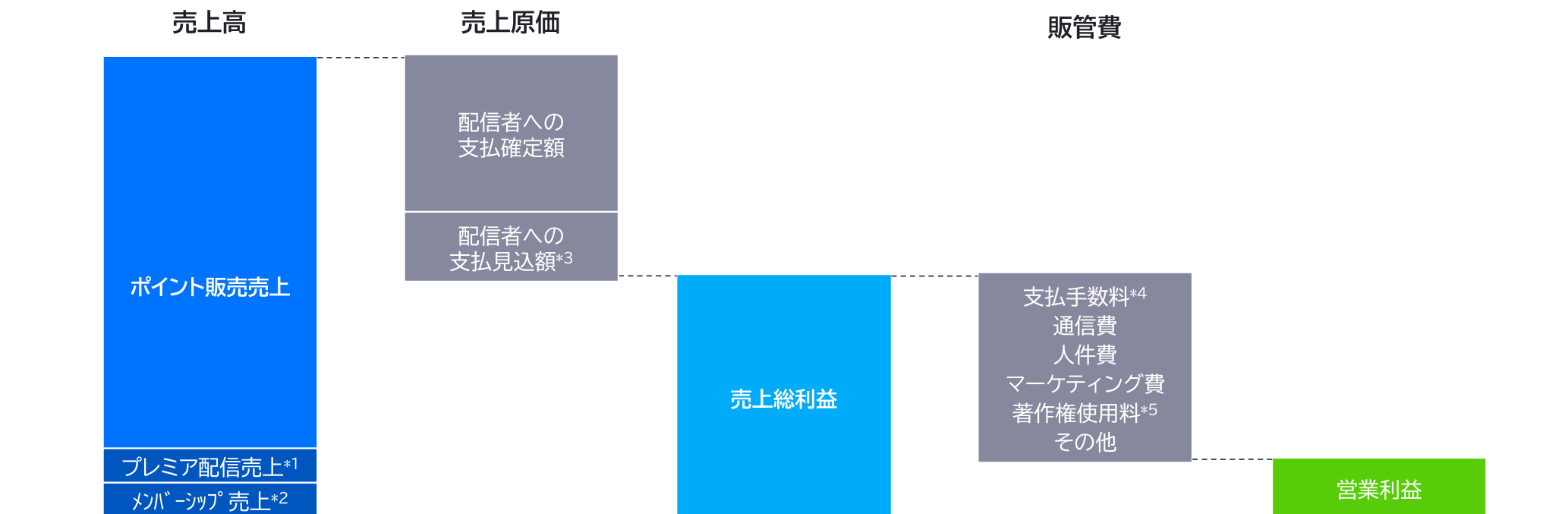
低遅延 = 快適なコミュニケーション
による満足度の向上

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。2023年1月期における売上高全体に占める割合は3.5%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。2023年1月期における売上高全体に占める割合は2.5%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。

2023年1月期 当初業績予想の進捗状況

- コロナ禍の行動制限解除の影響によるユーザー可処分時間の減少及び使い方の多様化、それに伴う競争環境変化の影響を当初想定以上に強く受け、売上高は当初予想比85.4%に。また、配信者満足度向上を推進した結果、売上原価率を積極的に低減させなかったため、売上総利益は当初予想比83.6%へ。
- 売上総利益の減少に伴い、コストコントロールを実施したうえで、主に配信の高画質化とBCP対応等によるインフラ関連費用の増加額の影響が大きく、営業利益は当初予想比36.5%、経常利益は当初予想比36.6%に。
- 繰延税金資産の回収可能性を検討し、法人税等調整額を計上した結果、当期純利益は当初予想比21.6%で着地。

単位:百万円	当初予想	実績	当初予想比
売上高	7,738	6,607	85.4%
営業利益	286	104	36.5%
経常利益	287	105	36.6%
当期純利益	247	53	21.6%

業績の実績推移

単位:千円	第8期 (実績)	第9期 (実績)	第10期 (実績)	第11期 (実績)
	2020年1月	2021年1月	2022年1月	2023年1月
売上高	2,359,209	5,479,467	6,552,032	6,607,710
売上原価	1,046,219	2,800,414	3,313,094	3,304,754
売上総利益	1,312,989	2,679,053	3,238,937	3,302,955
販売費及び一般管理費	1,510,720	2,812,713	3,036,833	3,198,601
営業利益又は営業損失(△)	△ 197,730	△ 133,660	202,103	104,354
経常利益又は経常損失(△)	△ 190,230	△ 136,237	206,214	105,310
税引前当期純利益又は当期純損失(△)	△ 186,208	△ 136,237	206,176	105,310
税引後当期純利益又は当期純損失(△)	△ 193,828	△ 146,616	246,652	53,425

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)



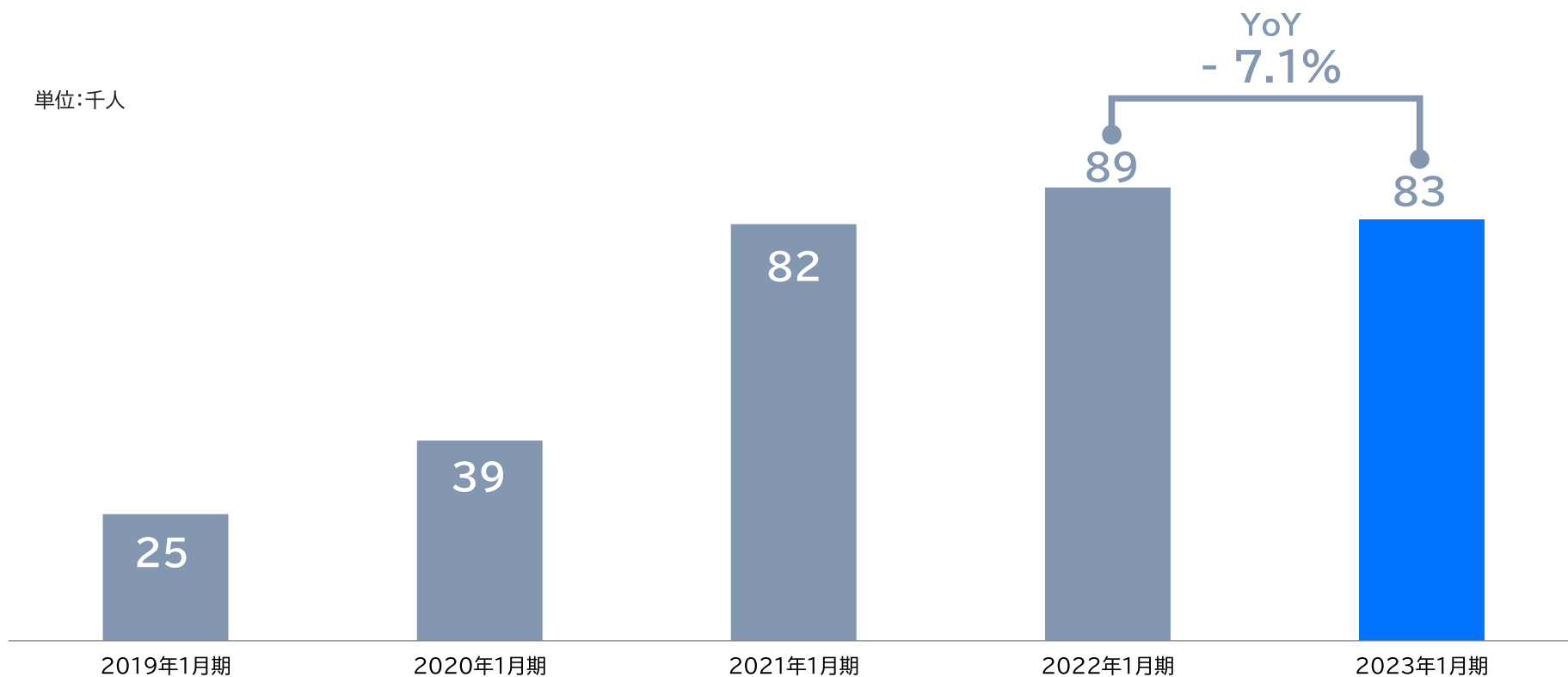
2023年1月期 当初KPI予想の進捗状況

- コロナ禍の行動制限解除の影響によるユーザーの可処分時間の減少、その使い方の変化及びそれに伴う競争環境変化の影響を当初想定以上に強く受け、ポイントPUが当初予想比85.2%に。
- 各種機能改善やマーケティング施策等の効果で、ポイントARPPUは当初予想比99.9%へ。
- ポイントPU減少の影響が大きく、ポイント販売売上は当初予想比84.9%で着地。
- メンバーシップ売上が増加したが、ポイント販売売上の減少をカバーするには至らず、又、配信者満足度向上を推進した結果、売上原価率を積極的に低減させることなく、実質売上総利益は当初予想比78.9%に。

単位:百万円	当初予想	実績	当初予想比
ポイント販売売上	7,307	6,206	84.9%
実質売上総利益	2,128	1,680	78.9%
ポイントPU(単位:千)	98	83	85.2%
ポイントARPPU(単位:円)	6,199	6,195	99.9%

ポイントPU(月間ポイント購入ユーザー数)の実績推移

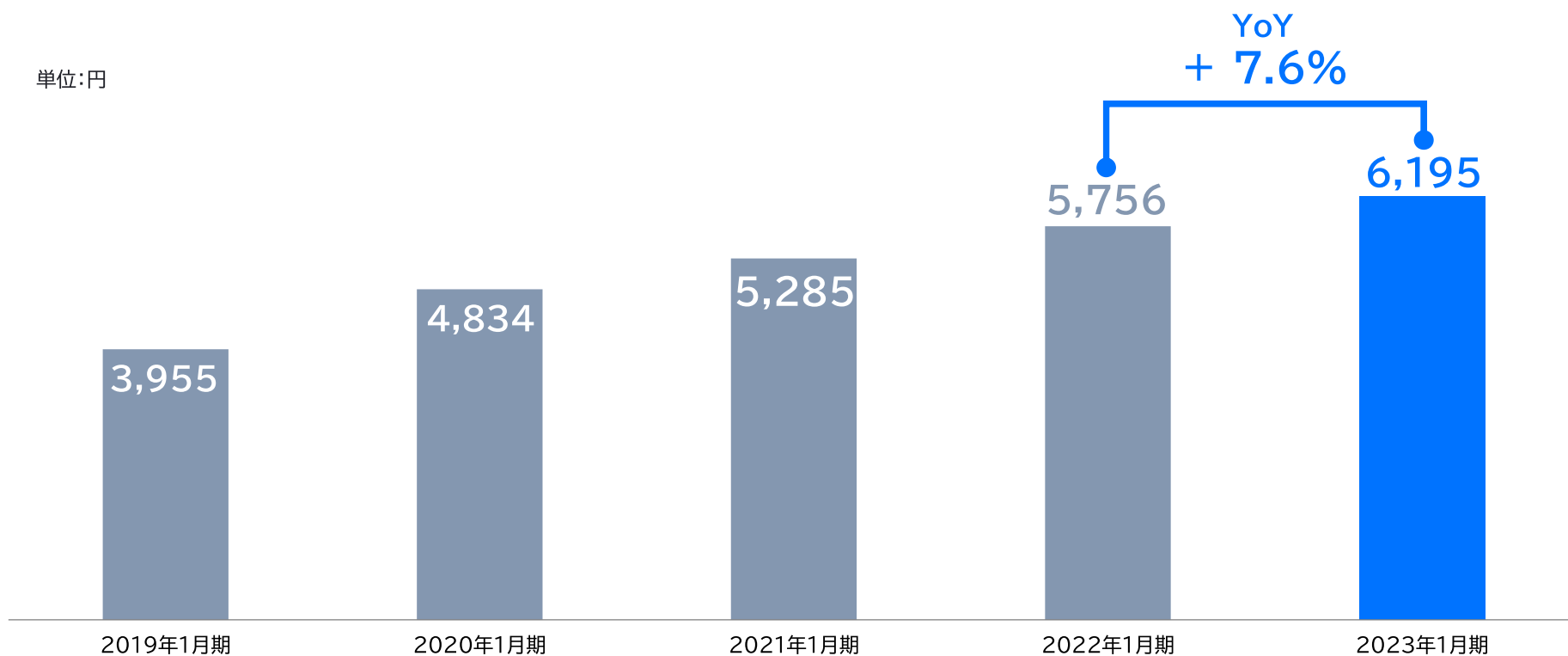
コロナ禍の行動制限解除の影響によるユーザー行動と競争環境の変化の影響を受け前年同期比で減少



* 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

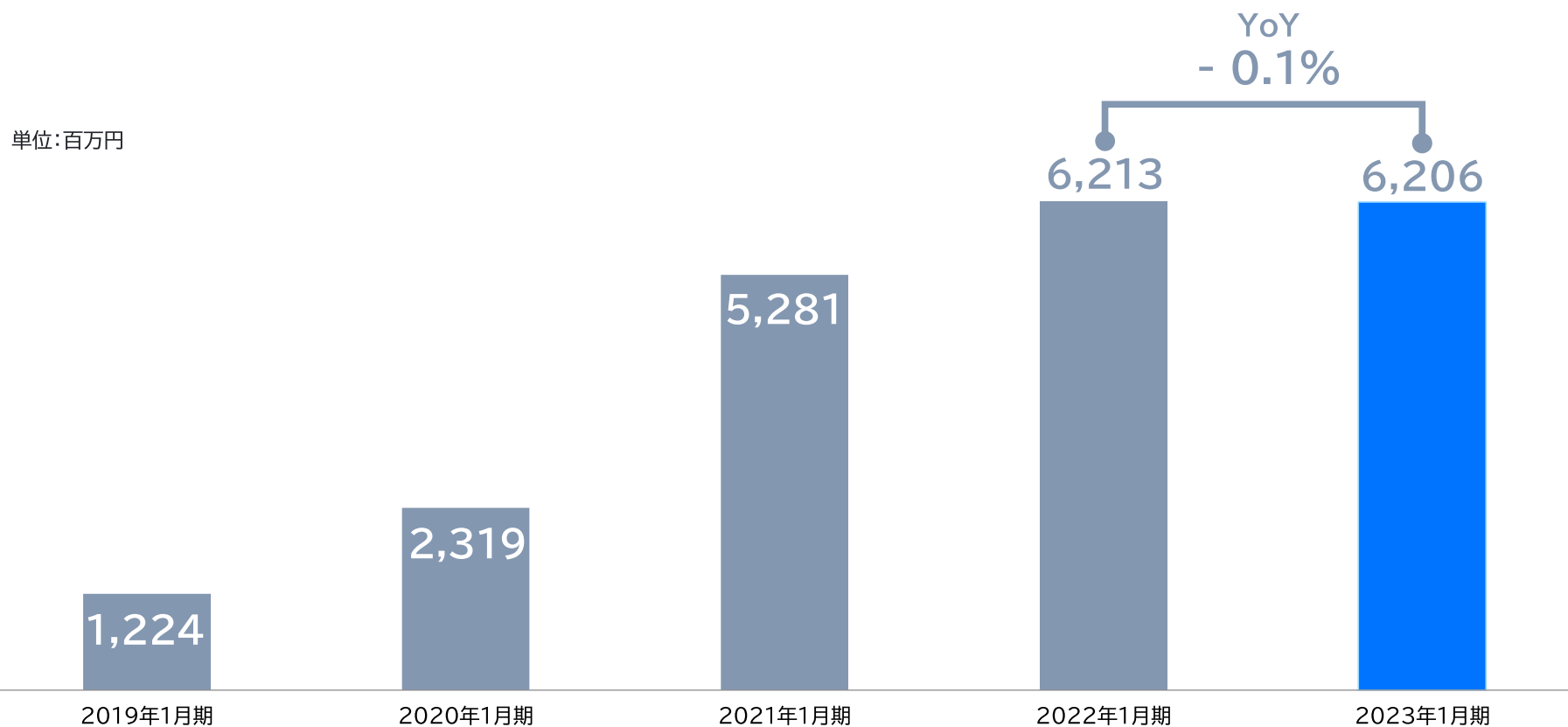
サービス健全性維持を前提に、ユーザー満足度の向上に伴い、健全な範囲で増加を継続



* 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

コロナ禍の行動制限解除の影響による課金ユーザー数の減少が影響して前年同期比で減少

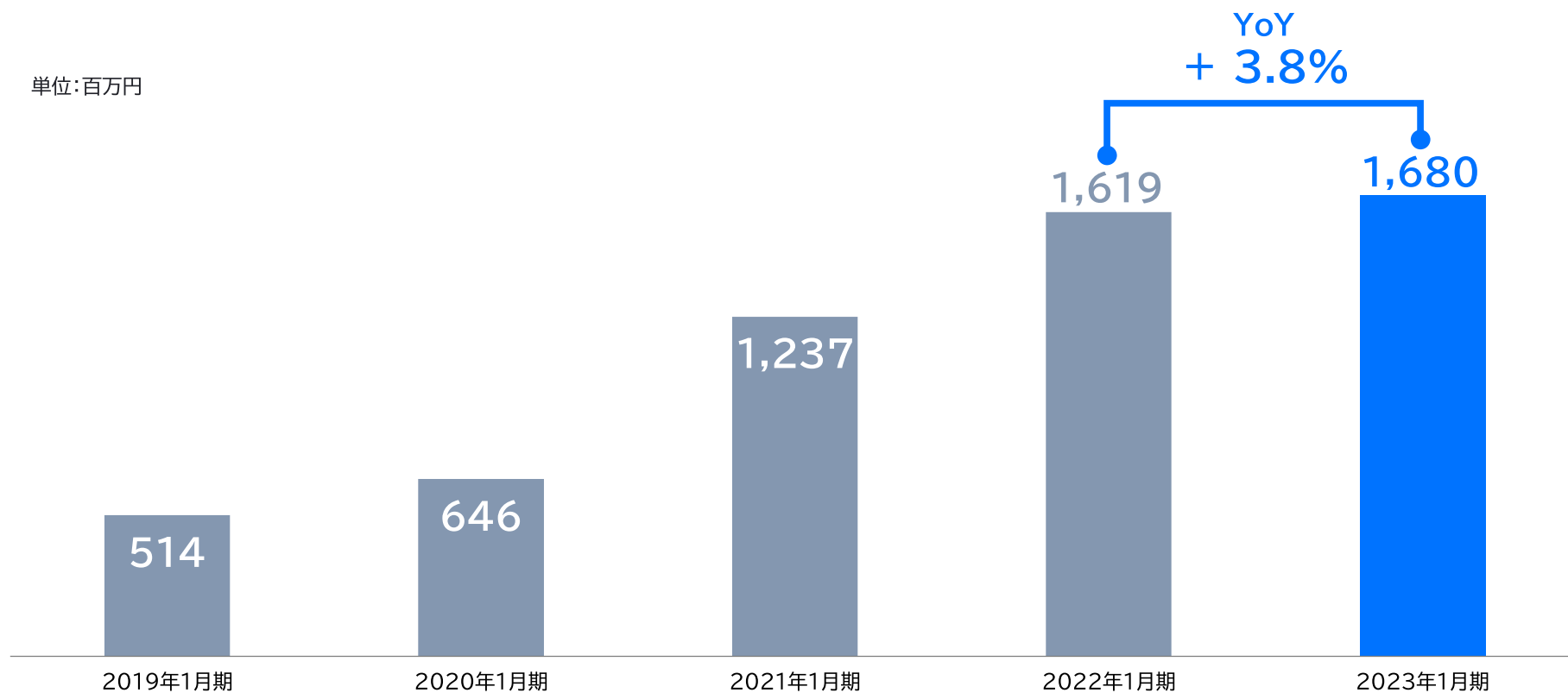


* 各事業年度末におけるポイント販売売上合計。

実質売上総利益の実績推移

主にメンバーシップ売上の成長により前年同期比で増加

単位:百万円



* 各事業年度末における実質売上総利益。

3 2023年1月期 決算概要

2023年1月期 ハイライト： 既存事業の拡大

人気キャラクター等とのコラボによるユーザー参加型キャンペーンを通期で実施し、ポイントARPPUの増加に貢献。



メンバーシップ専用アプリ「メンバーシップSTAR」をリリースし、メンバーシップ売上の増加に貢献。



人気アニメ・ホラー作品とのコラボを通して、通期でオンライン共同視聴体験を促進。



プレミア配信は、音楽ライブ、トークショー、舞台、スポーツなど多様なジャンルに対応し、30代後半以上のユーザー獲得に貢献。



2023年1月期 ハイライト：新規事業への挑戦

■ 秋のツイキャスEsports Apex大会を開催。



■ イマジニア株式会社の協賛でNintendo Switch ダウンロード専用ソフト「早押し！漢字スタジアム」を使用したユーザー参加型ゲーム大会を開催。



■ 配信者のグッズ制作支援サービス「ツイキャス・グッズ・ファクトリー」を正式リリース。



アクリルキーホルダー



アクリルスタンド



ステッカー



ランダム缶バッジ



業績ハイライト

2023年1月期4Q	会計期間	YoY	累計期間	YoY
売上高	1,622百万円	+ 0.6%	6,607百万円	+ 0.9%
営業利益	29百万円	+ 343.0%	104百万円	- 48.4%
実質売上総利益	432百万円	+ 10.5%	1,680百万円	+ 3.8%
ポイント販売売上	1,519百万円	- 0.3%	6,206百万円	- 0.1%
ポイントPU	78千	- 10.5%	83千	- 7.1%
ポイントARPPU	6,455円	+ 11.0%	6,195円	+ 7.6%

■ コスト最適化施策の効果等により、2023年2月に通期業績予想を修正。

■ 年末年始の季節要因とそれに伴うユーザー参加型CP等の効果で、4QにおいてポイントARPPUは増加傾向を継続したが、ポイントPUは減少。

■ ポイントPU減少の影響で、ポイント販売売上はYoYで微減。一方、メンバーシップ売上の増加により、売上高はYoYで微増、実質売上総利益は単Q、累計ともに堅調に推移。

■ コスト最適化施策の効果等による販管費の減少により、営業利益は、単QではYoYで大幅に増加、累計ではYoY48.4%減で着地。

主なコストの推移

2023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)	810百万円	- 0.2%	3,304百万円	- 0.3%
手数料	381百万円	- 3.4%	1,612百万円	- 0.7%
インフラ	137百万円	+ 27.0%	581百万円	+ 21.0%
体制強化	156百万円	+ 21.9%	534百万円	+ 18.4%
マーケティング	46百万円	- 55.8%	215百万円	- 13.0%

- 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して微減。
- 手数料は、決済手段比率の変化等により、単Q、累計ともにYoYで減少。
- 増加傾向にあったサービスデータ通信量に対して、4Qで配信システムのチューニングを実施し、コスト削減を実現したが、インフラ関連費用全体としてはBCP対応等によりYoYで増加。
- サービス運用体制及び管理体制の強化を年間を通して推進した結果、体制強化費用はYoYで増加。
- マーケティング費用は、4Qで費用対効果を慎重に検討した上で施策を実施した結果、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

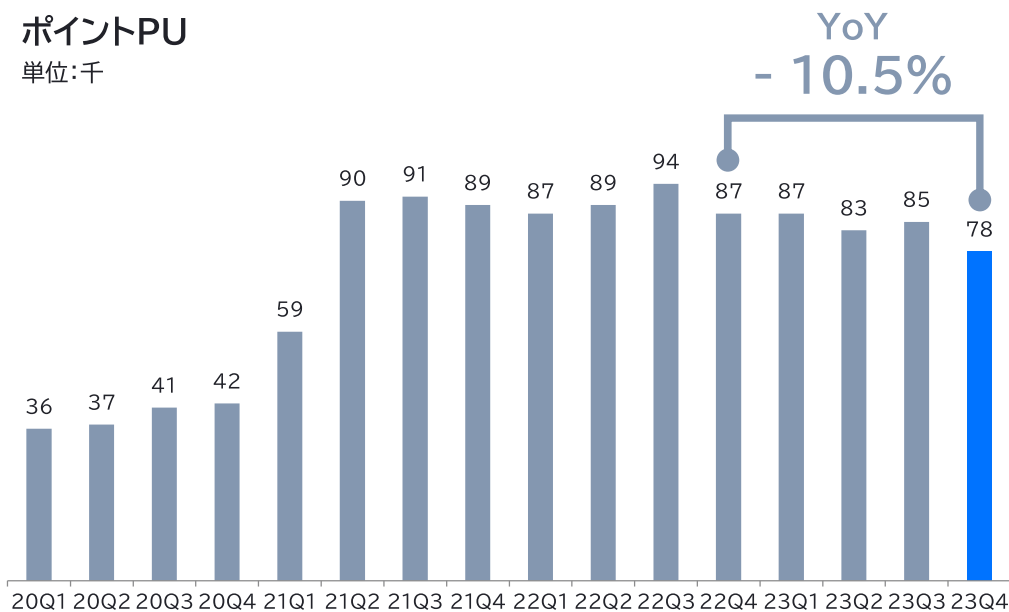
-

未使用ポイント

- 月間平均ポイントPUは、YoY- 10.5%(- 9千)の78千で着地。
- 月間平均ポイントARPPUはYoY+11.0%(+642円)の6,455円に。

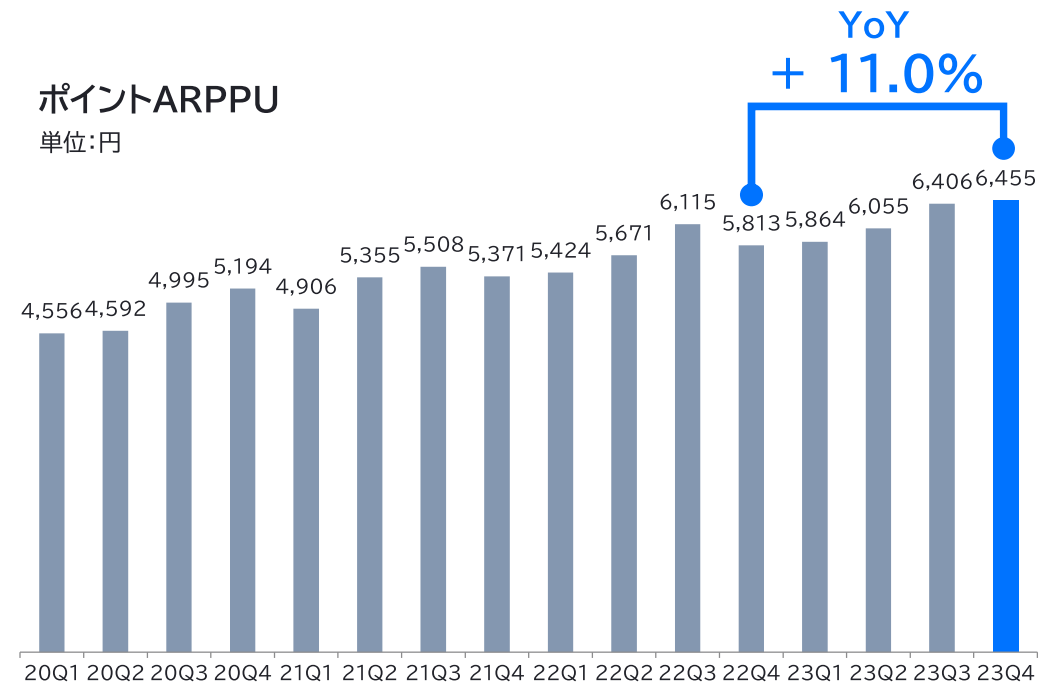
ポイントPU

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

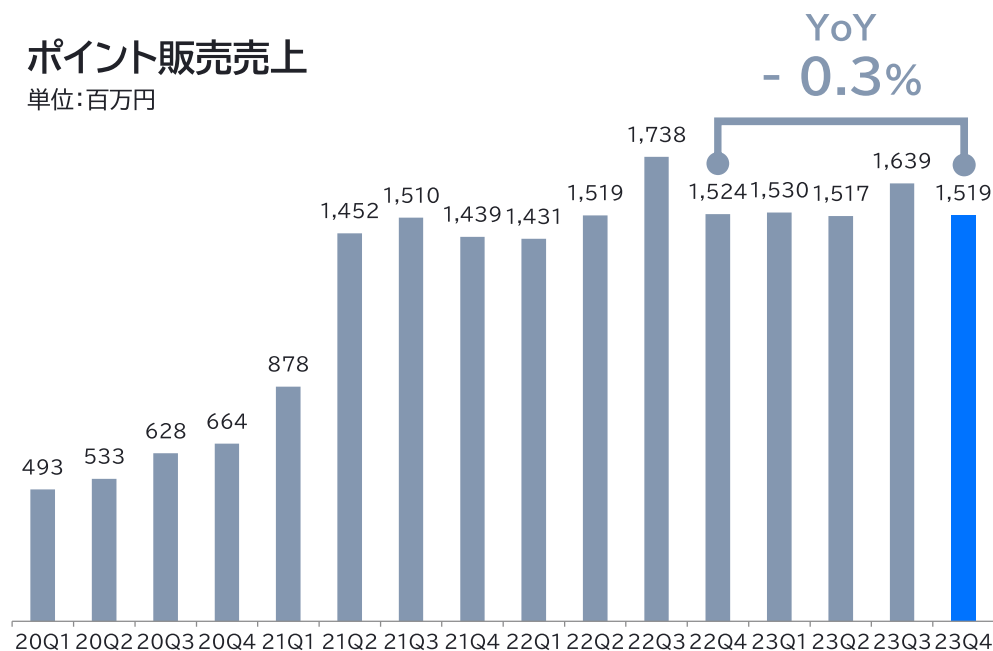
+

キャッシュ売上

- ポイント販売売上は、YoY- 0.3%(- 4百万円)の1,519百万円に。
- 売上高は、YoY+ 0.6%(+ 10百万円)の1,622百万円に。
- メンバーシップ売上増加(+ 12百万円)が寄与。

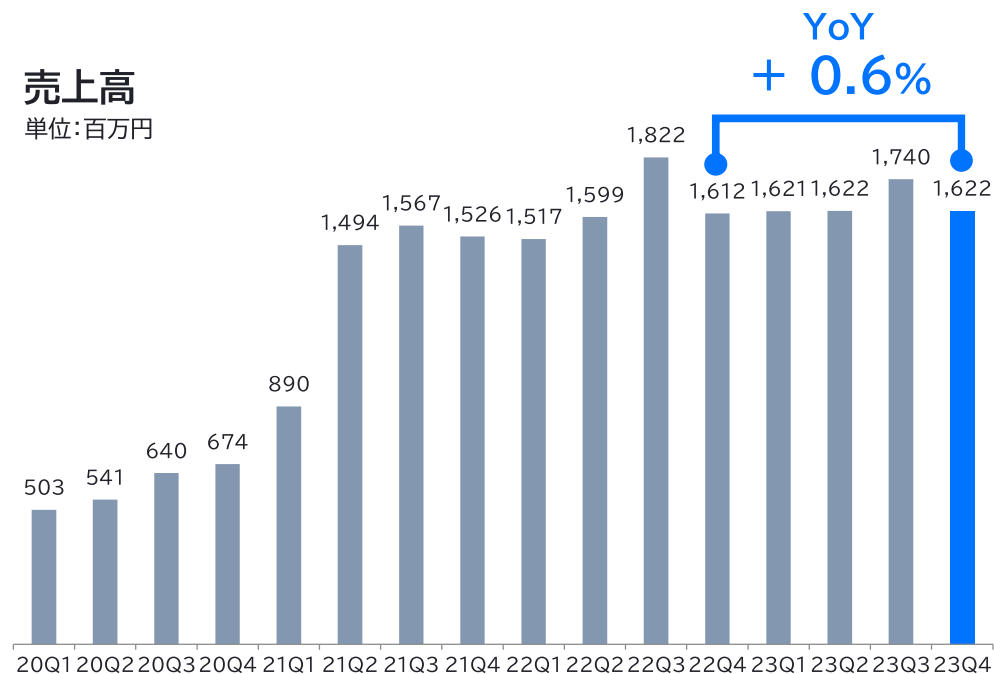
ポイント販売売上

単位:百万円



売上高

単位:百万円



実質売上総利益の推移

実質売上総利益

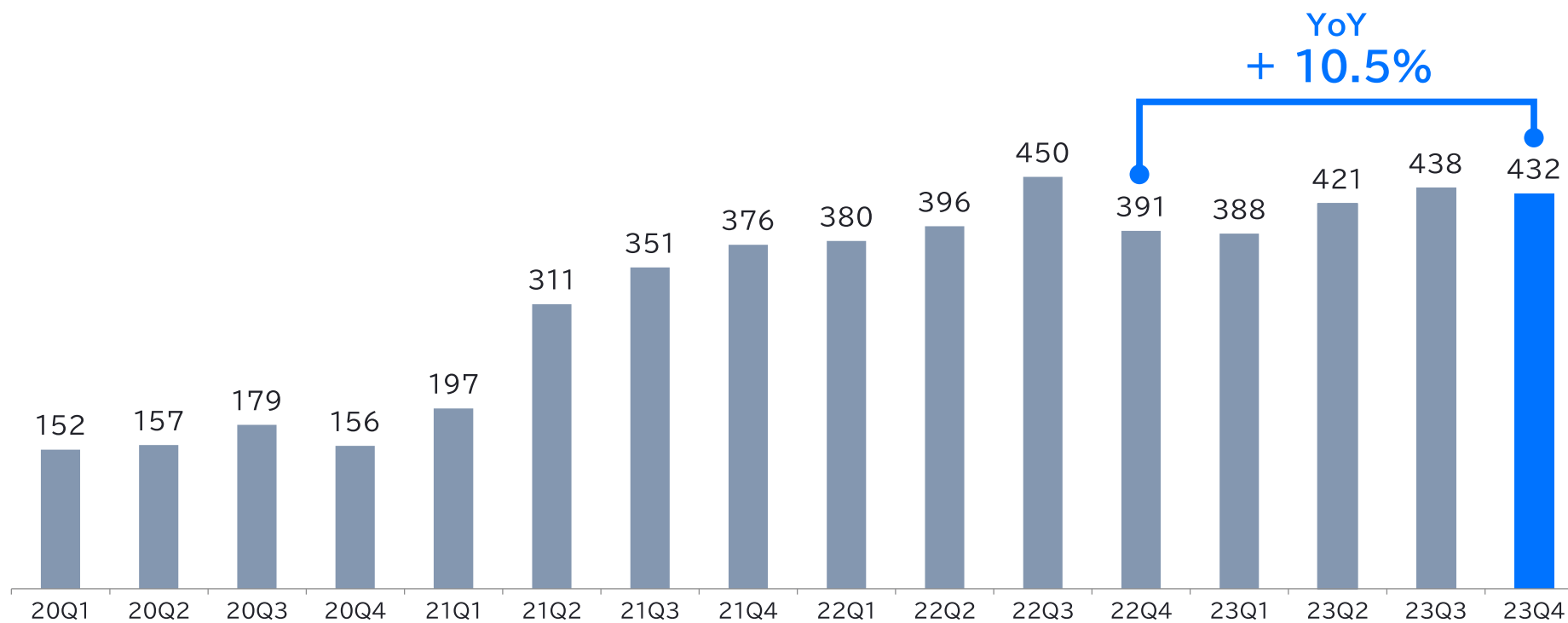
売上高

売上原価

手数料

- 実質売上総利益は、YoY+ 10.5%(+ 40百万円)の432百万円で着地。
 - メンバーシップ売上増加と決済手段比率変化による手数料の減少により堅調に推移。

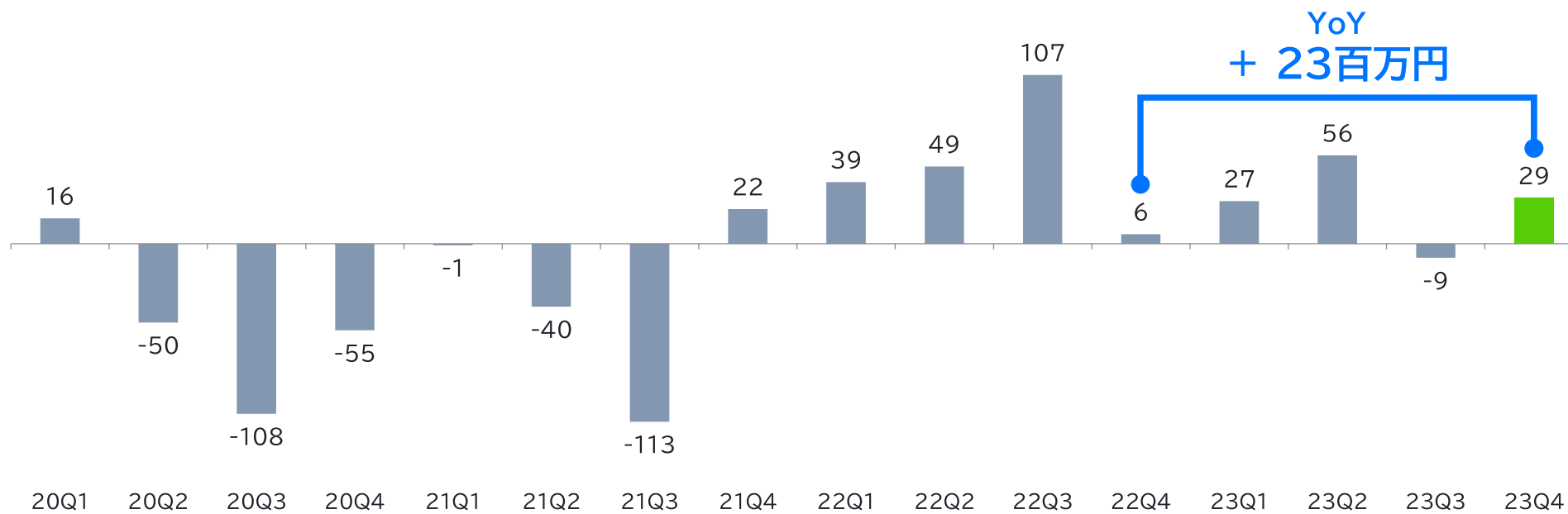
単位:百万円



営業損益の推移

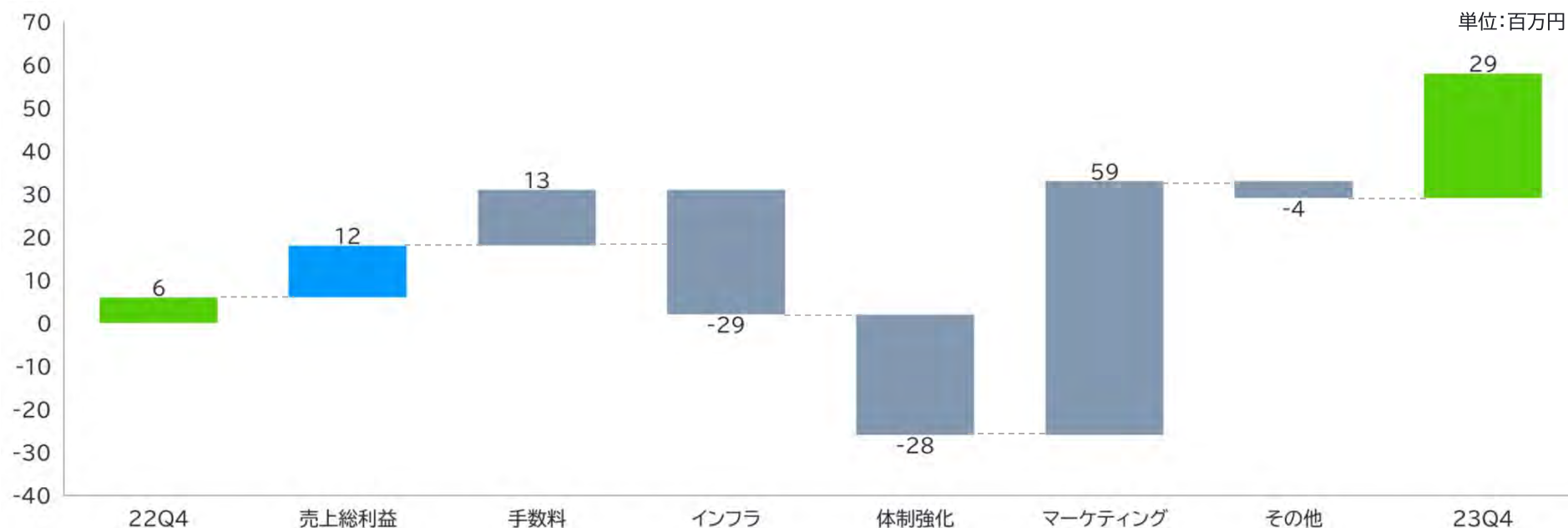
■ 営業利益は23百万円増加(YoY+ 343.0%)して、29百万円に。

単位:百万円



営業利益の増減分析(会計期間)

- メンバーシップ売上増加等により、売上総利益がYoYで増加(+12百万円)。
- 主にデータトラフィックの増加に伴うインフラ費用の増加(+29百万円)と、中長期の成長に向けた体制強化の投資継続(+28百万円)はあったものの、ユーザー決済手段比率の変化に伴う手数料減少(-13百万円)、マーケティング施策の見直しによる費用圧縮(-59百万)等の効果もあり、単QのYoYでは、営業利益は増益に。



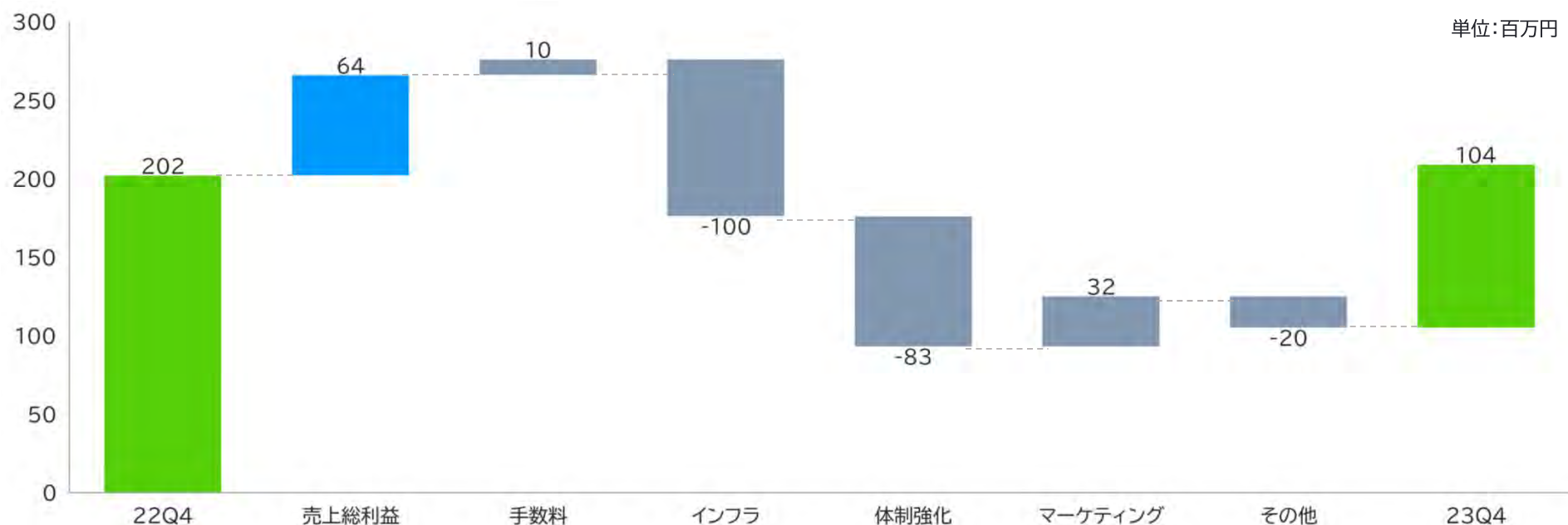
損益計算書サマリ(通期)

- 売上高はYoY+0.9%の6,607百万円、営業利益はYoY-48.4%の104百万円に。
- 繰延税金資産の回収可能性を検討して法人税等調整額を計上した結果、当期純利益は53百万円に。

単位:千円	2022年1月期	2023年1月期	増減	前年同期比
売上高	6,552,032	6,607,710	55,677	0.9%
売上原価	3,313,094	3,304,754	-8,340	-0.3%
売上総利益	3,238,937	3,302,955	64,018	2.0%
販売費及び 一般管理費	3,036,833	3,198,601	161,767	5.3%
営業利益	202,103	104,354	-97,749	-48.4%
経常利益	206,214	105,310	-100,903	-48.9%
税引前当期純利益	206,176	105,310	-100,865	-48.9%
当期純利益	246,652	53,425	-193,226	-78.3%

営業利益の増減分析(通期)

- メンバーシップ売上増加等により、売上総利益がYoYで増加(+64百万円)。
- ユーザー決済手段比率の変化に伴う手数料減少(-10百万円)や、マーケティング施策の見直しによる費用圧縮(-32百万)の一方で、中長期の持続的な成長に向けたインフラ(+100百万円)、体制強化(+83百万円)等の投資を年間を通して推進した結果、営業利益は通期で減少。



貸借対照表サマリ

■ 純資産1,638百万円、自己資本比率48.6%と、財務基盤として健全な水準を維持。

単位:千円	2022年1月期末	2023年1月期末	増減
流動資産	2,266,244	2,951,986	685,742
現金及び預金	1,230,534	1,749,802	519,268
売掛金	940,057	1,169,336	229,279
固定資産	373,636	423,082	49,445
流動負債	1,693,079	1,736,259	43,180
買掛金	838,896	801,269	-37,627
預り金	362,723	387,973	25,249
純資産	946,571	1,638,699	692,128
負債純資産	2,639,880	3,375,069	735,188
(自己資本比率)	35.9%	48.6%	12.7%

2023年2月発表の業績予想修正について

- 業績の進捗状況を踏まえ、2023年2月に業績予想の修正を発表。
 - 費用対効果を検討し、マーケティング施策を見直したことにより47百万円減(前回予想比18.0%減)。
 - 配信インフラシステムのチューニングでデータ通信量を最適化し11百万円減(前回予想比2.7%減)。
 - ユーザー決済手段比率の変化により36百万円減(前回予想比2.2%減)。
 - 繰延税金資産の回収可能性の検討のため、当期純利益は発表時点で未定。
- 2023年2月発表の修正予想に対する当期実績の進捗は、概ね想定通り。

※1 2022年11月16日に発表。

※2 2023年2月14日に発表。

単位:百万円	修正予想①※1	修正予想②※2	①と②の増減	実績③	②と③の増減
売上高	6,618	6,607	-10	6,607	0
営業利益	14	103	89	104	1
経常利益	15	104	88	105	1
当期純利益	-93	—	—	53	—

4 2024年1月期 業績予想

2024年1月期のフォーカス

前提条件を踏まえ、中長期での持続的なサービス成長に向けた事業基盤のアップデートと新規事業への挑戦

前提条件

前期に発生したコロナ禍の行動制限解除に伴うユーザー行動の変化とそれに伴う競争環境の変化が当社事業に与えた影響は、2024年1月期も一定の規模において継続すると想定

フォーカスポイント

1. ポイント販売売上中心である収益構造の変化を戦略的に推進
2. エンジニア採用を中心に、体制強化領域に対して積極的に投資
3. インフラ、マーケティング領域は、費用対効果を見極め、必要十分な投資を継続

2024年1月期業績予想サマリ

- 前提条件を踏まえて、収益構造の変化を推進することにより、売上高は保守的な見積。
- 中長期での成長に向けた投資の継続により、営業利益は減少。
- 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ことが困難なため、当期純利益は未定。

単位:百万円	2023年1月期 実績	2024年1月期 予想	増減	前年同期比
売上高	6,607	6,610	3	0.1%
営業利益	104	74	-29	-28.5%
経常利益	105	74	-30	-29.0%
当期純利益	53	—	—	—

主なコストの推移見込

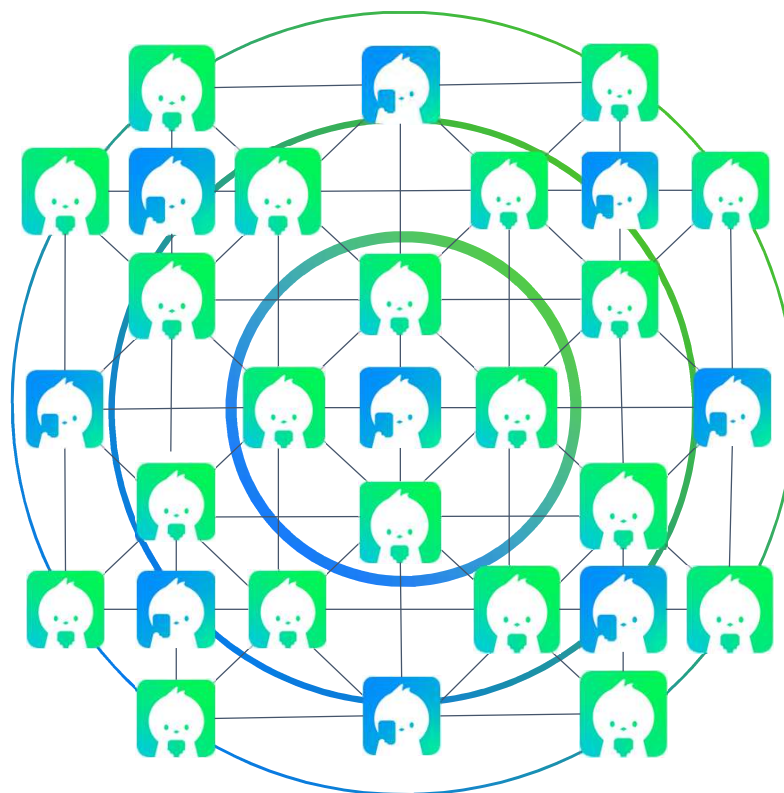
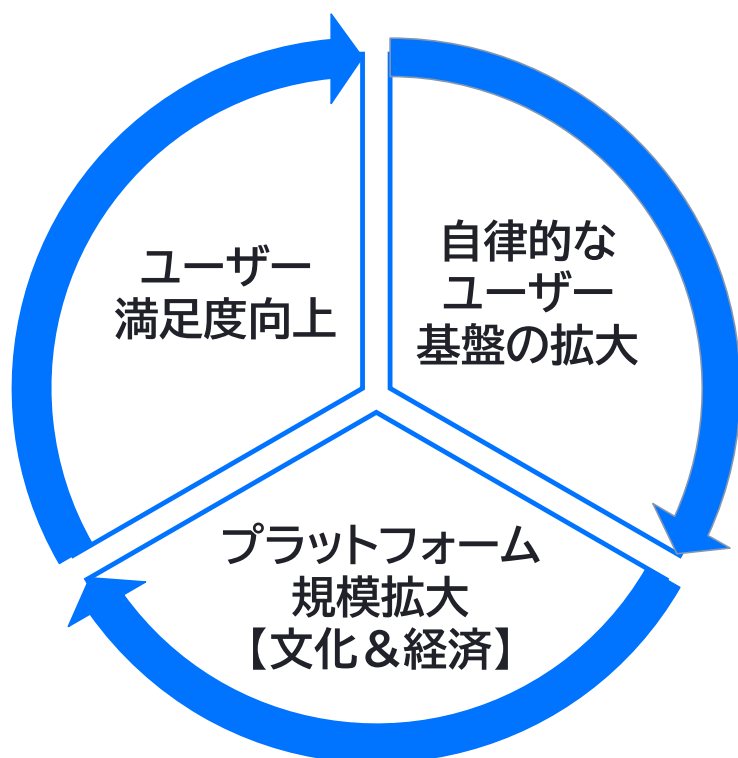
- ポイント販売売上に連動して、売上原価と手数料は大きな変動を見込まず。
- インフラ領域は、BCP対応が一旦落ち着き、大規模な投資は想定せず。
- 体制強化領域は、中長期の事業成長に向けて、引き続き、積極的に投資。
- マーケティング領域は、費用対効果を検討の上で投資。

単位:百万円	2023年1月期 実績	2024年1月期 予想	増減	前年同期比
売上原価 (ユーザー報酬)	3,304	3,277	-27	-0.8%
手数料	1,612	1,615	2	0.2%
インフラ	581	554	-26	-4.6%
体制強化	534	622	88	16.5%
マーケティング	215	221	6	3.1%

5 成長戦略

目指す成長の方向性

ツイキャスが目指すのは、ユーザー満足ドリブンで成長するコミュニケーションインフラ

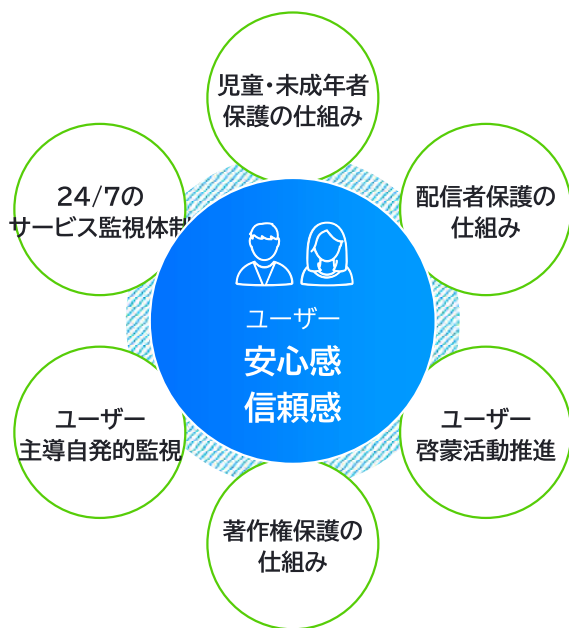


ユーザー満足度の向上

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



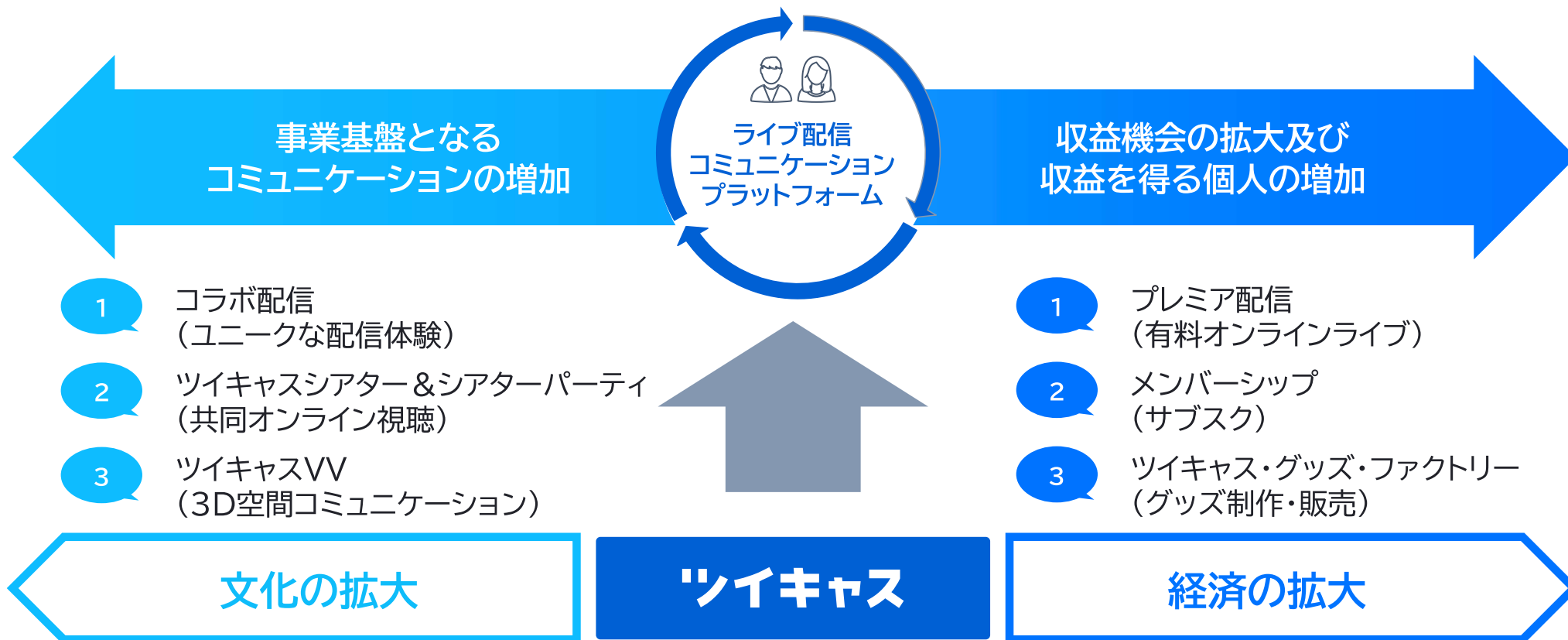
キャンペーン=楽しさ

他社IPコラボや季節ごとのイベントなど
ユーザーが楽しさを共有できる企画の充実



プラットフォーム規模の拡大

文化&経済の両面から規模を拡大



プラットフォーム規模の拡大【文化】

コラボ配信

ライブ配信でユーザー同士が双方向の音声コミュニケーションを楽しむ機能

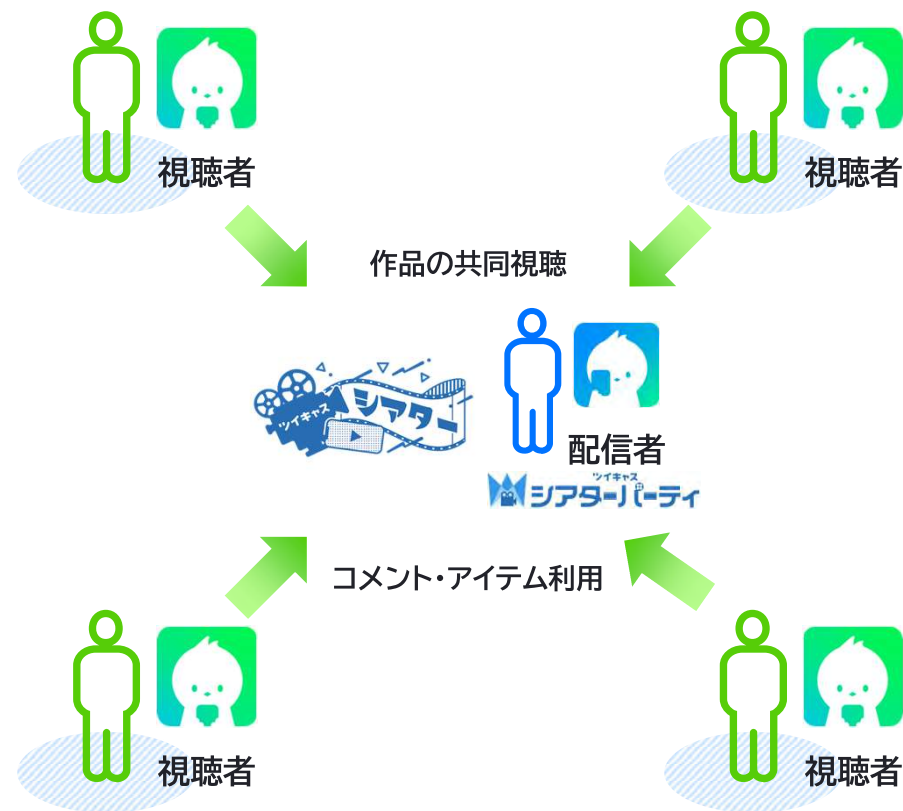
- 配信者とリスナーとの雑談配信などで活用されてきたツイキャスの特徴的な機能
- 見知らぬユーザーとも、友達とも、誰とでも一緒にライブ配信に音声で参加できる
- アバターを設定して、リアルタイムに音声会話
- 最大100人まで同時に会話可能
- 配信者は誰を会話に参加させるか選択可能



プラットフォーム規模の拡大【文化】

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を手軽に楽しめる仕組み

- 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
- 2023年1月より、松竹株式会社と提携し、毎月第2金曜日に松竹配給のホラー作品を無料放送する「ツイキャス×松竹 ホラーの日」を開始



プラットフォーム規模の拡大【文化】

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

プラットフォーム規模の拡大【経済】

プレミアム配信

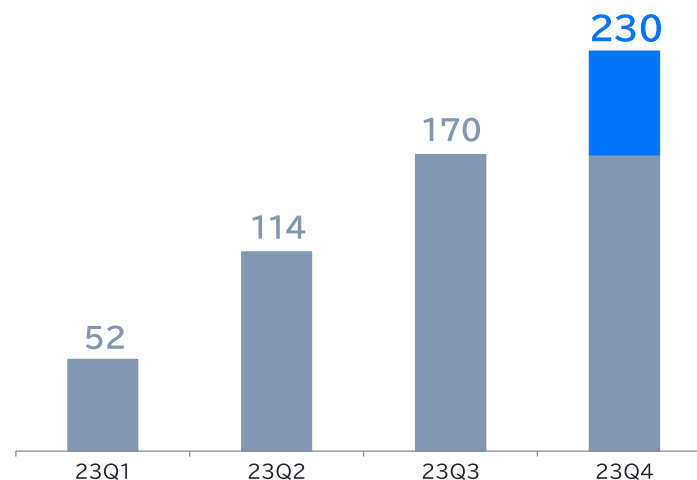
常時2,000件以上の開催予定が登録されている日本でも有数の有料ライブ配信システム



- 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まで幅広く利用が広がるアーカイブも再販可能なユニークなシステム
- 新たなユーザー層(30代後半以上層)の獲得に貢献

✓ プレミア配信売上推移※(累計実績)

単位:百万円



* 「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



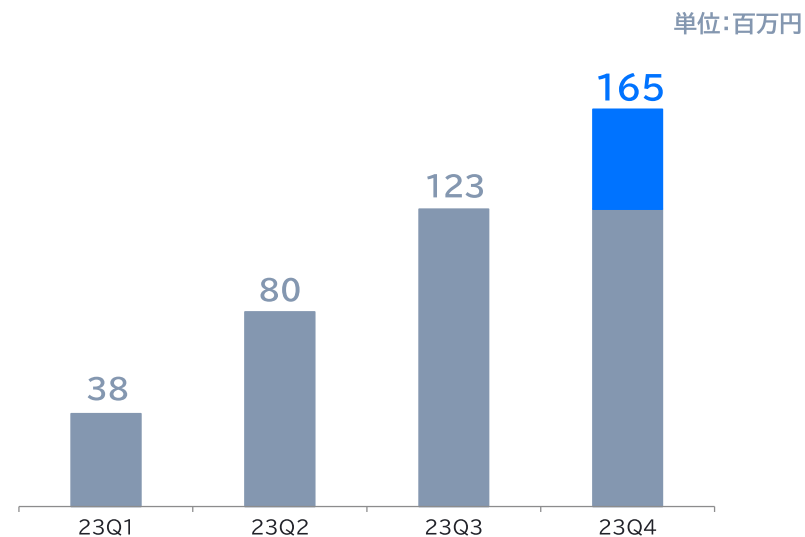
プラットフォーム規模の拡大【経済】

メンバーシップ

配信者をサブスクリプション(月額課金)で継続的に応援

- 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の確保
- 視聴者は、自分が応援する配信者とのより密なコミュニケーションにより満足度向上
- 当社は、ロイヤリティの高いユーザーの増加とストック収益の発生

✓ メンバーシップ売上推移※(累計実績)



プラットフォーム規模の拡大【経済】

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

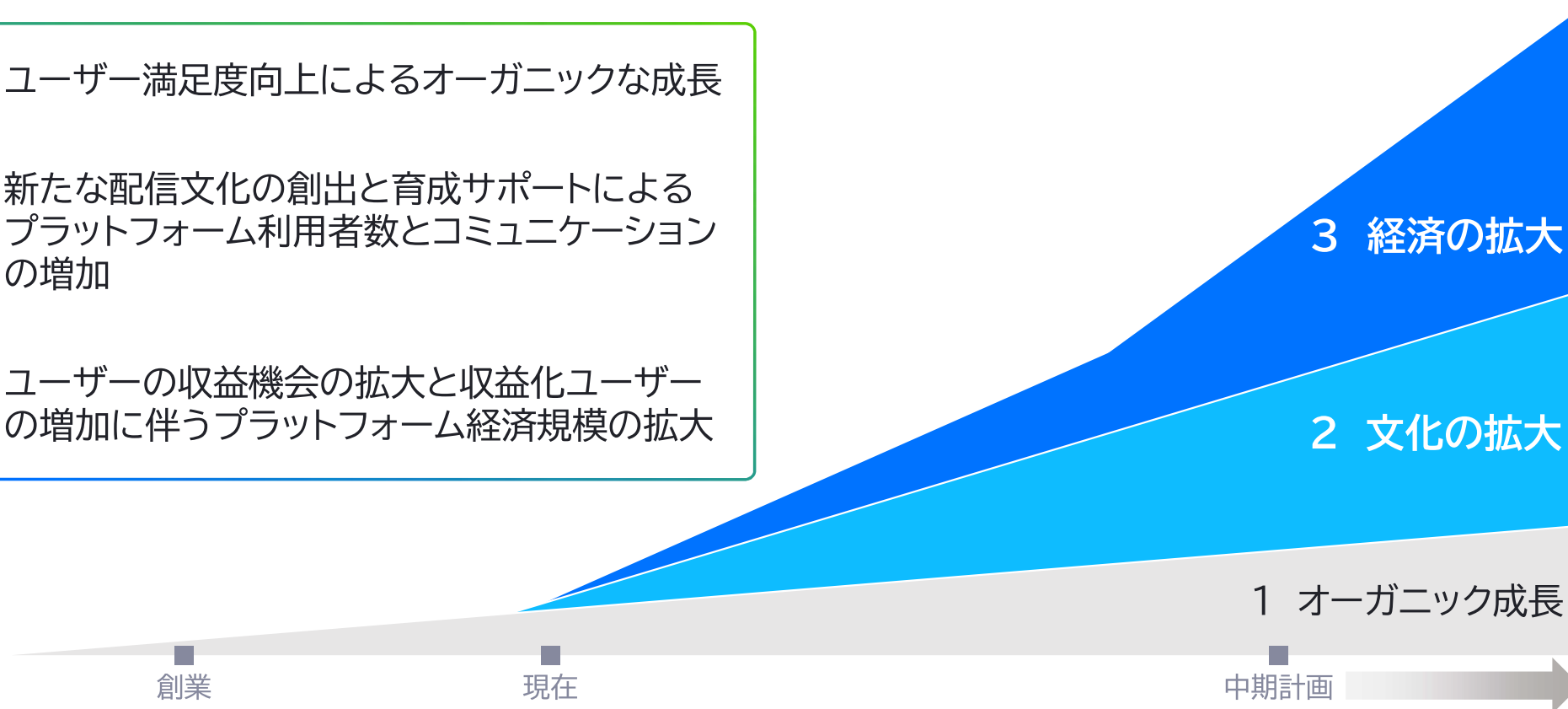


在庫管理も
グッズ発送も
全部お任せ

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、持続的な成長を実現

1. ユーザー満足度向上によるオーガニックな成長
2. 新たな配信文化の創出と育成サポートによるプラットフォーム利用者数とコミュニケーションの増加
3. ユーザーの収益機会の拡大と収益化ユーザーの増加に伴うプラットフォーム経済規模の拡大



Appendix

調達資金使途の進捗

IPO調達資金は計画に沿って充当済み、残りはインフラシステムに投資予定

区分	主な使途	2023年1月期 (計画)	2023年1月期 (実績)	進捗率
インフラシステム	インフラシステム強化に伴う設備投資や業務委託費等 ※BCP対応は2023年1月期で一通りの投資を完了	379百万円	312百万円	82.5%
マーケティング	ユーザー満足度向上と新規ユーザー獲得のためのブランディング及びキャンペーン費用	209百万円	215百万円	102.9%

■ 調達資金:	603百万円
■ 2023/1期資金使途充当額:	527百万円 (進捗率87.5%)
■ 調達資金残額:	75百万円

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、Twitter, Inc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】2【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2024年3月頃を予定しています。