

jig.jp

2024年3月期第2四半期 決算説明資料

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2023年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

目次

| | | |
|-----------|---|--------------|
| 01 | 2024年3月期第2四半期業績及び 2024年3月期通期業績予想 | P. 02 |
|-----------|---|--------------|

| | | |
|-----------|-----------------|--------------|
| 02 | 会社及び事業概要 | P. 13 |
|-----------|-----------------|--------------|

| | | |
|-----------|--------------------|--------------|
| 03 | エクイティ・ストーリー | P. 23 |
|-----------|--------------------|--------------|

Appendix

01

2024年3月期第1四半期業績及び 2024年3月期業績予想

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2023年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

2024年3月期第2四半期決算サマリー

売上高

6,013百万円

前年同期比
+17.3%

営業利益

881百万円

前年同期比
+106.0%

営業利益率

14.7%

前年同期比
+6.3pt

TOPICS

✓ 売上高の継続的な成長

第2四半期連結累計期間の売上高は過去最高を更新

✓ 課金ユニークユーザー数（課金UU数）の着実な拡大

第2四半期における月次平均課金UU数は、前四半期に続き、過去最高値を記録（月39,453人／前年同期比+15.4%）

✓ 決済手数料の削減等により、営業利益、営業利益率が向上

売上高に対する決済手数料率は前年同期約20%から約17%へ圧縮に成功し、営業利益率の向上に寄与（第2四半期連結累計期間の売上高6,013百万円に対して約161百万円の削減効果）

✓ 2024年3月期通期連結業績予想の上方修正、配当予想の修正（増配）

足元の業績進捗、第3四半期以降も継続して決済手数料の圧縮化が見込まれることや下期のマスメディア広告の具体的な検討が進んだこと等を踏まえ、通期連結業績予想の上方修正を実施。期末配当についても増配を計画

2024年3月期第2四半期業績ハイライト

- 24.3期2Qは前四半期同様にライブ配信事業「ふわっち」の好調を背景に、売上高は累計期間にて過去最高を更新
- 営業利益は、売上高の増加に加えて、ブラウザ決済比率向上に伴う決済手数料の圧縮等により大幅に進捗
- 経常利益は、24.3期2Qに助成金収入により更に進捗
- 当期純利益は、繰延税金資産の回収可能性の検討により一時的に増加した前期と同水準程度の着地を計画

| 【連結】 (単位：百万円) | 23.3期 2Q実績 | 24.3期 2Q実績 | 対前年同期実績 | | 24.3期通期業績予想 | | | |
|------------------|---------------|---------------|---------|--------|-----------------|-------|----------------|-------|
| | | | 増減額 | 比率 | 23/11/14 公表値 | 進捗率 | 23/5/12 公表値 | 進捗率 |
| 売上高 | 5,126 | 6,013 | 886 | 17.3% | 11,558 | 52.0% | 11,558 | 52.0% |
| 売上総利益 | 4,870 | 5,742 | 872 | 17.9% | 10,954 | 52.4% | 10,917 | 52.6% |
| 売上総利益率 | 95.0% | 95.5% | 0.5pt | - | 94.8% | - | 94.5% | - |
| 営業利益 | 427 | 881 | 453 | 106.0% | 1,410 | 62.5% | 992 | 88.8% |
| 営業利益率 | 8.3% | 14.7% | 6.3pt | - | 12.2% | - | 8.6% | - |
| 経常利益 | 427 | 900 | 473 | 110.8% | 1,429 | 63.0% | 992 | 90.8% |
| 経常利益率 | 8.3% | 15.0% | 6.6pt | - | 12.4% | - | 8.6% | - |
| 親会社に帰属する当期純利益 | 468 | 594 | 125 | 26.8% | 962 | 61.8% | 689 | 86.2% |
| 当期純利益率 | 9.1% | 9.9% | 0.7pt | - | 8.3% | - | 6.0% | - |

主要KPIのハイライト

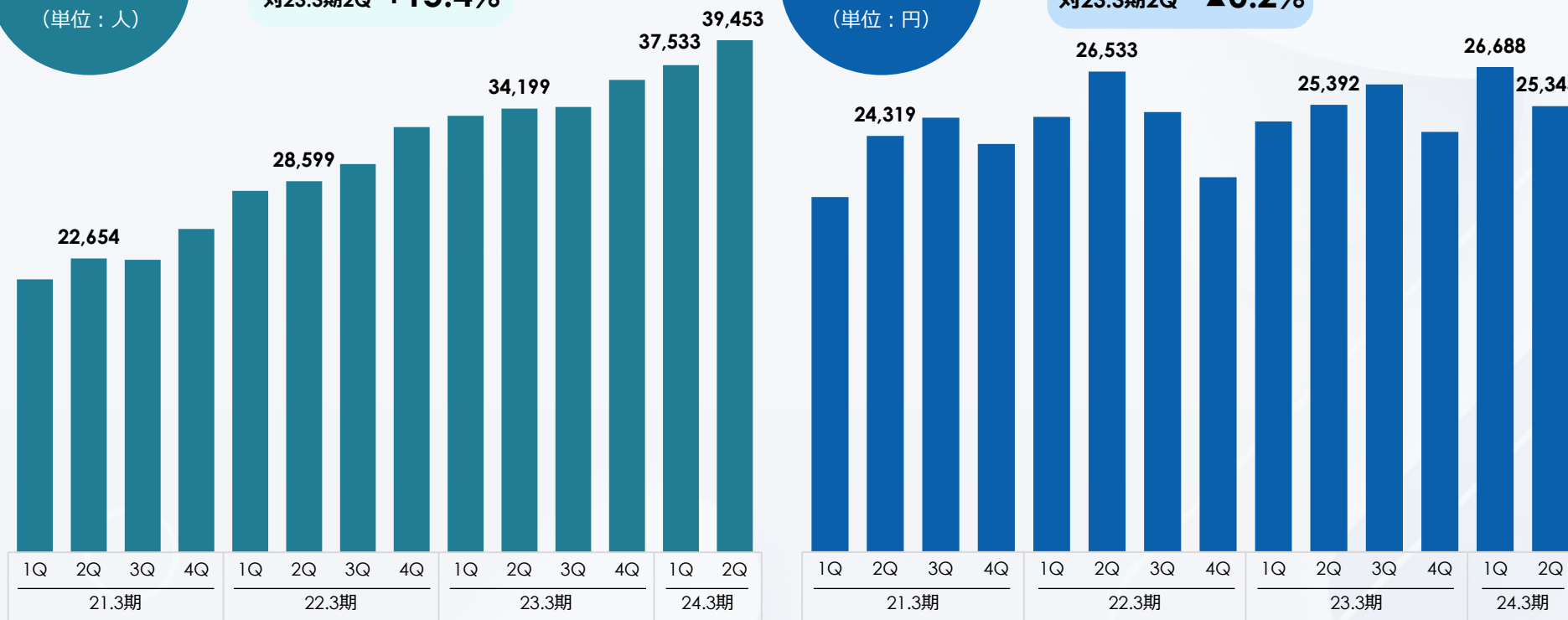
- 課金UU数¹は目標として掲げていた課金UU数¹増加施策が寄与し、前年同期比+15.4%と大幅に進展
- ARPPU²は前四半期の盛り上がり等を受けて一時調整し、前年同期比▲0.2%と引き続き持続可能な水準を継続

月次課金UU数¹
(四半期平均推移)
(単位：人)

24.3期2Q
対24.3期1Q +5.1%
対23.3期2Q +15.4%

月次ARPPU²
(四半期平均推移)
(単位：円)

24.3期2Q
対24.3期1Q ▲5.0%
対23.3期2Q ▲0.2%

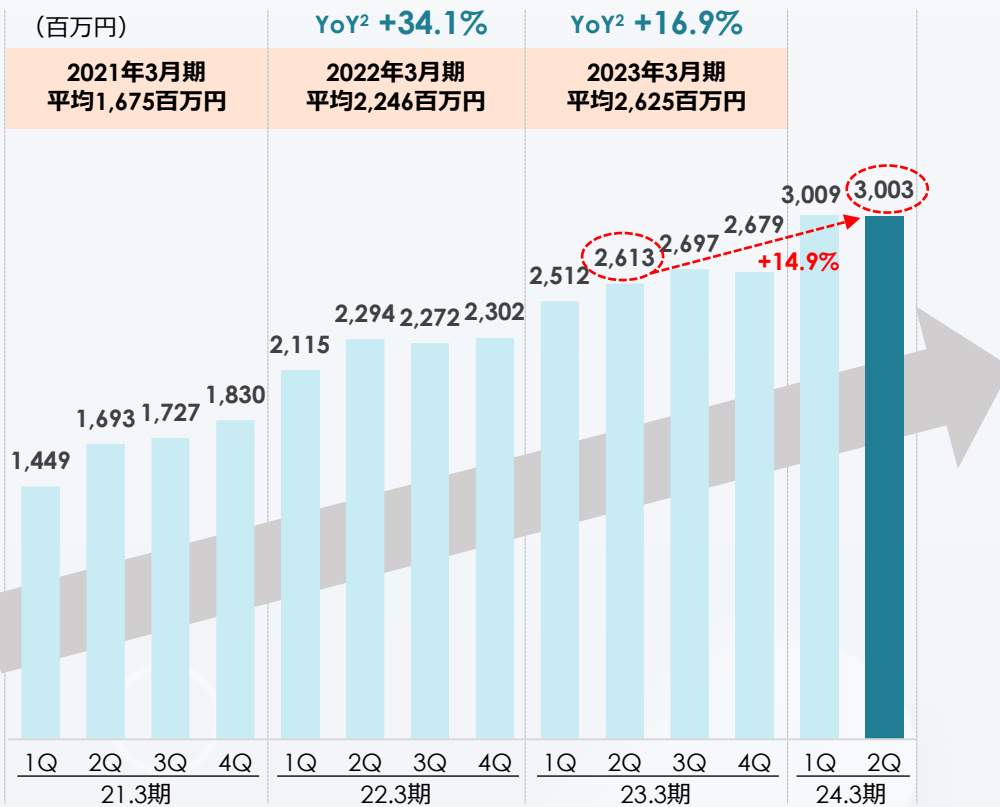


注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次課金ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間における月次課金ユニークユーザー数の平均値
注2：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す。また、各四半期連結会計期間の月次ARPPUは、各四半期連結会計期間における月次ARPPUの平均値

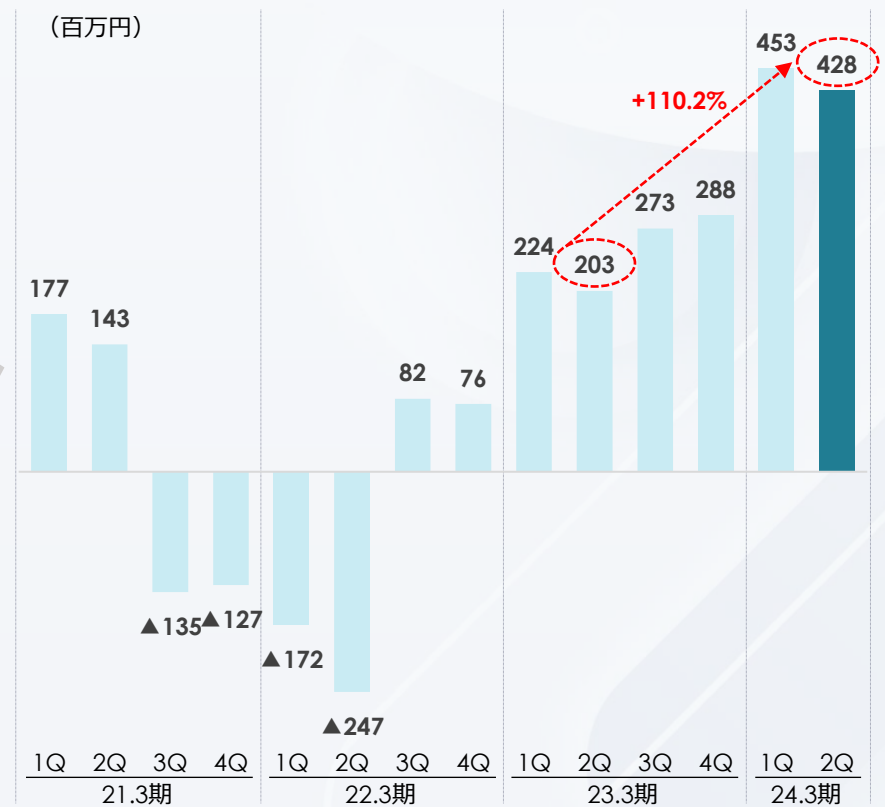
四半期連結業績推移¹

- 売上高は四半期毎に堅調な増加基調で、24.3期2Qは前年同期比+14.9%、23.3期通期平均比+14.4%の成長を実現
- 営業利益は、過年度のコロナ禍の成長取込みを企図した広告宣伝費の積極的投資による赤字から一転して黒字化を継続。24.3期2Qは前年同期比+110.2%と大幅に成長

売上高（四半期毎）



営業利益（四半期毎）



2024年3月期第2四半期営業利益増減要因

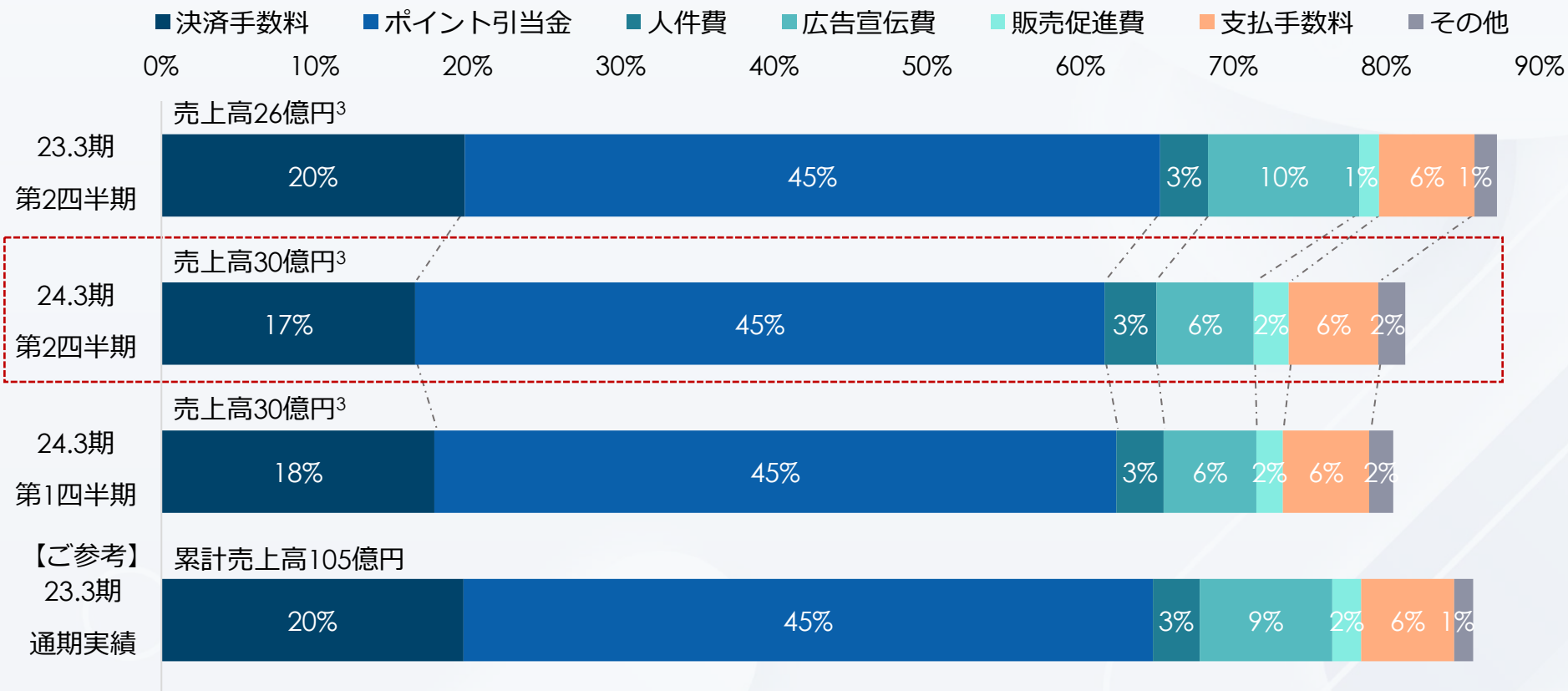
- 「ふわっち」の好調による売上高の増加に伴い、ポイント引当金が前年同期対比で増加。決済手数料についても増加したものの、ブラウザ決済比率向上による手数料率の低減効果によって増加分は限定的
- また人件費、支払手数料及びその他販管費等の一部固定費についても微増となったものの、売上高増加や広告宣伝費の減少により、営業利益は前年同期比+453百万円の増益



主な販売費及び一般管理費の内訳

- 第2四半期は、ブラウザ決済を促進する施策の継続実施により、ブラウザ決済比率が前四半期対比で更に向上。その結果、売上高対比の決済手数料割合は約17%（前四半期対比▲1.3%、前年同期間対比▲3.2%）へ圧縮を実現
- 販売促進費はイベント特典の製作時期の重なり等により前四半期対比やや増加。その他項目は概ね同水準で推移

販売費及び一般管理費の主な項目における連結売上高比率（各四半期毎の比較²⁾）



注1：各数値は連結決算数値

注2：累計期間ではなく、該当する四半期期間における販売費及び一般管理費を指す

注3：該当する四半期期間における連結売上高を指す

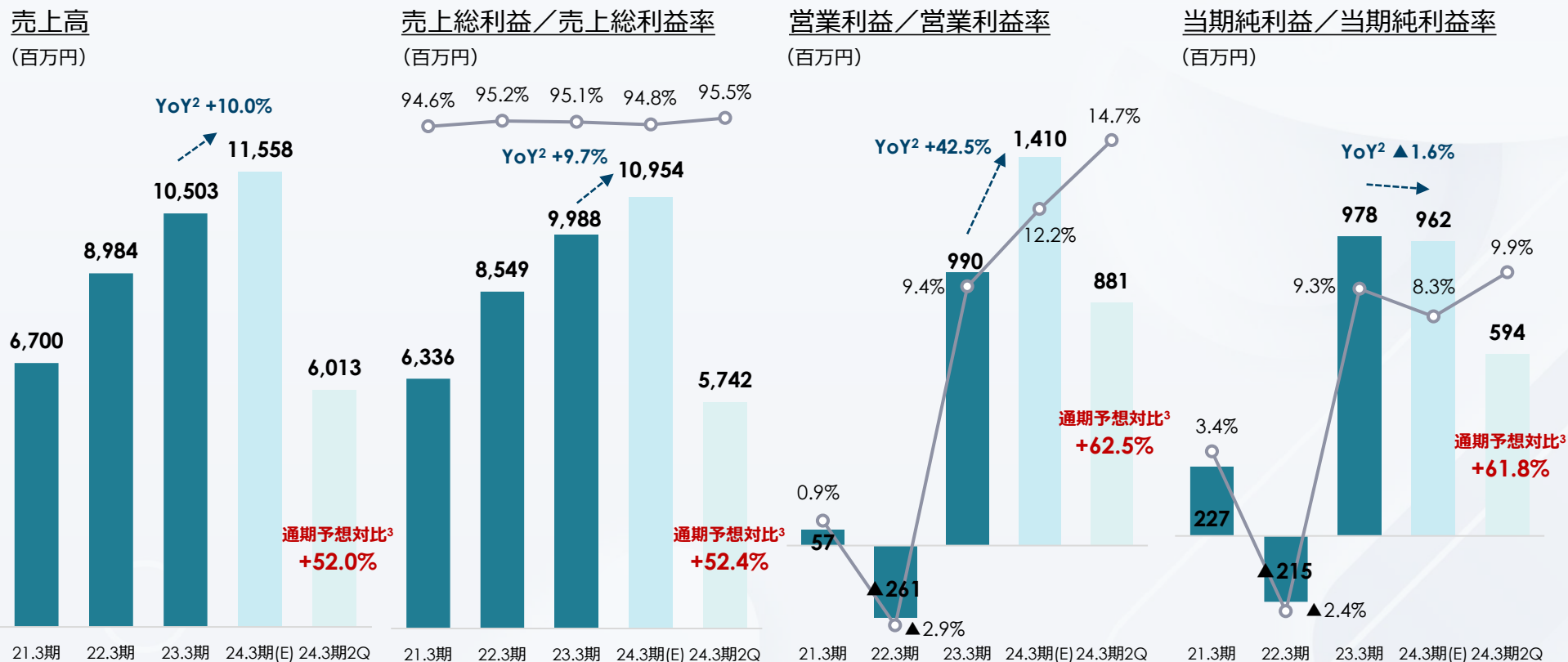
財務ハイライト

- 前期末時点から継続して、健全な財務状況を維持
- 現預金は前期末から843百万円増加し、24.3期2Q時点で2,630百万円
- 利益剰余金の増加により、純資産は594百万円増加。自己資本比率は前期末時点から+5.8pt上昇の56.0%で推移

| 【連結BS】 (単位：百万円) | 23.3期末 実績 | 24.3期2Q末 実績 | 対前期末実績 | |
|--------------------|--------------|----------------|--------|--------|
| | | | 増減額 | 比率 |
| 流動資産合計 | 3,078 | 3,844 | +766 | +24.9% |
| 現金及び預金 | 1,787 | 2,630 | +843 | +47.2% |
| 固定資産合計 | 1,174 | 1,029 | ▲145 | ▲12.4% |
| 資産合計 | 4,252 | 4,874 | 621 | +14.6% |
| 流動負債合計 | 1,762 | 1,762 | +0 | +0.0% |
| 固定負債合計 | 354 | 380 | +26 | +7.5% |
| 負債合計 | 2,116 | 2,143 | +26 | +1.3% |
| 自己資本 | 2,135 | 2,729 | +594 | +27.9% |
| 純資産合計 | 2,136 | 2,730 | +594 | +27.8% |
| 負債純資産合計 | 4,252 | 4,874 | +621 | +14.6% |
| (ご参考) 自己資本比率 | 50.2% | 56.0% | +5.8pt | - |

通期連結業績推移¹

- 過年度より売上高は一貫して順調に成長。24.3期通期予想においても10%程度の成長を計画
- 営業利益及び当期純利益は広告宣伝費等の積極的な投資によって過年度赤字に転じたが、23.3期以降は効率性を意識した広告運用により利益率が大幅に改善。足元はブラウザ決済比率向上による決済手数料圧縮効果により、利益率が向上



注1：各数値は連結決算数値

注2：YoYとは、前期通期実績値対比の当期通期予想値ベースの成長率を指す

注3：2023年11月14日付で公表した通期連結業績予想値対比の進捗率

2024年3月期通期業績予想の上方修正（11月14日時点）

- 第2四半期連結累計期間において、ライブ配信事業「ふわっち」の好調を維持し、コスト構造の強靱化に成功
 - 売上高：進捗率52%とやや想定を上回って進捗。計画対比大きく乖離していない状況から保守的に計画を維持
 - 営業利益：主には、決済手数料の削減、広告宣伝費の減少（下期のTV CM含む）、その他上期実績を反映、等
 - 経常利益：営業利益の増加に加えて、営業外収益として助成金収入の増加（鯖江市企業立地促進助成金）
 - 当期純利益：営業利益・経常利益の増加に伴う増加

| 【連結】 (単位：百万円) | 23.3期 通期実績 | 当初予想 (5/12公表) | 今回修正予想 (11/14公表) | 当初予想からの増減 | |
|------------------|---------------|------------------|---------------------|-----------|--------|
| | | | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 10,503 | 11,558 | 11,558 | - | - |
| 営業利益 | 990 | 992 | 1,410 | +418 | +42.1% |
| 営業利益率 | 9.4% | 8.6% | 12.2% | +3.6pt | - |
| 経常利益 | 986 | 992 | 1,429 | +437 | +44.1% |
| 経常利益率 | 9.4% | 8.6% | 12.4% | +3.8pt | - |
| 親会社に帰属する当期純利益 | 978 | 689 | 962 | +273 | +39.6% |
| 当期純利益率 | 9.3% | 6.0% | 8.3% | +2.4pt | - |
| 1株当たり当期純利益 | 23.29円 | 16.40円 | 22.88円 | - | - |

株主還元の充実（11月14日時点）

- 株主に対する利益還元を重要な経営上の施策の一つとして認識しており、2023年8月23日付で株主還元の更なる充実を目的に、24.3期より配当開始（初配）を公表。中長期的に配当性向10%程度を維持していく方針
- 24.3期においては、期末配当（配当性向10%程度を目安）に加えて、当社創業20周年を記念した中間期末を基準日とする記念配当（1株当たり2.29円／配当性向10%）と併せて、配当性向20%程度を目指す方針

株主還元の 基本方針

- 今後の成長投資は推進しつつ、継続的かつ安定的な配当を行う方針
- 配当性向は毎期10%程度を目安とする
 - 但し、2024年3月期においては配当性向20%程度を目指す

2024年3月期 配当内容 （初配）

中間期末（第2四半期末）

配当性向10%／1株当たり2.29円

当社創業20周年記念配当

通期期末（第4四半期末）

配当性向10%程度を目安

期末配当

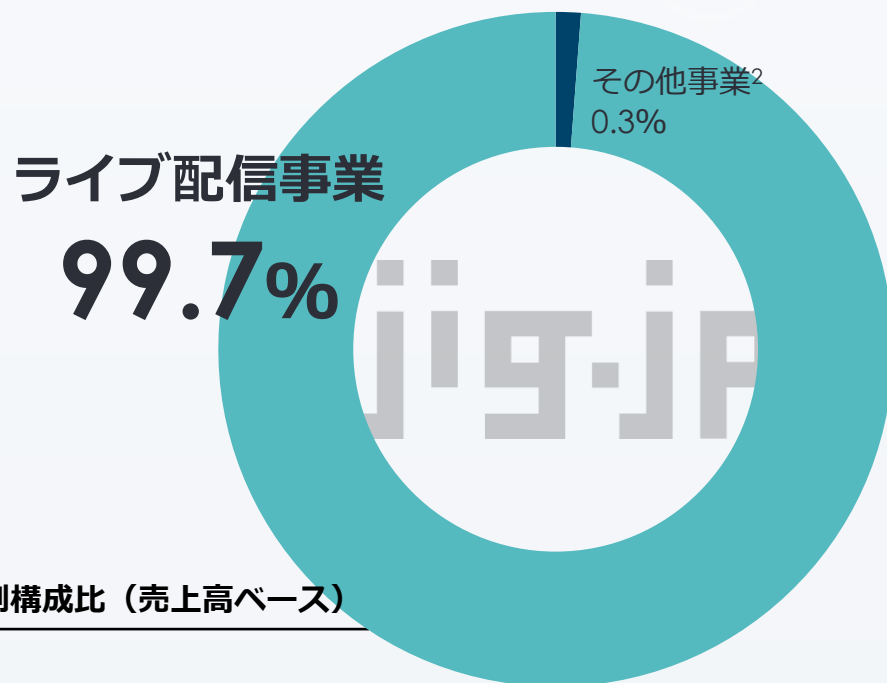
2024年3月期
配当性向20%程度
を目指す

02.

会社及び事業概要

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2023年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

事業別構成比¹



jig.jpは

ライブ配信サービス「ふわっち」
を主要事業としながら、

“時代の変化に合わせた
スピーディーなサービス開発力”
で事業を創出し続けている企業

事業別構成比（売上高ベース）

注1：2023年3月期通期実績値をベースに算出

注2：その他事業は、ブラウザ事業、こどもパソコン事業及びオープンデータプラットフォーム事業を指す

その他事業とESGへのコミットメント

- 地域社会への持続的な貢献の一環として自治体向け事業等を実施

開発センターがある福井県鯖江市が掲げる「持続可能な地域モデル“めがねのまち鯖江”」を支援するため、学校や企業へプログラミングスクールの提供によるIT人材育成、地元福井高専との交流や高専インターンシップによる就労支援、鯖江市及び複数の自治体にオープンデータプラットフォーム等を提供

福井高専との交流/地域のIT化支援

当社代表取締役社長の福野が外部アドバイザーとして福井高専をサポート
その他、福井県情報システム工業会理事として、地域のIT化を支援

地域の子どもたちが
参加するロボコンを支援



越前がにロボコン

プログラミング専用
こどもパソコン「IchigoJam」
を提供し、地域の小中高でIT人材を育成



中学生への
プログラミングスクール

持続可能な
地域モデル確立への支援

jig.jp

高専生向けインターン



インターンの様子



鯖江市をはじめとして
オープンデータプラット
フォームを自治体に提供

時代の変化に合わせたスピーディーなサービス開発

IT関連サービス ヒストリー

3G携帯電話
サービス開始

ライブ配信サービス
「ニコニコ生放送」リリース

Twitter日本版
サービス開始

iPhone3GSリリース。
スマホ普及へ

..... 2000 01 02 03 04 05 06 07 08 09>

jig.jp サービスリリース ヒストリー

• 携帯電話用パケット節減サービス
『jigアプリ』（フィーチャーフォン向け）

• 携帯電話用PCサイト閲覧ブラウザ
『jigブラウザ』（フィーチャーフォン向け）

• 動画配信サービス事業者向けの視聴システム
『jigムービー』（フィーチャーフォン向け）

• 拡張機能である
『jigフォト』
『GPS位置検索』
『jigお店サーチ』等

• 拡張機能である『jigスケジューラ』『jigメーカー』
『jigラジオ』『jigポッドキャスト』等
• ブラウザの機能をカスタマイズできるサービス
『待受jiglet for Yahoo! JAPAN』

• ドコモ向け待受サービス
『Yahoo! デスクトップ』
• 拡張機能である
『jigマルチ検索』等

4G通信
サービス開始


フリマアプリ
「フリル」リリース


フリマアプリ
「メルカリ」リリース

カラオケアプリ
「Smule」が話題化

..... 10 11 12 13 14 15 16 17 18>

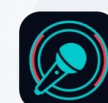
 携帯電話用
Twitterクライアントアプリ
『jigtwi（ジグツイ）』
（フィーチャーフォン向け）

 スマートフォン向けに提供
（アンドロイド向け）

 • “オタク”グッズ専用フリマアプリ
『オタマート』

• 自治体向けに『オープンデータプラットフォーム（odp）』
• こどもパソコン『IchigoJam』のライセンス販売

 ライブ配信サービス
『ふわっち』

 気軽にカラオケの
録音・投稿が楽しめる
アプリ『うたオン』

当社強みであるサービス開発力を支える独自の環境

- 全国の高専とのリレーションシップにより、毎年一定の高専生を採用し、安定的なエンジニアリソースを獲得
- エンジニアにとって最適な環境を整えた鯖江開発センターによるスピードのあるPoCを実現

最適な環境を整えた 開発拠点



鯖江開発センター

高専生向けインターンによる 全国からの有望人材の採用



高専生向けインターン

全国の高専との リレーション

DCON 民間企業 オープンイノベーション実証 第4回 高専生向けインターン実証
About DCON | PROGRAMMENTRY | DCON募集について | CONTACT



高専リレーション
高専プロコン / 高専DCON / 高専WiCON
起業家甲子園ICTなど、
各種メンター&審査員

“時代の変化に合わせた
スピーディーなサービス開発力”

ライブ配信サービス“ふわっち”

- 気になる配信者のライブをトップ画面から選択して視聴し、コメント送信やアイテム使用によるエフェクトを通じて、配信者とのコミュニケーションを楽しむサービス
- 視聴者に飽きさせない工夫として、幅広い価格帯の多種類の「通常アイテム」の販売に加え、「期間限定アイテム」や「イベント限定アイテム」のような新しいアイテムも考案し、定期的に販売実施

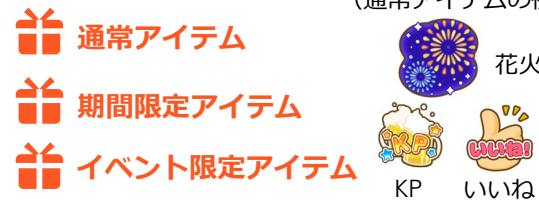
トップ画面
(サムネイルを選択すると配信が開く)



配信画面 (縦)



(通常アイテムの例)



課金アイテムのアニメーション例

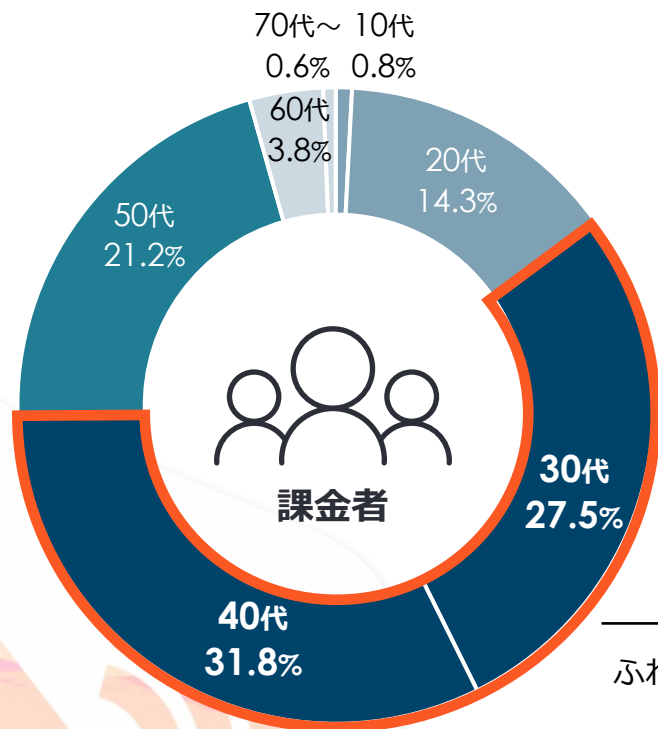


課金アイテムを使用すると
アニメーションとコメント
の右側に使用アイテムが
表示される

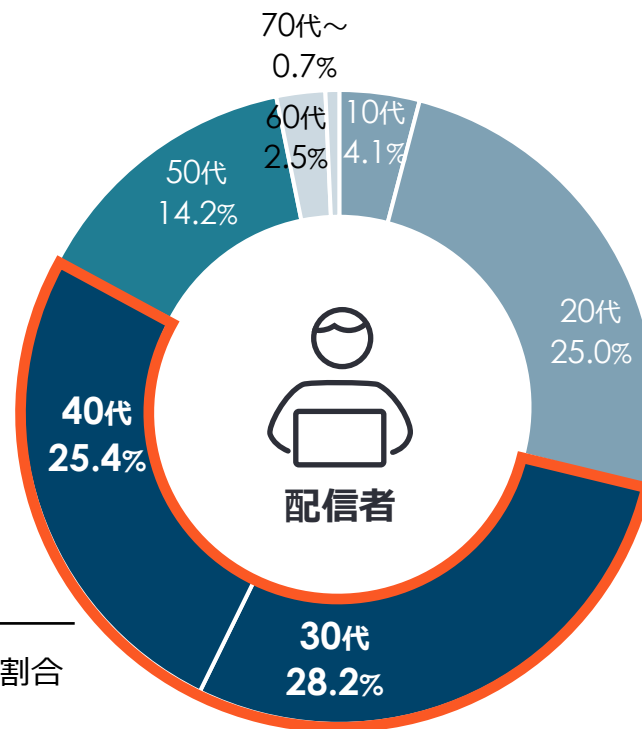
コメントが下部に
表示される

ライブ配信サービス“ふわっち”の利用者層

- “ふわっち”を利用する課金者及び配信者の主力世代は30～40代
- 課金者においては、50代についても全体の20%超を占める主力な利用者層



30-40代比率：59.3%
(前四半期比-1.1%)



30-40代比率：53.6%
(前四半期比-0.5%)

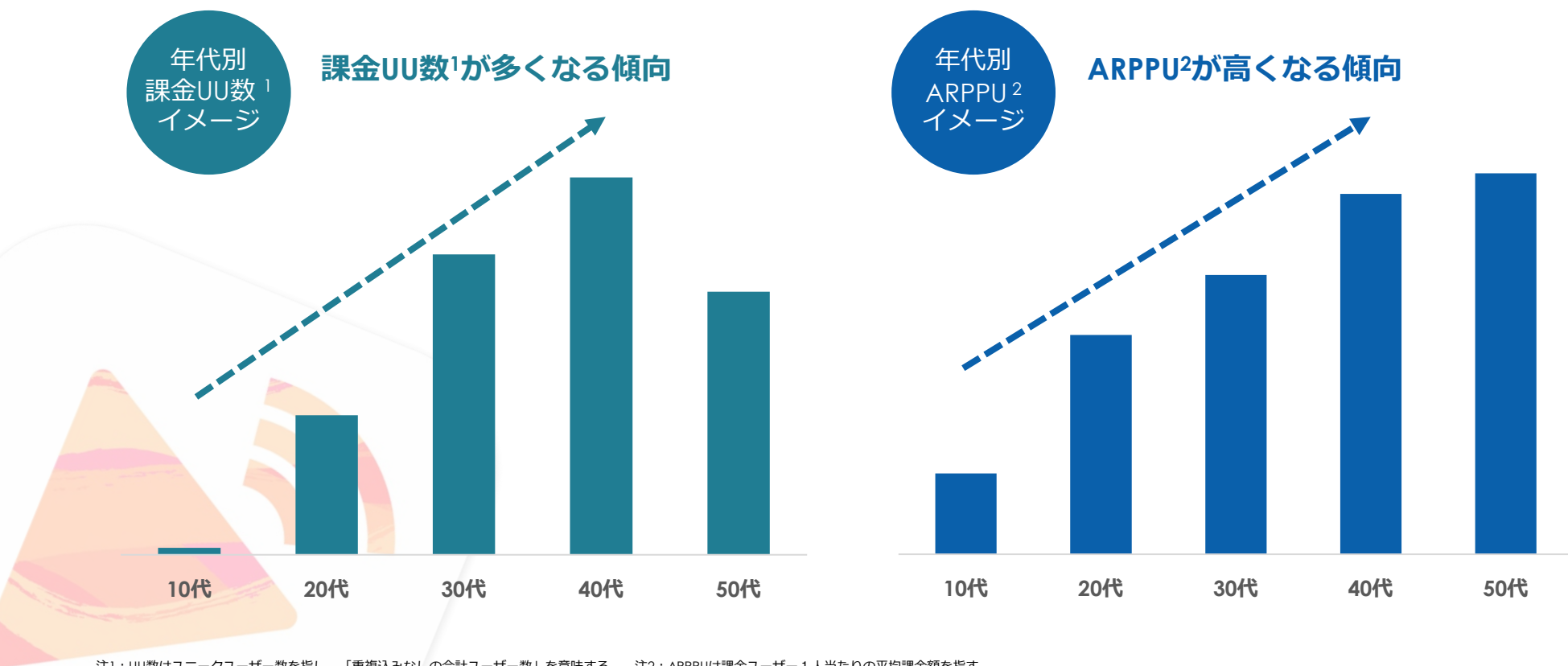
ふわっち年齢層別ユーザー割合
(3ヶ月データ)

出所：当社グループのユーザーデータ
注：2023年6月1日から2023年9月30日までの期間におけるライブ配信サービス「ふわっち」のアクティブユーザーを対象に集計

“ふわっち”のメインユーザー層（30～40代）の特徴

- 競合他社が中核とする10～20代と比較すると、“ふわっち”のメインユーザー層である30～40代はARPPU²が高く、収益面で優位なユーザー層を構築
- ARPPU²については年齢層に応じて高くなる傾向にあり、50代が30～40代平均よりも高い

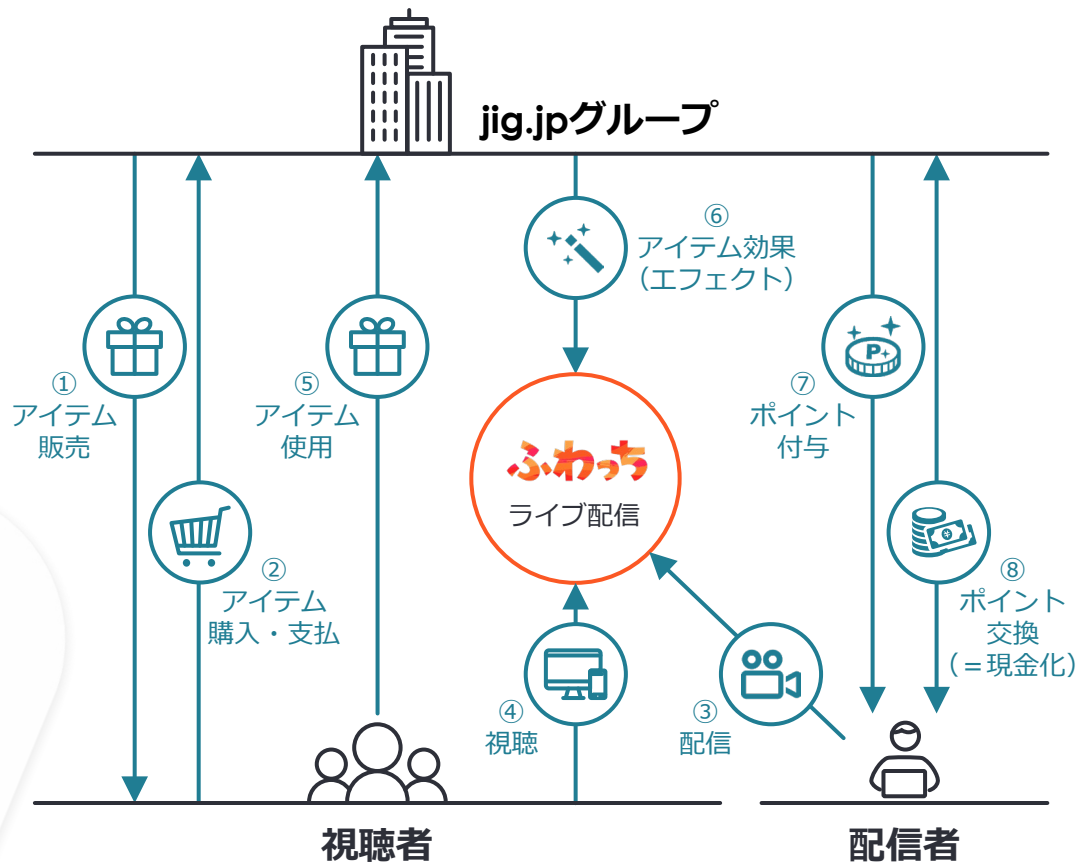
課金UU数¹及びARPPU²の年代別比較イメージ



注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する 注2：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す

ライブ配信サービス“ふわっち”のビジネスモデル

- ライブ配信中に視聴者が使用するアイテム販売がライブ配信サービス“ふわっち”の主な収益
- 配信者は、各配信においての視聴者数や視聴者からの無料/有料アイテムの受領数を含む配信の盛り上げ貢献に係る報酬としてポイント（1ポイントあたり1円相当）を獲得することが可能



“ふわっち”のユーザー獲得に向けた広告戦略

- “ふわっち”における広告宣伝媒体は、主に「デジタル広告」と「マスメディア広告」に分類される
- デジタル広告は、課金者の獲得・認知拡大を目的として実施
- マスメディア広告は、認知拡大とともに健全で安心感のあるイメージの醸成を目的として実施

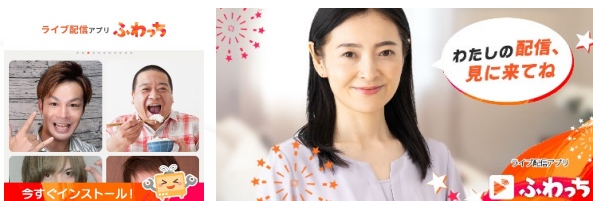


デジタル広告

- 運用方針 -

ROI、ROAS（Return on Advertising Spend）の効率性を重視した適正水準での運用。複数チャンネルで**課金者の獲得**、**認知の拡大**を重視した運用

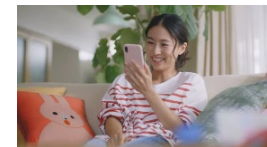
【30～40代の獲得を企図したデジタル広告素材イメージ】



マスメディア広告

- テレビでの取り組み-

- ① **認知拡大**と**健全で安心感のあるイメージ**の醸成のため、テレビCMを年末年始などに集中的に放映
インフォマーシャルも放映



【テレビCMキャプチャ】

- ② テレビとのタイアップ企画

地上波バラエティ番組において配信者が出演したり、番組ゲストが“ふわっち”で配信を行ったり、相互の取り組みを継続して実施

- ラジオでの取り組み -

- ラジオとのタイアップ企画
- 芸人等をパーソナリティとする番組で配信者の出演やラジオ番組とのコラボグッズを特典とするイベントを定期的開催



03.

エクイティ・ストーリー

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2023年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

エクイティ・ストーリー

01 持続的成長を実現する“ライブ配信事業”

02 今後の収益及び利益拡大ポテンシャル

03 企業価値向上に向けた成長戦略

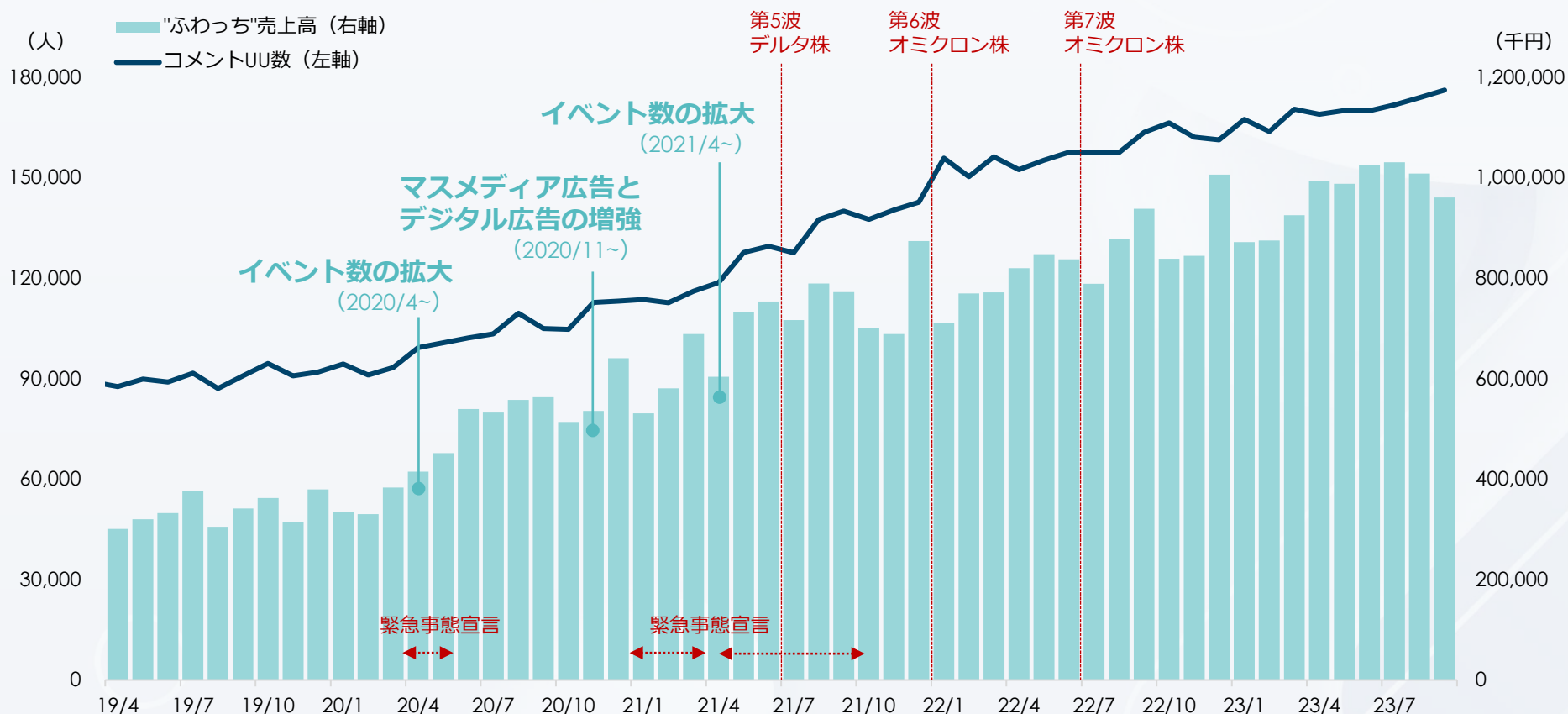
01

エクイティ・ストーリー

- 持続的成長を実現する“ライブ配信事業”

リ・オープニング後も堅調に推移する“ふわっち”

- “ふわっち”は、新型コロナウイルス感染拡大による巣ごもり需要を背景に、堅調に拡大
- リ・オープニング後においても、衰えることなく、継続して安定的に成長



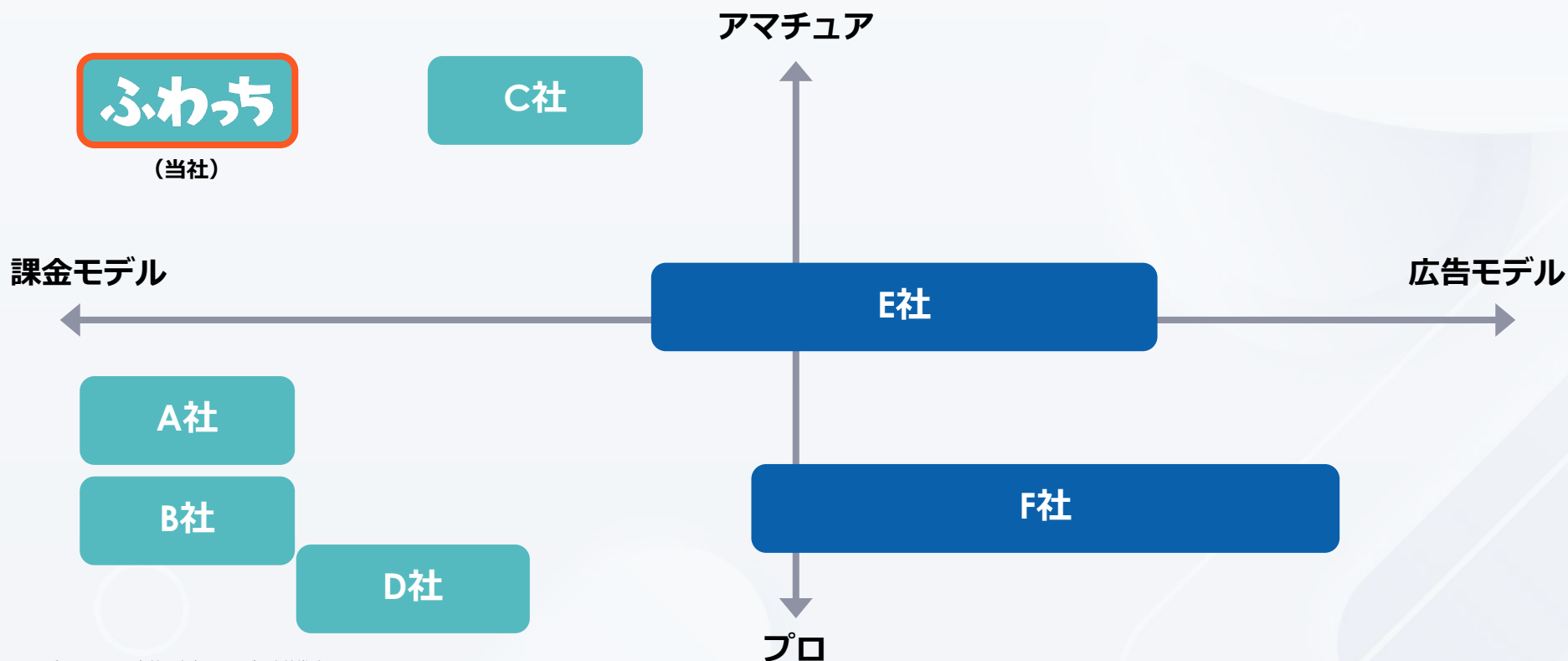
注1: UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、コメントUU数はユーザーのエンゲージメントを表す指標の一つであり、月に1回以上コメントするUU数を指す

注2: "ふわっち"売上高とは、ライブ配信サービス「ふわっち」におけるアイテム課金による売上高を指す

差別化された当社ポジショニング①

- 国内のライブ配信市場は、主に「課金モデル」と「広告モデル」に分類が可能
- また、配信者層の中心が「プロ・セミプロ」であるか、「アマチュア」であるかによっても大別が可能

国内のライブ配信事業者における当社ポジショニング（当社認識）



出所：data.ai、各社公表資料に基づき当社推計

注1：上記A社～F社については、それぞれ次頁表中記載のA社～F社と同一

注2：配信者のうち、プロは大手芸能事務所に所属する配信者、セミプロは大手芸能事務所以外のライバー事務所等に所属する配信者、アマチュアは無所属の配信者を指す

差別化された当社ポジショニング②

- “ふわっち”は課金モデルメインのプラットフォーマーの中で、アマチュアの配信者層がマジョリティを占め、かつ30~40代がメインユーザー層であり、競争力のあるポジション

国内のライブ配信事業者における主要競合各社との比較詳細（当社認識）

| | 課金モデル | | | | | 広告モデル + 課金モデル | |
|---------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------------|--------------|---------------|---------------------|
| | ふわっち | A社 | B社 | C社 | D社 | E社 | F社 |
| 成り立ち (配信者あたりの 視聴者数) | 課金メイン (少) | 課金メイン (少) | 課金メイン (少) | 視聴メイン (多) | 視聴メイン (多) | 視聴メイン (多) | 視聴メイン (多) |
| 配信者層 | アマチュア | セミプロ アマチュア | プロ セミプロ | アマチュア | プロ | セミプロ アマチュア | プロ セミプロ アマチュア |
| 配信者の 中心年齢層 | 30-40代 | 20代 | 20代 | 10-20代 | 10-20代 | 10-20代 | 全世代 |
| イベント開催数 | 普通 | 多い | 多い | 少ない | 多い | 少ない | 無し |

出所：data.ai、各社公表資料

注1：配信者の中心年齢層は、各社開示資料に加え、不定期で各社の上位配信者の属性の当社調査に基づく推計結果

注2：イベント開催数は、一定期間における各社イベント開催数を当社にて調査

注3：配信者のうち、プロは大手芸能事務所に所属する配信者、セミプロは大手芸能事務所以外のライバー事務所等に所属する配信者、アマチュアは無所属の配信者を指す

“ふわっち”が視聴者・配信者から支持される理由①

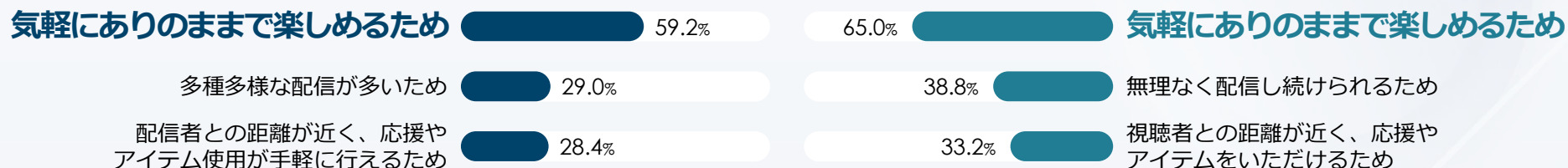
- ・「気軽にありのままで楽しめること」が動機で多くの視聴者・配信者が利用
- ・利用したくなるシーンは「気分転換をしたいとき」が最多



視聴者

“ふわっち”を利用する理由

配信者



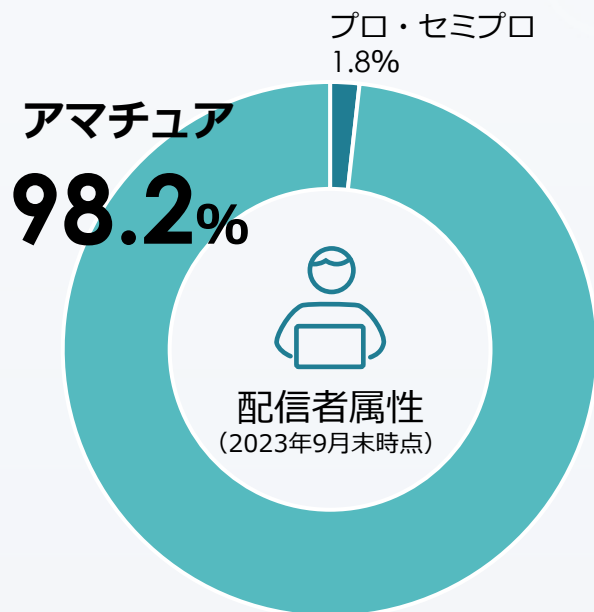
“ふわっち”を利用したくなるシーン



出所：当社アンケート調査（集計期間：2022/10/26～2022/10/31。アンケートの回答件数：視聴者は710名、配信者が2,232名）。複数回答形式による上位3つを表示

“ふわっち”が視聴者・配信者から支持される理由②

- アマチュア配信者が中心であり、小さなソーシャルグラフである点がユーザーに支持される理由の一つ



1配信あたりの10分以上視聴した視聴者数平均値¹



アマチュア配信ユーザー中心

ライブ配信に慣れていない人も配信しやすい環境
つくられていない、ありのままの配信内容が受け入れられる風土

小さなソーシャルグラフ

配信者との距離が近く、親しみやすい環境
応援・アイテム使用が行われやすい風土

注1：10分以上視聴した視聴者数平均値は、10分以上の視聴した視聴者の総数を10分以上の視聴時間がある配信の総数で割ることで算出

“ふわっち”が視聴者・配信者から支持される理由③

「ふわっち」が支持される理由

- ✓ 身近な友達みたいな感じでみれる。
- ✓ 多種多様な配信者がそろっている。
- ✓ 作り込まれていないところがいい。
- ✓ アマチュアの型に縛られない個性が楽しく感じている。
- ✓ 配信者との距離が近く、配信者一人に対する視聴者数が少ないため、コメントがしやすい。
- ✓ 肩肘をはらない日常を配信する配信者が多い為、何気ない日常ドキュメンタリーを気楽に見られる。



- ✓ アマチュアの配信者がメインのため配信の心理的なハードルが低く、始めやすい。気軽に楽しめる。
- ✓ 還元率が競合他社比で相対的に高く、イベントが豊富。
- ✓ 配信時間の縛りが無い（他社では最低時間は配信しなければならないなどの制約があるものもあり）。
- ✓ 他のサービスに比べて30-40代が多いため、安心する。イベントで構成される収益機会が多い。

注：ふわっちに関するユーザーの個人的な感想・経験であり、ふわっちを利用する他のユーザーが必ずしも同様な感想を持つとは限らない

ポイント還元率から捉えた収益拡大サイクル

- “ふわっち” の特徴の一つとして、配信者への高いポイント還元率が挙げられる
- 配信者への高い還元率が、配信者の獲得にも繋がり、有力な配信者層の形成→視聴者の獲得→課金者の増加、といった“ふわっち” の収益拡大サイクル創出に寄与



当社独自のポジショニングを活かした3つの優位性



**アマチュアメインの
多様な配信者層と
無理なく配信し続けられる仕組み**

配信の敷居が低く、
ライブ配信に慣れていない人も
配信しやすい環境



配信者数の増加



**小さなコミュニティが
生み出す熱量**

配信者との距離が近く、
応援やアイテム使用が身近で
継続的に行われる風土



課金者数の増加



30~40代中心のユーザー層

生産年齢の中心世代で10-20代に比べて
賃金の多いメインユーザー層



ARPPU¹の堅調な推移

注1：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す

02.

エクイティ・ストーリー

● 今後の収益及び利益拡大ポテンシャル

収益構造

- “ふわっち”の売上高は、課金UU数¹とARPPU²で構成



起動UU数¹

- ✓ **新規ユーザーの獲得**
デジタル広告等を用いた、外部からの継続的な獲得
- ✓ **既存ユーザーのリテンション施策**
新イベント、新アイテム、新機能の継続的な提供により飽きさせない取り組み



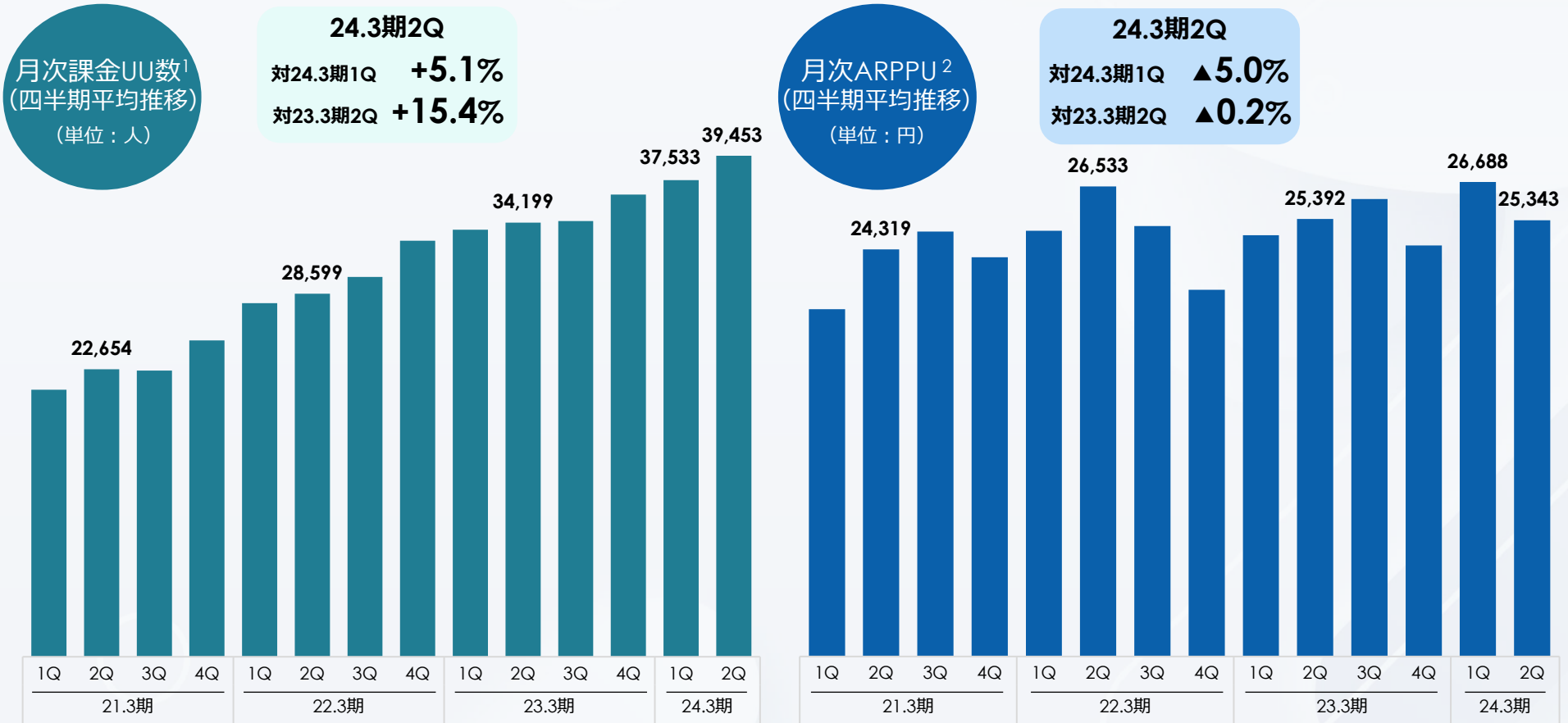
課金比率

- ✓ **視聴者の課金転化**
無料アイテムの付与により、課金に至っていない視聴者がアイテム使用の経験を通して、有料アイテム使用のモチベーションを高め、課金者への転化促進を図る

注1: UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する 注2: ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す

主要KPIの進捗

- 過去から課金UU数¹は堅調に増加し、ARPPU²も持続可能な適正水準にて推移していることから、安定的に収益獲得が見込める状況



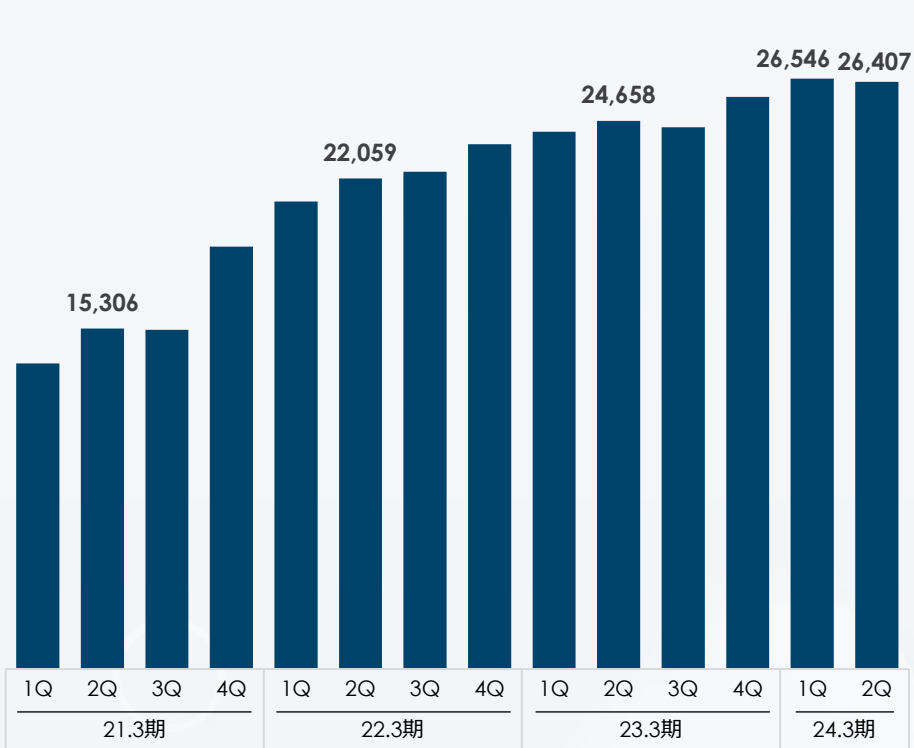
注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次課金ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間における月次課金ユニークユーザー数の平均値
注2：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す。また、各四半期連結会計期間の月次ARPPUは、各四半期連結会計期間における月次ARPPUの平均値

配信者数の拡大成長

- 配信者数の観点においても、配信UU数¹は増加基調で、一定規模のポイントを獲得可能な有力配信UU数¹についても堅調な増加傾向であるため、今後も拡大が見込める状況

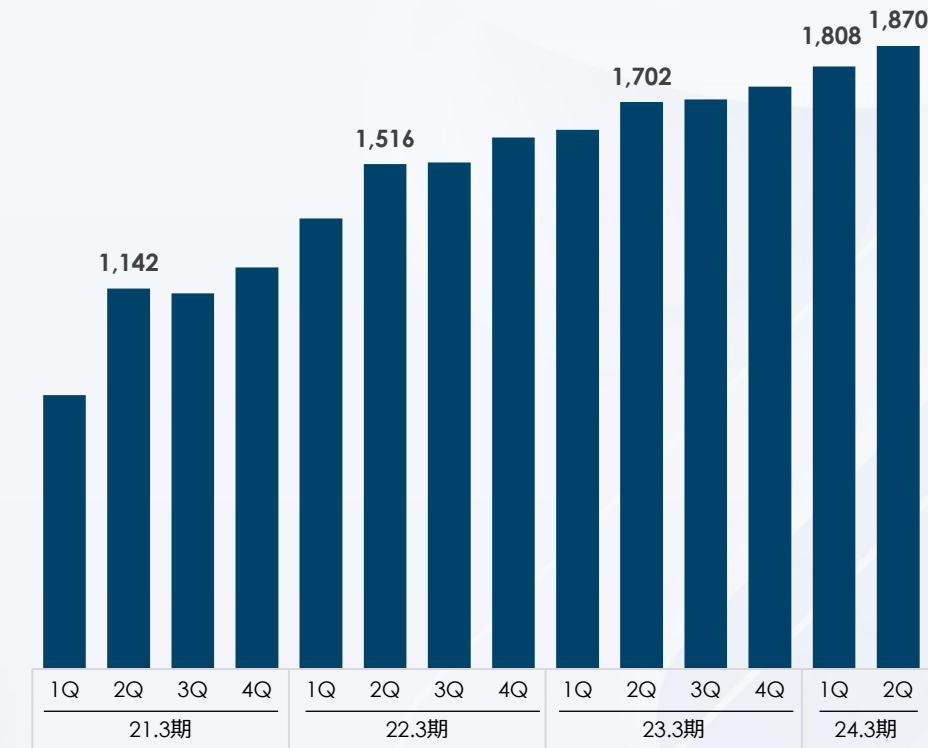
月次配信UU数¹の推移（四半期平均）

（単位：人）



月間5万ポイント以上獲得する月次有力配信UU数¹の推移（四半期平均）

（単位：人）

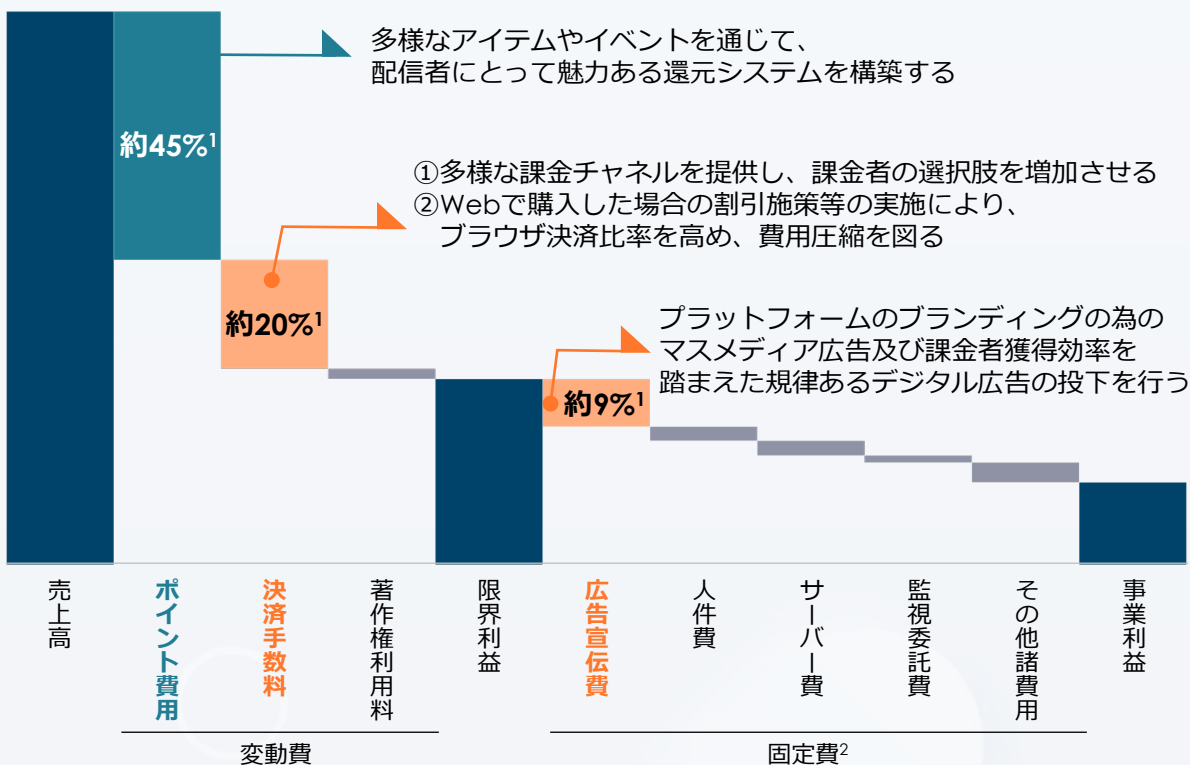


注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次配信ユニークユーザー数及び月次有力配信ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間におけるそれぞれの平均値

コスト構造及び利益拡大ポテンシャル

- ライブ配信事業における主な費用項目は、ポイント費用、決済手数料、広告宣伝費で構成
- うち、ポイント費用が全体占める割合が大きく、配信者への高い還元率への実現に寄与
- 決済手数料及び広告宣伝費に関しては、収益性向上のための経営指標としてコントロールしていく方針

ライブ配信事業における各費用項目シェア (23.3期通期実績値をベースに費用概算)



主な費用項目に係る売上高比率の中長期的な方向性

| | |
|--------|---|
| ポイント費用 | 配信者への高い還元率が配信者獲得にも寄与するため、現状の水準を維持していく方針 |
| 決済手数料 | ブラウザ決済比率向上のための各種施策により将来的な費用圧縮余地あり 24.3期上期は前期対比で圧縮を実現 |
| 広告宣伝費 | 状況に応じた規律ある投資を実行していく方針 |
| 人件費 | 中長期的な売上高比率は横ばいを想定。但し、従業員のリテンションや優秀な人材の採用等を目的として、24.3期は一過的な増加を想定 |
| その他 | 23.3期同水準での推移を想定 削減余地のある項目は継続的に費用圧縮を検討していく方針 |

注3：現時点における弊社イメージになります。

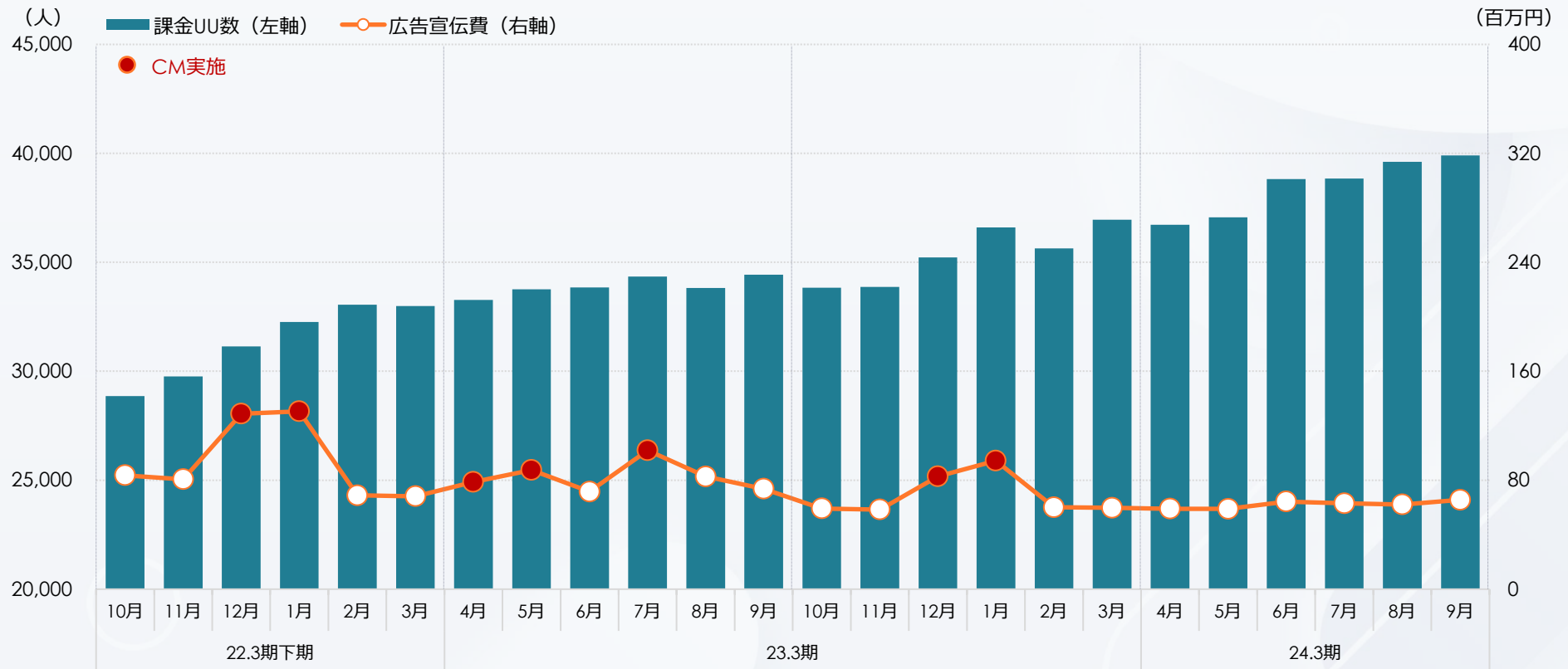
注1：2023年3月期通期実績をベースにしたライブ配信サービス"ふわっち"の売上高に対する各費用項目の割合を示す（弊社概算ベース）

注2：費用内容によっては一部変動費を含む

広告宣伝費¹の方針（対課金UU数²との比較）

- 24.3期下期の広告宣伝費¹についても、24.3期上期同様に規律ある投資のもとで課金UU数²の拡大を図る方針
- 23.3期同様に、24.3期下期についても年末年始にCM放映を予定

広告宣伝費¹及び課金UU数²の月次推移（直近2年間）



注1：ライブ配信サービス"ふわっち"に係る広告宣伝費を指す

注2：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する

03

エクイティ・ストーリー

● 企業価値向上に向けた成長戦略

既存領域であるライブ配信事業の基本戦略

～課金UU数¹の増加を基本戦略とし、ARPPU²を適切にコントロールすることで持続的な成長を目指す～



課金UU数¹の今後の戦略

- 過去からの増加トレンドを冷やさず、継続して課金UU数¹の増加を図る
 - デジタル広告を活用した継続的な新規ユーザーの獲得
 - 課金に至っていない視聴者の課金者への転化
(例. 無料アイテムの付与による有料アイテム使用に対する意欲向上)
 - バーチャル配信等の隣接新規領域への進出による新規課金ユーザーの獲得

ARPPU²の今後の戦略

- 持続可能な成長を実現するため、課金の過熱状況に係るバロメーターとして、状況を踏まえた適正水準にコントロールしていく方針
 - 既存の課金者が課金疲れを起こさないよう、イベント開催数や販売アイテム等の調整を実施
 - 特に、比較的賃金余力のある30～40代の視聴者層を中心に、持続可能な成長を図る

注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する 注2：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す

隣接新規領域では多様化戦略を推進

- サービス開発力を原動力とし、3つの隣接新規領域への事業展開によって収益源の多角化及び更なる成長を目指す

01 自社開発

バーチャル配信への展開による新規課金ユーザーの獲得

内容

任意のキャラクターになりきった配信を可能とするような、バーチャル配信機能の提供

目的

新しい配信スタイルの拡充による新たな配信者層の獲得、それに伴う課金者の獲得による収益拡大（収益源は現状同様にアイテム課金を想定）

ステータス

- ✓ 2023年5月よりテンセントクラウドとAIバーチャルアバター機能導入に向けた実証実験を開始（2023年5月9日付公表プレスリリースご参照）
2023年8月後半にベータテストを実施
- ✓ 2023年6月22日～28日の期間にて、SNOW JapanとAIアバターを活用したキャンペーン実施（Xpressionの顔認識機能を活用して、2次元のAIアバターをリアルタイムに動かしてライブ配信を行うことが可能）

注：Xpressionとは、リアルタイムにモーショングラフィックスを生成する機能

02 自社開発

利益率向上を企図したデジタルコンテンツ販売

内容

配信ユーザーに係るボイス（声）やグッズの販売が容易となる仕組みの提供

目的

利益率の向上
（決済手数料3%程度のブラウザでのデジタルコンテンツ販売を想定。決済手数料20%程度のアイテム販売とは異なる収益源）

ステータス

- ✓ サービス状況に合わせてテストを実施予定

03 自社推進及び各社協業

自社での推進や各社との協業による事業の推進

内容

VTuber事業やライブコマース事業等をはじめとした新規事業への取り組み。取引先各社との協業によるバーチャル配信機能の更なる拡張

目的

既存のライブ配信とは異なる入り口から、新たな視聴者層・配信者層の獲得、収益の多角化・複層化（商品購入の手数料等を想定）などを想定

ステータス

- ✓ VTuberプロダクション事業の開始
 - VTuber事務所「ProForma Production」を設立（2023年10月下旬）
 - VTuberのプロデュース、サポート並びにマネジメントを行う
 - 具体的な計画については検討中

jig.jp

Appendix

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2023年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

Mission

**利用者に最も近いソフトウェアを提供し、
より豊かな社会を実現する。**

時代の変化に合わせたスピーディーなサービス開発力で、
誰もが便利で、楽しく、軽やかに利用できるソフトウェアを世の中へ。

アイルランドで、テンポの速い、軽快なステップダンスの一種を表す「jig (ジグ) 」。
便利で軽快なアプリケーションを日本から世界につくりたい、という想いを込めてを社名を「jig.jp」にして創業。
リテラシーの高い人々だけでなく、すべての方々が恩恵を受けられるように
これまでも、これからも私たちは誰もが軽やかに利用できるソフトウェアを世の中に創出していきます。

会社概要

会社概要

| | |
|------------------------------------|---|
| 会社名 | 株式会社jig.jp |
| 代表者 | 代表取締役社長 福野泰介 |
| 設立年 | 2003年5月28日（2022年12月22日付で東証グロース市場に上場） |
| 資本金 | 877百万円（2023年3月末時点） |
| 従業員数 | 63名（2023年3月末時点） |
| 東京本社 | 〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-23-5代々木イースト4階 |
| 開発センター （本店） | 〒916-0036 福井県鯖江市横越町第10号34番地1 |
| 事業内容 | モバイルを中心としたソフトウェアの企画・開発・提供 |
| 主要事業 | ライブ配信サービス「ふわっち」 |
| グループ会社 | 株式会社 A Inc. / 株式会社 B Inc. |
| 主な株主構成 （議決権ベース） （2023年9月末時点） | 福野 泰介 24.80% 赤浦 徹 12.86% 岸 周平 11.29% NOMURA PB NOMINEES LIMITED OMNIBUS-MARGIN (CASHPB) （常任代理人 野村證券株式会社） 2.57% 山口 貴弘 2.40% |

経営陣

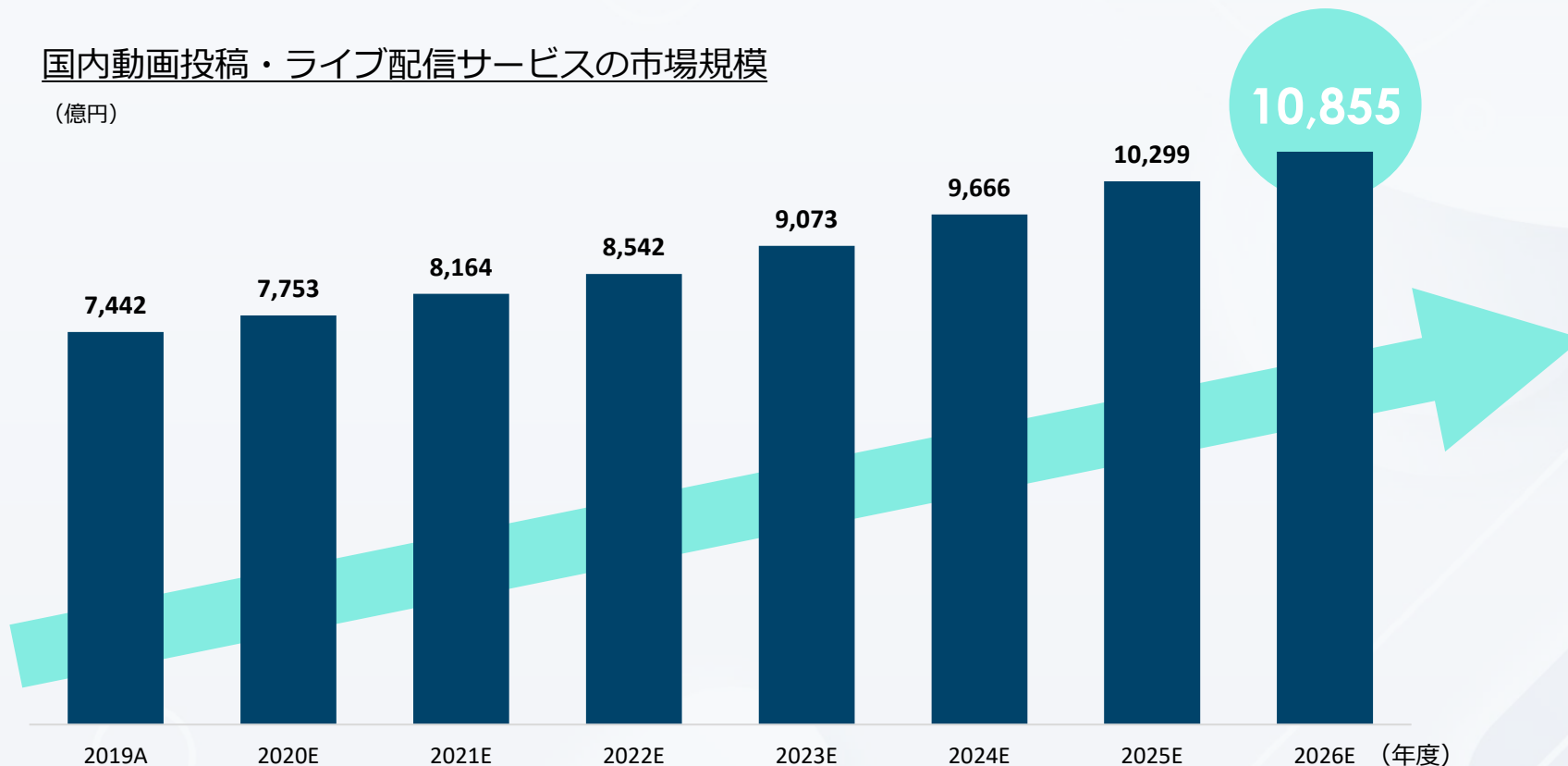
| | |
|--|---|
|  代表取締役社長 福野 泰介 | 当社創業 デジタル庁オープンデータ伝道師、外部アドバイザーとして福井高専をサポート、神山まるごと高専 技術教育統括ディレクター、全国の高専、地方自治体とのネットワークあり 当社歴 20年 |
|  取締役会長 占部 哲之 | 主な事業経験 多様な事業の営業/マーケティング/マネジメント経験 当社では主要事業の運営や事業本部のマネジメント、代表取締役社長を経て現職 当社歴 15年 |
|  取締役管理本部長 大谷 涼 | 主な事業経験 長年のモバイルサービスの事業運営経験、知見 （jigブラウザ、ふわっち、その他多数） 当社歴 14年 |
|  取締役 大庭 淳一 | 主な事業経験 上場企業での経営企画業務経験、ベンチャー投資経験、システム開発経験 当社歴 5年 |
|  社外取締役 赤浦 徹 | インキュベイトファンド・日本ベンチャーキャピタル協会 一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会特別顧問 インキュベイトファンド代表 長年のベンチャー投資・成長支援実績 当社歴 18年 |

国内動画投稿・ライブ配信市場におけるTAM分析

- 新型コロナウイルス感染拡大以前より、国内動画投稿・ライブ配信市場は急速に市場拡大中
- 2026年度には1兆円を上回る市場規模まで拡大する見込み

国内動画投稿・ライブ配信サービスの市場規模

(億円)



出所：野村総合研究所（NRI）メディアフォーラム「ITナビゲーター2021年版」（2020年12月）。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が集計。2020年度以降はNRI予測

注：「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連する分野を「動画投稿・ライブ配信市場」と定義しております。当該市場には、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（広告制作費は除く）」を含みます

ライブ配信市場の成長を見込む要因

01

テクノロジーの進展による余暇時間の拡大

- モバイル技術を含むテクノロジーの進展により、生活における余暇時間が年々拡大するなか、その余暇時間の過ごし方の1つとして「ライブ配信」が人々の生活に定着

02

「ライブ配信」の認知度拡大による裾野の広がり

- 「ライブ配信」というコミュニケーションプラットフォームの存在が、プレイヤーの増加や各社成長を通じた市場の拡大により、大衆へ広く浸透しつつあり、ライブ配信に慣れているコアなユーザー層を基盤としつつも、初めてライブ配信を行う、または視聴する新しいユーザー層へ裾野が更に広がっていく見込み

03

コロナ禍を通じて多様化したコミュニケーション手段の新文化として定着

- コロナ禍において、在宅時間が増加し、おうち時間の過ごし方の1つとして「ライブ配信」は新しい文化として定着
- アフターコロナにおいても、ライブ配信は新しいコミュニケーション手段として定着し、持続的成長を見込めるステージへ

04

推し活、推し文化との高い親和性

- お気に入りのアイドルやYouTuber等を応援する推し活が広がる中で、「推し」対象と気軽にダイレクトコミュニケーションが取れ、アイテムを送ることも可能なライブ配信が使用されるケースが多くなると見られる

動画共有／配信サービス等の年代別利用状況

- “ふわっち”が属する「ライブ配信型の動画共有サービス」の利用率は全年代で9.2%と、他サービスと比較して成長余地が大きい
- 特に、30～40代以降の年代における市場拡大余地が見込まれる

2022年度 動画共有・配信サービス等の利用率（全年代・年代別）

| 分類： | ライブ配信型の 動画共有サービス | オンデマンド型の 動画共有サービス | オンデマンド型の 動画配信サービス | オンデマンド型の 放送番組配信 サービス | 有料 多チャンネル 放送サービス | リニア型の 動画配信サービス | インターネットを 利用したラジオ 放送サービス | いずれも 利用していない |
|-----|--|----------------------|----------------------|----------------------------|------------------------|-------------------|-------------------------------|-----------------|
| 例： | 当社、Pococha、 17LIVE、ツイキャ ス、SHOWROOM | YouTube ニコニコ動画 | Netflix Hulu | フジオンデマンド TVer | WOWOW スカパー | ABEMA | Radiko | - |
| 10代 | 15.7% | 97.9% | 55.0% | 35.0% | 4.3% | 21.4% | 10.0% | 2.1% |
| 20代 | 22.6% | 98.6% | 68.2% | 33.2% | 4.6% | 28.6% | 12.0% | 1.4% |
| 30代 | 11.4% | 95.5% | 64.9% | 34.7% | 5.7% | 16.7% | 14.3% | 2.4% |
| 40代 | 3.4% | 90.3% | 55.2% | 32.3% | 11.3% | 17.2% | 19.7% | 5.6% |
| 50代 | 5.5% | 87.6% | 47.9% | 35.2% | 15.0% | 9.8% | 22.1% | 8.1% |
| 60代 | 4.0% | 68.4% | 27.2% | 24.6% | 21.7% | 5.9% | 12.9% | 25.4% |
| 全年代 | 9.2% | 88.5% | 52.1% | 32.3% | 11.4% | 15.6% | 16.1% | 8.3% |

出所：総務省「令和4年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」（2023年6月23日公表）

AIバーチャルアバター機能導入に向けた取り組み①

- 2023年5月より世界的テクノロジー大手のテンセントのクラウド事業であるテンセントクラウドと提携
- 配信ユーザー数の増加を目的として、AIバーチャルアバター機能を導入に向けて開始していた実証実験について、2023年8月後半にベータテストを実施

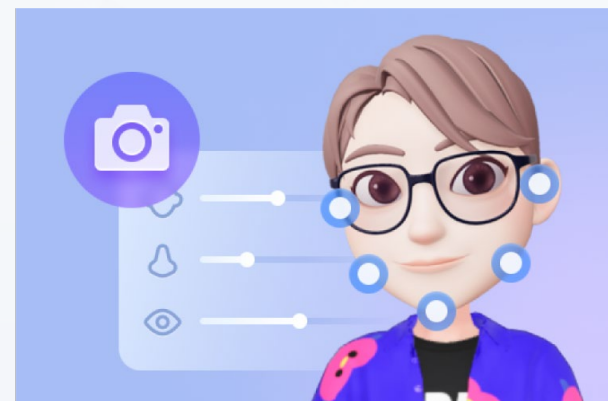
AIバーチャルアバター機能



AIにより、写真から顔の属性などを検出した上で帽子、肌色、髪型、マスク、メガネ、ヒゲ、顔の特徴などの認識し、自動でバーチャルアバターを生成



生成したバーチャルアバターはユーザーにて自由にカスタマイズすることが可能



顔の表情をリアルタイムで認識してバーチャルアバターの表情に連動させてライブ配信で活用することが可能

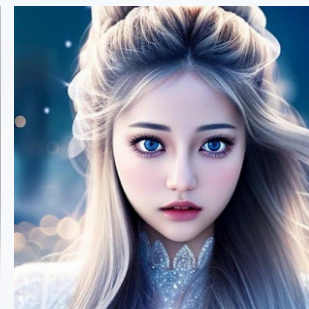
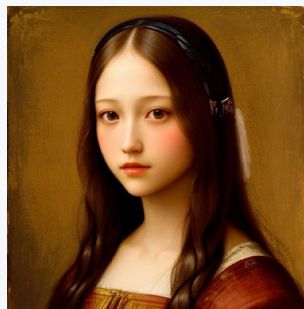
AIバーチャルアバター機能導入に向けた取り組み②

- 配信ユーザー数の増加を目的として、2023年6月22日～28日の期間にて、SNOW Japanが提供するカメラアプリSNOWのAIアバターを利用したキャンペーンを実施¹
- 本キャンペーンにより、顔認識機能を活用して2次元のAIアバターをリアルタイムでライブ配信にて使用が可能

AIバーチャルアバター機能



【本人写真（取込み画像）】



【SNOWで作成したAIアバターの例】

<キャンペーン概要>

カメラアプリSNOWで作成したAIアバターを動かして配信し、いつもと違ったスタイルの配信を楽しむ企画

- ▶ 実施期間：2023年6月22日～28日（2023年6月13日付公表）
- ▶ EmbodyMeが提供するXpressionの顔認識機能を活用して2次元のAIアバターをリアルタイムに動かしてライブ配信することが可能
- ▶ SNOWで作成したAIアバターを、配信者自身の顔の表情と連動させて動かすことが可能

注1：本キャンペーンはiPhone（iOS）限定で配信可能（AndroidやPCでの配信は不可）

サービスの健全性を保持するための主な取り組み



未成年ユーザー保護

(13歳以上18歳未満)

- 月間のアイテム購入金額に上限を設定（月間1万円）し、多額のアイテム購入を未然に防止
- 深夜帯（22時以降翌5時まで）の配信禁止

(13歳未満)

- サービス利用の全面禁止



サービス監視体制の構築

- 24時間365日リアルタイムでの有人監視の体制を整備
- 違反行為に対する配信停止措置、それに伴うアカウント利用規制の実施
- 配信音声のテキスト化とテキスト監視体制
- 定期的なプロフィール画像や文言の検査
- イベントの審査（受賞候補者の配信内容の確認）、イベント参加可否審査（過去の違反行為を勘案し、参加可否を判断）
- 配信停止やアカウント規制の基準とする監視基準の定期評価及び更新



高額課金への対応

(未成年ユーザー)

- 未成年保護の観点から月間購入金額の上限の設定

(成人ユーザー)

- 違法な金銭の流れ（マネーロンダリング等）が起こりづらい仕組みを構築する観点から、累計1万ポイント獲得したユーザーを対象に本人確認を必須として実施
- 課金疲れを引き起こさないよう、イベント数のコントロールやイベントのランキングを課金額だけで順位が決まらない仕組みを構築

注：その他の主な取り組みについては、本資料次項をご参照ください

サービスの健全な成長・発展に向けた主な取り組み

未成年ユーザー保護

- ・ユーザー登録時に年齢確認を実施し、未成年ユーザーに対して月間のアイテム購入金額に上限を設定し、未成年による多額のアイテム購入を未然に防止
- ・NGワード機能、それに伴う注意喚起やアカウント規制を行うことで、未成年ユーザーが巻き込まれるトラブル発生の防止
- ・未成年ユーザーの深夜帯（22時以降翌5時まで）の配信禁止
- ・13歳未満の方はサービス利用の全面禁止

サービス監視体制の構築

- ・24時間365日リアルタイム監視を行う体制の構築と対応
 - i) 全配信の画像監視
 - ii) 視聴者が投稿するコメントに関するNGワードの監視
 - iii) 通報処理
 - iv) ソーシャルリスニング（Twitter等の外部サイトでの炎上有無の監視）
- ・上記リアルタイム監視体制のもと、違反行為に対する配信停止措置、それに伴うアカウント利用規制の実施
- ・定期的なプロフィール画像や文言の検査
- ・サービス内イベントの審査（受賞候補者の配信内容の再確認）、イベント参加可否審査（過去の違反行為の度合いに準じて参加可否を判断）
- ・配信停止やアカウント規制の基準とする監視基準の定期評価及び更新

ユーザーによる監視の促進

- ・ユーザーが違反行為を報告しやすくする為のユーザー通報機能の提供
- ・配信ガイドライン及び視聴ガイドライン等において違反内容を明示し、違反行為に対するユーザー通報を啓発
- ・ユーザー通報に対して適切かつ迅速に対応することにより、ユーザー間で違反行為に対する自浄作用の意識を醸成

配信者保護

- ・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、配信者が指定した特定のユーザーのブロックや特定のワードを非表示にする機能の提供
- ・ライブ配信中の配信者、視聴者が不快な気持ちになることを防止する仕組みとして、誹謗中傷、出会い目的、卑猥な内容に代表される不適切なコメントをNGワードとして登録し、配信画面上に非表示とする機能を提供
- ・ライブ配信中に視聴者による不適切なコメントや迷惑なコメントに対するコメント通報機能の設置とそれに伴うアカウント利用規制の実施

著作権保護

- ・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、ガイドライン等を公開し、ユーザーに啓蒙
- ・著作権者向けの通報窓口の設置。著作権侵害行為に対して迅速に対応できる体制の構築
- ・著作権を有する権利団体や会社（一般社団法人日本音楽著作権協会、株式会社NexTone）との間で、サービス上の著作権利用に関する包括契約を締結
- ・外部ツールを用いた原盤マッチングによる楽曲使用の監視

ユーザーへの啓蒙活動の推進

- ・全ての配信において、毎回配信に訪れた際に、不適切なコメントをしないことを求める内容を注意事項として表示
- ・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

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社グループが事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社グループ以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社グループはそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。