

jig.jp

2024年3月期第3四半期 決算説明資料

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2024年2月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

目次

01	2024年3月期第3四半期業績及び 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3四半期業績及び 2024年3月期業績予想

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2024年2月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

2024年3月期第3四半期決算サマリー

売上高

9,055百万円

前年同期比
+15.7%

営業利益

1,292百万円

前年同期比
+84.4%

営業利益率

14.3%

前年同期比
+5.3pt

TOPICS

✓ 売上高の継続的な成長

第3四半期連結累計期間の売上高は過去最高を更新。四半期単体ベースでも過去最高を更新し、好調を維持

✓ 課金ユニークユーザー数（課金UU数）の着実な拡大

第3四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39,906人／前年同期比+16.3%）

✓ 決済手数料の削減等により、営業利益、営業利益率が向上

第3四半期連結累計期間の売上高に対する決済手数料率は前年同期約20%から約17%への圧縮に成功し、営業利益率の向上に寄与（第3四半期連結累計期間の売上高9,055百万円に対して約266百万円の圧縮効果）

✓ 2024年3月期通期連結業績予想の上方修正、期末配当予想の修正（増配）

足元の好調に推移する業績進捗等を踏まえ、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3四半期業績ハイライト

- 24.3期3Q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、営業利益の増加に加えて、助成金収入により進捗
- 当期純利益は、前年同期を大幅に上回って進捗

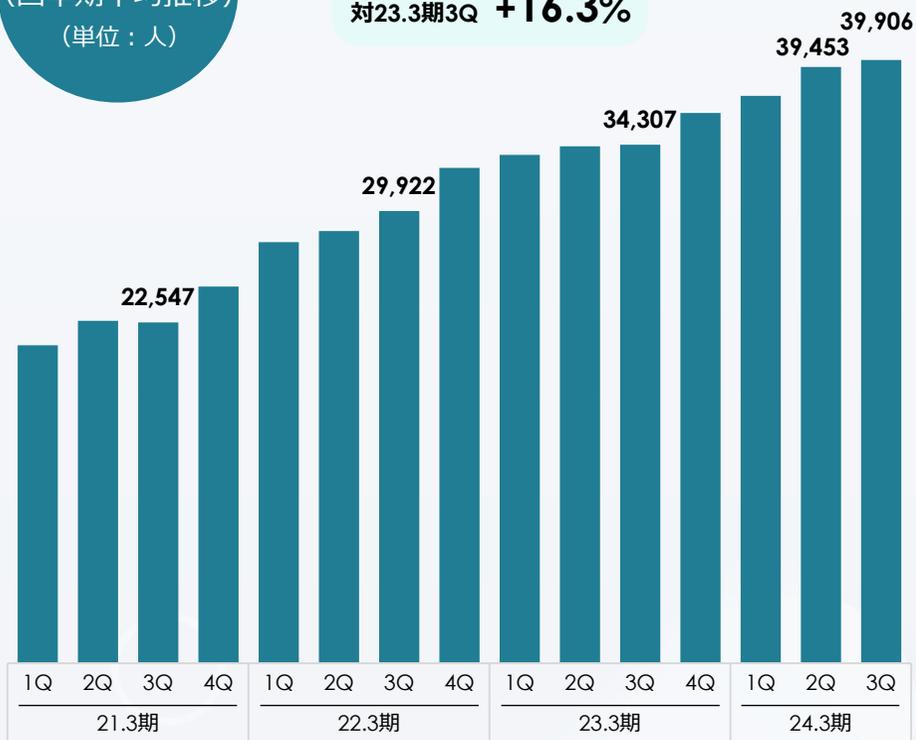
【連結累計期間】 (単位：百万円)	23.3期 3Q実績	24.3期 3Q実績	対前年同期実績		24.3期通期業績予想			
			増減額	比率	24/2/14 公表値	進捗率	23/11/14 公表値	進捗率
売上高	7,824	9,055	+1,231	15.7%	11,840	76.5%	11,558	78.3%
売上総利益	7,433	8,642	+1,208	16.3%	11,250	76.8%	10,954	78.9%
売上総利益率	95.0%	95.4%	+0.4pt	-	95.0%	-	94.8%	-
営業利益	701	1,292	+591	84.4%	1,600	80.8%	1,410	91.7%
営業利益率	9.0%	14.3%	+5.3pt	-	13.5%	-	12.2%	-
経常利益	699	1,312	+613	87.7%	1,620	81.0%	1,429	91.8%
経常利益率	8.9%	14.5%	+5.6pt	-	13.7%	-	12.4%	-
親会社に帰属する当期純利益	696	868	+172	24.7%	1,090	79.7%	962	90.3%
当期純利益率	8.9%	9.6%	+0.7pt	-	9.2%	-	8.3%	-

主要KPIのハイライト

- 課金UU数¹は前四半期から継続して堅調に推移し、前年同期比+16.3%と大幅に進展
- ARPPU²は前四半期同様、25,000円台にて推移し、引き続き持続可能な水準を継続

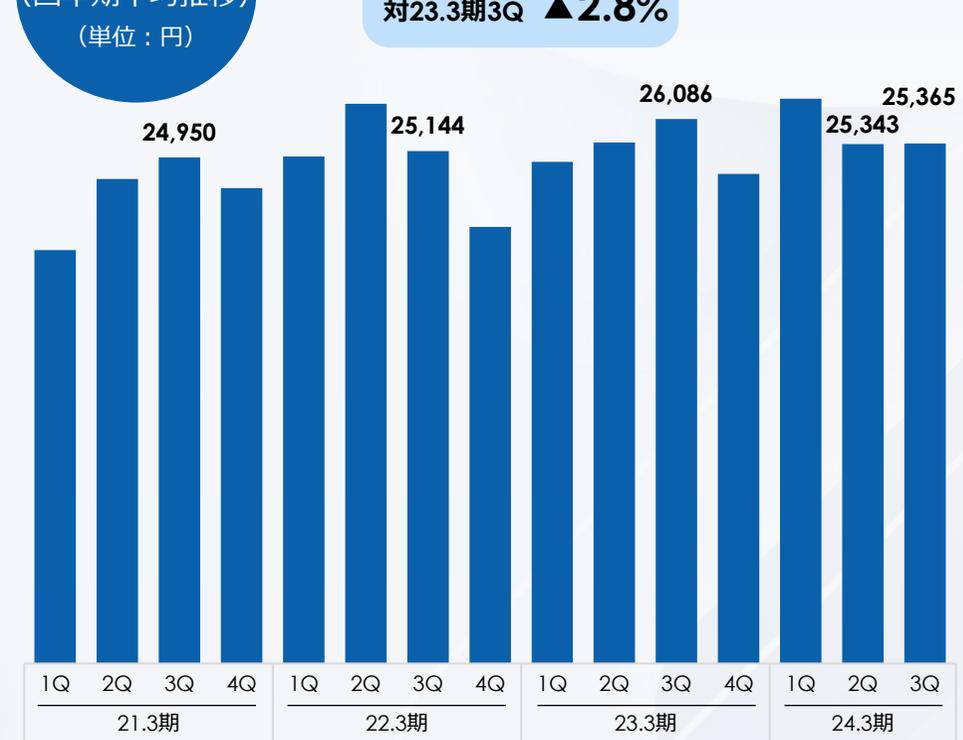
月次課金UU数¹
(四半期平均推移)
(単位：人)

24.3期3Q
対24.3期2Q **+1.1%**
対23.3期3Q **+16.3%**



月次ARPPU²
(四半期平均推移)
(単位：円)

24.3期3Q
対24.3期2Q **+0.1%**
対23.3期3Q **▲2.8%**

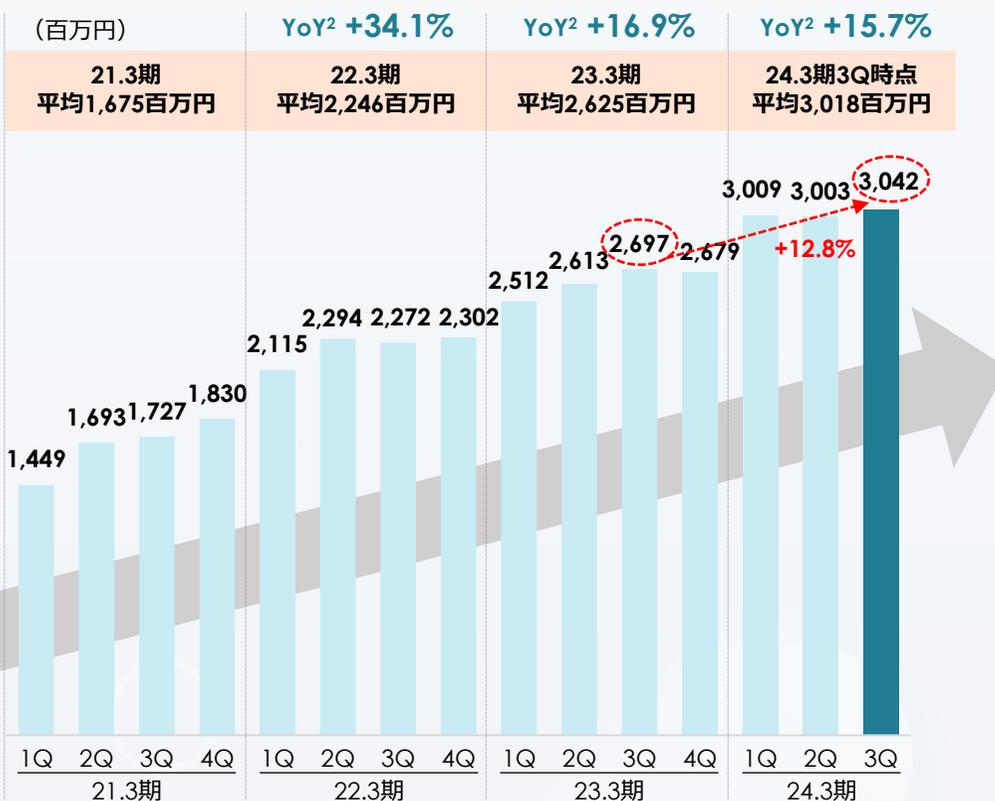


注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次課金ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間における月次課金ユニークユーザー数の平均値
注2：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す。また、各四半期連結会計期間の月次ARPPUは、各四半期連結会計期間における月次ARPPUの平均値

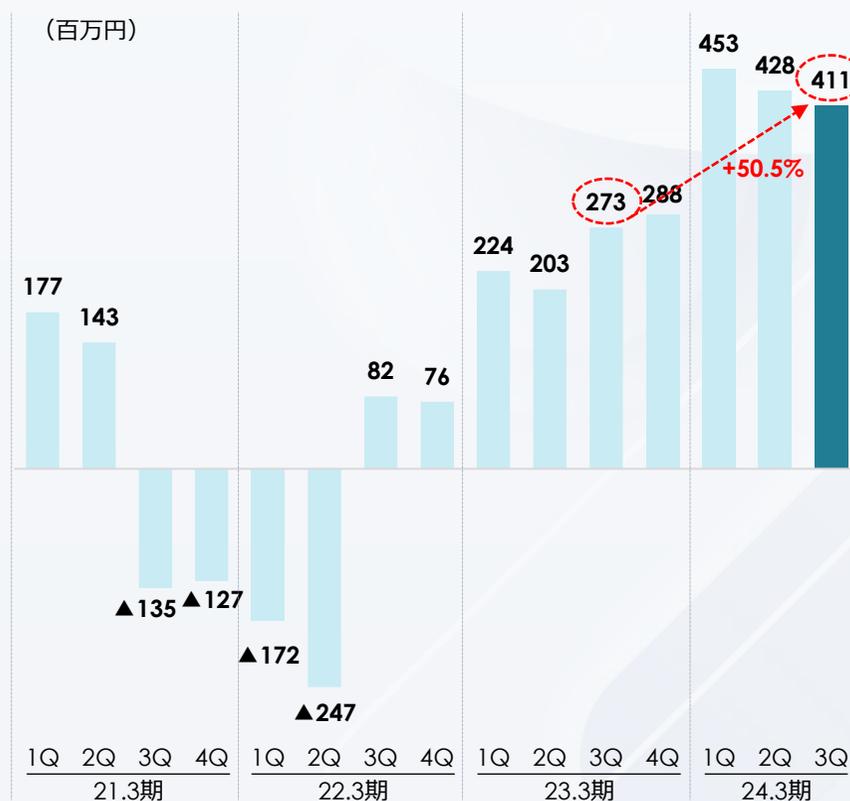
四半期連結業績推移¹

- 売上高は、四半期毎に堅調な増加基調で、24.3期3Qは前年同期比+12.8%と過去最高を更新
- 営業利益は、年末年始のTV CM実施により広告宣伝費が前四半期対比で増加したものの、売上高の増加や決済手数料の圧縮が寄与し、24.3期3Qは前年同期比+50.5%と大幅に成長

売上高（四半期毎）

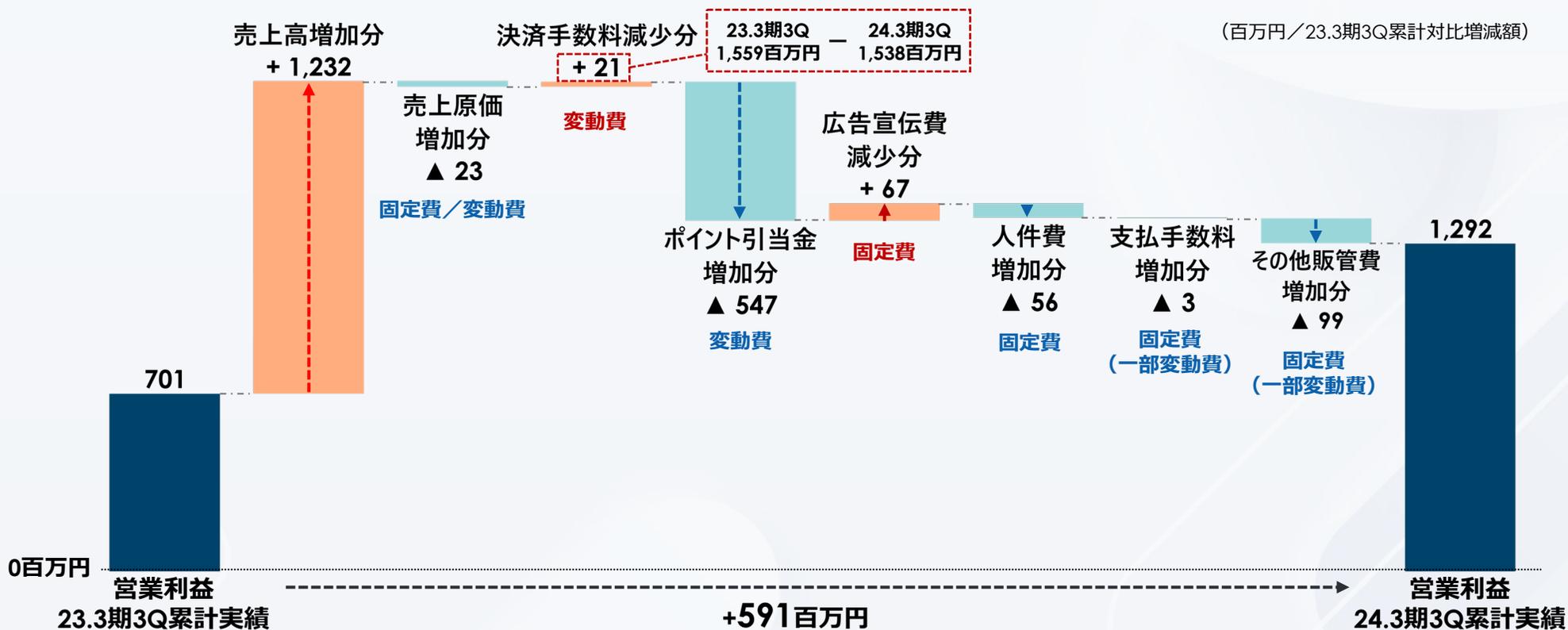


営業利益（四半期毎）



2024年3月期第3四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、ポイント引当金等の変動費が前年同期対比で増加
- 売上高が増加した一方、変動費である決済手数料がブラウザ決済比率向上による手数料率の低減に伴い減少（決済手数料266百万円相当分の圧縮効果²）
- 固定費については、広告宣伝費が減少したものの、人件費及びその他販管費等がやや増加
- 結果、売上高増加に加えて、広告宣伝費及び決済手数料の減少により営業利益は前年同期比+592百万円の増益



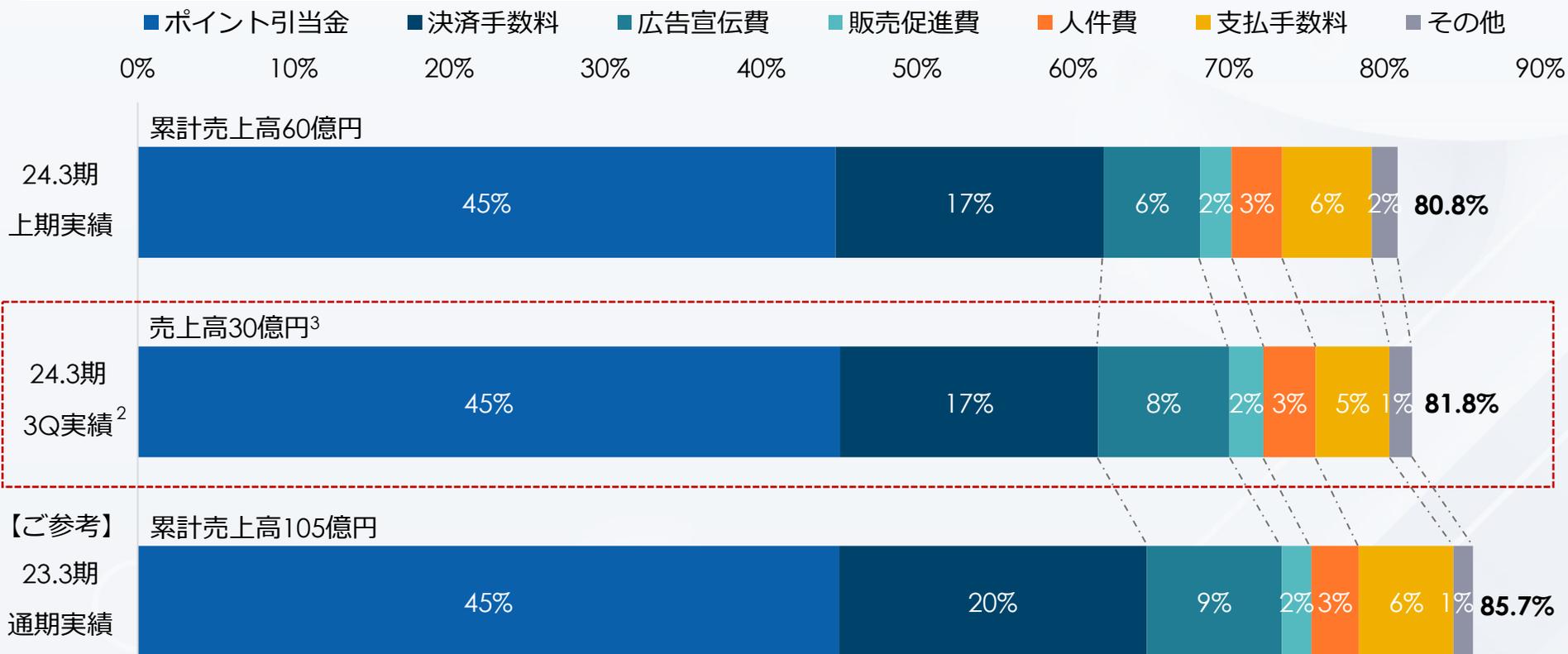
注1: 各数値は連結決算数値

注2: 2024年3月期第3四半期連結結果計期間の売上高9,055百万円ベースに試算

主な販売費及び一般管理費の内訳

- 第3四半期は、ブラウザ決済を促進する施策の継続実施により、売上高対比の決済手数料割合は前年通期対比▲3.2%と大幅な圧縮を実現。支払手数料についても、監視委託費（一部内製化）及び著作権利用料等の圧縮に成功
- 一方で、年末年始のTV CM実施により、広告宣伝費割合は前四半期対比+2.2%の増加、前年通期対比▲0.3%の減少

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：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

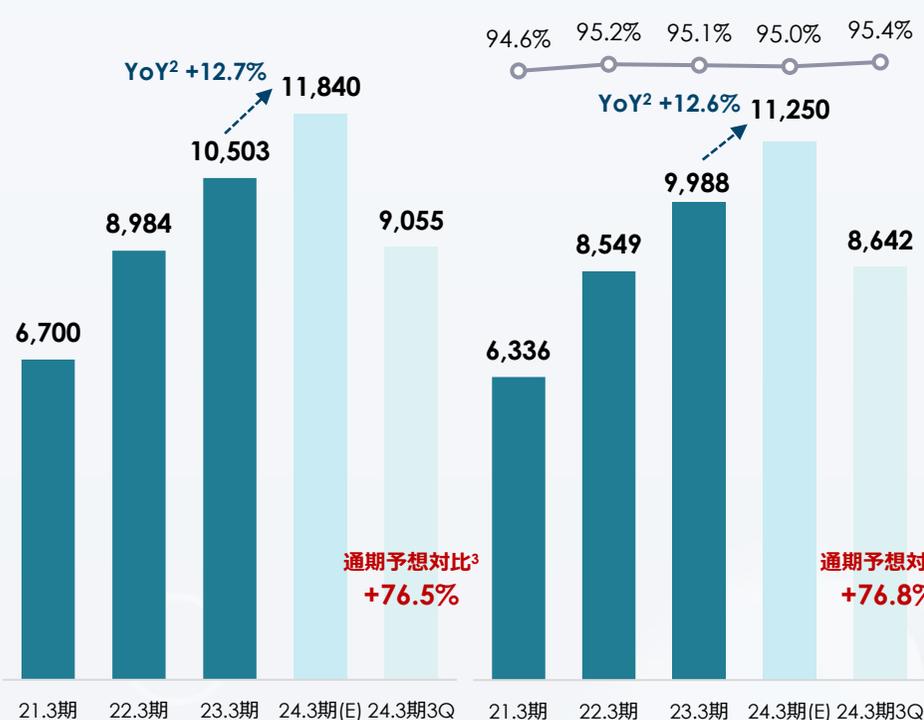
- 前期末時点から継続して、健全な財務状況を維持
- 現金及び預金は、前期末から933百万円増加し、24.3期第3四半期連結会計期間末時点で2,721百万円
- 純資産は、利益剰余金の増加により772百万円増加。自己資本比率は前期末時点から+6.7pt上昇の56.9%で推移

【連結BS】 (単位：百万円)	23.3期末 実績	24.3期3Q末 実績	対前期末実績	
			増減額	増減率
流動資産合計	3,078	4,081	+1,002	+32.6%
現金及び預金	1,787	2,721	+933	+52.2%
固定資産合計	1,174	1,031	▲143	▲12.2%
資産合計	4,252	5,112	+859	+20.2%
流動負債合計	1,762	1,840	+77	+4.4%
固定負債合計	354	364	+9	+2.7%
負債合計	2,116	2,204	+87	+4.1%
自己資本	2,135	2,907	+772	+36.2%
純資産合計	2,136	2,908	+772	+36.2%
負債純資産合計	4,252	5,112	+859	+20.2%
(ご参考) 自己資本比率	50.2%	56.9%	+6.7pt	-

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、前年対比13%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。加えて、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更に向上

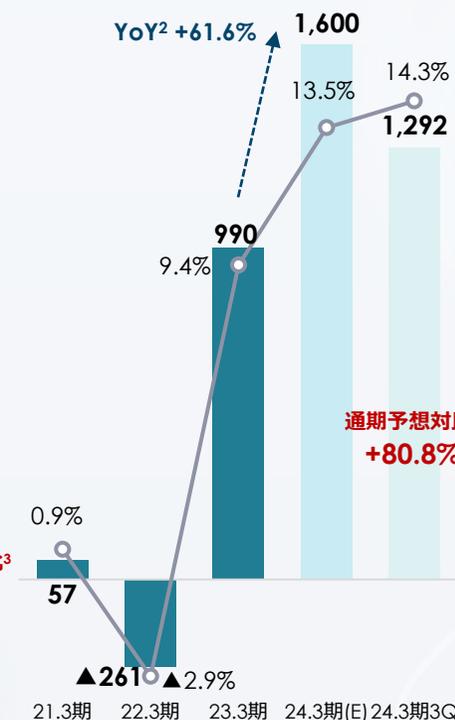
売上高
(百万円)



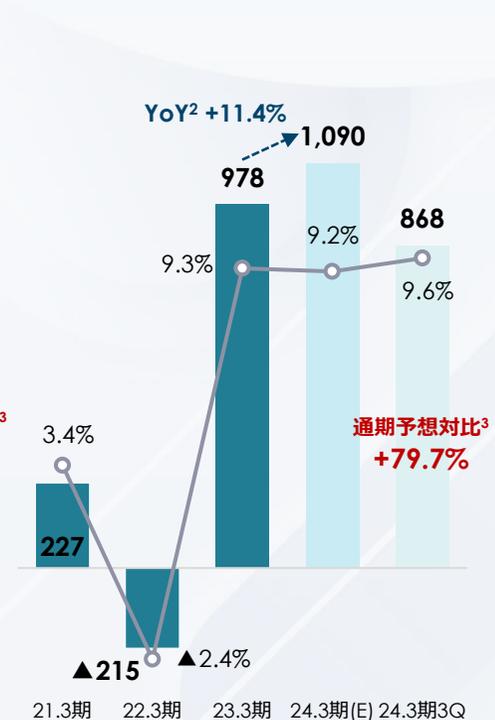
売上総利益／売上総利益率
(百万円)



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)



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3：2024年2月14日付け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

- 第3四半期もライブ配信事業の好調を維持し、コスト構造の強靱化継続を踏まえ、再び業績予想の上方修正を決定
 - 売上高：好調に推移した第3四半期累計期間迄の実績を反映し、課金UU数¹の見直し変更に伴う上方修正
 なお、売上高を構成するARPPU²については保守的な水準をその前提とし、業績見通しを計画
 - 営業利益：売上高の増加に加え、決済手数料の圧縮やその他費用に係る第3四半期実績の反映等に伴う上方修正
 - 経常利益／当期純利益：営業利益の増加に伴う上方修正

【連結】 (単位：百万円)	23.3期 通期実績	期初予想	23/11/14公表 前回予想	24/2/14公表 修正予想	前回予想からの増減		期初予想からの増減	
					増減額	増減率	増減額	増減率
売上高	10,503	11,558	11,558	11,840	+282	+2.4%	+282	+2.4%
営業利益	990	992	1,410	1,600	+190	+13.5%	+608	+61.3%
営業利益率	9.4%	8.6%	12.2%	13.5%	+1.3pt	-	+4.9pt	-
経常利益	986	992	1,429	1,620	+191	+13.4%	+628	+63.3%
経常利益率	9.4%	8.6%	12.4%	13.7%	+1.3pt	-	+5.1pt	-
当期純利益	978	689	962	1,090	+128	+13.3%	+401	+58.2%
当期純利益率	9.3%	6.0%	8.3%	9.2%	+0.9pt	-	+3.2pt	-
1株当たり当期純利益	23.29円	16.40円	22.88円	25.91円	+3.03円	+13.2%	+9.51円	+58.0%

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

2024年3月期期末配当予想の修正（増配）

- 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、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）。中長期的に配当性向10%程度を維持していく方針
- 24.3期は、期末配当に加えて、当社創業20周年に係る中間配当（記念配当）を実施。配当性向20%程度を目指す
- 業績見通しの増益を踏まえ、2月14日付けで24.3期の期末配当予想を1株当たり2円90銭に増配することを計画

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

	前回公表時見通し (2023年11月14日公表)	今回修正見通し (2024年2月14日公表)
中間配当金	1株当たり 2円29銭 (実績)	1株当たり 2円29銭 (実績)
期末配当金	1株当たり 2円29銭	1株当たり 2円90銭
年間配当金	1株当たり 4円58銭	1株当たり 5円19銭

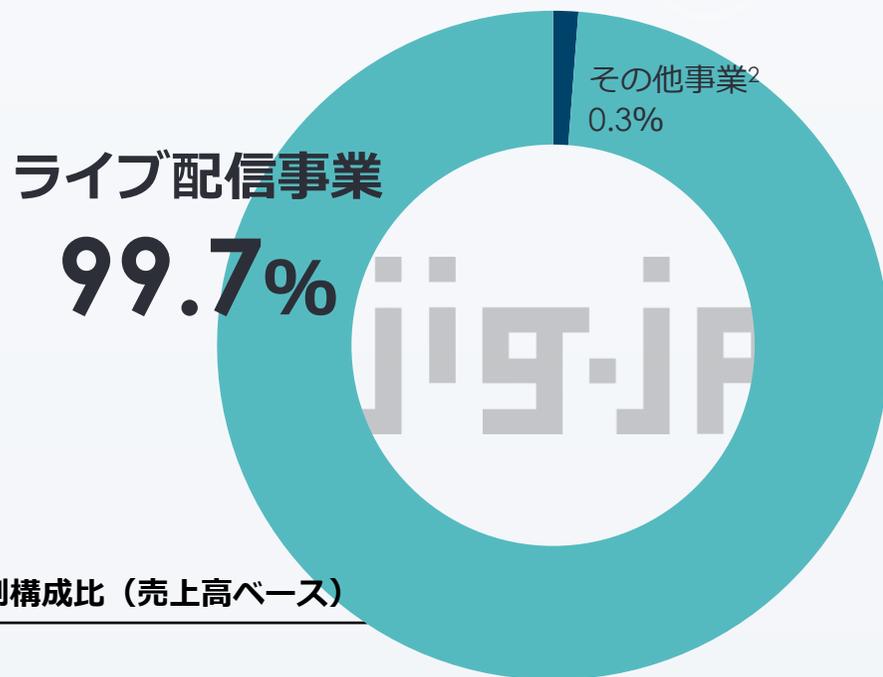
増配 +61銭

02.

会社及び事業概要

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2024年2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

• ドコモ向け待受サービス
『Yahoo! デSKTOP』
• 拡張機能である
『jigマルチ検索』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』

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
（Android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 共同開発 オープンイノベーション事業 第4回 高専生向けインターン実施
About DCON | PROGRAMMENTY | 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

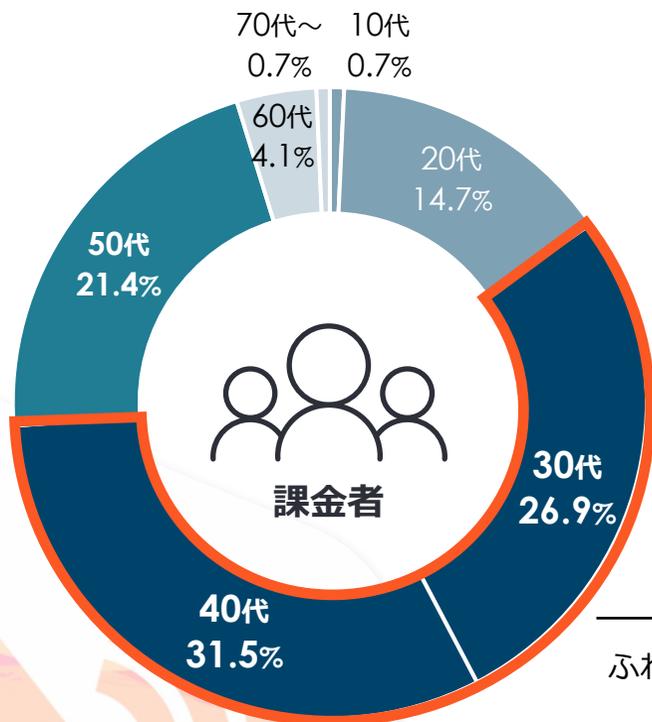


課金アイテムを使用すると
アニメーションとコメント
の右側に使用アイテムが
表示される

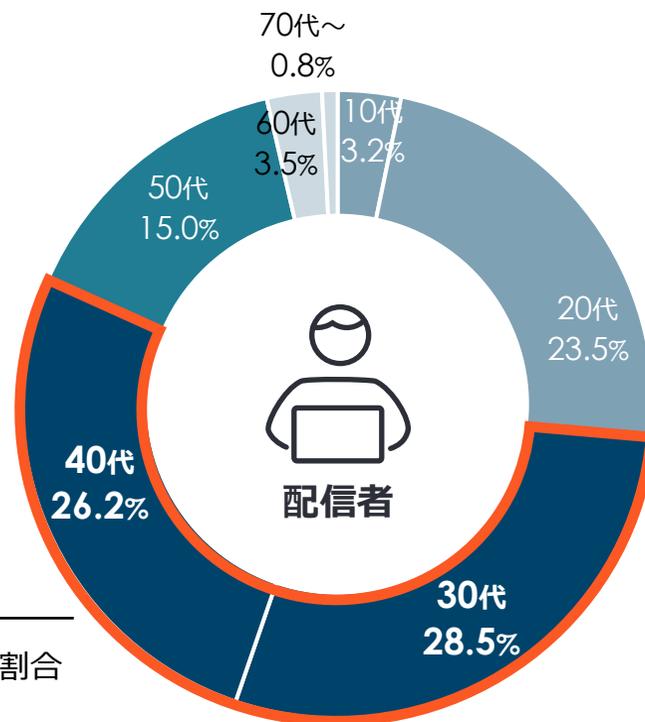
コメントが下部に
表示される

ライブ配信サービス“ふわっち”のユーザー層

- “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%超を占める主力なユーザー層



30-40代比率：58.4%
(前四半期比▲0.8%)



30-40代比率：54.6%
(前四半期比+1.1%)

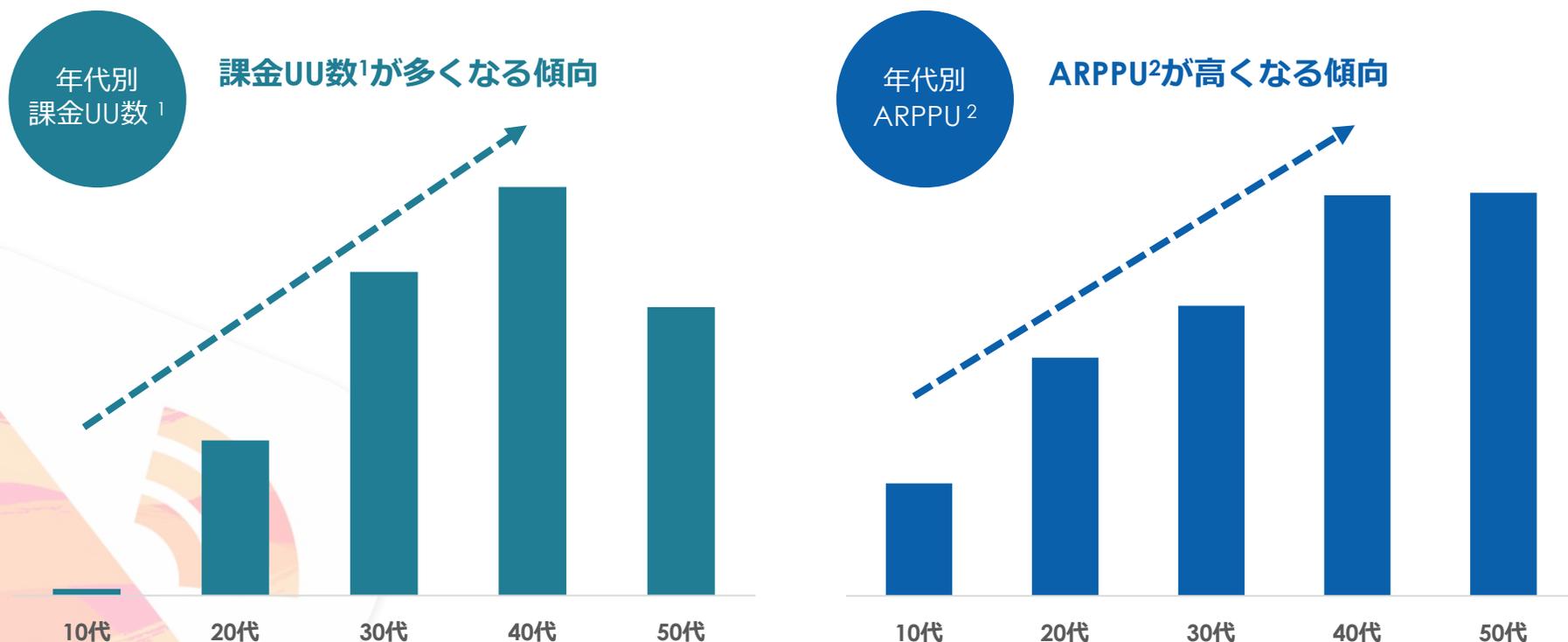
ふわっち年齢層別ユーザー割合
(3ヶ月データ)

出所：当社グループのユーザーデータ
注：2023年10月1日から2023年12月31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
- 全体の20%超を占める50代についても、40代同様にARPPU²が高い傾向

課金UU数¹及びARPPU²の年代別比較



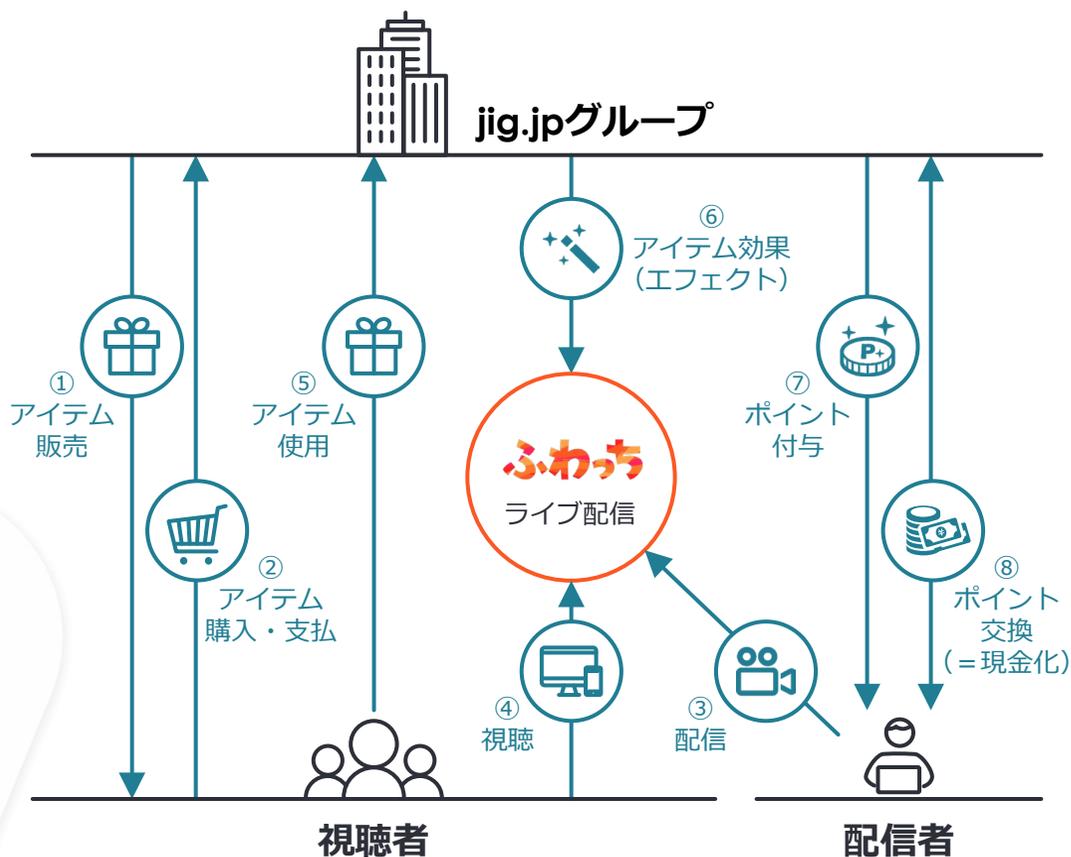
出所：当社グループのユーザーデータ

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

注3：2023年10月1日から2023年12月31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

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、課金者の獲得及び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と認知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） | 2024年2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

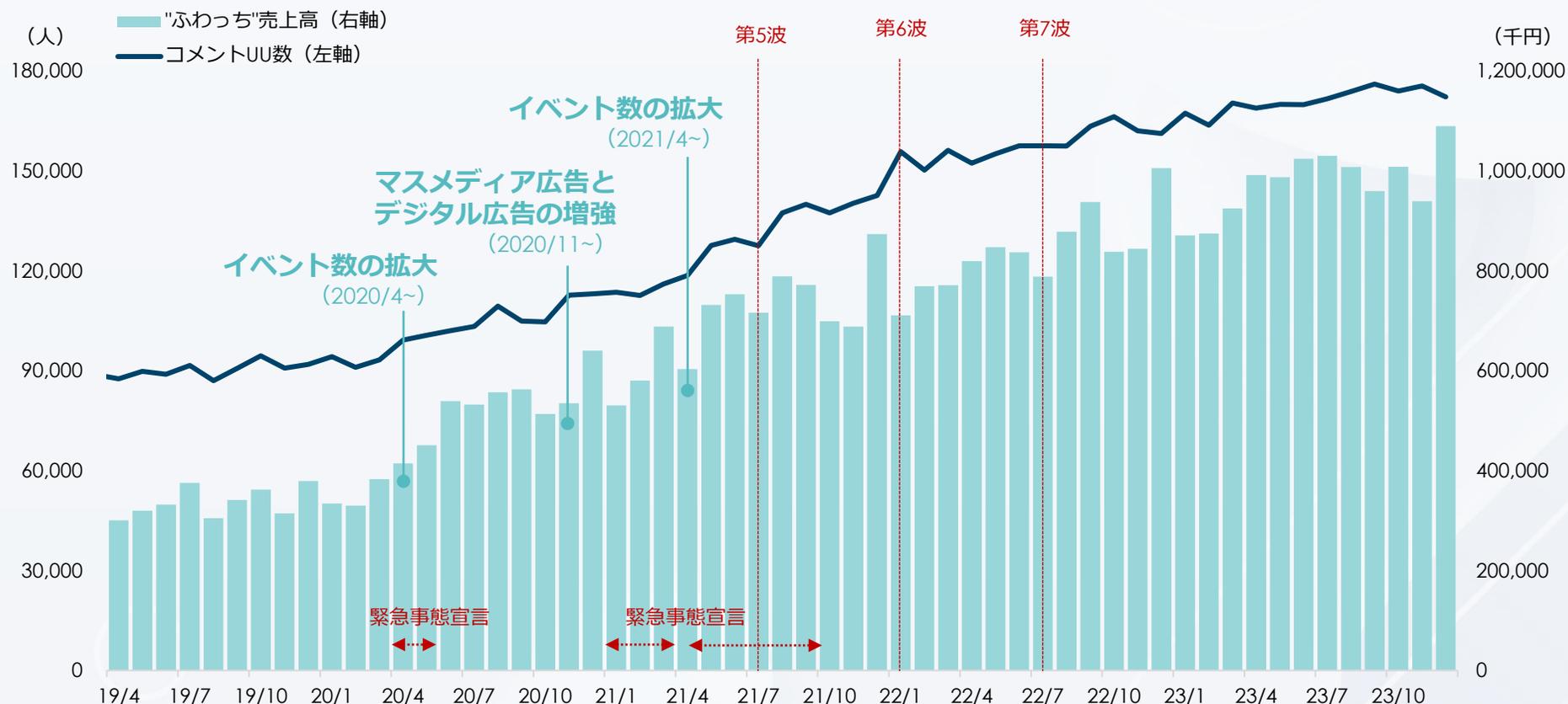
01

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、リ・オープニング後においても、継続して安定的に成長



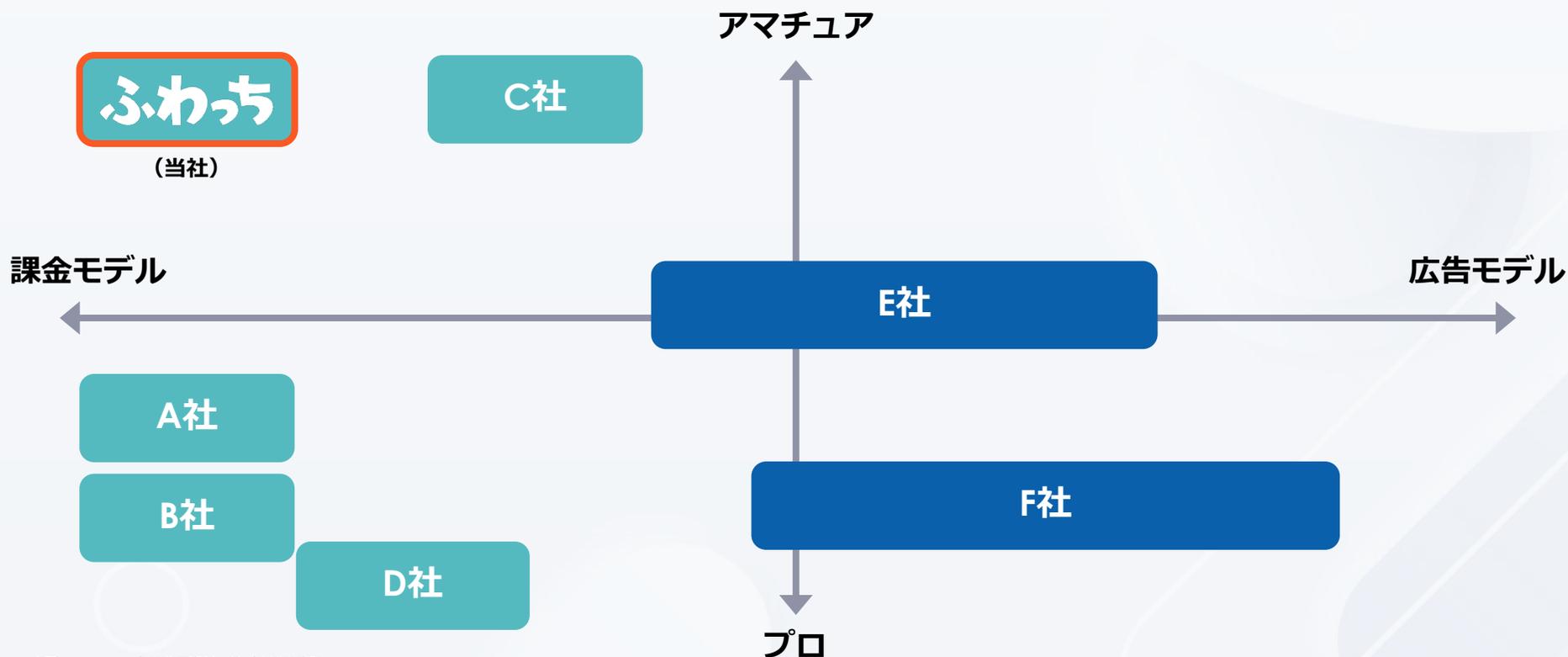
注1: UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、コメントUU数とはユーザーのエンゲージメントを表す指標の一つであり、月に1回以上コメントするUU数を指す

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

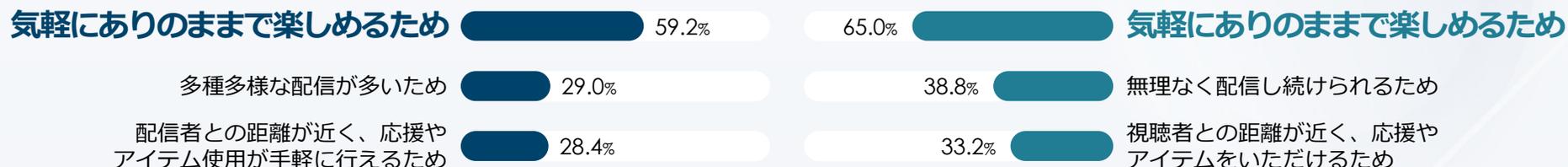
- ・「気軽にありのままで楽しめること」が動機で多くの視聴者・配信者が利用
- ・利用したくなるシーンは「気分転換をしたいとき」が最多



視聴者

“ふわっち”を利用する理由

配信者



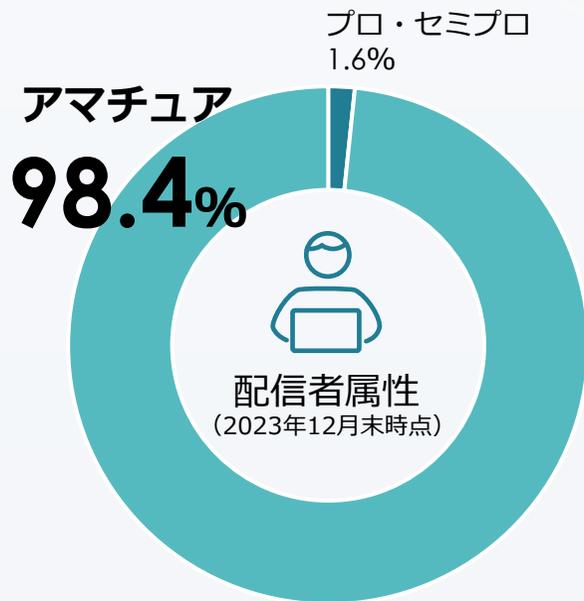
“ふわっち”を利用したくなるシーン



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



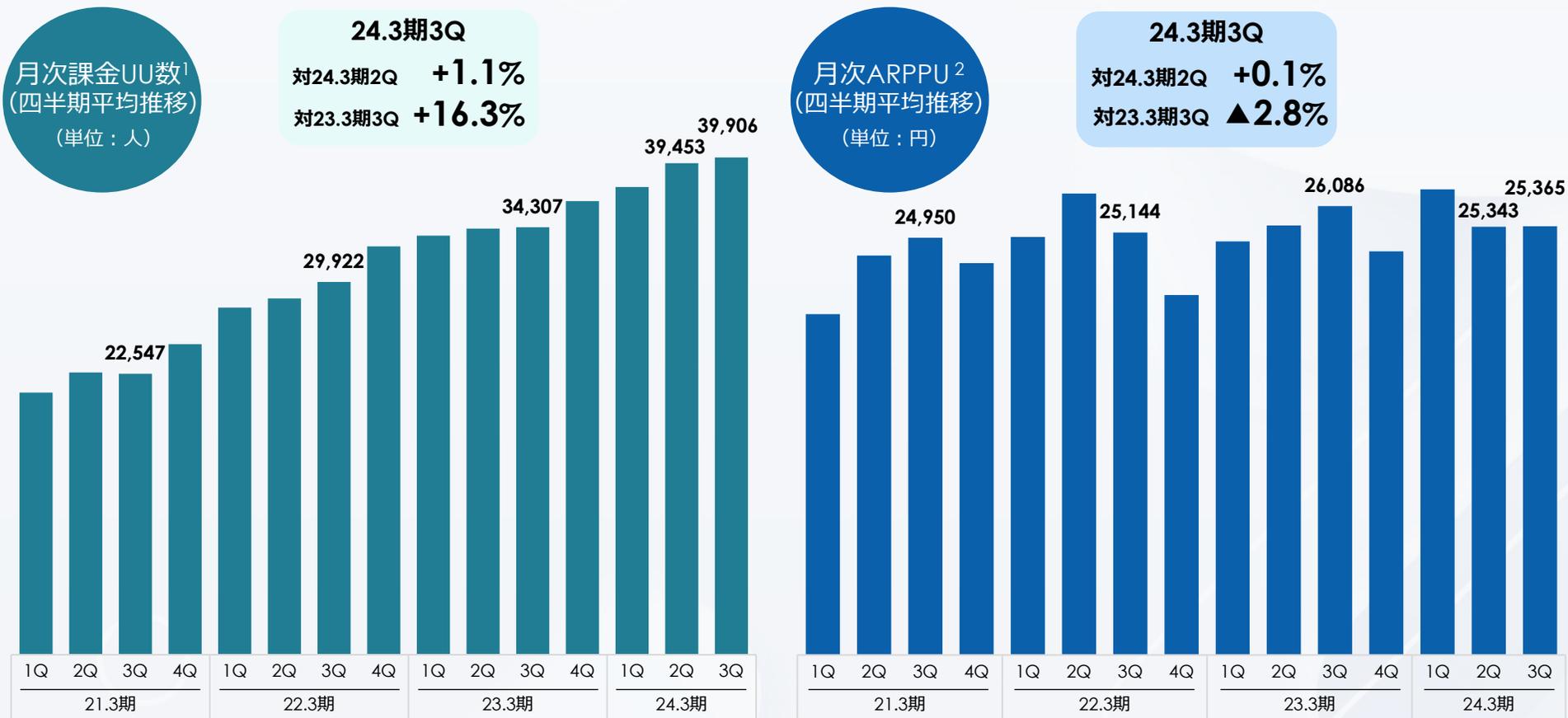
課金比率

- ✓ **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



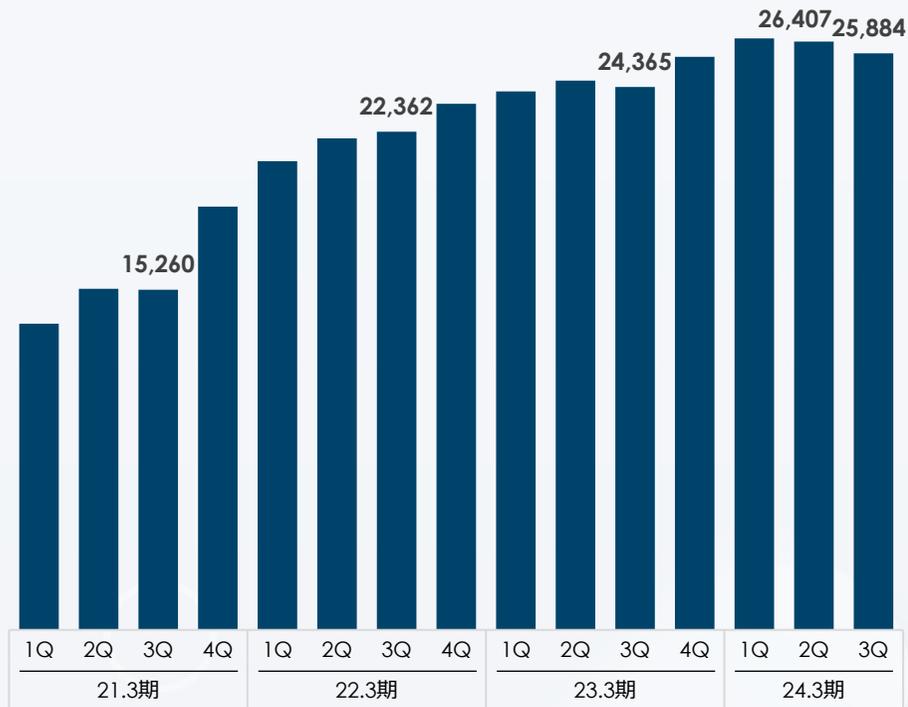
注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次課金ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間における月次課金ユニークユーザー数の平均値
注2：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す。また、各四半期連結会計期間の月次ARPPUは、各四半期連結会計期間における月次ARPPUの平均値

配信者数の拡大成長

- 配信者数の観点においても、主要なKPIである配信UU数¹及び一定規模のポイントを獲得可能な有力配信UU数¹が堅調に推移しており、今後も拡大が見込める状況

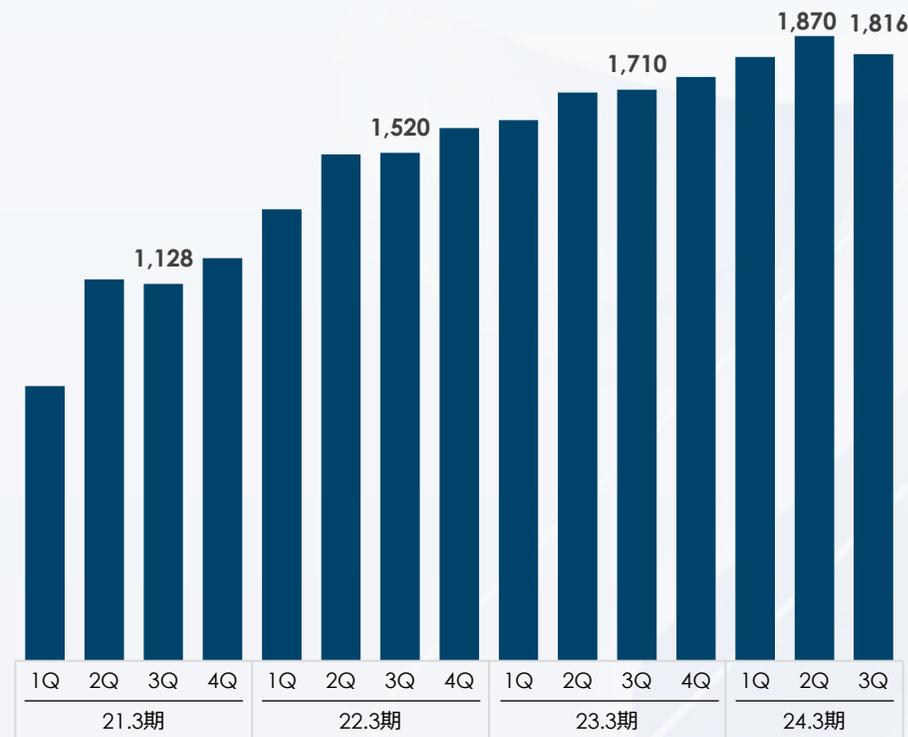
月次配信UU数¹の推移（四半期平均）

（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）

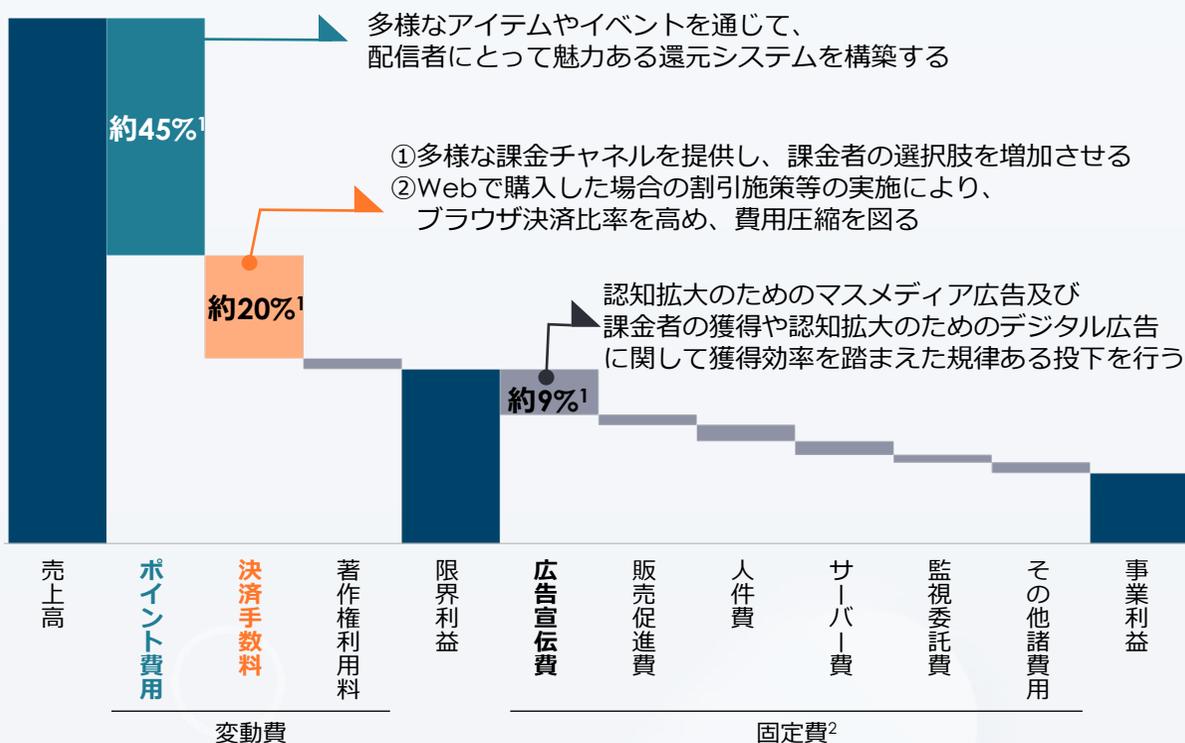


注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次配信ユニークユーザー数及び月次有力配信ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間におけるそれぞれの平均値

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期は前期対比で大幅な圧縮を実現
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期はベースアップ実施
その他項目	今後は23.3期同水準程度での推移を想定 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。

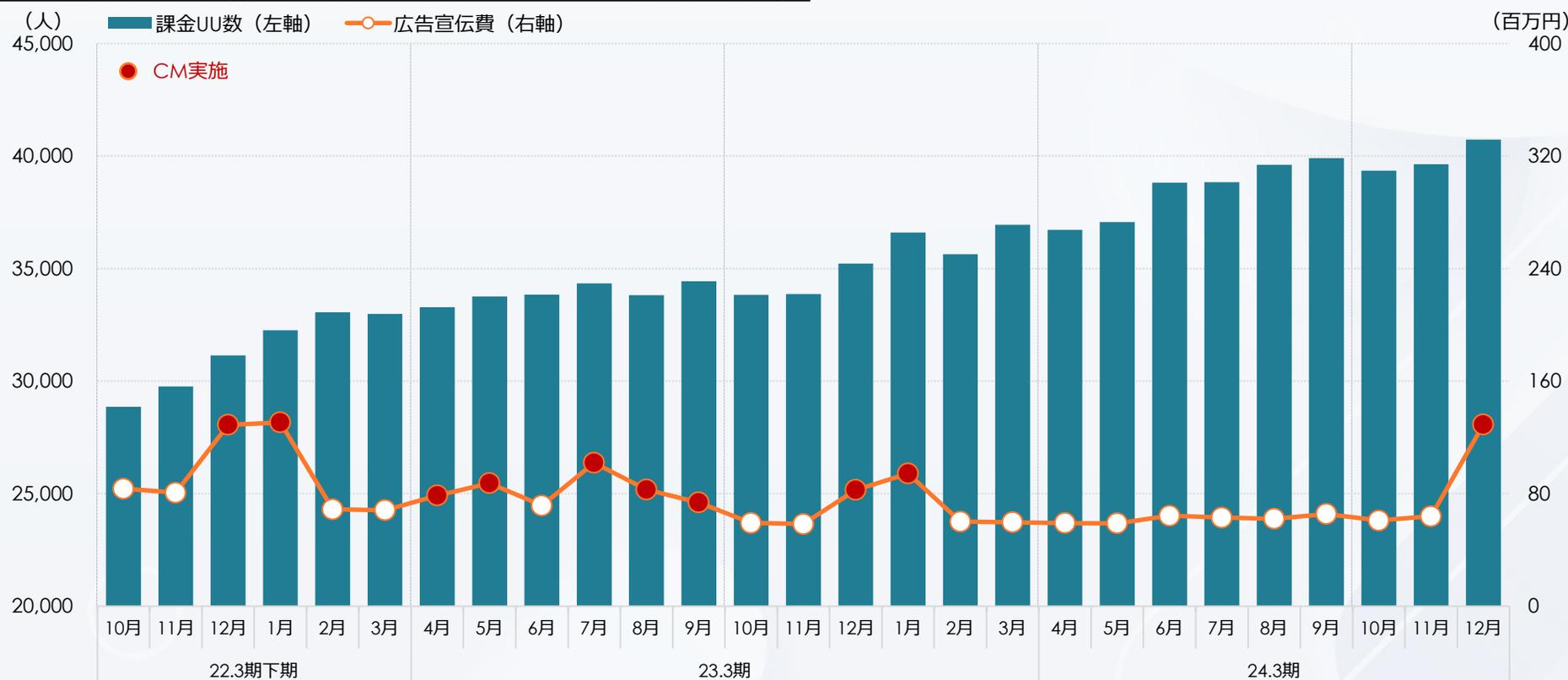
注1：2023年3月期通期実績をベースにしたライブ配信事業"ふわっち"の売上高に対する各費用項目の割合を示す（弊社概算ベース）

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

- 24.3期は、年末年始のみの期間にてCMを放映する方針（23.3期は計4回のCM放映）
- 24.3期第4四半期の広告宣伝費¹は、当第3四半期に近い水準にて投下を行う方針
- 今後も、24.3期第3四半期連結累計期間迄同様、効率を意識した規律ある投資のもとで課金UU数²の拡大を図る

広告宣伝費¹及び課金UU数²の月次推移（22.3期下期以降）



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バーチャル配信機能を提供

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。また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、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8月後半にベータテストを実施
- ✓ 2023年6月、SNOW JapanとAIアバターを活用したキャンペーン実施
- ✓ 2023年12月、画像生成AI技術を用いたAIバーチャル配信機能をリリース

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。決済手数料率20%弱のアイテム販売とは利益率が大きく異なる）

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始めとした新規事業への取り組み。

また、取引先各社との協業による更なる事業の拡張

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
 - 2023年12月、初期メンバーの所属を公表

AIバーチャル配信機能のリリース

- 2023年12月14日付けで、画像生成AI技術を用いたAIバーチャル配信機能をリリース
- 素材となる人物画像を取り込み、簡単に、AIが自動生成したキャラクターでバーチャル配信が可能
- ライブ配信サービス"ふわっち"の隣接新規領域拡大における取り組みの一環として、配信ユーザー数の増加及びバーチャル配信文化の拡大を目的として実施

AIバーチャル配信機能

- 本バーチャル配信機能は、著名な生成AIツールであるStable Diffusion¹を応用した画像生成AIによって、ユーザーは"ふわっち"内で自身の姿を2次元のアニメライクなキャラクターに変換することが可能
- 加えて、当社で開発したかんたんバーチャル配信機能を利用することで、誰でも、簡単に、顔出しせず、無料で、バーチャル配信者としてライブ配信を行うことが可能



※当初、2023年12月14日から12月27日迄をテスト期間としていたが、現在は常設機能として提供中

従来

- ✓ バーチャル配信に必要なイラスト作成やアバターの詳細な設定等の事前準備が必要

本バーチャル配信機能

- ✓ 自身のスマートフォン1つで、簡単かつ無料で、配信で使用できるキャラクターを生成することができ、かつ「かんたんバーチャル配信機能²」を用いて、手間なく短時間で、バーチャルキャラクターの姿での配信が可能（＝全てふわっち内の機能で完結）

注1：Stability AI社が提供 注2：かんたんバーチャル配信機能とは、当社で独自に開発したキャラクター画像をリアルタイムで動かして配信することができる機能

VTuber事業の開始

- 2023年10月下旬、VTuber事務所「ProForma Production」を設立
- 2023年12月19日付で、初期メンバー5名を公表し、2024年1月より事務所活動を本格始動
- VTuberのプロデュース、サポート並びにマネジメントを行う事業として、推し活・推し文化の発展に多面的にアプローチし、ファンの獲得と収益化を着実に図りつつ、サステイナブルな成長を目指す



ProForma Productionに所属した初期メンバー5名。様々な個性、スペシャリティを軸に、成長を目指す

jig.jp

Appendix

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2024年2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.	
主要株主 （議決権ベース） （2023年9月末時点）	福野 泰介 赤浦 徹 岸 周平	24.80% 12.86% 11.29%

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



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



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）



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



社外取締役
赤浦 徹

当社創業メンバー

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

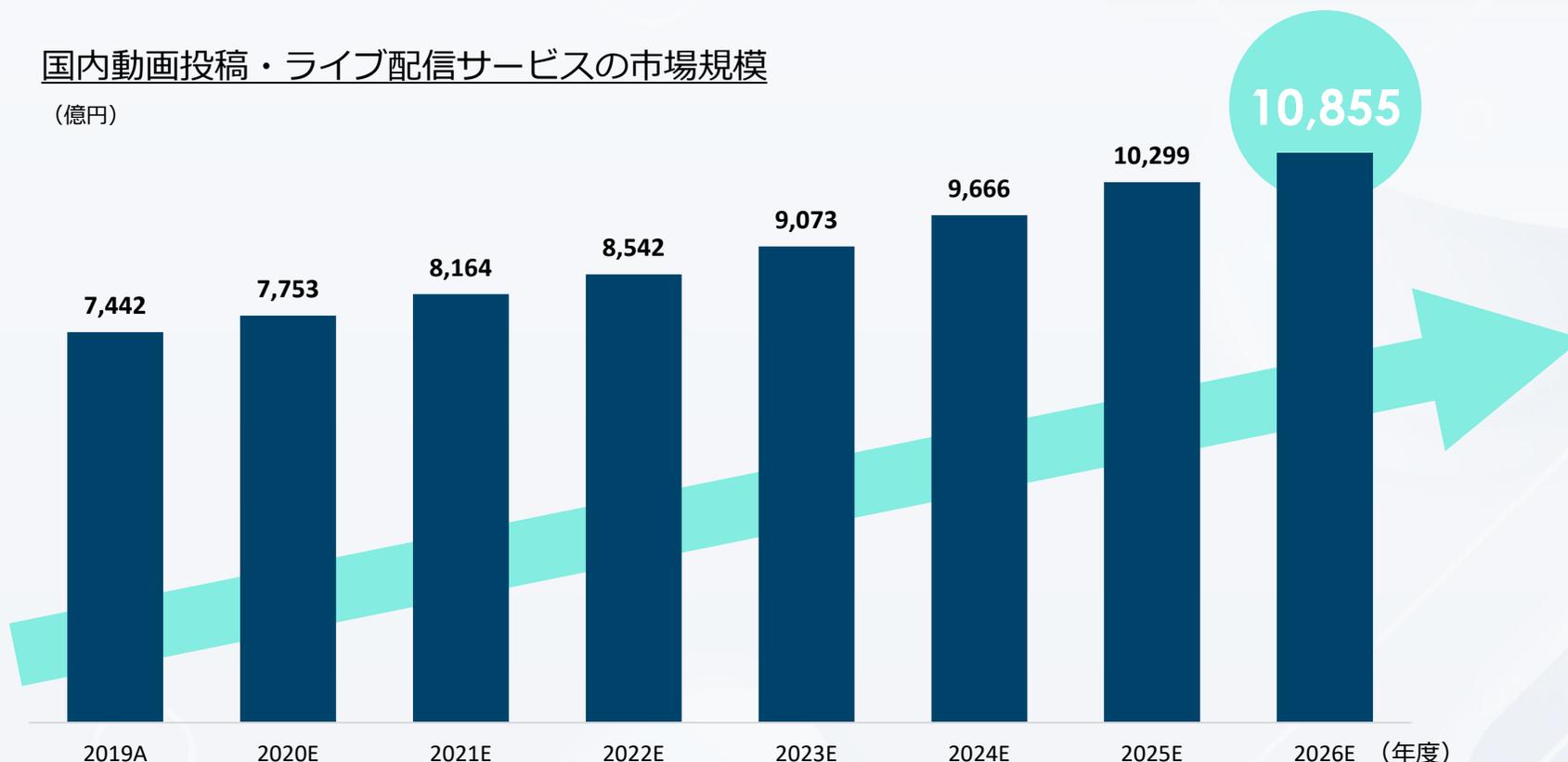
長年のベンチャー投資・成長支援実績

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を見込む

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）

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（X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。