

jig.jp

2024年3月期決算説明資料及び 事業計画並びに成長可能性に関する事項

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2024年5月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

目次

01	2024年3月期業績及び 2025年3月期通期業績予想	P. 02
-----------	----------------------------------------	--------------

02	会社及び事業概要	P. 14
-----------	-----------------	--------------

03	エクイティ・ストーリー	P. 25
-----------	--------------------	--------------

Appendix

01



2024年3月業績及び 2025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5月
Copyright © jig.jp co., Ltd. All Rights Reserved.

2024年3月期決算サマリー

連結売上高

12,247百万円

前期比
+16.6%

営業利益

1,804百万円

前期比
+82.3%

営業利益率

14.7%

前期比
+5.3pt

TOPICS

✓ 売上高の継続的な成長

第4四半期における売上高は四半期売上高の過去最高を更新。通期売上高についても過去最高の着地を実現

✓ 課金ユニークユーザー数（課金UU数）の着実な拡大

第4四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40,597人／前年同期比+11.5%）

✓ 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4四半期における売上高に対する決済手数料率は、前年通期約20%から約15%台水準への圧縮に成功し、営業利益率の向上に寄与（通期連結売上高12,247百万円に対して約400百万円の費用圧縮効果を実現）

✓ 株主還元の更なる強化を目的に、株主還元方針の変更を決定

配当に加え、株価水準を鑑みた機動的な自己株式取得も実施していくことで総還元性向30%以上を目指す（従来：配当性向10%程度）

2024年3月期通期業績ハイライト

- 24.3期はライブ配信事業“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
- 好調な業績進捗を背景に業績予想の上方修正を計3回実施（期初予想対比で売上高+6.0%、営業利益+81.8%増加）

(単位：百万円)	23.3期 通期実績	24.3期 通期実績	対前期実績		対24.3期通期業績予想				
			増減額	増減率	期初予想値	期初予想 増減額	期初予想 増減率	24/4/30 公表値	増減額
売上高	10,503	12,247	1,743	16.6%	11,558	+688	6.0%	12,200	+47
売上総利益	9,988	11,696	1,707	17.1%	10,917	+778	7.1%	非公表	-
売上総利益率	95.1%	95.5%	0.4pt	-	94.5%	+1.0pt	-	非公表	-
営業利益	990	1,804	814	82.3%	992	+811	81.8%	1,800	+4
営業利益率	9.4%	14.7%	5.3pt	-	8.6%	+6.1pt	-	14.8%	-
経常利益	986	1,823	837	84.9%	992	+831	83.9%	1,820	+3
経常利益率	9.4%	14.9%	5.5pt	-	8.6%	+6.3pt	-	14.9%	-
親会社に帰属する当期純利益	978	1,214	236	24.2%	689	+525	76.1%	1,200	+14
当期純利益率	9.3%	9.9%	0.6pt	-	6.0%	+3.9pt	-	9.8%	-

主要KPIのハイライト

- 24.3期第4四半期における課金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+11.5%増加を実現
- またARPPU²は、26,000円弱の水準にて推移し、引き続き安定した持続可能な水準を継続

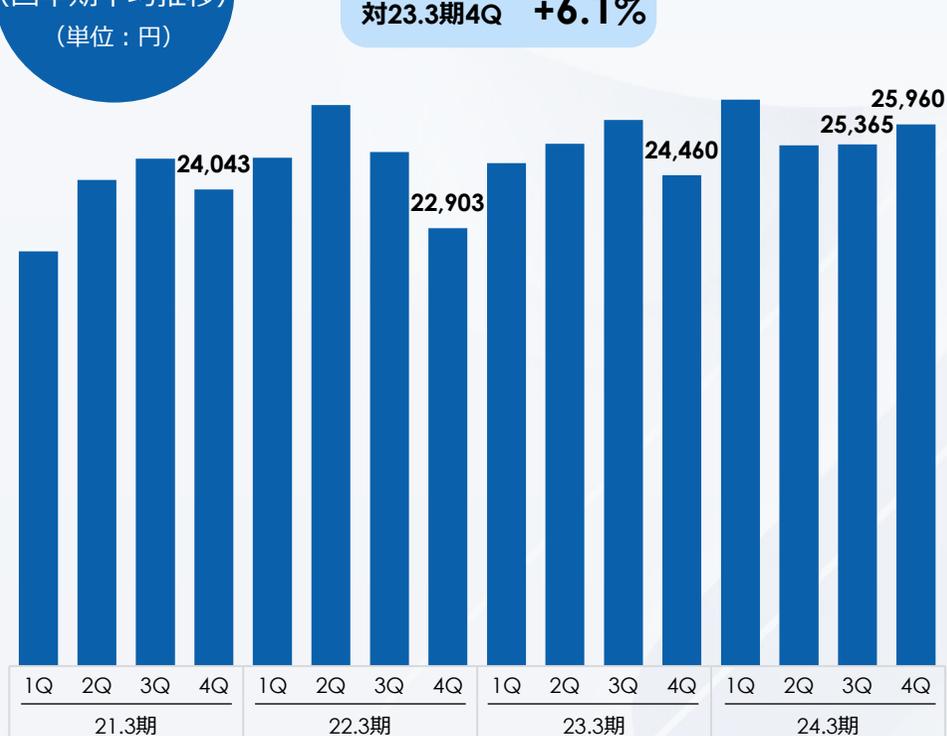
月次課金UU数¹
(四半期平均推移)
(単位：人)

24.3期4Q
対24.3期3Q **+1.7%**
対23.3期4Q **+11.5%**



月次ARPPU²
(四半期平均推移)
(単位：円)

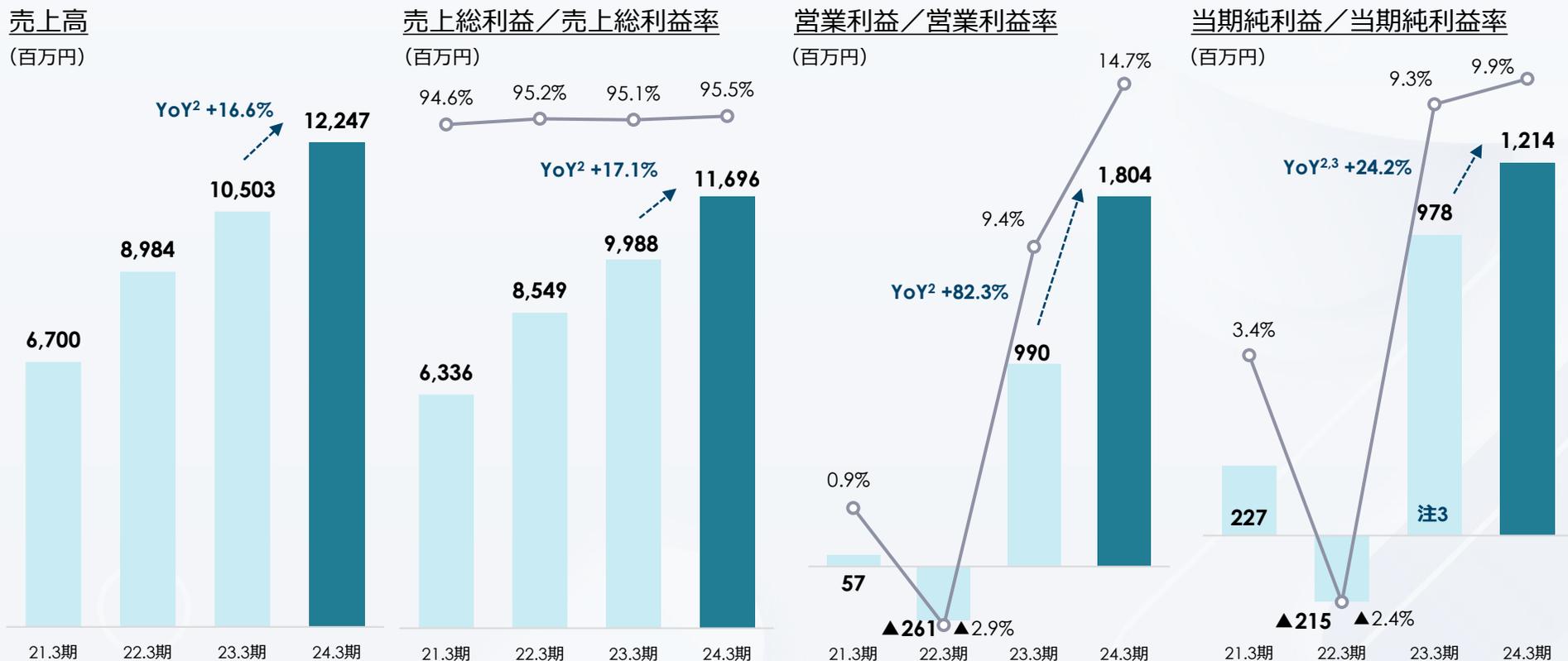
24.3期4Q
対24.3期3Q **+2.3%**
対23.3期4Q **+6.1%**



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

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期は前年対比16.6%の成長を実現
- 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ていたが、23.3期以降は獲得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、24.3期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営業利益率が大幅に向上



注1：各数値は連結決算数値

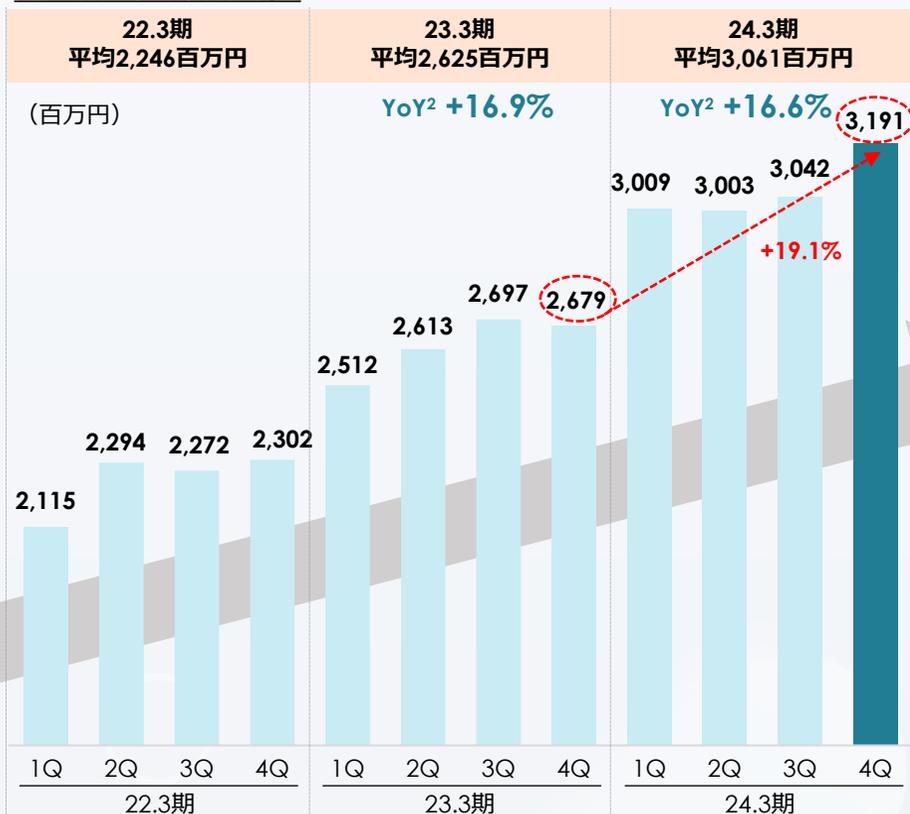
注2：YoYとは、前期通期実績値対比の当期通期予想値ベースの成長率を指す

注3：23.3期の当期純利益は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ことにより大幅に増益

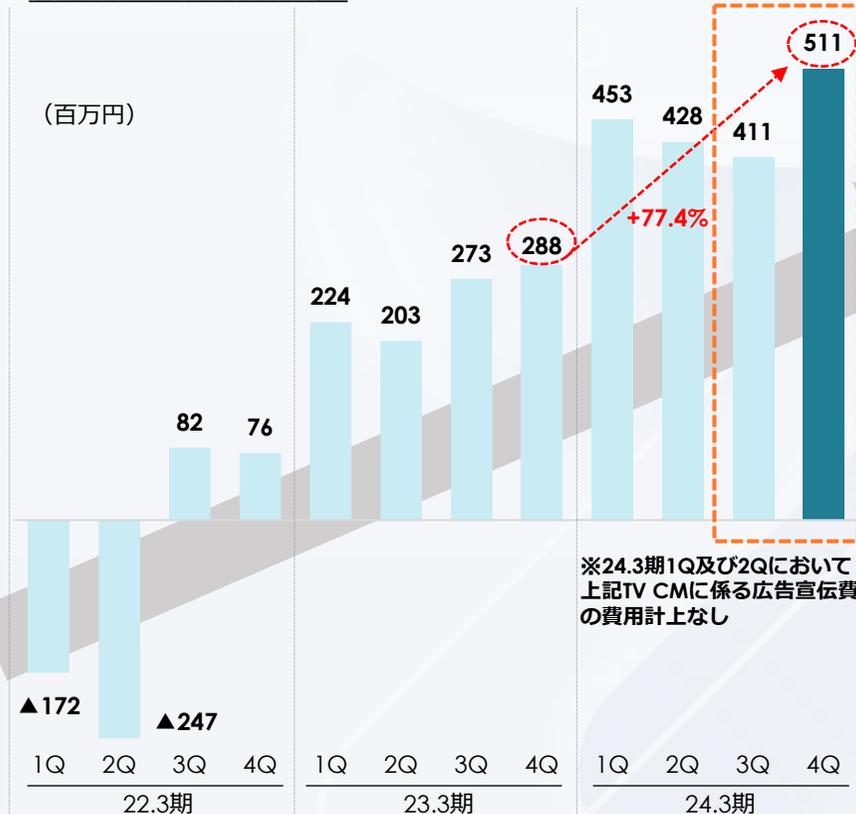
四半期連結業績推移¹

- 売上高は、四半期毎に堅調な増加基調で、24.3期4Qは前年同期比+19.1%増と過去最高の四半期売上高を更新
- 営業利益は、年末年始のTV CM放映による広告宣伝費（3Q及び4Qにて各約50百万円）が発生したものの、売上高の増加や決済手数料の圧縮が寄与し、24.3期4Qは過去最高の四半期営業利益を実現

売上高（四半期毎）



営業利益（四半期毎）



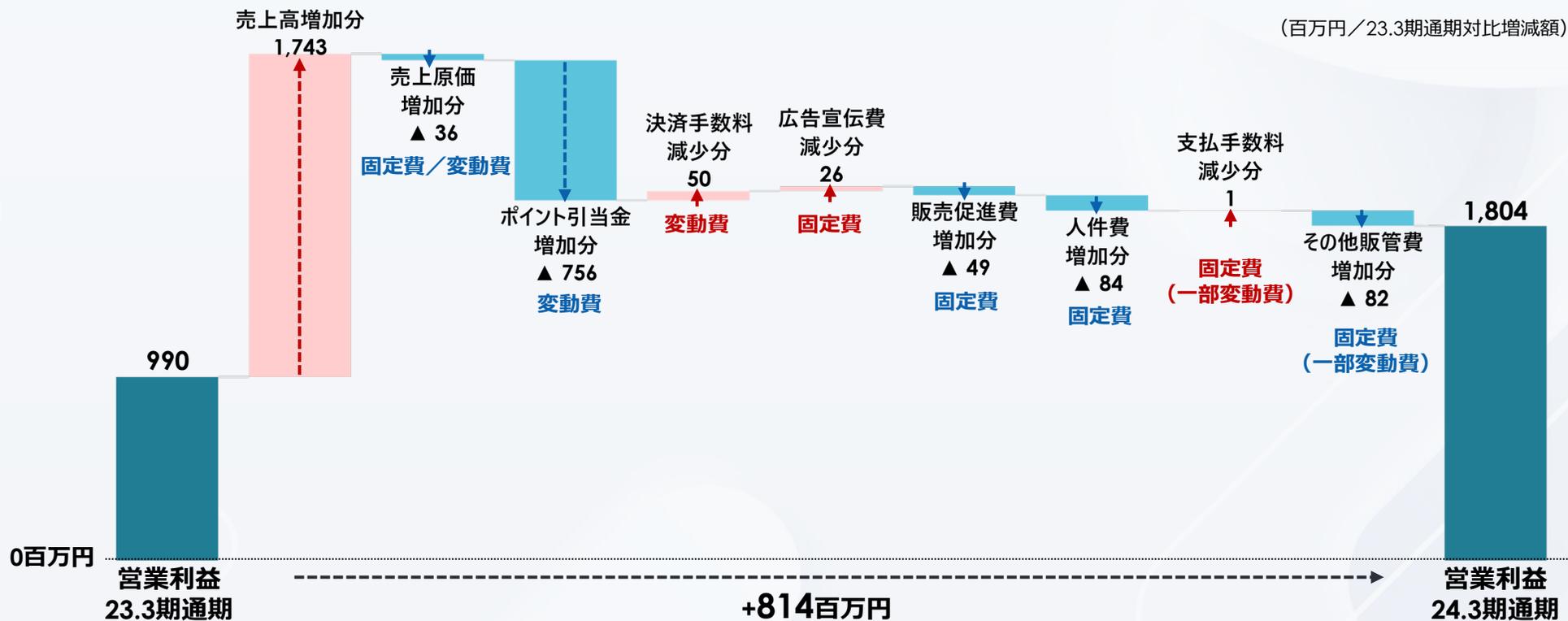
【24.3期3Q及び4Q】
TV CMに係る広告宣伝費として
それぞれ約50百万円ずつを計上

注1：各数値は連結決算数値

注2：YoYとは、前期売上高対比の当期売上高成長率を指す

2024年3月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、変動費であるポイント引当金が前期対比で増加
- 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（決済手数料約400百万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、販売促進費及び人件費等がやや増加
- 結果、売上高の増加に加えて、決済手数料及び広告宣伝費の減少により営業利益は前年対比+814百万円の増益



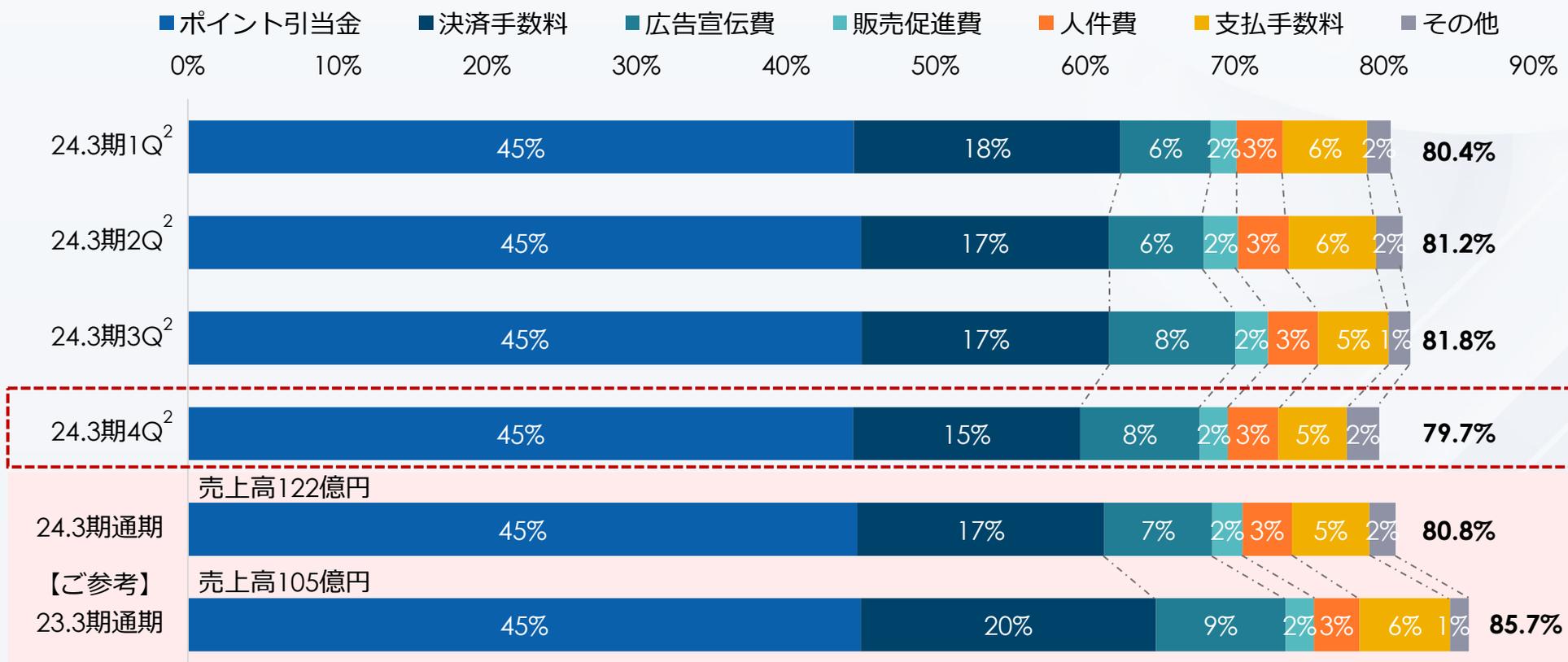
注1：各数値は連結決算数値

注2：2024年3月期通期連結売上高12,247百万円ベースに試算

主な販売費及び一般管理費の変遷

- 24.3期4Qは、ブラウザ決済を促進する各種施策が功を奏し、売上高対比の決済手数料割合は前四半期対比▲1.4%、前期通期対比▲4.6%と更なる改善を実現
- 24.3期通期は、決済手数料及び広告宣伝費の圧縮が寄与し、販売費及び一般管理費合計で前期対比▲4.9%を圧縮

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¹（各四半期毎²及び通期の比較）



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

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1,632百万円増加し、24.3期末時点で3,420百万円
- 純資産は利益剰余金の増加等を背景に1,118百万円増加。自己資本比率は前期末時点から+6.7pt上昇の56.9%で推移

【連結貸借対照表】 (単位：百万円)	23.3期末 実績	24.3期末 実績	対前期末実績	
			増減額	増減率
流動資産合計	3,078	4,738	+1,660	+53.9%
現金及び預金	1,787	3,420	+1,632	+91.3%
固定資産合計	1,174	976	▲197	▲16.8%
資産合計	4,252	5,715	+1,462	+34.4%
流動負債合計	1,762	2,113	+350	+19.9%
固定負債合計	354	347	▲7	▲2.0%
負債合計	2,116	2,460	+343	+16.2%
自己資本	2,135	3,253	+1,118	+52.4%
純資産合計	2,136	3,254	+1,118	+52.4%
負債純資産合計	4,252	5,715	+1,462	+34.4%
(ご参考) 自己資本比率	50.2%	56.9%	+6.7pt	-

株主還元強化（株主還元方針の変更）

- 持続的成長と中長期的な企業価値向上を実現するため、株主皆様の期待に応え、株主還元強化を決定
- 基本方針として、従来の「配当性向10%程度」から還元を強化して「総還元性向30%以上」を目指す方針へ変更

株主還元の基本方針

- 今後の成長投資は推進しつつ、定期的な配当に加え、株価水準等も鑑み、自己株式取得を含めた柔軟かつ機動的な株主還元とし、従来以上に株主の皆様への利益還元の拡充・強化を目指す
- 重視する指標を「総還元性向（※）」へ変更し、目標水準についても30%以上へと還元を強化

従来（2024年3月期）

配当性向 **10%程度**

（2024年3月期は配当性向20%）

（記念配当を実施のため）

変更後（2025年3月期以降）

総還元性向 **30%以上**

（ただし、配当性向10%以上を維持）

※ 総還元性向（%） = （配当金額 + 自己株式取得金額） ÷ 連結当期純利益 × 100

注：詳細は、2024年5月14日付で公表しましたプレスリリース「株主還元方針の変更（株主還元強化）に関するお知らせ」をご参照ください

第7回新株予約権の消滅／譲渡制限付株式報酬制度の導入

- ・ 国税庁より本新株予約権に係る行使時の経済的利益は給与課税の対象との見解が示されたことで、発行時に期待していたインセンティブ効果が得られないことから、2024年6月末頃を目途に、第7回新株予約権を消滅させる方針。その代替として、譲渡制限付株式報酬制度を導入する予定^{1,2}

▶ **第7回新株予約権の全てを消滅させることにより、発行済株式総数対比8.92%相当の潜在株式が消滅する予定**

消滅予定の第7回新株予約権（信託型ストックオプション）の概要

消滅予定の新株予約権の名称	第7回新株予約権
発行決議日	2021年8月25日
受託者	蜂屋 浩一（※）
受益者	当社により、役職員等に該当する者の中から受益者として指定された者
発行した新株予約権の数	2,500個（3,750,000株） 発行済株式総数対比8.92%
消滅する新株予約権の数	2,500個（3,750,000株） 発行済株式総数対比8.92%
消滅後の新株予約権の数	0個

※一部、コタエル信託株式会社を受託者として設定済

譲渡制限付株式報酬制度（以下、「本制度」）の概要

- 既存の新株予約権を放棄し、その代替として本制度を導入
そのため、**目先、発行済株式総数対比8.92%の潜在希薄株式が纏めて消滅し、将来の長期間にわたって分散して役職員に譲渡制限付株式を割り当てる設計となる**
（近い将来における一時的な希薄化インパクトが大幅に低減）
- 中長期的な業績拡大及び企業価値の増大を目指すにあたり、より一層の士気を向上させ、当社の結束力を高める目的。
また、取締役への割当については、コーポレート・ガバナンス強化も目的の一つ
- 割当対象者：取締役及び使用人（執行役員、顧問及び相談役を含む）
- 譲渡制限期間：譲渡制限付株式の交付日から当社の取締役会が予め定めるいずれの地位からも退任又は退職する日までの間

注1：本制度の導入は、2024年6月25日開催予定の定時株主総会において、承認を得られることを条件とする

注2：第7回新株予約権の消滅については、本制度が上記株主総会にて承認されることを条件に消滅させる予定

注3：詳細は、2024年5月14日付で公表しましたプレスリリース「第7回新株予約権（信託型ストックオプション）の消滅及び譲渡制限付株式報酬制度の導入に関するお知らせ」をご参照ください

2025年3月期通期業績予想

- 売上高：“ふわっち”の継続的な成長により、24.3期対比10.2%の増加を計画
- 営業利益：売上高増加に伴う変動費の増加や人員増加に伴う人件費の増加等を見込むものの、決済手数料の更なる圧縮も見込むため、24.3期対比10.8%の増加を計画。なお、広告宣伝費は24.3期と同水準程度を計画
- 経常利益／当期純利益：役職員に対する譲渡制限付株式の発行に伴う費用増加を理由に24.3期と同水準程度を計画
- 利益還元：当社株主、従業員等を含むあらゆるステークホルダーへの還元を強化していく方針

【連結損益計算書】 (単位：百万円)	23.3期 通期実績	24.3期 通期実績	25.3期 通期計画	対24.3期通期実績	
				増減額	比率
売上高	10,503	12,247	13,500	+1,252	+10.2%
営業利益	990	1,804	2,000	+195	+10.8%
営業利益率	9.4%	14.7%	14.8%	-	-
経常利益	986	1,823	1,825	+1	+0.1%
経常利益率	9.4%	14.9%	13.5%	-	-
親会社に帰属する当期純利益	978	1,214	1,215	+0	+0.0%
当期純利益率	9.3%	9.9%	9.0%	-	-
EPS (円)	23.29	28.88	28.89	+0.01	-

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5月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

会社概要

- 消費者嗜好の変化に合わせたサービス開発を継続するとともに、中長期での成長の道筋を着実なものとするため、経営陣の若返り及び刷新を図り、事業環境の変化に迅速かつ柔軟に対応して企業価値向上を目指す

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 (2024年6月25日付で川股将に異動予定 ¹)
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 (2024年3月末時点)
従業員数 ²	87名 (2024年5月14日時点)
従業員平均年齢 ²	32.8歳 (2024年5月14日時点)
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	■ライブ配信サービス"ふわっち" ■ブラウザ事業 ■VTuber事業 ■こどもパソコン事業 ■オープンデータプラットフォーム事業、等
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) (2024年3月末時点)	福野 泰介 24.80% 赤浦 徹 12.87% 岸 周平 11.29%

2024年6月25日開催予定の定時株主総会以降における主な経営体制¹



代表取締役社長CEO 川股 将

- ✓現 執行役員 事業戦略担当
- ✓ライブ配信事業の戦略を中心にプロダクトを企画・推進、新規事業開発を牽引。上場時はIPO準備をリードし、当社の組織設計に深く関与する等、経営と事業運営に関して多角的な経験と知見を有する

前職では証券会社にて、企業の経営戦略、ファイナンス、M&Aの助言業務に従事



取締役CFO 田中 雄一郎

- ✓現 執行役員 財務戦略・IR担当
- ✓金融分野での豊富な知見と経験を有し、当社の会計財務、資本政策、開示IR及び株式売出し等のコーポレートアクションを牽引

前職では外資系証券会社にて、国内外のファイナンス・IPO・M&A等を主とした投資銀行業務に従事



取締役 創業者 福野 泰介

- ✓現 代表取締役社長
- ✓デジタル庁オープンデータ伝道師
- ✓福井高専 外部アドバイザー
- ✓神山まるごと高専 技術教育統括ディレクター

全国の高専や地方自治体との豊富なネットワークを有する



社外取締役 赤浦 徹

- ✓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
- ✓複数の他会社における役員

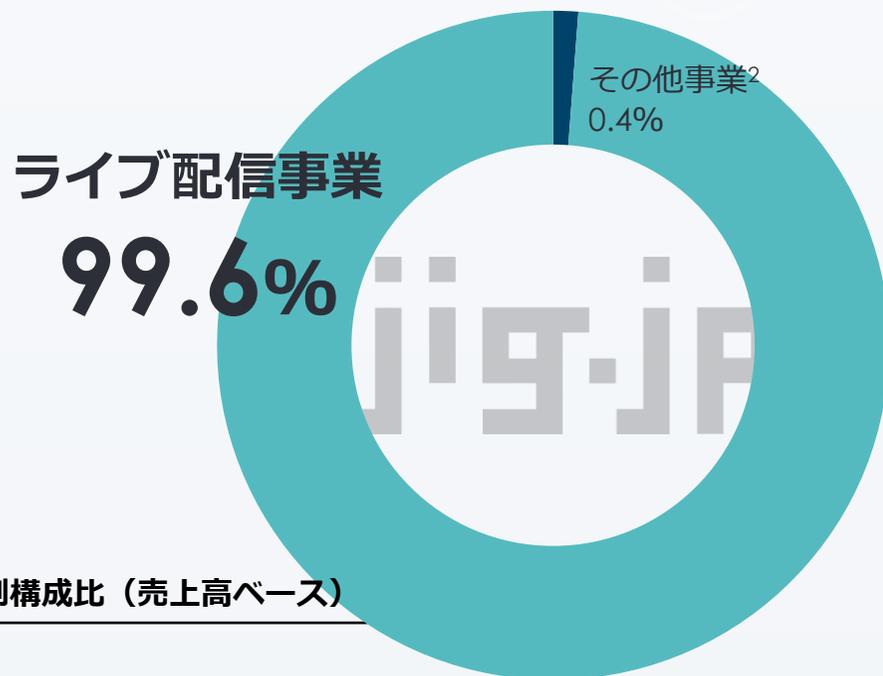
長年のベンチャー投資・成長支援実績を有し、また他の会社における役員としての豊富な経験及び幅広い見識を有する

注1：2024年6月25日開催予定の定時株主総会における取締役選任議案の承認を前提とし、また代表取締役の異動については同株主総会終了後に開催予定の取締役会での決議を経て異動予定

注2：グループ全体を指し、正社員が対象（但し、役員（取締役及び監査役）を除く）

注3：詳細は、2024年5月14日付で公表しましたプレスリリース「代表取締役の異動及び役員人事に関するお知らせ」をご参照ください

事業別構成比¹



事業別構成比（売上高ベース）

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

注1：2024年3月期通期連結売上高をベースに算出

注2：その他事業とは、ブラウザ事業、VTuber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

高専生向けインターン

インターンの様子



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



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
（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 民間非営利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事業 About DCON | PROGRAM ENTRY | 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”

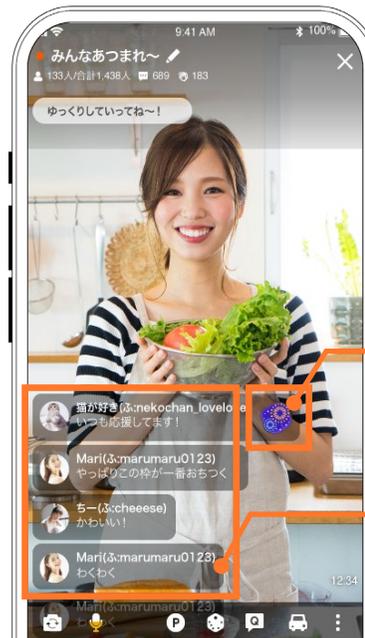
ライブ配信サービス“ふわっち”

- 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

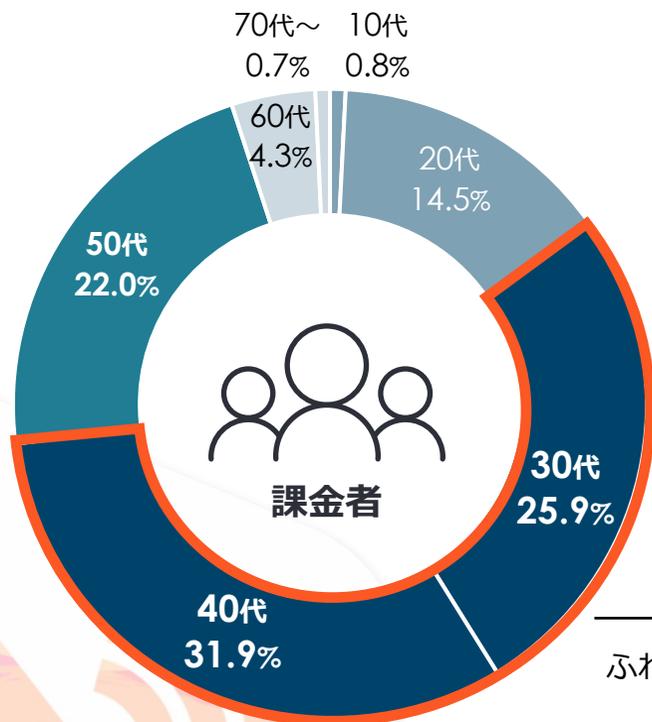


課金アイテムを使用すると
アニメーションとコメント
の右側に使用アイテムが
表示される

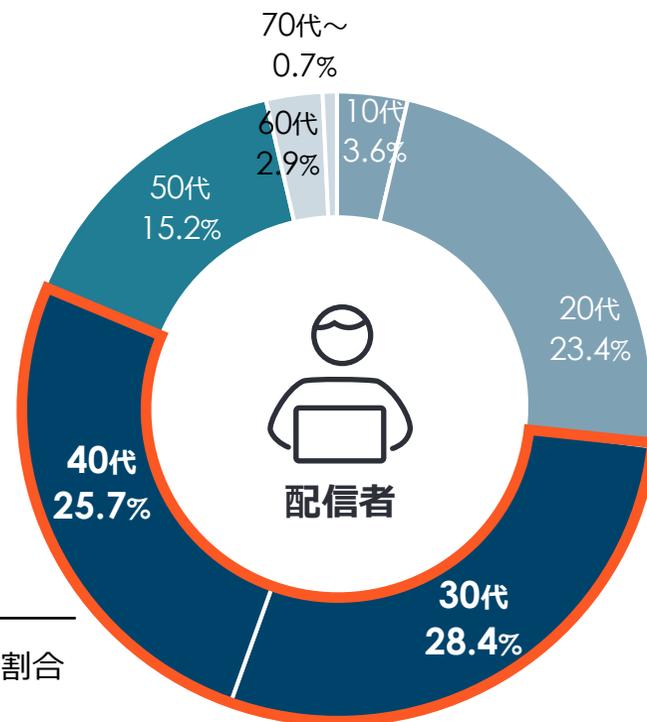
コメントが下部に
表示される

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：57.7%
(前四半期比▲0.7%)



30-40代比率：54.1%
(前四半期比▲0.5%)

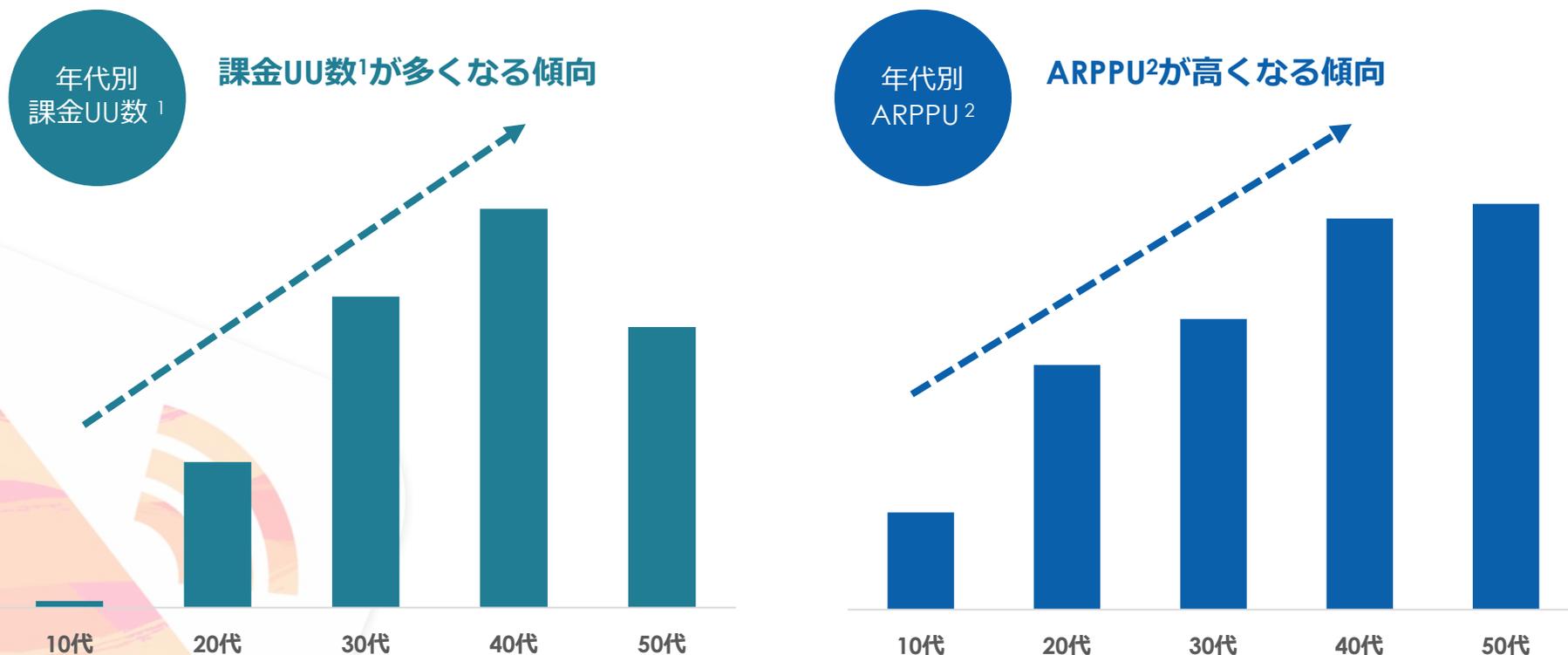
ふわっち年齢層別ユーザー割合
(3ヶ月データ)

出所：当社グループのユーザーデータ
注：2024年1月1日から2024年3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

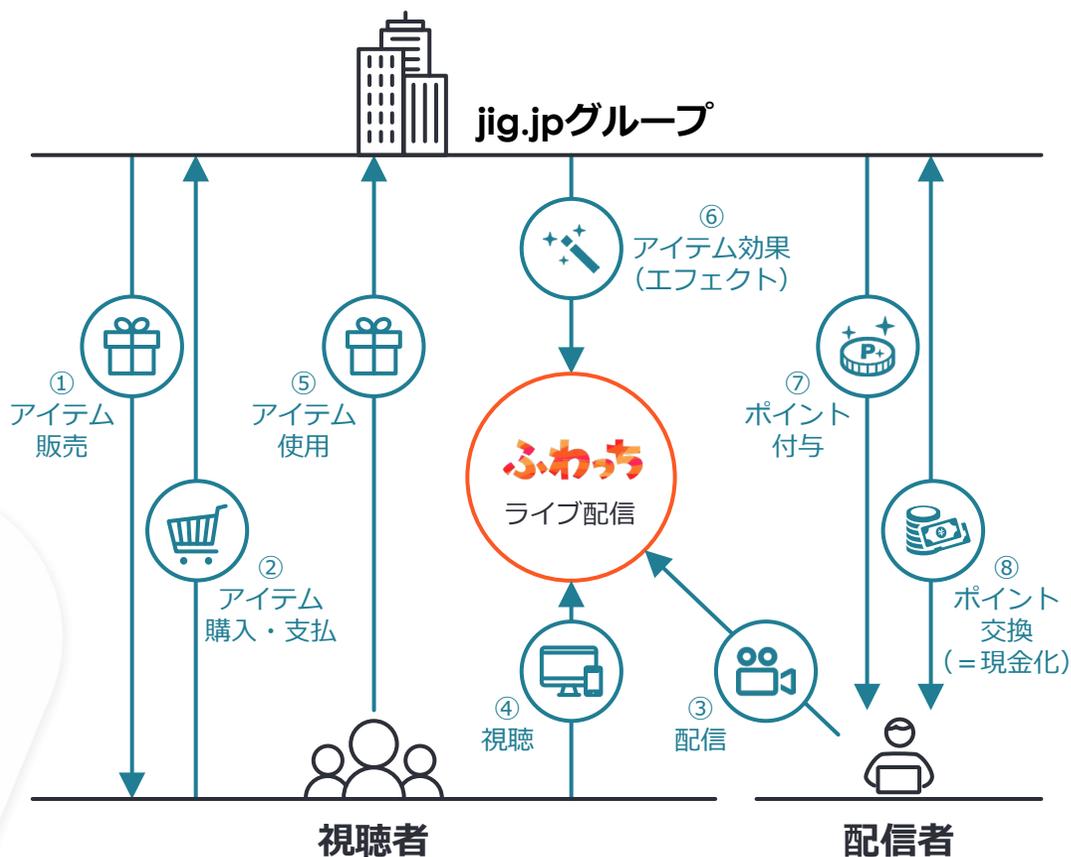


出所：当社グループのユーザーデータ

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4月1日から2024年3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。但し、各四半期平均をベースに集計

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5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

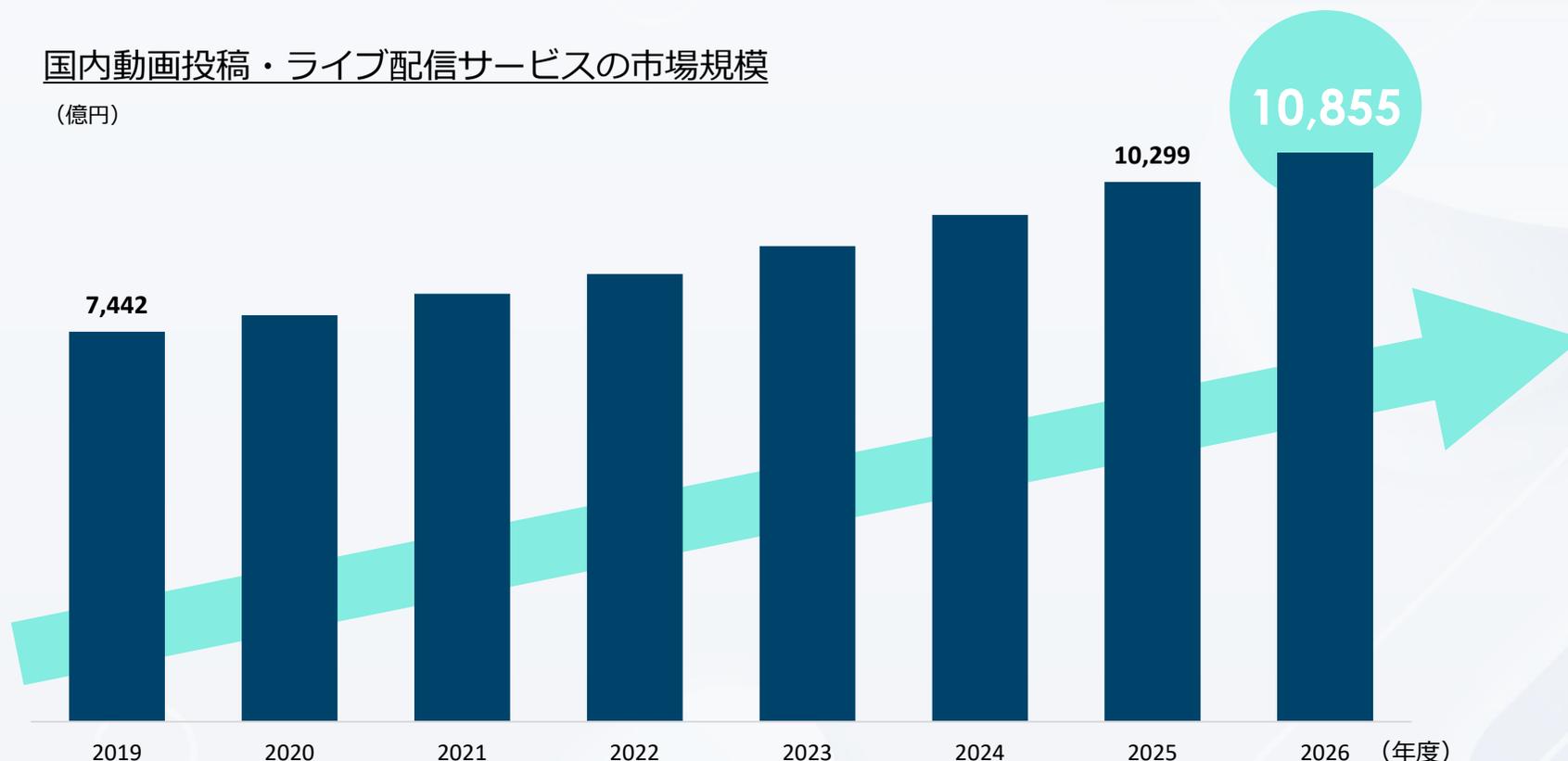
- 持続的成長を実現する“ライブ配信事業”

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
- 2025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月発行）。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

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

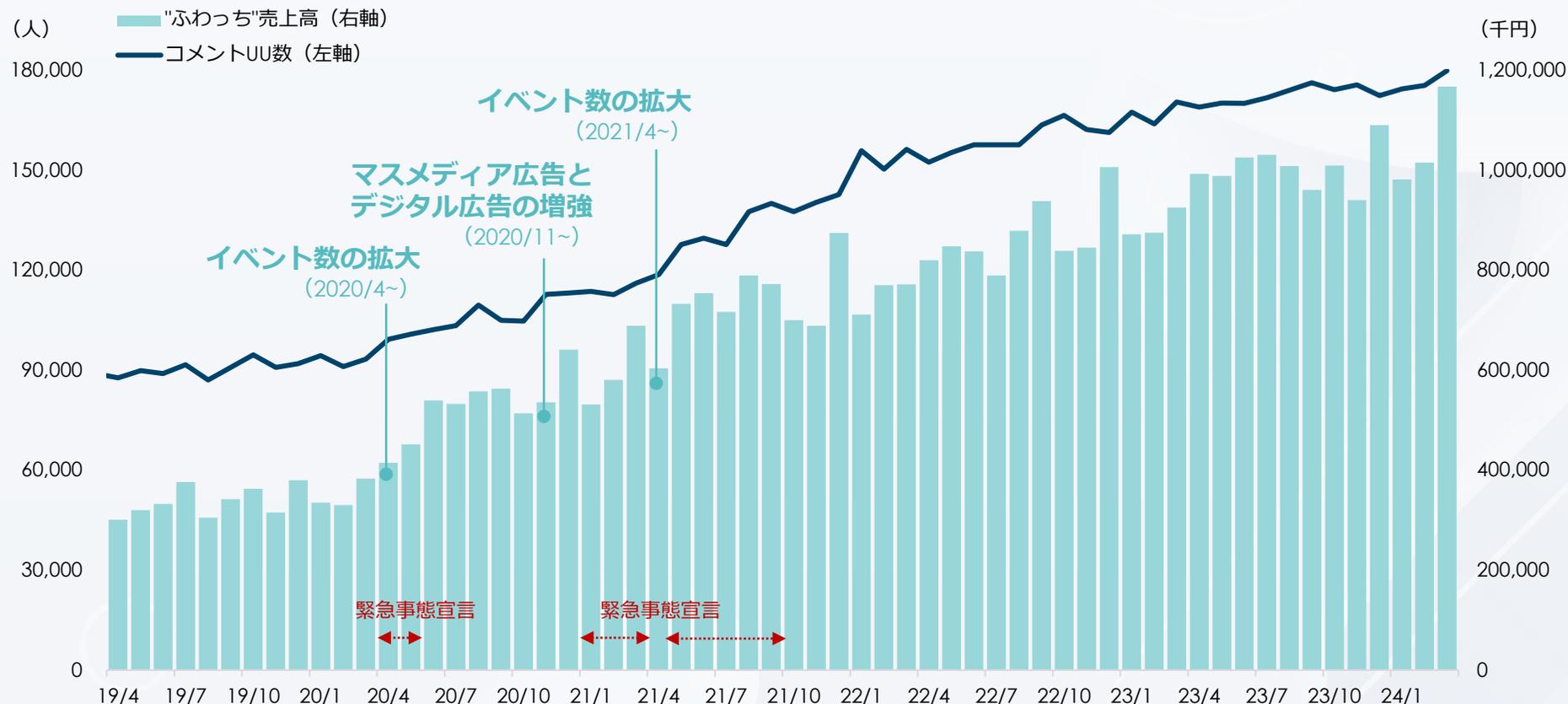
2022年度 動画共有・配信サービス等の利用率（全年代・年代別）

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）

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



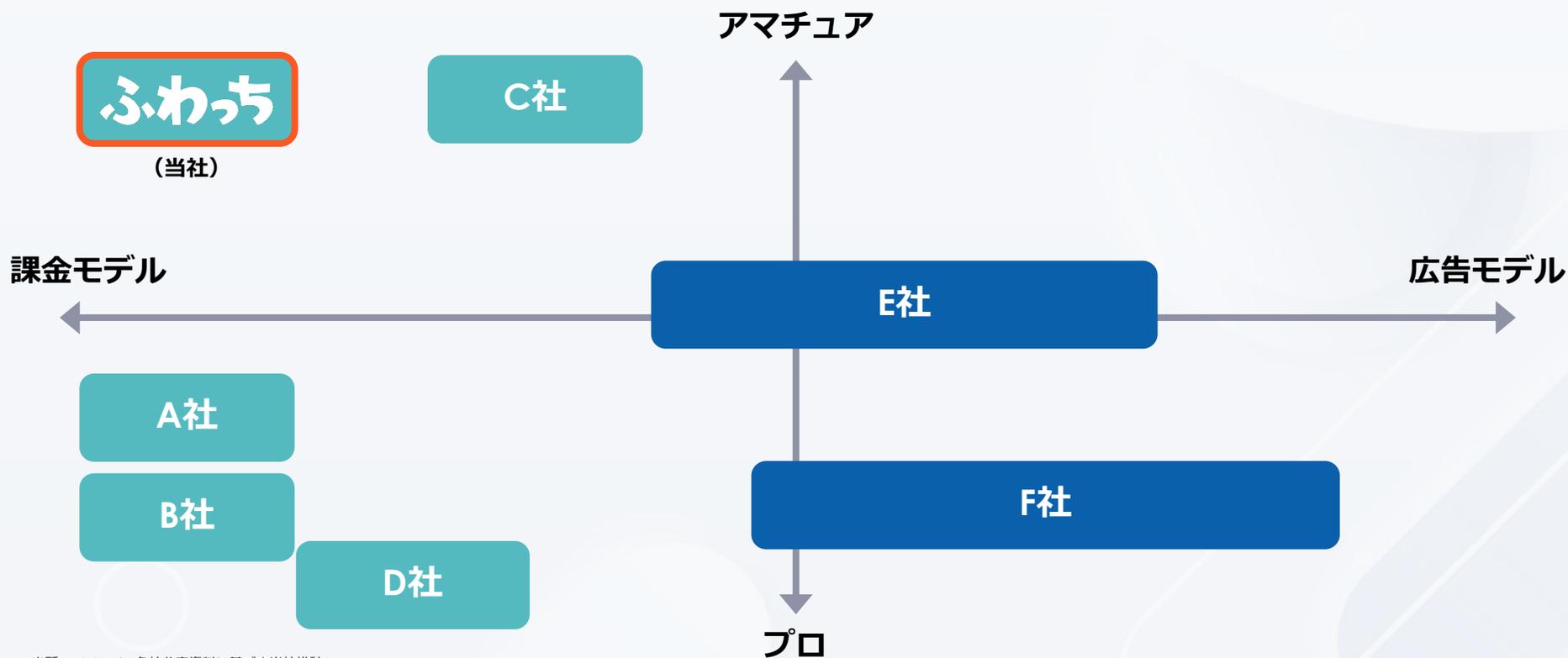
注1: UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、コメントUU数とはユーザーのエンゲージメントを表す指標の一つであり、月に1回以上コメントするUU数を指す

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）

	ふわっち	課金モデル				広告モデル + 課金モデル	
		A社	B社	C社	D社	E社	F社
成り立ち (配信あたりの 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 (相対比較)	普通	多い	多い	少ない	多い	普通	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し、相対比較

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

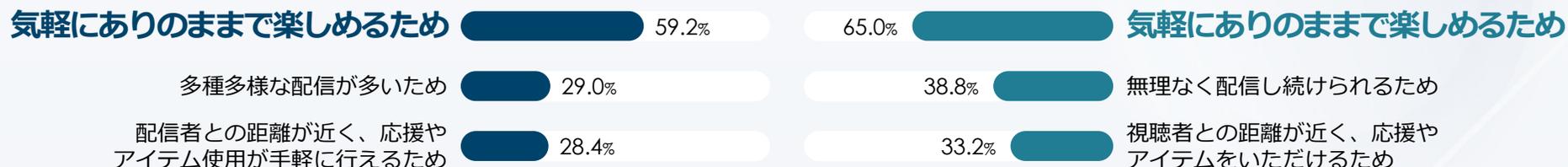
- ・「気軽にありのままで楽しめること」が動機で多くの視聴者・配信者が利用
- ・利用したくなるシーンは「気分転換をしたいとき」が最多



視聴者

“ふわっち”を利用する理由

配信者



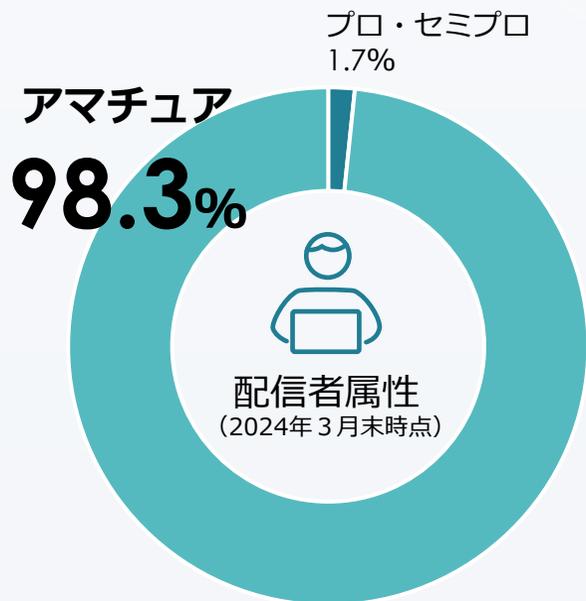
“ふわっち”を利用したくなるシーン



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



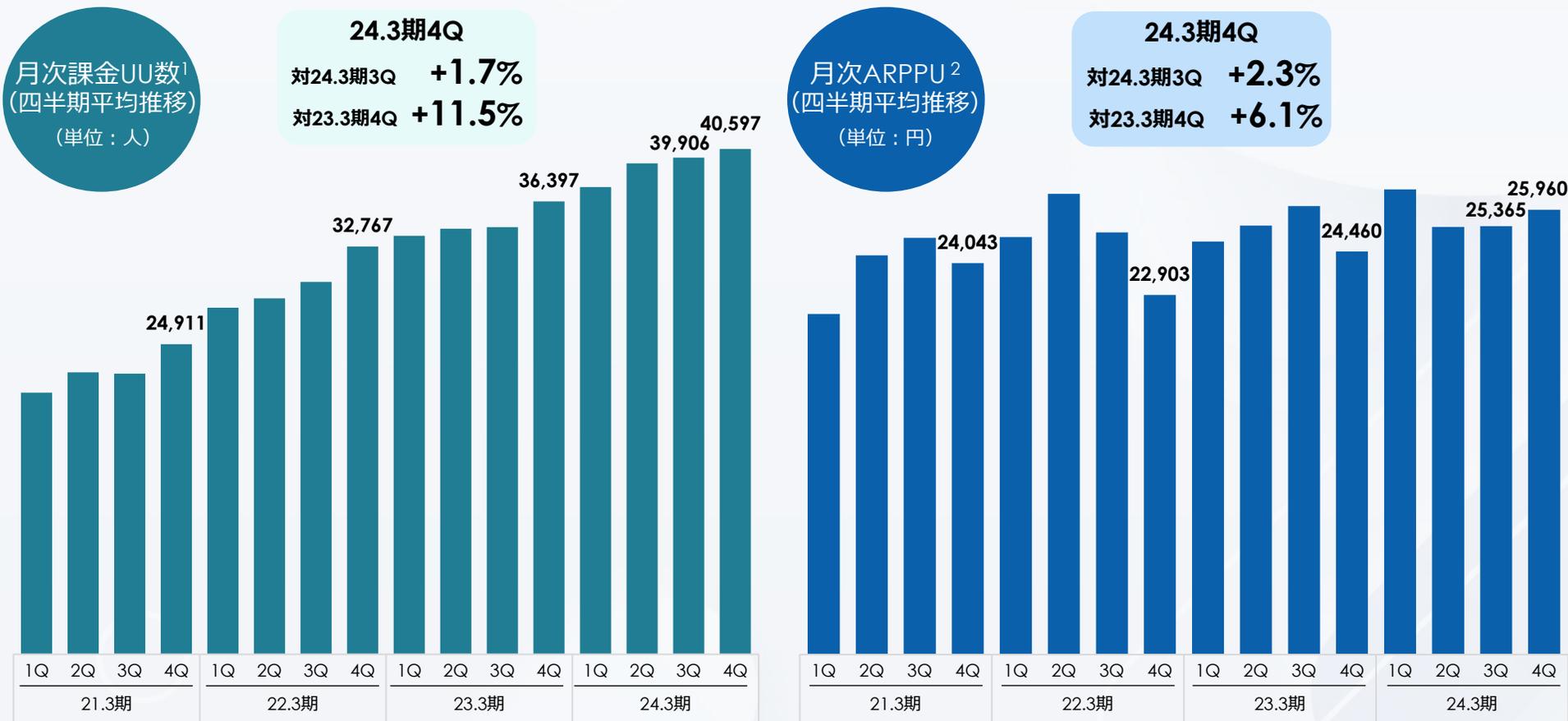
課金比率

- ✓ **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

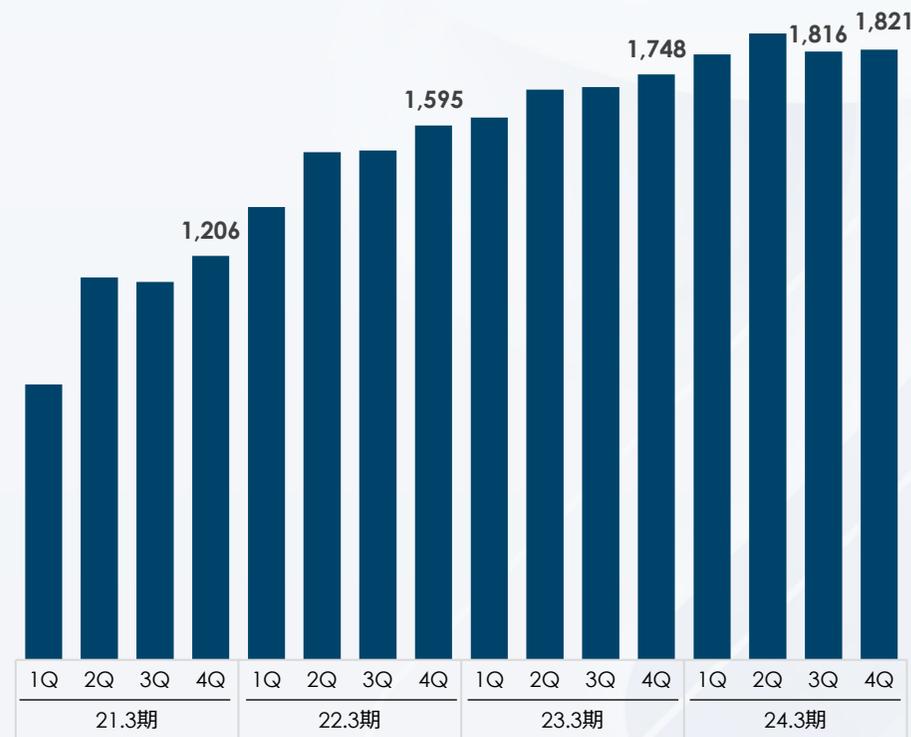
月次配信UU数¹の推移（四半期平均）

（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）

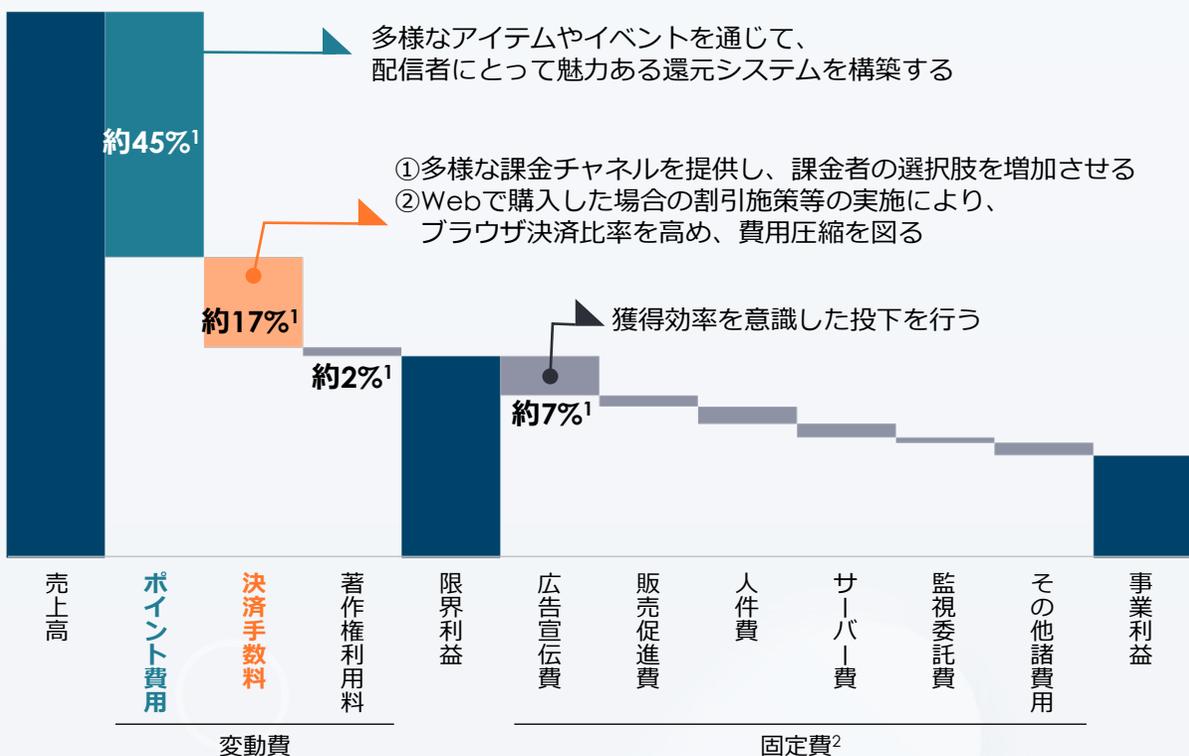


注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次配信ユニークユーザー数及び月次有力配信ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間におけるそれぞれの平均値

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（24.3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	状況に応じた獲得効率を意識した投資を行っていく方針
人件費	中長期的な売上高比率は横ばいを想定 25.3期は人員増加を見込む
その他項目	今後は24.3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。

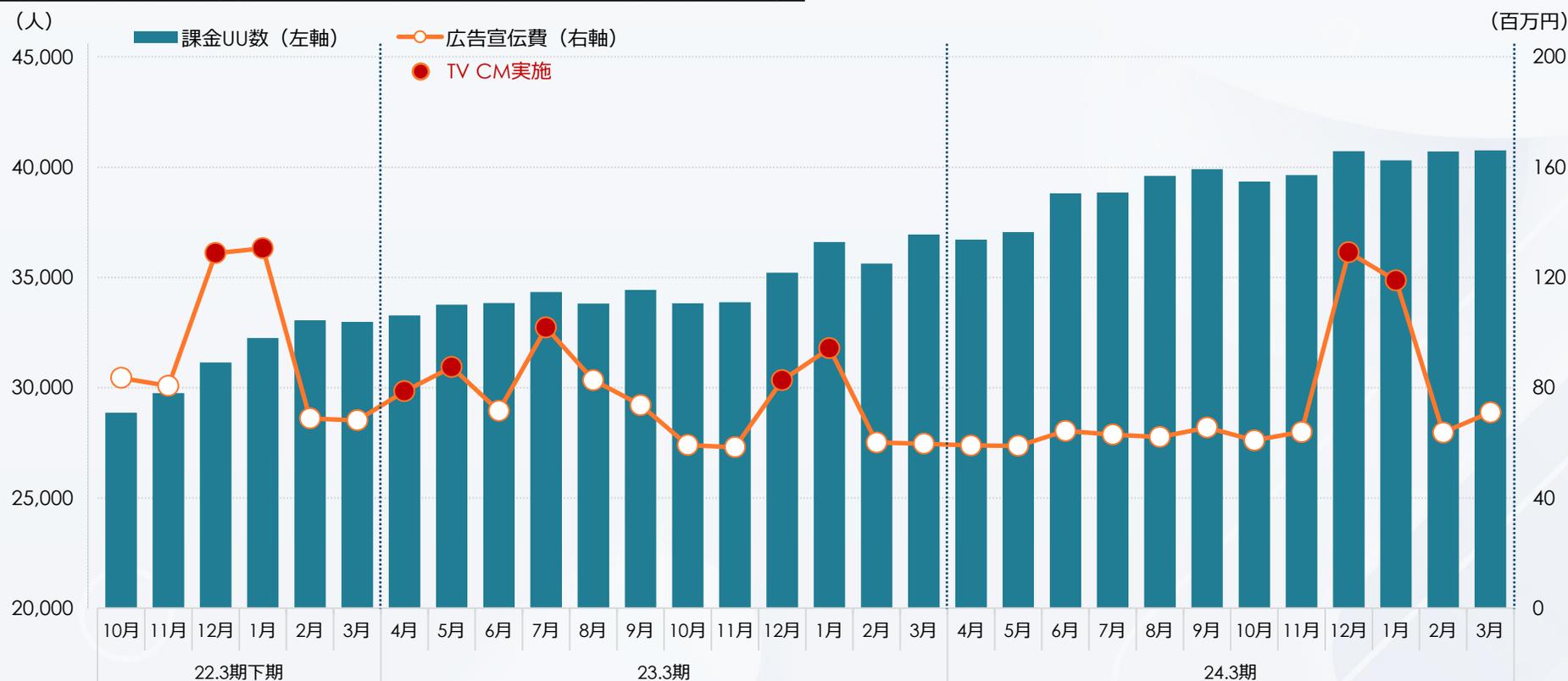
注1：2024年3月期通期実績をベースにしたライブ配信事業"ふわっち"の売上高に対する各費用項目の割合を示す（弊社概算ベース）

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、前期同程度の広告宣伝費を投下。今後も24.3期同様に効率性を意識した投資で課金UU数²の拡大を図る
- なお、25.3期におけるTV CM放映は24.3期同様とする方針

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、AR/VR事業、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
 - 2024年4月、VTuber関連サービス「SPOTLIGHTS」をリリース
- ✓ 【研究開発】AR/VR関連サービスの開発開始
 - 研究開発の段階ではあるが、Apple Vision Pro向けアプリの開発を開始

AIバーチャル配信機能の進捗

- 2023年12月から提供を開始した、画像生成AI技術を用いたAIバーチャル配信機能について、誰でも簡単にバーチャル配信ができる仕組みを提供することで、様々なユーザーがバーチャル配信を利用している状況
- 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、引き続き、機能改善と認知向上を図っていく方針

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



※常設機能として提供

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事業の進捗

- タレントプロデュースについて、当社事務所に所属するタレントのマネジメント及びサポートを通じてファン獲得と成長を支援しつつ、新規タレントの獲得に向けて準備を進めている状況
- 2024年4月より、VTuber関連サービスとして、SPOTLIGHTSをリリース。推し活・推し文化の市場において多面的にアプローチし、多くのVTuberのファン獲得と収益化に着実に寄与することで、ファンプラットフォームとしてサステイナブルな成長を目指す

タレントプロデュース

- ①所属タレントのマネジメント（現在5名）
→各タレントの個性を活かした活動を推進中

ProForma Production

- ②新規タレントの発掘、獲得に向けた施策を実施予定
③事務所としての認知向上に向けて取り組みを強化

プラットフォーム運営

VTuber関連サービス“SPOTLIGHTS”をリリース



個人VTuber、法人所属VTuberに関わらず、様々なVTuberがメディアの広告権等の簡単には手が届かない特典を、参加者全員で協力しながら獲得するというコンセプトの新サービス初回イベントでは全体目標100%を達成（雑誌掲載権を獲得）

研究開発の状況（VR／AR関連サービス）

- 将来的な市場拡大が見込まれるVR／AR分野において、早期の知見蓄積を目的として、Apple Vision Pro向けにアプリ“Mathquat”を開発し、米国App Storeで提供開始
- 今後も、スピーディなサービス開発力を活かして、先進的な技術領域におけるソフトウェアの研究開発を継続していく予定



試験的に開発に取り組んだアプリ“Mathquat”のイメージ
(右記イメージのように、目の前の空間に問題が表示され、スクワットを行う要領で選択肢をキャッチして回答する)

jig.jp

Appendix

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2024年5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。

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

主要なリスク及び対応策

リスク	概要	顕在化の可能性/影響度	対応策
技術革新への対応について	当社グループはインターネット関連技術に基づいて事業を展開しておりますが、インターネット関連分野は新技術の開発及びそれに基づく新サービスの導入が相次いで行われており、非常に変化の激しい業界となっております。また、ハード面においては、スマートフォンの普及が順調に進んでおり、新技術に対応した新しいサービスが相次いで展開されております。しかしながら、かかる知見やノウハウの獲得に困難が生じた場合、また、技術革新に対する当社グループの対応が遅れた場合には、当社グループの競争力が低下する可能性があります。さらに、新技術への対応のために追加的なシステム、人件費などの支出が拡大する可能性があります。このような場合には、当社グループの技術力低下、それに伴うサービスの質の低下、そして競争力の低下を招き、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	可能性：中 影響度：中	当社グループは、エンジニアの採用・育成や創造的な職場環境の整備、また、特にスマートフォンに関する技術・知見・ノウハウの取得に注力することで、技術革新が発生した場合にも、速やかに対応できる体制を整備しております。
競合	今後、高い資本力や知名度を有する企業等の参入による競争の激化とユーザーの流出やユーザー獲得コストの増加等により、当社グループの事業展開に影響を及ぼす可能性があります。そのような場合には、当社グループが今後競争優位性を発揮し、企業価値の維持向上が図れるか否かにつきましては不確定であり、競合他社や競合サービスの状況により当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	可能性：中 影響度：中	当社グループは、当社グループのライブ動画配信サービスのメインユーザー層である30代～40代のユーザーの離脱を防止する為、飽きさせない取組（新しいアイテムやイベント等の開発）に努めております。
サービスの健全性	当社グループが提供する一部のサービスは、不特定多数のユーザーが、各ユーザー間において独自にコミュニケーションを取ることを前提としております。しかしながら、急速にユーザー数が拡大しているサービスにおいては、ユーザーによるコンテンツ内の行為を完全に把握することは困難となり、ユーザーの不適切な行為に起因するトラブルが生じた場合に、利用規約の内容にかかわらず、当社グループが法的責任を問われる可能性があります。また、法的責任を問われない場合においても、レピュテーション・リスクを伴って当社グループの事業及び業績に影響を与える可能性があります。なお、事業規模の拡大に伴い、サービスの健全性の維持、向上のために必要な対策を継続して講じていく方針ですが、これに伴うシステム対応や体制強化の遅延等が生じた場合や、対応のための費用が想定以上に増加した場合には、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	可能性：中 影響度：中	当社グループは、モニタリングが必要なすべてのサービスにおいて、ユーザー等のモニタリングを常時行っており、規約に違反したユーザーに対しては、改善の要請や退会等の措置を講じるよう努めております。さらに、適切なサービス利用を促進させるためにサービスを利用する上でのマナーや注意事項等をより一層明確に表示し、モニタリング・システム等の強化やサイト・パトロール等のための体制の増強など、システム面、人員面双方において監視体制を強化し、健全性維持の取り組みを継続しております。また、当社グループは、健全なコミュニティを育成するため、利用規約において社会的問題へと発展する可能性のある不適切な利用の禁止を明示しております。
特定のプラットフォーム事業者の動向	現状において、当社グループの売上に関しスマートフォンアプリサービスの比率が高いことから、Apple Inc.及びGoogle Inc.の2プラットフォームへの収益依存が大きくなっております。しかしながら、これらプラットフォームの事業戦略の転換や動向によっては、手数料率の変動等何らかの要因により、当社グループの事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。また、プラットフォーム事業者の方針変更などにより、当社グループの提供するライブ動画配信アプリや当社グループのアカウントがプラットフォーム事業者により削除された場合には、当社グループの事業展開及び業績に影響を及ぼす可能性があります。	可能性：小 影響度：大	当社グループは、特定のプラットフォーム事業者の規約の動向を注視し、アプリ開発において「アプリ審査及びリリースにかかる基本方針」に基づいて適切な運用に努めております。また、ブラウザ課金の比率の向上に努め、収益基盤の分散に努めております。

注：その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

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。

次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2025年3月期の通期決算発表時期（5月）を予定しております。