



**2025年4月期  
第2四半期決算説明資料**

2024年12月11日

# 目次

---

1. 2025年4月期 第2四半期決算
2. 第3四半期業績見通し
3. 中期的な成長に向けた事業進捗
4. 財務データ
5. 事業概要
6. 中期的な成長に向けて
7. Appendix

# 2025年4月期 第2四半期決算

# 2025年4月期 第2四半期決算



単位: 百万円	2025年4月期	2025年4月期		2024年4月期	
	Q2 実績	Q2見通し		Q2 実績	前年同期比
売上高	9,906	10,070	- 10,570	6,540	(+51.5%)
(ビジネス領域別内訳)					
ライブストリーミング	1,222	1,200	- 1,200	1,254	(Δ2.5%)
コマース	6,652	7,200	- 7,500	3,800	(+75.0%)
イベント	242	300	- 400	1	(+34197.8%)
プロモーション	1,782	1,300	- 1,400	1,441	(+23.7%)
その他	8	70	- 70	44	(Δ81.9%)
営業利益	4,043	4,100	- 4,460	2,439	(+65.8%)
営業利益率	40.8%	40.7%	42.2%	37.3%	
当期純利益	2,802	2,870	- 3,122	1,702	(+64.7%)
当期純利益率	28.3%	28.5%	29.5%	26.0%	

## ライブストリーミング:

- ✓ メンバーシップ中心の収益構造で安定的な推移が継続しており、概ね計画通りの着地

## コマース:

- ✓ 人気ユニット関連の施策やファンの注目を大きく集める施策が多く、前年同期比で大きく増収し、四半期ベースで過去最大の売上高
- ✓ 第1四半期に発送スケジュールの遅延が生じたグッズは第2四半期で概ね発送されたが、第2四半期もグッズの買い合わせ等による影響で翌四半期以降への繰り延べが発生し、未発送残高は前四半期から増加
- ✓ 計画では未発送残高の解消を見込んでいたことから、上記を一因として第2四半期の予想対比では下振れ

## イベント:

- ✓ 期初より予定をしていた2件のイベントを実施
- ✓ 現地チケットについては想定通り完売となったが、オンラインチケットが見込みを下回る販売となり、予想を下回る着地

## プロモーション:

- ✓ 案件実施数が大きく伸長しており、第1四半期対比ではスタジオ新設に伴い売上は落ち込むと想定をしていたが、10月の追加IPコラボ案件の実施などが一因となり予想を上回る着地

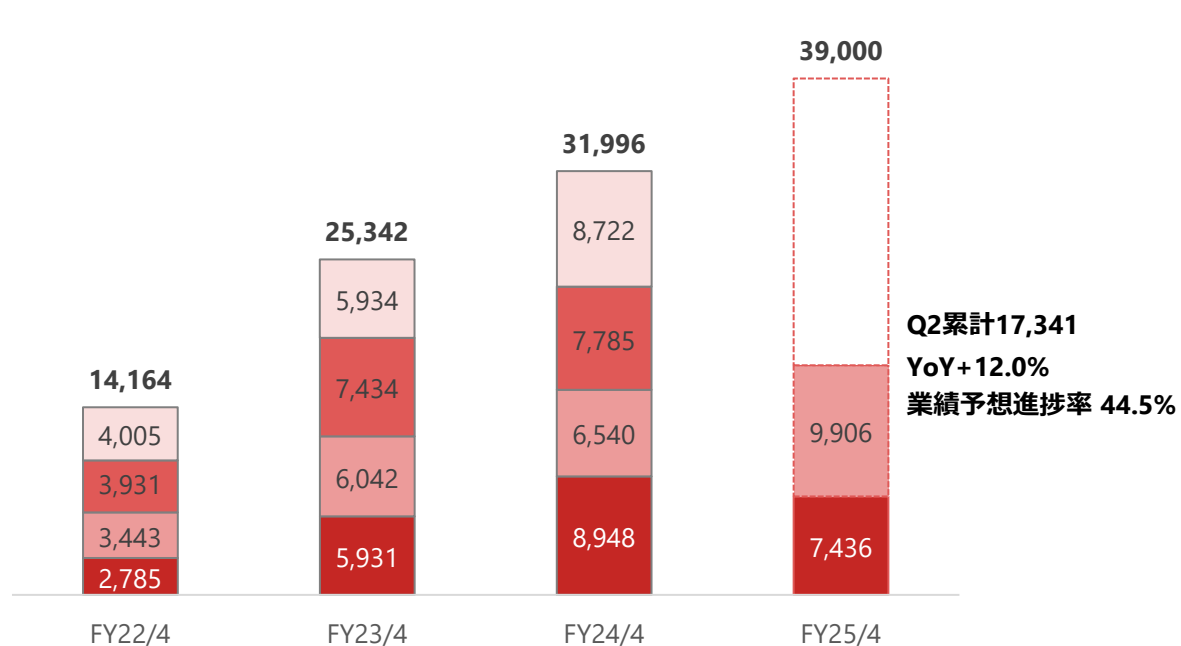
# 業績サマリー



グッズ発送遅延や第1四半期業績におけるイベント中止などの影響から上期業績は計画を下回る結果となったものの、グッズの未発送残高の解消や、グッズ販売およびイベントにおける追加施策などにより通期業績の見通しは変更なし

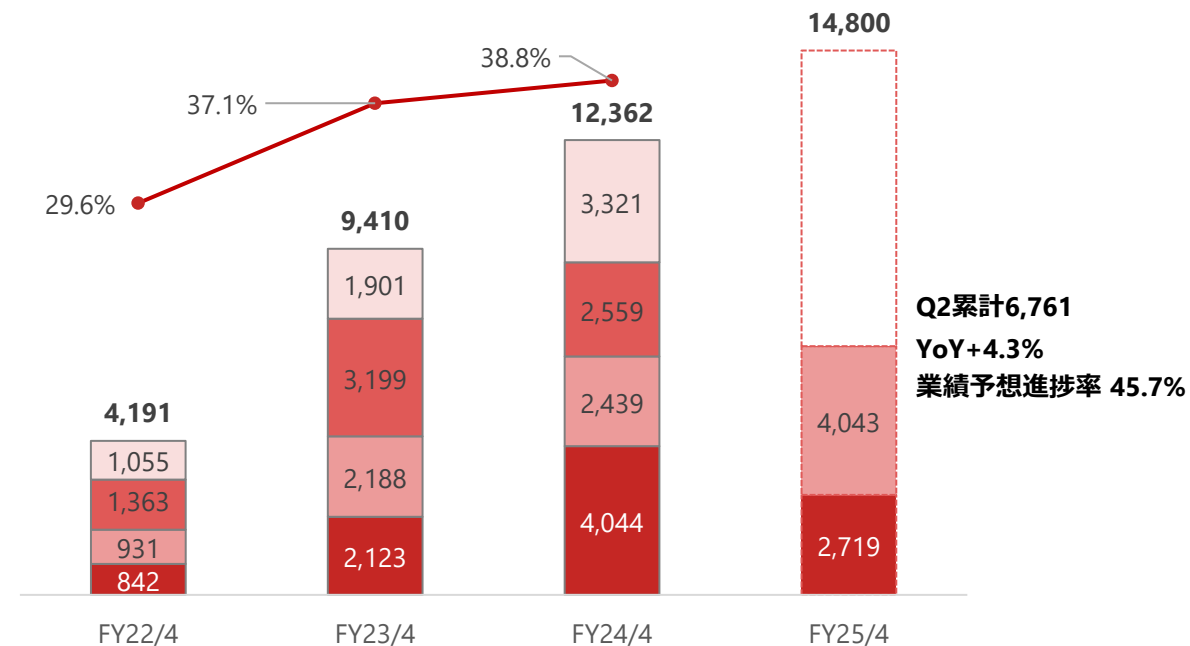
## 売上高

百万円



## 営業利益／営業利益率

百万円

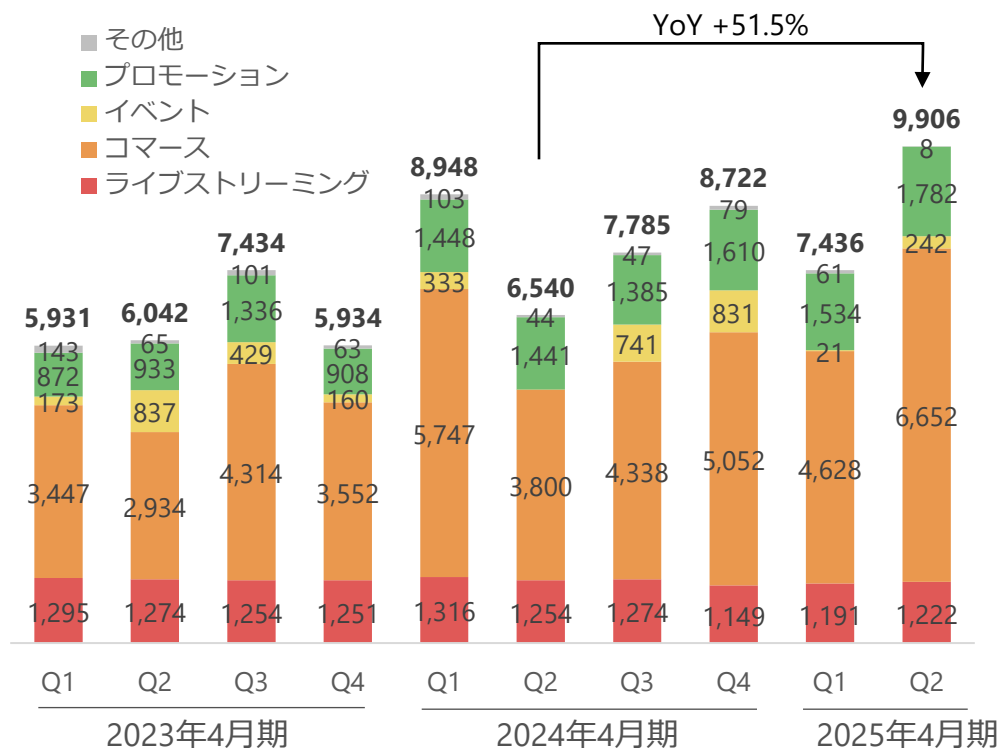


# 売上高および営業利益推移（四半期）



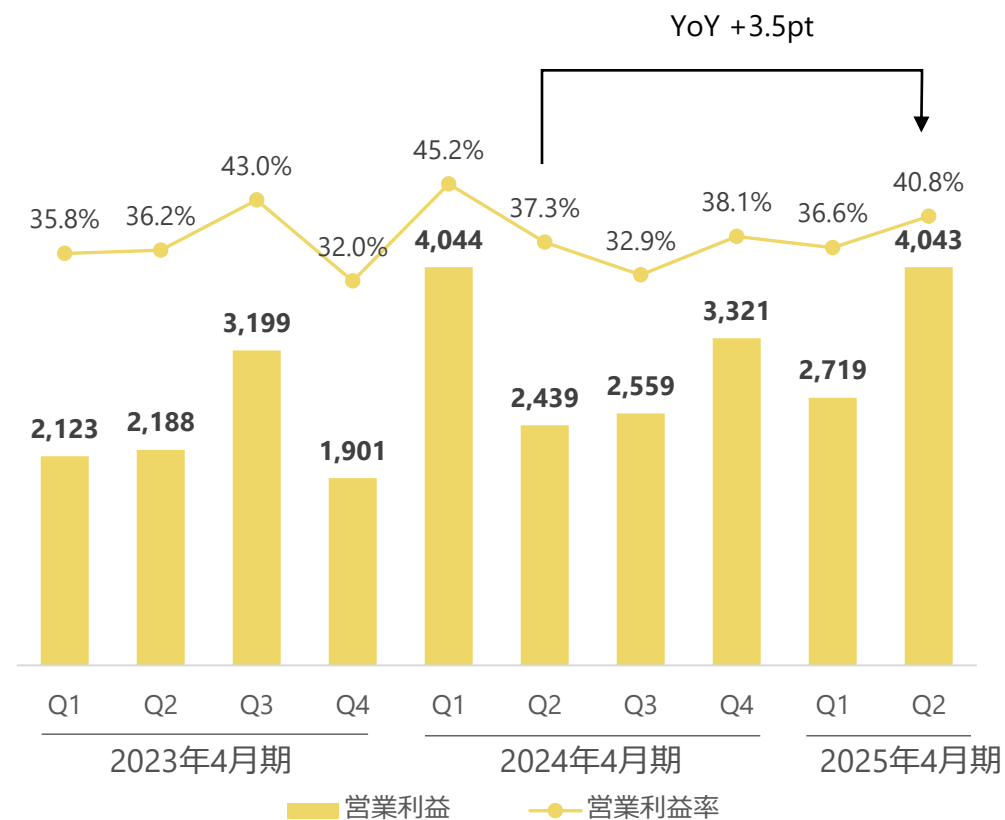
## ビジネス領域別

百万円



## 営業利益

百万円



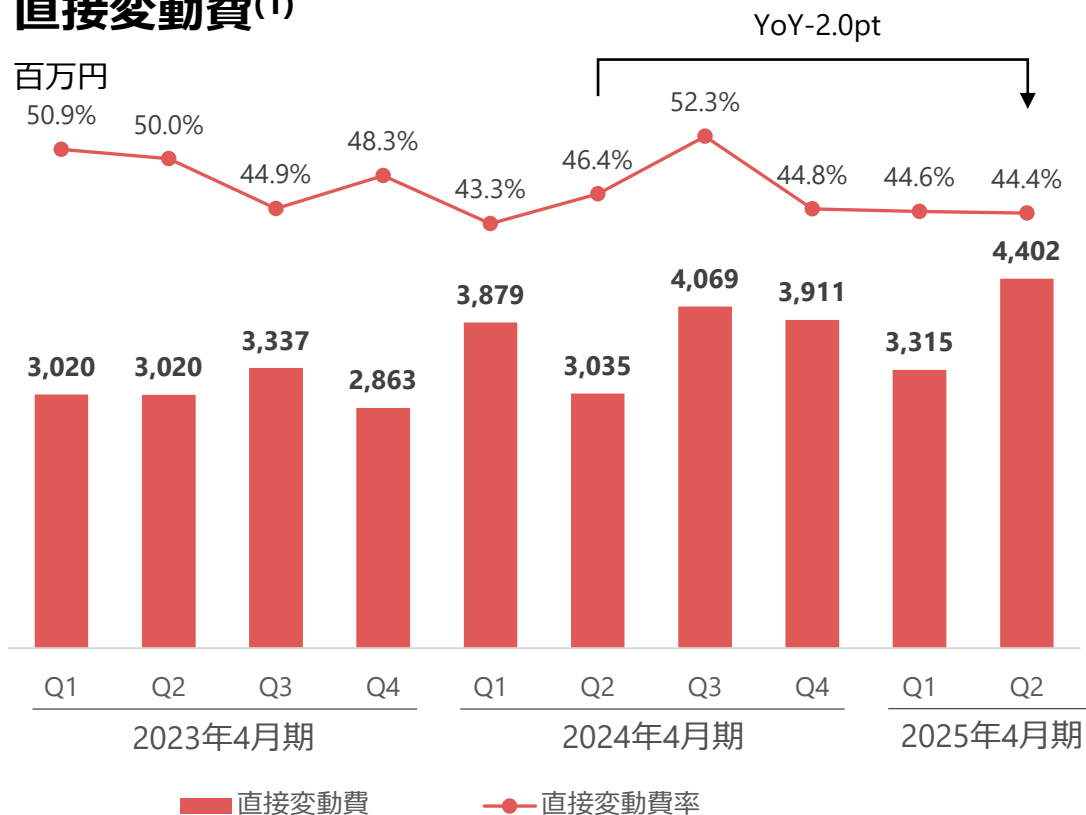
# コスト内訳推移（四半期）



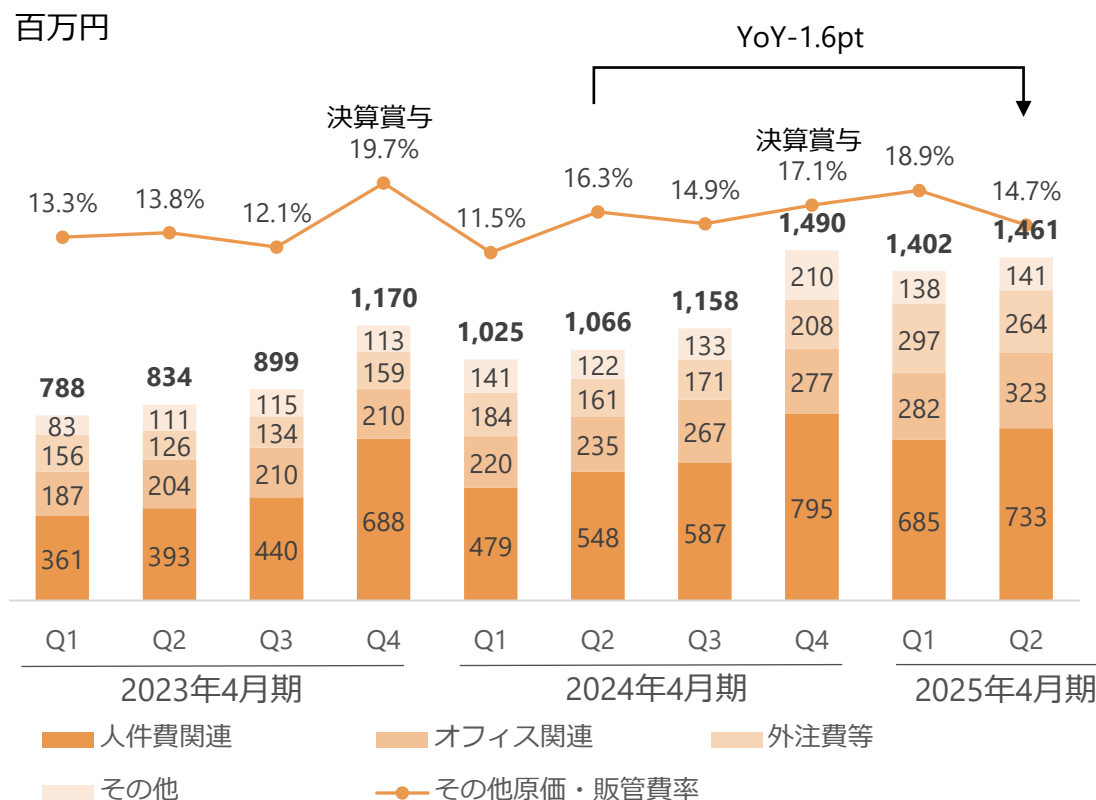
第2四半期の直接変動比率は、第1四半期のイベント中止損失の計上などがあったものの、前四半期並の水準で着地

人員採用により人件費は増加傾向にあるが、売上高の増加によりその他原価・販管費の対売上高比率は前四半期および前年同期対比で改善

## 直接変動費(1)



## その他原価・販管費(2)



注:

- VTuberへの支払報酬、各種プラットフォームへの手数料、グッズやイベントに係る製造原価を含む
- 人件費、地代家賃、外注費、その他の費用等

CONFIDENTIAL

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

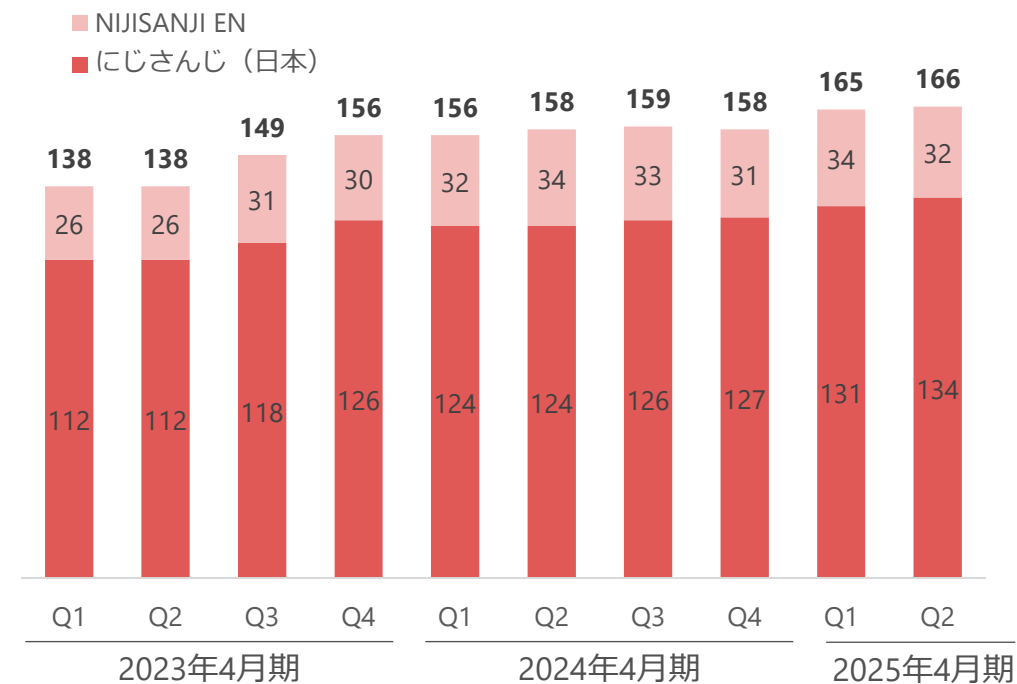
# VTuber数およびANYCOLOR IDの推移



第2四半期には、にじさんじから5名の新規デビューと2名の卒業、NIJISANJI ENから2名の卒業

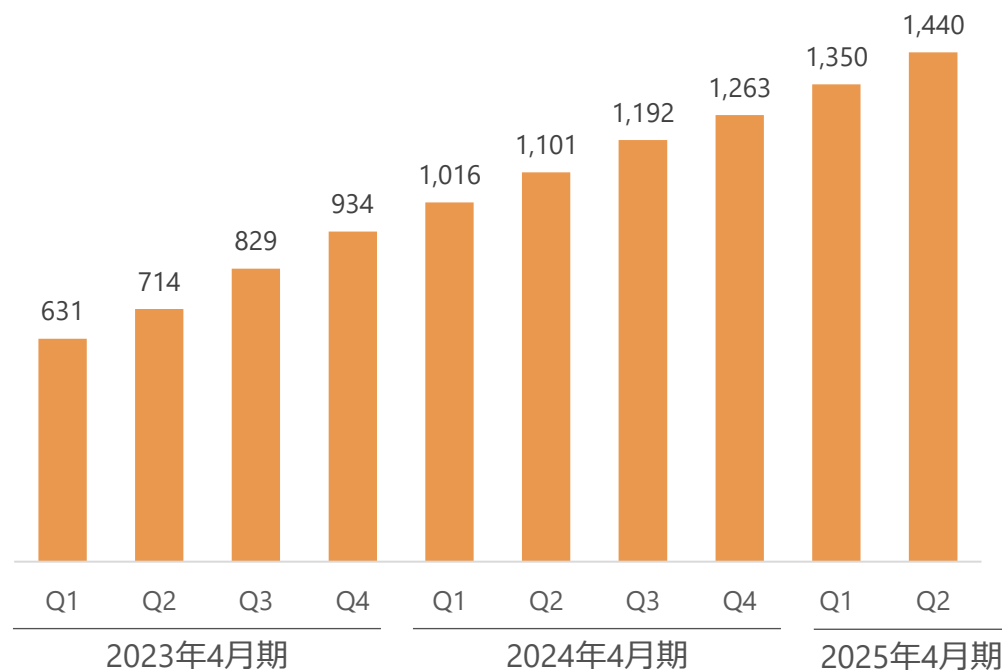
## VTuber数<sup>(1)</sup>

人



## ANYCOLOR ID数<sup>(2)</sup>

千アカウント



注:

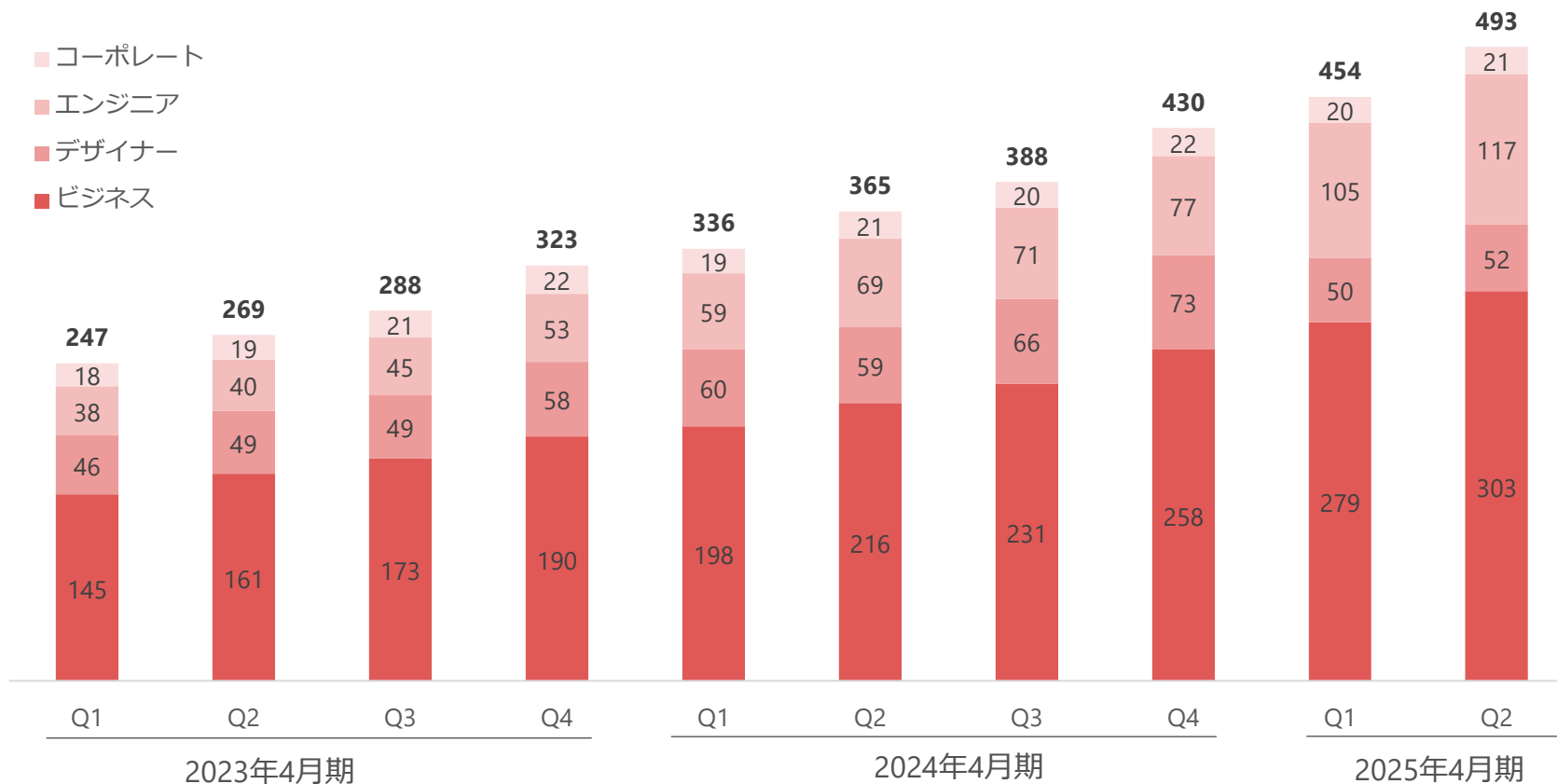
1. 期間比較の観点から、「にじさんじ」で活動するVTuberのうち2022年4月15日に統合したインドネシアにおけるVTuberグループ「NIJISANJI ID」と韓国におけるVTuberグループ「NIJISANJI KR」のメンバーを除いて掲載
2. ANYCOLOR IDは「にじさんじオフィシャルストア」でのコンテンツ購入や「にじさんじFAN CLUB」への加入、イベントチケットの購入等の際に利用するID



# 従業員数の推移



将来のビジネス機会拡大に向けた重要な事業投資として、規律のある採用計画に基づき採用活動を継続  
 新スタジオ設立に伴い、スタジオエンジニアなどスタジオでの稼働人員を多く採用



## 経営管理

- スタジオコンテンツ制作
- 配信用アプリの開発
- 3Dモデリング
- イラスト制作
- 2Dモデリング

- VTuberマネジメント
- 新規VTuber企画
- コンテンツ企画
- イベント企画
- YouTube番組企画
- メディアミックス企画
- 法人営業

注：  
 1. 正社員及び契約社員の合計

CONFIDENTIAL

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

# 第2四半期における主要施策

ANY  
COLOR

## コマース



「ROF-MAO トランプモチーフグッズ」



「3SKM Half Anniversary」



「VOLTACTION Angel×Devil」



「にじさんじ わんにゃんdays」

## プロモーション



DMM TV× にじさんじ



三井住友カード × にじさんじ

## イベント



VALZ LIVE TOUR 2024  
『三華の樂』



Nornis LIVE TOUR  
2024 -Tensegrity-

# 第3四半期業績見通し

# 2025年4月期 第3四半期業績見通し



現時点での実施予定施策等を踏まえて、第3四半期は以下の通りの業績見通しと主要施策を想定

## 第3四半期 業績見通し

百万円	2025年4月期		2024年4月期	前年同期比	
	Q3見通し		Q3実績		
売上高	9,400	- 9,950	7,785	+20.7%	- +27.8%
(ビジネス領域別内訳)					
ライブストリーミング	1,200	- 1,200	1,274		
コマース	5,500	- 5,800	4,338		
イベント	1,200	- 1,300	741		
プロモーション	1,500	- 1,600	1,385		
その他	0	- 50	47		
営業利益	3,450	- 3,750	2,559	+34.8%	- +46.6%
当期純利益	2,415	- 2,625	1,771	+36.4%	- +48.2%

## 主要施策（現時点で公表済み施策例）

### コマース

周年グッズ、楽曲コンテンツ、季節コンテンツなどを中心に発売予定



「NIJISANJI Clutch Mode Type : Kanae & Lauren」



AGF2024

### プロモーション

新規・リピート含め、様々な企業案件を実施



茨城県×にじさんじ



ポケコロツイン ×にじさんじ

### イベント

大規模・中規模イベント複数を開催予定



にじさんじ歌謡祭2024

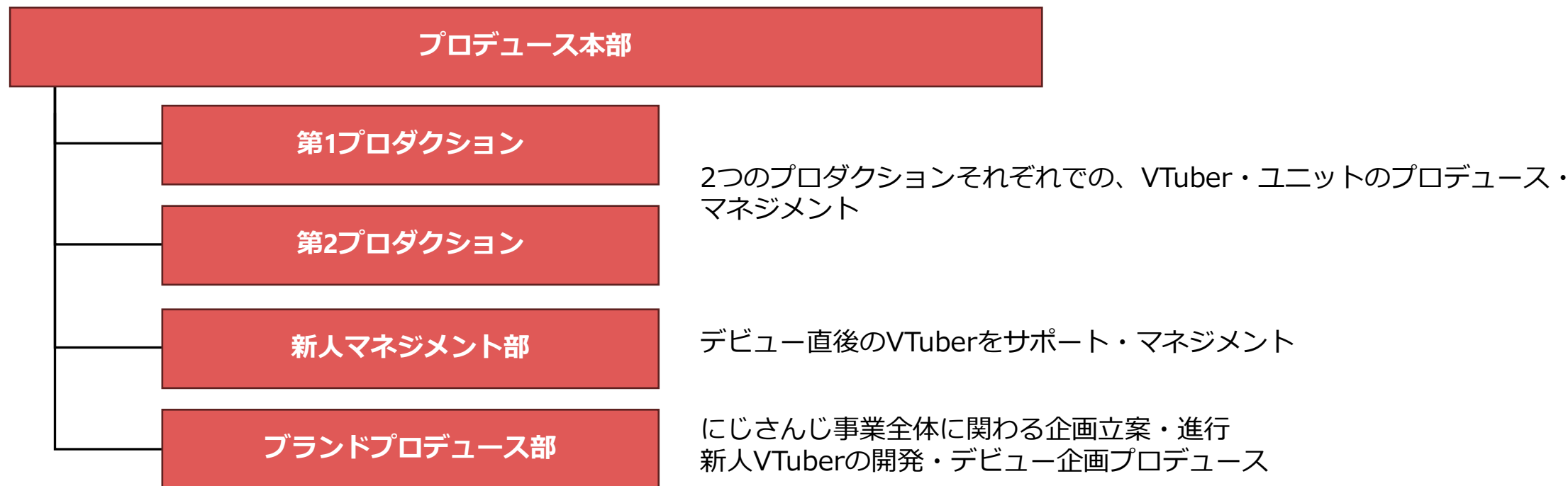
上記以外にも、ユニットライブ、ソロライブを複数開催予定

# 中期的な成長に向けた事業進捗

# VTuber・ユニットのプロデュース体制



プロデューサーとユニットプロジェクトのマネージャーが同一プロダクションに所属することで迅速な意思決定ができる効率的な体制を構築  
個々のVTuber活動とユニット活動の連携を強化し、各VTuberのファンとユニットのファンを相互送客をすることでそれぞれのファンを拡大  
新人VTuberの育成は、新人VTuberのプロデュースマネージャーが担当、デビュー時に万全のサポートができる体制を構築



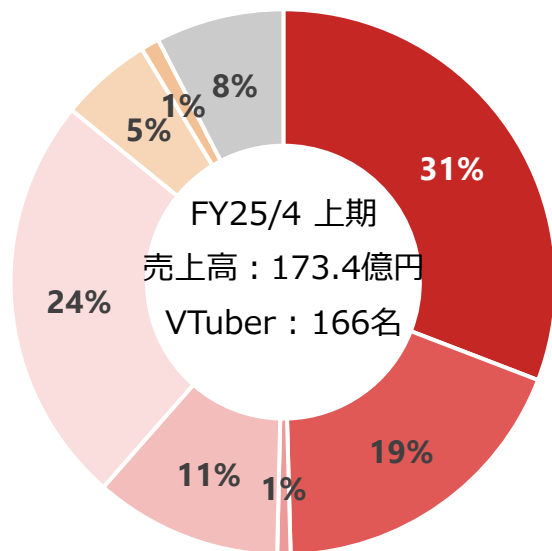
# デビュー年度別の収益貢献度とVTuberあたり収益



VTAなどのデビュー戦略やユニット展開などにより、近年にデビューしたVTuberも売上に寄与するなど、デビューから収益貢献までの時間軸は早期化傾向

## デビュー年度別の収益貢献度(1)

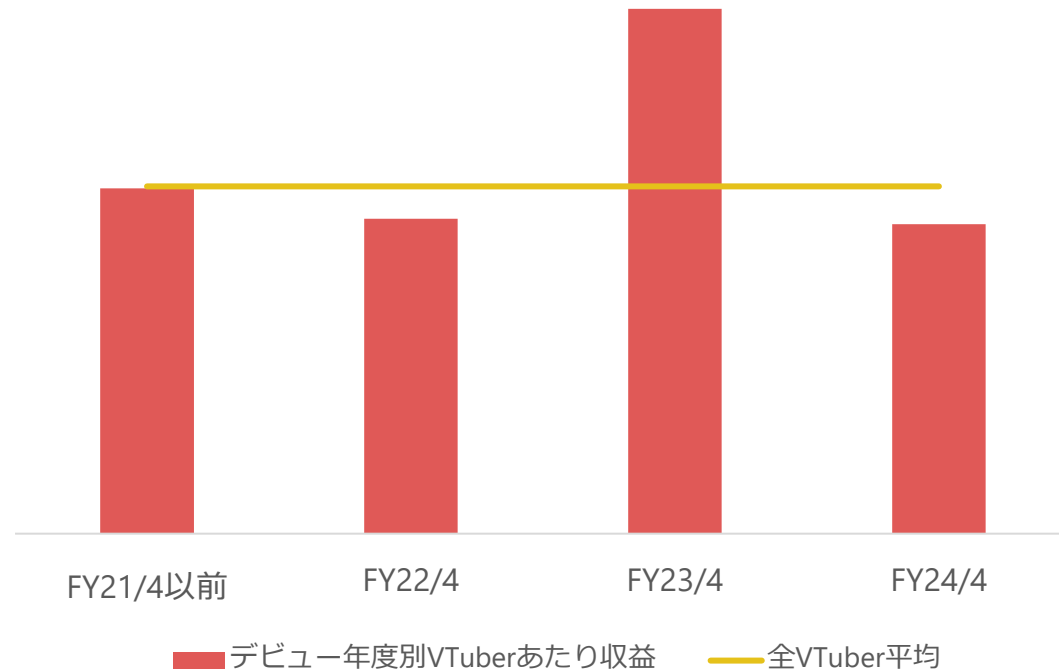
FY25/4 上期収益



■ FY19/4以前デビュー (55 VTubers)	■ FY20/4デビュー (31 VTubers)	■ FY21/4デビュー (5 VTubers)	■ FY22/4デビュー (22 VTubers)
■ FY23/4デビュー (29 VTubers)	■ FY24/4デビュー (11 VTubers)	■ FY25/4デビュー (13 VTubers)	■ 按分対象外

## デビュー年度別のVTuberあたり収益

FY25/4 上期収益



注：

1. 2025年4月期上期収益のうち、YouTube、オフィシャルストア、Booth、Shopify、その他卸販売、営業運用部管轄のプロモーション案件を対象として、各VTuberに収益を按分。按分対象外には、前記の収益のうち個別VTuberに按分できないもの、イベント収益、インドネシア、韓国で活動するVTuberからの収益などが含まれる

# ユニットプロデュースと直近の活動例

ANY  
COLOR

## 新規デビュー

ユニット毎にコンセプトを策定し、数名単位でデビュー

ファン層を拡大するためターゲットを明確化し、VTuberという枠組みに捉われない新しいコンセプトを意識

## ユニットとしての活動

音楽・番組の配信や、ライブイベントの実施などをユニット単位で活動し、VTuberそれぞれのファン・ユニットのファン・潜在的なファンへ魅力的なコンテンツの提供

## グッズコンテンツの販売

企画毎に様々なコンセプトでグッズを制作  
既存のVTuberやユニットのファンはもちろん、新規の潜在的なファンにもより魅力的と感じていただけるグッズの販売を実施

## 直近のユニットプロデュース活動例



### Speciale

2024年8月ににじさんじから女性3名と男性2名のユニットがデビュー  
同じカフェレストランで働く5名のVTuberユニット



### ROF-MAO「Bring it on」MV

投稿2カ月で1000万回再生突破



### VALZ LIVE TOUR 2024

#### 『三華の樂』

ライブツアー3公演の実施  
現地チケットはすべて完売



### 「ChroNoiR ニューレトロスタイル」

既存のユニットイメージから離れた斬新なテーマでの企画

告知画像・動画や描き下ろしビジュアルのLive2D化、番組コンテンツでの告知など統一感のある宣伝を実施し、既存ファン・新規ファン双方へのアプローチができた企画



# 直近オーディション/新規デビューの報告



【通常カリキュラム】VTAオーディションに加え、長期的なファン層の拡大を目指した多様なオーディションを開催

2023年11月、2024年2月、5月、8月と定期的にオーディションを開催し、応募者数は毎度1万名前後で推移しており、多様なオーディションを実施していることで新規の応募者も獲得ができていく状況

## 直近のオーディション開催状況



### 男性アイドルオーディション

- 歌唱力が高く、アイドル性を持った男性VTuber輩出を目的としたオーディション
- 特別な選考を実施



### 女性ゲーマーオーディション

- ゲームプレイの技術が高く、より高度なゲーム配信や活動ができる女性VTuber輩出を目的としたオーディション
- 特別な選考を実施



### 【U-21向けカリキュラム】

- オーディション合格後はVTAにて、「ボーカルコース」「プロゲーマーコース」「芸人/マルチタレントコース」と3つのカリキュラムを用意し、多様かつ長期的に活動ができるVTuber輩出を目的としたオーディション

## オーディション開催～新規デビューまでの事例



2023年11月マスコットライダーオーディションを開催

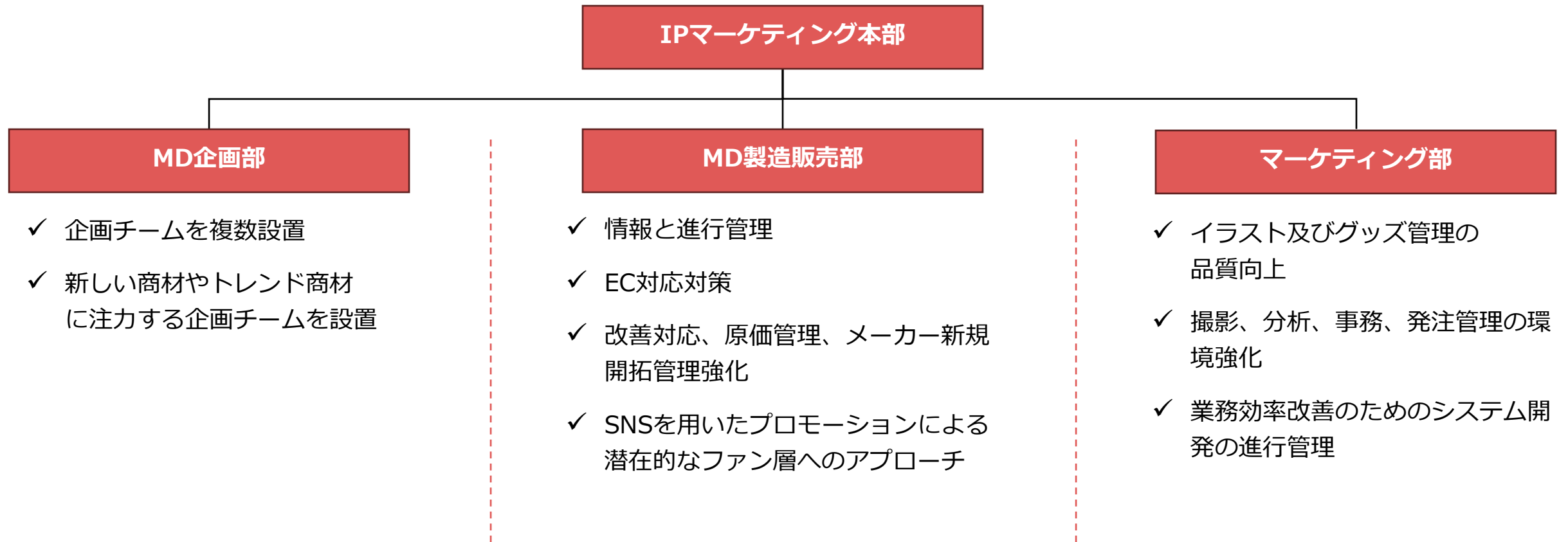
VTAでの  
育成



2024年6月女性4名のVTuberに加えて、マスコットライダーオーディションを経て1匹のVTuberがデビュー

# グッズ販売の体制

顧客のニーズに応える魅力的なグッズ企画制作体制を構築し、グッズのポテンシャルを最大化することにより VTuberの活躍機会の最大化を目指す



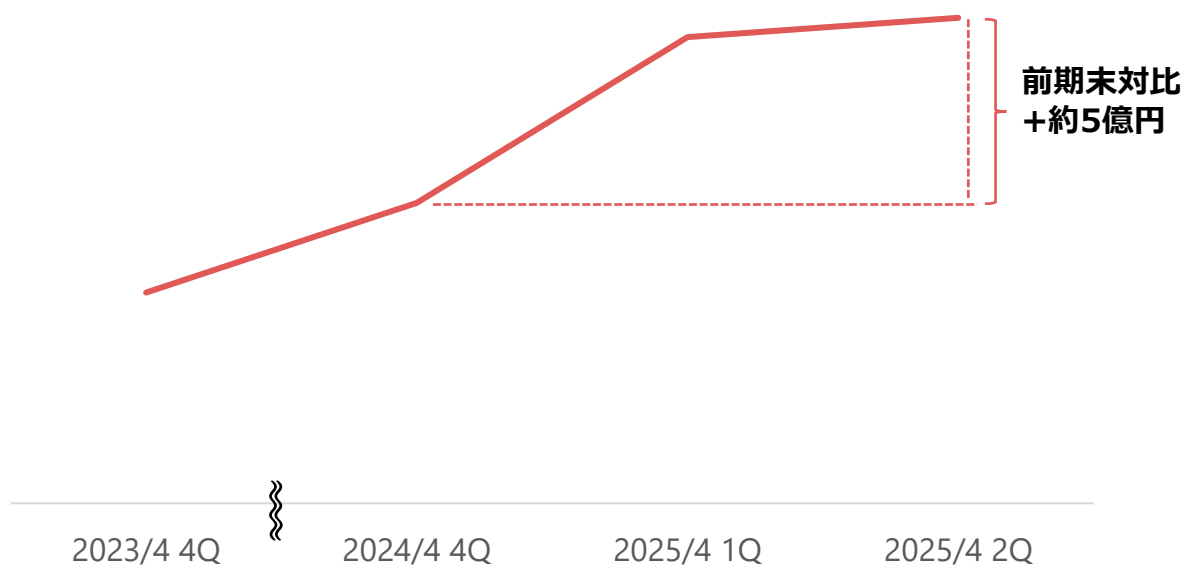
# グッズ販売における発送遅延



ECでのグッズ販売等について、外部企業との連携・管理不足、製造会社からの納品スケジュールの遅延、販売開始時期の異なる商品の同時購入などにより、直近ではユーザーから購入いただいた商品のうち未発送の残高が増加傾向

上記は今期より顕著であり、第1四半期に発送スケジュールの遅延が生じたグッズは第2四半期で概ね発送されたが、第2四半期もグッズの買い合わせ等による影響で翌四半期以降への繰り延べが発生し、未発送残高は前四半期から増加

## 未発送残高の推移



## 未発送残高の解消に向けた対応策

出荷計画表の作成と新規施策の出荷開始日と完了日の事前確認による進捗確認の実施

- ✓ 既存商品は毎月月末に翌月の出荷計画表を作成し、日次で出荷状況を管理
- ✓ 新規施策は納品日が確定した段階で出荷開始日と完了日の管理

# グッズ販売における直近の取組事例



従前からの定番商材であるアクリルスタンドは引き続き新商品を企画することに加えて、流行となっているぬいぐるみ商品やそれ以外の今までにない商品、テーマに合わせたグッズを企画し商品プロモーションにも注力



定番商材のアクリルスタンド



トレンドのぬいぐるみ系商材



限定盤のメディア商材にこれまでとは異なる特典グッズ



動画や画像を用いたSNSプロモーション



話題性を持ったアパレルグッズ



これまでとは異なるコンセプトグッズの販売



販売中のグッズイラストを動画エンドロールに使用



販売中のアパレルグッズをライブ配信にて実装

**ターゲット層を定め、既存の人気商品や今までにない商品の企画及び製造販売**

**ターゲット層に合わせた多様な形でのプロモーションを実施**

# 新スタジオ開設に伴う効果と今後への影響

ANY  
COLOR

## 配信スタジオ拡大の目的

- 1 IPの拡充：新スタジオは面積規模をこれまでの**3倍の規模に拡張**し、VTuberの人数増加や、多様なコンテンツ制作ニーズに対応
- 2 コンテンツ強化：新スタジオでは、様々な用途で活用可能な2D/3Dスタジオ、レコーディングスタジオ、個人配信ブースといった各種のスタジオ機能をこれまで以上の規模・クオリティに拡充し、配信コンテンツ、音楽、イベントなどの領域で魅力的なコンテンツの提供を実現

## 配信スタジオ拡大の効果

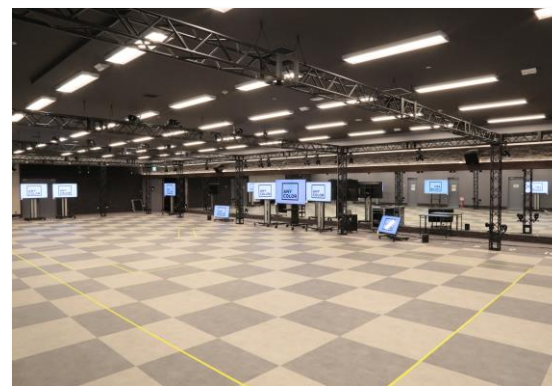
- ✓ VTuberのスタジオ利用機会が拡大したことでコンテンツ提供量が増加
- ✓ 自社スタジオを利用する機会が増えることでVTuberのプライバシー保護に繋がった
- ✓ 各スタジオ間にIP伝送システムを導入したことで、これまで以上の複数名でコンテンツの配信が可能に



新スタジオ設立記念として、総勢50名のVTuberによる大型特番を実施

## 配信スタジオ拡大の今後への影響

- ✓ モーションキャプチャスタジオを複数実装、各スタジオ間にIP伝送システムを導入、高水準なバイノーラル機材やレコーディング&コントロール機材を導入など、配信や番組、音楽やイベント出演など、よりハイクオリティなコンテンツ提供がこれまで以上の規模・クオリティで拡充
- ✓ より“バーチャルとリアルの垣根がなくなるような演出”が可能なコンテンツ作りの実現に向けて取り組む



# 財務データ

# 損益計算書



百万円	2023年4月期	2024年4月期					2025年4月期	
	通期	Q1	Q2	Q3	Q4	通期	Q1	Q2
売上高	25,342	8,948	6,540	7,785	8,722	31,996	7,436	9,906
成長率	78.9%	50.9%	8.2%	4.7%	47.0%	26.3%	(16.9%)	51.5%
売上原価	13,762	4,284	3,475	4,533	4,497	16,789	3,936	5,030
対売上高比率	54.3%	47.9%	53.1%	58.2%	51.6%	52.5%	52.9%	50.8%
直接変動費 <sup>(1)</sup>	12,240	3,879	3,035	4,069	3,911	14,894	3,315	4,402
対売上高比率	48.3%	43.3%	46.4%	52.3%	44.8%	46.5%	44.6%	44.4%
上記以外の売上原価 <sup>(2)</sup>	1,521	405	440	464	586	1,895	621	628
対売上高比率	6.0%	4.5%	6.7%	6.0%	6.7%	5.9%	8.4%	6.3%
売上総利益	11,580	4,664	3,065	3,253	4,225	15,207	3,499	4,876
売上総利益率	45.7%	52.1%	46.9%	41.8%	48.4%	47.5%	47.1%	49.2%
販管費	2,170	620	626	694	905	2,845	781	833
対売上高比率	8.6%	6.9%	9.6%	8.9%	10.4%	8.9%	10.5%	8.4%
営業利益	9,410	4,044	2,439	2,559	3,321	12,362	2,719	4,043
営業利益率	37.1%	45.2%	37.3%	32.9%	38.1%	38.6%	36.6%	40.8%
成長率	124.5%	90.5%	11.5%	(20.0%)	74.7%	31.4%	(32.8%)	65.8%
経常利益	9,448	4,027	2,444	2,549	3,321	12,342	2,707	4,045
経常利益率	37.3%	45.0%	37.4%	32.7%	38.1%	38.6%	36.4%	40.8%
税引前当期純利益	9,448	4,027	2,444	2,549	3,321	12,342	2,707	4,045
税引前当期純利益率	37.3%	45.0%	37.4%	32.7%	38.1%	38.6%	36.4%	40.8%
当期純利益	6,699	2,797	1,702	1,771	2,456	8,726	1,879	2,802
当期純利益率	26.4%	31.3%	26.0%	22.7%	28.2%	27.3%	25.3%	28.3%
成長率	139.8%	91.0%	11.7%	(21.2%)	67.8%	30.3%	(32.8%)	64.7%

注:

1. VTuberへの支払報酬、各種プラットフォームへの手数料、グッズやイベントに係る製造原価を含む
2. 売上原価に計上される人件費、地代家賃、外注費、その他の費用等

CONFIDENTIAL

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

# ビジネス領域別・グループ別売上高



百万円	2023年4月期	2024年4月期					2025年4月期	
	通期	Q1	Q2	Q3	Q4	通期	Q1	Q2
にじさんじ(日本) <sup>(1)</sup>	18,405	7,447	5,200	6,531	7,542	26,721	6,676	9,109
ライブストリーミング	3,381	926	897	943	901	3,666	976	1,037
コマース	9,817	4,861	3,026	3,624	4,481	15,991	4,252	6,171
イベント	1,600	333	1	741	673	1,748	29	242
プロモーション	3,607	1,328	1,277	1,223	1,487	5,315	1,419	1,659
NIJISANJI EN <sup>(2)</sup>	6,404	1,364	1,263	1,165	1,074	4,866	682	771
ライブストリーミング	1,566	362	329	303	231	1,226	200	171
コマース	4,396	881	769	700	562	2,911	374	477
イベント	0	0	0	0	158	158	-8	0
プロモーション	441	120	165	162	123	570	115	123
その他 <sup>(3)</sup>	533	137	78	89	106	409	78	26
ライブストリーミング	127	28	27	28	17	101	15	14
コマース	34	6	6	13	10	35	2	4
イベント	0	0	0	0	0	0	0	0
プロモーション	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	371	103	44	47	79	273	61	8
売上高	25,342	8,948	6,540	7,785	8,722	31,996	7,436	9,906

注:

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



# 売上原価・販管費



百万円	2023年4月期	2024年4月期					2025年4月期	
	通期	Q1	Q2	Q3	Q4	通期	Q1	Q2
売上原価	13,762	4,284	3,475	4,533	4,497	16,789	3,936	5,030
対売上高比率	54.3%	47.9%	53.1%	58.2%	51.6%	52.5%	52.9%	50.8%
直接変動費	12,240	3,879	3,035	4,069	3,911	14,894	3,315	4,402
対売上高比率	48.3%	43.3%	46.4%	52.3%	44.8%	46.5%	44.6%	44.4%
人件費関連	702	182	204	209	297	892	285	306
オフィス関連	343	95	94	102	124	414	136	161
外注費等	335	77	92	87	98	355	130	114
その他	142	51	50	66	67	234	70	47
販管費	2,170	620	626	694	905	2,845	781	833
対売上高比率	8.6%	6.9%	9.6%	8.9%	10.4%	8.9%	10.5%	8.4%
人件費関連	1,180	298	344	378	499	1,518	399	427
オフィス関連	469	125	141	166	153	586	146	162
外注費等	241	107	70	83	110	370	167	150
その他	280	90	71	66	143	371	68	94
人件費合計	1,883	479	548	587	795	2,410	685	733
対売上高比率	7.4%	5.4%	8.4%	7.5%	9.1%	7.5%	9.2%	7.4%

# 貸借対照表およびキャッシュフロー計算書



## 貸借対照表

百万円	2023年4月末	2024年4月末	2025年4月期 Q2末
流動資産	17,572	23,630	18,777
現預金等	12,483	16,291	10,992
売掛金	3,578	5,080	4,954
棚卸資産	1,406	2,102	2,686
その他	105	156	144
固定資産	901	1,447	3,329
資産の部	18,474	25,077	22,105
流動負債	5,059	5,315	5,053
買掛金	1,416	1,639	1,771
未払法人税等	2,342	2,349	2,167
有利子負債	159	111	100
その他	1,141	1,215	1,016
固定負債	156	45	0
有利子負債	156	45	0
負債の部	5,215	5,360	5,053
純資産の部	13,259	19,717	17,052

## キャッシュフロー計算書

百万円	2023年4月期	2024年4月期	2025年4月期 Q2末
営業活動による キャッシュ・フロー	6,723	6,904	3,899
投資活動による キャッシュ・フロー	(103)	(659)	(1,782)
財務活動による キャッシュ・フロー	0	(2,437)	(7,416)
現金及び現金同等物に係る 増減額	6,623	3,808	(5,299)
現金及び現金同等物に係る 期首残高	5,861	12,483	16,291
現金及び現金同等物に係る 期末残高	12,483	16,291	10,992

# 事業概要

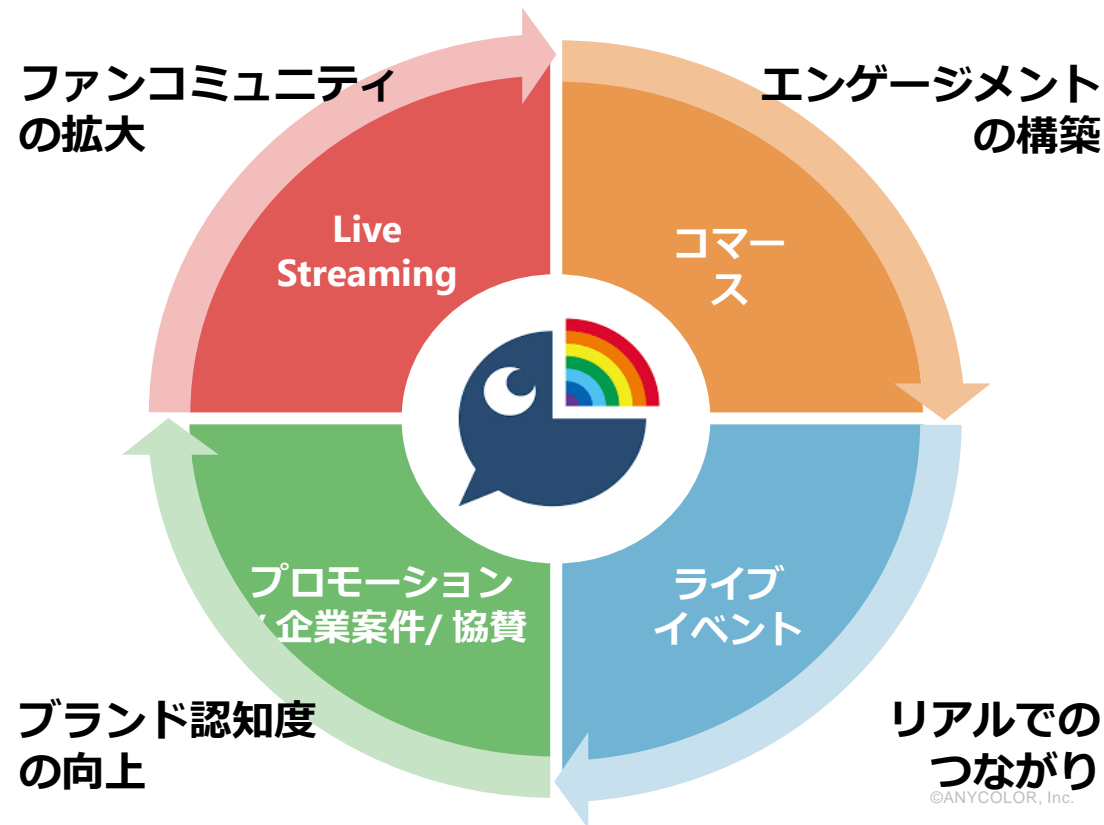
# 事業概要



国内最大のVTuberプロダクションであり、VTuberを軸とした複数のサービスを展開

「にじさんじ」プロジェクトを中心に  
国内外で活躍する多種多様なVTuberを擁する  
国内最大のVTuberプロダクション

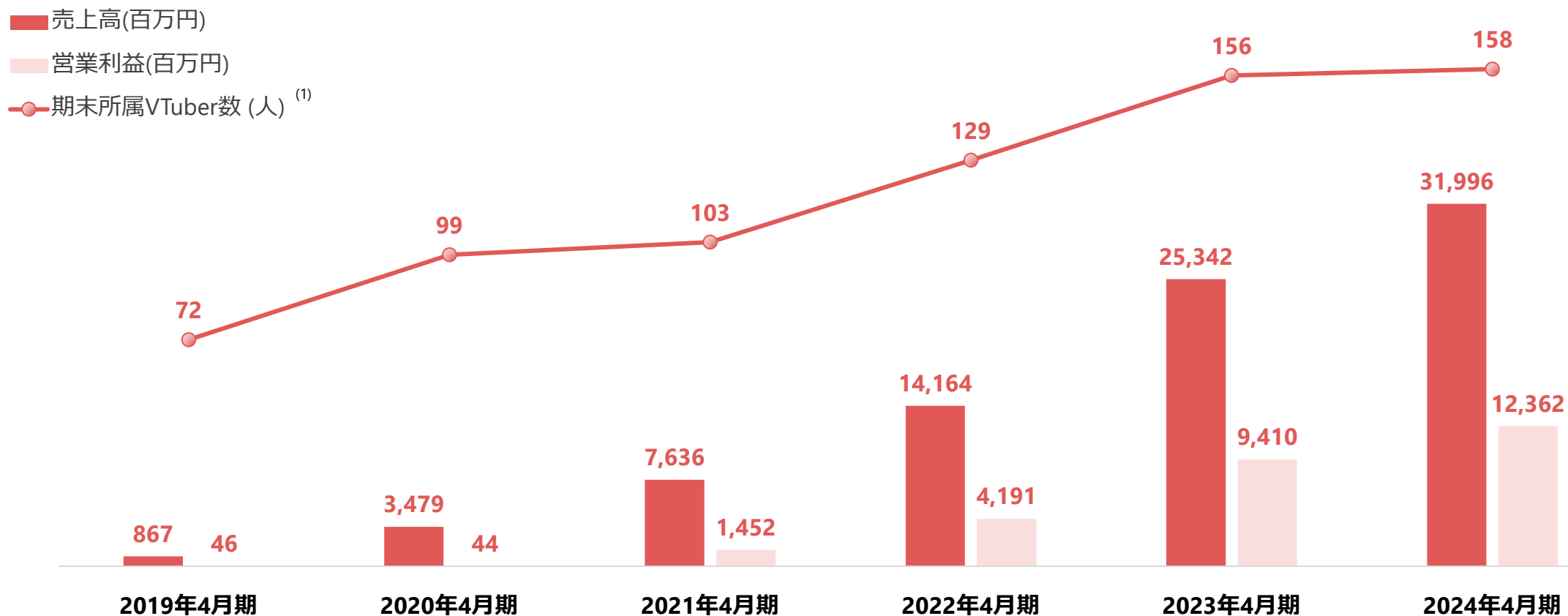
ライブストリーミングを起点に  
複数のサービスを展開し  
独自のエコシステムを構築



# 長期業績推移



VTuberの黎明期に当たる2017年の創業以来堅調に業績を伸ばし、国内最大規模のVTuberプロダクションに成長



注：  
1. 「にじさんじ」所属VTuberのうち、日本国内で活動するVTuberおよび「NIJISANJI EN」に所属するVTuberの人数

CONFIDENTIAL

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

# 当社のビジネスモデル

ANY  
COLOR

およそ1万人のオーディションから選ばれ、半年～1年半程度の育成期間を経て数人がデビュー

デビュー後はライブ配信等を通してファンコミュニティを醸成し、それぞれのVTuberに合ったエコシステムを構築

## VTA等を通じた VTuber候補生の選出と育成



バーチャル・タレント・  
アカデミー (VTA)



2021年6月の開設以来、  
定期的にオーディションを開催  
将来のにじさんじVTuber候補生を確保

注：

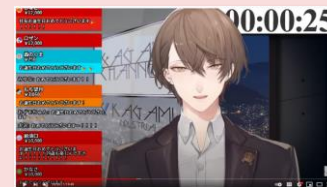
- 2024年4月期売上高に占める割合
- YouTubeのライブ配信におけるチャット機能のうち、ユーザーが有料課金を行うことでコメントが目立つように固定表示される機能
- ユーザーが一定の月額料金を支払うことによってYouTubeチャンネルのメンバーとなり、チャンネル独自の限定動画、その他のアイテム等のメンバー限定の特典を得られる制度
- YouTube上に流れる広告による収益の一部をGoogle LLCから受領することによる収益

CONFIDENTIAL

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

## ライブストリーミング

売上構成比<sup>(1)</sup>  
16%



Super Chat<sup>(2)</sup>、YouTubeメンバーシップ<sup>(3)</sup>、  
Google AdSense<sup>(4)</sup>などから得られる収益

## プロモーション

売上構成比<sup>(1)</sup>  
18%



企業案件／協賛手数料などから  
得られる収益

## コマース

売上構成比<sup>(1)</sup>  
59%



グッズ / デジタルコンテンツの販売  
から得られる収益

## イベント

売上構成比<sup>(1)</sup>  
6%



にじさんじフェス等のイベントの  
チケット販売などから得られる収益

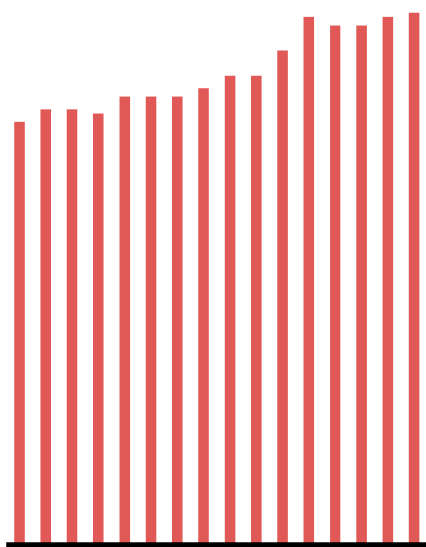
# 各ビジネスモデルの四半期変動について



イベント等のタイミングやスマッシュヒットの有無で四半期単位の売上では変動が生じる

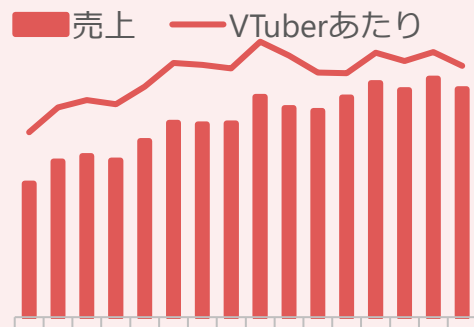
短期的な売上変動以上に、継続的なVTuberの成長を通じて収益基盤を拡大していくことで長期的な成長を実現

## VTuber数



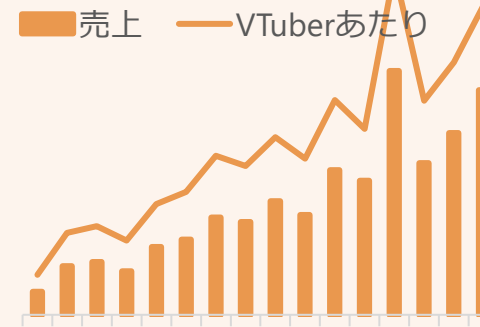
継続的なVTuberの  
デビュー

## ライブストリーミング



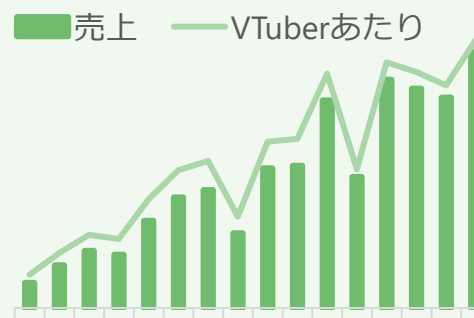
安定的に推移

## コマース



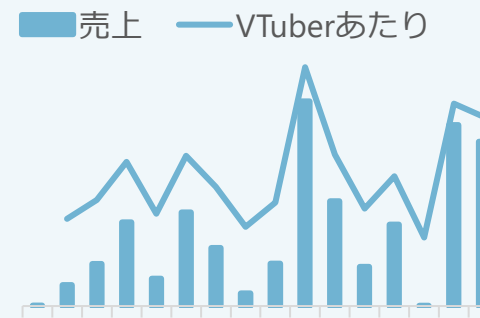
グッズの種類や  
ヒットの差で  
四半期で変動

## プロモーション



季節性あるも  
安定的に推移

## イベント



イベントの有無  
タイミングで  
四半期で変動

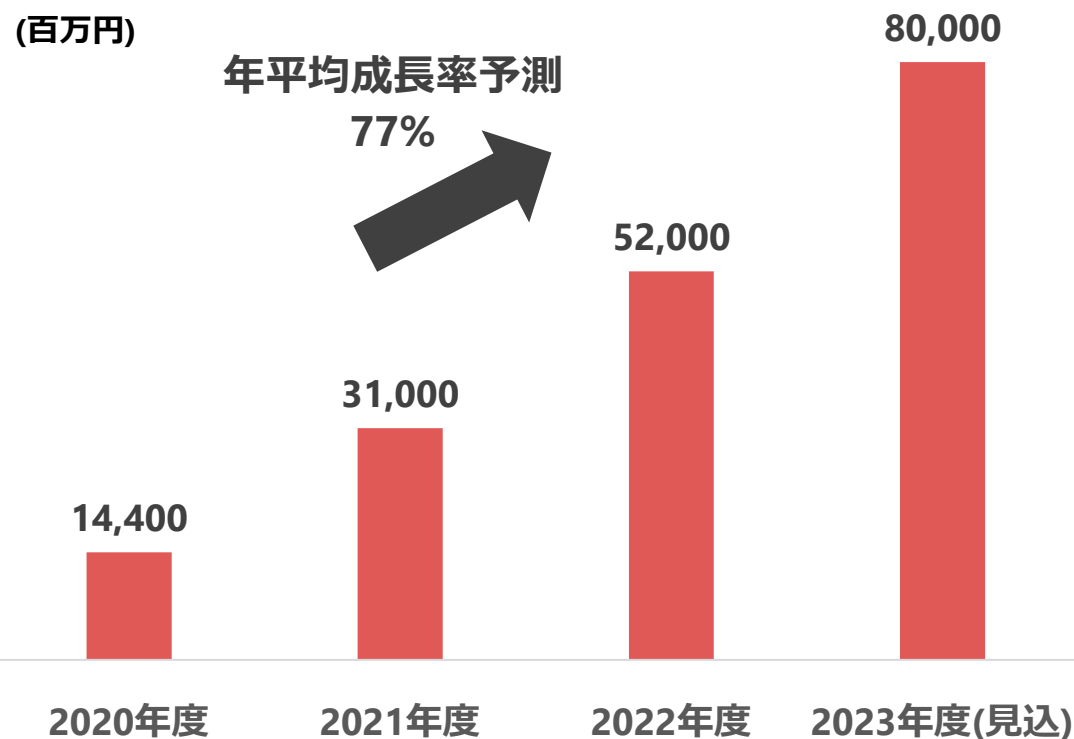
注：  
1. 2021年4月期第1四半期より各四半期の「にじさんじ（日本）」における売上とVTuberあたり売上を集計

# 当社が属するマーケットの環境（1）



アニメや動画配信コンテンツが親しまれる中、特に若年層・Z世代における従来のメディアからのシフト等を背景としてVTuberがインフルエンサーとして様々な市場を開拓

### 国内VTuber市場規模予測

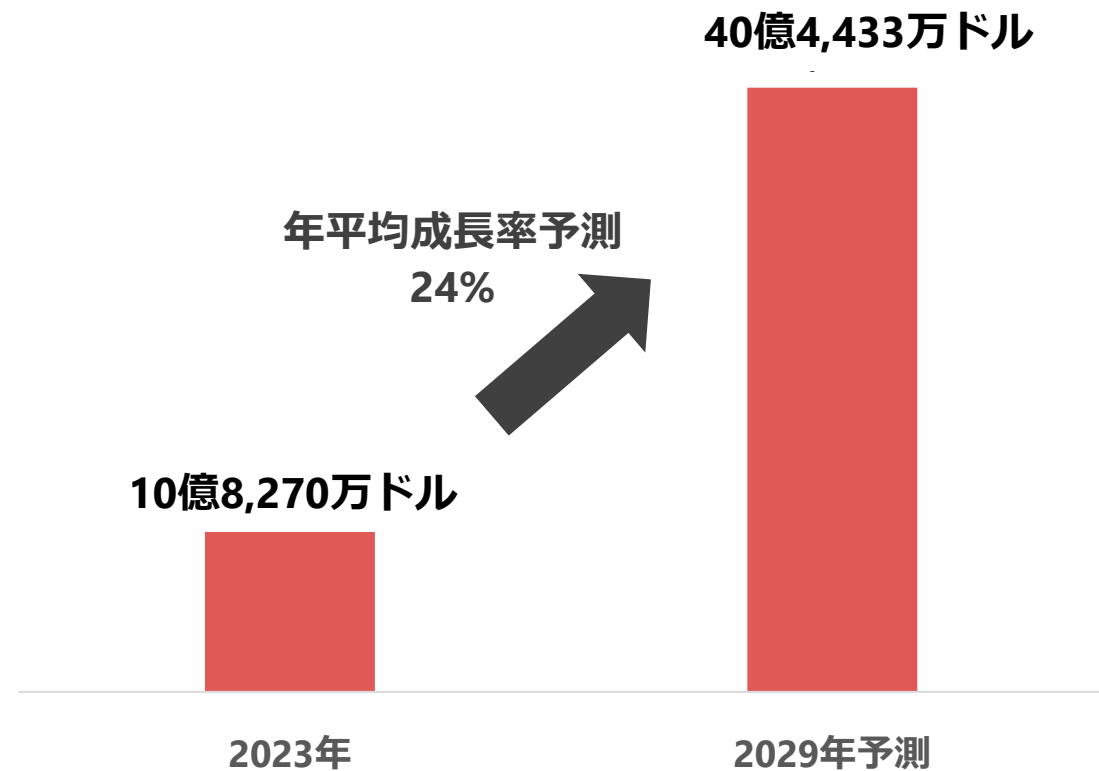


出所: 矢野経済研究所

CONFIDENTIAL

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

### バーチャルアイドル・VTuberの市場規模予測 (世界)



出所: グローバルインフォメーション『バーチャルアイドルとVTuberの世界市場:2029年までの予測』

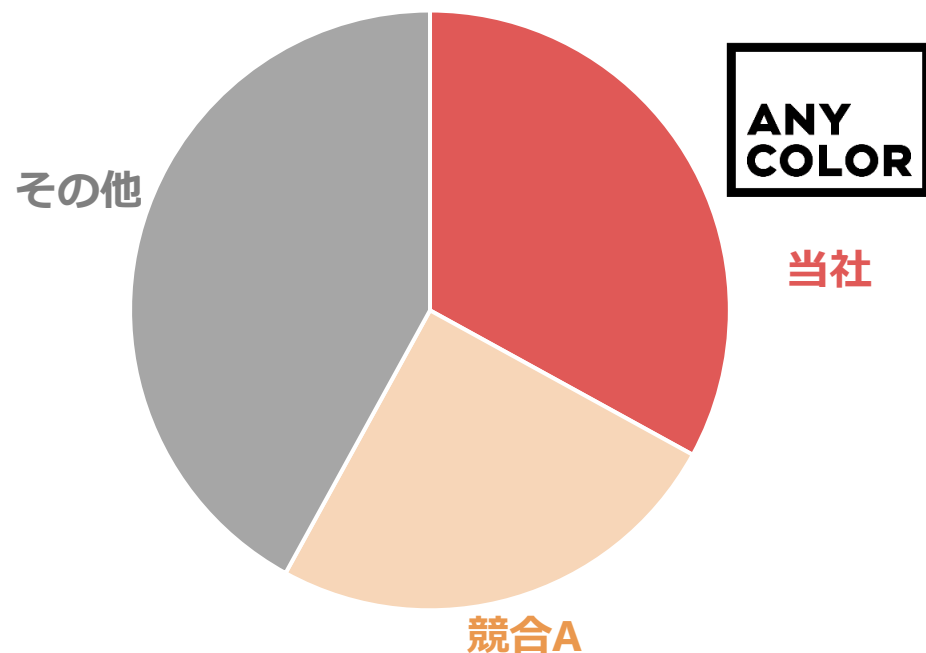


# 当社が属するマーケットの環境（2）



市場が成長する中、市場の売上は当社を含む上位2社が半分超を占めており、大手がインフラ面や既存コミュニティの活用を通し、優位性を発揮し易い状況

### 国内VTuber市場シェアイメージ

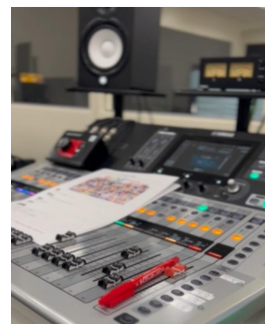


市場シェアの半分超を2社で占めている市場

### 大手VTuber事務所に集中が見られる背景



既存のコミュニティを活用した新人VTuberの垂直的な立ち上げや、複数人の同時育成・デビューが可能



配信に際してのネットワークエンジニアやモーションキャプチャー等機材の揃った自社スタジオなど、インフラで優位性を築き高品質なコンテンツを提供可能

大手が既存コミュニティの活用を通して優位性を発揮し易い市場

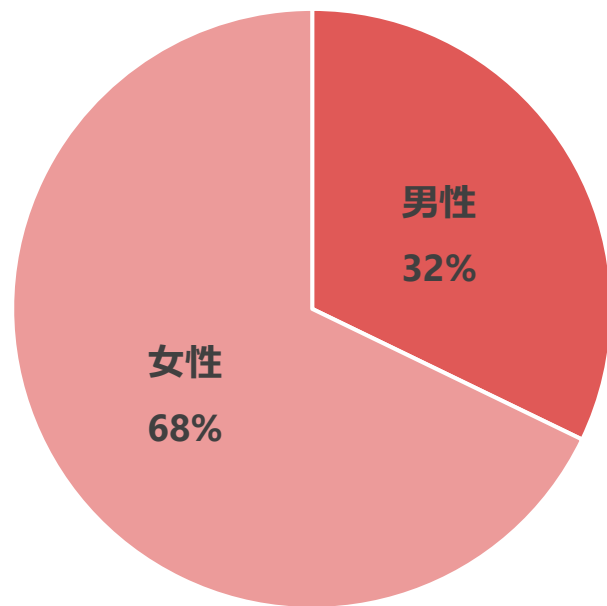
# 当社の特徴（１） 多様なファンベース



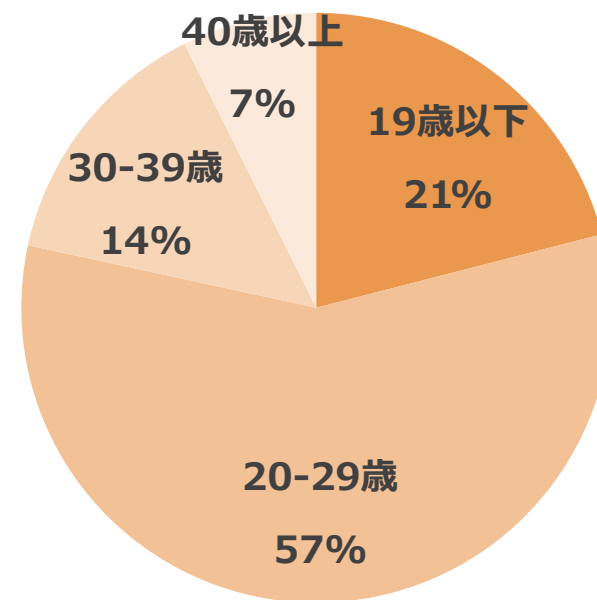
若年層・Z世代を中心に性別・年齢幅広いファン基盤を構築

特に、グッズ購入を中心に女性ファン層が多い点は当社の特徴

性別<sup>(1)</sup>



年齢別<sup>(1)</sup>



注：

1. 2024年4月末時点における、「にじさんじオフィシャルストア」でのコンテンツ購入や「にじさんじFAN CLUB」への加入、イベントチケットの購入等に際して利用するANYCOLOR IDの内訳

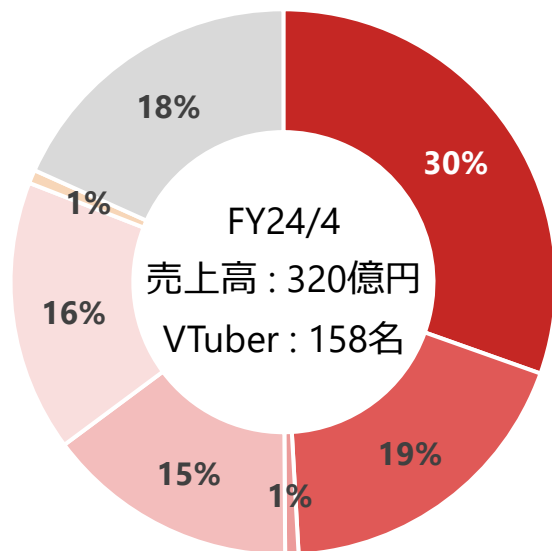
# 当社の特徴（２） 幅広いVTuberに収益が分散



業界に多く見られる突き抜けたトップ層への依存度が高い状況ではなく、幅広いVTuberに収益が分散した安定的な体制

## デビュー年度別の収益貢献度(1)

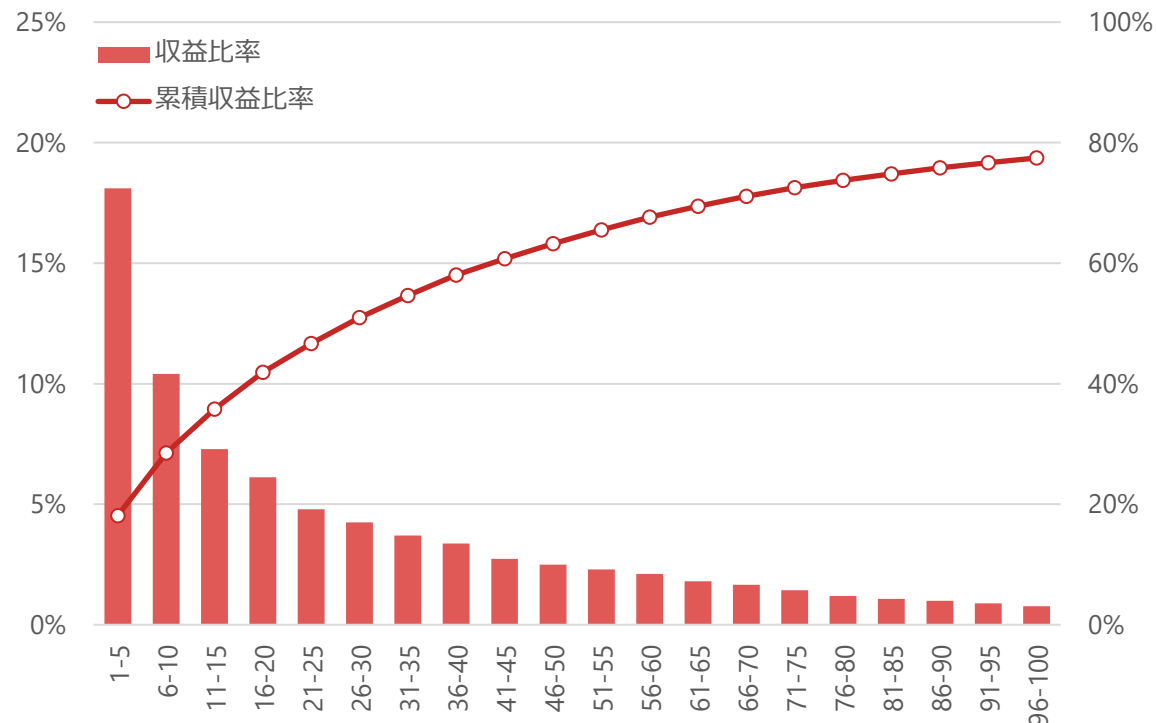
FY24/4収益



■ FY19/4以前デビュー (58 VTubers)	■ FY20/4デビュー (31 VTubers)	■ FY21/4デビュー (5 VTubers)	■ FY22/4デビュー (22 VTubers)
■ FY23/4デビュー (30 VTubers)	■ FY24/4デビュー (12 VTubers)	■ 按分対象外	

## VTuber当たり収益貢献(1)

FY24/4収益



注：

1. 2024年4月期収益のうち、YouTube、オフィシャルストア、Booth、Shopify、その他卸販売、営業運用部管轄のプロモーション案件を対象として、各VTuberに収益を按分。按分対象外には、前記の収益のうち個別VTuberに按分ができないもの、イベント収益、インドネシア、韓国で活動するVTuberからの収益などが含まれる

# 中期的な成長に向けて

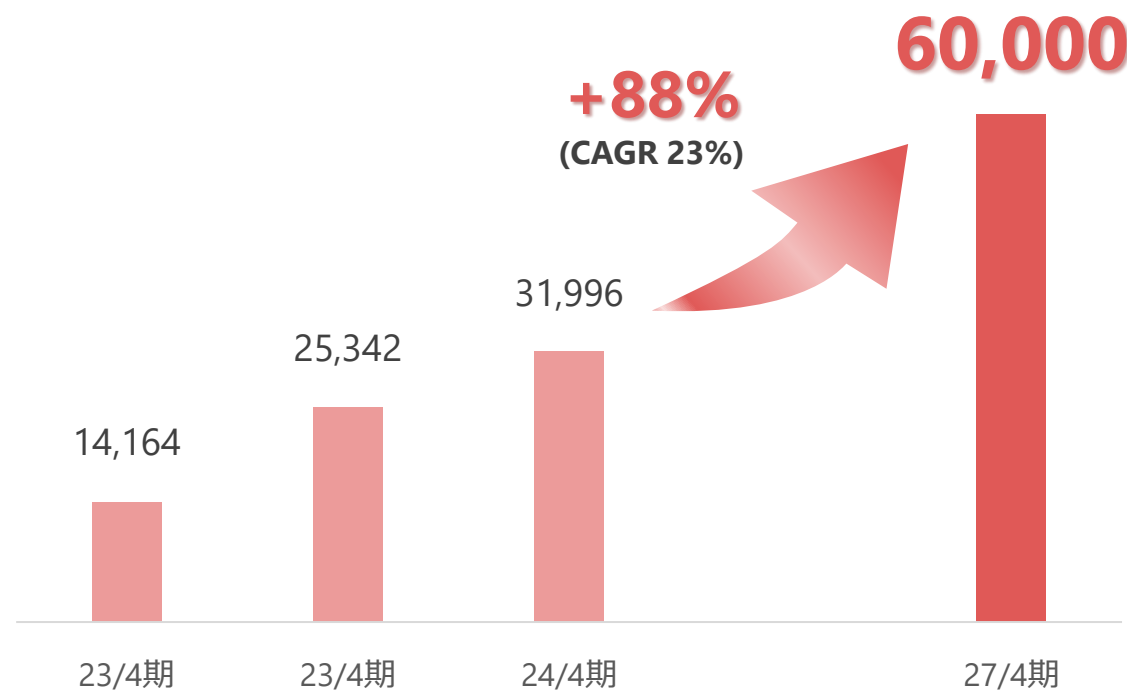
# 中期経営目標



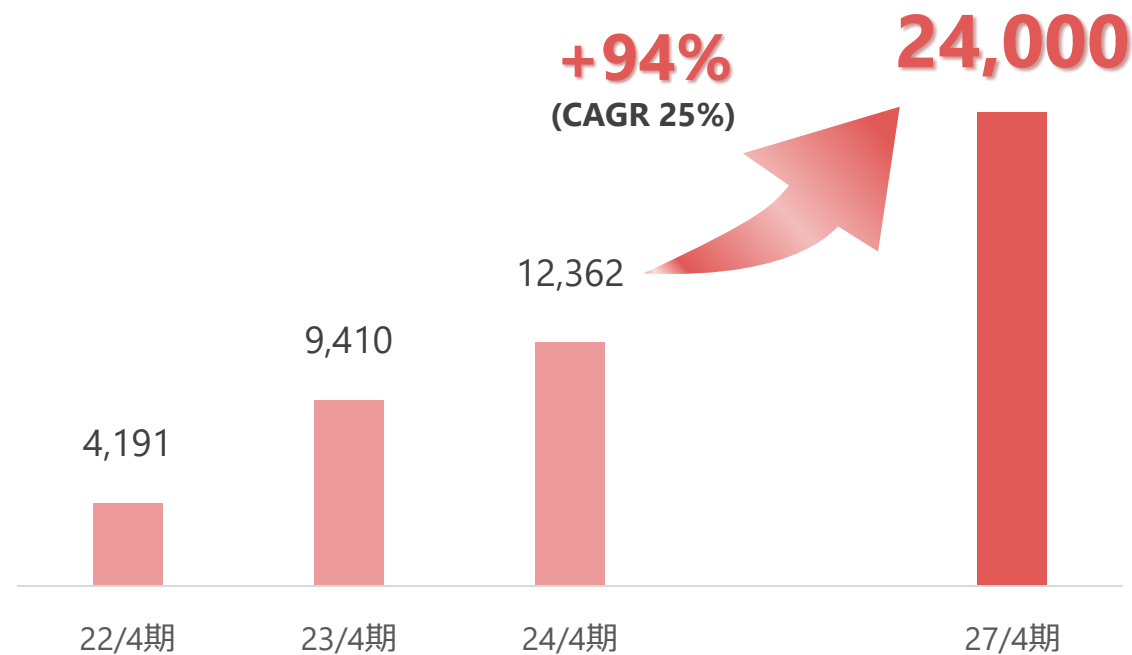
2027年4月期は、2024年4月期対比で売上で+88% (CAGR23%)、営業利益で+94% (CAGR 25%) の増収増益を目指す

単位: 百万円

## 売上高

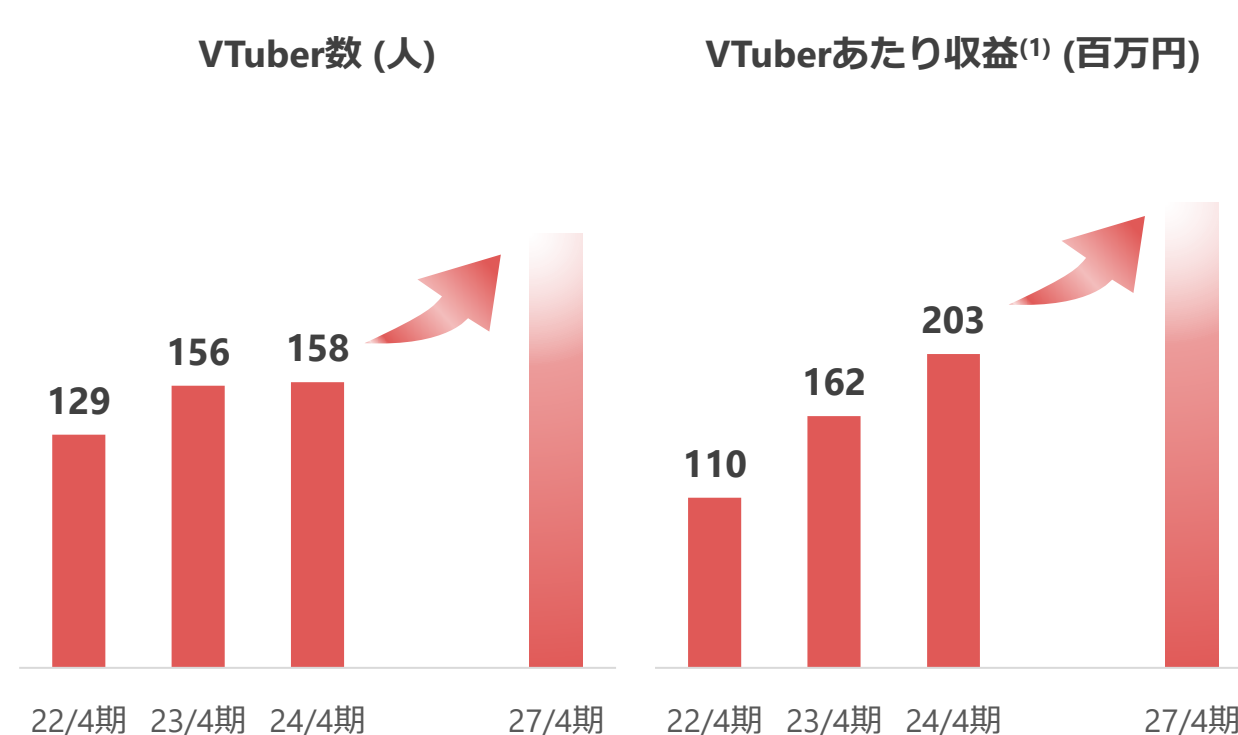


## 営業利益



# 中期経営目標における主要方針

引き続きVTuberの育成・デビューに取り組むとともに、エコシステムの強化を通してVTuber1人あたりの収益を拡大



**VTuber数、VTuberあたり収益は  
ともにCAGRで10~15%程度の成長を継続**

## 事業基盤の強化

- マネジメントや企画を行うビジネス領域の従業員の増員
- マネジメント体制の強化及びスタジオへの投資

## 継続的なVTuberの輩出

- 年平均10~15%程度の新規デビューによるVTuber数の増加を計画
- バーチャル・タレント・アカデミーの取組強化
- 長期的なファン層の拡大を目指した、今までに無い領域の個性豊かなVTuberの増員

## VTuberあたり収益の拡大

- 年平均10~15%程度の成長を見込む
- ユニットプロデュースの展開と成長を通じて、業界を牽引するようなTOP VTuberへの投資と育成
- コマース領域での企画充実による各VTuberのファンコミュニティ拡大、スケジュール管理による機会損失の回避と販売機会の拡大

注：

1. 年間売上高を期末VTuber数で除して算出

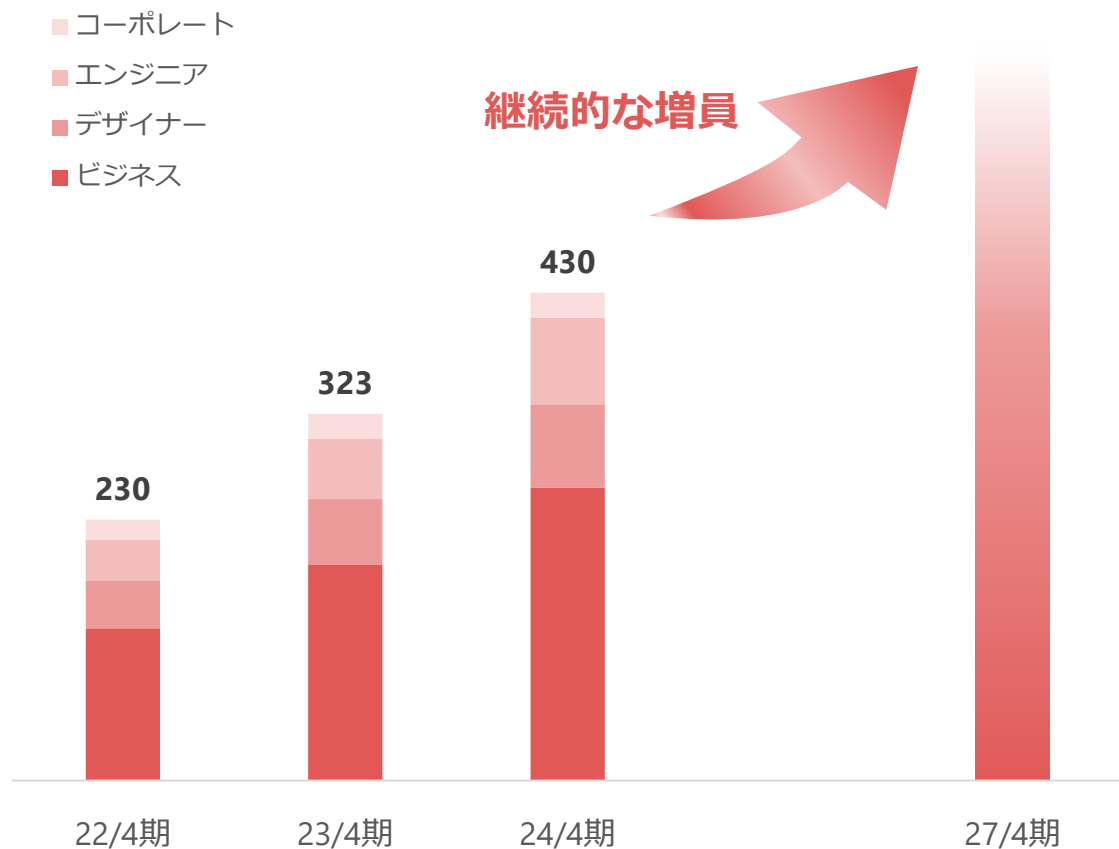
CONFIDENTIAL

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

# VTuberを支える会社基盤の強化



新規VTuberのデビューに加えて、既存VTuberの強化やユニットプロデュースの促進に合わせ各領域の増員を継続



## 必要な人材例

### ビジネス



#### タレントマネージャー

ライバーの活動をサポートし、出演するリアルライブをライバーと一緒に作り上げる

など

### デザイナー



#### イラストレーター

デザインカ×自社IPによって、ファンの方々へ質の高いコンテンツをデザインする



#### 3Dモデルデザイナー

ライバーの3D配信や、社内外含む大型イベントに使用する3Dのキャラクターモデル、もしくは小物・背景を制作する

など

### エンジニア



#### スタジオエンジニア

スタジオにて配信/収録業務の映像、音声オペレーションを担当する

など

採用広報の強化など組織的に採用戦略を展開

注：  
1. 正社員及び契約社員の合計

CONFIDENTIAL

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

# 配信スタジオへの設備投資



## 配信スタジオ拡大の目的

- 1 IPの拡充：新スタジオは面積規模をこれまでの**3倍の規模に拡張**し、VTuberの人数増加や、多様なコンテンツ制作ニーズに対応
- 2 コンテンツ強化：新スタジオでは、様々な用途で活用可能な2D/3Dスタジオ、レコーディングスタジオ、個人配信ブースといった各種のスタジオ機能をこれまで以上の規模・クオリティに拡充し、配信コンテンツ、音楽、イベントなどの領域で魅力的なコンテンツの提供を実現



全般	<ul style="list-style-type: none"><li>豊富なスタジオ設計・施工実績を有する国内有数の音響内装設計会社を起用</li><li>マスターコントロールルームを新設し、スタジオ間における伝送の一括管理を実現するとともに、映像、音声の伝送をIP化し、番組規模に応じた柔軟な伝送を実現</li><li>2024年秋頃の運用開始を目標として、一定規模の設備投資を実施予定</li></ul>
モーションキャプチャー	<ul style="list-style-type: none"><li>国内有数の規模を誇るモーションキャプチャースタジオを複数実装</li><li>様々な配信/収録に対応するため、3種類以上のモーションキャプチャー機材を導入</li><li>AR/クロマキースタジオを新設し、当社独自のAR技術を用いた配信/収録が可能な環境を実現</li></ul>
レコーディング/MA	<ul style="list-style-type: none"><li>「KU100」などの高水準なバイノーラル機材やレコーディング&amp;コントロール機材を導入</li><li>大人数の同時収録が可能な大型の録音スタジオや、サラウンド音響システムを備えた音声編集スタジオ複数新設</li><li>MIXスタジオの機能を有し、音楽の編集も可能</li></ul>



# VTA (Virtual Talent Academy) の取り組み強化



発掘・育成に取り組むVTAにおいてはスタンダードなオーディションに加えて長期的な視点からマーケットを拡大するべく、様々なテーマでオーディションを開催し、多種多様な候補生を選出



継続的なVTuberの輩出に向けた  
幅広い才能を集めるオーディション

よりユニークな才能を持った  
VTuberの輩出に向けたオーディション

年平均10~15%程度の新規デビューによるVTuber数の増加  
に向けて、年間で50~60人の候補生を選定

長期的な視点から、現在所属するVTuberとは  
異なるファン層の開拓に繋がり得る人材を発掘

# ユニットプロデュースの強化



多様なVTuberが所属する当社の強みを活かしたユニット展開を加速

既存ユニットの成長と新規ユニットの輩出を通してファンコミュニティのさらなる拡大を目指す

## ユニット展開施策の例 ROF-MAO

個人としての活動



- ✓ それぞれのVTuberの自然な個性の発揮
- ✓ 個々人の予定に合わせた機動的な活動



ファン層の還流などポジティブなフィードバック

ユニットとしての活動



ユニット活動を通じた掛け合いなどから新たな方向性や特徴が生まれることで従来とは違うファン層の開拓に繋がる



2021年  
結成  
2022年  
ミニアルバム  
『Crack Up!!!!』発売



2023年  
フルアルバム  
『Overflow』発売



2024年  
1st ワンマンライブ  
『New street, New world』  
@大阪城ホール



個人として活動する時とは異なるファン基盤まで拡大する可能性

新たなファン層に向けユニットとしての活動やグッズの販売が拡大

# コマースの展開強化

ANY  
COLOR

人員拡充を通し、ファンコミュニティが求めるアイテムをより幅広く企画・供給出来る体制を整備

コマースのポテンシャルを最大化することでよりVTuberあたりの売上を拡大

## 製品の企画・製造ラインの拡大



- ✓ 製品を企画・進行出来る人員の拡大  
(製造キャパシティは確保可能)
- ✓ ユニットや同期などの観点でシナジーがあるような製品展開の強化

ニーズのある製品を毎月安定的に  
供給できる体制を構築

## 適切な販売スケジュールの管理



- ✓ ファンの需要に応じたグッズ供給
- ✓ 売れる製品とするための  
十分なリードタイムの確保
- ✓ CDの販売やライブのイベント、  
他社コラボ品のリリースなど  
との調整

製品リリースのタイミング等を  
適切に管理し機会損失を低減

## 時流に合わせた商品企画



ぬいぐるみの流行に合わせて  
所属VTuberのぬいぐるみ  
"にじばぺっと"を販売



従来チェキ風カード (¥300)  
のみだったところに加えて  
ファン層に合わせて  
本物のチェキカードを販売  
(¥700)

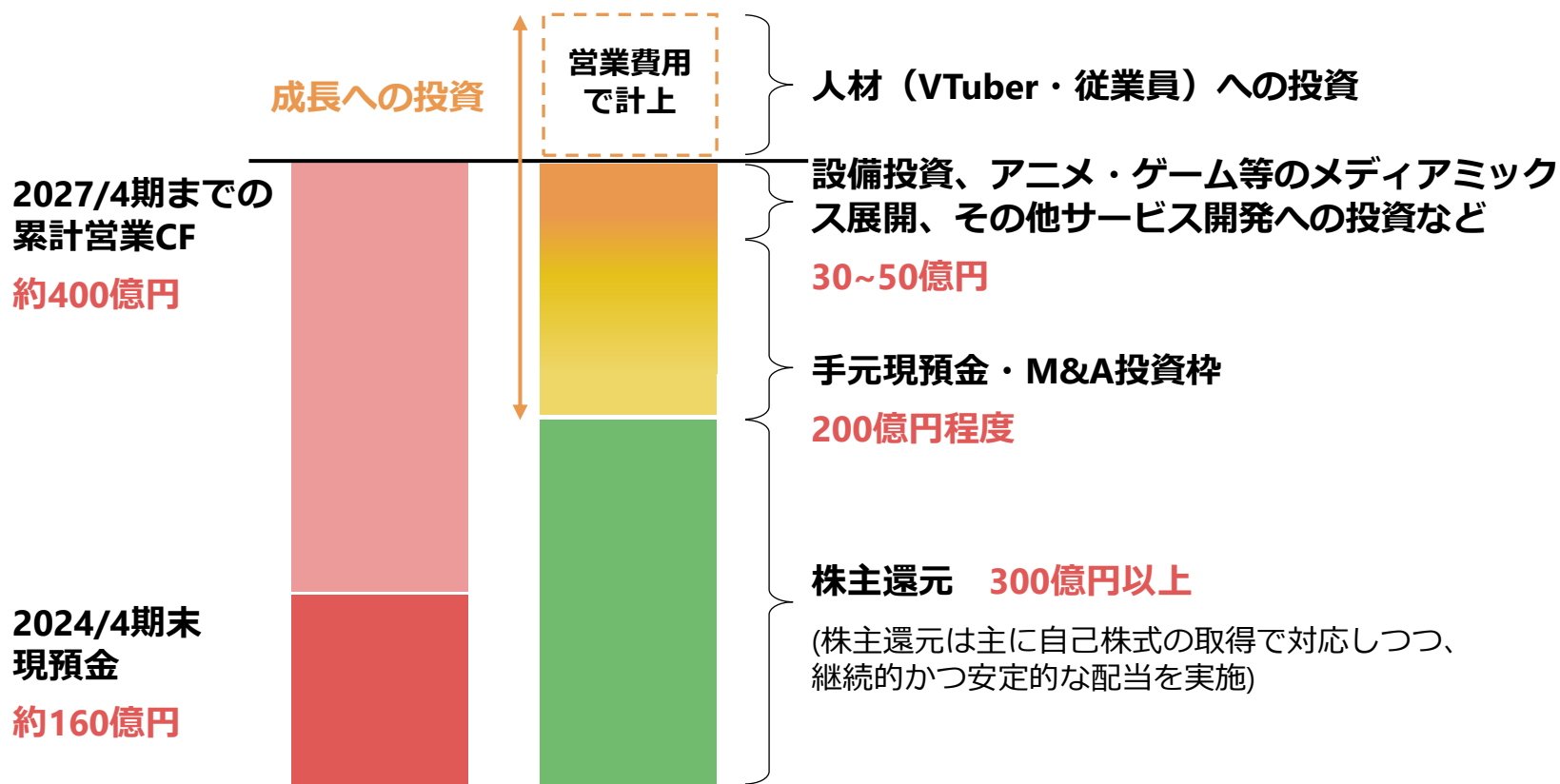
ファンがより求める  
新製品や高品質な製品の企画・提供

# 事業投資と株主還元の基本的な考え方



事業から生み出される利益については、事業費用や設備投資を通じたVTuber事業の成長、株主への還元、将来の投資を見据えた内部留保のバランスを考慮しながら活用していく方針

## キャピタル・アロケーションのイメージ



## M&Aに関する方針

### ◆ M&Aに関する財務方針

- ✓ 自己資金に加えて負債の活用
- ✓ 負債の活用も含めて最大500億程度のM&A予算を想定

### ◆ M&Aの想定対象

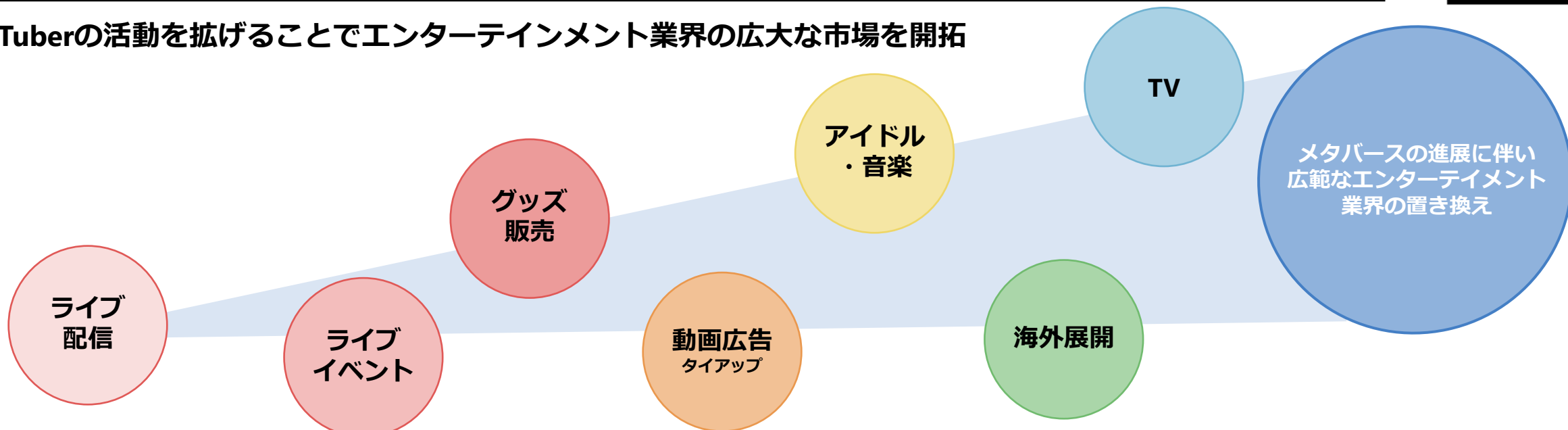
1. 当社のマネタイズ機能が活用できるIPパイプラインの獲得
2. 新しいIPマネタイズ機能の獲得
3. 当社IPを成長させ得る機能の獲得

etc.

# 長期ビジョン



VTuberの活動を拡げることでエンターテインメント業界の広大な市場を開拓



市場規模（対前年比成長率）



出所:一般社団法人日本動画協会 アニメ産業レポート2023、サイバーエージェント、一般財団法人 デジタルコンテンツ協会

注:

1. アニメ市場には2022年の「TV」、「映画」、「ビデオ」、「配信」、「商品化」、「音楽」、「海外」、「遊興」、「ライブ」各項目のエンドユーザー売上高を含む
2. 動画広告は2023年のインターネットを通して配信される動画広告の年間広告出稿額を推計し市場規模予測を算出（動画広告業界関連事業者へのヒアリング調査ならびに公開情報、調査主体およびデジタルインファクトが保有するデータ等を参考に実施。また、広告主が支出する広告費を対象に市場規模を算出）した数値を使用
3. 国内音楽市場には、2022年の「パッケージソフト売上」、「ネットワーク配信売上」、「フィーチャーフォン向け配信売上」、「カラオケ売上」、「コンサート入場料収入」、「ラジオ放送・関連サービス収入」実績値を含む

CONFIDENTIAL

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

# Appendix

魔法のような、新体験を。

## NEXT ENTERTAINMENT FACTORY

僕らは、テクノロジーで、**エンタメを変える**。

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

そして、その先に見つめるのは、新たな「**エンタメ経済圏**」だ。

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

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

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

# VTuber (Virtual YouTuber) とはなにか



## キャラクター

Not  
アニメキャラクター

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



## 配信者

Not  
アイドル

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



## VTuber

Not  
YouTuber

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





# VTuberのデビューまでの総合的なサポート体制



主担当:



注:

1. 現時点ではにじさんじ（日本）のみ実施

本資料は許可なく複製・転載を行わないようお願いいたします。

CONFIDENTIAL

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

VTubers

# 事業リスクと対応策



リスク	リスクの概要	対応方針
人材に関するリスク	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 当社の継続的な成長には事業拡大に応じた優秀な人材の採用が重要</li><li>◆ 獲得競争の激化や市場のニーズの変化等により、想定通りの採用が進まない可能性が存在</li><li>◆ 現在在職する人材の社外への流出可能性が存在</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 積極的な採用活動を行っていくとともに、従業員が働きやすい環境の整備や人事制度の構築に取り組む</li><li>◆ 採用後も当社で存分に力を発揮出来るよう業務を通じたトレーニングの他、研修制度等の充実に邁進</li></ul>
人気VTuberへの依存	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ VTuberを軸とするコンテンツ・IPサービスを展開する中で、特定のVTuberの人気に収益を依存し得るような構造が存在</li><li>◆ 人気VTuberのライバーが活動を休止（卒業・引退など）した際に当社業績への影響が出る可能性が存在</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 当社事業の特徴として逃れられない点ではあるものの、実際は当社の売上は多くのVTuberに分散しており、特定VTuberへの依存によるリスクが顕在化する可能性は高い認識</li><li>◆ その他サポート体制の充実や、ライバーが望むような幅広い活動支援出来る体制を充実させることで卒業等のリスクに対処</li></ul>
レピュテーションに関するリスク	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ コンテンツ・IPサービスを展開する中で、公序良俗の違反や知的財産権の侵害に繋がるような動画配信や活動が行われる可能性が存在</li><li>◆ 所属ライバーのスキャンダルや炎上によりVTuberの活動や当社レピュテーションに影響が出る可能性が存在</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>◆ 所属ライバーに対するコンプライアンス研修やコンテンツ管理の徹底、第三者からの指摘に基づく対処等の内部統制の強化など、不適切な活動に対し迅速に対応し、レピュテーション低下から保護するための体制を強化</li></ul>

その他一般的なリスクにつきましては有価証券報告書をご参照ください。

CONFIDENTIAL

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

## マテリアリティの特定

知的財産の保護
配信者の健康で持続可能な活動
配信者の育成・発掘
責任あるコンテンツ制作
人権
従業員の人材開発
ダイバーシティ&インクルージョン
従業員エンゲージメント
組織文化の醸成と向上
コーポレートガバナンス
データプライバシー&セキュリティ
廃棄物
エネルギー管理
水インパクトの改善

## 当社の対応

知的財産の保護	<ul style="list-style-type: none"><li>● 当社は、所属VTuberなどのビジュアル等の知的財産権を多数有しており、これらの権利を適切に保護するため「知的財産取扱規程」を策定</li><li>● 第三者による当社の知的財産権に対する侵害行為を適時に発見し、当該侵害行為に対して有効な対応を機動的に実施できる体制を整備</li><li>● 「二次創作ガイドライン」を制定し、一定の範囲でファンによる当社著作物を利用した二次創作活動を許容</li></ul>
誹謗中傷問題への対応	<ul style="list-style-type: none"><li>● 当社に所属するVTuberに対する誹謗中傷行為及び攻撃的行為に適切に対応するため、「攻撃的行為及び誹謗中傷行為対策チーム」を立ち上げ、組織的に誹謗中傷行為及び攻撃的行為への対策を実施</li><li>● 動画配信・投稿プラットフォームの運営事業者、クリエイター所属企業、有識者らとともに「誹謗中傷対策検討会」を設立し、各ステークホルダー間での情報の共有、政府への政策提言などを実施</li></ul>
タレント人材開発	<ul style="list-style-type: none"><li>● 長期で活躍するVTuberを継続的に輩出するための機関として、2021年6月より「バーチャルタレントアカデミー」を運営しており、VTuberとして活躍するための各種技能の育成やノウハウ等の提供を実施</li><li>● デビュー後はマネージャーによる日々のサポートに加え、定期的なコンプライアンス研修、健康診断の費用補助制度の整備やカウンセリングの受診支援等のサポート体制を整備</li></ul>

Environment Social Governance

# ディスクレームー

---



本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれていますが、これらの記述は本資料作成時点において当社が入手している情報に基づいて作成されたものであり、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は、経済環境の変化等の様々な要因により、将来の見通し等と異なる場合があることにご留意ください。

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

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。