

**2025年3月期
決算説明資料**

2025.5.13



COVER

つくろう。 世界が愛するカルチャーを。

個性の光るクリエイターが集まり、その表現力を発揮できる舞台を。

先端技術を注ぎ、クオリティにこだわり抜いた新体験を。

国境を超え、世代さえも超えて、

愛される二次元エンターテインメントをつくる。

ただ、そのために、私たちは挑戦をつづけます。

2025年3月期決算概況

決算ハイライト 2025年3月期のサマリー①

■ 業績概況

- 2025/3期通期では、売上高 **43,401百万円**(前年同期比+43.9%)、売上総利益 **21,805百万円**(前年同期比+55.9%)、限界利益 **18,711百万円**(前年同期比+51.2%)、営業利益 **8,001百万円**(前年同期比+44.5%)、純利益 **5,559百万円**(前年同期比+34.4%)を記録
- 通期ではTCG及びMD小売の拡大により、セールスミックスにおけるMDの売上構成比が拡大し、YoYで粗利率が大きく改善

■ サービス別の売上および事業進展

配信/コンテンツ： 9,323百万円(前年同期比+21.9%)

- 所属タレントによる大型配信企画のヒットが継続
- 2023年以降にデビューした国内外の新規タレントが着実に人気を獲得し、ファン層の拡大が進行
- アニメ主題歌の担当など音楽を軸とした露出が増加し、新たな潜在ファン層へのリーチも拡大

ライブ/イベント： 7,793百万円(前年同期比+39.1%)

- 「ホロライブEnglish」による北米地域での2ndライブコンサートや、ホロライブプロダクション初のワールドツアーを実施するなど、海外市場における実績を着実に積み上げ
- 国内外の人気タレントによる大型会場でのソロライブも多数成功し、リアルイベントを通じたファンエンゲージメントの強化とコンテンツのモメンタム創出に貢献
- 例年開催している「hololive SUPER EXPO」および「hololive fes.」については過去最大の動員数を記録

マーチャンダイジング： 20,539百万円(前年同期比+64.6%)

- 2024年9月に販売を開始したトレーディングカードゲーム『hololive OFFICIAL CARD GAME』が想定を大きく上回る販売実績を記録
- 小売店販路の拡充やグッズ展開の多様化といった取り組みにより、広範なユーザー層へのリーチが拡大

ライセンス/タイアップ： 5,744百万円(前年同期比+29.4%)

- 営業体制の強化により、国内外の取引代理店数および案件数が着実に拡大
- 年央から北米拠点の稼働を開始し、現地クライアントとの取引パイプラインを拡充

決算ハイライト 2025年3月期のサマリー② - 通期業績

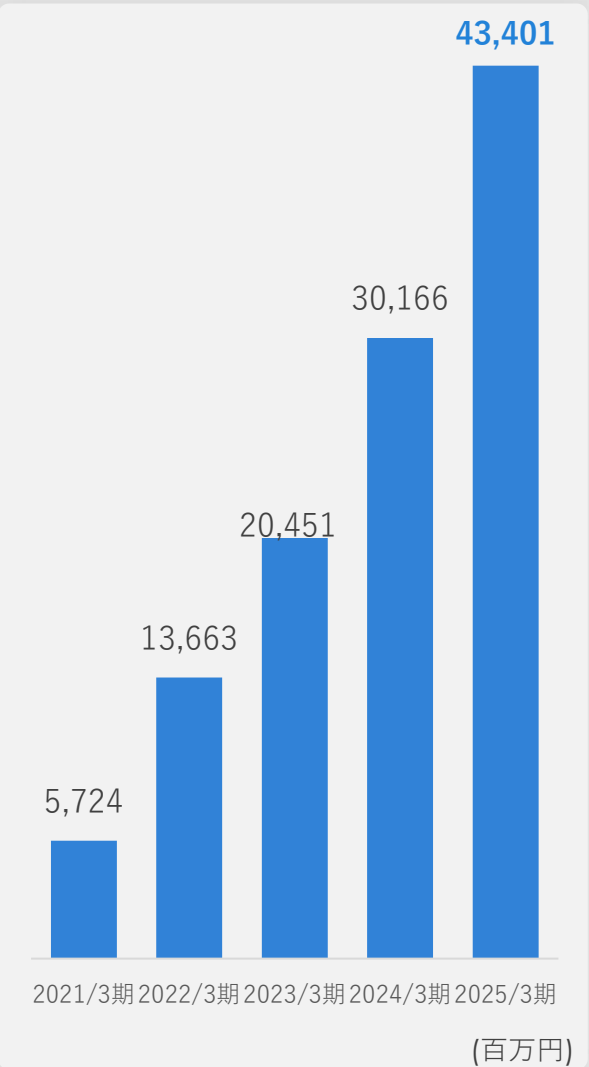
百万円	2024/3期 実績	2025/3期 修正業績予想	2025/3期 実績	前期比	予想比
売上高	30,166	42,000	43,401	+43.9%	+3.3%
配信/コンテンツ	7,647	-	9,323	+21.9%	-
ライブ/イベント	5,601	-	7,793	+39.1%	-
マーチャンダイジング	12,477	-	20,539	+64.6%	-
ライセンス/タイアップ	4,440	-	5,744	+29.4%	-
売上総利益	13,988	-	21,805	+55.9%	-
参考：限界利益	12,375	-	18,711	+51.2%	-
営業利益	5,536	7,400	8,001	+44.5%	+8.1%
純利益	4,137	5,100	5,559	+34.4%	+9.0%

決算ハイライト 2025年3月期のサマリー③ - Q4業績

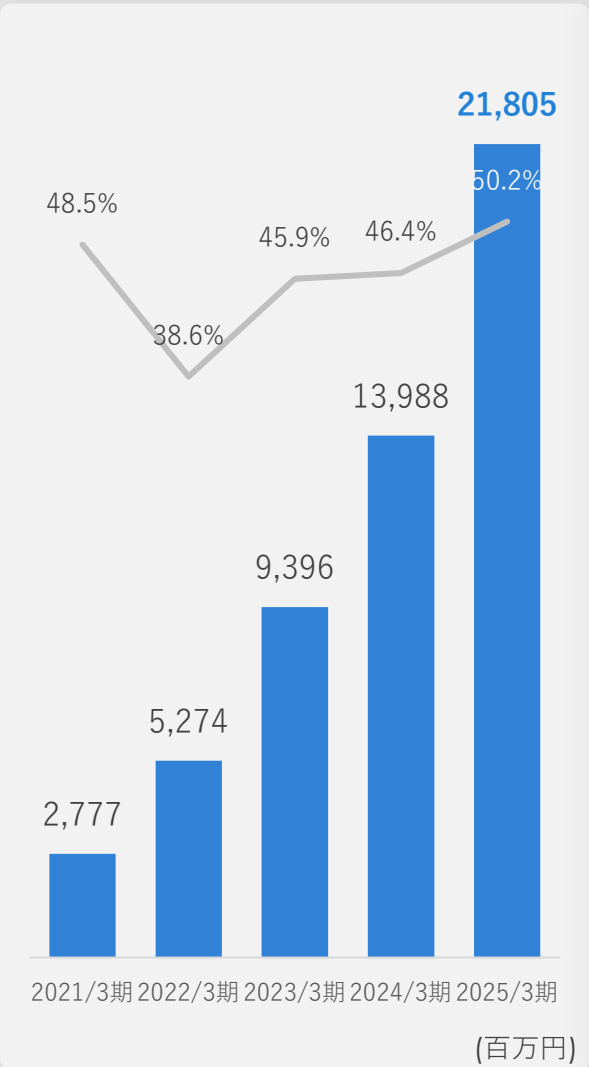
百万円	2024/3期 Q4	2025/3期 Q4	前年同期比
売上高	10,941	14,538	+32.9%
配信/コンテンツ	2,157	2,599	+20.5%
ライブ/イベント	2,985	3,971	+33.0%
マーチャンダイジング	4,414	6,280	+42.3%
ライセンス/タイアップ	1,383	1,687	+22.0%
売上総利益	4,864	6,859	+41.0%
参考：限界利益	4,255	5,834	+37.1%
営業利益	2,045	2,457	+20.1%
四半期純利益	1,512	1,781	+17.8%

通期業績推移

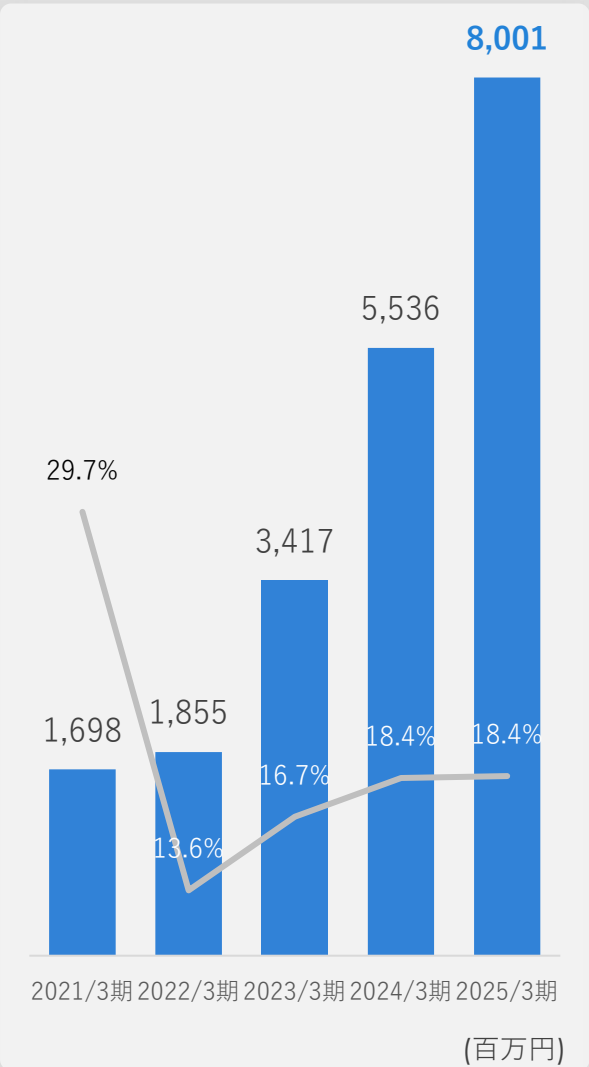
売上高



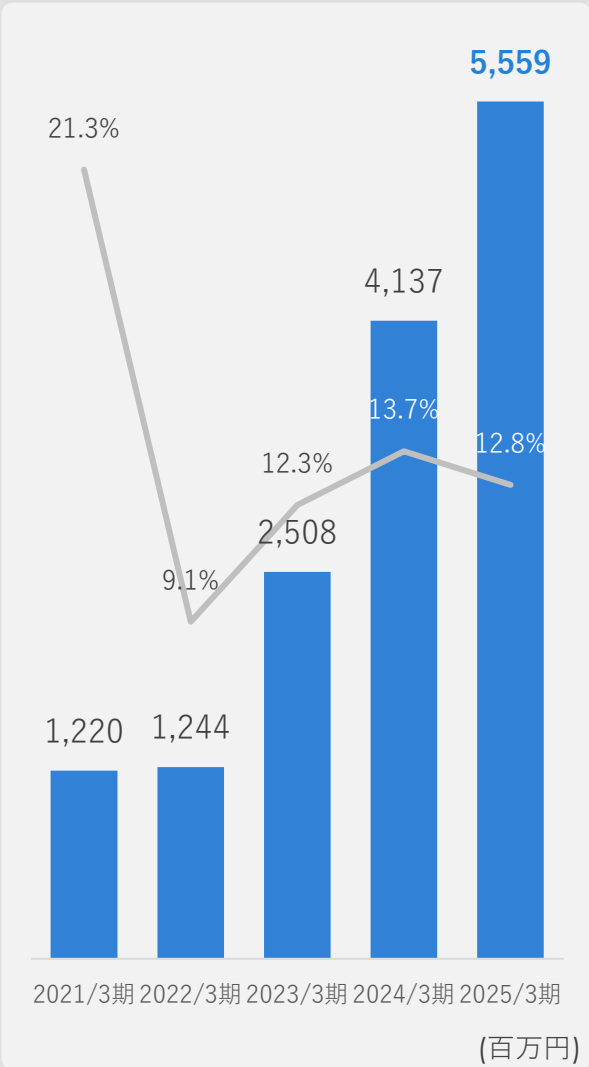
売上総利益/売上総利益率



営業利益/営業利益率



純利益/純利益率



分野別の売上ドライバーと利益貢献度

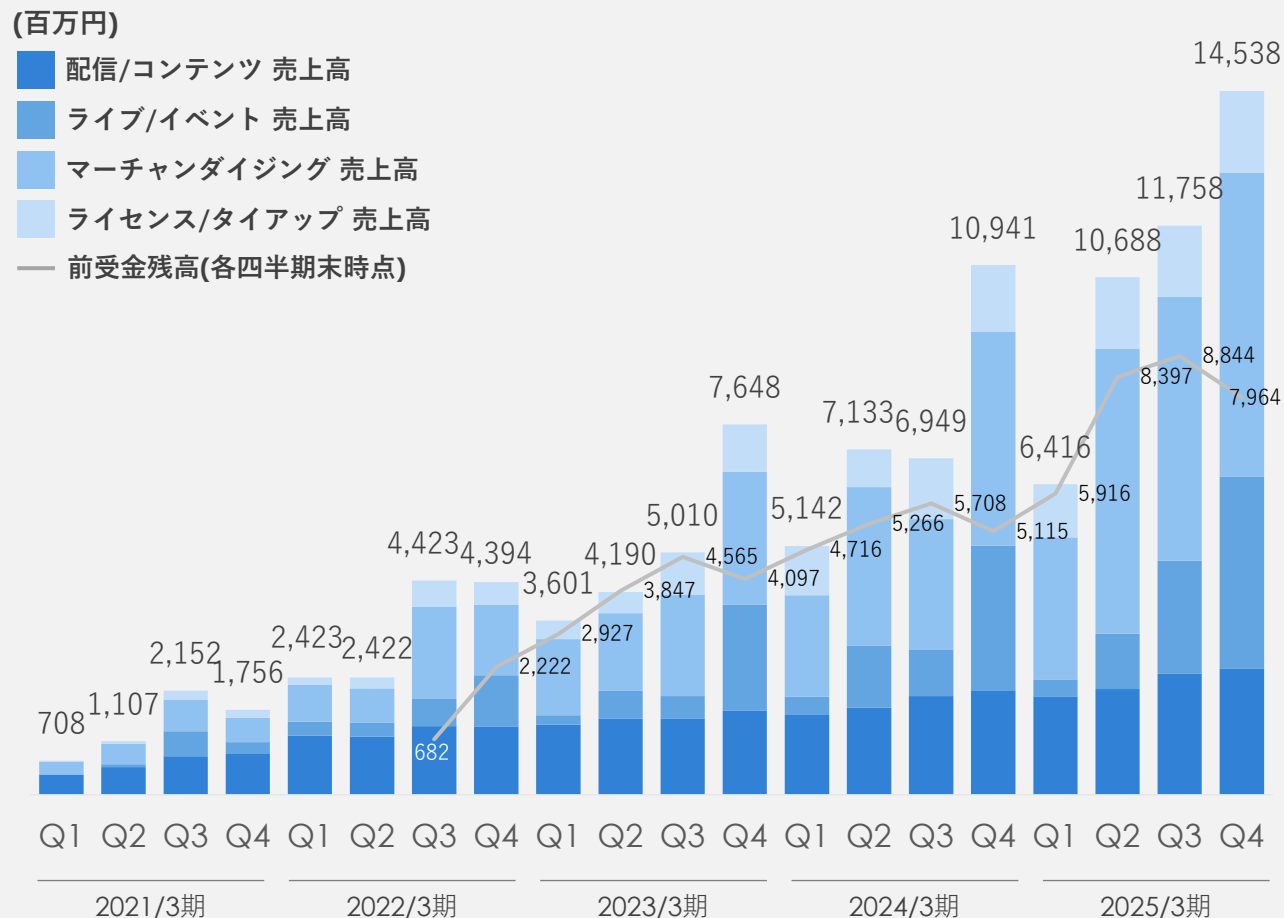
過年度においては、集客関連KPIが大きく伸長。利益貢献度の高い
コマース領域においても、事業開発の進展を背景に各種KPIが着実に成長

サービス分野	売上（百万円）		売上ドライバー（YoY成長率）				コスト/ 投資割合	利益貢献度
	24年3月期	25年3月期	指標	24年3月期	25年3月期	YoY		
配信/コンテンツ	7,647	9,323	平均月間UU数 ^(万)	2,043	2,792	+36.7%	大	小
			累積動画数 ^(本)	91,779	118,953	+29.6%		
ライブ/イベント	5,601	7,793	コンサート動員数 ^(人) ※1	340,000	520,000	+52.9%	中～大	小～中
			ライブ数 ^(本) ※1	10	15	+50.0%		
マーチャндаイジング	12,477	20,539	累計出荷数 ^(万) ※2	270	400	+48.1%	中	中～大
ライセンス/タイアップ	4,440	5,744	取引社数 ^(社)	約280	約370	+32.1%	中	大

※1：各期間における自社主催のライブ公演数の集計
※2：各期間におけるデジタルグッズ以外の出荷点数の集計

売上高の推移

受注生産商品の出荷進捗、TCG売上の拡大、および年度末の中大型イベントの好調等により
Q4売上は前年同期比+32.9%に拡大



■ マーチャンダイジング分野の順調な拡大

- ・ 年央に積み上がった商品受注の出荷進捗により、前受金残高が売上高に転化
- ・ TCGはプレイヤー増加を伴った市場シェア拡大により、四半期ベースで過去最大の売上を記録

■ ライブ／イベント分野の好調

- ・ Q4に実施した星街すいせいの武道館ライブが業績寄与
- ・ 6th Fes/EXPOの集客は26万人程度と過去最大を記録し、運営練度の向上により、収益性の向上も見られた

■ 受注販売商品および大型イベントによる季節性

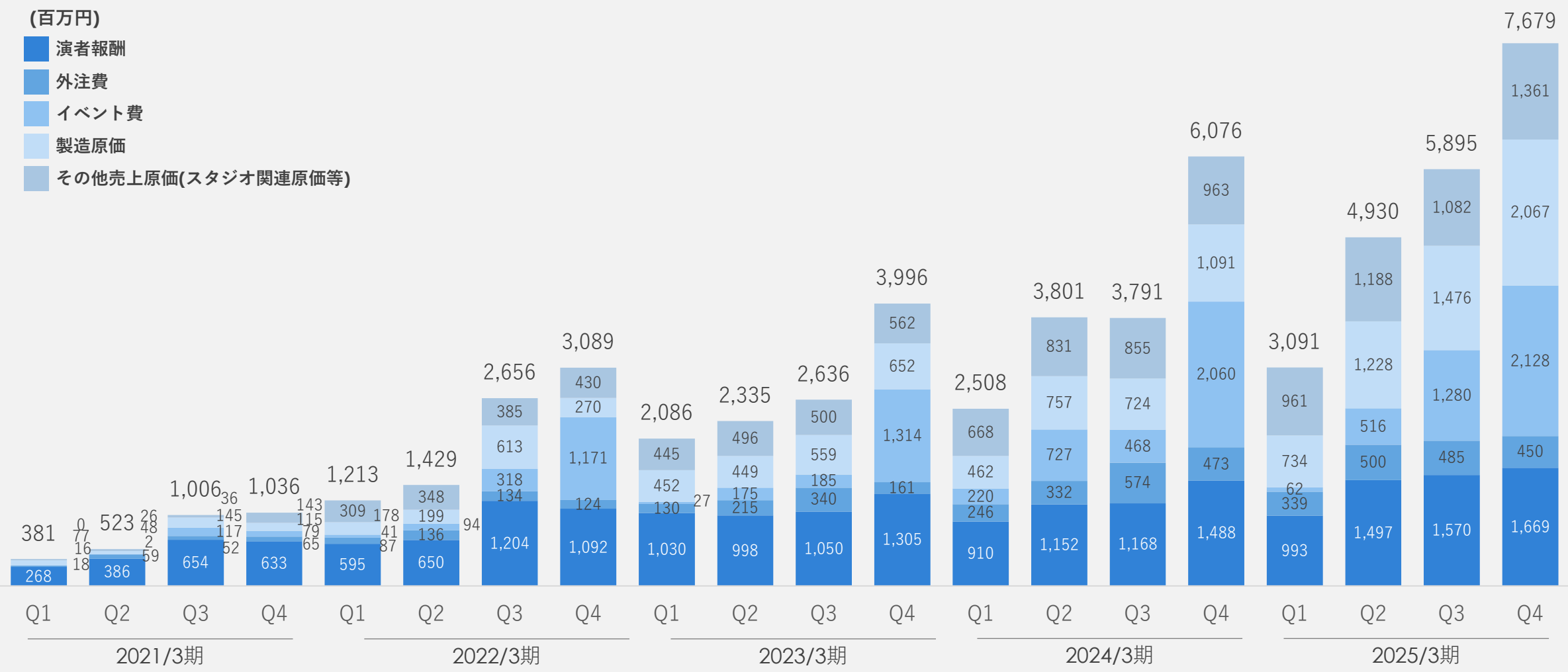
- ・ 受注商品は受注時点で決済金を前受金としてBS計上し、3～6か月程度後の発送時点でPL上の売上高として計上
- ・ 受注商品はタレントのアニバーサリー等の記念日商品が多く、現状では売上高がQ3～Q4に立ちやすい
- ・ Q4には大型イベントを実施しているため、他の四半期よりも収益規模が大きい

※1 サービス別の四半期売上高の内訳についてはAppendixに記載
※2 前受金数値は、現行EC体制となった2022/3期Q3以降の数値を記載

コスト推移（売上原価）

国内外の中大型ライブコンサートおよびFes/EXPOの実施により、
売上原価の中でQ4期間のイベント費が大きく増加。

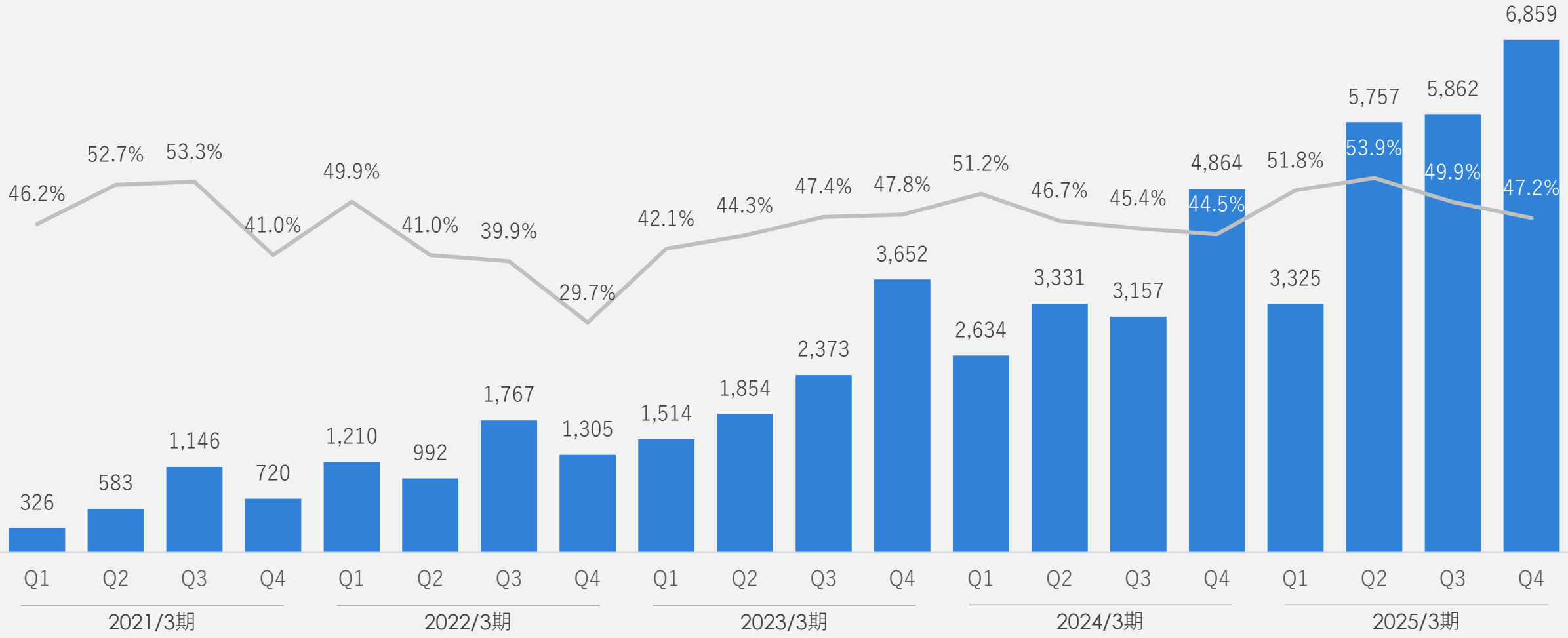
製造原価費目の中ではEC/小売取扱SKUの増加に伴う商品在庫の一部評価減を2億円程度計上



売上総利益及び売上総利益率の推移

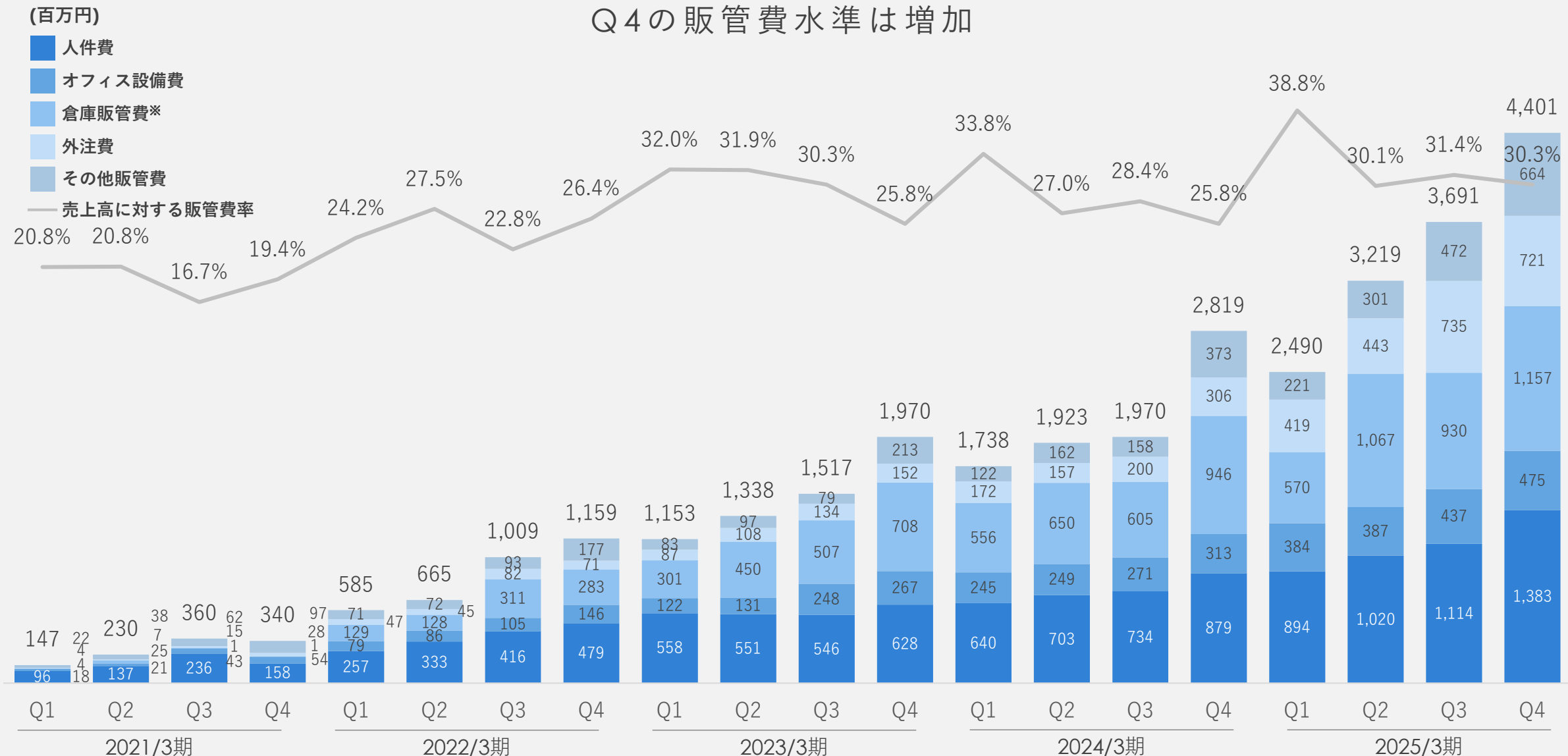
国内外イベント件数・規模の増加及びインベントリ調整コストの影響を受けて、Q4の粗利率は前四半期比で調整したものの、国内外における多面的な商品・サービス展開の進捗により、粗利水準は前年同期比で+41.0%まで拡大

(百万円)



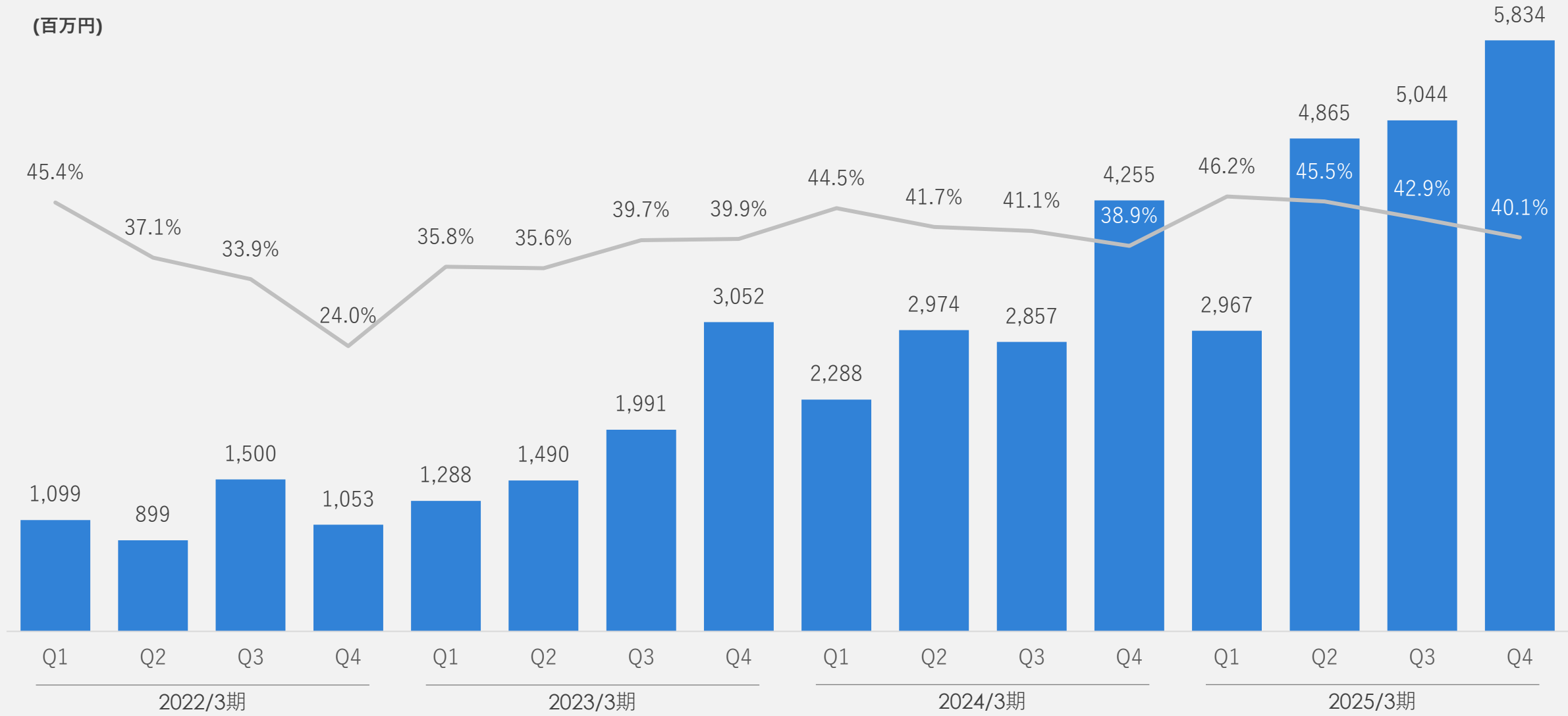
コスト推移（販管費および販管費率）

年度末の業績連動賞与引当、国内外MD取引の増加を背景とした倉庫販管費増、
下半期以降の広告宣伝費及びソフトウェア資産償却費の計上などにより、
Q4の販管費水準は増加



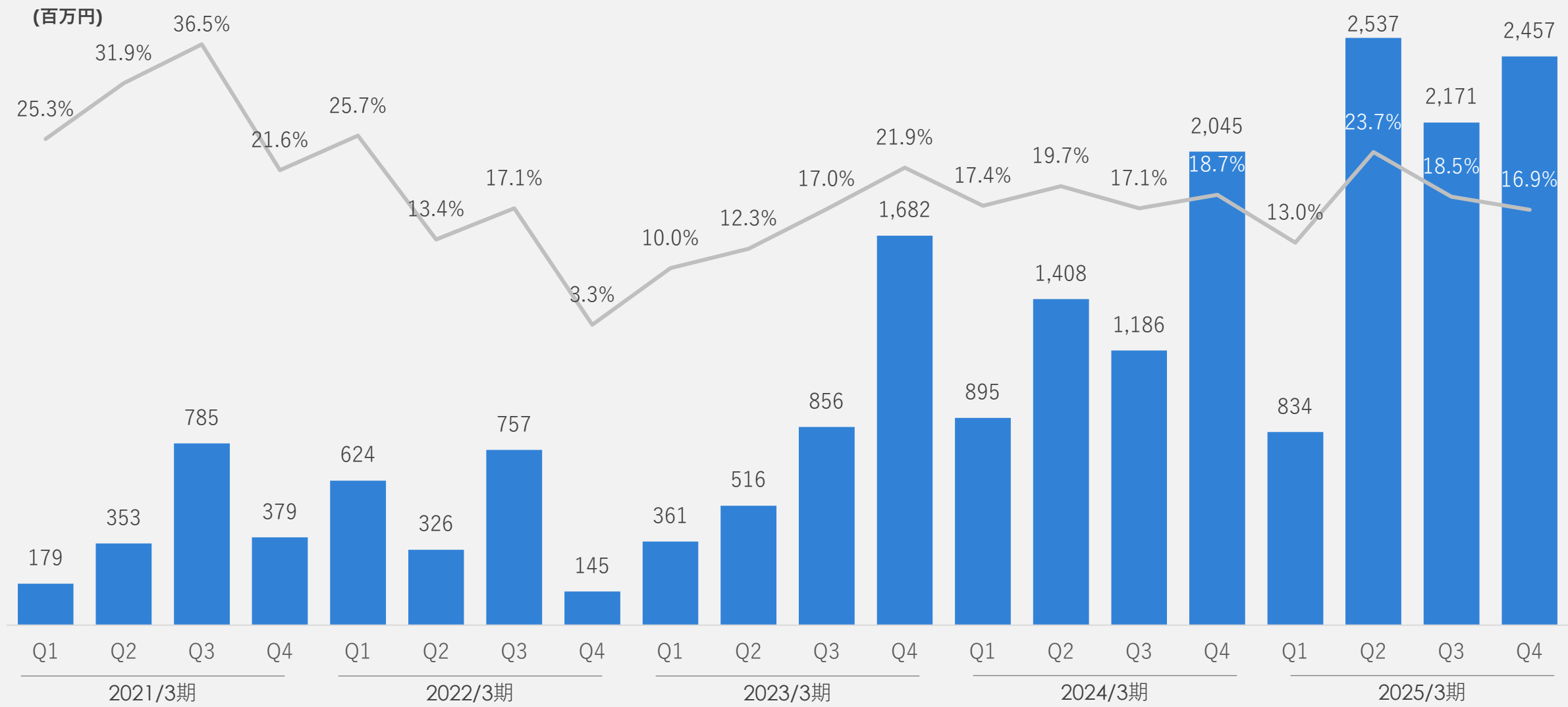
限界利益及び限界利益率の推移

ライブ/イベント分野の収益比率の高まりを受け限界利益率は前四半期比で調整したものの、
Q4の限界利益水準は前年同四半期比+37.1%まで拡大



営業利益及び営業利益率の推移

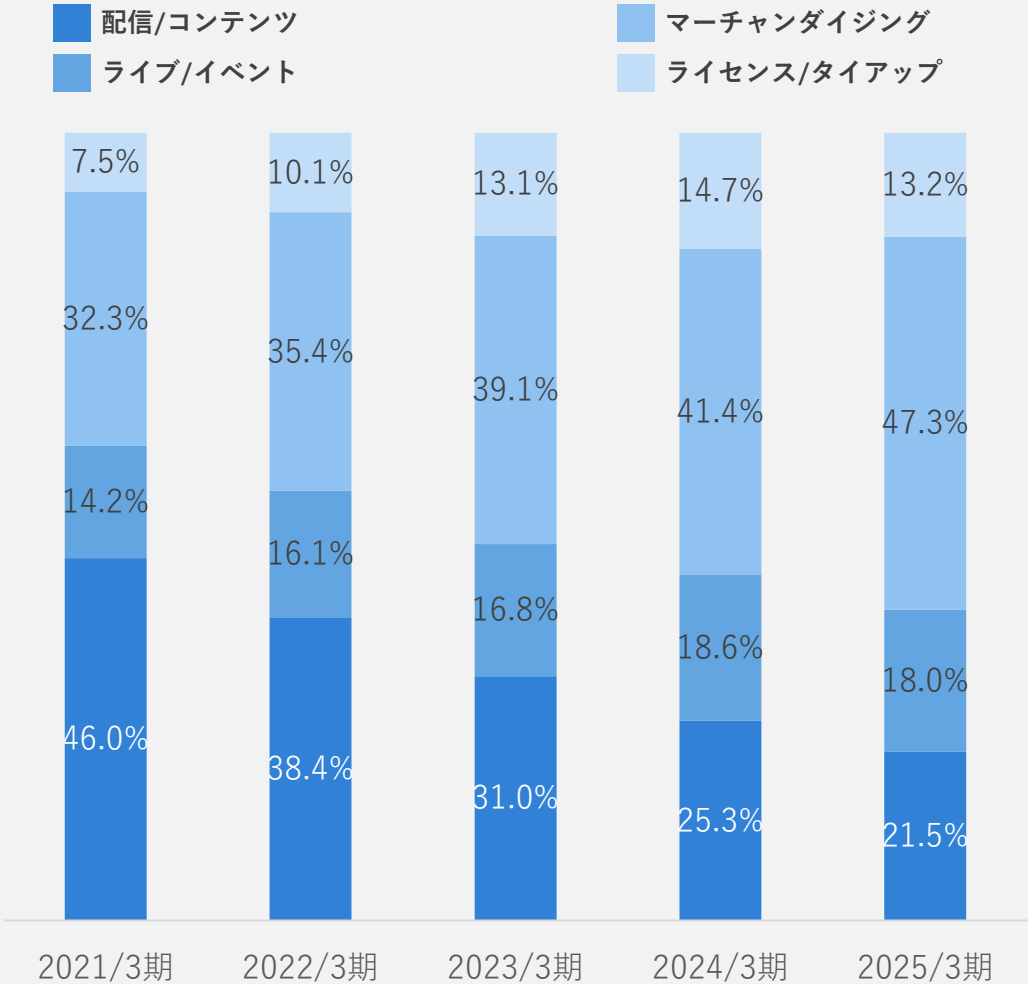
イベント費の増加、インベントリ調整の実施、および国内外事業開発支出の拡大により、営業利益率は前四半期比で調整した一方、Q4の営業利益水準は前年同期比で+20.1%まで拡大



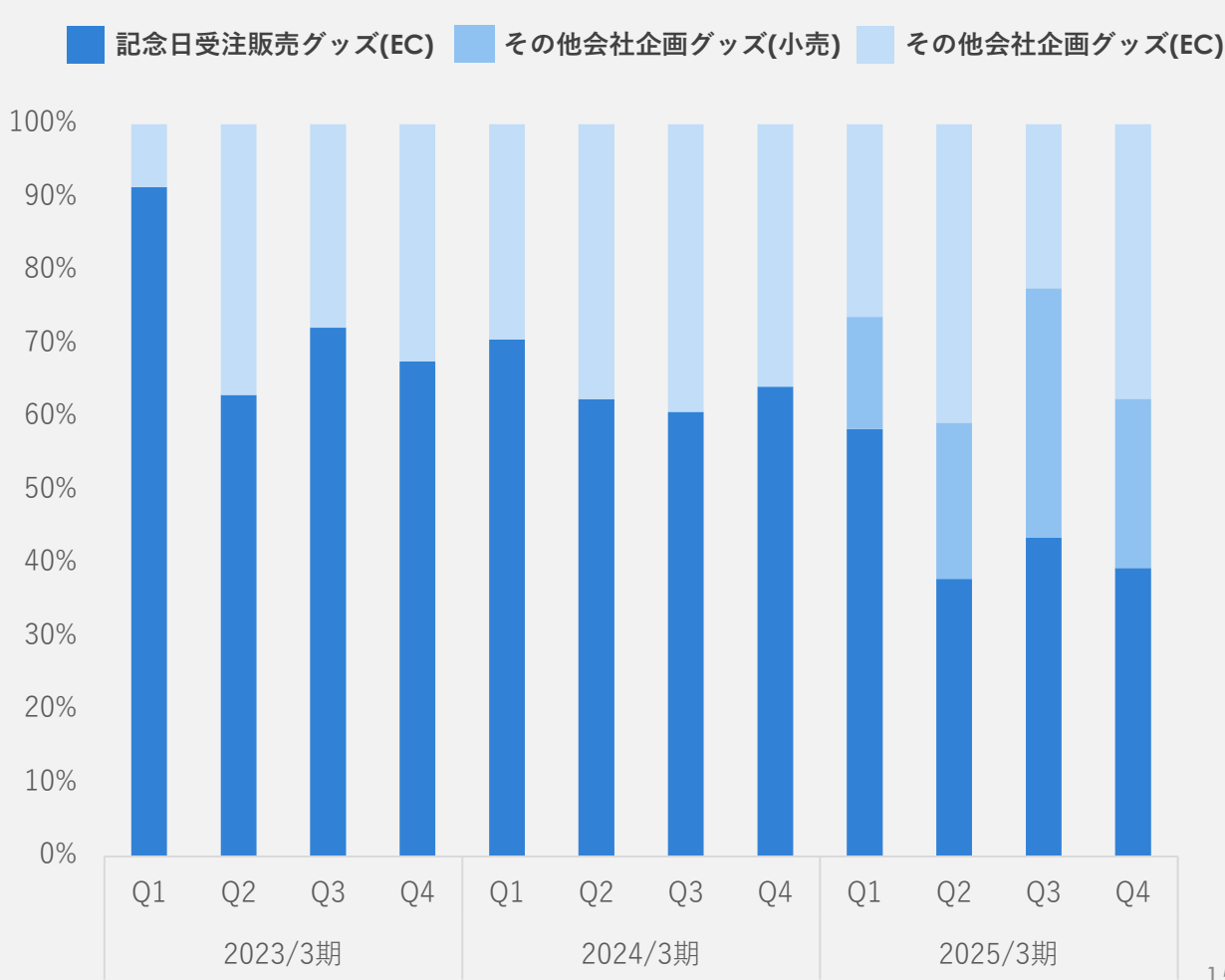
サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

TCG及び小売の拡大により、セールスミックスにおけるMDの売上構成比は引き続き拡大。
 今後は海外ライセンス／タイアップおよびゲーム分野の拡大による収益性改善を推進する

■ サービス別売上高比率



■ MD各プロダクト・販路別の月次売上比率の推移



※1: 「ホロライブプロダクション公式ショップ」およびGeek Jackでの販売分を含む
 ※2: その他会社企画グッズ(小売)については、2024/3期以前は僅少であるため、2025/3期より集計

2026年3月期Q1に向けたサービス分野別の事業展開

Q1は例年、前四半期末の巨大イベント実施を受けた売上の反動減を見込む一方で、認知拡大やMDの商品・販路拡大を背景として前年同期比では拡大基調の業績推移を見込む

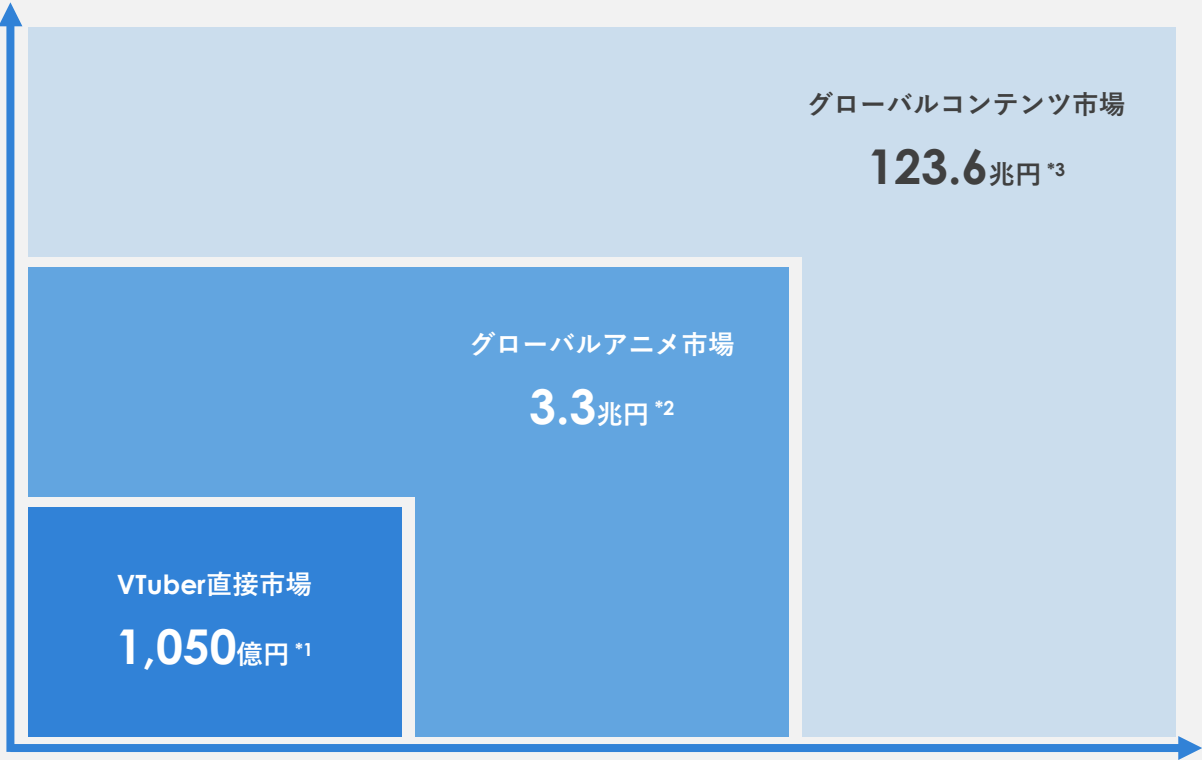
サービス分野	準備中の施策等
配信/コンテンツ	- 既存・新規タレントの配信企画、ゲーム、音楽等の各分野における活躍を通じた新規ファン層拡大の継続 - 大ヒットアニメ「機動戦士Gundam GQuuuuuuX」のEDテーマ歌唱や「2025大阪・関西万博」への出演などの露出によるタレントおよびブランドの認知拡大
ライブ/イベント	- Q4に実施したFes/EXPO関連収益の一部期跨ぎ計上 5月に猫又おかゆ 2nd Live「ぺるそにゃ〜りすぺくと」を実施
マーチャンダイジング	- TCGは6月にブースターパックの第4弾の発売を予定 - 季節性の影響で毎年度Q1は受注販売グッズの売上計上が控えめになる傾向
ライセンス/タイアップ	過年度から実施している、国内外取引代理店拡充、大型新規顧客開拓の効果顕在化を徐々に見込む

2026年3月期事業計画及び中長期の方針

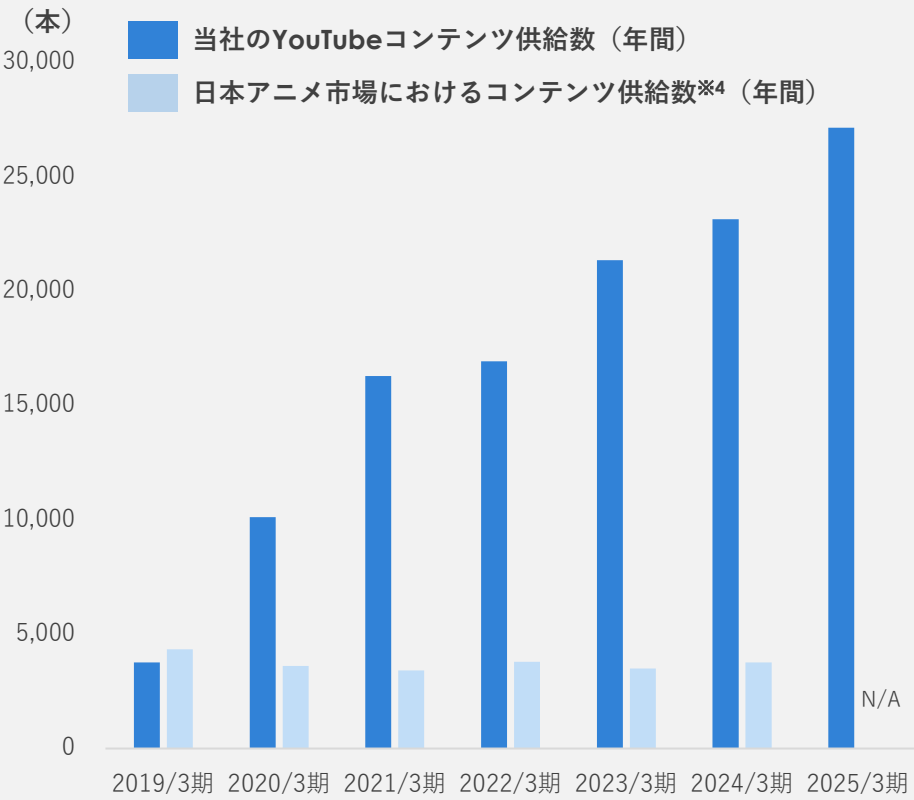
VTuber市場の急速な拡大

VTuber市場は、アニメ市場と相似的な構造を持ちながら、
圧倒的なコンテンツ供給量と双方向性によって、熱量の高いファン層を獲得しつつ急拡大

■ VTuber市場のTAM拡大イメージ



■ 当社のYouTubeコンテンツ年間供給数 v.s.
日本アニメ市場におけるの年間新規タイトル供給数

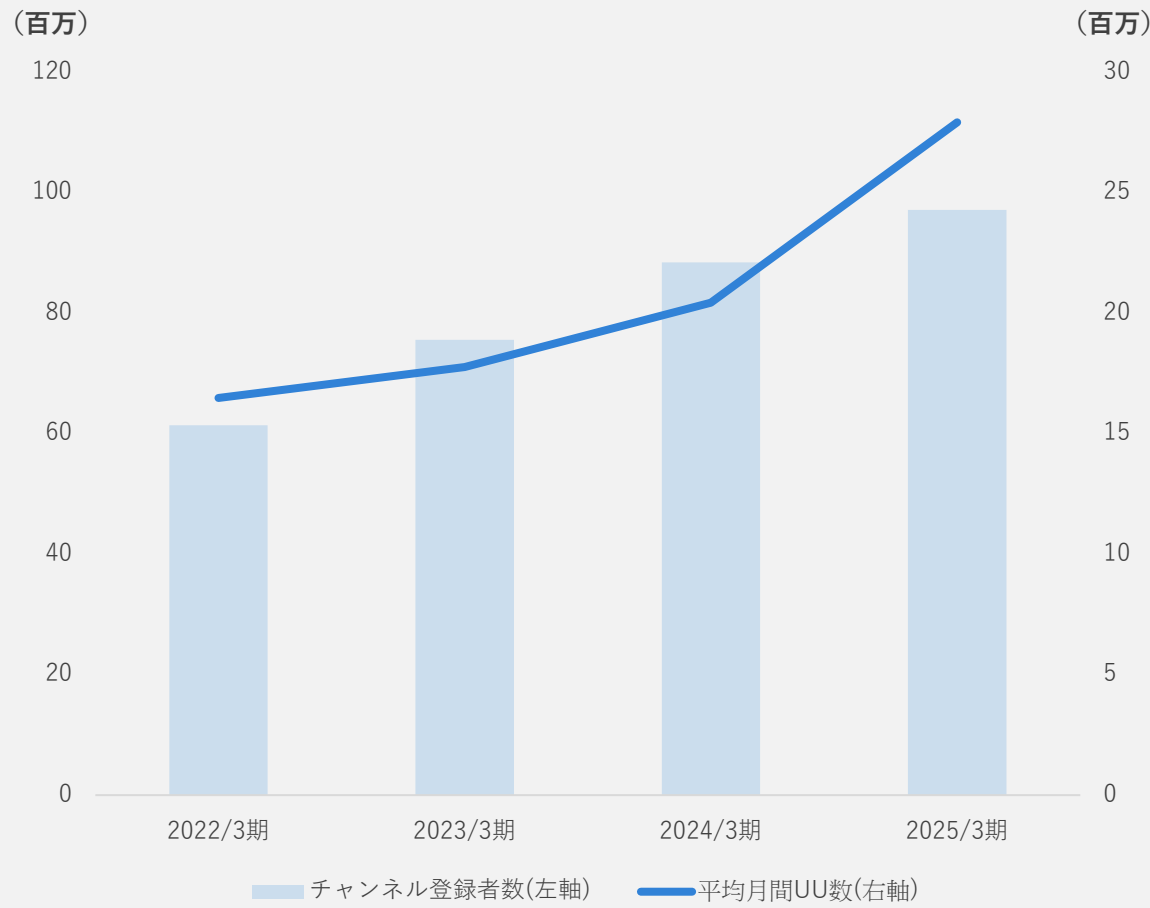


※1：株式会社矢野研究所『2025年 VTuber市場の徹底研究 ～市場調査編～』より、2024年度のVTuber市場規模見込みを参照
※2：一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2024』より、2023年 アニメ産業市場（広義のアニメ市場）を参照
※3：内閣官房『第23回新しい資本主義実現会議の基礎資料』にて記載の2019年のコンテンツ産業の世界市場規模を参照
※4：一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2024』より、「TVアニメ制作分数」を1本あたり30分として計算

クリエイター支援と共創を基盤としたブランド拡大

トップクリエイターの活躍によりマス層への認知拡大が進展

■ YouTubeにおけるチャンネル登録数と平均月間UU数の推移※



■ 所属タレントの多面的な活躍とブランドの露出拡大

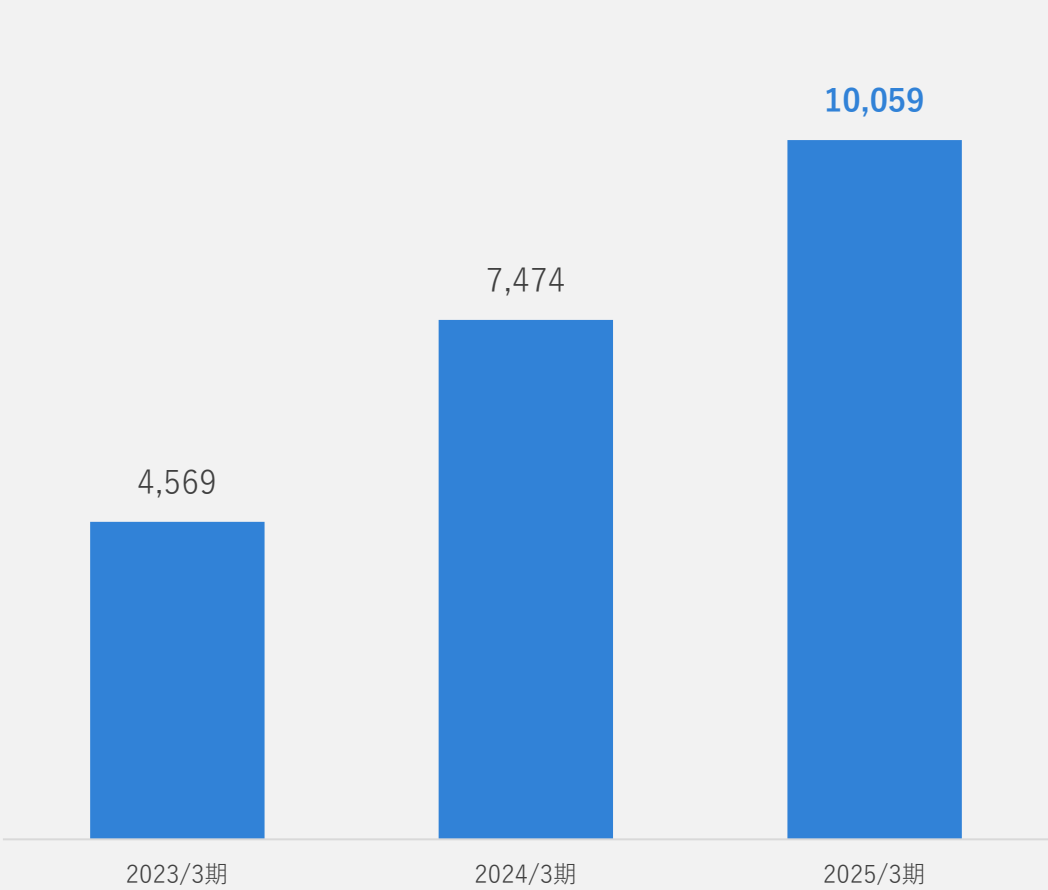
配信・動画	・ 兎田ぺこらがThe Game Awardにノミネート ・ ショート動画で複数タレントの動画がバズを生み出す（宝鐘マリン、儒烏風亭らでん、etc.）
音楽	・ 星街すいせいのビビデバがYouTubeで1億回再生突破 ・ ライブ興行の大型化（Hollywood Palladium、日本武道館、有明アリーナ、Kアリーナ横浜、etc.）
ゲーム	・ 獅白ぼたんがゲーム大会企画「獅白杯」の貢献で日本eスポーツアワードを受賞 ・ ホロライブGTA 等のタレント横断企画の増加
イベント	・ 森カリオペがEXPO2025大阪・関西万博のオープニング・セレモニーに出演 ・ 6th Fes/EXPO2025における延べ動員26万人
TCG	・ 全国大会をはじめショップ大会や交流会などを継続的に実施し、これまでの延べ動員15万人にのぼる ・ カードゲーム市場において、中堅タイトルとして認知される一定規模のプレイヤー層および支持を獲得
タイアップ	・ ロサンゼルス・ドジャース、マクドナルド、ソニーPlayStation 30周年記念CM、カプコン モンスターハンターなど様々な分野でのタイアップ案件の広がり

※：各年度末時点の公式を含む所属VTuberのチャンネル登録者数および各年度の月間UU数の平均の推移

海外展開を通じた拡大ポテンシャル

新規タレントの立ち上がり及び事業開発の進展により、
海外の事業基盤は拡大基調で推移

■ 海外売上高の成長
(百万円)



■ 海外事業関連KPIの進捗

	2024年3月期	2025年3月期
海外タレントのコンテンツ供給数	8,517本	9,295本
海外タレントの動画再生回数	7.5億回	9.3億回
海外でのライブコンサート本数※1	5本	9本
海外向けMD出荷数※2	54万	74万
ライセンス／タイアップ海外取引社数	約50社	約70社

※1：各期間における自社主催以外のライブ出演も含むライブ公演数の集計。
※2：各期間におけるデジタルグッズ以外の出荷点数の集計。

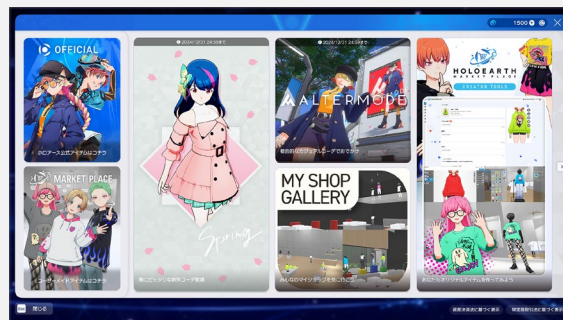
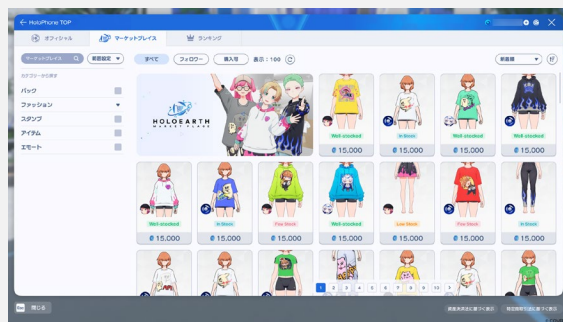
当社のゲーム関連プロジェクトの展望

ゲーム関連分野については、類型ごとに財務リスクを分散化して管理。
ライセンスアウトによる他社開発タイトルでは、すでに収益性のあるタイトルが複数リリース

	概要	開発費	収益モデル
holo Indie 	- 当社IPを用いた二次創作ゲーム向けのブランド - インディーズゲーム・クリエイター等が、当社IPを用いたゲームを当該ブランド下で公開可能 - リリース済タイトル総数は22本まで拡大	原則クリエイターが負担	レベニューシェア
外部ゲーム企業へのIPライセンスアウト 	- 当社保有IPを外部のゲーム開発・運用会社にライセンスアウトし、オリジナルゲームを開発 - 外部デベロッパー企業へのライセンス・スキームによる開発タイトルも複数本を開発中 - 当社は原作監修及びプロモーションの一部を担当	大部分を開発・運用会社が負担	レベニューシェア
ホロアース 	- 次世代のファン体験を可能にするバーチャル空間の提供 - 当社の他サービスとの連携も視野に開発柔軟性の観点で内製開発	当社が負担 (B/S計上した資産をPLにて償却費用化)	当社が享受

「ホロアース」

2025年4月にVer1.0.0を公開し、マーケット・プレイス機能を正式リリース



※画像は開発中の内容

■ アップデート概要

- ユーザーがホロアース内のファッションアイテムやスタンプを作成し、販売することができる新しいサービス「ホロアースマーケットプレイス」がスタート
- その他アイテムの追加やファッション機能の拡充などを追加

■ 今後の開発予定

- ホロライブタレントが普段の姿で遊べるように、プロダクションとの連携の強化。その他、バーチャルライブやミート&グリーツ機能の実装を計画中
- PCに接続した市販のWebカメラを使ってモーショントラッキングを行うことにより、ユーザーがアバターの表情やモーションを動かすことができるようにするトラッキングモードを開発中

■ 当面の財務影響について

- 2025年3月期以降は運用費及びソフトウェア資産の償却費をPL計上
 - 償却は2024年10月頃から開始（償却期間5年）
 - 2025年3月期のPL上の費用インパクトは全体で5億円程度
 - 2026年3月期は10億円程度を想定（内償却費8億円程度）
- 2024年10月以降の償却開始後のフェーズにおける開発費は、エンジニアリング等の稼働工数に応じて、追加での資産計上し、リリースに応じて随時償却を開始

2026年3月期業績予想

引き続き高い売上高成長を想定しつつも、
先行投資の影響により、期初時点では通期微増益を予想

参考：2025/3期実績				2026/3期業績予想		
百万円	通期実績	上期実績	下期実績	通期予想	上期予想	下期予想
売上高	43,401	17,104	26,357	52,500	22,750	29,750
参考：限界利益*	18,711	7,832	10,940	21,714	9,021	12,692
対売上高比率	43.1%	45.8%	41.5%	41.4%	39.7%	42.7%
営業利益	8,001	3,372	4,690	8,200	2,420	5,780
対売上高比率	18.4%	19.7%	17.8%	15.6%	10.6%	19.4%
経常利益	7,962	3,301	4,722	8,200	2,420	6,150
対売上高比率	18.3%	19.3%	17.9%	15.6%	10.6%	19.4%
純利益	5,559	2,120	3,481	5,700	1,679	4,021
対売上高比率	12.8%	12.4%	13.2%	10.9%	7.3%	13.5%

<2026/3期上期の業績予想について>

- 将来の事業成長を見据えた事業投資に伴う短期的な固定費の増加に加え、売上高が下期に偏重する季節性の影響により、上期の利益水準は前年同期を下回る見通し
- 新経営体制のもと、人員再配置や業務プロセスの見直し、販管費の最適化といった構造改革を進め、収益体質の強化を図る

<アップサイド・カタリスト>

- 英語版を発売予定のTCGビジネスの国内外における収益拡大
- 年央の物流倉庫移管による下半期以降のSCM合理化
- 海外大型タイアップ企業・ライセンサーとの取引拡大
- 音楽・ゲーム分野でのブランド認知拡大を通じた関連ビジネスの拡大

<ダウンサイド・カタリスト>

- 関税・物価・為替の変化に関連した海外消費者需要の後退

<先行投資的支出による利益の下押し（後述）>

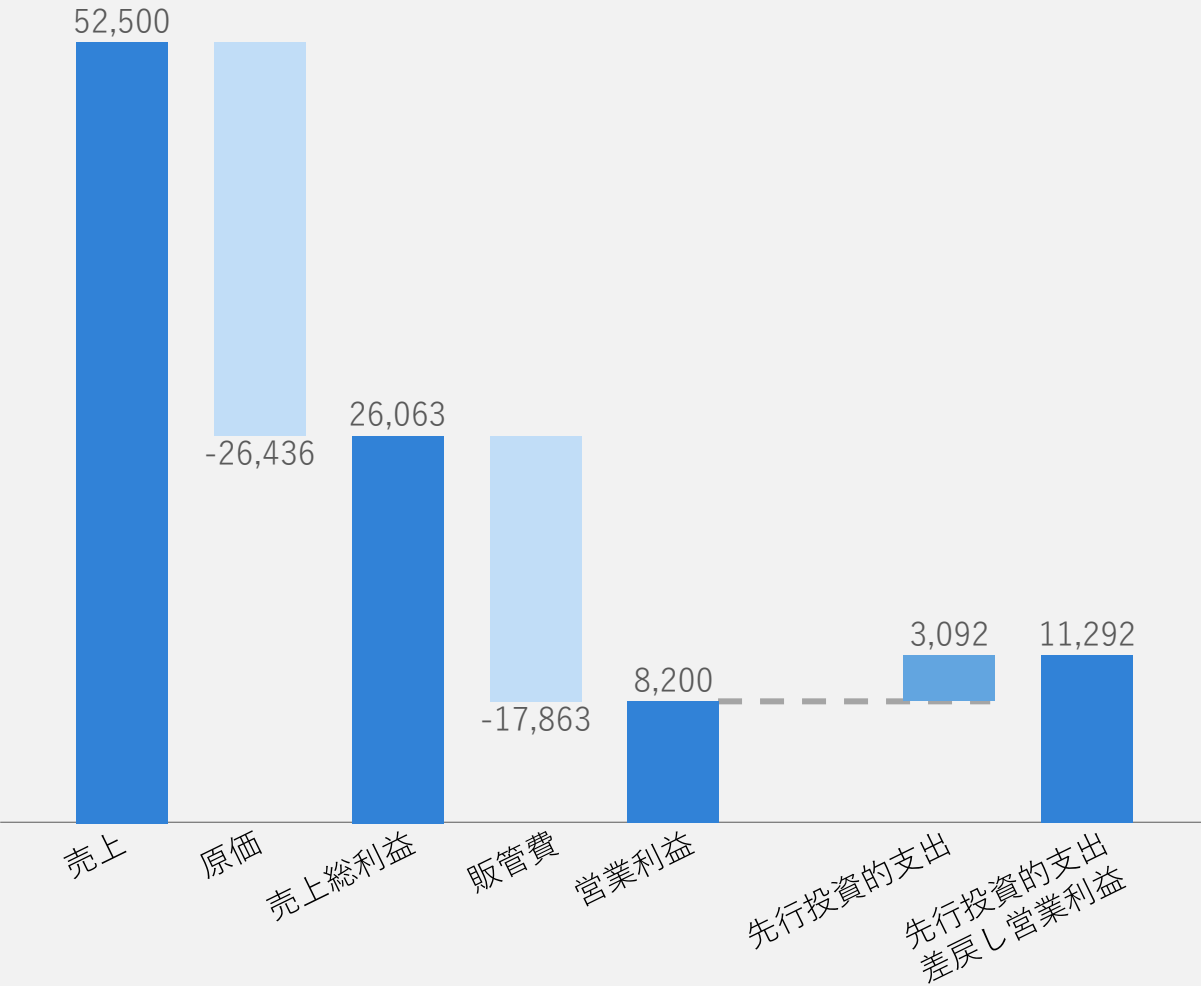
- 表現技術に係る研究開発
- コンテンツ供給増のための体制拡充
- SCM効率化に係る体制拡充
- 海外事業開発（海外拠点運営、マーケティング他）
- ゲーム／ホロアースなどのデジタルコンテンツ・ビジネス開発
- 経営基盤強化に向けた管理部門の体制拡充

※：限界利益は「売上高－売上原価(変動費)－販管費(変動費)」として計算

先行投資的支出の営業利益予想への影響

2026年3月期は持続的な成長に向けた体制拡充および研究開発費用が一時的に利益を下押し。
規律ある投資と経営効率の改善により、中長期では収益性を改善していく想定

■ 2026/3期業績予想の内訳 (百万円)



<主な原価の内訳>

- 演者報酬
- 商品製造原価
- イベント費
- スタジオ関連費用

<主な販管費の内訳>

- 人件費／外注費／業務委託費
 - 制作能力拡充
 - 研究開発費
 - SCM効率化に係る体制拡充
 - 海外事業開発費（外注費として海外拠点費含む）
 - 経営基盤強化
- 倉庫販管費
- オフィス・スタジオ設備費
- ソフトウェア償却費

<営業利益（営業利益率）>

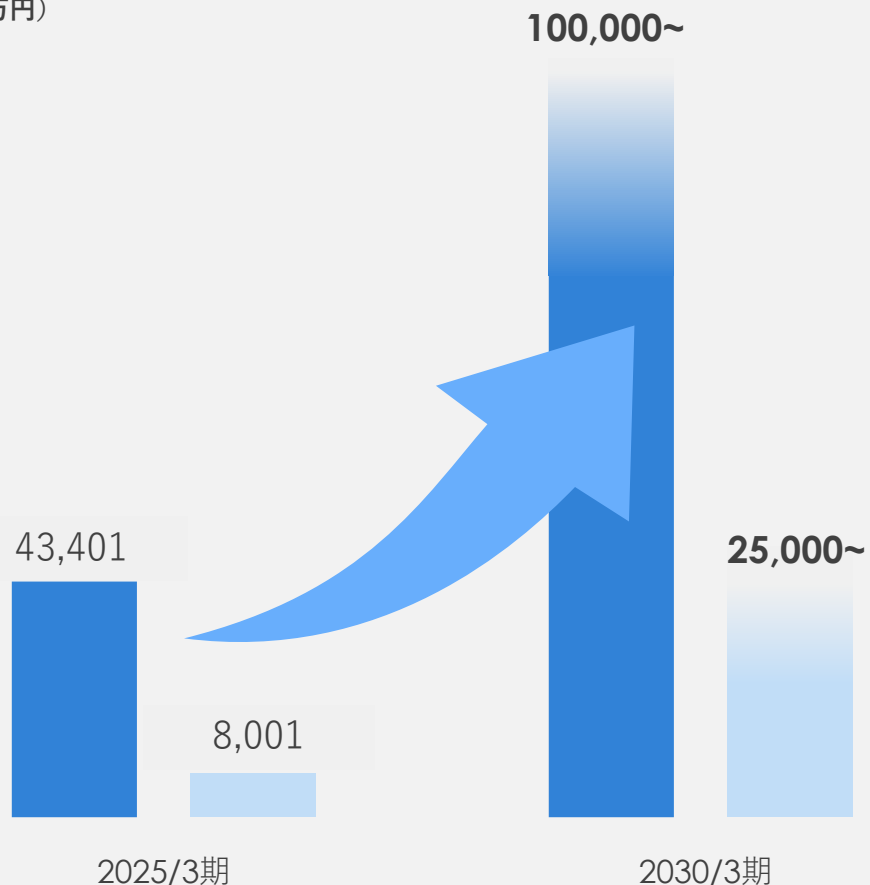
- 予想数値：82億円（15%）
 - 先行投資的支出を差戻した参考値：112億円（21%）

中期目標(2026年3月期～2030年3月期)

2030年3月期に売上高1,000億円、営業利益250億円以上を達成することを
中期経営目標とする

■ 事業の成長イメージ

(百万円)



< 売上・売上総利益 >

- VTuberへの収益分配を確保しつつ、プロダクトの多面展開とセールスミックスの変化により中期的に収益性を改善しながら事業規模を拡大

< 営業利益 >

- 制作能力拡充、海外事業開発、デジタルコンテンツ関連事業開発など広範な成長領域への投資と持続的な成長を重視し、現実的かつ中長期での最大価値創出を目指した利益水準を目標とする
- 成長投資と収益機会の多様化を推進する過程においては、期中でのセールスミックスの変動が想定されるため、中期目標としては営業利益率よりも営業利益水準を重視
- 新経営体制のもと、人員再配置や業務プロセスの見直し、販管費の最適化といった構造改革を進め、収益体質の強化も並行して推進する
- 事業基盤の拡張期が一巡すれば、コスト最適化とスケールメリットにより、収益性の更なる改善余地も見込む
- 中期目標はオーガニック成長で到達可能という想定だが、成長の選択肢として戦略的な提携・外部資源の活用も排除しない

目標達成に向けた事業拡大のドライバー

各分野の事業開発を段階的に推進し、「グローバル収益基盤の確立」および「新規事業領域の収益拡大」については、中期目標期間の2～3年目以降に本格的な収益寄与を見込む

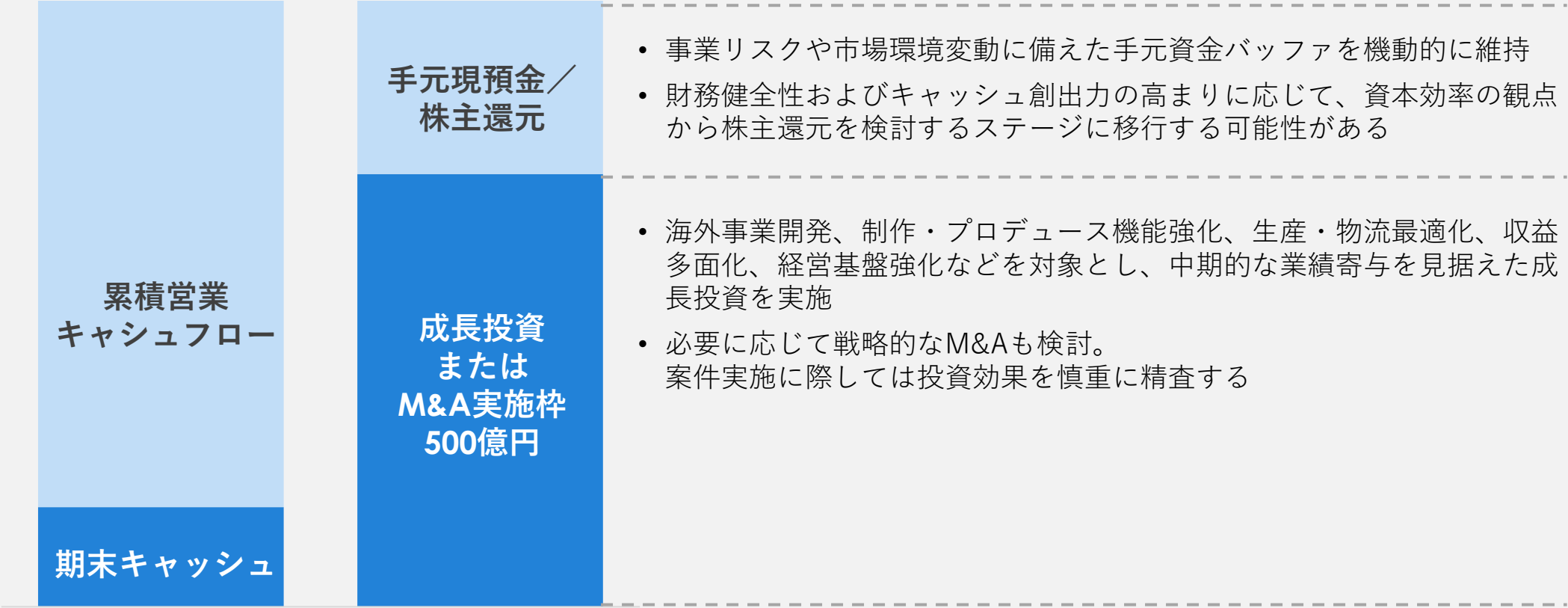
主な施策

主な投資内容

共創によるコンテンツ供給の強化	- ライブ配信、音楽、ゲーム、アートなど多様な表現領域における、トップタレントの輩出 - コンテンツ制作体制の高度化と効率改善 - 他社大型コンテンツ／メディアとのコラボレーションによる認知拡大	- トップタレント創出に係る体制整備 - 配信・ライブコンサート等に係る表現技術に関する研究開発・設備投資 - アニメなどの制作時間軸が長い大型コンテンツの他社との共同制作
グローバル収益基盤の確立	- 北米・アジアを中心とした海外大消費地におけるグッズ生産流通の確立 - グローバル・ライセンス取引の拡大	- 海外拠点運営 - SCM等に係るデータ基盤の拡充 - 海外マーケティング - 必要に応じた資本業務提携やM&Aの検討
新規事業領域の収益拡大	- TCGのグローバル展開 - ゲーム等のデジタルコンテンツ収益の拡大	- 外部デベロッパー企業とのゲーム共同開発 - ホロアースの自社開発
人的資本の高度活用	- 人材の最適配置および育成を通じたパフォーマンス最大化 - 持続的な成長に向けた経営基盤の強化	管理部門の体制整備

キャピタルアロケーションに関する方針

2030年3月期までの5年間で、累計500億円程度を成長投資またはM&A実施枠として想定。
余剰キャッシュについては、機動的な内部留保を維持しつつ、株主還元も検討



2026年3月期以降の業務執行体制について

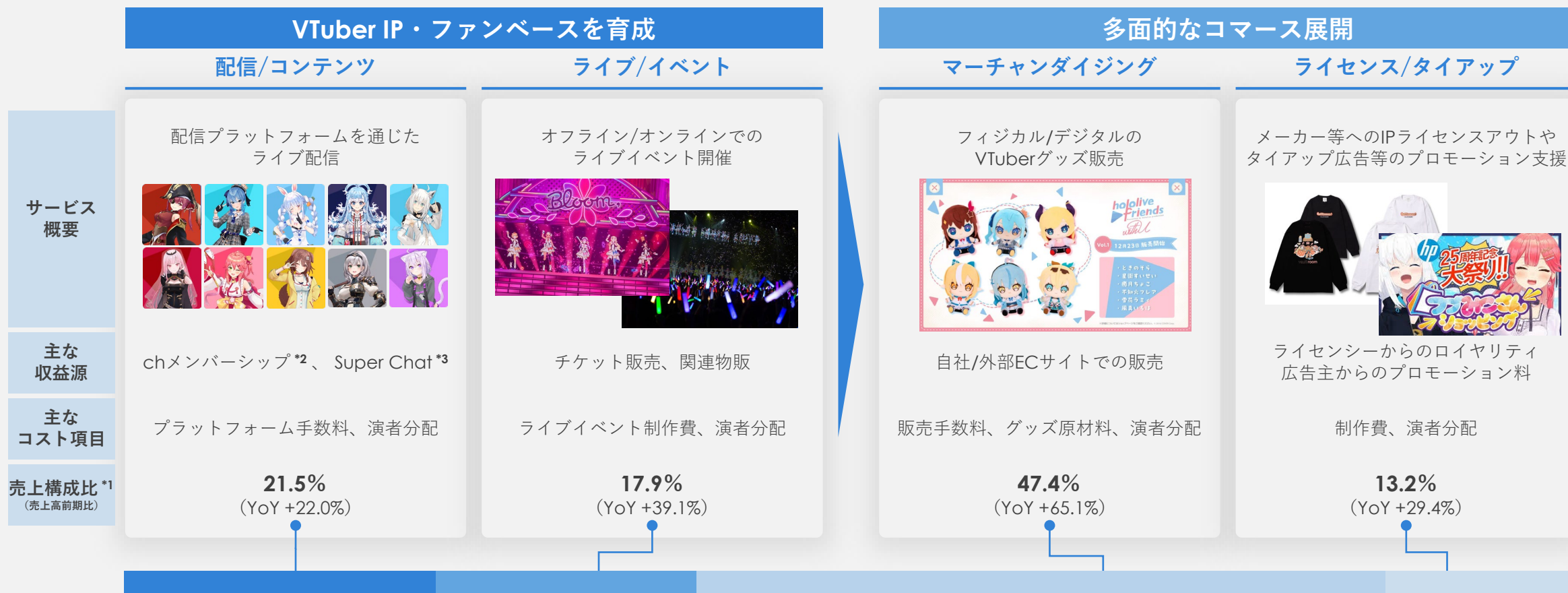
2025年4月から経営体制を強化し、経営目標の実現に取り組む

氏名	役職	管掌	経歴
谷郷 元昭	代表取締役社長CEO 執行役員	-	イマジニア株式会社で株式会社サンリオと提携したゲームのプロデュースを担当後、テレビ局や出版社と提携した携帯公式サイトを運営する事業を統括。株式会社アイスタイルでEC事業の立ち上げ、モバイル広告企業、株式会社インタースパイア（現ユナイテッド）の創業に参画後、株式会社サンゼロミニッツを創業し株式会社イードへ売却し、2016年に当社創業。
福田 一行	取締役CTO 執行役員	メタバース領域・技術部門	2005年からソニー株式会社にて放送局向けシステムの設計を担当。2008年から、アジャイルメディア・ネットワーク株式会社にてCTOとしてソーシャルメディア向けの広告システム、キャンペーンシステムなどを担当。2016年からカバー株式会社にて、VTuber配信アプリの開発を担当。
植田 修平	取締役 執行役員	メディアミックス・ライセンス/タイアップ領域	新卒でイマジニア入社。2001年ゲームボット設立。代表取締役就任。FreeToPlayの先駆者としてオンラインゲーム黎明期を牽引。2005年にIPOを果たす。その後、韓国大手ライブ配信AfreecaTV日本法人の代表をはじめ、数社の代表取締役を歴任。一般社団法人日本オンラインゲーム協会共同代表理事。
金子 陽亮	執行役員CFO	コーポレートシェアードファンクション統括・ 経営企画室・海外事業開発室	SMBC日興証券の資本市場本部にて株式資金調達案件の組成業務に従事。2018年からは同社ロンドン拠点にてグローバルIPOの執行などを担当。2021年にカバーに入社。経営企画室長を経て、2023年に執行役員CFO就任。
加藤 卓	執行役員	管理・人事・法務知財・危機管理	公認会計士。監査法人での勤務を経て、スタートアップの管理部門責任者を経験。2020年にカバー株式会社に入社し、コーポレート部門の立ち上げ・拡大に関与。現在、法務や危機管理を含む管理本部・人事本部の本部長・管掌執行役員を兼任。
前田 大輔	執行役員	商品管理・コマース領域	住友商事にて複数のインターネット事業の立ち上げに携わり、その後、爽快ドラッグマレーシア、モノタロウインドネシアの社長を歴任。帰国後、ラクスルに転じ、印刷集客事業執行役員等を経て2024年カバーに執行役員として参画。MD・EC・物流領域を管掌。
林 茂樹	執行役員	VTuberプロダクション領域	コナミデジタルエンタテインメント、コロプラにてゲーム開発・運営に携わり、アートディレクターや統括プロデューサーなど管理職を歴任。多数のゲームタイトルを手掛ける。2022年にクリエイティブ制作本部長としてカバーに参画し、2025年に執行役員に就任。

Appendix

VTuberの多面的な特性を活かした事業展開

日々の配信やライブイベントを通じて熱量の高いファンコミュニティを拡大。
バーチャルアバターの特性を活かして多面的なコマース展開を行う



※1：2025年3月期売上高に占める内訳

※2：月額料金を支払いチャンネルメンバーになり、バッジ・絵文字、限定動画視聴等の特典を得られる制度

※3：YouTubeのライブチャットを利用したライブ配信動画の公開時に視聴者が有料課金を行うことでチャットメッセージを目立たせることができる機能

ホロライブプロダクションの構造的な成長

制作能力の蓄積と収益多角化が持続的な成長を支える

■ ホロライブプロダクション



所属VTuber数	89名
総ch登録者数	9,715万
登録者数100万人以上のVTuber数	44名
平均月間UU数	2,792万
海外視聴者比率	30.1%

■ 一般的なインフルエンサービジネスとの違い

	ホロライブプロダクション	一般的なインフルエンサービジネス
制作能力の蓄積	3Dモーションキャプチャー・スタジオ等の大型投資によるスケールメリット - 表現技術に関する継続的な技術開発	制作力はインフルエンサー個人に依存し、ノウハウ等は蓄積しづらい
収益モデル	配信、ライブ、MD、ライセンス、TCG、ゲーム等多面的	広告・タイアップ収益が中心
ヒットの再現性	プロダクションのブランドとファンプールの蓄積を背景に、再現性のあるヒットを創出	個別インフルエンサーの影響力に依存

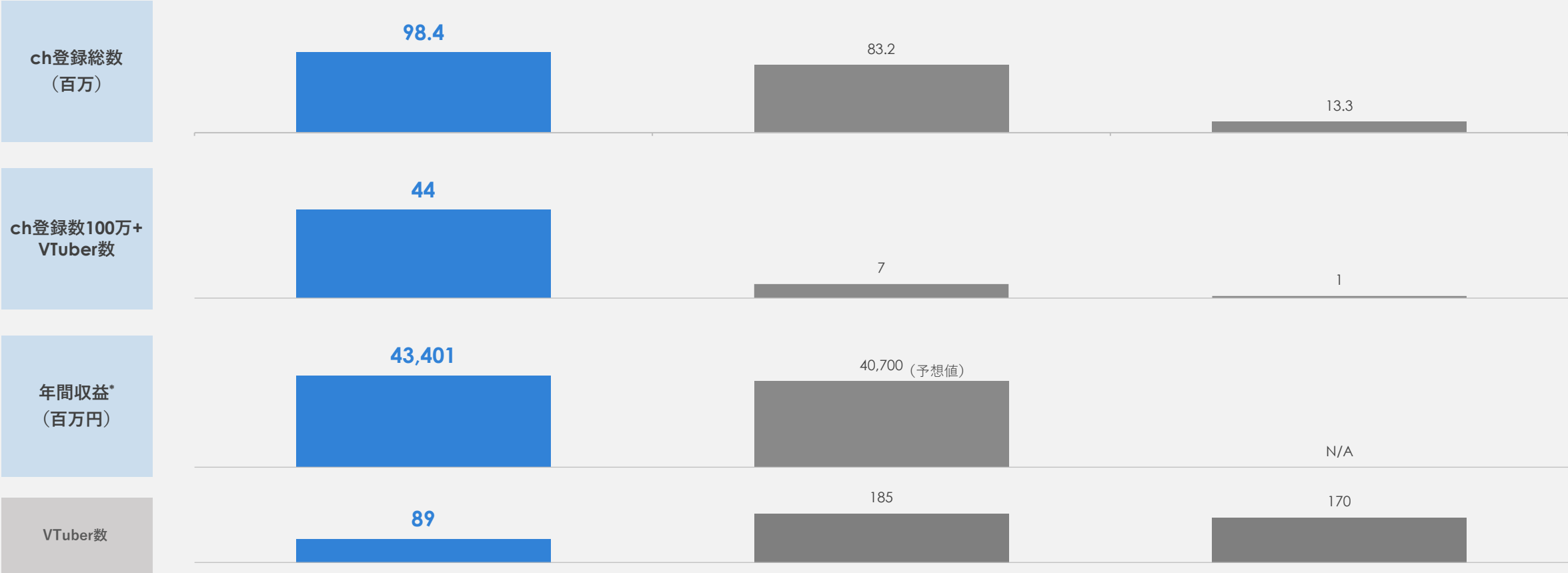
プロダクションとしても高い認知度・ブランドを獲得

プロダクションの知名度・収益は業界トップクラス



A社

B社



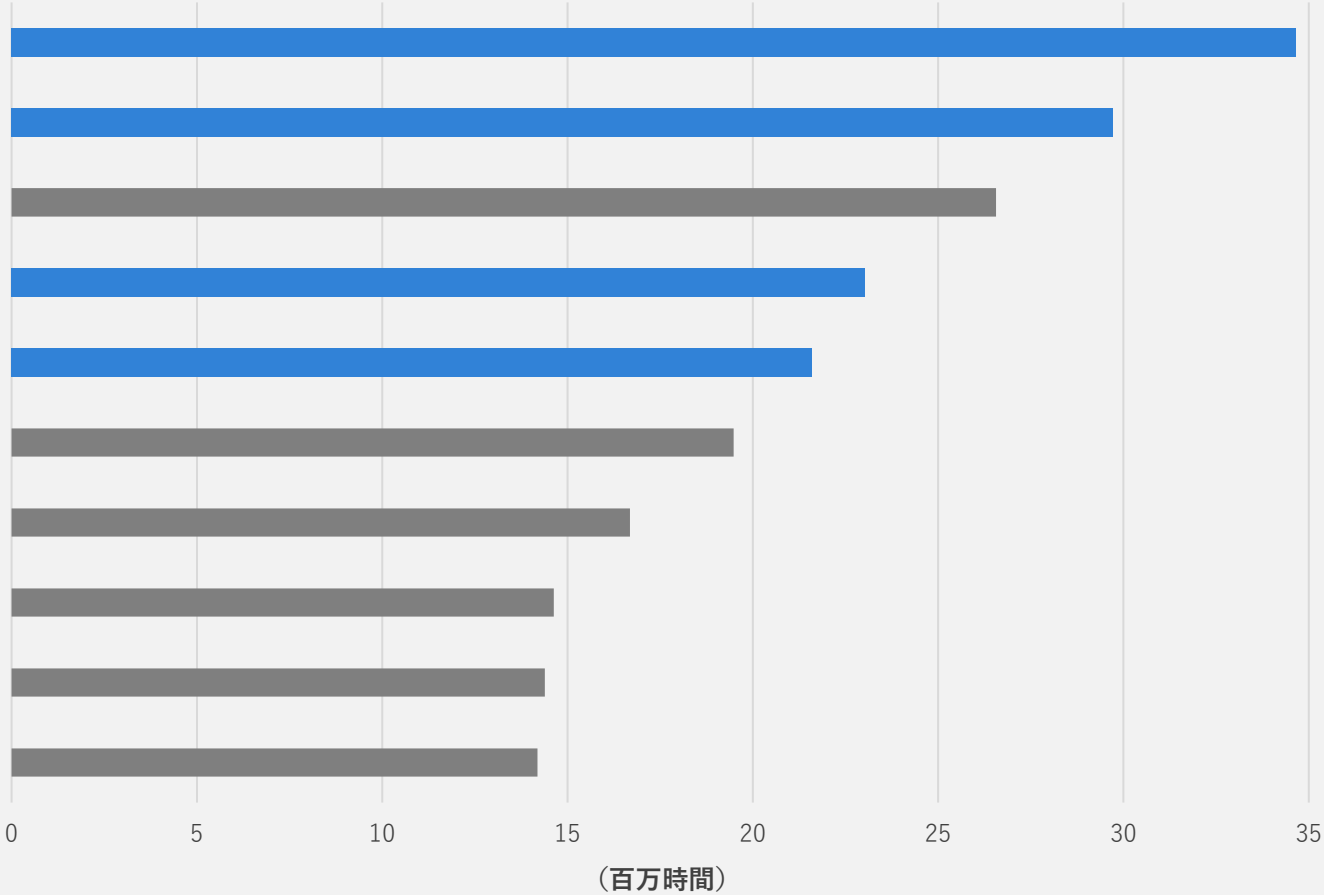
出所：ユーザーローカル（2025年3月31日時点）
※：各社公表済の実績または予想値による同期間比較。公表している数値がない場合はN/A。

世界配信者ランキングでもトップの実績

非VTuberも含む世界の女性配信者ランキングにおいてトップ5のうち4名は
当社所属VTuberが占める

■女性配信者の総視聴時間数トップ10（2024年／世界ランキング／非VTuber配信者含む）

#	名前	総再生時間
1	兎田ぺこら	34,658,391
2	さくらみこ	29,712,171
3	ironmouse	26,559,879
4	博衣こより	23,036,587
5	大空スバル	21,601,988
6	mira	19,481,598
7	Emiru	16,683,595
8	amouranth	14,631,769
9	Jinnytty	14,384,329
10	Kyedae	14,189,824

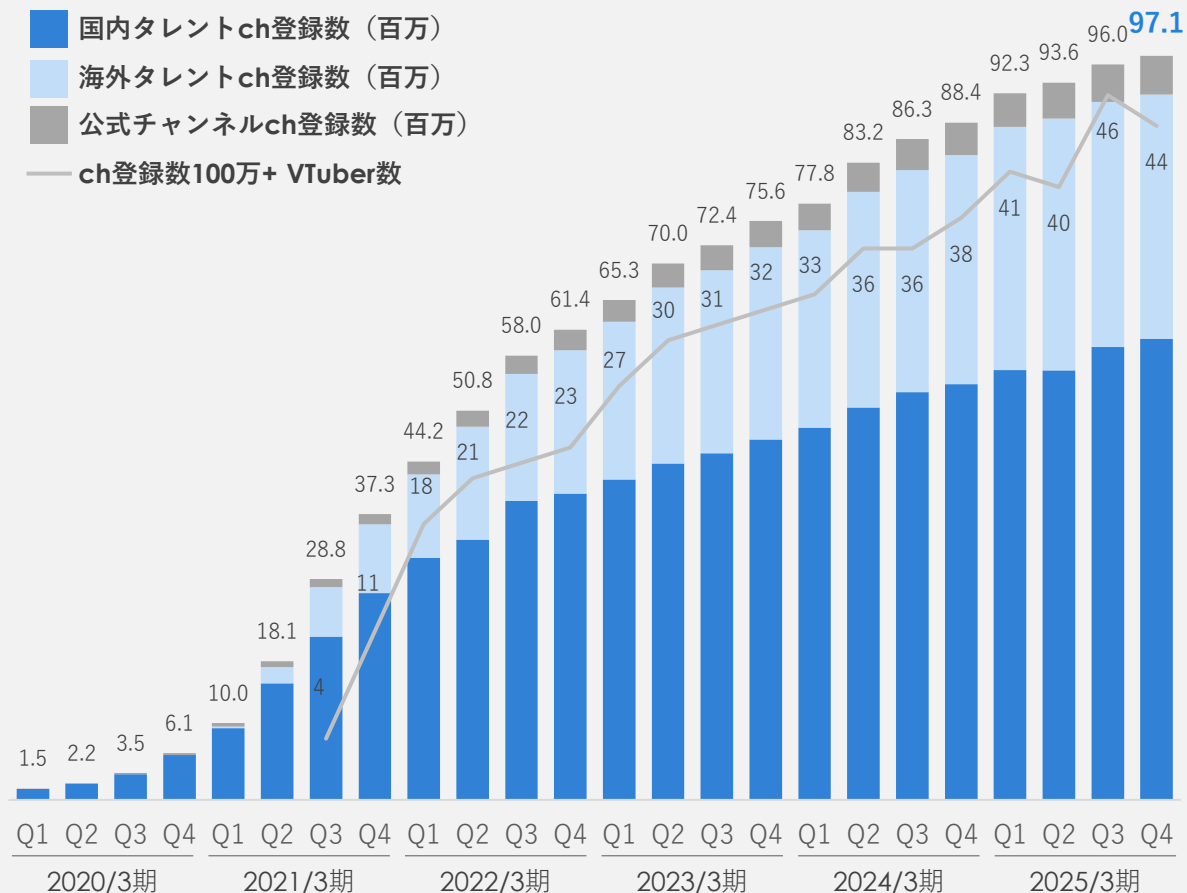


出所：Stream Charts 「2024年女性ストリーマー総視聴時間ランキング」

YouTubeにおけるch登録数の拡大状況

YouTube以外にもX、TikTok、Spotify、TV等の流入経路が多面化する一方で
引き続きYouTubeのch登録数は成長

■ ch登録数／登録数100万+ VTuber数推移 ※1



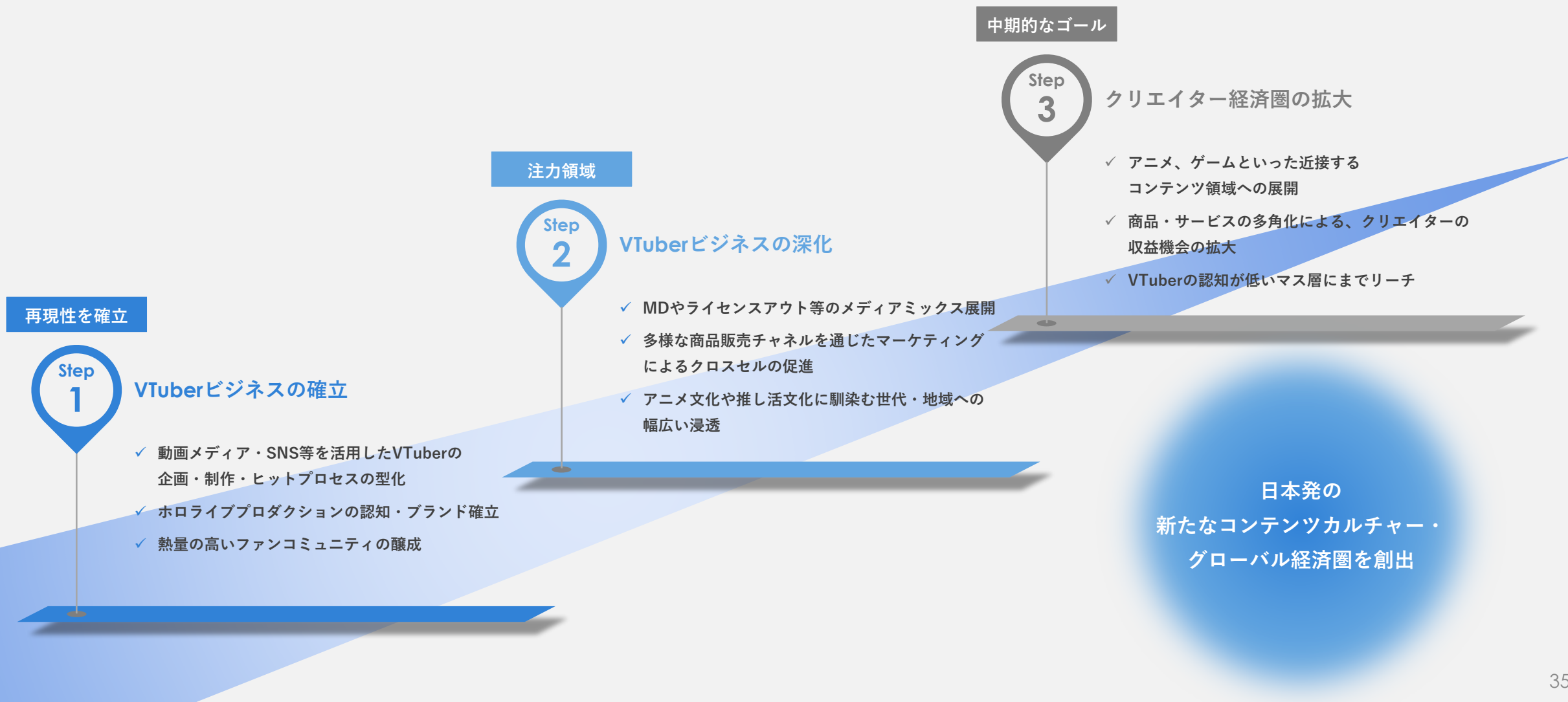
※1: YouTubeチャンネル登録数

■ 地域別タレントch登録数(2025年3月末時点)

日本	6,021万人 (前年同月比+11.0%)
海外	3,188万人 (前年同月比+6.6%)
海外内訳	
英語圏	2,138万人 (前年同月比+5.7%)
インドネシア	1,051万人 (前年同月比+8.5%)

ミッション達成に向けたマイルストーン

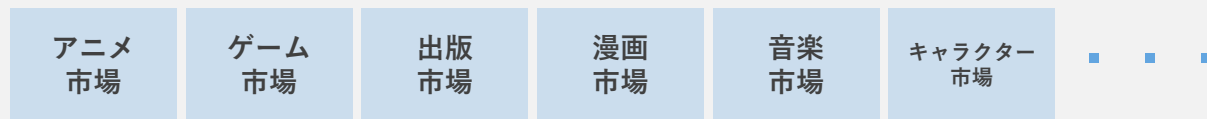
VTuberカルチャーの拡大と多角的事業展開を軸に、
中長期ミッション達成に向けた成長ステージを進行中。



VTuber経済圏拡大のイメージについて

アニメ文化がある国を中心にVTuberを若者世代のカルチャーに昇華させ、
国や世代を越えていくグローバルコンテンツ市場に浸透していく

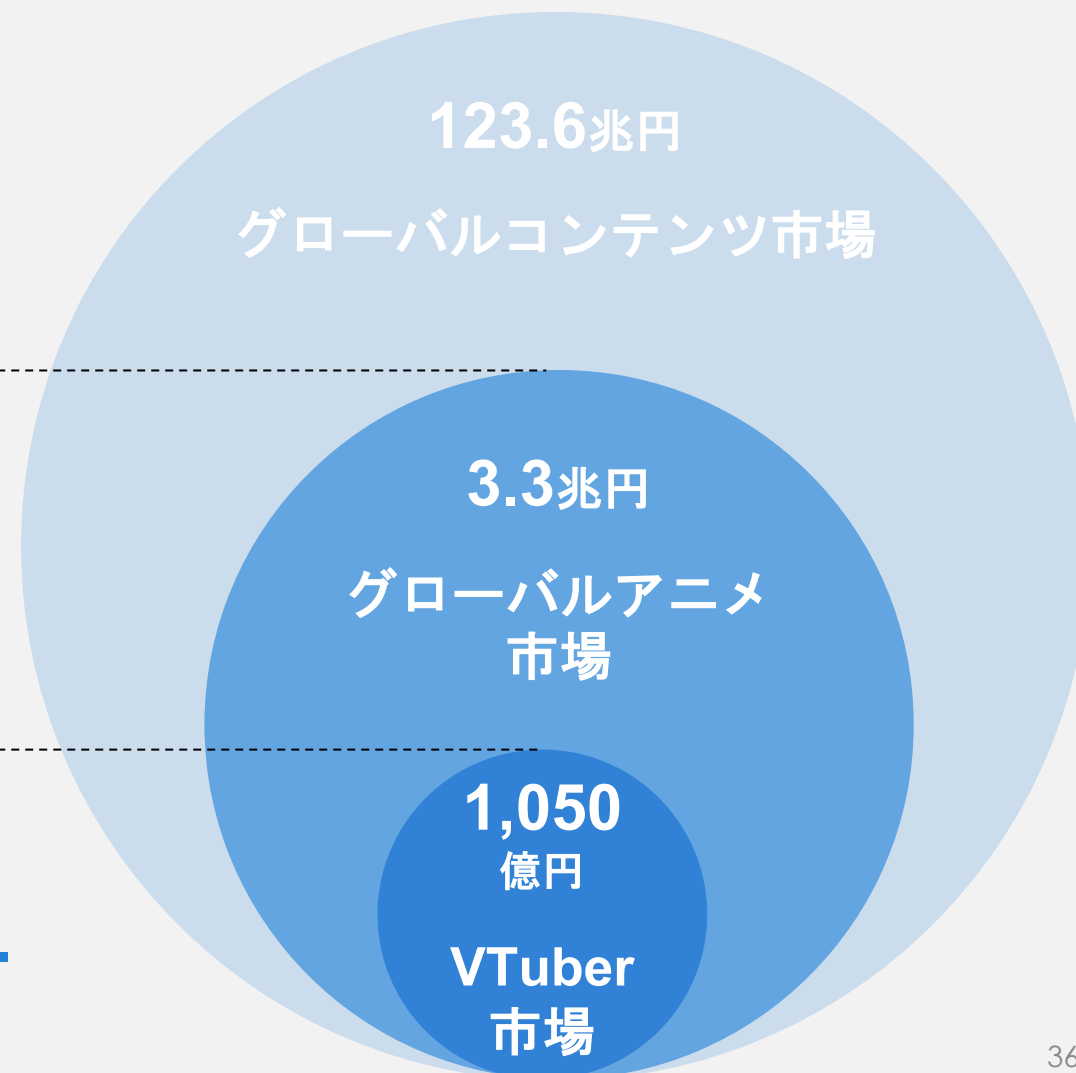
VTuberコンテンツが地域・世代を超え独自の経済圏をつくり、
各市場に対して浸透していく



アニメやIPコンテンツと親和性の高い国を中心に、
VTuberビジネスがアニメ市場に拡大



様々なコンテンツの集合群として、
日本におけるVTuberビジネスが確立



ESG関連の活動について

クリエイターの活動支援に向けて、業界団体を通じた環境整備や
各種誹謗中傷対策等を実施

■ 所属団体及び活動

日本オンラインゲーム協会(JOGA)

ゲーム配信およびメタバース開発に関わる業界団体として加入。
ガイドラインの整備や勉強会などに参加。

クリエイターエコノミー協会(CEA)

誹謗中傷や投げ銭などクリエイター周りの問題に取り組む業界団体として加入。クリエイターに関する意見交換や調査などに協力。

日本音楽出版協会(MPA)

音楽周りの権利処理や分配に関わる業界団体として加入。

セーフアーインターネット協会(SIA)

誹謗中傷や未成年保護などインターネットトラブルに取り組む業界団体として加入。当社サービスに関わる様々な問題に対する意見交換や調査などに協力。

■ 誹謗中傷に係る活動について

2024年1月から2024年12月までの1年間における活動実績

所属タレントに対する誹謗中傷行為の対応件数：252件

- ・ SNS投稿及び掲示板の書き込みにおける権利侵害行為への対応
- ・ 海外における当社所属タレントに対する迷惑行為への対応
- ・ まとめサイトに対する法的措置

そのほか、2023年6月にグーグル合同会社・note株式会社・UUUM株式会社・ANYCOLOR株式会社・当社及び誹謗中傷問題の有識者から構成される「誹謗中傷対策検討会」を設立

等

■ 当社の配信モデレーター体制について

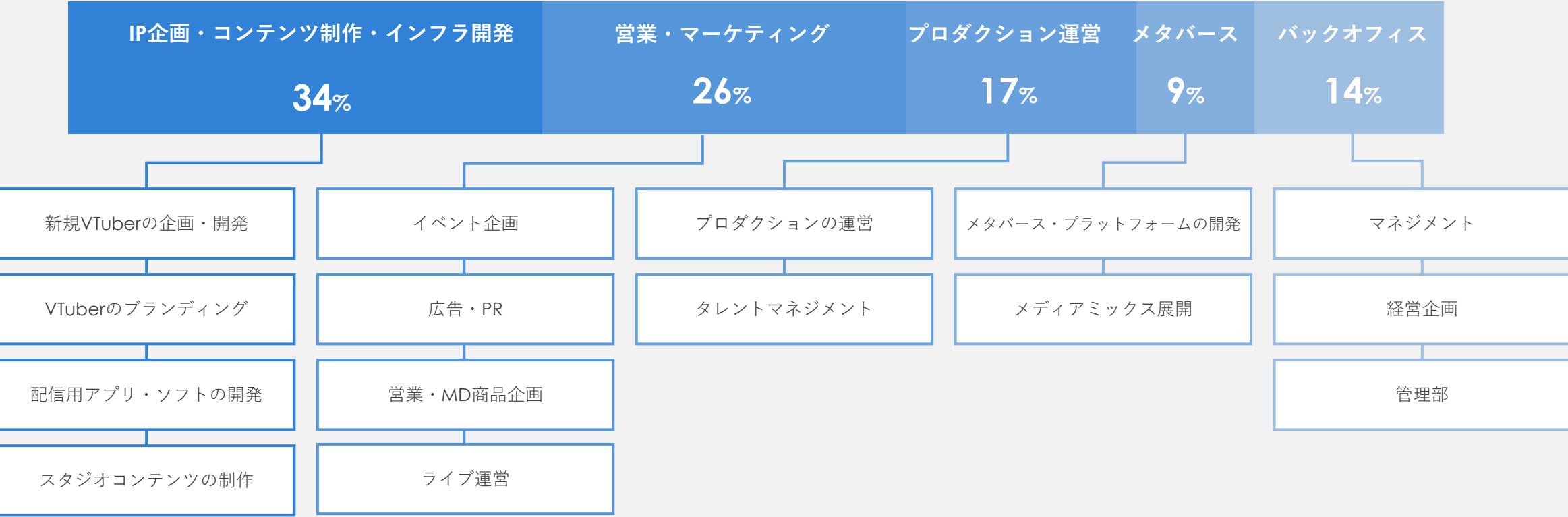
約77名のモデレータースタッフにより、24時間体制で日・英・インドネシア語による配信モデレーション業務を実施。

※2025年3月31日時点

共創を支える組織体制

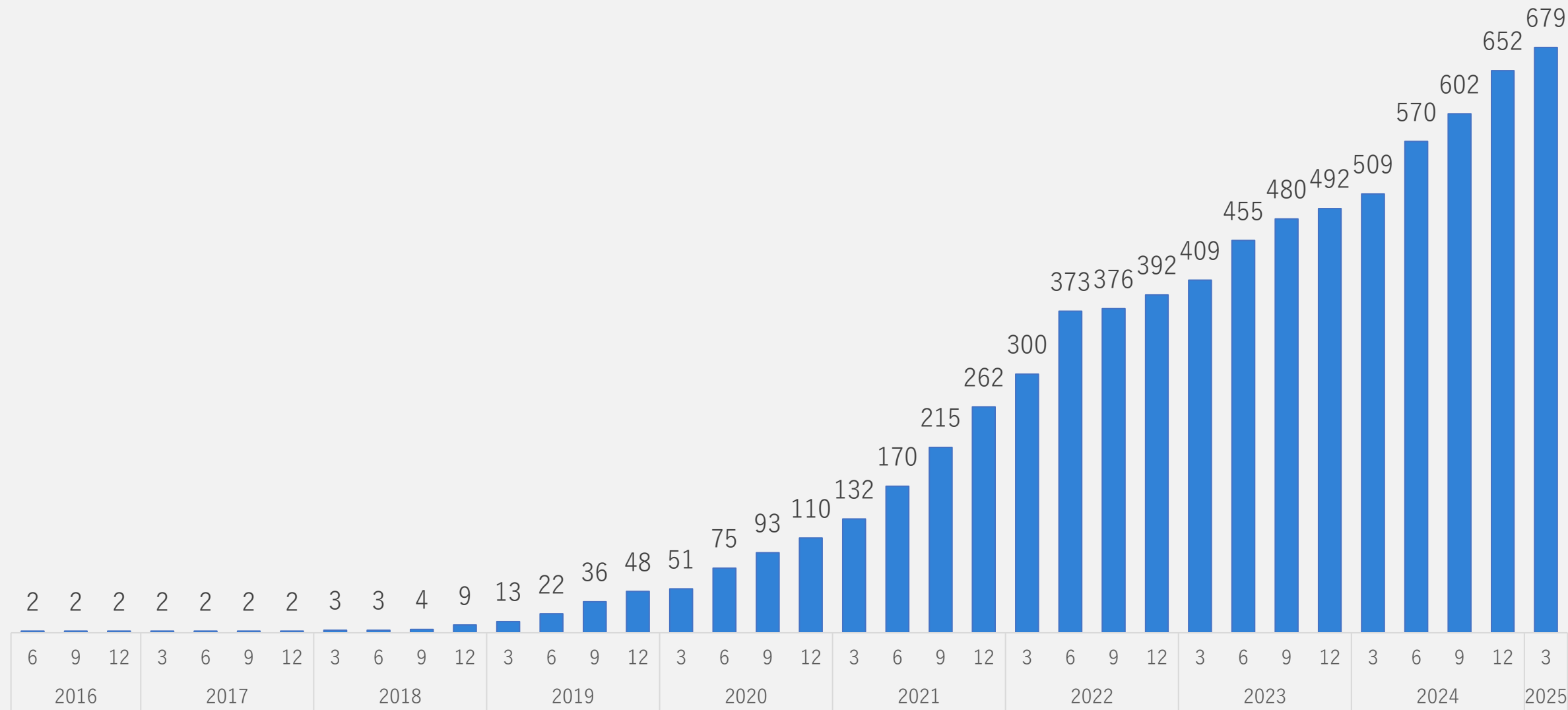
業界トップクラスかつ多様な人材が集結

■ 人員構成内訳 *1（2025年3月31日時点）



※1：正社員における人員構成

従業員数の推移



参考資料（チャンネル登録総数・所属VTuber数・サービス別売上高/営業利益）

	2021/3期				2022/3期				2023/3期				2024/3期				2025/3期			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
YouTubeチャンネル登録総数（万）	1,003	1,808	2,884	3,733	4,418	5,081	5,799	5,986	6,525	7,002	7,238	7,558	7,782	8,319	8,625	8,841	9,225	9,362	9,599	9,715
所属VTuber数※	42	42	50	52	52	57	62	68	68	71	71	75	75	82	86	85	89	87	91	89
売上高（百万円）	708	1,107	2,152	1,756	2,423	2,422	4,423	4,394	3,601	4,190	5,010	7,648	5,142	7,133	6,949	10,941	6,416	10,688	11,758	14,538
配信/コンテンツ	420	571	797	844	1,220	1,200	1,416	1,412	1,450	1,572	1,575	1,744	1,651	1,799	2,038	2,157	2,034	2,184	2,504	2,599
ライブ/イベント	0	58	515	240	293	287	563	1,059	193	581	466	2,187	376	1,285	954	2,985	349	1,144	2,328	3,971
マーチャンダイジング	262	424	656	503	756	713	1,904	1,457	1,574	1,597	2,090	2,740	2,091	3,269	2,701	4,414	2,931	5,879	5,448	6,280
ライセンス/タイアップ	24	52	182	168	152	220	540	464	382	439	878	976	1,023	778	1,254	1,383	1,100	1,480	1,476	1,687
営業利益（百万円）	179	353	785	379	624	326	757	145	361	516	856	1,682	895	1,408	1,186	2,045	834	2,537	2,171	2,457

※chを共有しているフワワ・アビスガードとモココ・アビスガードについては1名とみなし集計

損益計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期
売上高	5,724	13,663	20,451	30,166	43,401
成長率	+287%	+138%	+49%	+48%	+44%
売上総利益	2,777	5,274	9,396	13,988	21,805
対売上高比率	48%	38%	45%	46%	50%
営業利益	1,698	1,855	3,417	5,536	8,001
対売上高比率	29%	13%	16%	18%	18%
当期純利益	1,220	1,244	2,508	4,137	5,559
対売上高比率	21%	9%	12%	14%	13%

貸借対照表の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期
流動資産合計	3,048	7,168	11,740	14,798	22,872
現金及び現金同等物	1,899	4,644	7,793	8,666	11,498
固定資産合計	467	1,069	4,146	7,914	10,187
資産合計	3,516	8,238	15,887	22,713	33,060
負債合計	1,303	4,780	8,880	11,569	16,112
純資産合計	2,212	3,457	7,006	11,143	16,947

キャッシュ・フロー計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期
営業活動による キャッシュ・フロー	1,419	3,537	4,866	4,765	5,285
投資活動による キャッシュ・フロー	△402	△793	△2,759	△3,893	△2,696
財務活動による キャッシュ・フロー	526	-	1,040	△0	244
現金及び現金同等物の 増減額	1,543	2,745	3,148	873	2,831
現金及び現金同等物の 期首残高	356	1,899	4,644	7,793	8,666
現金及び現金同等物の 期末残高	1,899	4,644	7,793	8,666	11,498

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報の開示のみを目的として当社が作成したものであり、米国、日本国又はそれ以外の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に記載された記述のうち、過去又は現在の事実に関するもの以外は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「信じる」、「目指す」、「予想する」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「期待する」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「戦略」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みますが、これらに限りません。将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

当社は、本資料の日付後において、本資料を更新する義務を負いません。



つくろう。世界が愛するカルチャーを。