



2026年1月期第1四半期 決算説明資料

モイ株式会社

2025年6月

ツイキャス

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム



目次

- 1 2026年1月期 1Q決算概要
- 2 2026年1月期 業績予想
- 3 成長戦略
- 4 Appendix



1 2026年1月期 1Q決算概要

2026年1月期1Q 主なトピック：ユーザー満足度の向上

- 季節イベント限定アイテムや、抽選で賞品が当たるキャンペーンの実施。



- 人気キャラクター「ちみたん」とのコラボによるキャラクタースタンプの追加公開。



- アクション、ホラー、ヒューマンドラマなど多様な人気映画作品の共同視聴イベントを開催。



- 「ツイキャス」がサービス開始から15周年。



2026年1月期1Q 主なトピック：プラットフォームの規模拡大

- プレミア配信の累計チケット販売数が2025年2月末時点で500万枚を突破。



- 海外ユーザーとのシームレスなコミュニケーションを実現する「コメントAI翻訳機能」のブラウザ版を公開。



- 株式会社STPR所属のクリエイターが集結する大型ライブフェス「STPR Family Festival!!」と「ツイキャス メンバーシップ」のコラボレーション企画を実施し、自分の好きなメンバーにメッセージを送ることが可能な絵馬型カードを来場者特典として会場入口で配布。



業績ハイライト

2026年1月期1Q	累計実績	YoY	計画比
ポイントPU	67千	- 7.0%	- 3.8%
ポイントARPPU	6, 942円	+ 6.6%	+ 2.8%
ポイント販売売上	1,416百万円	- 0.7%	- 1.1%
売上高	1,607百万円	+ 1.9%	+ 0.1%
実質売上総利益	440百万円	+ 3.9%	+ 2.6%
営業利益	51百万円	+ 13.2%	+ 111.9%

- ポイントARPPUはマーケティング施策の効果によりYoY、計画比ともに増加したが、競合環境変化とメンバーシップ利用者増加の影響でポイントPUが減少し、連動してポイント販売売上も減少。
- メンバーシップ売上の順調な成長(YoY + 36.1%)とプレミアム配信売上の増加により、売上高、実質売上総利益ともにYoYで増加。
- 決済手数料、マーケティング費用等を中心に販管費が増加した一方、売上総利益がメンバーシップ売上に連動して増加した結果、営業利益は、YoYで増加。計画比では、主に決済手数料と体制強化費用が想定を下回り、大幅なプラスに。

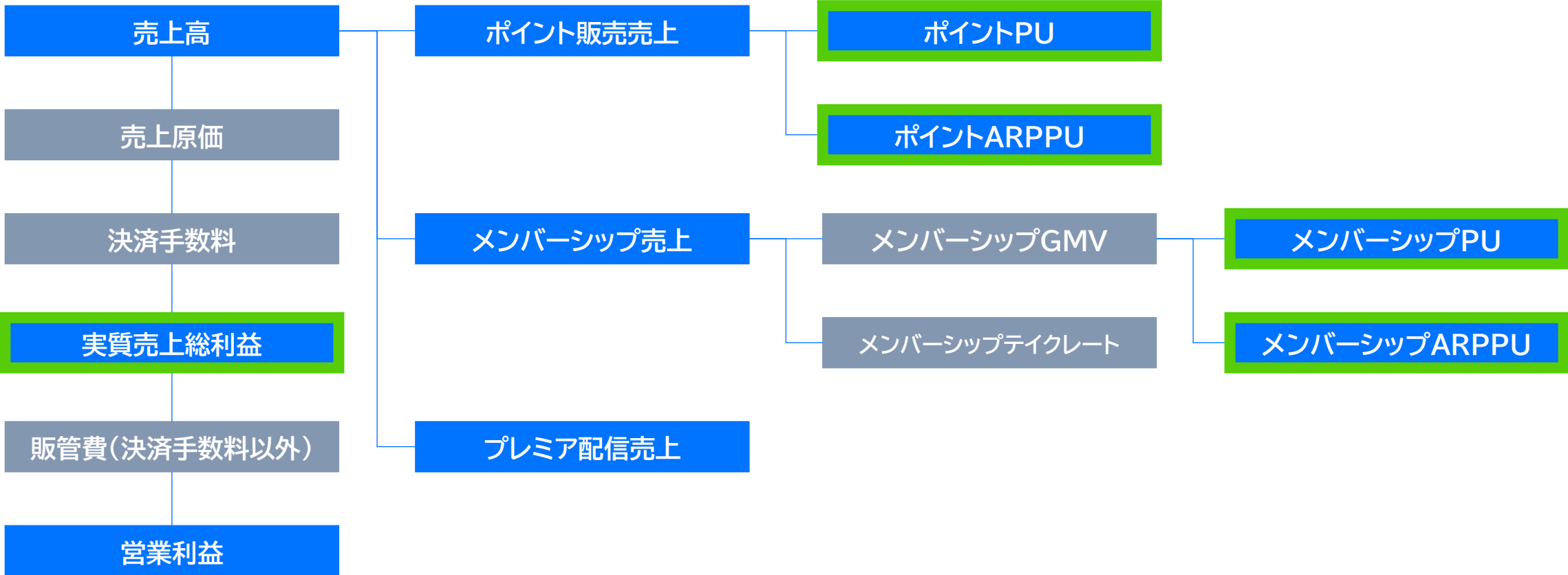
主なコストの推移

2026年1月期1Q	累計実績	YoY
売上原価 (ユーザー報酬)	774百万円	- 0.1%
手数料	391百万円	+ 3.7%
インフラ	141百万円	- 0.4%
体制強化	150百万円	- 2.7%
マーケティング	33百万円	+ 33.9%

- ポイント売上における配信者取分の売上原価は、ほぼ横ばい。
- メンバーシップ売上の成長に伴うアプリ決済数増加の影響が継続し、手数料費用は増加。
- データトラフィックの最適化が進み、インフラ費用は微減。
- 体制強化費用は、委託業務内容の変更等により減少。
- 資本業務提携先であるSTPR社とのコラボレーション施策の実施等により、マーケティング費用は想定通りに増加。

主な指標

- ポイント販売売上とメンバーシップ売上におけるPU・ARPPUを、事業KPIとして重視。
- 売上高から売上原価と決済手数料を差し引いた実質売上総利益が、当社の実質的な取分＝粗利。



売上高とポイント販売売上の推移

売上高

=

ポイント販売売上

+

メンバーシップ売上

+

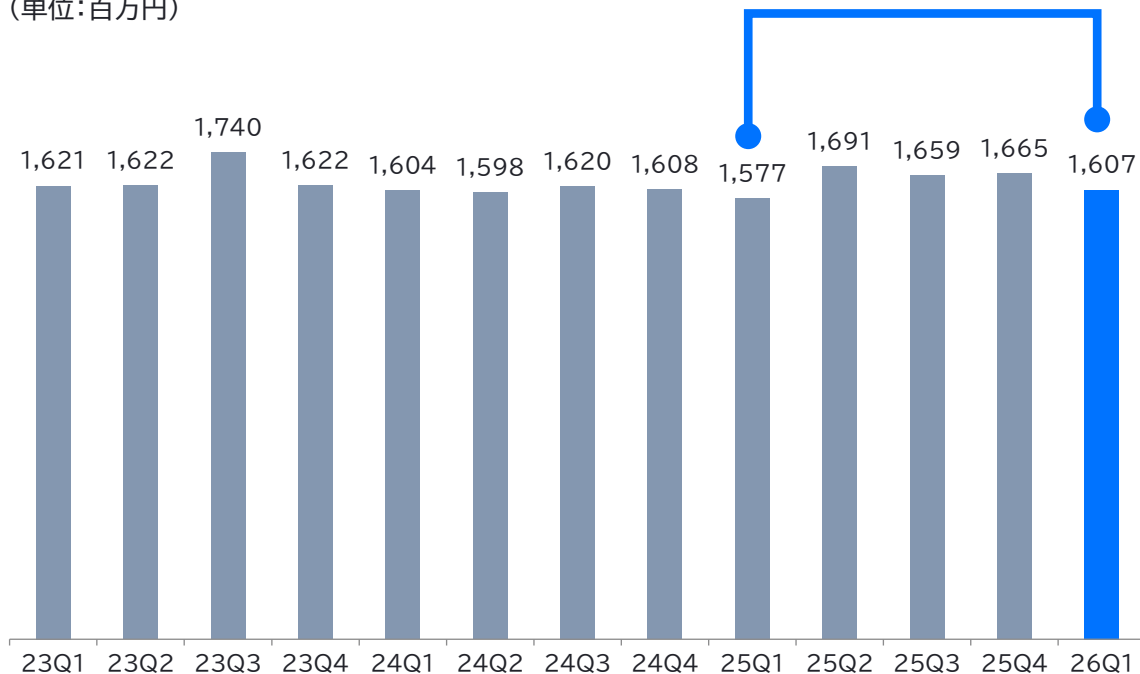
プレミアム配信売上

- 売上高は、YoY +1.9%(+30百万円)の1,607百万円に。
- ポイント販売売上は、YoY -0.7%(-10百万円)の1,416百万円に。

売上高

(単位:百万円)

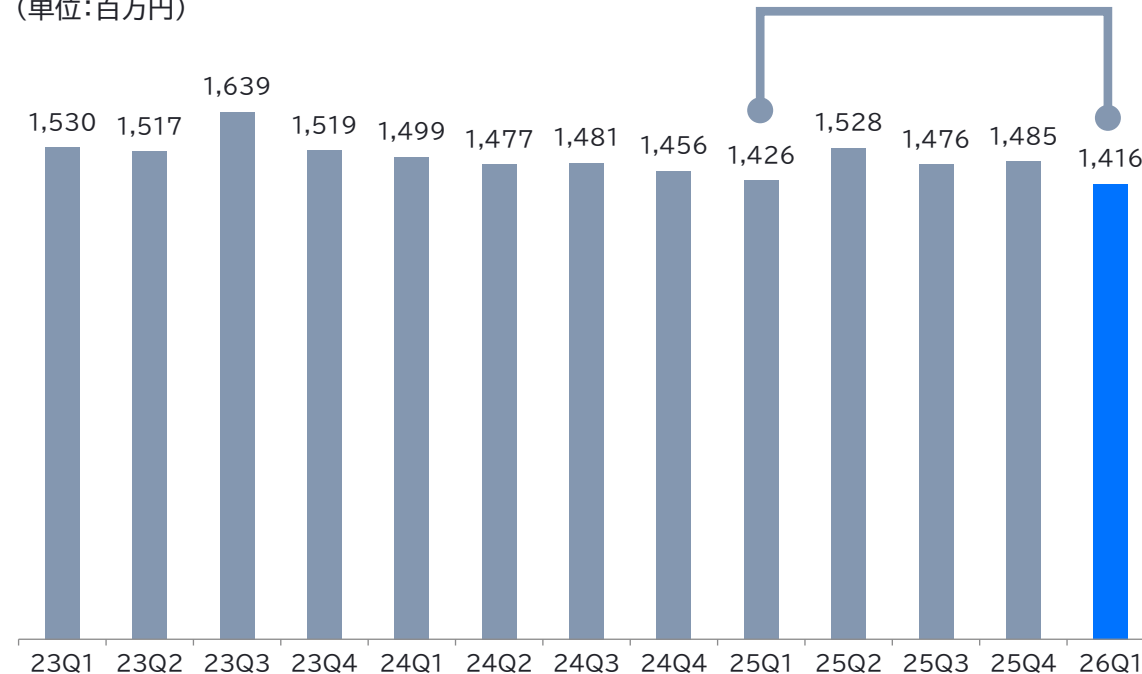
YoY
+ 1.9%



ポイント販売売上

(単位:百万円)

YoY
- 0.7%



ポイントKPI(PU&ARPPU)の推移

ポイント販売売上

=

ポイントPU

×

ポイントARPPU

-

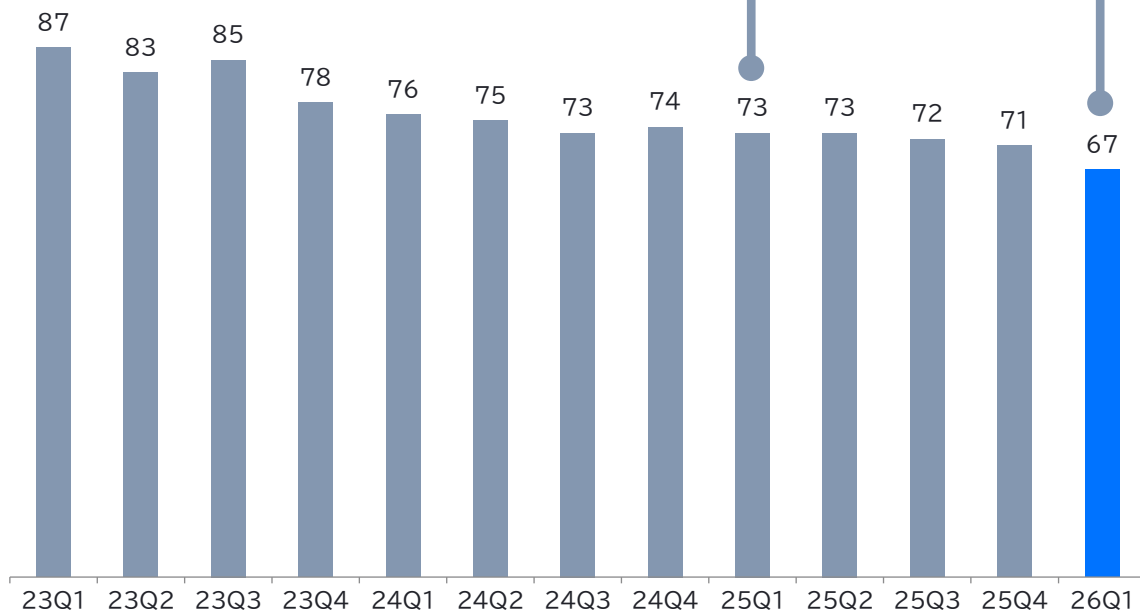
未使用ポイント

- 月間平均ポイントPUは、YoY -7.0%(-5千)の67千に。
- 月間平均ポイントARPPUは、YoY+6.6%(+433円)の6,942円に。

ポイントPU

(単位:千)

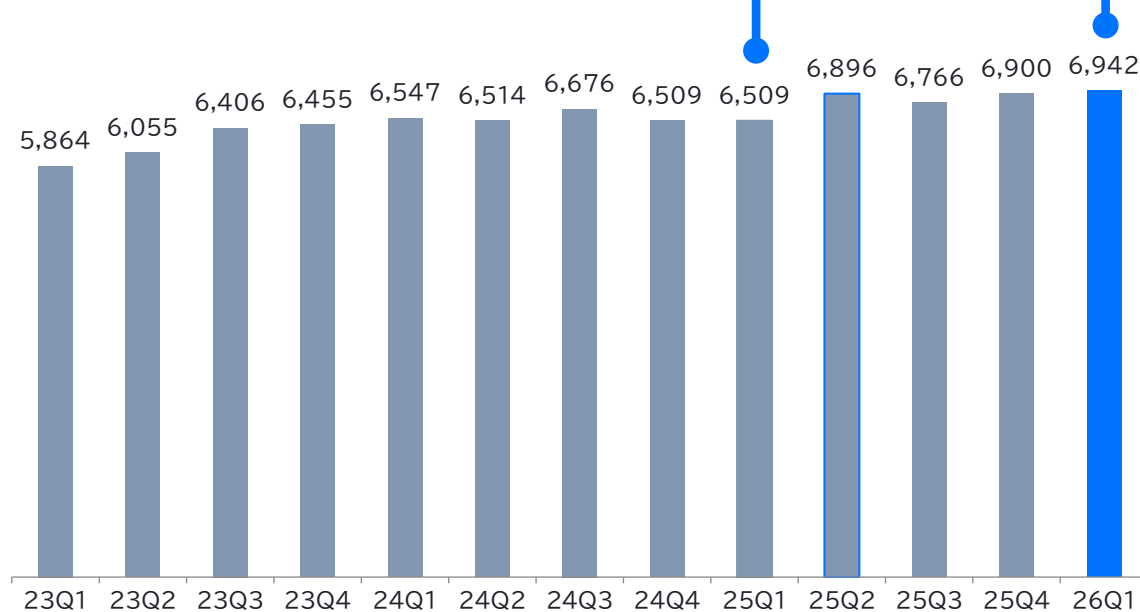
YoY
- 7.0%



ポイントARPPU

(単位:円)

YoY
+ 6.6%



ポイント販売以外の売上合計の推移

売上高

=

ポイント販売売上

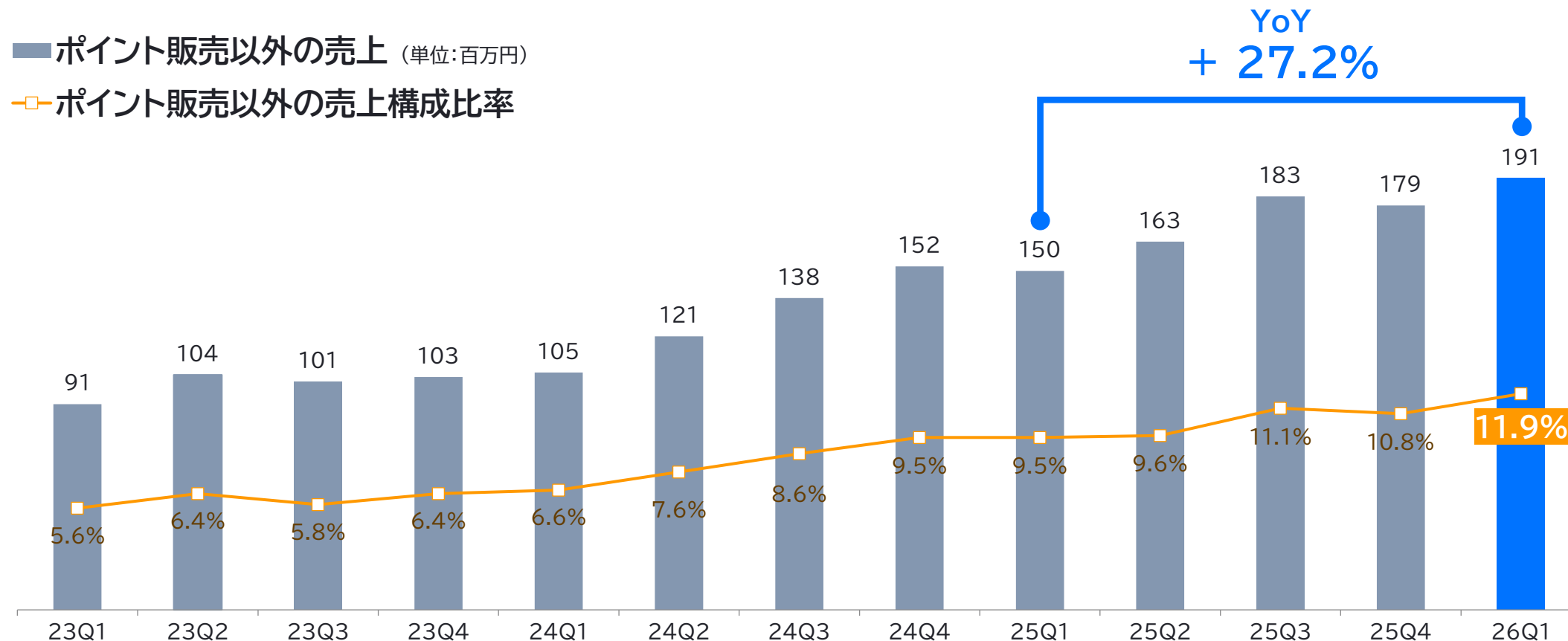
+

メンバーシップ売上

+

プレミアム配信売上

- ポイント販売以外の売上合計は、YoY+27.2%(+40百万円)の191百万円に増加。
- ポイント販売以外の売上構成比は、11.9%(YoY+2.4pt)に。



メンバーシップ売上とプレミアム配信売上の推移

売上高

=

ポイント販売売上

+

メンバーシップ売上

+

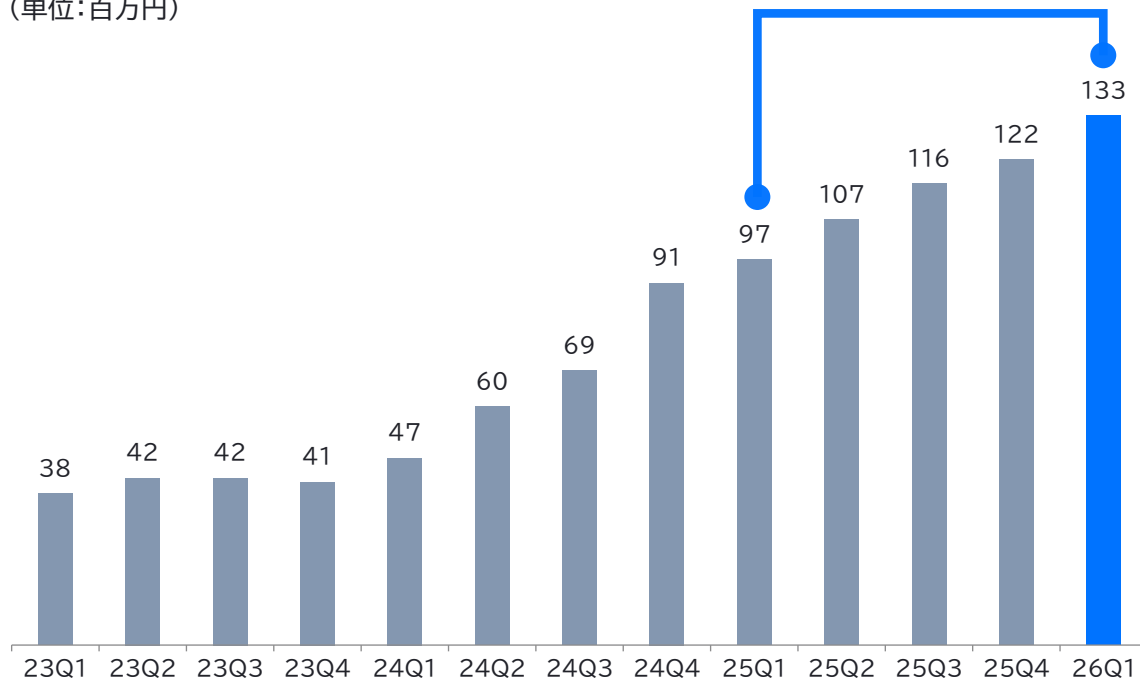
プレミアム配信売上

- メンバーシップ売上は、YoY+36.1%(+35百万円)の133百万円と、引き続き高い成長率を維持。
- プレミア配信売上は、YoY+5.8%(+2百万円)の54百万円に。

メンバーシップ売上

(単位:百万円)

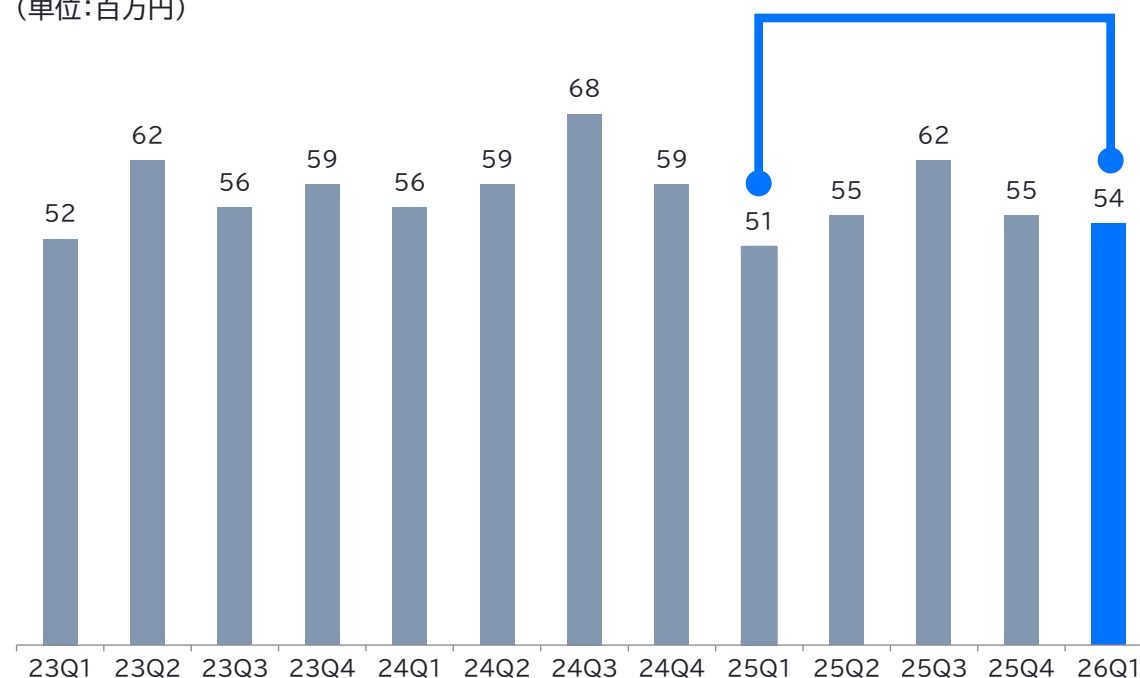
YoY
+ 36.1%



プレミアム配信売上

(単位:百万円)

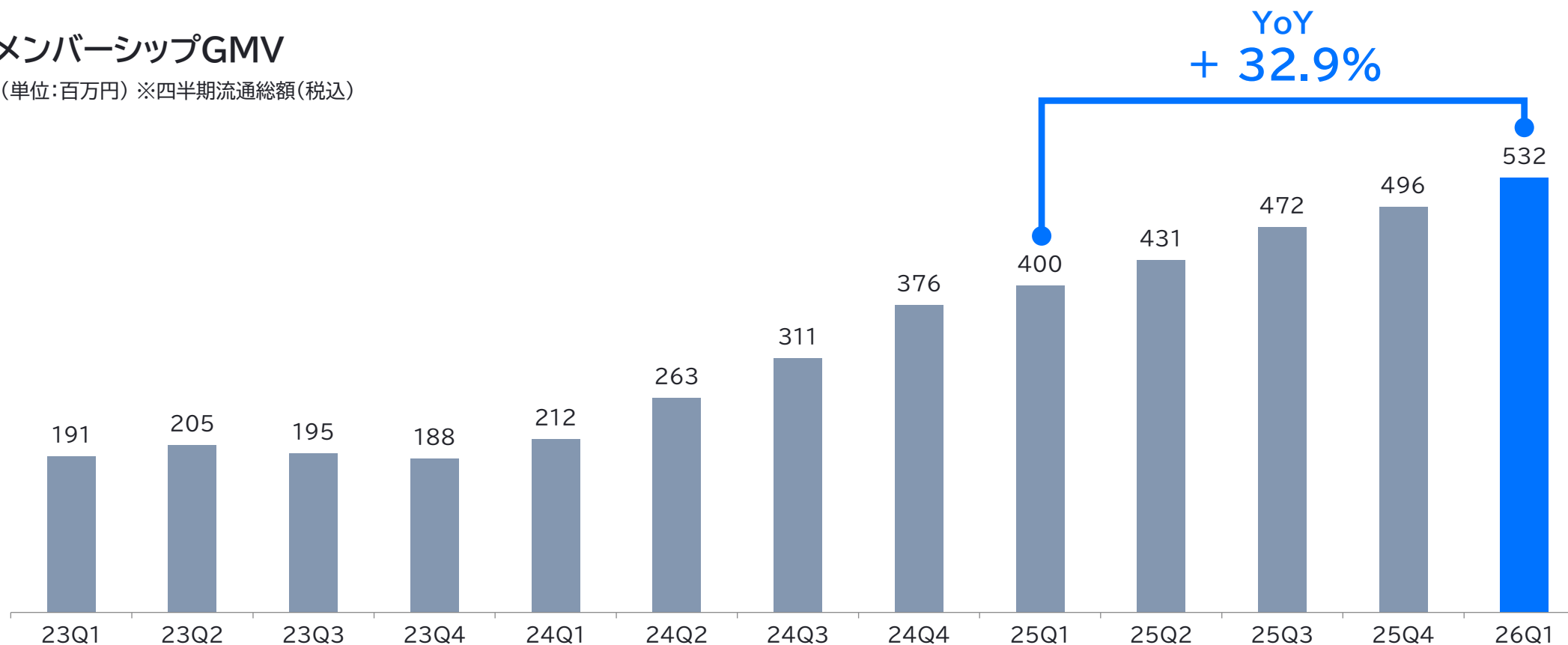
YoY
+ 5.8%



■ メンバーシップGMVは、YoY+32.9%(+131百万円)の532百万円に。

メンバーシップGMV

(単位:百万円) ※四半期流通総額(税込)



メンバーシップ KPI(PU&ARPPU)の推移

メンバーシップGMV

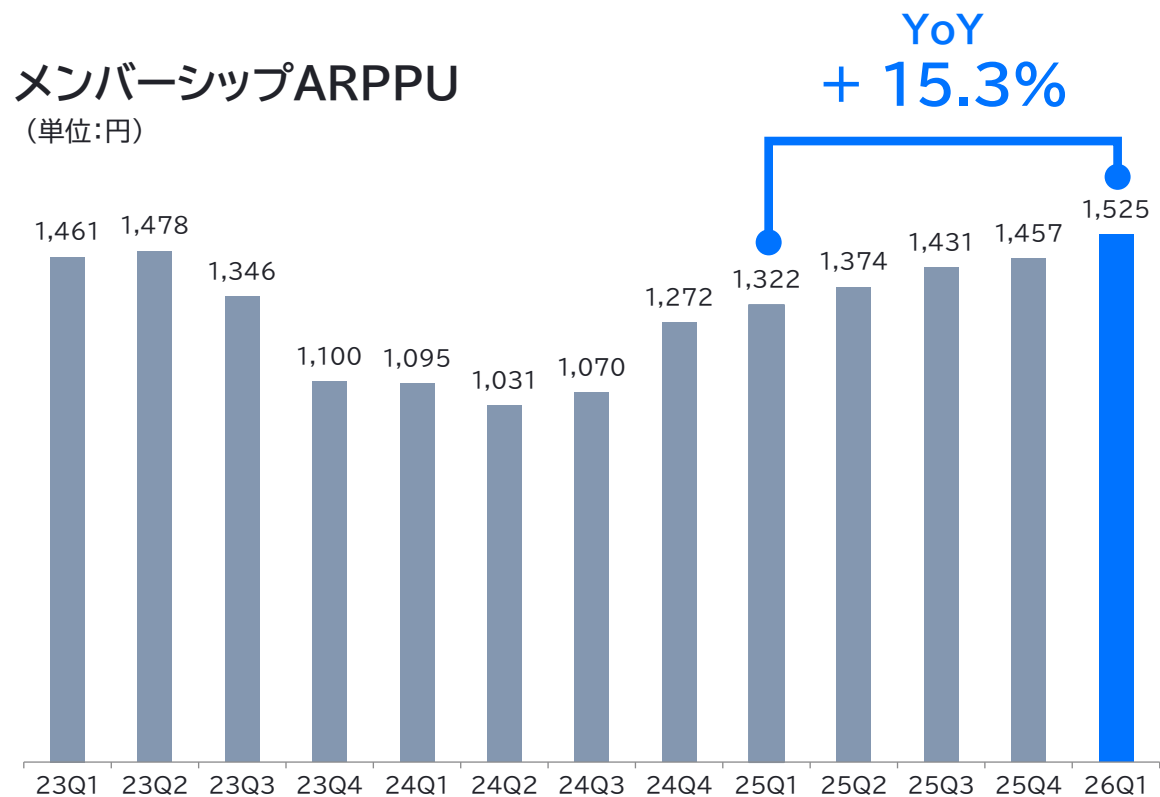
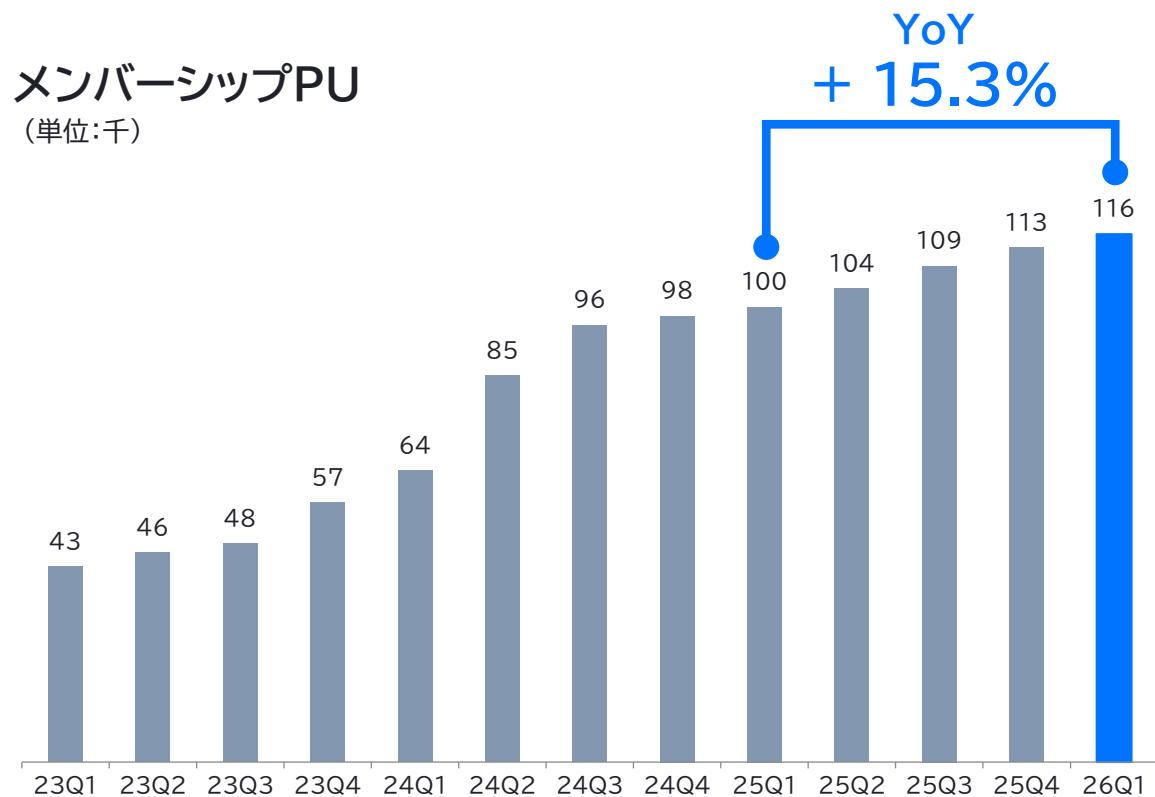
=

メンバーシップPU

×

メンバーシップARPPU

- 月間平均メンバーシップPUは、YoY+15.3%(+15千)の116千に。
- 月間平均メンバーシップARPPUはYoY+15.3%(+202円)の1,525円に。



実質売上総利益の推移

実質売上総利益

=

売上高

-

売上原価

-

手数料

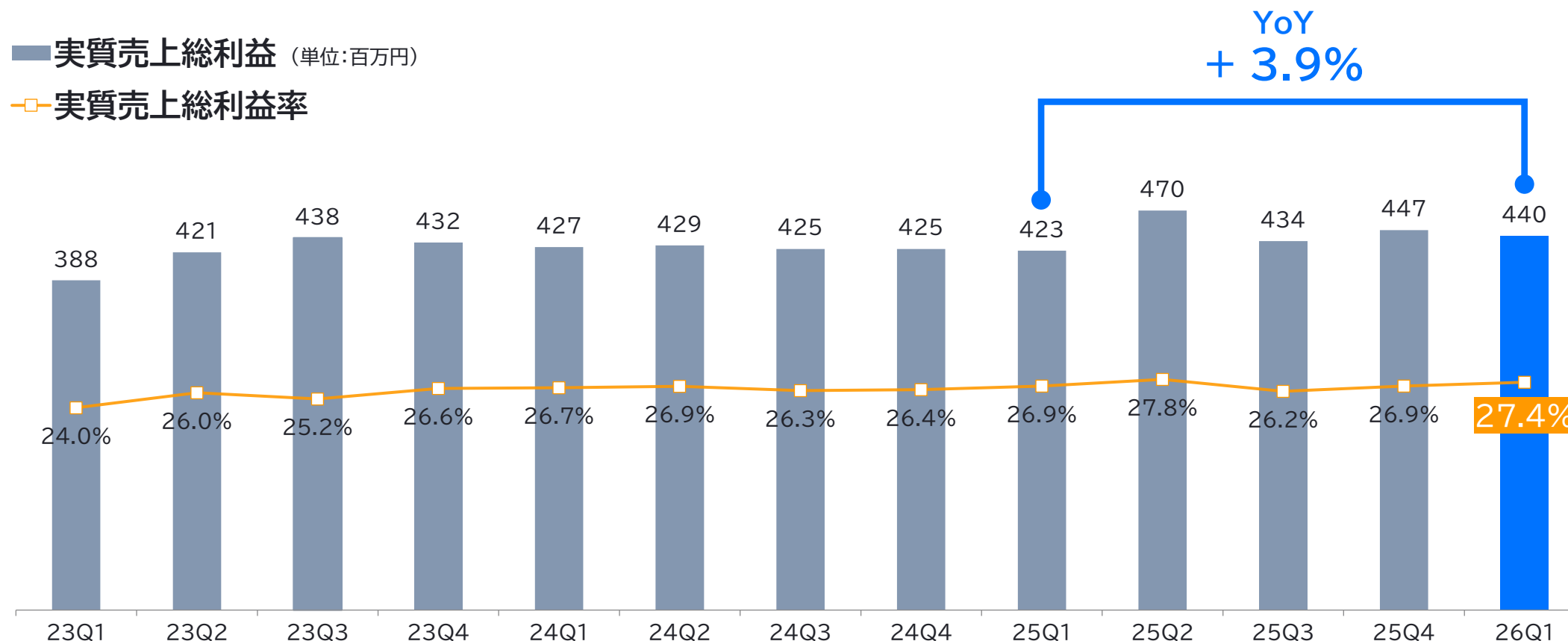
■ 実質売上総利益は、YoY+3.9%(+16百万円)の440百万円に。

■ メンバーシップ売上の増加が貢献。

■ 実質売上総利益率は、YoY+0.5ptの27.4%に。

■ 実質売上総利益 (単位:百万円)

■ 実質売上総利益率



営業利益の推移

営業利益

=

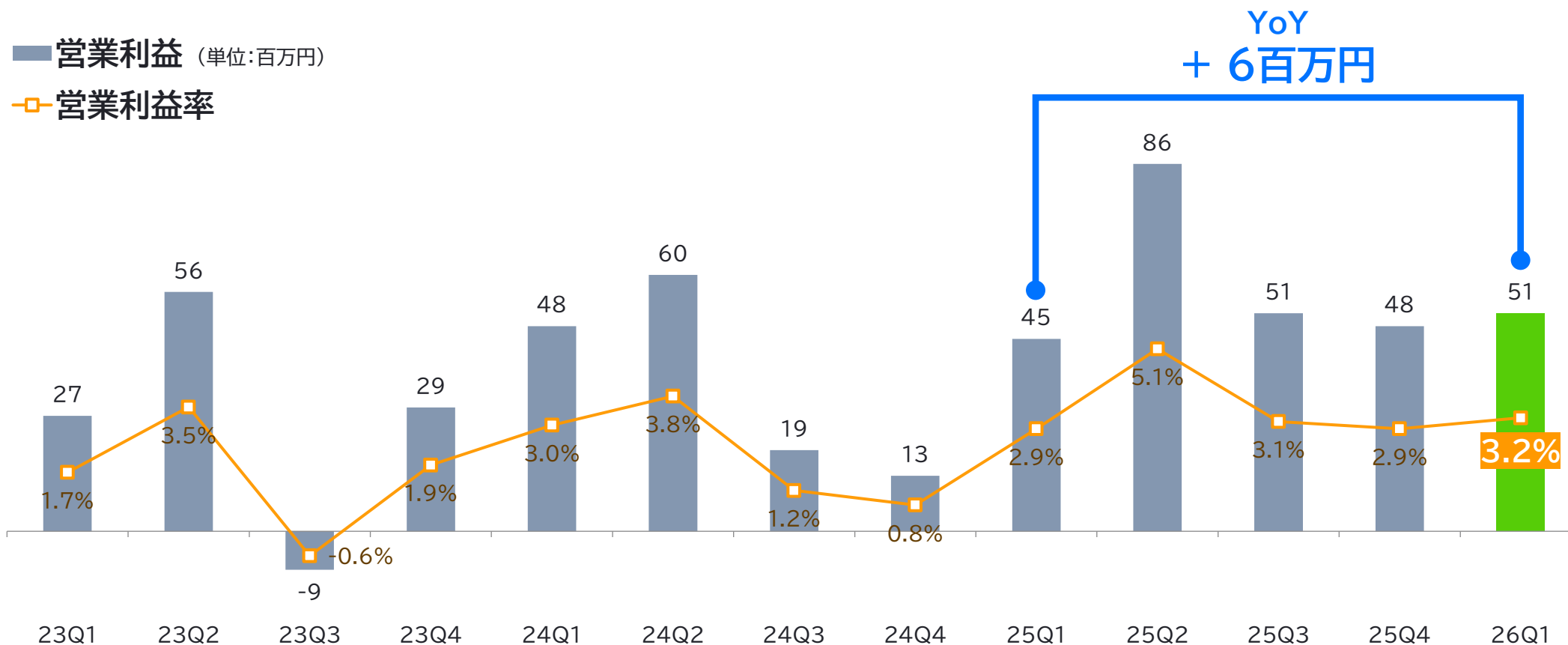
実質売上総利益

-

販管費(手数料以外)

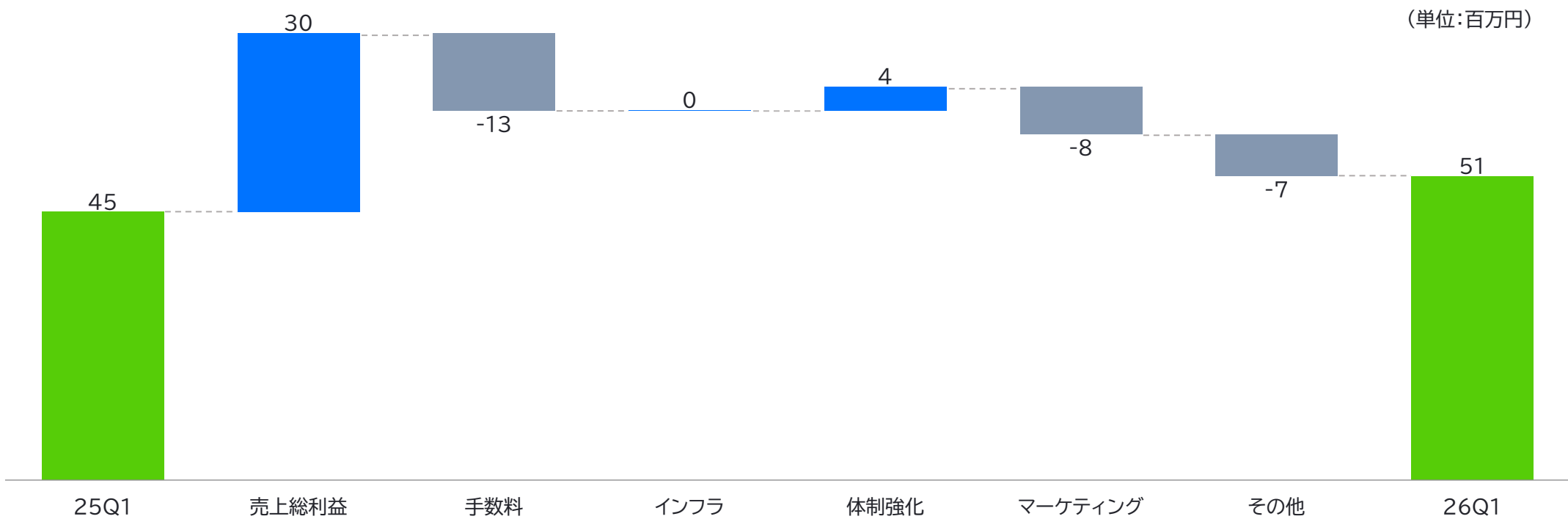
■ 営業利益は、前年同期から6百万円増加し、51百万円に。

■ 営業利益率は、YoY+0.3ptの3.2%に上昇。



営業利益の増減分析(会計期間)

- メンバーシップ売上とプレミアム配信売上の増加により売上総利益が増加(+30百万円)。
- インフラ費用は想定範囲内で微減し、体制強化費用は委託業務内容変更の影響で減少(-4百万円)。
- メンバーシップの成長に連動したアプリ決済数増加の影響で手数料が増加(+13百万円)し、各種施策への投資を積極的に行った結果、マーケティング費も増加(+8百万円)。



損益計算書サマリ

- 売上高(YoY+1.9%)、営業利益(YoY+13.2%)ともに成長し、増収増益で着地。
- 当期純利益は、54百万円(YoY+24.0%)に。

単位:千円	2025年1月期1Q	2026年1月期1Q	増減	前年同期比
売上高	1,577,106	1,607,559	30,452	1.9%
売上原価	775,248	774,881	-366	-0.1%
売上総利益	801,858	832,677	30,818	3.8%
販売費及び一般管理費	756,063	780,823	24,760	3.3%
営業利益	45,794	51,853	6,058	13.2%
経常利益	48,401	67,045	18,644	38.5%
税引前当期純利益	48,401	67,045	18,644	38.5%
当期純利益	44,250	54,885	10,635	24.0%

貸借対照表サマリ

■ 純資産1,926百万円、自己資本比率46.3%と、引き続き、財務基盤は健全な水準を維持。

※現金及び預金の減少は、支払サイトの関係で一部売掛金の入金が2Qにスライドした影響による。

単位:千円	2025年1月期末	2026年1月期1Q末	増減
流動資産	3,767,321	3,795,467	28,146
現金及び預金	2,978,629	2,738,247	-240,382
売掛金	766,454	1,010,730	244,275
固定資産	372,215	369,678	-2,536
流動負債	2,267,629	2,238,353	-29,276
買掛金	854,241	777,515	-76,725
預り金	614,513	650,976	36,463
純資産	1,871,907	1,926,793	54,885
負債純資産	4,139,536	4,165,146	25,609
(自己資本比率)	45.2%	46.3%	1.0%

2 2026年1月期 業績予想

2026年1月期の経営方針

- 2026年1月期における当社事業は、グローバルSNSプラットフォームのライブ配信利用者増加に伴う競争環境の変化及びクリエイター活動の多様化による影響を一定程度受けることを想定する。
- 引き続き、持続的な事業成長を実現するための取り組みに注力する。

プラットフォームの規模拡大	収益基盤の強化
1. コミュニティによって生み出される配信文化の多様性と寛容性の拡大を推進 2. ユーザーによる経済行動の多角化及び活性化の推進	1. メンバーシップのさらなる成長による売上構成の分散を加速 2. 当社の取分率である実質売上総利益率の向上

2026年1月期業績予想サマリ

- 売上高は、ポイント販売売上とプレミアム配信売上を保守的に見積った上で、メンバーシップ売上のさらなる成長を見込んで微増。
- 中長期の持続的な成長の基盤強化に向けて、体制強化とマーケティングは積極的に投資する方針により、営業利益と経常利益は減少。
- 繰延税金資産の回収可能性を適正かつ合理的に見積もるための時間を要するため、当期純利益は未定。

単位:百万円	2025年1月期 実績	2026年1月期 予想	増減	前年同期比
売上高	6,592	6,610	17	0.3%
営業利益	232	115	-116	-50.2%
経常利益	256	129	-126	-49.3%
当期純利益	27	—	—	—

主なコストの推移見込

- ポイント販売売上の保守的な見積に連動して売上原価は減少するが、手数料はメンバーシップ成長によるアプリ決済増加の影響が一定程度継続することを見込み増加。
- インフラは、データトラフィックのさらなる最適化の効果を見込んで減少。
- 定期昇給や新規採用を推進することで、体制強化は引き続き増加。
- ユーザー満足度向上とプラットフォーム規模拡大に向けたチャレンジを見込むため、マーケティングは増加。

単位:百万円	2025年1月期 実績	2026年1月期 予想	増減	前年同期比
売上原価(ユーザー報酬)	3,230	3,181	-49	-1.5%
手数料	1,585	1,662	77	4.9%
インフラ	575	543	-31	-5.5%
体制強化	628	691	62	10.0%
マーケティング	118	181	63	53.7%

2026年1月期業績予想に対する進捗

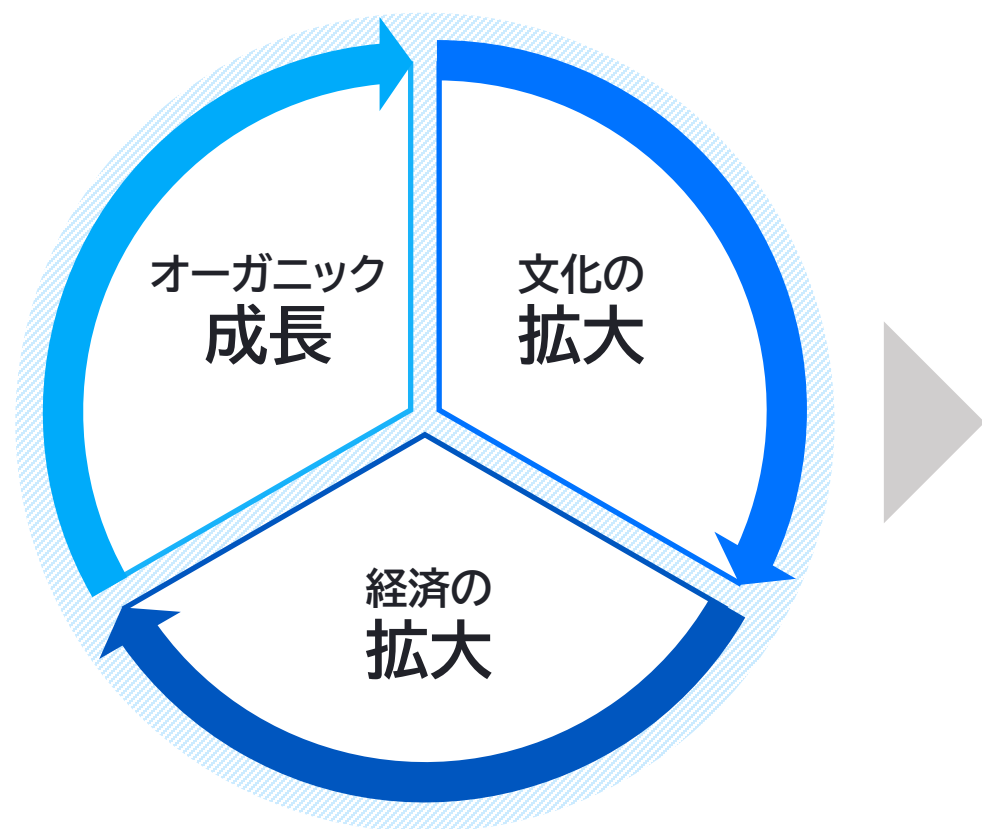
- 売上高の進捗率は若干のビハインドも、想定範囲内の着地。
- メンバーシップ売上の増加により売上総利益が計画を上回り、販管費は計画を下回ったため、営業利益と経常利益は計画に対して大きく上振れ。
- 当期純利益の予想値と進捗率は非開示であるものの、順調に推移中。

単位:百万円	2026年1月期 予想	2026年1月期1Q実績	進捗率
売上高	6,610	1,607	24.3%
営業利益	115	51	44.8%
経常利益	129	67	51.6%
当期純利益	—	54	—

3 成長戦略

目指す成長の方向性

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現

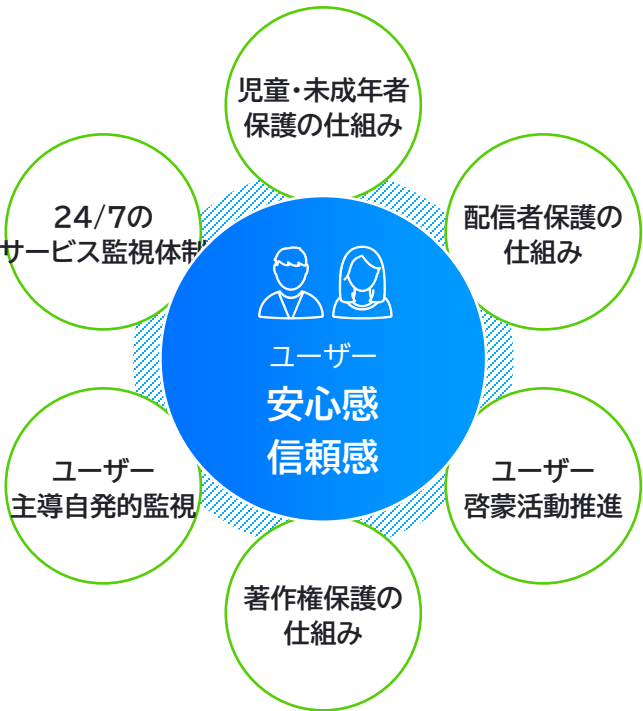


- ユーザー満足度向上によってドライブされるオーガニックな成長
- 配信文化の多様性と寛容性の拡大によるプラットフォーム利用者とコミュニケーションの増加
- ユーザーの経済行動の多角化と活性化によるプラットフォーム経済活動参加者とトランザクションの増加

ユーザー満足度を生み出す基盤の強化 & ユーザー満足度を高める施策の深耕

コミュニティ運営＝安心

プラットフォームを安心して
利用できる環境整備を推進



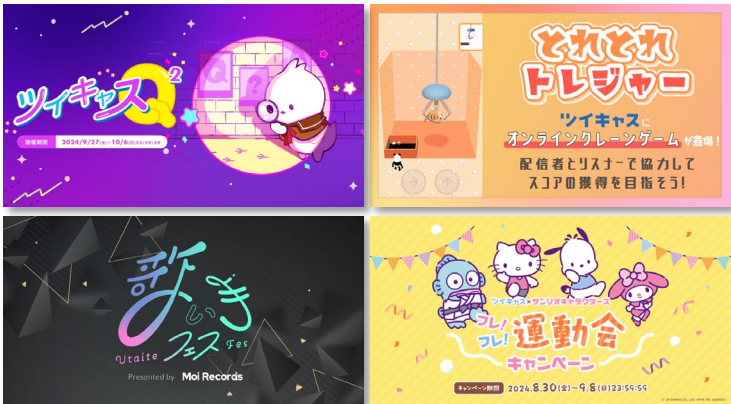
サービスインフラ＝快適

低遅延なユーザー体験を支える
インフラシステムのさらなる進化



キャンペーン・イベント＝つながり

限定アイテムや、オンラインゲームイベント等、
ユーザーが「つながり」を感じられる施策の充実



© '24 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. G650037

スタジオ配信

3Dアバターも使えるリッチな音声配信をスマホ一つで手軽に実現

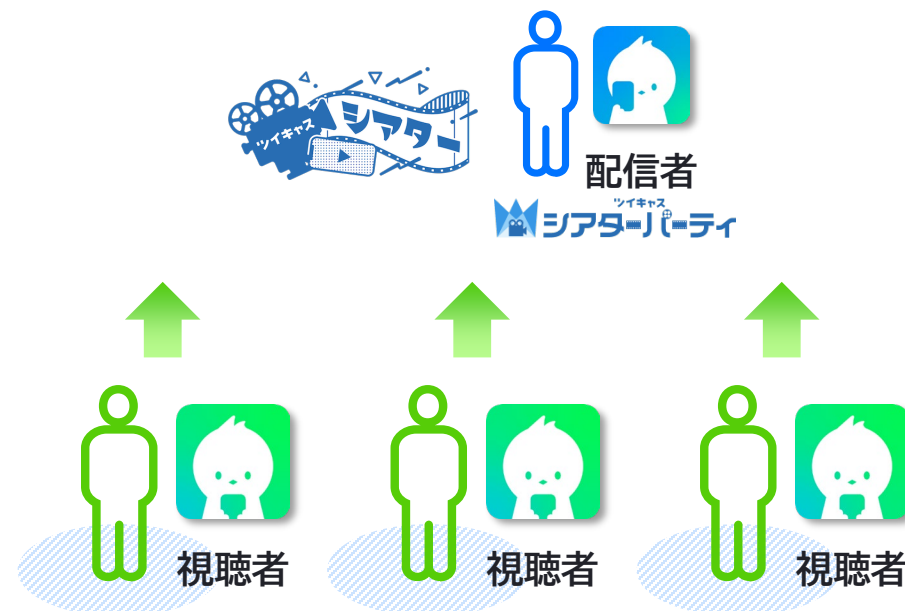
- 従来はPCで専用ツールを使う必要があった音声配信用のリッチな配信画面を、スマートフォンだけで簡単に作成
- コメントビューワー、時計、来場者数、カウントダウンタイマーなど、様々な定番パーツを直感的に配置
- 毎月追加される人気クリエイターの各種素材が無料で使い放題
- ツイキャスアプリから動く3Dアバターで配信可能



ツイキャスシアター & シアターパーティ

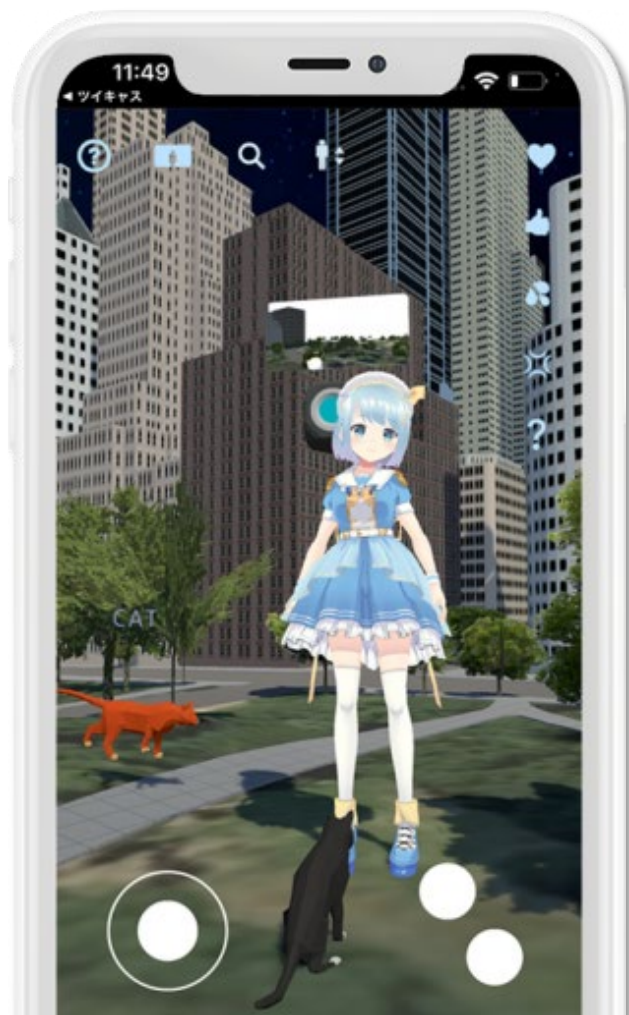
オンライン共同視聴体験から生まれる新しいコミュニケーション

- ツイキャスシアターで人気アニメや映画を不特定多数のユーザーと一緒に無料でオンライン共同視聴
- コメントやアイテムを使って、他のユーザーとリアルタイムにコミュニケーション
- シアターパーティ機能で、配信者はいつでも自分の配信に自分の好きな作品の共同視聴を組み込み可能
- 邦画、洋画を問わず、コメディ、時代劇、ホラーなど多様なジャンルの人気作品を配信



ツイキャスVV

ユーザー同士が3Dキャラクターで交流できるバーチャル空間



- スマートフォン(iOS & Android)のブラウザだけで手軽に利用可能な、配信を中心に設計された3D空間
- 3Dキャラクターは、予め用意されたものに加えて、他のユーザーが公開登録したキャラクターから自由に選択
- 友達を招待できることはもちろん、知らない人をゲストとして入室させるなど、より広い範囲でコミュニケーションが楽しめる設計
- 3D空間内の大型モニターで、配信中のツイキャスの映像を流し、3D空間内で共同視聴が可能
- ツイキャスVVの映像を、ツイキャス上で手軽にライブ配信可能 ※OBSなどのツールを利用

メンバーシップ

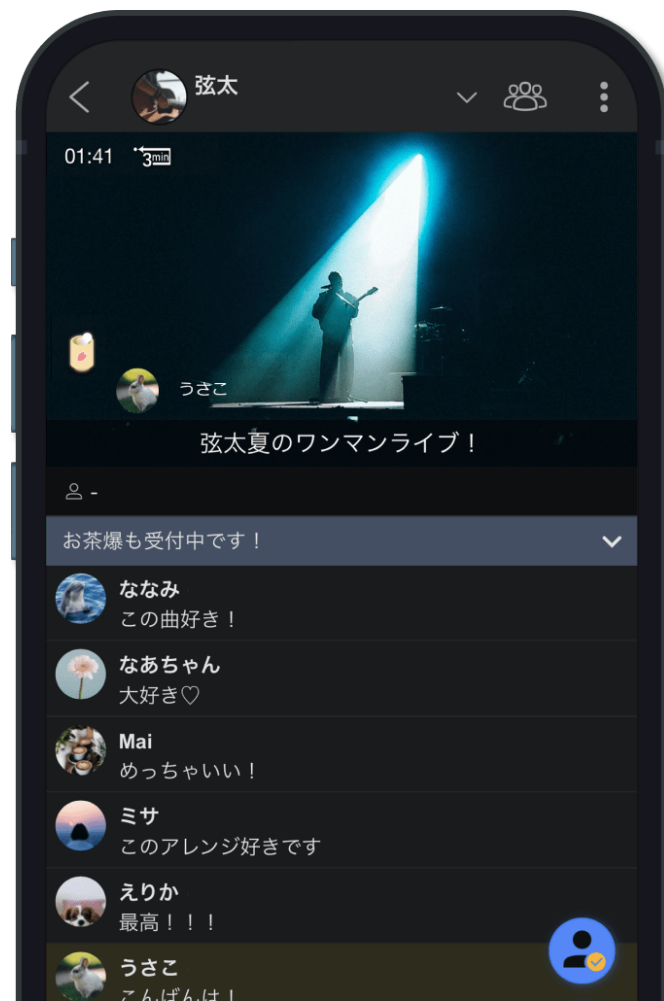
配信者と視聴者のためのファンコミュニティプラットフォーム

- 配信者は、ロイヤリティの高いファンの獲得と安定した収入を確保可能
- 視聴者は、サブスクリプション(月額課金)で継続的に配信者を応援でき、限定コンテンツや配信者とのより密なコミュニケーションなどにより満足度が向上

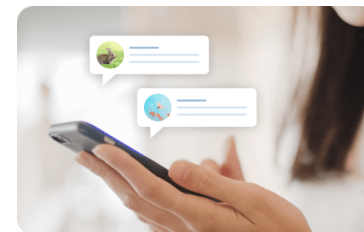


プレミアム配信

チケット販売数500万超、チケット流通総額100億円超の有料オンラインライブ配信システム



自分で簡単に
チケット販売&配信



視聴者とのコミュニケー
ションがとりやすい



販売期間中、何度も
ライブ配信ができる



初期費用、
基本料は0円

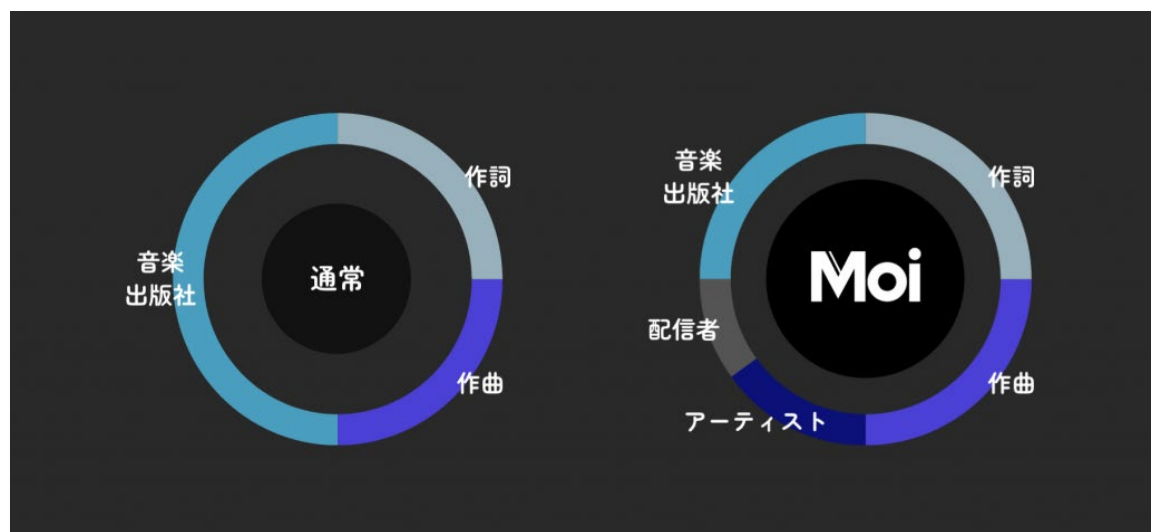
Moi Records

「ツイキャス」と連動する音楽レーベル

- 通常では楽曲の著作権収益の分配対象にはならなかったアーティストや、その楽曲を配信に利用した配信者にも分配を行うことができる仕組みの構築を推進

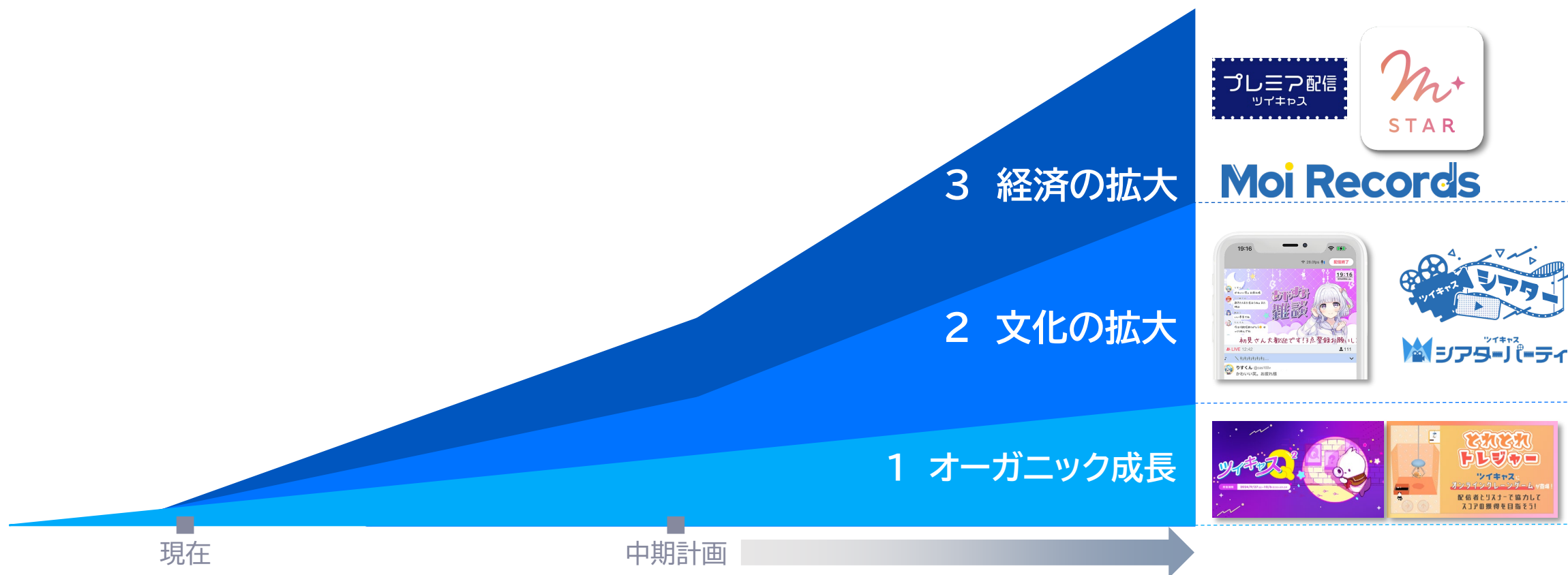
- 「ツイキャス」上での楽曲の利用促進、楽曲の流通支援、歌手文化促進イベントの開催など、さまざまな形でアーティストをサポート

Moi Records



中長期成長イメージ

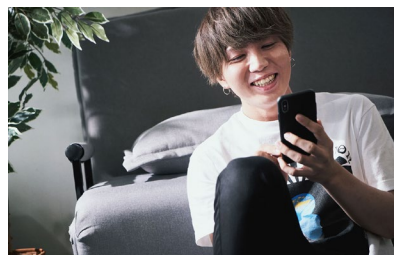
オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現



4 Appendix

会社概要

会 社 名	モイ株式会社 (Moi Corporation)
設立年月日	2012年2月29日
代 表 者 名	赤松洋介
事 業 内 容	ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム 「ツイキャス」の企画、開発、運用
従 業 員	42名(2025年4月末)



Mission

ミッション

人と人をつなげて
世界中の人々の生活を豊かに変えます

Vision

ビジョン

心地よいコミュニケーション空間＝健全なコミュニティ
を創造し世界中の人々をダイレクトにつなぐ

代表取締役社長 赤松 洋介

1994/3	京都大学工学部工学研究科修士課程修了
1994/4	株式会社オーガス総研 オブジェクト技術部 シニアエンジニア オブジェクト指向DBシステム開発・コンサルティングを担当
1996/2	スタンフォード大学 Computer Science 客員研究員 Digital Library Projectに参画
2000/1	サイボウズ株式会社 サイボウズ Office プロジェクトマネージャー サイボウズ Office の開発・マーケティング全般の総責任者
2005/8	サイドフィード株式会社 設立 (現 Moi Labs 株式会社) 代表取締役
2010/2	ライブ配信サービス「ツイキャス」リリース
2012/2	モイ株式会社 設立 代表取締役社長



マネジメントチーム – 取締役・監査役



取締役 サービス運用本部長
芝岡寛之

サイボウズ株式会社でWebアプリエンジニアを経験。サービス黎明期から当社に参画し、2013年取締役に就任。



取締役 経営管理本部長
入山高光

サイボウズ株式会社で海外事業立上げに従事後、ヤフー株式会社で新規事業開発等を担当。2020年に当社取締役に就任。



社外取締役
本田謙

株式会社フリークアウト代表取締役に就任等を経て、2018年株式会社フリークアウト・ホールディングス代表取締役社長Global CEO就任。2019年当社社外取締役に就任。



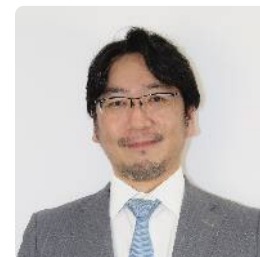
常勤監査役(社外)
石崎文雄

Korea University 招聘准教授、南山大学教授等を経て、株式会社Orchestra Holdings常勤監査役などを歴任。2019年に当社監査役に就任。



監査役(社外)
竹内亮

朝日新聞を経て、2008年に弁護士登録後、2019年鳥飼総合法律事務所パートナー就任。2020年より当社監査役に就任。



監査役(社外)
伊藤耕一郎

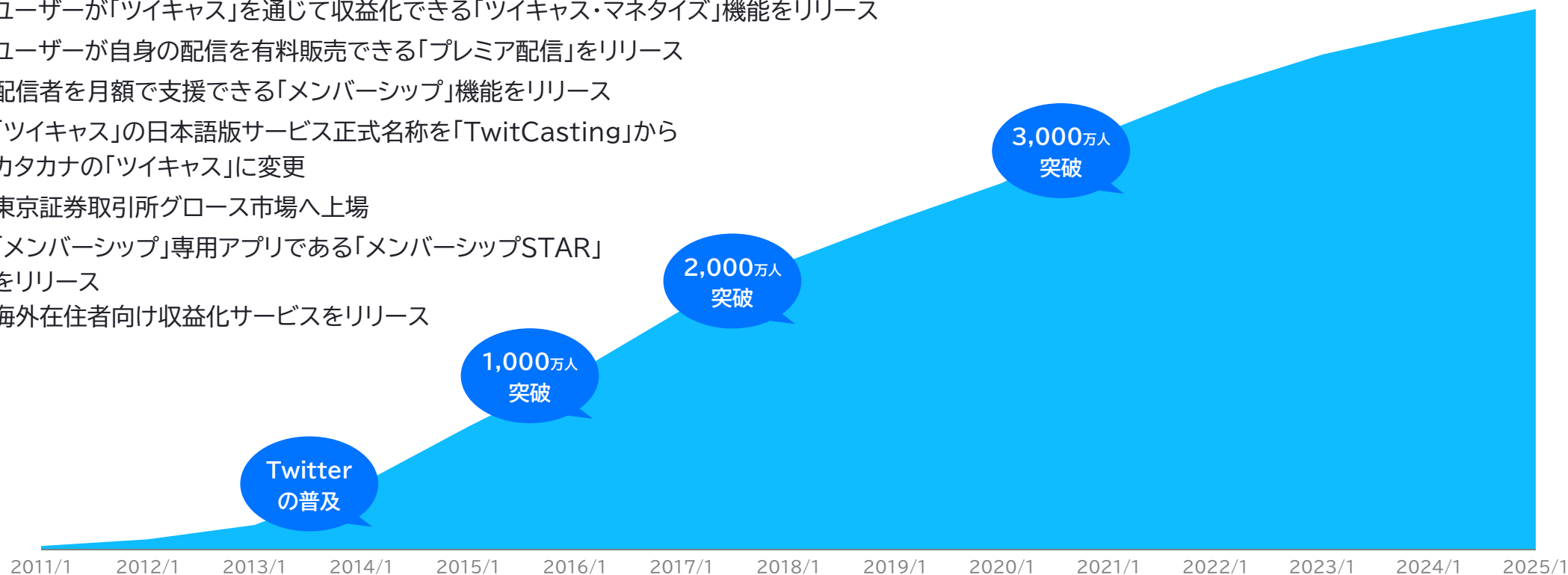
ゴールドマン・サックス証券株式会社、税理士法人プライスウォーターハウスクーパーズを経て独立し、2011年伊藤国際会計税務事務所開業。2020年より当社監査役に就任。

沿革とツイキャスの成長

スマホ・SNSと共に成長 / 若年層・女性が安心 / コミュニケーションにフォーカス

- 2012年2月 サイドフィード株式会社からの会社分割にてモイ株式会社を設立
- 2015年4月 有料チケット販売サービス「キャスマーケット」(現:公式ストア)をリリース
- 2018年6月 ユーザーが「ツイキャス」を通じて収益化できる「ツイキャス・マネタイズ」機能をリリース
- 2020年3月 ユーザーが自身の配信を有料販売できる「プレミアム配信」をリリース
- 2020年11月 配信者を月額で支援できる「メンバーシップ」機能をリリース
- 2021年8月 「ツイキャス」の日本語版サービス正式名称を「TwitCasting」からカタカナの「ツイキャス」に変更
- 2022年4月 東京証券取引所グロース市場へ上場
- 2022年8月 「メンバーシップ」専用アプリである「メンバーシップSTAR」をリリース
- 2023年8月 海外在住者向け収益化サービスをリリース

ツイキャス
累計登録ユーザー数*



* サービス開始から2025年1月末までの累積登録ユーザー数。

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム「ツイキャス」の運営

サービス	プラットフォーム	概要
ツイキャス 		スマホ1台で、誰でも、簡単に、無料で、生放送を配信・視聴できるライブ配信サービス。
公式ストア 	iOS ・ Android ・ Web (Browser)	有料のオンラインライブを手軽に開催できる「プレミアム配信」機能を備えたオンラインストア。
メンバーシップ 		視聴者が毎月定額で継続的に配信者を応援できるサブスクリプションサービス。

ツイキャス

ツイキャスとは？

あらゆる人の集まりをオンライン化し、
快適なコミュニケーションを発生させるプラットフォーム



当社が見据える市場セグメント

ライブ配信の市場規模は1,399億円*5と推定



*1 当社2025年1月期の売上高。

*2 「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」「17 LIVE」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」と定義する。

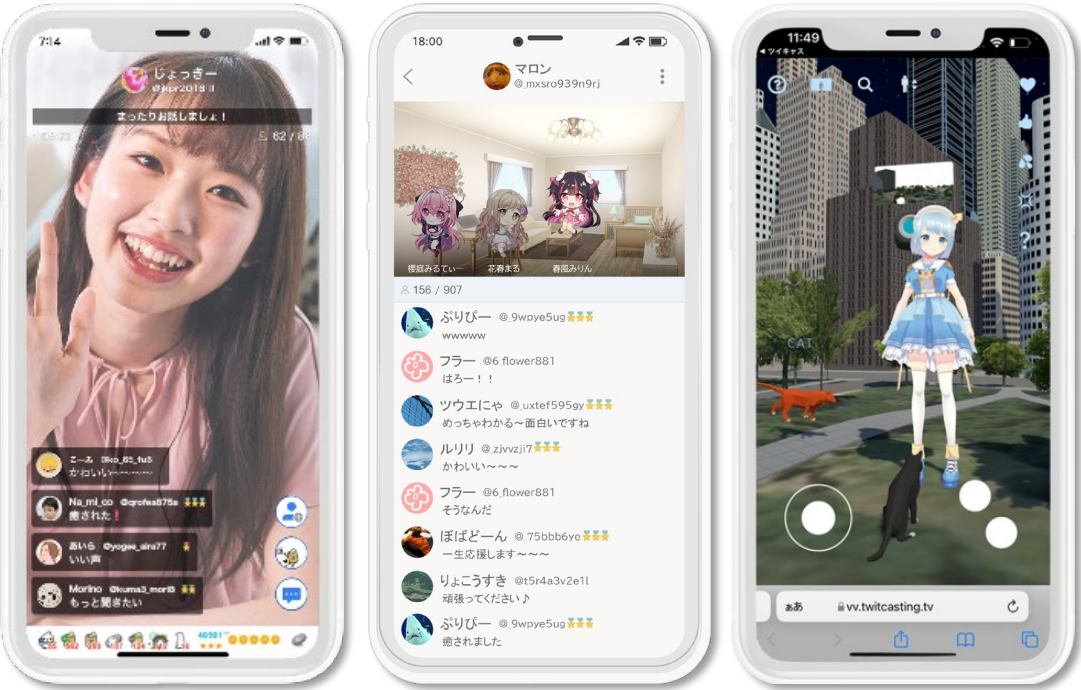
*3 動画投稿サービスおよびライブ配信サービスにおける「プレミアム会員費」「ファンクラブ会員費」「ギフティング」「アバター購入費」、動画投稿者・ライブ配信者の「関連イベントへの参加費」「関連グッズの購入費」、動画投稿者・ライブ配信者が宣伝する「商品の購入費」を含めるほか、動画投稿サービスおよびライブ配信サービス上で掲載される「インターネット広告料(広告製作費は除く)」を含む。なお、これらのうち、2019年度の広告費は、電通によるインターネット広告媒体費総額の推計値よりNRIが推計。2020年度以降はNRI予測。

*4 出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発刊

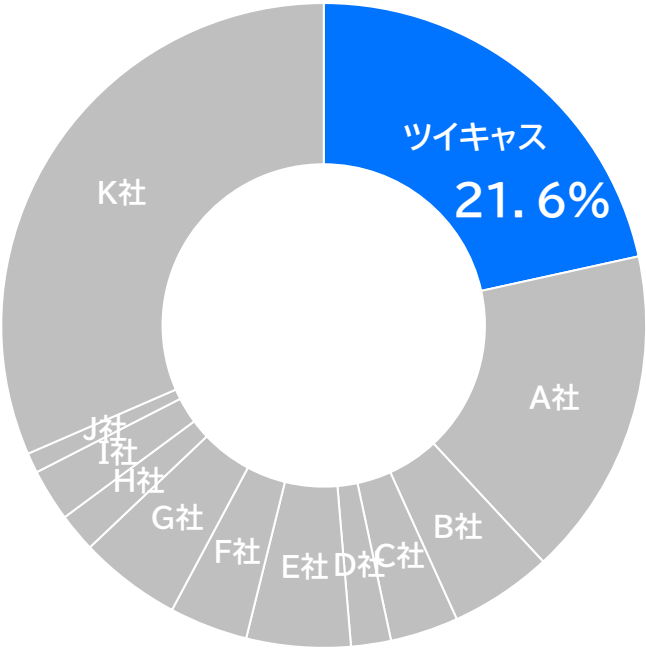
*5 *4における株式会社野村総合研究所による2021年度当該市場規模推計値を前提として、ライブ配信アプリ市場における月間アクティブユーザー数(自社調査による2021年8月時点での集計値)をもとに自社で試算した推計値。

国内ライブ配信アプリ市場における当社サービスのポジション

国内ライブ配信アプリMAU^{*1}シェア21.6%^{*2*3}



主要12アプリにおけるMAUシェア



^{*1} MAU:月間アクティブユーザー数。
^{*2} 国内ライブ配信アプリ各社のMAU比率は、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手した2025年1月末時点の情報を元に自社で集計しております。なお各比率を計算する際に使用した母数は、対象とした12アプリの各MAUの合計となります。
^{*3} スマートフォンなどを使った動画の生配信及びそれらの視聴を主目的としたアプリが対象となります。YouTube、Instagram、TikTok等、ライブ配信機能を有するSNSサービスについては、対象に含まれておりません。

サービス特徴

エンターテインメント

ゲーム性の高いイベントに課金

当社が得意とする領域

コミュニケーション

「快適」な交流から
生まれる満足度に課金

コンテンツ

著名人・コンテンツの価値に課金



サービスの成長を支える仕組みを構築

- ユーザー基盤拡大に貢献する多様な配信文化
- 「快適」を支えるコミュニティ運営と独自インフラ
- コミュニケーションから収益が生まれる仕組み

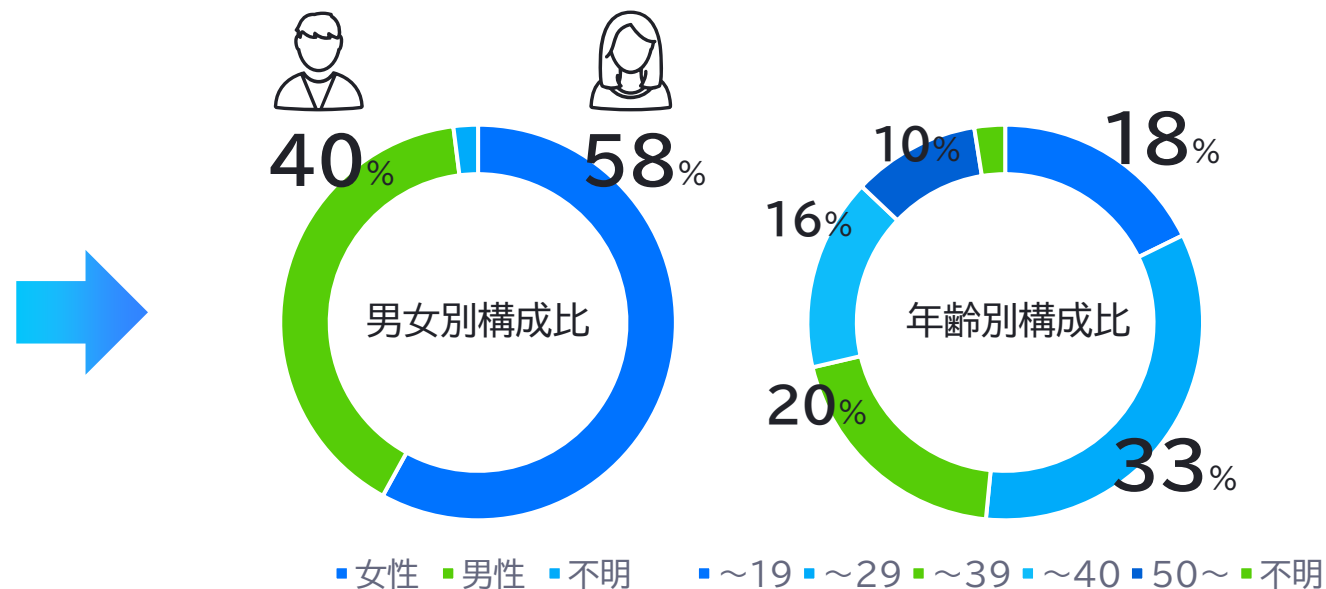
「快適」を支えるコミュニティ運営

10年以上の運営ノウハウと仕組みのシステム化により、女性・若年層が安心できるコミュニティを構築

ユーザーが安心して使えるコミュニティと
それを支える健全な運営システム



女性比率が高く、
10代・20代が中心、30代以上も増加傾向



* ユーザーの性別分布及び年齢分布は、2024年2月1日から2025年1月31日までの1年間を対象とした実績値を集計しております。
集計データは全て、フラー株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手したものを利用しております。

「快適」を支える独自インフラ

大規模な双方向コミュニケーションを低遅延で実現

- 1 オンプレミスによる大規模&低コスト運用の実現
- 2 クラウド併用による柔軟な拡張性
- 3 スマホ・遅延に特化した独自のシステム設計
- 4 配信システムのBCP対応による事業継続性の強化



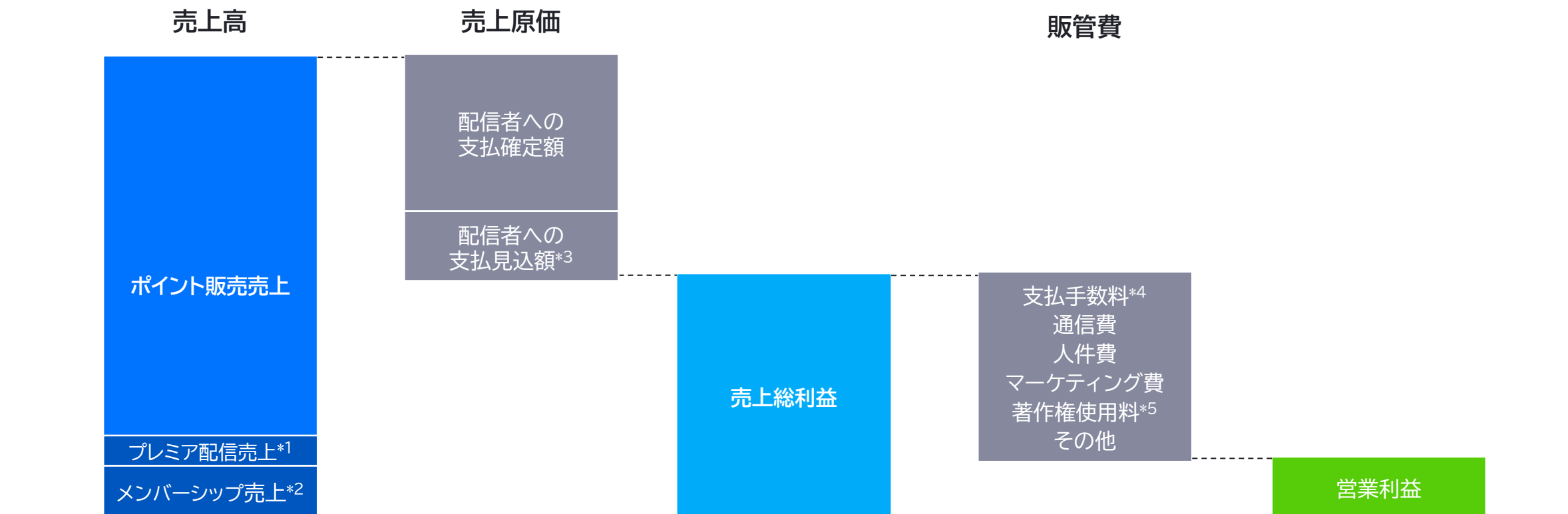
低コスト



大規模

低遅延＝快適なコミュニケーション
による満足度の向上

収益構造



*1 公式ストアにおけるチケット・コンテンツ販売手数料売上等となります。2025年1月期における売上高全体に占める割合は3.4%となります。

*2 メンバーシップ販売手数料売上となります。2025年1月期における売上高全体に占める割合は6.7%となります。

*3 将来に配信者へ支払を行う可能性の高い金額のうち、一定額を見込額として売上原価計上しております。

*4 Apple、Googleなどのプラットフォームに対して支払う決済手数料になります。

*5 音楽著作権等の利用に伴いJASRAC、NexTone等に対して支払う使用料等になります。

業績の実績推移

単位:千円	第9期 (実績)	第10期 (実績)	第11期 (実績)	第12期 (実績)	第13期 (実績)
	2021年1月	2022年1月	2023年1月	2024年1月	2025年1月
売上高	5,479,467	6,552,032	6,607,710	6,433,375	6,592,963
売上原価	2,800,414	3,313,094	3,304,754	3,221,159	3,230,726
売上総利益	2,679,053	3,238,937	3,302,955	3,212,216	3,362,237
販売費及び一般管理費	2,812,713	3,036,833	3,198,601	3,069,557	3,129,669
営業利益又は営業損失(△)	△ 133,660	202,103	104,354	142,658	232,568
経常利益又は経常損失(△)	△ 136,237	206,214	105,310	156,724	256,180
税引前当期純利益又は当期純損失(△)	△ 136,237	206,176	105,310	148,646	96,180
当期純利益又は当期純損失(△)	△ 146,616	246,652	53,425	194,105	27,830

主要KPI(実質売上総利益・ポイント販売売上・ポイントPU・ポイントARPPU)

定義	実質売上総利益 プラットフォームとして ユーザーに提供できた 付加価値 = 当社の取分	=	売上高 ポイント販売売上 + プレミア配信売上 + メンバーシップ売上	-	売上原価 配信者ユーザーへの支払 = 配信者ユーザーの取分	-	手数料 決済代行業者に対する 手数料 (必要経費) = 決済代行業者の取分
定義	ポイント販売売上 ユーザーによる ポイント使用額	=	ポイントPU ポイント購入ユーザー数	×	ポイントARPPU ポイント購入ユーザー 1人当たりの平均課金額	-	未使用ポイント ユーザー購入ポイント のうち未使用額

主要KPI(メンバーシップ売上・メンバーシップGMV・メンバーシップPU・メンバーシップARPPU)



主な事業等のリスクについて

リスク	リスク概要	顕在化の可能性／影響度	当社対応方針
業界の成長性	当社の属するインターネット業界におけるライブ配信市場は、日々進化しており、国内外の経済状況はもとより、関連する法規制や新たな法規制等の出現や個人の嗜好等の変化に大きな影響を受ける傾向にあります。これに伴い、当該市場の成長が鈍化した場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小／中	市場調査やユーザー問合せ対応等を通して、本リスクが顕在化する可能性、時期、程度等を早期に把握し、必要な対応を適宜適切に行うことに努めております。
売上にかかる第三者への依存	当社が提供するスマートフォン用アプリは、Apple Inc.及びGoogle Inc.といったプラットフォーム運営事業者を介して一般ユーザーに提供されており、代金回収やシステム利用、ユーザー獲得等において、かかるプラットフォーム運営事業者に相当程度依存しております。これらの事業者との契約継続が困難となった場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小／大	本リスクの顕在化を防止するために、かかるプラットフォーム運営事業者との良好な関係構築や適時な情報収集及び対応に努めております。
サービスの健全性の維持	当社の提供するサービスは、不特定多数のユーザーが、配信者と視聴者、それぞれの立場から、リアルタイムでオンラインコミュニケーションを行うプラットフォームを提供することをその基本的性質としています。そのため、ユーザー間のコミュニケーションや行為等で発生した諸問題により、当社及び当社が提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザー離れにつながる可能性があります。更に、当社もプラットフォームを提供する者としての責任を問われた場合、当社の企業イメージ、信頼性の毀損、ひいては当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中／大	サービスの利用規約において、ユーザーが各種の問題行為、違法行為を当社サービスで行うことを禁止しております。また、通報制度の整備・運用、機能面では、特定のユーザーや単語をブロックする機能、特定のユーザーのみが視聴できる機能等の提供をしております。さらに、ユーザー間のコミュニケーションに対するモニタリング体制を構築しており、社内でのユーザーサポート人員の確保・教育、及び外部監視委託業者を利用し、監視体制の強化を図っております。
一部機能にかかる第三者への依存	当社は、ユーザーの利便性向上を目的とし、X Corp.及びGoogle Inc.といった第三者が提供する複数のAPIサービスを利用しており、その一つとして、ユーザーが第三者の提供するサービスのアカウントの情報を利用して当社サービスにログインできる機能を提供しております。従来通り当社が第三者のAPIサービスを利用したアカウントの登録機能・ログイン機能を提供できなくなった場合、ユーザーはポイントを購入しにくくなり、ひいては、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中／大	当社では、第三者のAPIサービスに依らない当社サービス独自のアカウント登録・ログイン方法の提供、第三者のAPIサービスが利用できなくなった場合に備えた当該第三者サービスのアカウント情報及び当社サービスに登録した方法によりログイン可能とする方法の提供をしております。
システムトラブル	当社サービスへのアクセスの急増などの一時的な過負荷、外部連携システムにおける障害、自然災害、DDoS攻撃等の悪意のある第三者によるサイバー攻撃など、当社の予測不可能な様々な要因によってコンピュータシステムがダウンした場合、復旧等に際して特別な費用負担を強いられることにより、当社の利益が減少する可能性があります。	中／大	システムトラブルの発生可能性を低減するために、安定的運用のためのシステム強化、冗長化、セキュリティ強化を徹底しており、継続的なシステム等への設備投資を行っております。また、当社は、事業を運営するためのシステムを外部事業者が保有するデータセンターに設置し、セキュリティ強化による不正アクセス対策や、データのバックアップ、冗長化の体制を構築しております。

※事業等のリスクについて、有価証券報告書に掲載のリスクの中から、当社が特に重要と考えているリスクを抽出して記載しております。その他の事業等のリスクについては、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】3【事業等のリスク】」に記載しております。

本資料の取り扱いについて

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。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、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。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られる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。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくよう、お願いいたします。