

**2024年3月期第1四半期
決算説明資料**

2023.8.9



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。



2024年3月期第1四半期 決算概況

決算ハイライト 2024年3月期Q1のサマリー①

2024年3月期Q1業績

売上高 **5,142**百万円

(前年同期比+42.8%)

売上総利益 **2,634**百万円

(前年同期比+73.9%)

営業利益 **895**百万円

(前年同期比+147.5%)

純利益 **621**百万円

(前年同期比+129.5%)

IP指標

YouTube総ch登録数^{※1}

7,782万

(2023年6月末時点)

在籍VTuber数

75名

(2023年6月末時点)

在籍VTuberあたり年間収益^{※2}

293百万円

(2022年7月～2023年6月)

※1：2023年6月30日時点の各VTuber及び公式のYouTubeチャンネルより集計
※2：当該期間の売上高を2023年6月末の在籍VTuber数で除して算出

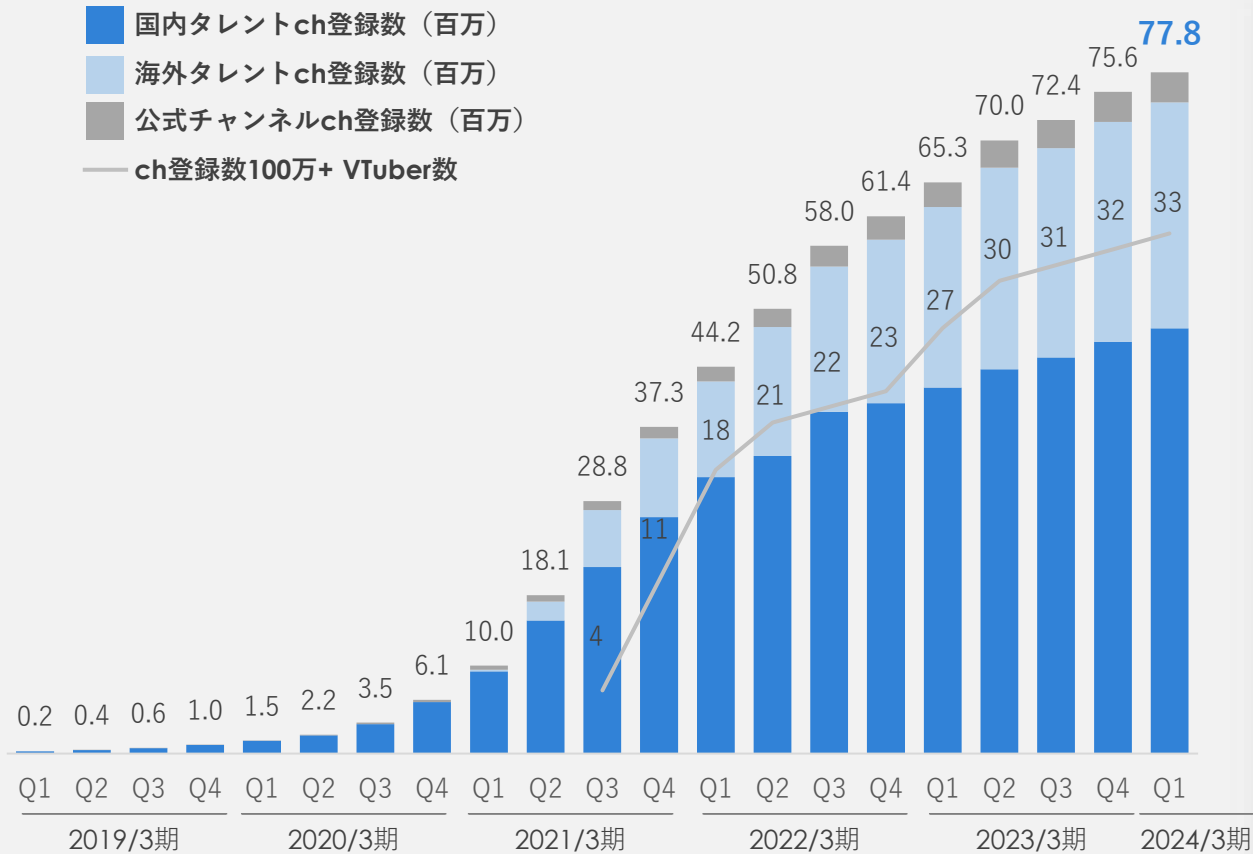
決算ハイライト 2024年3月期Q1のサマリー②

百万円	2023/3期 Q1	2024/3期 Q1	前年同期比
売上高	3,601	5,142	+42.8%
配信/コンテンツ	1,450	1,651	+13.9%
ライブ/イベント	193	376	+94.0%
マーチャндаイジング	1,574	2,091	+32.8%
ライセンス/タイアップ	382	1,023	+167.7%
売上総利益	1,514	2,634	+73.9%
営業利益	361	895	+147.5%
四半期純利益	270	621	+129.5%

ファン数拡大の状況

ライブ配信に加え、楽曲配信、テレビ出演、他社ブランドとのコラボレーションといった多面的な露出により、当社IPの認知拡大を推進

■ ch登録数／登録数100万+ VTuber数推移 ※1



※1: YouTubeチャンネル登録数

■ グループ別ch登録数(2023年6月末時点)



楽曲による認知拡大

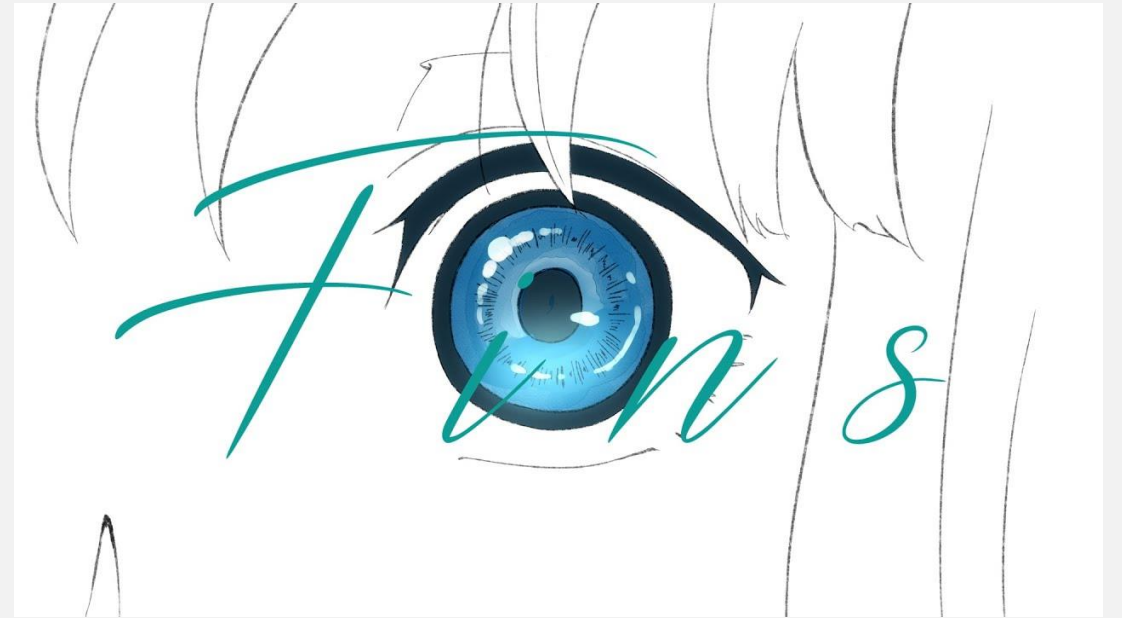
Q1期間においても多様な楽曲コラボレーションによりファン層を拡大

■ レクイエム (kanaria feat. 星街すいせい)



人気ボカロP「kanaria」のオリジナル楽曲に
星街すいせいがゲストボーカルとして参加。
専門学校HALのTVCMソングに起用

■ FINS (角巻わため)

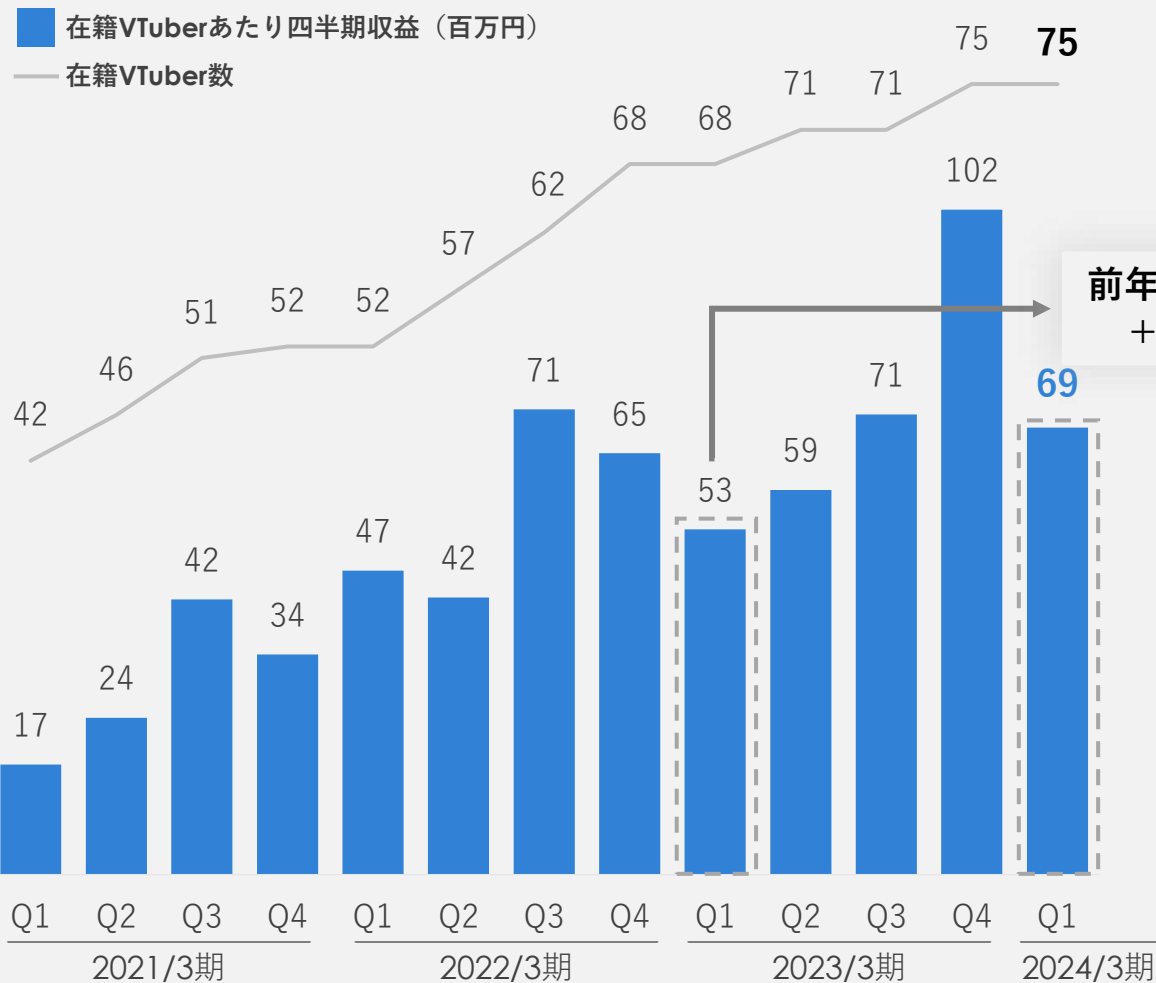


人気ロックバンド『ポルノグラフィティ』の2名が
楽曲提供をした角巻わためのオリジナル楽曲

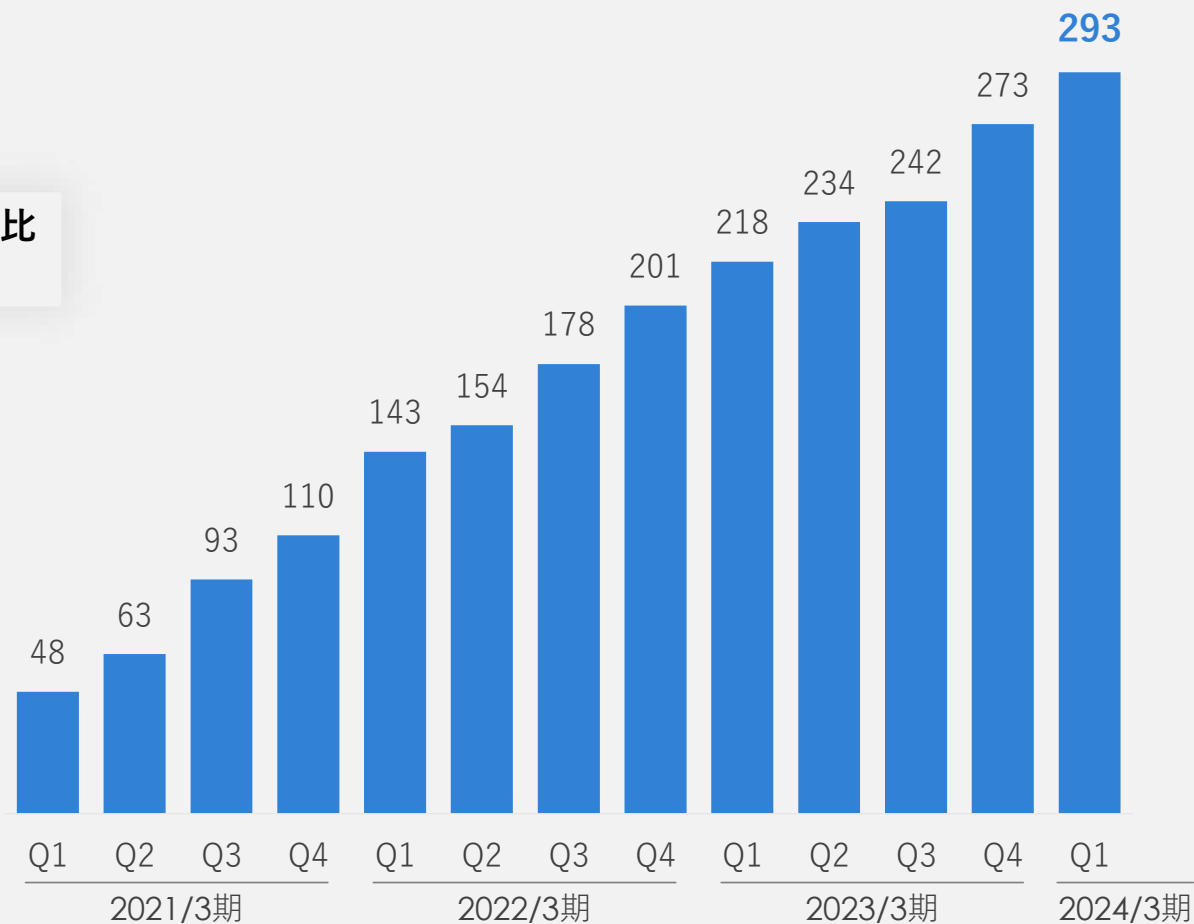
VTuberあたり収益の状況

2023/3期Q4対比では季節性の反動を受けるものの、VTuberあたりの収益は継続的に伸長

■ 在籍VTuberあたり四半期収益※1、在籍VTuber数



■ 在籍VTuberあたり年間収益※2 (百万円)

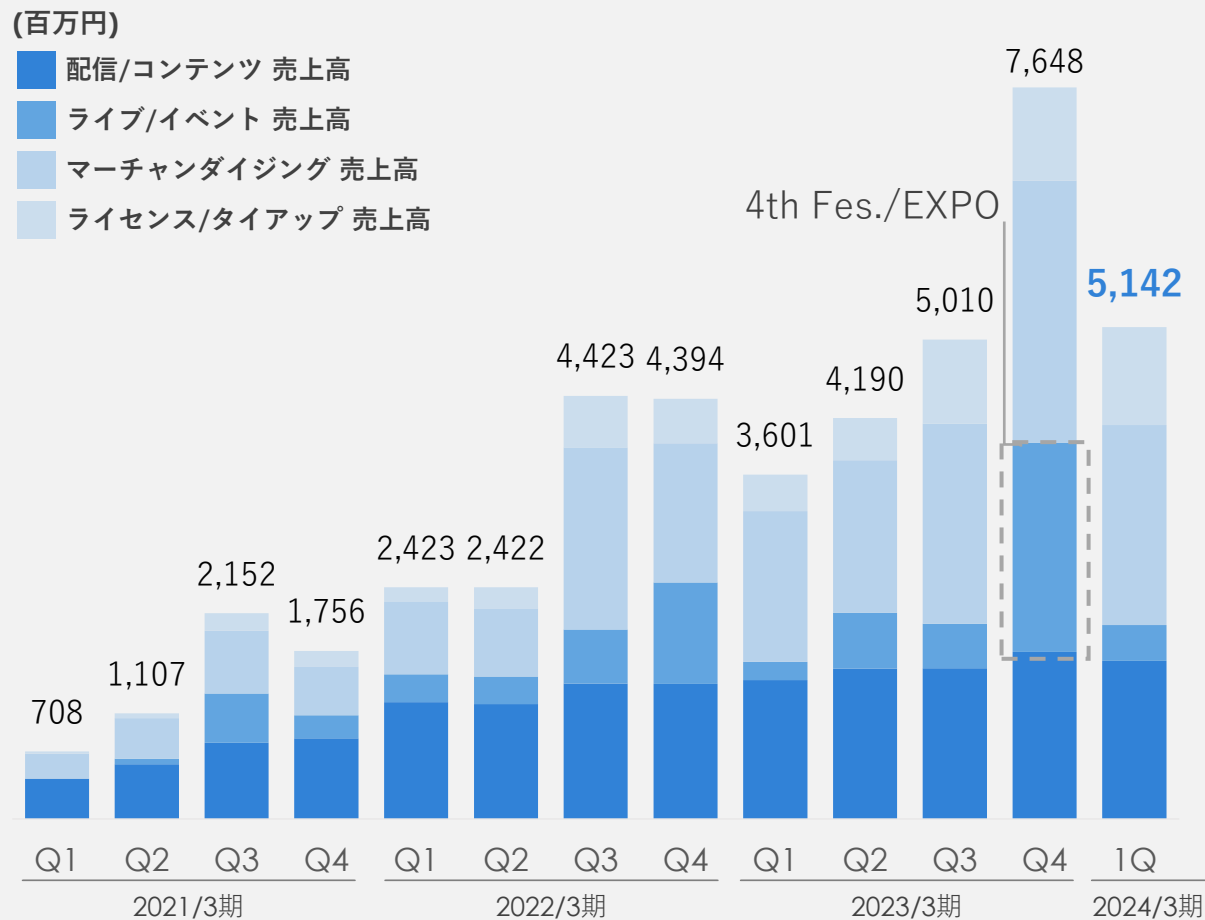


※1：各四半期の売上高を各四半期末の在籍VTuber数で除して算出

※2：当該四半期から直近4四半期分の年間売上高を当該四半期末の在籍VTuber数で除して算出

売上高の推移

Q1は季節性の影響によりQ4対比反動減となった一方で、前年同期比では大きく伸長し、計画通りの立ち上がりで推移



■ コマース領域の売上高成長

- 商品数および販路の拡大等によるマーチャンダイジングの拡大
- IPの影響の高まりを背景としたライセンス/タイアップ案件数および規模の拡大

■ 受注販売商品および大型イベントによる季節性

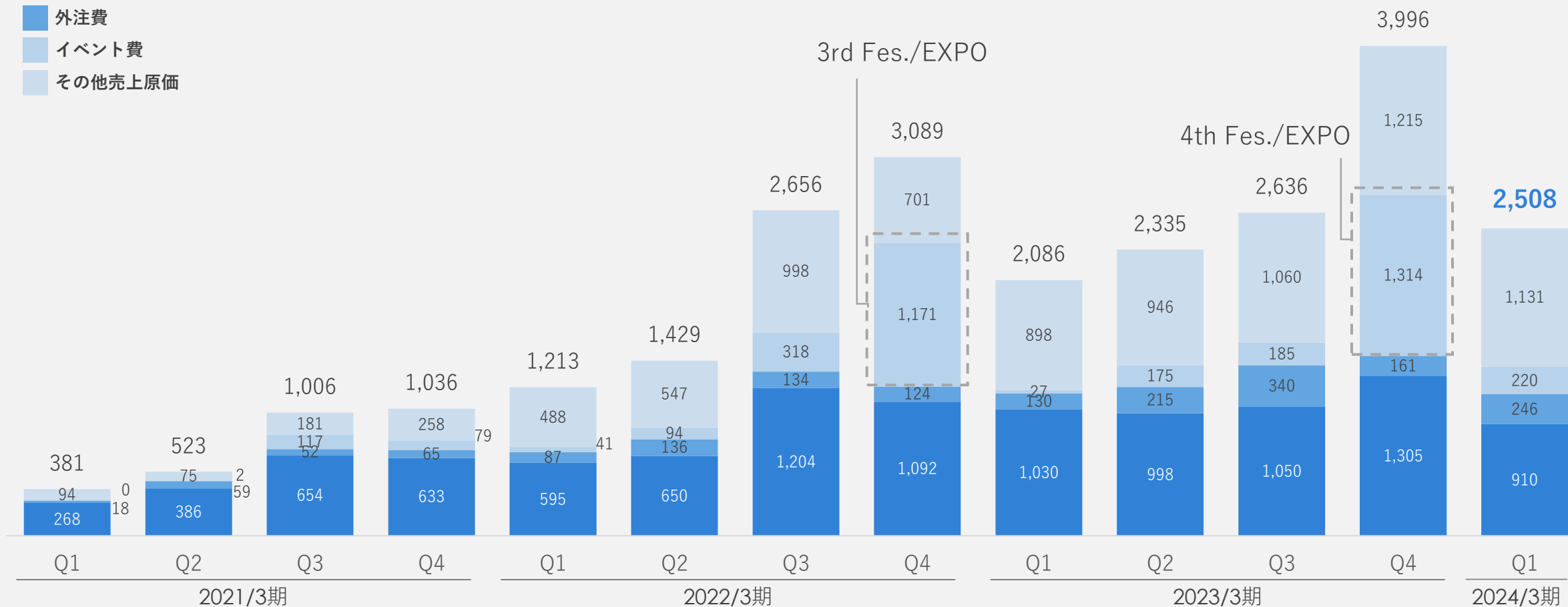
- 受注商品は受注時点で決済金を前受金としてBS計上し、3~6か月程度後の発送時点でPL上の売上高として計上
- 受注商品はタレントのアニバーサリー等の記念日商品が多く、現状では売上高がQ3~Q4に立ちやすい
- これまでのQ4には大型イベントを実施しているため、他の四半期よりも収益規模が大きい

コスト推移（売上原価）

売上原価は、商品およびコンテンツの製造/制作費等の変動費に加え、スタジオ資産の償却費等の固定費の原価計上により前年同期比で増加している一方で、前期Q4対比では大型イベント制作費の反動減により調整

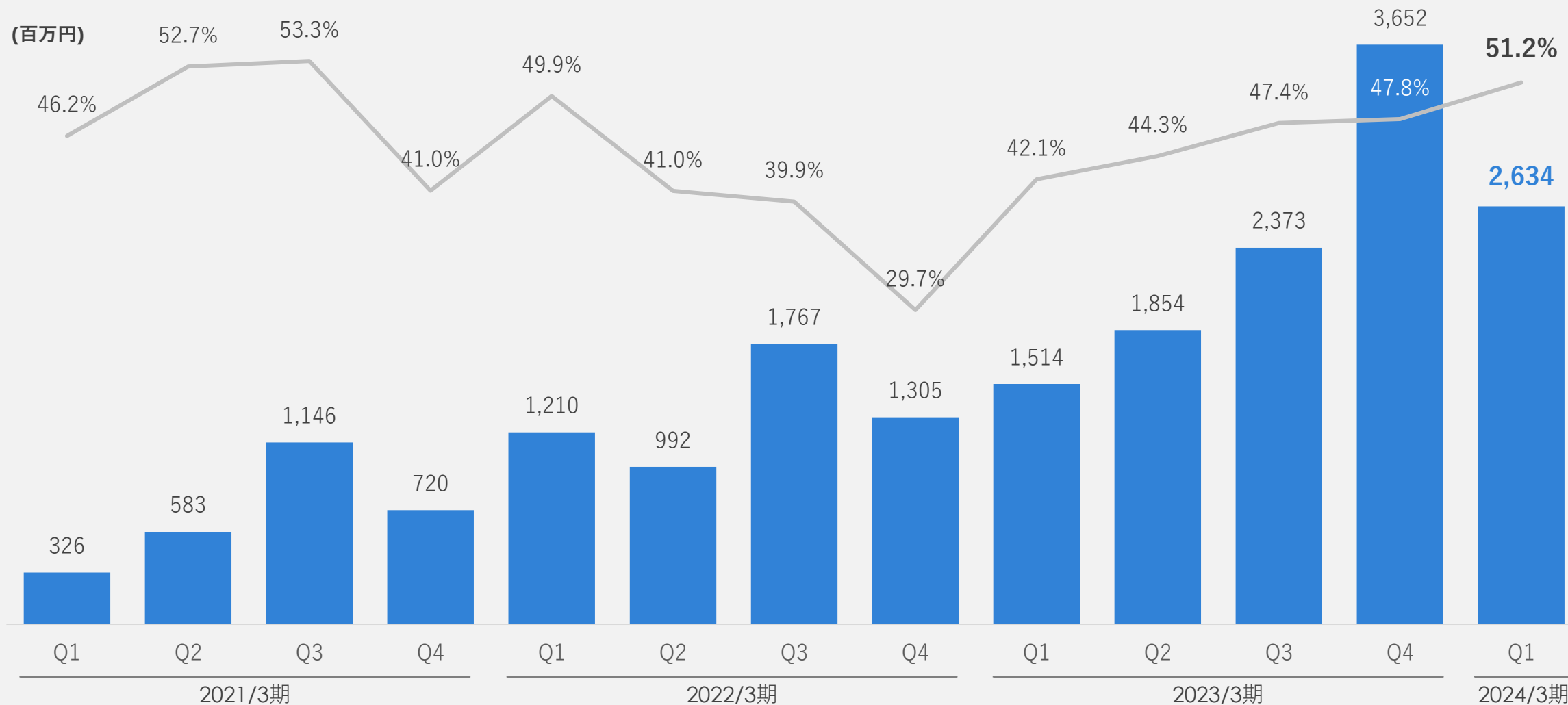
(百万円)

- 演者報酬
- 外注費
- イベント費
- その他売上原価



売上総利益及び売上総利益率の推移

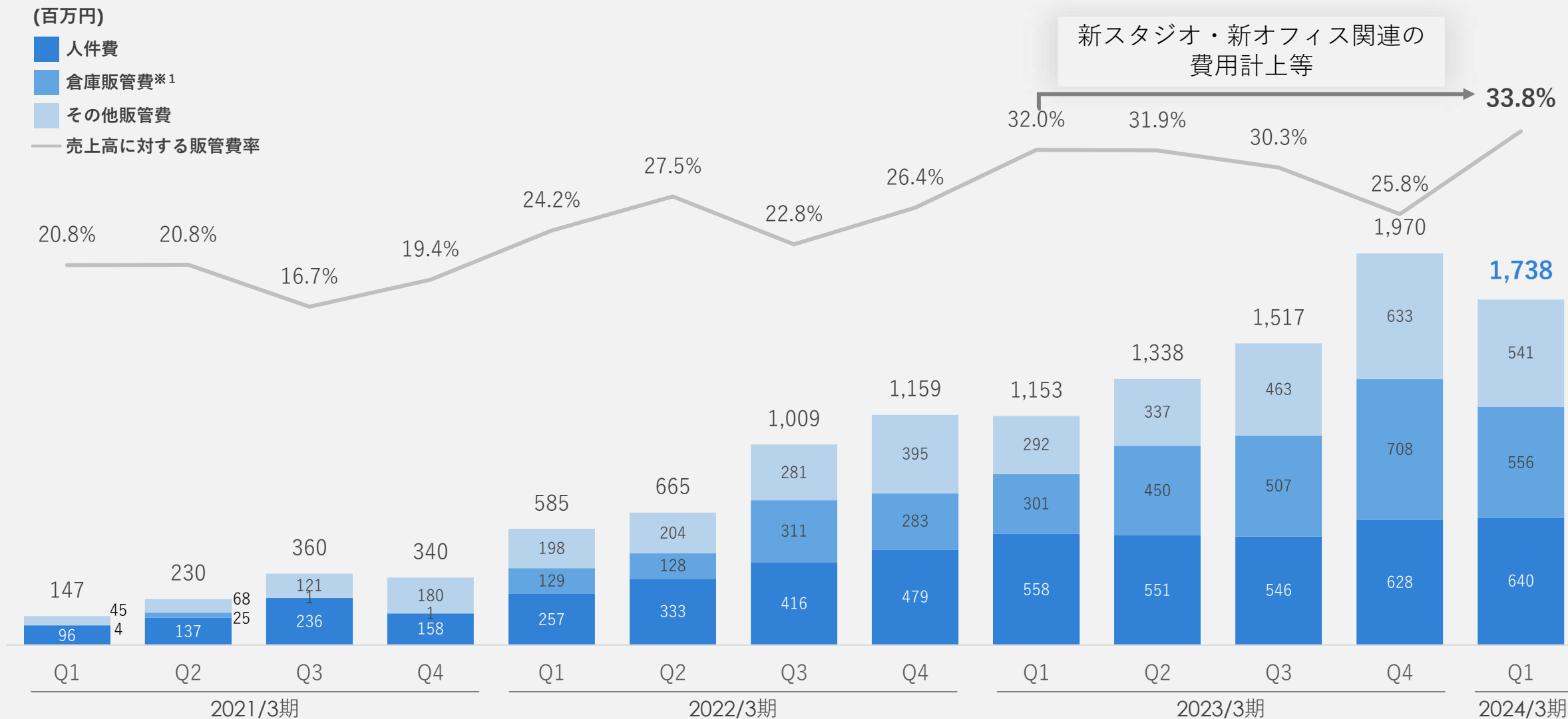
Q1は大型ライブコンサートが実施されなかったことやMD分野の季節性の影響を受けるものの、前年同期比ではコマース領域を中心に大きく伸長し、売上総利益率は改善基調で推移



※1：MDとは、マーチャンダイジングの略

コスト推移（販管費および販管費率）

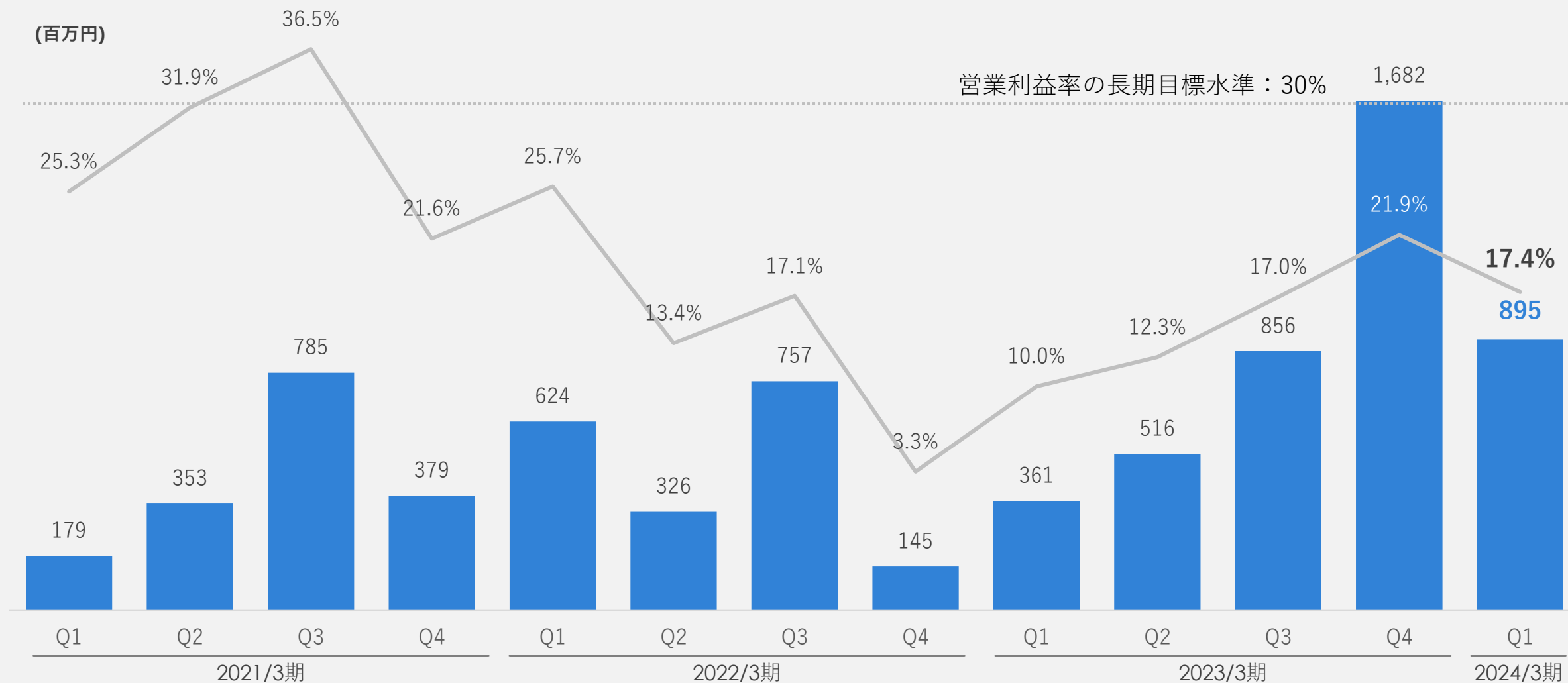
Q1は、四半期売上高の季節性反動減により、売上高対比で販管費率が上昇。
一方で、前年同期比での販管費率の上昇は限定的



※1：物流・販売手数料等のECに係る販管費を含む

営業利益及び営業利益率の推移

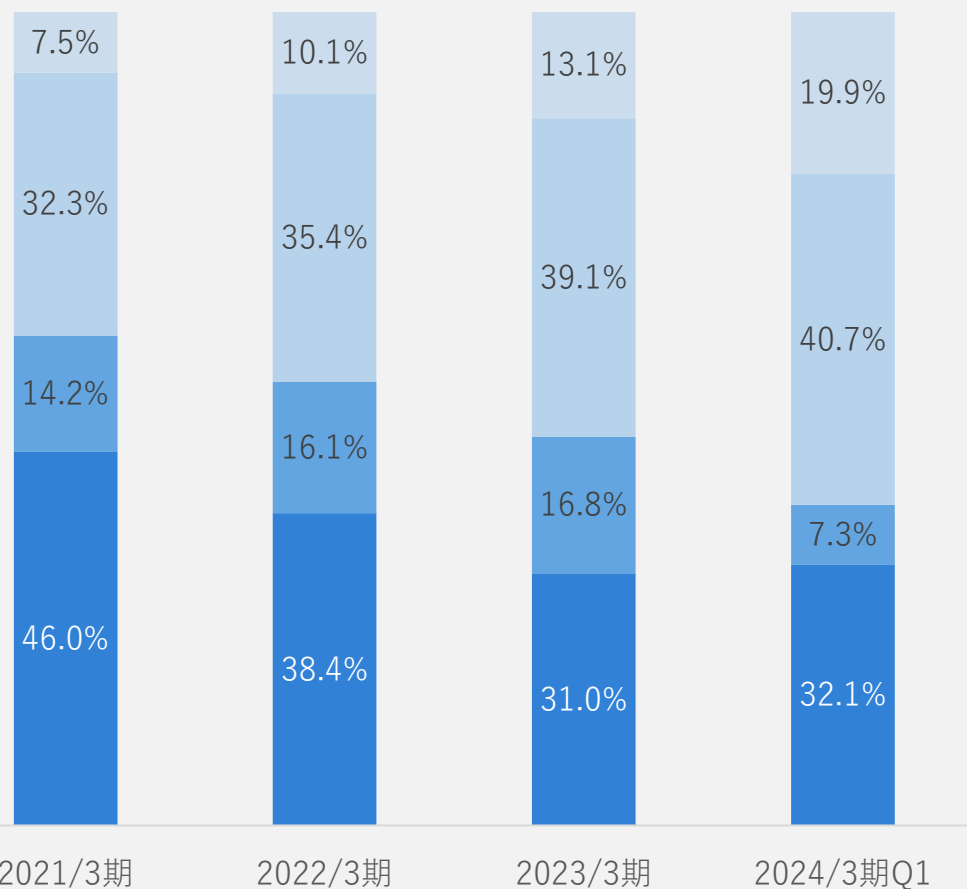
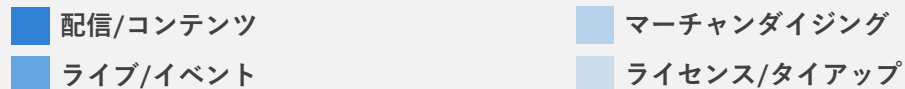
スタジオ資産の償却費等の固定費の増加により、営業利益率は一時的に調整しているものの、高粗利サービス分野が伸びやすい下半期において年間の営業利益率は改善を見込む



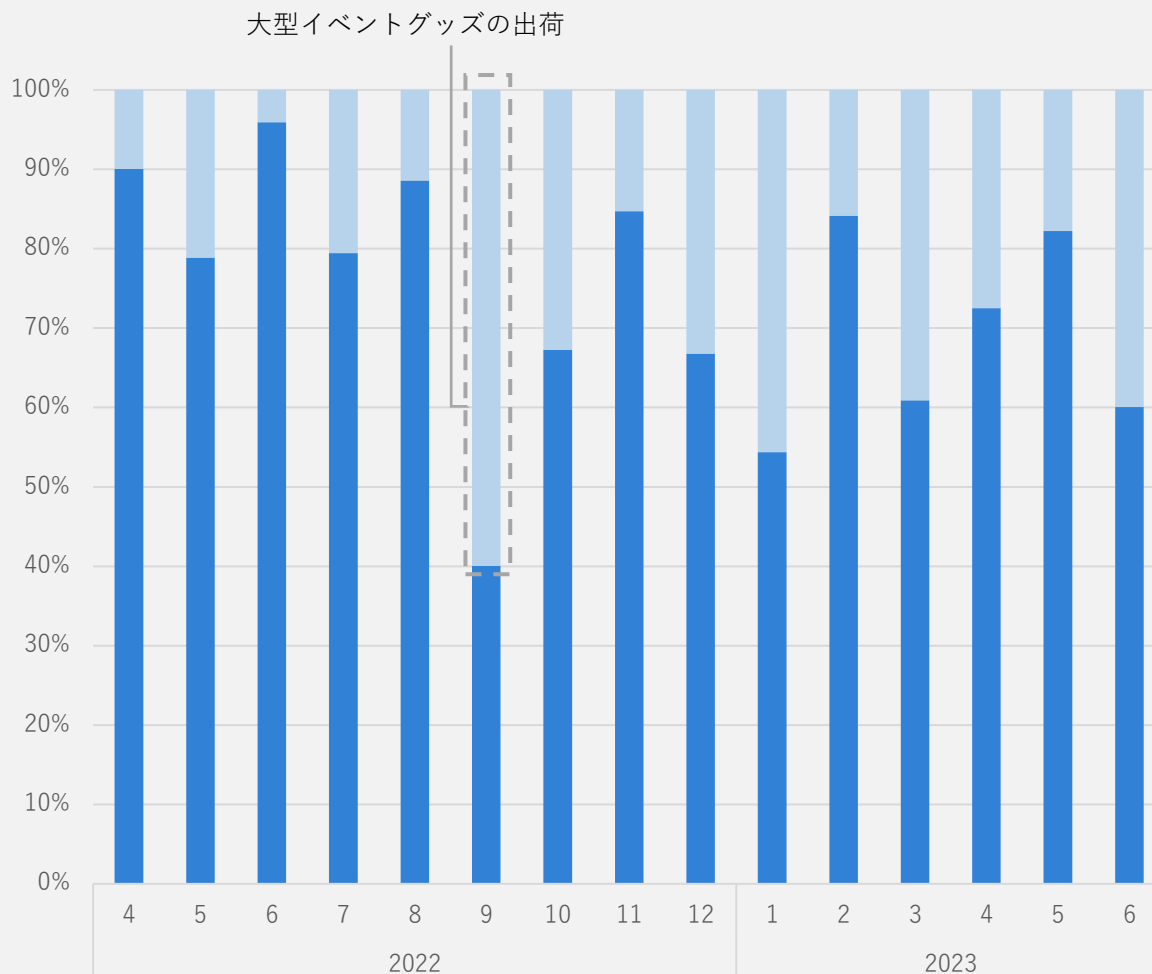
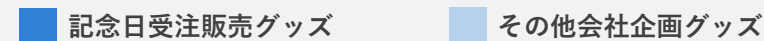
サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

IPの影響力拡大に伴い、売上高全体に占めるコマース領域（MD、ライセンスング/タイアップ）の構成比が上昇。MD分野でもプロダクトミックスの改善が進捗

■ サービス別売上高比率



■ 当社EC等※1における各プロダクト毎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

自社企画ブランドの伸長：『hololive friends with u』シリーズの累計販売数

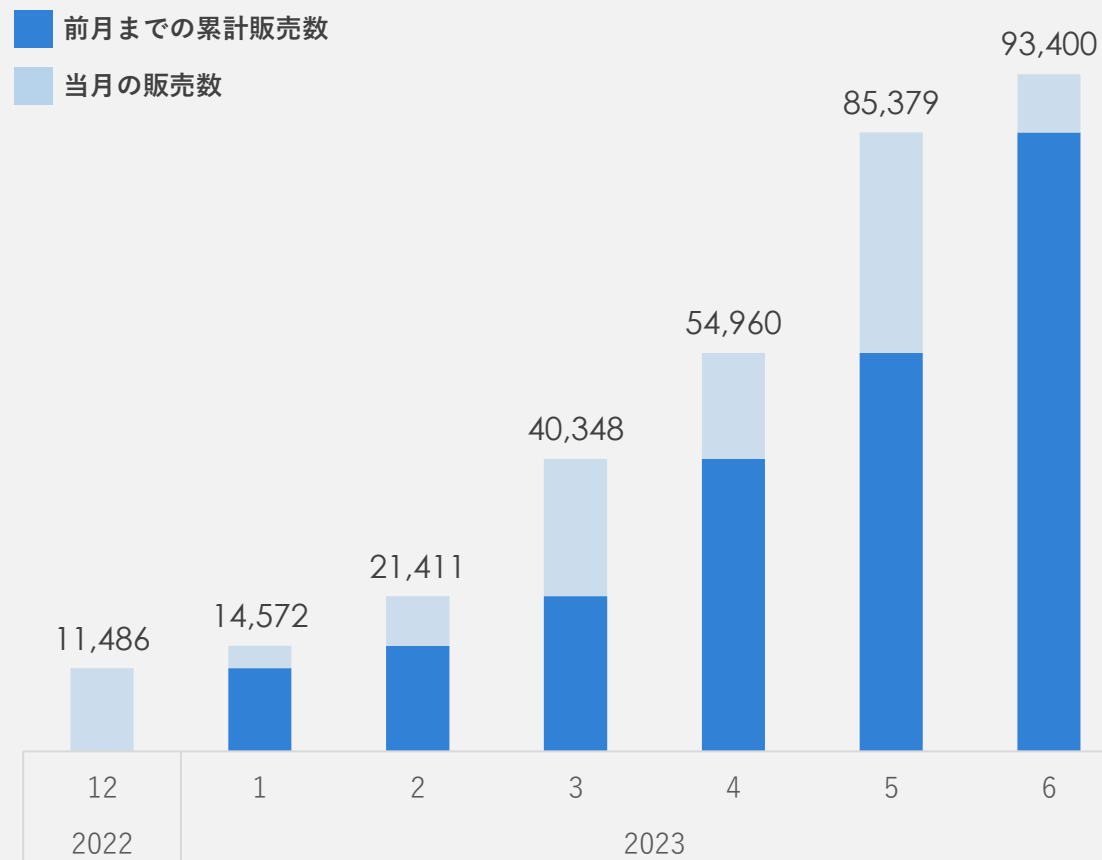
自社企画グッズの販売数は継続的に伸長。定番商品の通年供給により、ライトファンを含む幅広い顧客層のニーズに応える

■ 『hololive friends with u』



「ホロライブプロダクション」初の公式ブランドグッズとして、2022年12月23日より販売開始。
現在はVOL.6まで展開し、35名のぬいぐるみをラインナップ。
当社ECでの販売価格：3,300円

■ 『hololive friends with u』 累計販売数



※ECでの販売数

hololiveブランドによる広告効果の高まり

IPの影響の高まりにより、他社アプリゲームの集客にも大幅に貢献。
結果として、ライセンシング案件の件数および規模は拡大基調で推移





事業の進捗及び見通し

2024年3月期業績予想の進捗について

2024年3月期 業績予想

売上高 **26,562**百万円

(進捗率 19.4%)

営業利益 **4,650**百万円

(進捗率 19.3%)

経常利益 **4,623**百万円

(進捗率 19.4%)

純利益 **3,236**百万円

(進捗率 19.2%)

■楽曲を介した認知拡大

- YouTube ShortsやTikTok等での楽曲ヒット
- ユニバーサルミュージック社との共同レーベル設立
- 大型他社コンテンツの主題歌歌唱

■海外展開の加速

- 7月下旬に英語圏女性VTuberユニット「Advent」がデビュー
- 海外地域においてもライブコンサートを展開

■小売店販路及びライセンス商品販売の拡大

- EC以外の販路拡大により、多様な消費者層へのマーケティングを実施
- 国内外の商品展示会等への出展により、ライセンスパートナーの拡充を推進

■メタバース・サービス開発の進捗

- 2024年のリリースに向けて開発は着実に進捗
- 7月に実施したバーチャルライブコンサートのβテスト・イベント「ヤマトファンタジア」では本サービスの集客ポテンシャルを再度確認

楽曲を介した認知の拡大

音楽を媒介として、YouTube外からも認知拡大を推進

■ユニバーサルミュージック社との共同レーベル



2023年7月8日に、ユニバーサルミュージック社との『holo-n』の設立を発表。ホロライブプロダクションとユニバーサルミュージックの邦楽レーベル・EMI Recordsが共同で運営し、第一弾のプロジェクトとして「Blue Journey」を展開中

■集英社の「ONE PIECE」とのコラボレーション楽曲



集英社が発刊する「ONE PIECE」の単行本106巻の公式テーマソングをホロライブEN所属「森カリオペ」が担当し、コラボレーション楽曲「未来島 ~Future Island~」を制作。関連公式動画はYouTubeで公開され、3日時点で累計1,080万再生を記録

※「ONE PIECE公式YouTubeチャンネル」および「Mori Calliope Ch. hololive-EN」における関連動画の視聴回数累計

海外展開の加速

7月にロサンゼルスにて大型の現地ライブコンサートを実施したほか、ホロライブENから新規タレントのデビューを実施

■ 『hololive English 1st Concert -Connect the World-』



「ホロライブEnglish」において、初の全体ライブイベントを、現地時間2023年7月2日（日）に「YouTube Theater（アメリカ・ロサンゼルス）」にて開催。会場キャパシティ5,000人を満員としたほか、約2.5万人のオンライン集客を実現

■ ホロライブEN 「Advent」 デビュー



7月26日デビュー発表。
チャンネル登録数は、デビュー発表から1週間以内に4ch累計120万(2023年7月末時点)を突破。初配信では4ch平均12万の最大同時視聴者を集めた

小売店販路およびライセンス商品販売の拡大

EC以外の商品販路の拡充により、広範な顧客層へのマーケティングを実施

■アニメイト



日本全国120店舗に加え、アジア+北米の関連店舗にて、通年での商品販売を開始。またホロライブ内のユニット「不知火建設」とのコラボレーションも日本全国の店舗で実施

■Licensing EXPO/東京おもちゃショー



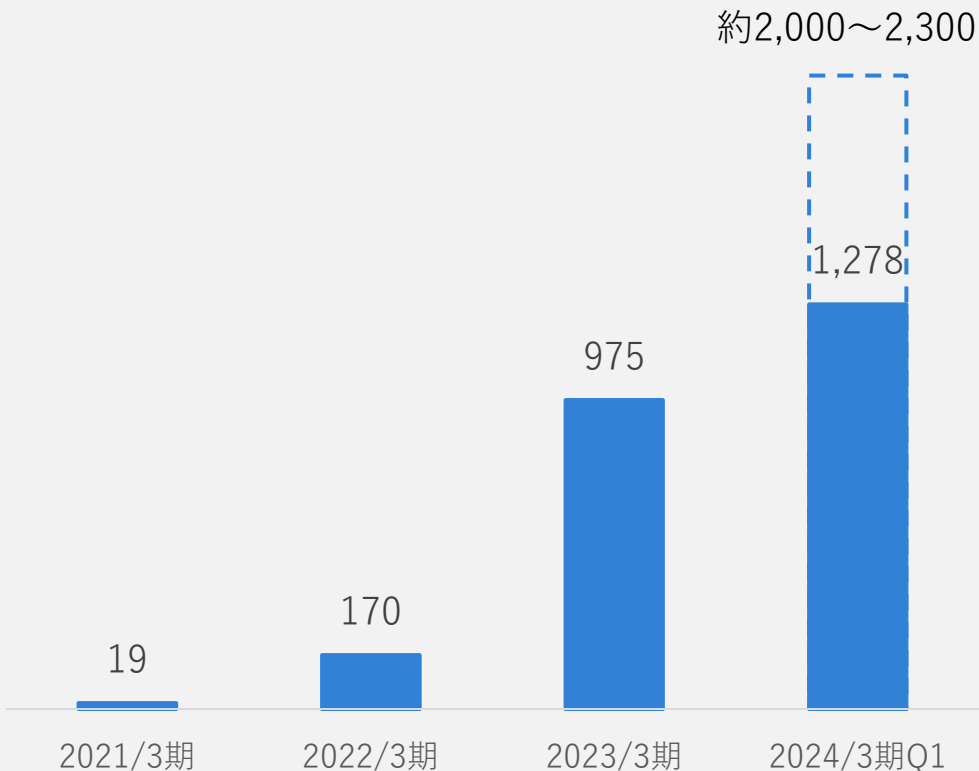
B2Bの展示会への出展を国内外で実施しており、潜在的なライセンスパートナーを拡大中

メタバース・サービス開発の進捗

2024年に一般向け公開を予定しているメタバース・サービス「ホロアース」の開発費用は資産化してBS計上し、2024/3期末までの開発費は20～23億円程度を想定

■ ソフトウェア仮勘定の推移

(百万円)



■ Protolive#2 ～ヤマトファンタジア～

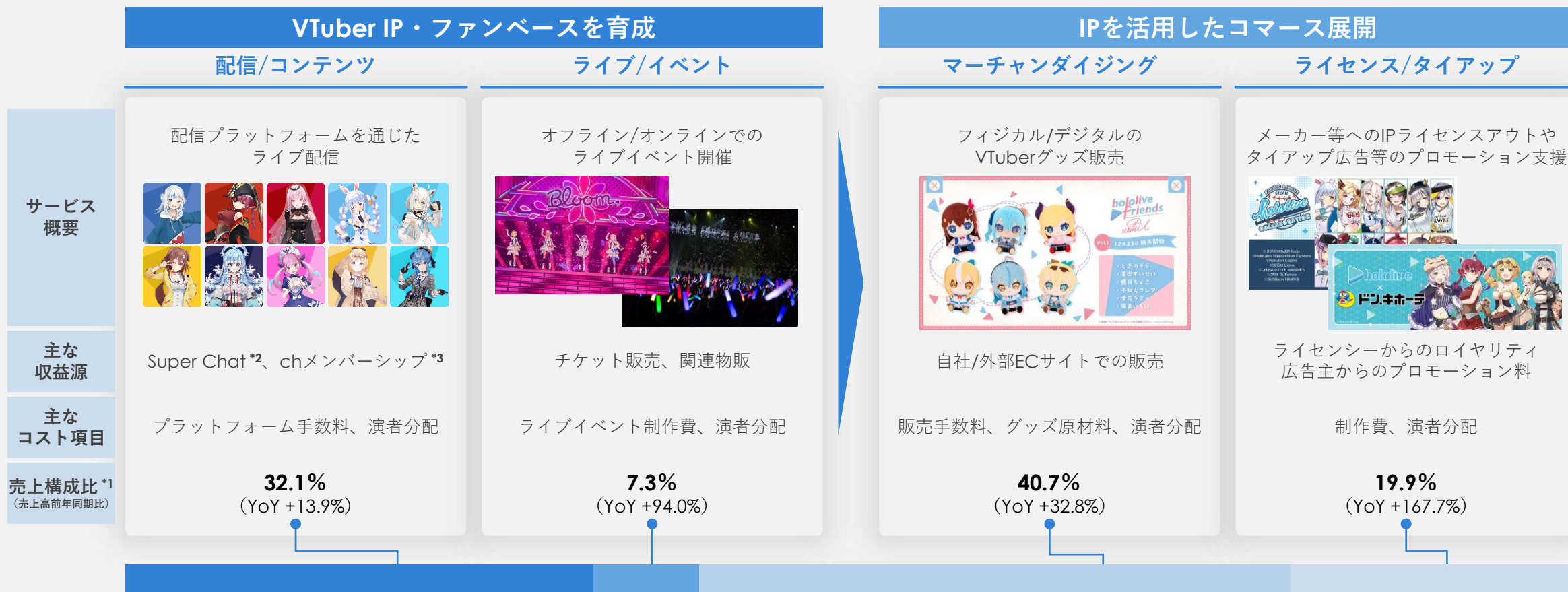


※ ソフトウェア仮勘定には、メタバース関連以外のソフトウェア資産も含む

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認知度・ファンコミュニティを獲得し、大規模な集客と多面的な展開を可能とするIPとしてコマース事業を展開



※1：2024年3月期Q1売上高に占める内訳

※2：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

※3：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

当社の中長期戦略

付加価値の高いIPをベースとした3つのStepにより成長戦略を構成

達成済

Step
1

強いIPの開発と
ファンベースの確立

- ✓ 日本/北米/東南アジアでch登録数No.1 VTuberを保有*1
- ✓ VTuberの創作・育成プロセスの確立



進行中

Step
2

コマース展開と先行投資

- ✓ 強いIPをベースにしたコマース展開の推進
- ✓ ファンの体験価値向上、ファンコミュニティの拡大に向けた開発/設備投資の拡充



準備中

Step
3

メタバース事業「ホロアース」の展開
(2024年内の一般向けサービス開始を予定)

- ✓ アニメルックメタバース上で新たな体験価値を創出



出所：ユーザーローカル（2023年8月1日時点）

※1：キズナアイは現在活動休止中につき、現在活動中のVTuberにおいて宝鐘マリンが国内No.1

段階的な事業展開によりTAMを拡大

IPをベースとした多面的な事業展開により、国内及び海外の関連市場へと広くTAMを拡大。
メタバースを通じた3D仮想空間上での体験提供は既存のゲーム関連市場の一部を代替



※1 出所：一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート2022」2021年のアニメ関連市場規模（アニメに関連したTV、映画、ビデオ、配信、商品化、音楽、遊興、ライブ・イベント等のビジネスの売上高から推定）

※2 出所：カドカワアスキー総合研究所『ファミ通ゲーム白書2022』より、2021年の世界ゲームコンテンツ市場規模

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。

セーフティ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

2022年1月から2022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：**146件**

- ・ 殺害予告に対する法的措置
 - ・ 掲示板書き込みの権利侵害行為に対する法的措置
 - ・ SNS 投稿の権利侵害行為に対する法的措置
 - ・ 「まとめサイト」に対する法的措置
- 等

■ 当社の配信モデレーター体制について

約50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。

※2023年3月31日時点で、社員5名、アルバイト46名が所属

CSR関連の活動について

所属VTuberの発信力を活用し、啓蒙や行政広報活動等に貢献

■日本AED財団との啓蒙活動



所属タレントである「白上フブキ」が、『救命サポータープロジェクト「team ASUKA」』における「救命サポーター」として同財団の活動をサポート。

公益財団法人日本AED財団YouTubeチャンネルにて、AEDの講習動画などを公開。

■東京観光大使への就任



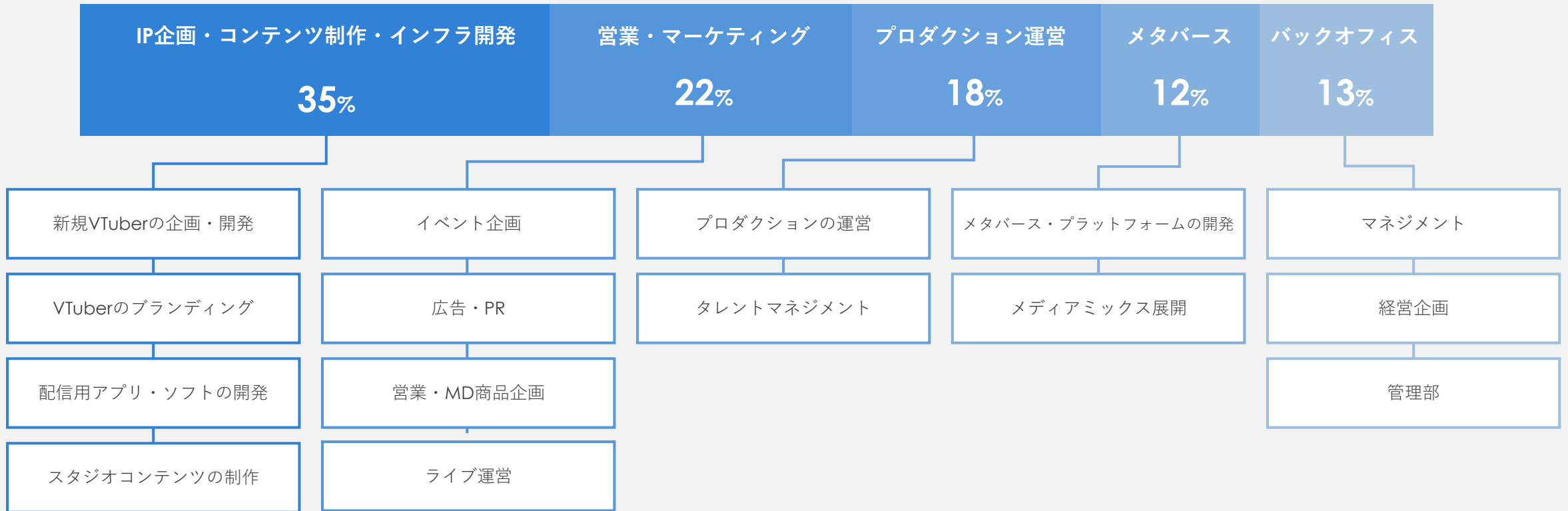
東京の魅力を国内外に広く発信し、訪都意欲を喚起することにより、来訪者の増加や地域の活性化につなげることを目的とした「東京観光大使」に、ホロライブプロダクションが選出。

ホロライブ所属の「さくらみこ」、ホロライブEnglish所属の「森カリオペ」、「がうる・ぐら」が就任。

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

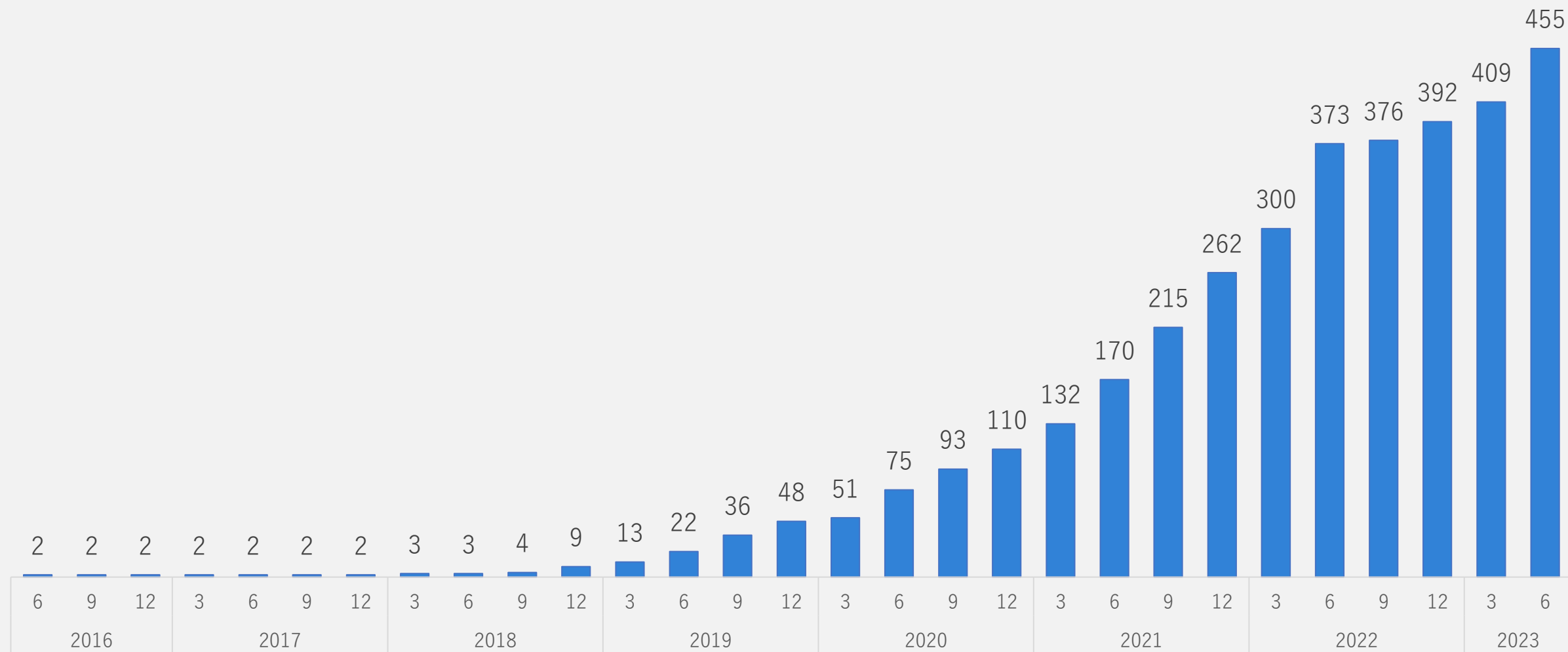
■ 人員構成内訳 *1 (2023年6月30日時点)



*1: 正社員における人員構成

従業員数の推移

Q1は、海外事業、MD商品開発、営業部門に加え、
新設スタジオの運用に係るスタッフを中心に増員



経営上の目標の達成状況を判断するための客観的な指標等

当社はVTuberのファン数の直接的な指標である「YouTubeチャンネル登録数」、並びに魅力的なコンテンツ制作の原資となる「売上高」及び「サービス別売上高」を重要な経営指標と位置づけ、企業価値の向上を図って参ります

	2021/3期				2022/3期				2023/3期				2024/3期
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
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
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
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
ライブ/イベント	0	58	515	240	293	287	563	1,059	193	581	466	2,187	376
マーチャндаイジング	262	424	656	503	756	713	1,904	1,457	1,574	1,597	2,090	2,740	2,091
ライセンス/タイアップ	24	52	182	168	152	220	540	464	382	439	878	976	1,023

損益計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2023/3期 Q1	2024/3期 Q1
売上高	5,724	13,663	20,451	3,601	5,142
成長率	+287%	+138%	+49%	-	+43%
売上総利益	2,777	5,274	9,396	1,514	2,634
対売上高比率	48%	38%	45%	42%	51%
営業利益	1,698	1,855	3,417	361	895
対売上高比率	29%	13%	16%	10%	17%
当期(四半期)純利益	1,220	1,244	2,508	270	621
対売上高比率	21%	9%	12%	7%	12%

貸借対照表の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期 Q1
流動資産合計	3,048	7,168	11,740	9,414
現金及び現金同等物	1,899	4,644	7,793	6,454
固定資産合計	467	1,069	4,146	6,614
資産合計	3,516	8,238	15,887	16,028
負債合計	1,303	4,780	8,880	8,401
純資産合計	2,212	3,457	7,006	7,627

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。