



2026年3月期第2四半期（中間期） 決算説明資料

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2025年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

目次

01	2026年3月期第2四半期業績及び 2026年3月期通期業績予想	P. 02
----	-------------------------------------	-------

02	会社及び事業概要	P. 15
----	----------	-------

03	エクイティ・ストーリー	P. 26
----	-------------	-------

Appendix

01.

2026年3月期第2四半期業績及び 2026年3月期業績予想

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2025年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

2026年3月期第2四半期（中間期）決算サマリー

中間期最高更新

連結売上高
7,359百万円

前年同期比
+10.3%

営業利益

1,075百万円

前年同期比
▲1.7%

中間期最高更新

当期純利益
630百万円

前年同期比
+23.8%

TOPICS

✓ 売上高の継続的な成長を実現

第2四半期累計期間における売上高は過去最高を実現。“ふわっち”の成長だけでなく他事業の貢献もあり、前年同期比+10.3%の成長

✓ 売上高を構成する主要KPIの進展

- 第2四半期の月次平均課金UU¹数は、過年度からやや減少傾向であるものの、コアとなるユーザー数は堅調に進捗している状況
- エンゲージメントの高いコアユーザーの過熱度には大きな変化がなく、前四半期同様にARPPU²は過去最高水準の3万円台を継続

✓ 売上高の成長に加え、決済手数料の削減等を背景に営業利益、経常利益及び当期純利益が計画対比で順調に進捗

売上高に対する決済手数料率は継続して減少傾向で、第2四半期においても過去最高のブラウザ決済比率を実現

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

2026年3月期第2四半期（中間期）業績ハイライト

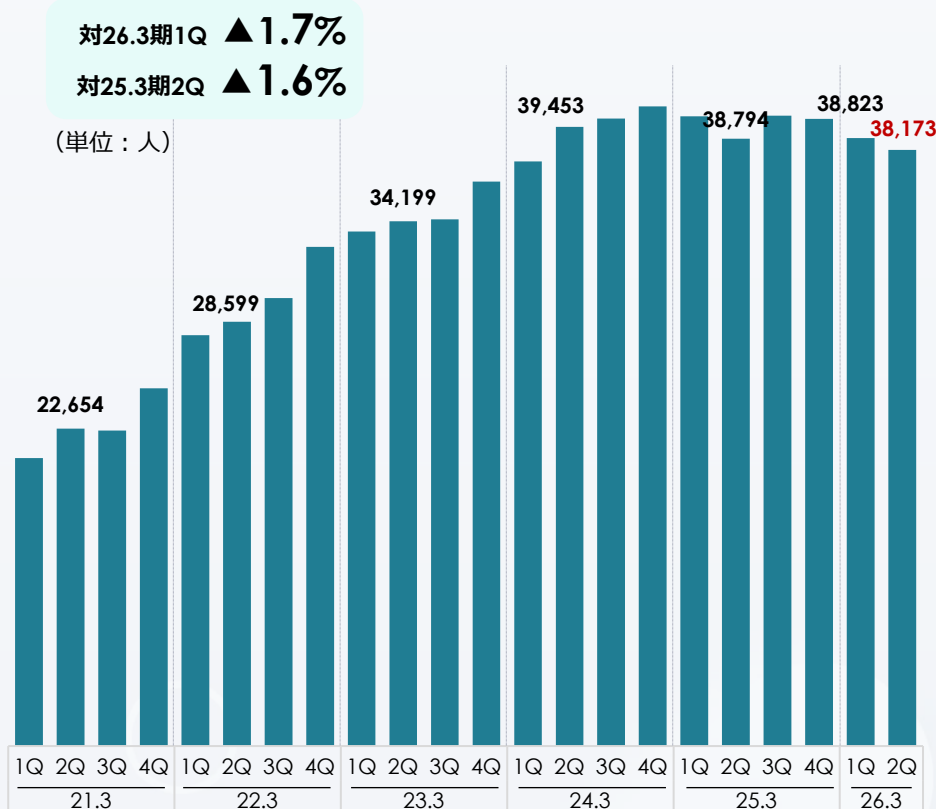
- ・売上高：”ふわっち”を中心とした事業成長を背景に前年同期比+10.3%の成長。過去最高の中間期売上高を記録
- ・営業利益：売上高増加や決済手数料が圧縮されたものの、固定費を中心に費用が増加し、前年同期比▲1.7%の減益
- ・経常利益：営業外費用として固定資産除却損を計上し、前年同期比▲3.1%の減益
- ・当期純利益：前期は特別損失の計上があった一方、26.3期は一過性の損失がなく、前年同期比+23.8%の増益

(単位：百万円)	25.3期 2Q累計実績	26.3期 2Q累計実績	対前年同期実績		26.3期通期業績予想	
			増減額	増減率	計画値	進捗率
売上高	6,672	7,359	+686	+10.3%	15,200	48.4%
売上総利益	6,351	6,900	+548	+8.6%	-	-
売上総利益率	95.2%	93.8%	▲1.4pt	-	-	-
営業利益	1,094	1,075	▲18	▲1.7%	2,115	50.8%
営業利益率	16.4%	14.6%	▲1.8pt	-	13.9%	-
経常利益	1,019	987	▲32	▲3.1%	1,915	51.6%
経常利益率	15.3%	13.4%	▲1.9pt	-	12.6%	-
特別利益（新株予約権戻入益）	1	-	▲1	-	-	-
特別損失（臨時損失）	203	-	▲203	-	-	-
税金等調整前中間純利益	817	987	+170	+20.8%	1,915	51.6%
親会社に帰属する当期純利益	509	630	+121	+23.8%	1,220	51.7%
当期純利益率	7.6%	8.6%	+0.9pt	-	8.0%	-

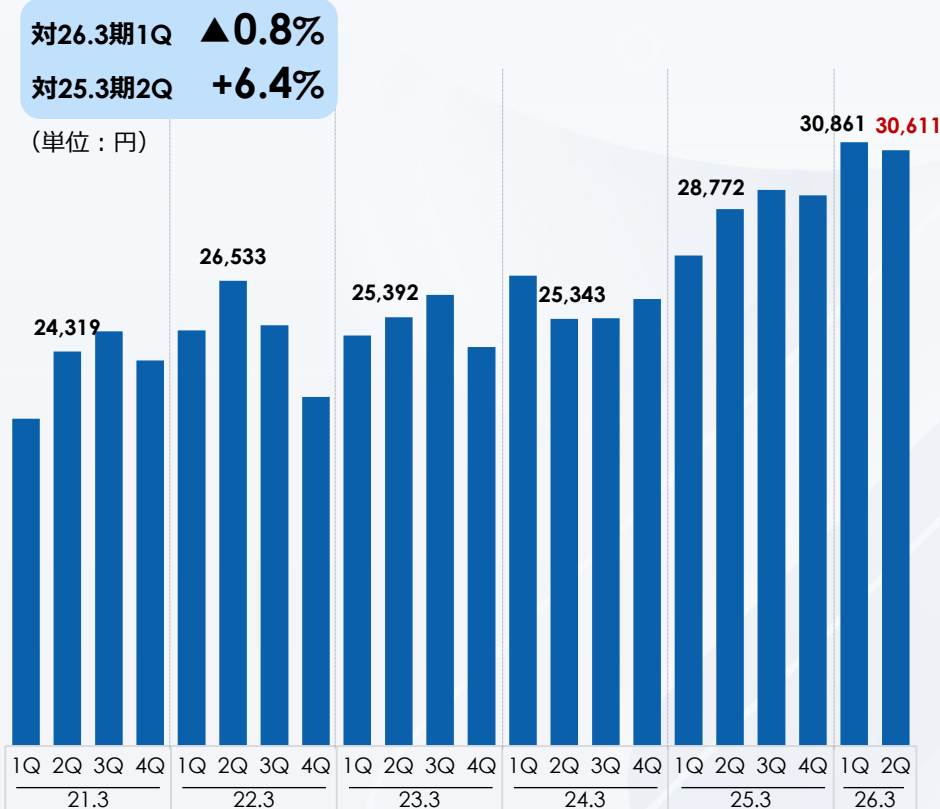
"ふわっち" 主要KPIのハイライト

- 課金UU¹数：前四半期比でやや減少するも、特に熱量の高いコアユーザー数は堅調に推移。広告による獲得に加え、イベント施策やキャンペーン施策等も強化し、新規ユーザーの獲得及び課金継続率の向上を狙う
- ARPPU²：ユーザーの課金疲れ等による反動はなく、足元も持続可能な適正水準で堅調に進捗

月次課金UU数¹（四半期平均推移）



月次ARPPU²（四半期平均推移）



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

四半期連結業績推移¹

- 売上高は、過去最高を更新した前四半期に近い水準にて堅調に進捗し、前年同四半期比+8.5%の成長
- 営業利益は、広告宣伝費や人件費等に加え、新規事業への投資費用が増加したことを背景に減益
- 通期売上高及び営業利益は、前年対比で増収増益を見込む

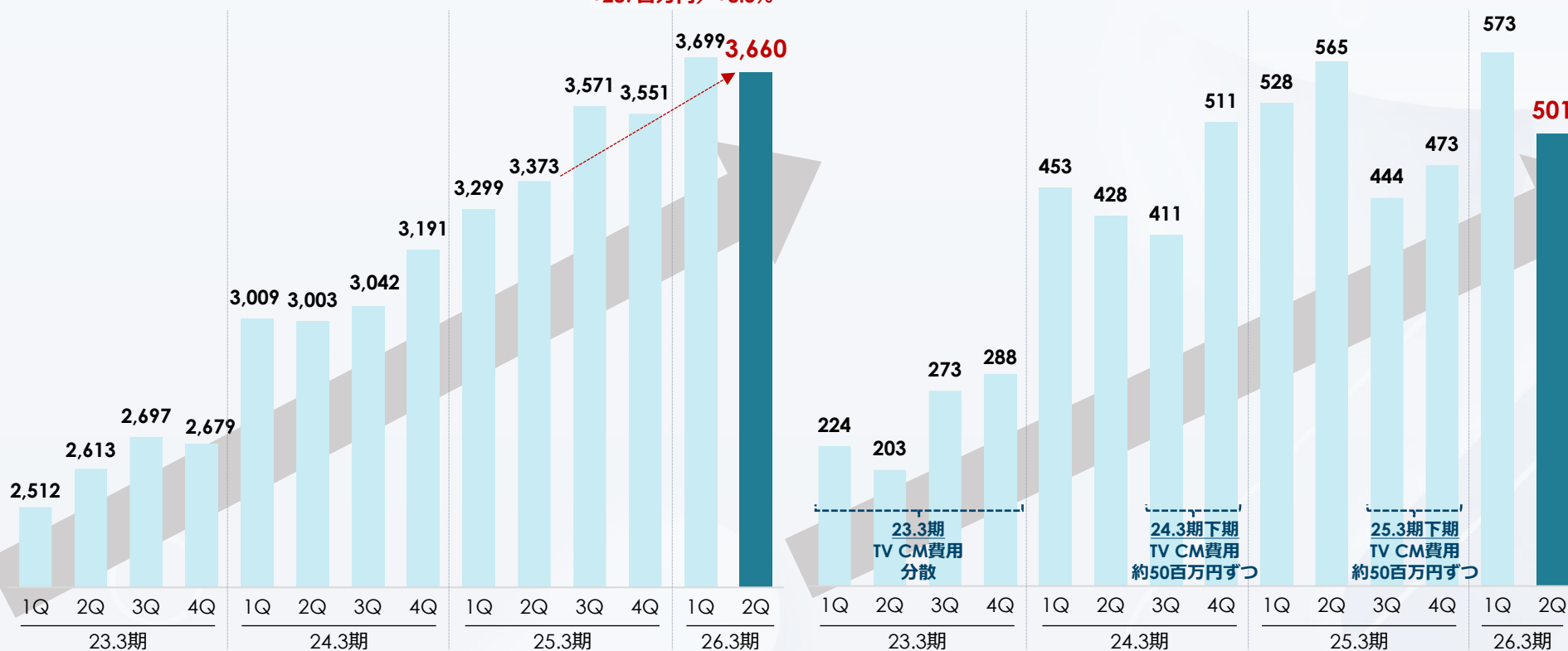
売上高（四半期毎）

（百万円）

前年同四半期比
+287百万円／+8.5%

営業利益（四半期毎）

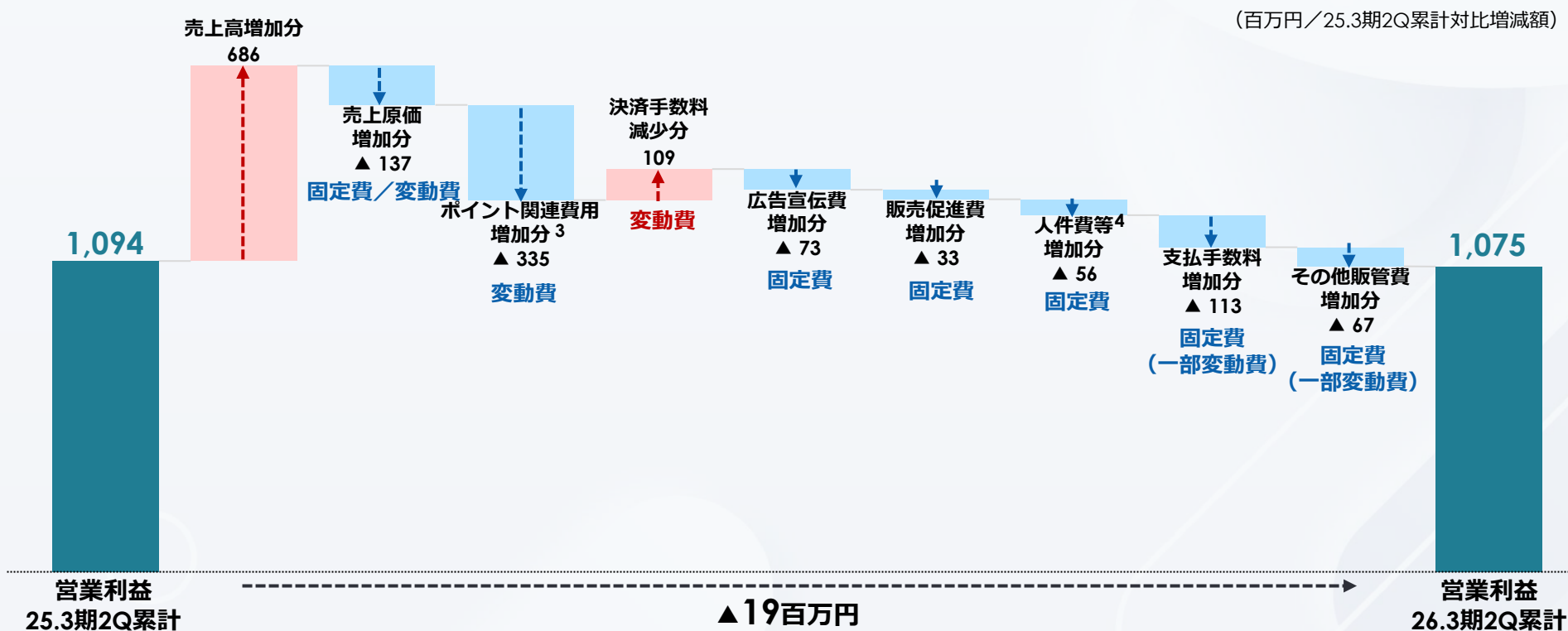
（百万円）



注1：各数値は連結決算数値

2026年3月期第2四半期（中間期）営業利益増減要因

- “ふわっち”の売上高増加に伴い、変動費として売上原価（サーバー管理費）及びポイント関連費用³が増加
- 売上高が増加した一方で、変動費の決済手数料は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212百万円相当分の圧縮効果²）
- 固定費は、主に“ふわっち”や新規事業に関連する広告宣伝費、販売促進費及び支払手数料が増加。また全体として、売上原価（開発原価や製造原価）及び人件費等⁴も増加し、最終的に営業利益は前年同期比で約19百万円の減益



注1：各数値は連結決算数値

注2：26.3期売上高に対する前年同期の決済手数料率をベースに試算

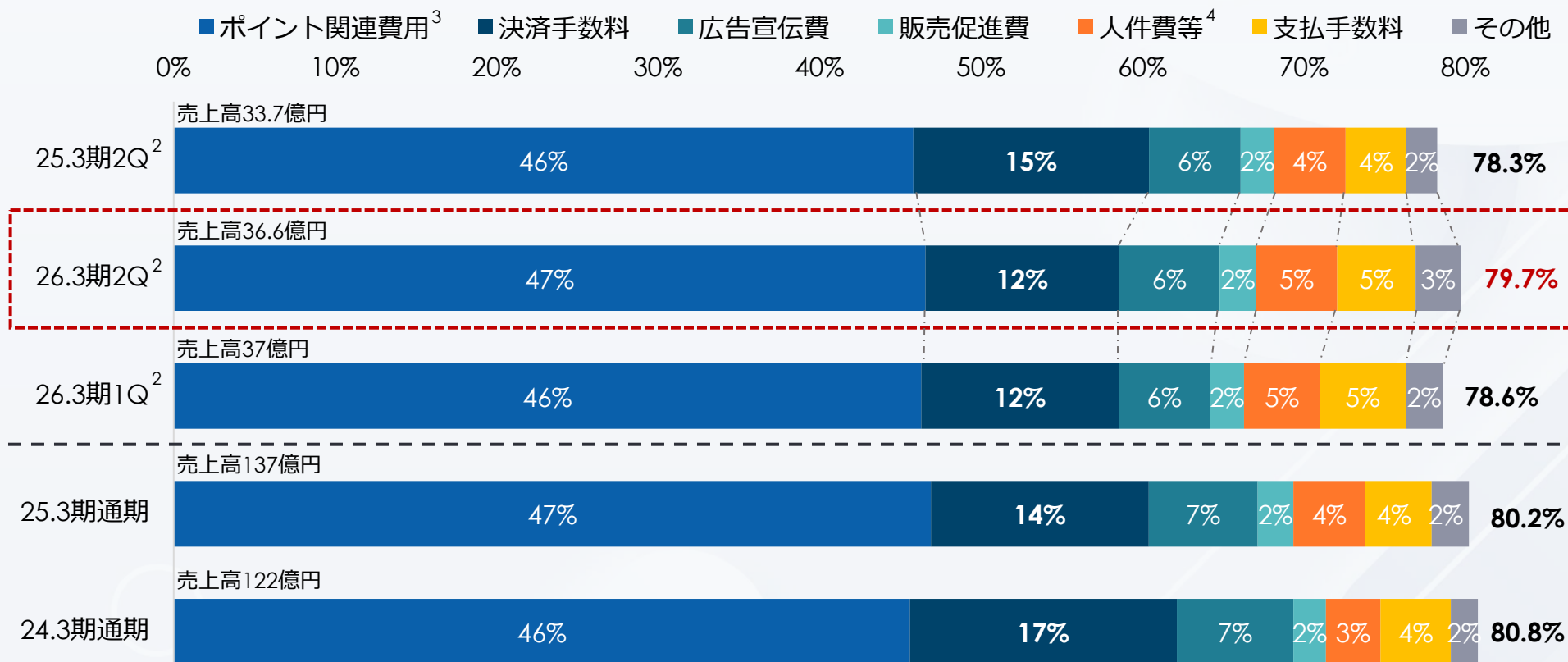
注3：事務所属員の配信者に対するポイント費用相当の報酬支払はポイント関連費用に含む

注4：中途採用に係る人材紹介料を含む

主な販管費の変遷

- “ふわっち”にてアプリ内決済と比較して手数料率が低いブラウザでの決済を促進する各種施策の継続実施により、売上高対比の決済手数料割合は前年同期比約3%圧縮。継続してブラウザ決済比率の過去最高水準を更新

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

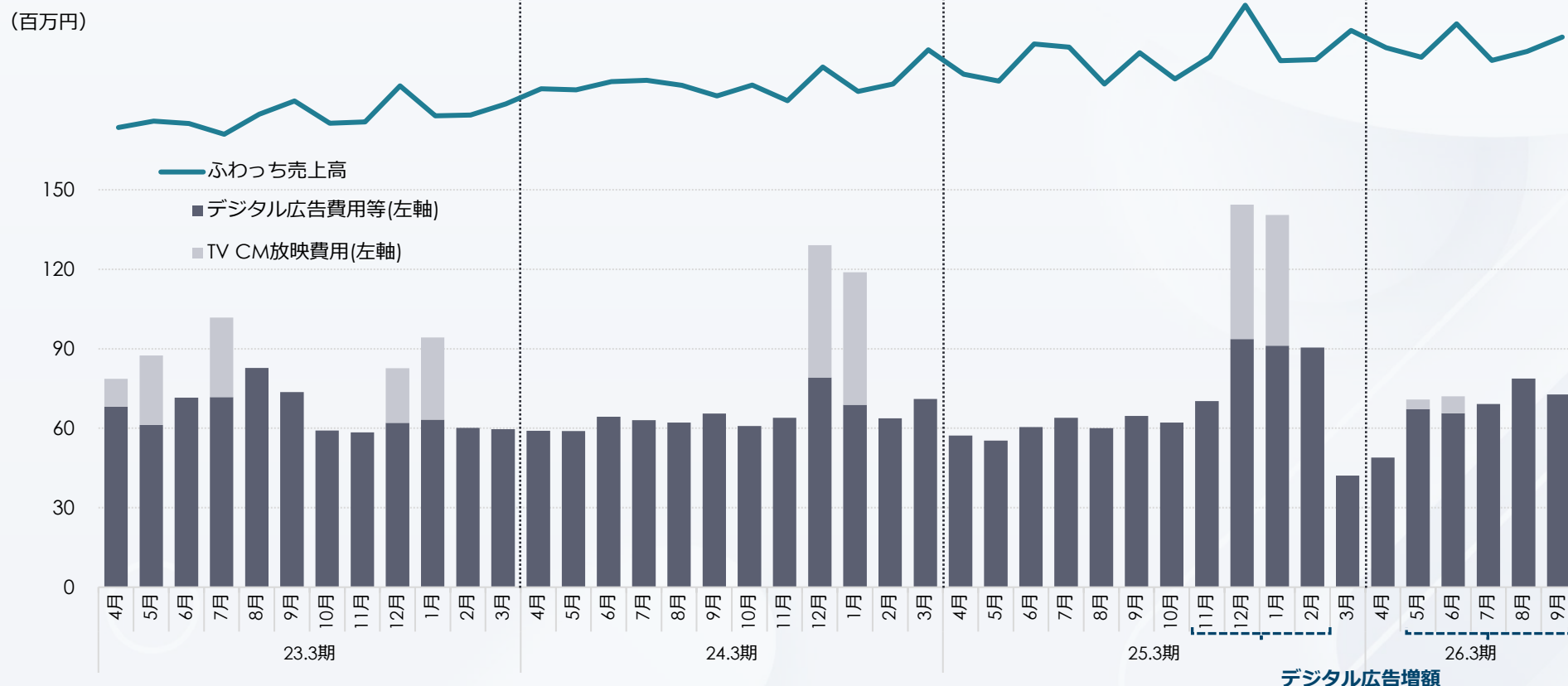
注3：事務所所属の配信者に対するポイント費用相当の報酬支払はポイント関連費用に含む

注4：中途採用に係る人材紹介料を含む

"ふわっち"に係る広告宣伝費¹の状況

- 26.3期は、5-6月にかけて認知拡大を狙ったTV CMを放映。加えて、デジタル広告においても5月以降は前年同期対比で月10百万円程度ずつ増額して投下
- 広告宣伝費の投下や各種キャンペーン施策への投資により、ユーザー獲得を図る方針

広告宣伝費¹内訳とふわっち売上高²



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："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

財務ハイライト

- 現金及び預金は4,753百万円。純資産は利益剰余金の増加等を背景に627百万円増加
- 自己資本比率は前期末時点から+4.5pt上昇の65.1%で推移。前期末時点から継続して健全な財務状況を維持

【連結貸借対照表】 (単位：百万円)	25.3期末 実績	26.3期2Q末 実績	対前期末実績	
			増減額	増減率
流動資産合計	5,661	6,088	+427	+7.5%
現金及び預金	4,368	4,753	+385	+8.8%
固定資産合計	1,093	1,168	+74	+6.8%
有形固定資産合計	560	593	+32	+5.7%
無形固定資産合計	5	58	+53	+1050.9%
投資その他資産合計	527	517	▲10	▲2.0%
資産合計	6,754	7,257	+502	+7.4%
流動負債合計	2,379	2,257	▲122	▲5.1%
固定負債合計	280	276	▲3	▲1.3%
負債合計	2,659	2,533	▲125	▲4.7%
自己資本	4,095	4,723	+627	+15.3%
純資産合計	4,095	4,723	+627	+15.3%
負債純資産合計	6,754	7,257	+502	+7.4%
(ご参考) 自己資本比率	60.6%	65.1%	+4.5pt	-

キャッシュ・フローの状況

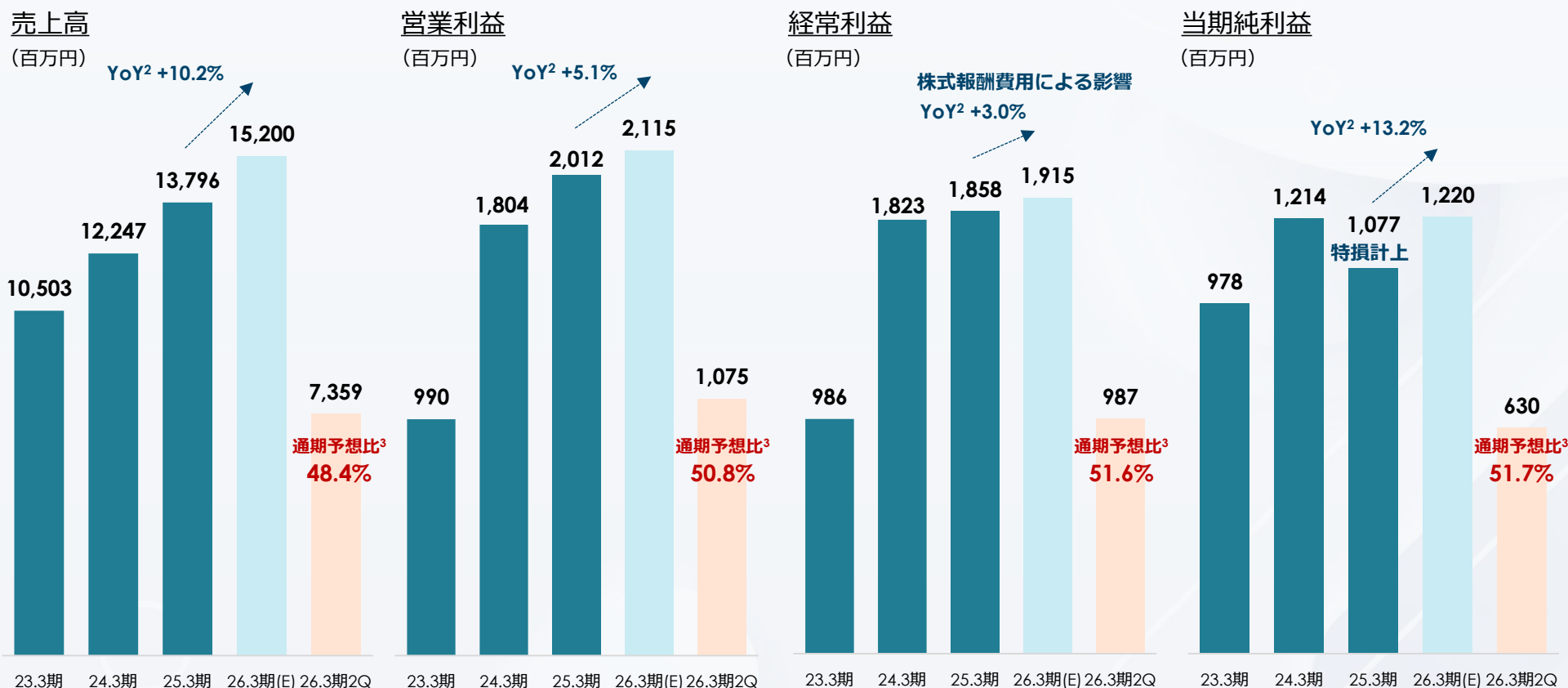
【連結キャッシュ・フロー表】

(単位：千円)

	25.3期2Q累計実績	26.3期2Q累計実績	増減額
営業CF	581,183	638,649	+57,466
税金等調整前当期純利益	817,433	987,773	+170,340
減価償却費	8,866	23,040	+14,174
のれん償却額	-	2,787	+2,787
株式報酬費用	78,779	71,334	▲7,445
売上債権の増減額（▲は増加）	134,137	57,772	▲76,365
ポイント引当金の増減額（▲は減少）	▲45,671	▲30,060	+15,611
法人税等の支払額又は還付額（▲は支払）	▲377,100	▲495,607	▲118,507
その他	▲35,261	21,607	+56,868
投資CF	▲6,540	▲71,044	▲64,504
固定資産の取得による支出	▲6,395	▲47,627	▲41,232
子会社株式の取得による支出	-	▲23,417	▲23,417
その他	▲145	-	+145
FCF	574,642	567,604	▲7,038
財務CF	▲294,331	▲179,679	+114,652
長期借入金の返済による支出	▲33,552	▲33,552	-
自己株式の取得による支出	▲114,011	▲38,205	+75,806
配当金の支払額	▲146,768	▲107,921	+38,847
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	▲2,602	▲2,602
現金及び現金同等物の中間期末残高	3,700,780	4,753,997	+1,053,217

通期連結業績推移及び26.3期業績進捗¹

- 26.3期2Q累計期間においては、売上高・利益項目ともに計画対比で順調に進捗
- 売上高は過年度より一貫して年10%以上の着実な成長を計画。利益項目は売上高の増加に加えて、ブラウザ決済比率向上による決済手数料の削減を背景に、人的投資や新規事業への投資等を行いながらも利益成長を計画



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3：2025年5月14日付けで公表した通期連結業績予想値対比の進捗率

株主還元方針

- ・ 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、株主還元の強化を目指す

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、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： 総還元性向 **30%以上**（但し、配当性向10%以上）

※ 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

【実績】

25.3期実績：総還元性向 **33.9%**（うち、配当性向10%）
(24.3期実績：総還元性向 20%)

自己株式の取得状況

自己株式取得に係る決定（2025年8月13日付け）

取得の背景

- 持続的成長と中長期的な企業価値向上を実現するため、安定的な配当の継続に加え、自己株式取得を含めた柔軟かつ機動的な株主還元を図っていく方針
- 上記の方針のもと、現在の当社株価水準は将来の収益性が十分に織り込まれていないと認識するとともに、足元の株式市場及び当社株価動向等を総合的に勘案して決定

取得し得る株式の総数

100万株（上限）
（発行済株式総数に対する割合2.40%³）

【ご参考】26.3期期末配当予想

1株当たり配当金 2円93銭
配当金総額 122百万円

株式の取得価額の総額

290百万円（上限）

取得期間

2025年8月14日～2025年12月24日

取得方法

東京証券取引所における市場買付

26.3期予想 総還元性向 33.8%

※取得上限金額290百万円の自己株式取得を実施した場合の現時点の試算

【進捗状況（2025年11月13日時点）】

取得株式の総数

26.9万株（上限対比の進捗率：26.9%）

取得価額の総額

76.5百万円（上限対比の進捗率：26.4%）

注1. 詳細は、2025年8月13日付けで公表しましたプレスリリース「自己株式取得に係る事項の決定に関するお知らせ」をご参照ください

注2. 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 なお、26.3期予想値については現時点で公表している26.3期通期連結業績予想における当期純利益1,220百万円をベースに試算

注3. 2025年8月12日時点の発行済株式総数（自己株式を除く）41,668,400株をベースに算出

02.

会社及び事業概要

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2025年11月
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

会社概要

会社名	株式会社jig.jp
代表者	代表取締役社長CEO 川股 将
設立年	2003年5月28日
上場市場	東証グロース市場（Code：5244） （2022年12月22日付）
資本金 ¹	961百万円
従業員数 ²	126名（2025年3月末時点：111名）
従業員平均年齢 ²	33.4歳
登記上の本店	福井県鯖江市横越町第10号34番地 1
東京本社	東京都渋谷区桜丘町1番1号 渋谷サクラステージSHIBUYAタワー33F
主な事業内容	■ライブ配信サービス"ふわっち" ■バーチャル音楽ライブ配信"topia" ■jig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 ■飲食店予約代行事業
グループ会社	株式会社 A Inc. 株式会社 B Inc. 株式会社 C Inc. 株式会社アンビリアル
主要株主 （議決権ベース） （2025年9月末）	福野 泰介 24.8% 赤浦 徹 12.9% 岸 周平 11.3%

注1：2025年3月31日時点、注2：2025年11月13日時点のグループ全体の従業員を指す（なお、臨時従業員を含む）

主な経営体制



代表取締役社長CEO 川股 将

- ✓2024年6月より現職
- ✓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

- ✓2024年6月より現職
- ✓金融分野での豊富な知見と経験を有し、当社の会計財務、資金調達、資本政策、開示IR、株主還元及び株式売出しやM&A等のコーポレートアクション全般を牽引

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

- ✓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

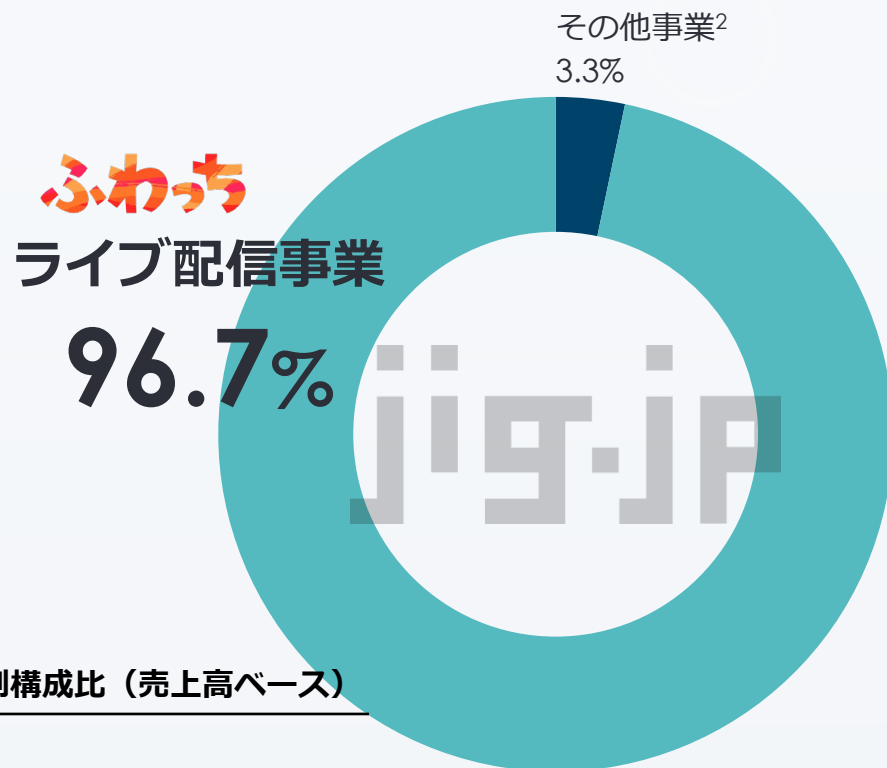


社外取締役 赤浦 徹

- ✓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

事業別構成比¹



jig.jpは
ライブ配信サービス「ふわっち」
を現在の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1：2026年3月期第2四半期（中間期）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、バーチャル音楽ライブ配信「topia」、飲食店予約代行事業、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、等を指す

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

4G通信
サービス開始

..... 2000 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 ▶

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

• 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



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)

• 拡張機能である『jigスケジュール』『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』

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

「VTuber」ブーム到来

「Vision Pro」販売開始

..... 12 13 14 15 16 17 18 23 24 ▶

..... 12 14 15 18 23 24 ▶



スマートフォン向けに提供
(アンドロイド向け)

• 『オープンデータプラットフォーム』提供

• こどもパソコン『IchigoJam』販売



• "オタク"グッズ専用フリマアプリ
『オタマート』



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』



VTuber事業発足



VTuber関連サービス
『SPOTLIGHTS』リリース

Vision Pro向けアプリ
『Mathquat』 / 『福井新聞V刊』



エンジニア採用・IT人材育成・地域社会との連携

- 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
- 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を実施

福井高専との交流/地域のIT化支援

当社創業者の福野泰介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

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



高専生向けインターン

インターンの様子



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

当社強みであるサービス開発力を支える独自の環境

- ・ 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

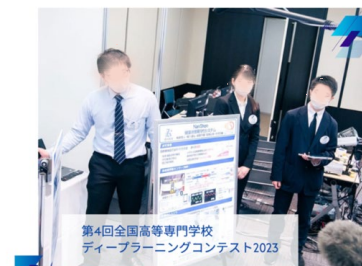
高専生向けインターンによる
全国からの有望人材の採用



高専生向けインターン

全国の高専との
リレーション

DICON 内閣府 オープンイノベーション大賞 第4回 産学官民共同研究 受賞 About DICON PROGRAM ENTRY DICON審査について CONTACT



高専リレーション
高専プロコン / 高専DICON / 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

🎁 期間限定アイテム

🎁 イベント限定アイテム

(通常アイテムの例)



課金アイテムのアニメーション例

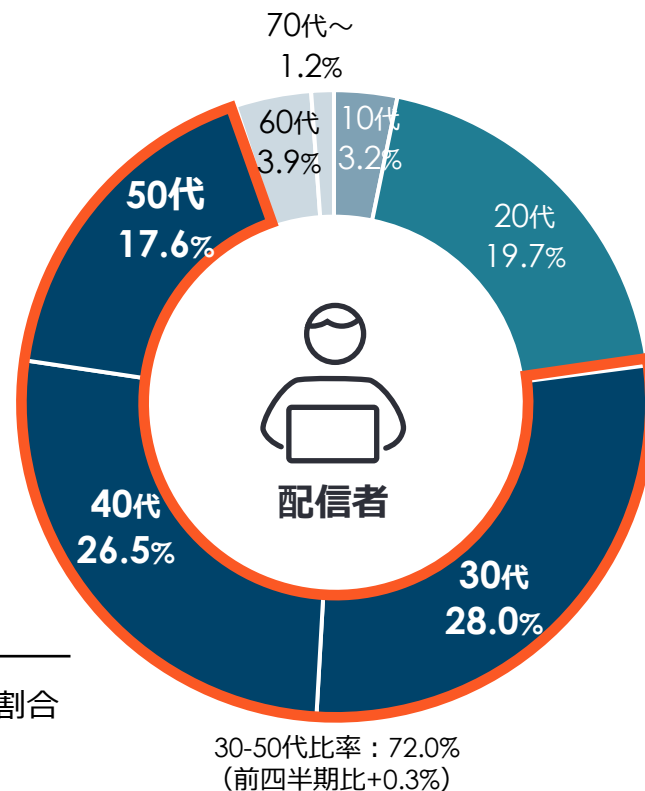
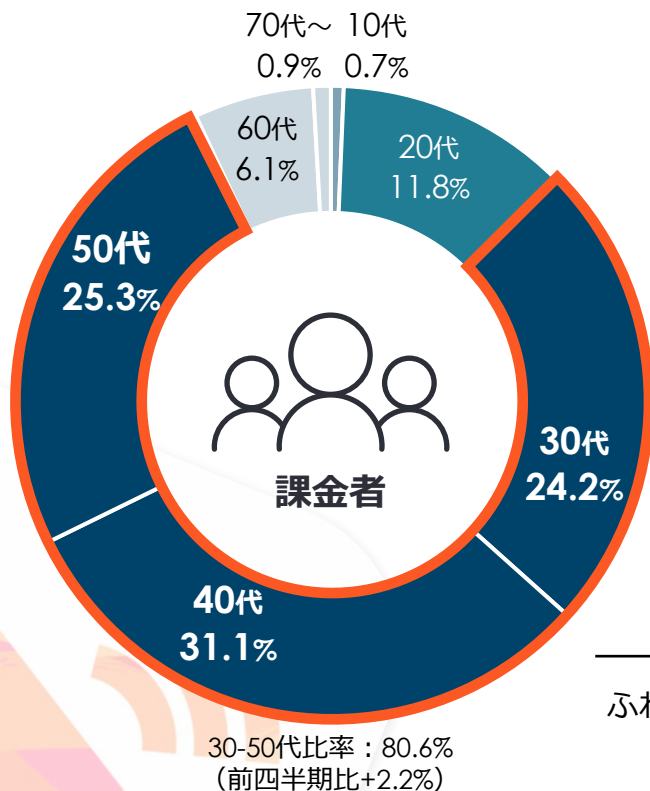


課金アイテムを使用すると
アニメーションとコメント
の右側に使用アイテムが
表示される

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30～50代（サービス初期より同世代へリーチを継続）
- 他プラットフォームは、10～20代を中心とするユーザー層であることから差別化に寄与



ふわっち年齢層別ユーザー割合
(3ヶ月データ)

出所：当社ユーザーデータベース
注：2025年7月1日から9月30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

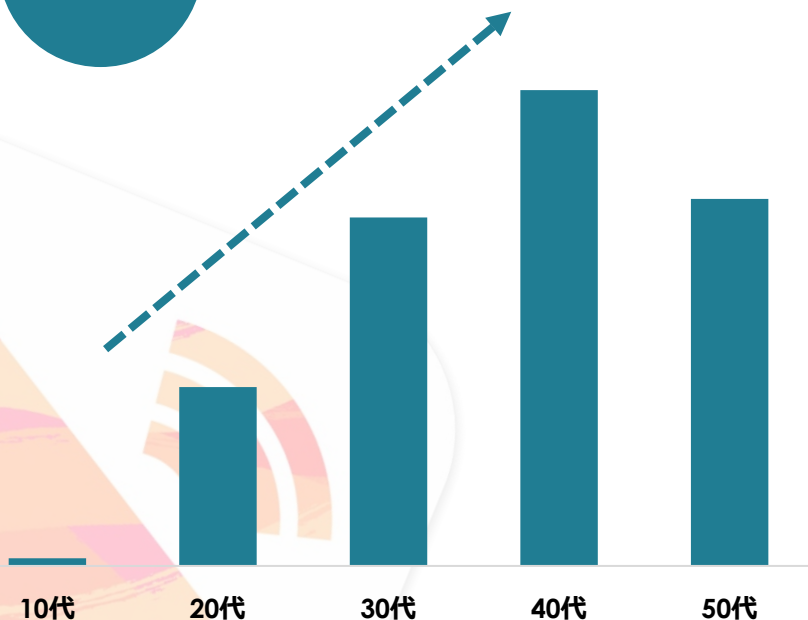
“ふわっち”のメインユーザー層の特徴

- 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30～50代はARPPU²が高く、収益面で優位なユーザー層を構築

課金UU数¹及びARPPU²の年代別比較

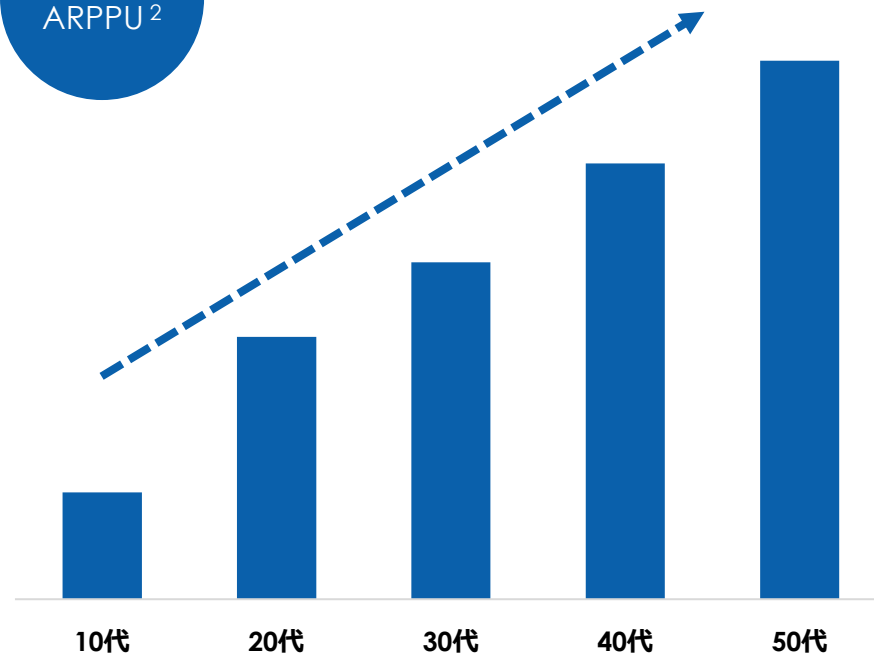
年代別
課金UU数¹

課金UU数¹が多くなる傾向



年代別
ARPPU²

ARPPU²が高くなる傾向



出所：当社グループのユーザーデータ

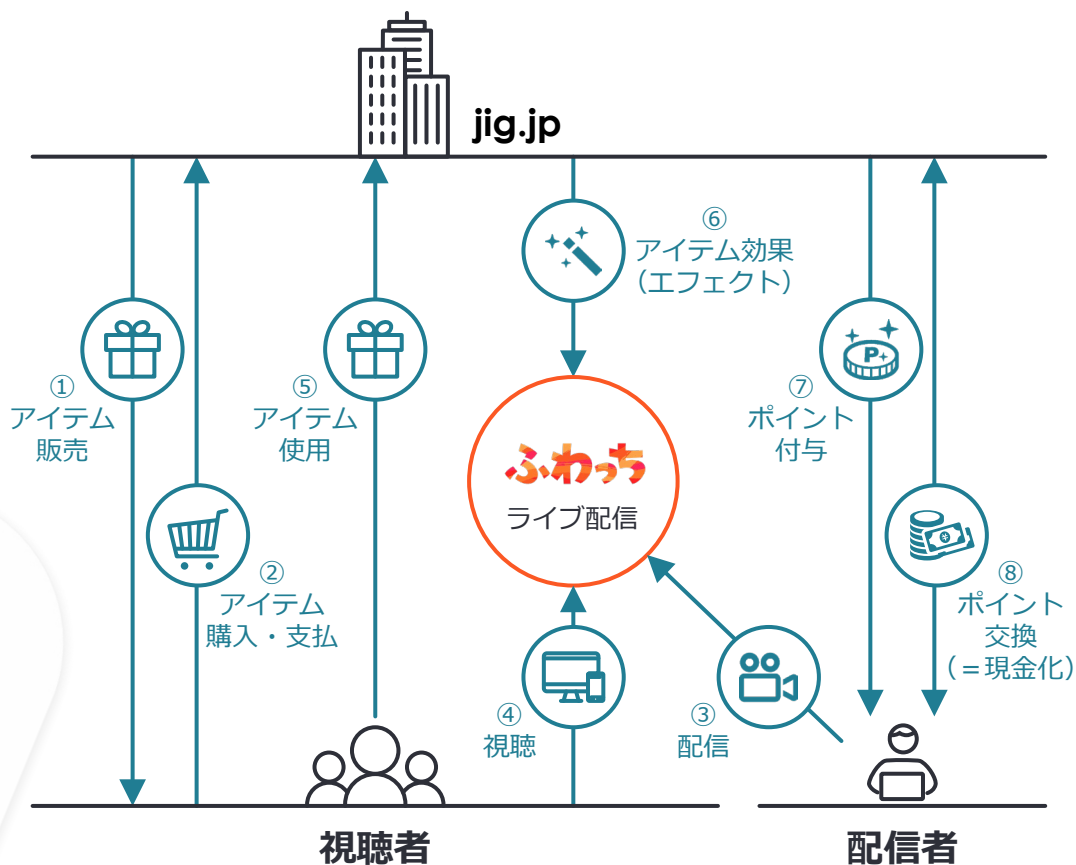
注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する

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3：2024年4月1日から2025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

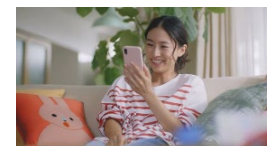
【30～50代の獲得を企図したデジタル広告素材イメージ】



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を年末年始を中心に集中的に放映



【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 to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） | 2025年11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 差別化された優位的なポジショニング

03 今後の収益及び利益拡大ポテンシャル

04 企業価値向上に向けた成長戦略

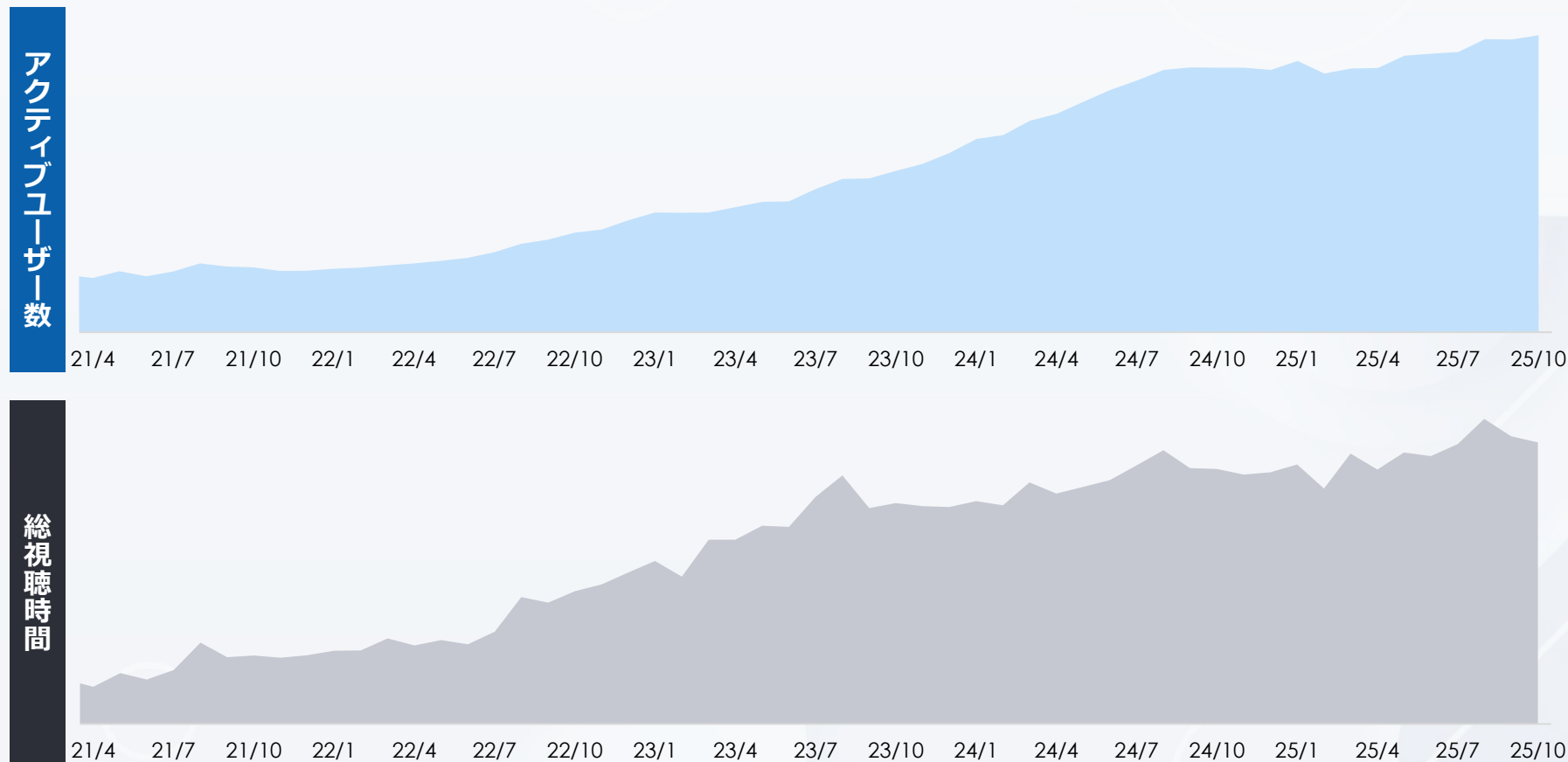
01

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”

拡大するライブ配信市場

- 主要なライブ配信関連のプラットフォーム¹におけるアクティブユーザーは過年度から増加傾向
- 配信の視聴時間についても過年度から増加傾向にあり、ライブ配信に対するエンゲージメントが高まっている



出所: data.ai

注1: 当社を含め、当社が2022年12月の上場来競合他社として認識しているライブ配信事業者6社（ふわっち、Pococha、17LIVE、ツイキャス、SHOWROOM、TikTok（TikTok LIVE以外も含む））を対象

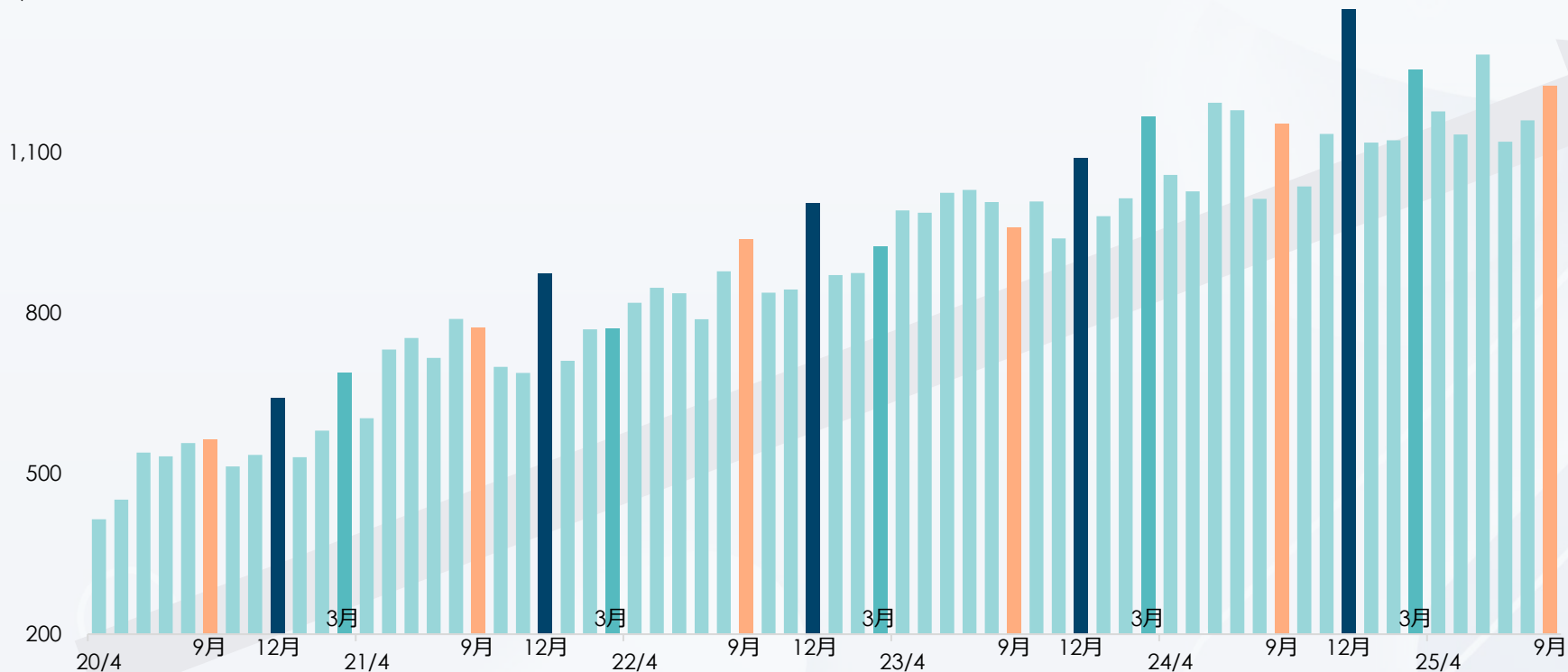
着実に成長を遂げる“ふわっち”

- “ふわっち”は、過年度から一貫して右肩上がりに継続して成長
- 例年9月、12月、3月は、年間を通じて比較的イベントが盛り上がる傾向

“ふわっち”月次売上高

(単位：百万円)

1,400



注1：“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

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6.6%と、他サービスと比較して成長余地が大きい
- 特に30～50代における市場拡大余地を見込んでおり、その割合も増加傾向

2024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 放送番組配信 サービス	オンデマンド型の 動画配信サービス	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
例：	当社 ツイキャス ニコニコ生放送	YouTube ニコニコ動画	フジオンデマンド TVer	Neflix Hulu	WOWOW スカパー	ABEMA	Radiko
10代	18.6%	96.4%	38.6%	78.6%	4.3%	27.1%	7.9%
20代	16.5%	99.1%	42.2%	74.8%	5.5%	26.6%	8.3%
30代	8.0%	98.7%	47.3%	70.0%	5.1%	19.4%	13.1%
40代	3.3%	97.7%	44.4%	62.1%	7.8%	16.7%	8.8%
50代	5.2%	88.2%	48.8%	51.5%	14.2%	15.8%	20.0%
60代	3.3%	77.9%	39.5%	44.3%	16.2%	10.3%	15.9%
全年代	6.6%	85.2%	40.1%	53.7%	9.9%	16.3%	12.7%

出所：総務省「令和6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」（2025年6月27日付け公表）

02.

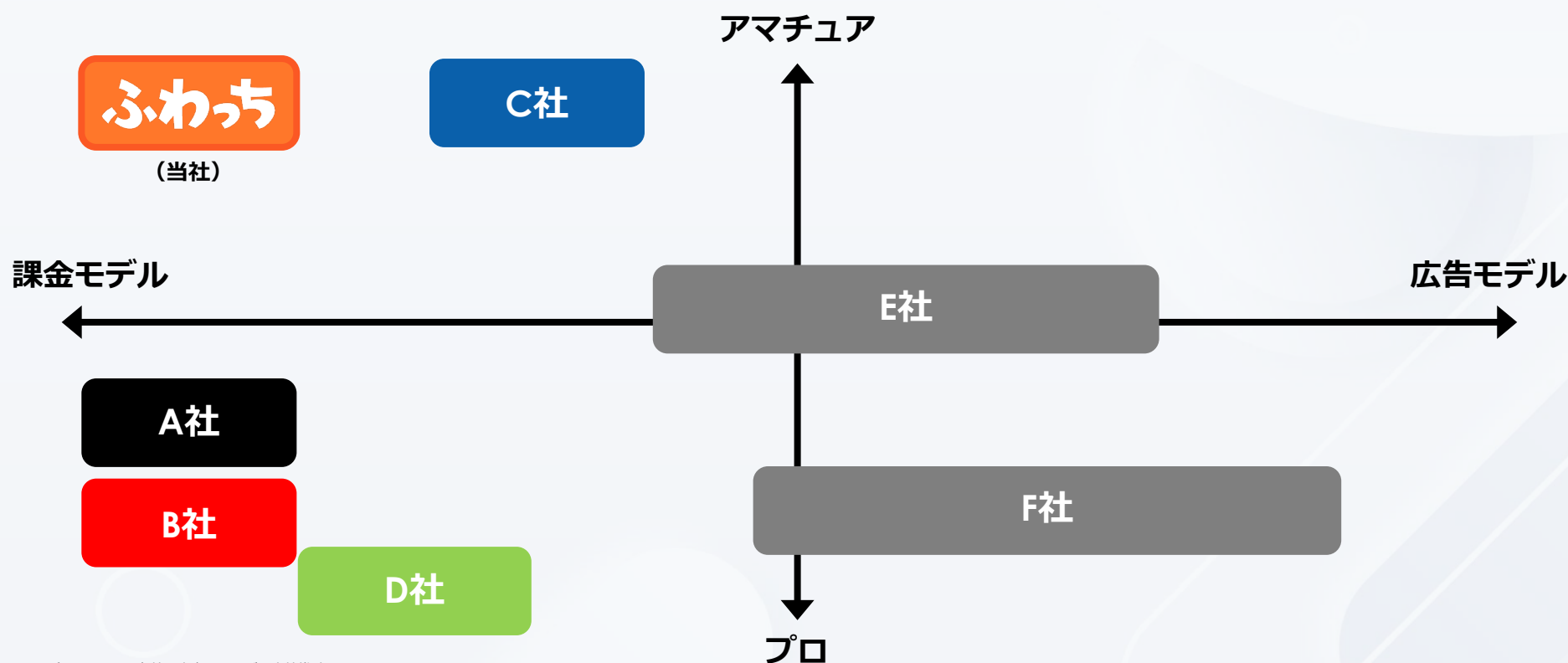
エクイティ・ストーリー

差別化された優位的なポジショニング

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30～50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）

	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	課金メイン	課金メイン	課金メイン	視聴メイン	視聴メイン	視聴メイン	視聴メイン
配信あたりの 視聴者数	少	少	少	多	多	多	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	30～50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

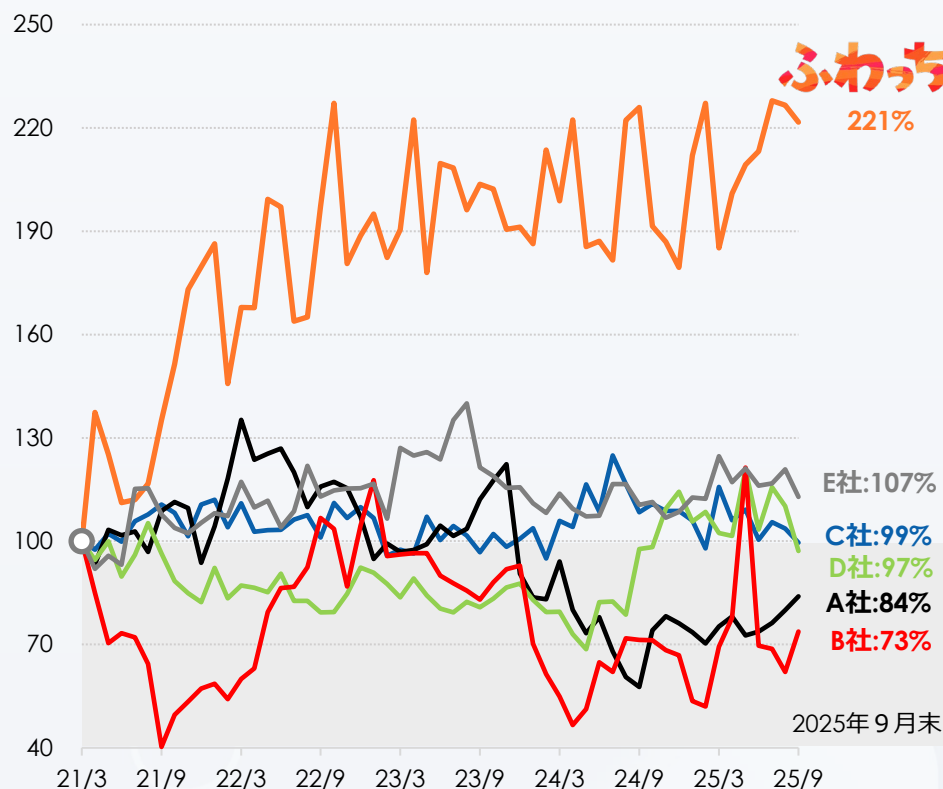
注2：イベント開催数は、一定期間における各社イベント開催数を当社にて調査し、相対比較

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

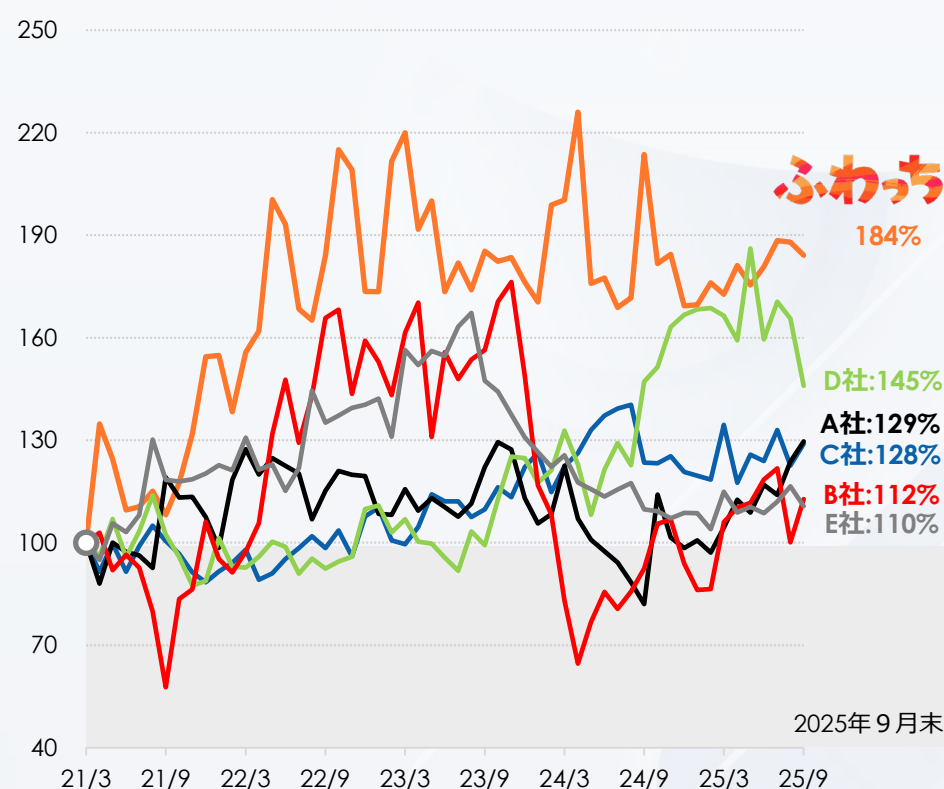
当社の競争優位性：ユーザーエンゲージメント

- ・ユーザーエンゲージメントを表すユーザー当たりの平均視聴数は22.3期以降において“ふわっち”が急速に成長
- ・ライブ配信の平均視聴時間においても競合他社¹を圧倒して増加していることが、“ふわっち”のユーザーエンゲージメントが高まりつつあることを示す

ユーザー当たり平均視聴数の月次推移（21.3期末＝100）



ユーザー当たり平均視聴時間の月次推移（21.3期末＝100）



出所: data.ai

注1: 当社が2022年12月の上場来、競合他社として認識しているライブ配信事業者を指し、新型コロナウイルスによる日本国内での緊急事態宣言発令直後の2020年4月における月次アプリ売上高上位5社を対象とする

注2: 各社の2021年3月度の実績値を100として指数化

“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



気軽にありのままで楽しめるため



65.0%



気軽にありのままで楽しめるため

多種多様な配信が多いため

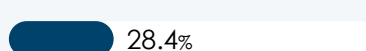


38.8%



無理なく配信し続けられるため

配信者との距離が近く、応援や
アイテム使用が手軽に行えるため



33.2%



視聴者との距離が近く、応援や
アイテムをいただけるため

“ふわっち”を利用したくなるシーン

気分転換をしたいとき



50.8%



気分転換をしたいとき

癒されたいとき

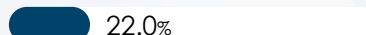


49.7%



元気なとき

元気なとき



37.0%

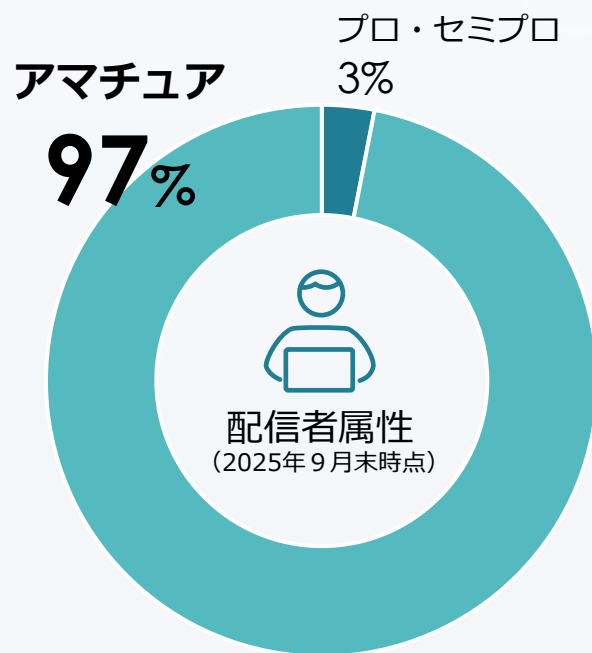


お金を稼ぎたいとき

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



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

1配信あたりの10分以上視聴した視聴者数平均値¹



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30~50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



30～50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

03.

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

"ふわっち" - 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施策を実施



課金比率

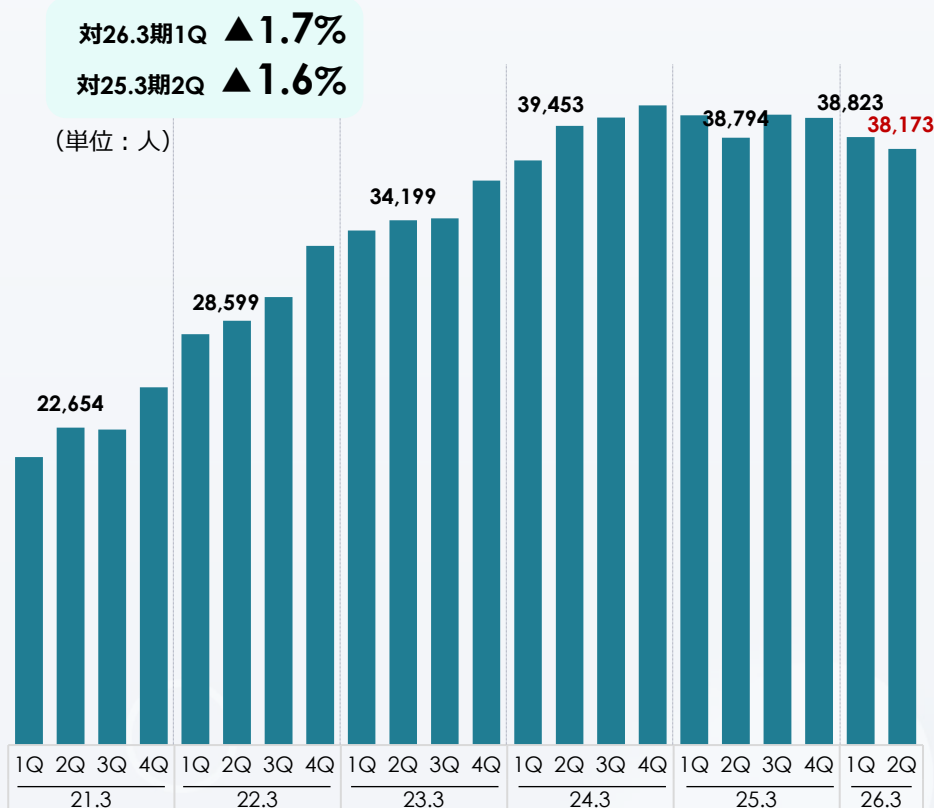
- ✓ 視聴者の課金転化
無料アイテムの付与により、課金に至っていない視聴者がアイテム使用の経験を通して、有料アイテム使用のモチベーションを高め、課金者への転化促進を図る

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

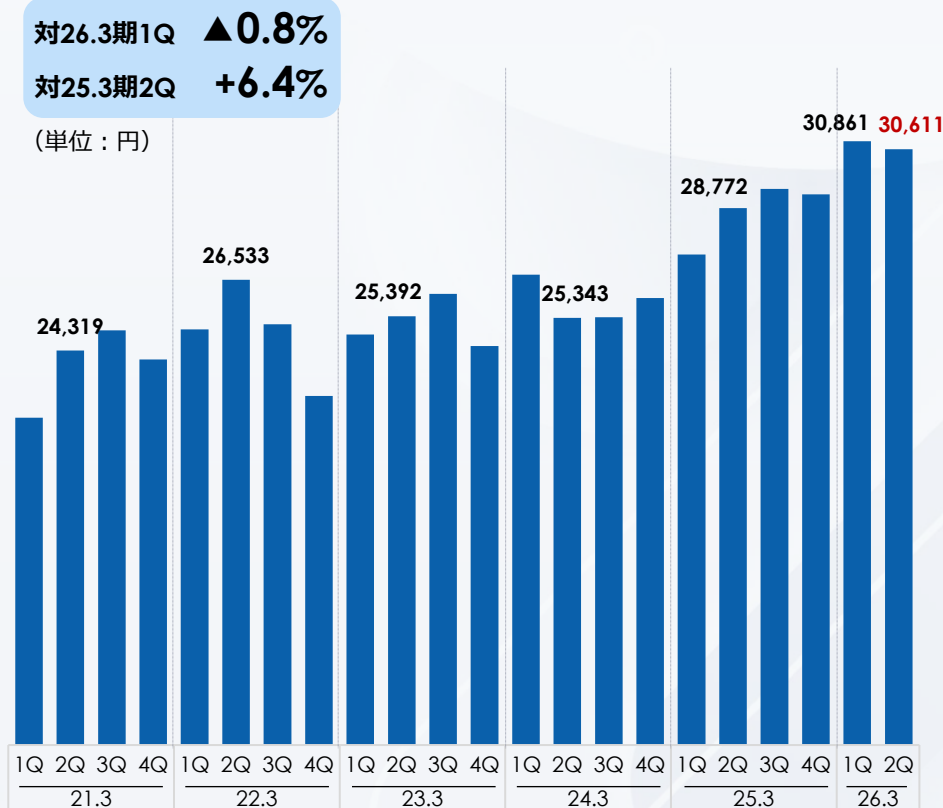
"ふわっち" 主要KPIのハイライト

- 課金UU数¹はやや減少して進捗。増加基調となるような各種施策を講じる方針
- ARPPU²は増加基調。持続可能な適正水準を意識しつつ、意図した上昇等は行わないオーガニックでの成長を目指す

月次課金UU数¹（四半期平均推移）



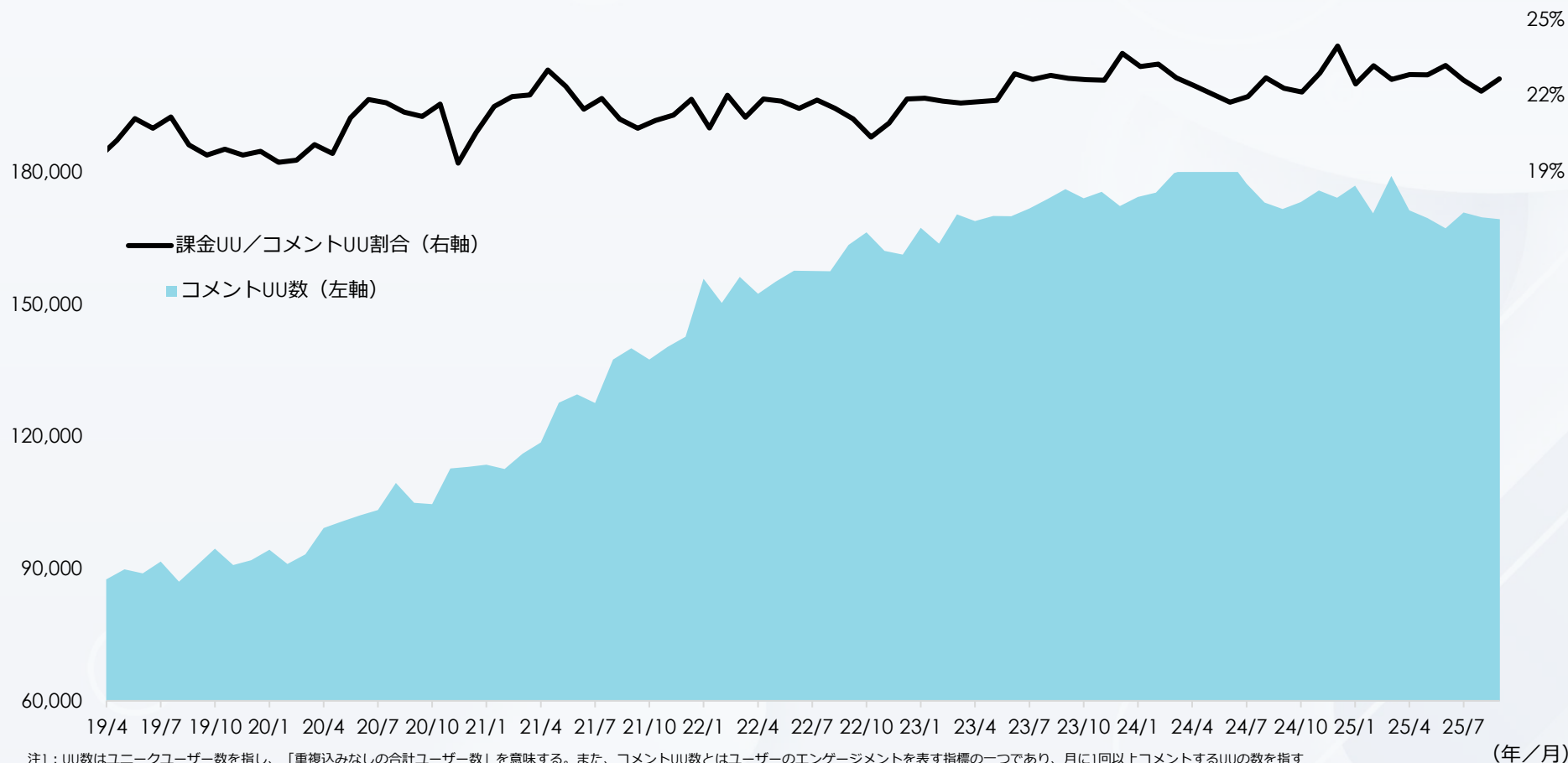
月次ARPPU²（四半期平均推移）



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

"ふわっち" - アクティブな視聴者数の拡大成長

- 将来的な課金ポテンシャルを秘め、課金UU数¹の先行指標となる"配信にて月に1回以上コメントするUU¹の数"（以下、コメントUU数¹）は月次の変動はあるが、底堅く推移しており、今後の課金UU数¹の成長余地を示す
- コメントUU¹からの課金UU¹への取り込みは、高い水準を維持している状況（課金UU¹／コメントUU¹割合の上昇）

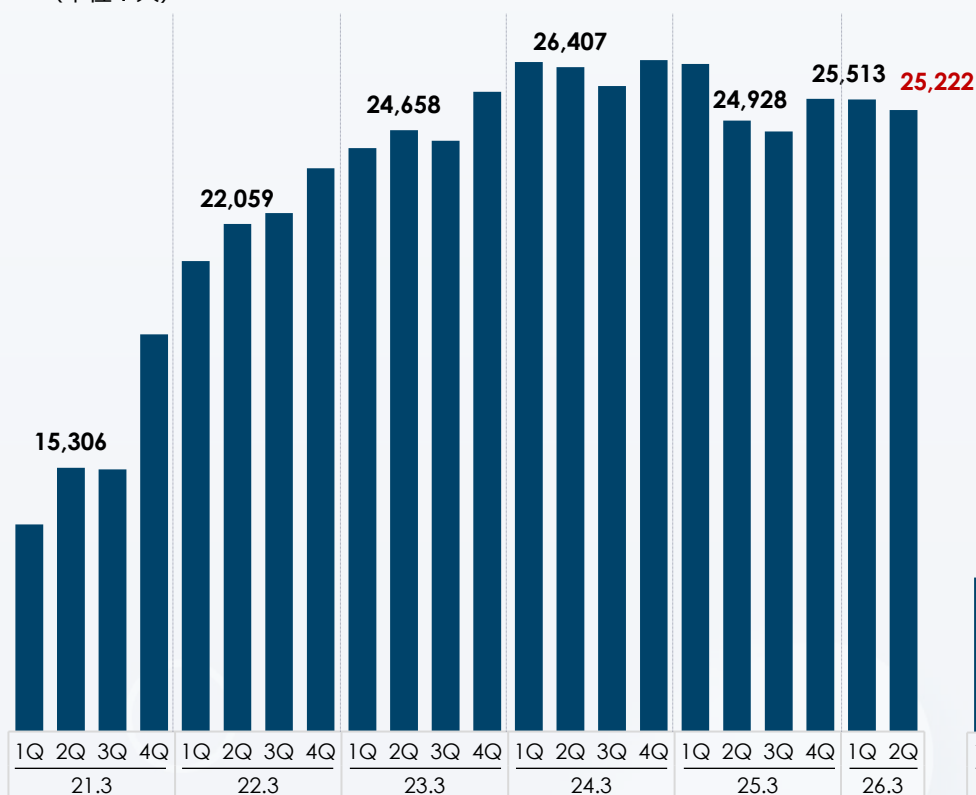


"ふわっち" - 配信者数の拡大成長

- 全体の配信UU数¹は堅調に推移。また、収益寄与が大きく一定規模のポイントを獲得する有力配信UU数¹は再び増加基調で推移し、全体の配信UU数¹を占める割合²も高水準を維持
- 有力配信UU数¹の継続的な育成・拡大と併せて、新規配信者の獲得にも注力していく方針

月次配信UU数¹（四半期平均）

（単位：人）



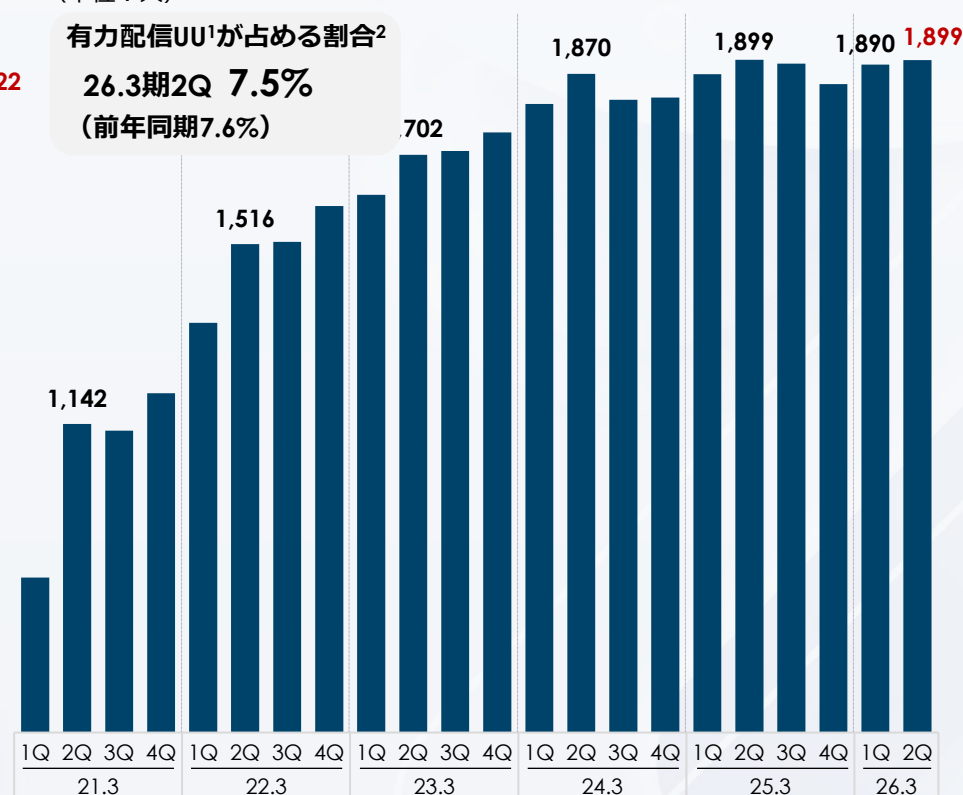
月間5万ポイント以上獲得する月次有力配信UU数¹（四半期平均）

（単位：人）

有力配信UU¹が占める割合²

26.3期2Q 7.5%

（前年同期7.6%）

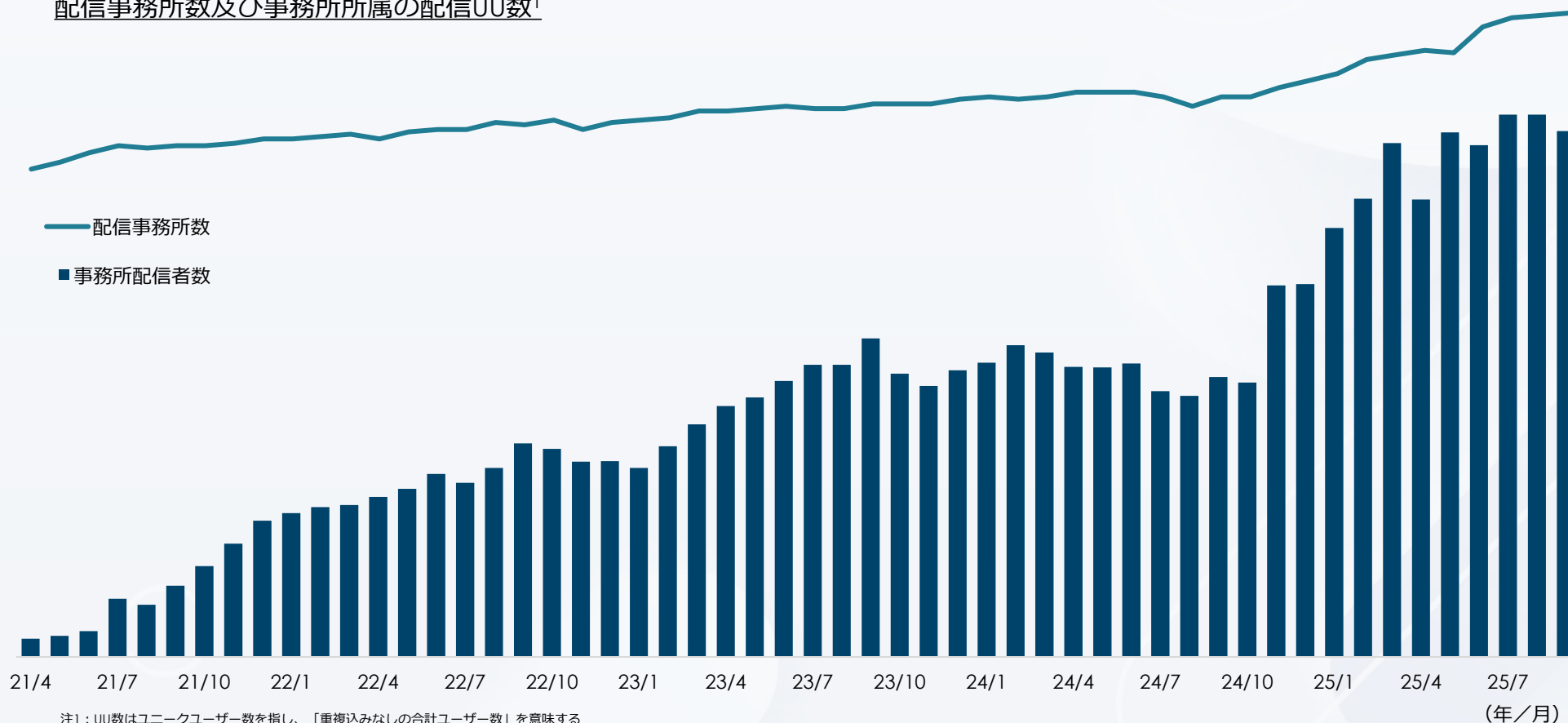


注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次配信ユニークユーザー数及び月次有力配信ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間におけるそれぞれの平均値
 注2：配信UU全体のうち、有力配信UUが占める割合

"ふわっち" - 事務所所属の配信者層の拡大

- ・ 事務所向けのキャンペーン施策の拡充及び営業強化により、事務所所属の配信UU数¹が増加基調
- ・ 上記のような取組により、配信者の獲得だけでなく、課金UU数¹の増加や売上高増加にも寄与するものと思料

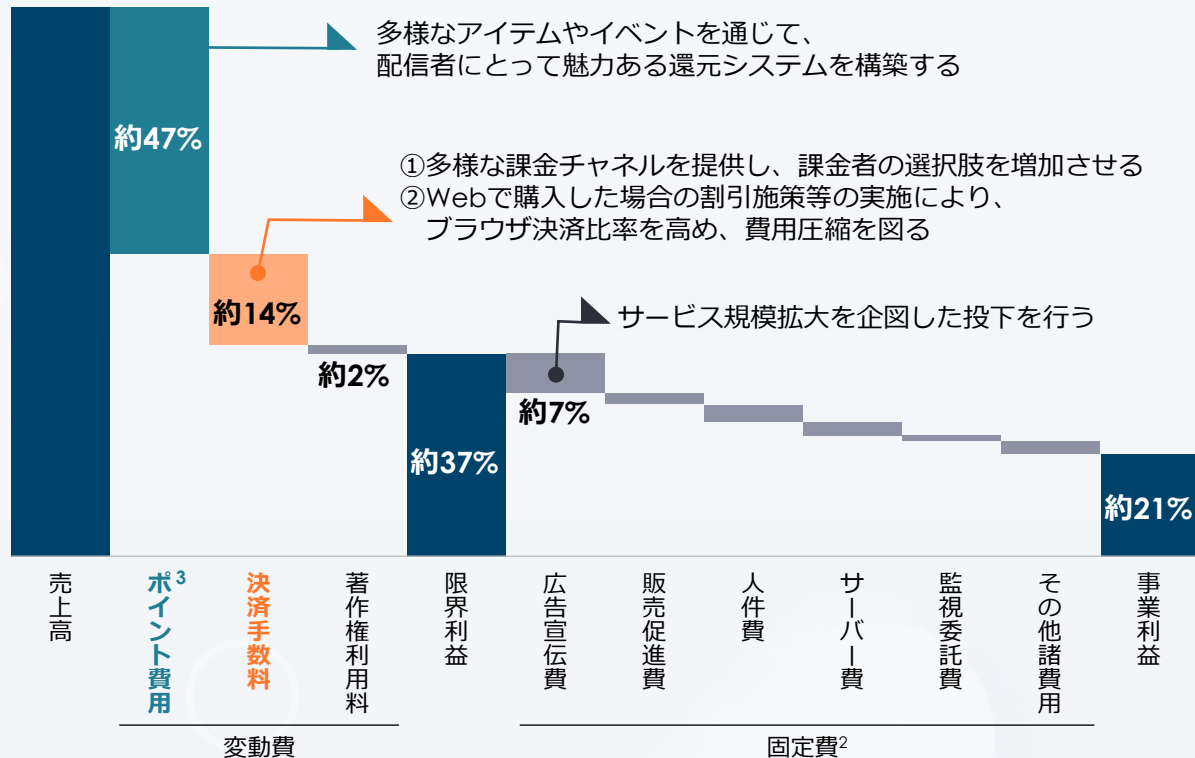
配信事務所数及び事務所所属の配信UU数¹



"ふわっち" - 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³、決済手数料、広告宣伝費で構成
- うち、ポイント費用³の全体を占める割合が大きく、配信者への高い還元率の実現を示す
- 決済手数料は、収益性向上のために更なる圧縮を目指す方針

ライブ配信事業における各費用項目シェア¹（25.3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 ³	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
広告宣伝費	獲得効率を意識しつつ、サービス規模拡大に資する投資も実行
人件費	中長期的な売上高比率は横ばいを想定 持続的成長のため、コアコンピタンスとなる人材への投資（人的資本の拡充）及び確保を図る
その他項目	今後は25.3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1：2025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

注3：事務所属の配信者に対するポイント費用相当の報酬支払を含む

04.

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

■ 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
- 広告以外のキャンペーン施策による新規ユーザー獲得
- 課金未経験の視聴者の課金者への転化
- 事務所所属の配信者を獲得し、そのリスナーも併せて獲得
- バーチャル配信等の既存ユーザーとは異なる視聴ニーズをもった視聴者層へのリーチ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適正水準にてコントロールする方針

- 既存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の価格、種類等の調整を実施
- 特に比較的可処分所得の大きな30～50代の視聴者層を中心に、持続可能な成長を図る
- 課金UU数¹の減少（特に少額課金のライトユーザー減少）に伴って、ARPPU²は上昇する傾向あり

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

“ふわっち”の成長を支えるイベント施策（第2四半期）

2026年3月期第2四半期売上高に貢献したイベント施策例

- 第2四半期においては、9月開催の“ふわっち”『10周年アニバーサリーイベント』を中心に、新たなイベントの仕掛け等を工夫することでサービス全体の盛り上がりを醸成。また、配信者ら自身が自主開催としてイベントを企画する等、配信者らのエンゲージメントの高さも確認



9月開催『10周年アニバーサリーイベント』

- ✓ 9月はふわっち生誕月。“ふわっち”10周年を記念したアニバーサリーイベントを開催
- ✓ 毎年アニバーサリーイベントを開催しているが、例年を上回る盛り上がりを見せ、アニバーサリーイベントとしては過去最高の売上高を記録（前年同イベント対比13.8%増加）
- ✓ メインイベント以外にも、「10周年」にちなんだサブイベントを複数開催し、限定アイテムも販売
- ✓ 各ランキングで上位5名に入賞された配信者に対して、ランキングへの貢献度の高い上位5名の視聴者に、視聴者特典（10周年を記念して新たに制作された視聴アイテム）を贈呈

イベント特設HP：https://whowatch.tv/events/2025_09_w10thanniv/?tab=NOTIFICATION&detailId=1867331&eventType=ranking-event



オリックス・バファローズとのコラボレーション（6月開催イベントの特典）

- ✓ 2025年6月に開催した『大阪ベースボールアニマルズ』のイベント特典として、同年9月に行われたふわっち冠協賛試合の始球式に、本イベントで1位に輝いた配信者が登板
- ✓ その他球場周辺のぼり広告やドーム内ビジョンの広告出演等を実施
- ✓ 入賞した配信者へのイベント特典としてだけでなく、“ふわっち”の認知向上にも企図

イベント特設HP：https://whowatch.tv/events/2025_06_baseball2025/?tab=NOTIFICATION&detailId=1773241&eventType=ranking-event

M&Aやサービス開発力を駆使し、多様化戦略を推進

- サービス開発力を原動力とし、新規領域を含めたjig.jpグループ全体で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
- M&Aを一つの企業価値向上の手段として活用していく方針（25.3期：2件のM&Aを公表）
- 2025年11月13日、VTuber事業及びライブ配信事業における連携を強化し双方の事業拡大を推進していくことを目的として、VTuber業界で豊富な実績を誇るBrave Groupとの業務提携を公表

01

配信の多様性を強化

競合からのユーザー獲得に加え、バーチャル配信（Vライバー）やゲーム配信など新たなジャンルを開拓し、配信の多様性を強化

新しい配信スタイルの確立が、
新たな配信者層の獲得、
その配信者を応援する課金者層を
獲得することにより
サービス規模と収益の拡大

02

ユーザーの収益機会拡充

配信者がグッズ等を販売する場の提供

コンテンツ販売をできる場を
提供することにより
配信者の新たな収益経路の提供し
ユーザーの継続率が向上

03

事業の多角化

VTuber事業、バーチャル音楽ライブ配信
“topia”や飲食店予約代行事業などを
始めとしたグループ全体で新規事業を推進

既存のライブ配信サービスとは
異なるB2C領域での
チャレンジを続け
収益の源泉を多角化・複層化

VTuber大手 Brave groupとの業務提携契約を締結①

～VTuber事業及びライブ配信事業における連携を強化し双方の事業拡大を推進～



会社名	株式会社Brave group
代表者	代表取締役 野口 圭登
設立年	2017年10月11日
資本金	38.2億円（資本剰余金含む／2024年9月時点）
従業員数	425名（2025年11月1日時点）
グループ会社	18社（2025年11月13日時点）
所在地	東京都港区芝4-1-28 PMO田町Ⅲ7階
主な事業内容	■ IP Production ■ IP Platform ■ IP Solution ■ Incubation
概要	Brave groupは『世界に、日本の冒険心を』というパーパスを掲げ、『80億の、心をうちぬけ』というミッションのもと、VTuber事業を行うIP Productionをはじめ、同領域と親和性の高いIP PlatformやIP Solutionの領域において複数事業を国内外で展開
会社HP	https://bravegroup.co.jp/

契約締結日

2025年11月13日

業務提携開始日

2025年11月13日

対象事業

VTuber事業、ライブ配信事業（Vライバー）

注1. 詳細は、2025年11月13日付けで公表しましたプレスリリース「株式会社Brave groupとの業務提携に関するお知らせに関するお知らせ」をご参照ください

VTuber大手 Brave groupとの業務提携契約を締結②

～VTuber・Vライバー及びライブ配信領域での新たなエンターテインメントの価値創造に挑戦～



業務提携の背景・目的

- 近年、VTuber・Vライバーをはじめとするバーチャルタレント市場は、国内外で急速に拡大
- 多様な活動形態やファンコミュニティが形成される一方で、市場の成長に伴い、より高品質なコンテンツの創出やプラットフォームを横断したタレント支援の仕組みづくりが必要
- 上記状況下、Brave groupが培ってきたIP関連事業との協業等を通じて、当社のIP・プラットフォームやそのサービス運営ノウハウと融合させ、両社事業の多面的な成長と更なる発展を実現させることが本提携の狙い

業務提携の内容等

- Brave groupに所属するVライバーが、ライブ配信サービス“ふわっち”を活用し、多様な配信者層・視聴者層の拡大を図る
- Brave groupが有するグローバルなIP創出力を当社事業と融合させ、IPプロデュースやVTuberマネジメントの強化を図る。
また上記により、IPやコンテンツの価値を高め、収益基盤の拡充等を通じてVTuber事業及びライブ配信事業の成長を加速させる

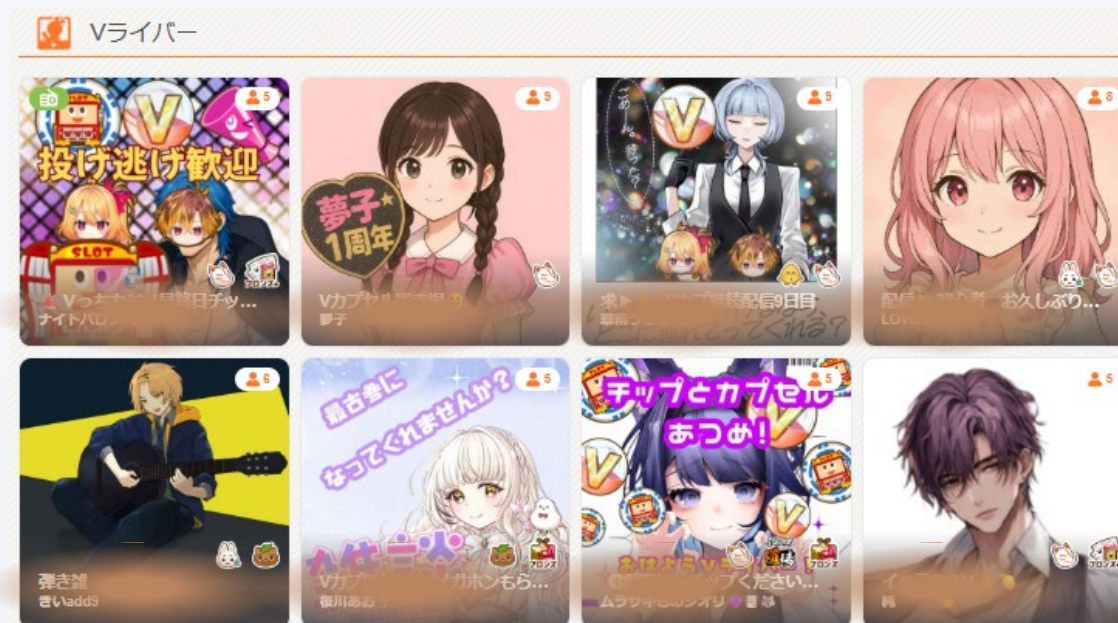
注1. 詳細は、2025年11月13日付けで公表しましたプレスリリース「株式会社Brave groupとの業務提携に関するお知らせに関するお知らせ」をご参照ください

"ふわっち" - バーチャル配信 (Vライバー) の開拓

- "ふわっち"の隣接新規領域の拡大における取組の一環として、誰でもイラストがあれば簡単にバーチャル配信を行えるバーチャル配信機能を提供。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図る
- バーチャル配信の利用増加もあり、"ふわっち"の公式新Vキャラクターが誕生。次頁のような取組等により、Vライバーカテゴリの拡充を図る方針

バーチャル配信機能

- 自社で開発した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



ふわっちの公式新Vキャラクター誕生



注1: 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

"ふわっち" - Vライバーの拡充

- 4月実施のVライバーキャンペーン第1弾の反響を受け、「Vライバー&リスナー応援」キャンペーン第2弾を実施
- 本キャンペーンは、①Vライバーの獲得、②新たな視聴者層の獲得、の2軸を狙った施策

Vライバー向けキャンペーン

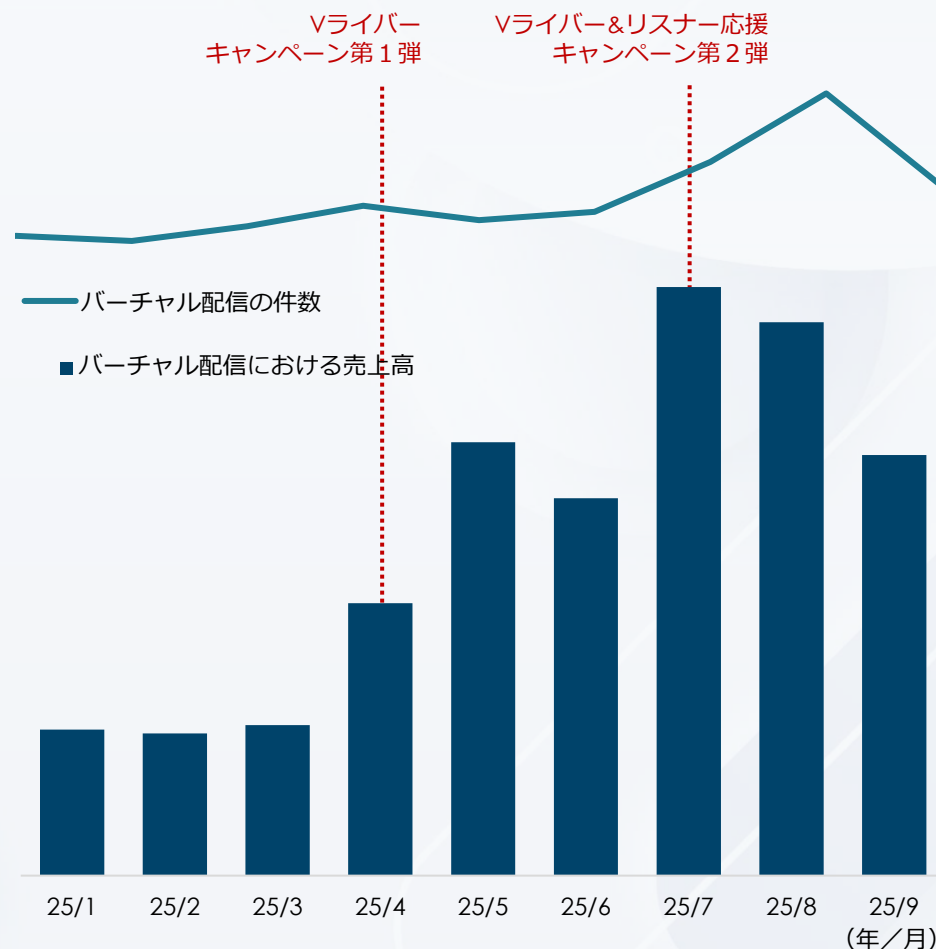
- 「Vライバー」カテゴリにて配信を行い、キャンペーン特別アイテム「Vっちちゃん」を集めることでアマギフを獲得
- 上記のようなVライバーが当該期間にて配信するメリットを構築することでVライバーの獲得に寄与

リスナー向けキャンペーン

- 「Vライバー」カテゴリの配信を視聴し、「Vっちちゃん」を一定数使用することでアマギフを抽選でプレゼント
- 1日限りのチャンスに加えて、期間中に毎日継続して視聴・使用することで獲得できるWチャンス企画も設置
- "ふわっち"の既存視聴者をVライバーにも誘導し、「Vライバー」カテゴリの盛り上げの醸成を図る



キャンペーン特別アイテム
「Vっちちゃん」



VTuber事業①

企画番組運営

【VTuber登龍門】

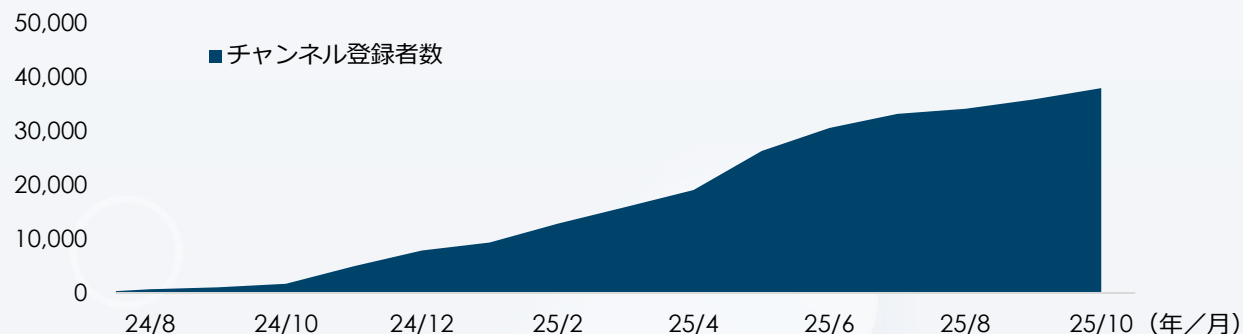
2024年8月より、VTuberの公開オーディション番組“VTuber登龍門”の放映をYouTubeで開始

概要

- VTuber業界で大きな実績を持つプロデューサー等を審査員に招き、挑戦者が番組内で語る夢を支援するか否かを決める番組
- ユニークなコンセプト・視聴者層、業界の持続的成長を企図した業界改革を目指す構想、さらに業界での実績が豊富な審査員、並びに当番組の業界内の影響力の拡大等を武器に、協賛スポンサーの継続的な獲得を目指す方針

トピック

- YouTubeチャンネル「VTuber登龍門」の公式チャンネル登録者数が足元で3.8万人を突破
- 著名なVTuberやVTuber業界人とのコラボ企画の動画投稿による再生回数の増加と認知拡大（1動画当たり最大約42万回再生）
- スポンサー特典の充実を図り、本番組を応援する企業スポンサーも着実に獲得



注1：上記グラフは、YouTubeチャンネル「VTuber登龍門」における各月末時点の公式チャンネル登録者数の推移を示す



VTuber事業②

事務所運営

【登龍門BOX】

公開オーディション番組 "VTuber登龍門" において、オーディションに合格した有力VTuberが所属するユニット（現時点12名所属）

- 登龍門BOX所属タレントにおけるファン数及び収益は順調に拡大
- 一部の所属タレントは、ライブ配信サービス"ふわっち"のVライバーカテゴリにて活躍。"ふわっち"とのシナジー創出に寄与



番組に合格すると所属



【ProForma Group】

所属タレントのファン獲得及び収益力向上に向けたプロデュース・伴走により、所属タレントの成長を支援し、収益拡大させる方針

- 2024年11月より、ゲームに特化した“Nova”を始動
- 新メンバーも迎え入れ、魅せるゲーム配信でファン数を拡大
- 新たに企業案件等も受託



VTuber事業③

事務所運営

【パレデミア学園】

業界初の60人同時デビューの大型プロジェクト

- 学園をコンセプトに、トップアイドルを目指すVTuberを発掘する
- 2025年4月よりオーディション番組の放映を開始。5月より配信活動を開始
- 6月には収益基盤の拡充のため、配信活動による収益だけでなく、ECストアをオープンし、グッズ販売も開始
- イベント企画や番組放映を通じて、パレデミア学園及び所属アイドルのファン獲得を目指す



プラットフォーム運営

【SPOTLIGHTS】

VTuberを様々な形で応援するサービス

■ 認知拡大

毎月様々な種類のイベントやイラスト素材の配布を通じて、着実な認知向上を継続

■ 機能拡張

サービス内でユーザーがデジタルグッズを自身で組成し、販売できる機能を実装。ユーザーニーズを捉えた機能拡張を図る

■ “ふわっち”との連携

“ふわっち”内から“SPOTLIGHTS”のイベントに参加するVTuberを、チケット投票で応援できるコラボ機能を実装。“ふわっち”内でのVTuberの配信が増加し、相乗効果を実現





バーチャル音楽ライブ配信“topia”①

バーチャル音楽ライブ配信“topia（トピア）”

概要

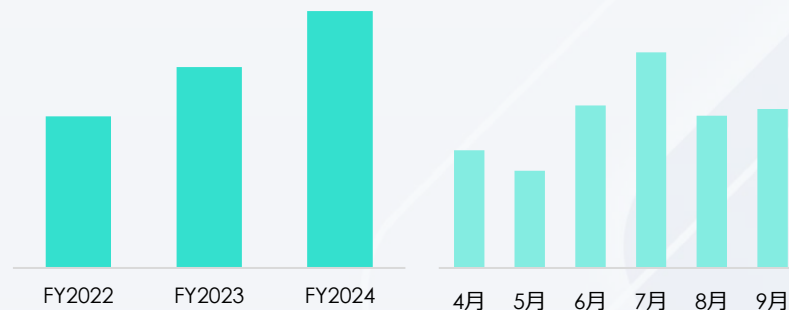
- 2025年4月より、当社連結子会社として参画したサービス“topia（トピア）”
- 顔出しなしで3Dアバターの姿で配信でき、かつJOYSOUNDのカラオケ音源が歌い放題な、バーチャル音楽ライブ配信アプリ

方針

- ライブ配信市場においても特に成長が大きなバーチャルライブ配信領域において、バーチャル、コミュニティ文化、音楽ライブという特徴を活かしながら、過年度に引き続き、着実にサービスの成長を継続していく方針
- topiaのユーザー年齢層はふわっちに比べて若年層が多く、jig.jpグループとして、様々な年齢層のユーザーのそれぞれの用途や嗜好性に合わせたサービスの提供に努める方針



売上高推移（過去3期年次及び26.3期月次）



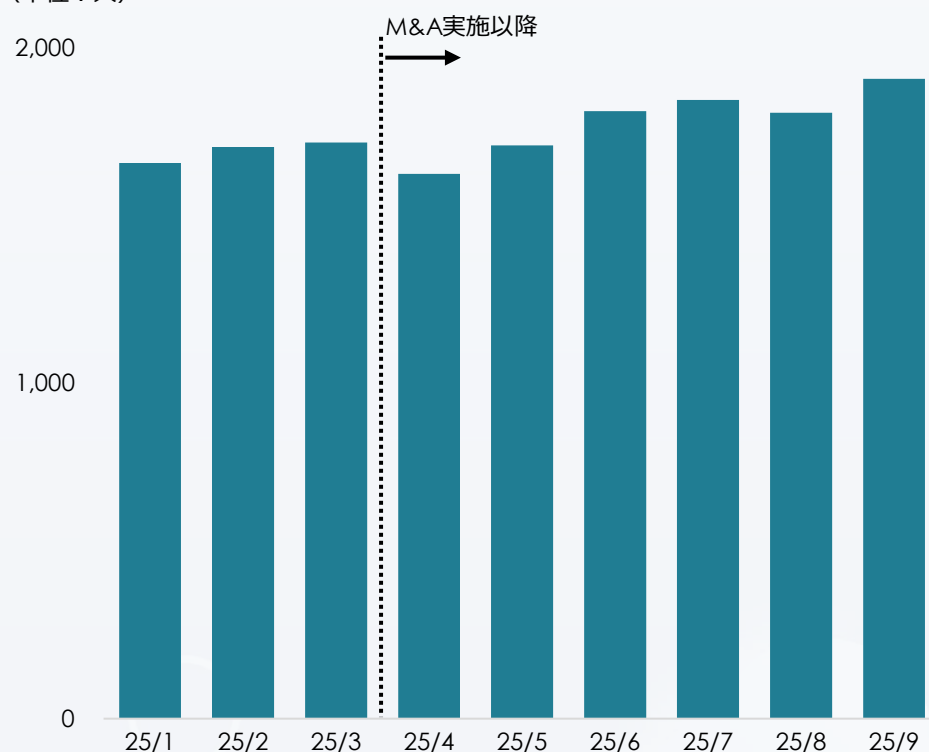


バーチャル音楽ライブ配信“topia”②

- 2025年4月の当社グループ参入後、“ふわっち”におけるサービス運営ノウハウやイベント施策の注入により、主要KPIである課金者数は堅調な増加基調に転じ、ARPPU¹についても堅調に推移している状況
- 今後も“ふわっち”で培ったノウハウの提供や“topia”独自のポジション確立により成長を図る

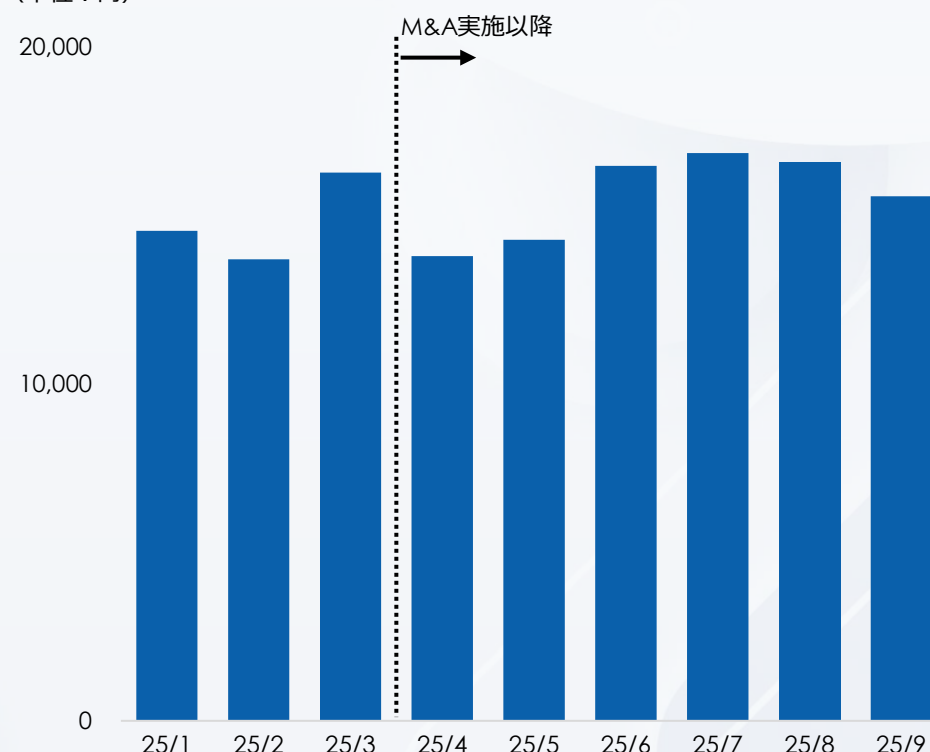
月次平均課金者数推移（2025年以降）

（単位：人）



月次平均ARPPU¹推移（2025年以降）

（単位：円）



注1：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す。



Appendix

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2025年11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により、
人々の生活をより便利に、より楽しく。

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社名を「jig.jp」にして創業。
私たちは誰もが便利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、及び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を設定
- (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、全てのユーザーを対象にポイント交換の要件として本人確認済であることを必須とした
 - ・ 課金疲れを起こさないよう、イベント数のコントロールやランキング結果が課金額のみに左右されないような仕組みを構築

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
- ・居場所の特定につながる配信、安全を確保した配信、プライバシー情報の公開、配信者・視聴者間でのやり取りに関する注意喚起と啓蒙

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。