

2026年3月期 第3四半期

決算説明資料

2026.2.12



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。

01

2026年3月期 第3四半期 決算概況

業績概況

- 2026/3期Q3では、売上高 12,927百万円 (前年同期比 +9.9%)、売上総利益 6,999百万円 (前年同期比 +19.4%)、限界利益 5,878百万円 (前年同期比 +16.5%)、営業利益 2,559百万円 (前年同期比 +17.9%)、純利益 1,927百万円 (前年同期比 +16.3%)を記録
- タレント構成やコミュニティ環境の変化を背景に、配信およびEC収益の推移やタレント別トラフィックの構成比は調整局面となっている一方で、トレーディングカードやライセンス/タイアップ分野は好調を維持しており、営業利益のモメンタムとしては構造的な改善がみられる四半期となった
- 当社は、こうした足許の事業環境を、中長期的な成長を持続させるための事業構造を立て直す局面と位置づける

事業進展

- Q3は年末年始企画によるトラフィック増や新興タレントのオフラインおよびオンラインライブ企画の好調などを背景として、配信/コンテンツ、ライブ/イベント分野が前四半期比増収
- マーチャンダイジング分野は、大会運営と流通拡大を通じたトレーディングカード分野の成長、および海外送料固定化やライセンス商品の一部自社EC販売などの施策によるEC売上のキャッチアップにより、前年同期比でも拡大基調となった
- ライセンス/タイアップ分野では、海外を中心とした取引社数の拡大や国内タイアップ先企業の多様化、年末のオンライン・ライブコンサートなどの自社コンテンツとのスポンサータイアップの拡大などが構造的な成長を後押しした

投資進捗等

- 来年度以降を見据えたタレントオーディションの準備が、複数ラインで進捗
- FLOW GLOWの3Dライブを通じ、アーティスト軸におけるタレント育成および3D表現力の向上が進展
- 顧客のブランド接触点拡大につながる大型スマホゲームプロジェクト『hololive Dreams』について、全世界同時※リリース予定を公表
- TwitchやThe Game Awardsとの公式コラボレーション等を通じ、海外市場においてゲーム文脈での潜在ファンとの接触頻度が増加
- 物流改善の進展により、販管費の効率化が着実に進行

※一部エリアを除く

単位：百万円

	2025/3期 Q3	2026/3期 Q3	前年同期比	2026/3期 Q3 累計	通期業績予想 (進捗率)
売上高	11,758	12,927	+9.9%	34,681	52,500 (66.1%)
配信/コンテンツ	2,504	2,504	+0.0%	6,979	-
ライブ/イベント	2,328	2,024	-13.1%	4,380	-
マーチャンダイジング	5,448	6,639	+21.9%	18,317	-
ライセンス/タイアップ	1,476	1,759	+19.2%	5,004	-
売上総利益	5,862	6,999	+19.4%	17,573	-
参考：限界利益	5,044	5,878	+16.5%	15,080	21,714 (69.4%)
営業利益	2,171	2,559	+17.9%	5,225	8,200 (63.7%)
純利益	1,656	1,927	+16.3%	3,927	5,700 (68.9%)

Q3はライブ/イベント分野で新興タレントへの露出機会提供を背景とした収益調整があった。一方で、TCGやライセンス/タイアップ分野は好調に推移

- 過年度Q3は大型既存タレントのソロライブ等が連続した一方で、今期は新興タレントへの露出機会提供を重視
- EC収益は依然回復途上にある一方で、TCGやライセンス/タイアップは好調に推移しており、ブランド市場規模は拡大
- 一方で、経営構造改革及び事業開発の各種施策により、販管費の増加は想定よりも抑制的に進捗

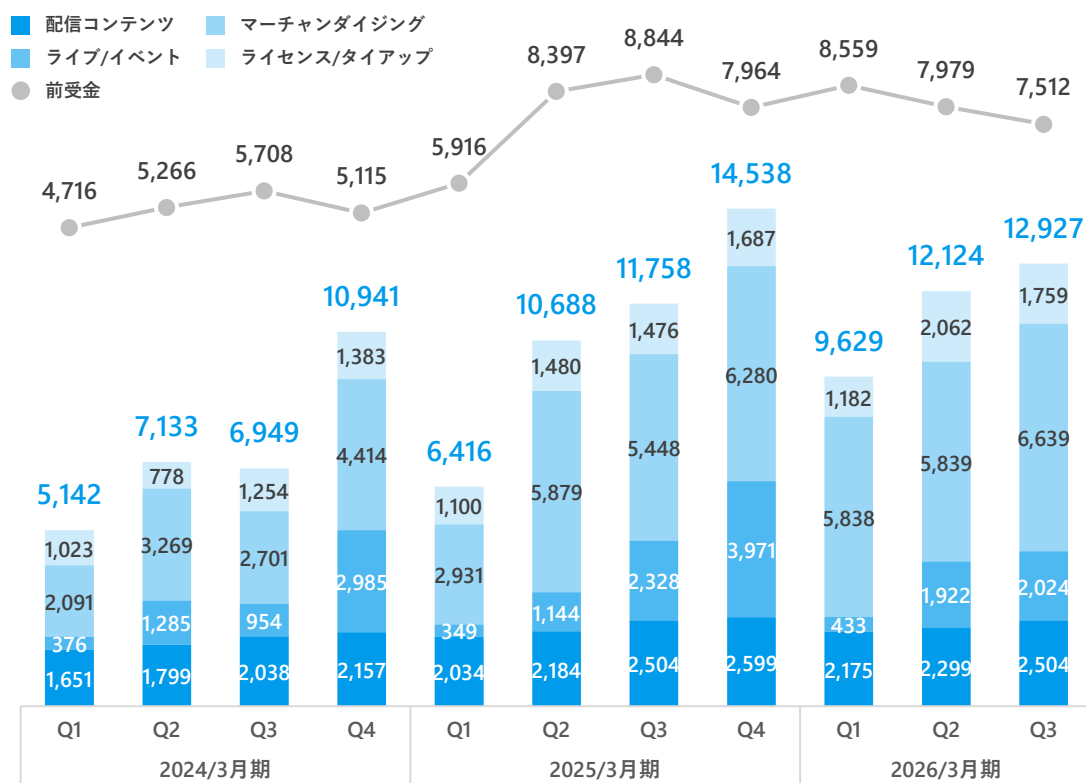
Q4にかけての展開

- Q4は、年始の配信コンテンツを皮切りに、大型ライブコンサートと連動した楽曲リリースなどが続くことにより、コンテンツのモメンタムを醸成
- ライブ/イベント分野では、『hololive 3rd Generation Live』や『Hoshimachi Suisei Live “SuperNova: REBOOT”』等の人気タレントによるアリーナクラスの大型ライブが連続する他、開催日程を例年の2日から3日に拡大した『hololive SUPER EXPO 2026 & hololive 7th fes.』を予定。海外でも、LAで『Takanashi Kiara / Ninomae Ina'nis 1st Concert』といった人気タレントによる興行を控える
- マーチャンダイジング分野では、ECが復調途上にある一方で、引き続きTCGビジネスの堅調な推移を想定。大型イベントが連続することを背景に小売・ECの客流増加を見込む
- ライセンス/タイアップ分野では、例年Q4に収益ピークを迎える季節性があることに加え、海外クライアントとの取引件数増加やゲーム分野での収益拡大を見込む

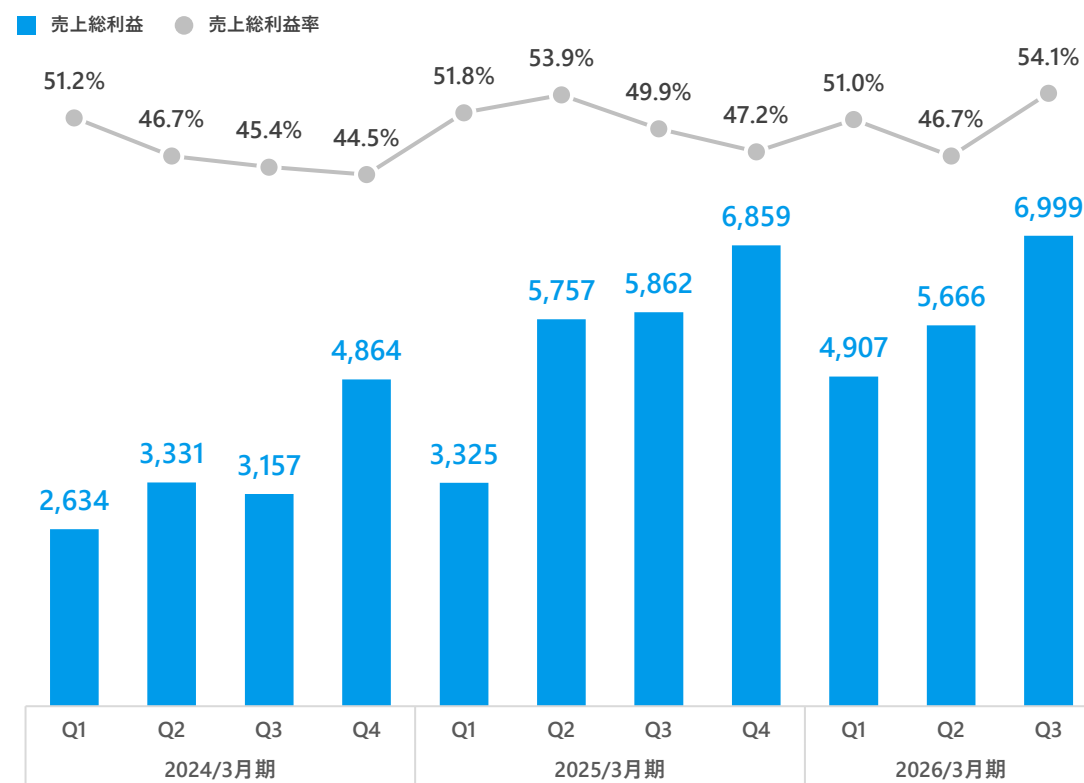
売上・売上総利益の推移

- マーチャンダイジングおよびライセンス/タイアップ分野の堅調な推移により、売上高は前年同期比で+9.9%まで拡大
- Q2で商品評価減を計上したことの反動、および楽曲や過去ライブコンサート・コンテンツのASET型収益によるセールスマックス改善により、粗利率は直近3年で最高を記録。粗利水準は前年同期比で+19.4%成長

売上及び前受金の推移 単位：百万円



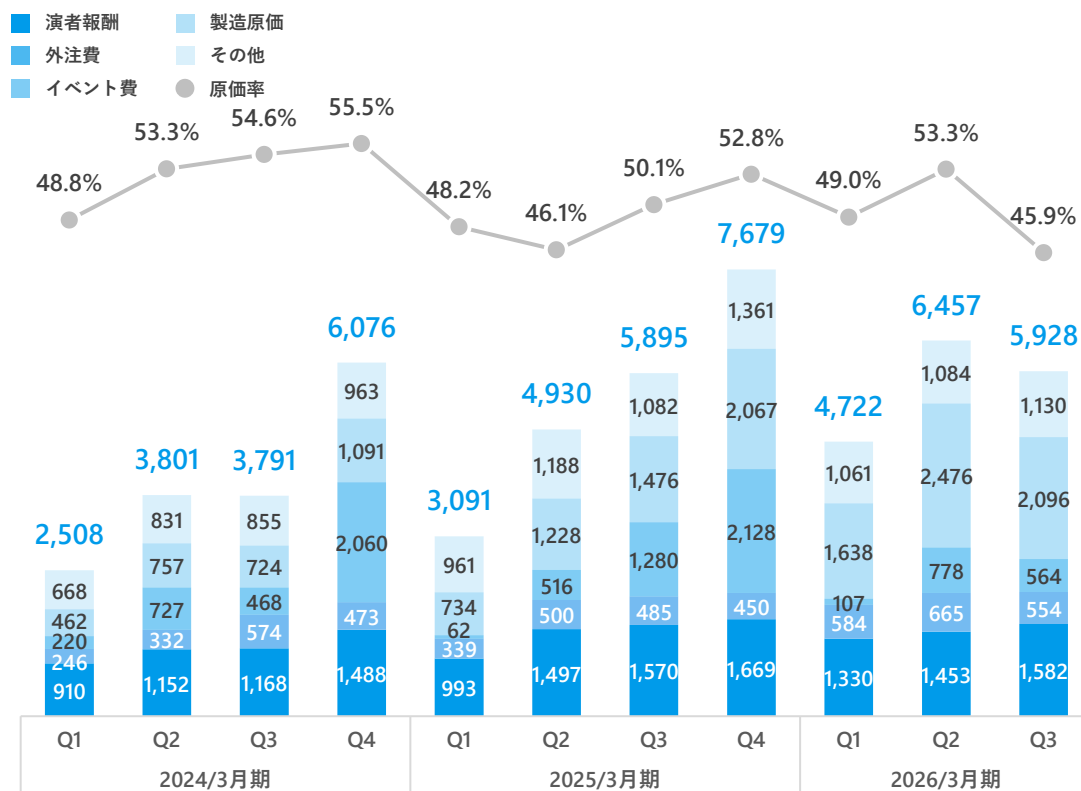
売上総利益及び売上総利益率の推移 単位：百万円



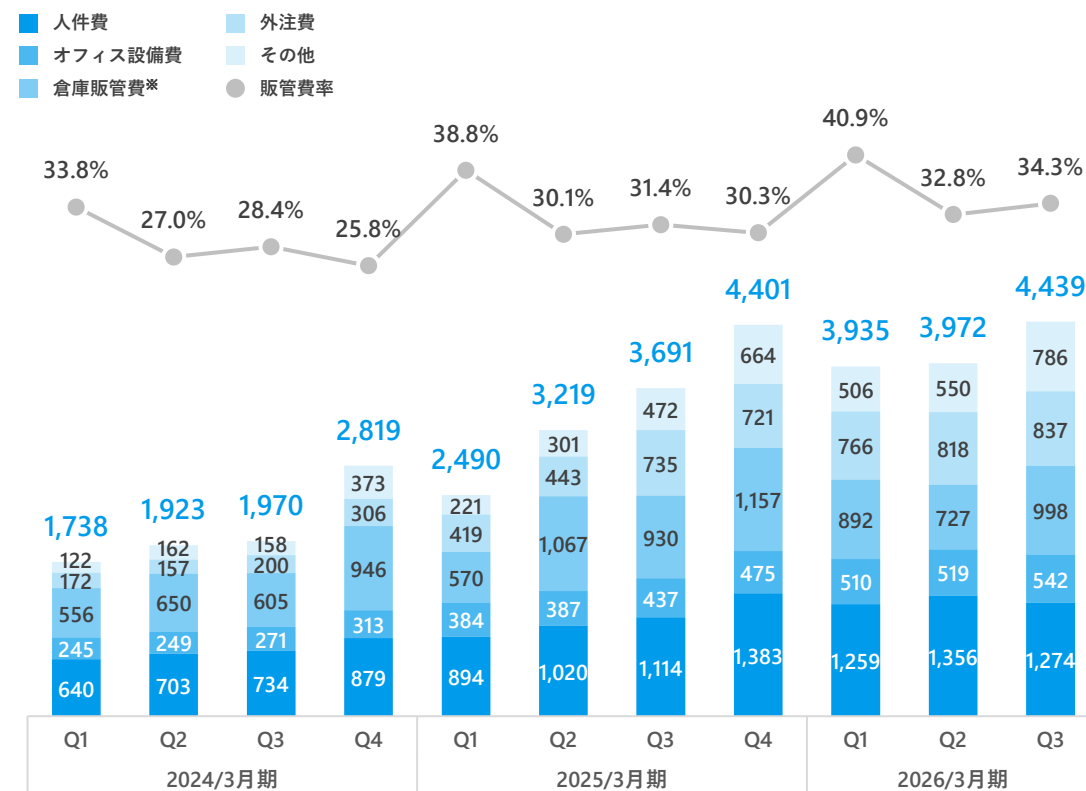
売上原価・販管費の推移

- 売上原価については、Q2で商品評価減を計上したことの反動、および先述のセールスマックス改善に加え、調達改善及びコンテンツ制作効率の改善などにより、Q2比で減少
- 販管費については、自社物流費の増加を伴わない小売店販路売上の増加および物流効率化施策の影響により、マーチャンダイジング売上の増加に対する倉庫販管費の増加が限定的な水準に留まった

売上原価及び原価率の推移 単位：百万円



販管費及び販管費率の推移 単位：百万円

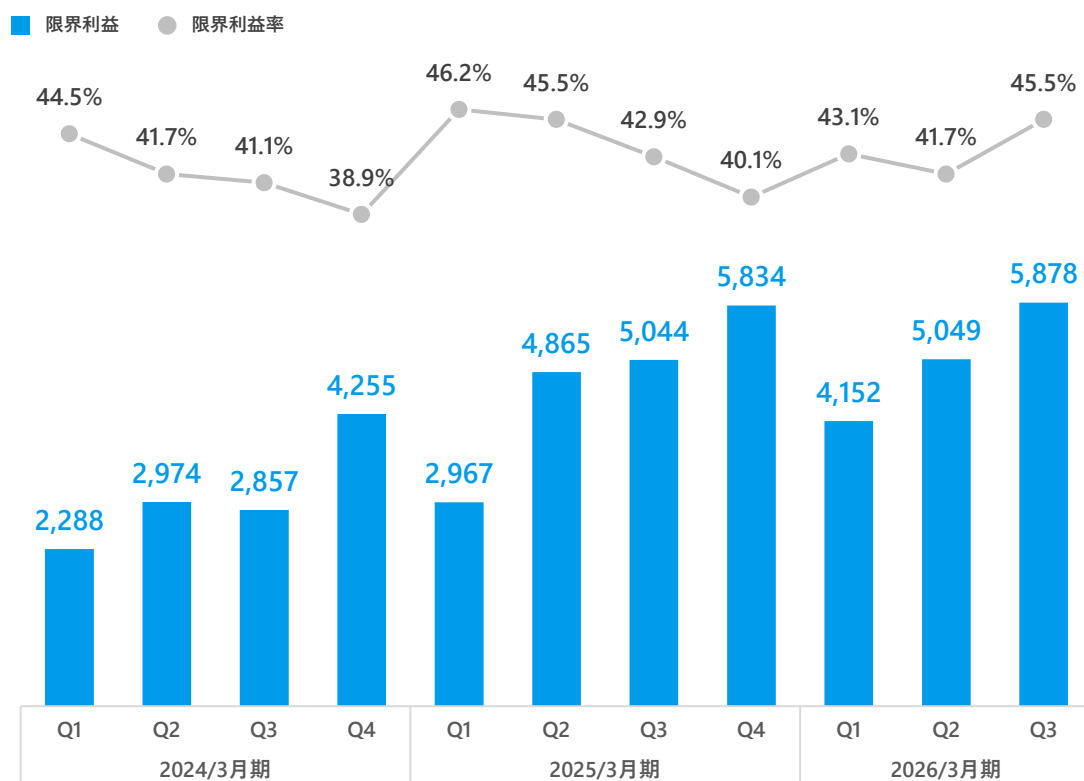


※：物流・販売手数料等のECに係る販管費を含む

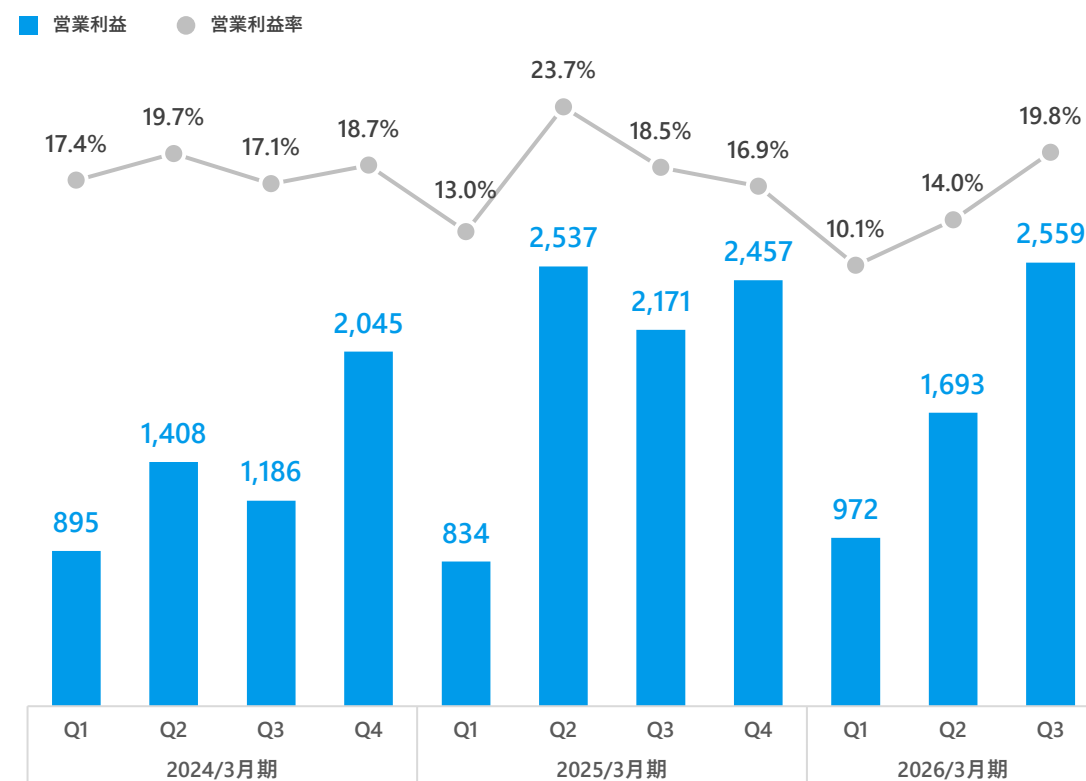
限界利益・営業利益の推移

- Q2に計上した評価減の反動、および先述の効率改善により限界利益率は上昇
- 継続する表現技術開発、ソフトウェア開発、物流改善、海外事業開発等に係る先行投資的支出を予定通り計上しつつも、四半期営業利益率は20%程度を計上

限界利益及び限界利益率の推移 単位：百万円



営業利益及び営業利益率の推移 単位：百万円



今期業績の進捗および足許の事業運営上の論点

- 今期の業績は、関税政策等外部環境やプロダクトミックスの変化の影響を受けながら推移
- 当社の業績の季節性として、大型イベントによるモメンタム向上等を受けてQ4の業績が一番大きくなりやすく、現状では業績予想の見通しは据え置いている状況
- 一方で足許では、中長期的な成長に向けた業務プロセスの改善や検討領域の再整理を進めており、その過程で一時的なコストを計上する可能性

検討領域

① 商品在庫

- 2023-2024のSKU拡大期に生産した過去商品を中心として、市場環境の変化に伴い、一部商品に関する需給バランスの変動が生じている
- 現在、商品ポートフォリオ全体の回転・供給・販売計画の整合性を精査中

② 開発投資関連

- 中長期成長に向けたソフトウェア開発投資について、市場環境および優先順位の変化を踏まえ、規模・進め方・スケジュールの再整理を進めている

経営としての指針

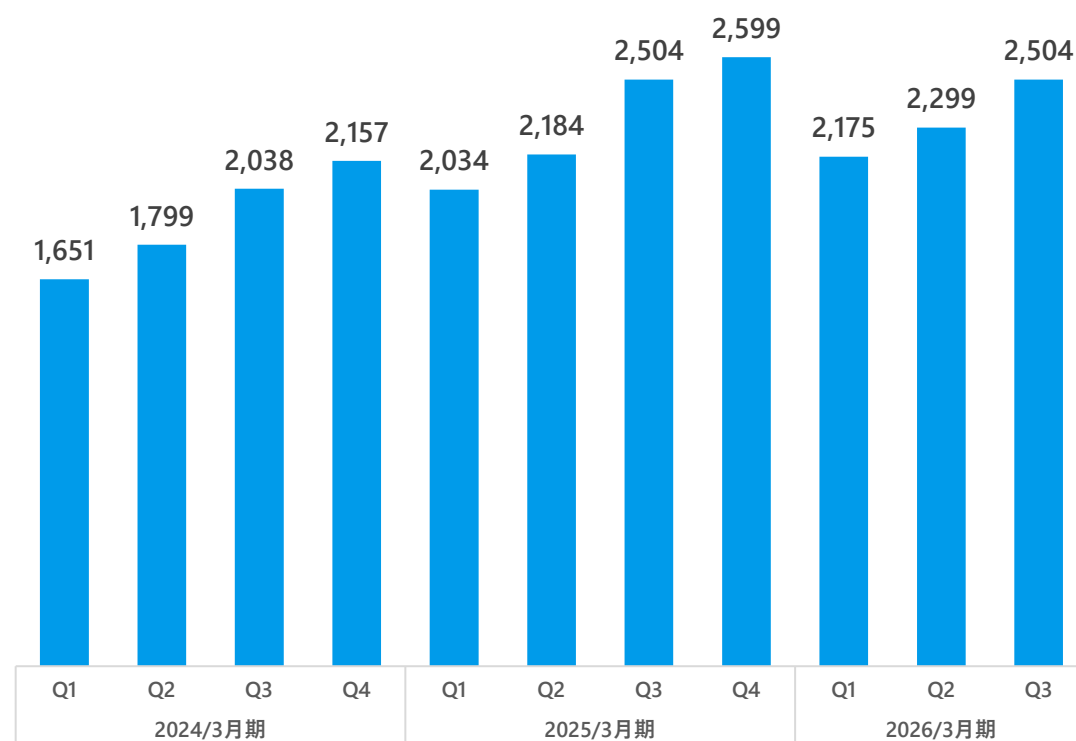
- 不確実性が高い領域については、投資効率と事業の持続性を重視した運営を行う
- 判断に必要な前提条件が整理され次第、適切なタイミングで経営判断を行う

02

サービス分野別の事業展開

- Q3期間は年末休暇期間の視聴者増や新興タレントコンテンツの盛上りにより、配信/コンテンツ分野の収益が復調
- 2024年にデビューしたFLOW GLOW初のオンライン3Dライブでは、アーティストとしてのパフォーマンスの完成度や会社としての技術向上による表現改善が注目された

配信/コンテンツの売上推移 単位：百万円



- 年末年始はホロライブと！

ホロライブ所属タレント60名が参加するカウントダウンライブ『hololive production COUNTDOWN LIVE 2025▷2026』は最大同接23万超を記録

<https://www.youtube.com/watch?v=oKiKqycF-lk>



- FLOW GLOW 3Dライブ『MAKE IT, BREAK IT』

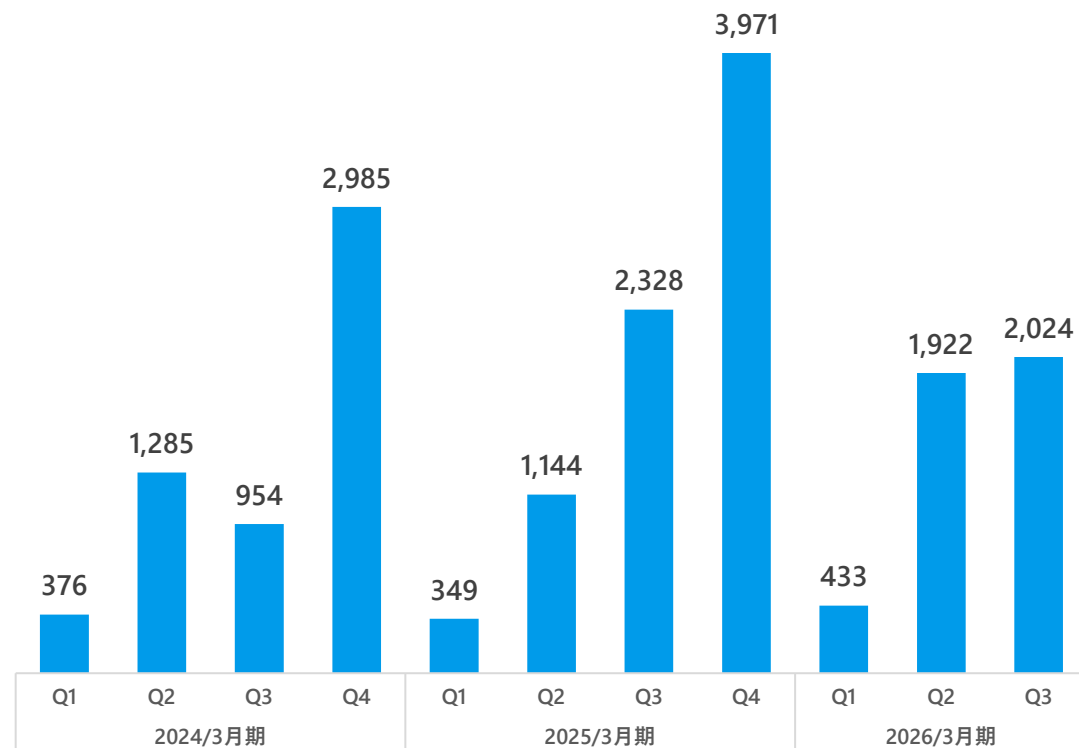
“人×技術”の積み上げにより、3Dライブ表現・運用能力が向上し、アーティストとしての完成度が進化

https://www.youtube.com/watch?v=zUI_V1Fea2U

事業分野別の進展 | ライブ/イベント

- Q3期間では、アリーナ級の大型会場で国内ライブコンサート3本を実施した他、継続する海外ワールドツアーにおいて複数公演を行った
- 過去実施ライブコンサートのBlu-ray販売などのアセット型収益も引き続き好調に推移

ライブ/イベントの売上推移 単位：百万円



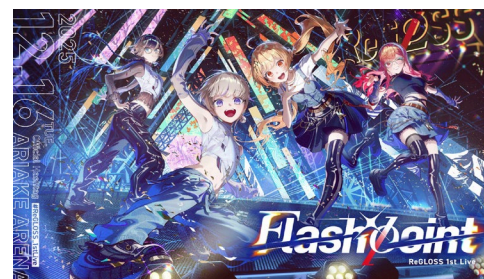
- 常闇トワ 2nd Live "SHINier"
- 2025/10/8に2nd Album『SHIN』をリリースし、2ndライブを有明アリーナにて2025/10/29に開催

<https://www.youtube.com/watch?v=ZjuDUe4jngE>



- AZKi SOLO LiVE 2025 "Departure"
- New EPとなる『Re:Start』『Re:Birth』を2025/11/5に2枚同時発売。その後、アリーナでの初ライブとなるソロライブをぴあアリーナMMにて2025/11/19に開催

<https://www.youtube.com/watch?v=7UIZnyO79Xg>



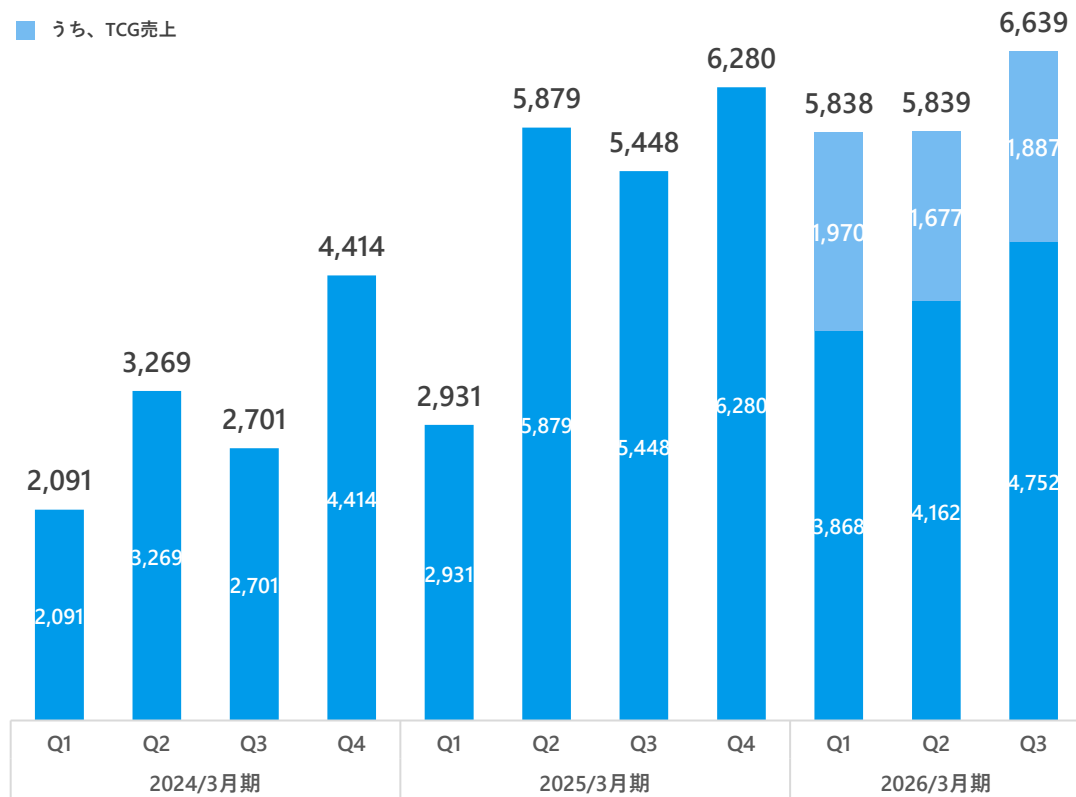
- ReGLOSS 1st Live "Flashpoint"
- ホロライブプロダクション傘下のhololive DEV_1Sよりデビューした「ReGLOSS」の初めての大型ライブを有明アリーナにて2025/12/16に開催

<https://www.youtube.com/watch?v=wIPLYUOmtHE>

- EC収益は海外関税の影響などにより復調途上にあるものの、海外販売地域の拡大や海外送料の固定化などの利便性改善施策による効果が徐々に顕在化
- 一部ライセンス商品の自社ECによる販売も開始し、多面的なEC集客導線の拡大を企図

マーチャンダイジングの売上推移 単位：百万円

■ うち、TCG売上



ECにおける利便性改善

- 海外送料の固定化を実施
- タイ、フィリピン、ベトナム等の東南アジア向けに、越境ECの販売地域を拡大
- 検索精度改善、サイトの表示速度向上等のECサイトの改善を実施

ライセンス商品の自社受け販売を公式ECサイトにて開始

Good Smile Companyが販売する「POP UP PARADE」や「ねんどろいど」、「HELLO! GOOD SMILE」などのフィギュアシリーズの再販を公式ECサイト「hololive production OFFICIAL SHOP」にて実施



- Q3期間では、10月にエクストリーマーカップ、11月にWorld Grand Prixといった、プレイヤー層に応じた大型大会施策を実施
- 年間を通じた施策運営を背景にプレイヤー数は継続的に拡大しており、新規商品の売上は好調を継続

エクストリーマーカップ2025 Final



- 予選を勝ち上がった参加者によるNo.1プレイヤーを決める決勝大会
- 国内だけでなく海外からも参加者が集まる世界大会として、80名が参加
- 大会の公式配信は10万回以上再生され、最初期の大会と比較してもプレイヤー人口の増加や興味関心がうかがえる大会規模となる

World Grand Prix25-26



- 今年秋に開催される決勝大会の参加権利をかけた全国大会を昨年11月より開催
- 個人戦だけでなくチームを組んで参加するトリオ大会も実施し、約3,000名が参加
- 公式大会だけでなく、当日エントリー可能なフリーイベントも実施し、5,000名を超える参加者が集まる大会となる

事業分野別の進展 | ライセンス/タイアップ

- 案件規模および取引社数の拡大を背景に、ライセンス/タイアップ収益は過年度比で拡大が継続
- フィギュア売上は好調が継続しており、ライセンシー各社におけるブランド別人気ランキングでも上位に位置

ライセンス/タイアップの売上推移 単位：百万円



- 『hololive production COUNTDOWN LIVE 2025▷2026』の協賛社として、コカ・コーラ社が参加



- 日本最大級のホビー通販サイト「あみあみ」における2025年の販売実績において、当社VTuberフィギュアがランキング上位に掲載されるなど、フィギュア販売が好調
- ミニフィギュア部門では上位を独占しているほか、スケールフィギュア部門においても1,2位を受賞

03

中期目標の達成に向けた今期施策の進捗

中期目標の達成に向けた事業拡大の進捗状況

成長ドライバー

2026/3期Q3進捗

中期展望

<p>共創による コンテンツ供給の強化</p>	<p>△</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 事業規模拡大を背景に、タレントの活動支援と持続可能なプロダクション運営の両立に向け、創作環境やファン体験を起点とした制作・運営オペレーションの強化を推進 ● 次世代を担う才能の発掘・育成、および増員による既存タレントの稼働集中適正化を企図して複数種の新規タレントオーディションが進捗 ● クリエイティブ制作およびスタジオ運用に係る技術の蓄積を背景とした、コンテンツ・クオリティの改善 ● 低コストで運用可能な簡易モーションキャプチャー設備を利用した、3Dコンテンツ数の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● ライブ配信、音楽、ゲーム、アートなど多様な表現領域でのトップタレント輩出 ● 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
<p>グローバル収益基盤 の確立</p>	<p>○</p> <ul style="list-style-type: none"> ● TwitchやThe Game Awardsとの公式コラボレーションといった、海外ゲーム文脈での露出の拡大 ● 国内物流では、複数拠点あった倉庫の統合化を背景としたポリウムディスカウントにより、配送単位コストを前年同期比で20%以上削減(四半期ベースで1億円以上) ● 海外物流でも、梱包サイズの適正化などによる配送単位コストの削減効果が前年同期比で10%以上出始めており、コスト改善幅の一部を海外向け送料固定化や配送地域拡充といった改善につなげた ● 海外地域におけるBtoB取引社数が前四半期比で+29%拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
<p>新規事業領域の 収益拡大</p>	<p>○</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 新しい公式ファンクラブ『hololive FANCLUB』が10月にリリース ● ファン目線での新たな体験の設計を企図した、ファンIDプロダクト『ホロライブアカウント』のリニューアルを実施。ID登録者数は100万を突破 ● 次世代のブランド接触点となることが期待される、スマホゲーム『hololive Dreams』のグローバルリリースについて開発会社などの概要を発表 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
<p>人的資本の高度活用</p>	<p>○</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 来期に向けた組織体制および評価制度に係る改善企画が進捗。機能別組織運営を背景としたサイロ化を防ぎ、部門横断的な連携を促す ● 予算統制における配賦ルール、内部取引ルールの改善を企画。部門横断の大型プロジェクト運営における非効率性の改善を企図 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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

実施中のオーディションについて

- 日本語圏、英語圏、NEW PROJECTの3カテゴリでオーディションを進捗。再現性を持った才能発掘および育成を目指しつつ、増員によって既存タレントへの稼働集中も分散させる



常設オーディション

- VTuber事務所「ホロライブプロダクション」における、常設型の新人タレントオーディションを実施中
- 各言語圏向けの特設サイトを用意し、配信活動のみに囚われない多彩な才能とエンターテイナーとしての夢や情熱がある方を発掘
- デビュータイミングは未定（未開示）であるものの、オーディション通過者は弊社所属のタレントとしてデビューする為のカリキュラムや育成を通じ、デビューに向けた準備を行う



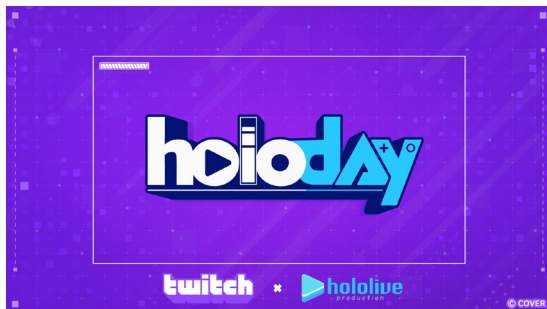
「NEW PROJECT」オーディション

- ホロライブプロダクションとは異なる、独立したビジョンを持つ次世代型プロジェクト
- ホロライブプロダクションの下部組織として位置づけ、従来のVTuberアイドルの枠を超えた「新規ジャンルの開拓」や「グローバル規模での認知拡大」を目指す
- 「NEW PROJECT」での活動は、「チームでのシナジー」を重視し、タレントにとって次なる飛躍に向けたジャンプ台となる
- 活動を通じて、一定の成果を収めた際には、プロダクション移籍や、特化した専門組織でのデビューを予定

海外におけるブランド接触頻度の向上について

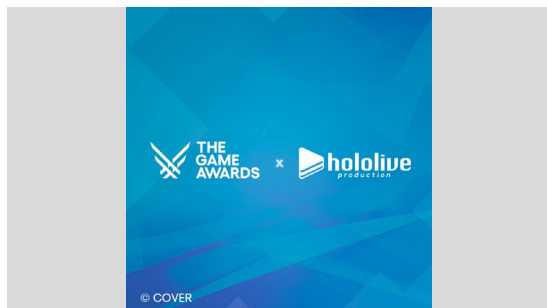
- TwitchやThe Game Awardsとの公式コラボレーションの実施により、ゲーム文脈を通じた海外地域の潜在ファンとのブランド接触頻度を向上
- 並行して、ライブコンサートやMeet & Greetを通じたファンとの密度の高い接触により、各地域でエンゲージメントを高め、コミュニティを醸成

ゲーム文脈を通じた接点増加



Twitchコラボレーション施策

- Twitchにおける公式コラボレーション施策を実施
- 5,000万以上のインプレッションを集め、25万以上の新規フォロワーを集める



The Game Awards

- 公式のCo-streaming Partnerとして、10名以上のタレントがミラーリング配信を実施
- 関連SNS投稿の総インプレッション数は約300万を記録

ライブコンサートを通じた熱狂



World Tour '25

- 2025年7月から2026年2月にかけて世界7都市を巡る
- Q3期間においては、ソウルやクアラルンプールでのアニメコンベンションにおけるライブ公演を実施



hololive Indonesia 5th Anniversary LIVE

- VTuberグループ「ホロライブインドネシア」の5周年を記念し、インドネシア最大級のアニメコンベンション「COMIC FRONTIER 21」において、Unreal Engineを活用した初の現地ライブを開催

- 大型公式スマホゲーム『hololive Dreams』の概要を発表。ゲームを通じたファンとの接触点の更なる拡大を企図
- ホロアースでは、バーチャルライブ・コンサート『ねぽらぼライブ re:VISION』を実施し、バーチャル空間内でのファンのコンサート参加体験を検証

hololive Dreams



- サイバーエージェント連結子会社QualiArts社との共同開発
- 2026年1月に、全世界同時※リリース予定を公表
- 所属タレント総勢50名以上が登場する「ホロライブ」初の公式スマホゲームとして、収録曲は150曲を超える規模でリリースを予定
- 情報解禁番組は約5万人の同接を集めたほか、Xでの情報解禁映像は1,000万再生数を超える(当社調べ)など注目度も高い

ティザーPV： <https://www.youtube.com/watch?v=BWWmKvYcjB4>

※一部エリアを除く

ホロアース



ねぽらぼライブ re:VISION

- 2025年12月21日に、「ホロライブ」所属の5期生がバーチャルライブ「ねぽらぼライブ re:VISION Holoearth Live」を「ホロアース」にて開催
- ホロアース上で、自身のアバターとなり、VTuberと同じ空間・体験を共有
- ライブ後も、ライブを空間まるごと保存した「3Dアーカイブ」を公開



人事制度及び組織体制の見直し

- 来期に向けた組織体制および評価制度に係る改善企画が進捗
- 機能別組織運営を背景としたサイロ化を防ぎ、部門横断的な連携を促す



タレントサポート強化

- 簡易モーションキャプチャー・スタジオの運用拡充により、機動的な3Dコンテンツ制作の環境を整備
- タレント稼働集中の分散に係る仕組みの強化を企画検討中



コスト最適化

- 物流・調達系のコストガバナンスが改善
- スタジオ運用に係るオペレーション効率化による、コンテンツ制作クオリティの向上とコスト改善



プロジェクト・ガバナンスの強化

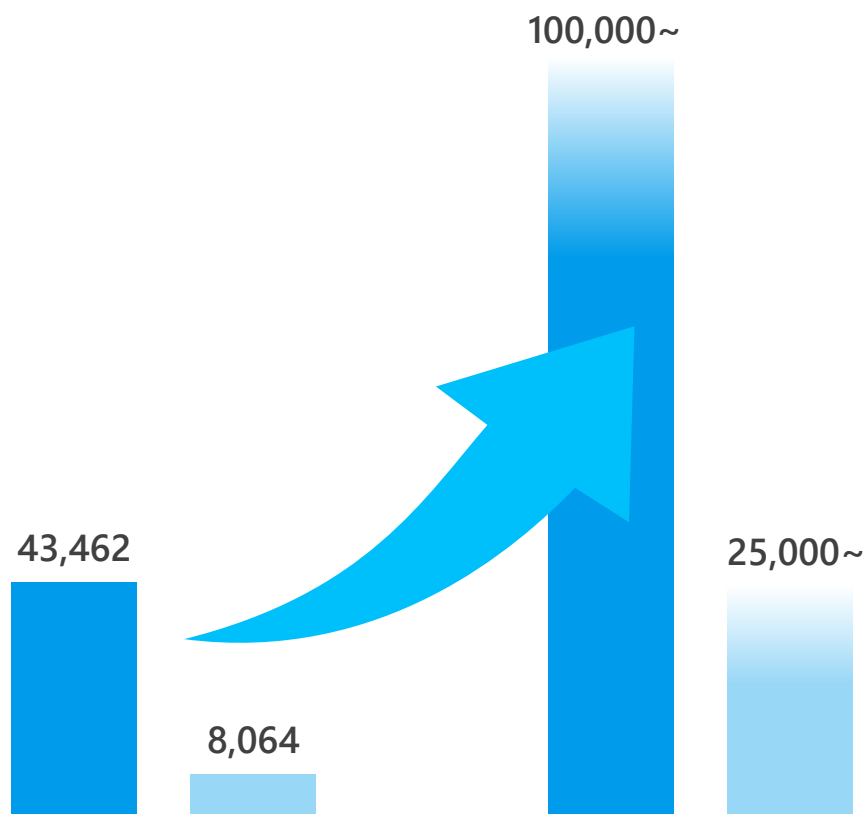
- 予算統制における配賦ルール、内部取引ルールの改善を企画
- 部門横断の大型プロジェクト運営における非効率性の改善を企図

Appendix

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 単位：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マ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

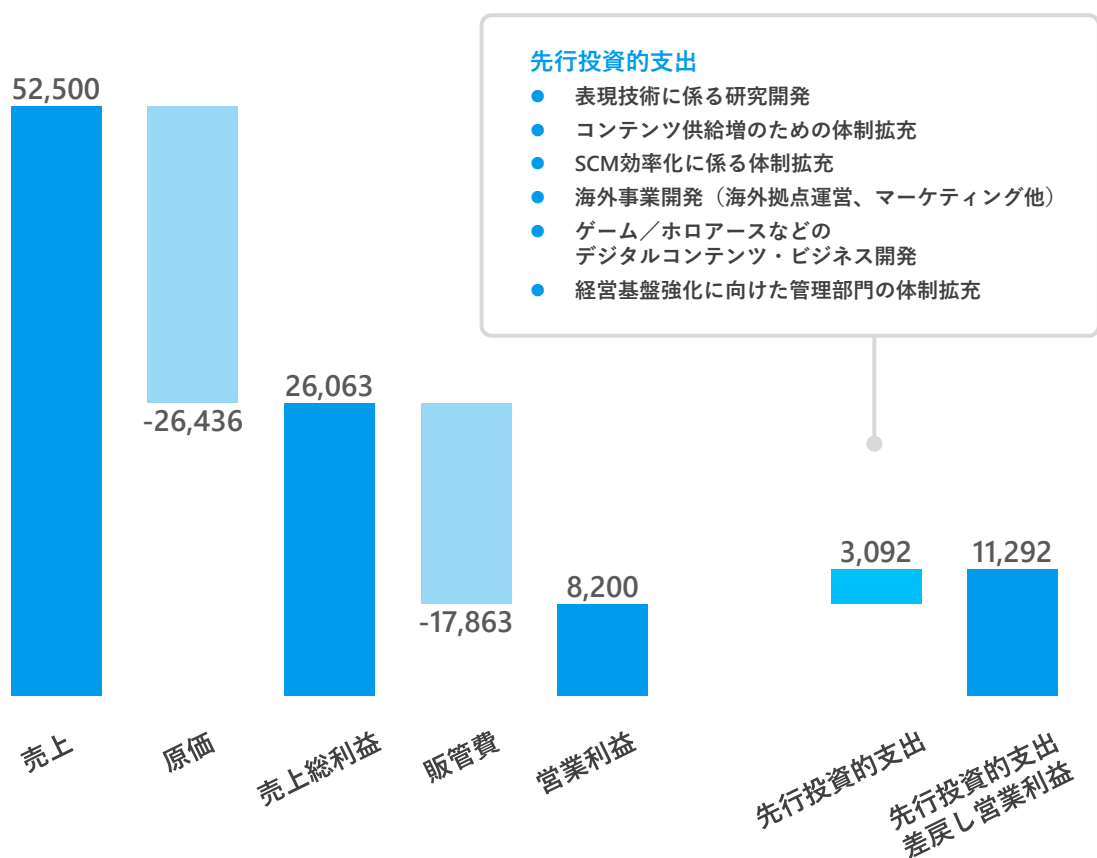
営業利益

- 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、期中でのセールスマ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

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 単位：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

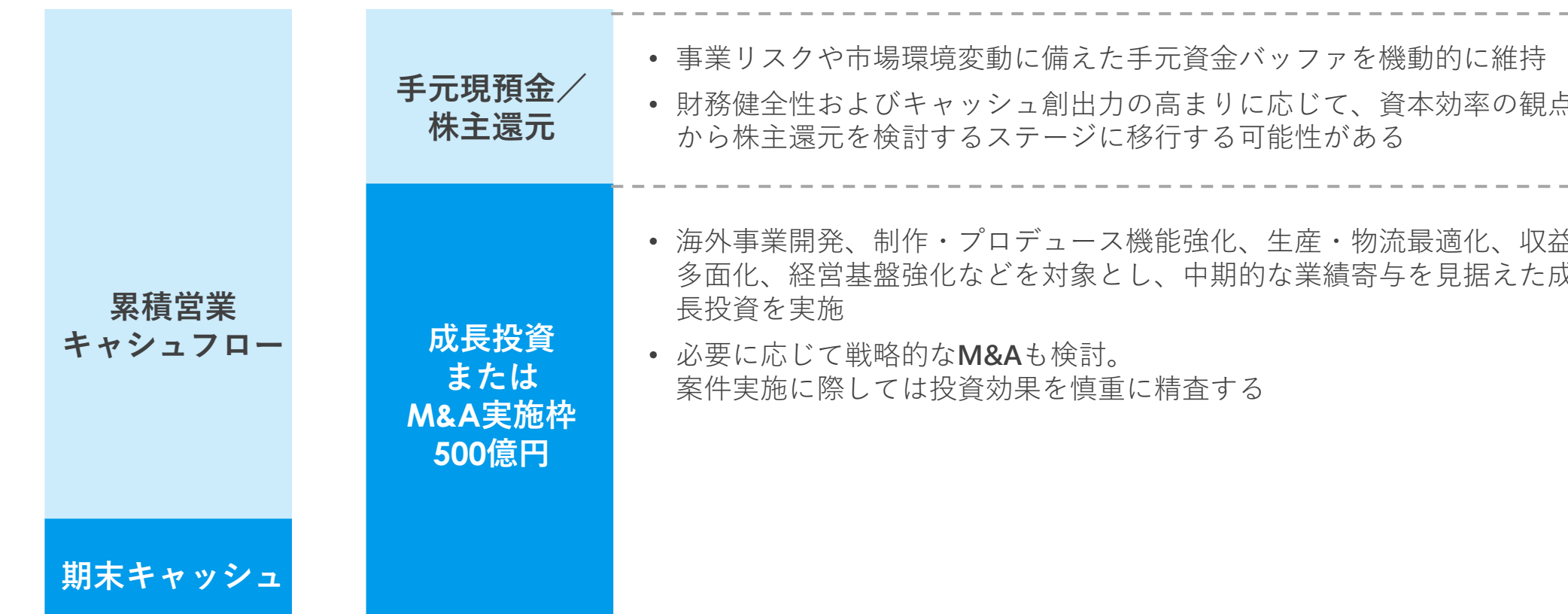
- 人件費／外注費／業務委託費
 - 制作能力拡充
 - 研究開発費
 - SCM効率化に係る体制拡充
 - 海外事業開発費（外注費として海外拠点費含む）
 - 経営基盤強化
- 倉庫販管費
- オフィス・スタジオ設備費
- ソフトウェア償却費

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%）

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



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

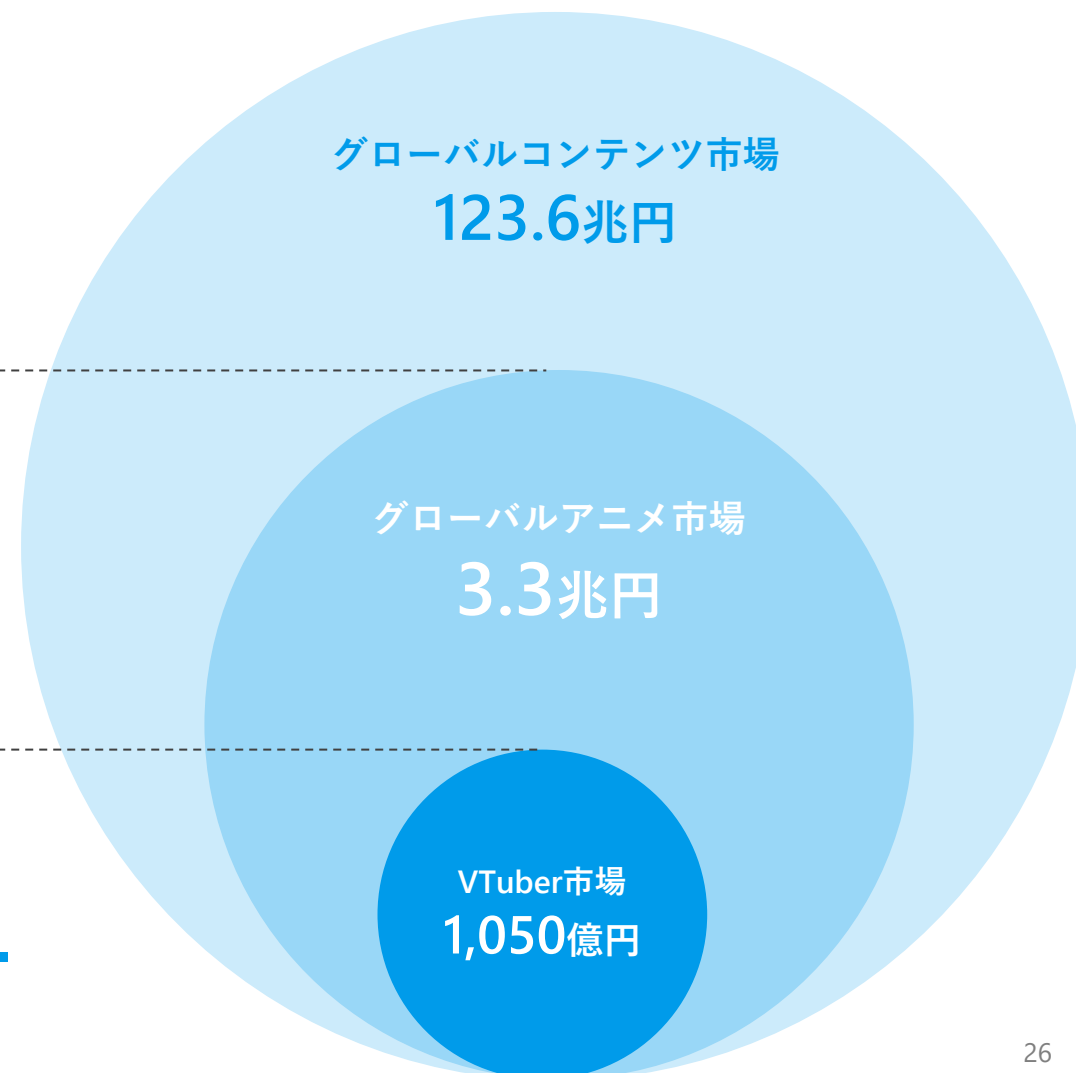
VTuberコンテンツが地域・世代を超え独自の経済圏をつくり、各市場に対して浸透していく



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

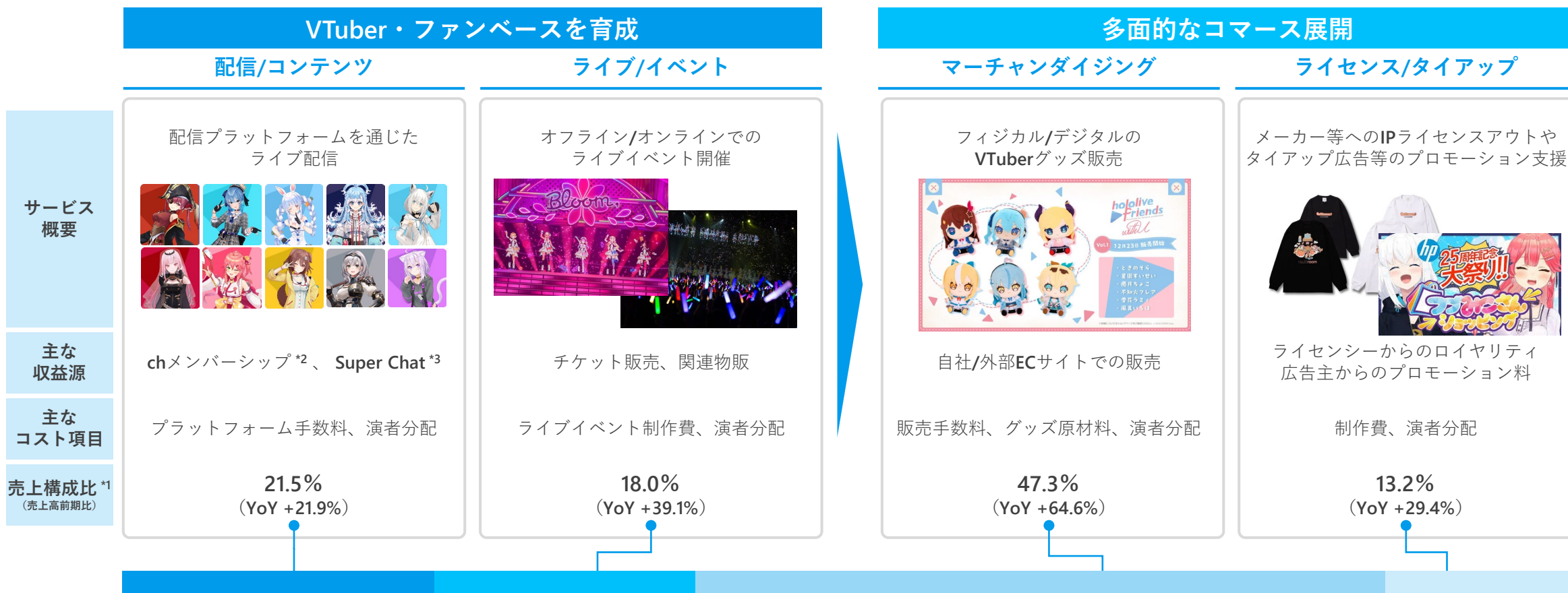


様々なコンテンツの集合群として、日本におけるVTuberビジネスが確立



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ンス展開を行う



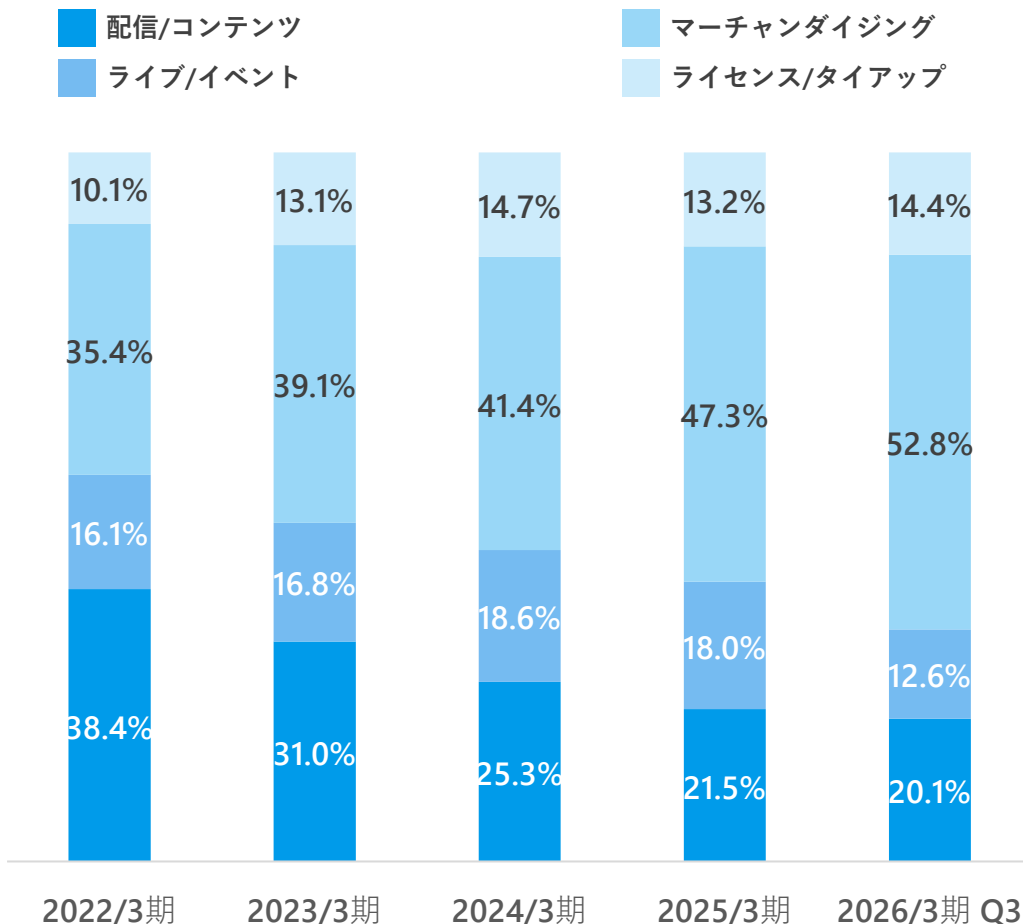
※1：2025年3月期売上高に占める内訳

※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

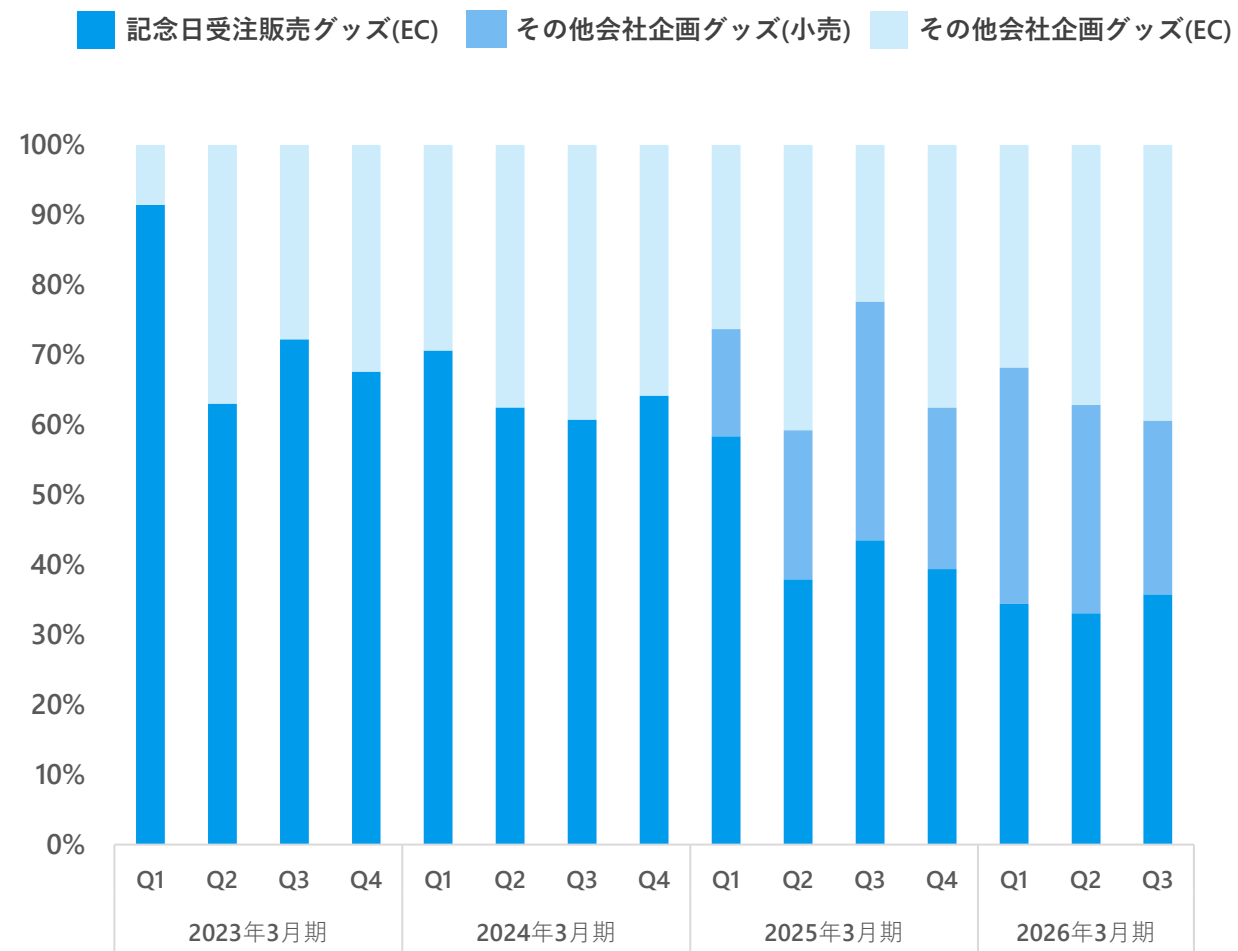
※3：YouTubeのライブチャットを利用したライブ配信動画の公開時に視聴者が有料課金を行うことでチャットメッセージを目立たせることができる機能

サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

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



物流関連（補足資料）

- 国内物流拠点統合、調達最適化、および海外生産地からの国際物流最適化といった各種施策により、コスト効率化を推進



ボリュームを活かした調達最適化



海外生産地からの物流最適化による効率化



国内物流拠点の統合による効率化



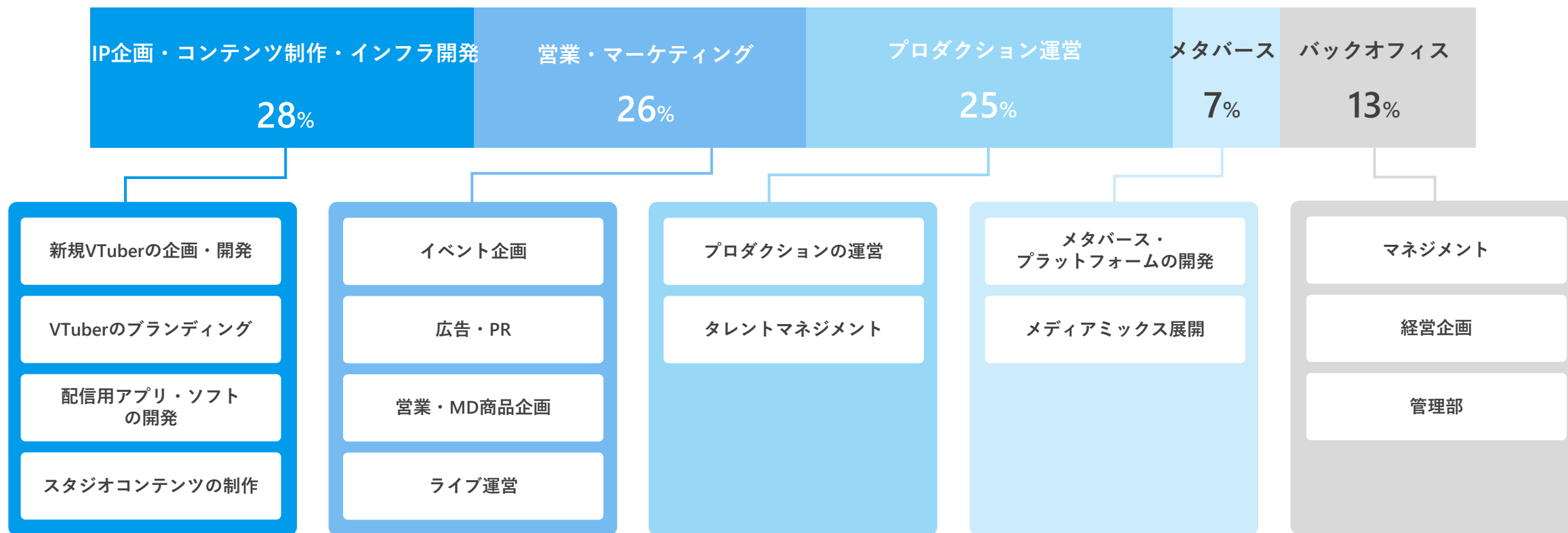
買いやすさを高めるための送料見直しなどのファン満足度向上施策



共創を支える組織体制

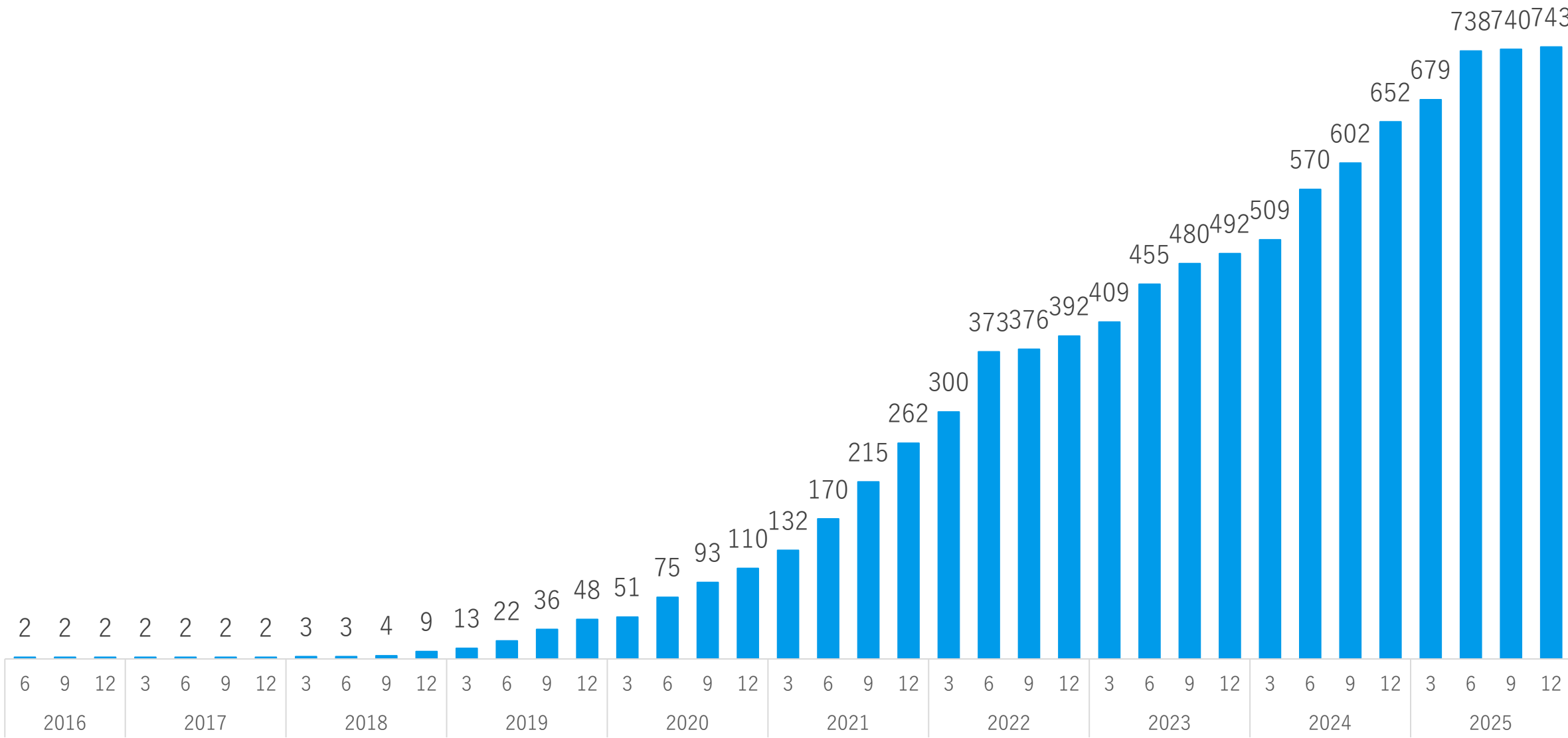
業界トップクラスかつ多様な人材が集結

人員構成内訳 *1 (2025年12月31日時点)



*1: 正社員における人員構成

従業員数の推移



	2022/3期				2023/3期				2024/3期				2025/3期				2026/3期		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
YouTubeチャンネル登録総数（万）	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	9,287	9,478	9,394
所属VTuber数※ (100万人+VTuber数)	52 (18)	57 (21)	62 (22)	68 (23)	68 (27)	71 (30)	71 (31)	75 (32)	75 (33)	82 (36)	86 (36)	85 (38)	89 (41)	87 (40)	91 (46)	89 (44)	86 (42)	86 (43)	85 (43)
売上高（百万円）	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	9,629	12,124	12,927
配信/コンテンツ	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	2,175	2,299	2,504
ライブ/イベント	293	287	563	1,059	193	581	466	2,187	376	1,285	954	2,985	349	1,144	2,328	3,971	433	1,922	2,024
マーチャンダイジング	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	5,838	5,839	6,639
ライセンス/タイアップ	152	220	540	464	382	439	878	976	1,023	778	1,254	1,383	1,100	1,480	1,476	1,687	1,182	2,062	1,759
営業利益（百万円）	624	326	757	145	361	516	856	1,682	895	1,408	1,186	2,045	834	2,537	2,171	2,457	972	1,693	2,559

※chを共有しているフワフワ・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	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期 Q3
売上高	13,663	20,451	30,166	43,401	12,927
成長率	+138%	+49%	+48%	+44%	+9.9%
売上総利益	5,274	9,396	13,988	21,805	6,999
対売上高比率	38%	45%	46%	50%	54%
営業利益	1,855	3,417	5,536	8,001	2,559
対売上高比率	13%	16%	18%	18%	20%
当期純利益	1,244	2,508	4,137	5,559	1,927
対売上高比率	9%	12%	14%	13%	15%

貸借対照表の概要



百万円	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期 Q3
流動資産合計	7,168	11,740	14,798	22,872	23,288
現金及び現金同等物	4,644	7,793	8,666	11,498	14,938
固定資産合計	1,069	4,146	7,914	10,187	11,117
資産合計	8,238	15,887	22,713	33,060	34,406
負債合計	4,780	8,880	11,569	16,112	13,531
純資産合計	3,457	7,006	11,143	16,947	20,874

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。

<https://cover-corp.com/>