



2024年5月期 第1四半期決算説明

2023年10月13日

AGENDA

1. 2024年5月期 1Q決算概要
2. 決算期変更及び通期業績予想の修正
3. 参考資料



対計画

想定以内

グッズP2Cは好調に推移

ゲームは不調により想定を下回って推移

全社として減収減益となるも、**ゲーム以外の事業は想定範囲内で推移**

費用嵩む

構造改革継続

TOB関連費用発生

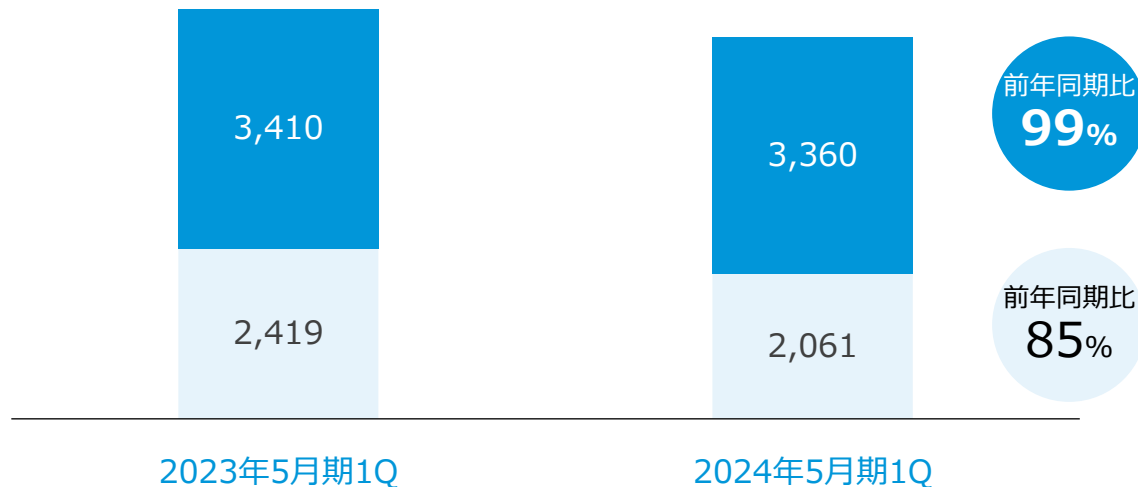
広告宣伝費等の費用が増加

ゲーム事業一部撤退に伴う特別損失(計186百万円)計上

アドセンス以外の売上は前年同期並みの推移
アドセンス売上はクリエイターの契約変更等の影響により、
ショート除く再生回数が減少し前年同期比85%

- アドセンス以外の売上
- アドセンス売上

(単位：百万円)

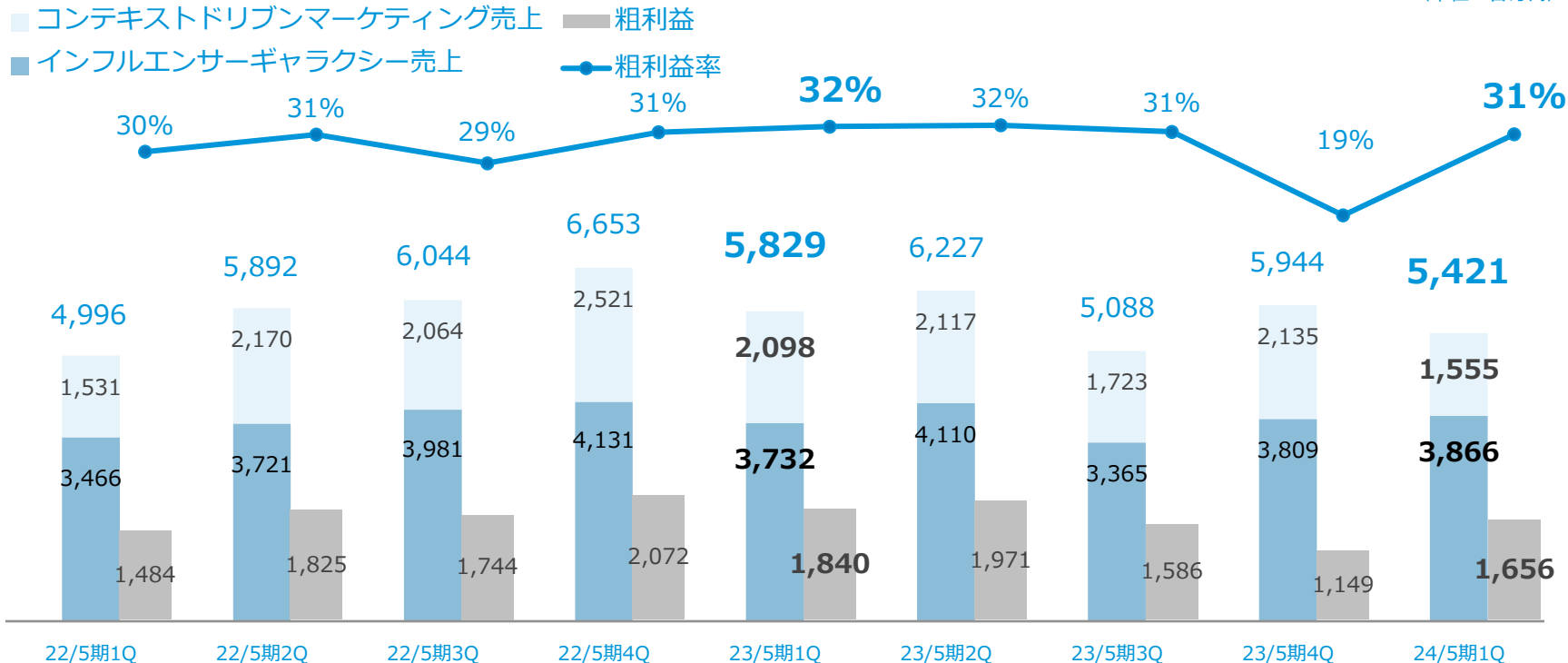


アドセンス及びコンテキストドリブンマーケティング減収により売上高が前年同期比93%も、
 通期では想定範囲内で推移
 広告宣伝費の投下により販管費が増加
 ゲーム以外の事業は想定通りの営業利益を計上するも、全社としては減益

(百万円)	24/5期 1Q (2023年6月-2023年8月)	23/5期 1Q (2022年6月-2022年8月)	前年同期比
売上高	5,421	5,829	93%
粗利益	1,656	1,840	90%
販管費	1,712	1,636	105%
営業利益	△57	203	-%
親会社株主に帰属する当期純利益	△222	105	-%

インフルエンサーギャラクシー売上はグッズP2C好調によりゲーム不調を吸収し増収
 コンテキストドリブンマーケティング売上は前年同期に特需があった影響により今期減収
 粗利益はゲーム不調の影響を吸収しきれず前年同期比で減少

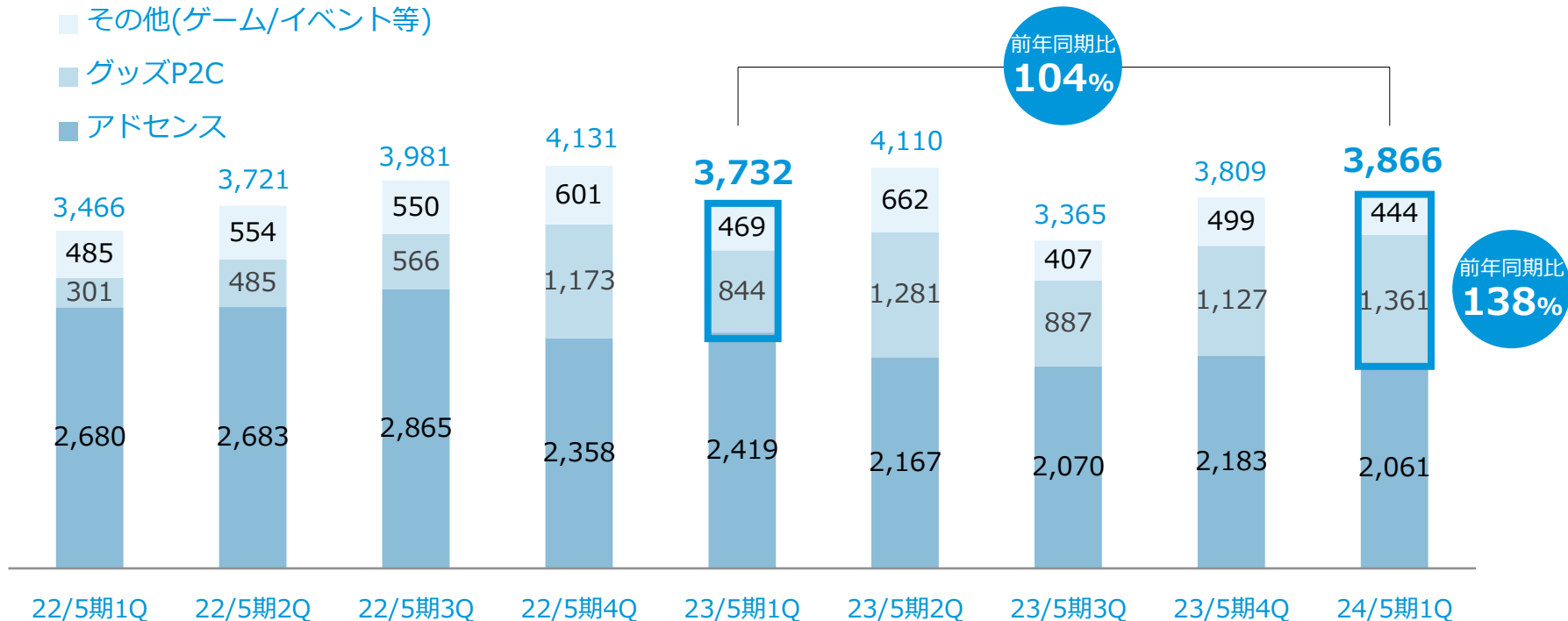
(単位：百万円)



グッズP2C大幅増収517百万円、アドセンス減収358百万円
 アドセンス以外売上前年同期比138%
 インフルエンサーギャラクシー売上前年同期比104%

(単位：百万円)

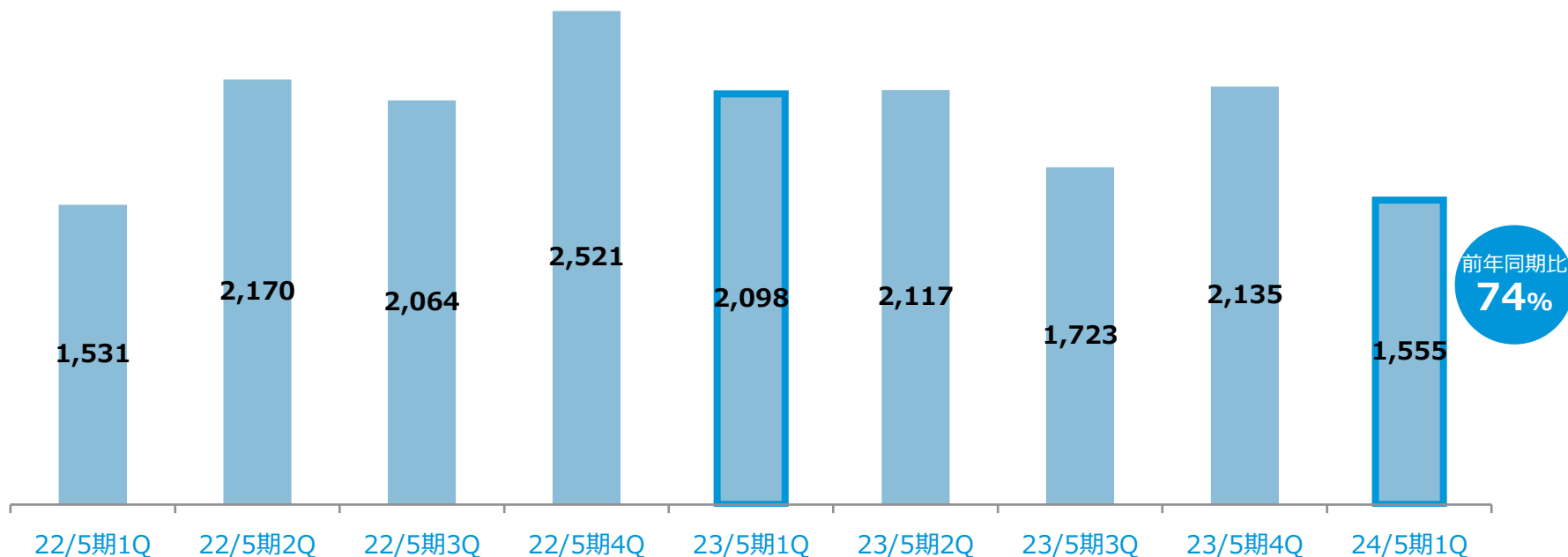
- その他(ゲーム/イベント等)
- グッズP2C
- アドセンス



※ネットワーククリエイターの規約見直しに伴い、22/5期4Qよりネットワーククリエイターのアドセンスはネット計上に変更。

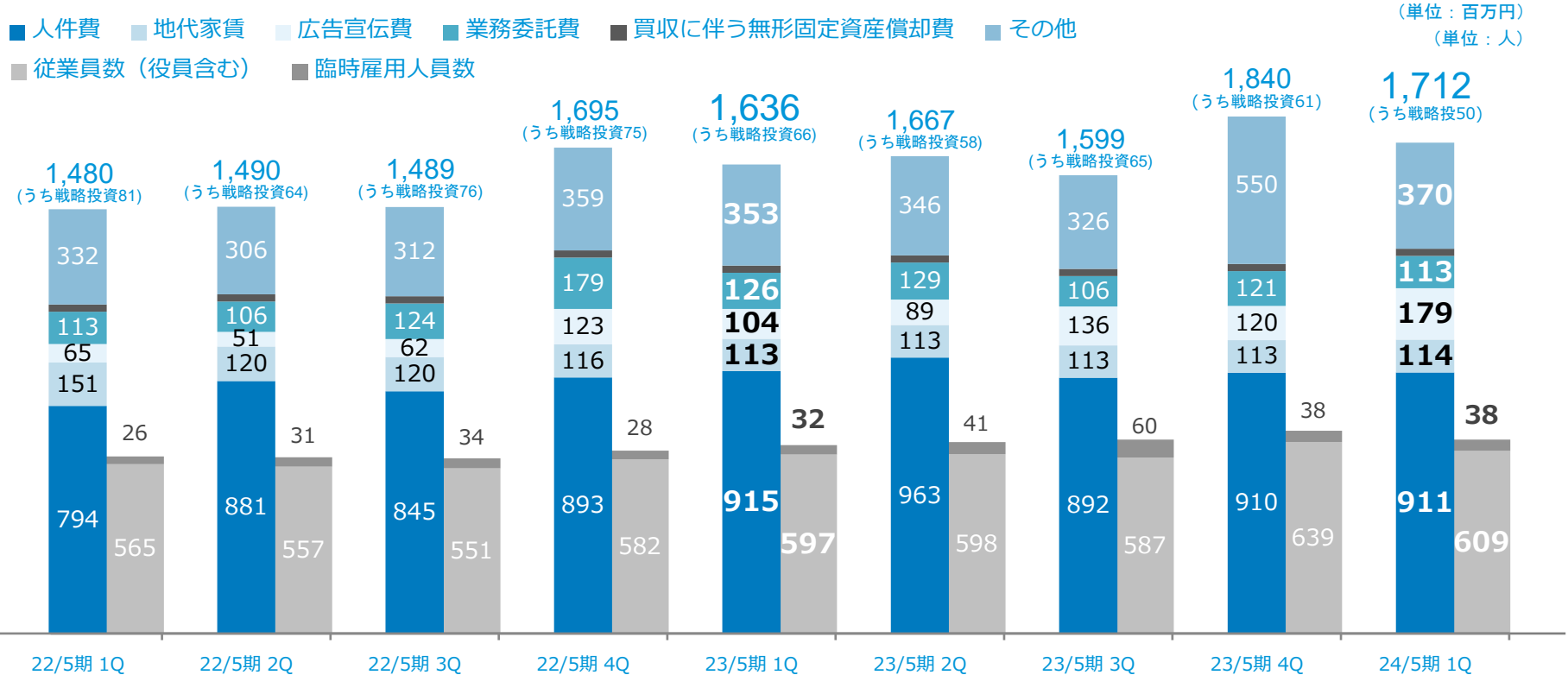
23/5期1Qに特需があった影響により前年同期比74%
季節性要因により低調に推移するも、対計画では想定内

(単位：百万円)



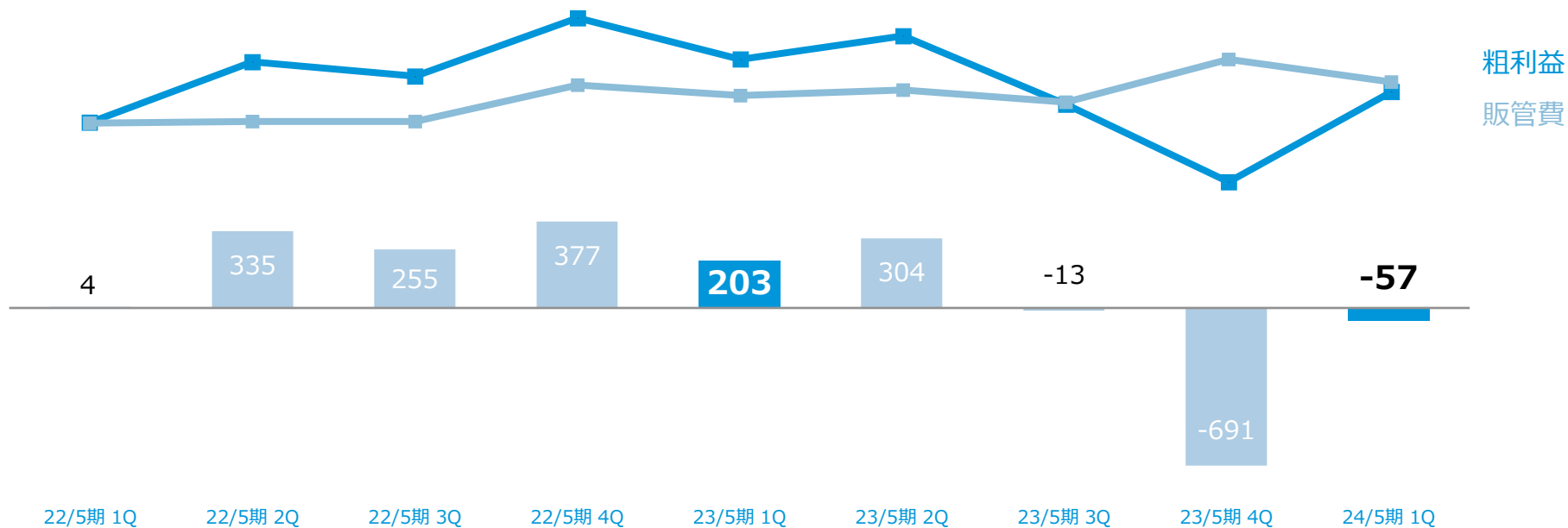
販管費（四半期）と四半期末の従業員数、臨時雇用人員数の推移

好調のグッズP2Cのオンライン販売強化やゲーム等の影響により前年同期比で広告宣伝費増加
 販管費合計は前年同期比105%とコスト増



ゲーム不振と広告宣伝費増加により四半期営業損失57百万円

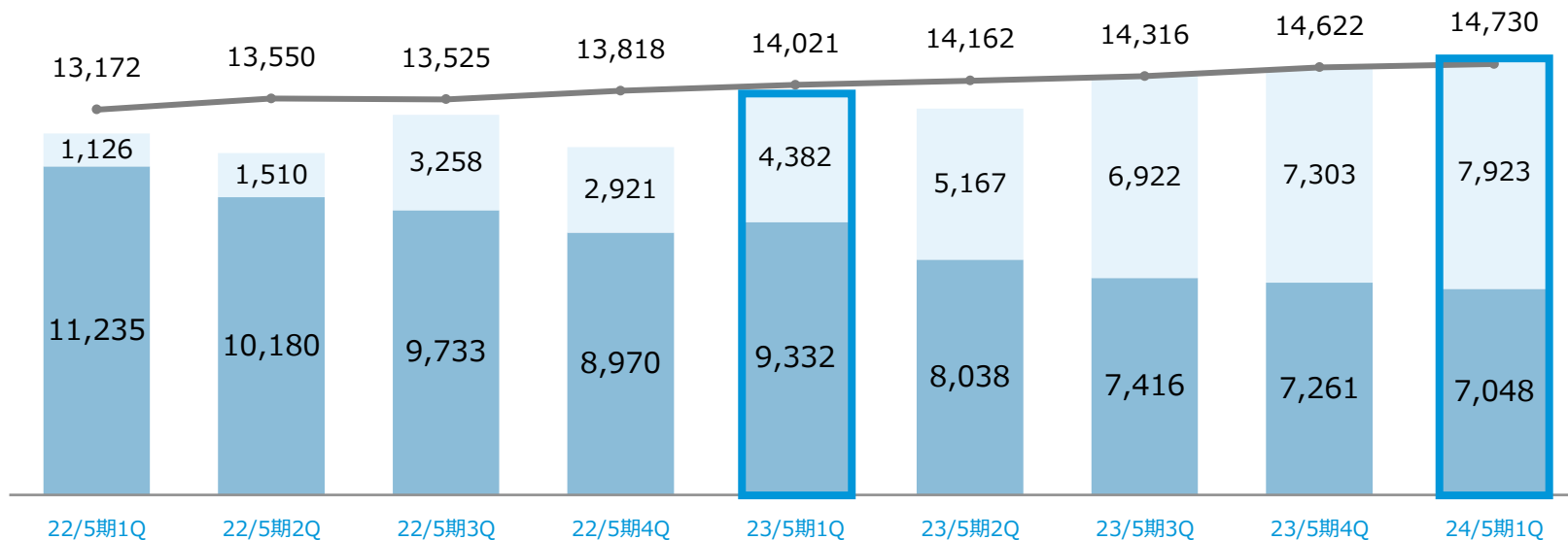
(単位：百万円)



全体再生回数は引き続き上昇傾向
クリエイターの契約変更によりショート除く再生回数が減少傾向

■ ショート再生回数
■ ショート除く再生回数
● 期末チャンネル数

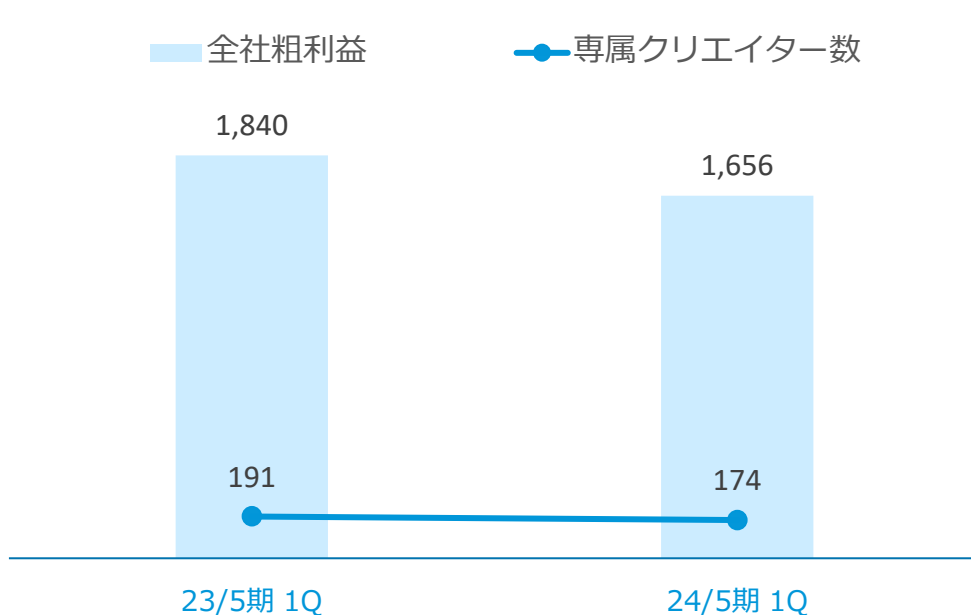
(単位：百万回、チャンネル)



前年同期比
109%

粗利益減少するも、引き続き効率化推進により生産性は前年同期比並み

(単位：百万円、組)



全社粗利益

前年同期比

90%

専属クリエイター数

前年同期比

-9%

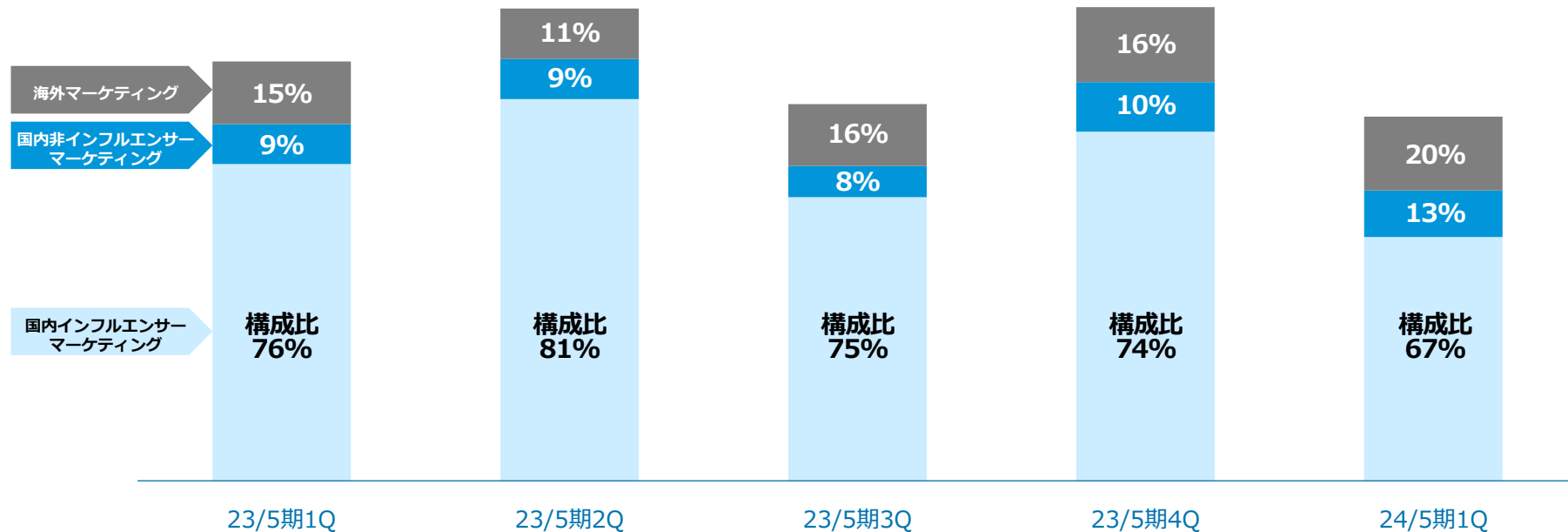
生産性

(全社粗利益 ÷
専属クリエイター数)

前年同期比

99%

運用型広告等の新メニュー使った既存顧客へのクロスセル及び新規顧客獲得が進み、
非インフルエンサーマーケティング領域の比率増加



不採算または成長性の期待できない事業の撤退・統合の進捗

項目	時期	進捗
ゲーム事業一部撤退	1Q	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自社で運営するゲーム事業一部撤退
ライブ配信事業の撤退	1Q~2Q	<ul style="list-style-type: none"> ・ ライブ配信事業の撤退に向け売却を検討中 ・ 2Q中での売却完了を目指す
アライアンス関連 チャンネル一部撤退	1Q~2Q	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一部のアライアンス関連チャンネル撤退に向け、1Qから2Qでの移管完了を予定
P2Cブランド一部撤退	1Q~	<ul style="list-style-type: none"> ・ 一部ブランドの移管が完了 ・ 引き続き収益性の低いブランドは、ライセンスモデルへの移行や譲渡を進める

インフルエンサー
ギャラクシー



外部クリエイターとの取り組みとして、芸人旅団初のPOPUPSHOP&カフェを期間限定で開催

インフルエンサー
ギャラクシー



「HIKAKIN PREMIUM (ヒカキンプレミアム)」からみそきん(濃厚味噌ラーメン・濃厚味噌メシ)の再販を実施

インフルエンサー
ギャラクシー



東海オンエア初のPOPUP SHOP「東海オンエ屋」を開催

インフルエンサー
ギャラクシー



「くじくじオンライン」第一弾ですずしょうとくじが登場

インフルエンサー
ギャラクシー



フィッシャーズが手掛けるブランド「Dotene（ドテネ）」成長サポート飲料「のびろー」を全国のドン・キホーテにて販売

インフルエンサー
ギャラクシー



全国の「イオン」「イオンスタイル」など約400店舗のテレビゲーム売場等にて「カラフルピーチ」の公式グッズを販売

コンテキスト
ドリブン
マーケティング



アジア最大級の国際短編映画祭「ショートショート フィルム フェスティバル & アジア2023」(SSFF & ASIA 2023) 受賞式に「Branded Shorts of the Year 2023」を受賞した当社 CCO (Chief Creative Officer) 丹羽貴紫 が登壇

コンテキスト
ドリブン
マーケティング



YouTube・Instagram・TikTokなどで活躍中のインフルエンサー 合計70名が選んだ 2023年上半期ベストコスメを大発表

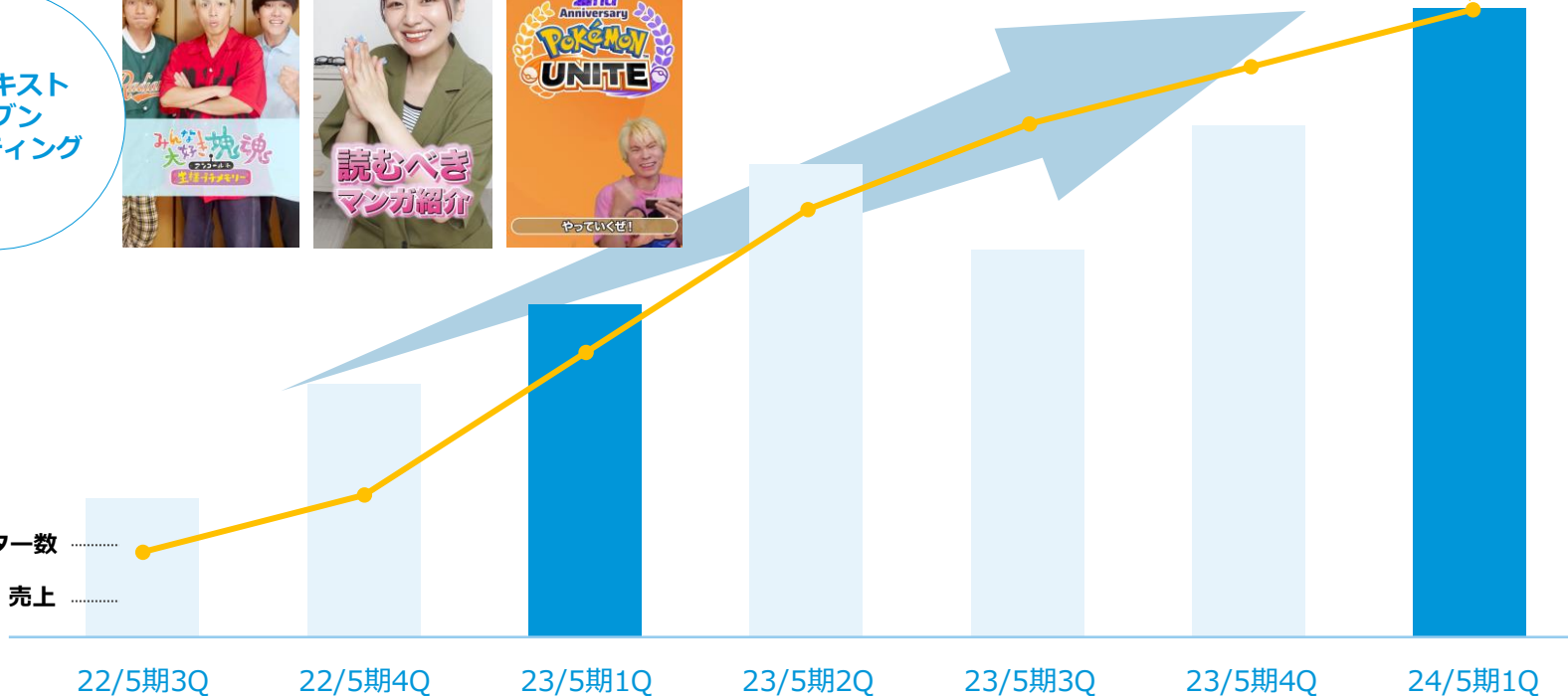
運用型広告売上は引き続き高い売上成長を継続、四半期売上高は過去最高値を更新

コンテキスト
ドリブン
マーケティング



参加クリエイター数
220組突破!

クリエイター数
売上



AGENDA

1. 2024年5月期 1Q決算概要
- 2. 決算期変更及び通期業績予想の修正**
3. 参考資料



2023年11月24日に開催予定の臨時株主総会で、
事業年度変更に係る議案が承認されることを条件として決算期変更を実施
決算期変更の経過措置となる第11期は16カ月決算となる予定

	2023年			2024年		
	6～8月	9～11月	12～2月	3～5月	6～8月	9～11月
5月決算 (変更前)	2024年 5月期			2025年 5月期		
9月決算 (変更後)	2024年9月期 (16カ月決算)					2025年 9月期

＜変更の理由＞

株式会社フリークアウト・ホールディングスによる当社株券に対する公開買い付けが終了したことを踏まえて、親会社である株式会社フリークアウト・ホールディングスと決算期を統一することで、事業運営の効率化及び経営情報の適時・的確な開示による経営の透明性向上を図るため

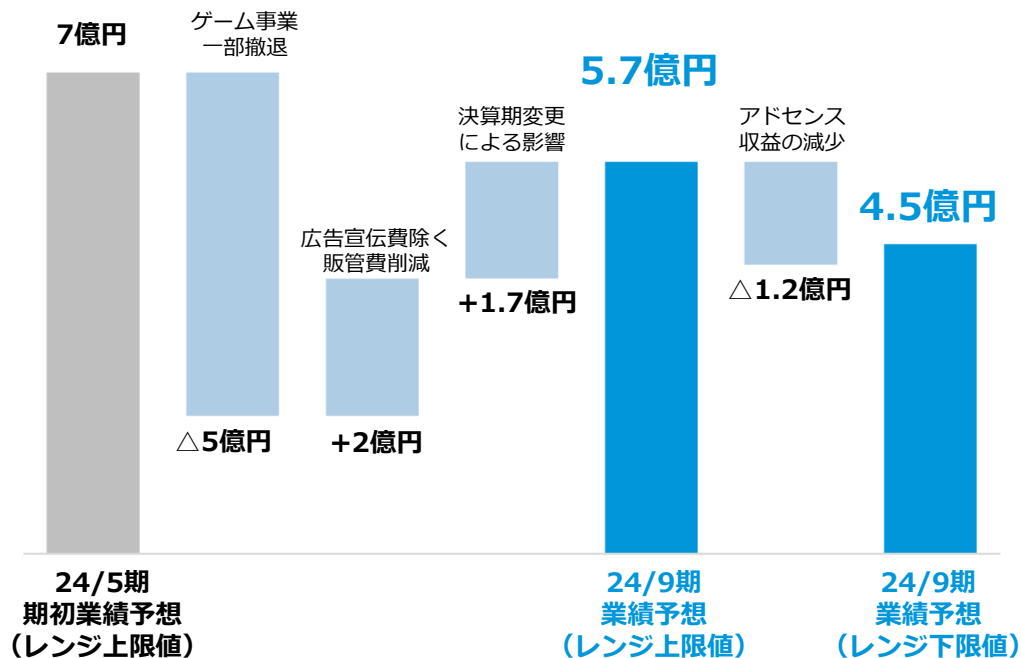
決算期変更に伴い、2023年7月14日に公表の12カ月決算をベースとした業績予想に、2024年6月～2024年9月までの4カ月間の業績予想を加味し、16カ月間の通期業績予想数値へ修正

(百万円)	24/9期 業績予想 (16カ月)	24/5期 期初業績予想 (12カ月)
売上高	29,600～30,300	24,000～24,700
粗利益	9,000～9,150	7,300～7,600
販管費	8,550～8,580	6,900
営業利益	450～570	400～700
親会社株主に帰属 する当期純利益	250～340	150～420

※24/9期はアドセンス収益が不透明であることを考慮しレンジでの開示

ゲームが想定を下回って推移するも、
販管費の削減を順調に進められている影響により期初業績予想に対してレンジ内で推移

期初業績予想に対する決算期変更後業績予想の増減要因



ゲーム事業一部撤退	ゲーム事業一部撤退の影響を反映
販管費削減	不採算事業撤退や固定費削減等の構造改革が順調に進捗
決算期変更による影響	決算期変更により2024年6月～2024年9月までの4カ月間の業績予想を加味
アドセンス収益の減少	アドセンス収益が不透明であることを考慮しレンジでの開示

インフルエンサーギャラクシーはアドセンスに依存しない売上構造への転換を継続
コンテキストドリブンマーケティングは広告メニューおよびソリューション拡大を継続

(百万円)	24/9期 業績予想 (レンジ上限値の内訳)	24/5期 期初業績予想 (レンジ上限値の内訳)
インフルエンサーギャラクシー	19,700	16,300
コンテキストドリブンマーケティング	10,600	8,400
合計	30,300	24,700

期末にかけて人件費等の固定費を削減、引き続きテクノロジー等の事業投資は継続

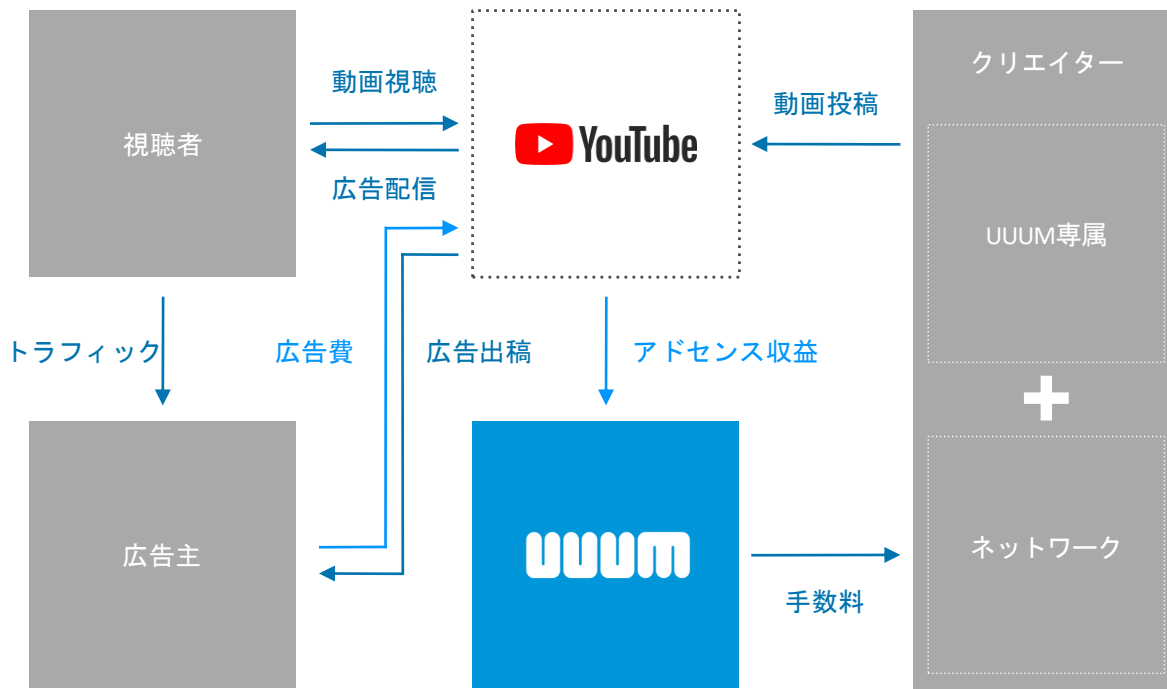
(百万円)	24/9期 業績予想 (レンジ上限の内訳)	24/5期 期初業績予想
人件費	4,620	3,720
広告宣伝費	460	440
地代家賃	600	450
その他	2,900	2,290
販管費合計	8,580	6,900

※その他：テクノロジーへの投資、クリエイターサポート費用等

AGENDA

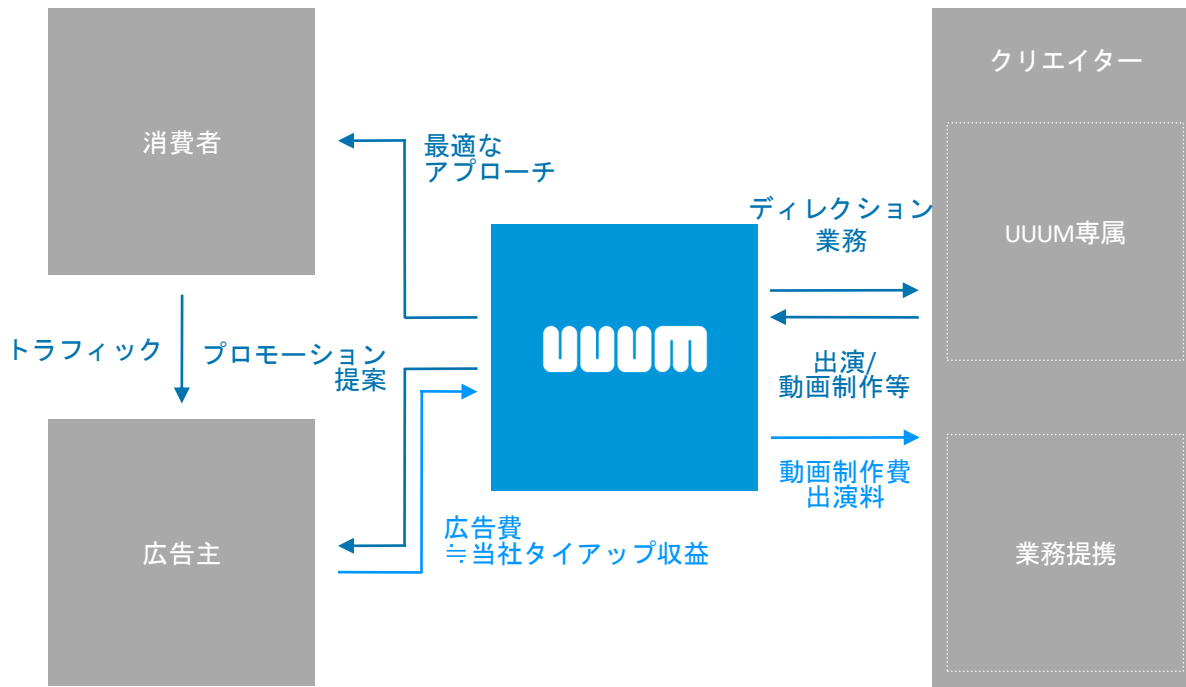
1. 2024年5月期 1Q決算概要
2. 決算期変更及び通期業績予想の修正
- 3. 参考資料**



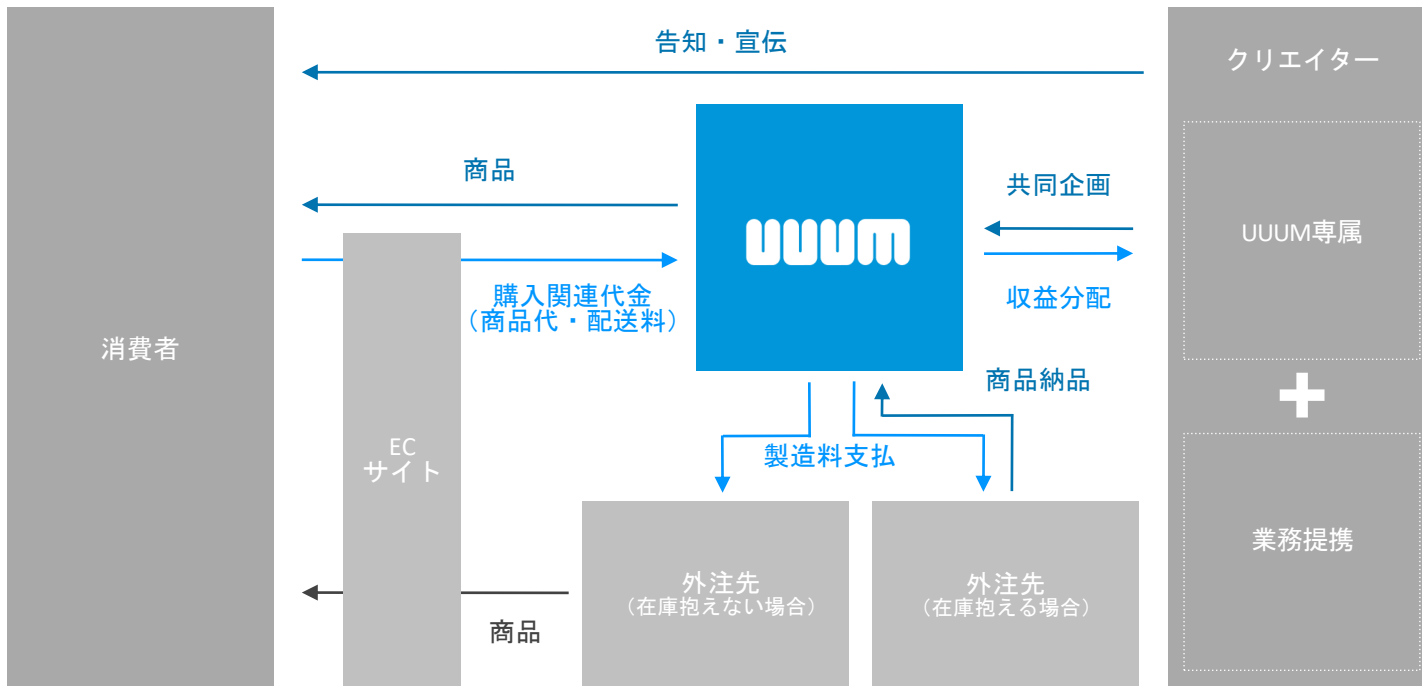


アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価

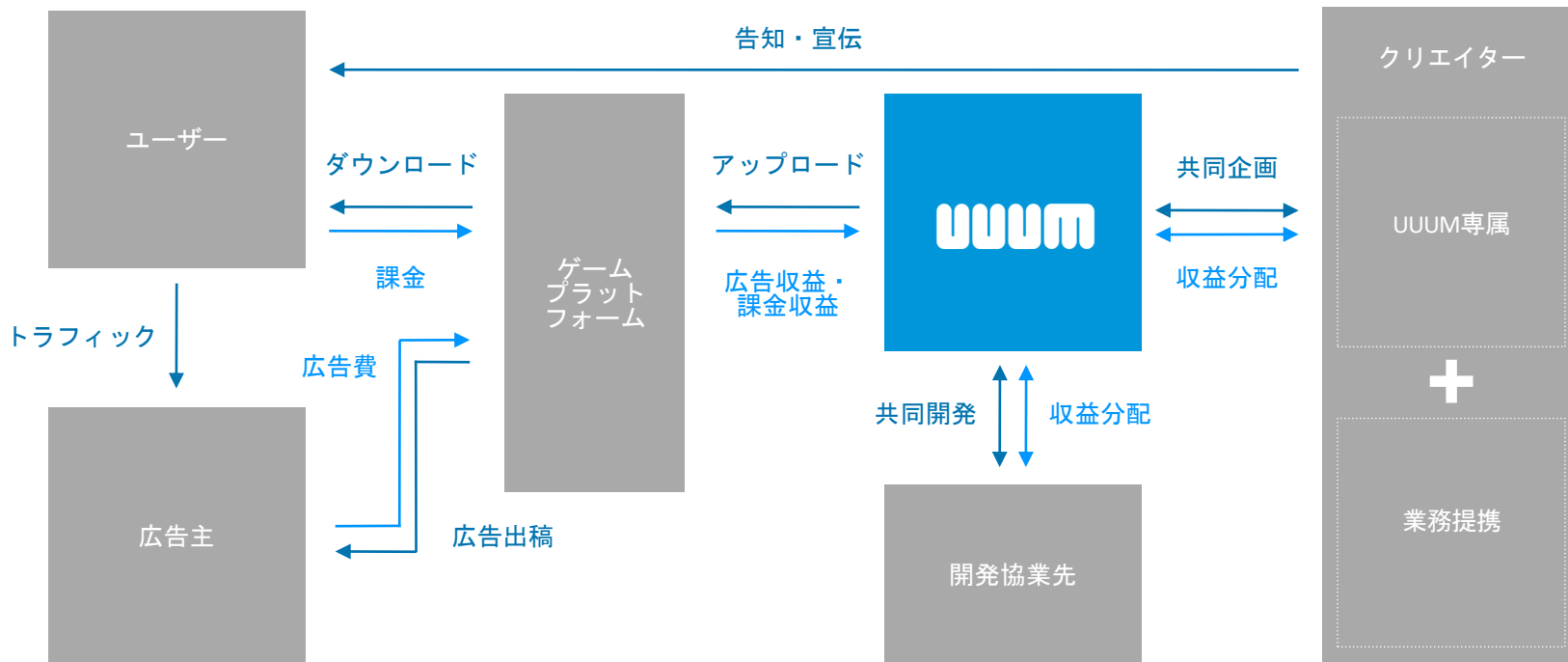
* ネットワーククリエイター等一部のクリエイターについてはアドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価×手数料率



タイアップ収益（当社売上）＝媒体費・制作費・キャストینگ費・PR費・キャンペーン費等



グッズ収益（当社売上）＝商品代金＋配送料



$$\text{ゲーム収益 (当社売上)} = \text{ゲーム広告収入} + \text{ゲーム課金収入}$$

項目	主要なリスク	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
広告市場の動向	<ul style="list-style-type: none"> 景気の低迷等の理由による広告出稿の落ち込み 	中／中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> 広告市場におけるビジネス領域の拡大によるシェア拡大 広告市場に依存しないビジネスの拡大
新規事業開発について	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業に関して、予測とは異なる状況が発生し、計画通りに進まない場合 	大／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> 自社の強みを活かした新規事業の選定 撤退ラインの明確化
特定のクリエイターへの依存	<ul style="list-style-type: none"> トップクリエイターの活動が休止・停止した場合 スキャンダルや炎上によりクリエイター活動に影響が生じた場合 	中／中長期	低～中	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターへのコンプライアンスの徹底 幅広いクリエイターとのビジネス拡大
新型コロナウイルス感染	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍における各企業からの広告出稿の減少、オフラインイベント中止やそれに伴うグッズの販売中止等 	中／不明	中	<ul style="list-style-type: none"> 広告市場に依存しないビジネスの拡大 オンラインビジネスの拡大

注：その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照

免責事項:

免責事項:本資料は、事業や業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。本資料の内容には当社の判断が含まれており、様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。



uuum