

jig.jp

# 2024年3月期第1四半期 決算説明資料

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2023年8月  
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

# 目次

---

## 01 2024年3月期第1四半期業績及び 2024年3月期業績予想

---

## 02 会社及び事業概要

---

## 03 今後の成長戦略

---

## Appendix

---

01



# 2024年3月期第1四半期業績及び 2024年3月期業績予想

# 2024年3月期第1四半期決算サマリー

**売上高**

**3,009百万円**

前年同期比  
+19.8%

**営業利益**

**453百万円**

前年同期比  
+102.2%

**営業利益率**

**15.1%**

前年同期比  
+6.1pt

## TOPICS

- ✓ **売上高の継続的な成長**  
第1四半期の四半期売上高は過去最高を更新
- ✓ **課金UU数の着実な拡大**  
月次課金ユニークユーザー数の第1四半期平均値も過去最高値を記録（月37,533人／前年同期比+11.6%）
- ✓ **決済手数料の削減等により、営業利益、営業利益率が向上**  
売上高に対する決済手数料率は前年同期約20%から約18%へ圧縮に成功し、営業利益率の向上に寄与

# 2024年3月期第1四半期業績ハイライト

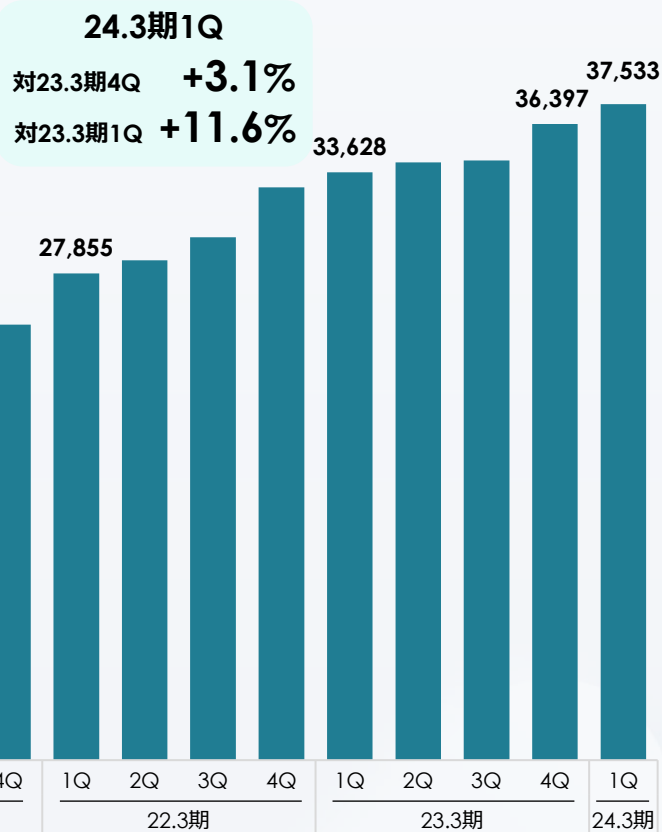
- 24.3期1Qは前期に続き、ライブ配信事業「ふわっち」が好調に推移し、四半期売上高・利益ともに過去最高を更新。特に利益については、売上高の増加や広告宣伝費等の規律ある投資の実行に加えて、ブラウザ決済比率の向上による決済手数料の圧縮により、予算対比で大幅に進捗

【連結】 (単位：百万円)	23.3期 1Q実績	24.3期 1Q実績	対前年同期実績		24.3期通期業績予想	
			増減額	比率	計画値	進捗率
売上高	2,512	<b>3,009</b>	+496	+19.8%	11,558	26.0%
売上総利益	2,386	<b>2,874</b>	+487	+20.4%	10,917	26.3%
売上総利益率	95.0%	<b>95.5%</b>	+0.5pt	-	94.5%	-
営業利益	224	<b>453</b>	+229	+102.2%	992	45.7%
営業利益率	8.9%	<b>15.1%</b>	+6.1pt	-	8.6%	-
経常利益	224	<b>453</b>	+229	+102.4%	992	45.7%
経常利益率	8.9%	<b>15.1%</b>	+6.2pt	-	8.6%	-
親会社に帰属する当期純利益	208	<b>299</b>	+91	+43.7%	689	43.4%
当期純利益率	8.3%	<b>10.0%</b>	+1.7pt	-	6.0%	-

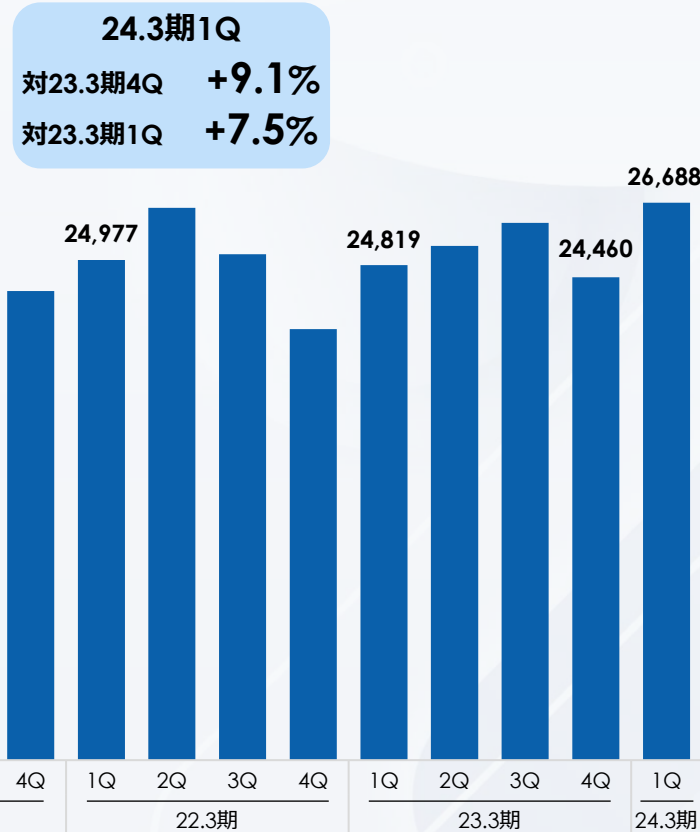
# 主要KPIの進捗

- 24.3期1Qにおける課金UU数<sup>1</sup>は前期からの着実な成長に加えて、アイテム販売も功を奏し、前年同期比+11.6%、前四半期比+3.1%と堅調に増加
- ARPPU<sup>2</sup>はイベントが想定対比でやや盛り上がったこと等を背景に、前年同期比+7.5%、前四半期比+9.1%と上昇

月次課金UU数<sup>1</sup>  
(四半期平均推移)  
(単位：人)



月次ARPPU<sup>2</sup>  
(四半期平均推移)  
(単位：円)

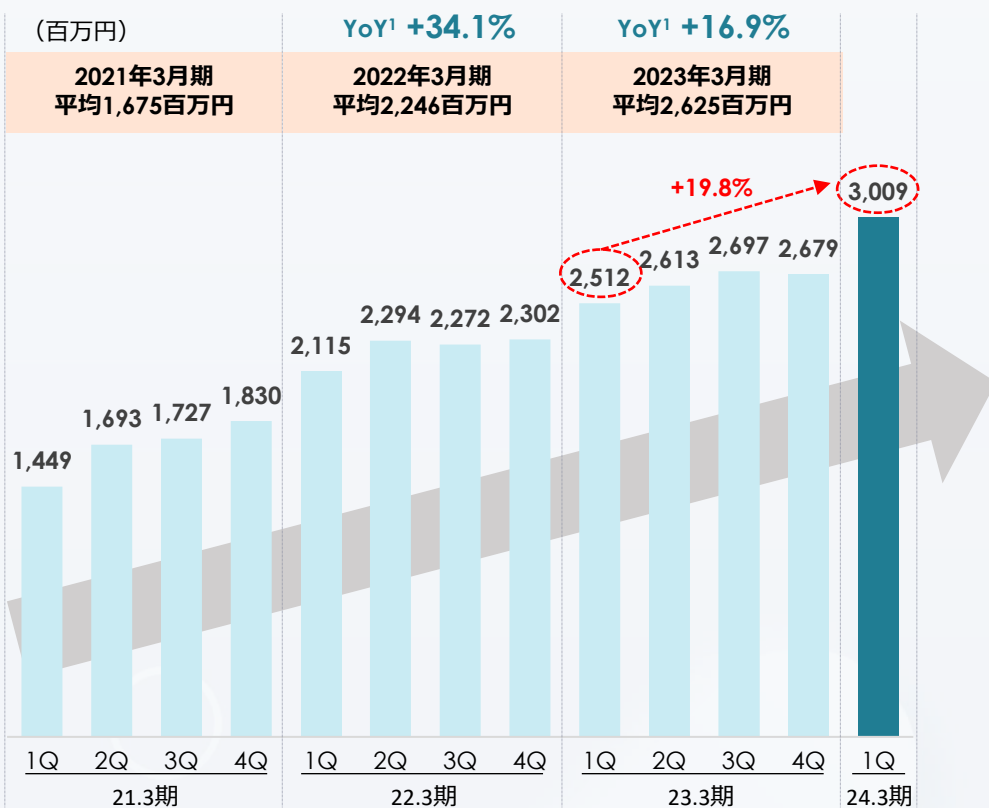


注1：UU（ユニークユーザー）数とは「重複込みなしの合計ユーザー数」 注2：ARPPUとは「課金ユーザー1人あたりの平均課金額」を指し、「月次売上÷課金UU数（月次）」にて算出

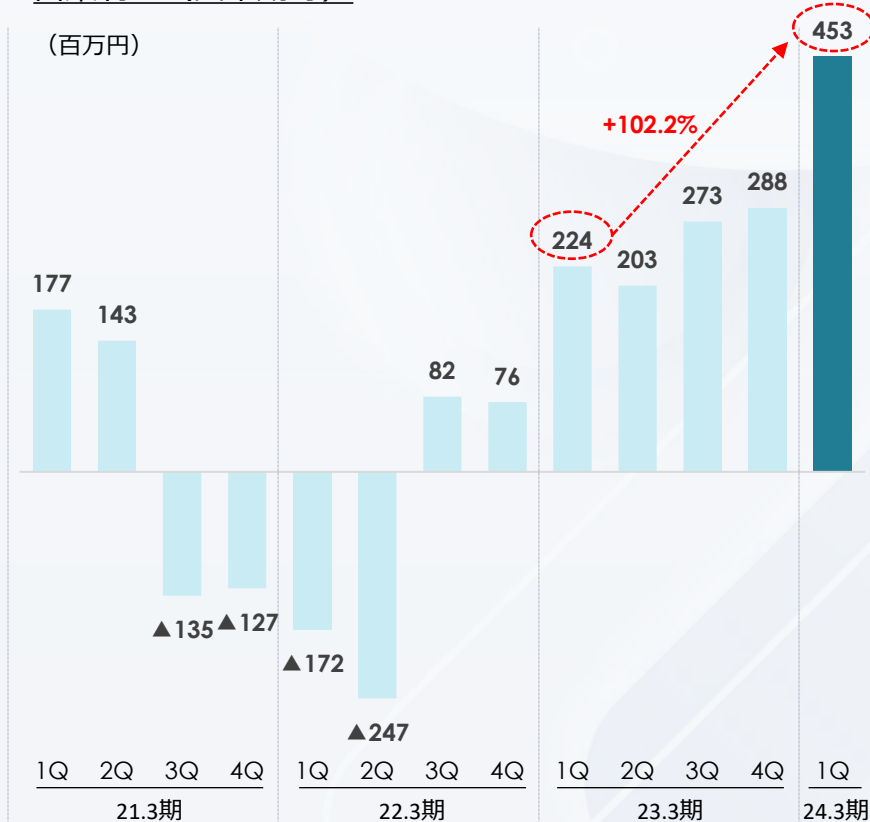
# 四半期業績推移

- 売上高は四半期毎に堅調な増加基調で、24.3期1Qは前年同期比+19.8%、23.3期通期平均比+14.6%の成長を実現
- 営業利益は、過年度のコロナ禍の成長取込みを企図した広告宣伝費の積極的投資による赤字から一転して黒字化を継続。24.3期1Qは前年同期比+102.2%と大幅に成長

## 売上高（四半期毎）

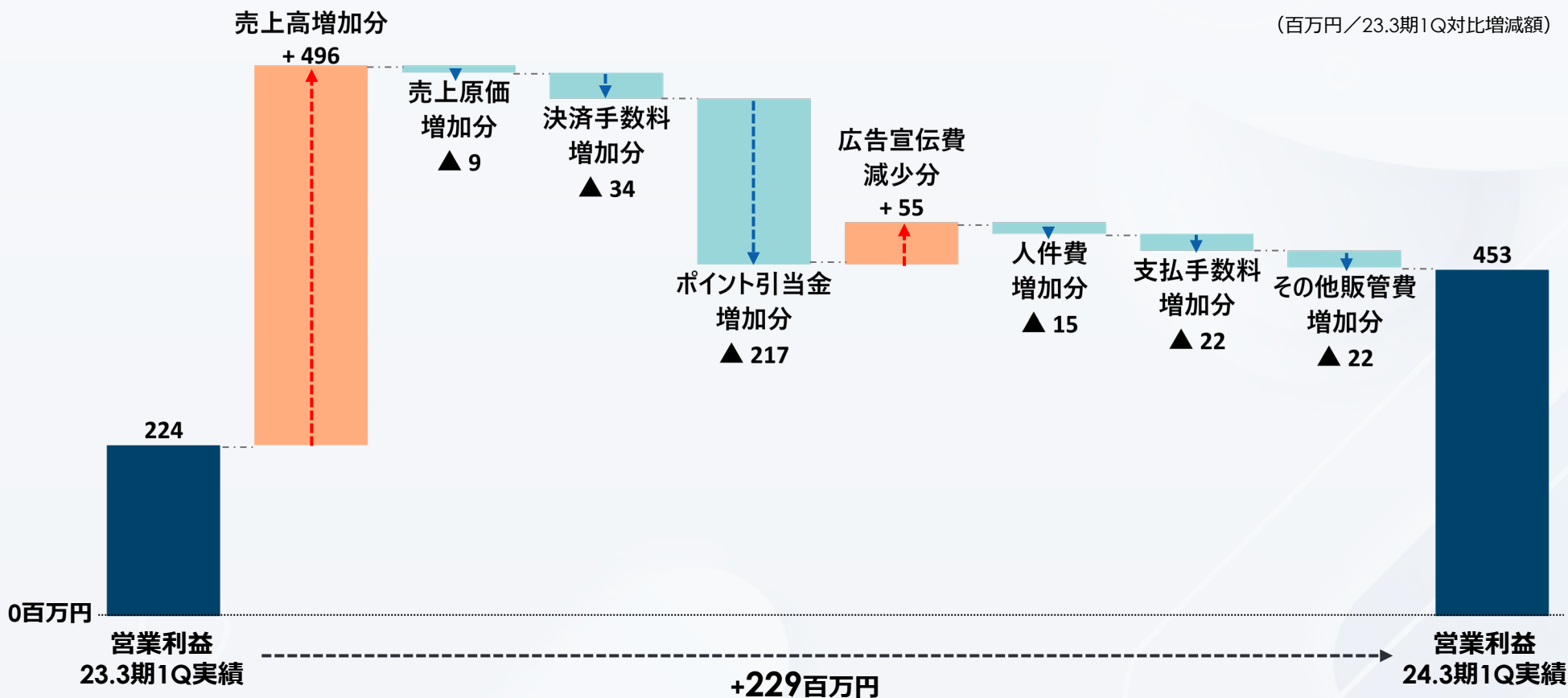


## 営業利益（四半期毎）



# 2024年3月期第1四半期営業利益増減要因

- 「ふわっち」の好調による売上高の増加に伴い、ポイント引当金及び決済手数料が前年同期対比増加。また人件費、支払手数料及びその他販管費等の一部固定費についても微増となったものの、売上高増加や広告宣伝費の減少により、営業利益は前年同期比+229百万円の増益

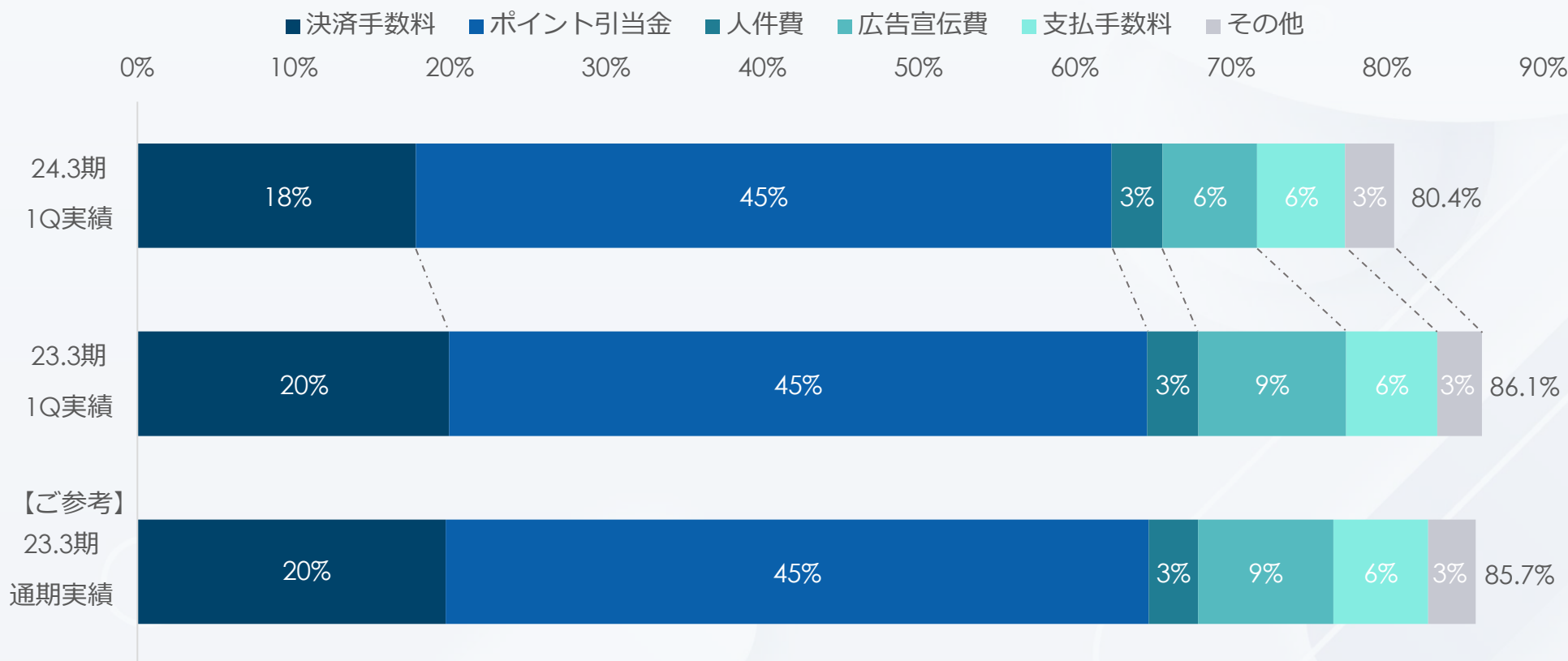




# 販売費及び一般管理費の内訳

- 24.3期1Qは、ブラウザ決済を促進する施策の実施により、ブラウザ決済比率が向上。その結果、売上高に占める決済手数料の割合は、前年同期約20%から約18%へ圧縮を実現

販売費及び一般管理費の主な項目における売上高比率



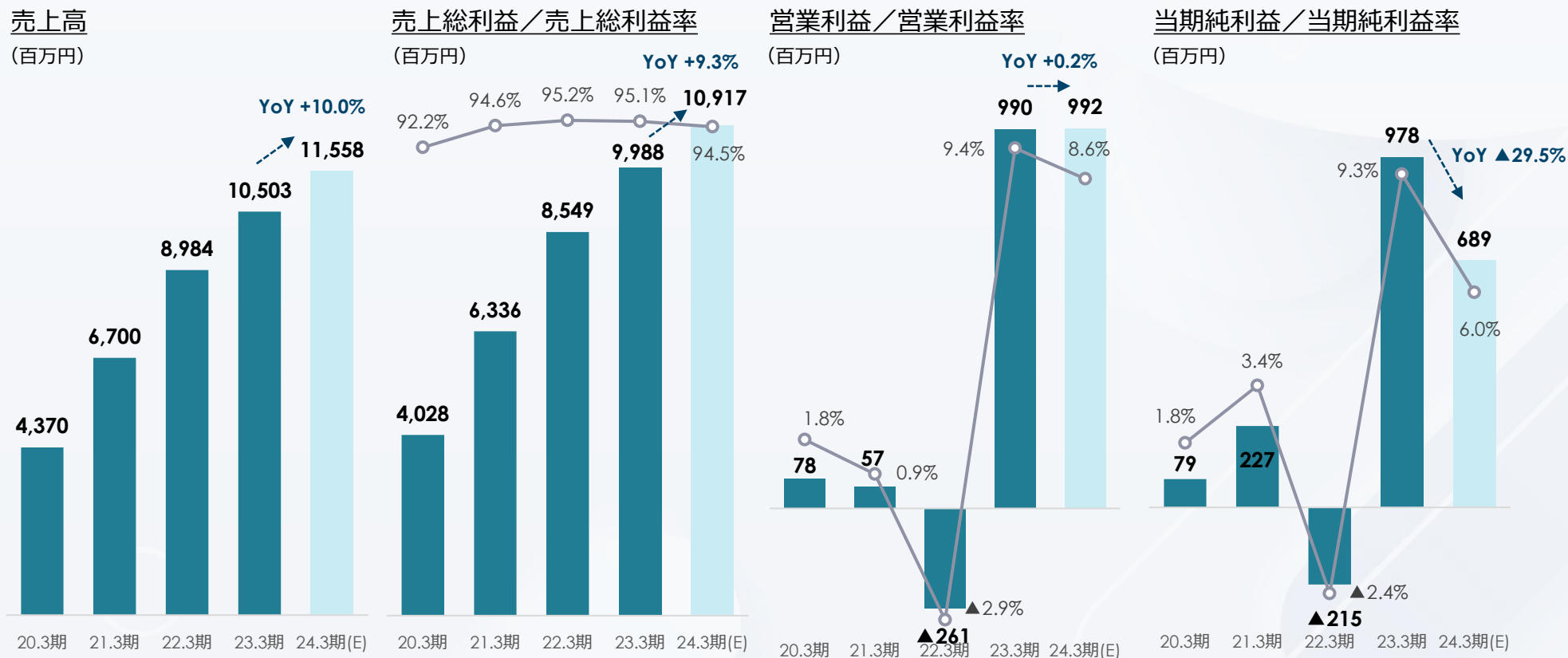
# 財務ハイライト

- 前期末時点から継続して、健全な財務状況を維持
- 利益剰余金の増加により、純資産は299百万円増加。自己資本比率は前期末時点から+4.8pt上昇の55.0%で推移

【連結BS】 (単位：百万円)	23.3期末 実績	24.3期1Q末 実績	対前期末実績	
			増減額	比率
流動資産合計	3,078	<b>3,325</b>	+247	+8.0%
現金及び預金	1,787	<b>2,011</b>	+223	+12.5%
固定資産合計	1,174	<b>1,099</b>	▲74	▲6.4%
資産合計	4,252	<b>4,425</b>	+172	+4.1%
流動負債合計	1,762	<b>1,621</b>	▲140	▲8.0%
固定負債合計	354	<b>367</b>	+13	+3.7%
負債合計	2,116	<b>1,989</b>	▲127	▲6.0%
自己資本	2,135	<b>2,434</b>	+299	+14.0%
純資産合計	2,136	<b>2,435</b>	+299	+14.0%
負債純資産合計	4,252	<b>4,425</b>	+172	+4.1%
(ご参考) 自己資本比率	50.2%	<b>55.0%</b>	+4.8pt	-

# 通期業績推移及び業績予想

- 今期業績予想について「ふわっち」の継続的な成長により、売上高は前期比10%程度の増加を計画
- 一方で、営業利益及び当期純利益は当社人材の価値向上を目的とした人的資本拡充による費用増加を見込んでおり、前期同水準の着地を想定



02.

## 会社及び事業概要

# 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力で、  
誰もが便利で、楽しく、軽やかに利用できるソフトウェアを世の中へ。

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を社名を「jig.jp」にして創業。  
リテラシーの高い人々だけでなく、すべての方々が恩恵を受けられるように  
これまでも、これからも私たちは誰もが軽やか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。

# 会社概要

## 会社概要

会社名	株式会社jig.jp
代表者	代表取締役社長 福野泰介
設立年	2003年5月28日
資本金	877百万円（2023年3月末時点）
従業員数	63名（2023年3月末時点）
東京本社	〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-23-5代々木イースト4階
開発センター （本店）	〒916-0036 福井県鯖江市横越町第10号34番地1
事業内容	モバイルを中心としたソフトウェアの企画・開発・提供
主要事業	ライブ配信サービス「ふわっち」
グループ会社	株式会社 A Inc. / 株式会社 B Inc.

## 沿革

2003年	5月	東京都新宿区に株式会社jig.jpを設立
	9月	携帯電話用パケット節減サービス『jigアプリ』*をリリース
2004年	7月	<b>福井県鯖江市に開発センターを設置</b>
	10月	携帯電話用PCサイト閲覧ブラウザ『jigブラウザ』をリリース
2010年	5月	携帯電話用Twitterクライアントアプリ『jigtwi（ジグツイ）』*をリリース
	3月	"オタク"グッズ専用フリマアプリ『オタマート』*をリリース
2014年	6月	自治体向け『オープンデータプラットフォーム（odp）』をリリース
	5月	こどもパソコン『IchigoJam』のライセンス販売スタート
2015年	9月	<b>ライブ配信サービス『ふわっち』をリリース</b>
2018年	7月	気軽にカラオケの録音・投稿が楽しめるアプリ『うたオン』*をリリース
	8月	<b>福井県鯖江市に自社ビルを建設し、本店移転</b>
2022年	12月	<b>東証グロース市場に上場</b>
2023年	5月	当社設立20周年

注：\*は終了したサービス

# 経営陣 (2023年8月14日時点)



代表取締役社長  
福野 泰介

エンジニア創業者

- デジタル庁オープンデータ伝道師
- 外部アドバイザーとして福井高専をサポート
- 神山まるごと高専 技術教育統括ディレクター
- 地元福井を中心に全国の高専、地方自治体とのネットワークあり

当社歴 20年



取締役会長  
占部 哲之

主な事業経験

多様な事業の営業経験、マーケティング経験、マネジメント経験

当社歴 15年



取締役管理本部長  
大谷 涼

主な事業経験

長年のモバイルサービスの事業運営経験や知見

当社歴 14年



取締役  
大庭 淳一

主な事業経験

- 上場企業での経営企画業務
- ベンチャー投資
- システム開発

当社歴 4年



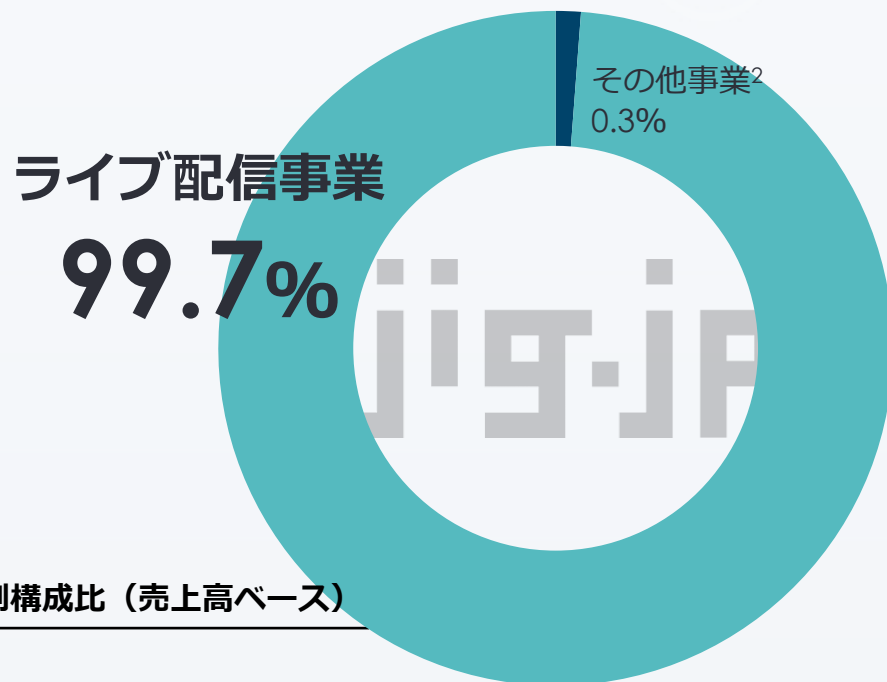
社外取締役  
赤浦 徹

ベンチャーキャピタリスト

- 一般社団法人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
- 長年のベンチャー投資、成長支援実績

当社歴 18年

# 事業別構成比<sup>1</sup>



jig.jpは

ライブ配信サービス「ふわっち」  
を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

事業別構成比（売上高ベース）

注1：2023年3月期通期実績値をベースに算出

注2：その他事業は、ブラウザ事業、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を指す



# その他事業とESGへのコミットメント

- 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等を実施

開発センターがある福井県鯖江市が掲げる「持続可能な地域モデル“めがねのまち鯖江”」を支援するため、学校や企業へプログラミングスクールの提供によるIT人材育成、地元福井高専との交流や高専インターンシップによる就労支援、鯖江市及び複数の自治体にオープンデータプラットフォーム等を提供

## 福井高専との交流/地域のIT化支援

当社会長福野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

## 高専生向けインターン



インターンの様子

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

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

# 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

..... 2000 ..... 01 ..... 02 ..... 03 ..... 04 ..... 05 ..... 06 ..... 07 ..... 08 ..... 09 ..... →

## 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

• 拡張機能である『jigスケジューラ』『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』

4G通信  
サービス開始


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

..... 10 ..... 11 ..... 12 ..... 13 ..... 14 ..... 15 ..... 16 ..... 17 ..... 18 ..... →

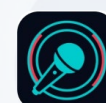
 携帯電話用  
Twitterクライアントアプリ  
『jigtwi（ジグツイ）』  
（フィーチャーフォン向け）

 スマートフォン向けに提供  
（アンドロイド向け）

 • “オタク”グッズ専用フリマアプリ  
『オタマート』

• 自治体向けに『オープンデータプラットフォーム（odp）』  
• こどもパソコン『IchigoJam』のライセンス販売

 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』

# 当社強みであるサービス開発力を支える独自の環境

- 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
- 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の実現

## 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

DCON 民間企業 オープンイノベーション実装 第4回 高専生向けインターン実施  
About DCON | PROGRAMMENCY | DCON募集について | CONTACT



高専リレーション  
高専プロコン / 高専DCON / 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ことができるサービス

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)



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

(通常アイテムの例)

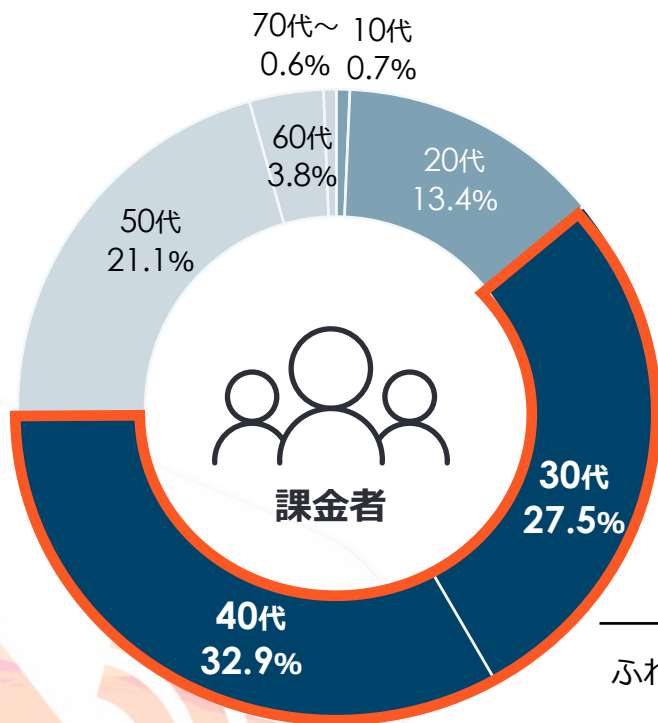


課金アイテムのアニメーション例

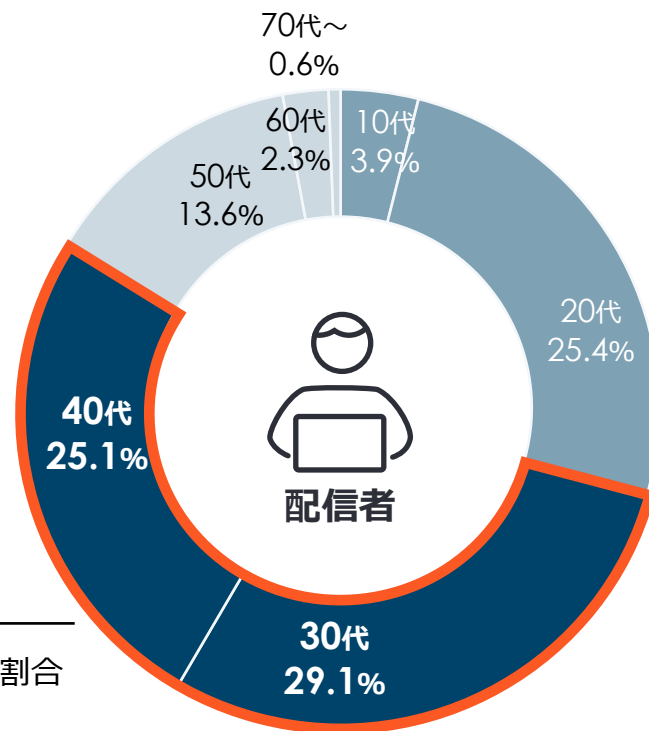


# ライブ配信サービス「ふわっち」の利用者層

- “ふわっち”を利用する課金者及び配信者の主力世代は30～40代



30-40代比率：60.4%  
(前四半期比-0.4%)



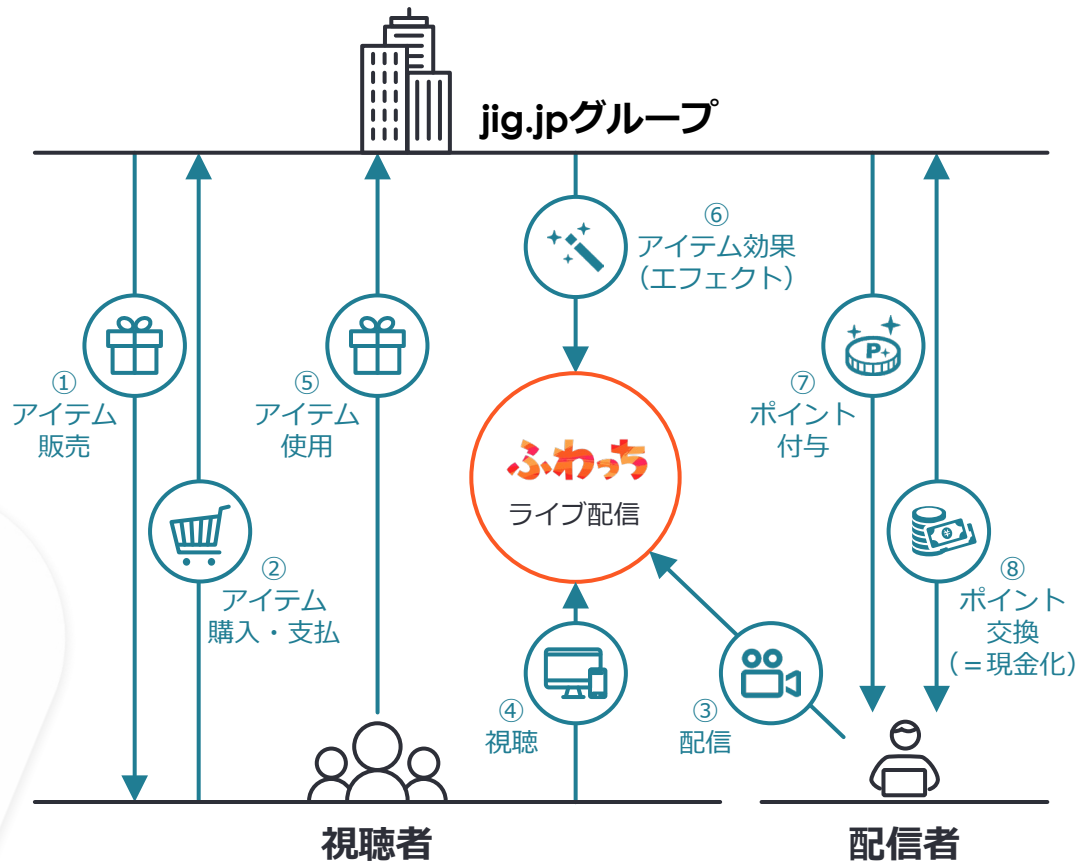
30-40代比率：54.1%  
(前四半期比+1.5%)

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（集計期間は2023/4/1～2023/6/30の3ヶ月間）

# 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



03.

## 今後の成長戦略

---

01 持続的成長を見込まれる“ライブ配信事業”

---

02 差別化されたプロダクト・ブランディング

---

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

---

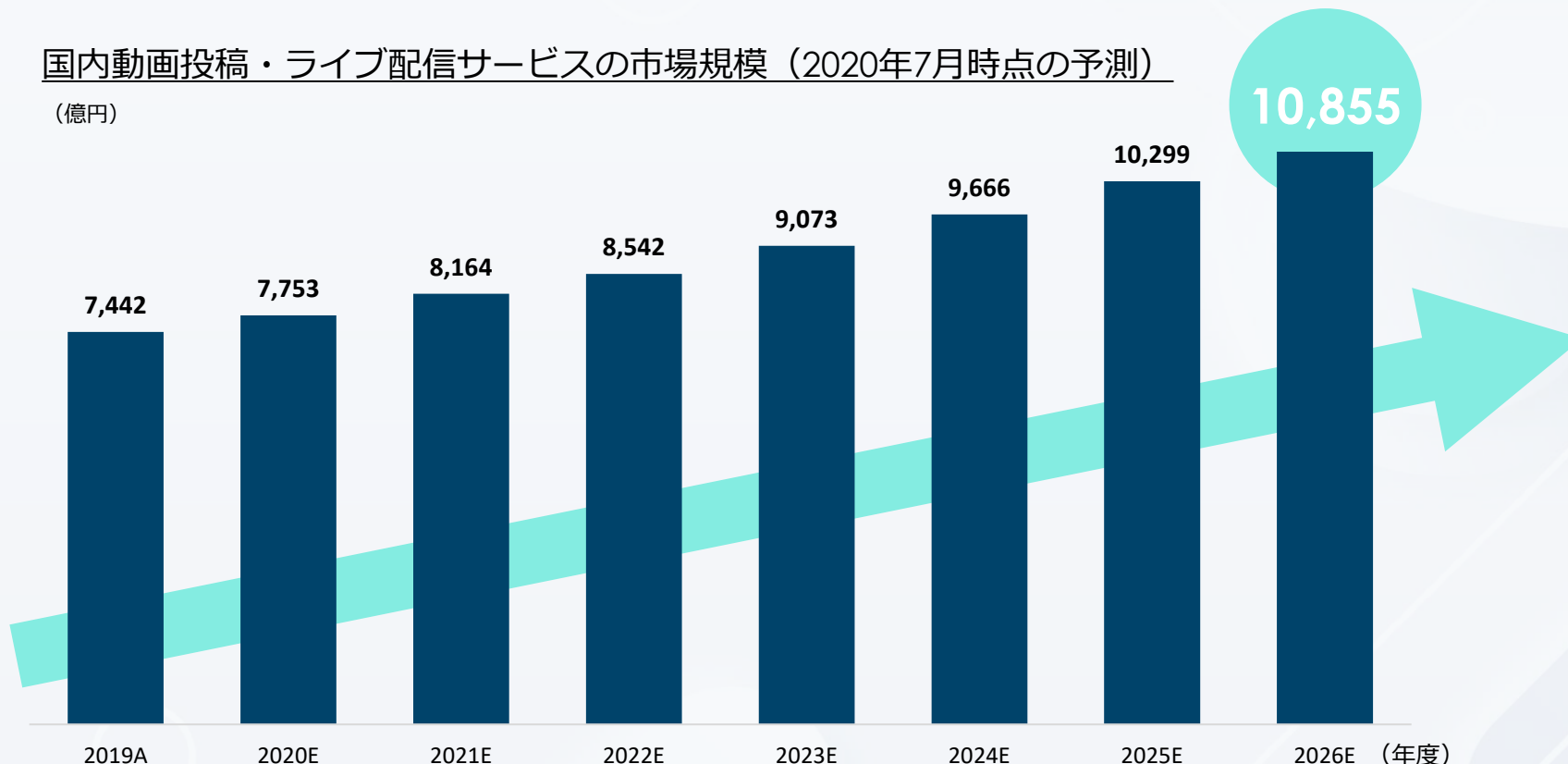


# 国内動画投稿・ライブ配信市場（TAM）の規模・成長

- 新型コロナウイルス感染拡大以前より、国内動画投稿・ライブ配信市場は急速に市場拡大中
- 2026年度には1兆円を上回る市場規模まで拡大する見込み

## 国内動画投稿・ライブ配信サービスの市場規模（2020年7月時点の予測）

（億円）



出所：野村総合研究所（NRI）メディアフォーラム「ITナビゲーター2021年版」（2020年12月）。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が集計。2020年度以降はNRI予測

注：「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」「17LIVE」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」と定義しております。当該市場には、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」「ギフトリング」「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（広告制作費は除く）」を含みます

# ライブ配信市場の成長を見込む要因

## 01

### テクノロジーの進展による余暇時間の拡大

- モバイル技術を含むテクノロジーの進展により、生活における余暇時間が年々拡大するなか、その余暇時間の過ごし方の1つとして「ライブ配信」が人々の生活に定着

## 02

### 「ライブ配信」の認知度拡大による裾野の広がり

- 「ライブ配信」というコミュニケーションプラットフォームの存在が、プレイヤーの増加や各社成長を通じた市場の拡大により、大衆へ広く浸透しつつあり、ライブ配信に慣れているコアなユーザー層を基盤としつつも、初めてライブ配信を行う、または視聴する新しいユーザー層へ裾野が更に広がっていく見込み

## 03

### コロナ禍を通じて多様化したコミュニケーション手段の新文化として定着

- コロナ禍において、在宅時間が増加し、おうち時間の過ごし方の1つとして「ライブ配信」は新しい文化として定着
- アフターコロナにおいても、ライブ配信は新しいコミュニケーション手段として定着し、持続的成長を見込めるステージへ

## 04

### 推し活、推し文化との高い親和性

- お気に入りのアイドルやYouTuber等を応援する推し活が広がる中で、「推し」対象と気軽にダイレクトコミュニケーションが取れ、アイテムを送ることも可能なライブ配信が使用されるケースが多くなると見られる

# 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9.2%と、他サービスと比較して成長余地が大きい
- 特に、30～40代以降の年代における市場拡大余地が見込まれる

## 2022年度 動画共有・配信サービス等の利用率（全年代・年代別）

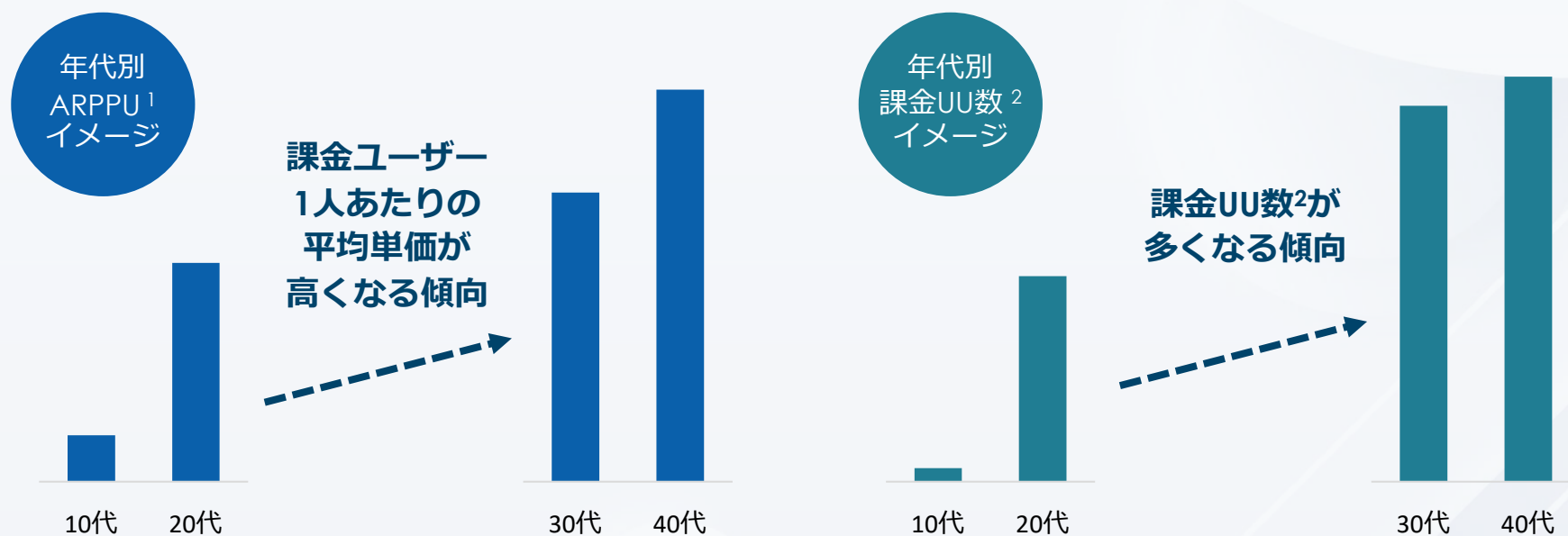
分類：	ライブ配信型の 動画共有サービス	オンデマンド型の 動画共有サービス	オンデマンド型の 動画配信サービス	オンデマンド型の 放送番組配信 サービス	有料 多チャンネル 放送サービス	リニア型の 動画配信サービス	インターネットを 利用したラジオ 放送サービス	いずれも 利用していない
例：	当社、Pococha、 17LIVE、ツイキャス、 SHOWROOM	YouTube ニコニコ動画	Netflix Hulu	フジオンデマンド Tver	WOWOW スカパー	ABEMA	Radiko	-
10代	15.7%	97.9%	55.0%	35.0%	4.3%	21.4%	10.0%	2.1%
20代	22.6%	98.6%	68.2%	33.2%	4.6%	28.6%	12.0%	1.4%
30代	11.4%	95.5%	64.9%	34.7%	5.7%	16.7%	14.3%	2.4%
40代	3.4%	90.3%	55.2%	32.3%	11.3%	17.2%	19.7%	5.6%
50代	5.5%	87.6%	47.9%	35.2%	15.0%	9.8%	22.1%	8.1%
60代	4.0%	68.4%	27.2%	24.6%	21.7%	5.9%	12.9%	25.4%
全年代	9.2%	88.5%	52.1%	32.3%	11.4%	15.6%	16.1%	8.3%

出所：総務省「令和4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」

# “ふわっち”のメインユーザー層（30～40代）の特徴

- 競合他社が中核とする10～20代と比べると、“ふわっち”のメインユーザー層である30～40代はARPPU<sup>1</sup>が高く、収益面で優位なユーザー層を構築

## ARPPU<sup>1</sup>及び課金UU数<sup>2</sup>の年代別比較イメージ（10～20代 vs 30～40代）



注1：ARPPUとは「課金ユーザー1人あたりの平均課金額」を指し、「月次売上÷課金UU数（月次）」にて算出

注2：UU（ユニークユーザー）数とは「重複込みなしの合計ユーザー数」

# 差別化された当社ポジショニング

- 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され、また配信者層の中心がプロやセミプロであるか、アマチュアであるかによって大別可能
- “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30~40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ポジショニング (当社認識)

	ふわっち	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 (配信者あたりの 視聴者数)	課金メイン (少)	課金メイン (少)	課金メイン (少)	視聴メイン (多)	視聴メイン (多)	視聴メイン (多)	視聴メイン (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	30-40代	20代	20代	10-20代	10-20代	10-20代	全世代
イベント開催数	普通	多い	多い	少ない	多い	少ない	無し

出所 : data.ai、各社公表資料

注 : 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 : 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

注 : 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

# “ふわっち”が視聴者・配信者から支持される理由

## 「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30-40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りません。

# ポイント還元率からみ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つの強み



**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**



**30~40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



**ARPPU（課金ユーザー  
1人あたりの平均課金額）  
の堅調な推移**



# 収益構造

- “ふわっち”の売上高は、課金UU数<sup>1</sup>とARPPU<sup>2</sup>で構成



ふわっち売上高

=



課金UU数<sup>1</sup>  
(課金ユニークユーザー数)

×



ARPPU<sup>2</sup>  
(課金ユーザー1人あたりの平均課金額)



## 起動UU数<sup>1</sup>

- ✓ **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取り組み

×

## 課金比率

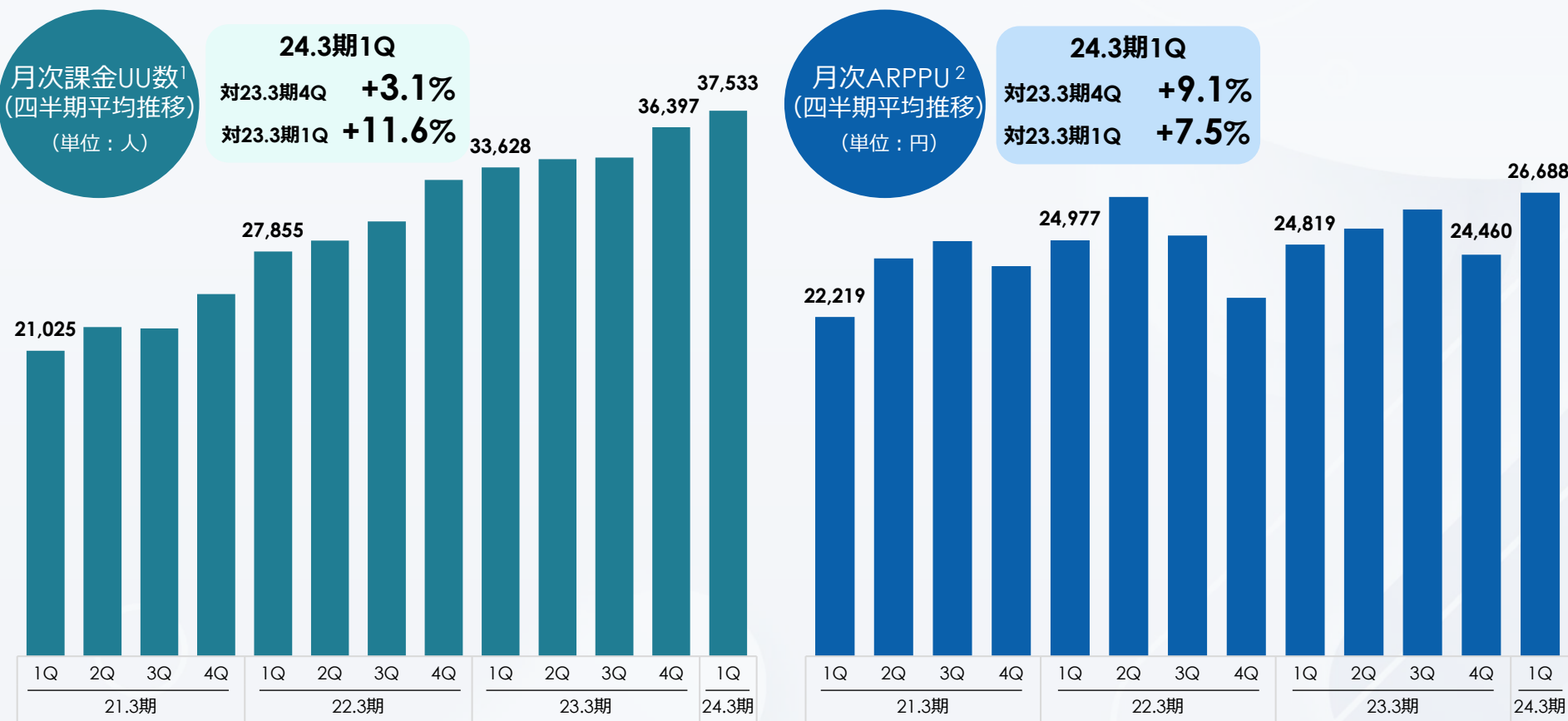
- ✓ **視聴者の課金転化**  
無料アイテムの付与により、課金に至っていない視聴者がアイテム使用の経験を通して、有料アイテム使用のモチベーションを高め、課金者への転化促進を図る

注1：UU（ユニークユーザー）数とは「重複込みなしの合計ユーザー数」

注2：ARPPUとは「課金ユーザー1人あたりの平均課金額」を指し、「月次売上÷課金UU数（月次）」にて算出

# 主要KPIの進捗

- 過去から課金UU数<sup>1</sup>は堅調に増加し、ARPPU<sup>2</sup>も持続可能な適正水準で推移していることから、安定的に収益獲得が見込める状況



注1：UU（ユニークユーザー）数とは「重複込みなしの合計ユーザー数」

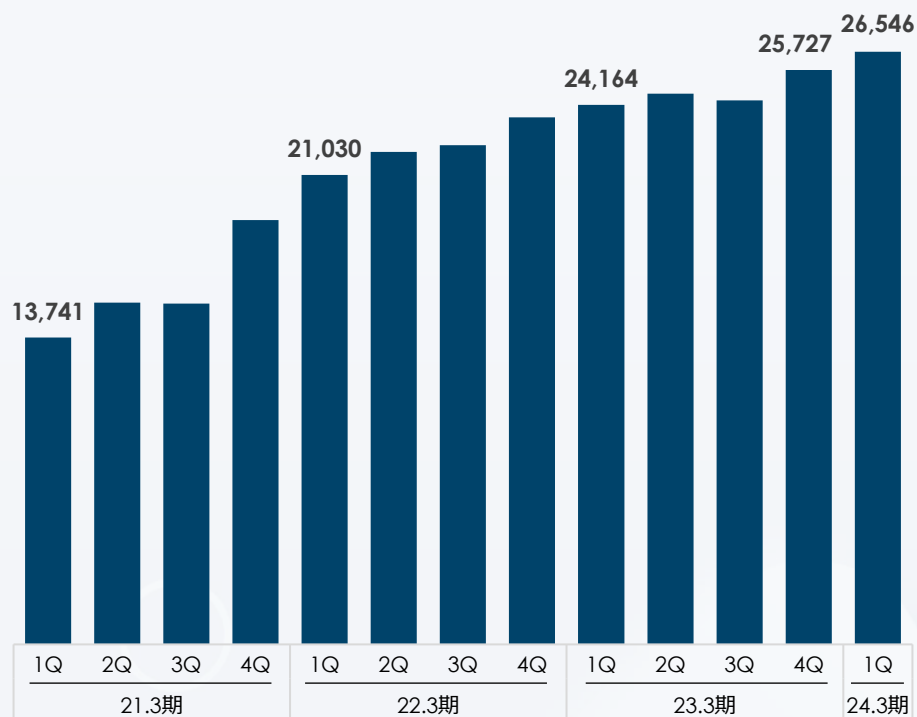
注2：ARPPUとは「課金ユーザー1人あたりの平均課金額」を指し、「月次売上÷課金UU数（月次）」にて算出

# 配信者数の拡大成長

- 配信者数の観点においても、配信UU数<sup>1</sup>は増加基調で、一定規模のポイントを獲得可能な有力配信UU数<sup>1,2</sup>についても堅調な増加傾向であるため、今後も拡大が見込める状況

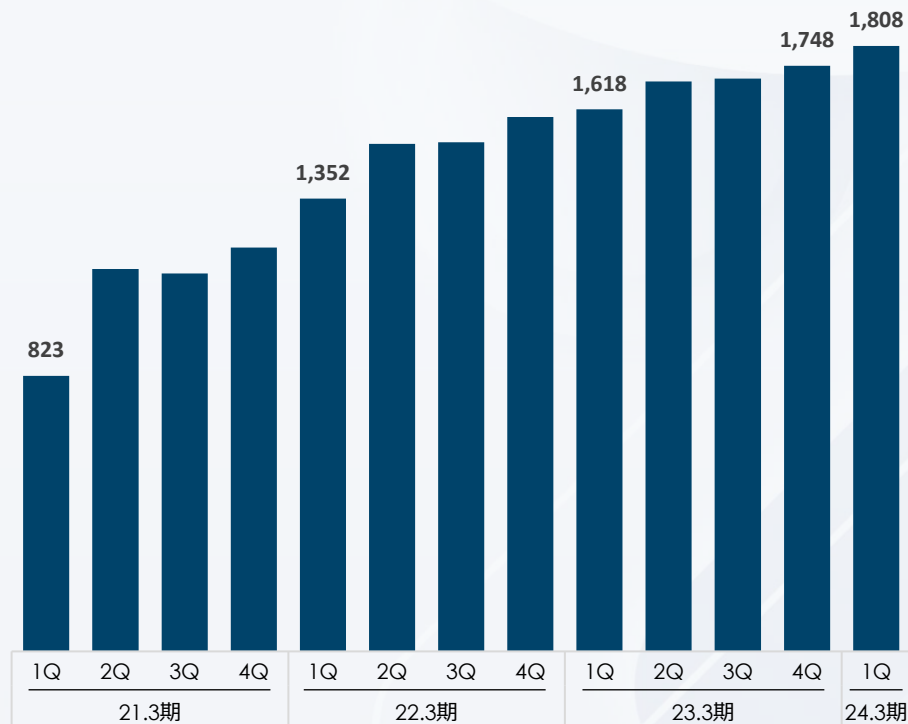
月次配信UU数<sup>1</sup>の推移（四半期平均）

（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<sup>1,2</sup>の推移（四半期平均）

（単位：人）



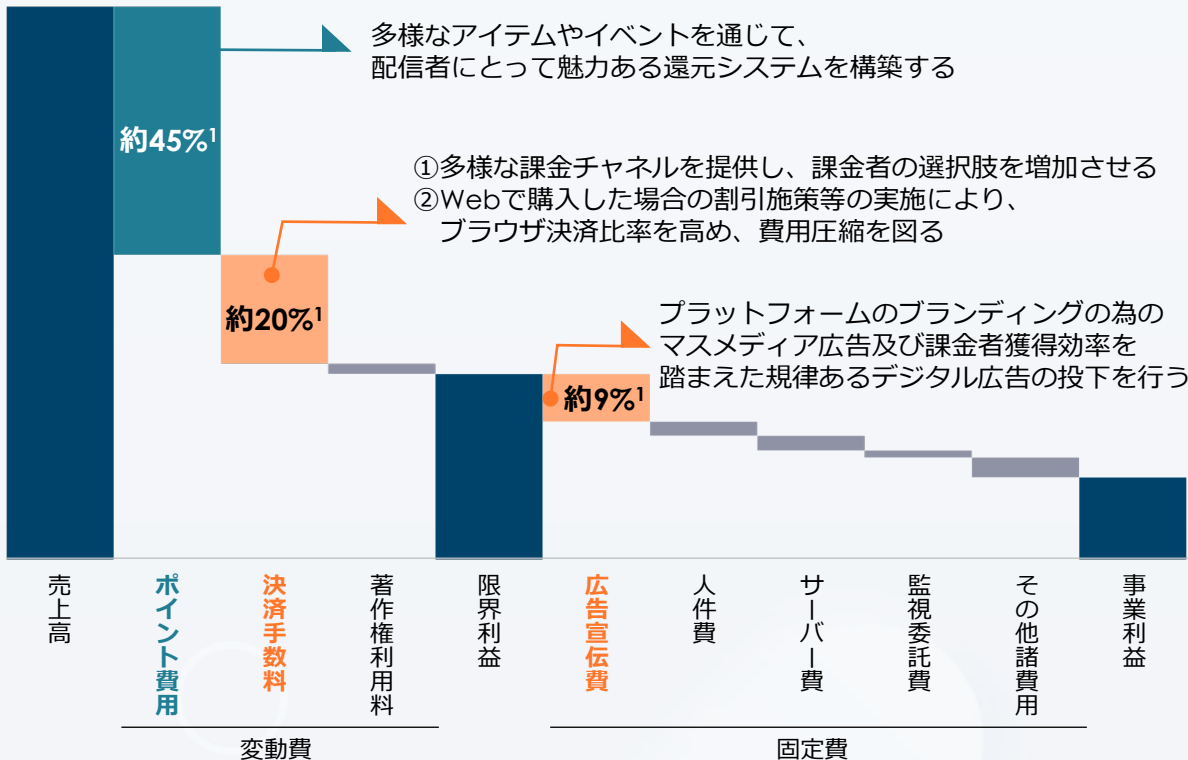
注1：UU（ユニークユーザー）数とは「重複込みなしの合計ユーザー数」

注2：月間5万ポイント以上獲得する配信UU（ユニークユーザー）を指す

# 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、決済手数料、広告宣伝費で構成
- うち、ポイント費用が全体に占める割合が大きく、配信者への高い還元率への実現に寄与
- 決済手数料及び広告宣伝費に関しては、収益性向上のための経営指標としてコントロールしていく方針

ライブ配信事業における各費用項目シェア (23.3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	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 24.3期1Qは前期対比で圧縮を実現
広告宣伝費	状況に応じた規律ある投資を実行していく方針
人件費	中長期的な売上高比率は横ばいを想定。但し、従業員のリテンションや優秀な人材の採用等を目的として、24.3期は一過的な増加を想定
その他	23.3期同水準での推移を想定 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

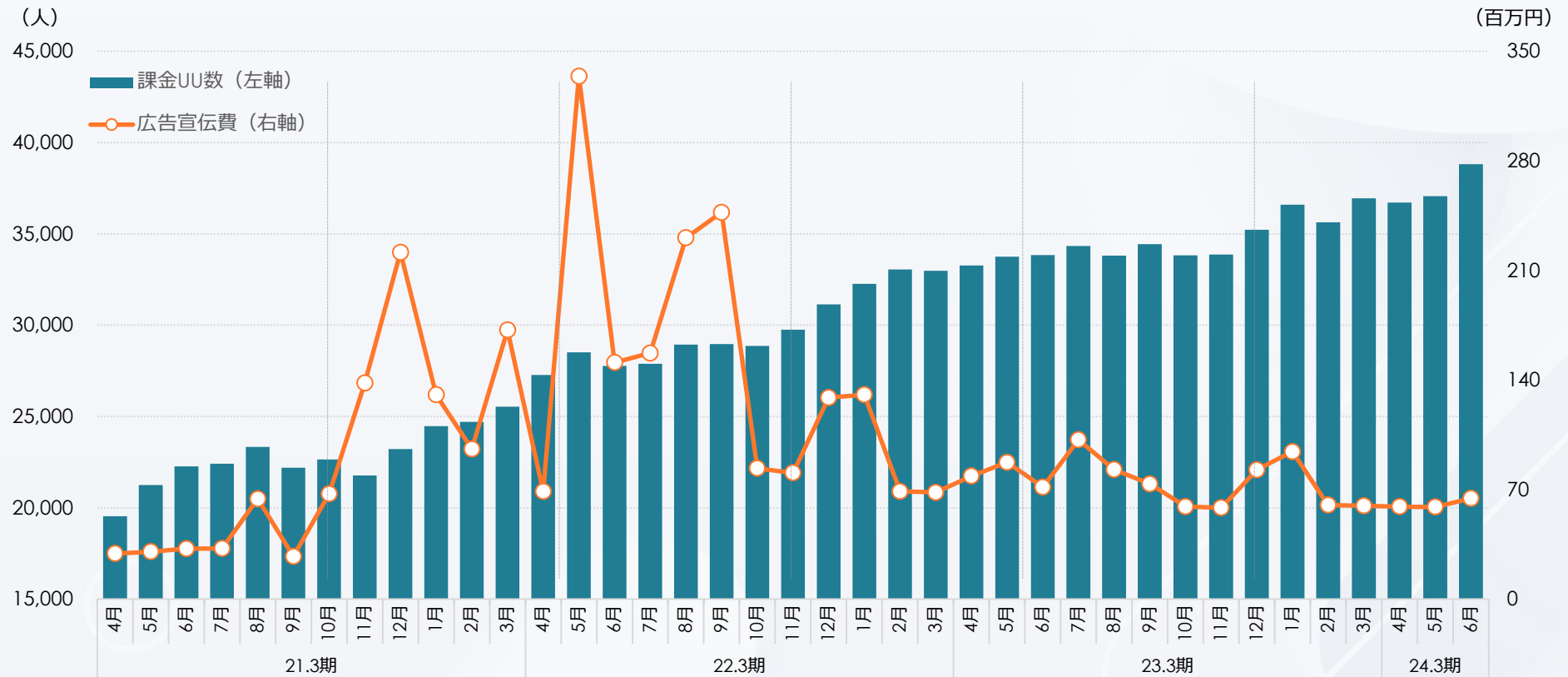
注2：現時点における弊社イメージになります。

注1：2023年3月期通期実績をベースにしたライブ配信サービス「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）

# 広告宣伝費<sup>1</sup>の方針（対課金UU数<sup>2</sup>との比較）

- コロナ禍の21.3期下期から22.3期上期にかけて積極的に投資を実行
- 一定の認知を獲得した結果、広告宣伝費<sup>1</sup>の多寡に影響されず課金UU数<sup>2</sup>が足元でも堅調に増加
- 24.3期の広告宣伝費<sup>1</sup>についても23.3期同様に、規律ある投資のもとで課金UU数<sup>2</sup>の拡大を図る方針

## 広告宣伝費<sup>1</sup>及び課金UU数<sup>2</sup>の月次推移



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：UU（ユニークユーザー）数とは、「重複込みなしの合計ユーザー数」を指す

# 既存領域であるライブ配信事業の基本戦略

～課金UU数<sup>1</sup>の増加を基本戦略とし、ARPPU<sup>2</sup>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<sup>1</sup>の今後の戦略

- 過去からの増加トレンドを冷やさず、継続して課金UU数の増加を図る
  - デジタル広告を活用した継続的な新規ユーザーの獲得
  - 課金に至っていない視聴者の課金者への転化  
(例. 無料アイテムの付与による有料アイテム使用に対する意欲向上)
  - バーチャル配信等の隣接新規領域への進出による新規課金ユーザーの獲得

## ARPPU<sup>2</sup>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、状況を踏まえた適正水準にコントロールしていく方針
  - 既存の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等の調整を実施
  - 特に、比較的賃金余力のある30～40代の視聴者層を中心に、持続可能な成長を図る

注1：UU（ユニークユーザー）数とは「重複込みなしの合計ユーザー数」 注2：ARPPUとは「課金ユーザー1人あたりの平均課金額」を指し、「月次売上÷課金UU数（月次）」にて算出

# 隣接新規領域では多様化戦略を推進

- ・ 当社サービス開発力を梃子に、3つの隣接新規領域への事業展開により、収益源の多角化及び更なる成長を目指す

## 01 自社開発

### バーチャル配信への展開による新規課金ユーザーの獲得

#### 内容

バーチャル配信機能の提供により、任意のキャラクターになりきった配信が可能

#### 目的

新しい配信スタイルの拡充による新たな配信者層の獲得、それに伴う課金者の獲得による収益拡大（収益源は現状同様にアイテム課金を想定）

#### ステータス

- ✓ 2023年5月よりテンセントクラウドとAIバーチャルアバター機能導入に向けた実証実験を開始（2023年5月9日付公表プレスリリースご参照）  
2023年8月後半にベータテストを実施予定
- ✓ SNOW JapanとAIアバターを活用したキャンペーンを2023年6月22日～28日の期間にて実施（Xpressionの顔認識機能を活用して、2次元のAIアバターをリアルタイムに動かしライブ配信を行うことが可能）

注：Xpressionとは、リアルタイムにモーショングラフィックスを生成する機能

## 02 自社開発

### 利益率向上を企図したデジタルコンテンツ販売

#### 内容

配信ユーザーのボイスやグッズの販売が容易となる仕組みの提供

#### 目的

利益率の向上  
（決済手数料3%程度のブラウザでのデジタルコンテンツ販売を想定。決済手数料20%程度のアイテム販売とは異なる収益源）

#### ステータス

サービス状況に合わせてテストを実施予定

## 03 協業

### 各社との協業による事業の推進

#### 内容

バーチャル配信機能の拡張やライブコマース事業をはじめとした新規事業の取り組み等

#### 目的

既存のライブ配信とは異なる入り口から、新たな視聴者層・配信者層の獲得、収益の多角化・複層化（商品購入の手数料等を想定）を想定。

#### ステータス

各社との具体的な協業内容の検討中

# AIバーチャルアバター機能導入に向けた取り組み①

- 2023年5月より世界的テクノロジー大手のテンセントのクラウド事業であるテンセントクラウドと提携
- 配信ユーザー数の増加を目的として、AIバーチャルアバター機能の導入に向けて開始していた実証実験について、2023年8月後半にベータテストを実施予定

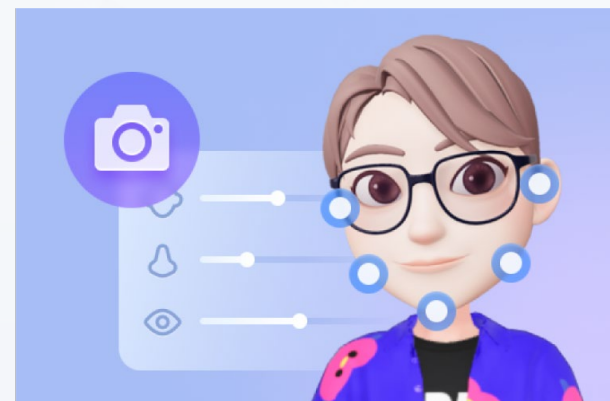
## AIバーチャルアバター機能



AIにより、写真から顔の属性などを検出した上で帽子、肌色、髪型、マスク、メガネ、ヒゲ、顔の特徴などの認識し、自動でバーチャルアバターを生成



生成したバーチャルアバターはユーザーにて自由にカスタマイズすることが可能



顔の表情をリアルタイムで認識してバーチャルアバターの表情に連動させてライブ配信で活用することが可能



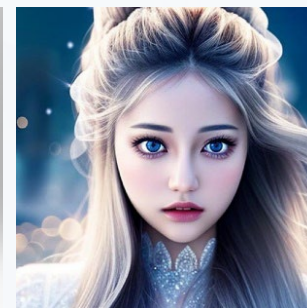
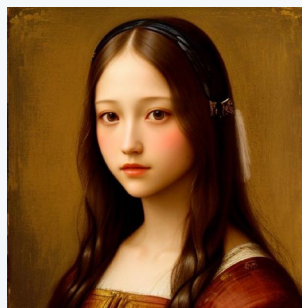
## AIバーチャルアバター機能導入に向けた取り組み②

- 配信ユーザー数の増加を目的として、2023年6月22日～28日の期間にて、SNOW Japanが提供するカメラアプリSNOWのAIアバターを利用したキャンペーンを実施<sup>1</sup>
- 本キャンペーンにより、顔認識機能を活用して2次元のAIアバターをリアルタイムでライブ配信にて使用が可能

### AIバーチャルアバター機能



【本人写真（取込み画像）】



【SNOWで作成したAIアバターの例】

#### <キャンペーン概要>

カメラアプリSNOWで作成したAIアバターを動かして配信し、いつもと違ったスタイルの配信を楽しむ企画

- ▶ 実施期間：2023年6月22日～28日（2023年6月13日付公表）
- ▶ EmbodyMeが提供するXpressionの顔認識機能を活用して2次元のAIアバターをリアルタイムに動かしてライブ配信することが可能
- ▶ SNOWで作成したAIアバターを、配信者自身の顔の表情と連動させて動かすことが可能

注：本キャンペーンはiPhone（iOS）限定で配信可能（AndroidやPCでの配信は不可）。

jig.jp

# Appendix

株式会社jig.jp | 2023年8月

Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

# サービスの健全性を保持する為の主な取り組み



## 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、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
- 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の設定

(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、累計1万ポイント獲得したユーザーを対象に本人確認を必須として実施
- 課金疲れを引き起こさないよう、イベント数のコントロールやイベントのランキングを課金額だけで順位が決まらない仕組みを構築

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（Twitter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

## 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実であり、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あります。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、プ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。