

jig.jp

# 2026年3月期決算説明資料及び 事業計画並びに成長可能性に関する事項

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2026年5月  
Copyright © jig.jp co., ltd. All Rights Reserved.

# 目次

---

<b>01</b>	<b>2026年3月期通期業績及び 2027年3月期通期業績予想</b>	<b>P. 02</b>
-----------	--	--------------

---

<b>02</b>	<b>会社及び事業概要</b>	<b>P. 15</b>
-----------	-----------------	--------------

---

<b>03</b>	<b>エクイティ・ストーリー</b>	<b>P. 25</b>
-----------	--------------------	--------------

---

## Appendix

---

# 01



## 2026年3月通期業績及び 2027年3月期業績予想

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2026年5月  
Copyright © jig.jp co., Ltd. All Rights Reserved.

# 2026年3月期決算サマリー

過去最高更新

連結売上高

14,631百万円

前年同期比  
+6.1%

営業利益

1,976百万円

前年同期比  
▲1.8%

過去最高更新

当期純利益

1,155百万円

前年同期比  
+7.3%

## TOPICS

### ✓ 売上高の継続的な成長を実現

26.3期通期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+6.1%の成長

### ✓ 売上高を構成する主要KPIの進展

- 第4四半期の月次平均課金UU<sup>1</sup>数は、過年度から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、ARPPU<sup>2</sup>は堅調に推移

### ✓ M&Aやサービス開発力を駆使し、多様化戦略を推進

事業ポートフォリオ拡大に向けて、スマートグラス事業の立ち上げやバチエラーデート社に対するM&Aを実行

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月期通期業績ハイライト

- 売上高：“ふわっち”を中心とした事業成長を背景に前年比+6.1%の成長（内、“ふわっち”は+2%超の成長）
- 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、前年比▲1.8%の減益
- 経常利益：営業外費用として株式報酬費用及び固定資産除却損を計上し、前年比▲2.0%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、前年比+7.3%の増益

(単位：百万円)	25.3期 通期実績	26.3期 通期実績	対前年実績		対26.3期通期業績予想	
			増減額	増減率	計画値	達成率
売上高	13,796	14,631	+835	+6.1%	15,200	96.3%
売上総利益	13,080	13,675	+594	+4.5%	14,100	97.0%
売上総利益率	94.8%	93.5%	▲1.3pt	-	92.8%	-
営業利益	2,012	1,976	▲35	▲1.8%	2,115	93.5%
営業利益率	14.6%	13.5%	▲1.1pt	-	13.9%	-
経常利益	1,858	1,821	▲36	▲2.0%	1,915	95.1%
経常利益率	13.5%	12.5%	▲1.0pt	-	12.6%	-
特別利益	1	0	▲0	-	1,915	95.1%
特別損失	155	-	▲155	-	1,220	94.7%
税金等調整前当期純利益	1,703	1,821	+118	+6.9%	8.0%	-
親会社に帰属する当期純利益	1,077	1,155	+78	+7.3%	29.27	-
当期純利益率	7.8%	7.9%	+0.1pt	-	36.3%	-

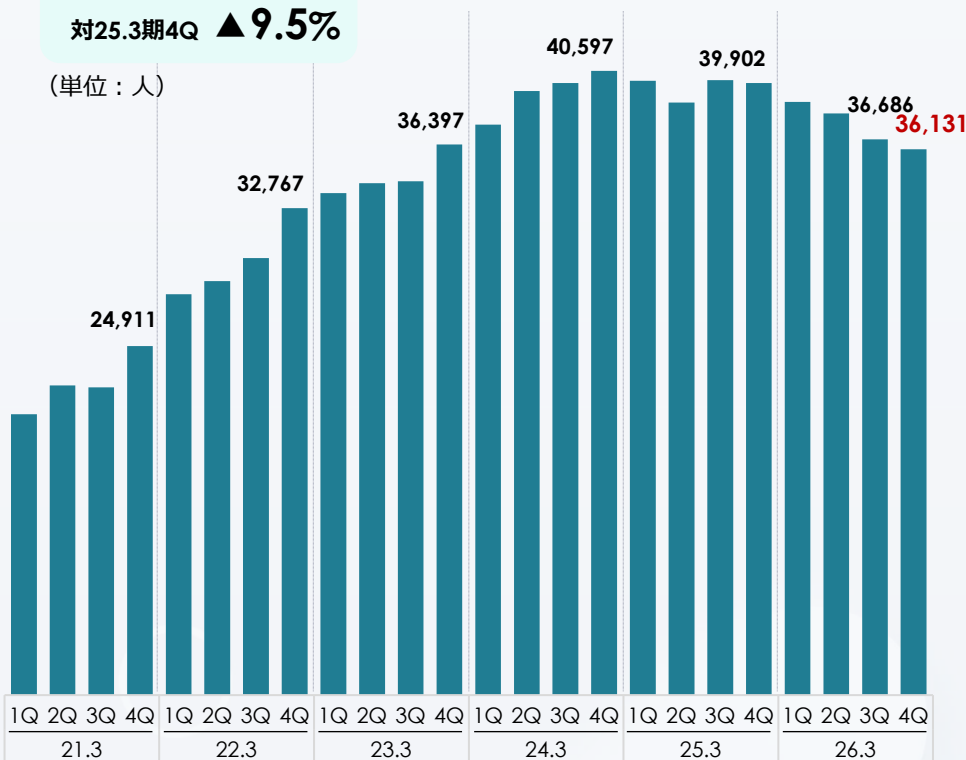
# "ふわっち" 主要KPIのハイライト

- 課金UU<sup>1</sup>数：前四半期比で減少するも、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を継続し、新規ユーザーの獲得及び課金継続率の向上を狙う
- ARPPU<sup>2</sup>：ユーザーの課金疲れ等による反動はなく、足元も持続可能な水準で堅調に推移

月次課金UU数<sup>1</sup> (四半期平均推移)

対26.3期3Q ▲1.5%  
対25.3期4Q ▲9.5%

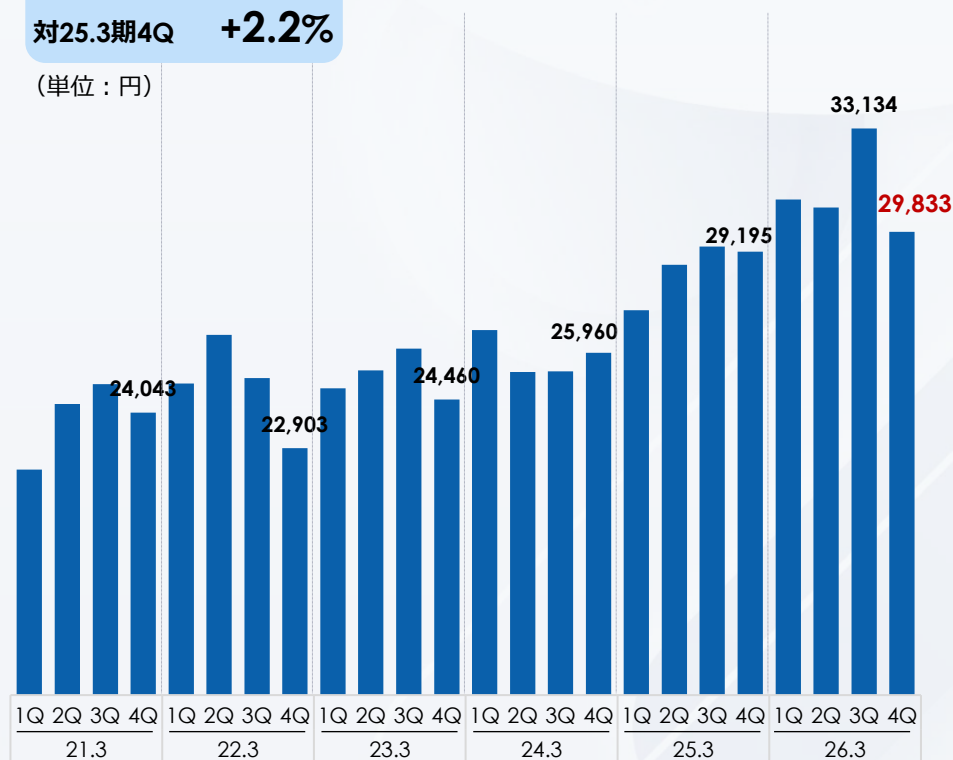
(単位：人)



月次ARPPU<sup>2</sup> (四半期平均推移)

対26.3期3Q ▲10.0%  
対25.3期4Q +2.2%

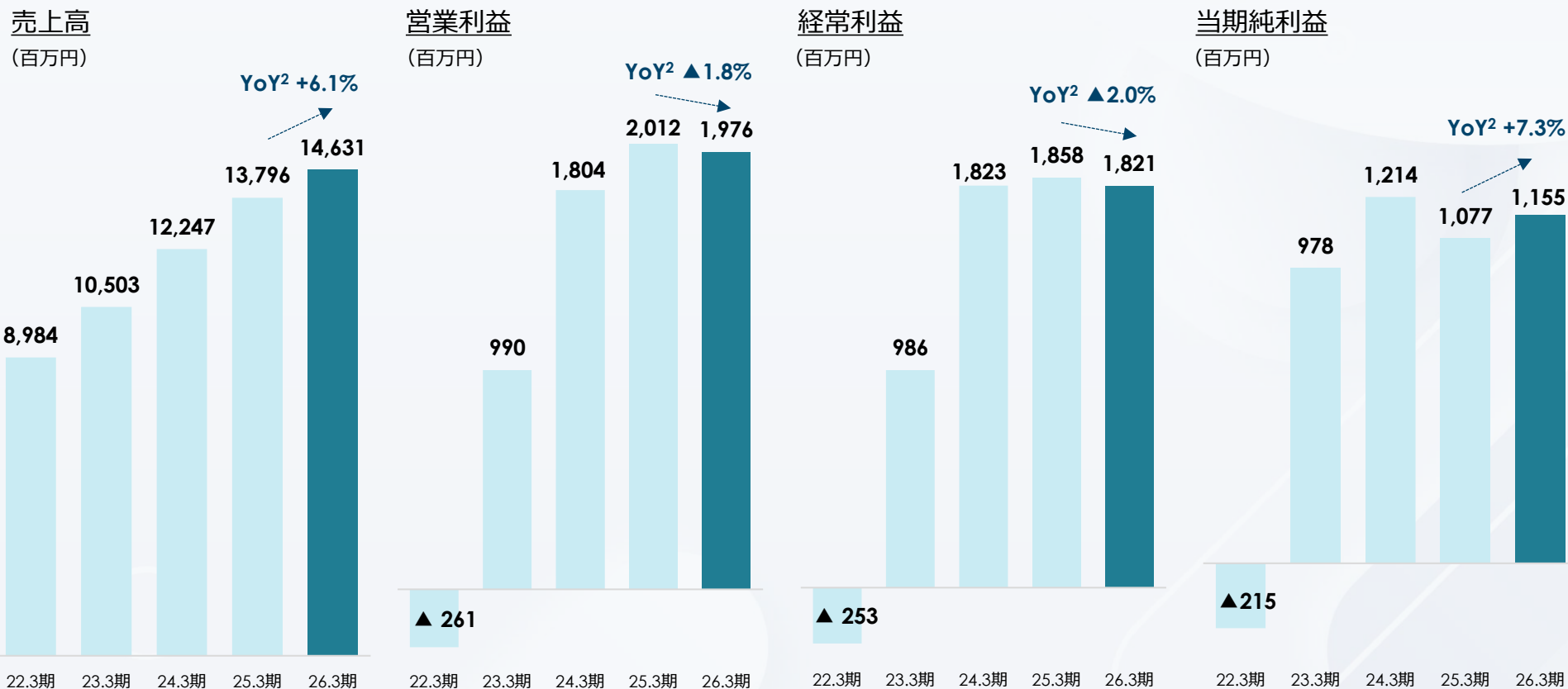
(単位：円)



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

# 通期連結業績推移<sup>1</sup>

- 売上高は、過年度より一貫して着実な成長を実現
- 利益項目は、売上高の増加やブラウザ決済比率向上による決済手数料の大幅な削減を背景に過年度までは利益成長を実現。直近26.3期においては、人件費増加や新規事業への投資を背景に減益



注1：各数値は連結決算数値

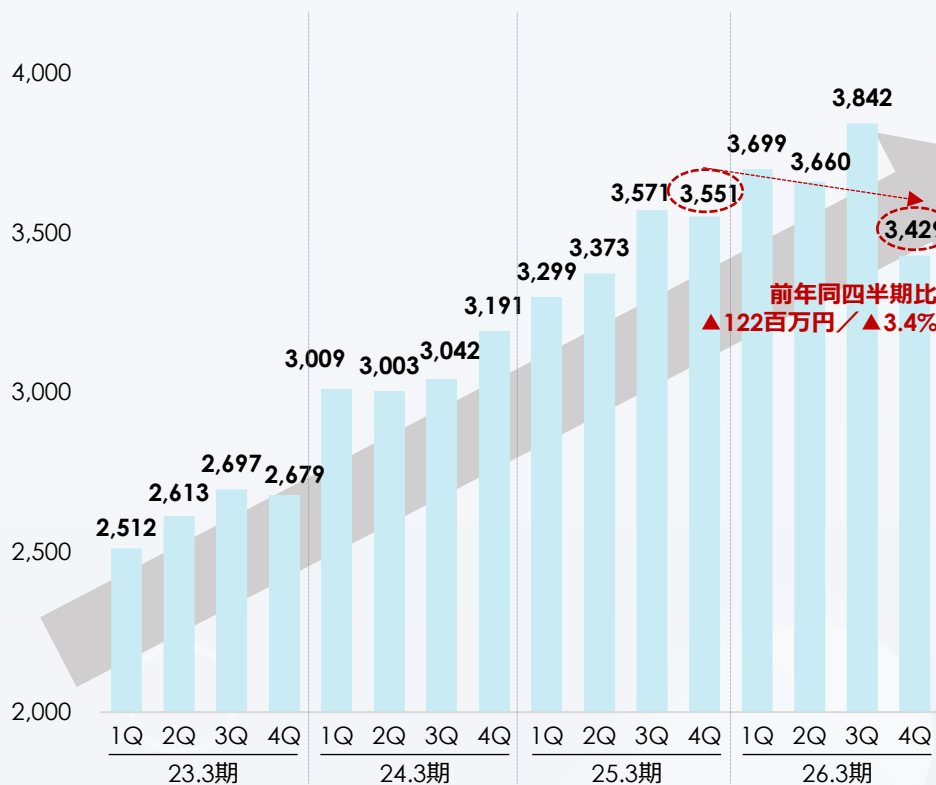
注2：YoYとは、前期通期実績値対比の当期通期予想値ベースの成長率を指す

# 四半期連結業績推移<sup>1</sup>

- 売上高は、ふわっちにおける課金ユーザーが減少し、前年同四半期比▲3.4%の減収
- 営業利益は、売上高の減収に加えて、人件費等の固定費や新規事業への投資等が増加し、前年同四半期比で減益

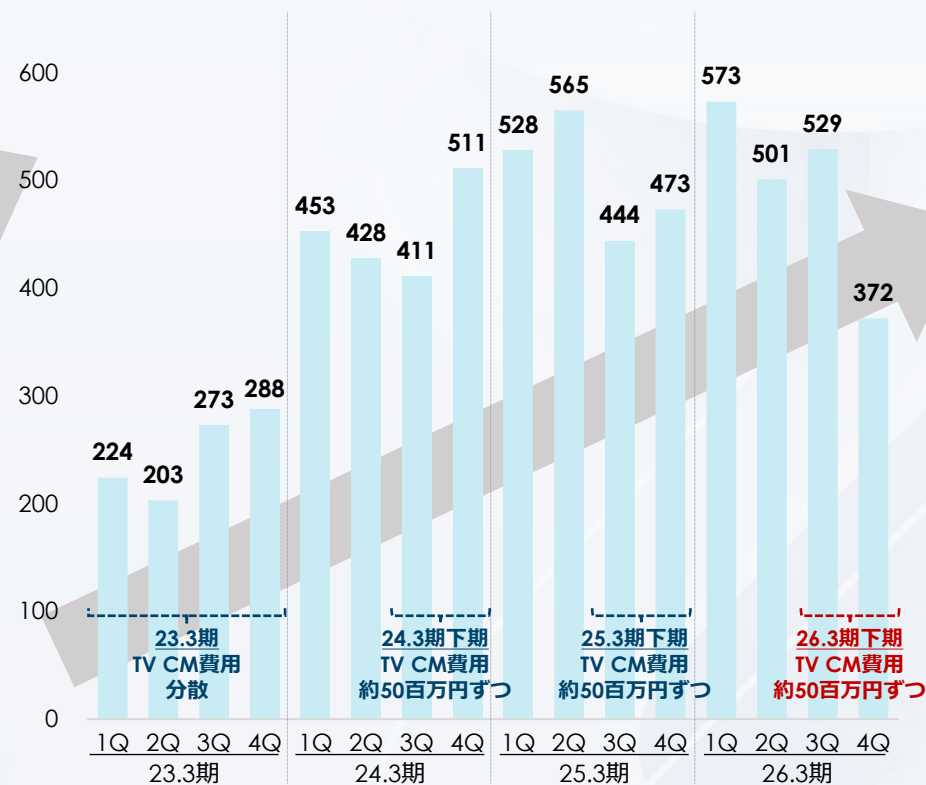
売上高（四半期毎）

(百万円)



営業利益（四半期毎）

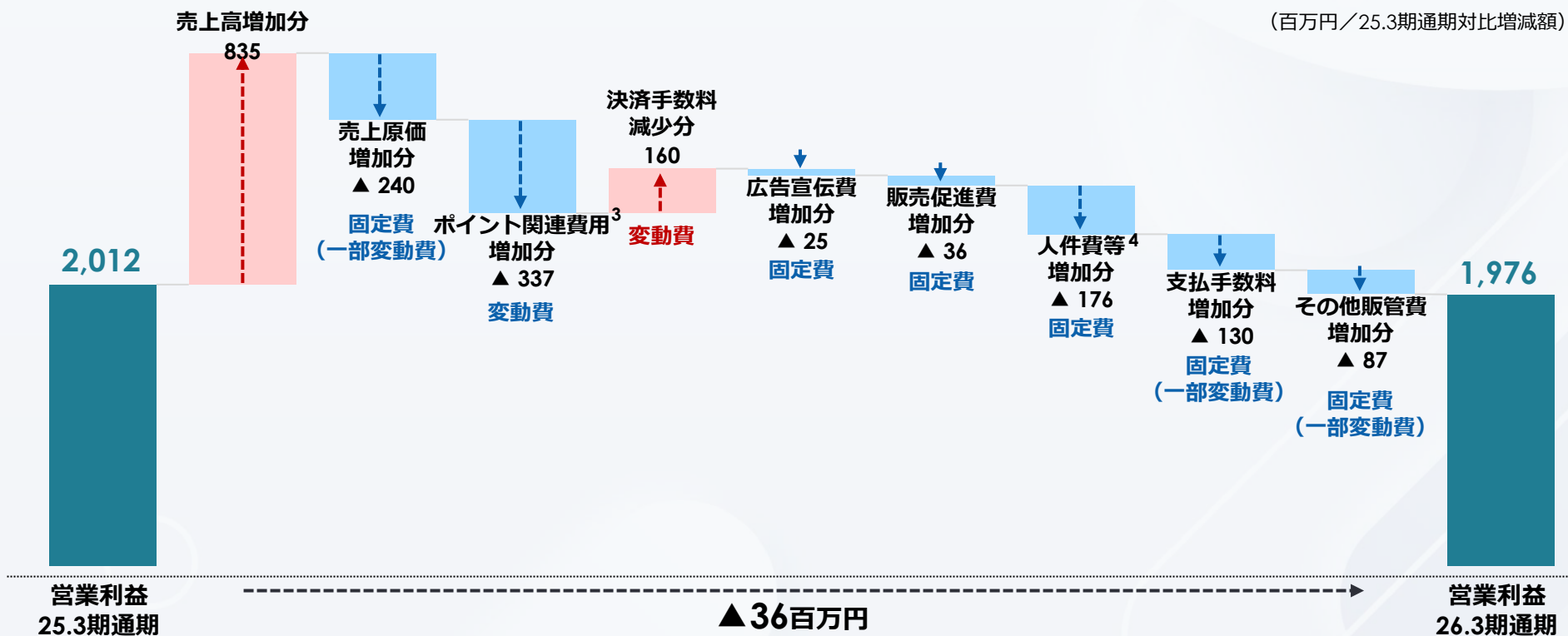
(百万円)



注1：各数値は連結決算数値

# 2026年3月期通期営業利益増減要因

- 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<sup>3</sup>が増加。一方、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273百万円相当分の圧縮効果<sup>2</sup>）
- 固定費は、事業費用として主に“ふわっち”における広告宣伝費や販売促進費、新規事業への投資等が増加。加えて、売上原価（開発原価）及び人件費等<sup>4</sup>も増加し、最終的に営業利益は前年比約36百万円の減益

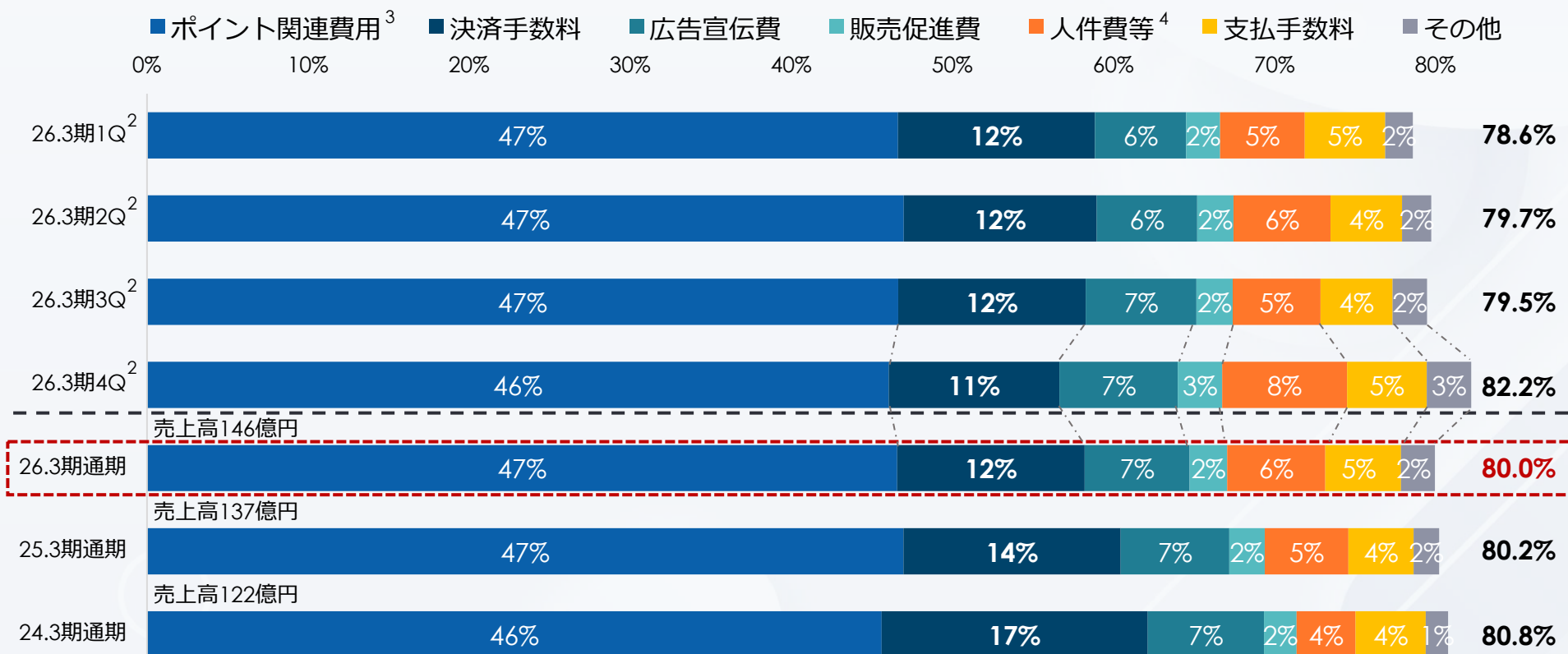


注1：各数値は連結決算数値 注2：26.3期売上高に対する各決済手数料率をベースに試算 注3：ふわっちに係る事務所所属の配信者への報酬支払（還元費用）及びアンビリアルに係る配信者への還元費用を含む 注4：中途採用に係る人材紹介料及び福利厚生費を含む

# 主な販管費の変遷

- 売上高に対する販管費の割合は、“ふわっち”における決済手数料率の低下が奏功し、前年比約0.2%の圧縮を実現
- 26.3期4Qにおいては、人件費等<sup>4</sup>や新規事業への投資が増加したことにより、売上高に対する販管費の割合は前四半期対比約2.7%拡大

販売費及び一般管理費（販管費）の主な項目における連結売上高比率<sup>1</sup>（各四半期毎<sup>2</sup>及び通期の比較）

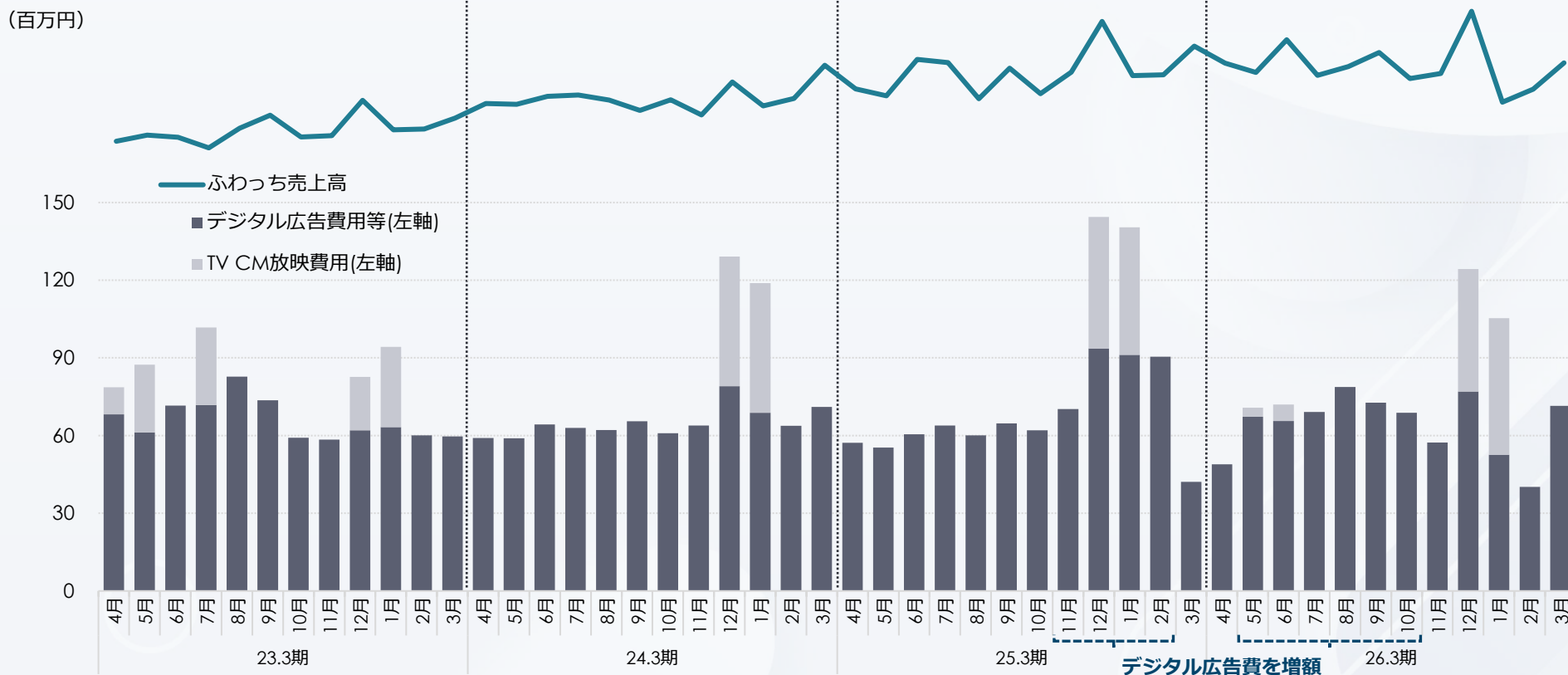


注1：各数値は連結決算数値 注2：該当する四半期期間における販管費を指す 注3：ふわっちに係る事務所所属の配信者への報酬支払（還元費用）及びアンビリアルに係る配信者への還元費用を含む 注4：中途採用に係る人材紹介料及び福利厚生費を含む

# "ふわっち"に係る広告宣伝費<sup>1</sup>の状況

- 26.3期は、5-6月及び年末年始（12-1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、2025年5-10月にかけて前年同月対比で月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<sup>1</sup>内訳とふわっち売上高<sup>2</sup>



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4,849百万円。純資産は利益剰余金の増加等を背景に929百万円増加
- 自己資本比率は前期末時点から+6.3pt上昇の66.9%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期末 実績	対前期末実績	
			増減額	増減率
流動資産合計	5,661	6,302	+641	+11.3%
現金及び預金	4,368	4,849	+481	+11.0%
固定資産合計	1,093	1,204	+110	+10.1%
有形固定資産合計	560	622	+61	+11.0%
無形固定資産合計	5	55	+50	+990.0%
投資その他資産合計	527	526	▲0	▲0.2%
資産合計	6,754	7,506	+751	+11.1%
流動負債合計	2,379	2,239	▲140	▲5.9%
固定負債合計	280	243	▲37	▲13.2%
負債合計	2,659	2,482	▲177	▲6.7%
自己資本	4,095	5,024	+929	+22.7%
純資産合計	4,095	5,024	+929	+22.7%
負債純資産合計	6,754	7,506	+751	+11.1%
(ご参考) 自己資本比率	60.6%	66.9%	+6.3pt	-

# 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期通期実績	26.3期通期実績	増減額
<b>営業CF</b>		1,558,532	<b>1,099,173</b>	▲459,359
税金等調整前当期純利益		1,703,748	<b>1,822,102</b>	+118,354
減価償却費		25,591	<b>+46,509</b>	+20,918
のれん償却額		0	<b>+5,575</b>	+5,575
負ののれん発生益		▲136	<b>▲160</b>	▲24
株式報酬費用		163,397	<b>+142,858</b>	▲20,539
売上債権の増減額 (▲は増加)		63,230	<b>+125,960</b>	+62,730
ポイント引当金の増減額 (▲は減少)		20,020	<b>▲3,505</b>	▲23,525
法人税等の支払額又は還付額 (▲は支払)		▲526,437	<b>▲798,236</b>	▲271,799
その他		109,117	<b>▲241,931</b>	▲351,048
<b>投資CF</b>		▲130,716	<b>▲183,378</b>	▲52,662
固定資産の取得による支出		▲137,021	<b>▲99,066</b>	+37,955
子会社株式の取得による支出		5,156	<b>▲23,417</b>	▲28,573
投資有価証券の取得による支出		0	<b>▲60,884</b>	▲60,884
その他		1,148	<b>▲10</b>	▲1,158
<b>FCF</b>		1,427,815	<b>915,795</b>	▲512,020
<b>財務CF</b>		▲479,269	<b>▲436,889</b>	+42,380
長期借入金の返済による支出		▲72,133	<b>▲67,104</b>	+5,029
短期借入金の増減		▲2,496	<b>0</b>	+2,496
自己株式の取得による支出		▲257,872	<b>▲261,863</b>	▲3,991
配当金の支払額		▲146,768	<b>▲107,921</b>	+38,847
<b>現金及び現金同等物に係る換算差額</b>		▲341	<b>2,150</b>	+2,491
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>		4,368,673	<b>4,849,729</b>	481,056

# 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】

26.3期実績：総還元性向 **33.1%**（うち、配当性向10%）

（25.3期実績：総還元性向 33.9%）

（24.3期実績：総還元性向 20.0%）

# 2027年3月期通期業績予想

- 売上高：バチエラードやその他新規事業が貢献し、前期比+12.8%の増加を計画
- 利益項目：売上高が増加する一方、人件費増加やユーザー獲得に向けた広告宣伝費やイベント費用の増加、新規事業への投資、その他変動費の増加、等を計画するため、概ね横ばいを計画

【連結損益計算書】 (単位：百万円)	25.3期 通期実績	26.3期 通期実績	27.3期 通期計画	対26.3期通期実績	
				増減額	比率
売上高	13,796	14,631	16,500	<b>+1,868</b>	<b>+12.8%</b>
営業利益	2,012	1,976	1,980	<b>+3</b>	<b>+0.2%</b>
営業利益率	14.6%	13.5%	12.0%	-	-
経常利益	1,858	1,821	1,830	<b>+8</b>	<b>+0.4%</b>
経常利益率	13.5%	12.5%	11.1%	-	-
親会社に帰属する当期純利益	1,077	1,155	1,160	<b>+4</b>	<b>+0.4%</b>
当期純利益率	7.8%	7.9%	7.0%	-	-
EPS (円)	25.85	27.78	<b>28.15</b>	<b>+0.37</b>	-

# 02.

## 会社及び事業概要

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2026年5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 <sup>1</sup>	961百万円
従業員数 <sup>2</sup>	141名 (2026年3月末時点 : 131名)
従業員平均年齢 <sup>2</sup>	33.1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" ■スマート眼鏡 (ARグラス) 事業 ■VTuber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 ■マッチングアプリ事業
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 株式会社Miris <sup>3</sup>
主要株主 (議決権ベース) (2026年3月末)	福野 泰介 24.8% 赤浦 徹 12.9% 岸 周平 11.3%

注1 : 2026年3月31日時点、注2 : 2026年5月14日時点のグループ全体の従業員を指す (臨時従業員を含む) 注3 : 旧株式会社バチエラード

## 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

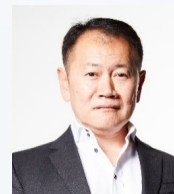
前職では外資系証券会社にて、国内外のファイナンス・IPO・M&A等を主とした投資銀行業務に従事



### 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

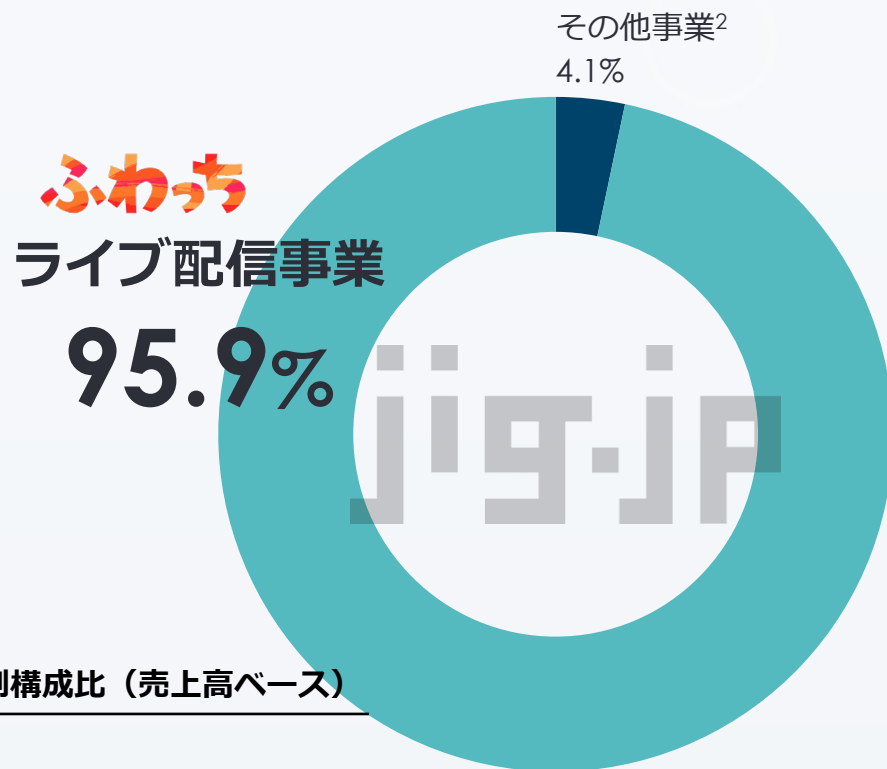


### 社外取締役 赤浦 徹

- ✓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<sup>1</sup>



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

事業別構成比 (売上高ベース)

注1：2026年3月期通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 ..... ▶



スマートフォン向けに提供  
(アンドロイド向け)

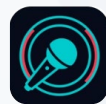
- 『オープンデータプラットフォーム』提供
- こどもパソコン『IchigoJam』販売



• "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

## 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

# 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 民間版 オープンイノベーション大賞 第4回 優秀発表賞特別賞 受賞  
About DICON | PROGRAMBENTRY | DICON委員会 | CONTACT



第4回全国高等専門学校  
ディープラーニングコンテスト2023

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

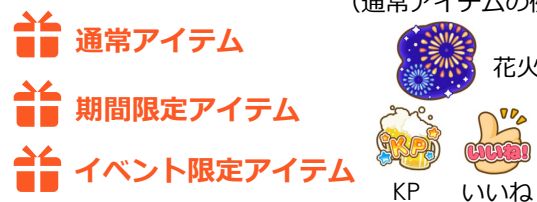
トップ画面  
(サムネイルを選択すると配信が開く)



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

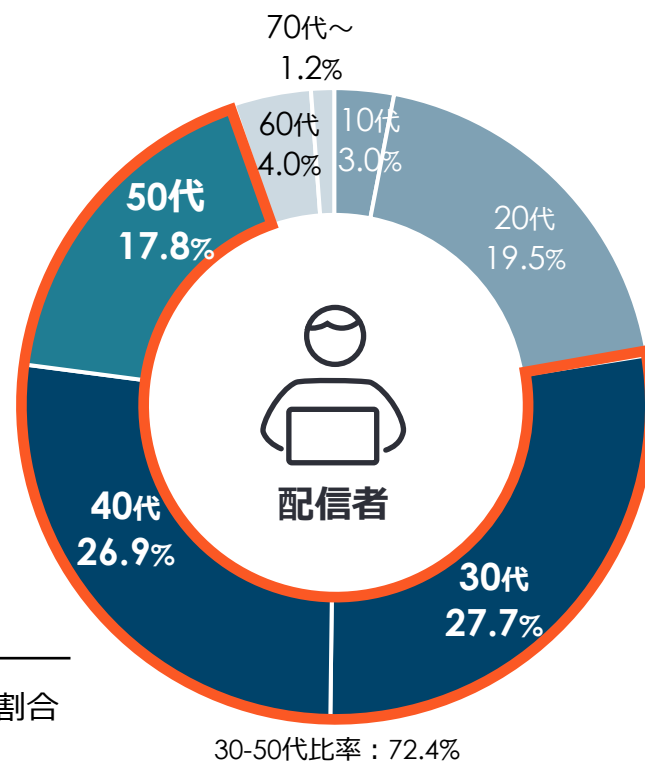
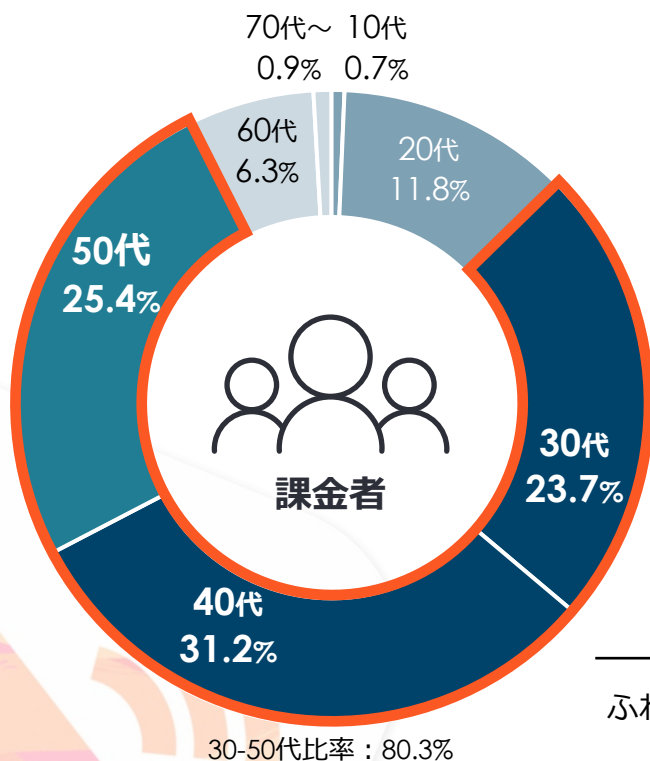


課金アイテムを使用すると  
アニメーションとコメント  
の右側に使用アイテムが  
表示される

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

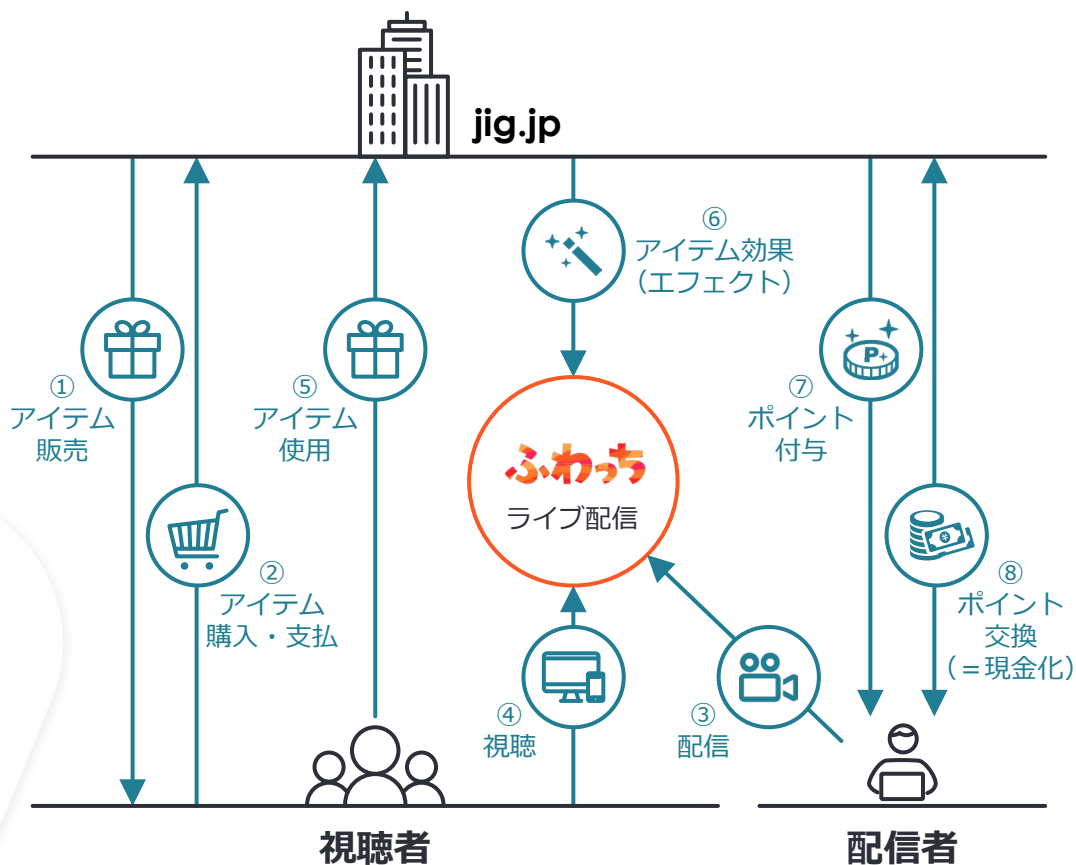


ふわっち年齢層別ユーザー割合  
(12ヶ月データ)

出所：当社ユーザーデータベース  
注：2025年4月1日から2026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

# 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

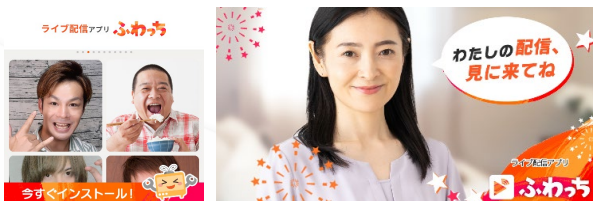


## デジタル広告

### - 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

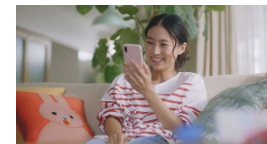
【30～50代の獲得を企図したデジタル広告素材イメージ】



## 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で開催



# 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） | 2026年5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

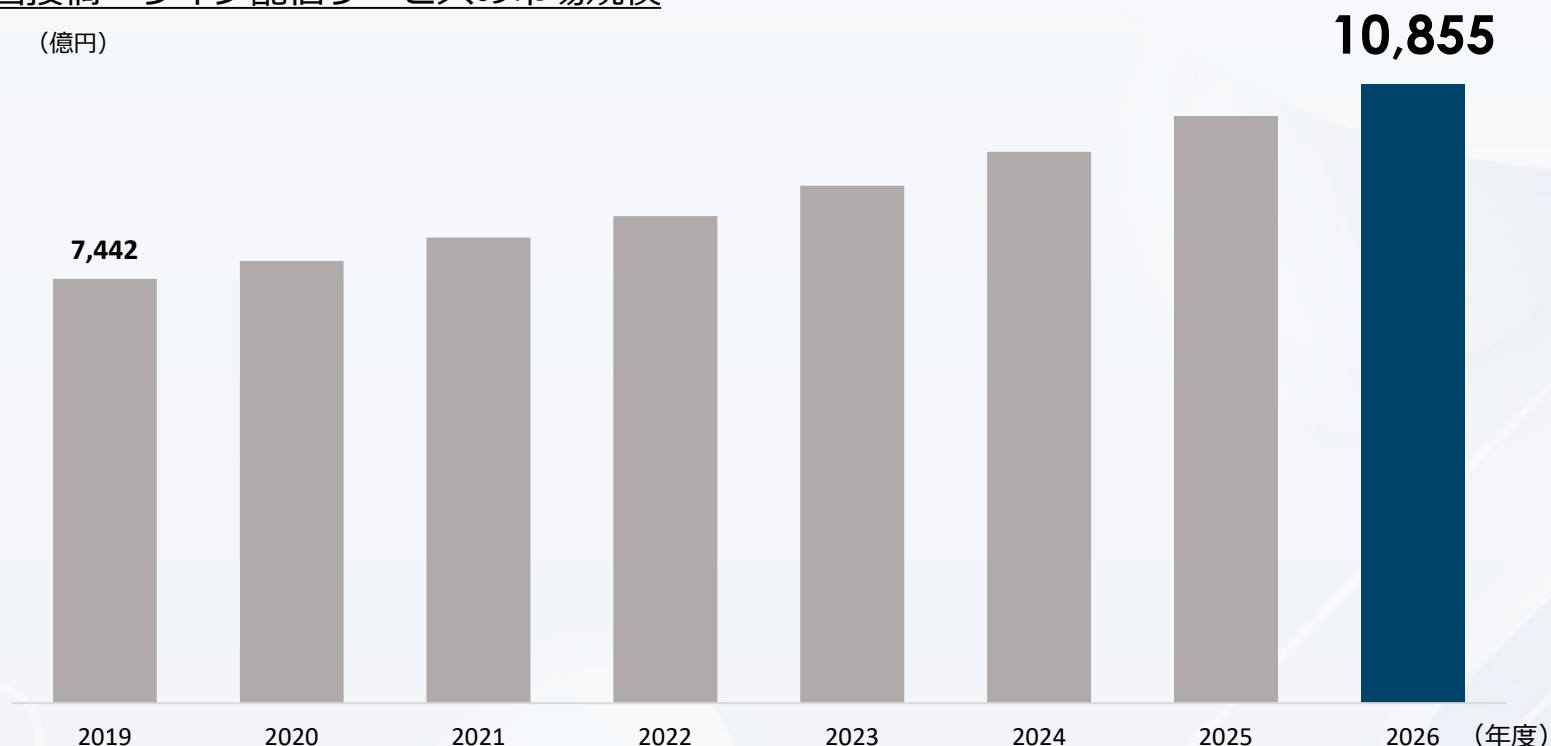
- 持続的成長を実現する“ライブ配信事業”

# 国内動画投稿・ライブ配信市場におけるTAM分析

- 動画投稿・ライブ配信の市場規模は2026年度には1.08兆円と推計

## 国内動画投稿・ライブ配信サービスの市場規模

(億円)



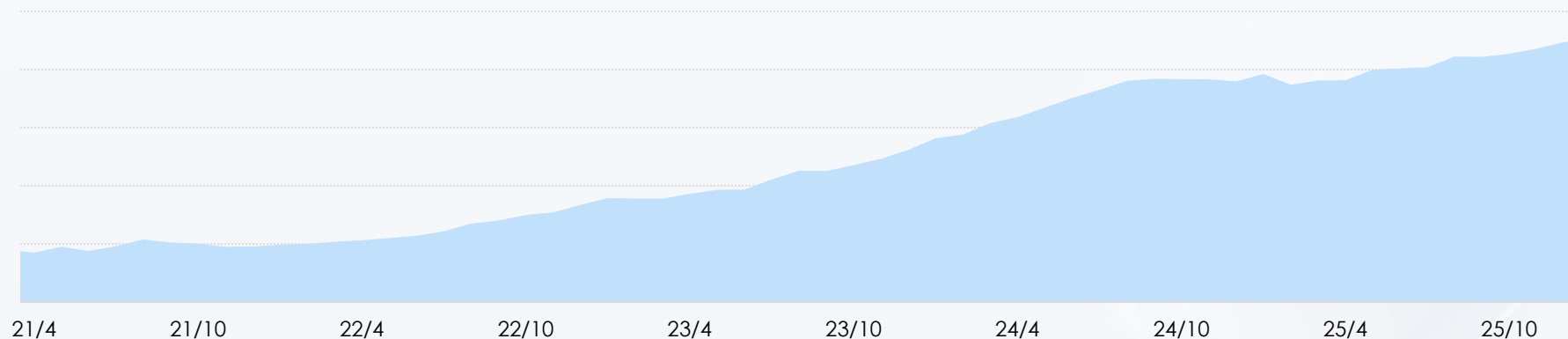
出所：野村総合研究所（NRI）メディアフォーラム「ITナビゲーター2021年版」（2020年12月発刊）。2019年度の広告費は電通によるインターネット広告媒体費総額の推計値よりNRIが集計。2020年度以降はNRI予測

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

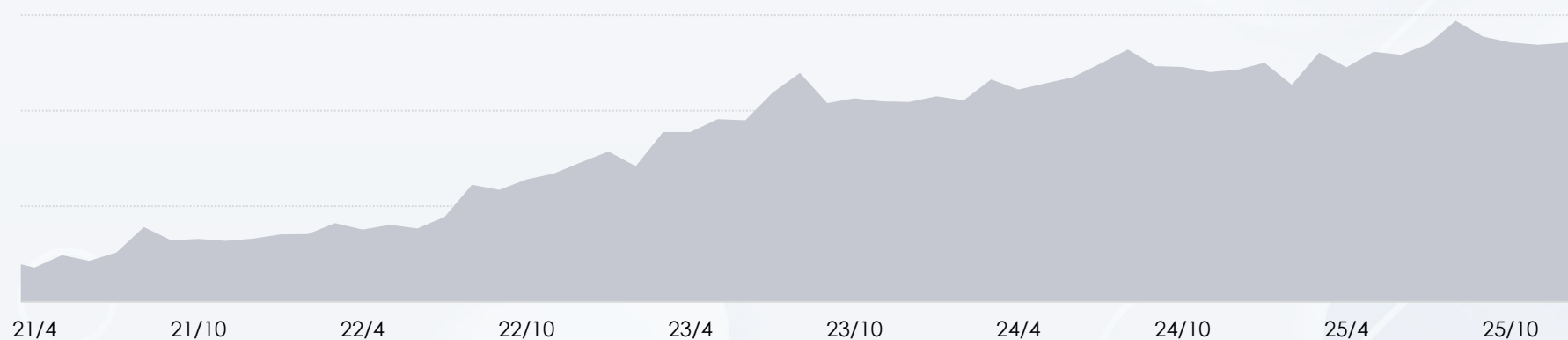
# 拡大するライブ配信市場

- 主要なライブ配信関連のプラットフォーム<sup>1</sup>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

アクティブユーザー数



総視聴時間



出所：data.ai

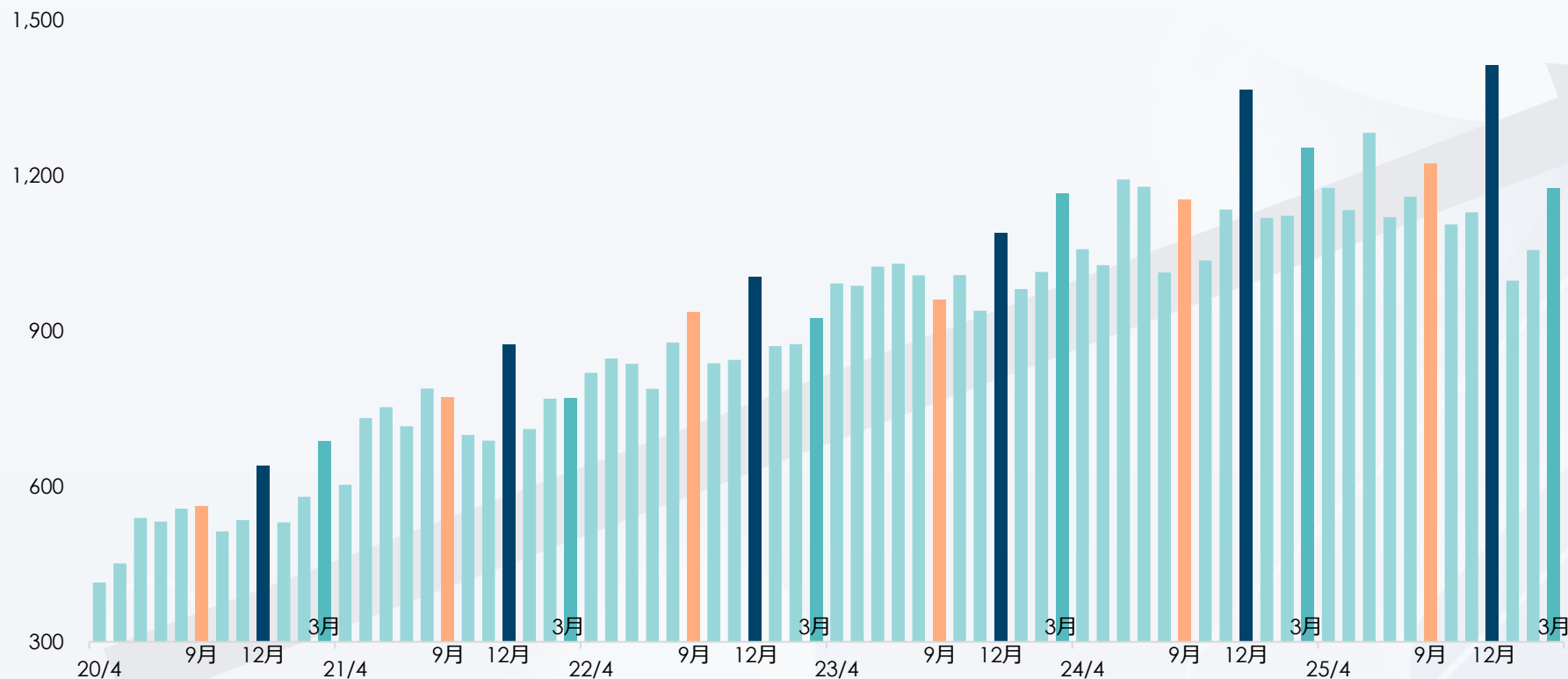
注1：当社を含め、当社が2022年12月の上場来競合他社として認識しているライブ配信事業者6社（ふわっち、Pococha、17LIVE、ツイキャス、SHOWROOM、TikTok（TikTok LIVE以外も含む））及びミラティブを対象

# 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。2025年12月度は過去最高の月間売上高を記録
- 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)



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.

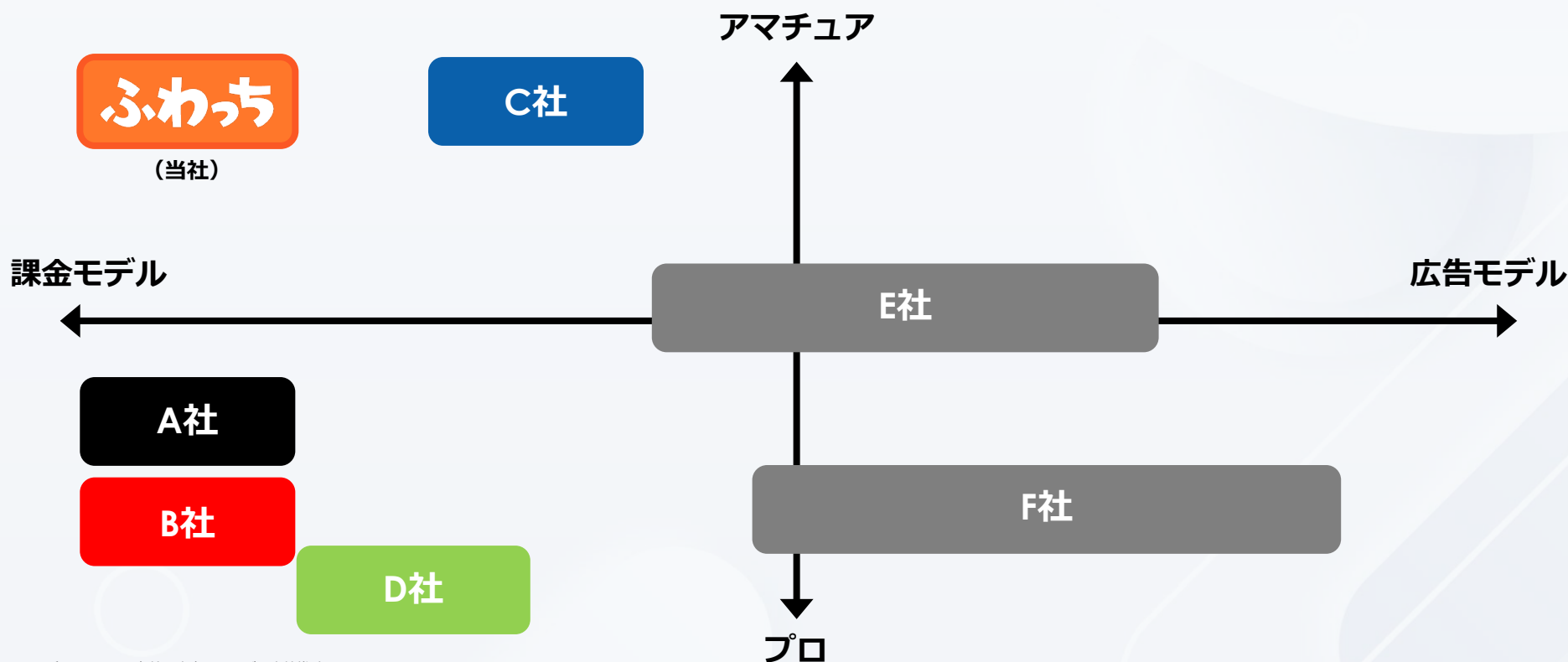
エクイティ・ストーリー

● 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	
	<b>ふわっち</b>	A社	B社	C社	D社	E社	F社
成り立ち	<b>課金メイン</b>	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	<b>少</b>	少	少	多	多	多	多
配信者層	<b>アマチュア</b>	セミプロ アマチュア	プロ セミプロ	<b>アマチュア</b>	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	<b>30～50代</b>	20代	20代	10～20代	10～20代	10～20代	<b>全世代</b>
イベント開催数 (相対比較)	<b>普通</b>	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

# “ふわっち”が視聴者・配信者から支持される理由①

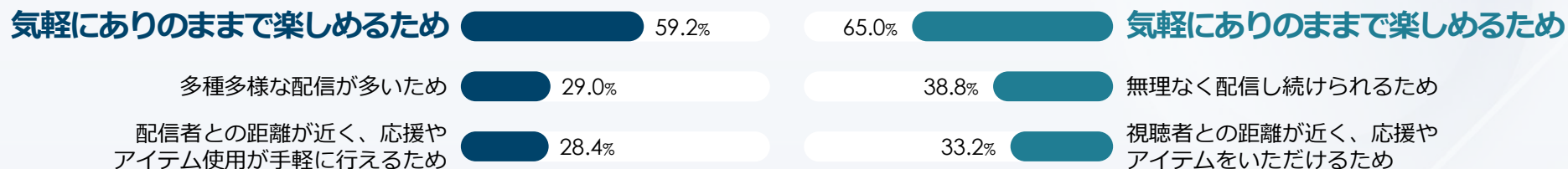
- ・「気軽にありのままで楽しめること」が動機で多くの視聴者・配信者が利用
- ・利用したくなるシーンは「気分転換をしたいとき」が最多



視聴者

“ふわっち”を利用する理由

配信者



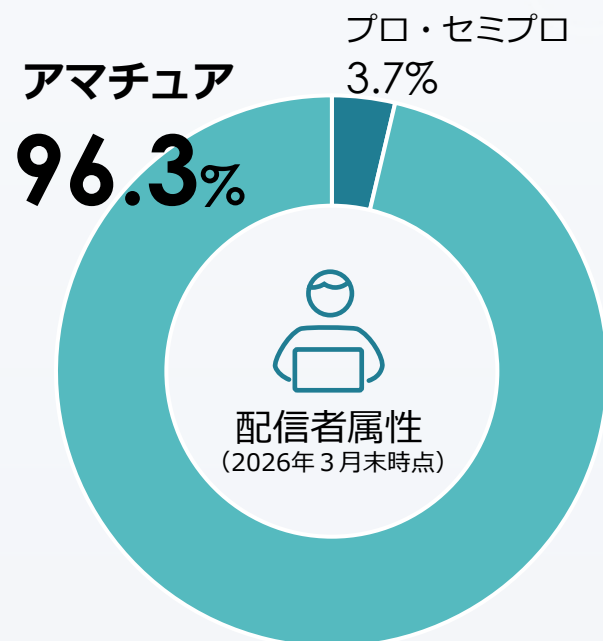
## “ふわっち”を利用したくなるシーン



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<sup>1</sup>



### 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。
- ✓ 配信時間の縛りがない（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



**ARPPU<sup>1</sup>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<sup>1</sup>とARPPU<sup>2</sup>で構成



## 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

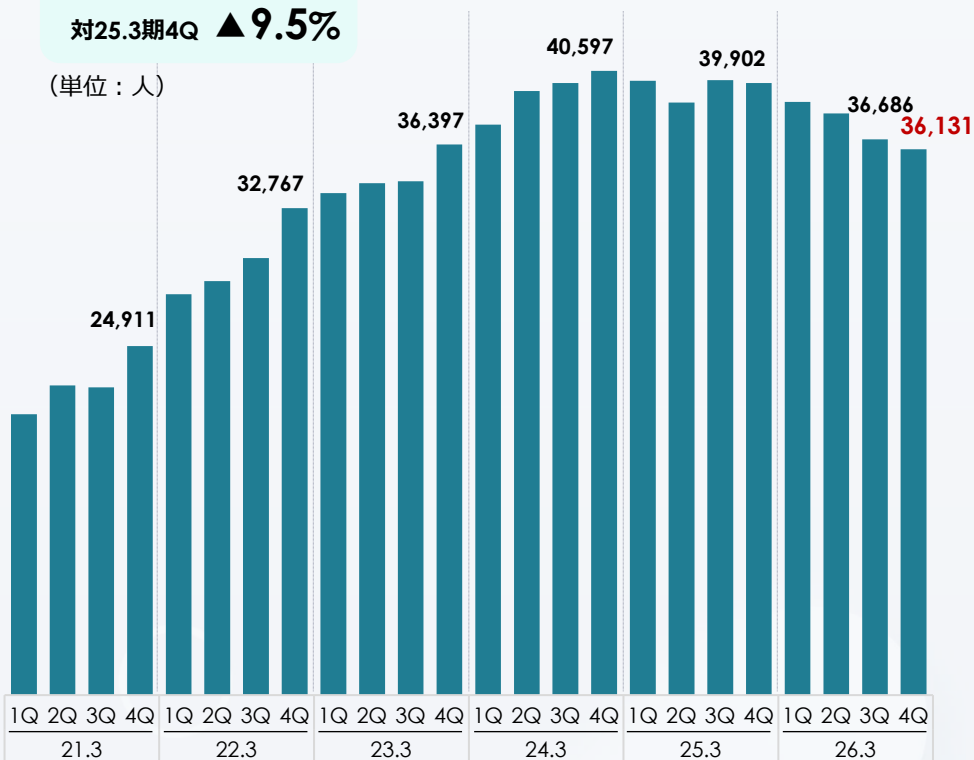
# "ふわっち" - 主要KPIのハイライト

- 課金UU数<sup>1</sup>は減少基調。中長期的な成長を見据え、増加基調となるような各種施策を講じる方針
- ARPPU<sup>2</sup>は、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<sup>1</sup> (四半期平均推移)

対26.3期3Q ▲1.5%  
対25.3期4Q ▲9.5%

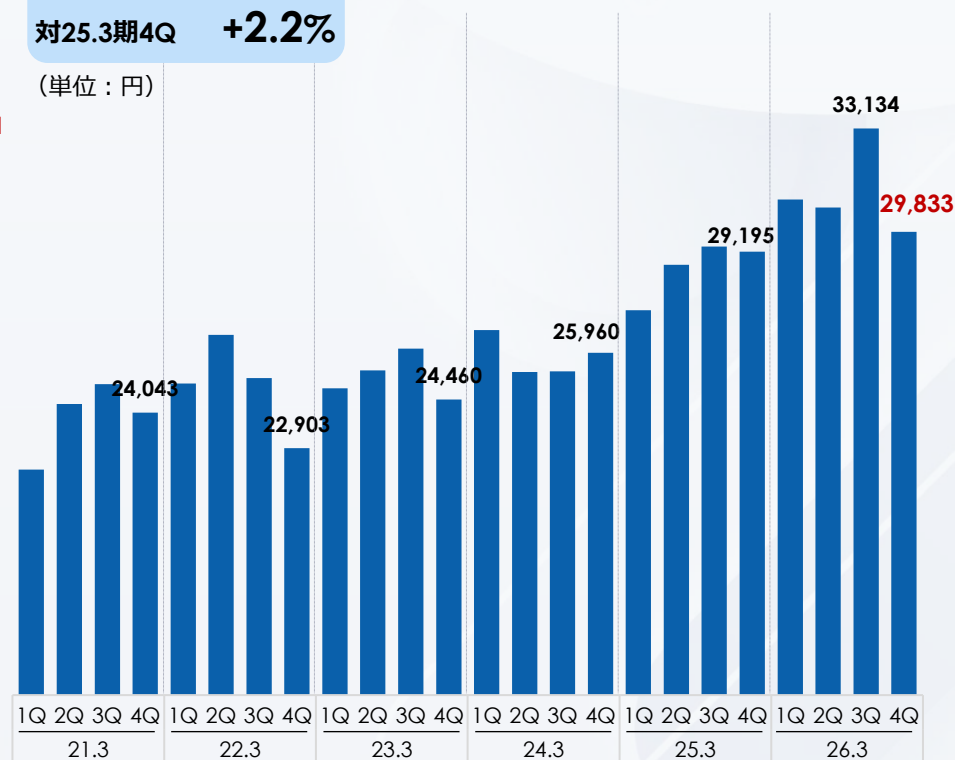
(単位：人)



### 月次ARPPU<sup>2</sup> (四半期平均推移)

対26.3期3Q ▲10.0%  
対25.3期4Q +2.2%

(単位：円)



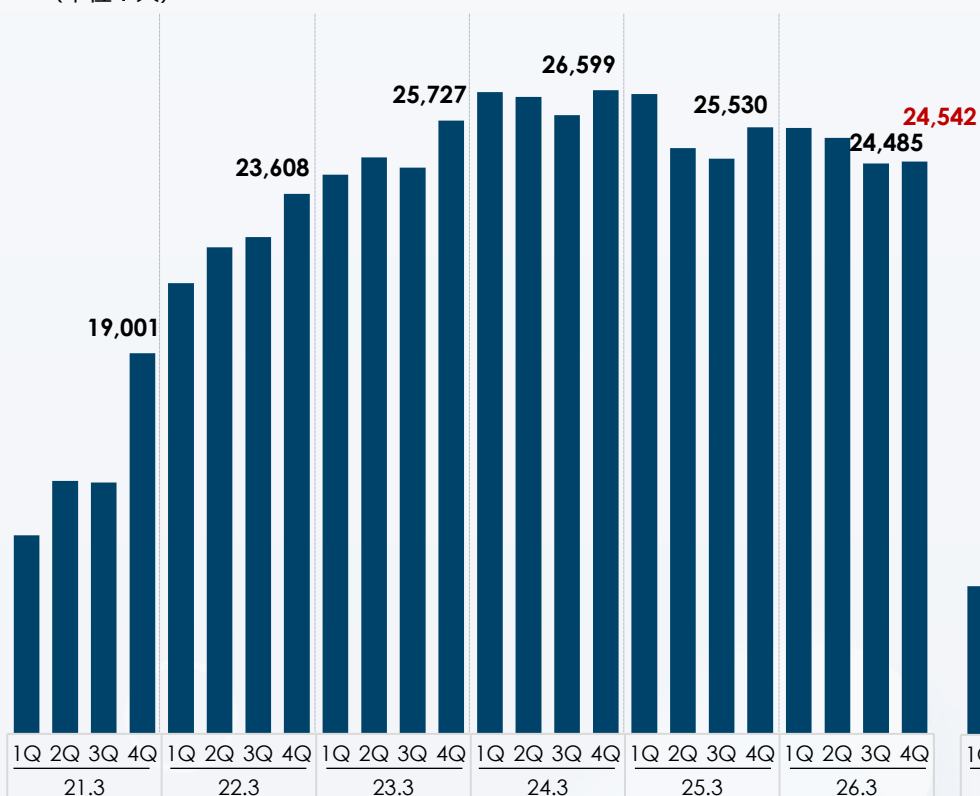
注1：UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、各四半期連結会計期間の月次課金ユニークユーザー数は、各四半期連結会計期間における月次課金ユニークユーザー数の平均値  
注2：ARPPUは課金ユーザー1人当たりの平均課金額を指す。また、各四半期連結会計期間の月次ARPPUは、各四半期連結会計期間における月次ARPPUの平均値

# "ふわっち" - 配信者数の拡大成長

- 全体の配信UU数<sup>1</sup>はやや減少傾向であるものの、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<sup>1</sup>は増加基調で推移。全体の配信UU数<sup>1</sup>を占める割合<sup>2</sup>も高水準を維持
- 有力配信UU数<sup>1</sup>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<sup>1</sup>（四半期平均）

（単位：人）



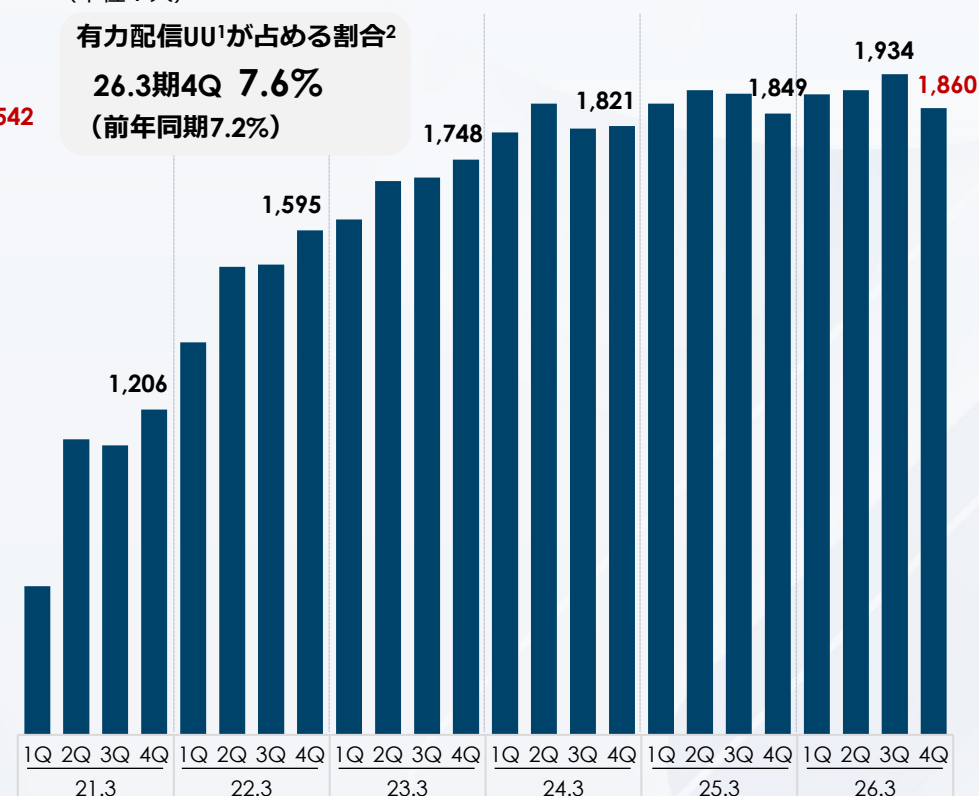
月間5万ポイント以上獲得する月次有力配信UU数<sup>1</sup>（四半期平均）

（単位：人）

有力配信UU<sup>1</sup>が占める割合<sup>2</sup>

26.3期4Q 7.6%

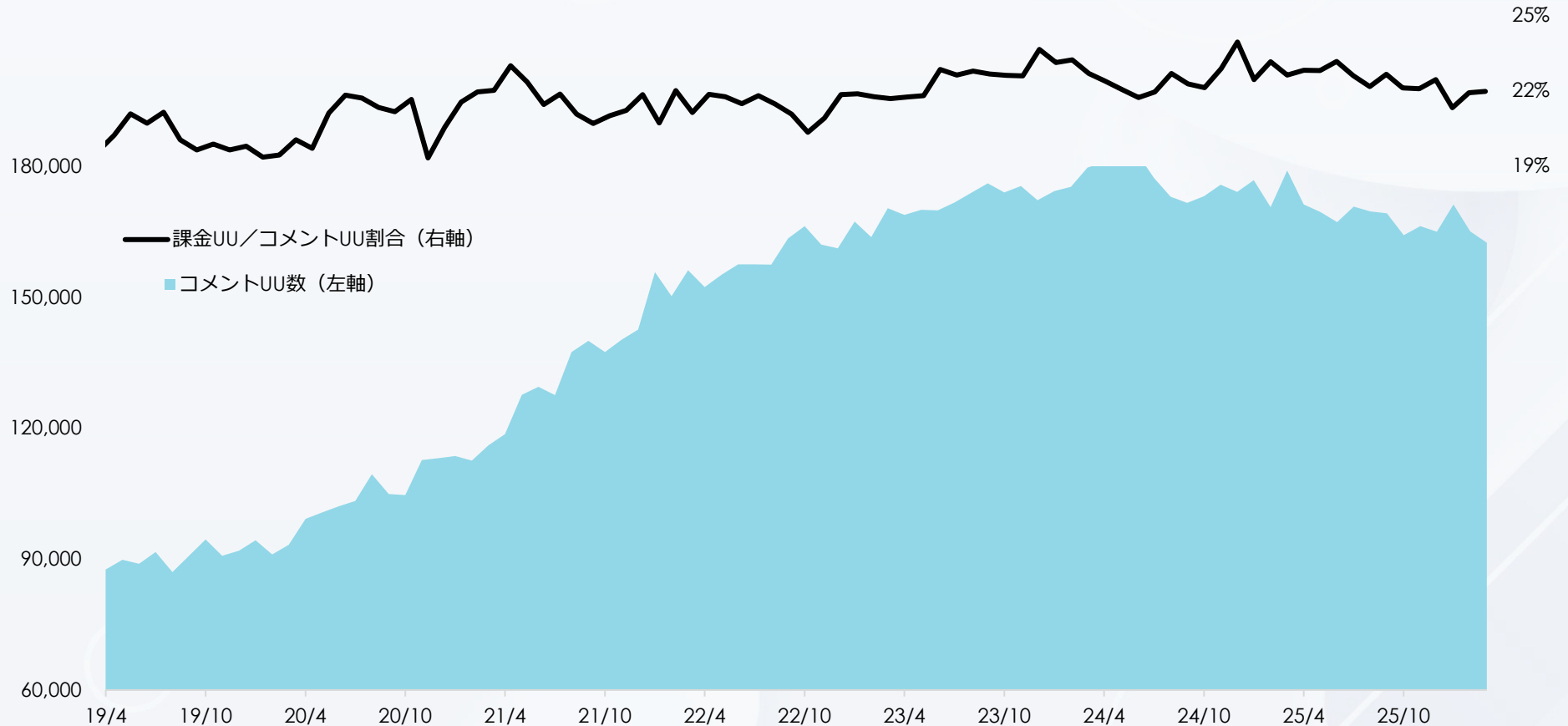
（前年同期7.2%）



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" - 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<sup>1</sup>の先行指標となる"配信にて月に1回以上コメントするUU<sup>1</sup>の数" (以下、コメントUU数<sup>1</sup>) は月次の変動はあるが、堅調に推移
- コメントUU<sup>1</sup>からの課金UU<sup>1</sup>への取り込み (課金UU<sup>1</sup>/コメントUU<sup>1</sup>割合) は、高い水準を維持している状況



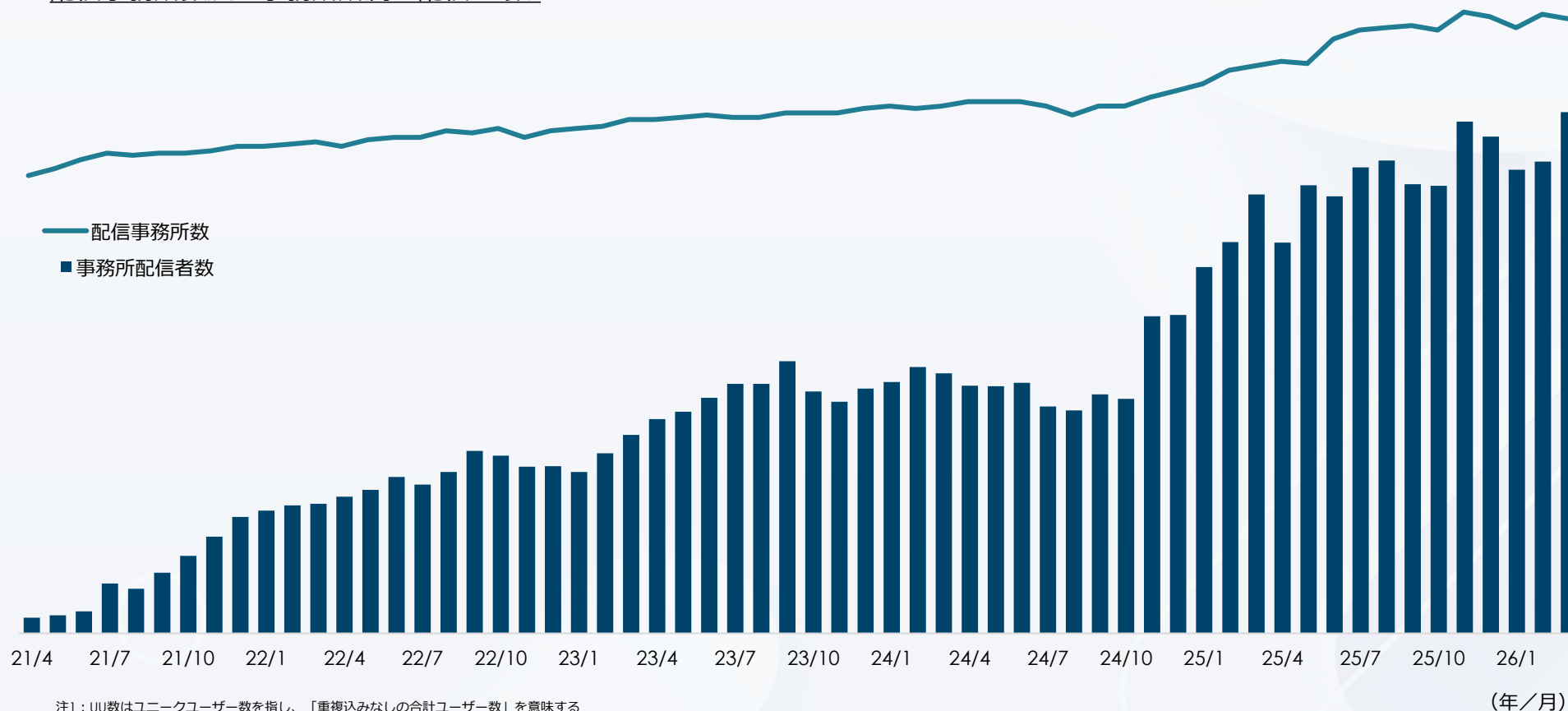
注1: UU数はユニークユーザー数を指し、「重複込みなしの合計ユーザー数」を意味する。また、コメントUU数とはユーザーのエンゲージメントを表す指標の一つであり、月に1回以上コメントするUUの数を指す

(年/月)

# "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<sup>1</sup>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<sup>1</sup>の増加や売上高増加にも寄与するものと思料

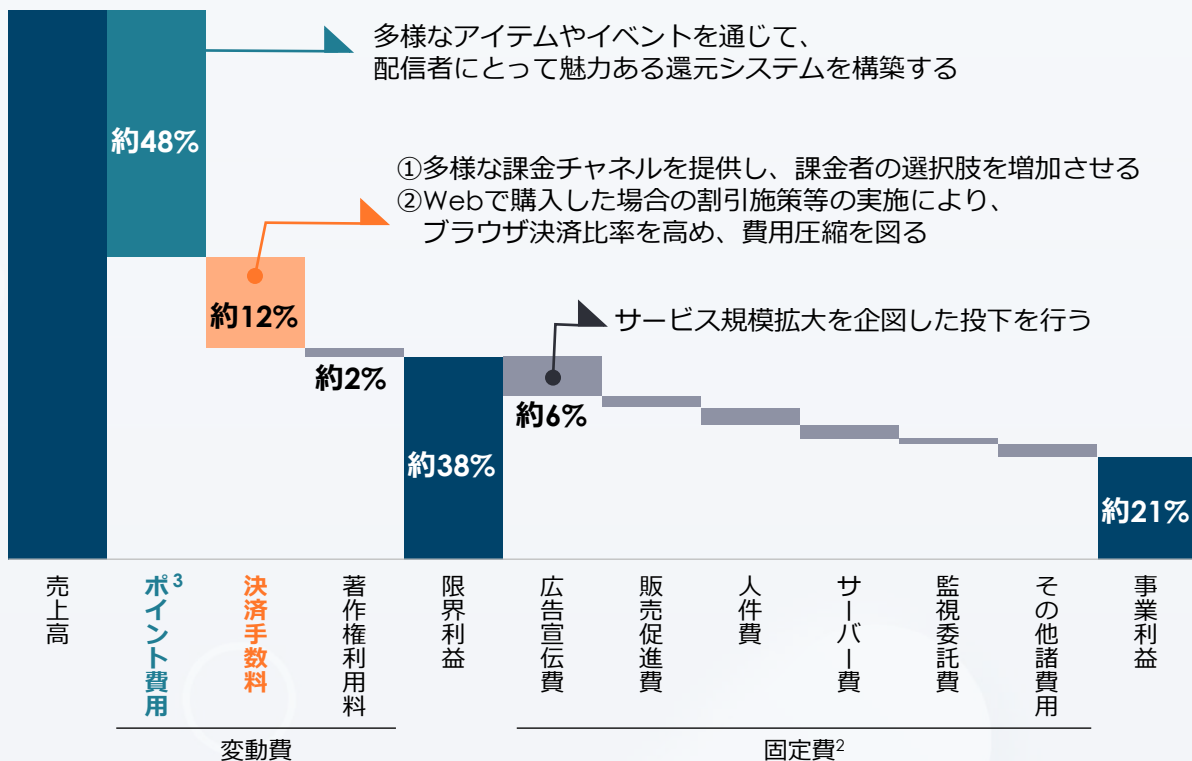
配信事務所数及び事務所所属の配信UU数<sup>1</sup>



# "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<sup>3</sup>、決済手数料、広告宣伝費で構成
- うち、ポイント費用<sup>3</sup>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<sup>1</sup>（26.3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 <sup>3</sup>	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26.3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1：2026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<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

### ■ 継続して課金UU数<sup>1</sup>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

## 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<sup>1</sup>の減少（特に少額課金のライトユーザー減少）に伴って、ARPPU<sup>2</sup>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

# 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（26.3期：2件のM&A（事業譲受含む）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
- 2025年12月、創業の地“鯖江”での縁を活かし、スマート眼鏡（ARグラス）事業への参入を決定
- 2026年4月、株式会社バチェラーデートの全株式を取得し、マッチングアプリ事業への本格参入を決定

## 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）やゲーム配信などの  
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や  
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

### 事業の多角化

バーチャル音楽ライブ配信“topid”やVTuber事業、  
スマート眼鏡(ARグラス)事業、マッチングアプリ事業、  
などを始め、グループ全体で新規事業を推進

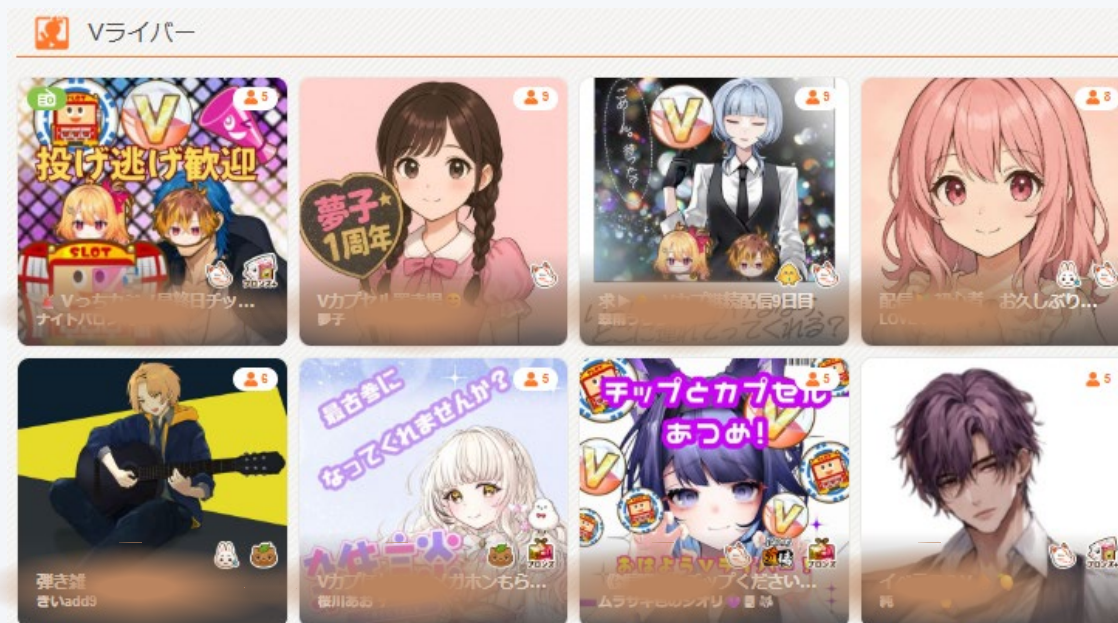
既存のライブ配信事業とは異なるB2C領域でも  
チャレンジを続け、  
**収益の源泉を多角化・複層化**

## "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

- ①Vライバーの獲得、②新たな視聴者層の獲得、の2軸を狙ったキャンペーン施策を定期的実施

## 第2弾 Vライバー向けキャンペーン

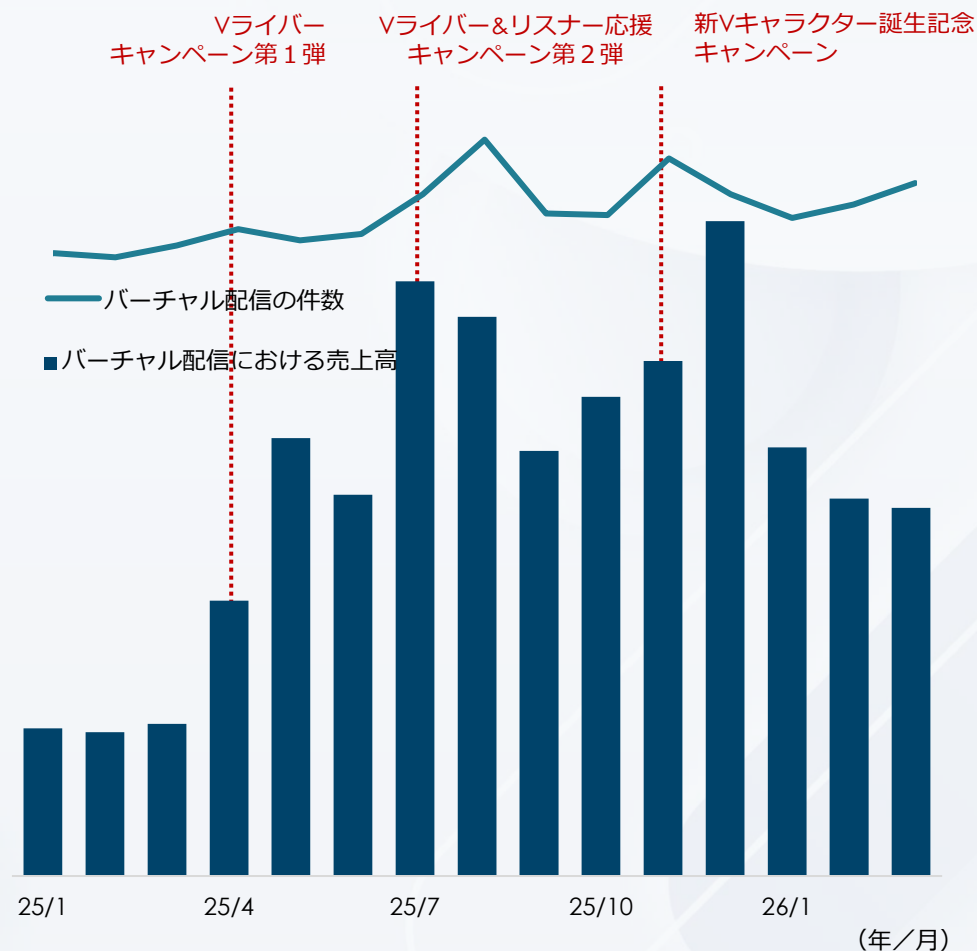
- 「Vライバー」カテゴリにて配信を行い、キャンペーン特別アイテム「Vっちちゃん」を集めることでアマギフトを獲得
- 上記のようなVライバーが当該期間にて配信するメリットを構築することでVライバーの獲得に寄与

## 第2弾 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ト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」





# 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

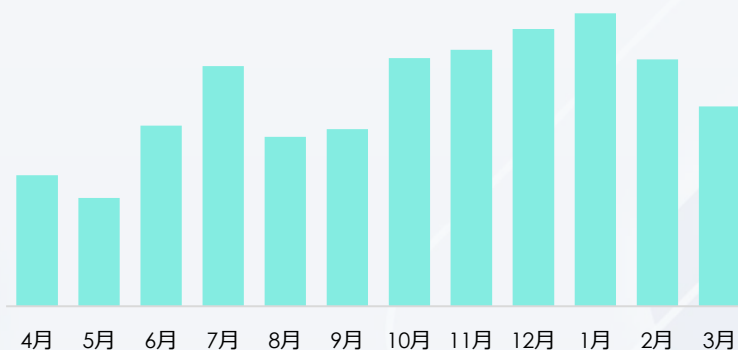
- 2025年4月より、当社連結子会社として参画したサービス“topia（トピア）”
- 顔出しなしで3Dアバターの姿で配信でき、かつJOYSOUNDのカラオケ音源が歌い放題な、バーチャル音楽ライブ配信アプリ

### 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



26.3期月次売上高



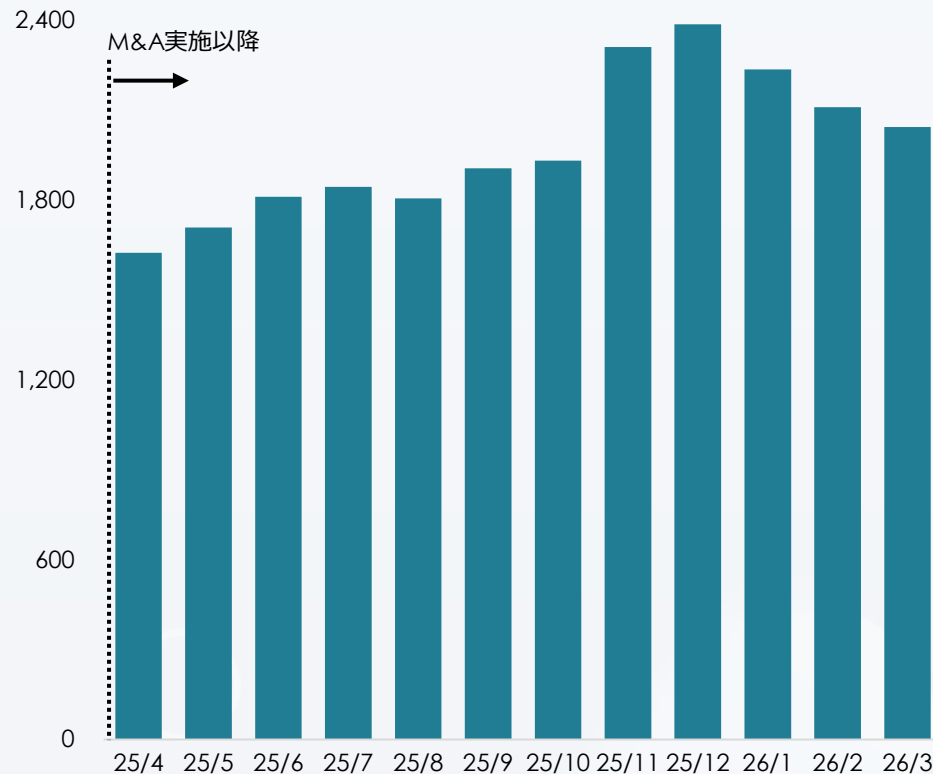


## “topia” - 主要KPIのハイライト

- 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である課金者数は増加基調に転じ、ARPPU<sup>1</sup>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って成長を図る

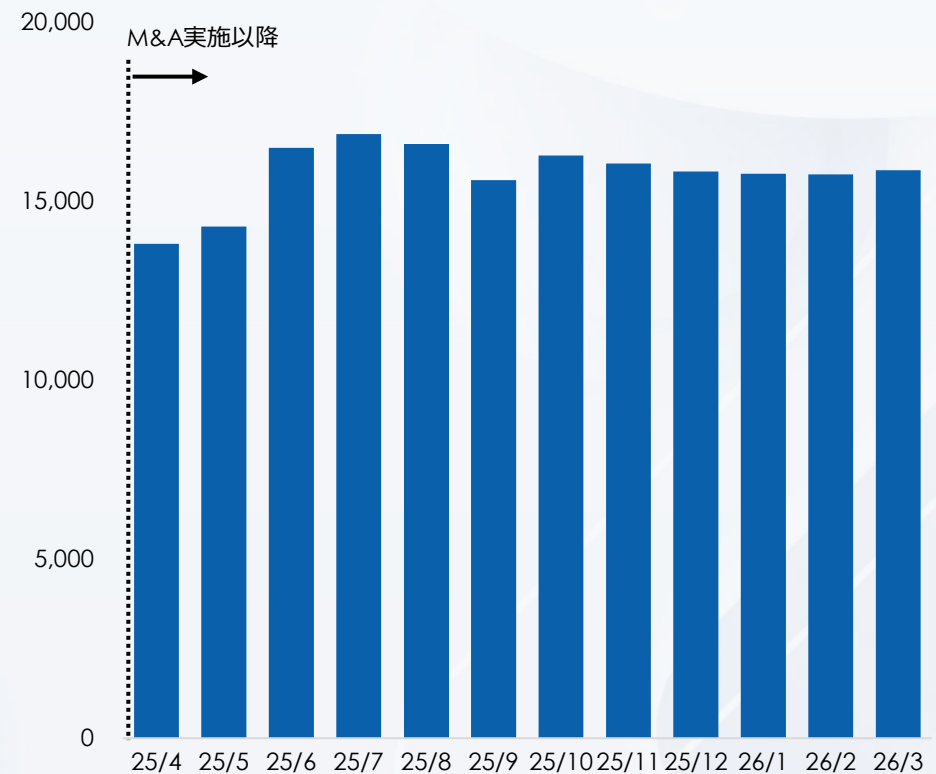
月次平均課金者数推移（26.3期）

(単位：人)



月次平均ARPPU<sup>1</sup>推移（26.3期）

(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。

# VTuber事業①

## 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

- 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②

### 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。配信活動による収益だけでなく、自社ECストアにてグッズを販売
- 2025年12月、第2期生の募集を開始
- 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



# Brave groupとの業務提携契約を締結

- 2025年11月13日付けで、VTuber大手 Brave groupとの業務提携契約を締結。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



## 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
- Brave Group傘下のENILIS社が運営するPalette Project（次頁参照）の運営母体を当社へ移管し、共同運営体制を構築

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」をご参照ください

## VTuber事業③

### Palette Project (パレットプロジェクト)



#### 2018年8月にデビューした女性バーチャルアイドルグループ

- オンライン活動だけでなく、オフラインLIVEも開催する歌って踊れるバーチャルアイドルグループ
- 2025年12月、Palette Project 5th One Man Liveを開催。800人超のファンが視聴（オンライン配信含む）
- エンゲージメントの高いコアファン層に支えられ、グッズ商品やサービスに関する訴求がその後のアクション（購買）に繋がりがやすいのも特長

#### Brave Groupとの業務提携契約締結を機に、当社グループ事業として参画

- 2025年11月のBrave Groupとの業務提携契約締結を機に、本事業の運営母体を当社へ移管。Brave Group傘下のENILIS社と共同運営体制を構築
- 本体制では以下を組み合わせ、運営体制を一層強化し、事業拡大を推進
  - 当社による事業基盤・投資・サービス連携面での支援
  - ENILISによるVTuber事業における運営ノウハウの継続的な活用

注1：2026年1月13日付け公表のサービスリリース「事業移管ならびに、運営体制変更に関するお知らせ」をご参照ください。



# スマート眼鏡（ARグラス）事業 - ARグラスとは

- ARグラスは、近年スマートフォン以降の新たな情報取得基盤として注目。現実世界の視界に、デジタル情報（文字・画像・ナビ・通知など）を重ねて表示できる“眼鏡型デバイス”である
- ハンズフリーで、リアルタイムに情報へアクセスできる点が特徴

## 従来のスマート眼鏡との違い

### 従来のスマート眼鏡（ディスプレイ搭載なし）とは

- 眼鏡型のウェアラブル端末の広い総称
- ディ스플레이を搭載しない眼鏡 or 限定的な表示が可能な眼鏡
- 主目的は、通知・カメラ・音声・AIアシスト
- いわゆる“AI対応カメラ眼鏡”



**本格的なARグラスは、レンズ内に投影するウェイブガイド光学技術を搭載**

**ウェイブガイドを搭載しないARグラスも存在するが、表示の品質・ファッション性・軽量化の観点で劣る**

注1：写真はイメージであるため、実物と異なる可能性があります。

# スマート眼鏡（ARグラス）事業 - ブランド概要



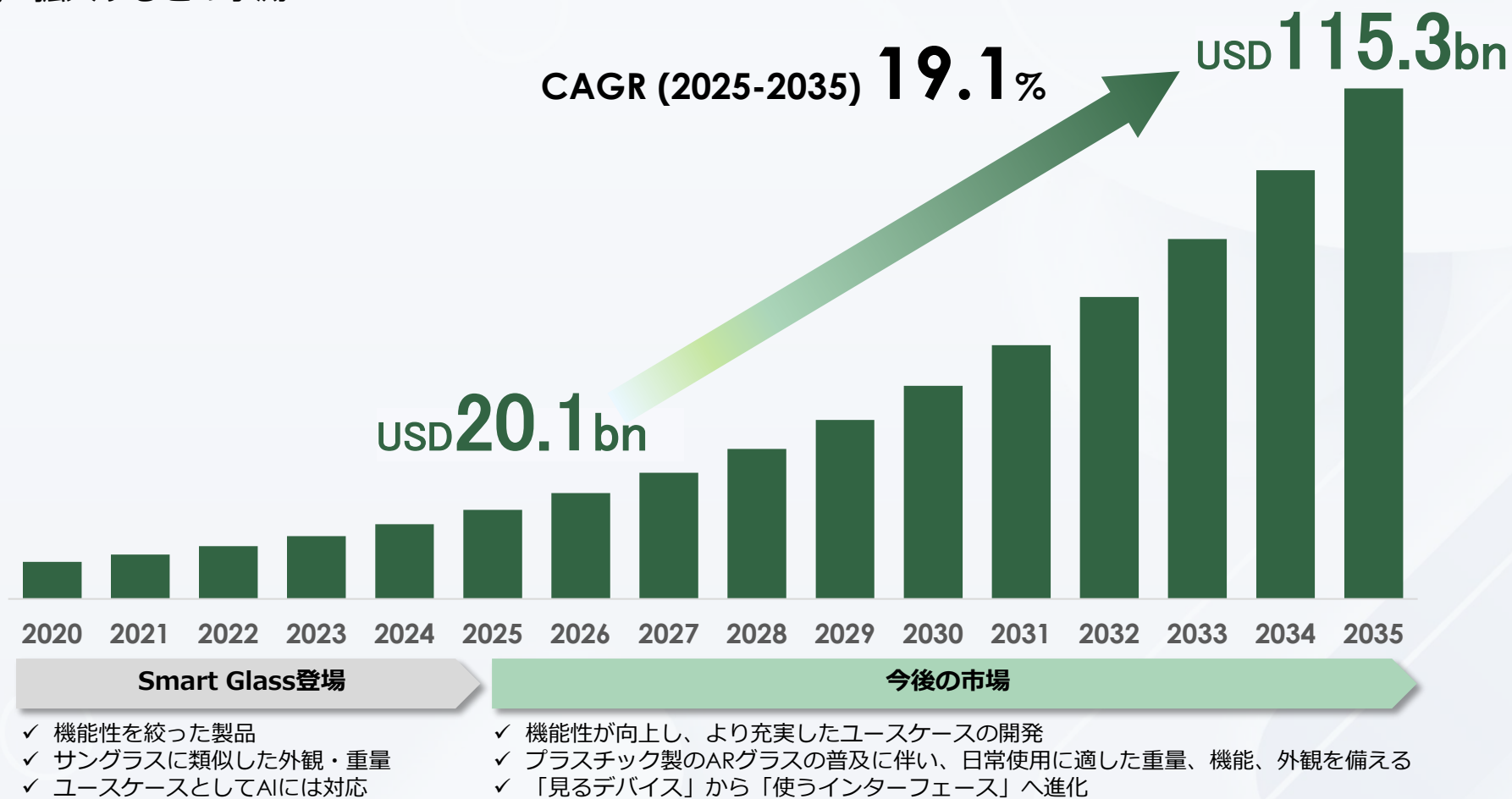
[ サベラ ]

ブランド由来： **Sabae** × **Era**

- 鯖江（Sabae）と時代（Era）を掛け合わせた造語
- 眼鏡産地・鯖江を起点に、新しい時代の「見る体験」を創出
- 伝統的なものづくりと先端技術を融合したブランド

# スマート眼鏡（ARグラス）事業 – 市場規模

- ARグラス市場は、2025年から2035年にかけて年平均成長率19.1%で拡大。2035年には市場規模1,153億米ドル規模へ拡大するとの予測



注. Future Market Insights社による「Augmented Reality Glasses Market Size and Share Forecast Outlook 2025 to 2035」レポートを参照

# スマート眼鏡（ARグラス）事業 - 事業概要①

## 当社は、ARを次世代の情報取得基盤と捉え、ARグラス市場へ参入

- 国内初<sup>1</sup>となるプラスチック製のウェイブガイド光学技術を活用し、“日常利用可能な本格ARグラス”を開発・販売
- プラスチック素材の採用により軽量化を実現し、利用者の安全にも配慮
- 各領域で精通した国内企業（Cellid株式会社、株式会社ボストンクラブ）と提携し、市場開拓を推進
- 当社のソフトウェア開発力及びUX設計力を活かし、通知・翻訳・テレプロンプト・ナビゲーション・生成AI連携などの機能を提供
- 2026年4月、Makuakeにて先行販売開始。開始3週間で累計購入金額1億円を突破
- 2026年7月、自社ECサイト及び販売代理店を通じて本格展開を計画

### Cellid株式会社

代表者	代表取締役 CEO 白神 賢
事業内容	空間認識エンジン及びARグラス用ディスプレイの開発・販売
設立年月日	2016年10月27日
特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 一般的な眼鏡レンズと同等の薄さと軽さを維持しながら、鮮明な画像・文字表示を可能にするウェイブガイド（ARグラス用レンズ）を開発</li> <li>■ 国内外の有力サプライチェーンとのパートナーシップを有し、量産を前提とした製造体制を構築</li> </ul>

### 株式会社ボストンクラブ

代表者	代表取締役 小松原 一身
事業内容	眼鏡デザインの企画／眼鏡枠の販売／眼鏡小売店の運営
設立年月日	1984年8月1日
特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 国内屈指の眼鏡産地「鯖江」を拠点とするフレームのデザイン企画・製造を行うメーカー</li> <li>■ 「鯖江」の確かな技術に裏付けられた最良の品質と、圧倒的なデザイン力を有する</li> </ul>

注1. 当社調査に基づく

## スマート眼鏡（ARグラス）事業 - 事業概要②

- SABERAの優位性は、単一の技術ではなく、光学 × デザイン × UX という3つの強みの掛け算にある



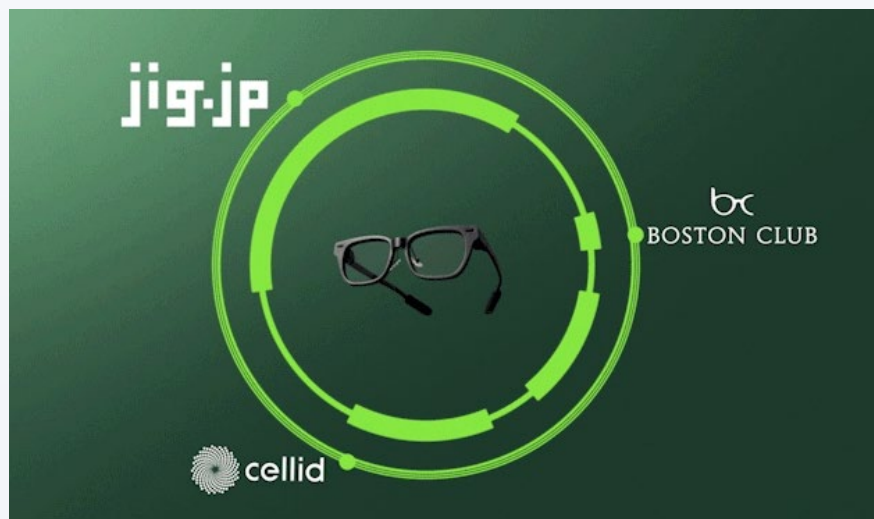
国内最高峰の光学技術を有し、業界トップクラスの視野角や解像度などの投影性能を実現。国内初となるプラスチック製レンズを採用



BOSTON CLUB

鯖江が誇る装着性・デザイン

世界的な眼鏡産地として知られる鯖江の高い品質基準と卓越したデザイン・設計力を基盤



## jig.jp ソフトウェア開発力（UI・UX設計力）

アプリ開発で培ったUXノウハウを、ARインターフェースに応用。  
“使いたくなる体験”の設計力が、ガジェットから日常の道具へと変える  
国内アフターサポート体制も構築

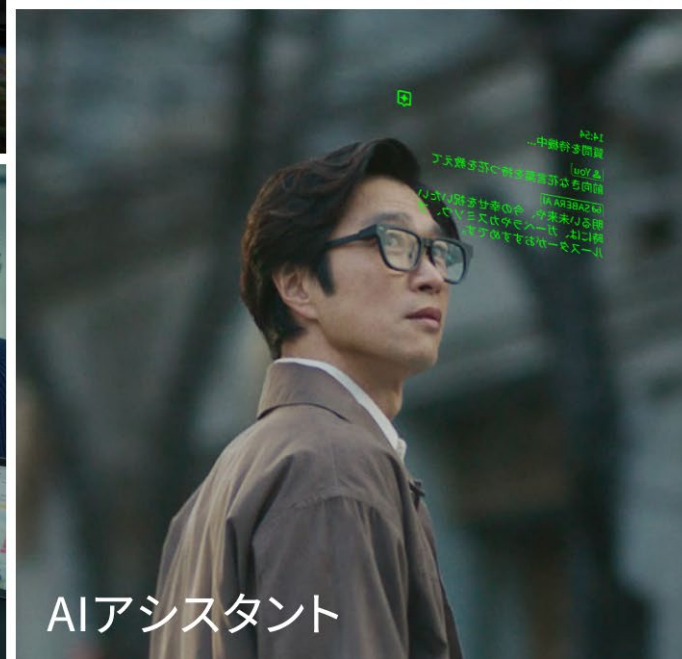
# スマート眼鏡（ARグラス）事業 – 主要競合比較



製品名	SABERA スマート眼鏡	中国企業A	中国企業B	中国企業C	米国企業A
日本発売開始月	2026/4	2025/11	2026/2	2025/11	未定（米国：2025/9）
価格	税込92,400円	税込88,800円	税込109,890円	税込99,800円	USD 799
光学系	Waveguide(プラスチック)	Digiwindow	Waveguide	Waveguide	Waveguide
カラー	単色	単色	単色	単色	フルカラー
表示	片目	片目	両目	両目	片目
FOV	30°	3.5インチ画面相当	非公開	27.5°	20°
重さ	40g（見込み）	レンズなし28.5g	49g	36g	69g
解像度	640*480	非公表	640*480	640*350	600*600
デザイン	眼鏡らしさ	眼鏡らしさ	サングラス寄り	眼鏡らしさ	サングラス寄り
追加機能	—	スピーカーあり	スピーカー・カメラあり	—	スピーカー・カメラあり
その他	日本国内サポートあり B2C向けカスタマイズ可能 鯖江眼鏡メーカー監修				現状、日本国内×

注. 各社Webサイトを基に当社調べ

# スマート眼鏡 (ARグラス) 事業 – 機能一覧



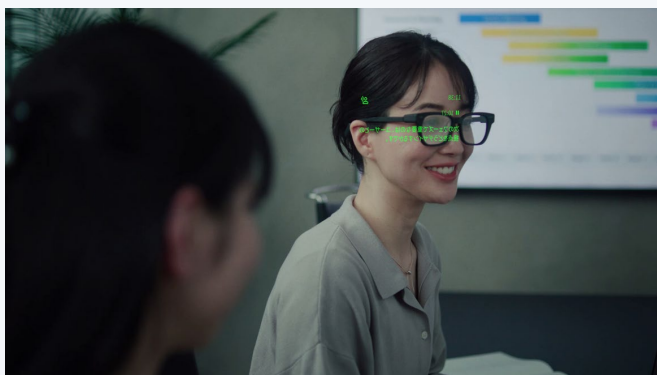
注1. 現時点で実装を想定している代表的な機能になります。

注2. あくまで参考としてのイメージ図であるため、実物と異なる可能性があります。

# スマート眼鏡（ARグラス）事業 – 主な機能紹介

## 代表的な機能<sup>1</sup>

- 通知機能（メール・SNS・カレンダー等とスマートフォン連携）
- リアルタイム翻訳機能
- テレプロンプト機能（原稿表示機能）
- AI アシスタント機能（生成AIによる情報支援）
- ナビゲーション機能（地図機能）
- 議事録機能（音声をテキスト化して表示・要約する機能）



### テレプロンプト機能のイメージ<sup>2</sup>

プレゼンテーションやスピーチ時に、視線を落とさず原稿を確認可能  
原稿を見ながら自然なコミュニケーションを実現



### 通知機能のイメージ<sup>2</sup>（SNS通知）

スマートフォンを取り出すことなく、視界内で重要通知を確認可能  
移動中・業務中の情報取得を効率化



### リアルタイム翻訳機能のイメージ<sup>2</sup>

対面会話をリアルタイムで翻訳し、視界内に字幕表示  
海外旅行や訪日外国人との交流・海外出張・商談で活用可能

注1. 現時点で実装を想定している代表的な機能になります。 注2. あくまで参考としてのイメージ図であるため、実物と異なる可能性があります。

# スマート眼鏡（ARグラス）事業 – 販売価格・日程

販売価格：**92,400円**（税込）



本格的にEC・店舗販売を開始



# スマート眼鏡（ARグラス）事業 – ミッション

- 当社が目指すのは、スマートフォンに代わる存在として、ARグラスが日常生活に溶け込む世界を創ること
- これまでのようなARグラスを単なる「ガジェット」と捉えるのではなく、一見普通の「眼鏡」と変わらない存在。日常に馴染む装着性こそが、普及のための重要な要素

“鯖江”という地域資産と、“jig.jp”のソフトウェア開発を掛け合わせ、国内のみならず、将来的にグローバルな市場へ挑戦する

## 【情報インターフェースの変遷】



### PC時代

デスクに縛られた情報接続。  
場所と時間の制約が前提。



### スマホ時代

持ち歩く情報接続。  
しかし「手を使う」制約は残る。



### ARグラス時代

常時接続された視界。  
情報が「見える」世界へ。



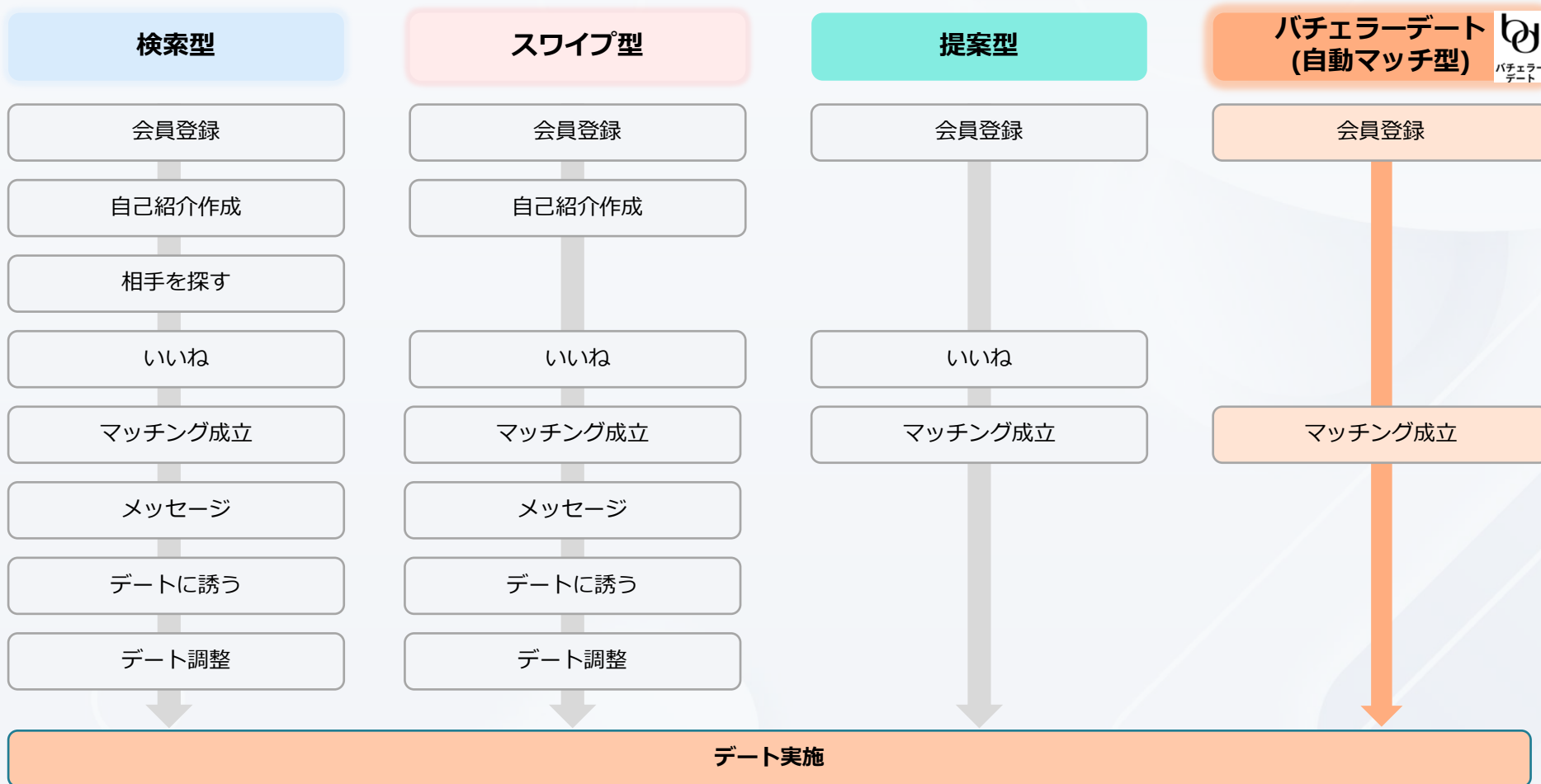
# マッチングアプリ事業 - バチエラードートの買収

株式会社バチエラードート（現：株式会社Miris）						
代 表 者	代表取締役 古澤 理一	（ 単 位 ： 百 万 円 ）	2023年6月期	2024年6月期	2025年6月期	
所 在 地	東京都品川区西五反田7-16-3		純 資 産	142	241	412
事 業 内 容	マッチングアプリ「バチエラードート」の開発・運営		総 資 産	250	360	634
資 本 金	5百万円		1 株 当 た り 純 資 産（円）	2,834	4,824	8,248
設 立 年 月 日	2021年7月1日		売 上 高	728	893	1,395
契 約 締 結 日	2026年4月20日		営 業 利 益	127	151	265
株 式 取 得 の 時 期	2026年4月30日		経 常 利 益	127	151	266
取 得 す る 株 式 数	50,000株（取得後の持分比率：100%）		当 期 純 利 益	84	99	171
取 得 価 額	3,483百万円（アドバイザー費用含む）		1 株 当 た り 当 期 純 利 益（円）	1,686	1,990	3,423

注1：2026年4月20日付け公表のサービスリリース「株式会社バチエラードートの株式の取得（完全子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。

# マッチングアプリ事業 - "バチェラーデート"とは①

- 自動マッチ型の"バチェラーデート"では、従来のマッチングアプリで必要だった手間が不要



# マッチングアプリ事業 - “バチエラーデート”とは②

- ユーザーが日程を選択するだけでデートが設定される“デート保証型”のマッチングアプリ

## ①条件の入力



## ②デート日選択



## ③お相手決定



## ④お相手の評価



# jig.jp

## Appendix

株式会社jig.jp（東証グロース市場：5244） | 2026年5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。

本資料の次回開示時期は、2027年3月期の通期決算発表時期（2027年5月頃）を予定しております。