

**2025年3月期第1四半期  
決算説明資料**

2024.8.8



**C O V E R**

# 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。

# 2025年3月期第1四半期決算概況及び 2025年3月期下半期にかけての事業展開

# 決算ハイライト 2025年3月期Q1のサマリー①

## 2025年3月期Q1業績

売上高 **6,416**百万円  
(前年同期比+24.8%)

売上総利益 **3,325**百万円  
(前年同期比+26.2%)

限界利益 **2,967**百万円  
(前年同期比+29.6%)

営業利益 **834**百万円  
(前年同期比-6.8%)

純利益 **620**百万円  
(前年同期比-0.2%)

## IP指標

YouTube総ch登録数<sup>※1</sup>  
**9,225**万  
(2024年6月末時点)

在籍VTuber数<sup>※2</sup>  
**89**名  
(2024年6月末時点)

在籍VTuberあたり年間収益<sup>※3</sup>  
**353**百万円  
(2023年7月～2024年6月)

※1：2024年6月30日時点の各VTuber及び公式のYouTubeチャンネルより集計

※2：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

※3：当該期間の売上高を2024年6月末の在籍VTuber数で除して算出

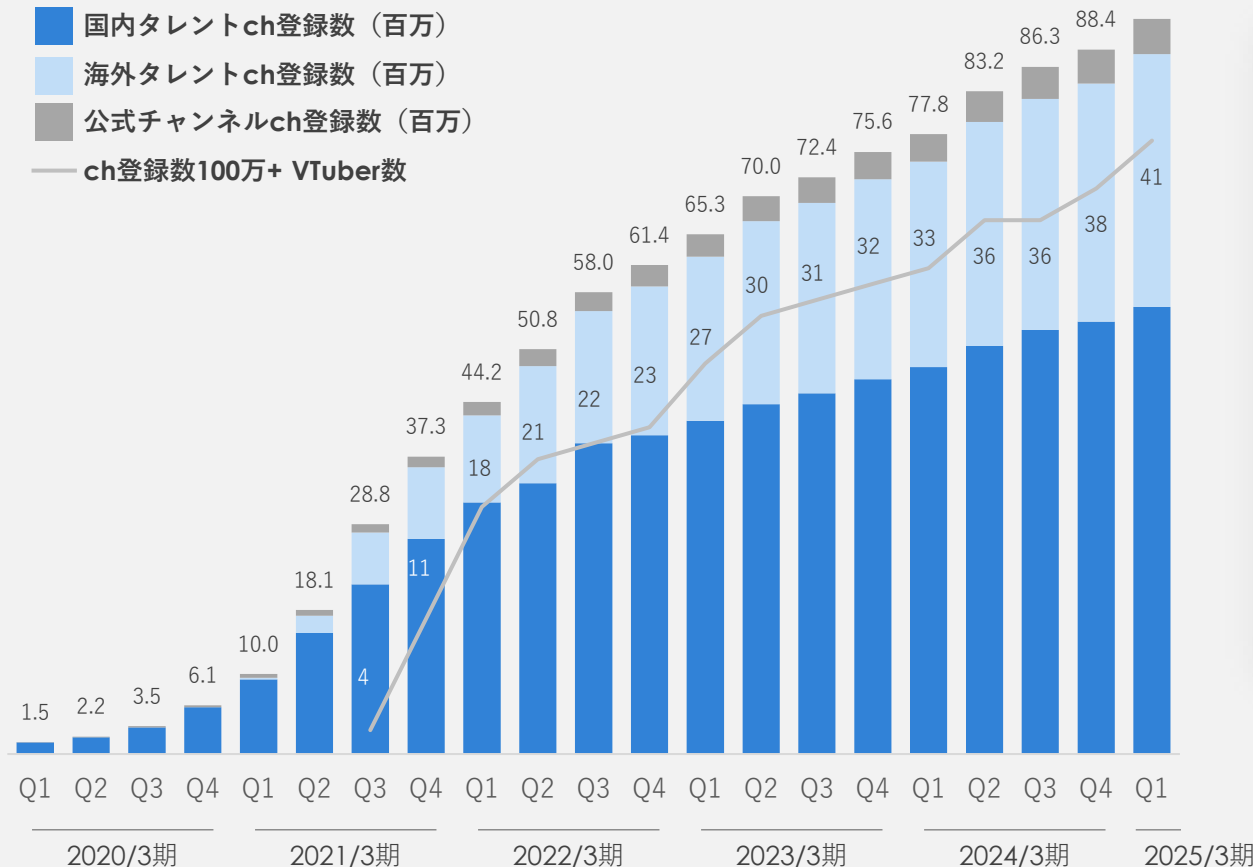
# 決算ハイライト 2025年3月期Q1のサマリー②

百万円	2024/3期Q1 実績	2025/3期 上期業績予想	2025/3期Q1 実績	前年同期比	上期 進捗率
売上高	5,142	14,426	6,416	+24.8%	44.5%
配信/コンテンツ	1,651	-	2,034	+23.2%	-
ライブ/イベント	376	-	349	-6.3%	-
マーチャндаイジング	2,091	-	2,931	+40.1%	-
ライセンス/タイアップ	1,023	-	1,100	+7.2%	-
売上総利益	2,634	-	3,325	+26.2%	-
参考：限界利益	2,288	6,195	2,967	+29.6%	47.9%
営業利益	895	2,401	834	-6.8%	34.8%
純利益	621	1,665	620	-0.2%	37.2%

# ファン数拡大の状況

海外では、昨年度に引き続き再現性高く新規デビューユニットが人気化していることに加え、国内では音楽を通じた認知獲得によるファンの拡大が継続

■ ch登録数／登録数100万+ VTuber数推移 ※1



■ 地域別タレントch登録数(2024年6月末時点)

日本	5,612万人 (前年同月比+15.5%)
海外	3,173万人 (前年同月比+23.0%)
海外内訳	
英語圏	2,179万人 (前年同月比+29.8%)
インドネシア	994万人 (前年同月比+10.4%)

※1: YouTubeチャンネル登録数

# 新規デビュー - ホロライブEnglish 「Justice」

Q1期間においては、英語圏向け女性VTuberユニットがデビュー



- 6月19日に発表し、6月22～23日にデビュー配信を実施
- チャンネル登録数は、デビューから1ヶ月で4ch累計119万(2024年7月末時点)を突破
- 初配信では4ch平均11万の最大同時視聴者を集めたほか、英語以外にもイタリア語やドイツ語話者なども含み、多彩な才能でコンテンツを展開

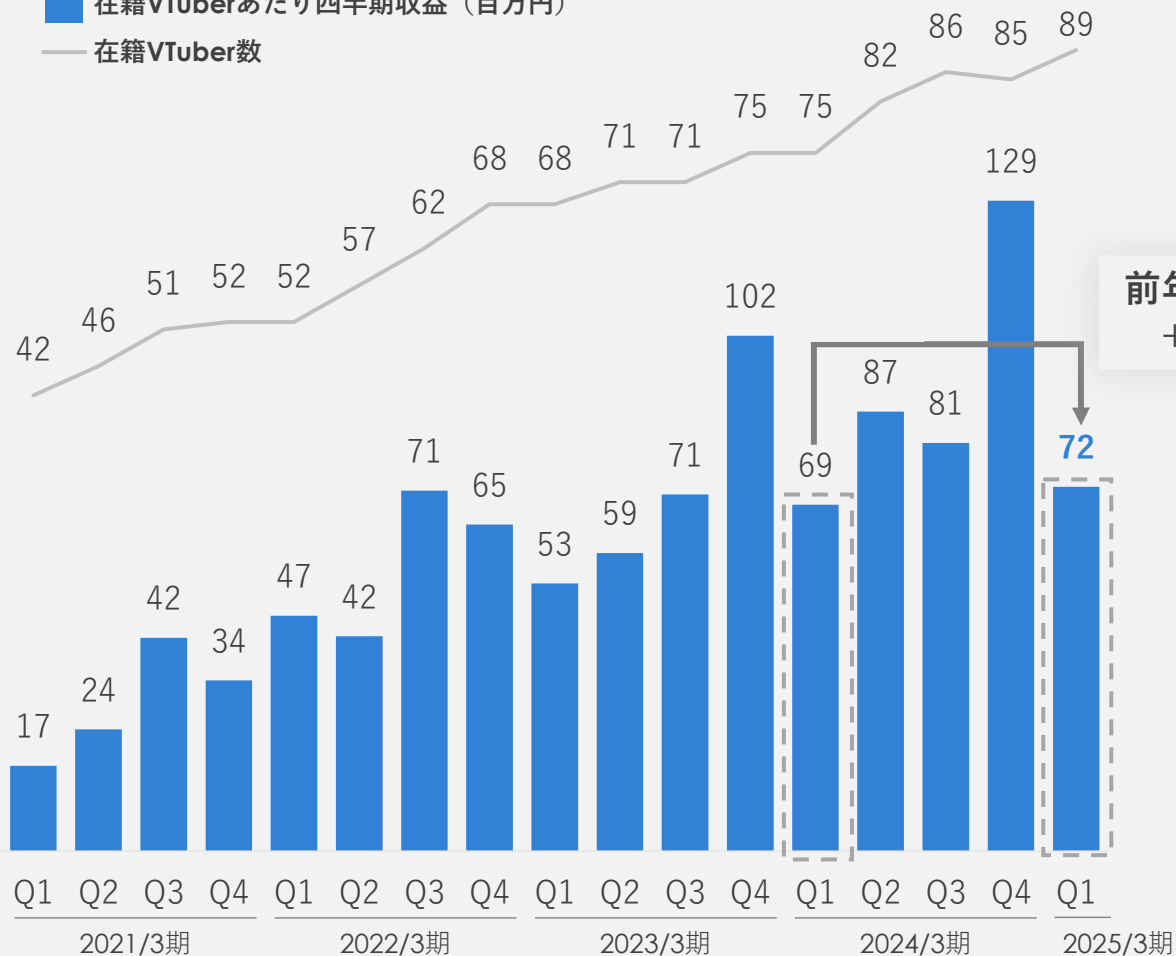
# VTuberあたり収益の状況

Q1期間は新規VTuber4名がデビューした一方で、MD収益が大きく拡大していることから、VTuberあたり四半期収益が前年同期比で5%程度上昇

■ 在籍VTuberあたり四半期収益<sup>※1</sup>、在籍VTuber数<sup>※2</sup>

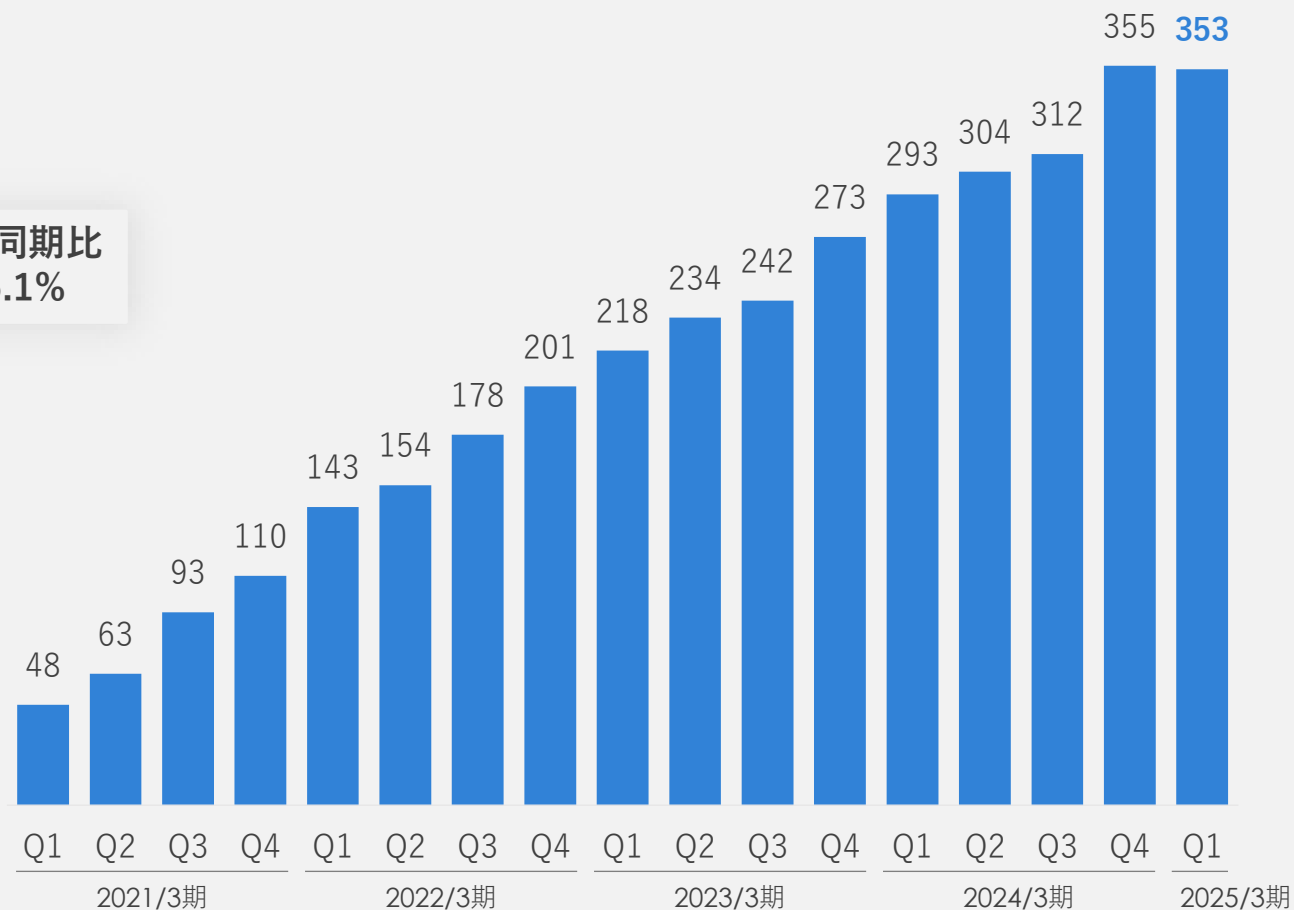
■ 在籍VTuberあたり四半期収益 (百万円)

— 在籍VTuber数



■ 在籍VTuberあたり年間収益<sup>※3</sup>

(百万円)



※1：各四半期の売上高を各四半期末の在籍VTuber数で除して算出

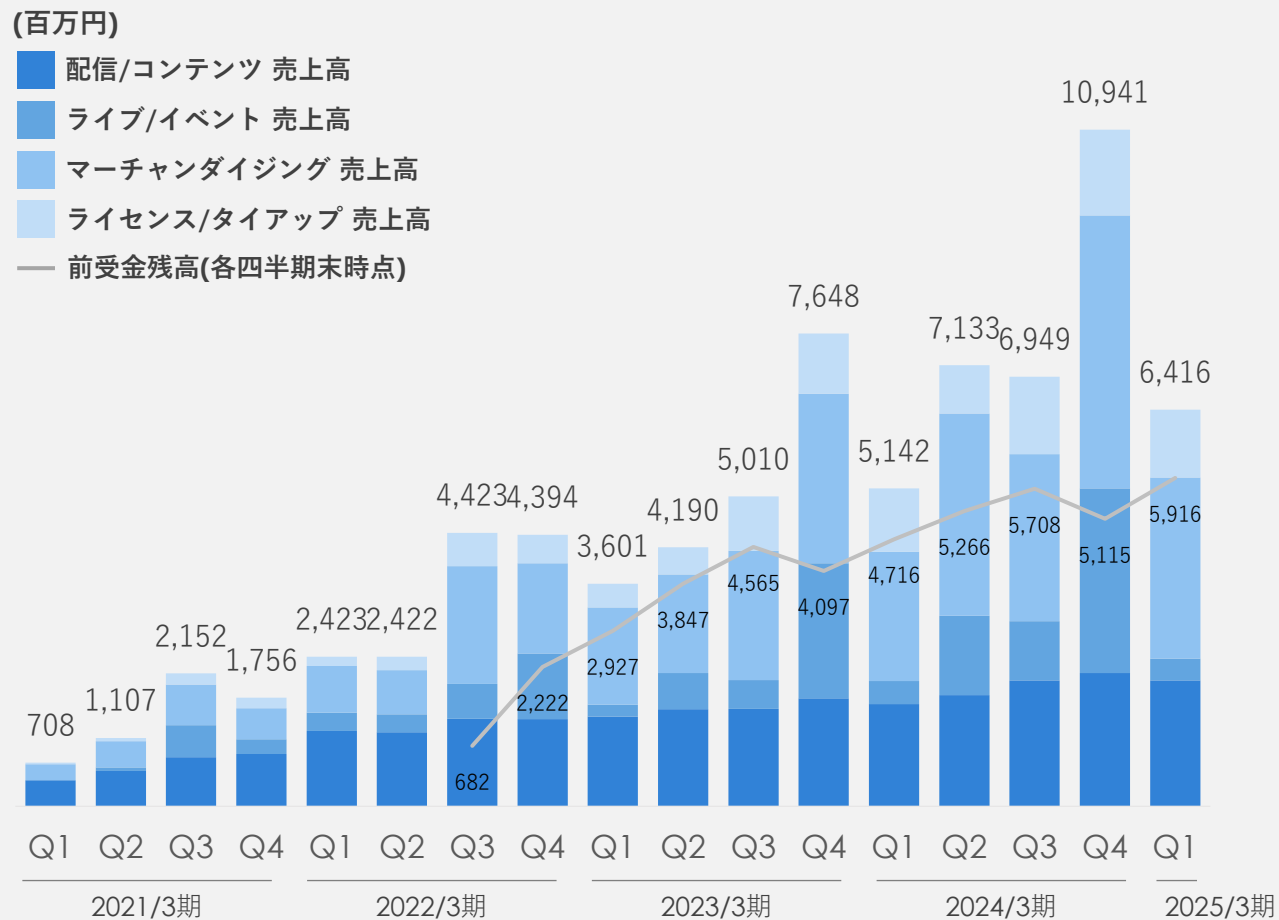
※2：chを共有しているフワフワ・アビスガードとモココ・アビスガードについては1名とみなし集計

※3：当該四半期から直近4四半期分の年間売上高を当該四半期末の在籍VTuber数で除して算出



# 売上高の推移

Q1期間は配信/コンテンツ及びMD分野の事業拡大を背景として、  
売上高が前年同期比+24.8%の成長



## ■ 配信/コンテンツ分野の順調な拡大

- 英語圏タレントの成長が継続していることに加えて、音楽を通じた認知拡大によりファン層が拡大

## ■ マーチャンダイジング分野の商品・販路拡充

- 国内外の販路拡充が進み、小売店売上が前年度対比で大きく拡大
- シリーズ商品の展開により、クロスセルの機会が拡大

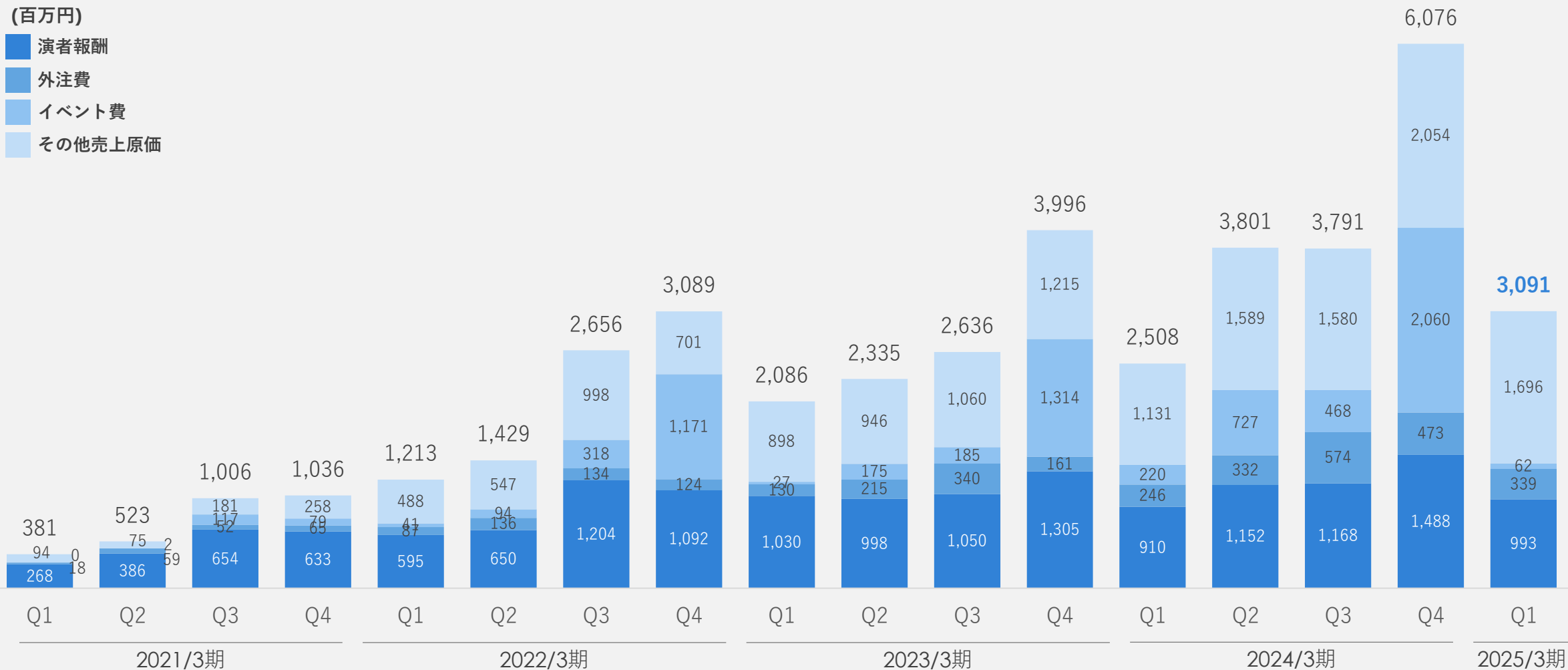
## ■ 受注販売商品および大型イベントによる季節性

- 受注商品は受注時点で決済金を前受金としてBS計上し、3~6か月程度後の発送時点でPL上の売上高として計上
- 受注商品はタレントのアニバーサリー等の記念日商品が多く、現状では売上高がQ3~Q4に立ちやすい
- Q4には大型イベントを実施しているため、他の四半期よりも収益規模が大きい

※1 サービス別の四半期売上高の内訳についてはAppendixに記載  
 ※2 前受金数値は、現行EC体制となった2022/3期Q3以降の数値を記載

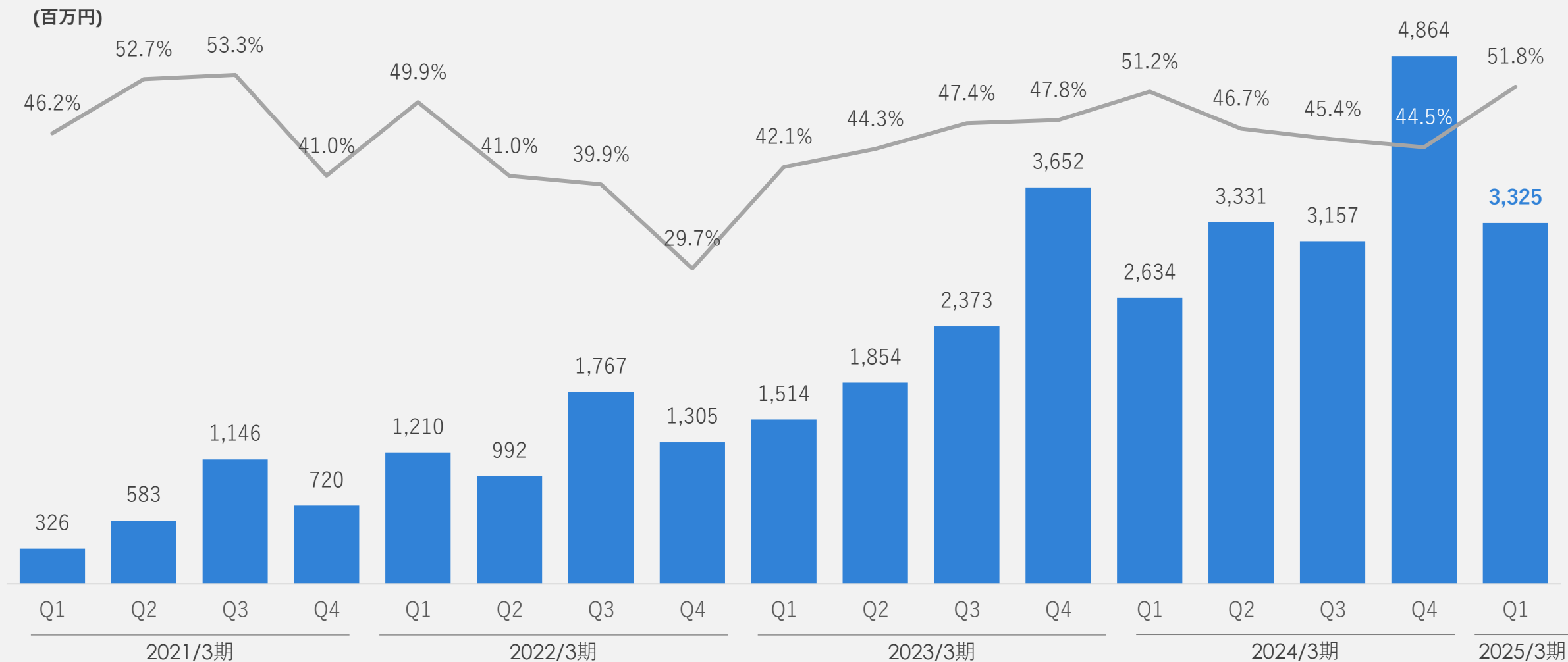
# コスト推移（売上原価）

Q1期間はマーチャンダイジング取引増を背景として製造原価が前年同期比で増加した一方で、季節性により直近四半期対比でイベント費は小規模に留まった



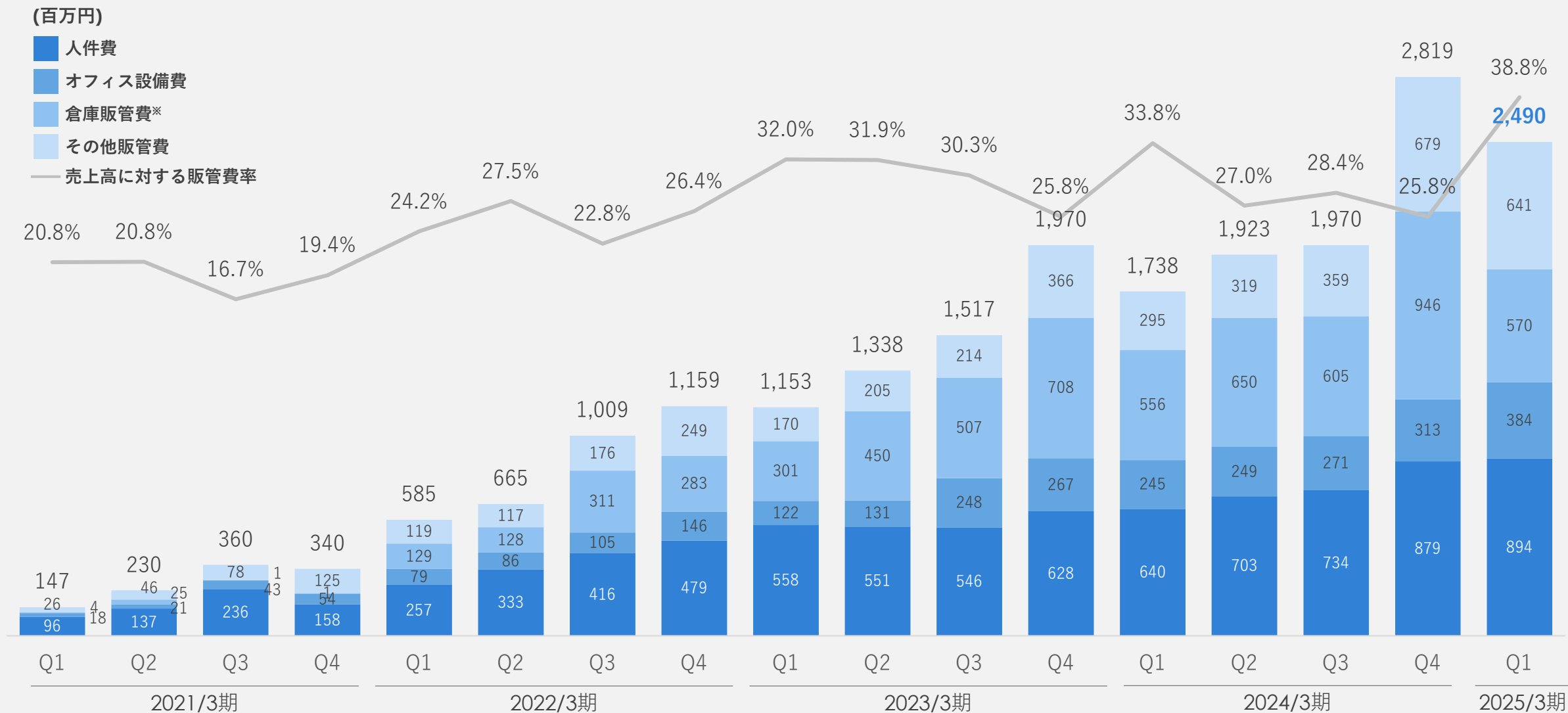
# 売上総利益及び売上総利益率の推移

Q1期間は季節性によりイベント費が限定的な水準に留まったため、粗利率が2021/3期以来の高水準を記録。四半期粗利水準は前年同期比で+26.2%に拡大



# コスト推移（販管費および販管費率）

Q1期間は収益部門における高度人材の採用やコンテンツ制作能力の拡充といった将来に向けた体制整備を背景として固定費が拡大

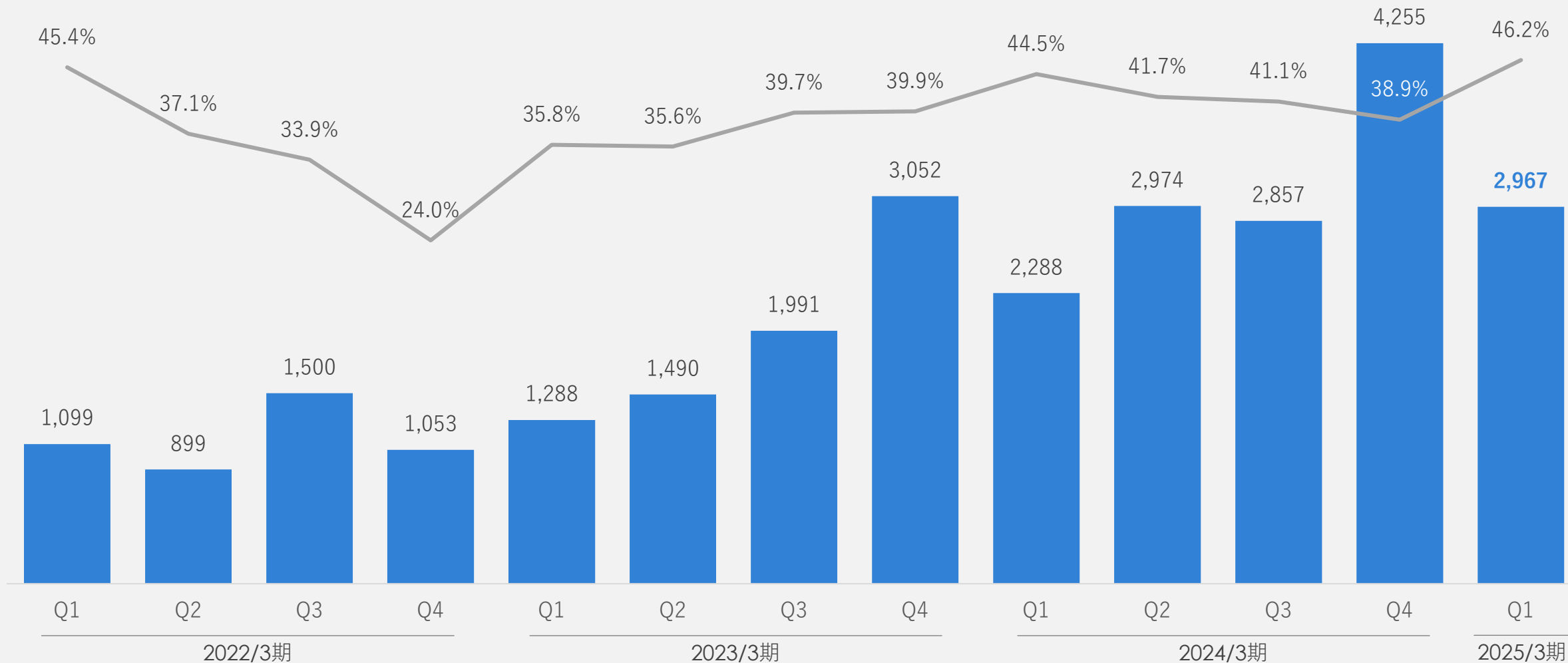


\*: 物流・販売手数料等のECに係る販管費を含む

# 限界利益及び限界利益率の推移

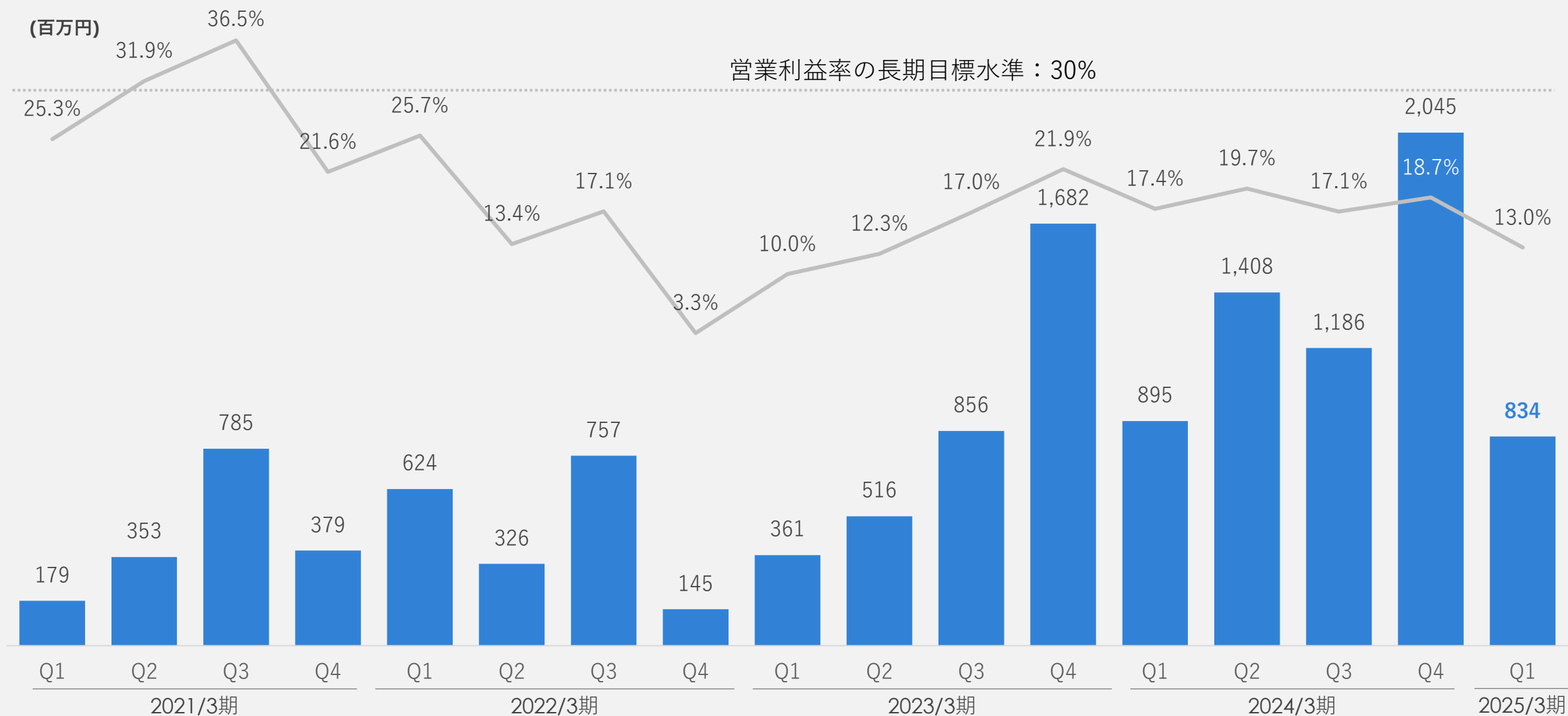
非労働集約的なコマース領域の収益構成が高まっていることを背景に、限界利益率は継続的に改善。限界利益水準は前年同期比+29.6%まで拡大

(百万円)



# 営業利益及び営業利益率の推移

Q1の営業利益は、将来の事業成長のための体制拡充による固定費増を背景として調整。一方で、限界利益は継続的に拡大しており、長期的には目標営業利益率として30%を見込む



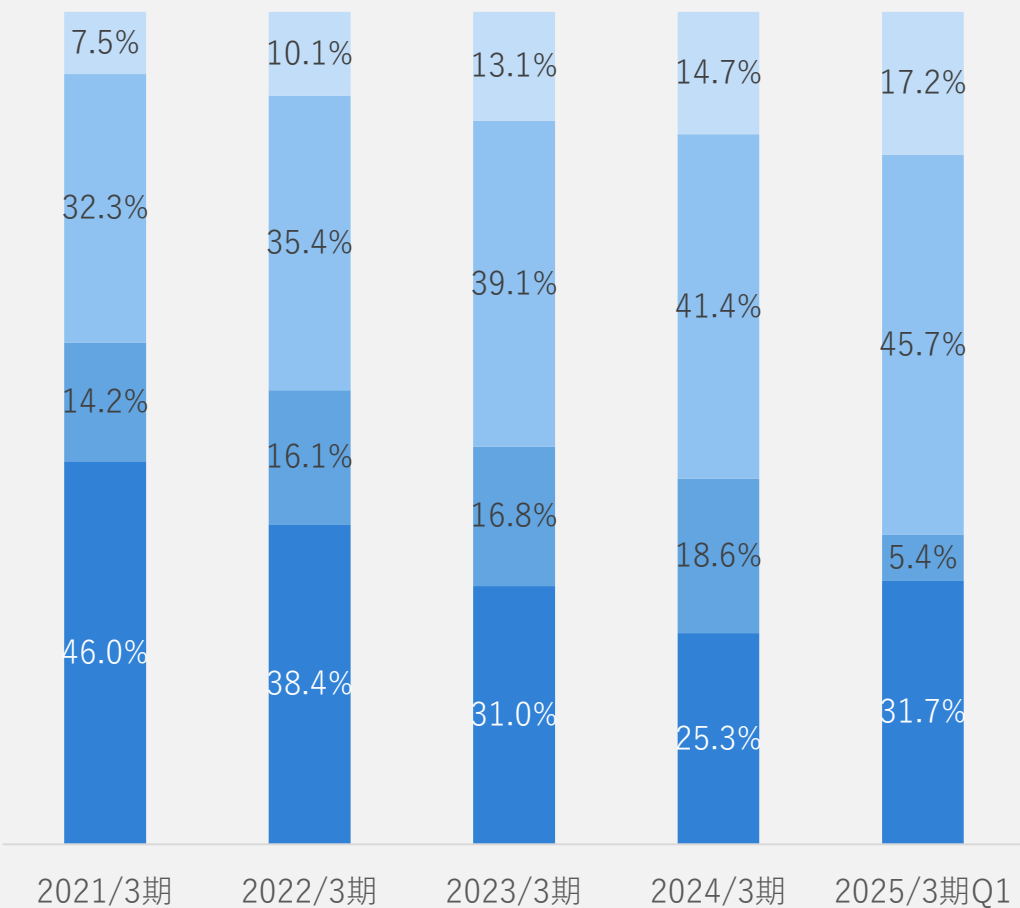
# サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

売上高全体に占めるコマース領域の構成比が引き続き上昇。

シリーズ商品の拡充及び販路拡大により、受注販売商品以外の売上も順調に推移

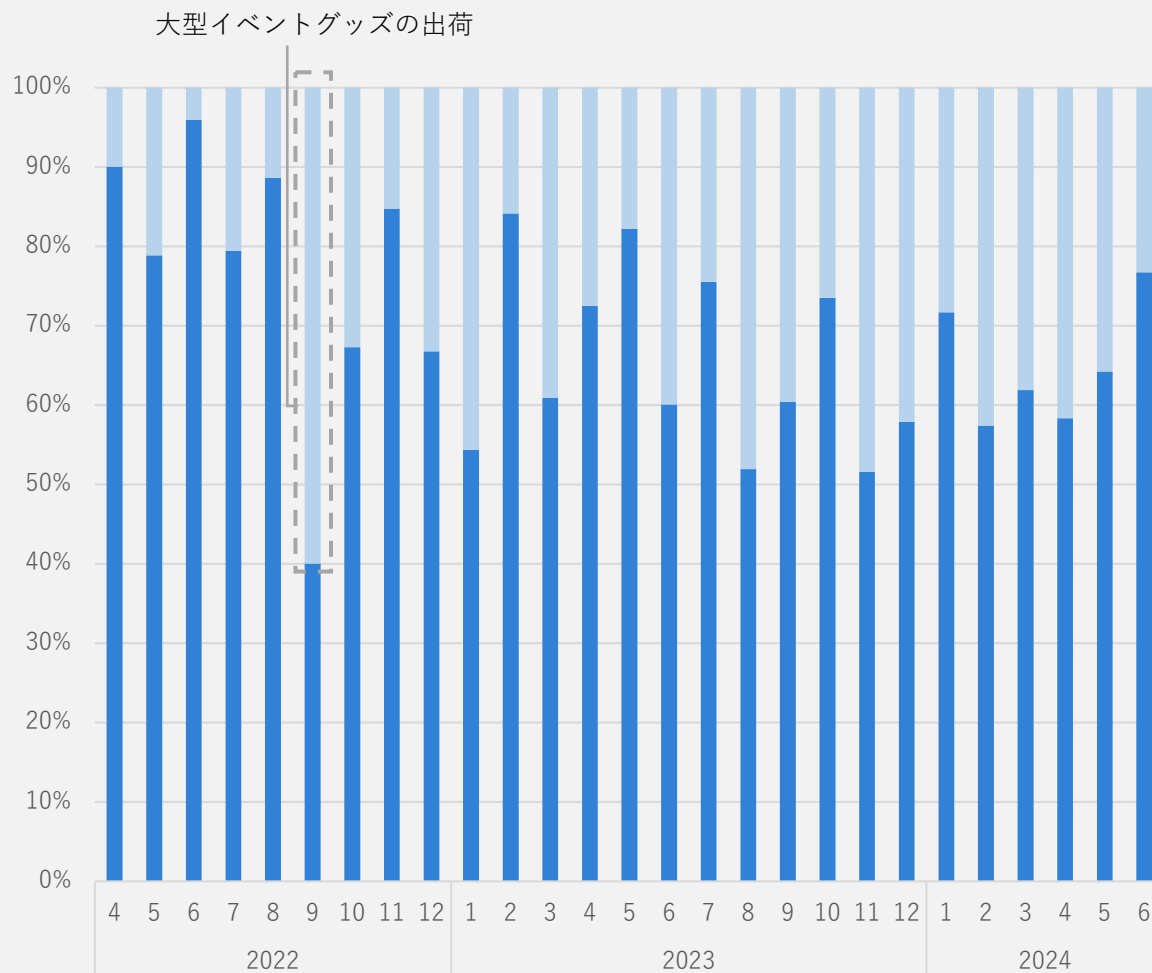
## ■ サービス別売上高比率

- 配信/コンテンツ
- ライブ/イベント
- マーチャンダイジング
- ライセンス/タイアップ



## ■ 当社EC等※1における各プロダクト毎の月次売上比率の推移

- 記念日受注販売グッズ
- その他会社企画グッズ



※1: 「ホロライブプロダクション公式ショップ」およびGeek Jackでの販売分を含む

# 2025年3月期下半期にかけてのサービス分野別の事業展開

年度後半の事業展開に向けた準備は順調に進行中

サービス分野	準備中の施策
配信/コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"><li>• 昨年夏以降にデビューした新規タレントのファンエンゲージメント強化</li><li>• 音楽を起点とした商品・サービスの拡充</li><li>• 海外タレントをフィーチャーしたコンテンツの拡充</li></ul>
ライブ/イベント	<ul style="list-style-type: none"><li>• 海外におけるライブコンサートの拡充</li><li>• 年度後半にかけての複数の大型イベントの実施</li></ul>
マーチャンダイジング	<ul style="list-style-type: none"><li>• 9月からトレーディングカードゲームが販売開始（先行予約は順調に進捗）</li><li>• コンテンツの拡充にあわせた商品企画・生産及び物流キャパシティの拡大</li><li>• 国内・海外における小売店販売の拡大</li></ul>
ライセンス/タイアップ	<ul style="list-style-type: none"><li>• 営業組織再編による収益力強化（大型新規顧客開拓、取引代理店拡充、新規プロダクト開発チームの組成）</li><li>• 北米現地拠点や各地域の現地代理店等を介した海外BtoB取引の拡大</li></ul>

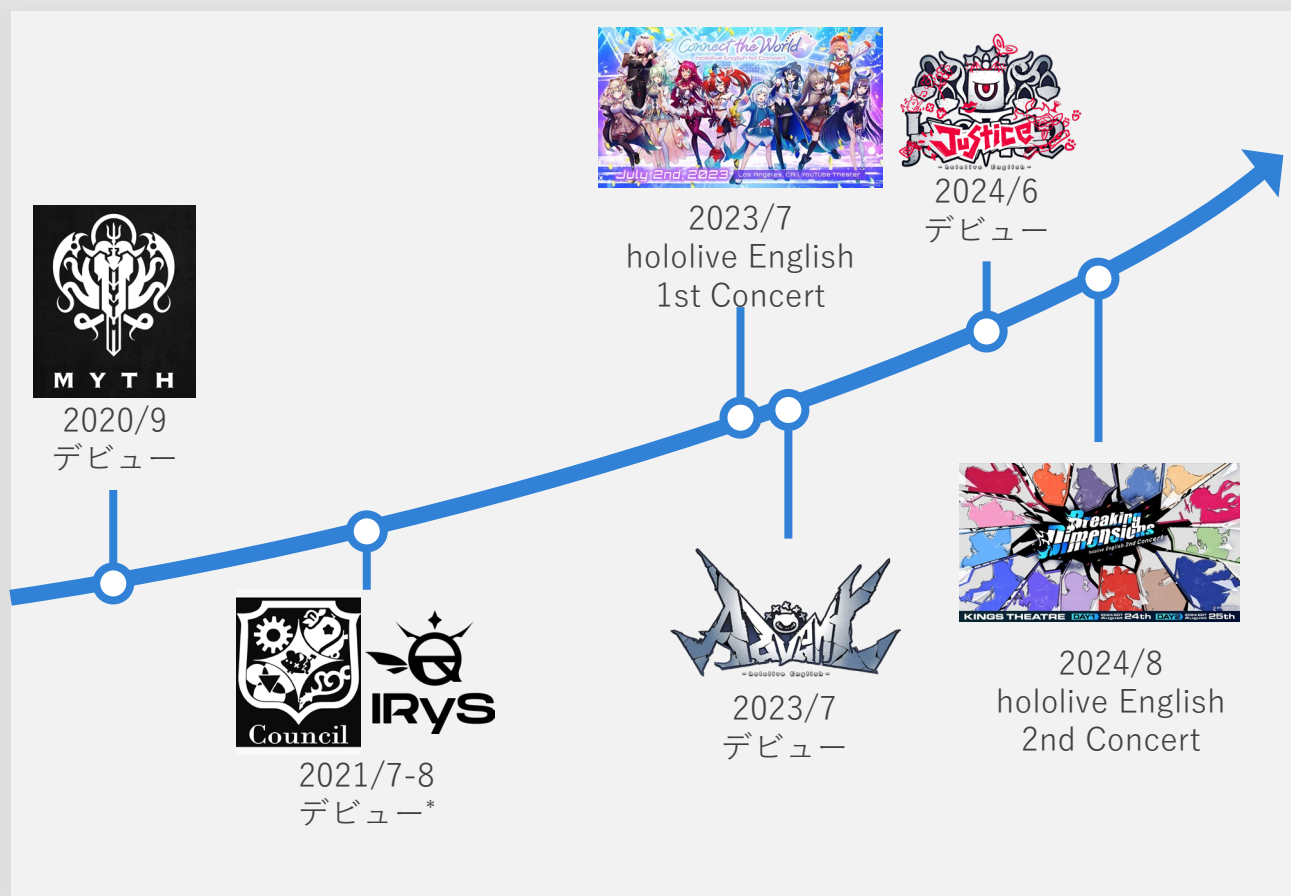


# 中長期事業開発の進捗状況について

# 英語圏地域における再現性の高いヒットIPの立ち上げ

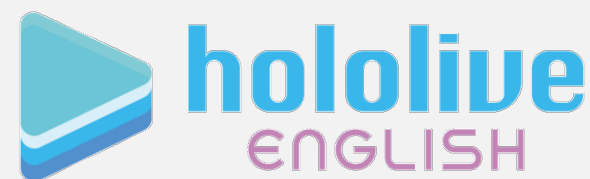
ファン層の拡大と還流により、ホロライブEnglishの各ユニットが相乗効果をもって成長。  
ホロライブEnglishブランドのコアファン層が新規IPの立ち上げ時にもモメンタムに寄与

## ■ ホロライブEnglishのファンダム拡大の歩み



\*: 2021年7月にデビューした"IRyS"と同年8月にデビューした"Council"は、2023年10月より"Promise"として統合して活動

## ■ ファンダムが新規IPのモメンタムに寄与



2024年6月にデビューした"Justice"は、1か月でYouTubeチャンネル登録延べ数が119万を突破

# 現地企業との協働によるブランド浸透

ホロライブブランドの成長を背景に、ドジャースとのコラボレーションを実施。  
現地アニメファン・野球ファンが一堂に会し、大きな熱狂を呼んだ



2024年7月5日にドジャー・スタジアムにて、MLBチーム「ロサンゼルス・ドジャース」との初のコラボレーション企画「hololive night」を開催。  
オリジナルベースボールカード付のチケットパックやコラボグッズを販売したほか、試合開始アナウンスやイニング間でのVTuberによる歌唱、ドローンショーなどの企画を実施

# 大型イベントへの参加を通じたエンゲージメント強化

夏季期間は、米国最大級のアニメコンベンションであるAnime Expoに加え、複数の言語地域の大型コンベンションに出展。いずれの地域でも現地の高い熱量を確認

## ■ Anime Expo 2024



開催期間：7月4日（木）～7月7日（日）

開催場所：米国・ロサンゼルス

概要：タレントによる生配信プログラムやパネルステージ、フォトスポット展示に加え、各企業ブースでのホロライブコラボなどを実施

## ■ Japan Expo



開催期間：7月11日（木）～7月14日（日）

開催場所：フランス・パリ

概要：タレントによる生配信プログラムやフォトスポット展示に加え、ホロライブEnglish-Justiceによる特別ステージを実施

## ■ Bilibili Macro Link/ Bilibili World



開催期間：7月13日（土）～7月14日（日）および  
7月12日（金）～7月14日（日）

開催場所：中国・上海

概要：各種ステージにおいて、ホロライブプロダクション所属のタレントによるステージ出演を実施

# 海外ライブコンサートの拡充

8月にホロライブEnglishにおいて二度目となる全体ライブを開催するほか、年末にかけてホロライブが世界各都市を巡る初のワールドツアーを実施予定

## ■ hololive English 2nd Concert -Breaking Dimensions-



「ホロライブEnglish」における2回目の全体ライブイベントとして、2024年8月24～25日（現地時間）に、KINGS THEATRE（米国・ニューヨーク）にて2日間の開催を予定

## ■ hololive STAGE World Tour'24 -Soar!-



2024年8月の「Anime NYC 2024」を皮切りに、ホロライブプロダクションとして初のワールドツアーを開催。「ホロライブ」、「ホロライブインドネシア」、「ホロライブEnglish」から、グループの垣根を超えたスペシャルメンバーで、ライブパフォーマンスを実施予定

# 音楽を通じたライトファン層へのリーチ拡大

楽曲プロモーション体制の拡充等により、再現性高くヒット楽曲をリリース。  
普段ライブ配信を視聴しないライトファン層や未認知層に対しても認知が拡大

## ■ ヒット楽曲の連続したリリース



- 星街すいせい『ビビデバ』  
2024年3月22日公開  
7,014万再生(2024年7月末時点)
  - **YouTube Weekly MVランキング**  
最高順位2位
  - **Sportify トップ50**  
最高順位14位
  - **Billboard Hot 100**  
最高順位19位



- 宝鐘マリン&こぼ・かなえる『III』  
2024年5月3日公開  
2,200万再生(2024年7月末時点)

## ■ 所属VTuberによるアニメ主題歌の歌唱



- MAISONdes『なんもない feat. 星街すいせい, sakuma.』  
2024年5月公開の映画『トラペジウム』  
主題歌として、星街すいせいが歌唱を担当



- Mori Calliope『Go-Getters』  
2024年7月に放送開始のTVアニメ  
『異世界スーサイド・スクワッド』ED  
に起用



- ときのそら『おかえりなさい』  
2024年7月に放送開始のテレビアニメ  
『僕の妻は感情がない』OPに起用

# ゲームIPとしての拡がり

VTuberのゲーム紹介メディア及びキャラクターIPとしての両側面を背景として、各パイプラインがシナジーをもって進捗

## ゲーム・イベント露出

2024年5月25～26日に実施したゲーム系イベント「hololive GAMERS fes. 超超超超ゲーマーズ」では、2日間で述べ2万人超の観客を動員

## インゲームコラボ

他社ゲーム内でホロライブ所属VTuberが登場するインゲームコラボを多数実施

最近の実例：アイドルマスター シンデレラガールズ スターライトステージ、ヴァルキリーコネクト、デュエル・マスターズ プレイス、バンドリ！ ガールズバンドパーティ！、白猫プロジェクトNEW WORLD'S、ポーカーチェイス、ソードアート・オンライン Last Recollection等

## インディーズゲーム・ブランド (holo Indie)

holo Indieブランド下でのパブリッシングタイトルは、9件まで増加。

2024年7月19日に国内最大級のインディーゲームコンベンション「BitSummit Drift」に出展し、デベロッパーに向けたプレゼンス向上等の施策を実施

## 外部ゲーム企業へのIPライセンスアウト

中堅～大手デベロッパーとの協業で、ゲーム開発が進行中

## ホロアース

実施中のオープンβテストにおいて5月にVer.0.7、6月にVer.0.8のアップデートを実施し、オリジナルアバターを用いたユーザー間コミュニケーションやサンドボックスゲームでのPvE戦闘要素を拡充。

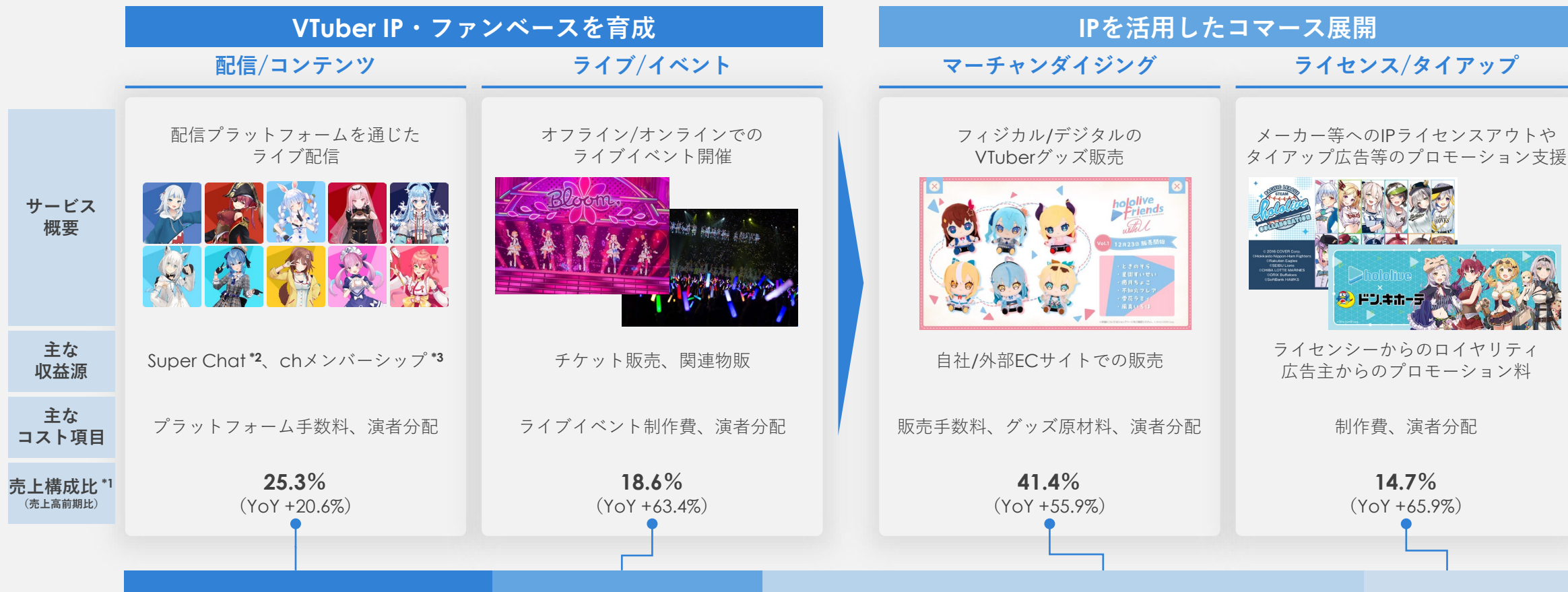
VTuberタレントが生配信を行いながらファンとゲーム空間上で交流し、再現性高く一定の集客を実現

# Appendix



# VTuberの多面的な特性を活かした事業展開（2024年3月期）

日々の配信やライブイベントを通じて認知度・ファンコミュニティを獲得し、大規模な集客と多面的な展開を可能とするIPとしてコマース事業を展開



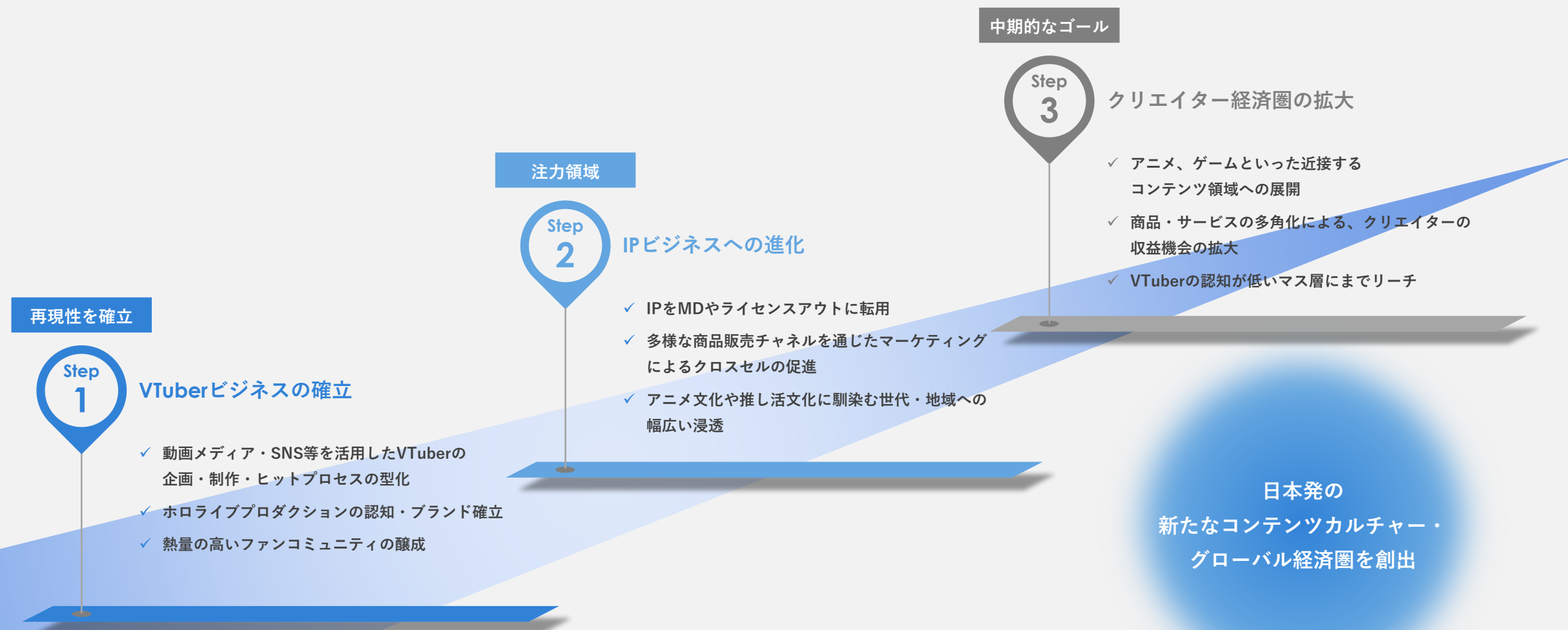
※1：2024年3月期売上高に占める内訳

※2：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

※3：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

# ミッション達成に向けたマイルストーン

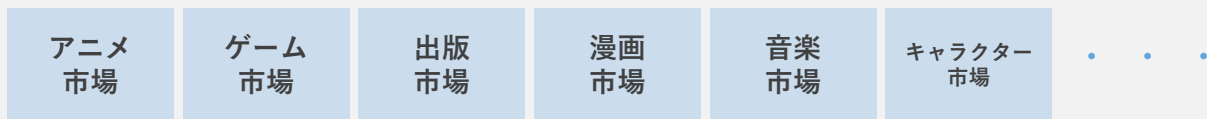
これまで掲げていた中長期戦略を発展させる形で、新たな3段階の事業戦略を策定。再現性を担保しながら徐々にスケールの大きなIPビジネスに拡大していくことを目指す



# 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

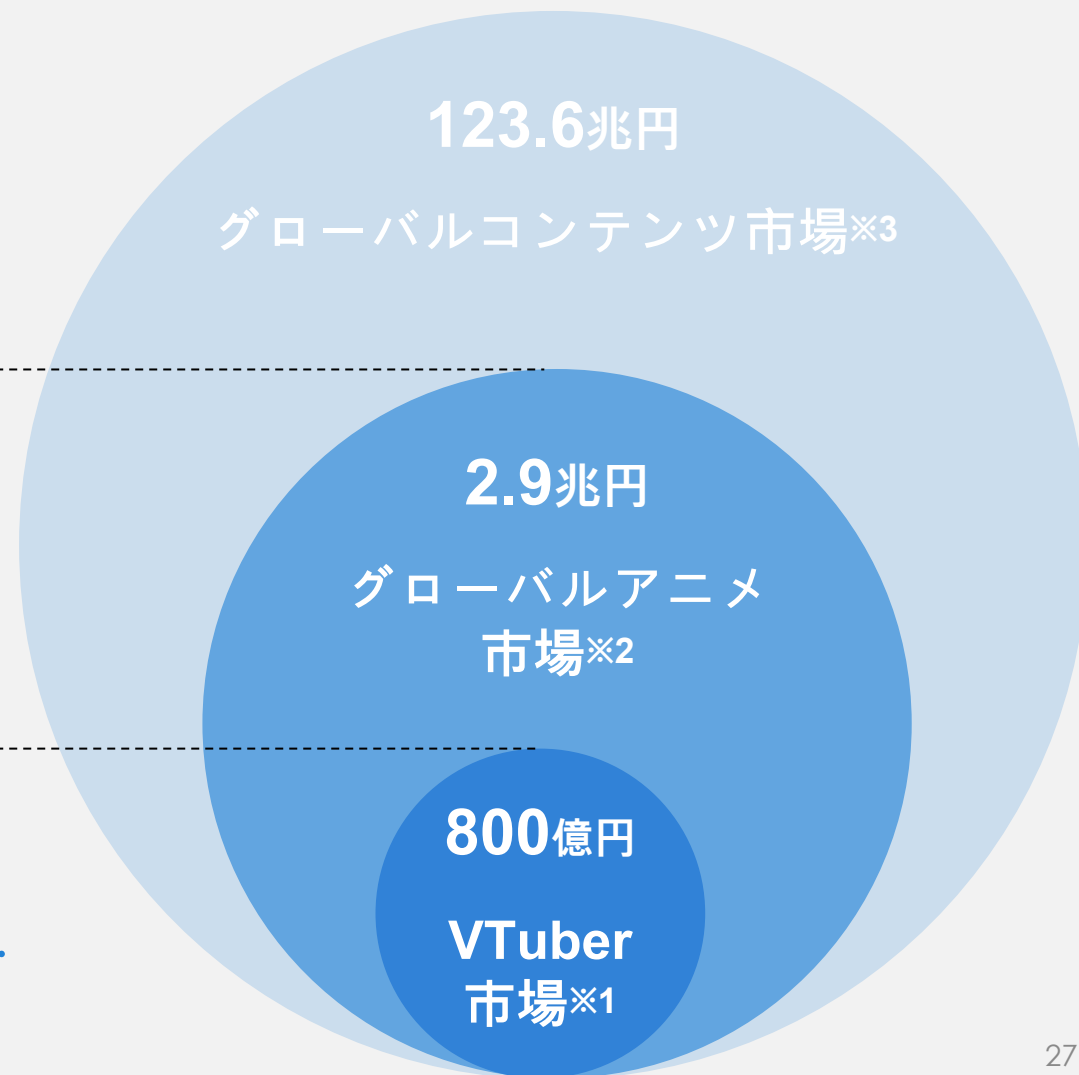
VTuberコンテンツが地域・世代を超え独自の経済圏をつくり、  
各市場に対して浸透していく



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



※1：株式会社矢野研究所『2023年VTuber市場の徹底研究～市場調査編～』より、2023年度のVTuber市場規模見込みを参照

※2：一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2023』より、2022年アニメ産業市場（講義のアニメ市場）を参照

※3：内閣官房『第23回新しい資本主義実現会議の基礎資料』にて記載の2019年のコンテンツ産業の世界市場規模を参照

# holo Indieプロジェクトについて



2023年11月に、世界中のファンやクリエイターと共創するべく、新たに二次創作ゲーム向けのゲームブランド「holo Indie」を立ち上げ。

二次創作ゲームクリエイターに継続的な活動をサポートするための還元エコシステムとして、ゲームクリエイター・サポートプログラム※を提供。

これにより、通常は無償で制作する二次創作ゲームの市場において、有償での配布を許可し、二次創作ゲームの創作活動を支援。

※当社の子会社である株式会社CCMC（本社：東京都港区）を通じ、Steamアカウント上をはじめとしたウェブサイト等への掲載・審査・管理その他必要な管理業務を担うことで、二次創作ゲームのパブリッシングを集約し、クリエイターに還元するシステム。

## ■ holo Indie 直近リリース実績



みこスナイパー  
発売日：2024年6月7日



Age of Advent  
発売日：2024年7月5日



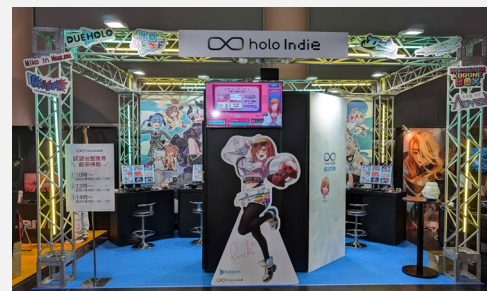
デュエホロ  
発売日：2024年6月28日



ホロライブお宝マウンテン  
発売日：2024年8月1日

## ■ 直近の活動実績

2024年7月19～21日に京都で開催された日本最大級のインディーゲームの祭典「BitSummit」に、holo Indieとして出展。



# ESG関連の活動について

クリエイターの活動支援に向けて、業界団体を通じた環境整備や  
各種誹謗中傷対策等を実施

## ■ 所属団体及び活動

### 日本オンラインゲーム協会(JOGA)

ゲーム配信およびメタバース開発に関わる業界団体として加入。  
ガイドラインの整備や勉強会などに参加。

### クリエイターエコノミー協会(CEA)

誹謗中傷や投げ銭などクリエイター周りの問題に取り組む業界団体として加入。クリエイターに関する意見交換や調査などに協力。

### 日本音楽出版協会(MPA)

音楽周りの権利処理や分配に関わる業界団体として加入。

### セーファーインターネット協会(SIA)

誹謗中傷や未成年保護などインターネットトラブルに取り組む業界団体として加入。当社サービスに関わる様々な問題に対する意見交換や調査などに協力。

## ■ 誹謗中傷に係る活動について

2023年1月から2023年12月までの1年間における活動実績

所属タレントに対する誹謗中傷行為の対応件数：**116件**

- ・ SNS投稿及び掲示板の書き込みにおける権利侵害行為への対応
- ・ 海外における当社所属タレントに対する迷惑行為への対応
- ・ まとめサイトに対する法的措置

そのほか、2023年6月にグーグル合同会社・note株式会社・UUUM株式会社・ANYCOLOR株式会社・当社及び誹謗中傷問題の有識者から構成される「誹謗中傷対策検討会」を設立

等

## ■ 当社の配信モデレーター体制について

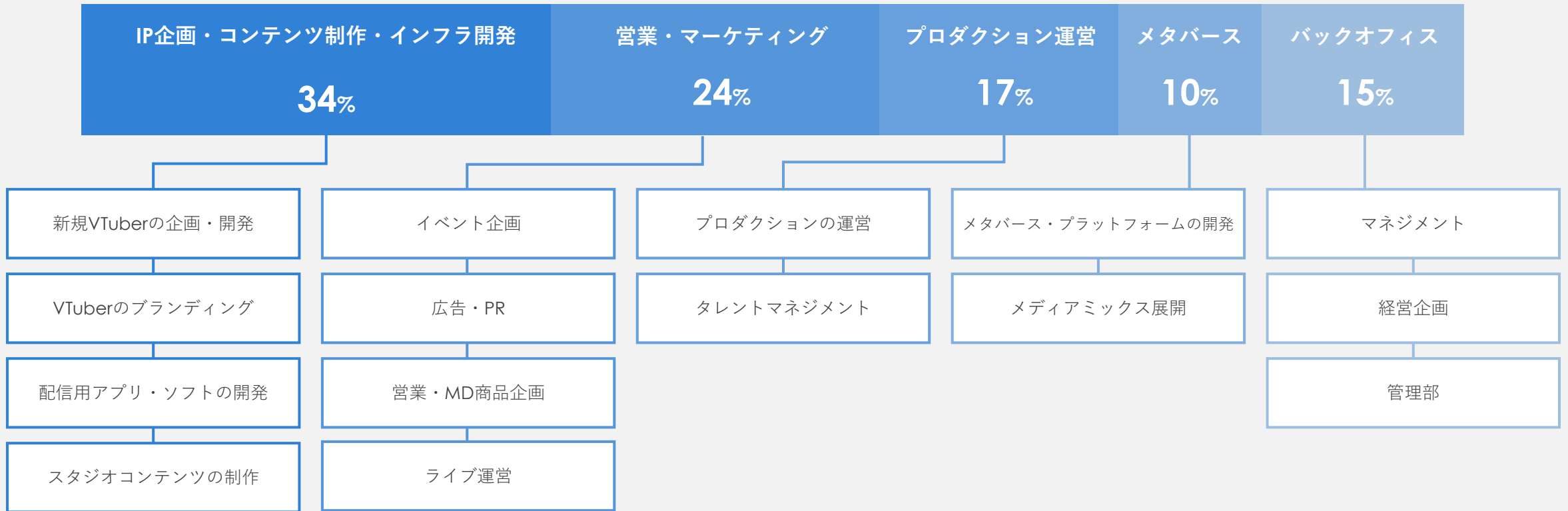
約70名のモデレータースタッフにより、24時間体制で日・英・インドネシア語による配信モデレーション業務を実施。

※2024年3月31日時点

# 共創を支える組織体制

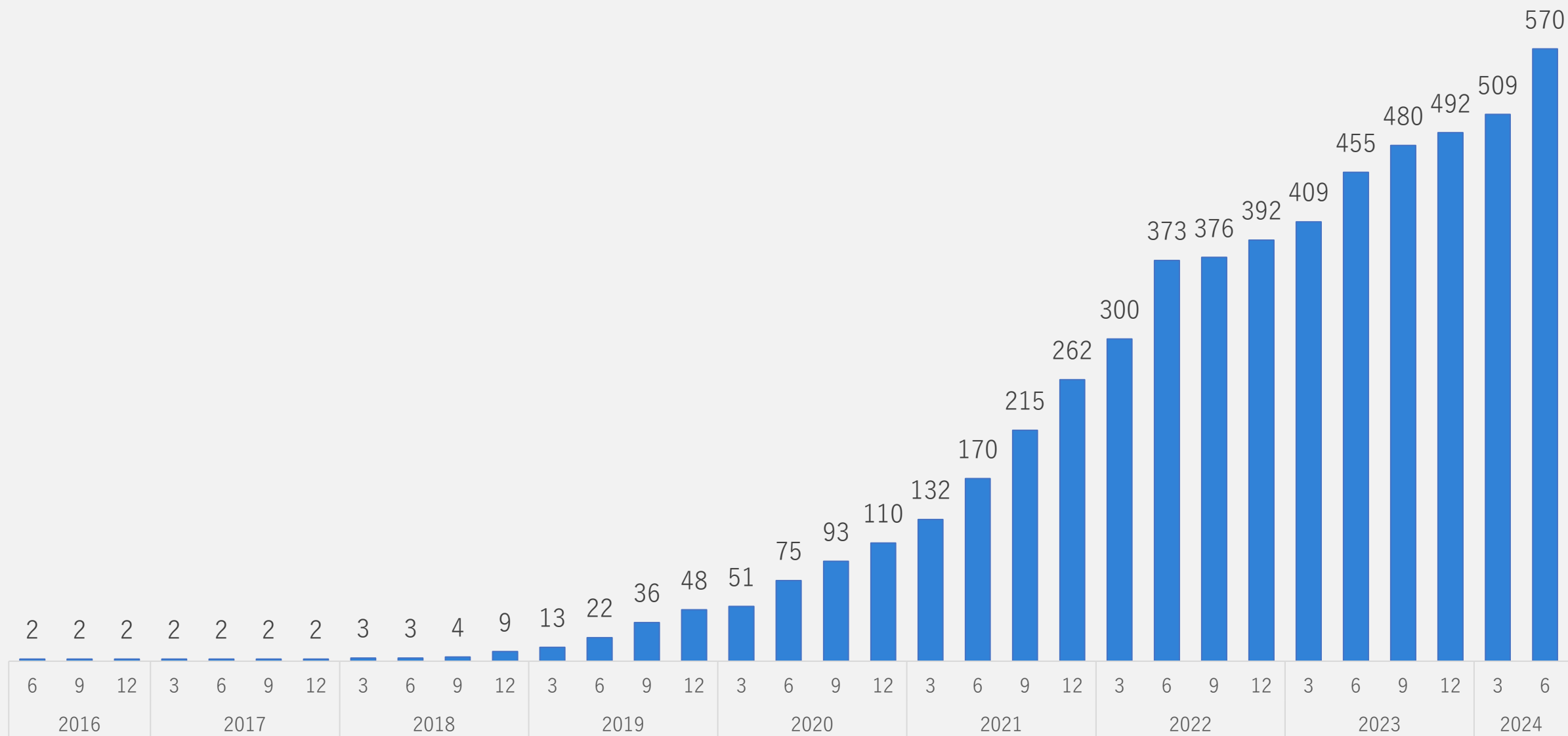
業界トップクラスかつ多様な人材が集結

## ■ 人員構成内訳 \*1 (2024年6月30日時点)



\*1：正社員における人員構成

# 従業員数の推移



## 経営上の目標の達成状況を判断するための客観的な指標等

当社はVTuberのファン数の直接的な指標である「YouTubeチャンネル登録数」、並びに魅力的なコンテンツ制作の原資となる「売上高」及び「サービス別売上高」を重要な経営指標と位置づけ、企業価値の向上を図って参ります

	2021/3期				2022/3期				2023/3期				2024/3期				2025/3期
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
YouTubeチャンネル登録総数(万)	1,003	1,808	2,884	3,733	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
売上高(百万円)	708	1,107	2,152	1,756	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
配信/コンテンツ	420	571	797	844	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
ライブ/イベント	0	58	515	240	293	287	563	1,059	193	581	466	2,187	376	1,285	954	2,985	349
マーチャндаイジング	262	424	656	503	756	713	1,904	1,457	1,574	1,597	2,090	2,740	2,091	3,269	2,701	4,414	2,931
ライセンス/タイアップ	24	52	182	168	152	220	540	464	382	439	878	976	1,023	778	1,254	1,383	1,100



# 損益計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期 Q1
売上高	5,724	13,663	20,451	30,166	6,416
成長率	+287%	+138%	+49%	+48%	+25%
売上総利益	2,777	5,274	9,396	13,988	3,325
対売上高比率	48%	38%	45%	46%	52%
営業利益	1,698	1,855	3,417	5,536	834
対売上高比率	29%	13%	16%	18%	13%
当期純利益	1,220	1,244	2,508	4,137	620
対売上高比率	21%	9%	12%	14%	10%

# 貸借対照表の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期 Q1
流動資産合計	3,048	7,168	11,740	14,798	13,096
現金及び現金同等物	1,899	4,644	7,793	8,666	8,754
固定資産合計	467	1,069	4,146	7,914	8,495
<b>資産合計</b>	<b>3,516</b>	<b>8,238</b>	<b>15,887</b>	<b>22,713</b>	<b>21,591</b>
<b>負債合計</b>	<b>1,303</b>	<b>4,780</b>	<b>8,880</b>	<b>11,569</b>	<b>9,772</b>
<b>純資産合計</b>	<b>2,212</b>	<b>3,457</b>	<b>7,006</b>	<b>11,143</b>	<b>11,819</b>

## 本資料の取り扱いについて

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。