

**2025年3月期第3四半期
決算説明資料**

2025.2.12



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3四半期決算概況

決算ハイライト 2025年3月期Q3のサマリー①

■ 業績概況

- Q3単体では、売上高 **11,758百万円**(前年同期比+69.2%)、売上総利益 **5,862百万円**(前年同期比+85.7%)、限界利益 **5,044百万円**(前年同期比+76.5%)、営業利益 **2,171百万円**(前年同期比+83.0%)、純利益 **1,656百万円**(前年同期比+71.2%)を記録
- 堅調な業績進捗を受けて、2025年3月期通期業績予想の上方修正を同日（2025年2月12日）に実施

■ サービス別売上の概況

配信/コンテンツ：2,504百万円(前年同期比+22.9%)

- 年末の大型企画による露出拡大をうけ、トップタレントを中心に配信コンテンツが好調
- 国内外新規タレントの配信収益の立ち上がりも寄与

ライブ/イベント：2,328百万円(前年同期比+143.8%)

- 複数の中大型ライブコンサートの売上及び過去のライブコンサートのブルーレイ売上が好調

マーチャンダイジング：5,448百万円(前年同期比+101.7%)

- 継続的なプレイヤー増加施策及び新商品の販売によりTCG売上が拡大を継続
- 小売店舗とのオムニチャンネル効果によるEC新規顧客の増加

ライセンス/タイアップ：1,476百万円(前年同期比+17.7%)

- 大型クライアントの案件や海外案件の受注が拡大

■ 事業開発の進捗状況

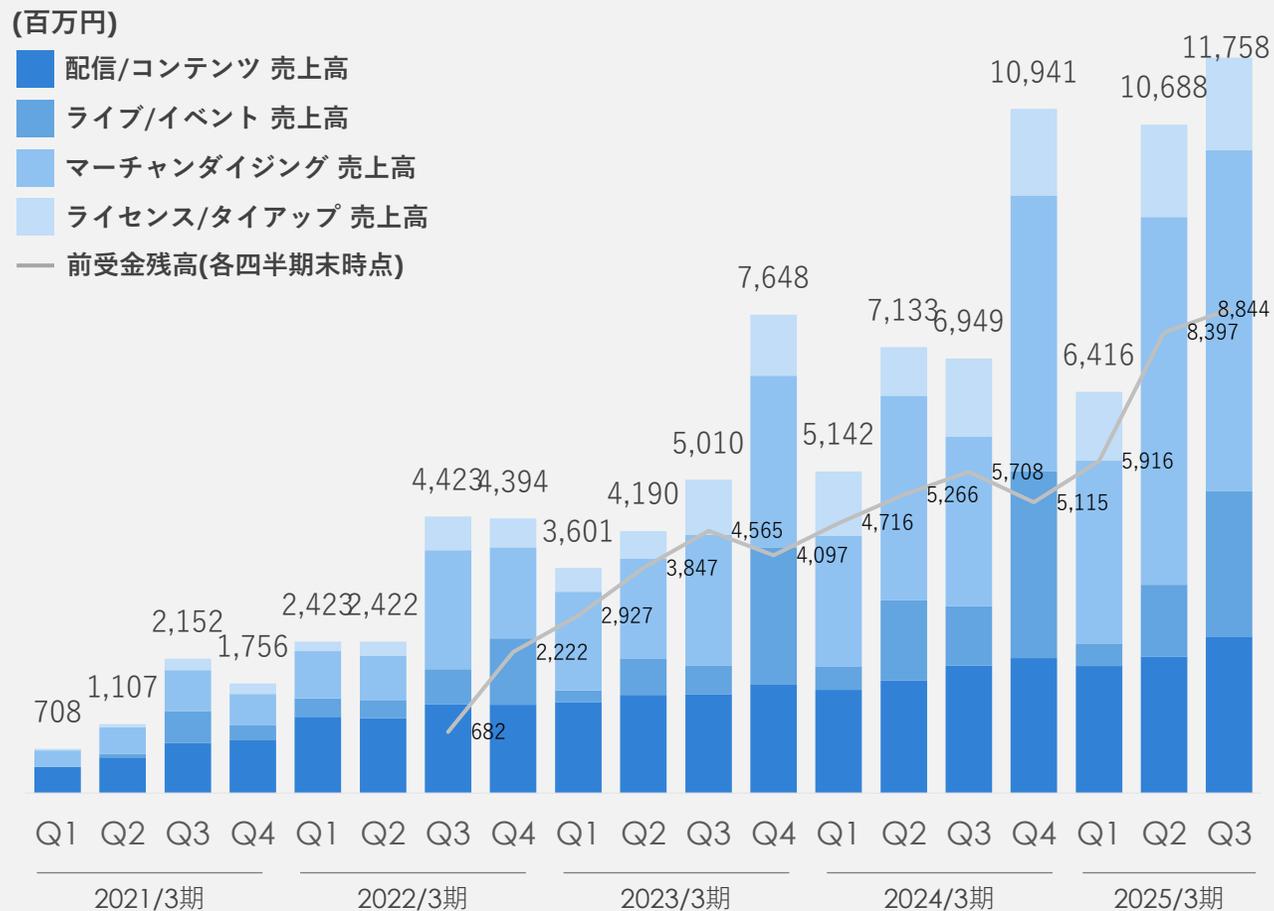
- 北米拠点では、立ち上げ期から業績が期初計画を上回って推移。さらなる拡大を推進
- 公式ECでは、EU/UK/AUSへの出荷を開始。SCM（サプライチェーンマネジメント）体制の改善により入出庫リードタイムが従来よりも大幅に改善
- ライブコンサートでは、有観客の会場ステージにおいてVTuberの実存感を高める表現技術を開発し、顧客体験をさらに向上

決算ハイライト 2025年3月期Q3のサマリー②

百万円	2024/3期Q3 実績	2025/3期Q3 実績	前年同期比	2025/3期 通期業績予想 [修正予想]	2025/3期Q3累計 実績	通期 進捗率 (対修正予想)
売上高	6,949	11,758	+69.2%	36,481 [42,000]	28,863	68.7%
配信/コンテンツ	2,038	2,504	+22.9%	-	6,724	-
ライブ/イベント	953	2,328	+143.8%	-	3,822	-
マーチャндаイジング	2,701	5,448	+101.7%	-	14,258	-
ライセンス/タイアップ	1,254	1,476	+17.7%	-	4,057	-
売上総利益	2,857	5,862	+85.7%	-	14,945	-
参考：限界利益	2,974	5,044	+76.5%	-	12,876	-
営業利益	1,186	2,171	+83.0%	7,300 [7,400]	5,544	74.9%
純利益	968	1,656	+71.2%	5,064 [5,100]	3,777	74.1%

売上高の推移

マーチャндаイジング分野の拡大や中大型ライブコンサートの好調等により
Q3売上は前年同期比+69.2%に拡大



■ マーチャндаイジング分野の順調な拡大

- プレイヤー増加施策や新商品の投入により、TCG売上は引き続き堅調に推移
- 配信やライブイベントと連動したポップストア展開により、小売売上高が着実に進捗
- 上記のオムニチャネル効果によりECの新規顧客の増加

■ ライセンス/タイアップ

- 年初からの組織再編の効果により、国内外で取引クライアント数や案件数は安定して増加

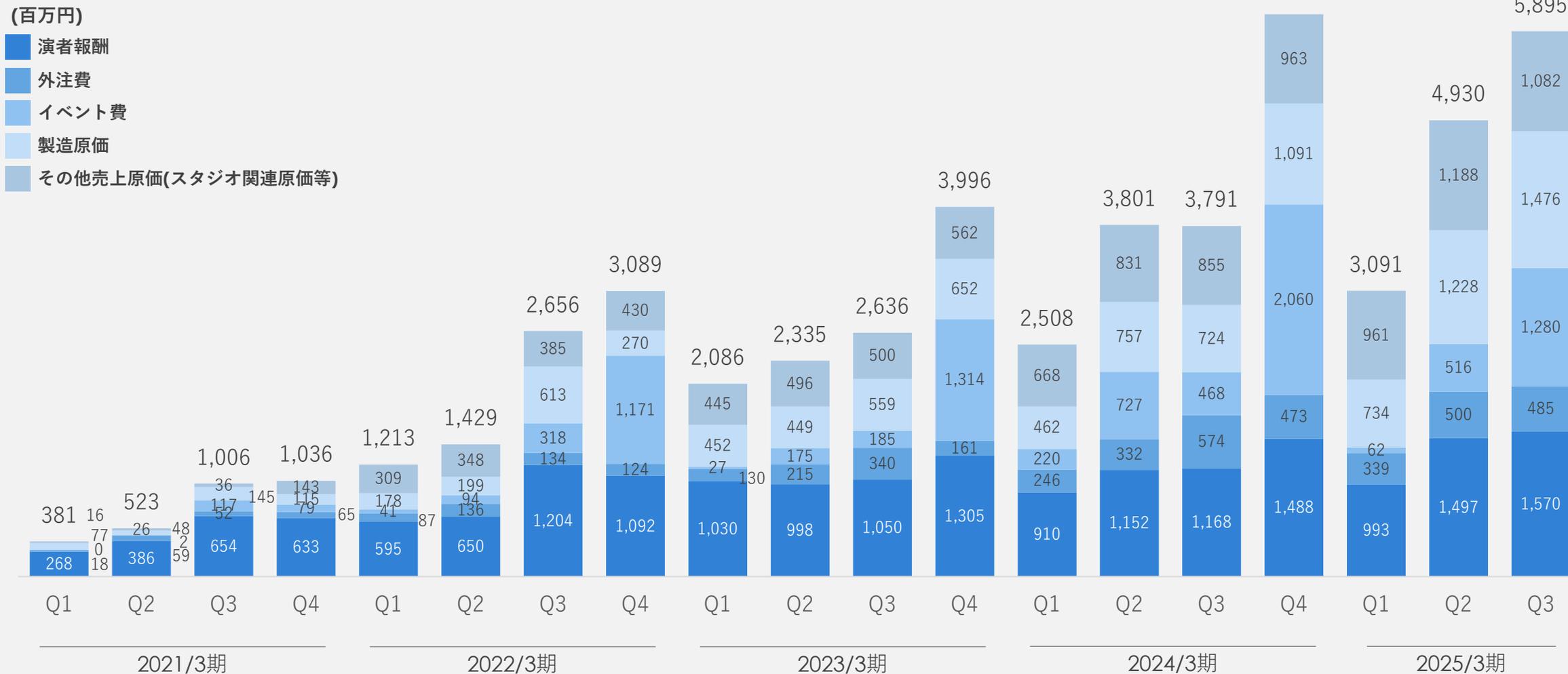
■ 受注販売商品および大型イベントによる季節性

- 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

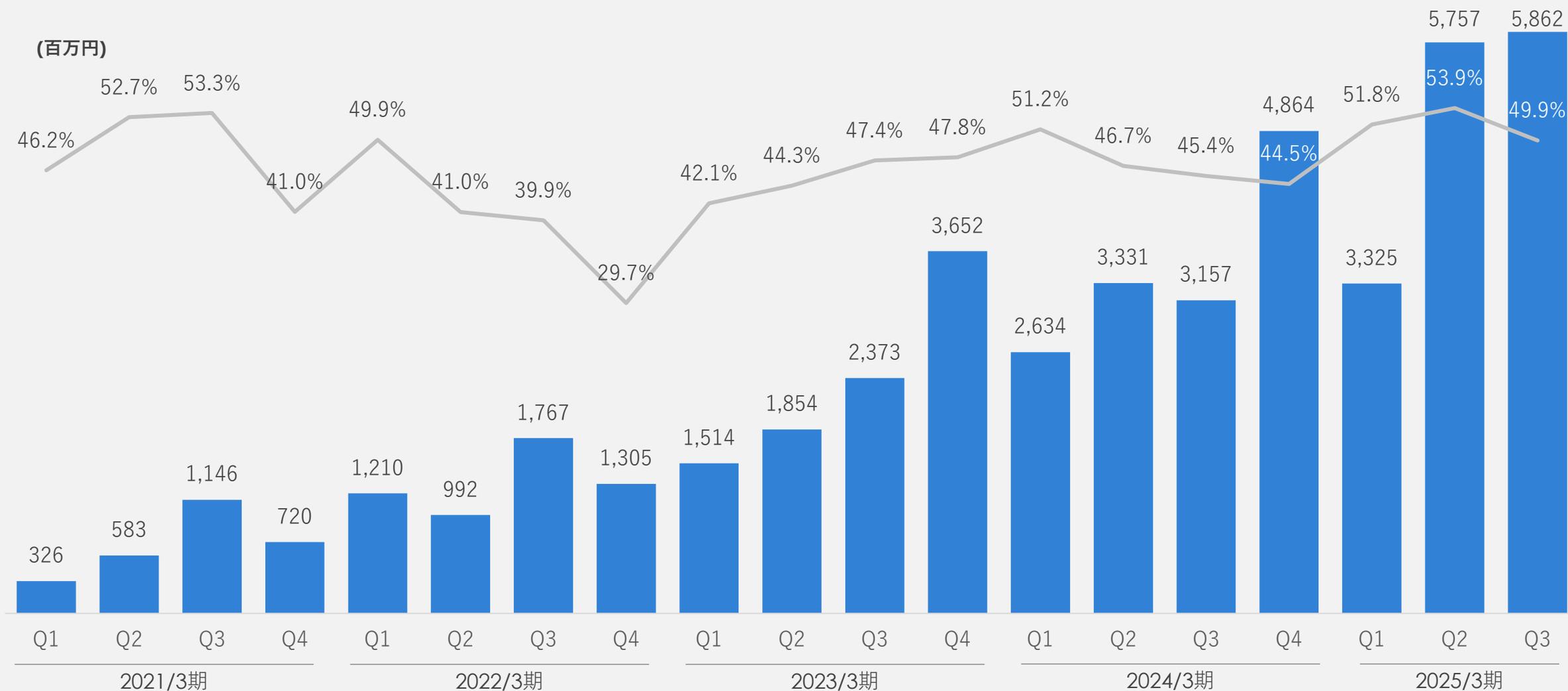
コスト推移（売上原価）

ライブコンサートの実施件数・規模拡大によるイベント費や
マーチャндаイジング売上拡大に伴う製造原価等の変動費増をうけて、
売上原価水準は前年同期比で増加



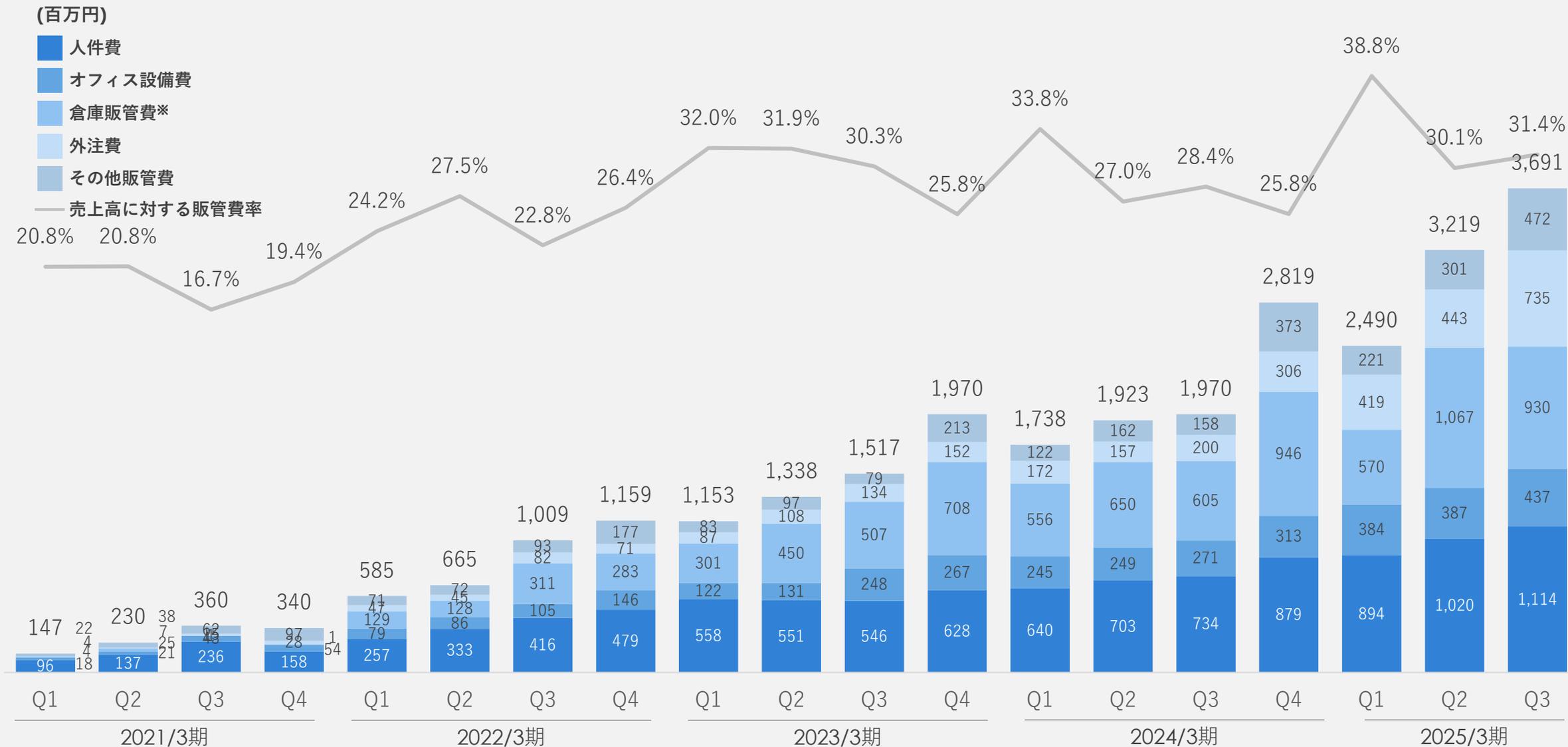
売上総利益及び売上総利益率の推移

ライブコンサートの件数増加を受けて、粗利率は前四半期比で調整した一方で、TCG等のMD分野の売上拡大を受けて粗利水準は前年同期比+76.5%まで拡大



コスト推移（販管費および販管費率）

本社管理部門や北米拠点の体制強化に伴う外注費の増加等を背景として販管費は逡増



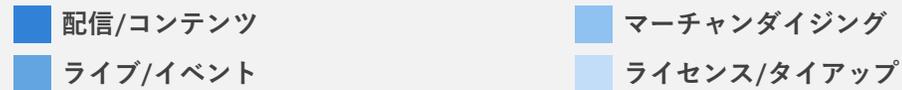
※：物流・販売手数料等のECに係る販管費を含む

多面的な事業展開による収益力の向上とそれに伴う拡大再投資

- 今期より開始したTCG等の多面的な事業拡大により、タレントの直接稼働が相対的に低い収益が拡大し、サービスミックスの変化が継続
- これらで得た収益は、タレントへの更なる活躍機会の提供やブランドの影響力拡大に向けた事業開発領域への再投資に分配し、収益サイクルの好循環を目指す

■ サービスミックスの変化の推移

タレントの直接稼働が相対的に低い分野（MD、ライセンス/タイアップ）の収益構成比率は2021/3期以降で40%から64%まで増加



2021/3期

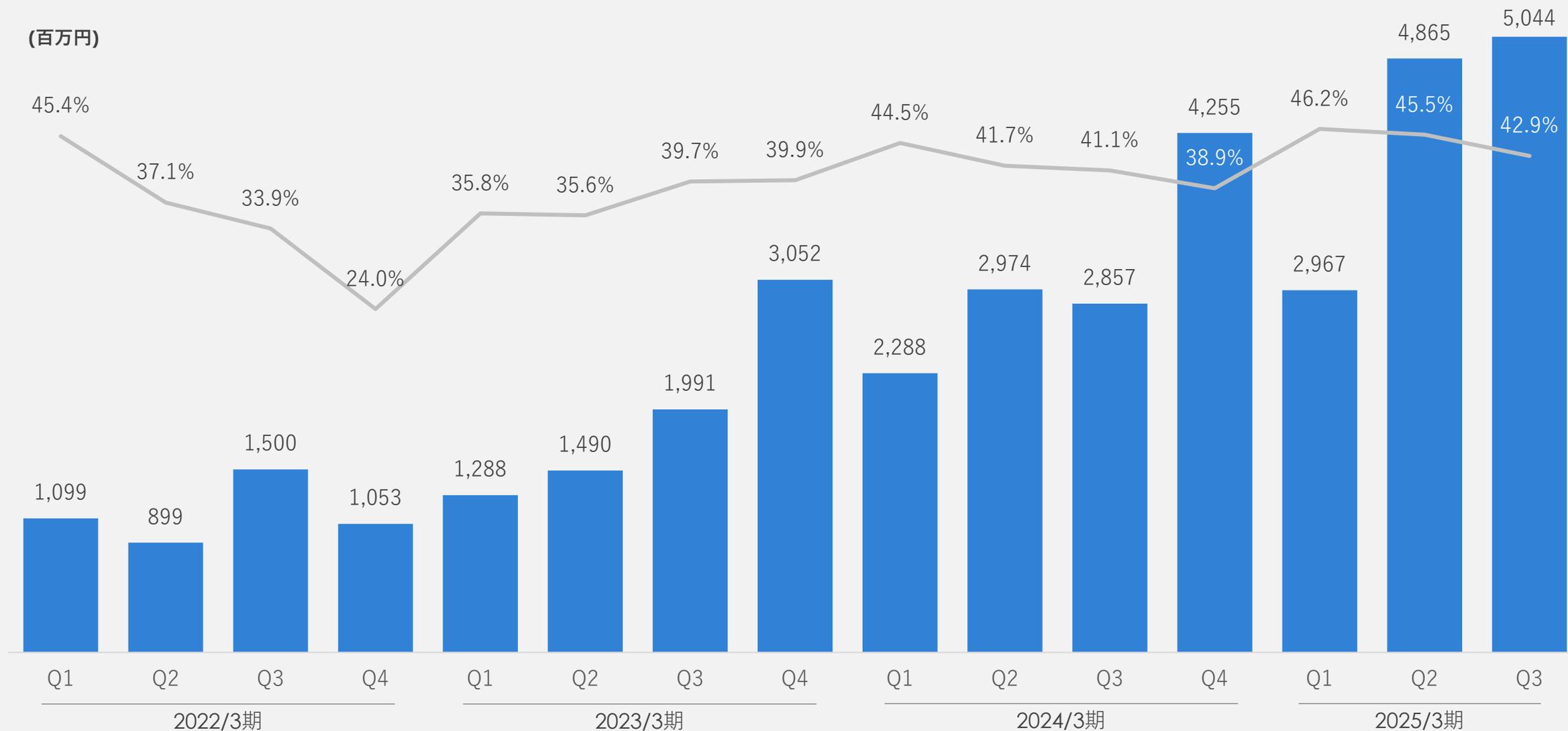
2025/3期Q3

■ 事業開発への再投資

事業開発領域	施策
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> • 北米拠点をはじめとする海外拠点の整備 • 各地域での取引拡大を目指したB2B網の開拓
制作能力	<ul style="list-style-type: none"> • スタジオの稼働向上 • ライブ・コンサート会場でVTuberの実存感を高める表現技術の開発
物流	<ul style="list-style-type: none"> • 複数稼働している倉庫を一箇所へ集約し、生産性を高める新物流センターの立ち上げを計画 • サプライチェーンマネジメントの強化
管理部門	<ul style="list-style-type: none"> • 事業規模の拡大に対応するバックオフィス機能の拡充
新領域	<ul style="list-style-type: none"> • TCGやゲーム等の中期的な事業成長を担う領域の開発

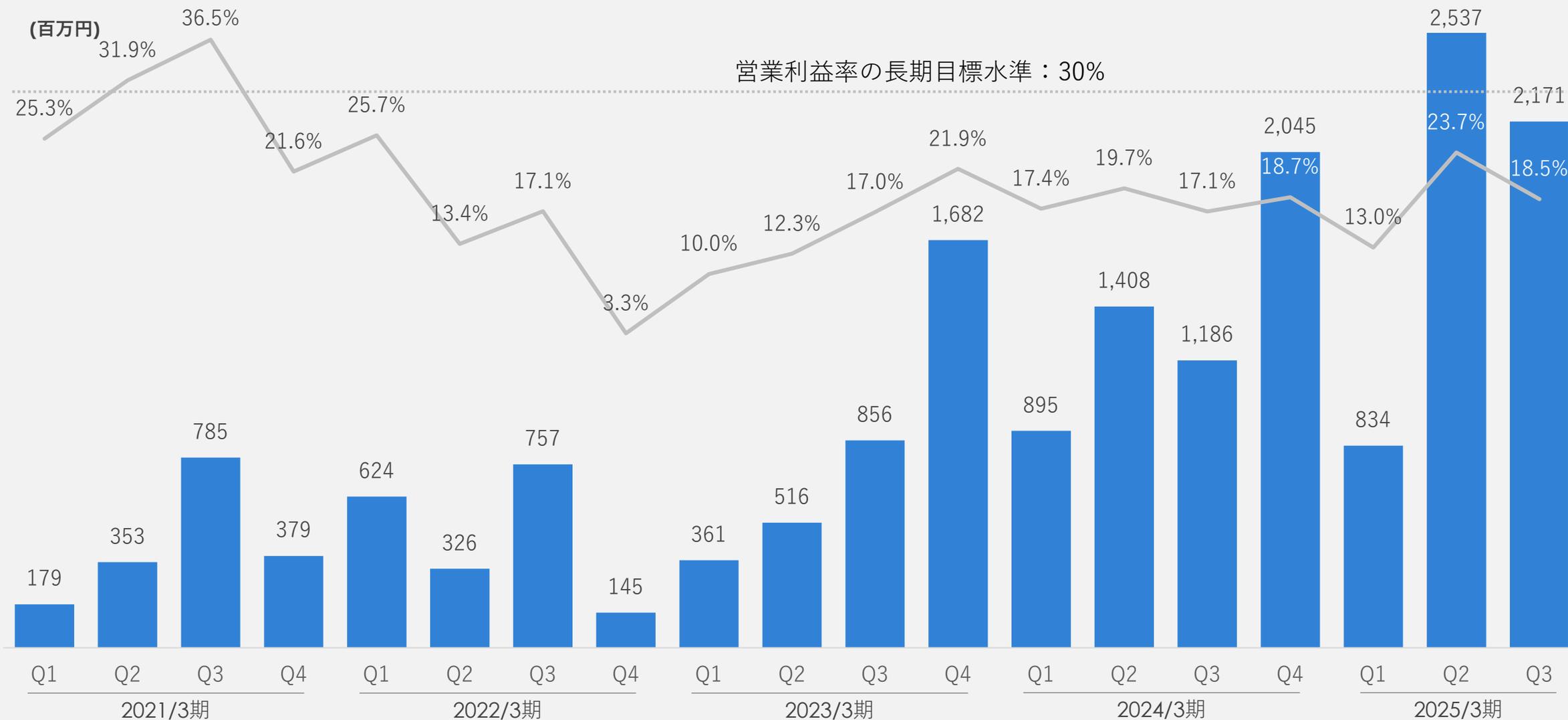
限界利益及び限界利益率の推移

ライブ/イベント分野の収益比率の高まりを受け限界利益率は前四半期比で調整したものの、限界利益水準は前年同四半期比+63.6%まで拡大



営業利益及び営業利益率の推移

イベント費の増加及び事業開発支出の拡大により、
営業利益水準は前四半期比で調整した一方で、前年同期比では+83.0%まで拡大



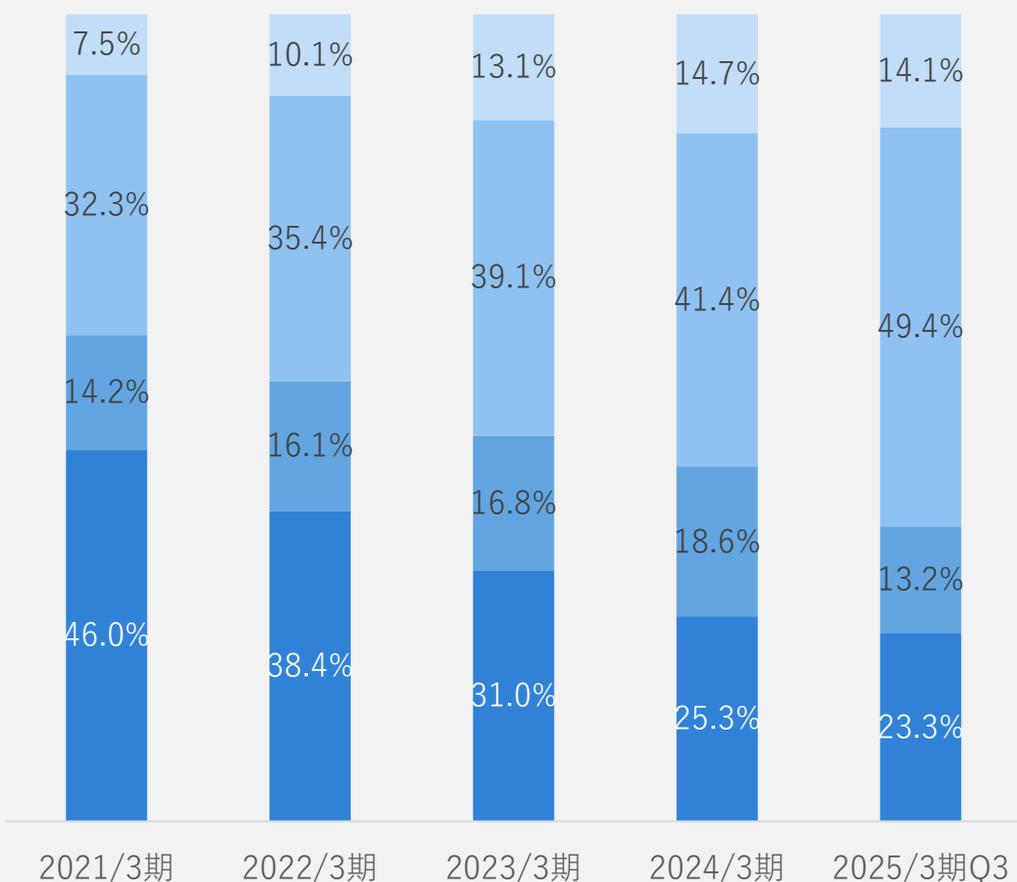
サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

TCG及び小売の拡大により、

Q3累積期間ではマーチャндаイジング分野の売上構成比率が約49%まで拡大

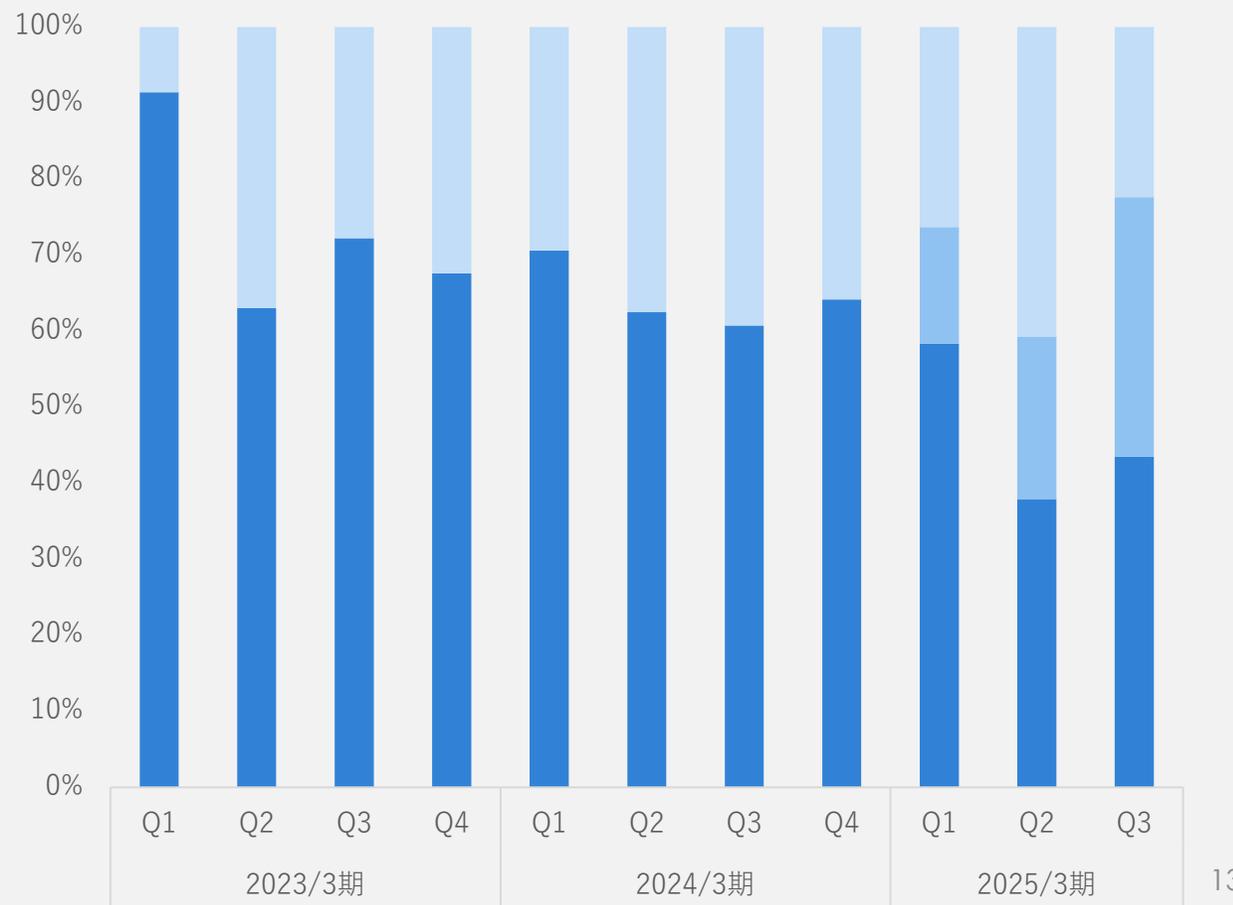
■ サービス別売上高比率

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



■ MD各プロダクト・販路別の月次売上比率の推移

- 記念日受注販売グッズ(EC)
- その他会社企画グッズ(小売)
- その他会社企画グッズ(EC)



※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
 ※2: その他会社企画グッズ(小売)については、2024/3期以前は僅少であるため、2025/3期より集計

2025年3月期末に向けたサービス分野別の事業展開

Q4期間は「hololive SUPER EXPO/hololive fes.」が牽引する形で各分野の成長を見込む

サービス分野	準備中の施策等
配信/コンテンツ	<ul style="list-style-type: none">既存タレントの配信企画、ゲーム、音楽等の各分野における活躍を通じ、新規ファン層が継続的に拡大2023年以降にデビューした国内外の新規タレントの貢献も高まりはじめ、継続的にタレント・ブランドの強化を推進
ライブ/イベント	<ul style="list-style-type: none">Q4では、2月1日に星街すいせいの日本武道館でのライブ、2月27日に森カリオペのロサンゼルスでのソロライブを実施2025年3月8日、9日に、「hololive SUPER EXPO/hololive fes.」の開催を予定しており、券売状況は好調
マーチャンダイジング	<ul style="list-style-type: none">TCGは2月にスタートデッキ3種、3月にブースターパックの第3弾の発売を予定していることに加え、既存商品の再販を計画中イベント連動施策による購買機会の拡大
ライセンス/タイアップ	<ul style="list-style-type: none">営業組織再編による収益力強化（大型新規顧客開拓、国内外取引代理店拡充、新規プロダクト開発チームの組成）イベント連動のスポンサー案件の拡充

中長期事業開発の進捗状況について

ライブコンサートの体験価値の向上

ファン数の増加と技術力の向上により、
大型会場で体験価値の高いライブを提供可能に



さくらみこソロライブ

開催日：2024年10月26日
場所：有明アリーナ
会場、配信合わせて3万人の動員を記録



星街すいせいソロライブツアー

開催日：2024年11月14日、12月10日、12月28日
場所：さいたまスーパーアリーナ
おおきにアリーナ舞洲
福岡サンパレス
全公演合わせて延べ4.5万人を超える動員



宝鐘マリンソロライブ(2Days)

開催日：2024年12月7日、12月8日
場所：Kアリーナ横浜
2日間合わせて延べ5万人を超える動員。



ホロライブワールドツアー

開催日：2024年8月23日～12月22日
場所：NY、JKT、SGP、ATL、KL各会場
グローバル5会場ですべてチケット完売

■ トゥーンシェーダーによる表現力の向上



TCG事業はプレイヤー数増加を伴って順調に拡大

TCG事業の拡大に向けて、新商品発売と大会等開催を継続的に実施



2025年初より、ワールドグランプリ2025を開催し、2,000名を超えるエントリーを記録。

同時にライトファン向けのカジュアル大会なども実施し、ファンのニーズに合わせたイベントを企画したほか、今後もホロライブファン・TCGユーザーのコミュニティを広げるプロモーションを継続



ブースターパック第3弾を2025年3月21日に発売予定。定期的なブースターパックの販売を継続し、カードの幅を広げながら、様々なイベントを企画。プレイ人口の増加によって、安定的な事業拡大サイクルの確立を目指す

マーチャндаイジングの店舗販売企画を通じ新規ファンとの接触機会を増加

商品（モノ）を売るだけでなく、店舗企画を通じたコミュニティ体験（コト）を提供

■ hololive production official shop in Tokyo Station



開催場所：東京駅一番街地下1F 東京キャラクターストリート
開催期間：2024年11月14日(木)～2026年春予定

■ hololive friends factory



開催場所：
SHIBUYA TSUTAYA

開催期間：
2024年12月23日（月）
～2025年1月8日（水）

■ みっころね神社 ゆく年くる年



開催場所：
SHIBUYA TSUTAYA
TSUTAYA EBISUBASHI
西武渋谷店

開催期間：
2024年12月17日～2025
年1月13日

ゲーム展開のモメンタム獲得

ゲーム領域では、マルチプラットフォーム展開の中型タイトルが続々発売。
ホロアースの開発も着実に進捗

■ おかゆにゅ〜む(2025年2月27日発売予定)



■ 儒烏風亭らでんがご案内！ピクセルミュージアム (2025年発売予定)



■ ホロアース



2024年11月～12月のアップデートにおいて、ポーカールームのテストプレイをはじめ、シミュレーションルームのエリアの拡大や新たなアイテムの追加等の新機能の実装を実施。

(2025年3月期は償却含め約3.5億円程度の費用を見込む)

新規デビュータレントの成長

2023年にデビューした国内外のタレントもそれぞれの活躍機会を活かして成長

■ 儒烏風亭らでん

YouTubeチャンネル登録者数100万人登録を達成



2023年9月10日に、hololive DEV_ISの「ReGLOSS」としてデビュー

■ フワモコ（フワワ・アビスガード、モココ・アビスガード）

YouTubeチャンネル登録者数100万人登録を達成



2023年7月31日に、ホロライブEnglishの「Advent」としてデビュー

所属タレントのさらなる成長を後押しするための施策について

所属タレントの活動長期化・大規模化・多様化に伴い、サポート体制を強化

タレントマネジメント部門 の再編

- 国内外で影響力のあるグローバルインフルエンサーのマネジメント組織を統括していた人物を新たに責任者として採用
- 経営陣とタレントの対話頻度を強化し、事業展開に対してよりタレントの声を反映しやすい形に変更。サポート体制を強化を企図

サポートの多様化 (事例)

獅白杯2nd



- 所属VTuber獅白ぼたんによるe-Sports企画
- 第2回大会は、プロプレイヤーを含む32名が大会に参加したほか、スポンサー13社に協賛をいただき、各日約15万人の最大同接(ミラー配信含む)を記録
- こうした取り組みが評価され、獅白ぼたんは日本eスポーツアワードを受賞

Enigmatic Recollection



- ホロライブEnglishのメンバー19名による合同参加型ロールプレイ配信企画
- サンドボックスゲーム「マインクラフト」のカスタムサーバー上に物語の舞台となるファンタジー世界を構築し、アニメPVとともに企画を盛り上げ
- 8日間でユーザー総視聴時間220万時間の大きな注目を集めた

Appendix

VTuberの多面的な特性を活かした事業展開（2024年3月期）

VTuber・ファンベースを育成

配信/コンテンツ

配信プラットフォームを通じた
ライブ配信



Super Chat*2、chメンバーシップ*3

プラットフォーム手数料、演者分配

25.3%
(YoY +20.6%)

ライブ/イベント

オフライン/オンラインでの
ライブイベント開催



チケット販売、関連物販

ライブイベント制作費、演者分配

18.6%
(YoY +63.4%)

多面的なコマース展開

マーチャンダイジング

フィジカル/デジタルの
VTuberグッズ販売



自社/外部ECサイトでの販売

販売手数料、グッズ原材料、演者分配

41.4%
(YoY +55.9%)

ライセンス/タイアップ

メーカー等へのIPライセンスアウトや
タイアップ広告等のプロモーション支援



ライセンスからのロイヤリティ
広告主からのプロモーション料

制作費、演者分配

14.7%
(YoY +65.9%)

サービス
概要

主な
収益源

主な
コスト項目

売上構成比*1
(売上高前期比)

※1：2024年3月期売上高に占める内訳

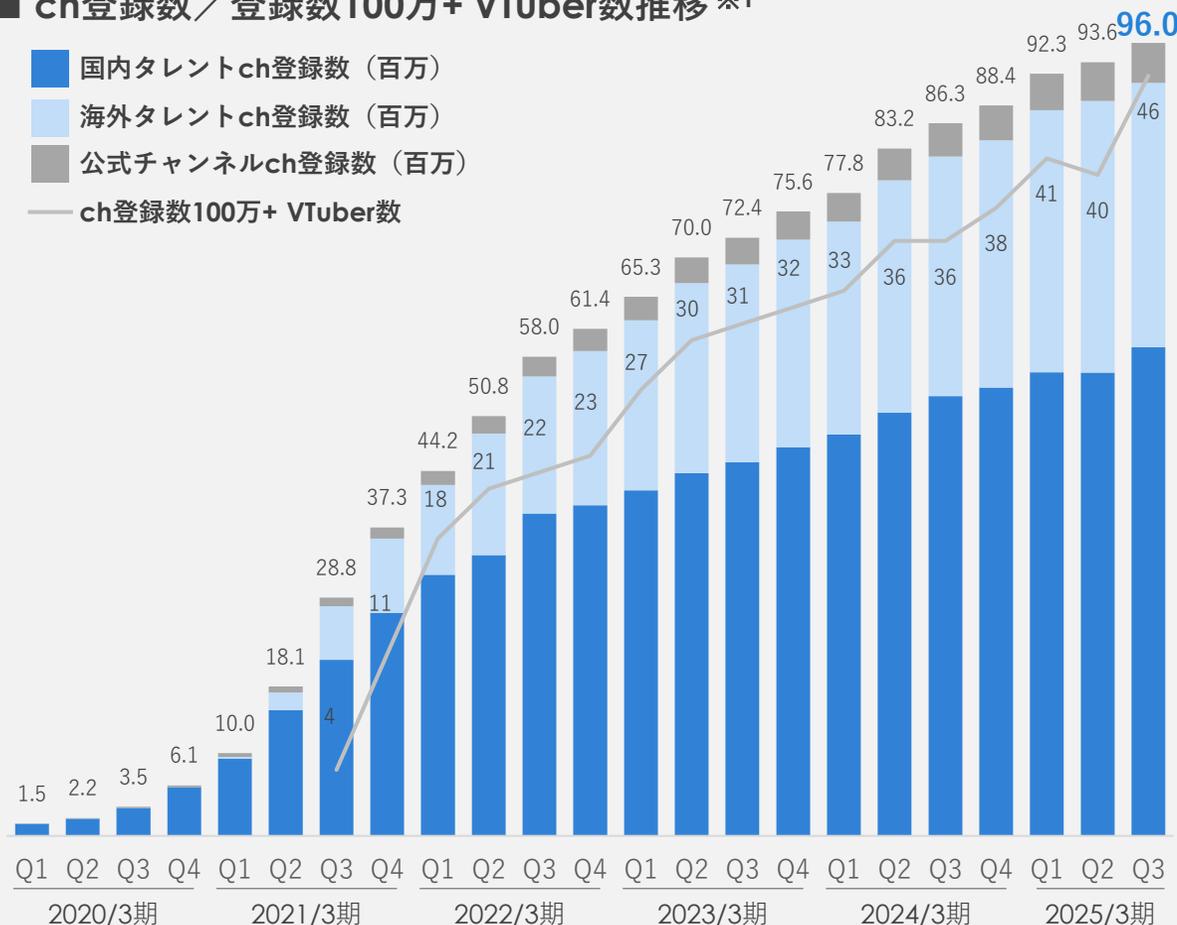
※2：YouTubeのライブチャットを利用したライブ配信動画の公開時に視聴者が有料課金を行うことでチャットメッセージを目立たせることができる機能

※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

YouTubeにおけるch登録数の拡大状況

YouTube以外にもX、TikTok、Spotify、TV等の流入経路が多面化する一方で引き続きYouTubeのch登録数は成長

■ ch登録数／登録数100万+ VTuber数推移 ※1



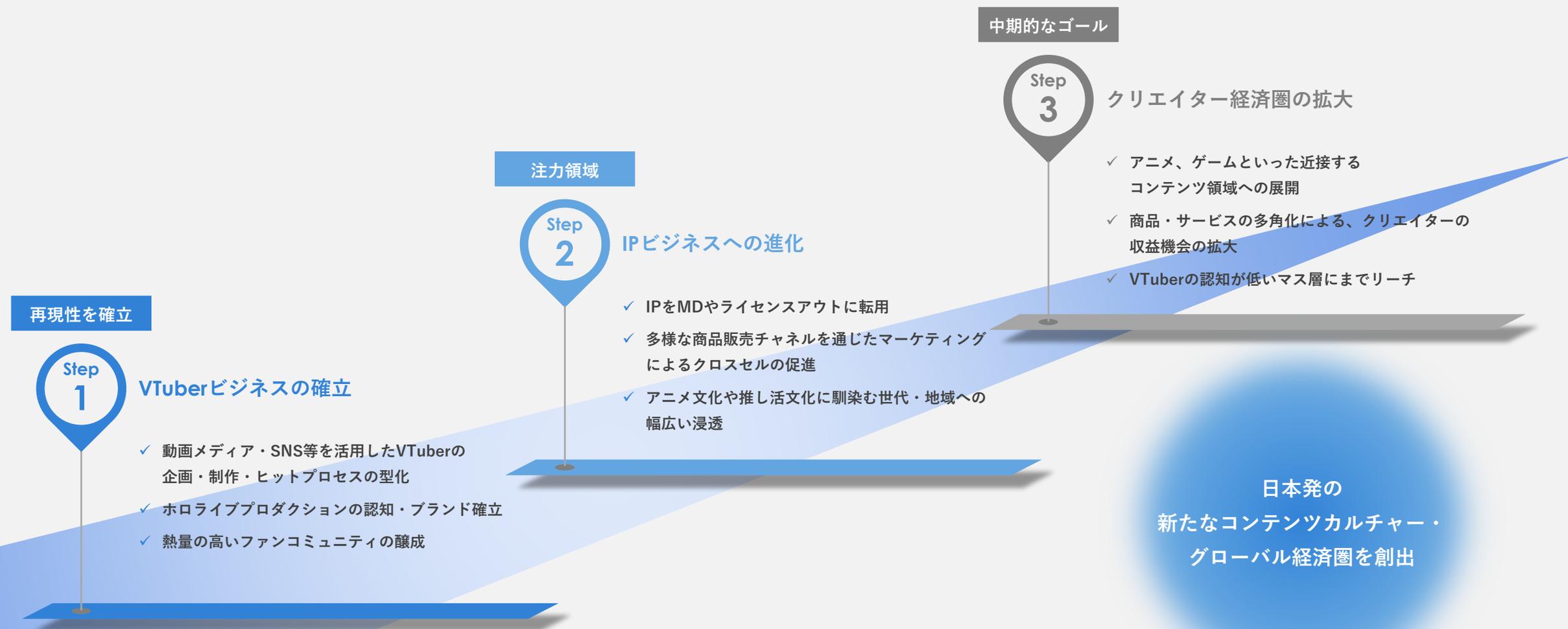
■ 地域別タレントch登録数(2024年12月末時点)

日本	5,913万人 (前年同月比+11.1%)
海外	3,199万人 (前年同月比+10.2%)
海外内訳	
英語圏	2,169万人 (前年同月比+11.2%)
インドネシア	1,030万人 (前年同月比+8.3%)

※1: YouTubeチャンネル登録数

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

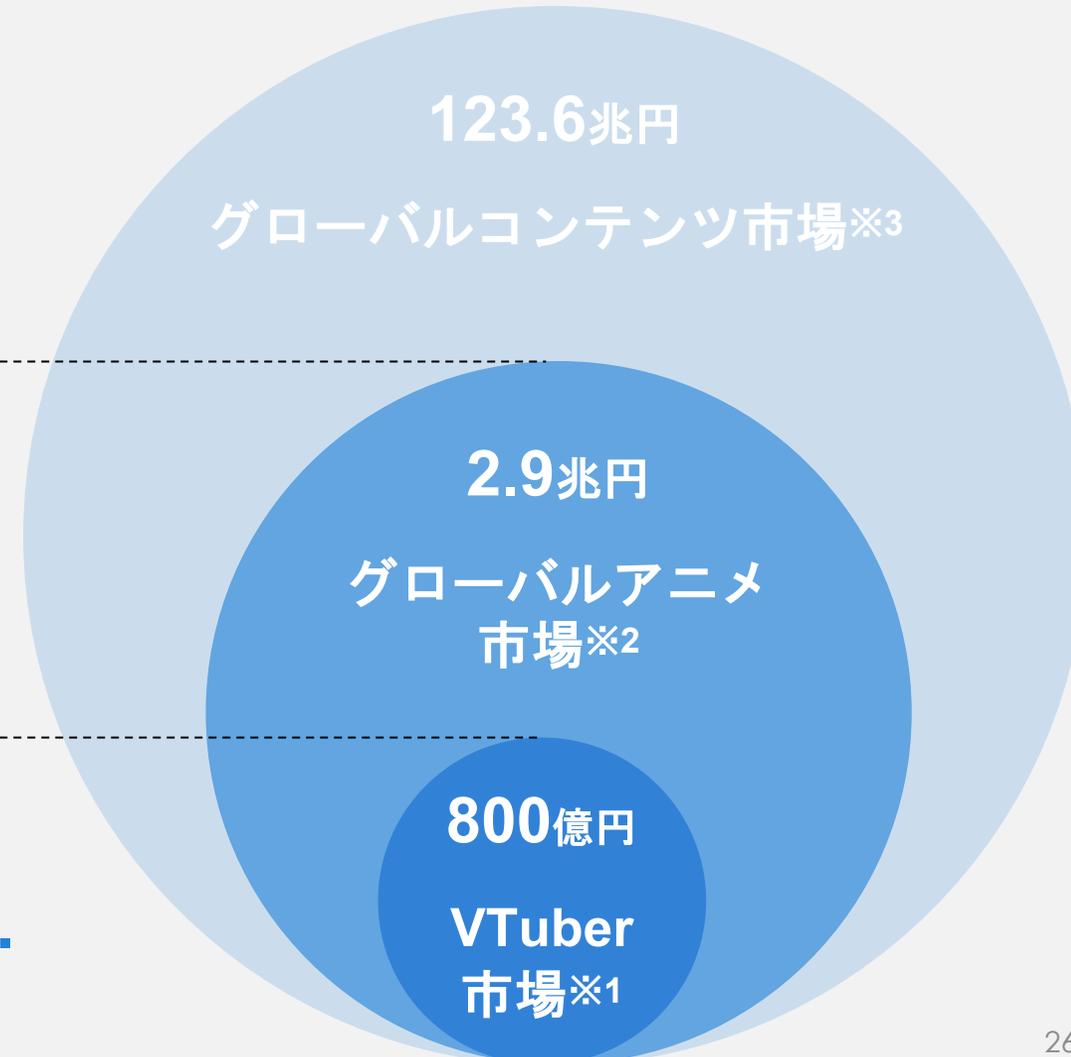
VTuberコンテンツが地域・世代を超え独自の経済圏をつくり、
各市場に対して浸透していく



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

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

2024年1月から2025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：252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

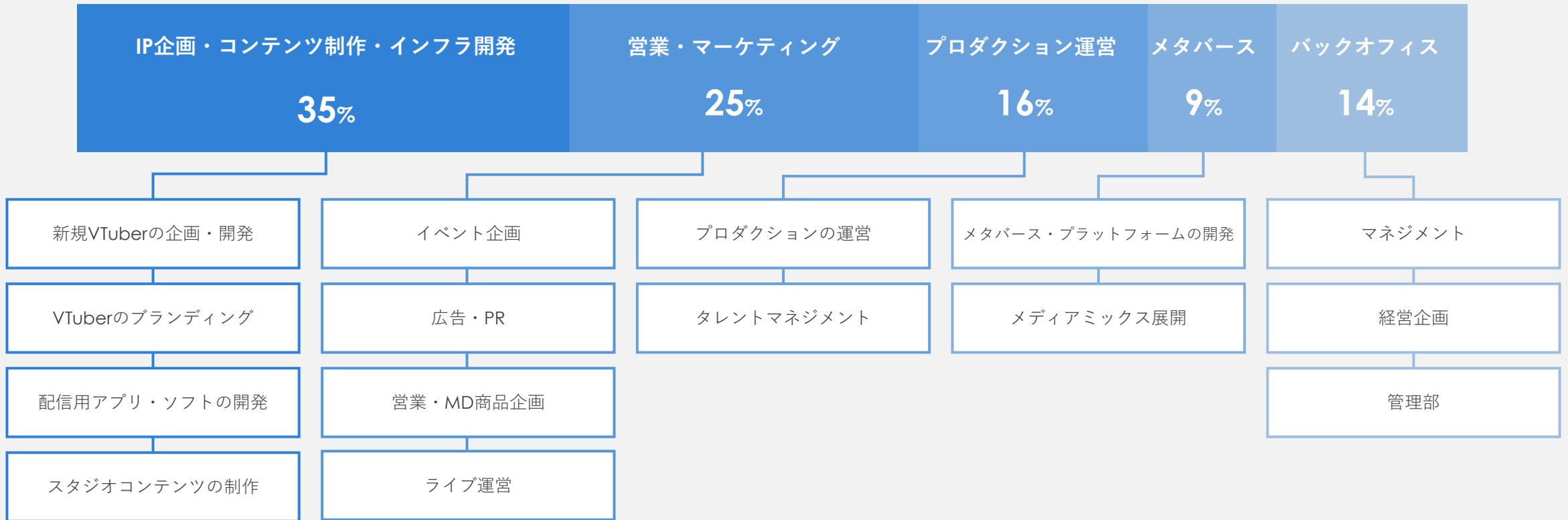
約70名のモデレータースタッフにより、24時間体制で日・英・インドネシア語による配信モデレーション業務を実施。

※2024年3月31日時点

共創を支える組織体制

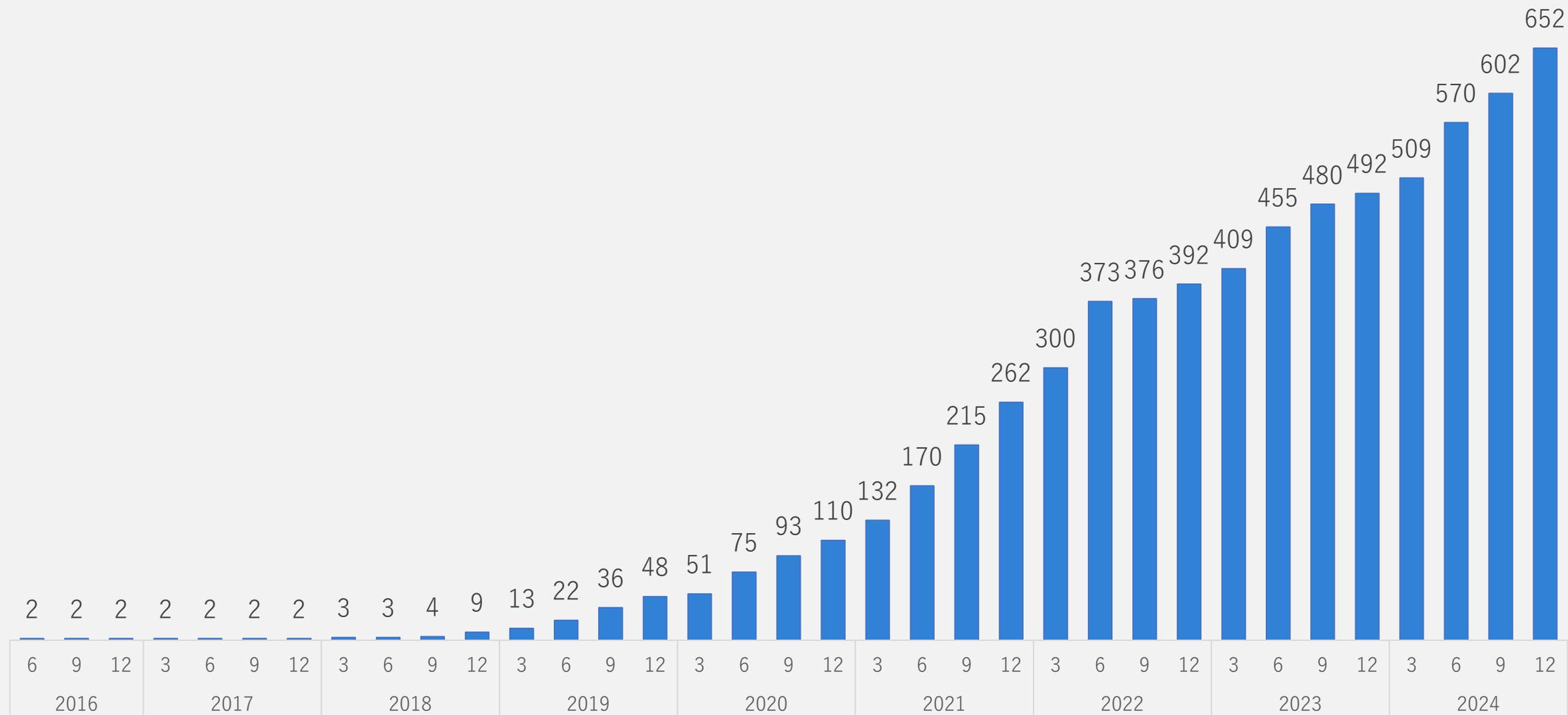
業界トップクラスかつ多様な人材が集結

■ 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



参考資料（YouTubeチャンネル登録総数・所属VTuber数・サービス別売上高）

	2021/3期				2022/3期				2023/3期				2024/3期				2025/3期		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3												
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	9,362	9,599
所属VTuber数※	42	42	50	52	52	57	62	68	68	71	71	75	75	82	86	85	89	87	91
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	10,688	11,758
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	2,184	2,504
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	1,144	2,328
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	5,879	5,448
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	1,480	1,476

※chを共有しているフワワ・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	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期 Q3
売上高	5,724	13,663	20,451	30,166	28,863
成長率	+287%	+138%	+49%	+48%	+50.1%
売上総利益	2,777	5,274	9,396	13,988	14,945
対売上高比率	48%	38%	45%	46%	52%
営業利益	1,698	1,855	3,417	5,536	5,544
対売上高比率	29%	13%	16%	18%	19%
当期純利益	1,220	1,244	2,508	4,137	3,777
対売上高比率	21%	9%	12%	14%	13%

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 Q3
流動資産合計	3,048	7,168	11,740	14,798	20,604
現金及び現金同等物	1,899	4,644	7,793	8,666	10,689
固定資産合計	467	1,069	4,146	7,914	9,534
資産合計	3,516	8,238	15,887	22,713	30,139
負債合計	1,303	4,780	8,880	11,569	15,157
純資産合計	2,212	3,457	7,006	11,143	14,982

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。