

事業計画及び成長可能性 に関する事項

2023.5.12



COVER

イントロダクション

IP開発・UGCサービスの経験豊かなマネジメントが事業を牽引



代表取締役社長CEO

谷郷 元昭

イマジニア株式会社
株式会社アイスタイル



取締役CTO

福田 一行

ソニー株式会社
アジャイルメディア・ネットワークス株式会社

経歴

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。

会社概要

当社は、VTuberプロダクション「hololive production」の世界展開を軸に日本発で最先端の二次元エンターテインメントを提供する企業

設立		2016年6月13日
正社員数		409名（2023年3月末時点）
資本金		970百万円
事業内容		配信/コンテンツ、ライブ/イベント、マーチャндаイジング及びライセンス/タイアップを展開

■ プロダクション概要（2023年3月31日時点）

					
主な言語圏	日本語圏	日本語圏	インドネシア語圏	英語圏	英語圏
在籍VTuber	女性35名	男性13名	女性9名	女性10名	男性8名
デビュー	2018/6	2019/5	2020/4	2020/9	2022/7
ch登録数	4,682万	248万	908万	1,586万	134万

出所：YouTube（2023年3月31日時点）

VTuberとは

VTuberとは、モーションキャプチャーを用いてアニメルックアバターで活動する
バーチャルエンターテイナーのこと

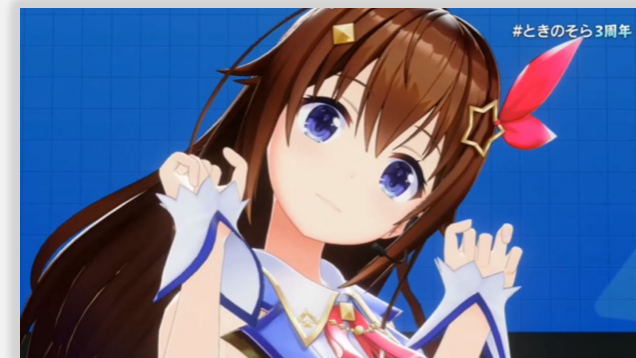
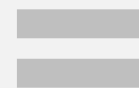


配信者



アバター

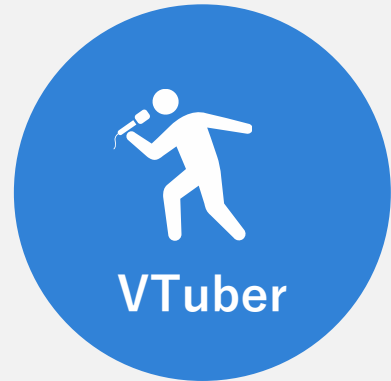
IPは当社に帰属



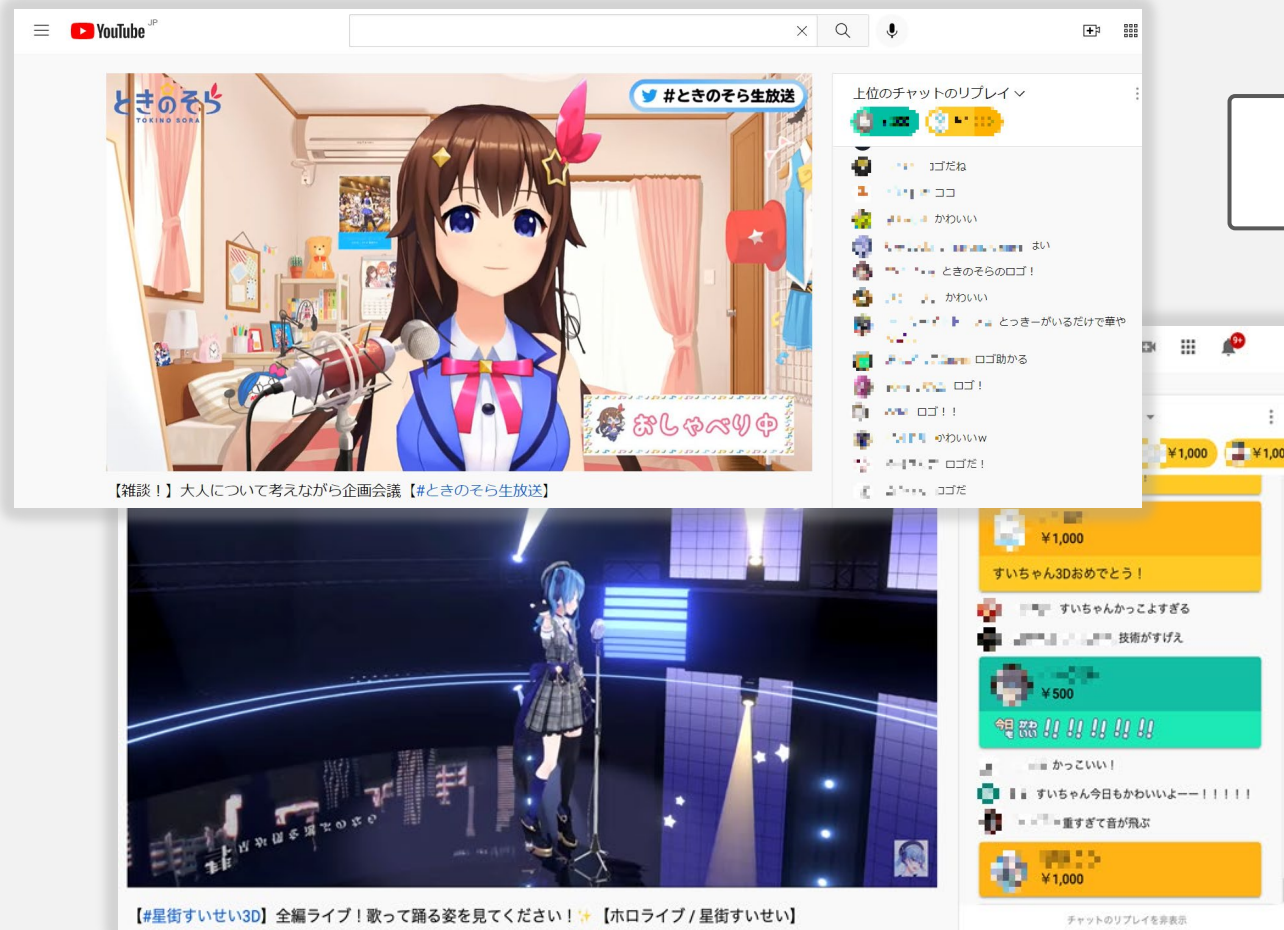
VTuber

VTuberによるライブ配信

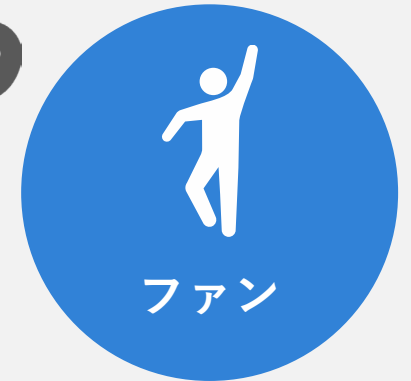
YouTube等の動画配信サービスでライブ配信を行い、
視聴者とチャット欄を通じてインタラクティブにコミュニケーション



ライブ配信



視聴
コメント



COVER at a Glance

業界屈指のVTuberプロダクションと熱量の高いファンコミュニティにより、
力強い成長を実現

ホロライブプロダクション

75人

在籍 VTuber

32人

ch登録数100万+ VTuber数^{*1}

6.8万本

累積動画投稿^{*1}

ファンコミュニティ

75.6百万人

ch登録総数^{*1}

141百万件

Twitter関連投稿数^{*2}

42%

海外比率^{*1,3}

財務指標

204億円

2023年3月期 売上高

+49%

前年度比売上成長率

272百万円

在籍VTuberあたり年間収益^{*4}

※1：2023年3月31日時点の各VTuber及び公式のYouTubeチャンネルより集計

※2：2023年3月期のTwitter公式ハッシュタグのメンション数

※3：2023年3月期におけるch総視聴回数に占める海外アカウントの再生回数比率

※4：2023年3月期売上高を2023年3月期末の在籍VTuber数で除して算出

VTuberの多面的な特性を活かした事業展開

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としてコマーンス事業を展開



※1：各サービスの詳細についてはAppendixの「各サービスラインのサービスフロー・収益フロー外観」ご参照

※2：2023年3月期売上高に占める内訳

※3：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

※4：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

当社の中長期戦略

付加価値の高いIPをベースとした3つのStepにより成長戦略を構成



出所：ユーザーローカル（2023年4月17日時点）

※1：キズナアイは現在活動休止中につき、現在活動中のVTuberにおいて宝鐘マリンが国内No.1

段階的な事業展開によりTAMを拡大

IPをベースとした多面的な事業展開により、国内及び海外の関連市場へと広くTAMを拡大。
メタバースを通じた3D仮想空間上での体験提供は既存のゲーム関連市場の一部を代替



※1 出所：一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート2022」2021年のアニメ関連市場規模（アニメに関連したTV、映画、ビデオ、配信、商品化、音楽、遊興、ライブ・イベント等のビジネスの売上高から推定）

※2 出所：カドカワアスキー総合研究所『ファミ通ゲーム白書2022』より、2021年の世界ゲームコンテンツ市場規模

VTuber市場が拡大する社会的背景

インターネット上での消費者によるコンテンツ発信（UGC^{*1}）が双方向かつ同時的な体験共有へと変化しつつある中で、アバターを用いた交流は徐々に社会へと浸透

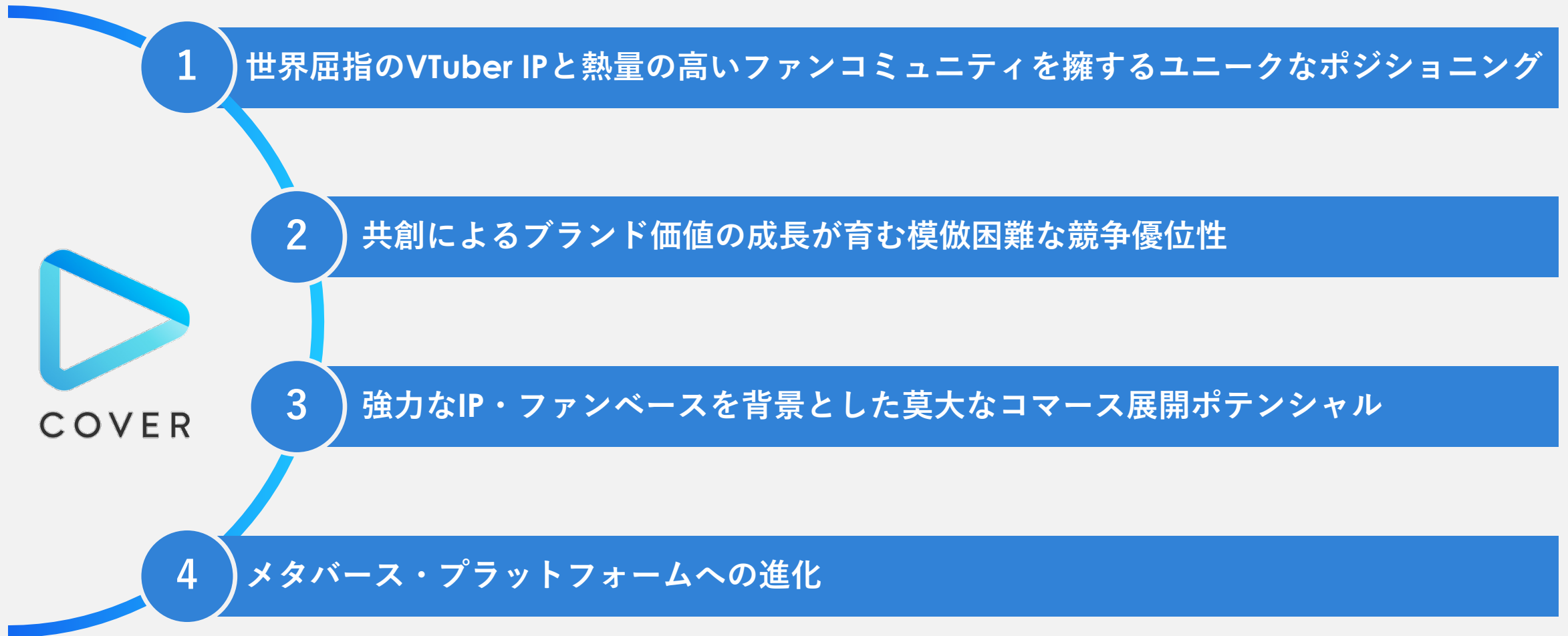


※1：UGC：User Generated Contentsの略称。サービスユーザーである一般消費者が発信するコンテンツを指す

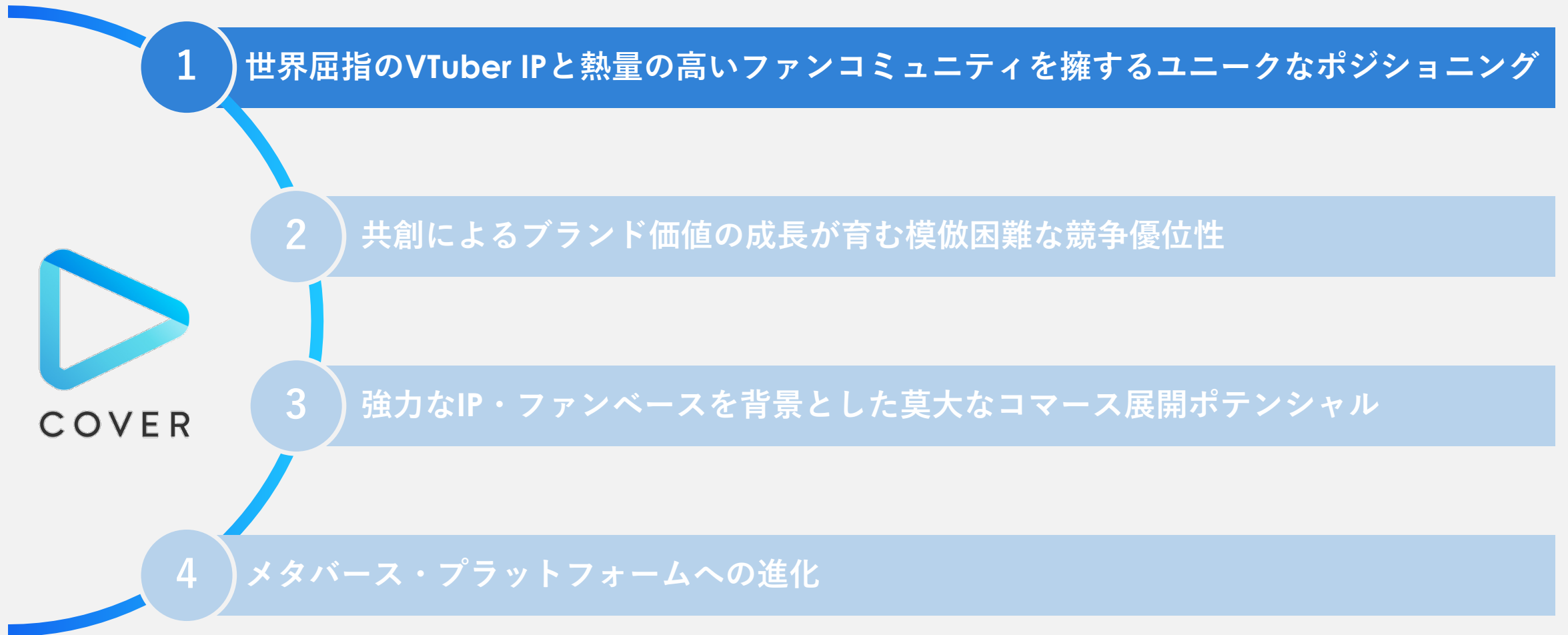
The background of the slide is a solid blue color with a faint, semi-transparent illustration of five anime-style girls in various poses. One girl is in the top left, another in the top center, a third in the top right, a fourth in the bottom left, and a fifth in the bottom right. They are all wearing different outfits, including school uniforms and casual wear.

インベストメント・ハイライト

インベストメント・ハイライト



インベストメント・ハイライト



既存エンタメ企業に対するユニークなポジショニング*1

IPとファンコミュニティの双方向的なコミュニケーションを通じ、ファンエンゲージメントの高いコンテンツをローコストで継続的に供給可能となるユニークなビジネスモデル



※1：マトリクスは当社を含むエンタメ企業のエンタメ業界におけるポジショニングについて当社の独自の分析を示したものの

※2：PGC：Professionally Generated Contentsの略称。プロフェッショナルにより製作されたコンテンツを指す

※3：UGC：User Generated Contentsの略称。サービスユーザーである一般消費者が発信するコンテンツを指す

世界トップクラスのVTuberを独占保有

日本、北米、東南アジア地域の登録数No.1 VTuberをはじめ、登録数ランキング上位のVTuberを独占的に保有

■ VTuber 世界ch登録数ランキング

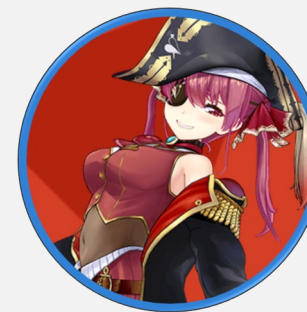
#	VTuber	プロダクション	YouTube ch登録数
1	Gawr Gura	hololive EN	4,310,000
2	キズナアイ ^{*1}	Kizuna AI	3,040,000
3	宝鐘マリン ^{*1}	hololive	2,360,000
4	Mori Calliope	hololive EN	2,220,000
5	兎田ぺこら	hololive	2,210,000
6	白上フブキ	hololive	2,100,000
7	Kobo Kanaeru	hololive	1,980,000
8	戌神ころね	hololive ID	1,960,000
9	星街すいせい	hololive	1,840,000
10	湊あくあ	hololive	1,780,000

出所：ユーザーローカル（2023年4月17日時点）

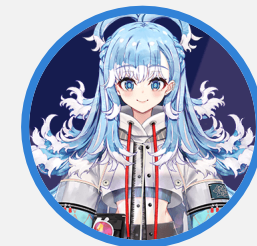
※1：キズナアイは現在活動休止中につき、現在活動中のVTuberにおいて宝鐘マリンが国内No.1



Gawr Gura
北米No.1



宝鐘マリン
日本No.1^{*1}

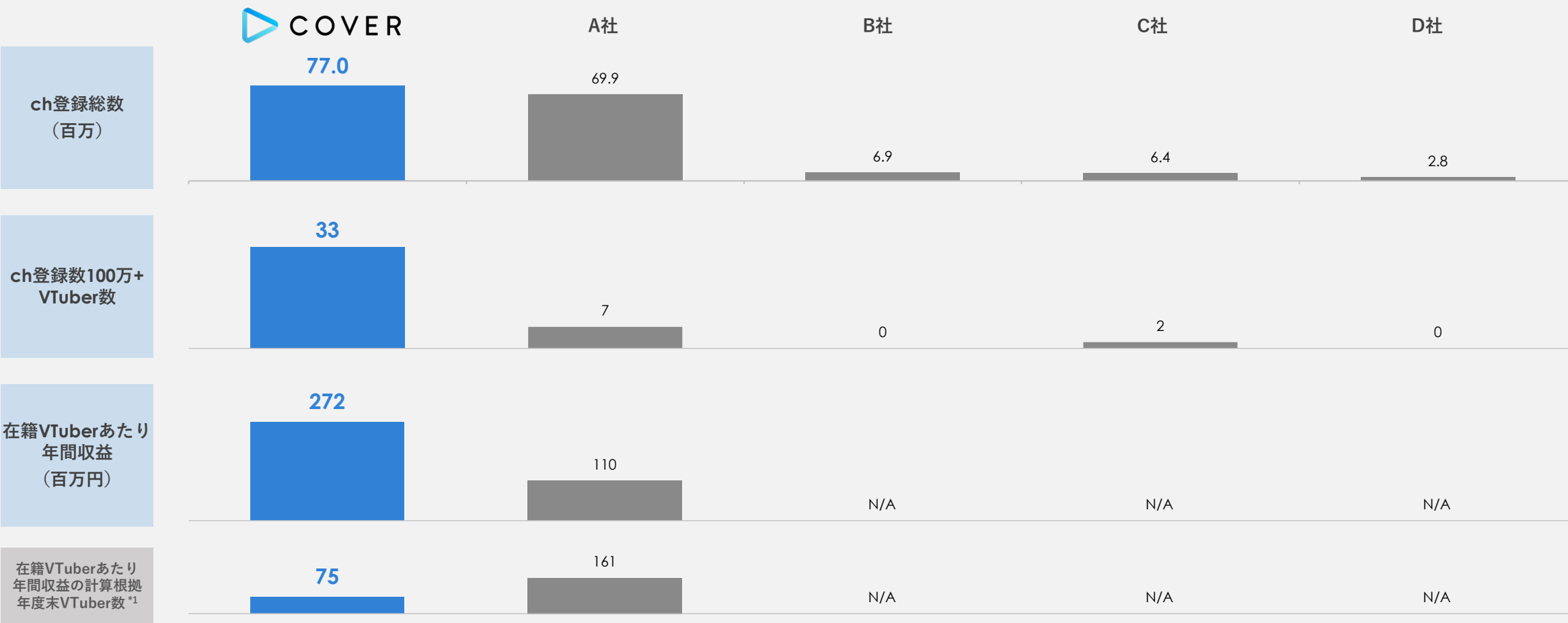


Kobo Kanaeru
東南アジアNo.1



プロダクションとしても高い認知度・ブランドを獲得

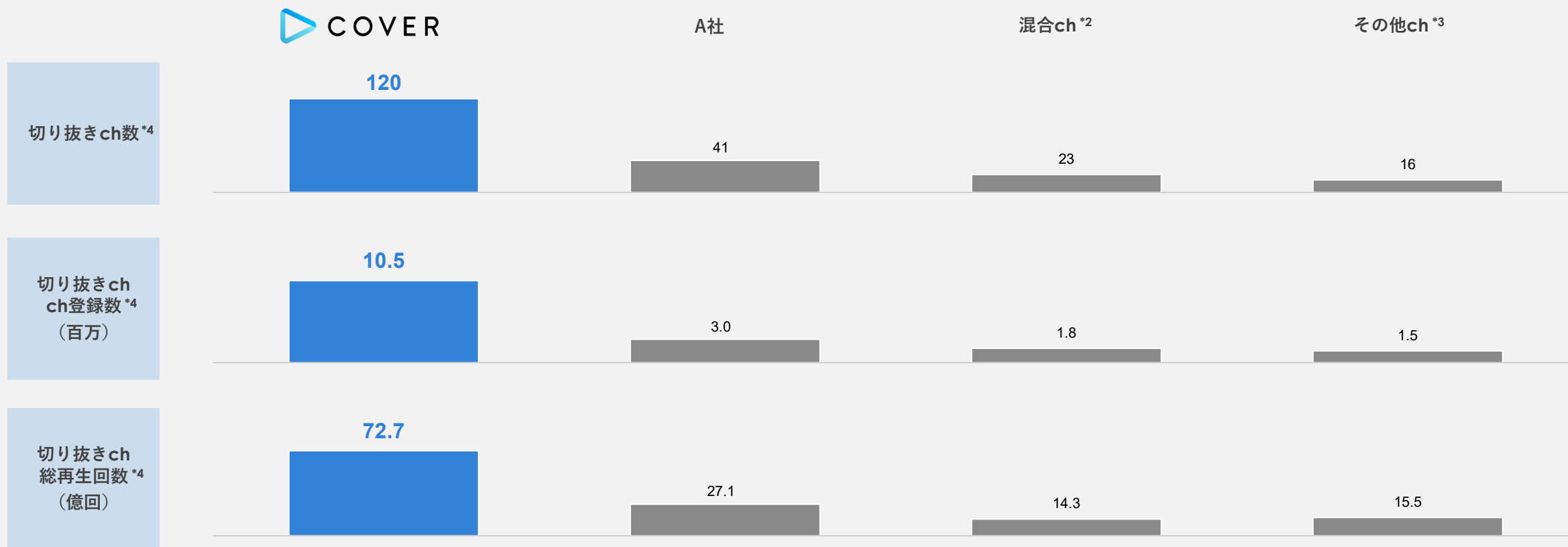
プロダクションの知名度、IPあたりの人気・収益は業界トップクラス



出所：ユーザーローカル（2023年4月17日時点）
※1：当社については2023年3月期売上高を同期末の在籍VTuber数で除して算出。A社については同社直近決算期末売上高を同期末の在籍VTuber数で除して算出

大規模かつ熱量の高いUGCコミュニティ

ファンの自発的な切り抜きch^{*1}による二次拡散においても高い再生数を記録



出所：ユーザーローカル（2023年4月17日時点）

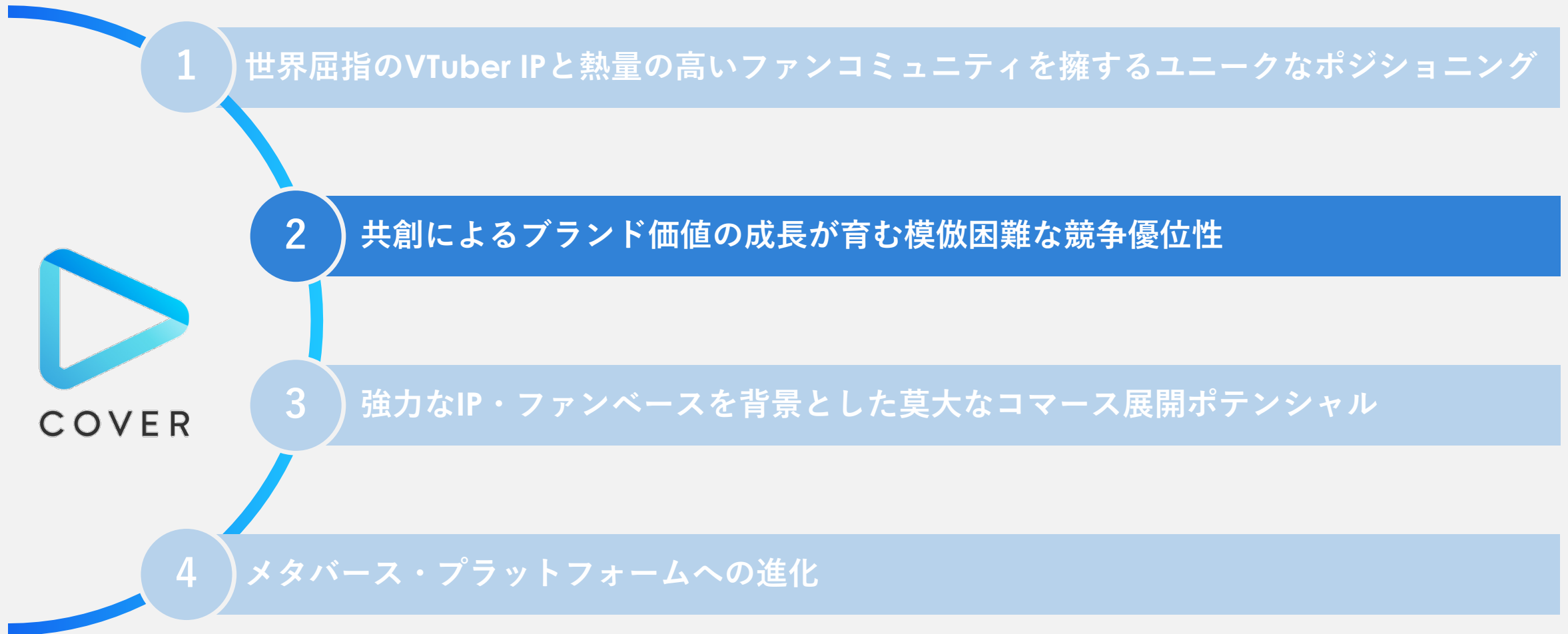
※1：公式chが配信した動画の一部を切り抜いて配信する非公式chのこと。当社では二次創作ガイドラインを公開し一定の制限のもと収益化機能を認めている

※2：複数のVTuberプロダクション所属のVTuberについて切り抜き動画を配信しているチャンネル

※3：当社ないしA社専門の切り抜きチャンネル、混合チャンネルのいずれにも属さないチャンネル

※4：YouTube上に存在するVTuber切り抜きchのうち総再生回数が上位の200chについて集計

インベストメント・ハイライト

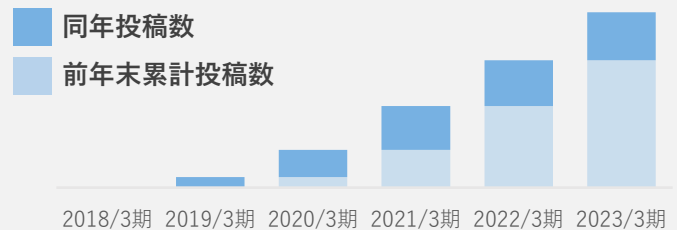


熱量の高いファンコミュニティの拡大が模倣困難な競争優位性を構築

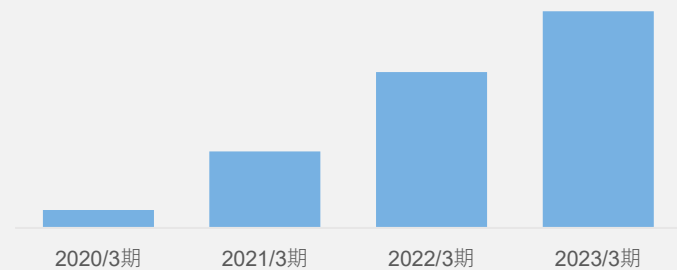
VTuberのライブ配信とそれに呼応するファンのUGC^{*1}発信の相乗効果による
ファンコミュニティの拡大が強固なブランドの確立に寄与

ライブ配信・コンテンツ（PGC^{*2}）供給

総動画投稿数 **6.8**万本 (YoY +45%)^{*3}



2023年3月期累積グッズ出荷数 **160**万個

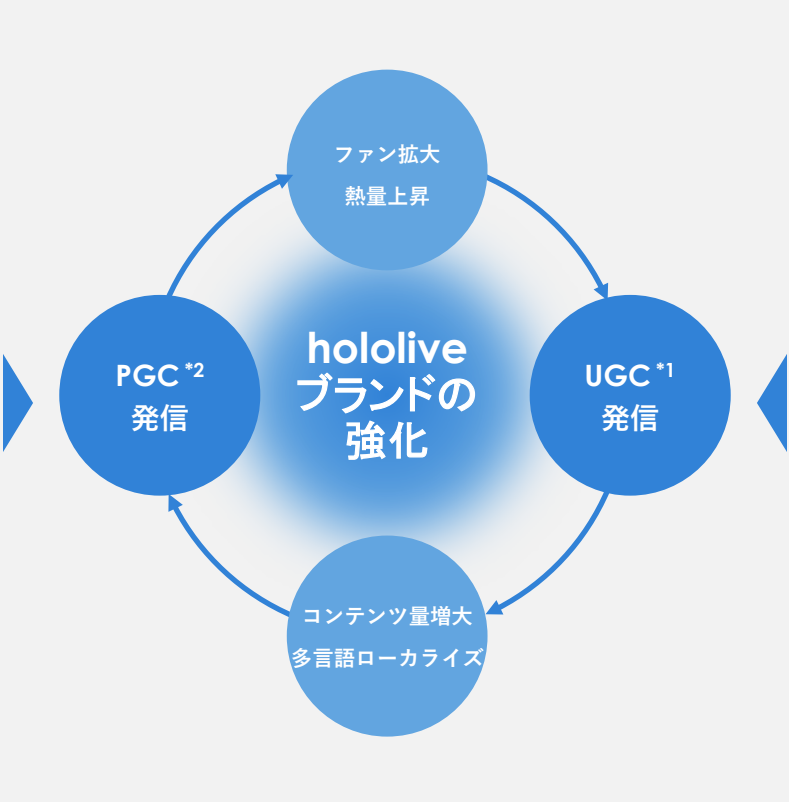
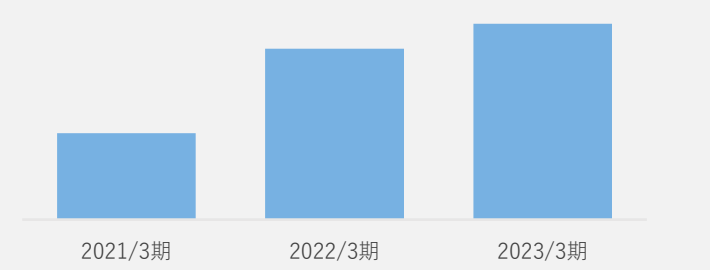


ファンによる視聴・UGC^{*1}の発信

総視聴回数 **106**億回 (YoY +48%)^{*4}



2023年3月期 Twitter関連投稿数 **141**百万^{*5}

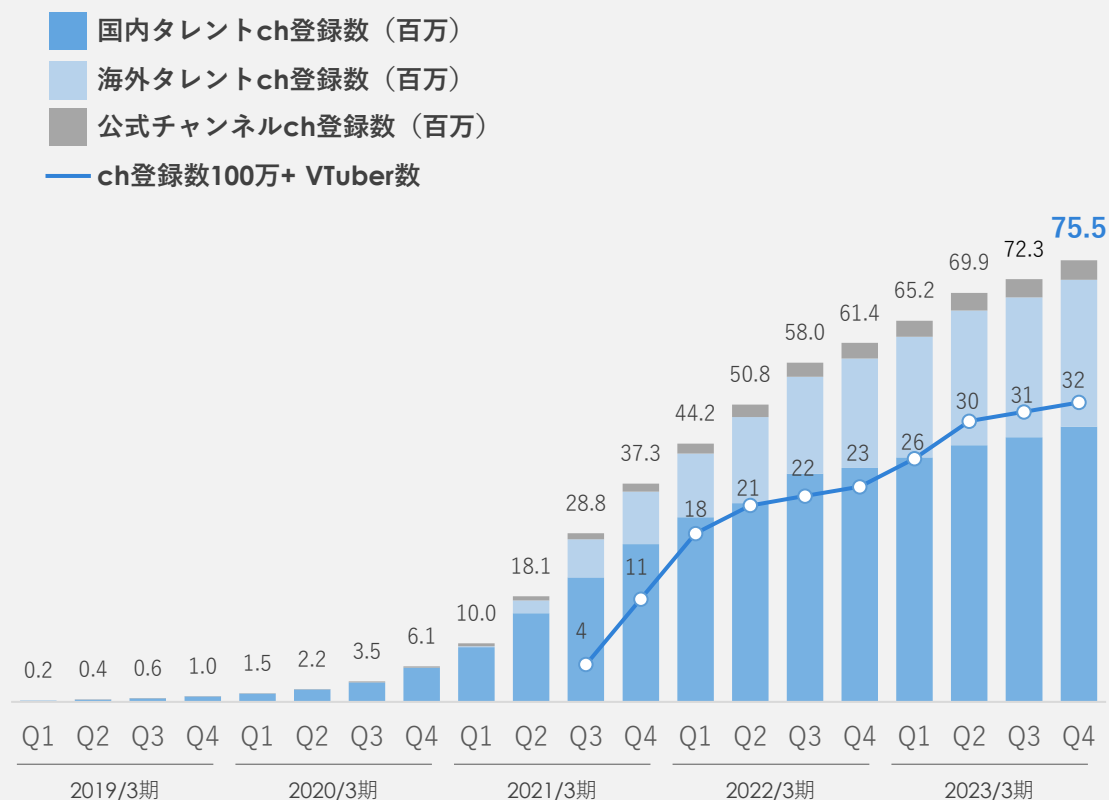


※1：UGC：User Generated Contentsの略称。サービスユーザーである一般消費者が発信するコンテンツを指す
※2：PGC：Professionally Generated Contentsの略称。プロフェッショナルにより製作されたコンテンツを指す
※3：2017年9月以降の累積動画投稿数。当社在籍VTuberのチャンネルに加え、サブチャンネルや公式チャンネル等もカウントした数値。YoYは2022年3月末累積に対する2023年3月末累積の増加比率
※4：2017年9月以降の累積動画視聴回数。当社在籍VTuberのチャンネルに加え、サブチャンネルや公式チャンネル等もカウントした数値。YoYは2022年3月末累積に対する2023年3月末累積の増加比率
※5：Twitter公式ハッシュタグのメンション数

順調なファンの積み上がりとIPの成長

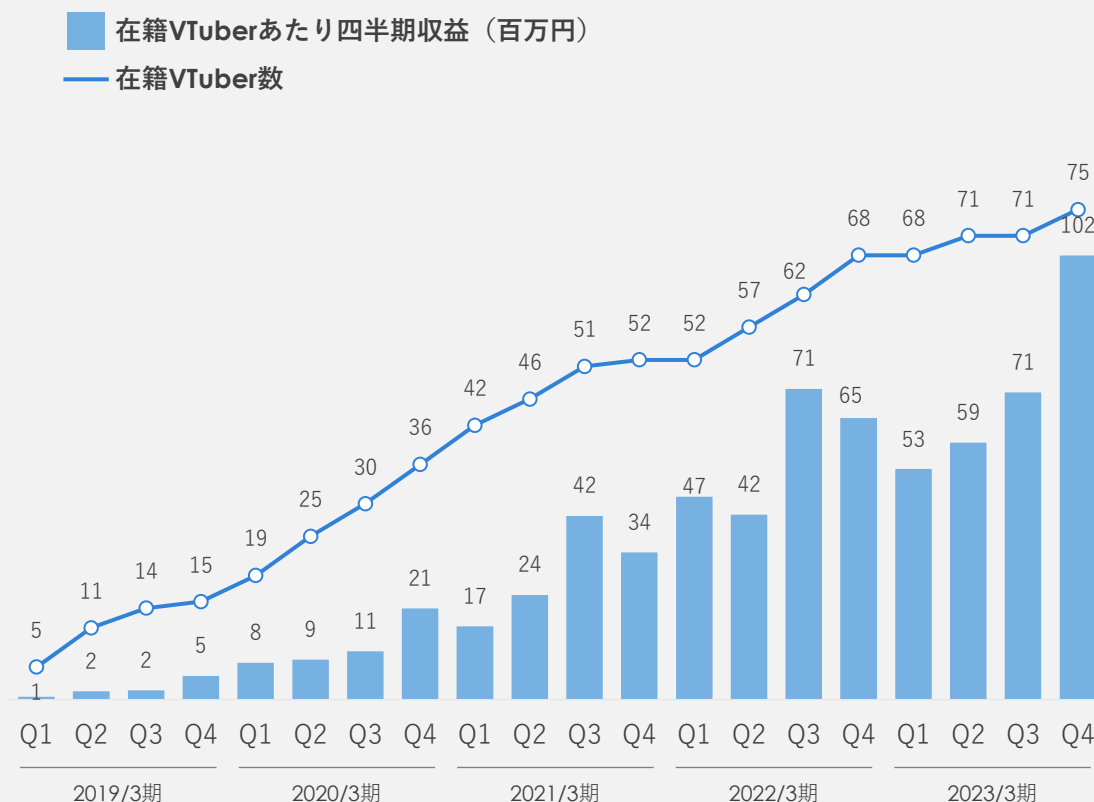
当社VTuberファン数の国内外での急拡大に伴い、IPそのものの価値・集客力も向上

■ ch登録数／登録数100万+ VTuber数推移*1



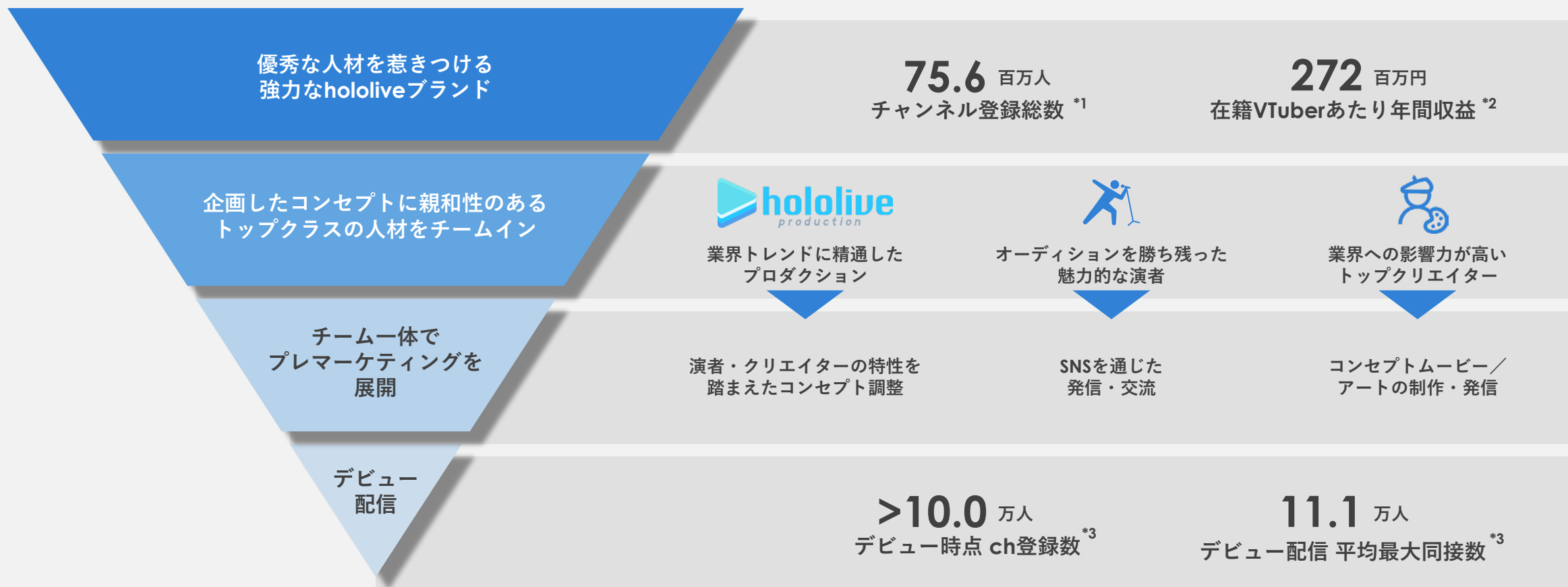
※1：YouTubeチャンネル登録数

■ 在籍VTuberあたり収益、在籍VTuber数



質の高い魅力的なIPを継続的にデビューさせる企画・制作体制

hololiveブランドのもとに集う質の高いプロダクションチーム・クリエイター・演者が三位一体となって次なるヒットVTuberを企画・制作



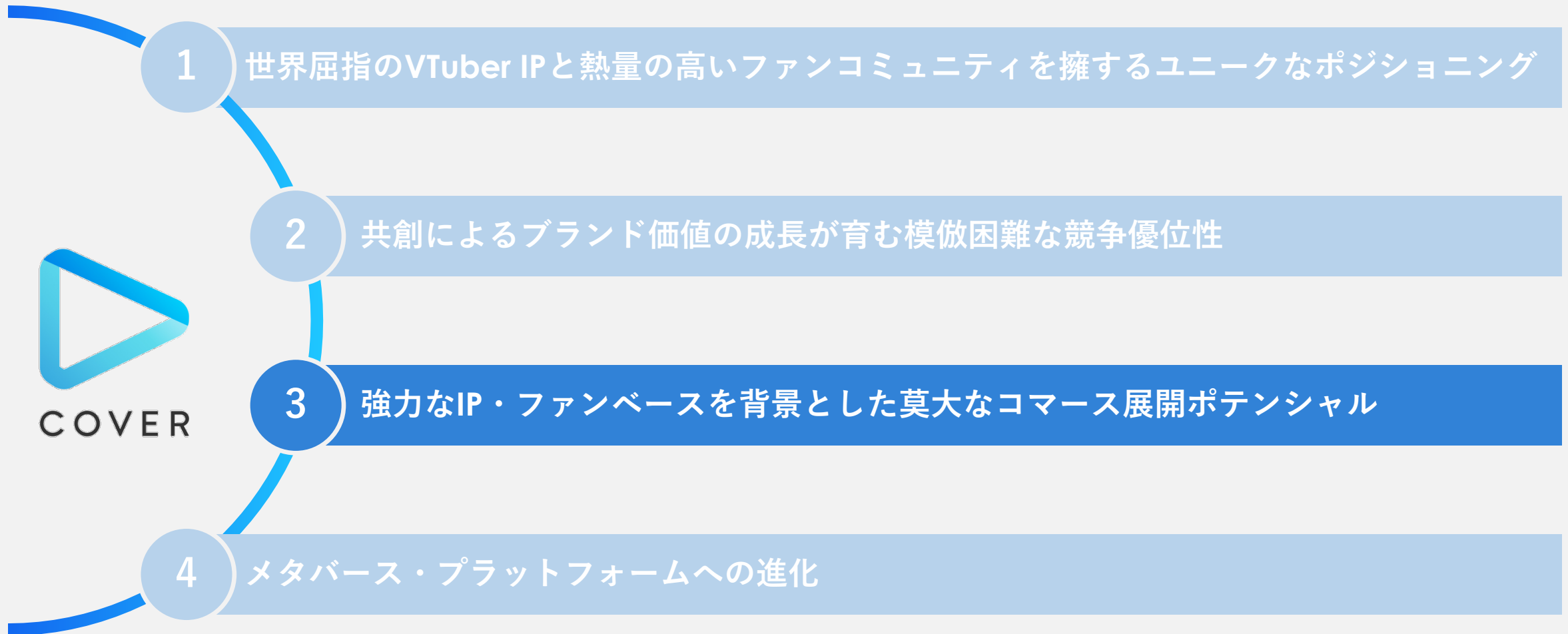
出所：YouTubeアナリティクス（2023年3月31日時点）

※1：公式YouTube ch及び各VTuberのchの登録数を足し上げて算出

※2：2023年3月期売上高を2023年3月期末の在籍VTuber数で除して算出

※3：2021年以降デビューのVTuberの実績（hololive、hololive English、hololive Indonesia）

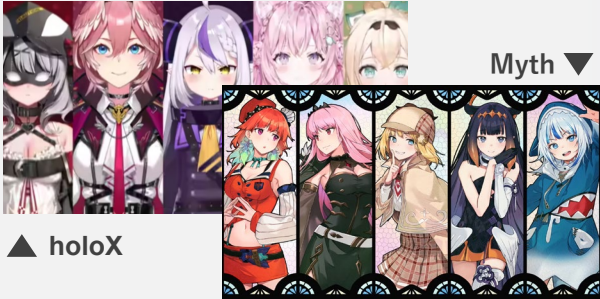
インベストメント・ハイライト



ファンベースに対する莫大なコマース展開ポテンシャル

各VTuberの魅力や直接の集客努力に依拠したビジネスに加えて、プロダクションが企画するIPに蓄積されたブランド力に基づく多面的なコマース展開を拡充

	VTuber毎の活動・商品展開
	 ▲誕生日グッズ Super Chat chメンバーシップ ▼
価値の源泉	各VTuberの魅力
顧客層	各VTuberのファン
収益性	相対的に低い

プロダクション企画のコマース展開	
ユニット企画	ライセンスアウト
 ▲ holoX Myth ▼	 hololive ホロライブコラボ開催決定! 他社ゲーム内コラボ
グループ/ユニットIPの企画・ブランド（蓄積されたブランド力）	
ホロライブ/ユニットブランドのファン	コラボ先のファン/ライセンスアウト先の利用者
相対的に高い（VTuberの集客稼働が相対的に少ない）	

プロダクションの企画力を背景に多面的なコマーンス展開を実現

グループ／ユニットIPの自社ブランド商品・コラボ商品の展開に注力し、
コマーンス展開の加速・更なる収益力強化を実現

■グループ/ユニットIPの商品



ホロライブスターターグッズ



holoX ジオラマスタンド

■グローバルブランドとのコラボ



Among Us コラボ



Red Bull コラボ

■デジタルグッズの展開

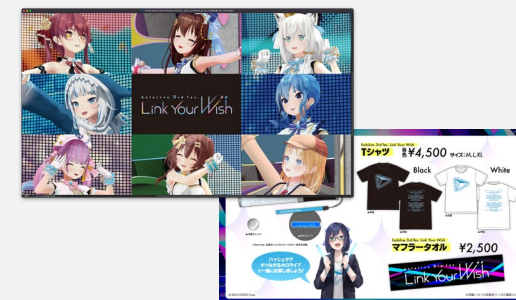


オリジナル楽曲配信 ボイスコンテンツ



LINEスタンプ

■グループライブとライブグッズ



hololive全体ライブ・コンサート



ユニットライブ

海外市場の急速な開拓・浸透とコマースポテンシャル

国内VTuberの海外配信・カルチャー浸透を通じて確度の高い海外進出を実現。
巨大なファンコミュニティに比して莫大なコマース展開ポテンシャルを保有

Step 1：カルチャー浸透

達成済

- 国内ライブコンサートの海外配信
 - 海外の二次創作ガイドライン整備
 - 日本語配信コンテンツの多言語翻訳切り抜きの促進
 - 多言語字幕つき3Dアニメーション
- hololive JP ch再生数に占める外国人比率

30%^{*1}



多言語翻訳配信3Dアニメーション

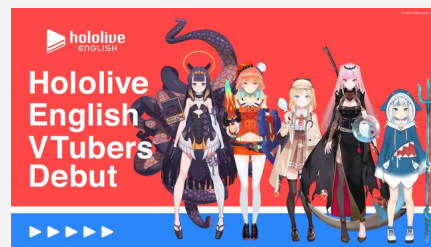
Step 2：ローカルVTuberのローンチ

達成済

- ローカルでのオーディション・VTuber企画
- イベント開催等現地コミュニティの土壌整備

hololive EN ch累計再生回数

17億回^{*2}



ローカルVTuberのデビュー

Step 3：コマース展開

進行中

- ローカル向けのグッズ展開・販売を本格化
- 現地のサプライチェーンを構築中

EC販売に占める海外比率

30%^{*3}



アクリルスタンドグッズ

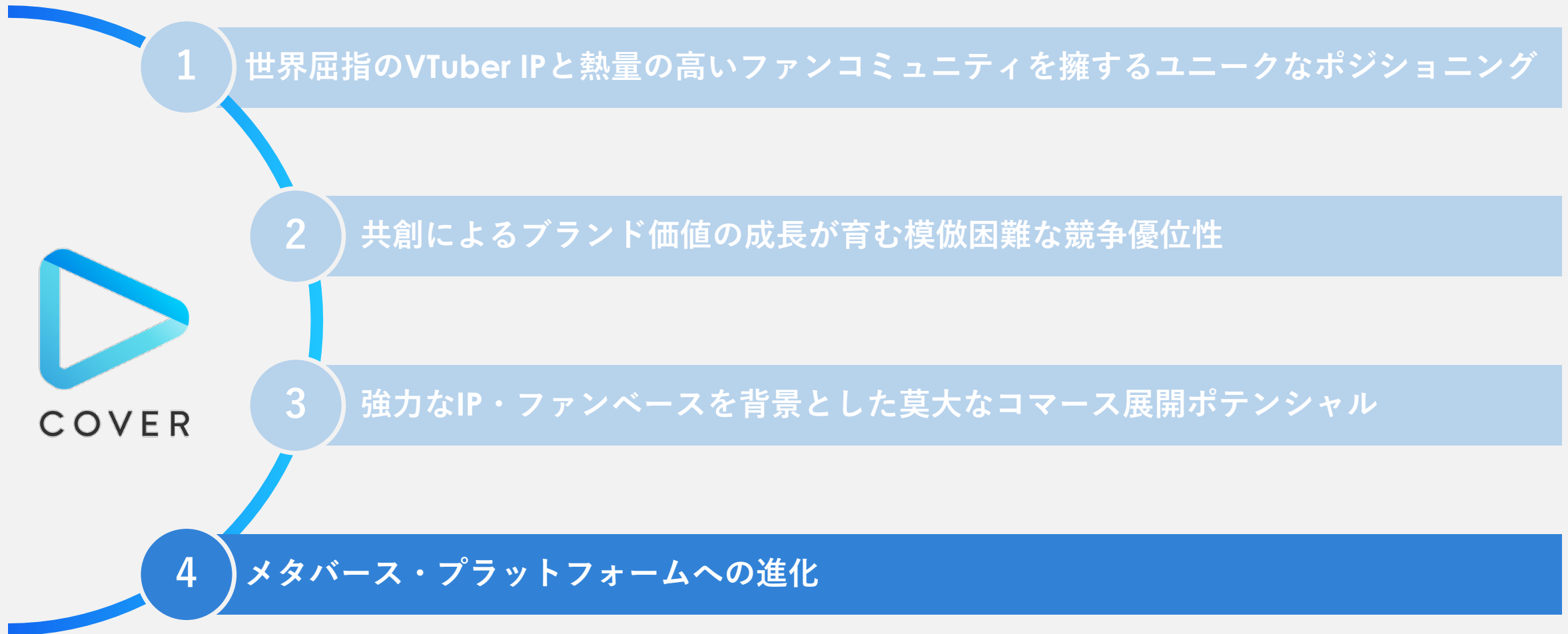
出所：YouTubeアナリティクス（2023年3月31日時点）

※1：各VTuberのチャンネルから集計

※2：hololive ENに在籍するVTuberのチャンネルの累計再生回数を合算（2020年9月～2023年3月）。一部アーティストchにおけるアートトラック動画からコラボレーション、ファン制作の動画の再生回数を含む

※3：2023年3月期累積の実績（hololive production OFFICIAL SHOP、Geek Jack）

インベストメント・ハイライト



アニメルック・メタバース「ホロアース」

2024年内の一般向けサービス開始を目指して、
VTuberとファンが交流・活動可能なメタバース・プラットフォームを開発中



メタバース・プラットフォームによる新しい体験の提供

これまでの複数のプラットフォームでの活動・交流に加え、ホロアース上ではより自由度が高く緊密なコミュニケーションが可能になり、これまでにない体験価値をファンへ提供

	既存のメディア		ホロアース ローンチ後
コンテンツ体験	ストリーミング配信/視聴	+	ホロアース内 コンテンツ参加
販売グッズ	フィジカルグッズ	+	デジタルグッズ
ライブコンサート	ストリーミングサービス/実ライブ会場	+	ホロアース内 バーチャルライブ
交流/UGC発信	SNS/動画/イラスト共有サイト	+	ホロアース内 アバターコミュニケーション

主要なリスク及び対応策

リスク概要	対応策	顕在化可能性	影響度	顕在化の時期
外部の動画配信プラットフォームへの依存について 当社はYouTube等の動画配信プラットフォームを通じて視聴者にライブ配信コンテンツを提供しております。これらの動画配信プラットフォーム事業者の動向及び事業戦略並びに当社との関係の変化等により、当社のライブ配信コンテンツ提供の継続が困難になった場合、又は経済条件に大幅な変更があった場合には、当該プラットフォーム経由で当社のコンテンツを消費していた顧客層からの収益の減少を通じて当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	 当社では、ライブ配信のみに依存せず、マーチャンダイジング、イベント、ライセンスアウトといった収益機会の多様化が進んでいる他、コンテンツ・クリエイターの活動もYouTube以外を含む複数の動画配信プラットフォーム上で行われており、また開発中の自社プラットフォームでの活動も予定されていることから、単一のプラットフォームのみに依存することの無い体制となっております。	中	中	長期
所属VTuberの人気、活動頻度、活動継続等に係るリスクについて 当社の業績は、当社所属のVTuberの人気及びコンテンツ供給頻度に一定程度依存しております。当社は平時から、当社所属のVTuberに関するスキャンダル、炎上、誹謗中傷等に対処し、健康的な活動をサポートする技術的、組織的体制の拡充等を通じて対策を図っておりますが、VTuberの活動内容や頻度はアニメルック・アバターを用いて活動するコンテンツ・クリエイターの動向に依存しており、不適切なコンテンツの配信、スキャンダル、炎上、誹謗中傷、その他健康上の理由等により、当社所属コンテンツ・クリエイターが視聴者からの継続的な支持を得ることができなくなった場合、活動頻度が著しく低下した場合、又は活動の継続が困難になった場合等には、関連するIP、コンテンツ又は商品等の付加価値の低下を通じて当社のレピュテーション、事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	 個別のコンテンツ・クリエイターを見た場合、これらのリスクは高くない頻度で顕在化する可能性があります。当社では健全なコンテンツ配信を推進し、スキャンダル、炎上、誹謗中傷等に対処し、コンテンツ・クリエイターの健康的な活動をサポートする技術的、組織的体制の拡充、関連する業界団体との連携、及び多様な人気VTuberによるプロダクション全体としてのコンテンツ供給の安定化等により対策を図っております。	中	中	中期
動画内容に不適切な内容が入ることによるレピュテーションリスクについて 日々のコンテンツ配信の中で予期せぬ事象が発生した場合には、当社や所属コンテンツ・クリエイターのレピュテーションの低下や紛争につながる等、当社の事業展開、財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	 当社は所属するコンテンツ・クリエイターによる公序良俗の違反や知的財産権の侵害が発生することを未然に防止するために、ガイドライン等の拡充やコンテンツ・クリエイターの指導に努めております。また、そのような事象若しくはその兆候が発生した場合には、速やかにそれを認識し対処を行うための配信動画のモニタリング等の管理体制の整備にも努めております。	中	中	中期

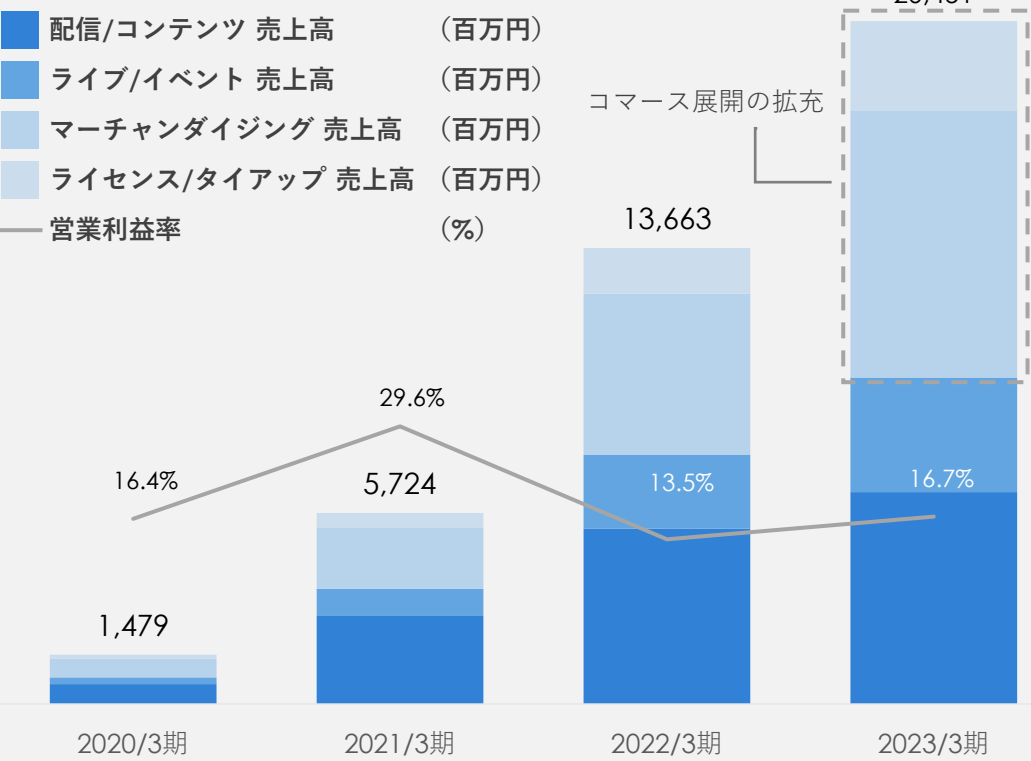
※上記以外のリスクについては、有価証券届出書等における「事業等のリスク」をご参照ください

財務ハイライト

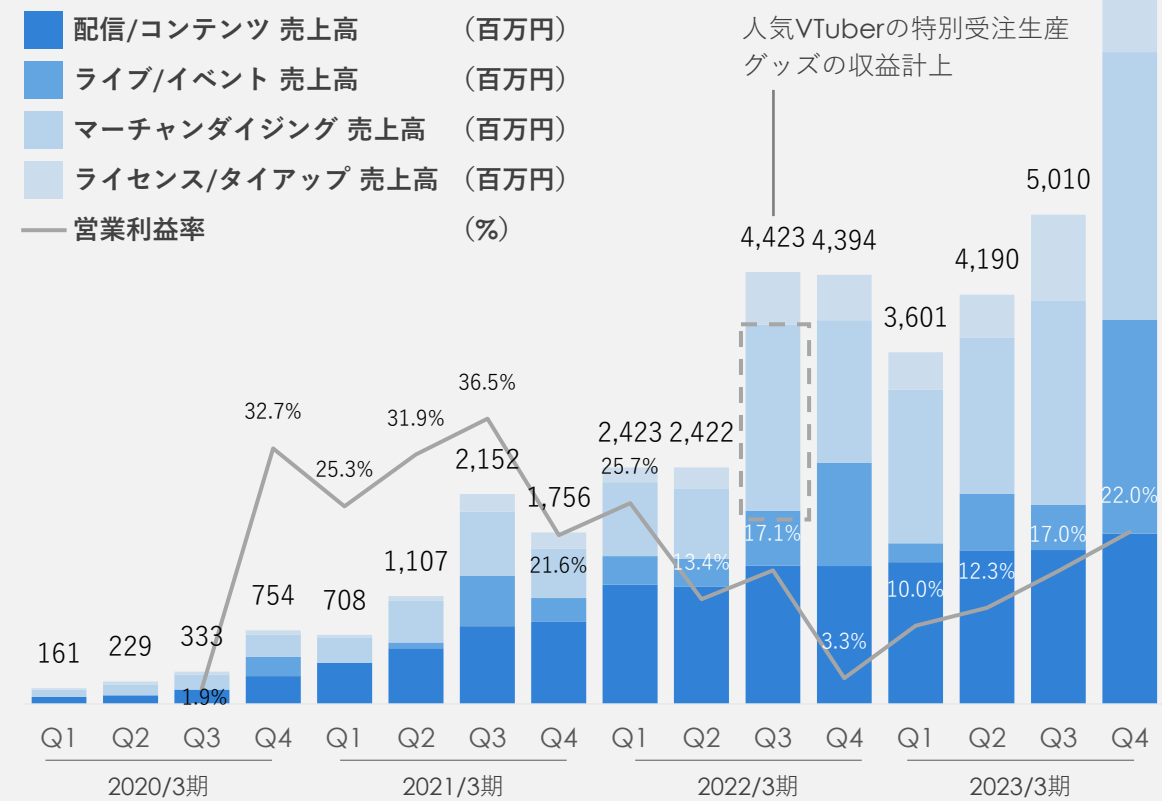
高成長・高収益を両立する稀有な財務プロフィール

付加価値の高いIPをベースにしたコマース展開の拡大が成長性/収益性を共に牽引
足元では中長期的な競争優位性の維持/向上に向けた先行投資に注力

■ 年間売上高



■ 四半期売上高



更なる収益性向上へ向けて

付加価値の高いIPブランド構築への注力と組織拡大・先行投資により足元の収益性は低減。
収益性の高いコマース展開への注力とスケールによる人件費率低減により収益性の回復を計画

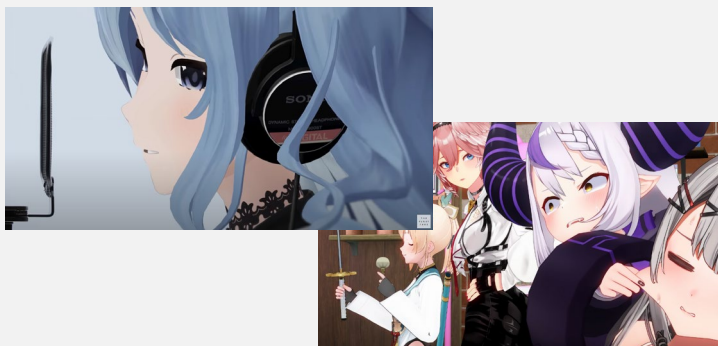
■ 主要コスト項目の売上高比率

	Step 1：強いIPの開発と ファンベースの確立		Step 2：コマース展開と先行投資		Step 3：メタバース事業の展開
	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	Long-term Goal
粗利率	57%	48%	38%	45%	50% VTuberへの収益分配を確保しつつプロダクション/ユニットのブランド・企画力を活かした収益性の高いコマース展開を推進
販管費率	41%	18%	25%	29%	20% - 成長性の高い領域を中心とした人材投資を継続するため、20%程度の水準は確保し続ける想定 - メタバースの開発費用は上限を設定しつつBSで資産計上 - 販管費率は売上規模拡大により逓減
営業利益率	16%	29%	13%	16%	30% 中長期成長に向けた先行投資が一巡するタイミングで、2021/3期と同等の水準へ収益性は回帰する想定

足元の先行投資項目と期待される効果

VTuberの品質向上とファンの体験価値向上を企図し、規律ある投資を実施

■ 3Dモデリング・3Dアニメーション

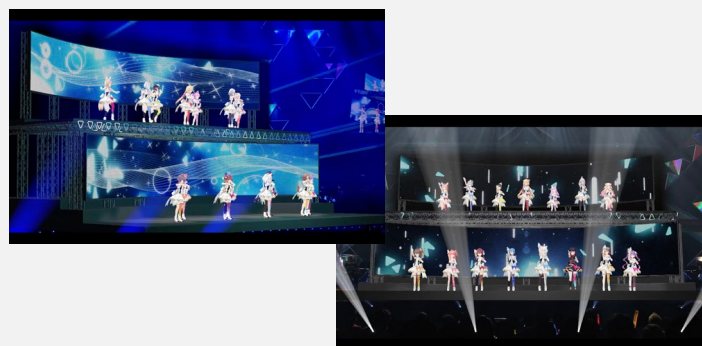


- ✓ VTuberアバターの魅力向上
- ✓ ライブパフォーマンスの品質向上



IP強化による収益力up

■ 3Dモーションキャプチャー・スタジオ



- ✓ 国内で最も先進的かつ大型のVR配信設備を獲得
- ✓ 高品質なライブコンサートの内製化
- ✓ モーションキャプチャー技術の進化



内製化による利益率up
技術進化による体験価値up

■ ファン向けアプリ開発*1



▲ 公式アプリ

- ✓ ファンのUX*2の向上
- ✓ 統合IDを用いたサービス横断のプロモーション



エンゲージメント向上による収益力up

※1：開発中の画面イメージ
※2：UXとはユーザーエクスペリエンスの略称

2024年3月期事業計画

2024年3月期業績予想の概要

2024年3月期 業績予想

売上高 **26,562**百万円

(前年比+29.9%)

営業利益 **4,650**百万円

(前年比+36.1%)

経常利益 **4,623**百万円

(前年比+36.6%)

純利益 **3,236**百万円

(前年比+29.0%)

■新規VTuberのデビュー

- ・ ホロライブプロダクションのブランド価値の更なる向上を目指しつつ、より幅広いファン層の獲得も意識した複数の新規VTuberのデビューを国内および海外で予定

■海外展開

- ・ 日本国外でのマーケティングに関しては、2022年4月に始動した一連の海外イベント企画「hololive Meet」を継続し、本事業年度においても多数の海外イベントへの出展を予定
- ・ 国外のライセンシー企業に対するライセンスングビジネスの拡大も推進を予定

■コマース展開

- ・ プロダクションとしてのブランド力やIP商品の企画・販売体制の拡充に伴い、より幅広い消費者層に向けて常時、販売可能な収益性の高い商品の開発を推進
- ・ 小売店販売も含む販売チャネルの拡充を予定

■メタバース・サービス

- ・ ユーザーを巻き込んでの開発の進捗を計画
 - ✓ 機能検証のためにβ版を公開中の「ホロアース ロビー」における課金機能のテスト実装
 - ✓ ホロアース上のバーチャルライブの機能検証を目的としたライブイベントの実施

グループ・ユニット施策の推進：Blue Journeyについて

新規音楽プロジェクト「Blue Journey」ではこれまでと異なるテーマに沿って、既存及び新規のファン層に当社所属VTuberの新たな魅力と挑戦を届ける

■Blue Journey

本プロジェクトでは、人々が持つ輝きだけではなく、隠したくもあり声枯れるまで叫びたいような感情を、楽曲と世界観で表現していくことで、様々な方の笑顔の一助になることを目的としています。



公式YouTubeチャンネル『Blue Journey』：<https://www.youtube.com/@BlueJourney>

コラボレーションによる認知拡大の推進：hololive Cityについて

読売新聞社との新たなエンターテインメントを目指した多面的なコラボレーションにより、これまでのVTuberの枠を超えたブランド認知の拡大を推進



- 東京ドームシティアトラクションズとの遊園地企画『ホロライブシティアトラクションズ』
- ゲームやフードが楽しめる縁日コーナーを展開する縁日企画『ホロライブシティサマーフェア』
- 読売ジャイアンツとのコラボレーション企画『HOLOLIVE PRIDE』
- 海外&地方在住者をターゲットとした読売旅行とのツアー企画『ホロライブエアライン』
- 東京ドームシティホールでのホロライブ5期生初の単独ライブ企画『5th Generation Live "Twinkle 4 you"』

海外展開について

7月にロサンゼルスにて大型の現地ライブコンサートを実施予定のほか、「hololive Meet 2023」と題して、多数の海外現地イベントの実施も計画

■ 『hololive English 1st Concert -Connect the World-』



「ホロライブEnglish」において、初の全体ライブイベントを、現地時間2023年7月2日（日）に「YouTube Theater（アメリカ・ロサンゼルス）」にて開催

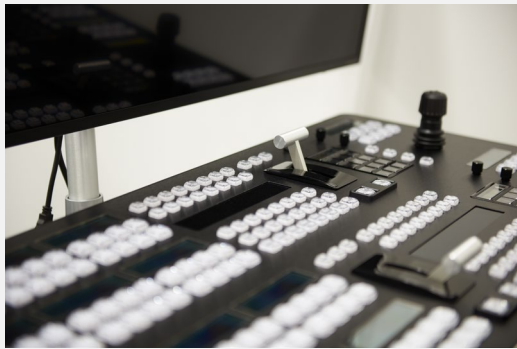
■ hololive Meet 2023



2022年4月に始動した「ホロライブプロダクション」傘下の5グループの合同プロジェクト。
海外コンベンションへのブース出展や、海外イベントへの弊社タレントのゲスト出演、自主開催イベントの実施など、一連の海外イベント展開を「hololive Meet」として推進

長期投資に係る進捗：新規モーションキャプチャー・スタジオ

新規取得した大型モーションキャプチャー・スタジオの稼働が2023年度から開始



<収録環境>

- ・ モーションキャプチャースタジオ、クロマキースタジオ、レコーディングスタジオなど、コンテンツに合わせた収録を全て1フロアで行うことが可能
- ・ スタジオ全体の面積は国内最大級の規模
- ・ VICON※¹最新シリーズ「VICON VALKYRIE VK26」を導入(画素数が2600万画素になり、手指の認識精度が向上)
→より精密にモーションを収録することができるほか、大人数のモーション収録や段差等の高低差を使ったモーション収録が可能に

<配信環境>

- ・ 全スタジオで統一のIPスイッチャー※²を採用
- ・ 映像の伝送方法を変更し、遅延を減らしつつ安定性や冗長性を改善
- ・ 全ての映像を4Kで収録・配信を可能に
→テレビ局水準の放送クオリティを担保し、スタジオ間の映像送受信により、複数スタジオでの収録・配信や、生バンドの乗り入れ、リアルタレントとのコラボレーション等が容易に

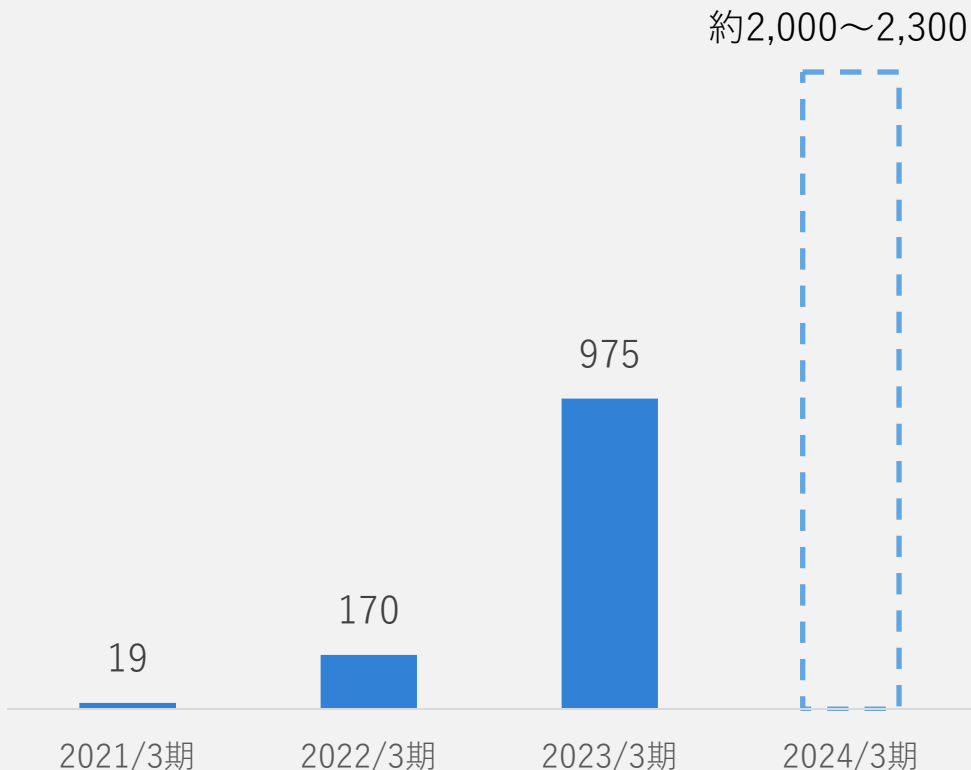
※¹ 光学反射式モーションキャプチャシステムの開発会社およびその製品の総称
※² IP (Internet Protocol) 伝送されるカメラ映像の切り替えを行うための機械

長期投資に係る進捗：メタバース・サービス

2024年に一般向け公開を予定しているメタバース・サービス「ホロアース」の開発費用は資産化してBS計上し、2024/3期末までの開発費は20～23億円程度を想定

■ ソフトウェア仮勘定の推移

(百万円)



■ 今後の取り組み

• バーチャルライブ

✓ 「プロトライブリプレイ」の開催

2022年12月26日にホロアース内で初めて開催したミニライブイベント「プロトライブ」の再演を5月下旬頃に予定

✓ 「プロトライブ#2」の開催

新たに追加される機能のテストを目的とした「プロトライブ#2」を夏頃に開催予定

• アバタークリエイイト

秋頃を目指し、シンプルなアバターカスタマイズを体験できるβ版を準備中

• サンドボックスゲーム

引き続き開発を進めており、新たなテストプレイ動画もYouTube番組「ホロアースTV」にて公開を予定

※ ソフトウェア仮勘定には、メタバース関連以外のソフトウェア資産も含む

長期投資に係る進捗：ファン向けアプリ「ホロプラス」

事前応募者約1.1万人を対象としたクローズドβテストではユーザーの高いエンゲージメントを確認。今夏の一般公開に向けて開発を推進中



■ ファンの「推し活交流」を促進

「ホロプラス」は“推しをもっと好きになる！”コンセプトにしたホロライブプロダクション公式アプリ。プロダクションの配信、イベント、グッズなどの情報をわかりやすく整理して幅広いファン層に届けるほか、ファン同士や、クリエイター、プロダクションとより身近に交流できるファンコミュニティを提供する。

これまで以上に利便性の高い充実した「推し活体験」の提供を目指して、段階的に機能の拡充やグローバル対応を予定。

Appendix

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。

セーフティ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

2022年1月から2022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：**146件**

- ・ 殺害予告に対する法的措置
- ・ 掲示板書き込みの権利侵害行為に対する法的措置
- ・ SNS 投稿の権利侵害行為に対する法的措置
- ・ 「まとめサイト」に対する法的措置

等

■ 当社の配信モデレーター体制について

約50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。

※2023年3月31日時点で、社員5名、アルバイト46名が所属

CSR関連の活動について

所属VTuberの発信力を活用し、啓蒙や行政広報活動等に貢献

■日本AED財団との啓蒙活動



所属タレントである「白上フブキ」が、『救命サポータープロジェクト「team ASUKA」』における「救命サポーター」として同財団の活動をサポート。

公益財団法人日本AED財団YouTubeチャンネルにて、AEDの講習動画などを公開。

■東京観光大使への就任

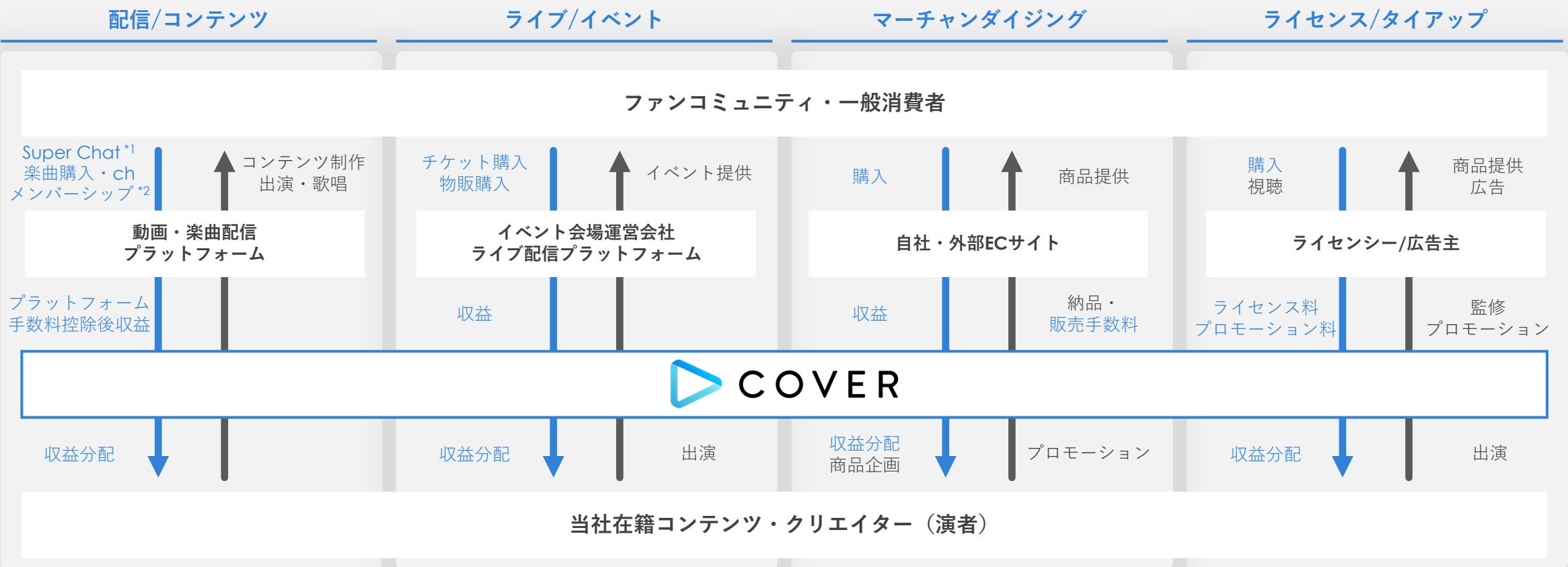


東京の魅力を国内外に広く発信し、訪都意欲を喚起することにより、来訪者の増加や地域の活性化につなげることを目的とした「東京観光大使」に、ホロライブプロダクションが選出。

ホロライブ所属の「さくらみこ」、ホロライブEnglish所属の「森カリオペ」、「がうる・ぐら」が就任。

各サービスラインのサービスフロー・収益フロー外観

→ 収益フロー
→ サービスフロー

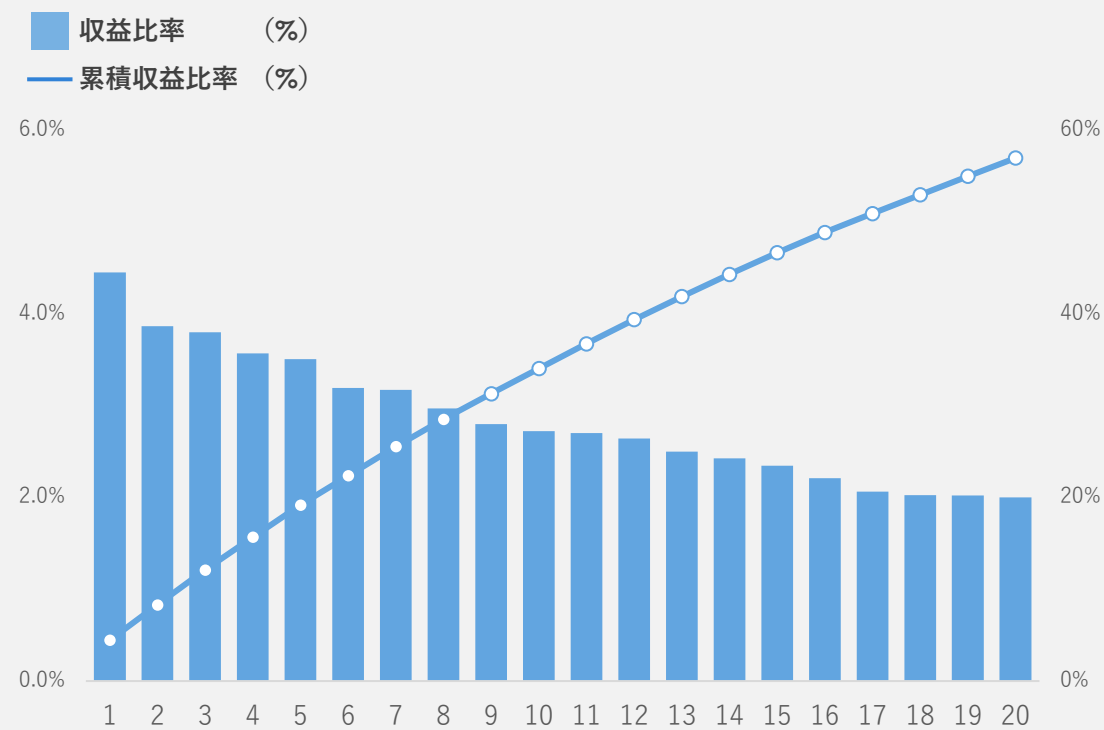


※1: YouTubeのライブチャットを利用したライブ配信動画の公開時に視聴者が有料課金を行うことでチャットメッセージを目立たせることができる機能
※2: 月額料金を支払いチャンネルメンバーになり、バッジ・絵文字、限定動画視聴等の特典を得られる制度

在籍VTuberの収益分散状況

特定のVTuber・グループに収益が集中せずグループ全体として稼ぐ構造を醸成

■ VTuber別のYouTube収益比率（上位Top 20） *1



出所：YouTube（2023年3月31日時点）
※1：収益比率（左軸）は収益上位20位までの各VTuberの収益の当社所属VTuber収益総額対比の構成比。累積収益比率（右軸）は当該収益比率の上位からの累積和を表示
※2：各VTuberのYouTubeチャンネルより集計

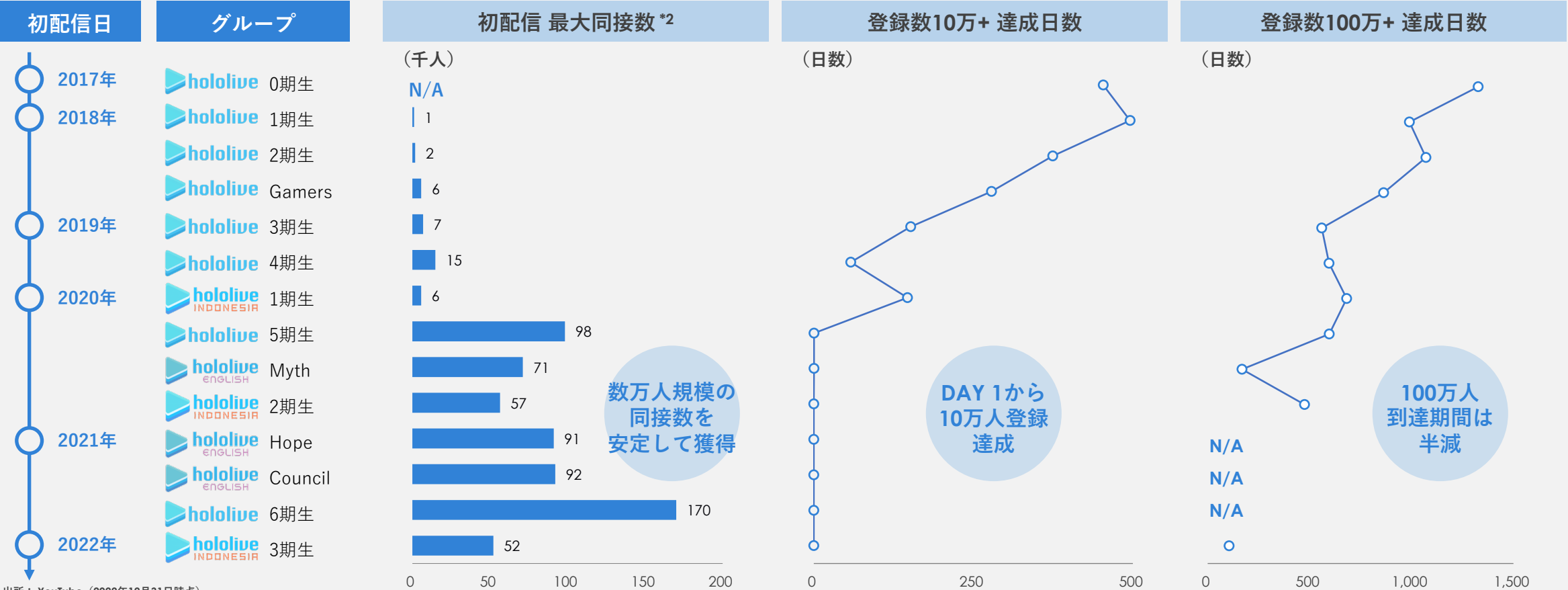
■ 国内外再生回数比率推移 *2



新規デビューVTuberの迅速な成長を実現

ホロライブ在籍の新規デビューVTuberはファンコミュニティをレバレッジすることで
迅速な立ち上がり・収益化を実現。ファンコミュニティの成長に伴い成長速度も加速

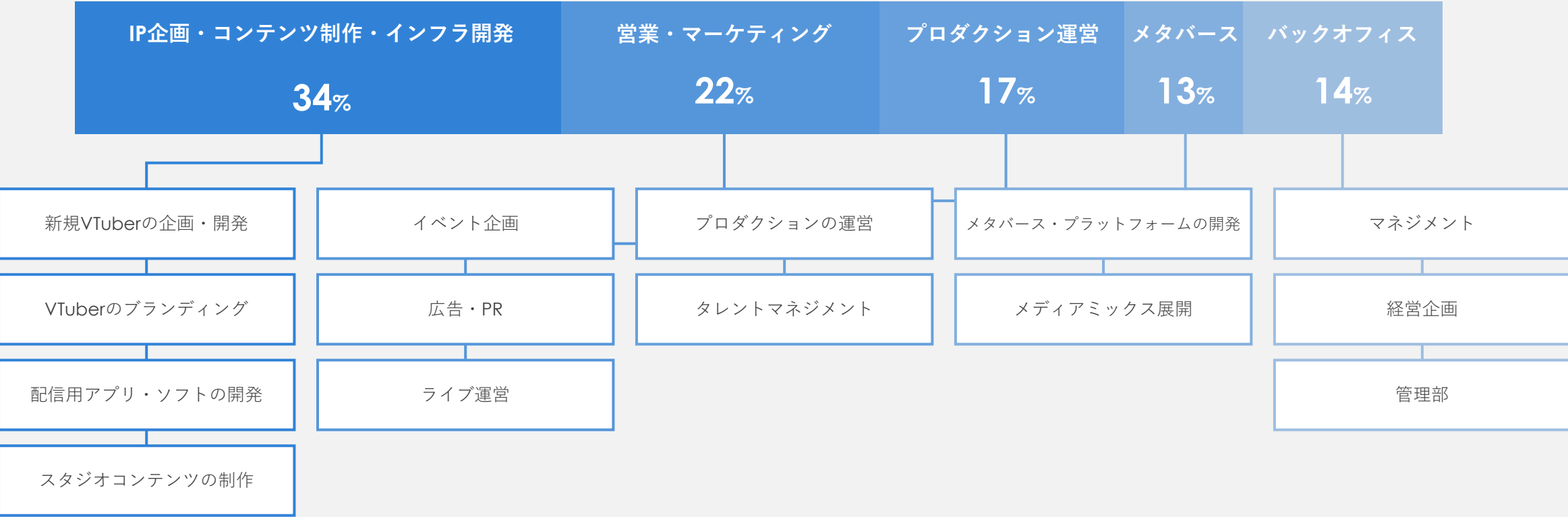
■ グループ毎の平均同接数・登録数達成日数 *1



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（2023年3月31日時点）



※1：正社員における人員構成

業界を代表する実力派クリエイターとの共創

業界トレンドを熟知した監修者を社内に多数擁し、時代を代表するトップクリエイターとの共創を行うことで世界中で愛される日本独自のVTuber IPを創出



キャラクターデザイン：三嶋くろね

代表作：「この素晴らしい世界に祝福を！」など



キャラクターデザイン：ワダアルコ

代表作：「Fate/EXTRA」シリーズ、「Fate/Grand Order」など

3DコンテンツによるVTuber IPの強化

3Dアニメーション展開や臨場感のある3Dモデル・ライブパフォーマンスが
視聴者のVTuber IPへの接点の増加、エンゲージメントの向上に貢献

■ 3Dアニメーション



YouTube 3Dアニメーションch「ホロぐら」

累計コンテンツ数 **207**作品^{*1}

累計再生数 **3,100**万回^{*1}

- VTuber 3Dモデルを用いて、毎週3Dアニメーションを展開
- 多言語字幕の提供により幅広い視聴者がVTuber IPを認知、理解を深める機会に

■ 3Dライブ



holoX 3Dモデル公開記念 YouTubeライブ配信

3Dライブ配信数 **90**件/年^{*1,2}

- モーションキャプチャーを用いた3Dライブ配信により、視聴者はより臨場感をもってVTuberコンテンツを体感

■ 3Dモデル



ライブコンサート時の統一3D衣装

※1：2023年3月31日時点

※2：YouTube上での3Dモデル配信実施件数を集計

楽曲プロモーション展開による認知拡大

2022年には「Mori Calliope」「星街すいせい」がメジャーデビュー。「沙花叉クロエ」「宝鐘マリン」はTikTok等でのオリジナル楽曲の流行により新規ファン層を拡大

■ 2022年のメジャーデビュー



Mori Calliope

- ユニバーサルミュージックEMI Recordsからのメジャーデビュー



星街すいせい

- ユニット“Midnight Grand Orchestra”^{*1}としてトイズファクトリー VIAからのメジャーデビュー

■ TikTokでのバイラル



沙花叉クロエ

- 楽曲の流行により、タレント名タグ「#沙花叉クロエ」のTikTok再生回数は約93百万回^{*2}



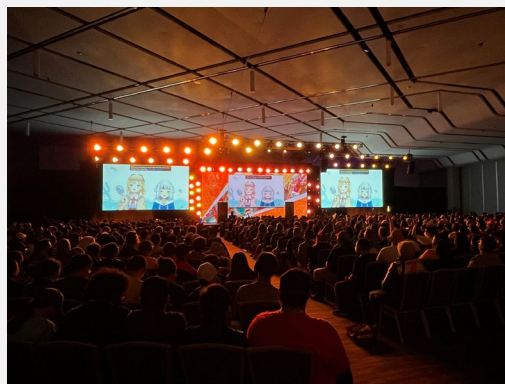
宝鐘マリン

- 楽曲の流行により、タレント名タグ「#宝鐘マリン」のTikTok再生回数は約325百万回^{*2}

※1：ボーカル星街すいせいとサウンドプロデューサーTAKU INOUEによるユニット
※2：2023年4月17日時点

グローバルにオフラインイベントを展開

全国各地域のイベント・エキスポにて熱量の高いファンコミュニティの存在を確認



Crunchyroll Expo (カリフォルニア)



Anime Central (シカゴ)



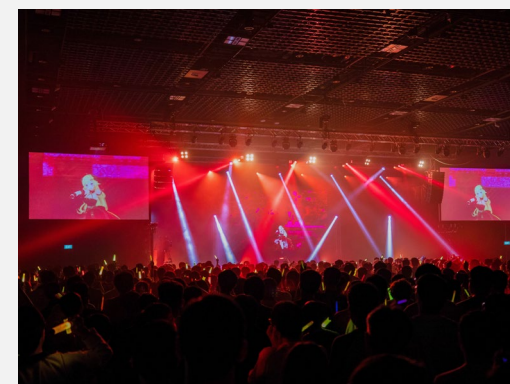
Anime NYC (ニューヨーク)



AGF (韓国)



SMASH! (オーストラリア)



Anime Festival Asia
(シンガポール)

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

	2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期
YouTubeチャンネル登録総数（万）	97.3	611.7	3,732.5	6,137.7	7,557.8
売上高（百万円）	136	1,479	5,724	13,663	20,451
配信/コンテンツ	75	595	2,633	5,249	6,342
ライブ/イベント	11	195	814	2,203	3,429
マーチャндаイジング	30	567	1,847	4,832	8,003
ライセンス/タイアップ	19	121	428	1,377	2,676

損益計算書の概要

百万円	2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期
売上高	136	1,479	5,724	13,663	20,451
年率成長率	—	+980%	+287%	+138%	+49%
売上総利益	131	852	2,777	5,274	9,396
対売上高比率	96%	57%	48%	38%	78%
営業損益	(63)	243	1,698	1,855	3,417
対売上高比率	—	16%	29%	13%	84%
当期純損益	(63)	176	1,220	1,244	2,508
対売上高比率	—	11%	21%	9%	101%

貸借対照表の概要

百万円	2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期
流動資産合計	182	679	3,048	7,168	11,740
現金及び現金同等物	136	356	1,899	4,644	7,793
固定資産合計	9	89	467	1,069	4,146
資産合計	191	767	3,516	8,238	15,887
負債合計	40	341	1,303	4,780	8,880
純資産合計	150	426	2,212	3,457	7,006

キャッシュ・フロー計算書の概要

百万円	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期
営業活動による キャッシュ・フロー	161	1,419	3,537	4,866
投資活動による キャッシュ・フロー	△79	△402	△793	△2,759
財務活動による キャッシュ・フロー	139	526	-	1,040
現金及び現金同等物の 増減額	220	1,543	2,745	3,148
現金及び現金同等物の 期首残高	136	356	1,899	4,644
現金及び現金同等物の 期末残高	356	1,899	4,644	7,793

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。