

moi! Corporation

2026年1月期決算説明資料 事業計画及び成長可能性に関する事項

モイ株式会社

2026年3月



ツイキャス

目次

- 1 会社概要
- 2 事業の特徴と強み
- 3 2026年1月期 決算概要
- 4 2027年1月期 業績予想
- 5 成長戦略



1 会社概要

会社概要

会社名	モイ株式会社 (Moi Corporation)
設立年月日	2012年2月29日
代表者名	赤松洋介
事業内容	ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム「ツイキャス」の企画、開発、運用
従業員	41名 (2026年1月末)



Mission

ミッション

人と人をつなげて
世界中の人々の生活を豊かに変えます

Vision

ビジョン

心地よいコミュニケーション空間 = 健全なコミュニティ
を創造し世界中の人々をダイレクトにつなぐ

マネジメントチーム – 取締役・監査役

代表取締役社長

赤松洋介

サイボウズ株式会社で事業責任者を経験後、サイドフィード株式会社を設立し、ライブ配信サービス「ツイキャス」をリリース。2012年にモイ株式会社を設立し、当社代表取締役就任。

取締役 サービス運用本部長

芝岡寛之

サイボウズ株式会社でWebアプリエンジニアを経験。サービス黎明期から当社に参画し、2013年に当社取締役就任。

取締役 経営管理本部長

入山高光

サイボウズ株式会社で海外事業立上げに従事後、ヤフー株式会社で新規事業開発等を担当。2020年に当社取締役就任。

社外取締役

本田謙

株式会社フリークアウト代表取締役就任等を経て、2018年株式会社フリークアウト・ホールディングス代表取締役社長 Global CEO就任。2019年当社社外取締役就任。

常勤監査役(社外)

石崎文雄

Korea University 招聘准教授、南山大学教授等を経て、株式会社 Orchestra Holdings常勤監査役などを歴任。2019年に当社監査役就任。

監査役(社外)

竹内亮

朝日新聞を経て、2008年に弁護士登録後、2019年鳥飼総合法律事務所パートナー就任。2020年より当社監査役就任。

監査役(社外)

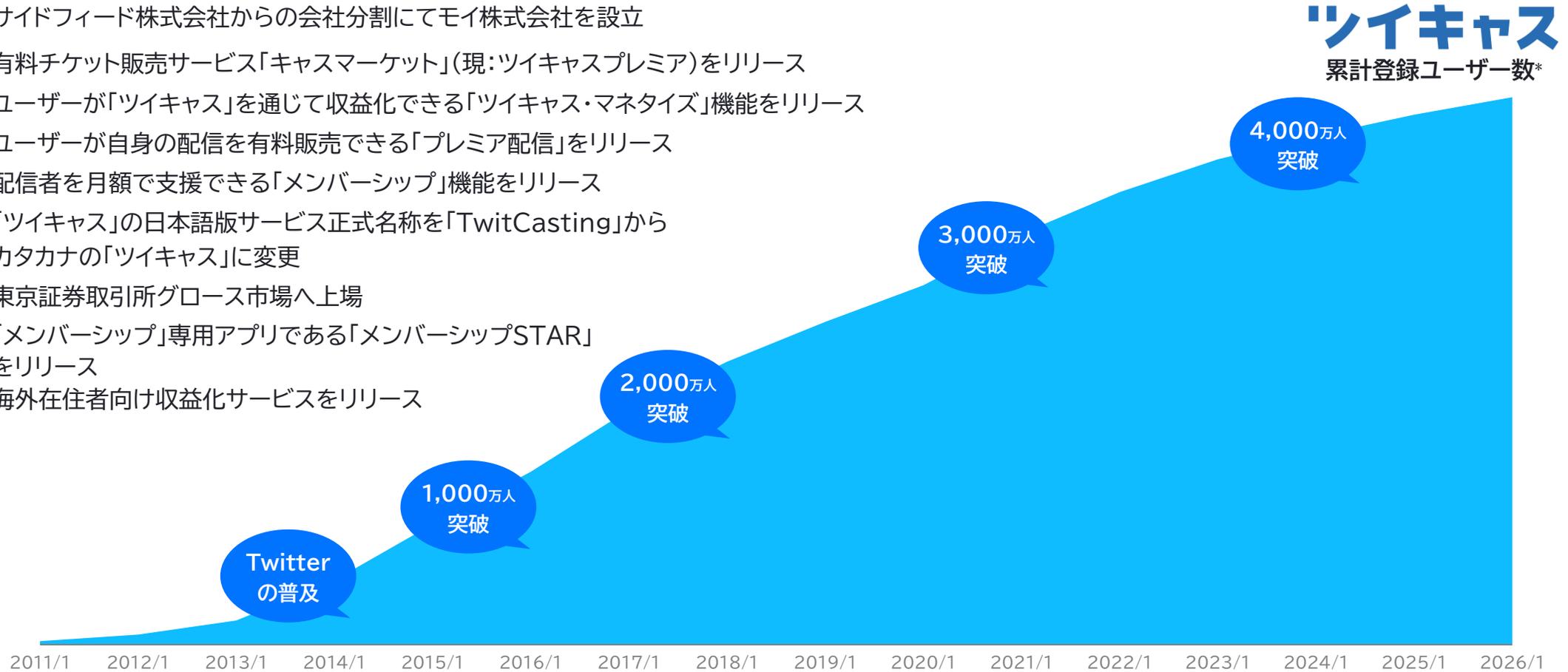
伊藤耕一郎

ゴールドマン・サックス証券株式会社、税理士法人プライスウォーターハウスクーパーズを経て独立し、2011年伊藤国際会計税務事務所開業。2020年より当社監査役就任。

沿革とツイキャストの成長

スマホ・SNSと共に成長 / 若年層・女性が安心 / コミュニケーションにフォーカス

- 2012年2月 サイドフィード株式会社からの会社分割にてモイ株式会社を設立
- 2015年4月 有料チケット販売サービス「キャストマーケット」(現:ツイキャストプレミア)をリリース
- 2018年6月 ユーザーが「ツイキャスト」を通じて収益化できる「ツイキャスト・マネタイズ」機能をリリース
- 2020年3月 ユーザーが自身の配信を有料販売できる「プレミア配信」をリリース
- 2020年11月 配信者を月額で支援できる「メンバーシップ」機能をリリース
- 2021年8月 「ツイキャスト」の日本語版サービス正式名称を「TwitCasting」からカタカナの「ツイキャスト」に変更
- 2022年4月 東京証券取引所グロース市場へ上場
- 2022年8月 「メンバーシップ」専用アプリである「メンバーシップSTAR」をリリース
- 2023年8月 海外在住者向け収益化サービスをリリース



* サービス開始から2026年1月末までの累積登録ユーザー数。

2 事業の特徴と強み

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム「ツイキャス」の運営

サービス	プラットフォーム	概要
ツイキャス 	iOS ・ Android ・ Web (ブラウザ)	スマホ1台で、誰でも、簡単に、無料で、生放送を配信・視聴できるライブ配信サービス。
ツイキャスプレミア 		有料のオンラインライブを手軽に開催できる「プレミア配信」機能を備えたオンラインストア。
メンバーシップ 		視聴者が毎月定額で継続的に配信者を応援できるサブスクリプションサービス。

ツイキャス

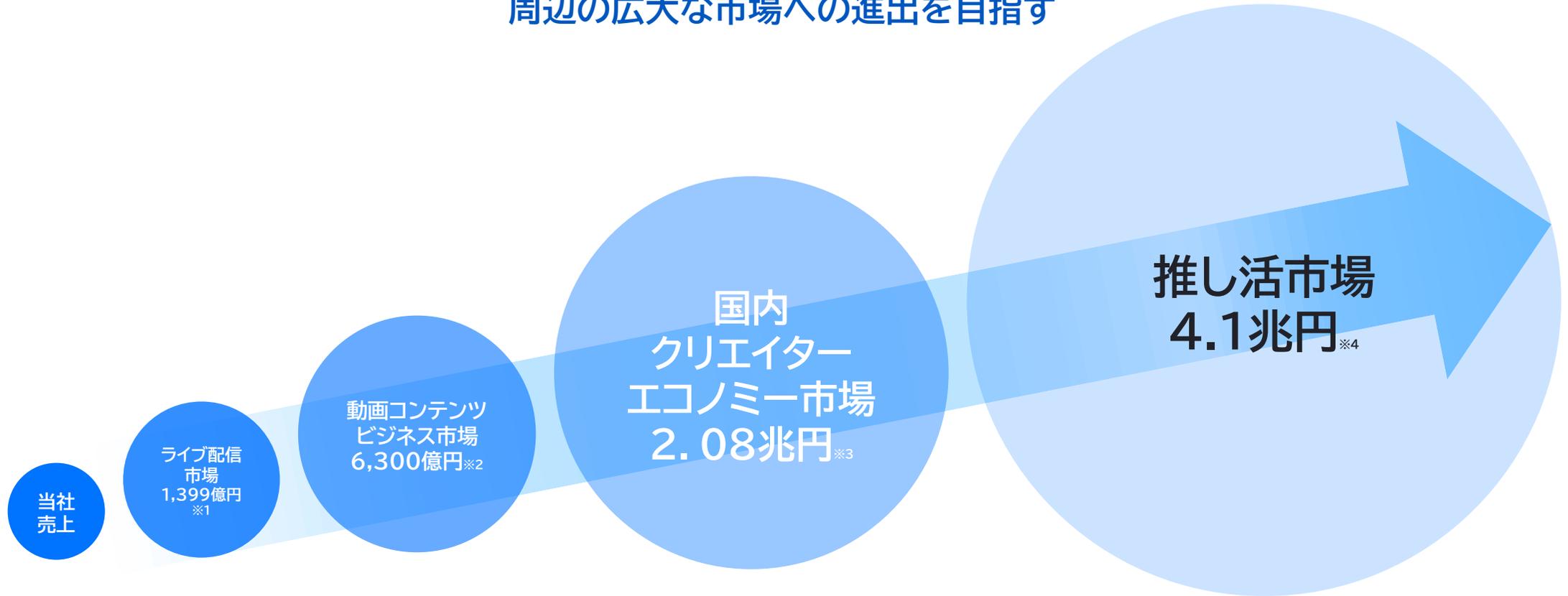
ツイキャスとは？

あらゆる人の集まりをオンライン化し、
快適なコミュニケーションを発生させるプラットフォーム



当社が見据える関連市場の市場規模

ライブ配信コミュニケーションプラットフォームとして規模を拡大することで
周辺の広大な市場への進出を目指す



*1 2020年12月17日発行の株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」による2021年度当該市場規模推計値を前提として、ライブ配信アプリ市場における月間アクティブユーザー数(自社調査による2021年8月時点での集計値)をもとに自社で試算した推計値。

*2 出所:株式会社矢野経済研究所「ショートレポート 動画コンテンツビジネス(2025年)」

*3 出所:三菱UFJリサーチ&コンサルティング「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果(2025年)」

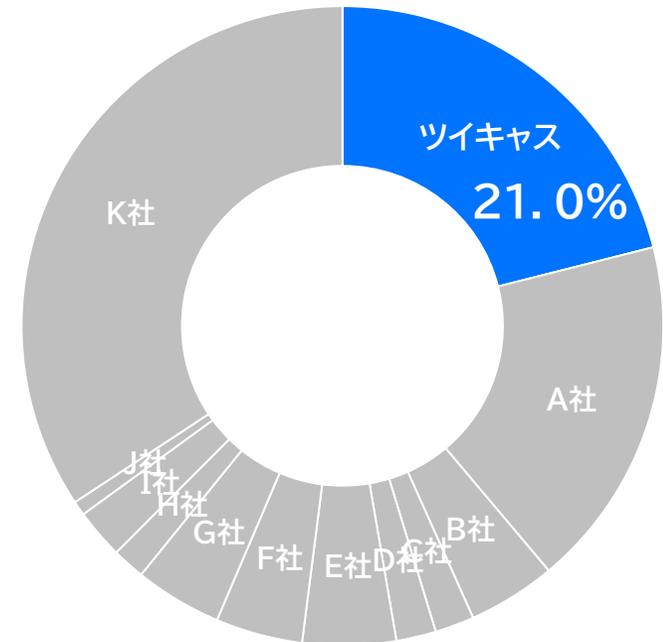
*4 出所:押し活総研「【押し活総研2万人調査】押し活人口2000万人へ、最新レポートを公開」

国内ライブ配信アプリ市場における当社サービスのポジション

国内ライブ配信アプリMAU^{*1}シェア21.0%^{*2*}



主要12アプリにおけるMAUシェア



*1 MAU:月間アクティブユーザー数。

*2 国内ライブ配信アプリ各社のMAU比率は、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手した2026年1月末時点の情報を元に自社で集計しております。なお各比率を計算する際に使用した母数は、対象とした12アプリの各MAUの合計となります。

*3 スマートフォンなどを使った動画の生配信及びそれらの視聴を主目的としたアプリが対象となります。YouTube、Instagram、TikTok等、ライブ配信機能を有するSNSサービスについては、対象に含まれておりません。

サービス特徴

エンターテイメント

ゲーム性の高いイベントに課金

当社が得意とする領域

コミュニケーション

「快適」な交流から
生まれる満足度に課金

コンテンツ

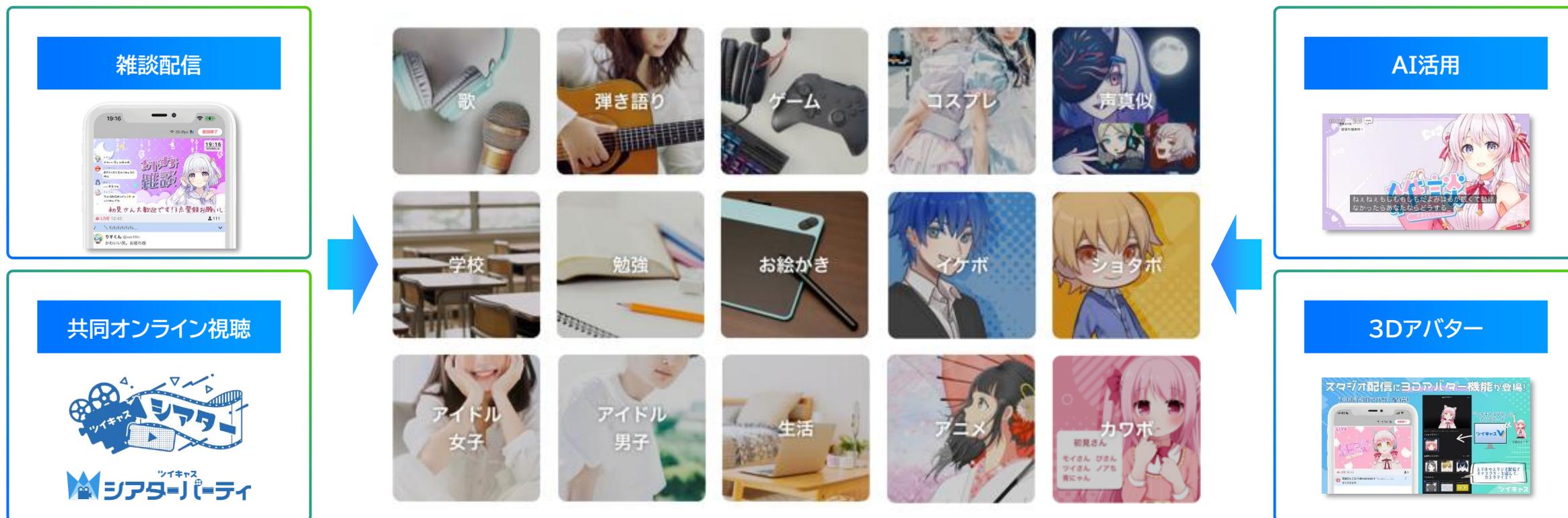
著名人・コンテンツの価値に課金

サービスの成長を支える仕組みを構築

- ユーザー基盤拡大に貢献する多様な配信文化
- 「快適」を支えるコミュニティ運営と独自インフラ
- コミュニケーションから収益が生まれる仕組み

ユーザー基盤拡大に貢献する多様な配信文化

様々な仕組みや技術で配信文化の多様化をサポート



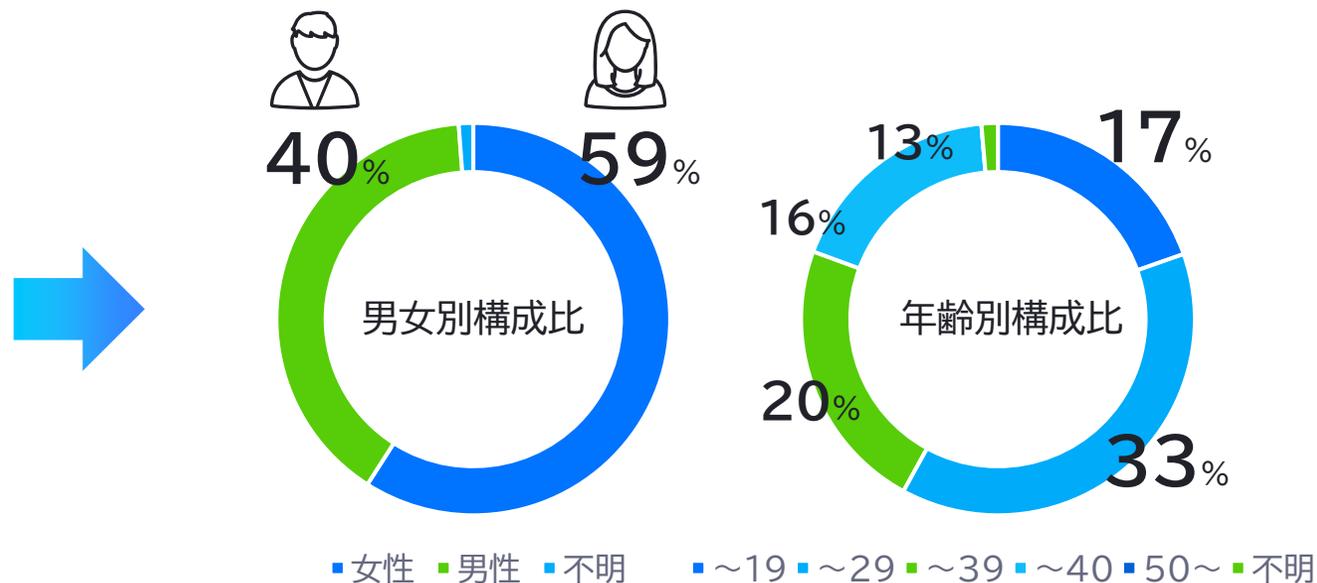
「快適」を支えるコミュニティ運営

15年以上の運営ノウハウと仕組みのシステム化により、女性・若年層が安心できるコミュニティを構築

ユーザーが安心して使えるコミュニティとそれを支える健全な運営システム



女性比率が高く、10代・20代が中心、30代以上も増加傾向



* ユーザーの性別分布及び年齢分布は、2025年2月1日から2026年1月31日までの1年間を対象とした実績値を集計しております。集計データは全て、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手したものを利用しております。

「快適」なコミュニティ運営のための主な取組

トピック	主な取組内容
児童・未成年ユーザー保護対応	<ul style="list-style-type: none">ユーザー登録時に年齢確認を行い、未成年ユーザーに対して月間のポイント購入金額に上限を設定し未成年による多額のポイント購入を未然に防止児童ユーザーに対する出会い系コメントや露出を誘導するコメントをシステムで自動検知し、アカウントの自動規制や注意喚起を行うことで、児童被害の発生・拡大を防ぐ「ツイキャス」の収益化機能を通じて報酬を受け取ることができる対象を法人または18歳以上※の個人に限定することで、未成年ユーザーが金銭トラブルに巻き込まれるリスクを最小化 ※条件を満たした15歳以上の個人は、収益化機能を制限付きで利用して報酬を得ることが可能15歳未満のユーザーに対してセンシティブ・コンテンツ(未成年の視聴にふさわしくないコンテンツ)の表示制限を実施
配信者保護対応	<ul style="list-style-type: none">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、特定のユーザーや単語をブロックできるNG機能を提供ライブ配信中の迷惑コメントをシステムで自動検知し、アカウントの自動規制を実施配信者がユーザーを指定し、そのユーザーが、その配信者のライブ配信内で投稿された迷惑コメントをリアルタイムで削除できる機能(モデレーター機能)を提供
ユーザー啓蒙活動推進	<ul style="list-style-type: none">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コミュニティ・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
著作権保護対応	<ul style="list-style-type: none">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ページ、ゲーム実況配信に関するガイドライン等を公開し、ユーザーに注意啓発を実施著作権者専用の通報フォームを設置し、著作権侵害行為に対して迅速に対応できる体制を構築著作権を有する権利団体や個別の会社との間で、サービス上の利用に関する包括契約を締結
サービス監視体制	<ul style="list-style-type: none">アウトソーシング(外部委託)の活用による24時間365日監視対応ユーザー等からの報告による違反行為の早期発見と早期対応無作為サンプリングによるリアルタイムでの配信監視の実施アカウント規制判断基準の定期評価及び更新
ユーザー主導監視促進	<ul style="list-style-type: none">ユーザーによる違反行為の報告を容易にするためシンプルなユーザー通報機能の提供、認知しやすい位置への設置および通報機能の継続的な改善コミュニティ・ガイドライン等において違反行為に対するユーザー報告を啓発ユーザー通報に対して適切かつ速やかに対応することにより、ユーザーコミュニティ間で「違反行為を報告すれば適切に対応される」という意識を醸成

「快適」を支える独自インフラ

大規模な双方向コミュニケーションを低遅延で実現

- 1 オンプレミスによる大規模&低コスト運用の実現
- 2 クラウド併用による柔軟な拡張性
- 3 スマホ・遅延に特化した独自のシステム設計
- 4 配信システムのBCP対応による事業継続性の強化



低コスト

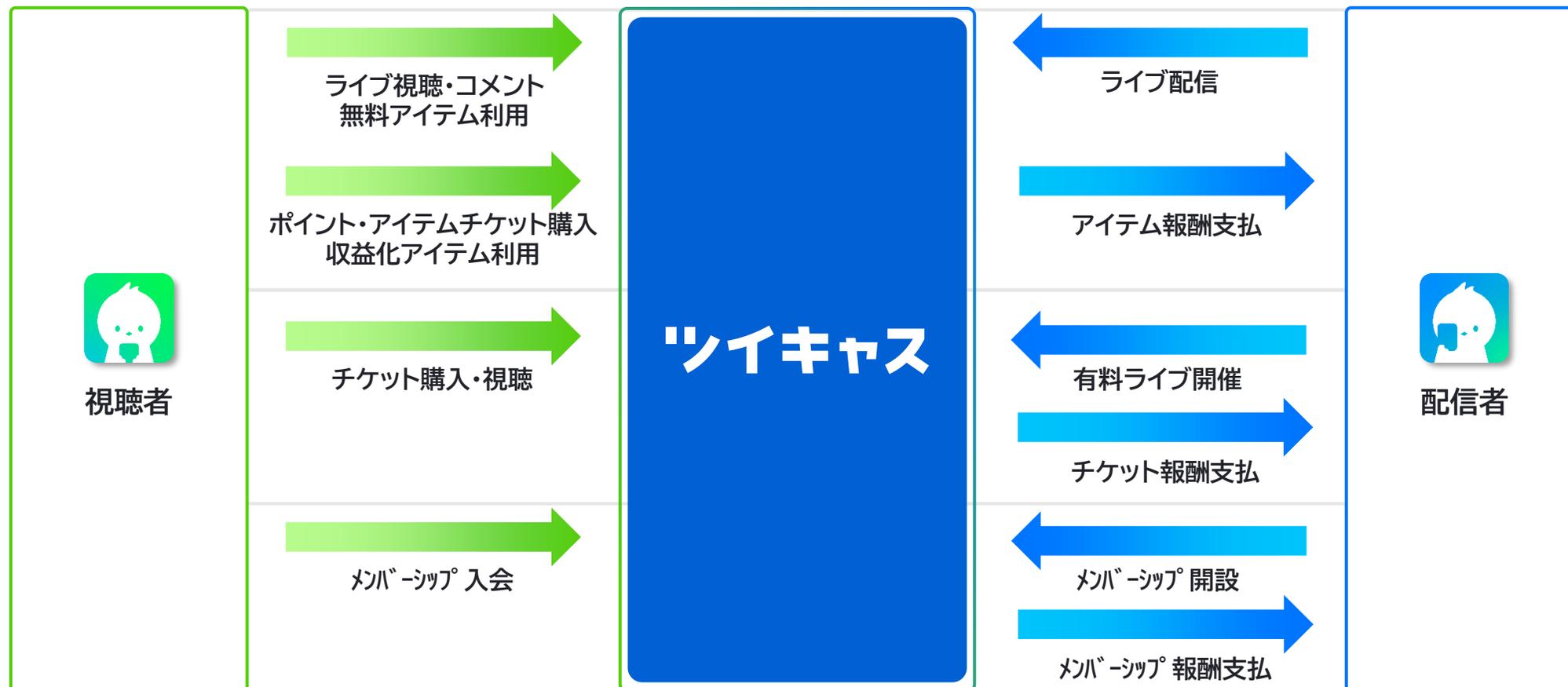


大規模

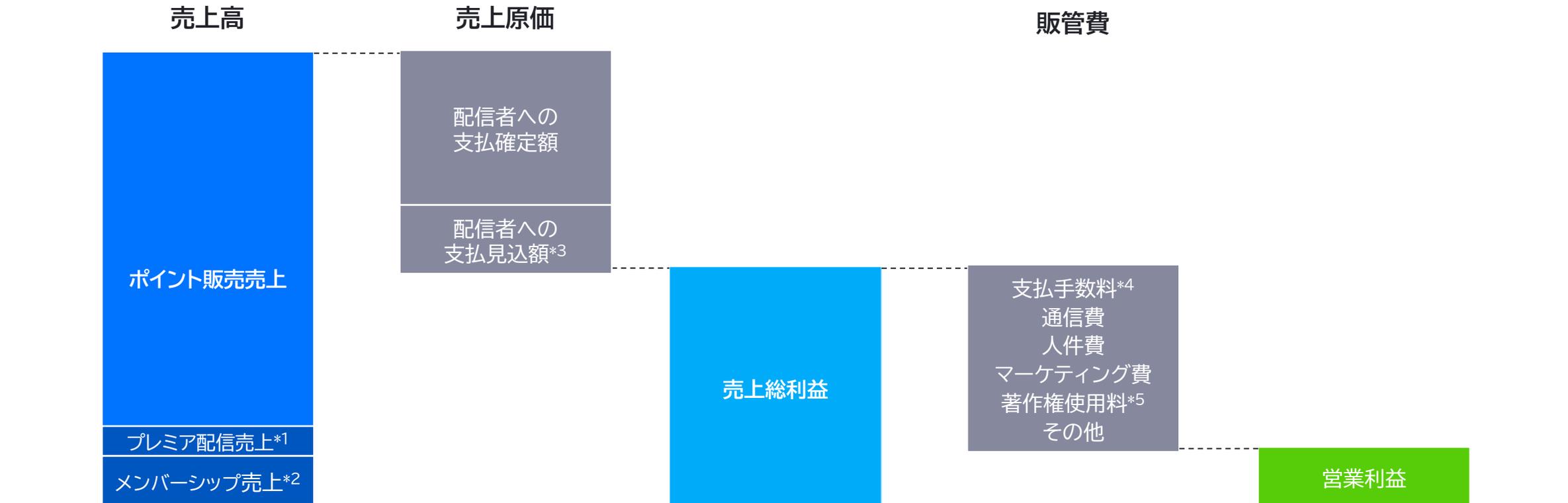
低遅延 = 快適なコミュニケーション
による満足度の向上

コミュニケーションから収益が生まれる仕組み

ライブ配信から生まれるコミュニケーションを多様な形で収益化



収益構造



*1 ツイキャストプレミアムにおけるチケット・コンテンツ販売手数料等売上となります。2026年1月期における売上高全体に占める割合は3.3%となります。
*2 メンバーシップ販売手数料売上となります。2026年1月期における売上高全体に占める割合は8.4%となります。
*3 将来に配信者へ支払を行う可能性の高い金額のうち、一定額を見込額として売上原価計上しております。
*4 Apple、Googleなどのプラットフォームに対して支払う決済手数料になります。
*5 音楽やゲーム著作物の利用に伴い著作権を有する法人や管理団体等に対して支払う使用料等になります。

業績の実績推移

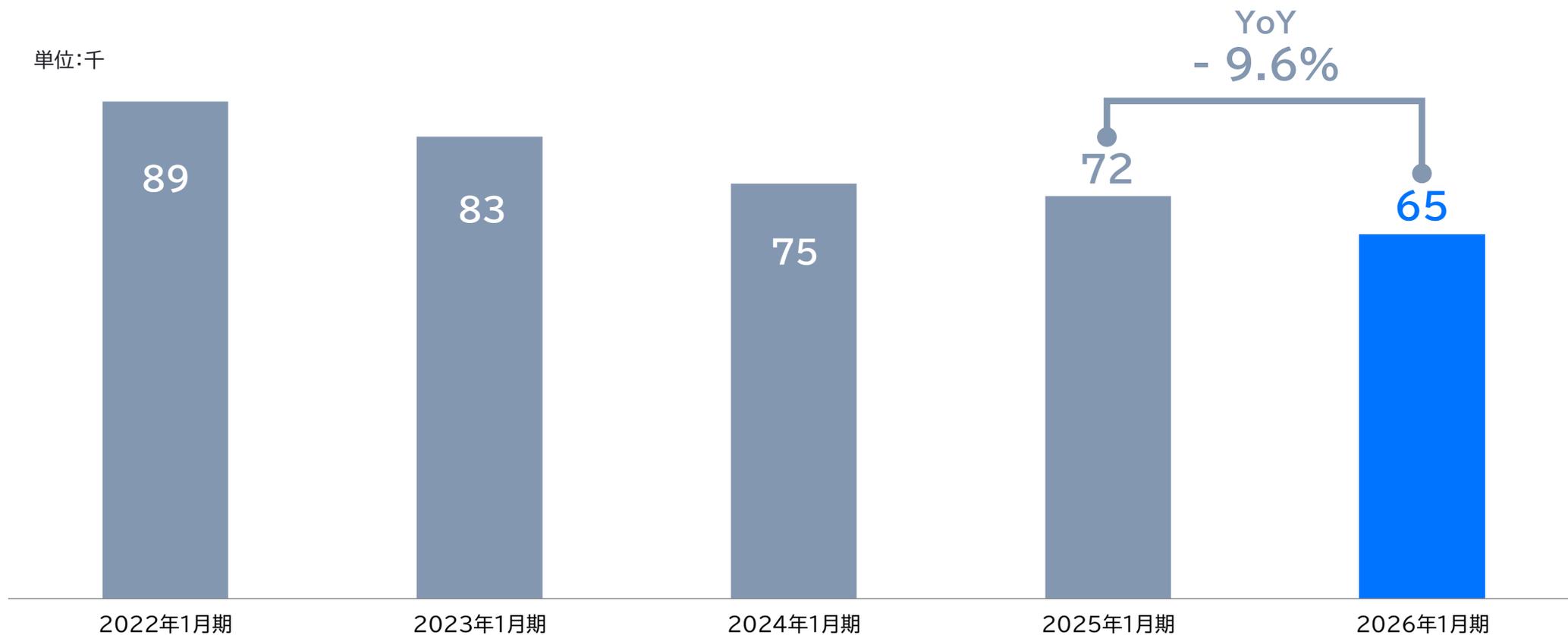
単位:千円	第10期 (実績)	第11期 (実績)	第12期 (実績)	第13期 (実績)	第14期 (実績)
	2022年1月	2023年1月	2024年1月	2025年1月	2026年1月
売上高	6,552,032	6,607,710	6,433,375	6,592,963	6,688,610
売上原価	3,313,094	3,304,754	3,221,159	3,230,726	3,340,312
売上総利益	3,238,937	3,302,955	3,212,216	3,362,237	3,348,297
販売費及び一般管理費	3,036,833	3,198,601	3,069,557	3,129,669	3,008,872
営業利益	202,103	104,354	142,658	232,568	339,425
経常利益	206,214	105,310	156,724	256,180	389,632
税引前当期純利益	206,176	105,310	148,646	96,180	104,564
当期純利益	246,652	53,425	194,105	27,830	101,687

主要KPI(実質売上総利益・ポイント販売売上・ポイントPU・ポイントARPPU)



ポイントPU(月間ポイント購入ユーザー数)の実績推移

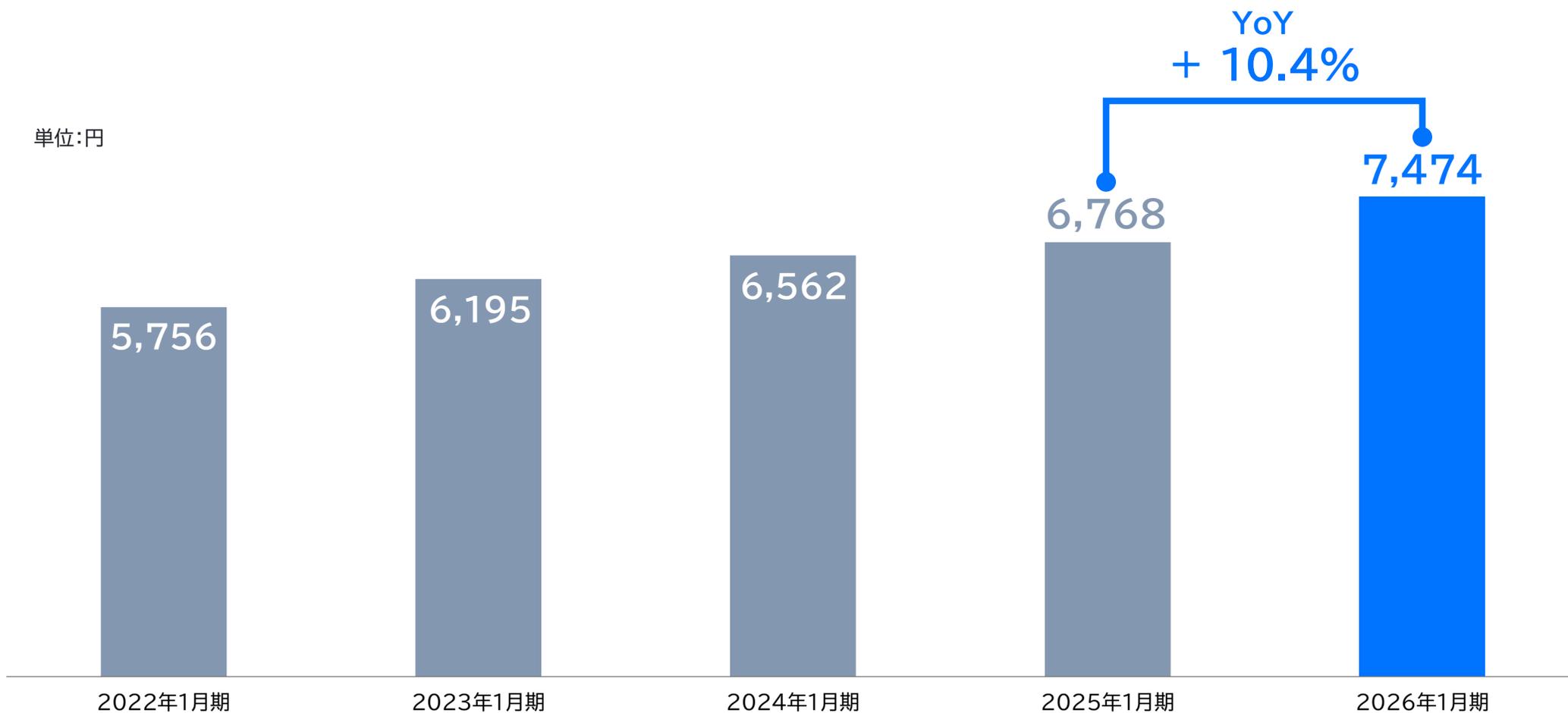
ライブ配信市場の競争環境変化やメンバーシップ課金へのシフトの影響により、前年同期比で減少



* 各事業年度における月間平均ポイント購入ユーザー数。

ポイントARPPU(ポイント購入ユーザーあたり月間平均課金額)の実績推移

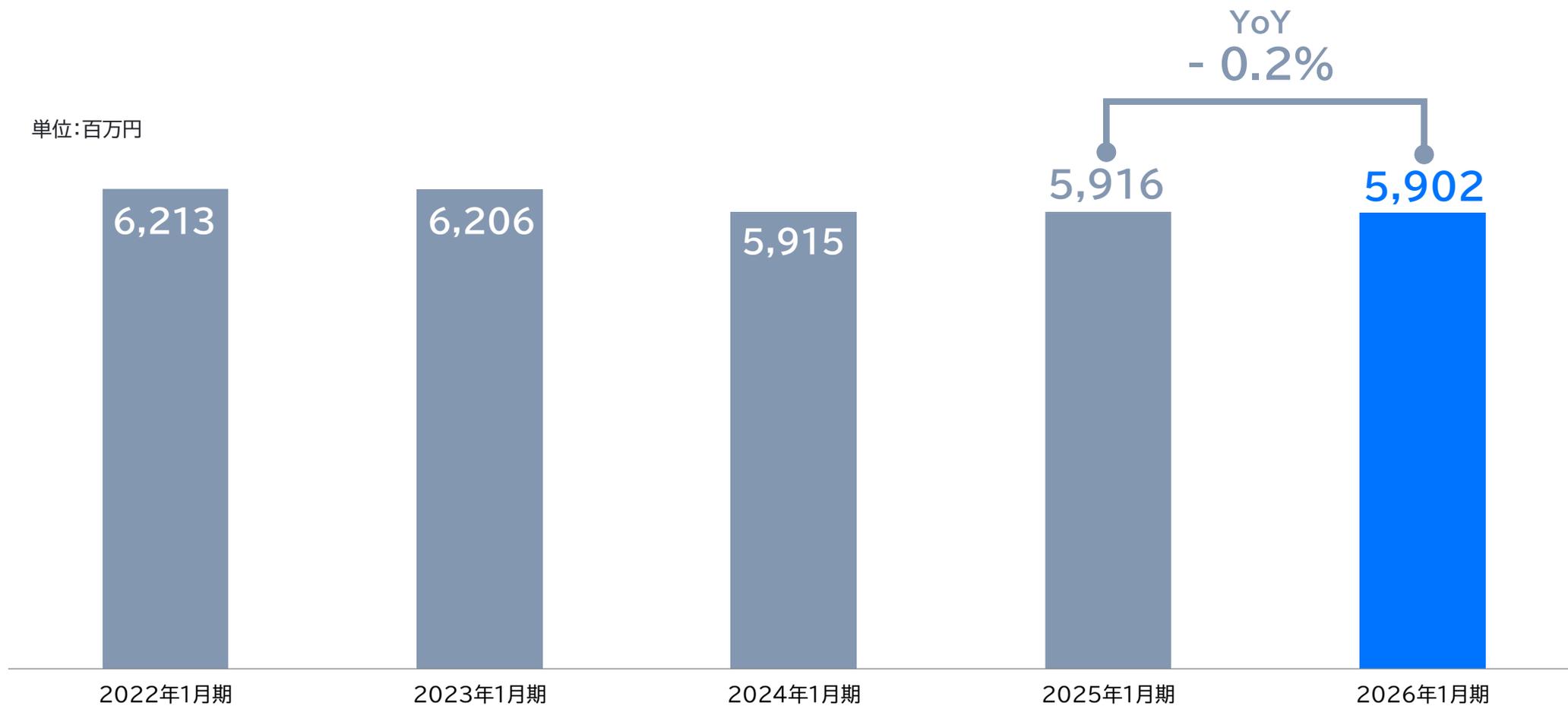
マーケティング施策やアイテムチケット導入の効果により、健全な範囲での増加を継続



* 各事業年度におけるポイント購入ユーザーあたりの月間平均課金額。

ポイント販売売上の実績推移

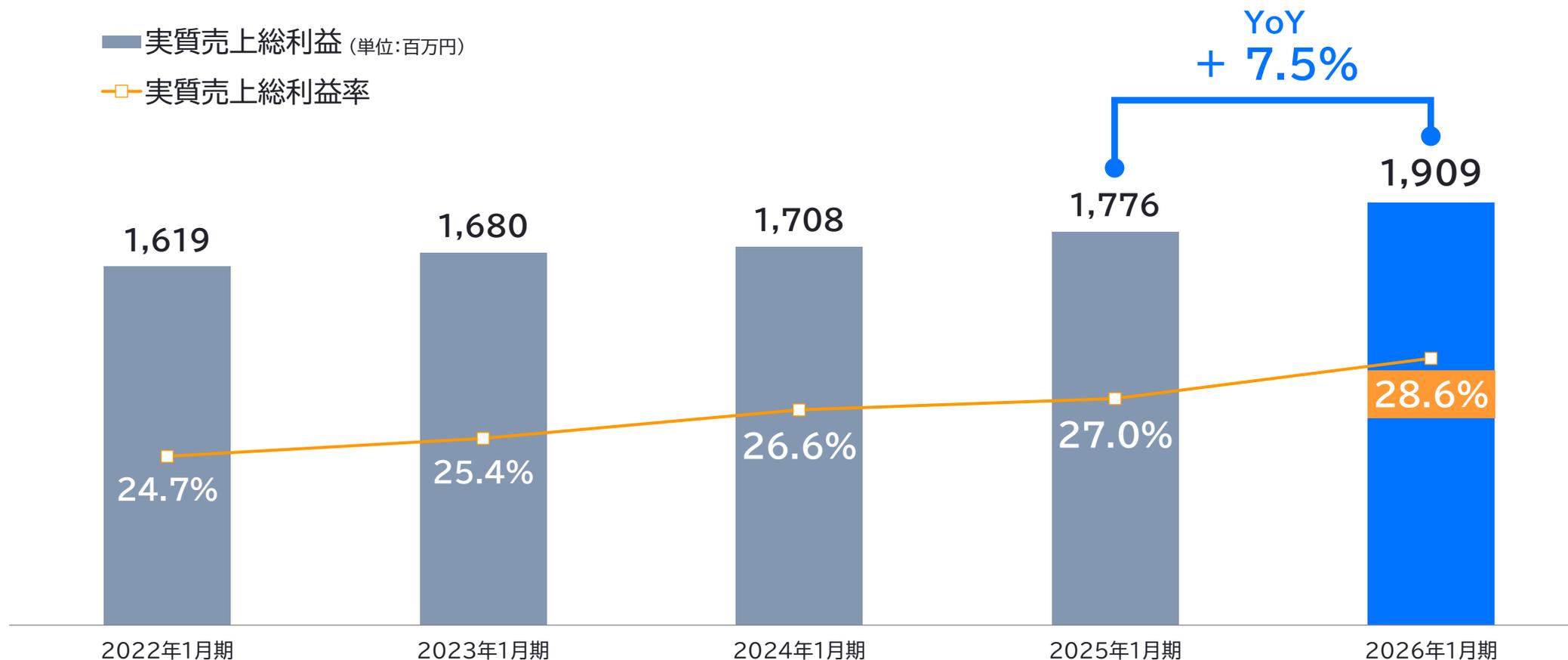
ポイントPU減少の影響を受け、前年同期比で微減



* 各事業年度末におけるポイント販売売上合計。

実質売上総利益の実績推移

アプリ決済比率の低下に伴う収益構造変化の影響を受け、前年同期比で増加
実質売上総利益率も前年同期比で上昇



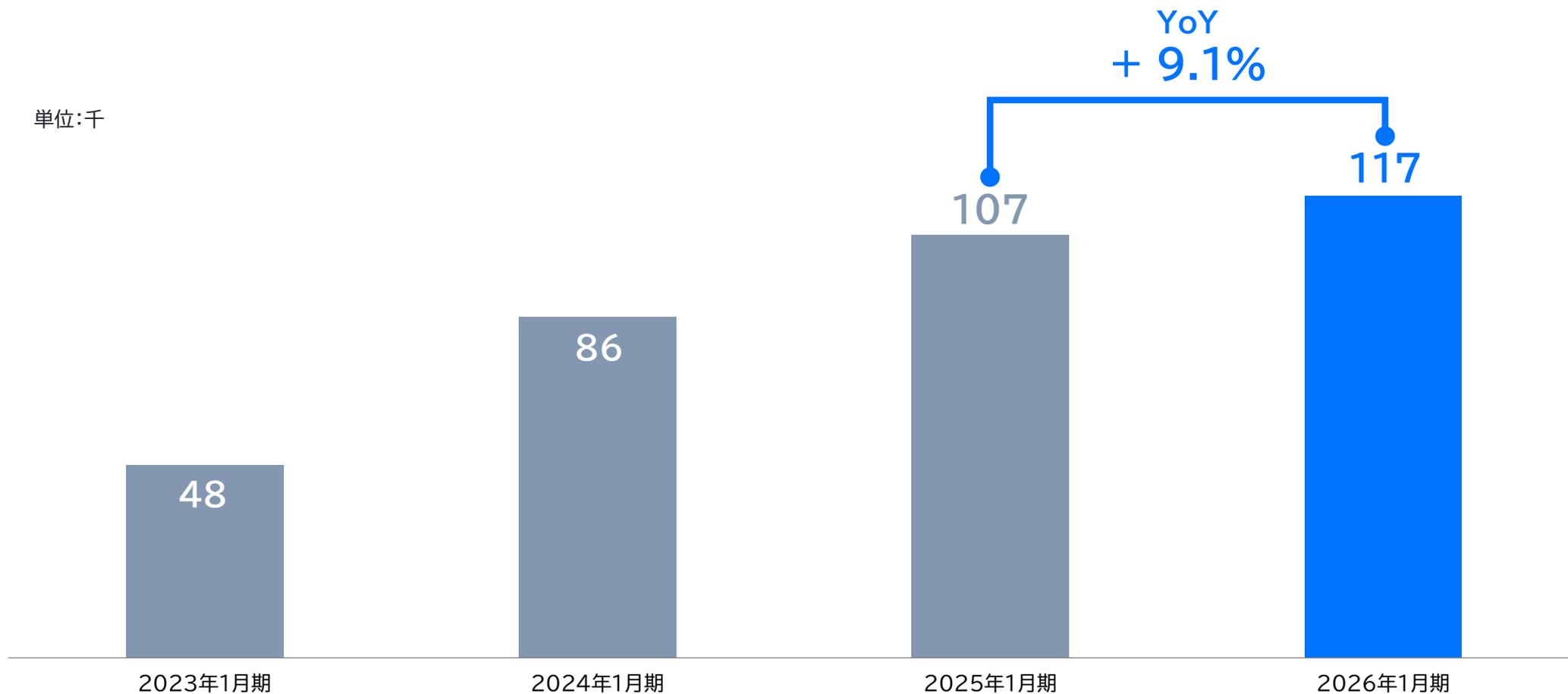
* 各事業年度末における実質売上総利益。

主要KPI(メンバーシップ売上・メンバーシップGMV・メンバーシップPU・メンバーシップARPPU)



メンバーシップPU(月間メンバーシップ課金ユーザー数)の実績推移

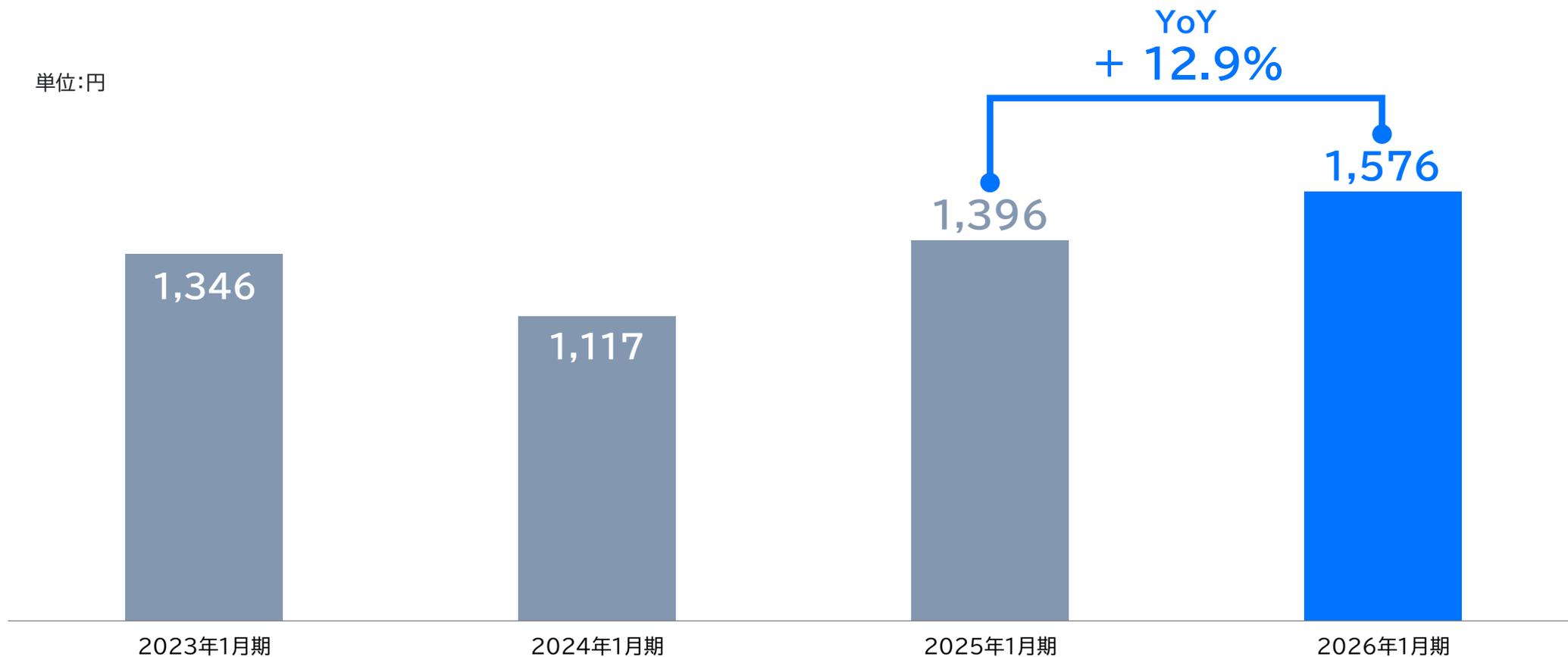
メンバーシップ新規開設数増加とポイントからメンバーシップへの課金対象シフトの影響で、成長トレンドを継続



* 各事業年度における月間平均メンバーシップ課金ユーザー数。

メンバーシップARPPU(メンバーシップ課金ユーザーあたり月間平均課金額)の実績推移

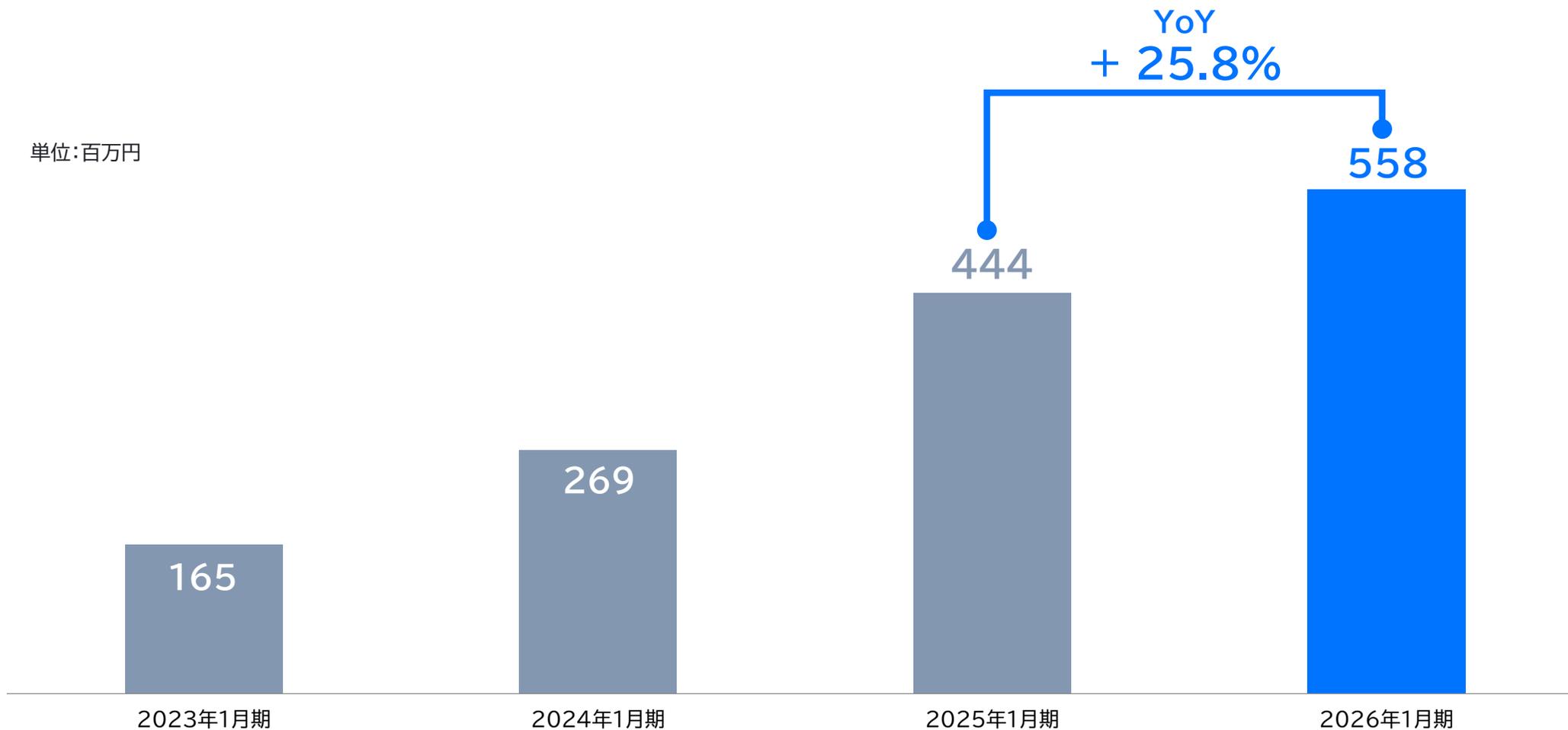
課金ユーザー数の拡大と合わせて、前年同期比で順調に増加



* 各事業年度におけるメンバーシップ課金ユーザーあたりの月間平均課金額。

メンバーシップ売上の実績推移

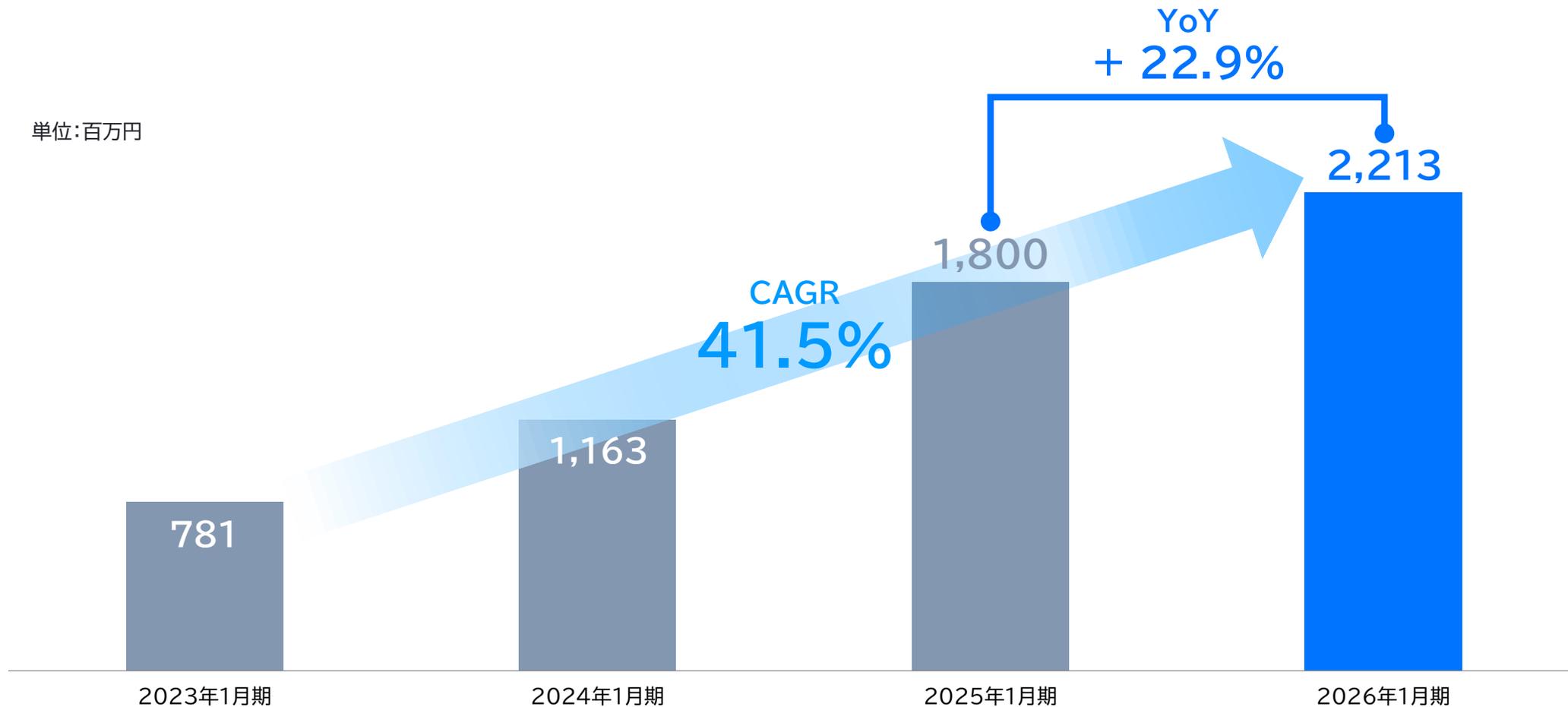
課金ユーザー数、平均課金額ともに順調に成長し、前年同期比25%以上の売上成長を実現



* 各事業年度末におけるメンバーシップ売上合計。

メンバーシップGMV(ユーザーによる月間メンバーシップ課金総額)の実績推移

3年CAGR^{*1}40%以上の力強い成長を継続し、プラットフォームの経済規模拡大に貢献



* 各事業年度末におけるメンバーシップ課金総額合計。

*1 CAGRは年平均成長率を指します。

3 2026年1月期 決算概要

2026年1月期 主なトピック: ユーザー満足度の向上

■ 人気キャラクターとのコラボレーション施策を実現。



■ 季節イベントに連動したキャンペーンの実施。



■ 多彩な人気映画作品の共同視聴イベントを開催。

■ 「ツイキャス」がサービス開始から15周年。



©2017「東京喰種」製作委員会
©石田スイ/集英社

© 2019 VINE LSE INTERNATIONAL
IV, LLC. ALL RIGHTS RESERVED.

©2017 Riverstone Pictures
(Replicas) Limited.
All Rights Reserved.

©2015「トイレのピエタ」
製作委員会

©2019「人間失格」
製作委員会



2026年1月期 主なトピック：プラットフォームの規模拡大

■ 「コメントAI翻訳機能」を公開。



■ ユーザーと共に作り上げるアート展示会「活動者口展(しかくてん)」の駅広告を渋谷駅で掲出。



掲載期間：2026年1月19日～2026年2月1日

■ 「ツイキャストプレミア」をリニューアル公開、累計チケット販売数は500万枚を突破。



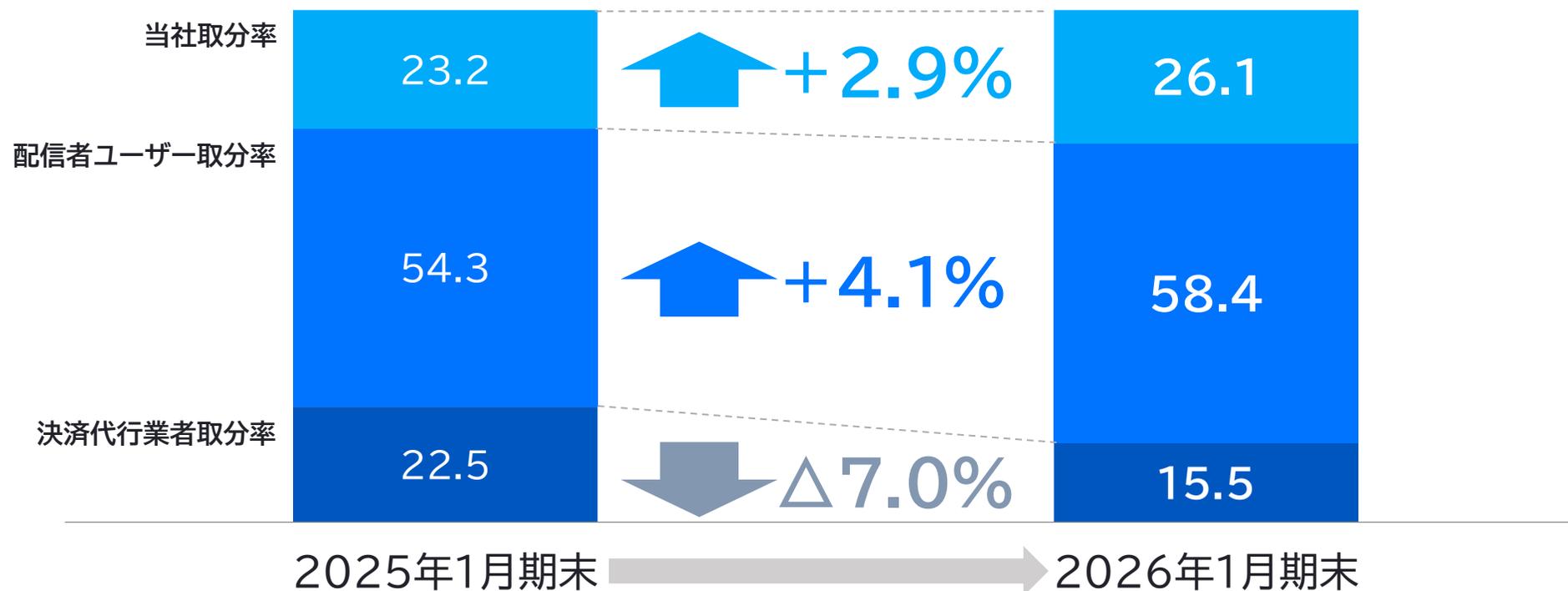
■ ユーザーの経済活動を促進する施策を展開。

- 有料アイテム購入におけるアイテムチケットの導入と決済手段の拡充に伴い、Web決済のユーザー体験を改善。
- アプリ決済のポイント販売価格を改定し、それに伴い配信者ユーザー取分率が向上。

2026年1月期 主なトピック：収益構造の変化

- ポイント販売におけるWeb決済比率の拡大により、決済代行業者取分率が低下し、配信者ユーザー取分率と当社取分率が上昇。
- ユーザー満足度と当社利益率の向上を、同時に実現。

単位:%



* 各事業年度の第4四半期会計期間における月間平均取分率。

2026年1月期 主なトピック：株主優待制度の導入

- 初回基準日を2026年1月末日として、年1回の株主優待制度を開始。
- 株主優待にかかる費用は2027年1月期のガイダンスに織り込み済み。

株主優待の内容

保有株式数	内容	基準日	贈呈時期
200株以上 500株未満	当社オリジナルデザインQUOカード1,000円分	1月末日	毎年4月の定時株主総会関係書類に同封して発送予定。
500株以上	当社オリジナルデザインQUOカード5,000円分		

※ 初回の当社オリジナルデザインは、株式会社STPR所属のクリエイターユニット「すとぷり」と、当社サービス「ツイキャス」の公式キャラクター「ソノヒグラシ」、「ユメミゴコチ」、「コハルビヨリ」をフィーチャーしたデザインとなる予定。

※ 詳細については、2025年12月10日公表の「株主優待制度の導入に関するお知らせ」をご確認ください。

(参考) 年間株主優待利回り

1.72%※

当社株式200株所有の場合

3.45%※

当社株式500株所有の場合

※ 初回権利確定に係る最終営業日である2026年1月30日時点の株価を基準株価として計算。

業績ハイライト

2026年1月期4Q	会計期間	YoY	累計期間	YoY
ポイントPU	64千	- 10.3%	65千	- 9.6%
ポイントARPPU	7,940円	+ 15.1%	7,474円	+ 10.4%
ポイント販売売上	1,534百万円	+ 3.3%	5,902百万円	- 0.2%
売上高	1,734百万円	+ 4.2%	6,688百万円	+ 1.5%
実質売上総利益	507百万円	+ 13.3%	1,909百万円	+ 7.5%
営業利益	74百万円	+ 51.4%	339百万円	+ 45.9%

■ マーケティング施策やアイテムチケット導入の効果によりポイントARPPUが順調に増加したが、ライブ配信市場の競争環境変化とメンバーシップへの課金シフト等の影響によりポイントPUが減少した結果、累計期間におけるポイント販売売上はYoYで微減に。

■ 前期から継続するメンバーシップの成長が貢献し、売上高はYoYでプラスに。

■ アプリ決済比率の低下に伴う決済代行業者取分の減少により、実質売上総利益はYoYで大きく増加。

■ 収益構造の変化による決済手数料削減の影響により、営業利益はYoYで大幅な増加を実現。

主なコストの推移

2026年1月期4Q	会計期間	YoY	累計期間	YoY
売上原価 (ユーザー報酬)	895百万円	+ 10.8%	3,340百万円	+ 3.4%
手数料	331百万円	- 18.9%	1,437百万円	- 9.3%
インフラ	121百万円	- 14.8%	507百万円	- 11.7%
体制強化	162百万円	- 5.3%	615百万円	- 2.1%
マーケティング	45百万円	+ 30.5%	122百万円	+ 3.5%

ポイント販売における決済代行業者取分の減少を原資として配信者取分が増加したことにより、売上原価はYoYで増加。

アプリ決済比率の低下により、手数料費用はYoYで大幅に減少。

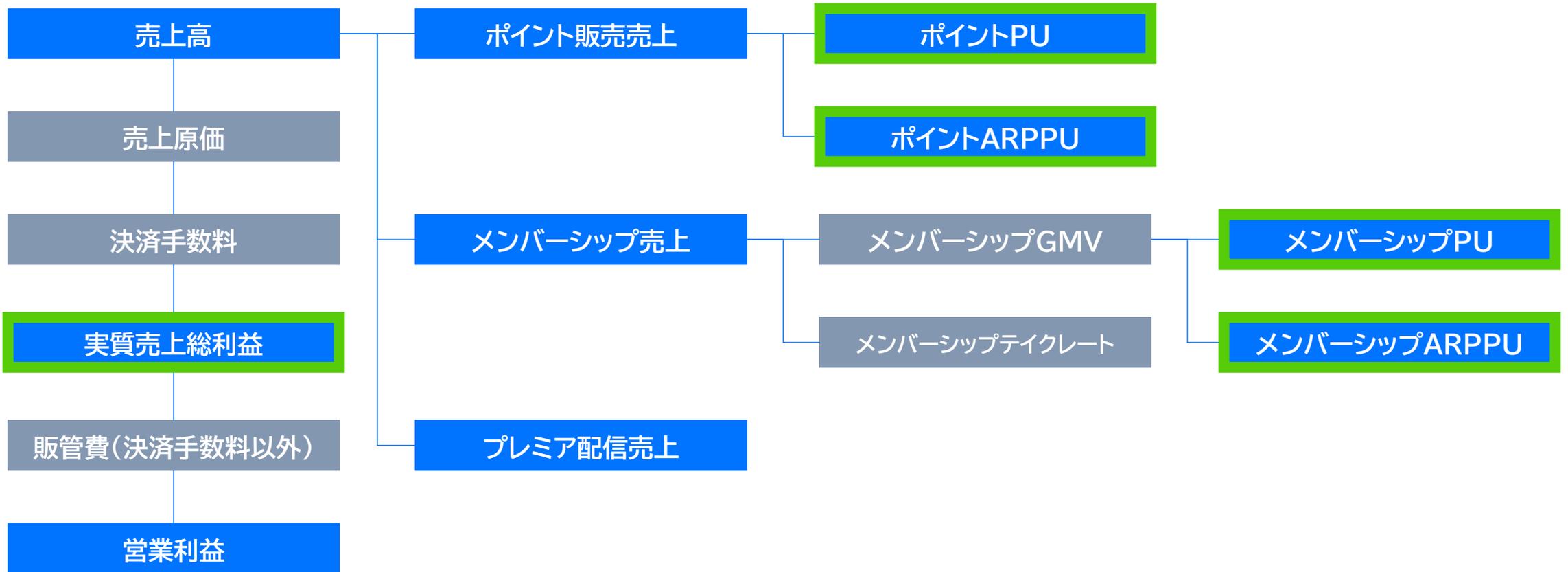
インフラ関連費用は、ピーク時トラフィックの平準化による通信費の圧縮等の影響によりYoYで減少。

採用実績の下振れと業務委託内容の見直しの影響で、体制強化費用はYoYで減少。

マーケティング費用は、期を通して費用対効果を見つつ各種施策を積極的に実施したため、YoYで増加。

主な指標

- ポイント販売売上とメンバーシップ売上におけるPU・ARPPUを、事業KPIとして重視。
- 売上高から売上原価と決済手数料を差し引いた実質売上総利益が、当社の実質的な取分＝粗利。



売上高とポイント販売売上の推移

売上高

= ポイント販売売上

+ メンバーシップ売上

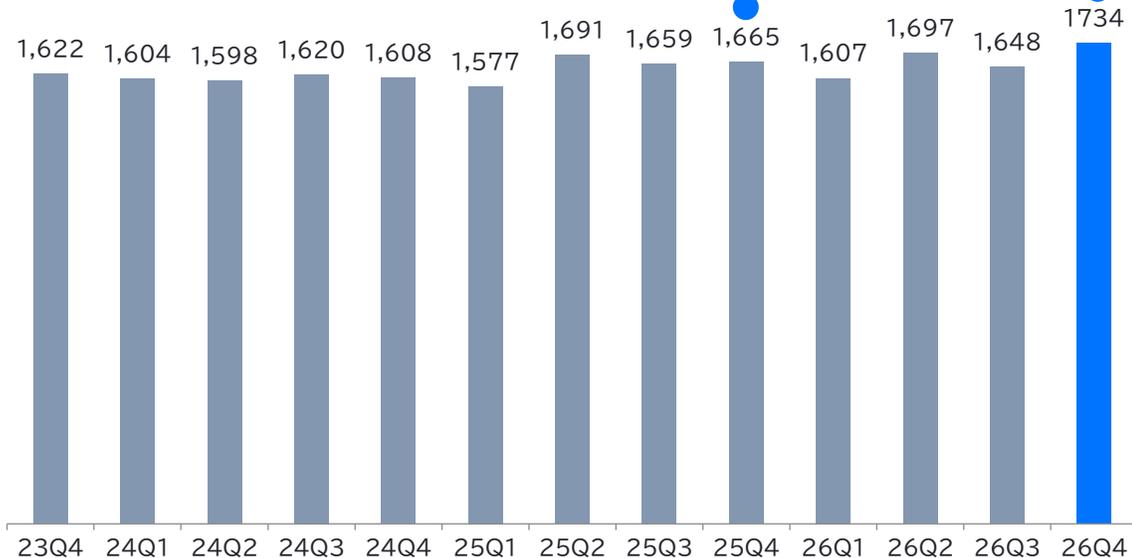
+ プレミア配信売上

- 売上高は、YoY+4.2%(+69百万円)の1,734百万円に。
- ポイント販売売上は、YoY+3.3%(+48百万円)の1,534百万円に。

売上高

(単位:百万円)

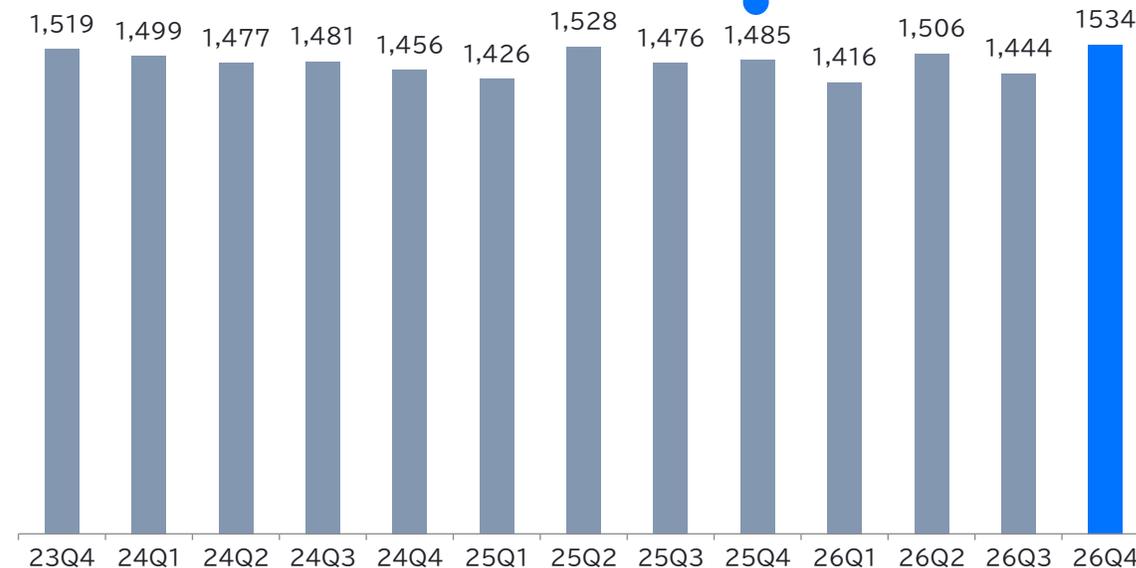
YoY
+ 4.2%



ポイント販売売上

(単位:百万円)

YoY
+ 3.3%



ポイントKPI(PU&ARPPU)の推移

ポイント販売売上

=

ポイントPU

×

ポイントARPPU

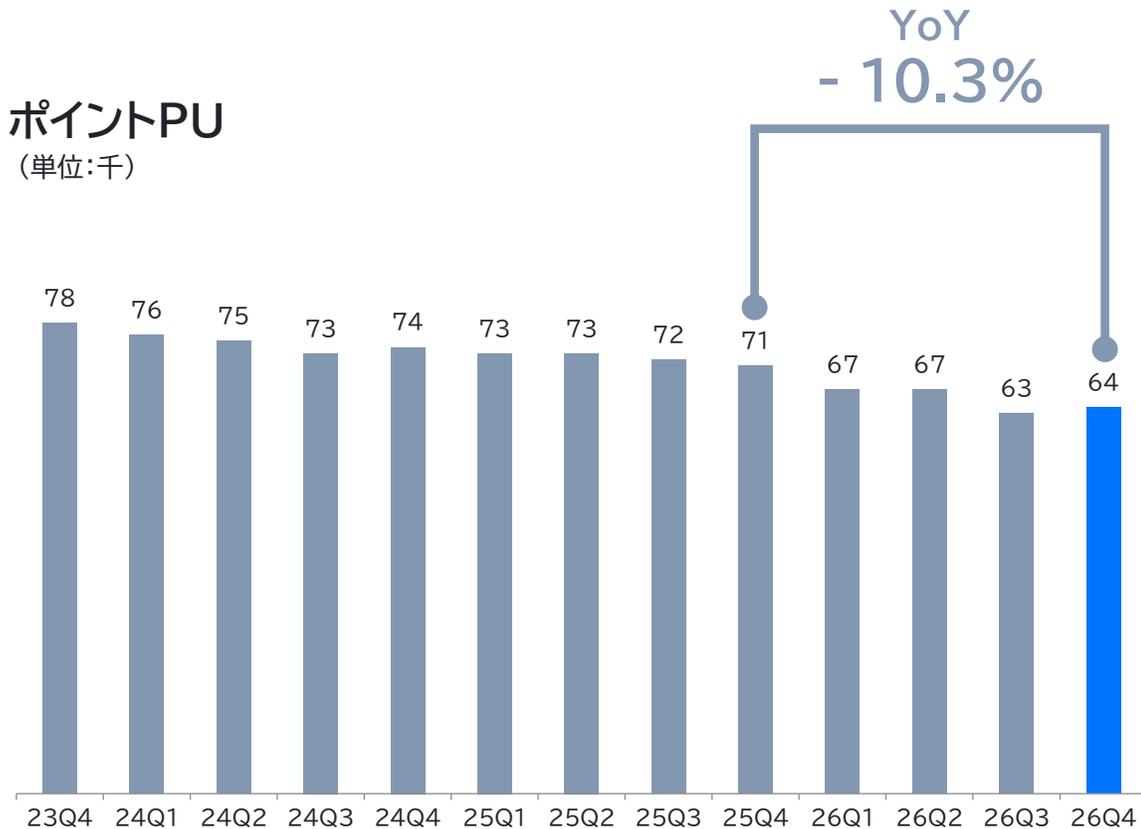
-

未使用ポイント

- 月間平均ポイントPUは、YoY -10.3% (-7千)の64千に。
 - メンバーシップPUへのシフトが進行。
- 月間平均ポイントARPPUは、YoY +15.1%(+1,040円)の7,940円に増加。

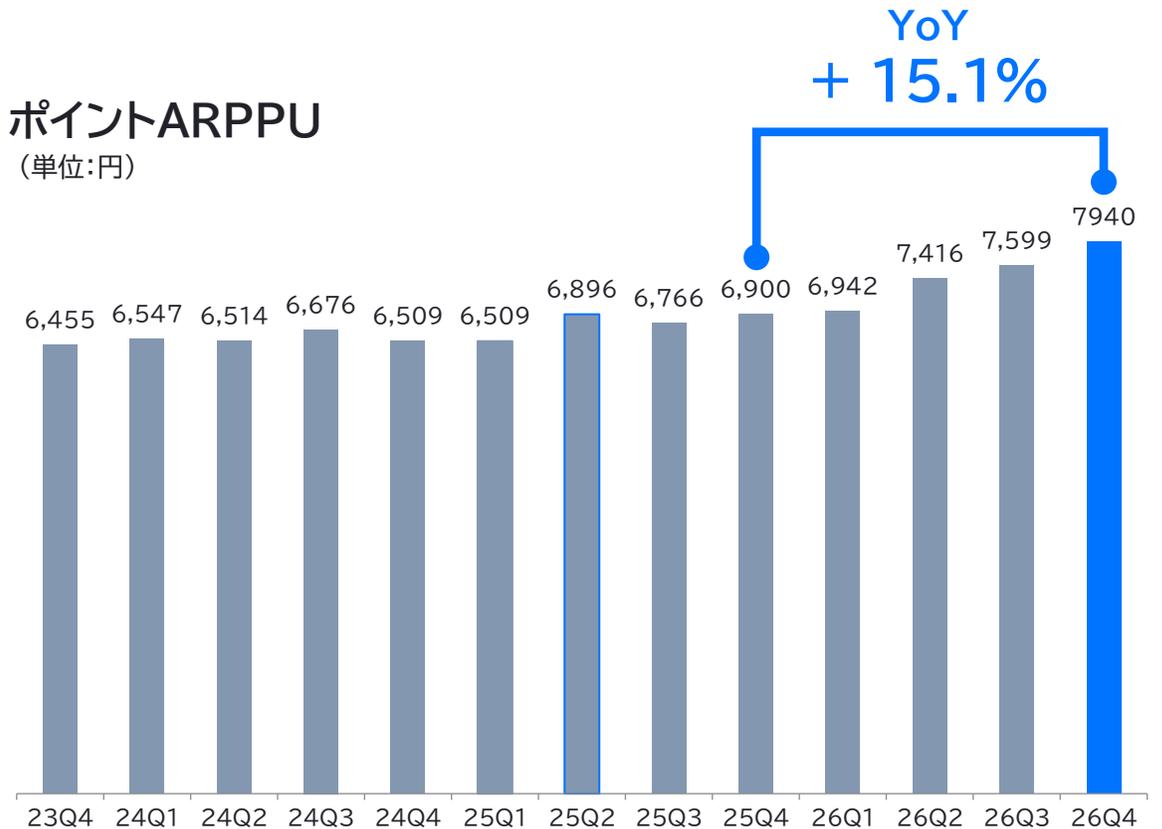
ポイントPU

(単位:千)



ポイントARPPU

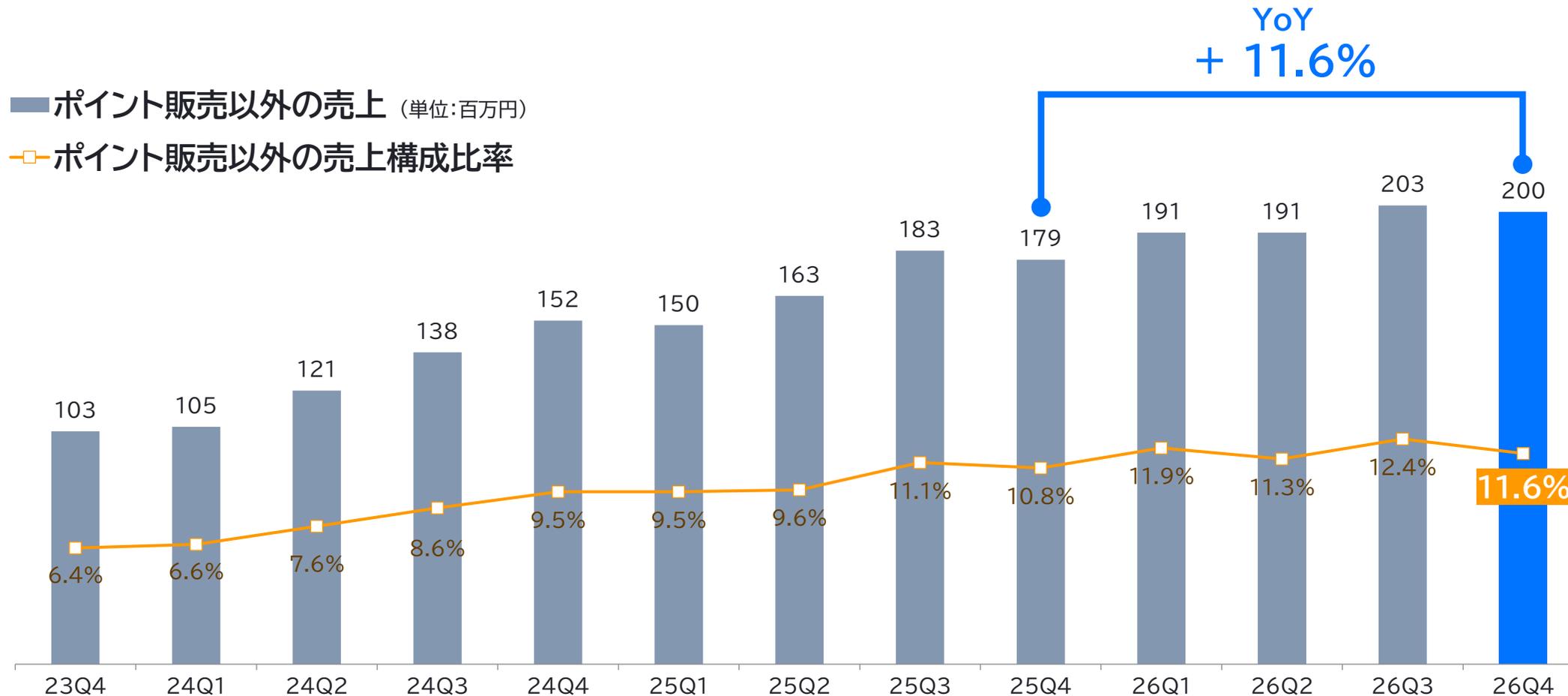
(単位:円)



ポイント販売以外の売上合計の推移

売上高 = ポイント販売売上 + メンバーシップ売上 + プレミア配信売上

- ポイント販売以外の売上合計は、YoY+11.6%(+20百万円)の200百万円に増加。
- ポイント販売以外の売上構成比は、11.6%(YoY+0.8pt)に。



メンバーシップ売上とプレミアム配信売上の推移

売上高

=

ポイント販売売上

+

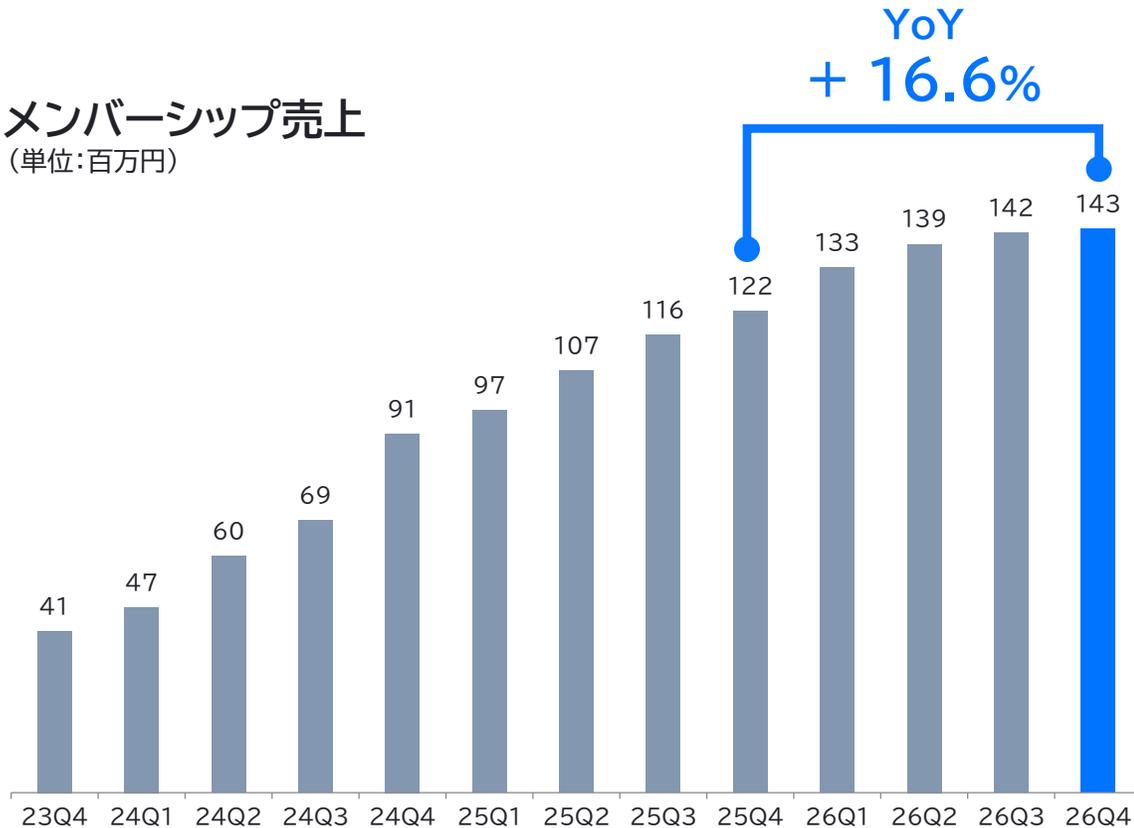
メンバーシップ売上

+

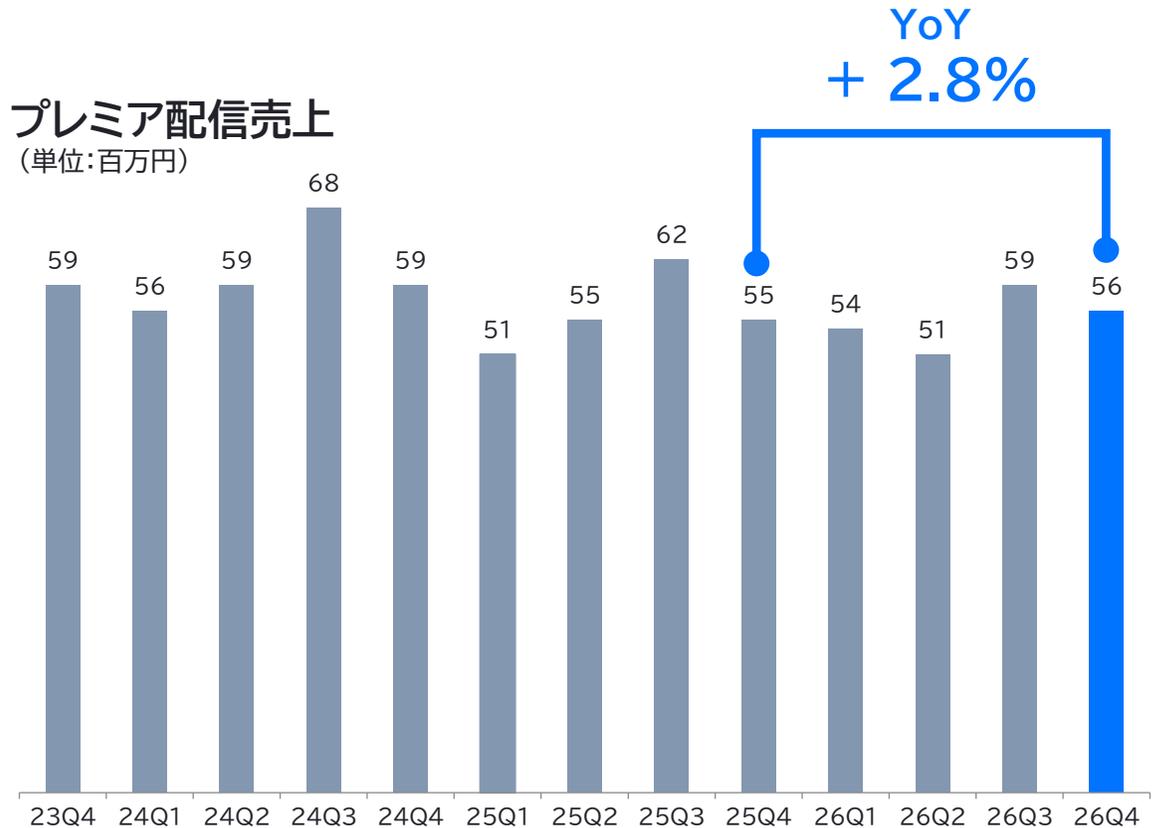
プレミアム配信売上

- メンバーシップ売上は、YoY+16.6%(+20百万円)の143百万円に増加。
- プレミア配信売上は、YoY+2.8%(+1百万円)の56百万円に。

メンバーシップ売上 (単位:百万円)



プレミアム配信売上 (単位:百万円)



メンバーシップ GMVの推移

メンバーシップ売上

=

メンバーシップGMV

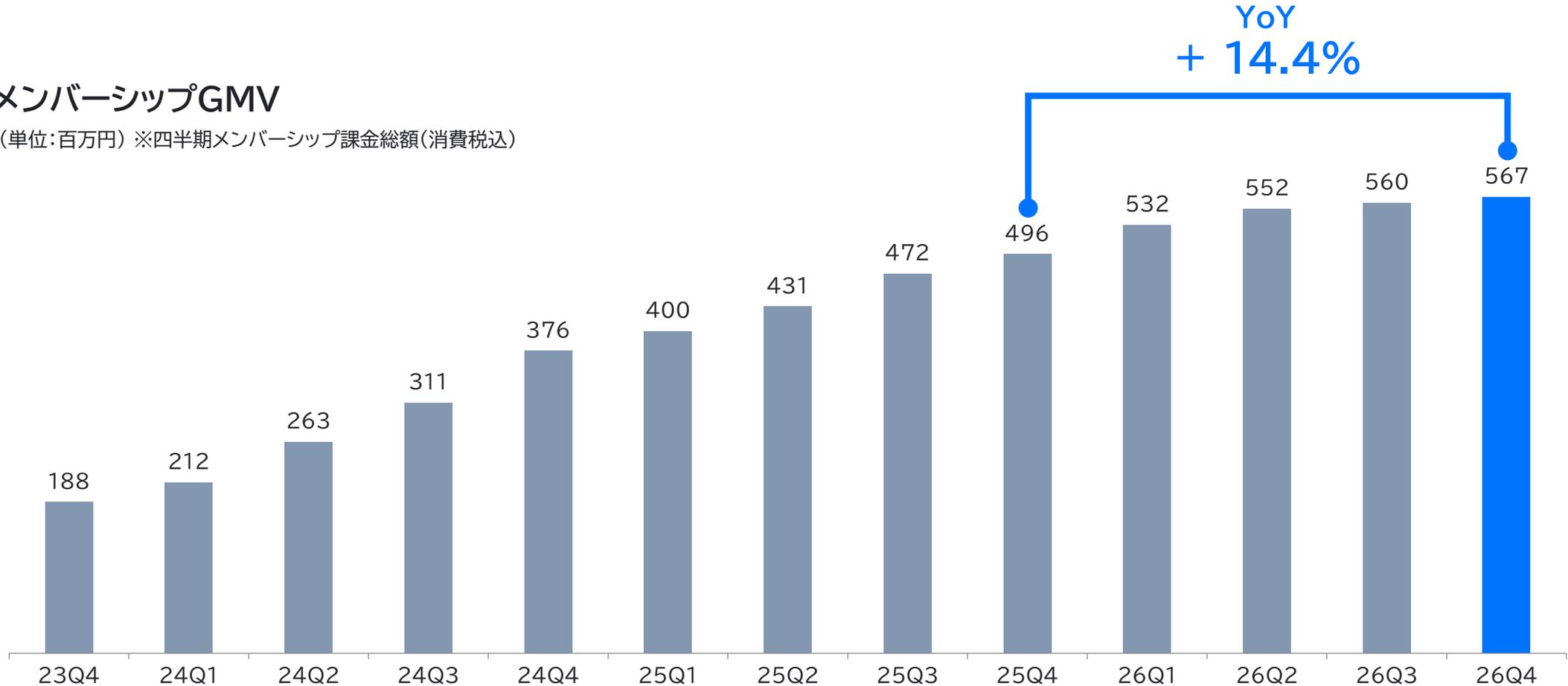
×

メンバーシップチケット

■ メンバーシップGMVは、YoY+14.4%(+71百万円)の567百万円に増加。

メンバーシップGMV

(単位:百万円) ※四半期メンバーシップ課金総額(消費税込)



メンバーシップ KPI (PU & ARPPU) の推移

メンバーシップGMV

=

メンバーシップPU

×

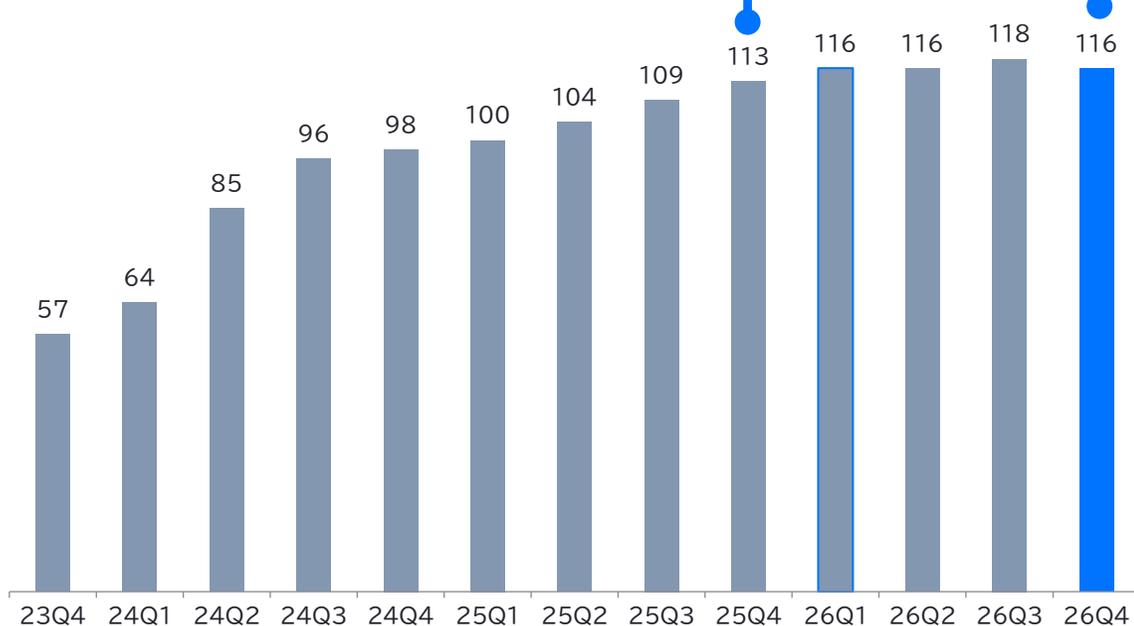
メンバーシップARPPU

- 月間平均メンバーシップPUは、YoY + 2.8% (+3千) の116千に。
- 月間平均メンバーシップARPPUは、YoY + 11.3% (+164円) の1,621円に増加。

メンバーシップPU

(単位:千)

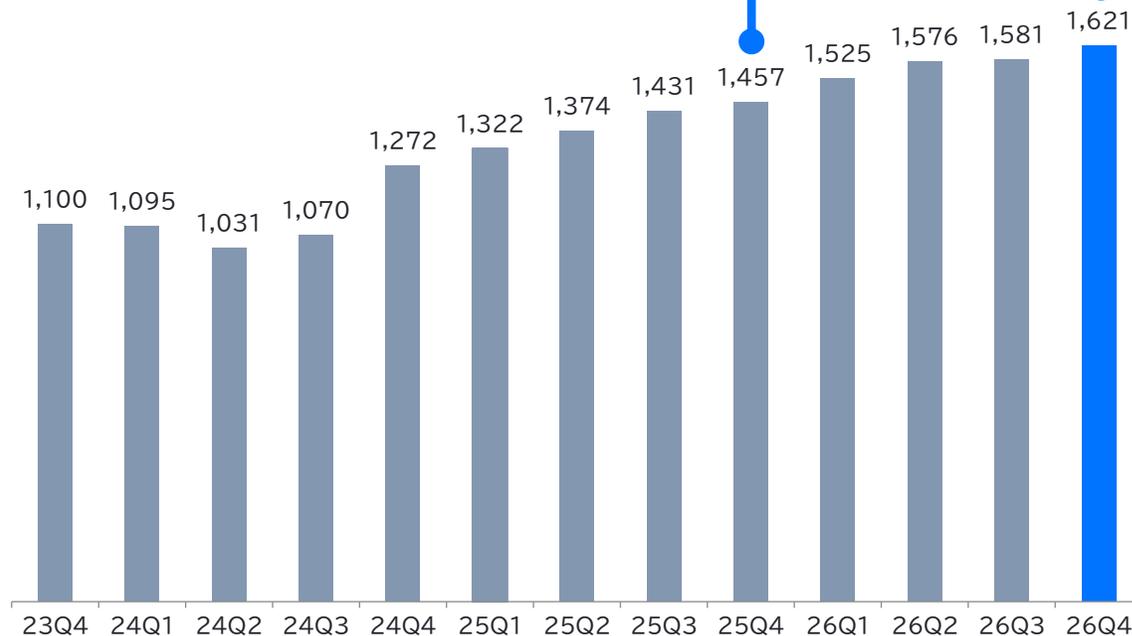
YoY
+ 2.8%



メンバーシップARPPU

(単位:円)

YoY
+ 11.3%



実質売上総利益の推移

実質売上総利益

=

売上高

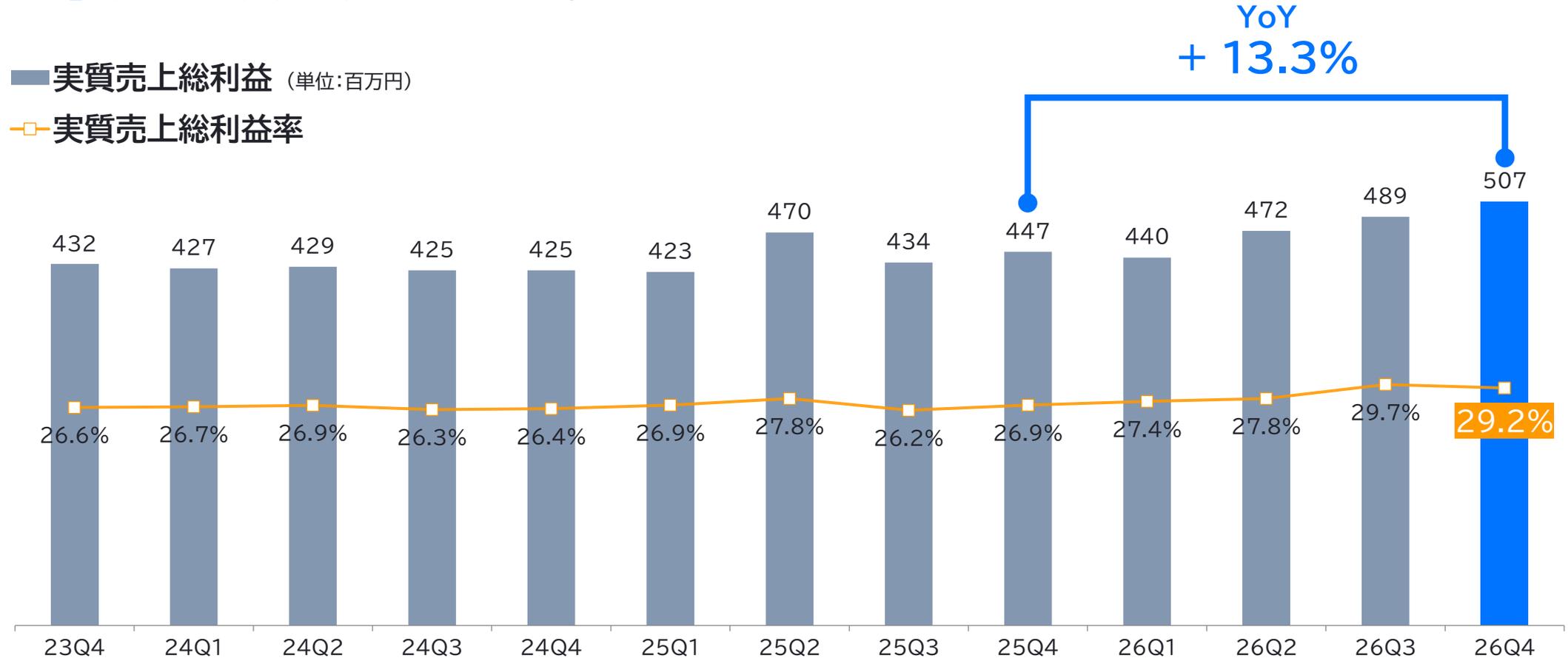
-

売上原価

-

手数料

- 実質売上総利益は、YoY+13.3%(+59百万円)の507百万円に。
 - 収益構造の変化とメンバーシップ売上の成長が貢献。
 - 実質売上総利益率は、YoY+2.3ptの29.2%に。



営業利益の推移

営業利益

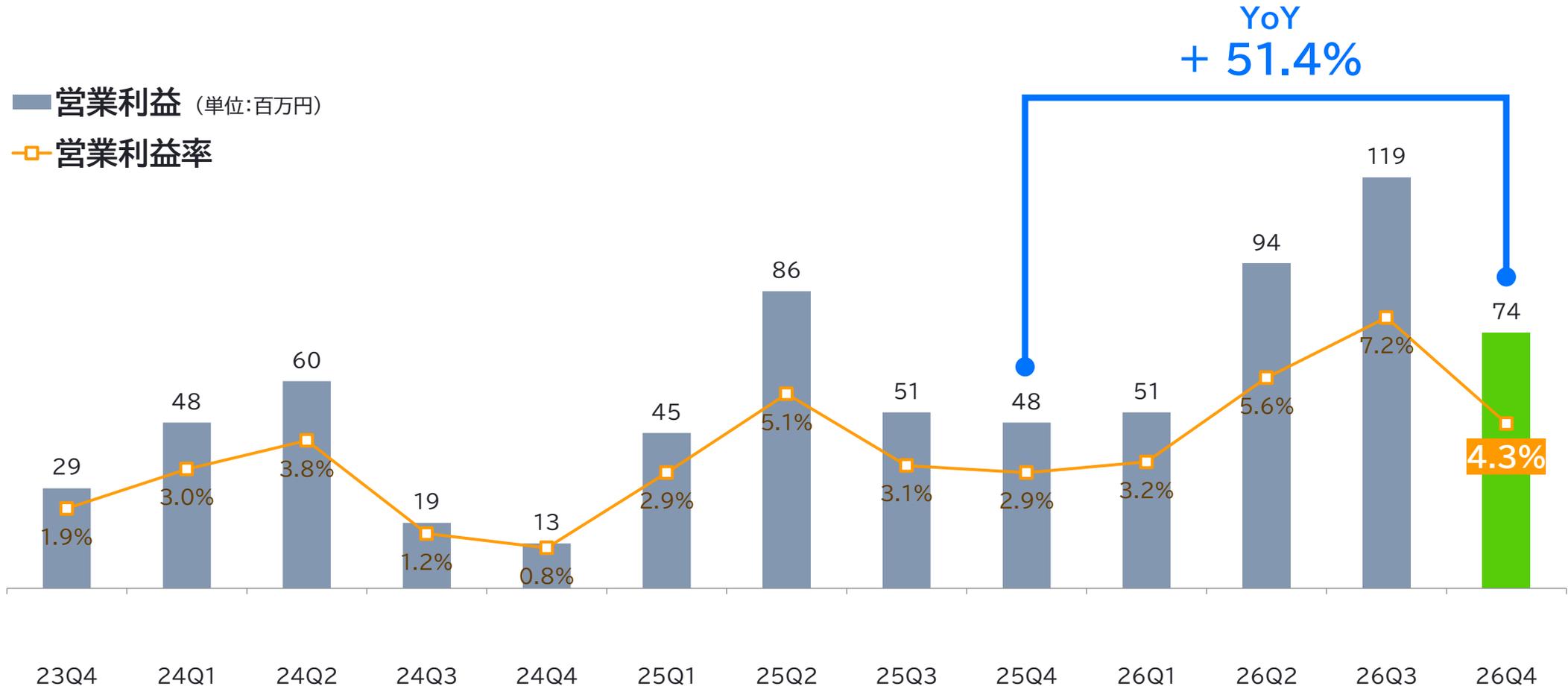
=

実質売上総利益

-

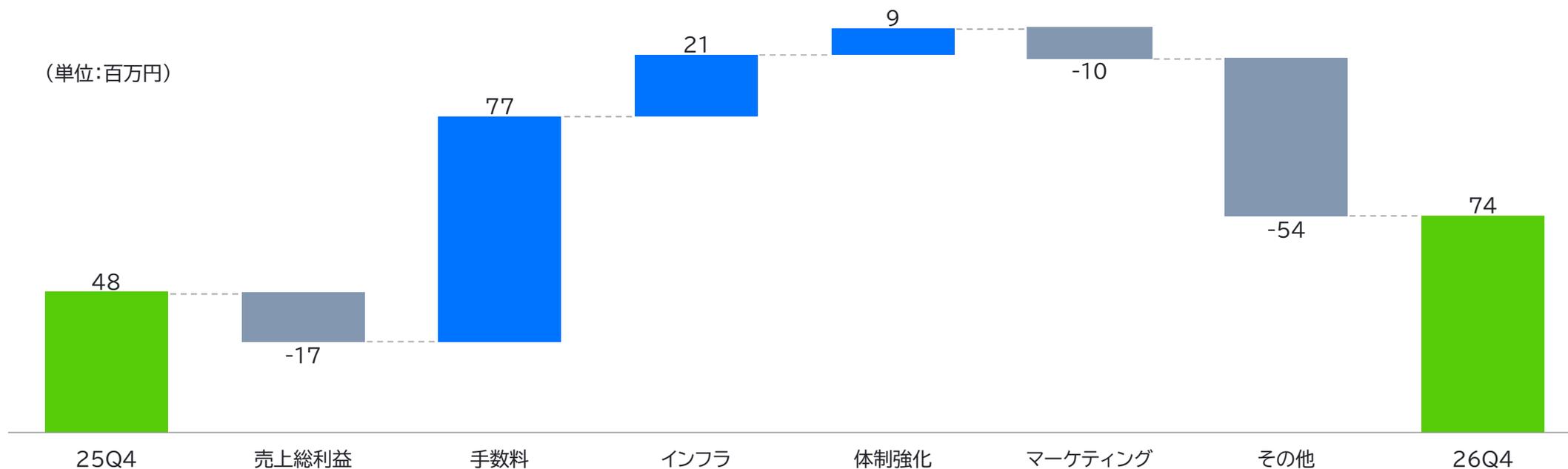
販管費(手数料以外)

- 営業利益は、YoY + 51.4%(+ 25百万円)の74百万円に増加。
- 営業利益率は、YoY + 1.3ptの4.3%に上昇。



営業利益の増減分析(会計期間)

- 配信者取分率の上昇に伴い売上原価が増加し、売上総利益が減少(-17百万円)。
- マーケティング費は季節イベントに合わせた施策の積極的な実施等により増加(+10百万円)し、音楽著作権使用料増加の影響を受け、その他費用も増加(+54百万円)。
- ポイント販売のアプリ決済比率が低下した影響で手数料が減少(-77百万円)、インフラ費用はピーク時トラフィックの平準化による通信費の低下により減少(-21百万円)、採用実績下振れと業務委託内容見直しの影響により、体制強化費用も減少(-9百万円)。



損益計算書サマリ(通期)

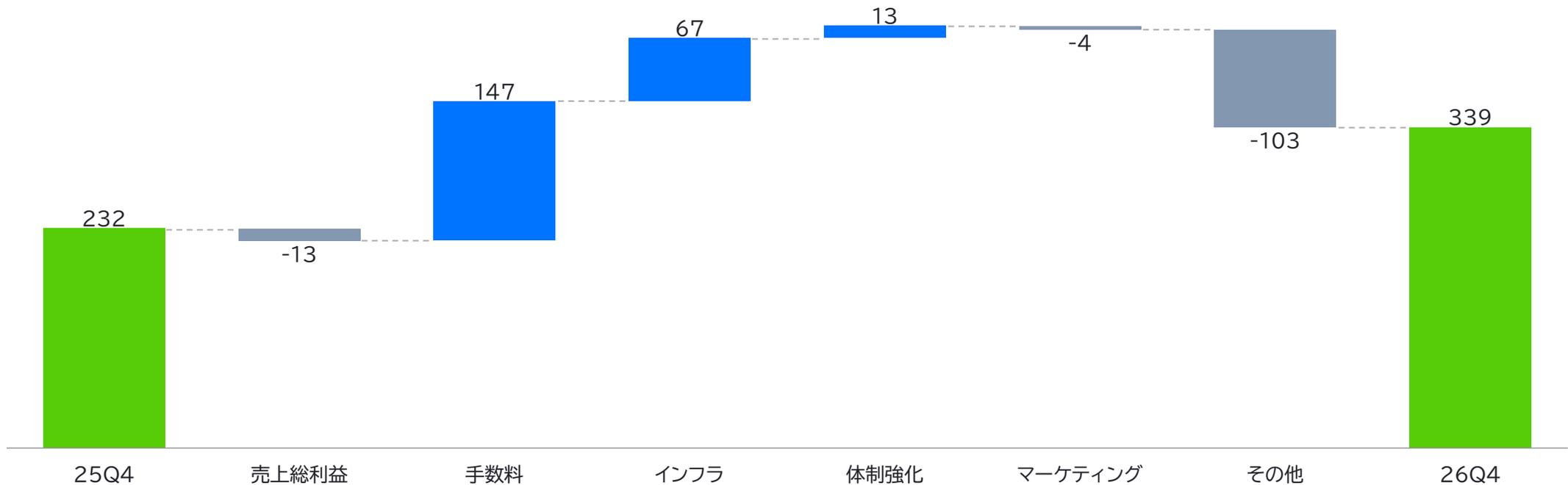
- 売上高(YoY+1.5%)、営業利益(YoY+45.9%)ともに増加。
- 特別損失を計上したものの、当期純利益は101百万円(YoY+265.4%)と大きく増加。

単位:千円	2025年1月期Q4	2026年1月期Q4	増減	前年同期比
売上高	6,592,963	6,688,610	95,646	1.5%
売上原価	3,230,726	3,340,312	109,585	3.4%
売上総利益	3,362,237	3,348,297	-13,939	-0.4%
販売費及び一般管理費	3,129,669	3,008,872	-120,796	-3.9%
営業利益	232,568	339,425	106,857	45.9%
経常利益	256,180	389,632	133,452	52.1%
税引前当期純利益	96,180	104,564	8,384	8.7%
当期純利益	27,830	101,687	73,857	265.4%

営業利益の増減分析(通期)

- 当期3Qから始まった本格的な収益構造の変化により、配信者取分率が増加した結果、売上総利益が微減(-13百万円)。
- 会計期間分析と同様の理由により、マーケティング費(+4百万)とその他費用(+103百万円)は増加した一方、手数料が大幅に減少(-147百万円)し、インフラ費用(-67百万円)と体制強化費用(-13百万円)も減少。

単位:百万円



当期の特別損失の計上について

- 一般社団法人日本音楽著作権協会(JASRAC)と合意書の締結を行い、協議事項の解決に伴い発生する費用99百万円(2025年9月10日公表額75百万円と2025年12月10日公表額24百万円の合計)を特別損失に計上。
- 株式会社NexTone(NexTone)と合意書の締結を行い、協議事項の解決に伴い発生する費用187百万円(2026年1月30日公表)を特別損失に計上。
- オフィス移転に伴う減損損失として2百万円(2026年3月11日公表)を特別損失に計上。

業績予想及び前期実績値との差異について

- ポイント販売売上とプレミアム配信売上は、前回業績予想、前年実績ともに上回り、メンバーシップ売上も前年比で順調に成長した結果、売上高は、業績予想比、前年実績比ともに増加。
- 営業利益と経常利益は、業績予想比では売上総利益の増加、前年実績比では手数料減少の影響により、業績予想、前年実績ともに上回って着地。
- 繰延税金資産の取崩しに伴い法人税等調整額を計上した一方、課税所得がマイナスとなったことで法人税等は発生せず、当期純利益は、前年実績比で大きく増加。

単位:百万円	当期実績	業績予想	前年実績	業績予想比	前年実績比
売上高	6,688	6,612	6,592	1.1%	1.5%
営業利益	339	328	232	3.3%	45.9%
経常利益	389	373	256	4.3%	52.1%
当期純利益	101	—	27	—	265.4%

貸借対照表サマリ

■ 純資産1,973百万円、自己資本比率46.4%と、財務基盤として健全な水準を継続。

※買掛金の減少は、2Qに配信者ユーザーへの報酬支払いが一時的に増加した事による。

単位:千円	2025年1月期4Q末	2026年1月期4Q末	増減
流動資産	3,767,321	3,874,069	106,747
現金及び預金	2,978,629	2,983,238	4,608
売掛金	766,454	799,281	32,827
固定資産	372,215	375,578	3,363
流動負債	2,267,629	2,276,052	8,423
買掛金	854,241	808,556	-45,684
預り金	614,513	682,036	67,522
純資産	1,871,907	1,973,595	101,687
負債純資産	4,139,536	4,249,647	110,111
(自己資本比率)	45.2%	46.4%	1.2%

4 2027年1月期 業績予想

2027年1月期の経営方針

- 2027年1月期における当社事業は、AIの活用を伴うライブ配信サービス市場の競争環境変化とクリエイターの活動多様化による影響を一定程度受けることを想定する。
- 持続的な事業成長を実現するための取り組みにより一層注力する。

プラットフォームの規模拡大	収益基盤の強化
<ol style="list-style-type: none">1. コミュニティによって生み出される配信文化の多様性と寛容性の拡大を促進2. ユーザーによる経済行動の多角化及び活性化を推進	<ol style="list-style-type: none">1. 収益構造変化を推進し、配信者への還元と自社利益率の向上を両立2. メンバーシップのさらなる成長により、収益モデルの多角化を推進

2027年1月期業績予想サマリ

- ポイント販売売上とプレミアム配信売上の堅調な増加をベースとして、メンバーシップ売上のさらなる成長を見込んで、売上高は増加。
- 持続的成長のための基盤強化に向けて、体制強化とマーケティングは積極的に投資する一方、収益構造変化が継続し決済手数料がもう一段減少することを想定して、営業利益と経常利益は大幅に増加。
- 繰延税金資産の回収可能性を適正かつ合理的に見積もるための時間を要するため、当期純利益は未定。

単位:百万円	2026年1月期 実績	2027年1月期 予想	増減	前年同期比
売上高	6,688	6,829	140	2.1%
営業利益	339	409	69	20.5%
経常利益	389	461	71	18.4%
当期純利益	101	—	—	—

主なコストの推移見込

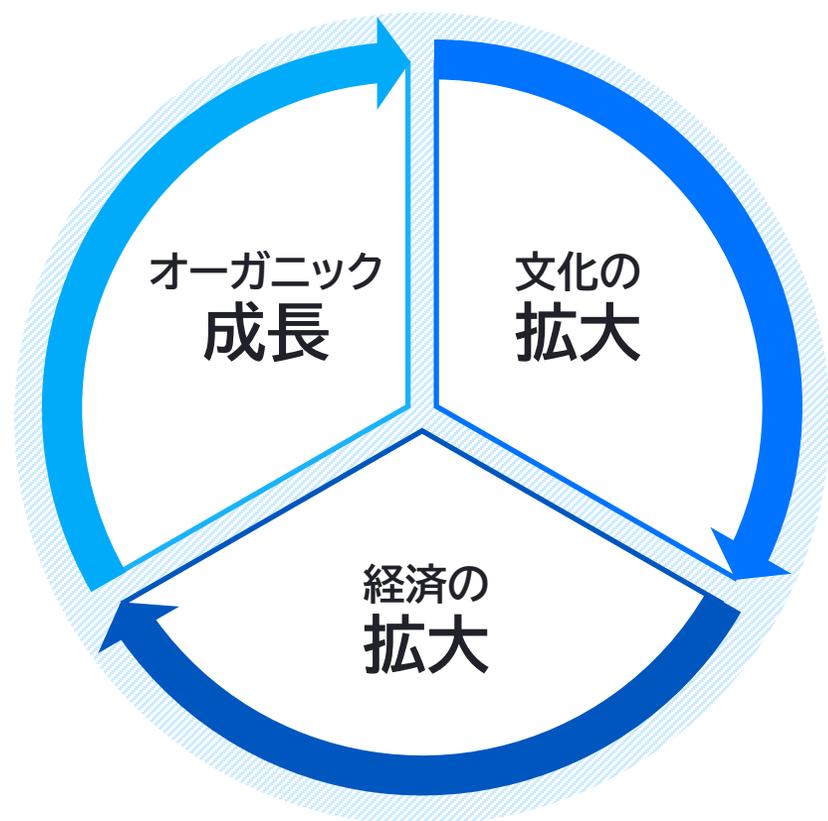
- アプリ決済比率の低下による配信者取分率の上昇を想定して、売上原価は増加し、手数料は大きく減少。
- インフラは、データトラフィックの平準化が継続することを想定して微減。
- 定期昇給や新規採用を推進することで、体制強化は増加。
- マーケティングは、ユーザー満足度向上とプラットフォーム規模拡大のための投資を見込んで大きく増加。
- 音楽著作権使用料の適正化(-)、オフィス移転(+)、株主優待開始(+)等の影響で、その他費用は増加。

単位:百万円	2026年1月期 実績	2027年1月期 予想	増減	前年同期比
売上原価(ユーザー報酬)	3,340	3,451	111	3.3%
手数料	1,437	1,222	-214	-15.0%
インフラ	507	503	-4	-0.8%
体制強化	615	681	66	10.8%
マーケティング	122	227	104	85.6%
その他	326	333	7	2.3%

5 成長戦略

目指す成長の方向性

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現



- ユーザー満足度向上によってドライブされるオーガニックな成長
- 配信文化の多様性と寛容性の拡大によるプラットフォーム利用者とコミュニケーションの増加
- ユーザーの経済行動の多角化と活性化によるプラットフォーム経済活動参加者とトランザクションの増加

オーガニック成長

ユーザー満足度を生み出す基盤の強化 & ユーザー満足度を高める施策の深耕

コミュニティ運営=安心

プラットフォームを安心して利用できる環境整備を推進



サービスインフラ=快適

低遅延なユーザー体験を支えるインフラシステムのさらなる進化



キャンペーン・イベント=つながり

限定アイテムや、オンラインゲームイベント等、ユーザーが「つながり」を感じられる施策の充実



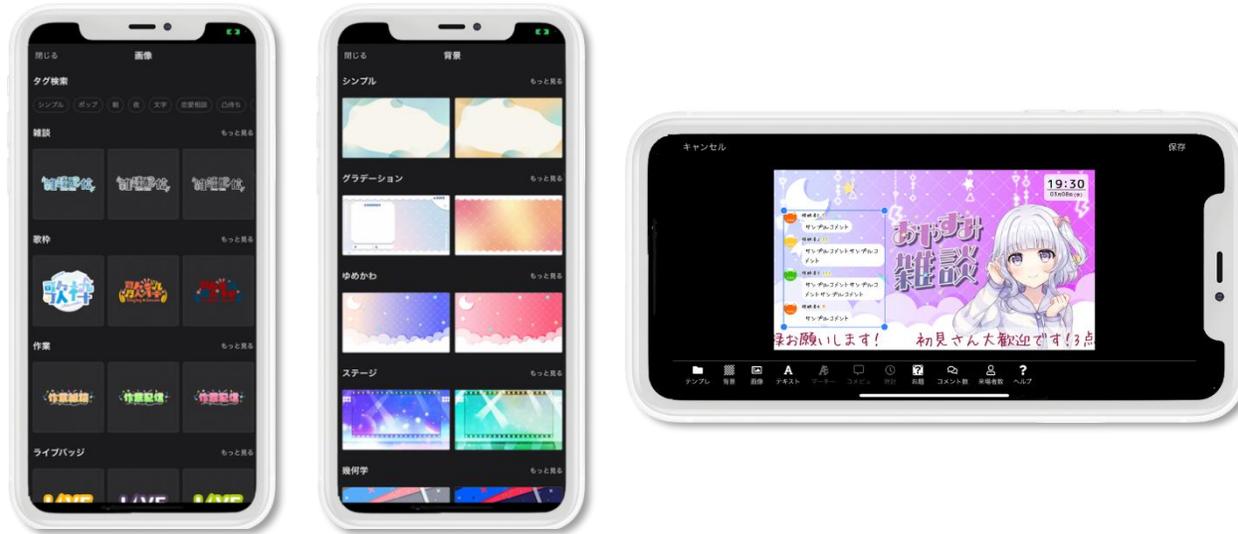
AIの活用を通して、文化の拡大とユーザー体験の向上を目指す

- 音声認識AIを活用した配信音声のリアルタイム文字起こし機能「ライブ字幕」を公開&運用中
- 海外ユーザーとのシームレスなコミュニケーションを実現する「コメントAI翻訳機能」のブラウザ版を公開&運用中
- 今後も、AIをベースとしたユーザー支援機能の拡充を推進



リッチな音声配信画面をスマホ一つで手軽に実現

- 従来はPCで専用ツールを使う必要があった音声配信用のリッチな配信画面を、スマートフォンだけで簡単に作成
- コメントビューワー、時計、来場者数、カウントダウンタイマーなど、様々な定番パーツを直感的に配置
- 毎月追加される人気クリエイターの各種素材が無料で使い放題



オンライン共同視聴体験から生まれる新しいコミュニケーション

- ツイキャストシアターで人気アニメや映画を不特定多数のユーザーと一緒に無料でオンライン共同視聴
- コメントやアイテムを使って、他のユーザーとリアルタイムにコミュニケーション
- シアターパーティ機能で、配信者はいつでも自分の配信に自分の好きな作品の共同視聴を組み込み可能
- 邦画、洋画を問わず、コメディ、アクション、ホラー、アニメなど多様なジャンルの人気作品を配信



ユーザー同士が3Dキャラクターで交流できるバーチャル空間



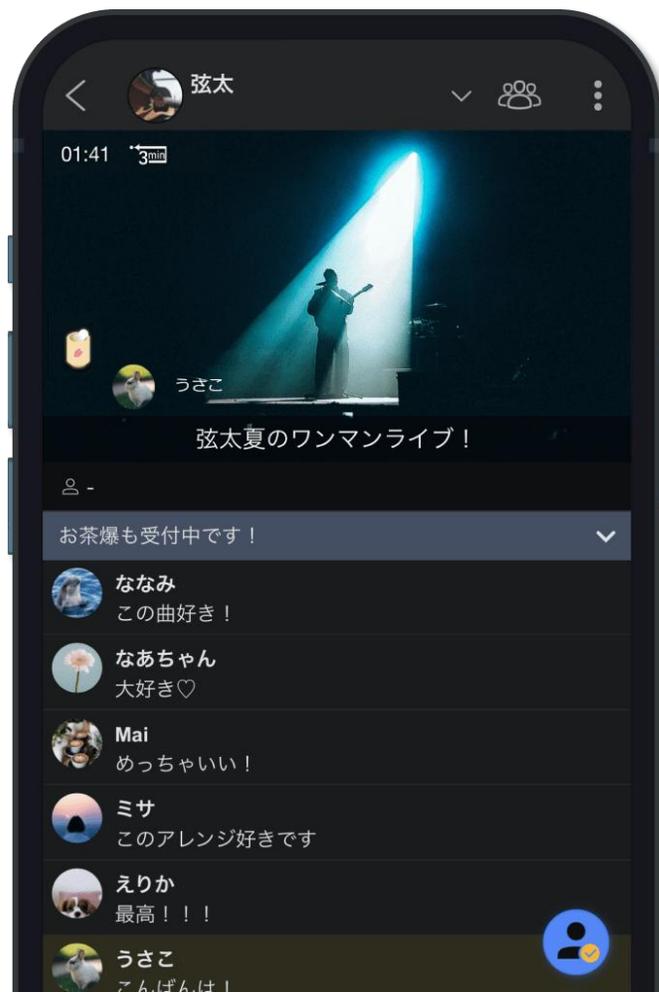
- スマートフォン(iOS & Android)のブラウザだけで手軽に利用可能な、配信を中心に設計された3D空間
- 3Dキャラクターは、予め用意されたものに加えて、他のユーザーが公開登録したキャラクターから自由に選択
- 友達を招待できることはもちろん、知らない人をゲストとして入室させるなど、より広い範囲でコミュニケーションが楽しめる設計
- 3D空間内の大型モニターで、配信中のツイキャスの映像を流し、3D空間内で共同視聴が可能
- ツイキャスVVの映像を、ツイキャス上で手軽にライブ配信可能 ※OBSなどのツールを利用

配信者と視聴者のためのファンコミュニティプラットフォーム

- 配信者は、ロイヤリティの高いファンの獲得と安定した収入を確保可能
- 視聴者は、サブスクリプション(月額課金)で継続的に配信者を応援でき、配信者との密なコミュニケーションや限定コンテンツへのアクセスなどにより満足度が向上



チケット販売数500万枚超※、チケット流通総額100億円超※の有料オンラインライブ配信システム



自分で簡単に
チケット販売&配信



視聴者とのコミュニケー
ションがとりやすい



販売期間中、何度も
ライブ配信ができる



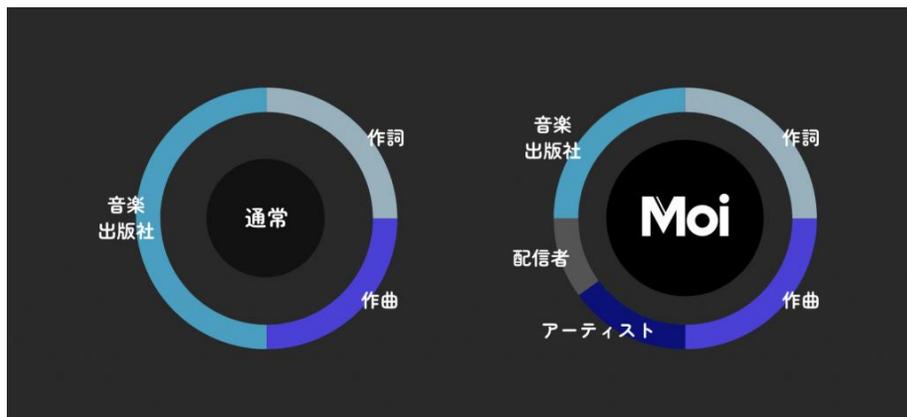
初期費用、
基本料は0円

※ サービス開始から2026年1月末までの累計。

「ツイキャス」と連動する音楽レーベル

- 通常では楽曲の著作権収益の分配対象にはならなかったアーティストや、その楽曲を配信に利用した配信者にも分配を行うことができる仕組みの推進

- 「ツイキャス」上での楽曲の利用促進、楽曲の流通支援、歌手文化促進イベントの開催など、さまざまな形でアーティストをサポート



NFT※を活用したクリエイター応援プラットフォーム

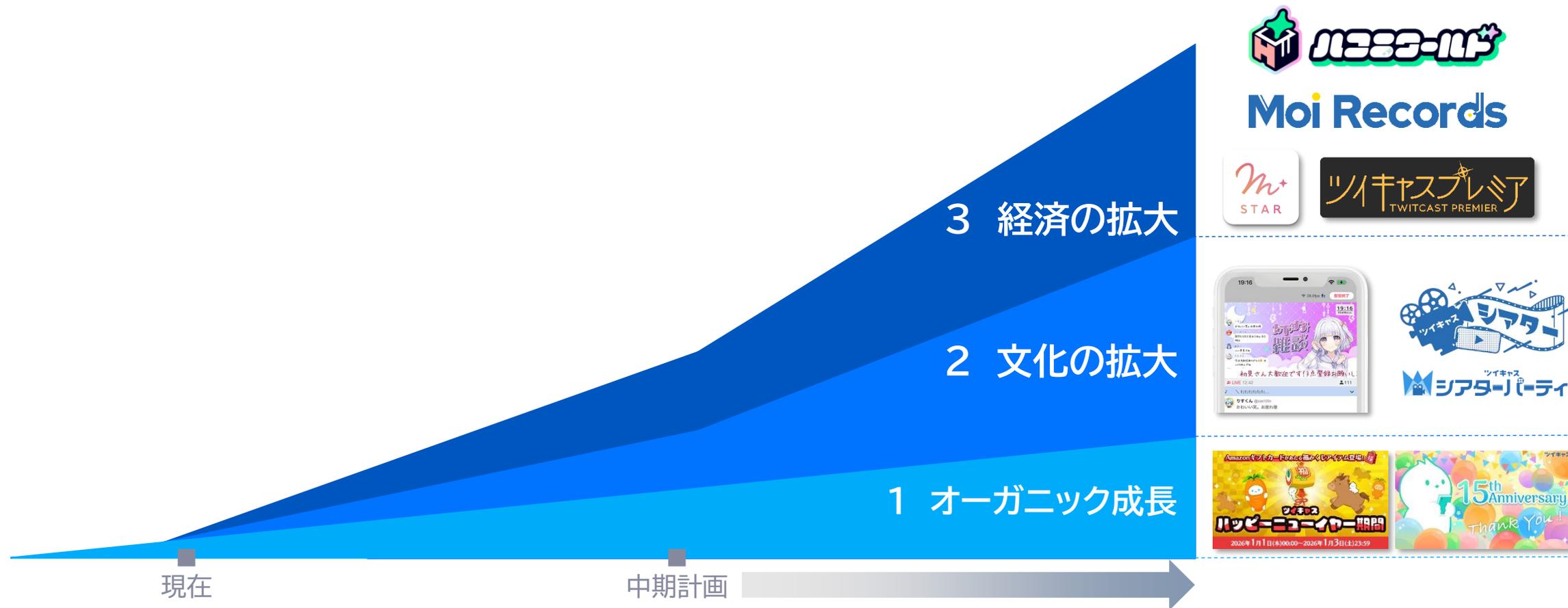
- クリエイターは、今後の活動目標やプロジェクトを専用ページ「ハコニワ」を通じて公開し、応援アイテム「ハコ」(NFTコンテンツ)を販売可能に
- 応援者が「ハコ」を購入することで、初期からの支援実績を永続的な記録として証明・可視化



※ NFT(Non-Fungible Token／非代替性トークン)とは、ブロックチェーン技術を使用し、「デジタル資産の唯一性」と「所有者」を証明できる仕組みです。

中長期成長イメージ

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的なサービス成長を実現



主な事業等のリスクについて

リスク	リスク概要	顕在化の可能性／影響度	当社対応方針
業界の成長性	当社の属するインターネット業界におけるライブ配信市場は、日々進化しており、国内外の経済状況はもとより、関連する法規制や新たな法規制等の出現や個人の嗜好等の変化に大きな影響を受ける傾向にあります。これに伴い、当該市場の成長が鈍化した場合、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。	小／中	市場調査やユーザー問合せ対応等を通して、本リスクが顕在化する可能性、時期、程度等を早期に把握し、必要な対応を適宜適切に行うことに努めております。
売りにかかる第三者への依存	当社が提供するスマートフォン用アプリは、Apple Inc.及びGoogle Inc.といったプラットフォーム運営事業者を介して一般ユーザーに提供されており、代金回収やシステム利用、ユーザー獲得等において、かかるプラットフォーム運営事業者に相当程度依存しております。これらの事業者との契約継続が困難となった場合、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。	小／大	本リスクの顕在化を防止するために、かかるプラットフォーム運営事業者との良好な関係構築や適時な情報収集及び対応に努めております。
サービスの健全性の維持	当社の提供するサービスは、不特定多数のユーザーが、配信者と視聴者、それぞれの立場から、リアルタイムでオンラインコミュニケーションを行うプラットフォームを提供することをその基本的性質としています。そのため、ユーザー間のコミュニケーションや行為等で発生した諸問題により、当社及び当社が提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザー離れにつながる可能性があります。更に、当社もプラットフォームを提供する者としての責任を問われた場合、当社の企業イメージ、信頼性の毀損、ひいては当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中／大	サービスの利用規約において、ユーザーが各種の問題行為、違法行為を当社サービスで行うことを禁止しております。また、通報制度の整備・運用、機能面では、特定のユーザーや単語をブロックする機能、特定のユーザーのみが視聴できる機能等の提供をしております。さらに、ユーザー間のコミュニケーションに対するモニタリング体制を構築しており、社内でのユーザーサポート人員の確保・教育、及び外部監視委託業者を利用し、監視体制の強化を図っております。
一部機能にかかる第三者への依存	当社は、ユーザーの利便性向上を目的とし、X Corp.及びGoogle Inc.といった第三者が提供する複数のAPIサービスを利用しており、その一つとして、ユーザーが第三者の提供するサービスのアカウントの情報を利用して当社サービスにログインできる機能を提供しております。従来通り当社が第三者のAPIサービスを利用したアカウントの登録機能・ログイン機能を提供できなくなった場合、ユーザーはポイントを購入しにくくなり、ひいては、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。	中／大	当社では、第三者のAPIサービスに依らない当社サービス独自のアカウント登録・ログイン方法の提供、第三者のAPIサービスが利用できなくなった場合に備えた当該第三者サービスのアカウント情報及び当社サービスに登録した方法によりログイン可能とする方法の提供をしております。
システムトラブル	当社サービスへのアクセスの急増などの一時的な過負荷、外部連携システムにおける障害、自然災害、DDoS攻撃等の悪意のある第三者によるサイバー攻撃など、当社の予測不可能な様々な要因によってコンピュータシステムがダウンした場合、復旧等に際して特別な費用負担を強いられることにより、当社の利益が減少する可能性があります。	中／大	システムトラブルの発生可能性を低減するために、安定的運用のためのシステム強化、冗長化、セキュリティ強化を徹底しており、継続的なシステム等への設備投資を行っております。また、当社は、事業を運営するためのシステムを外部事業者が保有するデータセンターに設置し、セキュリティ強化による不正アクセス対策や、データのバックアップ、冗長化の体制を構築しております。

※事業等のリスクについて、有価証券報告書に掲載のリスクの中から、当社が特に重要と考えているリスクを抽出して記載しております。その他の事業等のリスクについては、有価証券報告書「第一部【企業情報】第2【事業の状況】3【事業等のリスク】」に記載しております。

本資料の取り扱いについて

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。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料は今後通期決算発表時に更新して開示いたします。次回の開示時期は2027年3月頃を予定しています。