2027年3月期 第2四半期
決算説明資料

2026.11.11

COVER

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。

01

2027年3月期 第2四半期 決算概況

2027年3月期 第2四半期 ｜ 経営評価とサマリー

COVER

業績概況

- 2027/3期 Q2では、売上高12,155百万円(前年同期比+0.3%)、売上総利益7,059百万円(前年同期比+24.6%)、限界利益6,522百万円(前年同期比+29.2%)、営業利益2,946百万円(前年同期比+74.0%)、純利益2,024百万円(前年同期比+55.0%)
- 2026年9月24日に修正した上期業績予想に対し、売上高は94.2%、営業利益は102.8%の達成(修正前の期初予想比では、売上高は94.2%、営業利益は186.5%)。通期業績予想は据え置き、上期の上振れ要因が下期に与える影響やその他の事業進捗状況を引き続き精査
- ゲーム関連収益が拡大し、セールスミックスの改善により限界利益率が向上する等、IPを軸とした収益構造への転換が進展
- 前年度の卒業タレントに係る収益剥落影響はQ2で大幅に縮小。卒業タレントに関連する収益を除くと、グッズ購入や配信での課金等ファンの消費は前年同期並みとなり、幅広いタレントの活躍が収益を下支え

事業進展

- 2026年7月23日にリリース開始したゲームタイトル「hololive Dreams」は国内外での大規模広告展開によりファン接点の拡大に成功。配信した全プラットフォームでセールスランキング1位を獲得する等、力強いスタートを記録
- 2026年9月7日に配信開始したプロダクション10周年に向けたカウントダウン番組「hololive Next」において、ブランドロゴの刷新と「ホロライブ」の統合、新配信アプリ「hololive raku」、ホロライブ初となるTVアニメ「おでかけホロライブ」制作発表等、アニバーサリー施策群の第1弾を発表
- 新規ユニット「アソビ★まわり隊！」が2026年9月24日、25日にデビューし、所属VTuber数は82名と前四半期の79名から増加。練習生プロジェクト「mekPark」と並び、プロダクションのブランド価値向上に資する新規タレント創出の取り組みが前進

成長基盤強化・構造改革

- タレントの視点に立ったオペレーション改善チームの設置(Q1に実施)等、総合的な取り組みの効果が徐々に表れており、タレントの創作環境の改善に向けた取り組みを引き続き推進
- ホロライブの各グループを「ホロライブ」として統合し、ブランドと運営体制を一本化。10周年に向けたブランドアップデートを開始
- 表現技術への投資の成果として新配信アプリ「hololive raku」を導入。ReGLOSS AR LIVE「X-ReCHORD」(2026年11月29日開催予定)に向けて新スタジオ技術の実装も進捗
- 戦略適合性と経済合理性を軸としたプロジェクトの定期棚卸しを継続的に実施し、下期に始まる来期予算編成に向けた事前整理とモニタリング体制を強化

© COVER

決算ハイライト ｜ 2027年3月期 第2四半期のサマリー

単位：百万円

	2026/3期 Q2	2027/3期 Q2	前年同期比	2026/3期 Q2累計	2027/3期 Q2累計	前年同期比	上期業績予想【修正後】（達成率）
売上高	12,124	12,155	+0.3%	21,754	20,981	-3.6%	22,270 (94.2%)
配信/コンテンツ	2,299	2,007	-12.7%	4,474	4,099	-8.4%	-
ライブ/イベント	1,922	1,123	-41.5%	2,356	2,032	-13.7%	-
マーチャンダイジング	5,839	5,439	-6.8%	11,678	9,985	-14.5%	-
ライセンス/タイアップ	2,062	3,584	+73.8%	3,244	4,863	+49.9%	-
売上総利益	5,666	7,059	+24.6%	10,573	11,552	+9.3%	-
参考：限界利益	5,049	6,522	+29.2%	9,202	10,479	+13.9%	-
営業利益	1,693	2,946	+74.0%	2,666	3,598	+35.0%	3,500 (102.8%)
純利益	1,306	2,024	+55.0%	1,999	2,439	+22.0%	2,300 (106.1%)

Q2はゲームの立ち上がりで前年同期比増収に転換。上期営業利益は修正後予想に対し102.8%の達成

- ライセンス/タイアップの伸長：「hololive Dreams」関連収益が期初予想を大幅に上振れて推移。また、海外クライアントとのタイアップ案件も拡大基調を維持
- MDの減収幅縮小：TCG新商品の出荷により前四半期比(QoQ)で売上が拡大し、前年同期比(YoY)の減収幅もQ1から縮小
- 限界利益率の向上：収益性の高いゲーム関連事業の伸長等により、セールスミックスの改善としてQ2の限界利益率は53.7%(前年同期41.7%)へ向上

Q3にかけての展開

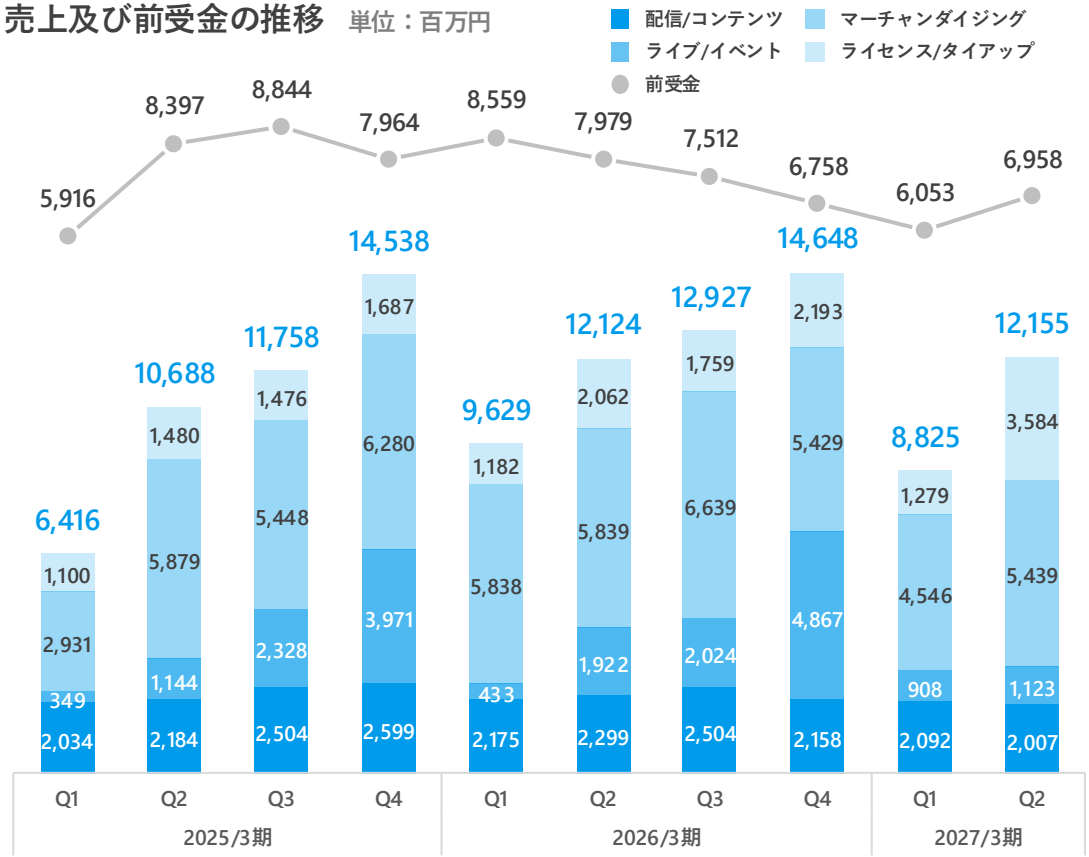
- 配信/コンテンツでは、新規ユニット「アソビ★まわり隊！」の活動本格化と新配信アプリ「hololive raku」の導入によるファン体験の向上に加え、10周年に向けたアニバーサリー施策によるブランド露出の増加を通じて、新規ファン層の開拓と既存ファンのエンゲージメント強化を図る
- ライブ/イベントでは、IRyS、さくらみこ、ときのそら、ハコス・ベールズ、鷹嶺ルイ、博衣こよりのソロライブや、「hololive Grand Reception」、「ホロライブわちゃわちゃ学園祭」等大型イベント施策を集中して実施予定
- マーチャンダイジングでは、タレントの記念日グッズの販売やTCGの新商品投入を予定
- ライセンス/タイアップでは、「hololive Dreams」の継続的なアップデートと新作ゲームタイトル「ホロライブ麻雀 -ホロじゃん-」のリリース、北米、東アジア地域を中心とした海外クライアントとのタイアップ案件の継続的な拡大を図る

© COVER

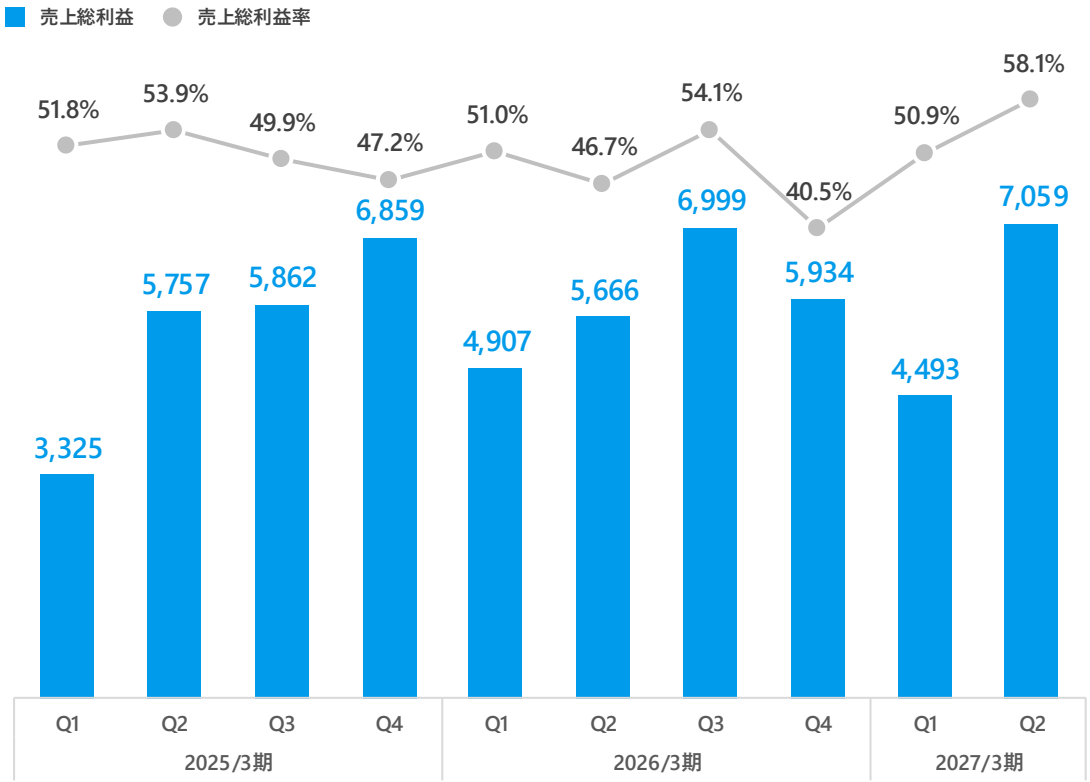
売上・売上総利益の推移

- Q2は「hololive Dreams」関連収益が期初予想を大幅に上振れて推移したことによりライセンス/タイアップが伸長し、売上高は前年同期を上回った
- 前受金は、新作アルバムや過去公演の映像商品の予約受注の積み上がりにより前四半期末比で増加し、下期の売上計上に向けた受注残が拡大

売上及び前受金の推移　単位：百万円



売上総利益及び売上総利益率の推移　単位：百万円

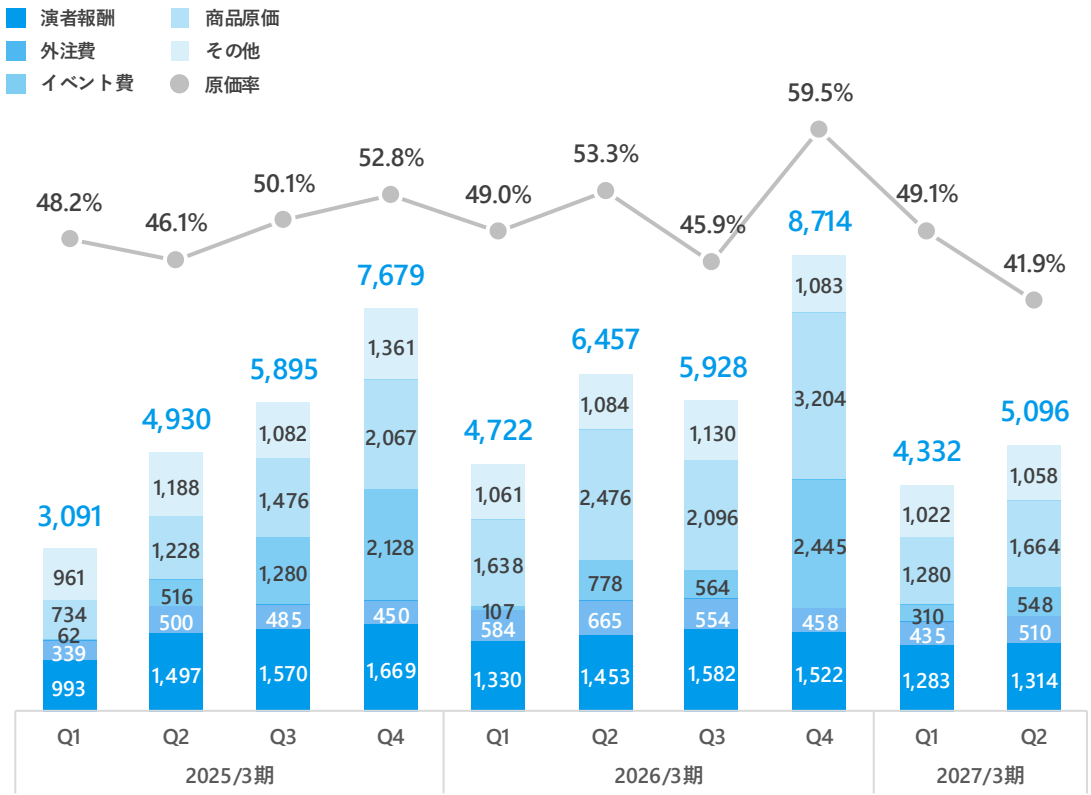


© COVER

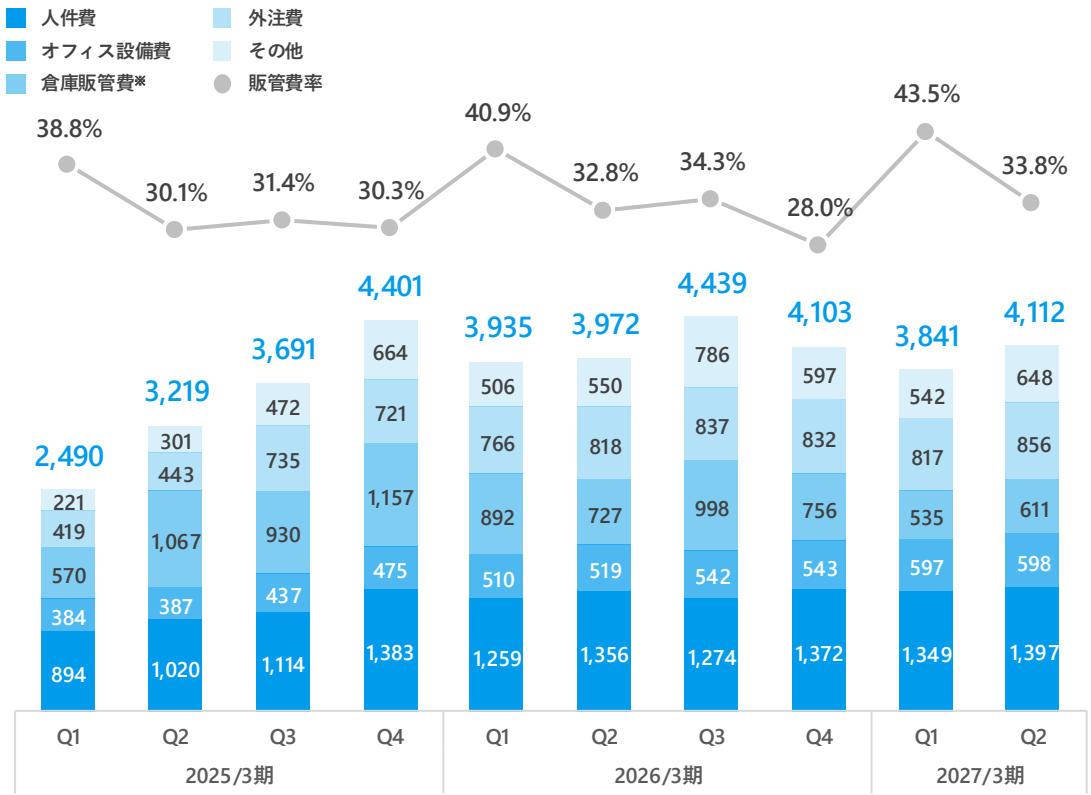
売上原価・販管費の推移

- 原価内訳では、TCGの出荷増に伴いカード関連の商品原価が増加した一方、グッズの商品原価の減少とゲーム関連収益の拡大により、Q2の原価率は41.9%(前年同期53.3%)に低下
- 販管費項目では、成長基盤強化に向けた体制拡充や「hololive Dreams」の大規模広告展開により費用が増加した一方、全社的な人員最適配置などにより増加を抑制し、Q2の販管費率は33.8%(前年同期32.8%)と小幅な上昇にとどまった

売上原価及び原価率の推移　単位：百万円



販管費及び販管費率の推移　単位：百万円



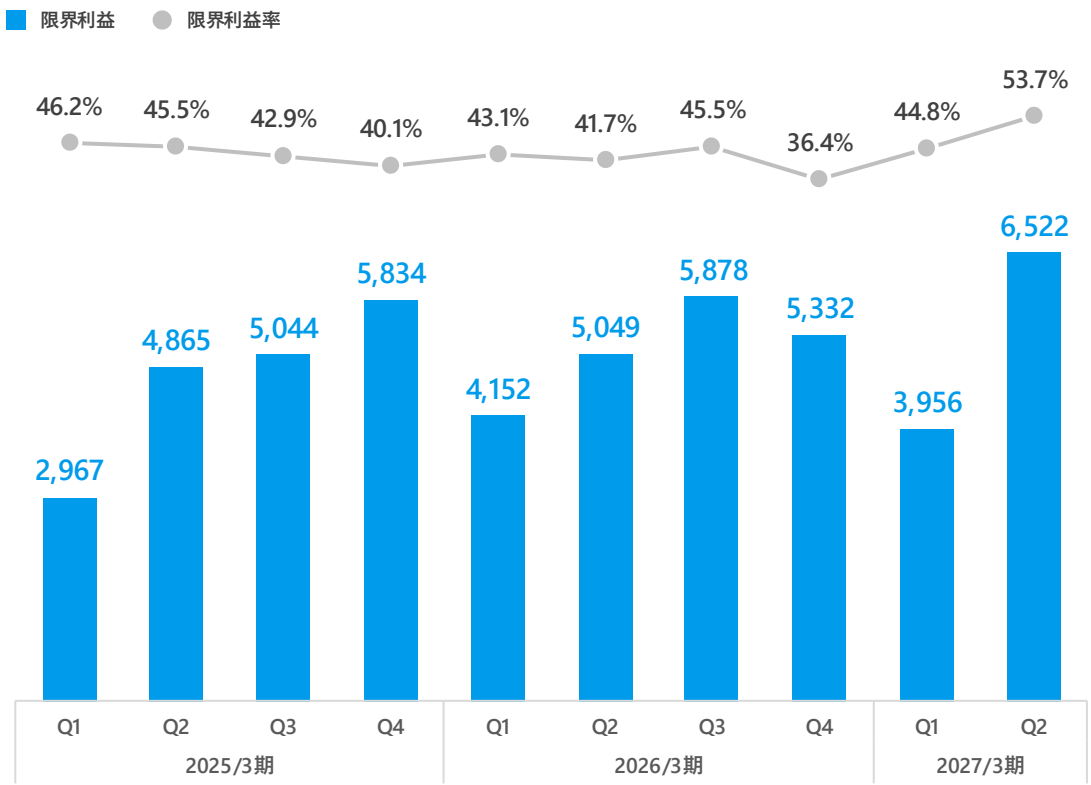
※物流・販売手数料等のECに係る販管費を含む

© COVER

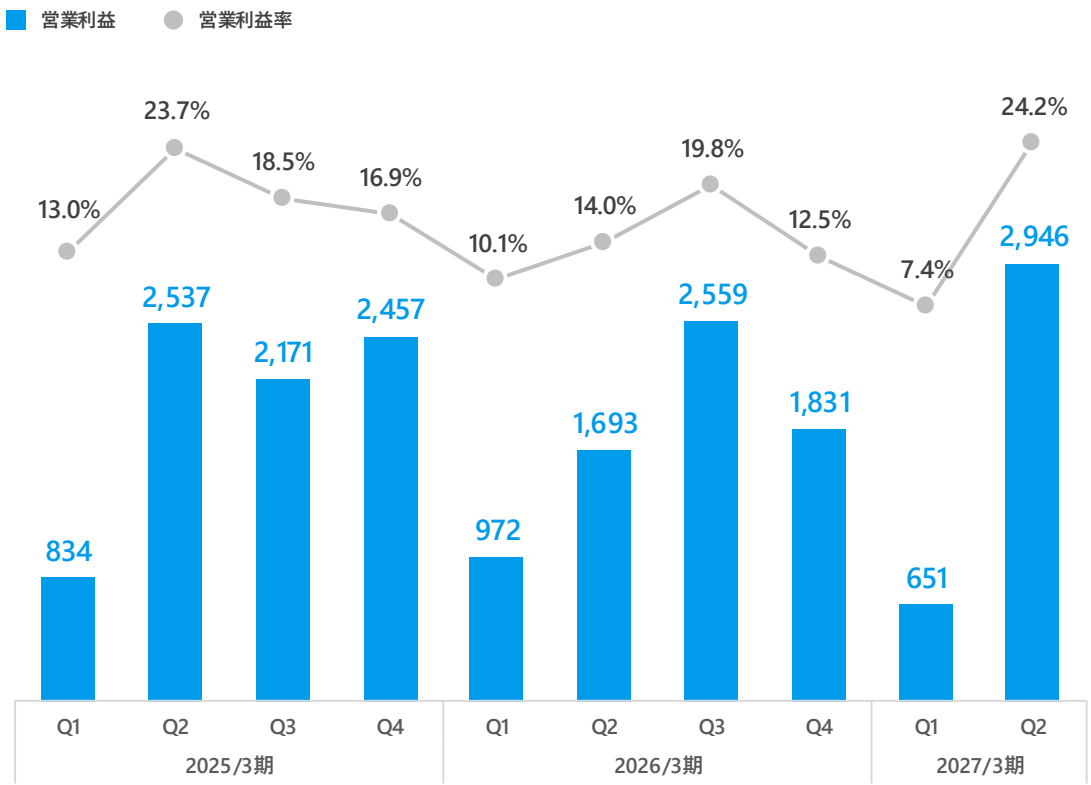
限界利益・営業利益の推移

- 収益性の高いゲーム関連事業の伸長等により、Q2の限界利益率は53.7%(前年同期41.7%)へ向上
- Q2の営業利益は2,946百万円(前年同期1,693百万円)、営業利益率は24.2%(前年同期14.0%)と、セールスミックスの改善が大幅な利益成長に寄与

限界利益及び限界利益率の推移　単位：百万円



営業利益及び営業利益率の推移　単位：百万円



© COVER

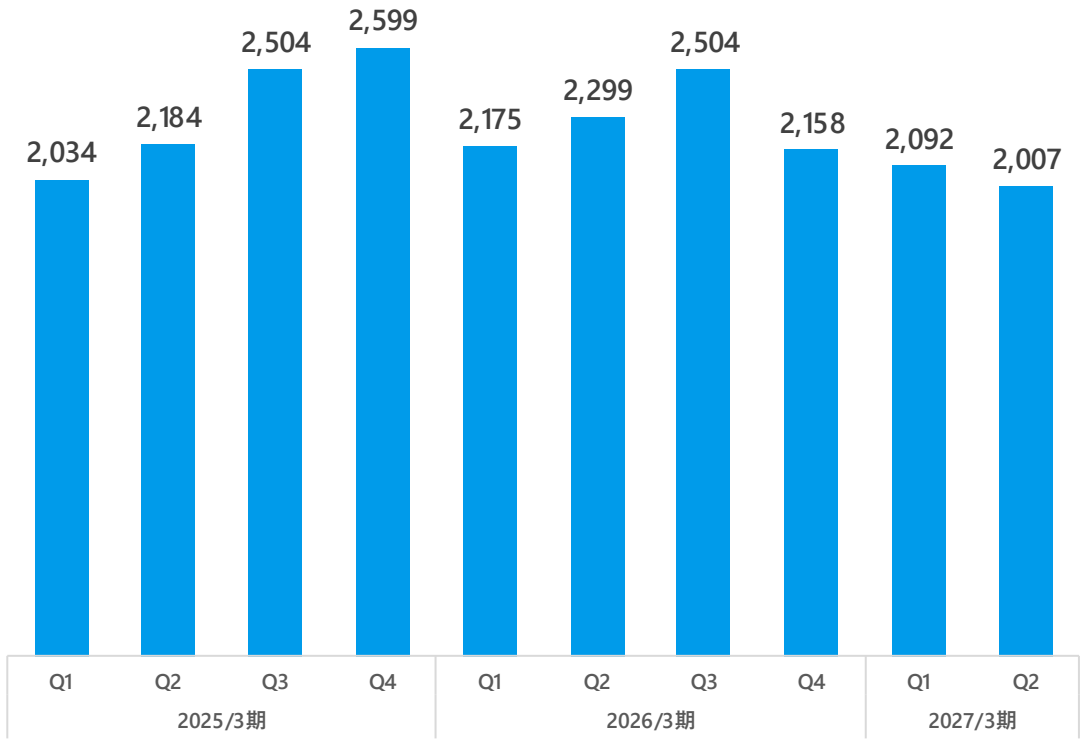
02

サービス分野別の事業展開

事業分野別の進展 ｜ 配信/コンテンツ

- 配信/コンテンツの売上は前年同期比で減少したものの、主因は前年同期に大型CDリリースが集中した反動による音楽収益の減少で、新作アルバムの売上は下期に計上予定
- 「hololive Dreams」関連の配信や10周年カウントダウン番組「hololive Next」、新規ユニットのデビュー等により、チャンネル登録者の純増は前年同期比で拡大

配信/コンテンツの売上推移　単位：百万円





新規ユニットデビュー
「アソビ★まわり隊！」

- デビュー日：
  2026年9月24日、25日
- 初配信の最大同時接続：
  (4名ともに) 14万人以上
- 初回配信中の世界トレンド1位



宝鐘マリン 楽曲MV
「BooooM!!!」「きゃぴ」

- 配信日：
  2026年7月30日(BooooM!!!)
  2026年8月11日(きゃぴ)
- 視聴回数：
  329万回(BooooM!!!)
  660万回(きゃぴ)

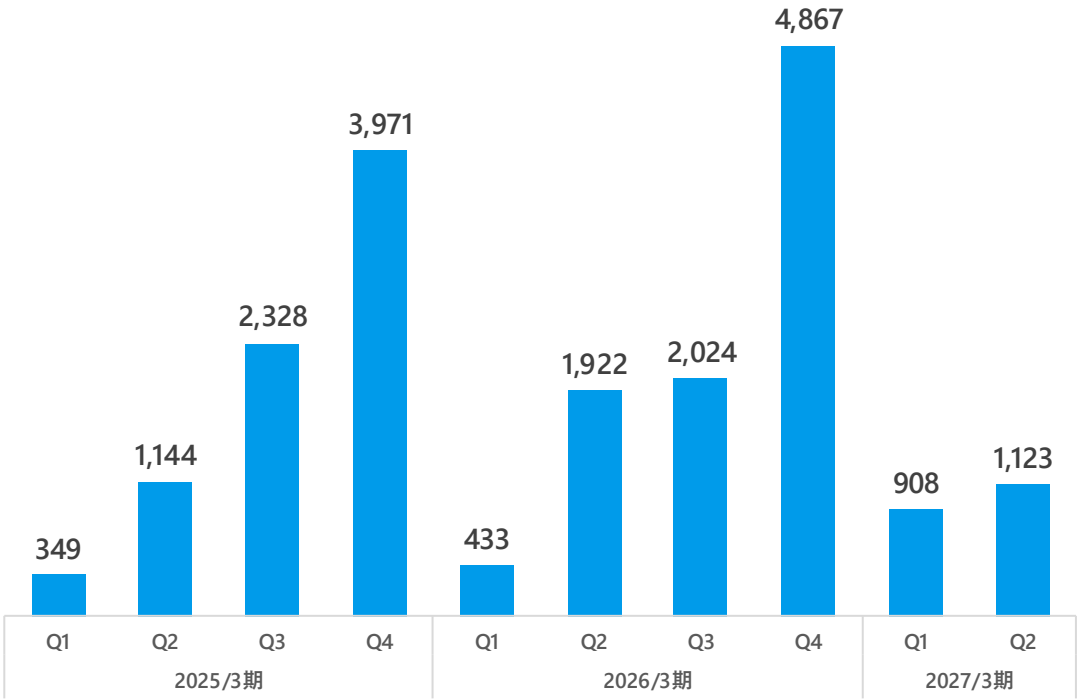
※2026年11月6日時点

© COVER

事業分野別の進展 ｜ ライブ/イベント

- 前年同期に大型公演が集中した反動で前年同期比では減収となったものの、Q2もhololive English 4th Concertや桃鈴ねね1st Live等を開催し、国内外でファンと直接つながる機会を通じてファンエンゲージメントを継続的に強化
- 過去公演の映像商品は、2026年3月に開催したhololive 7th fes.「Ridin' on Dreams」をはじめ大型タイトルの受注が積み上がっており、下期に売上計上を予定

ライブ/イベントの売上推移　単位：百万円





hololive English 4th Concert
-Serendipity-

- 開催日：2026年7月3日、4日
- 開催場所：The Shrine Auditorium (米国ロサンゼルス)



桃鈴ねね 1st Live
「花咲く＊ねねねねねねね超開花！」

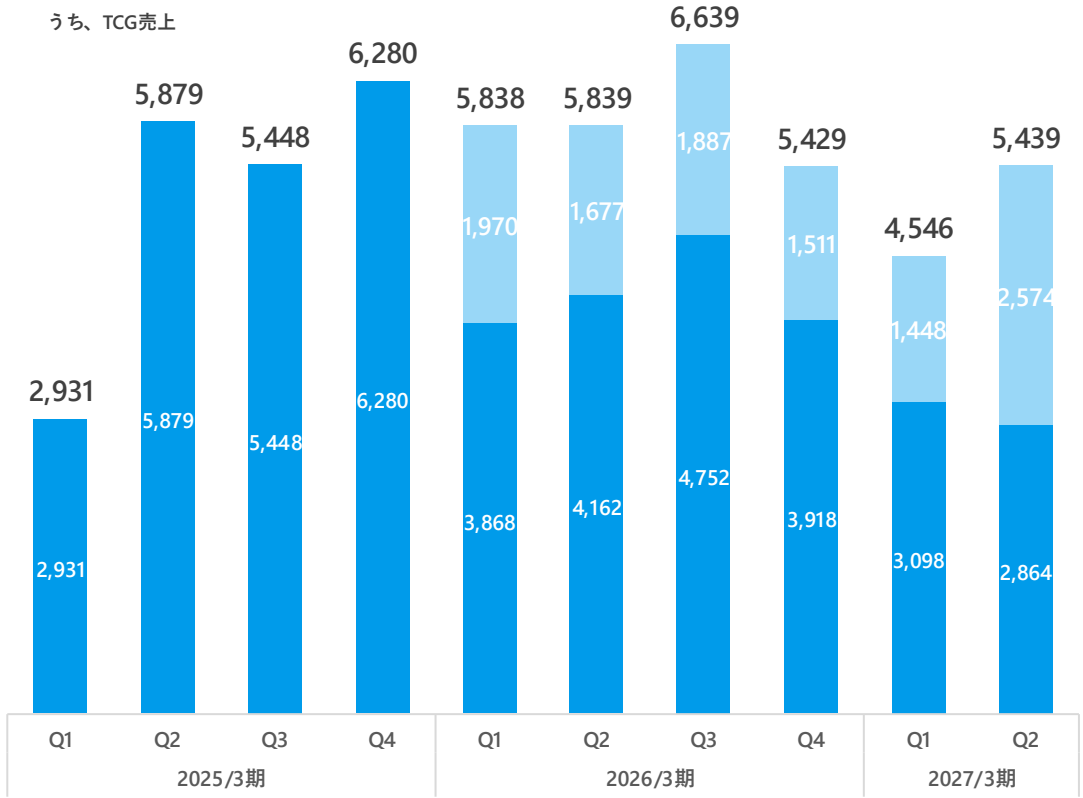
- 開催日：2026年7月29日
- 開催場所：東京ガーデンシアター

© COVER

事業分野別の進展 ｜ マーチャンダイジング

- 前年同期比の減収は、主に卒業タレント関連商品の収益剥落と、在庫リスク低減に向けた一部定番商品の計画的な絞り込みによるもの。卒業タレント関連を除いた公式ECでの受注額は前年同期並みに回復し、TCGも新商品発売で増収
- 購入者数と休眠層の再購入者数は前四半期比で増加し、回復の兆しが広がる。中長期では、販売機会を捉えた企画・生産・供給の最適化により、収益性の高いMD事業への転換を図る

マーチャンダイジングの売上推移　単位：百万円









「hololive Splash T-Party!」

- タレントプロデュースデザインをはじめ85種のTシャツを展示
- 開催日：2026年8月13日～19日
- 開催場所：SHIBUYA TSUTAYA 1F
- 期間限定ECショップで2026年10月31日まで受注販売

hololive OFFICIAL CARD GAME

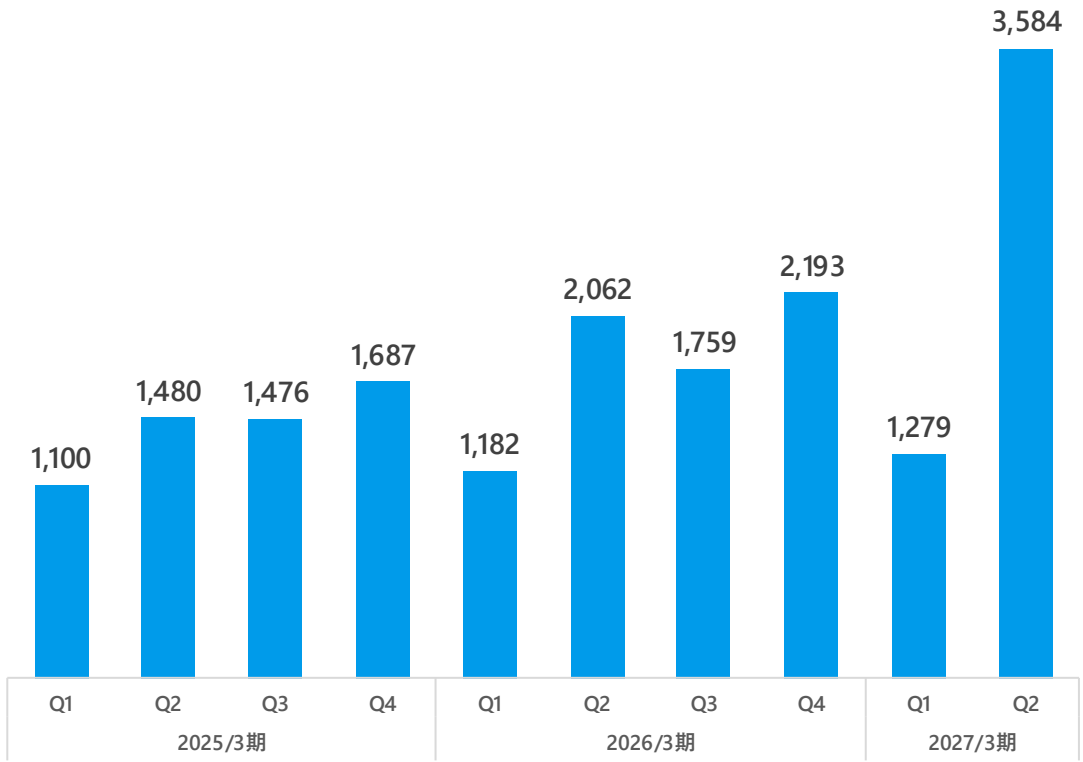
- エクストラブースター「サマー・ホログラム」2026年8月21日発売
- 第9弾ブースターパック「ボリュームヴォルテックス」2026年9月19日発売

© COVER

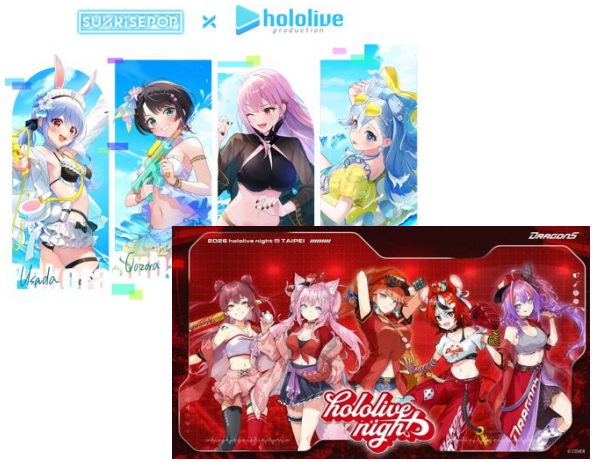
事業分野別の進展 ｜ ライセンス/タイアップ

- 「hololive Dreams」関連収益が期初想定を大幅に上振れて推移し、ライセンス/タイアップの売上を牽引
- 国内では大型代理店との関係深化が進み、北米、東アジア地域をはじめとする海外クライアントとのタイアップ案件の取引も継続して拡大

ライセンス/タイアップの売上推移　単位：百万円







- 「hololive Dreams」の大規模広告展開として、JR山手線や国内外の大型ビジョンで広告ジャックを実施(渋谷・新宿・大阪・台北・ソウル・ジャカルタ・NY・LA)露出拡大を通じた新規ファン層の獲得を企図

- 「味全ドラゴンズ×hololive Night」2年連続での台北コラボイベント全4試合合計で4万人以上の集客
- リアル店舗型ポップアップを上海の百聯ZX創趣場で開催
- Anime Expo(LA)やAnime NYCでの出展による海外での露出の拡大

© COVER

03

成長基盤強化及び構造改革の進捗

成長基盤強化及び構造改革に係る重点施策の進捗状況

- 現在を中長期的な成長基盤強化に向けた投資期として、規律ある投資と構造改革を着実に推進

重点施策領域	進捗
タレント価値の創出 - 創作環境の整備 - タレントマネジメントの強化 - 新規タレント創出・育成パイプライン	● 新規ユニット「アソビ★まわり隊！」が2026年9月24日、25日にデビュー ● 「mekPark」の第2回オーディションを2026年6月5日～7月21日に実施し、新規タレント創出のパイプライン構築が進捗 ● Q1に新設したタレントの創作環境整備の専門部署を中心に、タレントとの対話と活動支援が進捗 ● 下期における新規タレントデビュー、10周年に向けたプロダクション全体のアニバーサリー施策を準備中
ファン体験の向上 - 配信アプリ・表現技術の高度化 - 双方向コミュニケーションの進化 - コミュニティの健全化	● ホロアースで得た技術・知見を既存事業へ統合 ● 新配信アプリ「hololive raku」を2026年9月下旬より導入、映像表現の高度化やファンが配信へインタラクティブに参加できる機能を実装 ● ReGLOSS AR LIVE「X-ReCHORD」(2026年11月29日開催予定)に向けて新スタジオ技術の実装が進捗 ● 健全なファンコミュニティの維持に向けた法務・CS活動の強化が進捗
多面化によるブランド接点の拡大 - メディアミックス展開 - グローバルでのファン接点の拡大 - 販売チャネル・SCMの最適化	● 2026年7月23日に全世界同時リリースした「hololive Dreams」が配信した全プラットフォームにおいてセールスランキング1位を獲得 ● 新規ゲームタイトル「ホロライブ麻雀 -ホロじゃん-」を2026年10月9日に発表(2026年11月25日リリース予定) ● TCGにおける新商品投入と海外展開の拡大を継続 ● 北米、東アジア地域を中心とした海外クライアントとのタイアップ案件の取引が拡大 ● 2026年8月下旬から9月初旬にかけて店舗型ポップアップを上海で開催し、年度末にかけて複数都市へ順次展開予定 ● ホロライブ初となるTVアニメ「おでかけホロライブ」の制作を発表
成長を支える経営基盤の整備 - 組織・意思決定プロセスの再編 - 投資評価軸の明確化 - 資産・資本効率の改善	● 意思決定レイヤーの簡素化・関連事業軸での組織統廃合を企図した新組織が2026年4月から運用開始 ● 持続的な成長に向けた各種プロジェクトの定期棚卸しプロセスを通じて、規律ある資源配分を支える体制構築が進捗 ● タレント価値の創出に向け、ユニット運用を軸に企画・制作・運営を一体で回す組織体制・運用方法のあり方を検討開始

© COVER

プロダクション10周年に向けたカウントダウンプロジェクトの始動

- プロダクション9周年を機に、10周年のアニバーサリーに向けたカウントダウンプロジェクトを開始
- 2026年9月7日に初回を配信したカウントダウン施策を発表するニュース番組「hololive Next」では、ブランドの刷新からメディアミックス施策まで、次の成長に向けた施策群の第1弾を発表

hololive



発表済みの主な施策

- カウントダウンニュース番組「hololive Next」配信開始
- プロダクション10周年特設サイトの開設
- 「hololive」ブランドロゴの刷新と、「ホロライブ」の統合
- 所属タレントのビジュアルアップデート(第1弾：ときのそら)
- 新配信アプリ「hololive raku」発表
- ホロライブ初となるTVアニメ「おでかけホロライブ」制作を発表

今後も数か月ごとに配信し、既存ファンとのつながりを深めるとともに、新たなファン層との接点を広げる

© COVER

ホロライブ初のTVアニメ「おでかけホロライブ」の制作を発表

- 10周年企画の一環としてホロライブプロダクション初のTVアニメの制作を発表
- 世界中の幅広い層にタレントの魅力を届けるメディアミックスの入口として、新規ファン層の獲得とブランド価値の向上を図る



おでかけホロライブ

© COVER/OhP

タイトル

- 「おでかけホロライブ」(通称「おでホロ」)

企画内容

- タレント29名が日本全国を巡る旅のオムニバスストーリー

製作

- おでかけホロライブ製作委員会

アニメーション制作

- 株式会社スタジオKAI

原作

- カバー株式会社

© COVER／おでかけホロライブ製作委員会

新規ユニット「アソビ★まわり隊！」のデビュー

- バラエティに特化した4名の新規ユニット「アソビ★まわり隊！」が2026年9月24日、25日にデビュー
- ユニット活動と個人活動を組み合わせ、VTuberファンに加えてより幅広い層への接点拡大を目指す



YouTubeチャンネル登録者数
33.7万人



YouTubeチャンネル登録者数
40.9万人



YouTubeチャンネル登録者数
36.6万人



YouTubeチャンネル登録者数
32.8万人

※2026年11月6日時点

- 2026年9月24日、25日の初配信時の最大同時接続は4名とも14万人を超え、7日間での再生数は合計590万回を超える盛り上がりを見せた
- 4名全員が初回配信中に世界トレンドの1位を獲得

© COVER

「hololive Dreams」の力強いスタートと、新ゲームタイトルの発表

- 「hololive Dreams」は配信した全てのプラットフォームでセールスランキング1位を獲得
- 続くタイトルとしてタレントが登場する麻雀ゲーム「ホロライブ麻雀 -ホロじゃん-」を発表、事前登録受付開始



- 対応プラットフォーム：iOS、Android、Steam
- リリース日：2026年7月23日
- ダウンロード数：300万DL超



- 対応プラットフォーム：iOS、Android、Windows、ブラウザ
- リリース予定日：2026年11月25日
- 事前登録者数：30万人

※2026年11月4日時点

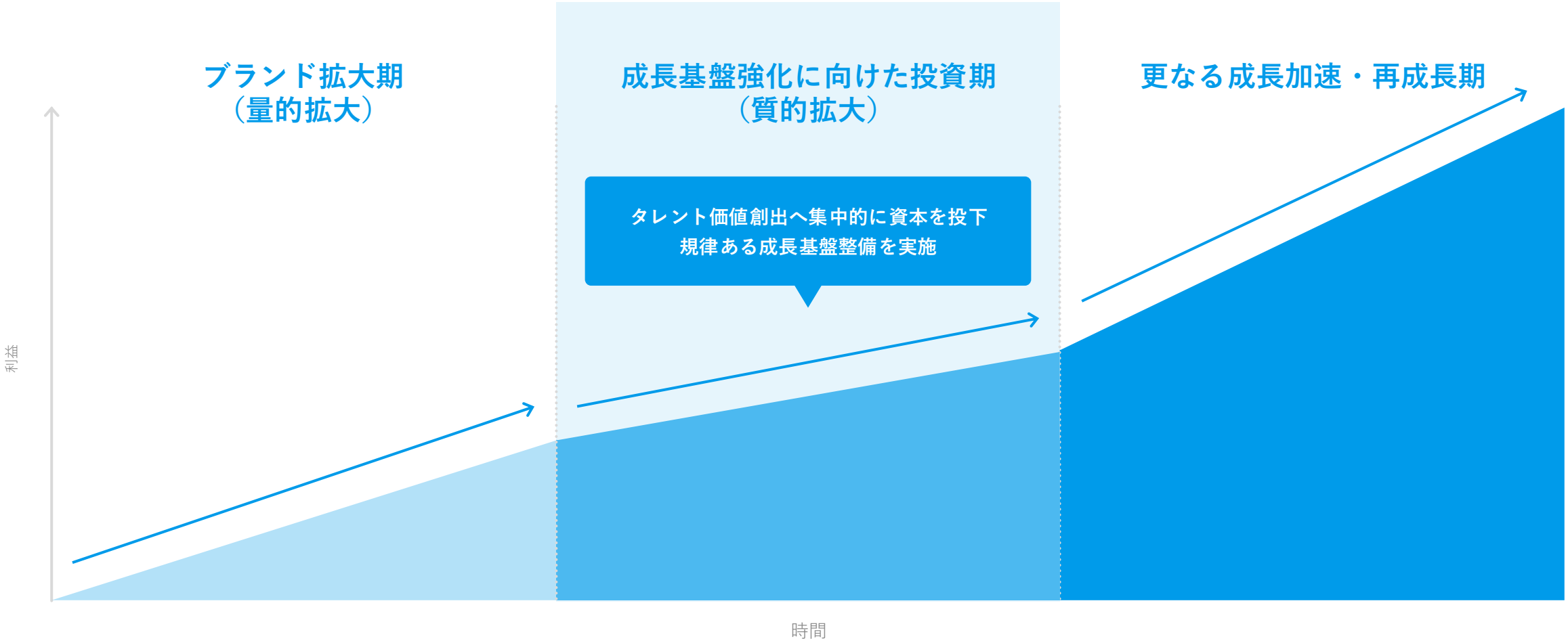
© COVER

COVER

Appendix

中長期的な企業価値の最大化に向けた成長ロードマップと現在地

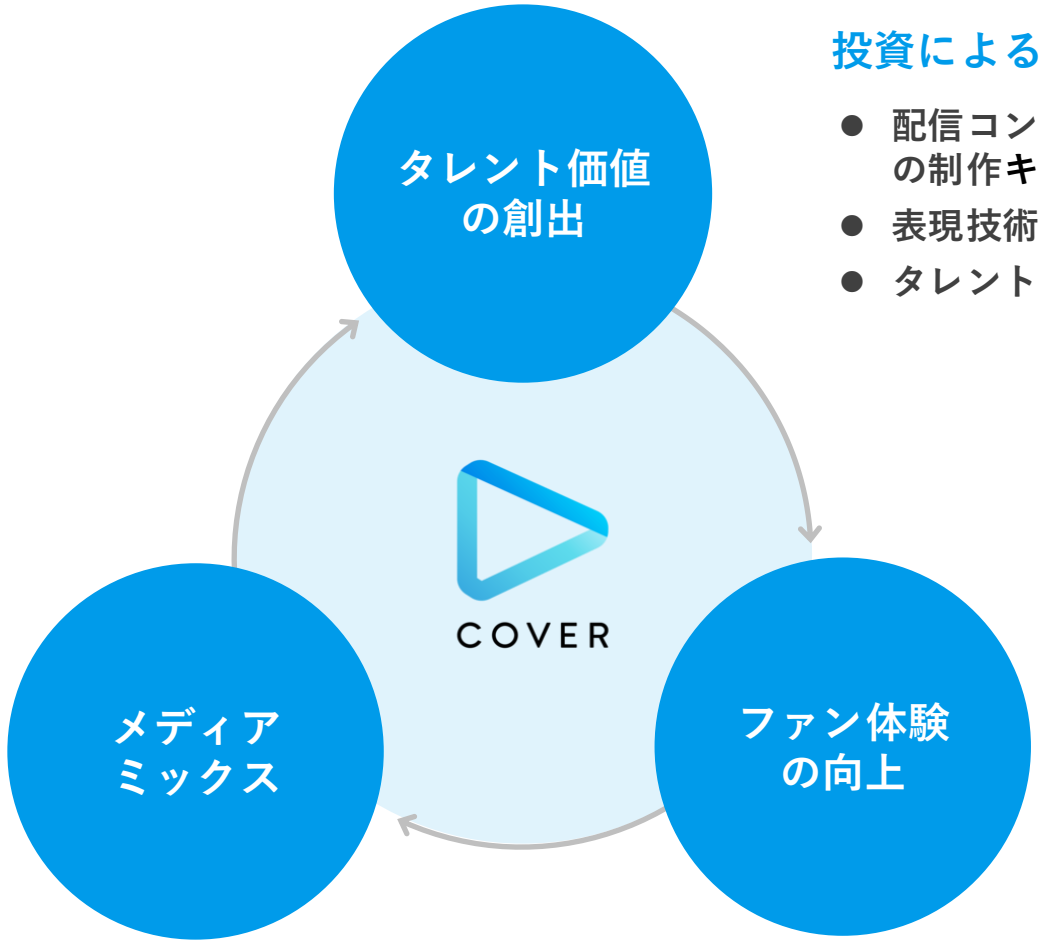
- 当社の成長戦略において、現在は中長期的な収益拡大を見据えた、成長基盤への投資期と位置づけ



© COVER

タレント価値の創出を起点とした循環構造型のビジネスモデル

- 当社の価値創出基盤は、タレント価値を起点とした循環構造型のビジネスモデルによって成り立つ
- 成長最大化には、この価値創出基盤の強化が不可欠であり、中でもタレント価値の創出に注力



投資による創作環境強化

- 配信コンテンツ、楽曲/MV等の制作キャパシティ向上
- 表現技術の研究開発
- タレントマネジメント改善

多面化による
ブランド接点の拡大

- TCG
- ゲーム
- コミックス
- アニメ
- グローバルタイアップ

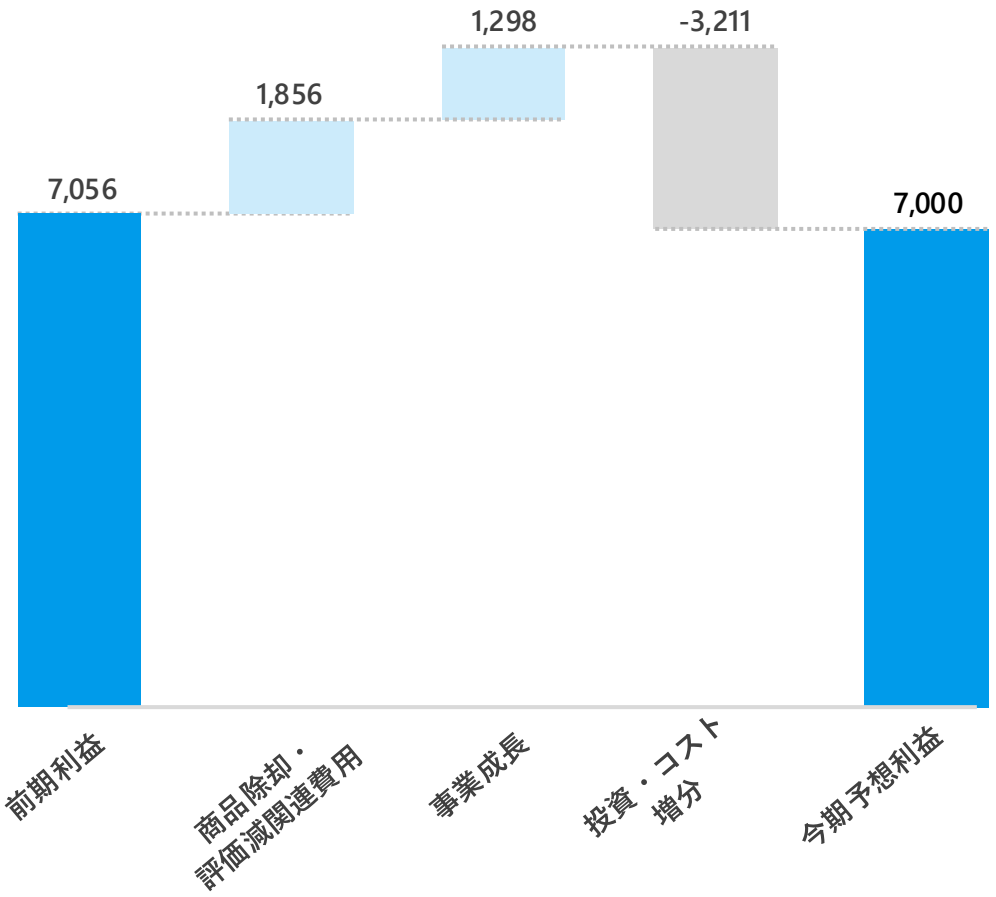
コミュニティ参加による
体験の向上

- ライブ
- イベント
- グッズ
- UGC参加

© COVER

タレント価値創出への集中的資本投下の見通しと今年度利益目標（再掲）

2027/3期業績予想の内訳（利益ブリッジ）



構造改革に伴う商品在庫等の資産関連コスト適正化と事業成長

- **一時的費用の影響解消：**前期に実施した商品在庫の除却・評価減（約18億円）関連費用の影響解消による利益押し上げ
- **将来コストの軽減：**ホロアース等の開発資産減損に伴う、当期以降の減価償却費負担の軽減効果
- **事業成長：**既存タレントの堅調な推移、TCG、ライセンス/タイアップ領域の拡大等によるベース収益の底上げ

持続的な成長に向けた「タレント価値創出への集中的資本投下」

タレント価値の持続性を支える基盤強化に向けて、今期はタレントが長期的に活躍できるエコシステムの構築へ集中的に投資を実施

主な投資内訳：

- タレントマネージャーおよびコンテンツディレクターの増員によるサポート体制の拡充
- 表現の高度化に向けたクリエイティブ制作体制・スタジオ環境の強化
- グローバル展開を見据えたサプライチェーン・マネジメント（SCM）の最適化
- 全社オペレーション体制の強化

期待される効果：タレント一人あたりの稼働負荷軽減（心理的安全性の確保）と、高品質なコンテンツの安定供給による中長期的な成長基盤の強化

予算策定における規律（保守的なアプローチ）

- 大型スマートフォンゲームの寄与や、新規タレントのデビューによる影響については、現時点では保守的に予算化
- これらが想定を上回る推移を見せた場合は、業績のアップサイド要因として機能

© COVER

中期経営目標と資本配分のフレームワーク

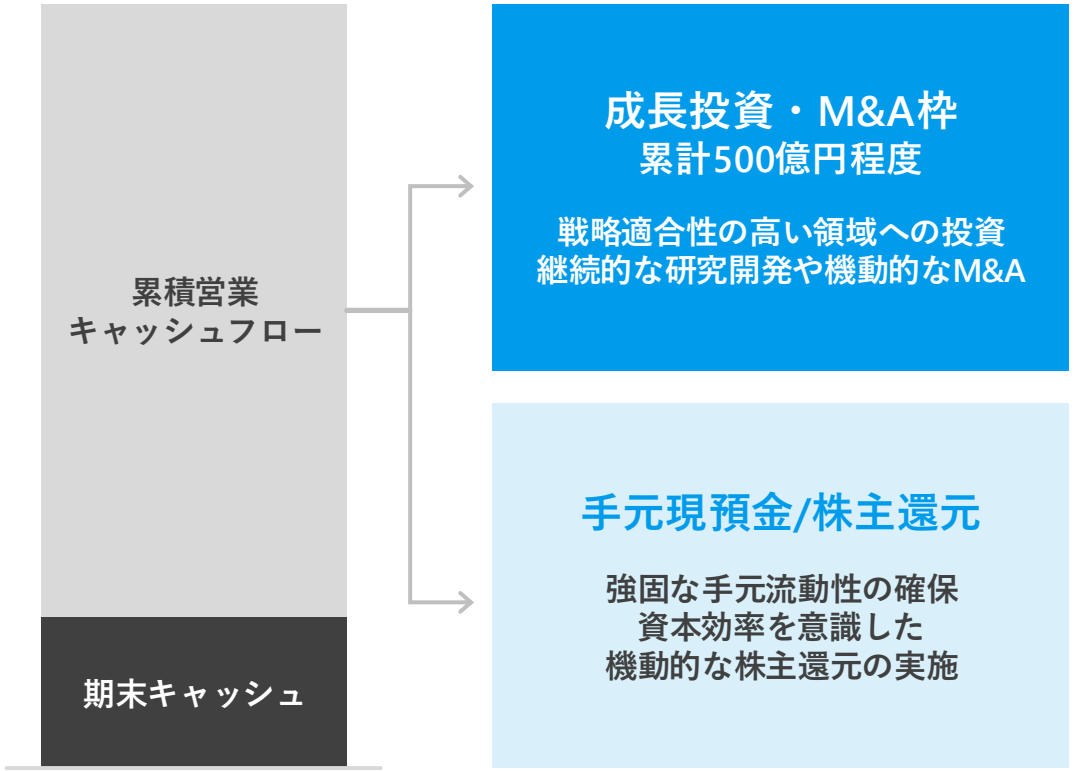
- 2030年の財務目標およびビジョンに大きな変更は無し
- 引き続きグローバルなクリエイター経済圏の確立を目的とした持続可能な成長を企図

目標の据え置き

- トップタレントを輩出し続ける持続可能なエコシステムの構築を核に、事業の多面展開と収益性の向上を伴う成長を継続
- 目標は維持しつつ、達成プロセスは規律に基づき柔軟に最適化する方針

フェーズ転換

- 中長期の価値創出に向け、「量的拡大」フェーズから、収益の質と資本効率を意識した「質的拡大」フェーズへと移行
- 外部環境を踏まえ、マイルストーンおよび投資配分を継続的に見直し
- タレント価値の創出および熱量の高いファンコミュニティを前提とした、プロダクションの持続可能性に基づく成長パスを優先し、ポートフォリオの最適化を行う

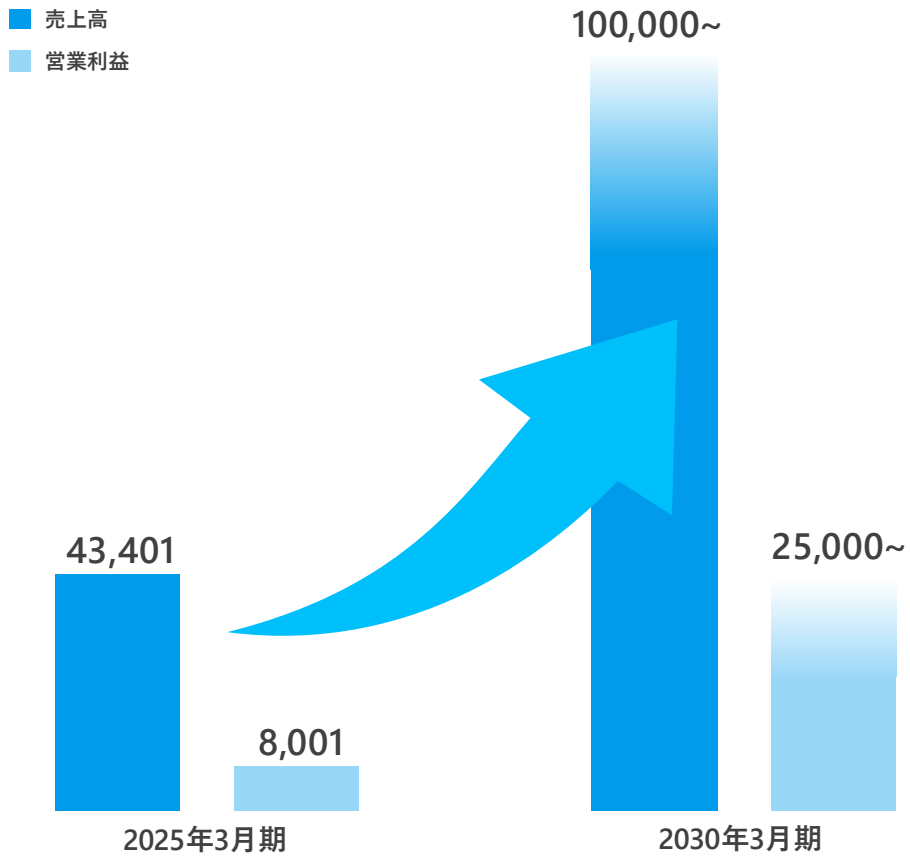


© COVER

中期経営目標(～2030年3月期)

- 2030年3月期に売上高1,000億円、営業利益250億円以上を達成することを中期経営目標とする

事業の成長イメージ　単位：百万円



売上・売上総利益

- VTuberへの収益分配を確保しつつ、プロダクトの多面展開とセールスミックスの変化により中期的に収益性を改善しながら事業規模を拡大

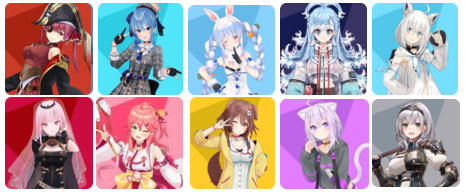
営業利益

- 制作能力拡充、海外事業開発、デジタルコンテンツ関連事業開発等広範な成長領域への投資と持続的な成長を重視し、現実的かつ中長期での最大価値創出を目指した利益水準を目標とする
- 成長投資と収益機会の多様化を推進する過程においては、期中でのセールスミックスの変動が想定されるため、中期目標としては営業利益率よりも営業利益水準を重視
- 新経営体制のもと、人員再配置や業務プロセスの見直し、販管費の最適化といった構造改革を進め、収益体質の強化も並行して推進する
- 事業基盤の拡張期が一巡すれば、コスト最適化とスケールメリットにより、収益性の更なる改善余地も見込む
- 中期目標はオーガニック成長で到達可能という想定だが、成長の選択肢として戦略的な提携・外部資源の活用も排除しない

© COVER

VTuberの可能性を広げる、多角的なエンターテインメント展開

- 日々の配信やライブイベントを通じて、ファンとの強い絆を築き、熱量の高いコミュニティを形成
- タレントの個性や世界観をバーチャルから現実へ広げ、グッズやタイアップを通じてファンの日常に彩りを提供する

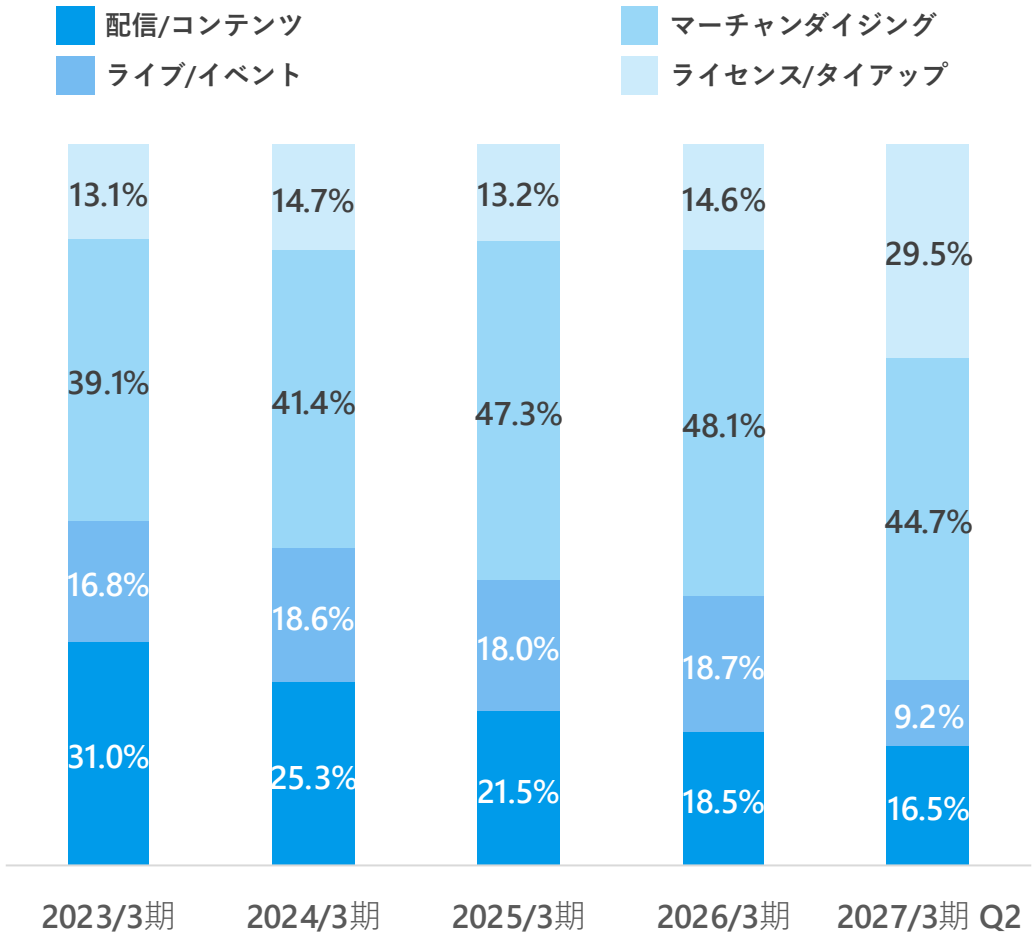
	VTuber・ファンベースを育成		多面的なコマース展開	
	配信/コンテンツ	ライブ/イベント	マーチャンダイジング	ライセンス/タイアップ
サービス概要	配信プラットフォームを通じたライブ配信 	オフライン/オンラインでのライブイベント開催 	フィジカル/デジタルのVTuberグッズ販売 	メーカー等へのIPライセンスアウトやタイアップ広告等のプロモーション支援 
主な収益源	chメンバーシップ※2、Super Chat※3	チケット販売、関連物販	自社/外部ECサイトでの販売	ライセンシーからのロイヤリティ 広告主からのプロモーション料
主なコスト項目	プラットフォーム手数料、演者分配	ライブイベント制作費、演者分配	販売手数料、グッズ原材料、演者分配	制作費、演者分配
売上構成比※1 （売上高前期比）	18.5% （YoY -2.0%）	18.7% （YoY +18.7%）	48.1% （YoY +15.6%）	14.6% （YoY +25.3%）

※1：2026年3月期売上高に占める内訳
※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
※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

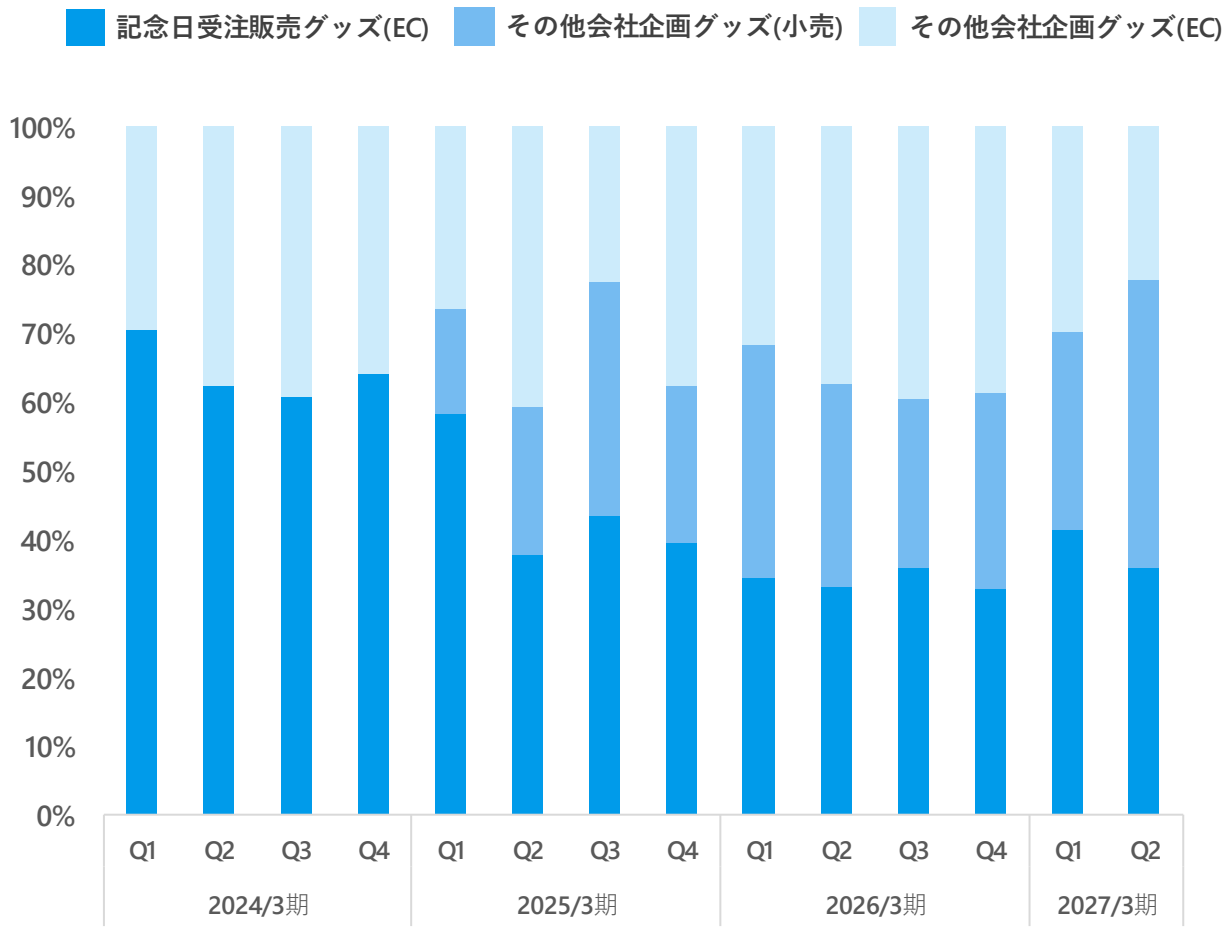
© COVER

サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

サービス別売上高比率



MD各プロダクト・販路別の四半期売上比率の推移

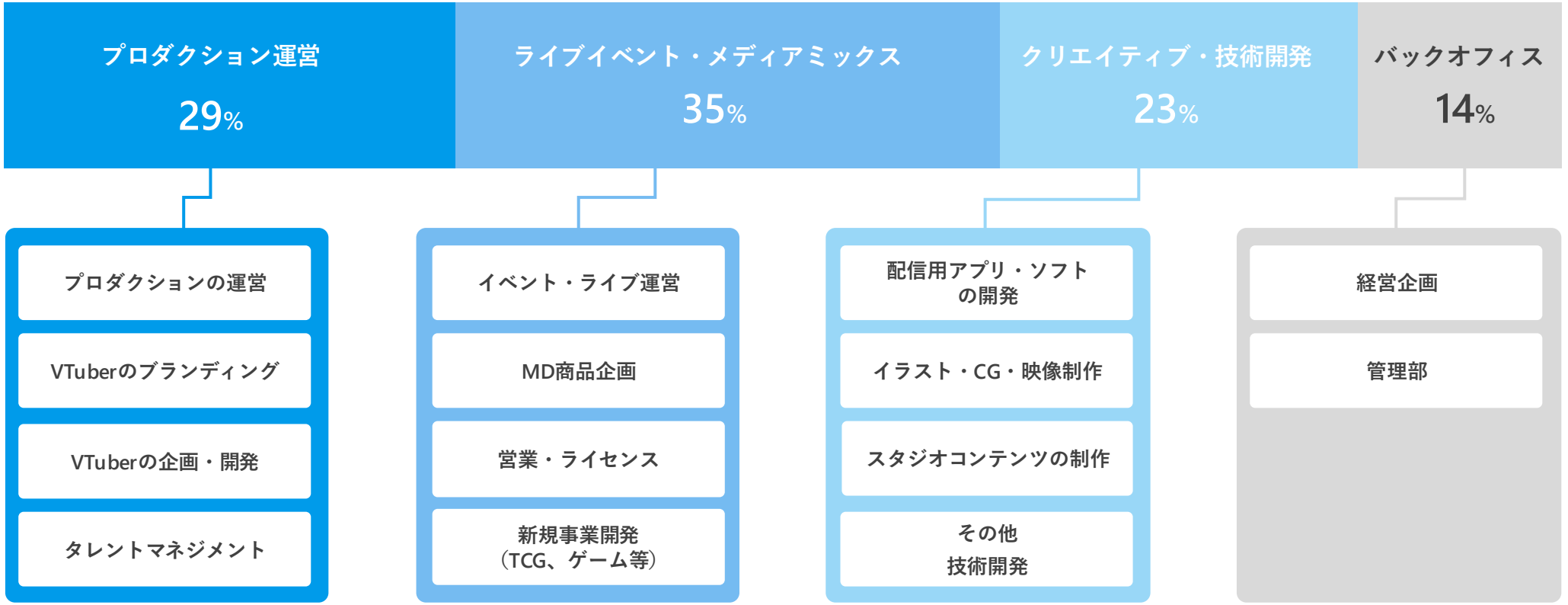


© COVER

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

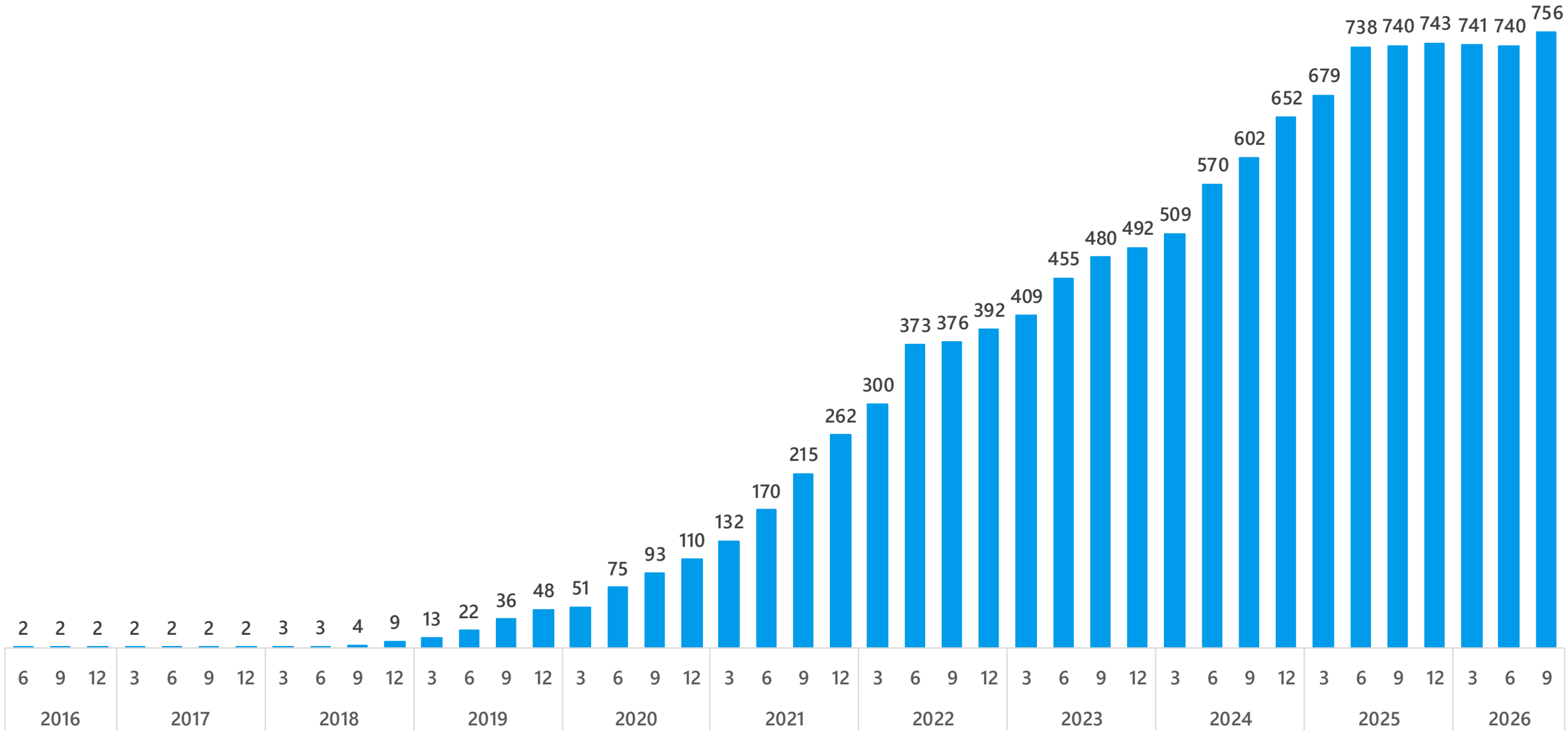
人員構成内訳 ※ (2026年9月30日時点)



※：正社員における人員構成
「ホロアース」の終了に伴いメタバース開発にかかる人員の再配置を実施したため、一部人員については他部署（他カテゴリー）への異動が発生

© COVER

従業員数の推移



© COVER

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

	2023/3期				2024/3期				2025/3期				2026/3期				2027/3期	
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2
YouTubeチャンネル登録総数（万）	6,525	7,002	7,238	7,558	7,782	8,319	8,625	8,841	9,225	9,362	9,599	9,715	9,287	9,478	9,394	9,502	9,525	9,730
所属VTuber数※1 (100万人+VTuber数)	68 (27)	71 (30)	71 (31)	75 (32)	75 (33)	82 (36)	86 (36)	85 (38)	89 (41)	87 (40)	91 (46)	89 (44)	86 (42)	86 (43)	85 (43)	84 (43)	79※2 (45)	82 (45)
売上高（百万円）	3,601	4,190	5,010	7,648	5,142	7,133	6,949	10,941	6,416	10,688	11,758	14,538	9,629	12,124	12,927	14,648	8,825	12,155
配信/コンテンツ	1,450	1,572	1,575	1,744	1,651	1,799	2,038	2,157	2,034	2,184	2,504	2,599	2,175	2,299	2,504	2,158	2,092	2,007
ライブ/イベント	193	581	466	2,187	376	1,285	954	2,985	349	1,144	2,328	3,971	433	1,922	2,024	4,867	908	1,123
マーチャンダイジング	1,574	1,597	2,090	2,740	2,091	3,269	2,701	4,414	2,931	5,879	5,448	6,280	5,838	5,839	6,639	5,429	4,546	5,439
ライセンス/タイアップ	382	439	878	976	1,023	778	1,254	1,383	1,100	1,480	1,476	1,687	1,182	2,062	1,759	2,193	1,279	3,584
営業利益（百万円）	361	516	856	1,682	895	1,408	1,186	2,045	834	2,537	2,171	2,457	972	1,693	2,559	1,831	651	2,946

※1 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
※2 2026年5月26日のプレスリリースの通り、ホロスターズの事業編成変更を受けてタレント数が減少

© COVER

損益計算書の概要

百万円	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期 Q2
売上高	20,451	30,166	43,401	49,330	12,155
成長率	*+49%*	*+48%*	*+44%*	*+13.7%*	*+0.3%*
売上総利益	9,396	13,988	21,805	23,507	7,059
対売上高比率	*45%*	*46%*	*50%*	*48%*	*58%*
営業利益	3,417	5,536	8,001	7,056	2,946
対売上高比率	*16%*	*18%*	*18%*	*14%*	*24%*
当期純利益	2,508	4,137	5,559	3,016	2,024
対売上高比率	*12%*	*14%*	*13%*	*6%*	*17%*

© COVER

貸借対照表の概要

百万円	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期 Q2
流動資産合計	11,740	14,798	22,872	25,108	21,338
現金及び現金同等物	7,793	8,666	11,498	16,008	12,527
固定資産合計	4,146	7,914	10,187	9,799	10,100
資産合計	15,887	22,713	33,060	34,908	31,438
負債合計	8,880	11,569	16,112	14,944	12,034
純資産合計	7,006	11,143	16,947	19,964	19,403

© COVER

キャッシュ・フロー計算書の概要

百万円	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期	2027/3期 1H
営業活動による キャッシュ・フロー	4,866	4,765	5,285	7,204	1,405
投資活動による キャッシュ・フロー	△2,759	△3,893	△2,696	△2,701	△1,883
財務活動による キャッシュ・フロー	1,040	△0	244	-	△2,999
現金及び現金同等物の 増減額	3,148	873	2,831	4,510	△3,481
現金及び現金同等物の 期首残高	4,644	7,793	8,666	11,498	16,008
現金及び現金同等物の 期末残高	7,793	8,666	11,498	16,008	12,527

© COVER

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。

© COVER

COVER

つくろう。世界が愛するカルチャーを。

https://cover-corp.com/