事業計画及び成長可能性に関する事項

2025.5.13

COVER

イントロダクション

ミッション

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。

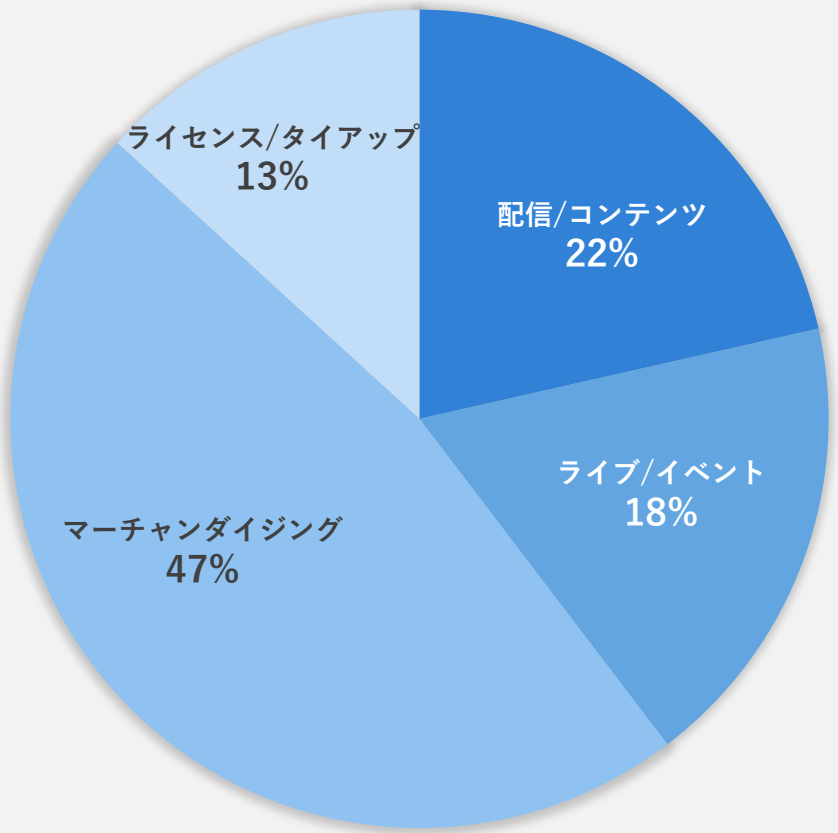
国境を超え、世代さえも超えて、
愛される二次元エンターテインメントをつくる。
ただ、そのために、私たちは挑戦をつづけます。

会社概要

VTuberを起点に多面的なビジネスを展開し、
独自の収益モデルを構築するバーチャルエンターテインメント企業

会社名	カバー株式会社 “COVER Corporation”
資本金	1,093百万円
設立	2016年6月13日
代表取締役	谷郷 元昭
取締役	福田 一行、植田 修平、須田 仁之、和田 洋一、 宮島 功、小倉 親子、新井 健一郎
社員数	679名
事業内容	VTuberプロダクション事業 （配信/コンテンツ、ライブ/イベント、マーチャンダイジング及びライセンス/タイアップ）

■収益構成（2025年3月期）



VTuberとは

VTuberとは、リアルとデジタルを融合し、
ファンと双方向にコミュニケーションをする新時代のクリエイター

配信者

×

アバター

=

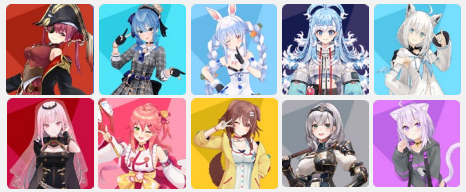
**生身のクリエイターが、配信プラットフォームなどのオンライン空間やライブ会場と
いったオフライン空間において、バーチャルアバターを介したパフォーマンスを行う**

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熱量の高いファンコミュニティを拡大。
バーチャルアバターの特性を活かして多面的なコマース展開を行う

VTuber IP・ファンベースを育成

配信/コンテンツ

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 
主な収益源	chメンバーシップ[*2]、 Super Chat[*3]
主なコスト項目	プラットフォーム手数料、演者分配
売上構成比[*1]（売上高前期比）	**21.5%**（YoY +22.0%）

ライブ/イベント

サービス概要	オフライン/オンラインでのライブイベント開催
主な収益源	チケット販売、関連物販
主なコスト項目	ライブイベント制作費、演者分配
売上構成比[*1]（売上高前期比）	**17.9%**（YoY +39.1%）

多面的なコマース展開

マーチャンダイジング

サービス概要	フィジカル/デジタルのVTuberグッズ販売
主な収益源	自社/外部ECサイトでの販売
主なコスト項目	販売手数料、グッズ原材料、演者分配
売上構成比[*1]（売上高前期比）	**47.4%**（YoY +65.1%）

ライセンス/タイアップ

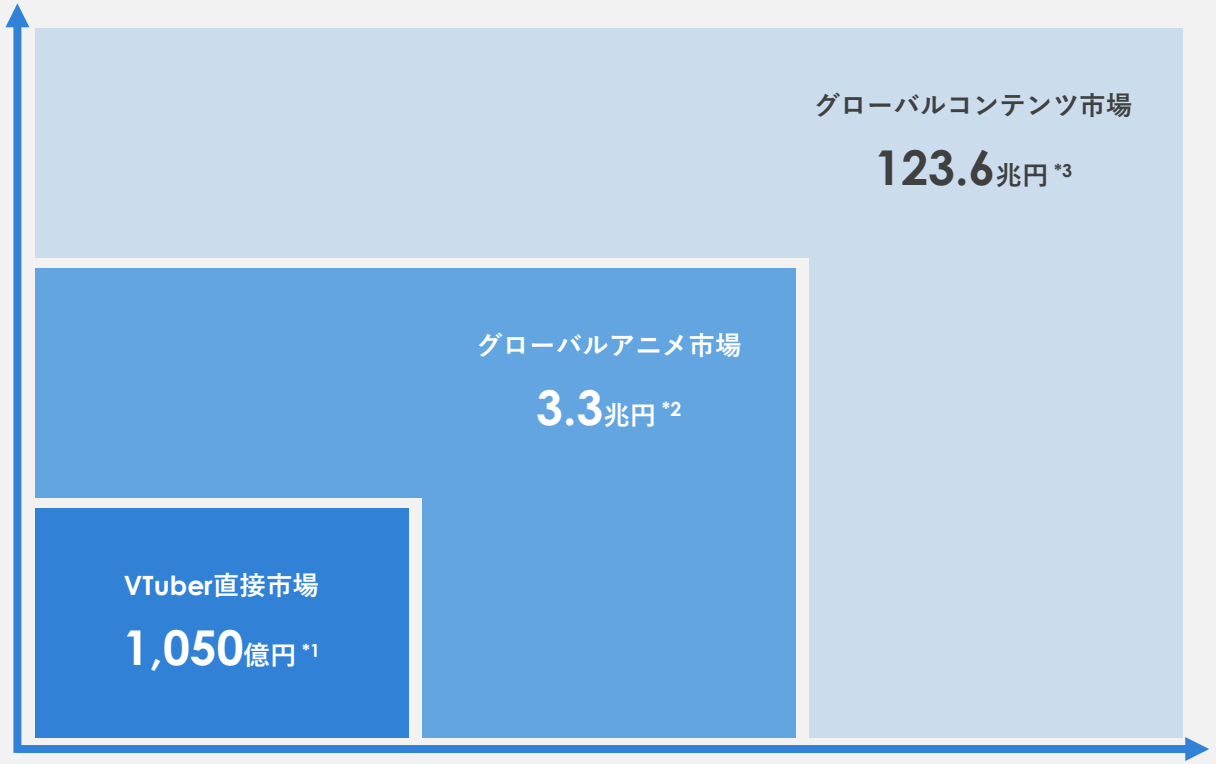
サービス概要	メーカー等へのIPライセンスアウトやタイアップ広告等のプロモーション支援
主な収益源	ライセンシーからのロイヤリティ 広告主からのプロモーション料
主なコスト項目	制作費、演者分配
売上構成比[*1]（売上高前期比）	**13.2%**（YoY +29.4%）

※1：2025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

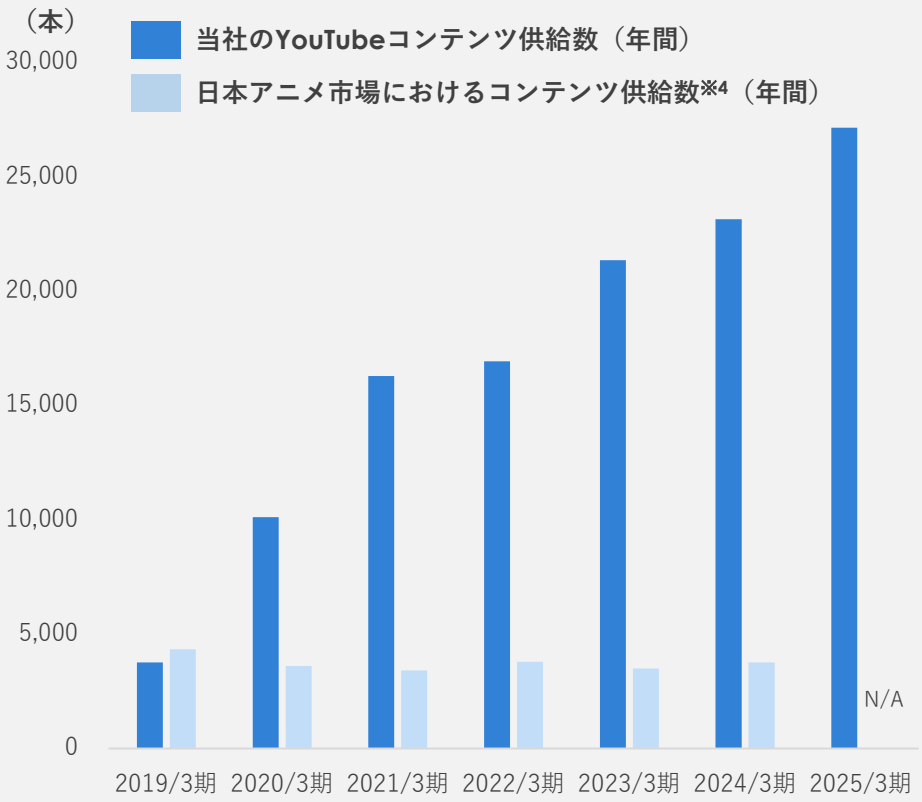
VTuber市場の急速な拡大

VTuber市場は、アニメ市場と相似的な構造を持ちながら、
圧倒的なコンテンツ供給量と双方向性によって、熱量の高いファン層を獲得しつつ急拡大

■ VTuber市場のTAM拡大イメージ



■ 当社のYouTubeコンテンツ年間供給数 v.s. 日本アニメ市場におけるの年間新規タイトル供給数



※1：株式会社矢野研究所『2025年 VTuber市場の徹底研究 ～市場調査編～』より、2024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2024』より、2023年 アニメ産業市場（広義のアニメ市場）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
※4：一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2024』より、「TVアニメ制作分数」を1本あたり30分として計算

ホロライブプロダクションの構造的な成長

制作能力の蓄積と収益多角化が持続的な成長を支える

■ ホロライブプロダクション

所属VTuber数	89名
総ch登録者数	9,715万
登録者数100万人以上のVTuber数	44名
平均月間UU数	2,792万
海外視聴者比率	30.1%

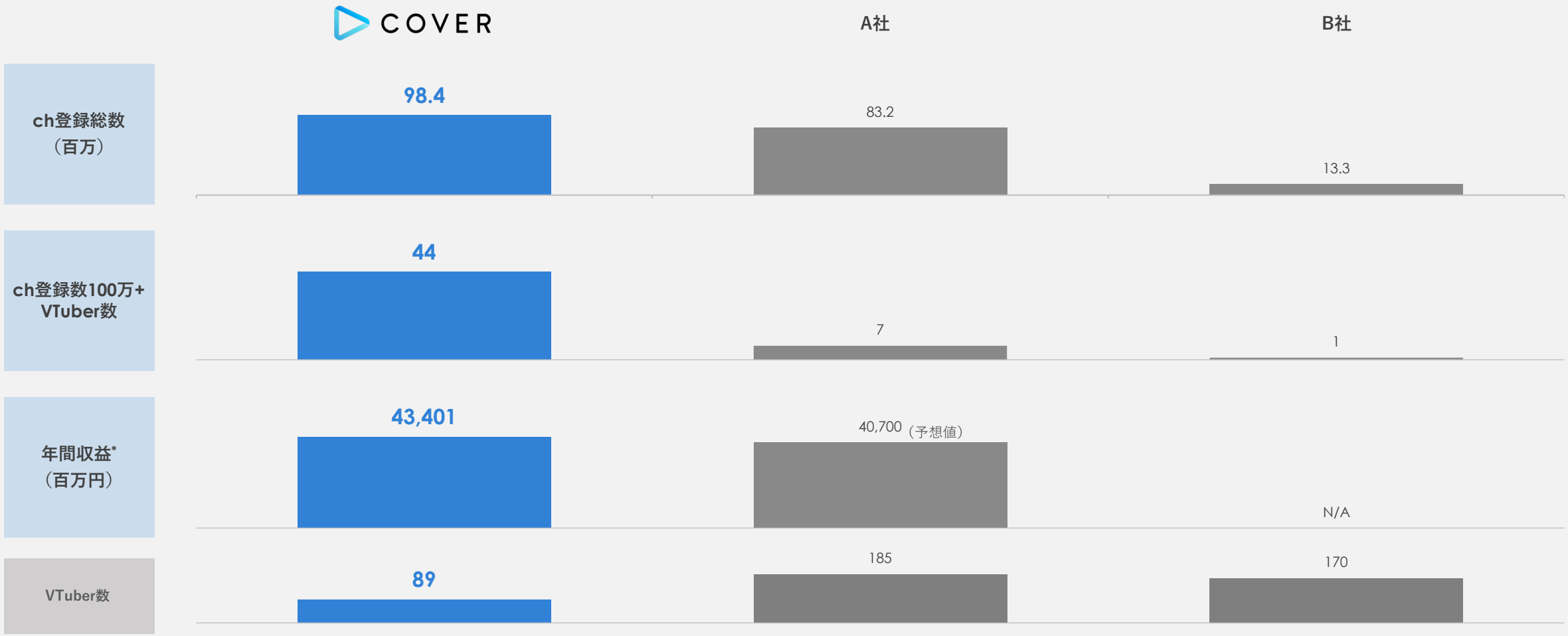
出所： YouTube（2025年3月31日時点）

■ 一般的なインフルエンサービジネスとの違い

	ホロライブプロダクション	一般的なインフルエンサービジネス
制作能力の蓄積	• 3Dモーションキャプチャー・スタジオ等の大型投資によるスケールメリット • 表現技術に関する継続的な技術開発	• 制作力はインフルエンサー個人に依存し、ノウハウ等は蓄積しづらい
収益モデル	• 配信、ライブ、MD、ライセンス、TCG、ゲーム等多面的	• 広告・タイアップ収益が中心
ヒットの再現性	• プロダクションのブランドとファンプールの蓄積を背景に、再現性のあるヒットを創出	• 個別インフルエンサーの影響力に依存

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・収益は業界トップクラス



出所： ユーザーローカル（2025年3月31日時点）

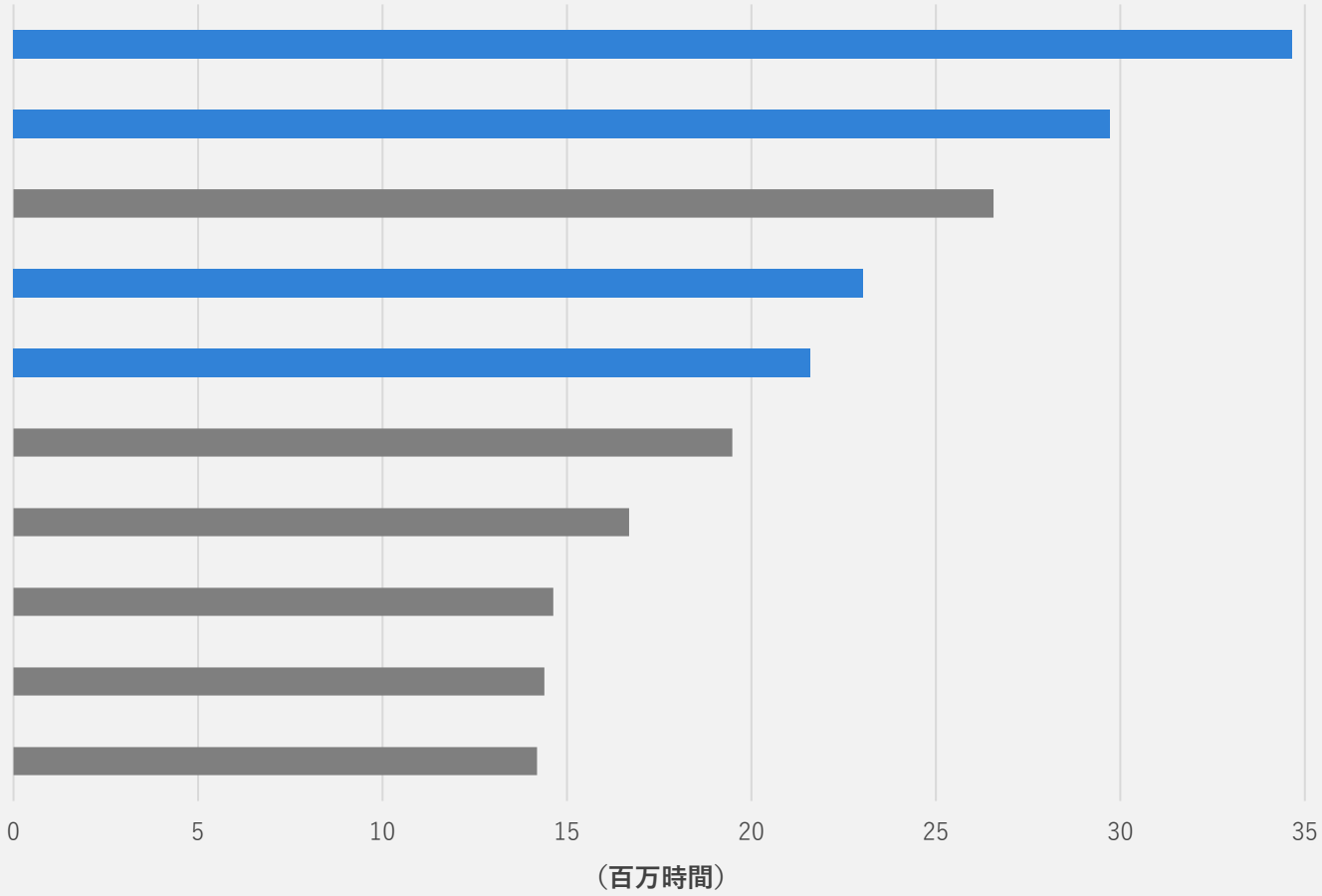
※：各社公表済の実績または予想値による同期間比較。公表している数値がない場合はN/A。

世界配信者ランキングでもトップの実績

非VTuberも含む世界の女性配信者ランキングにおいてトップ5のうち4名は
当社所属VTuberが占める

■女性配信者の総視聴時間数トップ10（2024年／世界ランキング／非VTuber配信者含む）

#	名前	総再生時間
1	兎田ぺこら	34,658,391
2	さくらみこ	29,712,171
3	ironmouse	26,559,879
4	博衣こより	23,036,587
5	大空スバル	21,601,988
6	mira	19,481,598
7	Emiru	16,683,595
8	amouranth	14,631,769
9	Jinnytty	14,384,329
10	Kyedae	14,189,824



出所： Stream Charts「2024年女性ストリーマー総視聴時間ランキング」

分野別の売上ドライバーと利益貢献度

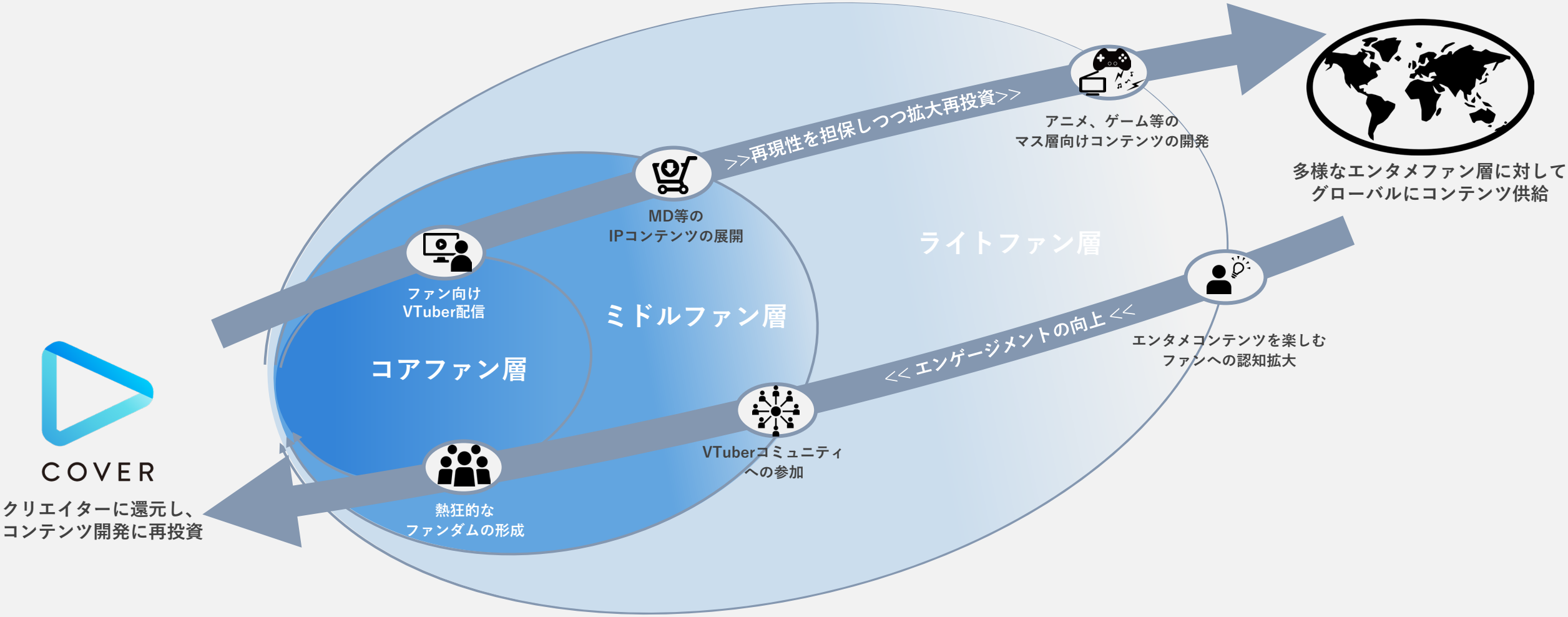
過年度においては、集客関連KPIが大きく伸長。利益貢献度の高い
コマース領域においても、事業開発の進展を背景に各種KPIが着実に成長

サービス分野	売上（百万円）		売上ドライバー（YoY成長率）				コスト/投資割合	利益貢献度
	24年3月期	25年3月期	指標	24年3月期	25年3月期	YoY		
配信/コンテンツ	7,647	**9,323**	平均月間UU数(万)	2,043	**2,792**	+36.7%	大	小
			累積動画数(本)	91,779	**118,953**	+29.6%		
ライブ/イベント	5,601	**7,793**	コンサート動員数(人) ※1	340,000	**520,000**	+52.9%	中～大	小～中
			ライブ数(本)※1	10	**15**	+50.0%		
マーチャンダイジング	12,477	**20,539**	累計出荷数(万) ※2	270	**400**	+48.1%	中	中～大
ライセンス/タイアップ	4,440	**5,744**	取引社数(社)	約280	**約370**	+32.1%	中	大

※1：各期間における自社主催のライブ公演数の集計
※2：各期間におけるデジタルグッズ以外の出荷点数の集計

拡大再投資によるクリエイター経済圏拡大

コンテンツの拡大再投資によりさらに大きな潜在ファンにアプローチし、
当社ブランドとクリエイター経済圏を継続的に拡大

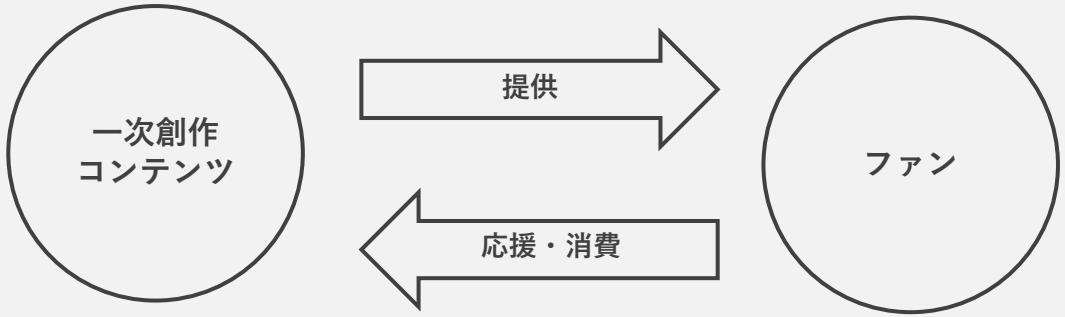


クリエイターコミュニティの拡大による模倣困難な競争優位性

熱量の高いクリエイターコミュニティの存在がブランドの拡大を後押しする

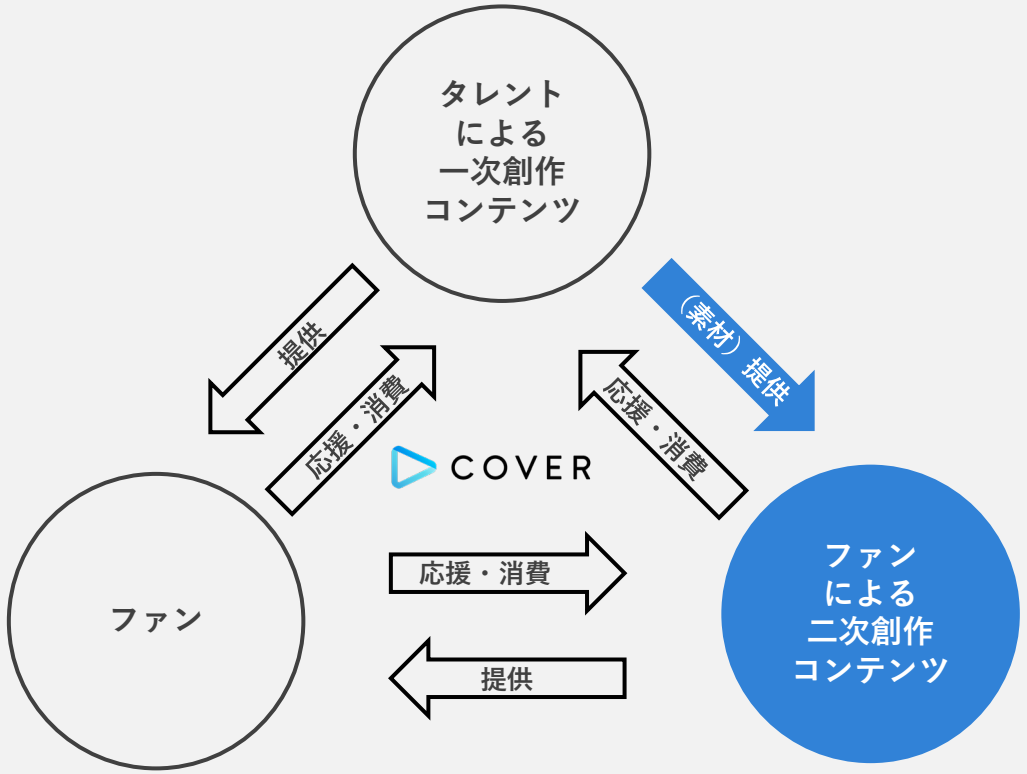
一般的なコンテンツ消費

コンテンツ提供に対し、ファンが応援・消費する



VTuberのクリエイターエコノミー

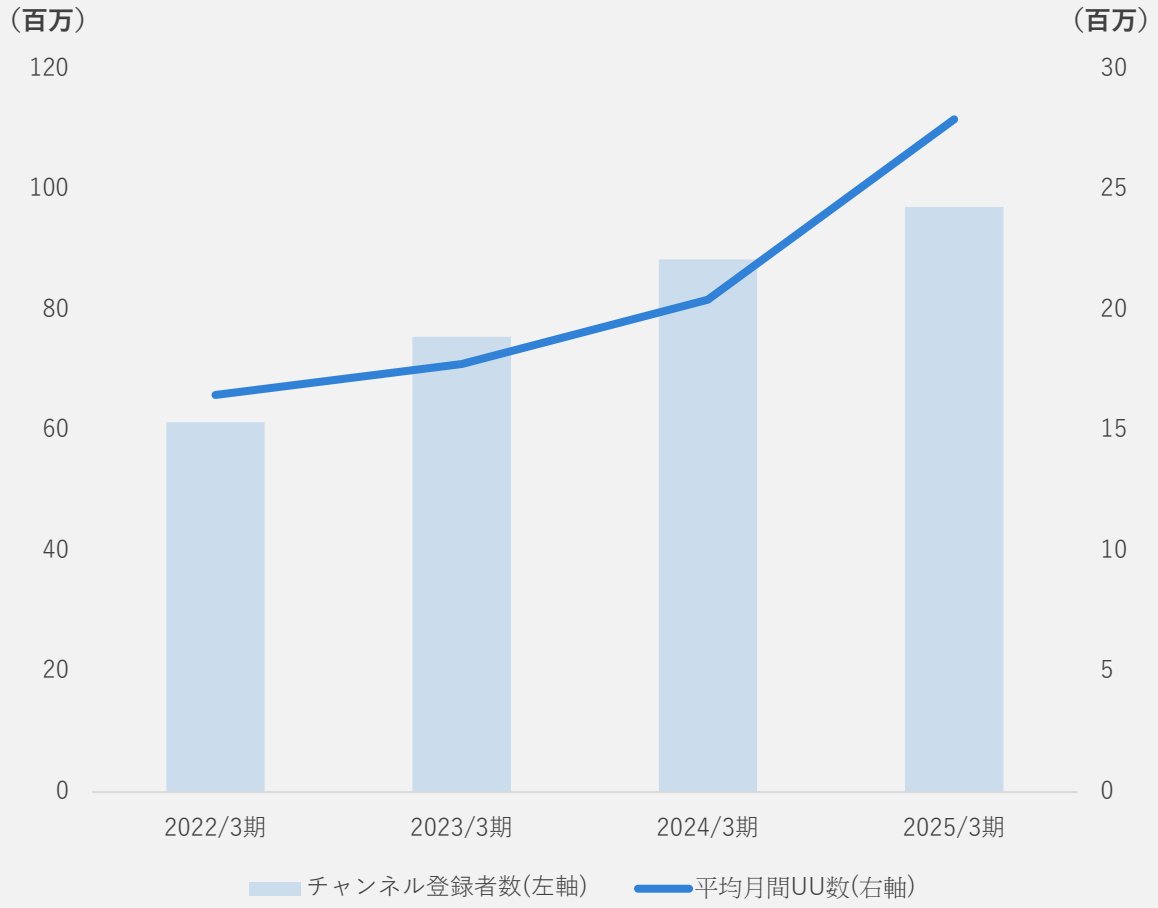
タレントとクリエイターが連動してコンテンツを共創



クリエイター支援と共創を基盤としたブランド拡大

トップクリエイターの活躍によりマス層への認知拡大が進展

■ YouTubeにおけるチャンネル登録数と平均月間UU数の推移※



■所属タレントの多面的な活躍とブランドの露出拡大

配信・動画	• 兎田ぺこらがThe Game Awardにノミネート • ショート動画で複数タレントの動画がバズを生み出す（宝鐘マリン、儒烏風亭らでん、etc.）
音楽	• 星街すいせいのビビデバがYouTubeで1億回再生突破 • ライブ興行の大型化（Hollywood Palladium、日本武道館、有明アリーナ、Kアリーナ横浜、etc.）
ゲーム	• 獅白ぼたんがゲーム大会企画「獅白杯」の貢献で日本eスポーツアワードを受賞 • ホロライブGTA 等のタレント横断企画の増加
イベント	• 森カリオペがEXPO2025大阪・関西万博のオープニング・セレモニーに出演 • 6th Fes/EXPO2025における延べ動員26万人
TCG	• 全国大会をはじめショップ大会や交流会などを継続的に実施し、これまでの延べ動員15万人にのぼる • カードゲーム市場において、中堅タイトルとして認知される一定規模のプレイヤー層および支持を獲得
タイアップ	• ロサンゼルス・ドジャース、マクドナルド、ソニーPlayStation 30周年記念CM、カプコン モンスターハンターなど様々な分野でのタイアップ案件の広がり

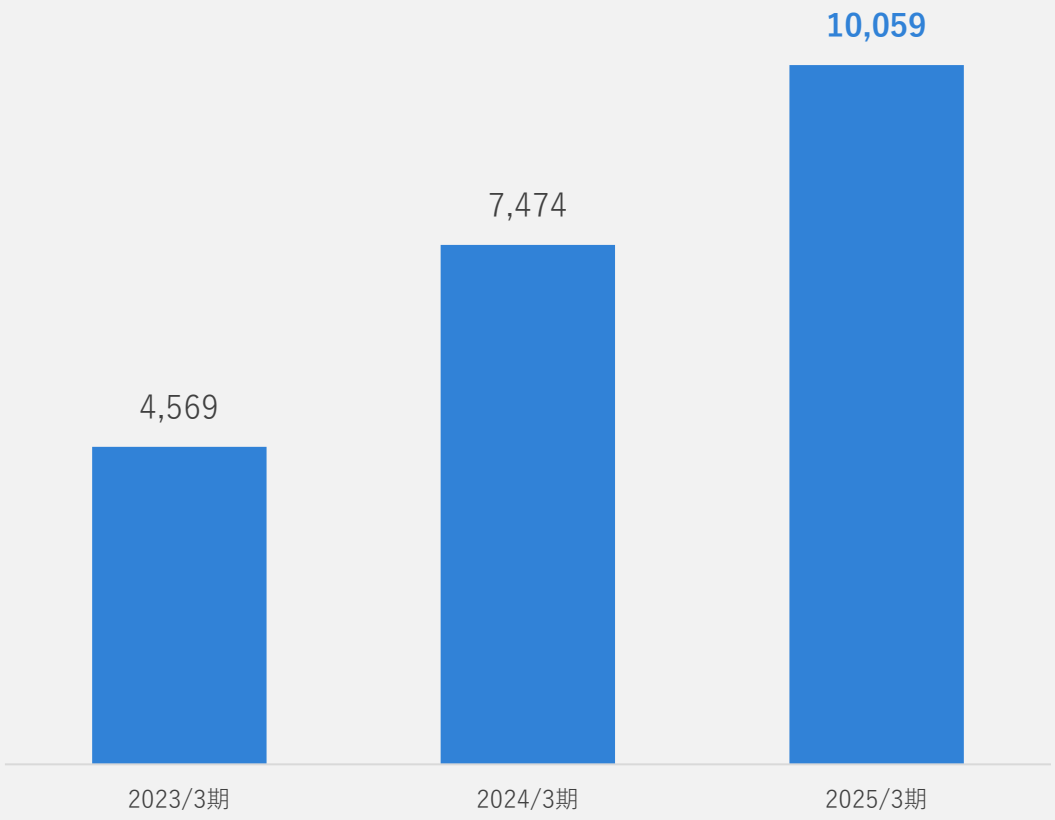
※：各年度末時点の公式を含む所属VTuberのチャンネル登録者数および各年度の月間UU数の平均の推移

海外展開を通じた拡大ポテンシャル

新規タレントの立ち上がり及び事業開発の進展により、
海外の事業基盤は拡大基調で推移

■ 海外売上高の成長

（百万円）



■ 海外事業関連KPIの進捗

	2024年3月期	2025年3月期
海外タレントのコンテンツ供給数	8,517本	9,295本
海外タレントの動画再生回数	7.5億回	9.3億回
海外でのライブコンサート本数※1	5本	9本
海外向けMD出荷数※2	54万	74万
ライセンス／タイアップ海外取引社数	約50社	約70社

※1：各期間における自社主催以外のライブ出演も含むライブ公演数の集計。
※2：各期間におけるデジタルグッズ以外の出荷点数の集計。

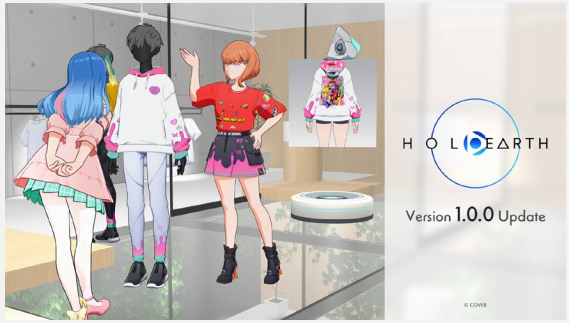
当社のゲーム関連プロジェクトの展望

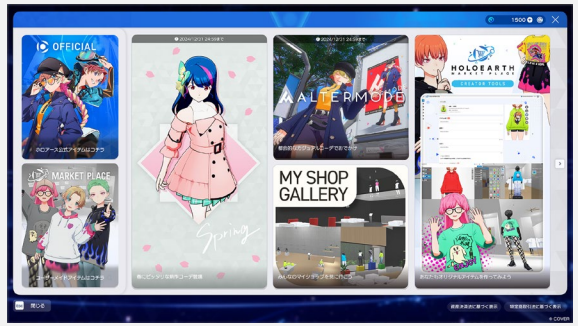
ゲーム関連分野については、類型ごとに財務リスクを分散化して管理。
ライセンスアウトによる他社開発タイトルでは、すでに収益性のあるタイトルが複数リリース

	概要	開発費	収益モデル
holo Indie	• 当社IPを用いた二次創作ゲーム向けのブランド • インディーズゲーム・クリエイター等が、当社IPを用いたゲームを当該ブランド下で公開可能 • リリース済タイトル総数は22本まで拡大	原則クリエイターが負担	レベニューシェア
外部ゲーム企業へのIPライセンスアウト	• 当社保有IPを外部のゲーム開発・運用会社にライセンスアウトし、オリジナルゲームを開発 • 外部デベロッパー企業へのライセンス・スキームによる開発タイトルも複数本を開発中 • 当社は原作監修及びプロモーションの一部を担当	大部分を開発・運用会社が負担	レベニューシェア
ホロアース	• 次世代のファン体験を可能にするバーチャル空間の提供 • 当社の他サービスとの連携も視野に開発柔軟性の観点で内製開発	当社が負担 （B/S計上した資産をPLにて償却費用化）	当社が享受

「ホロアース」

2025年4月にVer1.0.0を公開し、マーケット・プレイス機能を正式リリース





※画像は開発中の内容

■ アップデート概要

- ユーザーがホロアース内のファッションアイテムやスタンプを作成し、販売することができる新しいサービス「ホロアースマーケットプレイス」がスタート
- その他アイテムの追加やファッション機能の拡充などを追加

■ 今後の開発予定

- ホロライブタレントが普段の姿で遊べるように、プロダクションとの連携の強化。その他、バーチャルライブやミート&グリート機能の実装を計画中
- PCに接続した市販のWebカメラを使いてモーショントラッキングを行うことにより、ユーザーがアバターの表情やモーションを動かすことができるようにするトラッキングモードを開発中

■ 当面の財務影響について

- 2025年3月期以降は運用費及びソフトウェア資産の償却費をPL計上
  - 償却は2024年10月頃から開始（償却期間5年）
  - 2025年3月期のPL上の費用インパクトは全体で5億円程度
  - 2026年3月期は10億円程度を想定（内償却費８億円程度）
- 2024年10月以降の償却開始後のフェーズにおける開発費は、エンジニアリング等の稼働工数に応じて、追加での資産計上し、リリースに応じて随時償却を開始

中長期の事業方針について

ミッション達成に向けたマイルストーン

VTuberカルチャーの拡大と多角的事業展開を軸に、
中長期ミッション達成に向けた成長ステージを進行中。

再現性を確立

Step 1

VTuberビジネスの確立

(p.7-10)ご参照

- ✓ 動画メディア・SNS等を活用したVTuberの企画・制作・ヒットプロセスの型化
- ✓ ホロライブプロダクションの認知・ブランド確立
- ✓ 熱量の高いファンコミュニティの醸成

注力領域

Step 2

VTuberビジネスの深化

(p.11)ご参照

- ✓ MDやライセンスアウト等のメディアミックス展開
- ✓ 多様な商品販売チャネルを通じたマーケティングによるクロスセルの促進
- ✓ アニメ文化や推し活文化に馴染む世代・地域への幅広い浸透

中期的なゴール

Step 3

クリエイター経済圏の拡大

(p.12-17)ご参照

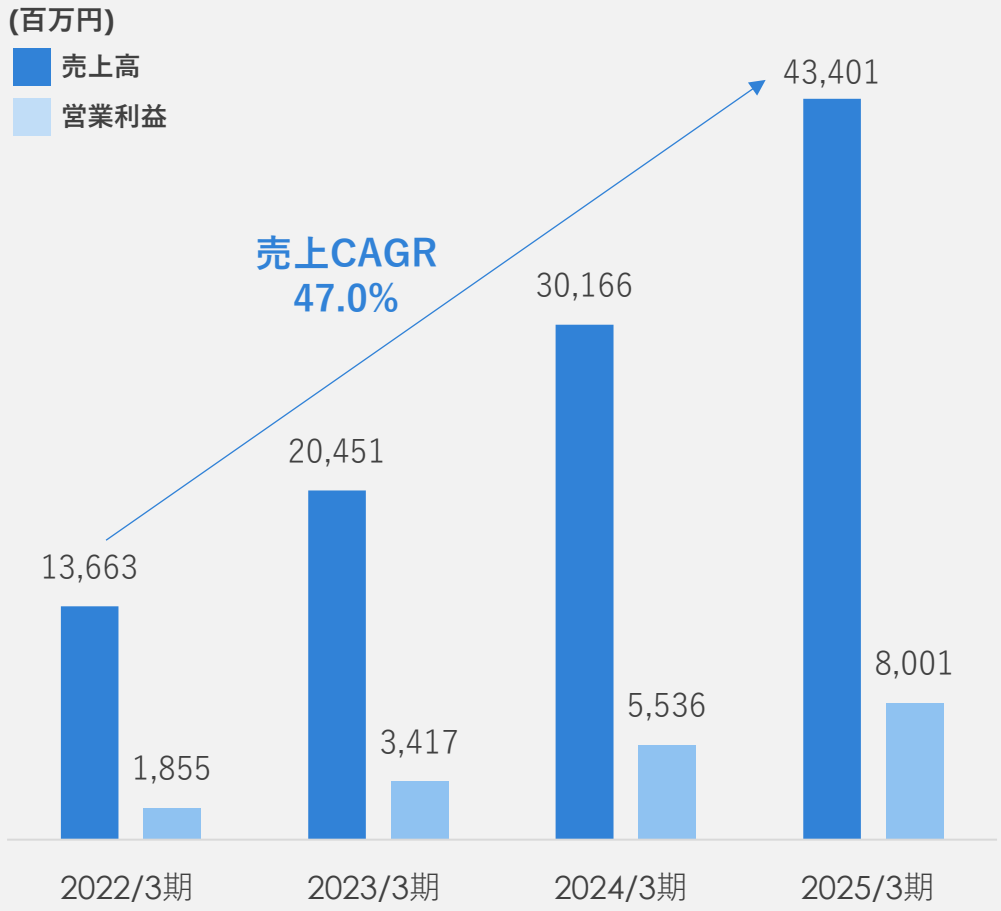
- ✓ アニメ、ゲームといった近接するコンテンツ領域への展開
- ✓ 商品・サービスの多角化による、クリエイターの収益機会の拡大
- ✓ VTuberの認知が低いマス層にまでリーチ

日本発の
新たなコンテンツカルチャー・
グローバル経済圏を創出

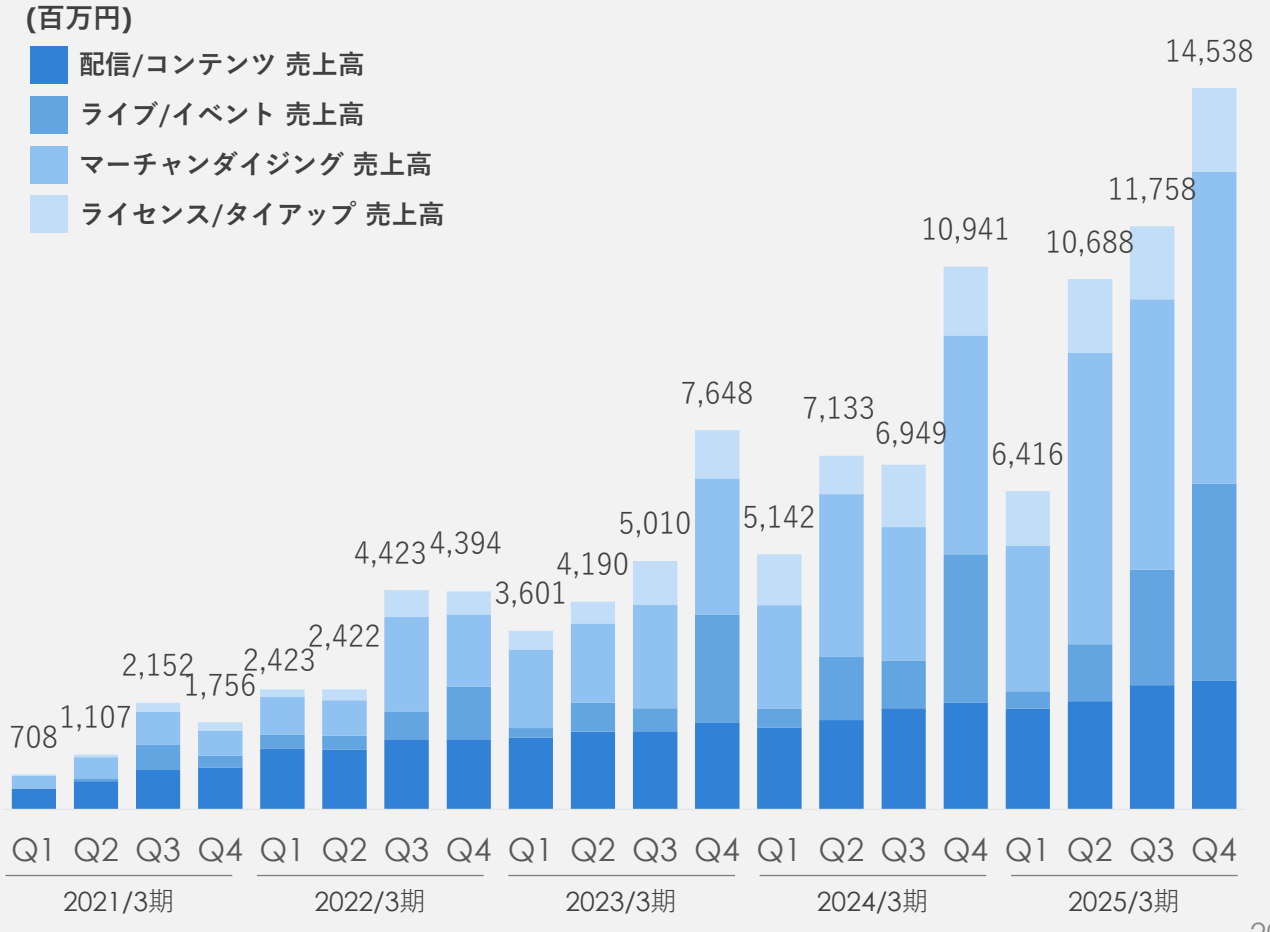
継続的な業績拡大の進展

拡大再投資による機能拡充により、ファンベースを拡大しながら高い成長を継続

■ 年度別売上及び営業利益の推移



■ セグメント別四半期売上推移



2026年3月期業績予想

引き続き高い売上高成長を想定しつつも、
先行投資の影響により、期初時点では通期微増益を予想

百万円	参考：2025/3期実績 通期実績	参考：2025/3期実績 上期実績	参考：2025/3期実績 下期実績	2026/3期業績予想 通期予想	2026/3期業績予想 上期予想	2026/3期業績予想 下期予想
売上高	**43,401**	17,104	26,357	**52,500**	22,750	29,750
参考：限界利益*	**18,711**	7,832	10,940	**21,714**	9,021	12,692
対売上高比率	*43.1%*	*45.8%*	*41.5%*	***41.4%***	*39.7%*	*42.7%*
営業利益	**8,001**	3,372	4,690	**8,200**	2,420	5,780
対売上高比率	*18.4%*	*19.7%*	*17.8%*	*15.6%*	*10.6%*	*19.4%*
経常利益	**7,962**	3,301	4,722	**8,200**	2,420	6,150
対売上高比率	*18.3%*	*19.3%*	*17.9%*	*15.6%*	*10.6%*	*19.4%*
純利益	**5,559**	2,120	3,481	**5,700**	1,679	4,021
対売上高比率	*12.8%*	*12.4%*	*13.2%*	*10.9%*	*7.3%*	*13.5%*

※：限界利益は「売上高－売上原価(変動費)－販管費(変動費)」として計算

＜2026/3期上期の業績予想について＞

- 将来の事業成長を見据えた事業投資に伴う短期的な固定費の増加に加え、売上高が下期に偏重する季節性の影響により、上期の利益水準は前年同期を下回る見通し
- 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、収益体質の強化を図る

＜アップサイド・カタリスト＞

- 英語版を発売予定のTCGビジネスの国内外における収益拡大
- 年央の物流倉庫移管による下半期以降のSCM合理化
- 海外大型タイアップ企業・ライセンシーとの取引拡大
- 音楽・ゲーム分野でのブランド認知拡大を通じた関連ビジネスの拡大

＜ダウンサイド・カタリスト＞

- 関税・物価・為替の変化に関連した海外消費者需要の後退

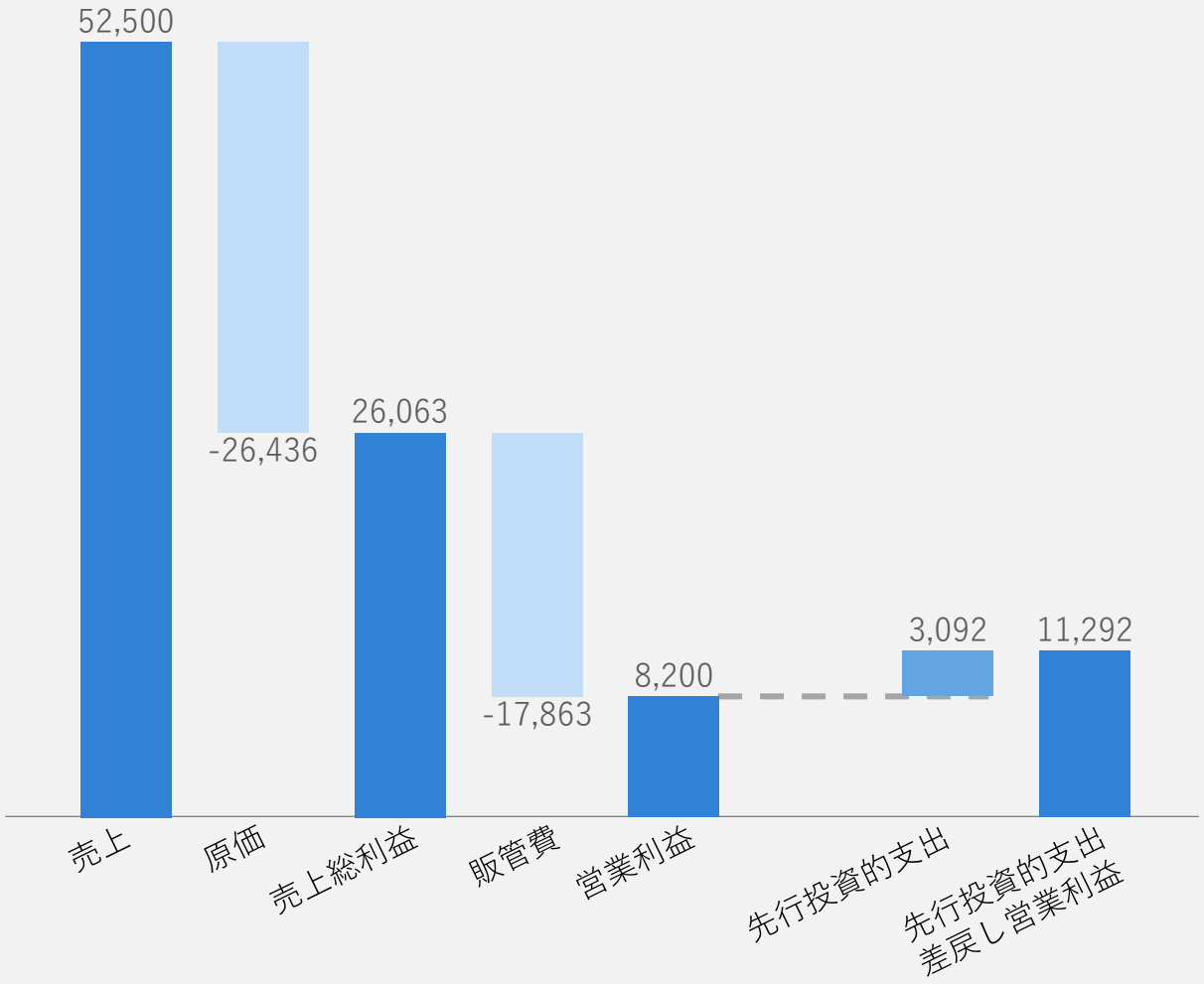
＜先行投資的支出による利益の下押し（後述）＞

- 表現技術に係る研究開発
- コンテンツ供給増のための体制拡充
- SCM効率化に係る体制拡充
- 海外事業開発（海外拠点運営、マーケティング他）
- ゲーム／ホロアースなどのデジタルコンテンツ・ビジネス開発
- 経営基盤強化に向けた管理部門の体制拡充

先行投資的支出の営業利益予想への影響

2026年3月期は持続的な成長に向けた体制拡充および研究開発費用が一時的に利益を下押し。
規律ある投資と経営効率の改善により、中長期では収益性を改善していく想定

■ 2026/3期業績予想の内訳 （百万円）



＜主な原価の内訳＞

- 演者報酬
- 商品製造原価
- イベント費
- スタジオ関連費用

＜主な販管費の内訳＞

- 人件費／外注費／業務委託費
  - 制作能力拡充
  - 研究開発費
  - SCM効率化に係る体制拡充
  - 海外事業開発費（外注費として海外拠点費含む）
  - 経営基盤強化
- 倉庫販管費
- オフィス・スタジオ設備費
- ソフトウェア償却費

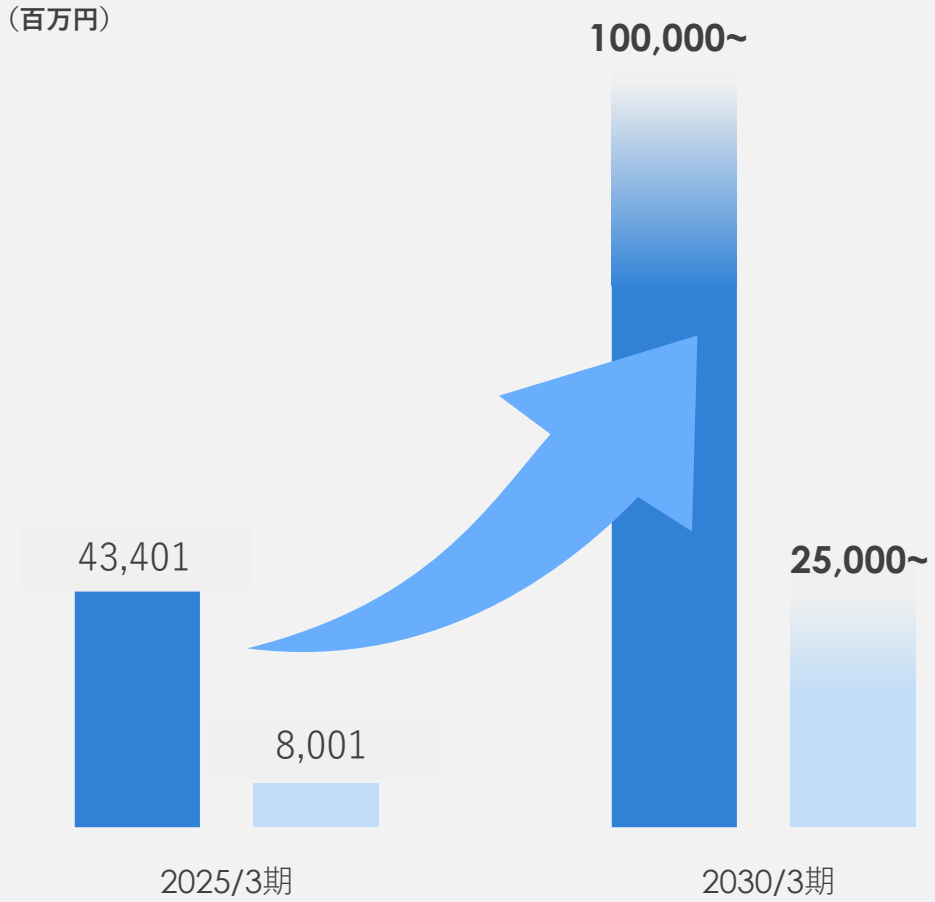
＜営業利益（営業利益率）＞

- 予想数値：82億円（15%）
  - 先行投資的支出を差戻した参考値：112億円（21%）

中期目標(2026年3月期～2030年3月期)

前回公表の「中長期的な収益ターゲット」から具体的な目標に発展させる形で、
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



＜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など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

目標達成に向けた事業拡大のドライバー

各分野の事業開発を段階的に推進し、「グローバル収益基盤の確立」および「新規事業領域の収益拡大」については、中期目標期間の2～3年目以降に本格的な収益寄与を見込む

	主な施策	主な投資内容
共創によるコンテンツ供給の強化	• ライブ配信、音楽、ゲーム、アートなど多様な表現領域における、トップタレントの輩出 • コンテンツ制作体制の高度化と効率改善 • 他社大型コンテンツ／メディアとのコラボレーションによる認知拡大	• トップタレント創出に係る体制整備 • 配信・ライブコンサート等に係る表現技術に関する研究開発・設備投資 • アニメなどの制作時間軸が長い大型コンテンツの他社との共同制作
グローバル収益基盤の確立	• 北米・アジアを中心とした海外大消費地におけるグッズ生産流通の確立 • グローバル・ライセンス取引の拡大	• 海外拠点運営 • SCM等に係るデータ基盤の拡充 • 海外マーケティング • 必要に応じた資本業務提携やM&Aの検討
新規事業領域の収益拡大	• TCGのグローバル展開 • ゲーム等のデジタルコンテンツ収益の拡大	• 外部デベロッパー企業とのゲーム共同開発 • ホロアースの自社開発
人的資本の高度活用	• 人材の最適配置および育成を通じたパフォーマンス最大化 • 持続的な成長に向けた経営基盤の強化	• 管理部門の体制整備

キャピタルアロケーションに関する方針

2030年3月期までの5年間で、累計500億円程度を成長投資またはM&A実施枠として想定。
余剰キャッシュについては、機動的な内部留保を維持しつつ、株主還元も検討

- 事業リスクや市場環境変動に備えた手元資金バッファを機動的に維持
- 財務健全性およびキャッシュ創出力の高まりに応じて、資本効率の観点から株主還元を検討するステージに移行する可能性がある

- 海外事業開発、制作・プロデュース機能強化、生産・物流最適化、収益多面化、経営基盤強化などを対象とし、中期的な業績寄与を見据えた成長投資を実施
- 必要に応じて戦略的なM&Aも検討。
案件実施に際しては投資効果を慎重に精査する

2026年3月期以降の業務執行体制について

2025年4月から経営体制を強化し、経営目標の実現に取り組む

氏名	役職	管掌	経歴
谷郷 元昭	代表取締役社長CEO 執行役員	-	イマジニア株式会社で株式会社サンリオと提携したゲームのプロデュースを担当後、テレビ局や出版社と提携した携帯公式サイトを運営する事業を統括。株式会社アイスタイル、モバイル広告企業、株式会社インタースパイア（現ユナイテッド）の創業に参画後、株式会社サンゼロミニッツを創業し株式会社イードへ売却し、2016年に当社創業。
福田 一行	取締役CTO 執行役員	メタバース領域・技術部門	2005年からソニー株式会社にて放送局向けシステムの設計を担当。2008年から、アジャイルメディア・ネットワーク株式会社にてCTOとしてソーシャルメディア向けの広告システム、キャンペーンシステムなどを担当。2016年からカバー株式会社にて、VTuber配信アプリの開発を担当。
植田 修平	取締役 執行役員	メディアミックス・ライセンス/タイアップ領域	新卒でイマジニア入社。2001年ゲームポット設立。代表取締役就任。FreeToPlayの先駆者としてオンラインゲーム黎明期を牽引。2005年にIPOを果たす。その後、韓国大手ライブ配信AfreecaTV日本法人の代表をはじめ、数社の代表取締役を歴任。一般社団法人日本オンラインゲーム協会共同代表理事。
金子 陽亮	執行役員CFO	コーポレートシェアードファンクション統括・経営企画室・海外事業開発室	SMBC日興証券の資本市場本部にて株式資金調達案件の組成業務に従事。2018年からは同社ロンドン拠点にてグローバルIPOの執行などを担当。2021年にカバーに入社。経営企画室長を経て、2023年に執行役員CFO就任。
加藤 卓	執行役員	管理・人事・法務知財・危機管理	公認会計士。監査法人での勤務を経て、スタートアップの管理部門責任者を経験。2020年にカバー株式会社に入社し、コーポレート部門の立ち上げ・拡大に関与。現在、法務や危機管理を含む管理本部・人事本部の本部長・管掌執行役員を兼任。
前田 大輔	執行役員	商品管理・コマース領域	住友商事にて複数のインターネット事業の立ち上げに携わり、その後、爽快ドラッグマレーシア、モノタロウインドネシアの社長を歴任。帰国後、ラクスルに転じ、印刷集客事業執行役員等を経て2024年カバーに執行役員として参画。MD・EC・物流領域を管掌。
林 茂樹	執行役員	VTuberプロダクション領域	コナミデジタルエンタテインメント、コロプラにてゲーム開発・運営に携わり、アートディレクターや統括プロデューサーなど管理職を歴任。多数のゲームタイトルを手掛ける。2022年にクリエイティブ制作本部長としてカバーに参画し、2025年に執行役員に就任。

Appendix

主要なリスク及び対応策

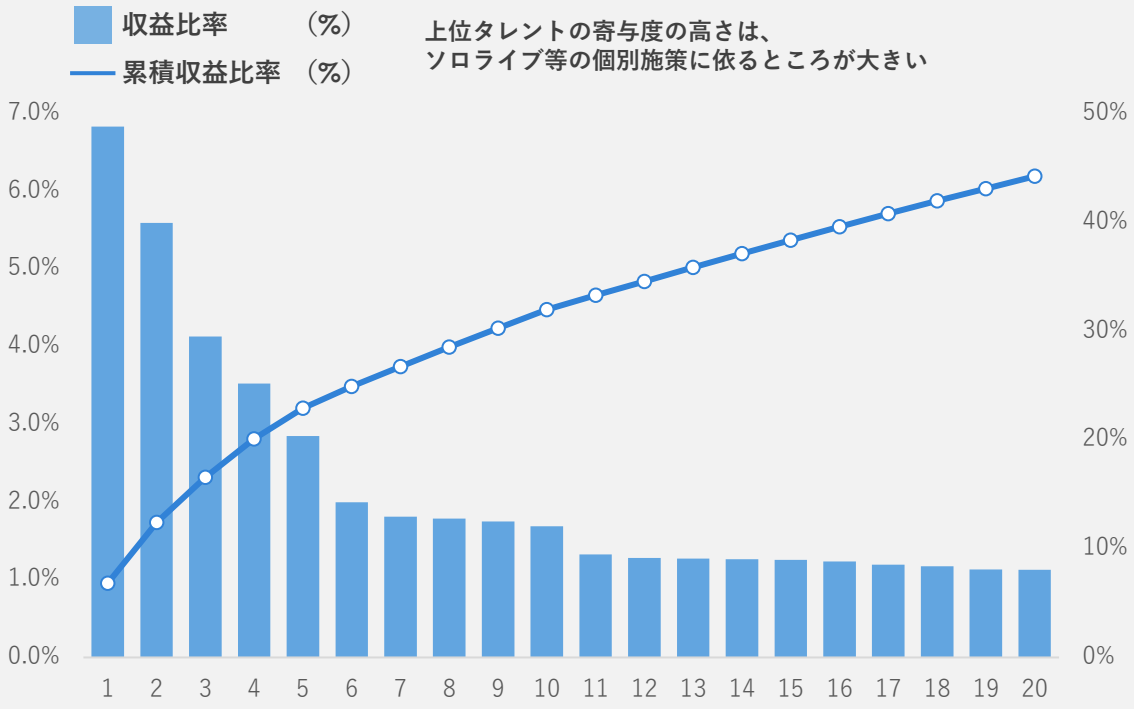
リスク概要	対応策	顕在化可能性	影響度	顕在化の時期
外部の動画配信プラットフォームへの依存について 当社はYouTube等の動画配信プラットフォームを通じて視聴者にライブ配信コンテンツを提供しております。これらの動画配信プラットフォーム事業者の動向及び事業戦略並びに当社との関係の変化等により、当社のライブ配信コンテンツ提供の継続が困難になった場合、又は経済条件に大幅な変更があった場合には、当該プラットフォーム経由で当社のコンテンツを消費していた顧客層からの収益の減少を通じて当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、ライブ配信のみに依存せず、マーチャンダイジング、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、これらのリスクは一定の頻度で顕在化する可能性がありますが、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
外的要因による消費者需要動向の変化について 当社は動画配信プラットフォーム上でのVTuberによるライブ配信、関連グッズ及びコンテンツの販売等を主な収益としております。 物価・為替変動、法制度・税制度を含む各種規制、景気動向、個人の嗜好等の変化等により、関連市場の成長が鈍化し、それに伴い、当社コンテンツの視聴者数の減少が起きる等、当社のビジネスモデルを長期的に維持できない場合や、これらの変化に対応した新しいビジネスモデルを十分に構築できない場合には、顧客数の減少を背景とした売上高成長の鈍化等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、事業展開を行う領域の多面化、及び地域の多様化を行うことにより、当該リスクの軽減を企図しております。	中	中	中期

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

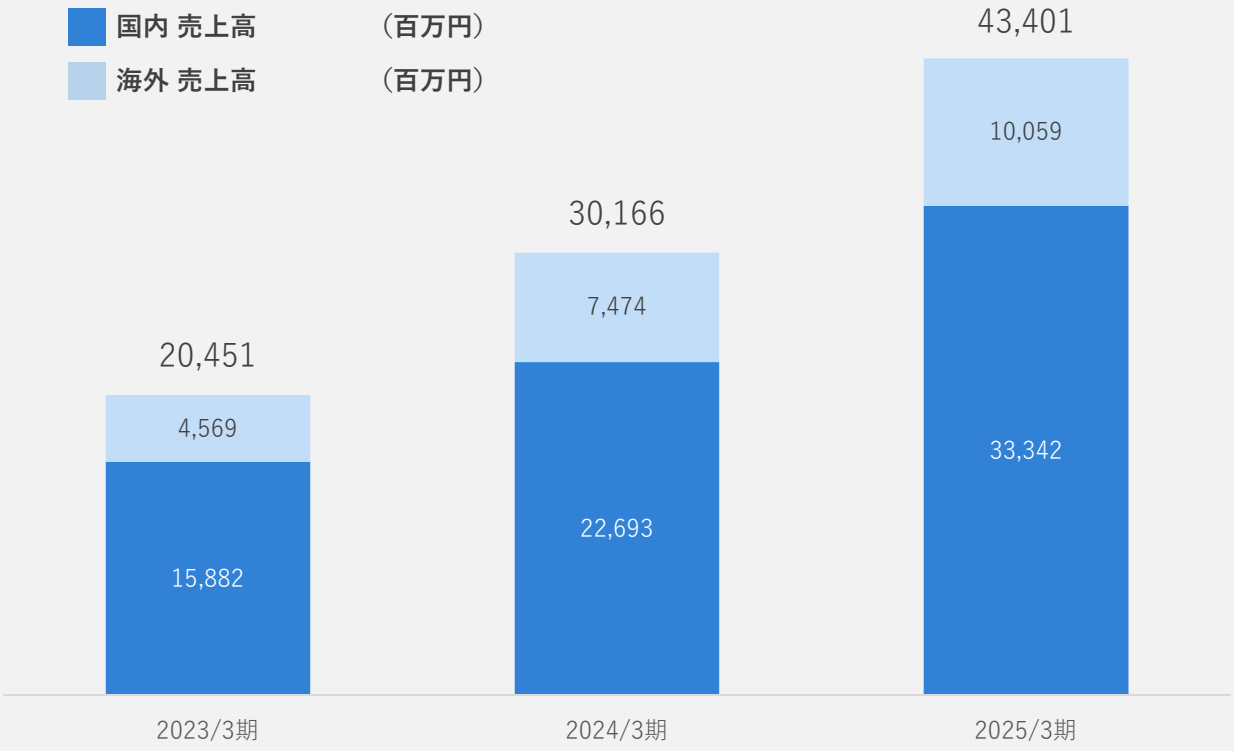
在籍VTuberの収益分散と海外売上の状況

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別の収益比率（上位Top 20）*1



■ 売上推移（国内・海外）*2



※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：所在地による海外売上とは異なり、各サービス別に海外売上が合理的に推定・集計可能な項目の合算売上。海外取引を推定できない収益を国内売上として集計

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**

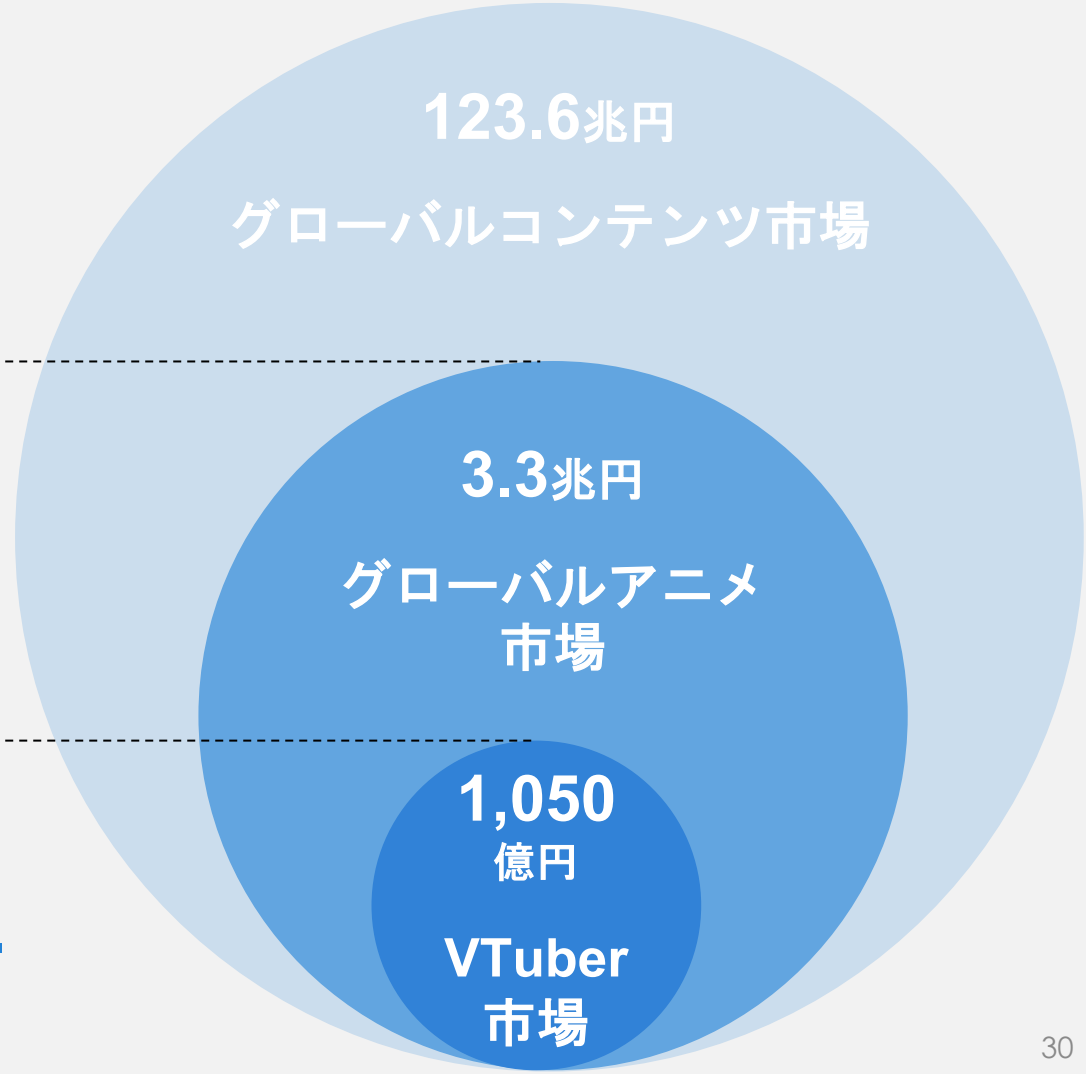
アニメ市場 | ゲーム市場 | 出版市場 | 漫画市場 | 音楽市場 | キャラクター市場 ・・・

**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**

北米 | 東アジア | 東南アジア | ヨーロッパ ・・・

**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**

LIVE配信 | LIVE等イベント | グッズ | トイ・ホビー | 音楽 | ゲーム | アニメ ・・・



「UGC」とは

近年ではPGCだけでなくユーザーが制作するUGCに注目が集まっている

PGC

Professional Generated Content

~プロによって作られたコンテンツ~

専門的な知識やスキルを持つプロフェッショナルなクリエイターや専門家によって制作されたコンテンツを指す。

#テレビ番組 #MV #アーティストの楽曲

UGC

User Generated Content

~ユーザーによって作られたコンテンツ~

一般ユーザー・消費者によって作られ、共有されるコンテンツを指す

#電子商取引ウェブサイトでレビュー・コメント #切り抜き動画

PGC×UGCによるマーケティング・レバレッジ

PGC	UGC	新たなファンの創造に つながっていく
COVER	ホロライブのファン	

YouTube公式MV
再生回数
3,735万再生
(2024年2月末時点)

TikTok
3億再生
楽曲使用動画約6万本

YouTube
4,000本以上
の動画が新たに誕生

※集計可能時点の数値を掲載

UGCによって
コンテンツのパワーに
レバレッジがかかり

未視聴層へ拡散
する可能性が高まる

UGCを促進する環境整備

当社の提供するコンテンツを、より多くのファンの皆様が、
より多様な形で、安心して楽しめることを目的として、二次創作ガイドラインを制定

二次創作は通常非営利目的に限るものの、切り抜き動画においては、動画共有サイトが提供する収益化機能を利用可能とし、二次創作ゲームついては、二次創作ゲーム向けのゲームブランド「holo Indie」を用いたSteam上での掲載により、有償配布が可能。
一定の条件での収益化を認め、クリエイターによる創作意欲を高める還元エコシステムを構築

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 リリース実績

Idol Showdown

ホロパレード

Holo Run

MYRIAD DEATH

ホロライブお宝マウンテン

holo8

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2024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

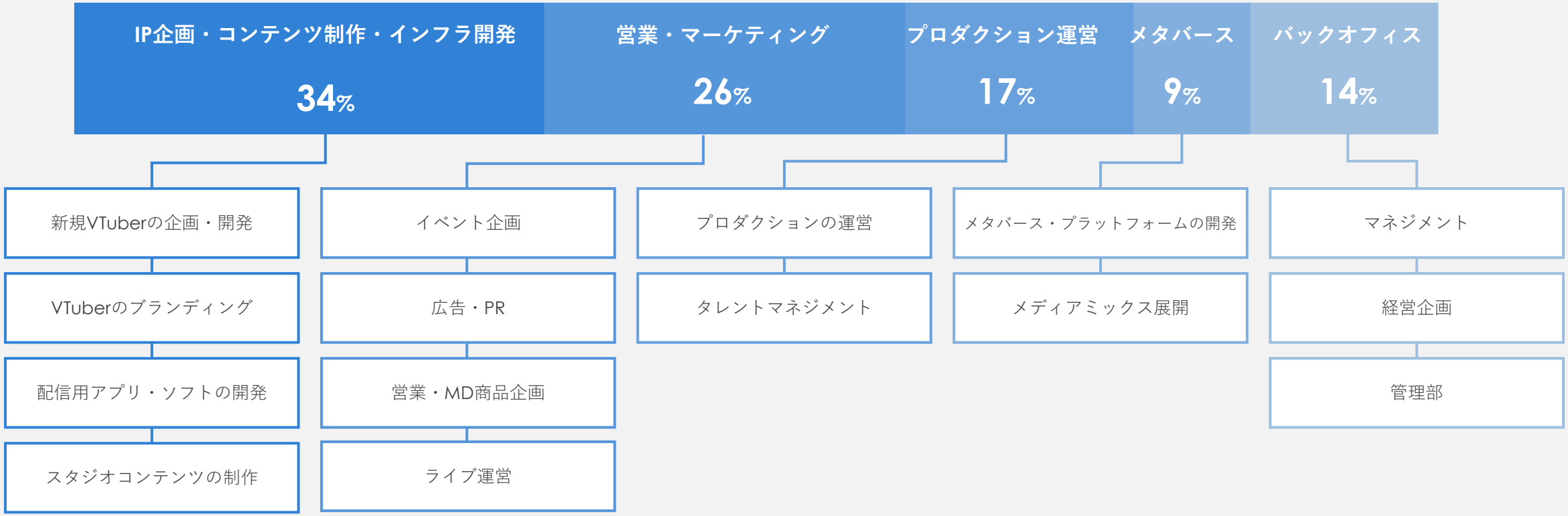
約77名のモデレータースタッフにより、24時間体制で日・英・インドネシア語による配信モデレーション業務を実施。

※2025年3月31日時点

共創を支える組織体制

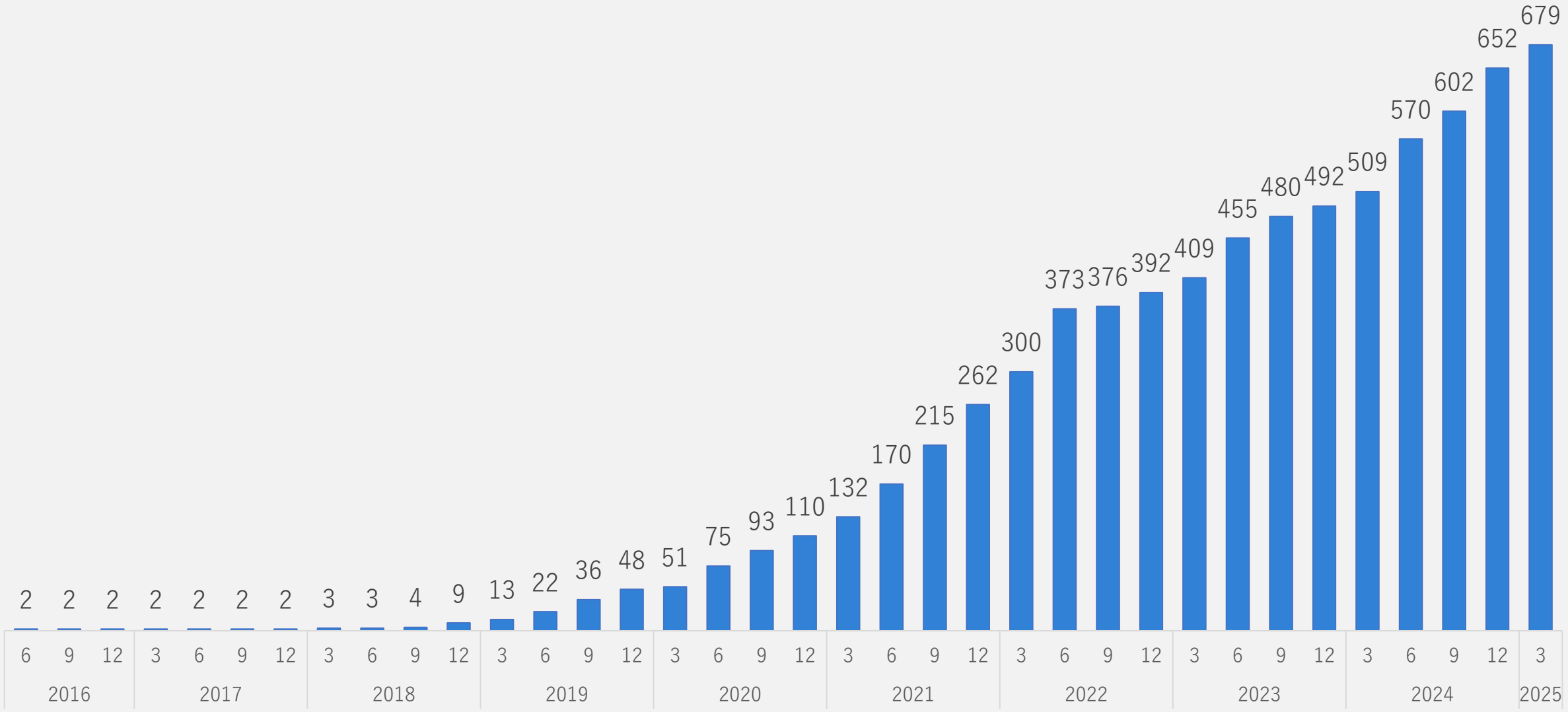
業界トップクラスかつ多様な人材が集結

■ 人員構成内訳 *1 （2025年3月31日時点）



※1：正社員における人員構成

従業員数の推移


2 2 2 2 2 2 2 3 3 4 9 13 22 36 48 51 75 93 110 132 170 215 262 300 373 376 392 409 455 480 492 509 570 602 652 679
6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3 6 9 12 3
2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 2024 2025

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、中期経営目標に掲げる「売上高」および「営業利益」の水準を、企業価値向上に向けた主要な客観的指標として位置付けております。売上高は多様な事業活動の成果を示す指標であり、営業利益は成長投資の回収や経営効率の改善状況を示すものと捉えています。

	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	Q2	Q3	Q4
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**	**14,538**
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	2,599
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	3,971
マーチャンダイジング	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	6,280
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	1,687
営業利益（百万円）	**179**	**353**	**785**	**379**	**624**	**326**	**757**	**145**	**361**	**516**	**856**	**1,682**	**895**	**1,408**	**1,186**	**2,045**	**834**	**2,537**	**2,171**	**2,457**

<参考情報>

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	9,715
所属VTuber数※	42	42	50	52	52	57	62	68	68	71	71	75	75	82	86	85	89	87	91	89

※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
売上高	**5,724**	**13,663**	**20,451**	**30,166**	**43,401**
成長率	*+287%*	*+138%*	*+49%*	*+48%*	*+44%*
売上総利益	**2,777**	**5,274**	**9,396**	**13,988**	**21,805**
対売上高比率	*48%*	*38%*	*45%*	*46%*	*50%*
営業利益	**1,698**	**1,855**	**3,417**	**5,536**	**8,001**
対売上高比率	*29%*	*13%*	*16%*	*18%*	*18%*
当期純利益	**1,220**	**1,244**	**2,508**	**4,137**	**5,559**
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
流動資産合計	3,048	7,168	11,740	14,798	22,872
現金及び現金同等物	1,899	4,644	7,793	8,666	11,498
固定資産合計	467	1,069	4,146	7,914	10,187
資産合計	**3,516**	**8,238**	**15,887**	**22,713**	**33,060**
負債合計	**1,303**	**4,780**	**8,880**	**11,569**	**16,112**
純資産合計	**2,212**	**3,457**	**7,006**	**11,143**	**16,947**

キャッシュ・フロー計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期
営業活動による キャッシュ・フロー	**1,419**	**3,537**	**4,866**	**4,765**	**5,285**
投資活動による キャッシュ・フロー	**△402**	**△793**	**△2,759**	**△3,893**	**△2,696**
財務活動による キャッシュ・フロー	**526**	**-**	**1,040**	**△0**	**244**
現金及び現金同等物の 増減額	1,543	2,745	3,148	873	2,831
現金及び現金同等物の 期首残高	356	1,899	4,644	7,793	8,666
現金及び現金同等物の 期末残高	1,899	4,644	7,793	8,666	11,498

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。

2026年3月期事業計画については、「2025年3月期決算説明資料」をご確認ください。
次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は、2026年3月期の通期決算発表時期を予定しております。

オウンドメディア COVERedge

https://coveredge.cover-corp.com/

つくろう。世界が愛するカルチャーを。

Corporate Website：https://cover-corp.com/