Mirrativ

2026年12月期 第3四半期 決算説明資料

2026.11.13 株式会社ミラティブ (東証グロース: 472A)



Mirrativ

MISSION

わかりあう願いをつなごう

VISION

好きでつながり、
自分の物語（ナラティブ）が生まれる居場所



目次

1 2026年12月期第3四半期　決算概要

2 2026年12月期　通期連結業績予想(期初から変更なし)

3 会社概要

4 成長ストーリー

APPENDIX

目次

1 2026年12月期第3四半期　決算概要

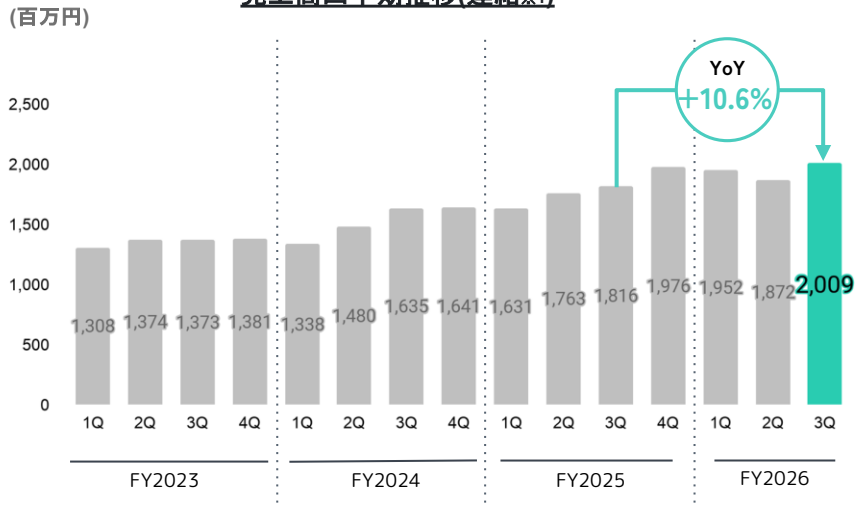
2026年12月期第3四半期決算サマリー

Mirrativ

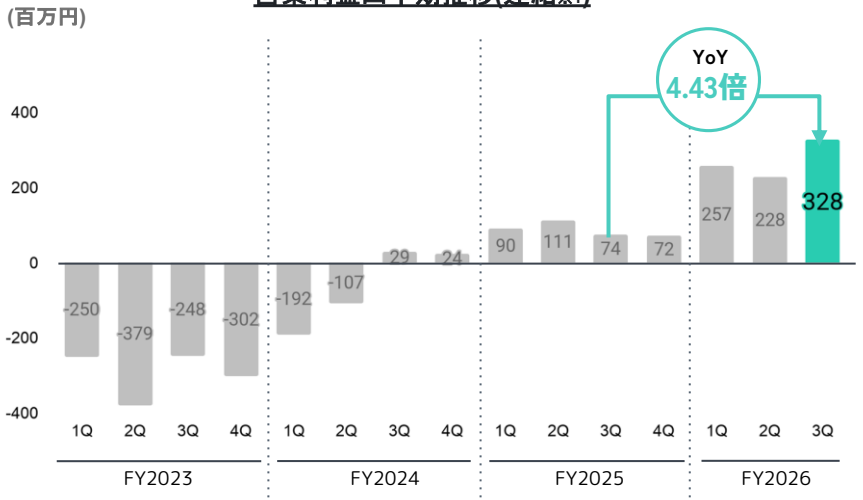
売上高	売上高成長率 (対前年同期)	営業利益	営業利益率
58.3億円	+11.9%	8.13億円	13.9%

- 26年3Q累計売上高は58.3億円と前年同期比+11.9%
- 3Q累計営業利益は8.13億円(前年同期比で2.9倍)を達成。また四半期として最高の営業利益3.28億円

売上高四半期推移(連結※1)



営業利益四半期推移(連結※1)



※1. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベース

P/Lサマリー

Mirrativ

3Q単体は売上高・営業利益とも四半期として過去最高。通期予想に対する進捗率は売上高69.5%の一方、営業利益以下の各段階利益は73～74%台と順調に進捗

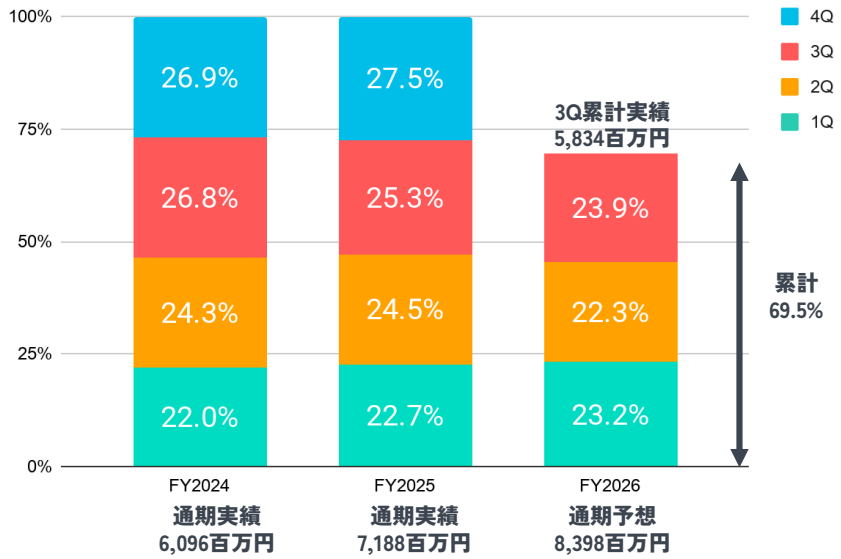
第3四半期連結業績サマリー※1

単位(百万円)	FY2025 Q3	**FY2026 Q3**	対前年同期比	FY2025 Q3累計	**FY2026 Q3累計**	対前年同期比		FY2026 通期業績予想	進捗率
売上高	1,816	**2,009**	*+10.6%*	5,211	**5,834**	*+11.9%*		8,398	*69.5%*
売上総利益	572	**793**	*+38.6%*	1,645	**2,211**	*+34.4%*		3,184	*69.4%*
営業利益	74	**328**	*+343.2%*	276	**813**	*+194.4%*		1,109	*73.4%*
(調整後営業利益)	68	**328**	*+377.3%*	250	**813**	*+225.3%*		1,109	*73.4%*
経常利益	54	**316**	*+476.4%*	233	**769**	*+230.1%*		1,036	*74.3%*
親会社株主に帰属する当期純利益	54	**295**	*+444.0%*	231	**718**	*+210.4%*		962	*74.6%*

※1. 2026年2月13日に開示した連結業績予想を記載しております　※2.調整後営業利益は上場準備等で発生する一過性の費用等について除外。また、租税公課のうち法人事業税にかかる外形標準課税部分については、2025年12月期第4四半期から適用された外形標準課税適用法人税率が2025年第1四半期から適用されたものと仮定して、2025年各四半期に按分。2026年度は現時点では調整後営業利益と営業利益は同じ値

(参考)業績予想に対する進捗状況(連結※1)

3Q累計売上の進捗率は69.5%と、過去2期の3Q累計構成比（72～73%台）を下回る。例年4Qは最も売上が大きい四半期であり、イベント需要・IPコラボ等を積み上げ、引き続き通期予想の達成を目指す

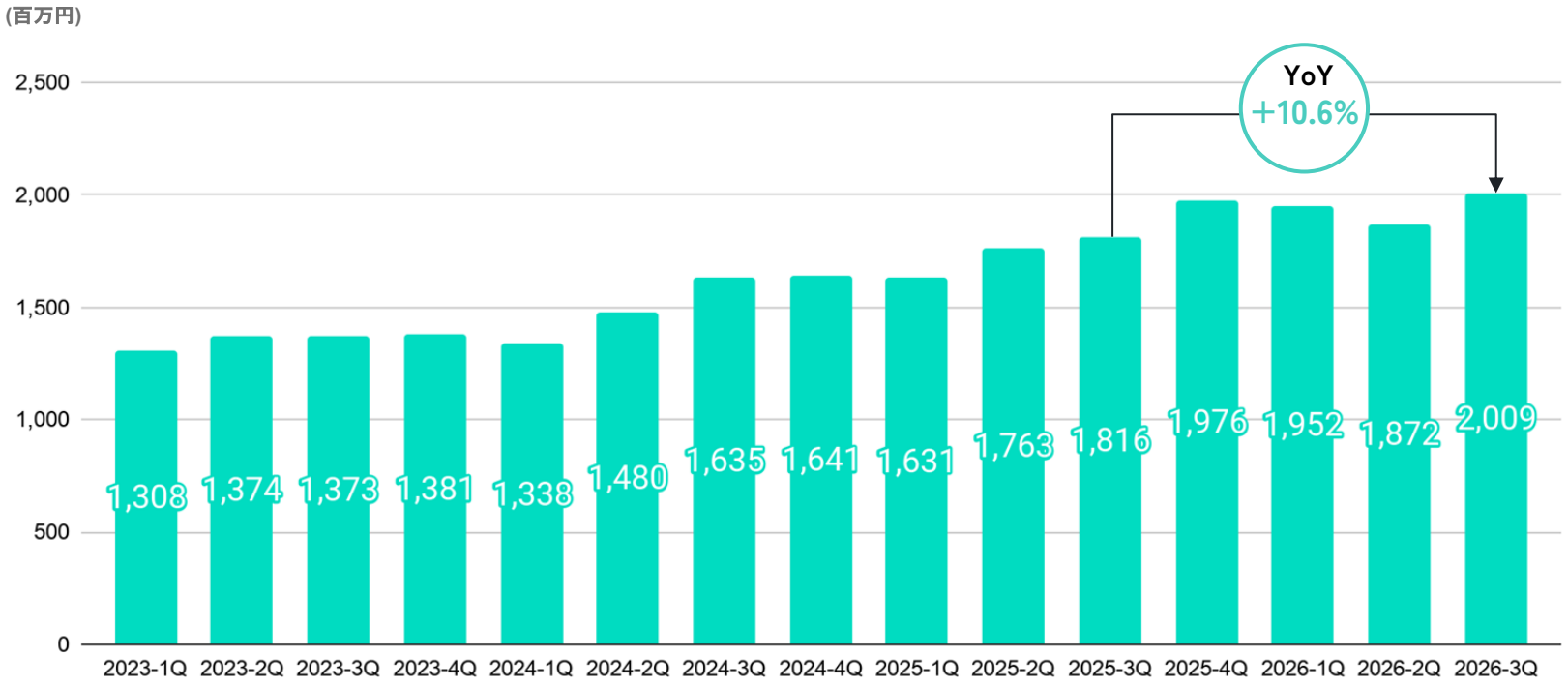


※1. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベース

売上高四半期推移(連結※1)

Mirrativ

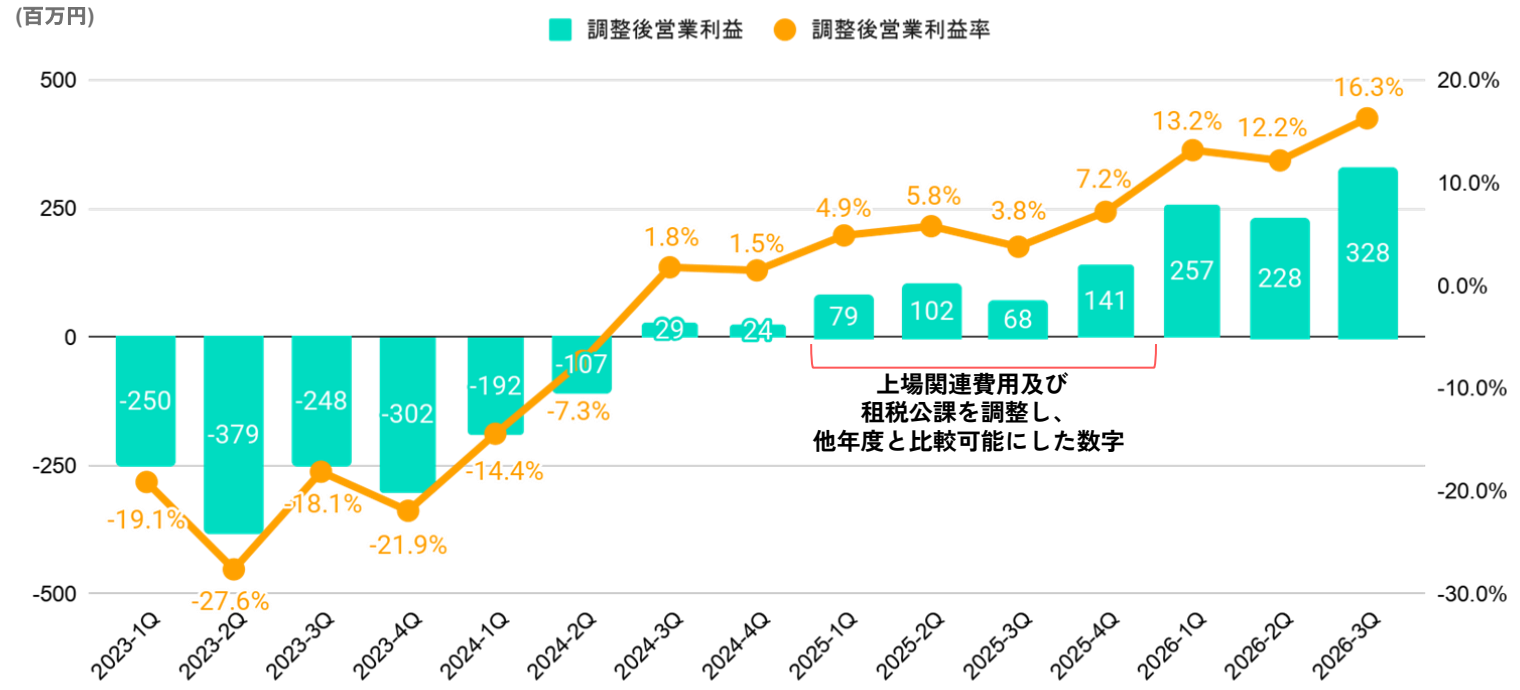
3Qは前年同期比+10.6%。四半期として過去最高の売上を達成



※1. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベース

上場関連費用を除いた調整後営業利益※1(率)四半期推移(連結※2)

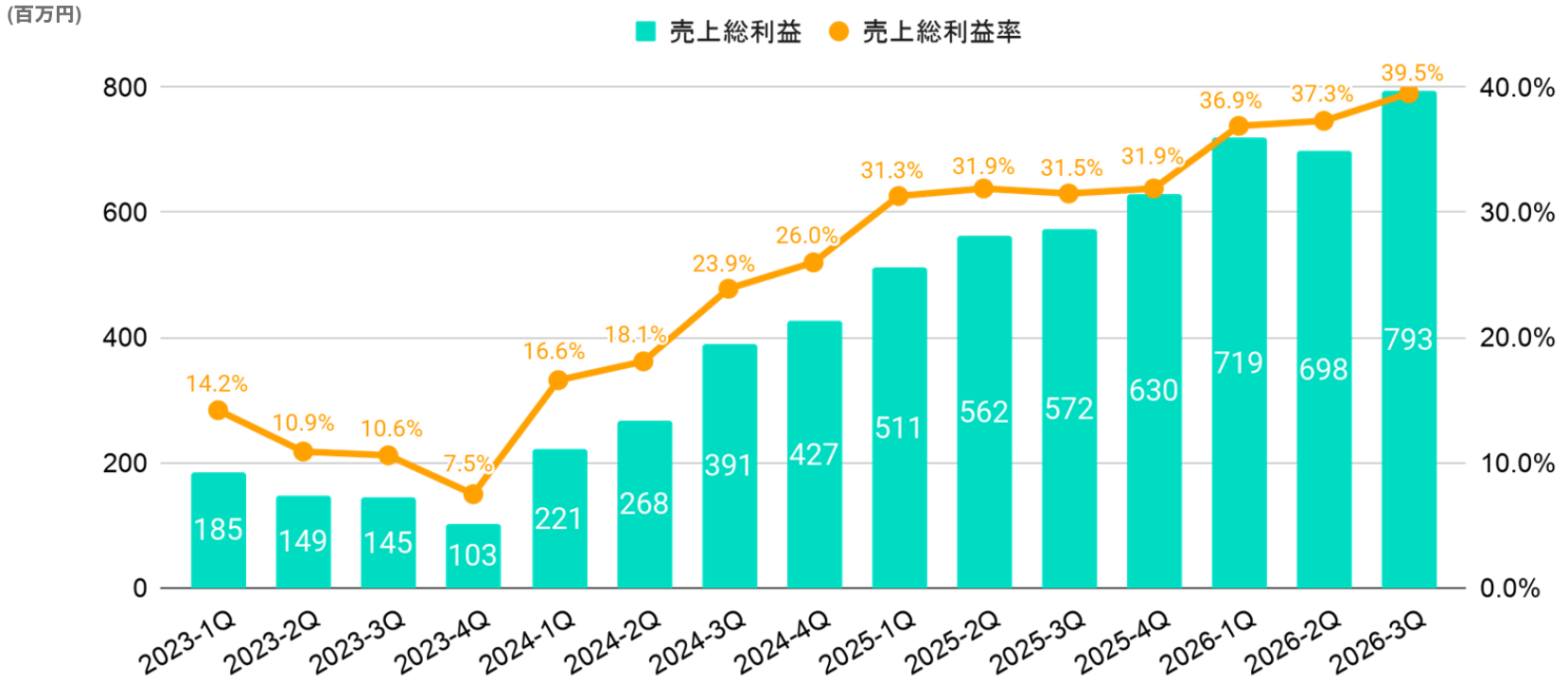
26年3Qの調整後営業利益は3.28億円・利益率16.3%と四半期として過去最高。
決済手数料率の低下等コスト構造の改善が定着し、利益率は前年同期比+12.5pt、前四半期比+4.1ptと上昇



※1. 調整後営業利益は上場準備等で発生する一過性の費用等について除外。また、租税公課のうち法人事業税にかかる外形標準課税部分については、2025年12月期第4四半期から適用された外形標準課税適用法人税率が2025年第1四半期から適用されたものと仮定して、2025年各四半期に按分
2026年度は現時点では調整後営業利益と営業利益は同じ値　※2. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベース

売上総利益(率)四半期推移(連結※1)

売上総利益(率)についても過去最高を更新



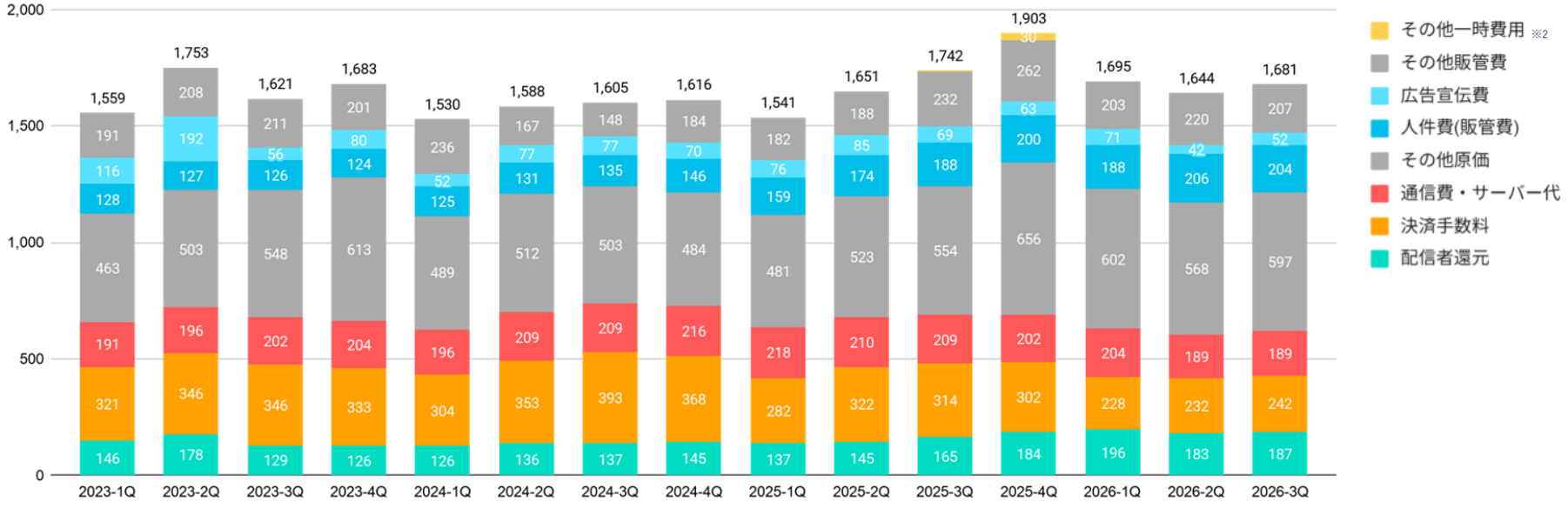
※1. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベース

売上原価＋販管費内訳四半期推移(連結※1)

Mirrativ

3Qは前年同期比で増収の一方、売上原価・販管費合計は減少。決済手数料及び通信費・サーバー代の低減が主因で、増収が利益に直結する構造が一段と強固に

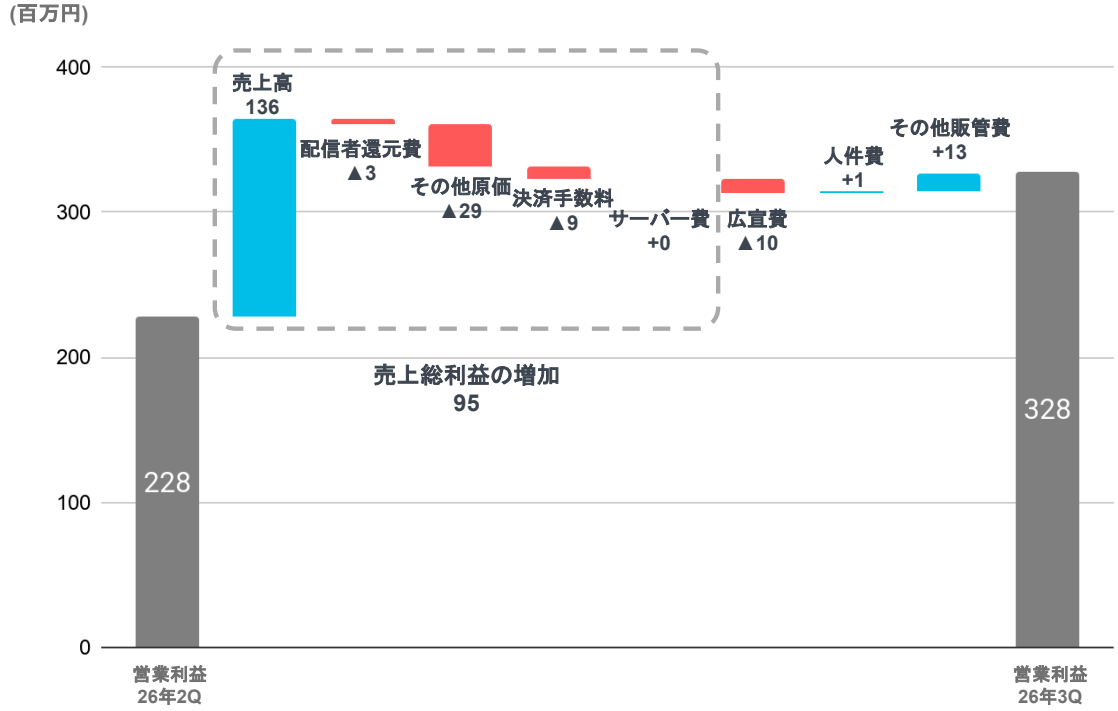
(百万円)



※1. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベース
※2. その他一時費用には、上場準備等で発生する一過性の費用を含んでおります。本ページにおいては2025年度の外形標準課税については按分を行わず第4四半期のその他販管費に計上されています

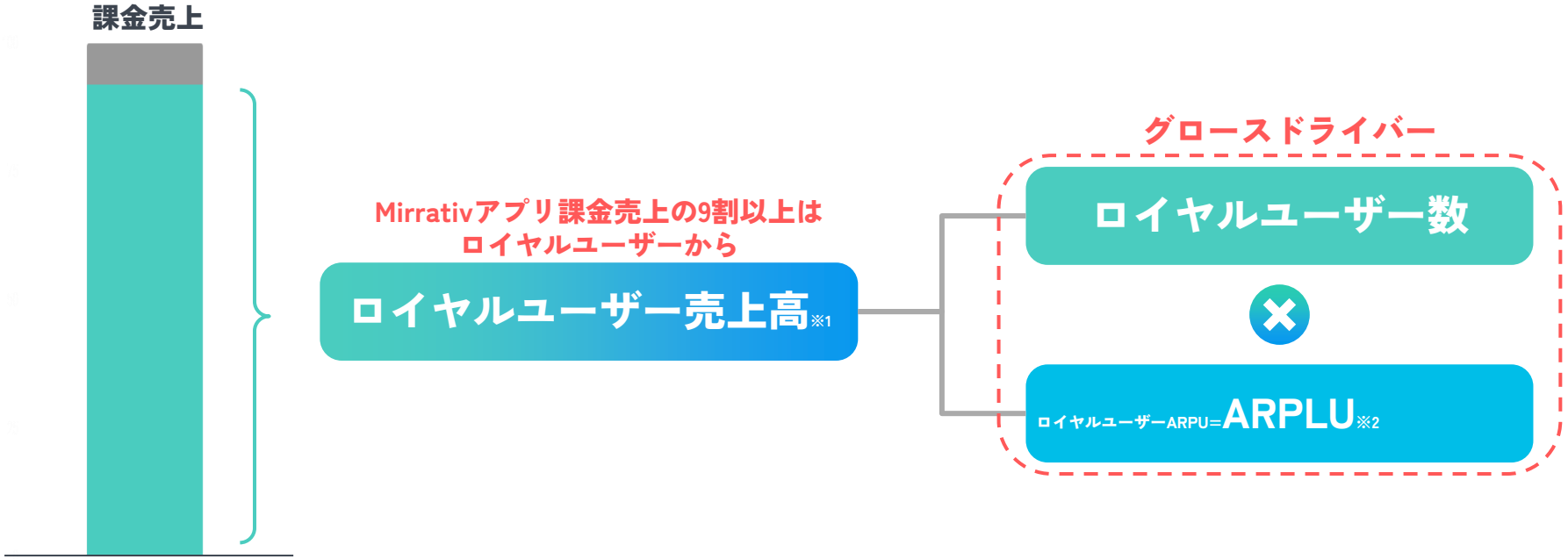
2026年12月期第3四半期　前四半期比営業利益増減要因(連結)

3Qの営業利益は3.28億円と前四半期比+0.99億円で四半期として過去最高。
増収により売上総利益が増加（+0.95億円）し、販管費はほぼ横ばいに抑制



(再掲)Mirrativアプリの売上KPI構造

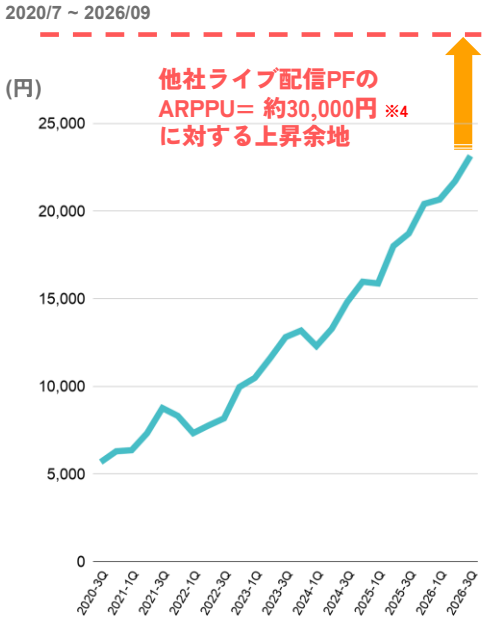
「コミュニティ型ライブ配信サービス」として(Mirrativアプリ)課金売上の9割以上を占めるロイヤルユーザーからの売上高を重視し、特にロイヤルユーザー数を重要指標としている



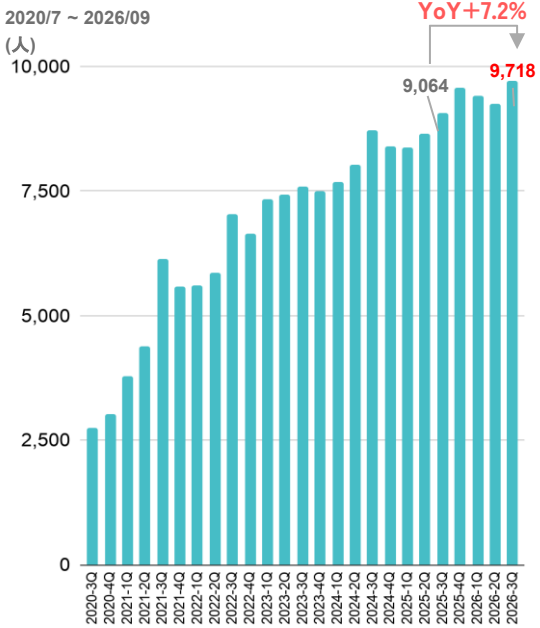
※1. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー
※2. ARPLU (Average Revenue Per Loyal User) ＝ ロイヤルユーザーにおける課金売上 ÷ ロイヤルユーザー数

ロイヤルユーザー数は四半期として過去最高

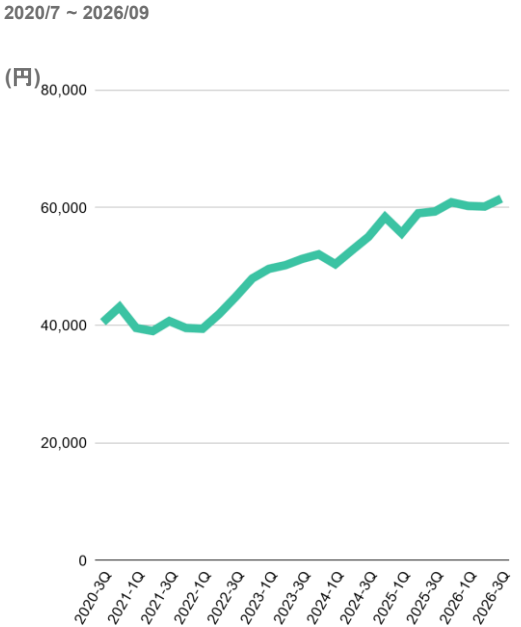
月次ARPPU(四半期平均) ※1



月次ロイヤルユーザー数(四半期平均) ※2



月次ARPLU(四半期平均) ※3



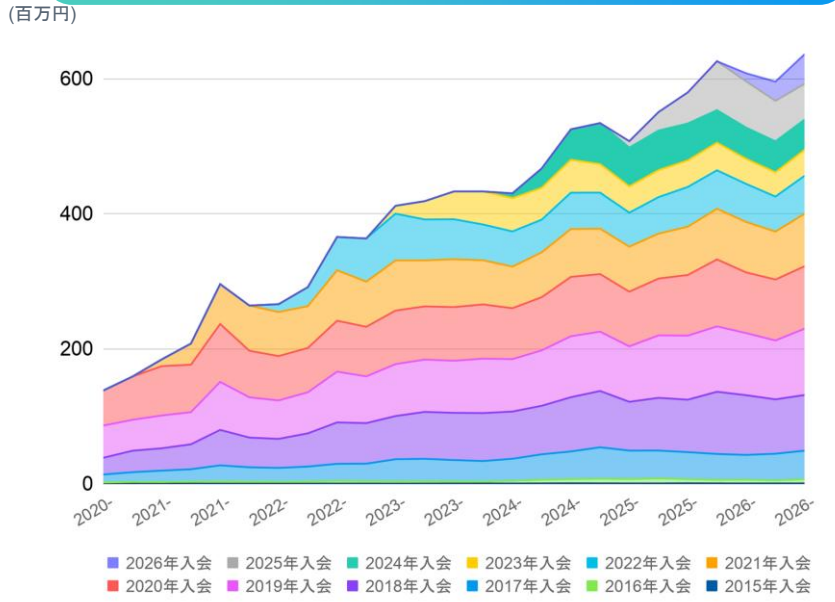
※1. ARPPU (Average Revenue Per Paid User) = Mirrativアプリ課金売上 ÷ 有償コイン消費ユーザー数
※2. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー
※3. ARPLU (Average Revenue Per Loyal User) = ロイヤルユーザーにおける課金売上 ÷ ロイヤルユーザー数

※4.他社開示資料より。他社は視聴者がライブ配信中に配信を応援するために使用するアイテムの販売のみであると当社では認識。これに対し、Mirrativは、配信を応援するためのギフトに限らず、配信者と視聴者双方がエモモ等のアイテムを獲得できるギフトガチャや、配信者のゲーム攻略を助けるライブゲームギフト等、多様なギフトの目的を用意することによりギフト（コイン）販売の機会を多様化している

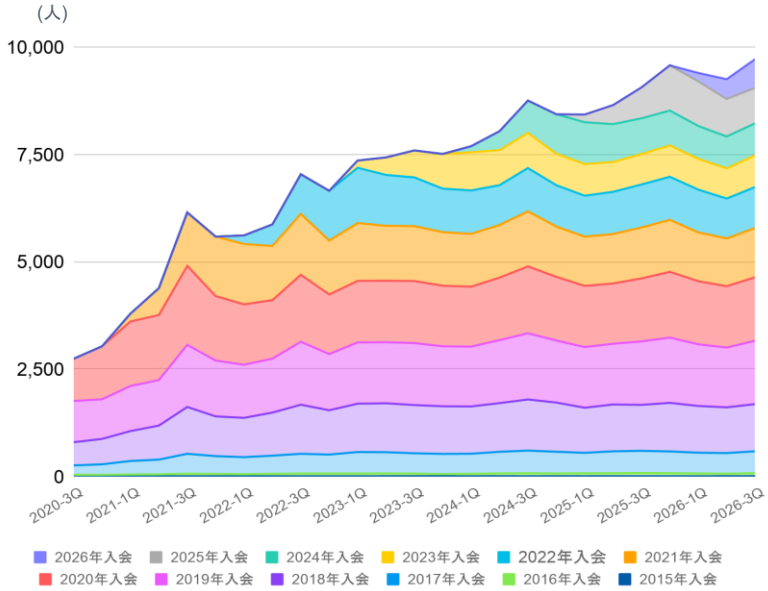
Mirrativ

前四半期での落ち込みから回復し、ユーザーの売上が積み上がり続ける構造は継続

入会年度別月次課金売上高(四半期平均) ※1 ※2



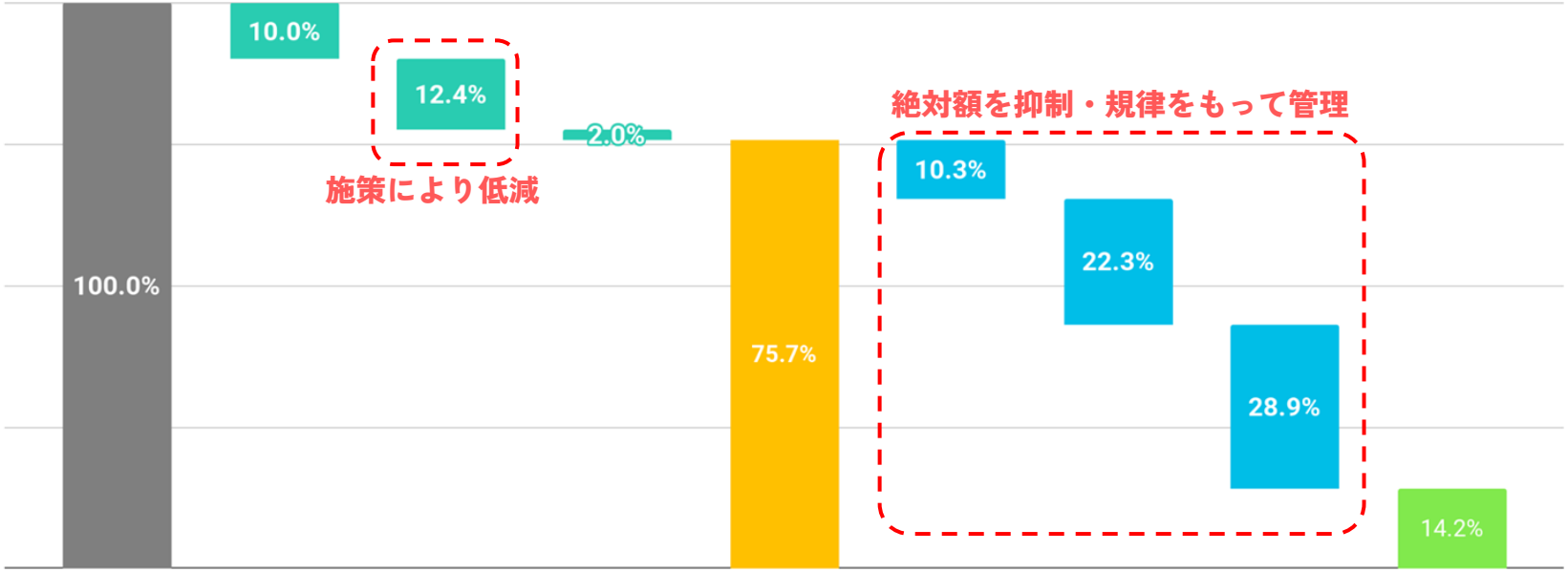
入会年度別月次ロイヤルユーザー数(四半期平均) ※1 ※3



※1. データ期間：2020/7 ~ 2026/09
※2. 当該図における月次課金売上高は会計上の繰延等による調整前の社内管理数値
※3. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー

コスト構造(2026年第3四半期累計・単体)

限界利益率70%超の構造も安定

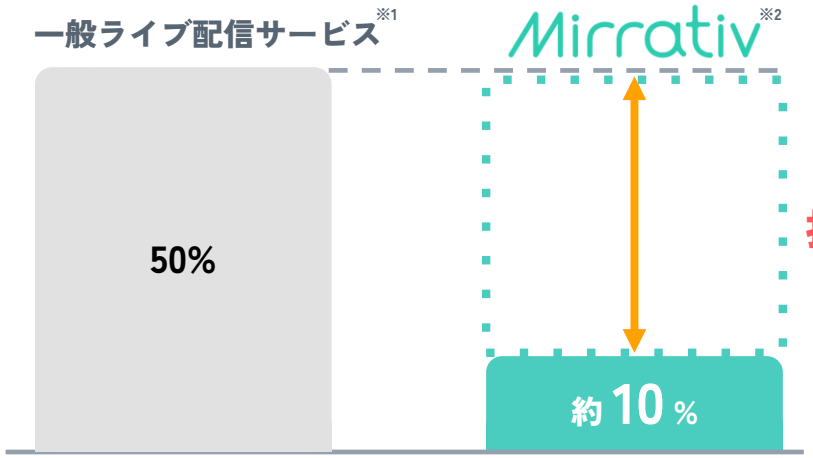


※1.その他変動費は音源関連の著作権関連費用と広告原価のみ計上。それ以外のエモモ(3Dアバター)のIPコラボ時のRSやライブゲーム開発RS等の一部のコンテンツの売上高に連動するものは含まない

※2. デジタルコンテンツ開発コストは、Mirrativアプリにおける売上原価の一部（QA費用、アバター製作費、業務委託費、人件費）、ライブゲームにおける売上原価の一部（通信費、開発費、運営費、RS費用、QA費用）、販管費の一部（給与手当、雑給与、人材派遣料、販促費、研究開発費）を含む。またデジタルコンテンツ開発コストに含まれる人件費等はプロジェクト稼働状況等に照らし合わせ、合理的に算定

(参考)配信者への払い出し水準比較

Mirrativの配信者の多くは収益化ではなく配信と交流を楽しむことが目的のため、全ユーザーで平均すると配信者への払い出しコストの割合が低い構造。その分をデジタルコンテンツに一定の規律のもと投資



他社対比で
払い出しコストの
割合が低い

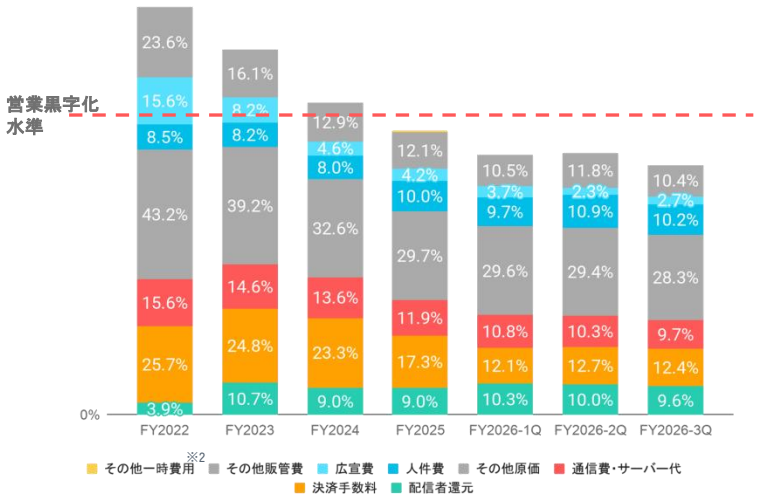
	一般ライブ配信サービス※1	Mirrativ※2
配信者	セミプロ～プロ	一般個人
配信目的	主に収益化	配信者/視聴者 同士での交流

※1. 他社に関する記載は各社開示資料をベースとして作成
※2. Mirrativ: FY2026 3Qにおける売上高に対するクリエイター向けRS比率（売上原価の一部）

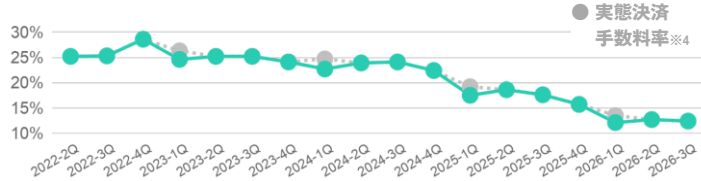
コストKPIサマリー(単体)

決済手数料率は3Q 12.4%と、年初割引の影響を除いた実態ベースで過去最低水準。サーバーコスト・開発コストも規律をもった管理を継続し、限界利益率の高い収益構造を維持

マージン改善推移 ※1

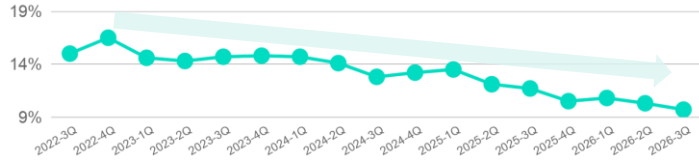


決済手数料率推移※4



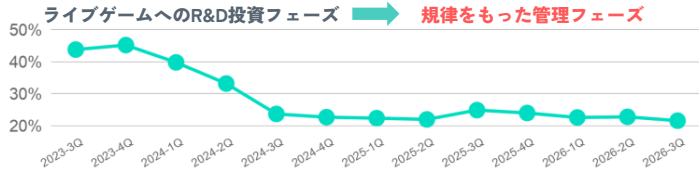
- 年初割引影響を控除した実態決済手数料率は3Qも低下継続
- 今後の減少ペースはなだらかになっていく想定

サーバーコスト率推移



- サーバーコスト率は過去最低を更新

デジタルコンテンツ開発コスト※3率の推移



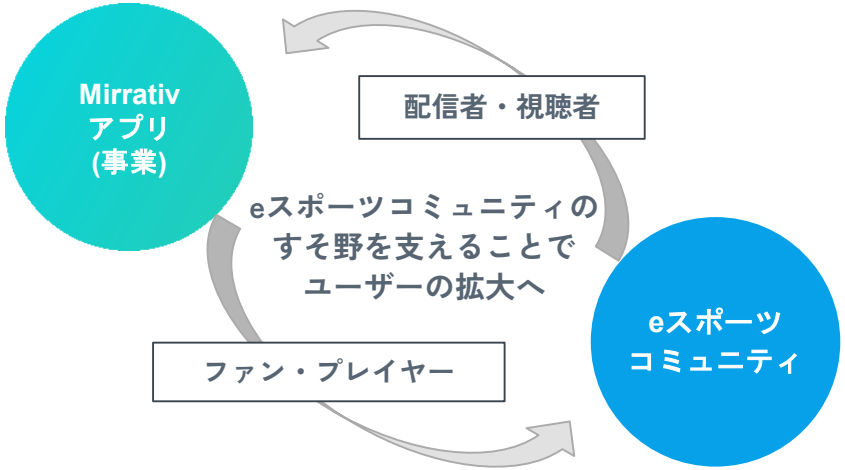
- 過去同等水準を維持

※1. ミラティブ事業単体にて作成（FY2025より連結開始したアイブレイド社等の新規事業は含まず）
※2. その他一時費用は上場準備等で発生する一過性の費用
※3. デジタルコンテンツ開発コストは、ミラティブ事業における売上原価の一部（QA費用、アバター製作費、業務委託費、人件費）、ライブゲームにおける売上原価の一部（通信費、開発費、運営費、RS費用、QA費用）、販管費の一部（給与手当、雑給与、人材派遣料、販促費、研究開発費）を含む。またデジタルコンテンツ開発コストに含まれる人件費等はプロジェクト稼働状況等に照らし合わせ、合理的に算定
※4.毎年1Qは決済PFの年初の割引の分だけ決済手数料率は減少。グレーの点線は割引分戻入れ後の実態決済手数料率

Mirrativ

11周年を機に、プロeスポーツチームと連携し、eスポーツコミュニティづくりを開始。Mirrativと相互に配信者・視聴者を還流させ、ユーザーの裾野の拡大を狙う

コミュニティ還流の構造



プロeスポーツチームとの共同施策

パートナー	具体的な取り組み
FENNEL	ブロスタのDiscordコミュニティ「B-BASE」を始動。 誰でも参加できるオンラインコミュニティ。 定期大会を開催
UNLIMIT	Apex Legendsのコミュニティ大会「LIMIT BREAK杯」を共同開催。 Mirrativの配信者・視聴者が参加

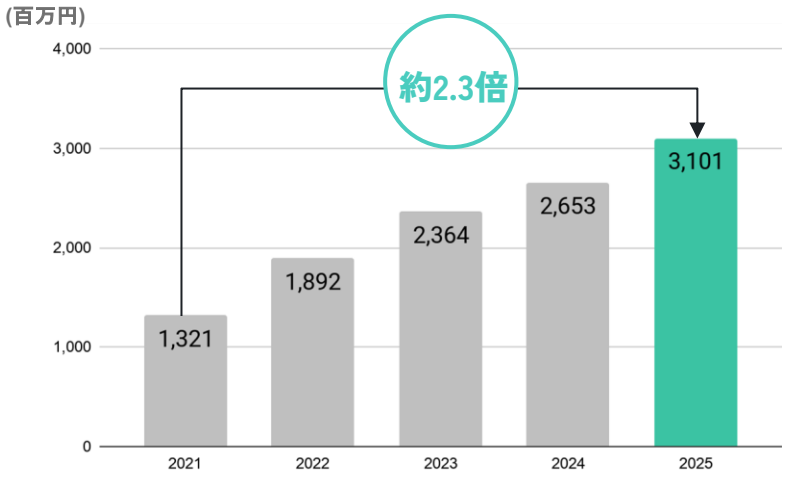
eスポーツ領域では、プロ・競技シーンとストリーマーを含む配信・カジュアル層の融合が進む潮流が生まれていると認識。新規事業(ストリーマープラットフォーム)を含め、配信者接点の拡大機会として期待

Mirrativ

11周年施策の一環として、PC配信・視聴の大型アップデートを展開。拡大するPCゲーム市場へ窓口を開き、既存のMirrativコミュニティの外へ、配信者・視聴者との接点を拡大

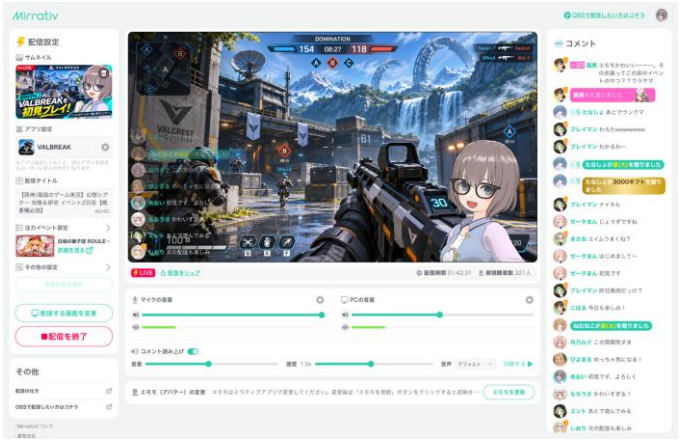
拡大する国内PCゲーム市場 ※1

国内PCゲーム市場はコロナ禍以降も成長し続けており、国内ゲーム市場に占める割合は約12%に



新PCブラウザ版ミラティブ　特許取得 ※2

一般的なPCブラウザ配信	新PCブラウザ版ミラティブ
OBS等の配信ソフトの導入	➡ OBS不要。画面共有だけで配信
複雑な配信設定	➡ 複雑な設定なし。数クリックで開始
アバターは別アプリで用意	➡ アバター(エモモ)をゲーム画面と自動合成



※1 出所：角川アスキー総合研究所「ファミ通ゲーム白書2026」
※2 特許第7896949号「ゲームライブ配信システム、ゲームライブ配信方法、及びゲームライブ配信プログラム」

Mirrativ

行動指針「with AI」を評価制度・業務基盤に実装し、AIを前提とした組織化を推進。AI x エンタメ領域の事業探索を継続

行動指針「with AI」→ 評価・業務への実装

AIを前提とした組織化は着実に推進

with AI

私たちは、あらゆる活動を、
AIとともに行うことをまず志向します。

- 行動指針としての「with AI」体現を評価に導入。下期は全社員がAI活用目標を設定
- 「AI浸透委員会」を設置し、社内AI事例共有会を週次で運営
- AI分析基盤を整備し、企画メンバー自らが高度な分析を行える体制へ

AI x エンタメ領域の探索

探索領域（例）※1

- 配信 × AI
- コミュニティ × AI
- ・・・ その他エンタメ領域

実行アプローチ

内製開発 × 他社協業・M&A

※1. 記載の領域は探索対象の例示であり、個別プロジェクトの存在や進捗を示すものではありません

(再掲)キャッシュアロケーションの考え方

成長投資を優先する方針は変わらず。ただし株価動向は継続的に注視する

資金源	活用方針	
現預金 営業CF 有利子負債 (銀行借り入れ)	事業投資	・新規事業を含めて引き続き規律を持った事業投資を行っていく ・特にAIに伴う事業機会の広がりは常に追求する
	M&A	・積極的に検討を行っていく ・方針については次頁
	戦略投資・資本業務提携	・M&A以外のオプションとして合わせて検討 (提携を伴うマイノリティ出資、VCへのLP出資等)
エクイティ調達 (現時点では想定無し)	株主還元	・現時点での方針は変わらず、上記3項目を優先させる ・ただし株価状況等を常に注視

(再掲)M&A・出資・資本業務提携の考え方

Mirrativ

M&A・戦略投資でグループジョインしたアイブレイドやキャスコードのシナジー創出が進んでいることを踏まえ、財務規律を重視したうえで、M&Aや戦略投資についてはより積極的に検討を進める

M&Aの主要な方向性

コア領域

①配信者接点(面)の拡大

- 配信者コミュニティサービス
- 配信者を束ねている会社 (配信PF、配信者事務所、eスポーツチーム、インフルエンサーマーケティング企業等)

②プロダクト/サービスの横展開または垂直統合

- マーチャンダイジング
- fintech
- アセット(3D等)開発の強化

等

周辺領域

③新しいエンターテインメント領域

- AI関連
- VR/MR関連

等

AIによるマーケットの広がりに伴う事業機会逸失を防ぐため、
以下も検討

- 戦略投資(資本業務提携)
- VCへのLP出資

2 (再掲)2026年12月期　通期連結業績予想

注)2026年2月13日に開示した業績予想から変更はありません

(再掲)2026年12月期　通期連結業績予想(業績予想に変更なし)

売上高成長は25年と同等水準で、Mirrativ課金売上が引き続き成長をけん引することを想定。
コスト改善については今期も継続的に推進。新規事業への投資は昨年水準で規律をもって実施をしていく

通期連結業績予想

単位(百万円)	FY2025 通期実績	FY2026 通期予想	増加率
売上高	7,188	8,398	*+16.8%*
売上総利益	2,275	3,184	*+39.9%*
営業利益	349	1,109	*+217.6%*
経常利益	287	1,036	*+261.0%*
親会社株主に帰属する当期純利益	739	962	*+30.2%*

(再掲)2026年12月期　通期連結業績予想の前提(変更なし)

Mirrativ

売上高	・引き続きMirrativ課金売上が収益の90%以上を占める見込み ・例年通り下期に寄る傾向を想定 特に季節イベントが少ない1Qは対前年4Q比では弱め ・新規事業売上は合理的算定が可能な子会社アイブレイド分のみ計画に織り込み
売上原価・販管費	・Mirrativアプリに関わるコストは昨年と同傾向で低減をしていく想定 決済手数料率についての減少ペースはなだらかになる見込み ・新規事業への投資も現時点計画では昨年と同等水準であり、 規律を保ちながら行っていく
経常利益・純利益	・営業外損益は、昨年同等水準の関連会社に関するのれん償却費や支払利息等の計上を見込む ・前期に計上を開始した繰延税金資産と今期の予想課税所得に基づく計上見込み額との差額を、法人税等調整額として計上を見込む

目次

3 会社概要

企業概要

「スマホ1台でゲーム実況・生配信ができるアプリ」として、日本最大級の配信者数※1 を保有。
ロングテールx高熱量のコミュニティ内でユーザー間の交流や推し活が行われるプラットフォーム

基礎情報

会社名	株式会社ミラティブ
設立経緯	2015年8月に株式会社ディー・エヌ・エーにおいてライブ配信プラットフォーム「Mirrativ」アプリをリリース。2018年2月に当社設立後、株式会社ディー・エヌ・エーよりミラティブ事業を承継し事業開始
代表者	赤川　隼一
本社所在地	東京都目黒区目黒二丁目10番11号
従業員数	151人（2025年12月時点、連結ベース）
関係会社	株式会社アイブレイド（100%） 株式会社キャスコード（39.8%）
資本金	568百万円
上場市場	東証グロース市場(472A)
事業内容	ライブ配信プラットフォーム「Mirrativ」運営及び ストリーマープラットフォーム事業



※1. 足元の累計配信者数570万人という実績および国内に展開する配信プラットフォーム事業者のIR資料に基づく当社見解（2025年12月時点）

Mirrativ

わかりあう願いをつなごう

「わかりあうこと」はすべての人の普遍的な願い、
「なかなかわかりあえないこと」は人類の永遠の課題だと
ミラティブでは考えています。

話すこと、創ること、動くこと。
人のあらゆる営みには「こうありたい」「こうあってほしい」という
意志と願いが宿っていると信じます。

すべてのコミュニケーションはその願いの発信です。

それは時に届かず、マクロでは戦争が、ミクロでは孤独や自殺といった課題が、
このテクノロジーが発達した現代でも残り続けています。

それぞれの願いを、尊重しながら、お互いにつないでいくこと。
そしてわかりあえる瞬間を少しでも増やすこと。

その連続で、世界中の幸せの総量をもっと増やしていける—
私たちはそう信じています。



VISION

Mirrativ

好きでつながり、
自分の物語（ナラティブ）が生まれる
居場所

誰かと好きなものをわかちあえた時、わかりあえた時の喜びや高揚は、かけがえのないものです。
自分と同じゲーム・同じコンテンツ・同じキャラクターetcを好きな人が、世界のどこかにきっといる—

そんな願いがつながり、人と一緒に体験したり、語りあったりする瞬間、
そこには自分だけの思い出や物語＝ナラティブが生まれます。
物語のある場所、そこは人が生きる上で大切な居場所になっていくと私たちは信じています。

ミラティブは、今までもこれからも、世界中の人ひとりひとりが、自分の「好き」でつながり、
自分だけの物語が生まれる居場所を創っていきます。

行動理念

わかりあおうとし続ける

全社の行動理念の体現方針として10か条の「わかりあおうとし続けるガイドライン」を以下のように策定。

① 相手を想像する
② 前提を揃える
③ 伝わる形にする
④ 発信する
⑤ 最後まで聞く
⑥ いちど受け止める
⑦ 対話を繰り返す
⑧ 確認する
⑨ 直接話す
⑩ わかりあえなさもわかりあう

詳細公開中　Speaker Deck ▶ https://speakerdeck.com/mirrativ/mirrativ-values?slide=5

マネジメントチーム

高難易度の市場開拓型プロダクトを成長させてきた経験豊富な経営チームが今後も成長にコミット

代表取締役 CEO



赤川 隼一

慶應義塾大学卒業後、DeNAに入社。2012年4月より最年少執行役員として海外事業、ブラウザゲーム事業等を管轄した他、戦略投資や複数の新規事業立ち上げを担当。2018年2月に、DeNAよりMirrativ事業をMBOしミラティブを創業

取締役 CFO



須山 敏彦

東京大学経済学部卒業後、ローランド・ベルガー、DeNAを経て起業。その後複数のスタートアップの取締役を経て、2021年にミラティブへ参画し、コーポレート機能を幅広く管掌

社外取締役



青木 耕平

株式会社クラシコム代表取締役社長。2006年、実妹である佐藤友子とクラシコム共同創業。2007年より北欧ビンテージ雑貨をEC販売する「北欧、暮らしの道具店」を開業

社外取締役



宇佐美 進典

早稲田大学商学部卒業後、トーマツコンサルティング(現:デロイトトーマツ)に入社。1999年にアクシブドットコムを創業。2014年に東証マザーズ上場、2015年東証一部上場。2019年に電通100%子会社であるCCIと経営統合し、CARTA HOLDINGSの代表取締役会長に就任、2025年NTTドコモからTOBを受け、代表取締役を退任。2026年にサポーターズホールディングスを設立し代表取締役就任、サポーターズを買収

常勤監査役

鈴木 信裕

公認会計士。あずさ監査法人にて監査業務等に従事後、企業の内部統制構築支援、上場準備支援等を経て㈱和心等で常勤監査役を歴任。2024年にミラティブに参画

非常勤監査役

秋元 芳央

2000年4月弁護士登録。あさひ法律事務所（現・西村あさひ法律事務所）、グリー㈱の企業内弁護士を経て、英和法律事務所パートナー。2020年にミラティブに参画

非常勤監査役

内藤 陽子

公認会計士としてEY新日本監査法人にて監査業務に従事。その後、フリー㈱にて取締役監査等委員を務めた後、㈱NearMeの経営管理に従事。2024年にミラティブに参画

Mirrativ

日本最大級※1のゲーム配信アプリ「Mirrativ」

日本最大級の配信者数を保有

配信者への「ギフト」中心のユーザー課金モデルで、
ロイヤルユーザー※2が積み上がる構造

月間アクティブユーザー※3の約30%※4※5が配信者

配信者同士がSNSのように交流

高利益率体質

①配信者同士で相互に視聴やギフトするため、
配信者還元コストが売上の10%程度※6

②ユーザー獲得をゲーム企業との連携で行える



※1. 足元の累計配信者数570万人および国内に展開する配信プラットフォーム事業者のIR資料という実績に基づく当社見解（2025年12月時点）
※2. 月額10,001円以上課金するユーザー
※3.月間アクティブユーザー：月に一度以上アプリを起動したユーザー数（同一端末で複数アカウントのログインがある場合には1と集計）
※4. 2025年12月時点の月次数値
※5. 配信者比率 = 配信者数 ÷ MAU （Monthly Active Users, 月あたりのアクティブユーザー数）
※6. FY2026 Q3におけるミラティブ事業売上高に対するクリエイター向けRS比率9.6%より記載

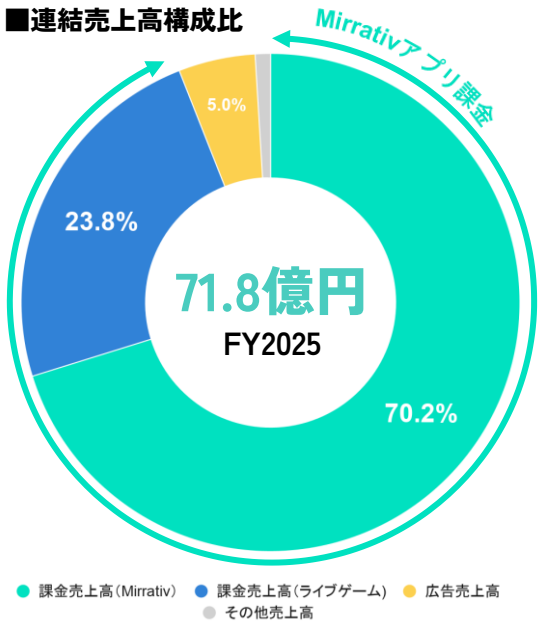
Mirrativ

Mirrativアプリは月間アクティブユーザーの約30%が配信者という希有な双方向型のプラットフォーム

Platform KPI ※1

110,000+ 配信者数	30.3% 配信者比率
30,000+ 月間課金ユーザー数※3	18,000円+ ARPPU ※4
約9,000 月間ロイヤルユーザー数 ※2	58,000円+ ARPLU ※5
93.0分 1日あたり平均配信時間 ※6	101.6分 1日あたり平均視聴時間 ※7

Financials



58.3億円
売上高
FY2026 3Q累計

11.9%
売上高成長率
(FY2025 3Q累計
→FY2026 3Q累計)

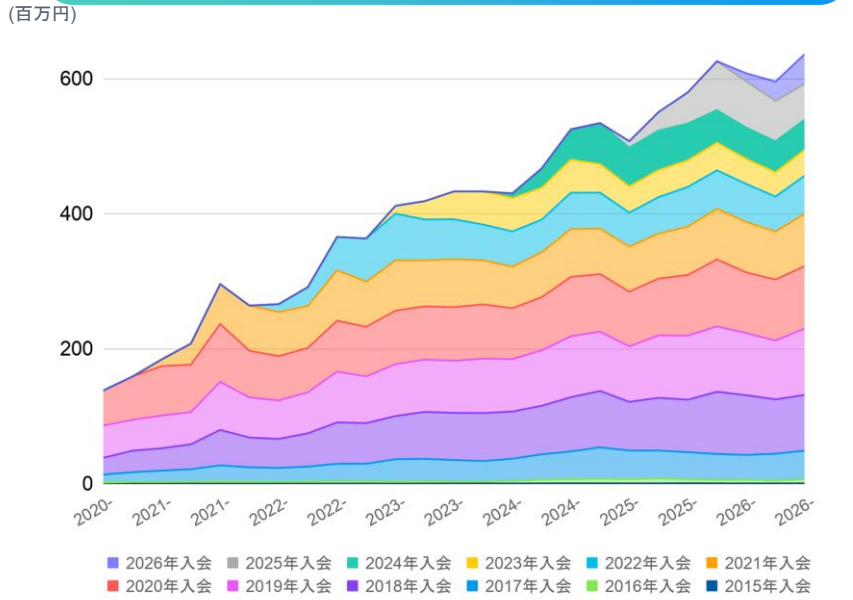
13.9%
営業利益率
FY2026 3Q累計

※1. 2025年の月次平均値
※2. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー
※3. 課金ユーザー：有償コインを消費したユーザー
※4. ARPPU (Average Revenue Per Paid User) = 課金売上 ÷ 有償コイン消費ユーザー数
※5. ARPLU (Average Revenue Per Loyal User) = ロイヤルユーザーにおける課金売上 ÷ ロイヤルユーザー数
※6. 1日あたり平均配信時間：サービス内で配信したユーザーの1日あたりの平均配信時間
※7. 1日あたり平均視聴時間：サービス内で配信を視聴したユーザーの1日あたりの平均視聴時間

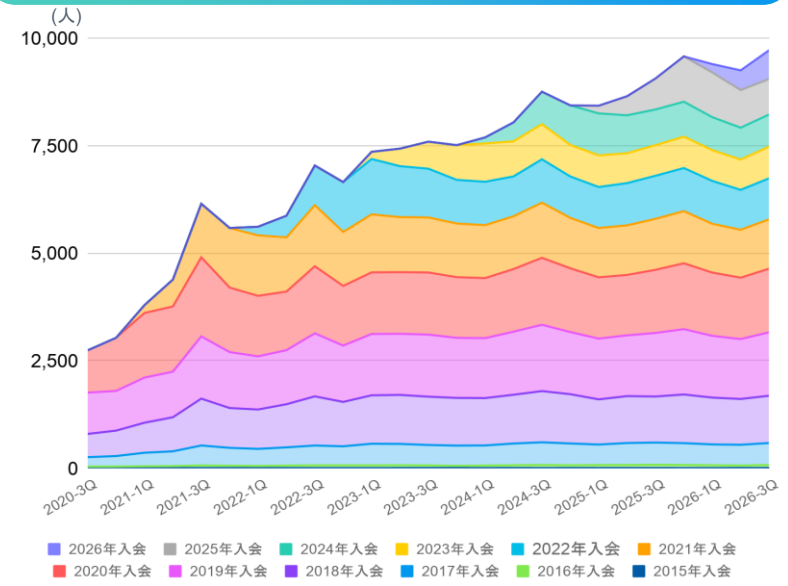
売上のミルフィーユ構造

ユーザーにとって「居場所」になることで、ユーザー登録後長年に渡って売上が積み上がり続ける事業構造の構築に成功。課金売上高全体の90%以上※1を占めるロイヤルユーザー※2数は重要KPI

入会年度別月次課金売上高(四半期平均) ※3 ※4



入会年度別月次ロイヤルユーザー数(四半期平均) ※2 ※3



※1. 2026年度第3四半期
※2. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー
※3. データ期間：2020/7 ~ 2026/09
※4. 当該図における月次課金売上高は会計上の繰延等による調整前の社内管理数値

Mirrativアプリとは

Mirrativ

スマホ1台・数タップするだけでゲーム配信ができるコミュニケーションサービス



共通の趣味＝ゲームを通じて、人と人とがつながる【居場所】を創造

Mirrativアプリのコンセプト・使われ方

「友達の家でゲームやっている感じ」がコンセプトで、ゲーム配信がメイン。配信者がアクティブユーザーの30%を占め、課金売上の大部分は「配信者属性のユーザーから別配信者へのギフト」＝双方向性の高い事業

サービスコンセプト



サービス
コンセプト
友達の家で
ゲームやって
いる感じ



気軽な配信

双方向
コミュニケーション

アプリの特徴



月次アクティブユーザーに
占める配信者比率
※1※2



ゲーム配信割合 ※1



課金売上に占める
配信者比率※1※3

※1. 2025年12月時点
※2.配信者比率 = 配信者数 ÷ MAU （Monthly Active Users, 月あたりのアクティブユーザー数）
※3.課金売上に占める配信者率：課金売上のうち、配信経験のあるユーザーによる課金売上の割合

配信者の想定ペルソナ

ペルソナ	人数	課金額	収益化意向
 **ゲーム配信中心** ミラティブでゲーム仲間ができ、お気に入りゲームの配信を楽しむ層	◎	▲	--
 **ミラティブコンテンツ中心** エモモ(3Dアバター)配信やライブゲームなどミラティブコンテンツを中心に楽しみ、仲間同士で相互にギフトをしあう層	○	◎	--
 **スターズ(予備軍)** 配信によって収益化していきたい層	▲	◎	◎

**収益化を目的とする配信者が少ないため、
配信者還元コストが低くなる事業構造**

Mirrativ配信のビジネスモデル

Mirrativ

視聴者は配信に対してギフトを贈る。贈られたギフトは配信を盛り上げるとともに、コインとして配信者に配布され、別の配信にギフトされる。配信者がギフトを通して配信を楽しみ続ける構造となっている



※1. 一定の基準を満たし、当社の審査を通過した配信者のみ

Mirrativのギフトとデジタルコンテンツ

Mirrativのギフトは配信を盛り上げるだけでなく、配信者と視聴者双方が3Dアバターを獲得できるなど、配信者と視聴者が楽しめるデジタルコンテンツの入り口にもなっている



3Dアバターが排出される「ギフトガチャ」を
視聴者がコインを消費して贈ると、



受け取った配信者と贈った視聴者が
3Dアバターを獲得できる

デジタルコンテンツとギフトの詳細

視聴者が贈れるギフトの種類は多数存在し、ギフトと連動した3Dアバターやランキングイベント、ライブゲームなどのデジタルコンテンツがプラットフォーム上に豊富に用意されている

様々なギフト体験



定番ギフト/メッセージギフト
配信を盛り上げる
豊富なアイテム



ギフトガチャ
配信者と視聴者それぞれが当たった
アイテム(3Dアバターなど)を獲得可能



ランキングイベントギフト
配信内のギフトポイントを集計



ライブゲームギフト
配信者のゲーム攻略を応援

デジタルコンテンツ





エモモ
Mirrativ内で使える3Dアバター。
誰でもアバター配信が可能。
ギフトガチャ等で入手可能



ランキング
配信者間で競い合い限定アイテムを獲得。
視聴者として推しの配信者を応援



ライブゲーム
配信者がライブ配信しながら
視聴者と一緒に遊べる、
Mirrativオリジナルのゲーム機能



エモカラ
アバターカラオケ配信

ユーザーの流入から継続まで

ユーザーがMirrativを始めるきっかけは、好きなゲームや気軽な配信意欲から。推しの配信者を見つけ、仲良くなることでサービスの利用を継続する



気軽にゲーム配信をしたい
ゲーム友達を作りたい



仲の良い配信者ができる



アバター等、相互にギフトを贈りあう

捉えている時代背景

Mirrativ

テクノロジーの進化やメディアの変化により嗜好性が多様化し、誰もが知る「大きな物語」よりも、一人ひとりにとっての「小さな物語」や「自分と推し」との関係が重視・尊重される時代に。
Mirrativは「配信」を通して自分の物語が生まれ、一人ひとりの居場所となるプラットフォーム

マクロトレンド / 社会や嗜好の変化

テクノロジーの進化

- 高速通信
- 多数常時接続
- インタラクティブ
- VTuber
- AI

ユーザー行動の変化

- UGC文化
- 推し活
- インフルエンサーのロングテール化



みんなが共感する「大きな物語」から、コミュニティ内・一人ひとりの「小さな物語」へ

スマートフォン画面の Mirroring ＋ Narrative

＝

Mirrativ

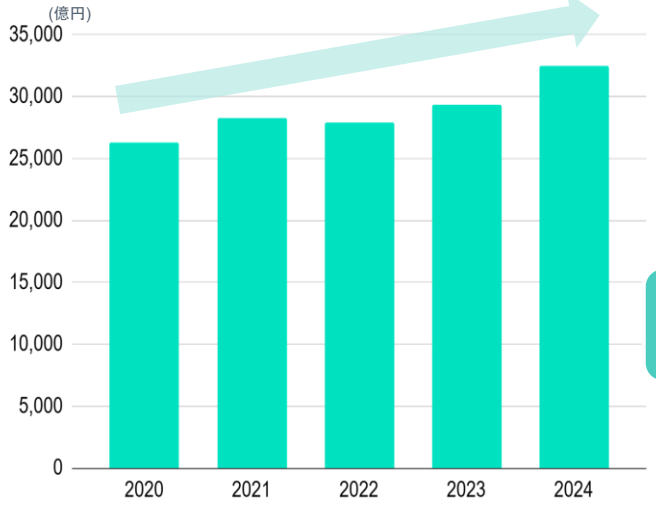
自分だけの物語 ＝ ナラティブが生まれる居場所を提供する

Mirrativを取り巻く市場

Mirrativはモバイルゲームを媒介に、配信を通した交流とギフト＝「（自分のためではなく）誰かのためにお金を使う」ことによる楽しさを提供し、巨大な既存のコンテンツ市場を拡張する存在

モバイルコンテンツ市場

モバイルコンテンツ市場は3.2兆円規模に成長を続けており※1※2、今後も拡大を想定※3。配信のきっかけとなるモバイルゲーム市場は1.6兆円市場※1

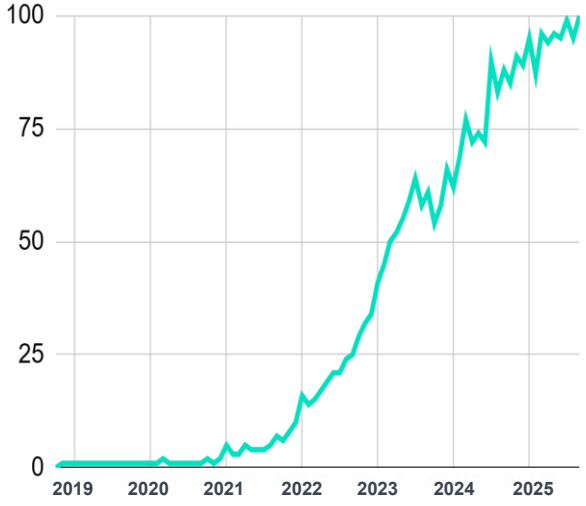


Mirrativ

「誰かのためにお金を使う」新しい楽しさによる市場の拡張

推し活トレンド

「推し活」の検索ボリューム※4※5の拡大のように、「誰かのためにお金を使う」概念の浸透は進んでいる



※1. 一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム調べより弊社作成
※2. モバイルコンテンツ市場はゲーム・ソーシャルゲーム、動画・エンタテインメント市場、電子書籍市場、音楽コンテンツ市場、その他が含まれる
※3. 過去の市場推移をもとにした弊社見解

※4.Google Trendsのデータ(2018年10月~2025年9月まで)の日本における「推し活」ウェブ検索のトレンド
※5.Google Trendsは調査期間の検索需要の最大値のあった時点を100として、検索需要を比較して0-100で指標化

4 成長ストーリー

注)本資料公開時点では、2025年12月18日上場時に公開した戦略を踏襲しており、
数値の更新のみ行っております

Company Highlights

1 強固な事業サイクルを構築したコミュニティプラットフォーム

2 成長戦略

2-1 高エンゲージメントがもたらす安定成長と高い収益ポテンシャルを持つMirrativアプリ

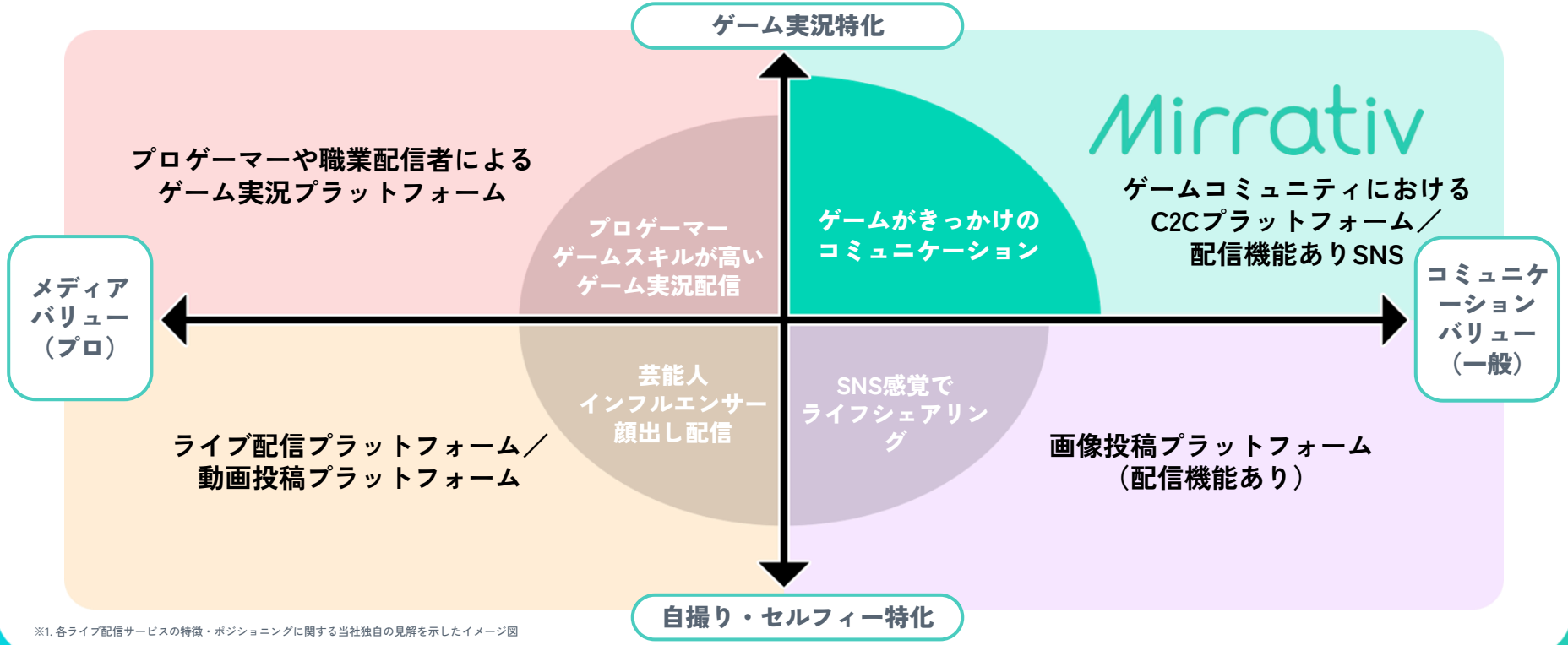
2-2 Mirrativアプリのアセットを活用し、新市場を狙う中長期戦略

3 エンタメセクター新市場で安定収益を維持しながら成長投資を行う希有な財務プロファイル

事業の特徴①:ポジショニング

Mirrativ

他社ライブ配信サービスとは一線を画したポジショニング※1であり、ゲーム配信を軸にしたコミュニティサービス(SNS)



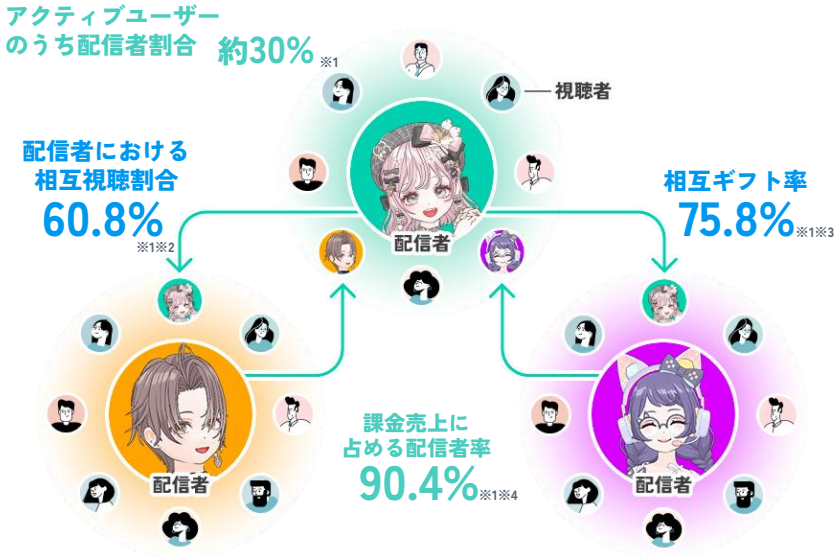
※1. 各ライブ配信サービスの特徴・ポジショニングに関する当社独自の見解を示したイメージ図

事業の特徴②:低い配信者還元コスト構造

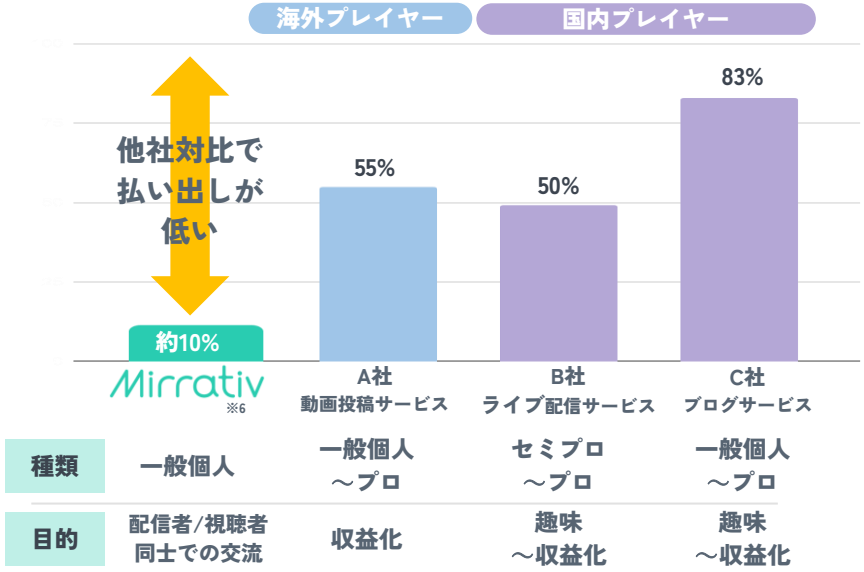
Mirrativ

Mirrativの配信者の多くは収益化ではなく配信と交流を楽しむことが目的。その結果、全ユーザーで平均すると配信者への払い出しのコスト割合が低いというユニークな構造

双方向性の高いユニークなプラットフォーム



クリエイターへの還元(払い出し)水準比較 ※5



※1. 2025年12月時点
※2. 配信者における相互視聴割合：配信者側のユーザーが、視聴者側のユーザーの配信を視聴している割合
※3. 相互ギフト率：①有償コインを消費するギフトをお互いに贈り合ったユーザーのペアが消費した有償コインの総額、②一方通行の有償コインを消費するギフトを送った視聴者と配信者のペアが消費した有償コインの総額の割合から算出（①÷（①+②））
※4. 課金売上に占める配信者率：課金売上のうち、配信経験のあるユーザーによる課金売上の割合

※5. A~C社に関する記載は各社開示資料をベースとして作成
※6. Mirrativ: FY2026 Q3における売上高に対するクリエイター向けRS比率（売上原価の一部）

事業の特徴③:世界中のゲーム企業とのリレーション 取り組み例:配信＆視聴キャンペーン

世界中のゲームパブリッシャークライアントと配信者や視聴者を増やす取り組みを実施。インセンティブをフックにユーザーがMirrativに流入し、そのゲームのコミュニティを形成

一般モバイルアプリゲーム

ミラティブ上で配信・視聴



ミラティブへ遷移





配信時間等の定められた条件を満たすと、

- ミラティブ内アイテム
- ゲーム内で使えるアイテム

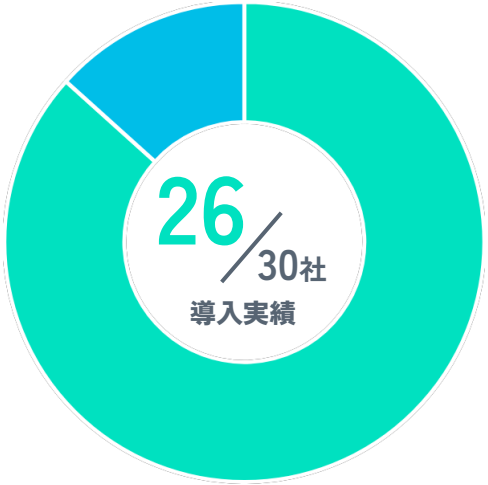
等を獲得

キャンペーン中だけでなく、キャンペーン後も配信やゲームプレイの継続

事業の特徴③:世界中のゲーム企業リレーションと低CAC構造

コミュニティの力でゲームLTV※1が向上するため、世界中のゲーム会社とのタイアップイベントを実施。
イベントをフックにゲーム経由でユーザーが流入することで低CAC※2構造を実現

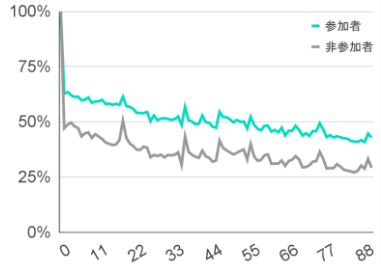
トップゲームパブリッシャーとの連携



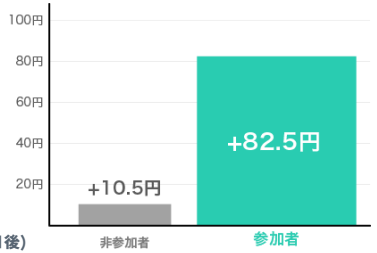
2024年のアプリゲーム売上Top30社※3のうち、
26社がミラティブのイベント施策の導入実績有※4

Case: Title A ※5

イベント参加者のゲーム継続率



イベント参加による ゲーム内課金額上昇分/日 ※6



コミュニティの力でゲームLTVを向上させることが可能

▼

タイアップイベントを企画し、イベント経由でユーザーが流入（Mirrativからの手数料支払いはなし）

▼

Win-Winの構造で低CACを実現

※1. LTV：Life Time Value　※2. CAC: Customer Acquisition Cost
※3. 出所:ファミ通モバイルゲーム白書2025
※4. 2019年以降ミラティブのイベント施策を導入した実績の有無

※5. 同一タイトルにおける2024/12~2025/2における計測でデータを取得
※6. イベント2回における平均値。イベント開始前とイベント中のARPUの差

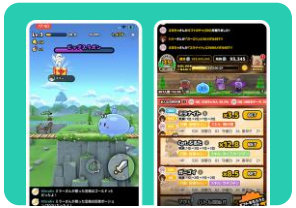
事業の特徴④:高品質なデジタルコンテンツ投資・内部改善

3Dアバターを中心としたデジタルコンテンツ・イベントを提供し、マッチングアルゴリズムを継続的に改善。熱量の高い配信者の体験に向き合い続けた結果、課金KPIは継続的に向上

コンテンツ



高品質なデジコン※1



ライブゲーム

×

オペレーショナルエクセレンス

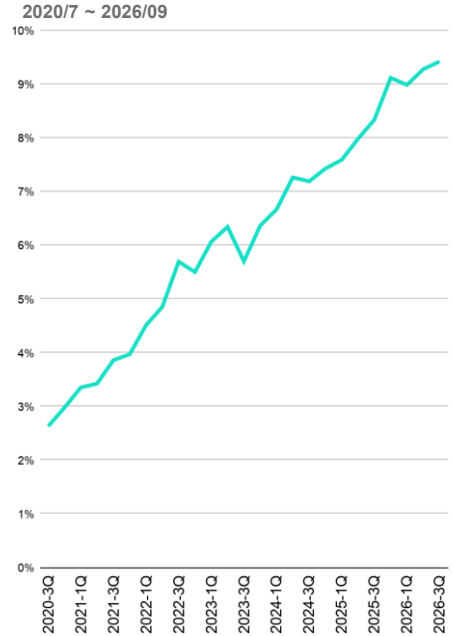


マッチングアルゴリズム改善

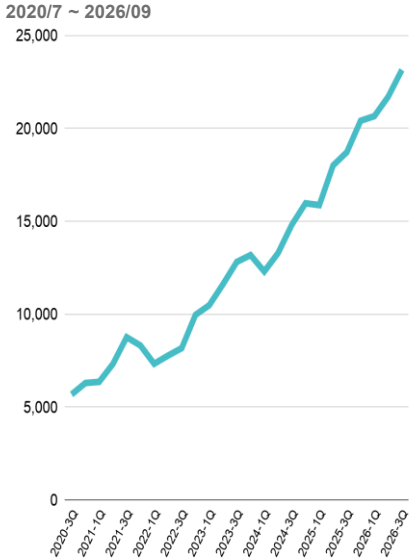


機能改善

月次課金率(四半期平均) ※2



月次ARPPU(四半期平均) ※3



※1. デジコン：デジタルコンテンツ
※2. 課金率 = 有償コイン消費ユーザー数 (UU) ÷ MAU
※3. ARPPU (Average Revenue Per Paid User) = 課金売上 ÷ 有償コイン消費ユーザー数

事業の特徴⑤:独自のサービス「ライブゲーム」

Mirrativ

ミラティブが発明したライブゲームは、ゲームとゲーム実況を融合した新しい体験で、配信者のゲームプレイに介入したり一緒に遊ぶことができる。低開発費にも関わらず高ARPUを実現



特徴

低開発費／短期間開発※1
開発コスト:平均29百万円/ゲーム※2
開発期間：3-4か月

視聴者介入の課金
視聴者が配信者にアイテムギフト

高ARPU(スラポンコロシアム)
日本のセールスランキングトップのアプリゲームと同水準のARPU ※3

内製開発と外部開発
内製開発 ＋ API 解放による外部開発

リリースタイトル

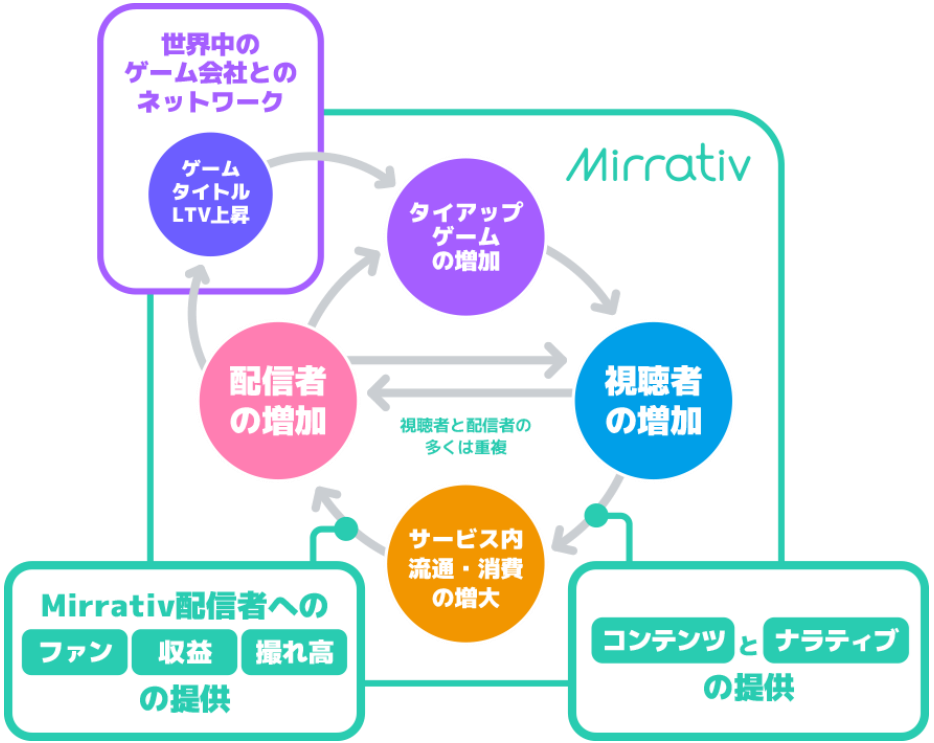


※1. 既存スマホゲームの平均開発コスト4.92億円(出典: JOGA　オンラインゲーム市場調査レポート2025) ※2. 完全内製タイトル及び開発タイアップを除いたタイトルの平均開発コスト
※3. 弊社タイトル「スラポンコロシアム」における実績（2024年8月のAppStore＋GooglePlay売上Top10ゲームに、data.aiのMAUデータおよび収益データを参照して1ドル146.44円(8月当時のレート)で試算し比較）

まとめ

Mirrativ

強固な事業サイクルを持ち、長期で売上が積み上がるコミュニティプラットフォーム





Company Highlights

1 強固な事業サイクルを構築したコミュニティプラットフォーム

2 成長戦略

2-1 高エンゲージメントがもたらす安定成長と高い収益ポテンシャルを持つMirrativアプリ

2-2 Mirrativアプリのアセットを活用し、新市場を狙う中長期戦略

3 エンタメセクター新市場で安定収益を維持しながら成長投資を行う希有な財務プロファイル

成長戦略の全体像

Mirrativ

既存事業のARPPU拡大と利益率向上 + アセットを有効活用した新規事業投資を推進

ミラティブ事業は安定成長・利益化期

売上向上施策



ロイヤルユーザーが
積み上がるベースの事業構造



ARPPUの向上余地が大

利益最大化施策



決済手数料やサーバー代
等、コスト改善が続く

アセットを有効活用した新規事業投資

YouTubeやTwitchなど
ミラティブ外配信者への支援

iBraid

ぶいきゃす Rocon V

Cascord

CAST CRAFT

Mirrativで培ったノウハウ/デジコン
をMirrativ外の配信者支援に活用

強固な財務基盤と経営陣の経験を活かし
M&Aや資本業務提携での拡大も推進

Company Highlights

1 強固な事業サイクルを構築したコミュニティプラットフォーム

2 成長戦略

2-1 高エンゲージメントがもたらす安定成長と高い収益ポテンシャルを持つMirrativアプリ

2-2 Mirrativアプリのアセットを活用し、新市場を狙う中長期戦略

3 エンタメセクター新市場で安定収益を維持しながら成長投資を行う希有な財務プロファイル

成長戦略の全体像

ミラティブ事業は安定成長・利益化を進めるが、他社水準と比較して改善の余地があり、売上高・利益ともに伸びしろが期待できる

ミラティブ事業は安定成長・利益化期

売上向上施策



ロイヤルユーザーが
積み上がるベースの事業構造



ARPPUの向上余地が大

利益最大化施策



決済手数料やサーバー代
等、コスト改善が続く

アセットを有効活用した新規事業投資

YouTubeやTwitchなど
ミラティブ外配信者への支援

iBraid
ぶいすきゃす
Cascord
CAST CRAFT

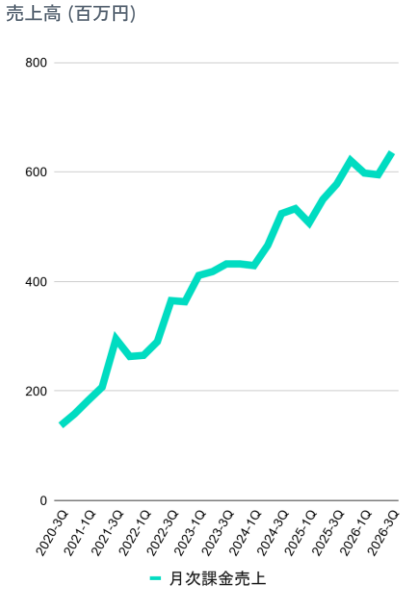
Mirrativで培ったノウハウ/デジコン
をMirrativ外の配信者支援に活用

強固な財務基盤と経営陣の経験を活かし
M&Aや資本業務提携での拡大も推進

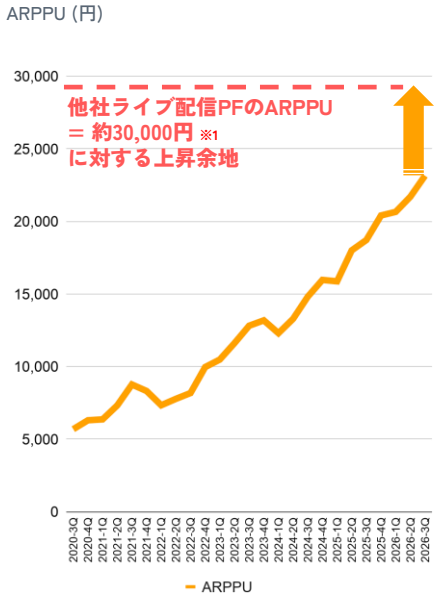
売上向上施策

ロイヤルユーザーの積み上がりによるARPPUの伸びが売上高成長を牽引。ARPPUの他社水準や施策の実行を考慮すると、ロイヤルユーザー数・ARPPUともに継続的な成長余地は大きい

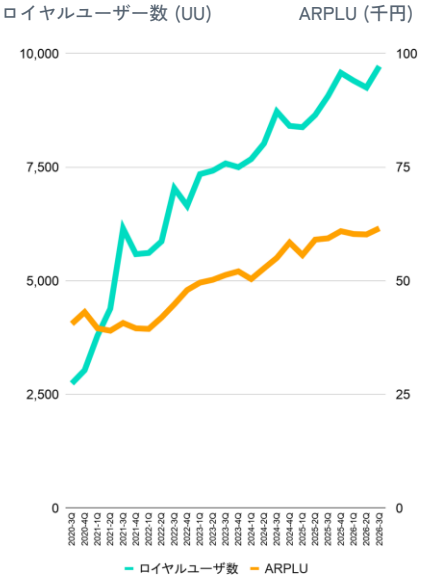
月次課金売上高 (四半期平均)



ARPPU(四半期平均)



月次ロイヤルユーザー数※2・ARPLU※3(四半期平均)



施策

デジタルコンテンツ



3Dアバターの部位拡張



新作ライブゲーム



更なるIPコラボ

マッチング・横断施策



サービス内回遊ライブゲーム × 3Dアバター



強い配信者獲得

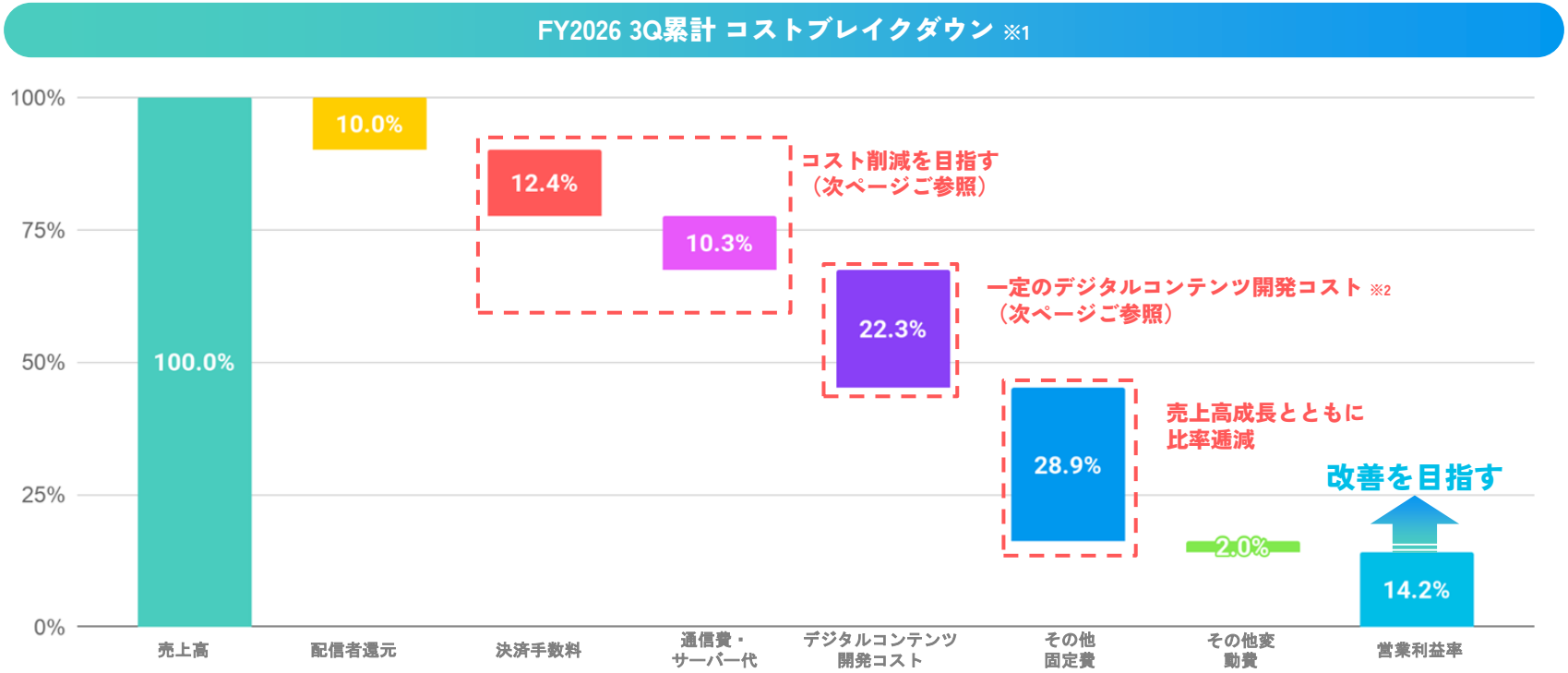
※1. 他社開示資料より。他社は視聴者がライブ配信中に配信を応援するために使用するアイテムの販売のみであると当社では認識。これに対し、Mirrativは、配信を応援するためのギフトに限らず、配信者と視聴者双方がエモモ等のアイテムを獲得できるギフトガチャや、配信者のゲーム攻略を助けるライブゲームギフト等、多様なギフトの目的を用意することによりギフト（コイン）販売の機会を多様化している

※2. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー

※3. ARPLU (Average Revenue Per Loyal User) ＝ ロイヤルユーザーにおける課金売上 ÷ ロイヤルユーザー数

利益最大化施策:コストサイド(単体)

固定費・変動費ともにコストサイドは改善余地が大きい

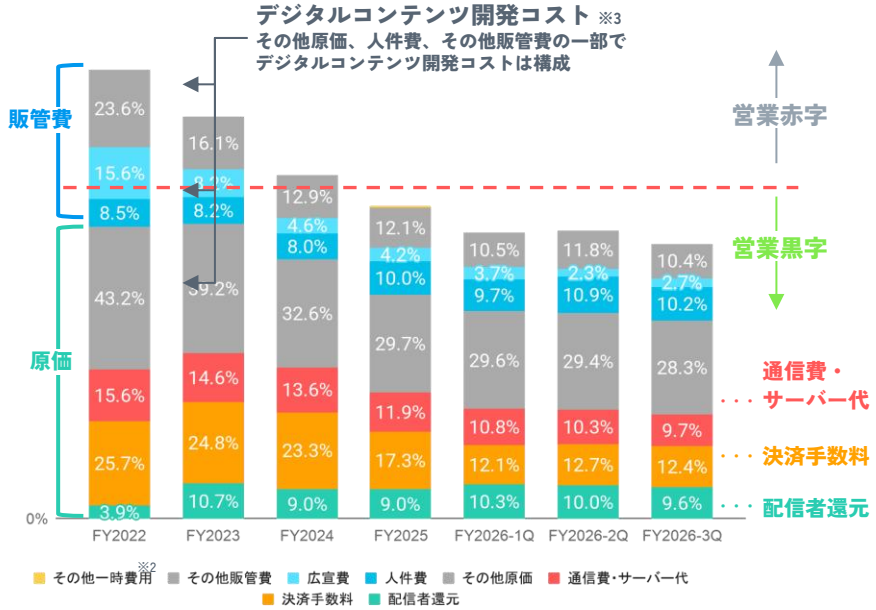


※1. ミラティブ事業単体にて作成（FY2025より連結開始したアイブレイド社等の新規事業は含まず）
※2. デジタルコンテンツ開発コストは、Mirrativアプリにおける売上原価の一部（QA費用、アバター製作費、業務委託費、人件費）、ライブゲームにおける売上原価の一部（通信費、開発費、運営費、RS費用、QA費用）、販管費の一部（給与手当、雑給与、人材派遣料、販促費、研究開発費）を含む。またデジタルコンテンツ開発コストに含まれる人件費等はプロジェクト稼働状況等に照らし合わせ、合理的に算定

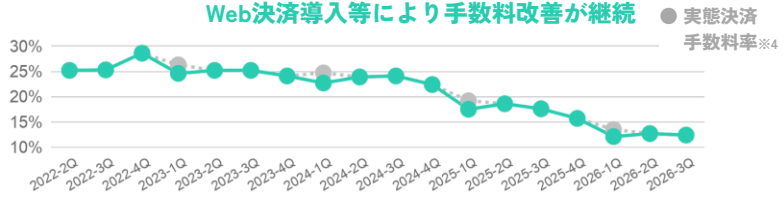
収益率改善推移(単体)

固定費性の高い収益構造に加え、決済手数料率などの変動費も改善傾向。売上高成長に伴いさらなるマージン改善余地 ※1

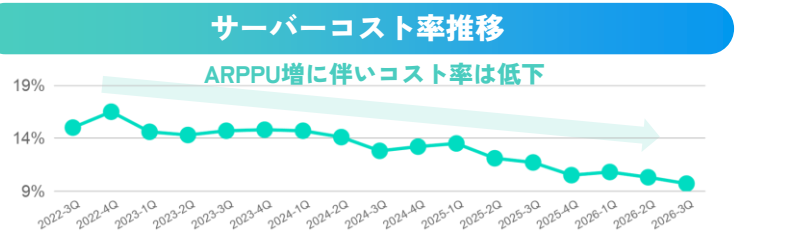
マージン改善推移 ※1



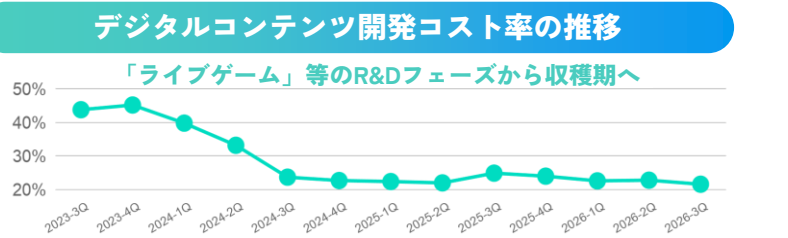
決済手数料率推移※4



サーバーコスト率推移



デジタルコンテンツ開発コスト率の推移



※1. ミラティブ事業単体にて作成（FY2025より連結開始したアイプレイド社等の新規事業は含まず）
※2. 上場準備等で発生する一過性の費用
※3. デジタルコンテンツ開発コストは、ミラティブ事業における売上原価の一部（QA費用、アバター製作費、業務委託費、人件費）、ライブゲームにおける売上原価の一部（通信費、開発費、運営費、RS費用、QA費用）、販管費の一部（給与手当、雑給与、人材派遣料、販促費、研究開発費）を含む。またデジタルコンテンツ開発コストに含まれる人件費等はプロジェクト稼働状況等に照らし合わせ、合理的に算定

※4.毎年1Qは決済PFの年初の割引の分だけ決済手数料率は減少。グレーの点線は割引分戻入れ後の実態決済手数料率

Company Highlights

1 強固な事業サイクルを構築したコミュニティプラットフォーム

2 成長戦略

2-1 高エンゲージメントがもたらす安定成長と高い収益ポテンシャルを持つMirrativアプリ

2-2 Mirrativアプリのアセットを活用し、新市場を狙う中長期戦略

3 エンタメセクター新市場で安定収益を維持しながら成長投資を行う希有な財務プロファイル

成長戦略の全体像

Mirrativ

既存事業で培った強み・アセットを横展開する新規事業の展開を開始

ミラティブ事業は安定成長・利益化期

売上向上施策

ロイヤルユーザーが
積み上がるベースの事業構造

ARPPUの向上余地が大

利益最大化施策

決済手数料やサーバー代
等、コスト改善が続く

アセットを有効活用した新規事業投資

ミラティブ外配信者への支援

iBraid
ぶいすきゃす
Cascord
CAST CRAFT

Mirrativで培ったノウハウ/デジコン
をMirrativ外の配信者支援に活用

▼

強固な財務基盤と経営陣の経験を活かし
M&Aや資本業務提携での拡大も推進

新規事業展開

Mirrativ

Mirrativアプリで培ったノウハウ・コンテンツ・アセットを活用し、他プラットフォームで活躍する個人VTuber等の配信者に向けたソリューション提供を行う新規事業へ展開拡大

ミラティブ事業

Mirrativアプリで培ったアセット・ネットワーク

企業ネットワーク
(広告クライアントや協業)



ライブゲーム



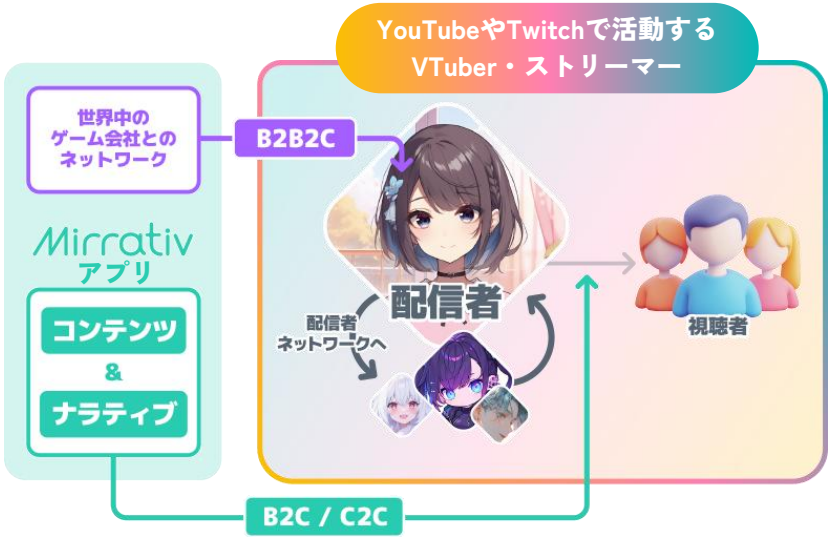
エモモ
(3Dアバター)



新規事業として
YouTubeやTwitchで活躍する
個人VTuber等配信者へ
ソリューションを提供

ストリーマープラットフォーム事業

事業コンセプトは「All for Streamers」。YouTube/Twitch/TikTokなどあらゆる配信プラットフォームの配信者(ストリーマー)にMirrativアプリで培ったアセットを提供



配信者の

❶ファン **❷収益**

❸撮れ高

が上がるサポート

＝

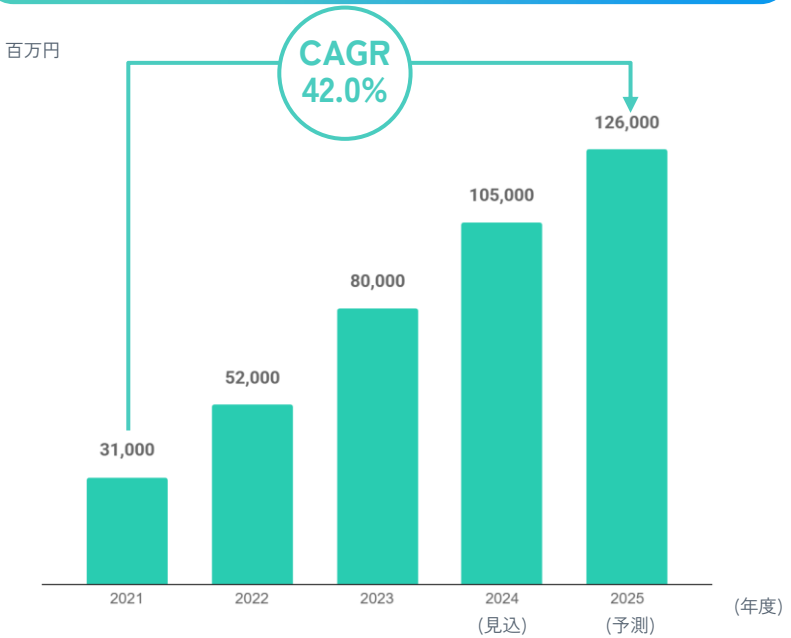
配信者とファンの間に
「ナラティブ」が生まれる支援を行う

ターゲット市場

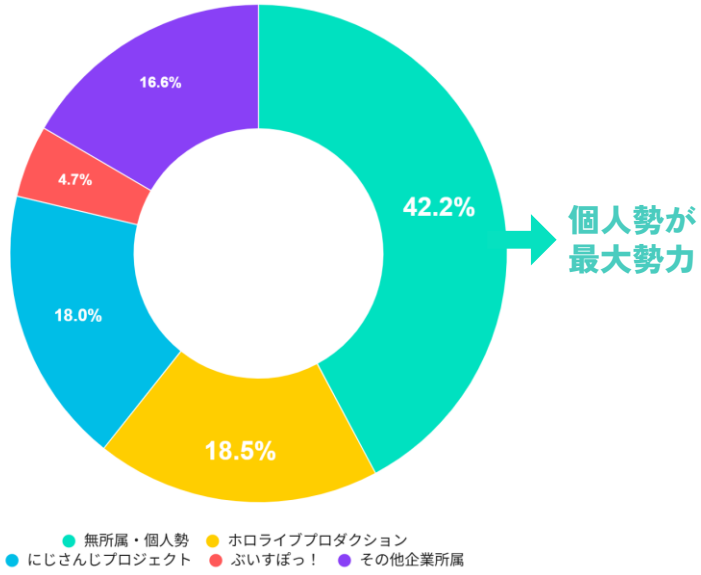
Mirrativ

高い成長ポテンシャルを持つ魅力的なVTuber市場。現在は個人VTuberが最大勢力に成長し、引き続き大きな市場機会が存在する

VTuber国内市場規模 ※1



VTuber 所属別視聴時間シェア ※2



※1. 矢野経済研究所「2025年 VTuber市場の徹底研究 ～市場調査編～」より弊社作成。市場はグッズ、ライブストリーミング、BtoB、イベントの4分野を対象とする
※2. Streams Charts × VSTATS 「VTubing viewership drops slightly in Q3 2025 following broadcasting dip」より弊社作成。当該サイト集計による6000超の配信者の中の視聴時間シェア

ストリーマープラットフォーム事業のコンセプト

Mirrativ

ミラティブは、アプリ事業でロングテールの個人・アマチュア配信者に向き合ってきた会社。
その経験・アセットを、YouTubeやTwitchで活動する個人VTuberにソリューションとして提供を行っていく

■個人VTuberの成長プロセス

配信環境構築/アバター準備等 → 配信コンテンツ企画／ファン獲得 → コラボイベント／企業案件獲得



良質なモデルが欲しいけど、自作はできない…制作依頼は少し高い…



高品質アバター等



盛り上げ方が分からない…フォロワー増やしたいけどSNSでは限界がある…



配信支援ツール



収益も上げたいけど、案件の機会やネットワークがない…



マーケティング企画

ミラティブアセット



エモモ(3Dアバター)



配信ノウハウ／デジタルコンテンツ



企業ネットワーク

BtoBtoCの取り組み:VTuber向けキャスティングサービス「ぶいきゃす」

ミラティブ既存クライアントであるゲーム会社を中心に、インフルエンサー（KoL）マーケティングを行いたい企業とYouTubeやTwitchで活動する配信者・ストリーマーを結びつける広告キャスティングサービス

VTuber・ストリーマー



ぶいきゃす

VTuberと企業様をマッチング

企業様



ミラティブの既存クライアントに加えて新規開拓

サービス事例



人気ゲームとのコラボ多数。VTuberイベントを企画・運営



キャスティングの他、グッズ制作/マーチャンダイズや、
音楽ライブ出演のサポート等、「個人ではなかなかできない」活動を後押し

BtoC/CtoCの取り組み:VTuber向け配信コンテンツ・マネタイズ支援

ライブゲームやガチャといった仕組みも他プラットフォーム上にてVTuberとトライアル実施。
Mirrativアプリで開発した資産の横展開を推進

Mirrativアプリで開発したコンテンツを...





Mirrativ外の配信者・ストリーマーが
YouTubeやTwitch上でも遊べるような
横展開を積極的にR&D中

VTuber向け配信ツール：CastCraft

Mirrativ

VTuberの配信の魅力を更に引き出す配信支援ツールとして、1万4000人以上のアクティブ配信者※1を獲得
VTuberへの当社コンテンツや広告案件の周知・連携窓口としての活用も企図

特長:YouTubeやTwitchの配信者支援

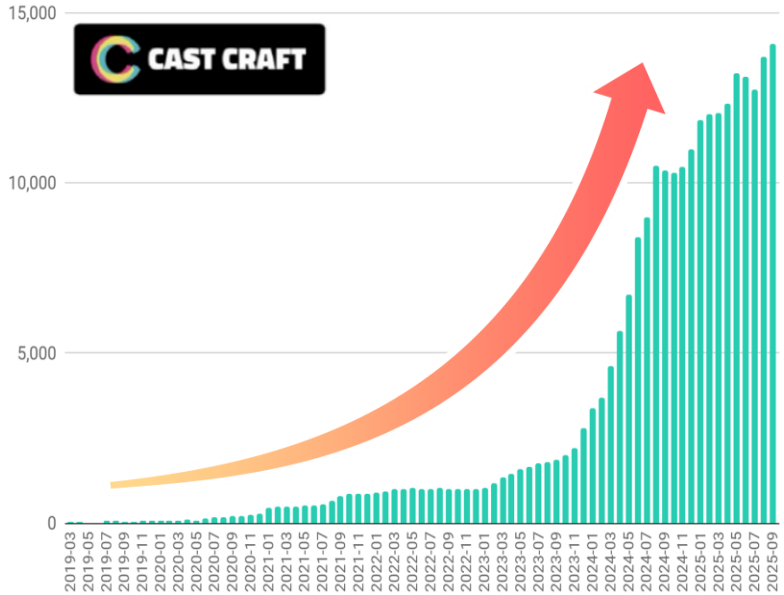


OBS Studioなど主要配信ソフトに対応
特定のコメントに反応するエフェクトなど
多彩な機能



視聴者のデータ分析が可能な独自CRM機能

月次稼働チャンネル数推移 ※2



横展開を想定

Mirrativのアセット



Mirrativで培った
配信を盛り上げるノウハウ



エモモなどの蓄積された
デジタルコンテンツ

※1. アクティブ配信者：当サービスを当月に一度でも活用して配信を行った配信者数（2025年9月時点）
※2. YouTube及びTwitchでの稼働チャンネル数（2019年3月～2025年9月）

まとめ：成長戦略

Mirrativ

引き続きM&Aや資本業務提携も含めて、個人VTuberを中心に配信者支援サービスの拡張を進めていく

ミラティブで継続展開	 ゲーム会社連携	 エモモ(3Dアバター)	 ライブゲーム
M&A、グループ展開	CAST CRAFT 配信者/ストリーマーが日常的に使う配信支援ツール	ぶいきゃす 広告案件提供	RockonV 音楽ライブ
協業	 ポップアップストア	 グッズ制作等	 配信者向けfintech領域(推し活カード)

Company Highlights

1 強固な事業サイクルを構築したコミュニティプラットフォーム

2 成長戦略

2-1 高エンゲージメントがもたらす安定成長と高い収益ポテンシャルを持つMirrativアプリ

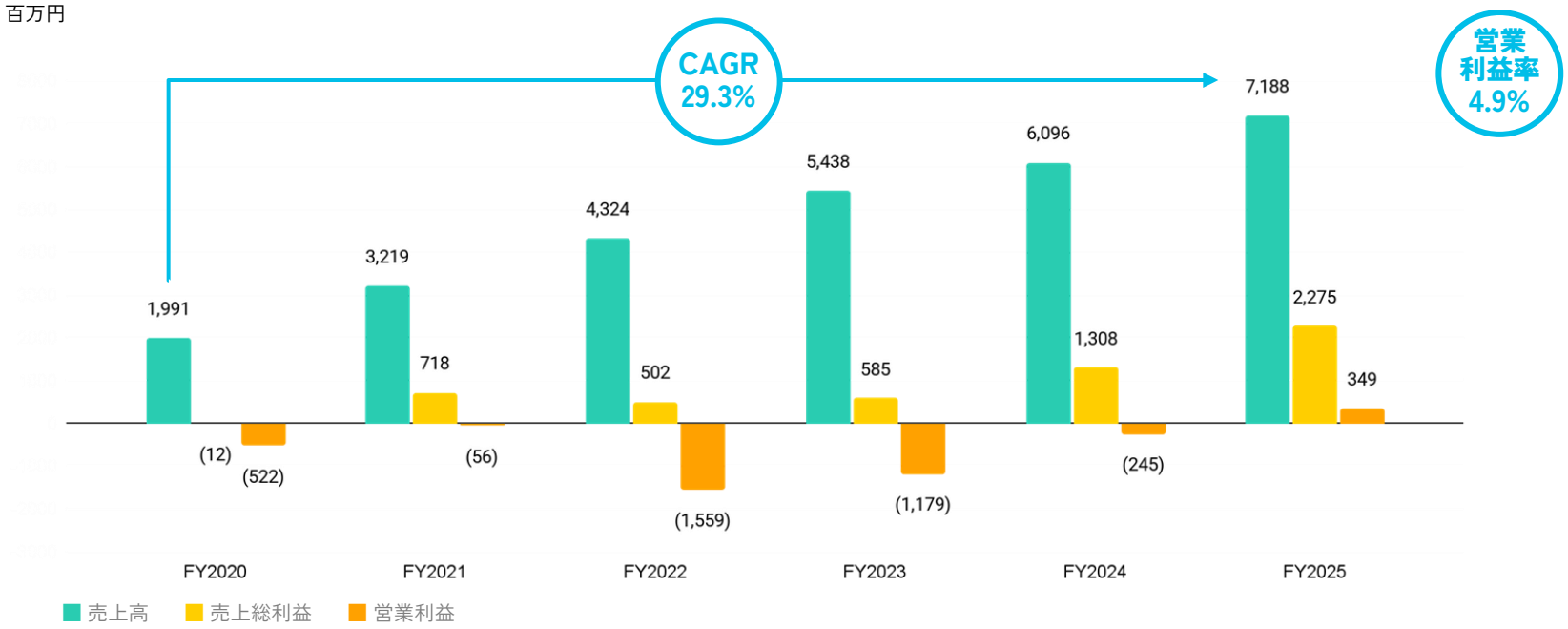
2-2 Mirrativアプリのアセットを活用し、新市場を狙う中長期戦略

3 エンタメセクター新市場で安定収益を維持しながら成長投資を行う希有な財務プロファイル

売上・営業利益・売上総利益推移

着実な売上高成長を遂げ、利益創出フェーズに移行。新規事業投資は既存アセット活用により効率的に行うことで、事業探索と利益成長の両利きの経営を実現

売上・売上総利益・営業利益推移（年間ベース）※1



※1. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベース

Mirrativ

蓄積されたノウハウ・ケイパビリティを元にMirrativプラットフォームにとどまらない事業拡大

連続的な
新規事業ローンチ ＋ M&A・資本提携
実績 ▶ **Mirrativ内にとどまらない
事業拡大**



スマホでゲーム実況



3Dアバター
エモモ



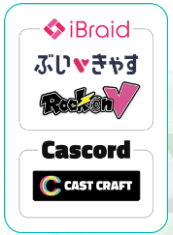
配信リンク・
配信視聴キャンペーン



アバターカラオケ配信
エモカラ



視聴者参加型ゲーム
ライブゲーム



M&A・
資本業務提携

ディスクレーマー

免責事項

本プレゼンテーション資料は、関連情報の開示のみを目的として株式会社ミラティブ (以下「当社」といいます。) 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。米国、日本国又はそれ以外の一切の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。本プレゼンテーション資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。将来の業績に関して本プレゼンテーション資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、これに限りませんが「信じる」、「予期する」、「計画」、「戦略」、「期待する」、「予想する」、「予測する」又は「可能性」や将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、現在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います。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、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更又は訂正する一切の義務を当社は負いません。本プレゼンテーション資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報及び第三者の作成に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、何らその責任を負うことはできません。

事業計画及び成長可能性に関する事項の開示時期について
当社は事業計画及び成長可能性に関する事項について、毎年事業年度末から3 か月以内に開示を行う予定です。
事業計画及び成長可能性に関する事項について変更等が生じた場合は速やかに開示いたします。

Appendix



Mirrativ

P/Lサマリー ※1

百万円	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026 Q3累計
売上高	**4,324**	**5,438**	**6,096**	**7,188**	**5,834**
年率成長率	*34.3%*	*25.7%*	*12.1%*	*17.9%*	*11.9%*
売上総利益	**502**	**585**	**1,308**	**2,275**	**2,211**
対売上高比率	*11.6%*	*10.8%*	*21.5%*	*31.7%*	*37.9%*
営業損益	**(1,559)**	**(1,179)**	**(245)**	**349**	**813**
対売上高比率	*--*	*--*	*--*	*4.9%*	*13.9%*
当期純損益	**(1,565)**	**(1,192)**	**(259)**	**739**	**718**
対売上高比率	*--*	*--*	*--*	*10.3%*	*12.3%*

※1. FY2024までは単体ベース、FY2025より連結ベースにて記載

Mirrativ

KPIサマリー ※1

	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026 Q3累計
ロイヤルユーザー数(人)※2	6,288	7,460	8,205	8,915	9,456
ARPLU(円)※3	43,503	50,765	54,115	58,716	60,648
ARPPU(円)※4	8,308	12,019	14,088	18,247	21,830

※1. 各年度の平均値
※2. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー
※3. ARPLU (Average Revenue Per Loyal User) = ロイヤルユーザーにおける課金売上 ÷ ロイヤルユーザー数
※4. ARPPU (Average Revenue Per Paid User) = 課金売上高 ÷ 有償コイン消費ユーザー数

Mirrativ

ロイヤルユーザー数・ARPLU推移※1

ロイヤルユーザー数 ※2

(人)	Q1	Q2	Q3	Q4	通期
FY2022	5,610	5,864	7,032	6,648	6,288
FY2023	7,344	7,420	7,579	7,497	7,460
FY2024	7,675	8,018	8,721	8,405	8,205
FY2025	8,377	8,646	9,064	9,573	8,915
FY2026	9,400	9,250	9,718	-	-

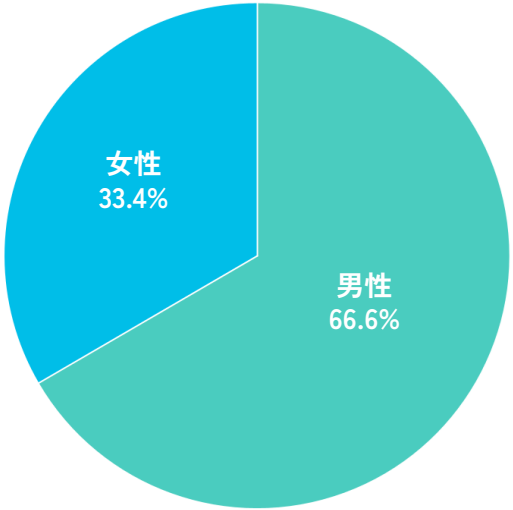
ARPLU ※3

(円)	Q1	Q2	Q3	Q4	通期
FY2022	39,385	41,883	44,808	47,936	43,503
FY2023	49,568	50,195	51,258	52,040	50,765
FY2024	50,360	52,709	55,012	58,380	54,115
FY2025	55,633	59,025	59,319	60,887	58,716
FY2026	60,264	60,167	61,512	-	-

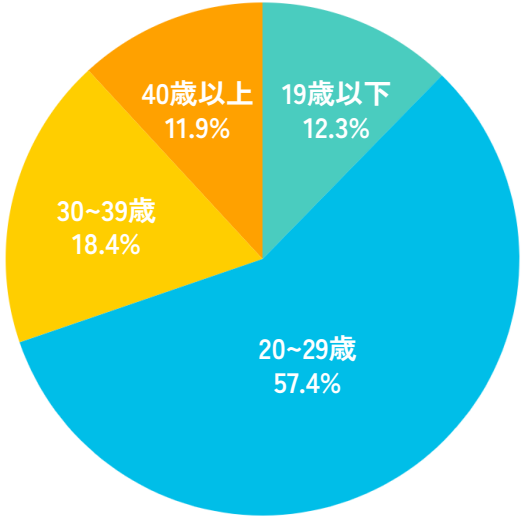
※1. 各四半期における月次平均数値
※2. ロイヤルユーザー：課金額が月額10,001円以上の有償コイン消費ユーザー
※3. ARPLU (Average Revenue Per Loyal User) ＝ ロイヤルユーザーにおける課金売上 ÷ ロイヤルユーザー数

Mirrativユーザーについて

男女比率 ※1



年齢層 ※1



※1. 2025年12月の弊社内データをもとに作成

プラットフォームの健全性に対する取り組み

トピック	主な取組内容
未成年者の保護	• 12歳以下ユーザーの利用禁止 • 17歳以下ユーザーに対するダイレクトメッセージ機能の利用制限 • 17歳以下ユーザーに対する課金上限の導入 • ミラティブコイン購入時の未成年者への注意喚起
サービス監視体制	• 当社が定めた基準に従い、アウトソーシング（外部委託）の活用による24時間365日の監視体制を構築 • ユーザーからの報告に基づき、違反行為に対する対応を実施 • 配信音声のテキスト監視を実施
配信者の保護	• 誹謗中傷や、公序良俗に反する発言等を防ぐことを目的に、NGワードを設定し、表示がされない仕組みの導入 • 配信者が指定したユーザーをブロックすることにより、ブロックされたユーザーが配信を見たり、ダイレクトメッセージ等を送ることが出来なくなる機能（ブロック機能）の導入 • 配信者が配信中に特定の視聴者を配信から退出させることが出来る機能（キック機能）の導入 • 配信者が、配信中に特定の視聴者を指名すると、その視聴者はキック機能を利用出来るようになり、他の視聴者を配信から退出させることが出来る機能（モデレーター機能）の導入
著作権保護対応	• 配信動画に関するゲーム会社からの許諾取得 • 許諾取得済の配信動画以外に対するチェックリストガイドラインの制定及びチェックの実施 • 相談窓口の設置 • ユーザーへの啓蒙活動
ユーザーへの啓蒙活動	• 配信を始めるユーザーに対して、SMSやメールの通知等が配信中の画面に映りこまないような設定を促す注意喚起のためのポップアップの表示 • 配信ガイドライン及びMirrativ利用規約において、禁止事項を明確にし、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

主たるリスク要因

トピック	顕在化可能性	影響度	時期	主な取組内容
業界の成長性	低～中	大	未定	当社グループはスマホゲーム市場に属しつつ、新たなゲーム体験を提供する「ライブゲーミング市場」を創造していると認識しており、スマホの全世代における普及やインターネット環境の高速化・低価格化等を背景に当該市場は今後拡大することが見込まれます。しかしながら、新市場であることから今後の法規制、国内外の経済状況、個人の嗜好性等の変化に大きな影響を受ける可能性があり、当該市場及び関連する市場の成長が鈍化した場合、ロイヤルユーザー数、ARPLU、ARPPU、ライブゲーミングの売上等が拡大しない可能性があり、又は予測できない事情によりミラティブ事業の成長が実現しない可能性もあり、このような場合は当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
他社運営のプラットフォーム及びスマホゲーム等への依存	低	大	未定	「Mirrativ」は、Apple Inc.及びGoogle LLC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、かかるプラットフォーム事業者より課されるアプリ内課金における条件・ルール・手数料等の変更もしくは事業方針の変更、それらの運用にかかる当社グループのコスト増、又は当社グループが予測困難な変更等により従来通り当社グループのスマートフォン用アプリの提供ができなくなり、これらの事業者との契約継続が困難となった場合、当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。なお、2025年12月に「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」が施行されるなど、国内外においてプラットフォーム事業者に対する法的な規制整備が進められております。また、「Mirrativ」内のゲーム配信にあたっては、ゲーム会社の配信ガイドライン等を遵守することが求められており、ゲーム会社の方針変更等により「Mirrativ」での配信の継続が困難となった場合、当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
サービスの健全性	中	中	未定	「Mirrativ」での配信の安全性及び健全性確保のため、様々な対策を講じておりますが、第三者の権利を侵害する行為、権利侵害等の法令違反行為等が行われた場合や、プラットフォームの安全性及び健全性が確保できない場合には、当社グループ及び当社グループが提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザーの離反につながる可能性、プラットフォーム提供者としての責任を問われる可能性、企業イメージ、提供するサービスのブランドイメージ、信頼性の毀損、ひいては当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。またユーザーによる音楽の利用及びその著作権については、一般社団法人日本音楽著作権協会（JASRAC）及び株式会社NexToneからの許諾を受けておりますが、今後において同許諾条件の変更又は新たな権利許諾等が必要となる場合、当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
特定サービスへの依存	中	中	未定	当社グループの事業はミラティブ事業の単一セグメントであり、当社グループの売上高は、「Mirrativ」プラットフォームにおける視聴ユーザーがギフトを送る際に使用するアイテム等の販売による割合が高く、同プラットフォームによる売上に依存しております。今後も機能拡充や新規事業開発等により、売上拡大していくものと考えておりますが、新たな法規制の導入や改正、その他予期せぬ要因により、想定通りに事業成長が進まない場合には、当社グループの経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
M&A及び業務提携	中	中	未定	当社グループは、企業価値向上を目的とした成長の実現に有効な手段の一つとして、企業買収（M&A）及び資本業務提携等を検討していくことを方針としております。M&A及び資本業務提携の検討にあたっては、事業戦略との整合性やシナジーを勘案して対象企業の選定を行い、デューデリジェンスを実施した上で、取締役会において慎重に議論を行った上で判断しております。しかしながら、事業の状況が当社グループに与える影響を確実に予想することは困難な場合もあり、財務状況の悪化等により期待した効果を実現できない場合には、のれんの減損が発生するなどにより、当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
資金決済に関する法律	低	中～大	未定	「Mirrativ」にて利用されているMirrativコインについて同法が適用されます。このため、当社グループは、同法に定める届出義務、報告義務、供託義務等を同法に基づき適切に履行しております。よって、当社グループは、本資料公表日現在において同法、府令等の関連法令に基づく命令には抵触しておりません。しかしながら、今後、当社グループがこれらの関連法令に抵触した場合、同法に基づく業務停止命令や届出取消し等の行政処分等を受けることも想定され、このような場合には当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

※ 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」をご覧ください。