



株式会社SKIYAKI

2022年1月期 第2四半期 決算説明会

2021年9月16日

## 登壇

---

小久保：本日はお忙しい中、当社決算説明会をご視聴いただきまして、誠にありがとうございます。  
株式会社SKIYAKI、代表取締役の小久保と申します。

今回の決算説明会ですが、はじめに決算資料のご説明を行いまして、その後に質疑応答という流れを  
予定しております。ご質問はQ&Aのアイコンから、会社名とお名前をご入力の上、テキストにて送  
信いただきますよう、よろしくお願いいたします。

回答は後ほどまとめてとなりますが、決算説明の途中でも、ご質問を送っていただいて構いません。

それでは早速ですが、2022年1月期第2四半期の決算説明会をはじめさせていただきます。



1. エグゼクティブ・サマリー
2. 会社概要
3. グループ会社について
4. 2022年1月期 第2四半期 連結業績
5. 通期業績予想の修正
6. 市場環境及び成長戦略
7. 事業トピックス

本日のアジェンダですが、ご覧の通りとなっております。

まず最初に私より、「1.エグゼクティブ・サマリー」から「3.グループ会社について」までをご説明いたします。

続いて業績報告については、財務担当取締役CFOの酒井より、6番以降のアジェンダについては再度私よりご説明いたします。



## ストック売上高

**927百万円** 前年同期比 +13.3%

全体売上高は1,144百万円で前年同期比△3.6%と減少したものの、当社の基盤であるストック売上高は過去最高の927百万円となり、前年同期比+13.3%と安定的な成長を継続。

・ スtock売上高 : Bitfan、Bitfan ProのFCサービスにて構成  
 ・ 非Stock売上高 : Bitfan、Bitfan ProのECサービスに加え、O2O事業、その他事業にて構成

## 営業利益

**8百万円** 黒字転換

営業利益は8百万円で直前四半期比+31百万円増加。グループ会社の連結範囲変更を中心としたコスト削減により、固定費は337百万円で直前四半期比△21.9%。

## 有料会員数

**89.7万人** 前年同期比 +9.0%

COVID-19の影響もあり、当社有料会員数は伸び悩む傾向にあったが、当四半期の有料会員数は直前四半期比+2.8万人と増加。

## 通期業績予想

### 通期業績予想を修正

売上高	5,068百万円 → 4,874百万円 (△3.8%)
営業利益	105百万円 → 45百万円 (△57.1%)
経常利益	93百万円 → 12百万円 (△87.1%)
当期純利益	55百万円 → 55百万円 (増減なし)

それでは、エグゼクティブ・サマリーからご説明いたします。

まず、当社の最も重要な指標であるストック型収益ですが、2Qの売上は9億27百万円と、前年同期比でプラス13.3%となっております。

全体の売上高については、昨年のEC売上の反動から前年同期比でマイナスとなっておりますが、コロナ禍においても、しっかりとストック収益が伸ばせているのは良かったと思います。

2Qの営業利益については、8百万円の黒字と、ここ半年の赤字傾向から黒字へと転換できております。後ほど詳しくご説明しますが、グループの再編や固定費削減等の成果が、着実に出てきていると思っております。

次に有料会員数ですが、89.7万人と前年同期比+9%で着地しております。直前四半期とくらべても2.8万人の増加と、比較的好調な推移となりました。

最後に通期業績予想ですが、売上高、営業利益、経常利益について下方修正させていただいております。こちらの要因については後ほど詳しくご説明いたします。

# 会社概要



会社名	株式会社SKIYAKI (SKIYAKI Inc.)	役員構成	代表取締役 小久保 知洋 取締役 酒井 真也 取締役 廣田 政智 取締役 那須 淳 取締役 高橋 誉則 取締役 (監査等委員) 豊田 洋輔 社外取締役 (監査等委員) 井上 昌治 社外取締役 (監査等委員) 近田 直裕 執行役員 福池 悟 執行役員 竹川 記央	
本社所在地	東京都渋谷区道玄坂1-14-6 ヒューマックス渋谷ビル 3F		関係会社	<b>連結子会社</b> 株式会社ロックガレージ 株式会社SEA Global SKIYAKI 65 Pte. Ltd. SKIYAKI 82 Inc.
設立	2003年8月			<b>持分法適用関連会社</b> 株式会社3DAY 株式会社コンデンツレンジ 株式会社shabell 株式会社SKIYAKI LIVE PRODUCTION
資本金	588百万円			
連結従業員数	95名			
主な株主	カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社			



© 2021 SKIYAKI Inc.

※2021年7月末現在

6

それでは改めまして会社概要からご説明させていただきます。

当社は2003年に創業しまして、2017年にマザーズに上場した会社でございます。  
現在従業員が95名、連結子会社が4社、持分法適用関連会社が4社となっております。



## MISSION

創造革命で  
世界中の人々を幸せに

「創造革命」 = 人間が最も力を発揮できる「創造・遊び」の領域における革命的な変化

## VISION

FanTech分野で新たな  
マーケットを創造し  
世の中に価値を提供する

“FanTech” = Fan × Technology

当社のミッション、ビジョンですが、「創造革命で世界中の人々を幸せに」そして「FanTech分野で新たなマーケットを創造し、世の中に価値を提供する。」ということ掲げております。

今、世界には5,000万人のクリエイターがいると言われておりまして、ここ数年で個人のクリエイターが爆発的に増えております。私達のミッション、ビジョンが時代にマッチしてきていると、非常に強く感じておりますので、引き続き、クリエイター支援にフォーカスしていきたいと思っております。

# 事業概要



アーティストを初めとする全てのクリエイター※とファンをつなぐプラットフォームサービスを展開。  
ファンクラブ (FC) ・EC・チケットなどの各種機能をBitfan ProとBitfanにてオールインワンで提供。

コンサルティング型高機能CMS

## bitfan Pro



エンタメ領域No.1のCMSへ

ターゲット：中大型アーティスト  
地域：日本

オープン型プラットフォーム

## bitfan



誰でもファンビジネスで収益化可能な  
プラットフォームへ

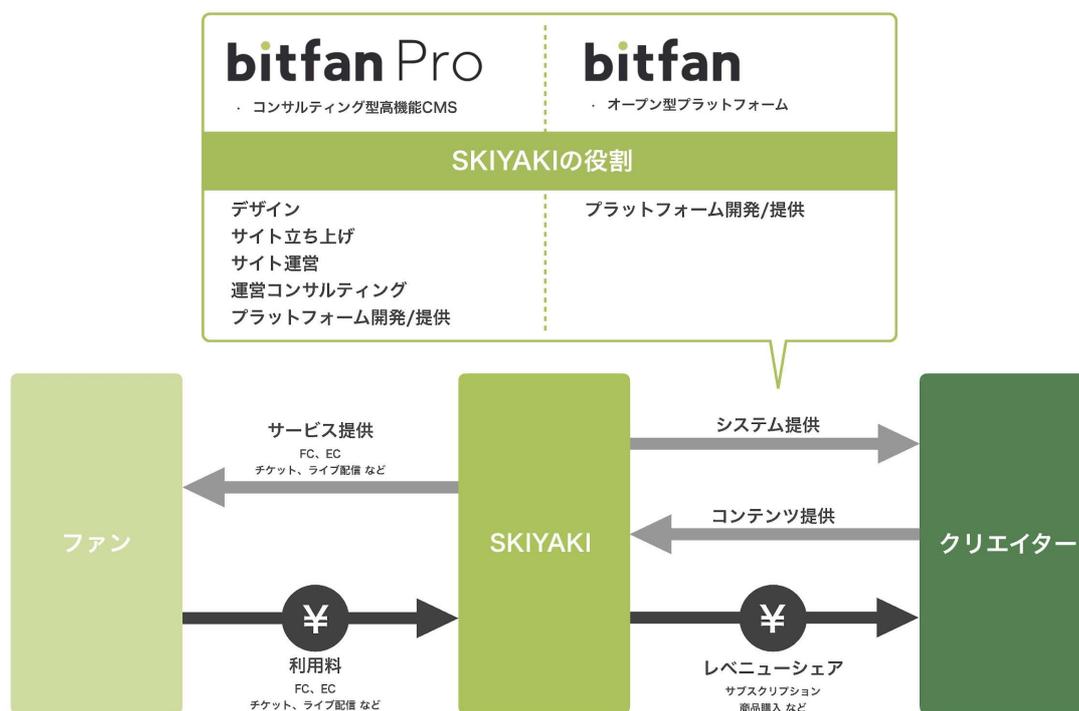
ターゲット：あらゆるクリエイター  
地域：グローバル

※クリエイター：当社では、アーティストをはじめとしたあらゆる創作活動に従事する人をクリエイターと定義

次に、事業概要のご説明をさせていただきます。当社の事業ですが「アーティストを初めとする、全てのクリエイターとファンを繋ぐ、プラットフォームサービス」を展開しております。

サービスのラインナップとしては、2つございまして、中大型アーティスト向けの「Bitfan Pro」と、そのノウハウを結集し、誰でも利用できるようにしたオープンプラットフォームの「Bitfan」を提供しております。

# ビジネスモデル



© 2021 SKIYAKI Inc.

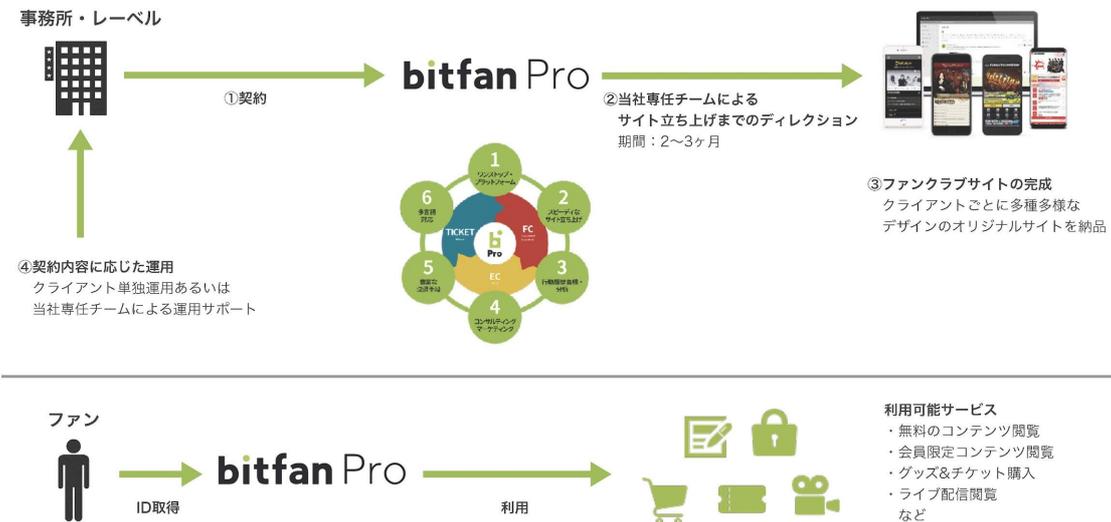
9

次に、当社のビジネスモデルです。下の図に記載の通り、当社のビジネスモデルは手数料モデルとなっております。ファンのみなさまからいただいたサービス利用料から、当社の手数料をいただき、クリエイターのみなさまへレベニューシェアするという仕組みになります。

また、ファンのみなさまからいただく利用料については、ファンクラブの月会費、年会費といったストック型収益と、ECやチケットといった非ストック型収益がございます。特に、ファンクラブのユーザーは継続率やLTVが高いことが特徴として、当社のビジネスモデルの根幹となっているのは、現在約90万人の有料会員による、ストック型収益となっております。

## コンサルティング型高機能CMS

FC・EC・チケットなどの各種サービスをワンストップに利用可能。多数のアーティスト利用実績を誇るFC運営のノウハウが蓄積された高機能CMS。



次に、当社の2つのサービスのご説明になります。まず、Bitfan Proですが、こちらのサービスは、法人様と個別に契約を結び、提供させていただいているサービスとなります。

当社専任チームで、サイト立ち上げまでのディレクションを行いまして、デザインを含めたサイト構築を行っております。通常立ち上げまで2～3ヶ月程度かかりまして、運用サポート内容も個別に決めさせていただいております。

## オープン型プラットフォーム

誰でも無料で自分のメディアを作ることができるオープンサービス。ファンマーケティングに必要な機能をオールインワンで提供する全てのクリエイターのためのプラットフォーム。



次に、Bitfanですが、こちらのサービスは、誰でも無料で利用できるプラットフォームになります。オンライン上でのサインアップが可能ですので、即日利用が開始できるサービスとなっております。

現在、当社の開発リソースを集中させているサービスでして、幅広いクリエイターのみなさまにご利用いただけるように、日々機能のアップデートを行っております。

直近では、グループチャットやライブ配信といったコミュニケーション機能の強化に注力しておりますが、今後も、海外のクリエイターエコノミーのプラットフォームをベンチマークとして、競合優位性を高めていきたいと思っております。

# グループ会社概要 (2021年7月末現在)



## 連結子会社



SKIYAKI 65 Pte. Ltd.  
事業内容: シンガポールにおける当社プラットフォームのプロモーション及びサービス提供



SKIYAKI 82 Inc.  
事業内容: 韓国におけるメディア・マネジメント・eコマース運営事業



株式会社ロックガレージ  
事業内容: 旅行・ツアー事業



株式会社SEA Global  
事業内容: スポーツマーケティング事業

## 持分法適用関連会社



株式会社3DAY  
事業内容: ペット関連各種サービス



株式会社コンテンツレンジ  
事業内容: アーティストマネジメント事業



株式会社shabell  
事業内容: キャリアシェアアプリの運営



株式会社SKIYAKI LIVE PRODUCTION  
事業内容: コンサート・イベント制作事業

次に、グループ会社についてです。

2021年7月末時点でのグループ会社は、連結子会社が4社、持分法適用関連会社が4社となっております。

## グループ会社トピックス



### SKIYAKI LIVE PRODUCTIONの株式売却

2021年5月10日付でSKIYAKI LIVE PRODUCTIONの株式の一部売却が完了し、連結子会社から持分法適用関連会社へと移行。



### DIGがshabellに社名変更

2021年6月に持分法適用会社であるDIGがshabellへ社名変更。キャリアシェアアプリ「shabell」を7月12日にリリース。



### Rememberの株式売却

2021年7月21日付で持分法適用関連会社であるRememberの株式全部売却が完了。

グループ会社トピックスとして、今回3点ございます。まず、ライブ制作のSKIYAKI LIVE PRODUCTIONですが、5月10日付で株式の一部売却が完了しまして、持分法適用関連会社へと移行しました。また、Remember社については、7月21日付で株式売却が完了し、グループ会社から外れております。

最後に、DIG社ですが、社名変更および事業のピボットがありまして、2021年6月にshabell（シャベル）へと社名変更し、7月にキャリアシェアアプリの「shabell」をリリースしております。

## 2Q業績サマリー



- ・ 売上高はストック売上が好調である一方、ECサービス売上減少とO2O事業の連結範囲変更等により微減。
- ・ 前期EC好調の反動減で利益も減少傾向にあるものの、グループ全体での固定費の削減等により3Q以降での更なる利益改善を見込む。

(単位：百万円)	2022年1月期 2Q会計期間 (2021年5-7月)					同 2Q累計期間 (2021年2-7月)		
	実績	前年同四半期		直前四半期		実績	前年同期	
		実績	増減率	実績	増減率		実績	増減率
売上高	1,144	1,187	△3.6%	1,258	△9.1%	2,403	2,421	△0.7%
売上総利益	340	403	△15.7%	389	△12.6%	729	812	△10.2%
営業利益	8	44	△80.8%	△23	-	△14	92	-
経常利益	△30	43	-	△12	-	△42	80	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△29	19	-	46	-	17	38	△54.6%

続いて業績報告について、財務担当取締役CFOの酒井よりご説明いたします。

**酒井：**財務担当取締役の酒井と申します。宜しくお願いいたします。株式会社SKIYAKI 当2Q決算の業績について、私から説明いたします。

こちらの「2Q業績サマリー」の表では、左側で2Q会計期間である3ヶ月間の実績と、前年同四半期、及び直前四半期との比較をしており、右側で2Q累計期間、すなわち6ヶ月間の実績と前年同期との比較を行っております。

まず、2Q会計期間の売上高は、前年同期比で3.6%減少の11億44百万円となりました。これは、ECサービスの売上減少と、O2O事業を営む子会社株式の売却により連結の範囲を変更したことが主な要因であり、前年同四半期比及び直前四半期比で若干のマイナスとなっております。

売上総利益以下の各段階損益につきましても、前期EC売上が非常に好調であったことの反動減等の影響により、利益は若干減少傾向にあります。

ただし、営業利益については、グループ全体での固定費削減等の効果により、当1Qから2Qにかけて8百万円の黒字に転換しておりまして、今後3Q以降での更なる利益改善を見込んでおります。

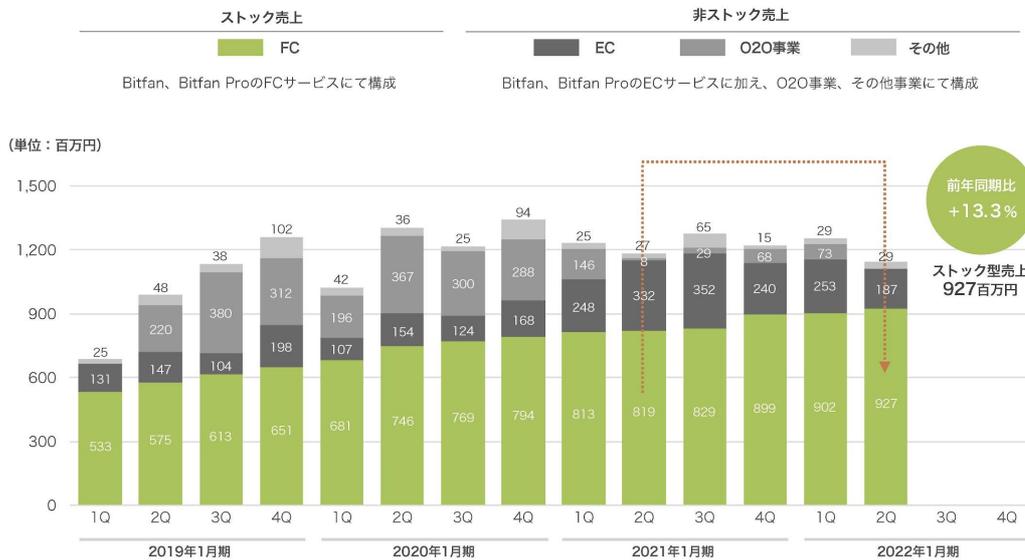
経常利益については、連結範囲の変更を含むグループ再編の影響により、持分法による投資損失及び貸倒引当金繰入等の営業外費用が増加しており、当2Qでは30百万円の経常損失を計上しました。

親会社株主に帰属する四半期純利益については、2Q会計期間での税金費用はほぼ増減なく、29百万円の損失となりました。

## 収益モデル別売上高



- ・2Q売上高は1,144百万円で前年同期比△3.6%、非ストック売上高が217百万円で前年同期比△41.1%。  
当社の基盤であるストック売上高は過去最高の927百万円で前年同期比+13.3%と安定的な成長を継続。  
※グループ会社の連結範囲変更に伴い、O2O事業による売上は2Q以降発生しない見込み。



© 2021 SKIYAKI Inc.

17

続いて、収益モデル別売上高の四半期推移です。こちらのグラフは、売上をファンクラブサービスの売上であるストック売上高と、それ以外の非ストック売上高の2つに区分し、当社の収益基盤であるストック型の売上高がどのようなペースで成長しているかを示しております。

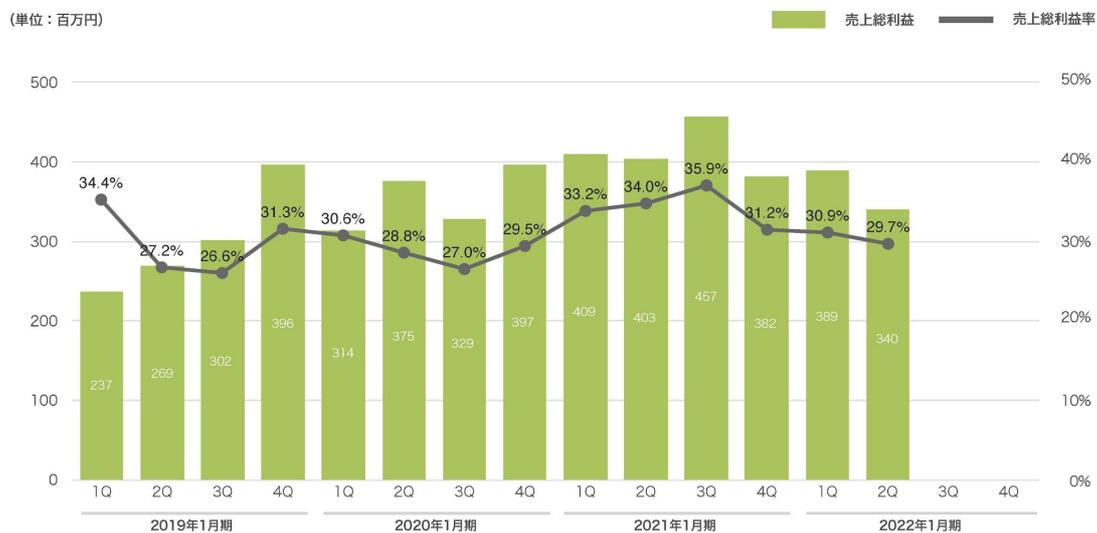
当2Qでは、連結全体の売上高はやや減少したものの、ストック売上高は堅調に推移しており、前年同期比で13.3%増加するなど、コロナ禍の影響は受けつつも、継続して安定的な収益を確保しております。

また非ストック売上高のうち、EC売上については前期のピークからやや落ち着きつつあり、O2O事業の売上は、対象会社の連結除外の影響により、2Q以降は発生しない見込みです。

## 売上総利益と売上総利益率の推移



- ・非ストック売上高（主にEC）の減少により、売上総利益は直前四半期比で48百万円減少（△12.6%）。  
 ストック売上高24百万円増加（+2.7%）、非ストック売上高のうち、EC売上高が65百万円減少（△25.9%）。  
 利益率の高いEC売上高の減少により、売上総利益率は1.2ポイント低下。



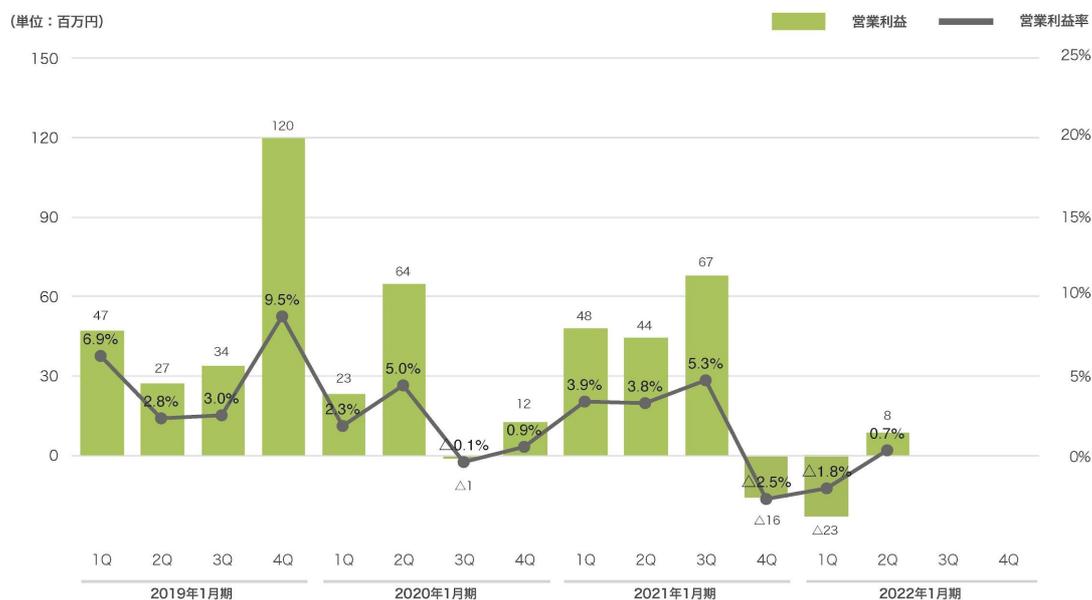
続いて、売上総利益と同利益率の、四半期ごとの推移です。

当2Qでは、売上総利益は直前四半期比で48百万円減少し、利益率は1.2ポイント低下しました。これは主に、非ストック売上であるECサービスの売上減少による影響が大きく、ストック売上は24百万円増加しているものの、EC売上は65百万円減少していることから、売上総利益も相当程度減少する結果となりました。

## 営業利益と営業利益率の推移



・ グループ会社の連結範囲変更を中心とした売上原価及び販管費の減少により、営業利益8百万円を計上。



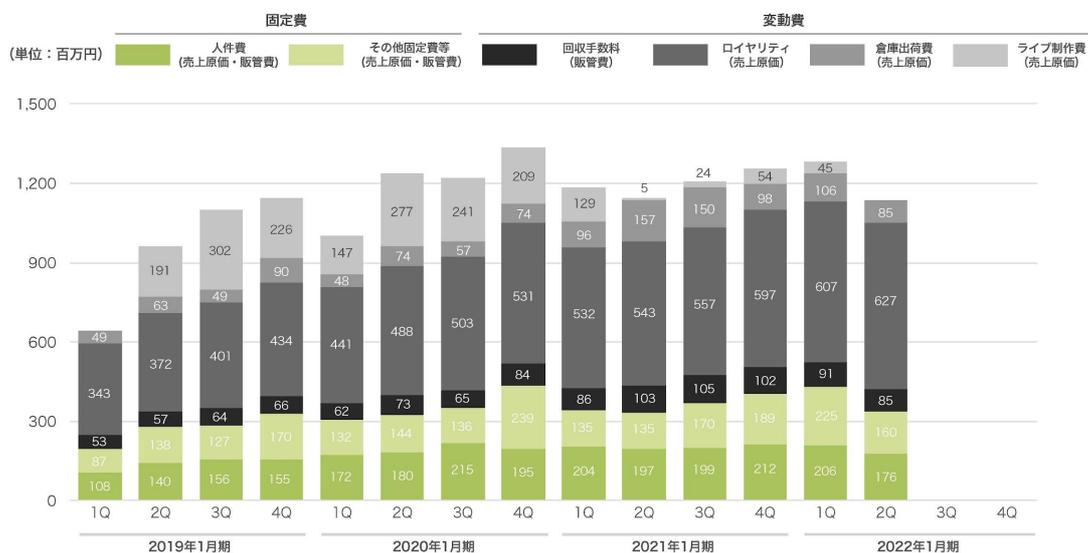
営業利益については、連結範囲の変更を伴うグループ再編の影響や、グループ全体での固定費削減等の効果により、当2Qでは8百万円の営業利益を計上し、前期4Q、当期1Qの損失計上から黒字転換となりました。

今後3Q以降では、事業の効率化やワクチンの普及に伴う経済活動の正常化等を通じて、更なる営業利益の上積みを目指しております。

## 固定費と変動費の推移



- 固定費は直前四半期比で△94百万円減少（△21.9%）、変動費は△52百万円減少（△6.1%）。  
 固定費のうち、人件費は直前四半期比で29百万円減少（△14.4%）、その他固定費等はグループ会社の連結範囲変更等※により、64百万円減少（△28.7%）。変動費のうち、ライブ制作費についてはグループ会社の連結範囲変更により、今後発生しない見込み。



※1Qのその他固定費等については、契約金と追加監査報酬により41百万円の一時費用が発生

こちらは、売上原価と販管費を固定費と変動費に区分したグラフです。

固定費は、人件費とその他固定費等に区分しており、説明の便宜上、準固定費や一時費用なども含めて「その他固定費等」と定義しております。

また、変動費は決済に係る回収手数料、主にファンクラブ売上のうちアーティストやプロダクションへ支払うロイヤリティ、ECサービスの出荷に係る倉庫費用、O2O事業のライブ制作費により構成されております。

変動費は、基本的に各売上高の増減に比例して増減する費用であるため、当2Qでは、ファンクラブ売上の増加に伴いロイヤリティが増加し、ECサービスの売上減少に伴い倉庫出荷費用や回収手数料が減少するとともに、O2O事業の連結除外に伴いライブ制作費はゼロになりました。

固定費については、グループ再編や固定費削減等により1Qから大きく減少しており、損益分岐点売上高が下がる傾向にあることから、今後収益が改善し、利益が出やすくなることが期待されます。

## KPI 総会員数の推移



### 総会員数について

Bitfan Pro、Bitfan、LiveFans※の有料・無料会員数の合計。  
無料会員には、EC・チケット利用者も含む。



総会員数

※2021年7月末日現在

407.6万超

※LiveFans：音楽ライブ情報を提供するメディア

続いてこちらのページ以降は、当社が経営管理上重視しているKPIの推移を記載しております。

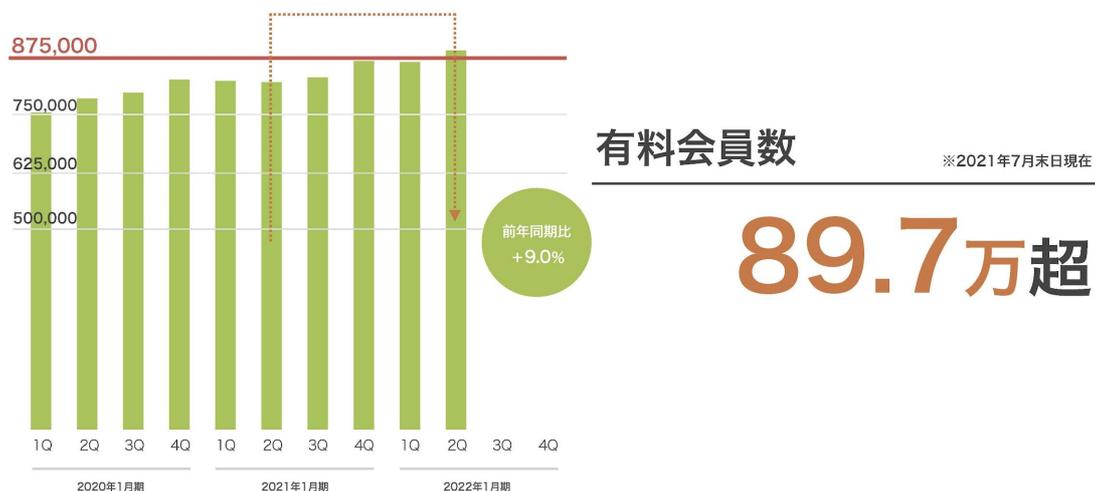
総会員数は、有料会員及び無料会員を含む、当社のプラットフォームを利用するすべてのユーザー数と定義しております。当2Qにおいても、当社プラットフォームの利用が着実に進んでいることから、引き続き堅調に増加しております。

# KPI 有料会員数の推移



## 有料会員数について

Bitfan Pro、Bitfanの有料会員数の合計。当社のストック売上高を維持する上で重要な指標。  
直前四半期比、前年同期比ともに有料会員数は増加しており、中長期的には緩やかな会員増加ペースを維持。



こちらは、Bitfan及びBitfan Proの有料会員数の推移です。

当2Qにおいても、コロナ禍によるライブ・イベントの自粛等の影響は受けつつも、一部のアーティストにおけるチケット先行の実施や、新規ファンクラブのオープン等により有料会員数は堅調に増加し、前年同期比で9%の増加となりました。

# KPI サービス数の推移



<b>サービス数合計</b>	<b>ストック型</b>	<b>非ストック型</b>
<b>1,094</b>	<b>674</b>	<b>420</b>

## ストック型サービス数

Bitfan、Bitfan ProのFCサービスにて構成  
(無料サイトは対象外)



## 非ストック型サービス数

Bitfan、Bitfan ProのECサービスにて構成  
(無料サイトは対象外)



最後に、当社が提供するサービス数の推移です。

こちらも、ストック型サービス、非ストック型サービスともに堅調に増加しております。今後も継続して、より多くのクリエイターにサービスを提供できるよう努めて参ります。

## 通期業績予想の修正に関して



### 業績予想修正の背景

売上高： ECサービス売上減少とO2O事業の連結範囲変更等により下方修正。

経常利益： 売上高・営業利益の減少に加え、本社オフィスの一部解約に伴う受取家賃減少等により下方修正。

(単位：百万円)	2022年1月期 業績予想 (2021年3月17日時点)	2022年1月期 修正後業績予想 (2021年9月13日時点)			
	前回業績予想	業績予想	増減率	実績	達成率
売上高	5,068	4,874	△3.8%	2,403	49.3%
売上総利益	1,738	1,499	△13.7%	729	48.6%
営業利益	105	45	△57.1%	△14	-
経常利益	93	12	△87.1%	△41	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	55	55	-	17	30.9%

続いて、今回の2Q決算と同時に公表しました業績予想の修正について説明いたします。

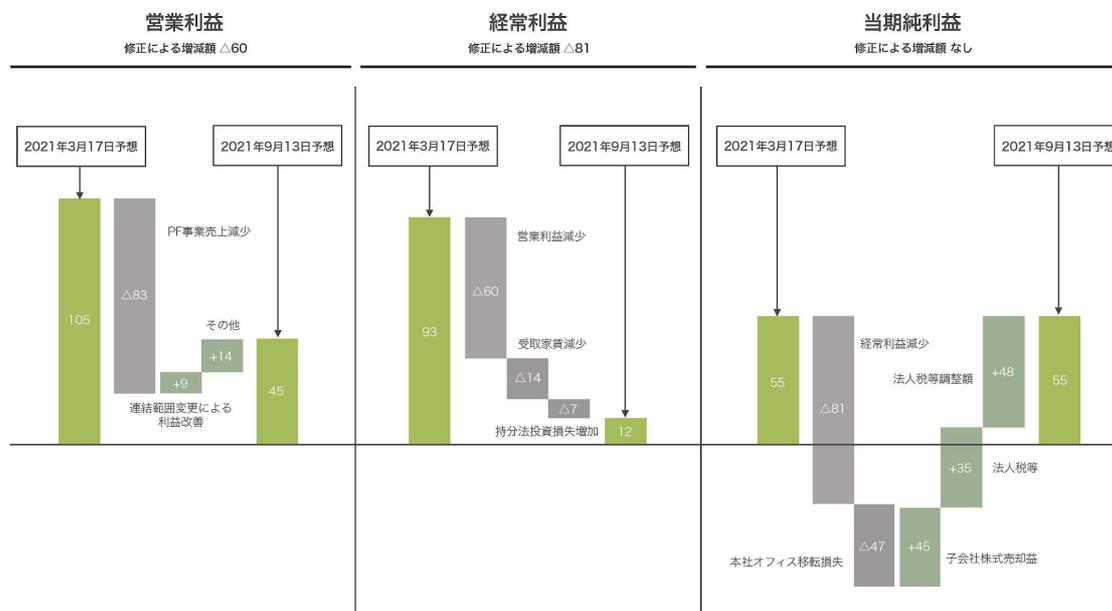
売上高については、主にECサービス等の非ストックサービスの売上減少等の影響により、当初予想比で3.8%減少の48億74百万円となる見込みです。

また、売上総利益、営業利益以下につきましては、売上高減少の影響によりそれぞれ下方修正しております。

# 修正後通期業績予想の利益分析



(単位：百万円)

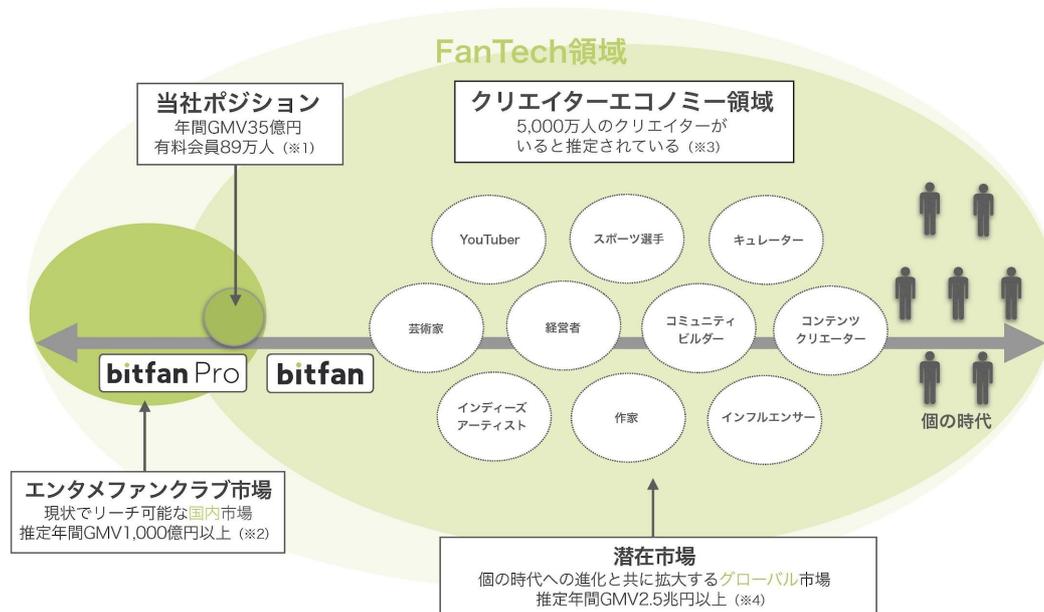


こちらのページでは、当初業績予想との比較分析を行っております。

ご覧のとおり、営業利益は当社が営むプラットフォーム事業における非ストックサービスの売上減少の影響が大きく、経常利益については本社オフィスの一部解約による影響やグループ再編の影響、当期純利益では課税所得の減少や繰延税金資産の計上による法人税等の減少の影響により、それぞれ利益が変動しております。

今後も業績の進捗を注視しつつ、開示が必要となる事象が生じた場合は速やかに開示いたします。

# 市場環境と当社のポジションについて



※1. 年間GMVは2020年8月から2021年7月末、有料会員数は2021年7月末時点の数値  
 ※2. 矢野経済研究所の調査結果と当社独自データを基に数値を算出（推定年間GMV=推定エンタメファンクラブ数×1ファンクラブあたりの平均ファン数×平均単価）  
 ※3. 米国のVCファームSignalFireの記事（<https://signalfire.com/blog/creator-economy/>）から引用  
 ※4. 矢野経済研究所の調査結果、SignalFireの記事情報及び当社独自データを基に数値を算出（推定年間GMV=クリエイター数×クリエイター1人あたりの平均ファン数×平均単価）

小久保：それでは、市場環境及び成長戦略についてについてご説明いたします。

まず、市場環境と当社のポジションについて、ですが、こちらの図は1Qから掲載しておりますが、改めてご説明させていただきます。

当社の直近1年間のストック型収益のGMVは35億円でしたが、国内エンタメファンクラブ市場のマーケットサイズ全体は、GMVで1,000億円程度の市場と考えております。

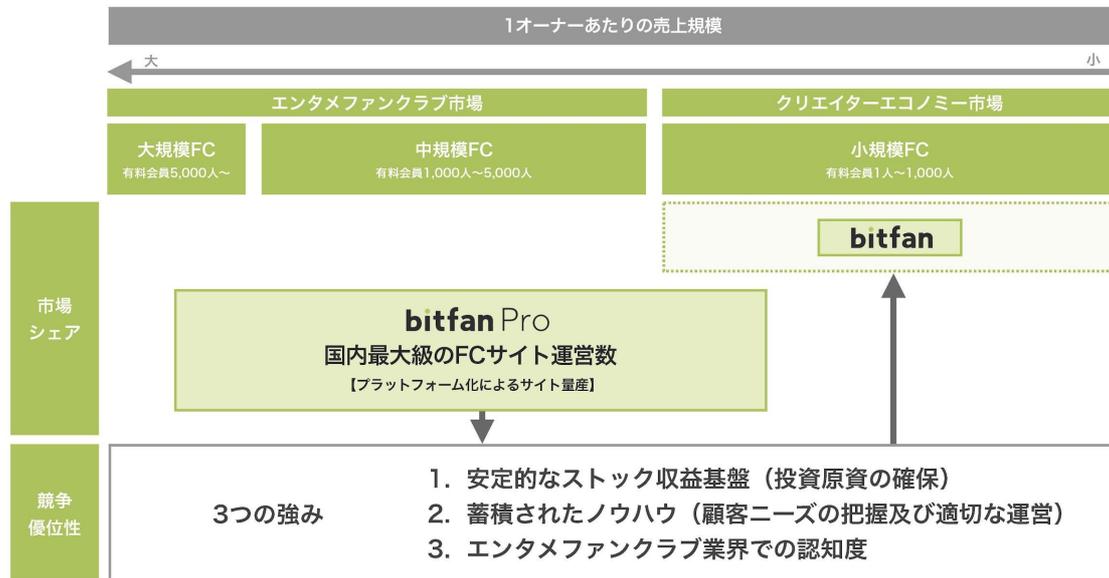
そして、ここに加えて、世界的なトレンドである、クリエイターエコノミーの潜在市場が広がっておりまして、グローバル市場のサイズとしては、少なくとも2.5兆円以上であると推定しております。

この大きなマーケットを、オープン型のプロダクトであるBitfanでロングタームで取りに行くというのが、わたしたちの主な成長戦略でございます。

# 市場における競争優位性



Bitfan Proの運営で培った3つの強みによって、Bitfanのターゲットとするクリエイターエコノミー市場に対して長期的に向き合い、収益化を実現。



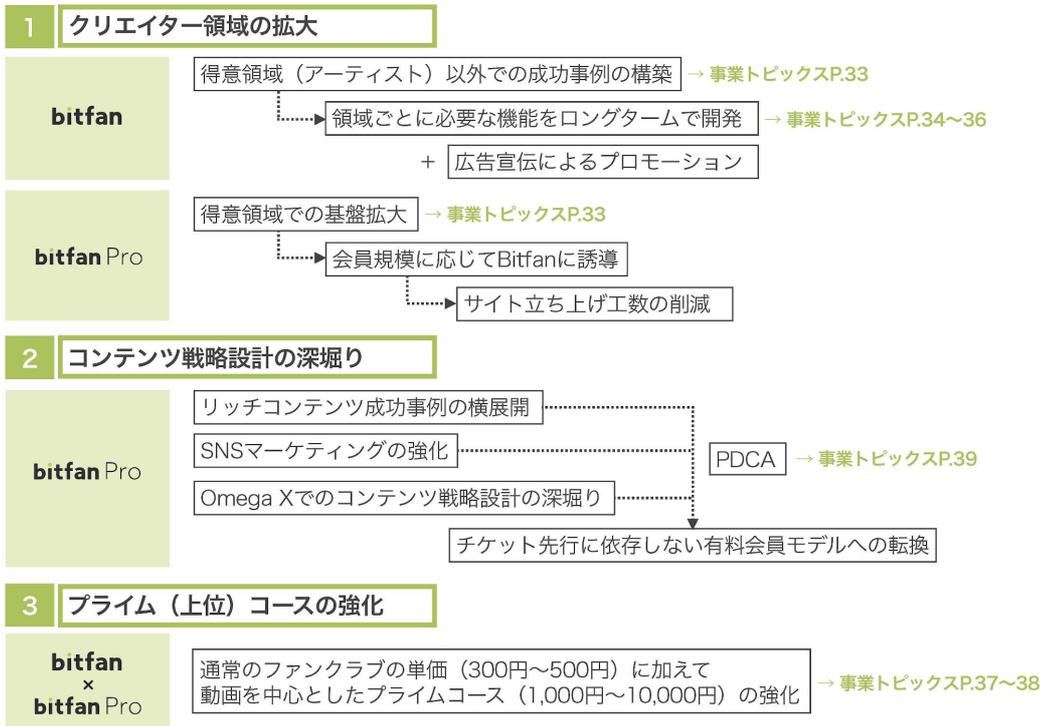
次に、市場における当社の競争優位性についてご説明いたします。当社の強みですが、最大の強みとしては、これまで数多くのファンクラブ運営を行ってきたという点、そして、そのプラットフォームを自社開発してきたという点にあります。

Bitfan Proで培ってきた強みを生かして、エンタメファンクラブ市場と、クリエイターエコノミー市場のシェアを取っていく、という戦略になりますが、ここで最も重要になってくるのは、顧客ニーズの把握と、それをプラットフォーム開発に反映するという、フィードバックループだと考えております。

例えば、現在、世界に5,000万人のクリエイターがいるというお話をしましたが、クリエイターの定義自体も大きく変わってきているのがポイントでして、誰でもクリエイターになれる時代に、次に重要になってくるのがファンとのコミュニティ形成だと思っております。従って、私達は現在「コミュニティ機能の強化」を開発の最優先事項として取り組んでいる、ということになります。

当社は日々、アーティストやクリエイターのみなさまから、多くのご要望をいただいておりますが、それをプラットフォーム開発へと落とし込み、日々改善を行っております。その結果、最終的には、ロングテールのクリエイターのみなさまに、長期的に愛されるサービスを提供できるものと考えております。これが当社の競争優位性になります。

# 戦略を実行するための具体的な施策



次に、今後の成長戦略ですが、ここは前回から引き続きの内容となります。

前回、戦略を実行するための具体的な施策として、ご覧のような内容を記載させていただきましたが、各項目の進捗状況を、この後のパートでご説明したいと思います。

## リリース実績



### bitfan

新たなジャンルとして、TikTokerのFCサイトが開設。  
その他、俳優、タレント、バンド等のFC・公式サイトも多数開設。



### bitfan Pro

注目の若手俳優のFCサイト・公式サイトをはじめ、  
Jリーグに加盟するコンサドーレ札幌のFCサイトなどをリリース。



まず、リリース実績についてですが、「サービス数の推移」のパートでもご説明したとおり、2Qでは、有料会員数だけでなく、サービス数も順調に増加しました。

1Qの千葉ロッテマリーンズに続き、2Qでも同じくスポーツ領域の、コンサドーレ札幌のファンクラブがリリースされました。子会社のSEA Globalとの連携により、スポーツ領域の拡大が順調に進んでおります。

また、新たなジャンルとしてTikTokerのファンクラブがリリースされておりまして、今後、YouTubeやTikTokerなど、クリエイターエコノミー市場への領域拡大が見えてきております。

## bitfan グループチャット機能のリリース



Bitfanアプリにリアルタイムにメッセージをやりとりできる「グループチャット」機能を追加

- ✓ ファンクラブ会員限定のクローズドなチャットルームの開設。
- ✓ ファン同士、そしてクリエイターとファンとの相互コミュニケーションが可能。

### bitfan グループチャット機能

会員限定のクローズドなチャットルームで  
クリエイターとファンが  
相互にコミュニケーションできる！



「Bitfan」のアプリにて  
ご利用いただけます



ここからはBitfanのプロダクト開発に関するトピックスになります。最も大きなトピックスは、長らく開発をしておりましたグループチャットのリリースです。

海外のクリエイターエコノミーのプラットフォームを見ても、コミュニケーション機能の強化は最重要テーマであるため、まず、グループチャットがリリースできたのは大きな前進だと思っております。

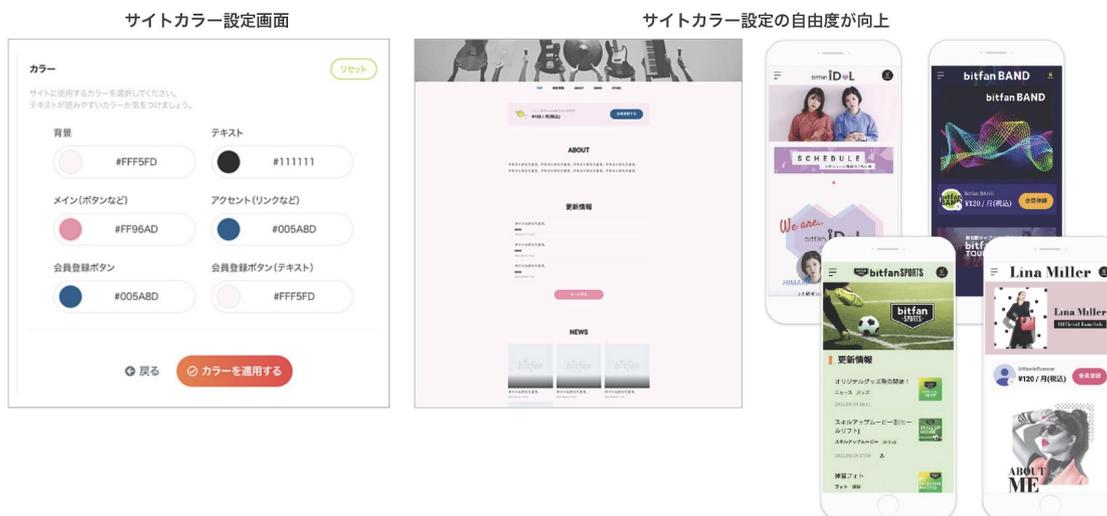
まだまだこの領域は足りない機能がたくさんあるという認識でおりますので、引き続きコミュニケーション機能の開発に注力しております。

# bitfan サイトカラーのカスタマイズ機能強化



## サイトカラーのカスタマイズ機能を大幅に強化

- ✓ カラーテーマを「白」「黒」の2色以外にも、カラーコード指定で自由な色が設定可能。
- ✓ 背景、テキスト、メイン、アクセント、会員登録ボタンの色の指定に対応。



© 2021 SKIYAKI Inc.

35

次に、サイトカラーのカスタマイズ機能の強化です。コミュニティ機能の強化に注力する一方で、ノーコードでサイトデザインの自由度を高めていくことは、重要なテーマの1つになっております。

今回のアップデートで、かなり見た目の表現の幅が広がりましたが、こちらも、まだまだ機能強化の余地があるところですので、継続して開発してまいります。

# bitfan 「ポイント獲得ページ」機能のリリース



オーナーが自由にポイントを付与できる機能を追加、あらゆるシーンで利用可能

- ✓会場へ足を運んでくれたファンの方々への「来場ポイント」
- ✓実際の店舗で商品を購入していただいた方への「来店ポイント」
- ✓イベントやキャンペーン時の「特別ポイント」



最後に「ポイント獲得ページ」機能のリリースについてです。こちらはいわゆる、来店ポイント、来場ポイントとして活用できる機能になります。

コロナ禍において、なかなかリアル施策が難しい状況ではありますが、そういった中でも、多くのお客様からご要望をいただいていた機能でして、今後のBitfanの利用シーンの拡大に期待が持てるものと考えております。

# bitfan Pro プライム（上位）コース事例紹介



## LIVE配信を主体としたプライムコース展開

バーチャル・シンガーのパイオニア「YuNi（ユニ）」がライブ配信メインのプライムコースを開設。ファンはこれまでの月額550円（税込）コースと月額3,300円（税込）コースを任意で選択可能。

プレミアムプラン  
月額3,300円  
(税込)

YuNi  
OFFICIAL FAN CLUB

プレミアムプランの特典はこちらになります。

premium movie	プレミアム会員限定の生配信や企画を定期開催いたします。
member's card	プレミアム会員限定でデジタル会員証を付与いたします。
greeting card	プレミアム会員限定で直筆入りメッセージカードをお贈りします。 ※10月実施予定、9月時点で会員の方対象
wallpaper	会員限定の待ち受けを配信します。
liner notes	会員限定のライナーノーツを配信します。
member's movie	会員限定の動画を配信します。
birthday mail	会員様のお誕生日にバースデーメールをお届けします。
mail magazine	会員の皆様だけに情報をいち早く配信します。

© 2021 SKIYAKI Inc.

37

次にBitfan Proの事業トピックスになります。まず上位コースの導入事例になります。

バーチャルシンガーのパイオニアである「ユニ」において、これまでの標準的なデジコンメニューの月額550円コースに加えまして、ライブ配信を主体とした月額3,300円の上位コースを導入しました。

これまで、個別での「オンラインチケット販売」を展開してまいりましたが、この度のプライムサービス導入により、月一回の会員限定配信をインクルードした、上位サービスの創出を行うことができております。

# bitfan × bitfan Pro 複合コース事例紹介



## Bitfan × Bitfan Pro 複合コース展開

ビジュアル系ロックバンドTHE MICRO HEAD 4N'S（マイクロヘッドフォonz）がBitfan Proでの公式FCサイトに加え、Bitfanを利用した動画サブスクコースを新たに開設。

### bitfan Pro

公式FCサイト 月額330円（税込）



### bitfan【新規開設】

動画サブスクコース 月額3,300円（税込）



続いて、元「ファナティッククライシス」等、ビジュアル系シーンで活躍してきたメンバーで構成されているロックバンド「マイクロヘッドフォonz」の事例になります。

Bitfan Proで構築された月額300円の公式ファンクラブに加え、今回新たに「動画サブスクサイト」をBitfanにて開設しました。

従来のオフィシャルファンクラブとは差別化された、「毎月1回のスタジオ配信」、「VLOG」、「未公開動画」といった動画サービスを、新たに開設された月額3,300円のコースにてお楽しみいただけます。

このように、Bitfan ProとBitfanをかけ合わせて、新たなサービスを提供していくという、成長戦略についても、着実に事例を作ることができております。このプラットフォームを組み合わせたサービス事例は、他にも色々なパターンで出てきておりますので3Q以降にもご紹介できるかと思っております。

## Other OMEGA X プロジェクト進捗状況



### 独占的マネジメント契約 OMEGA X

6月30日に韓国デビューし、現在、韓国メディアを中心にPR活動中。Bitfanでは日本公式サイトを開設。

▼デビュー曲「VAMOS」韓国デイリーチャート最高位5位



▼新人としては規格外のサイネージジャックを韓国ソウルで多数実施



**bitfan**

韓国デビューにあわせて  
**OMEGA X 日本公式サイトをBitfanで開設**  
国内FC開設までのスペシャルコンテンツを今後展開予定

© 2021 SKIYAKI Inc.

39

最後に、今期、韓国の芸能プロダクション「SPIRE ENTERTAINMENT社」と独占的マネジメント契約を行った、メンズグループ「OMEGA X」の進捗状況です。

6月30日に韓国にて待望のメジャーデビューを果たしまして、デビュー曲「VAMOS」については、韓国デイリーチャートで最高位5位を達成しました。直近の9月6日にリリースした1stシングルは、韓国デイリーチャートで1位を獲得しまして、YouTubeの再生数も1,000万回を超えるペースとなっております。

また、韓国デビューにあわせまして、日本でもBitfanにて公式無料サイトを開設し、日本のファンに向けたデビューショーケースの配信もいち早く展開しております。

今後の日本での活動につきましては、ビザの関係上、随時状況は変わりますが、現在は12月以降での来日を予定しております。

従いまして、当初の予定通りではございますが、本プロジェクトの業績寄与につきましては、来期以降となる見込みでございます。

以上が、2022年1月期第2四半期の決算説明となります。

最後になりますが、長期でのビジョンについて少しか補足させていただきます。

現在、アーティストやクリエイターを取り巻く、マクロのトレンドとしては「個の時代」となっておりますが、グローバルでは、プラットフォームの姿勢が盛んに問われております。

これは例えば、顧客情報の所有権や、プラットフォームの手数料、アルゴリズムの透明性といった問題なのですが、いかにクリエイターファーストで考えて、プラットフォームを設計していくか？という哲学が重要になっていると感じております。

私達もこのことを肝に銘じまして、クリエイターのみなさまから長期的に愛される企業になれるよう取り組んでまいりますので、引き続きご支援いただけますと幸いです。

本日は、ご静聴いただきまして、誠にありがとうございました。



## 質疑応答

それでは、引き続きまして、質疑応答に移りたいと思います。

先ほど、ご説明しました通り、Q&Aのアイコンから会社名とお名前をご入力の上、テキストにてご質問を送信いただきますようお願いいたします。

### いちよし証券 納様からのご質問

ECの底打ち時期はいつになると見えていますか？

#### 小久保

底打ちという意味でいうと、前期が非常に特需だったという認識ではありまして、今回売上の予測修正をしましてはいるものの、底はある程度打っているという認識でおります。ですので、ここからさらにECが下がっていくといった予想はしておりません。

### いちよし証券 納様からのご質問

FC事業の解約率の状況はいかがでしょう？

#### 小久保

解約率の状況につきましては、あまり問題となるような数値は出ていないと思っております、一方で、少しずつチケット先行を行えるようなサービスも出てきてますので、そういったところで、少しずつ従来通り会員数が戻っているという部分もあるかと思えます。本クォーターで例年に比べて増加率が高い要因も、そういったところがあるかという風に考えております。

#### エース証券 澤田様からのご質問

ストック型サービスのリリースが加速している要因につきまして教えてください。また業績に関しては今後どのような影響をもたらすのでしょうか？

#### 小久保

内訳はまだ開示はしていないのですが、主に先ほど申し上げたBitfanのサービスの開設が進んでいるというところが要因になります。その業績に対する寄与というところですが、Bitfanでオープンしているサービスというのは、ひとつひとつがBitfan Proと比べても平均の入会人数は少ないものですので、今すぐにすごく影響するというわけではないのですが、先ほど組み合わせてサービスを提供するというところもありましたが、我々の中でもかなり効率的にサービスを立ち上げているということが実現できていると感じております。

#### エース証券 澤田様からのご質問

ECにつきまして教えてください。コロナ前の水準に戻っていますが今後の売上高を持ち上げていくことは難しい状況なのでしょうか？

#### 小久保

先ほど申し上げました通り、前期と比べると、落ちている状況ではありますが、その前々期、コロナ前と比べると、ここは上がっているというところですが、ここは引き続きこの水準が続いていくのではないかという風に考えております。ただ、すごく施策が成功して上がっているというよりは、やはり今までの水準から若干プラスになっているという状況ですので、基本的に我々はベースの会員数を上げて、そこに紐づくECの売上を上げていくというような順番になりますので、そのように考えていただければと思っております。

#### エース証券 澤田様からのご質問

オンラインのプライムコンテンツにつきまして詳しく教えてください。現在展開されているものについての手応えや、コンテンツによる相性の良し悪し、成功のポイントなど教えてください。

#### 小久保

非常にうまくいっているかなと思います。先ほども申し上げた通り、サービスの組み合わせで色々のご提案させていただいているんですけども、先ほど資料にもあった通り、かなり差別化というものを、ここは動画といったようなことを、分けて提供することができておりますので、例えば、これは月に1回ライブに行ったと思えばというようなところで、事前にファンの皆様にもサービスの内容を周知した上でやっているところですので、そこら辺はかなり我々の中でも事例はできてきているところですので、横展開が当初の予定通り、できているのかなと思います。ただ、成功の良し悪しというところで言うと、まだまだコンテンツ作りのところを前向きに作っていけるようなアーティストさんも限られているところではございますので、ここをなるべく多くのアーティスト様に同じような作りができるようにと我々が提案していている状況でございます。

#### エース証券 澤田様からのご質問

コンテンツに対する投資やコンテンツの獲得状況につきまして、コメントをお願いいたします。

#### 小久保

そうですね、OMEGA Xは投資をして獲得しておりますが、現在同じようなスキームでコンテンツを獲得していくというところは今のところ考えておりません。まずはOMEGA Xでこういった成功を収められるかというところを注力しているところでございます。逆に、そういったコンテンツの投資をしないまでも、先ほど申し上げたように、既存のクライアント様と一緒にスキームを考え、成長をしていくという形もとれておりますので、ここは一緒になってコンテンツを成長させていくことができていると思っております。

#### 極東証券経済研究所 増淵様からのご質問

ECサービス及び電子チケットサービスの落ち込みは当初から想定されていたと思いますが、通期売上が下方修正となっています。前回想定と乖離した部分を教えてください。

#### 小久保

コロナの影響が大きかったとはいえ、それがどれくらいに落ち着くかというのが読みきれなかったところが、やはり大きな原因だと思っております。

#### エース証券 澤田様からのご質問

御社が手掛けられているスポーツ関連の案件につきまして、オリンピック後の変化がありましたら教えてください。

#### 小久保

特にオリンピック後の変化というのは現状見られていませんが、営業活動においては、例えば、スポーツ選手の獲得といったところが、オリンピック中に営業をかけるわけにもいかないところもありますので、オリンピック後に、有名になった選手とかにお声がけをしていくというところは、積極的にやっっていこうと考えております。

#### 極東証券経済研究所 増淵様からのご質問

ファンクラブが伸びた背景について、詳しく教えてください。

#### 小久保

そうですね、順調にサイトがオープンしたということもございますが、先ほど申し上げたように、チケット先行で復調しているようなサービスもあったということで、伸びたと思っております。

ご質問は以上ですので、こちらで締め切らせていただきます。

ご質問を頂きましたみなさま、誠にありがとうございました。

それでは、以上を持ちまして、株式会社SKIYAKIの2022年1月期第2四半期の決算説明会を終了させていただきます。お忙しい中、ご視聴いただきまして誠にありがとうございました。

## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行わないものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。