



2026年3月13日

各位

会社名 モ イ 株 式 会 社
代表者名 代表取締役社長 赤松 洋介
(コード番号：5031 東証グロース)
問合せ先 取締役経営管理本部長 入山 高光
(TEL：03-3527-1471)

よくある質問と回答 (2026年1月期通期決算)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。2026年3月11日(水)に開示しております2026年1月期通期決算に関連して、2026年3月12日(木)に決算説明会を行いました。その際に投資家の皆さまからいただきましたご質問とその回答をまとめましたので、下記のとおり、お知らせいたします。

なお、本開示は投資家の皆さまへの情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的として開示するものです。ご質問とその回答については、それらの内容を明確化することを目的として、一部内容・表現を加筆・修正しておりますことをご了承ください。

Q1. ポイント販売のアプリ決済比率が低下した影響で手数料が減少しているが、アプリ決済比率の水準はこのまま推移するのか。それともさらに改善余地があるのか。

A1. ポイント販売のアプリ決済比率が低下したことによる決済手数料の削減においては、有料ポイント販売における「アイテムチケット」の導入が重要な役割を果たしたと考えています。Web決済の場合、有料ポイントを購入し、そのポイントを使ってアイテムを利用するという一連の流れにおいて、アイテムを利用したいタイミングと、課金の操作に時間的なギャップができ、ユーザー体験として満足頂きにくい状況となることがありました。しかし、「アイテムチケット」を導入したことで、Web決済であっても、アイテム利用時のタイミングのズレを感じる事が無くなり、さらにアプリ決済よりもお得に有料アイテムを購入できるようになりました。この点が、Web決済比率が上昇した理由の一つであると考えています。

以上の背景から、当期のアプリ決済比率の低下は一時的なものではなく構造的な変化であると判断しています。したがって、今期以降もアプリ決済比率の低下が進み、決済手数料がさらに減少し、結果として営業利益率が改善される余地は十分にあると考えています。

なお、改善余地の具体的な規模感については、現時点での回答はご容赦いただければと思いますが、ご参考までに、当社サービス「ツイキャス」におけるアプリ経由のサービス利用者は全体の7～8割程度とご理解いただけますと幸いです。

Q2. ポイントPUの低下は、以前から課題と認識していると思うが、それに対して、ポイントPU維持ないしは増加のために実施した施策とその実績について教えて欲しい。

A2. ポイントPUの減少理由としては、競合環境の変化、ライブ配信を行うクリエイターの活動の多様化、ポイント購入からメンバーシップ加入、という「ツイキャス」における課金対象の変化などが考えられますが、現在のポイントPUの減少トレンドは、早急な改善が必要な課題と認識しています。この課題に対する施策としては、主なトピックでお伝えした各種人気キャラクターとのコラボレーション企画や季節イベントと連動したユーザー参加型キャンペーンの実施等があります。これらは、ポイントARPPUの増加により大きく貢献しましたが、ポイントPUの改善効果としては十分ではなかった

ため、今期は、ポイントPUの増加により直接的に寄与する施策を積極的に検討したいと考えています。なお、ポイントPUに限らず、「ツイキャス」というプラットフォームにおける課金ユーザー数という観点で現状を捉えますと、2026年1月期末時点において4Q単体におけるポイントPUが6.4万に対して、メンバーシップPUは11.6万と、ポイントPUの1.8倍というレベルまでシフトが進んでいます。今後も、メンバーシップについては、課金ユーザー数が増加する傾向は継続するものと考えています。

Q3. 手数料が大きく減少しているとのことだが、3Q単体と4Q単体を比較すると減少額が減っている。これは、Web決済へのシフトは思ったより進んでいないという認識か。もし想定より進んでいないのであれば、その理由は何だと認識しているのか。

A3. アプリ決済からWeb決済へのシフトについては、ほぼ想定通りに進んでいる、という認識です。当社の4Qは、年末年始の季節要因によって売上が増加する傾向がありますが、当期4Qについては、季節要因に連動したマーケティング施策によってポイント販売売上が当初想定を上回って増加しました。ポイントPUに対する影響としては、クリスマスやお正月といった季節要因が、新規、もしくはライト課金ユーザーの増加に寄与したため、一時的にアプリ決済比率が高まり、結果として4Q単体の決済手数料の減少額が3Q単体より小さくなったと判断しています。

Q4. 今期から株主優待を実施しているが、その成果は想定通りの結果となったのか。

A4. 今回の株主優待制度導入は、特に個人株主の皆さまに対する短期的な利益還元の実現を主目的として検討を進め、持続可能と判断できるプランの策定にいたったため、実施することを決定しました。また、本制度導入には、より多くの投資家の皆さまに当社株主になっていただきたい、という狙いもありましたが、こちらも、株主数が大きく増加し、一定程度、成果を得ることができたと考えています。

Q5. 株主優待制度導入後の株価の推移を見ると、権利確定日以降に、株価が大きく下落する結果となった。このような状況を防ぐために、株主優待の対象条件に継続保有の要件を追加してほしい。

A5. 当社の株主優待制度について、貴重なご意見をいただき、誠にありがとうございます。当社では、今回の株主優待制度は、特に個人株主の皆さまに対する短期的な利益還元の一環であると考えておりますが、本制度を通じて、株主の皆さまとのエンゲージメントを強化し、より多くの株主の皆さまに当社株式を中長期的に保有していただけることも目的としています。本制度が株主の皆さまにとってより良い制度となるように、いただきましたご意見も含めて、様々な観点から改善を検討してまいります。

Q6. 株主還元として、自己株買いや配当ではなく、株主優待を選択したのはなぜか。

A6. 当社では、以前より株主の皆さまに対する利益還元を重要な経営課題として認識していますが、現在の当社株式の株主構成、流通株式比率、時価総額等を考慮して、特に個人株主の皆さまに対する短期的な利益還元の実現を目的として、より具体的な検討を進めた結果、持続可能と判断できるプランとして今回の株主優待制度の導入を決定しました。株主の皆さまに対する利益還元は、引き続き、当社の重要な経営課題として認識していますので、今後も検討を進めてまいります。

Q7. 今期、ユーザー満足度向上とプラットフォーム規模拡大のための投資を見込んでいるとのことだが、話せる範囲で構わないので、具体的にどのような投資を予定しているのか、教えて欲しい。

A7. 当社では、ユーザー満足度の向上やプラットフォーム規模の拡大を目指して、主にオンラインでのユーザー参加型施策をメインに、様々な企画を実施してきました。今期は、新たなチャレンジ領域として、オフラインでのユーザー参加型イベントを強化する予定です。具体例としては、今年6月に開催を予定している「活動者□展（しかくてん）」があります。こちらは配信者ユーザーの皆さまが、ツイキャスでのこれまでの活動で感じたことや思い出、これからの想いなどを元に制作した四角いアートをテーマにした展示会となります。

開催期間中は、ユーザーの皆さまが多数イベントに来場されることを想定しており、様々な展示や企画を通して、出展者と来場者のつながりを深めていただける内容となっています。

当社といたしましては、本イベントのように、ユーザーの皆さまがオフラインで実際に交流いただける場を提供することが、コミュニティにおけるユーザーロイヤリティを向上し、結果として、ユーザー満足度の向上やプラットフォーム規模の拡大に寄与すると考えておりますので、今後も様々な企画を検討していきたいと考えています。

以 上