



株式会社SKIYAKI
証券コード：3995

会社紹介資料

会社概要



会社名	株式会社SKIYAKI (SKIYAKI Inc.)
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
設立	2003年8月
資本金	593百万円
連結従業員数	97名
主な株主	カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社

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
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
社外取締役（監査等委員） 丸山 聡
執行役員 福池 悟
執行役員 竹川 記央

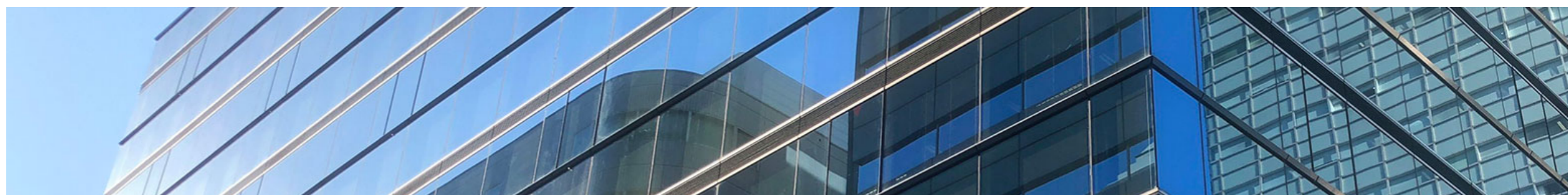
関係会社

連結子会社

株式会社ロックガレージ
株式会社SEA Global
株式会社エンターメディアFC

持分法適用関連会社

株式会社3DAY
株式会社shabell
株式会社SKIYAKI LIVE PRODUCTION



※2022年10月末現在



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

事業概要

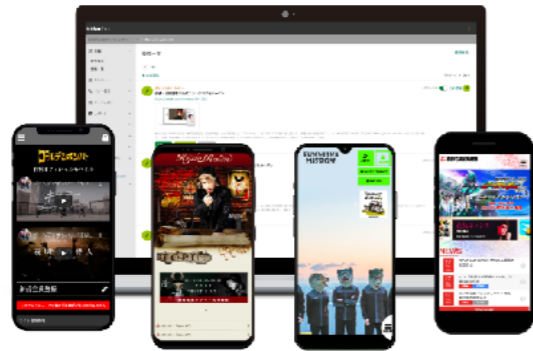


アーティストをはじめとする全てのクリエイター※とファンをつなぐプラットフォームサービスを展開。
ファンクラブ（FC）・EC・チケットなどの各種機能をBitfan ProとBitfanにてオールインワンで提供。

エンタープライズ向け

カスタム型ファンプラットフォーム

bitfan Pro



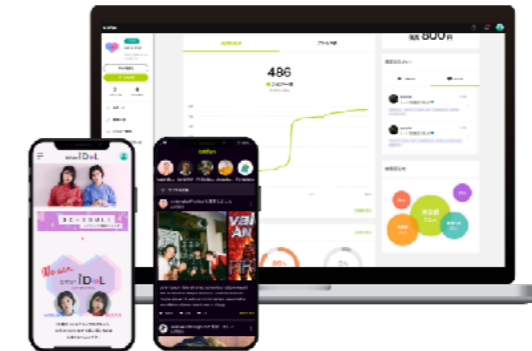
エンタメ領域No.1のCMSへ

対象：中大型アーティストなど
地域：日本

誰でも無料で使える

オールインワン型ファンプラットフォーム

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

対象：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

ビジネスモデル



bitfan Pro

・ カスタム型ファンプラットフォーム

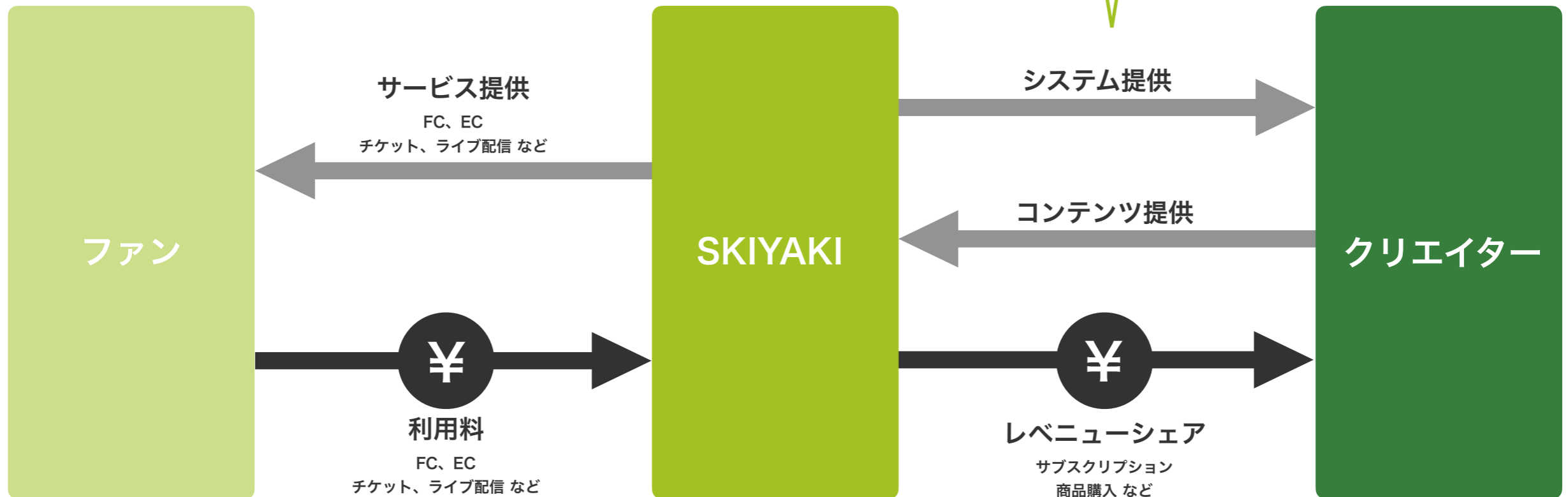
bitfan

・ オールインワン型ファンプラットフォーム

SKIYAKIの役割

デザイン
サイト立ち上げ
サイト運営
運営コンサルティング
プラットフォーム開発/提供

プラットフォーム開発/提供

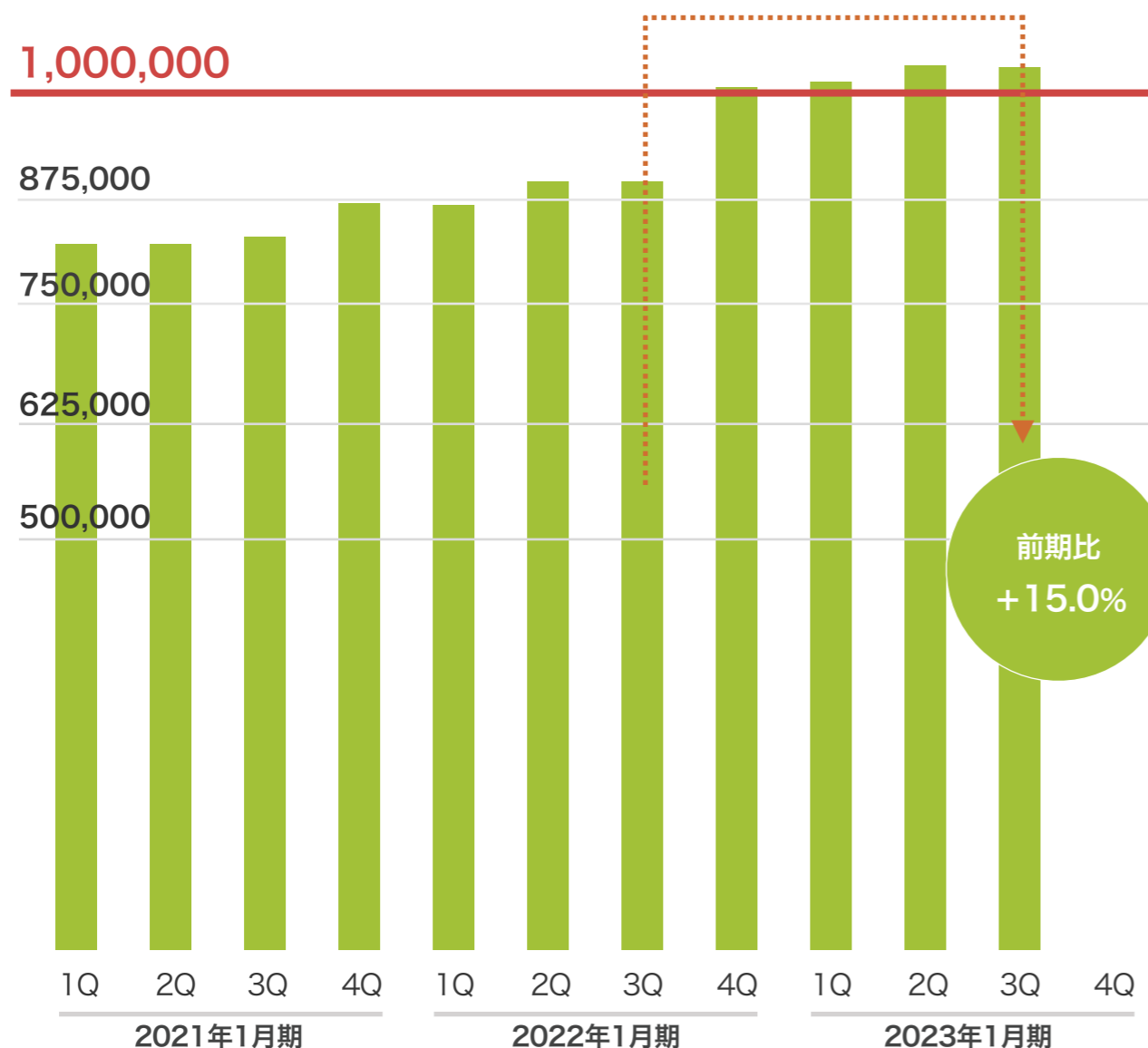




KPI 有料会員数の推移

有料会員数について

Bitfan Pro、Bitfan、エンターメディアFCの有料会員数の合計。
当社のストック収益を維持する上で重要な指標。

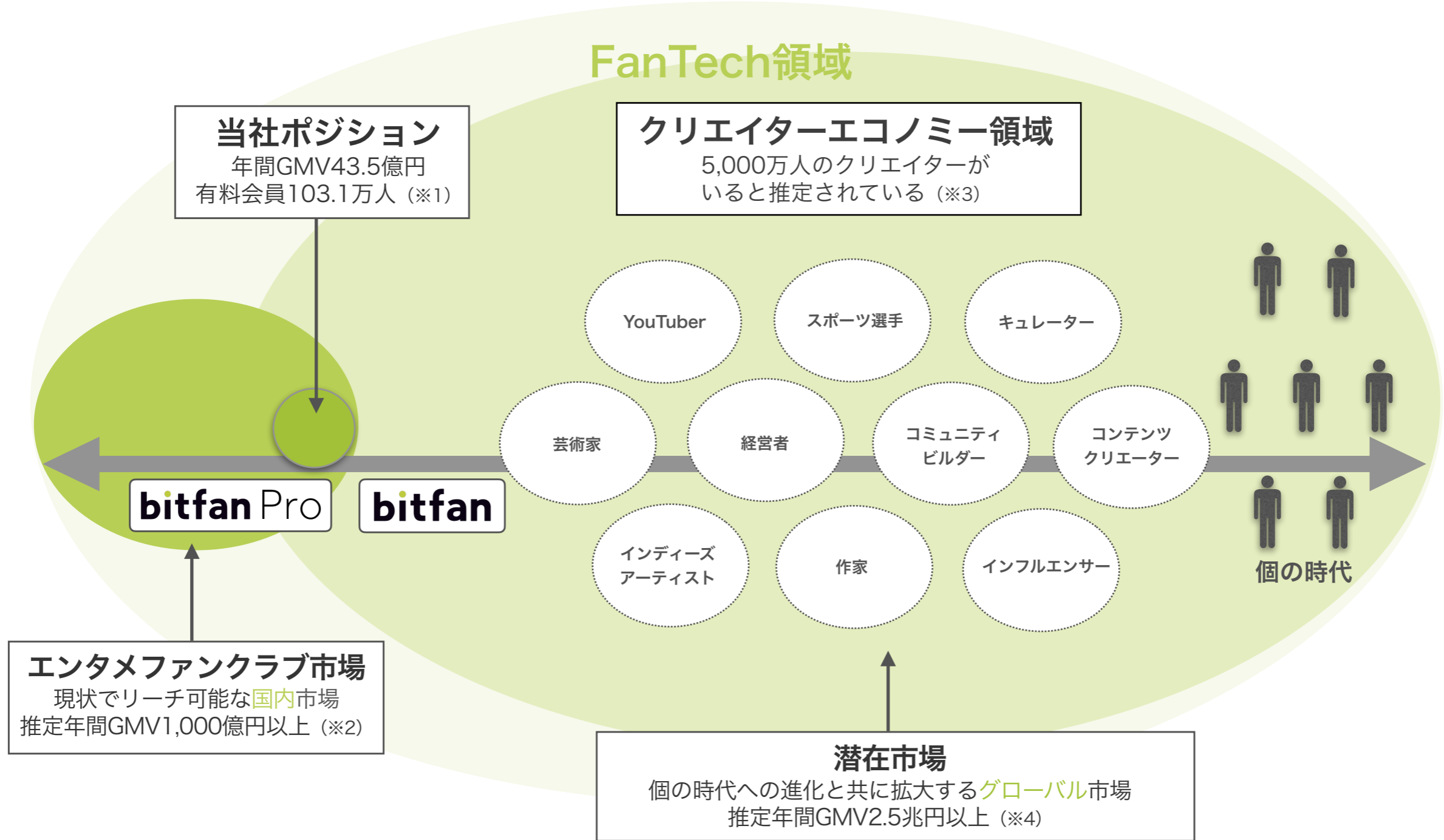


有料会員数

※2022年12月末日現在

103.3万超

市場環境と当社のポジションについて



※1. 年間GMVは2021年11月から2022年10月末、有料会員数は2022年10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)

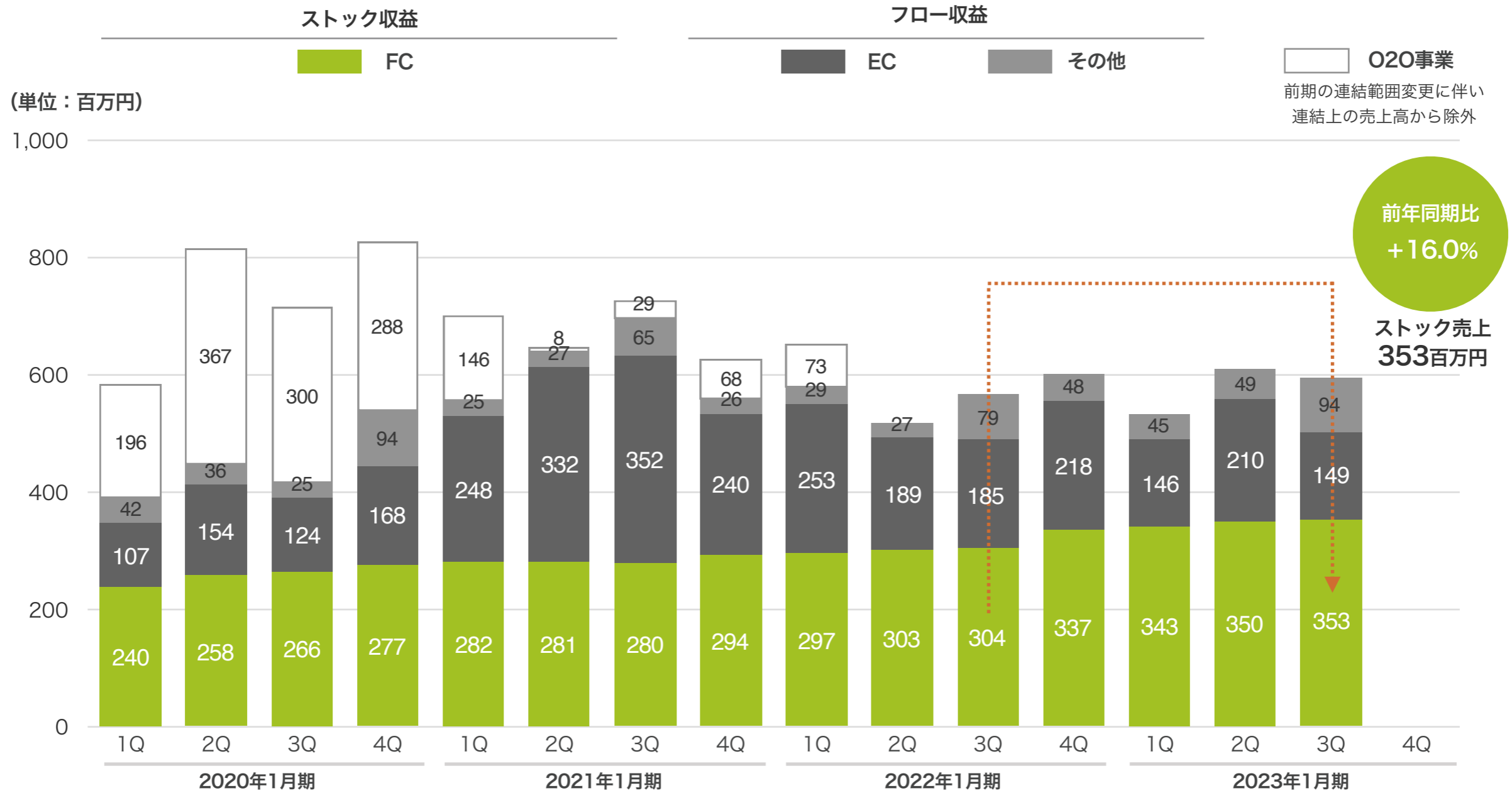
※3. 米国のVCファームSignalFireの記事 (<https://signalfire.com/blog/creator-economy/>) から引用

※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)

収益モデル別売上高



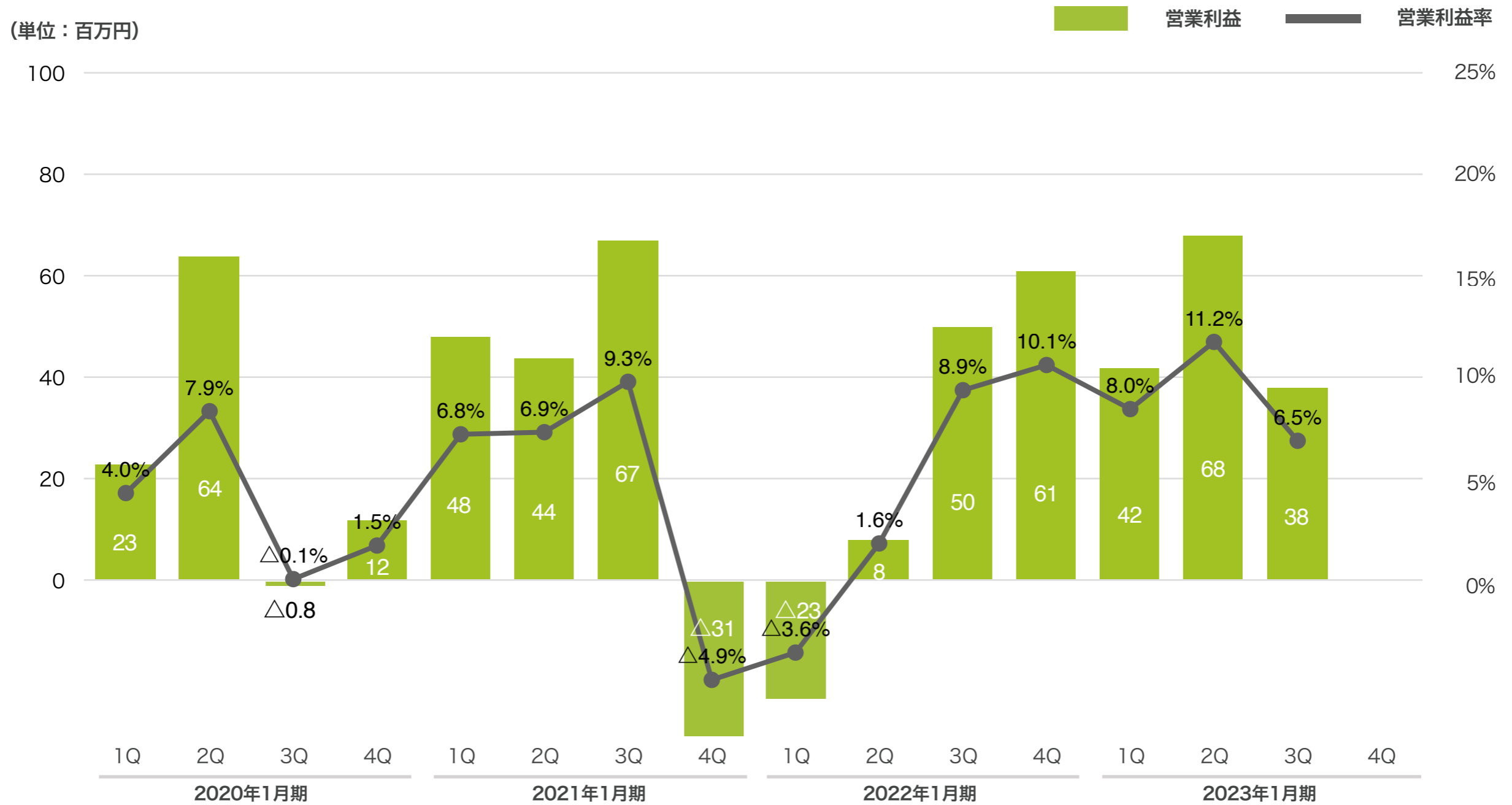
- ・ 3Q売上高は596百万円で前年同期比+4.7%、フロー収益が243百万円で前年同期比△8.2%。
 当社の基盤であるストック収益は過去最高の353百万円、前年同期比+16.0%と安定的な成長を継続。
 ※グループ会社の連結範囲変更に伴い、O2O事業による売上は前期2Q以降消滅。



営業利益と営業利益率の推移



- ・ 売上高及び売上総利益の減少により、営業利益は38百万円と直前四半期で29百万円減少（△43.4%）。営業利益率は6.5%と直前四半期から4.7ポイント低下。
- ・ 3Qの利益減少は業績予想に織り込み済みのため、4Qで回復する見込み。





1

クリエイター領域の拡大

2

有料会員一人あたりGMVの向上

3

クリエイターファーストな体制構築



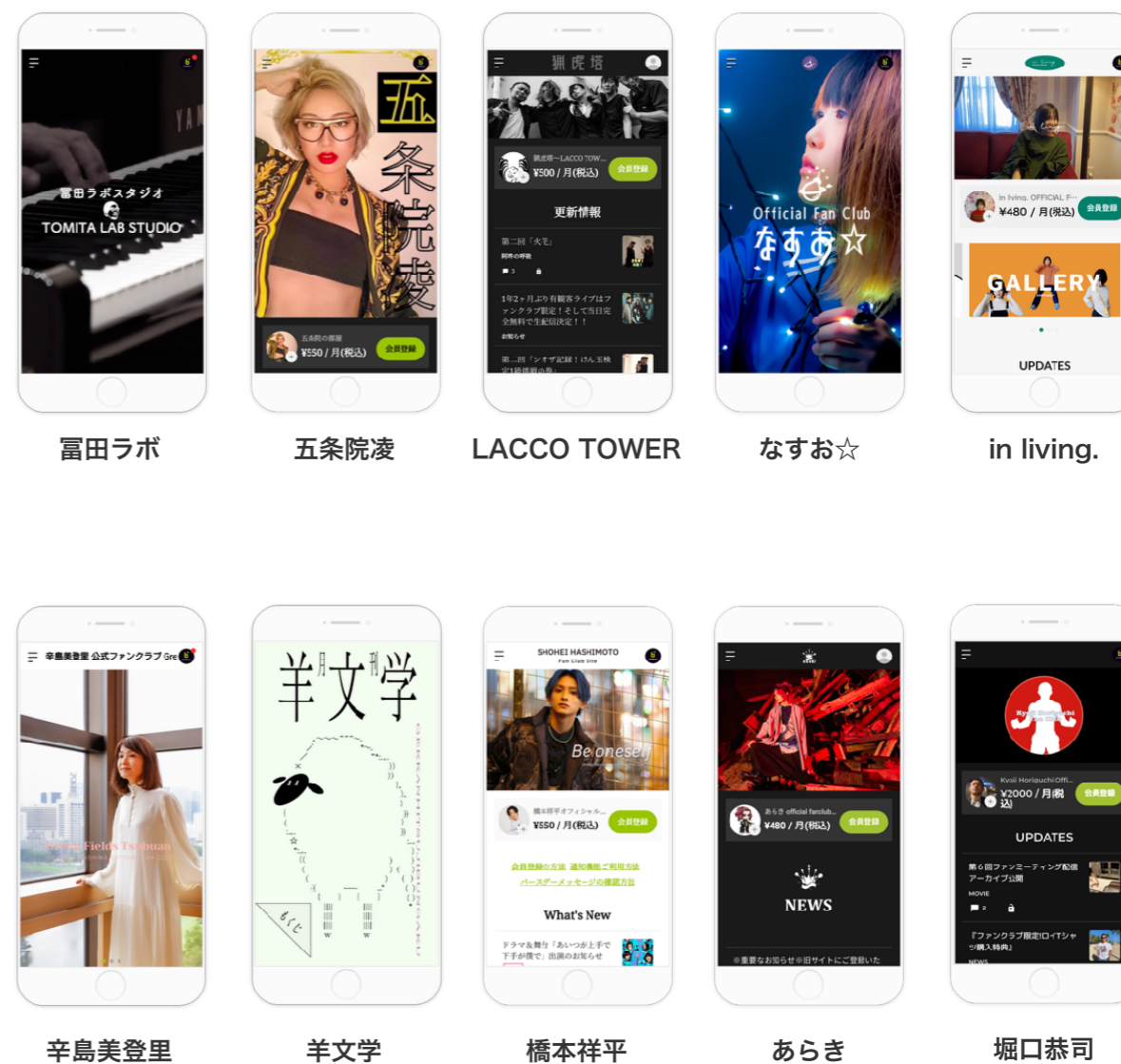
bitfan Pro

音楽アーティストからスポーツチームまで、幅広いジャンルでファンクラブを展開。



bitfan

YouTuberやTikTokerから音楽アーティストまで、様々なジャンルのクリエイターがファンクラブを展開。





安定的な財務基盤であるストック収益の継続的な増加を目指し、複数コース導入や動画を中心としたプライムコース導入を推進。GMVベースでの有料会員一人あたりの単価向上を指標に設定。

運営期間の長いFCサイトは一人あたりGMVが低い傾向にあり、2Q末時点での全FCサイトの一人あたりGMVは401円。

当期にオープンしたFCサイトの一人あたりGMVは567円となり、3Q末時点での全FCサイトの一人あたりGMVは406円に上昇。

【ストック収益】有料会員一人あたりGMVの推移

全FCサイト

GMV ÷ 有料会員数（6ヶ月の移動平均値）

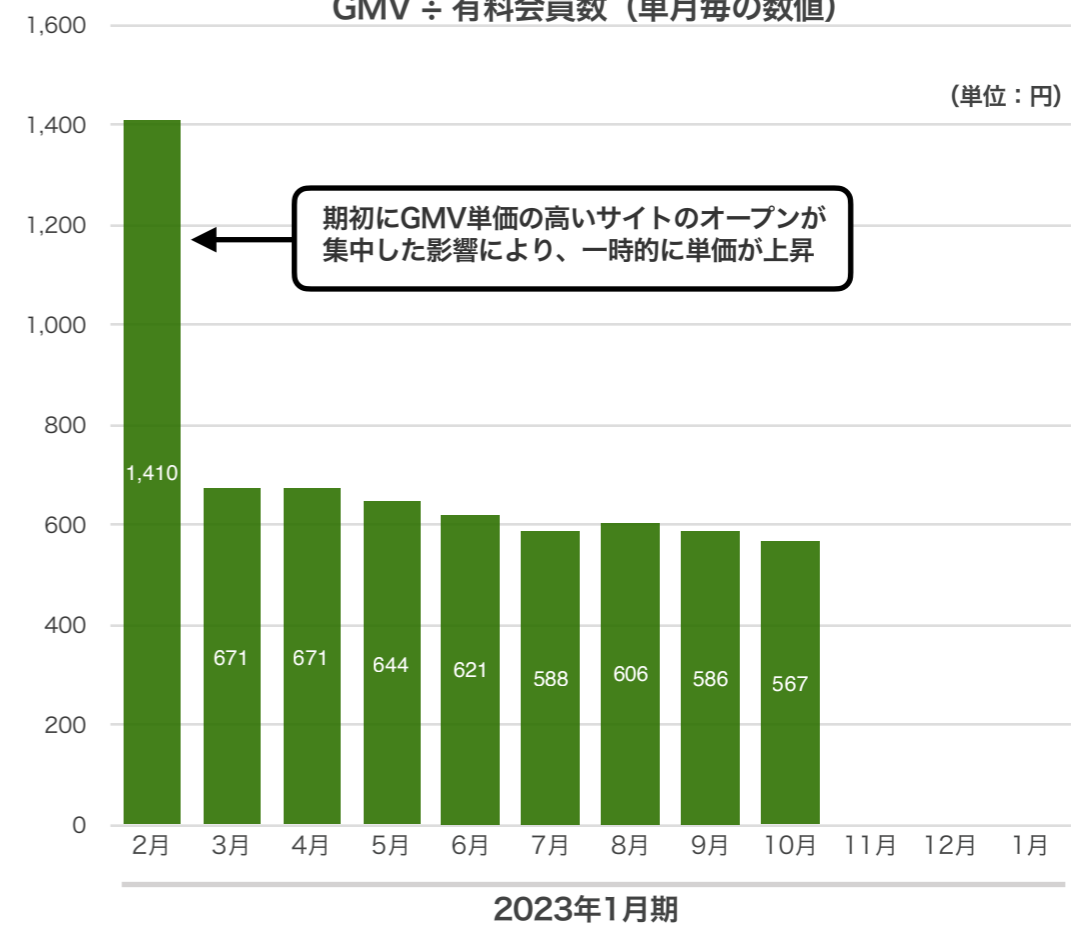
（単位：円）



当期オープンしたFCサイト

GMV ÷ 有料会員数（単月毎の数値）

（単位：円）



※当社の契約にて決済処理を実施し、正確なGMVを把握できるFCサイトのみで算定。
※当該数値については監査法人監査の対象外。



カスタマーサポートチームの強化に加え、メディアを通じたインタビューや各種イベントを実施することで、クリエイターのPR活動をサポートしながら、プロダクトに対する要望を的確にヒアリング。プラットフォーム主導ではなく、クリエイターファーストであることを重視。

カスタマーサポート体制の強化

ガイドラインの充実
問い合わせ対応の強化

メディアタイアップ

オウンドメディアでのインタビュー
外部音楽メディアでの対談

クリエイターファーストな開発

クリエイターと共にプロダクトを進化
複数コース、1on1、メタバース等

クリエイター向けイベントの開催

Bitfanオーナー向けイベントの開催
セミナー配信

bitfan

bitfan 直近2期の主なアップデート



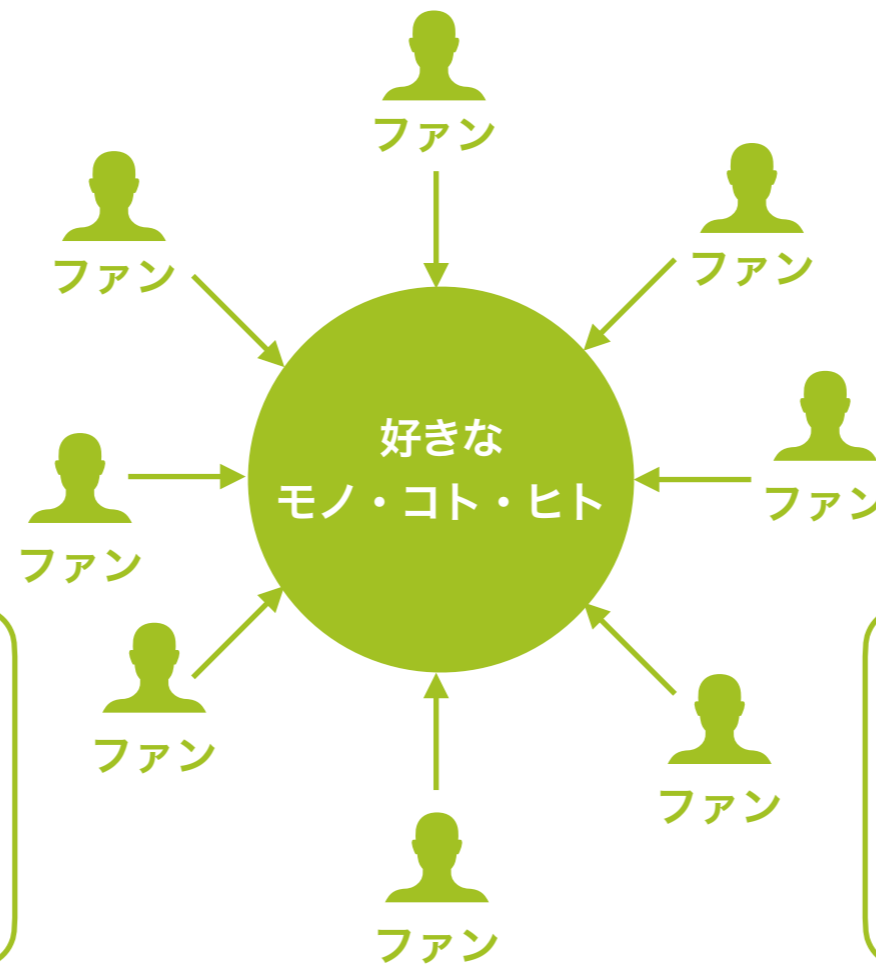
2022/1Q	2022/2Q	2022/3Q	2022/4Q	2023/1Q	2023/2Q	2023/3Q	2023/4Q
	<ul style="list-style-type: none">●音声ファイルアップロード<ul style="list-style-type: none">●中国語（繁体字）対応<ul style="list-style-type: none">●ライブ配信のアプリ対応●国際送金Payoneer対応●会員数レポートCSV対応<ul style="list-style-type: none">●サイトカラーカスタマイズ設定<ul style="list-style-type: none">●ポイント獲得ページ機能●グループチャット機能<ul style="list-style-type: none">●トップページリニューアル●月額上限を5,500円まで引き上げ<ul style="list-style-type: none">●Discord連携●デジタルコンテンツ販売対応●アクセス詳細レポート対応●スケジュール機能リニューアル<ul style="list-style-type: none">●個別メッセージ対応●ポイント交換特典リニューアル●サブオーナー対応●会員一覧リニューアル●翻訳機能リニューアル			<ul style="list-style-type: none">●記事一覧リニューアル<ul style="list-style-type: none">●会員一覧へ属性情報追加●ログイン画面リニューアル●アプリのオーナー画面リニューアル●出金の自動化●動画アップロード高速化&上限2G●グループチャットの動画投稿対応<ul style="list-style-type: none">●Walletのゆうちょ銀行対応●ハートのON/OFF設定●記事投稿エディタのリニューアル●会員一覧にLTV追加●WEBにライブ配信中表示追加●アプリの横向き配信対応<ul style="list-style-type: none">●チケット管理画面リニューアル●ブロック機能の強化●コミュニティガイドラインの制定<ul style="list-style-type: none">●スケジュール一覧リニューアル●売上履歴ダウンロード機能<ul style="list-style-type: none">●ライブ配信の美顔フィルター対応●動画ファイルのダウンロード機能●ライブ配信一覧ページリニューアル●NFT機能●ストア管理画面リニューアル<ul style="list-style-type: none">●更新情報のメール通知●グループチャットの複数ルーム対応			

ファンビジネスの更なる可能性



稼げる個人の増加

- ・ SNSの普及
- ・ 個人で活動できるツールの進化
- ファンビジネスツールの重要性



消費行動の変遷

- ・ D2Cの潮流
- ・ ストーリー消費、共感消費
- ファンマーケティングの重要性

SNSのトレンド

- ・ フォロワー至上主義の終焉
- ・ SNS疲れ、炎上リスクの拡大
- ファンコミュニティの重要性

あらゆるものがファンを中心とした経済圏へ

