

UUUM

19/5期 2Q決算説明資料

INDEX

1. 19/5期 2Q決算概要
2. トピックス
3. 当社の成長戦略
4. 通期業績見通し

19/5期 2Q決算概要



(百万円)	19/5期 2Q (2018年9月-11月)	18/5期 2Q (2017年9月-11月)	前年同期比
売上高	4,569	2,485	184%
粗利益	1,272	744	171%
販管費	877	602	146%
営業利益	395	142	279%
当期利益	256	89	288%

注：百万円未満は四捨五入しております。

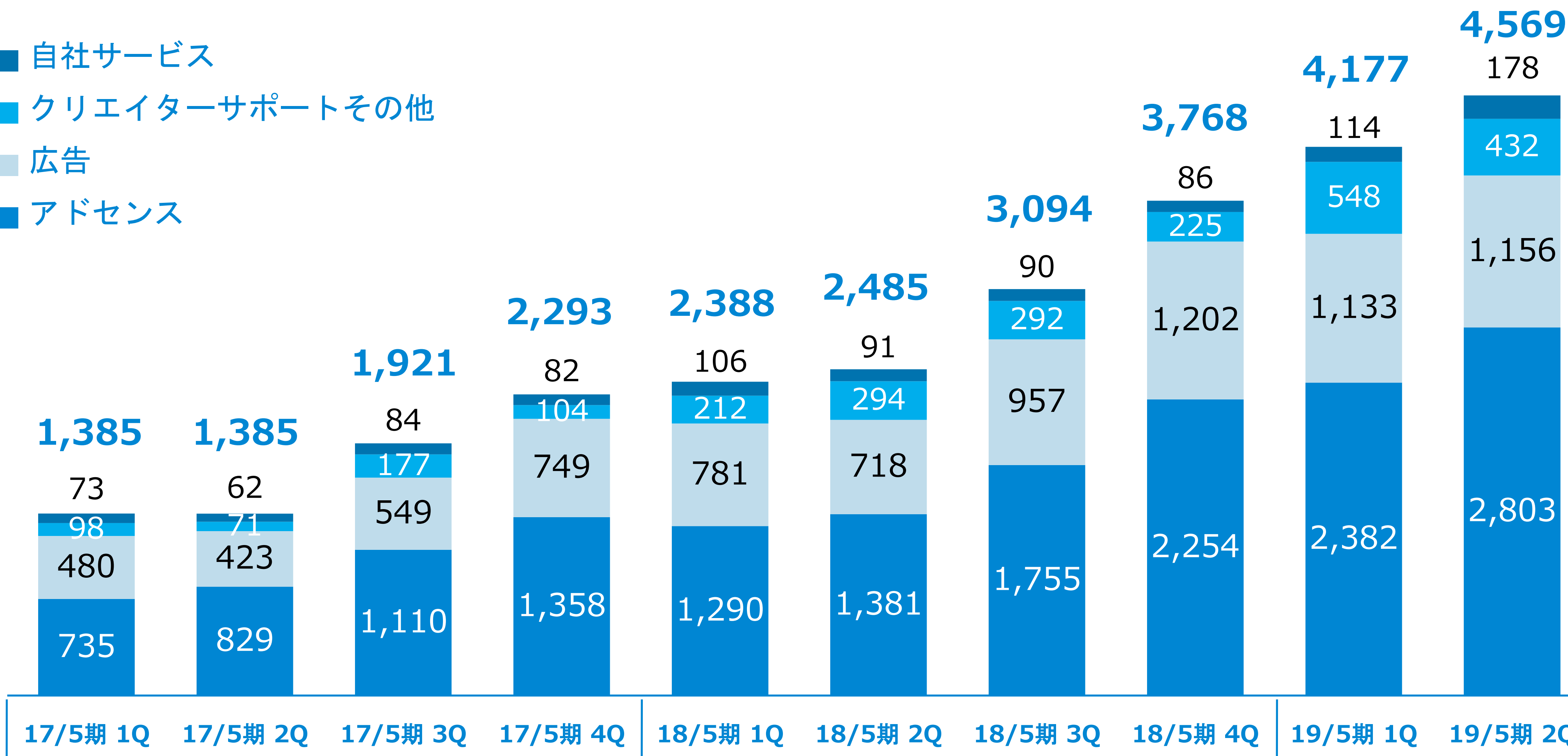
(百万円)	19/5期 2Q累計 (2018年6月-11月)	18/5期 2Q累計 (2017年6月-11月)	前年同期比
売上高	8,746	4,873	179%
粗利益	2,474	1,472	168%
販管費	1,753	1,213	145%
営業利益	721	259	278%
当期利益	451	159	283%

注：百万円未満は四捨五入しております。

2Q売上は全事業で増収を達成し、前年比184%の増収。

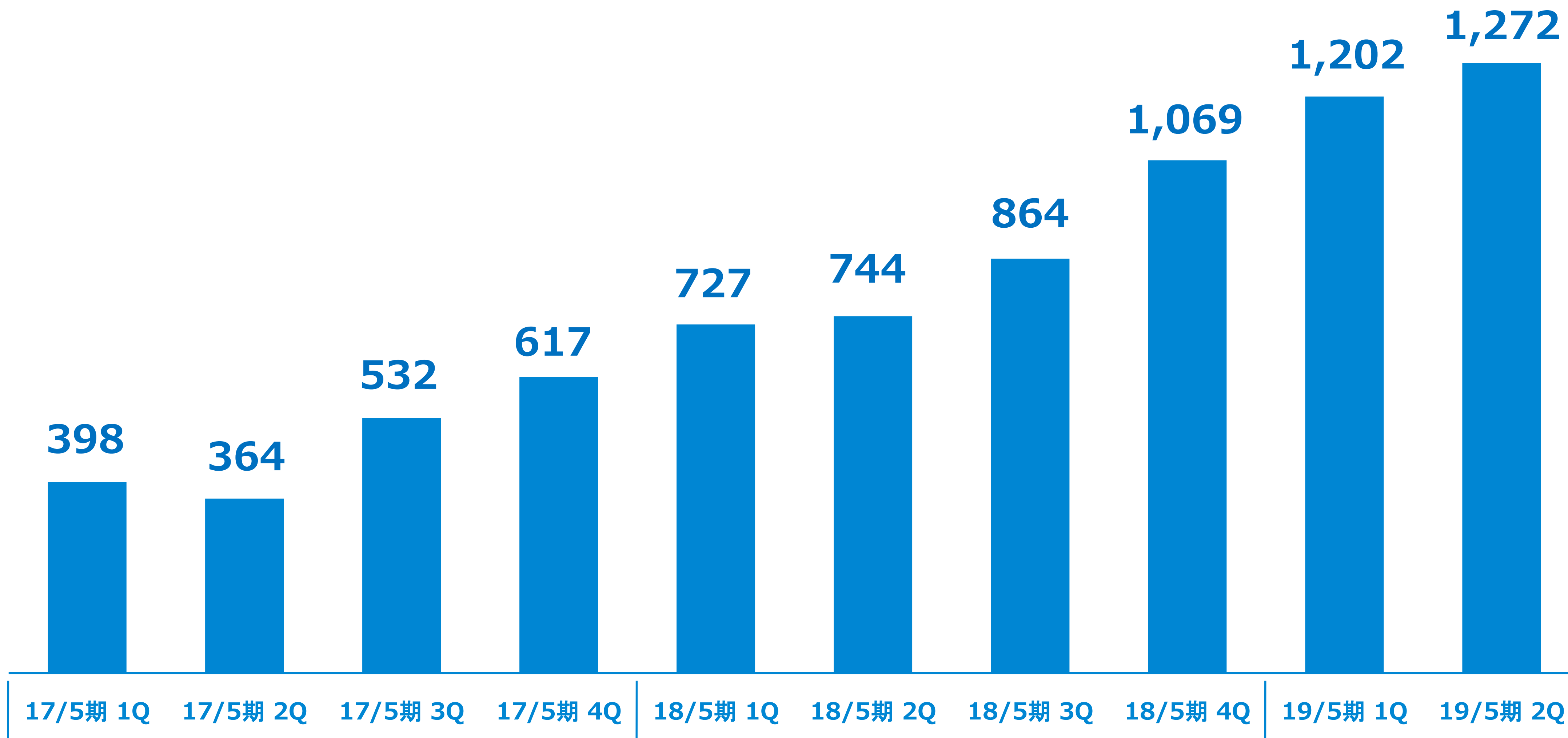
(単位：百万円)

- 自社サービス
- クリエイターサポートその他
- 広告
- アドセンス



2Q粗利益は売上増に伴って増加し、前年比171%の増益を達成

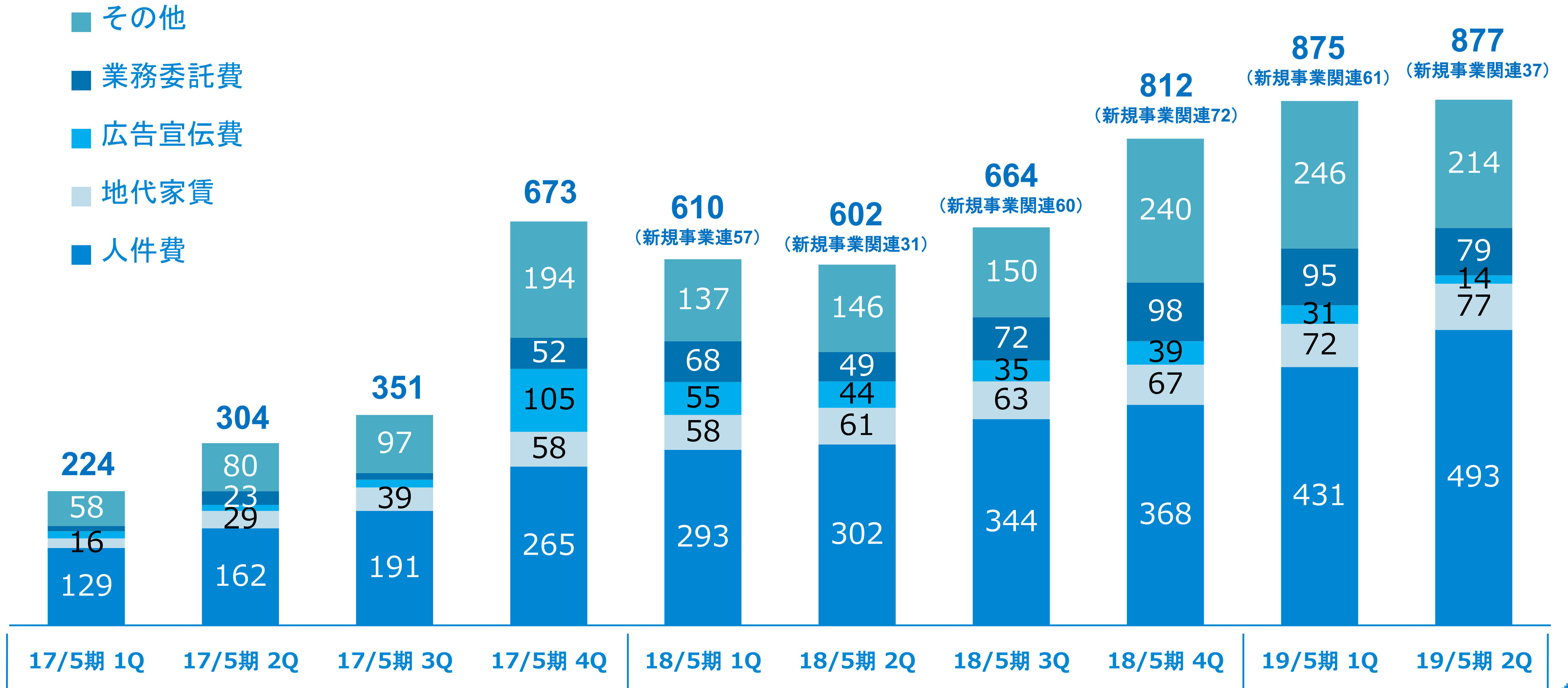
(単位：百万円)



販管費（四半期）推移

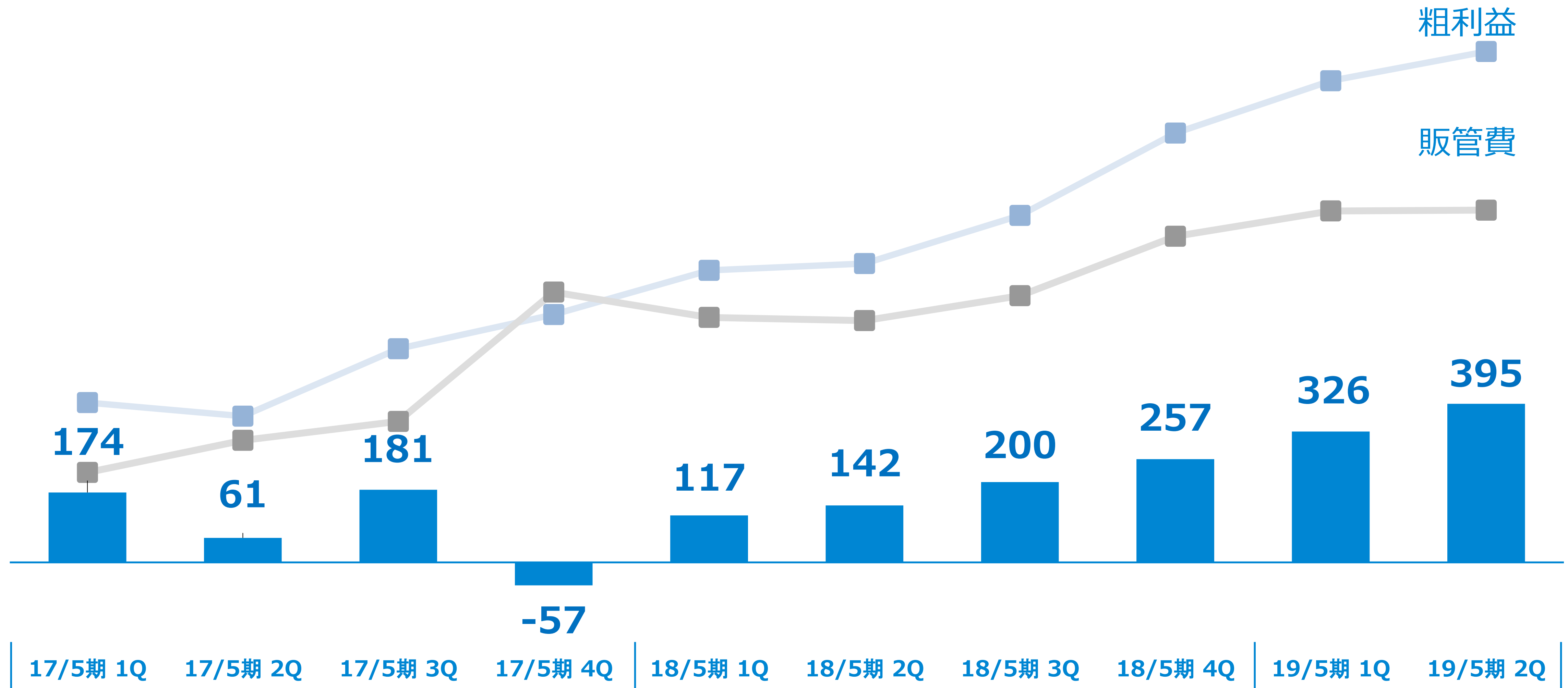
事業拡大に伴う社員数増加により、2Qは人件費を中心に販管費が増加

(単位：百万円)



2Q営業利益は粗利益の増加に伴い、前年比279%の増益を達成

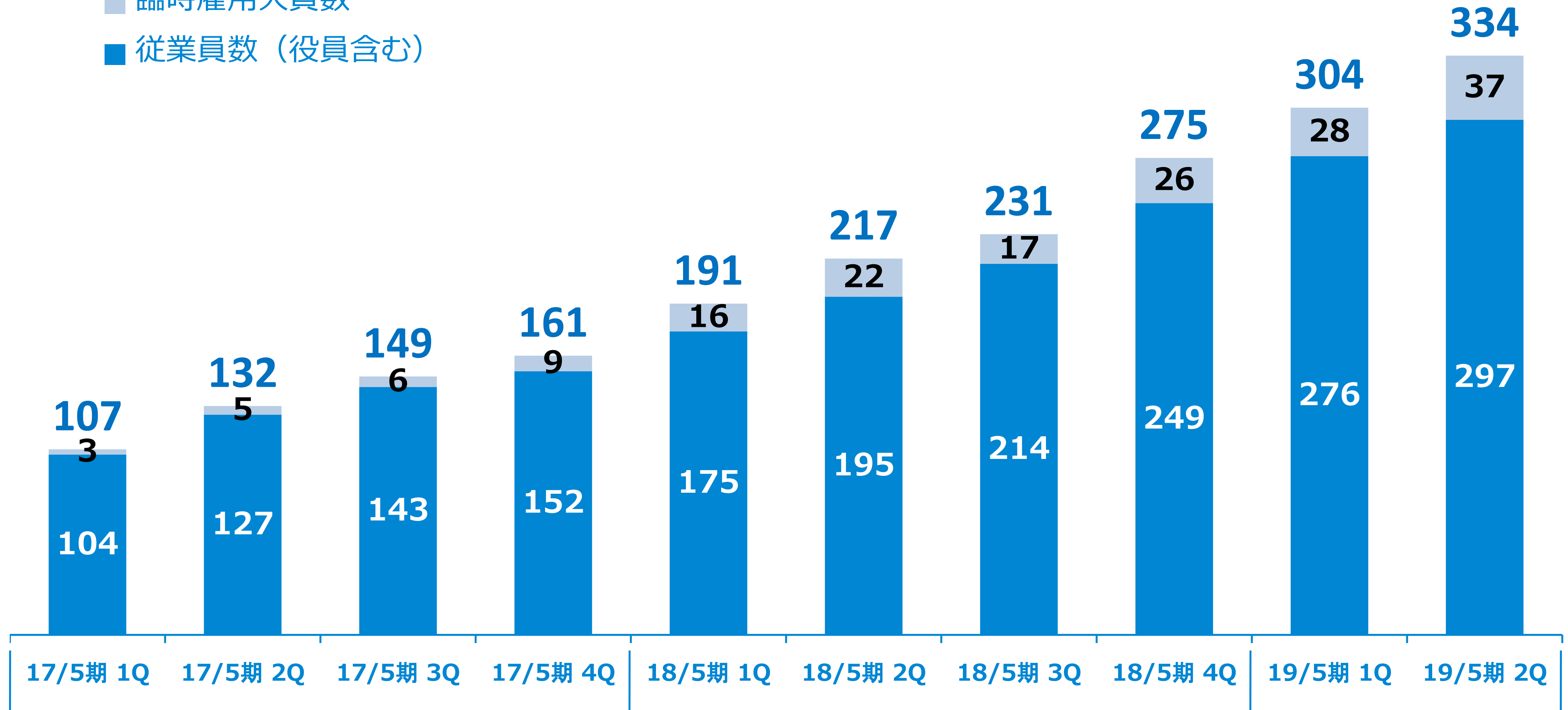
(単位：百万円)



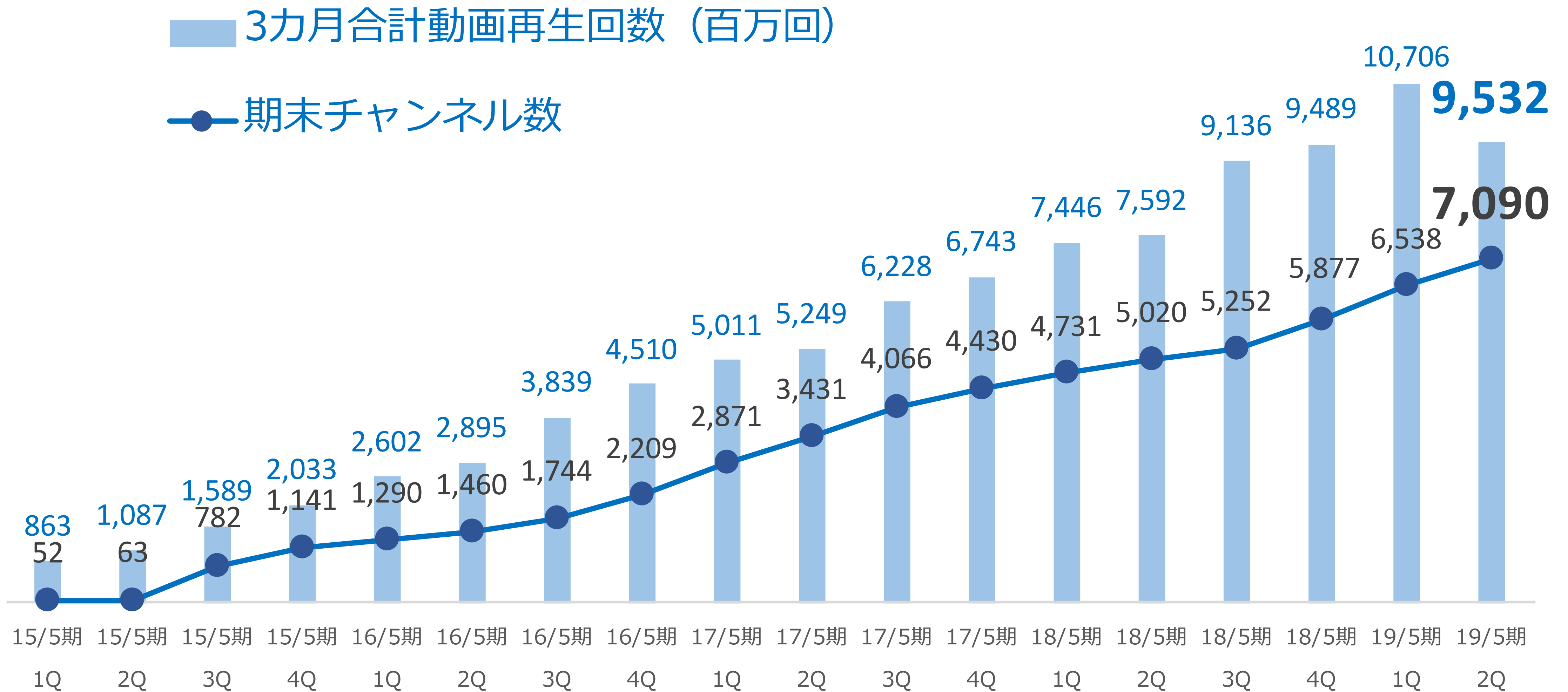
四半期末の従業員数、臨時雇用人員数推移

(単位：人)

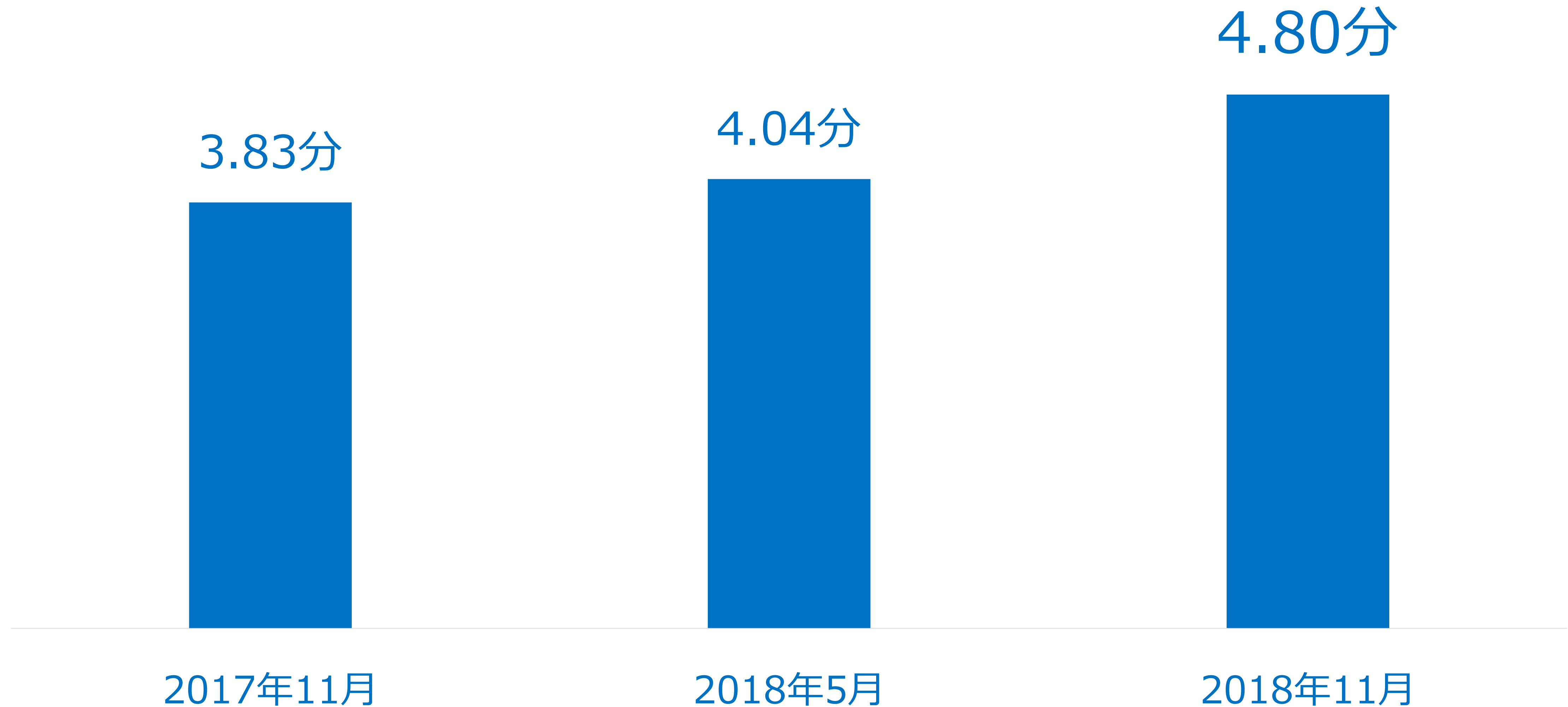
- 臨時雇用人員数
- 従業員数（役員含む）



期末所属チャンネル数および3カ月合計動画再生回数推移



1再生あたりの視聴時間の推移



チャンネル登録者数ランキング

■ 登録者数総合ランキング TOP10

1		はじめしゃちょー (hajime)	7,276,078
2		HikakinTV	6,847,870
3		せんももあいしーCh Sen, Momo, Ai & Shii	5,280,296
4		Fischer's-フィッシャーズ-	5,277,036
5		Yuka Kinoshita木下ゆうか	5,015,212
6		avex	4,436,957
7		HikakinGames	4,028,516
8		東海オンエア	3,969,829
9		SUSHI RAMEN【Riku】	3,635,900
10		水溜りボンド	3,559,000

8/10

■ UUUMクリエイター登録者数ランキング

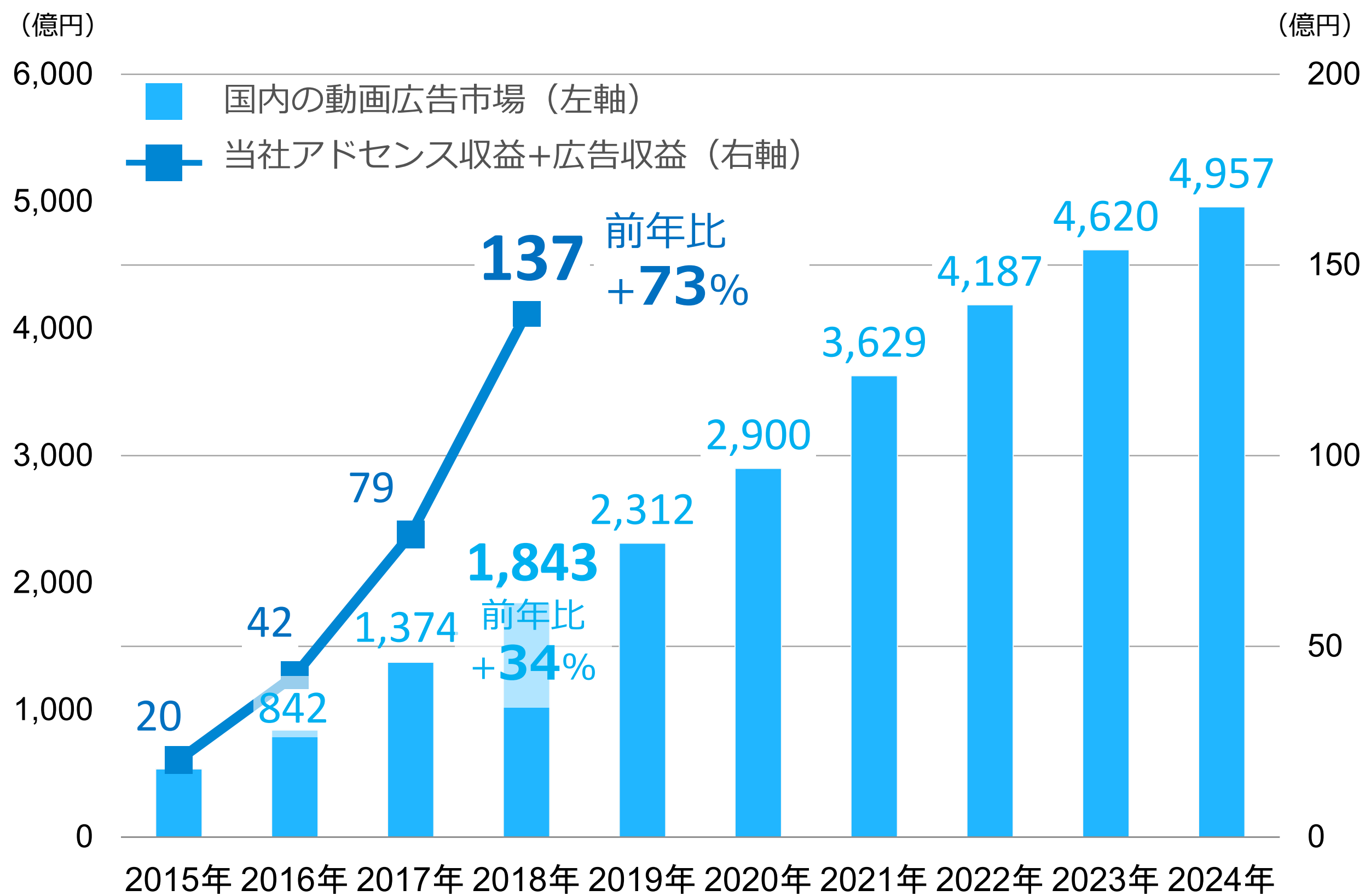
ランキング	チャンネル名	登録者
11	SeikinTV	3,359,114
20	桐崎栄二/きりざきえいじ	2,456,495
23	ワタナベマホト	2,381,268
25	ポッキー / PockySweets	2,328,279
26	はじめしゃちょー2 (hajime)	2,268,138
28	HIKAKIN	2,265,243
31	Fischer's-セカンダリ-	2,133,824
33	おるたなChannel	2,067,534
37	東海オンエアの控え室	1,934,762
38	圧倒的不審者の極み!	1,909,362
42	MAHOTO	1,758,674
49	ボンボンTV	1,609,335
50	カズチャンネル/Kazu Channel	1,596,828
52	TOMIKKU NET	1,561,025
54	HIMAWARIちゃんねる	1,536,267
56	瀬戸弘司 / Koji Seto	1,513,584
58	PDSKabushikiGaisha	1,494,880
62	70cleam	1,400,614
68	カズゲームズ/Gaming Kazu	1,373,732
73	水溜りボンドの日常	1,298,858
78	カリスマブラザーズ	1,247,429
81	はじめしゃちょーの畑	1,214,519
82	SekineRisa	1,212,090
83	SeikinGames	1,212,002
86	恭チャンネル	1,179,279
90	ぐっちの部屋(ミラクルぐっち)	1,148,317
92	レオンチャンネル	1,142,609
93	タケヤキ翔	1,138,872
96	アバンティーズ	1,121,184
98	MasuoTV	1,111,581
99	はなお	1,108,977

39/100

当社のアドセンス+広告収益は前年比73%成長と
動画広告市場（同34%成長）を上回る

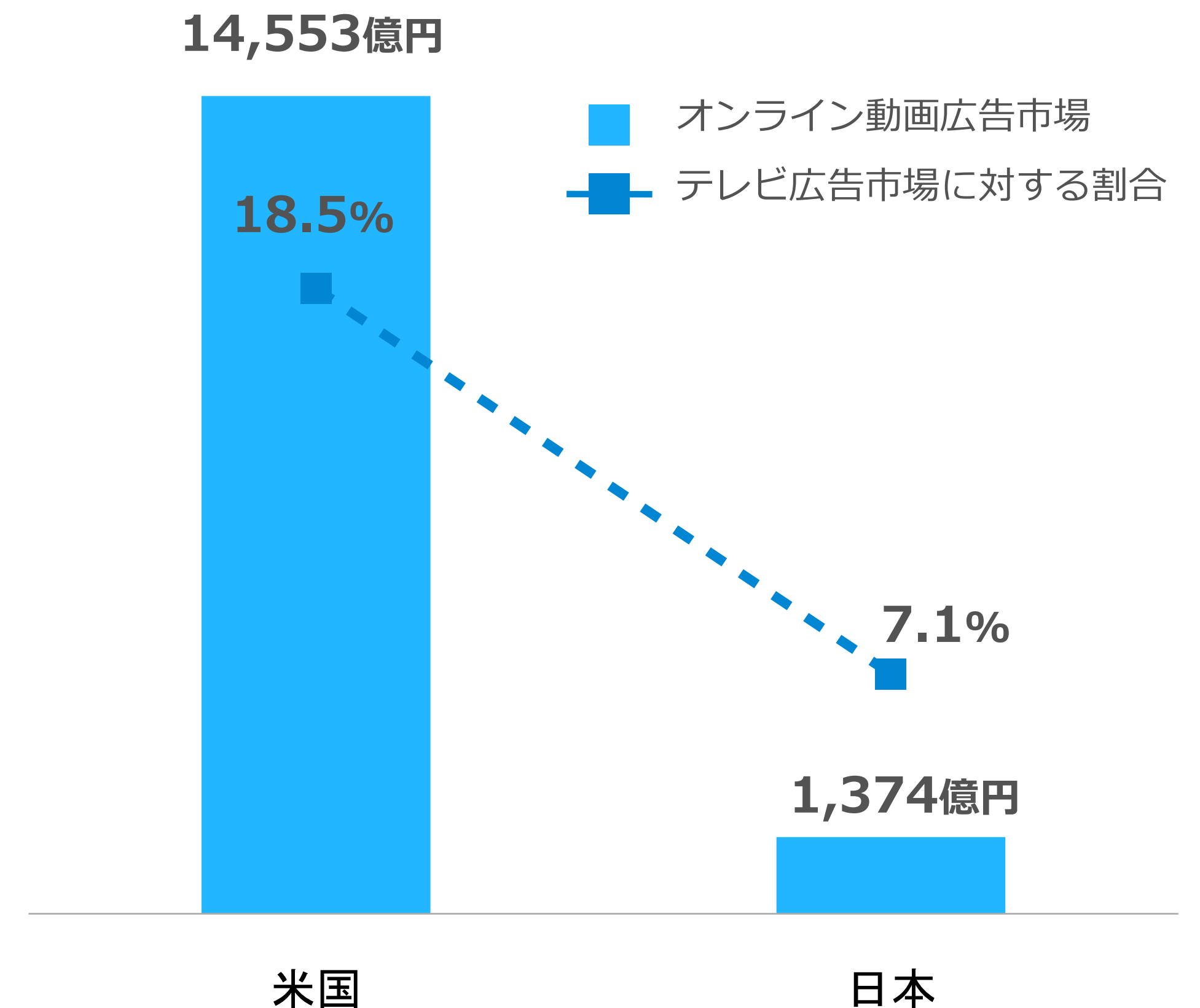
日本の動画広告の市場規模は2兆円といわ
れるテレビ広告市場のまだ7%に過ぎない

国内の動画広告市場と当社収益の推移



※UUUMのアドセンス収益+広告収益は前期3Q~当期2Qの売上を暦年の売上として使用。

日本と米国の広告市場比較(2017年)



出所：株式会社サイバーエージェント調べ

トピックス

UUUM



U-FES.2018では東京ドームシティとコラボレーションを行い、延べ28,000名がイベントに来場しました。



U-FES.2018

日時：2018年11月10日(土)・11日(日)

会場：TOKYO DOME CITY HALL

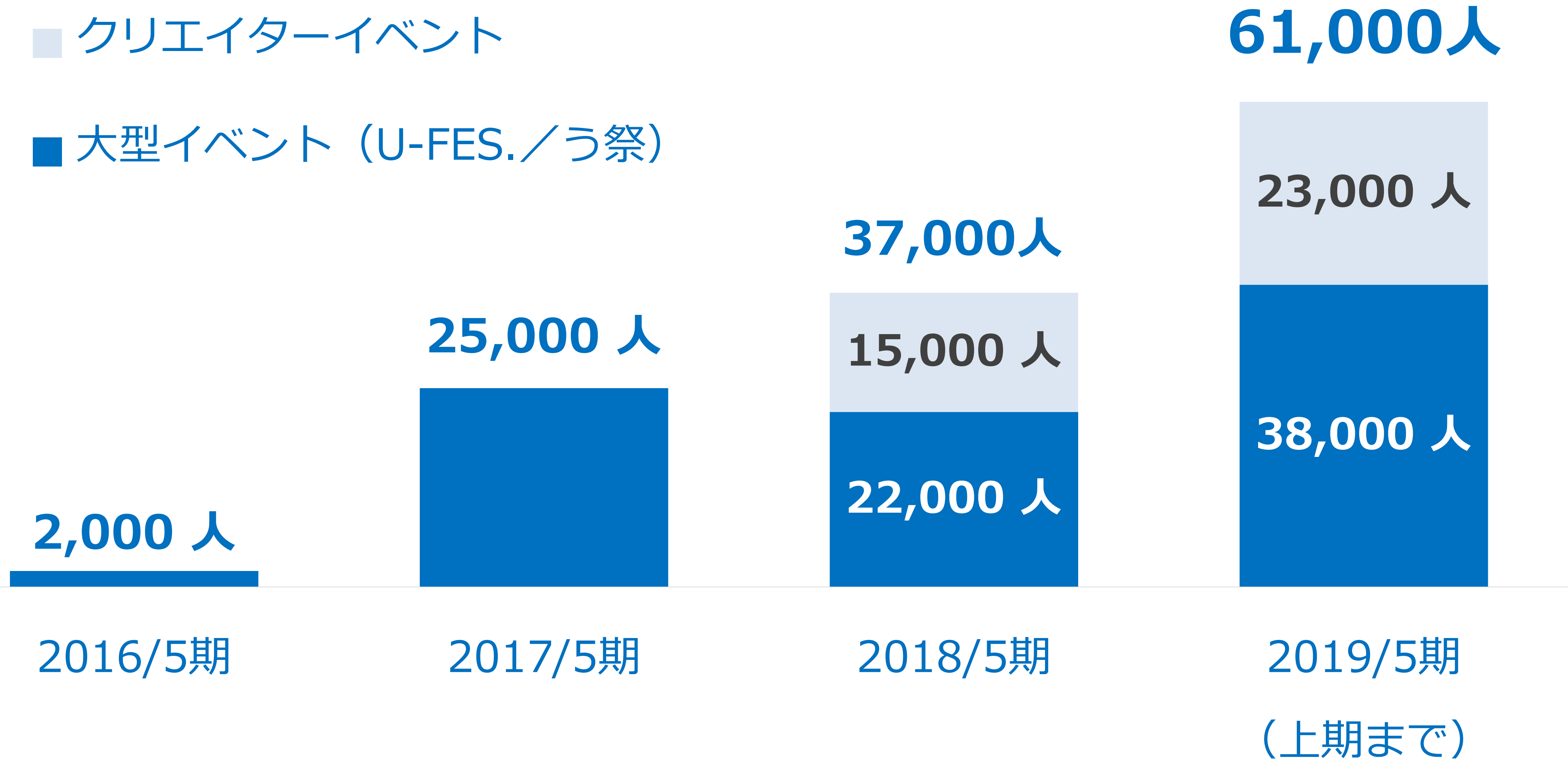
東京ドームシティ アトラクションズ
ラクーアガーデンステージ

カモン！U-FES.遊園地！

期間：2018年9月29日(土)～11月18日(日)

場所：東京ドームシティ アトラクションズ

- クリエイターイベント
- 大型イベント (U-FES./う祭)



株式会社GENESIS ONEに所属する6組のクリエイターが当社に加入することになり、U-FES. 2018でサプライズ発表しました。



クリエイター	チャンネル名	登録者数
ワタナベマホト	ワタナベマホト	2,308,971
	MAHOTO	1,759,257
	マホちゃんGames	126,601
	ポンポンタイムズ仲間家	402,647
タケヤキ翔	タケヤキ翔	1,091,291
	サブヤキ翔	23,842
夕闇に誘いし漆黒の天使達	夕闇に誘いし漆黒の天使達	365,242
	夕闇に誘いし漆黒の楽屋	106,980
カイト	カイトです	243,751
	カイトです？	60,003
JENNI	ジェニー JENNI	209,066

※チャンネル登録者は2018年11月9日時点

新作ゲームアプリ「Yの冒険R」が40万ダウンロード突破

UUUM

タイトル : Yの冒険R
配信 : AppStore、GooglePlay (ネイティブアプリ)
利用料金 : 基本プレイ無料
提供開始日 : 2018年11月2日

The banner is split into two main sections. The left section features the game title 'Yの冒険R' in large, stylized red and blue letters, with '正式リリース' (Official Release) in blue and yellow below it. At the bottom of this section are 'App Store からダウンロード' and 'ANDROID アプリ Google Play' logos. The right section features the same title with 'プチギレW' (Puchi-gire W) in red, and '究極の無理ゲーW' (Ultimate Impossible Game W) in large red letters. Below this is the text 'YouTuber 100人参戦!!' (100 YouTubers Participating!!). A YouTuber with glasses and a surprised expression is shown on the right side of the banner. The background includes cartoon characters and a landscape with a river and trees.

はじめしゃちょー初主演の YouTube Originals ドラマ「THE FAKE SHOW」が2018年12月12日より配信スタートしました。



「ボンボンTV」が青春ドラマ「最後のねがいごと」を公開

講談社と共同で運営する「ボンボンTV」が、初の本格的ドラマ制作に取り組み、連続ドラマ（全6話）として、2018年12月20日～6夜連続で公開いたしました。

「最後のねがいごと」は通常動画に比べて**140%**の再生回数を記録



当社初となるプロアマゴルフ大会を開催

UUUM

大会名称：UUUM Pro-Am Mercedes-Benz CUP

特別協力：メルセデス・ベンツ日本株式会社、ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク

競技日程：2018年12月13日（木）

競技方法：プロ1名+アマ3名による団体戦

参加者：107名（プロ27名、アマ80名）



今後の成長戦略

UUUM

UUUM



経営理念

Management Philosophy

“セカイにコドモゴコロを”

UUUMは今までにない楽しみを「コドモゴコロ」ある発想で生み出し、
新たな文化・価値を創造するコンテンツカンパニーです。

「好きなこと、楽しいこと」の延長線上でコンテンツが生まれ、共感する人々に受け入れられていく。

個人がメディア化しプラットフォームやメディアを問わず影響力が持てる時代。
そして、送り手と受け手の境界線がなくなり、連鎖的に連なることで生まれる新たな文化や市場。

そんな新時代のエンタテインメント体験を、世界中の全ての人々に届けます。

経営戦略

Management Strategy

“もっとアソビナカマを”

私たちの最大の資産は新しい体験を創り出す「人」なのです。
そして、ユーザー、クリエイター、クライアント、スタッフといっ
た垣根を越えて、みんなで楽しめる体験を自立的に創り出せる
「人」を増やすことで、企業価値が最大化すると考えています。



USER
ユーザー



CLIENT
クライアント

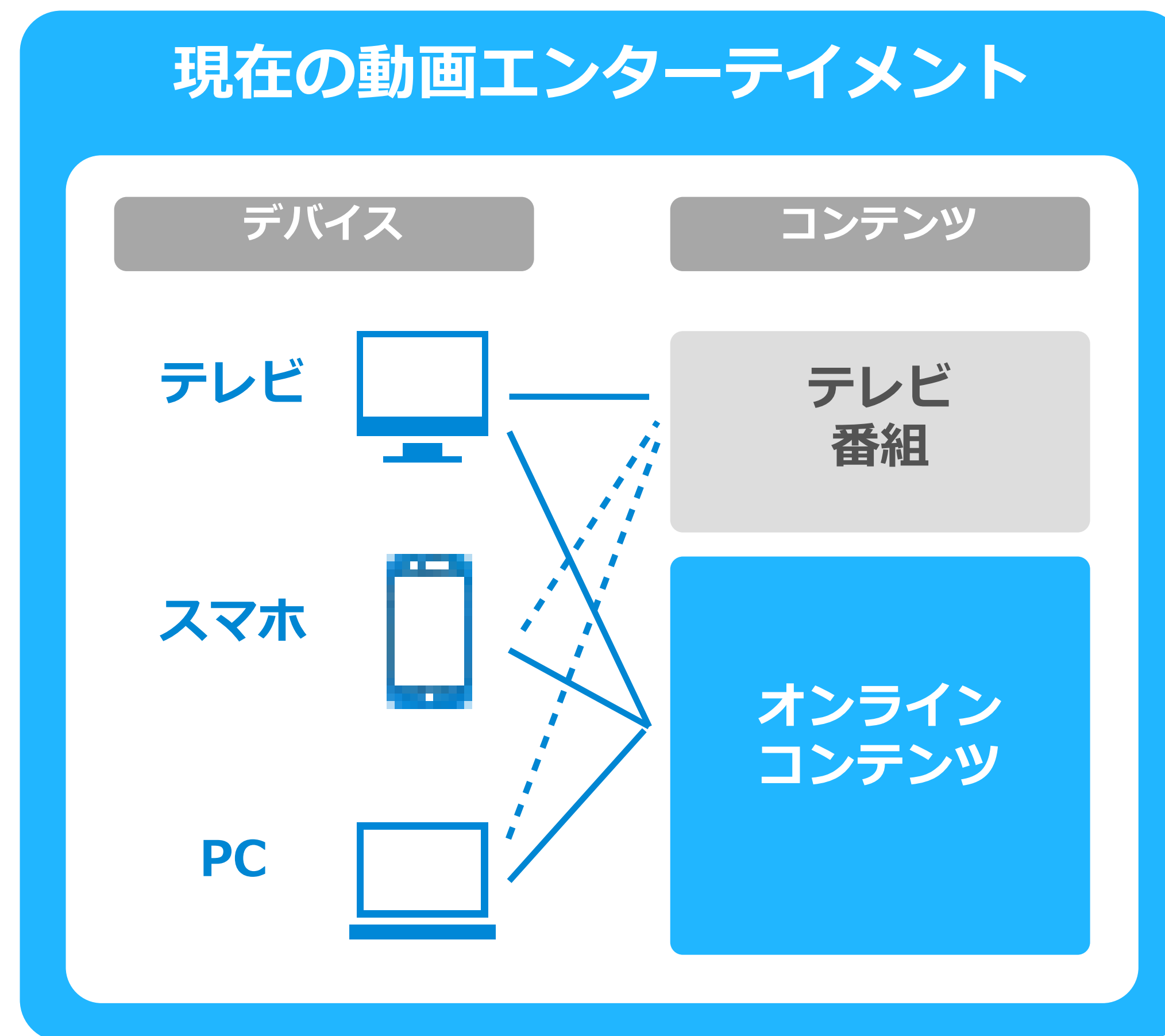
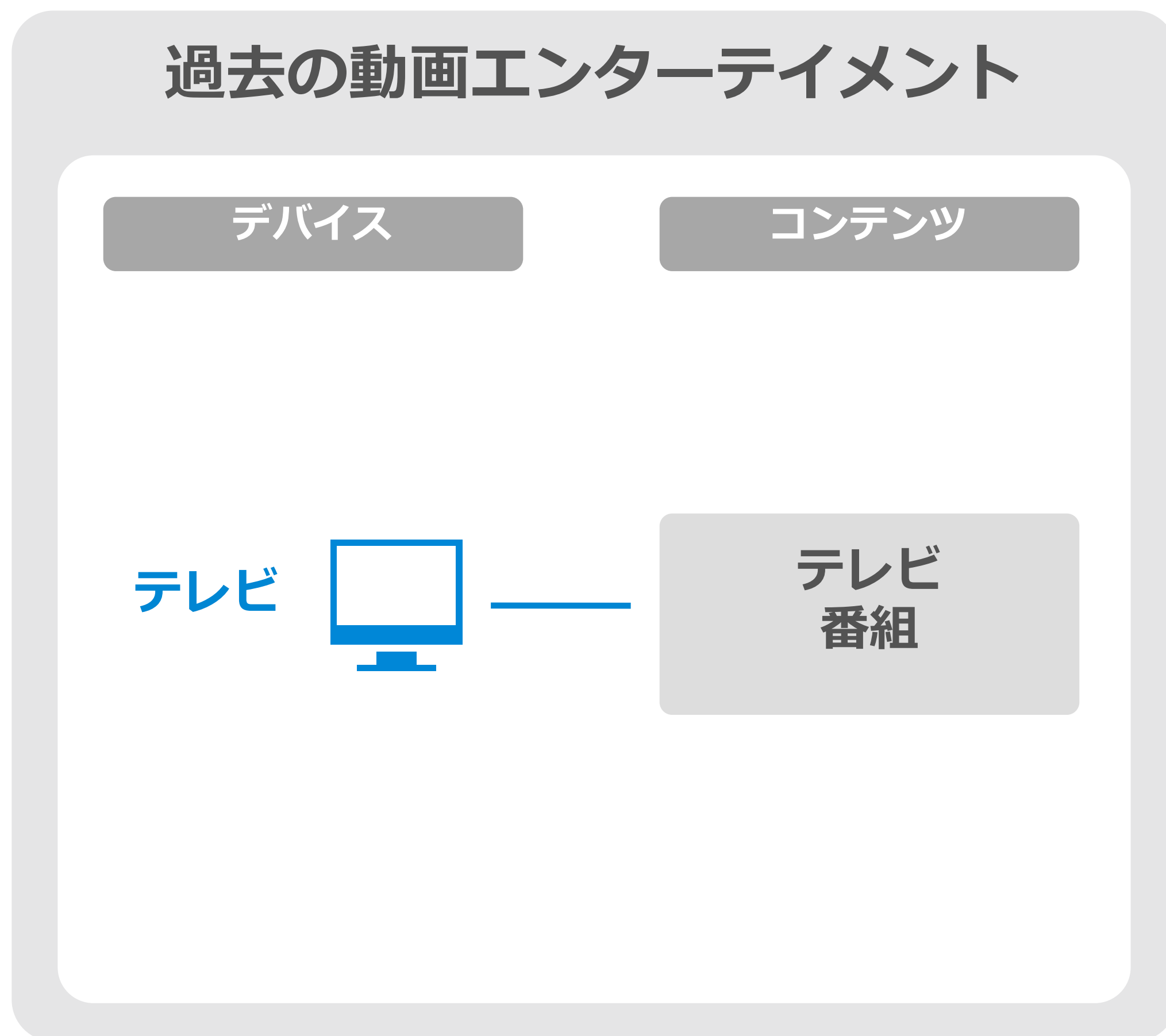


STAFF
スタッフ



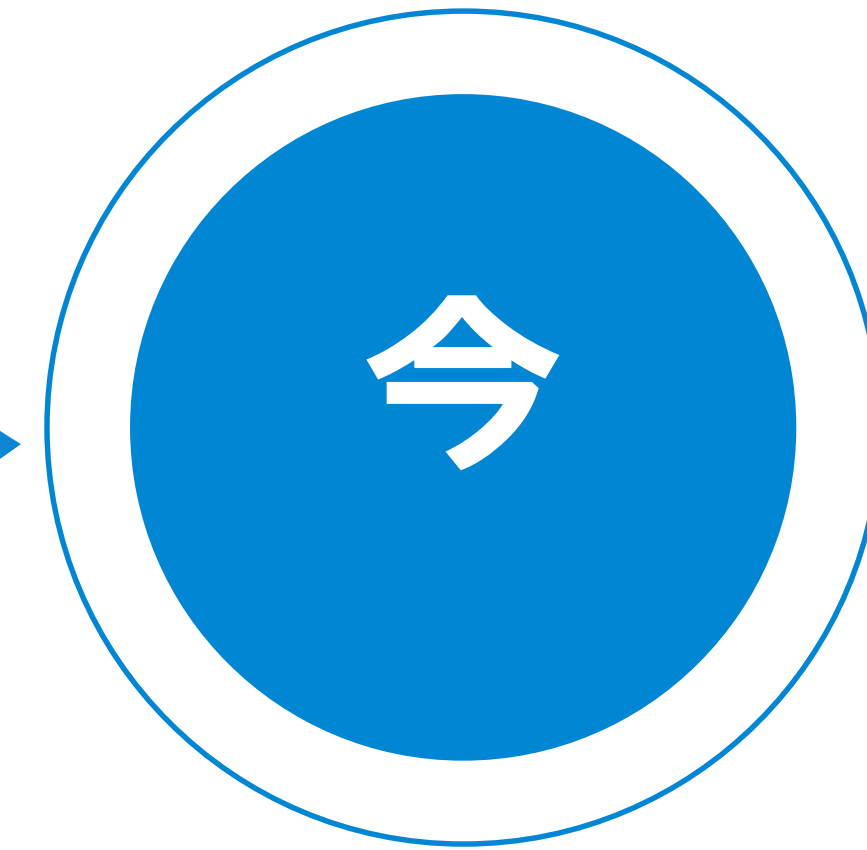
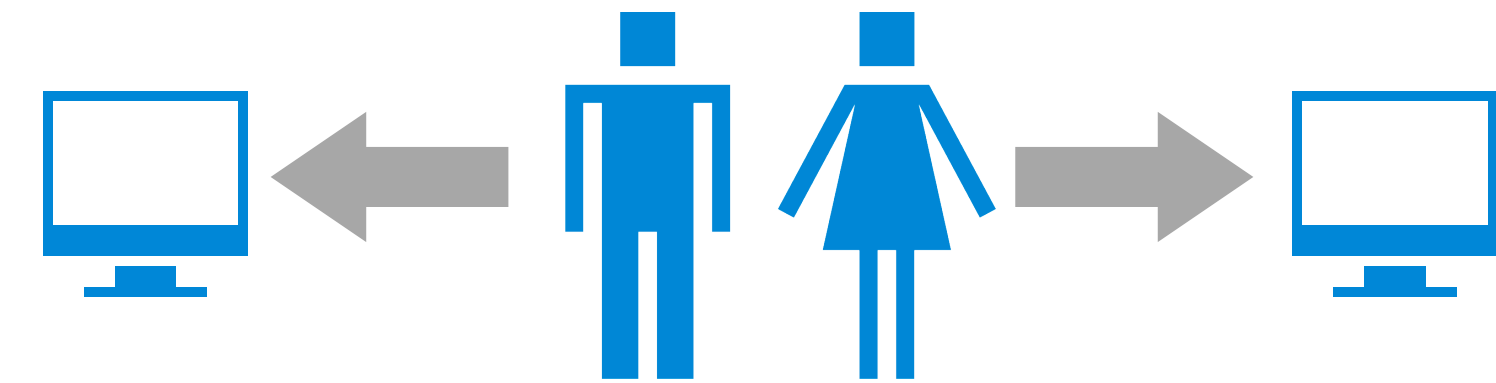
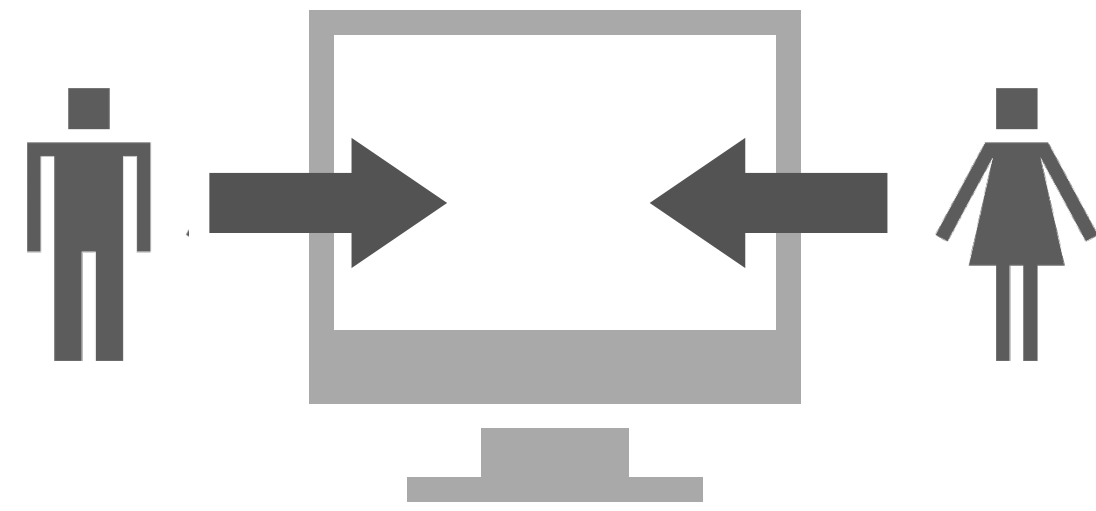
CREATOR
クリエイター

テレビ番組1強から、インターネットの普及やスマホの普及により オンラインコンテンツがデバイスを超えて広がった



YouTubeはテレビに匹敵するほどの動画メディアに

	地上波テレビ		有料動画配信サービス			無料動画配信サービス			
	民放	NHK	Amazonプライム	Hulu	Netflix	YouTube	ニコニコ動画	AbemaTV	GYAO!
全体	95%	67%	11%	3%	3%	70%	14%	12%	11%
10-20代	92%	59%	15%	7%	5%	84%	23%	13%	8%
30代	94%	53%	12%	4%	4%	80%	14%	12%	10%
40代	96%	61%	8%	2%	1%	65%	11%	15%	12%
50代	96%	77%	10%	2%	2%	69%	13%	14%	13%
60代	97%	82%	10%	2%	2%	57%	11%	7%	13%



個人がテレビ（メディア）に
出演する時代

個人がテレビ（メディア）に
なる時代



動画メディアとして
視聴される存在

インフルエンサーとして
ファンの消費行動に影響を与える存在

日常動画

タイアップ動画

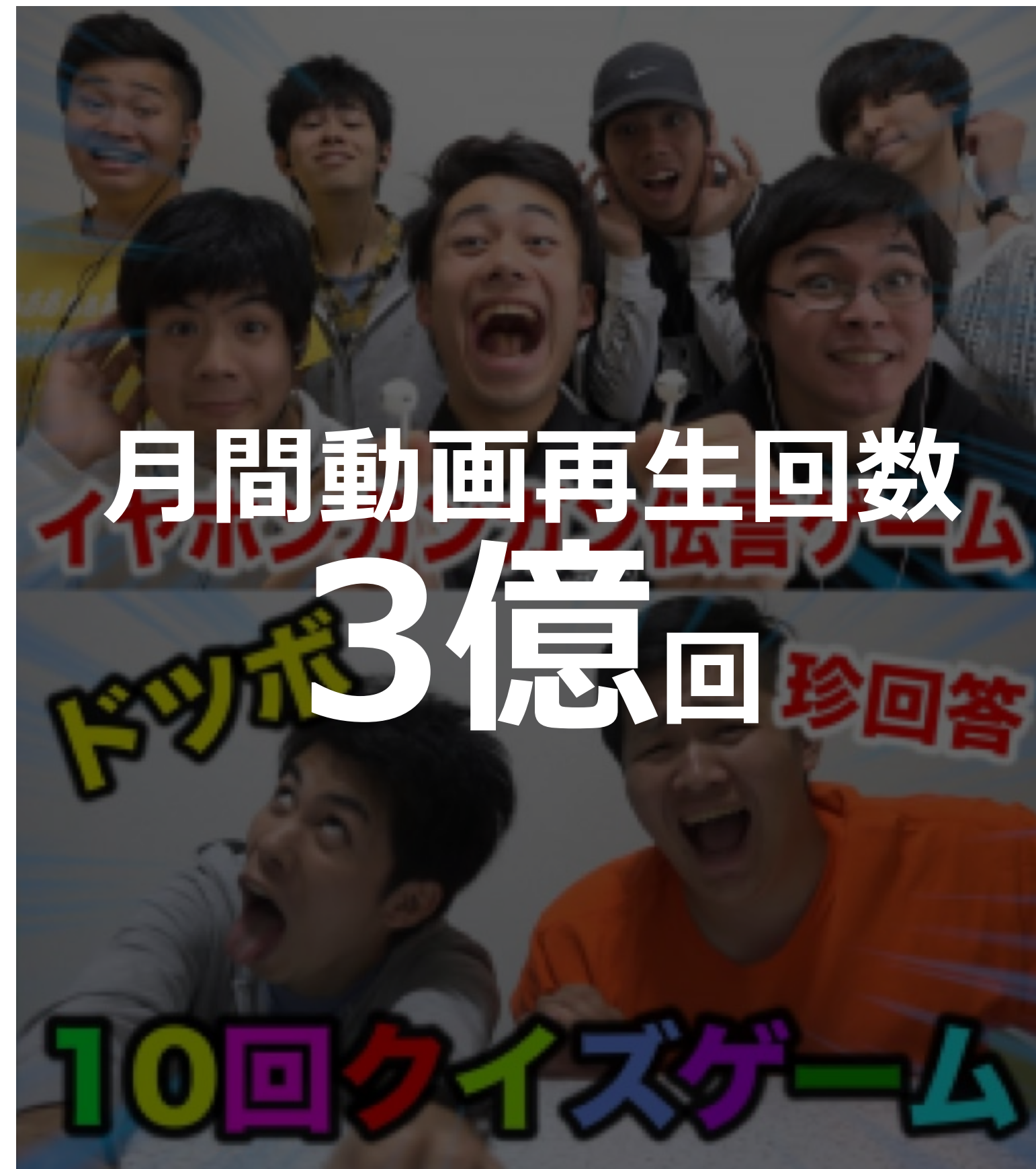
ファン
増加

グッズ販売

音楽活動

イベント開催

動画メディアとしての存在



ファン増加

インフルエンサーとしての存在



単独イベント開催



エンゲージ
メント増加

過去と今後のエンタメビジネスの成功パターン

過去のエンタメビジネス

(CD、グッズ、イベント、ゲーム、映画等)

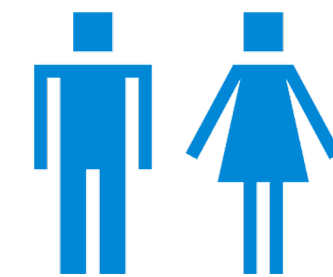


事業規模は
テレビの露出
に比例



今後のエンタメビジネス

(CD、グッズ、イベント、ゲーム、映画等)



事業規模は
ファンの数・熱量
に比例

旧来型エンタメビジネスはテレビでの露出が重要だったが、
今後はオンライン・オフライン活動を通じたファンの獲得が重要な時代



テレビは引き続き露出先として重要だが、
必ずしもテレビで露出をしなくてもエンタメで成功できる

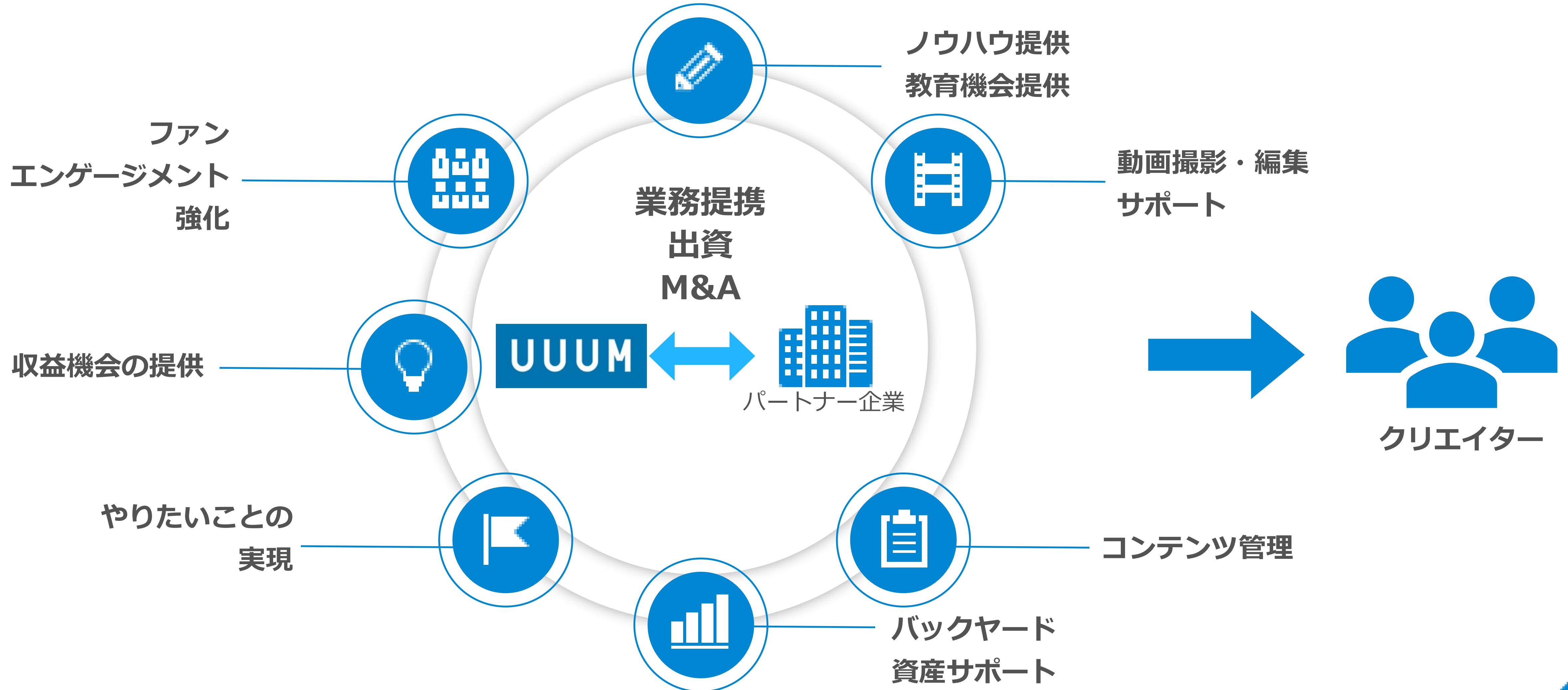
インフルエンサーの広がり



様々な業界でコンテンツを発信する人が増え、インフルエンサーの定義が広がっています。
当社では、様々なインフルエンサーをサポートするべく、体制を整えていきます。

当社の成長基盤：「世界一個人クリエイターを大切にしていく」

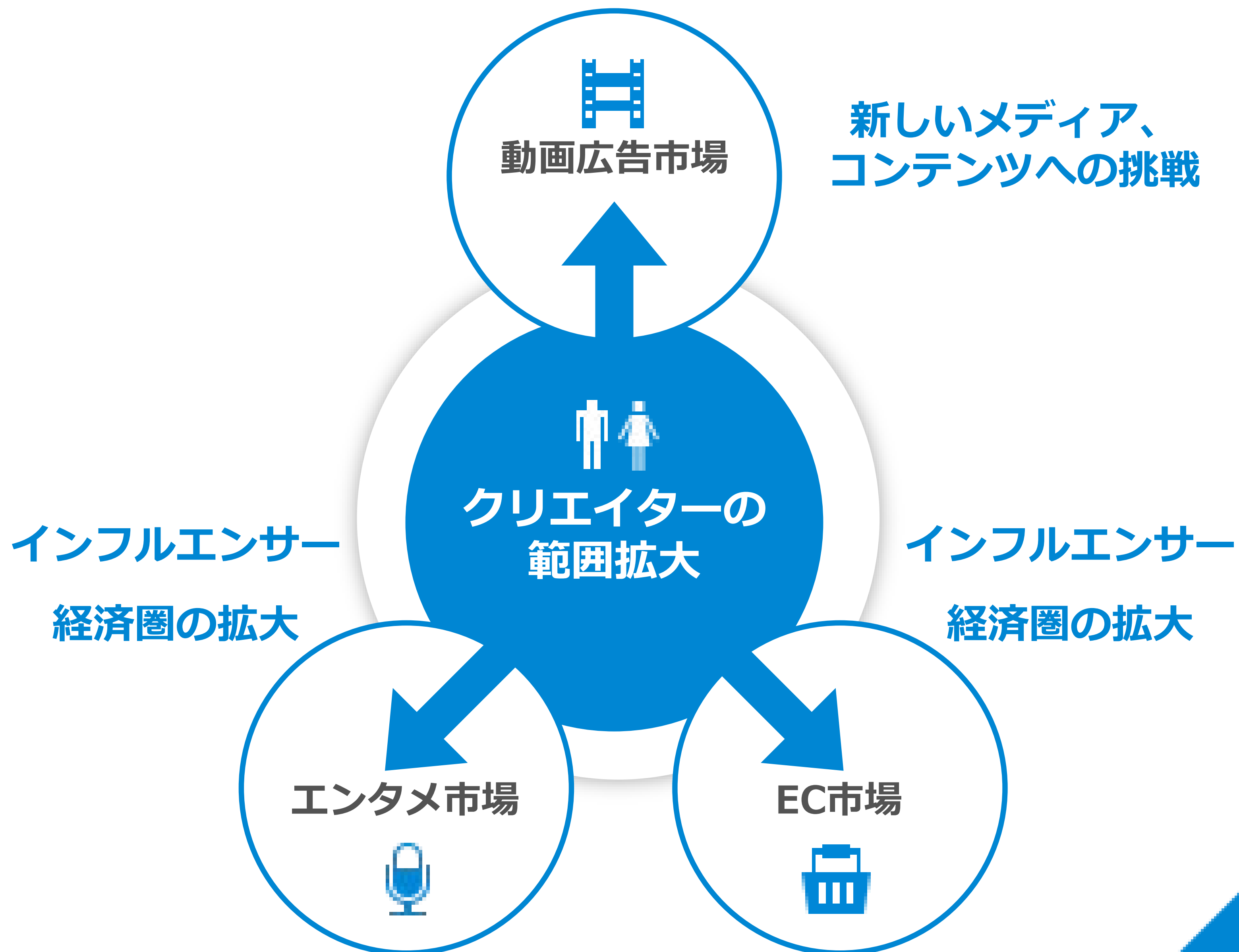
パートナー企業との協業を広げ、 クリエイターサポートのインフラとして圧倒的No.1を目指します



クリエイターサポートを充実させ、より**広範囲**のクリエイター（インフルエンサー）をサポート

動画広告からエンタメ、ECなど、**インフルエンサー**経済圏を拡大

新しいメディア、新しいコンテンツへの挑戦



通期業績見通し

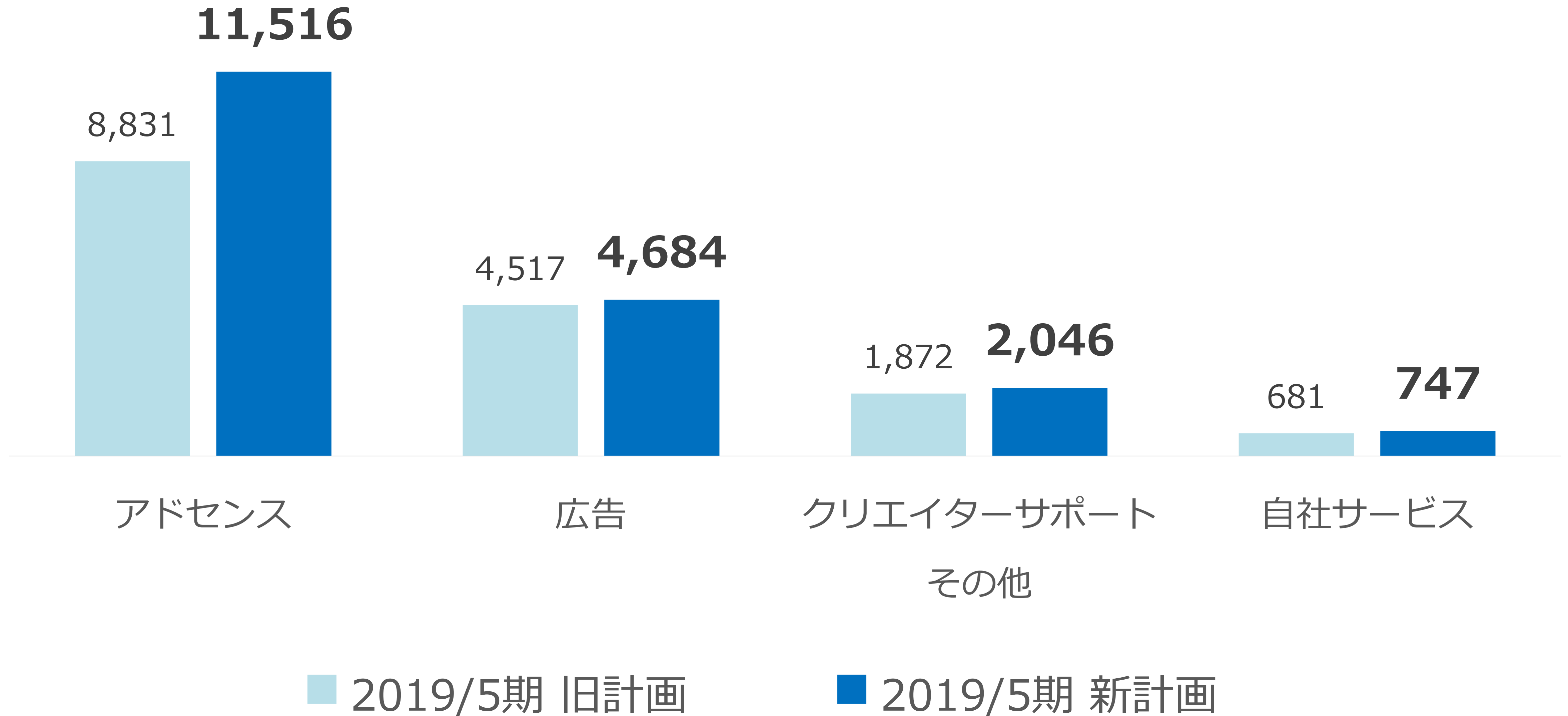
UUUM

UUUM

19/5期通期業績見通しを上方修正

(百万円)	19/5期 旧通期計画		19/5期 新通期計画	18/5期 通期実績	新計画の 前年同期比
売上高	15,900	→	19,000	11,736	162%
粗利益	4,544	→	5,300	3,405	156%
営業利益	850	→	1,100	717	153%
当期利益	524	→	660	406	162%

サービス別売上高見通し（旧計画 vs. 新計画）



2018年9月14日に発表したレモネード株式会社の吸収合併の影響として、のれん及び無形固定資産の償却が発生いたします。

のれん及び無形固定資産はそれぞれ5年で償却を行うため、今期（2018年11月～2019年5月の7か月分）は約55百万円、来期以降は年間95百万円の償却費が発生する見込みです。

LMND

下期に向けて

インターネット動画業界でのさらなるシェア獲得、トップラインを伸ばし続けるため、以下の戦略投資を実行していきます。

戦略投資を行う項目

- クリエイターの更なる活躍支援に向けたサポート体制強化
- 「経済圏」拡大に向け、次の市場を開拓するための戦略投資
- レモネード拡販に向けた人財及びマーケティング投資
- 自社チャンネルや新たなコンテンツフォーマットへの投資

(参考) 各ビジネスの事業モデル

	主な売上	主な原価項目
アドセンス	YouTubeからのアドセンス広告収入 (再生回数×RPM)	クリエイター支払い (売上連動)
広告	クライアントからのタイアップ広告収入 (タイアップ本数×単価+進行管理料+オプション)	クリエイター支払い (売上連動)
グッズ	グッズ売上 (オンデマンド、自社、イベント販売)	商品原価 クリエイター支払い (利益連動)
イベント	イベントチケット売上 協賛金	イベント開催費用 クリエイター出演費
ファンクラブ	ファンクラブ会員費	ファンクラブ運営費用 特典費用 クリエイター支払い (売上連動)
動画制作	番組制作料 YouTubeからのアドセンス広告収入 クライアントからのタイアップ広告収入	クリエイター出演費 番組制作費用
ゲーム	ゲームアプリの広告売上・課金売上	ゲーム開発費 プロモーション費用 ゲーム会社への売上シェア クリエイター支払い (売上連動) ※費用項目はゲームによって異なる



UUUM