

UUUM

2022年5月期第3四半期決算説明

2022年4月14日

AGENDA

1. 22年5期 3Q決算概要
2. 中期戦略の進捗状況
3. 参考資料



- 収益認識基準の影響を除いた売上は前年比**111%**と増収を達成し、うちアドセンス以外の売上高は前年比**122%**と引き続き大きく伸長
- クリエイターサポート（グッズやブランド等）は四半期で過去最高の売上を更新し、第4四半期は更なる成長ができる見込み
- オフィスの一部返却や生産性の向上により販管費の増加を抑制、営業利益は前年比**149%**を達成

(百万円)	22/5期 3Q (2021年12月-2022年2月)	21/5期 3Q (2020年12月-2021年2月)	前年同期比
売上高	6,044	-	
売上高 (収益認識影響考慮前)	7,051	6,344	111%
粗利益	1,744	1,583	110%
販管費	1,489	1,411	105%
営業利益	255	172	149%
親会社株主に帰属 する当期純利益	176	112	158%

(百万円)	22/5期 3Q (2021年6月-2022年2月)	21/5期 3Q (2020年6月-2021年2月)	前年同期比
売上高	16,932	-	
売上高 (収益認識影響考慮前)	19,417	17,451	111%
粗利益	5,053	4,603	110%
販管費	4,459	4,138	108%
営業利益	594	466	128%
親会社株主に帰属 する当期純利益	366	296	124%

売上高（四半期）と粗利益（四半期）の推移

アドセンスを除く売上（収益認識影響前）は前年同期比122%と前年から大きく拡大し、過去最高の四半期売上を達成

（単位：百万円）

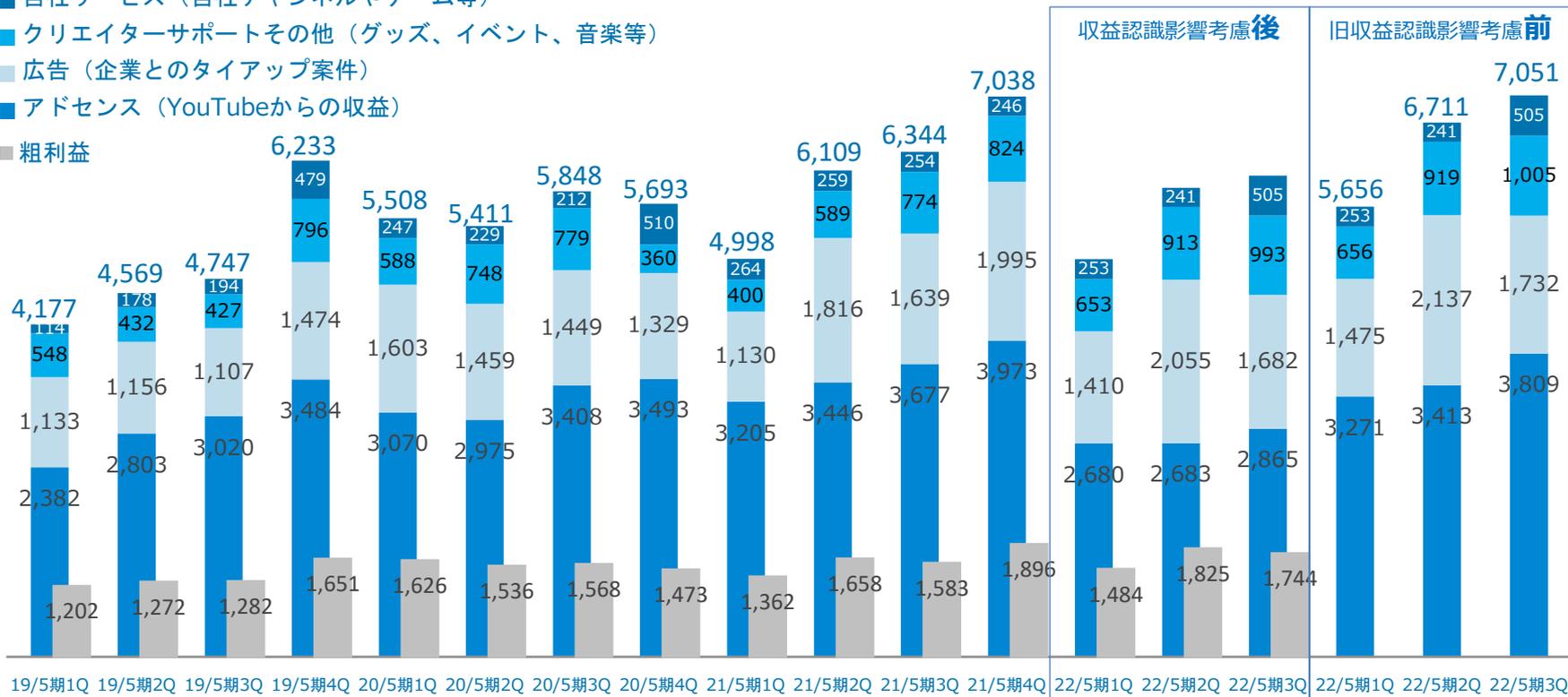
■ 自社サービス（自社チャンネルやゲーム等）

■ クリエイターサポートその他（グッズ、イベント、音楽等）

■ 広告（企業とのタイアップ案件）

■ アドセンス（YouTubeからの収益）

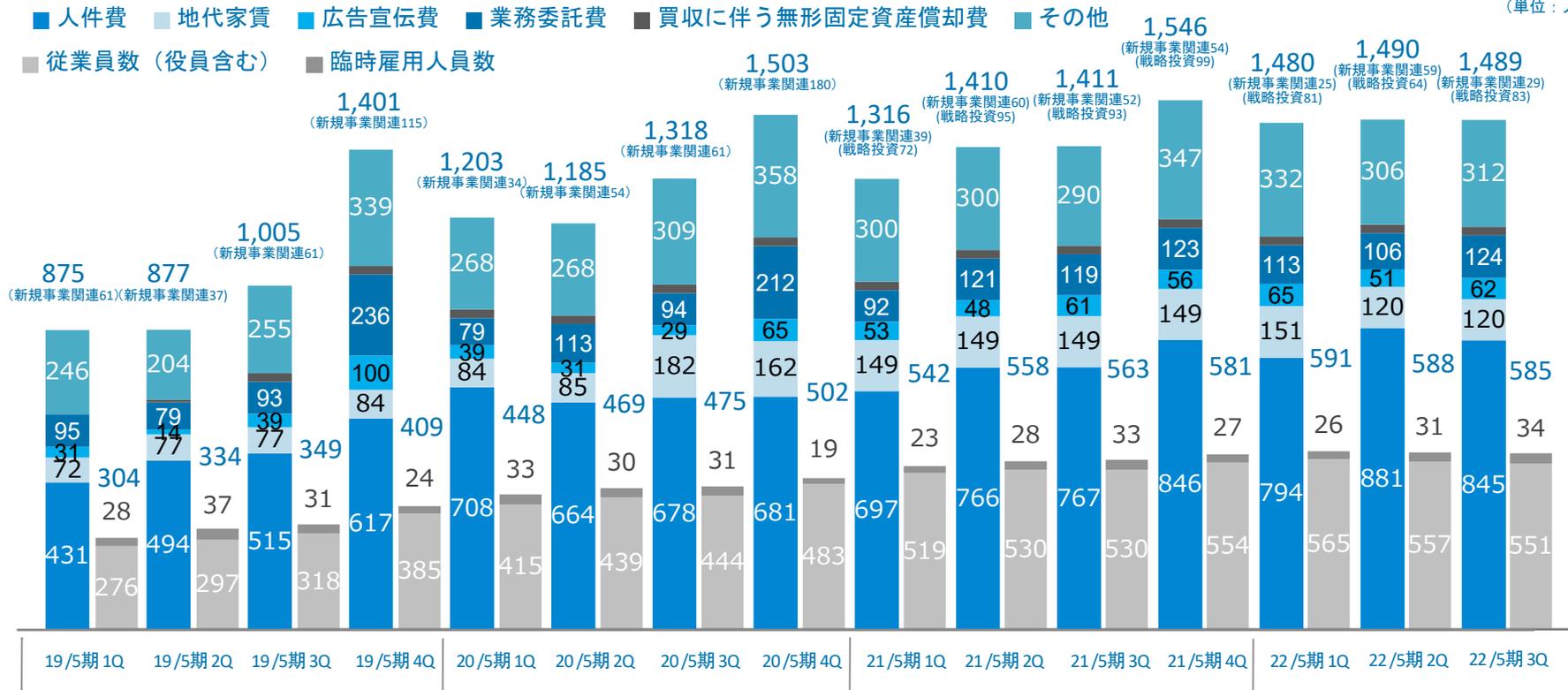
■ 粗利益



前年と比較して、人件費が増加する一方、オフィスの一部返却により、地代家賃は減少

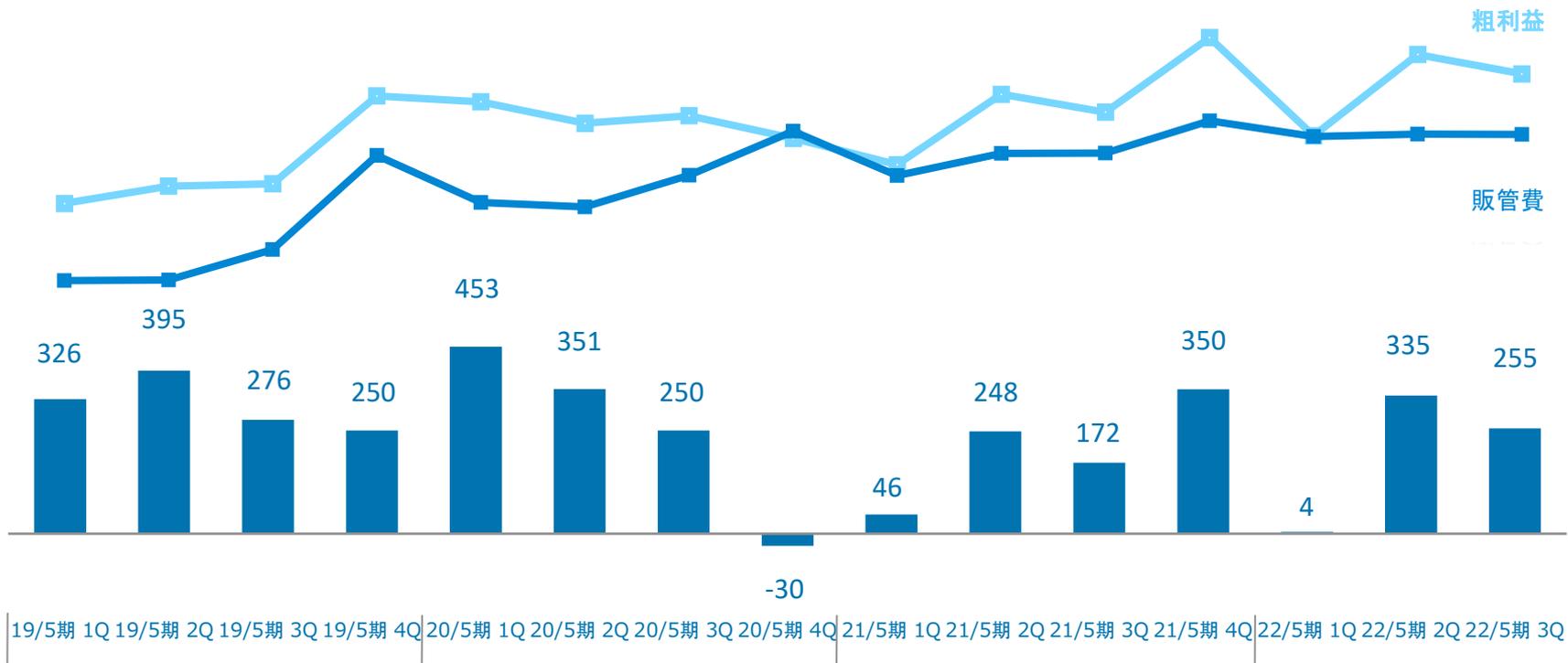
(単位：百万円)

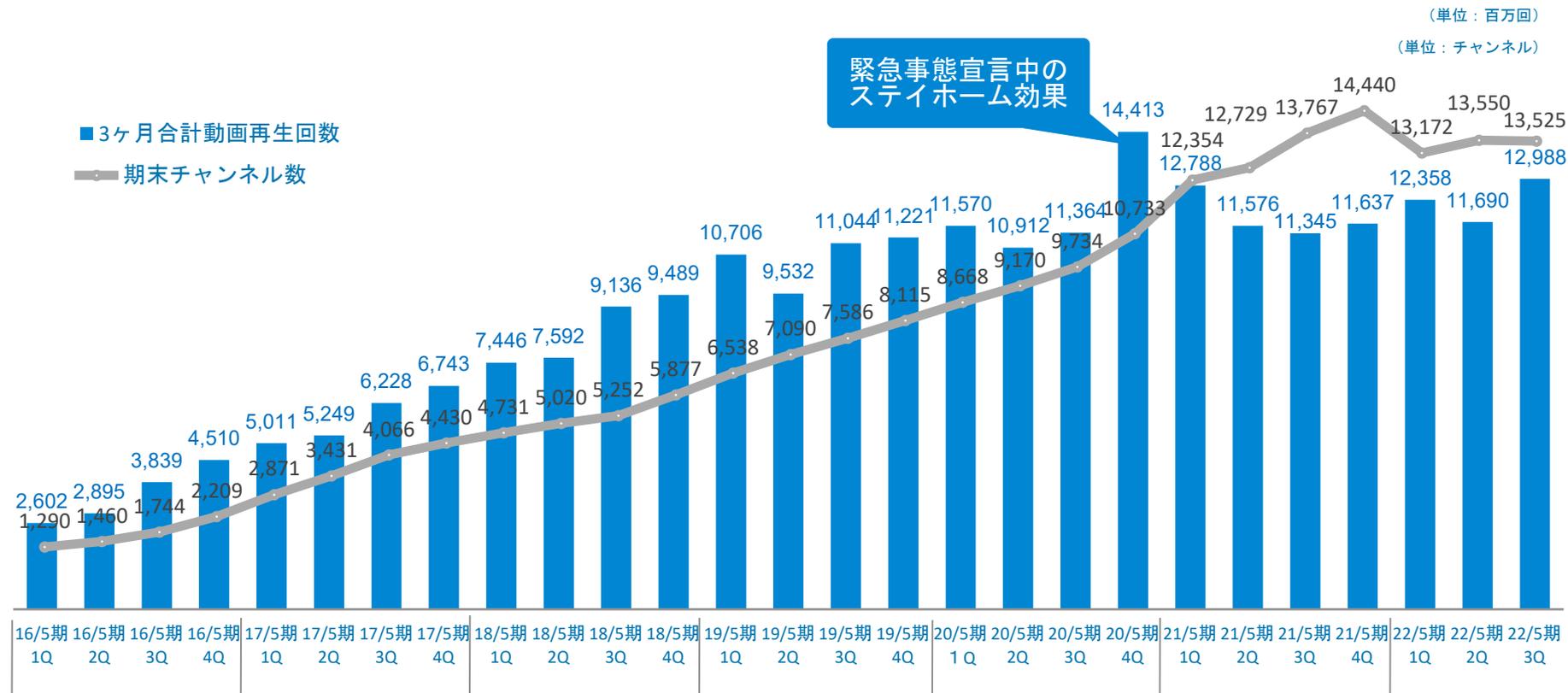
(単位：人)



粗利益の増加に対して、販管費の増加を抑制し、営業利益は前年同期比149%を達成

(単位：百万円)





(百万円)	22/5期 通期業績予想 (今回発表)	22/5期 通期業績予想 (2021年10月14日発表)
売上高	22,500~24,500	18,600~21,900
(収益認識基準の 影響を除いた場合)	25,900~27,400	25,900~27,400
粗利益	7,100~7,600	7,100~7,600
営業利益	800~930	500~830
親会社株主に帰属する 当期純利益	490~570	250~470

代表取締役会長職新設および代表取締役の異動（2022年6月1日付予定）

「つぎの楽しみ」を生み出す、より高度でレジリエント（しなやかで強靱）な体制へ

2021年6月、「取締役会のモニタリング制」へ移行および「執行役員制度」を導入しました。今回の体制変更については、このガバナンス体制の高度化のプロセスの一環として決定したものです。

新たに代表取締役 社長執行役員に就任する梅景 匡之を中心とした執行役員体制のもと、各執行役員の権限と責任範囲を明確にし、既存事業の経営スピードのさらなる向上を目指します。

また、創業者であり現在、代表取締役 社長執行役員を務める鎌田 和樹は、代表取締役 会長として、企業経営の見識や業界内外における幅広い関係値を背景に、新規事業や他社とのアライアンスなどをよりドライブさせていくことを目指すとともに、取締役会の議長として経営全般のモニタリングに注力いたします。



写真左から、鎌田 和樹（新 代表取締役 会長・6月1日付予定）
HIKAKIN（ファウンダー/最高顧問）
梅景 匡之（新 代表取締役 社長執行役員・6月1日付予定）

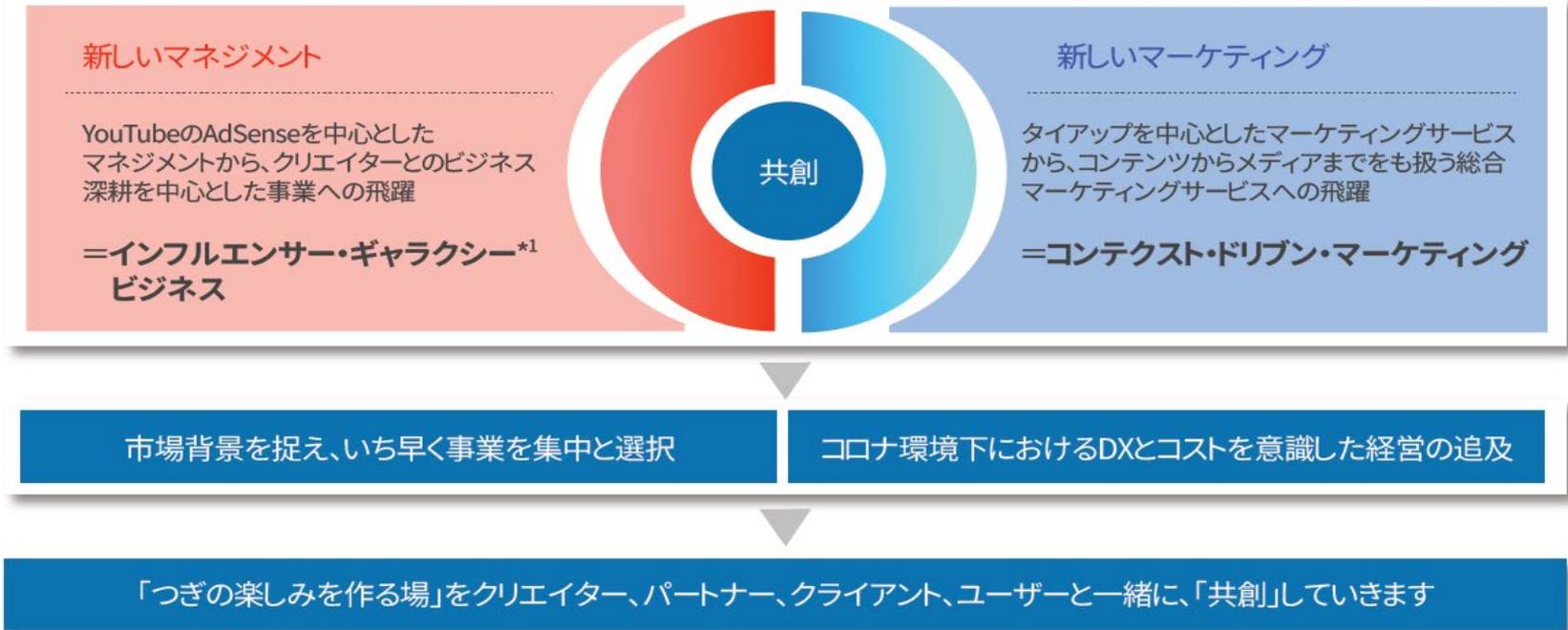
AGENDA

1. 22年5期 3Q決算概要
2. 中期戦略の進捗状況
3. 参考資料



2. 中期戦略ポイント

以下の2つのエリアにて積極的なアクションを取っていきます

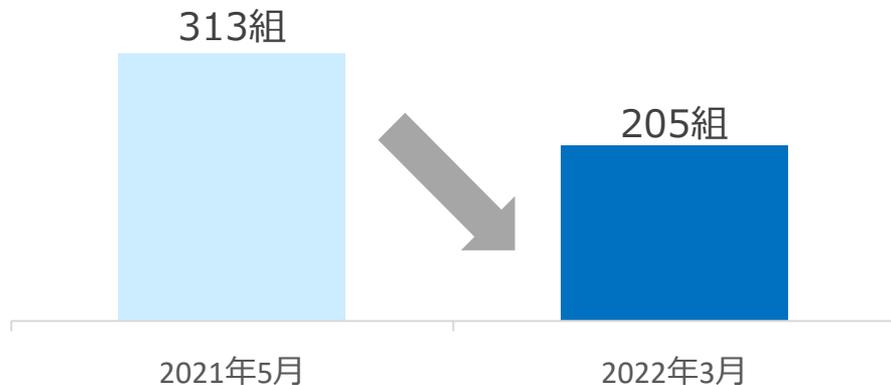


*1=これまでYouTubeクリエイター向けの事務所のエコシステム(生態系)として、専属所属クリエイターを中心にビジネス展開していたが、今後は、様々なプラットフォームで活躍するインフルエンサー=様々なエコシステム(生態系)に対して、事業やコンテンツ開発のマッチング・共創を行い、インフルエンサー・ギャラクシー(より大きな生態系)として、個人経済圏の拡大を目指していきます

インフルエンサー・ギャラクシーの進捗状況：専属クリエイターを減らし、ビジネス共創に注力する体制へ

- 専属クリエイターの契約形態を見直し（ほとんどはネットワーククリエイターへ切替）、2022年3月時点で専属クリエイターは205組へ減少
- 3月に組織編成を行い、今後は様々なクリエイターとビジネス共創に注力していく方針

専属クリエイターの数



今後の注力ポイント

- 専属クリエイターのマネジメント強化
- 次世代クリエイターの育成
- 提携クリエイターの拡大
- 専属や提携クリエイターとのビジネス共創拡大
- アドセンス以外の売上拡大

YouTubeチャンネル「はじめしゃちょー（hajime）」登録者数 1000万人を突破

2012年にYouTuberとしての活動を開始。

登録者数997万人時点から生配信をスタート、1,000万人突破の瞬間をたくさんの視聴者の皆さまと一緒に迎えました。

「東海オンエア」メインチャンネル 総再生回数、100億回突破

チャンネル開設から約8年半となるこのたび、チャンネル総再生回数100億回を突破。



インフルエンサー・ギャラクシーの進捗状況：マリネスプロテイン好調、ドラッグストアでの販売開始

MARINESS株式会社と協働で進めている竹脇まりな監修の「マリネスプロテイン」が発売開始から4か月で販売数14万個突破し、2022年4月18日より全国のドラッグストア約4,000店舗にて取扱開始。

今後も「マリネスプロテイン」の更なるオンライン・オフラインでの販売拡大を目指していくとともに、「MARINESS」をクリエイターブランドの枠を超えた「宅トレブランド」として、普及させてまいります。



インフルエンサー・ギャラクシーの進捗状況：社内外のクリエイターと新たに5ブランドをローンチ

P2C(Person to Consumer, PtoC)領域において「ヒトを起点としたブランドづくり、モノづくり」を実現し、ブランド、グッズ、ライセンス、デジタルコンテンツ等の多様なモノづくりと、クリエイターの情報発信力を最大化する統合マーケティングコミュニケーション及びEC・店舗販売等を戦略的に展開していきます。



料理家動画クリエイター はるあん が初プロデュース！
キッチンブランド「PicniKe (ピクニケ)」始動



錦戸亮・赤西仁プロデュース「SCENT OF NOTE」「SCENT OF ETERNAL」香水（オードパルファム）2種が全国販売スタート



「エスポワールトライブ」が新ブランドを立ち上げ 若者に人気のサロン「AKROS」が品質監修 ヘアケアブランド「EXGEE (エグジー)」発売



「Kazu」アウトドアブランド「和来-waku-」販売開始～地元福井県企業と協業し、地方創生の実現や地方振興にも貢献～



美容系動画クリエイターnanakoななこがクリエイティブディレクターを務めるコスメブランド「leur charme (ルルシャルム)」がローンチ

非対称型オンラインマルチアクション対戦ゲーム「Run For Money ～逃走ごっこ～」を、2022年4月1日に開始、App Store・Google Playの無料ゲームランキング1位を獲得

「Run For Money ～逃走ごっこ～」は、当社運営の人気タイトル「脱獄ごっこ」とフジテレビで放送中の人気番組「逃走中」とのコラボによって実現したタイトルです。

オープニングテーマ曲として、UUUM専属クリエイター タケヤキ翔の音楽プロジェクト「ラトウラトウ」の最新曲「Life goes on feat. フォーエイト48」を使用し、クリエイターとのビジネス共創の成功モデルとなっています。



インフルエンサー・ギャラクシーの進捗状況：「Minecraft（マインクラフト）」と動画クリエイターの商品化権を取得

日本初となる「Minecraft（マインクラフト）」と動画クリエイターの商品化権を取得

「Minecraft（マインクラフト）」を開発・発売するMojang AB社と、動画クリエイターの商品化に関する、日本初のライセンス契約を締結。

このたび締結したライセンス契約のもと、UUUM所属クリエイターを中心に、Minecraftのキャラクタースキンを活用したオフィシャルグッズの取り組みが決定。



© 2022 Mojang AB. All Rights Reserved. Minecraft, the Minecraft logo and the Mojang Studios logo are trademarks of the Microsoft group of companies.

Copyright © UUUM Co.,Ltd. All rights reserved.

全8ゲームタイトル採用の大規模カジュアルイベント「オールスター大運動会 ～All-Star Athletic Meet～」を開催

UUUM超滅チームとCrazy Raccoonのコラボレーションにより、豪華参加者が複数の人気ゲームタイトルで対決するユニークなゲームイベントが生まれました。

動画クリエイター、ストリーマー、ライバーなど、様々な界隈から集まった豪華参加者が、「赤、青、黄、緑」の4組に分かれ、FPSゲームはもちろん、麻雀やカードゲームまで、ジャンルの垣根を超えた全8つのゲームタイトルで対決。

各参加者の個人視点を含む総再生数は1,100万回を超えました。



「超滅Apex2」世界中のトッププレイヤーが大集結、三夜連続で開催

競技プレイヤーの注目度向上とトップアマの挑戦機会創出を目指し、世界中のトッププロと最強クラスのストリーマーを招待した個人最強決定戦であるApex Legends大規模個人戦イベント「超滅Apex」の第二回大会「超滅Apex2」を開催。

動画クリエイター、ストリーマー、ライバーではなく現役プロ選手を中心としたイベントにも関わらず、本配信の合計再生回数（ミラー配信を含む）は550万回を超えました。



サトウ食品株式会社様



需要の高まる正月へ向けて、継続的な施策でユーザーとのコミュニケーションを構築。

アマゾンジャパン合同会社様



Amazonのホリデーシーズンのメッセージとソーシャルキャンペーンを訴求。クリエイターの想いとメッセージが合致する形で動画とTwitterの展開を実施。

株式会社オンテック様



タイアップ動画・OOH・LP・キャンペーン・ラジオ公開録音を複合的に組み合わせ、クライアントの社名認知向上に貢献。
※広告会社：大日本印刷株式会社 様

ネスレ日本株式会社様



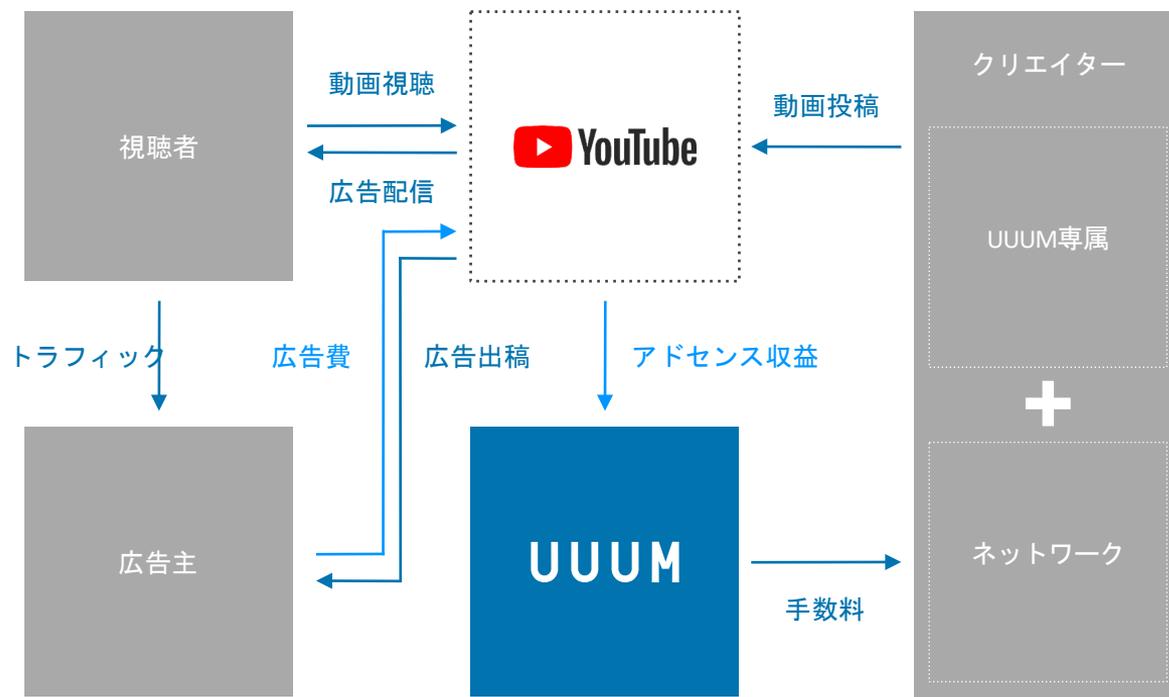
デジタル上でバレンタインチョコを送れる『バレンタインポスト』が3年ぶりに復活。3年前にも実施したはじめしゃちょーを再び起用いただき、プロモーションを実施。

AGENDA

1. 22年5期 3Q決算概要
2. 中期戦略の進捗状況
3. 参考資料

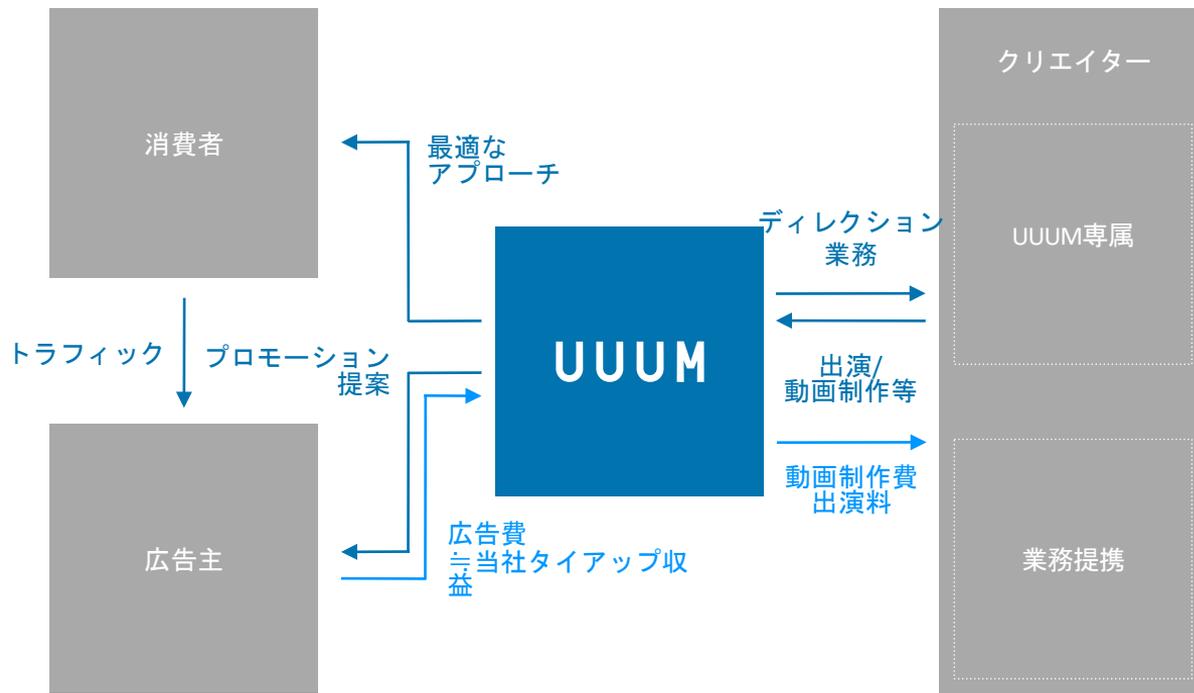


旧セグメント（今期まで）		新セグメント（来期以降）	
名称	含まれている事業	名称	含まれている事業
アドセンス	YouTubeからのアドセンス収益	インフルエンサー・ギャラクシー	YouTubeからのアドセンス収益、グッズ、EC、ライブ配信、イベント、音楽、ゲーム、FOLLOWME、HABET等
広告	タイアップ等のプロモーションビジネス等		
クリエイターサポート その他	グッズ、EC、ライブ配信、イベント、音楽等	コンテキスト・ドリブン・マーケティング	タイアップ等のプロモーションビジネス、チャンネル運営収入
自社サービス	ゲーム、チャンネル運営、FOLLOWME、HABET等		

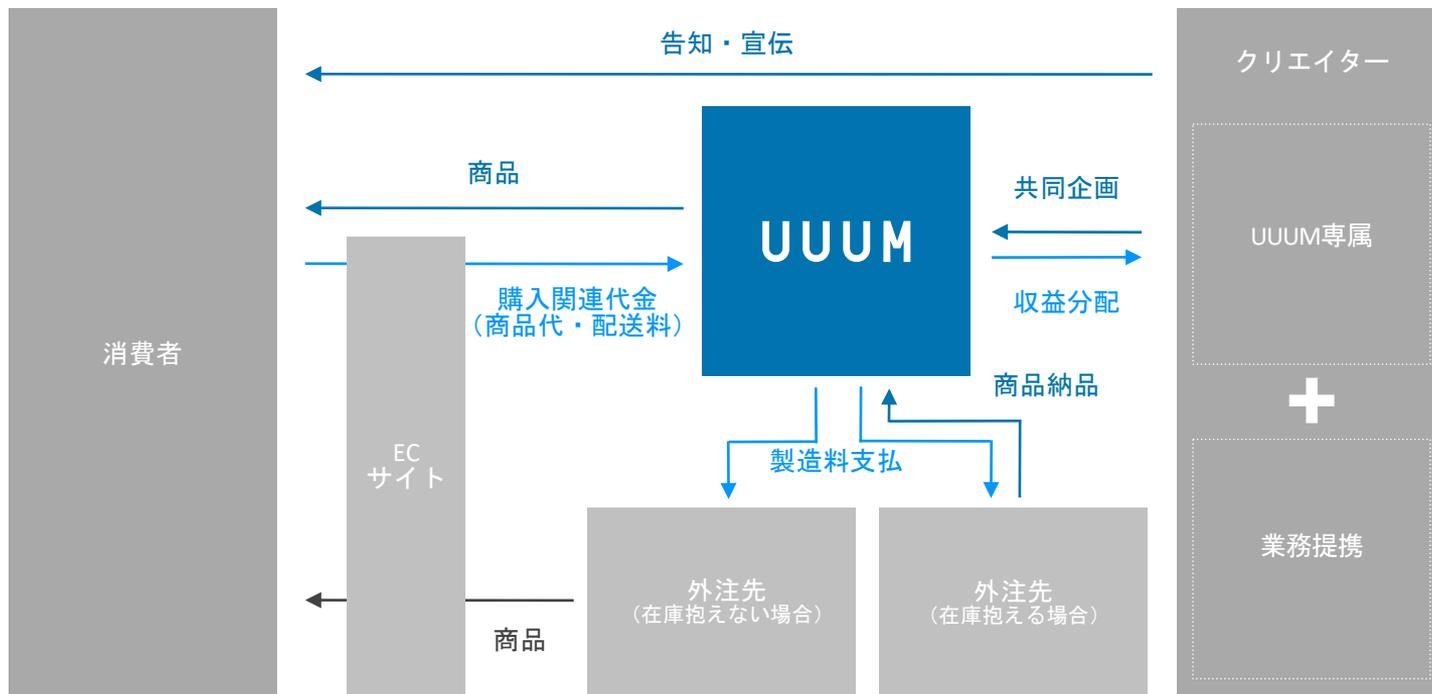


アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価

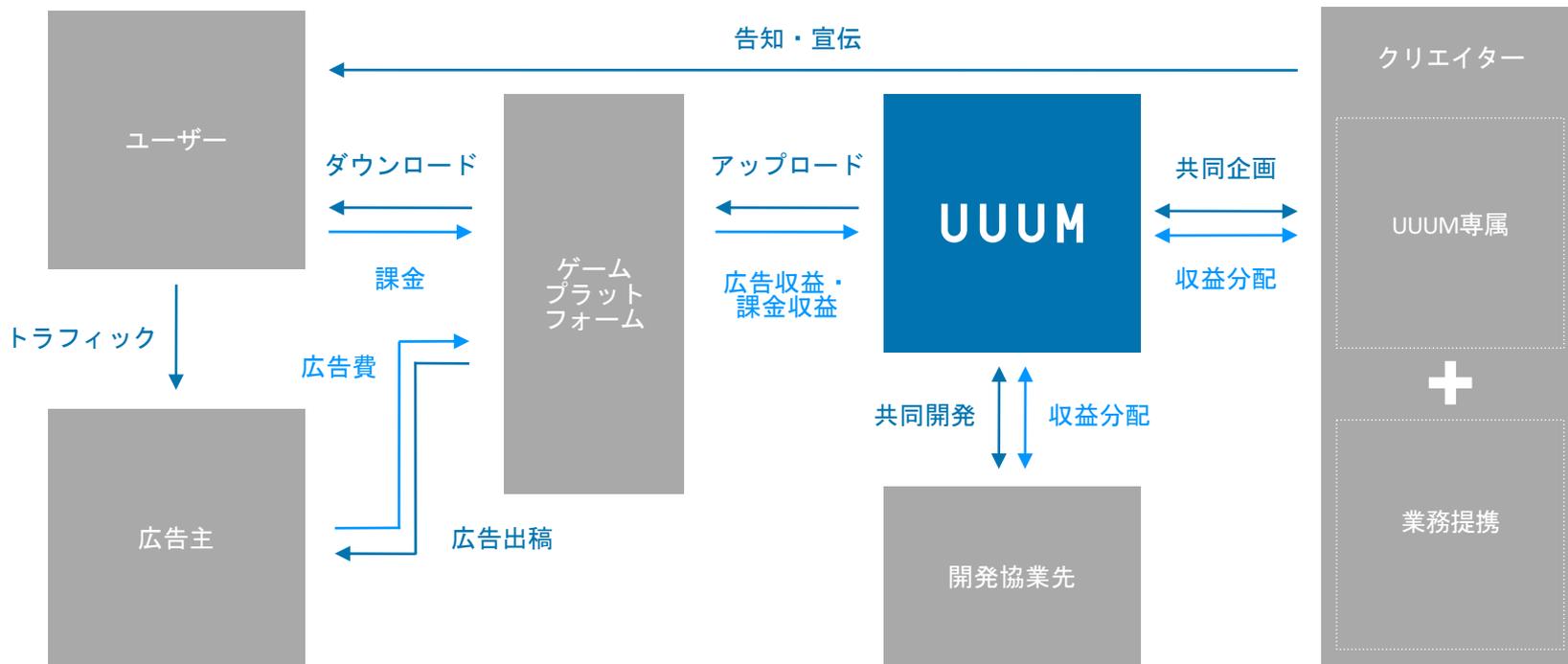
*クリエイターとの契約を代理受領へ移行した後は、当社手数料のみを売上計上するため、アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価×手数料率となる見込み



タイアップ収益（当社売上）＝媒体費・制作費・キャストینگ費・PR費・キャンペーン費等



グッズ収益（当社売上）＝商品代金＋配送料



$$\text{ゲーム収益 (当社売上)} = \text{ゲーム広告収入} + \text{ゲーム課金収入}$$

免責事項:

免責事項:本資料は、事業や業績に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的に作成したものではありません。また、本資料に掲載された情報や見通しは、資料作成時点において入手可能な情報を基にしております。本資料の内容には当社の判断が含まれており、様々な要因により実際の業績や結果と異なることがあります。



UUUM

セカイにコードモゴコロを