

The background of the slide is a blue-tinted photograph of a large crowd of people, likely students, gathered together. The people are mostly young adults, some are smiling, and some are holding up their phones or cameras. The overall atmosphere is that of a large-scale event or gathering.

UUUM

2020年5月期 通期決算説明資料

INDEX

1. 20/5期 通期決算概要
2. 21/5期 業績見通し
3. 業界環境とUUUM長期構想

- 2020年5月期4Qは、新型コロナウイルスによる広告出稿減少やイベント自粛の影響によりアドセンス、広告、グッズ、イベントが売上面で影響を受けました。
- 費用面では、緊急事態宣言中にクリエイター支援金を拠出したことに加えて新規事業に対する投資を積極的に行いました。
- 上記結果、4Q売上高は前年比減収となり、4Q営業利益は30百万円の赤字となりましたが、売上高、営業利益ともに2020年4月に公表した修正計画は達成いたしました。
- 投資先の評価を会計上の観点から保守的に見直したことで、投資有価証券の減損を計上しました。この結果、当期利益は公表計画を下回りました。

20/5期 通期決算概要



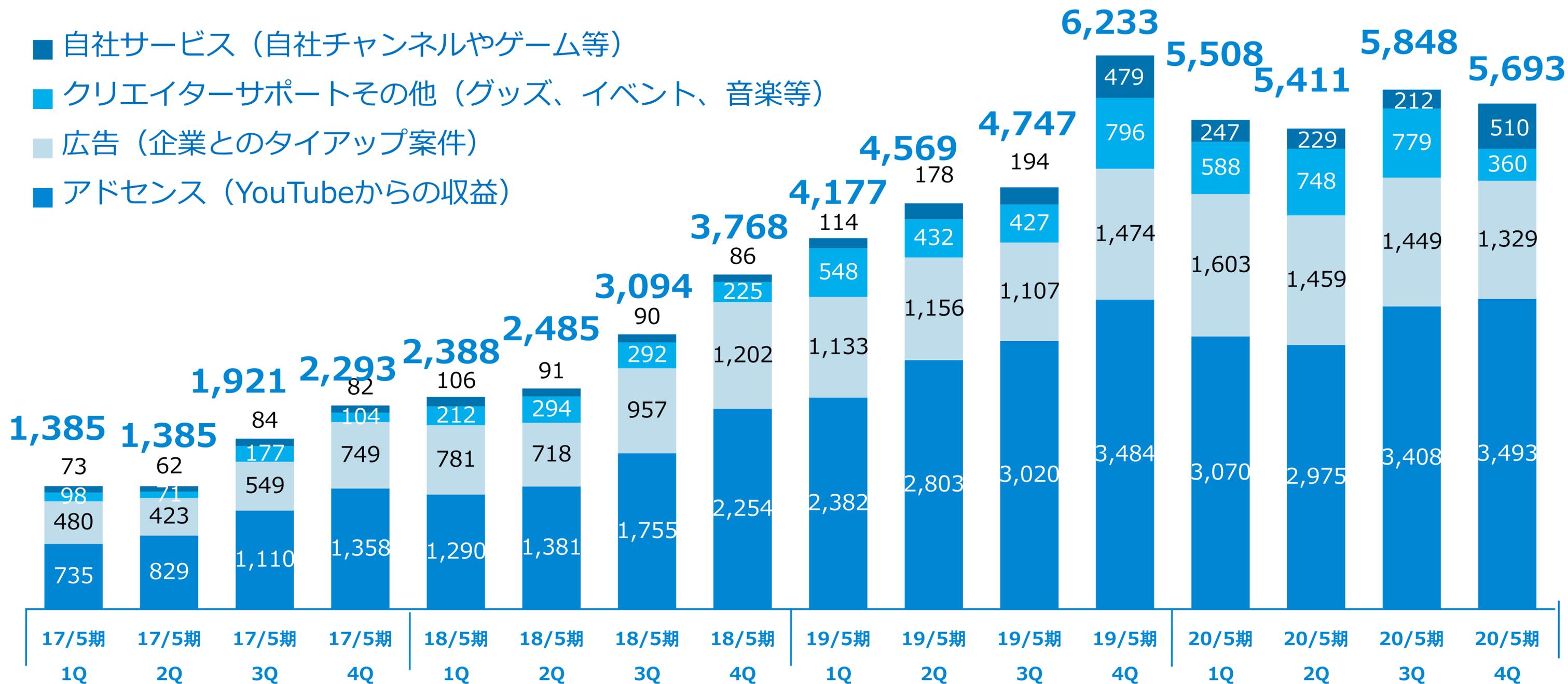
(百万円)	20/5期 4Q (2020年3月-2020年5月)	19/5期 4Q (2019年3月-2019年5月)	前年同期比
売上高	5,693	6,233	91%
粗利益	1,473	1,651	89%
販管費	1,503	1,401	107%
営業利益	-30	250	-12%
当期利益	-161	271	-59%

(百万円)	20/5期 通期 実績	19/5期 通期 実績	前年 同期比	20/5期 計画 (20年4月時点)	計画比
売上高	22,460	19,726	114%	22,000	102%
粗利益	6,204	5,407	115%	6,100	102%
販管費	5,210	4,160	125%	5,150	101%
営業利益	994	1,247	80%	950	105%
(営業利益率)	(4.4%)	(6.3%)			
当期利益	359	889	40%	400	90%

(単位：百万円)

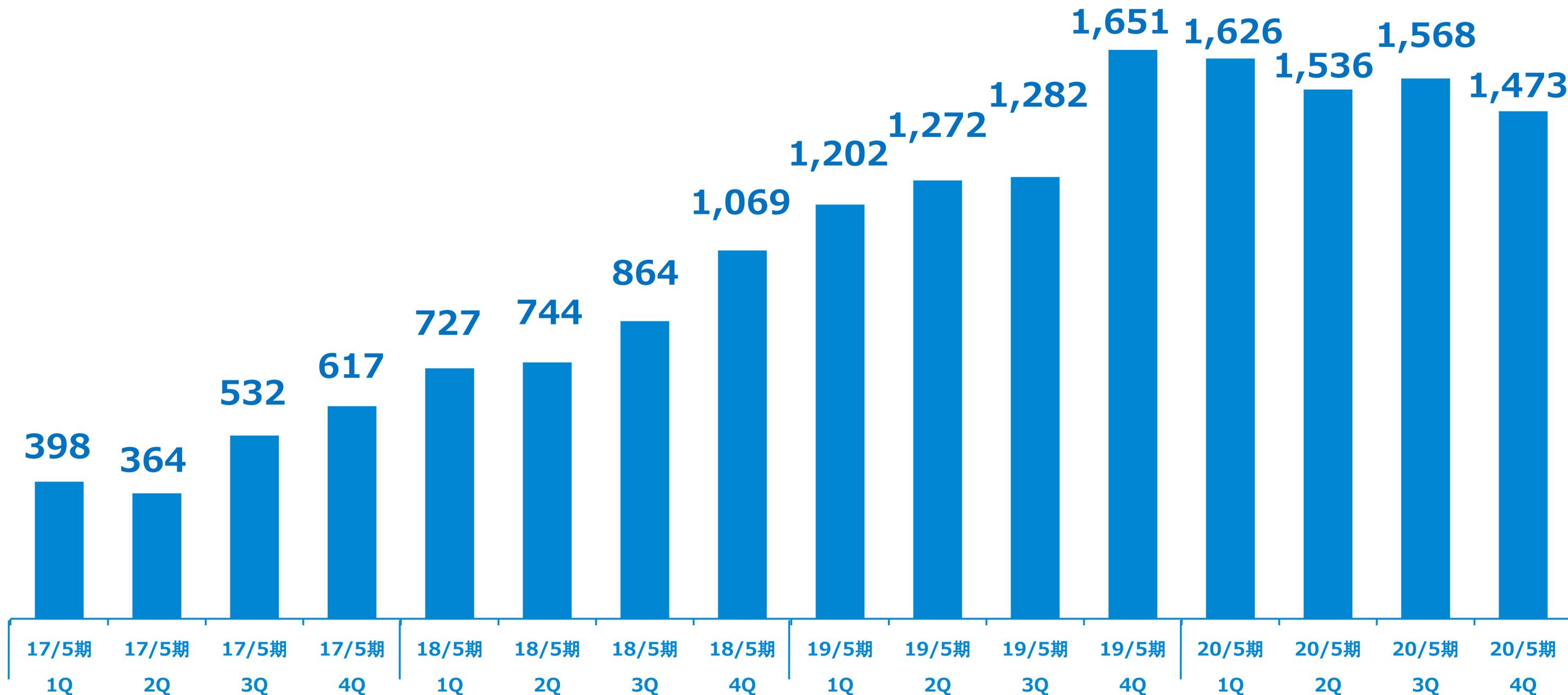
4Q売上は新型コロナウイルスの影響により前年比減収。

- 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）



4Q粗利益は売上の減少に加えて、緊急事態宣言中のクリエイター向け支援金の拠出（67百万円）により前年比減少。

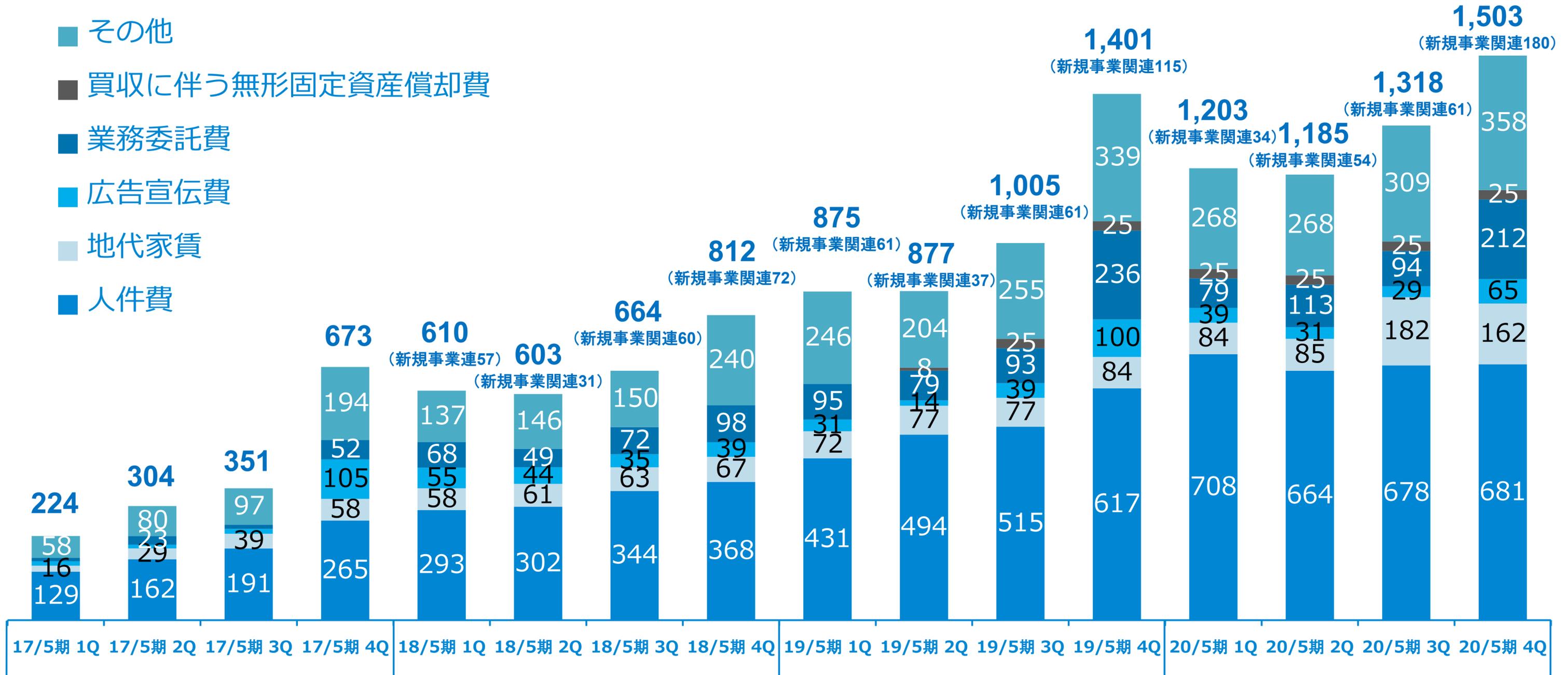
(単位：百万円)



販管費（四半期）推移

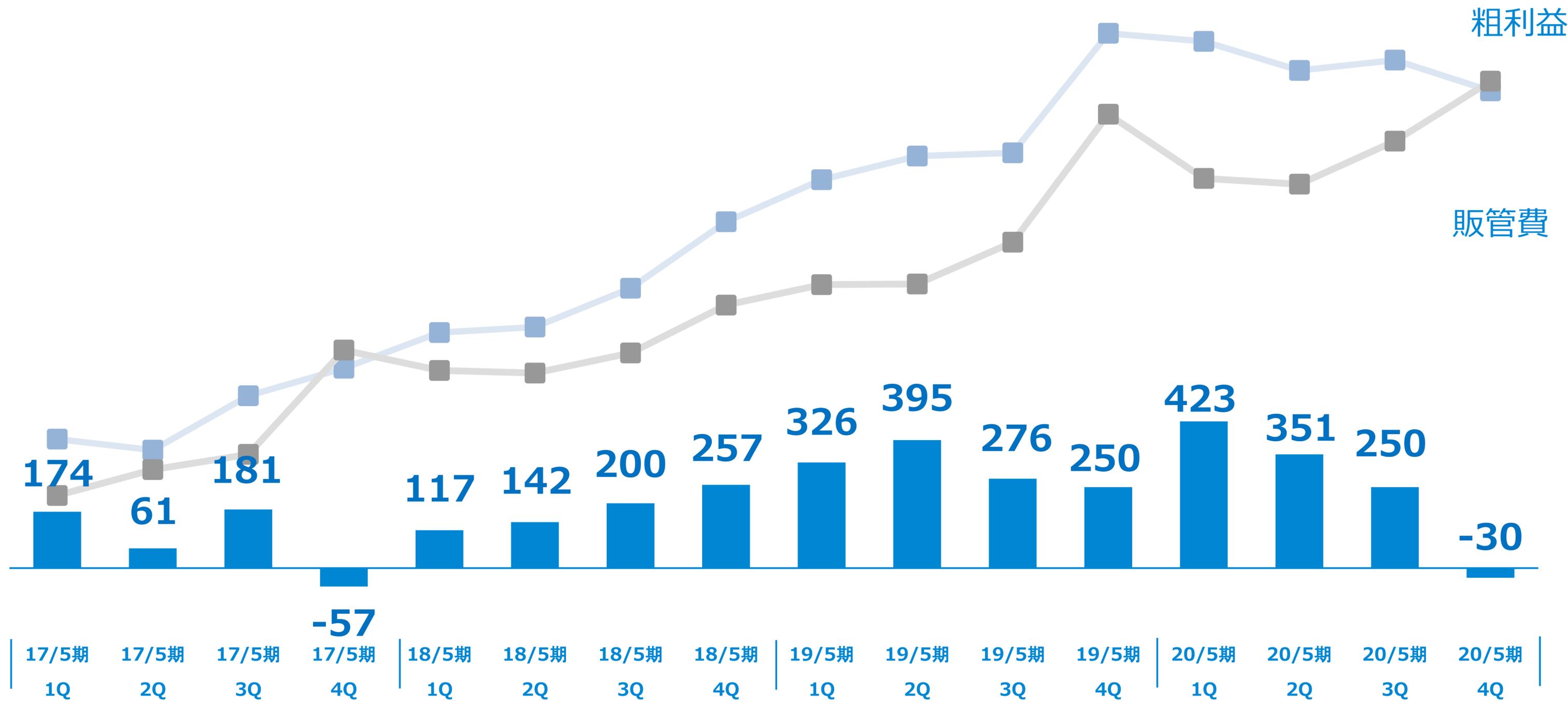
4Qの販管費は新規事業関連の業務委託費や広告宣伝費を中心に増加。

(単位：百万円)



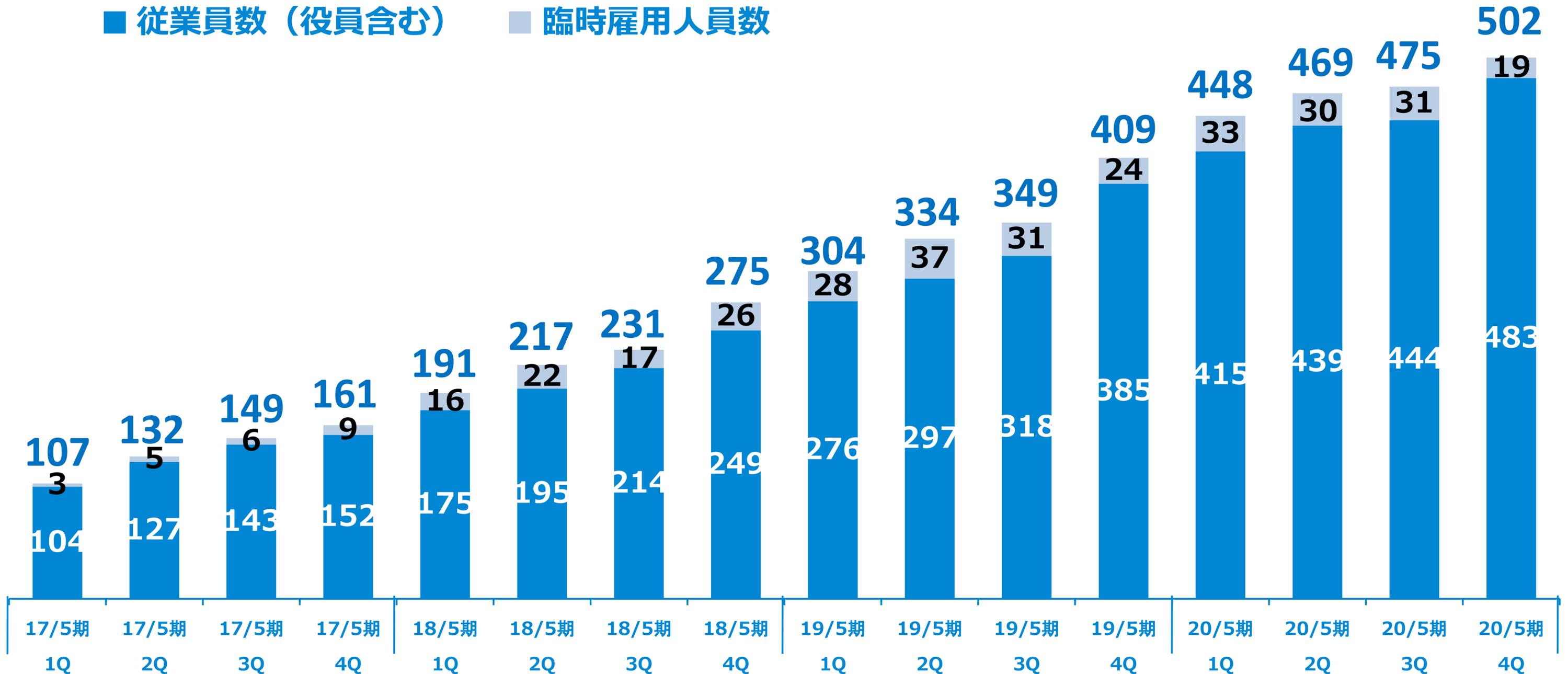
粗利益の減少および販管費の増加に伴い、4Q営業利益は▲30百円。

(単位：百万円)

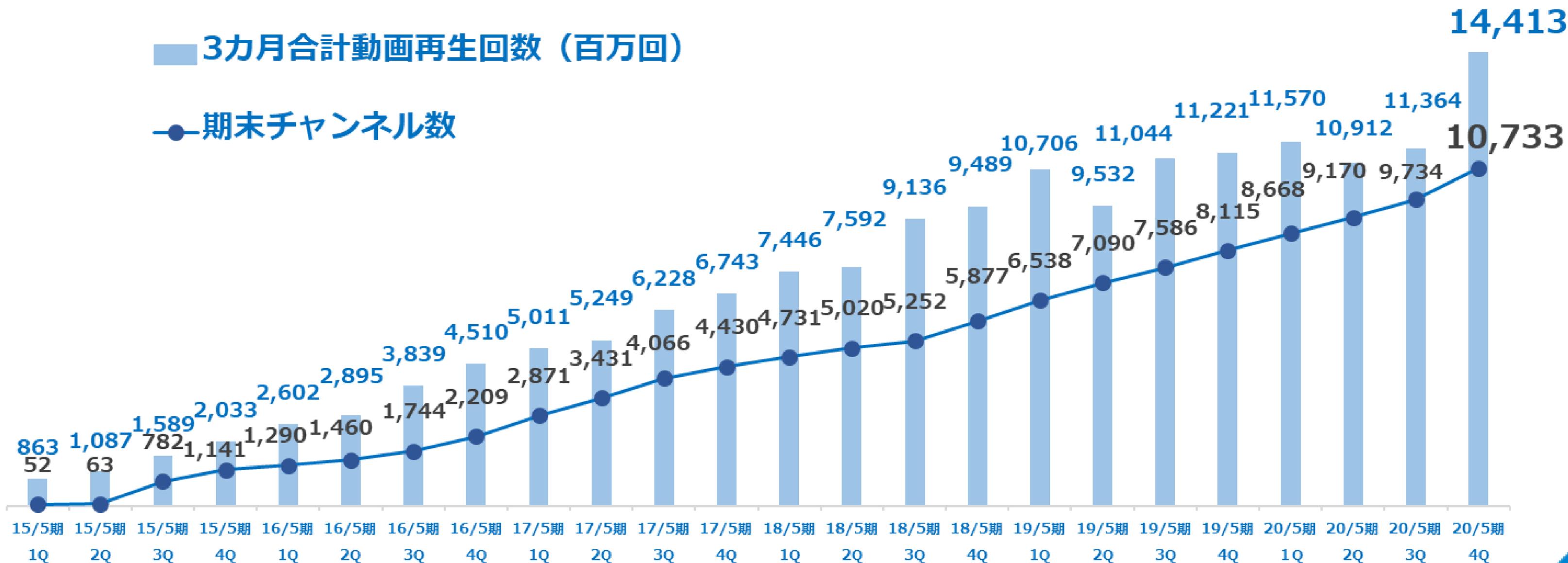


四半期末の従業員数、臨時雇用人員数推移

(単位：人)



4Q合計の再生回数は前年比128%に増加し、チャンネル数は前年比132%に増加。



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

ランキング	チャンネル名	登録者数
1	はじめしゃちょー (hajime)	8,710,000
2	HikakinTV	8,550,000
3	せんももあいしー Ch Sen, Momo, Ai & Shii	8,030,000
4	Fischer's-フィッシャーズ-	6,290,000
5	Yuka Kinoshita木下ゆうか	5,470,000
6	Travel Thirsty	5,420,000
7	東海オンエア	5,400,000
8	avex	5,340,000
9	SUSHI RAMEN 【R】	5,040,000
10	米津玄師	4,980,000

4/10

■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	登録者数
11	HikakinGames	4,780,000
13	水溜りボンド	4,340,000
16	SeikinTV	3,850,000
21	はねまりチャンネルHane & Mari's World	3,190,000
22	圧倒的不審者の極み!	3,130,000
29	桐崎栄二.きりぎきえいじ	2,880,000
39	東海オンエアの控え室	2,570,000
42	はじめしゃちょー2 (hajime)	2,540,000
45	ワタナベマホト	2,470,000
49	Fischer's-セカンダリ-	2,430,000
50	おるたなChannel	2,420,000
50	HIKAKIN	2,410,000
58	HIMAWARIちゃんねる	2,310,000
67	ボンボンTV	2,080,000
69	はじめしゃちょーの畑	2,080,000
85	カズチャンネル/Kazu Chan	1,810,000
90	70cleam	1,700,000
90	MAHOTO	1,690,000
98	TOMIKKU NET	1,660,000
100	はなおでんがん	1,640,000

24/100

出所：YouTubeランキング2020年6月末時点のデータをUUUMにて編集

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

21/5期 業績見通し



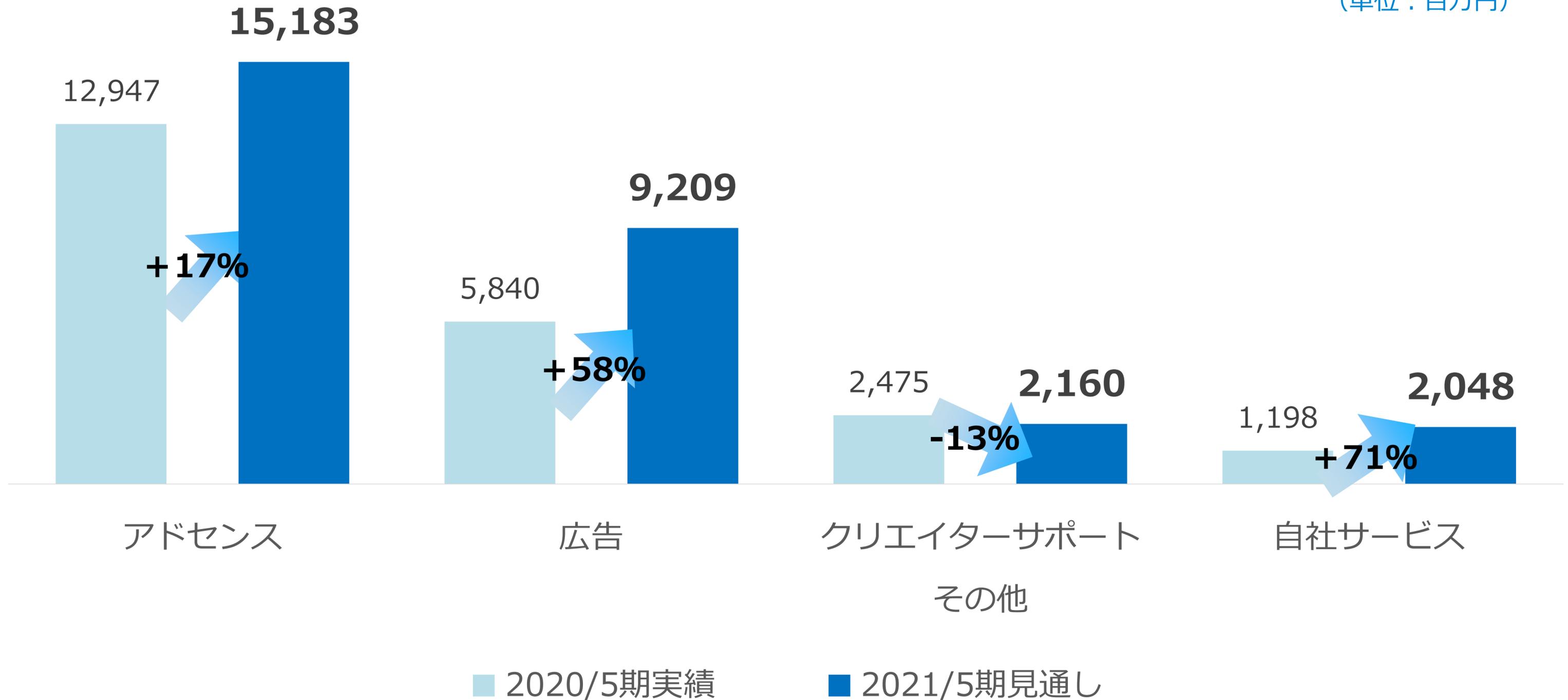
- 2021年5月期は、クリエイターへの戦略投資による成長加速を狙うとともに、より幅広い個人・インフルエンサーに向けたサービス拡大を実現すべく、投資期との位置づけ。
- 売上面では、新型コロナウイルスの影響は続くものの、戦略投資による成長加速や、吉本興業などアライアンス先との提携効果を見込み、アドセンスやタイアップを中心に売上の成長加速を狙う。
- 新型コロナウイルスの影響については、アドセンスやタイアップは1Qまで、グッズ、イベントは2Qまで続くと想定。
- クリエイターへの戦略投資を実行することなどから、2021年5月期の営業利益は減益を予想。1Qから4Qにかけて尻上がりの業績回復を想定。

(百万円)	21/5期 通期計画	20/5期 通期実績	前年同期比
売上高	28,600	22,460	127%
粗利益	7,550	6,204	122%
販管費	6,750	5,210	130%
営業利益	800	994	81%
当期利益	490	359	136%

(百万円)	21/5期 通期計画	20/5期 通期実績	前年同期比
販管費	6,750	5,210	130%
(うち新規事業関連)	156	329	47%
(うちクリエイター戦略投資)	755	0	NA
新規事業/クリエイター戦略投資 を除く販管費	5,839	4,881	120%

※クリエイター戦略投資は計画上は全て販管費と見込んでいるものの、一部は販管費計上ではなく、売上原価として計上する可能性あり。

(単位：百万円)



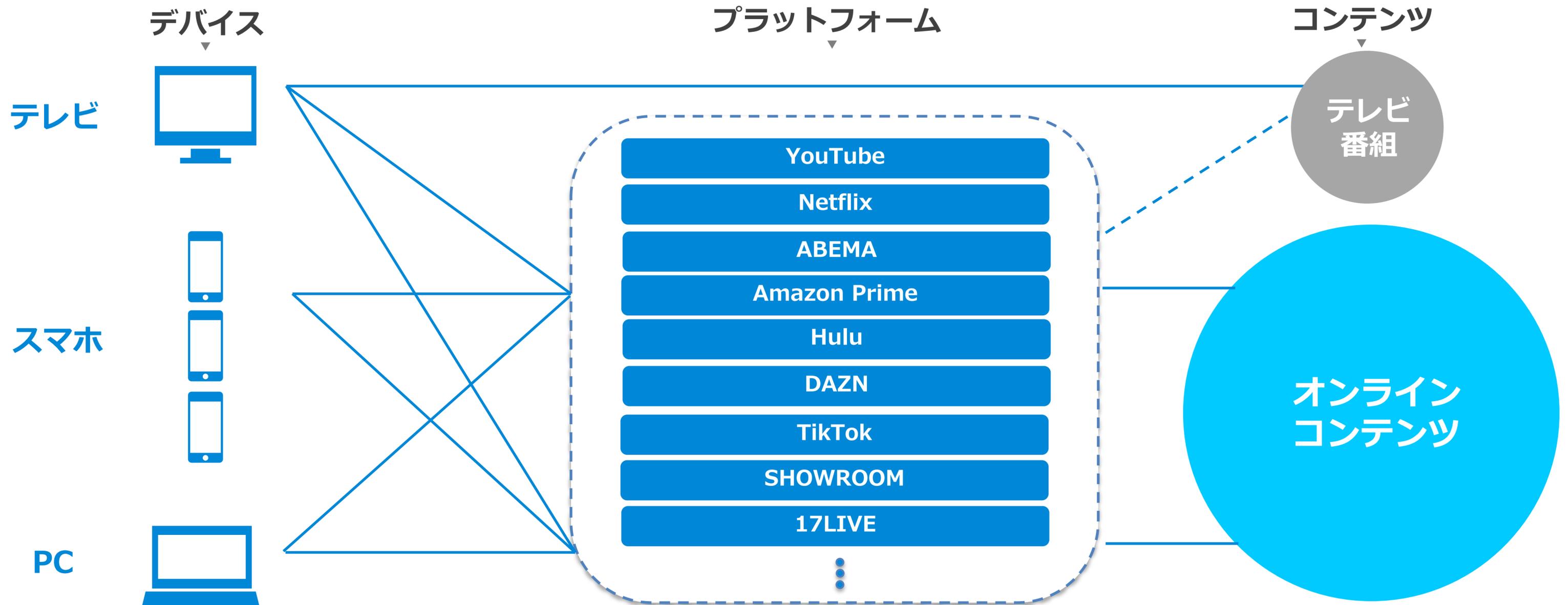
業界環境とUUUM長期構想

UUUM



当社が認識する業界環境

従来から続くデバイスと配信プラットフォームの多様化によって オンラインコンテンツがより一層拡充



テレビからネット利用へのシフトは全世代へ広がっている

年代別 主なメディアの平均利用時間（平日1日当たり）

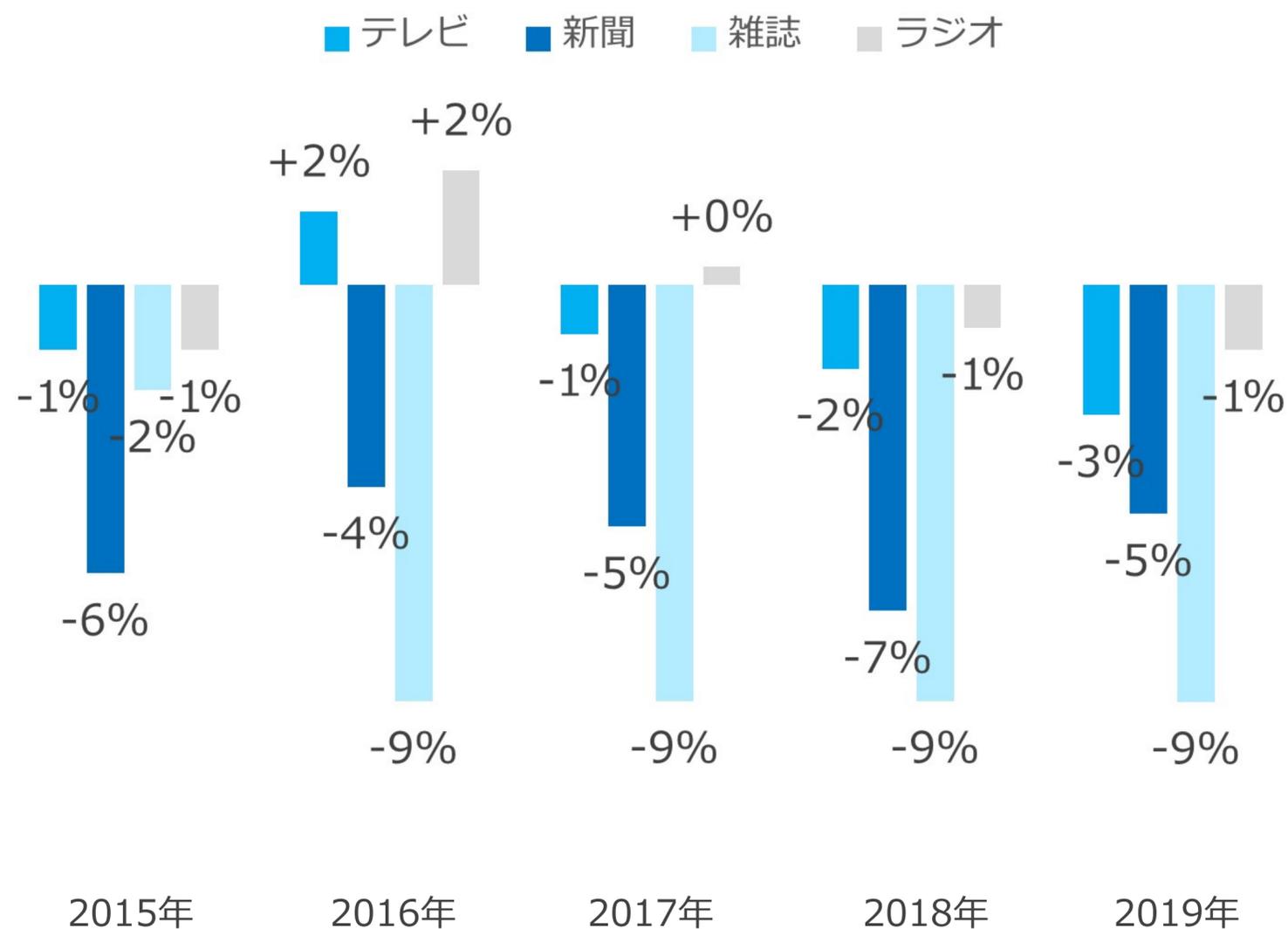
	(分)	テレビ視聴	ネット利用	新聞閲読	ラジオ聴取
10代	2013年	120.4	99.1	0.6	0.1
	2014年	110.4	109.3	0.7	0.2
	2015年	112.9	112.2	0.2	2.6
	2016年	102.4	130.2	0.3	3.5
	2017年	83.9	128.8	0.3	1.5
	2018年	84.5	167.5	0.3	0.2
20代	2013年	145.9	136.7	1.4	3.6
	2014年	132.7	151.3	2.4	9.4
	2015年	143.8	146.9	2.1	6.4
	2016年	130.7	155.9	1.4	16.8
	2017年	105.7	161.4	1.4	2
	2018年	124.6	149.8	1.2	0.9
30代	2013年	175.9	87.8	5.8	17.7
	2014年	167.2	87.6	4.1	5.4
	2015年	162.7	105.3	3.5	15.3
	2016年	166.1	115.3	3.8	15.4
	2017年	136.9	120.4	3.5	4.3
	2018年	141.8	110.7	3	9.4

	(分)	テレビ視聴	ネット利用	新聞閲読	ラジオ聴取
40代	2013年	156.7	70	8.6	22.6
	2014年	183.7	82.5	9.3	19.4
	2015年	168.1	93.5	8.8	13.7
	2016年	183.7	97.7	8	17.2
	2017年	170.1	108.3	6.3	12
	2018年	170.4	119.7	4.8	16.6
50代	2013年	197	61.8	18.6	20.2
	2014年	198.6	68	16.3	13.5
	2015年	238.4	74.7	17	10.7
	2016年	197.6	85.5	14.4	19.8
	2017年	221.1	77.1	16.3	19.5
	2018年	197.7	104.3	12.9	17.2
60代	2013年	276.8	36.7	28	20.5
	2014年	274.2	32.2	31.3	40.3
	2015年	280.2	35.7	29.6	30.6
	2016年	277.6	46.6	25.8	23.4
	2017年	272.9	38.1	25.9	17.3
	2018年	276	60.9	23.1	22.8

注：テレビ視聴はリアルタイム視聴と録画視聴の合計時間（出所：情報通信白書）

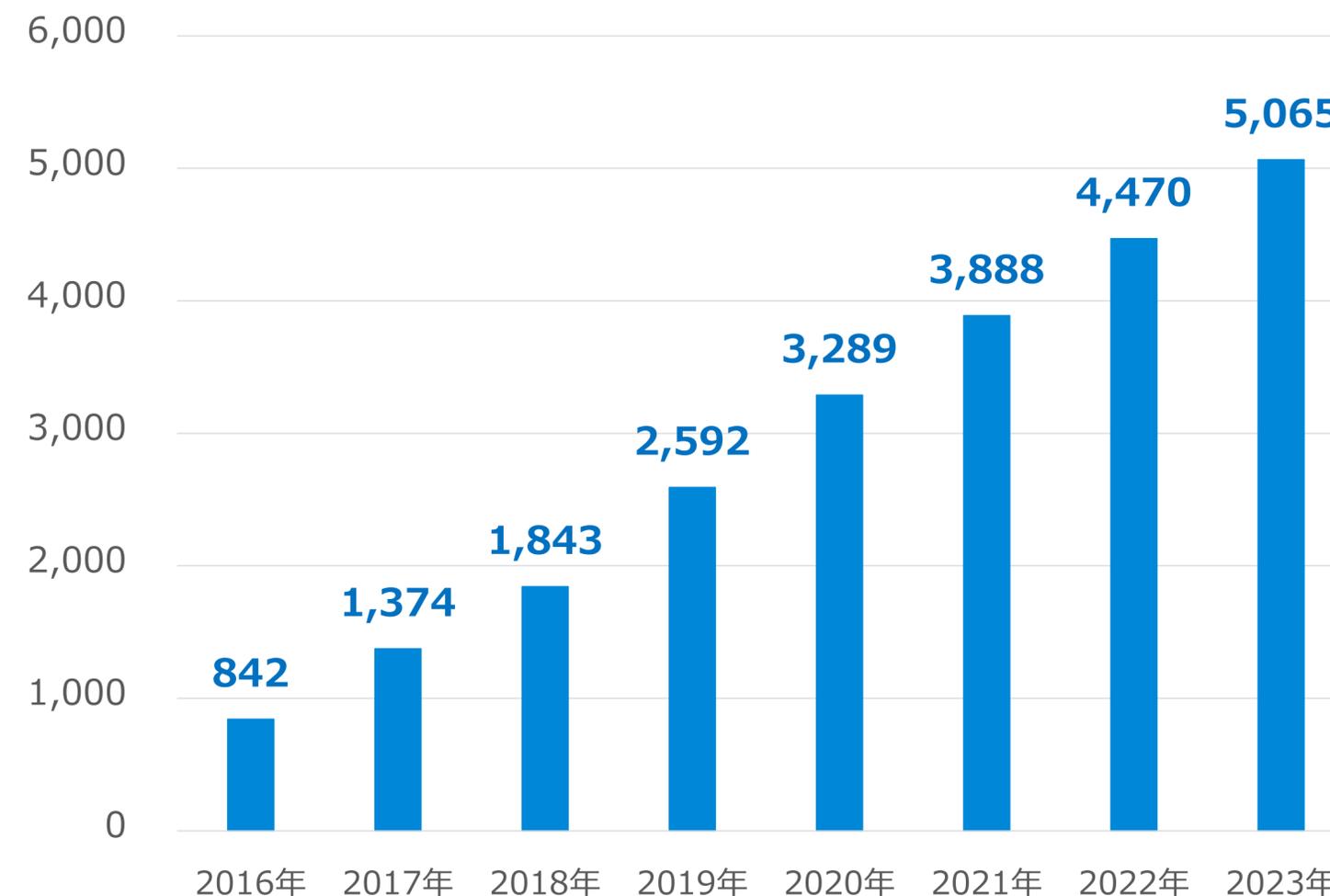
既存メディアからインターネットへの広告予算シフトは続く

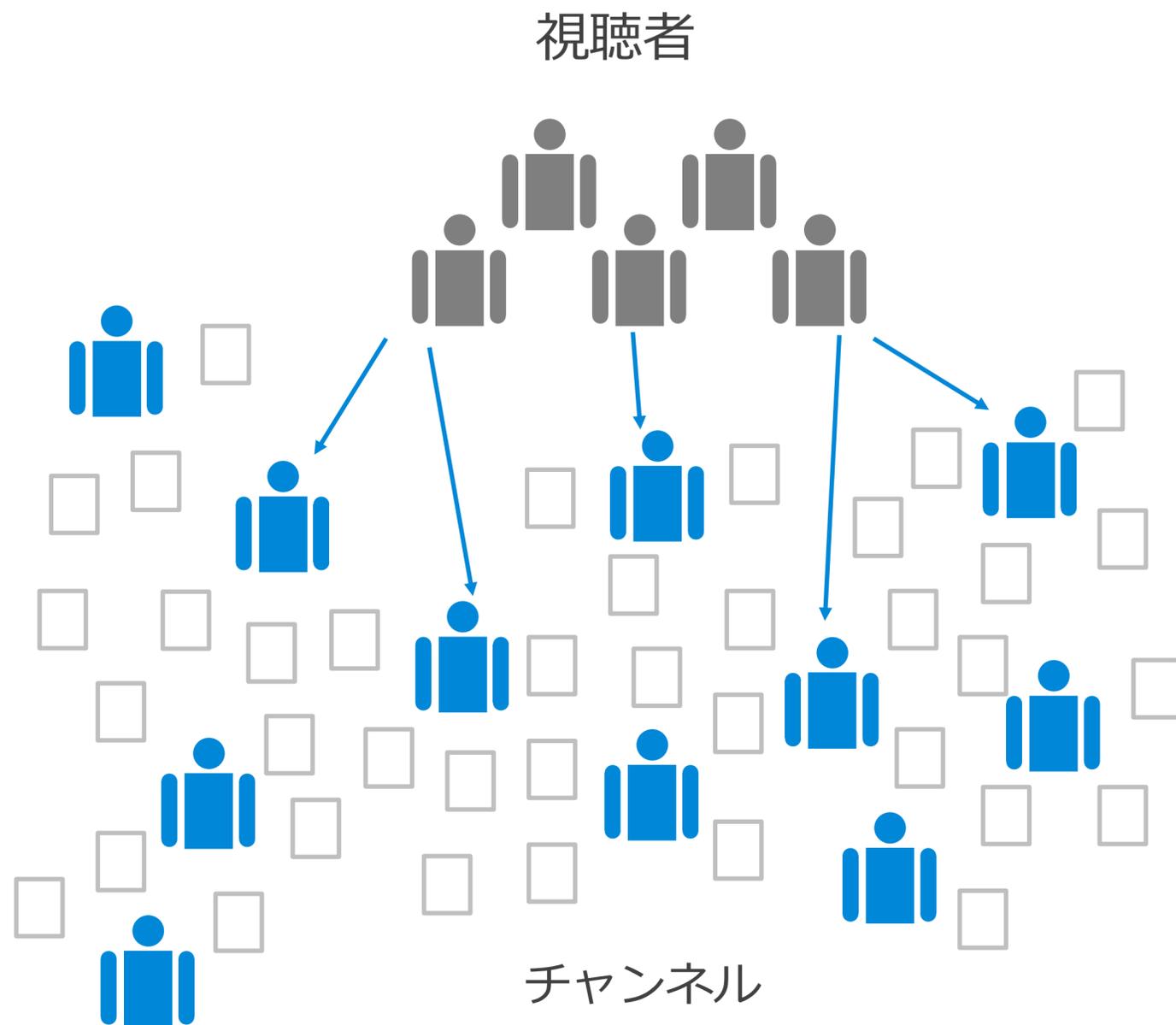
4 マスメディア別広告市場の成長率



動画広告市場の推移

(億円)





デバイスと配信プラットフォームの多様化によって
オンライン上にコンテンツが無数に存在



検索からコンテンツにたどり着くのではなく、
自分の好きなチャンネル（発信者）のコンテンツを
優先して見る時代に。

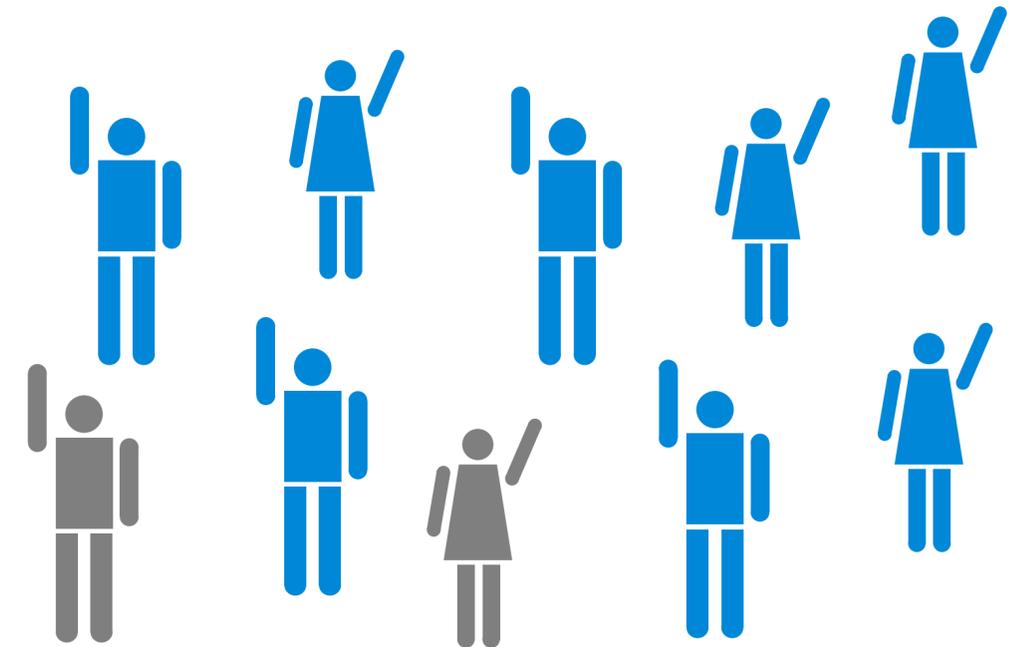


ストーリー性が備わる個人コンテンツは
共感・親近感を生みやすく選ばれやすい

個人のメディア化は属性や所属を問わず当たり前になってきている



業界黎明期より活動していた
クリエイター



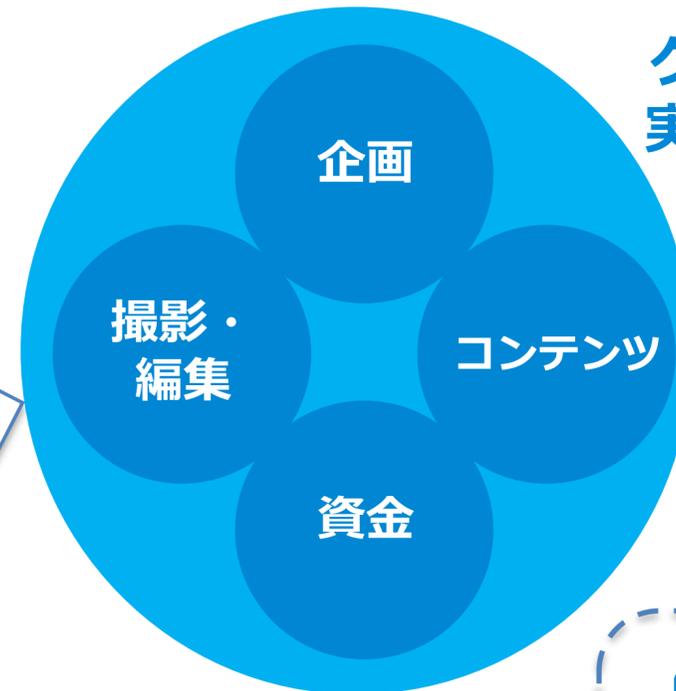
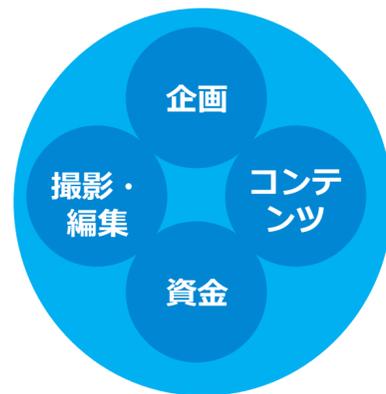
芸能人を筆頭に
多くの個人や企業が進出

業界の成長とともに求められるコンテンツの水準が高くなり、
クリエイターと専門チーム一体の高品質な動画制作が求められる



クリエイター×専門家連携で
実現できる動画クオリティー

個人のみで実現できる
動画クオリティー



これまでのニーズ

個人のメディア化を支援するために
必要な機能・ノウハウ

機能

▶ YouTubeの
運営ノウハウ獲得

サポート
体制

▶ タイアップの提供や
一部の動画制作支援

これからのニーズ

個人だけでは実現困難な事業を
一緒に作っていくパートナー

機能

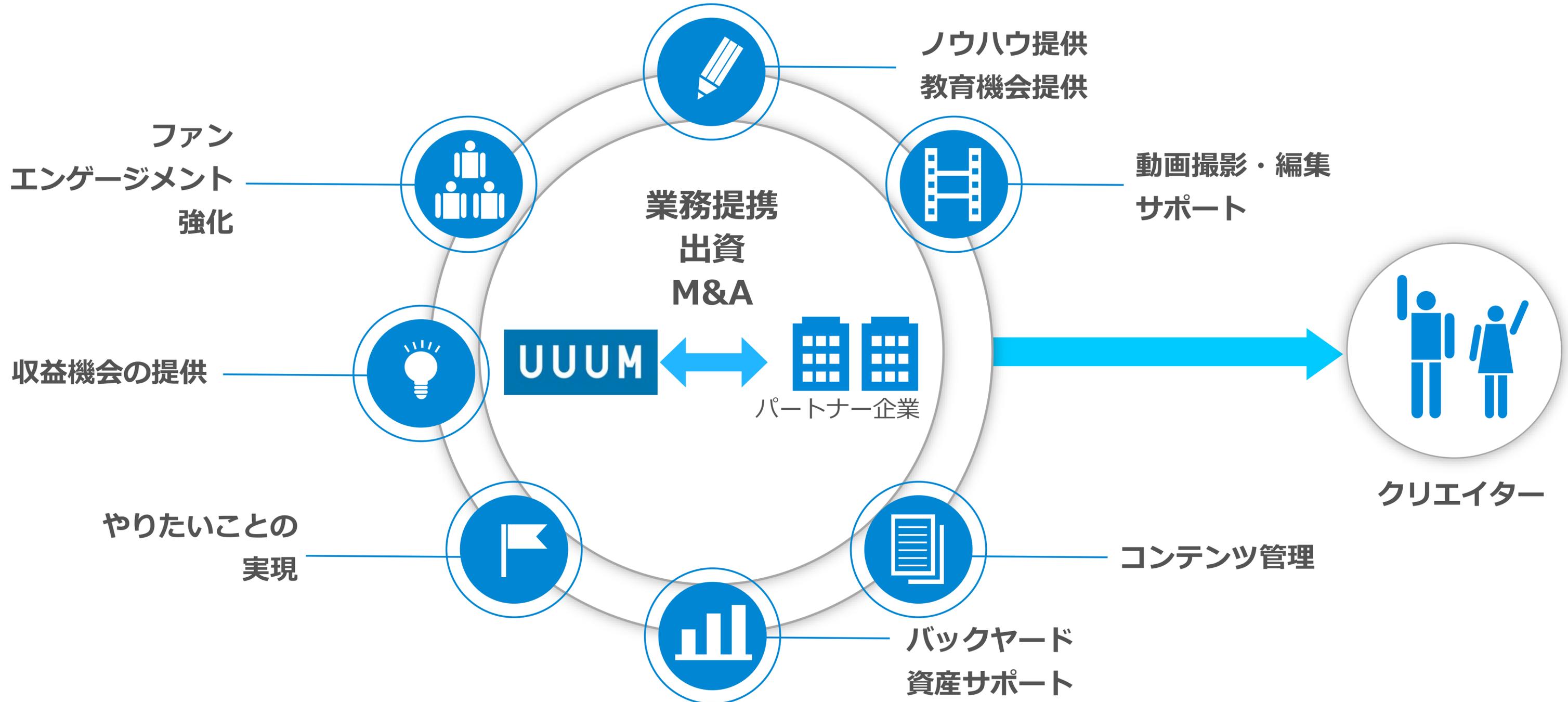
▶ マルチプラットフォームでの
活躍機会及び
成功ノウハウ提供

サポート
体制

▶ クリエイターと一緒に
価値創造できる
専門性の高いチームを
形成する支援

当社のビジネスモデルと提供価値

UUUMは「個人経済圏」が拡大する時代に向けて、
クリエイターサポートのインフラとして圧倒的No.1を目指しています



多様化した収益機会を最大限に生かすために UUUMが個人クリエイターと新たなインフルエンサー個人経済圏を共創していく

個人では実現困難なオリジナリティー・
専門性を追求した新たなチャレンジ

- 楽曲制作
- ゲーム企画
- ブランド立ち上げ

専門家集団

提携先企業

ネットワーククリエイター



専属クリエイター



アライアンス先クリエイター

既存領域における活動規模拡大・
環境の最適化を徹底サポート

社内外プラットフォームへのアクセス

専属チーム編成

バックヤード支援拡充

大規模動画企画実施

マルチプラットフォーム間の
タイアップ案件獲得

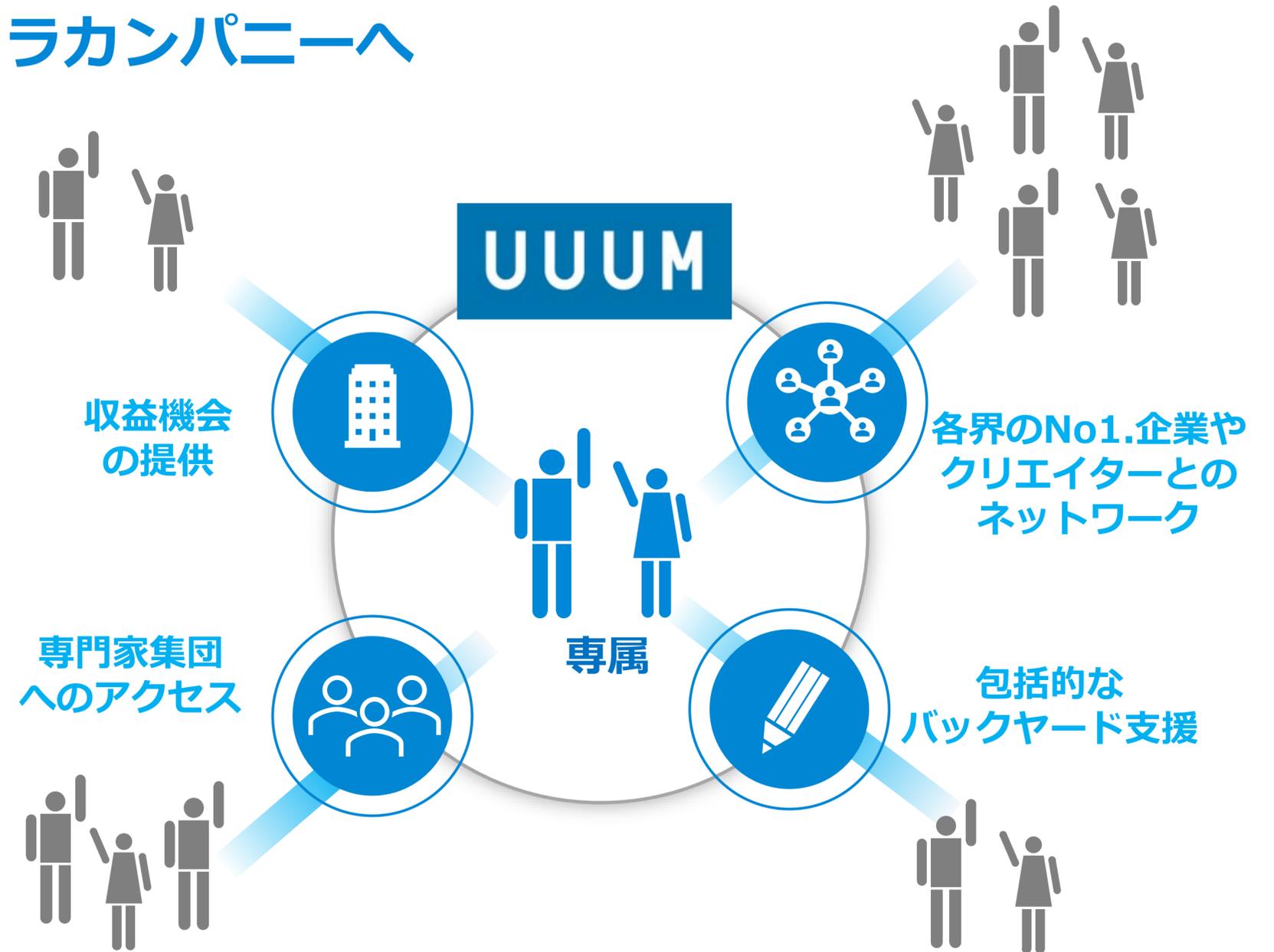
収益管理と
資産形成支援

REC.・SUGAR等の新たな収益機会とサービス提供

マネジメントに加えエージェンシーとしての機能提供から 総合インフラカンパニーへ

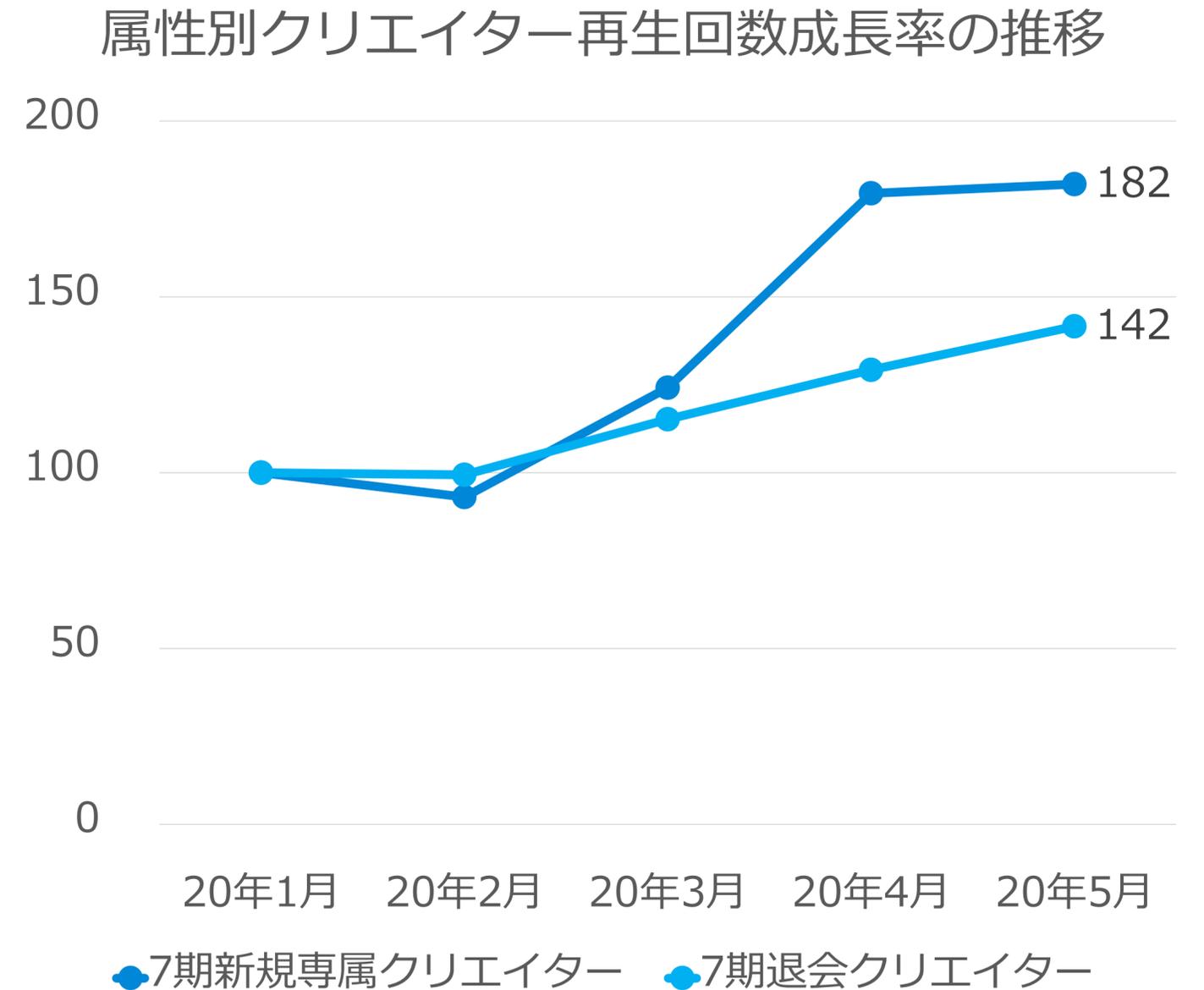
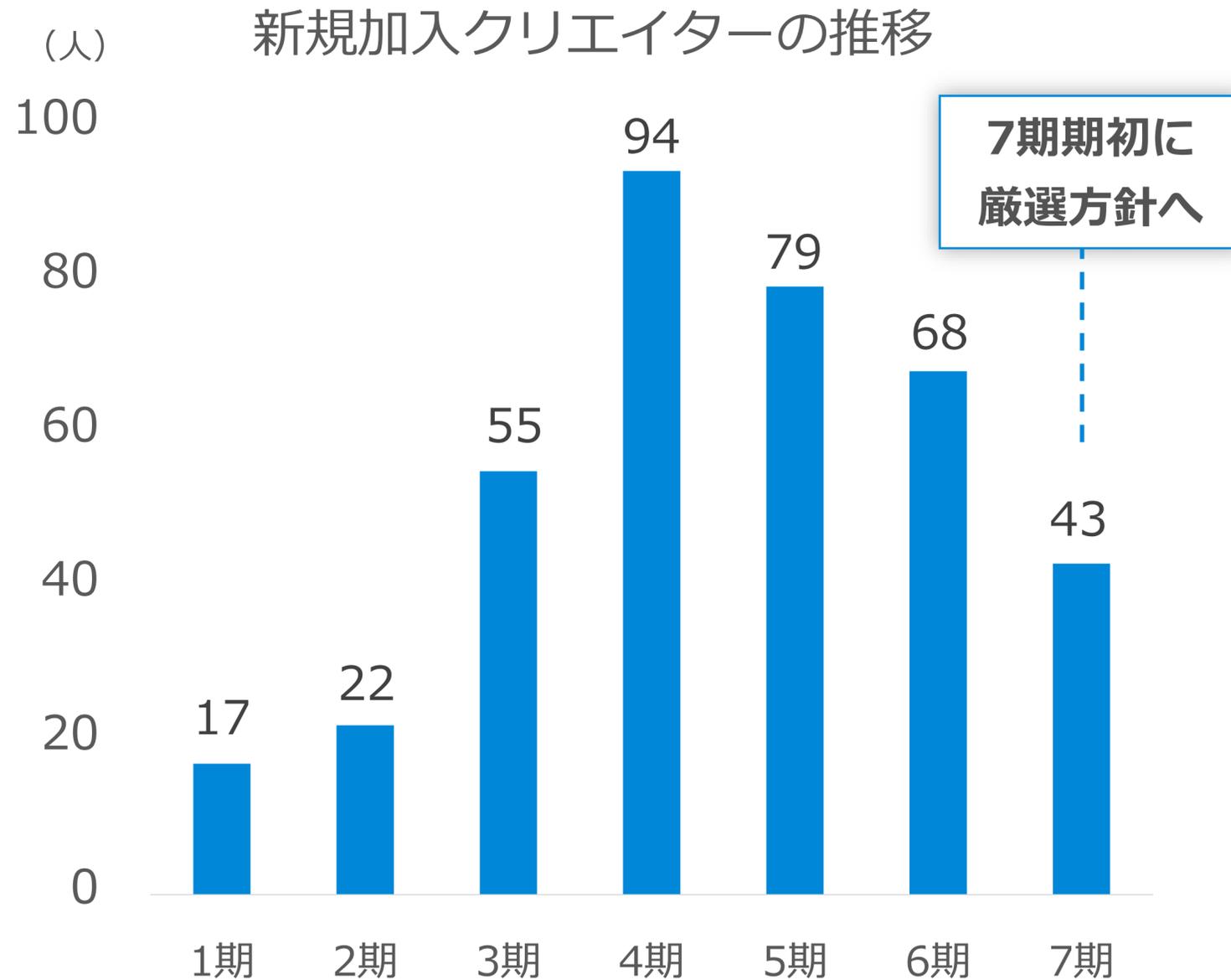


専属クリエイターへの360度サポート



当社が有する様々な機能を様々なクリエイターのニーズに応じて提供する

加入したクリエイターは大きく成長



注1：7期新規専属クリエイターは20年1月時点所属クリエイターに基づく。
 注2：各集計値は20年1月の総再生回数を100とし、再生回数に応じた加重平均に基づく。

当社の戦略と数値目標

取組み①

専属クリエイターのサポート体制強化

取組み②

クリエイターネットワークのさらなる拡大

取組み③

タイアップならびに統合プランニング強化

取組み④

新サービス強化に向けての投資加速

取組み⑤

これまで以上に強固なコンテンツ管理体制の構築

取組み⑥

生産性向上のための業務改革

専属クリエイターに対する戦略投資を実行
専門チームを発足するなど、クリエイターを飛躍させるサポート体制を構築



当社所属クリエイター

戦略投資

幅広い自由な企画



作家



音楽



ゲーム

クオリティの高い
動画制作



映像



編集



撮影

信頼できるバック
ヤード支援体制



分析



資産運用



税務

専門性の高い
専属チーム

他社の追隨を許さない圧倒的なクリエイターネットワークの形成を目指す



UUUM

UUUMクリエイター

UUUM

チャンネル数：10,733

月間再生回数：約40億回



アライアンス企業・パートナー

アライアンス先

吉本興業

松竹芸能株式会社

ア

YEEELL

VoCE

COURAGE

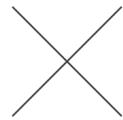
パートナー
クリエイター

アーティスト

スポーツ選手

タレント

ライバー



OmOを運営する吉本興業株式会社と 4月28日付で資本業務提携契約を締結

両社所属の芸人、タレント、クリエイターの バリュー最大化に向け、様々な取り組み を実施してまいります



ひとりひとりに、劇場を。



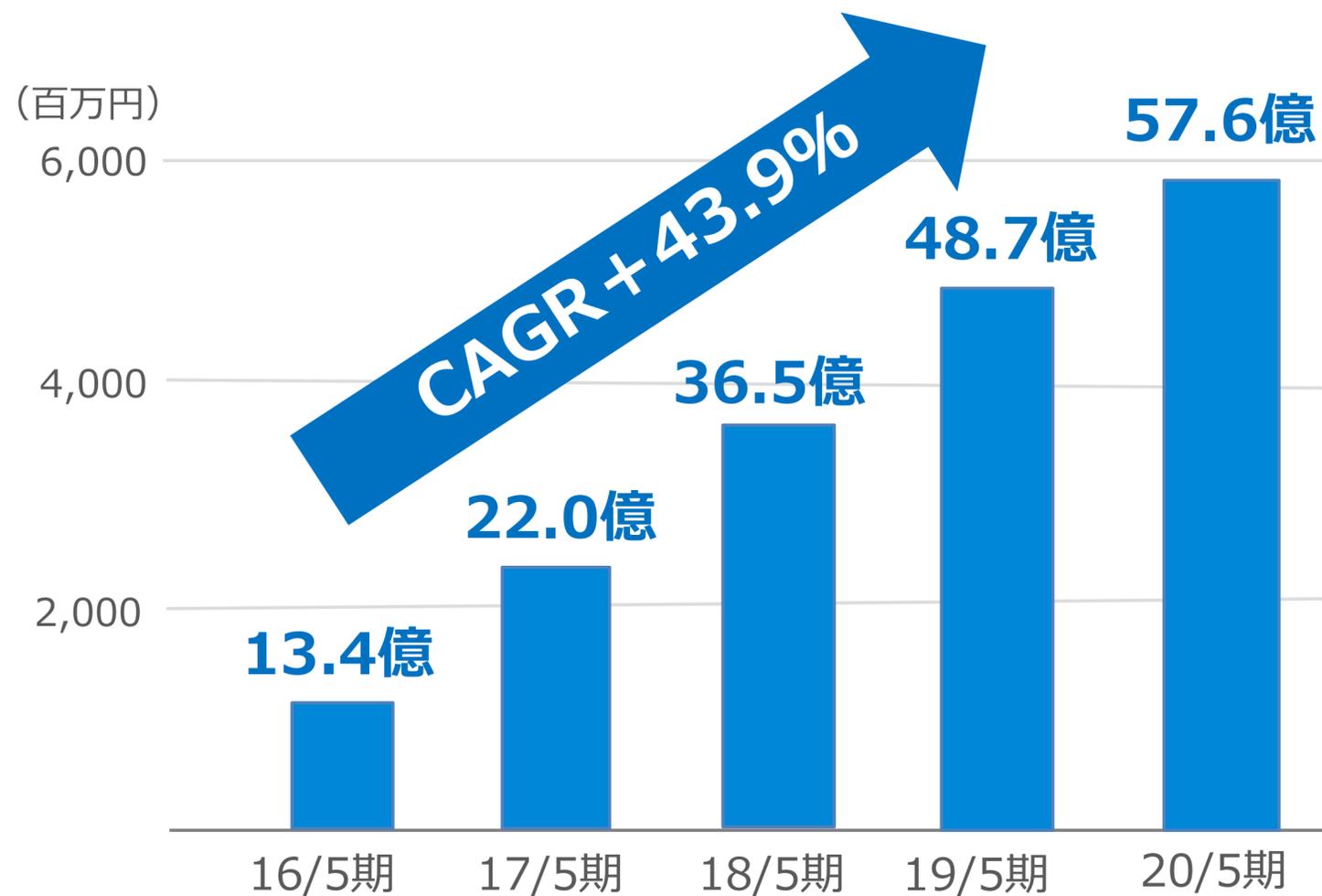
- 総チャンネル数：1,095ch
- 総再生数：約91億回
- 月間再生数(PV数)：約4億6千万回
- チャンネル登録者数：約2,600万人

公式サイト omo.jp.net

YouTubeページ youtube.com/user/OmOjp

YouTubeのみならず社内外プラットフォームを活用した総合的な提案で 企業とクリエイターニーズに合ったマッチングを実現

当社企業タイアップ売上の推移



既に投資を進めているREC.やSUGARを新たな収益の柱として育てながら、
絶えず新しいサービスの展開も検討する

音声配信アプリREC.の
ユーザー数拡大とコンテンツの多様化

ライブ配信アプリSUGARの
集客力強化とユーザー数拡大

REC. 声でつながり。声でひろがる。

音声コンテンツを中心とした
新しいクリエイターの創出。

2020年3月スタート!



SUGAR

憧れのあの人と電話できる
ライブ配信アプリ

MAU
100万以上

同時接続数
30万人

クリエイターがどこよりも安心して創作活動に取り組めるような環境を構築する



ポストコロナ体制を踏まえた現行制度の見直し及び 今後の事業体制を踏まえた人員・システムの最適化

ビジネス有効
時間の拡大

新しい働き方へのシフトチェンジ
ITシステムの導入

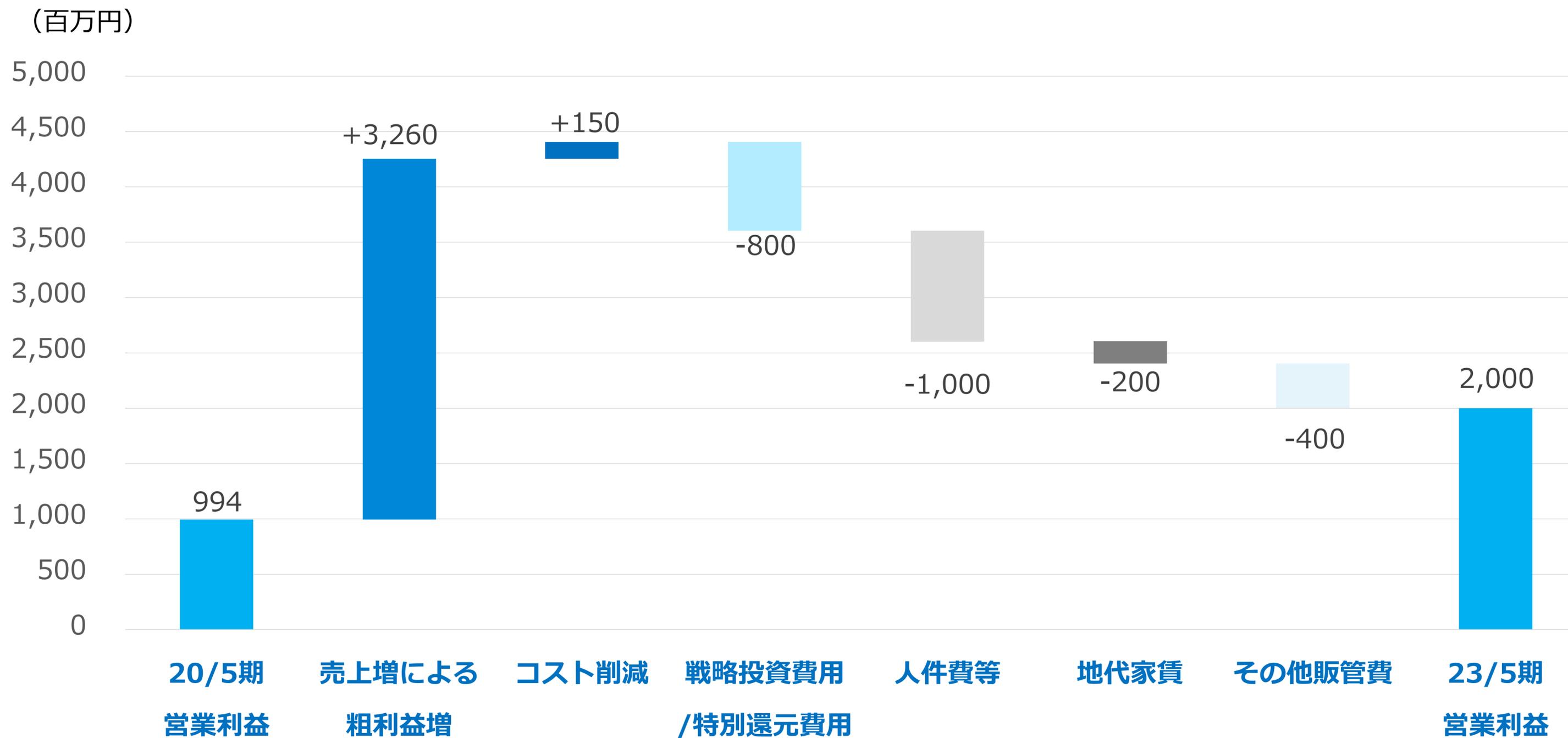
人財資産の
活用最大化

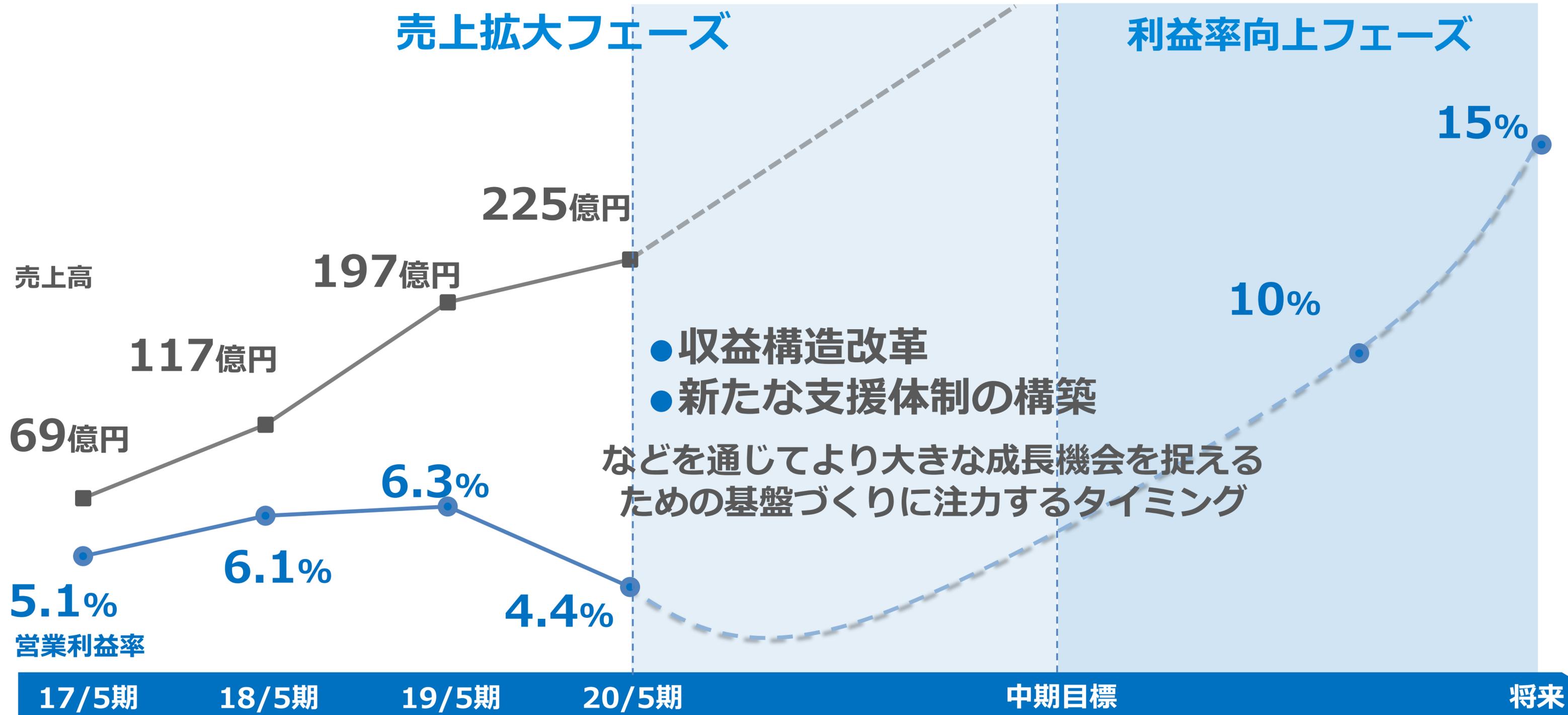
人事制度改革
人財の適正配置の促進

徹底的な
コスト削減

既存の制度やオペレーションのゼロベースでの見直し
コストに対するリターンの可視化

(百万円)	20/5期 通期実績	21/5期 通期計画	22/5期 目標 (参考値)	23/5期 目標 (参考値)	23/5期対 20/5期 (参考値)
売上高	22,460	28,600	34,300	39,000	174%
粗利益	6,181	7,550	8,200	9,400	152%
販管費	5,210	6,750	6,900	7,400	142%
営業利益	994	800	1,300	2,000	201%
当期利益	359	490	800	1,200	334%







UUUM