



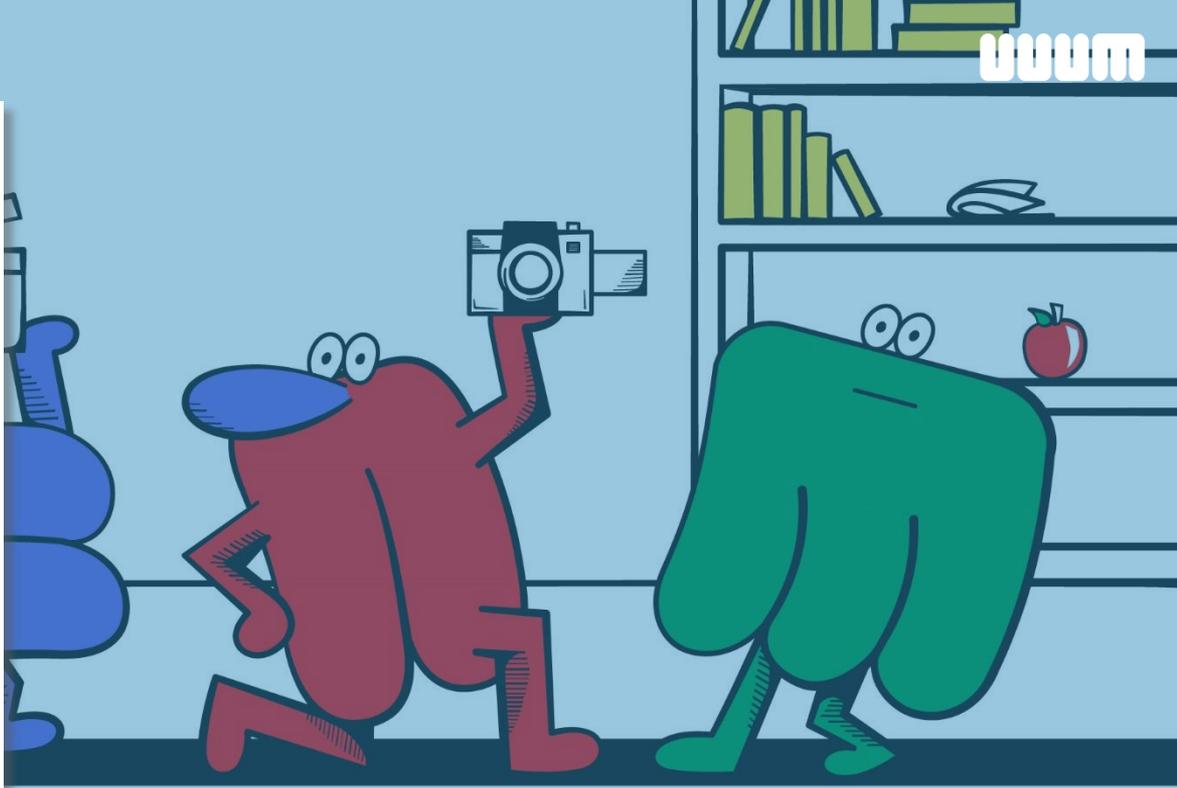
2024年9月期 第3四半期決算説明

2024年4月12日

AGENDA

1. 2024年9月期 3Q決算概要

2 参考資料





営業利益

黒字回復

グッズP2Cは好調、その他事業も想定の範囲内で推移したことにより、3Q単体で黒字回復
2Q以前に発生した特殊要因の処理も完了し、3Qまで累計でも黒字

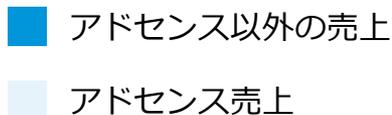
構造改革

極めて順調

人的資源の最適化・広告宣伝費の抑制など、
12期以降の基盤構築のための経営努力により、構造改革が順調に進捗



- ・ アドセンス以外の売上はグッズP2Cとマーケティングが前年比増となり、前年同期比104%
- ・ アドセンス売上は長尺動画の広告単価上昇もクリエイターの契約変更等の影響により、ショート除く再生回数が減少し前年同期比86%



(単位：百万円)





- ・ アドセンスは減収となるも、
グッズP2Cの増収により売上高は前年同期比97%とほぼ同水準で推移
- ・ 構造改革による人員数適正化、広告宣伝費の抑制により販管費の削減に成功
- ・ 全社としては黒字回復

(百万円)	24/9期 3Q (2023年12月-2024年2月)	23/5期 3Q (2022年12月-2023年2月)	前年同期比
売上高	4,928	5,088	97%
粗利益	1,517	1,586	96%
販管費	1,399	1,599	88%
営業利益	118	△13	-%
親会社株主に帰属する当期純利益	123	△139	-%



- ・ 営業利益は、3Qまで累計でも黒字回復

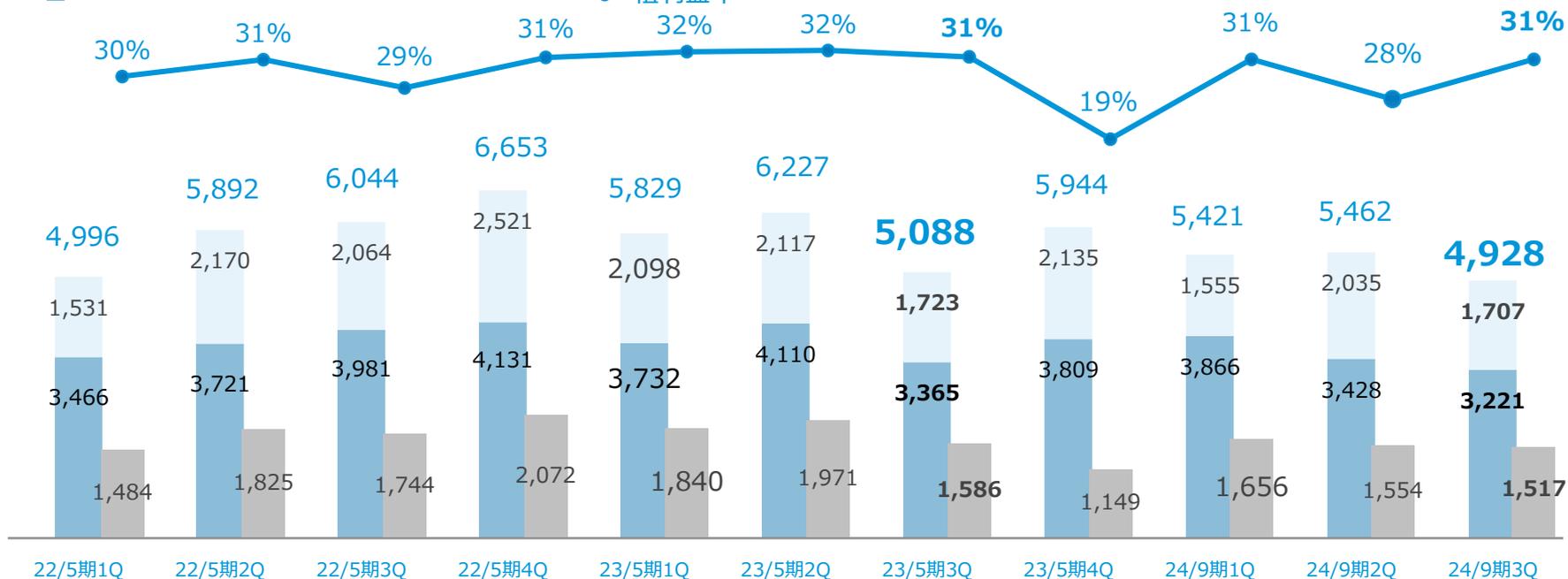
(百万円)	24/9期 3Q累計 (2023年6月-2024年2月)	23/5期 3Q累計 (2022年6月-2023年2月)	前年同期比
売上高	15,811	17,143	92%
粗利益	4,726	5,398	88%
販管費	4,686	4,903	96%
営業利益	40	495	8%
親会社株主に帰属する当期純利益	△307	△100	-%



- ・インフルエンサーギャラクシー売上はアドセンス売上の減収により前年同期比で微減
- ・コンテキストドリブンマーケティング売上は前年同期並みで推移
- ・全社粗利益はグッズP2C増益、アドセンス減益により前年同期比で微減

■ コンテキストドリブンマーケティング売上
 ■ 粗利益
● インフルエンサーギャラクシー売上
 —●— 粗利益率

(単位：百万円)

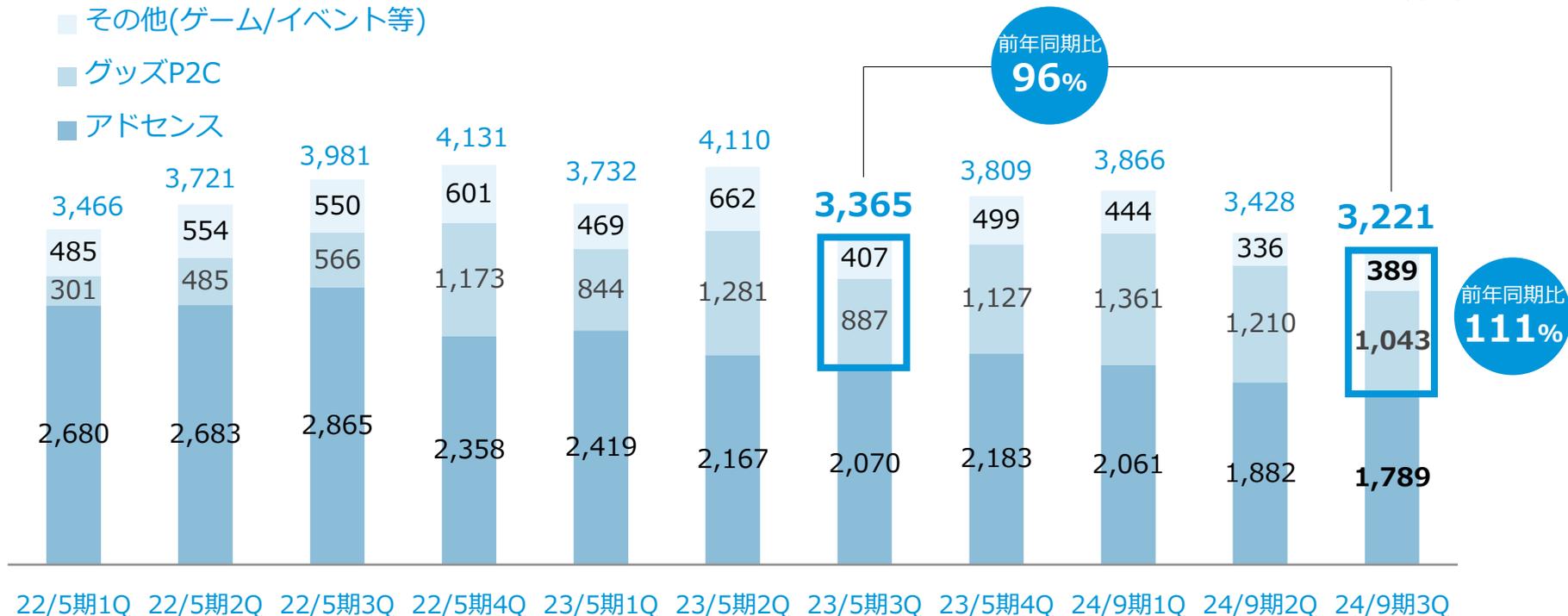




- ・インフルエンサーギャラクシー売上は、グッズP2Cが156百万円の増収となるも、アドセンスの281百万円減収が影響し、前年同期比96%
- ・アドセンス以外の売上は前年同期比111%と好調

(単位：百万円)

- その他(ゲーム/イベント等)
- グッズP2C
- アドセンス

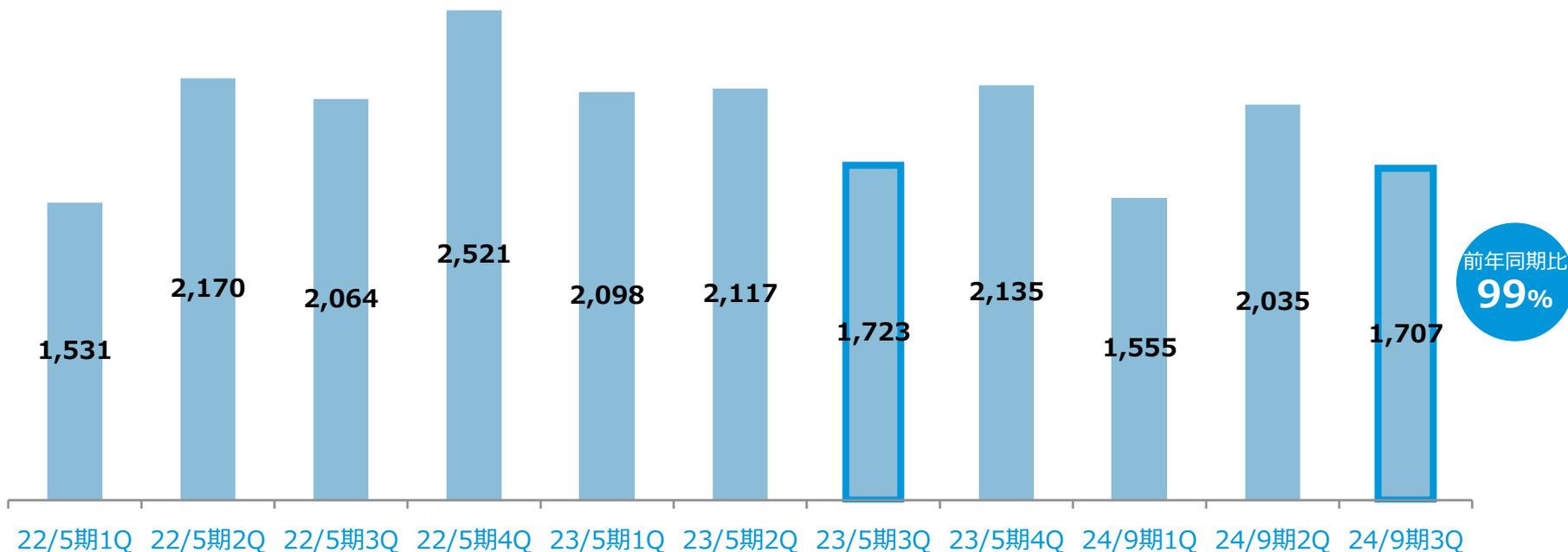


※ネットワーククリエイターの規約見直しに伴い、22/5期4Qよりネットワーククリエイターのアドセンスはネット計上に変更。



- ・コンテキストドリブンマーケティング売上は前年同期並み
- ・季節性の要因によりQoQでは減収となるも、想定範囲内で推移

(単位：百万円)





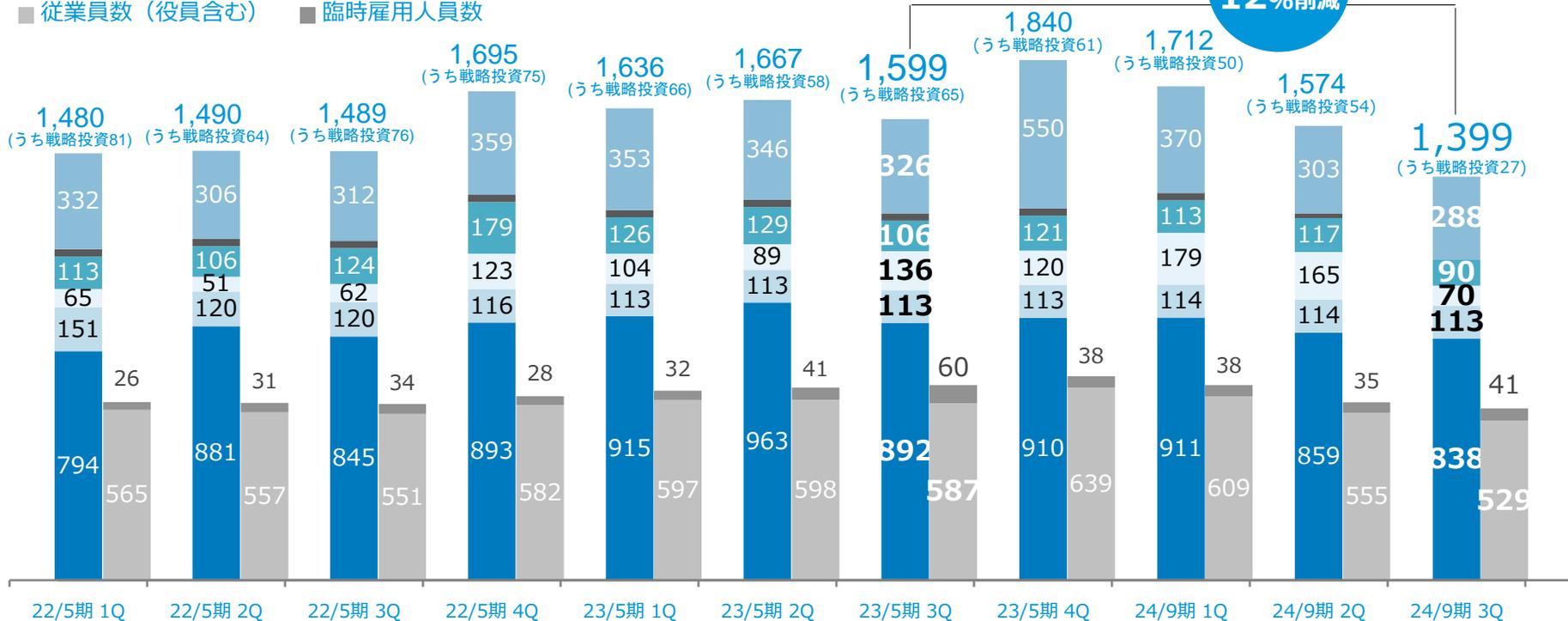
・ 構造改革による人員数適正化、広告宣伝費の抑制により販管費の削減に成功

・ 販管費合計は前年同期比12%の削減

■ 人件費 ■ 地代家賃 ■ 広告宣伝費 ■ 業務委託費 ■ 買収に伴う無形固定資産償却費 ■ その他
 ■ 従業員数（役員含む） ■ 臨時雇用人員数

前年同期比
12%削減

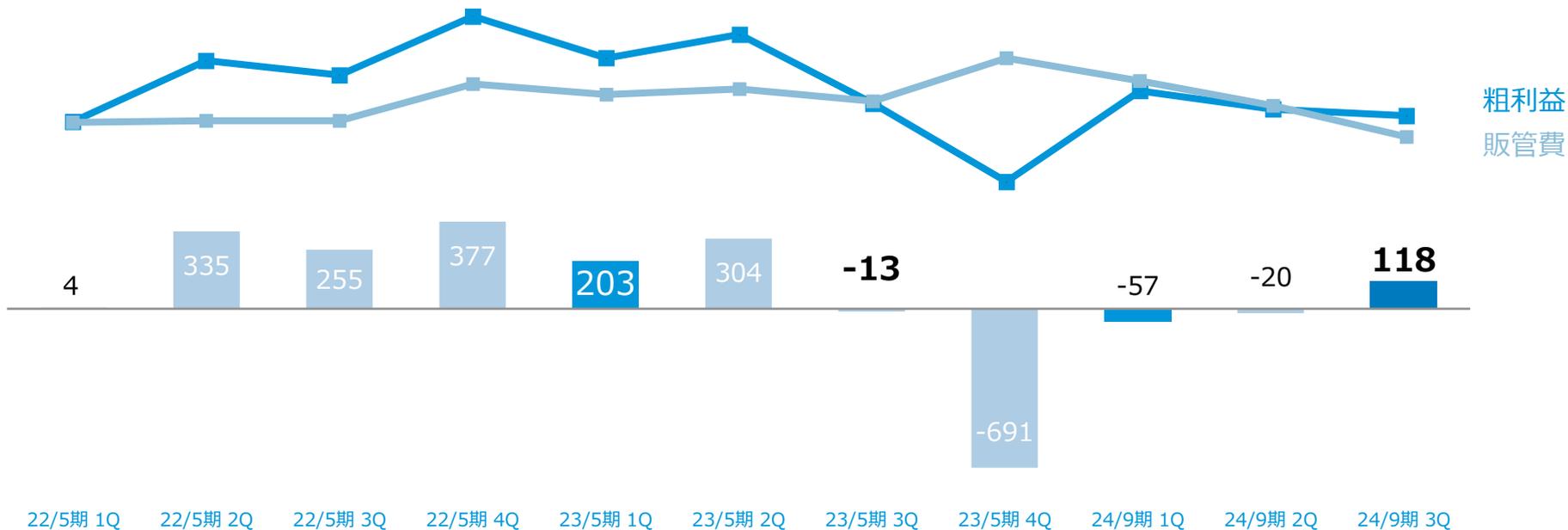
(単位：百万円)
(単位：人)





・ 構造改革による人員数適正化や、広告宣伝費の抑制等の経営努力により営業利益118百万円計上

(単位：百万円)





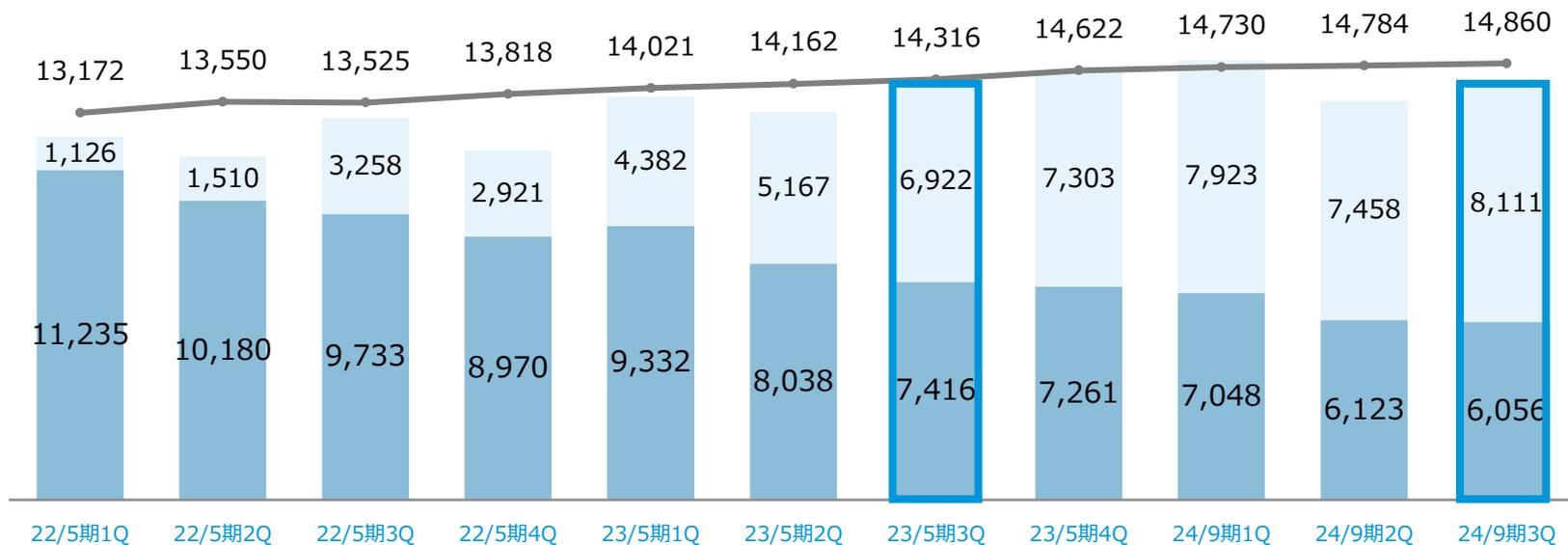
- ・ 全体再生回数は横ばい
- ・ ショート除く再生回数が減少
ショート動画のマネタイズ施策（音源の収益化等）を拡大中

■ ショート再生回数

■ ショート除く再生回数

● 期末チャンネル数

(単位：百万回、チャンネル)



前年同期比
99%



インフルエンサー
ギャラクシー



HIKAKINの結婚動画が視聴回数1,800万回再生・
最大同接125万人を記録

インフルエンサー
ギャラクシー



2023年「YouTube Fanfest」で「国内トップトレンド動画ラ
ンキング」にHIKAKIN・フィッシャーズの動画がランクイン

インフルエンサー
ギャラクシー



eプリントサービスにて、UUUM所属外のクリエイターの
『俺クロ』憑かれた俺と黒神心霊相談所との協業ビジネス
が好調

インフルエンサー
ギャラクシー



宅トレクリエイター竹脇まりな監修「MARINESS」「楽天
ショップ・オブ・ザ・イヤー2023」にて「新人賞」を受賞



インフルエンサー
ギャラクシー



全国の「アニメイト」約120店舗・通販にて「カラフルピーチ」のアニメイトコラボグッズを販売

インフルエンサー
ギャラクシー



子会社のLITMUS(株)で配信中の「脱獄ごっこPRO」にて、HIKAKIN・はじめしゃちょー・Fischer's-フィッシャーズなど、多くのクリエイター参加のイベントを2月より順次開催

コンテキスト
ドリブン
マーケティング



ドコモが提供する映像配信サービス「Lemino」にUUUM所属クリエイターのコンテンツを無料配信開始

コンテキスト
ドリブン
マーケティング



日清食品の「カップヌードルPRO 高たんぱく&低糖質」の新作TV-CMのアニメーションをはじめまして松尾ですが手掛ける



- 運用型広告売上の売上高は前年同期比163%
- 引き続き高い売上成長を継続

コンテキスト
ドリブン
マーケティング



© 2020 Pokémon.
© 1995-2020 Nintendo/Creatures
Inc./
GAME FREAK inc.
Developed by Genius Sonority Inc.

参加クリエイター数
240組突破!

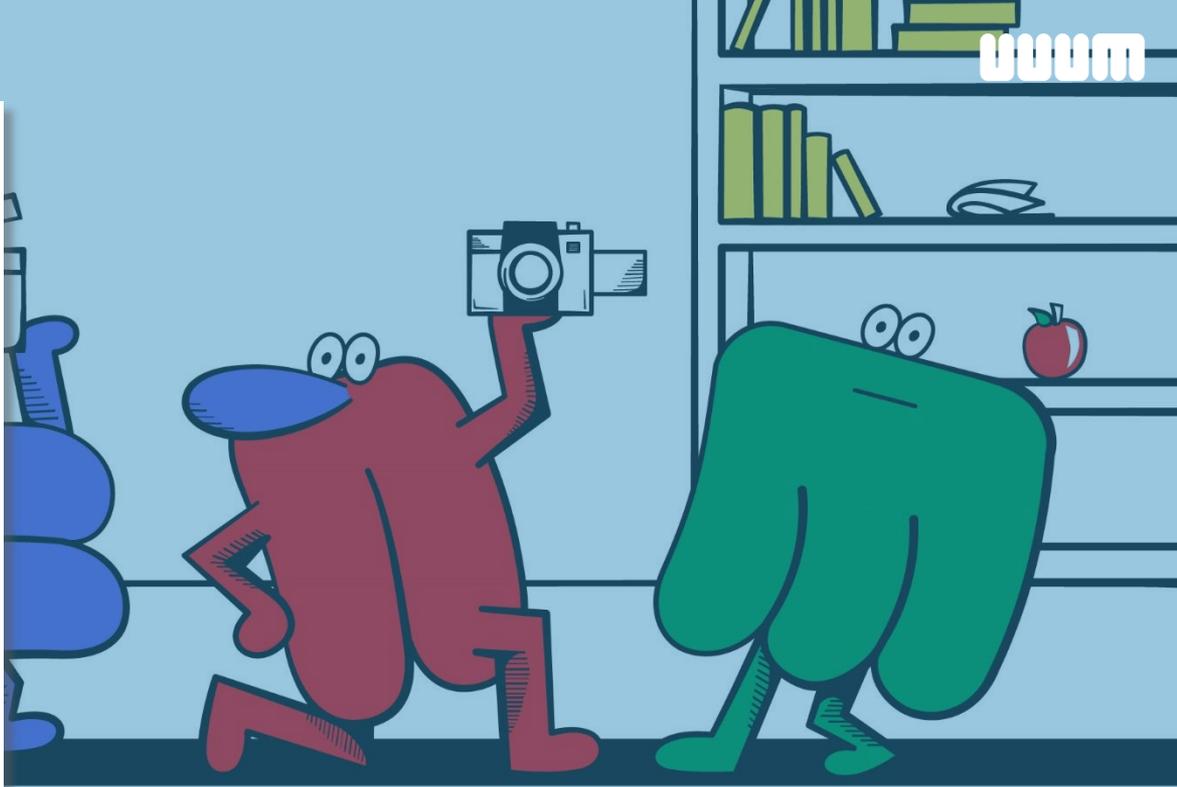
クリエイター数
売上

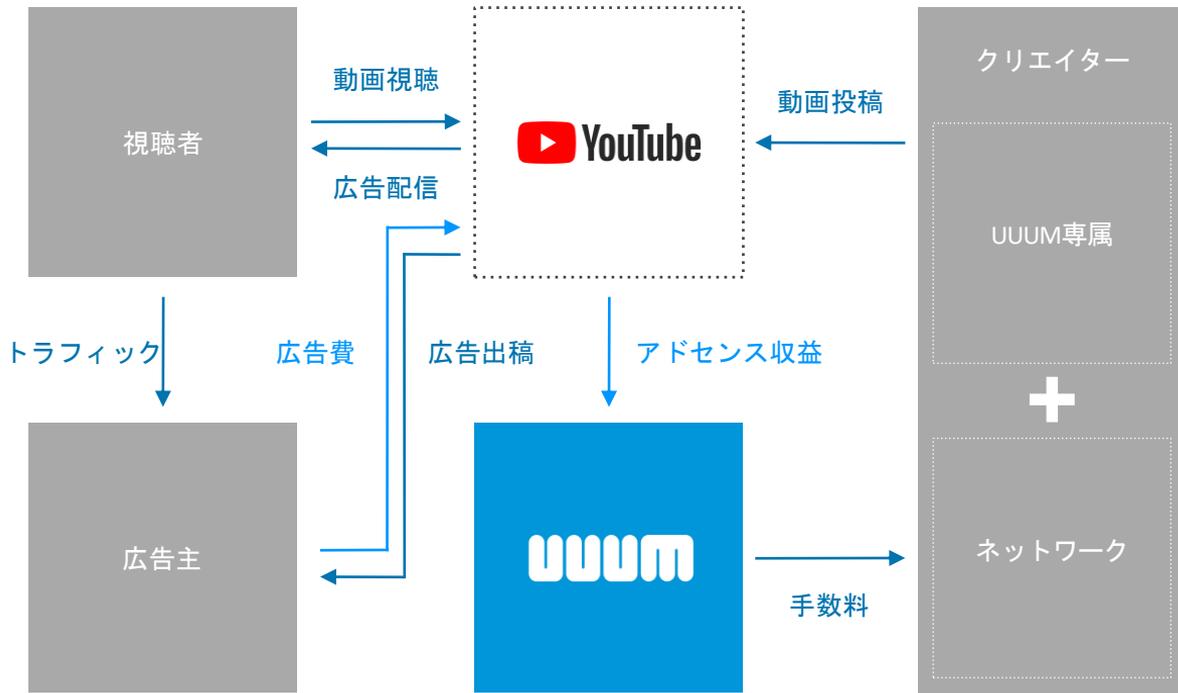
22/5期3Q 22/5期4Q 23/5期1Q 23/5期2Q 23/5期3Q 23/5期4Q 24/9期1Q 24/9期2Q 24/9期3Q

AGENDA

1. 2024年9月期 3Q決算概要

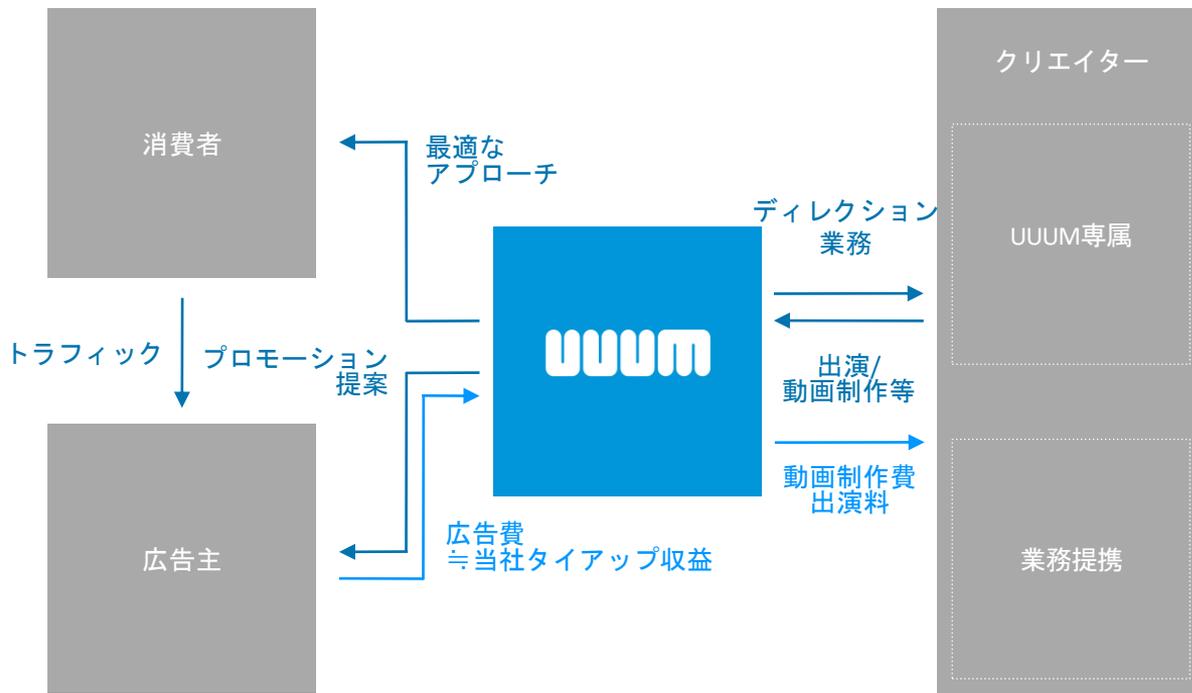
2. 参考資料



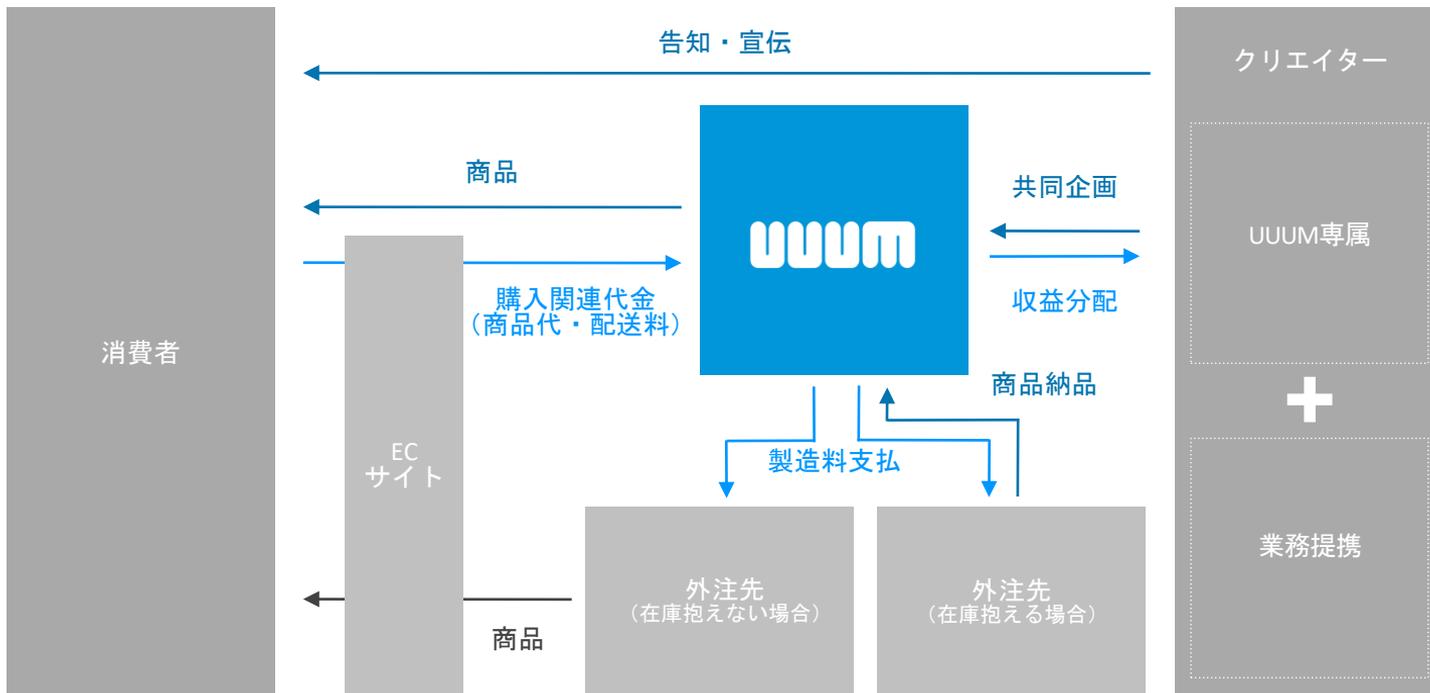


アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価

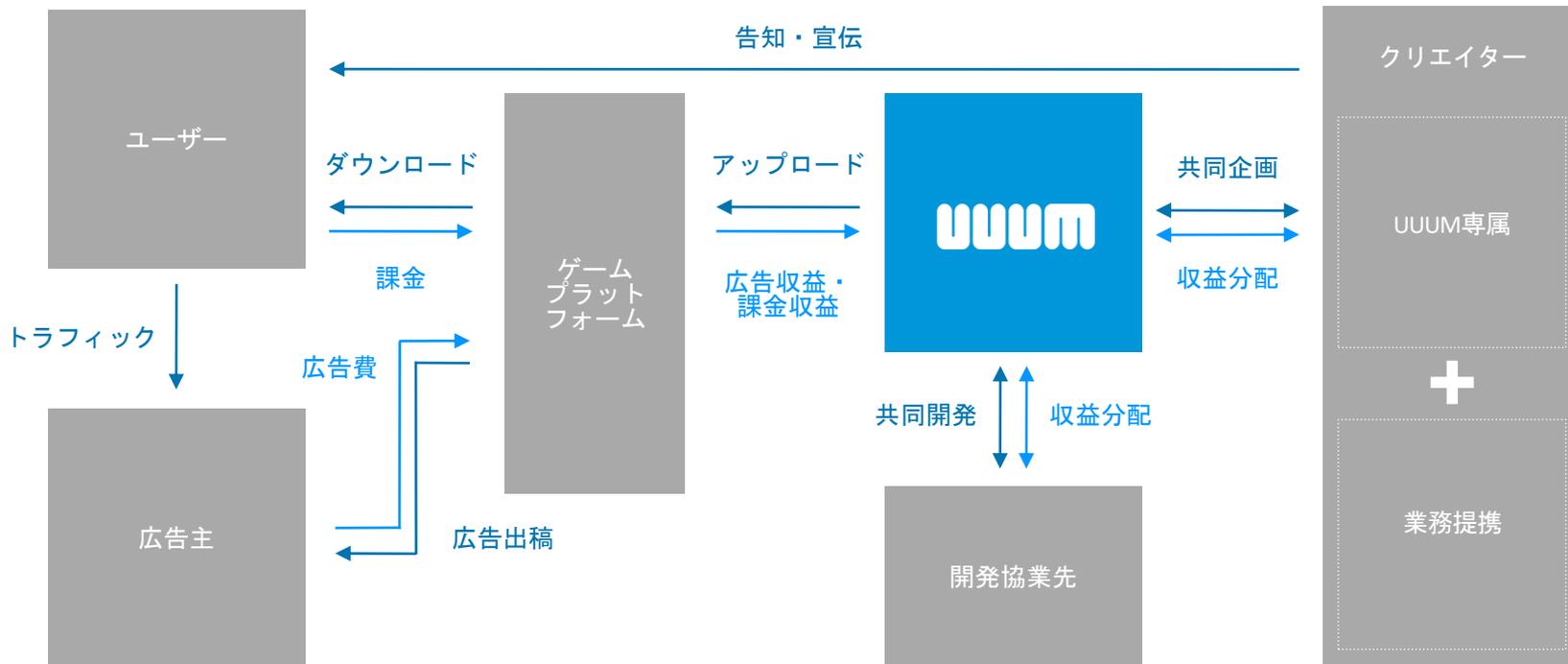
* ネットワーククリエイター等一部のクリエイターについてはアドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価×手数料率



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



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



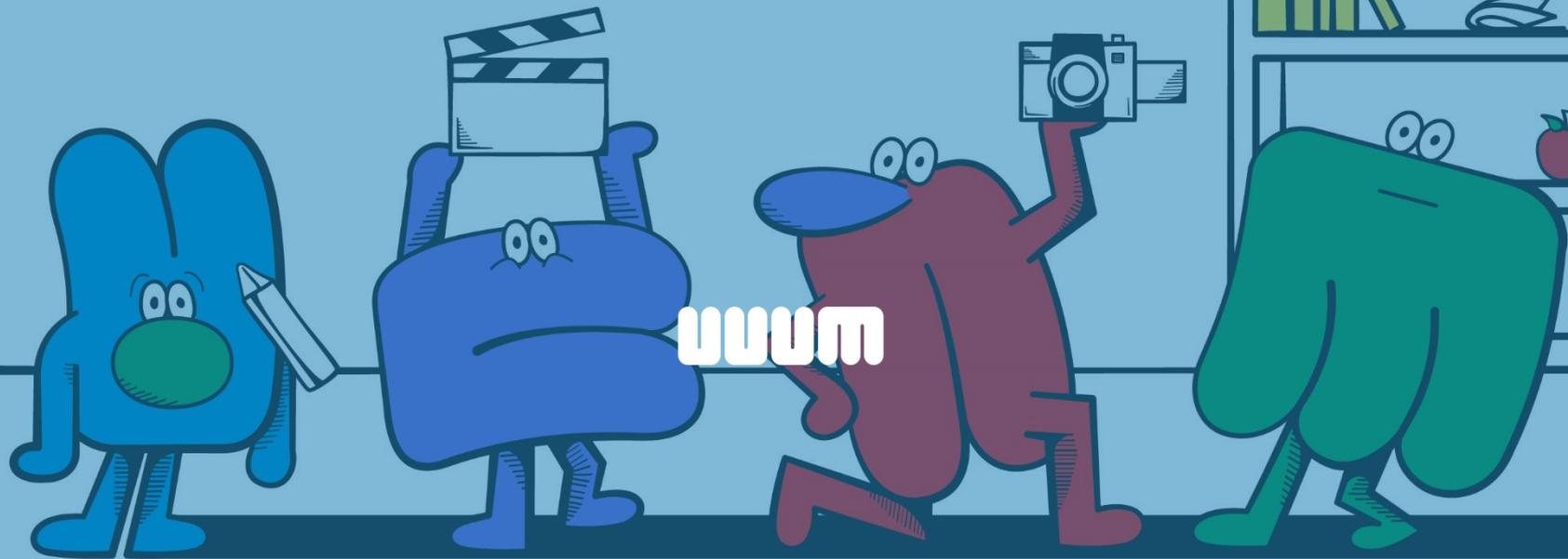
項目	主要なリスク	顕在化の可能性 ／時期	顕在化した 場合の影響度	リスク対応策
広告市場の動向	<ul style="list-style-type: none"> 景気の低迷等の理由による広告出稿の落ち込み 	中／中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> 広告市場におけるビジネス領域の拡大によるシェア拡大 広告市場に依存しないビジネスの拡大
新規事業開発について	<ul style="list-style-type: none"> 新規事業に関して、予測とは異なる状況が発生し、計画通りに進まない場合 	大／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> 自社の強みを活かした新規事業の選定 撤退ラインの明確化
特定のクリエイターへの依存	<ul style="list-style-type: none"> トップクリエイターの活動が休止・停止した場合 スキャンダルや炎上によりクリエイター活動に影響が生じた場合 	中／中長期	低～中	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターへのコンプライアンスの徹底 幅広いクリエイターとのビジネス拡大

注：その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照



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。



Expand the World with Great Zeal