

UUUM

2018年5月期通期 決算説明資料



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。

INDEX

1. 2018年5月期通期 決算概要
2. 2018年5月期総括
3. 業界環境と今後の戦略
4. 2019年5月期見通し

2018年5月期通期 決算概要

UUUM



2018年5月期通期 業績ハイライト

(百万円)	18/5期 通期 実績	前年 同期比	18/5期 計画 (18年4月時点)	計画比	17/5期 通期 実績
売上高	11,736	168%	11,000	107%	6,983
粗利益	3,405	178%	3,200	106%	1,911
販管費	2,688	173%	2,600	103%	1,553
営業利益	717	200%	600	119%	358
(営業利益率)	(6.1%)		(5.5%)		(5.1%)
当期利益	406	158%	345	118%	258

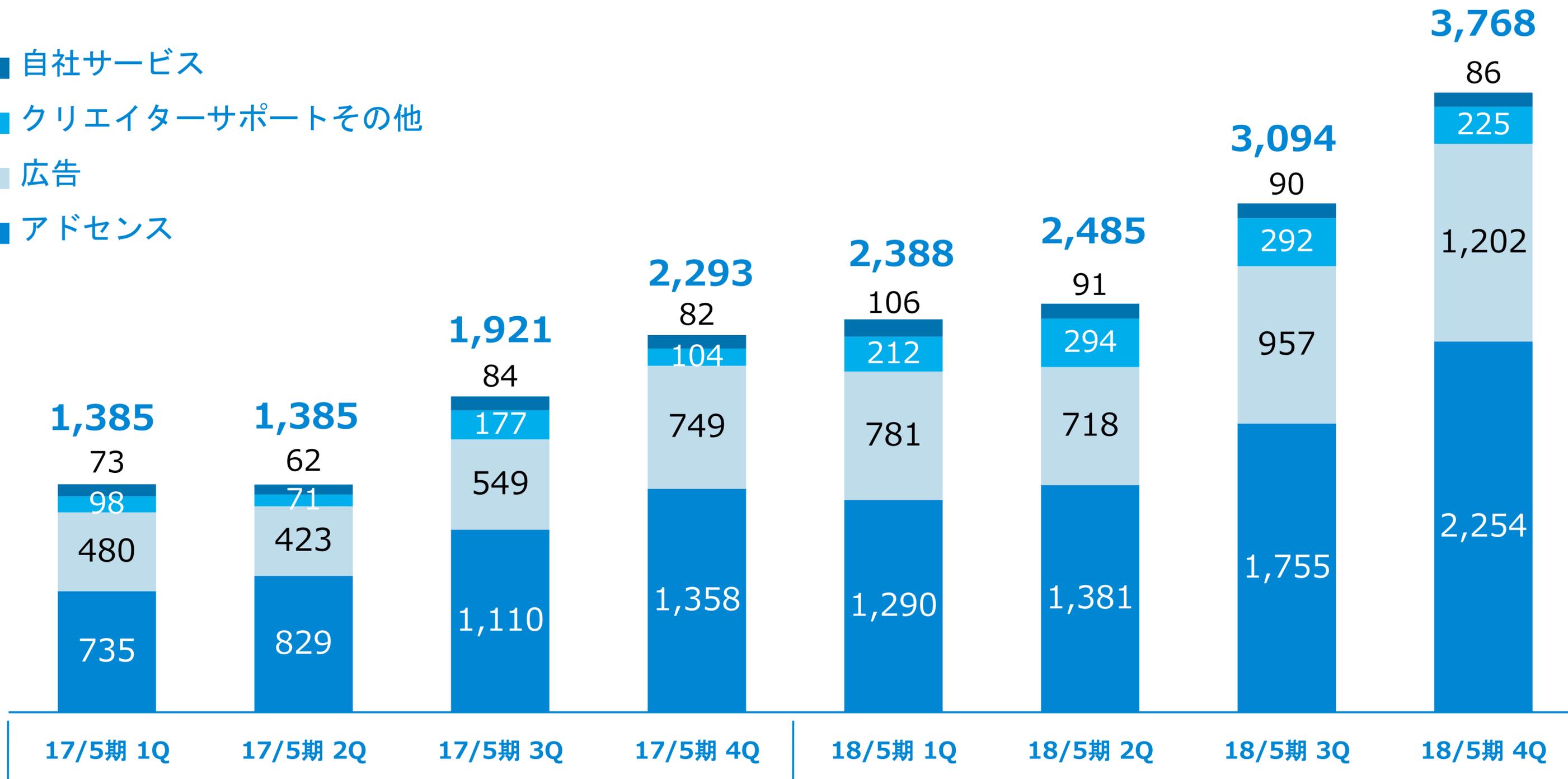
2018年5月期4Q業績ハイライト

(百万円)	18/5期 4Q (2018年3月-2018年5月)	17/5期 4Q (2017年3月-2017年5月)	前年同期比
売上高	3,768	2,293	164%
粗利益	1,069	617	173%
販管費	812	673	121%
営業利益	257	-57	NA
当期利益	149	-44	NA

4Q売上は全事業で増収を達成し、前年比164%の増収。

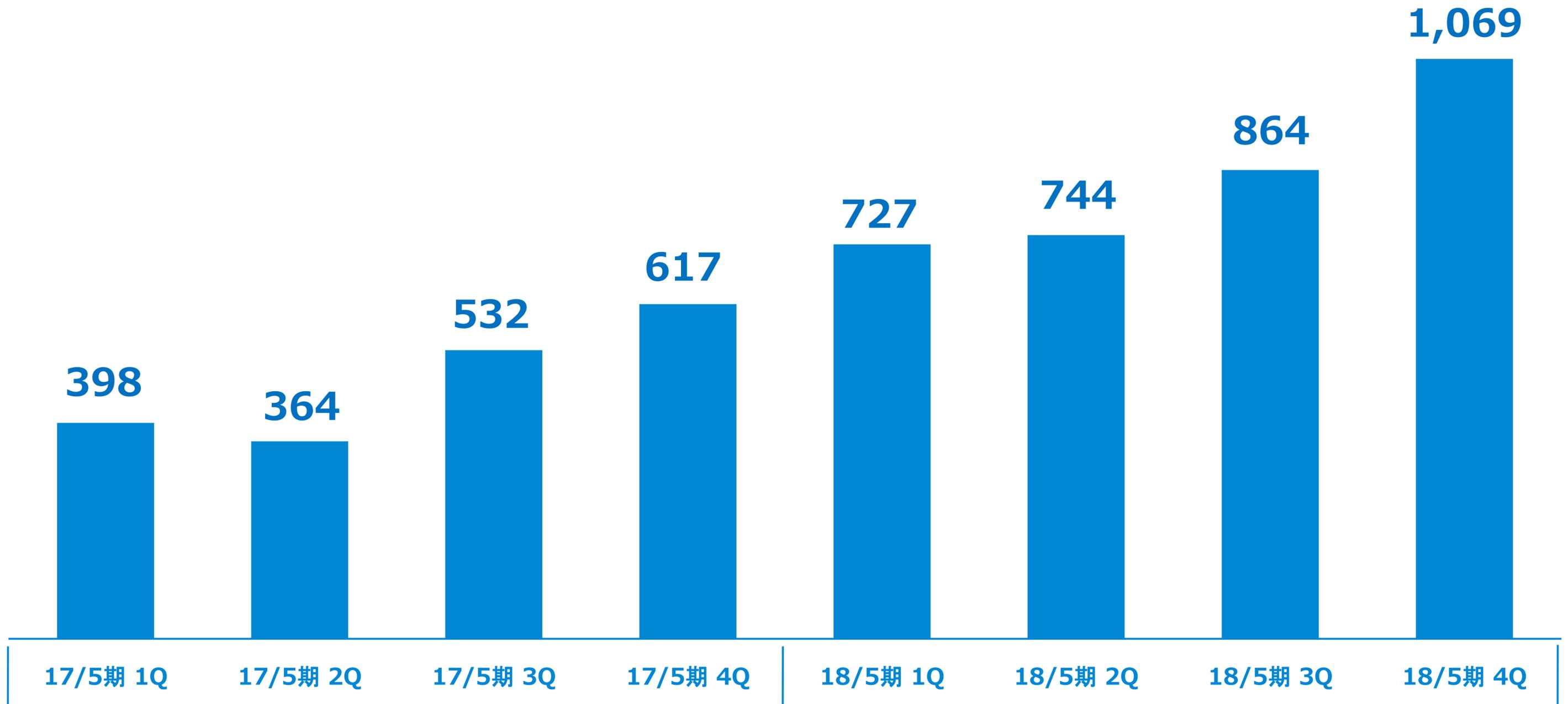
(単位：百万円)

- 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



4Q粗利益は売上増に伴って増加し、前年比173%の増益を達成

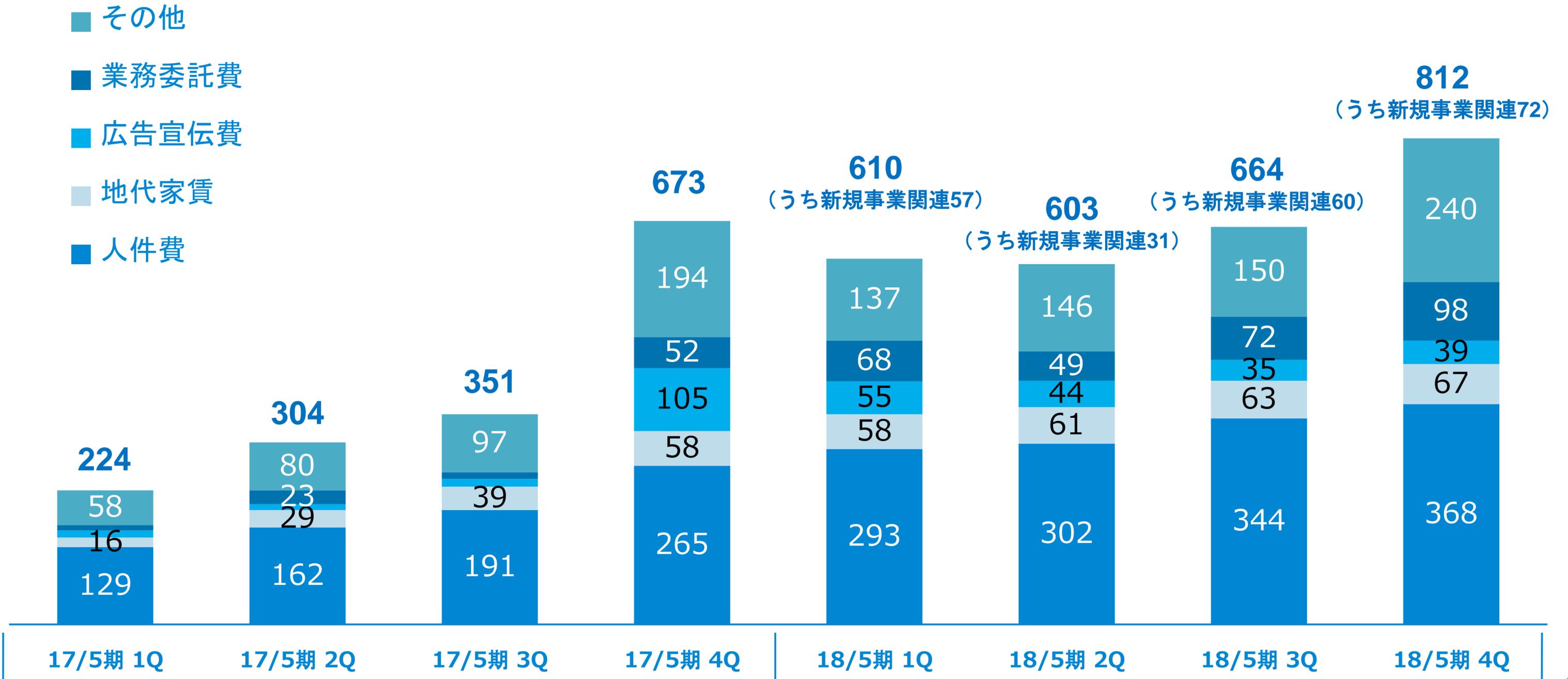
(単位：百万円)



販管費（四半期）推移

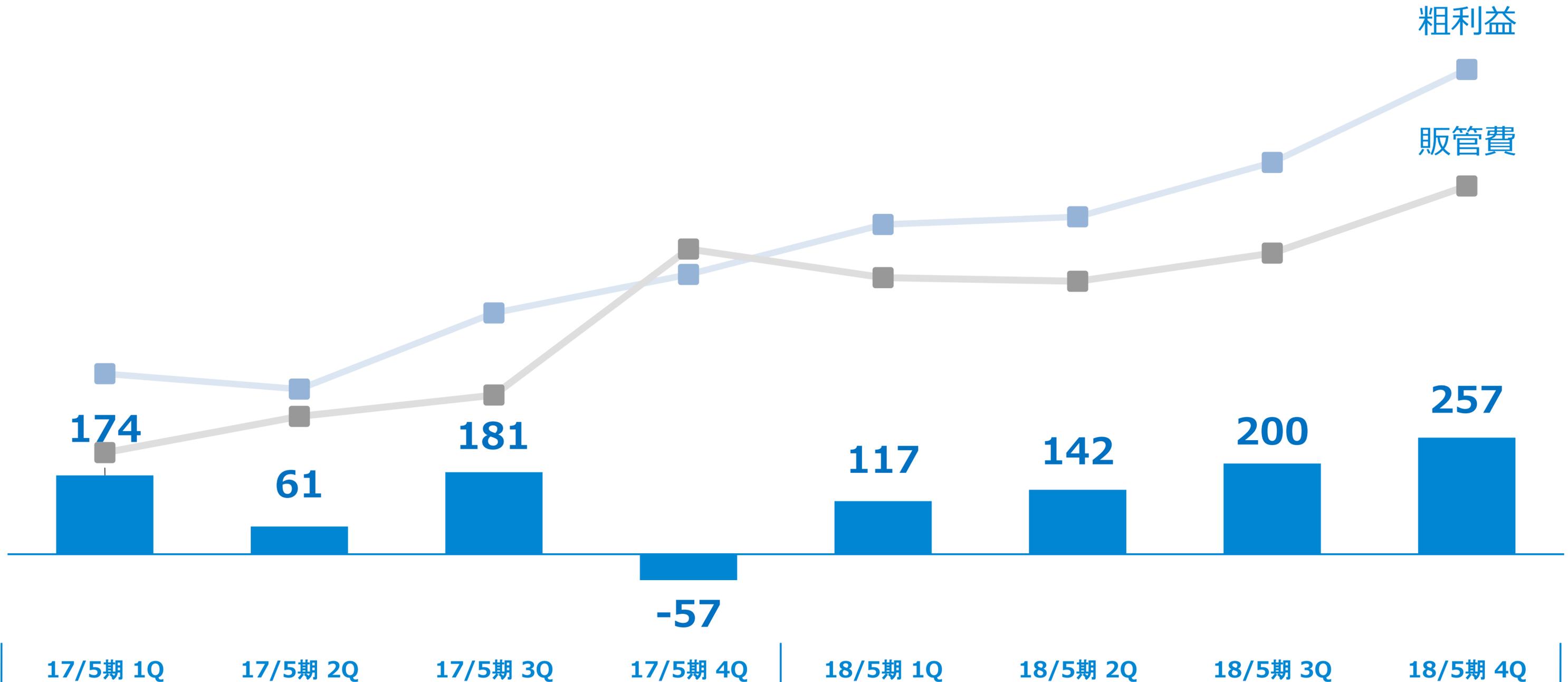
4Q販管費は社員増加に伴う人件費、新規事業関連費用が増加

(単位：百万円)



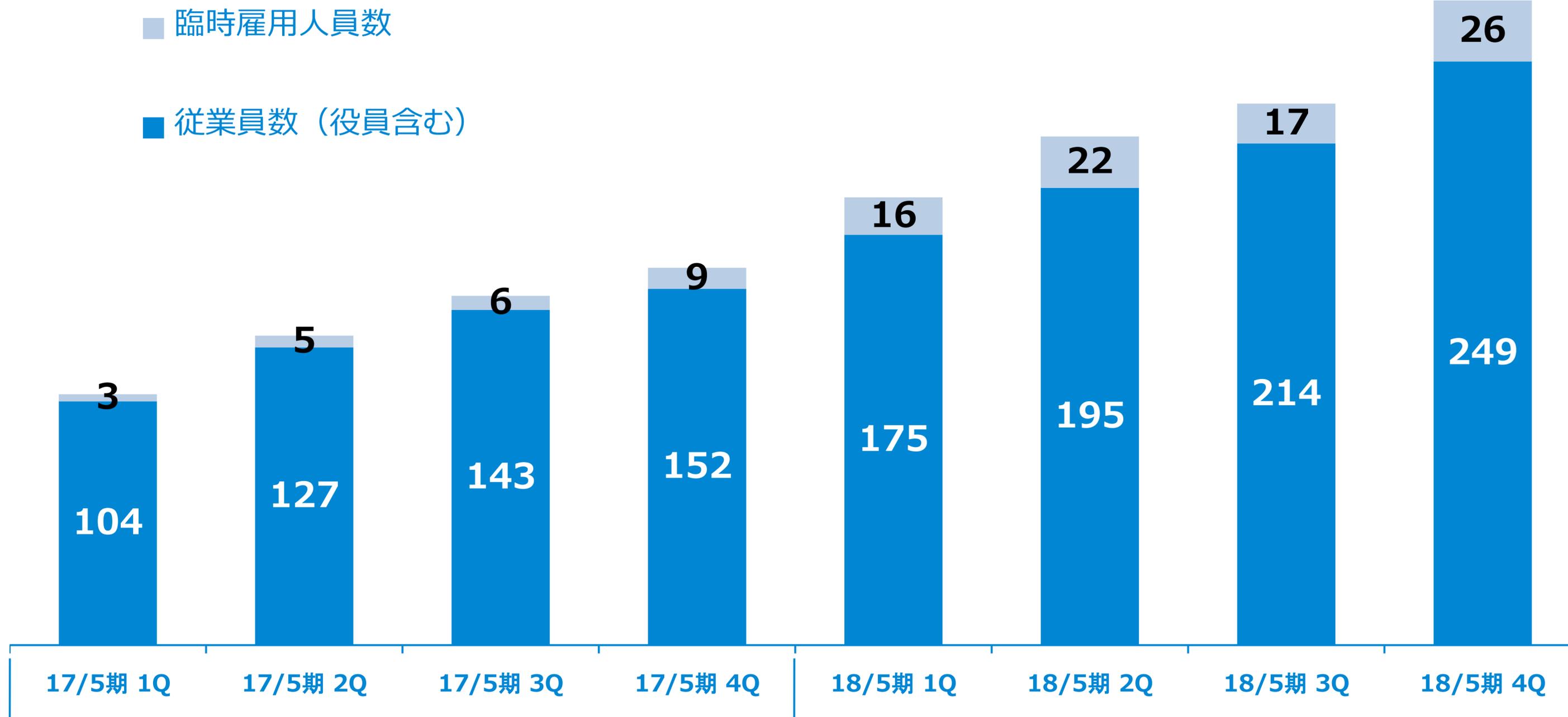
4Q営業利益は前年から黒字転換し、257百万円

(単位：百万円)

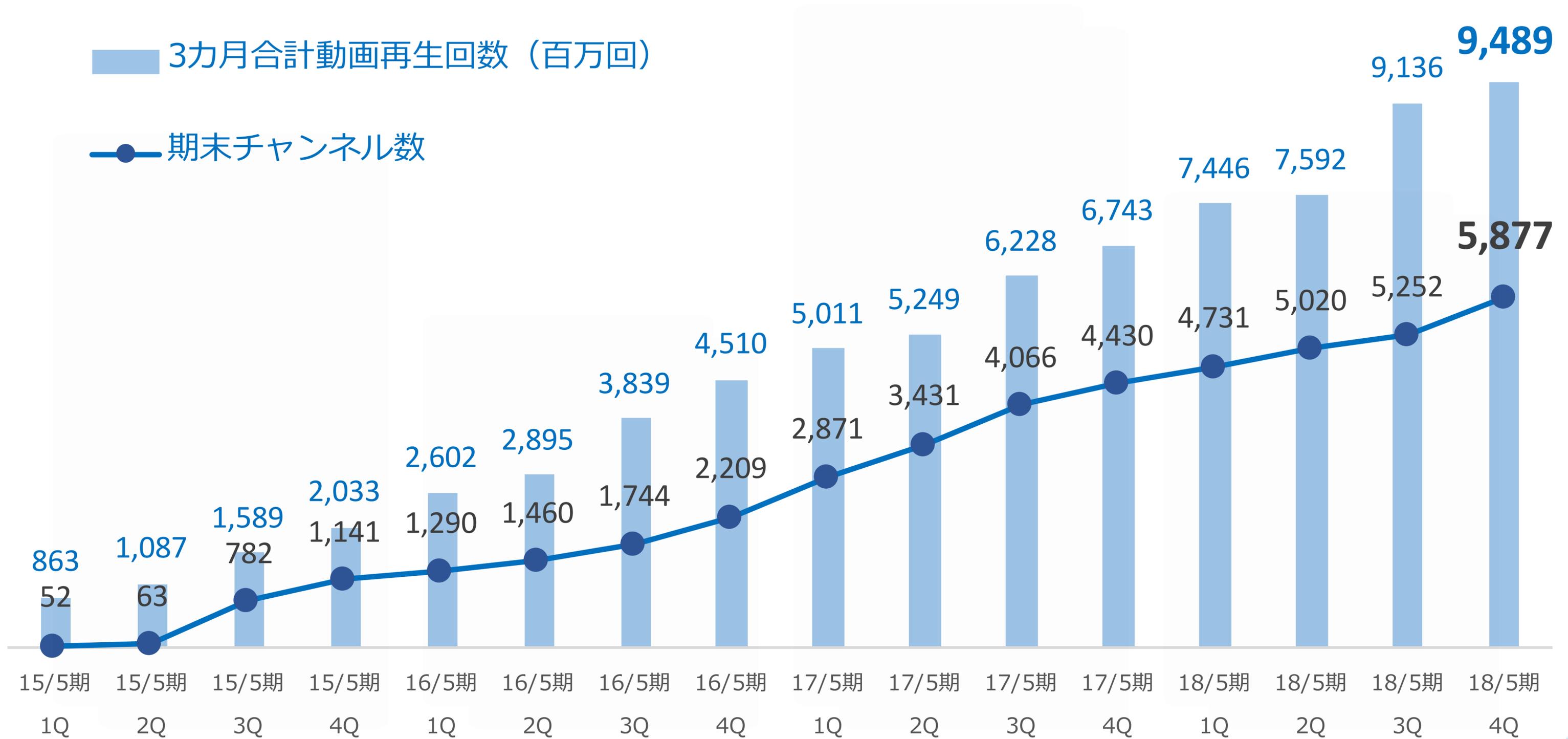


四半期末の従業員数、臨時雇用人員数推移

(単位：人)



期末所属チャンネル数および3か月合計動画再生回数推移



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

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)	6,439,222
2	 HikakinTV	6,173,426
3	 キッズライン♡Kids Line	5,105,272
4	 Fischer's-フィッシャーズ-	4,653,780
5	 Yuka Kinoshita木下ゆうか	4,421,529
6	 avexnetwork	3,998,923
7	 HikakinGames	3,583,334
8	 東海オンエア	3,196,158
9	 SeikinTV	3,132,020
10	 水溜りボンド	3,049,729

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
13	すしらーめん《りく》	2,497,745
19	桐崎栄二	2,230,649
22	はじめしゃちょー2 (hajime)	2,122,855
25	HIKAKIN	2,068,020
27	ポッキー / PockySweets	1,988,351
28	Fischer's-セカンダリ-	1,959,341
32	おるたなChannel	1,854,437
40	東海オンエアの控え室	1,538,070
45	KazuChannel	1,449,823
46	瀬戸弘司 / Koji Seto	1,449,476
47	PDSKabushikiGaisha	1,419,297
54	TOMIKKU NET	1,353,142
56	ボンボンTV	1,318,208
58	KazuGames	1,280,823
67	SeikinGames	1,165,138
72	SekineRisa	1,108,328
73	水溜りボンドの日常	1,106,320
75	70cleam	1,102,169
76	カリスマブラザーズ	1,093,712
78	MasuoTV	1,068,703
80	恭チャンネル	1,044,138
81	レオンチャンネル	1,036,807
86	ぐっちの部屋(ミラクルぐっち)	1,020,748
87	アバンティーズ	999,009
90	釣りよかでしょう。	947,189
91	さあや saaya	946,034
97	HIMAWARIちゃんねる	897,005

37/100

出所：YouTubeランキング2018年6月時点のデータをUUUMにて編集

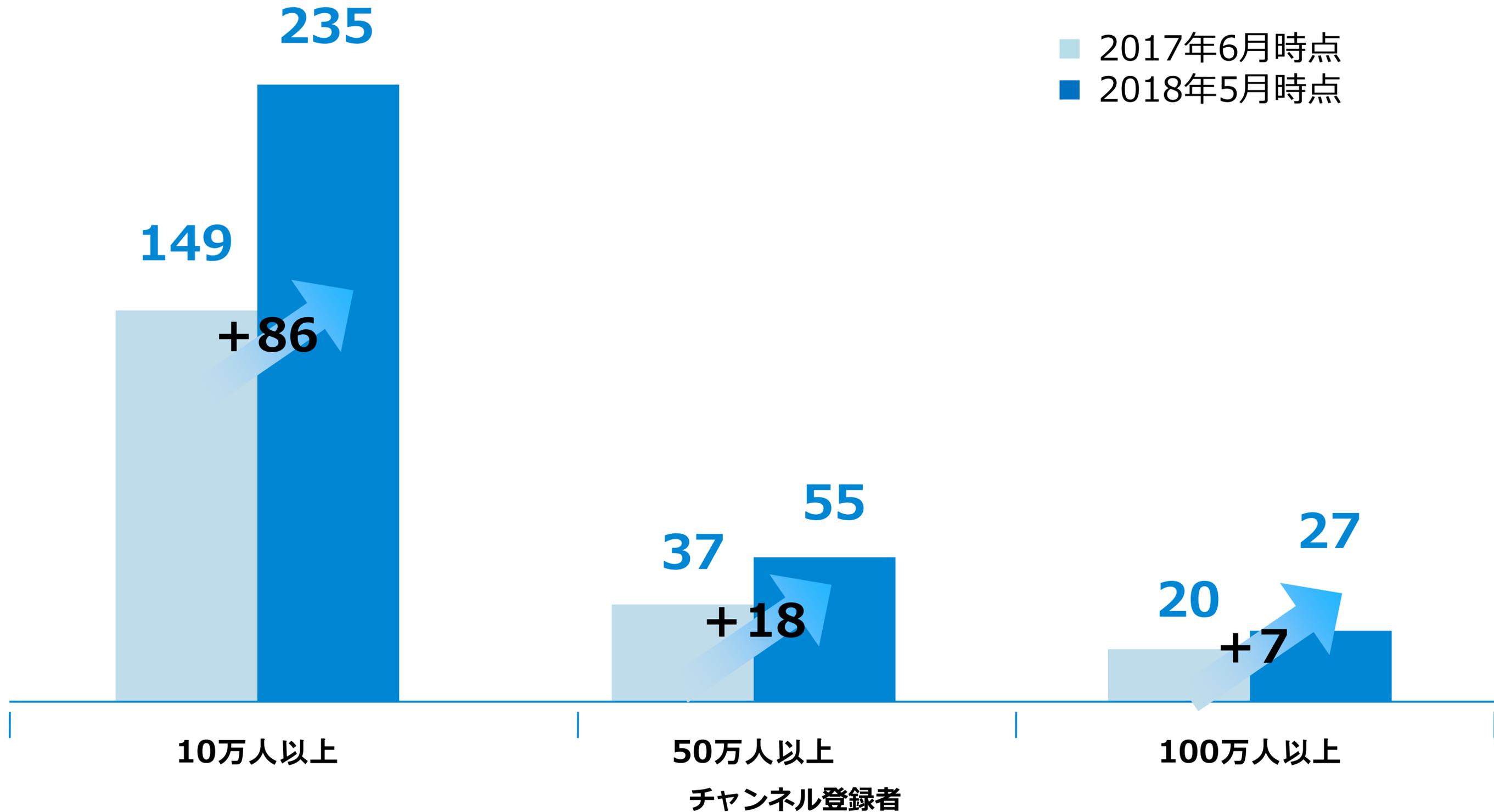
Copyright © UUUM Co.,Ltd.All rights reserved.

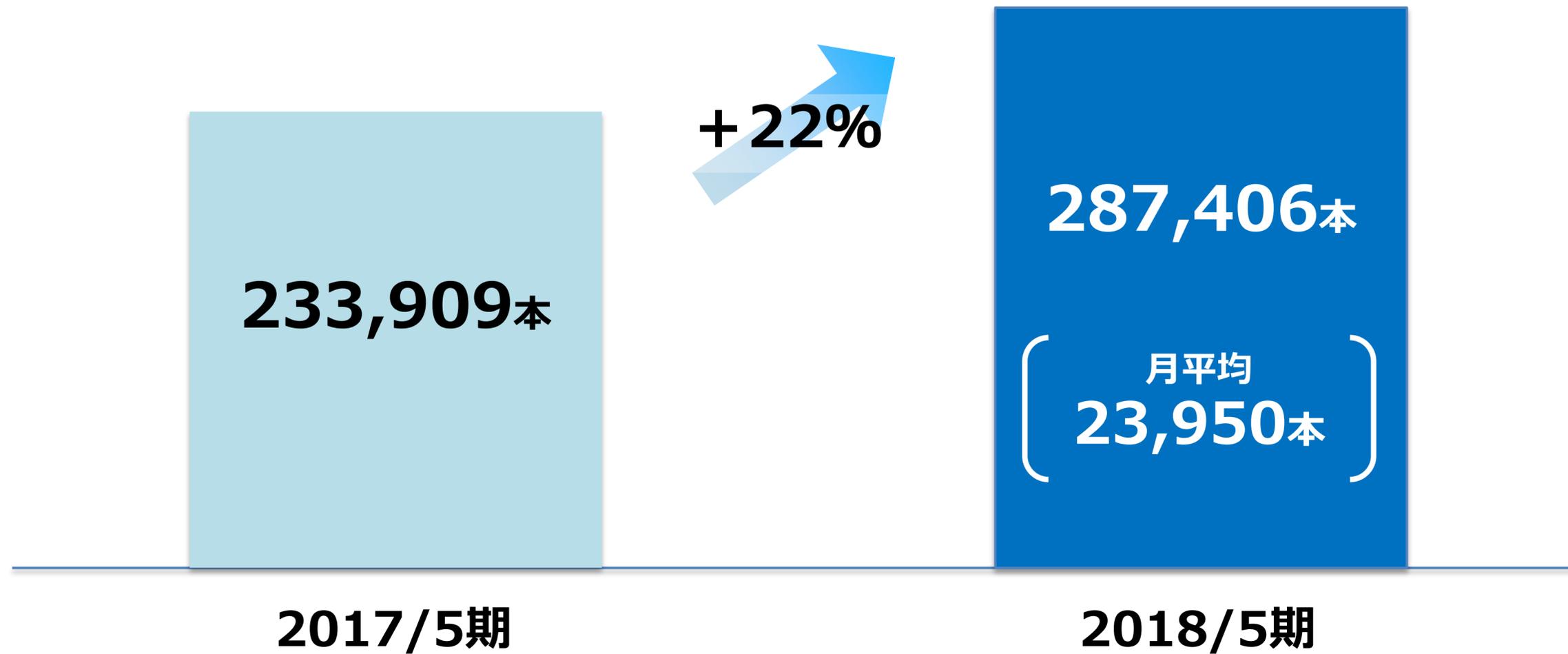
2018年5月期総括

UUUM

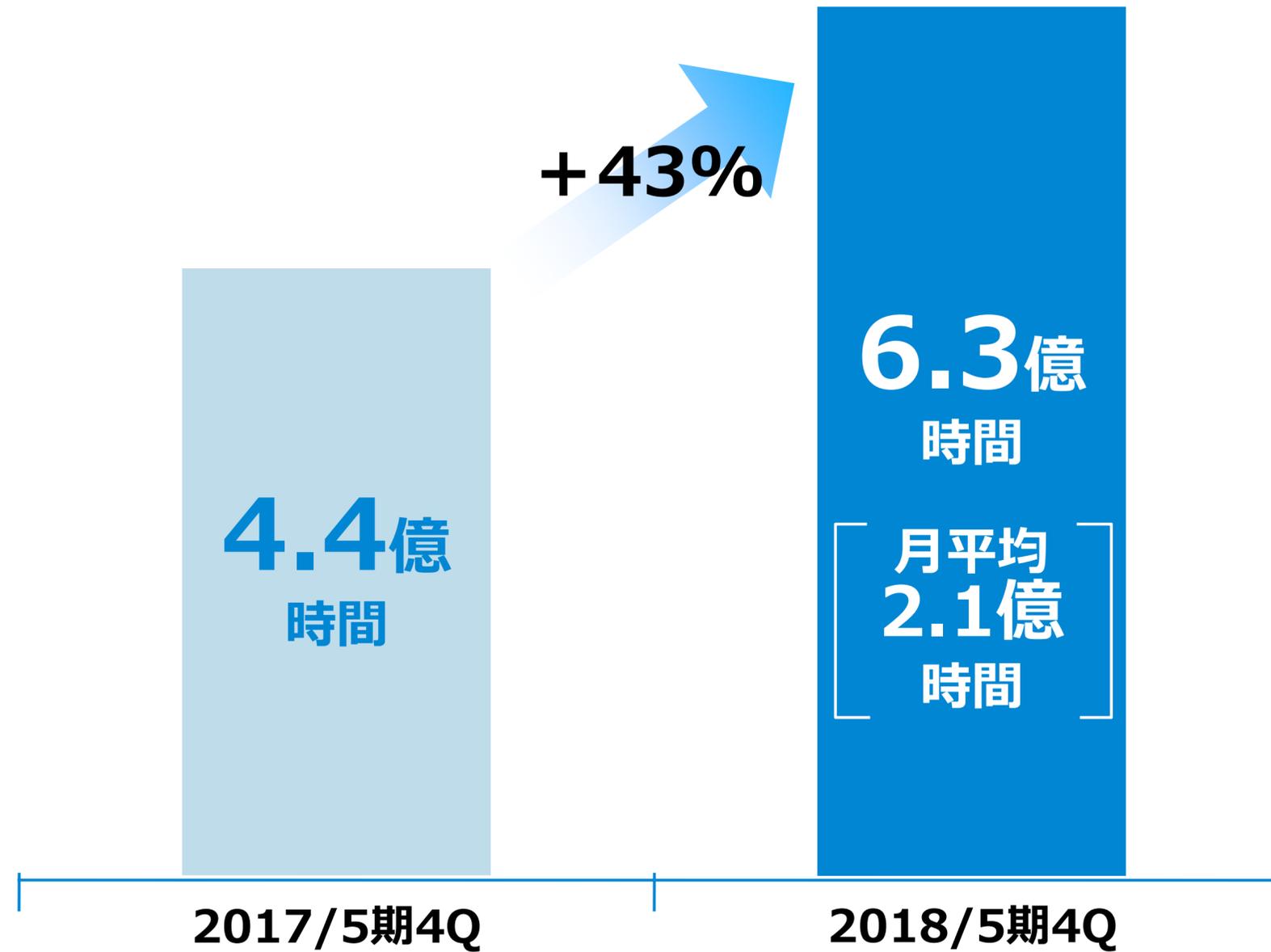


チャンネル登録者数別の所属クリエイターの数



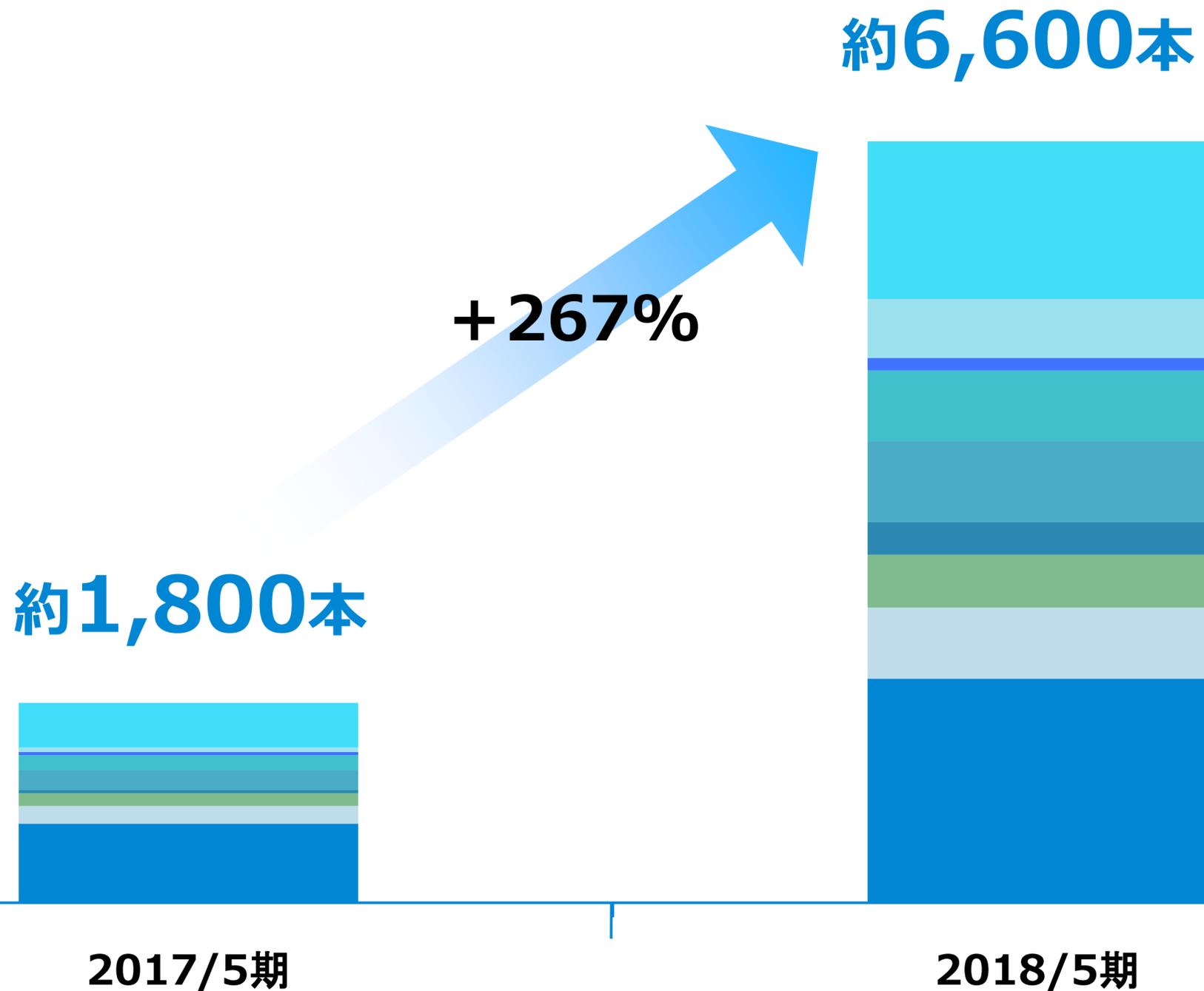


動画視聴時間（3カ月合計）



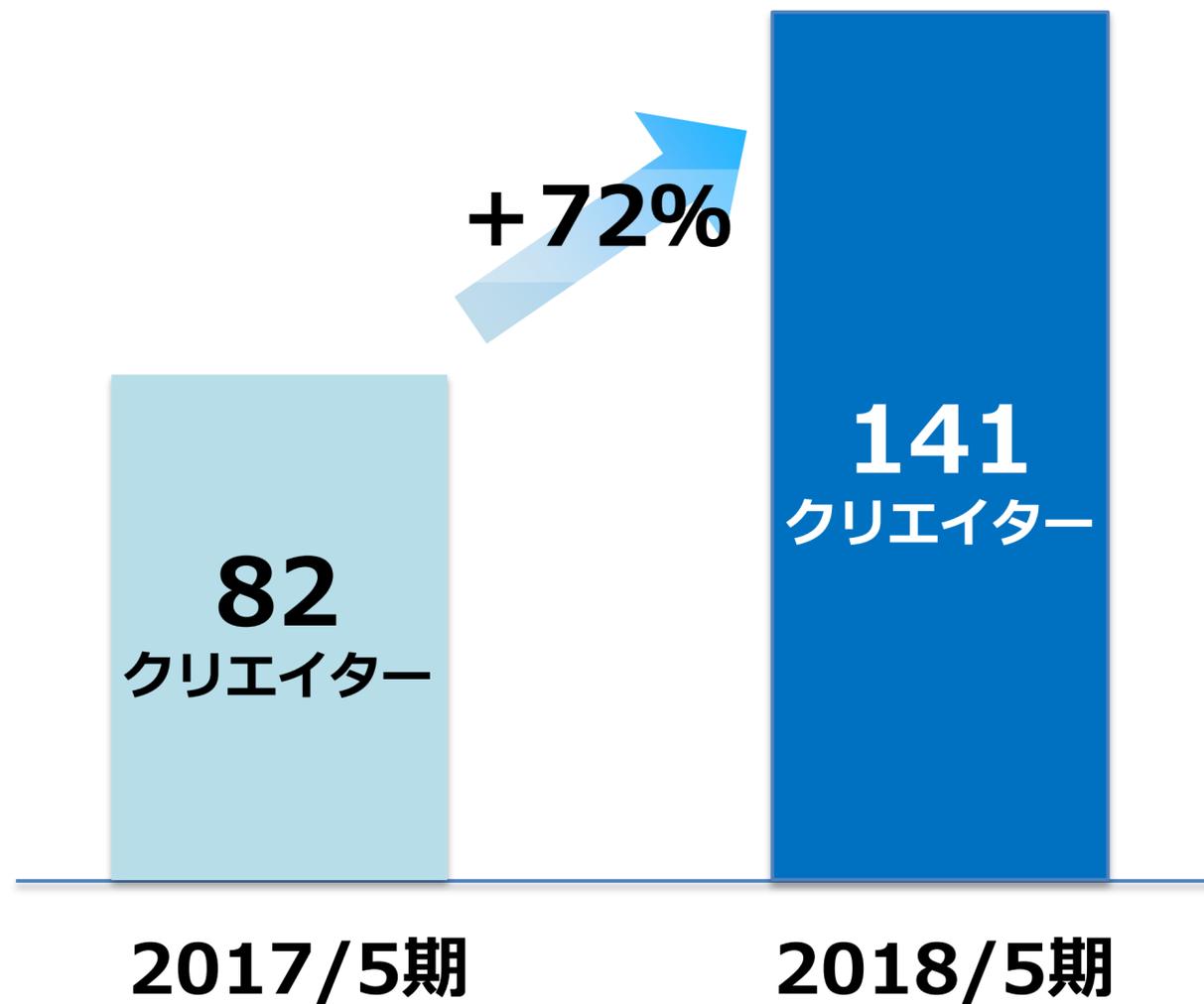
「ゲーム&アプリ」、「化粧品」、「食品」中心に全ジャンルが大幅増加

- その他
- ファッション
- 家庭用品
- 食品・飲料
- 薬品・化粧品
- その他エンタメ
- 玩具
- アプリ・IT
- ゲーム

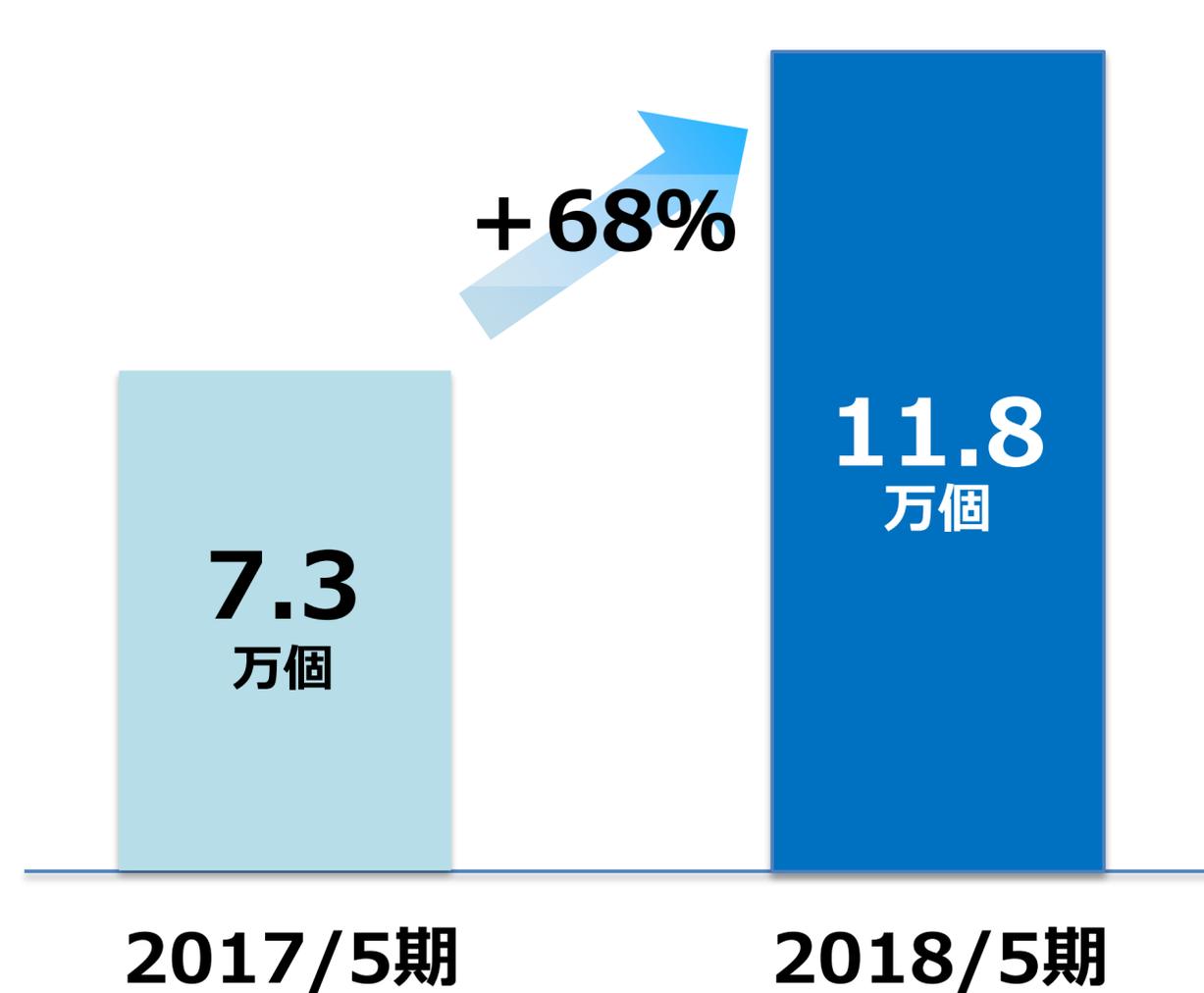


グッズ販売クリエイター数、販売個数の推移

グッズ販売クリエイター数

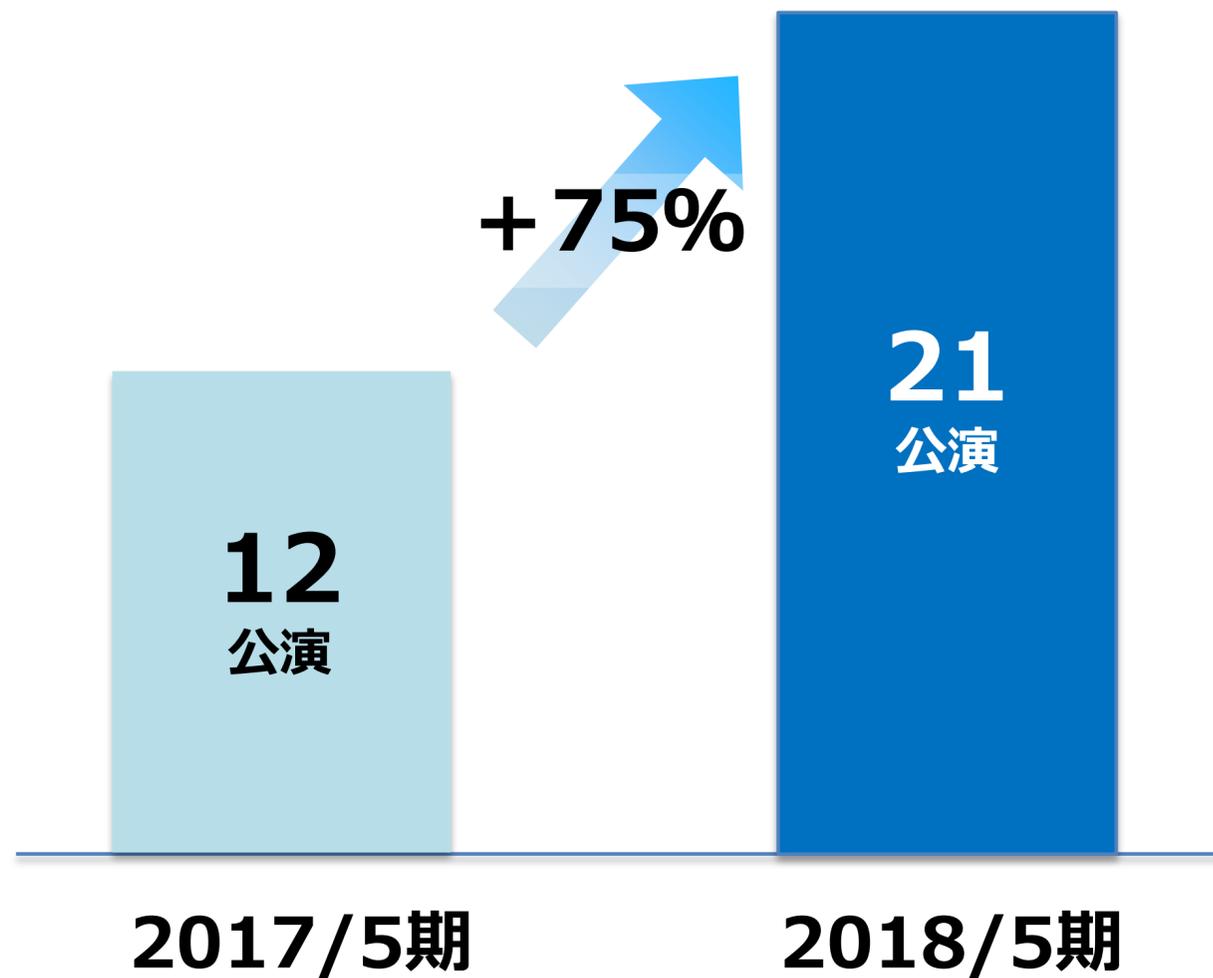


グッズ販売個数

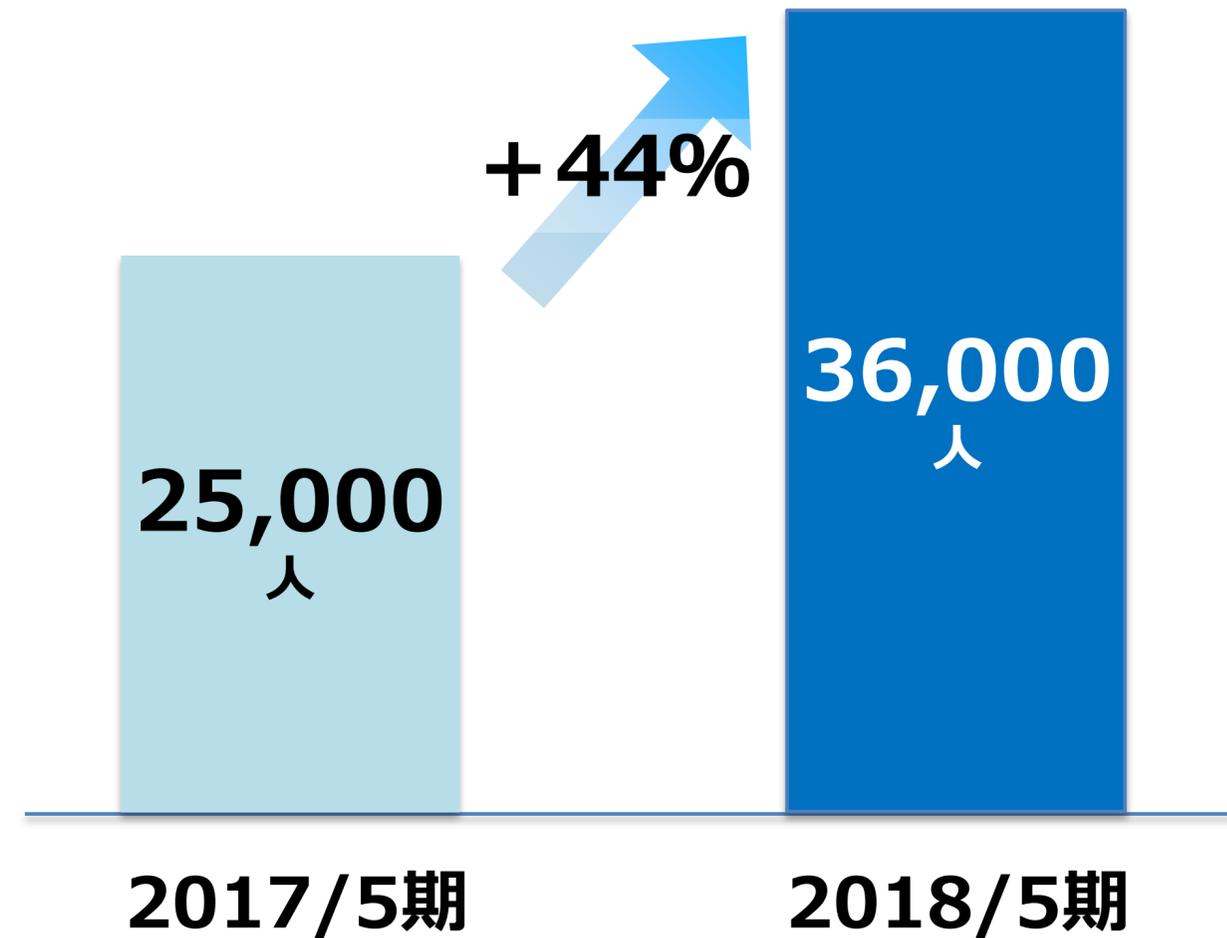


イベントの開催数と観客動員数の推移

イベント開催数



観客動員数

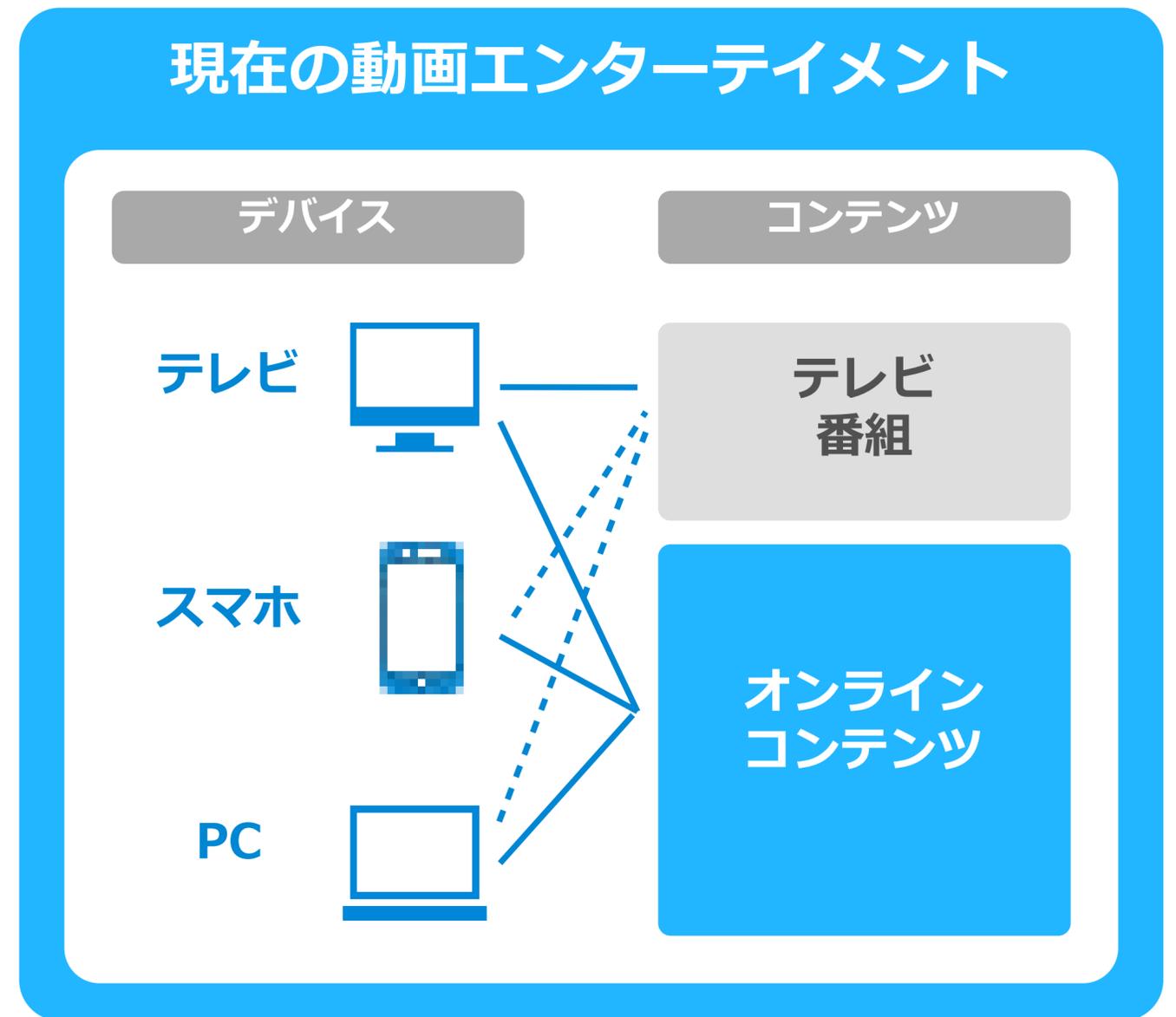
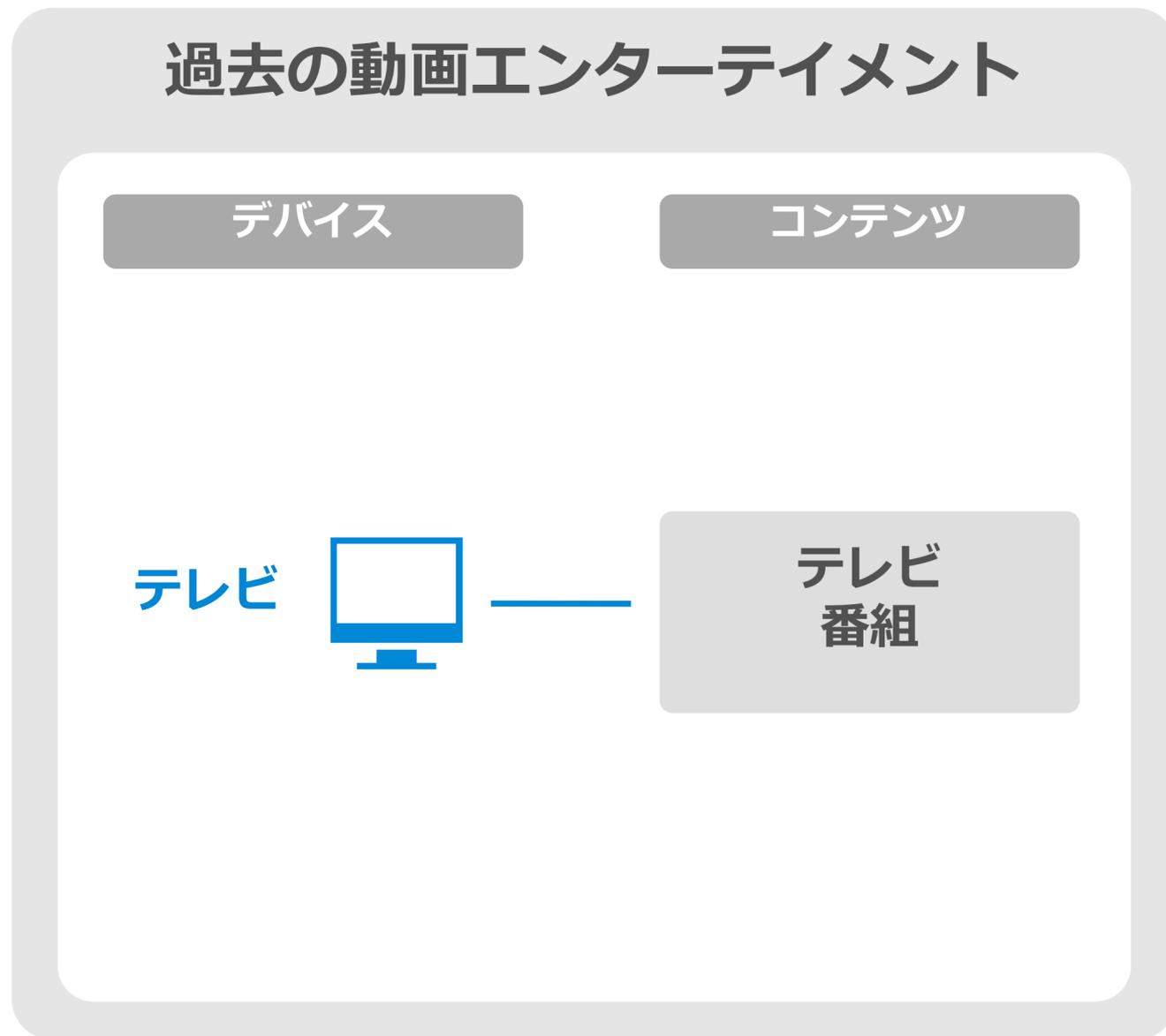


業界環境と今後の戦略

UUUM

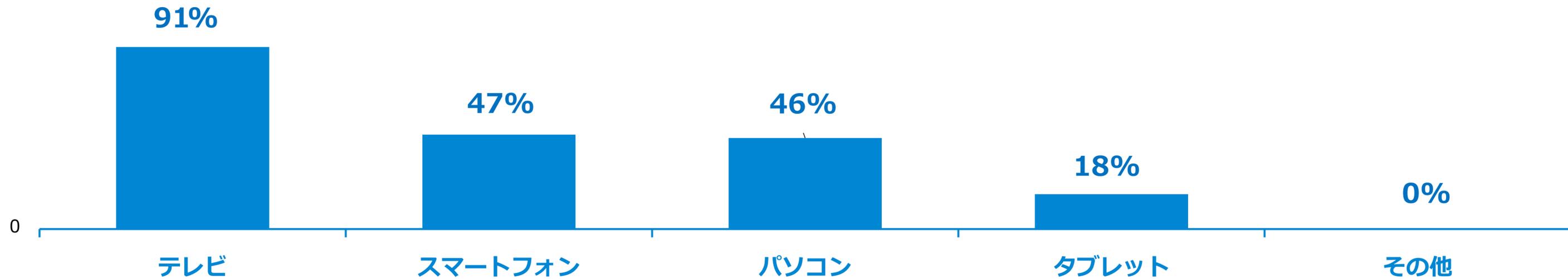


テレビ番組1強から、インターネットの普及やスマホの普及により オンラインコンテンツがデバイスを超えて広がった



現在の動画視聴時のデバイスおよびコンテンツの状況

動画視聴時に使用するデバイス

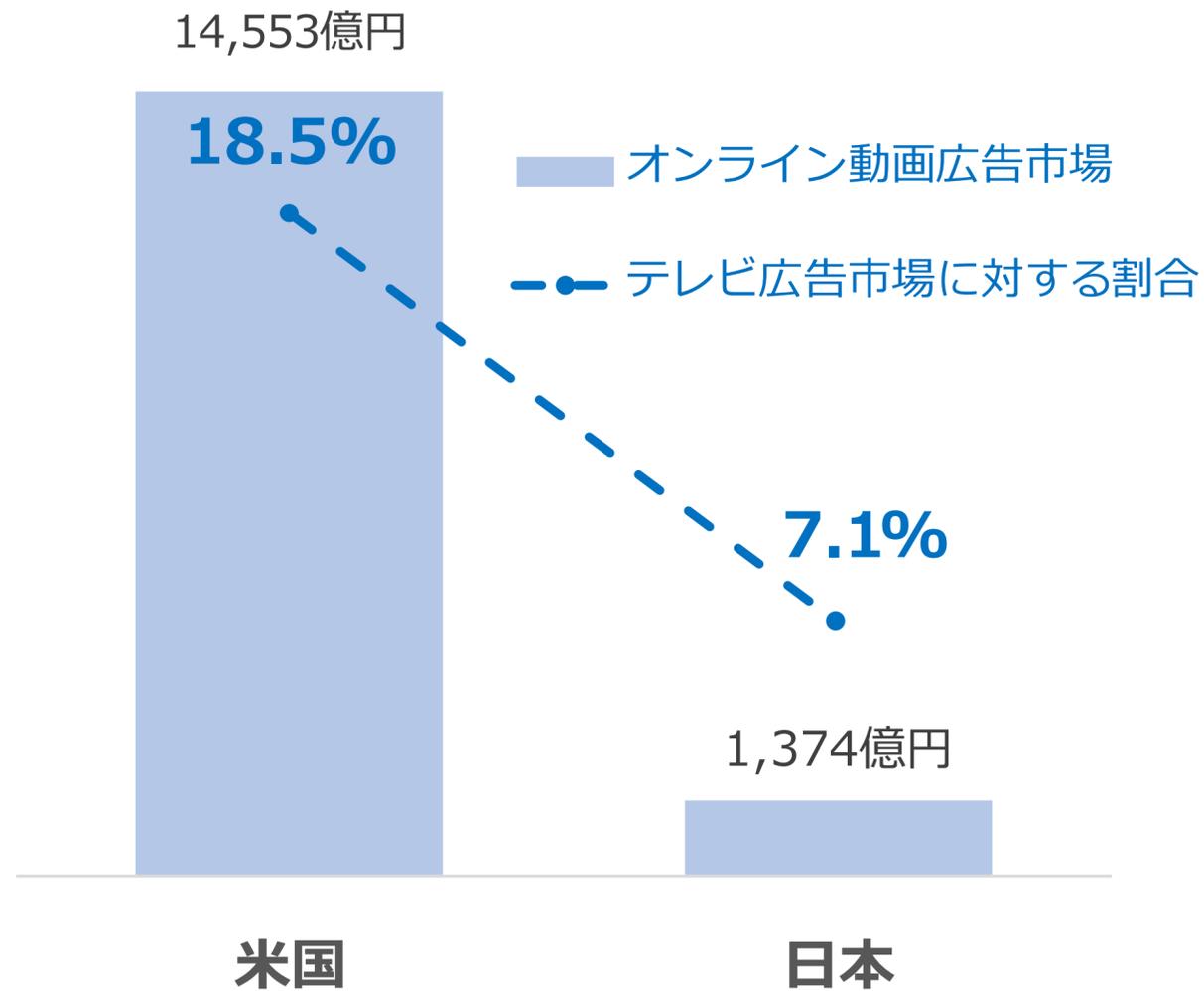


普段視聴する動画コンテンツサービス

	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%

テレビとオンライン動画の広告市場の違い

日本と米国の広告市場比較



国内の動画広告市場と当社収益の推移



日本の動画広告の市場規模はテレビ広告市場の7%に過ぎず、まだまだテレビ広告の市場とは大きく乖離しています。動画広告市場の成長をとらえ、当社収益も拡大しています。



動画クリエイター



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

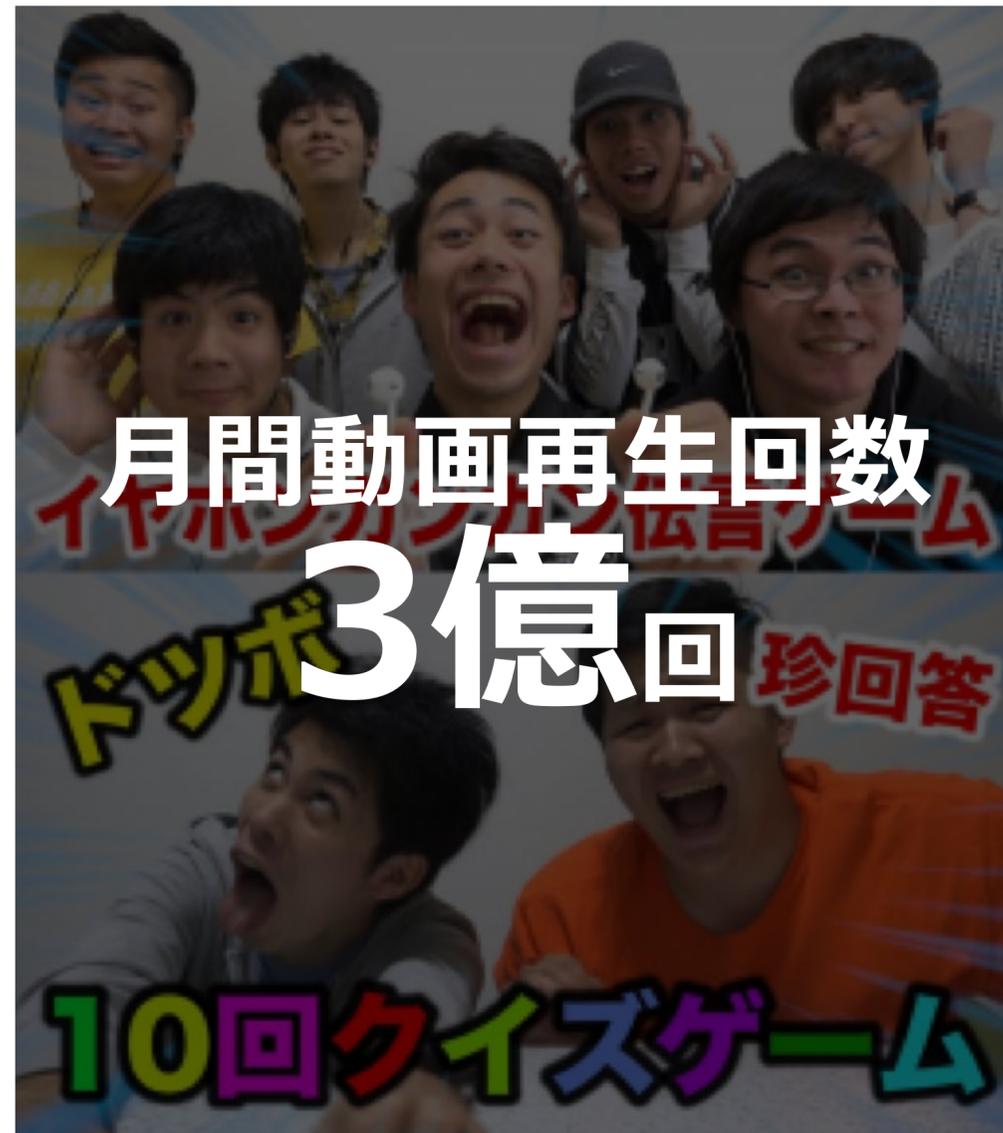
ファン
増加

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)

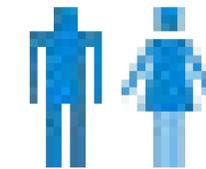


事業規模は
テレビの露出
に比例



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

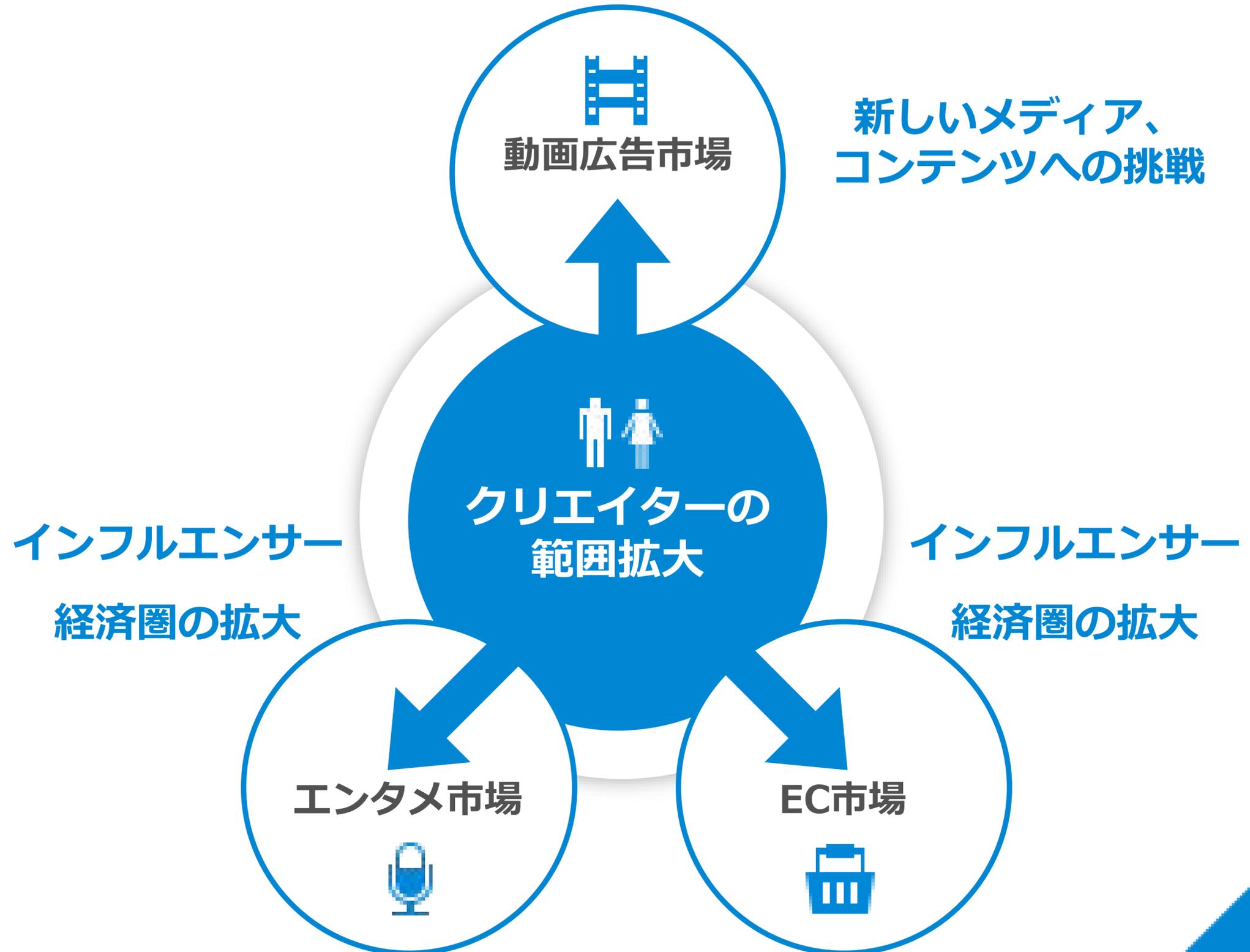


テレビは引き続き露出先として重要だが、
必ずしもテレビで露出をしなくてもエンタメで成功できる

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

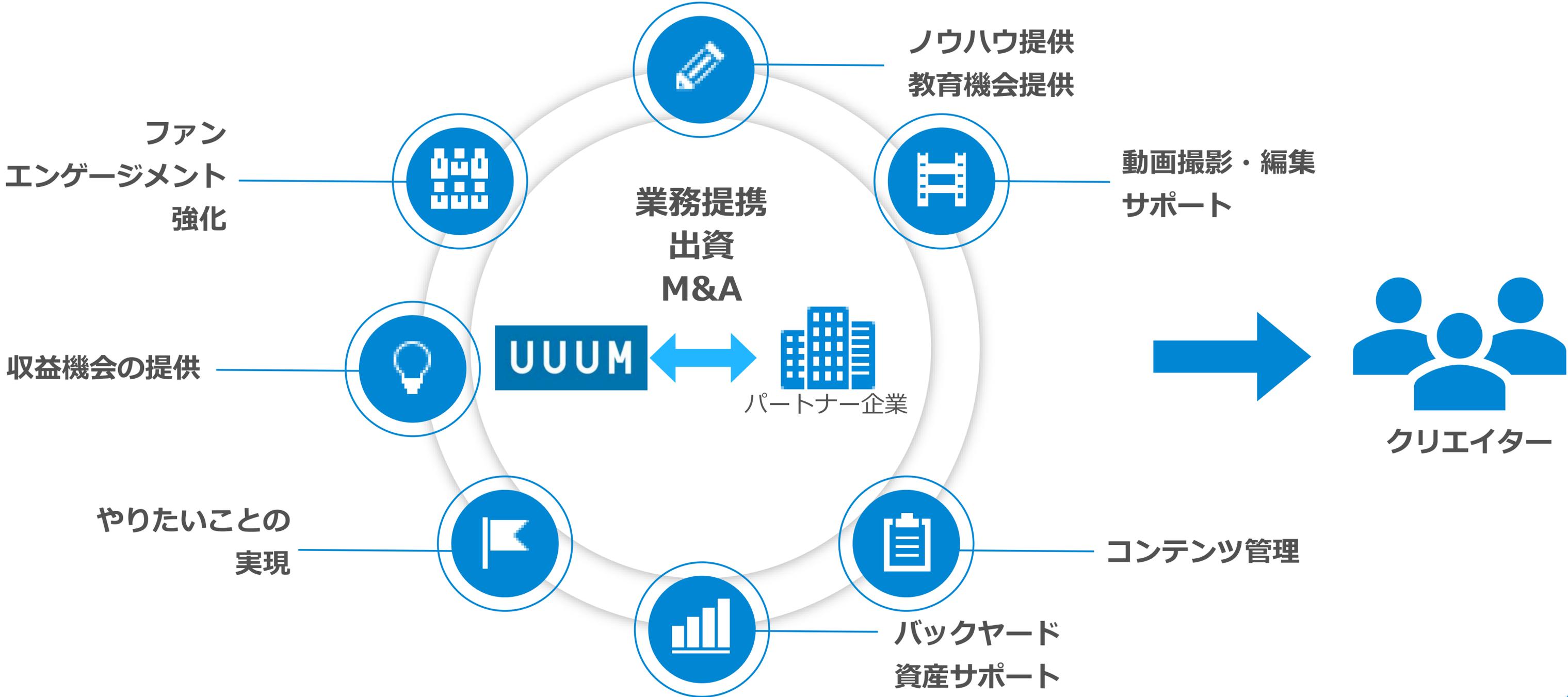
動画広告からエンタメ、ECなど、**インフルエンサー経済圏**を拡大

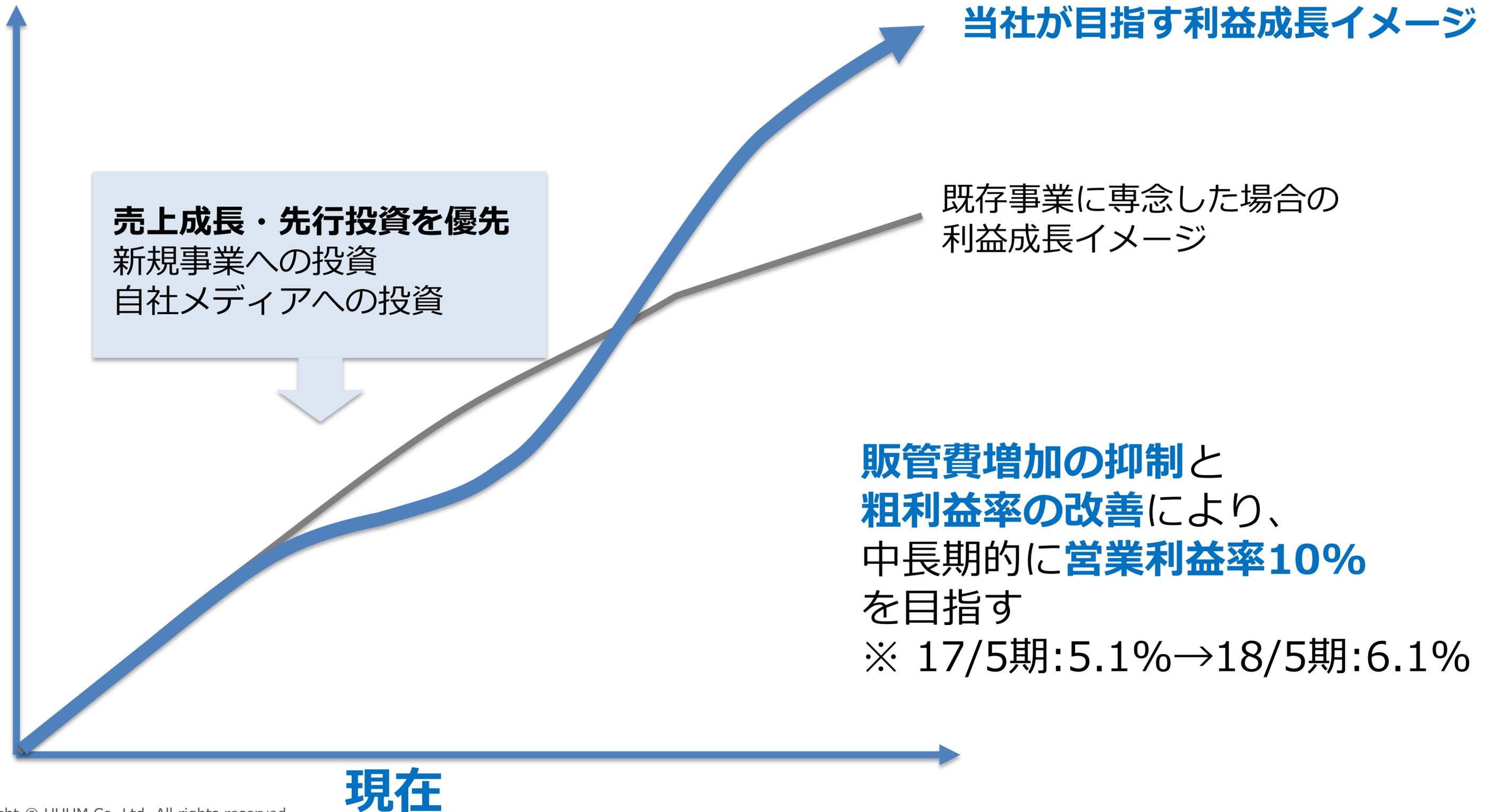
新しいメディア、新しいコンテンツへの挑戦



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



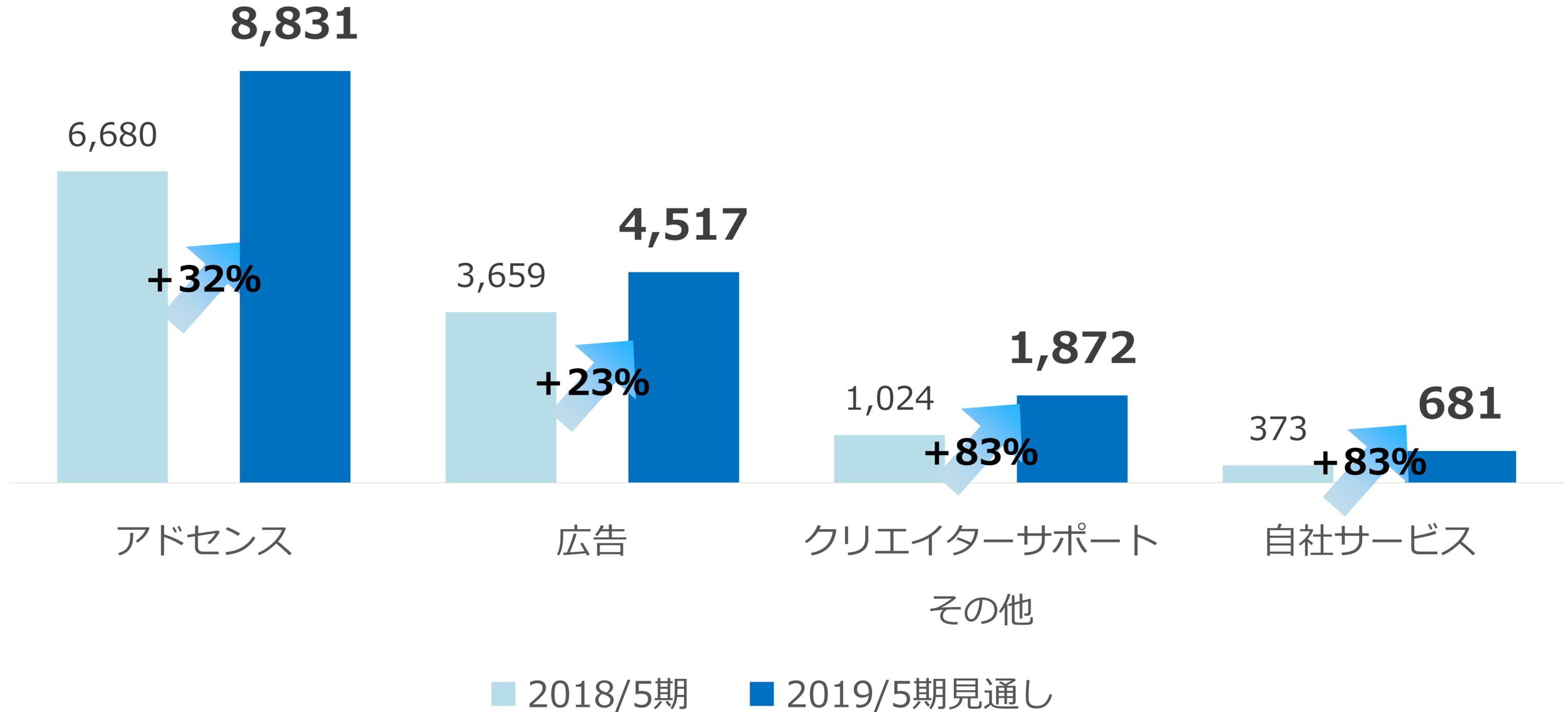


2019年5月期見通し

UUUM



(百万円)	19/5期 通期計画	18/5期 通期実績	前年同期比
売上高	15,900	11,736	135%
粗利益	4,544	3,405	133%
販管費	3,694	2,688	137%
営業利益	850	717	119%
当期利益	524	406	129%



(百万円)	19/5期 通期計画	18/5期 通期実績	前年同期比
販管費	3,695	2,688	137%
(うち人件費)	1,980	1,336	148%
(うち新規事業関連)	241	221	109%
新規事業関連を除く 販管費	3,454	2,467	140%



“もっとアソビナカマを”

当社は、常に前を向いてスピード感をもってユーザー、クリエイター、クライアント、スタッフ全員で一緒に楽しめる「新しい体験」を創造し続けることで、社会に「新しい価値」を提供してきました。

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。



UUUM

(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	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