



UUUM

- **1Qはコロナウイルスの感染拡大に伴う国内広告市況の低迷により、前年1Qと比較して減収減益に**
- **足元では広告市況は回復しつつあり、売上は1Qを底に今後は回復する見通し**
- **クリエイターのサポート強化に向けた戦略投資をスタート**
- **「Follow me」の事業買収を行い、著名人のネット進出に向けたソリューションを拡充**

21/5期 1Q決算概要

UUUM

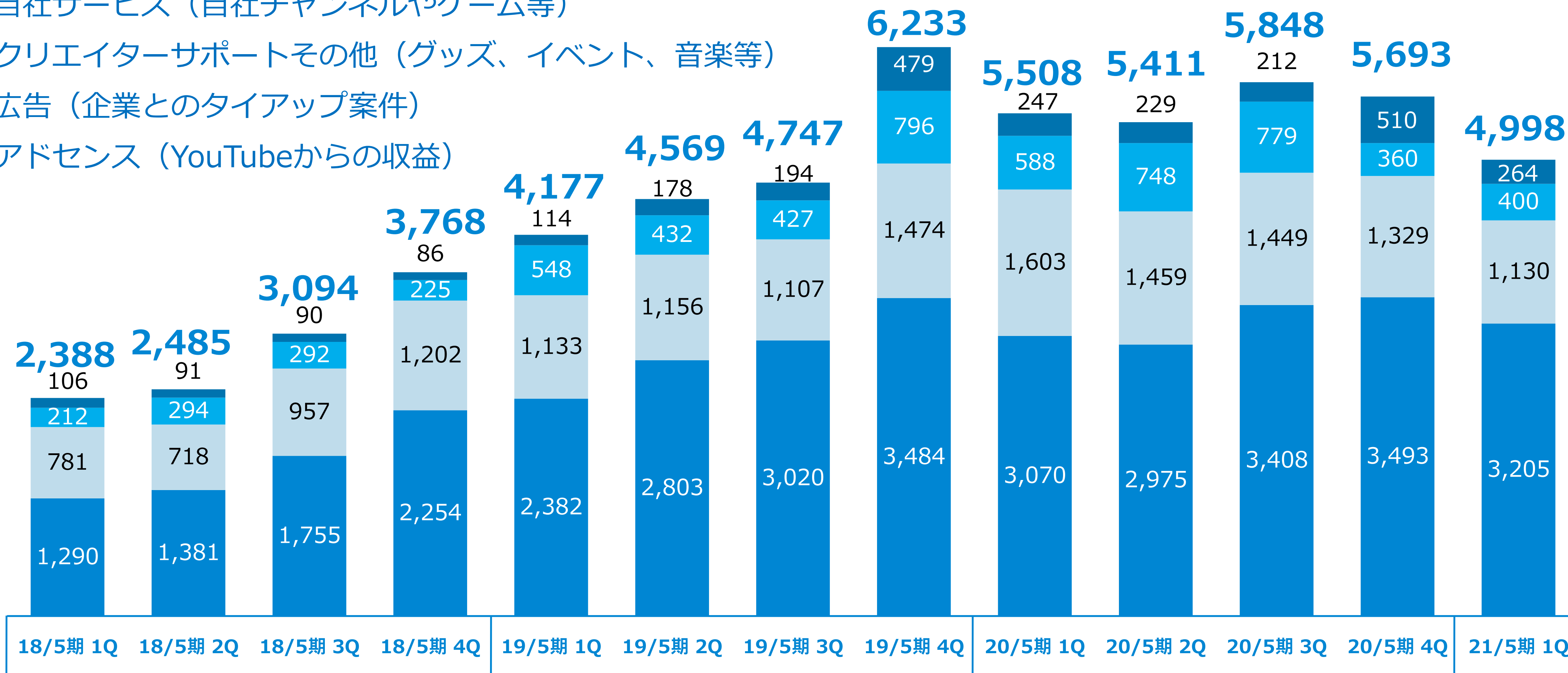
UUUM

(百万円)	21/5期 1Q (2020年6月-8月)	20/5期 1Q (2019年6月-8月)	前年同期比
売上高	4,998	5,508	91%
粗利益	1,362	1,626	84%
販管費	1,316	1,203	109%
営業利益	46	423	11%
当期純利益	23	340	7%

(単位：百万円)

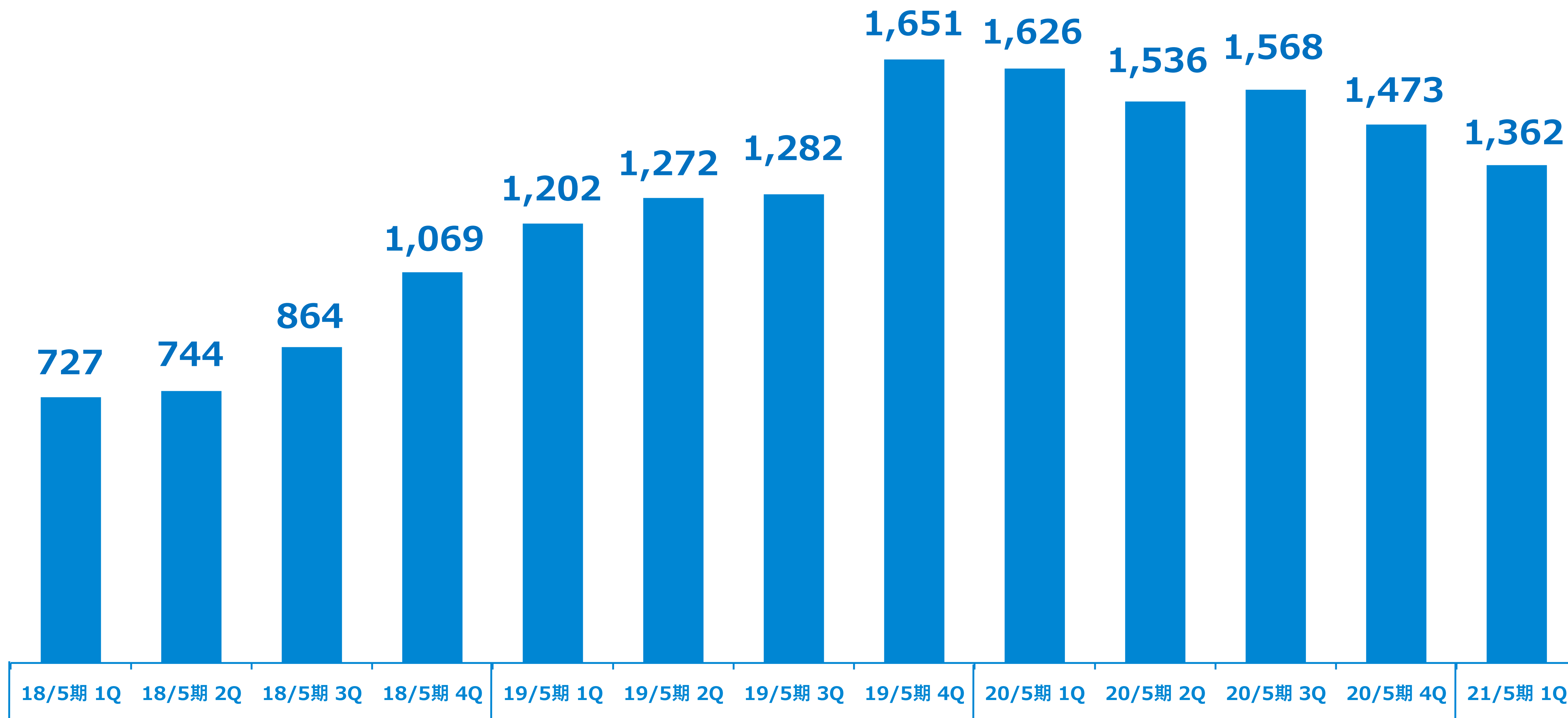
1Q売上は新型コロナウイルスの影響により前年比減収。

- 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）

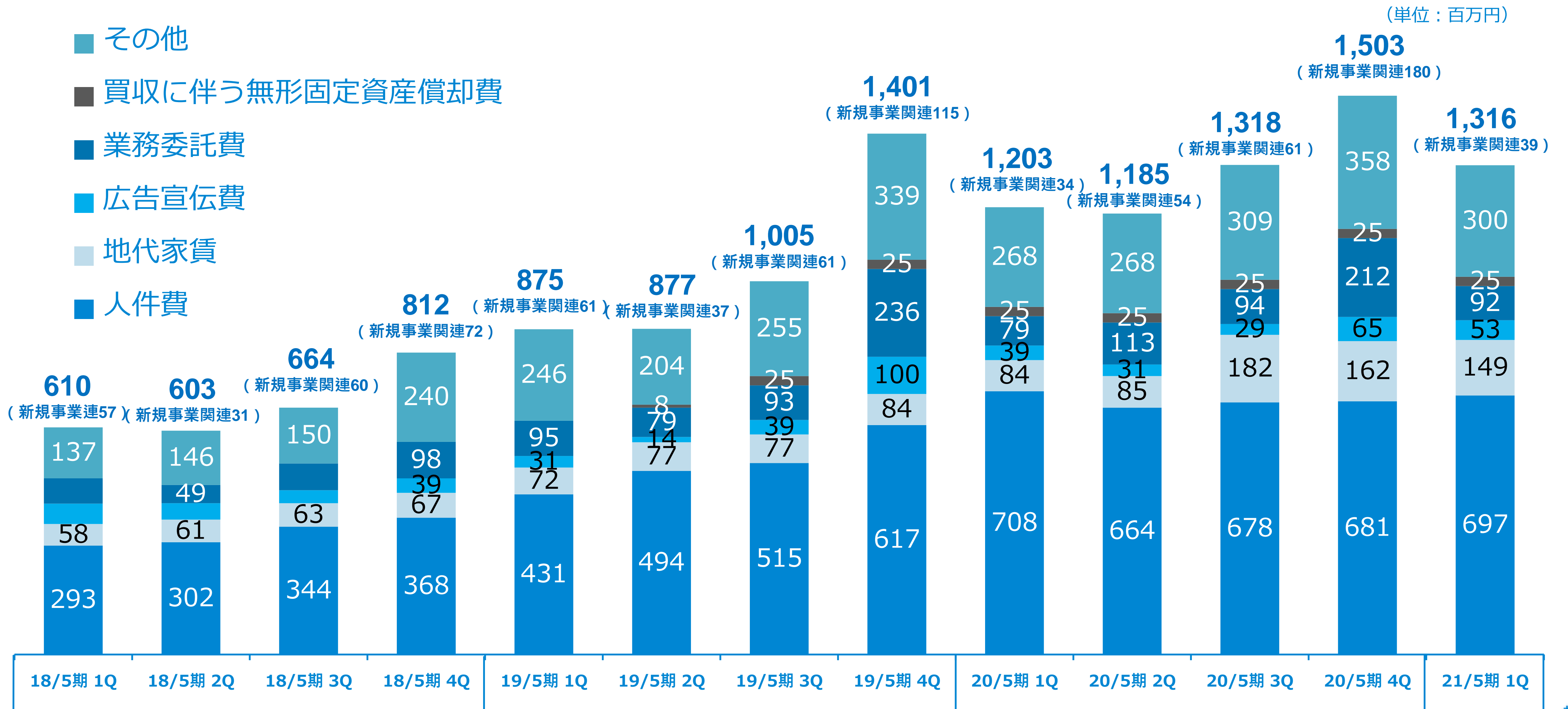


1Q粗利益は売上の減少により前年比減少。

(単位：百万円)

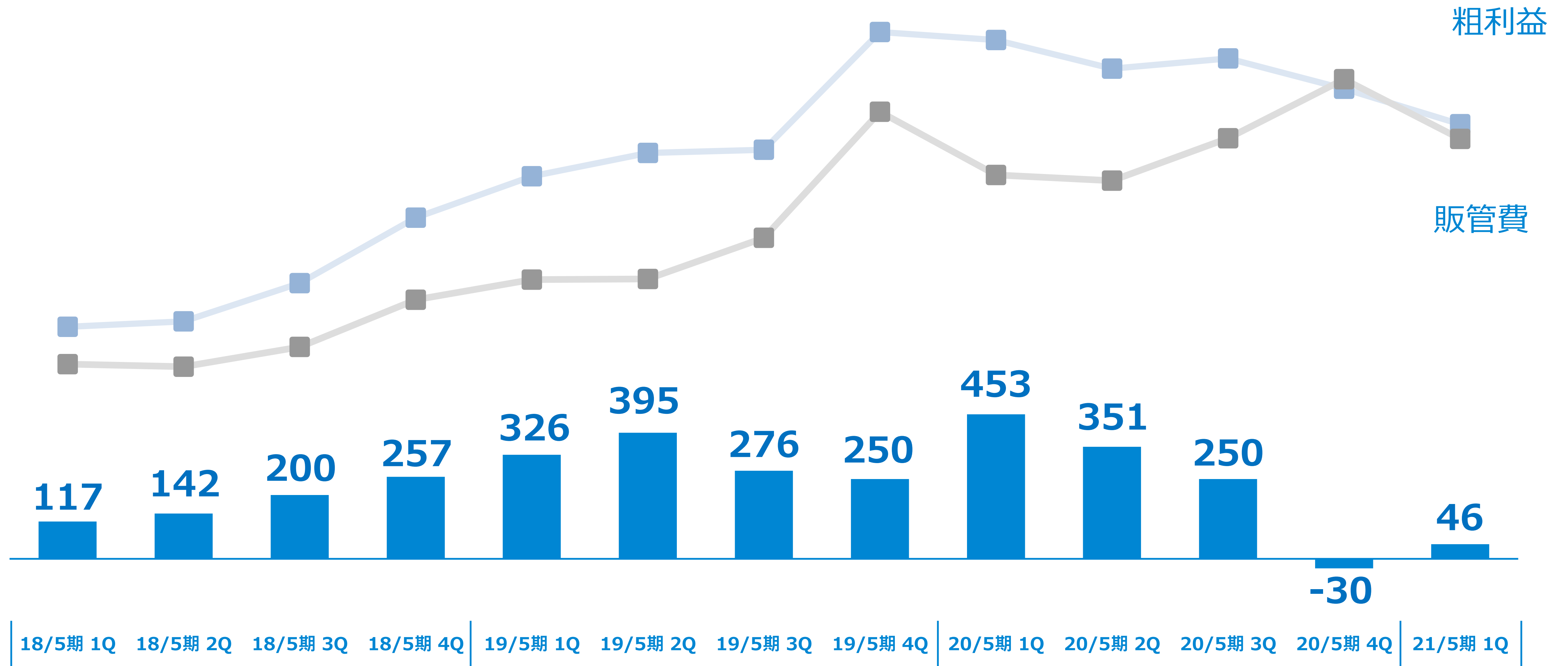


1Qの販管費は地代家賃を中心に増加。



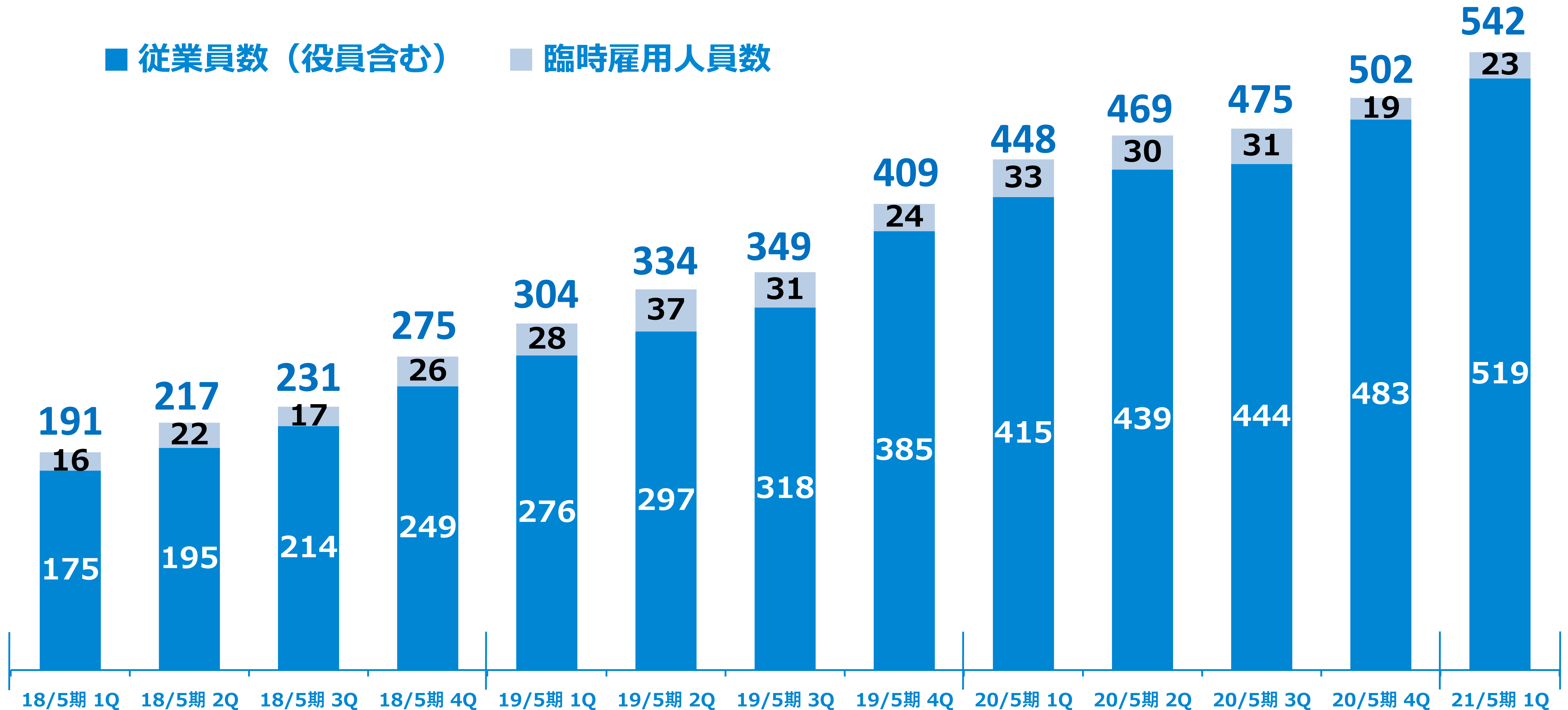
粗利益の減少および販管費の増加に伴い、1Q営業利益は46百万円。

(単位：百万円)



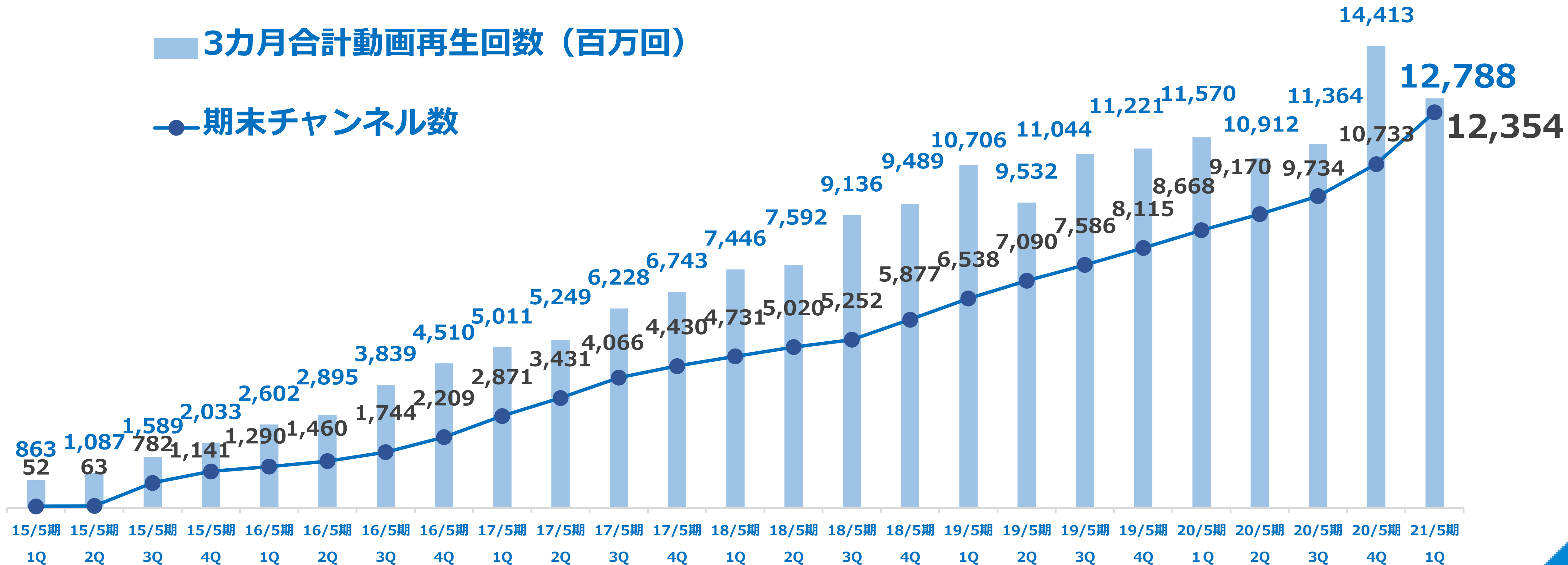
四半期末の従業員数、臨時雇用人員数推移

(単位：人)



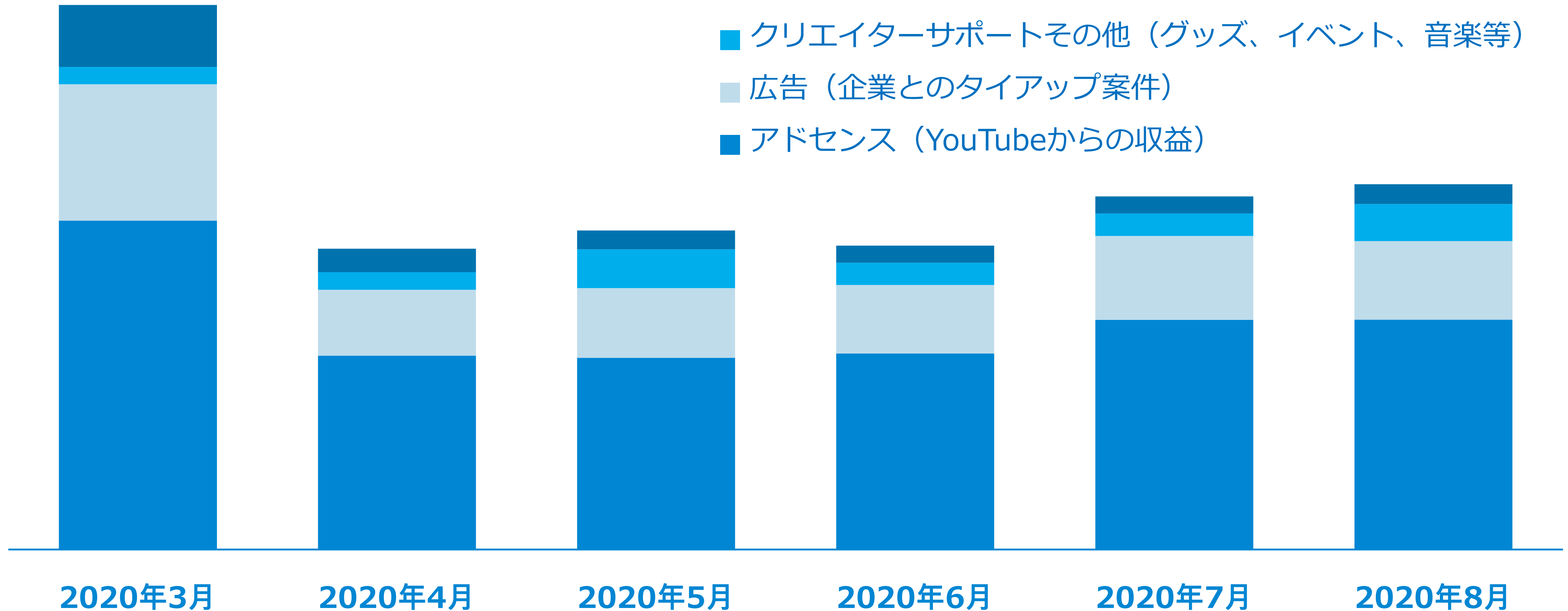
期末所属チャンネル数および3カ月合計動画再生回数推移

1Q合計の再生回数は前年比111%に増加し、チャンネル数は前年比135%に増加。



1Q（6-8月）はコロナによる広告市況の低迷やイベント中止の影響が続いたものの、足元の売上は徐々に回復

- 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）



1Qの戦略投資	年間の戦略投資見通し	進捗率
81百万円	755百万円	11%

1Qの主な投資実績

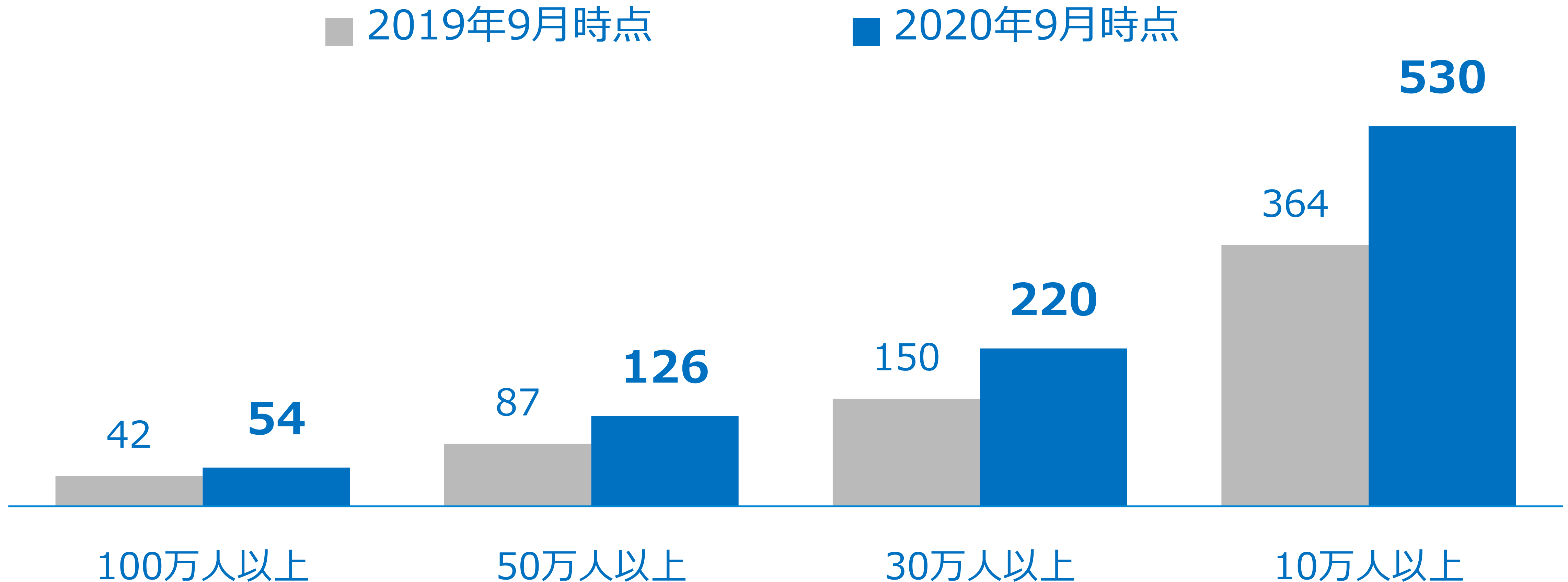
- ・ 代行編集（1Q実績：953本）
- ・ 日常企画サポート
- ・ 大型企画サポート
- ・ 案件動画サポート
- ・ 業界アドバイザーとの契約



2Q以降の方向性

- ・ トップクリエイターの専門チーム体制強化

チャンネル登録者100万人以上のチャンネルは1年で42→54チャンネルに増加

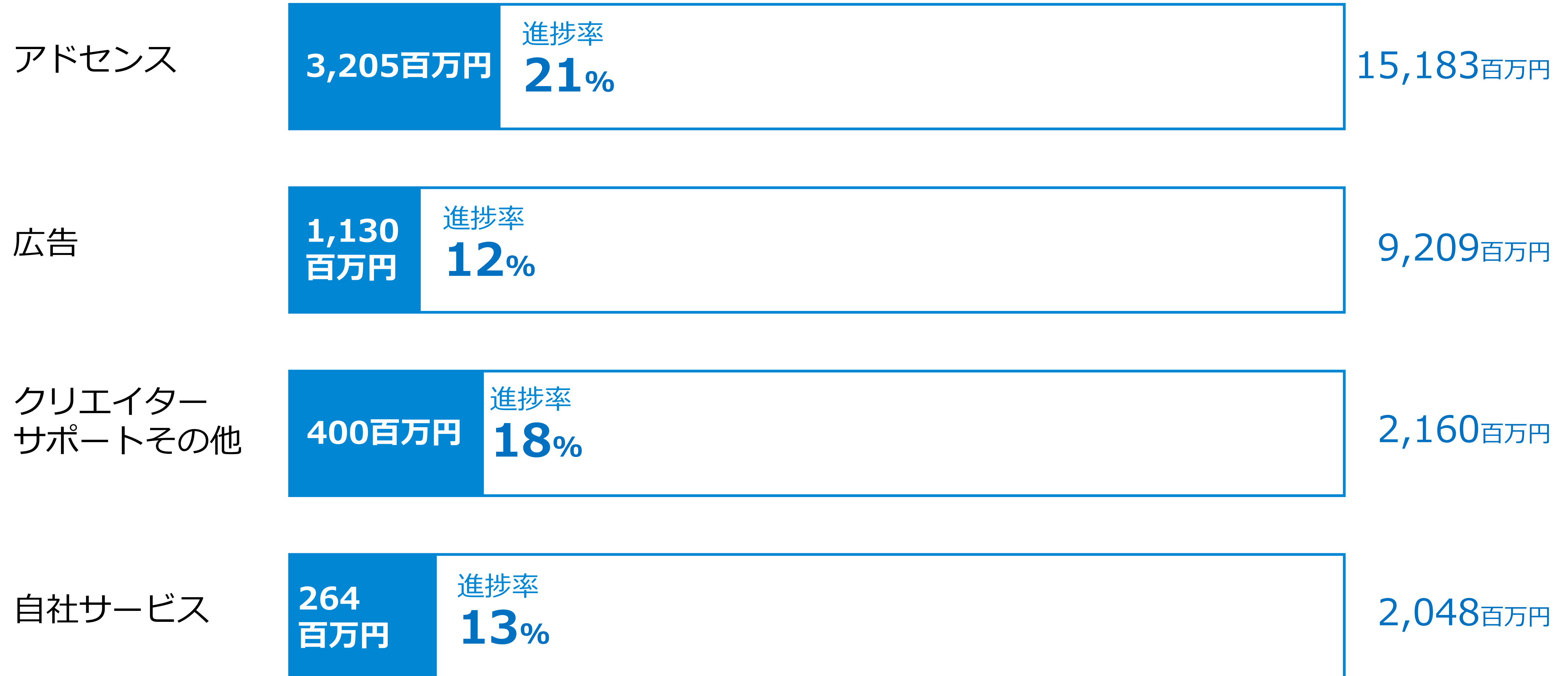


YouTubeのチャンネル登録者

業績見通しに対する進捗率



(百万円)	21/5期 1Q	21/5期 通期計画	対通期計画 進捗率
売上高	4,998	28,600	17%
粗利益	1,362	7,550	18%
営業利益	46	800	6%
当期純利益	23	490	5%



トピックス

UUUM



今年1月に「LINE LIVE」におけるライブ配信者の育成プログラムにおける協業を発表しましたが、更に協業の範囲を拡大し、「LINE」上の様々なサービスにおいてコンテンツを展開していくことを目指してまいります。

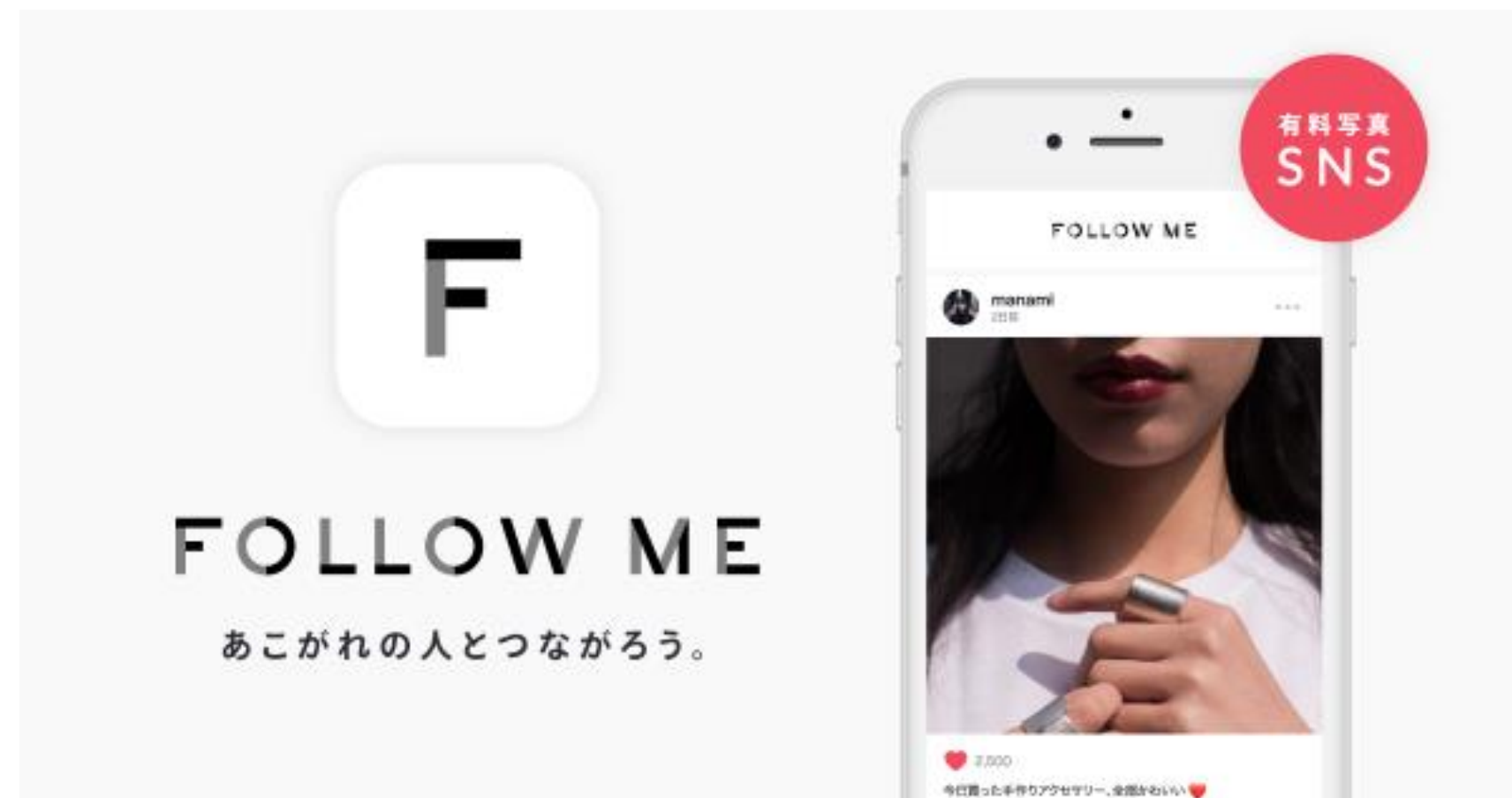
具体的には、「LINEタイムライン」、「VVID」などにおける協業を予定。



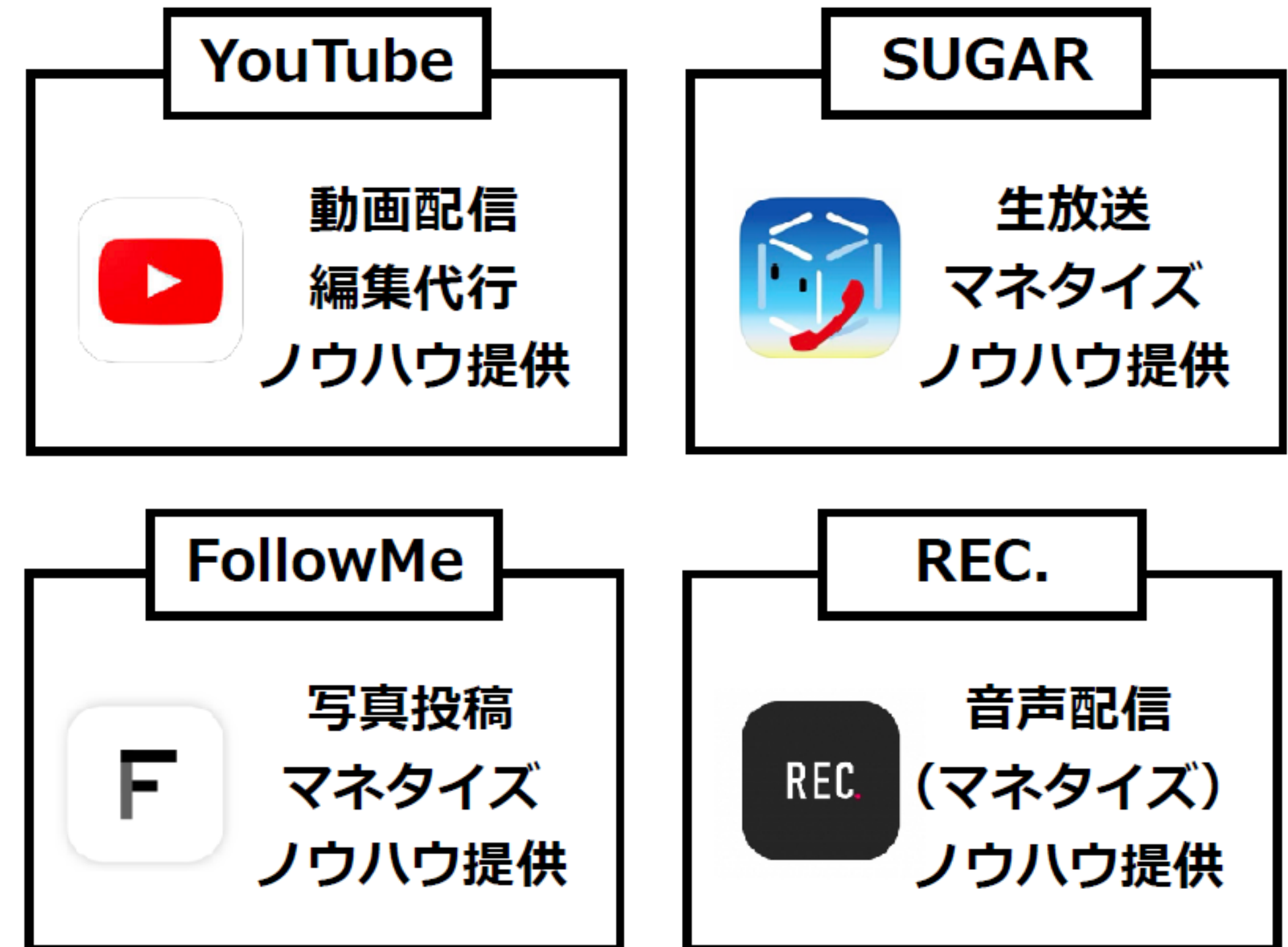
LINE UUUM

「FOLLOW ME」はあこがれの人をフォローして、ここにしかないコンテンツを楽しむ有料写真SNSです。

著名人とファンとの重要な接点のひとつとして、「FOLLOW ME」の普及促進を図っていききたいと考えております。



UUUMは
ネット進出を検討している著名人に対して
様々な形でノウハウと活躍の場を提供



所属クリエイターを守るため、2020年6月30日に「誹謗中傷および攻撃的投稿対策専門チーム」を設置しました。本チーム設置前より、クリエイターサポートの一環として、UUUM専属クリエイターがネット上で受ける被害を防止・軽減するため法的措置等の対策に取り組んでおりましたが、より踏み込んで対処する体制に移行いたしました。

具体的には、下記の実施を積極的に行った結果、対応件数が大幅増となりました。

1. プラットフォームへの迅速な通報対応
2. 警察との連携を強化
3. 匿名アカウントによる誹謗中傷に対する初動対応
4. 権利侵害に加え、悪質な罵詈雑言についても対応
5. 一般の方々からの情報について専用通報窓口を設置

(設置前)

2019年7月1日～2020年6月29日
1年間で **31件** (月平均 約**2.6件**)



(設置後)

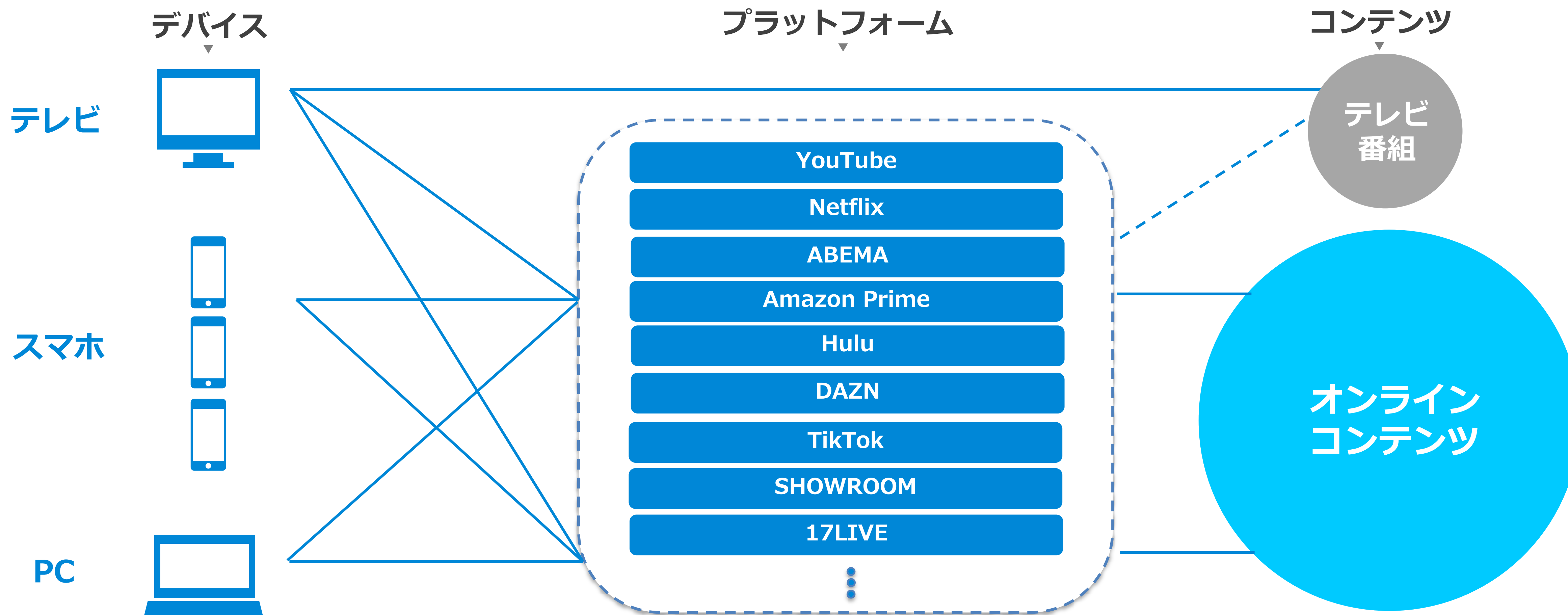
2020年6月30日～2020年8月28日
2か月間で **49件** (月平均 **24.5件**)

業界環境とUUUM長期構想



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）

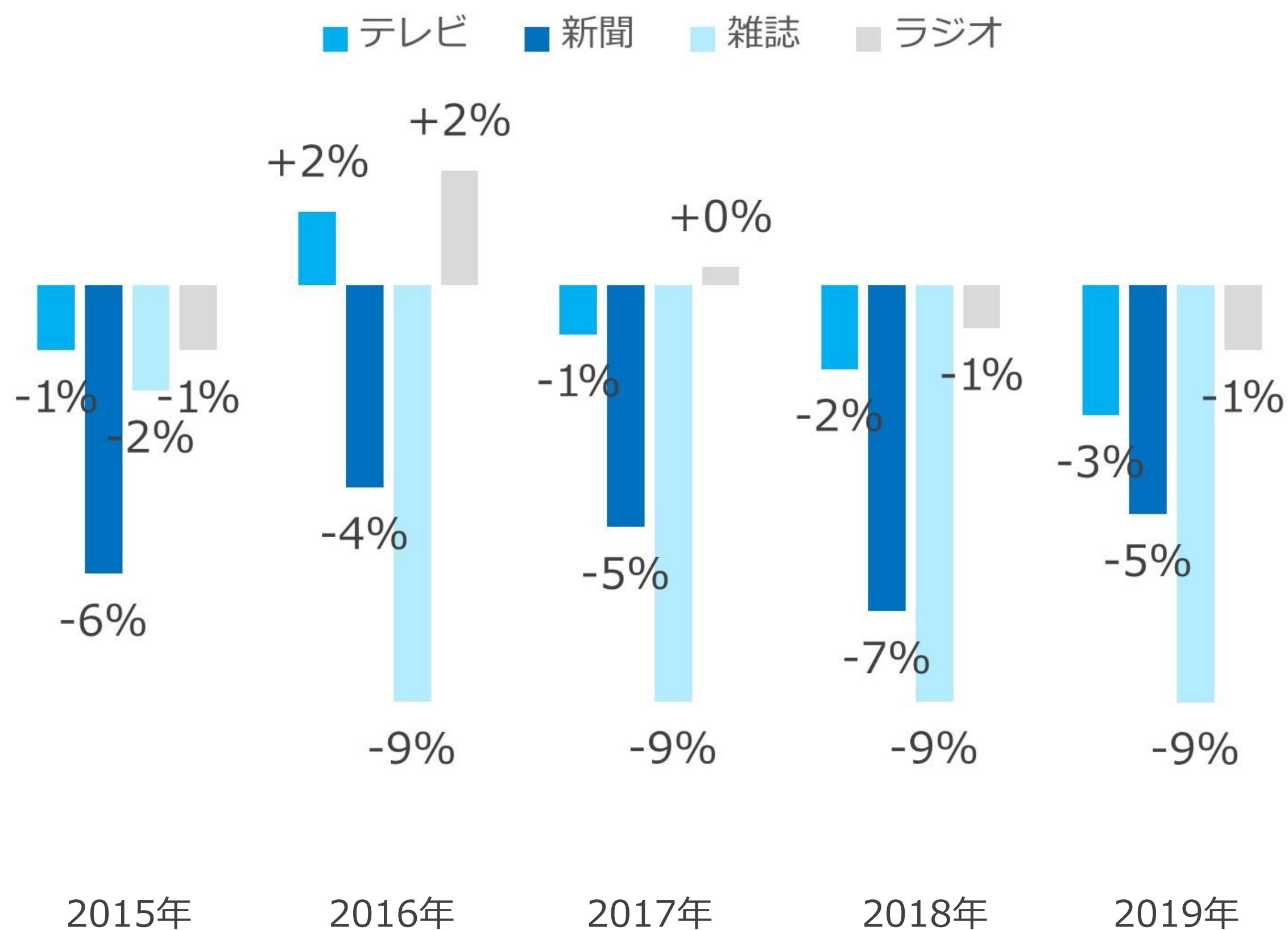
	(分)	テレビ視聴	ネット利用	新聞閲読	ラジオ聴取
10代	2013年	120.4	99.1	0.6	0.1
	2014年	110.4	109.3	0.7	0.2
	2015年	112.9	112.2	0.2	2.6
	2016年	102.4	130.2	0.3	3.5
	2017年	83.9	128.8	0.3	1.5
	2018年	84.5	167.5	0.3	0.2
20代	2013年	145.9	136.7	1.4	3.6
	2014年	132.7	151.3	2.4	9.4
	2015年	143.8	146.9	2.1	6.4
	2016年	130.7	155.9	1.4	16.8
	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）

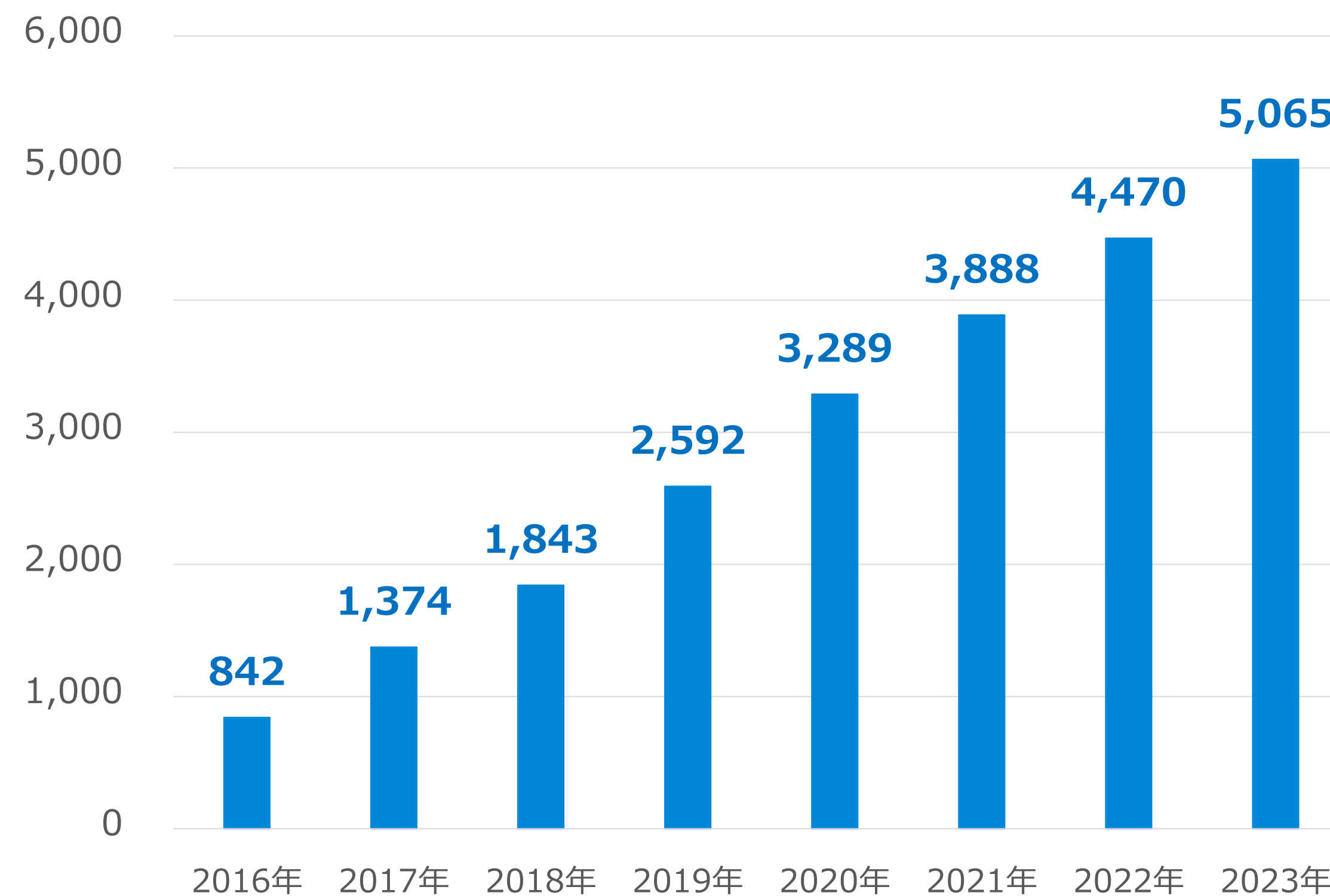
既存メディアからインターネットへの広告予算シフトは続く

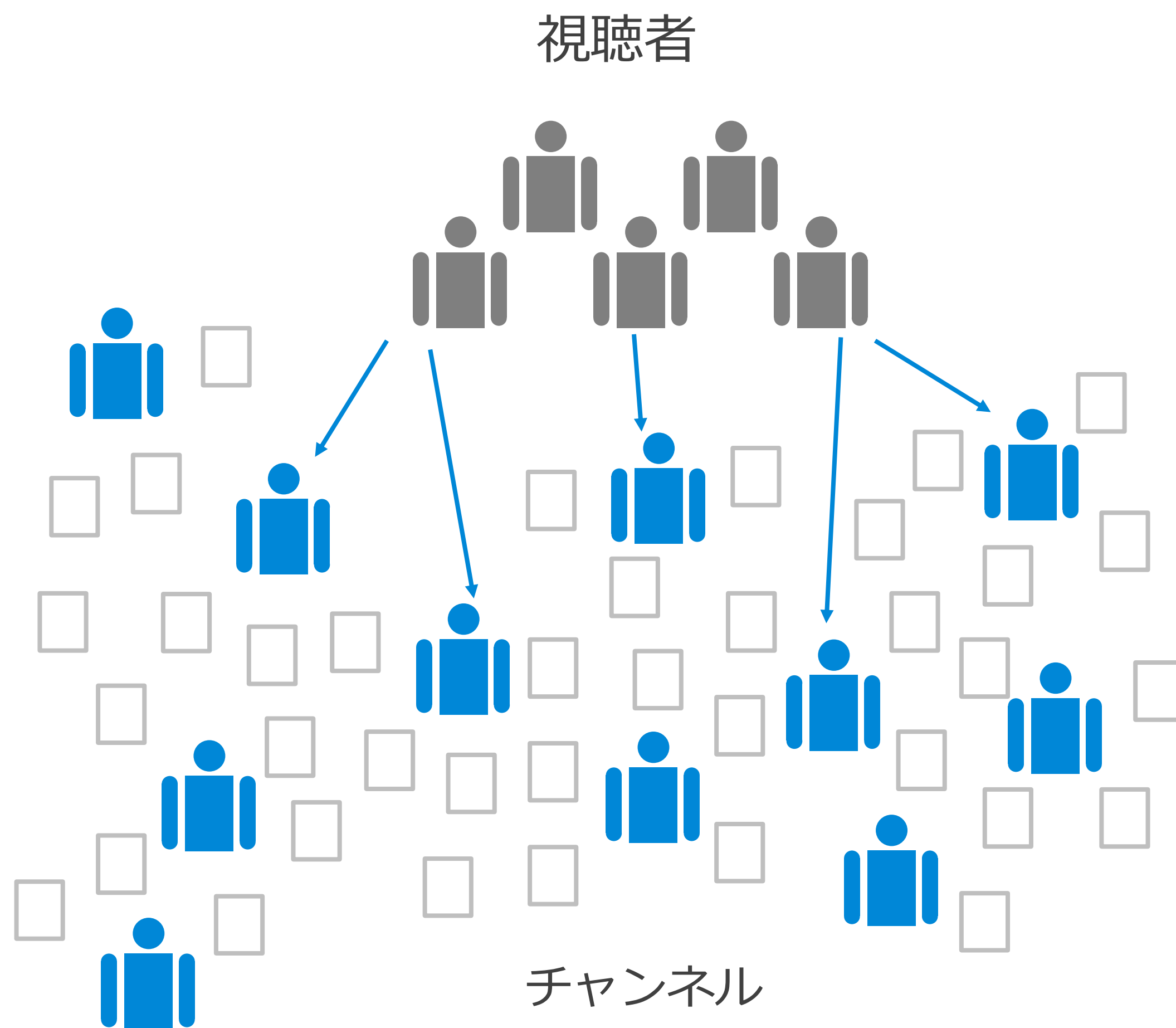
4 マスメディア別広告市場の成長率



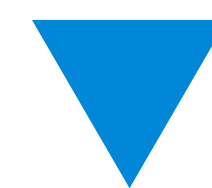
動画広告市場の推移

(億円)

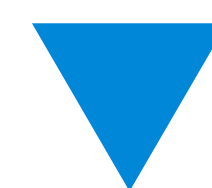




デバイスと配信プラットフォームの多様化によって
オンライン上にコンテンツが無数に存在



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。

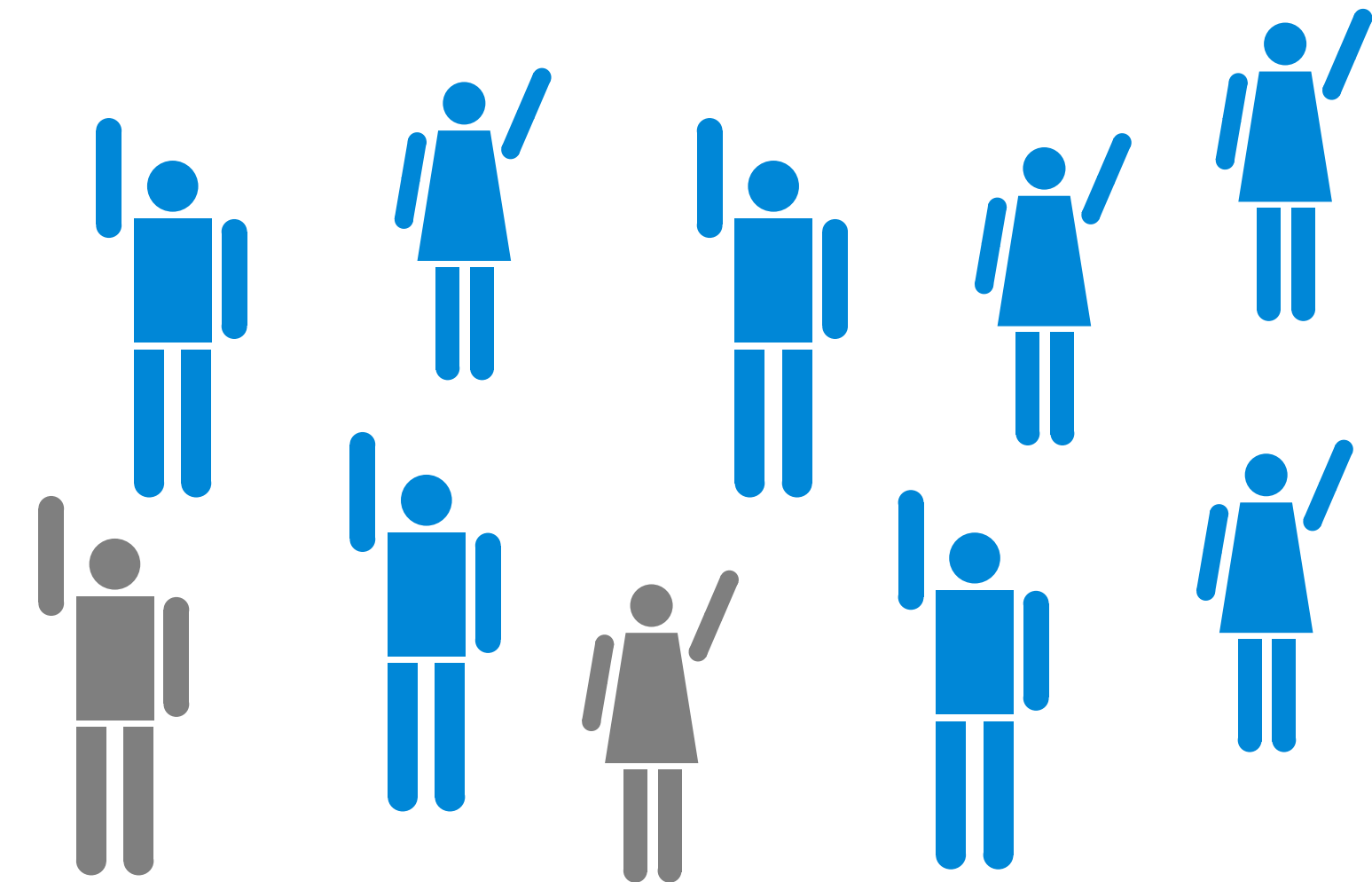


ストーリー性が備わる個人コンテンツは
共感・親近感を生みやすく選ばれやすい

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

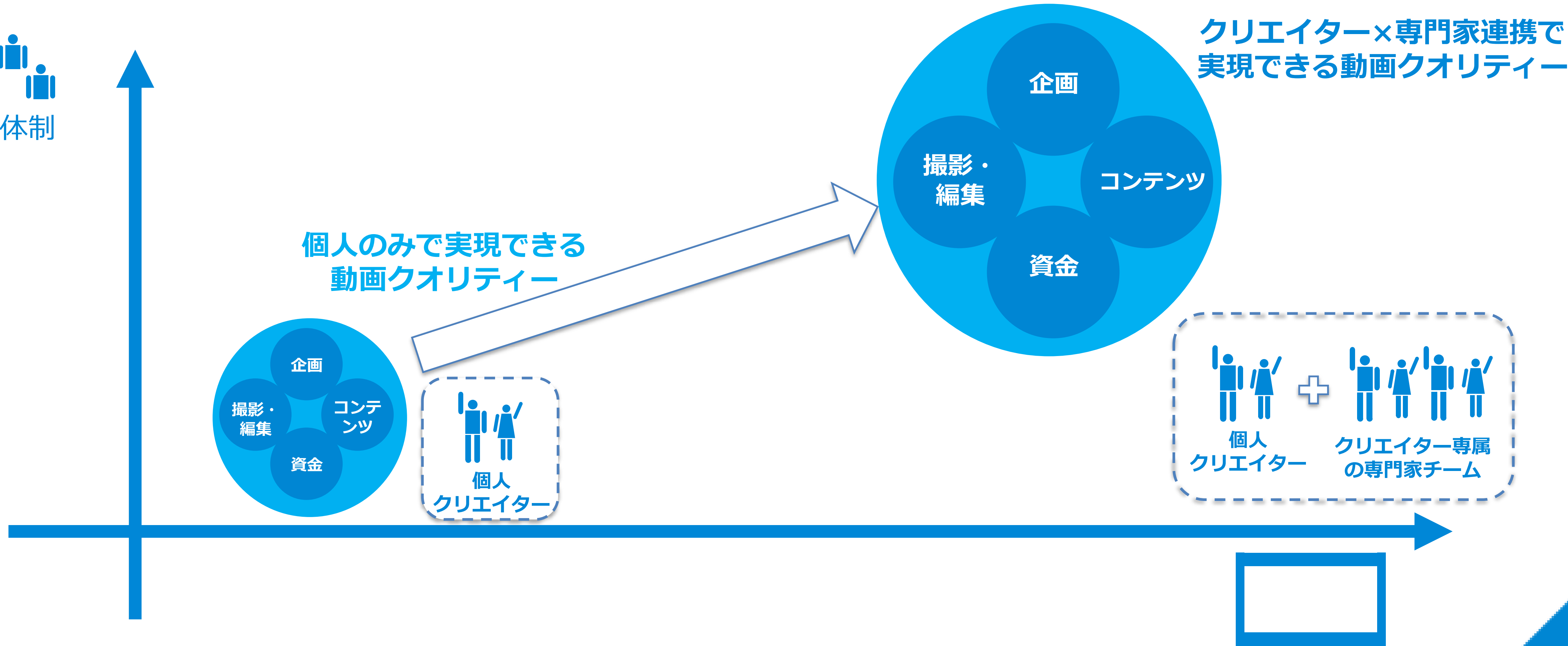


業界黎明期より活動していた
クリエイター



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



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

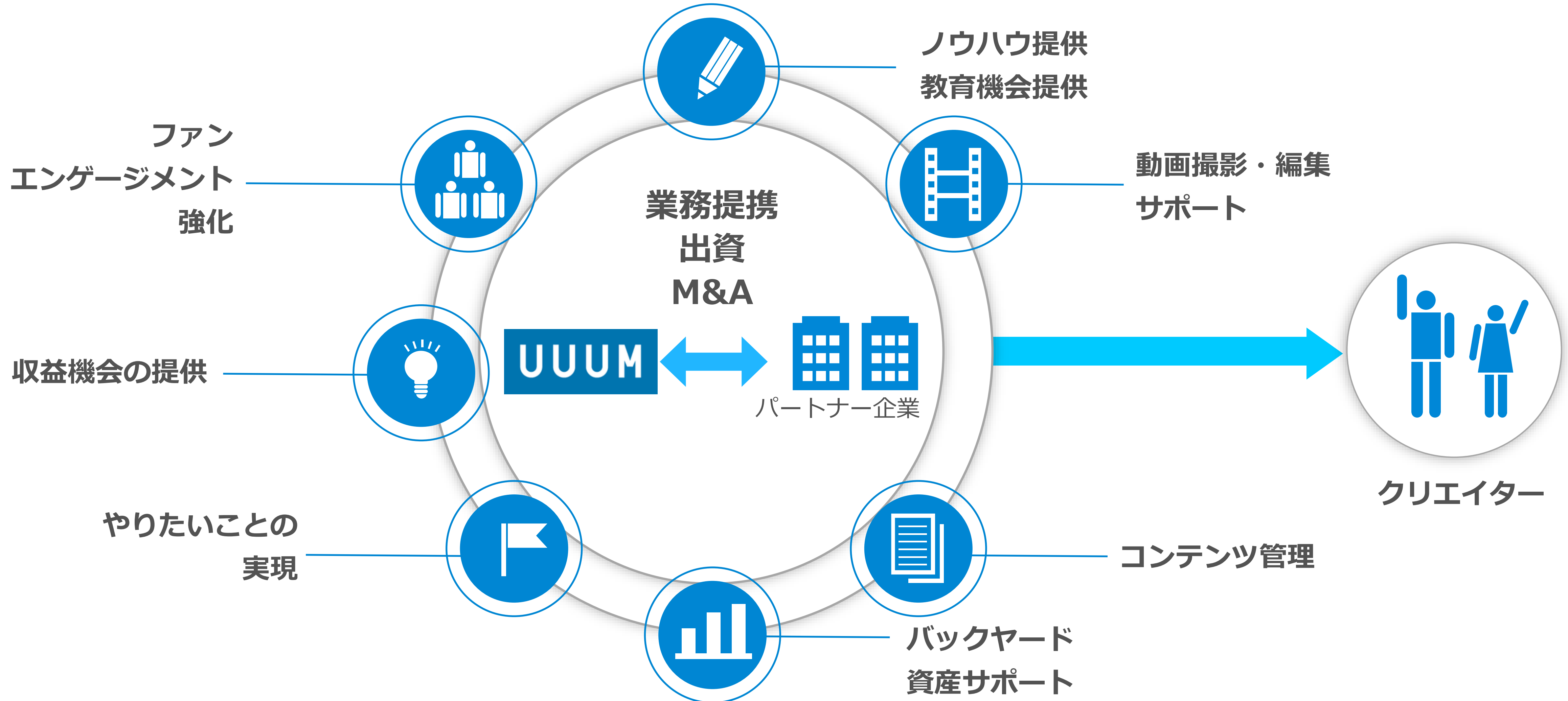
▶ マルチプラットフォームでの
活躍機会及び
成功ノウハウ提供

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

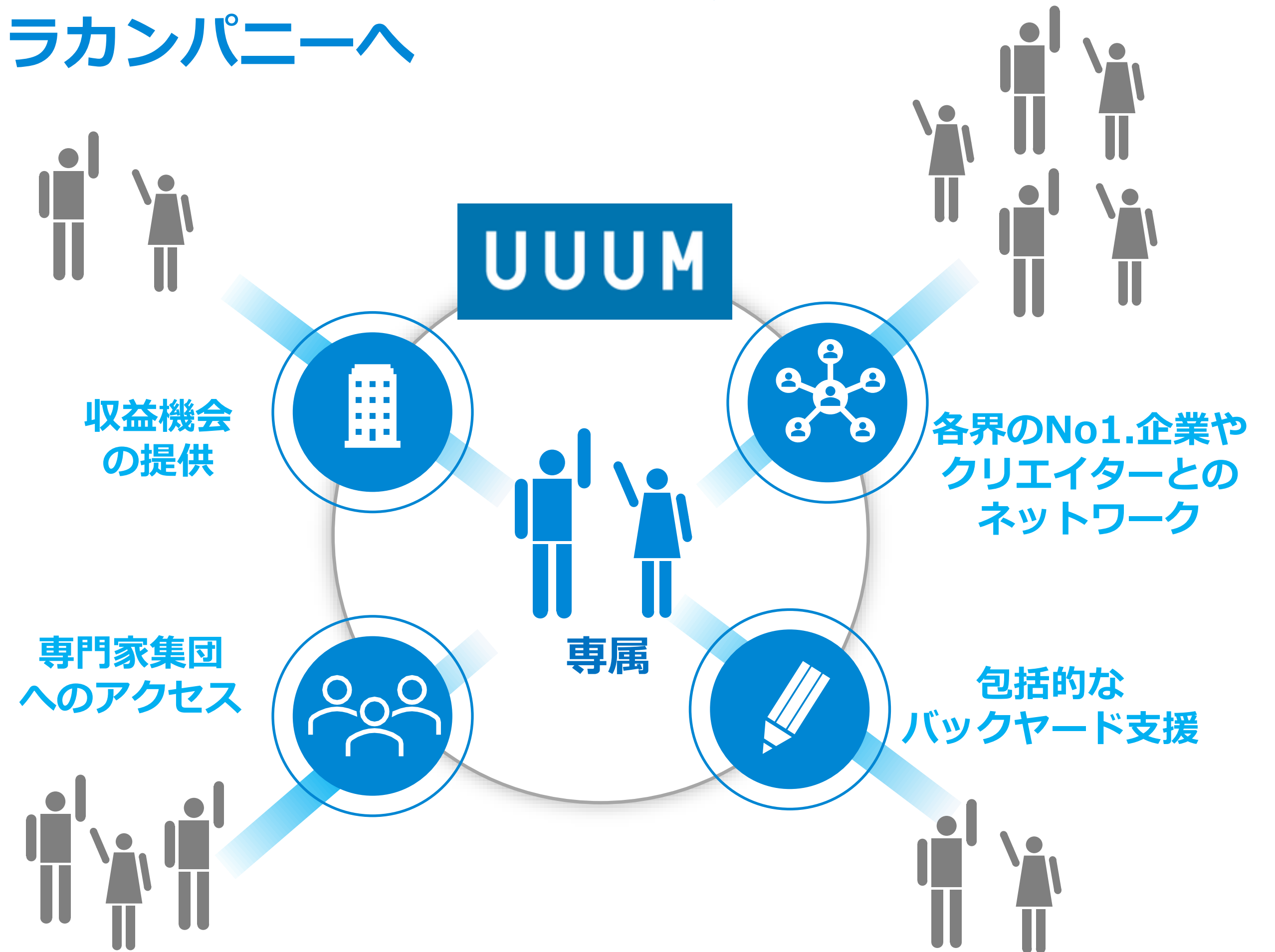
収益管理と
資産形成支援

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

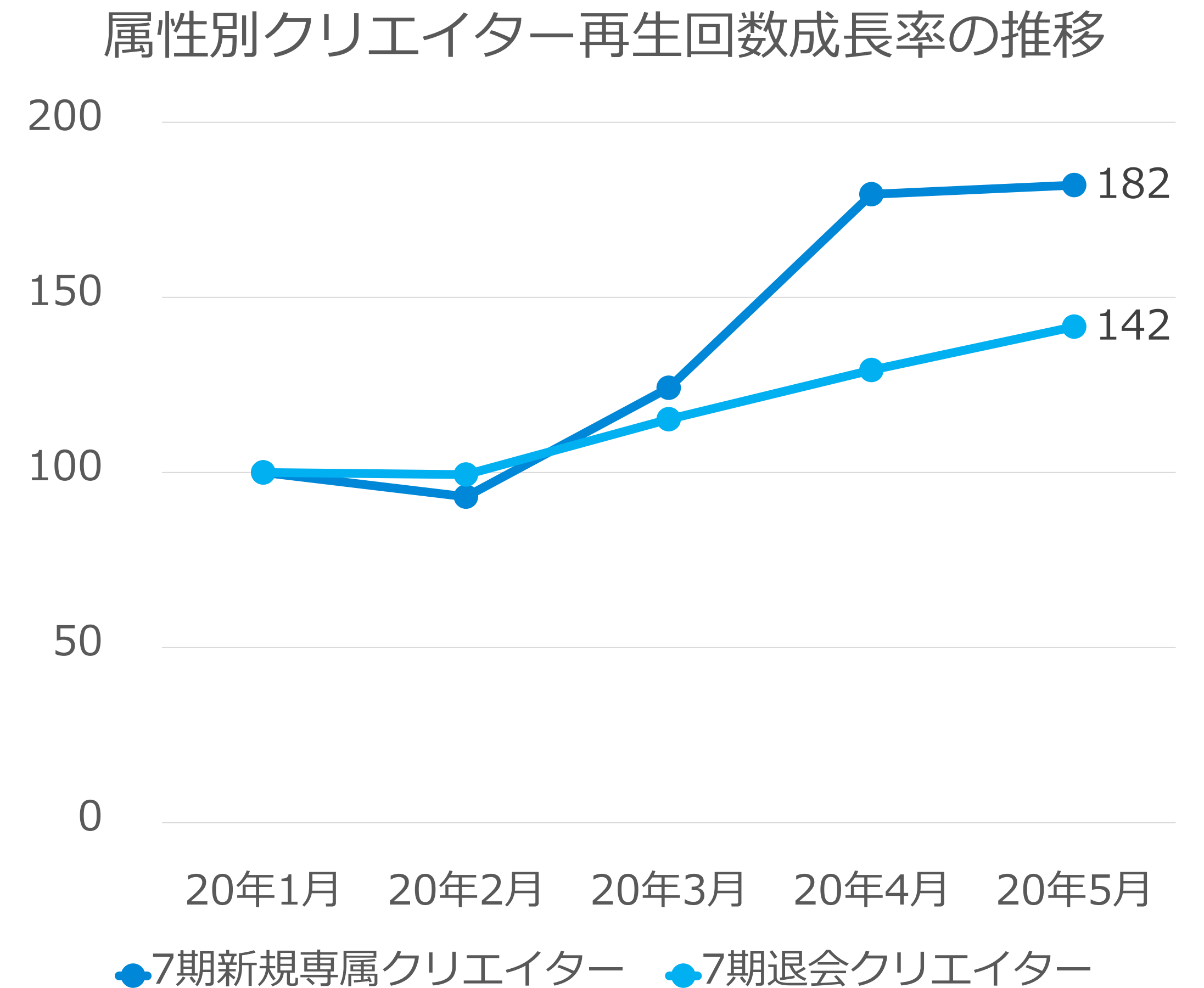
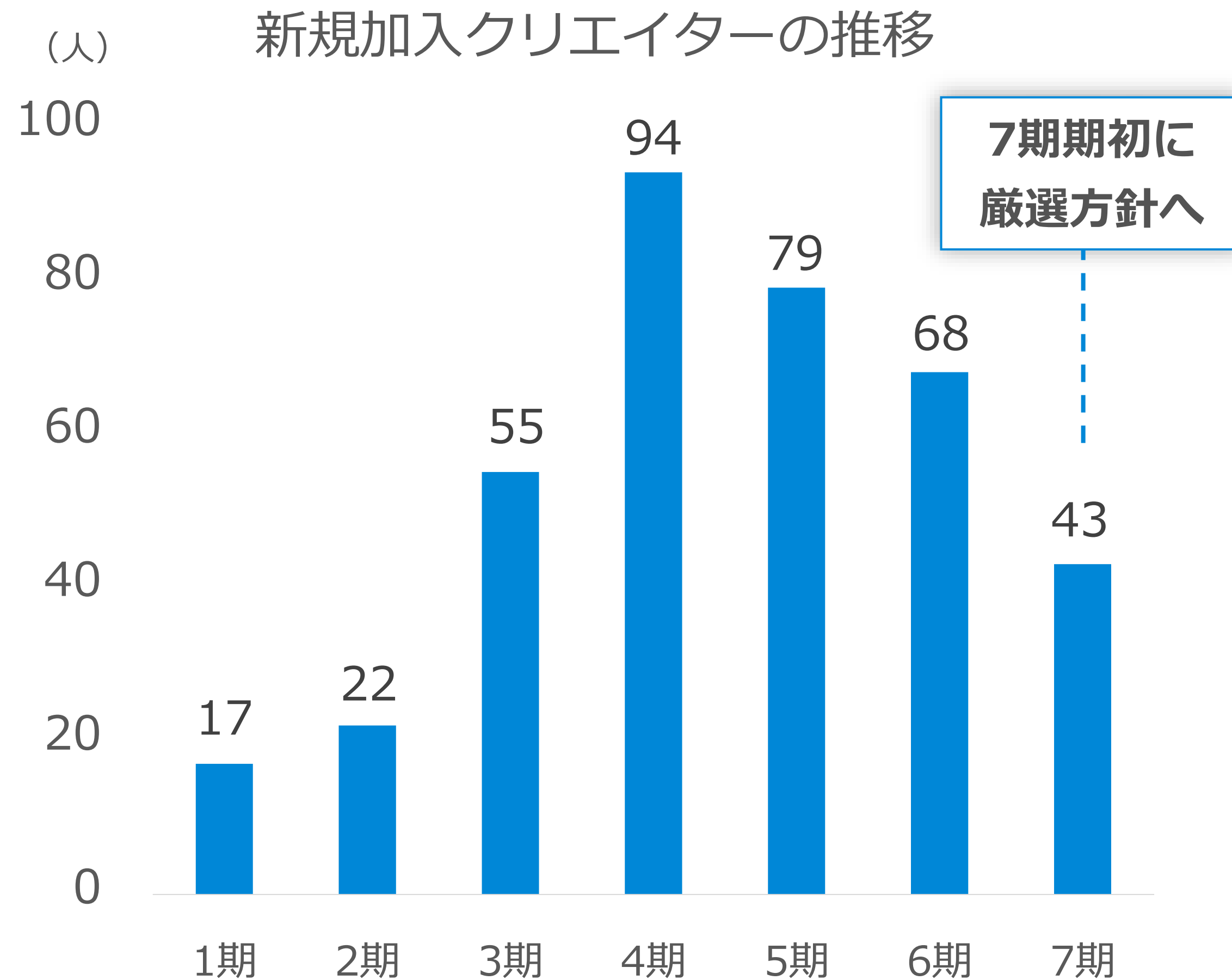


専属クリエイターへの360度サポート



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

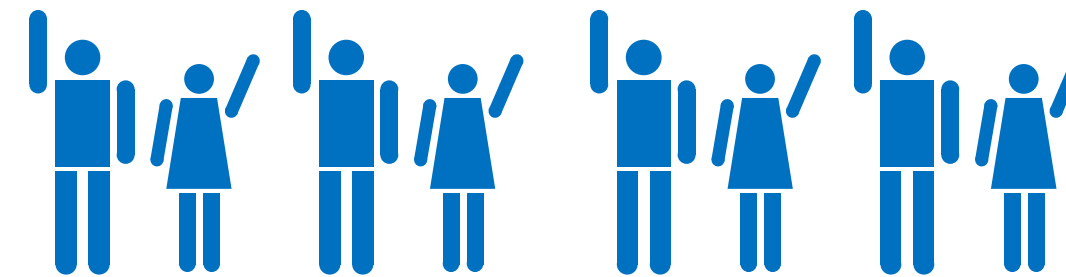
取組み⑤

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

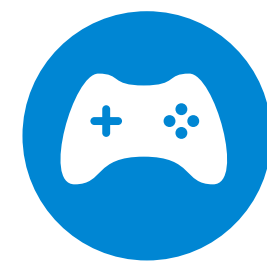
幅広い自由な企画



作家



音楽



ゲーム

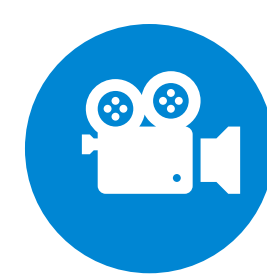
クオリティーの高い
動画制作



映像



編集



撮影

信頼できるバック
ヤード支援体制



分析



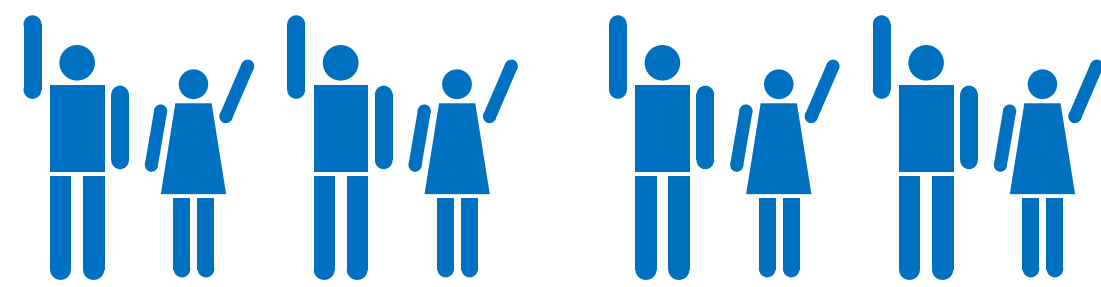
資産運用



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

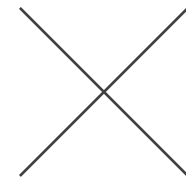
パートナー
クリエイター

アーティスト

スポーツ選手

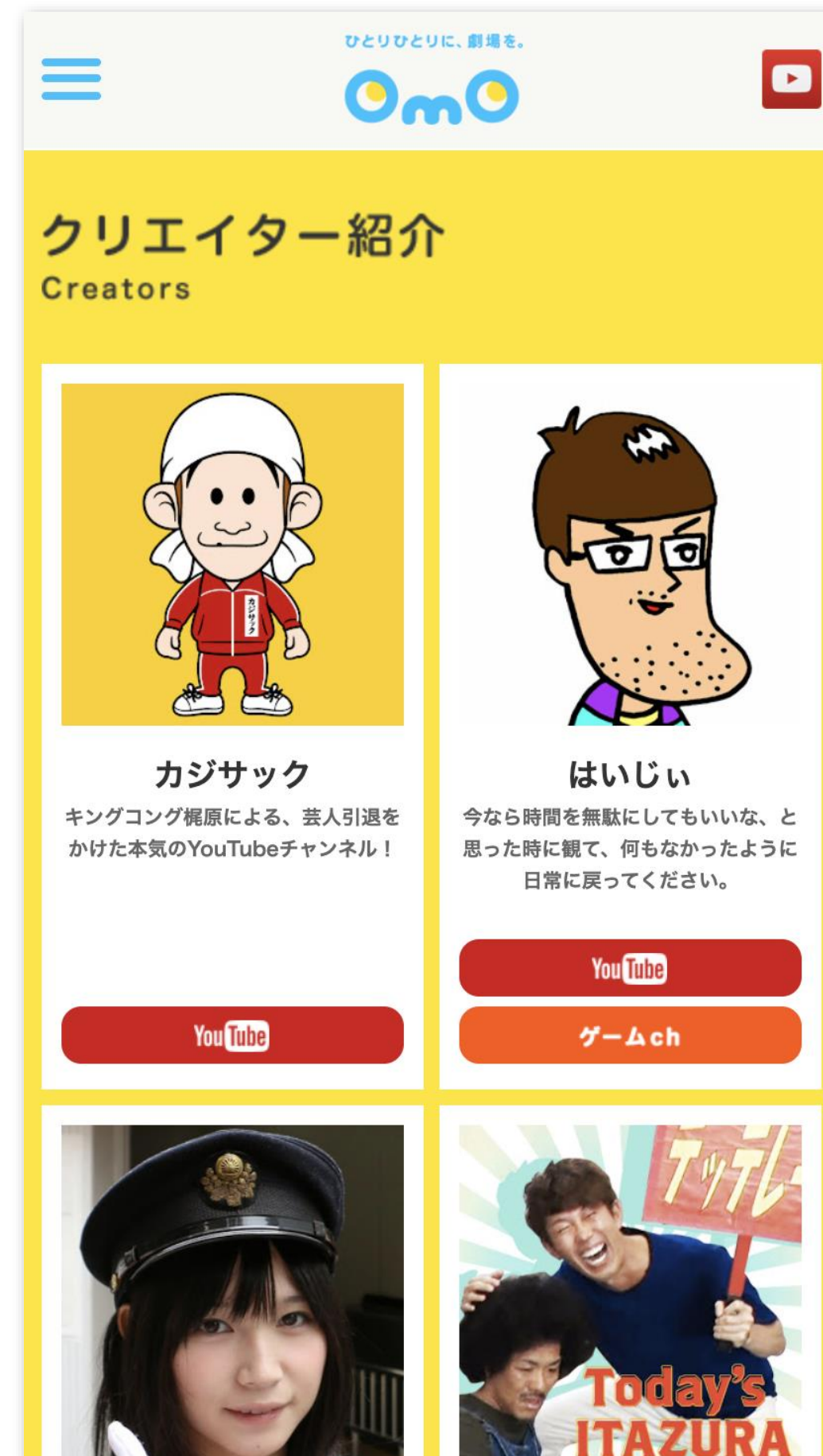
タレント

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。



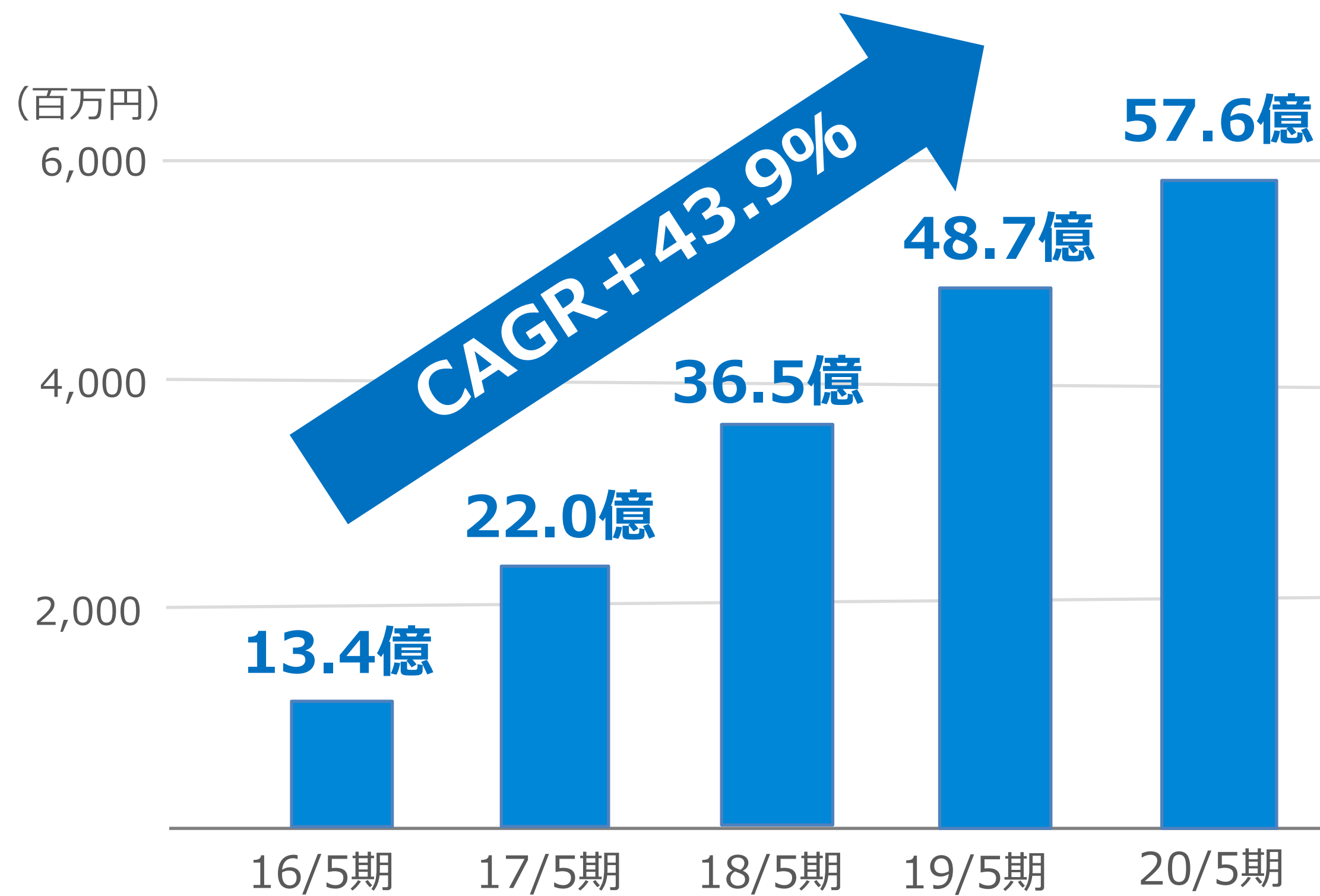
- 総チャンネル数：1,095ch
- 総再生数：約91億回
- 月間再生数(PV数)：約4億6千万回
- チャンネル登録者数：約2,600万人

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!



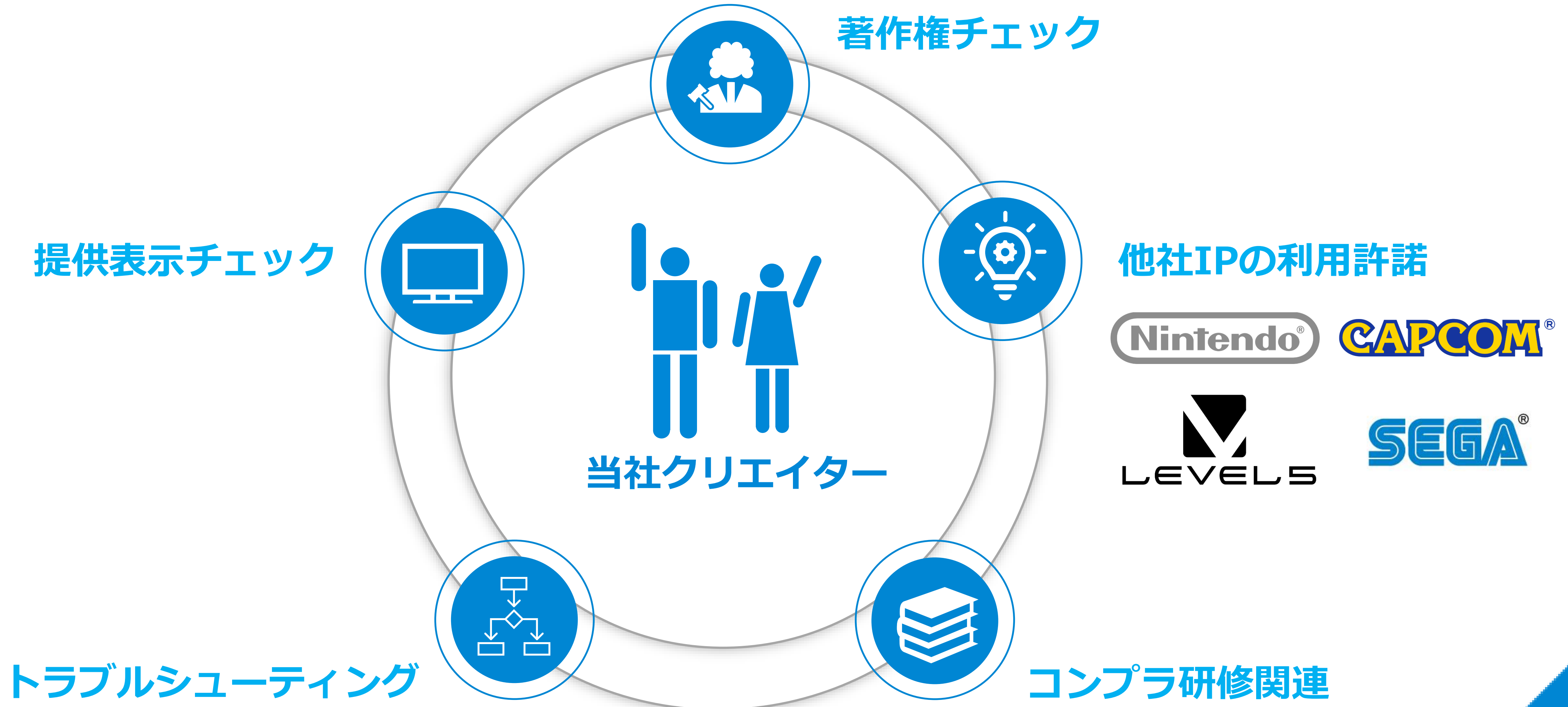
SUGAR

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

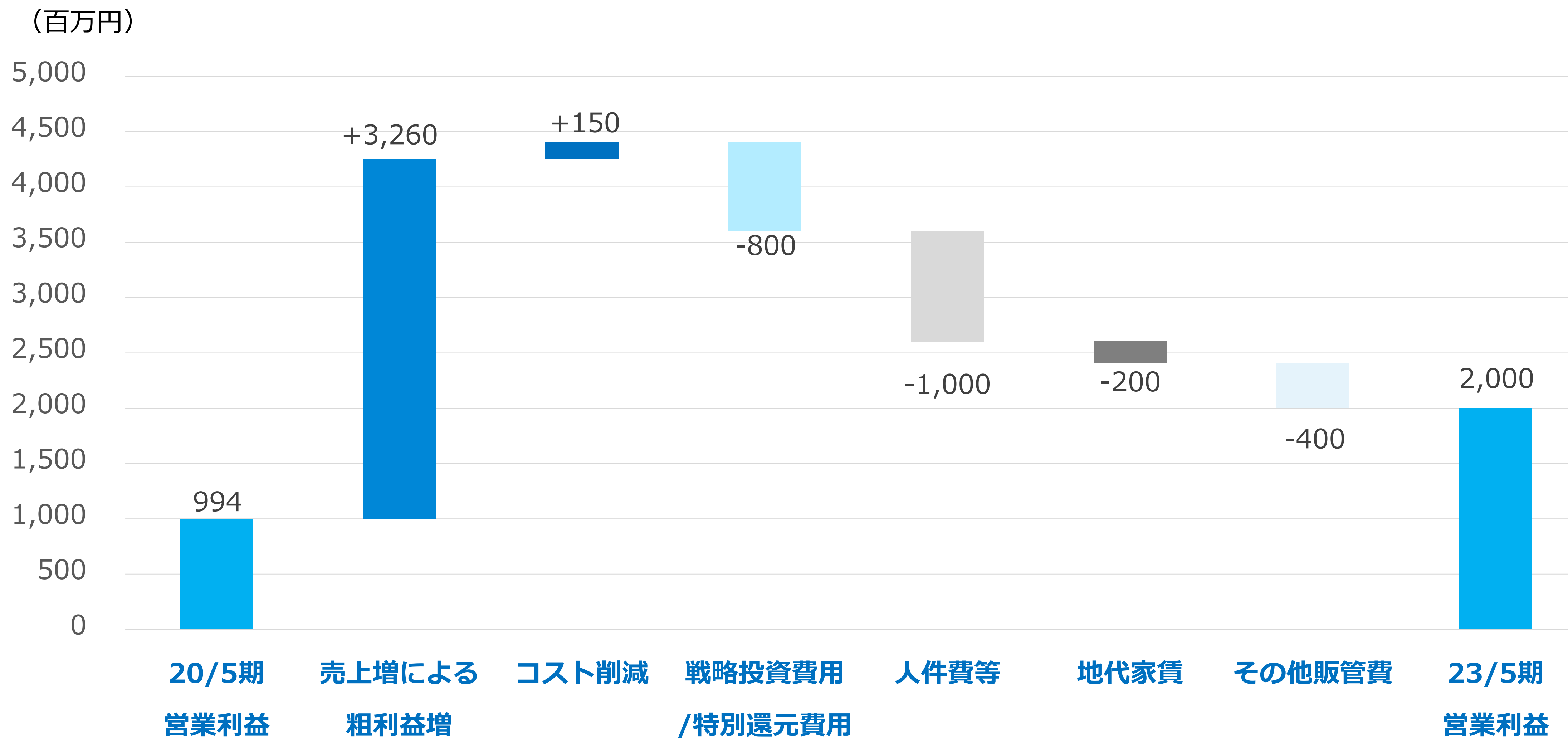
人財資産の
活用最大化

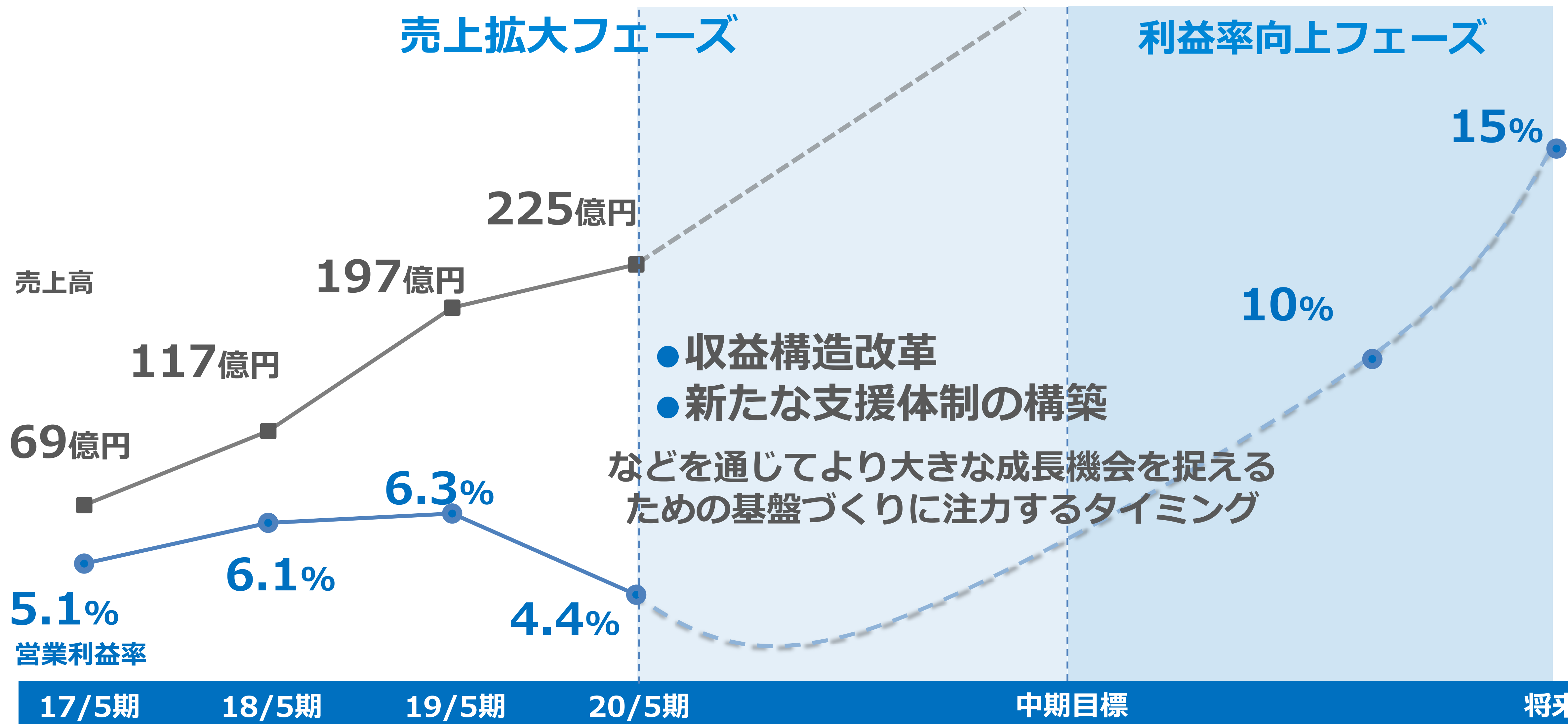
人事制度改革
人財の適正配置の促進

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