

The background of the slide is a blue-tinted photograph of a large crowd of people, likely students, gathered together. The image is semi-transparent, allowing the blue background to be visible. The people are of various ages and are looking towards the camera with some smiling.

UUUM

2021年5月期 通期決算説明資料

INDEX

1. 2021/5期決算概要

2. 今後の成長戦略

3. 2022/5期業績予想

4. Appendix

2021/5期決算概要

UUUM



新型コロナウイルス感染拡大によりマイナス要素があったが複合的な提案の増加による国内外における広告事業の収益性向上、リモートワーク活用によるコスト抑制等により、期初計画を達成

新型コロナウイルス感染症による影響

広告出稿需要の低迷（特に1Q）

3度の緊急事態宣言による、ロケやイベントを伴うタイアップの中止・延期

年間にわたってオフラインイベントの実施見送り

売上未達の影響を吸収し、
営業利益は期初
計画を達成

(百万円)	21/5期 通期 実績	20/5期 通期 実績	前年 同期比	21/5期 期初計画 (20年7月時点)	計画比
売上高	24,488	22,460	109%	28,600	86%
粗利益	6,500	6,204	105%	7,550	86%
販管費	5,684	5,210	109%	6,750	84%
営業利益	816	994	82%	800	102%
親会社株主に帰属 する当期純利益	549	359	153%	490	112%

緊急事態宣言による影響が引き続きあったものの、前四半期比で売上は大きく拡大

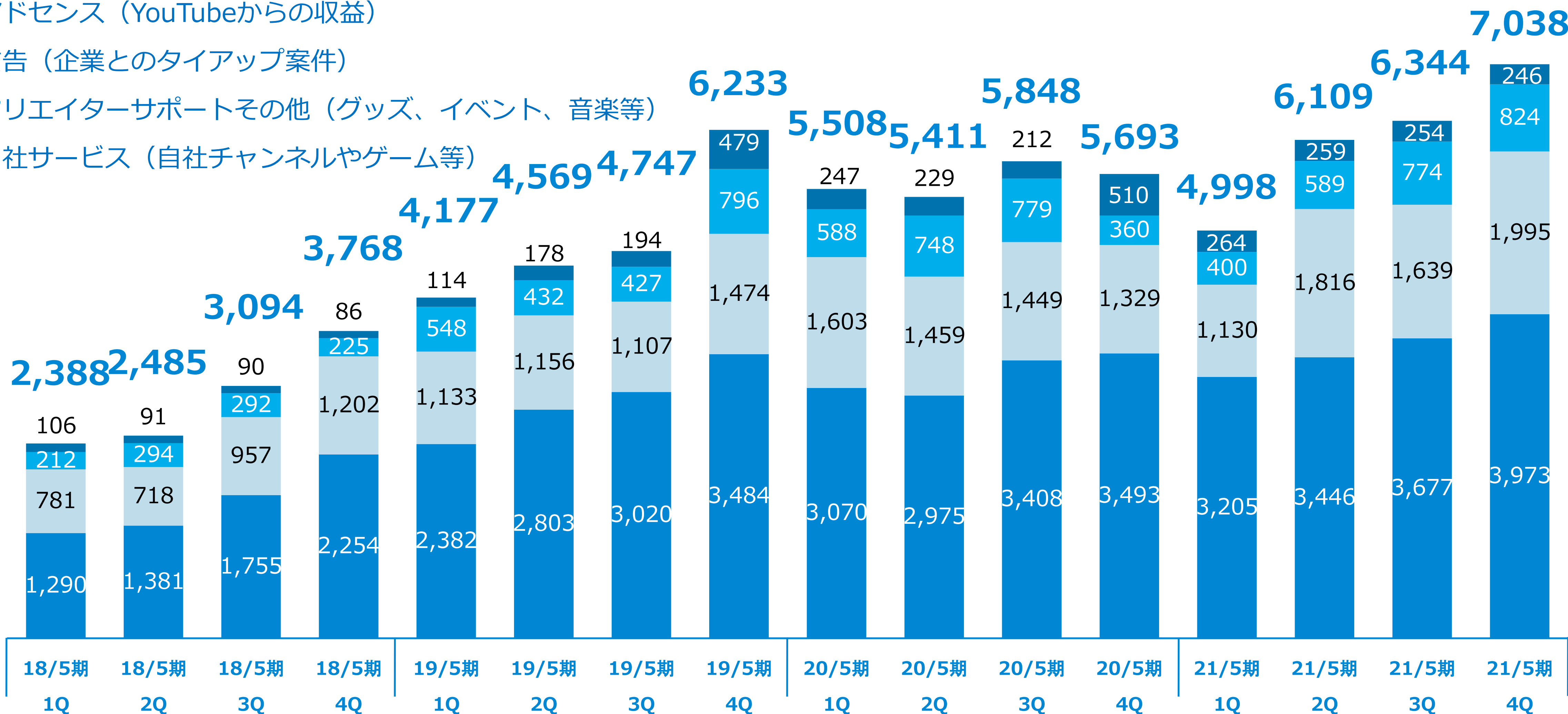
(単位：百万円)

■ アドセンス (YouTubeからの収益)

■ 広告 (企業とのタイアップ案件)

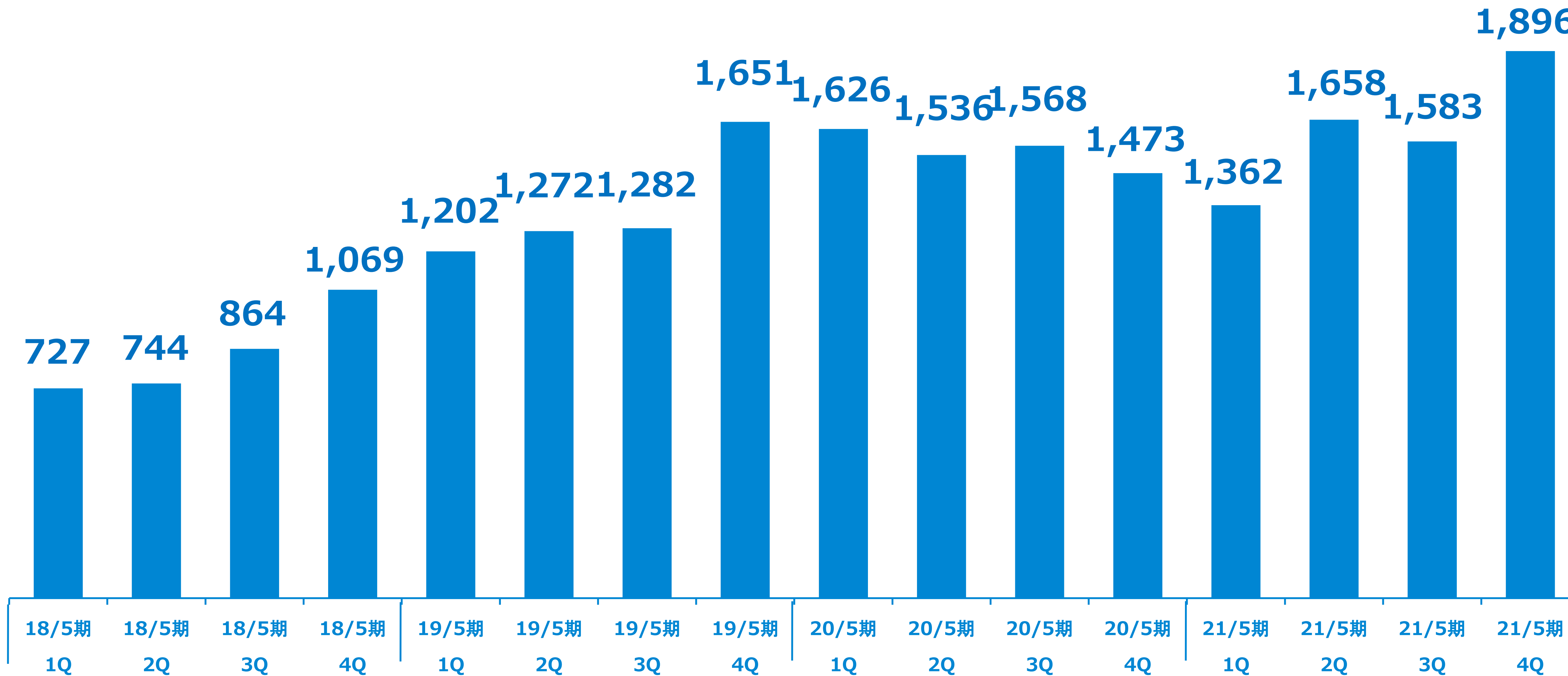
■ クリエイターサポートその他 (グッズ、イベント、音楽等)

■ 自社サービス (自社チャンネルやゲーム等)

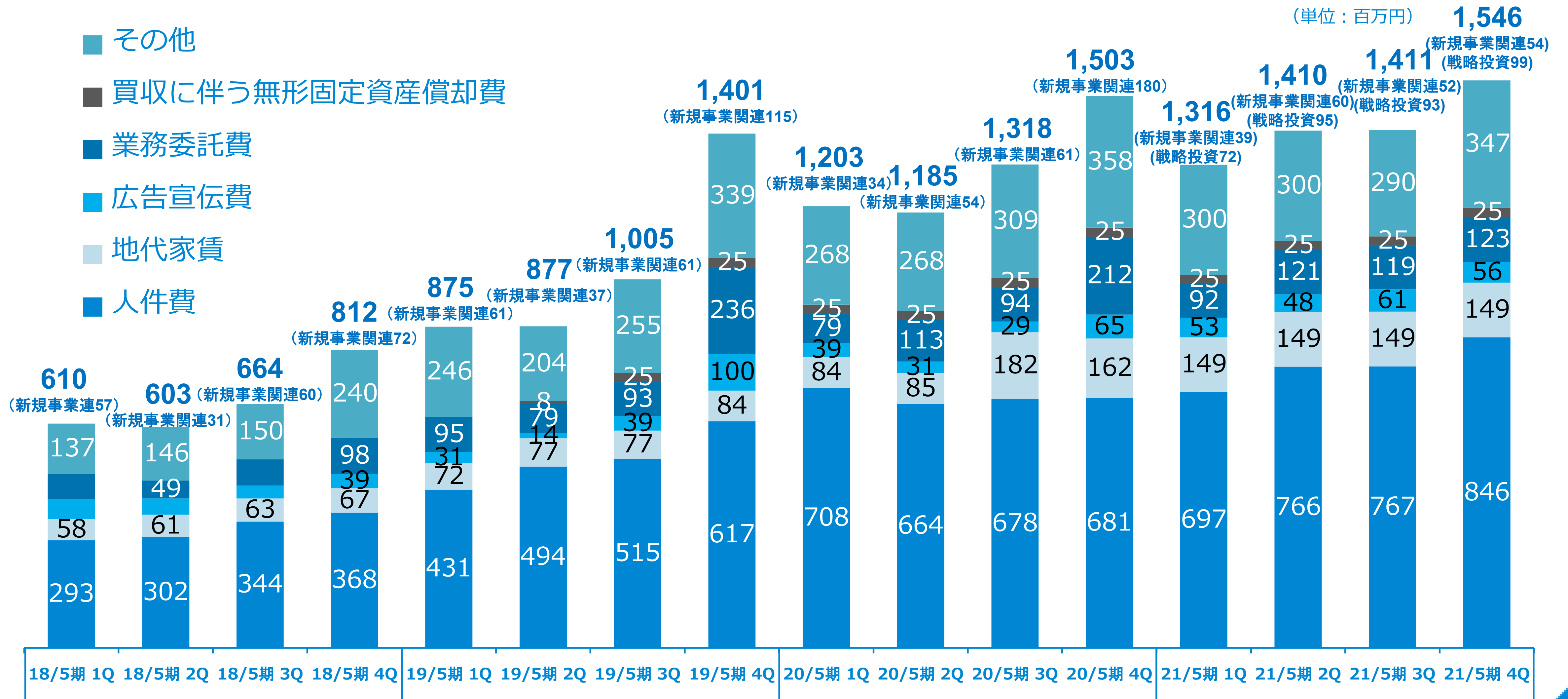


粗利益も売上回復に伴い、前四半期から拡大

(単位：百万円)



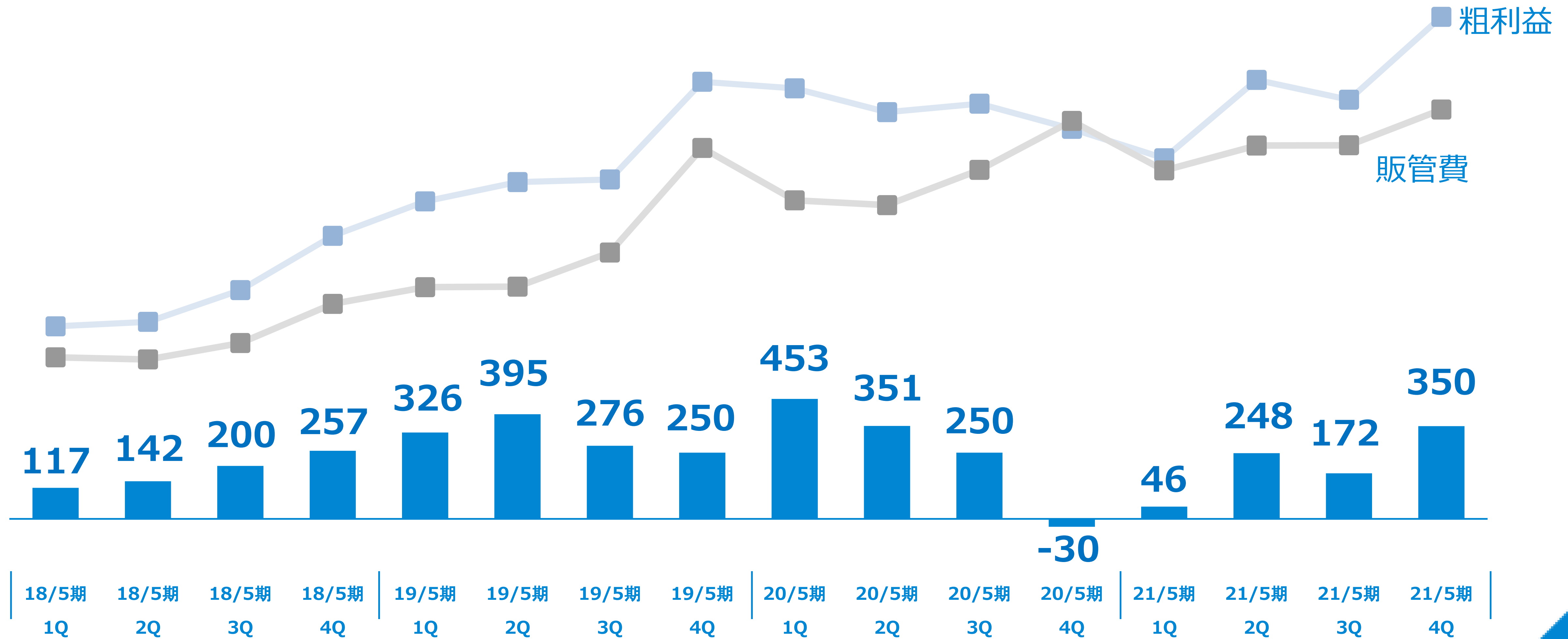
営業利益の増加に伴う賞与引当金（営業利益連動）が人件費の主な増加要因



注：戦略投資に関しては、従来原価を含めた金額を記載していましたが、販管費のみの金額に修正しています。新規事業関連費用にFORO社分も新たに含め、過去分も合わせて修正しております。

営業利益は前四半期から回復し、会社計画を超えて着地

(単位：百万円)



今後の成長戦略

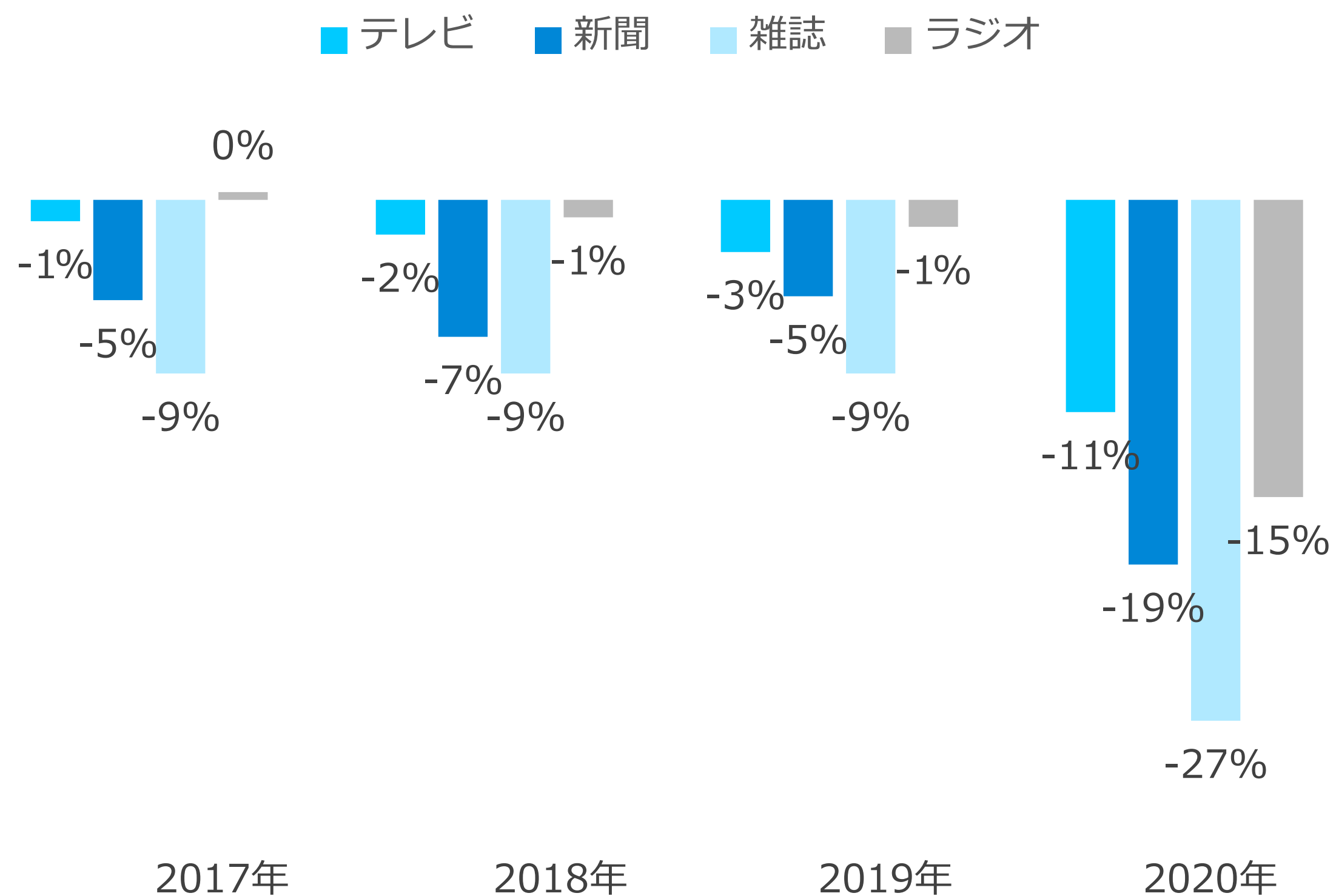
UUUM

UUUM

業界環境

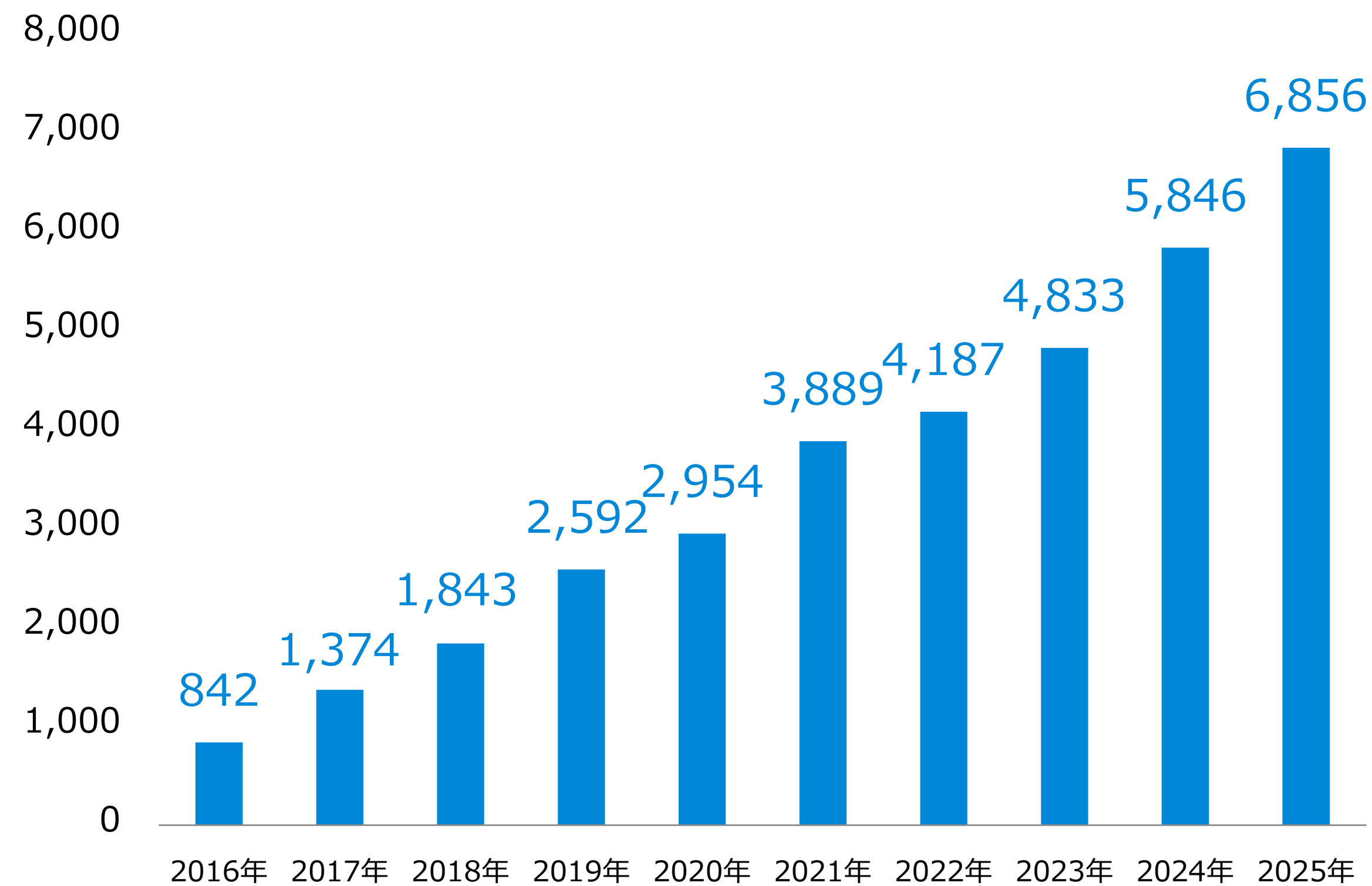
広告市場において、既存メディアから広告予算のシフトがますます進む

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

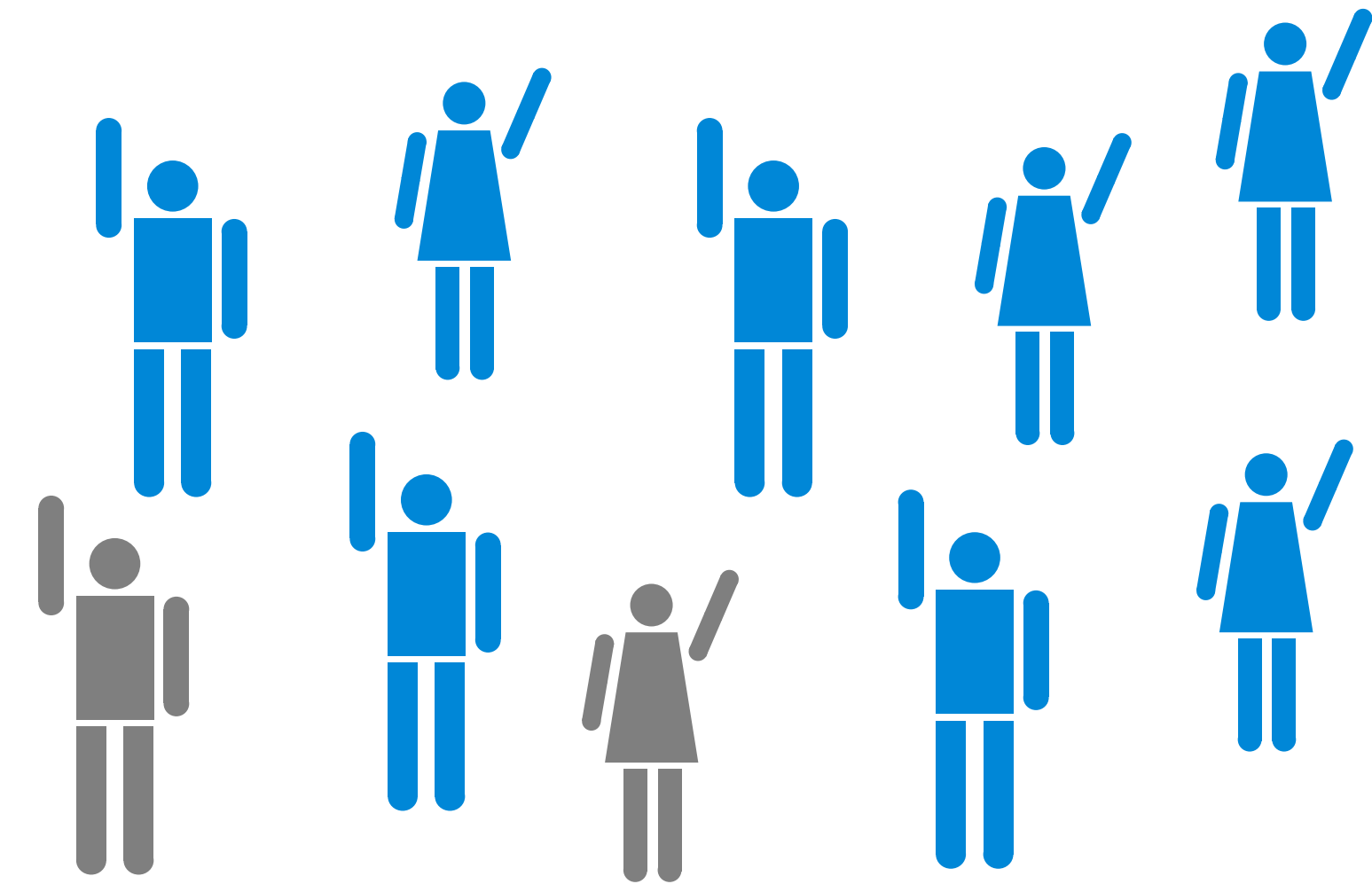
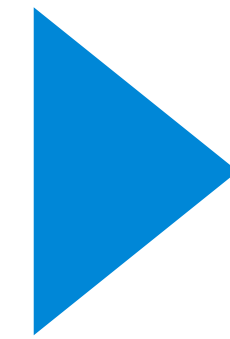
(億円)



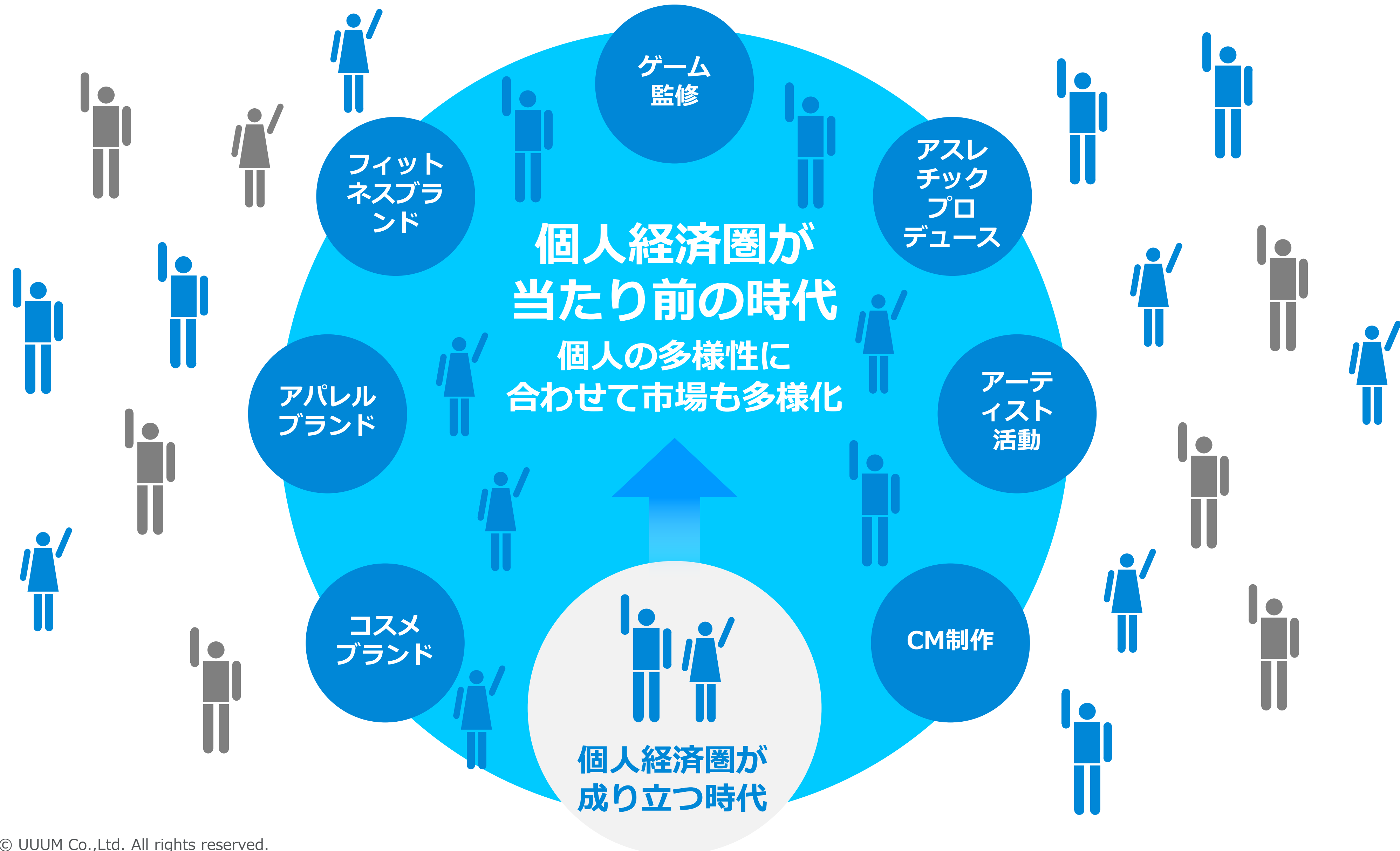
個人のメディア化は属性や所属を問わず当たり前になってきている



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
SNSで発信するように



UUUMの戦略

取組み 1

クリエイターサポートの
進化

取組み 2

トップクリエイターとの
ビジネスの深耕

取組み 3

幅広い事務所・個人に
向けたサポート
メニューの横展開

取組み 4

国内外への統合ソリュー
ションの提案拡大

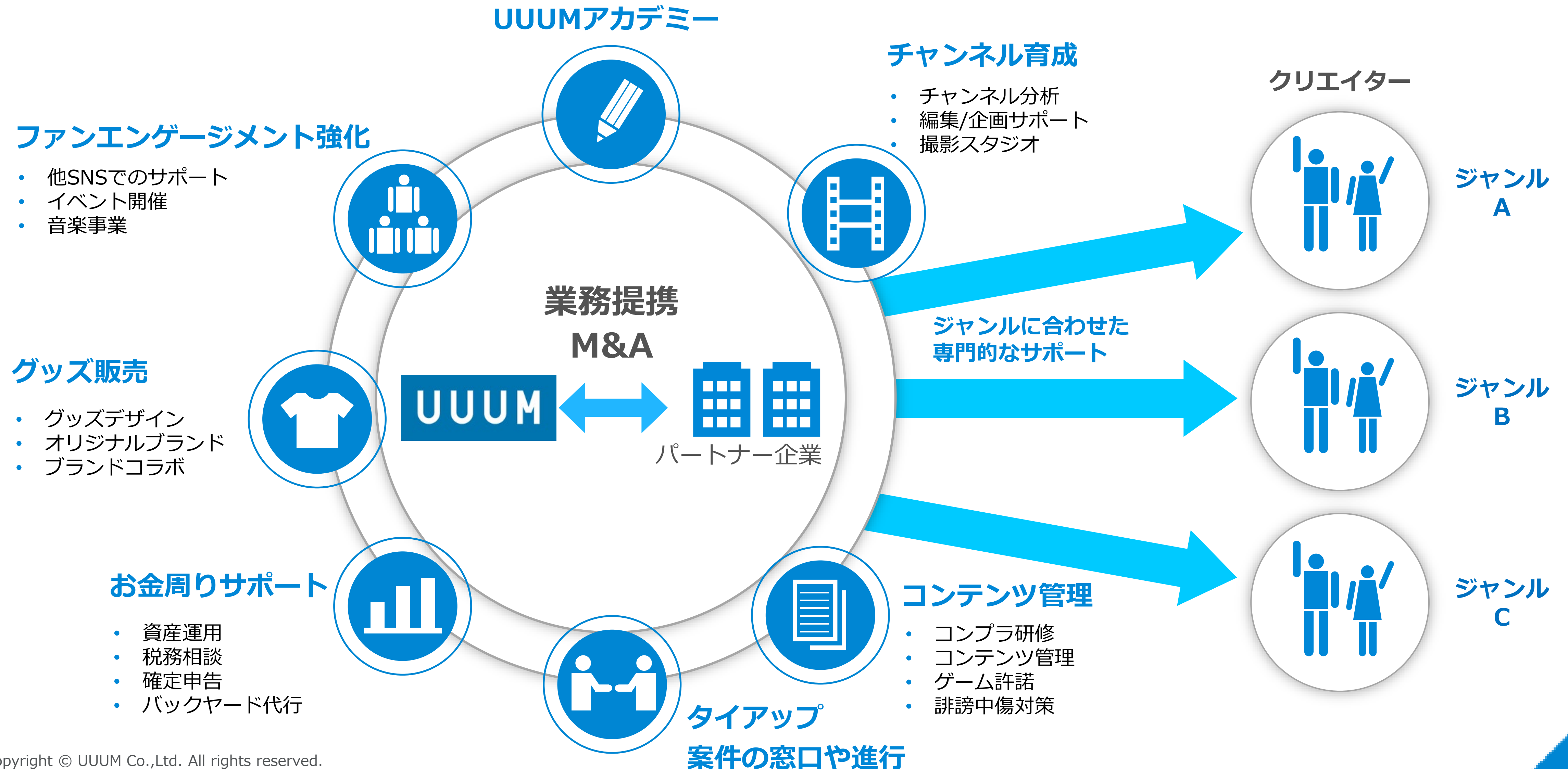
取組み 5

新規領域への投資拡大

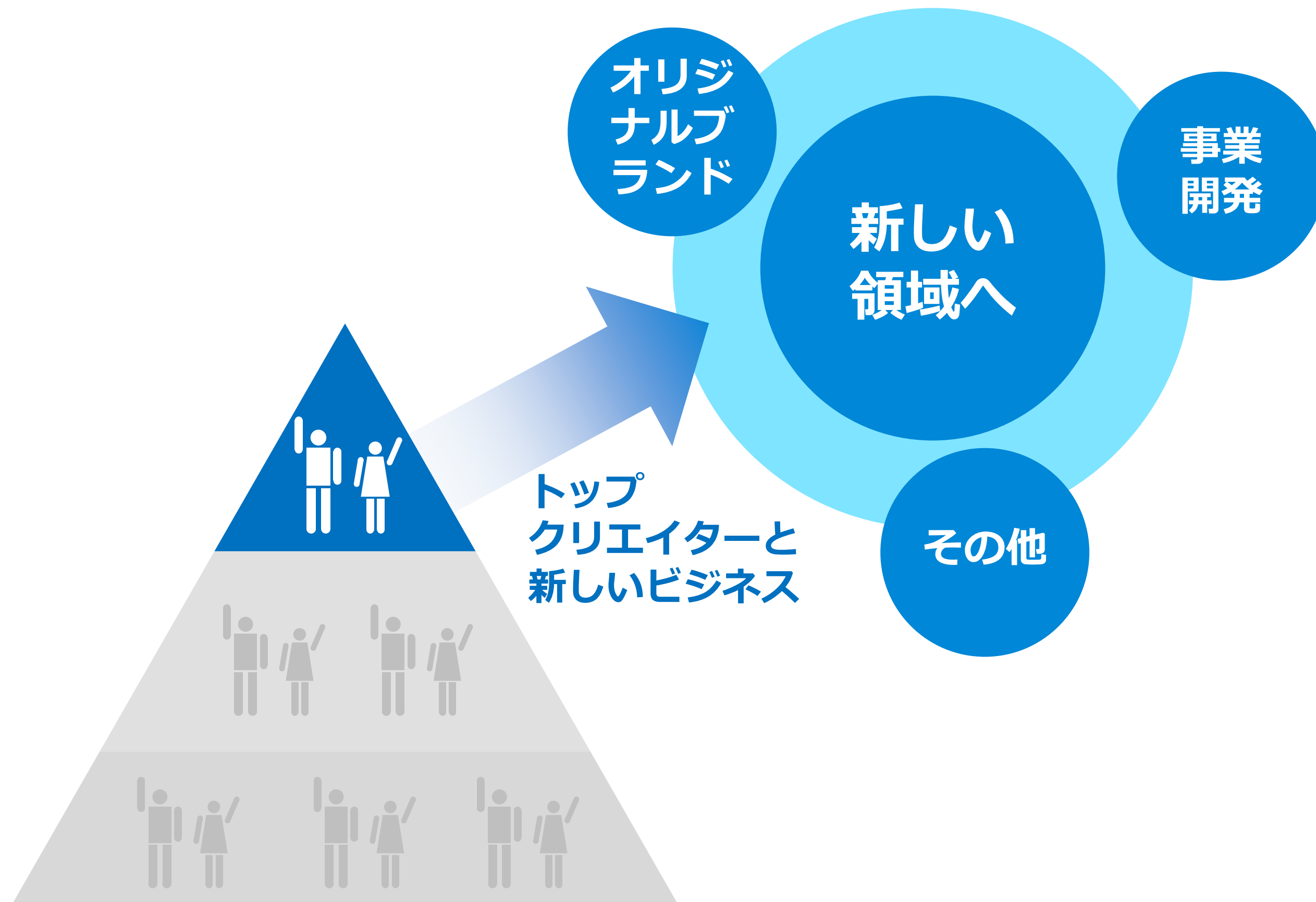
取組み 6

経営体制変更による
責任明確化と
意思決定の迅速化

時代やニーズに合わせて、サポート内容の多様化や専門化が進んでいる



- オリジナルブランドや他企業とのライセンス商品への取り組みを積極化
- その他、新しい領域への事業拡大の可能性を模索していく



ブランド/ライセンス商品の売上見通し

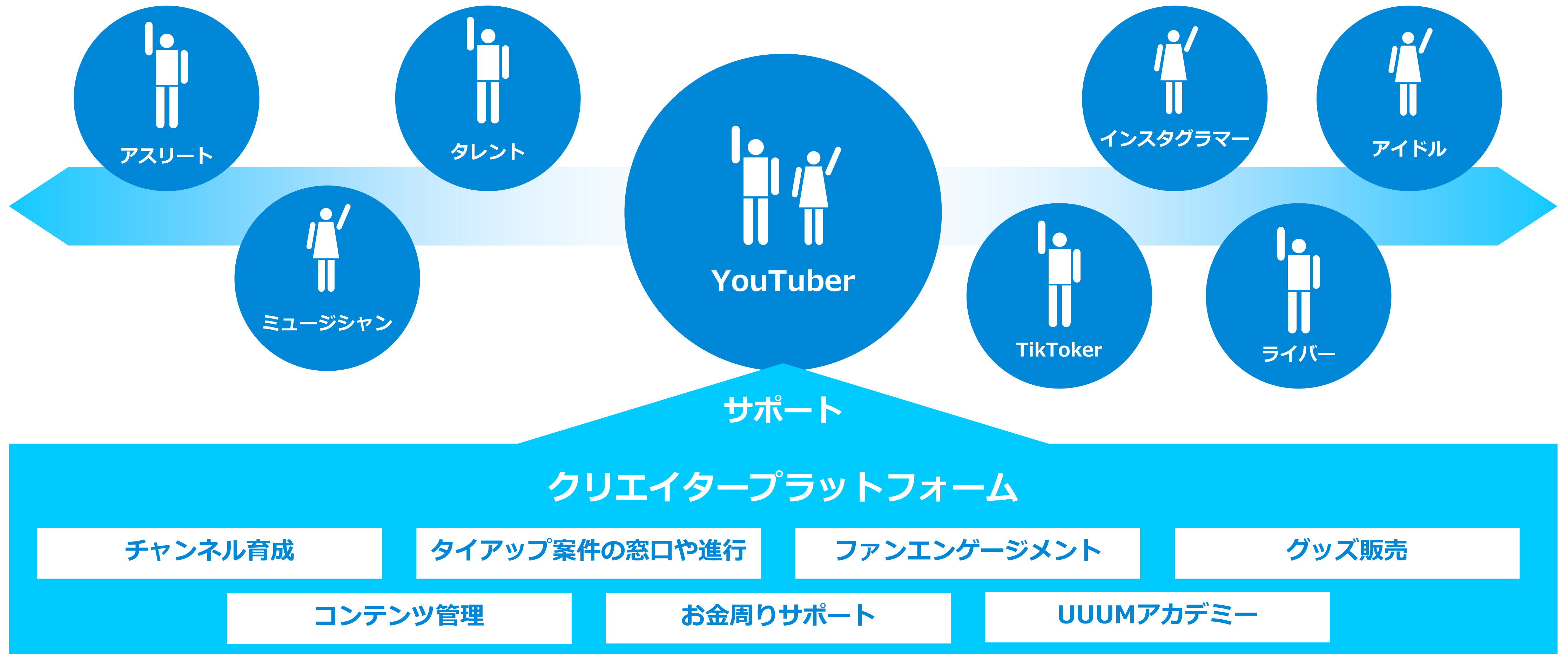
18億円

5億円

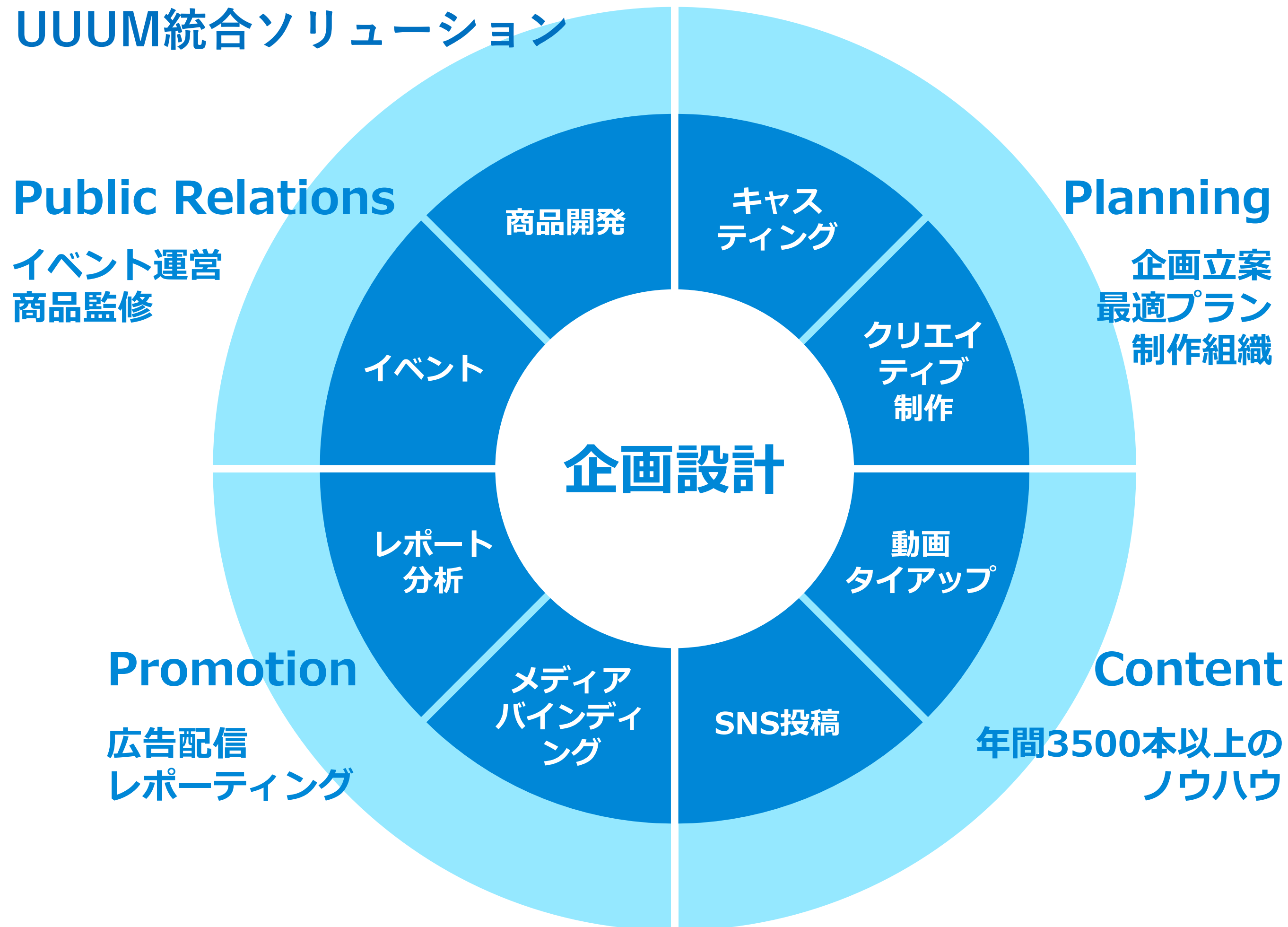
2021/5期

2022/5期見通し

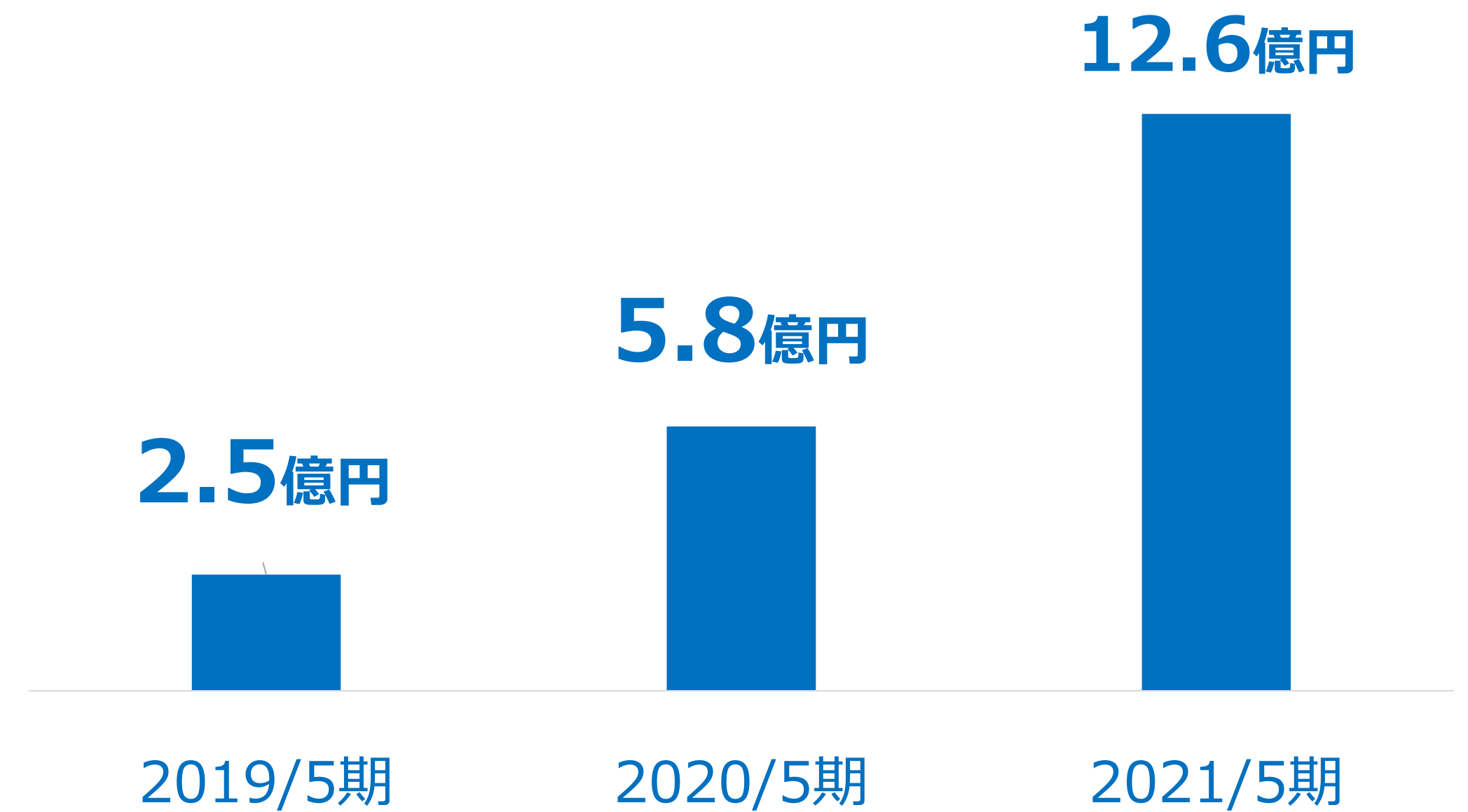
YouTuberにとどまらず、様々な分野の個人にサポートを提供



タイアップに留まらない複合的な提案を拡大させ、海外顧客の開拓も加速



海外クライアント向け広告売上推移



これまでの「脱獄ごっこ」や「青鬼オンライン」での成功と強みを活かし、
大型タイトルへ挑戦



大型
タイトルへ
挑戦

UUUMの強み

ゲーム実況を意識した
企画力、ゲーム実況者
との連携



HABET



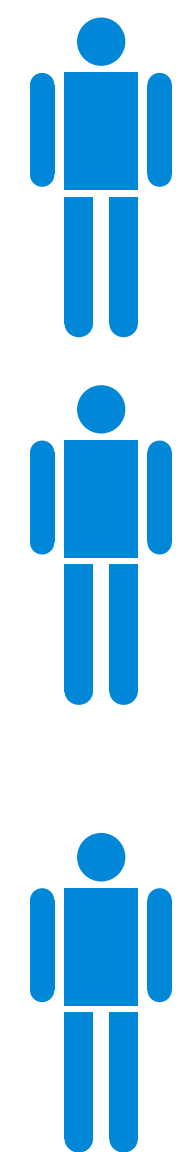
2013年より、クリエイター、インフルエンサーのサポートに取り組むとともに「個人がメディアになる時代」を提唱し続け、実現の先に「個人経済圏」の形成にも貢献してきたと考えております。そして「個人経済圏」において、個人の発信やアクションは、すべて「コンテンツ」となり得ます。

そのコンテンツを無形なものでありながら、世の中に届ける新しい形でNFTプラットフォームの展開をスタートさせます

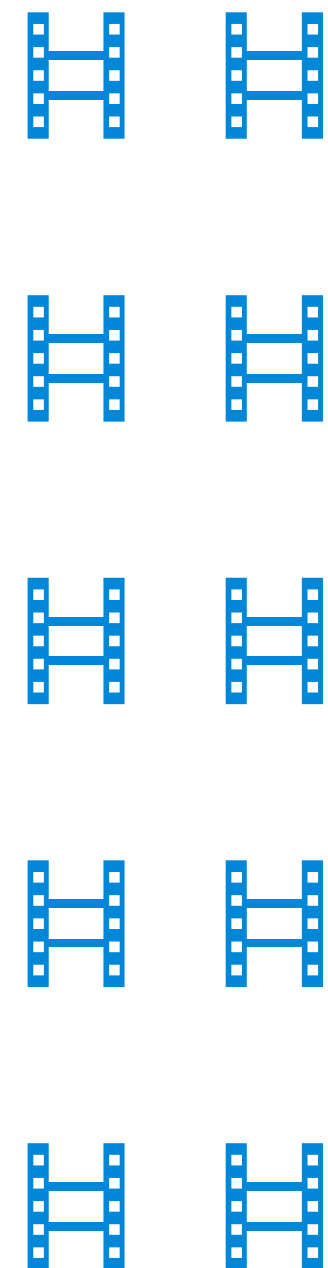
最終的には一般個人までがNFTをつくって出品可能な場所を提供していきます

HABET

将来的には個人がコンテンツを提供



個人



コンテンツパートナー

Culture Entertainment



CYBERJAPAN®



dentsu
tokyo/osaka/nagoya

美少女図鑑
Beautiful girl pictorial book

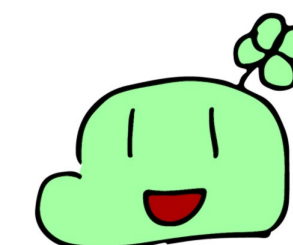


UNIVERSAL MUSIC GROUP

YOSHIMOTO 109th

Ⓜ R・I・P

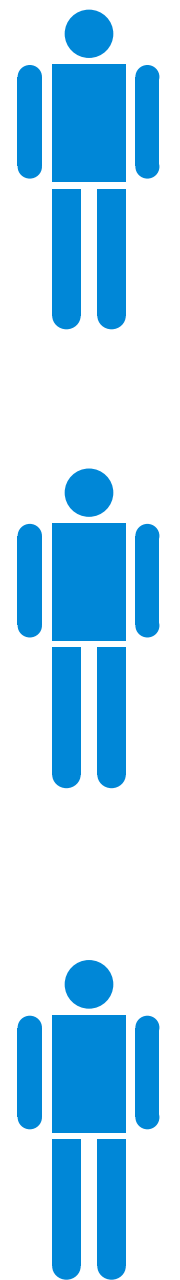
YouTubeクリエイター
(HIKAKIN、はじめしゃちょー、フィッシャーズ、のぼまん、わんこそばなど)



所有

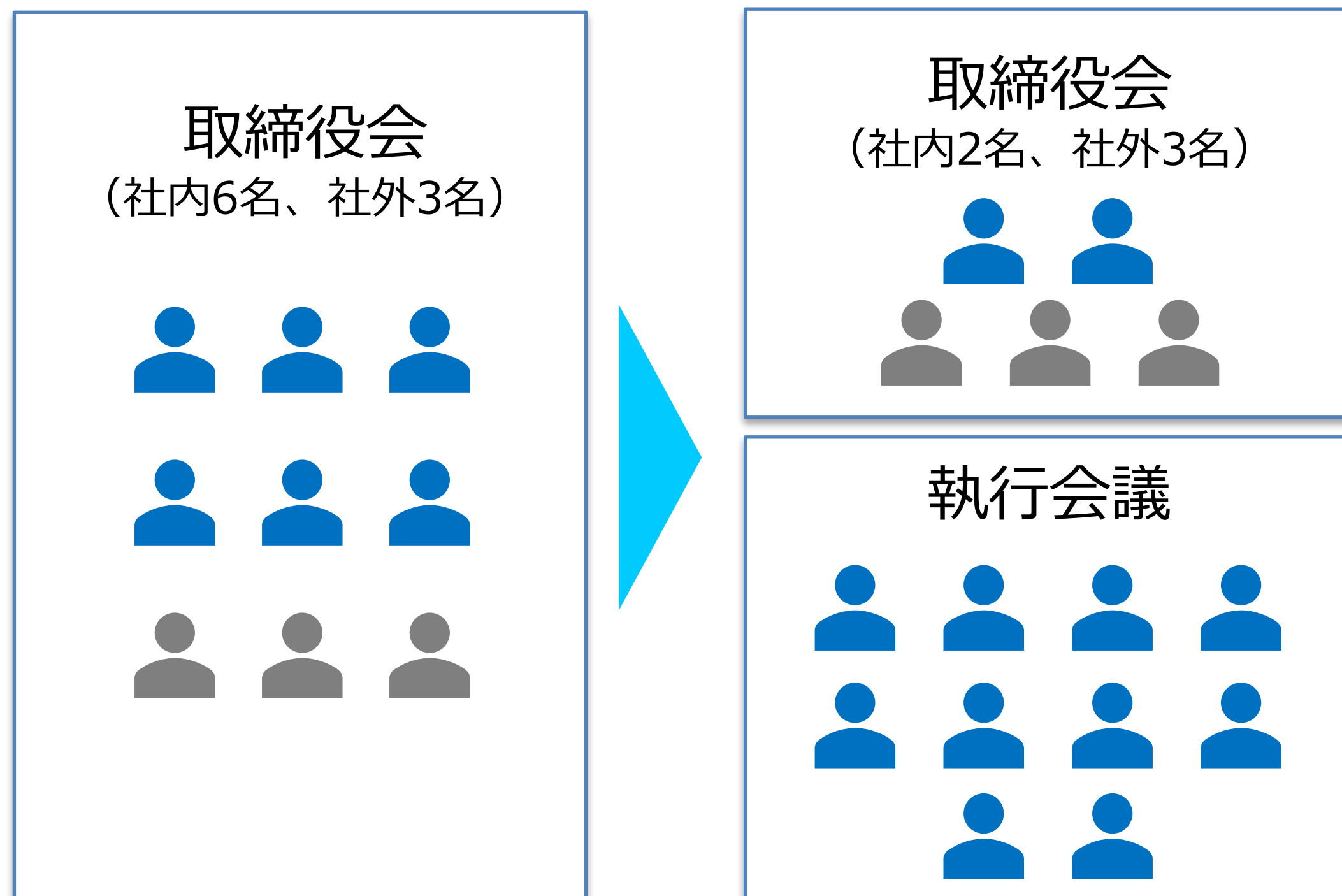
所有

所有



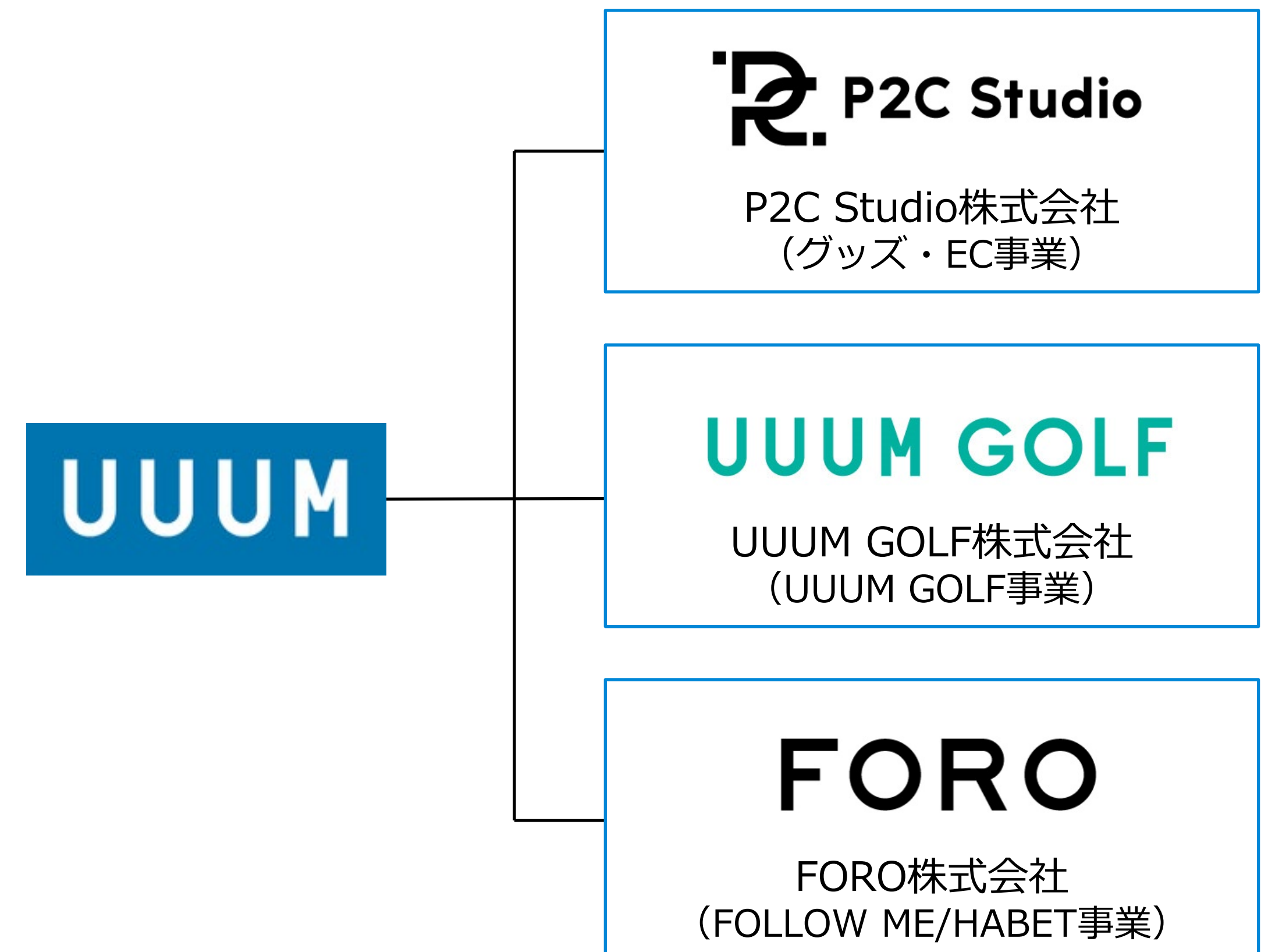
1 執行役員制度の導入

事業の多角化・複雑化をふまえ、執行責任・数値責任を執行会議及び個々の執行役員へ移譲することで経営スピードを改善させていく。取締役会はモニタリング機能に特化した形に。



2 3事業を子会社化

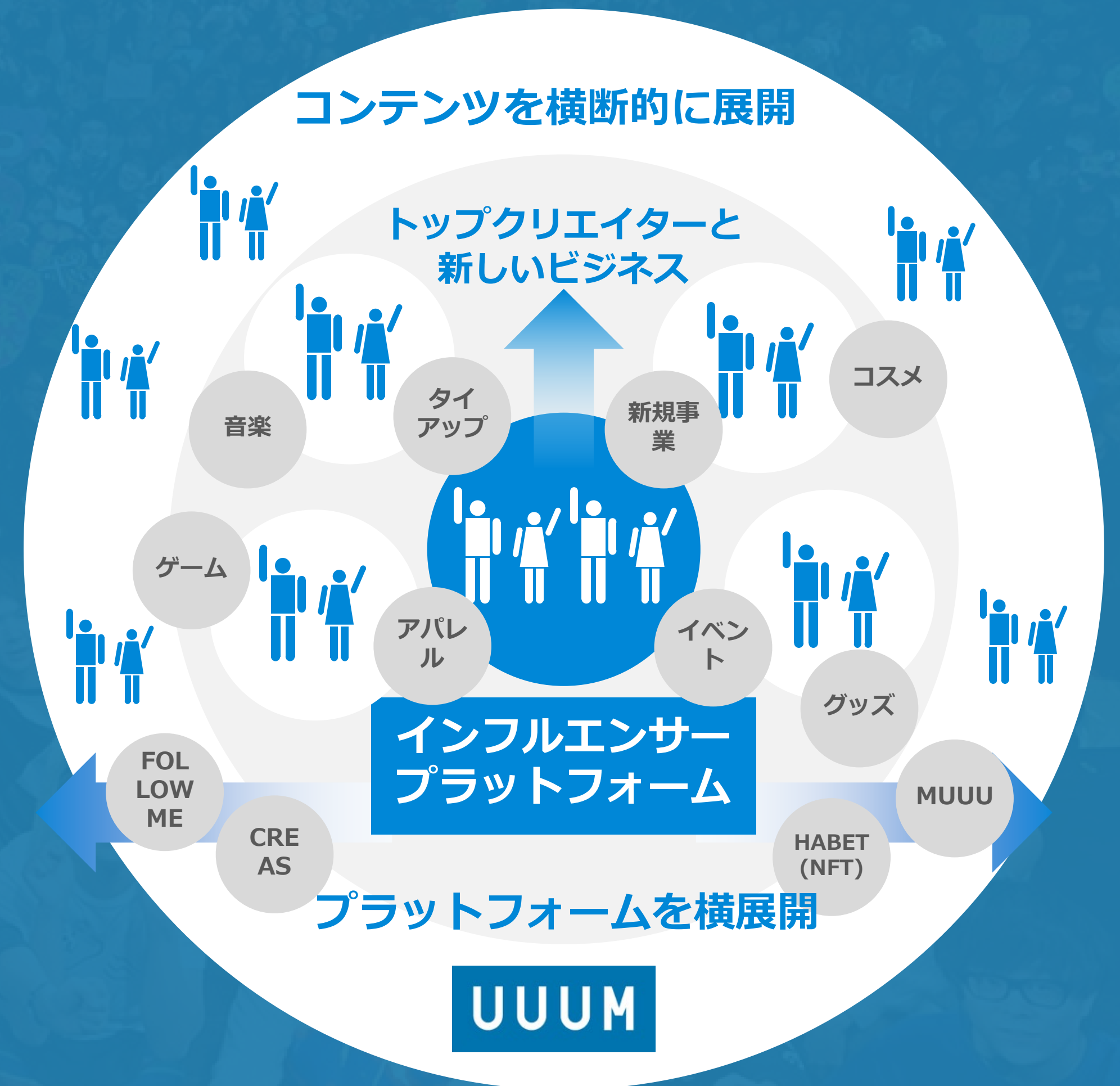
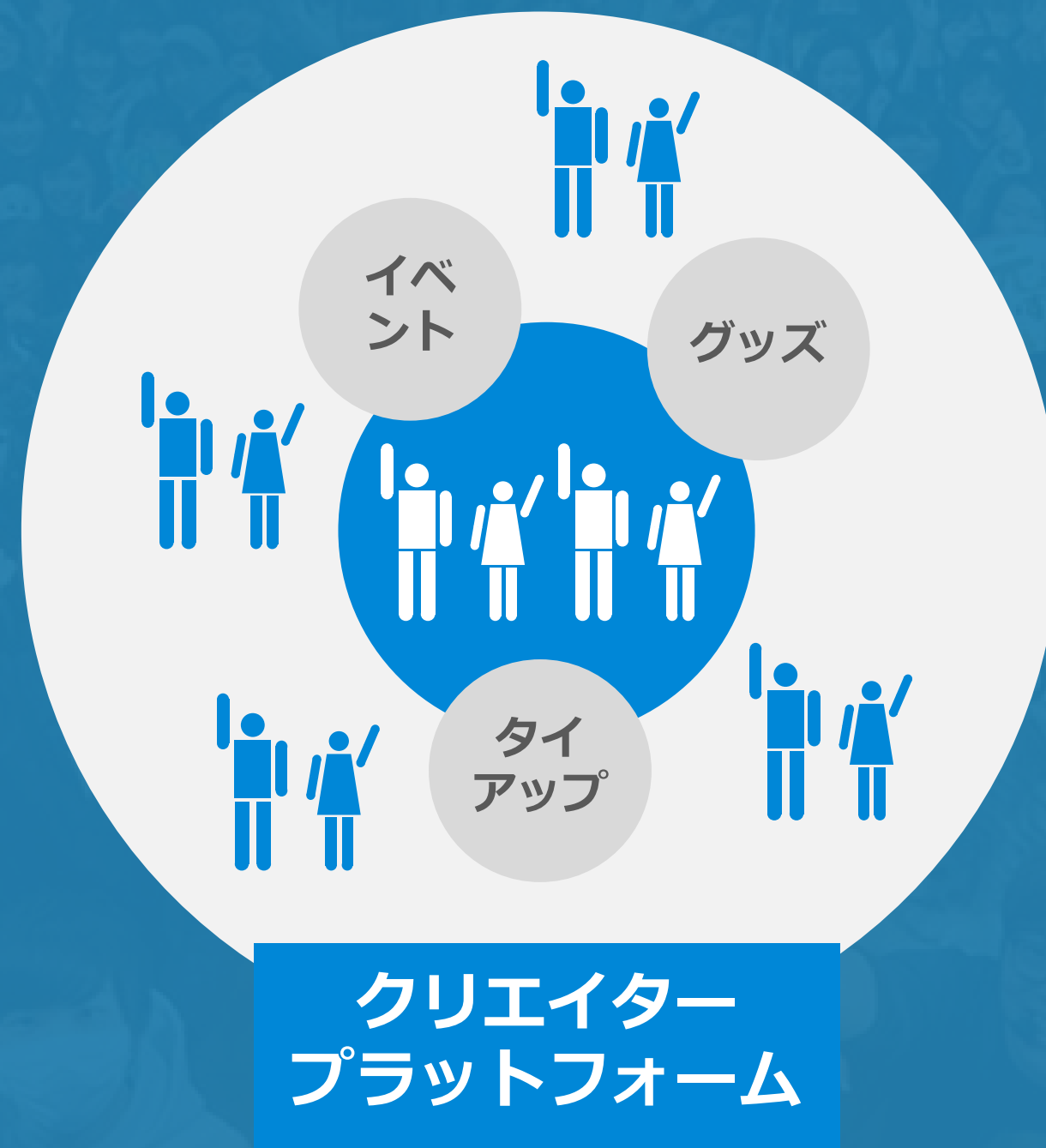
経営スピードの向上や社外との取り組みを加速させるため、3事業を100%子会社として分割



今後も セカイにコドモゴコロ を提供する 会社へ成長していきます



クリエイター
マネジメント



2013年
(創業)

現在

22/5期 業績予想

UUUM

UUUM

- 2022年5月期は、2021年5月期に成長の兆しが見えてきた事業に対して積極的な投資を行い、2023年5月期以降の成長につなげていく1年。
- 具体的には、クリエイターブランド、YouTube以外のPF収益、音楽事業、NFT事業、など。早ければ今下期以降からの貢献を見込む。
- 一人当たり営業利益を重要KPIとし、トップクリエイターとのビジネスの深耕、幅広い個人へのサポート展開を両軸で進めることにより、改善させていく。
- アドセンスをベース収益ととらえ、クリエイターサポートに関わる費用は、アドセンス収益の動向を勘案し、適切な水準にコントロールしていく。
- 2022年5月期の期首より「収益認識に関する会計基準」の適用を予定しており、売上において影響を受ける見込み。

(百万円)	22/5期 業績予想	21/5期 実績	前年同期比
売上高	24,500	24,488	-
(収益認識基準の影響を除いた場合)	27,400	24,488	112%
粗利益	7,600	6,500	117%
営業利益	830	816	102%
親会社株主に帰属する当期純利益	470	549	86%

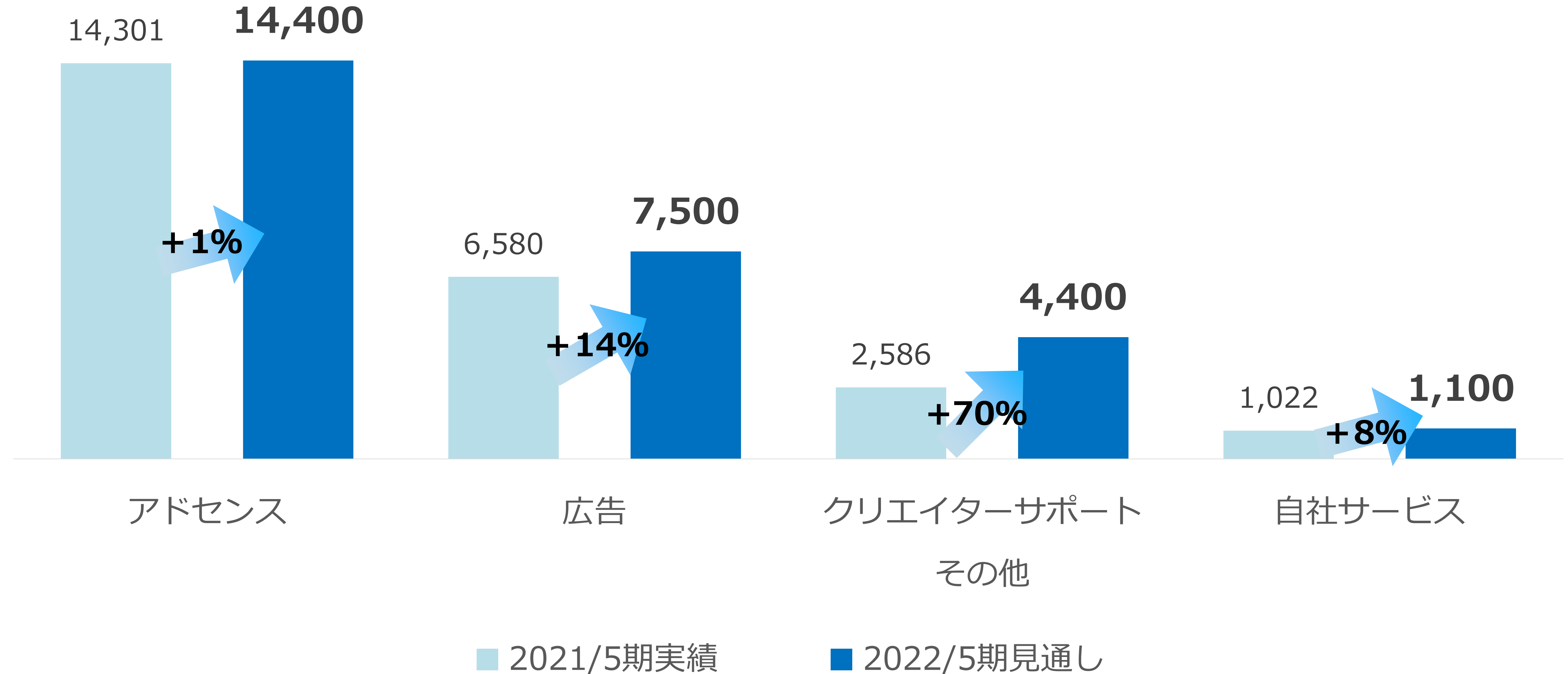
注：宮崎拠点の助成金に伴う営業外収益を21/5期に計上したことや、新設子会社の損失計上に伴う実効税率の上昇などが22/5期見込まれることなどから、22/5期の親会社株主に帰属する当期純利益は減益となる見通しです。

注：22/5期より「収益認識に関する会計基準」の適用を予定しており、売上において影響を受ける見込みです。

サービス別売上高見通し（収益認識基準の影響を除く）

UUUM

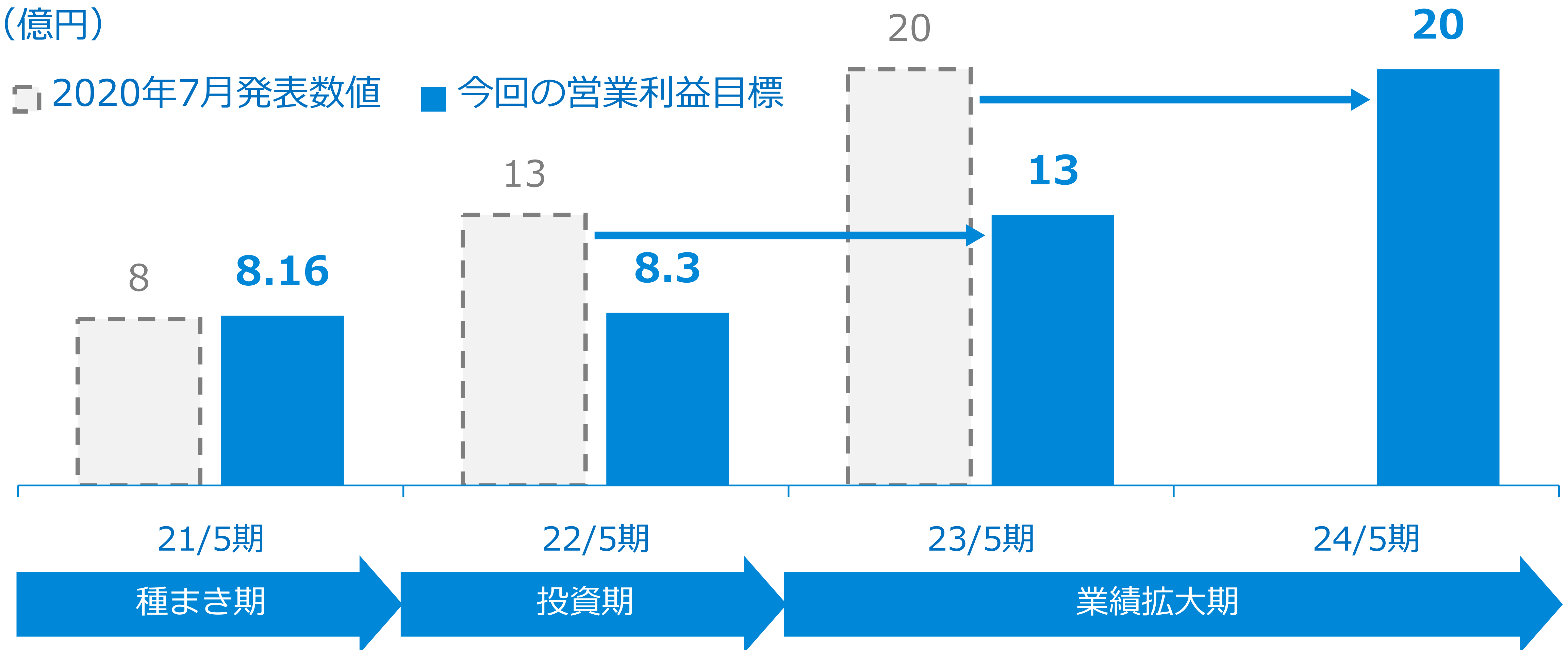
（単位：百万円）



(百万円)	22/5期 見通し	21/5期 実績	前年同期比
販管費	6,770	5,684	119%
(うち新規事業関連)	305	204	150%
(うちクリエイター戦略投資)	452	360	126%
新規事業/クリエイター戦略投資 を除く販管費	6,013	5,120	117%

22/5期はクリエイターブランドやNFT事業など、成長事業への投資期となるため、中期目標は1年後ろ倒しさせて頂き、23/5期から成長軌道にのせていきます。

(億円)

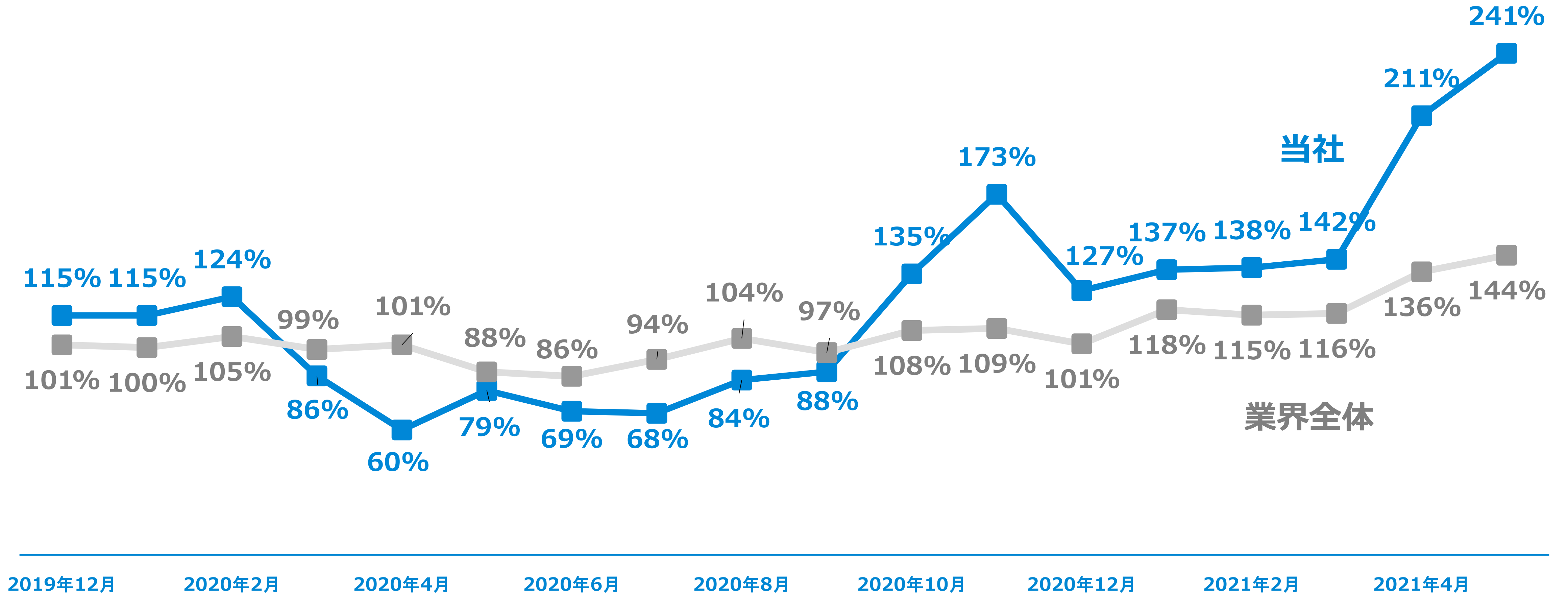


Appendix

UUUM

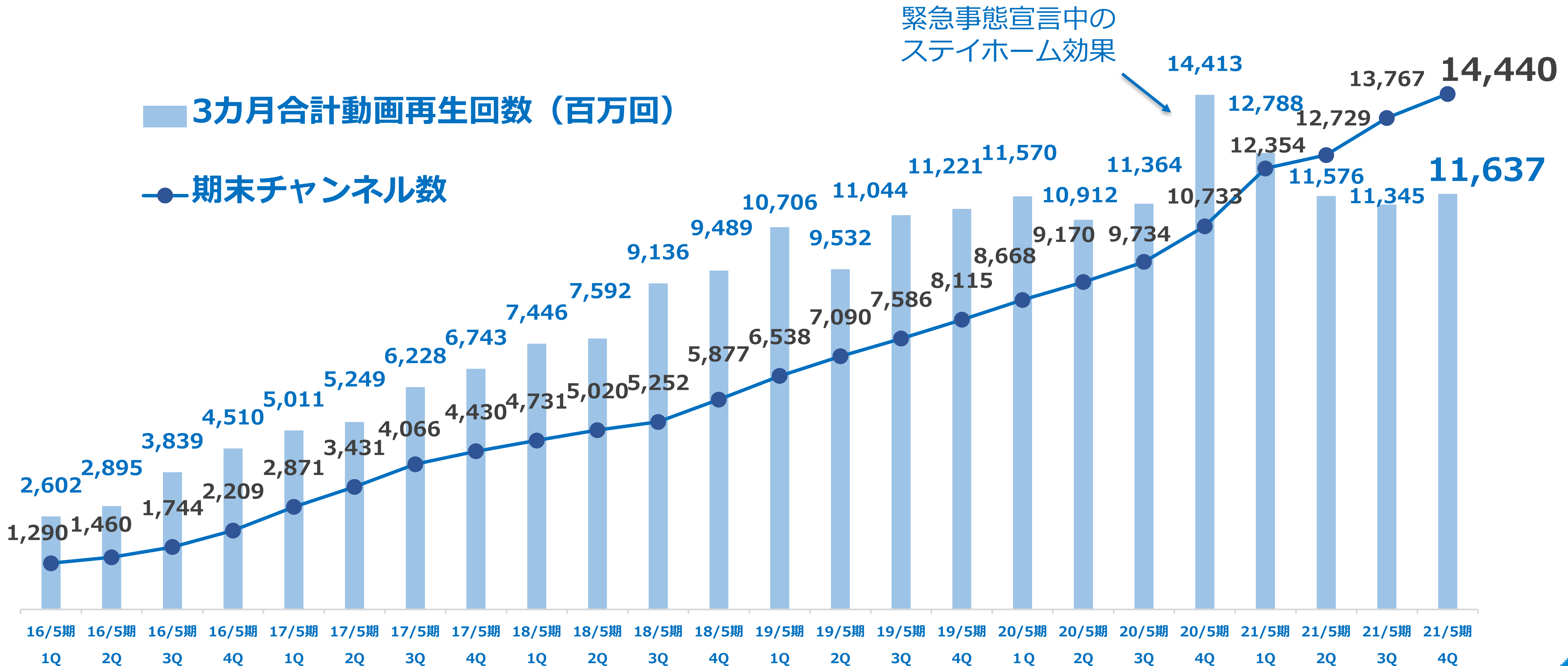


タイヤアップ広告と市場実績（前年比）

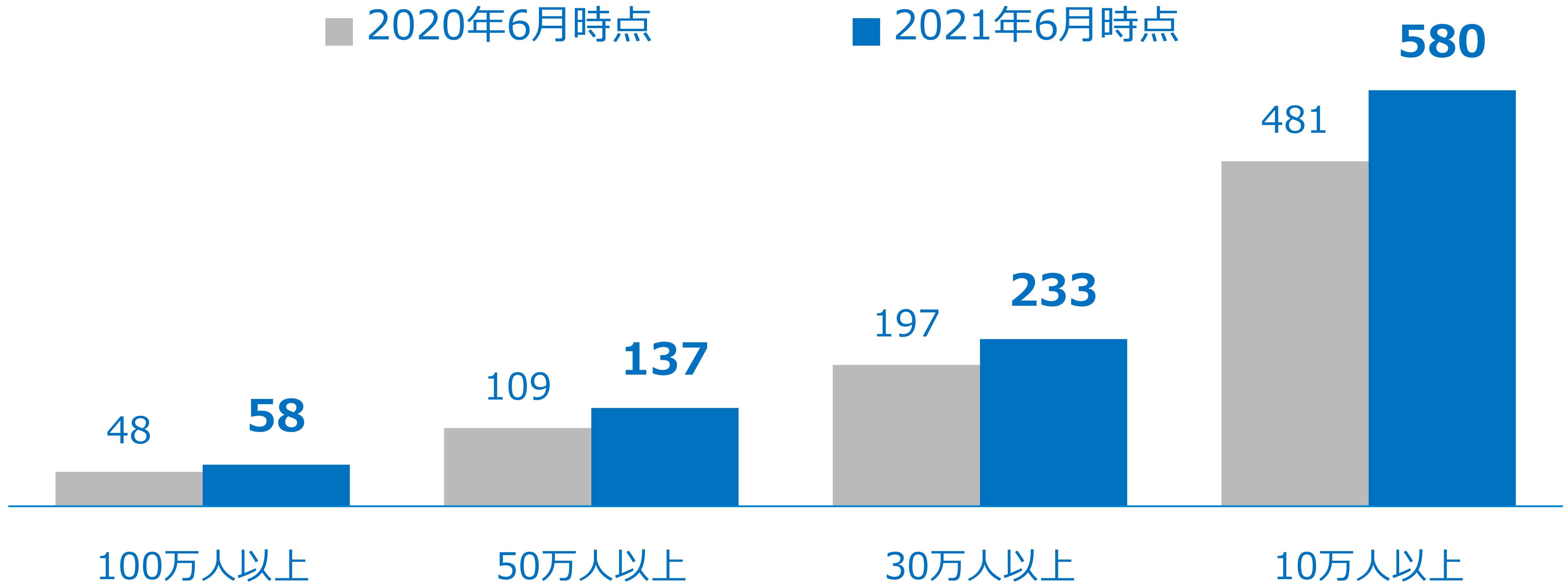


注：※業界全体は経済産業省の「特定サービス産業動態統計調査」のうちインターネット広告売上高に基づく

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



チャンネル登録者100万人以上のチャンネルは1年で48→58チャンネルに増加

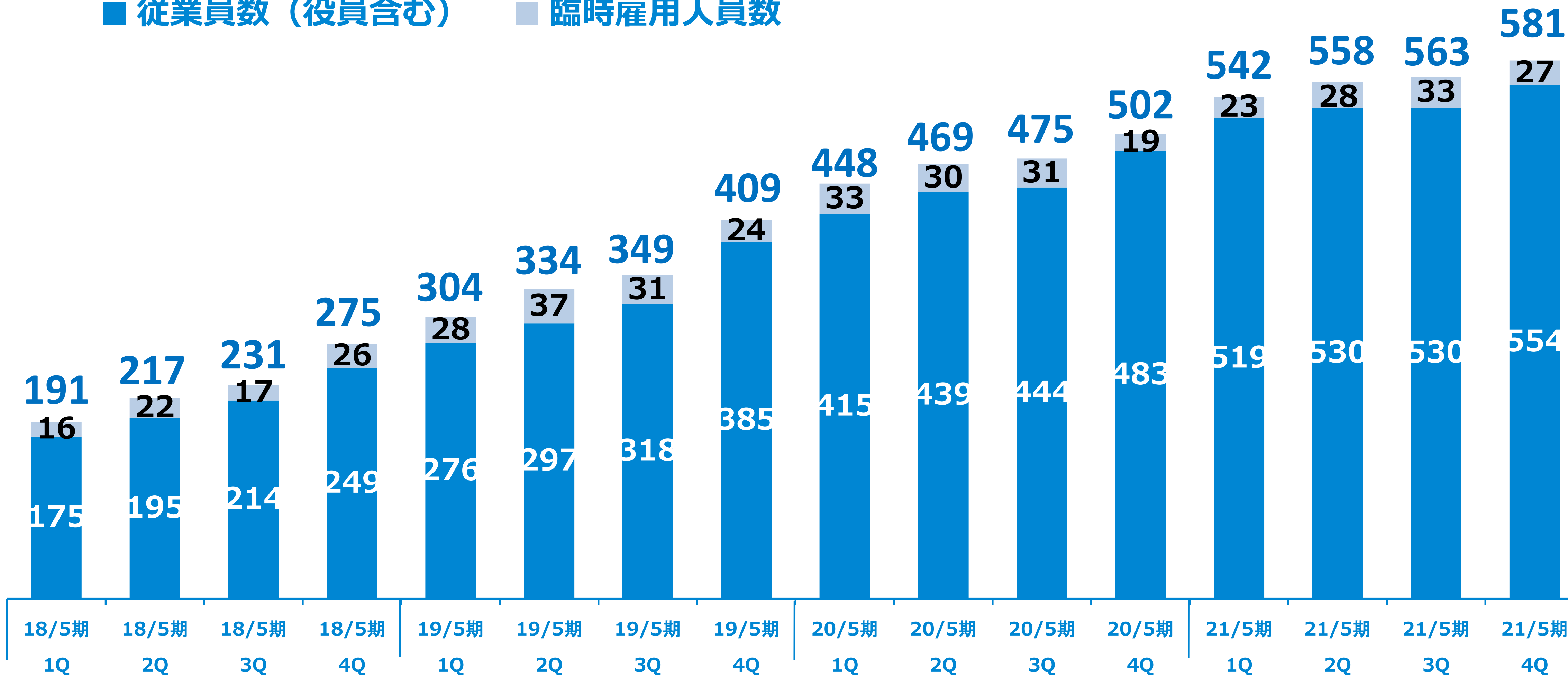


YouTubeのチャンネル登録者

四半期末の従業員数、臨時雇用人員数推移

(単位：人)

■ 従業員数（役員含む） ■ 臨時雇用人員数





UUUM