



UUUM

2023年5月期 第2四半期決算説明

2023年1月13日

AGENDA

1. 2023年5月期 2Q決算概要
2. 今後の成長戦略
3. 参考資料



売上高

大きく伸長

注力するアドセンス以外の売上高は前年比**127%**と高い売上成長が持続

収益構造転換

順調に進捗

注力事業であるグッズP2Cは前年比**271%**の増収を達成

アドセンス以外の売上構成比増加により全社の粗利益率は**32%**まで改善

対計画

順調に進捗

上期の営業利益は通期業績予想に対して**順調に進捗**

成長戦略

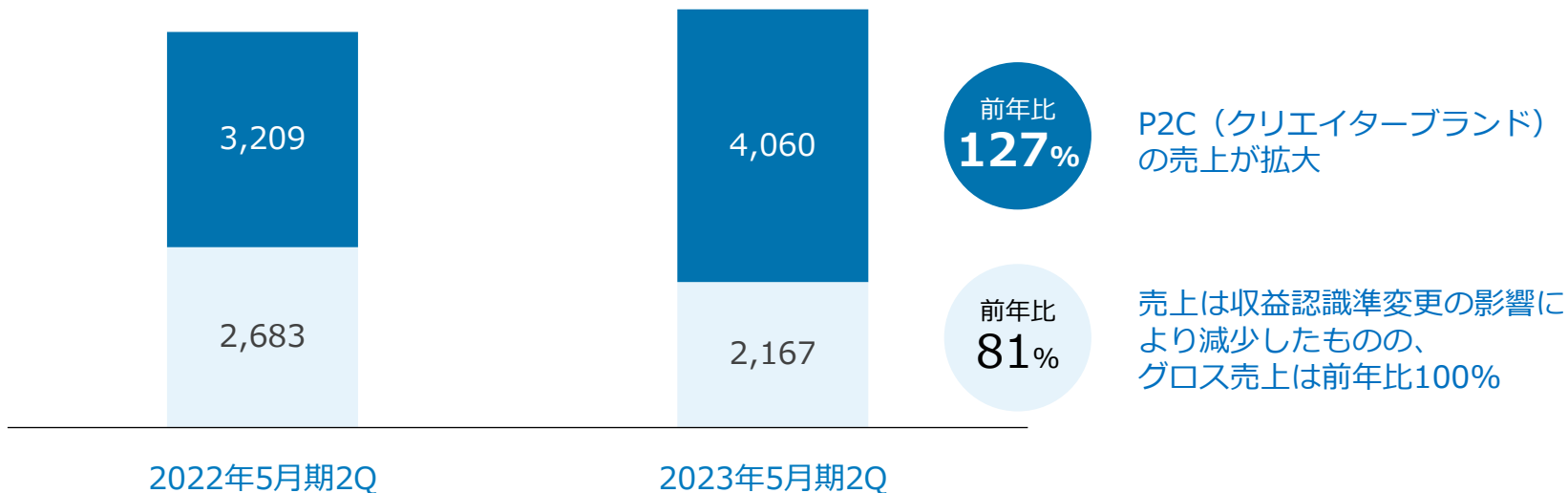
将来への布石

新たなP2Cブランドの立ち上げ
新作ゲーム2タイトルを発表

注力するアドセンス以外の売上は順調に拡大

- アドセンス以外の売上
- アドセンス売上

(単位：百万円)



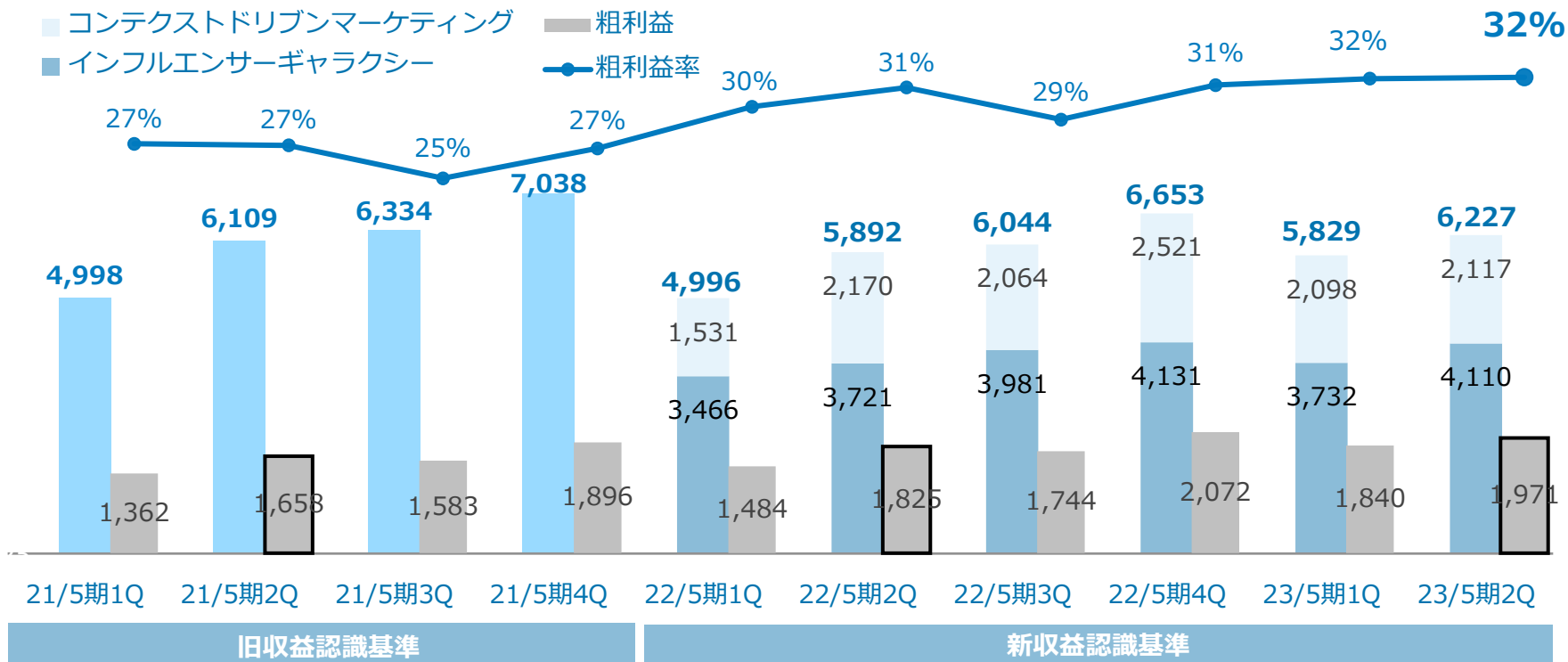
(百万円)	23/5期 2Q (2022年9月-2022年11月)	22/5期 2Q (2021年9月-2021年11月)	前年同期比
売上高	6,227	5,892	106%
粗利益	1,971	1,825	108%
販管費	1,667	1,490	112%
営業利益	304	335	91%
親会社株主に帰属 する当期純利益	134	203	66%

※2023年5月期2Qに特別損失として投資有価証券評価損93百万円を計上

(百万円)	23/5期 2Q累計 (2022年6月-2022年11月)	22/5期 2Q累計 (2021年6月-2021年11月)	前年同期比
売上高	12,056	10,888	111%
粗利益	3,811	3,309	115%
販管費	3,303	2,970	111%
営業利益	508	339	150%
親会社株主に帰属 する当期純利益	239	190	126%

アドセンス以外の売上拡大に伴い、粗利益率は32%まで改善

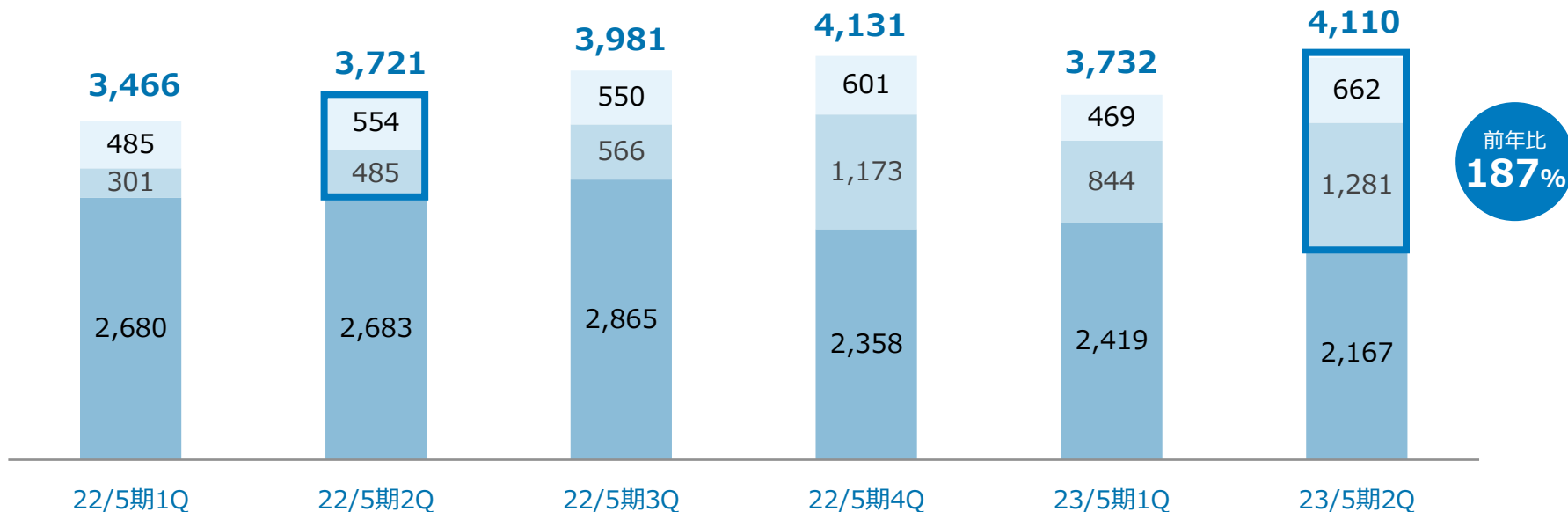
(単位：百万円)



クリエイターとの共創事業に注力し、アドセンス除く売上は前年比**187%**成長

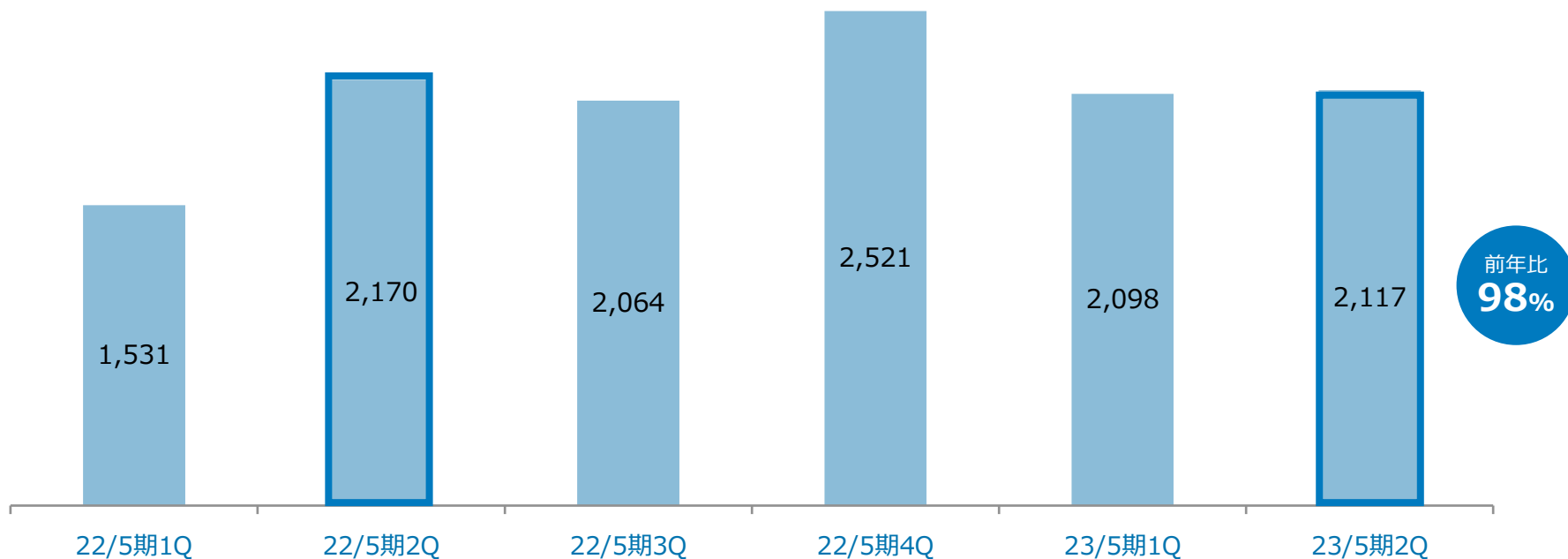
(単位：百万円)

- その他
- グッズP2C
- アドセンス



好調だった前年2Qに並ぶ水準を達成し、堅調に推移

(単位：百万円)



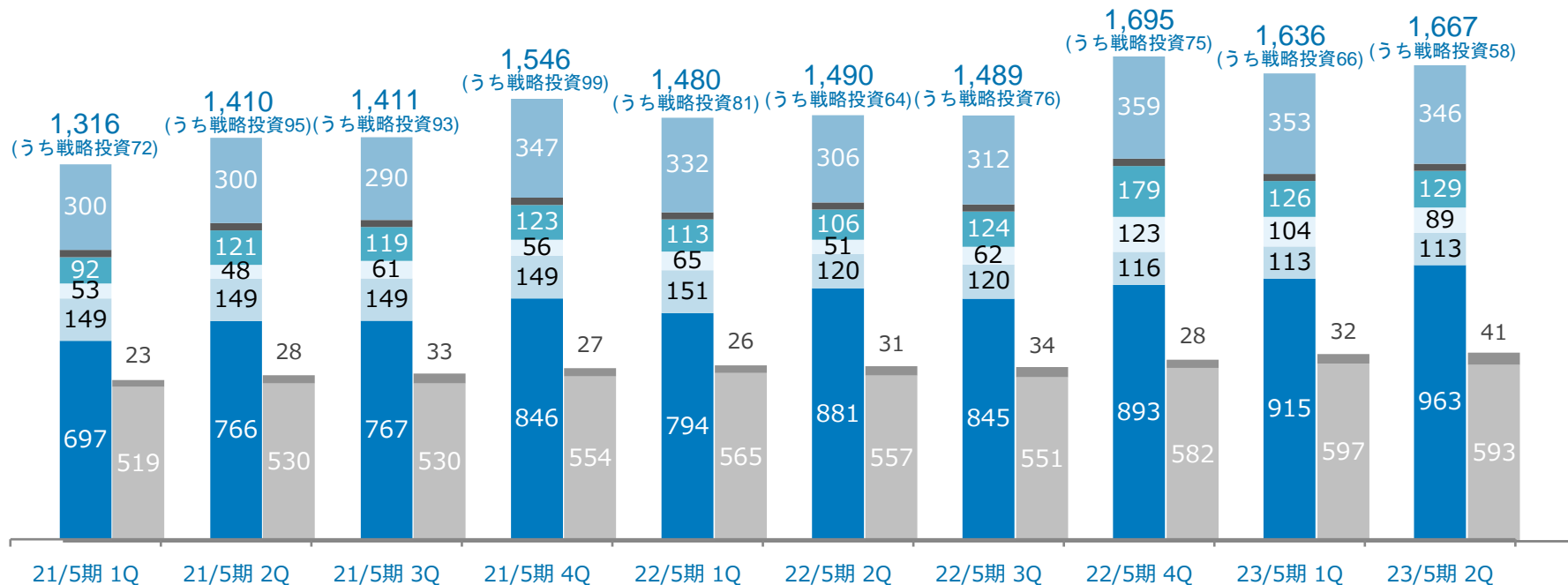
販管費（四半期）と四半期末の従業員数、臨時雇用人員数の推移

販管費全体として抑制しつつも、人材投資を継続

(単位：百万円)

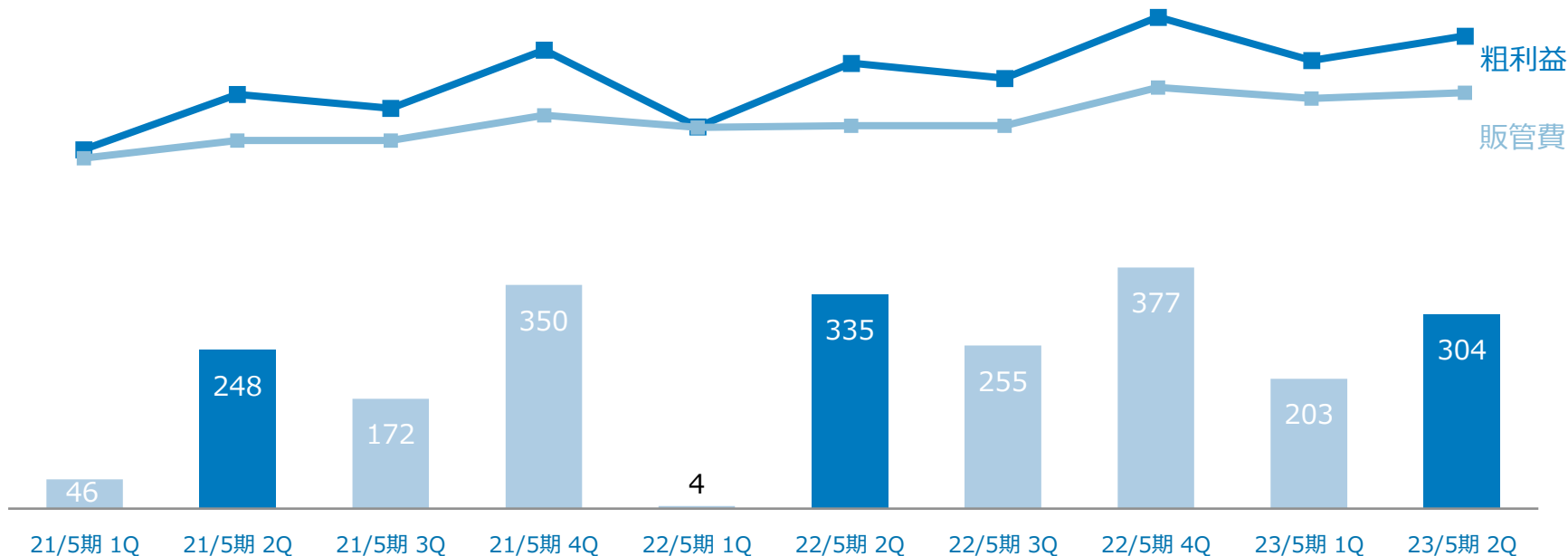
(単位：人)

- 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



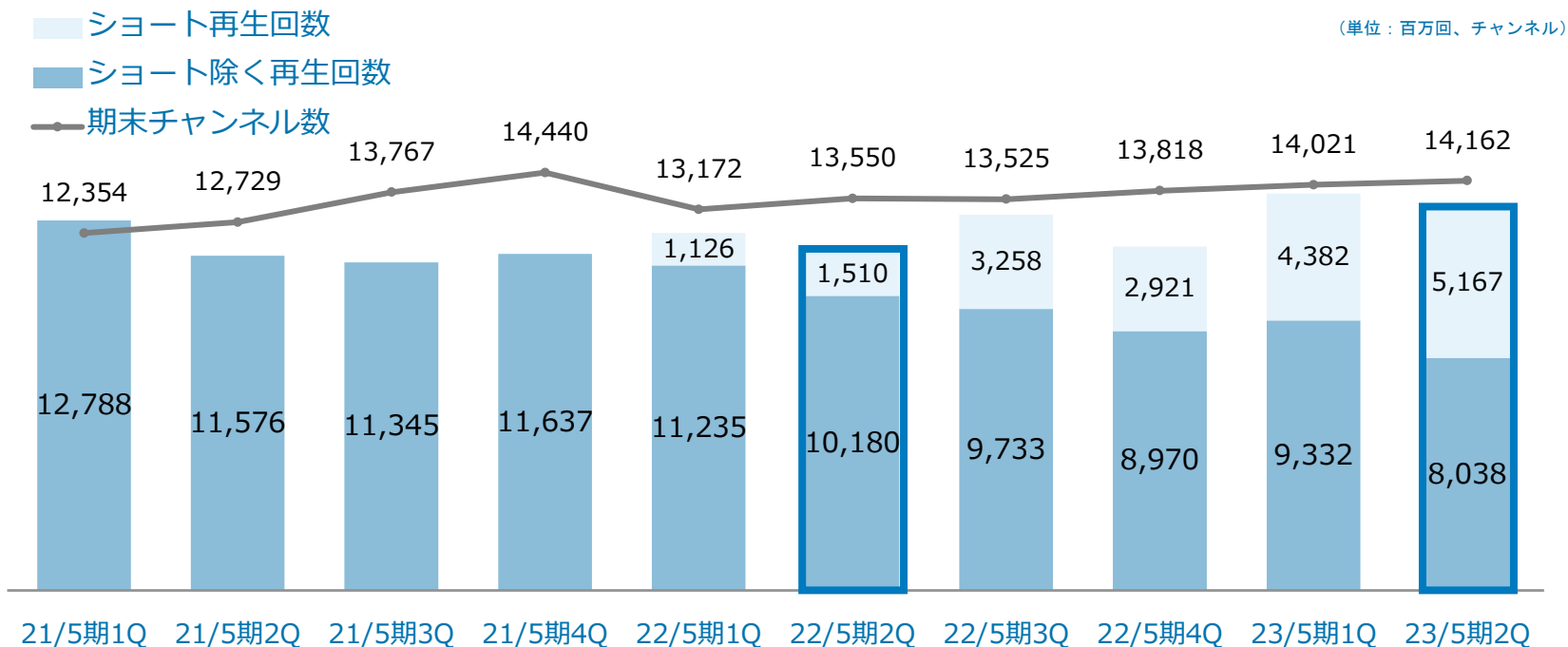
粗利益の拡大と販管費のコントロールにより、四半期営業利益は順調に進捗

(単位：百万円)



ショートを含む動画再生回数は前年比113%

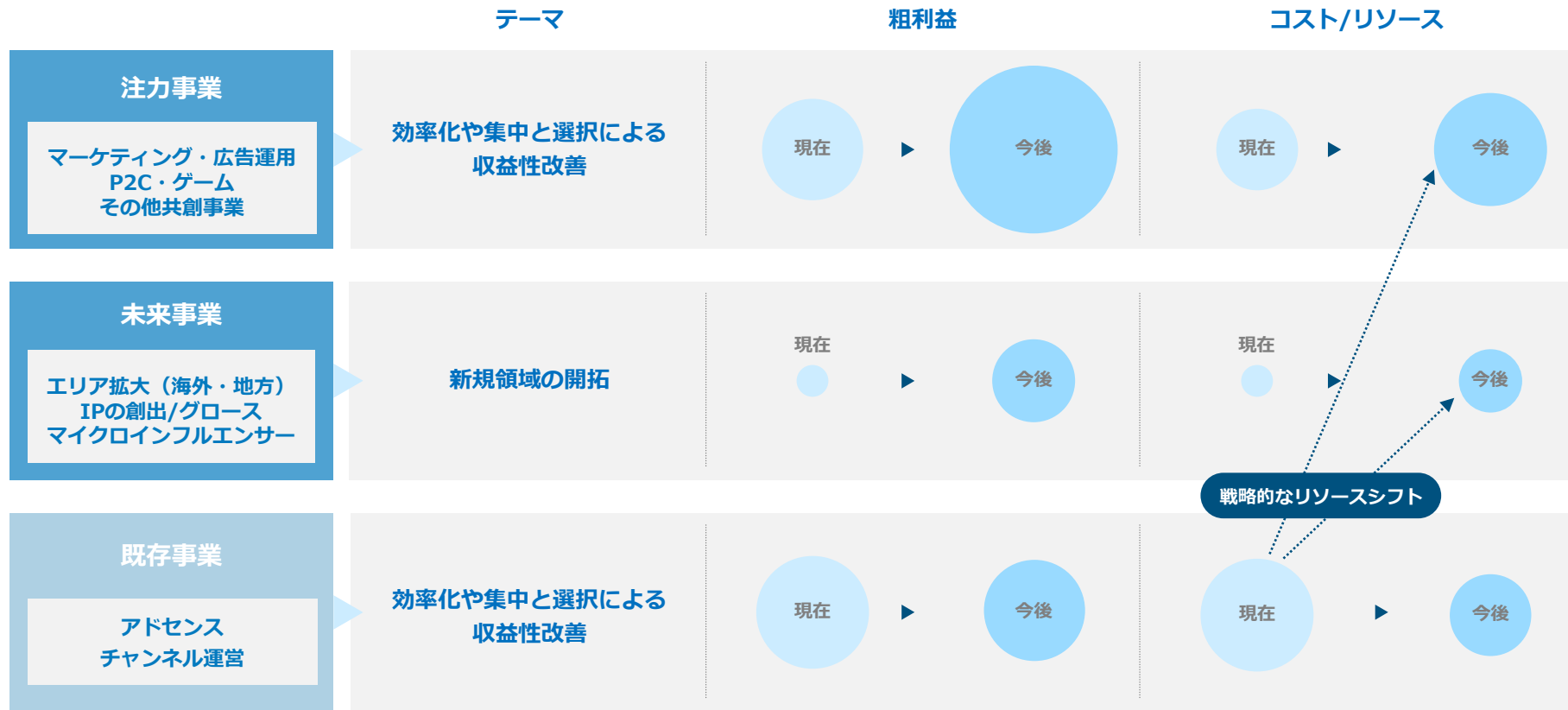
YouTubeは、2023年2月よりショート動画における収益分配をスタートすると発表 ※

前年比
113%

AGENDA

1. 2023年5期 2Q決算概要
2. 今後の成長戦略
3. 参考資料







インフルエンサー・ギャラクシー
＝ビジネスを共創する場

UUUM の競争優位性

- ・ トップクリエイター含む多種多様なクリエイターと接点を持つ点
- ・ クリエイターと親和性の高いビジネスやサービスの開発力

● 2022年の主な取り組み



一 戦略概要

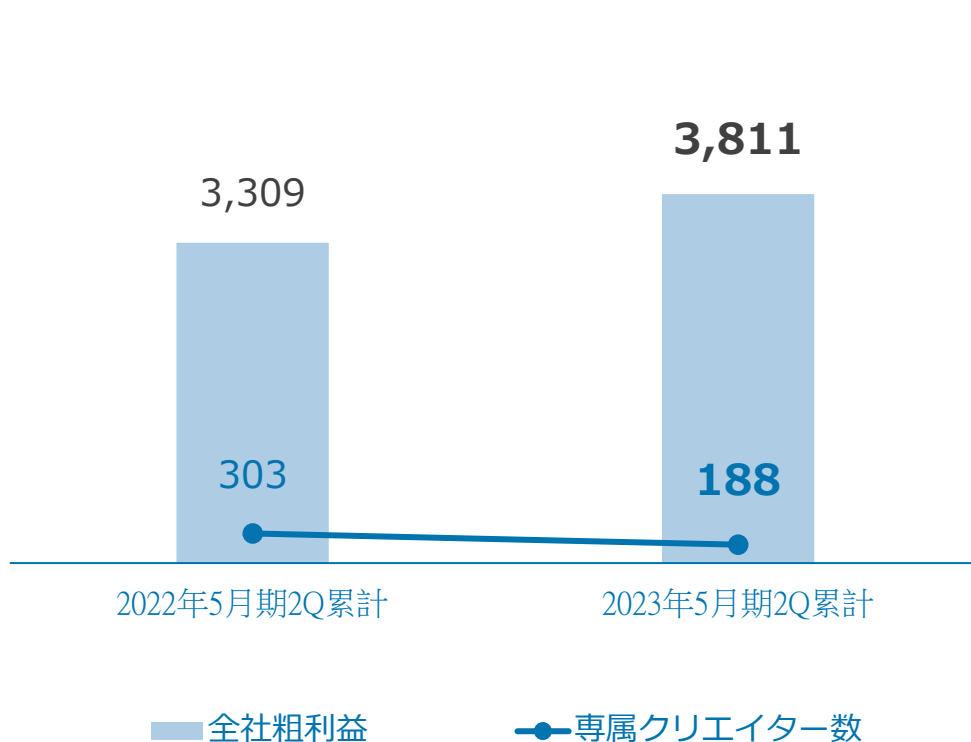
従来

マネジメントビジネスを
主体とする事業



社内外問わず様々なクリエイターと共創
(＝インフルエンサーギャラクシー)
を主体とする事業へ

新戦略に伴い、専属クリエイター数は減少した一方で、**全社粗利益は前年比で115%成長**



全社粗利益

前年比

115%

専属クリエイター数

前年比

-38%

バディ（マネージャー）
の人員数

前期 今期

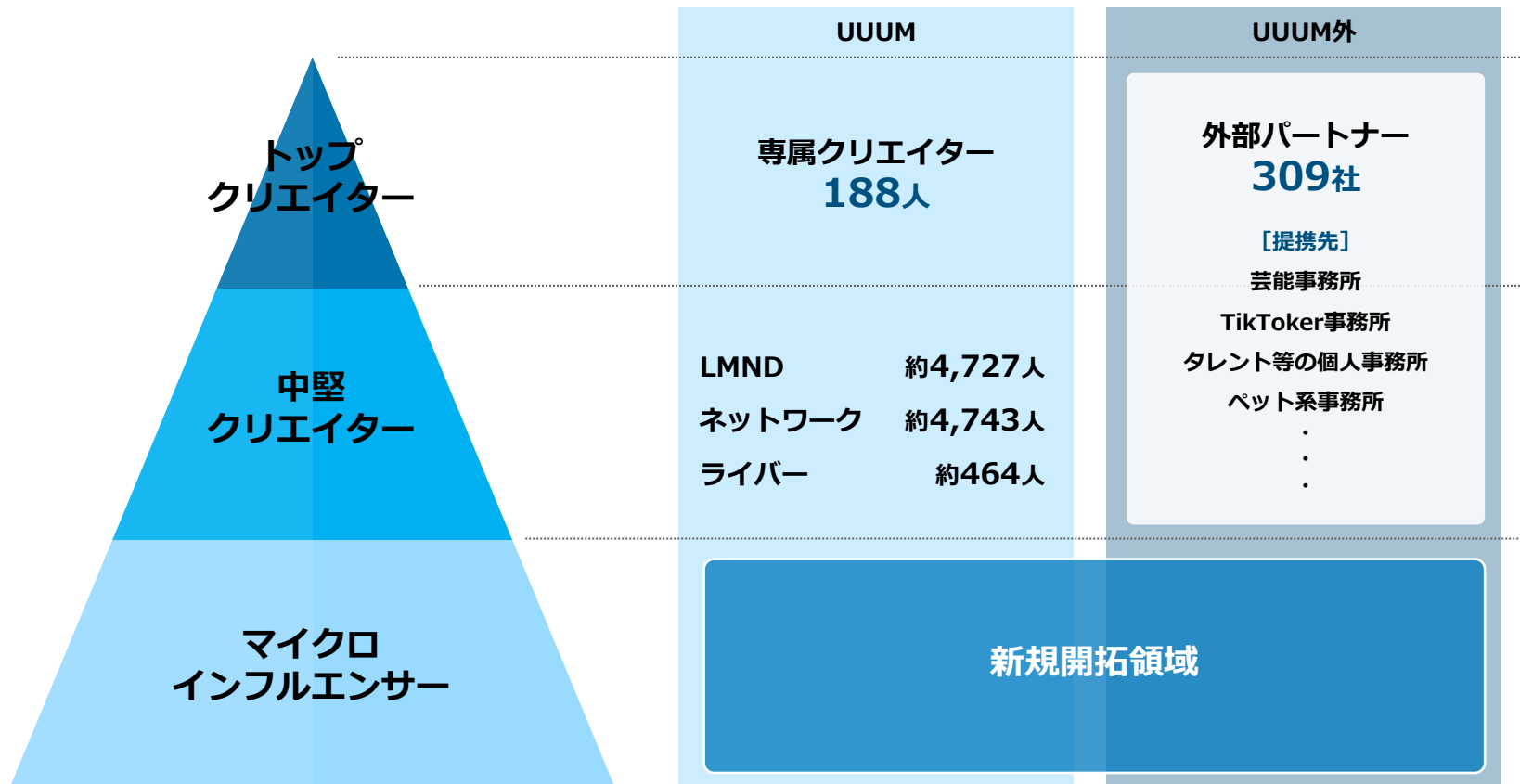
112名→102名

生産性

(全社粗利益÷
専属クリエイター数)

前年比

186%



	インフルエンサーギャラクシー						コンテキストドリブンマーケティング		
	アドセンス	グッズ	ライブ配信	イベント	音楽	P2Cブランド	ゲーム	タイアップ	運用型広告
トップクリエイター	●	●	●	●	●	●	●	●	●
中堅クリエイター	●	●	●					●	●
外部パートナー	●	●	●	●		●		●	●
マイクロインフルエンサー	今後の開拓領域								

国内最大級のMCN（マルチチャンネルネットワーク）であり、インフルエンサーとの共創事業を幅広く展開するUUUMと、世界中の有名人とファンを繋いできたCameoが協力することで、より多くの日本の皆様にこれまでにないファンサービス・コンテンツをお届けしていきます。



はじめしゃちょー × ゲーム



カラフルピーチ × スーパー銭湯



東海オンエア りょうさん × オリジナルブランド



Minecraft - 動画クリエイターの公式グッズ





文脈やストーリーに寄り添った
プランニングでマーケティングに活用

CONTEXT

(文脈・ストーリー)



コンテキストをかけあわせたプランニングで
ヒト、モノ、コトを突き動かす

● 2022年の主な取り組み



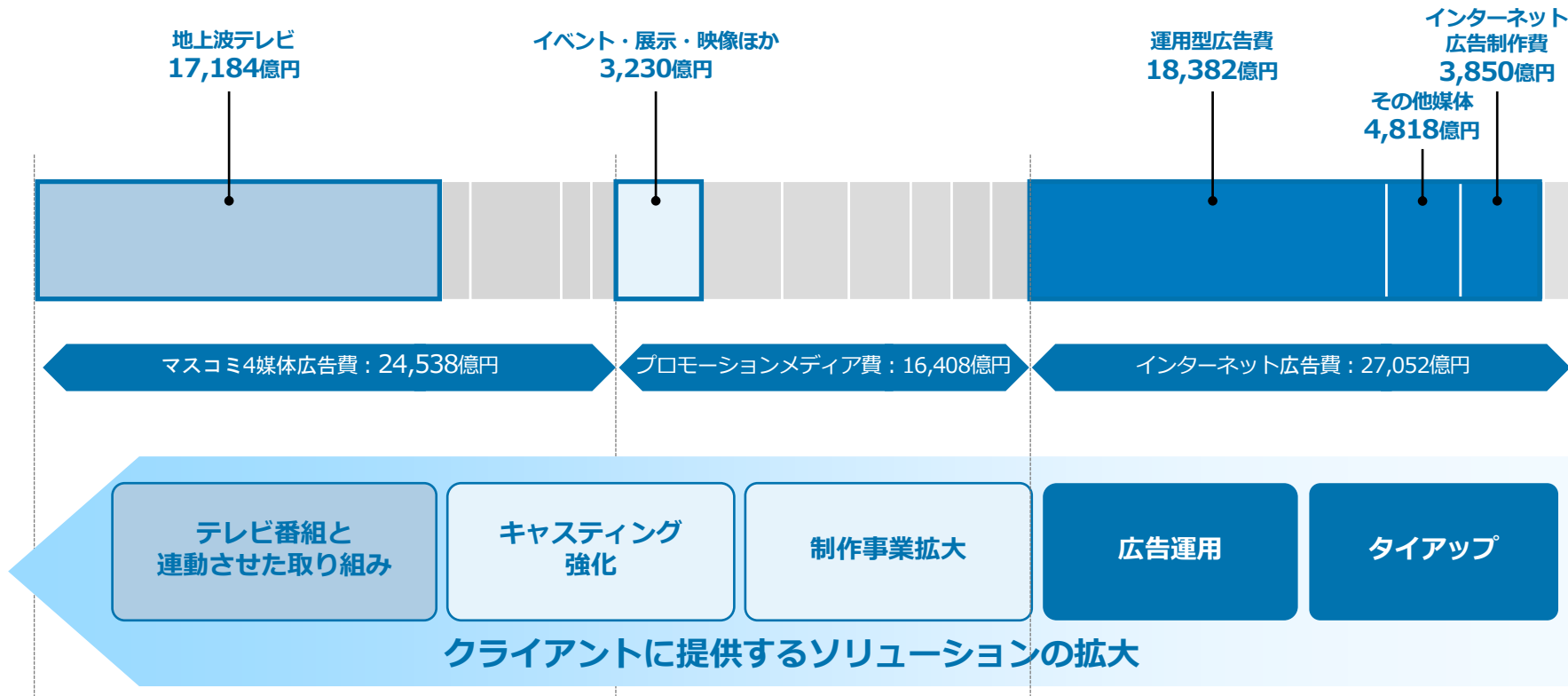
一 戦略概要

従来

タイアップ広告中心の事業



提案できる広告メニューを拡大し
(広告運用・制作・キャスティング・地上波)
インフルエンサーマーケティングを
超えた提案の強化



*インターネット広告費の構成費内訳は、小数点以下第2位で四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはなりません

引用：電通メディアインベーションラボ 研究主幹 北原利行による「2021年日本の広告費」の「ウェブ電通報」より

コンテキストドリブンマーケティングを実現する組織体制

ユニット

コンテキストドリブン
マーケティングブランDED
エンタテインメント

TVコンテキスト、ライブコマース事業

マーケティング
パートナー

マーケティングの企画、提案

プロダクション

キャスティング、ディレクション、クリエイティブ製作

デジタル
マーケティング

運用型広告

グローバル
ビジネス

欧米マーケティング、グローバルマーケティング

コミュニティ
マーケティング

Eスポーツイベント企画運営

CM制作

地上波CM、ウェブCM、屋外広告など、多様なフォーマットの広告クリエイティブを制作



地上波CM制作
エン・ジャパン株式会社様

キャスティング

UUUM含め240社以上の事務所からタレントやインフルエンサーがキャスティング可能



キャスティング×CM制作
株式会社Mizkan様

映画/ドラマ制作

映画やドラマの受託制作
当社発のオリジナルコンテンツへの挑戦



映画制作・配給
地上波TVドラマ制作協力
日本テレビ放送網様

チャンネル運営

当社で培ったノウハウを生かし、撮影、編集、チャンネル管理などを代行



チャンネル管理
NHKエンタープライズ様

VRコンテンツ制作

当社で培ったノウハウを生かし、撮影、編集、チャンネル管理などを代行



VR映像制作
PICO Technology Japan
株式会社様

博報堂DYメディアパートナーズと
UUUMの合併会社
「HUUM」

HUUM



Hakuhodo DY
media partners

UUUM

ワールドカップ盛り上げ施策



SAPORO COLLECTION



©SAPORO COLLECTION

RIZIN



東海オンエアイベントのABEMA配信

東海オンエア
9月11日(日)ひびろびろMM
単独イベント開催!

全国のイベントのテーマは
「トレーディングカードゲーム」
全国のエンタメスターが対戦を繰り広げます!

公演名	チケット	料金	販売状況	備考
公演 2022年9月11日(日) 会場 東海オンエア	スタンダード	18,000円	0/100	全席指定
	プレミアム	28,000円	0/100	全席指定
公演 1日全席完売				
公演 OPEN 17:00 / START 18:00	全席指定	12,000円	0/100	全席指定
公演 OPEN 17:00 / START 18:00	スタンダード	8,000円	0/100	全席指定

チケット申し込み

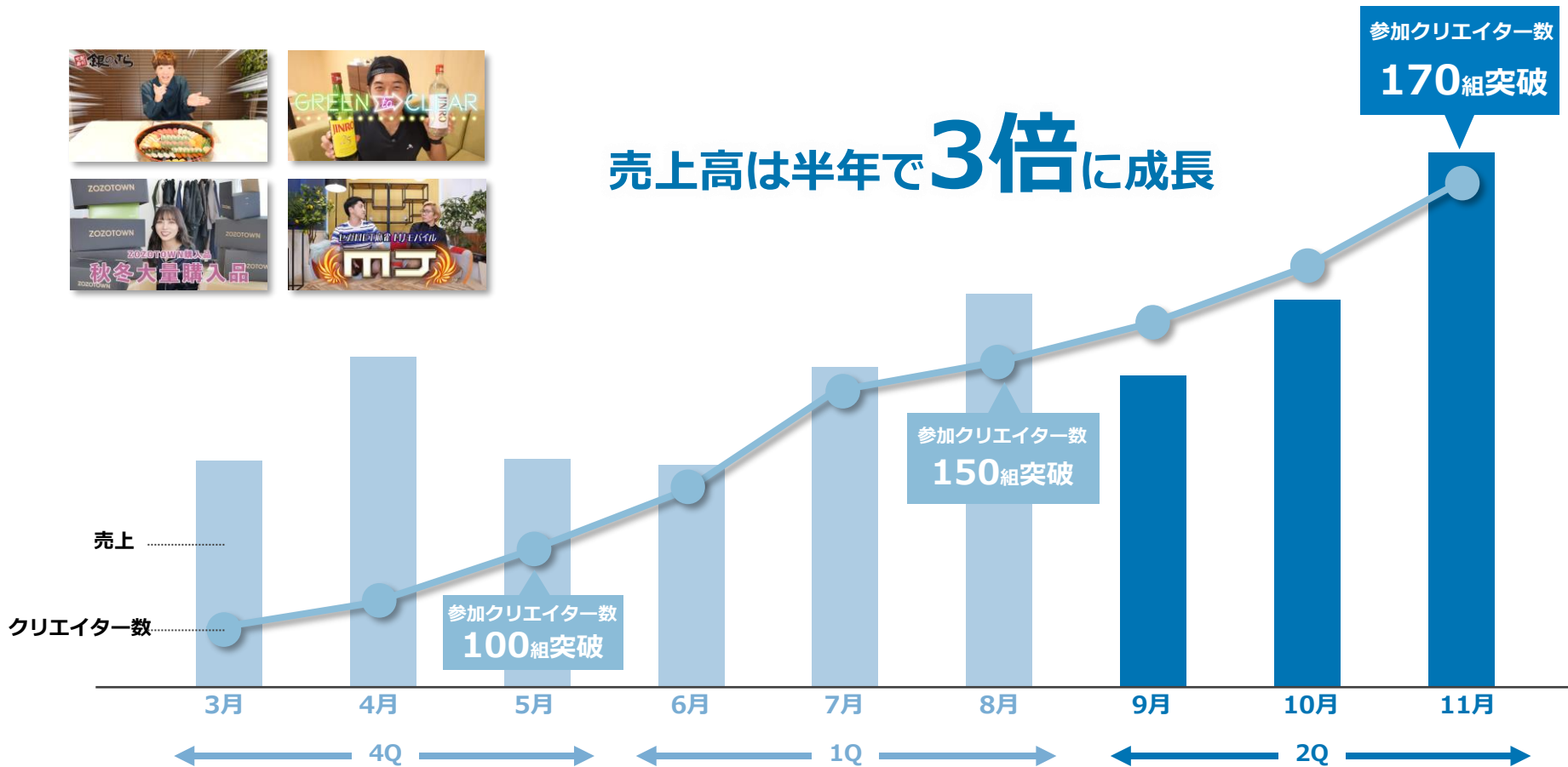
オフショール1次先行
9月10日 18:00 - 19:00 (9/10)

オフショール2次先行
9月10日 19:00 - 19:59 (9/10)

一般発売
9月10日 20:00 -



売上高は半年で3倍に成長

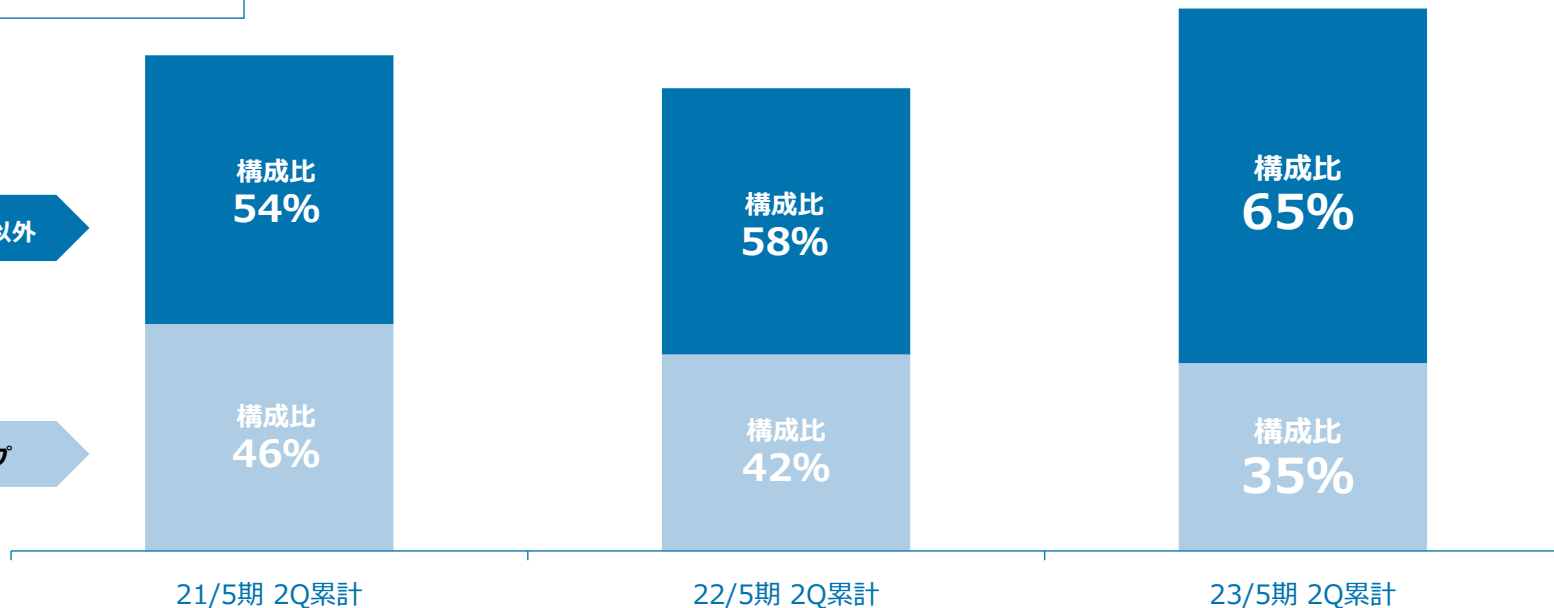


タイアップ以外に含まれるもの

制作事業、SNS投稿、CM出演、
キャスティング、広告運用、
チャンネルスポンサーシップ等

タイアップ以外

タイアップ



事業領域

今後のアクション

地方開拓

自治体、行政、政策に合わせたマーケティング活動、入札、相談ができるよう各地域の地方自治体や地方優良企業との関係値構築を目指す

インフルエンサー
ギャラクシー

IP

IP展開に特化した専門組織を立ち上げることで、既に各部署で取り組むIP展開を加速するとともに、散らばっていたノウハウを蓄積していく

マイクロ
インフルエンサー

専属外クリエイター&アドセンス以外領域で安定的な収入が獲得できるよう、マイクロインフルエンサーに関連するサービス開発を行う

コンテキストドリブン
マーケティング

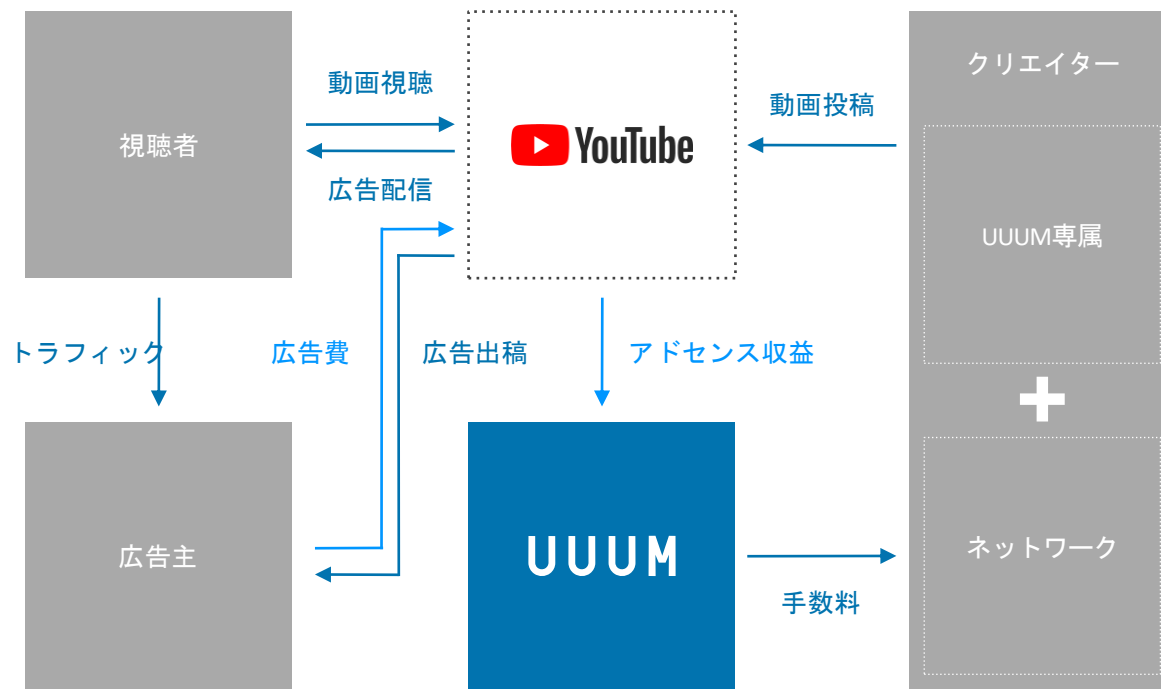
海外

5年後のUUUM売上の海外比率を10%に引き上げることを目標とし、IN-OUT・OUT-INの2軸で海外事業の拡大を図る

AGENDA

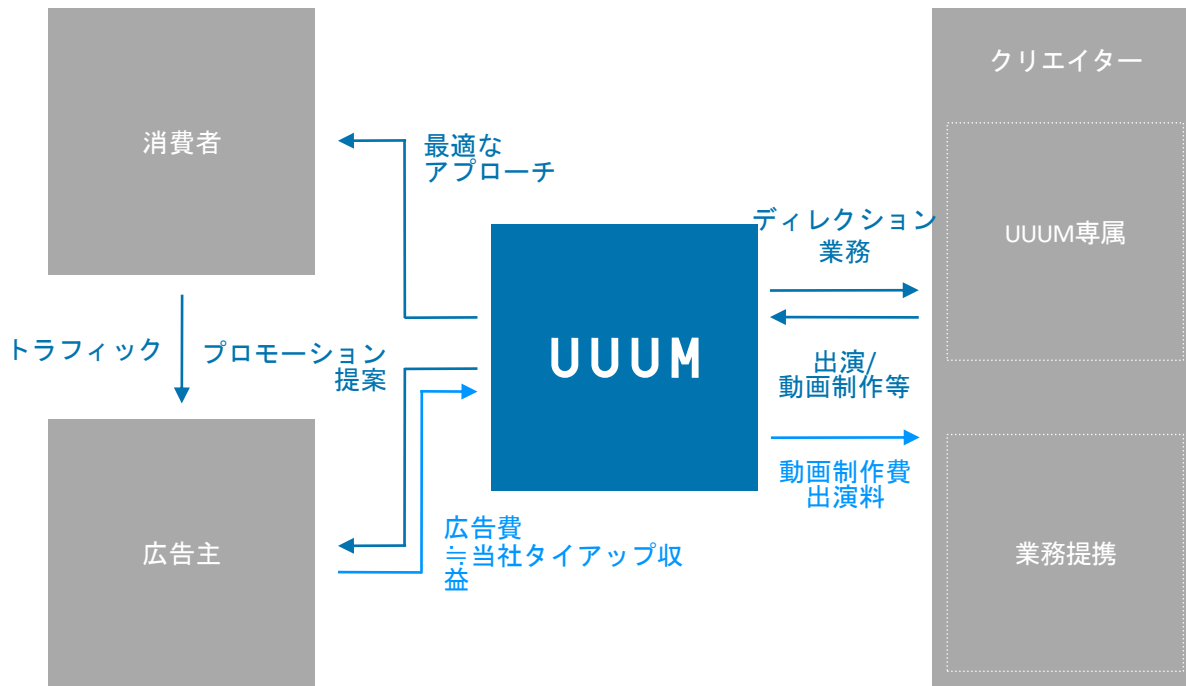
1. 2023年5期 2Q決算概要
2. 今後の成長戦略
3. 参考資料



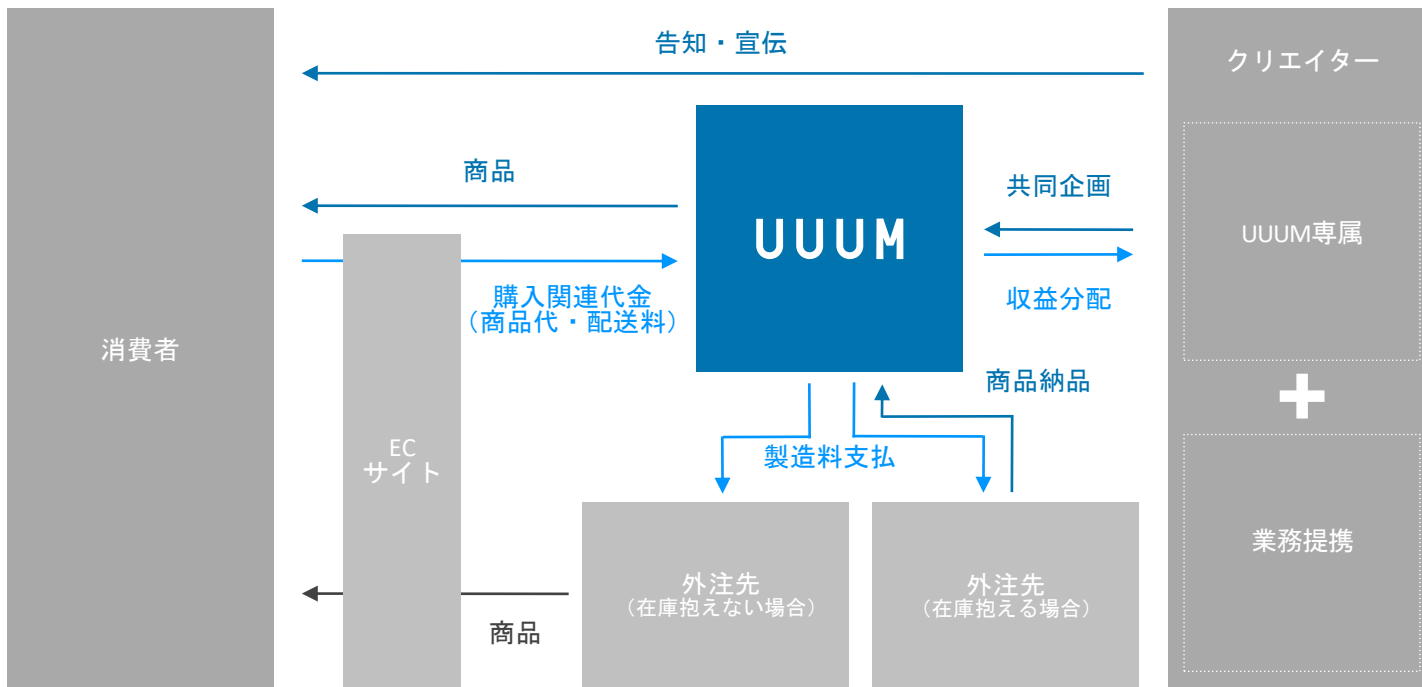


アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価

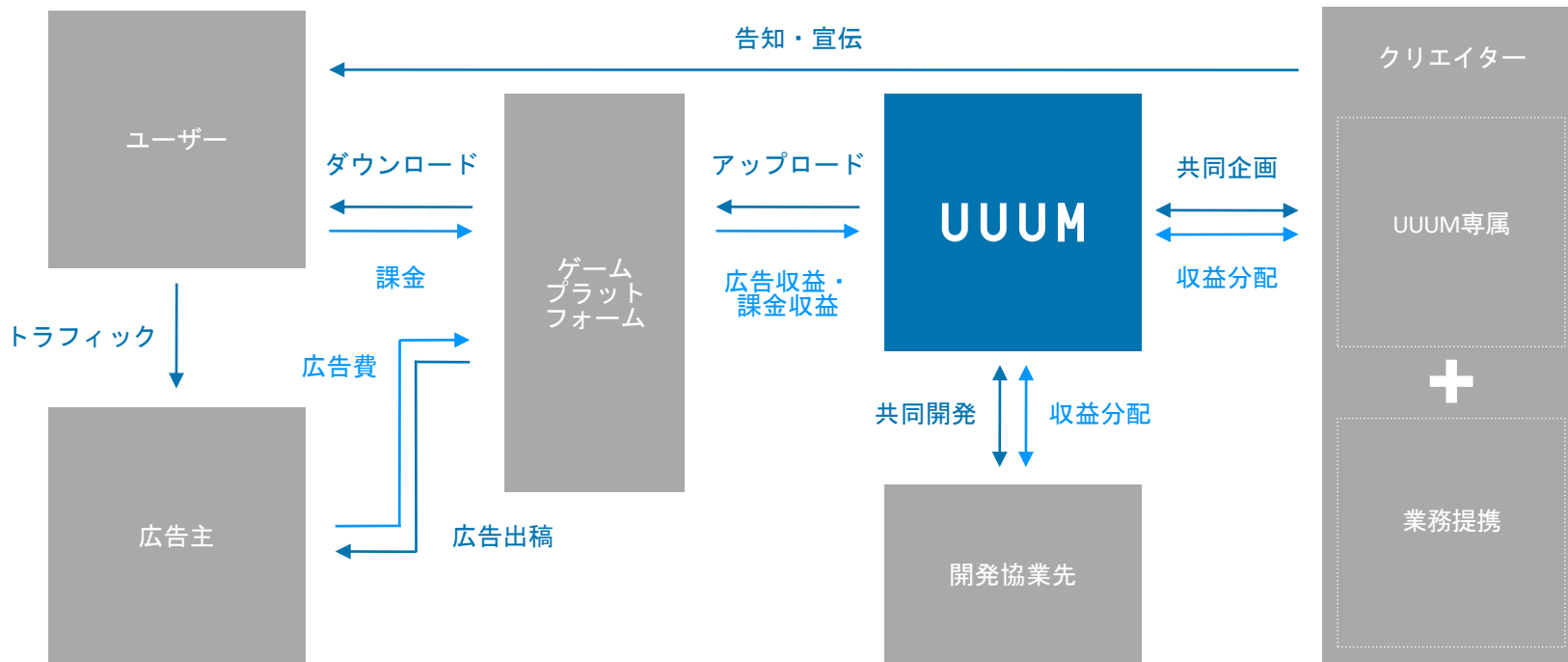
*クリエイターとの契約を代理受領へ移行した後は、当社手数料のみを売上計上するため、アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価×手数料率となる見込み



タイアップ収益（当社売上）＝媒体費・制作費・キャスティング費・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



ゲーム収益（当社売上）＝ゲーム広告収入＋ゲーム課金収入

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。



UUUM

セカイにコードモゴコロを