



UUUM

2023年5月期 第3四半期決算説明

2023年4月14日

AGENDA

1. 2023年5月期 3Q決算概要
2. 通期見通しの修正
3. トピックス
4. 参考資料



売上高

想定以下

広告市場の低迷の影響を受け、アドセンスやマーケティングの売上が減速
新作ゲームにおいて旧作からのユーザー移行が遅延

通期業績予想

下方修正

上記要因が4Qも一定程度続くことに加え、新作ゲーム「かみながしじま」の
発売時期を延期したことにより、通期の業績予想を下方修正

挽回施策

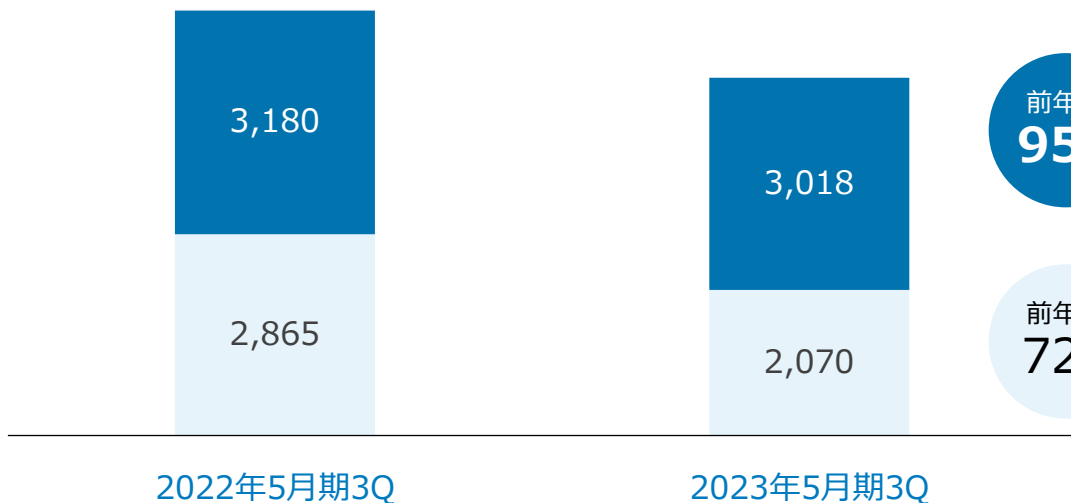
構造改革

下振れ事業に対するテコ入れ
不要不急のコストを見直し
事業の精査を一層踏み込んで行い、コスト構造の最適化を検討

コンテキストドリブンマーケティングとゲームの影響でアドセンス以外売上が減収 ショートを除く再生回数が想定を下回ったことにより減収

- アドセンス以外の売上
- アドセンス売上

(単位：百万円)



前年比
95%

P2C（クリエイターブランド）の売上が拡大したものの、マーケティングの苦戦により減収

前年比
72%

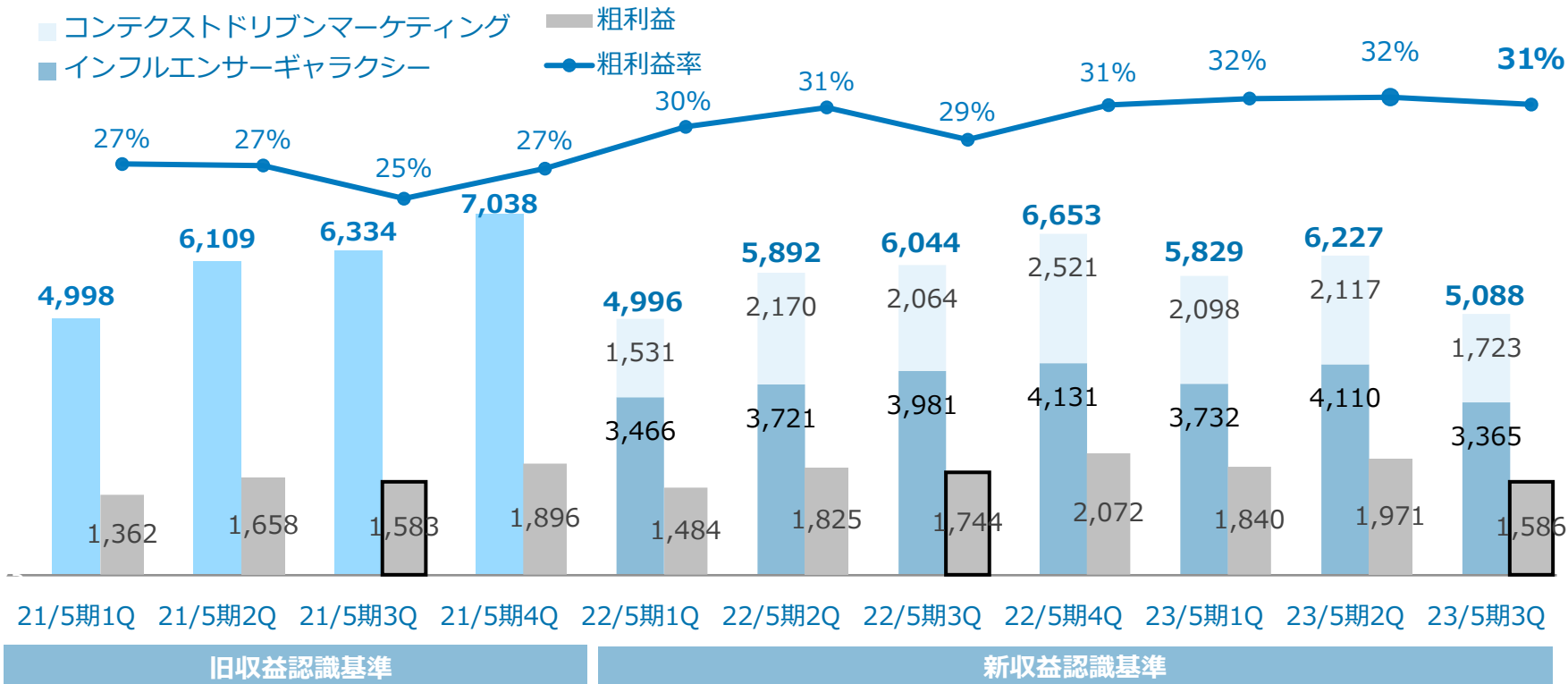
22/5期4Qよりネットワーククリエイター分がネット計上となっており、その影響を除いたグロス売上は前年比92%

(百万円)	23/5期 3Q (2022年12月-2023年2月)	22/5期 3Q (2021年12月-2022年2月)	前年同期比
売上高	5,088	6,044	84%
粗利益	1,586	1,744	91%
販管費	1,599	1,489	107%
営業利益	△13	255	-%
親会社株主に帰属 する当期純利益	△139	176	-%

(百万円)	23/5期 3Q累計 (2022年6月-2023年2月)	22/5期 3Q累計 (2021年6月-2022年2月)	前年同期比
売上高	17,143	16,932	101%
粗利益	5,398	5,053	107%
販管費	4,903	4,459	110%
営業利益	495	594	83%
親会社株主に帰属 する当期純利益	100	366	27%

3Qはコンテクストドリブンマーケティングを中心に苦戦し、売上は前年割れに

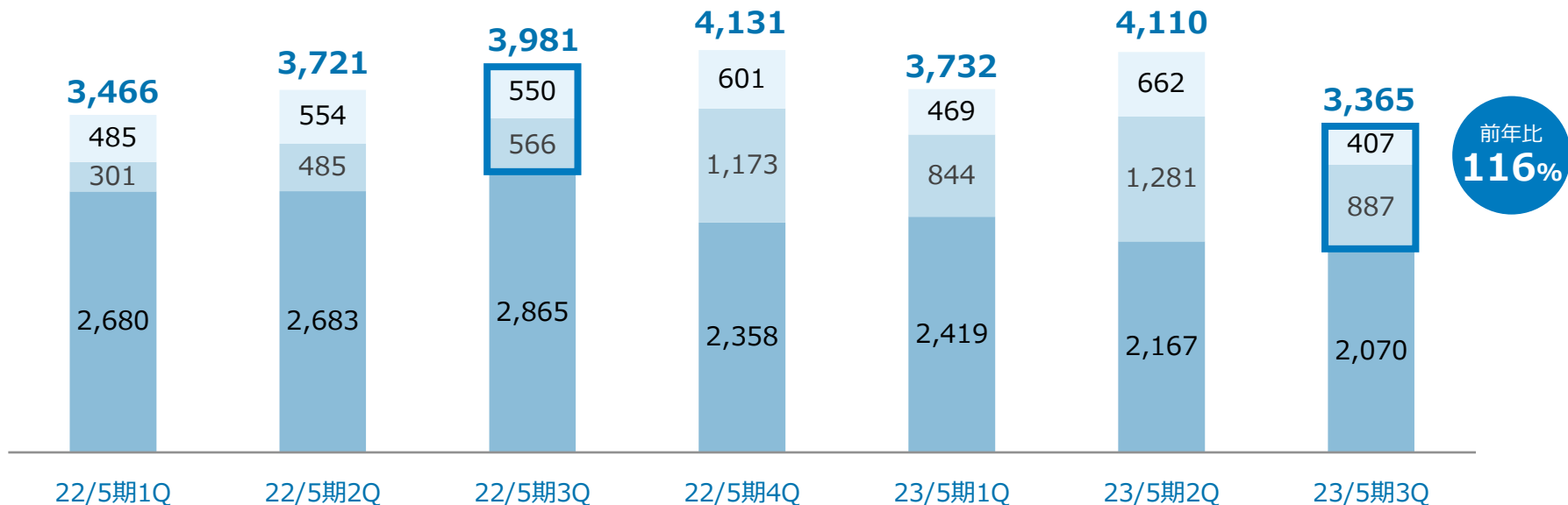
(単位：百万円)



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**116%**成長

(単位：百万円)

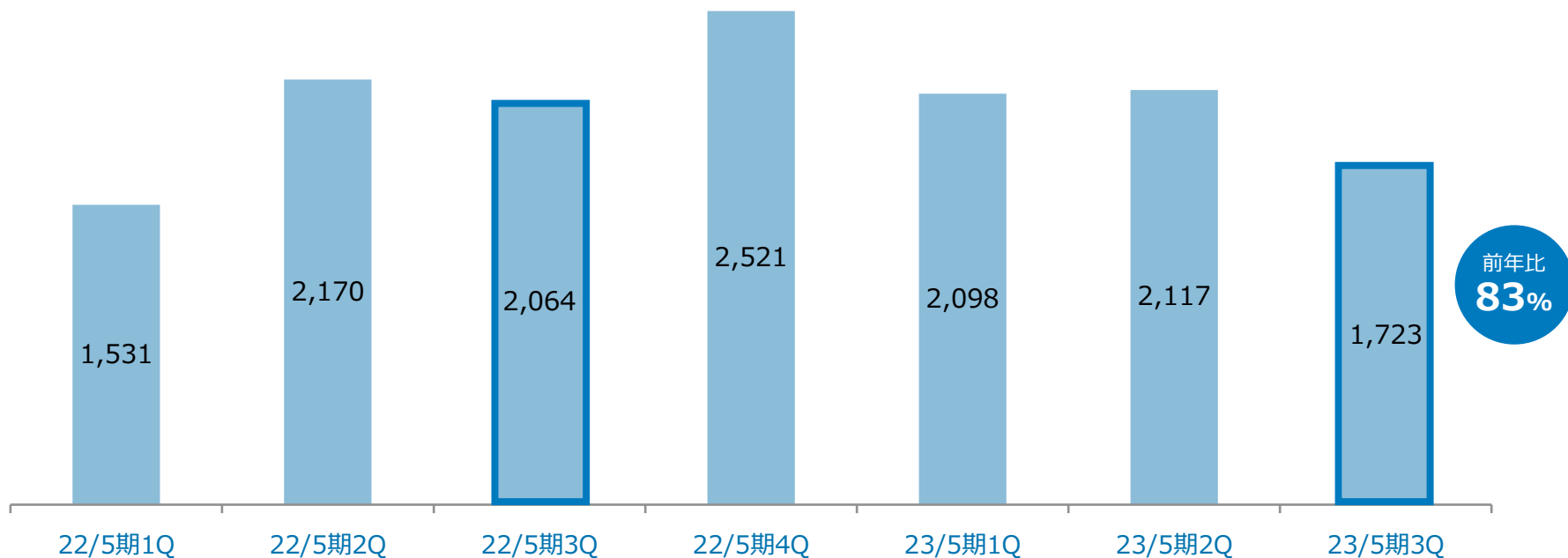
- その他
- グッズP2C
- アドセンス



※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。

国内外の広告出稿抑制等による影響で前年比83%の減収

(単位：百万円)



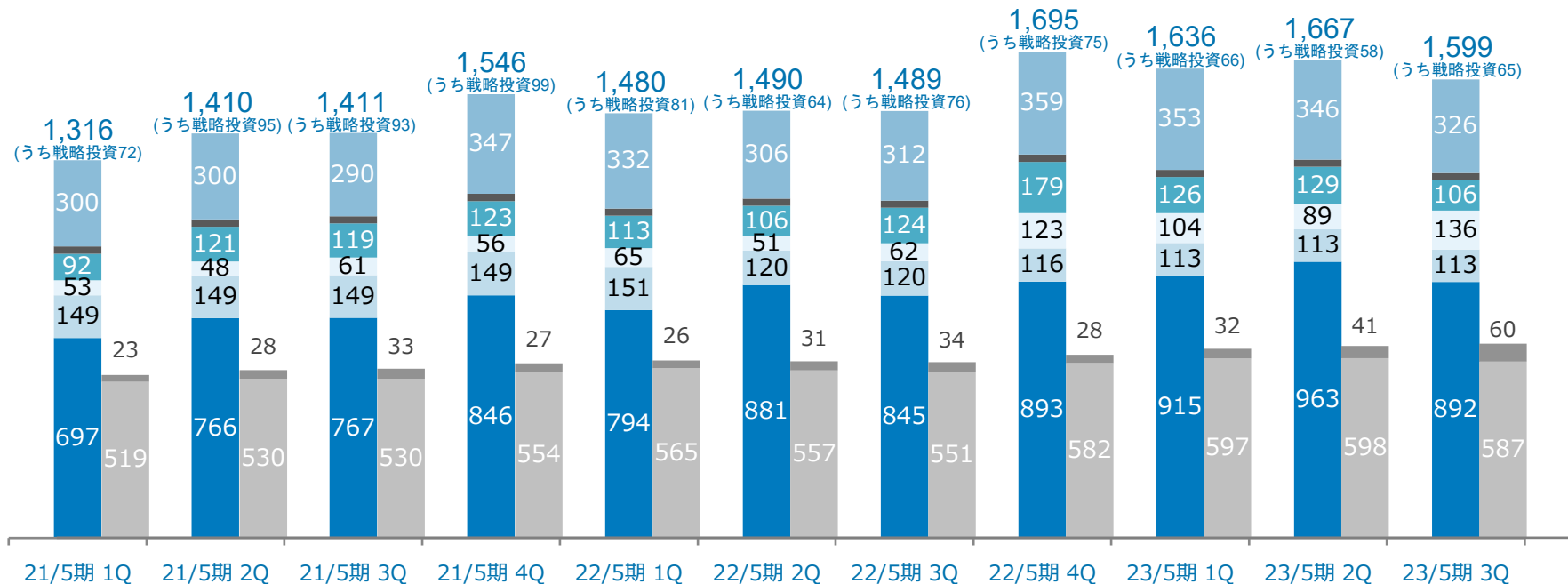
販管費（四半期）と四半期末の従業員数、臨時雇用人員数の推移

販管費抑制により、販管費全体は当初予算を下回って推移

(単位：百万円)

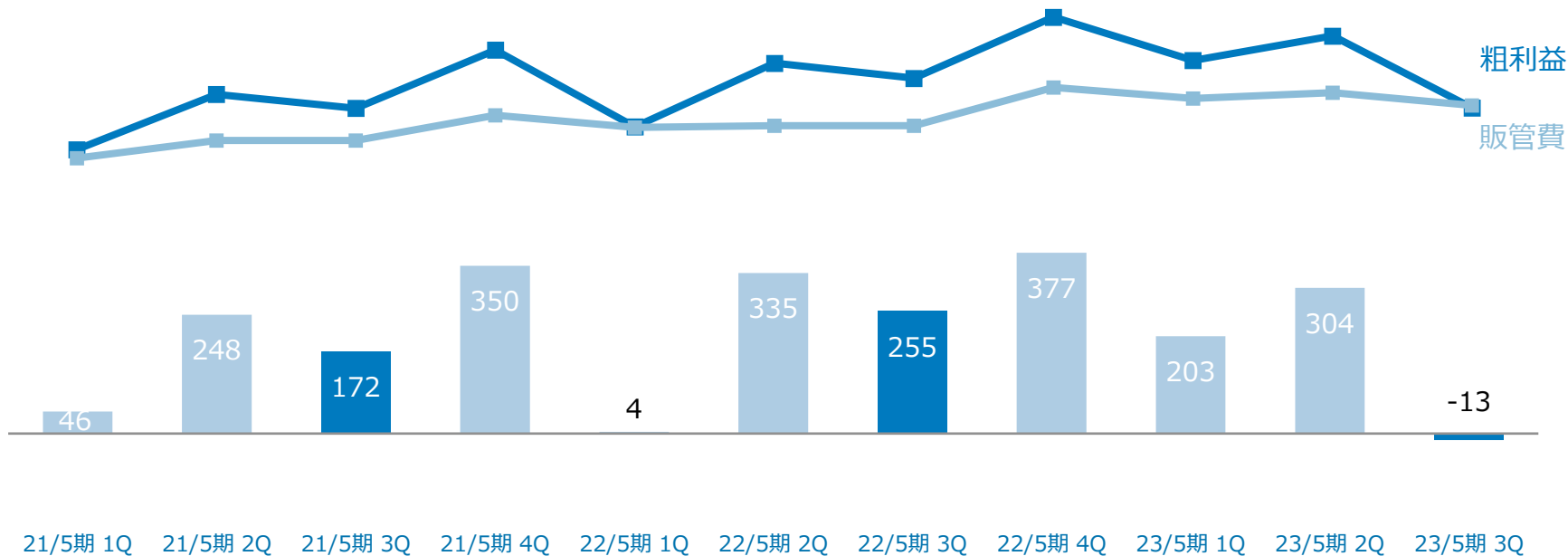
(単位：人)

■ 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

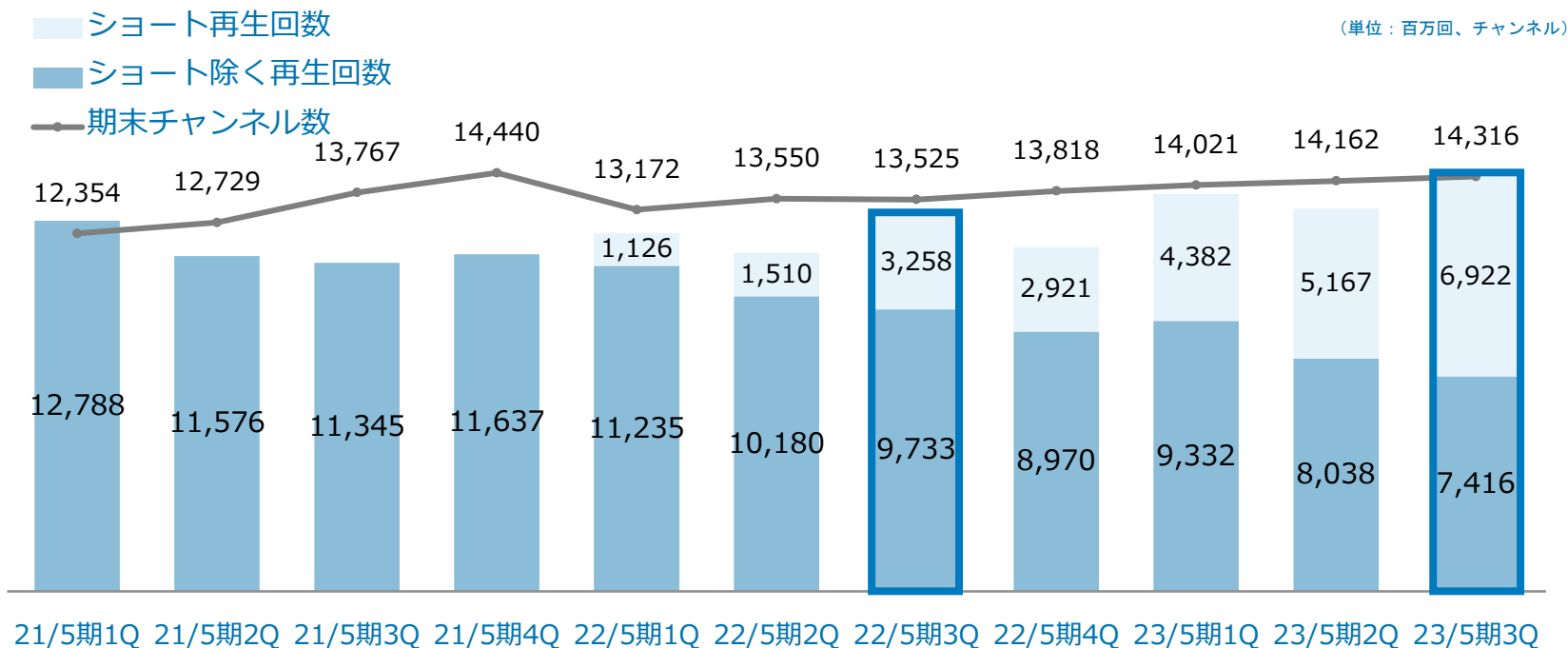


粗利益の減少により、四半期営業損失13百万円

(単位：百万円)



ショートを含む動画再生回数は前年比110%
 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 (※)



前年比
110%

AGENDA

1. 2023年5月期 3Q決算概要

2. 通期見通しの修正

3. トピックス

4. 参考資料



2Qまでは期初予想に概ね沿った推移だったものの、3Q以降のマーケティングの失速やゲームの立ち上がり遅れを反映し、通期予想を下方修正

(百万円)	23/5期 修正予想	23/5期 期初予想
売上高	23,000~24,000	27,000~28,500
粗利益	7,200~7,400	8,500~8,900
営業利益	500~700	1,100~1,300
経常利益	530~730	1,045~1,245
親会社株主に帰属 する当期純利益	0~120	650~780

(百万円)		23/5期 修正予想	23/5期 期初予想	主な要因
インフルエンサー ギャラクシー	アドセンス	8,600	9,100	YouTubeショートを除く再生回数の割合が想定を下回ったことによる影響
	グッズP2C	4,600	4,600	P2Cブランドは下振れて推移している一方、グッズの好調により全体では想定通りの進捗
	その他	2,300	3,800	新作ゲーム「脱獄ごっこPRO」の旧作からのユーザー移行が遅れている点や、新作ゲーム「かみながしじま」のローンチ延期による影響
コンテキストドリブン マーケティング		8,500	11,000	特に下期以降の国内外の広告出稿抑制の影響 外部環境の変化に適應するための産みの苦しみ

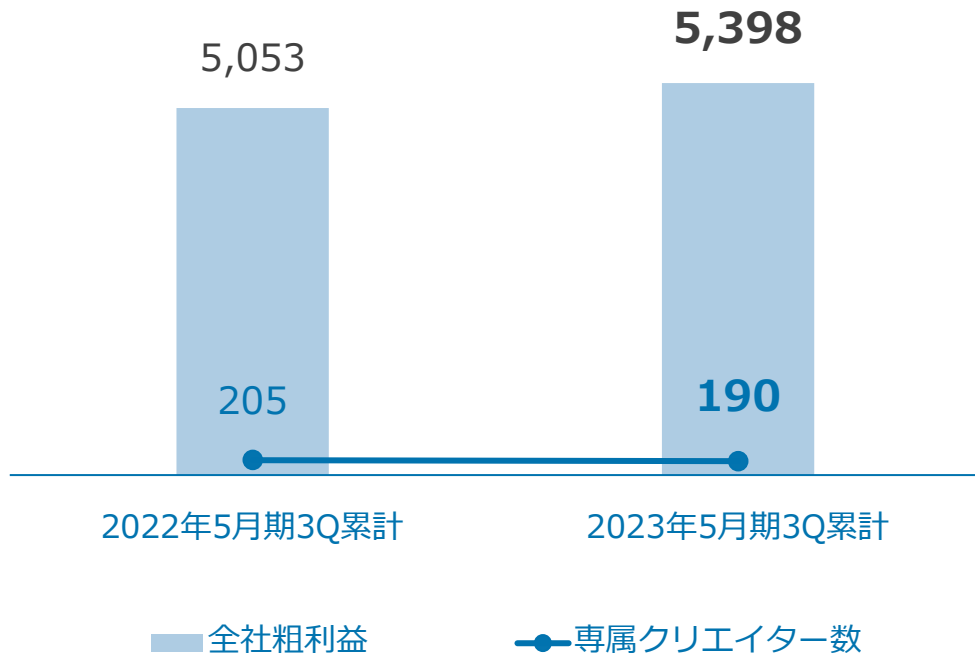
※各数値は開示している売上見通しの上限値の内訳を示す

AGENDA

1. 2023年5月期 3Q決算概要
2. 通期見通しの修正
- 3. トピックス**
4. 参考資料



専属クリエイター数を減少させ、アドセンス以外の売上に注力



全社粗利益

前年比

107%

専属クリエイター数

前年比

-7%

生産性 (全社粗利益 ÷ 専属クリエイター数)

前年比

115%

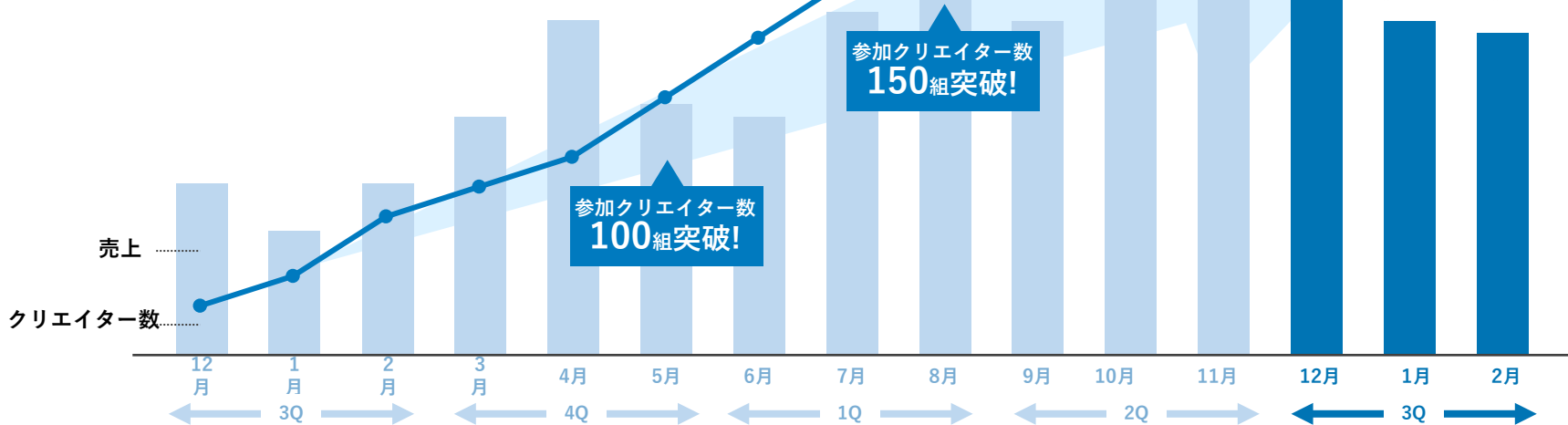
順調に収益増加傾向
(創業から2番目に高い収益)

売上はYoYで約3倍



参加クリエイター数
180組突破!

育成クリエイターも
続々広告出演中!

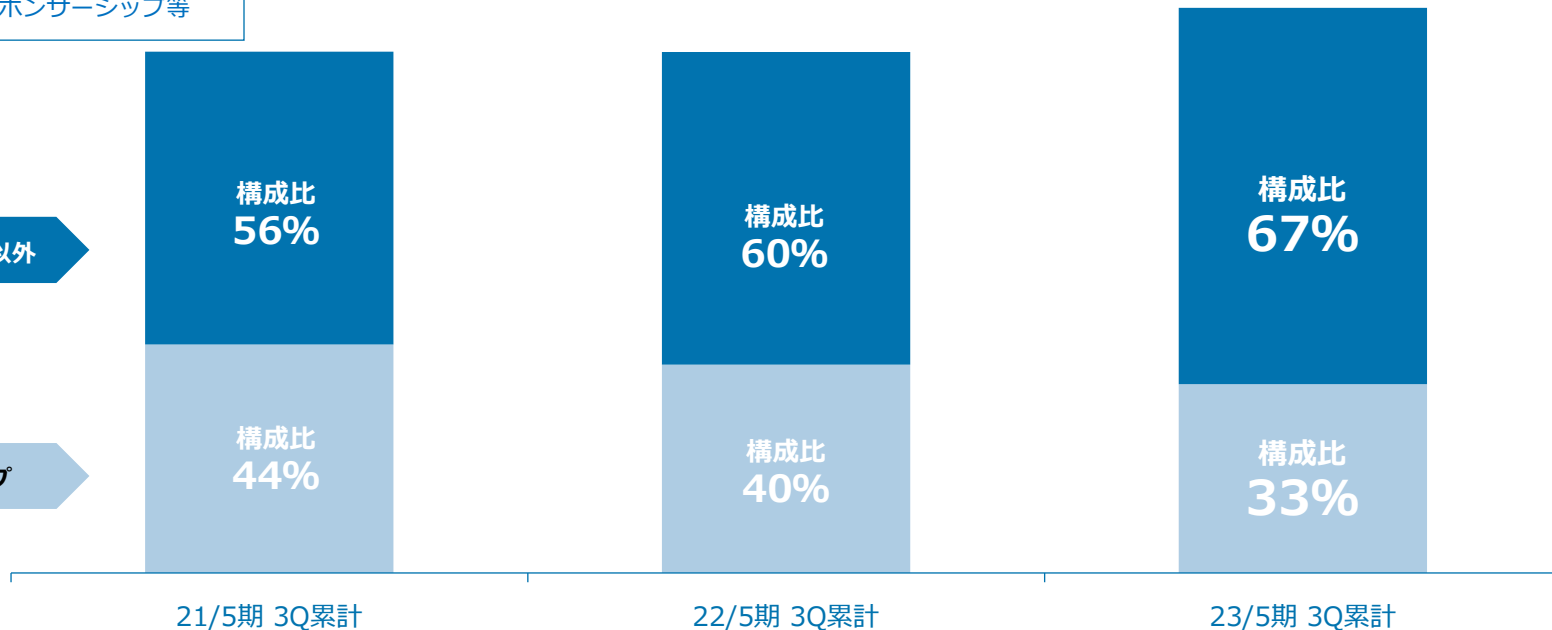


タイアップ以外に含まれるもの

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





3月16日
販売開始

フィッシャーズのライフスタイルブランド「Dotene」
成長サポート飲料「のびろー」発売



3月1日
販売開始

竹脇まりな監修ブランド「MARINESS」
MARINESS BATH SALT (マリネスバスソルト) 発売



3月4日
4月1日
販売開始

かわにしみきプロデュースのコスメブランド
「muice (ミュアイス)」新アイテム発売



4月28日
販売開始

nanakoななこによるコスメブランド
「leur charme (ルルシャルム)」から新商品発売

「フィッシャーズ」が監修をつとめる、「六甲山アスレチックパーク GREENIA（グリーンニア）」が開業3シーズン目を迎え、水上アスレチックのパワーアップ



カルチャ・エンタテインメント株式会社と、UUUMがCEに出資参画、戦略的パートナーシップを築くことで合意し、2023年2月27日付で資本業務提携契約を締結

UUUM

Culture
Entertainment
Group

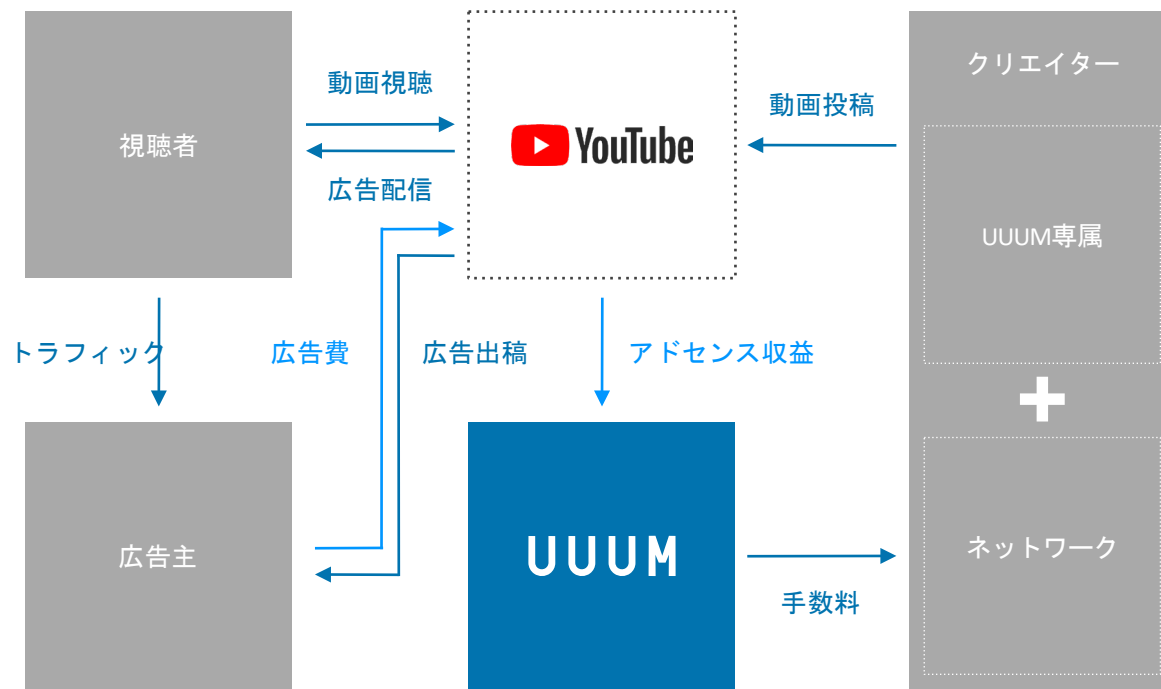
想定する協働・共創事業領域例

- ◇ クリエイターマネジメント・クリエイター発掘・アライアンス
- ◇ 映像制作・製作・企画関連
- ◇ 出版・コミカライズ・メディア関連
- ◇ イベント関連
- ◇ 音楽関連

AGENDA

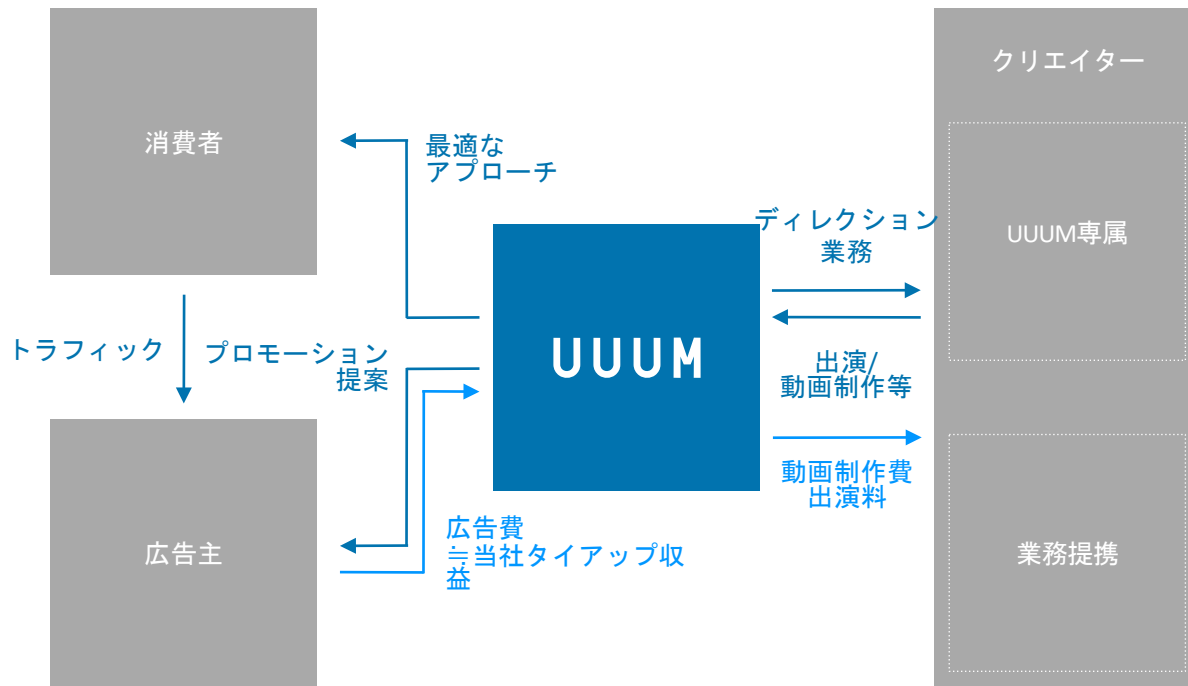
1. 2023年5月期 3Q決算概要
2. 通期見通しの修正
3. トピックス
- 4. 参考資料**



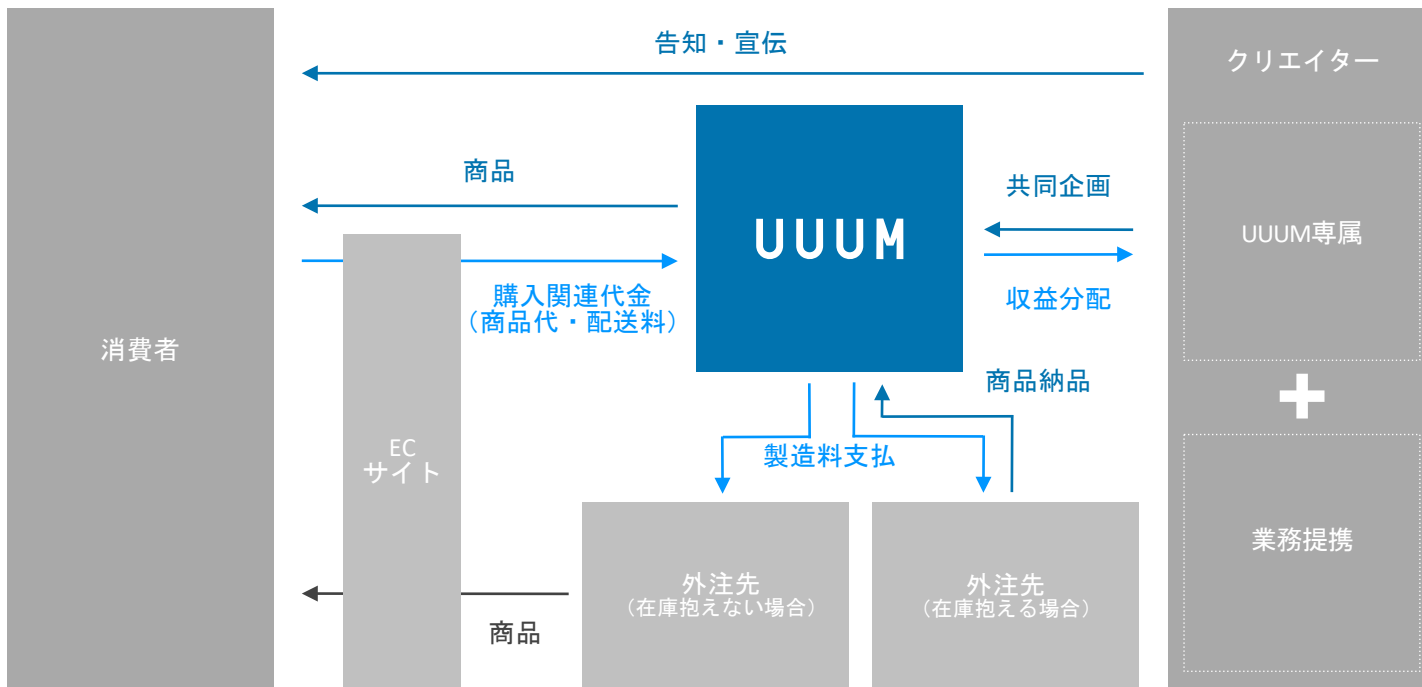


アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価

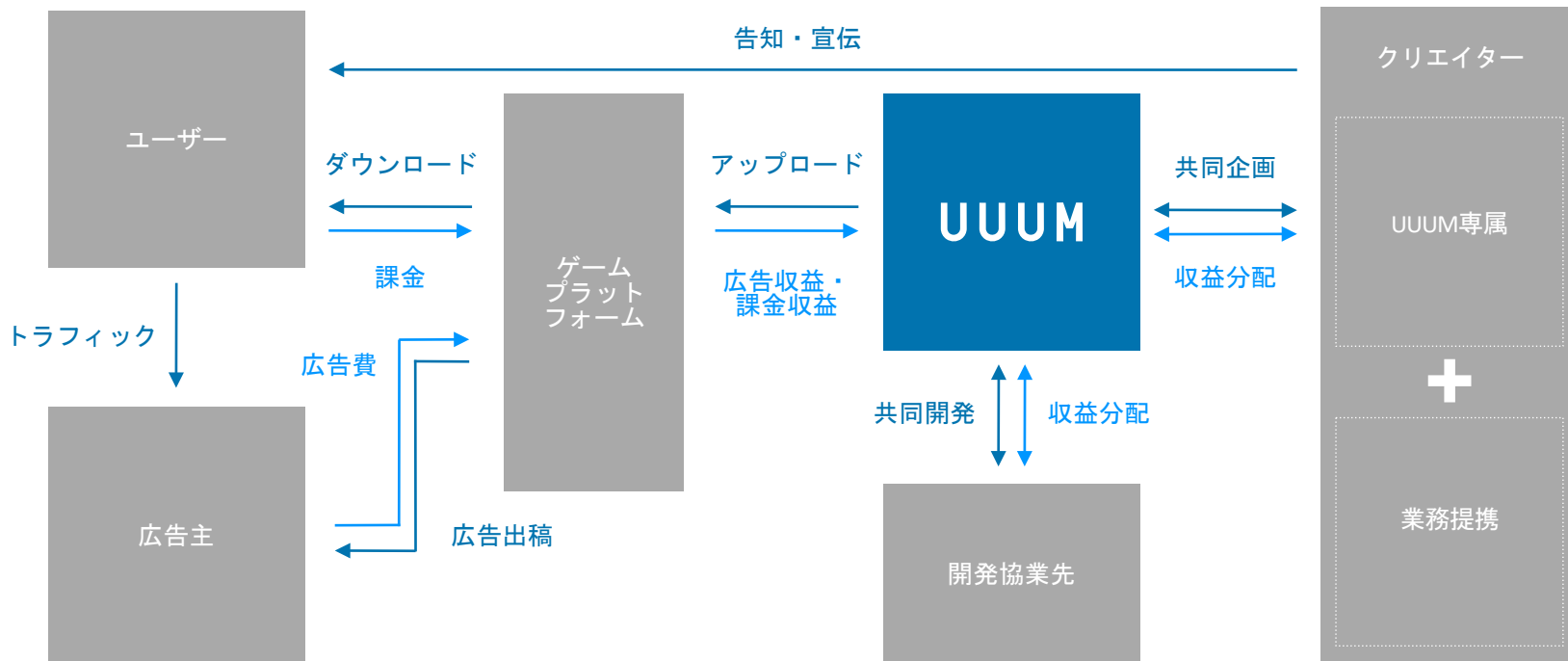
*クリエイターとの契約を代理受領へ移行した後は、当社手数料のみを売上計上するため、アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価×手数料率となる見込み



ティアアップ収益（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



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

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