



UUUM

2023年5月期 第1四半期決算説明

2022年10月14日

AGENDA

---

1. 2023年5月期 1Q決算概要
2. トピックス
3. 参考資料



## 売上高

## 大きく伸長

1Q売上は前年比**117%**と増収と売上成長が加速、  
うち アドセンス以外の売上高は前年比**147%**と成長を牽引

## 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**281%**の増収を達成  
マーケティングの売上も前年比**137%**と高い売上成長を継続  
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

## 営業利益

## 大幅増益

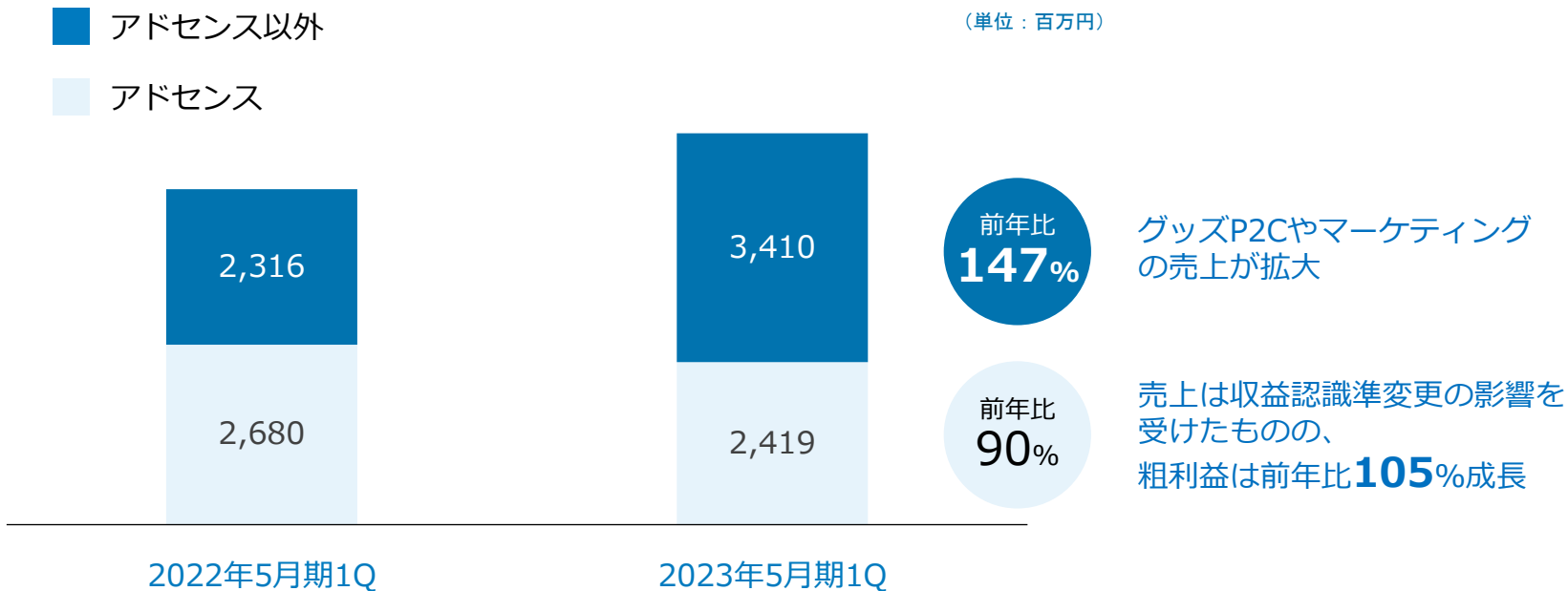
売上・粗利益の増加に対して総人員数や販管費の伸びを抑制したことで  
営業利益は前年から**大幅に増加**

## 成長戦略

## 将来への布石

**新たなP2Cブランド**の立ち上げ  
ライブコマースの開拓やテレビ連動の提案強化に向けた**合併会社設立**  
Web3.0事業の成長加速に向け、**グループ会社の外部資金調達を実施**

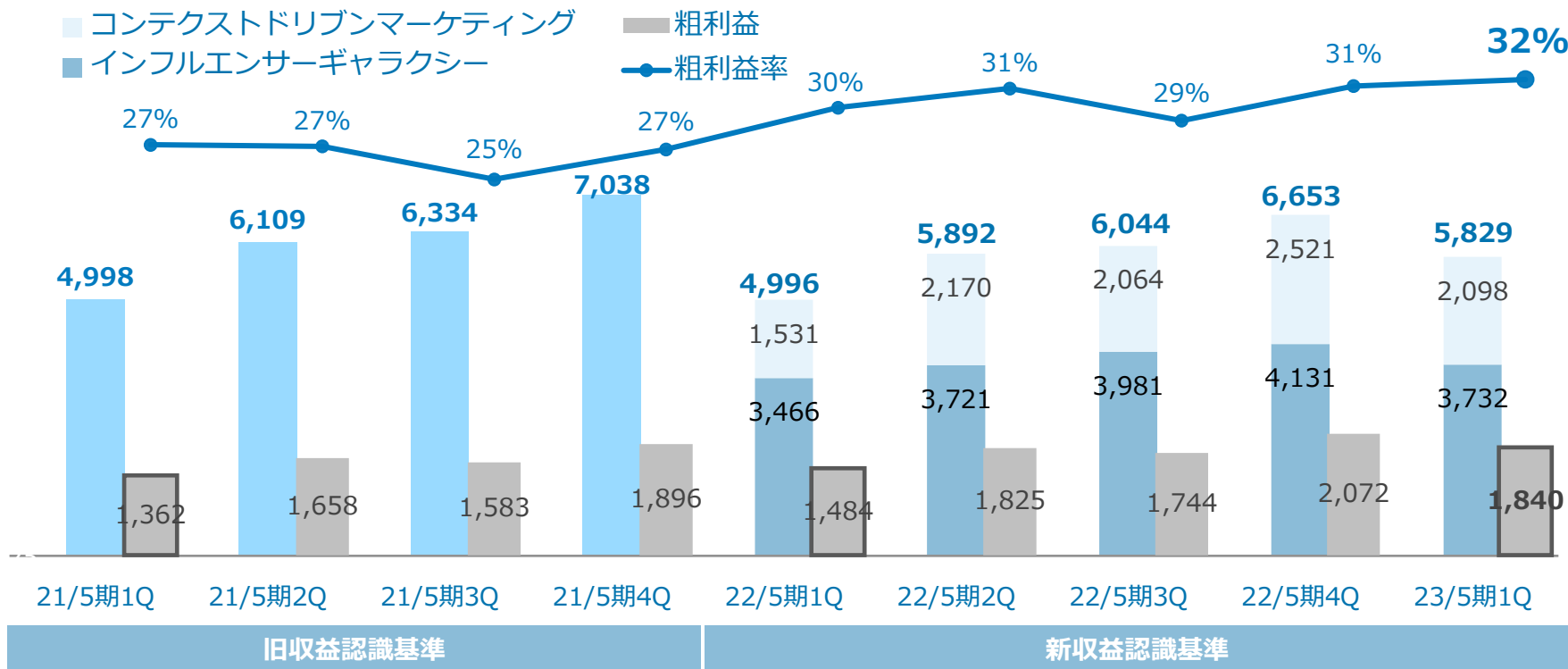
## 引き続きアドセンス以外の売上进行を積極的に拡大させる戦略は順調に進捗 アドセンス以外の売上は前年比**147%**成長を達成



(百万円)	23/5期 1Q (2022年6月-2022年8月)	22/5期 1Q (2021年6月-2021年8月)	前年同期比
売上高	5,829	4,996	117%
粗利益	1,840	1,484	124%
販管費	1,636	1,480	111%
営業利益	203	4	5070%
親会社株主に帰属 する当期純利益	105	△14	-%

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それぞれで前年比増収を達成し、1Qとしては過去最高の粗利益を達成。粗利益率は32%まで改善

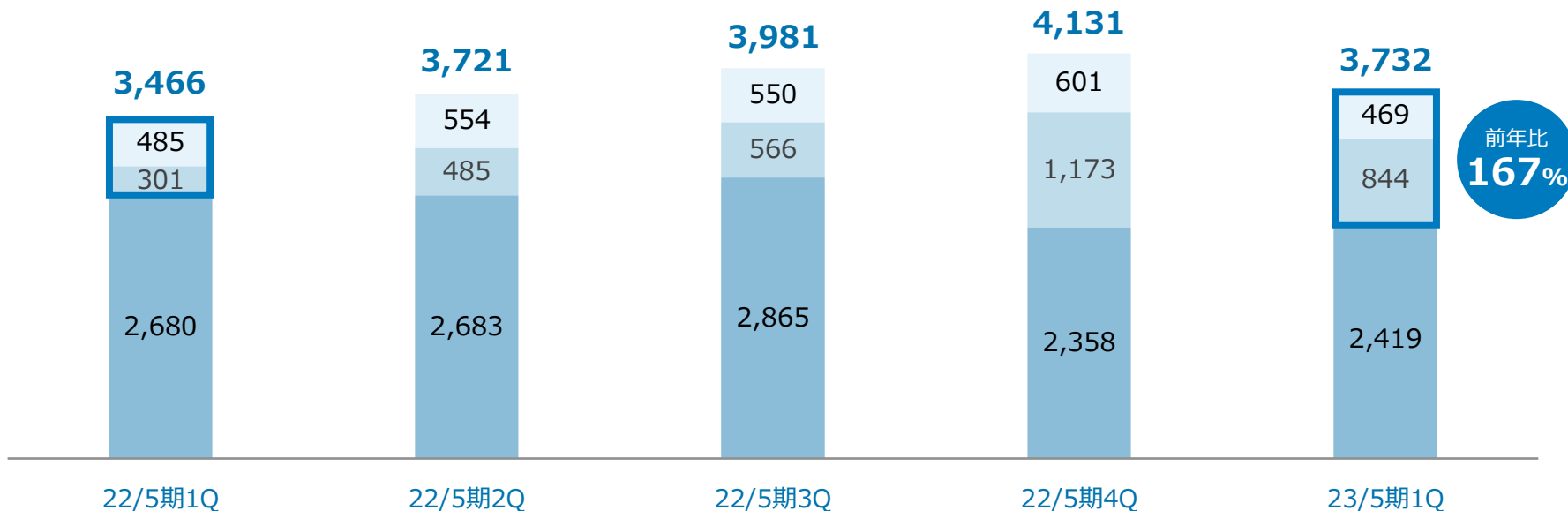
(単位：百万円)



引き続きアドセンス以外の共創事業に注力し、アドセンス除く売上は前年比**167%**成長

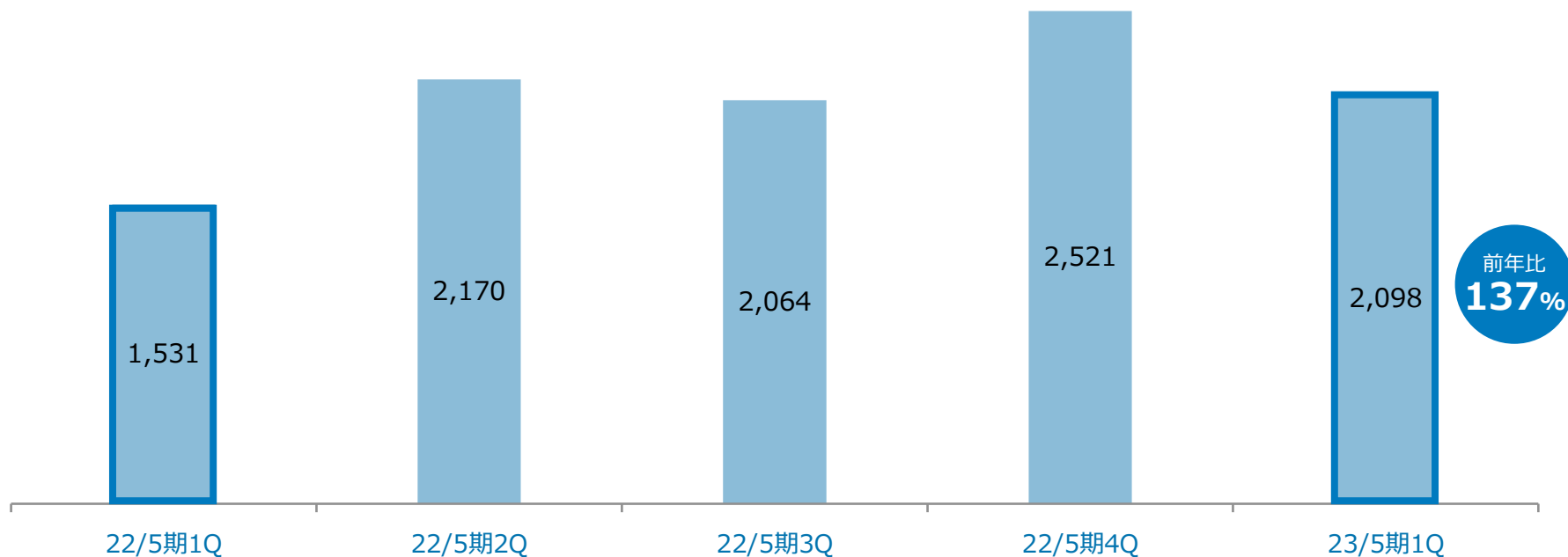
(単位：百万円)

- その他
- グッズP2C
- アドセンス



## コンテキストドリブンマーケティング全体で前年比137%の増収を達成

(単位：百万円)





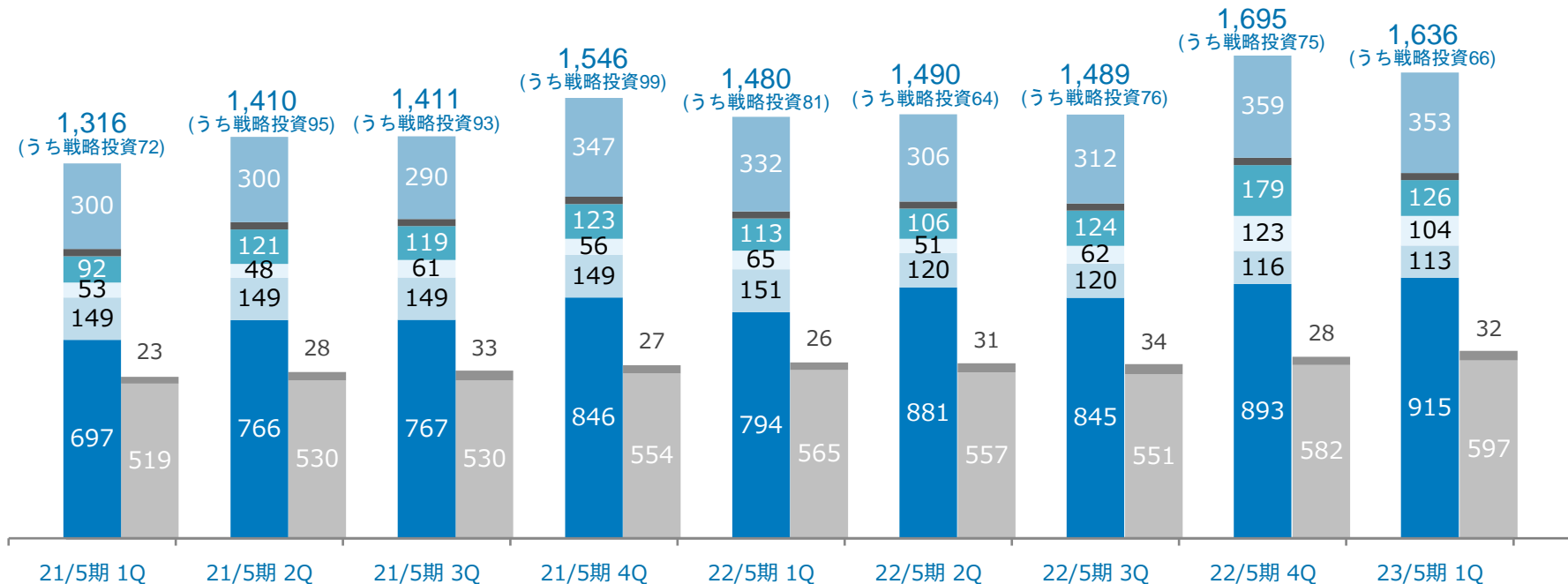
## 販管費（四半期）と四半期末の従業員数、臨時雇用人員数の推移

前年と比較して、人件費やP2C拡大に伴う広告宣伝費が増加  
一方、オフィスの一部返却により、地代家賃は減少

(単位：百万円)

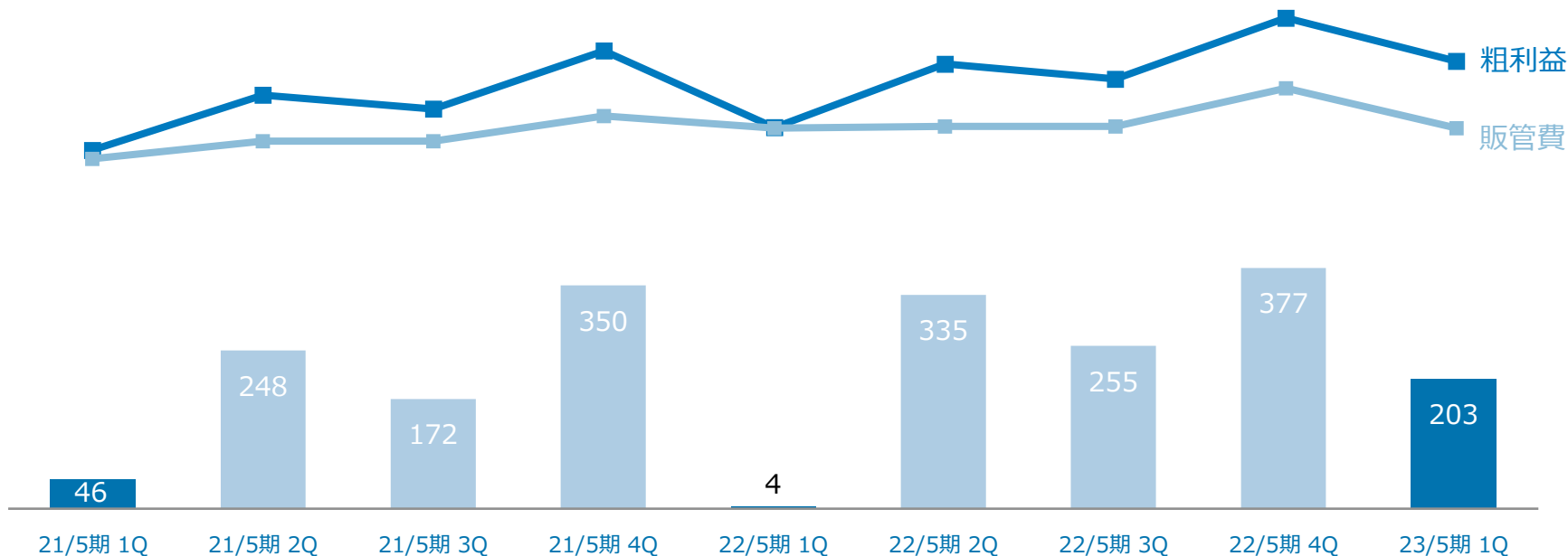
(単位：人)

■ 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



粗利益の増加に対して、販管費の増加を抑制し営業利益は前年より大きく拡大  
 季節性として弱い1Qながら、2億円の営業利益を達成

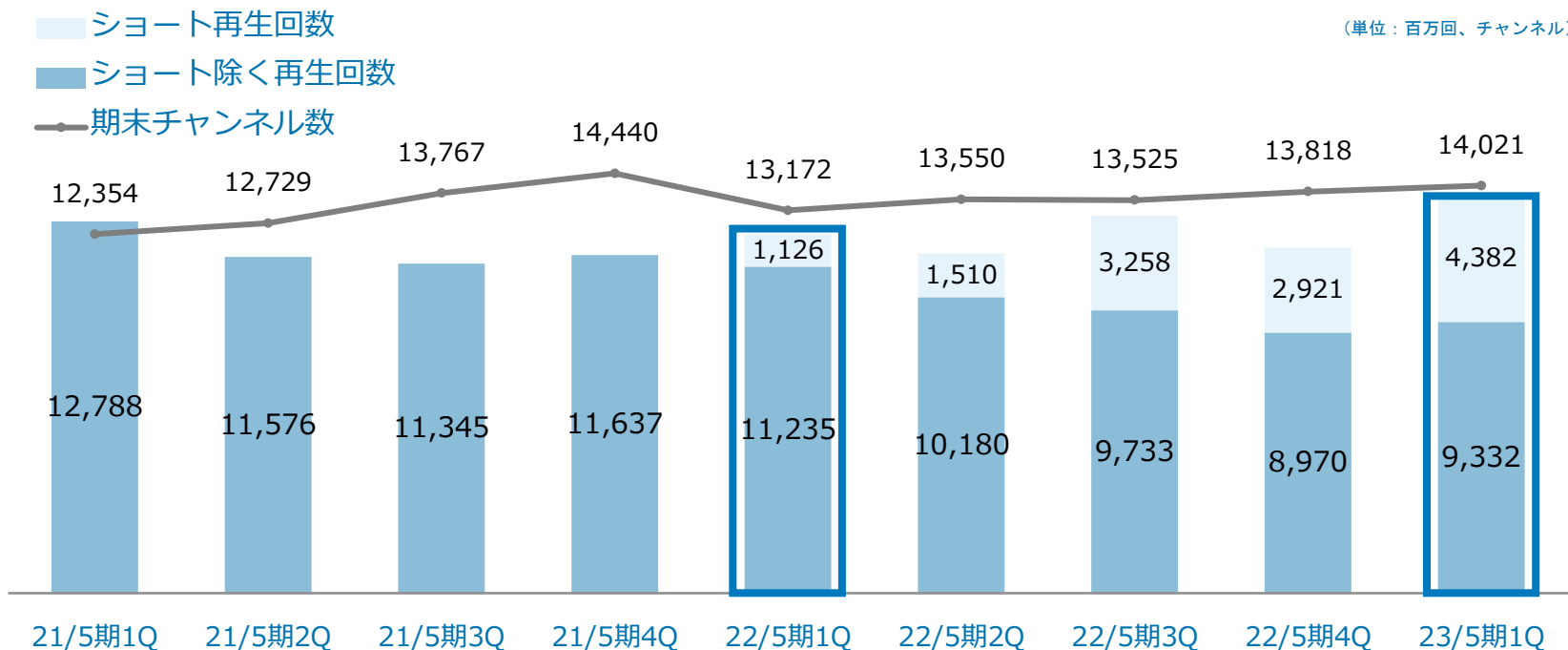
(単位：百万円)



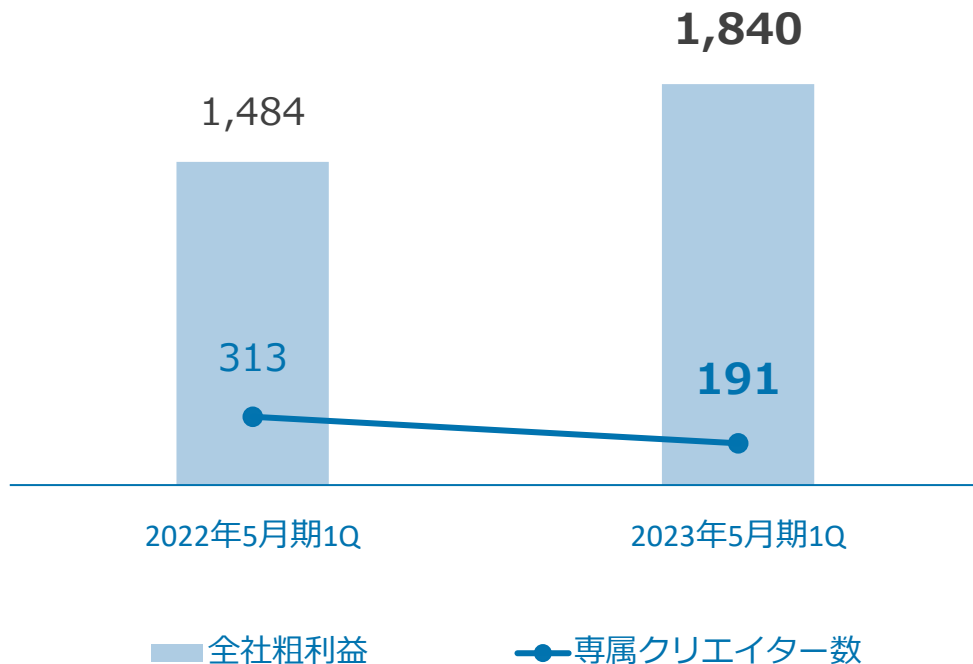
ショートを含む動画再生回数は前年比**111%**

純額計上の影響を除いたグロスのアドセンス売上高は前年比**113%**

YouTubeは、2023年の初頭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<sup>(※)</sup>



クリエイター数の削減に伴う戦力的な組織再編成により、**共創事業の拡大や生産性向上を目指してまいります**



全社粗利益

前年比

124%

専属クリエイター数

前年比

-39%

生産性

(全社粗利益 ÷  
専属クリエイター数)

前年比

203%

AGENDA

---

1. 2023年5月期 1Q決算概要

**2. トピックス**

3. 参考資料



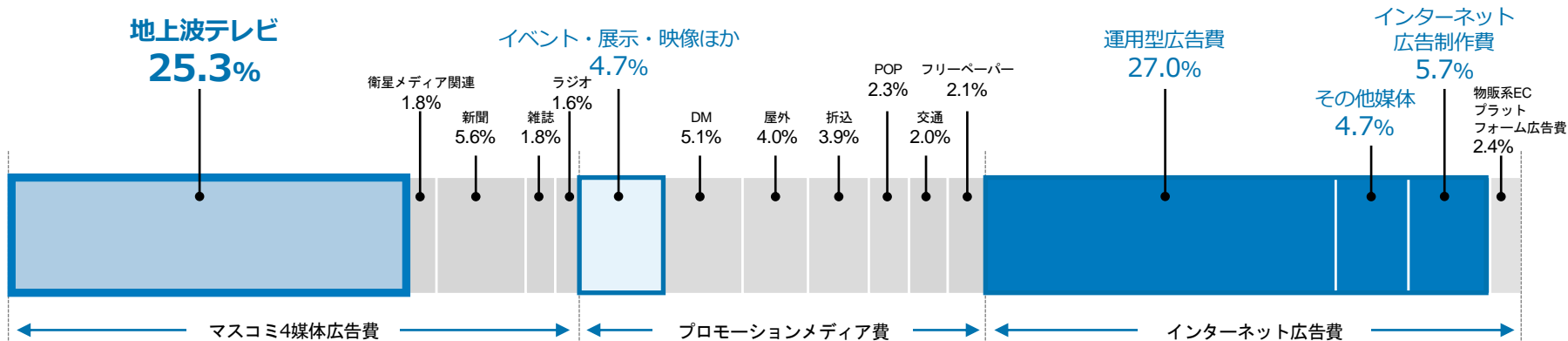
Hakuhodo DY  
media partners

UUUM

会社名 : 株式会社UUUM  
出資比率 : 博報堂DYメディアパートナーズ 51%  
UUUM 49%

## 合併会社設立の目的

- 博報堂DYメディアパートナーズの放送局連携およびクロスメディアでのコンテンツ企画力と、UUUMの強力なインフルエンサー活用を掛け合わせることで、高い信頼と訴求力を持つライブコマースを実現させる
- デジタル広告費の伸長を踏まえ、テレビ番組とタイアップ動画の連動企画による「ダブルスクリーン視聴」の実現など、コンテクストドリブンなサービスの提供を推進していく
- P2C (Person to Consumer) /D2C (Direct to Consumer) の領域においても、商品開発から販売まで、両社のグループ会社含むリソースを横断活用したエコシステムを構築する



2021年国内広告市場：6兆7,998億円

博報堂DYメディア  
パートナーズ社との  
合併会社

キャストینگ  
強化

制作事業拡大

広告運用

タイアップ

クライアントに提供するソリューションの拡大

\* 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：電通メディアイノベーションラボ 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



ABEMA番組協賛 / UUUMクリエイター商品紹介



ABEMA番組提供（提供表示 / CM配信）

UUUM



YouTuber商品告知

UUUMクリエイターの事前告知 & ABEMA番組出演



HIKAKIN による事後選手インタビュー

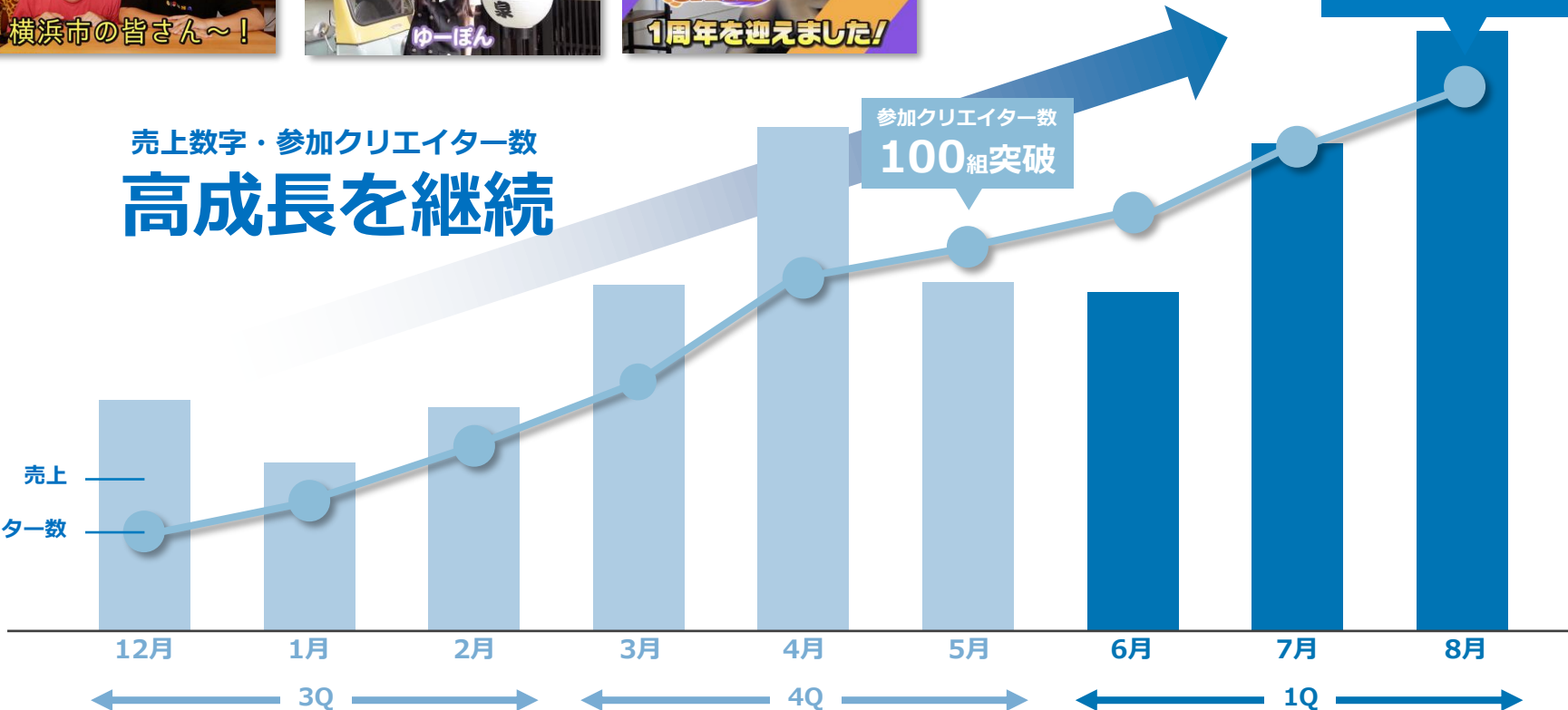






売上数字・参加クリエイター数  
高成長を継続

売上  
クリエイター数



参加クリエイター数  
150組突破

参加クリエイター数  
100組突破

日本一のインフルエンサーを決める「INFLUENCER'S AWARD 2022」各賞にて、カラフルピーチ、Kazu、nanakoななこ、東海オンエアが受賞



カラフルピーチ/じゃぱぱ  
(一般投票特別賞)



Kazu  
(ライフスタイル・  
トラベル部門)



nanakoななこ  
(ビューティ・  
ファッション部門)



東海オンエア  
(ゲーム・エンタメ部門)



発売1週間で  
70万個販売

フィッシャーズのライフスタイルブランド「Dotene」  
第1弾「お金グミ」



発売1週間で  
20万個販売

東海オンエア「りょう」監修のボトルコーヒー  
「R COFFEE BOTTLE」



10月14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」  
第2弾「たまご おぶろ釣りボム」



10月15日  
販売開始

第1弾商品は  
2週間で  
10万個販売

ESPOIR TRIBEプロデュース ヘアケアブランド  
「EXGEE」第2弾

資金調達により、FOLLOW MEの事業を新たな機能開発含めて拡大しつつ、Web3.0というインターネットの可能性をさらに広げてくれた新世界での挑戦、投機やアートの文脈を超えたNFTの活用を中心に、グローバルな目線で事業を推進



### ■ 資金調達引受先

ジャフコグループ株式会社

ANRI株式会社

KDDI Open Innovation Fund 3号

セガサミーホールディングス株式会社

なお、本資金調達に伴い、2023年5月期1Qより、NUNW株式会社は持分法適用会社へと移行いたします

## 1,000万ダウンロード突破のゲーム『脱獄ごっこ』の新作タイトル、2022年冬にサービス開始を予定

Aiming社との協業プロジェクト第1弾として、「人狼ゲーム」と「脱出ゲーム」を組み合わせた非対称対戦型のスマートフォン向けオンラインマルチ対戦アクションゲーム「脱獄ごっこPRO」を開発

それに伴い、大人気少年誌「コロコロコミック」で好評連載中の漫画「脱獄ごっこ」も新シーズンに突入



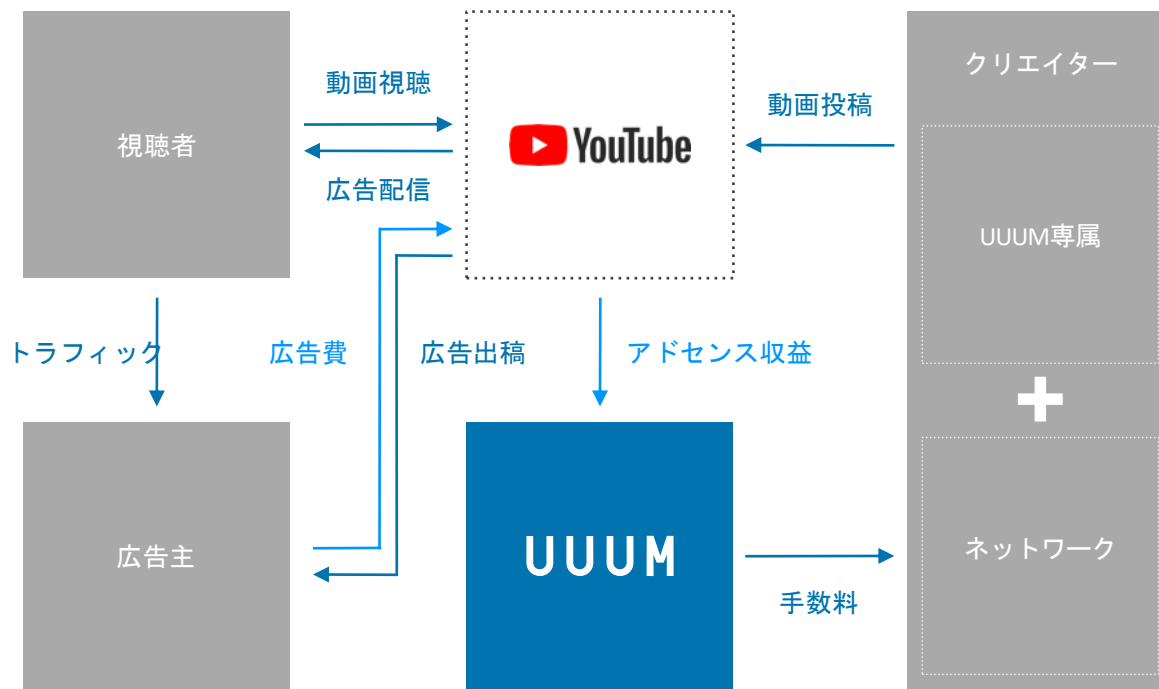
AGENDA

---

1. 2023年5月期 1Q決算概要
2. トピックス
- 3. 参考資料**



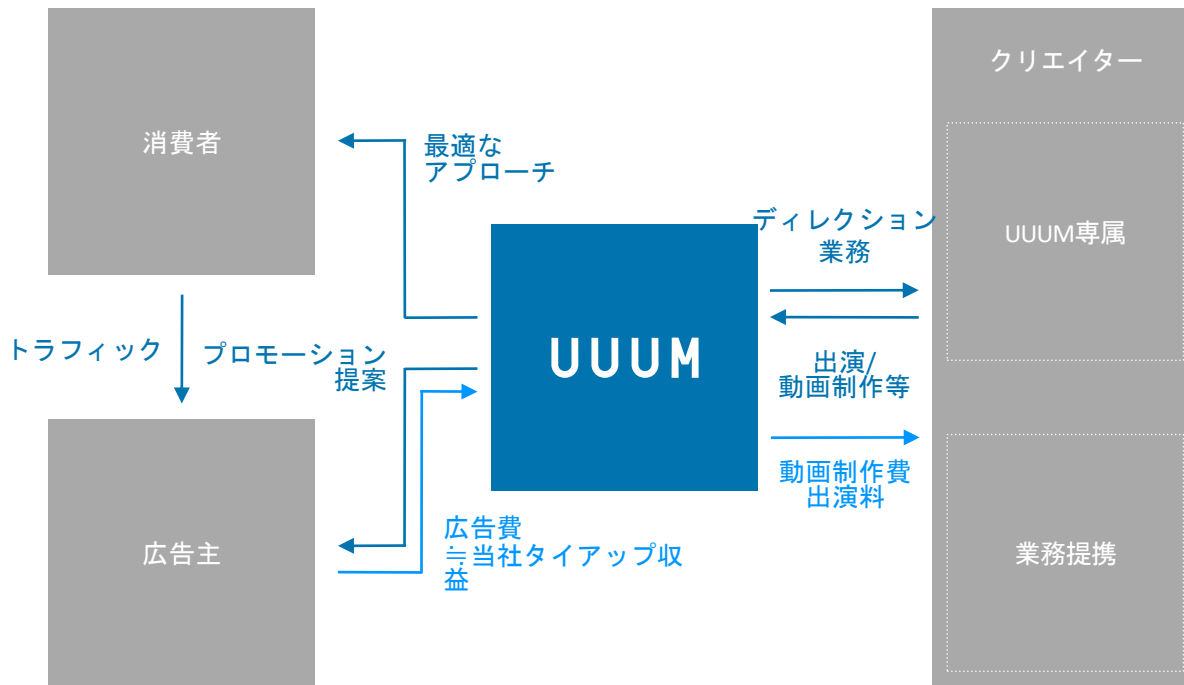
旧セグメント		新セグメント	
名称	含まれている事業	名称	含まれている事業
アドセンス	YouTubeからのアドセンス収益	インフルエンサー ギャラクシー	YouTubeからのアドセンス収益、グッズ、EC、ライブ配信、イベント、音楽、ゲーム、FOLLOWME、HABET等
広告	タイアップ、CM制作、運用広告、キャスティング等のマーケティング関連収入		
クリエイターサポート その他	グッズ、EC、ライブ配信、イベント、音楽等	コンテキストドリブン マーケティング	タイアップ、CM制作、運用広告、キャスティング等のマーケティング関連収入、自社メディアの運営による収入
自社サービス	ゲーム、自社メディアの運営、FOLLOWME、HABET等		



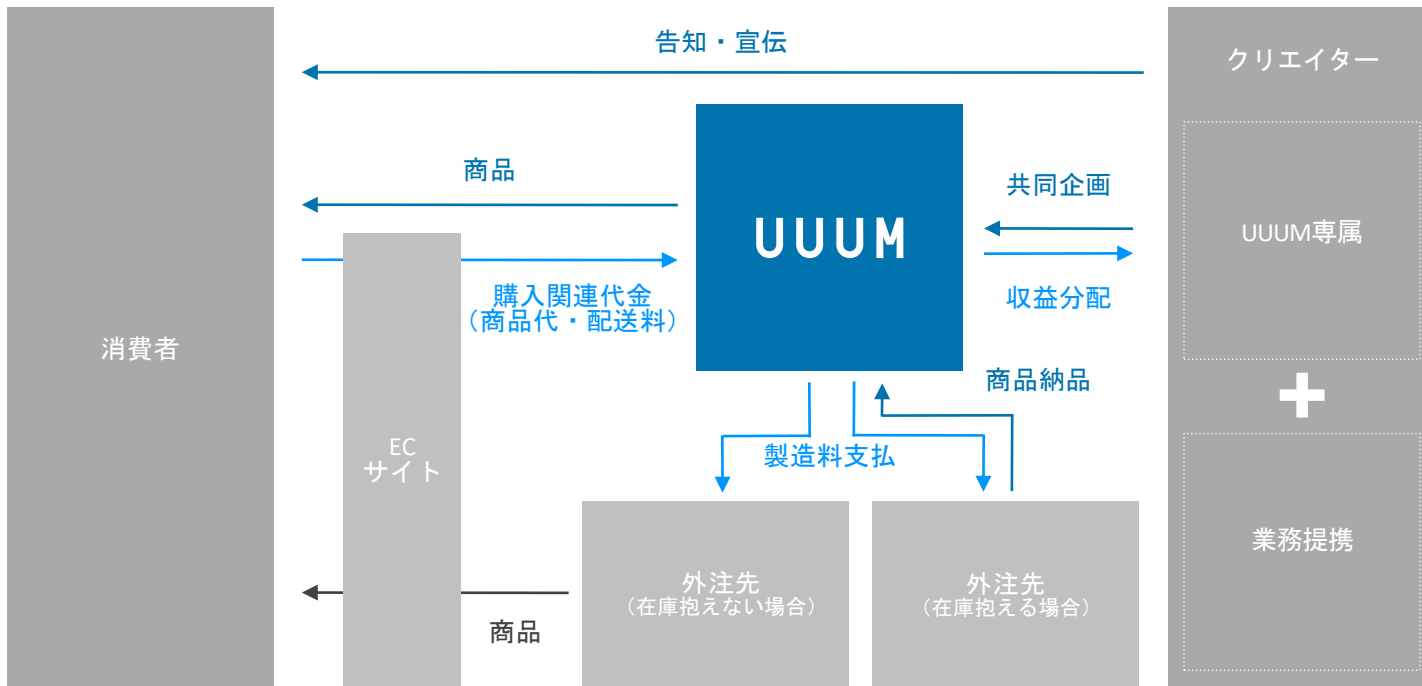
アドセンス収益（当社売上）＝動画再生回数×再生単価

\* ネットワーククリエイターについて、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

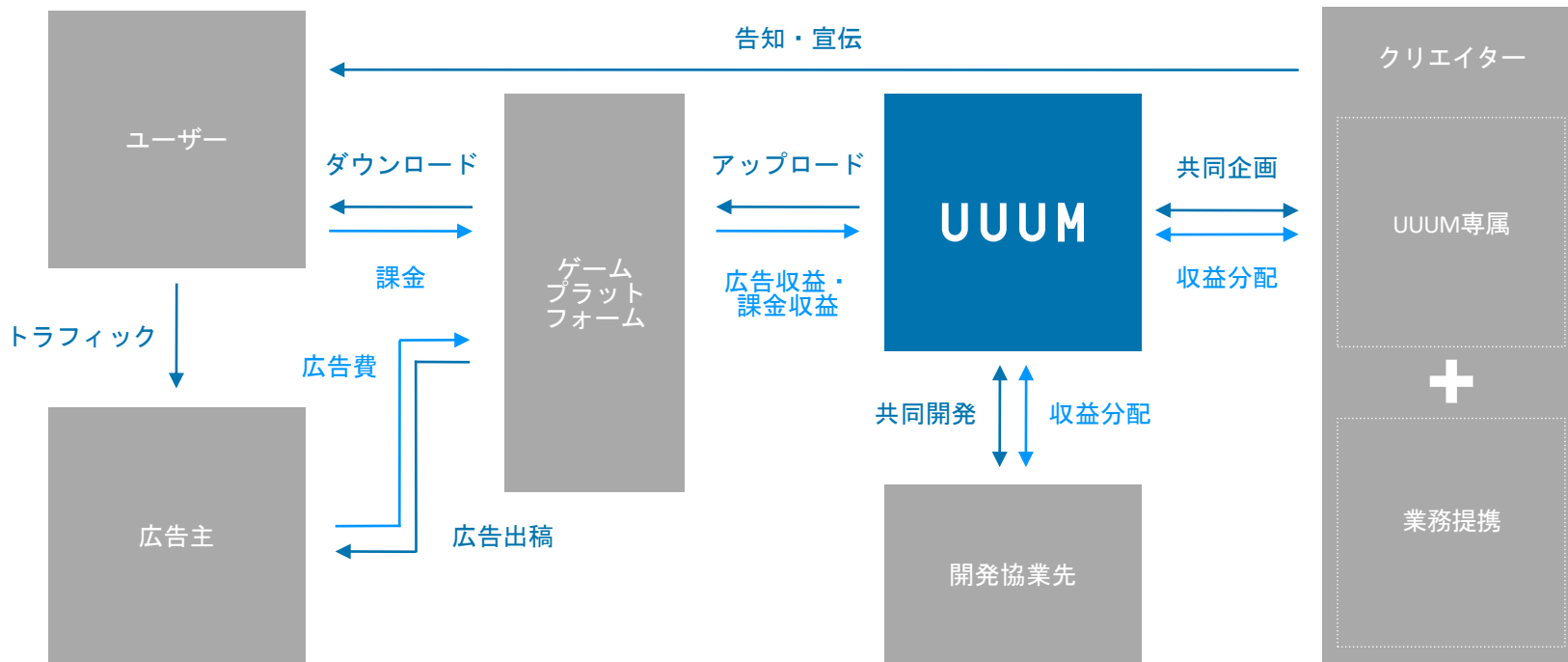




タイアップ収益（当社売上）＝媒体費・制作費・キャストینگ費・PR費・キャンペーン費等



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

項目	主要なリスク	顕在化の可能性／時期	顕在化した場合の影響度	リスク対応策
広告市場の動向	<ul style="list-style-type: none"> <li>景気の低迷等の理由による広告出稿の落ち込み</li> </ul>	中／中長期	大	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告市場におけるビジネス領域の拡大によるシェア拡大</li> <li>広告市場に依存しないビジネスの拡大</li> </ul>
新規事業開発について	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規事業に関して、予測とは異なる状況が発生し、計画通りに進まない場合</li> </ul>	大／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社の強みを活かした新規事業の選定</li> <li>撤退ラインの明確化</li> </ul>
特定のクリエイターへの依存	<ul style="list-style-type: none"> <li>トップクリエイターの活動が休止・停止した場合</li> <li>スキャンダルや炎上によりクリエイター活動に影響が生じた場合</li> </ul>	中／中長期	低～中	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリエイターへのコンプライアンスの徹底</li> <li>幅広いクリエイターとのビジネス拡大</li> </ul>
新型コロナウイルス感染	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍における各企業からの広告出稿の減少、オフラインイベント中止やそれに伴うグッズの販売中止等</li> </ul>	中／不明	中	<ul style="list-style-type: none"> <li>広告市場に依存しないビジネスの拡大</li> <li>オンラインビジネスの拡大</li> </ul>

注：その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」を参照

## 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