

The background of the slide is a blue-tinted image of a large crowd of people, likely students, gathered together. The people are mostly young adults, some wearing hoodies, and they appear to be in a celebratory or social setting. The image is semi-transparent, allowing the blue background to be visible.

UUUM

2021年5月期 第2四半期決算説明資料

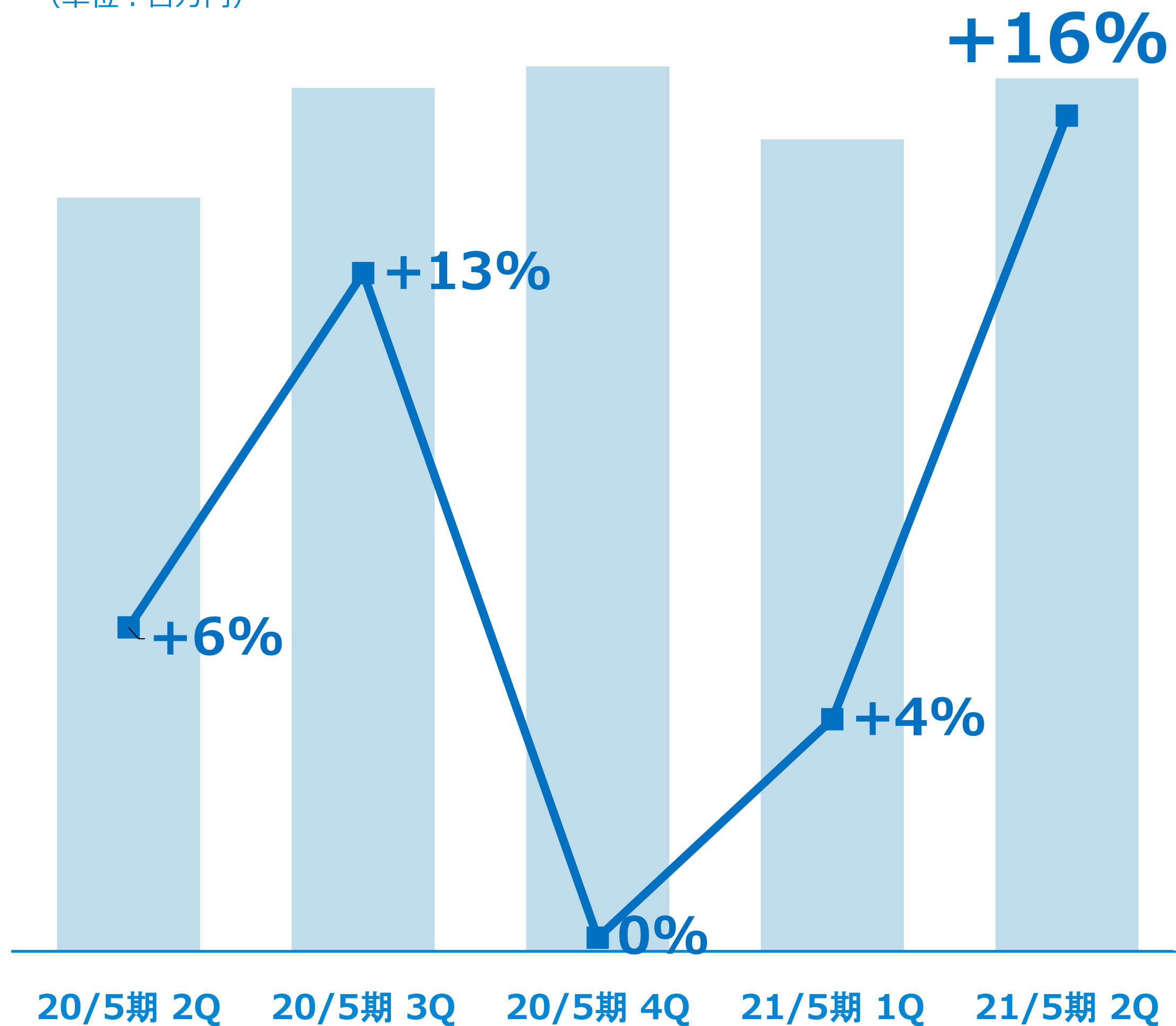
**タイヤアップにおいて市場平均を超える
前年比124%の売上成長を達成！**

自社でコントロールできる収益が伸長

結果、収益セグメントの主軸交代へ

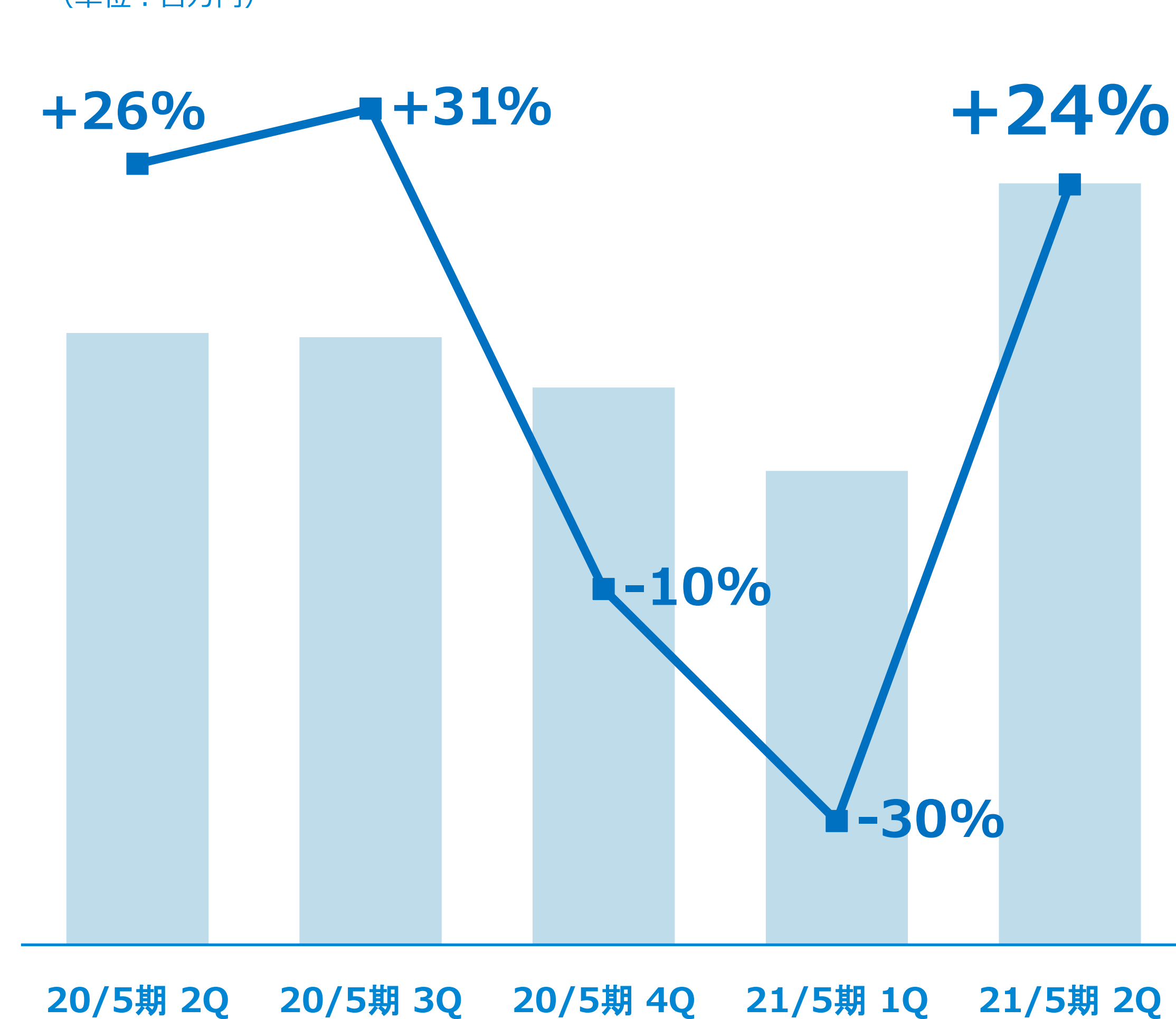
アドセンス売上と前年比増収率の推移

(単位：百万円)



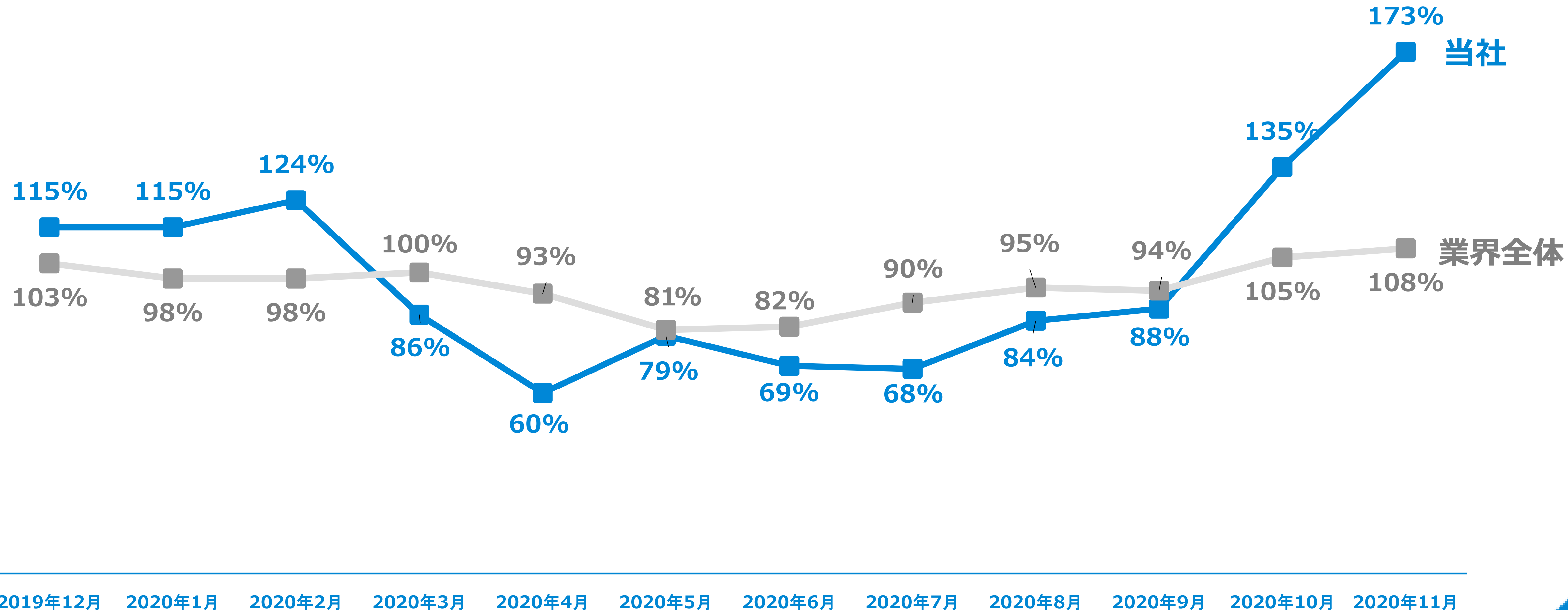
広告売上と前年比増収率の推移

(単位：百万円)



タイヤアップ広告と市場実績（前年比）

足元の当社タイヤアップ広告月次売上高は市場実績を大きく上回って回復。



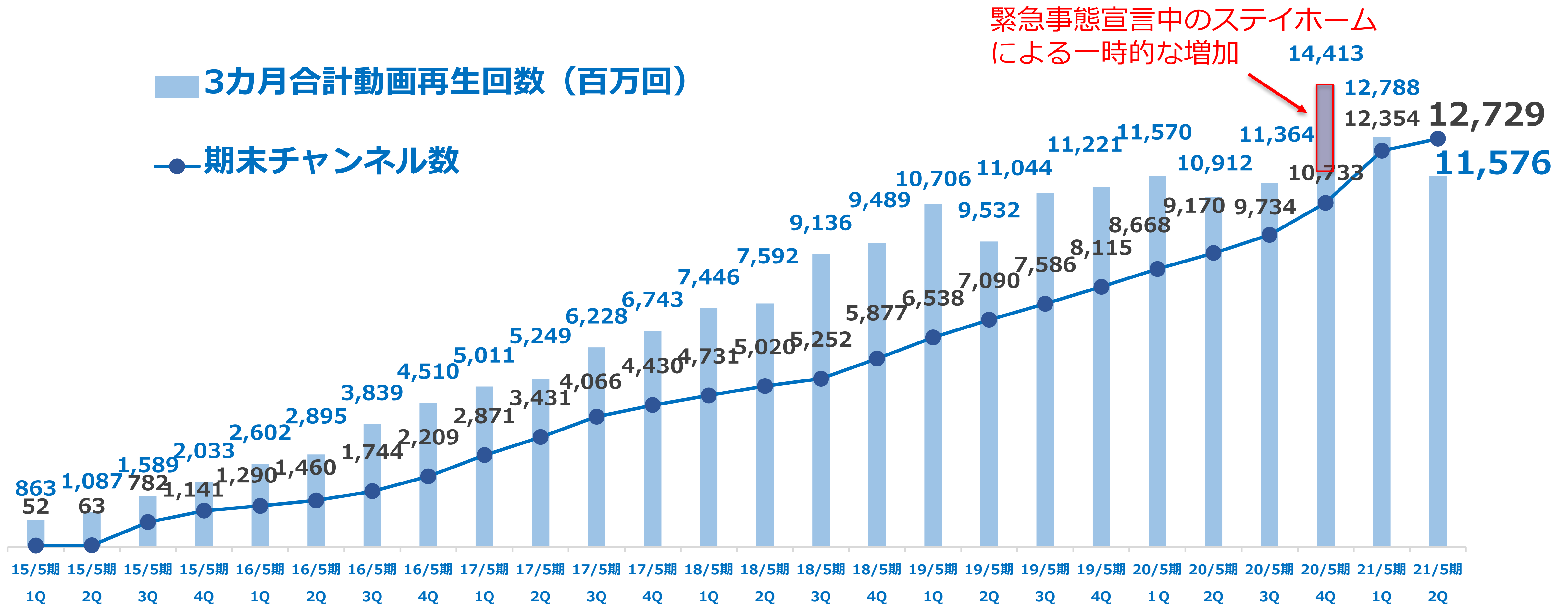
注：※業界全体は経済産業省の「特定サービス産業動態統計調査」のうちインターネット広告売上高に基づく
2020年11月分は2021年1月13日発表の速報値を使用。

21/5期 2Q決算概要

UUUM

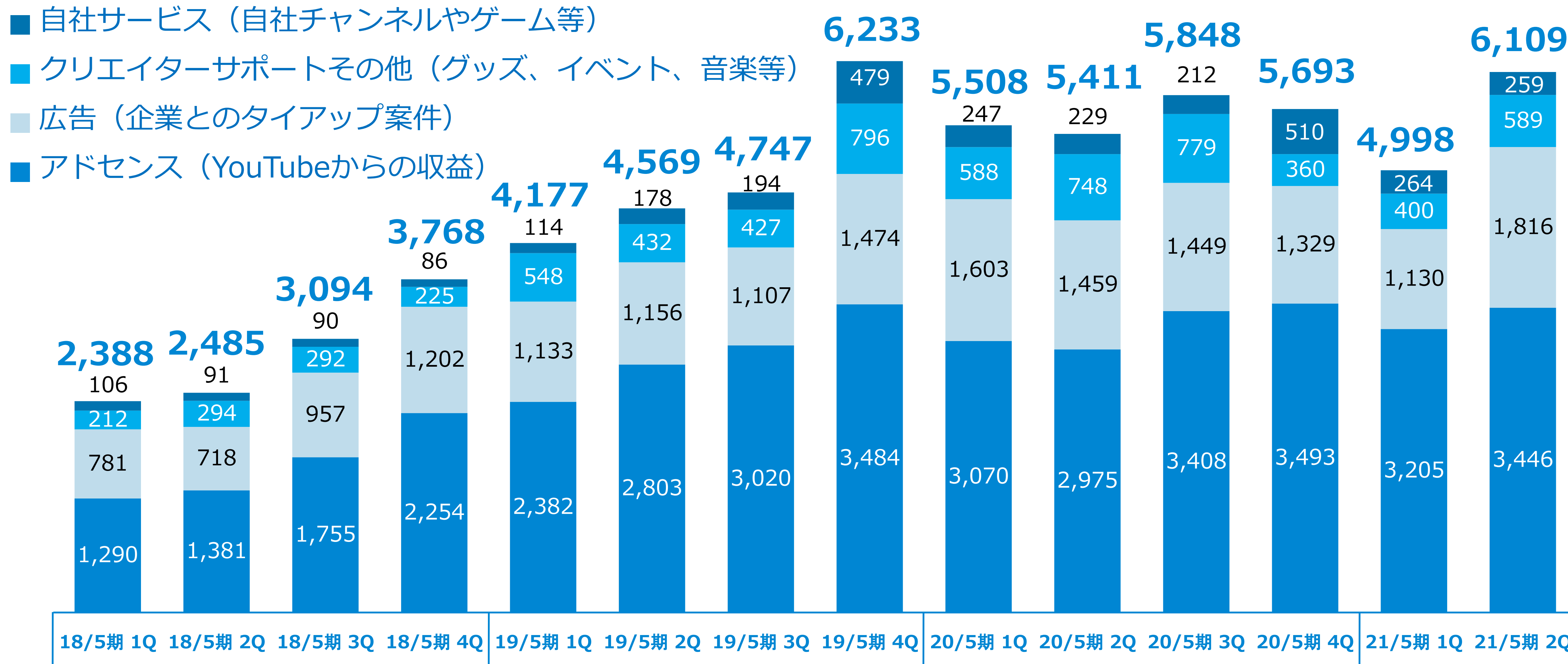
UUUM

2Qの再生回数は季節性により1Q比減少も、前年比では106%成長。
 コロナの影響により季節指数のトレンドが変化。



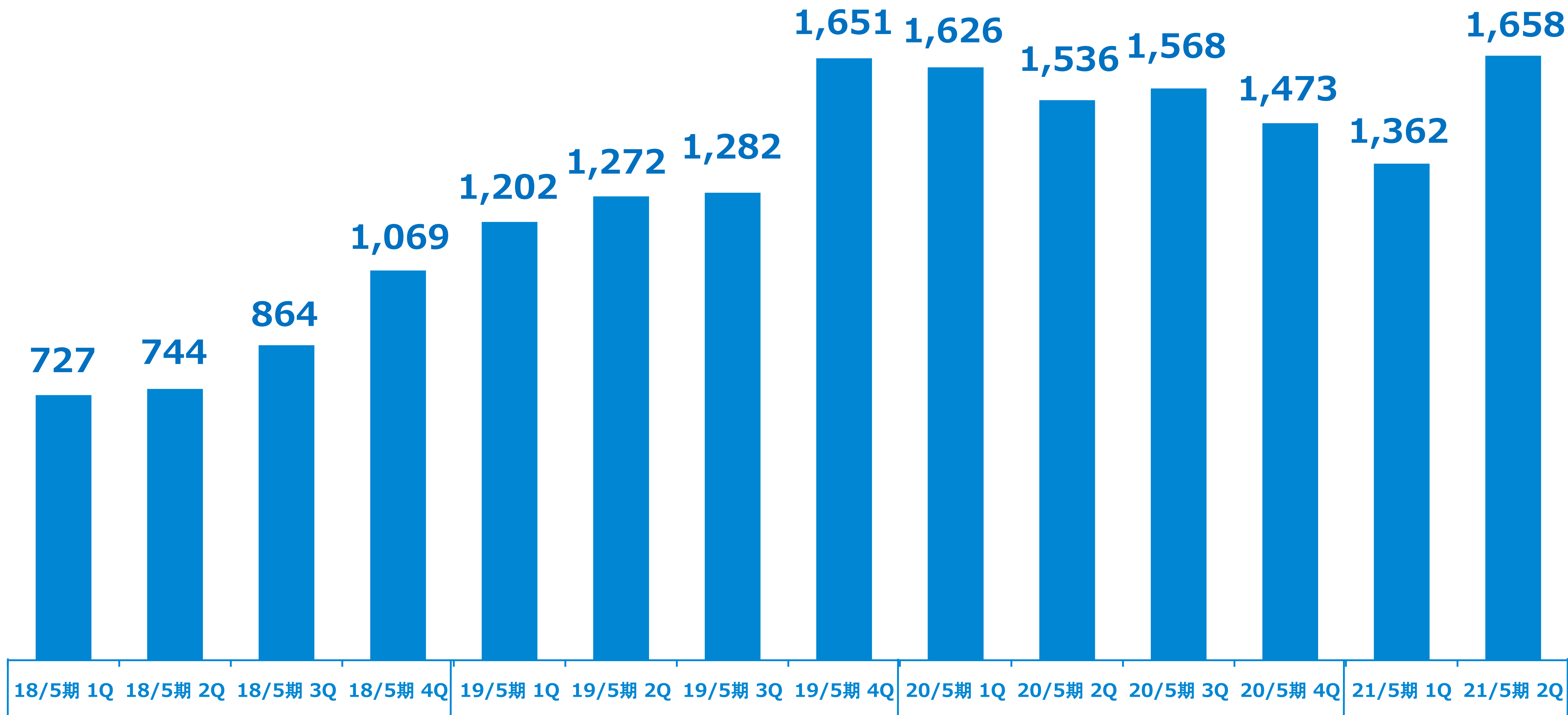
売上は1Qをボトムに大きく回復し、前年比113%の増収に。

(単位：百万円)



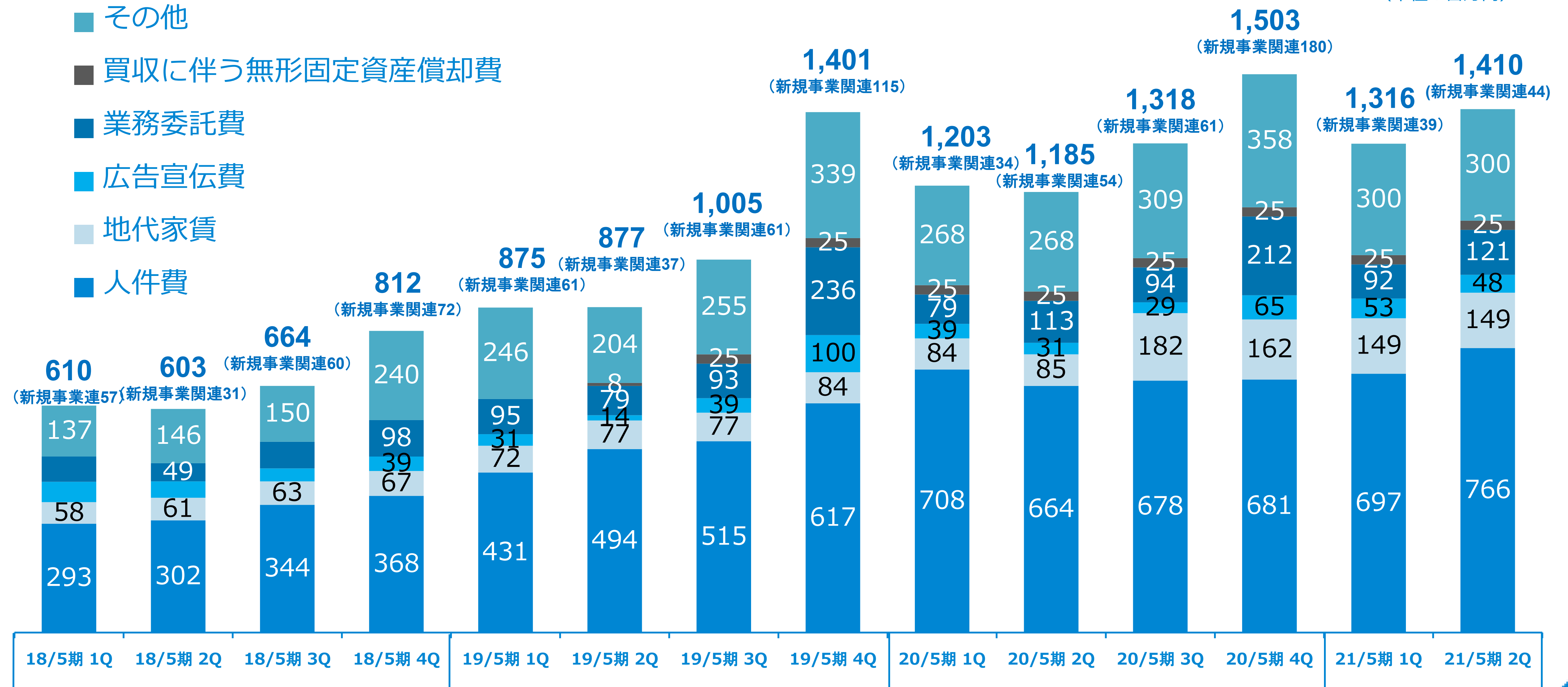
粗利益も売上回復に伴い、前年を上回る水準まで回復。

(単位：百万円)



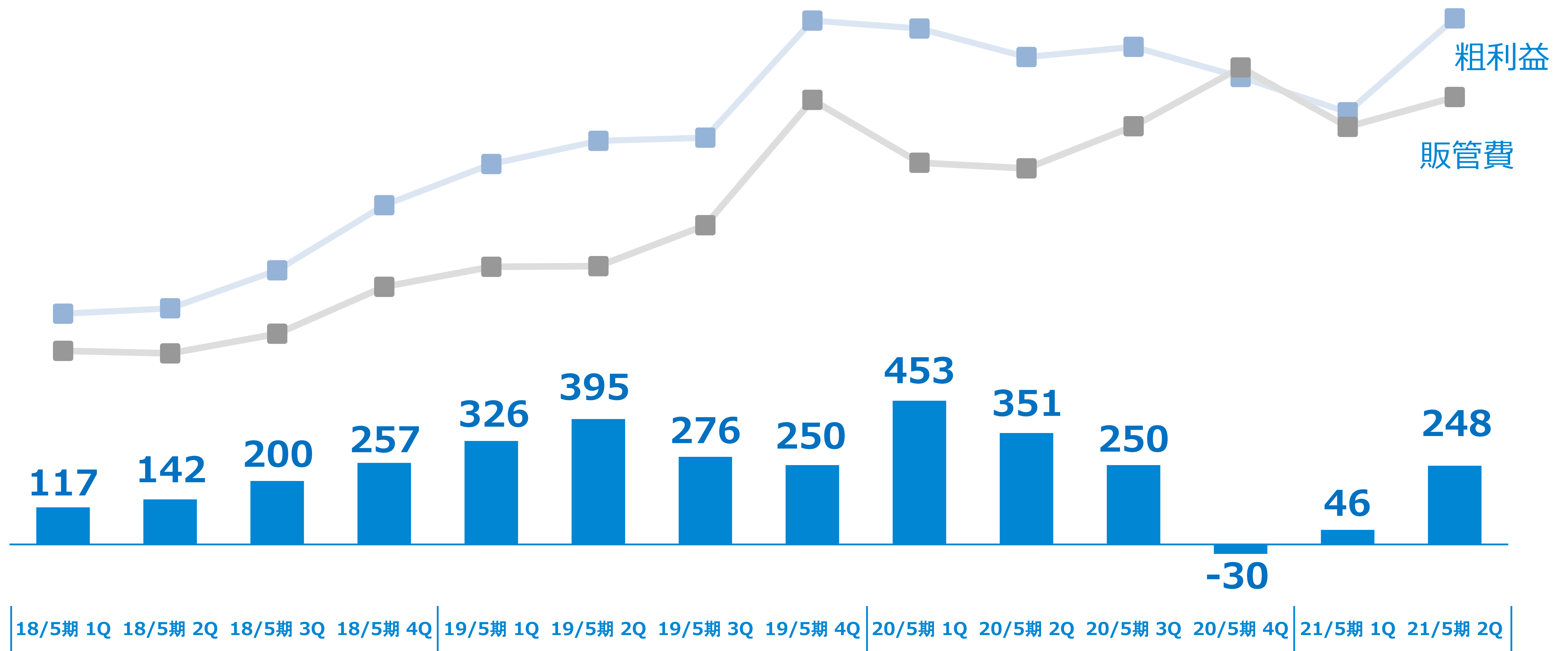
2Qの販管費は人件費や業務委託費（クリエイター戦略投資等）を中心に増加。

(単位：百万円)



営業利益は1Q水準から大きく回復。

(単位：百万円)



2Qまでの戦略投資	年間の戦略投資見通し	進捗率
181百万円	755百万円	24%

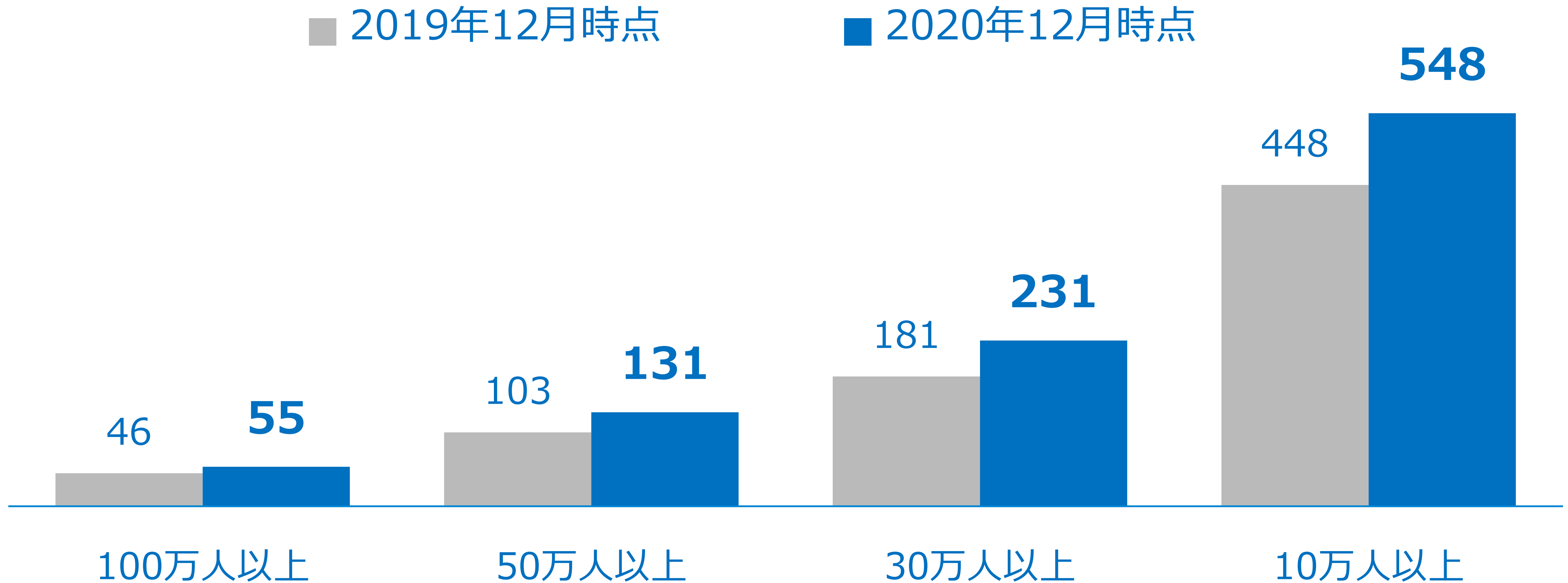
これまでの主な投資先

- ・ 代行編集（2Q実績：1,249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
- ・ トップクリエイターの専門チーム体制強化

3Q以降の方針

- ・ 2Qまでの投資効果を踏まえつつ、戦略投資を継続

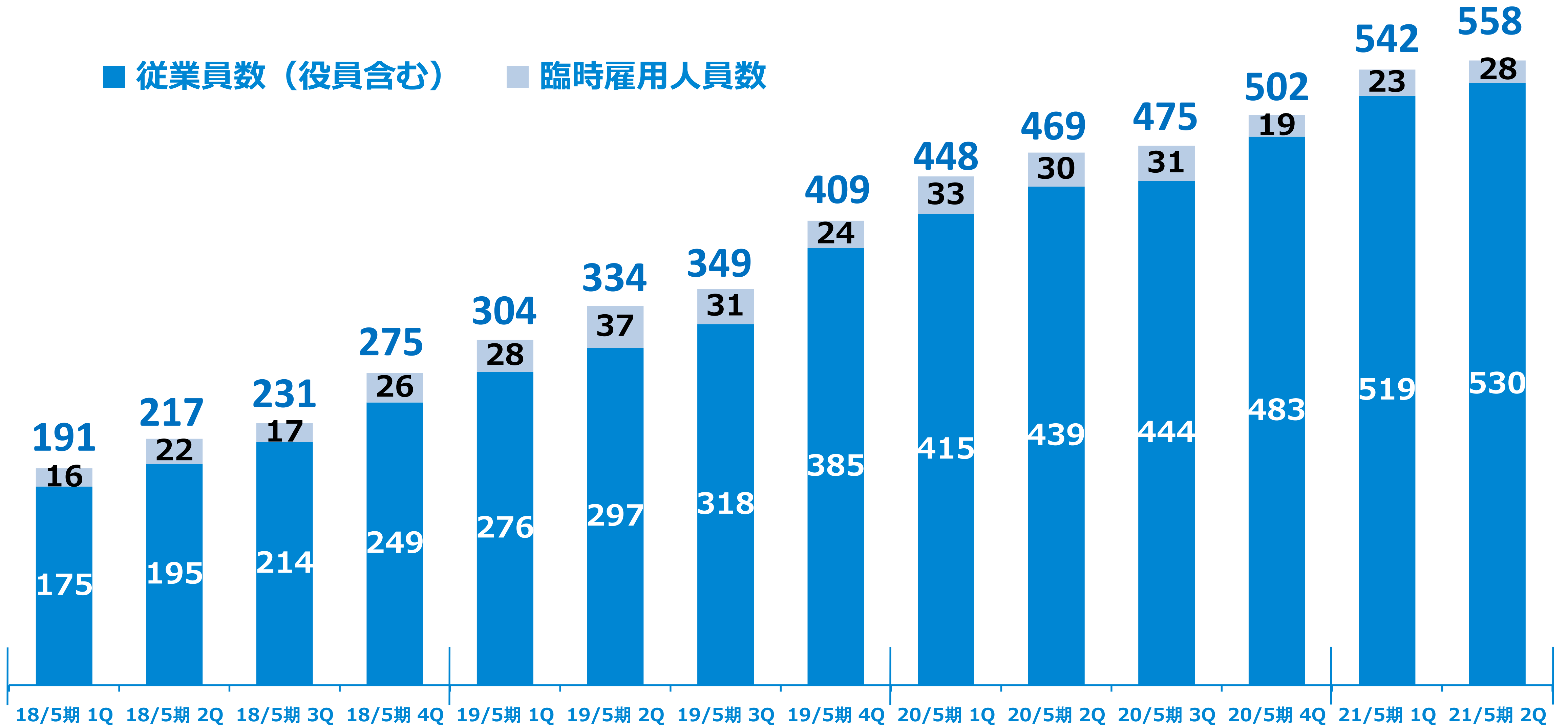
チャンネル登録者100万人以上のチャンネルは1年で46→55チャンネルに増加



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)



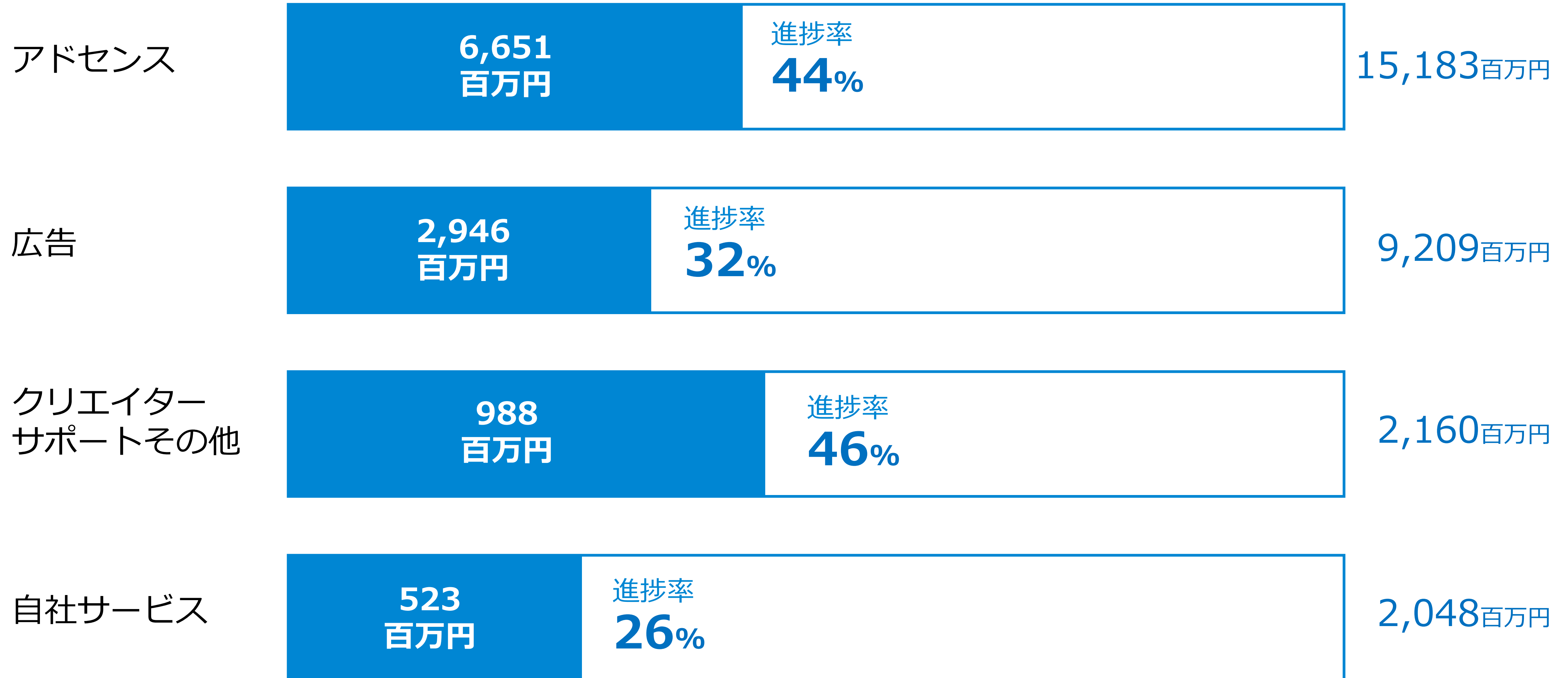
(百万円)	21/5期 2Q (2020年9月-11月)	20/5期 2Q (2019年9月-11月)	前年同期比
売上高	6,109	5,411	113%
粗利益	1,658	1,536	108%
販管費	1,410	1,185	119%
営業利益	248	351	71%
当期純利益	161	120	135%

(百万円)	21/5期 2Q累計 (2020年6月-11月)	20/5期 2Q累計 (2019年6月-11月)	前年同期比
売上高	11,107	10,919	102%
粗利益	3,020	3,163	95%
販管費	2,726	2,389	114%
営業利益	294	774	38%
当期純利益	184	459	40%

業績見通しに対する進捗率



(百万円)	21/5期 2Q	21/5期 通期計画	対通期計画 進捗率
売上高	11,107	28,600	39%
粗利益	3,020	7,550	40%
営業利益	294	800	37%
当期純利益	184	490	38%



トピックス

UUUM



躍進めざましいクリエイターたちも、あらたなスターへ



きょんくま

チャンネル登録者数：133万人
(2020年 **28万人**増加)

<https://uum.jp/creator/kyonkuma>



プリッとChannel

チャンネル登録者数：123万人
(2020年 **20万人**増加)

https://uum.jp/creator/puritto_channel



マナル隊

チャンネル登録者数：68万人
(2020年 **35万人**増加)

<https://uum.jp/creator/manarutai>



はるあん

チャンネル登録者数：79万人
(2020年 **32万人**増加)

<https://uum.jp/creator/haruan>



Marina Takewaki

チャンネル登録者数：194万人
(2020年 **183万人**増加)

<https://uum.jp/creator/marina-takewaki>



はじめまして松尾です

チャンネル登録者数：76.5万人
(2020年 **74万人**増加)

<https://uum.jp/creator/hajimemashite>



そるちゃんねる

チャンネル登録者数：57万人
(2020年 **33万人**増加)

https://uum.jp/creator/sol_channel



ESPOIR TRIBE

チャンネル登録者数：47.5万人
(2020年 **19万人**増加)

<https://uum.jp/creator/espoirtribe>



【V.I.P】

チャンネル登録者数：36.5万人
(2020年 **27万人**増加)

<https://uum.jp/creator/vip>

本日、株式会社スクウェア・エニックスとゲーム実況コンテンツにおける「ドラゴンクエスト」シリーズ作品をはじめとした複数作品の著作物使用に関する包括的許諾契約を締結しました。

「ドラゴンクエスト」シリーズを中心とした様々な作品やプレイヤーの皆様に寄与するような健全なゲーム実況コンテンツをお届けしていきたいと考えております。

大手ゲーム会社との著作物使用許諾契約はこれで5社目となります。



UUUM

新型コロナウイルス感染防止対策のため、学校行事の中止が相次いだことを背景に視聴者の皆様と一緒にオンラインで楽しめるイベント「UUUMバーチャル文化祭」を11月20日から11月22日の3日間、開催しました。



出店など文化祭ならではの動画を投稿するクリエイター達

「CREATORS BRAND（クリエイターズブランド）」は、
クリエイターとブランドとの架け橋となるいままでにないコマースサービスです。

新しい可能性を、着よう。

CREATORS BRAND

国内外
246
ブランド

2020年12月7日現在
(今後拡大)

商品企画、デザイン、制作などの
製造に関わることから
卸売り、販売に至るまでの
コンサルティング、アドバイス、
代理進行を提供するサービス

UUUM
CREAS LMND

13,000

クリエイター

国内のインフルエンサー
に向け順次提供

MATSUYA GINZA

×
佐藤優里亜

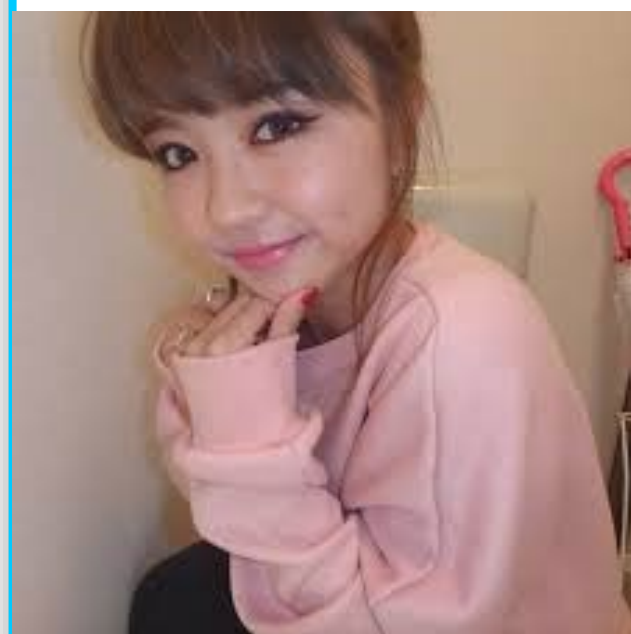
×
IL & CO.

〈参考事例〉

ジュエラーL & Co.(エルアンドコー)
× 佐藤優里亜プロデュースジュエリー

UUUMがこれまでに培った圧倒的ノウハウに基づき商品企画から販売まで
ワンストップでソリューションを提供し、双方のシナジーを加速させます。

クリエイターの「ファングッズ」という垣根を超え、ファン以外への普及も見据えたオリジナルブランドの創出に取り組んでおります。



クリエイター：channel Shii

ファッション系YouTuber Shioneはオリジナルブランド「リベッカ」を立ち上げ、2020年秋物の新作アイテムなどブランドとして商品を多数更新中。



クリエイター：竹脇まりな

宅トレYouTuber竹脇まりなはオリジナルブランド「マリネス」を発足。自宅でのトレーニングに便利で着る人を選ばないスポーツウェアなどを販売。

陣取り型オンラインシューティングゲーム 『戦陣-SENJIN-』
「青鬼」シリーズ新プロジェクト 『青鬼X』

の2タイトルを発表しました。



『戦陣-SENJIN-』
2021年1月以降にリリース予定



『青鬼X』
2020年12月にリリース

音楽活動に関して積極的なクリエイターを全面的にサポートし、クリエイターのやりたいことの実現に取り組むことで、個人経済圏の拡大を図ります。



東海オンエアのとしみつは2枚目となるオリジナルアルバムをリリース。
また、12月には感染症対策のためオンラインでのライブイベントを開催。



はじめしゃちょーはシンガーソングライター岡崎体育氏が作曲・プロデュースを手がけた「動画作る人あるあるソング」をリリース。
岡崎体育や、MVへの大物YouTuber達の出演も話題に。



UUUM