

**USEN-NEXT
HOLDINGS**

**2022年8月期 第2四半期
決算説明会**

**株式会社 USEN-NEXT HOLDINGS
(東証プライム市場 9418)**

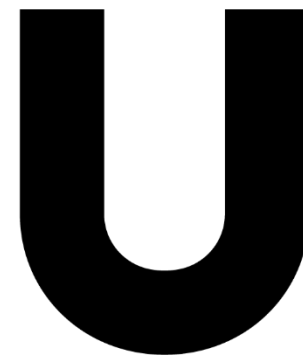
2022.4.12

I. 連結決算ハイライト

II. 連結決算概要

III. 事業セグメント別業績

IV. APPENDIX



**USEN-NEXT
HOLDINGS**

戦略や事業の特徴等の情報は、下記資料をご参照ください

中期経営計画資料 <https://ssl4.eir-parts.net/doc/9418/tdnet/2090942/00.pdf>

統合報告書 https://ssl4.eir-parts.net/doc/9418/ir_material_for_fiscal_ym3/114389/00.pdf

Ⅰ．連結決算ハイライト



第2四半期連結決算のポイント

1

全セグメントで増収基調を維持、連結で過去最高の四半期売上を更新

2

コンテンツ配信事業で広告販促費を積極投下しつつ、
連結の営業利益、経常利益はともに前期比10%超の増益

3

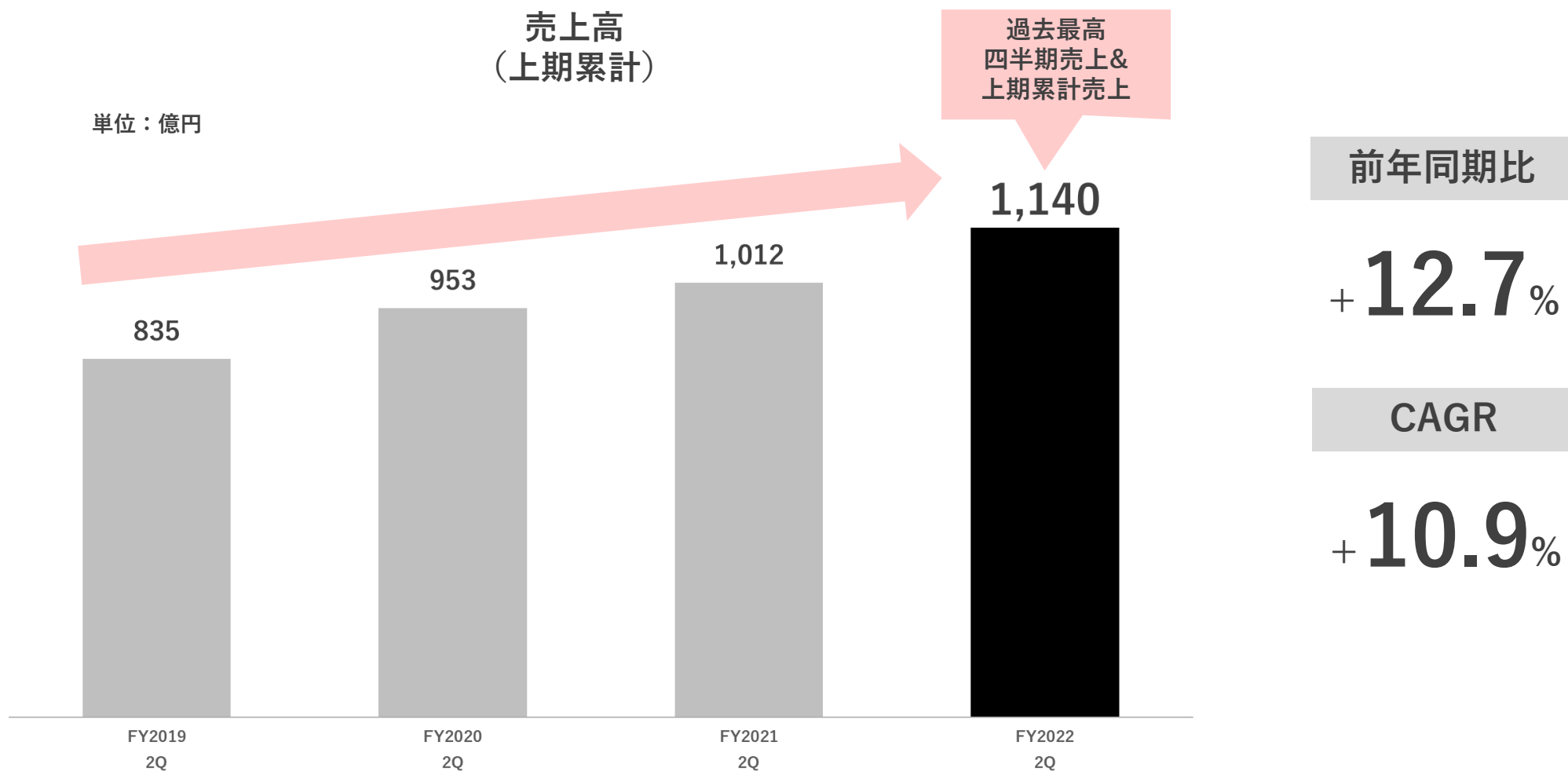
通信事業で過去最高の四半期利益を更新

4

自己資本比率は約25%となり、財務基盤は着実に良化

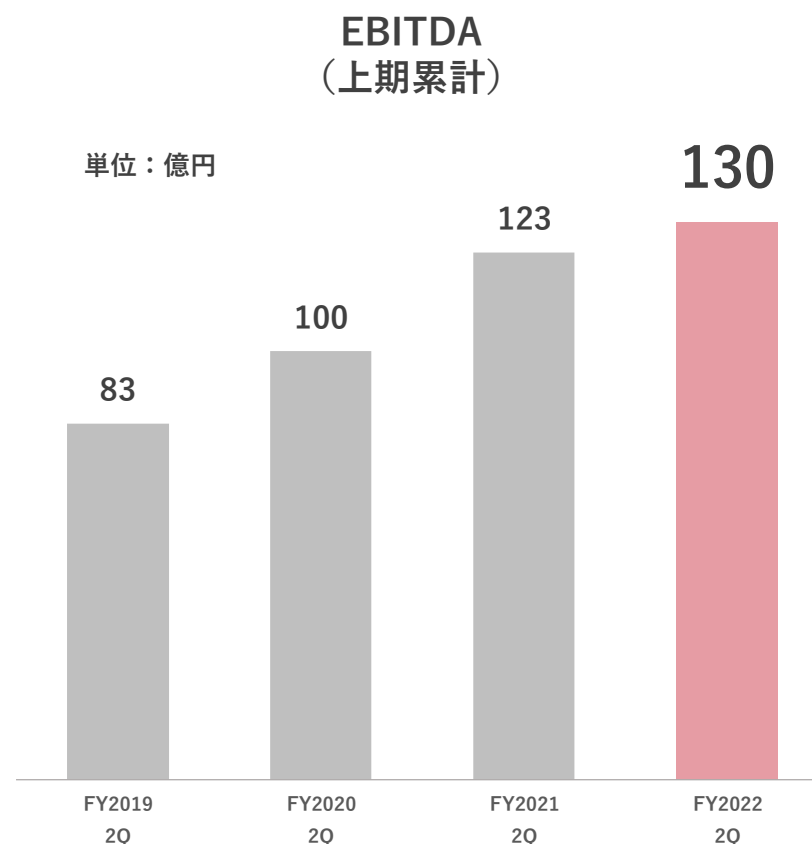
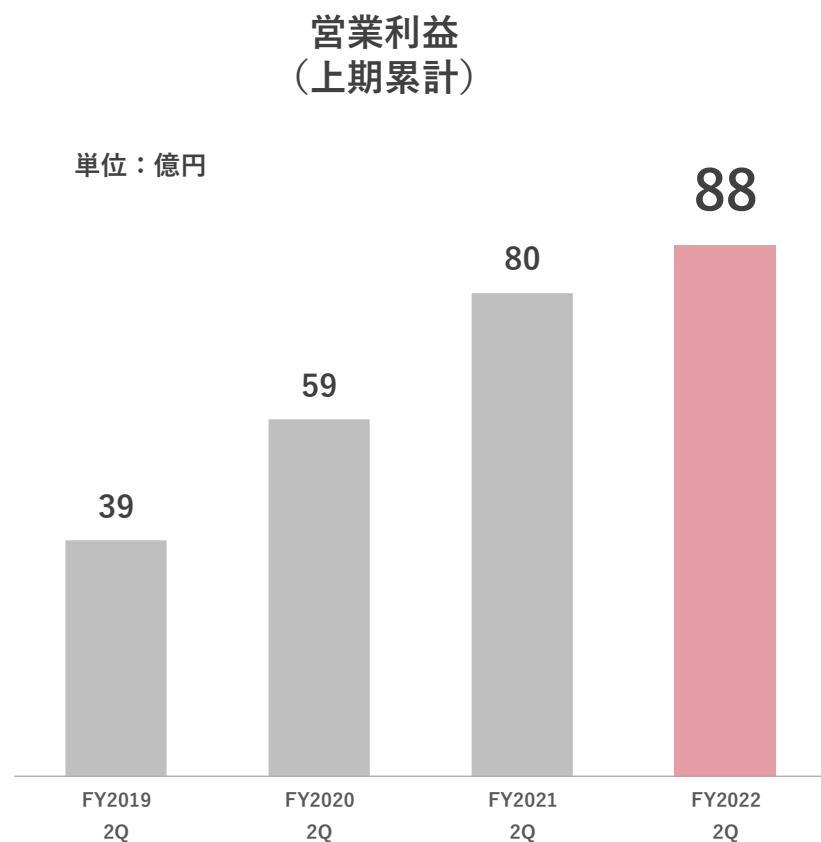
ポイント 1：連結売上高

- ✓ 全セグメントで増収基調を維持、過去最高の四半期売上および上期累計売上を更新



ポイント 2：営業利益・EBITDA

- ✓ コンテンツ配信事業で広告販促費を積極投下したが、連結営業利益、経常利益はともに前期比10%超の増益、EBITDAも順調に成長



前年同期比

営業利益
+ **10.3%**

EBITDA
+ **6.1%**

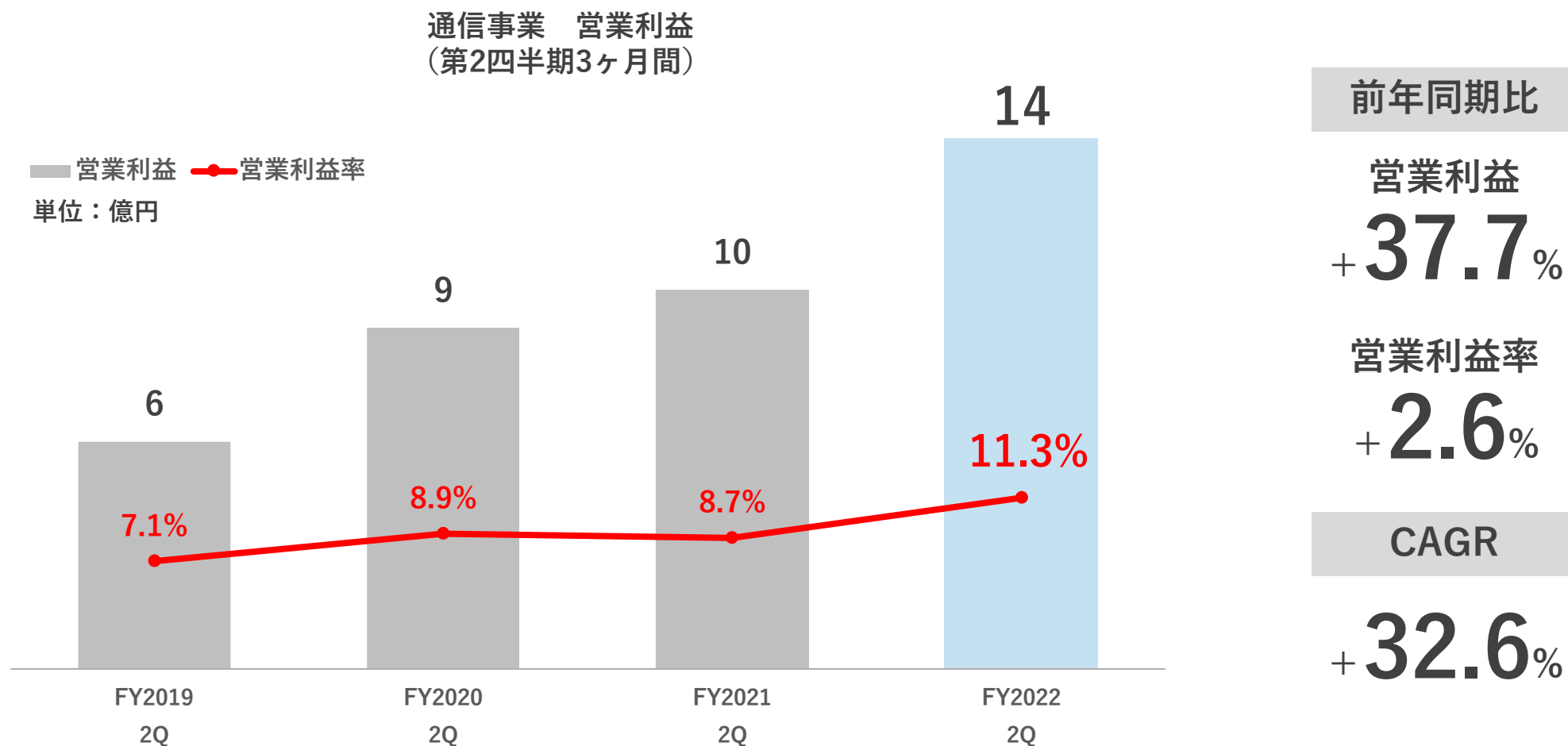
CAGR

営業利益
+ **31.2%**

EBITDA
+ **16.1%**

ポイント 3：通信事業

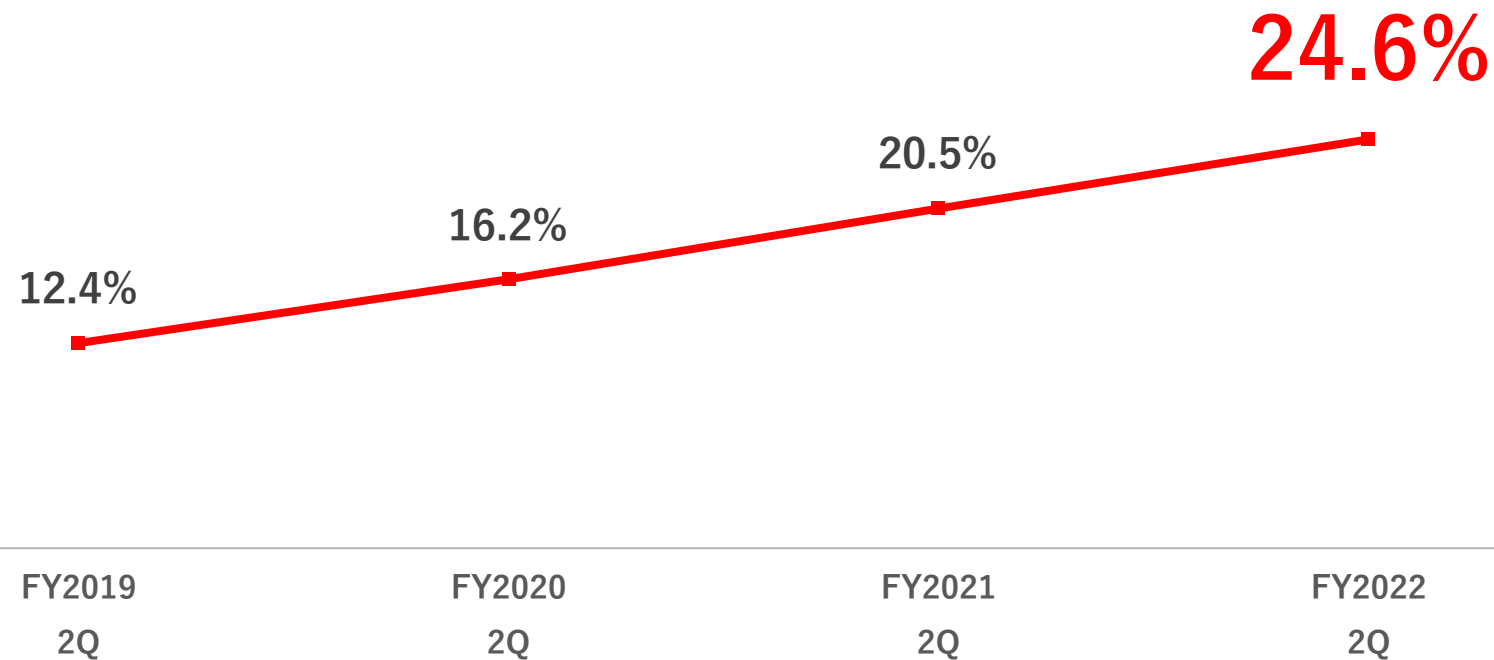
- ✓ 通信事業ではランニング収益の着実な積み上げで過去最高の四半期営業利益を更新



※FY2022/2Q は収益認識基準の影響によりセグメント利益が約2億円増加

ポイント 4：自己資本比率

- ✓ 自己資本比率は約25%となり、財務基盤は着実に良化



3年前と比べて
自己資本比率は
約2倍へ

通期予想に対する進捗

✓ 売上、各段階利益ともに計画に対して順調に進捗

(単位：百万円)	2022年8月期 通期予想	2022年8月期 2Q実績	進捗
売上高	220,000	114,016	51.8%
営業利益	17,000	8,849	52.1%
親会社株主に帰属する当期純利益（のれん調整後）	11,500	5,907	51.4%
EBITDA	26,000	13,094	50.4%

現在の事業環境における下期業績影響について

✓ 各セグメントで主に下記事項が想定されるが、下期における業績影響は限定的と想定

事業セグメント	事象	内容
コンテンツ配信	「まん防」解除に伴う経済活動再開	新規ユーザー増加速度の鈍化（広告販促費は抑制となり利益↑）、解約ユーザー増加の可能性も上期時点で課金ユーザーは計画を大幅超過して折り返し
	円安進行	原価および販管費における外貨建て支払いの割合は大きくないため影響小
店舗サービス	「まん防」解除に伴う経済活動再開	Go To Eat/Go To Travelによる店舗収支改善でサービス導入機会が増加
	無利子無担保融資の返済負担	閉店増加の可能性も、後継テナントに対するクロスセル機会が発生
	サプライチェーン滞留	今期分の機器在庫は確保できる見通し
通信	—	—
業務用システム	「まん防」解除に伴う経済活動再開	Go To Travelによる宿泊施設の稼働率向上で設備投資需要の回復期待
		コロナ対応小康化による医療DX製品やマイナタッチの導入需要回復期待
	サプライチェーン滞留	先行調達による在庫確保方針も非常に神経質なサプライマネジメント継続
エネルギー	エネルギー価格高騰	USENでんき、U-POWERともに粗利の逆ザヤリスクはないビジネスモデルも顧客販売価格が上昇することによる被切替解約や新規獲得減少の可能性

II. 連結決算概要

第2四半期連結決算ハイライト（前年対比）

- ✓ 売上高および営業利益、経常利益は10%超の増収増益
- ✓ 親会社株主に帰属する当期純利益は特別損益の入り繰りにより横ばい
- ✓ 前期2Qまで発生した通信事業ののれん償却が無くなったため調整後利益は微減益

（単位：百万円）	2021年8月期 2Q実績	2022年8月期 2Q実績	増減額	増減率
売上高	101,207	114,016	+12,808	+12.7%
営業利益	8,021	8,849	+827	+10.3%
営業利益率（%）	7.9%	7.8%	—	—
経常利益	7,632	8,432	+799	+10.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,373	4,408	+34	+0.8%
親会社株主に帰属する当期純利益〔のれん調整後〕	6,172	5,907	▲265	▲4.3%
1株当たり連結当期純利益（円）	72.80	73.37	—	—
1株当たり連結当期純利益〔のれん調整後〕（円）	102.74	98.31	—	—
EBITDA	12,343	13,094	+750	+6.1%
EBITDAマージン	12.2%	11.5%	—	—
EBITDA-CAPEX（投融資、コンテンツ前払含む）	7,769	8,873	+1,104	+14.2%

第2四半期連結決算ハイライト（期首予想対比）

✓ 売上、各段階利益ともに計画に対して順調に進捗

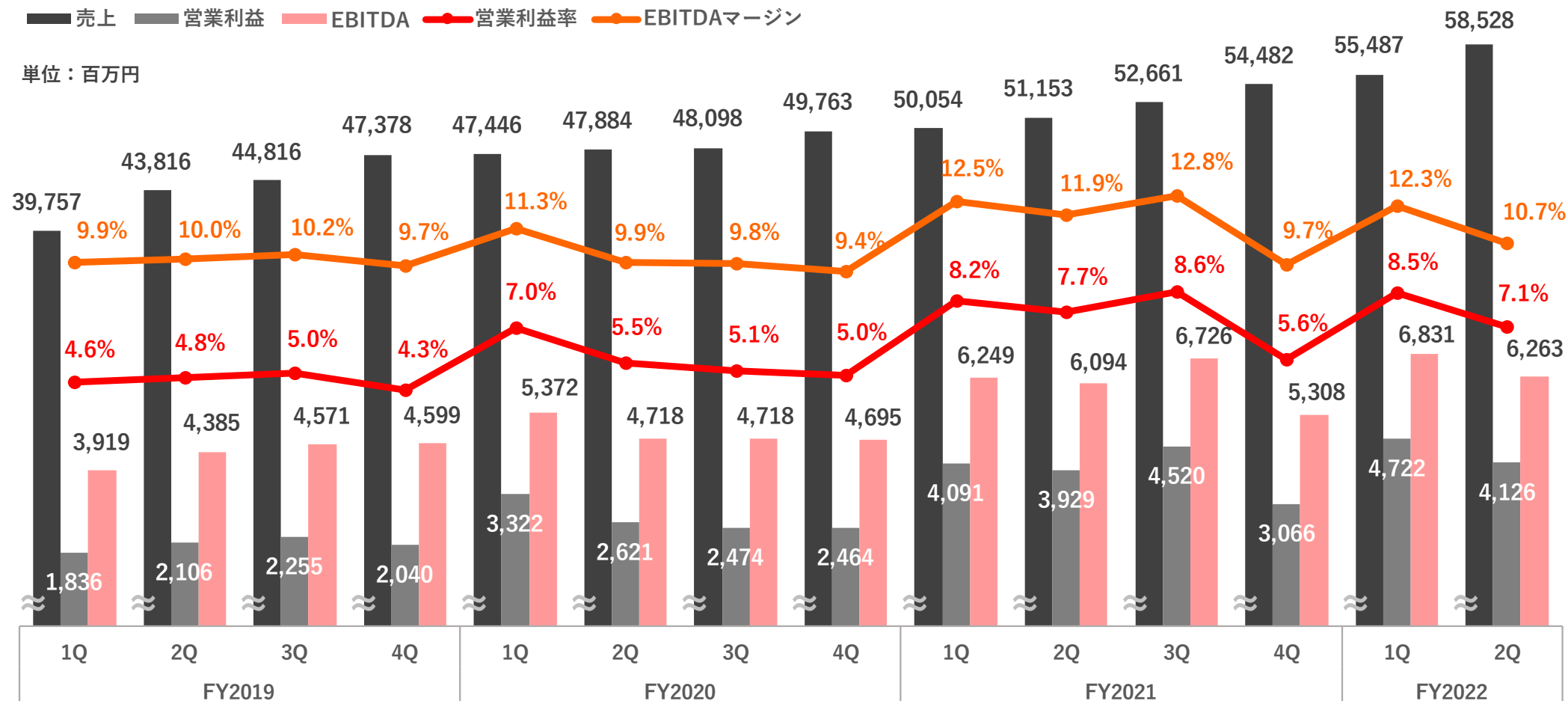
（単位：百万円）	2022年8月期 通期予想	2022年8月期 2Q実績	進捗
売上高	220,000	114,016	51.8%
営業利益	17,000	8,849	52.1%
営業利益率（%）	7.7%	7.8%	—
経常利益	16,000	8,432	52.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	8,500	4,408	51.9%
親会社株主に帰属する当期純利益〔のれん調整後〕	11,500	5,907	51.4%
1株当たり連結当期純利益（円）	141.47	73.37	—
1株当たり連結当期純利益〔のれん調整後〕（円）	191.40	98.31	—
EBITDA	26,000	13,094	50.4%
EBITDAマージン	11.8%	11.5%	—
EBITDA-CAPEX（投融資、コンテンツ前払含む）	16,000	8,873	55.5%

連結売上及び営業利益推移

- ✓ QoQの連結売上高は順調に成長し、四半期ベースでの過去最高を更新
- ✓ QoQの営業利益及びEBITDAは積極的な販管費投下により減益

■ 売上 ■ 営業利益 ■ EBITDA ● 営業利益率 ● EBITDAマージン

単位：百万円



※EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

YoY

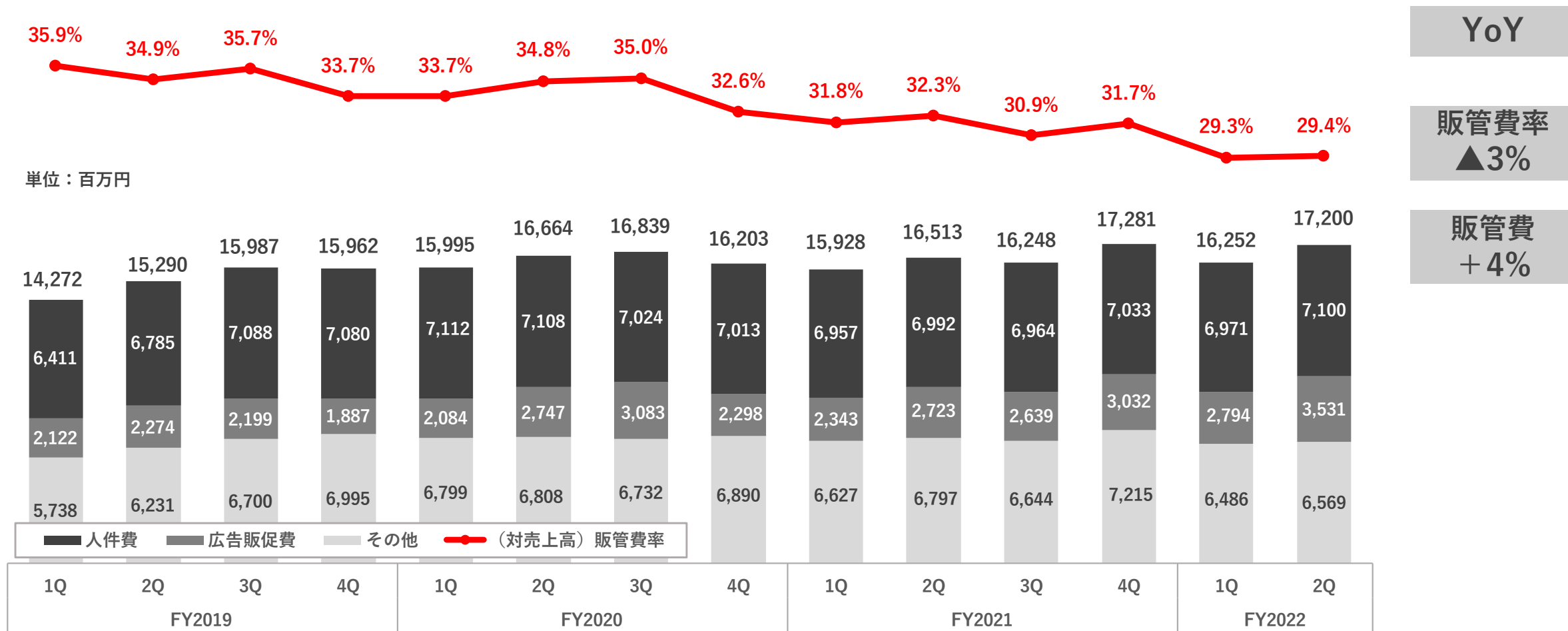
売上
+ 14%

EBITDA
+ 3%

営業利益
+ 5%

連結販管費推移

- ✓ QoQで人財関連費用が増加
- ✓ 広告販促費はコンテンツ配信事業でテレビCMなどへ積極投下したことによりQoQで増加



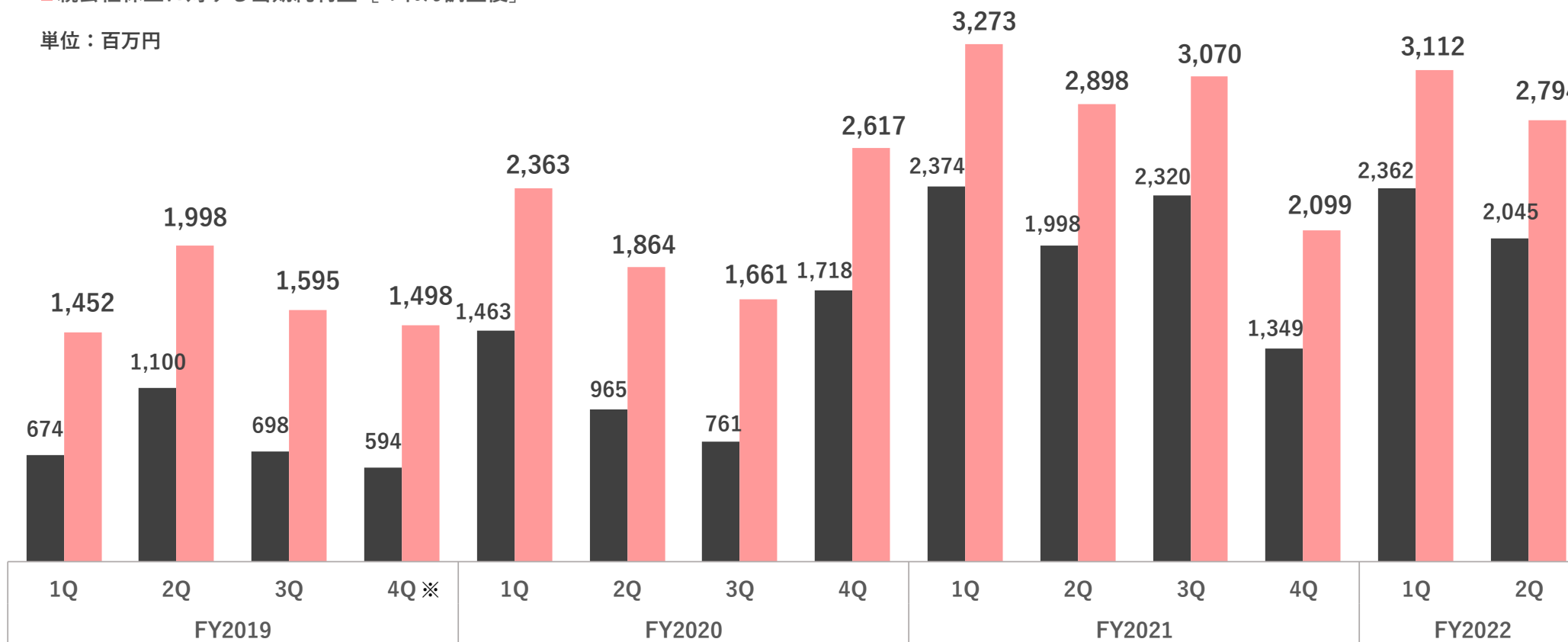
連結当期利益推移

- ✓ 当期純利益は特別損益の入り繰りにより前期比でほぼ横ばい
(前年同期は固定資産売却益、今期は訴訟関連損失が発生)

■ 親会社株主に帰属する当期純利益

■ 親会社株主に対する当期純利益 [のれん調整後]

単位：百万円



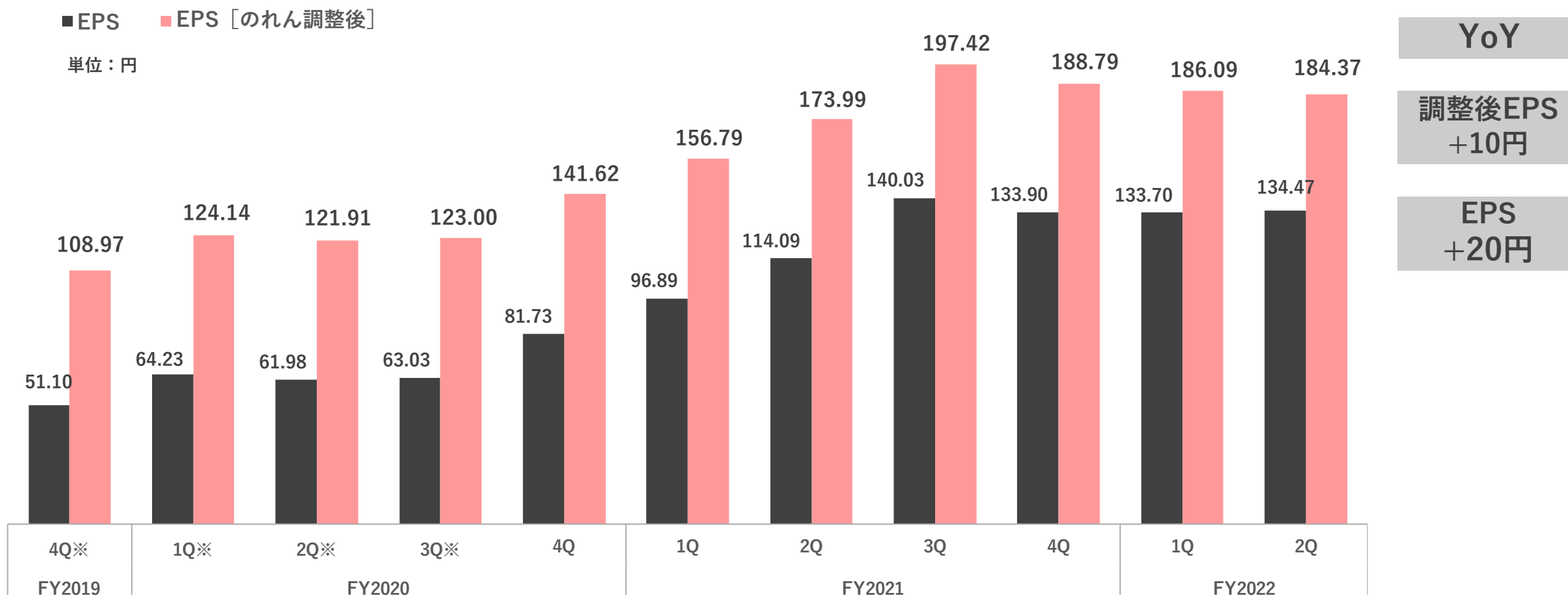
YoY

調整後利益
▲4%

当期利益
+2%

※FY19/08 Q4については資産売却による税効果会計等で発生した30億円の一過性利益増加を控除したプロフォーマベース

✓ LTMベースでのEPSはQoQでほぼ横ばい



※LTM：Last Twelve Month（直近12ヶ月）

※FY19/08 4Qに資産売却による税効果会計等で発生した30億円の一過性利益増加を控除したプロフォーマベース

連結貸借対照表

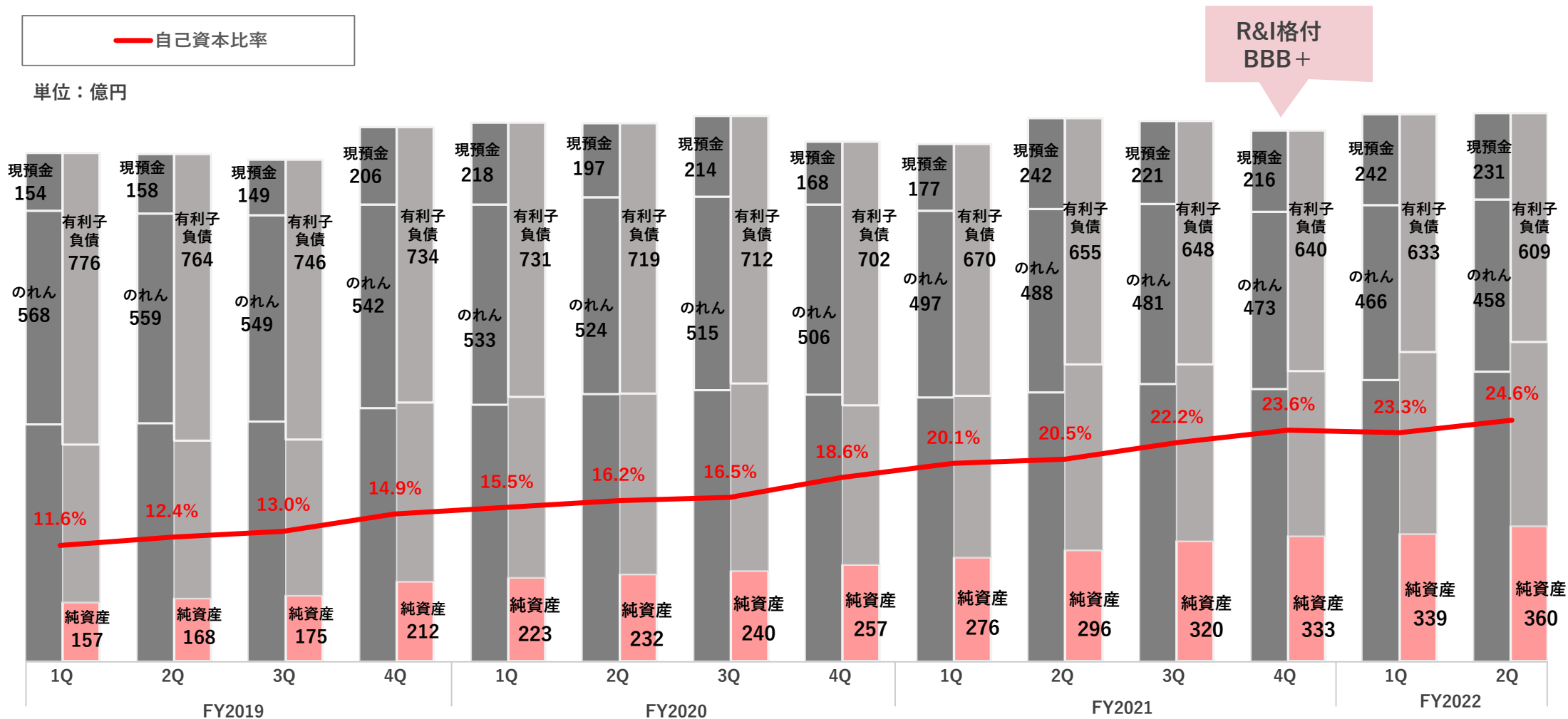
- ✓ 流動資産：前期末対比で現預金が15億円増加、前払費用はコンテンツ調達などにより16億円増加
- ✓ 負債：借入金は上半期で31億円減少。流動負債その他の増加は未払法人税および収益認識基準変更に伴う契約負債（主に期間按分計上する売上の前受入金）が主要因

(単位：百万円)	2021年8月期 期末	2022年8月期 2Q末	増減
(資産の部)			
流動資産	60,692	65,798	+5,106
現金及び預金	21,585	23,095	+1,510
売掛債権	21,516	23,169	+1,653
たな卸資産	6,874	7,570	+695
前払費用	9,034	10,617	+1,583
その他	1,680	1,345	▲335
固定資産	80,624	80,206	▲418
有形固定資産	19,197	19,376	+178
無形固定資産	52,425	50,972	▲1,453
のれん	47,322	45,823	▲1,498
その他	5,103	5,149	+45
投資その他の資産	9,000	9,857	+856
資産合計	141,316	146,005	+4,688

(単位：百万円)	2021年8月期 期末	2022年8月期 2Q末	増減
(負債の部)			
流動負債	40,842	44,671	+3,829
仕入債務	19,255	21,629	+2,374
短期借入金	—	—	
1年以内返済予定の長期借入金	4,580	3,000	▲1,580
その他	17,007	20,041	+3,034
固定負債	67,138	65,365	▲1,773
長期借入金	59,430	57,920	▲1,510
その他	7,708	7,445	▲263
負債合計	107,981	110,037	+2,055
(純資産の部)			
株主資本	33,065	35,672	+2,606
資本金	96	96	+0
資本剰余金	11,091	11,091	+0
利益剰余金	21,877	24,484	+2,606
自己株式	-0	-0	▲0
その他包括利益累計額	266	292	+26
非支配株主持分	3	3	▲0
純資産合計	33,334	35,967	+2,632
負債純資産合計	141,316	146,005	+4,688

連結貸借対照表推移

✓ 株主資本の増加および有利子負債の減少に伴い自己資本比率は約25%まで改善



YoY

有利子負債
▲46億円

のれん
▲30億円

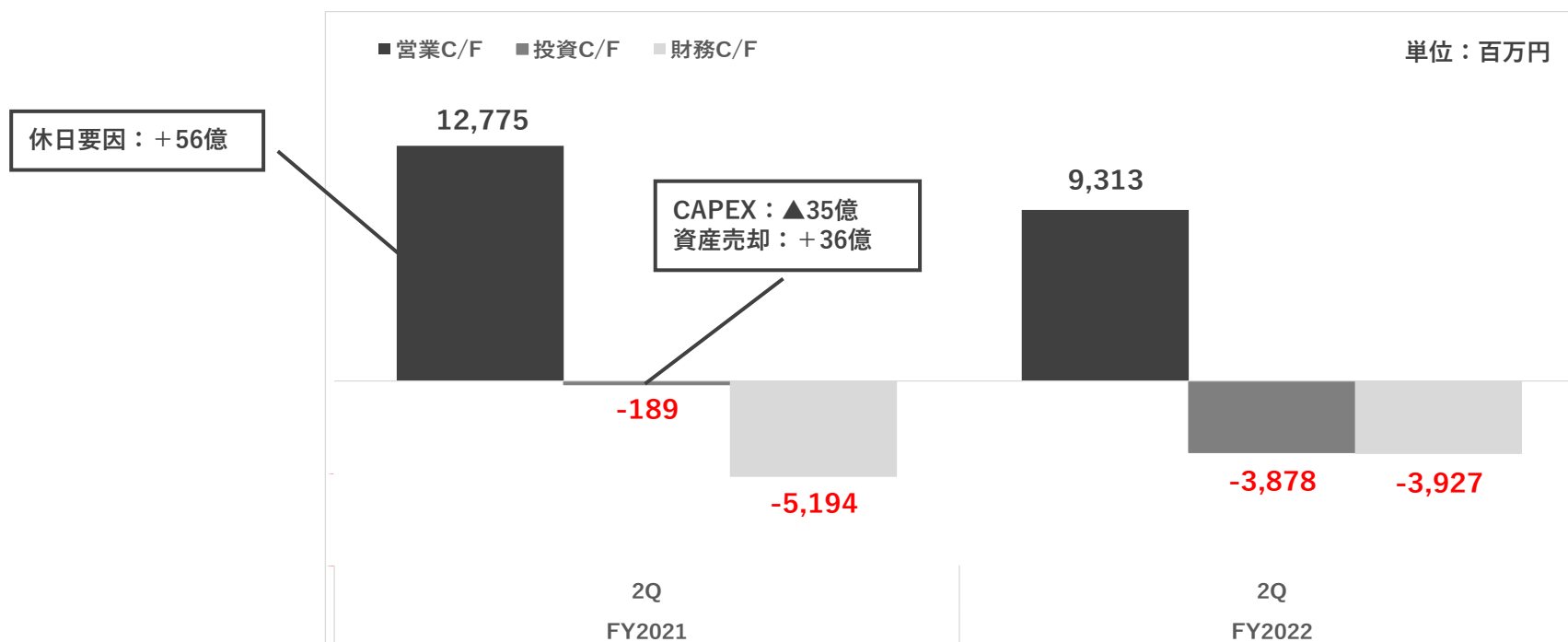
自己資本比率
+ 4.1%

純資産
+ 63億円

連結キャッシュフロー

- ✓ 営業C/F：前年同期に発生した期末休日による支払繰越額56億円を除くと前期比22億円の増加
- ✓ 投資C/F：今期は大規模な資産売却はなく、通常の事業活動により発生したC/F
- ✓ 財務C/F：主に借入返済および配当金支払い

(単位：百万円)	営業C/F (①)	投資C/F (②)	フリーC/F (③=①+②)	財務C/F (④)	C/Fトータル (③+④)
2021年8月期 2Q	12,775	▲189	12,586	▲5,194	7,391
2022年8月期 2Q	9,313	▲3,878	5,435	▲3,927	1,508



事業セグメント別業績（前年対比）

- ✓ コンテンツ配信はユーザー増により大幅増収も、テレビCMなどの広告販促費強化で営業利益は横ばい
- ✓ 店舗サービスは1QにおいてUレジ無料CPを実施したため営業利益はほぼ横ばい
- ✓ 通信、業務用システム、エネルギーは順調に増収増益を達成

（単位：百万円）		2021年8月期 2Q実績	2022年8月期 2Q実績	増減	増減率
■コンテンツ配信事業	売上高	28,806	34,808	+6,002	+20.8%
	営業利益	3,209	3,200	▲9	▲0.3%
■店舗サービス事業	売上高	27,674	28,273	+600	+2.2%
	営業利益	4,674	4,648	▲26	▲0.6%
■通信事業	売上高	23,907	25,258	+1,351	+5.7%
	営業利益	2,029	2,790	+761	+37.5%
■業務用システム事業	売上高	8,404	9,796	+1,391	+16.6%
	営業利益	1,181	1,753	+573	+48.5%
■エネルギー事業	売上高	13,963	17,733	+3,770	+27.0%
	営業利益	211	251	+40	+19.0%

※各セグメントに配賦していない全社費用は含まず

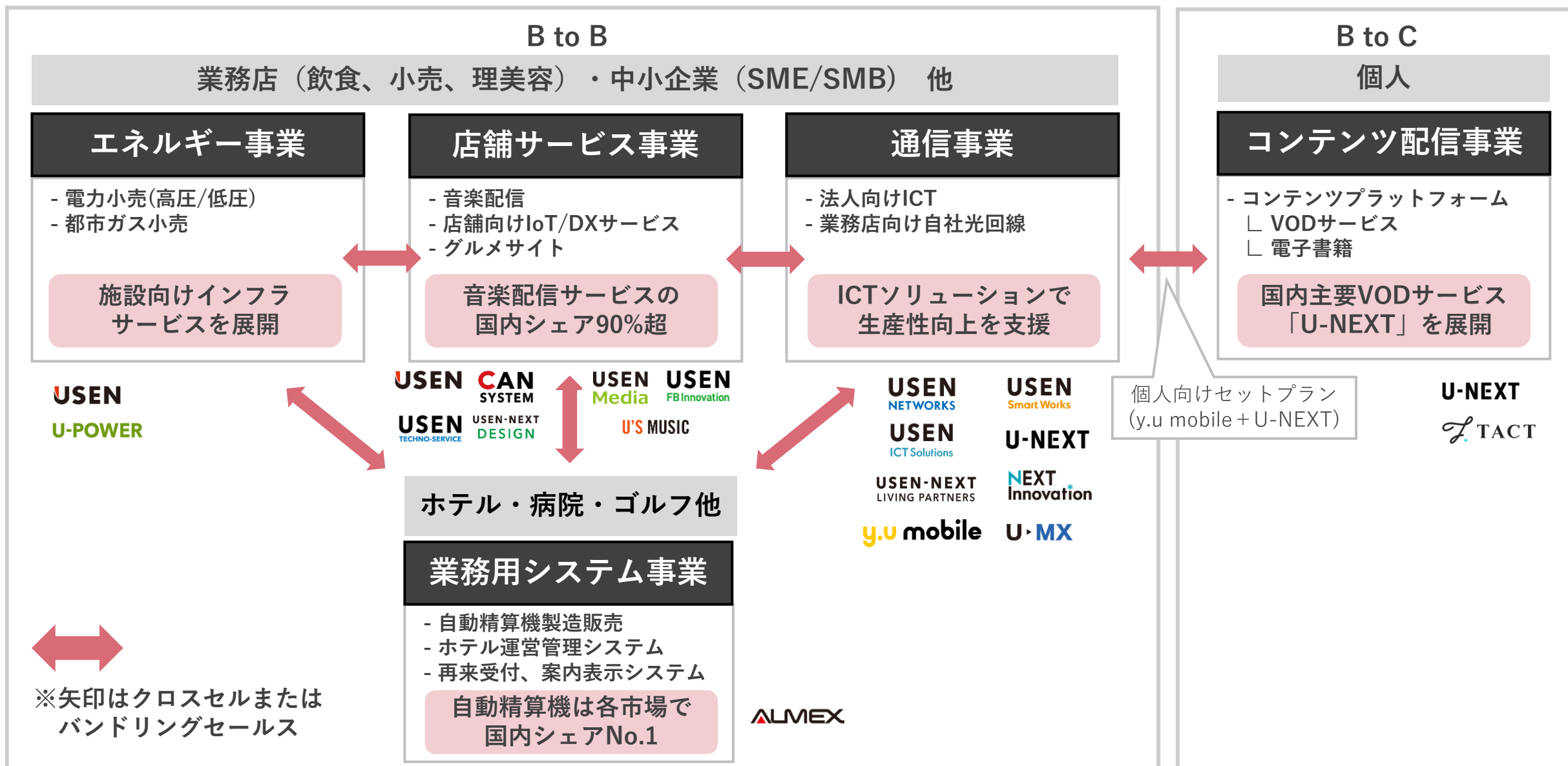
事業セグメント別業績（期首予想対比）

- ✓ 売上は各セグメントともおおむね期首予想どおり進捗
- ✓ 営業利益はコンテンツ配信事業において広告販促費増加により計画を若干下回るが、その他事業は計画を上回って順調に進捗

（単位：百万円）		2022年8月期 通期予想	2022年8月期 2Q実績	進捗
■コンテンツ配信事業	売上高	67,000	34,808	52.0%
	営業利益	6,900	3,200	46.4%
■店舗サービス事業	売上高	56,000	28,273	50.5%
	営業利益	8,600	4,648	54.0%
■通信事業	売上高	50,000	25,258	50.5%
	営業利益	5,100	2,790	54.7%
■業務用システム事業	売上高	20,500	9,796	47.8%
	営業利益	3,100	1,753	56.6%
■エネルギー事業	売上高	30,000	17,733	59.1%
	営業利益	400	251	62.8%

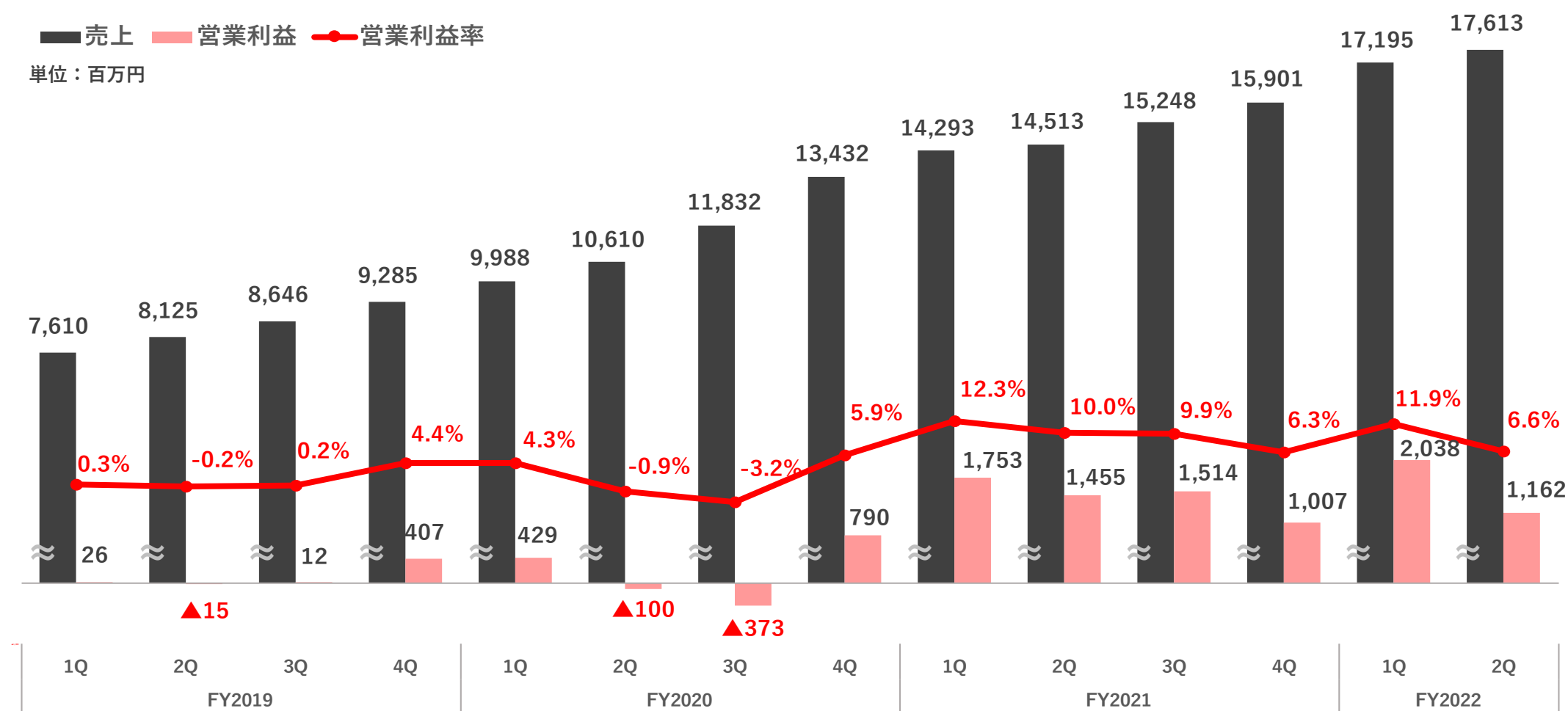
III.事業セグメント別業績

セグメント概要



コンテンツ配信事業（業績推移）

- ✓ 売上は課金ユーザーの純増に連動して安定的に増加
- ✓ 営業利益はコンテンツ調達原価およびテレビCM等による広告販促費の増加により減益



YoY

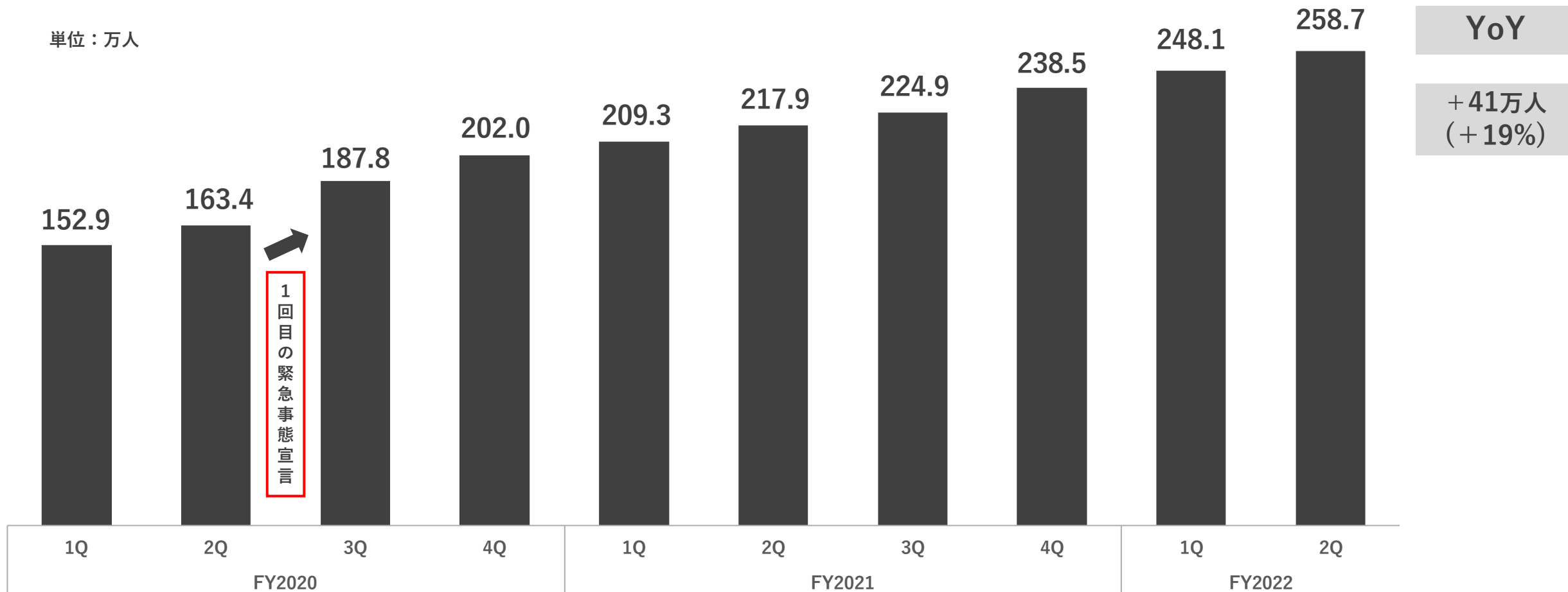
売上
+ 21%

営業利益
▲ 20%

コンテンツ配信事業（課金ユーザー推移）

- ✓ 2Q における課金ユーザー数は前期比で+41万人、QoQでも +11万の純増
- ✓ 課金ユーザーに連動してアクティブユーザーも増加

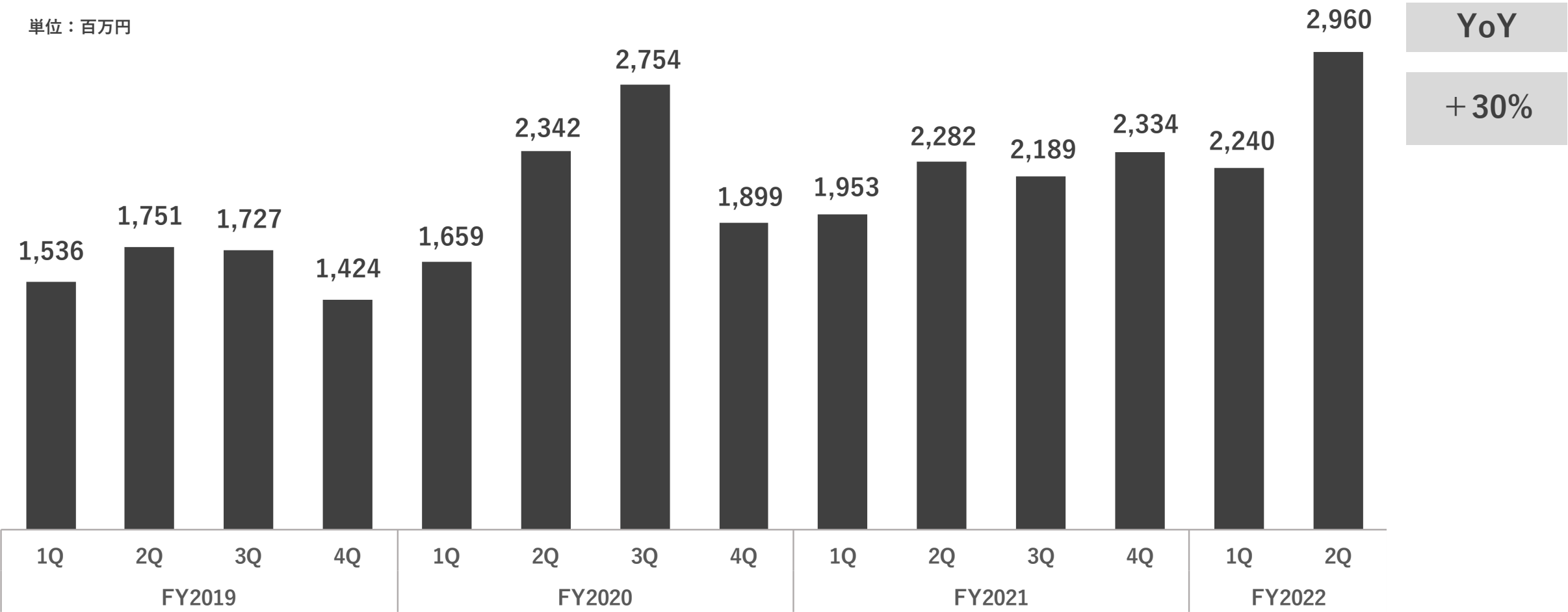
単位：万人



※ビジネスアライアンス先を通じた月額ポイントサービス等を含む

コンテンツ配信事業（広告販促費）

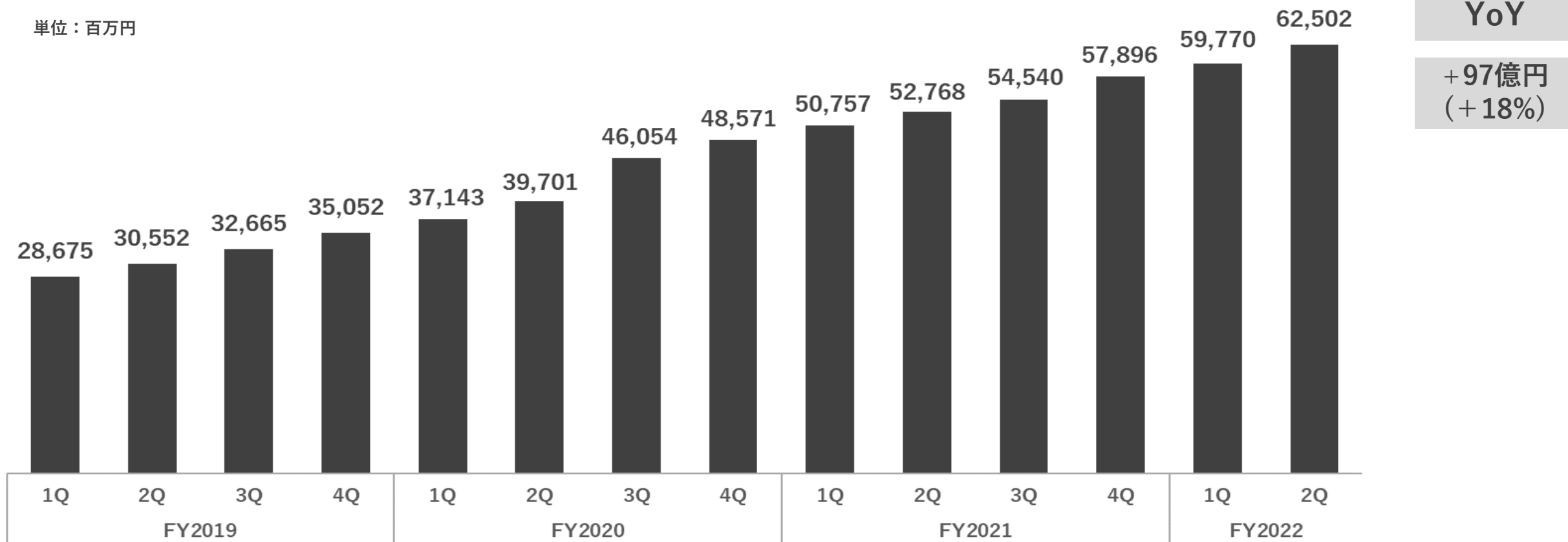
✓ ユーザー獲得に向けた年末年始のテレビCMおよびWEBプロモーションの積極的な強化で前期比+30%



コンテンツ配信事業（ARR）

✓ 課金ユーザーに連動してARRも増加、前期比で約100億円を積み上げ600億円を突破

単位：百万円



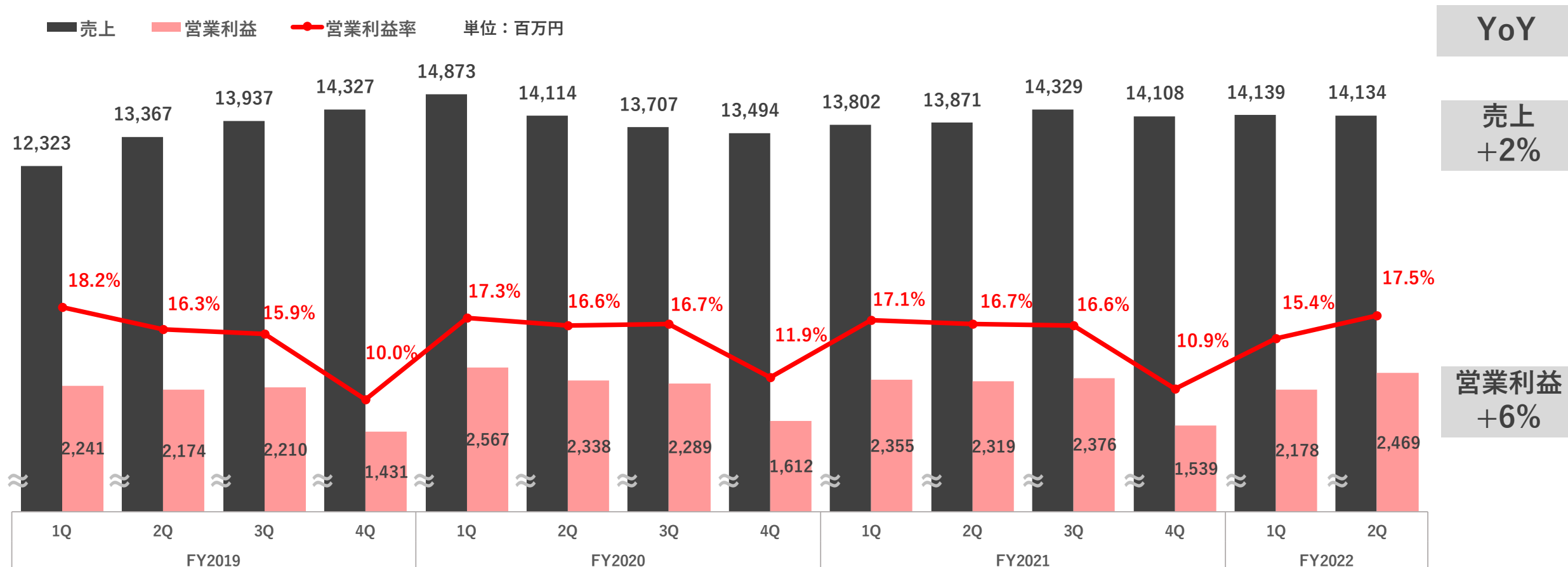
※Annual Recurring Revenue：Monthly Recurring Revenue の12倍

※Monthly Recurring Revenue：U-NEXTサービス全体の継続課金売上（PPVなどイニシャル売上を除き、音楽配信など付帯月額サービスを含む）

※各四半期最終月の単月売上ベース

店舗サービス事業（業績推移）

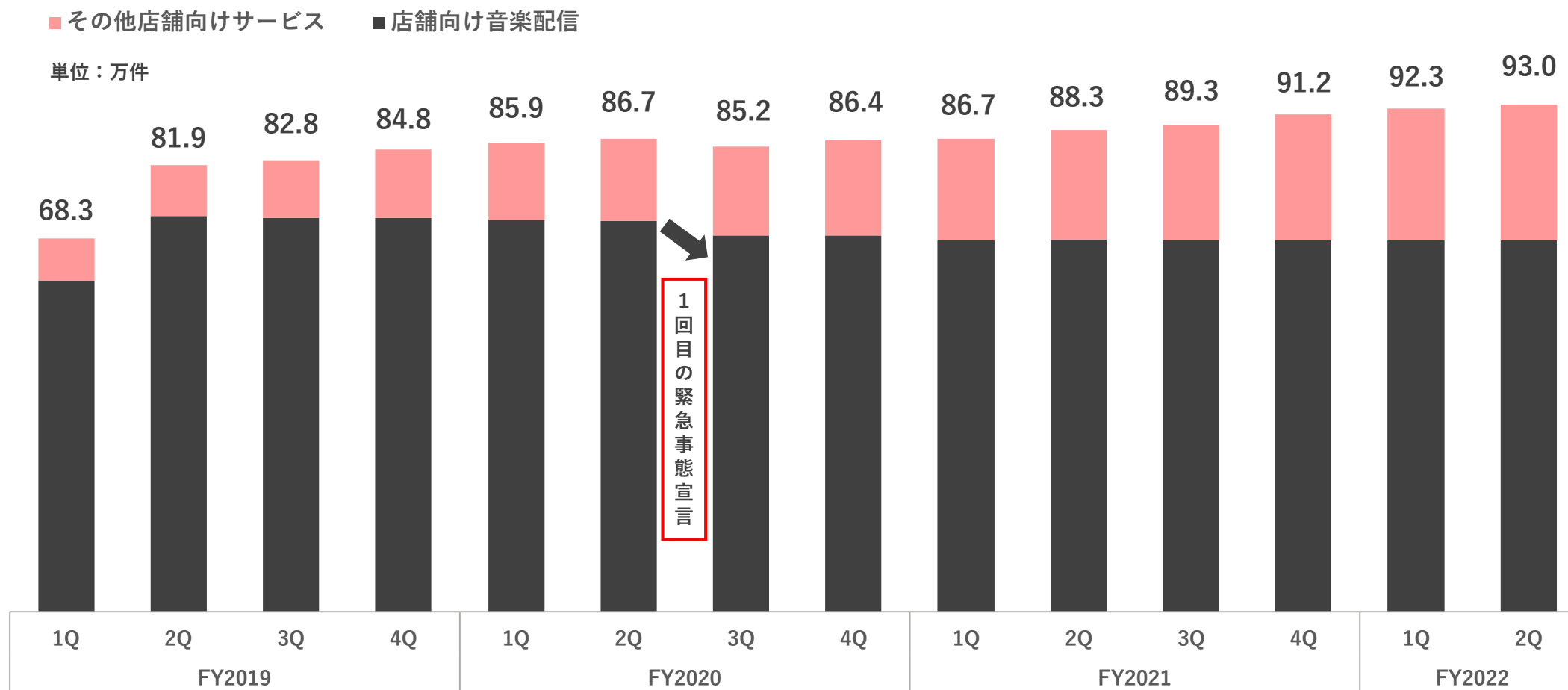
✓ 1QはPOSレジ初期費用無料CPを実施したため、QoQで営業利益が大幅に良化



※FY2019は旧店舗サービス事業と旧メディア事業の単純合算

店舗サービス事業（契約件数推移）

✓ 契約件数は前期比で+4.7万件、QoQでも+0.7万件の純増と着実に顧客基盤を拡大

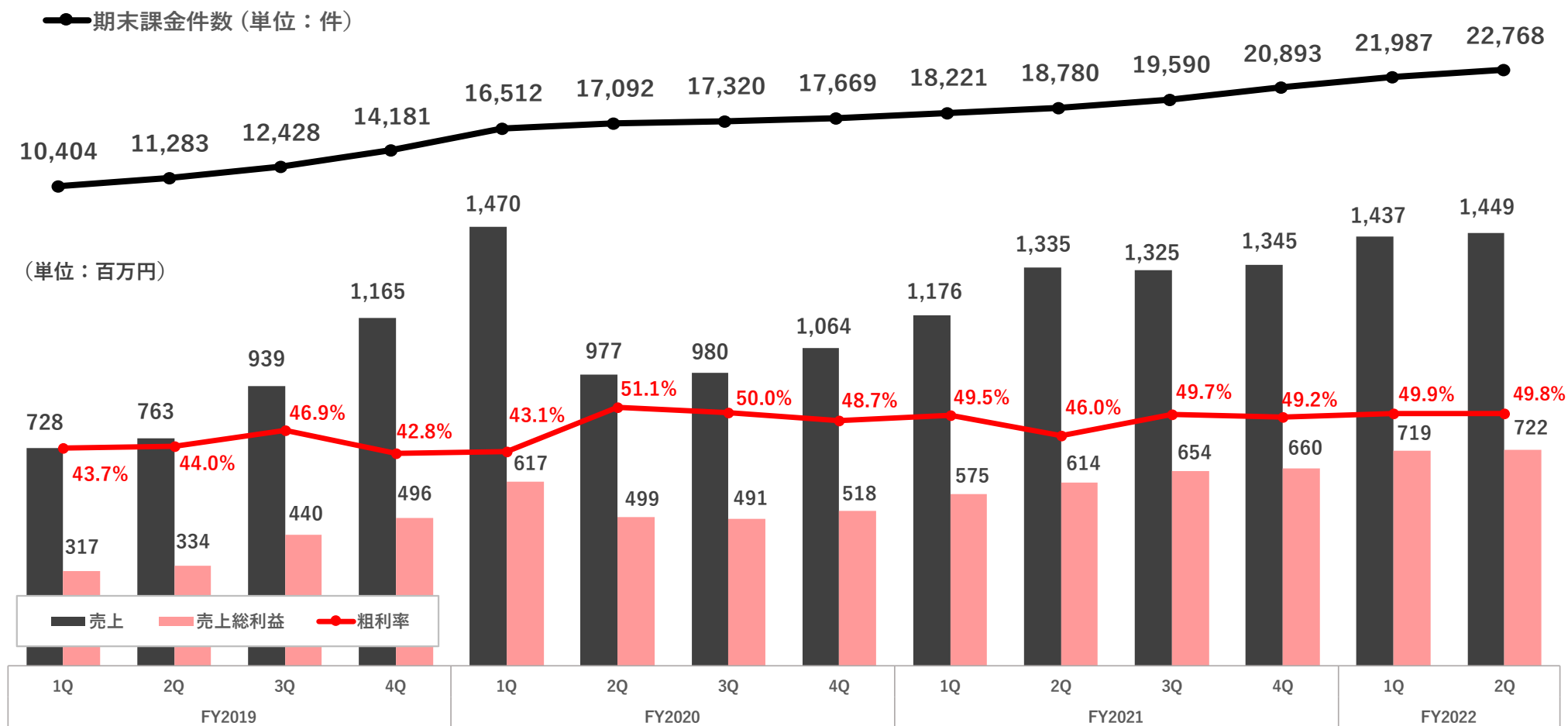


※その他店舗向けサービス：通信回線、POSレジサービス、Wi-Fiサービス、IPカメラサービス、アプリ生成サービス、グルメサイトサービスの合算

※1顧客が複数サービスを契約している場合、サービス毎に1件とカウント

店舗サービス事業（POSレジサービス収益推移）

✓ 2Qは初期費用無料CP未実施も着実に顧客基盤を拡大、ランニング売上が成長



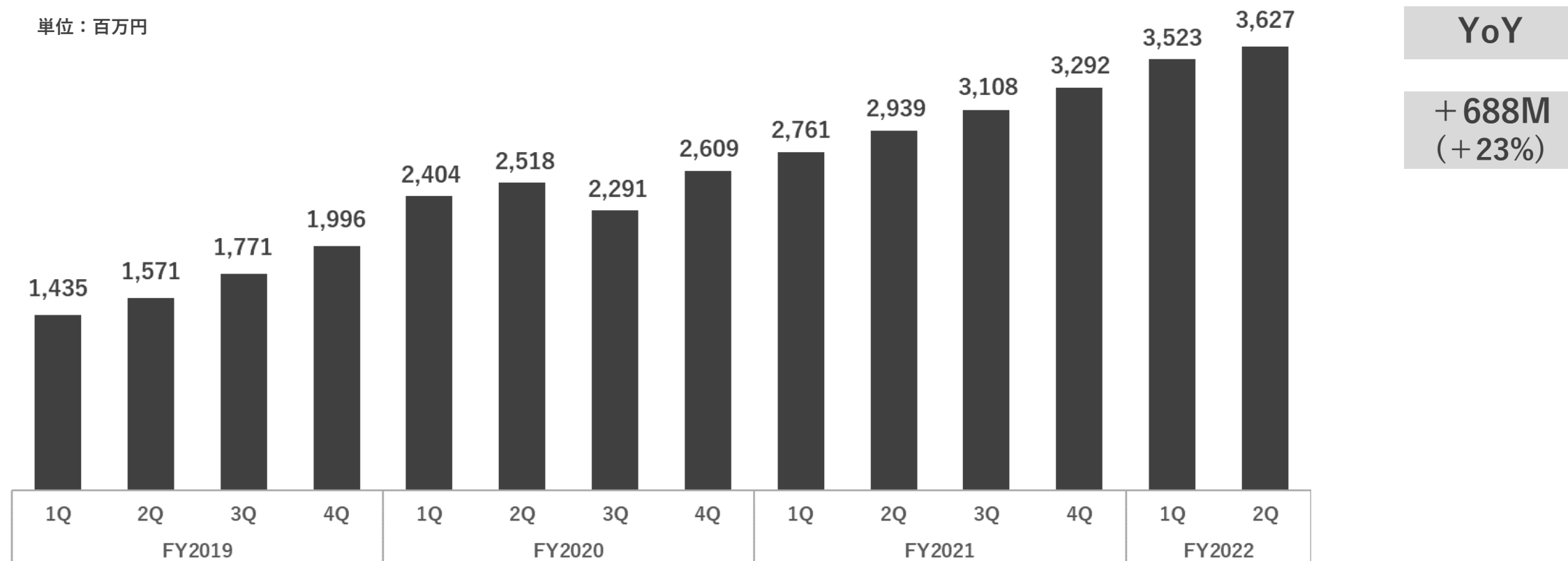
YoY

課金件数
+ 4千件

売上
+ 9%

店舗サービス事業（POSレジサービスARR）

✓ 安定的な顧客純増によりARRも順調に成長

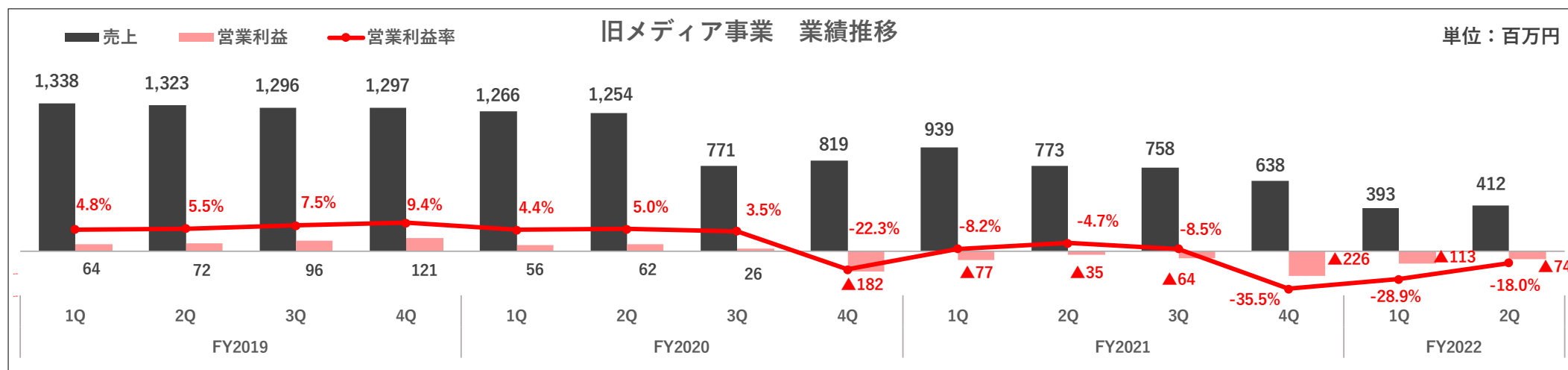
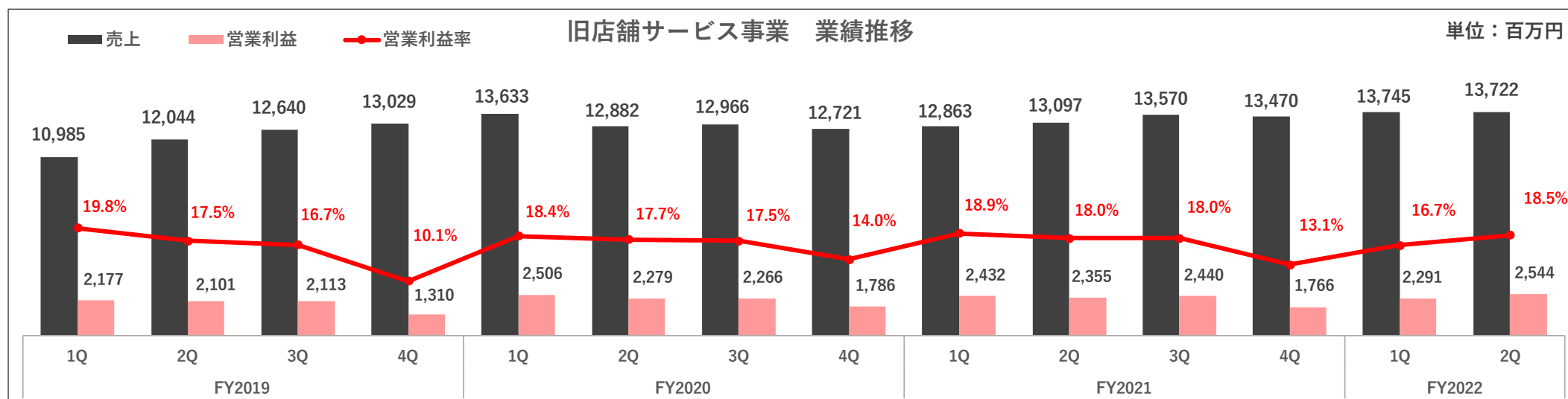


※Annual Recurring Revenue：Monthly Recurring Revenue の12倍

※Monthly Recurring Revenue：POSレジサービス売上における継続課金売上（機器販売や加入金などのイニシャル売上を除く）

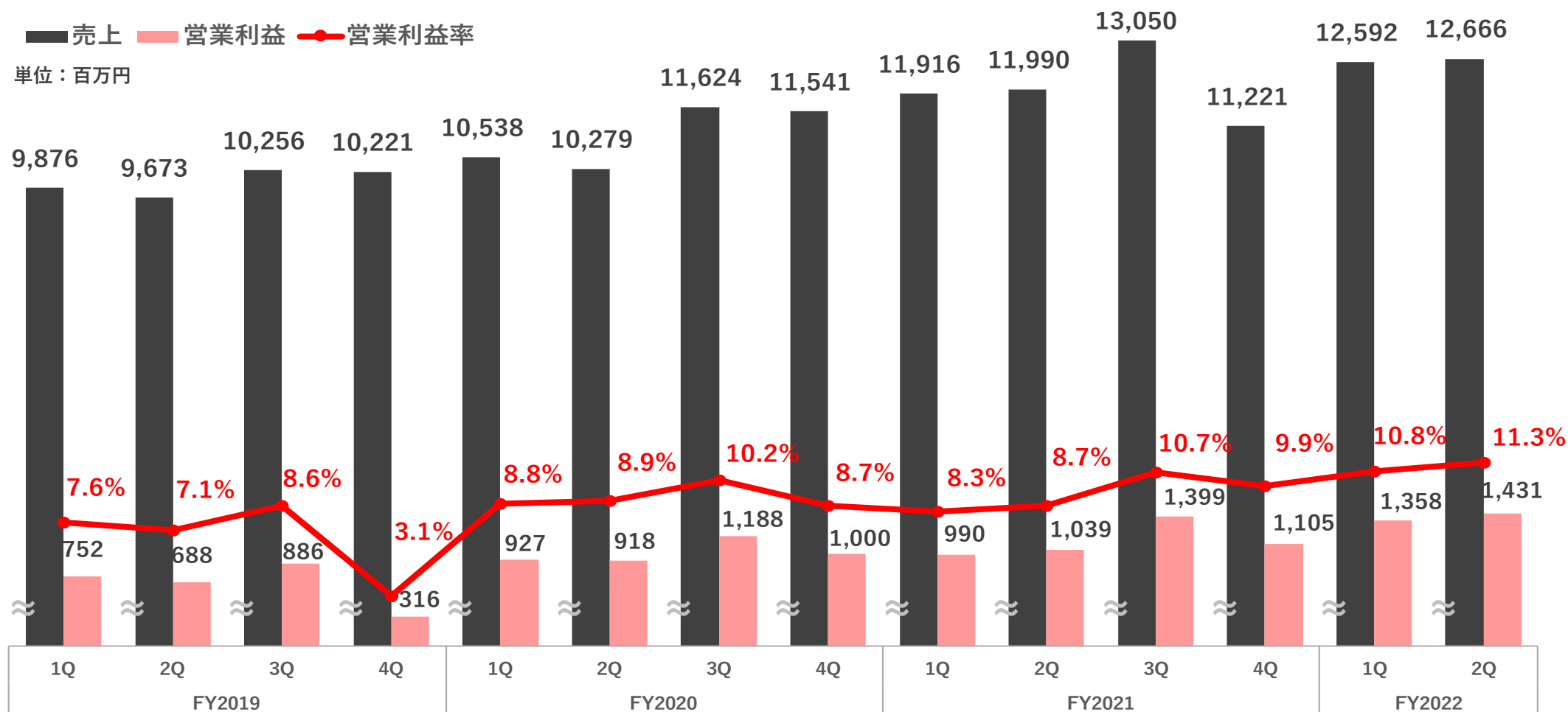
※各四半期最終月の単月売上ベース

店舗サービス事業（旧セグメントプロフォーマ）



通信事業（業績推移）

- ✓ 業務店向け自社光回線は大型顧客の経営破綻による一斉解約が発生したことで減益も、法人向けICTと回線取次の増益が寄与し過去最高の四半期利益を更新

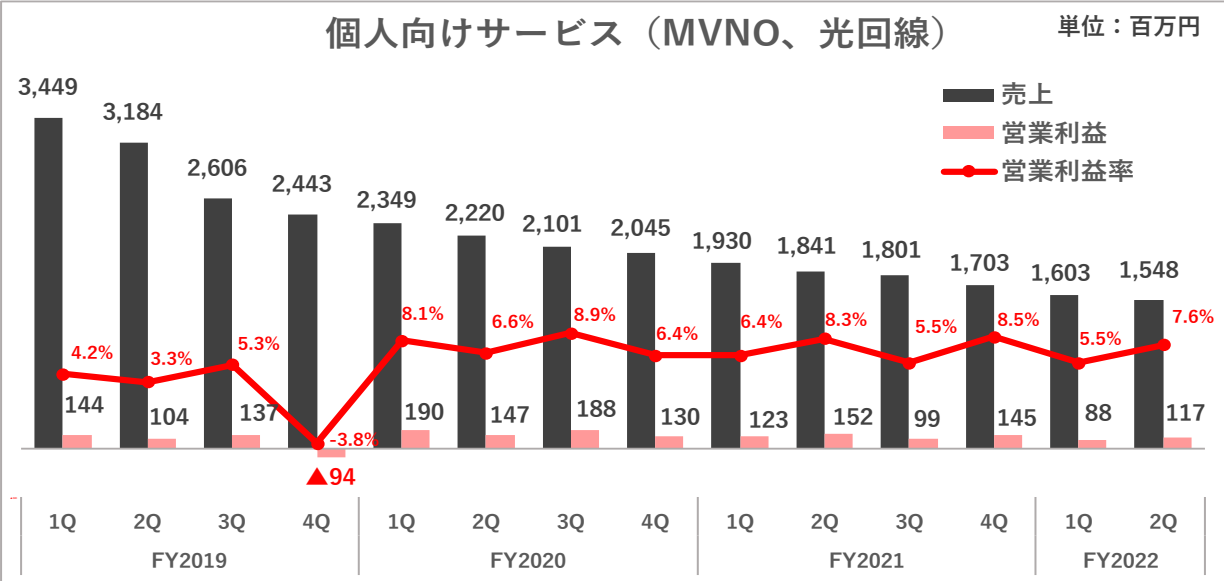
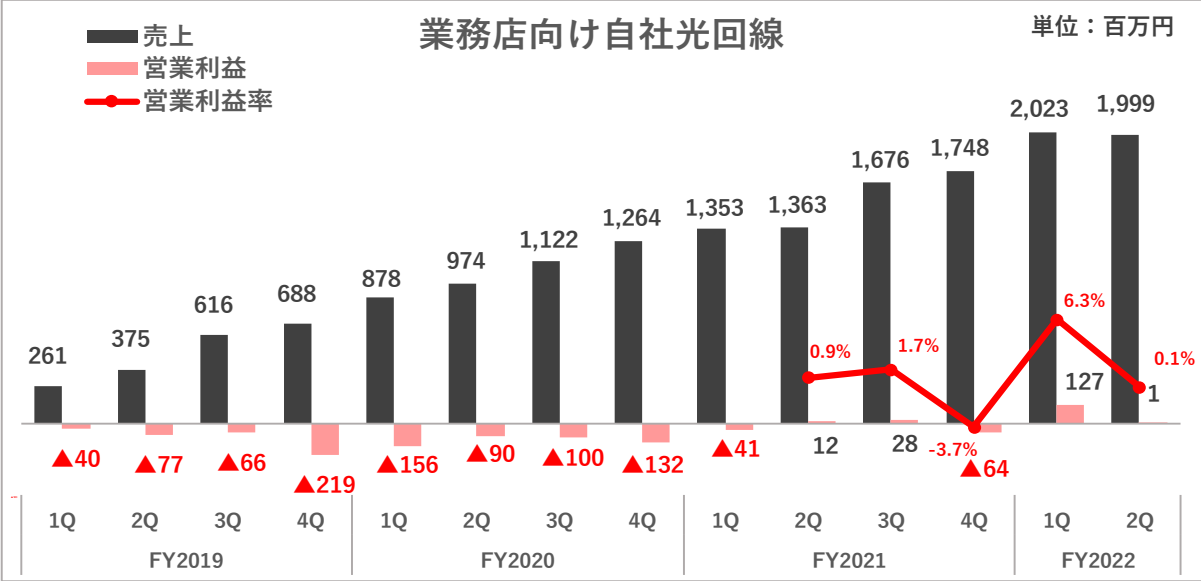
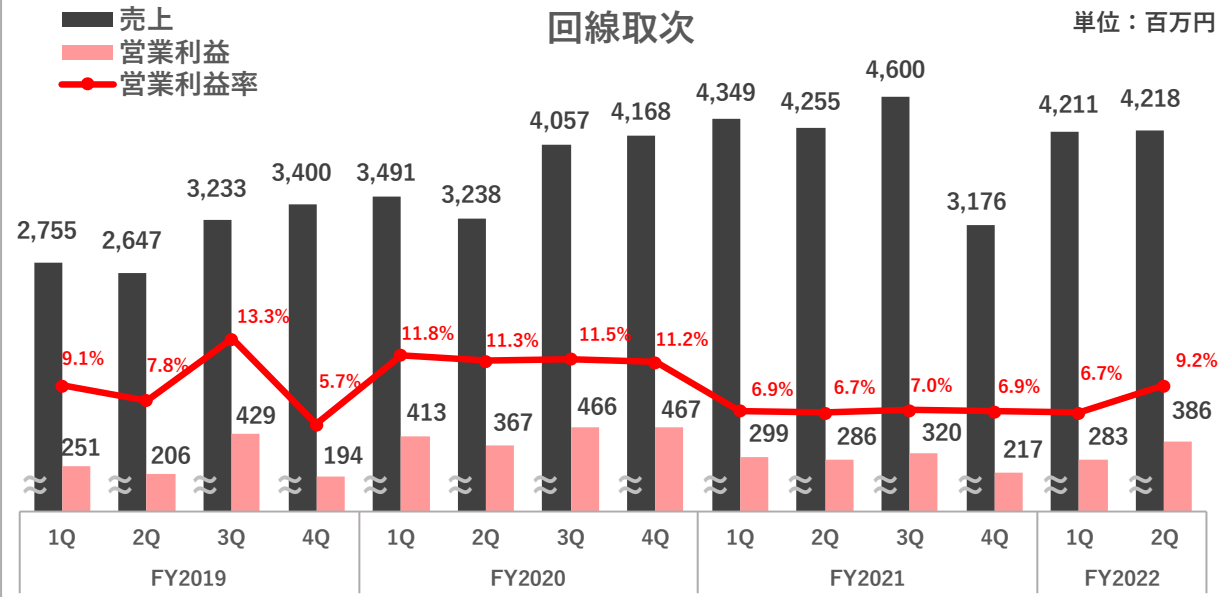
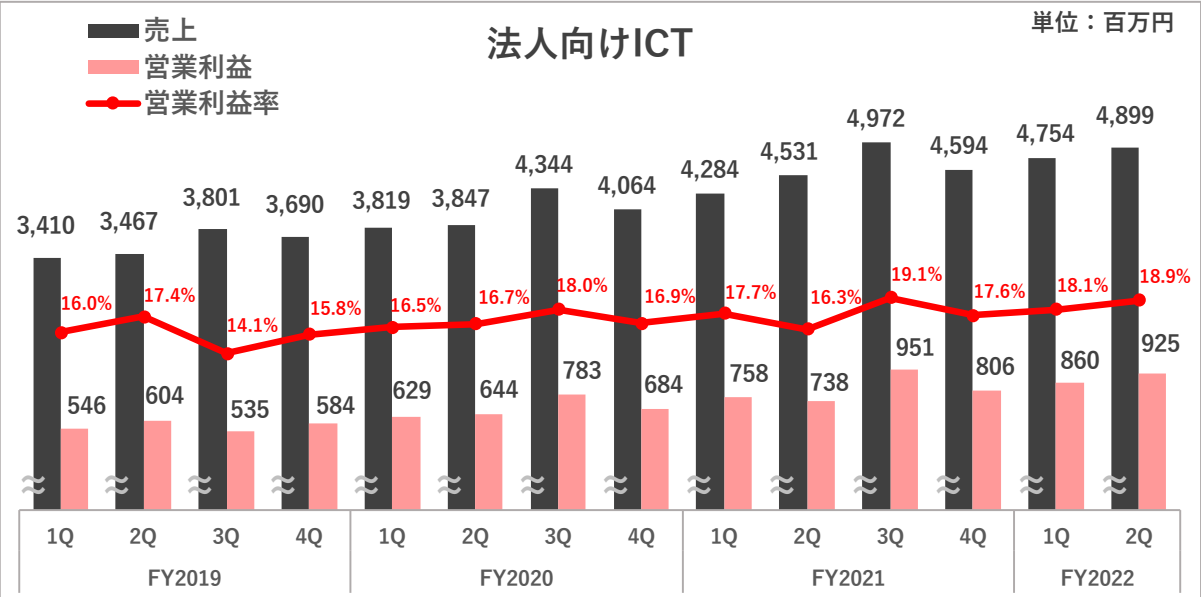


YoY

売上
+ 6 %

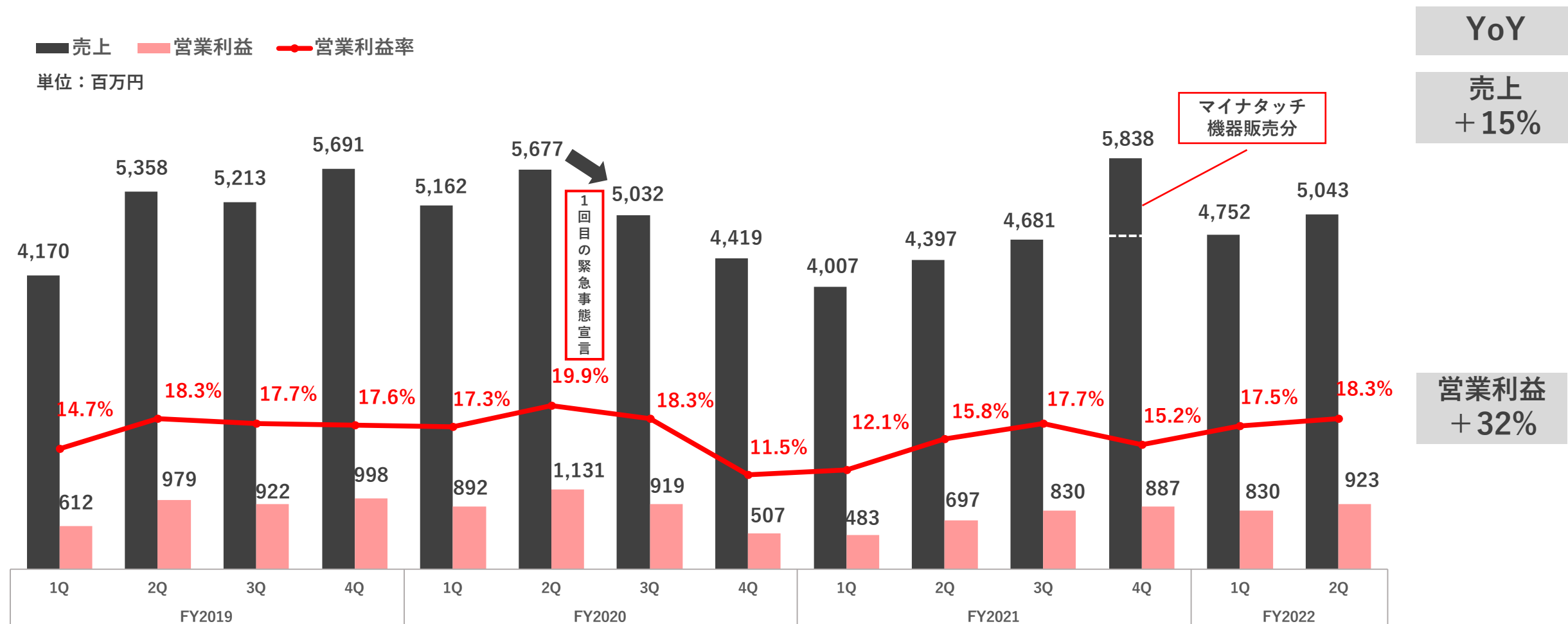
営業利益
+ 38 %

通信事業（サービス区分別損益）



業務用システム事業（業績推移）

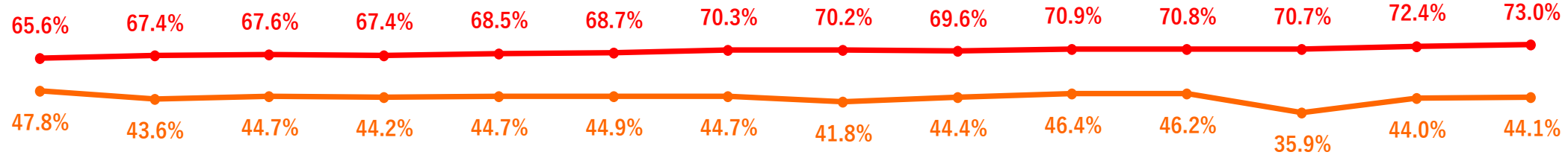
- ✓ レジャーホテルおよび病院向けは横ばいも、
観光庁のIT補助金を追い風にビジネスホテル向け機器販売が大幅に増加したことで前期比で増収増益



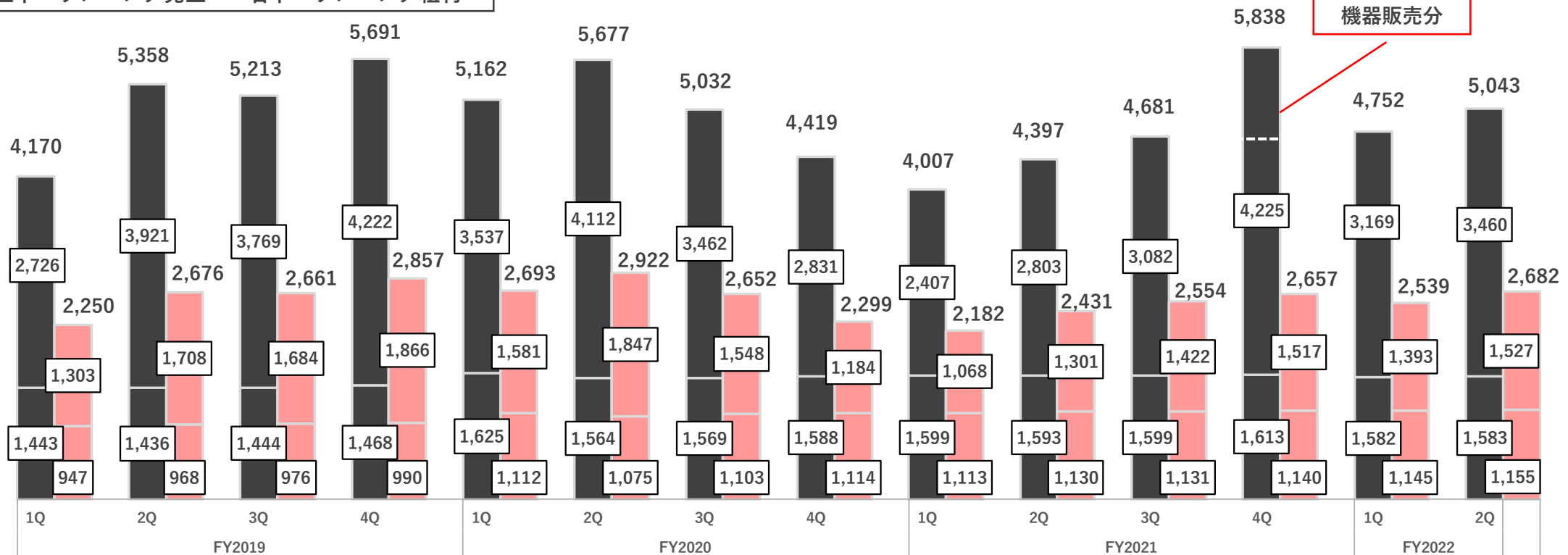
業務用システム事業（イニシャル／ランニング別収益）

※今回より収益認識会計基準変更を適応した算出方法に変更しております

● ランニング粗利率 ● イニシャル粗利率



左上：イニシャル売上 右上：イニシャル粗利
左下：ランニング売上 右下：ランニング粗利
単位：百万円



マイナタッチ
機器販売分

YoY

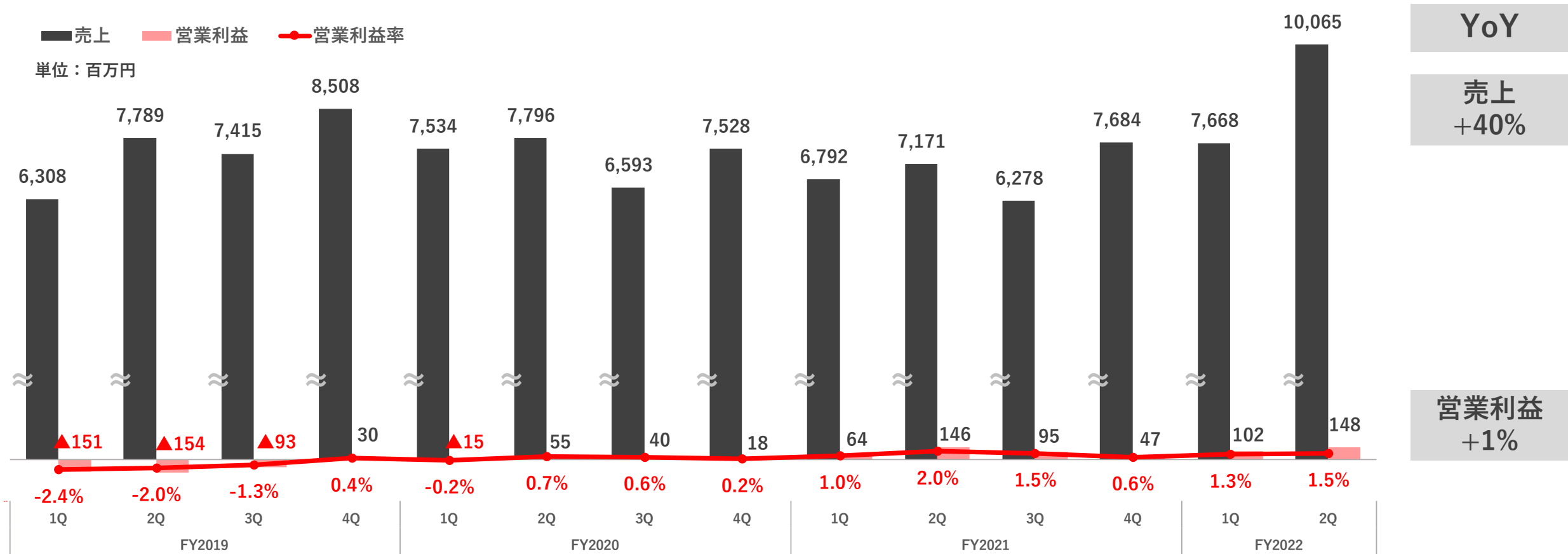
イニシャル
売上
+23%

ランニング
売上
▲1%

ランニング
粗利
+2%

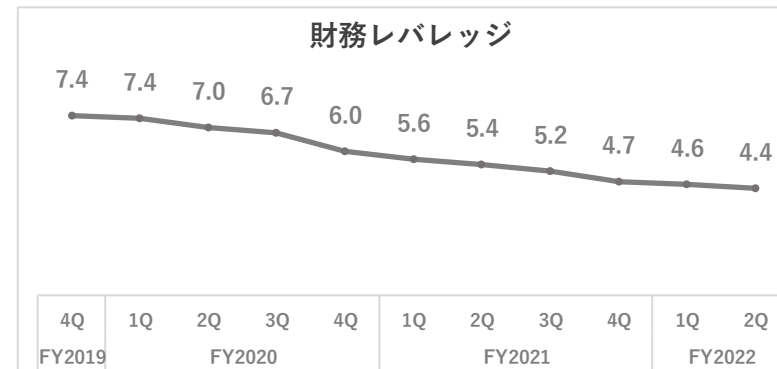
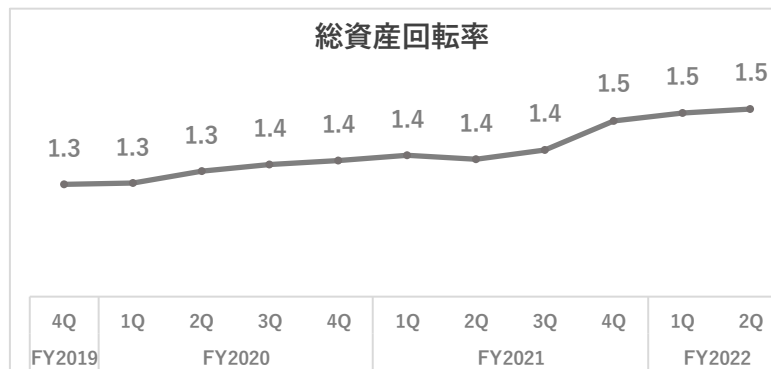
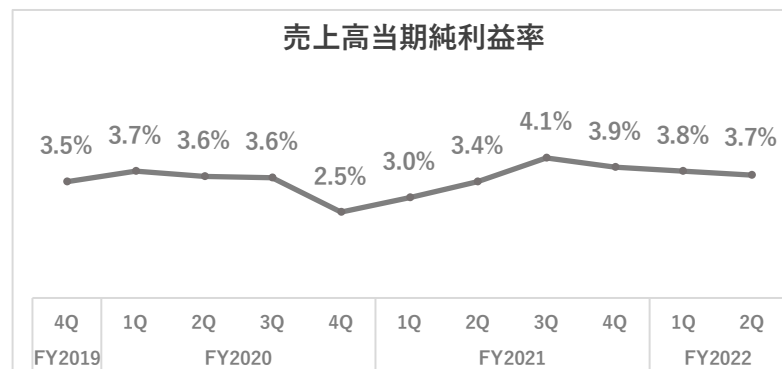
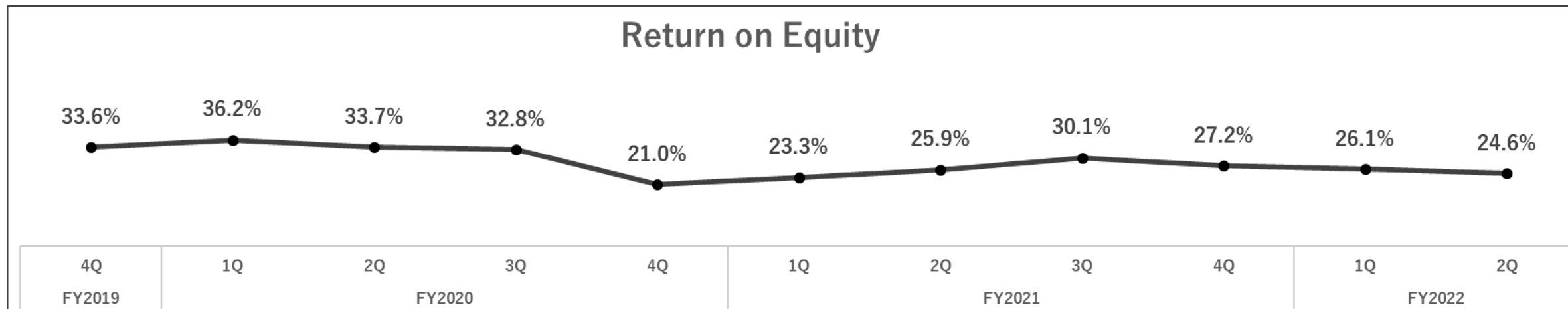
エネルギー事業（業績推移）

✓ 顧客基盤の積み上げに加え、季節性の消費電力量増加と燃料調整単価の上振れ等により売上は前期比+40%



経営財務指標（ROE ※LTMベース）

✓ 財務レバレッジ低下（財務安定性は向上）もROEは20%超を維持



※LTM：Last Twelve Month（直近12ヶ月）

※Return on Equity（ROE）：売上高当期純利益率 × 総資産回転率 × 財務レバレッジ

※売上高当期純利益率：当期純利益 ÷ 売上高

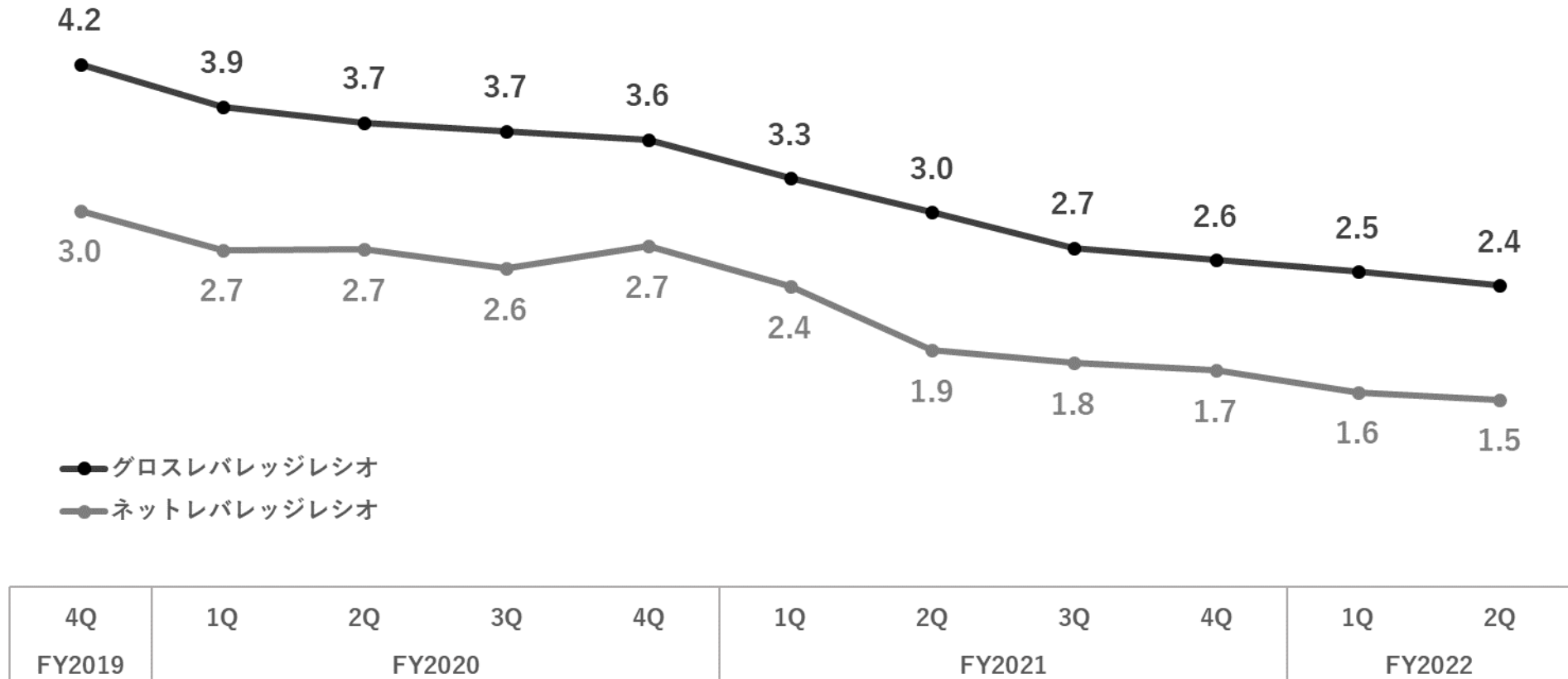
※総資産回転率：売上高 ÷ 総資産（期中平均）

※財務レバレッジ：総資産（期中平均）÷ 自己資本（期中平均）

※自己資本：純資産 - 新株予約権 - 少数株主持分

経営財務指標（レバレッジレシオ ※LTMベース）

✓ 有利子負債の減少およびEBITDA（LTMベース）の増加により微減



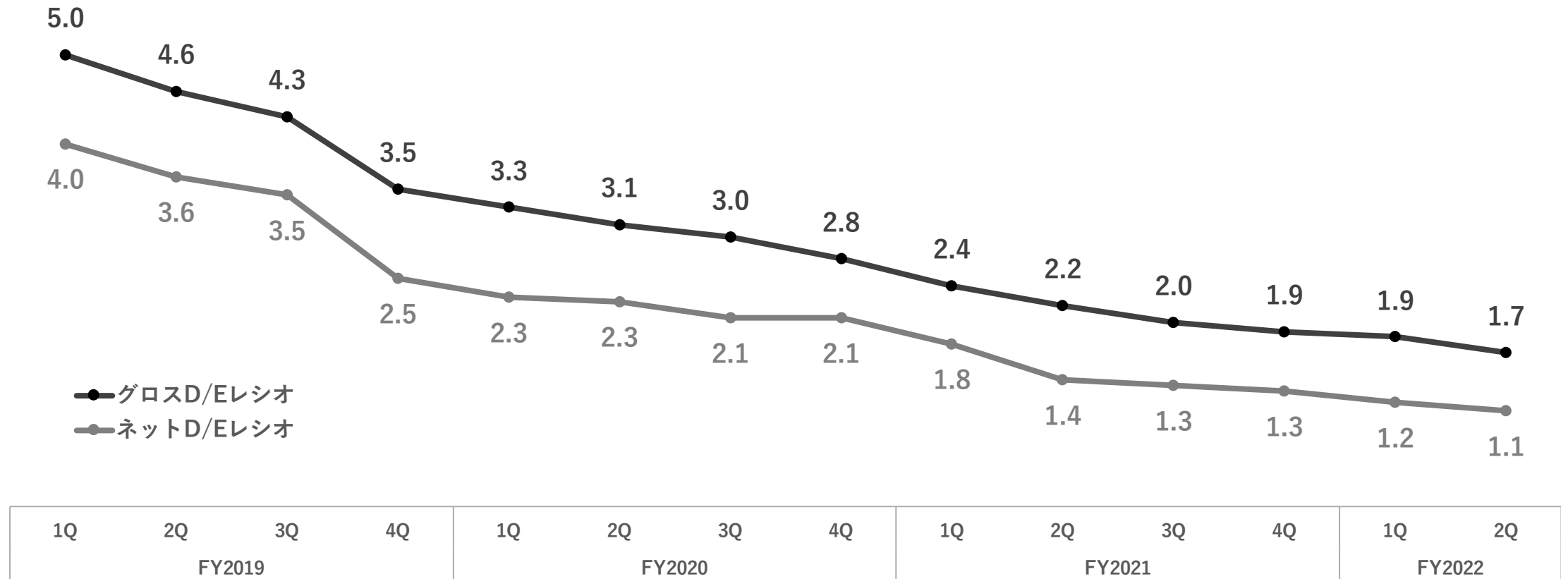
※LTM：Last Twelve Month（直近12ヶ月）

※グロスレバレッジレシオ：有利子負債 ÷ EBITDA

※ネットレバレッジレシオ：（有利子負債－現預金） ÷ EBITDA

経営財務指標（D/Eレシオ）

✓ 安定した利益計上と有利子負債圧縮により、着実に減少傾向

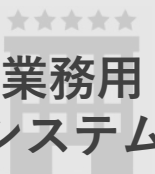


※グロスD/Eレシオ：有利子負債 ÷ 株主資本
※ネットD/Eレシオ：（有利子負債－現預金） ÷ 株主資本

IV. APPENDIX

The background of the slide is a dark, monochromatic abstract image. It features a series of bright, angled light beams or reflections that create a strong sense of perspective and depth, resembling a long, dark corridor or a series of steps leading into the distance. The light sources are positioned at regular intervals along the sides, casting beams that converge towards the center of the frame.

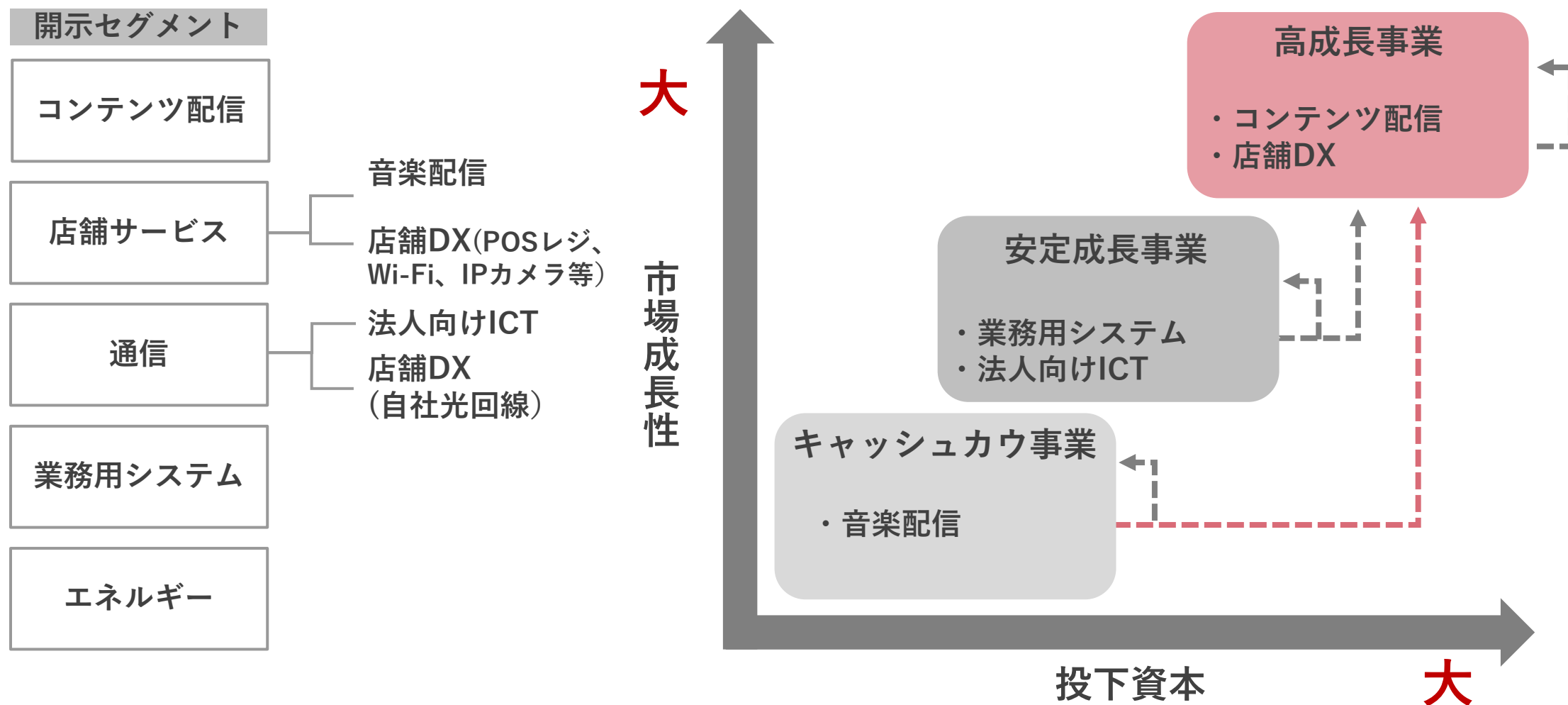
事業セグメント概要

	特徴／競争優位性	成長戦略／注力領域
 コンテンツ 配信	✓ 国内主要VODサービスの一つである「U-NEXT」を展開 ✓ 見放題とポイントのハイブリッドでHigh ARPU実現、売上は業界トップクラス ✓ コンテンツ数は圧倒的No.1（※）、1契約で電子書籍もパッケージ	✓ 新規ユーザー獲得に向けた広告販促費は継続して積極投下 ✓ 既存ユーザーのリテンションに向けたコンテンツの更なる充実化 ✓ 音楽配信でのリレーションを活用した音楽ライブ配信の本格化検討
 店舗サービス	✓ 飲食や小売、理美容など業務店市場で展開 ✓ 国内シェアNo.1の店舗向け音楽配信による安定収益 ✓ 全国2,000名超の直販営業/施工人員が大きな競争優位性の1つ	✓ 通信環境をプラットフォームとしたIoT/DX商材によるアップセル（自社リソースで納品～保守・サポートまで一気通貫に対応） ✓ セット成約率が高い新規OPEN店により注力、既存店閉店→後継店OPENのサイクルで徐々にアップセルを浸透
 通信	✓ 中小企業(SME)、業務店舗、個人向けに通信サービスを展開 ✓ 法人向けICTは直販営業によるマルチベンダー戦略 ✓ 店舗向け(取次、自社回線)は250社の代理店を通じて展開	✓ 契約取次から自社回線獲得へスイッチングしストック収益へ転換 ✓ 店舗向け自社回線顧客増加でIoT/DX商材アップセル機会創出 ✓ 法人向けICTはニーズに即したラインアップ構築で安定成長を企図
 業務用 システム	✓ レジャーホテル、ビジネスホテル、大規模医療機関が主力市場 ✓ 自社製造ラインを持たないファブレスメーカーで自動精算機は国内シェアNo.1 ✓ ハード、ソフト・アプリ、エンジニア保守の三位一体価値の提供により差別化 ✓ 売上のフロー/ストック構成比はおおよそ55：45で安定的	✓ 生産年齢人口減少等による効率化ニーズを踏まえたDX化支援 ✓ 販売機器へオプション提供するソフトウェアサービスでストック収益増 ✓ 「マイナタッチ」を起点とした中小規模医療機関への事業領域拡大や観光立国を支えるインバウンド再興によるIT投資需要の回復
 エネルギー	✓ 収益ボラティリティを回避すべく市場調達ではなく東京電力より相対調達 ✓ 直販営業やアウトバウンド、代理店などグループ販売チャネルを最大活用	✓ 東京電力エリア内で一部帯域の電力取り扱い開始 ✓ 対象業種を問わないインフラサービスで施設運用コスト削減に貢献

（※）2021年8月 GEM Partners調べ

ポートフォリオマネジメント

✓ 各事業で創出した利益を再投資しつつ、高成長事業へ積極投資することで持続的な成長を実現



財務戦略（中期経営計画抜粋）

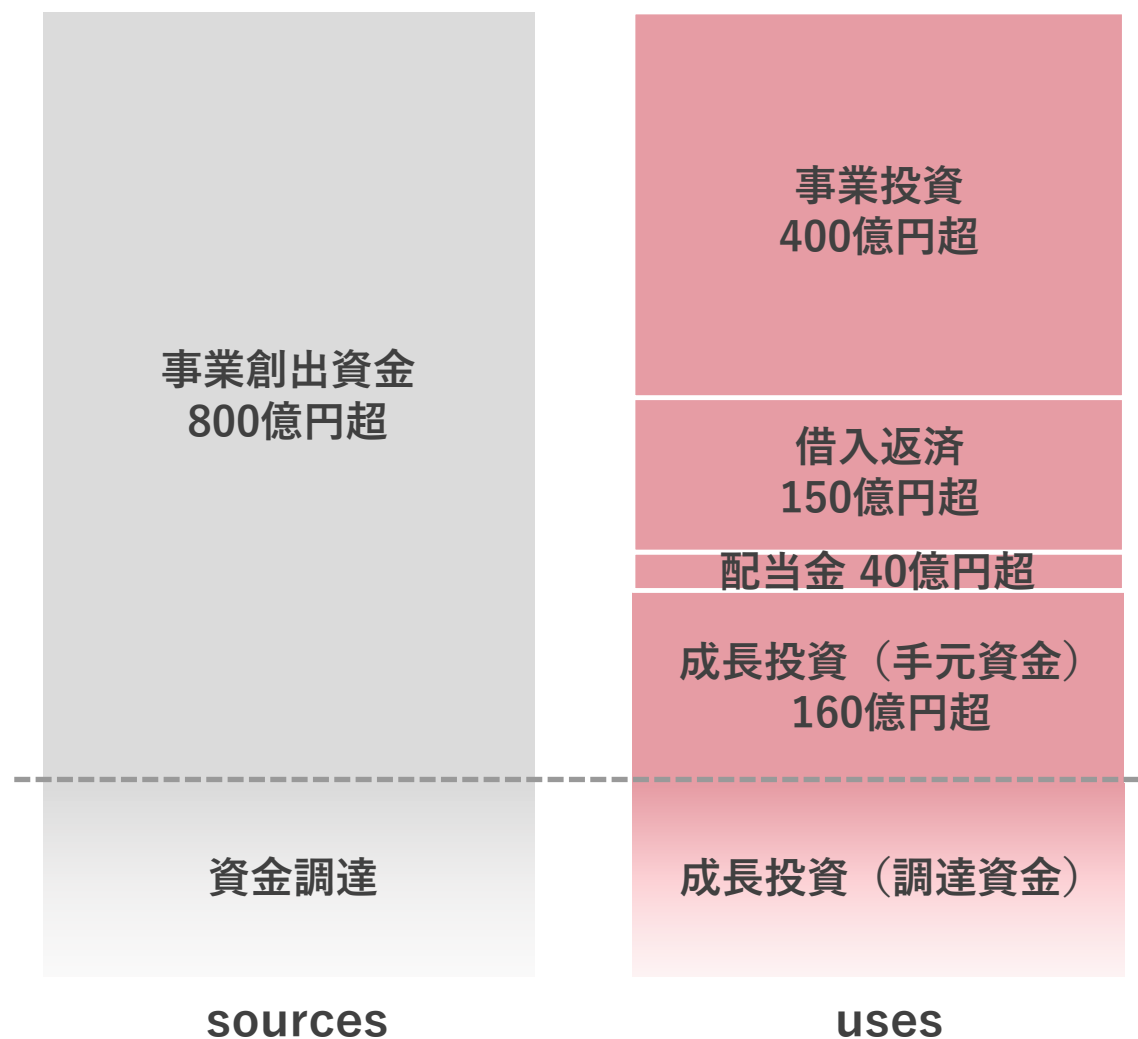
主要経営財務指標

	前中計期間（実績）		FY25/08 計画
	FY19/08	FY21/08	
ROE	33.6%	27.2%	20%程度
自己資本比率	14.9%	23.6%	30%～40%
レバレッジ・レシオ	4.2倍	2.6倍	1.5倍未満
D/Eレシオ	3.5倍	1.9倍	1倍未満

※計画において、資金調達を伴うM&Aを実施した場合の影響は織り込まず

- レバレッジを活用した効率的な経営を継続
ROE 20%程度を維持、自己資本比率 30%～40%へ改善
- 機動的なM&Aを実行可能にすべく
レバレッジ・レシオやD/Eレシオを継続圧縮、
資金調達余力を確保

キャピタルアロケーション（※4ヶ年累計）



ウィズコロナ／アフターコロナへの適応

- ✓ 既存事業を環境変化に適応させ、安定成長トレンドを堅持
- ✓ 適切なポートフォリオマネジメント経営、バランスの取れた攻守戦略の継続

新中期経営計画、統合報告書

- ✓ 新中期経営計画及び統合報告書を2月に公表済
- ✓ サステナブル経営の推進（SDGs/ESG/コーポレートガバナンスコードへの対応）

非連続成長への挑戦

- ✓ 内部/外部を問わずグループの成長へ貢献しうる人財を積極活用
- ✓ 財務規律を維持しながらプロアクティブな新事業創出、M&Aなどで成長機会を追求

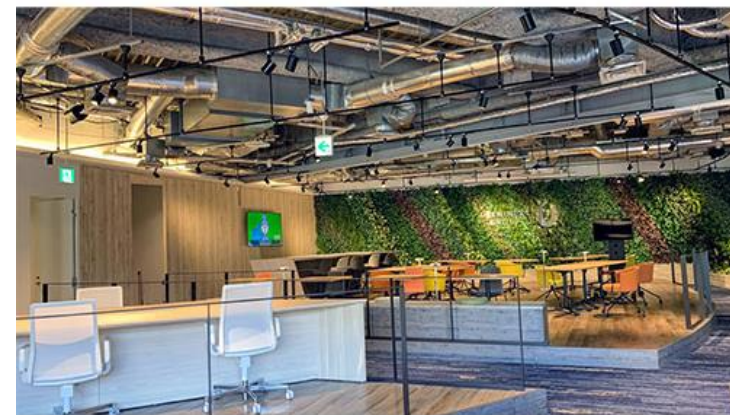
✓ 働き方改革を推進する、地方拠点オフィスのリノベーションを実施 福岡オフィスグランドオープン



自分のスタイルにあわせて働く場所が選べる
フリーアドレス



ショールームで店舗DX商材の
実体験が可能に



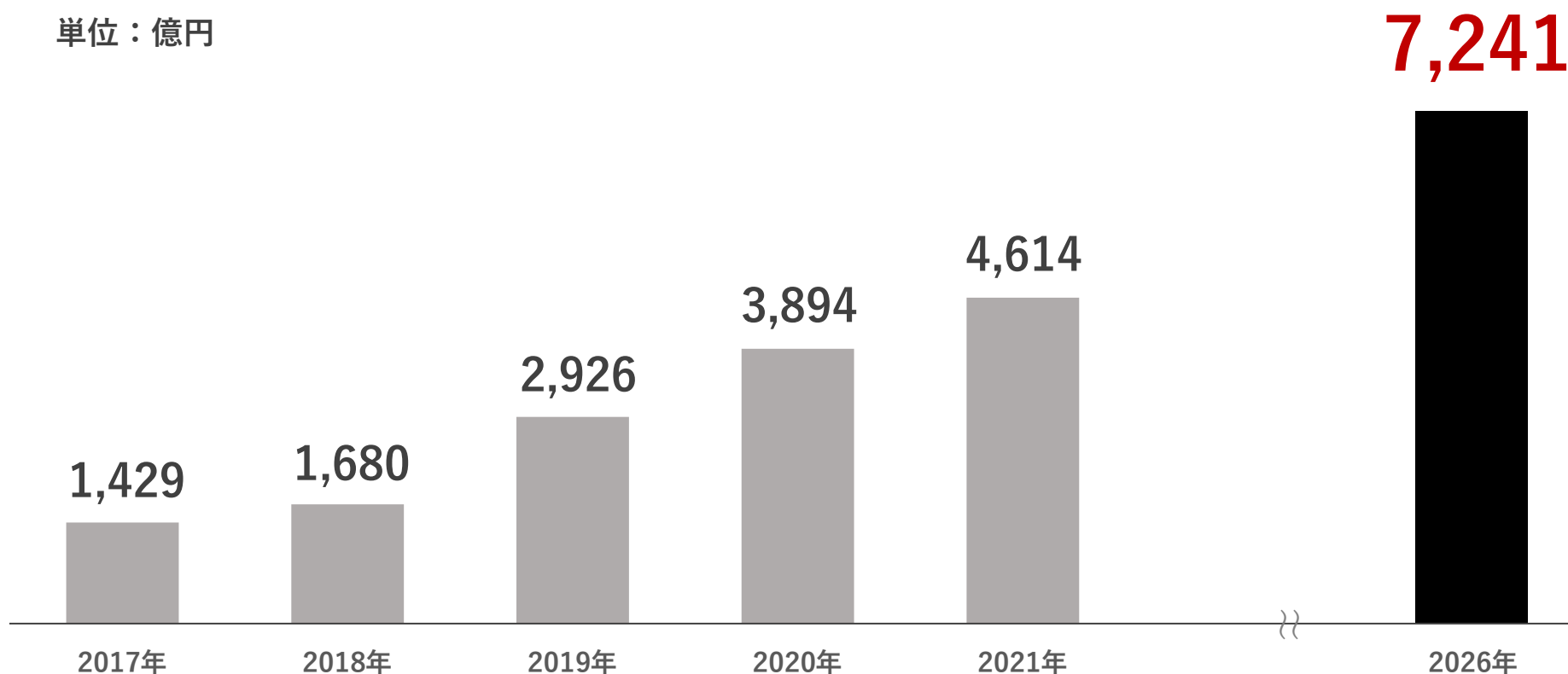
オープンなコミュニケーションスペースで
社員の交流を促進

- ✓ 2019年以降、分散していたグループ企業の拠点を集約するとともに、当社の働き方改革のスローガン「かっこよく、働こう。」をキーテーマに、社員がイキイキと働くことができ、最も効率よく、最も快適に、最もイノベティブに働ける場所としてのオフィスづくりを推進
- ✓ リノベーション済の主要地方拠点：札幌、横浜、名古屋、仙台、広島、福岡

コンテンツ配信事業（動画配信市場 成長予測）

動画配信市場は年平均約10%で成長を続け、2026年に7,241億円まで拡大が予測される

単位：億円

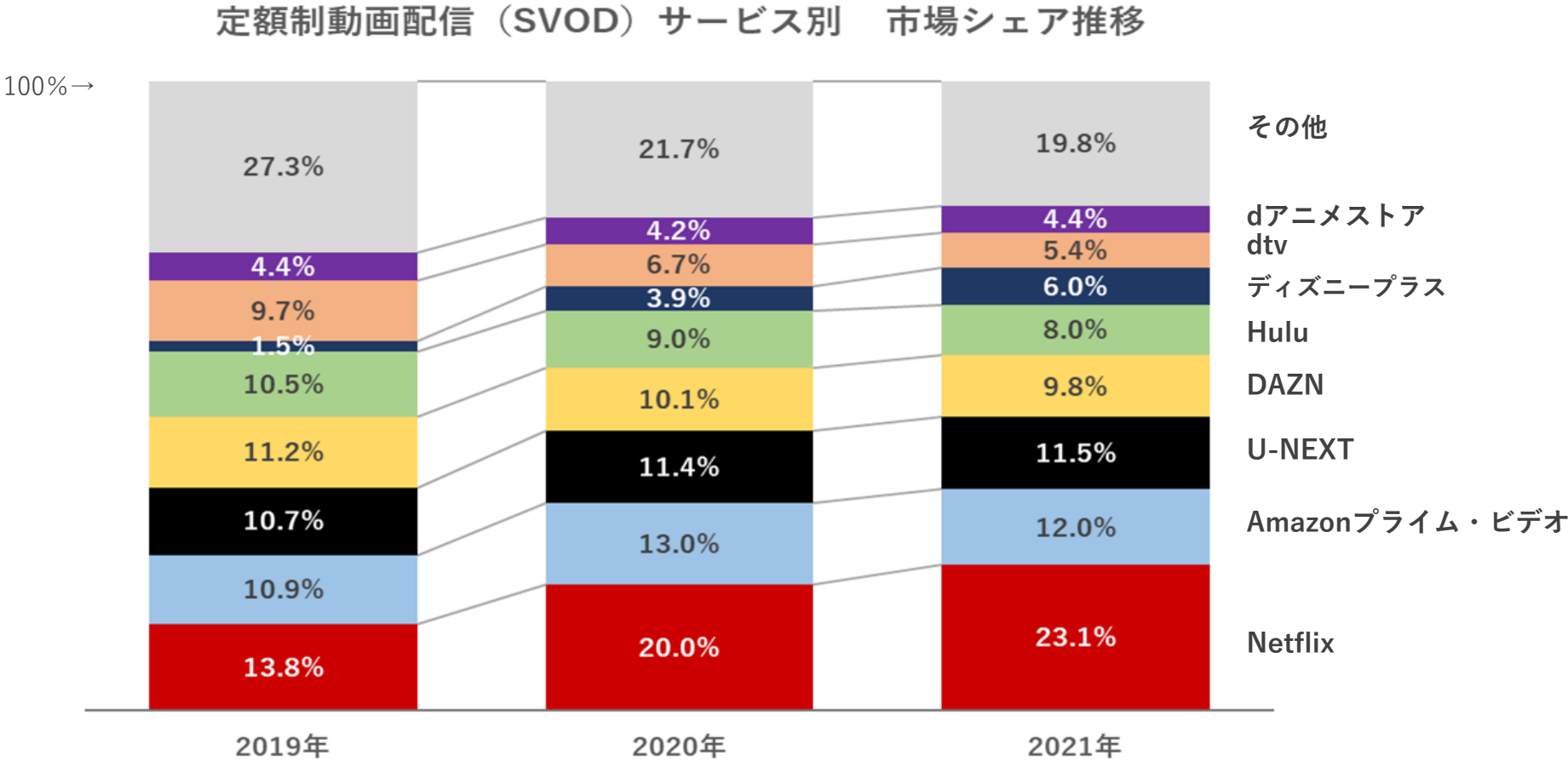


「定額制動画配信（SVOD）」「レンタル型動画配信（TVOD）」「動画配信販売（EST）」を合わせた動画配信市場全体の規模

出典：GEM Partners 動画配信（VOD）市場5年間予測（2022-2026年）レポート、市場5年間予測（2021-2025年）レポートより当社作成

コンテンツ配信事業（定額制動画配信サービス 市場シェア推移）

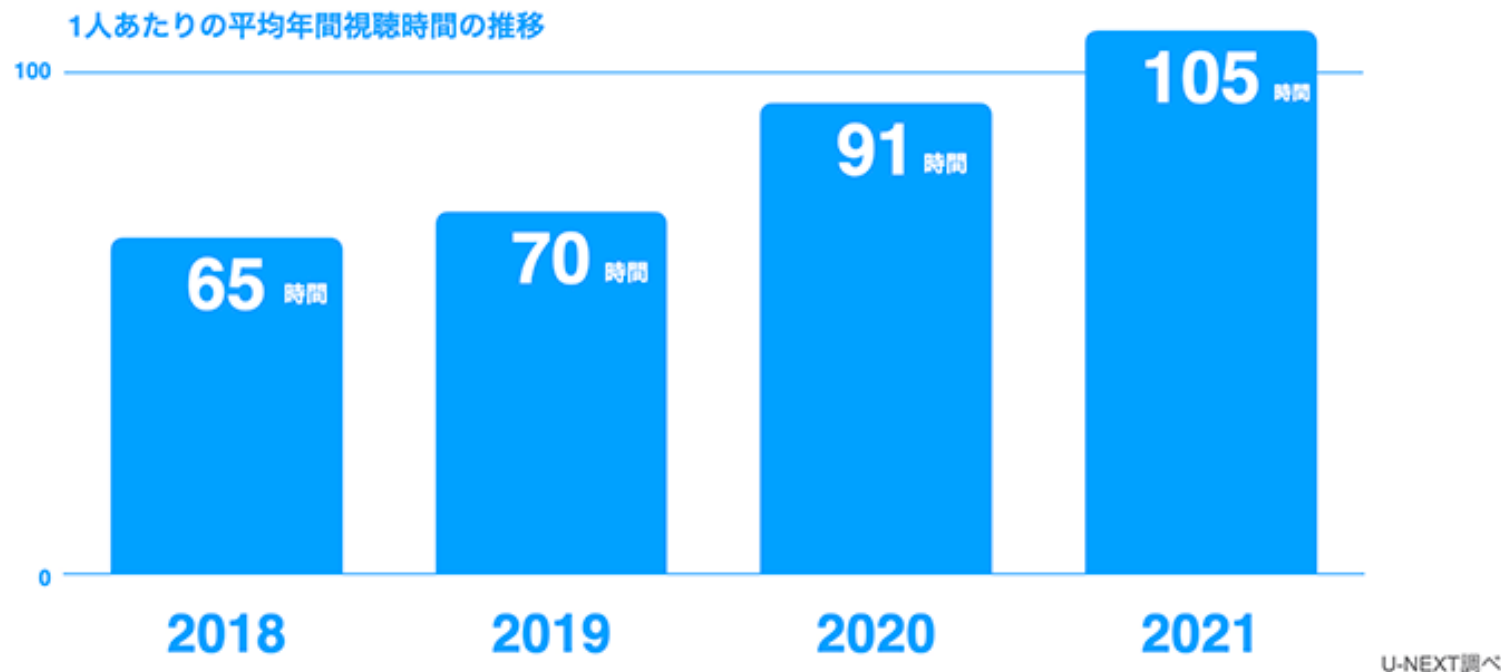
U-NEXTのシェアは11.5%（前年比+0.1pt）、日本勢で最も高いシェアを獲得



出典：GEM Partners 動画配信（VOD）市場5年間予測（2022-2026年）レポート、市場5年間予測（2021-2025年）レポートより当社作成

コンテンツ配信事業（1人あたり年間視聴時間）

コロナ禍による在宅時間の増加を受けて、一人あたりの平均年間視聴時間は大幅に増加



2019年 → 2021年

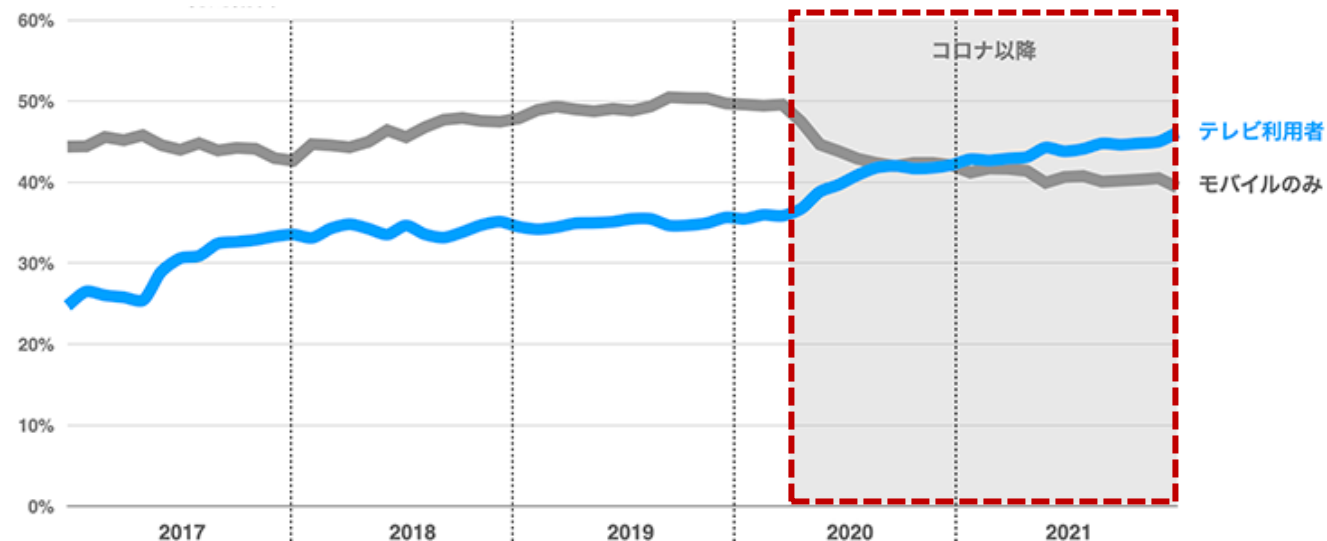
+35時間
(1.5倍)

U-NEXTはラインナップが充実しているため以前から映画ファンやアニメファンのような“ジャンルファン”が多く、他サービスに比べて視聴時間が長い傾向にあるが、在宅時間が増えたことでさらに視聴時間が増加

コンテンツ配信事業（視聴デバイスの推移）

コロナ以降、モバイルだけのユーザーが激減し、テレビ利用が急増

■デバイスの利用割合



U-NEXT調べ

- ✓ テレビ利用者は約5割を占め、うち7割がテレビ + α の複数デバイスを併用
- ✓ モバイルのみの利用者はコロナを機に激減し4割に移動時間の減少に加え、テレビとの併用利用が大きく影響

■デバイス毎の1人あたり視聴時間TOP3

- 1位 「テレビ+パソコン+モバイル」
- 2位 「テレビ+パソコン」
- 3位 「テレビ+モバイル」

一番視聴時間が短いのは「モバイルのみ」

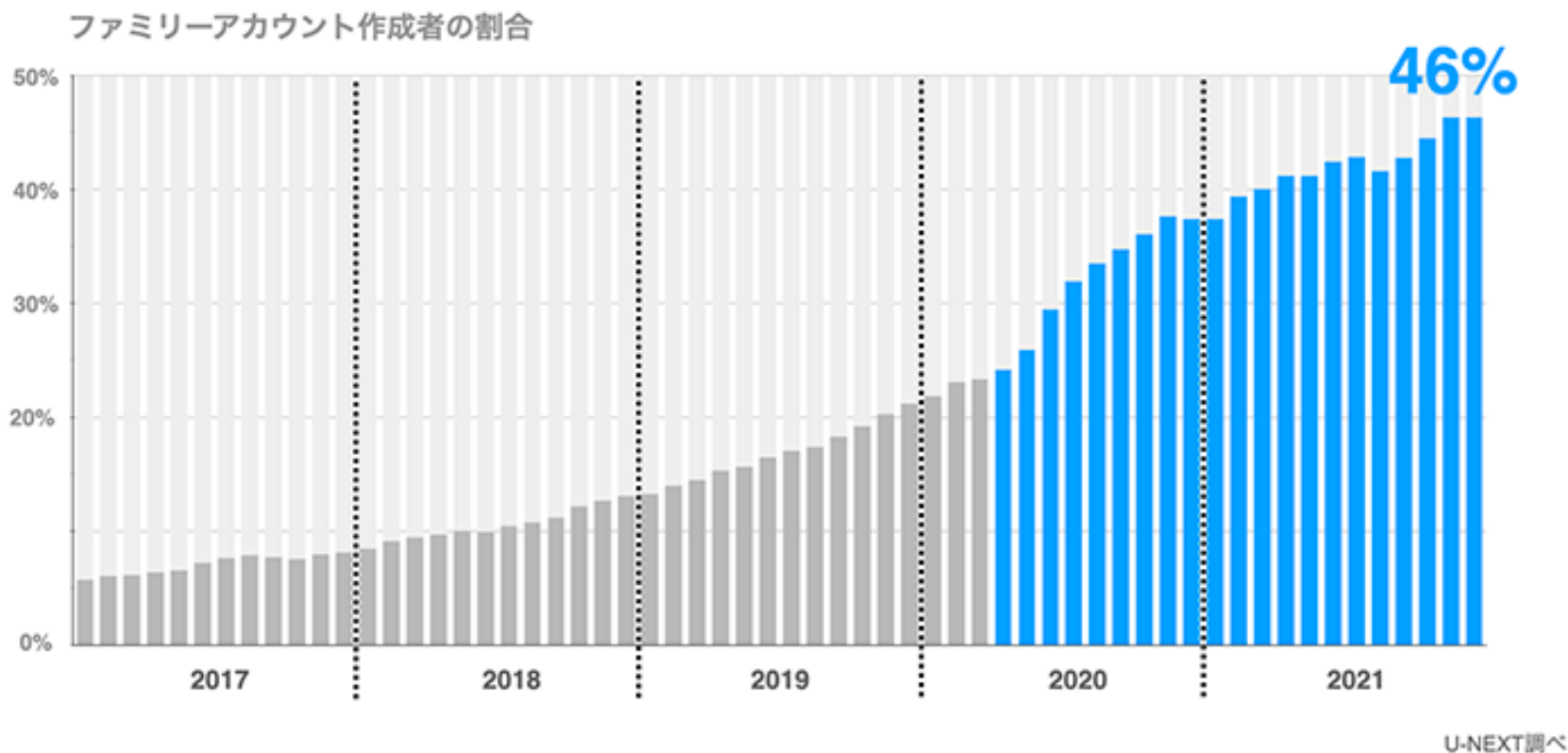
U-NEXT調べ



- ✓ 利用デバイス数が多いほど視聴時間が伸びる
- ✓ 画面サイズが大きいほど視聴時間が伸びる

コンテンツ配信事業（複数アカウントの利用割合）

コロナ禍を機に複数アカウントを使用する割合が増加



- ✓ U-NEXTのファミリーアカウントは、1つの契約で、4アカウントまで無料で作成可能
- ✓ 家族で使い分けたい、子ども用にペアレンタルロックのかかったアカウントを使用したい等の理由から、在宅時間が増えた2020年5月頃から利用者割合が増加し、2021年末時点で46%が利用（平均は1.52アカウント）
- ✓ ファミリーアカウントの利用率が高まることで、ユーザーの満足度およびロイヤリティ向上が期待できる

「学べるU-NEXT」をさらに強化！楽しく学べる知育アニメ「STEAMO」の配信スタート

■未就学児の動画視聴ニーズの高まり

- ✓ 未就学児の45%以上がインターネットを利用、うち85%以上が動画を視聴（U-NEXT調べ）
- ✓ 子供に動画を見せることに多くの親が罪悪感を持ち、有益なコンテンツを子供に見せたいという親のニーズは高い

■子供が学べるU-NEXTへ

- ✓ 昨年11月「セサミストリート」の独占一挙配信とともに「学べるU-NEXT」をスタート
- ✓ 今回配信をスタートした「STEAMO」は3才から8才までのお子様を対象にした楽しく学べるアニメコンテンツ



©2019 Sesame Workshop. Sesame Street® and associated characters, trademarks and design elements are owned and licensed by Sesame Workshop. All Rights Reserved.

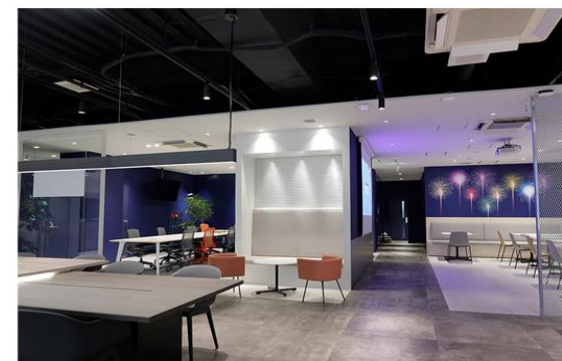
店舗サービス（プロモーション）

当社初となる直営の飲食店として、DXを体験できる次世代カフェをオープン

- ✓ セルフレジや配膳ロボットなど約10種のDXサービスが導入され、当社が進めるDX支援の世界観を実店舗で体感可能
- ✓ 実際に当社が店舗を経営することで得られた知見を、さらなるサービス向上に役立てる
- ✓ 最新の店舗DXを体感できる拠点として、これまでショールーム併設型オフィス「SQUARE」も2拠点開設



自社直営の飲食店：CAFE & BAR 「U」（カフェアンドバル ユー）/2022年3月オープン



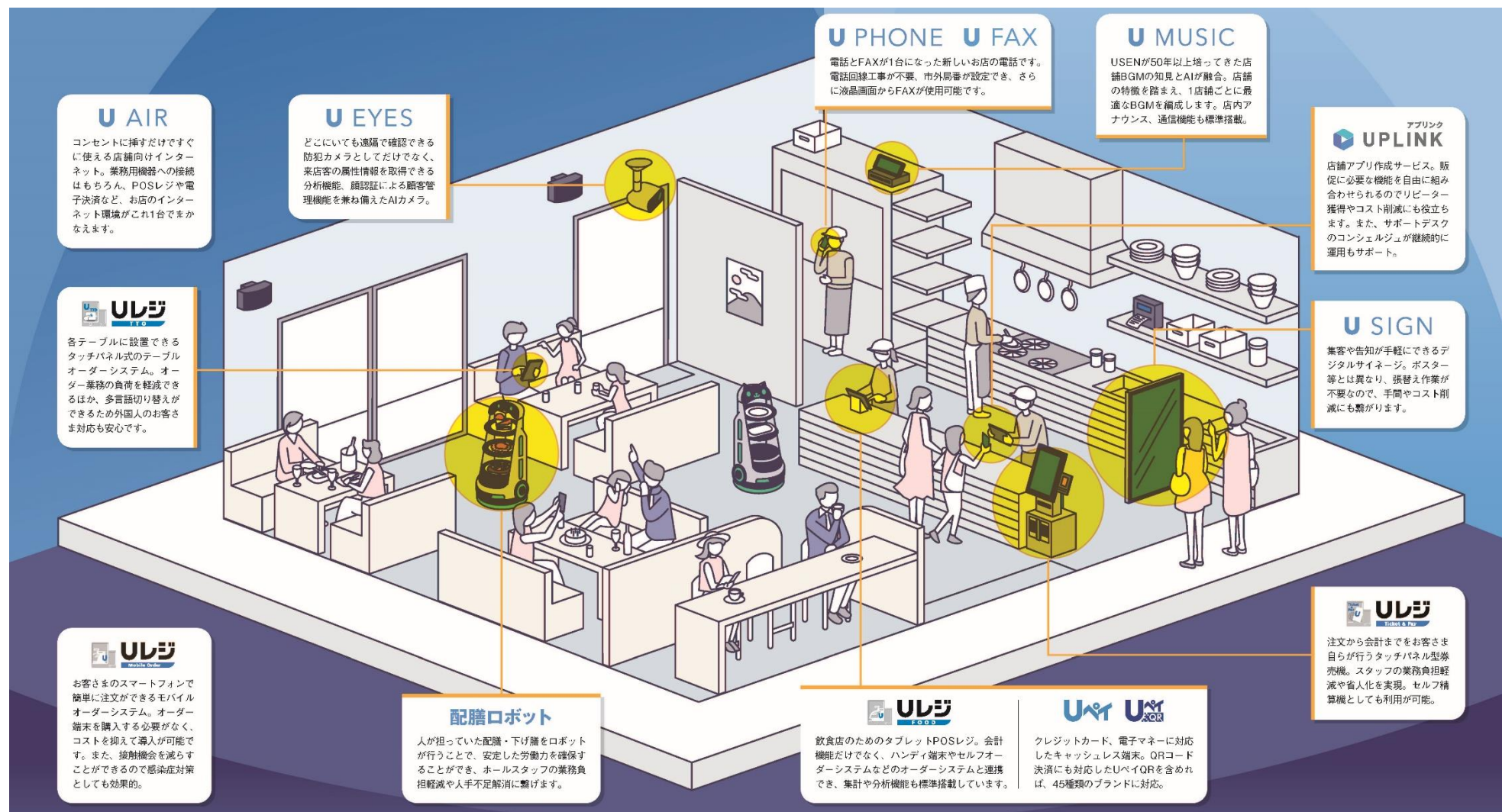
USEN SQUARE NAGAOKA/2021年8月オープン



USEN SQUARE MATSUYAMA/2021年12月オープン

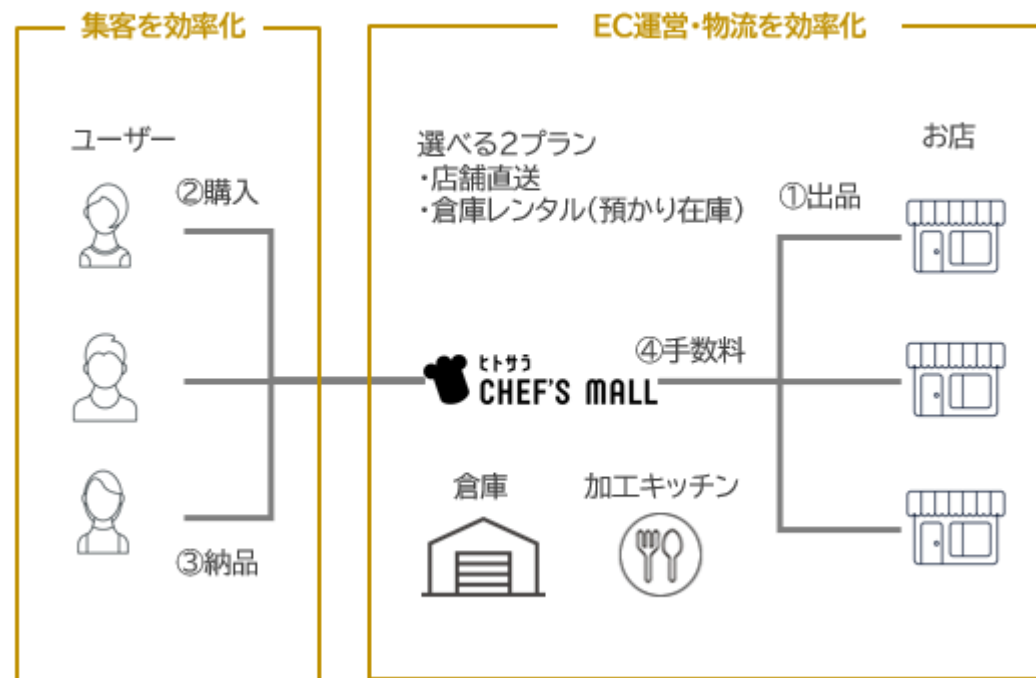
店舗サービス（店舗DX活用イメージ）

入店から注文・会計、伝達、着席、呼び出し／配膳、退店に至るまで、
テクノロジーでスマートな店舗運営を実現



グルメECメディア「ヒトサラ CHEF'S MALL（シェフズモール）」をリリース

- ✓ ヒトサラで培った日本のトップシェフとの関係性を活かし、予約困難な有名店の一品を取り揃えることで、コロナ禍で高まる中食需要に適応
- ✓ 需要回復後に人手不足が想定される飲食店に対して、受注から配送までお任せの「預かり在庫モデル」と、「店舗直送プラン」の2プランで効率的なEC運営をサポート



業務用システム事業（マイナタッチ受注状況）

2021年10月20日より本格運用開始。1Qに引き続き2Qも市場全体・当社ともに受注数に大きな動きなし

医療機関・薬局向け顔認証付きカードリーダー「マイナタッチ」受注状況

■顔認証付きカードリーダー申込数（市場全体）

130,000施設 / 約230,000施設
(進捗率：57%)

(※) 2022年2月末時点の当社調べ

■アルメックス受注数（2022年2月末時点）

13,000台

【売上インパクト】

機器販売売上：1,170百万円

ARR：390百万円（本格稼働後の1.5年目以降～）



業務用システム事業（マイナタッチ新機能）

健康保険証でのオンライン資格確認と公費医療券読取画像の保存機能を「マイナタッチ」に新搭載

これまで

- ✓ マイナンバーカードがないと顔認証付きカードリーダーでのオンライン資格確認を利用できない
- ✓ 「マイナタッチ」を通して紙の公費医療券を読み取った後、受付スタッフがコピー取得とファイリング作業などを行う必要があった



これから

- ✓ 「マイナタッチ」独自の新機能により、マイナンバーカードと健康保険証のどちらでもオンライン資格確認が可能に！
- ✓ 「マイナタッチ」専用のオンライン資格確認端末（PC）に自動で公費医療券※の読取画像が保存されるため、受付業務のさらなる効率化が可能に！

※対象の公費医療券：ひとり親家庭等医療証、こども医療費受給者証、心身障害者医療費受給資格証

健康保険証の読み取りフロー



健康保険証の読取



読取「開始する」
ボタンを押す



確認完了

将来見通しに対する注記事項

本資料に記載されている意見や予測等は、資料作成時点での当社の判断であり、リスクや不確実性を含んでいるため、その情報の正確性、完全性を保証または約束するものではありません。