

各 位

 東京都渋谷区恵比寿一丁目 19 番 15 号
 株 式 会 社 オウケイウェイヴ
 代 表 取 締 役 社 長 兼 元 謙 任
 (コード番号: 3808 名証セントレックス)
 問 い 合 せ 先 取 締 役 経 営 管 理 本 部 長 野 崎 正 徳
 電 話 番 号 03-5793-1195

平成 27 年 6 月 期 (第 16 期) 第 1 四半期 連結業績ハイライト ~ リソース最適化による効率運用を実現し、損失幅縮小 ~

平成 27 年 6 月 期 第 1 四半期 振り返り

■ 連結損益計算書

連結 (単位:百万円)	平成 27 年 6 月 期 第 1 四半期		平成 26 年 6 月 期 第 1 四半期		前年同期比	
	金額	売上高比	金額	売上高比	増減額	増減率
売上高	698	100.0%	809	100.0%	△111	△13.8%
売上原価	451	64.6%	595	73.5%	△144	△24.2%
売上総利益	246	35.4%	214	26.5%	+32	+15.3%
販売費及び一般管理費	301	43.2%	331	40.9%	△29	△8.9%
営業損失(△)	△54	—	△117	—	+62	—
経常損失(△)	△22	—	△126	—	+104	—
四半期純損失(△)	△30	—	△108	—	+78	—

◆ 売上高

- ・サービスの選択と集中により前年同期比でマイナス
- ・エンタープライズソリューション事業、ナレッジマーケット事業の売上高は、前年同期比増加
- ・ソーシャルメディア事業、株式会社ブリックスの売上高は、不採算サービスからの撤退により、前年同期比減少
- ・主にソーシャルメディア事業で PC からスマートフォンへの移行に伴い広告単価が低下したが、売上高への影響は想定範囲内

◆ 営業損失、経常損失、四半期純損失

- ・コスト削減効果が顕在化、損失幅縮小
- ・前期末に行ったコスト削減、リソース配分最適化の効果が現れ売上原価、販売費及び一般管理費が減少
- ・大規模なソフトウェアの償却が前期末で完了したため、売上原価が低下
- ・貸倒引当金の戻入、外貨預金にかかる為替差益を計上し、経常損失幅縮小

◆ 上期業績見通しについて

- ・第 1 四半期進捗は想定どおり。第 2 四半期はコスト削減がさらに進み、3 か月間の営業利益は黒字化する見込み
- ・子会社においてもサービスの選択と集中が進み、収益性改善。第 2 四半期には収益貢献の見通し

■連結貸借対照表

連結 (単位:百万円)	当 第1四半期	前連結 会計年度	増減額	連結 (単位:百万円)	当 第1四半期	前連結 会計年度	増減額
現金及び預金	622	656	△34	仕入債務	48	71	△23
売上債権	352	425	△73	未払金及び未払費用	209	208	1
前払費用	31	23	8	その他流動負債	109	137	△28
その他流動資産	15	21	△6	流動負債 計	367	418	△50
流動資産 計	1,021	1,127	△106	固定負債 計	76	80	△3
有形固定資産	106	88	18	負債合計	444	498	△54
無形固定資産	84	87	△3	資本金	979	979	—
投資その他の資産	480	470	9	資本剰余金	949	949	—
固定資産 計	671	646	25	利益剰余金	△687	△657	△30
資産合計	1,693	1,774	△81	株主資本 計	1,240	1,271	△30
				その他純資産	8	4	3
				純資産合計	1,248	1,275	△27
				負債純資産合計	1,693	1,774	△81

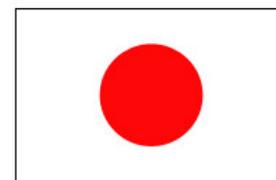
➡ 資産

- ・売上債権は回収が進み減少
- ・有形・無形固定資産の金額、内容については大きな変動なし
- ・投資その他の資産の内容は主に投資有価証券と関連会社株式で、前期から大きな変動なし

➡ 負債・純資産

- ・仕入債務は支払いが進み減少
- ・未払金及び未払費用については、支払のタイミングにより毎月一時的に生じるもので、前期比で大きな変動なし
- ・四半期純損失の計上により利益剰余金が減少

平成 27 年6月期 全社戦略



平成 27 年6月期は、月間 4,000 万人が利用する Q&A コミュニティを活かし、Q&A から生まれたサービスの拡大及びサービス間連携と、2020 年の東京五輪開催に向けたサービスの多言語展開を行うことを戦略に掲げ、第1四半期をスタートしました。

事業別 平成 27 年6月期第 1 四半期 概況

◆ ソーシャルメディア事業



当事業では日本最大級の Q&A サイト「OKWave(オウケイウェイヴ)」のほか、Q&A から派生した複数のサービスを運営しています。前期末にサービスの選択と集中により不採算サービスからの撤退を行ったため、売上高は前年同期比で減少となりました。利益面ではリソース配分の最適化が奏功し、前年同期比増加、黒字化を達成しました。

・ 売上高 126 百万円(前年同期比 △21.3%)

- ⇒ 前期末に主要なサービスだけに絞ったことで減少
- ⇒ 主要サービスにおいては利用者がPCからスマートフォンへ移行した影響で広告単価が低下。売上減となったが想定の範囲内

・ セグメント利益 0.3 百万円(前年同期比 +13 百万円)

- ⇒ 不採算サービスからの撤退によるリソース最適化の効果が顕在化し、黒字化、増益

ソーシャルメディア (単位:百万円)	第 1 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	126	△34	△21.3%
セグメント利益	0.3	+13	—

■「OKWave」の大規模なリニューアルを実施■

(1)「OKWave」のリニューアルを実施⇒図①、グラフ②

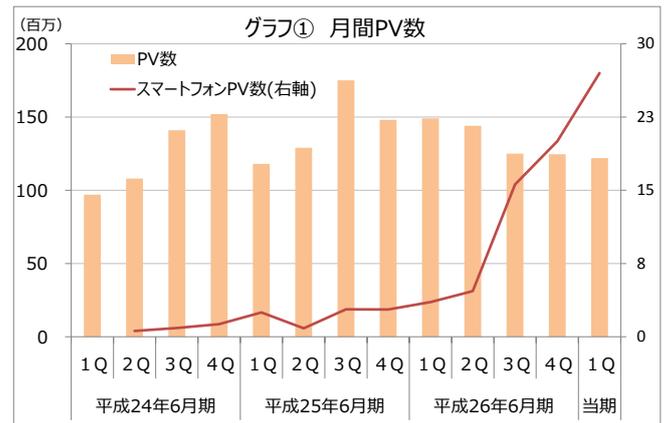
- ・ 互い助け合いを循環させる「OKWave」の特長を伸ばすための改修
- ・ ユーザーアクションの追加とデザインの刷新
- ・ 会員以外の方も回答を評価し、コミュニティに参加できるよう、各回答に対して「そう思う」「そう思わない」のボタンを追加
- ・ 他の利用者の質問に対して「気になる」ボタンを押すことで、その質問に回答がついた際に通知を受け取ることができる機能を追加

(2)スマートフォン注力の施策、広告単価低下への対応施策を実施

- ・ PC 経由のPV 減少傾向を受け、スマートフォンサイトの運営に注力、加えて iPhone 向けアプリを刷新
- ・ 広告単価の低下に対応し、新しい収益モデルの構築を開始
- ・ 前期に開始したターゲティング広告の販売が好調に推移
- ・ 各施策の結果、単価低下幅は想定範囲内にとどまった

(3)OKWave Inc.は体制刷新、コスト最適化で収益性向上

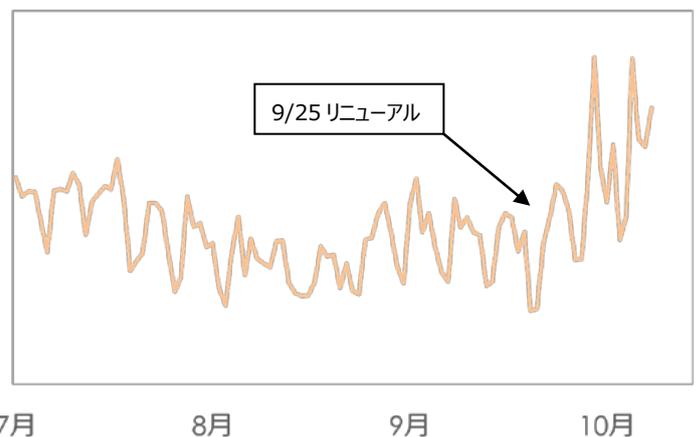
- ・ 北米を中心とした 1,200 万人のユーザーに向けた広告メールの配信で収益性向上



図① 「OKWave」リニューアル後のサイトイメージ



グラフ② 「OKWave」リニューアル後のアクティブ・ユーザーの推移



◆ エンタープライズソリューション事業



当事業ではFAQ(よくある質問)を作成、編集、公開する一連の流れを搭載した、特許技術を有するシステム「OKBiz(オウケイビズ)」など、企業向けのソリューションを提供しています。

当事業の主力製品「OKBiz」の新規導入が順調に進んだほか、ソーシャルメディア事業のサービス「OKWave」を利用した企業向けサービスの導入が進み、事業間のシナジー創出による売上増加を実現しました。

費用面では、営業体制強化により固定費が増加し、利益の増加は小幅にとどまりました。

・売上高 281 百万円(前年同期比 +5.7%)

⇒ 主力製品「OKBiz」の導入が堅調に推移⇒グラフ③

⇒ Q&A サイト「OKWave」を企業向けのユーザーサポートに有効活用する仕組みの製品の導入が進み、売上成長

・セグメント利益 112 百万円(前年同期比 +0.7%)

⇒ 営業体制強化により、主に販売費及び一般管理費が増加

⇒ 通期の利益最大化のため営業体制を強化し、固定費増加。

利益の前年同期比増加幅は小幅

エンタープライズ ソリューション (単位:百万円)	第1四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	281	+15	+5.7%
セグメント利益	112	+0.8	+0.7%

■「OKBiz」シリーズの導入企業増加■

(1)「OKBiz for FAQ/Helpdesk」の導入実績

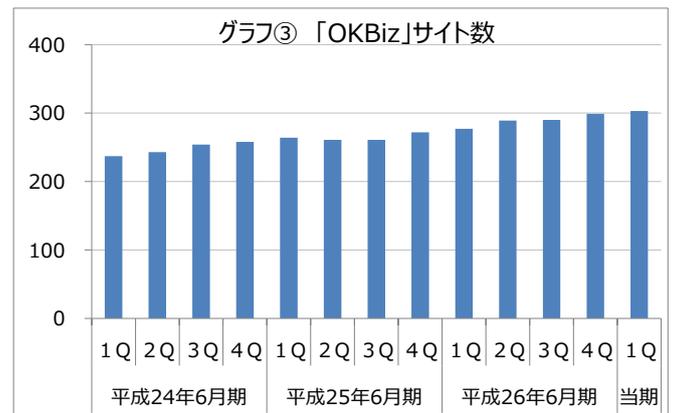
・KDDI フィナンシャルサービス株式会社様への提供開始

(2)「OKBiz for Community Support」の導入実績⇒図②

- ・ローランド株式会社様へ導入。メーカーサポートに加え、製品利用者間で問題解決をすることができるサポートコミュニティを開設
- ・幅広いジャンルの音楽の音源製作や、演奏方法などに知見があるローランド製品の利用者同士で意見交換できるコミュニティを開設

(3)「QAPartner」の導入実績⇒図③

- ・株式会社 mediba 様とのサービス連携による「QA Partner」を利用したスマートフォン向けサービス『au 暮らしのお悩み交差点』を開設
- ・au スマートフォン利用者が楽しく心地よく利用できるコミュニティを実現



図② ローランド株式会社様

コミュニティサイト「OKBiz for Community Support」



図③ スマートフォン向けサービス『au 暮らしのお悩み交差点』



◆ ナレッジマーケット事業

OKWave Premium

当事業では知識流通という新しい概念で、複数の課金制モバイルサイト(*)を運営しています。

「myFave」は9月末をもってサービスを終了致しましたが、今後もマイクロソフトコーポレーションとの提携関係は継続します。

代表的なサイトである「こんまり♪片づけレッスン」の新機能追加を行い、さらなる会員獲得を狙いました。

また、「らくらく育児モバイル」ではソーシャルメディア事業のサービス「OKWave」と連携した企画を行いました。

(*) スマートフォンや従来型携帯電話向けに提供している課金制サイト

・ 売上高 42 百万円(前年同期比 +149.7%)

⇒ 「こんまり♪片づけレッスン」で前期に開始した『au スマートパス』からの新規会員獲得が好調に推移

・ セグメント損失 △22 百万円(前年同期比 +29 百万円)

⇒ 費用の構成割合の多くを占めていた減価償却費について前期末でソフトウェアの償却が完了し、収益性向上

ナレッジ マーケット (単位:百万円)	第 1 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	42	+25	+149.7%
セグメント損失(△)	△22	+29	—

■スマートフォン向けにマーケティング強化、売上増加■

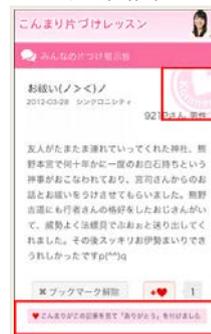
(1)「こんまり♪片づけレッスン」に新機能を追加

- ・利用者と近藤麻理恵さんのやりとりをさらに活発にする機能追加
- ・再訪率を高めるため、利用者からのアイデアを募るコンテンツの定期開催、足あと機能を追加⇒図④

(2)「らくらく育児モバイル」で「OKWave」と連携した企画開催

- ・「OKWave」に質問を投稿すると、会員からの回答に加えて、「らくらく育児モバイル」が選任した医師からの回答が得られる企画を開催⇒図⑤

図④「こんまり♪片づけレッスン」 コンテストの画面 図⑤ 「らくらく育児モバイル」掲載記事



◆ 多言語 CRM 事業



当事業では、24 時間 365 日体制の多言語コンタクトセンターを運営し、カスタマーサポート業務を提供するとともに、バイリンガルや技術者の派遣等を行っています。

多言語コンタクトセンターの業績は好調ですが、今期から非注力分野と位置付けた一般派遣事業の売上高が減少しました。

・ 売上高 214 百万円(前年同期比 △3.6%)

⇒ 非注力分野の売上高減少の影響により、前年同期比減

⇒ 注力分野であるコンタクトセンターは継続、新規ともに堅調

・ セグメント損失△14 百万円(前年同期比 △27 百万円)

⇒ 体制強化による人件費増の影響で前年同期比減少、損失計上

多言語 CRM (単位:百万円)	第 1 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	214	△7	△3.6%
セグメント損失(△)	△14	△27	—

■継続契約、新規開拓ともに順調に推移■

(1) 地方自治体への営業強化

- ・前期から注力している地方自治体および旅行業界への提案が順調に進捗し、売上に寄与

(2) 一般派遣事業は非注力へ

- ・一般派遣については今期から非注力分野と位置付け、多言語コンタクトセンターにリソースを集中させているため、売上高減少

◆ 営業アウトソーシング事業



当事業では、通信回線販売業界において、短期・中期的に顧客企業が必要とする販売スタッフの労働力を、業務請負及び派遣契約により提供しております。

市場環境を鑑み、収益性を考慮し事業再編を行い、当事業からは今期末までに撤退する計画です。

・ 売上高 32 百万円(前年同期比 △76.9%)

⇒ 事業縮小により前年同期比減少

・ セグメント損失 △1 百万円(前年同期比 +0.4 百万円)

⇒ 省力運用でセグメント損失幅減少

営業アウトソーシング (単位:百万円)	第 1 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	32	△109	△76.9%
セグメント損失(△)	△1	+0.4	—

◆ 新サービスのご紹介



しゃべるだけで、簡単投稿！



「トーク」は 1 対 1 の会話形式



気に入ったユーザーと友達になろう！

OKWave Talk は、誰でもしゃべるだけで簡単に質問が投稿できる音声アプリです。

アンドロイド版を先行公開しておりますが、iPhone にも対応予定です。

平成 27 年 6 月期 第 2 四半期戦略

■第 2 四半期累積期間業績予想比 進捗率

連結 (単位:百万円)	平成 27 年 6 月期 第 1 四半期 実績		平成 27 年 6 月期 第 2 四半期 予想		進捗率
	金額	売上高比	金額	売上高比	
売上高	698	100.0%	1,400	100.0%	49.9%
ソーシャルメディア事業	126	18.2%	220	15.7%	57.7%
エンタープライズソリューション事業	281	40.3%	620	44.3%	45.4%
ナレッジマーケット事業	42	6.0%	130	9.3%	32.4%
多言語 CRM 事業	214	30.8%	380	27.1%	56.5%
営業アウトソーシング事業	32	4.7%	50	3.6%	65.8%
売上原価	451	64.6%	970	69.3%	46.5%
売上総利益	246	35.4%	430	30.7%	57.4%
販売費及び一般管理費	301	43.2%	450	32.1%	67.1%
営業損失(△)	△54	—	△20	—	—
経常損失(△)	△22	—	△30	—	—
四半期純損失(△)	△30	—	△30	—	—

▶ ソーシャルメディア事業

■機能強化による広告単価維持とスマートフォン対応強化

(1)「OKWave」のさらなる機能強化

- ・9月のリニューアルに引続いてさらなる機能強化を計画
- ・9月のリニューアルの効果分析を行い、利用者がより快適に質問・回答ができる環境の構築を目指す

(2)スマートフォン対応強化

- ・スマートフォンでの PV の伸びにより、PC 経由の PV 減少を補う
- ・スマートフォンアプリは引続き刷新。Android 版公開に向け開発開始

(3)松竹株式会社と共同したコミュニティを開始

- ・多言語ソーシャルコミュニティ「OKWave ありがとう」にて GINZA KABUKIZA(歌舞伎座)の国際ファンコミュニティの提供を開始

(4)米国の子会社 OKWave Inc.は収益性向上

- ・費用最適化により収益性が向上

図⑥ 「OKWave」スマートフォンアプリ (iPhone 版)



▶ エンタープライズソリューション事業

■第 1 四半期に実施した企画・営業体制の強化により、さらなる売上成長へ

(1)「OKBiz for Community Support」の販売を強化

- ・「OKWave」の持つコミュニティでの問題解決力を企業のサポートに活用する、当社独自のソリューションである「OKBiz for Community Support」は着実に導入企業を増やしており、実績を背景とした販売促進を図ることにより、新規顧客の開拓を行う
- ・FAQ、Helpdesk ソリューションと組み合わせた提案を行い、案件単価の向上を狙う
- ・他社ソリューションと組み合わせた付加価値提案

(2)積極的な販促活動

- ・10月16日に早稲田大学 IT 戦略研究所と共催でエグゼクティブリーダーズフォーラムに単独スポンサーとして協賛。大手企業の意思決定者 120 名以上への認知向上および案件発掘を狙う
- ・11月13・14日に日本最大級のコールセンターソリューション展示会「CallCenter/CRM デモ&カンファレンス」のプラチナスポンサーとして出展。11月14日は終日プライベートセミナーを実施し、述べ 700 人の参加者に向け、サービスの認知度向上と案件獲得を狙う

➡ ナレッジマーケット事業

■課金制モバイルサイトの新サイトオープン

(1) 課金制モバイルサイトの新サイト開始に向け準備

・下期に開始予定の新サイト開発開始。『au スマートパス』への提供による会員獲得を狙う

(2) 現在まで培ってきたノウハウを活かし複数サイト展開

・複数のサイトをまとめて管理。運用コスト低下、迅速な対応を実現

(3) 効率的な広告宣伝

・引き続き費用対効果の高い広告宣伝を行うことでセグメント損失幅縮小、下期収益化へ向かう

図⑦ サイトラインナップ(11月13日時点)



➡ 多言語 CRM 事業

■地方自治体、観光産業、中央省庁への営業強化

・引き続き地方自治体への営業を強化し新規案件の獲得を狙う

➡ 営業アウトソーシング事業

■収益性を見直し、事業再編後、今期中で事業撤退の計画。他の事業へリソースを再配置

※本資料に掲載しておりますスクリーンショット、画像等はすべて平成26年11月時点のものです。

※本資料に記載しております将来予想等に関する事項は現時点で入手可能な情報に基づき判断したものであり、多分に不確定な要素を含んでおります。実際の業績等は、さまざまな要因により、これらの見通しと異なる場合があります。

以上