2011年(平成23年)6月期（第15期）
決算説明資料

株式会社 ディーバ

（証券コード3836　JASDAQ）

2011年(平成23年)8月9日

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

目次

I.　2011年(平成23年)6月期　決算概要

II.　FY2012-FY2014中期経営戦略と目標

＊資料内の数値は表示単位未満を切捨てで表示し、その数値より百分率を算出しております。

当資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略などに関する情報は、当資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で行った判断に基づくものです。
しかしながら実際には、通常予測し得ないような特別事情の発生または通常予測し得ないような結果の発生などにより、
当資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。
当社は、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めてまいりますが、当資料記載の業績見通しのみに全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願いいたします。
なお、いかなる目的であれ、当資料を無断で複製または転送などを行われないようにお願いいたします。

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

I. 2011年(平成23年)6月期 決算概要

II. FY2012-FY2014中期経営戦略と目標

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

2011年6月期 決算概要

◆ 前期比、増収増益を達成

- 前期に比べ売上高は微増も、営業利益・経常利益・当期純利益とも増益
- 生産性の向上と固定費削減を徹底、収益性の改善を行い、下半期は業績が回復基調に転換、営業利益・経常利益・当期純利益は通期で期初計画を上回る

(単位:百万円)

	2010年度	2011年度	増減額	増減率
売上高	3,097	3,137	40	1.3%
営業利益	52	138	86	163.0%
経常利益	37	121	84	223.7%
当期純利益	0	25	25	―

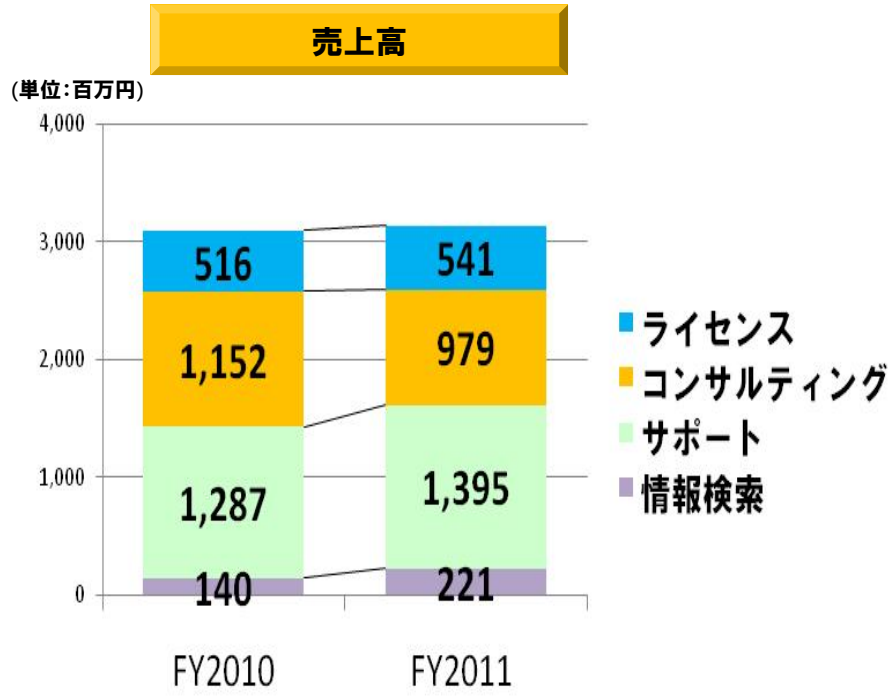
DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

事業セグメント別　売上高（前期比較）

◆ 2011年6月期売上高：3,137百万円

- ライセンス：既存製品の案件数減少するも下半期は回復、新規事業案件の獲得もあり増収
- コンサルティング：上半期の大規模プロジェクトの停滞により導入支援サービスが減少
- サポート：既存顧客維持と新規顧客開拓に努めた結果、安定的な増収続く
- 情報検索：前期第2四半期末より連結開始、今期は通期業績寄与



(単位：百万円)

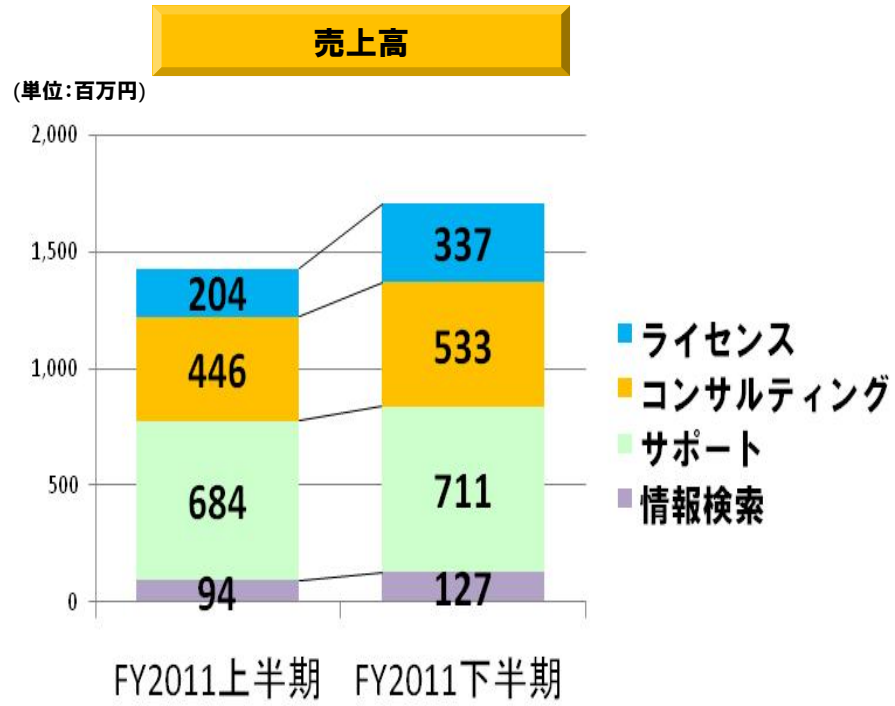
	2010年度	2011年度	増減率
ライセンス	516	541	4.8%
コンサルティング	1,152	979	△15.1%
サポート	1,287	1,395	8.4%
情報検索	140	221	57.3%
合計	3,097	3,137	1.3%

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

事業セグメント別　売上高（上半期・下半期比較）

◆ 2011年6月期下半期売上高：1,708百万円

- ライセンス：上半期と比べ案件数・案件規模共に増加、新規事業案件の獲得もあり大幅増収
- コンサルティング：ライセンス売上増加に伴う導入サービスの増加と、アドオン開発大型案件の検収完了により増収
- サポート：既存顧客維持と新規顧客開拓に努めた結果、安定的な増収続く
- 情報検索：受託開発案件の検収完了があり増収



(単位：百万円)

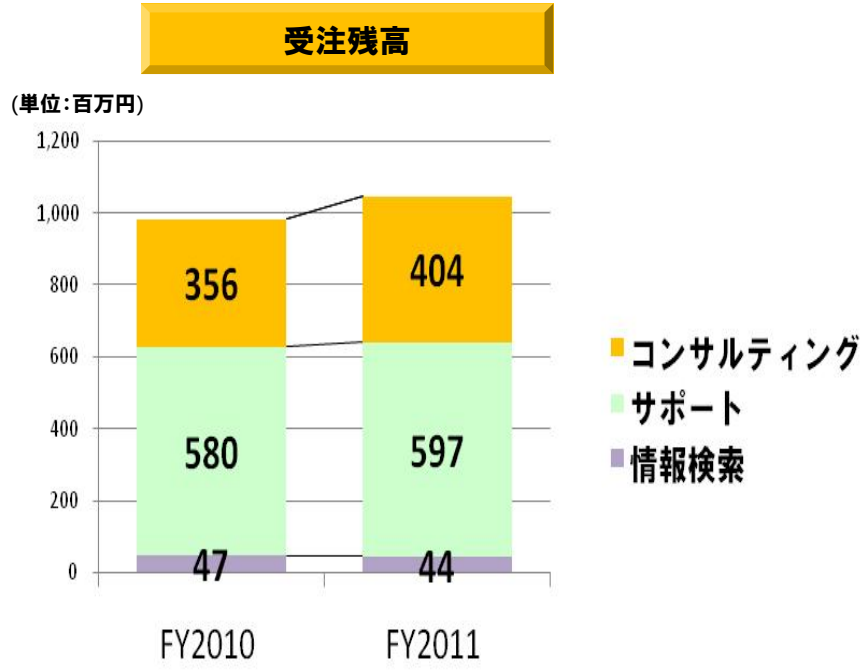
	2011年度 上半期	2011年度 下半期	増減率
ライセンス	204	337	65.2%
コンサルティング	446	533	19.5%
サポート	684	711	3.9%
情報検索	94	127	35.1%
合計	1,429	1,708	19.5%

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

事業セグメント別　受注残高

◆ 2011年6月期受注残高：1,046百万円

- コンサルティング：下半期より受注動向が好転、新規事業の大型案件獲得もあり増加
- サポート：顧客数の増加に伴い、安定的に増加推移
- 情報検索：新規顧客開拓に努めるも、大口顧客との取引解消あり前期比微減



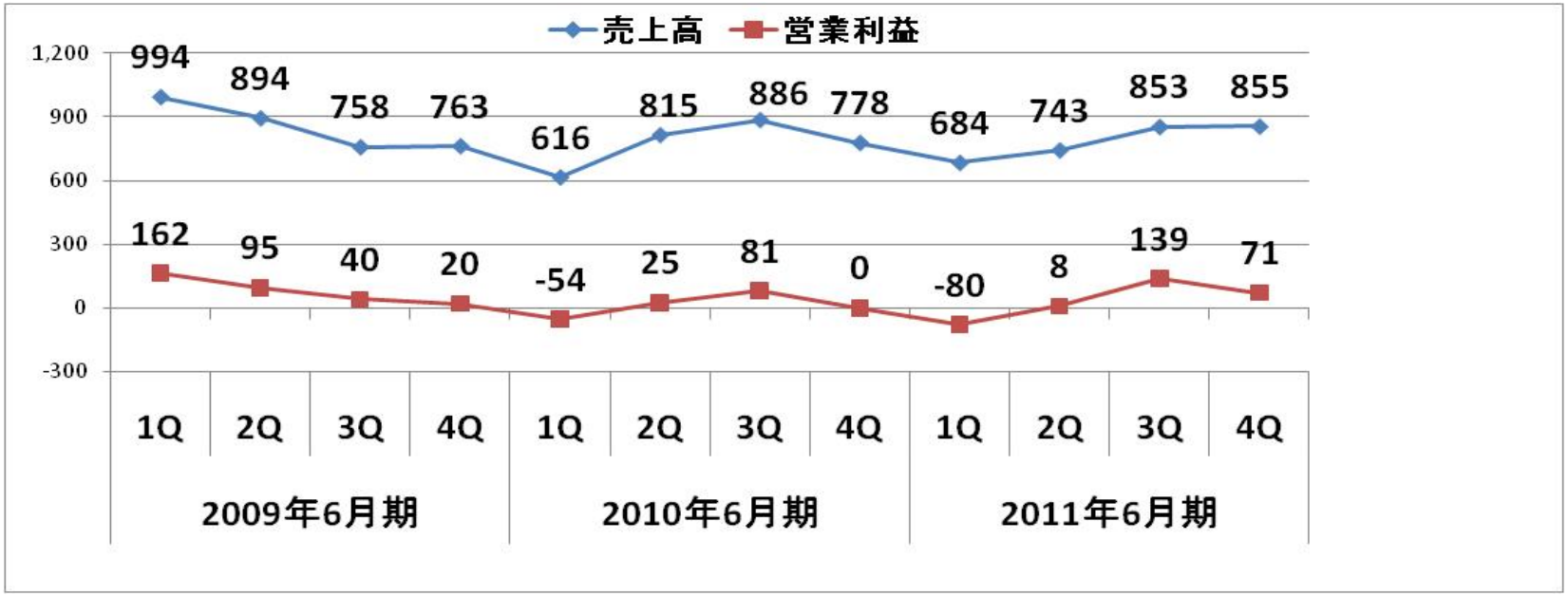
(単位：百万円)

	2010年度	2011年度	増減率
ライセンス	―	―	―
コンサルティング	356	404	13.5%
サポート	580	597	2.9%
情報検索	47	44	△6.4%
合計	983	1,046	6.4%

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

四半期推移　売上高・営業利益

(単位:百万円)



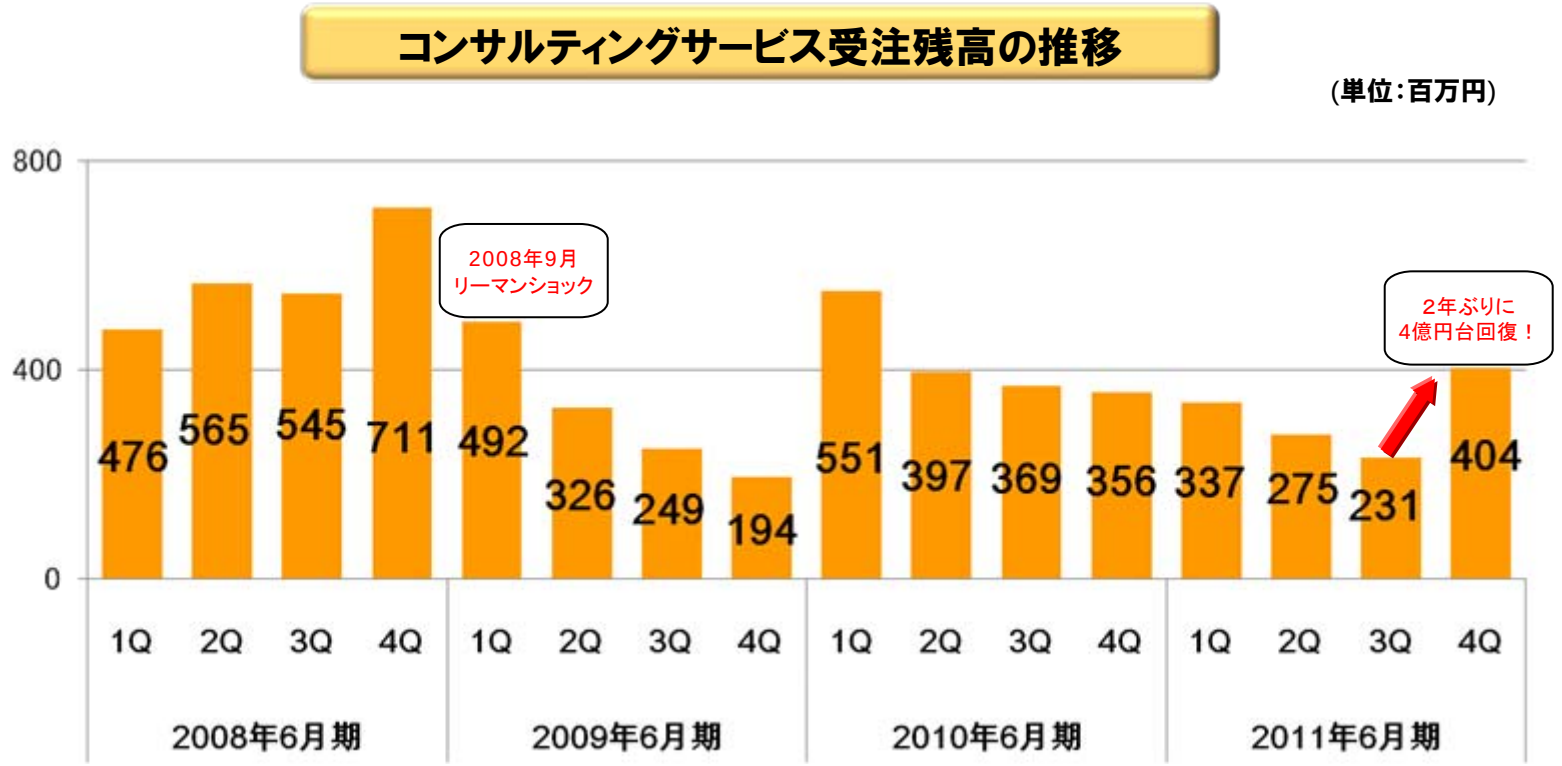
(単位:百万円)	2009年6月期 1Q	2Q	3Q	4Q	2010年6月期※ 1Q	2Q	3Q	4Q	2011年6月期 1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	994	894	758	763	616	815	886	778	684	743	853	855
売上原価	402	401	377	366	331	417	451	429	407	368	446	399
売上総利益	591	492	380	397	284	397	435	349	277	374	407	455
販管費及び一般管理費	429	397	340	377	339	372	353	349	358	366	267	384
営業利益(損失)	162	95	40	20	△54	25	81	0	△80	8	139	71
営業利益率(%)	16.3	10.7	5.4	2.7	△8.8	3.1	9.2	0.0	△11.8	1.1	16.3	8.3
経常利益(損失)	161	93	39	13	△58	22	76	△3	△84	5	133	67
四半期純利益(損失)	95	55	22	11	△31	0	68	△36	△72	△23	72	48

※ 2010年6月期第2四半期迄は個別業績です。

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

受注残高の推移

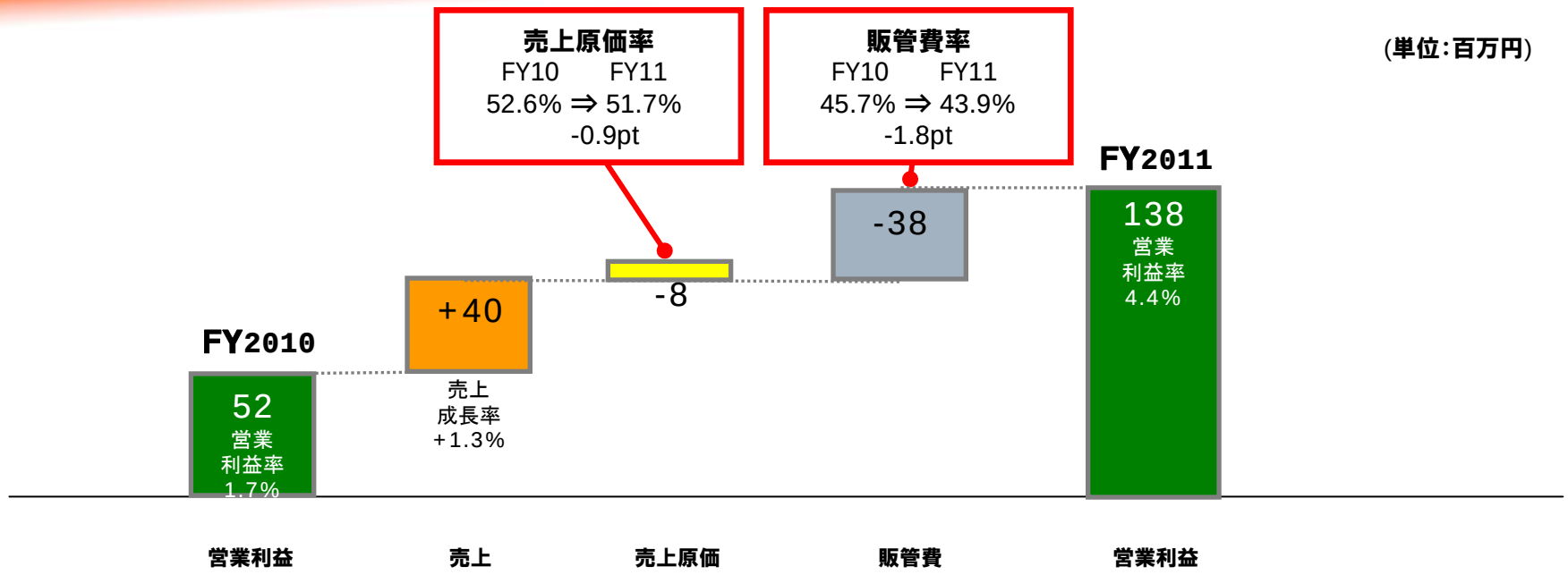
□ 第4四半期に大型案件の受注が複数あり、受注残高は大幅増加



※2010年6月期第2四半期迄は個別業績です。

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

営業利益の増減要因



2011年
6月期

●売上原価額、売上原価率ともに減少

- 売上原価額:子会社原価が通期加算も、外注費の圧縮により減少
- 売上原価率:売上高が増加した一方、売上原価が減少し、0.9pt減の51.7%

●販管費額、販管費率ともに減少

- 販管費額:非人件費経費の徹底した削減により減少
- 販管費率:売上高が増加した一方、販管費額の削減により1.8pt減の43.9%

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

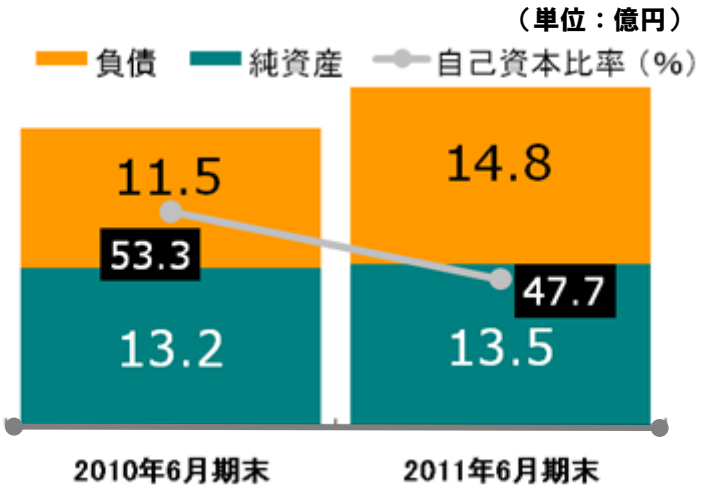
財務・キャッシュフローの状況

財務状況

2011年6月期 期末



純資産・負債・自己資本比率



キャッシュフロー

（単位：百万円）

	2010年6月期	2011年6月期
営業CF	65	307
投資CF	△ 69	△ 226
財務CF	△92	184
フリーCF	△4	81

主な増減要因

営業CF
- 減価償却費 122百万円
- 未払金及び未払費用の増加 110百万円
- 資産除去債務の影響額 44百万円
- 税金等調整前利益 28百万円
- 仕入債務の増加 25百万円
- たな卸資産の減少 20百万円
- 引当金の減少 △ 61百万円
- 法人税等の支払い △ 28百万円

投資CF
- 保険の解約による収入 48百万円
- 有形固定資産の取得 △ 94百万円
- 資産除去債務の履行 △ 76百万円
- 無形固定資産の取得 △ 78百万円

財務CF
- 社債発行による収入 293百万円
- 社債の償還による支出 △ 50百万円
- ファイナンス・リース債務の返済 △ 50百万円

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

2011年6月期総括

◆ 収益性の改善

- 非人件費経費の徹底した削減と、業績給の減額・人員配置の見直しによる外注費の圧縮を行い人件費も削減、高収益体質への転換を推進
- 下半期（1-6月）はリーマンショック以前並みの営業利益率12.3％を達成

◆ 顧客志向の徹底

- 顧客の事業規模とニーズに応じた事業戦略の立案・実行をするために、顧客セグメントの見直しと事業部の再編を行い、受注・売上の拡大に向けた提案活動を強化

◆ 新規事業の立ち上げ

- グループ経営情報統合基盤を提供するGEXSUS事業
- 業績を把握・管理する仕組みを提供する経営管理ソリューション事業
- 連結決算業務のトータルアウトソーシング事業

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

2012年6月期 通期業績予想

◆ 前期比、15％の売上高成長率を見込む

- 連結売上高のうち、15％以上を新規事業から創出する見通し
- 研究・開発費及び新規事業へ投資する費用として新たに売上高の5％を見込むため、営業利益率は5％の予想

(単位:百万円)

	2011年度（実績）	2012年度（予想）	増減額	増減率
売上高	3,137	3,610	473	15.1%
営業利益	138	200	62	44.7%
経常利益	121	180	59	48.4%
当期純利益	25	108	142	324.4%

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

I.　2011年(平成23年)6月期　決算概要

II.　FY2012-FY2014中期経営戦略と目標

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

中期経営戦略と目標

◆経営戦略

- CPM事業の本格的展開と競争優位の確立
- プロフェッショナル集団の増強による高付加価値サービスの提供
- 事業領域と商材ポートフォリオの拡充
- 戦略的協業体制の構築と強化

◆経営目標

- CPM企業として国内No1の地位確保
- グローバルCPM企業としての認知
- 連結売上高50億円以上を達成
- 営業利益率(投資予算後)10%以上を達成

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

中期経営戦略の主軸となるCPM事業の概要

- CPM（Corporate Performance Management）とは、「ITを活用して経営管理の効率化に寄与するビジネス」を総称して、世界的に著名なIT調査機関Gartner社が定義
- 欧米では財務連結会計ソリューション・ビジネスのみに特化している企業は消滅
- 日本でも制度対応を目的とする財務連結会計ソリューション・ビジネスは成熟化
- 財務連結会計＋①～④も支援する総合的な経営管理ソリューション事業への転換が不可欠
  - ① 財務管理・開示（Financial Management and Disclosure）
  - ② 収益管理と最適化（Profit Management and Optimization）
  - ③ 予算・計画・予測（Budget, Planning and Forecasting）
  - ④ 戦略管理（Strategy Management）
- 日本のIT市場の規模はグローバル市場の1割強

  → 日本のCPMの推定市場規模は20億円程度でグローバル市場の未だ1％
- 日本の経営者は経営情報の把握や経営管理を目的とするIT投資への関心が非常に高い

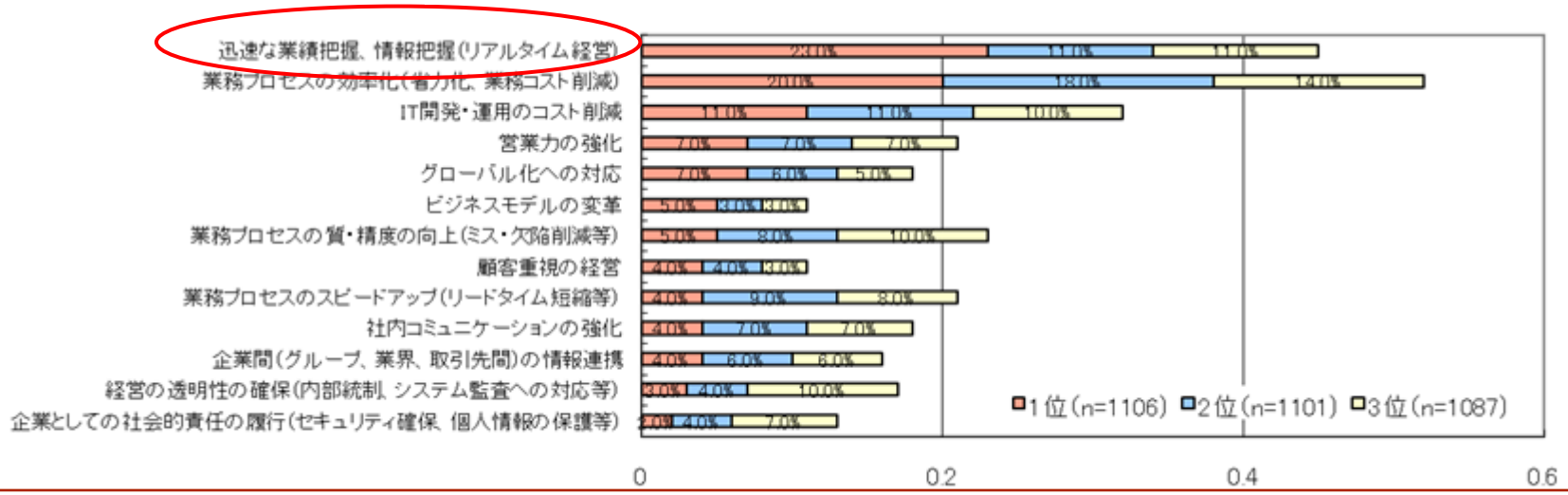
日本のCPM市場は未だ黎明期
新たな成長の牽引力とすべくCPM事業を早急に立ち上げ、国内No1を目指す

DIVA®

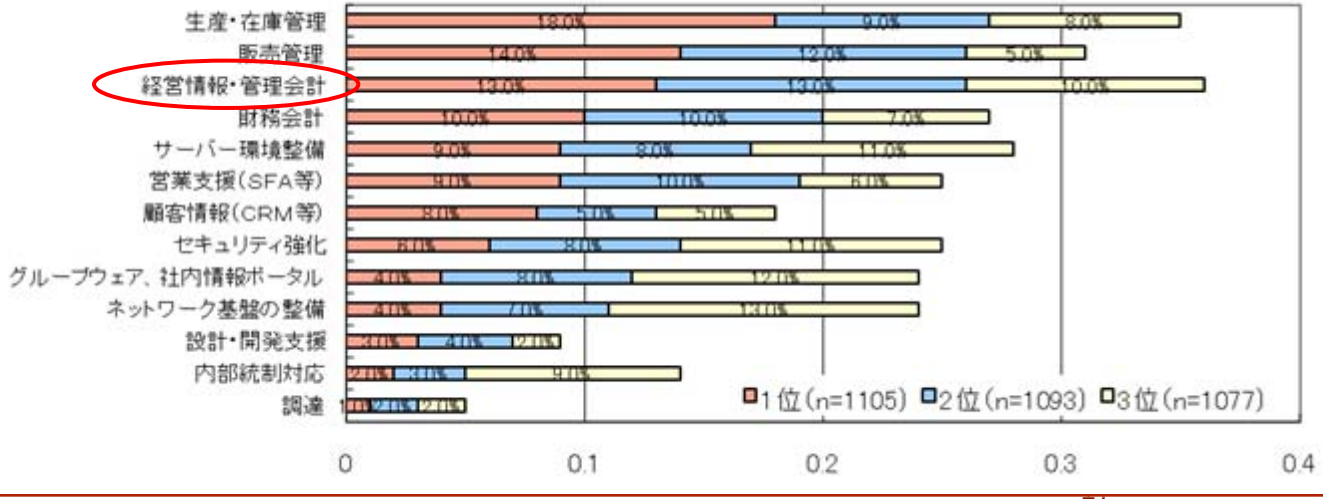
Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

経営管理は日本企業のIT投資を促す主たる要因

IT投資で解決したい中期的な経営課題（１－3位/IT部門）



IT投資における中期的な重点投資分野（１－3位/IT部門）



出典：社団法人日本情報システム・ユーザー協会（JUAS） 2011年3月24日「企業IT動向調査2011」　尚、本調査は東日本大震災前に行われたことに注意。2011年6月13日に同協会が行ったプレスリリースによれば、震災後も調査対象となった企業の内85％がIT予算について「不変」との回答をしているとのことである。

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

CPM事業で競争優位を確立するための具体的施策

事業領域

連結会計と決算、財務・経営報告と開示	→	自社でソリューションを開発・保有
予算・計画および予測や戦略管理収益管理と最適化	→	他社のグローバルな商材の取り込みにより補完

マーケティング・販売

販売チャンネルの多様化および拡大	→	協業パートナーとの関係構築と強化
エンドユーザー層の拡大	→	企画部門ルートの開拓

経営資源

高度なコンサルティング能力と提案力	→	外部人財の採用と社内育成
新商材の開発	→	予想事業利益の1/2を新規に投資

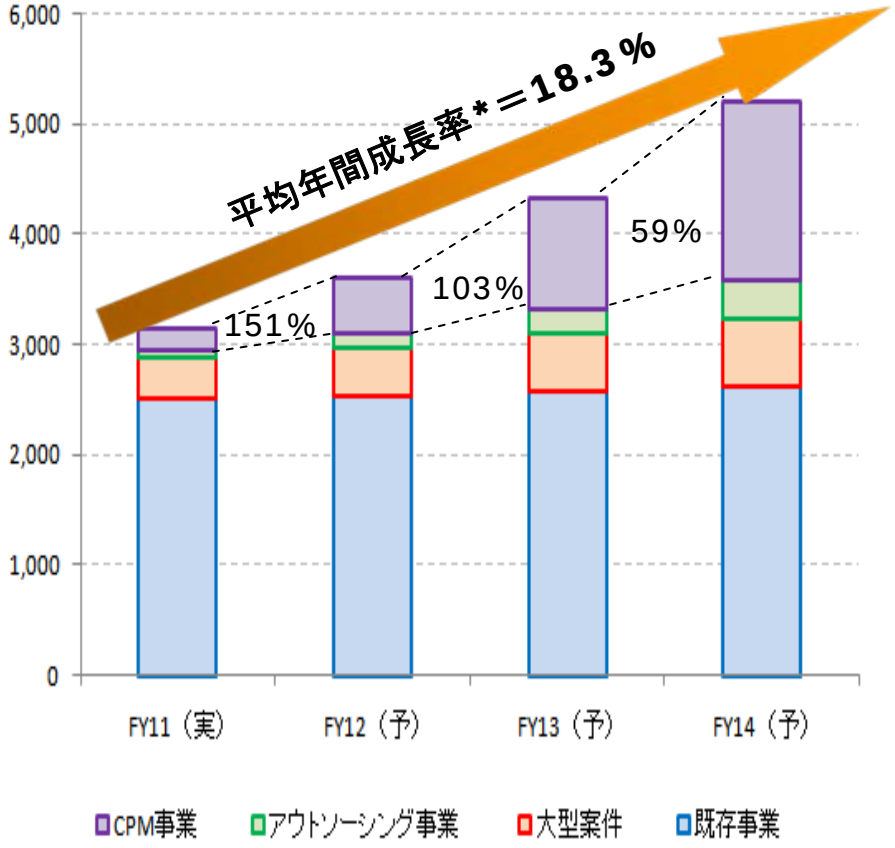
DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

経営戦略の実行による中期(3ヵ年)業績目標

**CPM事業を今後の成長の最大の牽引力として
連結売上高50億円超を目指す**

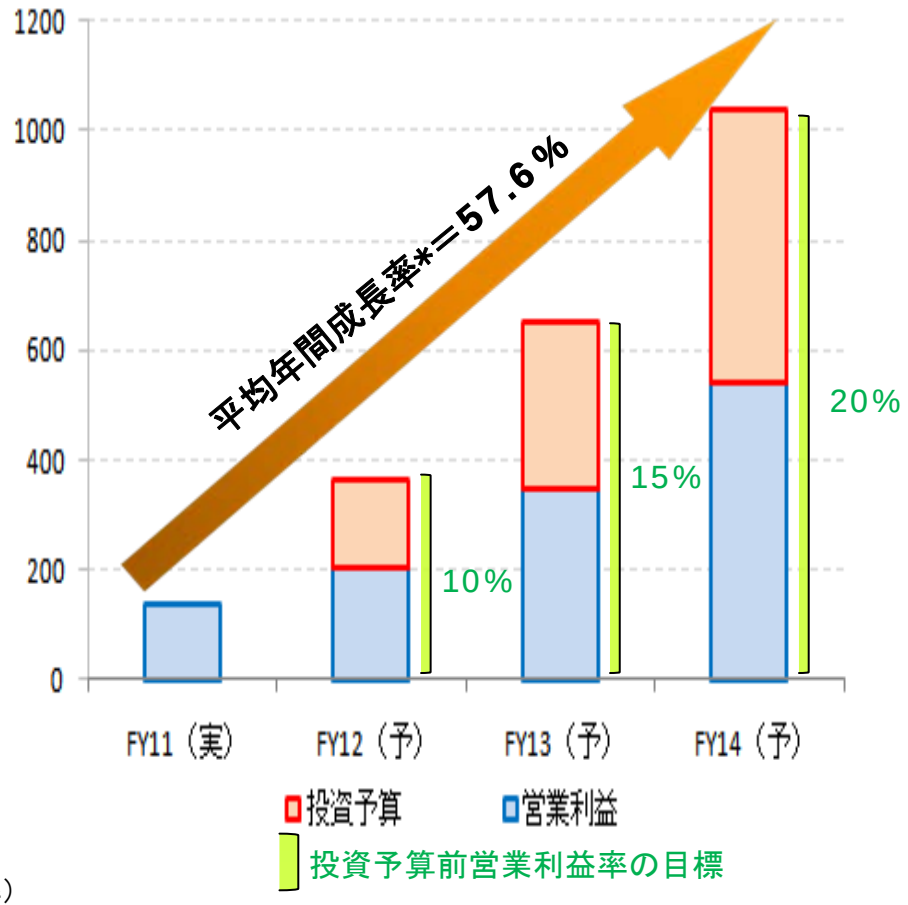
単位:百万円



*Compounded Annual Growth Rate (複利計算による成長率)

**高収益力を維持し営業利益と
ほぼ同水準の投資予算を確保**

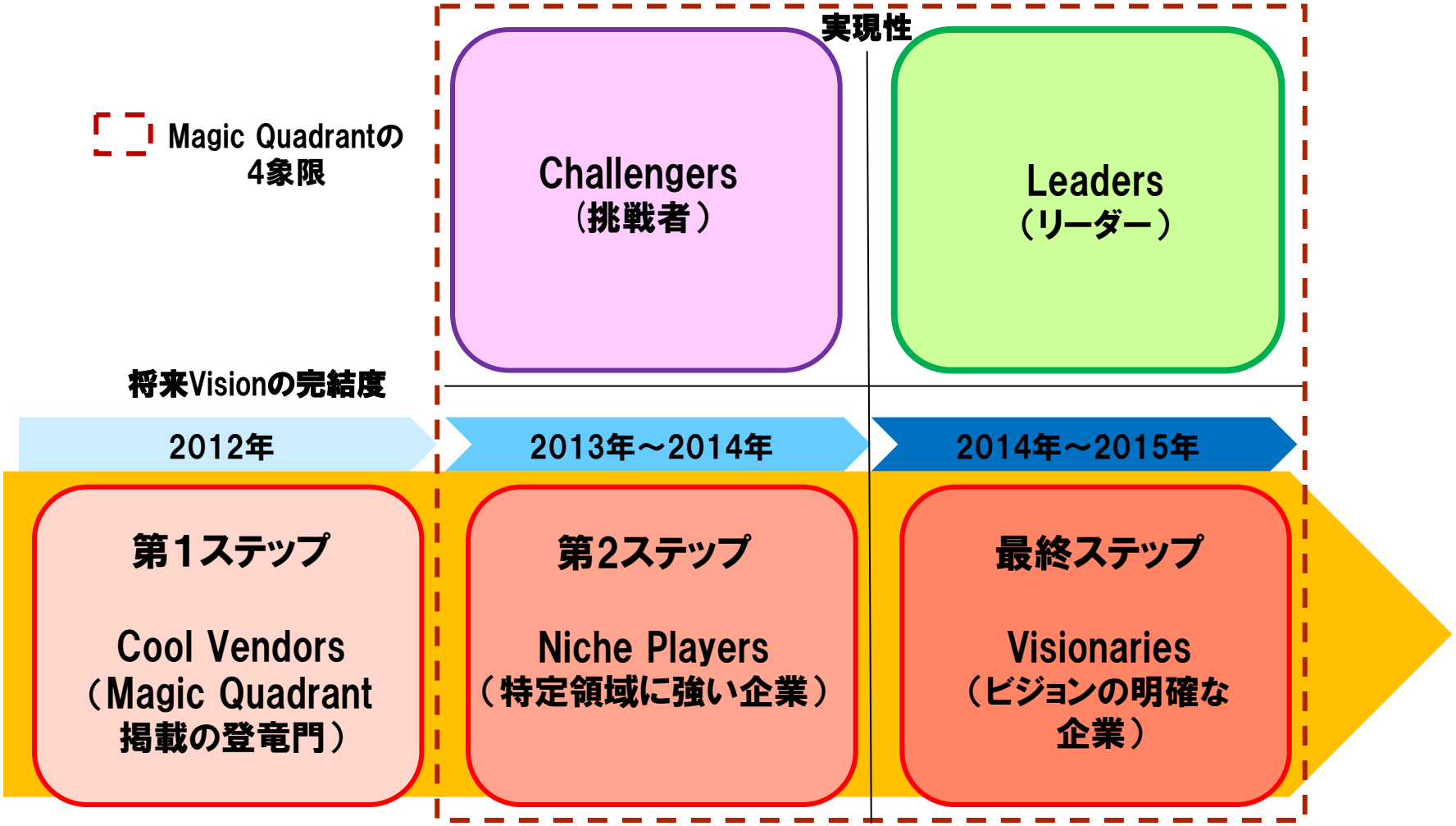
単位:百万円



Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

グローバルCPM企業としての認知

グローバルCPM市場参入を果たすためのマイルストーン
Gartner社のMagic Quadrant*に掲載される企業となることを目指す



Magic Quadrant*：IT業界の各事業セグメントにおいて、そのセグメントに属する各企業の相対的な地位を将来 ビジョンとその実現性を尺度して四象限内で示したもの。掲載のための具体的な選考基準は補足資料2参照

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.



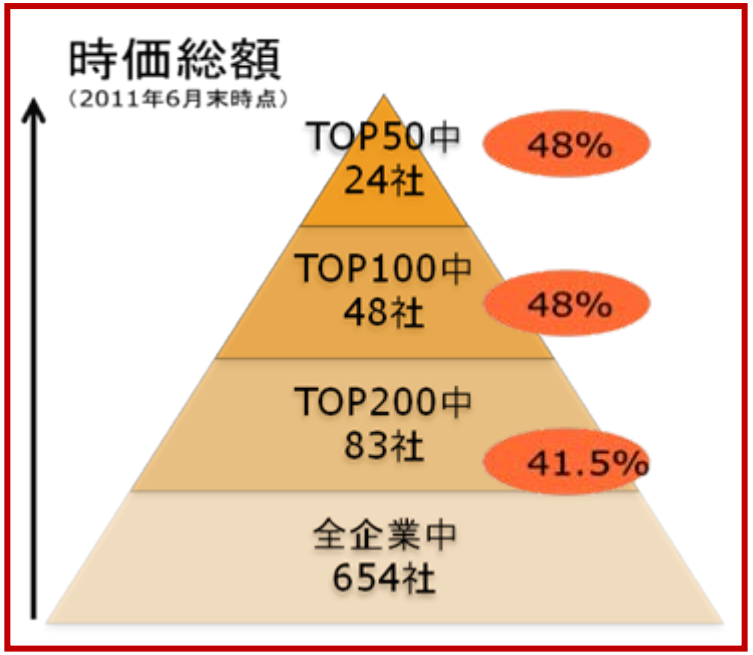
Consolidate Our Confidence

Internal 2011© DIVA CORPORATION All rights reserved.

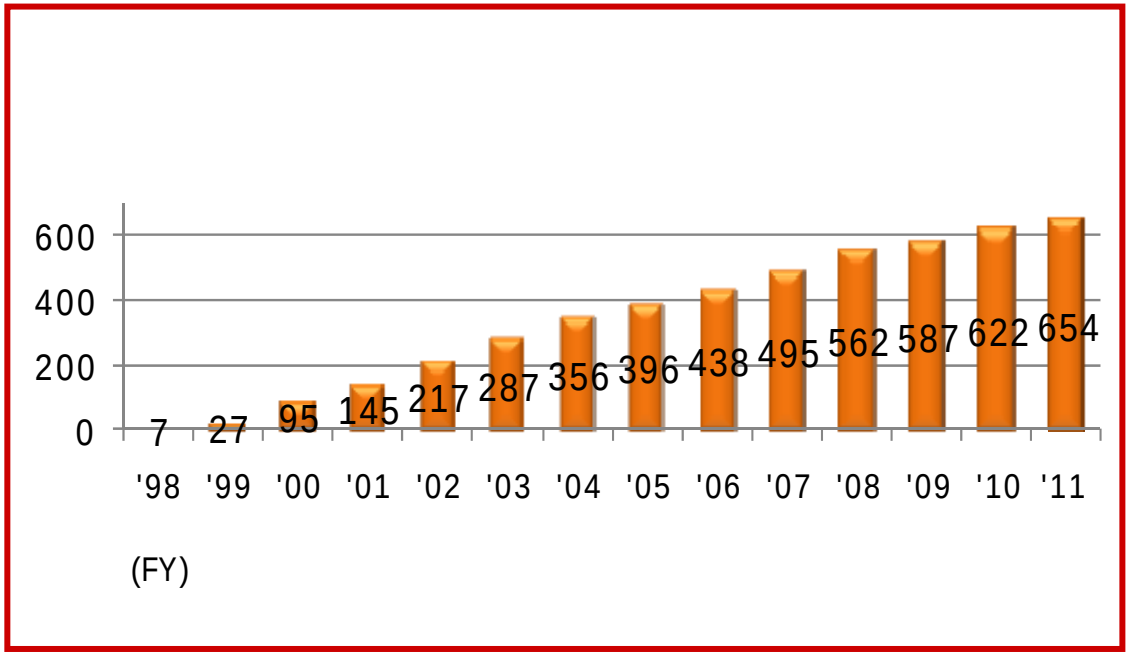
補足資料1:ディーバのお客様

654社の日本を代表する企業グループがお客様
（連結子会社数:約25,000社）

- DivaSystem利用継続率・・・88.4%
- DivaSystemのお客様上場企業比率・・・72.0%



お客様の構成



ご利用中のお客様数

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.

補足資料2: Magic Quadrantの選定基準

◆ 市場におけるプレゼンス

- 少なくともそのベンダーからCPMスイートアプリケーションの2つ以上の機能を使っている現在の顧客が20社以上いること。
- 直近の会計年度でCPMアプリケーションからの売上と保守が$5M以上あること。
- 北米、南米、欧州アフリカ中近東、アジアパシフィック、日本の5市場のうち、少なくとも2市場に現在使用している顧客がいること。
  - 北米・欧州が必須市場、それ以外は任意である。日本は任意であることに注意。
  - 日本企業の海外現法はあくまで日本市場、本籍を欧米に置く企業の実績必須。
- 対象顧客が中規模、大規模企業、複数の部署を持つ大規模な公共機関またはNGOであること。

◆ 製品能力

- BP&F、PM&O、ストラテジーマネジメント、連結会計、財務管理開示の内3機能以上を有すること。
  - CPMはPerformance Driven Cultureという先行指標に重きを置くソリューションであることが重要。
  - 一番の注目機能はBP&Fであるが、ほとんどの場合戦略の落とし込みとしてではなく、単なる計画策定プロセスのシステム化にとどまっているのでブレークしていない。
  - カギはStrategy Managementの大衆化にある。

◆ ベンダーの活力

- 破産手続きに入っておらず、活発に活動していなければならない。

DIVA®

Copyright © 2011 DIVA CORPORATION All Rights Reserved.