平成 26 年8月 12 日

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）
問い合わせ先 取締役経営管理本部長　野　崎　正　徳
電　話　番　号　　０３－５７９３－１１９５

# 平成 26 年6月期（第 15 期） 連結業績ハイライト
## ～ 過去最高の売上高も投資費用を吸収しきれず損失計上 ～

## 平成 26 年6月期　振り返り

### ■連結損益計算書

| 連結<br>（単位:百万円） | 平成 26 年６月期 | | 平成 25 年６月期 | | 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** | **3,241** | **100.0%** | **2,698** | **100.0%** | **542** | **+20.1%** |
| 売上原価 | 2,272 | 70.1% | 1,826 | 67.7% | 446 | +24.4% |
| **売上総利益** | **968** | **29.9%** | **872** | **32.3%** | **96** | **+11.0%** |
| 販売費及び一般管理費 | 1,317 | 40.7% | 966 | 35.8% | 351 | +36.4% |
| **営業損失(△)** | **△349** | **―** | **△94** | **―** | **△255** | **―** |
| **経常損失(△)** | **△344** | **―** | **△97** | **―** | **△246** | **―** |
| **当期純損失(△)** | **△410** | **―** | **△361** | **―** | **△48** | **―** |

### 売上高

**・平成 26 年6月期の売上高は過去最高**

・エンタープライズソリューション事業で新規導入が進み売上増加

・課金制モバイルサイトのスマートフォン経由の会員獲得が順調に推移し、ナレッジマーケット事業の売上高が前期比 254.9%増

・株式会社ブリックスの 2 事業が通年で連結対象となり売上増

・連結売上高で前期比約 20%増の高成長を実現

### 営業損失、経常損失、当期純損失

**・費用増を売上増で吸収しきれず損失計上**

・体制強化による固定費増加や広告宣伝費積極投下による費用増の影響を売上増加幅で補えず営業損失計上

・不採算サービスからの撤退、リソース再配置等費用削減の施策の効果は大部分が来期から顕在化

・のれん、ソフトウエア等減損の特別損失計上と、繰延税金資産取崩しにより当期純損失

### 業績予想の下方修正並びに役員報酬の減額について

・当社は平成 26 年 1 月 28 日に当期業績予想の下方修正を行っておりますが、7 月 25 日に再度業績予想の下方修正を行いました。今回の二度にわたる業績予想の下方修正と赤字決算の結果を受け、経営責任明確化のため役員報酬の減額を決定しております。業績回復に向け一丸となって取り組んでまいりますので、ご理解、ご支援のほどよろしくお願いいたします。

## ■連結貸借対照表

| 連結<br>(単位:百万円) | 当連結<br>会計年度 | 前連結<br>会計年度 | 増減額 | 連結<br>(単位:百万円) | 当連結<br>会計年度 | 前連結<br>会計年度 | 増減額 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 現預金等 | 656 | 1,119 | △462 | 仕入債務 | 71 | 205 | △133 |
| 売上債権 | 425 | 516 | △90 | その他流動負債 | 346 | 481 | △135 |
| その他流動資産 | 45 | 88 | △43 | **流動負債　計** | **418** | **687** | **△269** |
| **流動資産　計** | **1,127** | **1,724** | **△596** | **固定負債　計** | **80** | **61** | **18** |
| | | | | **負債合計** | **498** | **749** | **△250** |
| 有形固定資産 | 88 | 114 | △26 | 資本金 | 979 | 969 | 9 |
| 無形固定資産 | 87 | 270 | △182 | 資本剰余金 | 949 | 939 | 9 |
| 投資その他の資産 | 470 | 289 | 180 | 利益剰余金 | △657 | △261 | △395 |
| **固定資産　計** | **646** | **674** | **△27** | **株主資本　計** | **1,271** | **1,647** | **△376** |
| | | | | その他純資産 | 4 | 1 | 2 |
| **資産合計** | **1,774** | **2,398** | **△624** | **純資産合計** | **1,275** | **1,649** | **△373** |
| | | | | **負債純資産合計** | **1,774** | **2,398** | **△624** |

### 資産

・出資と損失計上、仕入債務の支払いにより現預金等が減少

・ソフトウエア、のれんの減損損失の計上により無形固定資産が減少

・出資により投資その他の資産が増加

### 負債・純資産

・仕入債務は支払が進み、減少

・子会社の短期借入金減少により流動負債減少

・預り金、前受金減少により流動負債減少

・当期純損失の計上により利益剰余金が減少

## 全社　平成 26 年6月期　トピック

株式会社朝日新聞社と共同で合弁会社　株式会社アピタル朝日新聞 OKWave を6月 30 日に設立しました。
医療分野での朝日新聞社の知見と、当社の Q&A コミュニティのノウハウを組み合わせ、
拡大する市場におけるビジネスチャンスをとらえます。
なお、株式会社アピタル朝日新聞 OKWave の新サービスは年内に開始予定です。
※「アピタル」は朝日新聞社が提供している健康・医療・介護情報を核とするサイトです。

合弁会社設立の狙い

① 市場規模拡大が見込まれる医療業界への参入
② メディカル・健康領域での医療情報サイトアピタルでの利用者獲得による「OKWave」とのシナジー効果、Q&A 増
③ 医療従事者同士の Q&A サービスを開始

## ソーシャルメディア事業

OKWave　OKGuide　OKWave ありがとう　OKDreams　Piñatas　Davia

**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 から派生した様々なサービスを運営しています。スマートフォン対応の強化や新広告商品の導入を行ないましたが、市場全体での PC 経由の PV 減少の影響を補えず、売上高は前年同期比で減少となりました。利益面では体制強化にかかる費用を吸収しきれず前期比割れとなりました。**

- **売上高　577 百万円（前年同期比　△2.4%）**

⇒　市場全体での PC 経由の PV 減少が引き続き影響

⇒　スマートフォンの対応強化の結果が徐々に顕在化したが、PC の減少を補うに至らず前期比減小

- **セグメント損失　△102 百万円（前年同期　17 百万円）**

⇒　体制強化による固定費増加、スマートフォンへの対応にかかる開発費の発生で減益

| ソーシャルメディア（単位:百万円） | 当連結会計年度 | 前年同期比 | |
|---|---|---|---|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 577 | △14 | △2.4% |
| セグメント損失(△) | △102 | △119 | — |

**■「OKWave」スマートフォン版のリニューアルを実施■**

（1）「OKWave」のスマートフォン版リニューアル⇒グラフ①、図①

・【Q&A を探したい方】【Q&A を閲覧したい方】【回答したい方】それぞれの利用用途に基づいて最適なコンテンツを配置しスマートフォン経由の PV 増加。 例えば【探したい方】向けには、サイト内検索と人気の Q&A が最初に見られる配置に変更

（2）新たな広告商品の提供を開始

・「OKWave」に蓄積した Q＆A データの分析をもとにした当社ならではのターゲティング広告の営業推進

・ジャック広告（図②）を提供開始。高い広告効果による単価上昇

・スマートフォン向けの広告単価上昇を狙い新商品の提供を開始

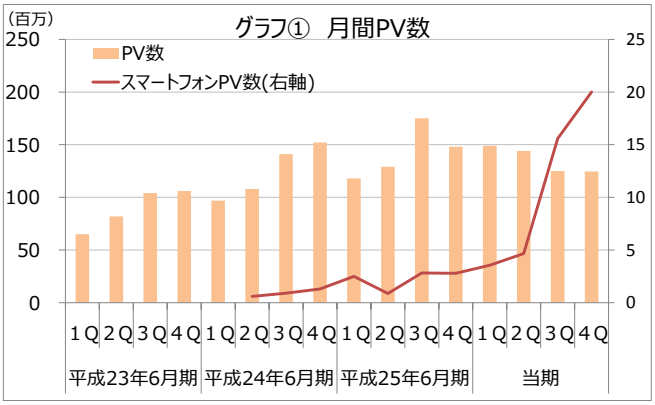
（3）特別企画『Airbnb　×　OKWave』

・Airbnb は世界中から部屋を貸したい人と宿泊したい人が集まる、信信頼性の高いコミュニティ

・「Airbnb」を利用したい人の疑問に経験者が回答する特別企画『Airbnb　×　OKWave』を提供

（4）OKWave Inc.では「Davia」（カレンダーアプリ）に注力

・1,000 万人のユーザーに向けたプロモーションで確実な収益獲得へ




図①「OKWave」スマートフォン版リニューアル




図②「ジャック広告」のイメージ（　）



## エンタープライズソリューション事業

OKWave OKBiz / OKBiz for Support Enterprise Suite / OKBiz for FAQ / OKBiz for Helpdesk Support / OKBiz for Community Support / QA Partner

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。

「OKBiz」の機能強化によるコールセンターにおける問い合わせ管理、大型案件獲得に向けた営業体制の強化により新規導入企業が増加しました。加えて、「OKBiz」と「OKBiz for Community Support」を組み合わせることで、FAQ サイトを訪問したお客様の自己解決を支援する仕組み『OKBiz for Support Enterprise Suite』の提案が進みました。

- **売上高　1,190 百万円（前年同期比　+15.7%）**

⇒　主力製品「OKBiz」の導入が堅調に推移⇒グラフ②

⇒　Q&A サイト「OKWave」の回答力を有効活用することで、導入企業のお客様同士の助け合いによる問題解決を促進する「OKBiz for Community Support」の導入が進み、売上成長に貢献

- **セグメント利益　512 百万円（前年同期比　+20.0%）**

⇒　体制強化、広告宣伝費の積極投下等による費用増加を売上増加で吸収し、高成長維持

| エンタープライズソリューション（単位:百万円） | 当連結会計年度 | 前年同期比 | |
|---|---|---|---|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 1,190 | +161 | +15.7% |
| セグメント利益 | 512 | +85 | +20.0% |

### ■「OKBiz for Community Support」導入企業増加■

(1)統合版 OKBiz『OKBiz for Support Enterprise Suite』の導入実績

・株式会社 NTT ぷらら様への提供開始⇒図③

(2)「OKBiz for Community Support」の導入実績

・キヤノンマーケティングジャパン株式会社様への導入。プリンター業界では国内大手企業の導入 3 事例目⇒図④

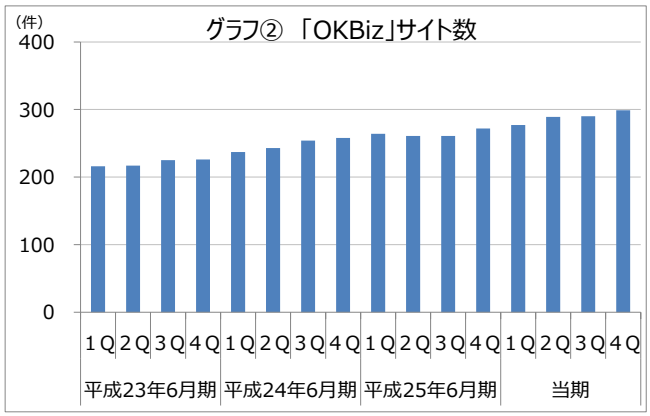
(3)イベント・セミナーによるニーズ開拓

・コールセンター業界において強い影響力を持つリックテレコム社の主催イベントにおいて、OKBiz シリーズを訴求。来場者から高い評価を獲得

(4)「OKBiz for FAQ / for Helpdesk Support Ver.7.8」発売開始

・従来からある FAQ 作成管理、E メール/Web フォームからのお問い合わせ管理に加え、コールセンターにおける電話応対対応機能を搭載

・様々なデバイスで使用可能となるよう対応加速




図③　株式会社 NTT ぷらら様の FAQ サイト「OKBiz for FAQ」




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




図④　キヤノンマーケティングジャパン株式会社様のコミュニティサイト「OKBiz for Community Support」



## ナレッジマーケット事業




課金制モバイルサイト

**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(※)、モノのまとめサイト「myFave」を運営しています。課金制モバイルサイト「こんまり♪片づけレッスン」が docomo のスマートフォン向けサービス『スゴ得コンテンツ』に続き au のスマートフォン向けサービス『au スマートパス』にも採用され、会員数が増加しました。**

**(※) 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　170 百万円(前年同期比　+254.9%)**

⇒　課金制モバイルサイトのサイトラインナップ増加に伴い会員数が順調に増加し、売上成長

⇒　当社の人気サイト「こんまり♪片づけレッスン」が集客力の高い『au スマートパス』に採用され会員数が増加

- **セグメント損失　△168 百万円(前年同期　△142 百万円)**

⇒　新サイト「らくらく育児モバイル」のリリースにかかる開発費発生

⇒　費用の構成としては myFave にかかる減価償却の割合が大きいが、当期で償却完了、来期以降は費用が減少

| ナレッジマーケット (単位:百万円) | 当連結会計年度 | 前年同期比 | |
|---|---|---|---|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 170 | +122 | +254.9% |
| セグメント損失(△) | △168 | △26 | — |

**■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」の会員数増加

・au がスマートフォン利用者向けに提供している『au スマートパス』に「こんまり♪片づけレッスン」が採用され会員数増加

・docomo と共同でより使いやすいようリニューアルを実施⇒図⑤

(2)4 月 15 日より法研との共同サイト「らくらく育児モバイル」オープン

・聖路加国際病院小児科総合医療センター長である細谷亮太氏監修のコンテンツを提供

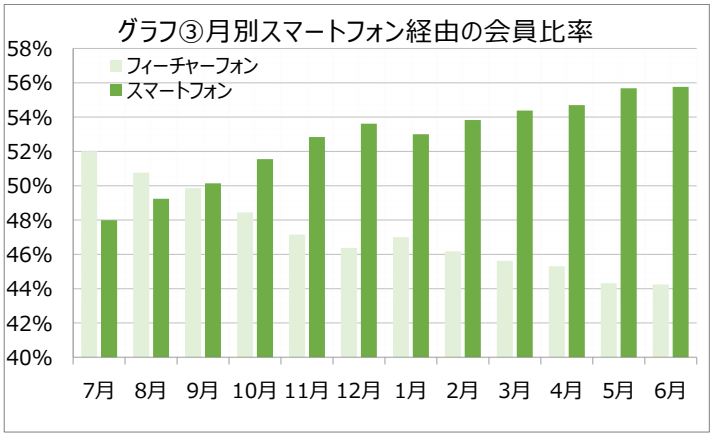
(3)「myFave」は計画通りの順調な推移

・「モノの Q&A サービス」といったコンセプトで当社の主力 Q&A サイト「OKWave」との連携によるシナジーの創出⇒図⑥

・商品数の増加による効果で順調に推移。商品数は第4四半期中に約 2 倍の 2,000 万点に増加

図⑤『au スマートパス』に採用された「こんまり♪片づけレッスン」(リニューアル後)




図⑥「myFave」のモノの Q&A 機能



## 多言語 CRM 事業




**当事業では、24 時間 365 日体制で運営する多言語の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。**
**既存案件の継続受注が順調な推移となりました。**

**・ 売上高 870 百万円（前年同期比 +66.6%）**

⇒ 多言語コンタクトセンターの継続受注に加え、技術者派遣の新たな受注も獲得

**・ セグメント利益 61 百万円（前年同期比 △61.5%）**

⇒ 売上は想定通り推移したものの、体制の整理や組織変更に伴う費用が発生、収益性に関しては想定を下回り減益

| 多言語 CRM（単位:百万円） | 当連結会計年度 | 前年同期比 | |
|---|---|---|---|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 870 | +347 | +66.6% |
| セグメント利益 | 61 | △97 | △61.5% |

※多言語 CRM 事業は連結子会社(株)ブリックスの事業です。
前期第３四半期から連結対象となったため、前期の数値は６ヵ月分です。

**■オリンピックに向けた需要増、様々な通訳・翻訳への要望に対応■**

(1)既存案件の継続が順調に推移
・地方自治体を中心に、大部分の既存案件が継続となった
(2)オリンピック招致に向け国際化の機運が高まる中、公共事業においての初受注
・東京入国管理局の窓口対応業務と羽田空港内の通訳業務を受託し初の公共事業での案件受注

## 営業アウトソーシング事業




**当事業では短期・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います。**
**多言語 CRM 事業に注力するため、不採算拠点の撤退を行い収益性の確保に努めました。**

**・ 売上高 431 百万円（前年同期比 △14.8%）**

⇒ 東京周辺や福島、栃木の回線販売が比較的堅調な推移で、売上に寄与

**・ セグメント損失 △33 百万円（前年同期 87 百万円）**

⇒ 採算拠点にリソースを集中させ、収益を改善させる過程であり、損失が拡大。今後は費用削減効果が顕在化する見込

| 営業アウトソーシング（単位:百万円） | 当連結会計年度 | 前年同期比 | |
|---|---|---|---|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 431 | △74 | △14.8% |
| セグメント損失(△) | △33 | △121 | ― |

※営業アウトソーシング事業は連結子会社(株)ブリックスの事業です。
前期第３四半期から連結対象となったため、前期の数値は６ヵ月分です。

## ■業績予想

| 連結<br>(単位:百万円) | 平成 27 年６月期<br>通期　予想 | | 平成 26 年６月期<br>通期　実績 | | 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** | **3,100** | **100.0%** | **3,241** | **100.0%** | **△141** | **△4.4%** |
| ソーシャルメディア事業 | 530 | 17.1% | 577 | 17.8% | △47 | △8.3% |
| エンタープライズソリューション事業 | 1,350 | 43.6% | 1,190 | 36.7% | +159 | +13.4% |
| ナレッジマーケット事業 | 280 | 9.0% | 170 | 5.3% | +109 | +64.1% |
| 多言語 CRM 事業 | 890 | 28.7% | 870 | 26.9% | +19 | +2.3% |
| 営業アウトソーシング事業 | 50 | 1.6% | 431 | 13.3% | △381 | △88.4% |
| 売上原価 | 1,950 | 62.9% | 2,272 | 70.1% | △322 | △14.2% |
| **売上総利益** | **1,150** | **37.1%** | **968** | **29.9%** | **+181** | **+18.8%** |
| 販売費及び一般管理費 | 1,010 | 32.6% | 1,317 | 40.7% | △307 | △23.3% |
| **営業利益または損失(△)** | **140** | **4.5%** | **△349** | **—** | **+489** | **—** |
| **経常利益または損失(△)** | **100** | **3.2%** | **△344** | **—** | **+444** | **—** |
| **当期純利益または損失(△)** | **100** | **3.2%** | **△410** | **—** | **+510** | **—** |

### 売上高

**・子会社ブリックスの売上高減少の影響で連結は前期並み**

・ソーシャルメディア事業は広告単価の低いスマートフォンへの移行強化期間と位置づける第 16 期は前期比減

・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は続伸で高成長継続の見込

・営業アウトソーシング事業は縮小。株式会社ブリックスは成長している多言語 CRM 事業にリソースを集中し、黒字化

### 営業利益、経常利益、当期純利益

**・不採算サービスからの撤退、リソース配分最適化**

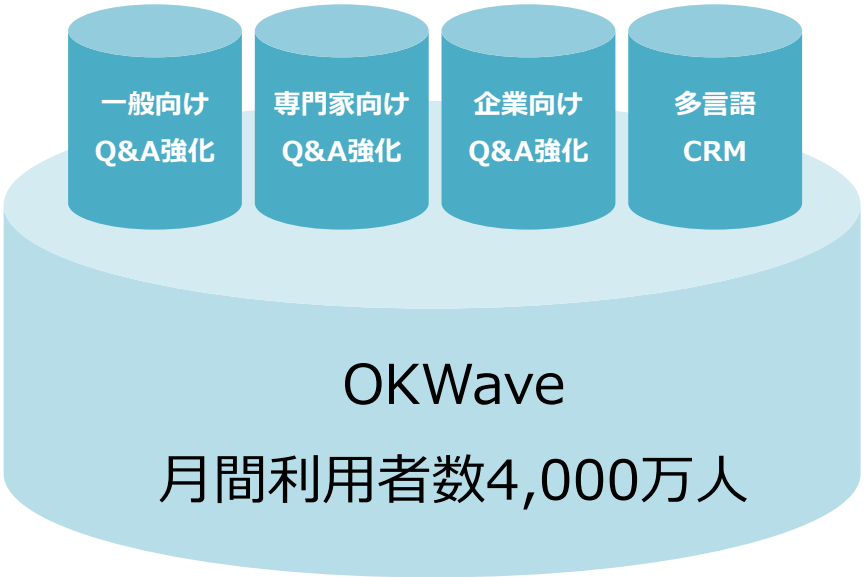
・不採算サービスからの撤退により収益を生みやすい費用構造に

・体制強化のための人件費、新規サービス構築にかかる開発費の増加は上昇基調一服

・当期純利益の計上を加味しても最終の利益剰余金がマイナスと見込まれるため、配当予想は無配とする

### 全社戦略

**・互い助け合いの場である Q&A サービスの展開を更なる飛躍につなげるための、体制強化年度の位置づけ**




(1)不採算サービスからの撤退

(2)収益基盤のサービスにリソースを優先投下

(3)費用管理を徹底し、売上増以上の費用増を防止

全社では上記 3 点を徹底することで、事業体質及び収益構造の改善を実施し、業績予想を達成し早期の復配に努めます。

## ソーシャルメディア事業

**■成長戦略にもとづいた新たな収益モデルの構築、並びに各サービスの連携によるプラットフォーム展開を目指す**

(1)ソーシャルメディア事業の複数サービスの連携強化、Q&A データベースの活用

・複数あるソーシャルメディア事業のサービスを、主力サイト「OKWave」を中心に相互連携

・毎月約 4,000 万人が利用する「OKWave」ならではの集客力を活かし、他サービスの機能とのシナジーを狙う

(2)スマートフォン対応のさらなる強化

・さらにスマートフォン利用者数が拡大すると見込まれる市場環境のなか、平成 26 年6月期に引き続きスマートフォン対応を進める

・PC に比べスマートフォンは広告単価が低くなるため、PC からスマートフォンへの移行強化期間と位置づける平成 27 年6月期では売上高は前期比割れと見込む

(3)パートナーシップ強化による単価向上

・利用者のニーズに合致したカテゴリ特化サービスの展開

(4)新たなマネタイズエンジンの構築

・Q&A ビッグデータを分析し、レポート配信や Q&A 投稿にマッチした広告配信の加速を狙う

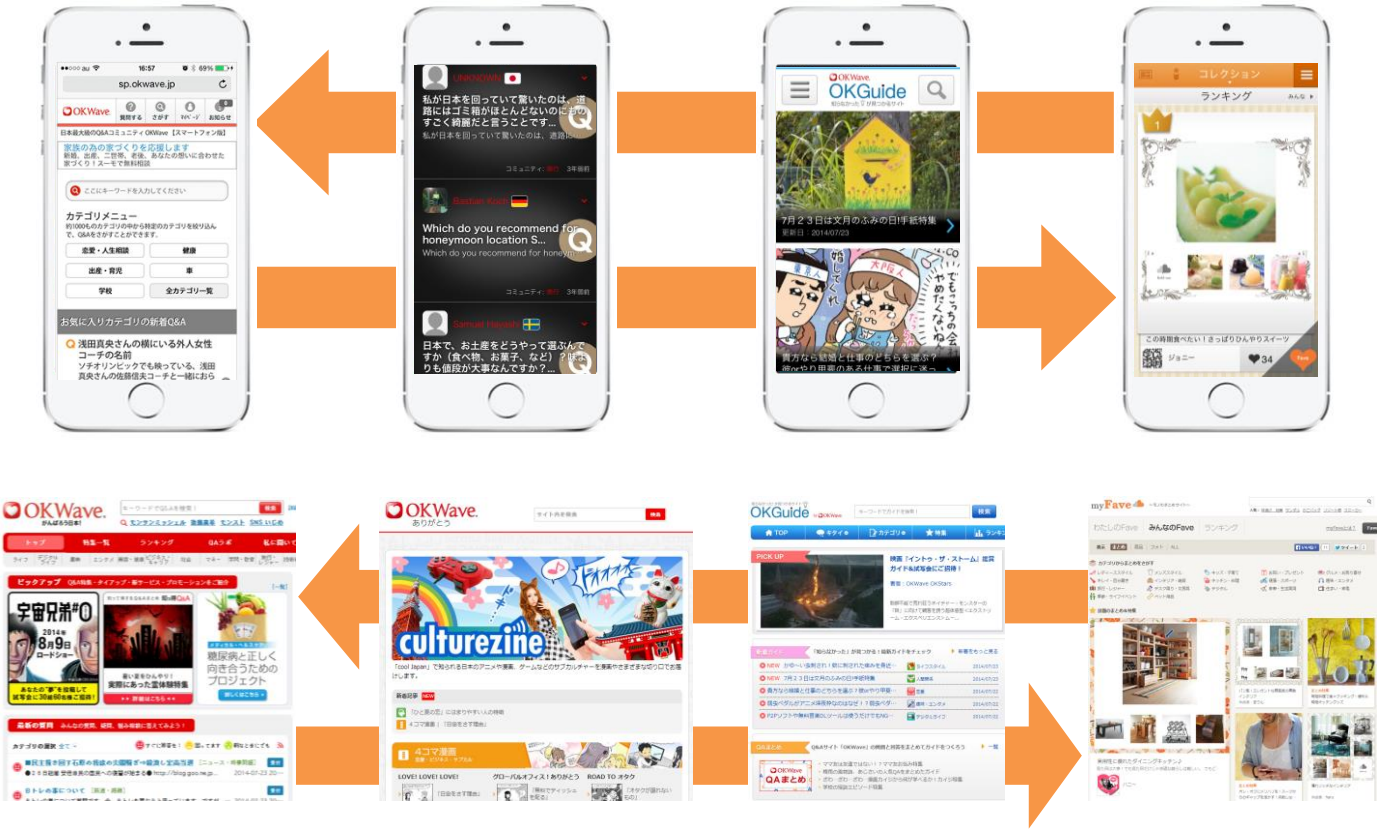
・無料で提供している Q&A サイト「OKWave」から派生し、課金でストック収入を稼げるモデルを検討

(5)OKWave Inc.の収益黒字化

・費用管理を徹底し必要最低限の投資とする

・「Davia」(カレンダーアプリ)の 1,000 万人のユーザーに向けたメール配信で広告収益を獲得。メール配信手法のチューニングにより売上の最大化を狙うとともに、新規会員獲得に努める

図⑦ 各サイト間の連携強化、プラットフォーム展開




Q&A サイト「OKWave」

ソーシャル多言語コミュニティ「OKWave ありがとう」

ノウハウ共有サイト「OKGuide」

モノのまとめサイト「myFave」

## エンタープライズソリューション事業

**■収益基盤の事業としてさらなる売上成長、利益率の維持を目指し、案件単価上昇、シェア確保を狙う**

(1)Web サポートのプラットフォーム化

・FAQ システム、Q&A コミュニティ構築にあたり、体系化された FAQ マネジメント、コミュニティマネジメント手法に基づいたサービスを Web サポートプラットフォームとして提供

・ツールの提供に留まらず、当社が培ってきたノウハウ、システム、Q&A コミュニティを提案することにより、導入企業における Web サポートの効率化と高い付加価値を提供し、競合との差別化を実現

(2)『OKBiz for Support Enterprise Suite』の販売を強化⇒図⑧

・Web サポートにおいて、FAQ 構築や Q&A コミュニティを活用した自己解決手段の提供と、問合わせ管理を統合することにより、トータル Web サポートソリューションとして、解決力向上の効果を最大化

・各構成要素を組み合わせ総合的に提案することにより、OKBiz の価値を最大化し、案件規模の拡大を狙う

(3)パートナービジネスの拡大

・これまで直接販売を主体としてきたが、顧客重視経営に伴う FAQ 需要の高まりに対応するため、販売パートナー様や SI パートナー様等とのビジネスパートナーシップを推進

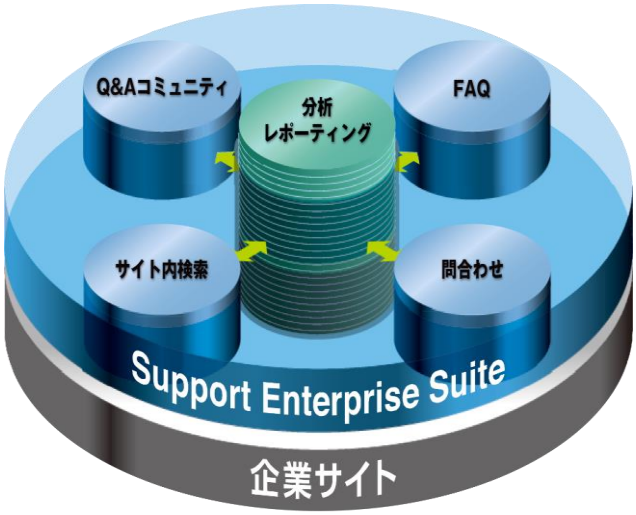
・パートナーシップの構築により中小企業向けサービス展開や業種毎のニーズへの対応を強化

(4)既存顧客サポート体制強化

・既存顧客の新製品への移行促進、解約防止施策実施

・既存顧客のストックビジネス拡大

図⑧ 『OKBiz for Support Enterprise Suite』




## ナレッジマーケット事業

**■既存の課金制モバイルサイトで収益確保しながら新サイトリリース**

(1)課金制モバイルサイトの既存サイトはさらなる集客と継続利用促進

・10 サイトを統合したポータルサイトを構築し、月間 4,000 万人が利用する「OKWave」との連携も行うことで、会員獲得を狙う

・集客力の高い『docomo スゴ得コンテンツ』、『au スマートパス』へ提供しているサイトについて、引き続き適切なプロモーションを実施し会員獲得

(2)既存サイトで培った運営ノウハウを新規サイトに適用し効率的に集客

・これまで運用してきている 10 サイトで培ったノウハウを活かし、最適な運用方法の早期確立を目指す

(3)複数サイトの開発/運用を可能な限り集約、効率化

・各サイトの運用を可能な限り集約することで、ノウハウ共有、運用コストの削減を図り、収益性の向上を狙う

(4)「myFave」は「OKWave」との連携を強化

・モノの Q&A の機能を強化。「OKWave」との連携により、さらなる相乗効果を追求

図⑨ サイトラインナップ



## 多言語 CRM 事業

**■事業整理により、収益構造改善に動く**

(1)株式会社ブリックスのリソースを集中投下

・市場環境の影響を受け縮小が予測される営業アウトソーシング事業や不採算サービスにかかるリソースを多言語 CRM 事業に再配分することにより、収益基盤の盤石化を狙う

(2)オリンピック開催に向け需要が高まる多言語コンタクトセンター

・潜在ニーズが高くあると考えられる地方自治体への営業を強化

・観光業を中心に、省庁案件の入札と、地方自治体への営業活動を積極化。

※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 8 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