

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) 第 1 四半期 連結業績ハイライト
 ~ 前年同期比 2 倍超の売上成長、子会社事業とサイト閲覧者数 (PV 数) 増加施策寄与 ~

平成 26 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 26 年 6 月期 第 1 四半期		平成 25 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	809	100.0%	375	100.0%	433	+115.5%
売上原価	595	73.5%	241	64.2%	354	+146.9%
売上総利益	214	26.5%	134	35.8%	79	+59.2%
販売費及び一般管理費	331	40.9%	172	45.8%	159	+92.3%
営業損失(△)	△117	—	△37	—	△79	—
経常損失(△)	△126	—	△38	—	△88	—
四半期純損失(△)	△108	—	△27	—	△81	—

➡ 売上高

- ・前年同期比 2 倍超の高成長
- ・前年同期時点では連結していなかった子会社ブリックスの事業が売上高増加に寄与
- ・単体では個人向けサービス、企業向けサービスともに順調
- ・スマートフォン向けのサービスが順調に成長

➡ 資産

- ・未払金支払いと投資により、流動資産が減少
- ・子会社の未払金支払いの影響により、現預金等が減少
- ・売掛金回収により、売上債権が減少
- ・新サービス、新機能の追加により無形固定資産増加

➡ 営業損失、経常損失、四半期純損失

- ・損失計上だが計画の範囲内
- ・体制強化に伴い、人件費増加
- ・マーケティング費用積極投下
- ・新サービスならびに新機能追加により開発費増加
- ・期初計画時点から、新サービスの収益貢献は下期以降の想定

➡ 負債・純資産

- ・子会社の負債が減少
- ・子会社での仕入債務、未払金の支払いにより流動負債減少
- ・単体では無借金経営
- ・前期と当第 1 四半期の損失計上により利益剰余金がマイナス

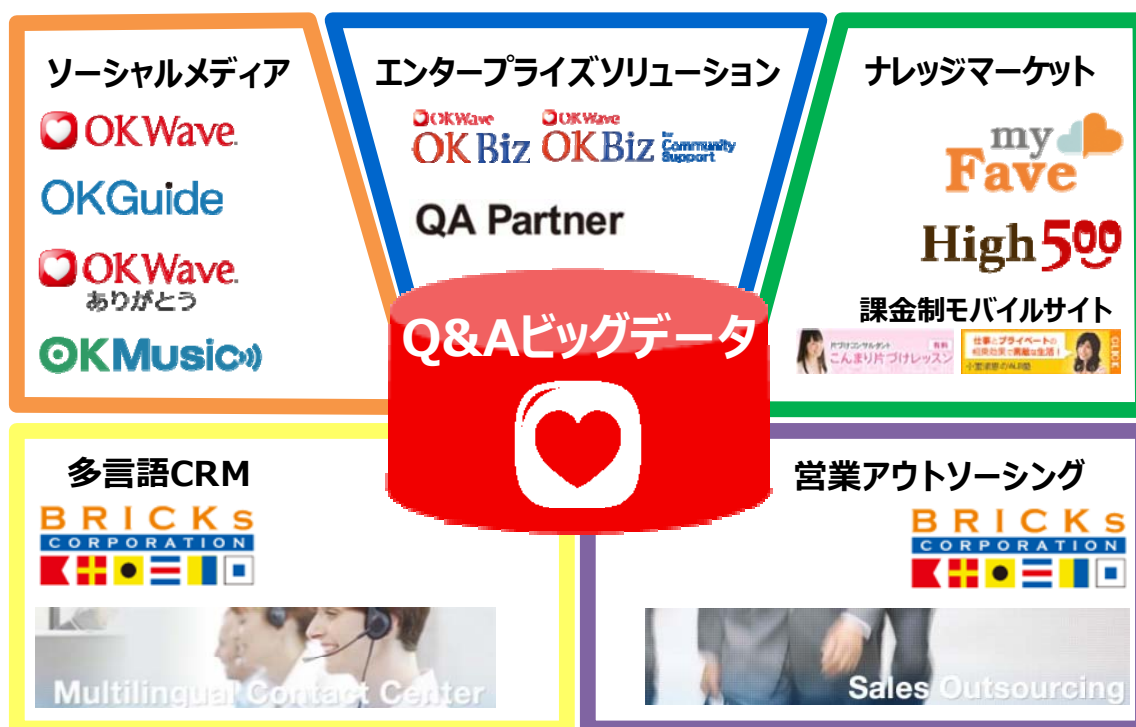
■連結貸借対照表

連結 (単位:百万円)	第1四半期	前連結 会計年度	増減額	連結 (単位:百万円)	第1四半期	前連結 会計年度	増減額
現預金等	906	1,119	△212	仕入債務	97	205	△107
売上債権	375	516	△141	その他流動負債	440	481	△41
その他流動資産	103	88	15	流動負債 計	537	687	△149
流動資産 計	1,385	1,724	△338	固定負債 計	64	61	2
有形固定資産	131	114	16	負債合計	602	749	△146
無形固定資産	329	270	59	資本金	970	969	0.8
投資その他の資産	297	289	8	資本剰余金	940	939	0.8
固定資産 計	759	674	84	利益剰余金	△370	△261	△108
資産合計	2,144	2,398	△254	株主資本 計	1,540	1,647	△107
				その他純資産	1	1	△0.1
				純資産合計	1,542	1,649	△107
				負債純資産合計	2,144	2,398	△254

➔ 事業セグメントの変更について

報告セグメントを変更し、「ソーシャルメディア」「エンタープライズソリューション」「ナレッジマーケット」の3事業に区分しました。

連結子会社 株式会社ブリックスの事業は前期から引き続き「多言語 CRM」「営業アウトソーシング」の区分で管理します。



事業名	主な事業内容	収益構造
ソーシャルメディア事業	Q&A サイトなどの運営	広告収入
エンタープライズソリューション事業	企業向けソリューション提供	導入企業からの初期費用、月額費用
ナレッジマーケット事業	知識流通サイトの運営 商品まとめサイトの運営	商品売買/知識売買の成功報酬 広告収入、会員の月額利用料
多言語 CRM 事業	多言語コンタクトセンター運営	導入企業からの初期費用、月額費用
営業アウトソーシング事業	営業代行、営業支援サービスの提供	導入企業からの初期費用、月額費用

事業別 平成 26 年6月期第1四半期概況

→ ソーシャルメディア事業

・売上高 161 百万円(前年同期比 +35.0%)

⇒ スマートフォン版最適化とコンテンツ拡充により利用者増加、売上増加

⇒ 季節的な影響による単価低下により、一時広告収入減少

・セグメント損失 △13 百万円(前年同期 △3百万円)

⇒ 主に米国の連結子会社において、新体制への移行に伴う費用が発生した影響により、減益

■スマートフォンサイト最適化とコンテンツ強化で利用者数増加■

①スマートフォン向けの対応を強化

・「OKWave」、「OKGuide」のスマートフォン版をさらに使いやすく改良。スマートフォンからも、パソコンと同じように快適に質問、回答や閲覧が可能になり、閲覧数増加(グラフ①)

・「OKMusic」で iPhone (アイフォン) 向けのアプリの提供を開始し、スマートフォンならではの楽しみを追求したアプリが好評

②「医療」「女性向け」など人気のコンテンツを強化

・「OKWave」で「たばこのリスクと禁煙について考えるプロジェクト」開催

・「OKWave」の質問をもとにした女性向けのイラストコラムアプリ『美女のモト』の iPhone 版を開始し、コンテンツ強化

③グローバル展開進展

・「OKWave ありがとう」では日本の文化を漫画などの形式で紹介する『カルチャージン』の掲載内容を拡充、閲覧数増加

→ エンタープライズソリューション事業

・売上高 266 百万円(前年同期比 +7.1%)

⇒ トータル提案により新規クライアント増加。既存クライアントからの追加発注も増加

⇒ 前期から注力しているマーケティング施策の効果が顕在化

・セグメント利益 111 百万円(前年同期比 +16.6%)

⇒ 前期から進めてきた体制強化により生産性向上、増益

⇒ ブランディングのためのマーケティング費用積極投下

■トータル提案による新規顧客開拓■

①OKBiz for Support Enterprise Suite

・前期まで個別に提供していた企業向けのサービスを統合し、FAQ 単独ではなく、「OKWave」の Q&A も活用した独自の総合的 Web サポート向上提案の結果、導入企業が増加

②OKBiz

・新規導入企業増加(グラフ②)、ベネッセ様への提供開始

③OKBiz for Community Support(旧称:OKCorporation)

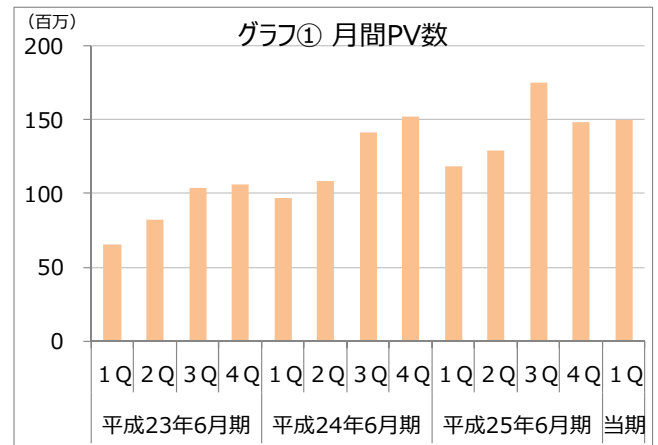
・サポートコミュニティ内にとどまらず、Q&A サイト「OKWave」及び連携するパートナーサイトの会員ユーザーに質問が共有され、短時間で解決につながる仕組みをご支持いただき、導入企業が増加

④VoC(顧客の声)分析レポート

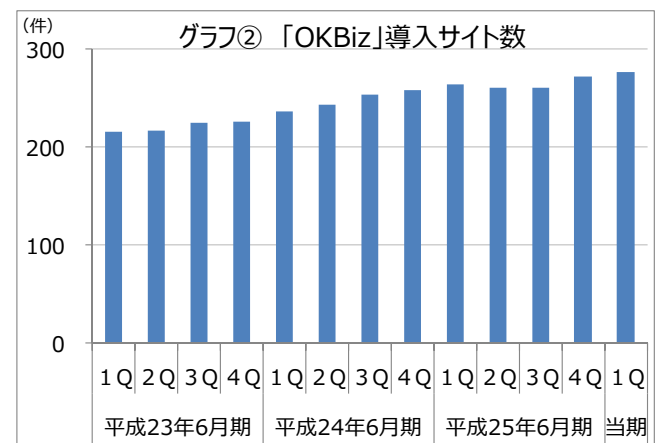
・Q&A サイトに蓄積された顧客の声を分析、可視化し企業様へ提供

・リクルートジョブズ様への提供開始

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	161	41	+35.0%
セグメント損失(△)	△13	△10	—



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	266	17	+7.1%
セグメント利益	111	15	+16.6%



➡ ナレッジマーケット事業

・ **売上高 16 百万円(前年同期比 +124.0%)**

⇒ 課金制モバイルサイト(※)において、効果的なマーケティングにより新規利用者獲得が進み、売上増加

(※) 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

・ **セグメント損失 △51 百万円(前年同期 △27 百万円)**

⇒ 機能の追加やサービスの刷新により、費用増

⇒ サービス運用体制の強化により、人件費が増加

■スマートフォン対応とマーケティングの成功■

①スマートフォン対応 (au スマートパス、docomo スゴ得コンテンツ)

・ au と docomo がそれぞれスマートフォン利用者向けに提供しているサービス、「スマートパス」、「スゴ得コンテンツ」の厳選コンテンツに当社のサイトも採用され、新規会員の流入が増加

・ au のスマートパスには「こんまり♪片付けレッスン」、「小室淑恵の WLB 塾」、docomo のスゴ得コンテンツには、「こんまり♪片付けレッスン」を提供中

②課金制モバイルサイト「こんまり♪片付けレッスン」のマーケティング成功(ソーシャルメディア事業との連携)

・ 「こんまり♪片付けレッスン」では、近藤麻理恵さんのドラマ放映、テレビ出演に合わせて、ソーシャルメディア事業のサービス「OKWave」でテレビ局と連携した特集ページを開設。通常の広告宣伝では取り込めない潜在利用者の獲得に成功

③「myFave」にまとめ機能を追加、利用者拡大

・ 1,000 万点以上の多様な商品データの中から、ユーザーが自由に複数のモノを組み合わせて紹介文を添えて保存・共有できる「まとめ」機能を提供。使い勝手の向上と新しい楽しみの提供により、利用者数増加

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	16	9	+124.0%
セグメント損失(△)	△51	△24	—

➡ 多言語 CRM 事業

※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3四半期より開示対象となりましたため前年同期実績はございません。

・ **売上高 222 百万円**

⇒ 国際送金サービスの多言語カスタマーサービス案件、ソーシャルゲームのテキストカスタマーサポート、及びそれに関わる人員の派遣、大手予備校のシステム開発・メンテナンスなどが寄与

・ **セグメント利益 13 百万円**

⇒ 売上が堅調に推移し、利益も堅調

■東京五輪開催などで高まる国際化の潮流■

①日本の国際化に向けた取り組み

・ 第一歩として、県を挙げて外国人観光客誘致に乗り出している沖縄について、「Okinawa Travel Info」の予約受付業務・二者間通訳業務を開始

②ASEAN 諸国への対応

・ 野村総合研究所と矢野経済研究所が行う ASEAN 進出日系企業へのアンケート調査依頼に関して、多言語アウトバウンド案件を受託。タイ語やベトナム語など ASEAN 諸国の言語ニーズにも対応していくことで、サービスの幅を拡大(業績貢献は第2四半期以降)

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	222	—	—
セグメント利益	13	—	—

➡ 営業アウトソーシング事業

※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3四半期より開示対象となりましたため前年同期実績はございません。

・ **売上高 142 百万円**

⇒ NTT 関連の SOHO マーケットを含めた光回線販売が寄与
⇒ 「ICT スタートプラン」及び「医療機関向け」両光回線販売施策における DM 作成及びリスト管理収入

・ **セグメント損失 △1 百万円**

⇒ 市場環境の変化に対応し、収益最大化を目指した体制構築を行い、費用発生

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	142	—	—
セグメント損失(△)	△1	—	—

平成 26 年 6 月期 第 2 四半期戦略

■第 2 四半期連結累計期間業績予想 ※業績予想値は平成 25 年 8 月 14 日発表時から変更ありません

連結 (単位:百万円)	平成 26 年 6 月期 第 1 四半期 実績		平成 26 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	809	100.0%	1,884	100.0%	43.0%
ソーシャルメディア	161	19.9%	444	23.6%	36.3%
エンタープライズソリューション	266	32.9%	654	34.7%	40.7%
ナレッジマーケット	16	2.1%	68	3.6%	24.6%
多言語 CRM	222	27.5%	459	24.4%	48.5%
営業アウトソーシング	142	17.6%	257	13.7%	55.3%
営業損失(△)	△117	—	△133	—	—
経常損失(△)	△126	—	△133	—	—
四半期純損失(△)	△108	—	△133	—	—

👉 ソーシャルメディア事業

■新サービス開始と既存サービスの強化、グローバル展開

①OKDreams 開始

・資本業務提携をした株式会社ドリーム・フォーと協業し、不特定多数の人が他の人や組織に財源の提供や協力などを行うクラウドファンディングサービスに参入

②「医療」、「女性向け」コンテンツの強化

・『たばこのリスクと禁煙について考えるプロジェクト』の開催で増加した閲覧者のエンゲージメント向上を狙った医療コンテンツ提供
 ・人気の高い女性向け分野に注力。スマートフォン向けアプリ『美女のモト』のコンテンツを拡充

③グローバル展開推進

・「OKWave ありがとう」をリニューアルし、新たに翻訳依頼機能を追加。母国語に翻訳してほしい投稿を他のユーザーに示すことが可能になり、交流活発化

・米国の連結子会社 OKWave Inc.ではスマートフォン向けの新サービスリリースに向け準備中

👉 エンタープライズソリューション事業

■機能向上とマーケティング強化

①検索機能向上

・資本業務提携をした株式会社言語理解研究所の技術を「OKBiz」に取り入れ、日本語の分析機能を強化
 ⇒「感情フィルタリング」の搭載により、お問い合わせの文章からポジティブかネガティブかを抽出し、新たな分析軸を提供
 ⇒新語や略語等の辞書メンテナンスを一元化することで導入企業様のメンテナンスが不要になり、検索精度が大幅に向上

②マーケティング強化

・第 1 四半期に引き続き、企業が持つ顧客とのコミュニケーション改善ニーズ発掘を目指し、マーケティング強化

③対競合施策

・業界別の提案や、他にはないソリューション「OKBiz for Community Support(旧称:OKCorporation)」による差別化

➡ ナレッジマーケット事業

■サービス認知度向上に向けた取り組み

①「myFave」の Q&A 連携

・「myFave」の「まとめ」と連動し、商品選びや気になるモノを探しに来た利用者に「MSN 相談箱」の Q&A コンテンツを提示し、クチコミ情報を商品選びに活用することで、購入を促進

②スマートフォン向け新サイト開始

・経営コンサルタントとしてテレビやラジオにも出演するシヨンKさんの公式サイト「The Sean K Factor +(ザシヨンケーファクタープラス)〜別解力を導く〜」をスマートフォン向けに提供開始。無料コンテンツも豊富に設け、サイトの認知度拡大

・第2四半期に人気タレントの新サイトオープン予定、開発推進中

・au スマートパス、docomoスゴ得コンテンツへの配信サイトを順次追加予定

③「High500」における新たな取り組み

・外部メディアとのアライアンス推進。商品の充実化と販売機会の拡大を狙う

・著名人のオンラインセミナーやイベントへの参加権を「High500」で販売

➡ 多言語 CRM 事業

■東京五輪開催、消費税増税によりビジネスチャンス到来

①東京五輪開催

・これまで海外展開及び外国人受け入れについて消極的であった企業に関しても、必要性が高まり、多言語コールセンター事業のサービス導入に追い風となる

②消費税増税

・BPO 案件についても、消費税増税などの大きな社会変革が起こる中で、システム開発、メンテナンス等で人員が必要となるため、即戦力となる人材の確保と、システム開発・開発者派遣の営業を並行して実施

➡ 営業アウトソーシング事業

■安定的な売上確保

・当事業の中心である「光回線販売」については、市場の縮小が懸念される中、NTT関連事業によるストックビジネス及び NTT 関連事業以外のビジネスへ比重を移し、売上維持

・10 月中旬から「求人情報サイトへの掲載企業情報登録勧奨業務」、NTT 関連事業のストックビジネスとして 10 月下旬から「全国一括光回線導入案件処理」に関わる人材派遣業務を開始

以上