

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 2 四半期 連結業績ハイライト
 ~ 前年同期比では売上成長ながら、期首業績予想見直し ~

平成 26 年 6 月 期 第 2 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 2 四半期		平成 25 年 6 月 期 第 2 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	1,609	100.0%	773	100.0%	836	+108.1%
売上原価	1,184	73.6%	493	63.8%	690	+140.0%
売上総利益	425	26.4%	279	36.2%	145	+51.9%
販売費及び一般管理費	667	41.4%	354	45.9%	312	+87.9%
営業損失(△)	△242	—	△75	—	△166	—
経常損失(△)	△241	—	△68	—	△173	—
四半期純損失(△)	△190	—	△305	—	114	—

➡ 売上高

- ・前年同期比2倍超の高成長
- ・前年同期比では各事業で売上成長
- ・前期から実施してきた施策の効果が顕在化し、スマートフォン向けのサービスが成長
- ・期首業績予想の見直しについては次頁に記載

➡ 資産

- ・企画・開発投資が進み現預金等減少。第3四半期には子会社オーケーライフの株式を一部売却したことにより増加見込
- ・出資により投資その他の資産が増加

➡ 営業損失、経常損失、四半期純損失

- ・費用増加を売上成長で補えず損失計上
- ・体制強化に伴い、人件費増加
- ・新サービスの開始やサービス強化にともない開発費増加
- ・マーケティング強化により広告宣伝費が先行発生
- ・期首業績予想の見直しについては次頁に記載

➡ 負債・純資産

- ・買掛金、未払金の支払いが進み仕入債務減少
- ・四半期純損失計上により利益剰余金減少、第3四半期に係る会社株式売却にかかる特別利益約 222 百万円を計上見込

■連結貸借対照表

連結 (単位:百万円)	当 第2四半期	前連結 会計年度	増減額	連結 (単位:百万円)	当 第2四半期	前連結 会計年度	増減額
現預金等	727	1,119	△391	仕入債務	80	205	△124
売上債権	371	516	△144	その他流動負債	387	481	△94
その他流動資産	97	88	9	流動負債 計	468	687	△219
流動資産 計	1,197	1,724	△527	固定負債 計	102	61	41
				負債合計	571	749	△178
有形固定資産	123	114	8	資本金	970	969	0
無形固定資産	283	270	13	資本剰余金	940	939	0
投資その他の資産	426	289	137	利益剰余金	△451	△261	△190
固定資産 計	834	674	159	株主資本 計	1,458	1,647	△189
				その他純資産	1	1	△0
資産合計	2,031	2,398	△367	純資産合計	1,459	1,649	△189
				負債純資産合計	2,031	2,398	△367

➡ 業績予想の修正について(平成 26 年1月 28 日公表)

平成 26 年 1 月 28 日に公表したとおり、第2四半期累計期間の連結業績について期首公表予想に対し差異が生じたため、
通期連結業績予想についても見直しを行っております。

連結 (単位:百万円)	当第2四半期		通期	
	期首予想	実績	期首予想	修正予想
売上高	1,884	1,609	4,435	3,400
ソーシャルメディア事業	444	323	1,231	632
エンタープライズソリューション事業	654	545	1,430	1,250
ナレッジマーケット事業	68	41	214	228
多言語 CRM 事業	459	424	1,036	866
営業アウトソーシング事業	257	275	523	424
営業損失(△)	△133	△242	235	△160
経常損失(△)	△133	△241	235	△150
当期純利益または損失(△)	△133	△190	198	12

差異要因	当第2四半期	通期
ソーシャルメディア事業	広告単価が想定以下で推移 米国子会社の売上未達	第2四半期累計期間の業績勘案 米国子会社における人件費などの費用増
エンタープライズソリューション事業	新規導入数未達	第2四半期累計期間の業績勘案
ナレッジマーケット事業	利用者増を優先	通期業績は計画通り
多言語 CRM 事業	大きな差異なし	体制強化に注力
営業アウトソーシング事業	大きな差異なし	市場縮小の影響を加味

なお、当期純利益につきましては、第3四半期以降に関係会社株式売却にかかる特別利益 約 222 百万円を計上する見込みです。

事業別 平成 26 年6月期第2四半期概況

→ 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 から派生した様々なサービスを運営しています。市場環境に対応したスマートフォン対応強化、クラウドファンディングへの参入などにより、さらなるサービスの拡大に努めました。

・ **売上高 323 百万円(前年同期比 +29.8%)**

⇒ 広告収入増加により、前年同期比増加

⇒ コンテンツ拡充により閲覧者数は前年同期比増加

・ **セグメント損失△55 百万円(前年同期 △43 百万円)**

⇒ 体制強化による固定費増、イベント出展などのマーケティング強化による広告宣伝費増加により、減益

⇒ 米国子会社での新サービス立ち上げに伴う費用増

ソーシャルメディア (単位:百万円)	第2四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	323	+74	+29.8%
セグメント損失(△)	△55	△43	—

■コンテンツ強化、新サービスリリースで PV 数は高水準維持■

①「OKWave」のスマートフォン最適化と機能追加

・ユーザーニーズやトレンドを反映したカテゴリの新設や細分化により約 150 のカテゴリを追加、PV 数は前年比で高水準維持⇒グラフ①

・サイト上で話題になっている Q&A をすぐに把握できるランキング追加

②「OKGuide」での特集の充実による PV 増

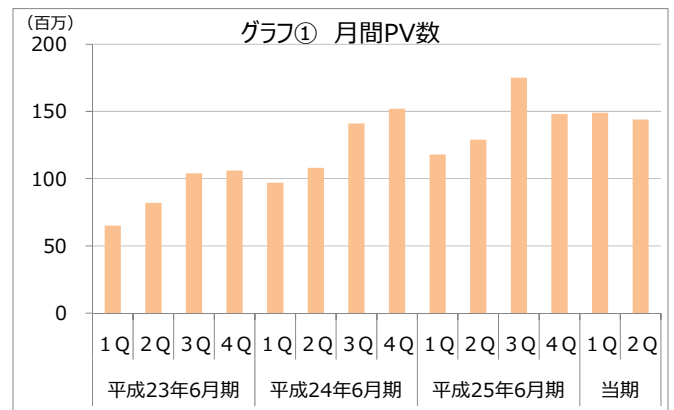
・「新社会人年賀の特集」や「風邪に負けない暮らし方」など季節に応じたガイドの特集で、特にスマートフォン経由の PV 数増加⇒図①

③ソーシャル多言語コミュニティ「OKWave ありがとう」リニューアル

・ユーザー同士が投稿を通じて意見交換を行う「コミュニティ」と運営側が提供するコンテンツ「カルチャージン」の連携強化

④米国子会社 OKWave Inc.で「Pinatas(ピニャータ)」リリース

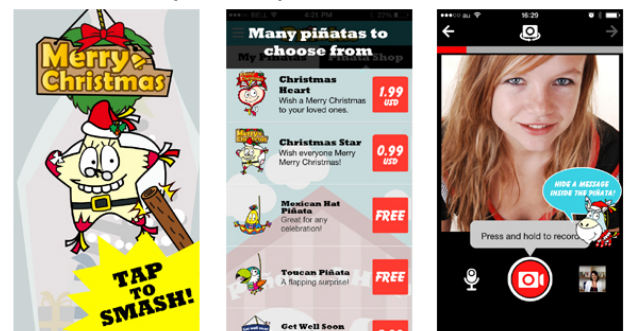
・くす玉を割って誕生日などを祝う、北米を中心としたイベントをオンラインで体験できるアプリ「Pinatas(ピニャータ)」をリリース⇒図②



図① 「OKGuide」の特集



図② Pinatas(ピニャータ)リリース



「Pinatas(ピニャータ)」では誕生日のお祝いや日頃の感謝をビデオメッセージに記録し、好みのピニャータに隠して贈ることができます。

ピニャータを贈られた人は、スマートフォンの画面をタップして贈られたピニャータを割り、メッセージを確認することができます。

手軽にメッセージを贈りあうことのできる新たな手段として、2013 年 12 月から北米向けに提供を開始しました。

→ エンタープライズソリューション事業

OKWave OKBiz 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。

新たな機能追加とともに、セミナー開催などによる潜在ニーズの発掘を行いました。

・ 売上高 545 百万円(前年同期比 +8.2%)

⇒ 主力製品「OKBiz」の導入が増加 ⇒ グラフ②

⇒ FAQ のノウハウを活かした独自のソリューション「OKBiz for Community Support」、 「QAPartner」の導入増加

・ セグメント利益 208 百万円(前年同期比 +0.0%)

⇒ イベント開催により広告宣伝費増加も、前期水準の利益維持

⇒ 体制強化による人件費増は一段落

エンタープライズ ソリューション (単位:百万円)	第 2 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	545	+41	+8.2%
セグメント利益	208	+0	+0.0%

※増加額が百万円未満のため+0と表示しています。

■独自の提案で導入企業増加■

①OKBiz に言語理解エンジンを搭載

- ・表現の揺らぎに対応し「スマホ」、「スマートフォン」どちらでも検索可能に
- ・書かれた文章の感性を読み取り、顧客からの問い合わせがどのような感性なのか瞬時に視覚的に判断する事が可能に

②10月に企業様向けのイベント開催、約1,000人が参加⇒図③

- ・企業価値を創り出す最先端のソリューションを紹介

③「QAPartner」導入実績

- ・サイト活性化、再訪率向上に寄与するソリューション
- ・DIYのECサイト最大手 株式会社大都などに提供開始

④「OKBiz for Community Support」導入実績

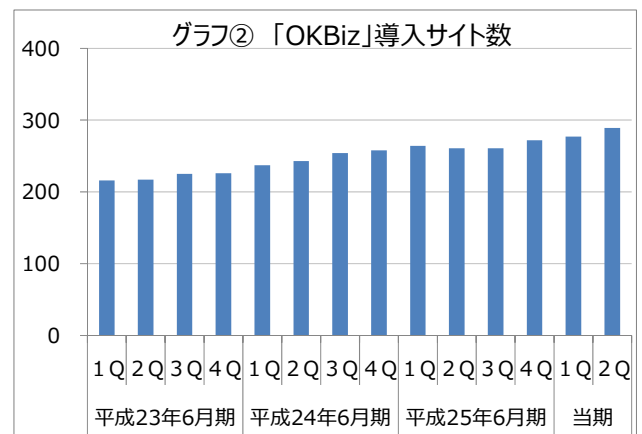
- ・Q&A サイト「OKWave」に質問が共有され、短時間で解決につながる
- ・ユーザーコミュニティを活用したソリューションとして NEC パーソナルコンピューター株式会社、ブラザー販売株式会社などに提供開始

図③ イベントの様子



約 1,000 人が参加したイベントでは、Q&A サービスと SNS の情報を組み合わせ、人が何に悩んでいて、どのように行動しているかを分析することで、企業と顧客のコミュニケーションがより円滑に進むことを、事例とともにご紹介しました。

来場者からは、「オウケイウェイヴの将来像に期待が持てる」などの感想をいただきました。



➔ 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(※1)、モノのまとめサイト「myFave」、知識売買サイト「High500」を運営しています。

利用者拡大を狙いスマートフォン向けの対応に注力しました。

(※1) 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 41 百万円(前年同期比 +102.8%)

⇒ 課金制モバイルサイトにおいて、スマートフォン向けの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

⇒ 前年同期比2倍超の売上成長

・セグメント損失 △96 百万円(前年同期 △29 百万円)

⇒ 広告宣伝費を積極投下

⇒ 体制の強化による費用の伸びを売上増加で補えず損失計上

⇒ 四半期毎にみると黒字化に近づいてきている⇒グラフ③

ナレッジ マーケット (単位:百万円)	第 2 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	41	21	+102.8%
セグメント損失(△)	△96	△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スマートフォン対応(docomo スゴ得コンテンツ、au スマートパス)

・docomo と au 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、「スゴ得コンテンツ」「スマートパス」経由で新規会員が増加

・会員獲得を狙い広告宣伝費を積極投下

②年末に対応し「こんまり♪片づけレッスン」にて片付け動画配信

・「こんまり♪片づけレッスン」で近藤麻理恵さんが実際に片づけのノウハウを動画で解説するコンテンツを強化⇒図④

③スマートフォン向けの課金制サイト「The Sean K Factor + ～別

解力を導く～」が 10 月に、「田村淳の答えたがり！」が 12 月にオープン

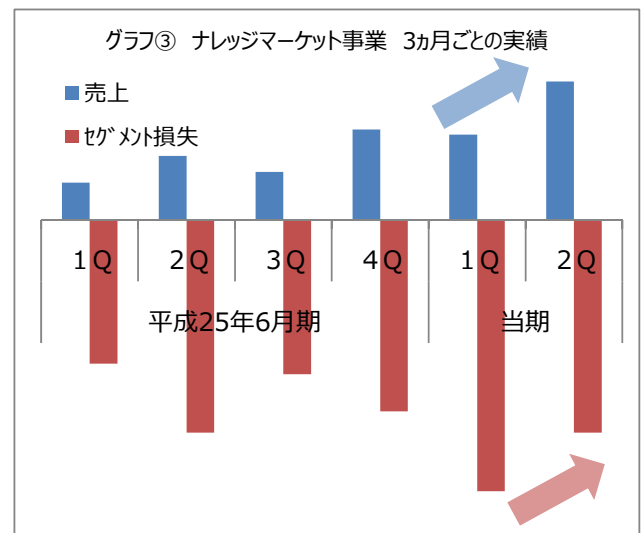
・J-WAVE ナビゲーターでおなじみの経営コンサルタントショーン K さんのコラムを読んだり掲示板で意見を出すことができるサイトをオープン

・人気タレントのロンドンブーツ1号2号 田村淳さんがユーザーからの質問に答える Q&A サイトをオープン

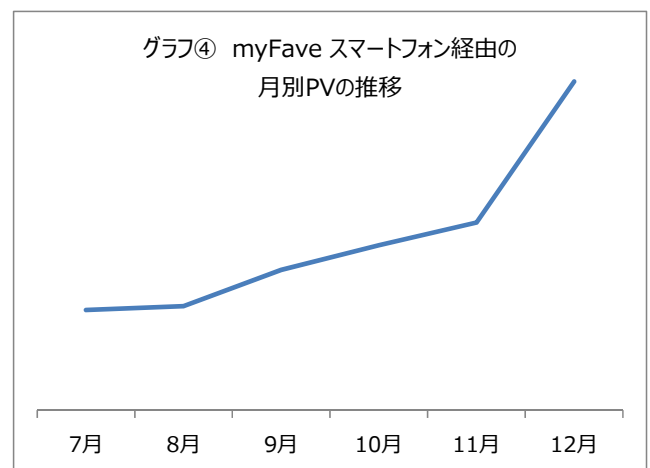
④「myFave」Q&A 連携とスマートフォン最適化版オープン

・Q&A 連携によりコンテンツ増加

・スマートフォン版を最適化したことで、気になる商品をいつでも探しやすい PV 増加⇒グラフ④



売上増加にともない、損失計上幅が減少



スマートフォン最適化を行った12月から急激にPV数が増加

図④ 近藤麻理恵さんの片づけの紹介動画



➔ 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。)



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しています。
東京でのオリンピック開催によるビジネス拡大の兆しを受け、体制を強化しました。

・ 売上高 424 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が寄与
⇒ ソーシャルゲームのテキストカスタマーサポートなど日本企業の海外進出に伴う通訳、翻訳への需要に対応

・ セグメント利益 38 百万円

⇒ 売上が堅調に推移し、利益も堅調

多言語 CRM (単位:百万円)	第 2 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	424	—	—
セグメント利益	38	—	—

■ 多様な通訳・翻訳への要望に対応 ■

① UAE 政府の依頼による通訳者派遣

・日本の病院視察に来られた UAE の方と日本の病院関係者の通訳を行い、高い評価をいただきました。

② 日本企業の海外進出を支援し上海現地でサポートセンタ業務を受託

・日本の文化を理解しつつ、展開先の国の事情についても理解したスタッフが必要とされる状況で、当社オペレータならではの価値を発揮



総合病院、カード会社、タクシー会社など幅広く対応しています。

➔ 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。)



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。
光回線販売市場縮小の懸念がある中、注力すべき市場を特定し、売上の維持に努めました。

・ 売上高 275 百万円

⇒ 光回線販売市場縮小の影響が出始めている
⇒ コンシューマー市場から SOHO 市場に軸足を移し売上維持

・ セグメント損失 △7 百万円

⇒ 収益最大化に向け、省力で効率運用

営業 アウトソーシング (単位:百万円)	第 2 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	275	—	—
セグメント損失(△)	△7	—	—

平成 26 年6月期 第3四半期戦略

■連結累計期間業績予想 ※平成 26 年1月 28 日付で業績予想値の見直しを行っております。

連結 (単位:百万円)	平成 26 年6月期 第 2 四半期 実績		平成 26 年6月期 通期 予想		進捗率
	金額	売上高比	金額	売上高比	
売上高	1,609	100.0%	3,400	100.0%	47.3%
ソーシャルメディア事業	323	20.1%	632	18.6%	51.1%
エンタープライズソリューション事業	545	33.9%	1,250	36.8%	43.6%
ナレッジマーケット事業	41	2.6%	228	6.7%	18.2%
多言語 CRM 事業	424	26.4%	866	25.5%	49.0%
営業アウトソーシング事業	275	17.1%	424	12.5%	64.9%
営業損失(△)	△242	—	△160	—	—
経常損失(△)	△241	—	△150	—	—
当期純利益または損失(△)	△190	—	12	—	—

👉 ソーシャルメディア事業

■全体的なスマートフォン対応を進めながら以下のポイントを強化

①「OKWave」でのライフデザインの特集

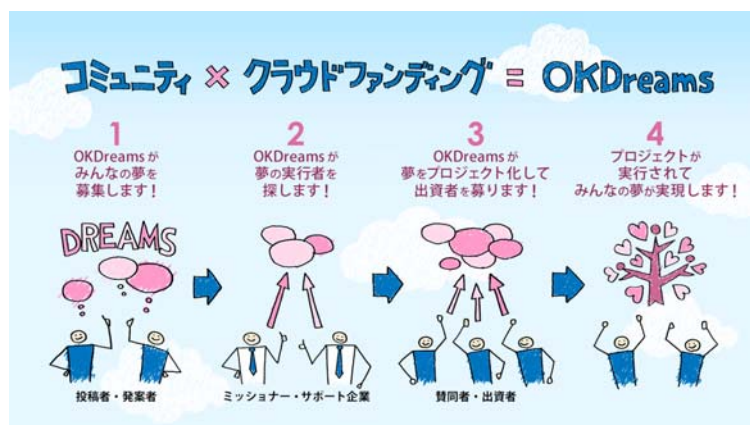
- ・健康分野での Q&A の人気が高いことから、第3四半期以降も引き続き特集を組み、情報を充実化
- ・「禁煙プロジェクト」に続き、第4弾となる企画「子どもの病気とうまく付き合うためのプロジェクト」を提供開始

②女性向けコンテンツについて、サービス間の連携

- ・「OKWave」内の女性向けコンテンツや、スマートフォン向けアプリ「美女のモト」など当社が提供している女性向けのコンテンツを集約し、ユーザーが様々な情報を得やすくなるよう、サービス間の連携強化

③「OKDreams」開始

- ・世界で 28 億ドル(2012 年時点)の市場と言われている(※2)クラウドファンディング(※3)サービスに本格参入
- ・一人のための目的ではなく、みんなの夢をみんなでかなえる仕組みは Q&A サイトを運営する当社の「OKDreams」ならではの試み(※2 参考文献:総務省 「平成 25 年版ベンチャーと ICT の動向」)
- (※3 インターネット上不特定多数の人から出資を募り、資金を必要とする企業や事業化を目指す人を支援する仕組み)



➡ エンタープライズソリューション事業

■マーケティング強化によるニーズ発掘

①機能強化とサービス強化

- ・「OKBiz」の機能強化による大規模 FAQ 及びコールセンターにおける問い合わせ管理等、大型案件獲得に向けた営業体制の強化
- ・継続して既存顧客に対する質の高いコンサルティングを提供することによる、顧客満足度向上とビジネスの堅持に注力

②販売・SI パートナー強化

- ・販売・SI パートナーとの協業強化による、新たな市場の獲得を狙う

③「OKBiz」の利用部門の拡大

- ・マーケティング活用や社内情報共有といった FAQ の利用シナリオ提示による、「OKBiz」利用部門の拡大

➡ ナレッジマーケット事業

■課金制モバイルサイトの新規利用者獲得に注力

①課金制モバイルサイトの新サイトを複数開始予定

- ・いままで提供してこなかった分野の著名人のサイトも順次開始予定
- ・新サイトは特にスマートフォン向けに注力

②課金制モバイルサイトの au スマートパス、docomo スゴ得コンテンツへの取り組み

- ・現在提供中の「小室淑恵の WLB 塾」に加え、クイズ王・田中健一氏の厳選雑学モバイルサイト「クイズ王の雑学塾」を au スマートパスに提供開始予定。他のサイトも au スマートパスへの採用を狙う
- ・docomo スゴ得コンテンツへは現在提供中の「こんまり♪片づけレッスン」に加え、配信サイトを順次追加予定

③「myFave」の新たな取り組み

- ・「OKWave」との Q&A 連携強化に加え、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
- ・スマートフォン版の最適化を行い PV が増加したことを受け、広告収入の増加施策を実施

➡ 多言語 CRM 事業

■東京五輪開催、消費税増税による収益獲得機会活用に向け、子会社ブリックスの社内リソースを優先投下

①通訳・翻訳業務

- ・これまで多言語対応に消極的であった企業に関してもアプローチし、24 時間 365 日体制のサービスの強みを理解してもらう

②BPO(※4)

- ・消費税増税に対応するためのシステム開発、メンテナンス等の増加が見込まれるため、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

(※4 商品・サービスを拡販したい企業様とともに、営業戦略の企画・立案・実行をするサービス)

➡ 営業アウトソーシング事業

■市場縮小に伴い省力運用

- ・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、同市場のみに依存しない新たな事業分野(アウトバウンド・テレマーケティング等)に社内リソースをシフト
- ・NTT 光回線販売以外の売上比率を増やし安定売上を確保

以上