

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 3 四半期 連結業績ハイライト
 ~ 第 3 四半期累計期間は過去最高の売上高、損失幅ほぼ想定通り ~

平成 26 年 6 月 期 第 3 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 3 四半期		平成 25 年 6 月 期 第 3 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	2,426	100.0%	1,665	100.0%	761	+45.7%
売上原価	1,747	72.0%	1,098	66.0%	648	+59.0%
売上総利益	679	28.0%	566	34.0%	113	+20.0%
販売費及び一般管理費	977	40.3%	643	38.7%	334	+51.9%
営業損失(△)	△298	—	△77	—	△220	—
経常損失(△)	△292	—	△74	—	△218	—
四半期純損失(△)	△107	—	△322	—	214	—

➡ 売上高

- ・当四半期累計期間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 1 案件当たりの売上が増加
- ・ソーシャルメディア事業は市場トレンドの影響による PC からの PV 減少を広告単価上昇でカバー
- ・課金制モバイルサイトのスマートフォンでの会員が増加し、3 カ月間の比較では売上高が第 2 四半期比 1.6 倍に

➡ 資産

- ・売上債権は回収が進み減少
- ・出資と損失計上により現預金等(有価証券)が減少

➡ 営業損失、経常損失、四半期純損失

- ・第 3 四半期 3 か月間では四半期純損益が黒字化
- ・スマートフォン対策強化にかかる開発費が発生。営業損失、経常損失計上だが損失幅ほぼ想定通り
- ・開発体制強化に伴う採用費増加傾向は一段落
- ・広告宣伝費が減少、上期先行発生費用の回収フェーズへ
- ・株式会社オーケーライフの株式譲渡による特別利益計上

➡ 負債・純資産

- ・買掛金の支払いが進み仕入債務減少
- ・預り金、前受金の減少により流動負債が減少

■連結貸借対照表

連結 (単位:百万円)	当 第3四半期	前連結 会計年度	増減額	連結 (単位:百万円)	当 第3四半期	前連結 会計年度	増減額
現金等	834	1,119	△284	仕入債務	79	205	△126
売上債権	413	516	△102	その他流動負債	368	481	△113
その他流動資産	49	88	△39	流動負債計	448	687	△239
流動資産計	1,297	1,724	△426	固定負債計	85	61	23
有形固定資産	123	114	9	資本金	970	969	0
無形固定資産	251	270	△18	資本剰余金	940	939	0
投資その他の資産	421	289	132	利益剰余金	△354	△261	△93
固定資産計	796	674	122	株主資本計	1,556	1,647	△91
資産合計	2,094	2,398	△304	その他純資産	4	1	3
				純資産合計	1,560	1,649	△88
				負債純資産合計	2,094	2,398	△304

全社 平成 26 年6月期第3四半期概況

Q&A サイト「OKWave」に蓄積された 3 千万件以上の Q&A ビッグデータをもとに VoC(顧客の声)分析等を実施する OKWave 総合研究所の分析レポートに対する注目が高まり、第 3 四半期には様々なメディアに取り上げられました。

日経ウーマンオンライン

マイナビニュース

ダイヤモンドオンライン



掲載記事は日経ウーマンオンラインのアクセスランキングで
カテゴリ別 1 位、全記事 3 位にもなりました。

OKWave 総合研究所のデータの有用性が示されています。

事業別 平成 26 年6月期第3四半期概況

→ ソーシャルメディア事業



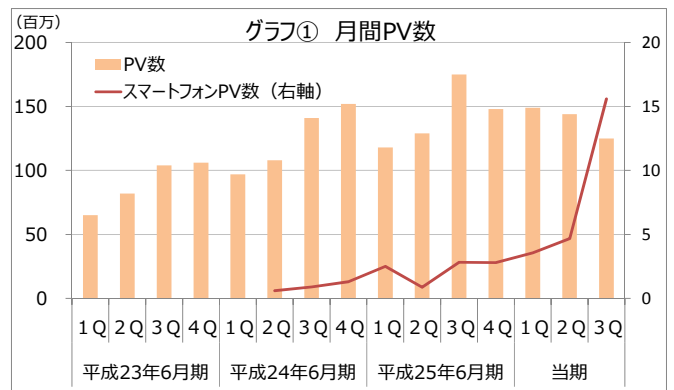
当事業では日本最大級の Q&A サイト「OKWave(オウケイウェイヴ)」のほか、Q&A から派生した様々なサービスを運営しています。市場全体で PC 経由の PV が減少していることを受け、上期に引き続きスマートフォン対応を強化したほか、新たな広告商品の提供を開始し、売上成長を実現しました。

- ・ **売上高 462 百万円(前年同期比 +9.3%)**
 - ⇒ PC での閲覧者数の減少傾向を売上増加施策でカバー
 - ⇒ 新広告商品の拡充により、広告単価が 86% 上昇
- ・ **セグメント損失△63 百万円(前年同期△0.2 百万円)**
 - ⇒ スマートフォン対応強化による開発費の発生で減益
 - ⇒ 米国子会社のサービス強化、機能強化に伴う開発費用増加

ソーシャルメディア (単位:百万円)	第3四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	462	+39	+9.3%
セグメント損失(△)	△63	△62	—

■PC 経由の閲覧数減少を、広告単価上昇でカバー■

- 「OKWave」のスマートフォン対応強化
 - ・上期に行った対応の効果によりスマートフォン経由の閲覧数増加
 - ・当四半期においても引き続きスマートフォン対応を強化
- 医療・健康分野に特化した「ライフデザイン」の第4弾特集⇒図①
 - ・「子供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
- 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を新たに商品化
 - ・高い広告効果が見込め、売上増加に寄与
- 「OKDreams(オウケイドリームス)」の本格展開⇒図②
 - ・クラウドファンディングサービス(※)「OKDreams」本格開始。第一弾プロジェクトは漫画「宇宙兄弟」とのコラボレーション企画
 - (※)インターネットで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
- 「Pinatas」新機能追加
 - ・動画でのメッセージ送受信に加え、テキストでの送受信機能を追加
- 質問者と回答者のマッチングに関する技術特許を取得
 - ・今後「OKWave」などのサービスに活用する予定



図① 「ライフデザイン」の特集



図② 「OKDreams」の第一弾企画



→ 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。

主力製品「OKBiz」の機能強化とともに、販売パートナーとの協業や新たな FAQ 利用シナリオの追加によるニーズ発掘を目指しました。新規導入のほか、既存案件の追加受注も好調に推移しました。

・ 売上高 863 百万円(前年同期比 +13.6%)

⇒ 大型の案件獲得で売上成長を維持

⇒ 「OKBiz for Community Support」、「QAPartner」の導入増加

⇒ Q&A ビッグデータを活かした VoC データ販売実績増加

・ セグメント利益 361 百万円(前年同期比 +15.1%)

⇒ 体制強化による人件費増も、広告宣伝費の効率投下により、前年同期並みの高水準の利益率を維持

エンタープライズソリューション (単位:百万円)	第3四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	863	+103	+13.6%
セグメント利益	361	+47	+15.1%

■独自の提案で導入企業増加■

(1)「OKBiz for FAQ / for Helpdesk Support Ver.7.7」発売開始

・商品点数が多いEC など大規模 FAQ サイトの検索機能強化⇒図③

・FAQ サイト利用者のスマートフォンでの利便性強化

(2)FAQ の新たな利用シナリオ提示によるニーズ開拓⇒図④

・マーケティングや社内情報共有といった FAQ 活用場面の提案により潜在ニーズの発掘が進捗

・マーケティングエリアでの FAQ として株式会社ユーキャン様に導入

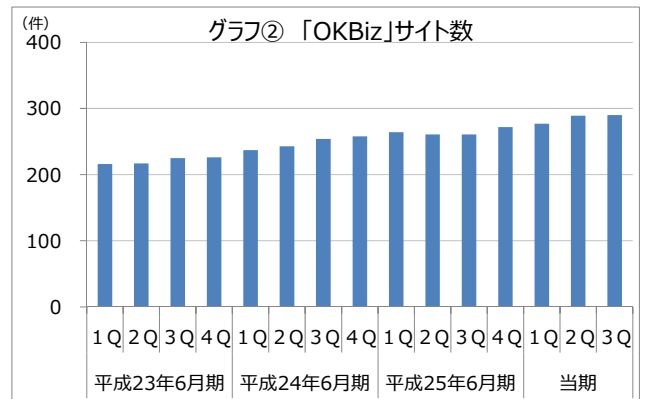
(3)「OKBiz for Community Support」導入実績

・ソニー様でのカテゴリの大幅な追加

(4)VoC 販売実績

・「OKWave」の Q & A データを分析しマーケティングに活用

・新たに住信 SBI ネット銀行様や日本生活協同組合連合会様に提供



図③ 「OKBiz for FAQ / for Helpdesk Support Ver.7.7」

図④ 導入いただいた株式会社ユーキャン様の FAQ



➔ 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」、知識売買サイト「High500」を運営しています。

課金制モバイルサイト「クイズ王の雑学塾」が au のスマートフォン向けサービス『au スマートパス』に採用され、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 82 百万円(前年同期比 +174.7%)

⇒ 課金制モバイルサイトの会員数が順調に増加し、売上成長

⇒ au と docomo のスマートフォン向けサービスに複数のサイトが採用されていることが前年同期比での主な成長要因

・ セグメント損失 △137 百万円(前年同期 △100 百万円)

⇒ 会員獲得に注力、広告宣伝費を積極投下

⇒ 売上の伸びにより損失幅減少

⇒ 費用の構成としては減価償却の割合が大きい

ナレッジ マーケット (単位:百万円)	第3四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	82	+52	+174.7%
セグメント損失(△)	△137	△36	—

■スマートフォン向けにマーケティング強化、売上増加■

(1)「クイズ王の雑学塾」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サービス、『au スマートパス』に「クイズ王の雑学塾」が採用され 3 月 6 日配信開始⇒図⑤

・配信開始タイミングで広告宣伝費を積極投下、会員拡大

(2) docomo スゴ得コンテンツ、au スマートパス

・スゴ得コンテンツ、スマートパスからの流入が順調に推移

・広告宣伝費の効果的な回収が可能に

(3)「田村淳の答えたがり！」で決済手段拡大のリニューアル

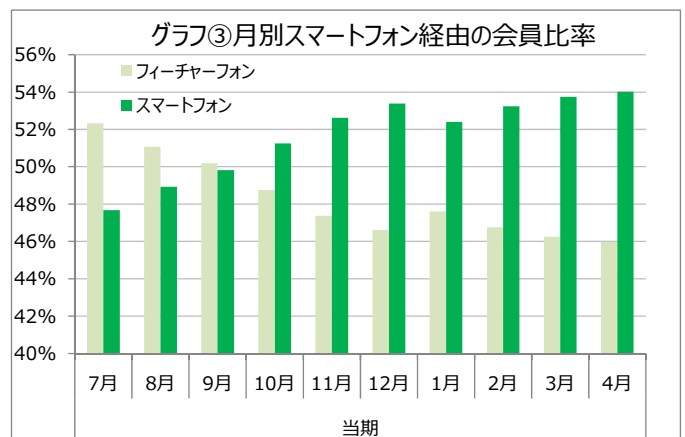
・人気タレントのロンドンブーツ1号2号 田村淳さんがユーザーからの質問に答える Q&A サイト「田村淳の答えたがり！」で従来のクレジットカードに加えて WebMoney での決済に対応

(4)「myFave」は 2Q のスマートフォン版最適化の効果で順調に推移

図⑤ 『au スマートパス』に採用された「クイズ王の雑学塾」



図⑥ 課金制モバイルサイト サイトラインナップ (5/14 現在)



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。

東京五輪開催による後押しを受け、新規受注、追加受注ともに好調に推移しました。

・ 売上高 642 百万円(前年同期比 +114.4%)

⇒ 多言語コンタクトセンターに加え、ネットワークエンジニア・電話技術者・ソフトウェア開発エンジニアの派遣が業績に寄与

・ セグメント利益 50 百万円(前年同期比 △27.2%)

⇒ 売上が想定通りに推移し、利益維持

多言語 CRM (単位:百万円)	第 3 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	642	342	+114.4%
セグメント利益	50	△18	△27.2%

※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 3 か月分です

■多様な通訳・翻訳への要望に対応したほか、電波測定調査の大型案件を受注■

(1) 当四半期の新規受注は前四半期比 26%増

・レジャー施設、生命保険会社、ホテルグループ、医療機関など、外国語需要が考えられる様々な業種のクライアントから通訳・翻訳業務を受注

(2) 電波測定調査業務の大型案件受注

・大手携帯キャリアからの電波測定調査業務を受注。東京を中心とした広範囲の業務で、大型案件の受注となった

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。

光回線販売市場が縮小する中、新たな事業分野に社内リソースを移しました。

・ 売上高 376 百万円(前年同期比 +146.7%)

⇒ NTT 東日本株式会社での SOHO マーケットを含めた光回線販売が売上に寄与

・ セグメント損失 △33 百万円(前年同期 11 百万円)

⇒ 省力で効率運用

⇒ 売上高の減少に伴い損失拡大

営業 アウトソーシング (単位:百万円)	第 3 四半期	前年同期比	
		増減額	増減率
売上高	376	223	+146.7%
セグメント損失(△)	△33	△45	—

※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 3 か月分です

平成 26 年 6 月期 第 4 四半期 戦略

■業績予想比 進捗率 ※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 3 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	2,426	100.0%	3,400	100.0%	71.4%
ソーシャルメディア事業	462	19.1%	632	18.6%	73.2%
エンタープライズソリューション事業	863	35.5%	1,250	36.7%	69.0%
ナレッジマーケット事業	82	3.4%	228	6.7%	36.1%
多言語 CRM 事業	642	26.5%	866	25.5%	74.2%
営業アウトソーシング事業	376	15.5%	424	12.5%	88.7%
営業損失(△)	△298	—	△160	—	—
経常損失(△)	△292	—	△150	—	—
当期純利益または損失(△)	△107	—	12	0.4%	—

👉 ソーシャルメディア事業

■スマートフォン対応強化とコンテンツ強化

(1)「OKWave」のスマートフォン版リニューアル

- ・利用者数が増加しているスマートフォン対応として 4 月 9 日にスマートフォン版のトップページをリニューアル
- ・サイト利用者の利用目的に応じたコンテンツ配置に変更

(2) 新商品の追加

- ・当社ならではの Q&A データ分析に基づいたターゲティング広告第二弾をリリース
- ・ジャック広告を 4 月 6 日にリリース、高い広告効果による単価の上昇を狙う

(3) 子会社 OKWave Inc.では Davia カレンダーの 1,000 万人のユーザーに向けたプロモーションを本格展開

図⑦ リニューアル後の「OKWave」スマートフォン版



👉 エンタープライズソリューション事業

■「OKBiz」の機能強化に合わせマーケティング強化、新たなニーズを開拓

(1)『OKBiz for FAQ / for Helpdesk Support Ver.7.8』の販売

- ・「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

(2) 総合版の製品『OKBiz for Support Enterprise Suite』の販売を強化

- ・「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。FAQ に加え、コミュニティでのユーザー同士の問題解決力を活かす当社独自のソリューション

(3) イベント・セミナーによるニーズ開拓

- ・4 月 18 日にリックテレコムとの共催イベントを実施、新製品『OKBiz for FAQ / for Helpdesk Support Ver.7.8』のご紹介など 300 人超の来場者様にアプローチ

➡ 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

- ・第一弾として 4 月 15 日にスマートフォン向けサイト『らくらく育児モバイル』の提供を開始
 - ① 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
 - ② サイト上から直接電話できる仕組みにより、小児科医、看護師、管理栄養士などの有資格者に 24 時間 365 日いつでも電話相談することが可能
 - ③ Q&A コーナーではサイト上で医師に直接質問が可能

図⑧ らくらく育児モバイル



- ・その他サイトも続々オープン予定

(2) au スマートパス、docomo スゴ得コンテンツへの提供

- ・4 月 3 日から『こんまり♪片づけレッスン』を au スマートパスに提供開始
- ・他のサイトも au スマートパス、docomo スゴ得コンテンツへの採用を狙う

(3) 「myFave」の商品充実化

- ・自社 Q&A サービス連携実施と商品の充実化によるサービス強化
- ・商品数は第4四半期開始時点(4 月 1 日)の約 1,000 万点から、5 月 14 日現在で約 1,500 万点に増加。5 月末には約 2,000 万点となる予定で、順次、商品数拡大予定

➡ 多言語 CRM 事業

■東京五輪開催決定により日本の国際化の気運が高まる中、営業体制を強化し導入促進

- ・海外展開支援、バイリンガル人材派遣、多言語コンタクトセンターなど、引き続き多言語サービス導入を促進
- ・大企業、自治体を中心とする新年度からの予算立てを行っているクライアントに対してのアプローチ強化

➡ 営業アウトソーシング事業

■SOHO 市場(事務用 1~2 回線のお客様)の対応に軸足を移す

- ・光回線販売市場の縮小に伴い安定収益源となる NTT 関連事業への移行。利益幅の大きい地域へ注力

以上