

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 27 年 6 月 期 (第 16 期) 連結業績ハイライト  
～ 通期で黒字化を達成 ～

平成 27 年 6 月 期 振り返り

■ 連結損益計算書

連結 (単位:百万円)	平成 27 年 6 月 期		平成 26 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	2,737	100.0%	3,241	100.0%	△503	△15.5%
売上原価	1,623	59.3%	2,272	70.1%	△648	△28.6%
売上総利益	1,113	40.7%	968	29.9%	+145	+15.0%
販売費及び一般管理費	1,099	40.2%	1,317	40.7%	△217	△16.5%
営業利益または損失(△)	13	0.5%	△349	—	+363	—
経常利益または損失(△)	47	1.7%	△344	—	+391	—
当期純利益または損失(△)	21	0.8%	△410	—	+431	—

▶ 売上高

- ・サービスの選択と集中による影響で前期比減少
- ・子会社ブリックスで不採算サービスを縮小した影響により減少
- ・ソーシャルメディア事業の一部サービスからの撤退により減少
- ・エンタープライズソリューション事業は微増、ナレッジマーケット事業は新サイトの売上貢献が来期以降となり微減

▶ 営業利益、経常利益、当期純利益

- ・通期で黒字化を達成
- ・固定費削減効果で売上高の減少をカバーし、営業黒字化
- ・とくに海外子会社を含むソーシャルメディア事業での収益の改善が影響し、営業黒字化に貢献
- ・営業外収益として為替差益、貸倒引当金戻入額を計上

▶ 繰延税金資産と特別損失の計上について

- ・本日付で「繰延税金資産と特別損失の計上に関するお知らせ」を開示しました。
- ・第2四半期において繰延税金資産の取崩しを行なったが、次期業績見通しを鑑み、回収可能であると判断できる繰延税金資産を計上し、当期純利益が上振れ
- ・収益性の低下がみられた固定資産について、減損損失 16 百万円を特別損失として計上

## ■連結貸借対照表

連結 (単位:百万円)	当連結 会計年度	前連結 会計年度	増減額	連結 (単位:百万円)	当連結 会計年度	前連結 会計年度	増減額
現金及び預金	862	656	+205	仕入債務	40	71	△31
売上債権	330	425	△95	未払金及び未払費用	162	208	△45
前払費用	24	23	+0	その他流動負債	127	137	△10
その他流動資産	10	21	△10	<b>流動負債 計</b>	<b>330</b>	<b>418</b>	<b>△87</b>
<b>流動資産 計</b>	<b>1,228</b>	<b>1,127</b>	<b>+100</b>	<b>固定負債 計</b>	<b>67</b>	<b>80</b>	<b>△13</b>
有形固定資産	87	88	△1	資本金	979	979	+0
無形固定資産	59	87	△27	資本剰余金	949	949	+0
投資その他の資産	313	470	△156	利益剰余金	△635	△657	+21
<b>固定資産 計</b>	<b>460</b>	<b>646</b>	<b>△185</b>	<b>株主資本 計</b>	<b>1,293</b>	<b>1,271</b>	<b>+22</b>
				その他純資産	△2	4	△6
<b>資産合計</b>	<b>1,688</b>	<b>1,774</b>	<b>△85</b>	<b>純資産合計</b>	<b>1,291</b>	<b>1,275</b>	<b>+15</b>
				<b>負債純資産合計</b>	<b>1,688</b>	<b>1,774</b>	<b>△85</b>

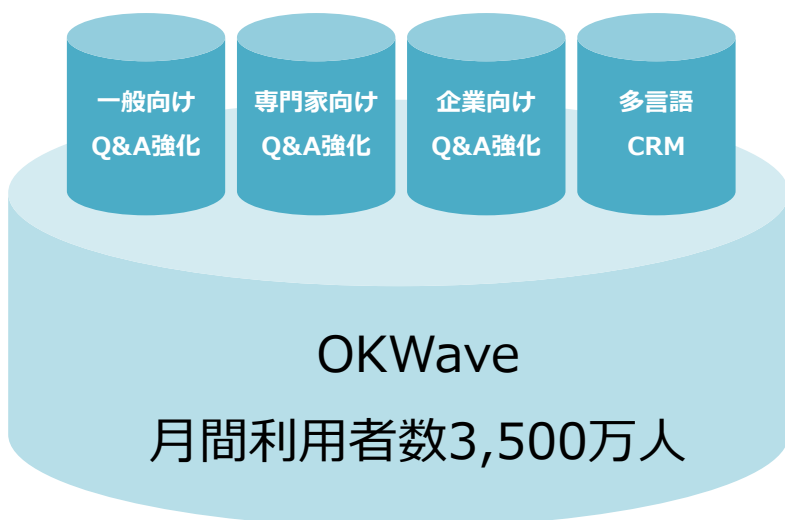
### ▼ 資産

- ・有形固定資産、無形固定資産の取得があったものの、売上債権、出資金の回収により現金及び預金が増加
- ・ソフトウェアの償却が進み、無形固定資産が減少
- ・関係会社の清算により投資その他の資産が減少

### ▼ 負債・純資産

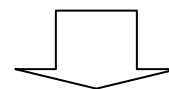
- ・当社、子会社ともに買掛金の支払いが進み、仕入債務減少
- ・支払サイトの長い一部広告宣伝費の減少により未払金及び未払費用が減少
- ・当期純利益の計上により、株主資本増加

## 平成 27 年6月期 全社戦略の振り返り



◇期首に掲げた戦略(H26.8.12 開示資料より)◇

- (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



(1)、(2)の取り組みの結果

- ・平成 26 年 11 月「OKWave Professional」開始
- ・平成 27 年 1 月「OKWave Enterprise」開始
- ・平成 27 年 4 月「+OKWave」開始
- ・平成 27 年 7 月に企業、専門家、一般の回答者を OKWave AWARD として表彰

(3)の取り組みの結果

- ・平成 27 年 6 月期営業黒字化

# 事業別 平成 27 年6月期 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)」の運営を核に、「OKWave」で生まれた Q&A とアクセスログなどのビッグデータを利用した、主に広告ビジネスを展開しています。

SEO 対策とモバイルサイトの最適化により、個人向けサイトの閲覧数が回復しました。他方、サービスの選択と集中及び一部取引先との契約変更による広告収入減少の影響を受け、売上高は前年同期比で減少となりました。

### ・売上高 447 百万円(前年同期比 Δ22.6%)

⇒ スマートフォン重視のサイト改善により閲覧数上昇⇒グラフ①

⇒ SEO 対策が奏功し、閲覧数上昇⇒グラフ①

⇒ サービスの絞込みと一部取引先との契約変更により売上減

### ・セグメント利益 15 百万円(前年同期比 +117 百万円)

⇒ 固定費の削減により、売上高の減少とキャンペーン実施による広告宣伝費の増加をカバーし、セグメント黒字化

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	447	△130	△22.6%
セグメント利益	15	+117	—

## ■PV 向上の対策を実施■

### (1)SEO 対策、モバイルフレンドリー対策強化

・SEO 対策を強化とスマートフォン対応を重視したモバイルフレンドリー対策を強化し、PV が回復⇒グラフ①

### (2)話題のテーマで読める「+OKWave」開始⇒図①

・世の中で話題になっているテーマを切り口にカテゴリ化された Q&A コミュニティをつくるサービスを開始

・Q&A の内容を別の利用者が試した体験「ためレポ」機能提供

### (3)広告枠増設による収益獲得機会拡大

・スマートフォン、PC の広告枠を増設し、収益機会を拡大

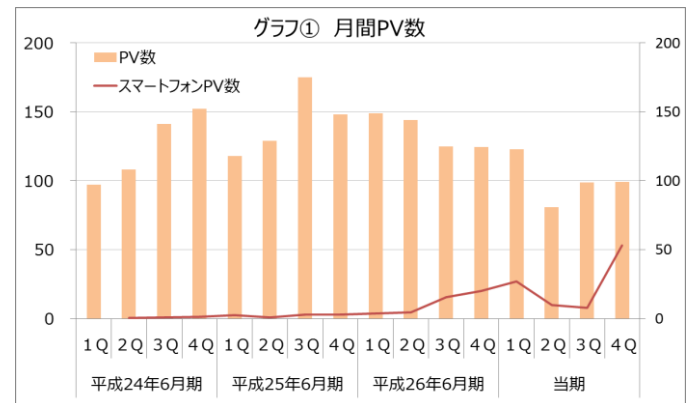
### (4)キャンペーン実施による新規会員獲得、既存会員活性化

・「OKWave」のサービス紹介動画を作成。一般からの動画も公募

・サービスを最も良く表現している動画への投票を実施⇒図②

### (5)海外展開への布石

・米国の 1,200 万人の「Davia」会員向けメール広告配信



図① 「+OKWave」



図② 紹介動画の投票キャンペーン



➔ 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。

主力製品の「OKBiz」にお問い合わせ業務の運用性向上のための新機能を追加しました。

加えて、イベントの来場者への販売促進活動や、パートナービジネス強化を行ない、新規案件獲得に注力しました。

・ 売上高 1,212 百万円(前年同期比 +1.9%)

⇒ イベントやセミナーへの参加者への販売促進活動に注力

⇒ 季節要因により導入企業数が伸び悩む⇒グラフ②

・ セグメント利益 517 百万円(前年同期比 +1.1%)

⇒ 新製品開発に係る開発費用が発生したが外部リソースを最小限にとどめ、売上原価抑制、増益

⇒ 広告宣伝費投下の回収に注力したため、販売費及び一般管理費が減少

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	1,212	+22	+1.9%
セグメント利益	517	+5	+1.1%

■新機能追加とイベントからの継続アプローチ■

(1) シャープのモバイルサイト「SHSHOW」のユーザーサポートに OKBiz シリーズを提供⇒図③

・ユーザー自身による自己解決を促す FAQ「OKBiz for FAQ」と、ユーザー同士で問題解決できるサポートコミュニティ「OKBiz for Community Support」を組み合わせた最先端 Web サポートサービスを提供

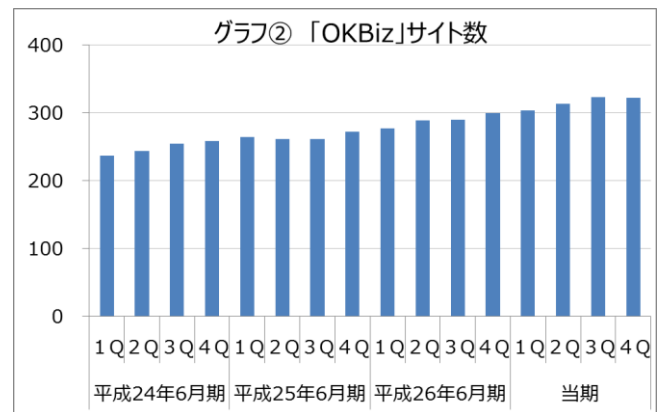
(2) 業界別アプローチ強化によるシェア拡大

・OKBiz 利用企業間での活用情報共有を促進する場の提供を目的とし、業界毎のユーザー会を開催。豊富な活用事例を紹介することにより、既存顧客における複数導入展開を図る

(3)「OKBiz」にコールセンター部門への導入促進の新機能追加

・個人情報保護を強化する新機能を追加

・スマートフォンユーザーの拡大に対応し、ユーザーからの画像添付を可能としたお問い合わせフォームの実装



図③ シャープのモバイルサイト「SHSHOW」

FAQ「OKBiz for FAQ」



サポートコミュニティ「OKBiz for Community Support」



➔ ナレッジマーケット事業

**OKWave Premium**

**OKWave Professional**

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(※)を運営しています。

新サイトを au スマートパス向けに提供開始し、会員獲得に努めました。また、弁護士をはじめ様々な分野の専門家が参加する Q&A コミュニティ「OKWave Professional」の有料化プラン開始に向け、専門家の獲得に注力しました。

(※) 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 159 百万円(前年同期比 △6.3%)**

⇒ 新サイトを立ち上げ、新規会員獲得に注力、本格的な売上貢献は来期以降

⇒ 「OKWave Professional」有料プランの提供を開始

・ **セグメント損失 △68 百万円(前年同期比 +100 百万円)**

⇒ 新サイト向けの開発費、広告宣伝費が先行発生

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	159	△10	△6.3%
セグメント損失(△)	△68	+100	—

■新サイトの提供開始、サイト間の相互送客活性化■

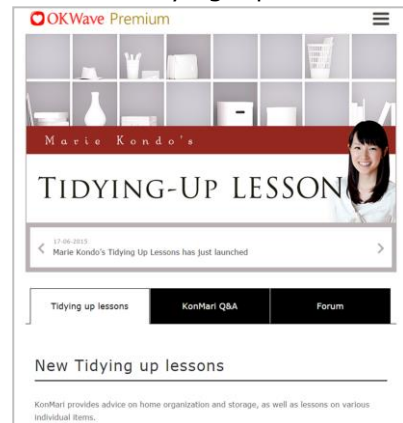
(1)新たに2つのサイトを提供開始⇒図④

- ・アメリカの TIME 誌発表の 2015 年版「世界で最も影響力のある 100 人」に選出された近藤麻理恵さんの英語版サイトを提供開始
- ・漢方美容研究家の芳地智子さんの監修による身体の中から美しくなるための方法を学べるサイトを提供開始
- ・上記 2 サイトともに「OKWave Premium」で提供することにより開発、運用を効率化

(2)「OKWave Professional」有料プランの提供開始

・弁護士、税理士、歯科医などの専門家会員から月額で集客に対する手数料を得る新たな収益獲得機会の創出

図④ 「Marie Kondo's Tidying-Up Lesson」



➔ 多言語 CRM 事業



当事業では、24 時間 365 日体制の多言語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。

前期から注力してまいりましたインバウンド旅行者向けの案件が寄与し、多言語コンタクトセンターの業績は好調に推移しました。

・ **売上高 842 百万円(前年同期比 △3.2%)**

⇒ 技術者、人材派遣案件の縮小により前年同期比減少

⇒ コンタクトセンターの売上は増加、順調に進捗

・ **セグメント利益 48 百万円(前年同期比 △20.9%)**

⇒ 体制強化による人件費増の影響で前年同期比減少

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	842	△28	△3.2%
セグメント利益	48	△12	△20.9%

■多言語コンタクトセンターは案件が増加し順調に推移■

- ・訪日旅行者の増加に伴い、多言語コンタクトセンターやバイリンガル派遣の需要が拡大したことから、地方自治体や商業施設などへのサービス導入が増加
- ・システム開発案件や中央省庁の請負案件といった大型案件を獲得

## ➡ 営業アウトソーシング事業



当事業では、通信回線販売業界において、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したが、市場環境を鑑み、収益性を考慮し事業再編を行い、当事業からは撤退をいたしました。

### ・売上高 75 百万円(前年同期比 △82.5%)

⇒ 当事業における株式会社ブリックスの東京本社以外の支社の閉鎖を実施

⇒ 東京本社についても当事業の規模を縮小し、撤退

### ・セグメント利益 6 百万円(前年同期比 +39 百万円)

⇒ 省力運用で損失計上から利益計上へ

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	75	△356	△82.5%
セグメント利益	6	+39	—

## 平成 28 年6月期 戦略

### ■業績予想

連結 (単位:百万円)	平成 28 年6月期 通期 予想		平成 27 年6月期 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	2,500	100.0%	2,737	100.0%	△237	△8.7%
ソーシャルメディア事業	352	14.1%	447	16.3%	△95	△21.3%
エンタープライズソリューション事業	1,328	53.1%	1,212	44.3%	+115	+9.5%
ナレッジマーケット事業	170	6.8%	159	5.8%	+10	+6.4%
多言語 CRM 事業	650	26.0%	842	30.8%	△192	△22.8%
営業アウトソーシング事業	—	—	75	2.8%	△75	—
売上原価	1,345	53.8%	1,623	59.3%	△278	△17.2%
売上総利益	1,155	46.2%	1,113	40.7%	+41	+3.7%
販売費及び一般管理費	1,055	42.2%	1,099	40.2%	△44	△4.1%
営業利益	100	4.0%	13	0.5%	+86	+629.0%
経常利益	100	4.0%	47	1.7%	+52	+110.2%
当期純利益	70	2.8%	21	0.8%	+48	+228.9%

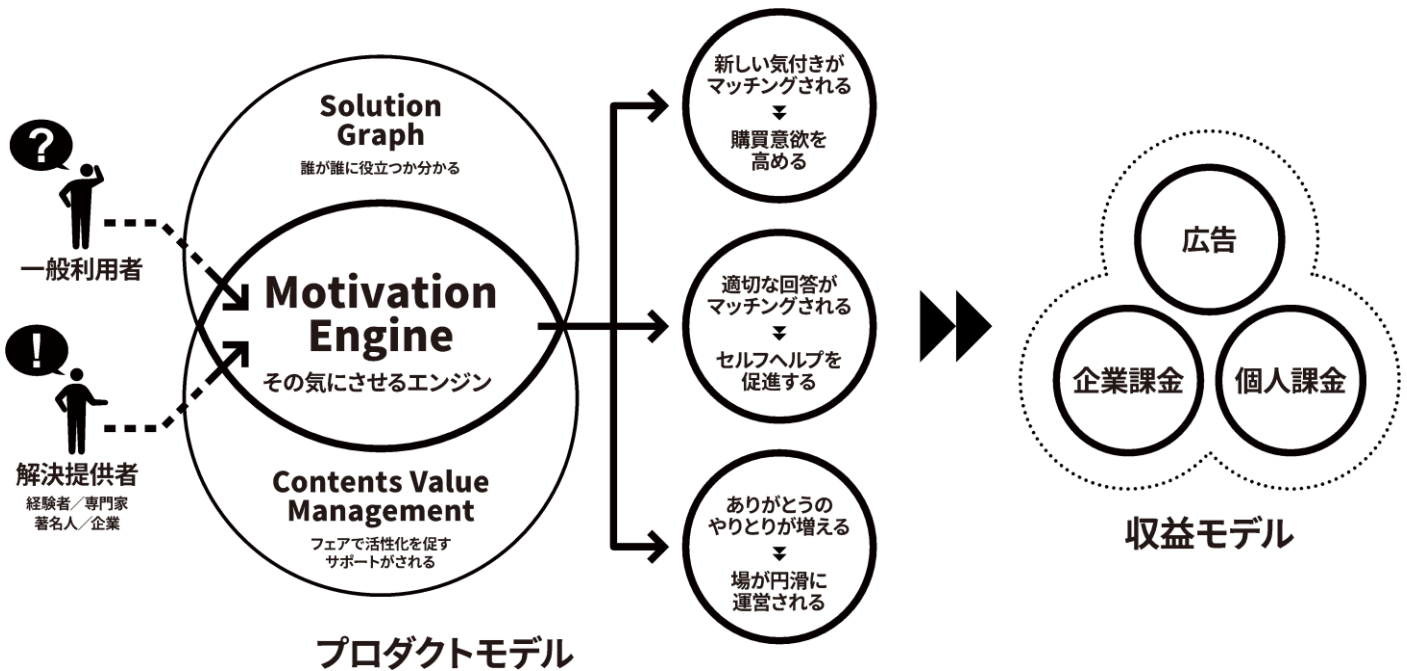
### ➡ 売上高

- ・ソーシャルメディア事業で一部取引先との契約変更により売上減
- ・営業アウトソーシング事業からの撤退により減少
- ・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成長維持で前期比増加

### ➡ 営業利益、経常利益、当期純利益

- ・子会社、単体ともに前期に進めてきた固定費削減が一段落し、利益が出やすい構造に変化
- ・とくに子会社ブリックスにおいて不採算部門からの撤退が進捗し費用の再配分を進める

➔ ビジネスモデル



➔ ソーシャルメディア事業

■ Motivation Engine の機能を強化する施策を実施

(1)「OKWave」で質問者から回答者へビットコインを贈ることができる機能の追加に向け準備⇒図⑤

- ・感謝の気持ちを届けることができるよう、回答者に従来のお礼コメントだけではなくビットコインを添えることができる機能を追加予定。質問者から運営者への寄付機能も実装予定。9月の提供開始に向け、開発に注力
- ・ビットコインは国内外で今後の普及が期待されている、インターネット上で取り引きできる仮想通貨
- ・9月以降も利用状況を鑑みながら、閲覧者から回答者など、利用機会を拡大予定

(2) 閲覧数向上のための施策を継続

- ・PV 向上施策として、SEO 対策とスマートフォンを中心としたモバイルフレンドリー対策、ソーシャルセッション向上施策を強化

(3) 蓄積した 3,400 万件の Q&A を有効活用しサイト活性化

- ・回答が締め切られている質問に対しても、コメントを記載できる機能を追加
- ・検索エンジンからのサイトへの流入数の増加や、サイト訪問者の回遊率上昇を狙い過去の人気 Q&A やソーシャルサイト上での人気 Q&A をまとめて紹介

図⑤ 「OKWave」×ビットコイン



## ➔ エンタープライズソリューション事業

### ■ユーザーのセルフヘルプを促進するソリューションを提案

#### (1)重要顧客対応の専任アカウント

・重要顧客対応の専任アカウントチーム発足による高付加価値提案の推進

#### (2)多様化する企業ニーズに対してのソリューションビジネスの推進

・サポート領域に加え、マーケティング・セールスエリアでの FAQ ソリューションの展開、および業界別ユーザー会発足による事例展開など多様な企業ニーズに対応したマーケティング強化の実施をし、営業活動とのより強固な連携を推進

#### (3)「OKBiz」シリーズの連携機能強化

・既存顧客からのニーズに対応した FAQ 管理機能の充実に加え、コミュニティ連携機能強化など最新機能の提供

## ナレッジマーケット事業

### ■著名人、専門家を増やして解決力を高める仕組みを構築

#### (1)「OKWave Premium」コンテンツ追加、新規会員獲得

・統一したプラットフォームで効率的に著名人の参加者を増やし、プラットフォーム上の複数のサイト間で相互送客を促進

・携帯電話キャリアのスマートフォン向けサービスからの集客に広告宣伝費を投下し、新規会員獲得

#### (2)「OKWave Professional」の専門家誘致

・質問者の活性化、専門家の有料プランへの移行を狙い弁護士、税理士、医師、看護師等の専門家の回答を促進

・皮膚科医、ファイナンシャル・プランナー、ブライダルプランナー等、新たな分野の専門家を誘致し、質問と回答のやりとりを活性化

#### (3)「OKWave」との連携による集客強化

・「OKWave」の約 3,500 万人のユーザーに対して集客を図るため、「OKWave」とナレッジマーケット事業のサービスを連携

図⑥ 「OKWave Premium」のコンテンツラインアップ



## 多言語 CRM 事業

### ■株式会社ブリックスのリソースを集中投下し、インバウンド分野に注力

#### (1)インバウンド向け事業者を中心とした案件の営業強化

・訪日外国人旅行者の増加による通訳ニーズを確実にとらえ、営業リソース投下

#### (2)地方自治体への重点営業

・マイナンバー制度の施行による在住外国人向けの多言語対応への営業

※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 27 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