

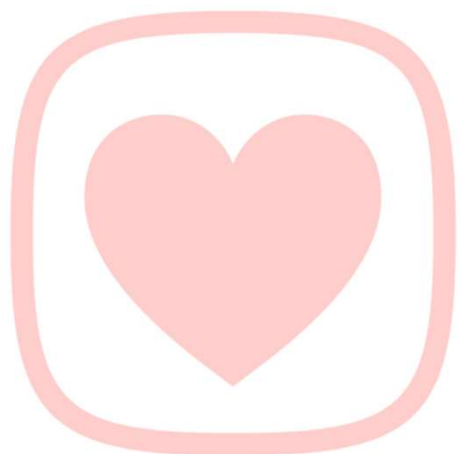


2020年7月1日～2021年6月30日

第22期

# 決算補足資料





## INDEX

1. **22期の状況 エグゼクティブ・サマリー**
2. 22期 決算概要
3. 22期 総括
4. 23期 業績予想
5. 23期 戦略と進捗状況
6. 株式譲渡後の数値計画

- ✓ 前期より取り組んでいたグループ再編が完了
- ✓ 大型案件の減少や新型コロナウイルス感染症の拡大が業績に影響
- ✓ 期末に実施したソリューション事業の譲渡により財務基盤が安定

## 22期 POINT

### 新型コロナウイルスによる影響

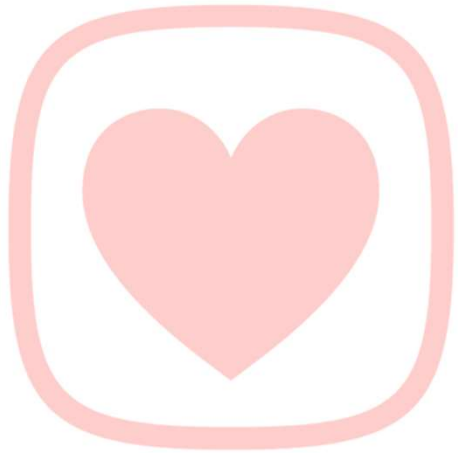
先行き不透明感から、主に法人向けサービスにおいて新規案件の獲得が想定を下回る結果に。

### グループ再編

不採算子会社の売却を実施。

これにより売上高は減少したものの利益、キャッシュフローは改善。

期末にソリューション事業の譲渡を実施し財務基盤が安定。

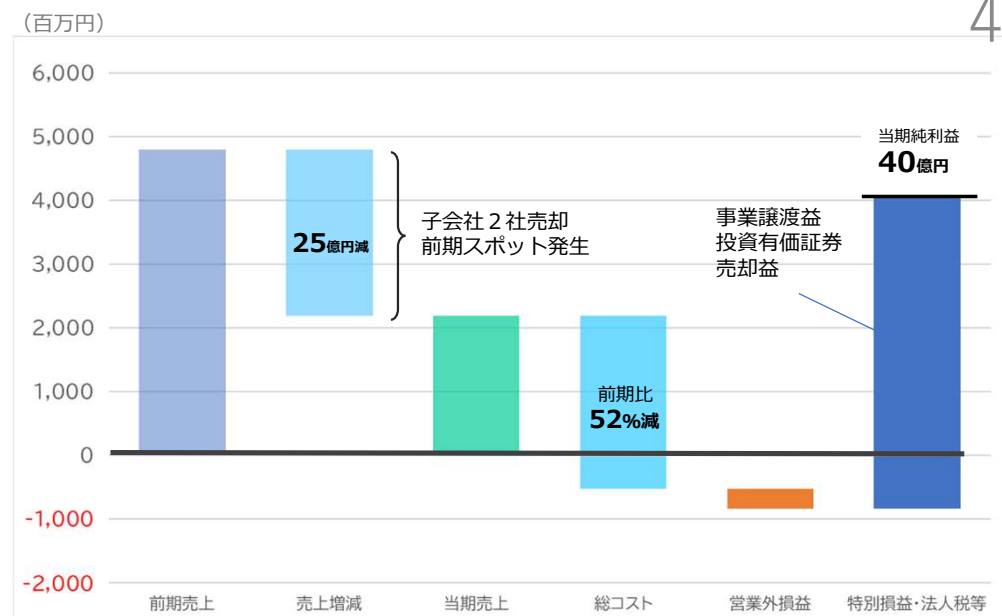


## INDEX

1. 22期の状況 エグゼクティブ・サマリー
- 2. 22期 決算概要**
3. 22期 総括
4. 23期 業績予想
5. 23期 戦略と進捗状況
6. 株式譲渡後の数値計画

## 22期 決算概要

単位：百万円	第21期 20年6月期	第22期	前期比	
	通期	通期	金額	比率 (%)
売上高	4,795	<b>2,196</b>	△2,598	△52.2
原価	2,294	<b>1,456</b>	△837	△36.5
売上総利益	2,501	<b>740</b>	△1,761	△70.4
販売費及び一般管理費	3,427	<b>1,256</b>	△2,171	△63.3
営業利益	△926	△ <b>516</b>	409	—
経常利益	△996	△ <b>834</b>	162	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△2,952	<b>4,051</b>	7,003	—



4

### 売上高

- ・スポットの大型システム開発案件の減少及び子会社の売却により、連結売上高は前期比で半減

### 営業利益

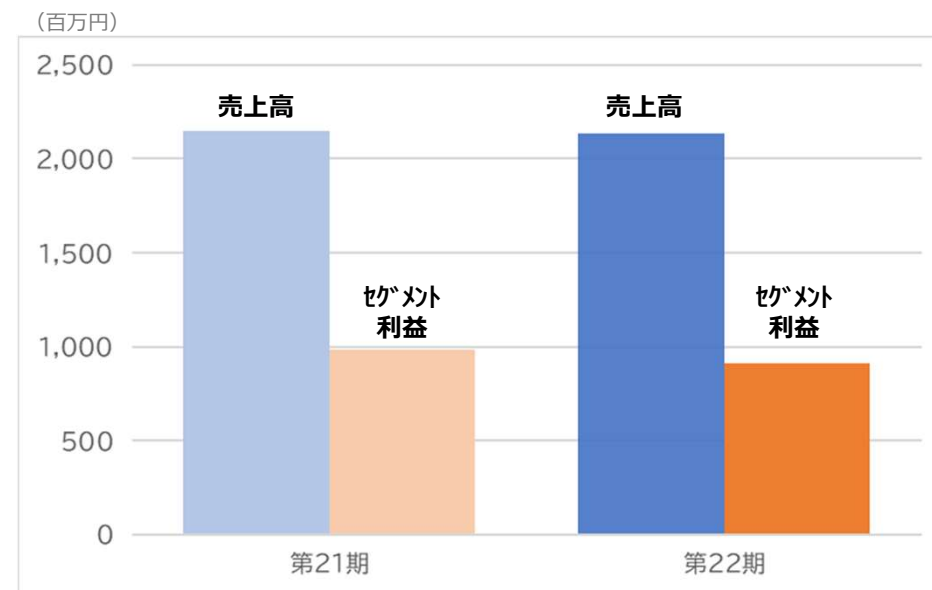
- ・前期第4四半期に子会社2社、当期に子会社2社を売却、1社を清算しグループ再編完了。これにより損失が減少
- ・単体の管理コストの見直し、販売管理費の見直しを進め、コスト圧縮

### 特別損益等

- ・子会社2社の売却により売却益（特別利益）を計上
  - ・ソリューション事業の譲渡により譲渡益（特別利益）を計上
  - ・投資有価証券売却益（特別利益）の一部を投資運用により計上
  - ・テクニカルライセンス（無形固定資産）の減損損失（特別損失）を計上
- 以上のことから、当期純利益は前期の△29億円から40億円へと改善

## 22期 決算概要 (ソリューション事業)

単位：百万円	第21期 20年6月期	第22期	前期比	
	通期	通期	金額	比率
売上高	2,147	<b>2,131</b>	△15	△0.7%
セグメント利益	983	<b>910</b>	△72	△8.0%



### 売上高

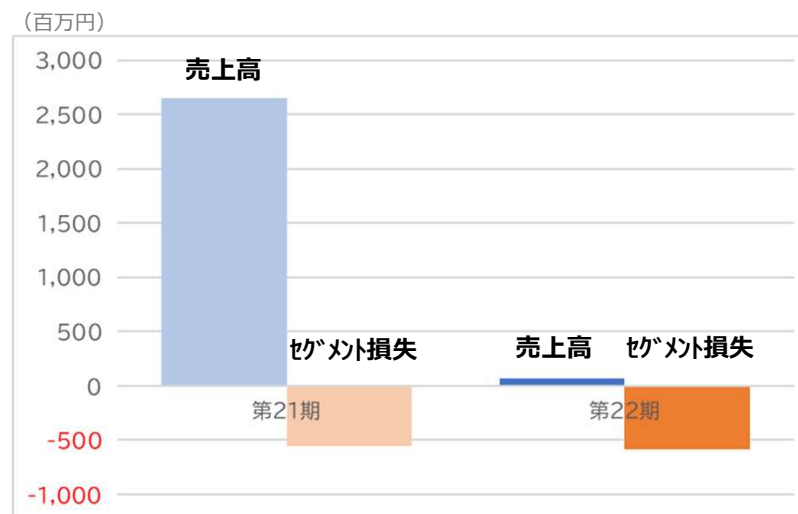
- ・同セグメントは主に法人向けのFAQに関連するサービスや「OKWAVE GRATICA」で構成
- ・新型コロナウイルスによる影響で新規案件獲得が伸び悩んだこと及び一部サービスを終了したことにより売上高が微減
- ・「OKBIZ.」(期末にPRANZAへ譲渡)：既存クライアントやパートナー経由の案件は順調に推移
- ・「OKBIZ. CS」：自治体、企業への導入加速
- ・「OKWAVE GRATICA」：有償プランマーケティング戦略に注力、収益貢献は来期以降

### セグメント利益

- ・インキュベーションサービスの市場拡大などを目的に、間接部門から当セグメントへ人員を異動。これにより前期比で利益率は低下

## 22期 決算概要 (プラットフォーム事業)

単位：百万円	第21期 20年6月期	第22期	YoY	
	通期	通期	金額	比率
売上高	2,648	<b>64</b>	△2,584	-
セグメント 損失	△554	<b>△583</b>	△29	-

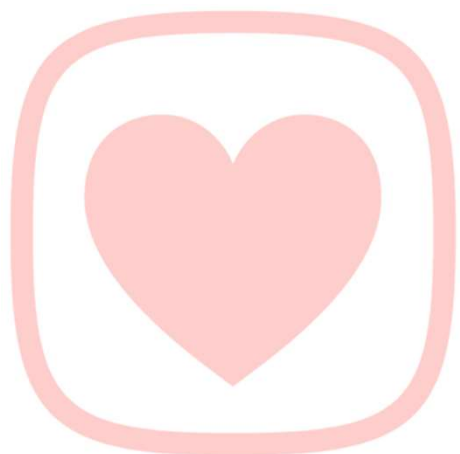


### 売上高

- ・同セグメントは、Q&Aサイト「OKWAVE」の運営ならびに子会社にて構成
- ・前期、スポットのシステム開発案件があったことや、前期末に子会社2社を売却したことにより、当セグメントの売上高は大幅減
- ・Q&Aサイト「OKWAVE」では、今期より解決力向上を目的に、広告配信ならびに広告収益還元キャンペーンを開始。解決力の高いメディアに成長させることで、企業が参画しやすい環境を創出中
- ・Q&Aサイト「OKWAVE」では、事前に取り組んでいたSEO対策により、期末に向け広告収益が拡大

### セグメント損失

- ・売上は大幅減となったが、コスト削減も進みセグメント利益は前期比で小幅な減少にとどまる
- ・主な費用は、①売却した子会社による損失、②マレーシア子会社の稼働費、③Q&Aサイト「OKWAVE」の新バージョン開発費用
- ・マレーシア子会社においては現在、固定費削減等各種見直しを行っていることからバーンレートは徐々に低下
- ・Q&Aサイト「OKWAVE」の大幅なシステム改善が完了、来期以降の開発費や固定費等が低減される見通し



## INDEX

1. 22期の状況 エグゼクティブ・サマリー
2. 22期 決算概要
- 3. 22期 総括**
4. 23期 業績予想
5. 23期 戦略と進捗状況
6. 株式譲渡後の数値計画



## ① グループ再編完了

- グループ再編による経営リソースの再配分を実施
- 計画通りにグループ再編を実施し、子会社を売却。売却益計上
- 不採算子会社の売却により、赤字幅は縮小

## ② コーポレート・ガバナンス強化

- 今期から外部有識者によるガバナンス委員会を組成。取締役会決議事項や事業計画等に対する助言・提言を実施
- リスクマネジメント、コンプライアンスへの配慮や報告事項、決議事項の適切さ及び十分さを確認

## ③ 財政基盤安定化

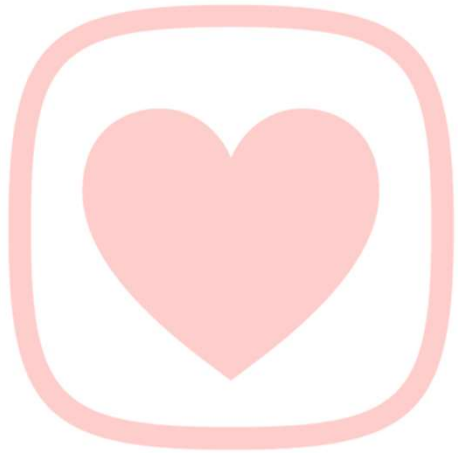
- ソリューション事業の売却や投資有価証券の売却により現預金が増加
- 社債を償還したことにより負債が減少

2020年6月期 貸借対照表  
(百万円)

現預金 1,086	
	純資産 1,008

2021年6月期 貸借対照表

現預金 9,159	
	純資産 5,706



## INDEX

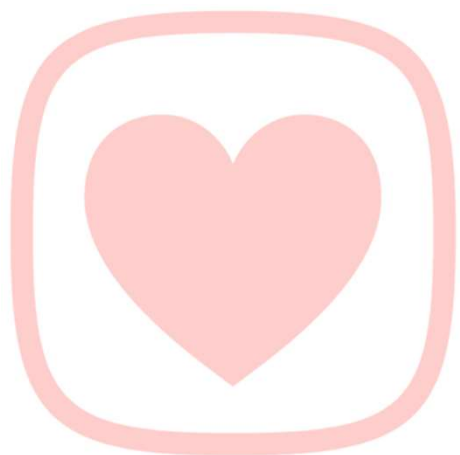
1. 22期の状況 エグゼクティブ・サマリー
2. 22期 決算概要
3. 22期 総括
- 4. 23期 業績予想**
5. 23期 戦略と進捗状況
6. 株式譲渡後の数値計画

## 23期 業績予想

10

単位：百万円	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
2022年6月期 通期	430	△620	△620	△450	△38.36円
2021年6月期 通期（ご参考）	2,196	△516	△834	4,051	371.25円

23期は主に広告と法人サービスにおける投資の時期と位置づけ、3か年計画の達成に向けた収益基盤を作ります。  
なお、上記数値は現存事業の進捗や状況を鑑みたものとなっております。戦略上想定はしているものの、未確定である案件等は一切考慮しておりません。



## INDEX

1. 22期の状況 エグゼクティブ・サマリー
2. 22期 決算概要
3. 22期 総括
4. 23期 業績予想
- 5. 23期 戦略と進捗状況**
6. 株式譲渡後の数値計画



互い助け合いの  
場の創造を通して  
物心両面の幸福を実現し  
世界の発展に寄与する

当社はミッションの実現に向けてゼロから生まれ変わります

# OKWAVE ReBORN 2021

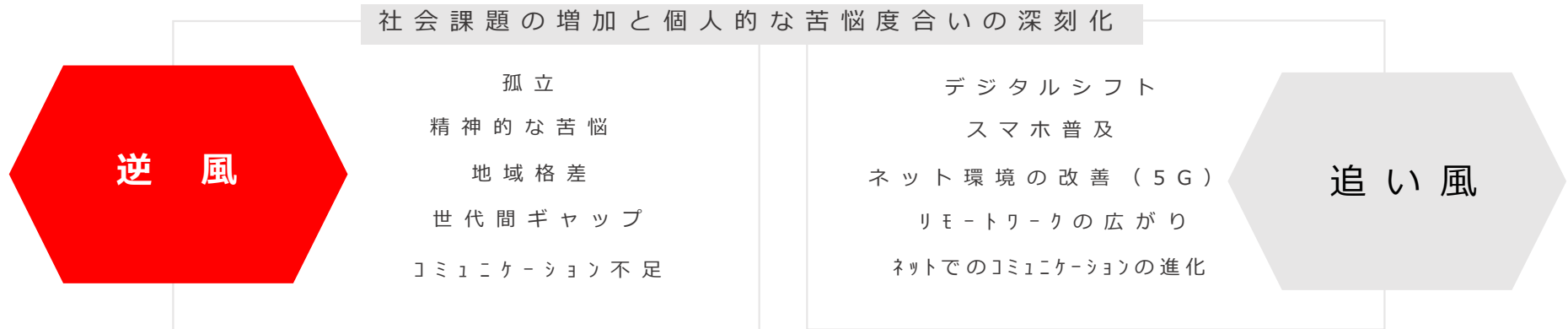
互い助け合いの場の創造を通して、物心両面の幸福を実現し、世界の発展に寄与する。



困っている人が悩みを相談でき、解決力のある人が助けることができる。  
お互いをよりよい関係に向上させるサービスを世の中に提供する。

サービスの提供を通じて「ありがとう」の総量を増やしていくことを  
最重要テーマとする。

# 外部環境及び当社のポジショニング



お互いが助け合う社会への構造変化を促す必要

## オウケイウェイヴの果たす役割



人が人を支える仕組み

を提供

ネットを活用して

悩みを解決し

社会に貢献する。



## 物心両面の幸福の実現による世界の発展への寄与

世界中の異なる視点での情報交換が可能な世界の実現

世界中の人々の間で、応援・感謝など

ポジティブなやり取りが可能な世界の実現

「互い助け合いの場の創造」

## 日本国内で展開するOKWAVEサービス群を 世界各国に提供する

OKWAVEサービスを通じて、各国で投稿された質問と回答（ナレッジ）が自動的に翻訳される。

OKWAVEサービスを通じて、各国の母国語でQ&Aをリアルタイムに見ることができる。





# 2つの主カサービスと子会社事業によって成長拡大を目指す

## Q & A サービス

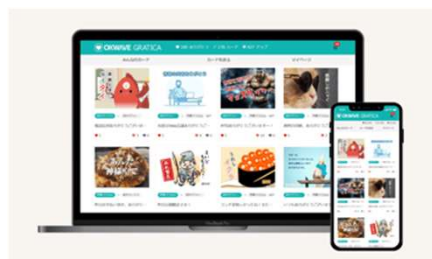


Q & A の力により困っている人と  
回答力のある人をマッチング

主カ製品

Q&Aコミュニティokwave.jp  
OKBIZ. for Community Support  
(以下OKBIZ.CS)

## SOCIAL CARDサービス



「ありがとう」をカタチにして  
人とのつながりを深め、ビジネスをスムーズにする。  
感謝の気持ちを伝え合う場を提供

主カ製品

GRATICA HR (企業向け感謝のオンラインメッセージカード)  
GRATICA SQUARE (イベント向けメッセージカード)

## BSP事業 (子会社)



BlockChain Platform  
Thor's Hammer

Q&Aビジネスで培った認証技術を活用して  
成長著しいアジア市場に提供

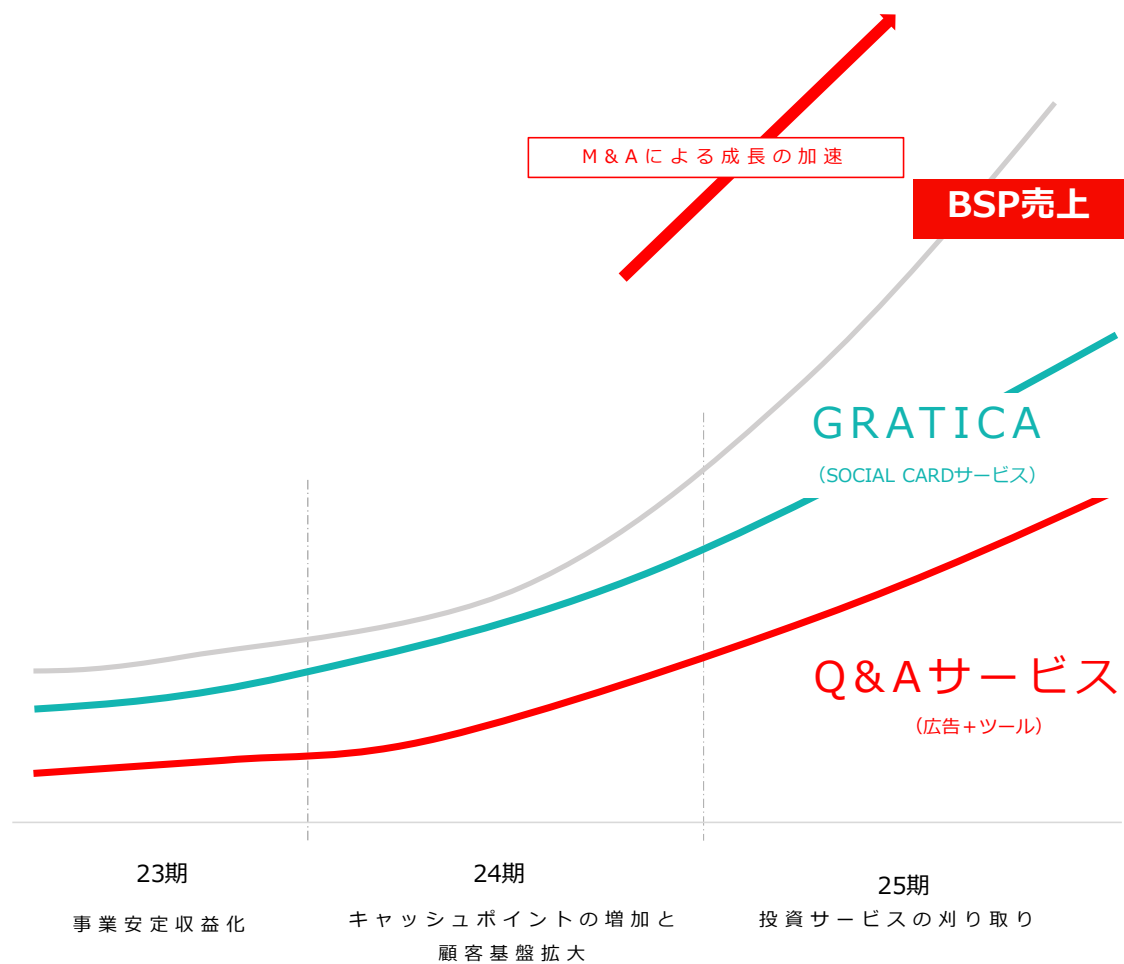
主カ製品

OBC BCVote BlockChain Voting system  
OBC CRP BlockChain Certification system

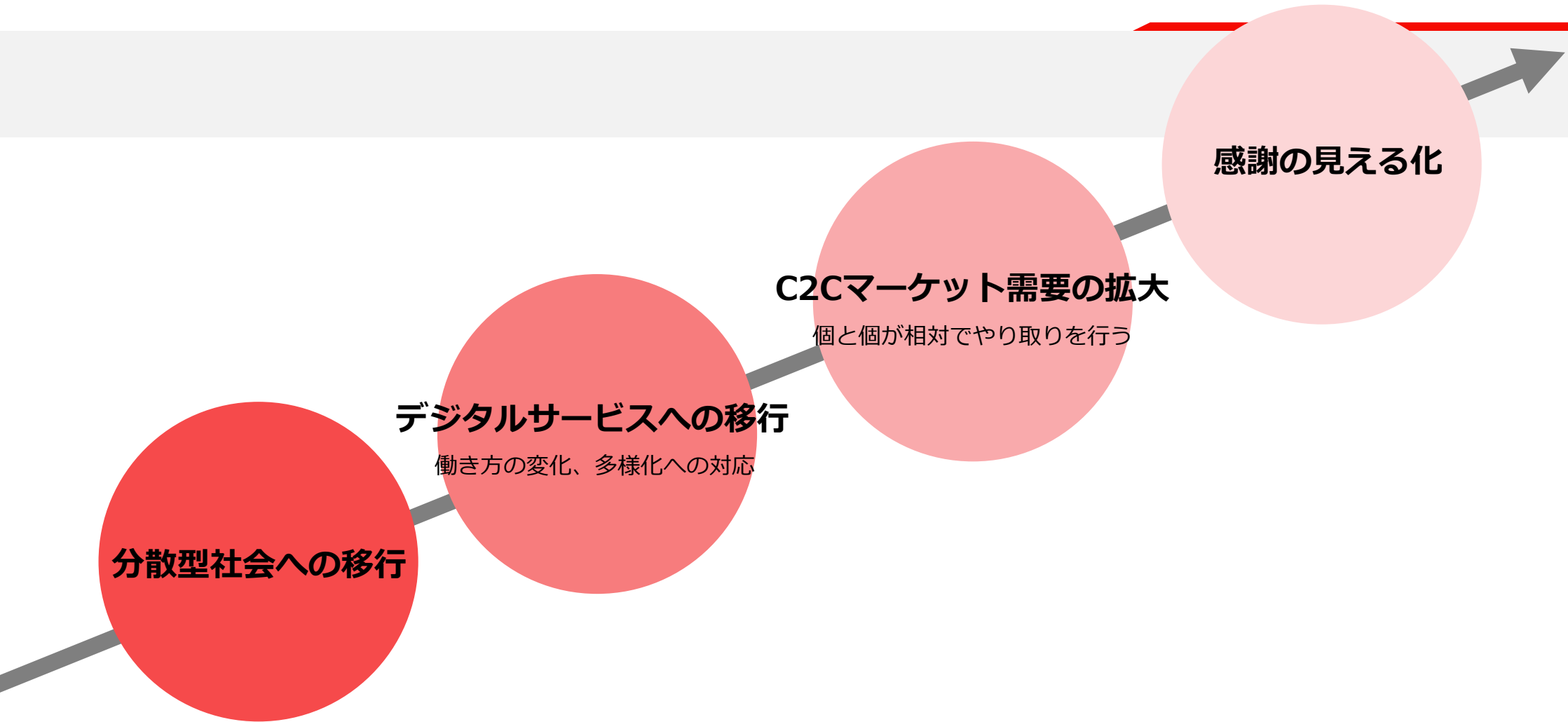
主に広告と法人向け提供を軸に収益基盤を作るために投資

17

## 3カ年売上イメージ



# 中期の事業成長イメージ（“感謝の見える化”への道筋）



中期構想：市場拡大

19

## アジア展開

当社C2Cビジネスの海外展開

## C2Cマーケット

C2CマーケットにおけるQ&A Communityとの事業シナジーがある会社との提携

## Q & A サービス

### 事業ストラテジーの基本構造

Q&Aプラットフォーム  
の法人顧客を拡大

回答者の拡大

ベストアンサー数の増加  
質問者からのありがとうの数の増加

ありがとうの数の総数増加

## SOCIAL CARD サービス

### 事業ストラテジーの基本構造

GRATICAの法人  
顧客基盤の強化  
利用シーンの創出

GRATICA利用の利便性/  
利用動機的设计

送信者受信者の増加  
GRATICA送信数の増加

## Q&Aサービス戦略

### 「Q&Aコミュニティ」

---

Q&Aサイト(okwave.jp)の運営

### 「OKBIZ.CS」

---

ユーザー同士が問題解決する仕組みの提供

## 顧客基盤の構築

### 新規顧客の開拓

### マーケティング体制強化

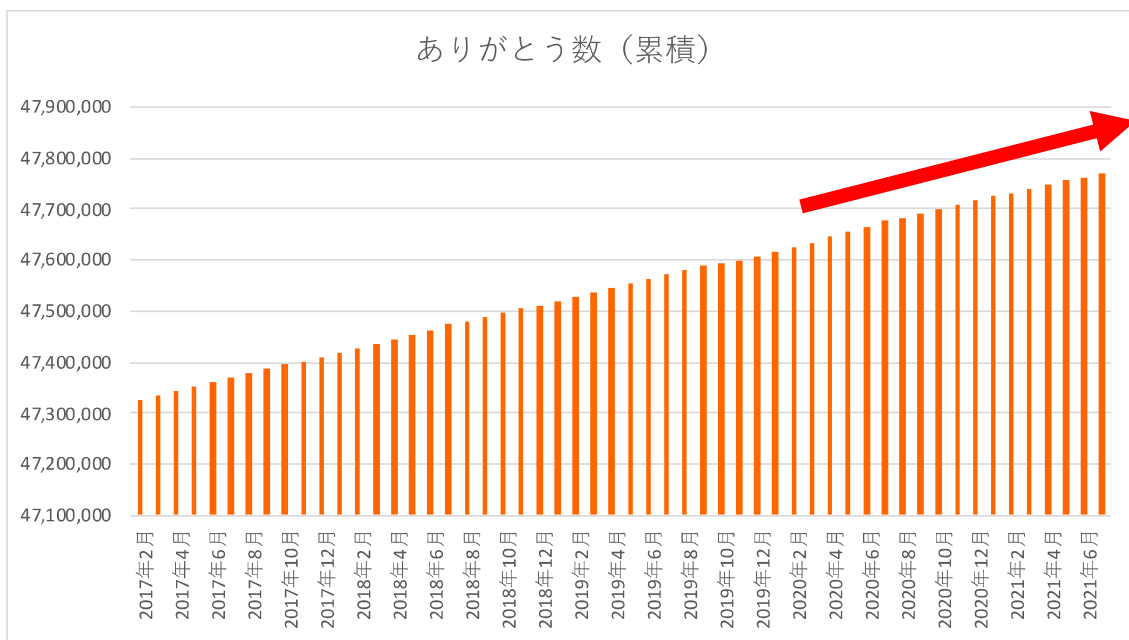
- ・ ビジネスの見直しにより提案数の増加
- ・ 新規顧客のリードを掴むためにマーケティングオートメーションの組み立てを実施中
- ・ 【Q1テーマ】  
営業体制の強化により再現性のあるリード獲得を実現し、継続収益の獲得を狙う

### 既存顧客の継続率

### 継続率100%を維持

- ・ 成果レポートの再設計、体制強化により売上基盤の確保とともに顧客との関係強化に成功
- ・ クロスセルだけでなく顧客とのサービス創り事例創りを実施中
- ・ 【Q1テーマ】  
カスタマーサクセス体制の構築により、更なる継続的な顧客との関係作りを実現

## ありがとう数の強化



ベストな回答を提供し合える場として  
顧客基盤、ユーザー利便性を向上

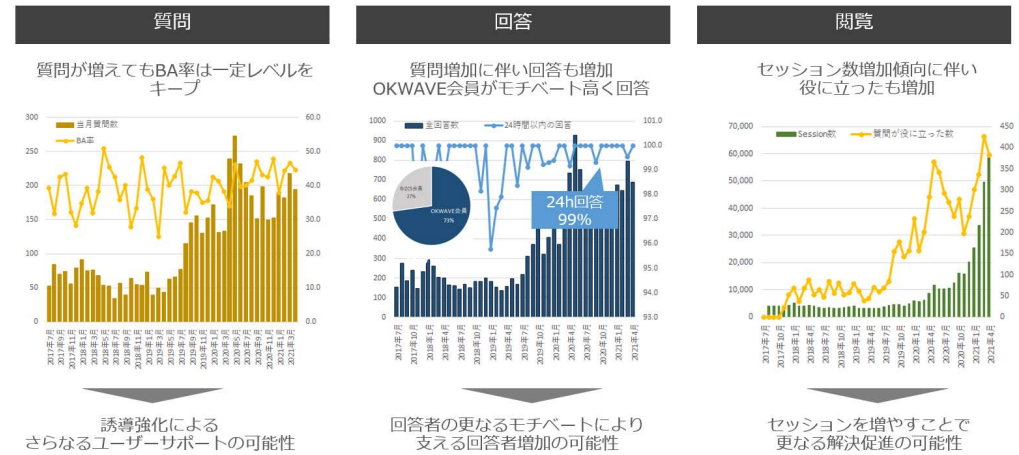
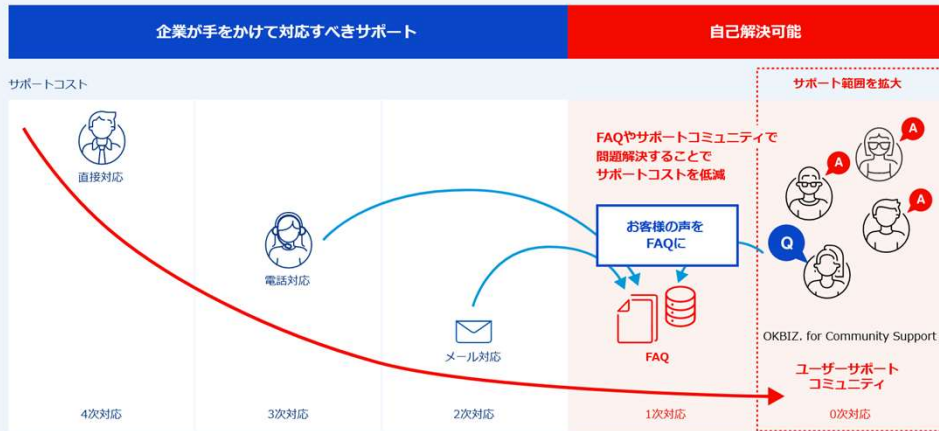
- ・ 利用シーンの拡大
- ・ 回答者のリクルーティング
- ・ キャンペーン実施



## コールセンターの戦略的な組み立てに寄与

## コミュニティパワーを可視化

問題の自己解決を求めている顧客が増える中、Webサポートチャネルを強化していくことは必須です。  
サポートコミュニティは、企業サポートの前段階で解決する「0次対応」を実現するWebサポートチャネルです。



 **富士通クライアントコンピューティング株式会社**  
FMV (パソコン等)

 **NEC LAVIE公式サイト**  
LAVIE (パソコン等)

 **キヤノンマーケティングジャパン (株)**  
インクジェットプリンター (PIXUS)

 **UQコミュニケーションズ株式会社**  
UQ mobile・WiMAX

 **ソニーネットワークコミュニケーションズ株式会社**  
So-net (光インターネット等)


 **エレコム株式会社**  
ネットワーク機器・サブライ製品


 **種子島・西之表市**  
移住支援情報

 **小諸市**  
移住支援情報

 **J:COM株式会社**  
J:COMサービス


 **ブラザー販売株式会社**  
ブラザー製品 (プリンタ等)

 **ローランド株式会社**  
Roland・BOSS

 **レノボ・ジャパン合同会社**  
Lenovo・ThinkPad等

 **株式会社P F U**  
ScanSnap・業務用スキャナー

 **大学院へ行こう!**  
大学院進学情報サイト  
社会人・大学生向け大学院入試情報

 **テーマ：みんなで解決！新型コロナを乗り越えよう**  
新型コロナウイルスに関する悩みをみんなで解決しましょう

 **新潟県三条市**  
移住支援情報

 **エプソン販売株式会社**  
エプソン製品 (プリンタ等)

 **株式会社NTTぷらら**  
ひかりTV・ぷらら

 **キヤノンITソリューションズ (株)**  
ESETセキュリティ

 **ソースネクスト株式会社**  
筆まめ・筆王・POCKETALK等

 **株式会社常陽銀行**  
個人向けインターネットバンキング・通帳アプリ

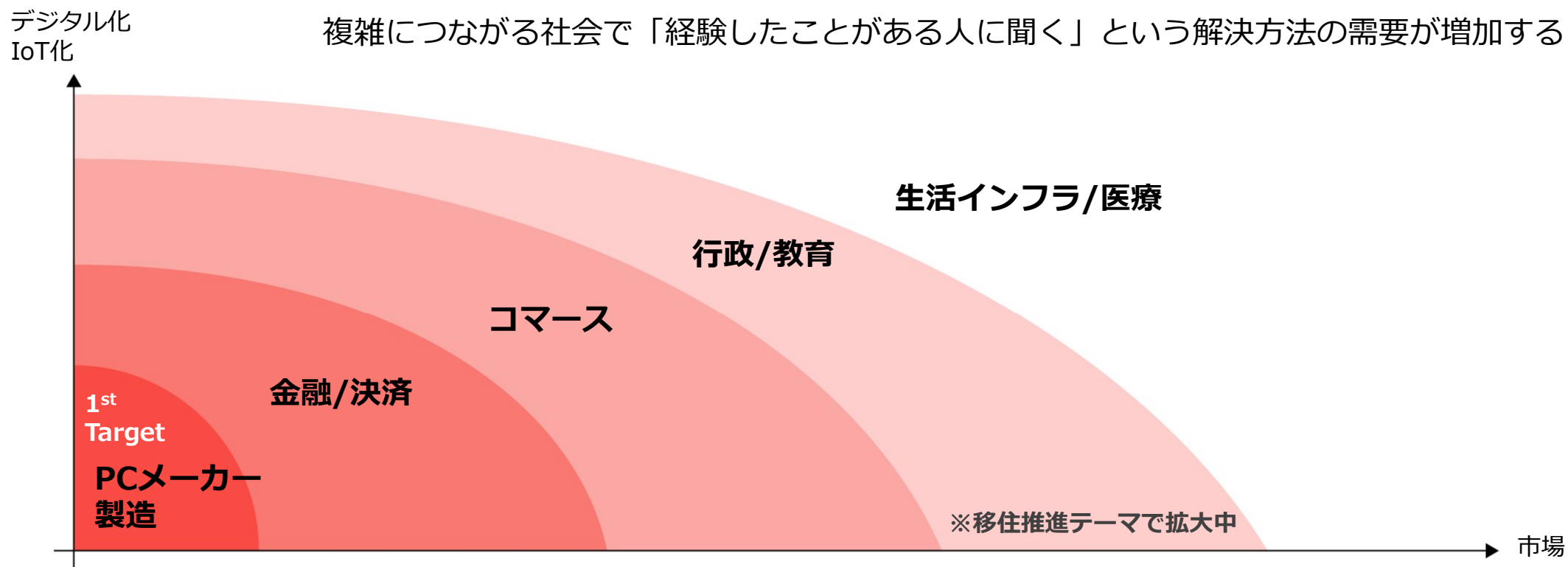
 **株式会社フリーウェイジャパン**  
会計・給与計算・年末調整・勤怠・販売管理システム等

 **長野県・飯綱町**  
移住支援情報

 **宮崎県都城市**  
移住・定住支援情報

## 世の中のIoT/DXが進むと Q&Aプラットフォームの必要性が高まる

複雑につながる社会で「経験したことがある人に聞く」という解決方法の需要が増加する



## 社会課題の解決を推進

### 自治体導入進む

地域の課題解決のための第一弾として移住推進のためのQ&Aコミュニティを提供。  
継続して行政向けサービスは投入予定。



### プロボノ活動の発展

オウケイウェイヴサービスをNPO、団体に対して各サービス年間10団体を限度に無償で提供。NPO、団体の社会課題の解決の後押しを後押し。

対象サービス

OKBIZ.CS / GRATICA

主たる事業課題	対策
<b>サービスの認知強化</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 若年層向けの利用シーン拡大→UI改善とキャンペーン検討</li><li>• 大規模プロモーションの計画→下期検討</li></ul>
<b>B2B収益拡大のための投資</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 営業/カスタマーサクセス体制の強化→採用強化中</li><li>• パートナープログラムの実施→Q1展開予定</li></ul>

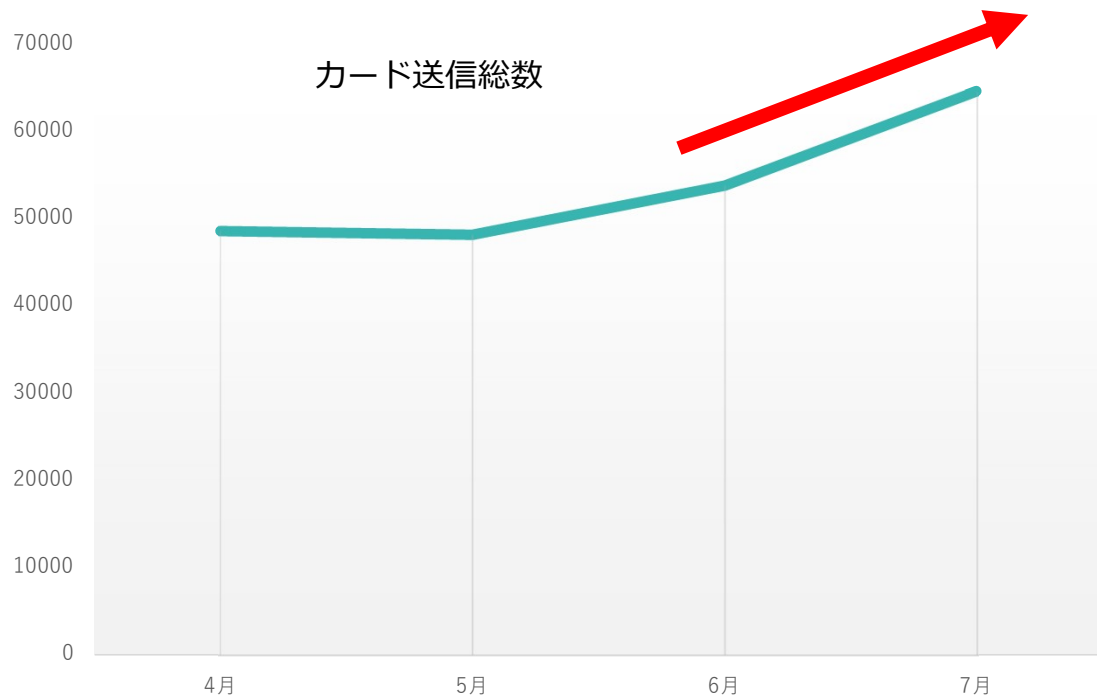
# SOCIAL CARD サービスの戦略

## 「GRATICA」

企業などの組織内で“感謝の気持ち”を伝え合うことができる  
オンライン上のサンクスカードサービス

## 「GRATICAを送る」文化の定着へ

リモートミーティングの課題であるコミュニケーションの希薄化と「あの人誰だっけ？」を解消



最大指標である「ありがとうカード」の総送信数が増加。継続してこのスコアを向上させていきます。

### 理由

- ・ 大手クライアントの導入推進
- ・ 利便性向上のためのUI改善

## 顧客獲得のためのアクション強化

新規顧客の開拓/マーケティング強化

### 無償版廃止/有償版顧客の増加

新規顧客のリードを掴むためにマーケティングオートメーションの組み立てを実施中

【Q1テーマ】

キャンペーンの実施による再現性のあるリード獲得を実現し、継続収益の獲得を狙う

時代をキャッチアップしたキャンペーン展開

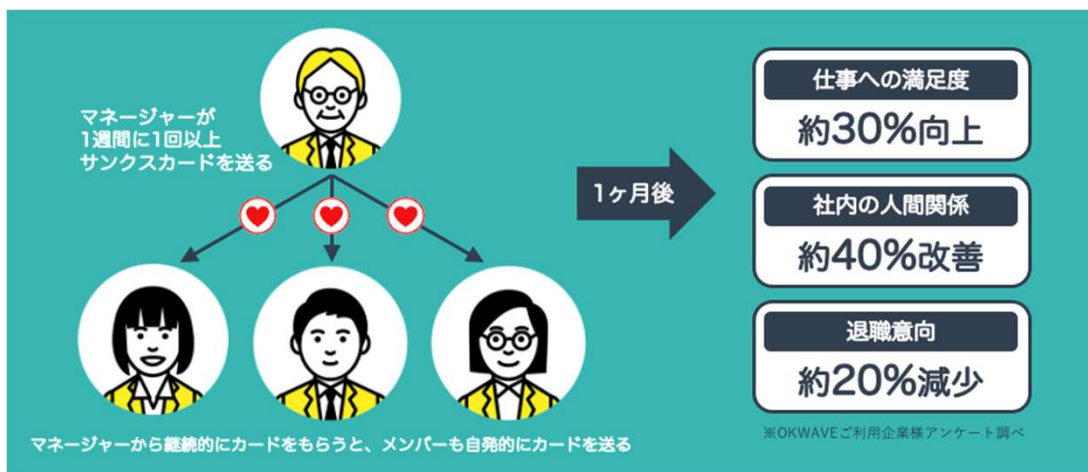
The image shows a screenshot of the Nikkei Business website. The main article is titled 'パワハラ被害ダントツは40代 連鎖する「幼稚な悪事」' (Power harassment victims are overwhelmingly in their 40s, 'childish evil deeds' chain). Below the article, there is a survey titled 'パワハラは「愛」ゆえ?' (Power harassment is 'love' because?). The survey results are displayed as a bar chart showing that 70% of respondents believe it is not love, while 30% believe it is. The survey also includes a table with the following data:

項目	「愛」ゆえ?	「愛」ゆえでない?
パワハラは「愛」ゆえ?	30%	70%
パワハラは「愛」ゆえでない?	70%	30%



## SOCIAL CARDサービス

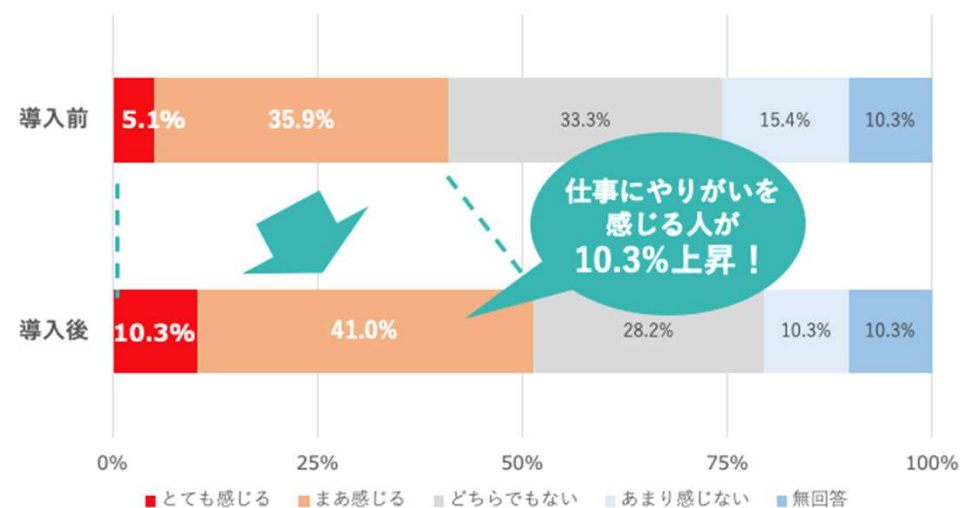
マネージャーが積極的にメンバーにカードを送り続けた結果、「仕事への満足度」や「社内の人間関係」「退職意向」などの数字が改善するという結果が出ました



## 組織力を向上



GRATICA導入前と後で社内アンケートを実施したところ、「仕事のやりがい」がGRATICAの導入後1ヶ月で、10%上昇しました



GRATICA導入1カ月後の利用状況アンケート (2019年10月/n=39)



## 利用ターゲットと利用シーンの面積を増やす

CtoC領域

将来的な設計領域（寄付、応援消費など）

CRM領域

新規サービスリリース → 顧客開拓

コールセンター/カスタマーサポート  
（職場環境改善、顧客との関係強化）

店舗/コマース

（カスタマーリレーションのアプローチ手段として）

HR領域

現在600社~増加

大手製造/金融など  
（社員数が多く事業/社内文化の強化）

マーケティング強化

中小製造/飲食/コマース  
（人材の不足とケアに課題）

教育/行政/NPO  
（人材不足とケアに課題）

## 感謝メッセージを拾う仕組みの提供

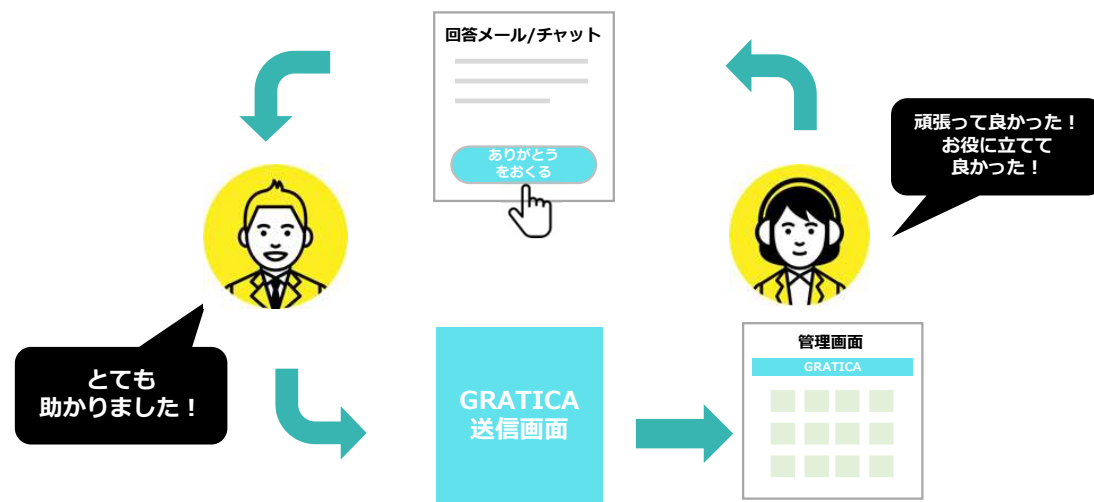
お客様との関係性を変える「GRATICA」の取り組み

### GRATICAの役割

感謝の声を拾い上げ  
贈るカタチにすること

従来の顧客と企業コールセンターの非対称性を解消  
クレームを言う場ではなく、消費者から企業へ感謝も伝えることができ  
従業員の精神的負担の軽減、働く意義の見える化を実現

コールセンターに向けて  
「感謝のメッセージを送る場所」があることを文化にする。  
この実現に向けて、自社開拓だけでなく、アライアンス戦略など  
具体的な営業戦略を設計済。



主たる事業課題	対策
サービスの認知強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・キャンペーンサイクルの速度アップ</li> <li>・大規模プロモーションの下期検討</li> </ul>
企画力の更なる強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティング/ビジネスデベロップメントパートナーの強化</li> </ul>

## BSP事業（子会社）

「Thor's Hammer」

BlockChain Platform

Q&Aビジネスで培った認証技術を活用して  
成長著しいアジア市場に提供

ブロックチェーンソリューションプロバイダー事業

**Thor's Hammer**

(Blockchain Platform)



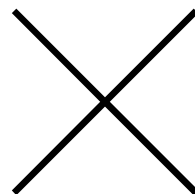
Blockchain Platform  
Thor's Hammer



OBC BCVote  
Blockchain Voting system

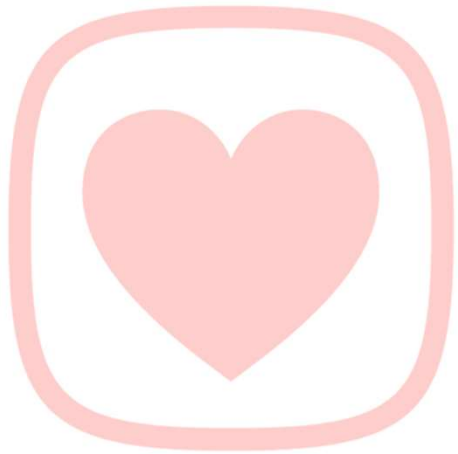


OBC CRP  
Blockchain Certification system



東南アジア市場の成長率の高さ

- 大学でのデータ管理技
- 大学卒業の資格認証
- 選挙における投票認証
- 船舶物流における追跡技術
- 農作物のトレーサビリティ
- ハラル証明の認証



## INDEX

1. 22期の状況 エグゼクティブ・サマリー
2. 22期 決算概要
3. 22期 総括
4. 23期 業績予想
5. 23期 戦略と進捗状況
- 6. 株式譲渡後の数値計画**



事業計画を実行し

3年後…

- ◆ 売上23億円
- ◆ 営業利益9.7億円
- ◆ ROE10%以上
- ◆ 継続的な株主還元の実現

**ReBORN**

に取り組んで参ります

単位：百万円

	23期	24期	25期
	21年7月~22年6月	22年7月~23年6月	23年7月~24年6月
売上高	430	1,040	2,320
営業利益	-620	80	970
減価償却	40	20	35
EBITDA	-580	100	1,005



Thank you

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。  
これらは見込みは、現在の想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。