

各 位

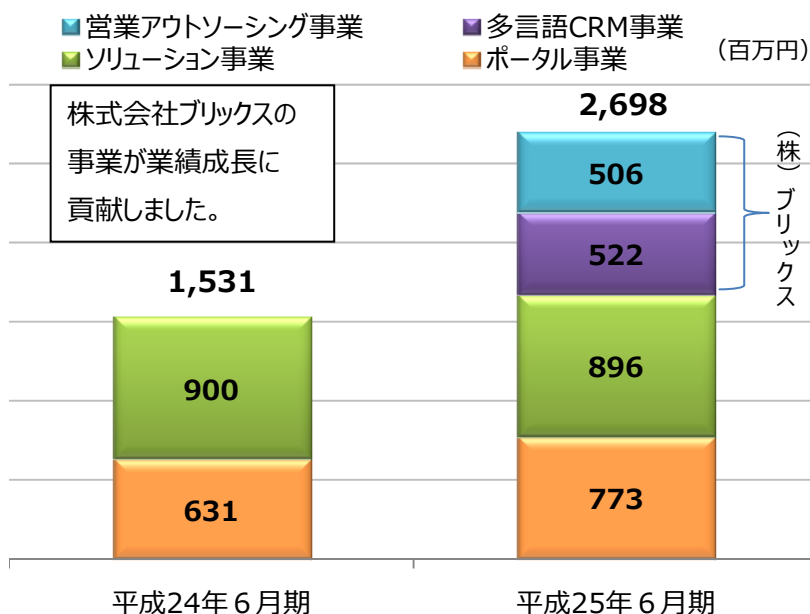
東京都渋谷区恵比寿一丁目 19 番 15 号
 株式会社 オウケイウェイヴ
 代表取締役社長 兼 元 謙 任
 (コード番号 : 3808 名証セントレックス)
 問い合わせ先 取締役経営管理本部長 野崎 正徳
 電話番号 03-5793-1195

平成 25 年 6 月期 (第 14 期) 連結業績ハイライト
 ～ 前期比 +76.2% の売上成長、新規開発増加で費用先行 ～

第 14 期振り返り

| 連結 (単位 : 百万円) | 当連結会計年度 平成 25 年 6 月期 | | 前連結会計年度 平成 24 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 | 2,698 | 100.0% | 1,531 | 100.0% | 1,166 | 76.2% |
| ポータル事業 | 773 | 28.6% | 631 | 41.2% | 141 | 22.5% |
| ソリューション事業 | 896 | 33.2% | 900 | 58.8% | △ 4 | △ 0.5% |
| 多言語 CRM 事業 | 522 | 19.4% | - | - | 522 | - |
| 営業アウトソーシング事業 | 506 | 18.8% | - | - | 506 | - |
| 売上原価 | 1,826 | 67.7% | 728 | 47.5% | 1,098 | 150.8% |
| 売上総利益 | 872 | - | 803 | 52.5% | 68 | - |
| 販売費及び一般管理費 | 966 | 35.8% | 691 | 45.1% | 275 | 39.8% |
| 営業利益または損失(△) | △ 94 | - | 112 | 7.4% | △ 206 | - |
| 経常利益または損失(△) | △ 97 | - | 116 | 7.6% | △ 214 | - |
| 当期純利益または損失(△) | △ 361 | - | 94 | 6.1% | △ 455 | - |

※多言語 CRM 事業、営業アウトソーシング事業につきましては当会計年度第 3 四半期より開示対象となりましたため前期実績はございません。



第 2 四半期に (株)ブリックスにつき関係会社
 投資損失を計上しましたが、売上・営業利益面
 では連結子会社化の際に想定していた通りの
 寄与をしました。

今後の(株)ブリックスの管理体制については本日
 (平成 25 年 8 月 14 日) に開示しております、
 「当社子会社の役員人事ならびに子会社管理体制
 に関するお知らせ」をご覧ください。

➡ 売上高

・単体、連結ともに過去最高売上高を達成

- ・既存サービスの機能追加、スマートフォンやタブレット端末への対応によりユーザーエンゲージメント向上、広告収入増加
- ・大型案件が15期へ期ずれ、期初売上想定を下回る
- ・当期に子会社化したブリックス社の売上高を連結

➡ 当期純損失

・第2四半期に関係会社投資損失(特別損失)を計上

- ・平成24年10月に資本業務提携に伴い、株式取得及び第三者割当増資により連結子会社化した株式会社ブリックスにつき、第2四半期に関係会社投資損失247百万円を特別損失として計上

➡ B/S

・自己資本比率、流動比率は高水準を維持

[現預金]

- ・開発、企画投資により減少

[売掛債権]

- ・株式会社ブリックスを連結子会社化した影響で増加

[無形固定資産]

- ・新サービス開発によりソフトウェア資産が増加

[流動負債]

- ・株式会社ブリックスを連結子会社化した影響で増加

- ・オウケイウェイヴ単体では無借金経営

[利益剰余金]

- ・当期純損失の計上により減少

➡ 営業損失

・市場環境を鑑み投資を優先、前期比減益

- ・新サービス開発と既存サービスの新機能開発で原価人件費増
- ・グローバル展開本格化に向け事業投資
- ・次期を見据え法人向けマーケティング費用を積極投下
- ・新サービス立ち上げに伴い売上に先行し償却費が発生

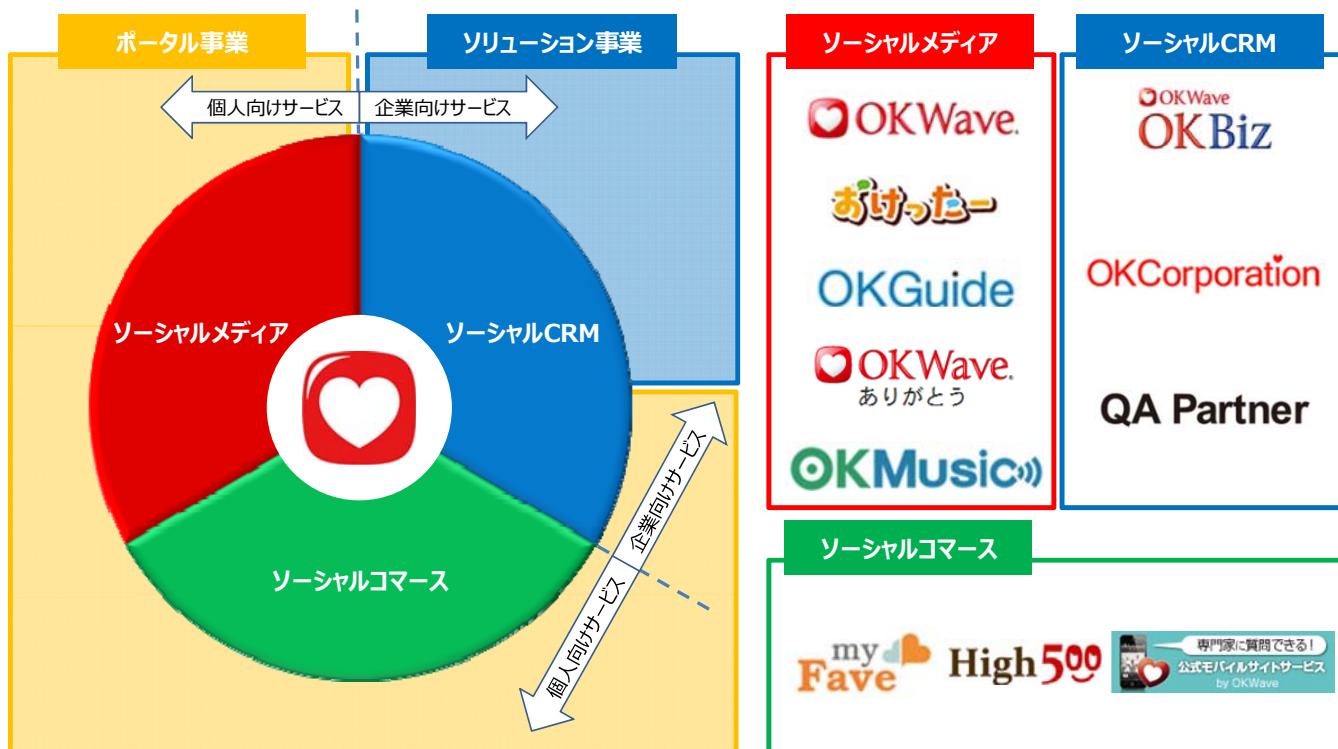
➡ 配当について

- ・当期純損失の計上により配当可能原資がマイナスとなるため、誠に遺憾ながら第14期の配当は無配とさせていただきます。可能な限り早期に復配できるよう努めてまいります。

| 連結 (単位：百万円) | 当連結会計年度 (平成25年6月) | 前連結会計年度 (平成24年6月) | 増減額 |
|----------------|----------------------|----------------------|--------------|
| 現預金等 | 1,119 | 1,430 | △ 311 |
| 売掛債権 | 516 | 219 | 297 |
| その他流動資産 | 88 | 70 | 17 |
| 流動資産 計 | 1,724 | 1,720 | 3 |
| 有形固定資産 | 114 | 130 | △ 15 |
| 無形固定資産 | 270 | 232 | 37 |
| 投資その他の資産 | 289 | 252 | 36 |
| 固定資産 計 | 674 | 616 | 58 |
| 資産合計 | 2,398 | 2,336 | 62 |
| 買掛債務 | 205 | 19 | 186 |
| 短期借入金 | 127 | 7 | 120 |
| 未払金・未払費用 | 227 | 174 | 53 |
| その他流動負債 | 127 | 72 | 54 |
| 流動負債 計 | 687 | 272 | 414 |
| 長期借入金 | 13 | 16 | △ 2 |
| その他固定負債 | 48 | 28 | 19 |
| 固定負債 計 | 61 | 44 | 17 |
| 負債合計 | 749 | 317 | 431 |
| 資本金 | 969 | 966 | 3 |
| 資本剰余金 | 939 | 936 | 3 |
| 利益剰余金 | △ 261 | 122 | △ 383 |
| 株主資本 計 | 1,647 | 2,025 | △ 377 |
| 為替換算調整等 | △ 1 | △ 12 | 10 |
| 新株予約権 | 1 | 3 | △ 1 |
| 少数株主持分 | 2 | 2 | 0 |
| 純資産合計 | 1,649 | 2,018 | △ 369 |
| 負債・資本合計 | 2,398 | 2,336 | 62 |

サービスラインナップ

「ソーシャルメディア」「ソーシャル CRM」「ソーシャルコマース」の3領域で事業を展開しています。



事業別 第14期概況

ポータル事業

・売上高 773 円(前年同期比 +22.5%)

⇒「OKWave」リニューアル後のPV数増加に伴い広告収益増加

⇒サービスラインナップの拡充により売上増加

・セグメント利益 △103 百万円(前年同期 27 百万円)

⇒新サービス開発ならびに新機能追加にかかる開発費が売上に
対し先行発生、セグメント損失を計上

| 連結 (単位:百万円) | 当連結 累計期間 | 前年同期比 | |
|----------------|-------------|-------|-------|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 773 | 141 | 22.5% |
| セグメント 利益 | △ 103 | △ 131 | - |

ソーシャルメディア：ソーシャルメディア運営による広告販売（サービス名：OKWave、OKGuide、OKetter、OKWave ありがとう、OKMusic）

■新機能追加やスマートフォン、タブレット端末対応による利便性向上とグローバル展開推進■

トピック 1 「OKWave」リニューアル

「OKWave」では、平成 25 年4月にリニューアルを行いました(⇒表①)。また、平成 25 年6月にはスマートフォン向けサービスのベータ版を正式版として改善しました。さらに、質問数の多い「医療」、「女性向け」の2分野に着目しサイト内企画を実施しました。医療分野では、平成 25 年3月より専門特化型サイト『ライフデザイン by OKWave』にて「てんかん患者の人生を変えるプロジェクト」を開始し、平成 25 年6月から「糖尿病と正しく向き合うためのプロジェクト」を開始しました(⇒図①)。本サービスでは、患者本人や患者の家族らが意見交換でき、糖尿病に関するQ&Aの中から「症状について」、「予防について」など探しやすい分類したFAQを提供しております。女性向け分野においては「OKWave」に投稿された女性の悩みと回答をイラストコラムとして配信するスマートフォン(Android)向けアプリ「美女のモト」を平成 25 年4月に提供開始したほか、平成 25 年6月から期間限定のキャンペーン「悩める女性のための恋愛相談」を開催しました(⇒図②)。利用者のニーズを汲み取ったリニューアルや企画が奏功し「OKWave」のPV数は年間合計で前年比約15%増と堅調に推移致しました(第14期対第15期)。さらに広告商品の強化も加え、「OKWave」のサービス売上は対前年比約31%増と大きく成長し、サービス利益1億円以上を達成しています。インターネット広告市場のマーケット媒体広告費の伸びが約7%であるなか、当社の強みが発揮できています。

表①「OKWave」リニューアルの要旨

| 変更点 | 効果 |
|----------------------------------|----------------------|
| ① デザイン変更、主要カテゴリの一覧表示 | 見やすさ、使いやすさ向上 |
| ② 注目度の高い投稿や最新投稿を分析、抽出 | サイト内の情報をより早く知ることができる |
| ③ 「OKGuide」、「OKetter(おけったー)」との連携 | 関連サービスの最新情報にアクセス可能に |

図①医療分野の「糖尿病と正しく向き合うためのプロジェクト」



図②女性向けイラストコラムアプリ「美女のモト」



トピック 2 グローバル展開本格化

ソーシャル多言語コミュニティ「OKWave ありがとう(※)」の訴求強化として Cool Japan として知られる日本のサブカルチャーを4コマ漫画等の親しみやすいコンテンツで発信する『カルチャージーン』を平成 25 年4月に開始し、順調に UU 数、PV 数を伸ばしています。さらに、平成 25 年4月に米国 Davia, Inc.のデジタルグリーティングカード事業を買収しグローバル展開強化を進めています。今後は、それぞれのサービス強化と連携により投資回収を図ると同時に成長を実現させます。

※「OKWave ありがとう」は、平成 24 年 12 月9日まで「ARIGATO」の名称で提供しておりました。

トピック 3 「OKMusic」(連結子会社オーケーライフのサービス)

「OKMusic」では楽曲配信と独自のインタビュー記事掲載、外部サイトへの配信と合わせて、音楽提供者と聴き手のコミュニケーションの場を提供し音楽のソーシャル化を進めました。参加型音楽サービスの新しさとマーケティング施策の結果、掲載楽曲数、会員数ともに成長しました。

ソーシャル CRM : Q&A データベースの企業向け貸出 (サービス名 : OKCorporation、QA Partner)

■既存サービスのクライアント獲得、Q&A ビッグデータの活用■

トピック 4 「OKCorporation」クライアント拡大

「OKCorporation」は企業へのお問い合わせをユーザー同士の Q&A で解決することによるサポートコスト削減と、手軽に短時間で問題解決することによる顧客満足度への寄与が評価され、営業努力が結実し導入実績を積み上げました。

トピック 5 Q&A ビッグデータを活用した「OKWave 総研」設立

平成 25 年5月に「OKWave 総合研究所」を開設しました。「OKWave」の運用で当社が創業以来蓄積してきた Q&A データを活用し、企業の商品・サービス提供に有用な顧客の声 (VoC) を分析、情報活用していきます。当社の持つ Q&A ビッグデータは国内最大級の VoC データであることから企業ニーズが高く、自社サービスへの利用だけでなく既存ビジネス展開における営業拡販、直接データ提供、分析をベースにした企画営業と今後のビジネス拡大への貢献が期待できます。

ソーシャルコマース：ショッピング SNS、知識流通サイト、公式モバイルサイトの提供（サービス名：myFave、High500、公式サイト）

■知識流通市場の確立と、既存サービスの新機能追加による利用者間コミュニケーションの円滑化■

➤ トピック 6 ショッピング SNS「myFave」リニューアル

ユーザー利便性の向上とユーザー間コミュニケーションの活性化に向け平成 25 年4月にリニューアルを行い利用者数が拡大しました。今後は、サービス提供パートナーであるマイクロソフト社とさらに大きな成果を目指し、よりサービス強化を進めていきます。

➤ トピック 7 知識を売買できるナレッジマーケット「High500(ハイファイブハンドレッド)」(※)リニューアル(⇒表②、図③)

名称変更に伴う大規模なサイトリニューアルにより、出品数、購買数ともに増加しました。企業向けマーケティングサービスも開始し、商品・サービスを PR するための写真素材を提供するチケットを、日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社にご利用いただきました。

※「High500(ハイファイブハンドレッド)」は、平成 25 年5月 20 日まで「Abilie」の名称で提供しておりました。

➤ トピック 8 公式モバイルサイトラインナップ拡充

スマートフォン対応を進めたほか、各分野の知識に精通した著名人と交流できる新サイトを開設しました(⇒表③)。メディア露出や出版において実績がある著名人とのメンバーシップにより、会員数は順調に増加しています。平成 25 年5月には約 100 の人気コンテンツが月額制で使い放題になる NTT ドコモの新サービス「スゴ得コンテンツ」に提供開始し新規会員獲得につながっています。

表②「High500」リニューアルの要旨

| 変更点 | 効果 |
|-----------------------------|---------------------|
| ① 自分が欲しい知識、スキルをリクエストできる機能追加 | 購入者、販売者の選択肢が広がる |
| ② 販売者との購入前の相談機能追加 | 購入者の安心感につながる |
| ③ はじめての出品価格は 500 円に統一 | 低価格で高品質な知識・スキルが流通する |
| ④ サイト内での行動に応じてポイント付与 | 毎日サイトに訪問する楽しみがある |

図③High500 サイト紹介



表③公式モバイルサイトラインナップ

| サイト | 提供者 |
|----------------------------------|-----------------------|
| 本田健の 幸せな経済自由人 | 作家 本田 健 |
| 片づけコンサルタント こんまり片づけレッスン | 片づけコンサルタント 近藤 麻理恵 |
| 仕事とプライベートの 相乗効果で素敵な生活! 小室淑江のVLOG | (株)ワークライフバランス代表 小室 淑恵 |
| Innovation Baseball | 元プロ野球選手/指導者 |
| クイズ王の競争熱 | クイズ王 田中 健一 |
| 美容家 平山 愛子 | 美容家 平山 愛子 |
| 人材育成コンサルタン | 人材育成コンサルタント、作家 能町 光香 |

➡ ソリューション事業

- ・売上高 896 百万円(前年同期比 △0.5%)
⇒新規クライアント企業獲得が進んだ一方、業界全体での取引単価減少傾向に対応したため前年とほぼ同値
- ・セグメント利益 403 百万円(前年同期比△11.5%)
⇒新バージョン開発、マーケティング積極化により費用増加。利益減少幅は経費削減により抑制。

| 連結 (単位：百万円) | 当連結 累計期間 | 前年同期比 | |
|----------------|-------------|-------|--------|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 896 | △ 4 | △0.5% |
| セグメント 利益 | 403 | △ 52 | △11.6% |

ソーシャル CRM：FAQ(よくある質問と回答)作成管理ソフトウェア(クラウド型 CRM システム)の貸出 (サービス名：OKBiz)

■マーケティングの推進による市場拡大および市場シェア拡大と「OKBiz」の機能拡張によるクライアント企業の満足度向上■

➤ トピック 9 マーケティング推進

企業の顧客サポート担当者様を対象とした「FAQ カレッジ」の定期開催のほか、他団体、他企業と共同でのセミナーも開催し新規クライアント企業の獲得を狙いました。

➤ トピック 10 「OKBiz」機能拡張

平成 25 年5月に『OKBiz Support Ver.7.4』を公開し、企業ホームページ訪問者の利便性向上を実現しました(⇒表③)。お問い合わせ対応にかかる工数削減といった費用対効果の高さが認められ、クライアント企業の増加に至りました。

表③『OKBiz Support Ver.7.4』の特長

| 特長 | | 効果 |
|----|--|------------------------------------|
| ① | 利用者に見てもらいたい「注目のキーワード」を優先的に提示 | 利用者の問題解決を早め、満足度を高める |
| ② | 単語入力による検索と、文章入力による検索の2つの検索方法を自動的に判別し適切な検索結果を表示 | 利用者が FAQ を探す際の使い勝手向上 |
| ③ | 各 FAQ に対する重要度など管理者が設定可能な指数と、利用者による閲覧数やアンケート評価数などの動的な指数を組み合わせ、自動で一覧表示を最適化 | 利用者が FAQ を探す際の使い勝手向上 管理者の管理工数削減 |
| ④ | 過去のお問い合わせ履歴から最適な回答例を自動的にレコメンド(推薦)する機能を搭載 | 運用者の回答作成の効率化 回答品質の均質化 |

➡ 多言語 CRM 事業(多言語コンタクトセンター運営によるカスタマーサポートの提供)

※多言語 CRM 事業は連結子会社(株)ブリックスの事業です。第 14 期第3四半期より開示対象となりましたため前期実績はございません。

- ・売上高 522 百万円
⇒ソーシャルゲーム会社の海外進出に伴うサポート案件が貢献
⇒海外進出のニーズ掘り起こしに向けたマーケティングの一環としてセミナー開催。新規クライアント開拓に成功
- ・セグメント利益 158 百万円
⇒売上の堅調な伸びにより想定通りの着地

| 連結 (単位：百万円) | 当連結 累計期間 | 前年同期比 | |
|----------------|-------------|-------|-----|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 522 | - | - |
| セグメント 利益 | 158 | - | - |

➡ 営業アウトソーシング事業(業務請負または派遣契約での販売スタッフの労働力提供)

※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。第 14 期第3四半期より開示対象となりましたため前期実績はございません。

- ・売上高 506 百万円
⇒スポットの大型案件受注が売上貢献
⇒通信系の営業代行で培った知見を活かし他業種の受注拡大
- ・セグメント利益 87 百万円
⇒売上の堅調な伸びにより想定通りの着地

| 連結 (単位：百万円) | 当連結 累計期間 | 前年同期比 | |
|----------------|-------------|-------|-----|
| | | 増減額 | 増減率 |
| 売上高 | 506 | - | - |
| セグメント 利益 | 87 | - | - |

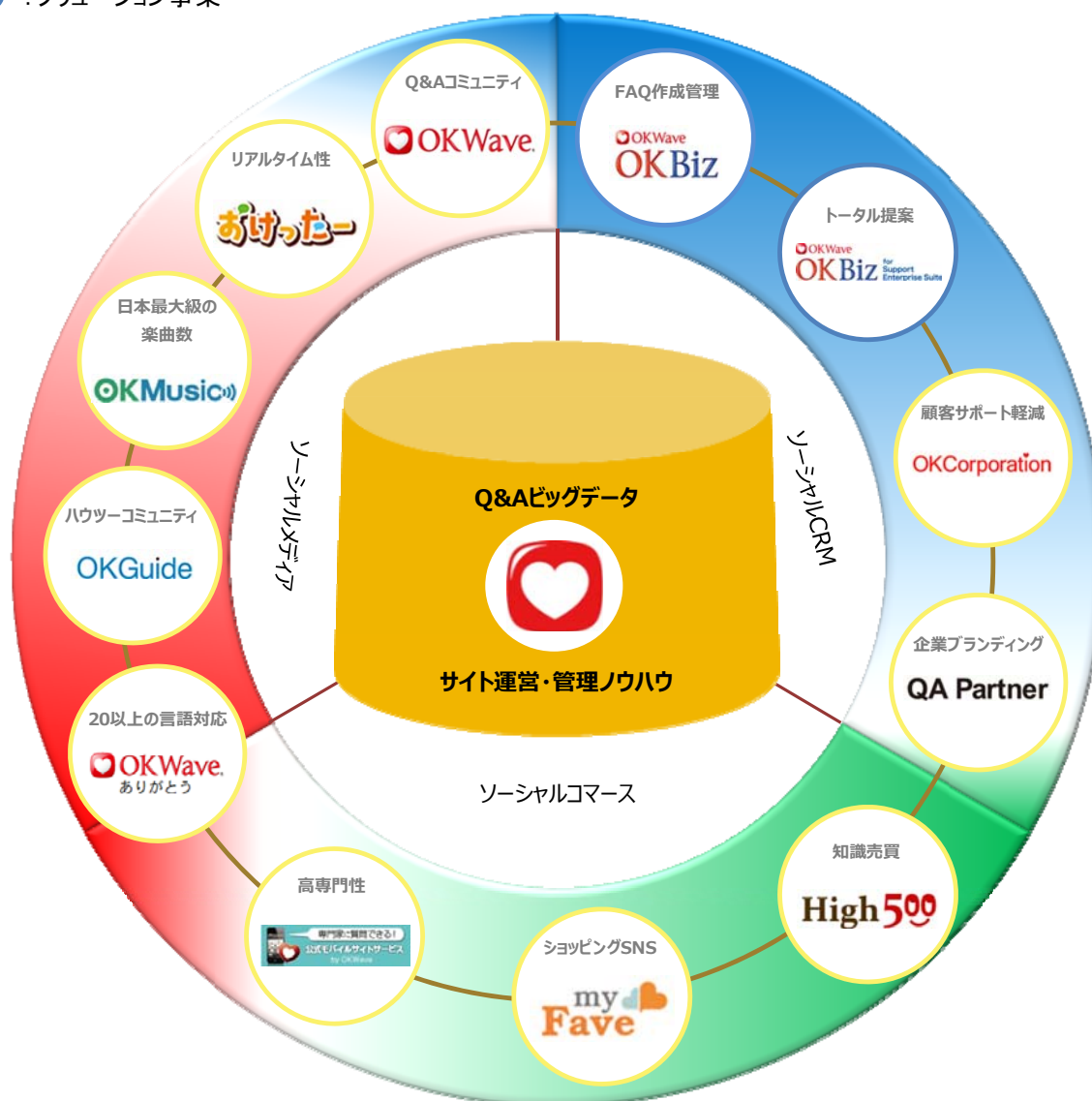
第 15 期方針

➡ 全社

Q&A データを一層進化させ、事業やサービスを越えた当社ならではのシナジー効果を発揮し、さらなる発展を目指します。

第 15 期の全社戦略としては、創業以来蓄積してきた Q&A ビッグデータとサイト運用・管理ノウハウを主軸として、当社を代表するサービス「OKWave」が一層利用者にとって使いやすく親しみやすいサービスとなることを目指します。さらには、個人利用者やクライアント企業の様々なニーズやご期待に応えるため、各事業・サービス間の垣根を越え連携を強化します。事業、サービスの連携により、その時々の一入ひとりに最も有用なサービスを選択しお使いいただくことが可能になります。新規サービスの企画開発に関しましても、当社の主軸である Q&A ビッグデータの優位性を最大限活用できるサービスの創造を目指します。また、関連会社のビジネスも含めサービス間シナジーを追求します。

- :ポータル事業
- :ソリューション事業



第 14 期に引き続き、お客様によりご満足いただけるサービスを提供できるよう全社一丸となり邁進して参ります。

事業別 第15期施策

ポータル事業

ソーシャルメディア：ソーシャルメディア運営による広告販売（サービス名：OKWave、OKGuide、OKetter、OKWave ありがとう、OKMusic）

■「OKWave」の機能追加、コンテンツ拡充によるサイト優位性確保、「OKWave」を中心としたサービス間連携強化で売上増を狙う■

➤ 施策 1 スマートフォン、タブレット時代に追従した Q&A サービス

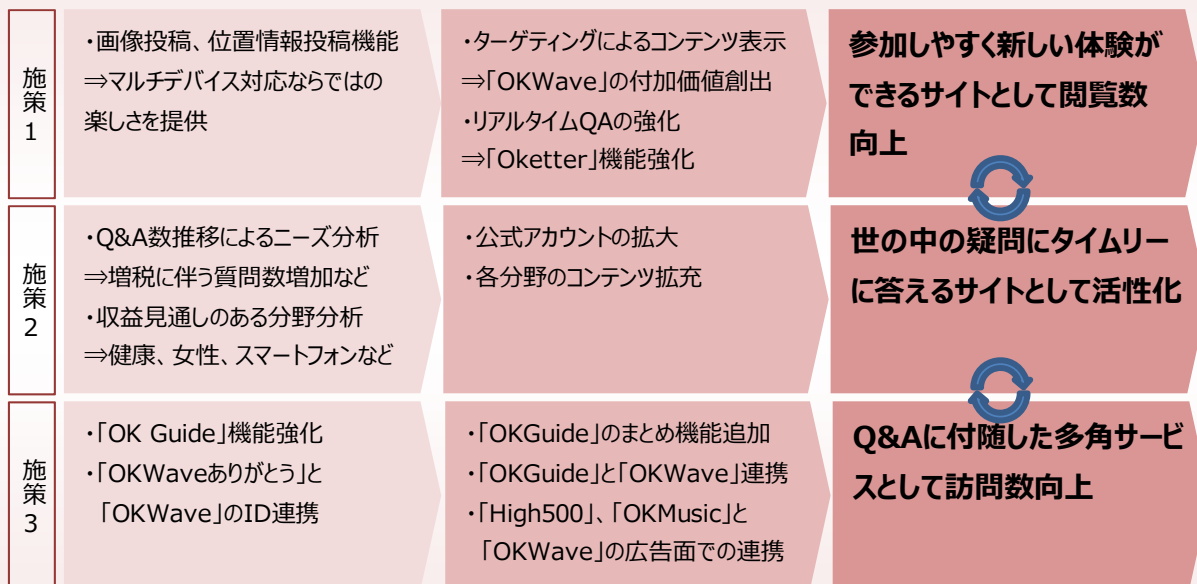
「OKWave」への画像投稿、位置情報投稿機能といったスマートフォンやタブレット端末ならではの機能を追加し、利便性を高めます。さらに「おけったー」の特長であるリアルタイム性を活かしてスマートフォン向けサービスの充足を図ります。

➤ 施策 2 「OKWave」プラットフォーム強化によるトラフィック拡大、収益基盤を盤石化

プラットフォーム強化に加え、コンテンツ拡充、アライアンス強化を行います。第14期から注力してきた「医療」、「女性向け」分野に加え Q&A ビッグデータ分析をベースに焦点分野を拡張し、利用者増とサイト訪問頻度向上によりPVを上げ広告収入増加を目指します。

➤ 施策 3 サービス間連携強化

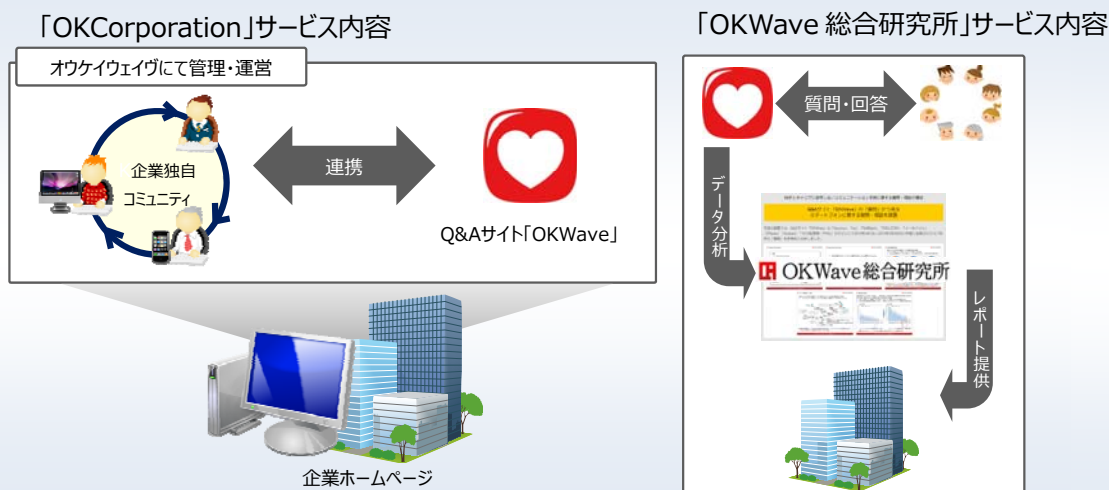
トピック1、トピック2に伴う利用者数増加を加味し、サービス間連携を強化します。「OKWave」と「OKWave ありがとう」のIDを連携し、多言語 Q&A サイト「OKWave ありがとう」の認知度向上を図ります。ハウツーコミュニティサイト「OKGuide」と「OKWave」の連携では、利用者の選択肢が増えることによる両サイトの相乗効果を目指します。さらに、「OKMusic」、「High500」と「OKWave」を連携することでサービス拡大を行いそれぞれのサービス成長を行うとともに、当社サービスの差別化を進めます。



ソーシャル CRM：Q&A データベースの企業向け貸出（サービス名：OKCorporation、QA Partner）

■「OKCorporation」の導入促進、「OKWave 総合研究所」の企業向け Q&A データ分析■

「OKCorporation」ではユーザーによる問題解決といった他社にはないソリューションでクライアント企業のコスト削減ニーズを発掘し導入を推進します。「OKWave 総合研究所」では蓄積した Q&A データを企業向けに分析したレポートを販売します。



ソーシャルコマース：ショッピング SNS、知識流通サイト、公式モバイルサイトの提供（サービス名：myFave、High500、公式サイト）

■マーケティングによる各サービスの認知度拡大と知識流通市場の取引形態拡充、「OKWave」と各サービスの連携強化■

➤ 施策 4 ショッピング SNS「myFave」利用者数拡大

差別化機能のコレクション機能を強化するとともに、マイクロソフト社ポータルサイトの MSN と一層の企画連携を図り利用者数を拡大、利用者間コミュニケーションを活性化させて参ります。

➤ 施策 5 ナレッジマーケット「High500」販売形式の多様化と購入者の安心感につながる取り組み強化

一般の方が個人間で知識やスキルを売買できるナレッジマーケット「High500」では、オプション追加機能の拡充とともに、出品者が販売しやすい環境を提供し、購入者には無料チケットを付加し購入時の不安払しょくにつなげます。また、当社公式モバイルサイトにおいて集客実績がある著名人のオンラインセミナーを「High500」上で販売し、販売形態を多様化することでサイト活性化を図ります。



➤ 施策 6 公式モバイルサイトは新サイト立ち上げと各キャリアからの会員獲得

公式モバイルサイトにつきましては、各分野に精通した著名人とのパートナーシップにより会員を増やします。第一弾の新サイトは9月開始予定です。同時に各携帯キャリアとの連携を強化します。具体的には 14 期から提供している NTT ドコモの月額サービス「スゴ得コンテンツ」に加え au の「スマートパス」にも提供し、会員流入経路を拡大します。

➤ ソリューション事業

ソーシャル CRM：FAQ(よくある質問と回答)作成管理ソフトウェア(クラウド型 CRM システム)の貸出（サービス名：OKBiz）

■「OKBiz」の機能拡充による市場シェアのさらなる拡大とシステムの安定運用による満足度向上■

➤ 施策 7 「OKBiz」新機能開発

「OKBiz」の新機能追加による企業の顧客サポート担当者と顧客双方の利便性向上を狙います。

➤ 施策 8 市場シェア拡大にむけたクライアント別戦略

当社商品の導入実績が多い金融、メーカーは恒常的に多数のお問い合わせ対応をしているため、よりコスト削減に繋がるよう継続提案を行います。導入が少ない中小企業に対しては、セミナー開催などにより積極的に CRM への潜在ニーズを発掘して参ります。

➤ 施策 9 トータル提案による競合優位性

8月8日から提供を開始した『OKBiz for Support Enterprise Suite』では企業の顧客サポートに対する当社のソリューションを統合しトータルで提供することができます。多方面からのサポート改善につながり、顧客満足度の高いサポートに結び付きます。

➤ 多言語 CRM 事業

■多言語通訳サービスならびに多言語カスタマーサポートサービスを柱に複合サービスを展開■

多言語通訳サービス、多言語カスタマーサポートサービスのほか、バイリンガル派遣やテキストサポート、トラベルコンサルジュなど複合サービスを展開します。国内顧客の海外進出ニーズ掘り起しによる海外案件の受注拡大を試験的に実施致します。

➤ 営業アウトソーシング事業

■個人向けサービスと法人向けサービスを両立し、売上維持■

正社員中心のチーム構成、独自の教育体制、訪問・対面営業といった品質の高さを強みに安定した売上、利益の確保に努めます。

業績予想について

| 連結 (単位：百万円) | 平成26年6月期 予想 | | 平成25年6月期 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 | 4,435 | 100.0% | 2,698 | 100.0% | 1,736 | 64.3% |
| ポータル事業 | 1,659 | 37.4% | 773 | 28.6% | 885 | 114.6% |
| ソリューション事業 | 1,217 | 27.4% | 896 | 33.2% | 320 | 35.8% |
| 多言語CRM事業 | 1,036 | 23.4% | 522 | 19.4% | 513 | 98.3% |
| 営業アウトソーシング事業 | 523 | 11.8% | 506 | 18.8% | 16 | 3.2% |
| 売上原価 | 2,645 | 59.6% | 1,826 | 67.7% | 818 | 44.8% |
| 売上総利益 | 1,790 | 40.4% | 872 | - | 917 | - |
| 販売費及び一般管理費 | 1,553 | 35.0% | 966 | 35.8% | 586 | 60.7% |
| 営業利益または損失(△) | 235 | 5.3% | △ 94 | - | 329 | - |
| 経常利益または損失(△) | 235 | 5.3% | △ 97 | - | 332 | - |
| 当期純利益または損失(△) | 198 | 4.5% | △ 361 | - | 559 | - |

業績について

- 個人向け Q&A サイトを中心としたソーシャルメディア領域におきましては、新サービスの企画、開発と既存サービスの新機能追加を進めます。このため上期においては開発にかかる費用が先行発生する見込みです。市場環境と利用者動向を把握し、新規利用者獲得とユーザーエンゲージメント強化につなげ、広告収入増加によるさらなる収益性の向上を目指します。
- 企業向け FAQ ソリューションを提供しておりますソーシャル CRM 領域におきましては、マーケティングによるニーズ発掘と提案力の強化により新規クライアント獲得による売上高の増加を目指し、営業努力を続けます。また、平成 25 年 6 月期より期ずれとなりました大型案件の業績寄与を見込んでおります。
- 知識売買のサイトや公式モバイルサイトを運用するソーシャルコマース領域では、マーケティングによるサービス認知度拡大のほか、知識の取引形態を充実させ継続的な機能追加を進め、収益化を狙います。
- 上記3領域におけるサイト間の相互送客や情報の連携を進め、サービス間シナジーの最大化を追求して参ります。
- 全社戦略としては、急成長を見込む第 15 期においては採用を強化し組織体制を一層盤石化します。

