



2008年3月期(第7期)中間 決算説明資料

株式会社ドリコム



2008年3月期(第7期)中間期 業績に関して

業績ハイライト



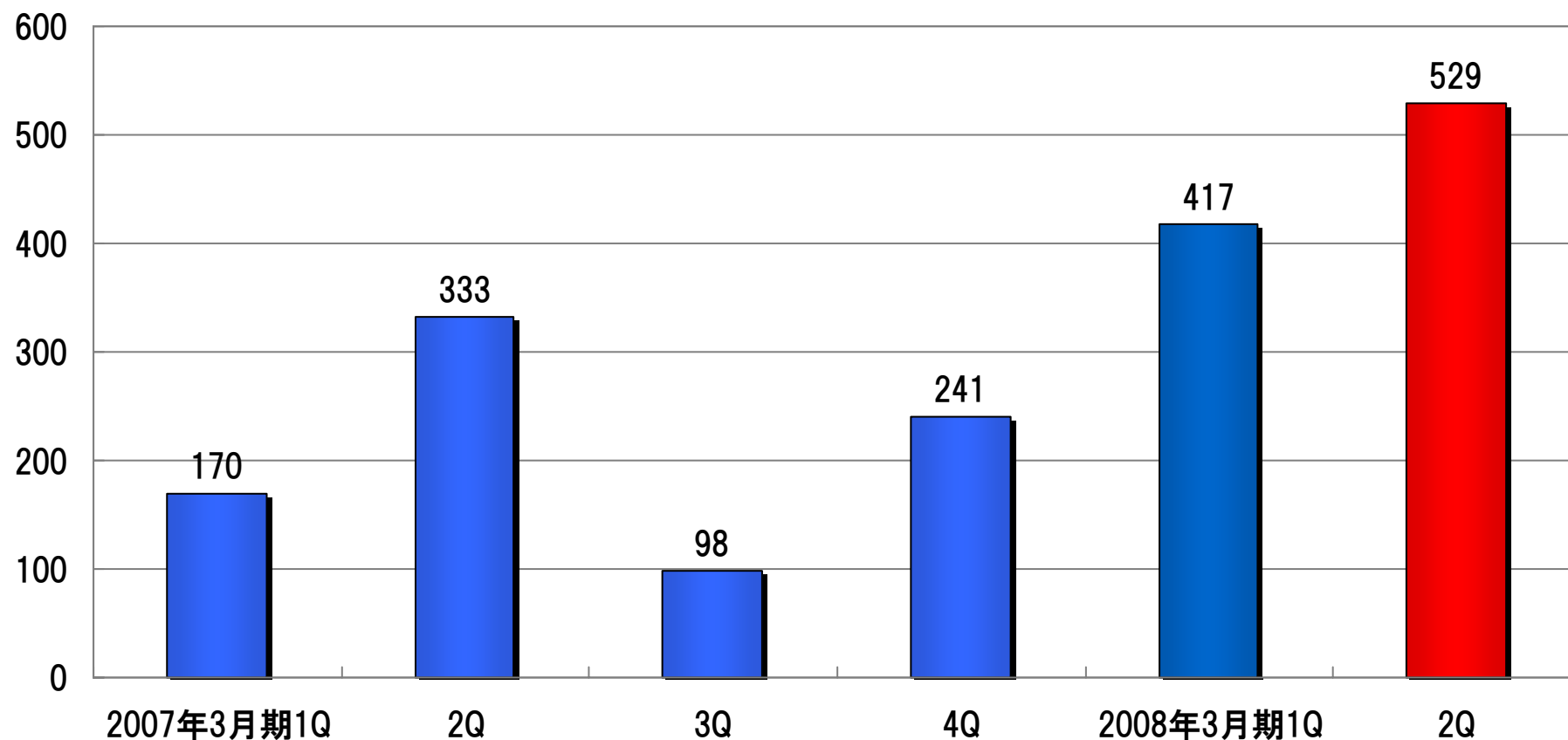
1. 2008年3月期中間期業績は、売上高946百万円。営業損失178百万円。中間純損失は352百万円。
2. 第二四半期の売上高は、前年同期比1.5倍(当第一四半期比1.2倍)で推移。
→株式会社ジェイケン、株式会社ドリコムマーケティングが寄与。
3. 第二四半期の営業損益は、当第一四半期と比べて赤字幅が152百万円から25百万円に縮小。
→予算計画より遅れはあるものの、収益の改善は進んでいる。
4. 下期は、事業体制の最適化を行うことで、更なる収益の改善を見込む。
→下期を通じて約100百万円のコスト削減を実施。
5. 事業体制の最適化に伴い、投資分野を絞り事業展開を行う。
6. 2007年8月29日に第三者割当増資とファイナンス計画を発表。
→NECネクサソリューションズとの事業提携の強化、会社買収資金の借入金の返済に充てる。
7. 短期借入金を長期借入金に振り替え。

売上高の推移



引き続き増収。 前年同期比**1.5倍**。当第一四半期比**1.2倍**。

(百万円)

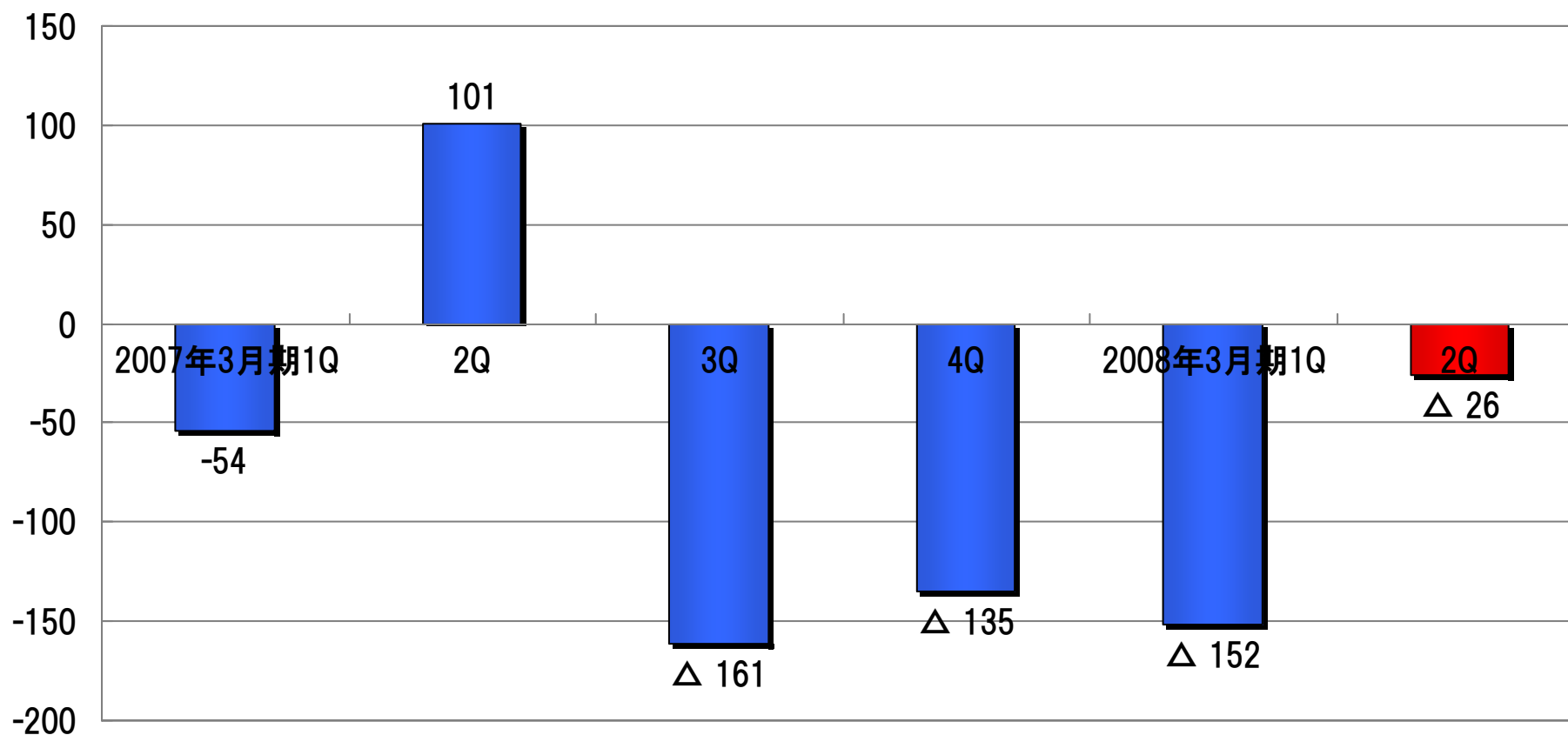


営業損益の推移



当第一四半期に比べて赤字幅が大幅に縮小。

(百万円)



事業セグメント別売上高／営業損益



事業セグメント別売上高／営業損益

(百万円)	ビジネスソリューション事業	ウェブサービス事業	全体
売上高	463	482	946
営業損益	△254	76	△178

事業セグメントについて

- **ビジネスソリューション事業**



- **ウェブサービス事業**



※株式会社サイバーエージェントとの共同事業



※株式会社ドリコムジェネレーティッドメディア 運営サービス

中間連結損益計算書



(百万円)	当中間期	前年同期	前年同期比	増減要因
売上高	946	504	442	主に、ジェイケン、 ドリコムマーケティングが寄与
売上総利益	530	357	173	
販管費	708	311	397	主に人員増加およびのれんの償却による
営業損益	△178	46	△224	
経常損益	△183	57	△240	
中間純損益	△352	36	△388	ドリコムマーケティングの事務所移転に伴う 特別損失およびドリコムの繰延税金資産の 取り崩し

中間連結貸借対照表



(百万円)	2007年9月末	2006年9月末	増減	増減理由
流動資産合計	1,316	867	449	
有形固定資産	64	58	6	
無形固定資産	1,744	145	1,599	主にのれんの増加
投資その他の資産	176	467	△291	
固定資産合計	1,985	671	1,314	
資産合計	3,302	1,539	1,763	
流動負債	2,111	169	1,942	主に短期借入金の増加
固定負債	16	1	15	
負債合計	2,128	171	1,957	
資本金	527	403	124	主に第三者割当増資による
資本剰余金	768	644	124	主に第三者割当増資による
利益剰余金	△281	221	△502	
有価証券評価差額	24	2	22	
少数株主持分	129	96	33	連結子会社2社分
純資産合計	1,174	1,367	△193	
負債純資産合計	3,302	1,539	1,763	

中間連結キャッシュ・フロー計算書



(百万円)	当中間期	前年同期	前年同期比	増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	△87	△73	△14	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,080	△563	△517	主にジェイケン株式取得のため
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,212	91	1,121	主にジェイケン株式取得のための銀行借入による
現金及び現金同等物の期末残高	632	412	220	



事業体制の最適化に関して

収益力の強化を目的として事業体制を最適化

1. 販売管理費の削減。
2. 派遣費用の削減。
3. 外注費の削減による売上原価の減少。
4. ドリコムの新規採用を原則停止、グループ内での人員配置適正化により、各社新規採用費用を削減。
5. ドリコムマーケティングの事務所を移転し家賃費用を削減。
6. ビジネスの選択と集中を図ることで、投資費用の削減。

2008年3月期下期で約100百万円の費用削減効果、
月次で約20百万円の費用削減効果を見込み、
下期だけでなく、来期以降の収益力強化を行います。

事業体制の最適化に関して



優先順位を高めるビジネス・グループ会社

ビジネス・グループ会社	詳細
ブログ・SNS構築システム製品 『ドリコムSNS／ブログシステム』	最優先事業として、開発リソースを集中する。
社内ブログ(SNS)構築パッケージ 『ドリコムブログオフィス』	NECネクサソリューションズとの開発・営業連携を中核として、より一層注力する。
インターネット広告	広告マーケットプレイス『スペースハンター』の開発・営業体制を強化。次世代行動ターゲティング広告の開発。
ジェイケン	着信メロディ配信ビジネスに続く新規ビジネスを開発する。
ドリコムマーケティング	ドリコムグループの営業の柱として、更に営業体制を強化する。
ドリコムジェネレーティッドメディア	CGM分野への投資を強化する。

優先順位を下げるビジネス

ビジネス・グループ会社	詳細
SaaS	新規開発の一時停止。
中小規模向けWebサイト構築・更新システム 『ドリコムCMS』	新規開発を停止するとともに、営業体制を縮小する。
ドリコムの個人向けサービス 『ドリコムRSS』『モノリス』『alis(β)』	新規開発を停止する。
ドリコム研究室	閉鎖し研究成果を各ビジネスに応用する。



独自開発中の 次世代行動ターゲティング広告に関して

次世代行動ターゲティング広告に関して



概要

1. 広告マーケットプレイス『スペースハンター™』の核として、次世代行動ターゲティング広告を研究開発中。
特許申請中(特願2007-183673)
2. 行動ターゲティング広告市場はアメリカをはじめ急速に拡大を続けている。
アメリカの市場規模:2007年は5.75億ドル、2008年は10億ドル(*1)。
日本もヤフー株式会社を中心に拡大中。
3. インターネットブラウザの基本機能を活用し、行動特性を元にターゲティングを行うため、従来のような膨大な会員情報・アドネットワーク・行動データの蓄積が不要。あらかじめ設定した配信ルールに沿って広告配信を行う。
(例)不動産系のサイトを多く見ている人には不動産広告を配信。
4. 行動データの取得、蓄積を行わないため、個人情報の取得は行わない。
5. 媒体主、広告代理店と共同で商品化を予定。

早期にビジネス化を行い、
媒体の獲得、広告代理店・メディアレップとの連携強化により、
ドリコムグループの広告ビジネスの柱に育てていく。

(*1)参考資料:eMarketer(2007/6)

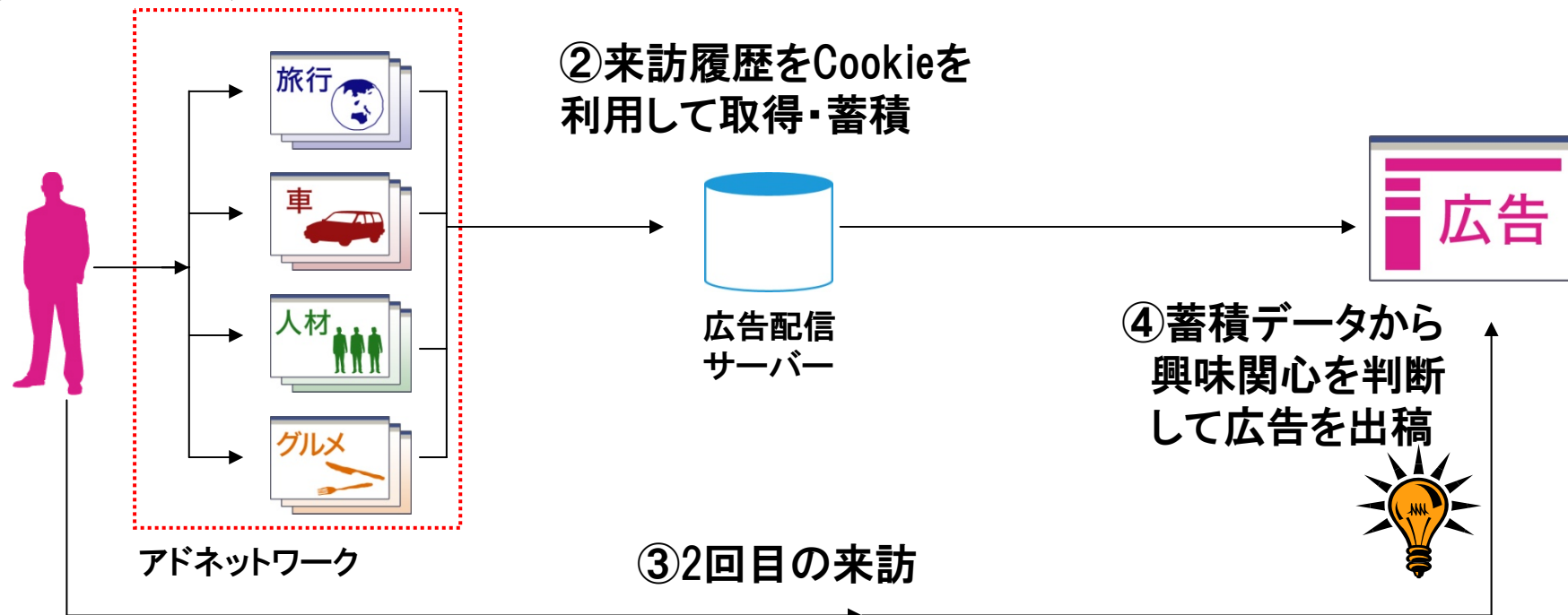
13

次世代行動ターゲティング広告に関して

従来の行動ターゲティング広告の技術

(アメリカ)行動ターゲティング会社最大手レベニューサイエンスの場合

①1回目の来訪



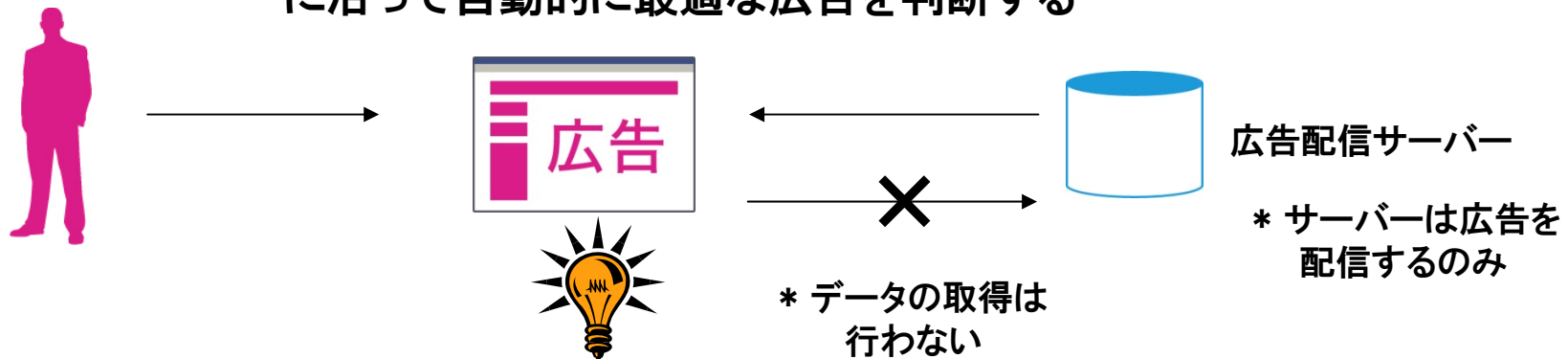
■課題点

1. 膨大なネットワークの規模や行動履歴データの蓄積が必要。
2. ネットワークの規模が一定に達しないと、広告配信数を多くすることが出来ない。

次世代行動ターゲティング広告に関して

開発中の次世代行動ターゲティング広告の技術

- ①1回目の来訪 ②ユーザの行動特性から、PC側でルールに沿って自動的に最適な広告を判断する ③選択された広告を配信



■今後の展開

1. 当社媒体でカテゴリーごとの広告配信数・配信速度などを実験を行う。
2. 大手媒体にトライアルBT^(*2)枠を作り、広告代理店経由で試験販売。
3. 試験結果を元に広告枠を拡大。
4. 『スペースハンター』との連携を強化し、行動ターゲティング広告を配信。

(*2)BT、BTA=Behavioral Targetingの略称。

今後の見通し



2008年3月期下期に関しては、ドリコムグループは事業体制の最適化の方針どおり、選択と集中による収益力の強化を重点的に行い、売上高の拡大と経常損益の黒字化を目指します。また、外注費・家賃なども含めたコスト構造の抜本的な見直しも行うことで中期的な収益力の改善も行っていきます。

これらの施策に伴い、一時的な費用の増加もあり、当期業績予想は予算を売上高2,200百万円、営業利益50百万円、純損失180百万円に修正いたしました。また、事業ポートフォリオとしては、大型案件依存の法人向け収益モデルから、広告・ユーザー課金による個人向け収益モデルの割合を高め経営の安定性を図っていきます。

なお、当社グループ会社であるジェイケン、ドリコムGM、ドリコムマーケティングは3社ともに2008年3月期上期は黒字化しており、引き続き事業拡大を目指していきます。

ドリコムに関しては、前期から続いている赤字体質の改善を図るべく、売上高の拡大だけでなく事業体制・コスト構造の見直しを行い早期に収益力の強化を行っていきます。

(百万円)	2008年3月期 中間期(実績)	2008年3月期 (見通し)
売上高	946	2,200
営業損益	△178	50
経常損益	△183	0
純損益	△352	△180

インターネットの事業を取り巻く環境は短期的に大きく変動する可能性があり、また特に当社は積極的に新規事業への取り組みを行っているため、通期の業績見通しについては信頼性の高い数値を算出することはきわめて困難であり、実際の業績はさまざまな要素により見通しと大きく異なる結果になりえることをご了承ください。



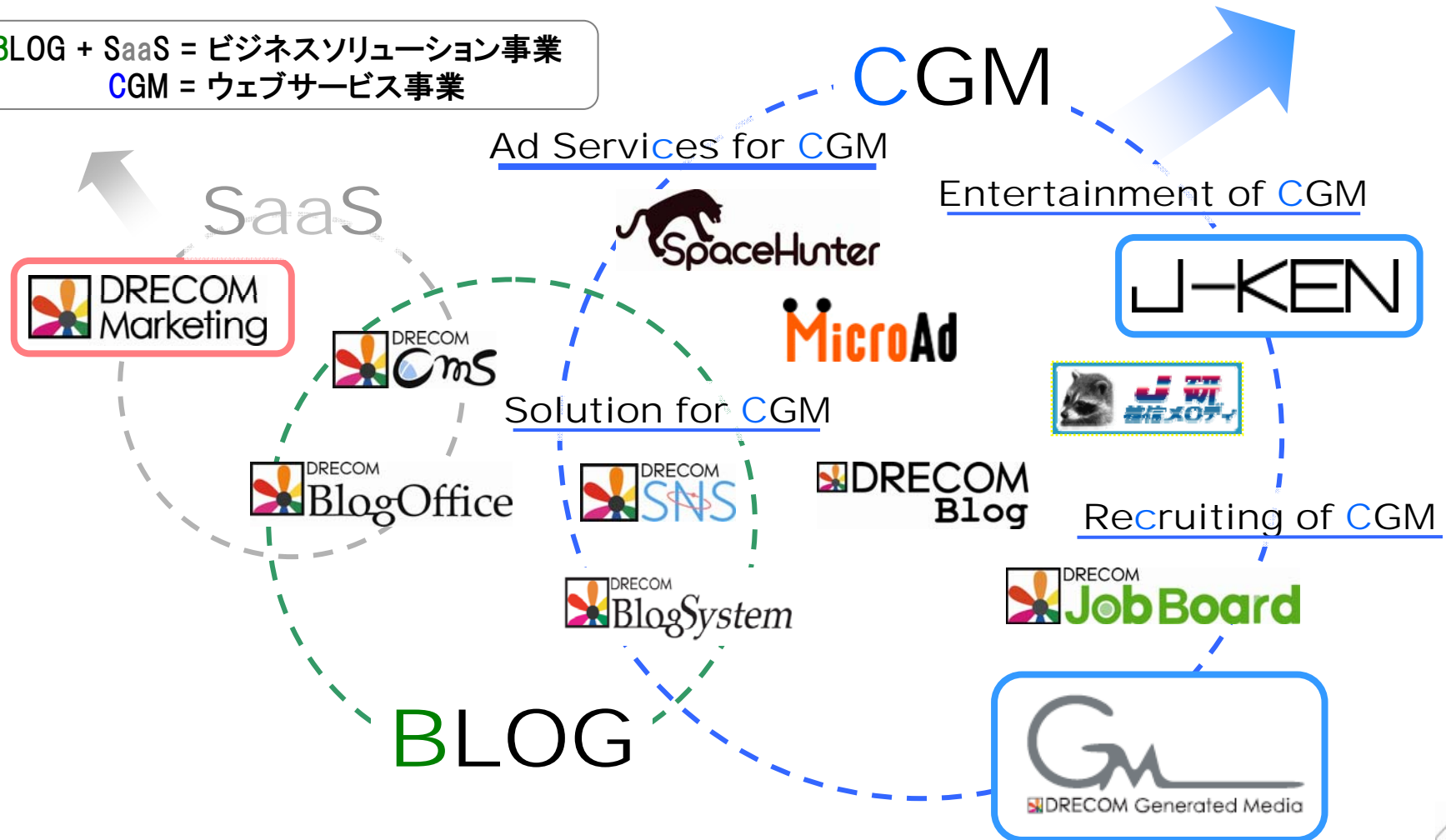
2008年3月期(第7期)中間期 事業／今後の戦略に関して

ドリコムグループ事業構成図



事業の選択と集中を行い、収益力の強化を進める。

BLOG + SaaS = ビジネスソリューション事業
CGM = ウェブサービス事業



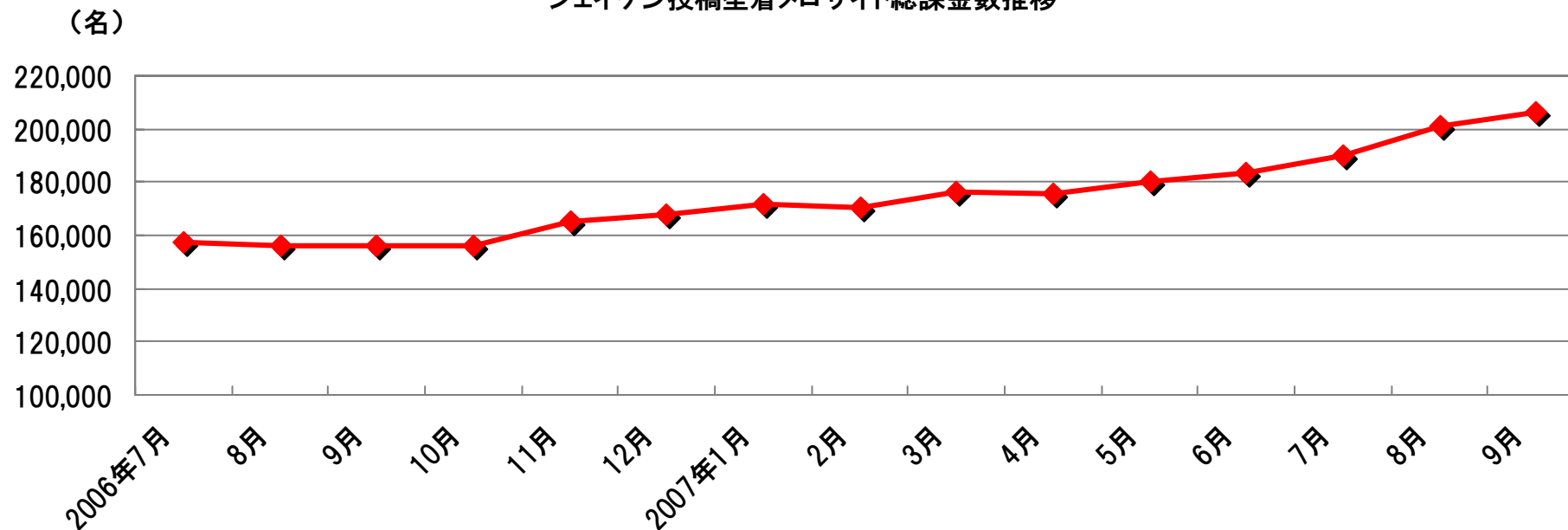
事業ハイライト



1. ジェイケンの課金ユーザー数は順調に増加。
今後も増加していく傾向にある。
2. 『スペースハンター』は、導入媒体数が順調に増加。
将来的には次世代行動ターゲティング広告技術の導入も予定し、ドリコム 次のビジネスの柱に育てる。
3. ドリコムGMは、CGM×求人領域ビジネスが順調に立ち上がり、売上高も拡大。
4. ブログ・SNS構築システム製品は予算どおりの進捗。
5. 『ドリコムブログオフィス』は、NECネクサソリューションズとの資本業務提携を軸に大手企業への展開を強化していく。
6. 『ドリコムCMS』は、開発および営業体制の最適化を行い、下期に収益性を高めていく。
7. 下期は、売上高の拡大とコスト削減により、来期に向けた収益力の強化を行う。

株式会社ジェイケン

ジェイケン投稿型着メロサイト総課金数推移

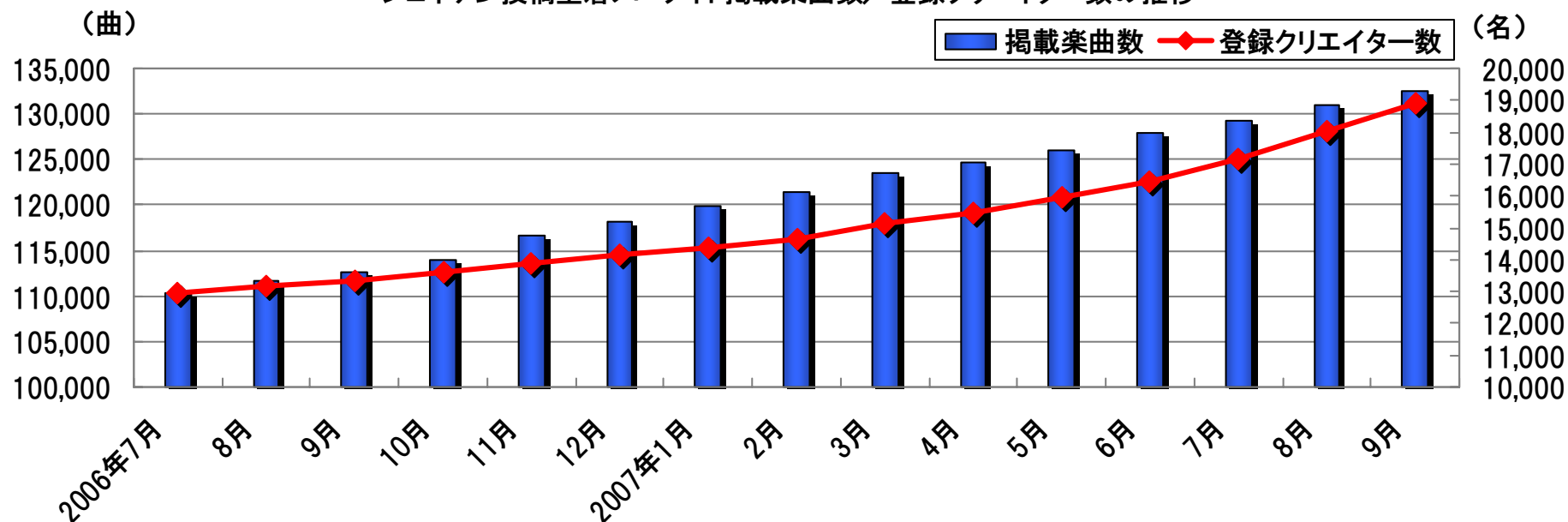


1. 2006年10月を底として毎月順調に増加し続けている。
2. 増加要因は検索エンジンからの集客であり、今後も携帯ユーザーの検索エンジン利用増加が見込まれることから、増加傾向が続く見込み。
3. 下期は、着メロに続くUGC*³サービスをジェイケンとドリコム共同で開発していく。

(*3)P30の用語説明をご参照下さい。

株式会社ジェイケン

ジェイケン投稿型着メロサイト掲載楽曲数/登録クリエイター数の推移



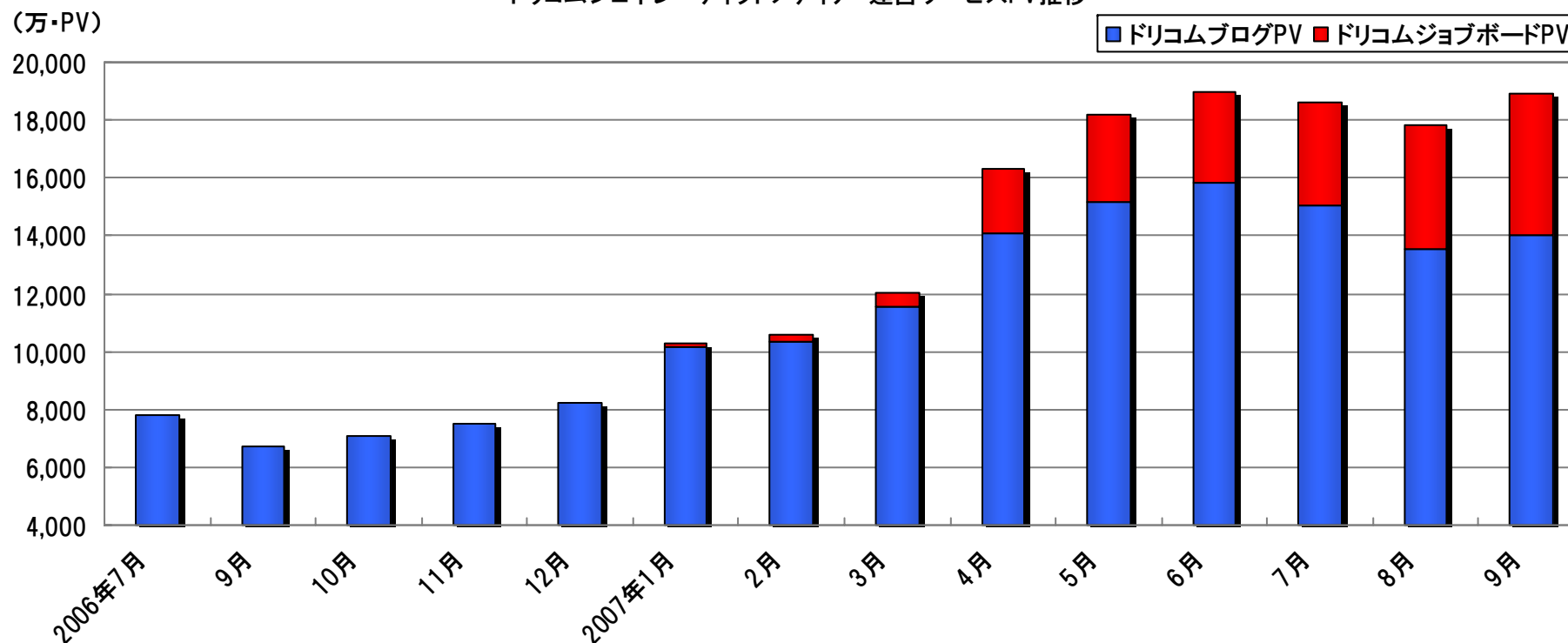
1. 着メロの投稿は順調に増加し続けており、来期中には投稿者2万人、楽曲数15万曲を見込む。
2. 今後は、投稿者数・曲数の増加だけでなく、次のUGCサービスと連動をさせながら携帯コンテンツにおけるクリエイターの囲い込みを狙っていく。

ウェブサービス事業 CGM分野



株式会社ドリコムジェネレーティッドメディア

ドリコムジェネレーティッドメディア 運営サービスPV推移*4

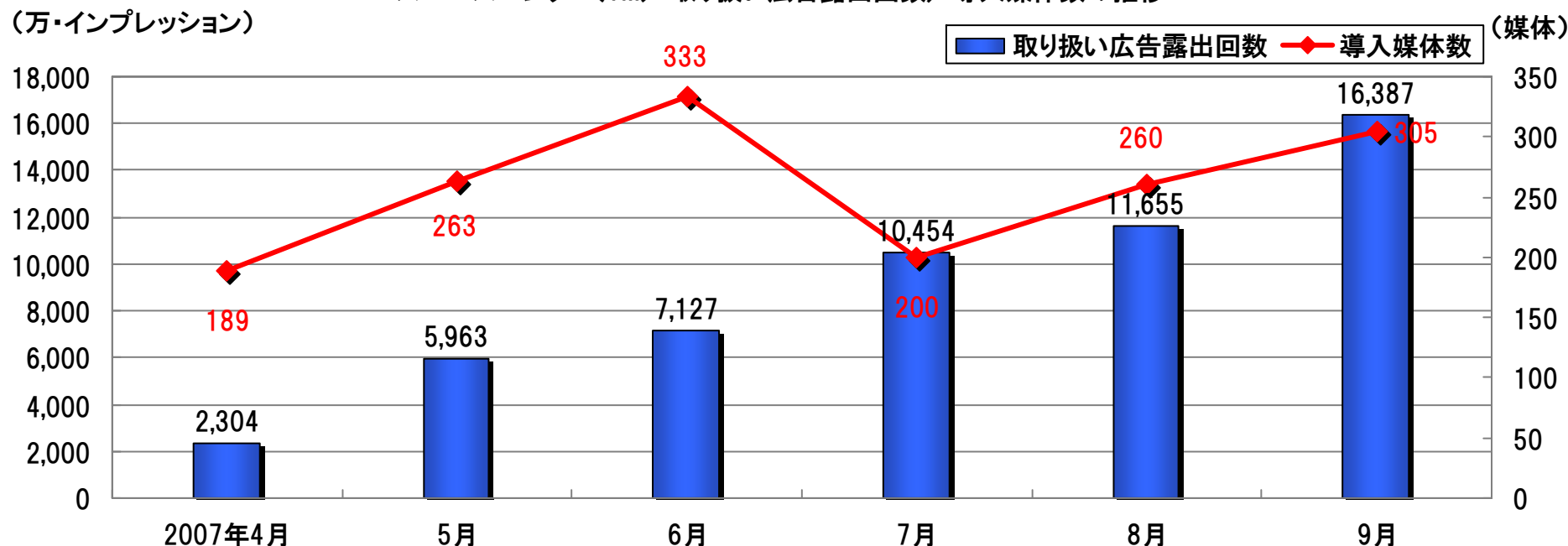


1. ドリコムGMではPV数増加施策フェーズから商材開発施策フェーズへ移行。
2. 『ドリコムジョブボード』を基軸とした求人×CGM商材の開発は順調。インターネット系企業を中心に顧客獲得を広げている。

(*4)2006年8月は計測値が取れていないため掲載しておりません。

スペースハンター

スペースハンター(TM) 取り扱い広告露出回数／導入媒体数の推移*5



1. 導入媒体数、取り扱い広告露出回数ともに増加。
2. 今後は新しく開発した行動ターゲティング広告技術を強みとして、大手媒体主、大手広告代理店の獲得を行い、来期以降の事業の柱へと育てていく。

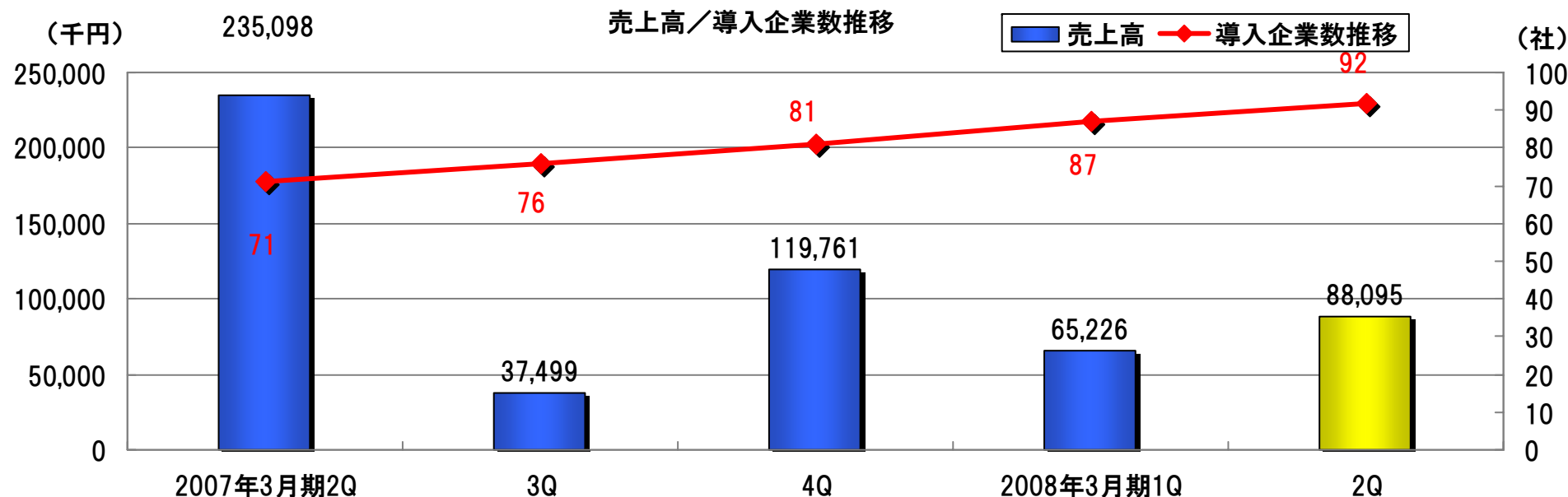
導入企業：GIGAZINE(株式会社OSA)、SBIイー・トレード証券株式会社など

(*5)2007年7月から導入媒体数の計測方法を広告露出回数が月一回以上に改めております。

ビジネスソリューション事業 ブログ分野



ブログ/SNS構築パッケージ『ドリコムSNS/ブログシステム/ブログセット』



1. 予算どおりの進捗。3Qの受注も順調に推移。
2. 今後はクライアントニーズに応える形で、ブログ・SNSのみに留まらずに事業の拡大を図っていく。

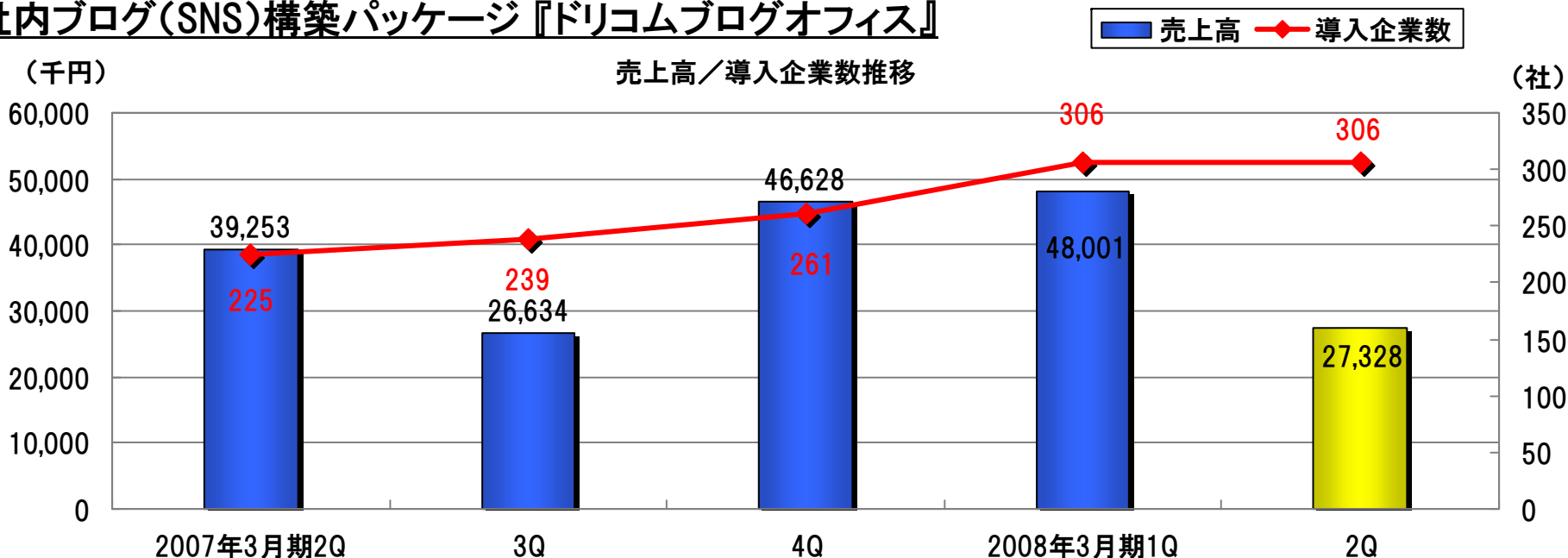
導入企業:Fotonomaシェアリングコミュニティ(富士フイルム株式会社)など

(*6)集計方法:導入企業数に関しては、ASP形態が現利用社数。PKG形態が累積導入社数。
また、売上高、導入企業数とも、通期の累積集計ではなく四半期ごとの集計。

ビジネスソリューション事業 ブログ分野

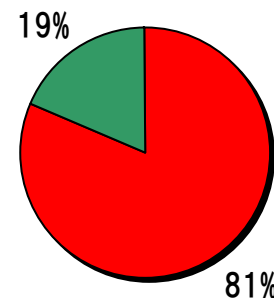


社内ブログ(SNS)構築パッケージ『ドリコムブログオフィス』

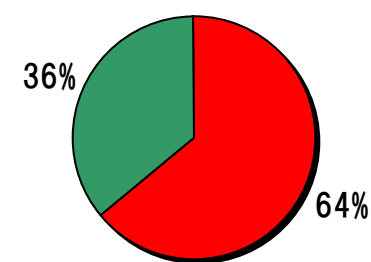


1. 一時的に売上高が減少。
2. 今後は、NECネクサソリューションズとの資本業務提携を軸に大手企業への導入を拡大していく。

導入企業数比率*7



売上高比率*7



■ ASP ■ PKG

(*6)集計方法:導入企業数に関しては、ASP形態が現利用社数。

PKG形態が累積導入社数。

また、売上高、導入企業数とも、通期の累積集計ではなく四半期ごとの集計。

(*7)PKG形態にはエンタープライズ版、アプライアンスモデル、with ConceptBaseモデルを含みます。

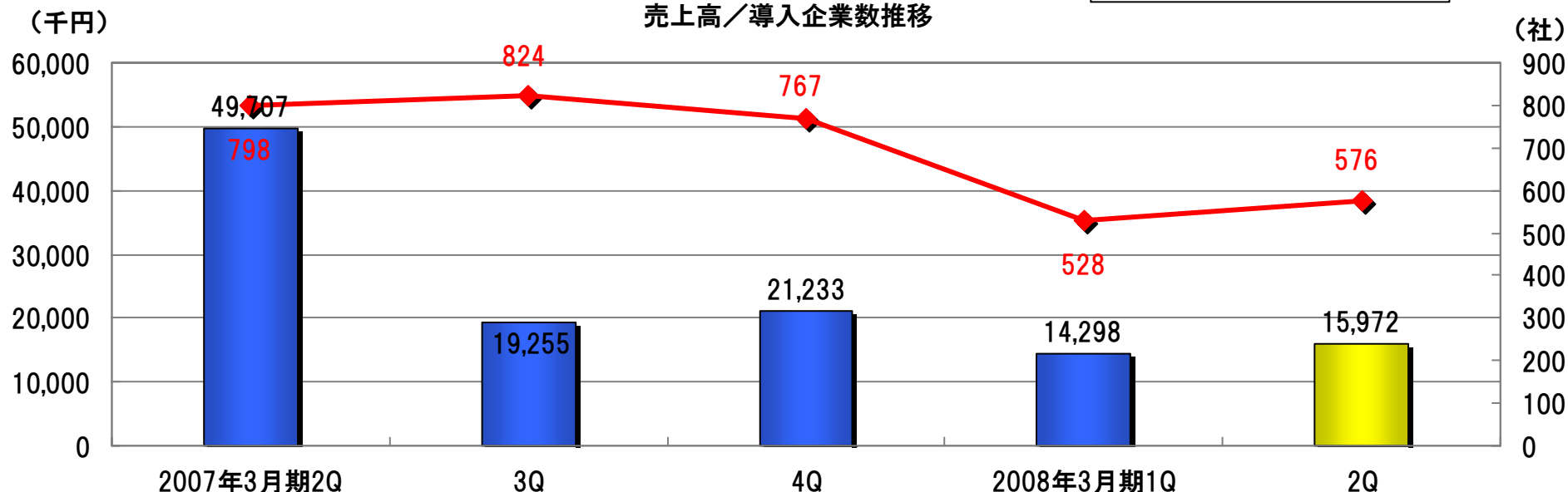
ビジネスソリューション事業 ブログ分野



中小規模向けWebサイト構築・更新システム「ドリコムCMS」

売上高／導入企業数推移

■ 売上高 ◆ 導入企業数

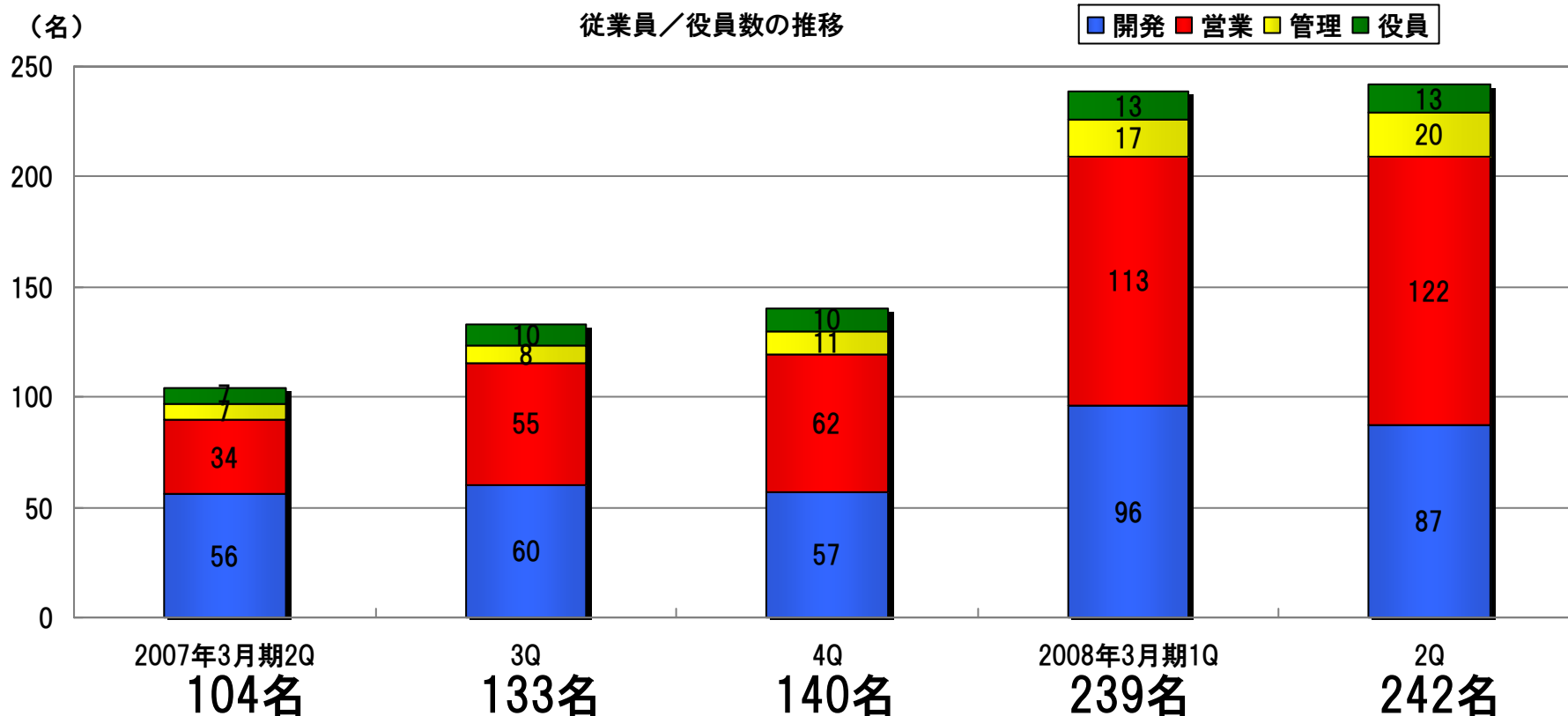


1. 前期より受注を目指していた大型パッケージが失注し、予算を大幅に未達。
2. 当初の計画通り、初期の大アカウントの解約による契約数減少は停止。
3. 今後は、事業体制最適化の方針どおり新規開発の停止と営業体制の縮小を行い、収益力強化を目指す。

導入企業：株式会社東日本環境アクセス(JR東日本グループ)など

(*6)集計方法：導入企業数に関しては、ASP形態が現利用社数。PKG形態が累積導入社数。
また、売上高、導入企業数とも、通期の累積集計ではなく四半期ごとの集計。

従業員／役員数の推移



事業体制の最適化の指針のとおり、

- 非正社員、派遣社員の雇用の解消。
- ドリコムの新規採用の原則停止。
- グループ各社の採用はドリコムからの出向者を中心に行うことで採用費を削減。

(*8)集計方法:有価証券報告書ベース(アルバイトは人員の頭数ではなく8時間換算)
また、人数には契約社員・アルバイトを含みます。

TOPICS



2007年4月

- **株式会社ジェイケン**の株式を取得し子会社化
- [ドリコムGM]ブログの読者向け求人広告掲載サービス「**ドリコムジョブボード(β)**」月間1,000万PVを突破

2007年6月

- Webアプリケーションのソフトウェアコンテスト「Drecom Award on Rails 2007」を開催
- ドリコム監修書籍「**社内ブログ導入・運用ガイド**」(技術評論社)販売開始

2007年7月

- [ドリコムGM]ブログでつながるコミュニティ『**Buco(γ)**』(ブコガンマ)の提供を開始

2007年8月

- 第三者割当による新株式発行および新株予約権発行・引受契約締結
- NECネクサソリューションズとの資本業務提携



2007年9月

- ドリコム、広告マーケットプレイス『**スペースハンター(TM)**』を一般公開



今後の戦略に関して



2008年3月期下期

- ・事業体制の最適化とコスト構造の見直しによる収益力の強化
- ・個人向けビジネスの拡大に伴い、収益予測の不安定な法人向けビジネスの割合を縮小
→収益の安定性の強化
- ・行動ターゲティング技術を軸にしたインターネット広告のビジネス化

2009年3月期上期

法人向け

- ・NECネクサソリューションズの連携などを軸にブログ分野の売上拡大

個人向け

- ・広告の収益拡大を見込み次のビジネスの柱へ
- ・着信メロディ配信ビジネスに続くUGCサービスのビジネス化
- ・求人領域×CGM商材の収益拡大
- ・グループ営業会社であるドリコムマーケティングとの販売連携の強化

キーワード	説明
CGM	Consumer Generated Mediaの略称。 インターネットなどを利用することで、ユーザーが内容を生成するメディア。
UGC	User Generated Contentsの略称。 一般の人々によって作成されたさまざまなコンテンツの総称。
CMS	Contents Management Systemの略称。 Webサイトの構築・編集などに利用するソフトウェア。
SaaS	Software as a Serviceの略称。 ユーザが必要とする機能だけを利用できるようにし、インターネット上で利用するソフトウェアの形態。
行動ターゲティング広告	インターネット広告の手法の一つ。ユーザーが閲覧したWebサイトの情報を分析することで、ユーザーの好みに合った広告を配信する手法。

※:本資料に掲載している数値に関して、特に明記していないものは連結ベースのものです。

ドリコム、Drecom、ドリコムロゴは株式会社ドリコムの登録商標です。

スペースハンター、SpaceHunterは株式会社ドリコムの商標です。

また、各社の会社名、製品名、サービス名は各社の商標または登録商標です。



世界に通じるインターネットサービスのものづくり企業

本資料に記載いたしました認識、戦略、計画などで、見通しは歴史的事実ではなく不確実な要素を含んでおります。実際の業績は、さまざまな要因により見通しとは大きく異なる結果となる可能性があることをご了承願います。

実際の業績に影響を与えうる重要な要因には、当社の事業を取り巻く経済情勢、社会的動向、当社の提供するサービス等に対する需要動向による相対的競争力の変化などがあります。なお、業績に影響を与えうる重要な要因は、これらに限定されるものではありません。