

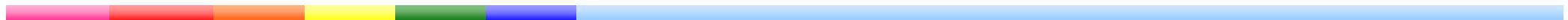
DRECOM
with entertainment

2006年3月期 決算説明資料

株式会社ドリコム



© Docom Co.,Ltd. All rights Reserved



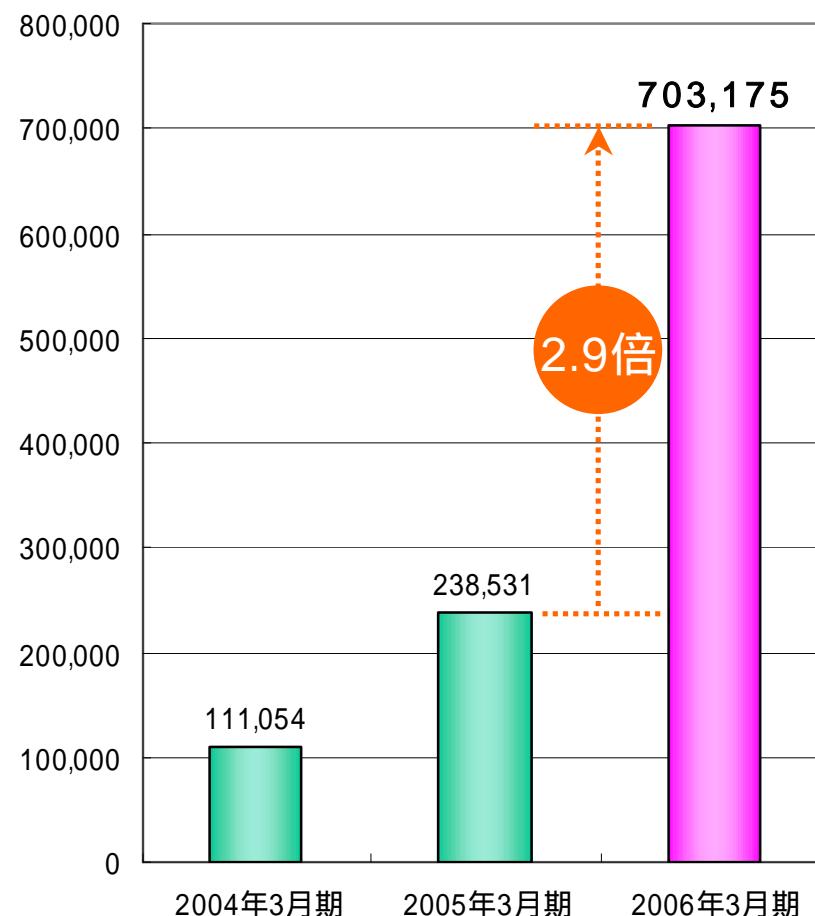
2006年3月期決算報告

2006年3月期 売上高・営業利益の推移(通期)

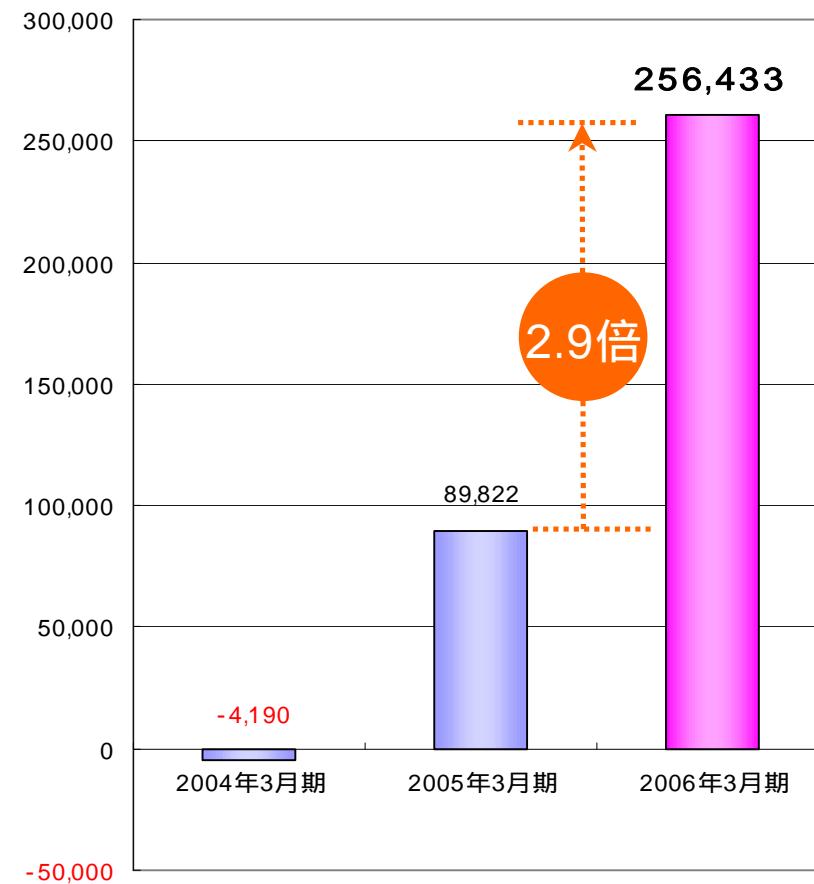
增收増益。売上高:前期比2.9倍 営業利益:前期比2.9倍

(千円)

【売上高推移】



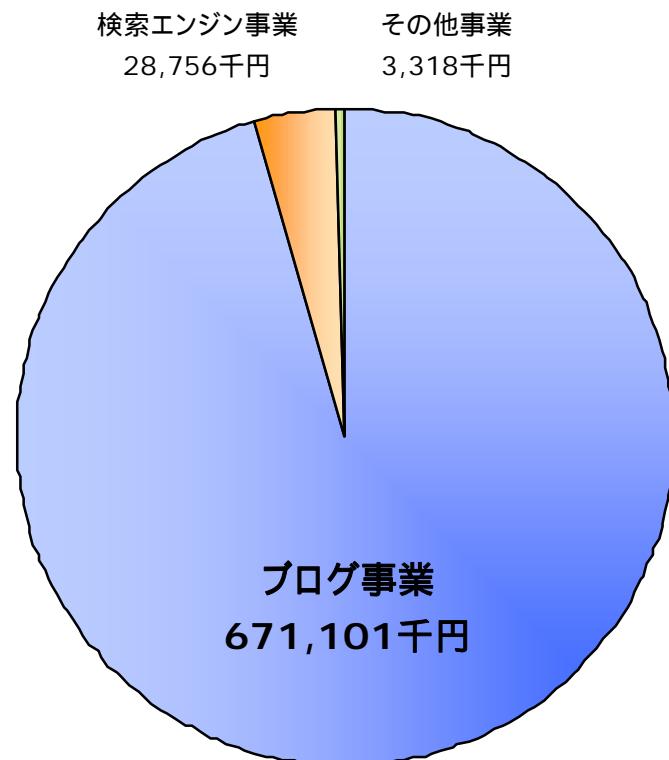
【営業利益推移】



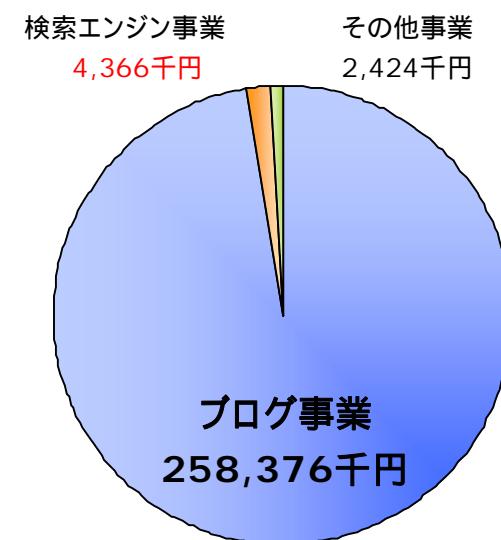
2006年3月期 セグメント情報(通期)

ブログ事業好調 売上高構成比: **95.4%** 営業利益構成比: **100.8%**

【セグメント別売上高】



【セグメント別営業利益】



2006年3月期 通期決算ハイライト

- ◆ 売上高は、703百万円(対前年比2.9倍)、営業利益は256百万円(対前年比2.9倍)、経常利益は225百万円(対前年比2.4倍)、当期純利益124百万円(対前年比2.3倍)とともに大幅に増加し、過去最高を記録した(連結ベース)。
- ◆ 前年を大きく上回る公表予算に対し、売上高は公表予算比2%増、経常利益は公表予算比13%増、当期純利益公表予算比4%増と微増で達成した(連結ベース)。
- ◆ 日本のブログユーザー数は急速に増加し、2006年3月末時点で868万人に達し(総務省調べ)2005年5月の総務省予測である621万人を40%も上回る速度で広がりを見せている。
それにともない、弊社の主力事業であるブログ事業は前年比3.9倍の671百万円と大幅な増加につながった。
- ◆ ブログ事業の商品別では前年に引き続き、ブログのOEMサービスであるドリコムブログシステムの受注が順調に推移し、売上が前年比5.2倍の457百万円になった。
またブログを活用した社内のナレッジマネージメントニーズが急速に高まり、社内ブログサービスであるドリコムブログオフィスが四半期ごとに売上が倍増し、前年比6.3倍の89百万円と大幅な伸びを見せた。2005年9月に本格的に立ち上がったCMSのASPサービスであるドリコムCMSは半期の売上ながら120百万円と順調な立ち上がりを見せている。
- ◆ 検索エンジン事業においては投資フェーズではあるが、サイバーエージェント社との共同事業であるコンテンツマッチング広告サービス、BlogClickが順調に推移し、検索エンジン事業として28百万円の売上となった。売上が前年比では39%減になっているが前年は事業立ち上げにおける開発費が主な収入であったが、2005年4月よりレビューシェアの収益モデルに移行したことによる。

2006年3月期 通期決算ハイライト

- ◆ 売上高に占める特定顧客の割合であるが、20%を超える得意先が前期は2社に対して、当期は0社となっており、営業面の人員を増加させたことに伴い顧客の分散化が進んだ。
- ◆ 2004年夏に立ち上げた東京支社であるが、2005年7月に増員に伴う引越しを行い、顧客開拓と対応に向けて東京支社の順調の立ち上がりをみせ、さらなる増員にともない、2006年4月に恵比寿への引越しを完了した。
- ◆ 販売体制強化に向けて営業人員の積極的な採用と営業パートナーとの積極的な提携を進めた結果、RSS広告面でサイバーエージェント社、ドリコムブログオフィス面で日本ユニシス情報システム社、オーシャンブリッジ社、ドリコムCMS面でテレウェイブ社(商品共同開発)、セプテニ社(SEO & LPOパッケージ)、paperboy&co.社(サービスの連携)、アライドアーキテクツ社(デザイン面)、grooves社(採用パッケージ)、オーセンスグループ社 & コントロールプラス社(弁護士向けパッケージ)などと多くのパートナーの開拓に成功し、共同商品の開発にも積極的に投資を行った。
- ◆ 世界的なインターネットサービス環境の変化(web2.0のようなムーブメント)にさきがけて、個人向けサービスの強化へ積極的な投資を行った。
- ◆ 個人向けサービスの具体的な投資としてはドリコムブログを中心とした既存サービスの安定運用に向けて人員増加とサーバーなどの設備投資を積極的に行った結果、個人向けサービスのトラフィックが2006年3月末時点で2.8億PV(月間)と大幅な伸びを見せている。
また新サービスの開発への積極的な投資を行い、第1弾のサービスとして2006年3月期初の個人向けサービスであるドリコムRSSを2005年12月にリリースし、既存のMyblog japan、MyClip、MyblogListをドリコムRSSに統合させた。

2006年3月期 業績の概要(通期)

(単位:千円)

	2004年3月期 (単体)	2005年3月期 (連結)	2006年3月期 (連結)
売上高	111,054	238,531	703,175
営業利益	4,190	89,822	256,434
経常利益	803	91,068	225,324
当期純利益	3,134	54,490	124,618
営業利益率	- 3.8%	37.7%	36.5%
経常利益率	- 0.7%	38.2%	32.0%



2006年3月期 連結業績の概要(四半期推移)

(単位:千円)

	2005年3月期					2006年3月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	計	1Q	2Q	3Q	4Q	計
売上高	50,592	28,244	16,136	143,619	238,591	100,866	158,188	153,536	290,585	703,175
営業利益	14,186	4,458	11,294	91,447	89,882	31,882	71,359	36,920	116,273	256,434
経常利益	14,551	4,261	11,786	92,564	91,068	30,797	70,051	34,276	90,200	225,324
営業利益率	28.0%	-15.8%	-70.0%	63.7%	37.7%	31.6%	45.1%	24.0%	40.0%	36.5%
経常利益率	28.8%	-15.1%	-73.0%	64.5%	38.2%	30.5%	44.3%	22.3%	31.0%	32.0%

2006年3月期第3四半期以外については、中央青山監査法人のレビューを受けておりません。

また、2005年1月に100%子会社であるドリコムテックを設立しております。

2006年3月期 費用構成の推移(通期)

(単位:千円)

	2004年3月期 (単体)	2005年3月期 (連結)	2006年3月期 (連結)
売上高	111,054	238,531	703,175
原料費	0	2,925	7,285
労務費	53,964	77,745	167,476
外注費	8,741	6,448	38,232
経費等	15,748	14,592	57,310
仕掛品・他勘定振替等	24,070	49,611	55,215
売上原価計	54,383	52,099	215,087
原価率	49.0%	21.8%	30.6%
人件費	21,237	38,722	82,264
研究開発費	26,959	31,150	34,996
その他	12,666	26,675	114,393
販管費計	60,862	96,547	231,653
売上高販管費率	54.8%	40.5%	32.9%



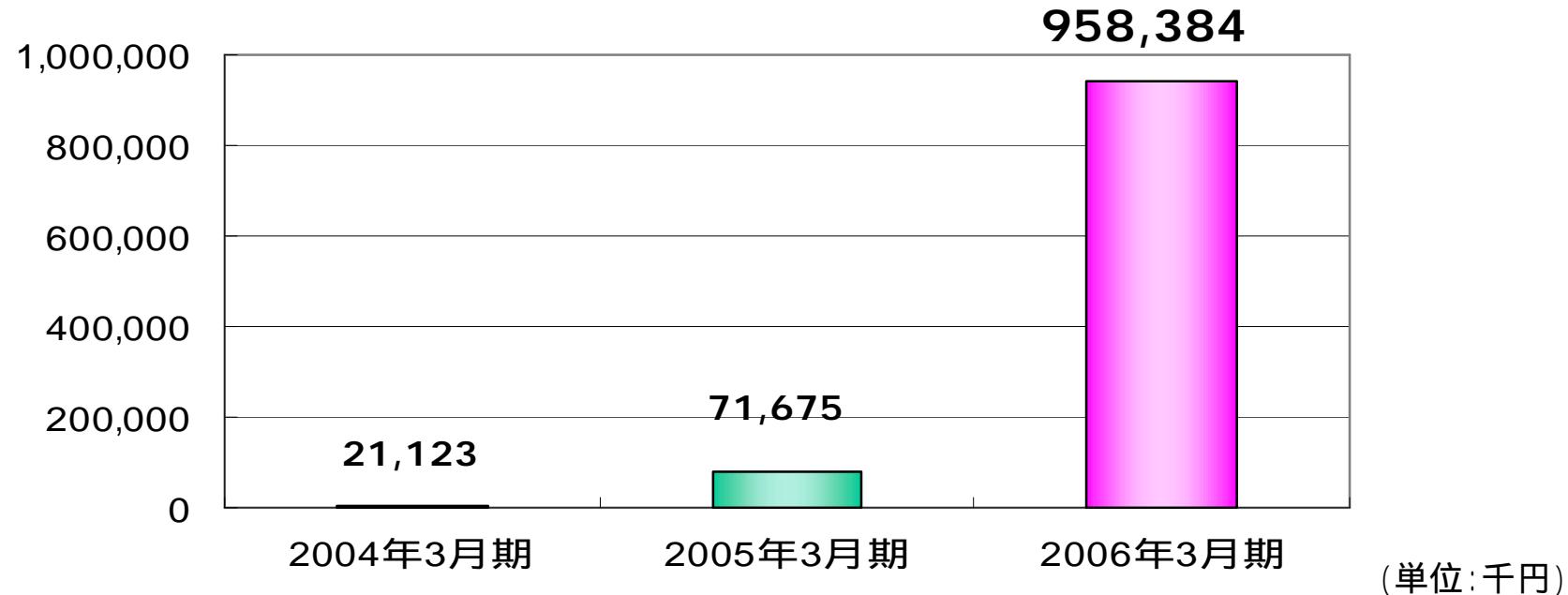
2006年3月期 財政状態の推移(通期)

(単位:千円)

	2004年3月期 (単体)	2005年3月期 (連結)	2006年3月期 (連結)
現預金	21,123	71,675	958,385
売掛金	11,774	130,614	284,918
たな卸資産	3,320	13,008	14,659
その他流動資産			44,974
流動資産合計	40,876	224,808	1,302,936
有形固定資産	3,006	5,074	10,940
無形固定資産	72	10,047	41,144
投資その他の資産	778	3,217	61,883
固定資産合計	3,857	18,339	113,967
資産合計	44,734	243,148	1,416,903
流動負債	16,952	146,884	178,127
固定負債	0	8,548	6,052
負債合計	16,952	155,432	184,179
資本金	21,500	24,221	403,177
資本剰余金	0	2,721	644,157
利益剰余金	6,281	60,771	185,389
資本合計	27,781	87,715	1,232,723
負債及び資本合計	44,734	243,148	1,416,903



2006年3月期 キャッシュ・フローの推移(四半期)

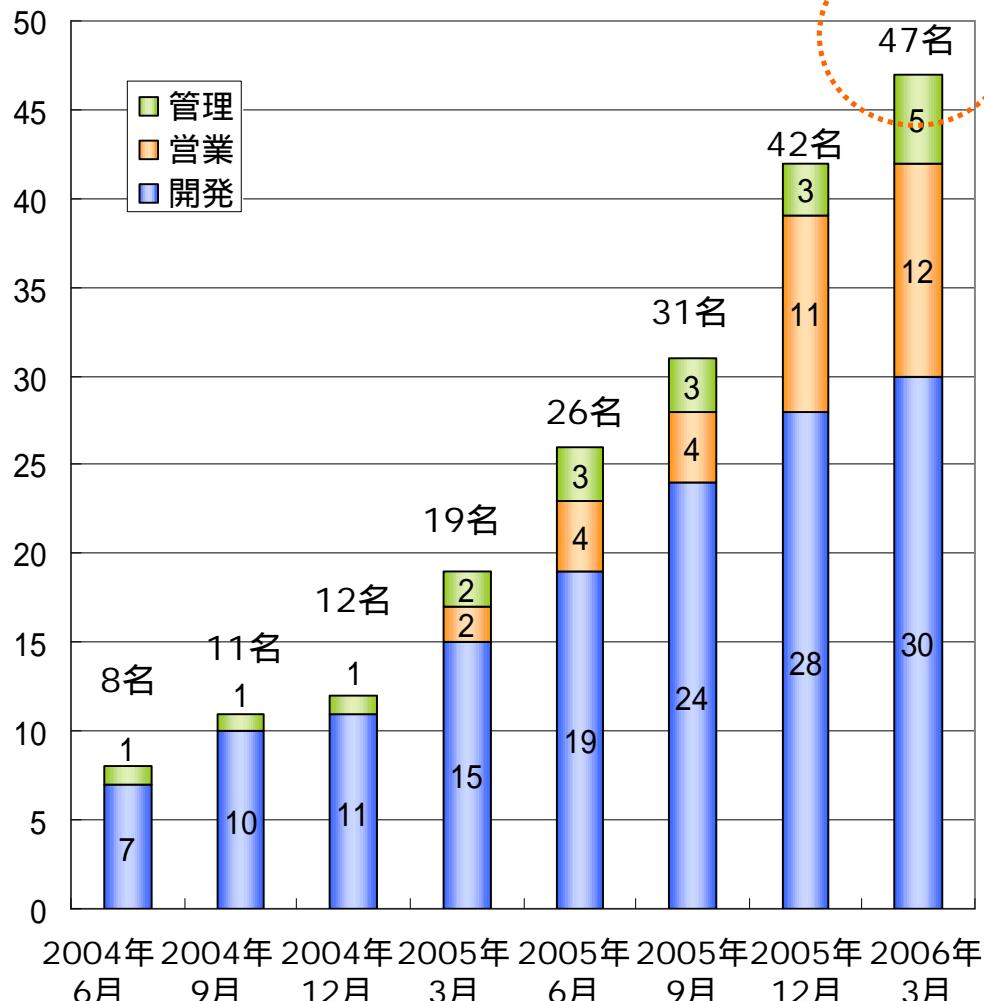


	2004年3月期	2005年3月期	2006年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	6,118	15,498	59,895
投資活動によるキャッシュ・フロー	3,000	15,036	115,868
財務活動によるキャッシュ・フロー	6,500	81,088	942,682
現金及び現金同等物の期末残高	21,123	71,675	958,384

2006年3月期 従業員数の推移(通期)

積極採用をすすめ28名を中途採用、事務所拡大

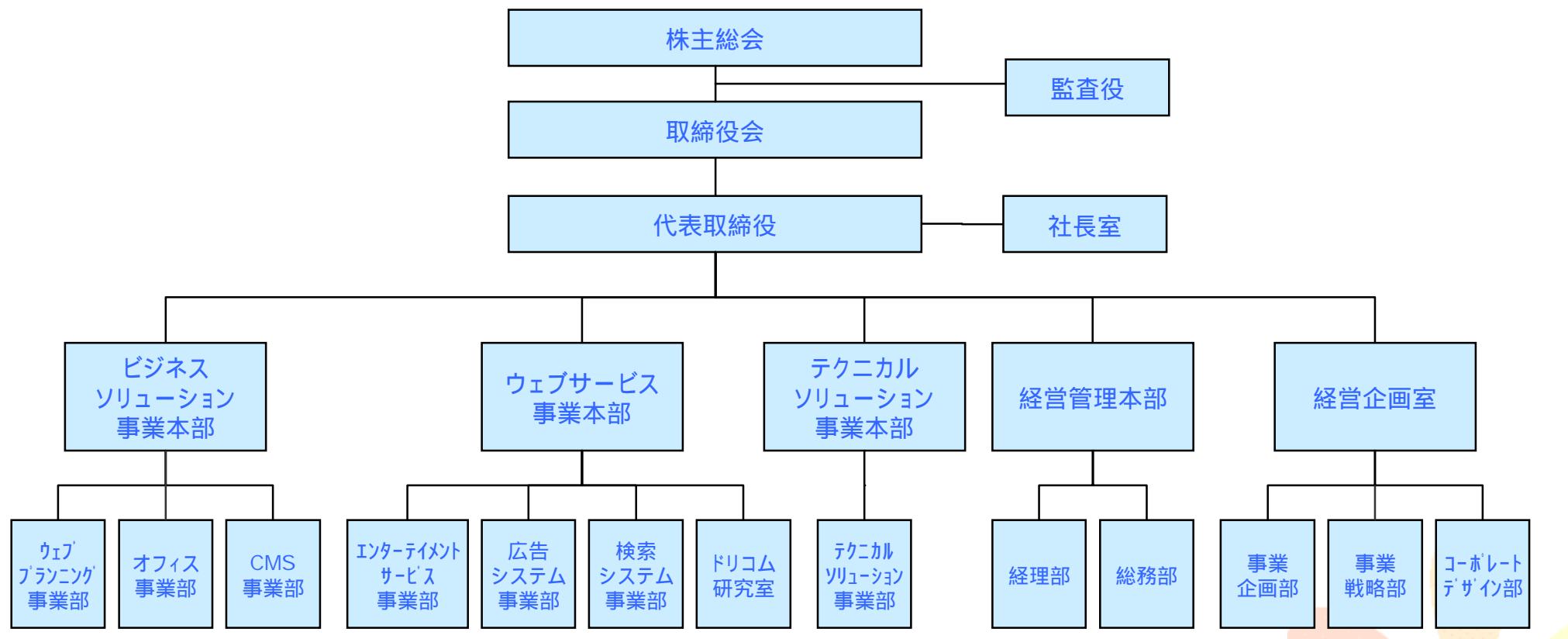
(単位:名)



- ◆ 開発、営業人員の積極採用
- ◆ マネージャーの採用
- ◆ 2007年4月より新卒採用を本格開始(30名採用予定)
- ◆ 2006年5月1日時点では
役員…6名
正社員…64名
臨時従業員…24名
派遣社員…9名
合計…103名
- ◆ 人員増加に伴い東京支社を恵比寿に移転

2007年3月期 組織体制

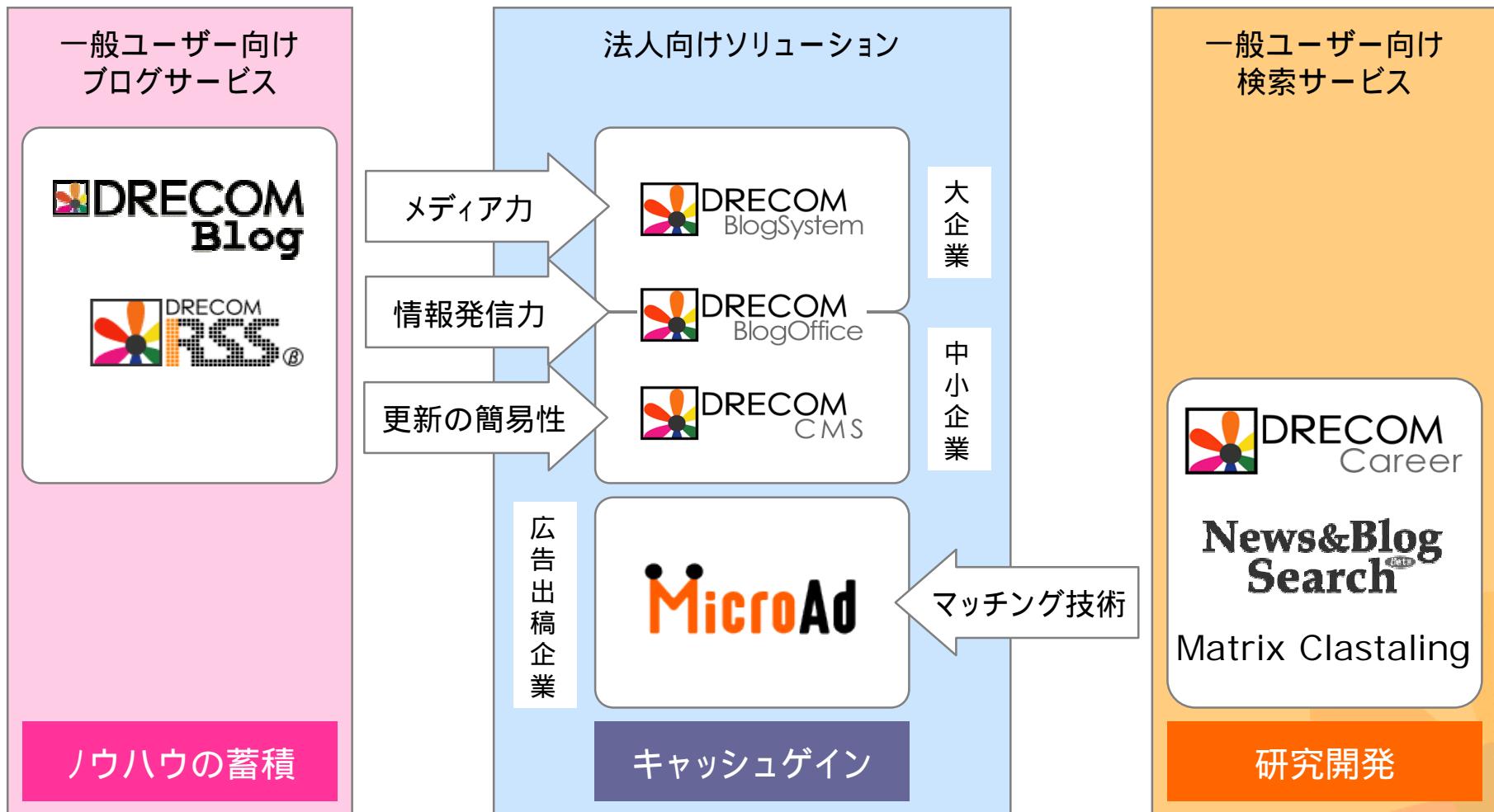
2006年4月より**事業部制**に移行し迅速な意思決定を目指す



- ◆ 社長室、ドリコム研究室、事業企画部、事業戦略部、コーポレートデザイン部を新設

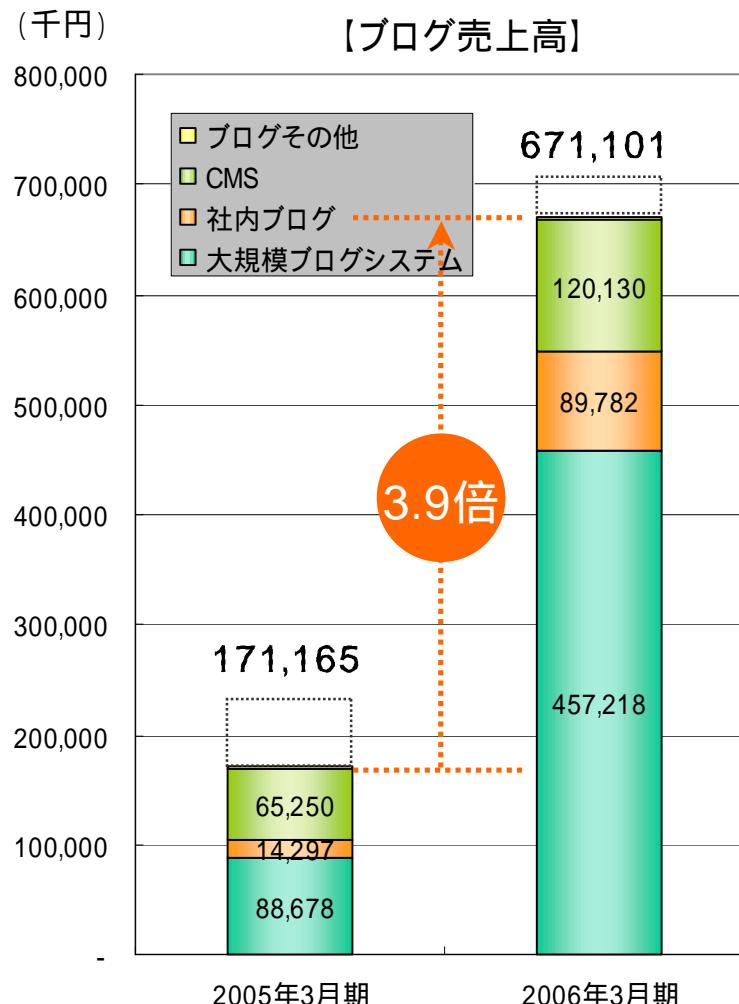
事業構成図

ブログ事業、検索エンジン事業を両軸に展開

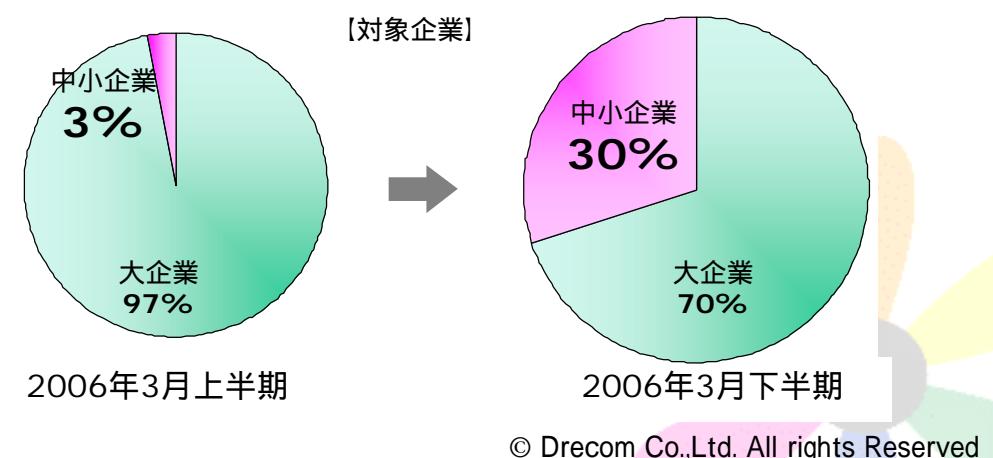


部門別解説: ブログ事業(ハイライト)

依然強いブログニーズ、売上高前年同期比**3.9倍**。下半期は**中小企業向け**に拡大



- ◆ ブログの定着により、ブログ市場は堅調に拡大
(2006年度市場規模は140億円、関連市場は1,377億円:総務省)
- ◆ 2006年9月にCMSサービス開始
- ◆ 上期は大規模ブログシステムを大企業中心に事業展開
下期は社内ブログ、CMSを中心企業に事業展開
当初予定通り対象企業の30%が中小企業に移行
- ◆ 市場ニーズにこたえるべく営業・開発人員を増強
- ◆ スポット型ビジネスからストック型ビジネスに移行



部門別解説: プログ事業(大規模ログシステム)

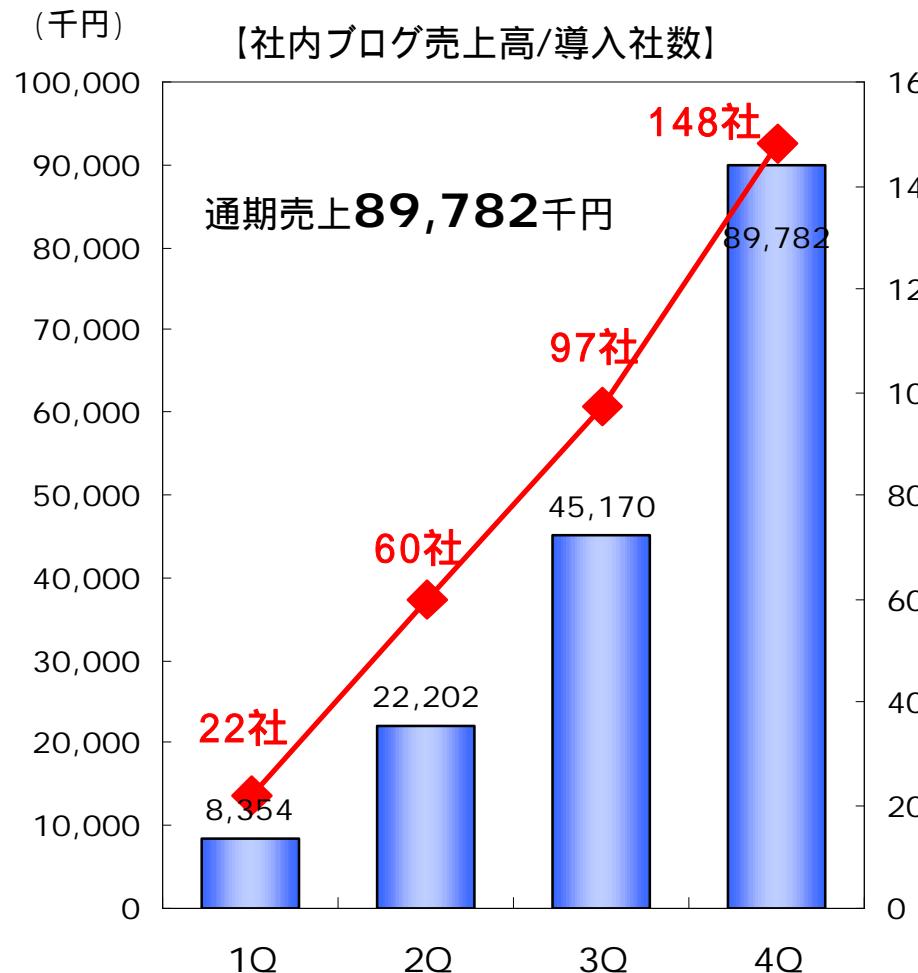
売上高457,218千円、通年16社に導入し国内トップシェアを堅持。



- IPO効果により弊社知名度の向上、その結果問合せが増加、また営業成約率の向上
 - 機能追加、コンサルティングに伴う顧客単価の増加
 - ネット企業だけでなく、一般企業への導入も進んだ
- 【顧客単価】
-
- | 年 | 顧客単価帯 | 割合 |
|----------|-----------|-----|
| 2005年3月期 | 10,000円未満 | 60% |
| 2005年3月期 | 10,000円以上 | 40% |
| 2006年3月期 | 10,000円未満 | 10% |
| 2006年3月期 | 10,000円以上 | 90% |
- 2005年3月期 平均6,974千円
- 2006年3月期 平均16,479千円

部門別解説: ブログ事業(社内ブログ)

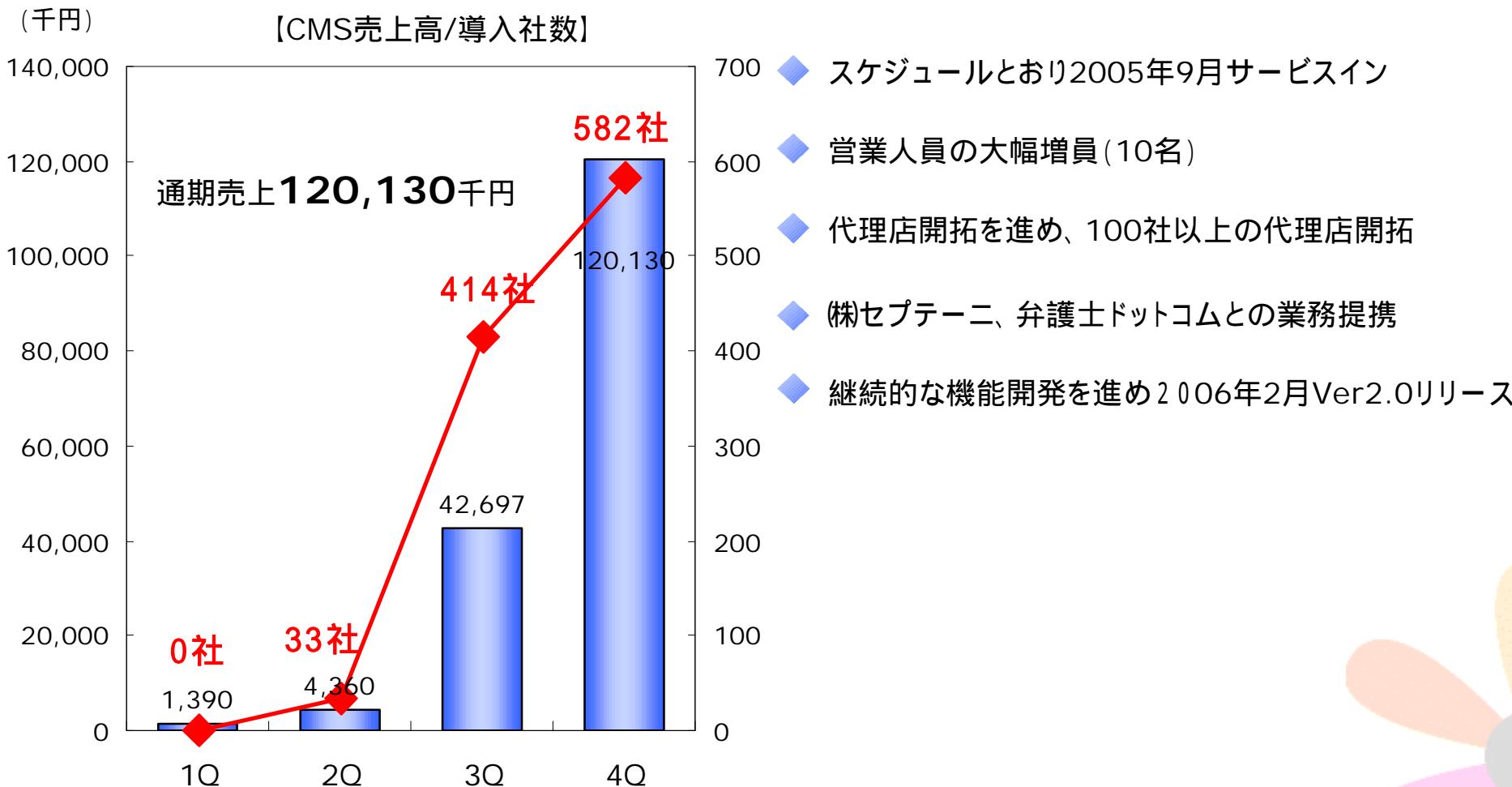
売上高**89,782千円**、148社に導入、パイオニアとして市場啓蒙・拡大を推進



- IPO効果により弊社知名度の向上、その結果問合せが増加、また営業成約率の向上
- 社内でのブログ利用が着実に市場認知
- 順調に機能開発を進め、2006年8月にVer2.0をリリース 競合製品との差別化を促進
- 多種多様な企業に導入し、官公庁への導入案件も発生
- 一部部署導入から全社導入へ発展する案件の増加

部門別解説: プログ事業(CMS)

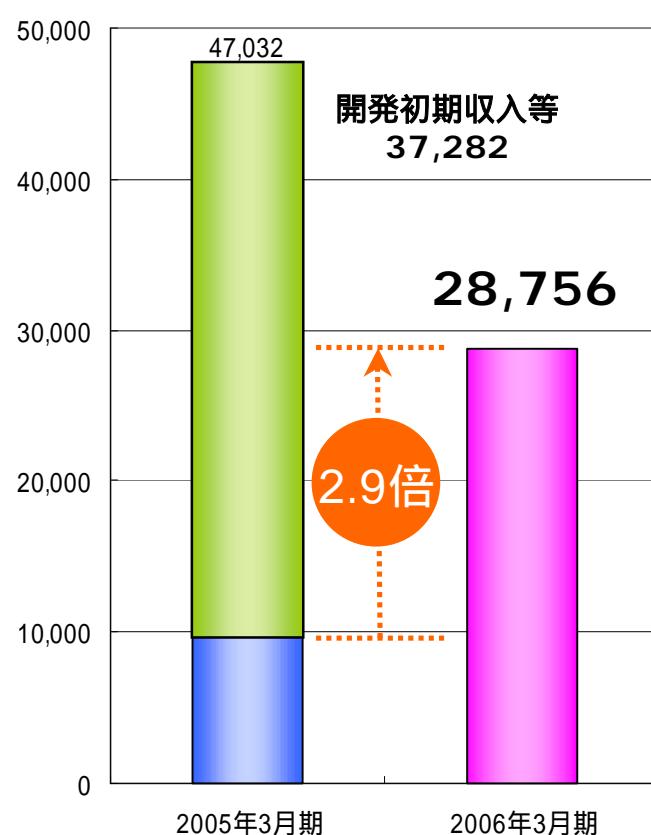
開始7ヵ月で**582本**導入、垂直立ち上げに成功



部門別解説:検索エンジン事業(ハイライト)

リソースをブログ事業に集中、売上高前年同期比-39%にとどまる

(千円) 【検索エンジン売上高】



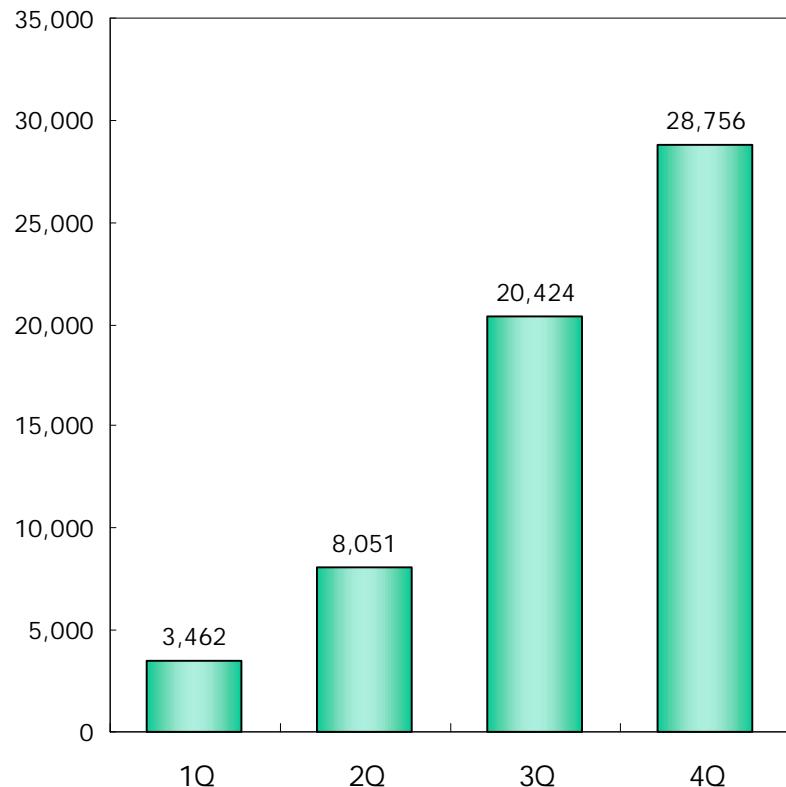
- ◆ サイバーエージェントとの共同事業である「BlogClick」の売上は順調に推移し前年度比+20%となったが、2005年度3月期に発生した初期売上が今年度は発生しないため全体では-39%の減収となった。
- ◆ カテゴリー特化型検索サービス第二弾「ドリコムキャリア」を2005年7月にリリース
- ◆ Web2.0新サービスとして「ドリコムRSS」を2005年12月にリリース
- ◆ 検索エンジンをAPI公開し(株)KDDIへの提供を開始



部門別解説:検索エンジン事業(広告配信)

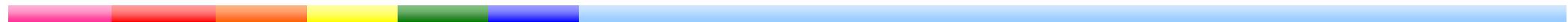
順調に配信数を増やし、売上高28,756千円

(千円) [検索エンジン事業売上高推移]

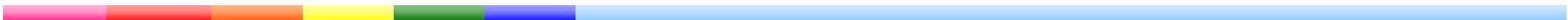


- ◆ 単月配信数15億広告、売上高1,500千円/月を突破
- ◆ 2005年11月より携帯サイトへの広告配信を実験開始
- ◆ 2006年6月よりサービス名を『MicroAd』に変更し、Web2.0メディアと称されるCGMへの広告配信を強化
またユーザー自身が広告を掲載できるシステムも開始





2007年3月期の取り組みと見通し



= インターネットにおける「ものづくり」企業



ブログの会社へ

2007年3月期の基本方針

今期は上期を中心に今後の事業拡大に向けた投資活動を軸としていく。

1. インターネットにおけるものづくり会社としてさらに次のステップに進むべく、世界に通じるサービスの研究開発を積極的に行っていく。
2. 製品、営業面ともにBtoBプロダクトの拡販体制を強化していく一方、ログシステム中心の収益体制から収益の多角化を図っていくと同時にログ外の分野でのBtoB向けプロダクトの開発を行っていく。
3. インターネット広告分野におけるLongTail獲得に向けた投資とサービスの展開を行っていく。

長期的に世界で通用するサービスを展開していくために、中期的にキャッシュフローベースで15億～20億円/年を生み出す利益構造に早期にもっていきたい。

今後のインターネット業界動向におけるドリコムの考察

下記の3つがドリコムとして今後のインターネット業界における成長分野と考える

1. ソフトウェア業界におけるデスクトップからインターネットへの移行

2. Social DataBaseという新しいインフラ

3. インターネット広告市場におけるLongtail理論

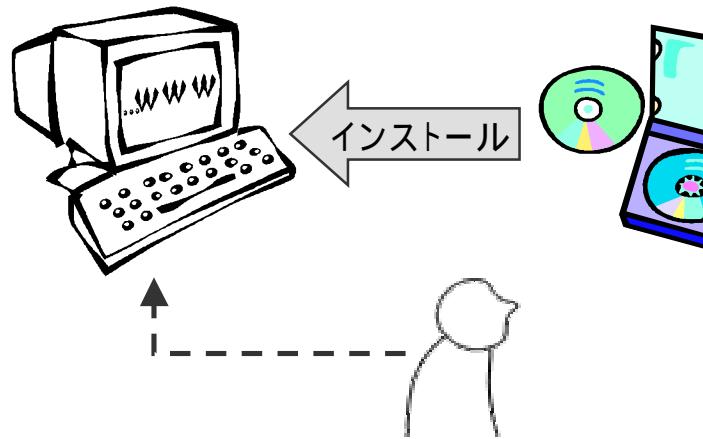
中長期的な事業拡大において上記3つを軸に投資&事業展開を行っていく



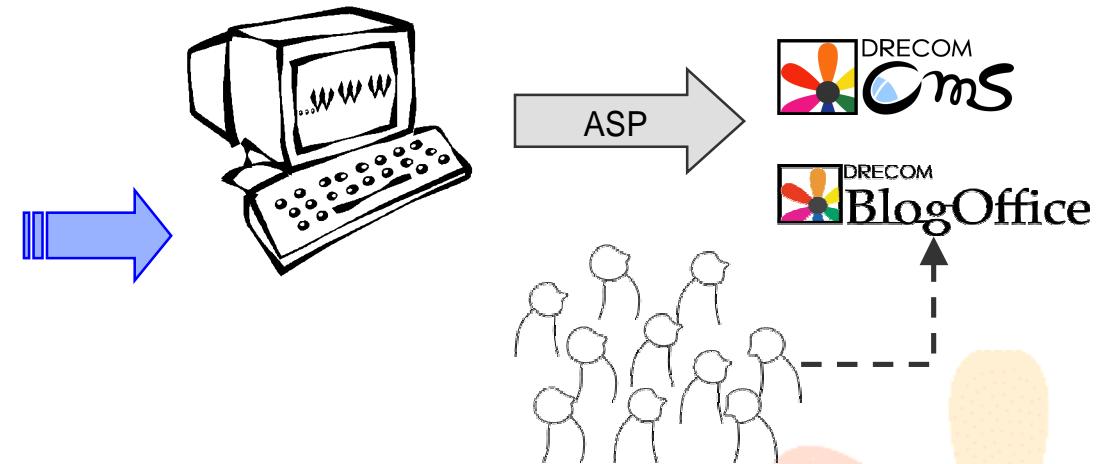
今後のインターネット業界動向におけるドリコムの考察

ソフトウェア業界におけるデスクトップからインターネットへの移行

- ① 中小企業のソフトウェア投資が年々増加し、4兆円を超えるまでになったこの市場がデスクトップからインターネットの世界 = ASPへと急速に移行し、業界のパラダイムシフトが起きている。また技術の発展とブロードバンドの普及は既存のデスクトップアプリケーションと遜色ない形でインターネット上のアプリケーションの提供を実現化しつつある。ドリコムとしては中小企業の皆さんに一歩先のインターネットサービスを提供すべくASPの拡大を行う



従来のソフトウェア利用シーン

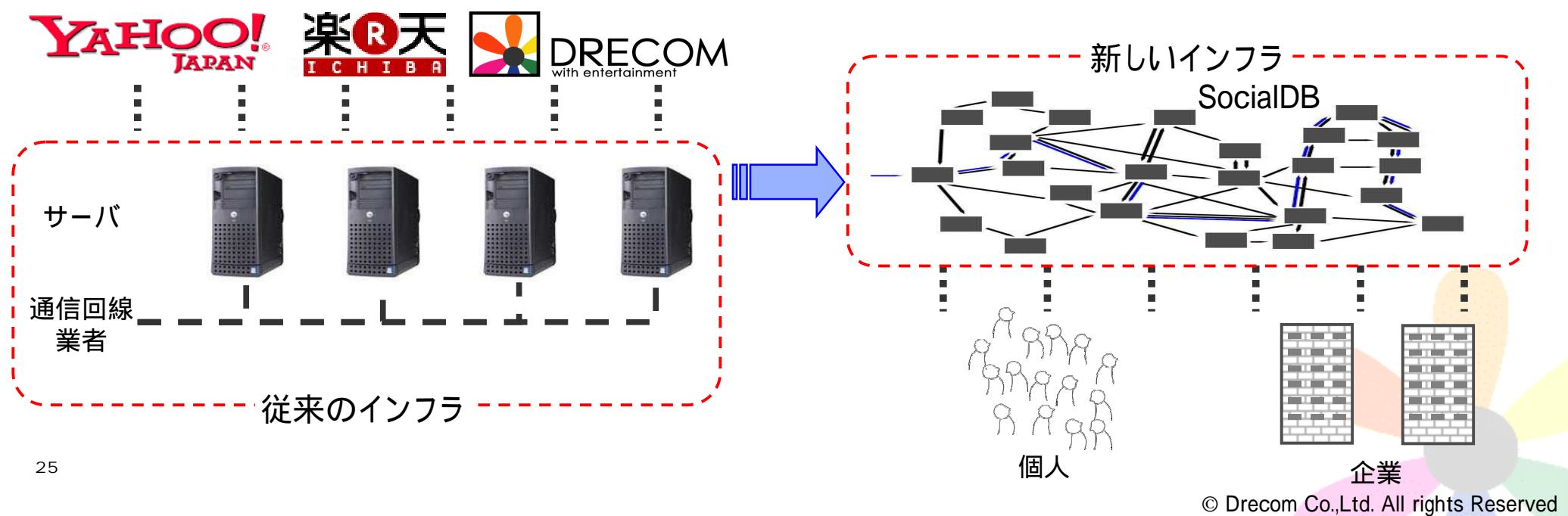


インストール不要でインターネットを通して利用

今後のインターネット業界動向におけるドリコムの考察

Social DataBaseという新しいインフラ

- ② インターネット産業が登場してからのこの10年、ほぼすべてのインターネットサービスは通信回線とサーバによるインフラの上に成り立ってきたが、これからインターネットサービスにおけるインフラは DataBase にシフトしており、特に個人、法人問わず多くのインターネットユーザーにより作成されていく Social DataBase という形が今後のインターネットサービスにおいて重要な役割を果たしていくと考える。ドリコムとしてはさまざまなカテゴリーにおけるDBが集まつくる仕組み的なサービスの研究開発を行う。

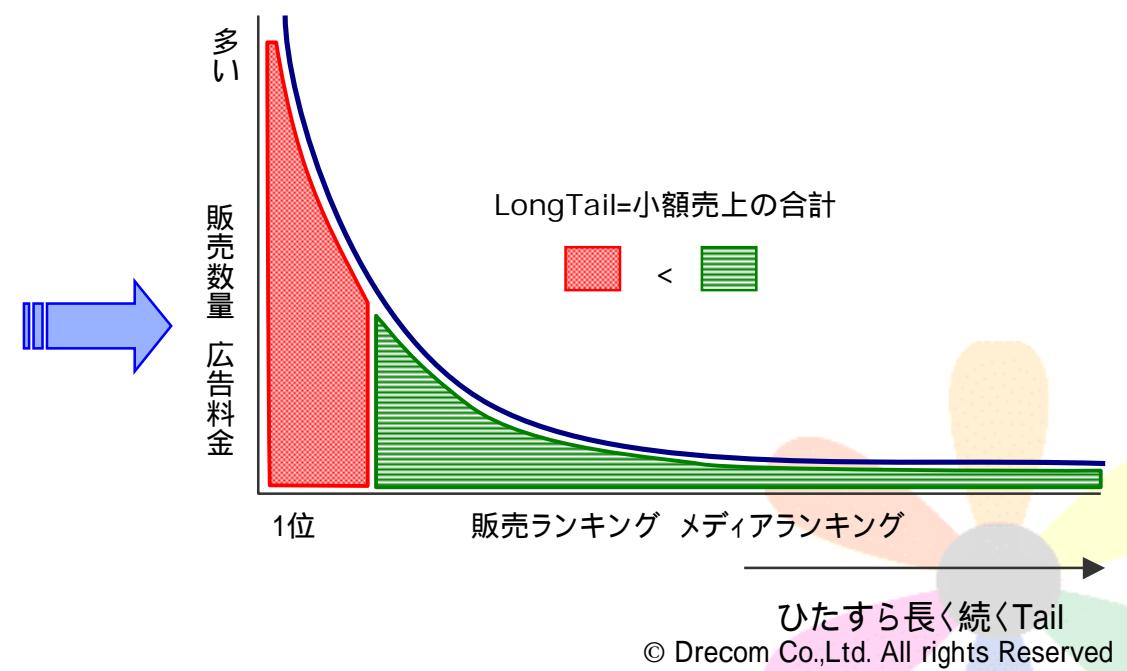
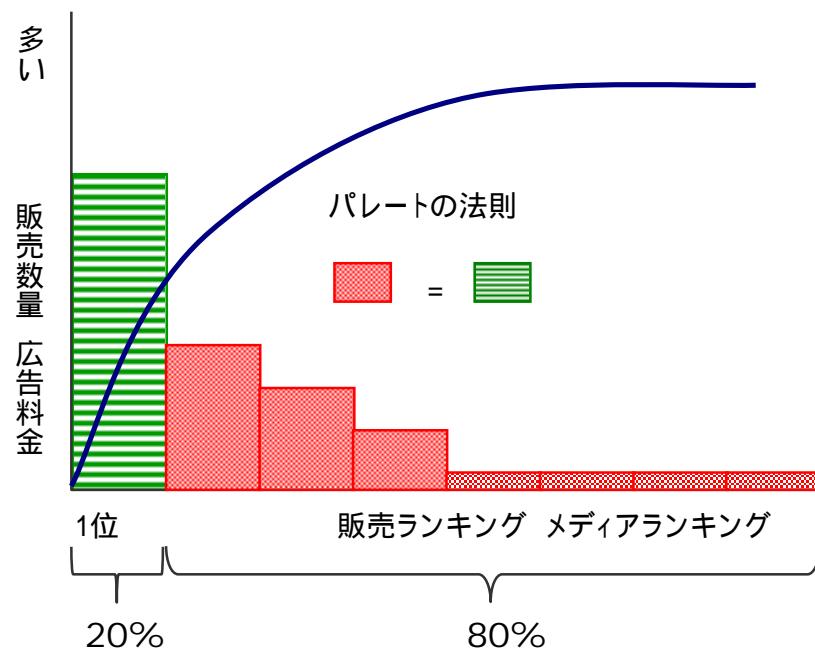


今後のインターネット業界動向におけるドリコムの考察

インターネット広告市場におけるLongtail理論

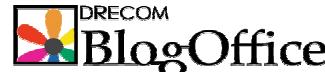
- ③ Amazon.comの売上構成の事例などからもインターネットにおけるビジネスが従来のパレートの法則(2:8の法則)からLongTailの法則へとパラダイムシフトが起きている。ひたすら長く続くTailを獲得すべくインターネット広告においてはメディアと広告をマッチングする広告配信システムが重要度をましていくと考える。現在、Tail獲得に成功している広告配信技術は3つで1.リストティング広告、2.コンテンツマッチング広告、3.アフィリエイト広告であり、今後も新しい広告配信技術が登場してくると思われる。

ドリコムとしてはLongTail獲得に向けた広告配信技術の研究開発に注力していく。



3つの重点投資分野におけるドリコムの展開

中期的に売上100億円、営業利益率30%を目指すべく展開していく

	現在提供しているサービス	今後の取り組み
①ソフトウェア業界におけるデスクトップからインターネットへの移行	 	i:既存サービスの拡充 ii:営業網の拡大 iii:新規サービスの開発
②Social DataBaseという新しいインフラ	  	i:サービスとPVの拡充 ii:新規サービスの開発 iii:事業化=広告の配信
③インターネット広告市場におけるLongtail理論		i:MicroAdの収益拡大 ii:ドリコムGMによる新規事業 iii:新規広告配信サービスの開発

*ドリコムGM…求人、不動産、教育、住宅、旅行、自動車、ブライダル、地域などの分野でLongtailの獲得を目指すべく設立する会社で、同分野に強いリクルートグループと連携を図るべく、リクルートグループからも資本参加していただき2006年6月1日に設立する予定の会社。

今期投資をしていきたい5つの開発分野(○は上期の重点投資分野)

① 法人向け既存商品の強化

大手向けパッケージソフトであるドリコムブログシステム、ドリコムブログオフィスは現状導入においてカスタマイズが発生することが多いため、汎用的な商品へと拡張を行い拡販化をはかっていく。ASPであるドリコムCMS、ドリコムブログオフィスは引き続きサービスの拡充を行っていく。

② BtoBtoC分野における新パッケージソフトの開発

ブログのOEMであるドリコムブログシステムの成功を受け、クライアント様やパートナー様よりブログ以外のBtoBtoC分野における協力ニーズが急拡大している背景を受け新商品の開発を行っていく。

③ 中小企業向けASPにおける新サービスの開発

業界のパラダイムシフトを背景に、ドリコムブログオフィス、ドリコムCMSにつづくASPサービスの開発に取り組んでいく。

④ 新たなるインターネット広告配信技術の研究開発

日本初国産コンテンツマッチング広告配信サービスとしてBlogClickの立ち上げに成功。さらにブログ以外のメディアへの展開を狙い、MicroAdへ事業拡大。そしてインターネット広告のLongTailを獲得していくべく、BlogClickに続く広告配信サービスの第2弾の開発へ取り組んでいる。

⑤ 世界に向けたBtoCサービスの研究開発とIDの統合

Social DataBaseをキーポイントとして世界に通じる個人向けサービスの開発に既に取り組んでおり、さらなる開発投資強化に向けて社内外においてソフトウェアの開発コンテストである「Drecom Award on Rails」の開催している。またドリコムブログ、ドリコムRSSなど従来サービスのIDの統合を進める。

開発分野以外の今期の取り組み(○は上期の重点投資分野)

① 営業体制の強化

営業人員の積極的な採用と代理店の構築を引き続き強化していく。

② 営業面における他社との提携＆パッケージ開発

法人向け商品(ドリコムブログシステム、ドリコムブログオフィス、ドリコムCMS)において他社との製品連動の開発、営業力のある会社とのパッケージ商品の企画開発を引き続き強化していく。

③ データセンターの統合

京都、東京の計4箇所にあるデータセンターを2006年4月から約半年かけて徐々に東京の一箇所に集約し、管理コストの削減と運用体制の効率化を図っていく。

④ 京都本社と東京支社の統合

当社を取り巻く業界の特色として顧客、パートナーともに東京に一極集中しており、そういった背景を受け東京支社の立ち上げを行い順調に東京の顧客の拡大が進んだため、東京に本社を移行し、京都支社を東京に統合していく予定である。

⑤ 教育体制の強化

社内と社外に向けた勉強会の積極的な開催、社内教育制度の確立をはかっていく。



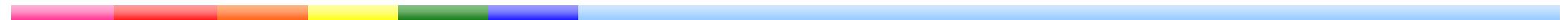
2007年3月期業績の見通し

2007年3月期はブログビジネスの市場拡大により引き続き売上高、経常利益ともに増加の見通しである。また2007年3月期上期は下期、翌期を見越した積極的な投資活動を行っていく予定。具体的には商品の改良、販売体制の強化、データセンターの統合、BtoCサービスのID統合、2007年4月入社新卒社員採用などであり、結果として中間の見通しは経常利益、純利益ともに0円を見込んでいる。

(単位:百万円)

	2006年3月期 (実績)	2007年3月期 (見通し)	2007年3月期中間 (見通し)
売上高	703	1,500	500
経常利益	225	400	0
純利益	124	230	0

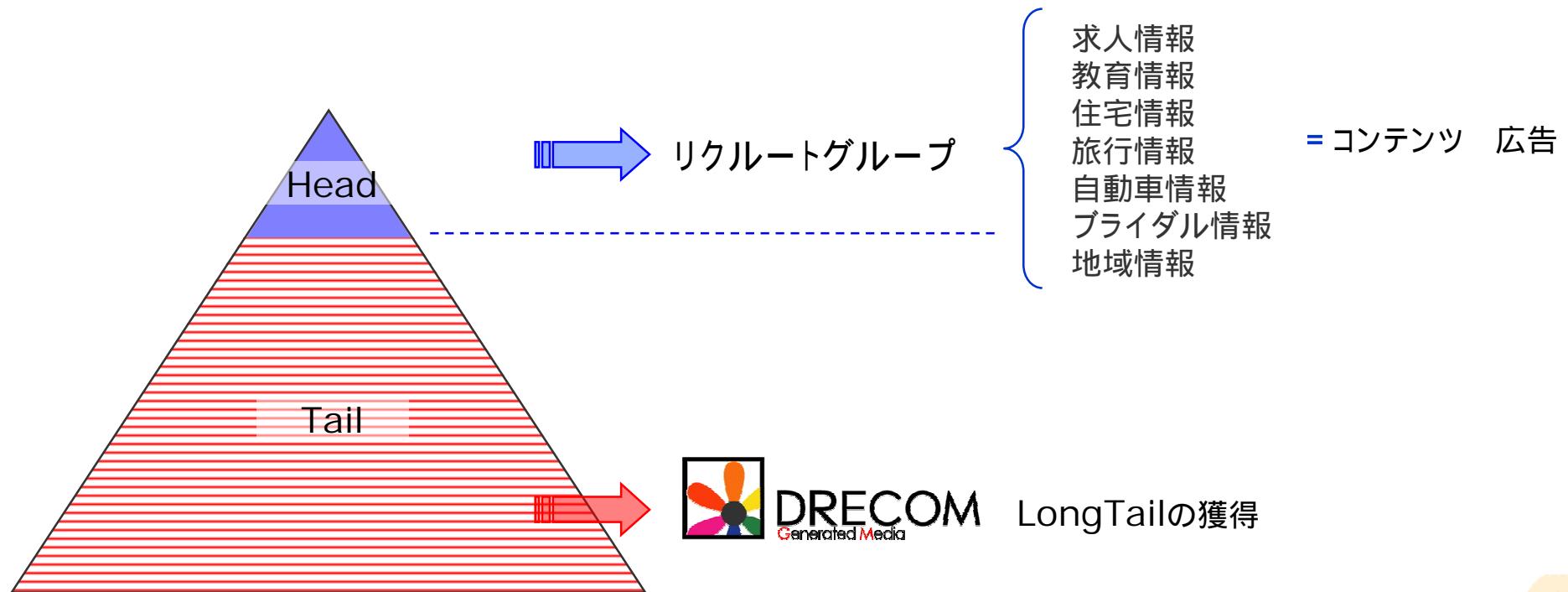
インターネットの事業を取り巻く環境は短期的に大きく変動する可能性があり、また特に当社は積極的に新規事業への取り組みを行っているため、通期の業績見通しについては信頼性の高い数値を算出することはきわめて困難であり、実際の業績はさまざまな要素により見通しと大きく異なる結果になりえることをご了承ください。



ドリコムGeneratedMediaについて

ドリコムGM(GeneratedMedia)の展開

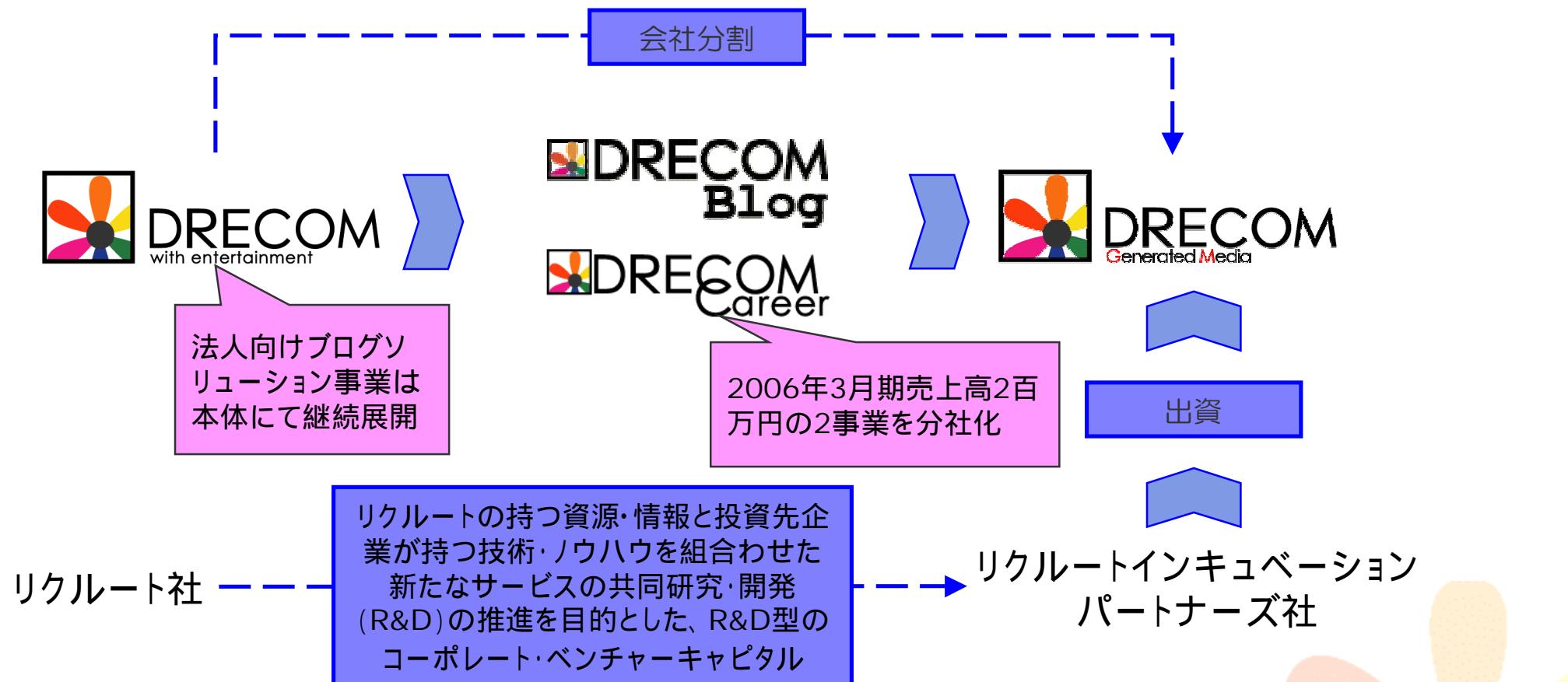
Head部分においてトップシェアであるリクルートグループとJointVenture設立



特定カテゴリーにおけるコンテンツの集約(CGM)とLongTail広告の獲得を目指す。

ドリコムGM(GeneratedMedia)の設立概要

ドリコムブログ、ドリコムキャリアを分社化。ドリコム60%、リクルートグループ40%で設立



*リクルートインキュベーションパートナーズ社は、R&D型のコーポレート・ベンチャー・キャピタルとして、投資収益(キャピタルゲイン)よりもむしろ、共同で取り組むR&Dテーマのリクルートグループにとっての重要性、および消費者にとっての新しい価値の創造可能性を重視。

ドリコムGM(GeneratedMedia)の展開 第一弾

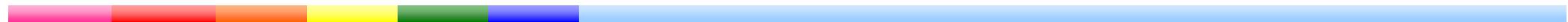
ローカル検索サービスのドコイク？ × ドリコムブログ = 地域情報サービスへの展開

ローカル情報と地図DBのAPI提供



25万人のブログユーザー

×



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へ



DRECOM
with entertainment





DRECOM
with entertainment

本資料に記載いたしました認識、戦略、計画などのうち、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。

