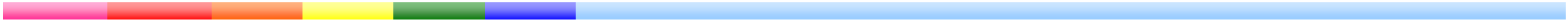




# 2007年3月期中間決算説明会

株式会社ドリコム





# 2007年3月期中間決算報告



## 2007年3月中間期 ハイライト

**業績、投資ともに想定通りに推移。投資状況も順調。**

1. **中間期の業績は、計画どおり順調に推移。売上505百万円。経常利益57百万円。**  
\* 2007年3月期予算 上期 売上500百万円 経常利益0百万円 通期 売上1,500百万円 経常利益400百万円
2. **上期の重点投資も順調に進行。本社移転と統合に伴う統合完了。**  
\* 想定よりも若干投資コストが下回り、結果経常利益が上ぶれに。
3. **ドリコムブログシステム関連が引き続き順調に想定を上回る推移。**  
\* ドリコムブログシステム、ドリコムSNS、ドリコムブログセット、ドリコムトラックバッカー
4. **ドリコムブログオフィスは代理店向け展開に注力。一時的に伸びが鈍化。**  
\* 10/24 NECと、社内ブログシステム事業で協業を発表。
5. **ドリコムCMSは展開戦略を変更。前四半期比175%増の伸び。**  
\* レベニューシェアのOEMモデルを導入。
6. **BtoC関連は広告配信サービスとドリコムGM、新規サービス開発に引き続き投資。**  
\* ドリコムGMは10月より両社より専任メンバーを選定し、本格稼動。収益化は来期から。

## 2007年3月中間期 連結業績サマリー

売上高:前年同期比95%増加 営業利益:積極的投資によりほぼ想定通り

(単位:百万円)	当中間期	前年同期	前年同期比	増減要因
売上高	505	259	95%	ドリコムSNSの好調による
売上総利益	357	181	97%	開発人員の増加に伴い売上原価は増加 売上総利益率は若干上昇
販管費	311	78	299%	主に人員増加、研究開発費等の増加による
営業利益	46	103	55%	
経常利益	58	101	43%	
純利益	36	59	39%	

## 2007年3月中間期 投資活動の進捗

上期はほぼ想定通り投資活動が推移。

投資テーマ	目的	進捗
東京支社の移転と本社移転	事業拡大	6月に本社移転完了。
京都支社を東京へ統合	マネージメント強化	8月に統合完了。ほぼすべての人員が東京へ引越し。
データセンターの統合	コスト削減	9月に100%移転完了。関西のデータセンターを解約。
新卒採用の開始	中長期採用戦略の一環	10月1日に内定式を行い、07年採用終了。
法人向け新商品の開発	新規事業の立ち上げ	7月にドリコムSNSをリリース
法人向け拡販商品の開発	事業拡大と利益率の向上	ドリコムプログオフィス アプライアンスデモルリリース NECと、社内プログシステム分野にて提携。
一般ユーザー向け新サービスの開発	ネット広告関連事業の拡大	8月にモノリス 版リリース。10月に 版リリース。 9月にドリコムWanted 版リリース。
新広告配信サービスの開発	広告配信サービスの拡大	現在リリースに向け開発中。

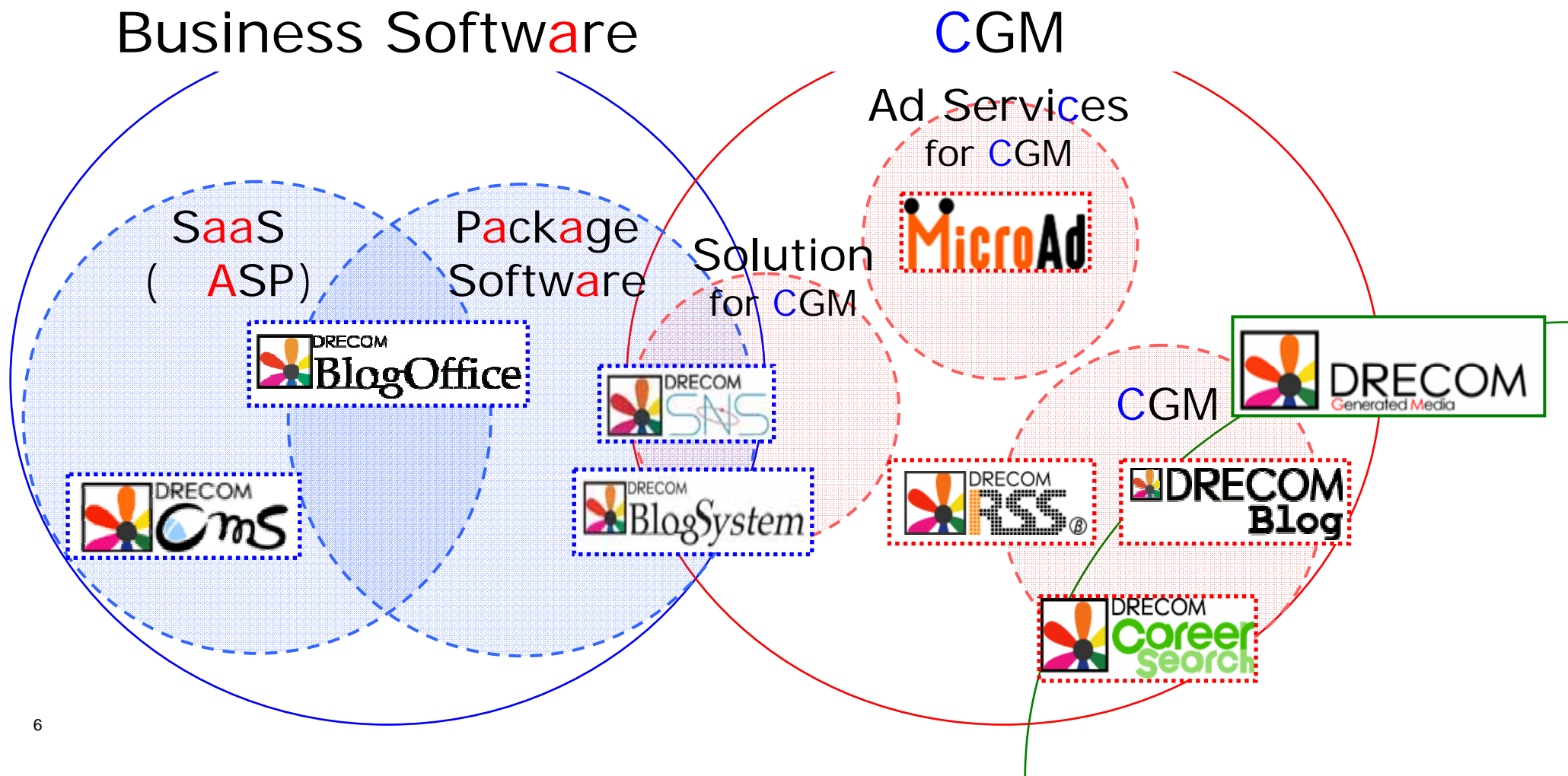
## 2007年3月期下期 投資活動指針

下期は来季の中小企業向け営業展開の拡大、  
BtoCサービスの収益化に向けて投資を行う。

投資テーマ	目的	具体策
中小企業向け製品のパッケージ化	来期の事業拡大に向けた投資	営業代理店が販売しやすいようなパッケージ化と安定供給体制の構築、事務処理体制の確立
中小企業向け製品の改良	来期の事業拡大に向けた投資	携帯利用面の強化
中小企業向け新サービスの開発	来期の事業拡大に向けた投資	ドリコムCMS、ドリコムブログオフィスに続く新サービスの開発
中小企業向け営業会社との提携強化	来期の事業拡大に向けた投資	上期に数社と実験を実施。下期は具体的な提携へ
キャンペーン、プロモーションの実施	来期の事業拡大に向けた投資	隔月でブログオフィスを中心にキャンペーンの最適投資に向けて実験を実施
新広告配信サービスの開発	ネット広告関連事業の拡大	拡大するCGM向け広告配信サービスとして年内に実験開始、年度内にサービスリリースを予定
新BtoCサービスの開発	新規事業の立ち上げ	ドリコムGM、ドリコム研究室にて積極的に開発
08入社新卒採用の実施	中長期採用戦略の一環	08年入社、30名採用に向けて新卒採用を実施 07年27名入社に備え研修制度の整備

# ドリコムグループ事業構成図

ブログを中心としたビジネスソフトウェアが収益源。CGM分野へ積極投資。



# Business Softwareについて

Spot型の収入から保守 + 月額利用料のStock型の収入増へ展開

## Package Software



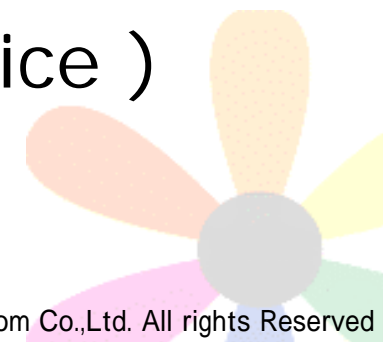
初期費用 + 保守費用25%/年

## ASP (Application Service Provider)



## SaaS (Software as a Service)

初期費用 + 月額利用料





## SaaSについて

### 海外では本格的に大手ソフトウェア会社やベンチャー企業がSaaS分野に参入

SaaSは従来のASPに比べ3つの利点があるサービスであり、今後拡大が見込まれる分野である。  
カスタマイズができる。 軽快なインターフェースである。 ソフトウェアとインフラを共有する。

米国を中心に大手ソフトウェアベンダーが相次いで参入

「次の狙いはSaaSだ」、企業パソコン向け新技術vProの将来を見る

米Intel(10/11)

オラクル、SaaS本格参入、中堅企業に照準(9/28)

「2011年までにビジネスソフトの25%はSaaSモデルへ」Gartnerが予測(9/28)

日立ソフト、SaaS事業に参入--セールスフォースと提携、大企業向け狙う(8/30)

Microsoft , SaaSの専門サイトを開設(8/18)

SAPジャパン、mySAP CRMをSaaSモデルで提供する

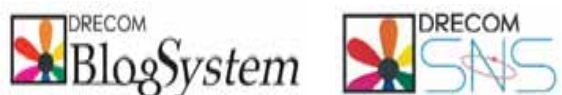
「SAP CRM On-Demand」を発表(4/26)



# CGMについて

リクルートグループとJV設立によりCGM分野への投資体制を強化。

## Solutions for CGM



初期費用 + 保守費用25%/年

## CGM



広告 CPC (Cost-Per-Click) / CPM (Cost-Per-Thousand Impressions) / etc

## Ad Services for CGM



新サービス開発中

手数料

\* CGM = Consumer Generated Media

© Drecom Co.,Ltd. All rights Reserved

# CGMについて

近年、トラフィックが急増しているサービスのほとんどがCGM。

	サイト名	サービス内容
1	Yahoo!	
2	Google	
3	Myspace	世界最大のSNS NewsCorpが買収
4	Microsoft Network (MSN)	
5	EBay	
6	Amazon.com	
7	YouTube	世界最大の動画共有サイト Googleが買収
8	Craigslist.org	地域情報共有サイト
9	Wikipedia	世界最大辞書共有サイト
10	Go	
11	CNN - Cable News Network	
12	Thefacebook	大学生向けSNS
13	Windows Live	
14	Blogger.com	blogホスティングサービス Googleが買収
15	AOL	
16	Microsoft Corporation	
17	Comcast.net	
18	The Internet Movie Database	
19	The New York Times	
20	Flickr	世界最大写真共有サービス Yahooが買収

Alexa(世界中のトラフィックを計測しているサービス)の米国のTOP20のサイト。

ここ1,2年でCGMサイトが7サイトもランクイン。

今後もこの傾向は顕著になっていくと考えられる。

しかし、まだ明確なビジネスモデルはなく、ビジネスモデルの確立が今後の大きな課題。



## 2007年3月中間期 TOPICS

- 04月03日 オープンソースフレームワークコンテスト「Award on Rails」開催
- 06月01日 リクルートグループとJoint Venture「株式会社ドリコムジェネレーティッドメディア」設立
- 06月01日 株式会社ドリコムが「情報通信月間 総務大臣表彰(団体)」を受賞
- 06月05日 株式会社サイバーエージェントのユーザーマッチ型広告「MicroAd」にコンテンツ連動型エンジンを提供
- 06月21日 法人向けブログプラットフォーム提供サービス「ドリコムブログセットASP」販売開始
- 06月23日 本店所在地を東京へ
- 07月01日 Webサイト管理・運用サービス「ドリコムCMS」料金改定
- 07月11日 法人向けSNS プラットフォーム提供サービス「ドリコムSNS」販売開始
- 07月25日 個人向けサービスのアカウント統合のお知らせ
- 08月01日 「ドリコム研究室」正式発足、「MONO+List」 版公開
- 08月16日 京都支社を閉鎖し東京本社に統合
- 09月25日 「ドリコムwanted」 版公開
- 10月01日 三菱東京UFJ銀行との個人事業主・中小企業向けカードに関する業務提携のお知らせ
- 10月03日 カレンが「ドリコムCMS commerce(コマース)」を販売開始
- 10月10日 「ドリコムブログオフィス」アプライアンスモデル販売開始
- 10月12日 「MONO+List」 版サービス開始
- 10月24日 NEC、NECネクサソリューションズと、社内ブログシステム事業で協業



## 2007年3月中間期 TOPICS

IT・通信セクター 増益率ランキング 1位(日経ビジネス)



3年間の売上高成長率 533% 8位(Deloitte Technology Fast50 Japan 2006)

**Deloitte.**  
Technology Fast50  
Japan 2006

収益率ランキング全上場企業中 23位(日経新聞)

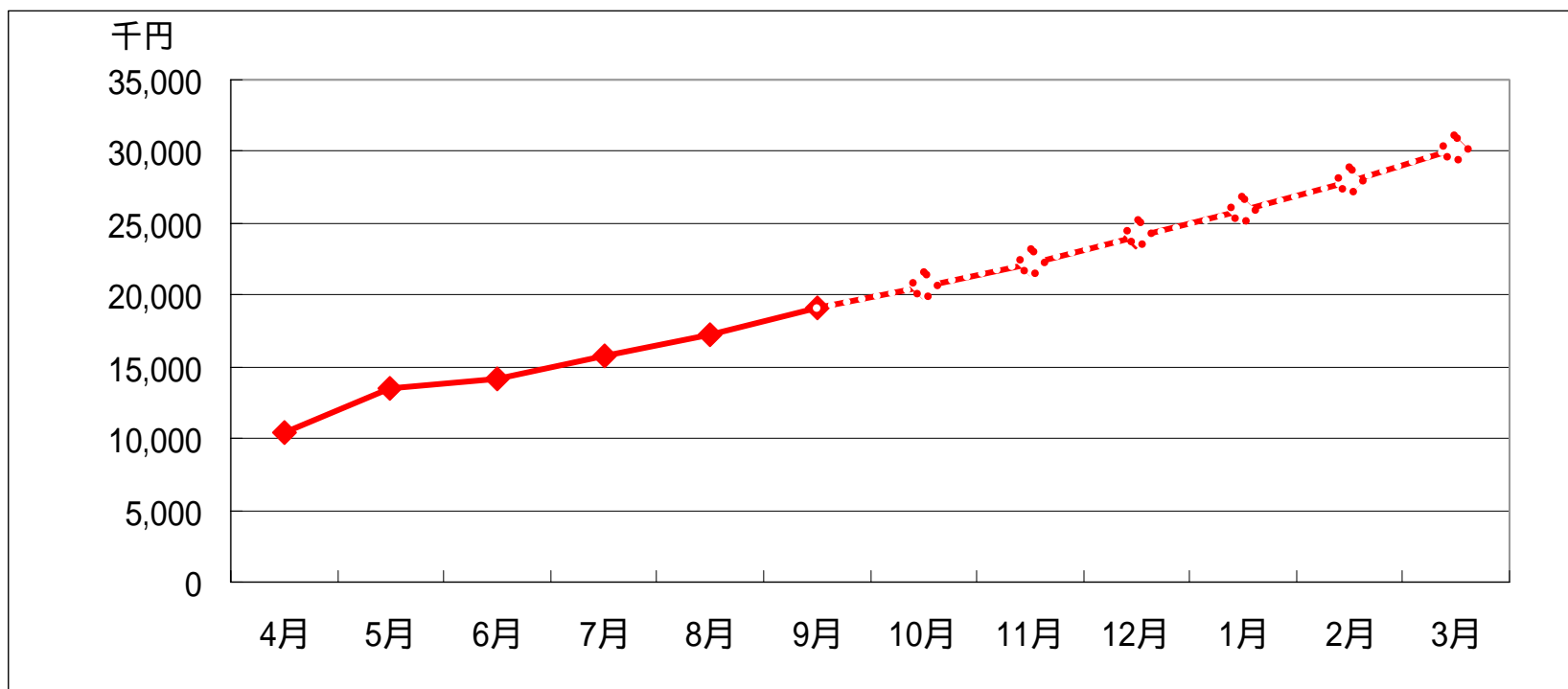


## 今後の開発指針/営業指針/採用指針/IR指針/M&A、投資の指針

投資テーマ	セグメント	方針
開発指針	BtoB	中小企業向け新商品の開発と携帯対応の強化
	BtoC	メディアサービスの開発とPV増加
営業指針	直販	キャンペーン、セミナーによるPull型営業
	代理店	大手中小企業向け代理店経由でのPush型営業
採用指針	中途	マネージャー層を中心入りヘッドハンティング
	若手	新卒採用にシフト
	技術者	ヘッドハンティング、コンテスト、勉強会の開催によるPR拡大
IR指針	上場時からこれまで	機関投資家向けの自社の理解度強化
	今後	外資機関投資家の比重増と海外IRの実施 個人向けは国内証券会社向けの勉強会実施
M&A、投資の指針	事業提携の延長	小規模開発会社、ソフトウェア会社はマジョリティ出資 中小企業向け営業会社はマイノリティ出資またはJV
	純投資	基本行わない

## ドリコム中期経営指針

中期目標売上100億、経常利益30億にむけ引き続き積極投資。  
SpotからStock移行に向け来期は中小企業向けサービスとBtoC事業を拡大。



1Qでは販管費対Stock収入の割合が25%に対して  
2Qでは33%まで拡大。4Qでは50%にまで増加を見込む。

## 各事業の競合他社とシェア

ブログ関連ではトップシェア。今期よりSNS関連に参入し、シェア拡大を狙う。

ブログ構築製品出荷金額(全体、メーカー出荷) (単位:百万円)						
メーカー名	参入時期	2004年度		2005年度		
		金額	シェア	金額	シェア	前年比
ドリコム	2003年3月	151	29.6%	494	38.0%	327.2%
シックスアパート	2004年5月	200	39.2%	400	30.8%	200.0%
シーサー	2003年11月	50	9.8%	60	4.6%	120.0%
フィードバス/日立製作所	2005年4月	-	-	60	4.6%	-
CATWALK	2004年7月	16	3.1%	50	3.8%	312.5%
イーハイブ	2004年12月	若干	-	17	1.3%	-
リアルコム	2006年1月	-	-	3	0.2%	-
CMSコミュニケーションズ	2006年6月	-	-	若干	-	-
エコス	2006年8月	-	-	-	-	-
KBMJ	2006年3月	-	-	-	-	-
サイバーソリューションズ	2003年8月	-	-	-	-	-
その他		93	18.2%	216	16.6%	232.3%
合計		510	100.0%	1300	100.0%	254.9%

SNS構築製品出荷金額(全体、メーカー出荷) (単位:百万円)						
メーカー名	参入時期	2004年度		2005年度		
		金額	シェア	金額	シェア	前年比
ビートコミュニケーションズ	2004年12月	30	100.0%	165	12.7%	550.0%
ループス・コミュニケーションズ	2005年12月	-	-	若干	-	-
ドリコム	2006年7月	-	-	-	-	-
KBMJ	2006年1月	-	-	-	-	-
ガーラ	1996年	0	0.0%	0	0.0%	-
NTTPCコミュニケーションズ	2005年11月	-	-	若干	-	-
その他		0	0.0%	15	1.2%	-
合計		30	100.0%	165	100.0%	550.0%

UNIX・Windows対応ミドルウェアパッケージ  
 ソフトの市場展望 2006年度版  
 【次世代コミュニケーション編】  
 株式会社ミック経済研究所 出典



# 今後の中小企業向けサービス事業展開指針

6段階で展開を計画。現在3段階目を実施。

1st 小規模営業代理店経由での代理店販売実施

3Q4Q  
/06

2nd 大手営業代理店経由での試験販売実施

1Q2Q  
/07

3rd 大手営業代理店の選定と提携スキームの策定  
量販しやすいパッケージの開発と安定供給体制の構築

3Q4Q  
/07

4th 新製品の開発と携帯サービスの強化  
= 法人向けビジネスフォンをターゲットに展開準備

1Q2Q  
/08

5th 代理店戦略の展開 利益よりも規模重視  
= インセンティブとプロモーションの強化

6th 追加サービスの提供とインセンティブ、プロモーションの軽減  
= 利益確保

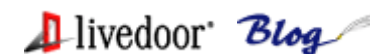
# 今後のCGM事業展開指針

## CGMサービスの開発とCGM向け広告配信サービスの開発に注力

現在CGMの開発に注力  
版リリース 版にVer.Up

CGM向け広告配信サービス  
自社CGM、他社CGMに配信

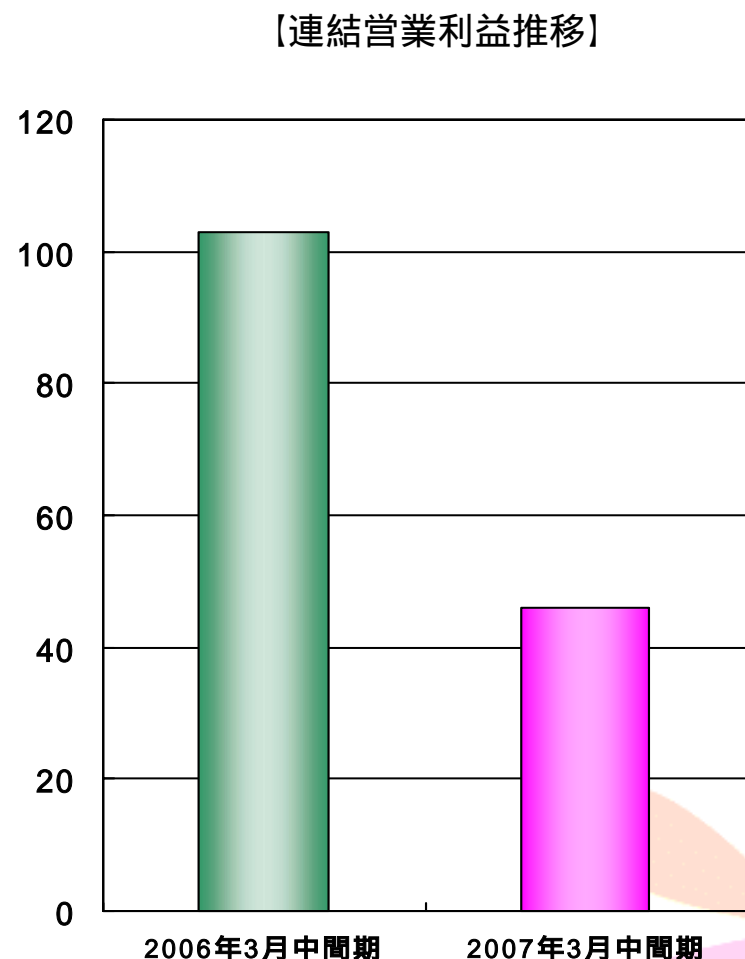
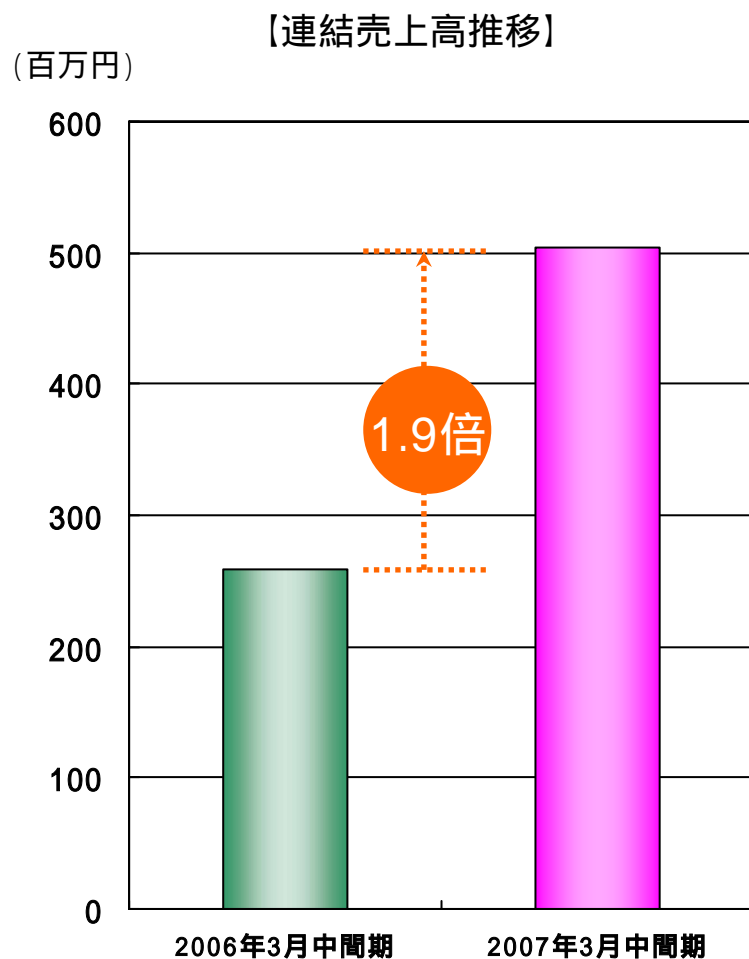
他社のCGM  
媒体獲得に注力



他社のCGM  
個人のCGM

## 2007年3月中間期 連結売上高・連結営業利益の推移

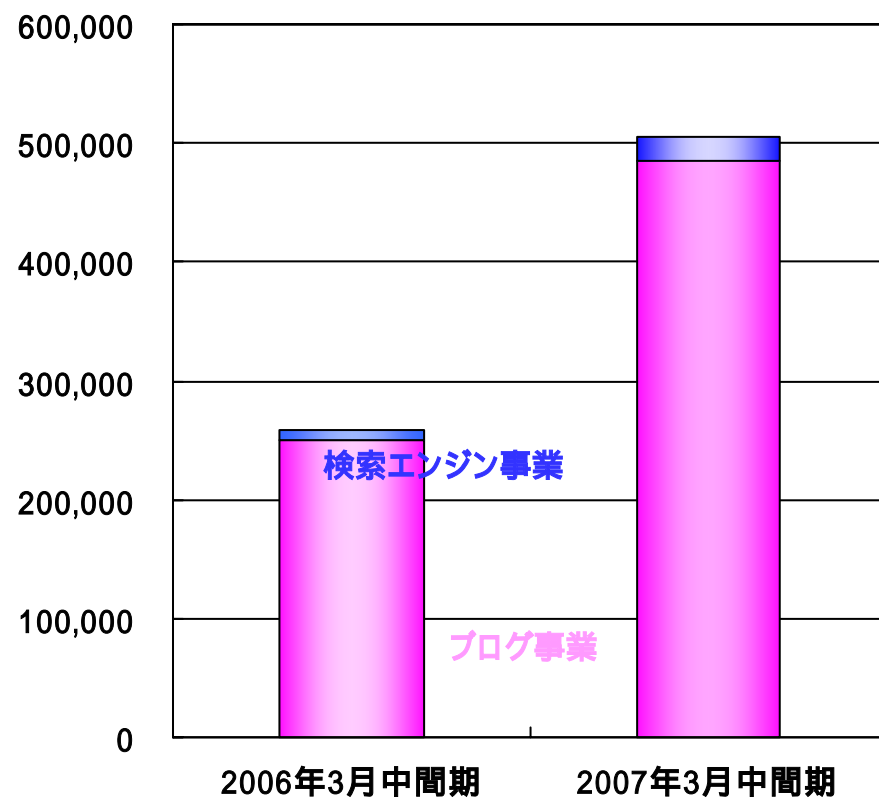
売上高: 前年同期比**1.9倍** 営業利益: 積極的な投資により前年同期比**55%減**



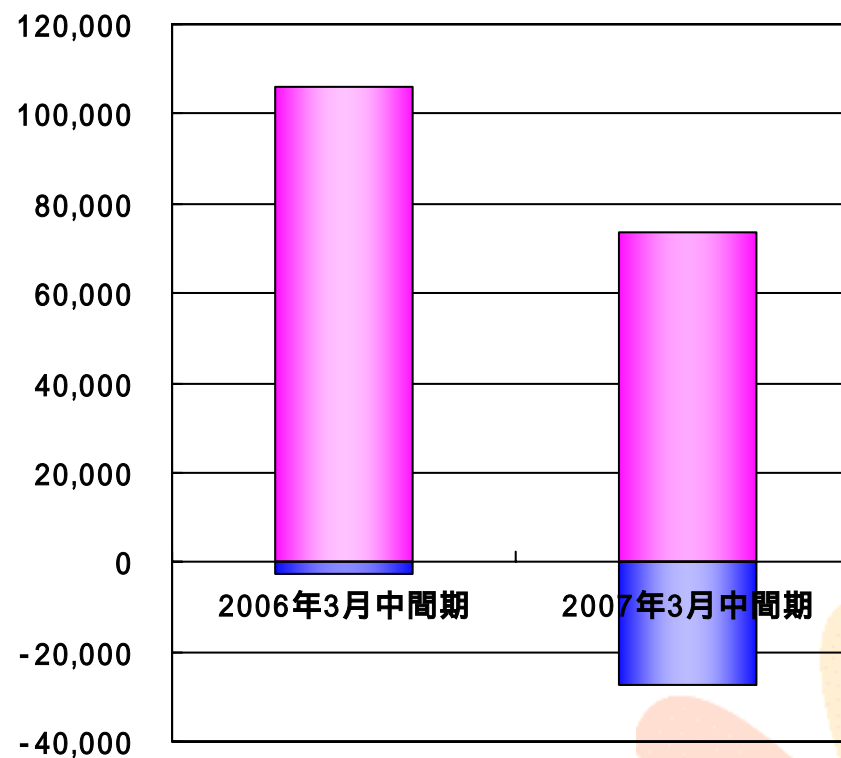
# 2007年3月中間期 セグメント別売上高・営業損益 推移

ブログ事業: **好調** 検索エンジン事業: **積極的な投資**

(千円) セグメント別売上高 推移



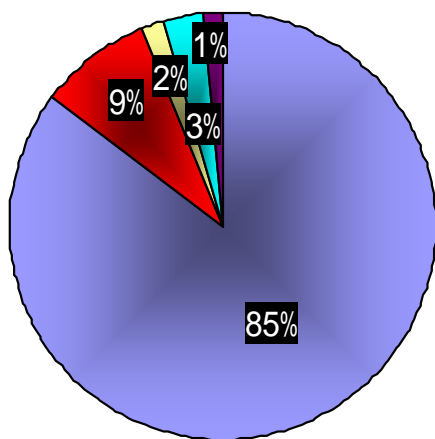
(千円) セグメント別営業損益 推移



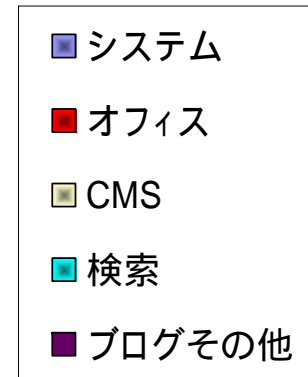
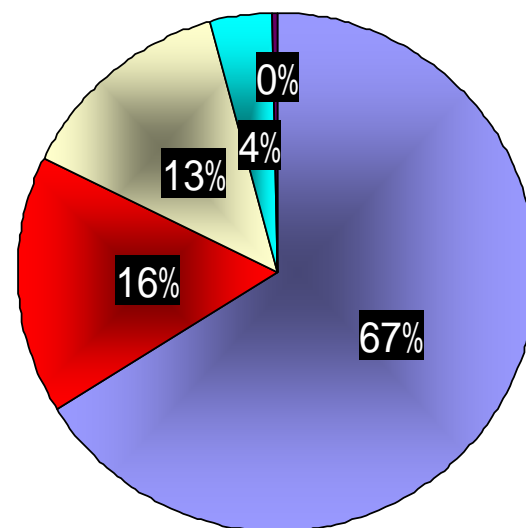
## 2007年3月中間期 売上構成比

前年同期比で**オフィス**及び**CMS**の売上構成比率が**上昇**

【2006年3月中間期】

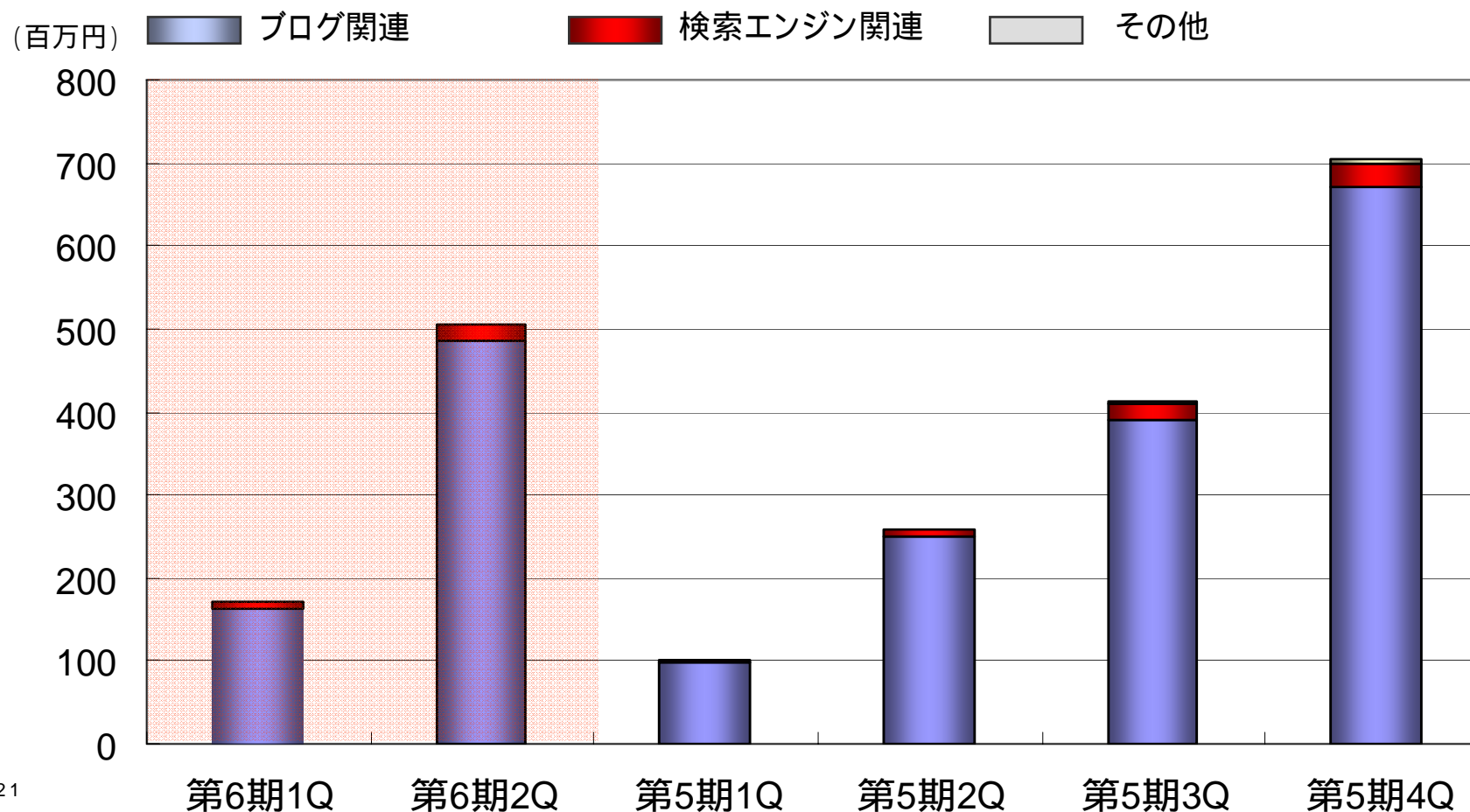


【2007年3月中間期】



## 2007年3月中間期 連結売上高の推移(四半期)

2007年3月期中間売上高:前年同期比95%増加



## 2007年3月中間期 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				2007年3月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	50,592	28,244	16,136	143,619	100,866	158,188	153,536	290,585	170,734	333,939
営業利益	14,186	4,458	11,294	91,447	31,882	71,359	36,920	116,273	54,759	101,123
経常利益	14,551	4,261	11,786	92,564	30,797	70,051	34,276	90,200	51,247	108,859
営業利益率	28.0%	-15.8%	-70.0%	63.7%	31.6%	45.1%	24.0%	40.0%	-32.1%	29.4%
経常利益率	28.8%	-15.1%	-73.0%	64.5%	30.5%	44.3%	22.3%	31.0%	-30.0%	32.6%

2006年3月期3Q及び2007年3月期1Q以外については監査法人のレビューを受けておりません。

また、2005年1月にドリコムテック、2006年6月にドリコムジェネレーティッドメディアを設立しております。

## 2007年3月中間期 連結財政状態の推移

(単位:百万円)	2006年9月末	2006年3月末	増減	増減理由
<b>流動資産合計</b>	868	1,303	435	主に現預金の減少
有形固定資産	58	11	47	事務所移転及びデータセンター移行に伴う増加
無形固定資産	146	41	104	新サービスにかかるソフトウェア仮勘定の増加
投資その他の資産	468	62	406	余資運用分の増加
<b>固定資産合計</b>	671	114	557	
<b>資産合計</b>	1,539	1,417	122	
流動負債	170	178	8	未払法人税等の減少
固定負債	1	6	5	主に長期借入金の繰上返済による減少
<b>負債合計</b>	171	184	13	
資本金	403	403	0	
資本剰余金	644	644	0	
利益剰余金	222	185	36	
有価証券評価差額	2	0	2	余資運用に対するもの
少数株主持分	97	0	97	ドリコムジェネレーティッドメディアの少数株主持分
<b>純資産合計</b>	1,368	1,233	135	
<b>負債及び資本合計</b>	1,539	1,417	122	



## 2007年3月中間期 連結キャッシュ・フローの推移

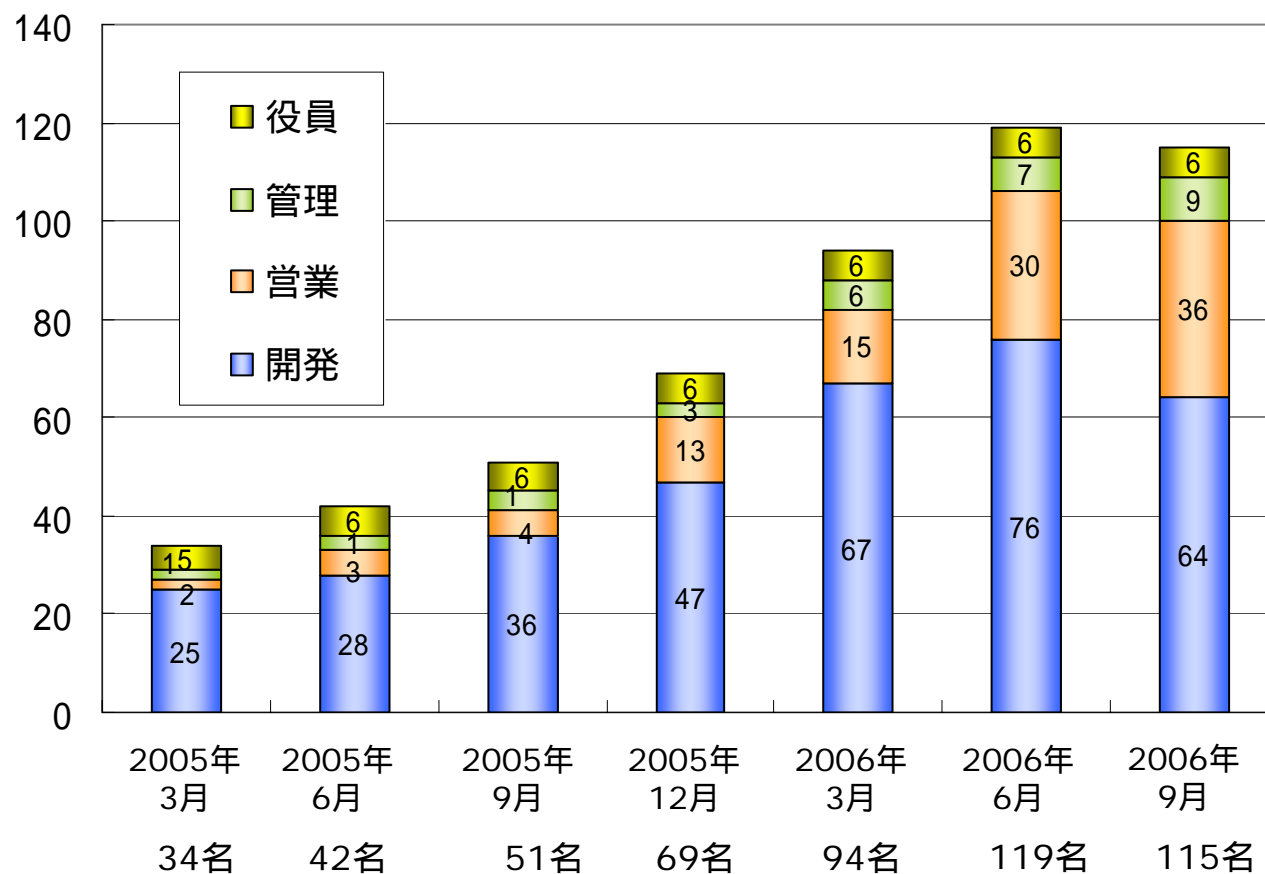
(単位:百万円)	当中間期	前年同期	前年同期比	増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	74	74	148	主に売上債権の増加、対前年同期比 で税金等調整前中間純利益の減少、 法人税等の支払の増加
投資活動による キャッシュ・フロー	563	42	522	事務所移転、新製品・新サービス開発 による支出及び余資運用による支出
財務活動による キャッシュ・フロー	91	7	84	主にドリコムジェネレーティッドメディア へのリクルートグループからの出資に よる収入
現金及び現金同等物 の期末残高	412	111	301	

## 2007年3月中間期 連結売上原価・販管費の推移

(単位:百万円)	当中間期	前年同期	前年同期比	増減要因
原料費	3	0	-	
労務費	133	68	97%	人員増加に伴う増加
外注費	60	10	506%	アウトソーシングの積極化による増加
経費等	74	24	209%	主に人員増加に伴う増加
仕掛品・他勘定振替等	123	24	413%	研究開発費、ソフトウェア振替額の増加
売上原価計	147	78	89%	
人件費	96	31	209%	営業人員増加による増加
研究開発費	33	16	102%	研究開発人員の増加による
その他	182	31	496%	主に採用費・派遣費用等の増加
販管費計	311	78	299%	

## 従業員数の推移

京都事務所閉鎖に伴い臨時従業員が退職し、一時的に減少するが引き続き積極採用

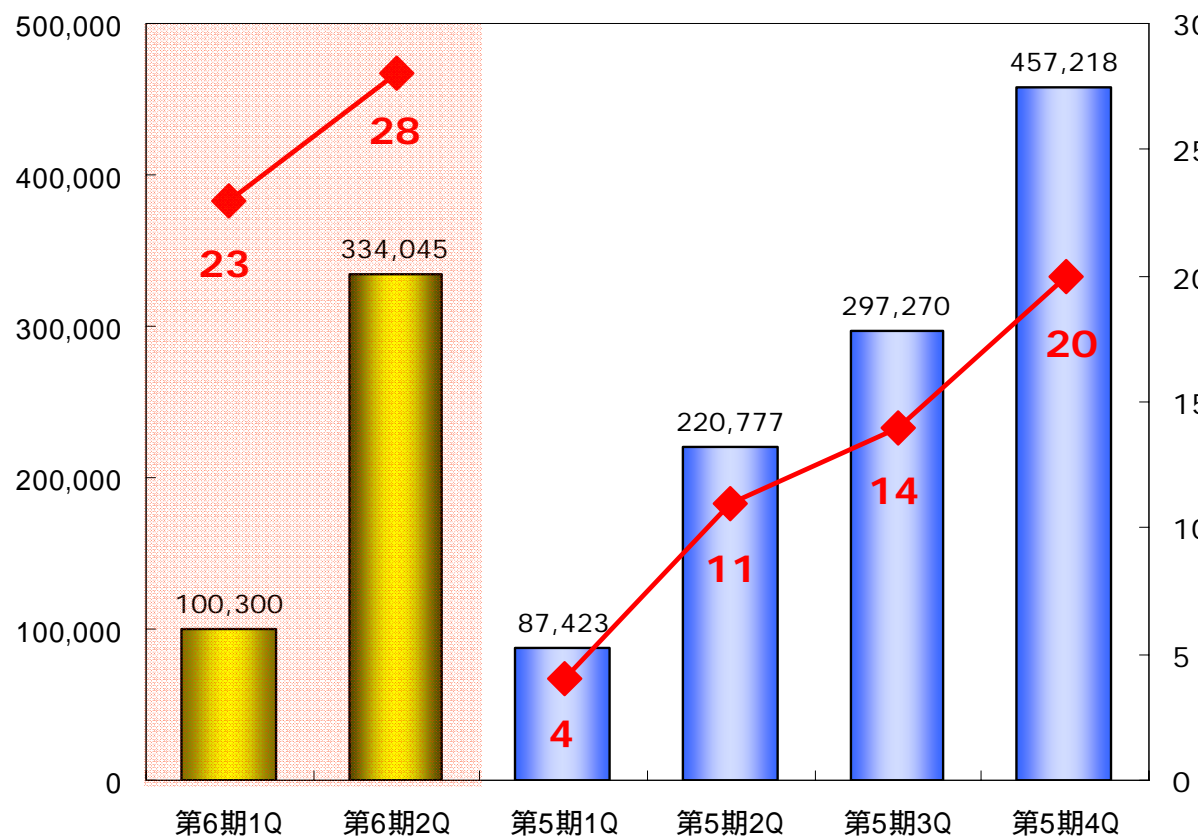


- ◆ 営業については、拡販体制を構築すべく積極採用
- ◆ 2007年4月より新卒27人入社決定
- ◆ 中途はマネージャー層の積極採用開始

# ブログ事業:ドリコムブログシステム

売上高: **334,045千円**、累積導入社数: **28社**

(単位:千円) 【累積売上高/累積導入社数】 (単位:社数)



- ◆ web2.0ブームによりブログやSNS (CGM) に対する関心が引き続き高まっている
- ◆ 市場ニーズは依然高く、弊社ブランド及び知名度の向上により問合せが増加、かつ受注率が向上
- ◆ SNSの市場ニーズの高まりに対応して、ドリコムSNSをリリース
- ◆ 当中間期売上高は前年同期比で51%増加



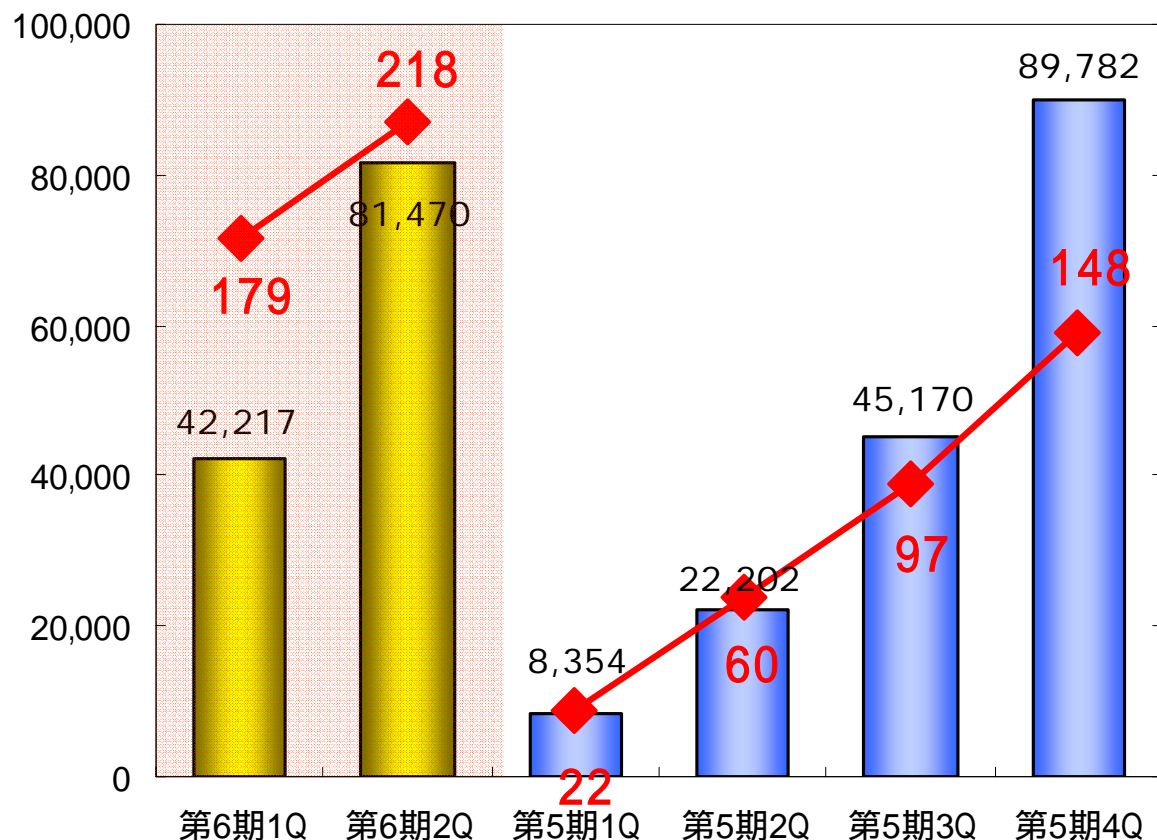
# プロゲ事業:ドリコムプロゲオフィス

売上高: **81,470千円**、累積導入社数: **218社**

(単位:千円)

【累積売上高/累積導入社数】

(単位:社数)



◆社内リソースに連動しない販売体制への移行を重視

◆上記により一時的に成長率が鈍化

◆アプライアンスモデルリリース

◆NECグループと販売提携

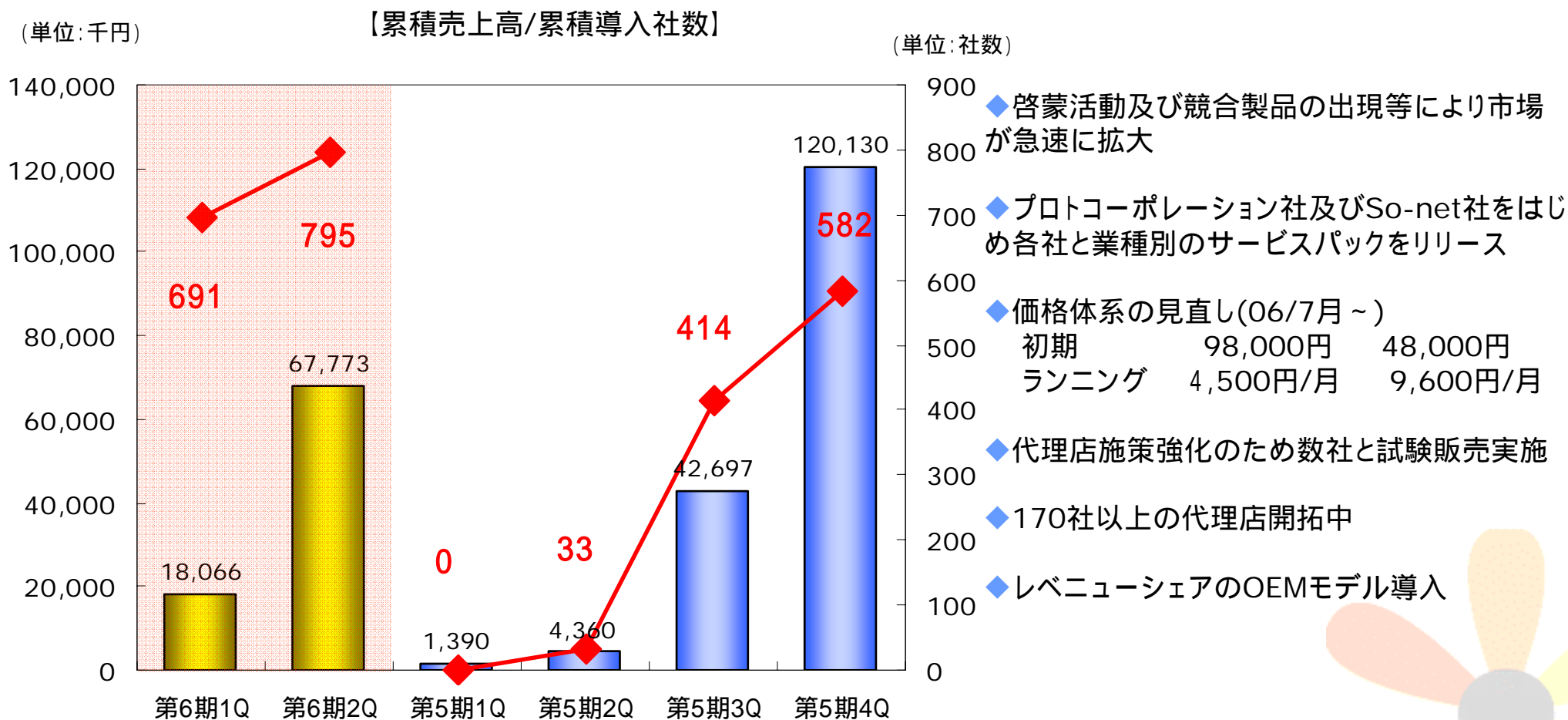
◆前年同期比3.7倍と順調に売上増加

◆官公庁をはじめ、多種多様な企業に導入

◆大規模利用向けモデル開発中

# プロゲ事業:ドリコムCMS

売上高: **67,773千円**、累積導入社数: **795社**

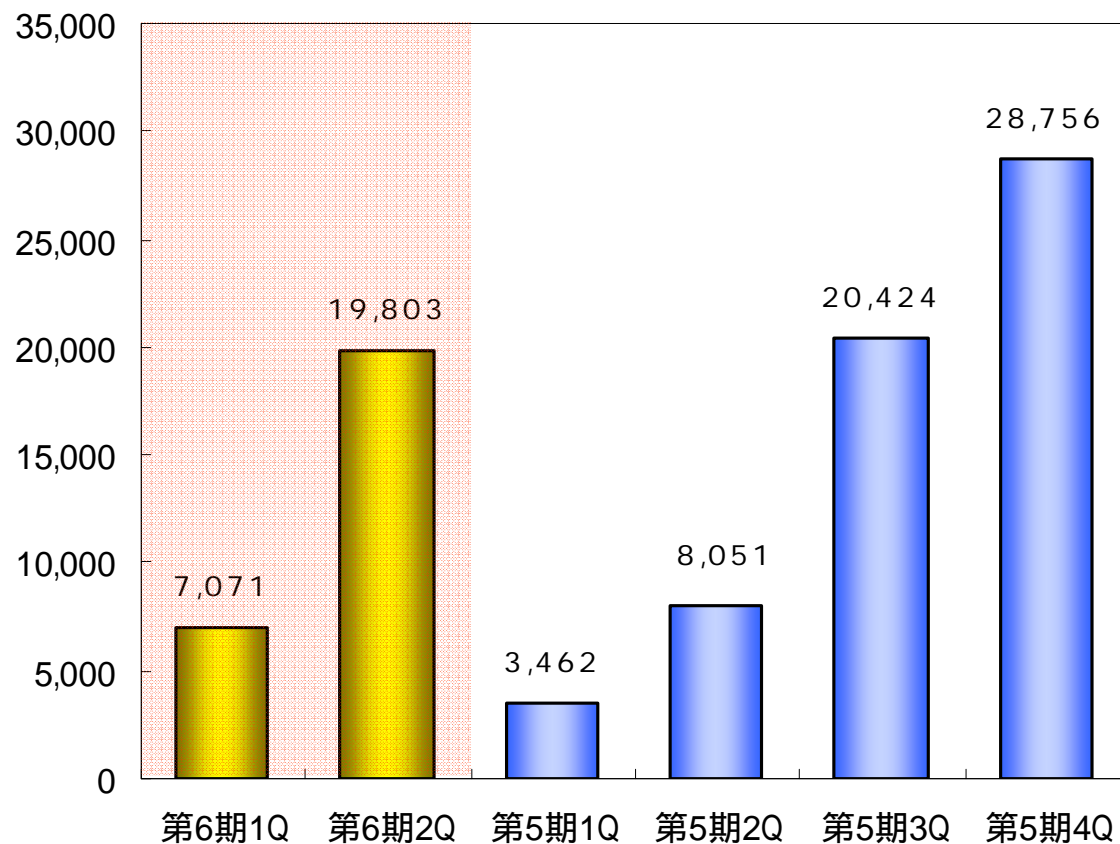


# 検索エンジン事業

売上高: **19,803千円**、前年同期比: **146%増加**

(単位:千円)

【検索エンジン事業累積売上高】



- ◆インターネット広告市場は順調に拡大中
- ◆株式会社サイバーエージェントとの共同事業である「MicroAd(旧BlogClick)」が好調
- ◆新サービス開発のための研究開発人員を大幅増員
- ◆「ドリコムキャリア」を「ドリコムキャリアサーチ」としてリニューアル
- ◆2006年6月1日付けでドリコムジェネレーティッドメディアを新設
- ◆ドリコムジェネレーティッドメディアにおいて、リクルートグループとBtoC向けの新サービスを開発中
- ◆積極的な投資により順次新サービスリリース予定

## 2007年3月期 連結業績の見通し

2007年3月期はプロゲ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ります。また、2007年3月期下期は上期に引続き翌期を見越した積極的な投資活動を行っていく予定であります。具体的には、製品・サービスの研究開発及び改良、販売体制の強化及び販促活動であります。

また、2006年6月1日に設立した株式会社ドリコムジェネレーティッドメディアの売上高については、現状で新サービスのリリース前であり、現時点で未確定のため下記の見通しには含めておりません。業績に重大な影響を与えることが判明した時点で速やかにお知らせいたします。

なお、業績に関しましては当初の想定どおりに推移しており、見通しは2006年5月10日公表時点から修正をしておりません。

(単位:百万円)	2006年3月期 (実績)	2007年3月期 (見通し)
売上高	703	1,500
経常利益	225	400
純利益	124	230

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。



# キーワード説明

キーワード	説明
CGM	ConsumerGeneratedMedia ユーザー参加型のメディアで新しいメディアの形
CMS	Content Management System webの更新などを中心とした管理システム
SaaS	Software as a Service ユーザーにとって自由度が高くASPの新しい形
リスティング広告	検索エンジンに連動した広告 Google社の売上のほとんどを占める
CPC	ClickPerCost 1Clickあたりの広告単価
CPM	掲載1000回あたりの広告掲載料金
Web2.0	ユーザー参加型のインターネットサービスやSaaSなどの総称

# 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。