



2008年3月期(第7期) 決算説明資料

株式会社ドリコム



2008年3月期(第7期)業績に関して

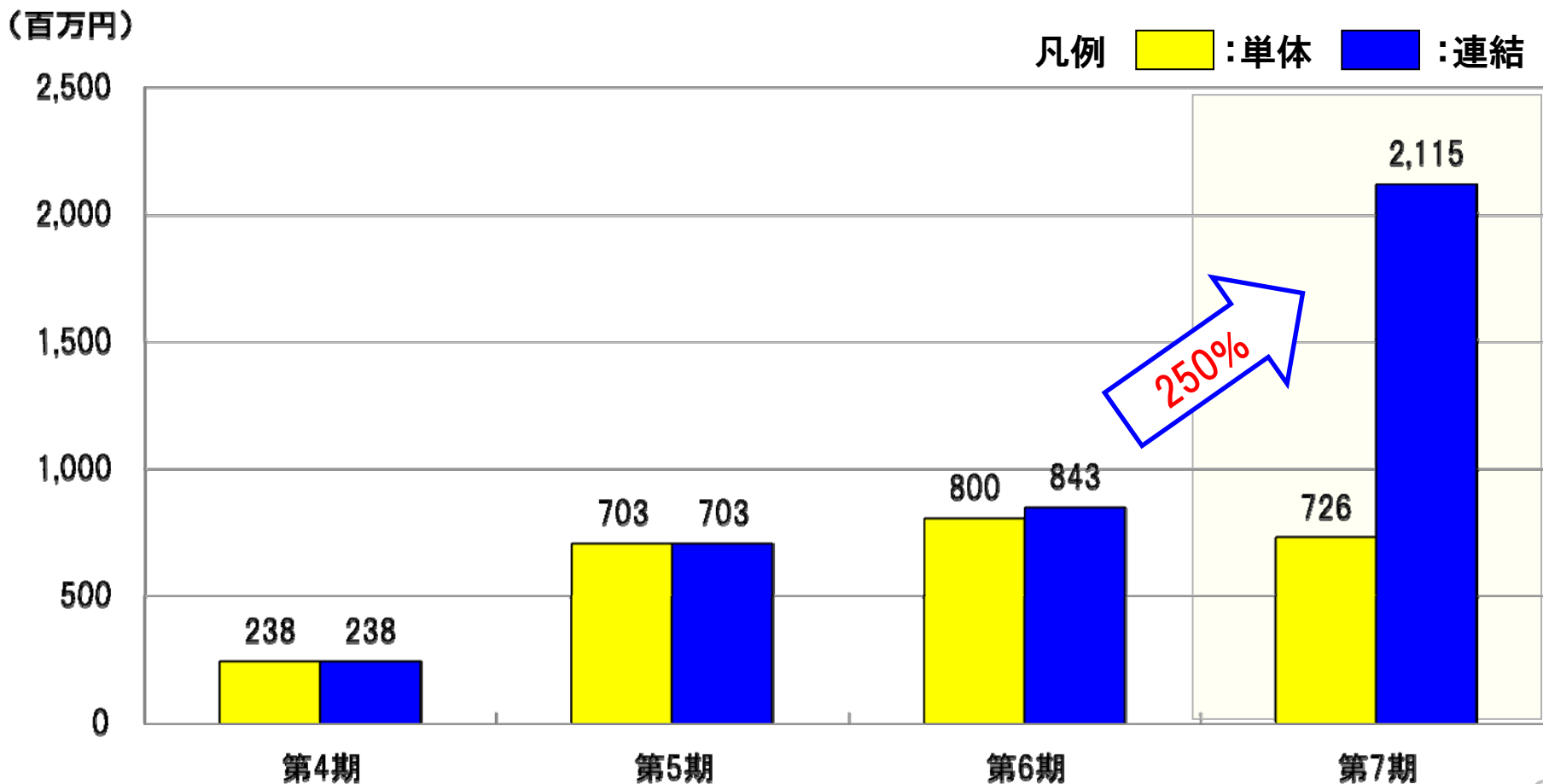
2008年3月期 通期決算ハイライト

売上高21億1,500万円
経常利益1,800万円(前期経常損失1億8,100万円)

1. 2008年3月期の業績は売上2,115百万円、経常利益18百万円、当期純損失は642百万円。
*2008年3月期予算 通期 売上2,100百万円 経常利益20百万円。
2. 下期からの事業体制の最適化により、連結での営業損益、経常損益の黒字化を達成。
*通期営業利益4百万円。前期営業損失249百万円。
3. 売上高は前年比250%増。株式会社ドリコムマーケティング、株式会社ジェイケンが寄与。
*前期売上高843百万円。
4. 併せて事業再編に伴う損失及び固定資産の減損に係る特別損失を計上。
*特別損失396百万円計上。
5. 新サービスの立ち上げは順調に推移。
*株式会社ドリコムは行動ターゲティング広告分野で楽天株式会社と資本業務提携。株式会社ジェイケンは『ユーコレ』、『セレクト放題』をリリース。株式会社ドリコムジェネレーティッドメディアは『JobBuzz』をリリース。
6. 楽天株式会社との第3者割当増資による、資本業務提携を実施。
*約9億円を調達、財務面の健全化及びインターネット広告分野での連携を強化。

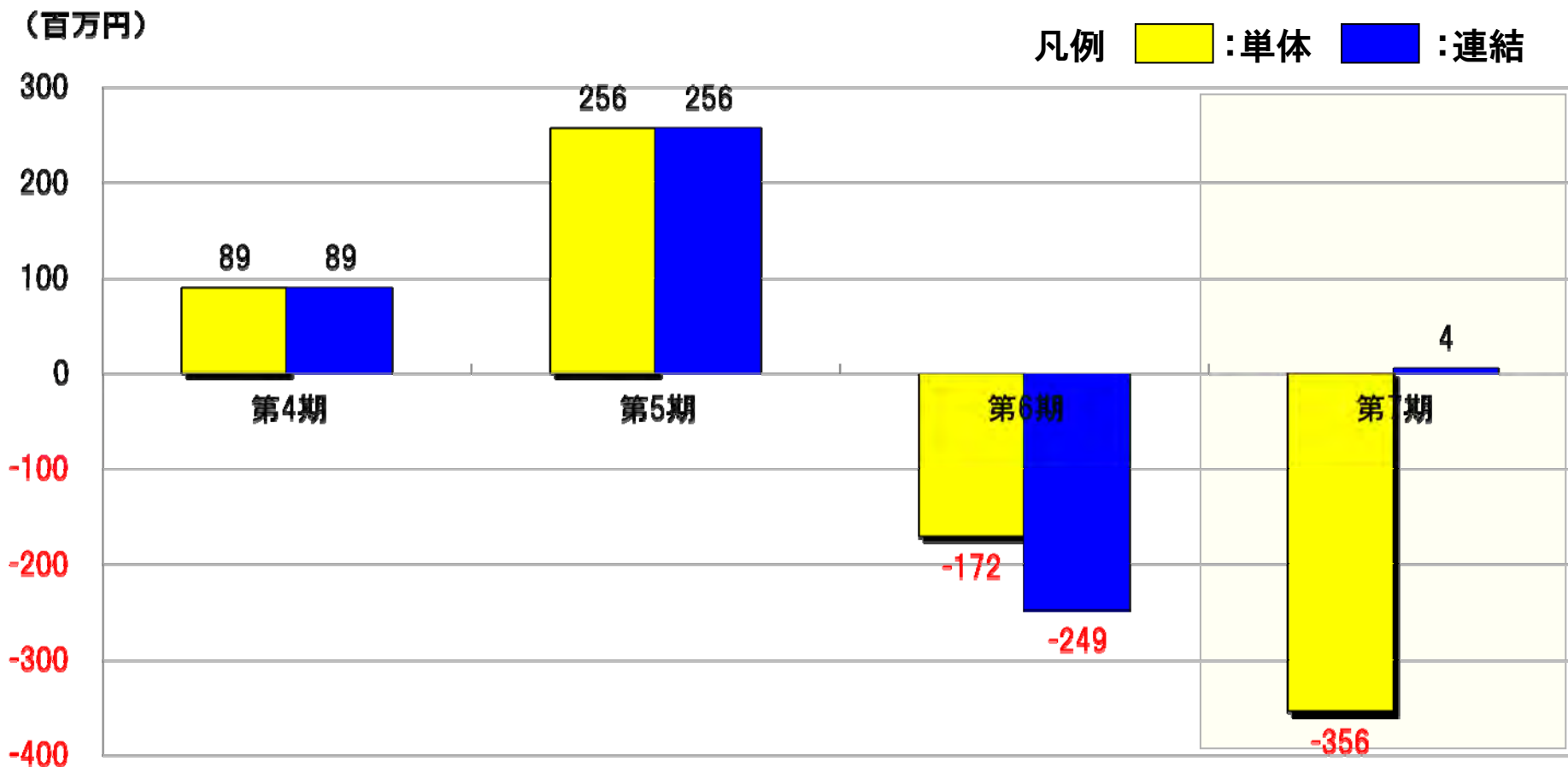
売上高の推移（第4期～第7期）

第7期連結売上高は6期売上高に対して250%の増加



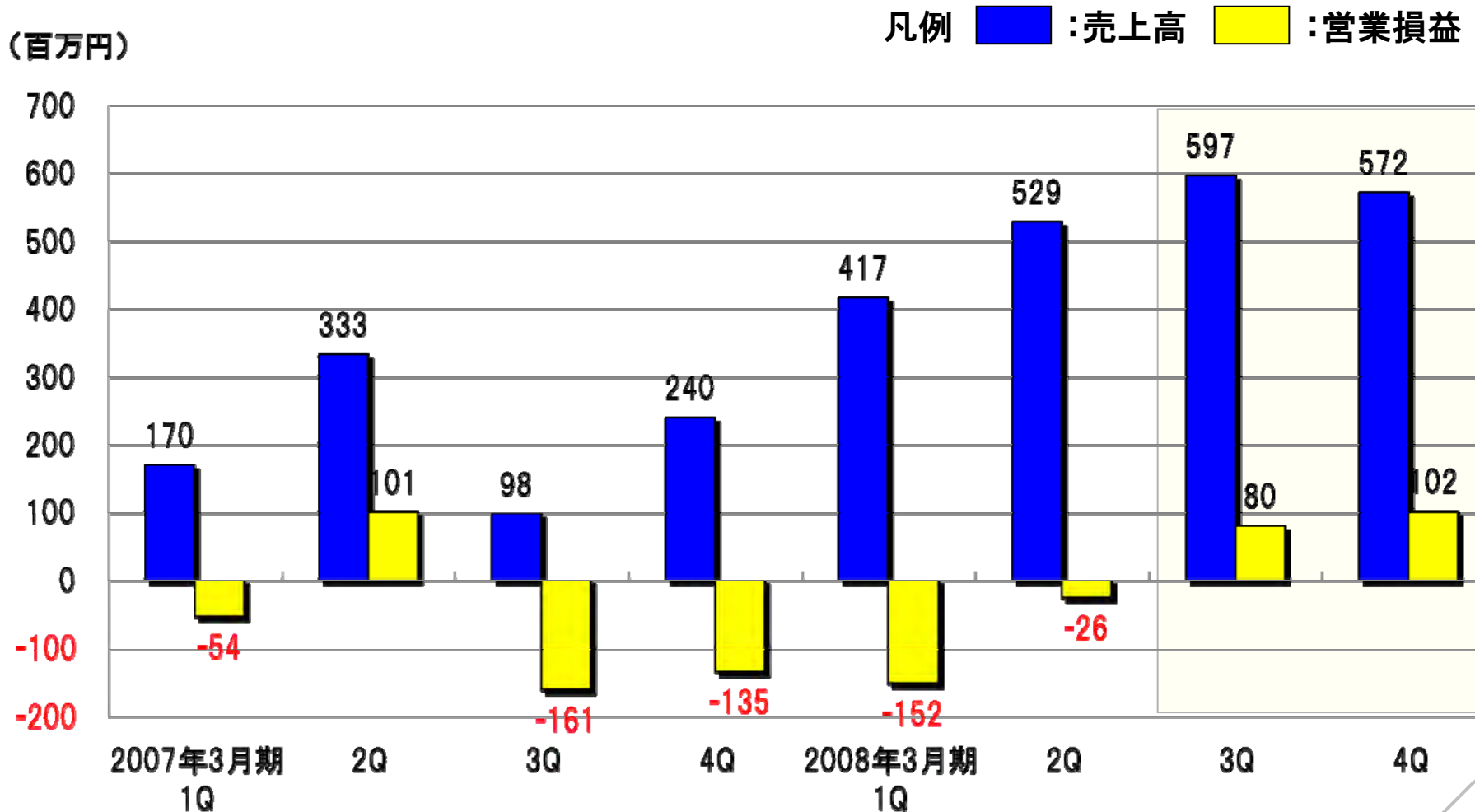
営業損益の推移（第4期～第7期）

連結ベースで第7期は黒字化を達成
単体は4半期毎に赤字幅が縮小



売上高および営業損益の推移（四半期毎の推移）

2008年3月期3Qから営業損益の黒字化を達成



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	1,097	1,018	2,115
営業損益	△229	234	4

事業セグメントについて

● ビジネスソリューション事業(≒ブログ・SNS分野)



● ウェブサービス事業(≒CGM分野)



※『ドリコムブログ』、『JobBoard』は株式会社ドリコムジェネレーティッドメディアの運営サービス

連結損益計算書

(百万円)	当期	前期	増減	増減要因
売上高	2,115	843	1,272	ジェイケン社が連結対象になったこと、各社の事業が伸びたことによる。
売上総利益	1,329	517	812	
販管費	1,324	766	558	ジェイケン社が連結対象になったこと、各社で採用を進めたことにより販管費が増大。
営業損益	4	△249	253	下期に事業体制の最適化を行い、コストダウンをはかったため。
経常損益	18	△181	199	下期に事業体制の最適化を行い、コストダウンをはかったため。
当期純損益	642	114	528	事業体制の最適化に伴い、資産の見直し、引越などによる特別損失を計上したため。

連結貸借対照表

(百万円)	当期	前期	増減	増減要因
流動資産合計	1,237	1,018	219	
有形固定資産	52	57	△5	減価償却
無形固定資産	1,475	793	682	のれん+ソフトウェア資産の見直し
投資その他の資産	78	275	△197	保有株式の売却
固定資産合計	1,605	1,124	481	
資産合計	2,842	2,142	700	
流動負債	1,520	896	624	借入金の増加
固定負債	326	—	—	同上(返済済み)
負債合計	1,846	896	950	
資本金	586	403	183	第三者割当増資、新株予約権行使
資本剰余金	827	644	183	同上
利益剰余金	△571	71	△642	当期純損失のため
少数株主持分	148	130	18	子会社利益の増加
有価証券評価差額	—	△2	—	
純資産合計	996	1,246	△250	
負債純資産合計	2,842	2,142	700	

連結キャッシュ・フロー計算書

(百万円)	当期	前期	増減	増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	112	△ 191	303	キャッシュアウトのない損失が多かったため
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 991	△ 970	△21	子会社株式取得 投資有価証券売却
財務活動によるキャッシュ・フロー	916	791	125	借入金の増加※ 新株発行による収入
現金及び現金同等物の期末残高	625	589	36	

※4月18日に行った楽天株式会社への第三者割当増資(約9億円)より、約7.2億円を返済する予定です。

2008年3月期 業績分析

**事業最適化に伴い、営業損益・経常損益ベースでの黒字化を達成
コスト削減施策を優先的に実施し、売上は想定より下回る**

2008年3月期は選択と集中を実施し、収益事業の確立を目指す。注力事業については利益(粗利)を重視した事業活動を重点的に実施。CGM分野では新サービスをリリース。

1. グループ各社の業績は既存事業を中心に順調に推移。
⇒ドリコムジェネレーティッドメディア、ドリコムマーケティング、ジェイケンが前期業績を上回る。
2. ドリコムは上期におけるシステム外注費及び販売管理費増加から営業利益は当初見通しを下回る。
⇒『ドリコムSNS/ブログシステム』、『ドリコムブログオフィス』の売上は堅調に推移
下期の事業最適化にて赤字幅縮小は想定どおり推移
3. 新サービス立ち上げは順調に推移。
⇒ドリコムはインターネット広告における『行動ターゲティング技術』の開発が順調に推移
ドリコムジェネレーティッドメディアは企業取材・求人記事掲載サービス『JobBuzz』をリリース
ジェイケンが携帯電話きせかえツール『ユーコレ』、『セレクト放題』をリリース
4. 事業体制の最適化におけるコスト削減施策は着実に実施。
⇒ 単体原価率で31.8%、連結原価率で15.9%下がるところまで収益力が改善。販管費も単体で3100万円/月、連結で2700万/月削減。(連結では子会社が採用を進めたため)



事業体制の最適化に関して

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. 費用削減によってPLの改善を目指す。2007年10月～2008年3月
 - ⇒事業の選択の集中/販売管理費(人件費/家賃/広告宣伝費)の削減/売上原価(外注費)の削減
 - ⇒毎月20百万円の削減が目標
 - ⇒その結果、原価率は1Qの87.8%に対し4Qは56.0%
 - ⇒販売費及び一般管理費は1Qの200百万円に対し4Qは107百万円
2. 資金調達と資産の見直しによりBSの改善を目指す。2008年3月期中
 - ⇒資金調達による借入金の返済⇒楽天社への第3者割当により9億円調達
 - ⇒事業の選択と集中に伴い資産(ソフトウェア資産中心)に特別損失で処理
 - ⇒396百万円の特別損失を計上(2008年3月期)
3. 費用のかけた収益力の改善を行う。2008年4月～2008年9月
 - ⇒本社の引っ越し(本社縮小に伴い家賃を1/2に)/一部欠員の採用
 - ⇒集中する事業への投資(行動ターゲティング/きせかえツール×UGC)

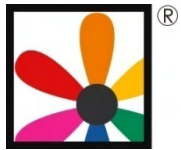
事業体制の最適化に関して

四半期ごとに販売管理費、原価率ともに減少し営業利益が増加

(単位:千円)

	売上	売上原価	原価率	販売管理費	販売管理費/月	営業利益
単体1Q	136,981	120,331	87.8%	200,404	66,801	-183,754
単体2Q	203,080	139,879	68.9%	145,533	48,511	-82,332
単体3Q	205,784	139,268	67.7%	128,971	42,990	-62,455
単体4Q	180,330	100,931	56.0%	107,212	35,737	-27,813

	売上	売上原価	原価率	販売管理費	販売管理費/月	営業利益
連結1Q	417,392	196,685	47.1%	372,860	124,287	-152,153
連結2Q	529,065	218,793	41.4%	336,128	112,043	-25,856
連結3Q	597,355	192,777	32.3%	323,681	107,894	80,897
連結4Q	571,485	178,048	31.2%	291,684	97,228	101,753



2009年3月期(第8期)の指針

2009年3月期の指針

上期は事業体制の最適化最終フェーズ 下期から収益の拡大を狙う

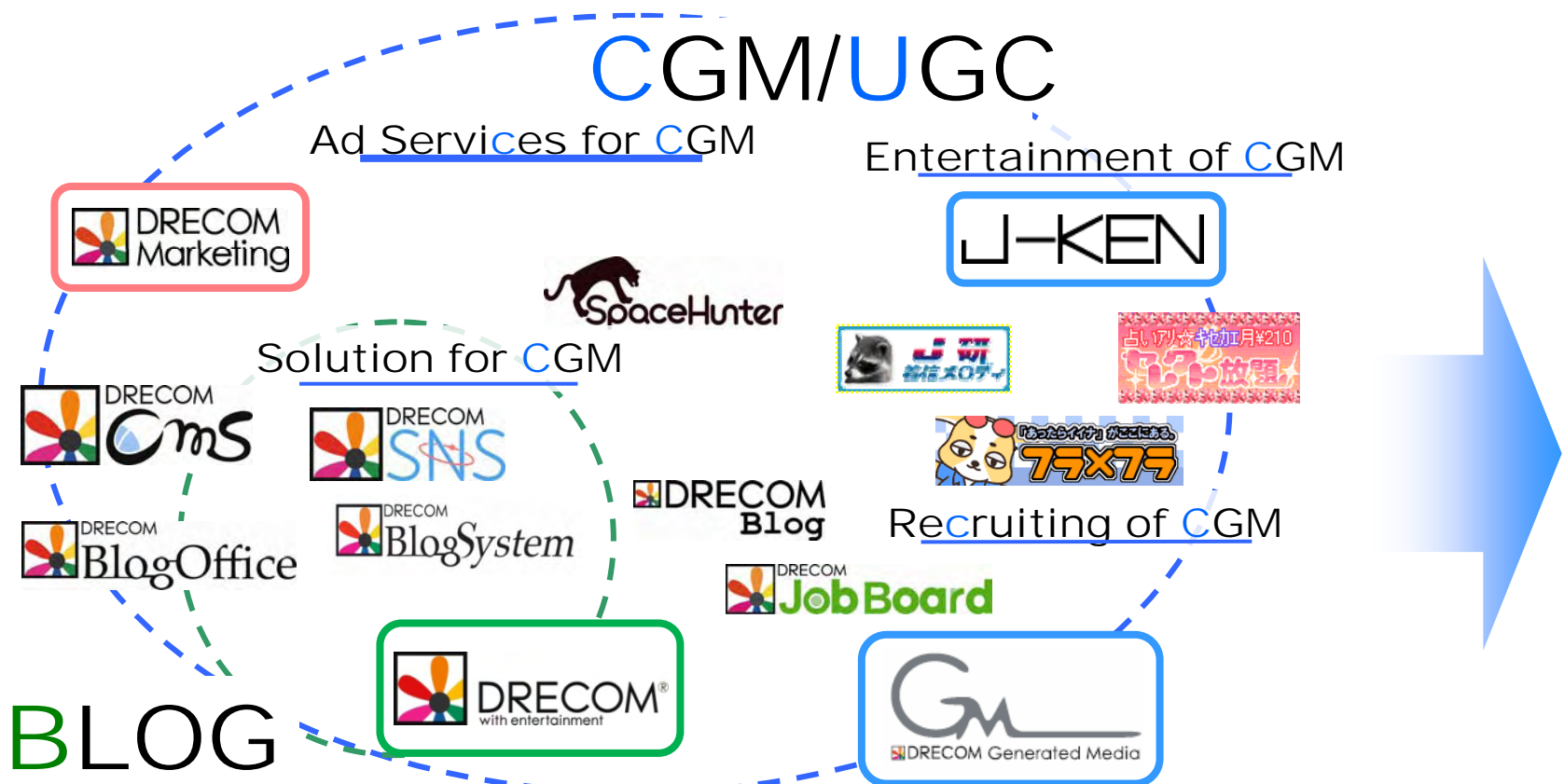
1. 上期は引っ越しによる家賃削減をはじめ、一時コストのかかる施策を実施。
2. 注力事業である行動ターゲティング広告は引き続き投資を行い、下期より売上を見込む。
3. 注力事業である「きせかえツール×UGC=『ユーコレ』&『セレクト放題』&『フラ×フラ』」は今後きせかえ市場の拡大が見込まれるため、上期より広告予算を大きく組み、下期からの拡大を狙う。
4. ドリコム社の既存事業は利益率の改善を軸に見直しを図り、緩やかな成長を見込む。
5. ドリコムジェネレーティッドメディアは求人市場を軸に今期は既存、新規事業ともに拡大期へ。
6. ドリコムマーケティングはグループ全体の販社としてIT商材販売力を強化。
7. 楽天株式会社との連携は行動ターゲティングをはじめ、他事業も上期をめどに検討を進める。

ドリコムグループ事業構成図

CGM(Blog/UGCと行動ターゲティング広告)に注力

3つのCGM/UGCのビジネスモデル

1. システム(BtoB) 2. 広告(求人分野含) 3. 課金(携帯)



楽天株式会社との業務資本提携

行動ターゲティング広告事業の国内、海外展開を軸に連携していく

1. 楽天株式会社が2008年4月に20.02%の第二株主になり、持分適用関連会社に。
2. 注力事業である行動ターゲティング広告事業を軸として業務連携を進める。
3. 行動ターゲティング広告事業の海外展開に関しても楽天株式会社の海外展開済みの国を中心に検討をしていく。
4. 昨年より行動ターゲティング広告の実験を進めており、高い効果が得られているため、2Q以降に本格的に導入を進めていく予定。
5. アドマーケットプレイス事業であるスペースハンターも楽天株式会社のアドネットワーク事業本格参入と連動して展開していく。

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*。
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。

*参考資料:eMarketer(2007/6)

次世代行動ターゲティング広告に関して

進捗状況と今後の展開

1. 国内は特許申請中(特願2007-183673)。世界主要国に関しても出願を準備中。
2. 自社媒体の実験と一部他社媒体の実験も実施。
配信ターゲットボリュームとして30-50%と非常に高いターゲティング効果があった。
CTR(クリック率)に関しても2~3倍と高い効果があった。
*従来の行動ターゲティング技術の実験では数%のターゲットに対してのCTRを発表していることが多いが本実験ではターゲットボリュームを30-50%の条件下で実施。
3. ナショナルクライアントのトライアル配信も実施。
4. 複数の大手媒体で配信実験を実施。
5. 本技術導入媒体主とともに本上期に随時商品化を行っていく予定。
6. 楽天株式会社と連携し北米を中心とした海外への展開に関しても早い段階から検討していく予定。

高い実験結果がでており、今後大手媒体への技術導入と、ナショナルクライアントを中心とした大手広告主への提案を進め、上期に事業化、下期より収益化を目指していく。

きせかえツールに関して

「着メロ」+「きせかえツール」へ

「きせかえツール」とは、待受画像やメニューなど携帯電話内のコンテンツを、好みのデザインに変更できるツール。「EZケータイアレンジ」「カスタムスクリーン」のように、各キャリアから同様のサービスが提供されている。ドコモグループでは今後、ジェイケンを中心に「着メロ」に加えて「きせかえコンテンツ」をもうひとつの軸としてサービスを展開していく。



ダウンロード



着信メロディ



ダウンロード

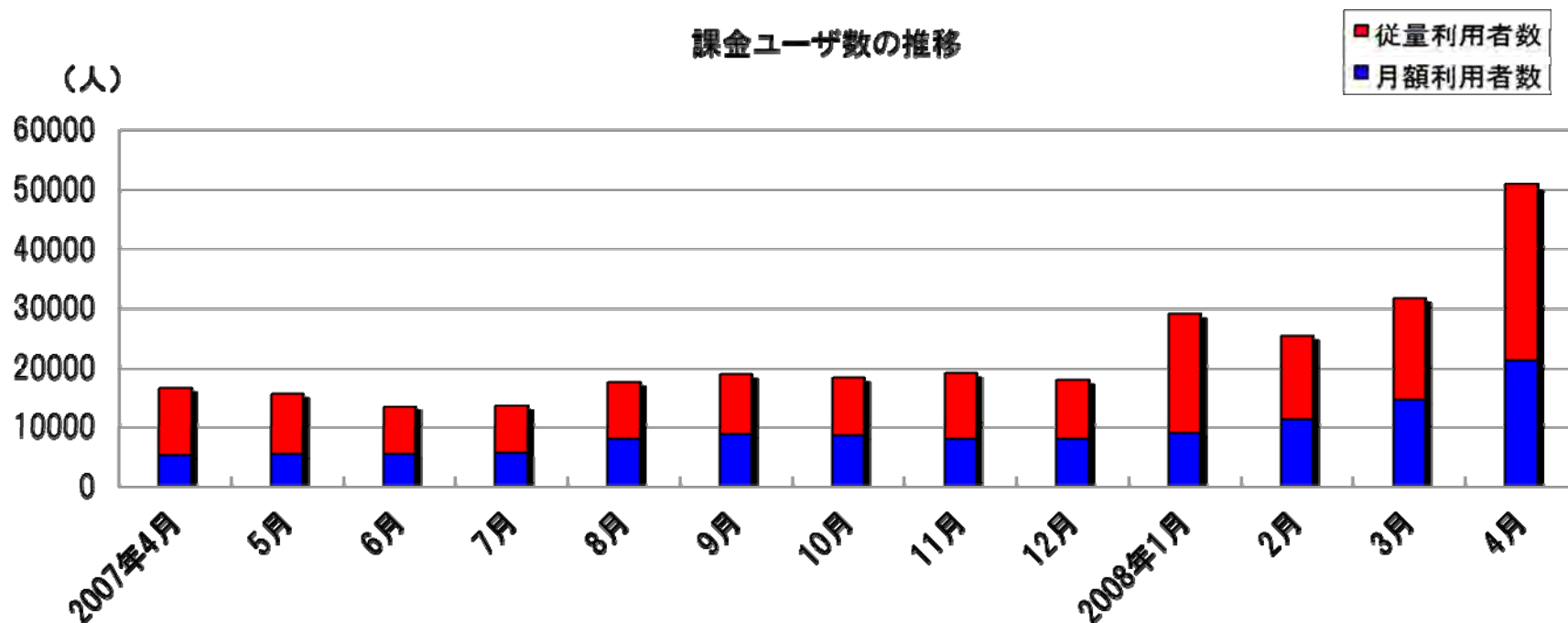


待ち受け・メニュー画面など



きせかえツールに関して

課金ユーザ数推移

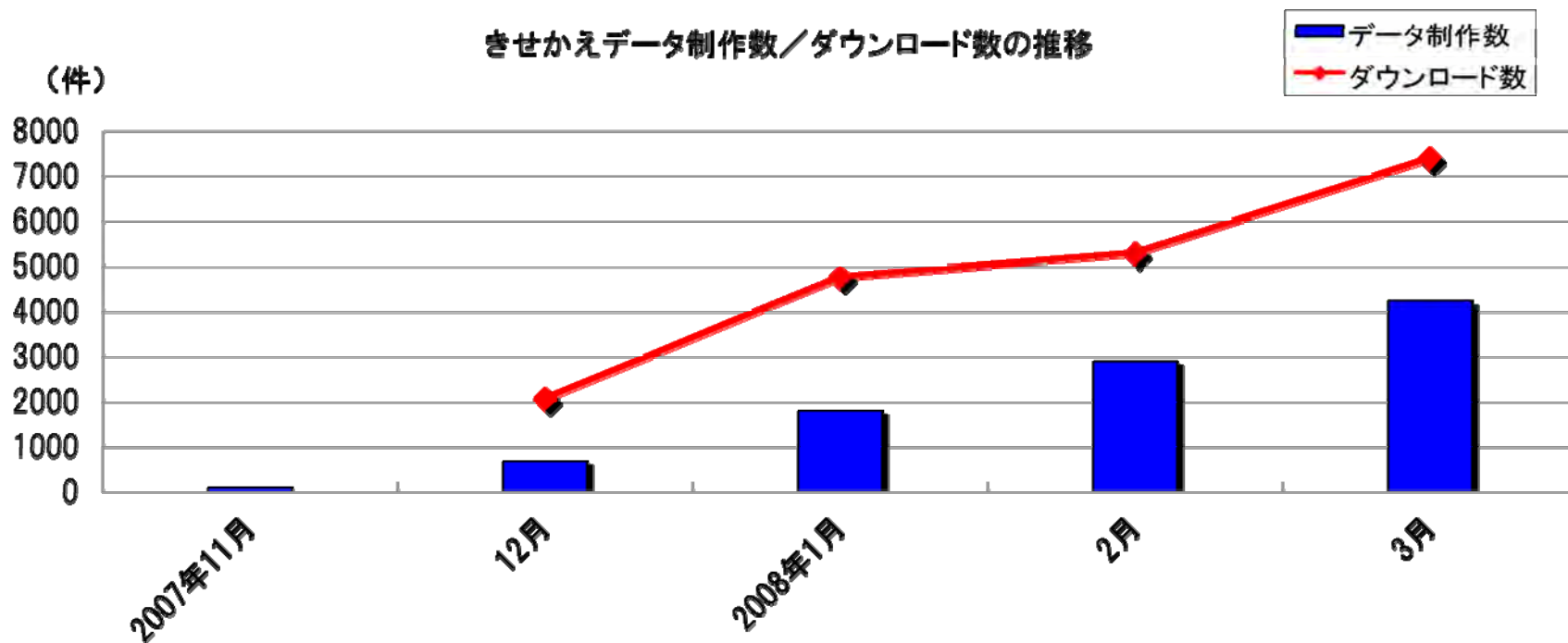


1. 既存のきせかえツールサービスである『フラ×フラ』は月額利用者が順調に増加。従量利用者は季節変動要素が大きいものの推移としては増加傾向にある。
2. 2008年3月リリースの『セレクト放題』が今後加わり、ユーザ数の増加は続く見込み。
3. 広告プロモーションを3月より強化し、2008年4月以降で大きく効果が出始めている。
4. UGC型できせかえコンテンツが集まる仕組みの「ユーコレ」と連携して拡大をはかる。

きせかえツールに関して

UGCサービス推移

きせかえデータ制作数／ダウンロード数の推移



1. 『ユーコレ』は2007年11月にサービススタート。以降、きせかえデータ制作数とダウンロード数共に順調に増加し続けている。
2. 今後公式サイトとしてユーザー課金ビジネスを展開している『フラ×フラ』と『セレクト放題』と連携し、着メロに続くUGCサービスの軸として展開を広げていく。

2009年3月期業績の見通し

2009年3月期は前期より続く事業体制の最適化による収益力の改善を軸に来季以降の事業拡大に向けた投資を行っていく。

上期は事業体制の最適化の最終フェーズとして引っ越しや欠員の採用など費用がかかる施策と注力事業への投資(行動ターゲティング広告の開発投資ときせかえツールへのプロモーション投資)を行い、下期以降の事業拡大を見込む。

※楽天株式会社との業務連携が業績に与える影響がまだ算定中であり、業績への影響が予測される状況になりましたら速やかに開示させていただきます。

(百万円)	2008年3月期 (実績)	2009年3月期 (見通し)	2009年3月中間期 (見通し)
売上高	2,115	2,200	1,000
経常損益	18	40	△110
純損益	△642	△100	△170

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承ください。



2008年3月期 業績詳細

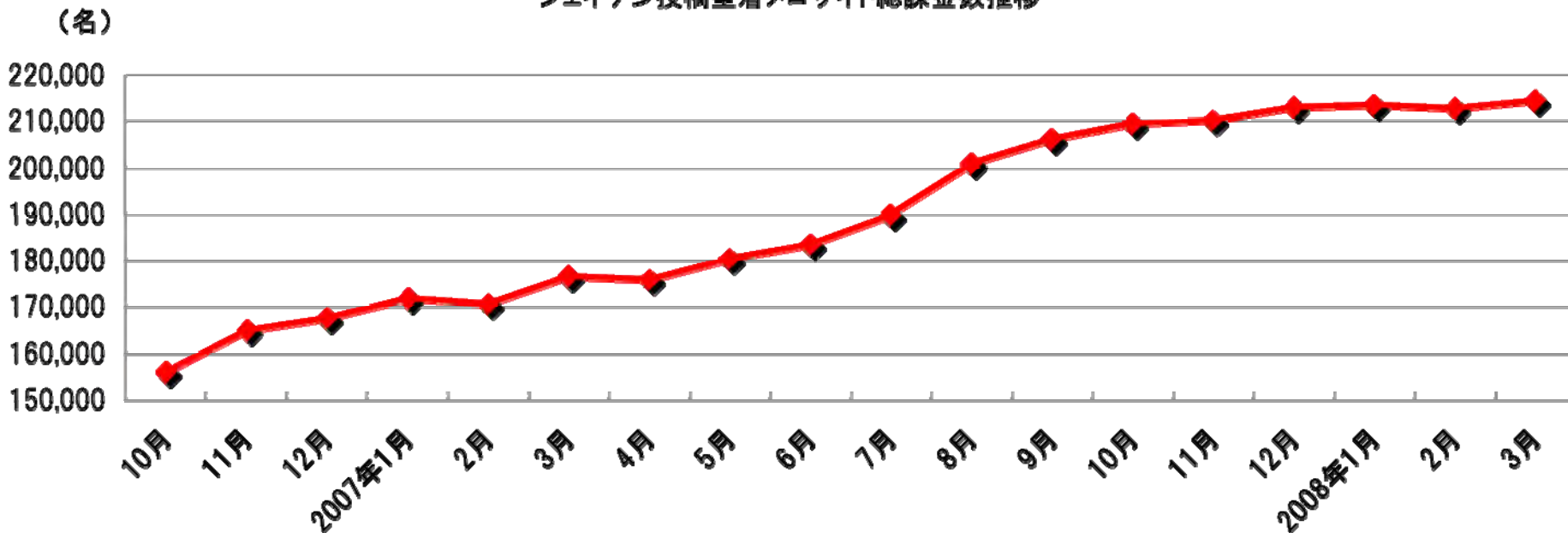
事業ハイライト

1. ジェイケンの投稿型着メロサイトの総課金ユーザー数はゆるやかに増加。今後も増加傾向が続く見込み。また、着メロに続くサービスとして、きせかえツールを扱う公式サイトの『フラ×フラ』、携帯電話きせかえツールのUGC『ユーコレ』、公式きせかえツールサイト「セレクト放題」が順調な立ち上がり。
2. ドリコムジェネレーティッドメディアは、CGM×求人領域のビジネスが順調に立ち上がり、導入企業数、ユーザー数ともに増加。2008年2月には新サービス『JobBazz』をリリース。
3. 『スペースハンター™』は、導入媒体数、取り扱い広告露出回数ともに順調に増加。月間で6億インプレッションを大きく超えている。
4. 『ドリコムSNS・ブログセット』は1-3月期の受注も堅調に推移。クライアントが大型化。
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株式会社との資本業務提携を軸に大手企業への展開が進んでいる。
6. 下期より開発および営業体制の最適化を行い、利益率の向上とコスト削減を実施することで来期に向けた収益力の強化を進めており、順調に成果が出ている。

ウェブサービス事業 CGM分野

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

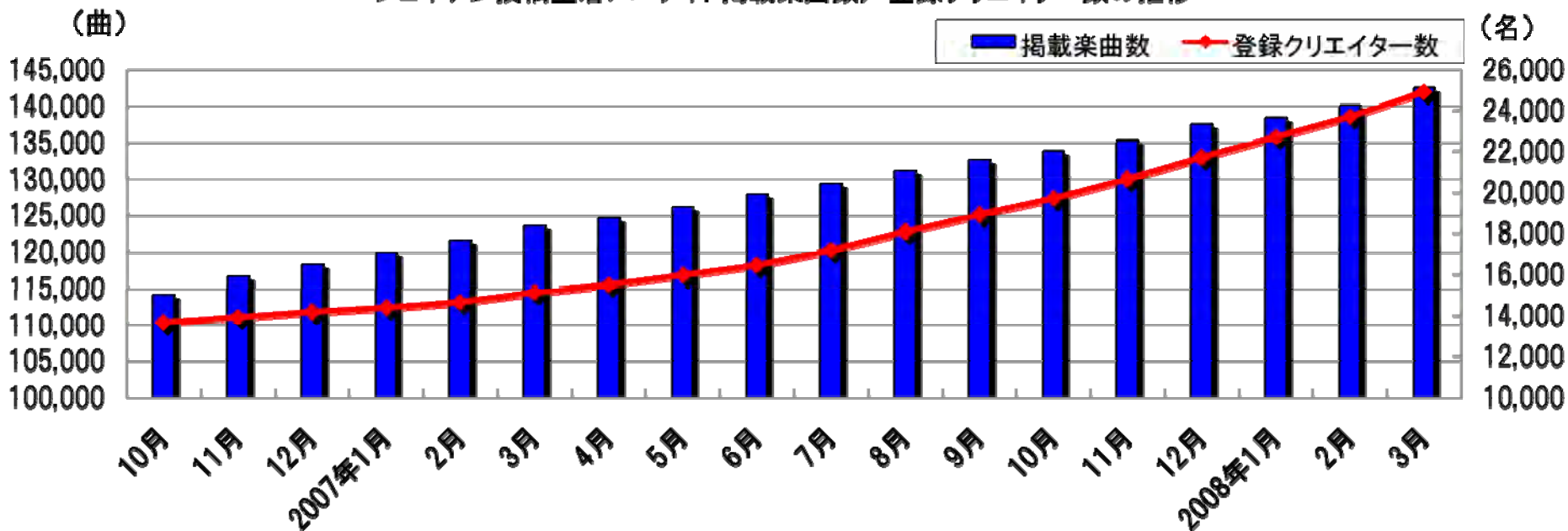


1. 2006年10月を底として毎月順調に増加し続けている。
2. 増加要因は検索エンジンからの集客であり、今後も携帯ユーザーの検索エンジン経由の利用増加が見込まれる。
3. 2008年3月にiモード向けきせかえツール公式サイト『セレクト放題』を開始。きせかえツール事業を着メロに続く主力サービスとして注力していく。

ウェブサービス事業 CGM分野

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

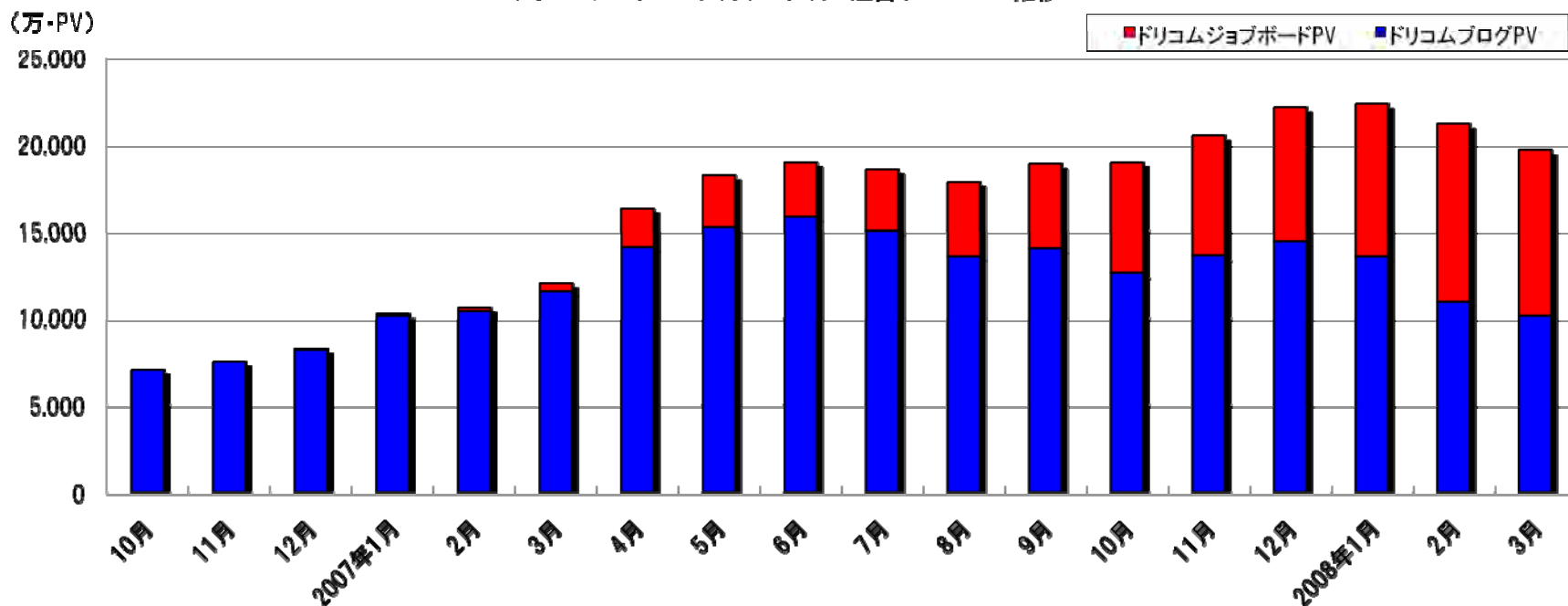


1. 着メロの投稿は順調に増加し続けており、投稿者は2万4千人を突破。楽曲数も14万曲を突破。
2. 今後は、投稿者数・曲数の増加だけでなく、『ユーコレ』を始めとした新たなUGCサービスと連動をさせながら携帯電話コンテンツにおけるクリエイターの囲い込みを狙っていく。

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



1. ドリコムGM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. ドリコムブログは検索エンジンの順位変動等により、PVは減少しているものの、ブログ登録会員数の伸びのペースは変わらず堅調に推移。
3. 『ドリコムジョブボード』に続き、2008年2月に『JobBuzz』βサービスの提供を開始。
4. 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が拡大。

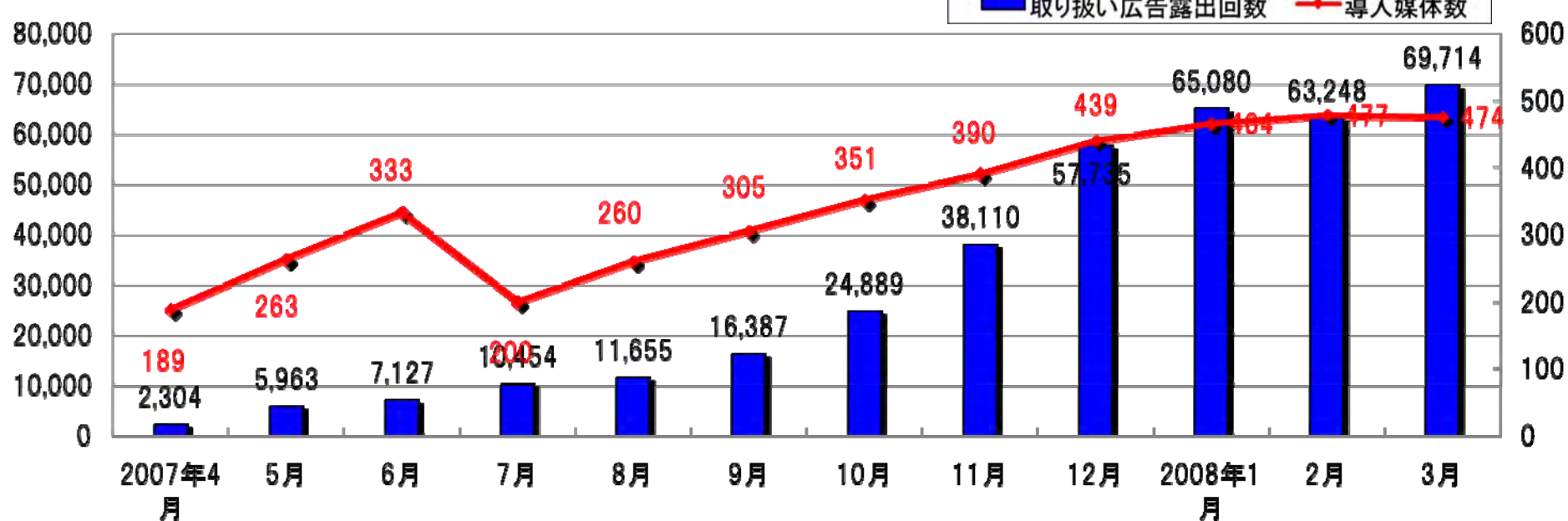
ウェブサービス事業 CGM分野

広告マーケットプレイス『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

(万・インプレッション)

(媒体)

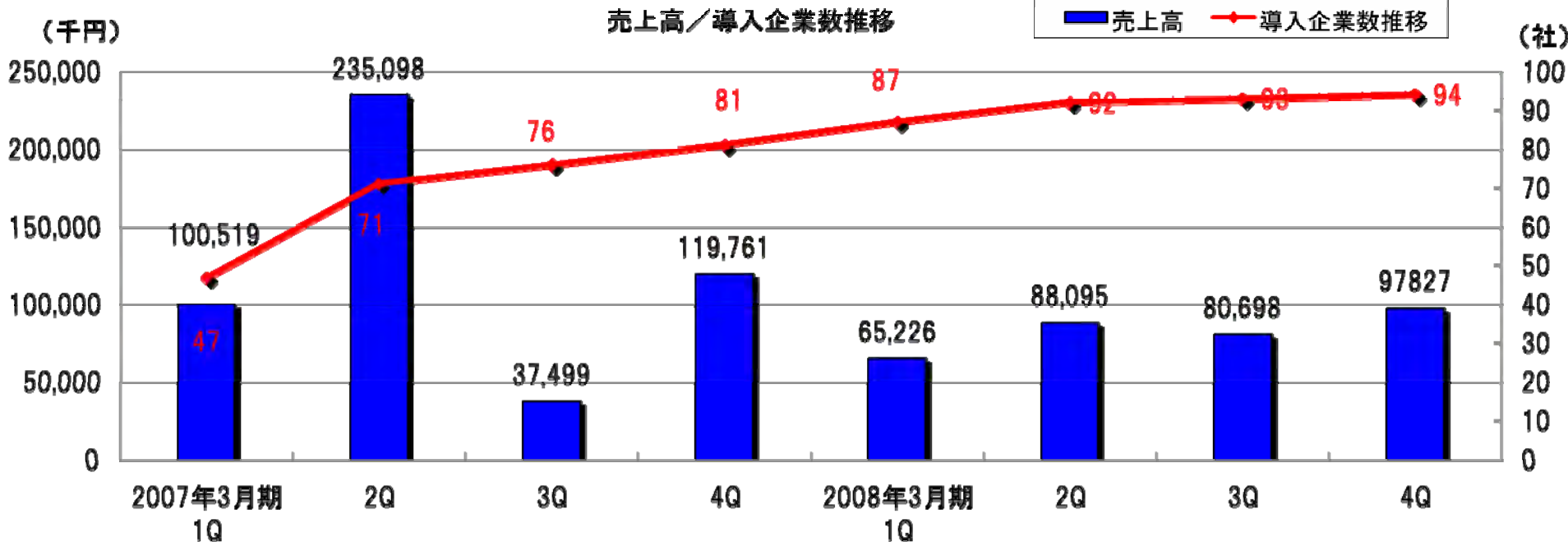


1. 導入媒体数、取り扱い広告露出回数ともに増加。
2. 今後は楽天社のアドネットワーク事業への取り組みへの連携を検討し、両社で事業規模の拡大を狙う。

* 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構築システム『ドリコムSNS／ブログシステム／ブログセット』

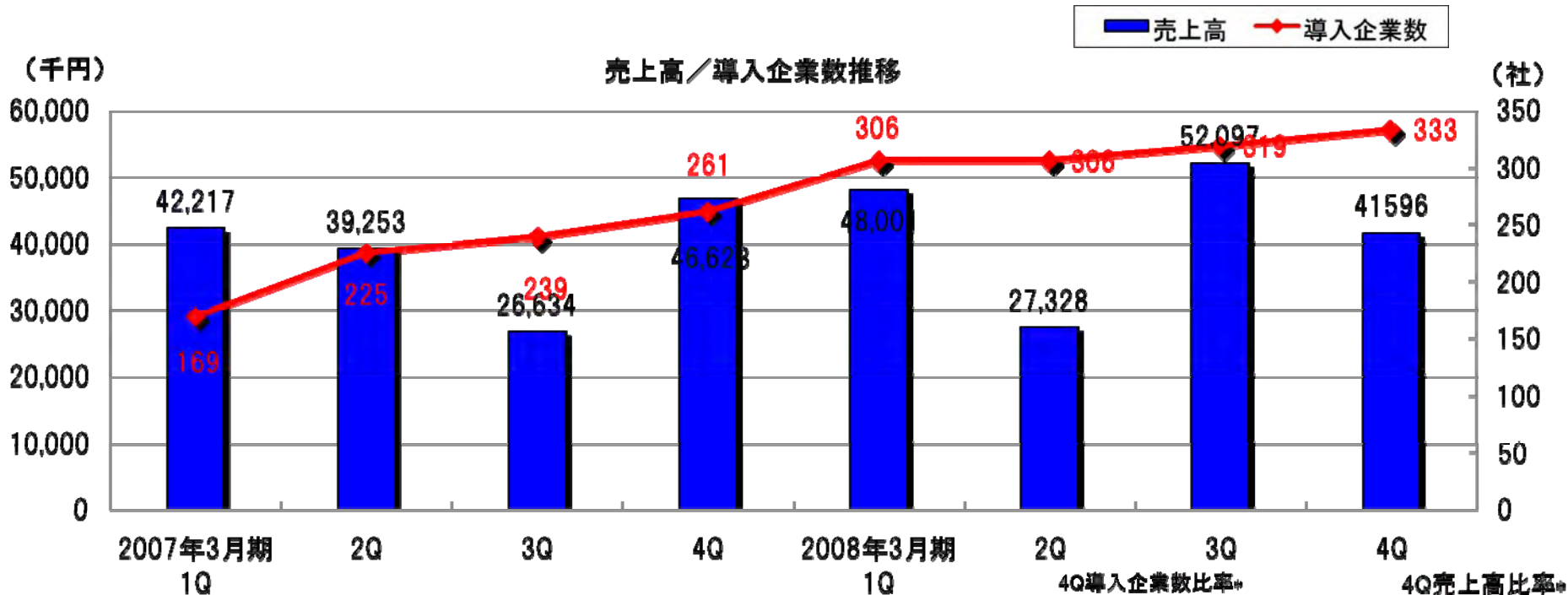


1. 予算どおりの進捗。1-3月期の受注も堅調に推移。クライアントが大型化。
2. 今後はクライアントのニーズに応える形で、研究開発中の行動ターゲティング広告技術と連動させながらブログ・SNSのみにとどまらずユーザー参加型のメディアの構築として事業の拡大を図っていく。
3. 1-3月期取引先企業：関西マルチメディアサービス株式会社、など

* 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)構築システム『ドリコムブログオフィス』

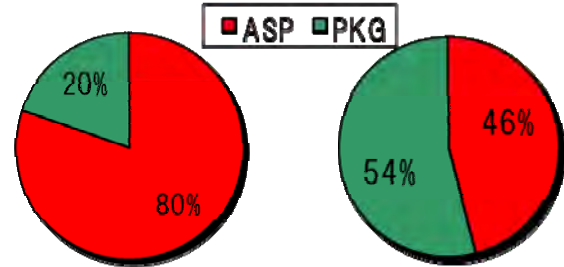


1. NECネクサソリューションズ経由で大手企業の獲得にも成功。

2. リポート案件を含め堅調に推移。

3. 1-3月期取引先企業:株式会社リクルート、

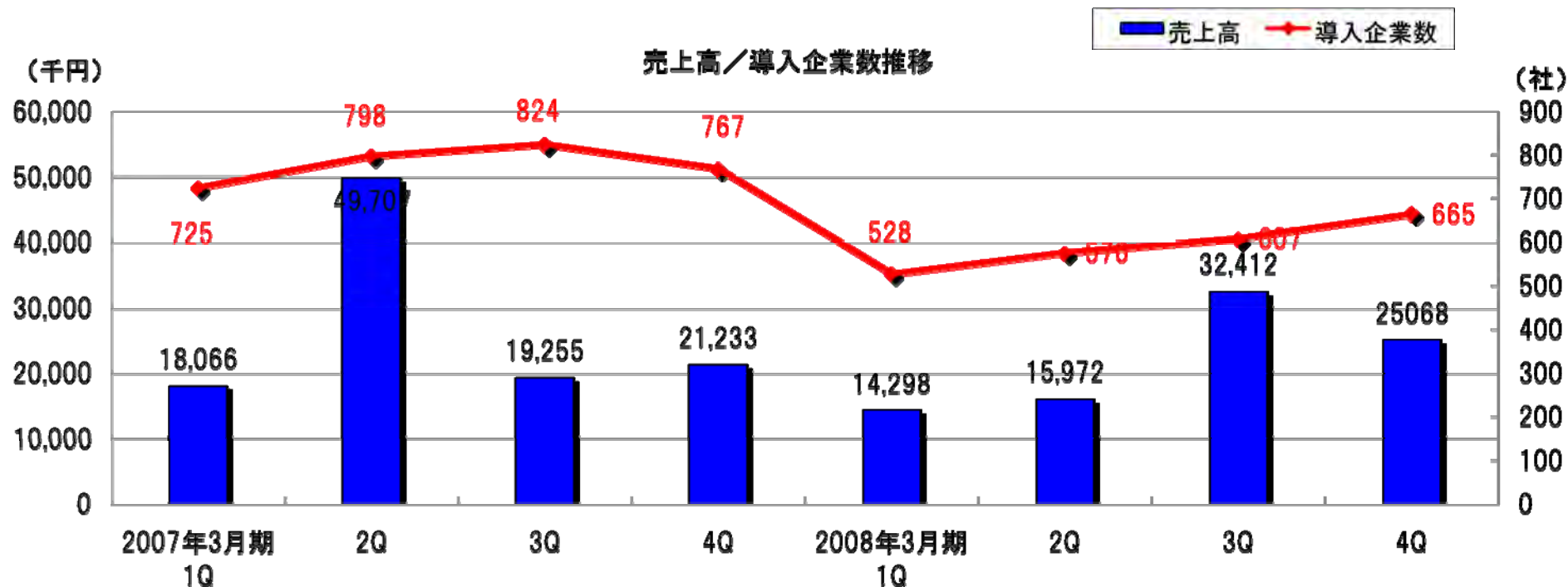
伊藤忠商事株式会社繊維カンパニー、株式会社大塚製薬工場など



* 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。
* 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

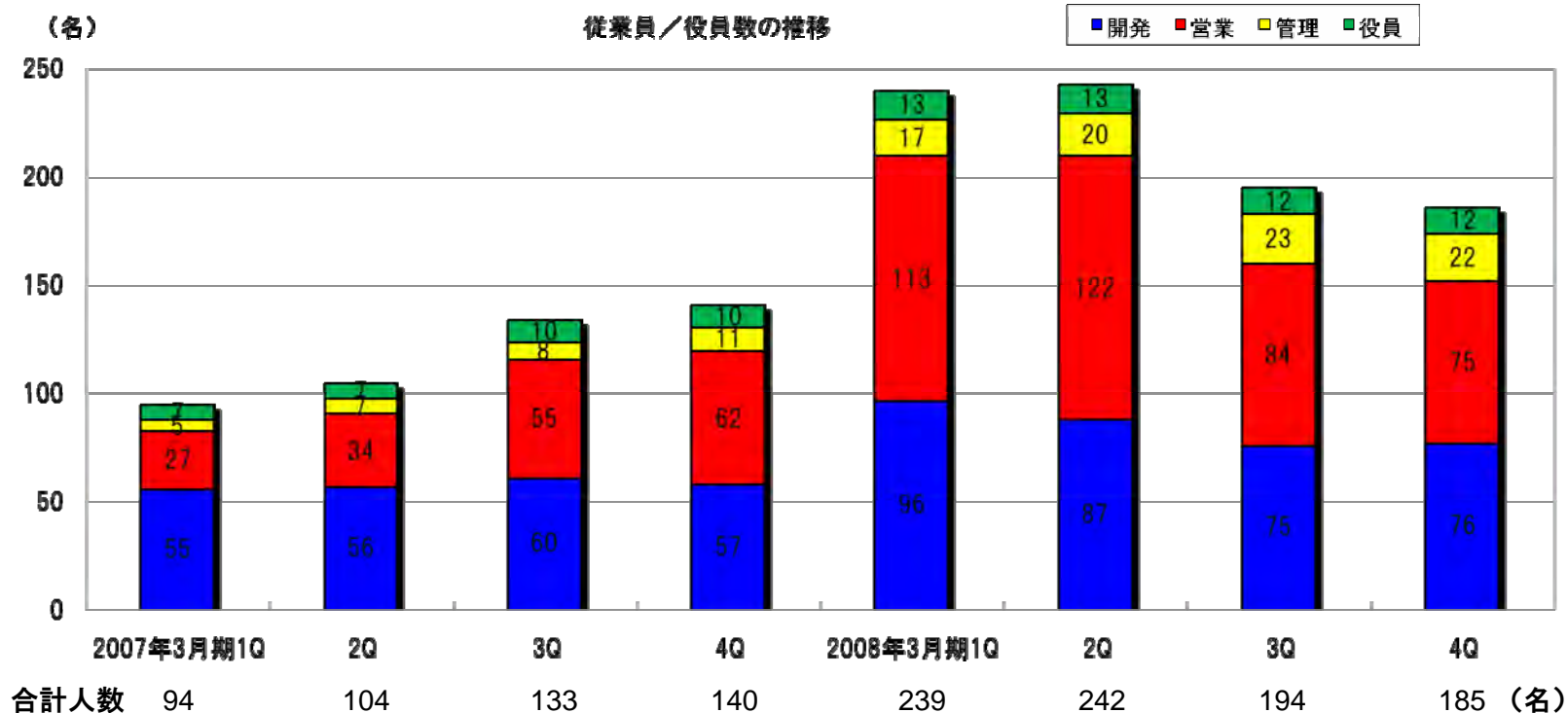
Webサイト構築・更新システム『ドリコムCMS』



1. 当初の計画通り、初期の大口アカウントの解約による契約数減少は停止し、緩やかに顧客数が増加中。
2. 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、収益力強化を進めている。
3. 1-3月期取引先企業:富士火災海上保険株式会社、株式会社長谷エインテック、など

* 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一環として、単体では非正社員・派遣社員の雇用の解消と新規採用の原則停止等を実行し、従業員数は減少。

*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。

2008年3月期 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
- ・ ドリコムジェネレーティッドメディア、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

- ・ ドリコムジェネレーティッドメディア、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を発表

2007年9月

- ・ 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

2007年10月

- ・ 平成20年3月期中間および平成20年3月期業績予想の修正
- ・ 事業体制の最適化を実施

2007年11月

- ・ NECネクサソリューションズ株式会社に対して第三者割当による新株式を発行

2007年12月

- ・ ジェイケン、携帯電話でオリジナルの待受やメニュー画面を作成できる『みんなのきせかえ ユーコレ』の提供を開始
- ・ 内部統制システム構築の基本方針に関して決議

2008年2月

- ・ ドリコムジェネレーティッドメディア、著名ブロガーによる企業取材・求人記事掲載サービス『JobBuzz』β サービスの提供を開始

2008年3月

- ・ ジェイケン、オマケ機能付きオリジナルきせかえパッケージをダウンロードできる「セレクト放題」を開始
- ・ 楽天株式会社との資本業務提携及び第三者割当による新株式発行を実施

キーワード説明

キーワード	説明
CGM/UGC	Consumer Generated Media: ユーザ参加型のメディアで新しいメディアの形 User Generated Contents: ユーザー参加型作成されるコンテンツ
CMS	Contents Management System Webの更新などを中心とした管理システム
BT広告 /行動ターゲティ ング広告技術	Behavior targeting advertisement ユーザのサイト閲覧履歴などから行動を分析し、適した広告を提示する技術

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。

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。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。

「i-mode/iモード」「きせかえツール」は、株式会社NTTドコモの登録商標です。

「SoftBankおよびソフトバンクの名称」「カスタムスクリーン」は日本国およびその他の国におけるソフトバンク株式会社の登録商標または商標です。

「au」「EZweb」「EZケータイアレンジ」はKDDI株式会社の登録商標です。