



2007年3月期3Q決算説明会

株式会社ドリコム



2007年3月3Q ハイライト

一時的な売上の落ち込みはあるものの、引き続き積極投資を行う

1. 3Qの連結業績は、計画よりも下回る進捗。売上602百万円。経常利益△88百万円。
* 2007年3月期予算 通期 売上1,500百万円 経常利益400百万円。
2. 主力であるブログシステム関連の納品が3Qは0件のため売上が計画を下回る。
* 本社移転、JV設立にともない納品リソースが減少し、期ずれが発生。
* 2/9現在5件受注済。
3. ドリコムブログシステム関連が納品リソース不足により3Qは新規納品が0件。
* リソース不足だけではなく3Qにカスタマイズ案件が重なり、エンジニアリソースの逼迫が続いた。
4. ドリコムブログオフィスは大手向けに注力。代理店施策を強化。一時的に伸びが鈍化。
* 10/24 NECグループと、社内ブログシステム事業で協業開始。
5. ドリコムCMSはレンタルサーバーオプション展開からPUSH戦略へ。
* 2QのレベニューシェアのOEMモデルを導入に加え、ドリコムマーケティングラインを強化。
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、本格稼動。PVは順調に拡大。

2007年3月期第3四半期 連結業績サマリー

売上高:前年同期比**46%増加** 営業利益:積極的投資により**赤字**

(単位:百万円)	当四半期	前年同期	前年同期比	増減要因
売上高	603	413	46%	戦略的な投資により増加率は一時的に縮小
売上総利益	392	286	37%	開発人員の増加に伴う増加
販管費	507	146	248%	積極的投資、人員増加により大幅増加
営業損益	△ 115	140	-182%	
経常損益	△ 89	135	-166%	営業外収益増加
当期純損益	△ 51	80	-164%	

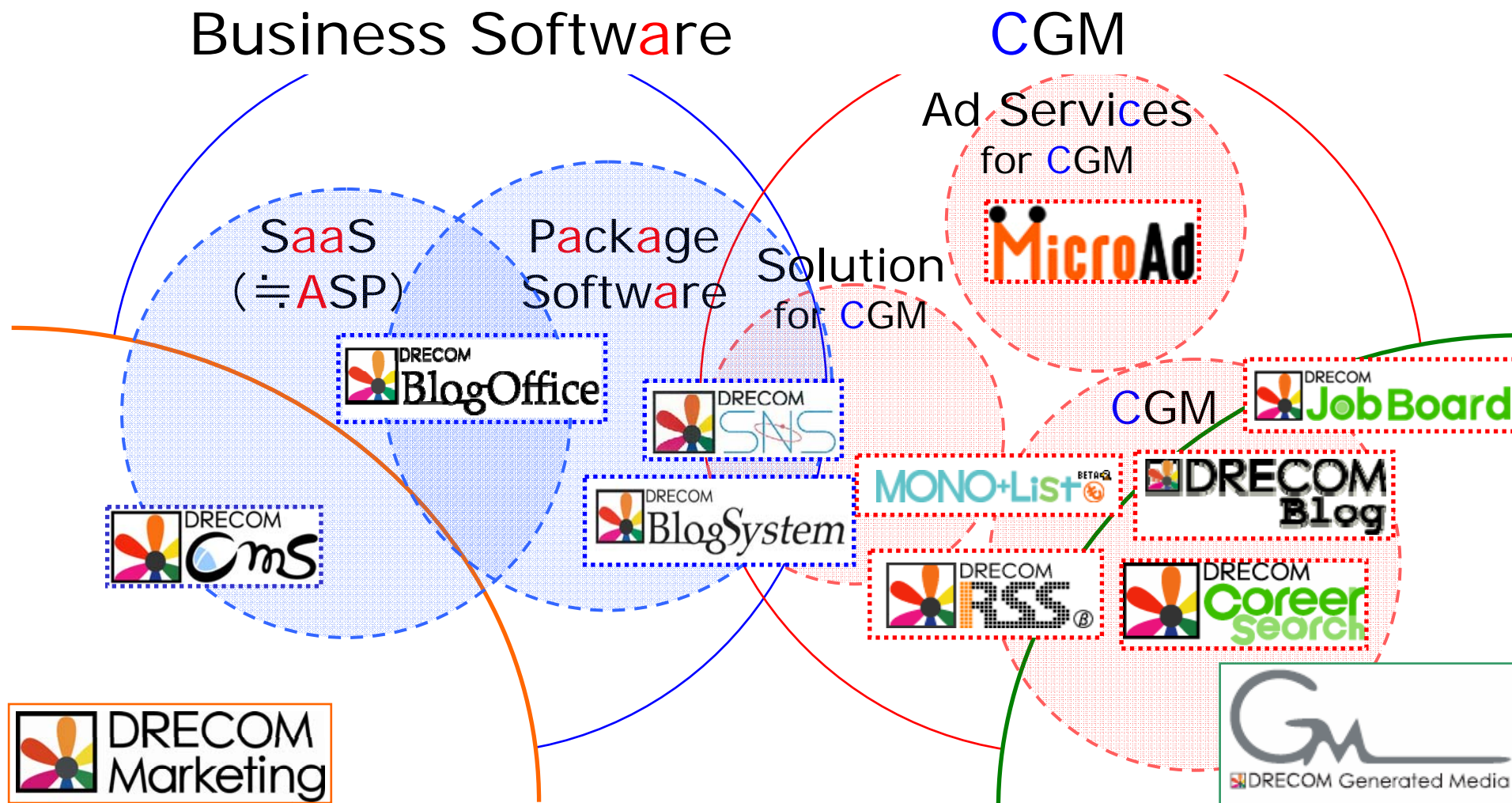
2007年3月期下期 投資活動経過

中小企業向け展開の中心として光通信グループとJVを設立

投資テーマ	目的	進捗
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	現在安定供給体制構築中。今期中に試験販売開始予定
中小企業向け製品の改良	来期の事業拡大に向けた投資	携帯電話利用面の強化を継続
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	来期上期を目標に開発を継続
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	光通信グループとJV設立。包括的に提携
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	キャンペーンの効果を検証中
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現在テスト中。年度内にサービスリリースを予定
BtoCサービスの新開発	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

ブログ関連ビジネスソフトウェアが収益源。SaaS/CGM分野へ積極投資



Package SoftWare展開の課題と対策

1. 今期の方針

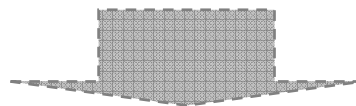
市場の成長の鈍化とカスタマイズ、納品作業がかかる点からドリコムブログシステムの売上比率を下げるべく、ドリコムブログオフィス、ドリコムCMSの売上比率を高める施策を期初に設定。

2. 対策案

⇒ドリコムブログオフィスにカスタマイズと納品の手間をなくした「アプライアンス版」を開発。
代理店販売展開を推進。
⇒ドリコムCMSはレンタルサーバーのオプション販売展開を軸に代理店展開を模索。

3. 課題と対策

⇒ドリコムブログオフィスの代理店展開に想定より時間がかかる。
* 2006年10月にNECグループと提携。既に大手通信キャリアに導入済み。
⇒ドリコムCMSのレンタルサーバー展開は時間がかかる割りに想定よりも単価が低く、収益見込みが少ないことが判明。代理店展開とOEMレベニューシェアモデルにシフト。



1.ドリコムブログオフィス、ドリコムCMS分を順調なドリコムブログシステムでカバーをしつつも納品リソース不足が課題となり、パートナーの構築を急ぐ。

2. ドリコムブログオフィスとドリコムCMSの代理店展開は既に対策済み。
収益貢献は4Qからを想定。

今後の中小企業向けSaaS事業展開における分析

1. ターゲット選定

中小企業をターゲットとし、低額商品の拡販戦略を前提。

2. ターゲット分析

ターゲット層は比較的ITリテラシーが高くないと想定。

ダウンロード型、PULL型での展開は困難である、またはマーケットが小さいと仮説。

また一人1台PCがあるとは限らないことを盛り込んだ商品開発が必須。

3. 問題認識

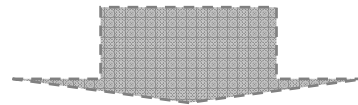
対面販売を前提とした際にネックになるのは代理店インセンティブ。

営業マン一人当たり60万円～100万円ぐらいの粗利が出るインセンティブ設定が必須。

しかし、SaaS系商材は基本、単価が低く、上記粗利を単独で発生させる商材開発は困難。

4. 解決案

高いインセンティブが発生する他の商材との抱き合わせによる展開が必要。



1. ビジネスフォンのオプションアプリケーションとしての販売展開。
(社員1人月額数百円から数千円課金のモデルを想定)

2. ドリコムCMSに関してはデザインなどをのせたパッケージを開発。
顧客単価を20万円～100万円ぐらいに設定し、インセンティブを捻出。

今後の中小企業向けSaaS事業展開指針

6段階で展開を計画。現在3段階目を実施。光通信グループとJV設立

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 ①大手営業代理店の選定と提携スキームの策定
②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電話サービスの強化
=法人向けビジネスフォンをターゲットに展開準備

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

1Q2Q
/08

ドリコムCMSの戦略転換と進捗

1. 当初の計画

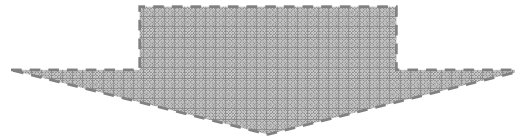
レンタルサーバーのオプションプランを軸に展開。平行して代理店販売を模索。

2. 問題認識

レンタルサーバー経由では想定より「単価が低い」「時間がかかる」ことから、優先順位を下げ代理店販売とOEMのレベニューシェアモデルにシフト。

3. 現状の対策

ドリコムマーケティングを軸にPULL施策2つ、PUSH施策2つを進行中。



PULL

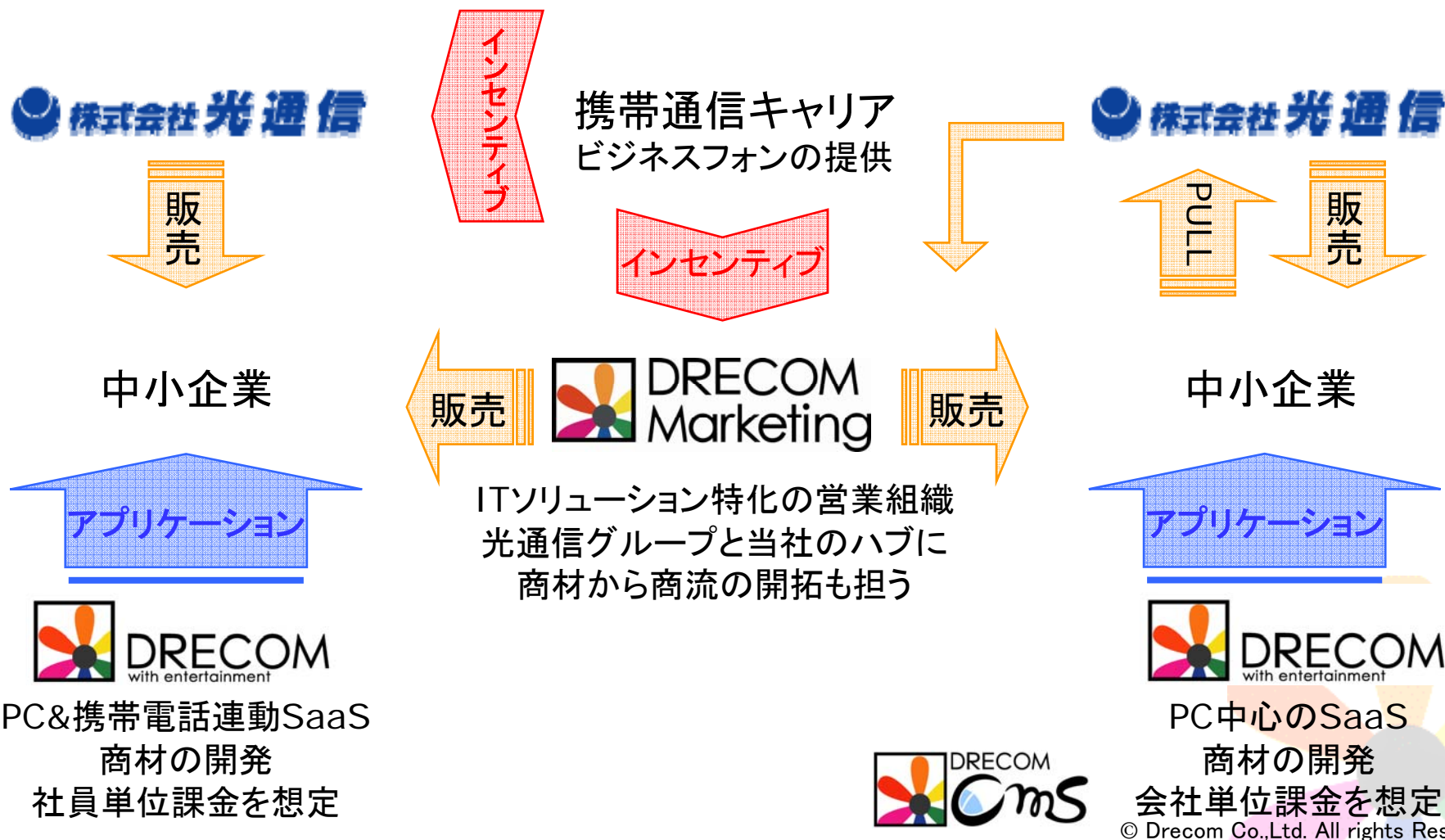
1. 光通信グループの訪問販売部隊2,000名の新規顧客からのHP制作ニーズの紹介
 2. コールセンター及びルート訪問の250名がサポートしている既存顧客からのHP制作ニーズの紹介
- ⇒安定供給体制の構築中。4Q中に実験販売開始予定。

PUSH

1. 業種特化型 ロジスティクス特化部隊100名によるHP販売
⇒協力体制、フローの構築中。4Q中に実験販売開始予定。
2. 株式会社グレイイト(はんこ屋21)との連携により新規に会社立ち上げ時にHP販売

ドリコムマーケティングの展開

ビジネスフォンとの連携を強化。PC & 携帯電話連動のSaaSを展開



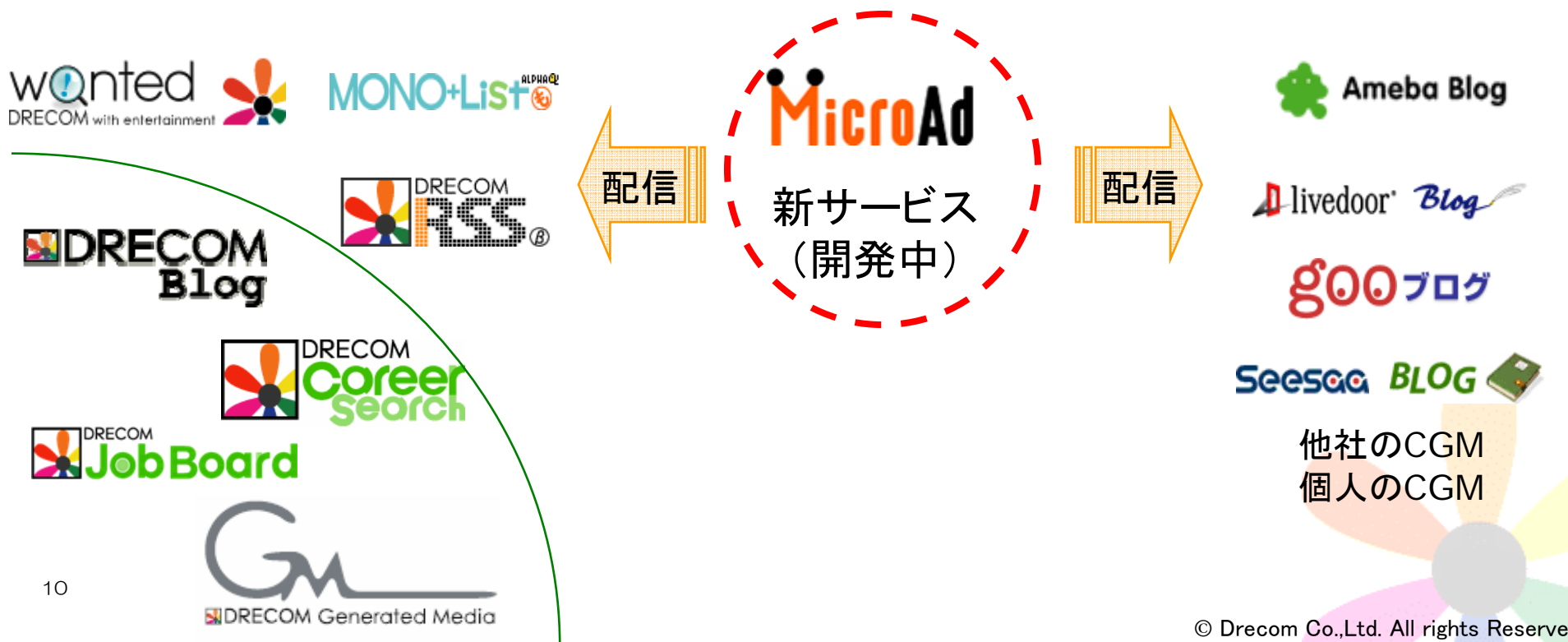
今後のCGM事業展開指針

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
α版リリース→β版にVer.Up

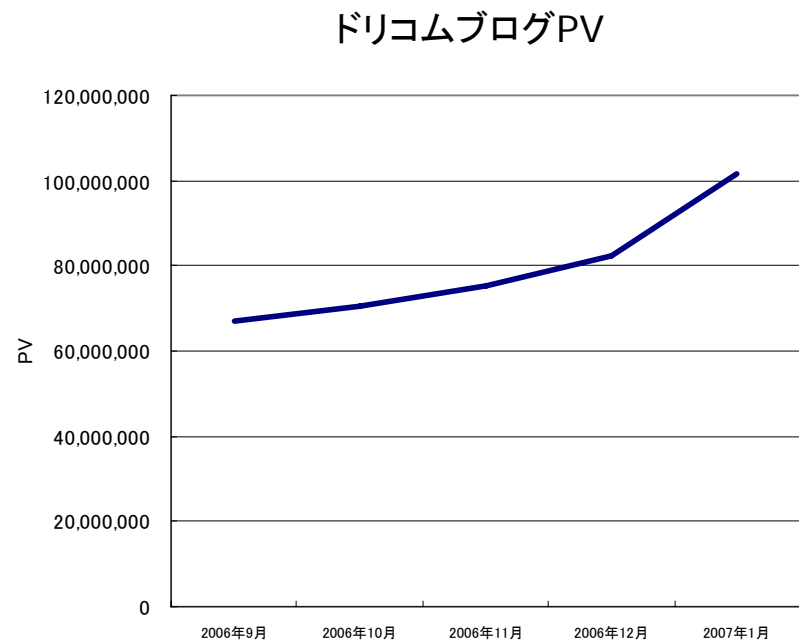
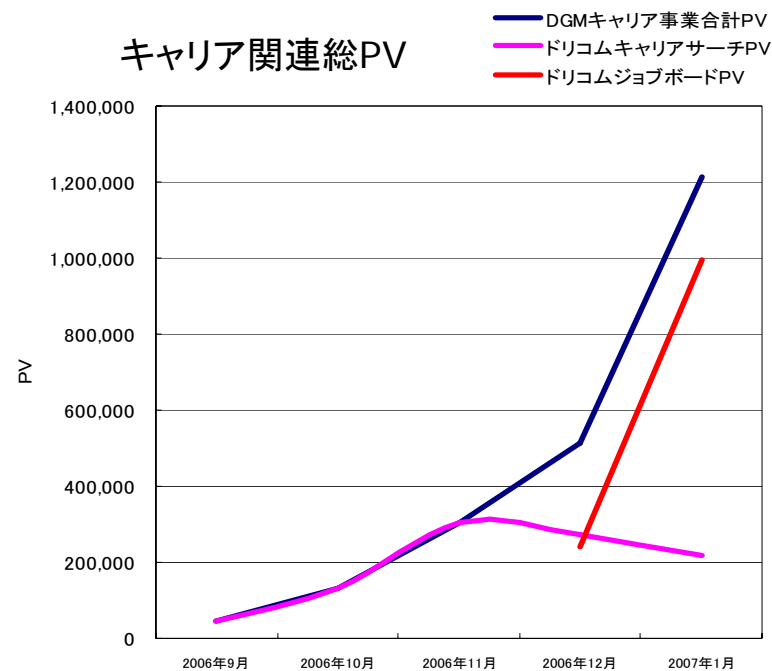
CGM向け広告配信サービス
自社CGM、他社CGMに配信

他社のCGM
媒体獲得に注力



ドリコムGMの進捗

10月よりドリコムGMが本格稼働。順調にPV増加



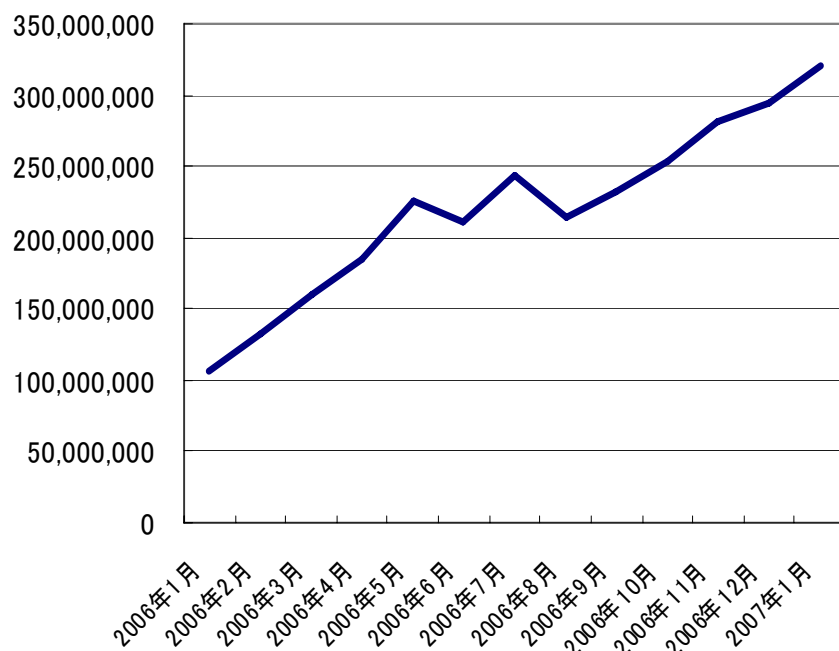
ドリコムジョブボードの垂直立ち上げに成功。
5ヶ月で**27倍**のPVへ。

5ヶ月で1.5倍 **1億**PV達成

BtoC向けMediaの進捗

来期の収益化に向け伸びているサービスにリソースを集中。PVは順調に推移

ドリコムRSS BlogListPV推移



BlogList1年間で**3倍の3億2000万PV**へ。
ドリコムRSS全体で3億9000万PV。



ドリコムRSS RSSのポータルサイト
現在PVの伸びているBlogListにリソースを集中。
今後広告枠を作り収益化へ。



ドリコムWanted 紹介求人系CGM
現在サービスの展開に関して実験中。
今後他社の利用を可能にし、収益化を検討。



MONO+List モノ系CGM
現在PV増に向けて運用中。
今後アフィリエイトサービスとの連動を模索。

2007年3月3Q 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、「モノリス」 α 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」 α 版公開
- 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 「モノリス(β)」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
- 11月16日 「ドリコムブログオフィス」エンタープライズ版販売開始
- 12月01日 光通信グループとのJV、「株式会社ドリコムマーケティング」設立
- 12月18日 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)」提供開始



Business Softwareについて

ASP展開拡大に向け光通信グループとのJV、ドリコムマーケティング設立

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

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)

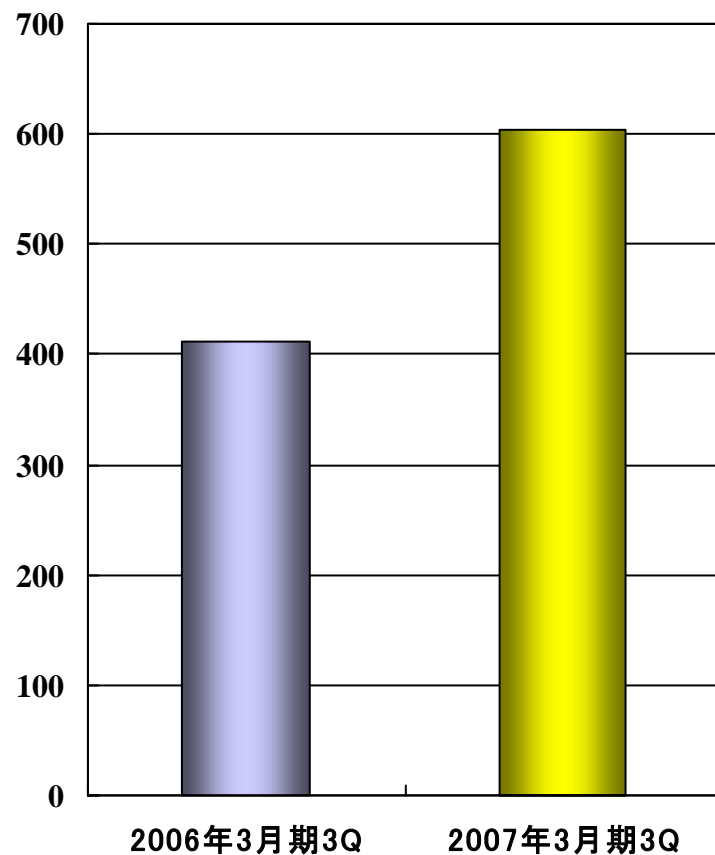
手数料

* CGM=Consumer Generated Media

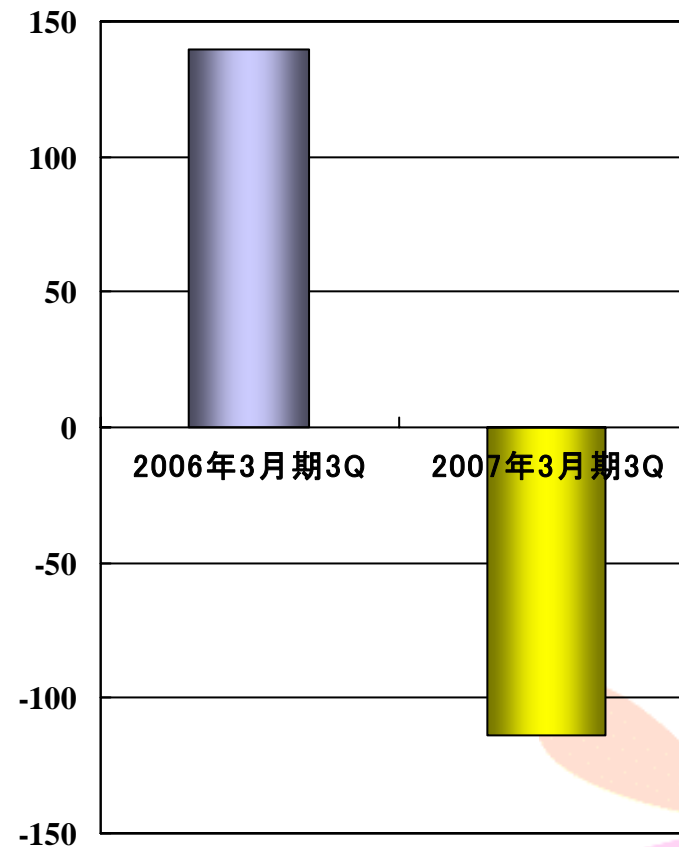
2007年3月第3四半期 連結売上高・連結営業利益の推移

売上高:前年同期比**46%増加** 営業利益:積極的な投資により**赤字**

(百万円) 【連結売上高推移】



【連結営業利益推移】

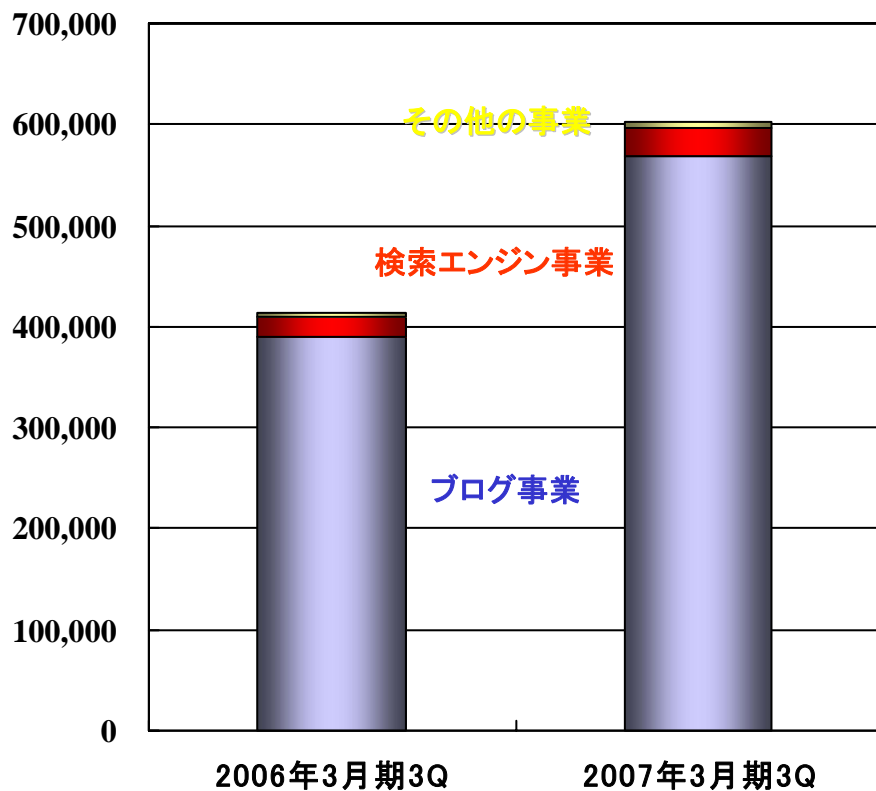


2007年3月第3四半期 セグメント別売上高・営業損益 推移

ブログ事業: 拡大への布石 検索エンジン事業: 積極的な投資

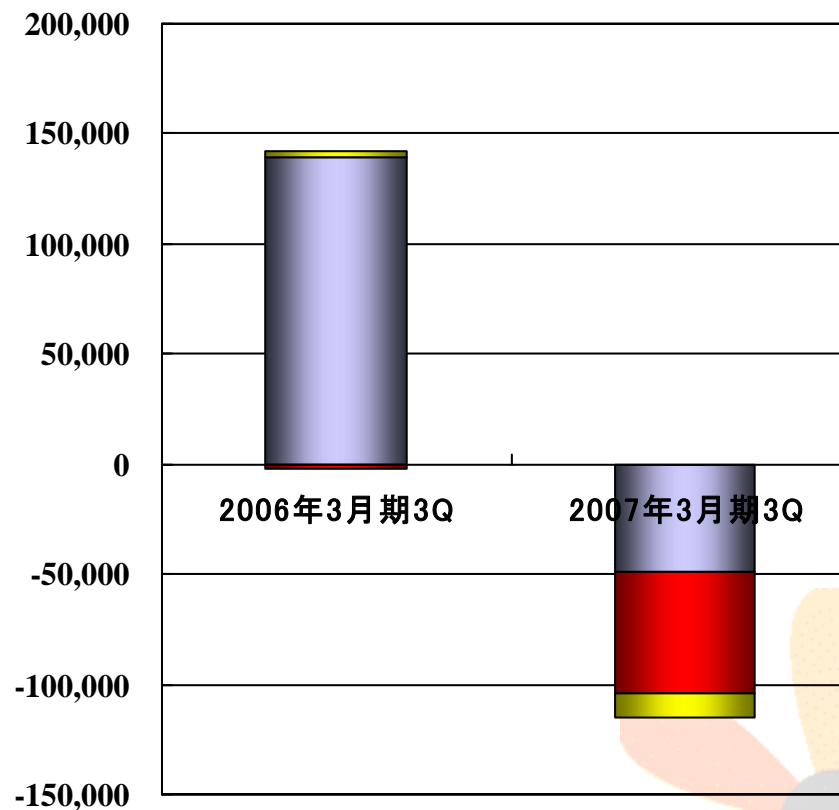
(千円)

セグメント別売上高



(千円)

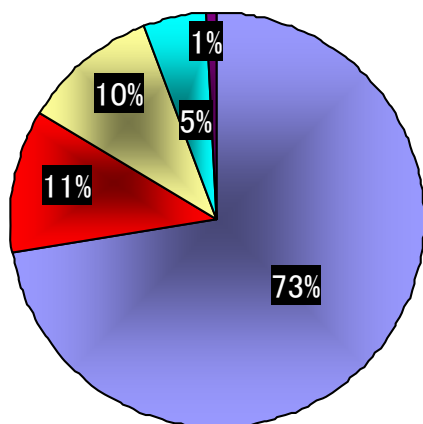
セグメント別営業損益



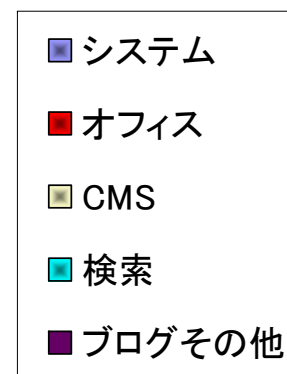
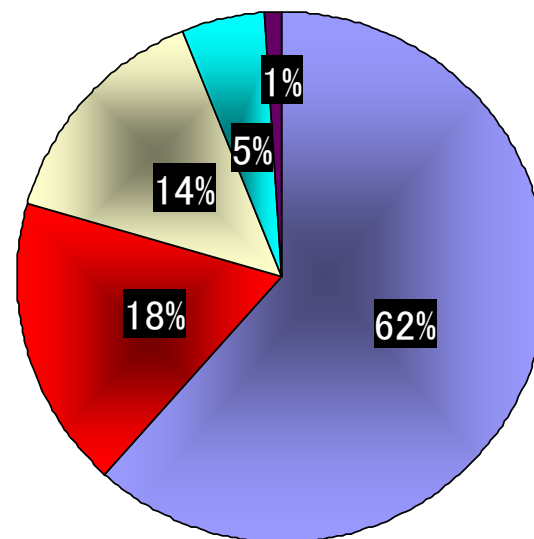
2007年3月期第3四半期 売上構成比

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月期3Q】

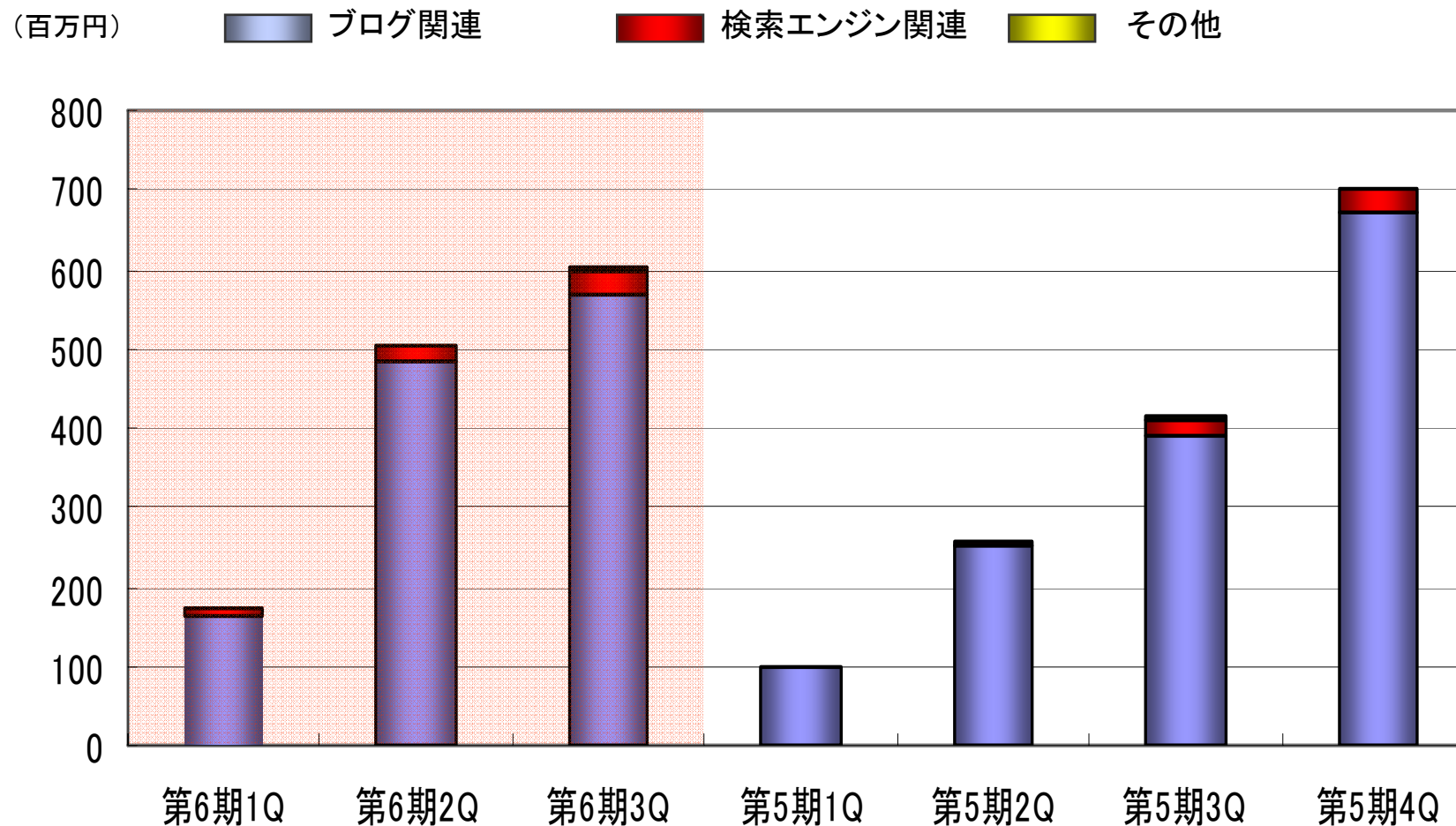


【2007年3月期3Q】



2007年3月期第3四半期 連結売上高の推移(四半期累計)

2007年3月期3Q売上高: 前年同期比**46%増加**



2007年3月期第3四半期 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	3Q
売上高	50,592	28,244	16,136	143,619	100,866	158,188	153,536	290,585	170,734	333,939	98,012
営業損益	14,186	△ 4,458	△ 11,294	91,447	31,882	71,359	36,920	116,273	△ 54,759	101,123	△ 161,078
経常損益	14,551	△ 4,261	△ 11,786	92,564	30,797	70,051	34,276	90,200	△ 51,247	108,859	△ 146,568
営業損益率	28.00%	-15.80%	-70.00%	63.70%	31.60%	45.10%	24.00%	40.00%	-32.10%	30.30%	-164.30%
経常損益率	28.80%	-15.10%	-73.00%	64.50%	30.50%	44.30%	22.30%	31.00%	-30.00%	32.60%	-149.50%

※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。

20 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、2006年12月にドリコムマーケティングを設立しております。

2007年3月期第3四半期 連結財政状態の推移

(単位:百万円)	2006年12月末 (連結)	2006年3月末 (連結)	増減	増減理由
流動資産合計	1,031	1,303	△ 272	主に現預金の減少
有形固定資産	57	11	46	
無形固定資産	762	41	721	のれん及びソフトウェアの増加
投資その他の資産	384	62	323	主に投資有価証券の増加
固定資産合計	1,203	114	1,089	
資産合計	2,234	1,417	817	
流動負債	920	178	742	短期借入金及び未払金の増加
固定負債	2	6	△ 5	
負債合計	922	184	737	
資本金	403	403	0	
資本剰余金	644	644	0	
利益剰余金	134	185	△ 51	
少数株主持分	128	0	128	当連結会計期間に新設した2社に対するもの
有価証券評価差額	2	0	2	
純資産合計	1,313	1,233	80	
負債純資産合計	2,234	1,417	817	

2007年3月期第3四半期 連結キャッシュ・フローの推移

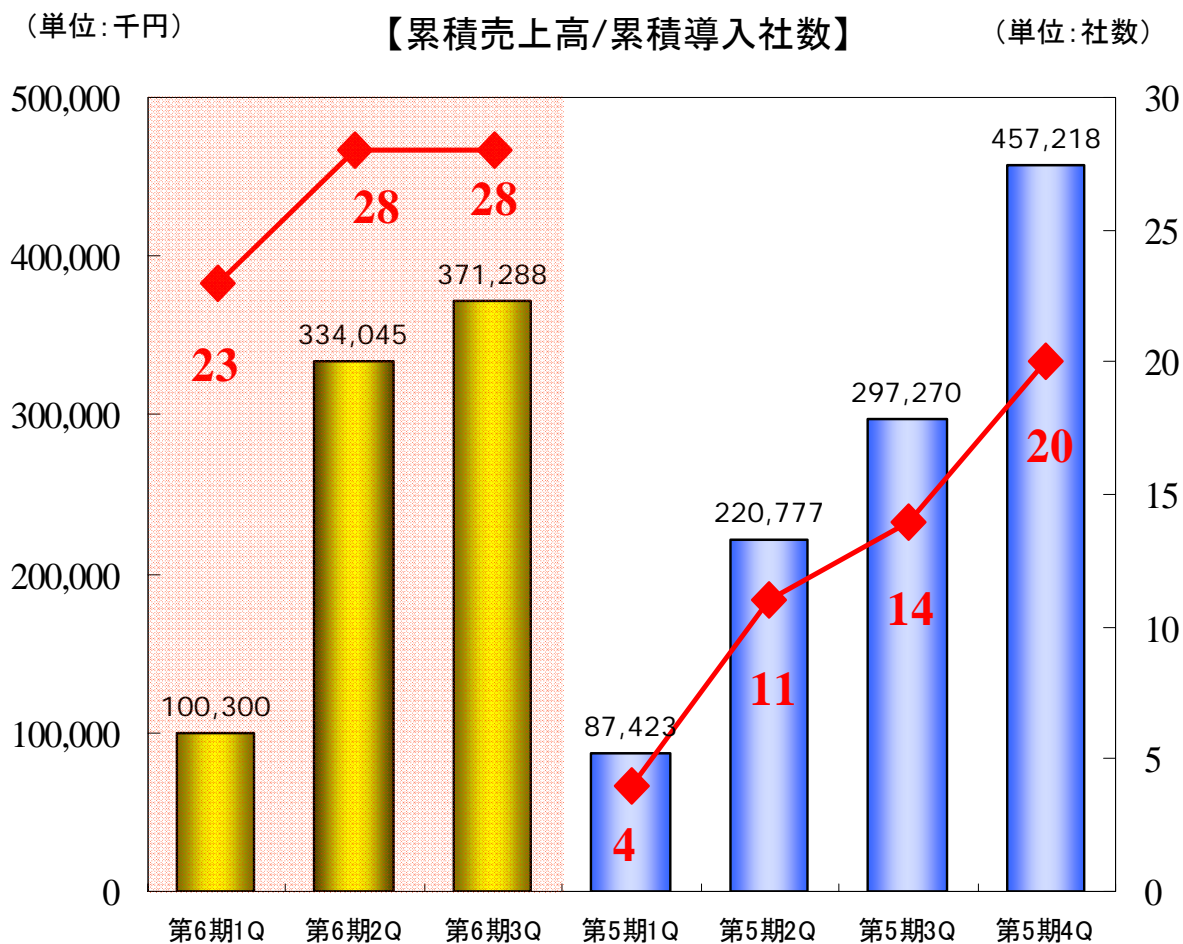
(単位:百万円)	当四半期	前年同期	前年同期比	増減要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	△ 87	106	△ 193	当第3四半期純損失の計上による
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,175	△ 70	△ 1,105	株式会社ドリコムマーケティングへの投資及び投資有価証券への投資による
財務活動によるキャッシュ・フロー	691	△ 4	695	主に短期借入金の増加による
現金及び現金同等物の期末残高	388	104	285	

2007年3月期第3四半期 連結売上原価・販管費の推移

(単位:百万円)	当四半期	前年同期	前年同期比	増減要因
原料費	3	0	—	
労務費	208	112	85%	人員増加に伴う増加
外注費	81	15	448%	アウトソーシングの積極化による増加
経費等	116	38	206%	主に人員増加による
仕掛品・他勘定振替等	-198	-38	417%	研究開発費、ソフトウェアへの振替による
売上原価計	210	127	66%	
(単位:百万円)	当四半期	前年同期	前年同期比	増減要因
人件費	161	31	420%	主に営業人員の増加による
研究開発費	47	16	186%	研究開発人員の増加による
その他	299	31	877%	主に採用費・派遣費用等の増加
販管費計	507	78	551%	

ブログ事業:ドリコムブログシステム・SNS

売上高: **371,288千円** 累積導入社数: **28社**



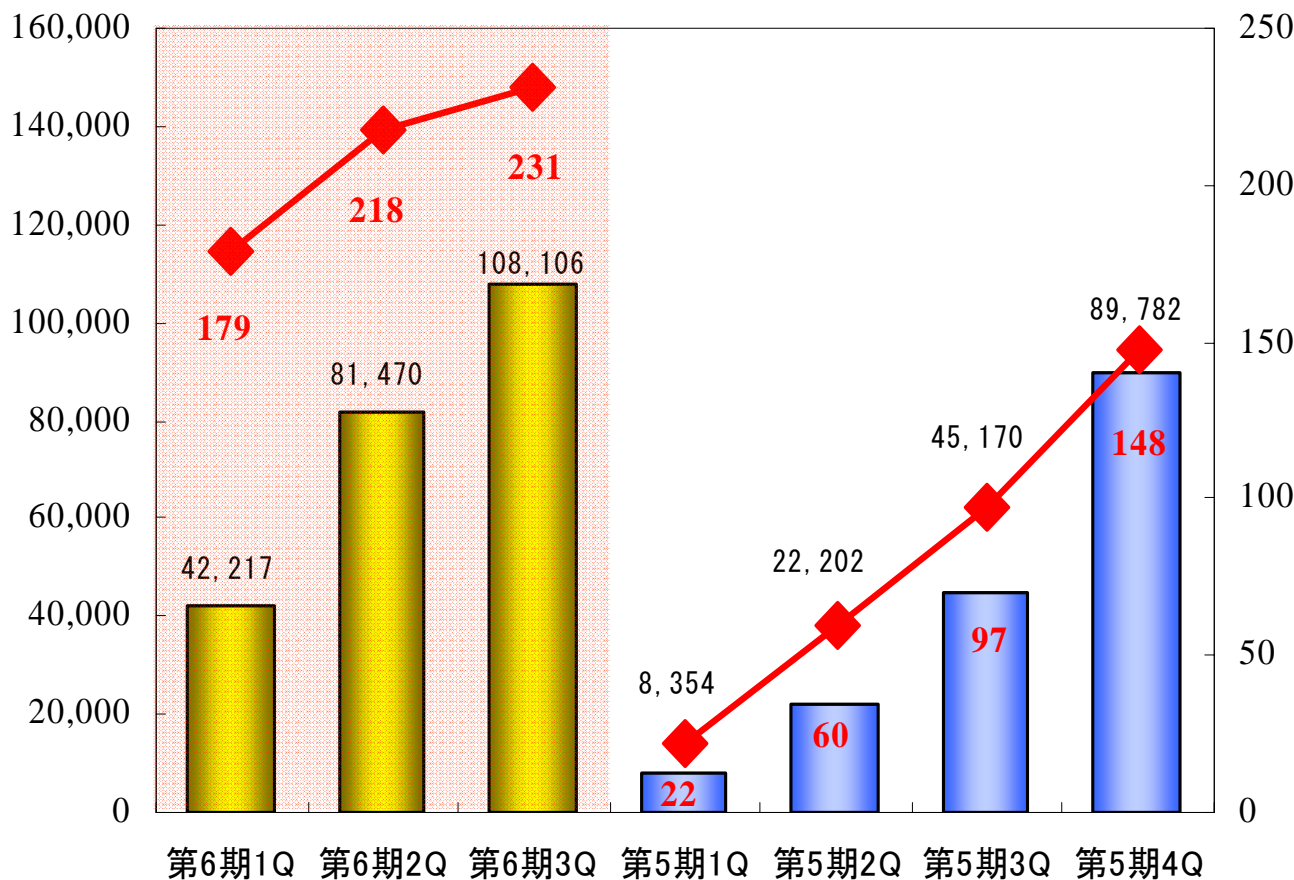
- ◆ 季節的変動及びリソース不足により3Qでの新規導入なし
- ◆ 市場ニーズは依然高い傾向
- ◆ SNSの市場ニーズの高まりに対応して、ドリコムSNSをリリース
- ◆ 開発及び営業体制の再構築を図る



ブログ事業:ドリコムブログオフィス

売上高: **108,106千円** 累積導入社数: **231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
- ◆ 市場は引き続き拡大傾向
- ◆ アプライアンスモデルリリース
- ◆ エンタープライズ版リリース
- ◆ NECグループと業務提携し、大型案件の受注に注力
- ◆ 前年同期比2.4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

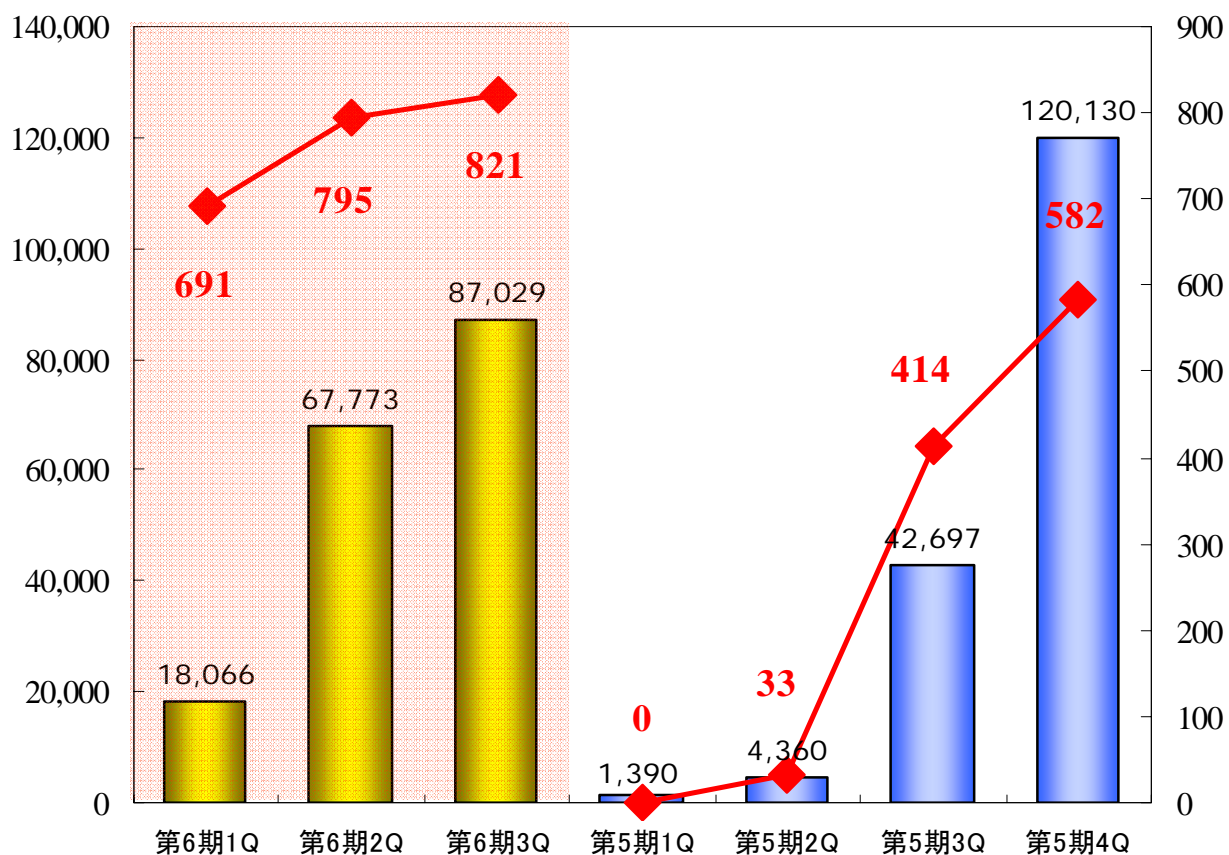
ブログ事業:ドリコムCMS

売上高: **87,029千円** 累積導入社数: **821社**

(単位:千円)

【累積売上高/累積導入社数】

(単位:社数)



◆ 啓蒙活動及び競合製品の出現等により市場が急速に拡大

◆ 価格体系の見直し(06/7月~)
初期:
98,000円→48,000円
ランニング:
4,500円/月→9,600円/月

◆ 代理店施策強化のため数社と試験販売実施

◆ 180社以上の代理店開拓中

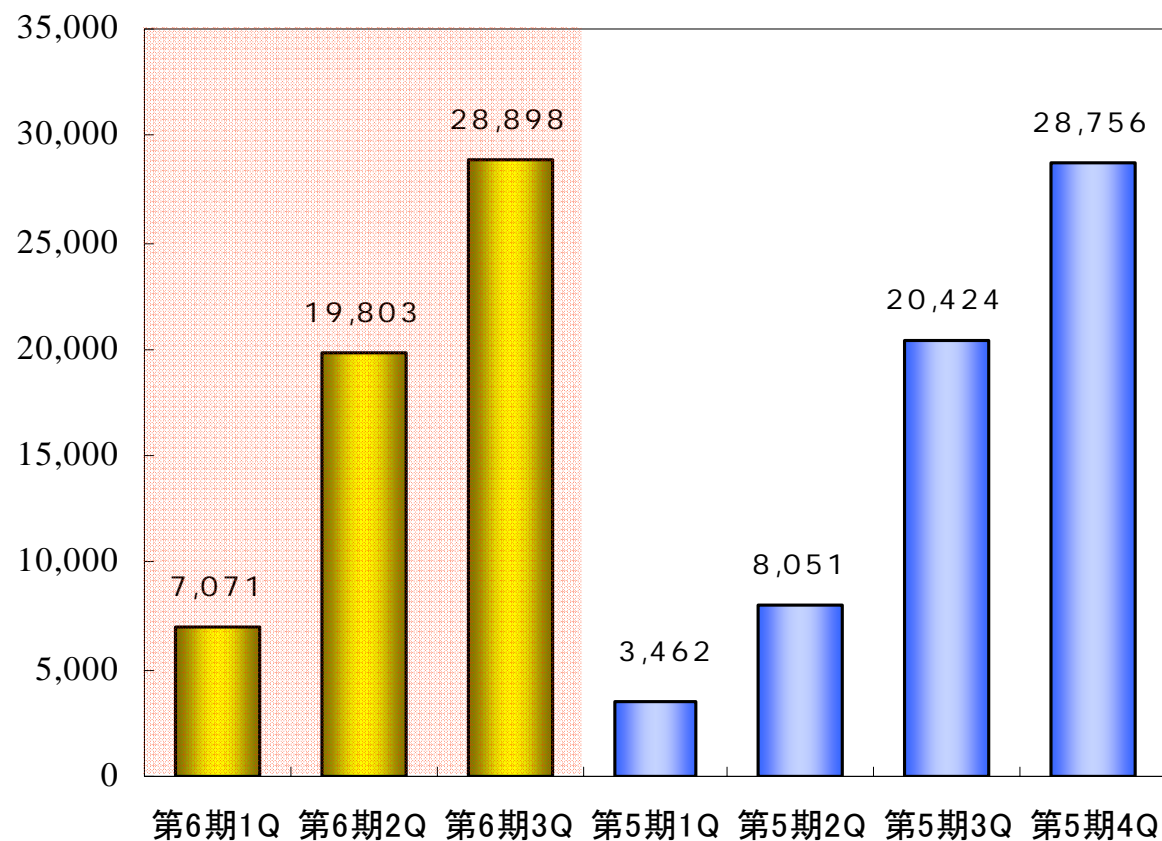
◆ レベニューシェアのOEMモデル導入

検索エンジン事業

売上高: **28,898千円** 前年同期比: **41%増加**

【検索エンジン事業累積売上高】

(単位:千円)

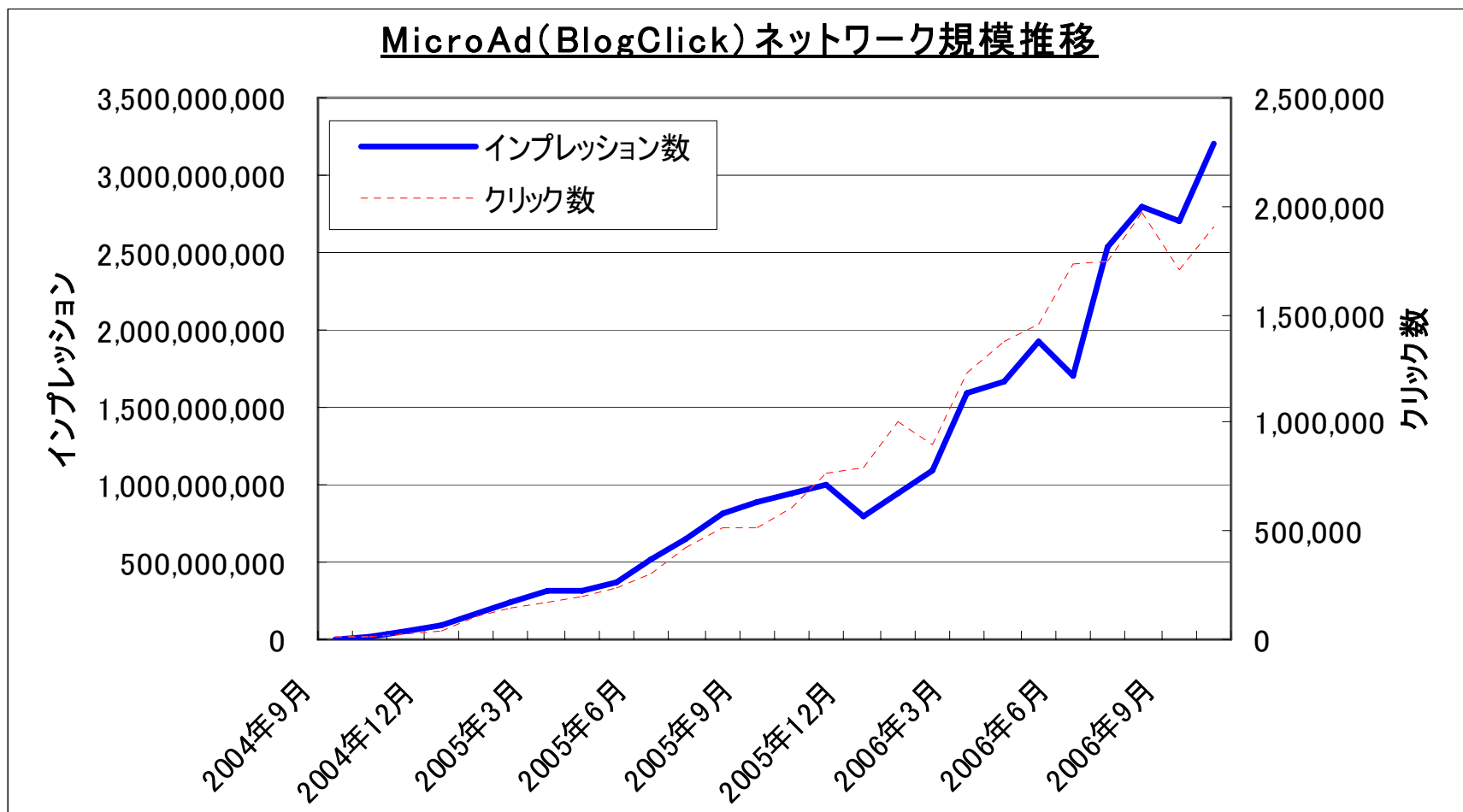


- ◆ インターネット広告市場は引き続き拡大中
- ◆ 株式会社サイバーエージェントとの共同事業である「MicroAd」が好調
- ◆ 新サービス開発のための研究開発人員を大幅増員
- ◆ 2006年6月1日付けでドリコムジェネレーティッドメディアを新設
- ◆ ドリコムジェネレーティッドメディアにおいて、リクルートグループとBtoC向けの新サービスを開発中
- ◆ 積極的な投資により順次新サービスリリース予定



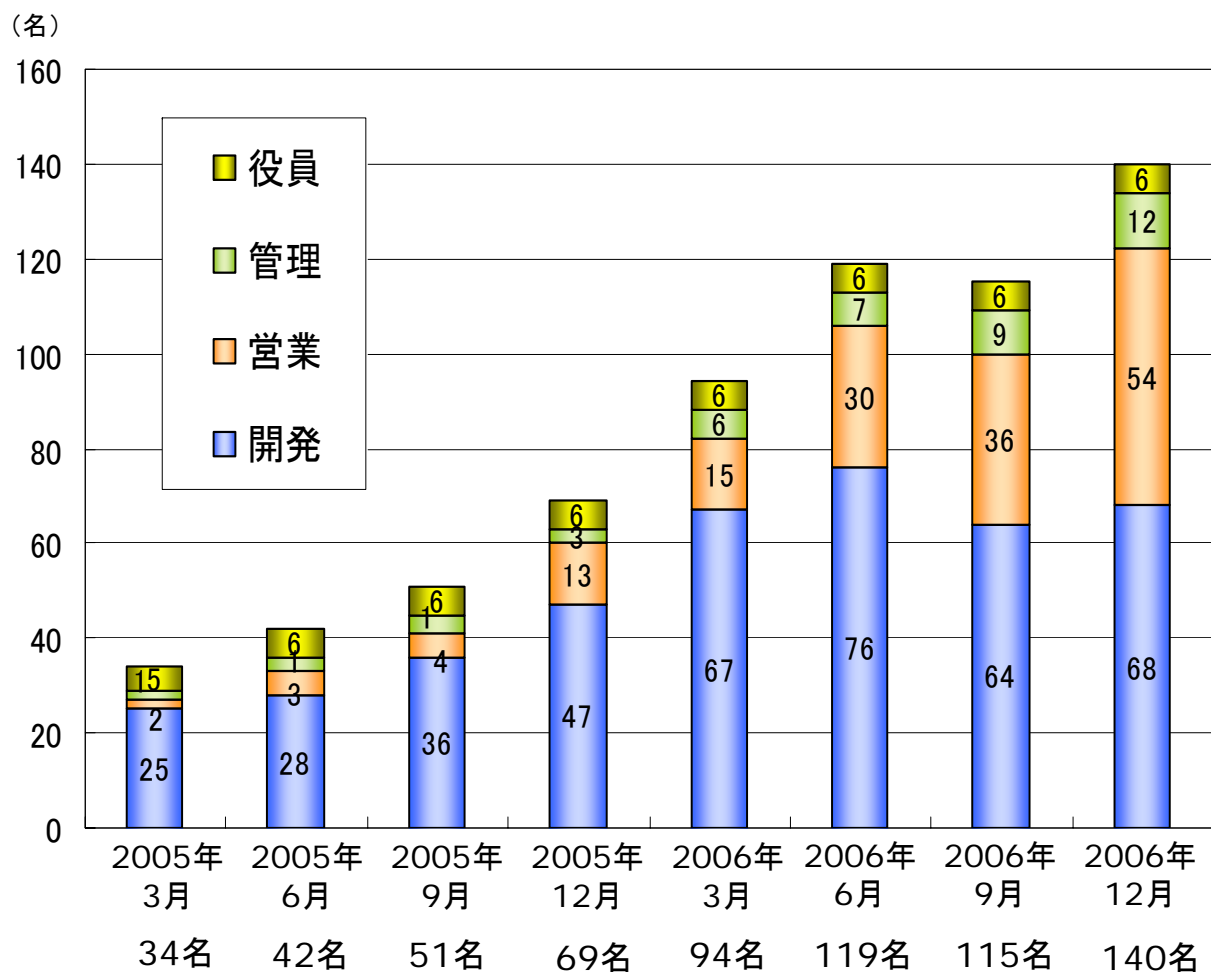
検索エンジン事業

インプレッション数、クリック数ともに順調に推移



従業員数の推移

ドリコムマーケティング新設に伴い営業人員増加



- ◆ 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名入社決定
- ◆ 中途はマネージャー層の積極採用開始
- ◆ ドリコムマーケティングの新設により営業人員増加

※2006年9月の従業員数の減少は、京都事務所閉鎖に伴う臨時従業員が退職による

SaaSについて

海外では本格的に大手ソフトウェア会社、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。

①カスタマイズができる。②軽快なインターフェースである。③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

○「SaaSとLinuxに注力する年」と日本オラクルの新宅社長(07/1/29)

○「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

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)

3年間の売上高成長率 533% **63位**(Deloitte Technology Fast50 Asia Pacific 2006)

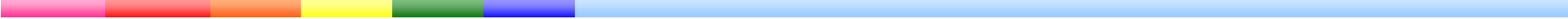
Deloitte.
Technology Fast50
Japan 2006

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電話対応の強化
	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



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。

34 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。