

第8期(2007年8月期) 第2四半期・中間決算説明資料



夢の街創造委員会株式会社

2007年4月13日

夢の街創造委員会株式会社

(大阪本社) 541-0057 大阪市中央区北久宝寺町4-4-2

06-4704-5401 (TEL) 06-4704-5402 (FAX)

(東京支社) 107-0052 東京都港区赤坂4-1-30 AKABISHI-II

03-5545-3841 (TEL) 03-5545-3842 (FAX)

当資料取扱上の注意点

当資料に記載されている、当社の計画や戦略、業績に関する予想及び見通しのうち、歴史的
事実を含んでいないものは、当社が現時点で把握可能な情報から判断した想定及び所信に
基づくものであります。実際の業績は様々な要因により大きく異なる結果となる可能性もある
事をご承知おきください。

法律上必要とされる場合を除いて、当社は事前の予告なく、将来の見通しに関する記述を見
直したり、将来の見通しの根拠となった仮定及び要因についての変更を行うことがございます
ので、ご了承下さい。

IRに関するお問い合わせ：
経営企画G 03-5545-3843
ir@yumenomachi.co.jp

2007年8月期第2四半期 決算概要

事業の進捗状況

第3四半期以後のトピックス

(参考)2007年8月期中間期 決算概要

2007年8月期 第2四半期の業績概要

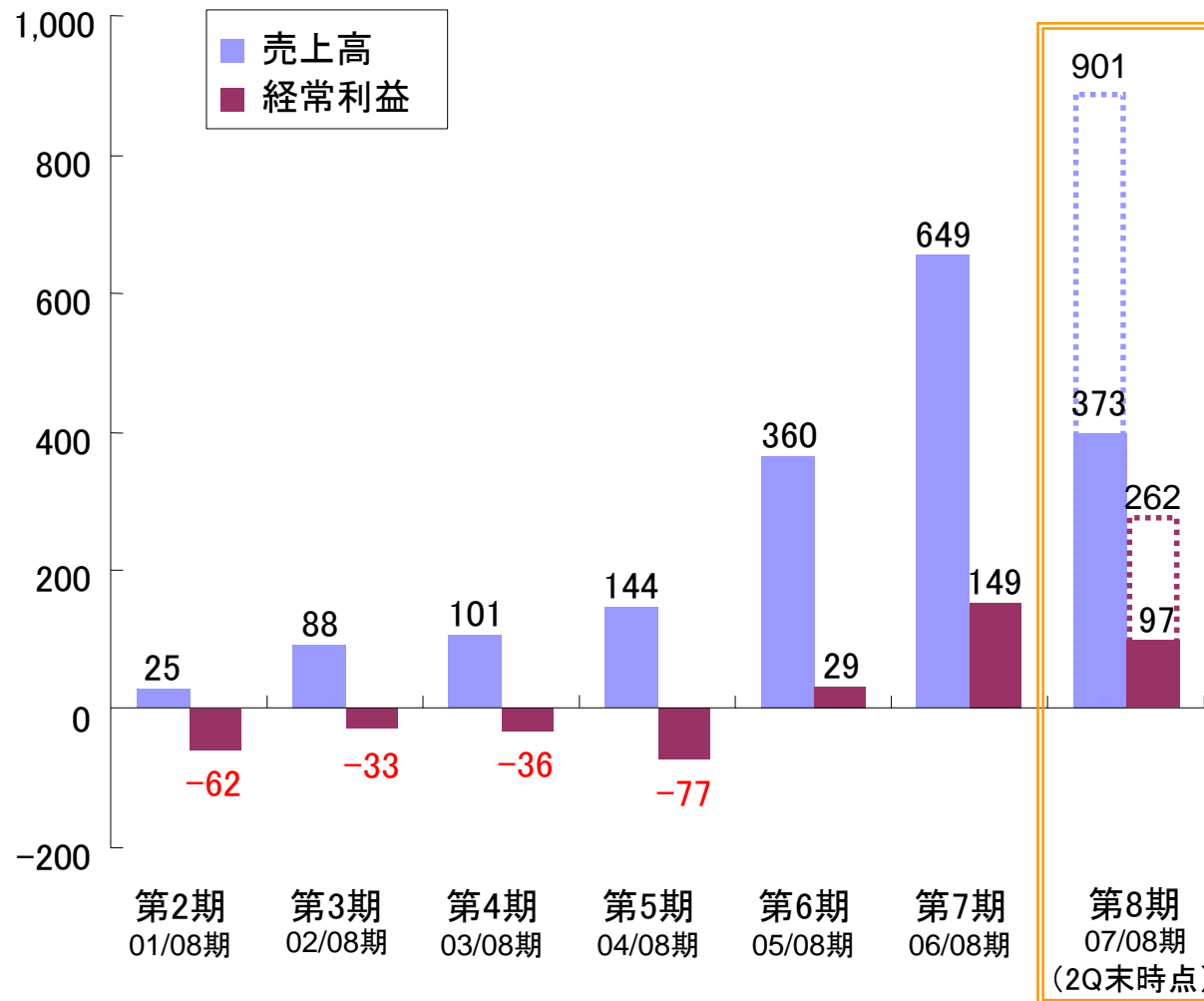
「出前館」のオーダー数は非常に好調であったが、広告代理事業の売上が伸び悩んだ。
経常利益は前四半期に比べて順調に伸びた。

(百万円)

	07/08期 2Q (06/12~07/02)				07/08期 1Q (06/09~06/11)		06/08期 2Q (05/12~06/02)		
		構成比	前四半期比	前年同期比		構成比		構成比	
売上高		190		+3.8%	+25.0%	183		152	
	出前館	178	93.7%	+12.3%	+30.6%	158	86.7%	136	89.7%
	広告代理	5	3.1%	-69.3%	-47.6%	18	10.3%	11	7.3%
	駆けつけ館	6	3.2%	+11.3%	+33.4%	5	3.0%	4	3.0%
経常利益		52	27.7%	+18.0%	+26.0%	44	24.4%	42	27.5%
四半期純利益		25	13.1%	-27.6%	-39.6%	34	18.8%	41	27.1%

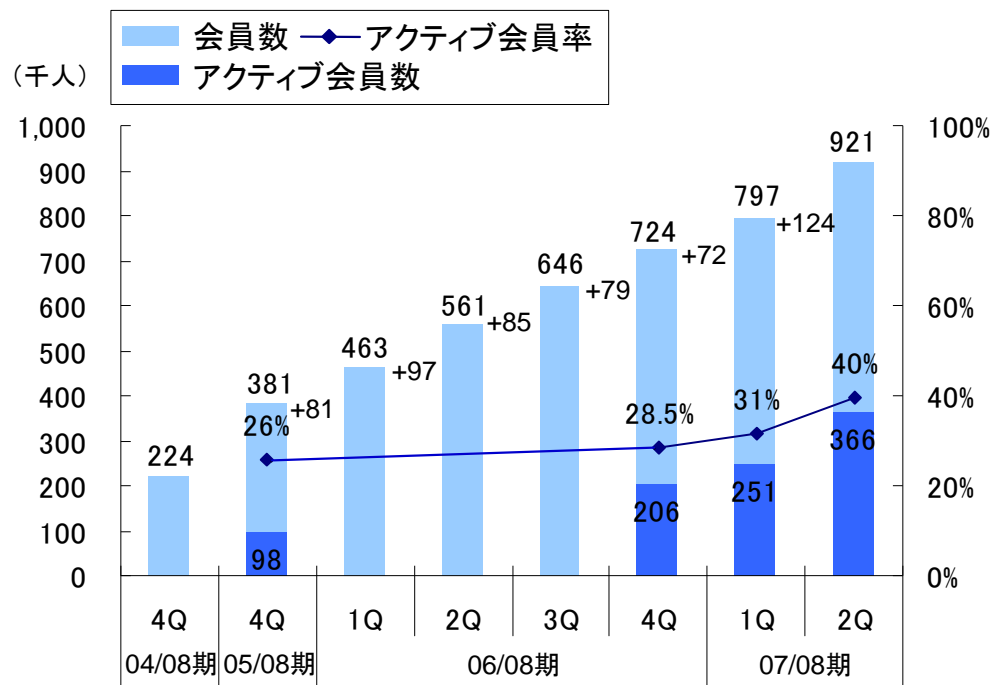
今期業績の進捗状況

(百万円)



前四半期から取り組んでいる会員増加策が成功し、会員数の増加ペースが向上しました。

会員数とアクティブ会員率の推移

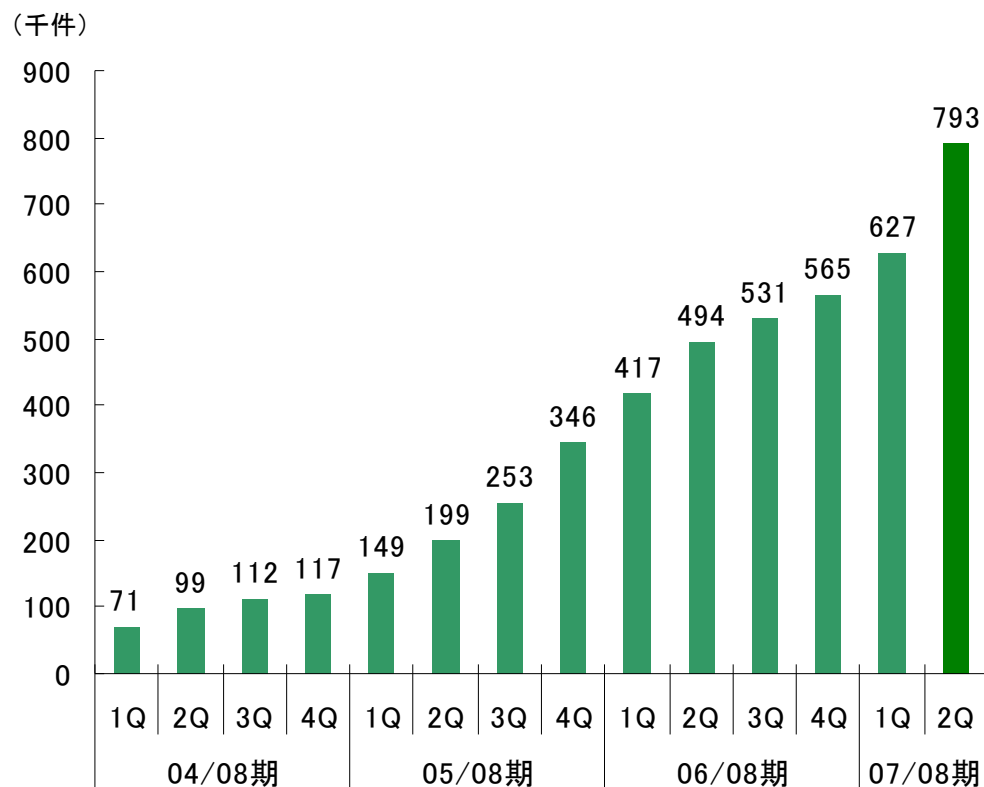


- 昨年11月に実施した会員登録画面のリニューアルが効果を発揮し、前四半期に続き会員の増加ペースが向上
- 3Qにも、会員登録の手間を減らす新たなリニューアルを実施予定
- アクティブ会員率は、継続して利用する会員が増加したことにより向上

※ アクティブ会員＝過去「6ヶ月以内」に最低1回利用した会員
 ※ 会員数、アクティブ会員数、アクティブ会員率は四半期末時点の数字

前四半期で上向いた成長トレンドを維持し、前四半期比での増加数では過去最大を記録。

オーダー数の推移

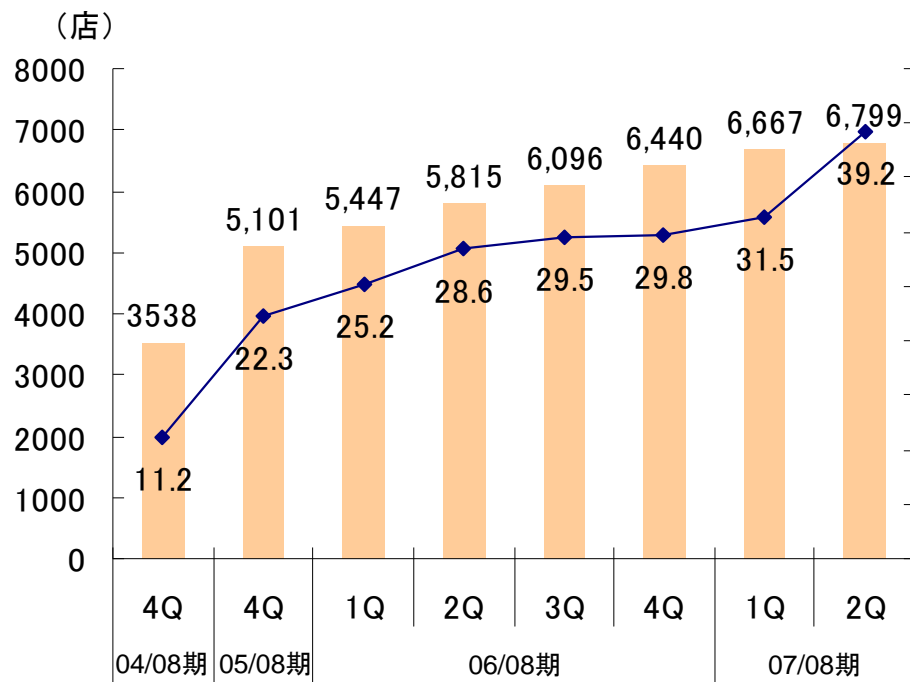


- 会員数増加、メディアへの多数露出を受けて、12月1月と繁忙期が好調
- 稀に見る暖冬でデリバリー業界全体は苦戦したが、予想外に伸びは好調だった
- モバイルからのオーダーも順調

主要な経営指標 ③

大手チェーンとのシステム連携の遅れが響き、新規加盟が291店舗と伸び悩んだ。
しかし、店舗当たりのオーダー数は大きく伸びた

店舗数と平均オーダー数の推移



- 純増約500件の目標に対して、純増132件にとどまった。(新規291店舗に対して、退店が159店舗)
- 1つ目の要因として、銀のさらで、加盟する前提であるシステム連携が遅れたため、約160店舗が3Q以降にずれ込んだ。
- 2つ目に、ピザーラで、2Qに約140店舗獲得の予定が、加盟手続きの遅れにより106店舗増となった。
- また、11月のすかいら一くに続いて、ガストでも12月にデリバリー実施店舗の見直し(33店舗減)があり、予想外の店舗数減となった。
- 店舗数が伸び悩んだ割にはオーダー数が好調であり、既存店のオーダー数の伸び余力が大きいことを改めて確認。
- 個店獲得の仕組みが機能してきたことに加えて、3Q以降に営業スタッフの4名増員を予定。

※店舗数は四半期末時点の店舗数

※店舗当たりオーダー数は、期間内平均オーダー数/期間内平均店舗数で算出

費用の状況

(百万円)

	07/08期 2Q				07/08期 1Q		06/08期 2Q		
		構成比	前四半期比	前年同期比		構成比		構成比	
売上高	190		+3.8%	+25.0%	183		152		
売上原価	42	22.4%	-9.8%	+26.9%	47	25.7%	33	22.0%	大手チェーンとのシステム連携が増え、通信費の伸びを抑制。また、広告代理事業の売上が伸びなかったことにより、原価が抑えられた。
売上総利益	147	77.6%	+8.6%	+24.5%	136	74.3%	118	78.0%	
販管費	97	51.1%	+3.9%	+27.7%	93	51.1%	76	50.0%	前四半期とほぼ変わらず安定。
人件費	34	18.2%	+13.9%	+9.1%	30	16.6%	31	20.8%	
広告宣伝費	24	12.8%	-11.6%	+110.4%	27	15.1%	11	7.6%	SEO強化、効果の高いキーワードの絞込みなどSEMの効率化を実施。
支払手数料	10	5.6%	+2.9%	-3.6%	10	5.6%	10	7.2%	
その他	27	14.5%	+9.4%	+26.2%	25	13.8%	21	14.4%	ポイント引当の開始により前四半期比+3百万円
営業利益	50	26.5%	+18.8%	+18.7%	42	23.2%	42	27.9%	
営業外収益	3	1.6%	+26.2%	+2617.8%	2	1.3%	0	0.0%	
営業外費用	0	0.3%	+456.5%	+1.3%	0	0.0%	0	0.4%	
経常利益	52	27.7%	+18.0%	+26.0%	44	24.5%	42	27.6%	
従業員数	32人(25人)		-5.8%	+23.1%	34人(25人)		26人(28人)		システム開発スタッフの入替が発生したため前四半期比減。3月1日付で2名が入社済み。

()内は臨時従業員数
社長除く常勤役員2名含む

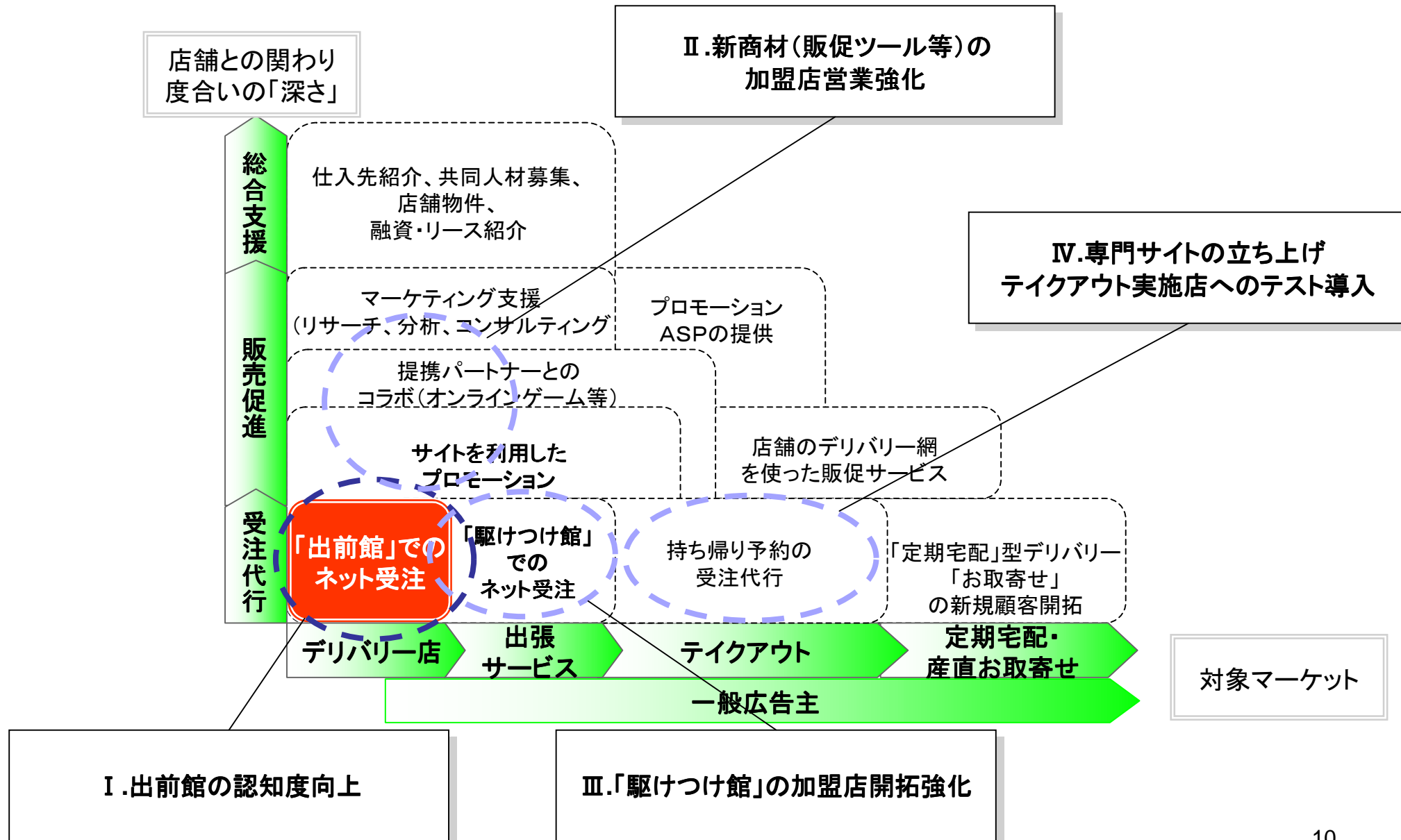
2007年8月期第2四半期 決算概要

事業の進捗状況

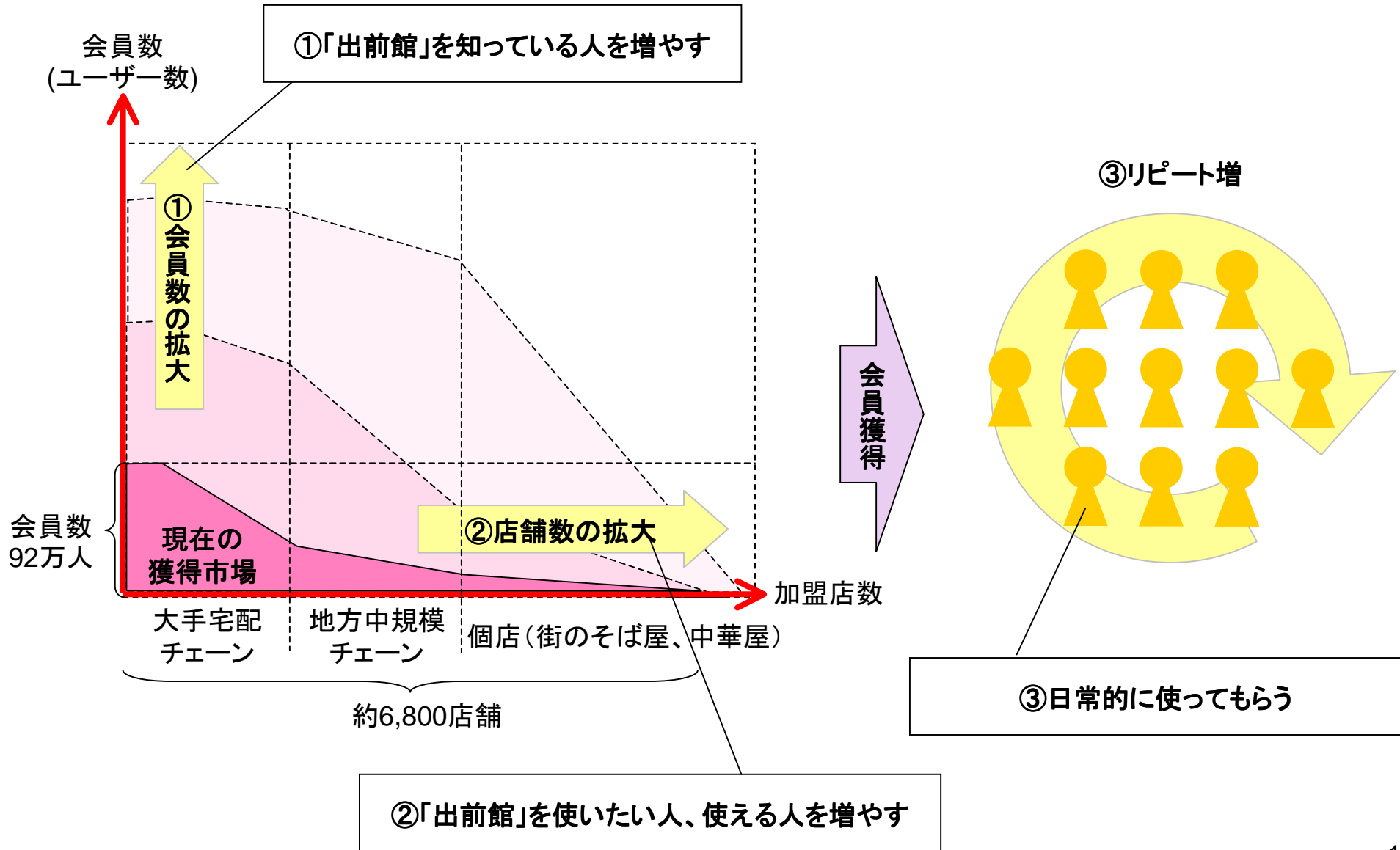
第3四半期以後のトピックス

(参考)2007年8月期中間期 決算概要

今期における4つの注力ポイント



今期の注力ポイントに対する進捗 ~ I. 出前館の認知度向上



① 知名度向上に対する取組の進捗

これまで以上に利用者数が見込める提携案件に注力して、知名度向上を図りました。

ホットペッパーへのコンテンツ提供開始

アクトビラのサービス開始

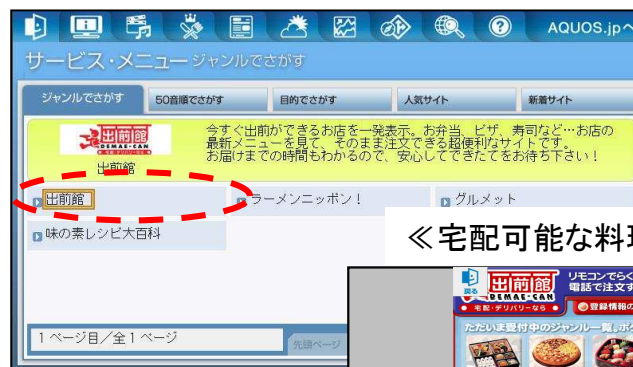
《ホットペッパー都道府県トップ》



《宅配可能な料理ジャンルの一覧画面》



《アクトビラのメニュー画面》



《宅配可能な料理ジャンルの一覧画面》

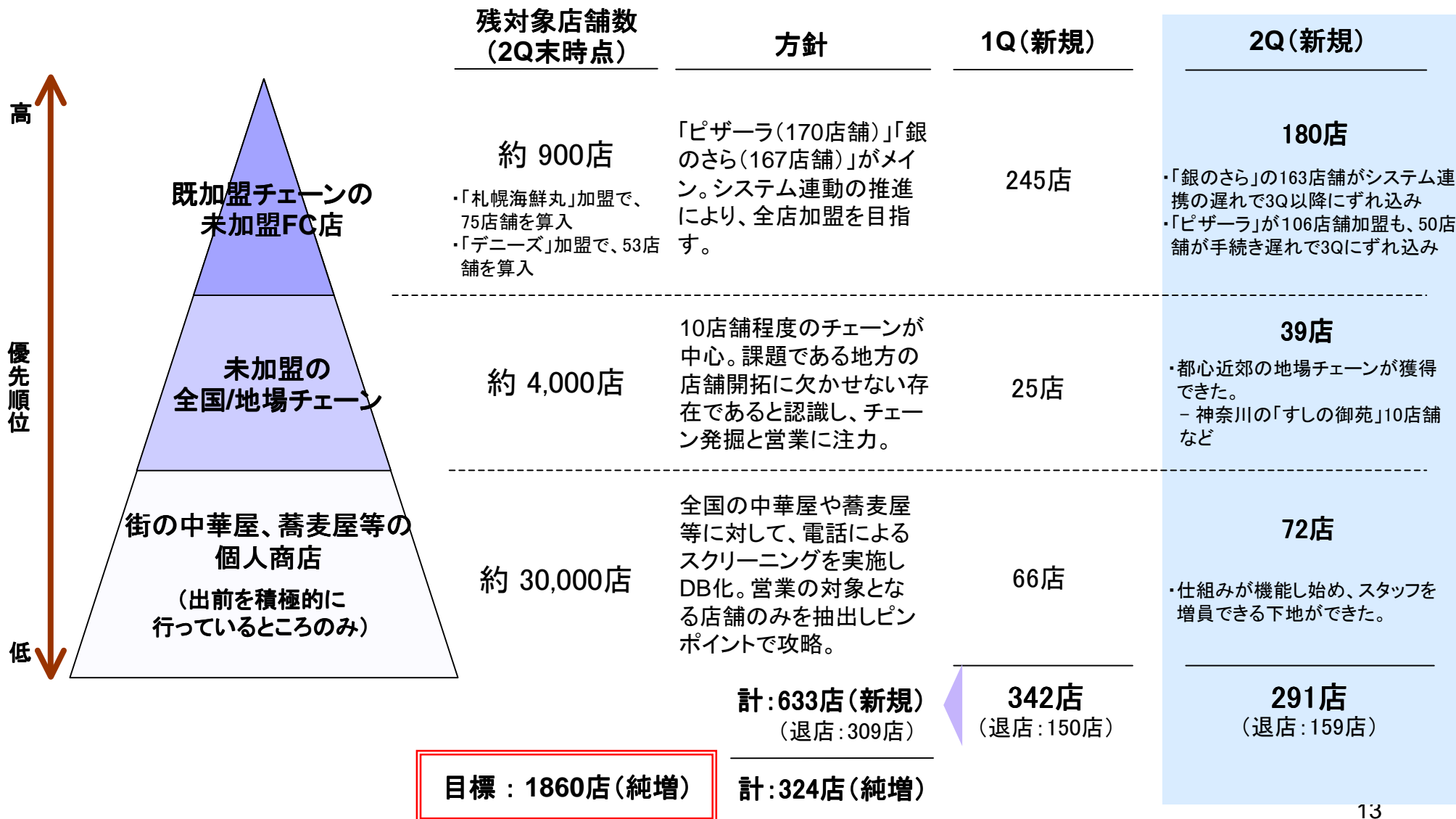


- 今までリーチしにくかったF1層がメインターゲットとなり、出前館・モバイル・Yahoo!出前に次ぐ柱として期待しており、アクセス数は多い。
- 現状、他の提携案件同様立ち上がり間もないことから注文数は大きくないものの、ホットペッパー紙面やメルマガでの出前ニーズの喚起により認知度が高まっており、注文へと結びつく下地ができつつある。

- 2月1日に開始した、松下・ソニー・シャープ・東芝・日立の5社が規格を統一したデジタルテレビ向けネットサービスで、「出前館」を掲載している松下のTナビが統合された。
- 今後のデジタルテレビの普及見込みを勘案すると、今後は大きく伸びる可能性を持つ。

② 加盟店数増加のための取組に対する進捗

既加盟チェーンの未加盟店舗の獲得件数が予想外の事態により伸び悩んだものの、効率的な個店攻略の仕組みが機能し始めたことで個店の獲得件数が増加しました。



③ 会員のリピート増加のための取組に対する進捗

クレジット対応店舗の拡大

《宅配可能な店舗の一覧画面》



- 導入店舗においては利用率が高く、ニーズが高いことが再確認できたので、今後とも対応店舗が広がっていく見込み。
- 3Q以降で吉番屋が直営・FC合わせて50店舗導入予定。さらに多くの店舗が導入見込み。
- 電話に対する差別化として有効

オフィス需要の取り込み

《宅配可能な店舗の一覧画面》



- 法人需要を見込んだ「請求書払い対応」を開始したことにあわせて、オフィス街にお昼前にメルマガを発行するなど、時間と場所から出前需要が喚起されやすい状況を勘案したメルマガの発行を実験的に実施。
- 従来よりも高いクリック率と注文率を示したので、効果が高いことを確認。
- 今後、パターンを増やして、継続的に実施していく予定。

加盟店向け広告商品の販売の強化

《出前館トップページ》



《特集広告》



《エリア限定バナーと一覧の上位表示機能のパッケージ》



- 「ピザーラ」「銀のさら」等の業界トップチェーンからの広告掲載(特集広告)を受注。
媒体としての「出前館」の価値を認めていただけるようになってきた。
- 配達エリアに限定した出稿(バナー、メール)ができるため、チラシ等の他の媒体に比べ効果的
- いくつかのチェーンからは年間契約で受注し始めている。

「駆けつけ館」の強化

■ サイトの利便性強化

- ✓ 1月25日にモバイル版をオープンし、今までとは違うユーザー層の取り込みを狙う。
- ✓ 1月10日にPC版をリニューアルし、ユーザビリティを強化。

■ 店舗増に伴うジャンルの多様化

- ✓ ガリバー(車買取)をはじめとする16社が加盟
- ✓ 保険やマッサージ、スーツ仕立てなど、ジャンルが広範囲に広がる。

テイクアウト予約サイトの立ち上げ

■ 「予約館(<http://yoyaku-can.com>)」の立ち上げ

- ✓ 12月13日モバイル版、12月18日PC版のサービス開始(ベータ版)
- ✓ 3Qにロッテリア29店舗の加盟が決定。
- ✓ 利用者への認知が不十分ではあるものの、店舗からのニーズは高く、有名チェーンの取り込みによって、まずはサイトの価値向上を目指す。

《モバイル予約館》

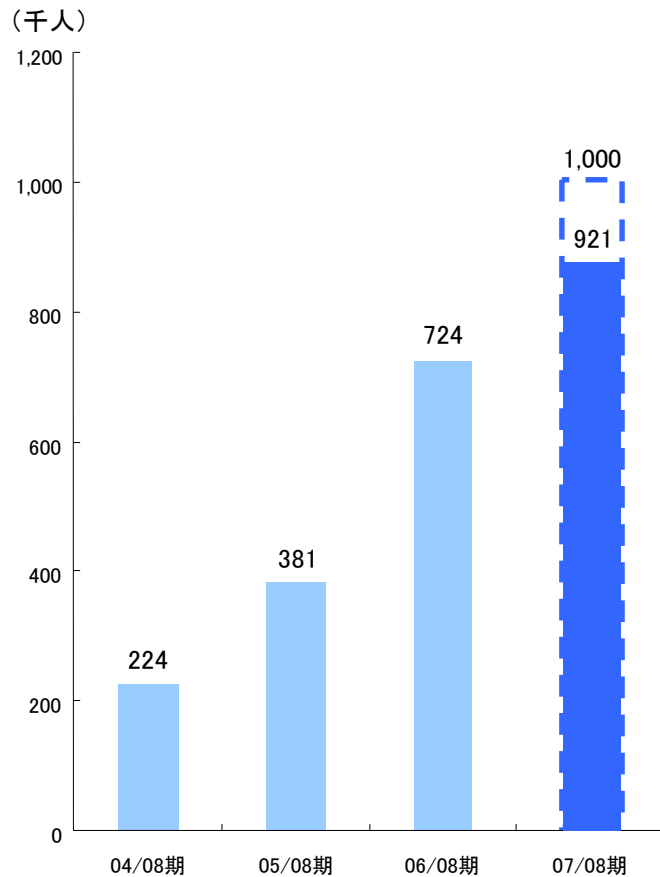


今期は大手のチェーン開拓に注力

大手チェーンにテストツールとして導入好調

各主要な指標の目標数値に対する進捗

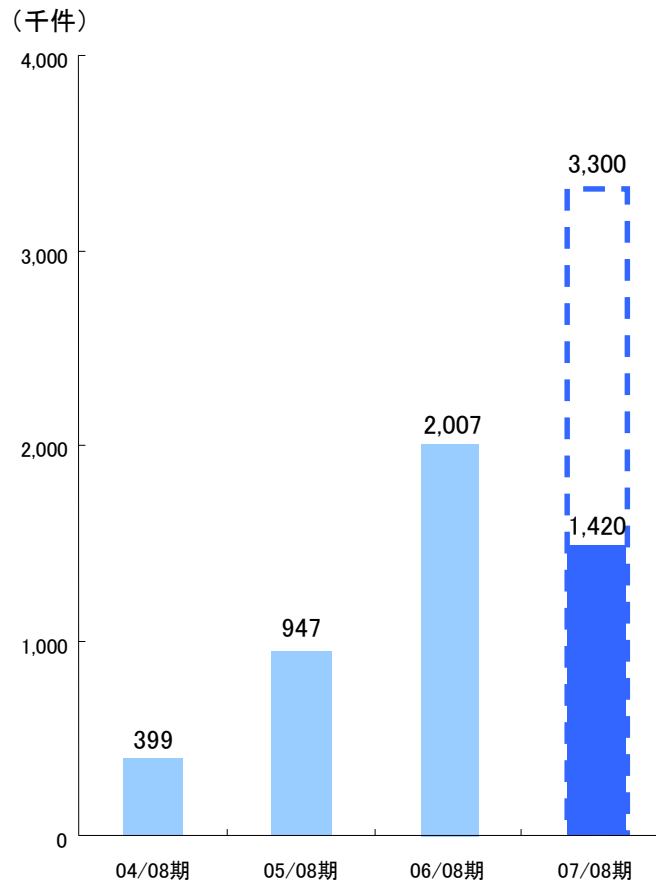
会員数



前年比31%増の1,000,000人

→ 進捗率71%

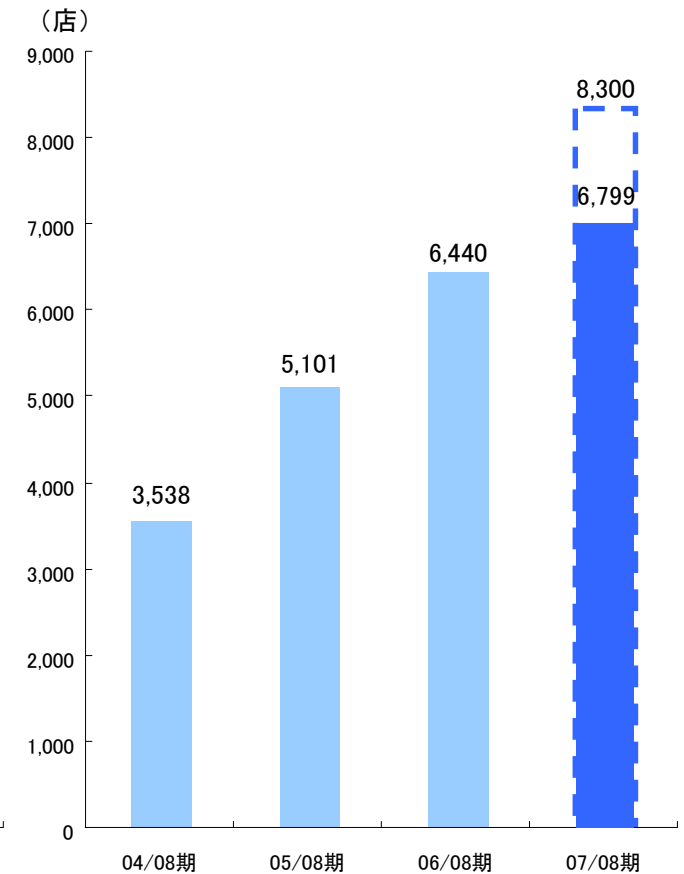
オーダー数



前年比64%増の3,300,000件

→ 進捗率43%

店舗数



前年比29%増の8,300店

→ 進捗率20%

人員計画の進捗

人員入替が発生したため、5名程度を増員予定に対し前期末比で1名減員。
引き続き営業開発を中心に採用活動を積極的に進めており、3月以降で5名増員しています。

		業務内容	役職員数 (07/08 2月末)	役職員数 (06/08期末)	役職員数 (07/08期計画)
<div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">株主総会</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">取締役会</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">社長</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">監査役会</div> </div>	営業開発G	新規加盟店開拓、 既存チェーン営業、広告営業	10名 (3月 +3名)	10名	14名
	システム開発G	システム開発、ページ制作	12名 (3月 +1名)	13名	13名
	カスタマーセンター	加盟店、ユーザー対応	2名 (3月 +1名)	3名	3名
	管理G	経理、財務、総務	4名	4名	4名
	経営企画・広報 ・マーケティング	予算管理、事業企画、広報、IR	4名	3名	4名
			32名*	33名*	38名* 18

*社長除く常勤役員2名含む

2007年8月期第2四半期 決算概要

事業の進捗状況

第3四半期以後のトピックス

(参考)2007年8月期中間期 決算概要

株式の公開買付について

ヤフー(株)の出資比率向上により、「YAHOO! JAPAN」との協業をより強化。
これまでと変わらず、経営の独立性については保つ。

TOBによる株式の異動状況

	異動前 (2007年2月28日時点)		異動後 (2007年4月10日時点)	
	所有 株式数	大株主 順位	所有 株式数	大株主 順位
ヤフー(株)	4,000株 (22.74%)	1	7,200株 (40.93%)	1
(株)インデックスHD	3,420株 (19.44%)	2	1,138株 (6.47%)	—

※持ち株比率は2007年2月28日時点の発行済株式総数17,592株を基準に算出

■ Yahoo!出前の強化

- ✓ 共同での企画開発、人的交流の促進など、これまで以上に両社間の関係を強化し、Yahoo!グルメなどでの出前サービスの展開を一体となって推進することで、Yahoo!からのオーダー数を増加させることが見込まれる。

■ モバイル分野の強化

- ✓ モバイル分野においてはこれまで両社の連携が遅れていたため、今後はYahoo!モバイル上における「出前館」の展開を進めることで、オーダー数の伸びが大きいモバイルの成長がさらに加速できる。

■ テイクアウト予約の強化

- ✓ テイクアウト予約をYahoo!グルメ上にも展開することで、Yahoo!グルメの活性化に相互に取り組むことができ、将来的には飲食店予約機能を追加して、食の総合予約サイト化を進める。

エイブルとの提携

《エイブル様キャンペーンページ》



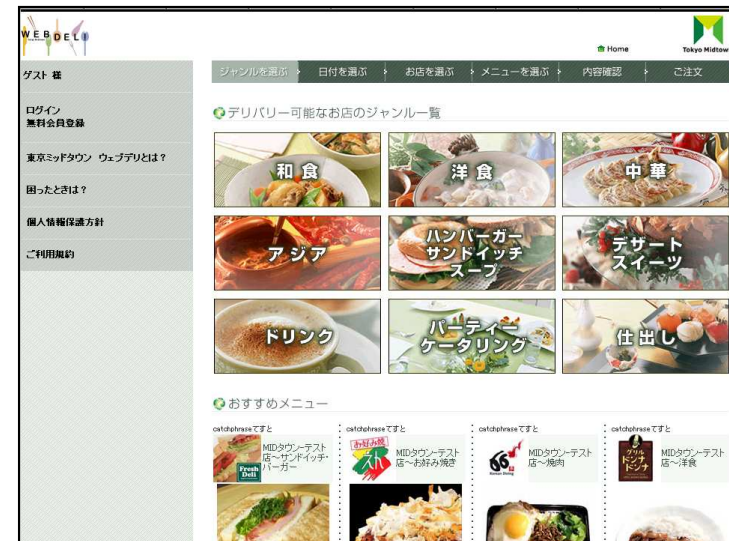
《エイブル出前館》



- 引っ越しシーズンに合わせて、ピザーラと協力して賃貸契約者に対して出前館専用クーポンを発行し、出前館の認知を広める狙い。
- 会員獲得方法の新たな試みとして実施。

「東京ミッドタウン」の専用サイトにシステム提供

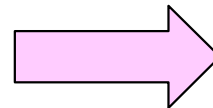
《ウェブデリトップページ》



- 東京ミッドタウン内のワーカー及び居住者、約2万人だけが利用できるクローズドサイトに、「ウェブデリ」というサービス名で出前館APIを使ってシステムを提供、5月7日よりサービス開始予定。
- 大型複合施設内に専用デリバリーシステムを構築する初の試みとなり、今後ホテルや同様の大型複合施設への展開が期待できる。
- 同様のサービス提供に伴う地域内宅配サービスの創出により、地域活性化に貢献。

「ソネット・エムスリー」へのコンテンツ提供

《m3.com会員ページ》



《m3.com出前館》

- 「m3.com 出前館」をオープンし、出前需要の高い医者・看護婦に対する認知度を高め、オーダー数・注文単価が共に見込める優良ユーザーの取り込みが狙い。
- 「m3.com 出前館」からの注文にはm3.comのポイントを付与することで、m3.com会員のメリットと出前館の利便性を融合したサービスが提供可能。

2007年8月期第2四半期 決算概要

事業の進捗状況

第3四半期以後のトピックス

(参考)2007年8月期中間期 決算概要

決算ハイライト

経常利益は伸びているものの、
今期より法人税の支払が発生するため最終利益は減少となりました。

(百万円)

	07/08期 中間実績				07/08期 中間計画 (2/21修正)	07/08期 通期計画	06/08期 中間	
		構成比	計画比	前年同期比				構成比
売上高	373		+1.1%	+33.5%	370	901	280	
	出前館	337	90.2%		+36.1%		247	88.5%
	広告代理	24	6.6%		+33.4%		18	6.6%
	駆けつけ館	11	3.2%		-14.3%		13	4.9%
経常利益	97	26.2%	-0.2%	+36.7%	98	262	71	25.5%
当期(中間期) 純利益	59	15.9%	-2.3%	-15.3%	61	152	70	25.1%

費用の状況

(百万円)

	07/08期 中間実績 (06/09～07/02)			06/08期 中間 (05/09～06/02)		
		構成比	前年同期比		構成比	
売上高	373		+33.5%	280		期初の計画を下方修正。ほぼ修正後の計画どおりに着地。
売上原価	89	24.0%	+65.2%	54	19.4%	原価率の増加は、1Qの広告代理事業における大型案件、ソフトウェア会計導入に伴う外部向けシステム開発費の原価計上による。
売上総利益	284	76.0%	+25.8%	225	80.6%	
販管費	190	51.1%	+24.3%	153	54.9%	
人件費	64	17.4%	+4.8%	61	23.7%	
広告宣伝費	52	13.9%	+119.4%	23	8.5%	上期においては、1Qのアフィリエイト広告費用の発生が大きく影響。
支払手数料	20	5.6%	-10.8%	23	8.4%	
その他	53	14.2%	+19.2%	44	15.9%	
営業利益	93	24.9%	+29.1%	72	25.7%	
営業外収益	5	1.5%	+4769.1%	0	0.0%	
営業外費用	0	0.2%	+19.5%	0	0.2%	
経常利益	97	26.2%	+36.7%	71	25.5%	期初の計画を上方修正。ほぼ修正後の計画通りに着地。