

(添付資料)

1998年10月16日

各 位

本店所在地 東京都中央区日本橋箱崎町24番1号
社 名 ヤ フ ー 株 式 会 社
代 表 者 代表取締役社長 井上雅博
(コード番号 4689)

1998年度第2四半期および上半期の事業概況について

第2四半期および上半期の業績の概況

はじめに

当四半期における日本経済は金融システム不安、相次ぐ大手企業の破綻、デフレスパイラル懸念の高まりなど、かつてないほど景況感は悪化し深刻さを増しました。上半期をふり返っても4-6月期に戦後初めてGDPが3・四半期連続マイナス成長となり、民間需要が総崩れとなるなか、景気底割れ懸念を強めました。

コンピュータ業界におきましても当四半期は、7月発売のWindows98の出荷が個人を中心に比較的好調であったものの本格的な市況回復にはいたらず、上半期でも第1四半期のパソコンの出荷実績が5年半ぶりに対前年同期比2桁の減少率になるなど、厳しい状況が続きました。

しかしこのような状況のもと日本のインターネット利用者は、1998年9月末において1,150万人に達し、そのうちのWebユーザーは720万人と前年同期に比べ大幅に増加しました。

(日経マーケットアクセス調べ)

郵政省が発表した通信白書によると2005年には日本のインターネット利用者は4,136万人となり、現在の携帯電話並みに普及すると予想しています。

日本の「インターネット広告市場」は大手広告会社によると1997年(1月～12月)において約60億4,000万円に達した模様であり、1998年は90億円を超えると予想されています。

米国では1998年(1月～3月)の「インターネット広告市場」は3億5,100万ドルと前年同期の1億3,000万ドルに比べて170.0%増と大幅に増加しました。(IAB調べ)

現在日本経済は景気底割れ懸念が強まり、企業が広告宣伝費を大幅に削減しているなかインターネット広告市場も一時的にその成長スピードが鈍化していますが、米国での拡大スピードを見ると日本でも今後一層の成長が期待されます。

このような環境のもと当社の当四半期および上半期における業績の概要は次のとおりです。

<サービスの状況>

当社では、当四半期においてパーソナライズサービス「My Yahoo!」の他、「Yahoo! 掲示板」、「Yahoo! ゲーム」、「Yahoo! ページャー」など 3 つのコミュニティサービスを新たに開始しました。また株式会社リクルートと提携した「Yahoo! 就職・転職情報」をスタート、上半期でも「Yahoo! マピオン」、地域ニュースなどを追加し、情報提供サービスの拡充を図りました。その結果 1998 年 9 月 22 日には一日あたりのページビューが、1996 年 4 月のサービス開始以来初めて 1,500 万ページビューを突破しました。

9 月の月間ページビューも 3 億 4,979 万ページビューに達し、前四半期末の 6 月の月間ページビュー 2 億 6,841 万と比べて 8,138 万ページビュー、30.3%増加し、前年同月の 1 億 3,415 万ページビューと比べると 2 億 1,564 万ページビュー、160.7%増加しました。

9 月の月間ページビューをサービス別に見ますと、カテゴリ検索が 40.7%、キーワード検索が 23.7%、情報提供サービスが 31.5%、コミュニティサービスが 4.1%となっています。情報提供サービスとコミュニティサービスの合計では 35.6%（前年同月 21.5%）となり、当社が検索サービスのみにとどまらず「インターネット・メディア・カンパニー」としての特色をますます強めてきていることがわかります。なおコミュニティサービスは 1998 年 7 月 27 日のサービス開始以来 9 月末で登録者数が 26 万人を超えています。

<損益計算書項目>

売上高

当四半期の売上高は 390,810 千円と対前年同期比で 77,556 千円増加（前年同期比 24.8%増）しました。売上高増加の主な要因としては広告事業売上高が 285,091 千円と対前年同期比 67,516 千円増加（前年同期比 31.0%増）したのに加え、当社が編集業務を請け負っている Yahoo! Internet Guide 誌（ソフトバンク株式会社発行）が実売部数において 13 万部を超え、9 月号（7 月末発売）および 10 月号（8 月末発売）においてインターネット雑誌で No. 1 になるなど、業務請負事業売上高が 74,900 千円と対前年同期比 16,310 千円増加（前年同期比 27.8%増）したこと、また「Yahoo! トラベル」をはじめとする情報掲載事業売上高が 26,406 千円と対前年同期比 21,959 千円増加（前年同期比 493.8%増）したことなどがあげられます。

また今年 4 月よりクライアントや広告代理店のニーズをより早く反映させ、また販売チャネルを拡大するために直販を始めましたが、当四半期における直販の広告売上高は 85,619 千円であり、前四半期と比較すると 28,779 千円増加、広告事業売上高に占める割合は 30.0%でした。なお、米国 Yahoo! Inc. と米国 Amazon.com が世界各国の Yahoo! サイトでオンラインの書籍等販売の広告に関して契約を締結したことを受け、当社でも同様のサービスを開始することになり、その対価として 2001 年 3 月までに米国 Yahoo! Inc. より約 385 万ドルの支払いを受けることになりましたが、このことに伴う当四半期の売上高は 12,496 千円でした。

これらのことから当四半期の売上高は四半期ベースで過去最高となりました。また前四半期との比較でも 46,235 千円増加 (13.4%増) しました。

上半期の売上高は、735,385 千円と対前年同期比 197,003 千円増加 (前年同期比 36.6%増) しました。これは直販の開始、Yahoo! Internet Guide 誌の実売部数の伸び、また「Yahoo! トラベル」をはじめとする情報掲載事業の拡大などが大きく売上に寄与したことによります。

売上原価

当四半期の売上原価は、23,403 千円と対前年同期比で 21,818 千円減少 (前年同期比 48.2%減) しました。売上原価が減ったのは、昨年の第 2 四半期にはジオシティーズ株式会社との業務委託契約に基づく同社向けハードウェアの仕入れが一時的にあったためです。

上半期においても 48,008 千円と対前年同期比で 17,227 千円減少 (前年同期比 26.4%減) しました。

販売費および一般管理費

当四半期の販売費および一般管理費は、314,704 千円と対前年同期比で 87,214 千円増加 (前年同期比 38.3%増) しました。

上半期では 605,960 千円と対前年同期比 191,074 千円増加 (前年同期比 46.1%増) となっています。主な増加要因は次のとおりです。

人件費は、事業拡大に伴い従業員数を当四半期末で 76 人と前年同期末に比べて 13 人増員したため、当四半期において 145,632 千円と対前年同期比 40,328 千円増加 (前年同期比 38.3%増) しました。

上半期においても期中平均従業員数が 76.0 人と前年同期比 19.5 人増となり、人件費は 283,288 千円と対前年同期比 88,927 千円増加 (前年同期比 45.8%増) しました。

業務委託費は、当四半期において 25,841 千円と対前年同期比 24,173 千円増加 (前年同期比 1,449.2%増) しました。この増加の主な要因はグローバルセールス開始に際しての米国 Yahoo! Inc. への一時的費用の支払いです。

上半期においても 30,444 千円と対前年同期比 25,053 千円増加 (前年同期比 464.7%増) しました。

広告宣伝費は、当四半期において 9,020 千円と対前年同期比 2,578 千円減少 (前年同期比 22.2%減) しました。

上半期においてはヤフーのインターネット上での認知度をより一層高めるため、最も効果の高いと思われるバナー広告を他社サイトに掲載したため、35,077 千円と対前年同期比 15,782 千円増加 (前年同期比 81.8%増) しました。

情報提供料は、各種情報提供サービスの充実を図ったことにより当四半期において 21,235 千円と対前年同期比 3,692 千円増加（前年同期比 21.0%増）しました。

上半期においても、地域ニュースなどのサービスを開始したため 42,164 千円と対前年同期比 12,164 千円増加（前年同期比 40.5%増）しました。

販売手数料は、直販を始めたことにより当四半期において 29,597 千円と対前年同期比 8,931 千円減少（前年同期比 23.2%減）しました。

上半期においても 56,936 千円と対前年同期比 9,026 千円減少（前年同期比 13.7%減）しました。

減価償却費は、「My Yahoo!」をはじめとする新サービスの追加やページビューの伸びに対応するためサーバー等設備を増強したことや人員の拡大に伴うオフィス基本設備の導入等により、当四半期で 17,406 千円と対前年同期比 8,241 千円増加（前年同期比 89.9%増）しました。

上半期においても、30,150 千円と対前年同期比 13,696 千円増加（前年同期比 83.2%増）しました。

通信費は、ユーザーのアクセス環境の向上を図るため設備を増設したことにより、当四半期で 17,239 千円と対前年同期比 6,589 千円増加（前年同期比 61.9%増）しました。

上半期においても、34,256 千円と対前年同期比 17,063 千円増加（前年同期比 99.2%増）しました。

ロイヤルティは、売上高の増加に伴い当四半期において 9,068 千円と対前年同期比 1,910 千円増加（前年同期比 26.7%増）しました。

上半期においても 18,979 千円と対前年同期比 6,126 千円増加（前年同期比 47.7%増）しました。

営業利益

上記の結果、当四半期における営業利益は 52,701 千円と対前年同期比 12,158 千円増加（前年同期比 30.0%増）しました。

上半期では、81,416 千円と対前年同期比 23,156 千円増加（前年同期比 39.7%増）しました。

営業外損益

当四半期における営業外損益は、純額で 2,503 千円の損失となりました。損失の主な要因は新株引受権付社債の発行費用 2,008 千円と為替差損 1,469 千円です。

上半期における営業外損益は純額で 1,068 千円の収益となりました。

経常利益

当四半期における経常利益は、50,198千円と対前年同期比9,271千円増加（前年同期比22.7%増）しました。

上半期では、82,485千円と対前年同期比24,528千円増加（前年同期比42.3%増）しました。

法人税および住民税

上半期の法人税および住民税は、39,499千円と対前年同期比13,616千円増加（前年同期比52.6%増）しました。

税引後当期利益

上半期の税引後当期利益は、42,986千円と対前年同期比10,913千円増加（前年同期比34.0%増）しました。

<貸借対照表項目>

当四半期末時点での総資産は、1,456,793千円と前四半期末比232,259千円（19.0%増）、負債合計は403,051千円と前四半期末比207,159千円（105.8%増）、資本合計は1,053,741千円と前四半期末比25,099千円（2.4%増）、それぞれ増加しました。

総資産増加の主な要因は1998年7月15日役員および従業員の一部に対してインセンティブとして新株引受権付社債115,667千円を発行したことによるものです。

また、本年3月末と比較すると総資産で209,210千円（16.8%増）、負債で173,523千円（75.6%増）、資本合計で35,686千円（3.5%増）、それぞれ増加しました。

<キャッシュフロー計算書項目>

当四半期の営業活動からのキャッシュフローについては、未払法人税、未払金の増加および前払費用の減少等により123,957千円増加しました。

また投資活動からのキャッシュフローについては、株式会社インターネット総合研究所への投資、サーバー関係の購入等により136,533千円減少しました。

財務活動からのキャッシュフローは、新株引受権付社債の発行により115,667千円増加しました。

以上の結果、当四半期におけるキャッシュフローは、103,091千円増加しました。

上半期のキャッシュフローは、売上の拡大に伴う売掛金の増加はあったものの当期利益および減価償却費の増加により、営業活動からのキャッシュフローは28,679千円増加しました。また投資活動からのキャッシュフローは157,158千円減少、財務活動からのキャッシュフローは108,367千円増加しました。以上の結果、上半期におけるキャッシュフローは20,112千円減少しました。

事業別活動報告

広告事業

当四半期における広告事業の売上高は 285,091 千円と対前年同期比 67,516 千円増加（前年同期比 31.0%増）しました。上半期では、522,739 千円と対前年同期比 147,985 千円増加（前年同期比 39.5%増）しました。

広告主数

当四半期の月間広告主数は、102 社（四半期平均値）と対前年同期比 33 社増加（前年同期比 48%増）しました。前四半期と比較すると 25 社（32%）増加し、初めて 100 社を超えました。

上半期での広告主数の月間平均は、90 社と対前年同期比 27 社増加（前年同期比 43%増）しました。1 社あたりの広告売上高は 9 月実績で 1,015 千円と対前年同月比 112 千円減少（前年同月比 10%減）しました。これは、広告宣伝費を削減した広告主が多かったことと、新規の広告主が月間平均 31 社と約 3 割を占め、試験的な小口の広告が多かったためです。広告主のうち大株主であるソフトバンク株式会社の売上に占める割合は 1%未満、米国 Yahoo! Inc.についてはありませんでした。また、売上高の 10%以上を占める広告主はありませんでした。

広告件数

当四半期の月間広告件数（四半期平均値）は 159 件で、対前年同期比 58 件増加（前年同期比 57%増）しました。前四半期と比較すると 48 件（43%）増加しています。

上半期では、月間広告件数（上半期平均値）は 135 件で対前年同期比 48 件増加（前年同期比 55%増）しました。

広告会社数

当四半期に当社の広告を取り扱った広告会社数は、月間（四半期平均値）56 社で、対前年同期比 17 社増加（前年同期比 44%増）しました。前四半期と比較すると 10 社（22%）増加しています。

上半期では、広告会社数は月間（上半期平均値）51 社で、対前年同期比 9 社増加（前年同期比 21%増）しました。

広告主数、広告件数、広告会社数ともに大きく伸びているのは、この厳しい不況下にあってもインターネット広告市場が成長を続けていることを示しています。また競合サイトの台頭もめざましいなか、順調に数字を伸ばしているのは市場の成長もさることながら、この 4 月から開始した直販が販売チャネルの拡大に貢献したためです。

ページビューあたりの広告単価

当四半期のページビュー単価は、ターゲットを絞ることのできるサーチワードやパッケージで4～12円、その他の広告バナーは0.45～6円の範囲となっています。

単価の範囲が広がったのは、既製のパッケージ以外に広告主の要望に合わせてワードやページが選べるカスタマイズパッケージを新商品として投入したためです。

広告商品の状況

パイロットシートとパッケージは2大主力商品として当四半期も安定した売れ行きをみせました。また新商品として前四半期に販売を開始した、複数のリンク先に飛ぶことのできる「Multi Links」や1ヶ月600万円以上の大型商品「Mega Yahoo!」の販売も好調でした。当四半期は、トップページのページビューが大幅に増加したことを受けて、パイロットシートの複数枠販売を開始しました。また「Yahoo! ファイナンス」においてはオンライントレードユーザー獲得のためのボタン広告を商品化しました。

さらに当四半期は、米国 Yahoo! Inc.で実績のある「Merchant Program」を商品化し、2社と契約を締結しました。「Merchant Program」は、Yahoo!上に掲載する専用ショッピングボタンによりインターネット上で物品販売を行う企業のサイトにユーザー(見込み客)を誘導する仕組みで、Yahoo!ユーザーは簡単にインターネットショッピングを楽しむことができます。収入面では長期かつ高額の契約であることが特徴で、今回契約を締結したのは書籍販売等を行う米国 Amazon.com と音楽 CD 販売を行う N2K JAPAN の2社です。

(N2K JAPAN に関しては10月初旬にサービスを開始しました。)

コミュニティ&パーソナライズサービス

1998年7月27日より、3つのユーザー参加型のコミュニティサービスを開始しました。これは登録ユーザーがオンライン上で手軽に1対1のコミュニケーションすることのできる「Yahoo! ページャー」、テーマ別に他のユーザーとディスカッションが行える「Yahoo! 掲示板」、オンラインで対戦プレイが楽しめる「Yahoo! ゲーム」を提供するものです。これらのサービスを提供することにより、これまで情報を受信するのみだったユーザーからの情報発信や、ユーザー同士のコミュニケーションが可能となりました。

また、同時にパーソナライズサービス「My Yahoo!」を開始しました。これは Yahoo!で提供されている情報等のうち、興味のあるものだけを取り出して自分だけの Yahoo!を作ることのできるサービスです。Yahoo!では、より多くの登録ユーザーを獲得することにより、No.1ポータルサイトとしての地位を確立すること、またユーザー登録時に入力してもらう基本属性を利用して、より効果的な広告効果を引き出すことなどを目的としています。

サービス開始後12日目で登録者数10万人、9月末日で26万人を超えるなど、登録者数は順調に増加しています。

業務請負事業

当四半期の業務請負事業売上高は 74,900 千円と対前年同期比 16,310 千円増加（前年同期比 27.8%増）しました。そのうち主なものは Yahoo! Internet Guide 誌の編集業務請負による 69,900 千円です。同誌は、10 月号ではウェブとの相乗効果を活かして Yahoo! JAPAN のコミュニティサービスの特集し 14 万部に迫る過去最高実売部数を記録するなど、9 月号、10 月号においてインターネット雑誌で実売部数 No.1 となりました。

上半期の業務請負事業売上高は 149,799 千円と対前年同期比 45,849 千円増加（前年同期比 44.1%増）しました。

情報掲載事業

当四半期の情報掲載事業売上高は 26,406 千円と対前年同期比 21,959 千円増加（前年同期比 493.8%増）しました。主なものは「Yahoo! トラベル」の 20,906 千円です。掲載旅行会社数も のべ 36 社になりました。7 月 27 日には「地球の歩き方」がインターネット上で提供している海外現地最新情報を全面的に Yahoo! JAPAN に移管し、内容的にも充実しました。その結果ページビューは 6 月の 315 万ページビューから 9 月の 414 万ページビューへと増加しました。

上半期の売上高は 51,755 千円と対前年同期比 44,711 千円増加（前年同期比 634.7%増）しました。

技術関連事業

当四半期の技術事業関連売上高は 3,600 千円でした。これは 1998 年 4 月より開始した総合地図サービス「Yahoo! マピオン」にかかるサーバー保守運用の受託によるものです。当社は「マピオン」を運営する株式会社サイバーマップ・ジャパンに出資しています。

上半期の売上高は 6,440 千円と対前年同期比 2,695 千円減少（前年同期比 29.5%減）しました。

財務諸表

貸借対照表

(単位:千円)

科目	当四半期(上半期)会計期間末 (1998年9月30日現在)		前四半期会計期間末 (1998年6月30日現在)		増減率
【資産の部】					
流動資産					
現金及び預金	217,912	15.0%	105,530	8.6%	106.5%
売掛金	321,694	22.1%	286,888	23.4%	12.1%
有価証券	451,807	31.0%	461,098	37.7%	-2.0%
前払費用	37,923	2.5%	67,831	5.5%	-44.1%
その他の流動資産	8,910	0.5%	16,701	1.4%	-46.6%
流動資産合計	<u>1,038,247</u>	71.3%	<u>938,051</u>	76.6%	10.7%
固定資産					
有形固定資産	176,795	12.1%	144,188	11.8%	22.6%
無形固定資産	1,294	0.1%	1,294	0.1%	0.0%
投資その他の資産					
投資有価証券	56,004	3.8%	56,004	4.6%	0.0%
関係会社株式	100,000	6.9%	-	-	-
長期貸付金	894	0.1%	1,958	0.2%	-54.3%
長期前払費用	27,688	1.9%	27,169	2.2%	1.9%
差入保証金	55,867	3.8%	55,867	4.5%	0.0%
投資その他の資産計	<u>240,455</u>	16.5%	<u>141,000</u>	11.5%	70.5%
固定資産合計	<u>418,545</u>	28.7%	<u>286,483</u>	23.4%	46.1%
資産合計	<u>1,456,793</u>	100.0%	<u>1,224,534</u>	100.0%	19.0%
【負債の部】					
流動負債					
買掛金	17,875	1.2%	18,074	1.5%	-1.1%
未払金	127,067	8.7%	83,456	6.8%	52.3%
前受収益	14,978	1.0%	23,827	1.9%	-37.1%
未払賞与	50,239	3.4%	-	-	-
未払法人税等	39,852	2.7%	15,393	1.3%	158.9%
未払事業税等	12,231	0.8%	4,158	0.3%	194.2%
未払消費税等	14,936	1.0%	-	-	-
賞与引当金	-	-	23,471	1.9%	-
新株引受権	3,470	0.2%	-	-	-
その他流動負債	6,733	0.5%	27,511	2.2%	-75.5%
流動負債合計	<u>287,384</u>	19.8%	<u>195,892</u>	16.0%	46.7%
固定負債					
新株引受権付社債	115,667	7.9%	-	-	-
固定負債合計	<u>115,667</u>	7.9%	<u>-</u>	-	-
負債合計	<u>403,051</u>	27.7%	<u>195,892</u>	16.0%	105.8%
【資本の部】					
資本金	434,787	29.8%	434,787	35.5%	0.0%
資本準備金	500,175	34.3%	500,175	40.8%	0.0%
利益準備金	730	0.1%	730	0.1%	0.0%
その他の剰余金 (当期)未処分利益	118,049	8.1%	92,950	7.6%	27.0%
資本金合計	<u>1,053,741</u>	72.3%	<u>1,028,642</u>	84.0%	2.4%
負債・資本合計	<u>1,456,793</u>	100.0%	<u>1,224,534</u>	100.0%	19.0%

財務諸表

貸借対照表

(単位:千円)

科目	当四半期(上半期)会計期間末 (1998年9月30日現在)		前年同四半期(上半期)会計期間末 (1997年9月30日現在)		増減率
【資産の部】					
流動資産					
現金及び預金	217,912	15.0%	46,605	8.6%	367.6%
売掛金	321,694	22.1%	217,986	40.1%	47.6%
有価証券	451,807	31.0%	60,586	11.1%	645.7%
前払費用	37,923	2.6%	31,205	5.7%	21.5%
その他の流動資産	8,910	0.6%	7,164	1.3%	24.4%
流動資産合計	<u>1,038,247</u>	71.3%	<u>363,547</u>	66.8%	185.6%
固定資産					
有形固定資産	176,795	12.1%	94,007	17.3%	88.1%
無形固定資産	1,294	0.1%	776	0.1%	66.8%
投資その他の資産					
投資有価証券	56,004	3.8%	-	-	-
関係会社株式	100,000	6.9%	-	-	-
長期貸付金	894	0.1%	2,004	0.4%	-55.4%
長期前払費用	27,688	1.9%	28,351	5.2%	-2.3%
差入保証金	55,867	3.8%	55,267	10.2%	1.1%
投資その他の資産計	<u>240,455</u>	16.5%	<u>85,623</u>	15.8%	180.8%
固定資産合計	<u>418,545</u>	28.7%	<u>180,408</u>	33.2%	132.0%
資産合計	<u>1,456,793</u>	100.0%	<u>543,955</u>	100.0%	167.8%
【負債の部】					
流動負債					
買掛金	17,875	1.2%	39,733	7.3%	-55.0%
未払金	127,067	8.7%	78,375	14.4%	62.1%
前受収益	14,978	1.0%	11,415	2.1%	31.2%
未払賞与	50,239	3.4%	-	-	-
未払法人税等	39,852	2.7%	26,825	4.9%	48.6%
未払事業税等	12,231	0.8%	7,252	1.3%	68.7%
未払消費税等	14,936	1.0%	-	-	-
賞与引当金	-	-	36,330	6.7%	-
新株引受権	3,470	0.2%	-	-	-
その他流動負債	6,733	0.5%	3,283	0.6%	105.1%
流動負債合計	<u>287,384</u>	19.8%	<u>203,217</u>	37.4%	41.4%
固定負債					
新株引受権付社債	115,667	7.9%	-	-	-
固定負債合計	<u>115,667</u>	7.9%	<u>-</u>	-	-
負債合計	<u>403,051</u>	27.7%	<u>203,217</u>	37.4%	98.3%
【資本の部】					
資本金	434,787	29.8%	290,000	53.3%	49.9%
資本準備金	500,175	34.3%	-	-	-
利益準備金	730	0.1%	-	-	-
その他の剰余金 (当期)未処分利益	118,049	8.1%	50,738	9.3%	132.7%
資本金合計	<u>1,053,741</u>	72.3%	<u>340,738</u>	62.6%	209.3%
負債・資本合計	<u>1,456,793</u>	100.0%	<u>543,955</u>	100.0%	167.8%

損益計算書(四半期)

(単位:千円)

科目	当四半期会計期間 自 1998年7月1日 至 1998年9月30日		前年同四半期会計期間 自1997年7月1日 至1997年9月30日		増減額	増減比
	金額	百分比	金額	百分比		
売上高	390,810	100.0%	313,254	100.0%	77,556	24.8%
売上原価	23,403	6.0%	45,221	14.4%	-21,818	-48.2%
売上総利益	367,406	94.0%	268,033	85.6%	99,373	37.1%
販売費及び一般管理費	314,704	80.5%	227,490	72.6%	87,214	38.3%
営業利益	52,701	13.5%	40,543	13.0%	12,158	30.0%
営業外損益(純額)	2,503	0.7%	(384)	-0.1%	2,887	-751.8%
経常利益	50,198	12.8%	40,927	13.1%	9,271	22.7%

当四半期内訳

売上高の内訳		
広告事業	285,091	72.9%
業務請負事業	74,900	19.2%
情報掲載事業	26,406	6.8%
技術関連事業	3,600	0.9%
その他売上	812	0.2%
合計	390,810	100.0%

販売費及び一般管理費の内訳		
人件費	145,632	46.3%
業務委託費	25,841	8.2%
広告宣伝費	9,020	2.9%
情報提供料	21,235	6.7%
販売手数料	29,597	9.4%
減価償却費	17,406	5.5%
通信費	17,239	5.5%
ロイヤリティ	9,068	2.9%
その他	39,666	12.6%
合計	314,704	100.0%

損益計算書(中間期)

(単位:千円)

科目	当中間期会計期間 自 1998年4月1日 至 1998年9月30日		前年同中間期会計期間 自1997年4月1日 至1997年9月30日		増減額	増減比
	金額	百分比	金額	百分比		
売上高	735,385	100.0%	538,382	100.0%	197,003	36.6%
売上原価	48,008	6.5%	65,235	12.1%	-17,227	-26.4%
売上総利益	687,377	93.5%	473,147	87.9%	214,230	45.3%
販売費及び一般管理費	605,960	82.4%	414,886	77.1%	191,074	46.1%
営業利益	81,416	11.1%	58,260	10.8%	23,156	39.7%
営業外損益(純額)	(1,068)	-0.1%	303	0.0%	-1,371	-452.5%
経常利益	82,485	11.2%	57,957	10.8%	24,528	42.3%

当中間期内訳

売上高の内訳

広告事業	522,739	71.1%
業務請負事業	149,799	20.4%
情報掲載事業	51,755	7.0%
技術関連事業	6,440	0.9%
その他売上	4,650	0.6%
合計	735,385	100.0%

販売費及び一般管理費の内訳

人件費	283,288	46.8%
業務委託費	30,444	5.0%
広告宣伝費	35,077	5.8%
情報提供料	42,164	7.0%
販売手数料	56,936	9.4%
減価償却費	30,150	5.0%
通信費	34,256	5.7%
ロイヤリティ	18,979	3.1%
その他	74,666	12.2%
合計	605,960	100.0%

キャッシュフロー計算書

(単位:千円)

	98年7月-9月	98年4月-98年9月
営業活動からのキャッシュ・フロー		
当期純利益	25,099	42,986
営業活動から得た現金・預金等 への当期純利益への調整		
固定資産の減価償却費	17,407	30,150
未払賞与額(賞与引当金繰入額)	26,768	8,497
資産及び負債の増減		
売掛金の増加(-)・減少(+)	-34,806	-79,761
前払費用の増加(-)・減少(+)	29,908	6,528
その他の流動資産の増加(-)・減少(+)	7,794	-3,732
買掛金の増加(+)-減少(-)	-199	2,758
未払法人税及びその他の 未払税金の増加(+)-減少(-)	32,532	-20,516
未払金の増加(+)-減少(-)	29,850	10,552
その他の流動負債の増加(+)-減少(-)	-10,396	31,217
営業活動から得た現金・預金等	123,957	28,679
投資活動からのキャッシュ・フロー		
固定資産の購入	-36,772	-57,536
投資及び貸付	-100,000	-100,120
貸付金の回収	239	498
投資活動に使用した現金・預金等	-136,533	-157,158
財務活動からのキャッシュ・フロー		
新株引受権付社債 役員賞与	115,667 0	115,667 -7,300
財務活動から得た現金・預金等	115,667	108,367
現金・預金等純増加・減少額	103,091	-20,112

(添付資料)

リスク情報

「1998 年度第 2 四半期および上半期の事業概況のお知らせ」で報告しました当社の当期事業業績の結果と概況は、将来においても継続するとは言えず、今後起こり得るさまざまな要因により大きな影響を受ける可能性があります。

以下には、当社の事業展開上のリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項を記載しております。また当社では、当社でコントロールできない外部要因や事業上のリスクとして具体化する可能性は必ずしも高くないと見られる事項を含め、重要と考えられる事項については、投資家および株主に対する情報開示の観点から積極的に開示しております。当社は、これらのリスク発生の可能性を認識したうえで、その発生の予防および発生の際の対応に努力する方針ですが、当社の経営状況および将来の事業についての判断は、以下の記載事項を慎重に検討のうえ、投資家および株主自身が行う必要があると考えられます。

1. 当社の事業内容について

当社はインターネットの利用者に対して、米国 Yahoo! Inc.(以下、ヤフー・インクという)とのライセンス契約にもとづく日本語情報検索サービス及び株価情報、時事ニュース、スポーツ速報、気象情報等の情報提供者との契約によるコンテンツサービスを無料で提供しており、その際、上記サービスの利用者を対象として、広告バナーと呼ばれる有料広告を上記サービスの各ページに掲出して広告主より収入を得るインターネット広告サービスを主な事業内容としております。当社のインターネット広告サービスは、広告主の希望する対象ユーザ群への選択的訴求(※1)を可能とし、広告主に対する広告バナーの露出回数保証(※2)を行うなど、従来のマスメディアに無い新たな広告手法を特徴としております。また当社は、インターネット関連雑誌の編集受託、インターネット関連技術の提供など、インターネットに関する当社のノウハウを生かした事業展開を行っております。当社の事業に関しては以下の特記事項があります。

(※1) 当社の情報検索サービス及びコンテンツサービスは、原則的にカテゴリー分類されたページによって構成されております。また当社では定期的にユーザアンケートを実施し、ユーザの趣味、関心等の属性と閲覧されるページとの相関関係を調査しております。これらにより広告主は、自社の商品やサービスの利用層となる属性を持ったユーザへの選択的訴求が可能となります。例えば、コンピュータ関連製品の広告主は「コンピュータとインターネット」カテゴリのページのみ広告バナーを掲載することができます。また、コンピュータ関連の語句がユーザによって検索され、その結果が表示されたページのみ広告バナーを掲載することもできます。

(※2) 当社の情報検索サービス及びコンテンツサービスは、数万枚以上のページから構成されており、各ページが当社のユーザによって実際に閲覧された回数はページビュー数(閲覧ページ数)と呼ばれ、毎日集計されております。露出回数保証とは、ある広告主の広告バナーを掲出するページのページビュー数を一定期間にわたりあらかじめ保証して契約する広告手法であります。これは上記の集計の蓄積に基づき各ペ

ージのページビューをあらかじめ想定することができることにより可能となった手法であります。当初の想定よりも実際のページビュー数が下回り、契約期間内に保証回数を達成できない場合には、保証回数に達するまで広告掲載期間を延長して対応しております。当社では大半の広告商品にこの露出回数保証を適用しており、例えば、カテゴリ検索及びキーワード検索結果のページにランダムにバナー広告が掲載される「ランオプヤフー」に広告を掲載する広告主に対しては、契約金額に応じて月間 5～150 万ページビューを保証しております。

(1)特定事業への依存について

1998 年第 2 四半期の当社の売上高に占める広告事業売上の割合は 73.0%と高く、前四半期と比較して若干割合が上がり、依然主たる収入となっております。このように、当社の経営成績は広告事業売上に依存しておりますが、広告事業売上に関しては以下の不確実性があると考えられます。

広告事業は景気の動向を非常に受けやすく、特に不景気になった場合、各企業は広告費用等を優先的に削減する恐れがあります。

日本におけるインターネット上の広告市場については、後述のとおり発展途上にあると考えられ、現時点においてその将来性が明確になっているとは必ずしも言えない面があります。

当社は当社の情報検索サービスの利用価値を高めるために、時事ニュース、気象情報、株価情報等のコンテンツサービスをインターネットユーザに提供しておりますが、これらのコンテンツは第三者との契約により社外から購入しているものが多くなっています。また、当社は当社の情報検索サービスの利用を促進するために、他のブラウザ(インターネットの閲覧ソフト)メーカーやコンテンツ・プロバイダー等と提携し、これら各社と当社サイトを相互にリンクさせることにより、簡易な手続きによりインターネットユーザが当社の情報検索サービスを利用できるようにしております。さらに、当社の情報検索サービス自体がインターネット上で提供されているため、当社の事業は、サーバー等の自社設備や第三者が所有し運営する通信設備等のインターネット接続環境が良好に稼働するか否かに依存する面があります。

このため、例えば当社が今後、当社のユーザが有用と考えるような良質のコンテンツを継続的に確保できない場合や他のブラウザメーカー、コンテンツ・プロバイダー等との提携が維持できない場合、またはインターネットの接続環境が悪化し、ユーザが快適にインターネットを利用できなくなった場合には、インターネットユーザによる当社の情報検索サービスの利用度が低下し、ひいては当社の広告事業売上に影響を及ぼす可能性があると考えられます。

なお、広告主との契約による広告掲載期間は通常比較的短期間であることが多いこと、インターネット利用及び広告主の広告需要(支出)には季節的変動等があること、当社は広告主に一定の広告露出回数を保証することがあり、そのために広告スペース(いわば在庫)の引当てが必要となる場合があること等により、当社の広告事業売上には短期的に変動する傾向が潜在的にあると考えられます。その一方で当社の支出する費用は人件費、賃借料等の固定費的な支出が多く、売上の変動に応じた支出の調整が困難であるため、当社の収益には潜在的な変動性があると考えられます。

(2)当社の業歴が短いことについて

当社は1996年1月に設立されましたが、主力事業の広告事業売上に関しては1996年4月より営業活動を開始しております。このため、1996年3月期の経営成績は次表のとおり、損失を計上しております。1997年3月期は売上高が増加し損益面でも黒字化したものの、売上高及び利益の水準は低く、また特にその他売上には一時的な収入も含まれております。さらに1998年3月期は売上高も利益も前年度を大きく上回りましたが、四半期ごとに見ると売上高にはかなりのばらつきがあります。このように、当社の業歴は極めて短いため、期間業績比較を行うための十分な期間の財務数値が得られない上、当社の過年度の経営成績には、今後当社が継続的に売上を増加させ、黒字を維持できるかどうかをうらなう判断材料としては不十分な面があると考えられます。

また、後述のとおり、日本におけるインターネット利用及びインターネット上の広告市場は歴史が浅いため、当社が当面の売上高、経費、要員等に係る経営計画を策定する際においても十分な策定根拠が得られにくい状況にあり、現時点において当社が想定する収入の見通しに重大な相違が生じる可能性があるほか、今後、当社が予想しない支出、投資等が発生する可能性があります。

(単位：千円)

回次	第1期	第2期	第3期
決算年月	1996年3月	1997年3月	1998年3月
売上高	636	413,066	1,269,260
広告掲載売上	-	345,939	908,803
その他売上	636	67,126	360,457
営業損益	-3,213	49,985	146,471
経常損益	-5,241	49,937	131,763
当期純損益	-5,290	23,954	64,428
純資産額	194,709	218,664	1,018,055
総資産額	205,659	375,839	1,247,583
ページビュー数	-	7,096万/月	1億8,871万/月
広告主数	-	37社	71社

(注) 1.会社設立日は1996年1月31日であり、初年度である1996年3月期の営業日数は2カ月と1日となっております。

2. 第3期までの売上高には、消費税が含まれておりますが、第4期からは消費税を含めずに計上いたします。

3. ページビュー数とは、当社の情報検索サービス上のページが表示された(見られた)回数を示す指標であります。各期とも3月の月間ページビュー数を記載しております。

4. 広告主数は各年度の平均広告主数を記載しております。

(3)ヤフー・インクとのライセンス契約について

当社は、当社の設立母体のひとつであり、1998年3月末現在、当社の議決権の34.2%を所有するヤフー・インク(Yahoo! Inc.)との間に次の内容の契約を締結しております。当社が提供する情報検索サービス等に関連する商標、ソフトウェア、ツール等(以下、商標等)のほとんどは当社が所有するものであり、当社は当社より当該商標等の利用等の許諾を得て事業を展開しております。従って、当該契約は当社事業の根幹にかかわる重要な契約と考えられます。

契約の名称：ヤフー・ジャパン ライセンス契約(YAHOO! JAPAN LICENSE AGREEMENT)
締結年月日：1996年4月1日
契約期間：1996年4月1日～(期限の定めなし) (注)但し、当事者の合意による場合、一方当事者の債務不履行若しくは破産等を原因として本契約が解除される場合、ヤフー・インクが競合するとみなす企業等により当社株式の3分の1以上が買収された場合、または合併、買収等によりヤフー・インクおよびソフトバンク株式会社が存続会社において議決権の過半数を維持できない場合(但し、ヤフー・インクの同意がある場合を除く)においては本契約は終了する。
契約相手先：ヤフー・インク
主な内容： ①ヤフー・インクの当社に対する下記のライセンスの許諾 ・日本市場のためにカスタマイズされローカライズされたヤフー・インクの情報検索サービス等(以下、日本版情報検索サービス等という)の使用複製等に係る非独占的権利 ・ヤフー・インクの商標等の日本における利用等に係る非独占的権利 ・ヤフー・インクの商標等の日本における出版に関する利用等に係る独占的権利 ・日本版情報検索サービス等の開発、商業利用、プロモーション等に係る全世界における独占的権利 ②当社が追加する日本固有のコンテンツのヤフー・インクに対する全世界における利用に係る非独占的権利の許諾(無償) ③当社のヤフー・インクに対するロイヤルティの支払い(注) (注)収入の3%を四半期毎に支払う。

(4)技術革新への対応の必要性について

コンピュータ関連技術の変革は著しく、インターネット関連分野においてもマルチメディア対応の新言語、新技術等が逐次開発されております。当社はヤフー・インク等との協調のもとに、これらの技術等を自社のサービスに活用すべく技術開発を進めておりますが、当社及びヤフー・インク等の新技術への対応が遅れた場合、当社の提供するサービスが陳腐化し、競合他社に対する競争力が低下する可能性があります。また、後述のとおり、当社の研究開発体制は小規模であるため、開発までに要する時間等の面で競争力の低下を招く可能性があります。仮にそのような事態が生じた場合は、当社の事業に重大な影響を及ぼすおそれがあります。

(5)法的規制の適用の可能性について

現在、日本国内においてはインターネット上の情報流通のあり方について議論が開始されたばかりであり、当社が営むインターネット広告関連事業そのものを規制する法令はありませんが、諸外国においてはインターネット利用のルール化が検討されたり、何らかの法的判断が示されているケースもあります。「インターネット上の情報流通に関するルール作りは、表現の自由の保障と関連するため、慎重に検討する必要がありますが、当面、法律による新たな規制は行うべきではない」(注)との見方もありますが、今後、インタ

ーネットの利用者や関連する事業者を規制対象とする法令等が制定されたり、既存の法令等の適用が明確になったり、あるいは何らかの自主的なルール化が行われることにより、当社の事業が制約される可能性があります。

(注)「インターネット上の情報流通について－電気通信における利用環境整備に関する研究会－」(報告書 1996年12月郵政省電気通信局)

(6)訴訟の可能性について

現在、インターネット上の情報流通に関して、違法または有害な情報の流通禁止やプライバシー保護の観点から規制を求める動きがあります。

当社は、広告内容及び広告バナーのリンク先ホームページに関して、独自の掲載基準である「バナー広告掲載基準」を設定し、日本国内の法令に抵触しないよう自主的な規制を行っております。また、広告主との間の約款によって、広告内容に関する責任の所在が広告主にあることを明示しております。さらに当社の情報検索サービスに登録するホームページについては、登録や削除の権利を当社で有し、またホームページの内容については、全責任がホームページ作成者に帰属することを明示する等、登録ホームページ作成者との間の約款において、法令遵守に関して周知徹底を図っております。

以上のように、当社は自主的な規制によって違法または有害な情報の流通禁止やプライバシー保護について配慮しており、また、当社の情報検索サービスの利用者に対して、インターネットのブラウジング(閲覧)は利用者の責任において行うべきものであり、ホームページ等の閲覧に伴う損害に関して当社は責任を負わない旨を掲示しております。また、未成年者を有害情報から保護する目的で、Yahoo!きっずを運営するなどの対策を講じております。しかし、これらの対応が十分であるとの保証はなく、当社が掲載する広告、リンク先のホームページ並びに登録ホームページの内容に関して、サービスの利用者もしくはその他の関係者、行政機関等から、クレーム、損害賠償請求、勧告等を受ける可能性があります。

(7)ユーザ情報について

当社は、1998年7月よりユーザが個人情報を登録して、好みに合わせてYahoo! JAPANのカテゴリをカスタマイズしたり、ニュースなどのさまざまな情報をパーソナライズすることが可能なサービスを追加しました。当社では、ユーザーの登録情報は、対象をさらに絞り込んだ広告を適切に届けるためにYahoo! JAPAN 内部で利用することはありますが、広告主を含む外部の関係者に公開することはありません。しかし、これらの情報が外部に流出したり、悪用されたりする可能性が皆無とは言えません。

(8)Yahoo! Korea への出資について

当社は、ヤフー・インク他が出資して設立された Yahoo! Korea に、1997年10月6日に同社資本の5%相当額(約5万ドル)の出資をいたしました。また、当社は、ヤフー・インクの技術を2バイト文字(日本語)に移行させた実績を有していることから、Yahoo! Korea の設立に必要な技術的サービスを同社に提供しました。1997年9月3日にサービスを開始した同社は、1998年6月には200万ページビューを超え、韓国NO.1のサイトに成長しております。

(9)株式会社サイバーマップ・ジャパンへの出資について

当社は、1998年3月31日（発効日は同年4月1日）、凸版印刷株式会社と日本電信電話株式会社の共同出資会社である株式会社サイバーマップ・ジャパンに同社資本の11.1%相当額（同社増資後）にあたる5,000万円の出資をいたしました。サイバーマップ・ジャパンはインターネット上の地図上に掲載されている企業や店舗などの情報を無料で検索し、パソコン画面に表示する「マピオン」をサービスしております。

(10)株式会社インターネット総合研究所への出資について

当社は、1998年7月31日（発効日は同年8月1日）、株式会社インターネット総合研究所に同社資本の29.4%相当額（同社増資後）にあたる1億円の出資をいたしました。同社はISP事業およびネットワーク製品に関連するコンサルティング事業、ISPのNetwork Operational Centerの設計・運用、会員制のテストラボ事業などを主な事業としております。

2. インターネットを利用した広告業界について

(1)インターネットの普及への依存について

日本におけるインターネットの普及は1995年頃から本格化し、インターネットの利用者はこれまで増加基調で推移してきております。当社の事業は直接間接にインターネットに関連しているため、インターネット上の情報通信または商業利用が今後も広く普及し、また、インターネットユーザにとって快適な利用環境が実現・維持されることが、当社の事業にとっての基本的な条件となります。しかし、例えば、将来的に必要なインフラストラクチャー（信頼性を備えたバックボーン、高速モデムへの対応等）の整備の有無、インターネットユーザーの増加や利用水準の高度化に対応した新しいプロトコル、技術標準の開発・応用の有無、インターネット利用を制約する規制や課金の有無等、インターネット普及の将来性に関しては、不透明な面があります。

(2)広告メディアとしてのインターネット利用について

インターネットを利用した広告事業は、日本国内においては当社の事業開始とともに本格化したとも考えられ、現在はまだ揺籃期にあると見られます。このため、インターネットの一般的な将来性自体に不確定な面があることは上述のとおりですが、広告主、広告利用者（一般消費者）及び広告代理店等の関係者による広告メディアとしてのインターネットの評価もいまだ確立されていないと考えられます。

当社の広告主数はこれまでのところ増加傾向にあり、その業種も広まりを見せつつありますが、大多数の広告主のインターネット広告利用経験は長くなく、試験的な利用方針にとどまっていたり、インターネット広告に対する予算配分も限定的になっている場合も少なくないと考えられます。

また、インターネット広告市場が事業として確立するためには、インターネット広告の有効性を評価するための標準的な手法が確立し、さらに第三者的な機関による評価が行われることが望ましいと考えられますが、現在日本においてはそのような役割を果たす機関は存在していません。従って、インターネッ

ト広告が関係者から認知され、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ等の従来の広告媒体に伍して、事業性のある市場として定着するかどうかは不明確であります。

(3)競合他社の状況について

1998年9月末現在、日本語によるまたは日本人ユーザを主な対象として、インターネット上の情報検索サービスを提供している主な同業他社としては下記があります(五十音順、ABC順)。

提供サービス名	運営組織	概要
Excite	伊藤忠商事	米国 excite 社と提携
goo	イヌ・ティ・ティ・アド社	米国 inktomi 社と提携
Infoseek	デジタルレージ社	米国 infoseek 社と提携
Lycos	住友商事	米国 lycos 社と提携
NTT DIRECTORY	NTT(OCN 事業部)社	

そのほかの主なインターネット広告事業者としては以下があります。

提供サービス名	運営組織	概要
Asahi.com	朝日新聞社	WWW上のニュース提供サービス
GeoCities	ジオシティーズ株式会社	コミュニティー・サービス
JamJam	毎日新聞社	WWW上のニュース提供サービス
MixJuice	株式会社リクルート	コンテンツサービスのホームページ
MSN	マイクロソフト社	コンテンツサービスのホームページ
NIKKEI NET	日本経済新聞社	WWW上のニュース提供サービス
ZDNet	ゾットン株式会社	コンテンツサービスのホームページ
@びあ	びあ株式会社	コンテンツサービスのホームページ

これら企業のなかには、米国のインターネット業界において競争力のある情報検索サービスを提供し、従って当社の大株主であり当社が商標等の使用許諾を受けているヤフー・インクと競合関係にある企業と提携している会社が含まれております。また、こうした同種のサービス業者(情報検索サービス系※1)との競合が予想されることに加えて、コンテンツ系(※2)、ブラウザ系(※3)、インターネットを利用した放送サービス系等の事業者との競合が発生する可能性があります。さらに、今後については、従来の広告媒体を本業としている放送業者や通信事業者等の大型資本の参入についても視野に入れる必要があると考えられます。従って、当社が当業界において優位性を発揮し、一定の地位を確保できるか否かに関しては不確実な面があるほか、競合の結果、当社の広告掲載料金(収入)の低下する可能性があるほか、広告代理店並びにネットワークコミュニケーション社等の提携先に対して支出する販売手数料や広告宣伝費等の費用の増加を余儀なくされる可能性があり、当社の経営成績に影響を及ぼすことも考えられます。

(※1) 情報検索サービス系

インターネット上(主としてWWW)にある膨大な情報の検索を助けるサービス。いわばインターネットの入り口に当たるサービスであり、電話帳や百科事典の索引に例えられ、インターネットの利用者から多くのアクセスがあるため、米国でも広告事業者の代表的存在となっている。

(※2) コンテンツ系

ニュース、天気予報、テレビ番組表、株価情報などを提供するサービス。特定のユーザ層に訴求したい広告主を対象に広告事業を展開している。当社では情報検索サービスに加えこれらのコンテンツ系サービスも提供している。

(※3) ブラウザ系

ブラウザ(閲覧ソフト)はWWWにアクセスするために不可欠なソフトウェアであり、世界的にネットスケープコミュニケーションズ社とマイクロソフト社の2社の製品が市場シェアの大半を占めている。これに伴ってインターネット上の両社のホームページは多くのインターネットユーザに閲覧されており、両社ではこれらユーザを対象とした広告事業を展開している。

3. 事業拡大に伴う事業リスクの増大について

当社が、商標等のライセンスや広告販売活動等において第三者に依存していることは上述のとおりであります。そのほか、当社は設立後間がなく事業展開の初期段階にあるため、社内管理体制や人的資源等に関して、今後以下のような課題・問題が生じると考えられます。

(1)小規模組織であることについて

当社は1998年9月末現在、役員並びに従業員(アルバイトを含む)合計で76名と組織が小さく、内部管理体制もこのような組織の規模に応じたものとなっております。

ホームページ登録作業は増加傾向にあるほか、ユーザ及び広告主にとっての当社サービスの魅力向上のために、新たな広告形態やコンテンツの開発が引き続き必要となり、また、広告代理店支援、業務拡大に伴う広告入稿管理のための営業担当者の増強、登録作業環境の改善、システムの運用・監視業務の増大に伴う増員及び後述のとおり技術革新への対応も必要となると予想されます。

このような業務の拡大に対して適切かつ十分な人的・組織的な対応ができない場合は、当社のサービスの競争力の低下並びに広告主、ホームページ作成者等とのトラブルや事業の効率性等に支障が生じるおそれがあるため、当社は今後、人員の増強や内部管理制度の一層の充実を図る予定ですが、人員の増強、教育訓練及び業務・経理システムの強化等に伴って、固定費の増加、損益分岐点売上高の上昇を余儀なくされる可能性があります。

(2)技術開発体制について

当社が提供する情報検索サービス及び広告事業はインターネット関連技術を基盤としておりますが、技術革新の速さ、業界標準及び顧客ニーズの変化、新技術・新製品の相次ぐ登場などがインターネット関連

業界の特徴となっております。これらに対応するためには、ヤフー・インク等との緊密な協調作業が必要となるほか、当社独自の開発負担も増加すると考えております。

1998年9月末日現在、研究開発担当の技術チームには開発部長以下、15名の従業員を配置しておりますが、技術スタッフの増員や管理体制の一層の強化を行う必要が生じると考えております。