



毎日の料理を楽しみに
COOKPAD
<http://cookpad.com>

クックパッド株式会社
2010年4月期
決算説明会補足資料

2010年6月

**毎日の料理を楽しみにすることで、
心からの笑顔を増やす**

利用者視点でサービス基盤強化 利用者満足度向上を追求

◆サービス基盤の強化

トラフィック増加時でも快適に利用できるサービスを追求

- ・迅速且つ効率的なサーバ増強を可能に
- ・配信速度のみならず利用者の体感速度を基準に改善

◆開発体制の強化

利用者の多様なニーズに高い精度で応えるための体制

- ・利用者の利用状況やサービス内導線を効率的に解析
- ・解析結果に基づき迅速に開発、改善

【2010年4月の利用状況】

月間利用者数 896万人 (前年同期比46.4%増)

月間ページビュー 4億2,397PV (前年同期比39.6%増)

3事業全て増収、会員事業は前年比約5倍に伸長

◆マーケティング支援事業 967百万円
既存顧客売上増加 (前年比59.8%増)

◆会員事業 851百万円
有料会員数伸び継続 (前年比380.8%増)

◆広告事業 388百万円
緩やかに成長 (前年比29.1%増)

【売上、利益ともに200%超成長】

売上 2,207百万円 (前年比103.7%増)

経常利益 1,052百万円 (前年比155.2%増)

2010年4月期第4四半期 決算概況と見通し

業績概要

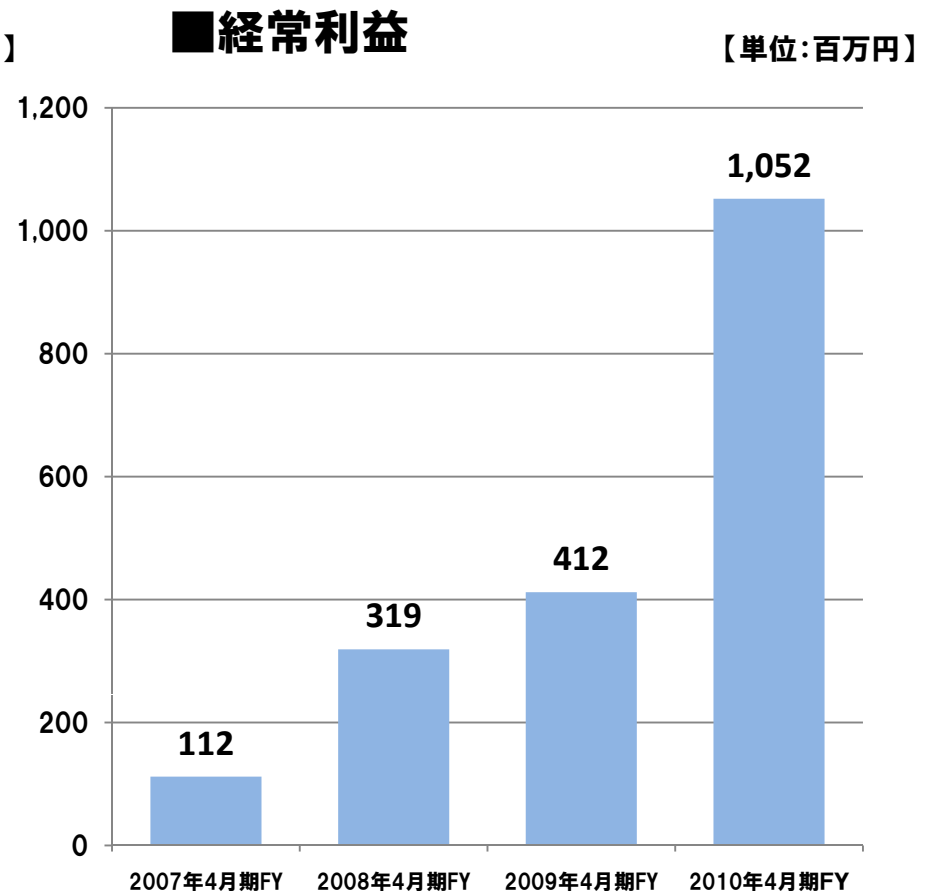
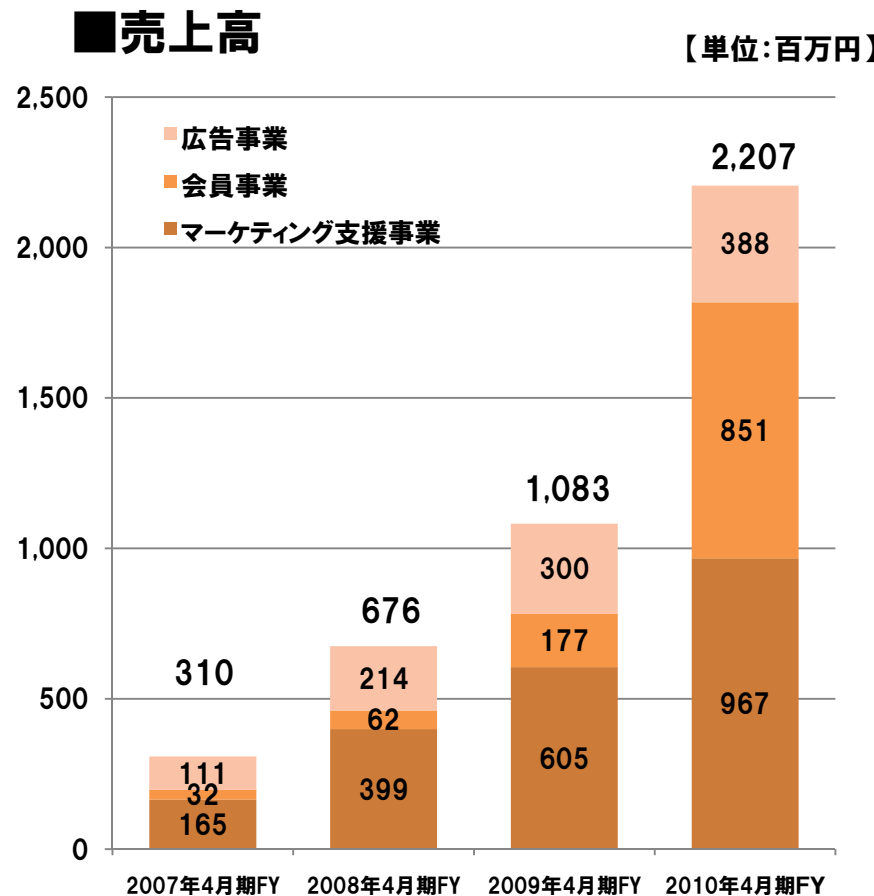
2010年4月期 第4四半期 (会計期間)

【単位:百万円】

	修正後 予算 (4Q差引)	2010年 4月期 第4四半期	修正後 予算比	(参考) 2009年4月期 第4四半期	前年同期比 増減	増減要因
売上高	553	717	129.6%	351	104.2%増	・マーケティング支援事業、広告事業は堅調 ・会員事業は大幅増収
マーケティング 支援事業	-	300	-	142	112.0%増	・既存顧客単価が上昇 ・食品・飲料業界における認知が拡大
会員事業	-	306	-	89	243.8%増	・モバイル公式サービス化の影響が持続 ・検索機能の強化
広告事業	-	111	-	119	6.7%減	・前年の期末特需的出稿の反動 ・四半期別モメンタムは成長継続
営業利益	222	330	148.6%	140	135.7%増	業容拡大に伴い、販売費及び一般管理費も 拡大したが、売上高増加により営業利益増加
経常利益	222	329	148.2%	140	134.0%増	-
四半期純利益	108	179	165.7%	80	124.0%増	-

売上高、経常利益の推移

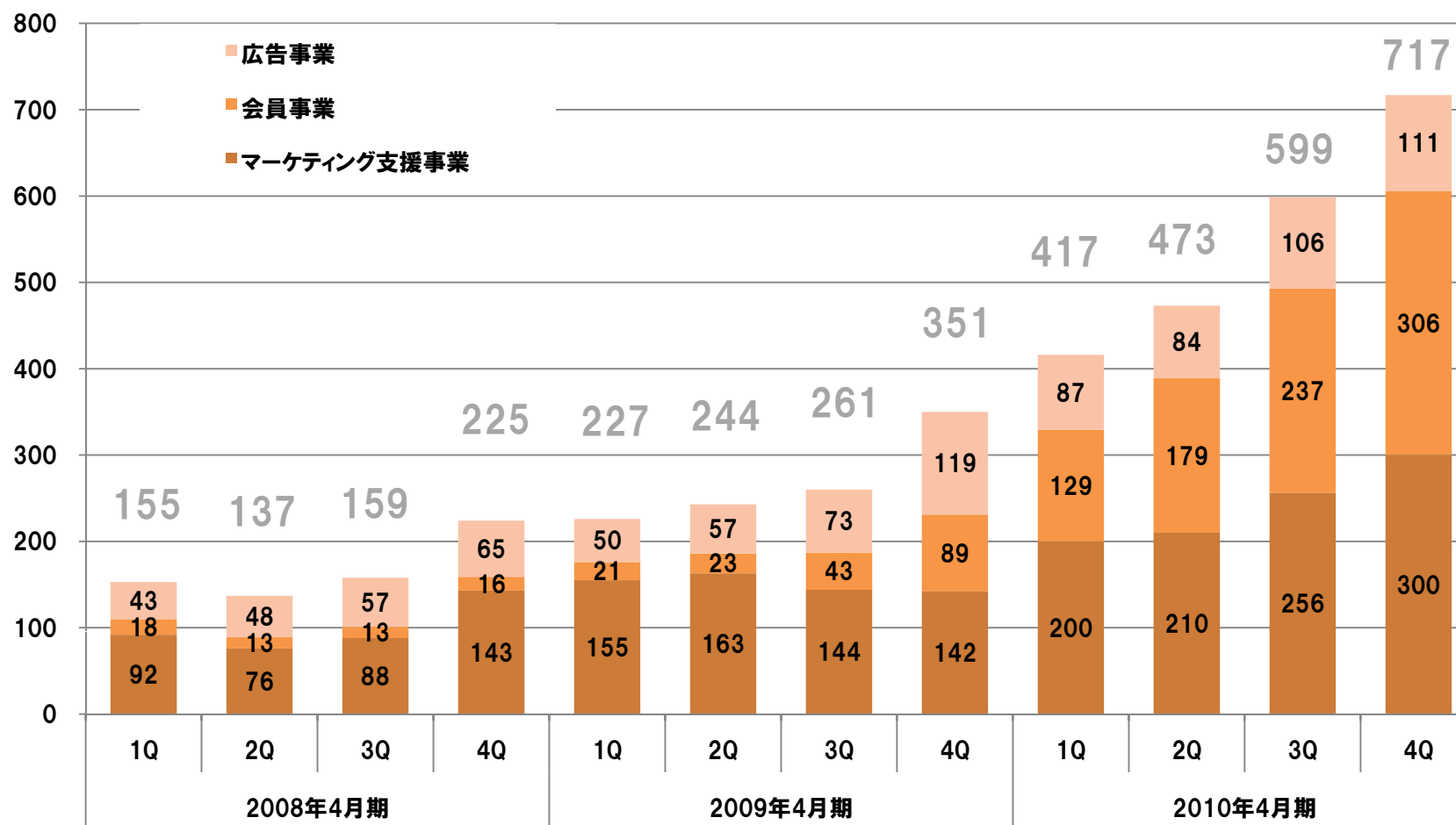
2007年4月期～2010年4月期



売上高の四半期推移

2007年4月期～2010年4月期

【単位:百万円】



売上原価、販売費及び一般管理費

2010年4月期 第4四半期（累計期間）

【単位：百万円】

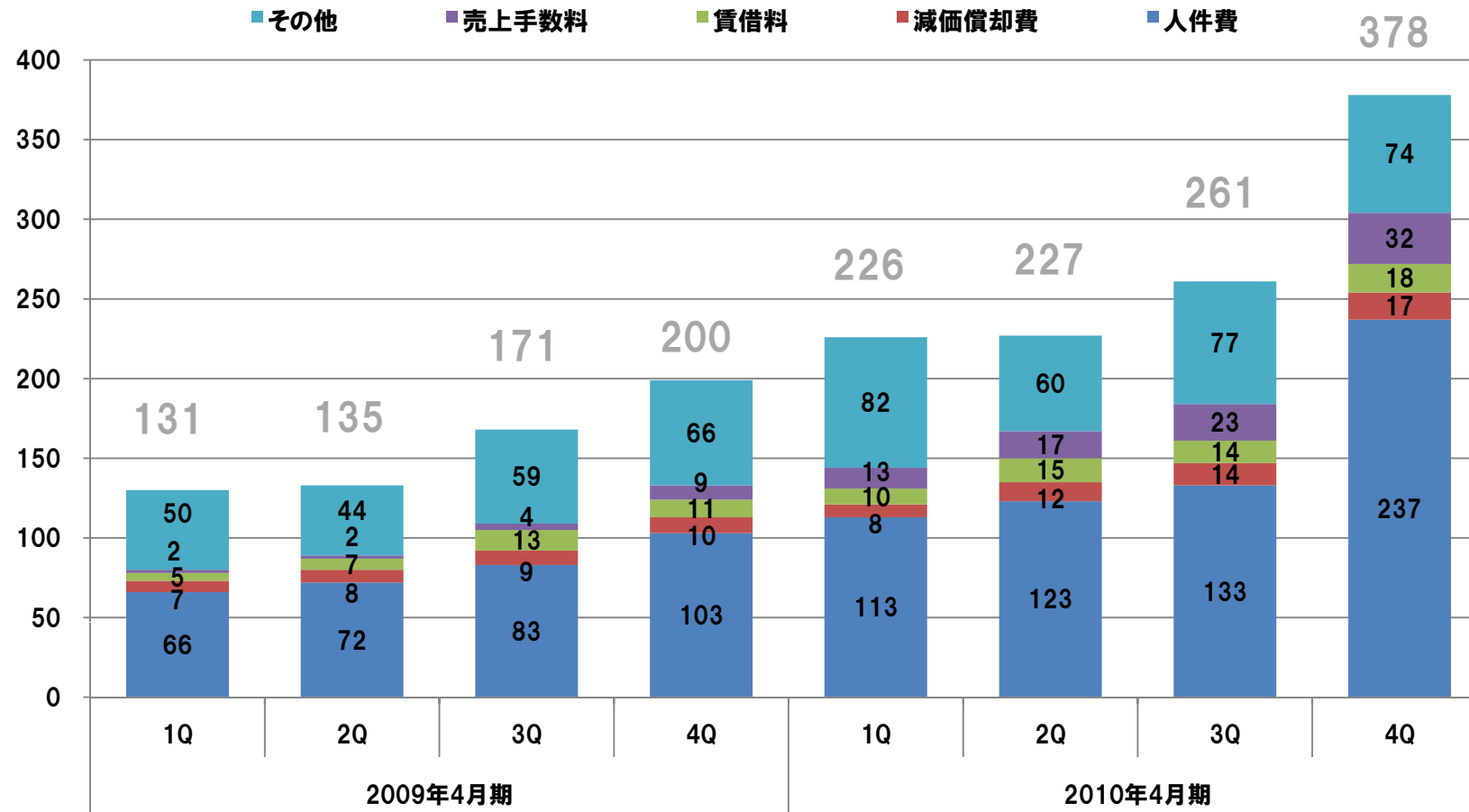
	2010年4月期	(参考) 2009年4月期	増減要因
売上原価	50	33	マーケティング支援事業売上増加に伴い外注制作費増加
販売費及び一般管理費	1,092	638	
人件費※	606	325	人員の増加に伴い増加 エンジニア中心に採用強化
減価償却費	51	35	サーバ増強に伴い増加
賃借料	57	38	サーバ増強によりデータセンターの 賃借料も増加、オフィス増床
売上手数料	85	19	会員事業売上増加に伴い代金回収 代行手数料も増加
その他	293	220	業容拡大に伴い増加 当期1Q計上の上場関連費用含む

※人件費=役員報酬+給与手当+派遣料+法定福利費+福利厚生費

販売費及び一般管理費の四半期推移

2009年4月期～2010年4月期

【単位:百万円】



キャッシュ・フローの推移

2010年4月期 第4四半期累計期間

【単位:百万円】

	2010年4月期 第4四半期累計	(参考) 2009年4月期 第4四半期累計	増減要因
営業活動による キャッシュ・フロー	788	170	前年同期比200%以上の増収・増益
投資活動による キャッシュ・フロー	△118	△39	有形固定資産(サーバ等)の取得
財務活動による キャッシュ・フロー	1,454	－	新規上場に伴う資金調達
現金及び現金同等物の 増減額	2,125	130	－
現金及び現金同等物の 期末残高	2,526	401	－

2011年4月期 通期業績見通し

【単位:百万円】

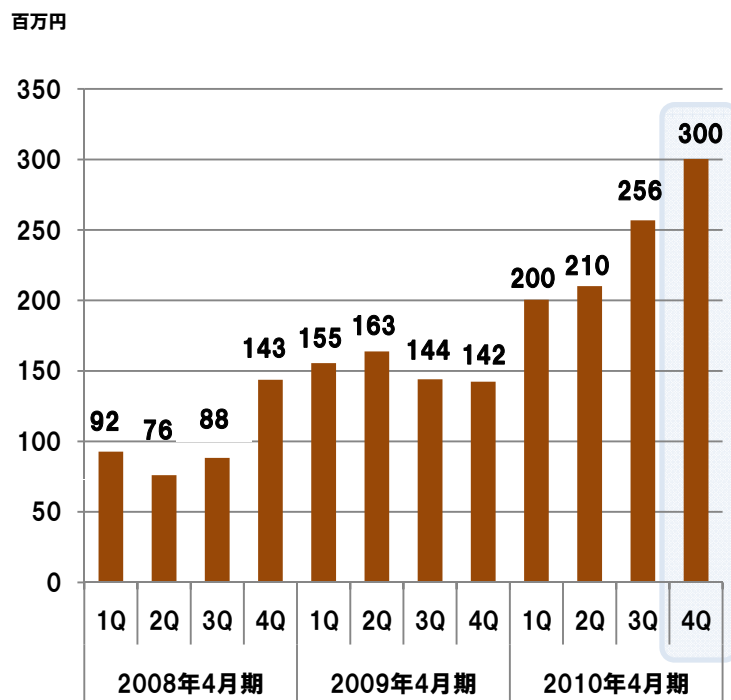
	2011年4月期 予算	2010年4月期 実績	前年対比
売上高	3,252	2,207	47.3%増
営業利益	1,486	1,064	39.6%増
経常利益	1,420	1,052	35.0%増
当期純利益	707	567	24.7%増

各事業の状況

マーケティング支援事業①

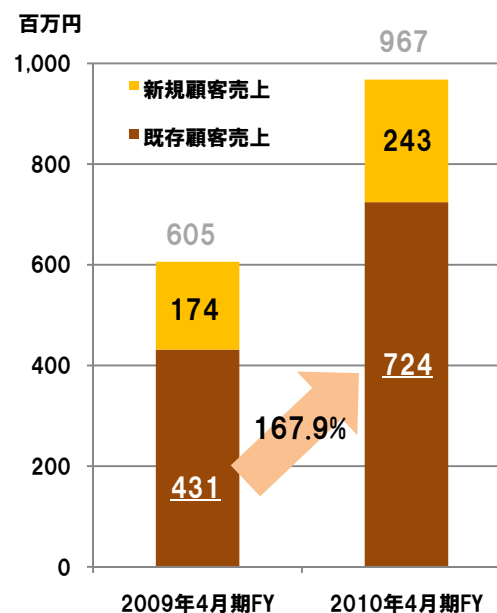
- ・今期の事業戦略は既存顧客満足度向上の追求
- ・当事業売上は300百万円(第4四半期(3カ月):前年同期比111.3%増),967百万円(12カ月:前年同期比59.8%増)
- ・既存顧客からのリピート受注増加により既存顧客売上増加

当事業の四半期毎売上高推移

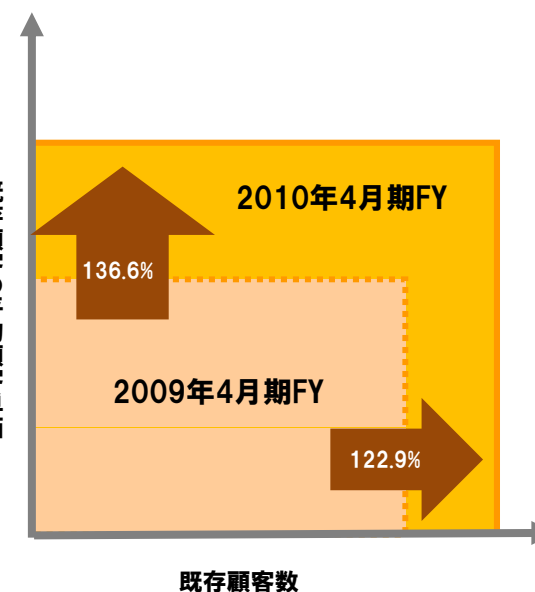


※当事業開始は2008年4月期

既存顧客への売上増加が増収要因



既存顧客からのリピート受注及び顧客単価上昇が順調



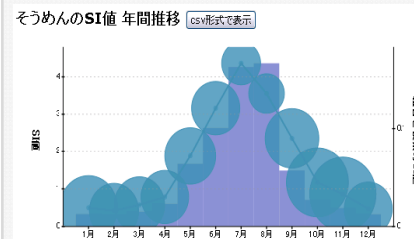
マーケティング支援事業②

- ・896万人の「食いたい」を分析し、食品・飲料メーカーに施策を提案
- ・分散処理システム導入など解析技術を強化

レシピ検索データサービス



～検索語『そうめん』、組合せ検索語『チャンプルー』～



SI値検索で「そうめん」を分析すると7、8月以外では、「チャンプルー」の検索頻度が高まります。

夏の暑い時季を終えると、アレンジメニューが増え、その結果チャンプルーの検索頻度が高まったことが分かります。

興味・関心が地域、季節ごとに分かる

～『カレー』×『牛スジ肉』の検索が多い近畿～

カレー×牛スジ肉のSI値



地域比較で「カレー」を分析すると近畿地域では「カレー」と「牛スジ肉」の組合せが、**全国平均の1.74倍**ということがわかります。

おでん種で牛スジ肉をよく食べる近畿地域では、カレーにも牛スジ肉を使う、牛スジ文化の地域であることがわかります。

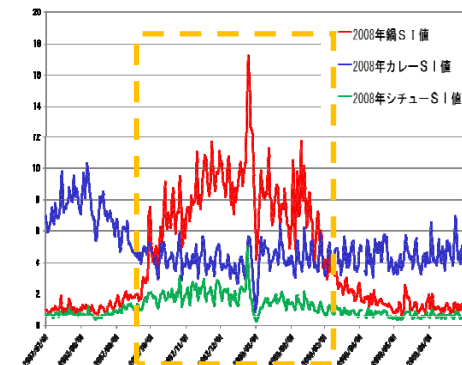
大規模データの効率的解析が必要不可欠

- ・分散処理システム導入により処理速度が大幅に改善

たべみる1年分のデータ処理時間

(導入前推定) (導入後)
7,000時間 ⇒ 30時間程度

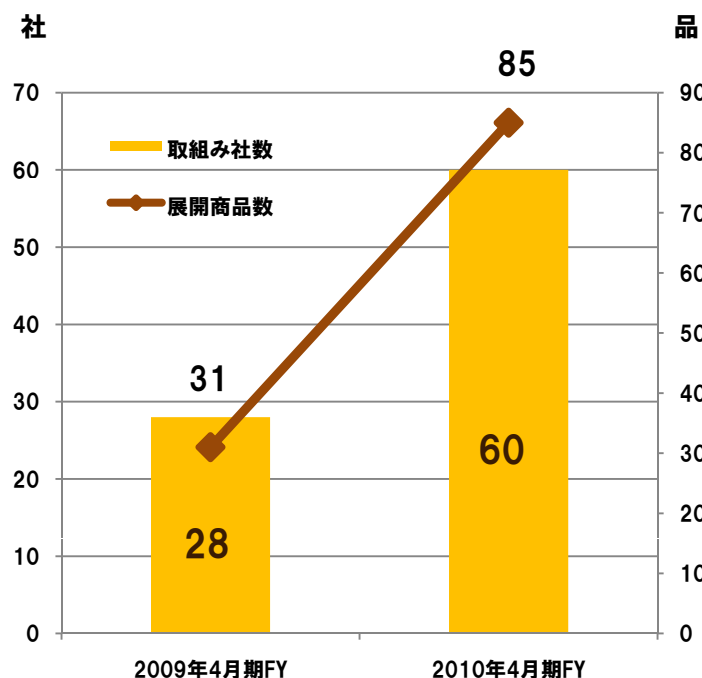
これにより、詳細な提案が迅速に可能に



マーケティング支援事業③

- ・生活者主導、メニュー提案型のマーケティング手法が浸透
- ・店頭連動企画が増加

メニュー提案型手法を店頭で活用する企業が増加



※ブランド利用実績比較

店頭で広がるレシピ事例

商品パッケージ	POP
キリン・トロピカーナ株式会社様 株式会社永谷園様	伊藤ハム株式会社様
レシピカード	
敷島製パン株式会社様 タカナシ乳業株式会社様	日本水産株式会社様 宝酒造株式会社様

マーケティング支援事業 事例紹介

事例：株式会社ミツカン様 『フェデルツォニ バルサミコ®』

季節的なイベント（クリスマス）に合わせたメニュー（使い方）提案企画を通じて
利用機会を創出し、バルサミコ酢の需要喚起、利用を促進

施策

トライアル促進

ユーザーサンプリング



メニュー訴求

レシピコンテスト



効果

レシピを通じてバルサミコ酢の
需要喚起、利用促進

当該商品の店頭での影響

前年同月比	
11月	前年並み
12月	134%※
1月	122%※

企画実施月

企画実施翌月も
影響が持続

※上記比較はメーカー出荷金額ベース

マーケティング支援事業 事例紹介

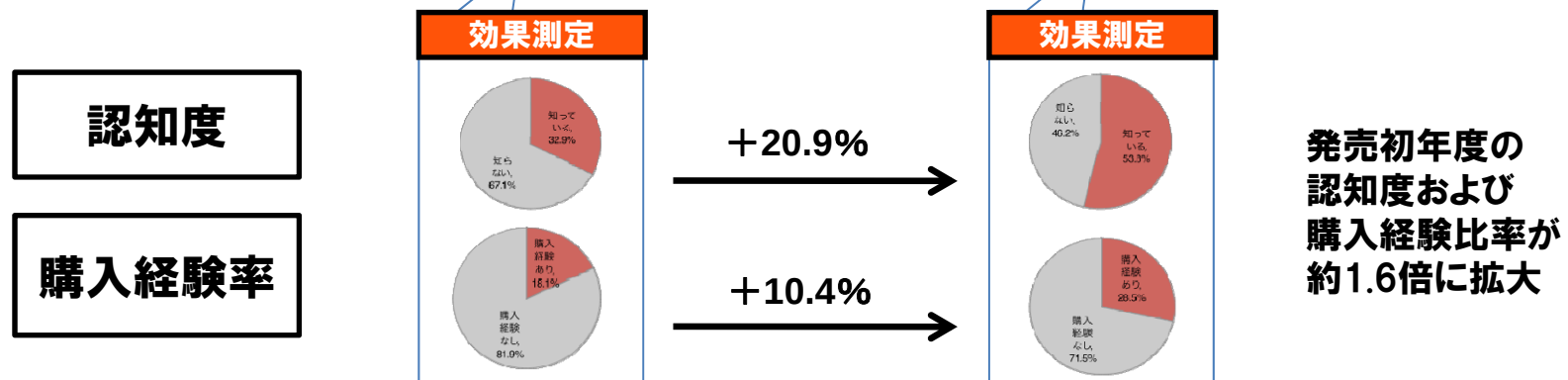
事例：明治乳業株式会社様 『明治北海道十勝スマートチーズ』

商品の特性を生かし、顧客のマーケティングフェーズに密着した施策を実行
発売初年度商品の認知向上、利用促進

施策



効果



マーケティング支援事業 事例紹介

事例：江崎グリコ株式会社様 『<ちょい食べ>カレー』

商品特性やアレンジ方法の認知拡大から、生活者創出のレシピを通じ利用を促進
生活者の反応から新たな需要喚起のための課題提案

施策

メニュー訴求

レシピコンテスト



「投稿レシピ」



「つくれぽ」



投稿レシピに記載されたキーワード

キーワード	件数	出現率
弁当	79	22.6%
朝	47	13.4%
昼	39	11.1%
夜	7	2.0%

効果

当該商品の店頭での影響

- ・商品発売後3年目
- ・施策実施翌月
前年同期比 約250% (月次最高売上を記録)

※上記比較はメーカー出荷金額ベース

生活者からの新たなシーン・使い方の フィードバックによる課題認識

- ①「お弁当」「朝」の利用シーンをさらに深堀する
- ②新たな利用シーン・利用方法を提案し、浸透させる

マーケティング支援事業 事例紹介

事例：流通・小売における施策

クロスマーチャンダイジングの中核としてメニュー提案、ブランド利用が浸透

株式会社サニーマート様 「中華を作ろう」 キャンペーン



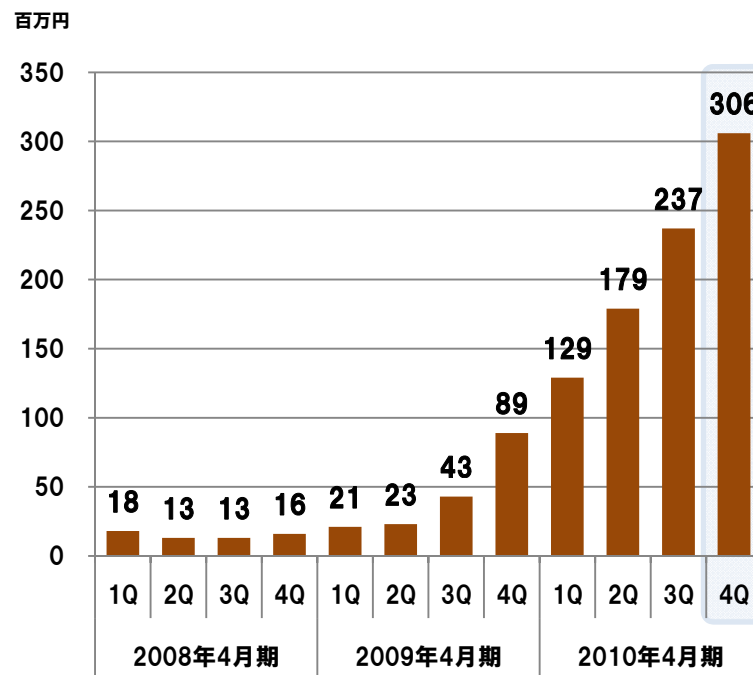
ユニー株式会社様 キャベツ×タジン鍋 キャンペーン



会員事業①

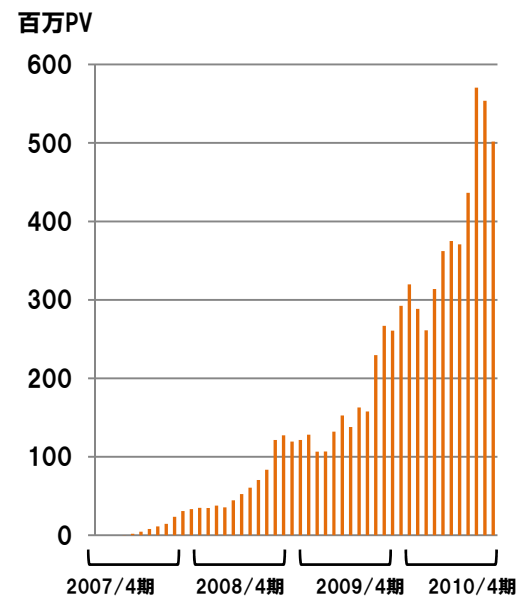
- ・第4四半期の当事業売上は306百万円 (3カ月:前年同期比243.8%増), 851百万円 (12カ月:前年同期比380.8%増)
- ・サービス基盤への投資、サービスの改善を行い既存利用者の満足度向上に注力

当事業の四半期毎売上高推移

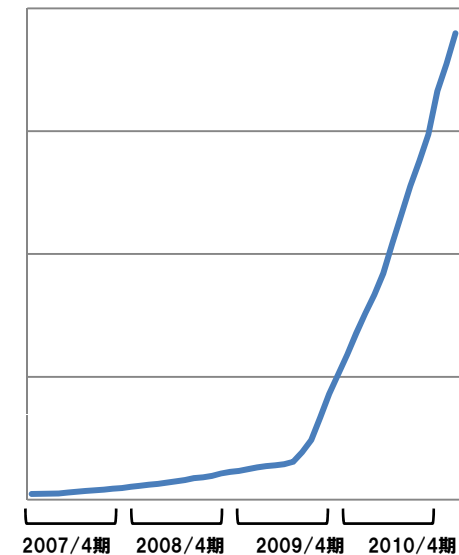


注) 2008年4月期及び2009年4月期売上には一部出版売上が含まれております

『モバれび』の月間PV推移



有料会員数推移



- ・今期の事業戦略はモバイルの強化
- ・モバイル強化の一環として新デバイス (iPhone) に対応

モバイルサービスの改善に注力

◆サービス基盤の強化

トラフィック増加時でも快適に利用できるサービスを追求

- ・突発的なトラフィック増加に対応
- ・迅速且つ効率的なサーバ増強を可能に

◆サービス改善の徹底

- ・分析結果に基づき迅速に開発、改善を繰り返し実施
解析⇒開発のサイクルを高速化、頻度を上げる

- ・ABテストの徹底

◆既存利用者の満足度向上に注力

検索の品質改善

- ・検索深度は変わらず精度を改善

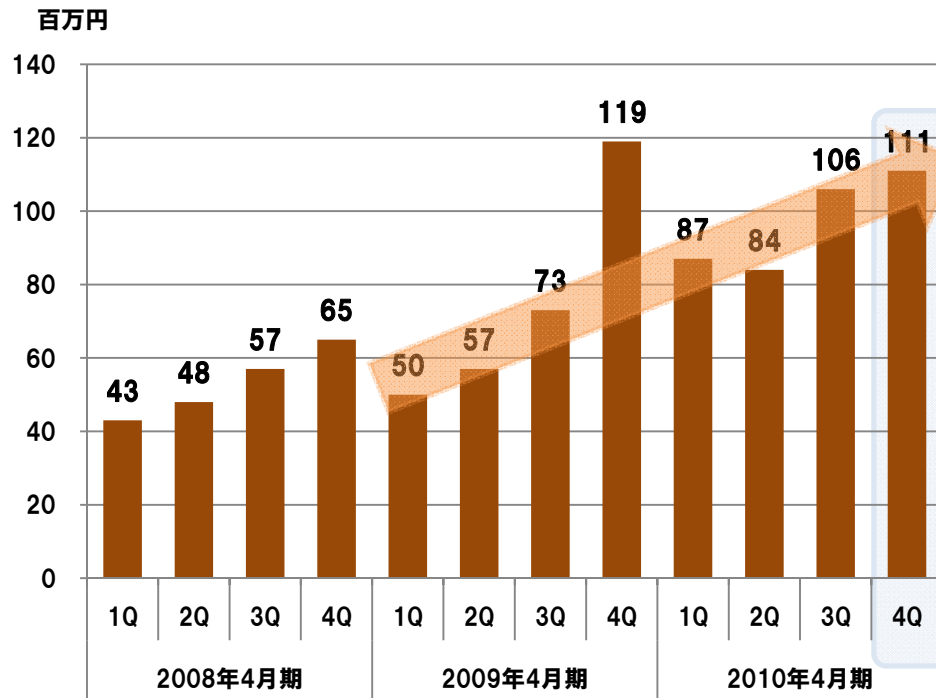
モバイル強化の一環としてiPhoneアプリをリリース



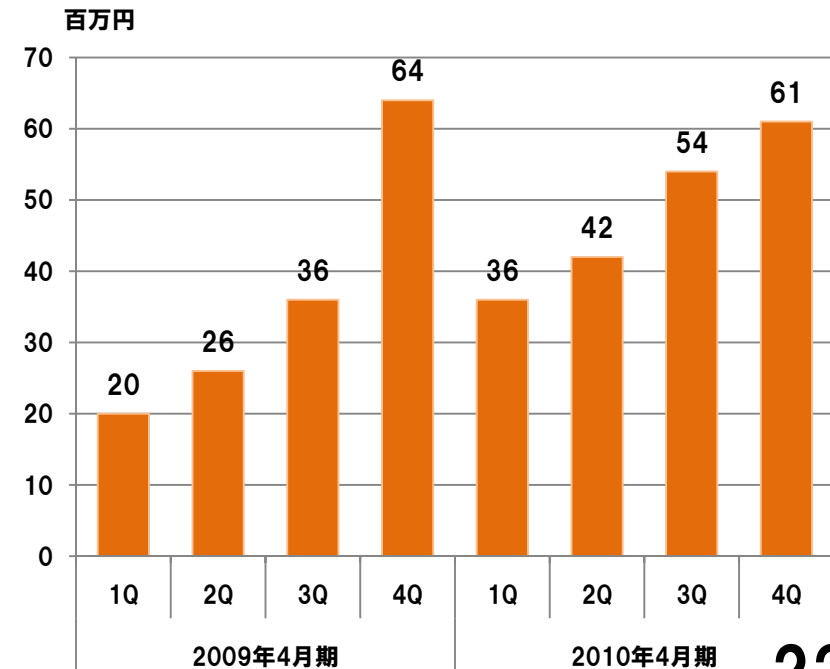
- ・リリース後5日目から無料アプリで1位に
- ・リリース以来、
ライフスタイルカテゴリ上位を維持
- ・87万ダウンロード（6月10日現在）

- ・第4四半期の当事業売上は111百万円 (3カ月:前年同期比6.7%減), 388万円 (12カ月:前年同期比29.1%増)
- ・前年同期比減収(※)も、増加トレンドへ (※)前年同期 マーケティング支援事業に紐づく受注あり
- ・媒体価値の増大(利用者数、PV増加)から、出稿量の増加
- ・食品・飲料メーカーからの出稿増加

当事業の四半期毎売上高推移



食品・飲料メーカーからの出稿額は堅調に推移



運営サービスの状況

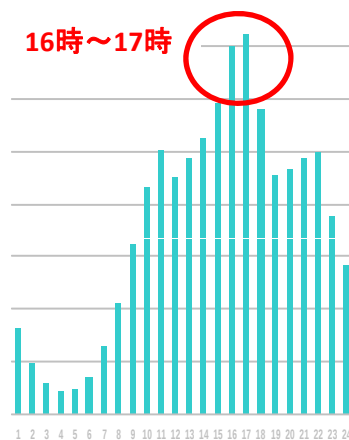
レシピ検索・投稿サービス『クックパッド』『モバれび』



生活動線上で利用されるサービス

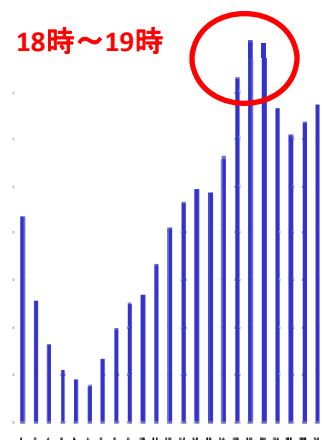


『クックパッド』
アクセスのピークは16時～17時



(時間帯)

『モバれび』
アクセスのピークは18時～19時



道具のように使えるシンプルな構造



レシピを載せる

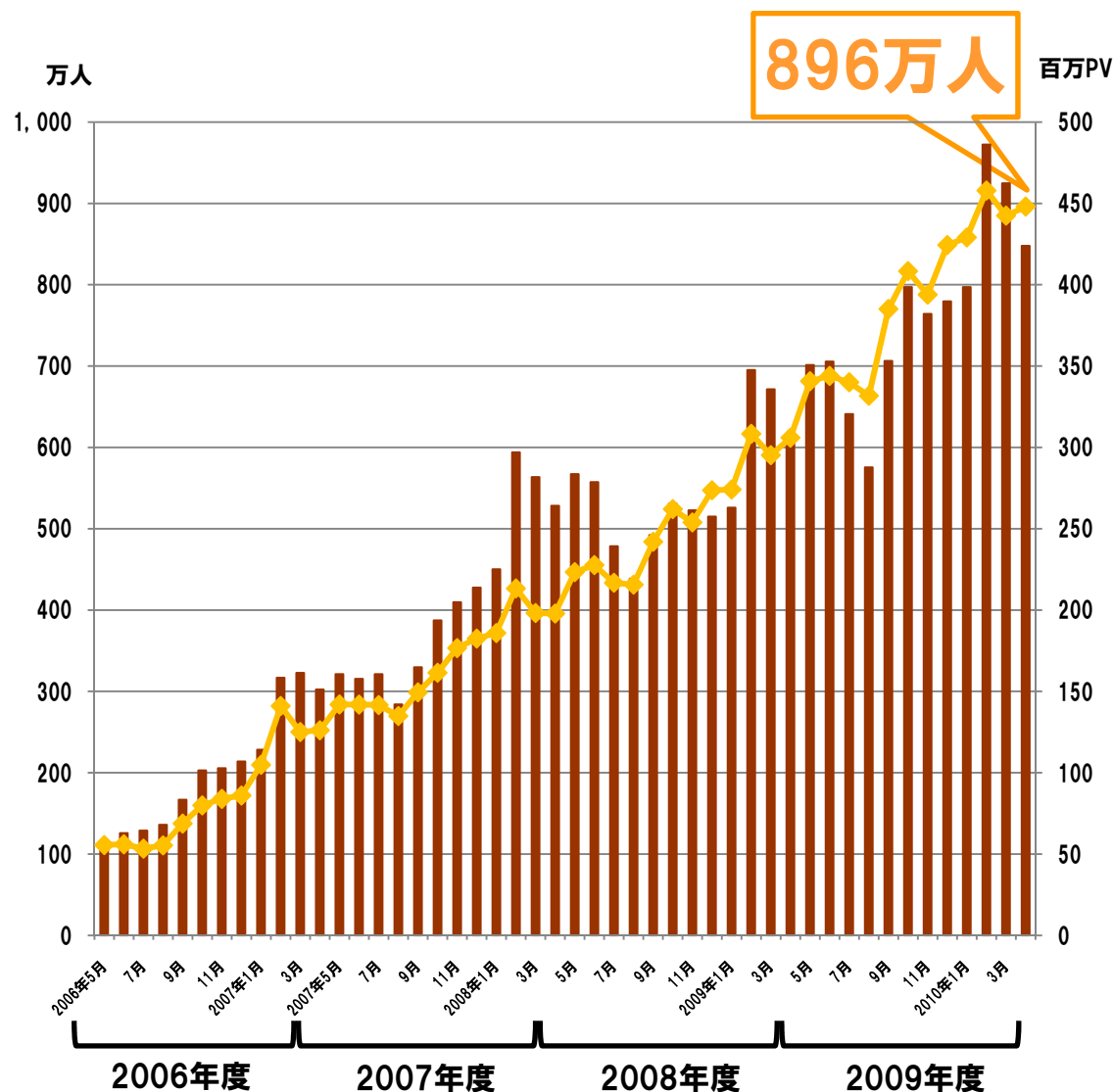
- ・『クックパッド』内に自分のキッチンを開設
- ・作成したレシピを写真付で投稿
- ・自身が投稿したレシピへの他利用者からの感想コメント(つくれば)などの閲覧も可能

※上記機能利用のためには無料ID登録が必要

レシピを探す

- ・メニュー名や料理に関連するキーワードから該当するレシピが検索可能
(例「バレンタイン」「運動会」「さっぱり」等)
- ・複数の食材の組合せでの検索可能

利用者視点でのサービス開発・運営を徹底



サービス基盤の強化

常に快適に利用できるサービスへ

突発的なトラフィック増加、季節的なトラフィック増加への対応

◆迅速且つ効率的にサーバ増強が可能に

- ・サーバ管理システムを開発
- ・サーバ自動設定ツールの導入

◆配信速度のみならず利用者の体感速度が基準

体感速度基準でサーバ、クライアント両側をチューニング

サーバ処理速度の改善 200ms ⇒ 160ms

◆(データ)キャッシュの最適化

開発体制の強化

利用者の多様なニーズへの対応

解析⇒改善サイクルの高速化

◆サービス内の利用状況や導線を効率的に解析

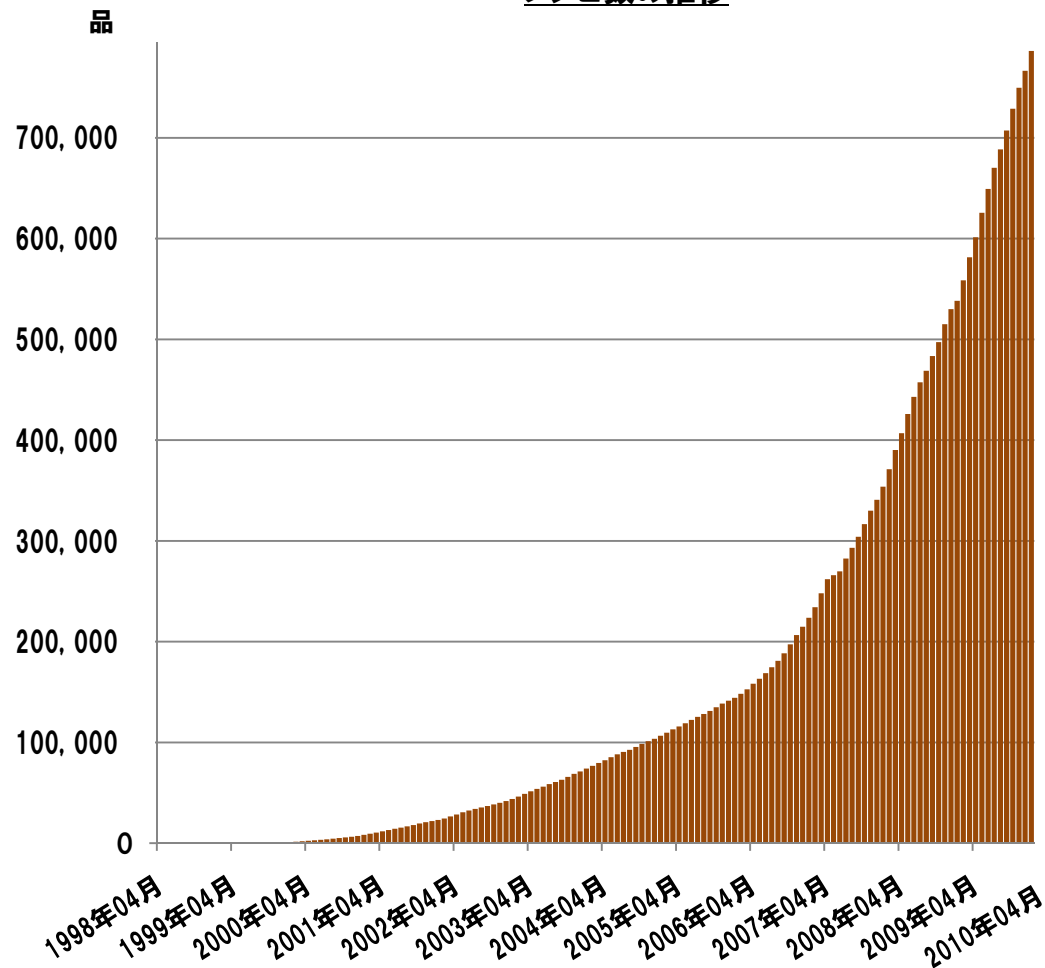
- ・分散処理システムの導入

◆解析結果に基づいた迅速な開発が可能な体制

- ・テスト駆動開発による大規模システムの開発と
頻繁な改善

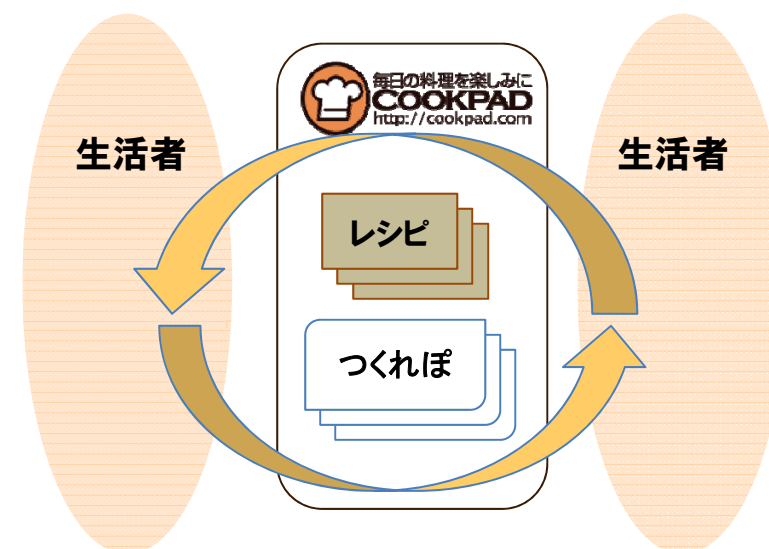
75万品が集まる食のプラットフォーム

レシピ数の推移



食卓の「美味しい」が流通する場

- ・料理の楽しみが集まる場を運営
- ・レシピを中心としたコミュニティの集合体



料理が楽しみになる好循環を生み出す仕組み

食を取り巻く環境・構造が変化

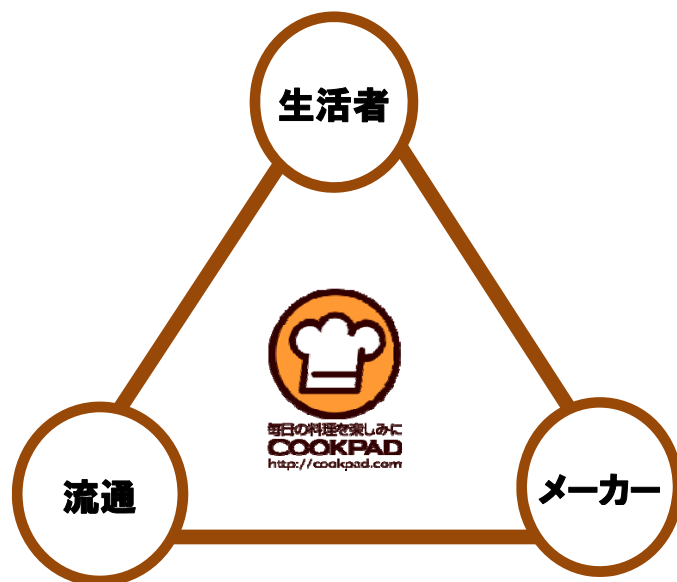
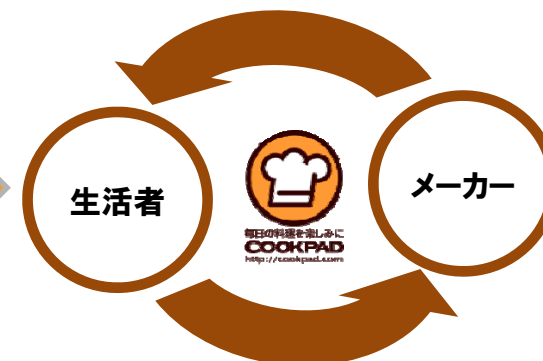
若年層への訴求・利用促進、生活者主導の構造変化への対応が必須
メニュー（食べ方）を通じたコミュニケーションが重要

社会構造の変化

- ・少子高齢化
- ・核家族化による料理が伝承しない社会へ
- ・産業の成熟化
- ・景気の低迷
- ・メディア（情報源）の多様化
- ・不安定な原材料（調達コスト）

食に関する現状と課題

- ・商品（ブランド）ファンの高齢化
- ・「使い方、食べ方」提案の必要性
- ・類似商品の乱立
- ・広告・販促手法の見直し
- ・生活者の志向の多様化
- ・食品メーカーのグローバル化と再編



◆食市場は約35兆円の巨大市場

約65,000円/月（日本全世帯平均食費）×12カ月×4,500万世帯

◆マーケティング手法が変化

- ・生活者主導（双方向）
 - ・広告の費用対効果をより重視（広告 → 販促）
- 従来から食品・飲料業界では広告宣伝費×2倍＝販売促進費

約6,000億円

約1兆2,000億円（推定）

◆食品業界のインターネット広告利用余地

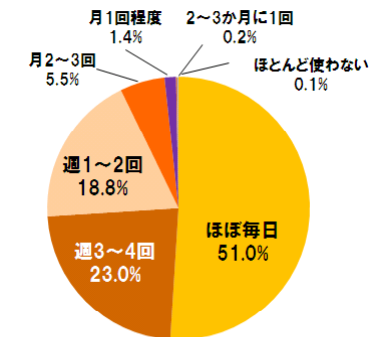
- ・生活者の食に対する多様化⇒インターネットとの相性良し
- ・他業界に比べインターネット広告への支出配分は少ない

■30代女性45%、20代女性の3人に1人が利用する食卓の意思決定支援プラットフォーム

- ・月間利用者数896万人 (2010年4月月間利用者数実績)
- ・75万品のレシピと「美味しい」が流通する場
- ・食卓の献立決定支援プラットフォーム

	日本 総人口 (A)	クックパッド ユーザ (B)	ユーザの 割合 (B/A)
全体	12,752	896	7%
女性全体	6,539	878	13%
50歳～	2,981	44	1%
40～49歳	808	165	20%
30～39歳	907	404	45%
20～29歳	711	237	33%
10～19歳	589	28	5%
0～9歳	542	0	0%

(出所:2009.9.総務省、2009年9月当社実施アンケート、2010年4月月間UI実績値より)



(出所:2009年9月当社実施アンケートより)

■利用者が“道具”として使えるサービスへの拘りとそれを支える技術

常に利用者視点に立ったサービス開発、改善を徹底、サービス運営会社としての甘えを排除

- ・既存利用者の満足度を追求 ⇒ 利用状況、経路等を解析しより精度の高いレスポンスを提供
- ・トラフィック増加時でも快適なサービス運営を追求 ⇒ サーバ増強の迅速さ、効率化の追求
表示速度は利用者の体感速度を基準に改善
- ・全て自社開発 ⇒ テスト駆動開発により迅速に長期的にサービスを開発、改善
- ・Ruby on Railsサイトで世界9位の規模 ⇒ 膨大なデータ、トラフィックを処理

全ての家庭のあらゆるシーンに 料理が楽しみになる きっかけを提供する

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	■10月有限会社コイン（現クックパッド株式会社）を設立									■9月モバイル向けサービス「モバれび」を開始			
	■3月料理レシピの投稿・検索サービス「kitchen@coin」を開始										■10月マーケティングデータ提供サービス「たべみる」開始		
	■6月「kitchen@coin」から「クックパッド」へサービス名を変更								11月モバれびプレミアムサービスを開始 ■			■11月iPhoneアプリ開始	
	3月広告掲載の事業化（現マーケティング支援事業及び広告事業） ■							11月「モバれび」がdocomo公式サービス化 ■					
								1月「モバれび」がau公式サービス化 ■					
								2月「モバれび」がソフトバンク公式サービス化 ■					
					9月クックパッドプレミアムサービス（会員事業）を開始 ■								

本資料に記載された情報や業績予想等の将来見通しは、資料作成現時点において入手可能な情報及び当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されております。今後、経営環境の変化等の事由により、実際の業績や結果とは異なる可能性があります。

【本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先】

クックパッド株式会社 経営企画室

TEL (03)6408-6143

Mail IR@cookpad.com