

料金別納  
郵便

POST CARD

第2四半期の情報は、中面をご覧ください。

POST CARD

第2四半期の情報は、中面をご覧ください。

# 第15期 第2四半期報告書 バルクグループレポート

2008年4月1日～2008年9月30日  
証券コード：2467

株式会社 **バルクホールディングス**  
株主名簿管理人 住友信託銀行株式会社  
返送先 〒183-8701 東京都府中市日鋼町1番10 住友信託銀行 証券代行部

## 株主の皆様へお知らせ

### ホームページのご案内

当社の詳しい情報はホームページからご覧いただけます。

<http://www.vlcholdings.com/>



### 株式関係のお手続きは、ホームページにて

株式関係のお手続き(住所変更、名義書換等)の用紙は、住友信託銀行株式会社の電話またはホームページで24時間ご請求いただけます。

電話：0120-175-417 (住所変更用紙のご請求)  
0120-176-417 (その他のご照会)

ホームページ：<http://www.sumitomotrust.co.jp/STA/retail/service/daiko/index.html>

なお、証券保管振替制度をご利用の方は、お取引のある証券会社等へのお届けとなります。

## 株主の皆様へ

株主の皆様には、益々ご清栄のこととお喜び申し上げます。  
当社は、これまで冊子型の「バルクグループレポート」を半期毎にお届けしておりましたが、この度、第2四半期につきましては、ハガキ型の「バルクグループレポート」でご報告させて頂くことと致しました。

今後もしも細やかに情報を発信し、株主の皆様との関係をよりよいものにできるよう努めてまいります。

当第2四半期の業績は、売上高567,914千円、営業損失103,011千円、経常損失94,054千円、四半期純損失161,110千円となりました。

当社を取り巻く環境は、金融市場の混乱や世界経済の減速懸念など、先行きの不透明感が高まっております。このような厳しい状況のもと、当社は継続的な企業価値の向上と最大化の実現に向けて、売上拡大と利益の確保を目指してまいります。

株主の皆様におかれましては、今後とも一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。



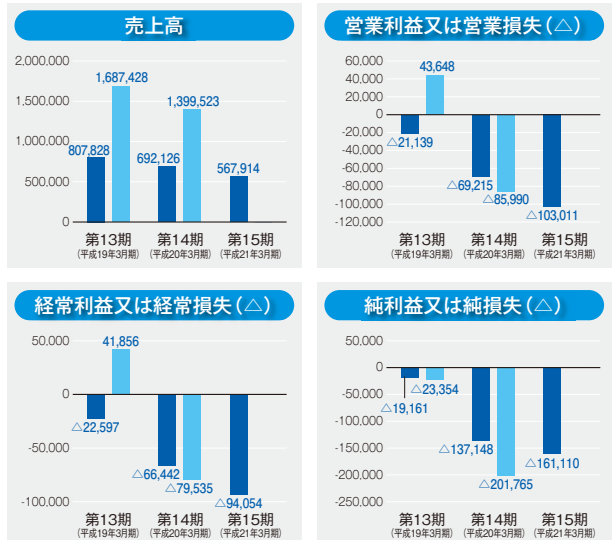
代表取締役社長  
村松 澄夫

## 第2四半期の連結業績(累計)

### 概況

売上高	567,914千円	営業損失	103,011千円
経常損失	94,054千円	四半期純損失	161,110千円

### 財務ハイライト



## TOPICS

## 上場会社の「株券電子化」スタート!

2009年1月5日実施

証券会社を通じて証券保管振替機構(ほふり)に預けている方

⇒ご安心下さい。(手続きは不要です)

自分で自宅(又は貸金庫)に保管している方

⇒必ず株券の名義を確認して下さい。

### ①株券の名義が本人名義になっている場合

上場会社が株主名簿管理人(信託銀行など)に株主の権利を保全するための口座(特別口座)を開設します。

### ②他人名義のままになっている場合

上記①の特別口座が株券電子化移行時点の株主名簿により開設されるため、他人名義のまま開設されることになり、最悪の場合、株主としての権利を失うことになってしまいます。

株券電子化に関するご質問・ご相談は…

株券電子化なんでも相談窓口(株券電子化コールセンター)

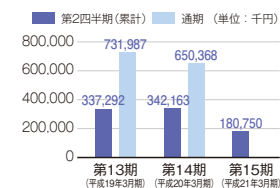
TEL 0120-77-0915 (平日・土/9:00~17:00 通話無料)

\*株券電子化コールセンターは、(株)証券保管振替機構・日本証券業協会・(株)東京証券取引所が共同で運営する株券電子化についての相談窓口です。

## セグメント情報

コンサルティング事業 売上高 180,750千円

情報セキュリティコンサルティング分野では、情報セキュリティの構築が企業経営を行う上での必須条件という考え方が定着してきておりますが、景気の後退懸念等が影響してコンサルティングの導入に慎重となり、売上高は計画を下回りました。また、内部統制コンサルティング分野では、サブプライムローン問題に端を発した金融市場の混乱等を受け、新規株式公開(IPO)を行う企業が大幅に減少したことやITシステムの導入に慎重となる企業が増加したことに伴い、売上高は計画を下回りました。以上の結果、当第2四半期累計期間の売上高は180,750千円(前年同期比47.2%減)、営業損失は2,095千円(前年同期利益68,941千円)となりました。



マーケティングリサーチ事業 売上高 387,164千円

インターネットリサーチ分野では、様々な顧客のニーズに対応する「リサーチサービス」の提供、きめ細やかな「サポート体制」の構築、差別化戦略の1つである「商品企画」のブランド化を実現していくためにセミナーの開催や営業活動を進めてまいりました。また、会場調査等のインタビューやオフラインリサーチの分野では、調査に要する時間を平均の倍以上にすることで高品質なサービスを提供しており、試作品の調査やインターネットの使用頻度の低い年齢層をターゲットとした調査等の引合いが増加してまいりました。以上の結果、当第2四半期累計期間の売上高は387,164千円(前年同期比10.6%増)、営業利益は3,820千円(前年同期損失12,703千円)となりました。

