

株式会社ガーラ

2004年3月期

第1四半期決算説明会

2003年8月7日

本日のテーマ

2004年3月期 第1四半期の概要

第1四半期における各事業部門の状況

今後の取り組み

1. コラボレーティブマーケティングの推進
2. e-マイニング Version 5.0

2004年3月期 第1四半期の概要

2004年3月期 第1四半期の概要

1. 損益の概況

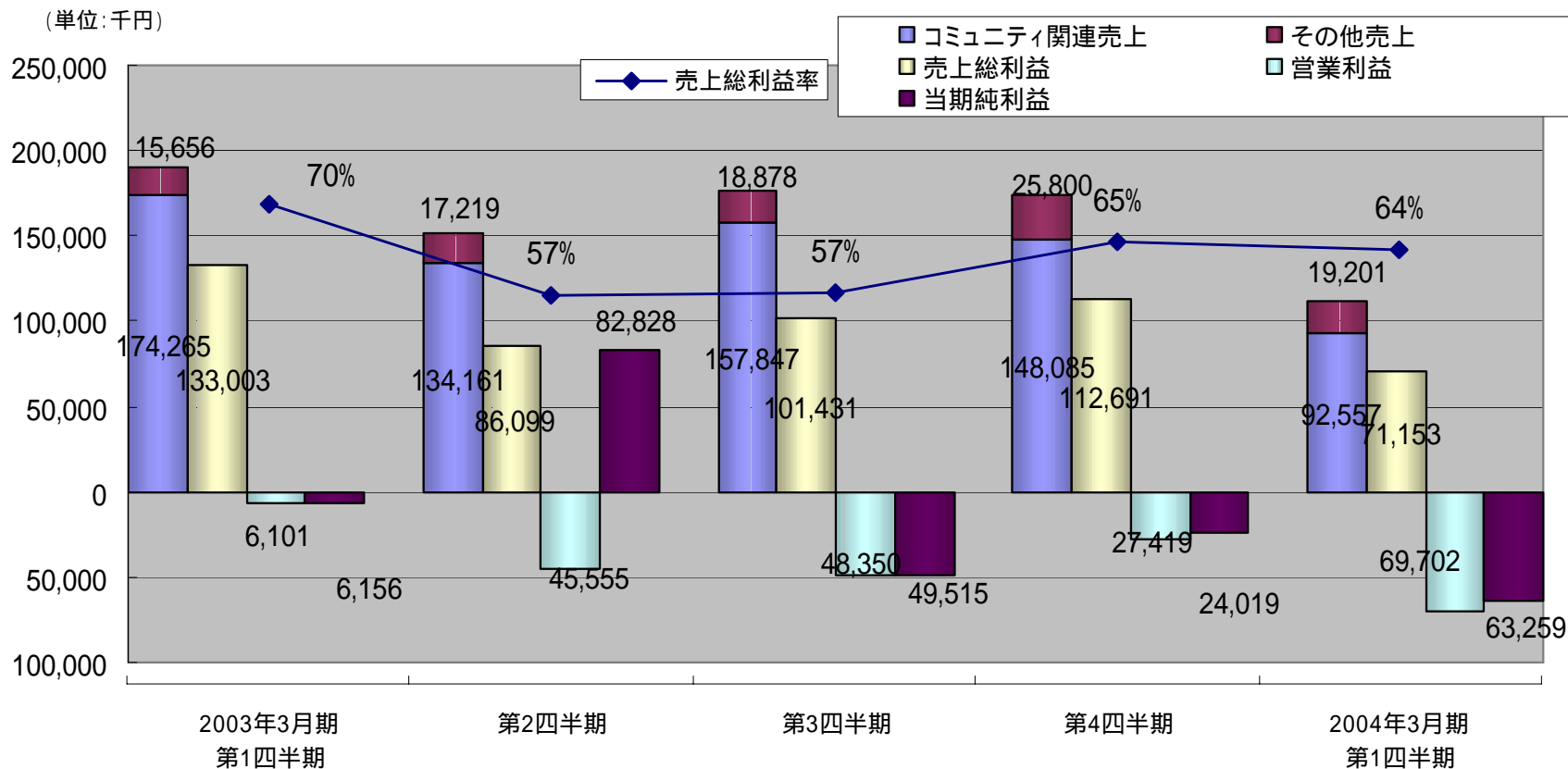
(単位:千円、%)

		2003年3月期				2004年3月期	直前四半期 増減	直前四半期 増減率
		第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第1四半期		
ガー ーラ	売上高	161,556	127,045	161,634	145,141	94,619	50,521	34.8
	売上原価	32,730	43,905	60,675	45,298	24,468	20,829	46.0
	売上総利益	128,826	83,139	100,958	99,842	70,150	29,691	29.7
	販売費及び一般管理費	127,999	123,217	141,063	132,241	132,129	111	0.1
	営業利益	826	40,077	40,104	32,398	61,978	29,580	-
	経常利益	628	40,175	40,099	32,285	61,949	29,663	-
	当期純利益	826	87,532	41,389	27,803	56,369	28,566	-
ガー ーラウ エブ	売上高	29,604	25,103	18,842	28,804	17,538	11,266	39.1
	売上原価	25,427	22,142	18,369	15,955	16,536	580	3.6
	売上総利益	4,176	2,960	473	12,849	1,002	11,846	92.2
	販売費及び一般管理費	8,774	6,074	6,337	5,489	6,344	855	15.6
	営業利益	4,598	3,114	5,864	7,360	5,342	12,702	-
	経常利益	4,713	3,042	5,941	6,813	5,394	12,208	-
	当期純利益	4,647	2,833	5,744	6,165	4,508	10,673	-
連 結	売上高	189,921	151,381	176,725	173,886	111,758	62,127	35.7
	売上原価	56,918	65,281	75,293	61,194	40,605	20,589	33.6
	売上総利益	133,003	86,099	101,431	112,691	71,153	41,538	36.9
	販売費及び一般管理費	139,104	131,655	149,782	140,111	140,856	744	0.5
	営業利益	6,101	45,555	48,350	27,419	69,702	42,282	-
	経常利益	6,415	45,581	48,422	27,853	69,725	41,872	-
	当期純利益	6,156	82,828	49,515	24,019	63,259	39,240	-

ガーラ(単体)で売上高が対直前四半期比で約35%減収
 連結でも売上高が対直前四半期比で約35%減収

2004年3月期 第1四半期の概要

2. 損益の推移(連結)



売上高減収により損失が拡大

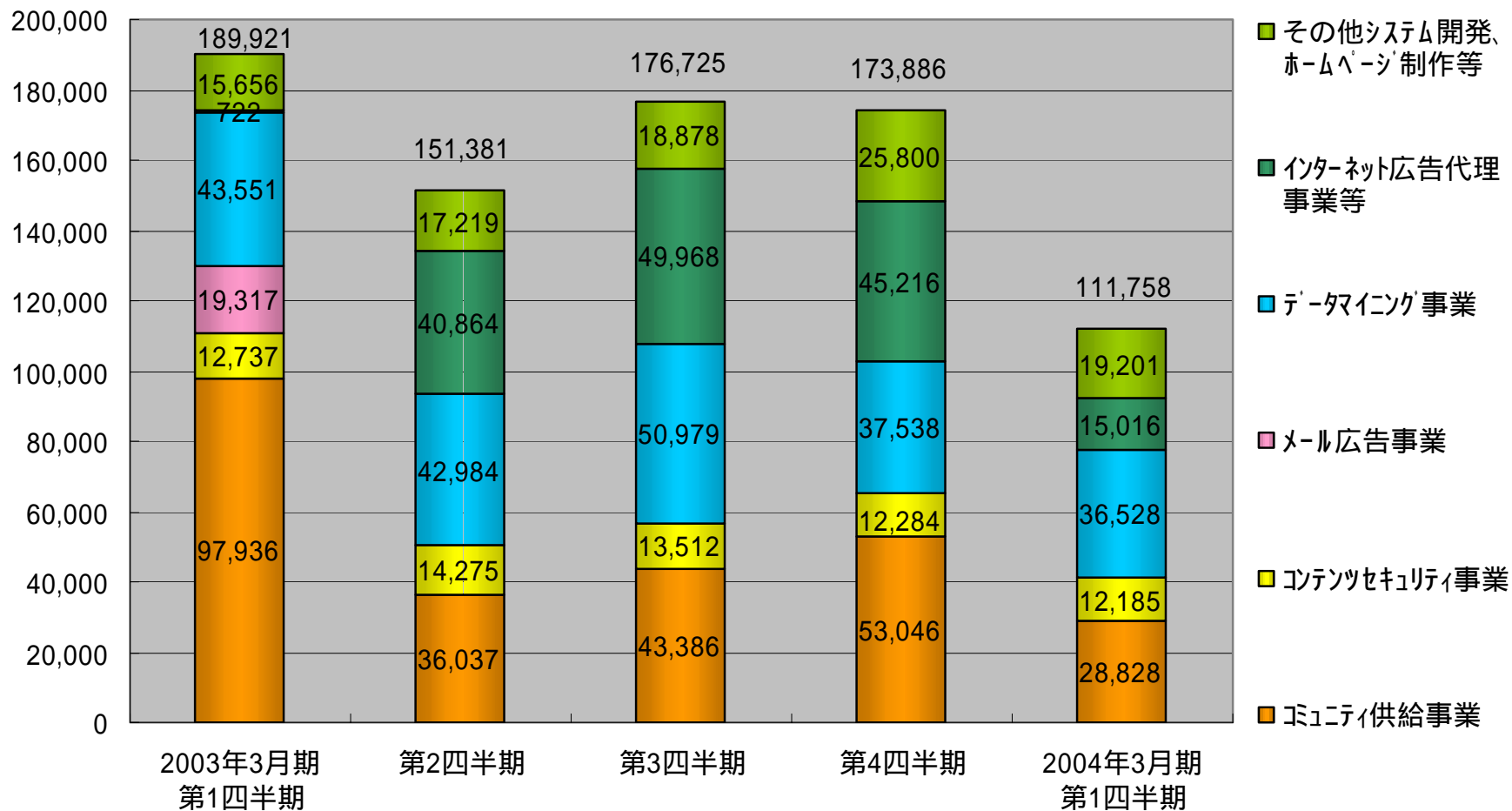
売上総利益率は横ばいで推移

(インターネット広告代理事業等を除いた売上総利益率は 69.9%となり、直前四半期比 5.8ポイント下落)

2004年3月期 第1四半期の概要

3. 事業部門別売上高の推移(連結)

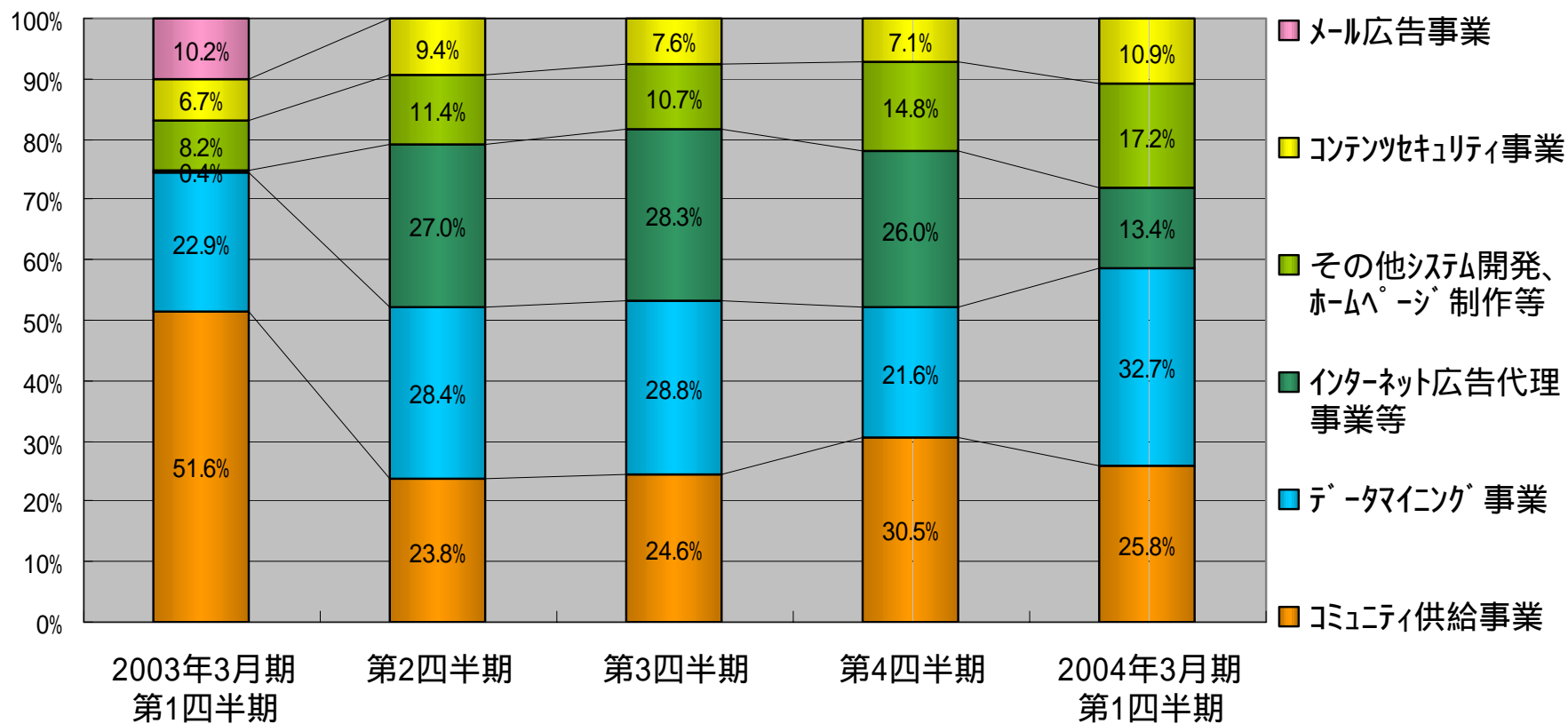
(単位:千円)



コンテンツセキュリティ事業、データマイニング事業が横ばい
他の事業は減収

2004年3月期 第1四半期の概

4. 事業部門別売上高構成の推移(連結)

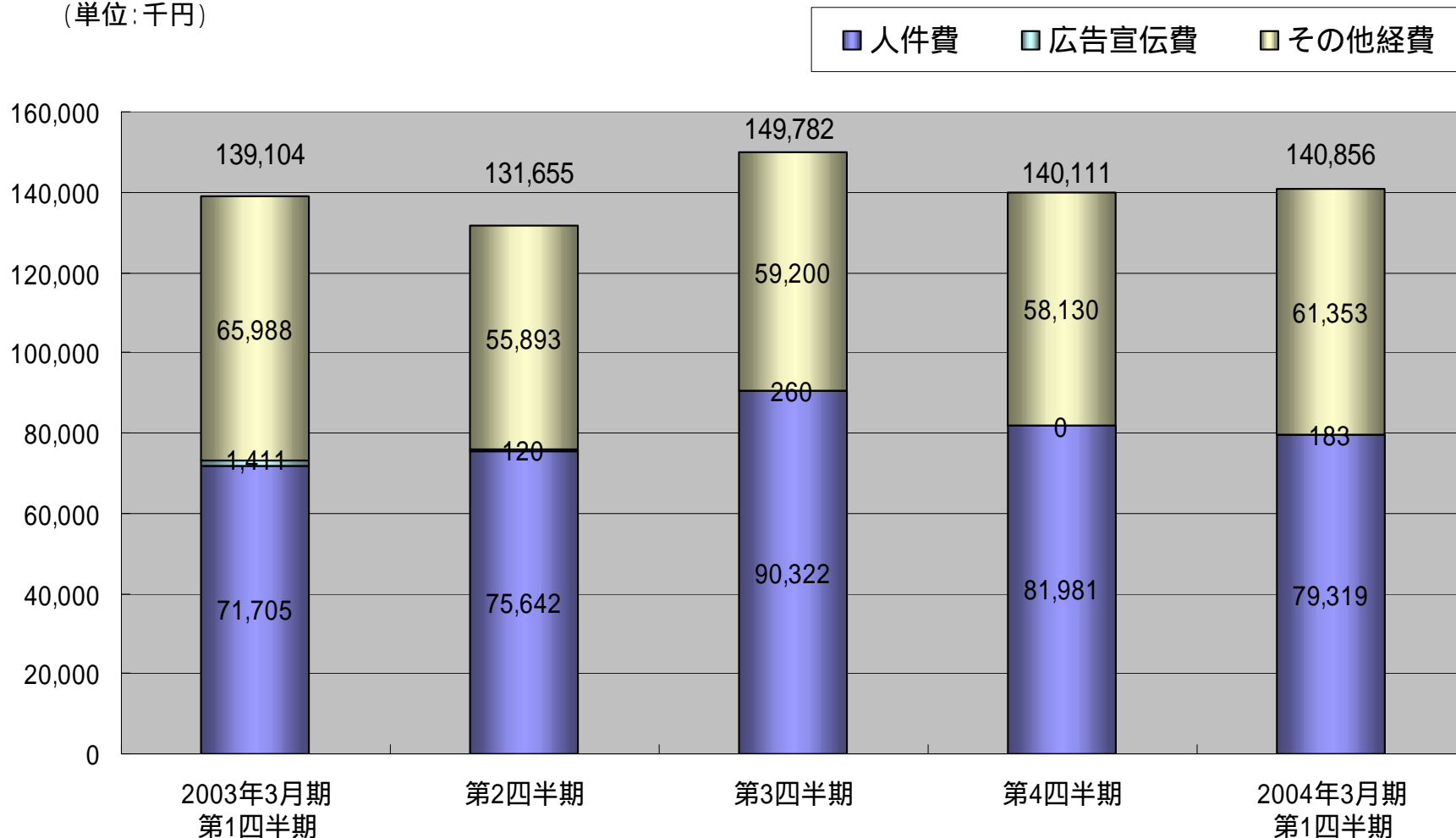


構成に大きな変動はないが、全体の売上高減収により、売上高が横ばいであったコンテンツセキュリティ事業、データマイニング事業の比率が高まった

2004年3月期 第1四半期の概要

5.販売管理費の推移(連結)

(単位:千円)

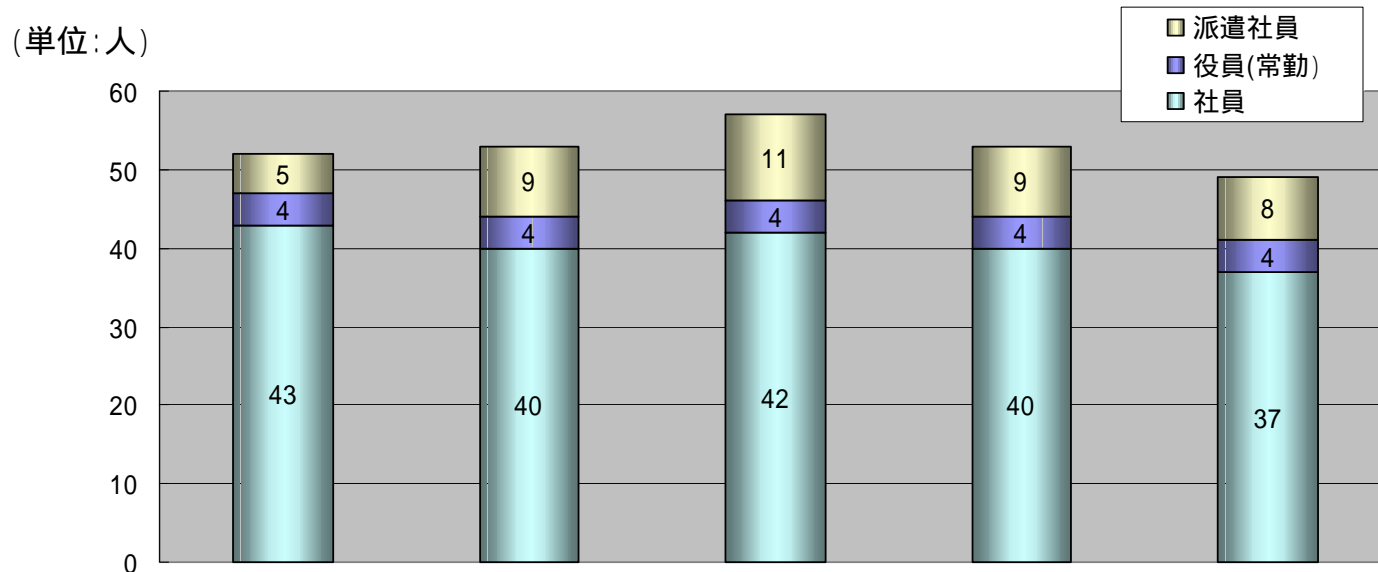


総額は直前四半期と変動なし

その他経費の増加は、株主総会等の季節要因の費用

2004年3月期 第1四半期の概要

6. 従業員数の推移 (連結)



四半期末
在席人数

	2003年3月期 第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	2004年3月期 第1四半期
役員(常勤)	4	4	4	4	4
社員	43	40	42	40	37
派遣社員	5	9	11	9	8
合計	52	53	57	53	49
参考: ガーラ社員	31	28	30	28	27

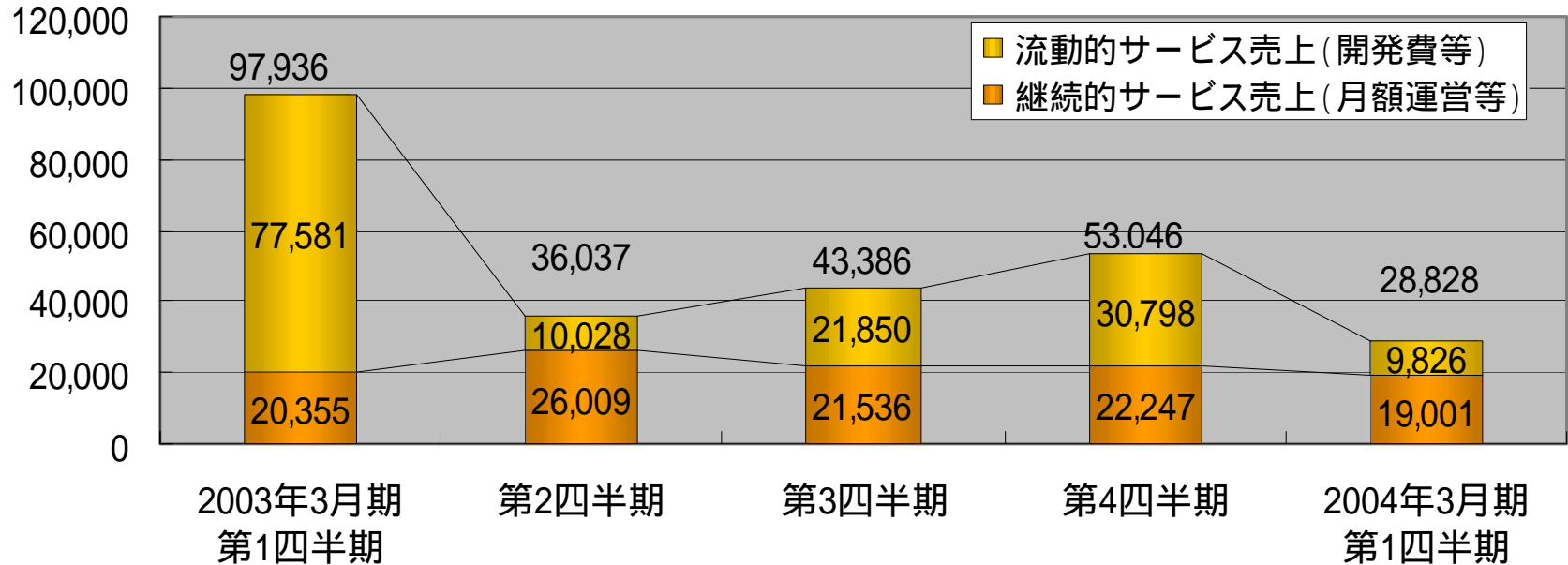
4名減(社員3名、派遣社員1名)

第1四半期における各事業部門の状況

第1四半期における各事業部門の状況

1. コミュニティ供給事業(連結)

(単位:千円)



大型受注案件の納品が第2四半期にずれこみ、流動的サービス売上が減収
子会社ガーラウェブの運営受託サイト解約により、継続的サービス売上が減収
第2四半期は復調の見込み

基本的収益モデル

開発型 初期導入費 7,000 ~ 40,000 千円 + 月額運営費 300 ~ 2,000 千円

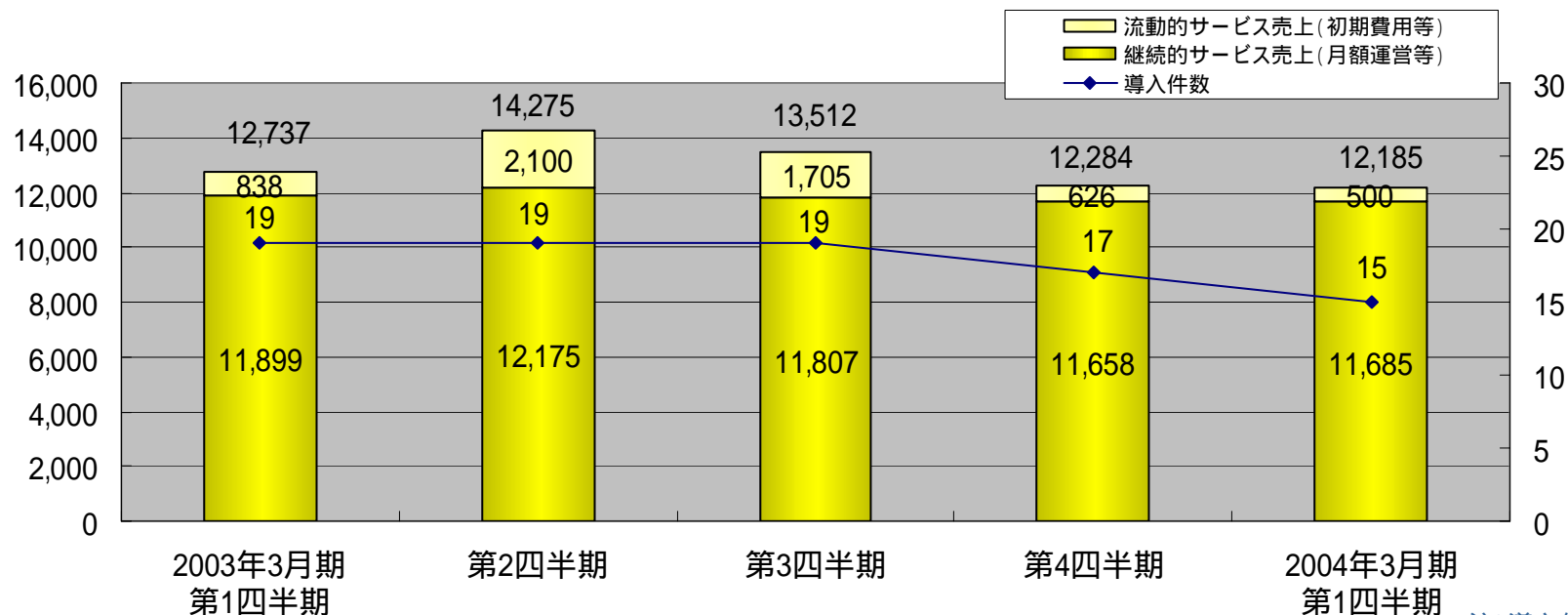
ASP型 初期導入費 1,000 ~ 10,000 千円 + 月額運営費 100 ~ 1,000 千円

第1四半期における各事業部門の状況

2. コンテンツセキュリティ事業(連結)

売上高(単位:千円)

導入件数(単位:件)



特許

- 2000年7月 国内特許取得(特許第2951307号)
- 2002年8月 米国特許取得(特許第6438632号)

特許取得見込み

- ロシア特許(出願99126436)

注)導入件数は四半期末の件数

基本的収益モデル

BOX型

初期導入費

1,000千円 ~

+ 月額使用料

300千円 ~

ASP型

初期導入費

150千円 ~

+ 月額使用料

60千円 ~

どちらのサービスを選ぶかは、クライアント企業のセキュリティポリシーに依存します

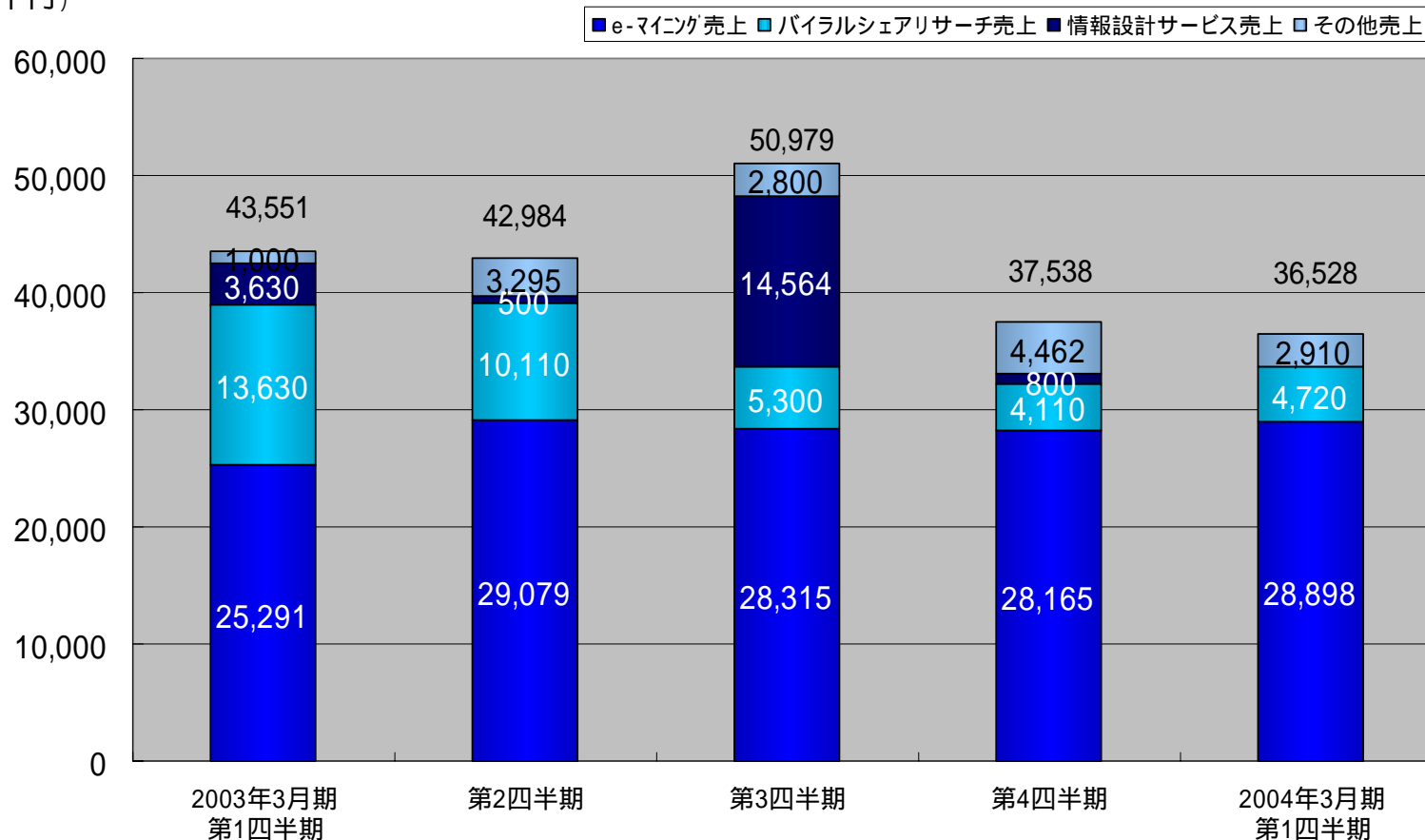
導入件数 15件 (売上は対直前四半期比 0.8%減)

投稿件数が増加し従量課金により既存クライアントの売上平均単価が上昇

第1四半期における各事業部門の状況

3. データマイニング事業(連結)

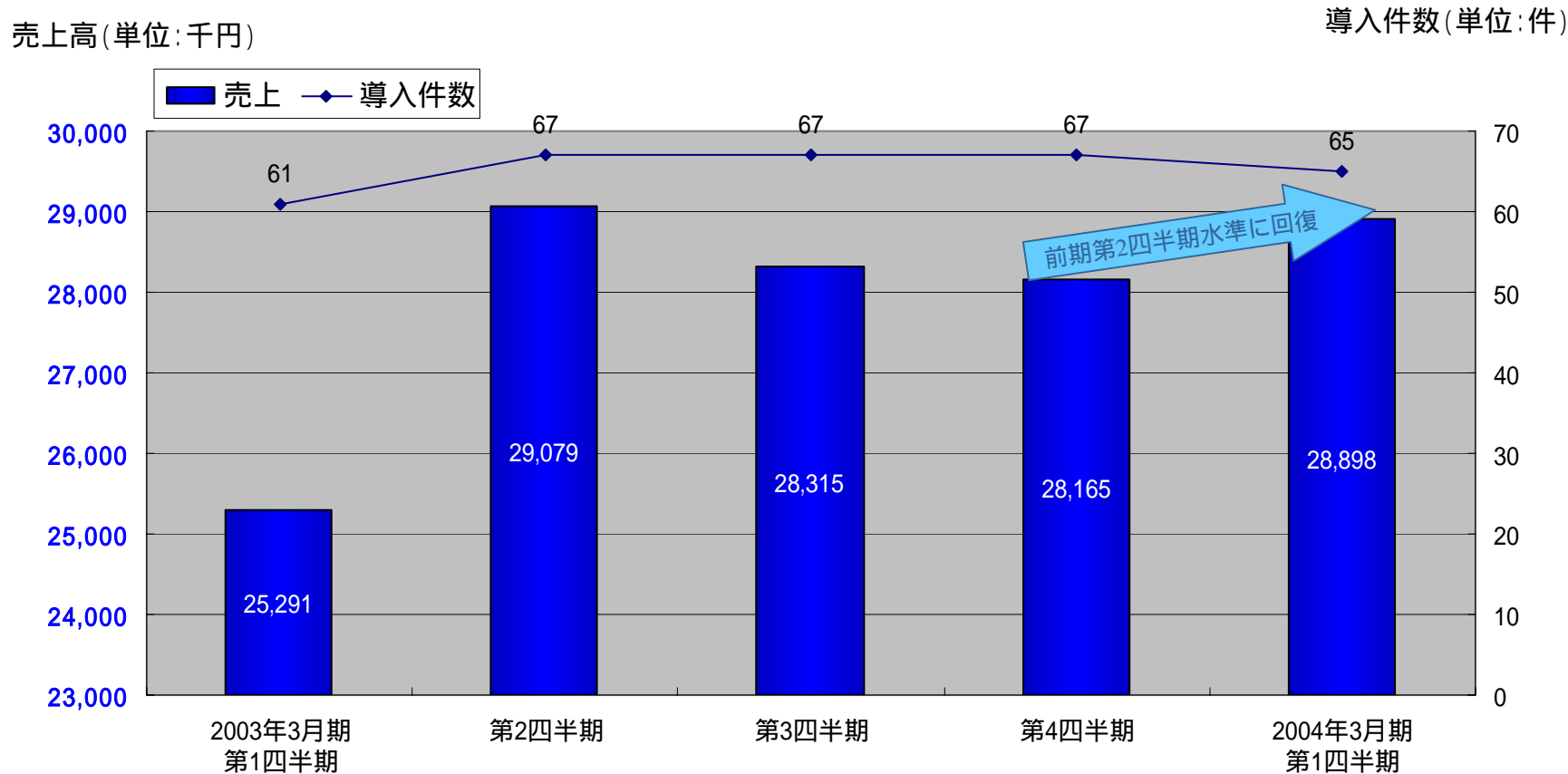
(単位:千円)



直前四半期比較では、横ばいで推移
e - マイニングの売上が堅調に推移し増加

3. データマイニング事業(連結)

「e-マイニング」の推移



注) 導入件数は四半期末の件数

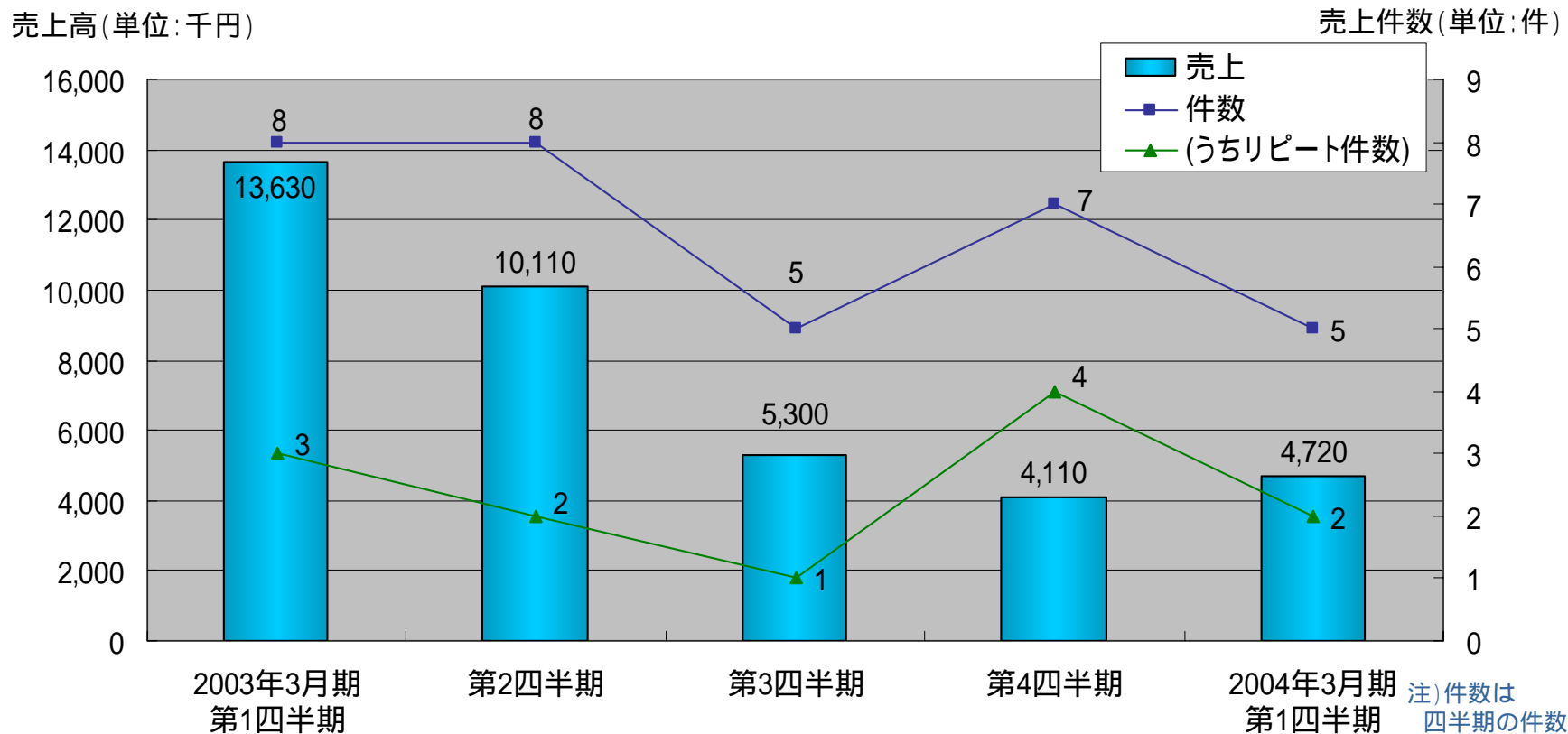
直前四半期比で若干の増収

新規導入に対し契約満了件数が上回り、2社減の65社

(Version5.0の発表で買い控え等による。8/7現在では69社に増加)

3. データマイニング事業(連結)

「バイラルシェアリサーチ」の推移

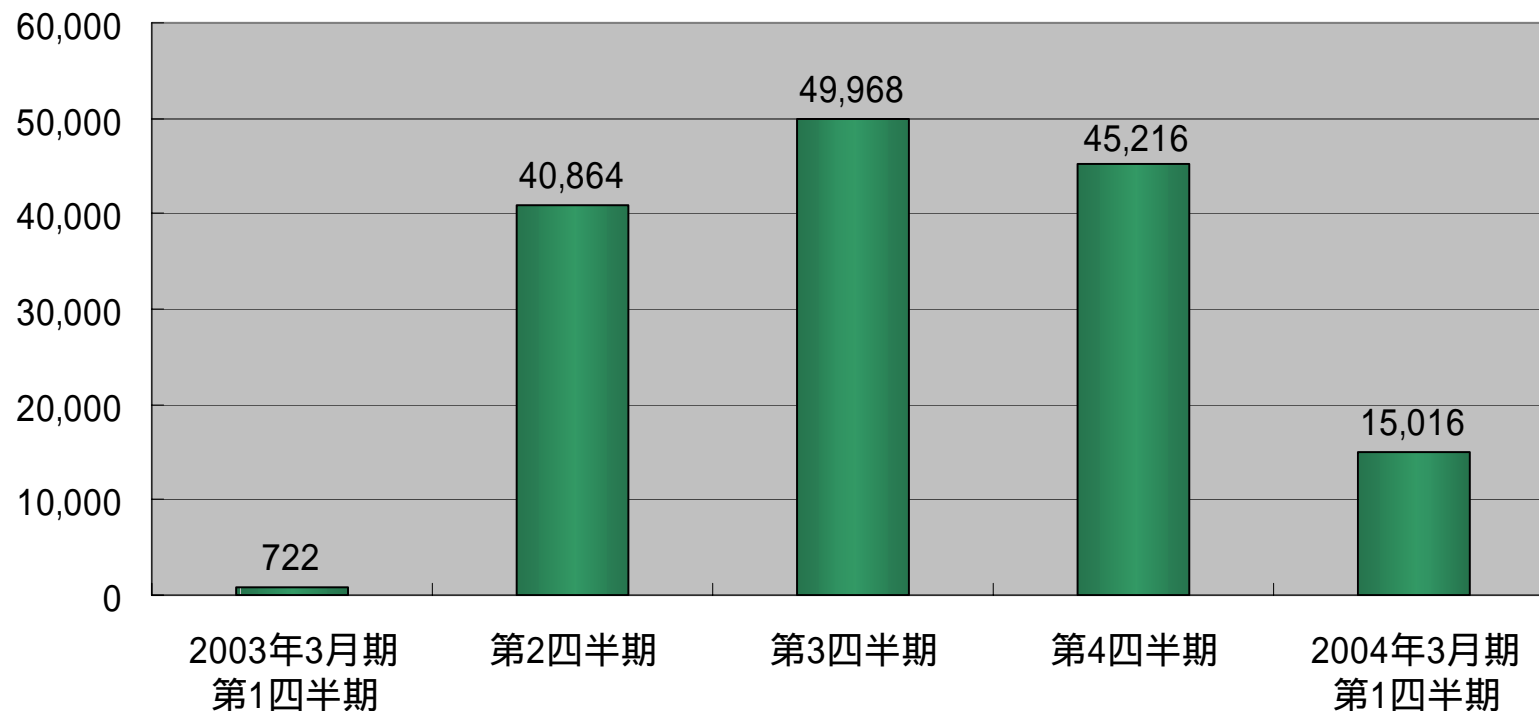


売上件数は直前四半期比2件減少したが、1件当たりの金額が1.6倍増
 リピート件数は順調に推移しているのでサービスの質は評価されている
 単価:400千円/件~

第1四半期における各事業部門の状況

4.インターネット広告代理事業等(連結)

売上高(単位:千円)

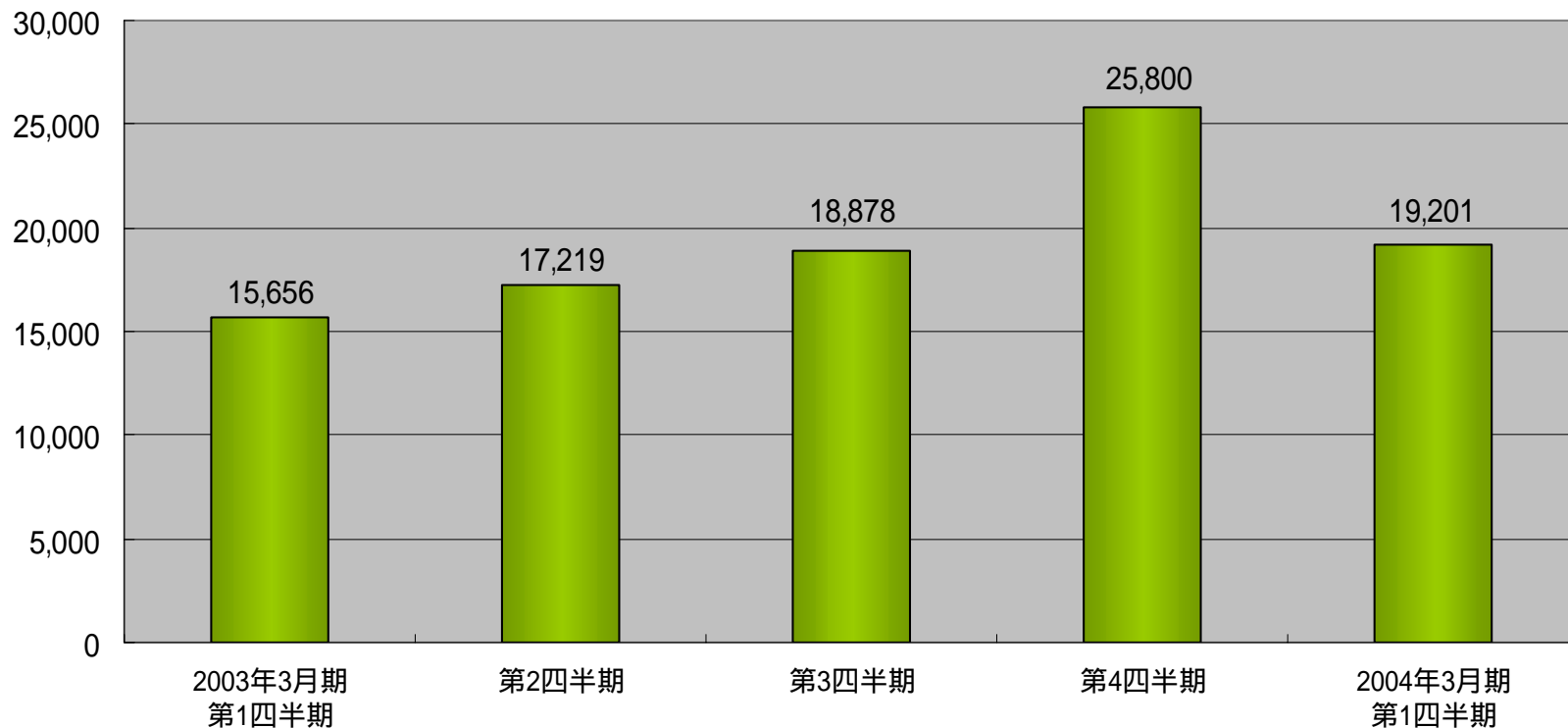


2003年3月期の第2～4四半期の大型案件が終了し、減収

第1四半期における各事業部門の状況

5. その他システム開発、ホームページ制作等(連結)

売上高(単位:千円)

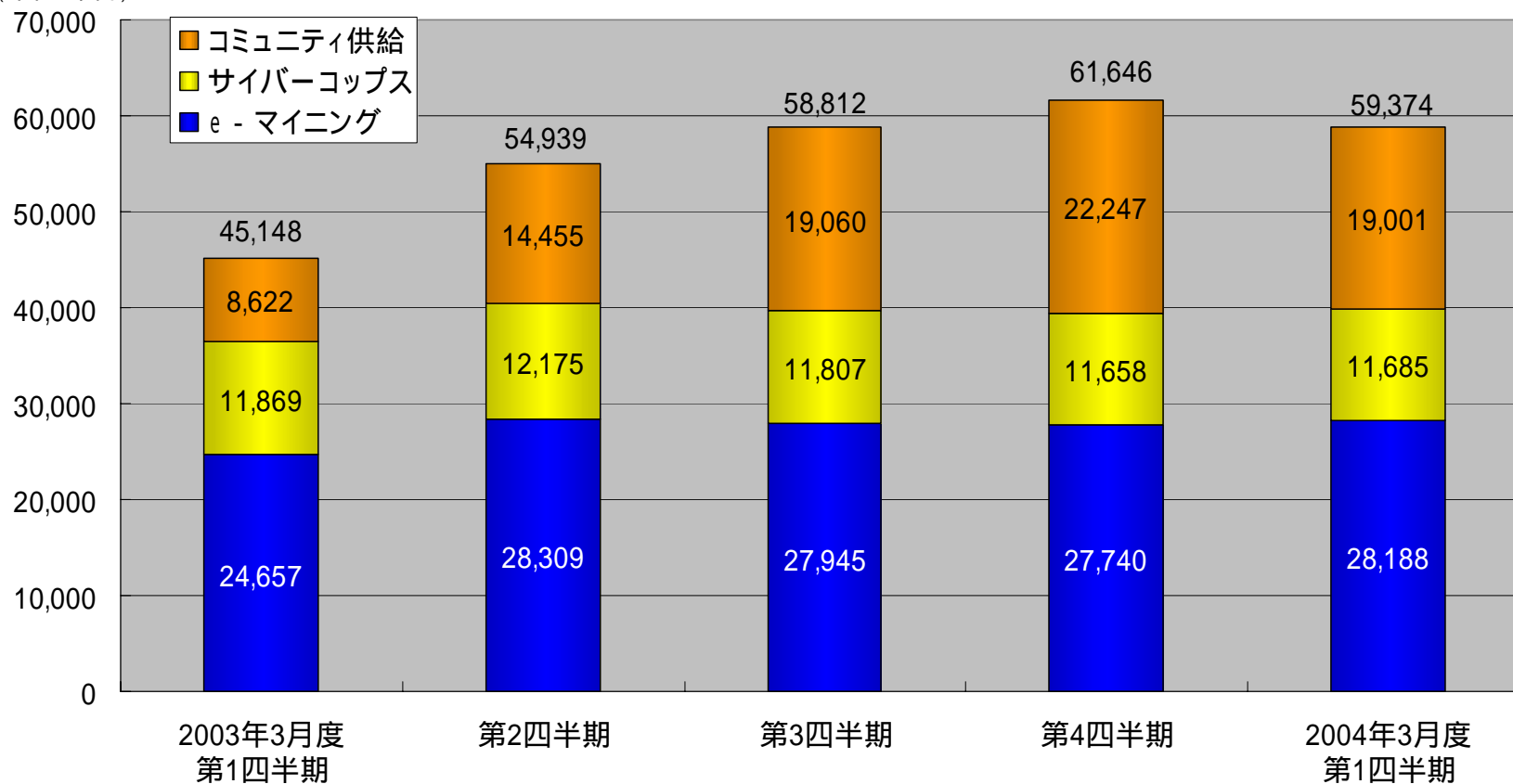


新規受注が低調、既存サイトのリニューアルも減少したことから
直前四半期に比較し減収

第1四半期における各事業部門の状況

6. 継続的サービスの売上高推移(連結)

(単位: 千円)



e - マイニング、サイバーコップスが若干の増収

子会社ガーラウェブの運営受託サイト解約が発生したため、コミュニティ供給が減収
 当期第2四半期以降は増加の見込み

今後の取り組み

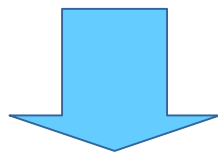
1. コラボレーティブ マーケティングの推進

1. コラボレーティブ マーケティングの推進

(1) コラボレーティブ マーケティングとは

コラボレーティブ マーケティングとは

商品やサービスを利用してもらうため、**企業が消費者を理解し、尊重する**
また、それに伴う活動を企業と消費者が**共同**で行い、**共存共栄**を実現する



「コミュニティ」による

コラボレーティブ マーケティングの実現

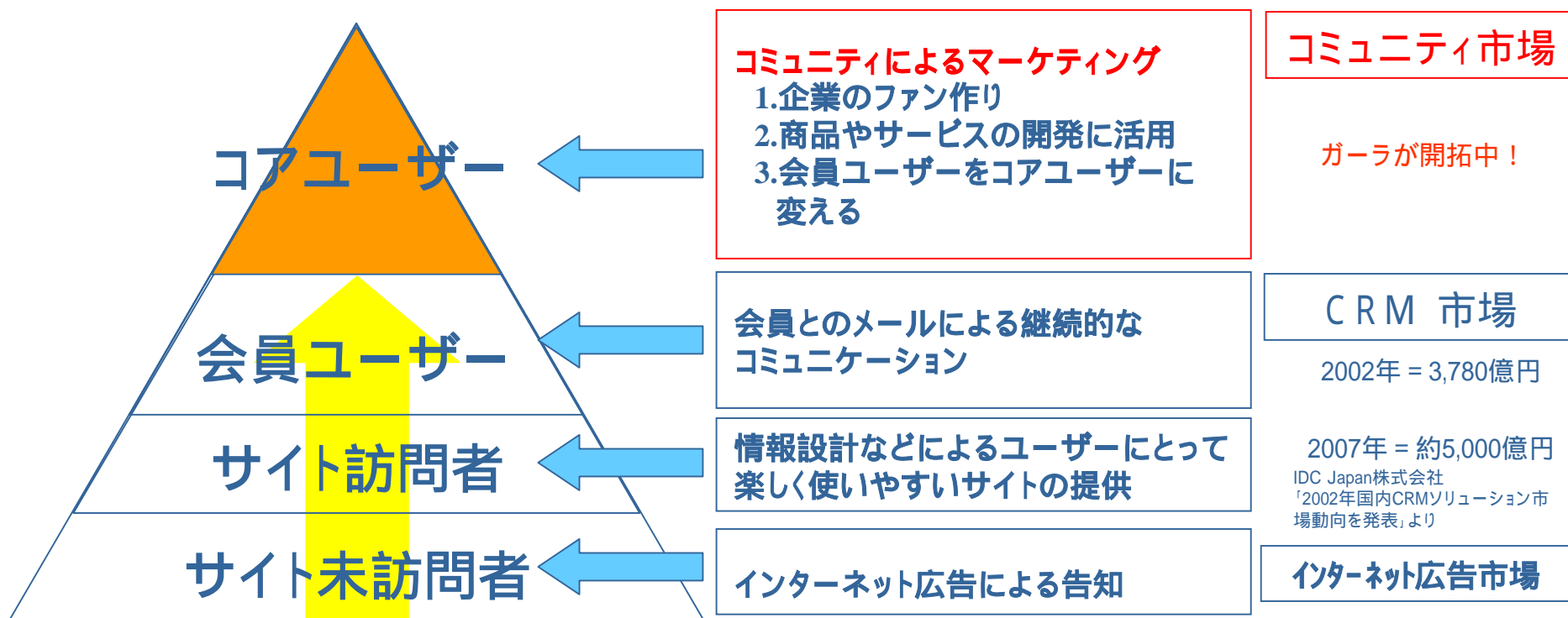
コミュニティは、消費者の使っている“言葉”を把握するための**環境・道具**
コミュニティ活用で、ユーザーを**意識・重視**したマーケティングが可能に

1. コラボレーティブ マーケティングの推進

(2) コラボレーティブ マーケティングと市場

マーケティング手法

市場規模



CRM = Customer Relationship Management

顧客毎に最適と思われる対応や商品・サービスを、効率よく提供するための各種ビジネス

1. コラボレーティブ マーケティングの推進

(3) コミュニティがもたらすマーケティング上の効果(事例)

A社が「キャンペーン」メールを配信した時の応募率

- ・コミュニティ会員 **40%**
- ・メール会員 **20%** (一般へのメール広告媒体配信では3%程度)

A社が「アンケート」メールを配信した時の回答率

- ・コミュニティ会員 **30%**
- ・メール会員 **10%** (一般へのメール広告媒体配信では3%程度)

A社が「モニター募集」メールを配信した時の応募率

- ・コミュニティ会員 **5%**
- ・メール会員 **3%**



B社がコミュニティからのアイデア等を商品化 期間限定販売へ

(100万円を超える高額商品にも関わらず)

- ・1ヶ月で**100件を超える**申し込みがあった。

1. コラボレーティブ マーケティングの推進

(4) コミュニティの啓蒙・普及活動 書籍発売

オンライン・コミュニティがビジネスを変える
コラボレーティブ・マーケティングへの転換村本理恵子 + 菊川暁
NTT出版より6月10日発売

「コミュニティがビジネスを変える」と言っても数年前には絵空事のように聞こえたにちがいない。しかし、いまやその存在を抜きにしてビジネスを語ることはむずかしくなりつつある。コミュニティと企業が、お互いを尊重し協働する中から新たな発想と価値が生まれてくる。ネット化が進む中でその機会を理解できる企業だけが生き残れるのである。もはや「顧客をいかに取り込むか」という発想では成り立ち得ない時代なのだ。……………慶應義塾大学教授 国領二郎
日本発のマーケティング手法を分かり易く解説！



コミュニティの導入を検討している企業に

マーケティングに課題を持つ企業に

コミュニティを知ってもらい、理解していただくための**宣伝・販促効果**を期待

1. コラボレーティブ マーケティングの推進

(4) コミュニティの啓蒙・普及活動 セミナー開催

コラボレーティブ マーケティングの啓蒙、普及
オンライン・コミュニティの啓蒙、普及

セミナーを定期的に行う予定

オンライン・コミュニティ セミナー

平成15年7月22日(火)開催

参加企業 **43社** (参加人数 **60名**)

【セミナー内容】

1. ガーラのオンライン・コミュニティへの取り組み
2. オンライン・コミュニティがビジネスを変える
- コラボレーティブ・マーケティングへの転換 -
3. 実践事例紹介
- パナソニック モバイルコミュニケーションズ株式会社の場合 -
4. ガーラのコミュニティツールの実践的活用方法

1. コラボレーティブ マーケティングの推進

(4) コミュニティの啓蒙・普及活動 スクール開催

GALA コミュニティ・ビジネススクール

コミュニティの成功事例とその経済価値について
 企業に広め、コミュニティの普及やクライアントの情報共有を推進

事例については、他社クライアントからも幅広く収集する予定
実績

第1回	2002年12月18日	P - keitai コミュニティの設立について (パナソニックモバイルコミュニケーションズ株式会社様)
第2回	2003年 1月30日	「HONDA Travel Dog」～お客様との新しい関係の創出～ (本田技研工業株式会社様)
第3回	2003年 2月20日	【特別セッション】慶應義塾大学ビジネススクール国領研究室 成果発表(小川美香子様、三浦栄介様)
第4回	2003年 3月20日	ASKULユーザーコミュニティ「みんなの広場」 ～コミュニティパワーをマーケティングに活用～ (アスクル株式会社様)
第5回	2003年 4月24日	ウィスキーコミュニティ「ひびき場」～実現までの道程と今後～ (サントリー株式会社様)
第6回	2003年 6月 3日	東京大学 松村真宏様(博士(工学)) 「2ちゃんねる研究」

1. コラボレーティブ マーケティングの推進

(5) 当期(第2四半期～)のコミュニティの展開

コミュニティの機能拡充

**モバイル(携帯電話)対応
ブロードバンド対応機能**

第2四半期中の対応を予定
第2四半期中の対応を予定

アバター (ユーザーがコミュニティ内に自分自身のオリジナルキャラクターを作成できる機能。服や靴等を替えることができる)

フォト日記 (ユーザーが携帯電話・デジカメ等で撮った写真を自分の日記として、画像とコメントを保管できる機能)

フォトアルバム (ユーザーが携帯電話・デジカメ等で撮った写真をアルバムとして保管したり、他者に公開したりする機能)

フォトコンテスト

画像フィルタリング(画像コップス)

コミュニティデザインの**テンプレート化**

第2四半期から開発予定

コミュニティ導入のターゲット

マーケティングツールとして

大手B to C

コミュニティデザインをテンプレート化して簡易・低価格販売を検討中

低価格帯の**オンラインショップ**

1. コラボレーティブマーケティングの推進

(6) コミュニティ市場の成長に対応する営業展開

コミュニティ市場の成長

創生期



需要創造

コミュニティへの認知度・理解度が低かったため、普及速度が低かった。
 ガーラがコミュニティを啓蒙し、コミュニティ開設の需要を造りだしてきた。

市場成長の速度は非常にゆっくり

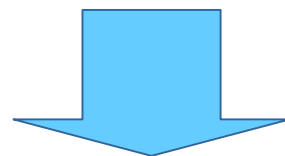
成長初期



需要創造 + 需要発見

コミュニティの認知度・理解度が上がり、徐々に普及してきた。
 啓蒙活動(需要創造の営業展開)の重要度が高い。
 一方で、ガーラがコミュニティを直接的に啓蒙していない企業でも、
 コミュニティ開設需要が発生してきた。

市場成長の速度がやや上昇傾向に



コミュニティ開設需要のある企業の発見・発掘が収益拡大に向けて重要な要素と認識 営業プロセスの再構築を実施

今後の取り組み

2. e - マイニング Version 5.0

今後の取組み

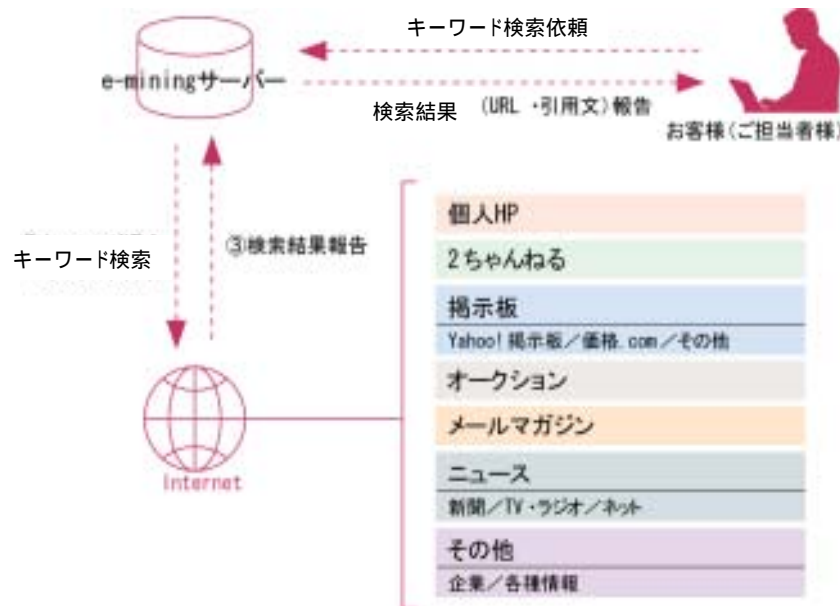
2. e - マイニング Version 5.0

2003年8月18日より正式運用開始

高機能・高付加価値化
 競合他社サービスと差別化
シェア拡大を目指す

【Version 5.0の主な追加機能・特徴】

- ・情報収集の検索機能の向上
- ・検索精度の向上
- ・利便性の向上



マーケティング ツールとして利便性が向上

キャッシュ による全文利用が可能に

「価格.com」、「2ちゃんねる」、「まちBBS」と商用利用の契約を締結。全文利用が可能に
 (「2ちゃんねる」、「まちBBS」についてはクリッピングサービスについて独占商用利用権を取得)

情報掲載元を自動で識別

情報掲載元のサイトを詳細に自動識別。「個人サイト」、「掲示板」等の“生の声”の認識が効率化

情報を時系列で視覚化

報告データを自動でグラフ化。情報の発生状況が一目で把握

キャッシュ = 一度閲覧したWebページの情報をサーバーのハードディスクに保存しておく機能

添付資料 リリース内容

詳細は当社ホームページ(URL <http://www.gala.jp>)の「投資家の皆様へ」をご覧ください

2003年06月17日	インターネットの情報クリッピングサービス「e - マイニングVersion 5.0」を発表
2003年06月17日	株式会社イーコマース総合研究所と「価格.com」のサイト掲載情報の商用利用に関する許諾契約を締結
2003年06月17日	東京プラス株式会社と「2ちゃんねる」及び「まちBBS」のサイト掲載情報の商用利用に関する許諾契約を締結
2003年05月15日	ストックオプション(新株予約権)に関するお知らせ
2003年05月15日	組織変更および人事異動に関するお知らせ
2003年04月22日	掲示板フィルタリングシステム「サイバーコップス」のロシアでの特許取得について