



株式会社ガーラ 第3四半期説明会

平成13年2月9日

本日のテーマ

- I 2001/3期第3四半期の概要
- II 各事業の状況
- III 第4四半期の取り組み
- IV ネットビジネスにおけるガーラの位置付け

I .2001/3期第3四半期の概要

1.第3四半期の位置付け

①昨年開始したコミュニティ関連サービスの改善の時期

前期(2000年2月)スタート

当第1四半期、当第2四半期立ち上げ

当第3四半期サービス改善

②ネットバブル崩壊、大手企業のe-ビジネスへの

取組強化



クライアントがネット関連から既存の大手企業に移行中

③この結果、対前四半期比売上高伸び悩み、減益

2.当第3四半期決算の概況

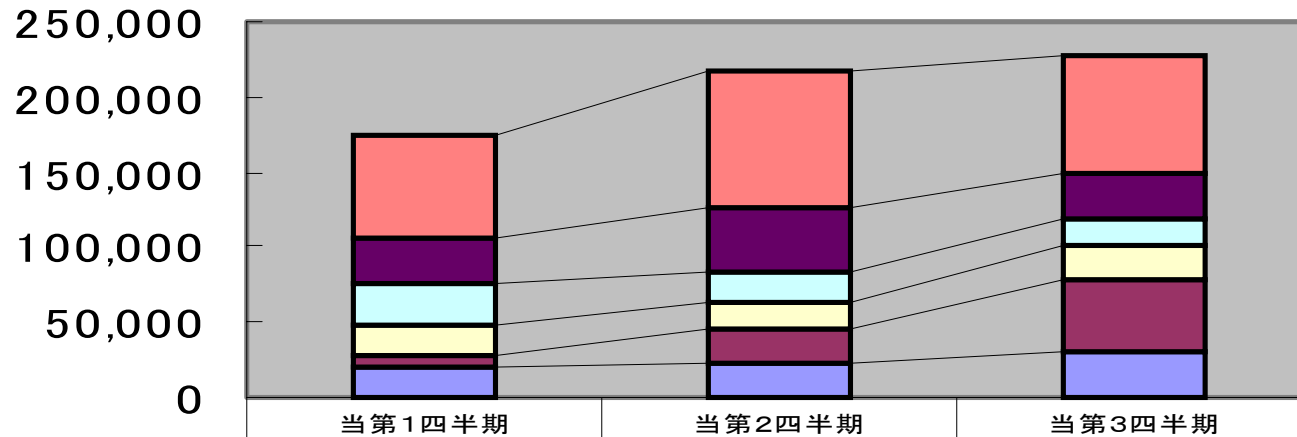
(単位:千円)

	当第1四半期	当第2四半期	当第3四半期	当第3四半期累計	前期(7ヶ月決算)
売上高	173,729	216,486	226,846	617,061	211,484
売上総利益	114,932	161,290	142,991	419,213	123,287
営業利益	14,547	31,086	4,641	50,274	9,748
売上高営業利益率	8.4%	14.4%	2.0%	8.1%	4.6%
経常利益	12,111	6,999	4,103	23,214	6,527
売上高経常利益率	7.0%	3.2%	1.8%	3.8%	3.1%

- ・売上高 対前四半期比 4.7%増収
- ・営業利益 対前四半期比 85.1%減益
- ・経常利益 対前四半期比 41.4%減益
- ・減益要因は利益率の低いその他広告売上比率の上昇と人件費の増加

3.当第2四半期決算における売上構成

(単位:千円)

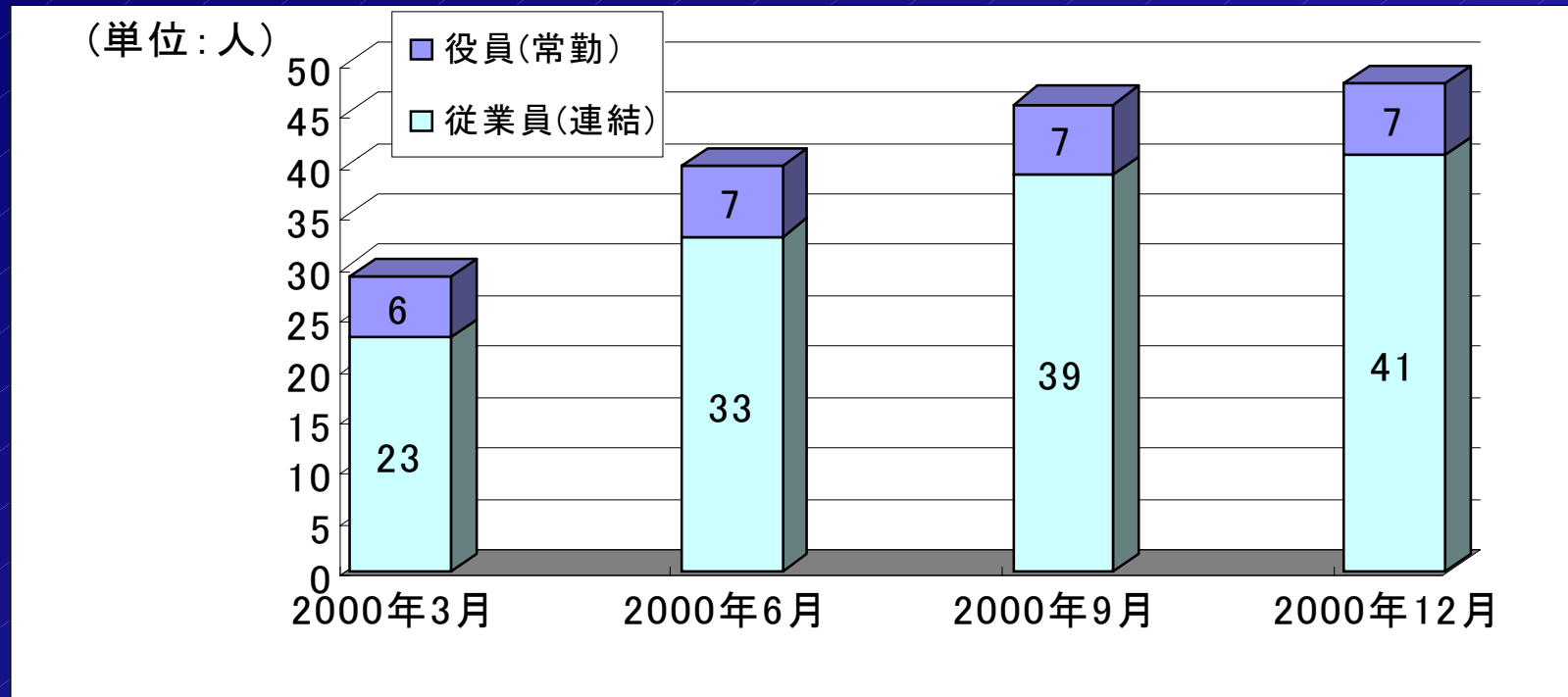


	当第1四半期	当第2四半期	当第3四半期
■ オプトインメール	68,646 (39.5%)	90,610 (41.9%)	77,545 (38.4%)
■ コミュニティツールASP	29,399 (16.9%)	43,074 (19.9%)	31,709 (16.9%)
■ コミュニティ供給	27,495 (15.9%)	19,454 (9.0%)	15,358 (10.1%)
■ データマイニング	20,371 (11.7%)	16,954 (7.8%)	23,195 (9.8%)
■ その他広告等	6,983 (4.0%)	24,436 (11.3%)	48,633 (13.0%)
■ ホームページ制作等	20,832 (12.0%)	21,929 (10.1%)	30,403 (11.9%)

(注) ()内は売上高構成比

- ・オプトインメール、コミュニティツールASP、コミュニティ供給が減収
- ・データマイニング、その他広告が増収(詳細は後述)

4. 役職員数の推移



	2000年3月	2000年6月	2000年9月	2000年12月	2001年3月(計画)
役員(常勤)	6	7	7	7	7
従業員(連結)	23	33	39	41	50
従業員(単体)	10	23	28	31	39
派遣社員(連結)	1	3	3	3	4
合計(連結)	30	43	49	51	61

II. 各事業の状況

1. オプトインメール事業「Info@Mail」



- 会員が興味あるジャンルを登録することで‘個客’対応
(ターゲットを絞ったマーケティング)が可能な広告

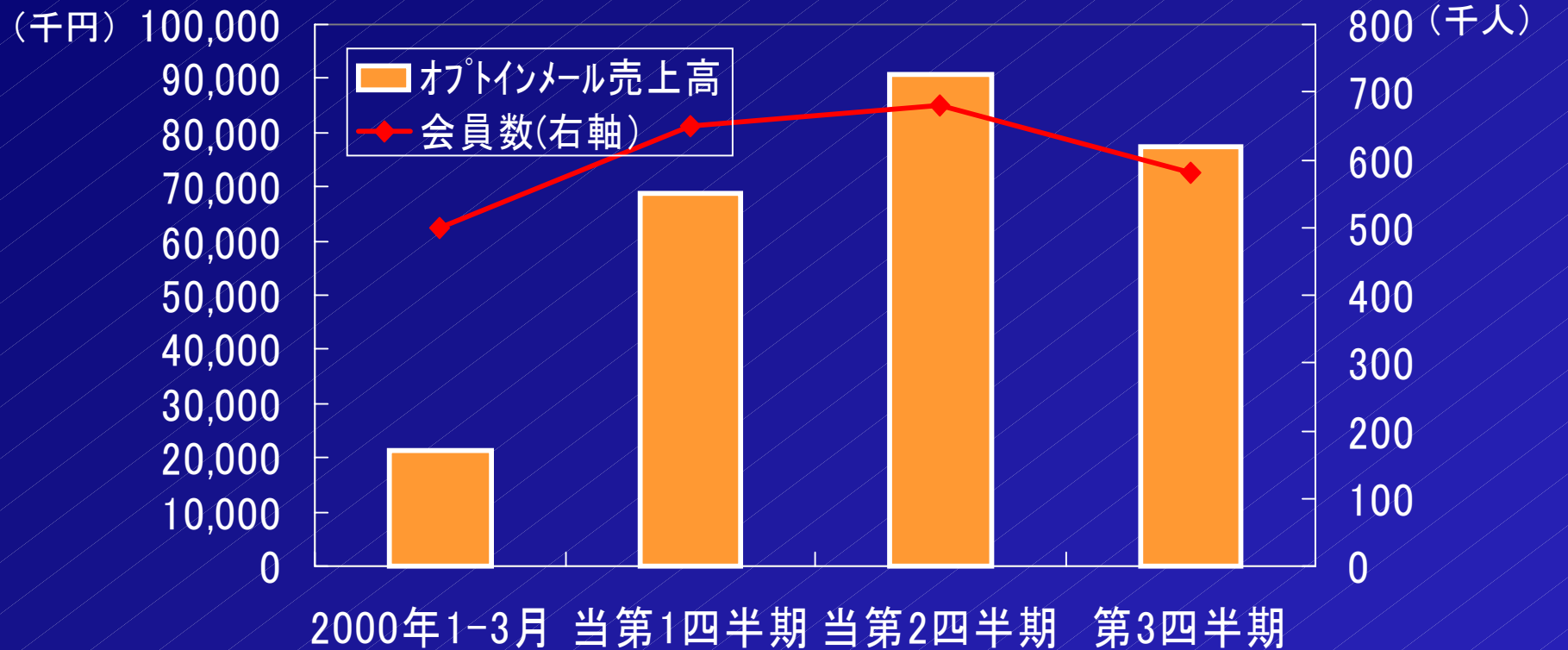
	特徴	効果	ターゲティング	既存メディアの例
バナー広告	ブランド認知	大	小	テレビ
メールマガジン広告	ブランド理解	小	中	ラジオ
オプトインメール	ブランド理解・販売促進	大	大	新聞、雑誌、SP、DM

- 収益モデル 標準単価30円 × 配信数
販売は販売代理店経由が約9割(第3四半期)、提携サイトとは収益を折半
(注)代理店への手数料は売上に計上せず

ネット広告におけるガーラのインフォ@メールの位置付け



オプトインメール事業の売上高の推移



注) 会員数は四半期末の数字

- 当第3四半期は方針変更による会員数減少により減収
- クライアントは徐々に大手企業が増加(後述)
- 第4四半期中に会員数は回復見込み

オプトインメール 広告受託件数と販売状況

- 広告受託件数 第2四半期 235件 第3四半期 243件

- 直販比率

	7月	8月	9月	10月	11月	12月
	48%	48%	31%	11%	9%	11%

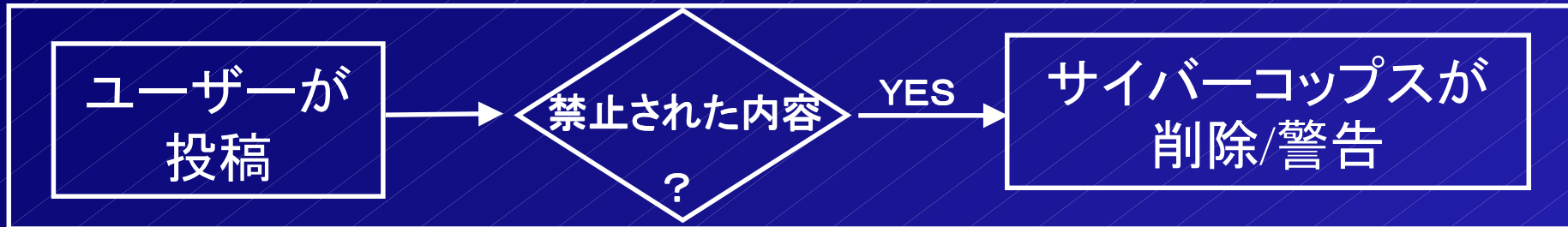
⇒ 広告代理店中心の販売へ移行済

- 主要メディアレップの取り扱い増加(金額)

	7月	8月	9月	10月	11月	12月
CCI,DAC,DCJ計	8.4%	15.7%	31.7%	26.5%	28.6%	24.7%

⇒ 大手企業のメディアミックスにオプトインメールが組み込まれてきている

2.コミュニティツールASP事業「サイバーコップス」



- ネット社会の成長

- セキュリティへの基本ニーズの高まり
- 市場の安定的拡大

- 基本的収益モデル BOX型

- 掲示板 初期導入費+月額基本使用料

(100万円) (5万件未満、30万~)

月額基本料は月間投稿数により料金体系が変動

- チャット 初期導入費+サイバーコップス使用料+辞書管理料

(100万円) (50万円) (30万円)

- 特許で保護  唯一・一社

- 2000年7月 特許確定(特許第2951307号)

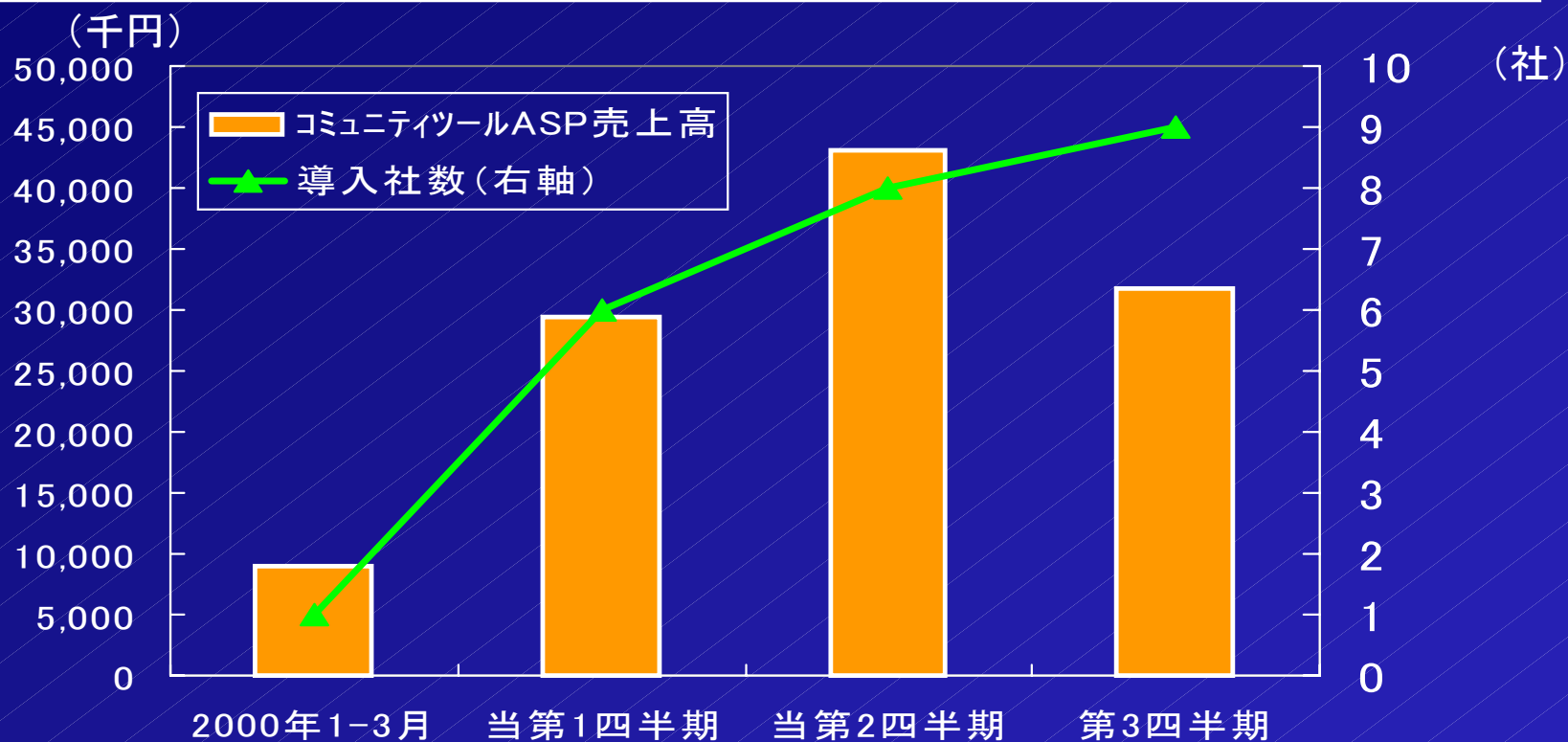
- アメリカ、カナダ、ヨーロッパ、ロシア、アジア各国などで国際特許出願中



BOX型の開発

- これまでの課題
 - 先方のシステムに合わせて開発する必要があった為、納入までに約2ヶ月かかり、かつコスト高
- BOX型のメリット
 - サーバーが手配できれば約2週間で納入可能

コミュニティツールASP事業の売上高と導入社数の推移

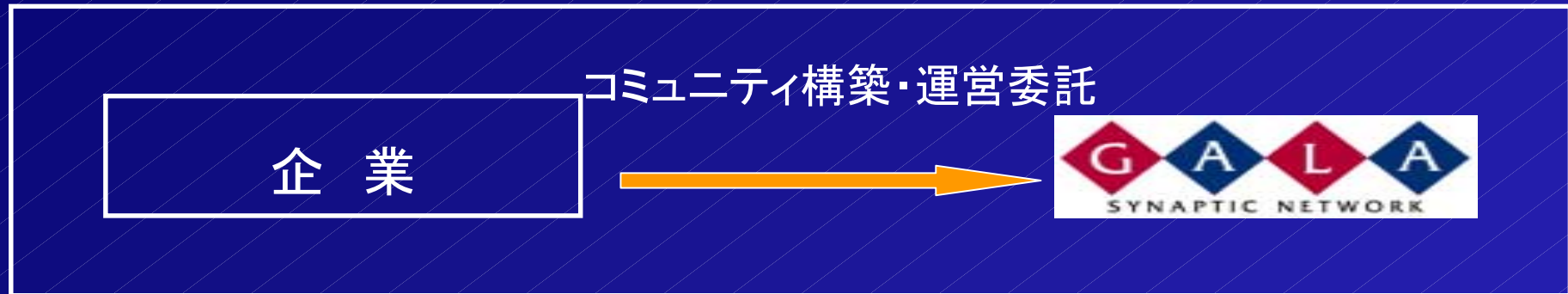


- 既存大口ユーザに対するメンテナンス中の条件変更と、第2四半期に一時的な売上を計上したことで第3四半期は減収
- 導入社数9社(12月末) 新規導入増加
- BOX型12月中旬完成、第4四半期に収益貢献見込み

サイバーコップス導入企業の内訳

9月	社数	12月	社数
ISP	1	ISP	2
ポータル	2	ポータル	2
専門サイト	2	専門サイト	2
マスコミ出版	2	マスコミ出版	1
その他	1	メーカー	1
合計8社		その他	1
		合計9社	
うちネット関連 7社		他メーカー1社へ辞書提供 うちネット関連 6社	

3.コミュニティ供給事業



●企業のWEB戦略 → コミュニティ重視へ

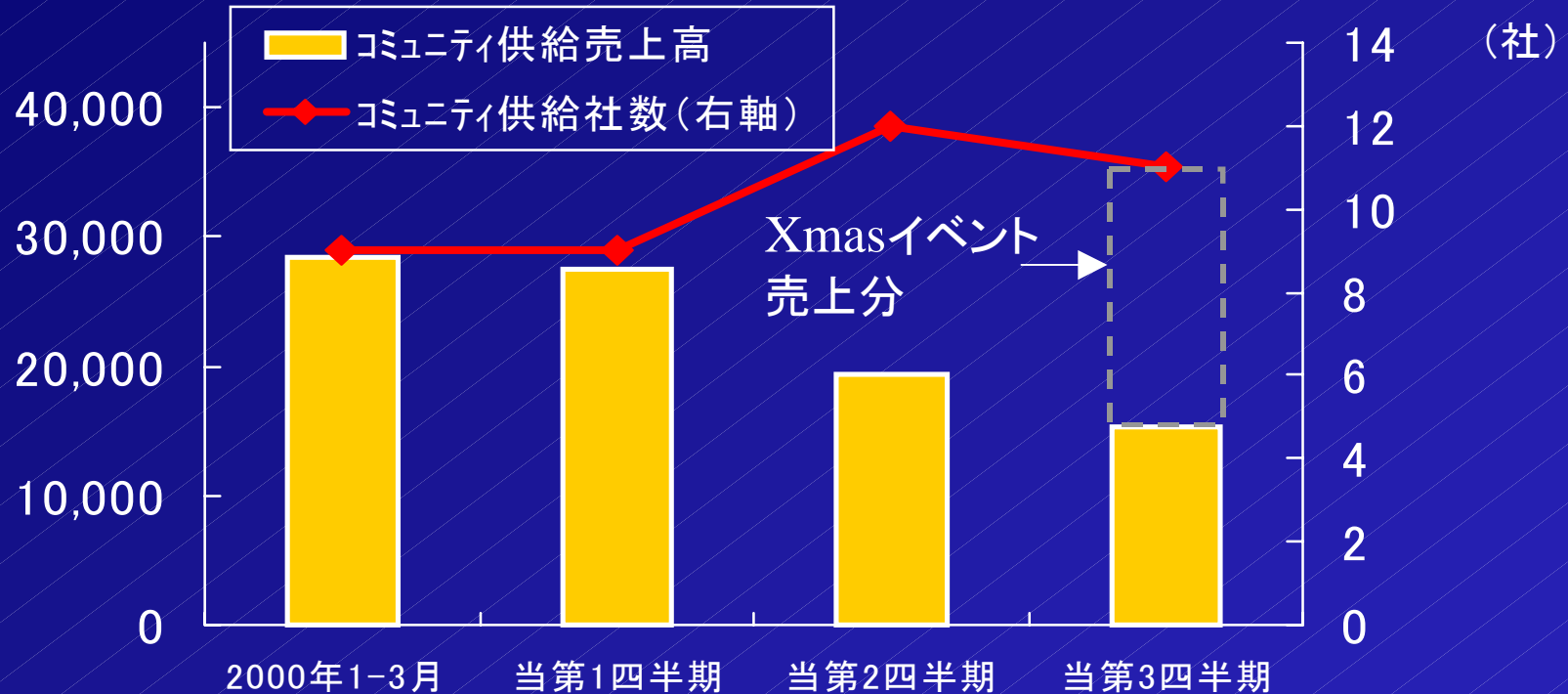
●収益モデル

構築フィー(500万円～)

運営フィー(月間10～200万円)

コミュニティ供給の売上高と導入社数の推移

(千円)

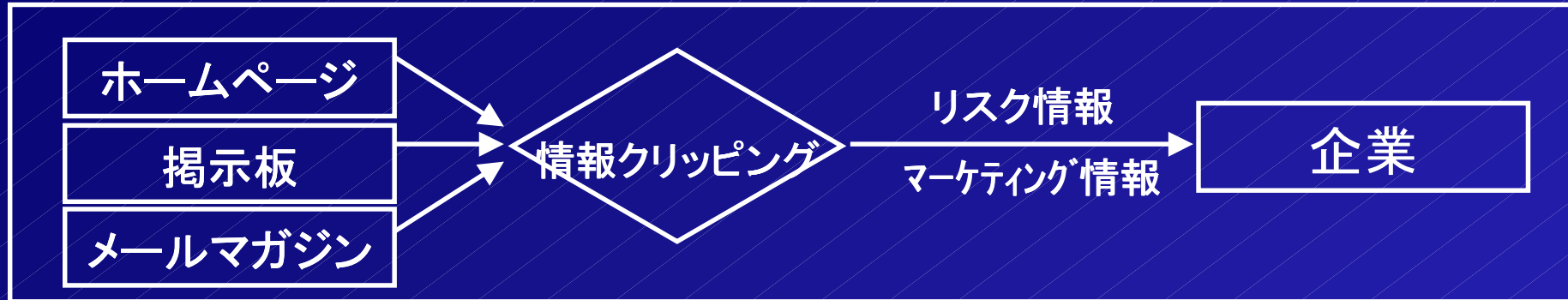


注) 契約社数は四半期末の数字

- ガーラフレンド内のエンタープライズコミュニティが減少し、第3四半期は減収
- 企業のコミュニティ運営が自社サイト中心に移行したが、社内の開発体制が第3四半期には整わず、収益貢献は来期以降へ
- 第3四半期のXmasイベント売上2500万円をその他広告等に計上

➡ 多くのサイトとの関係強化が目的

4. データマイニング事業



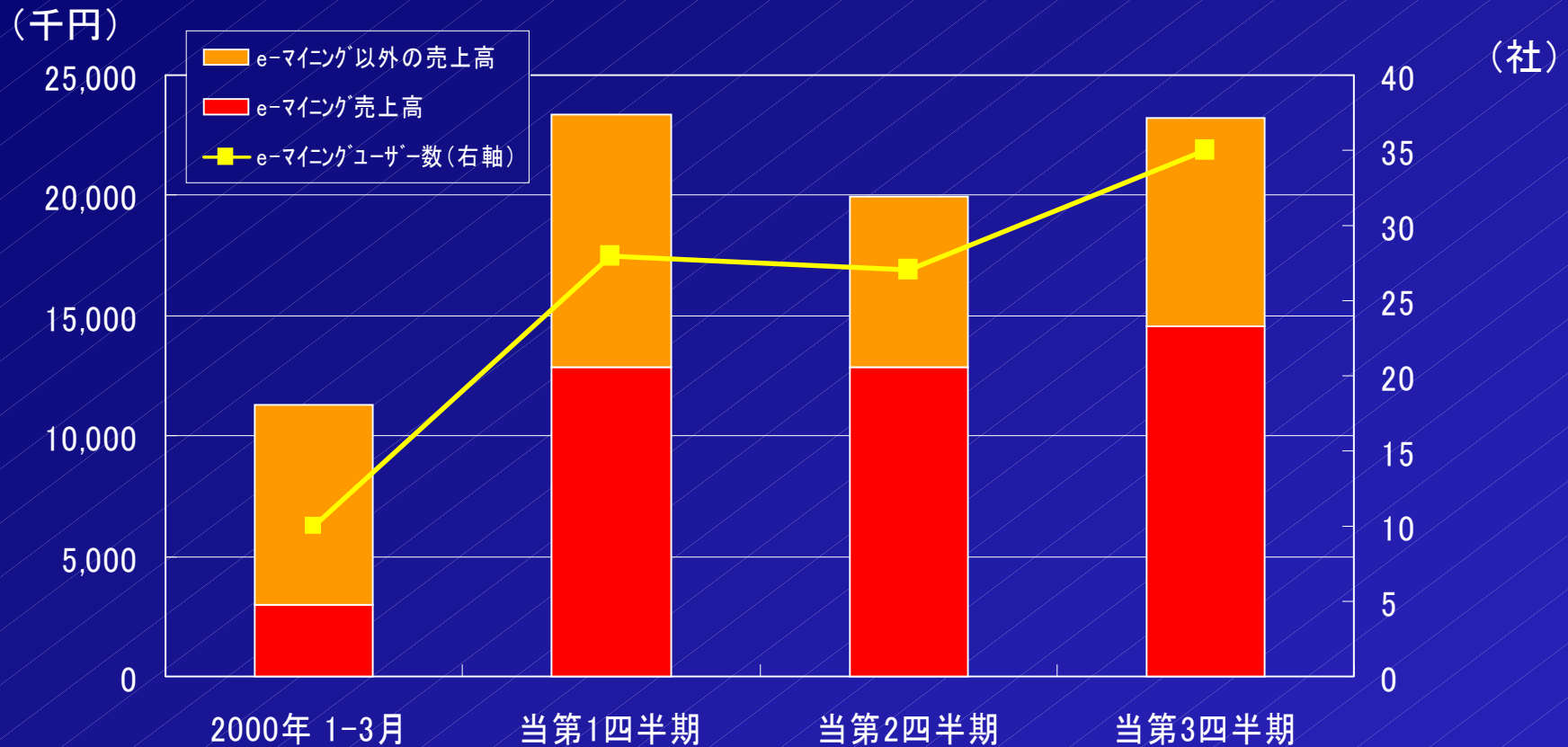
- インターネットユーザーの増大
➡ ネットクリッピング「e-マイニング」サービスへの
需要拡大
- 収益モデル
初期導入費 + 月額サービスフィー
(10万円) (25万円)
- 利用企業数 NO.1
- ウェブマーケティングメニューの拡充

e-マイニングのバージョンアップ

- これまでの課題 メールのみによる報告
- バージョンアップ後
WEB上での閲覧が可能になり、どこからでも報告を確認できる

キーワードによる絞込み、報告日・URL・キーワード表示回数による並び替えなど編集機能が充実

データマイニング事業の売上高と契約社数の推移



注) 累計契約社数、ユーザー数は四半期末の数字

- バージョンアップ実施によりユーザー増加
- e-マイニング以外のマーケティング事業の売上高も増加

Ⅲ. 第4四半期の取り組み

1. オプトインメール事業

① 市場環境

- ・ ネット広告市場において顧客層が変化

② 提携戦略を加速

- ・ 下期に大型提携の予定

会員数 年度末150万名体制を目指す

③ 高付加価値

- ・ 会員毎のクリック率補足システム準備中

④ 販売体制

代理店中心販売へ移行済

2.コミュニティツールASP事業

① 環境

- ・インターネットのファミリー層への普及で需要拡大
- ・顧客層がインターネットを主力事業とする企業からそれ以外へ変化

② 販売力強化

- ・顧客層の変化とともに販売網再構築中
- ・ISP200社の他、インパク出展企業など既存の大手企業がターゲット
- ・セミナーの実施

③ サービス形態を多様化

- ・カスタマイズ不要で、安く導入可能なBOX型完成
- ・月10社導入体制へ

④ モバイル向けサービス開始予定、画像コップス開発中

⑤ 海外展開

- ・北米、アジアで市場調査中
- ・韓国で合弁会社設立

3.コミュニティ供給事業

① 環境

生活者の情報集積の場としてコミュニティが注目される
特に大企業からの引合いが活発

② シナジー効果

サイバーコップスとのシナジー効果を追求
インフォ@メールとのシナジー効果を追求
(導入先の収入源の確保)

③ 体制

パッケージ化を検討中


④ 大手飲料メーカーのプロモーションサイト構築

4. データマイニング事業

① 環境

- ・インターネットの普及と情報量の増大でニーズが拡大
- ・マーケティング目的でのユーザーが増加

② 競争力

- ・e-マイニングバージョンアップによる競争力上昇
- ・インターネットをフル活用しウェブマーケティングメニューを充実
 - 定性評価—会話データ他
 - 定量評価—アンケートへの返答
 - ニーズ発掘
 - メーカー、ブランド評価
- ・他事業とのシナジー効果を発揮し、競争力上昇を目指す

③ 販売体制

- 販売代理店数の増大で販売力を強化

5. 韓国での展開

① 日韓共同コミュニティ「Chin-gu」開設

(URL: <http://www.chingu.friend.ne.jp>)

- ・韓国テレコム、チャンシンソフトと提携
- ・機能は日韓同時翻訳機能付チャットルーム、掲示板、ペンパル
- ・ガーラフレンドとHanMir(韓国)の相互リンク
- ・20万PV/日

② 合弁会社「GALA KOREA INCORPORATED」

2000年12月設立

資本金 6億ウォン(約55百万円)

チャンシンソフトとの合弁 当社出資比率:39%

業務内容:韓国版サイバーコップス開発、販売

6.新規事業

A. WordsNavi (2月中にテスト開始予定)

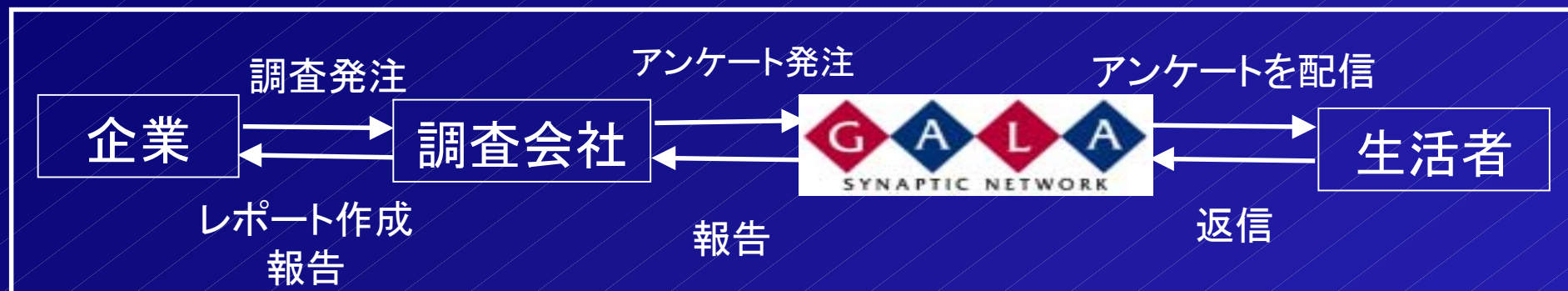
- ①概要 コミュニティ内の書きこみから生活者をECサイトへ誘導
- ②背景 生活者の購買意欲は、広告、店舗訪問、会話によって発生
↓
会話のタイミングを捉えれば、効果的に購買へ誘導可能
コミュニティの来訪者が増え、積極的に情報交換されることで可能に

- ③意義 これまでのコミュニティ = コストセンター
WordsNaviを導入 = **収益源**となることが可能

コミュニティビジネスの多角化が進むと同時に、Contents(情報提供)・Commerce(販売)の要素との**シナジー効果が拡大**

- ④収益モデル 1) ECサイトからの手数料
2) ASPとしてシステムをコミュニティ運営サイトへ提供した上で、アドネットワーク化をはかる。
- ⑤強み 多くのECサイトとの信頼関係
サイバーコップスとのセットで、コミュニティ運営サイトへ提供

B. アンケートポータル(5月下旬開始予定)



- ①環境 ネットを利用したマーケティングリサーチ需要の拡大
- ②ガーラの強み
 - 1) 多くのサイトとの信頼関係
⇒多くのモニターに参加してもらうことが可能
 - 2) マーケティングリサーチのメニューが充実
(同業は小規模企業が多い)
- ③収益モデル 調査料70万円～200万円/件
提携サイト及び調査会社とは収益を折半
- ④コミュニティ型アンケートサービスを予定

IV. ネットビジネスにおけるガーラの位置付け コミュニティソリューションの提供

コミュニティ
運営サイト
(メディア)

コミュニティ供給＝インフラの提供

サイバーコップス＝安全性提供

画像コップス＝安全性提供

インフォ@メール

WordsNavi

アンケートポータル

収益を提供

メニューの充実により、今後更にシナジー効果が拡大

WEBマーケティングソリューションの提供

クライアント

コミュニティ供給 = インフラの提供

サイバーコップス = 安全性提供

画像コップス = 安全性提供

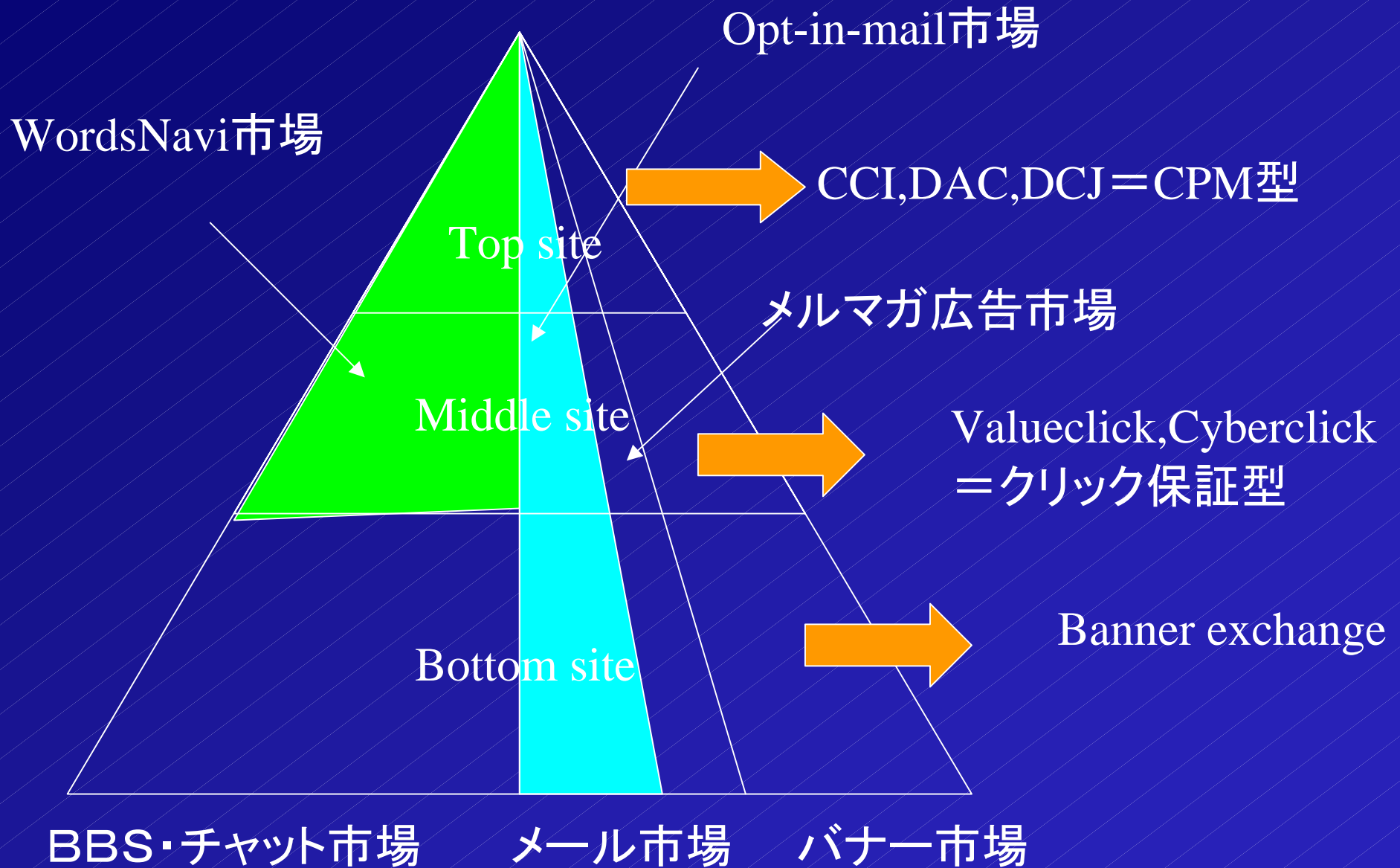
インフォ@メール = プロモーション

WordsNavi = プロモーション

e-マイニング = 定性調査

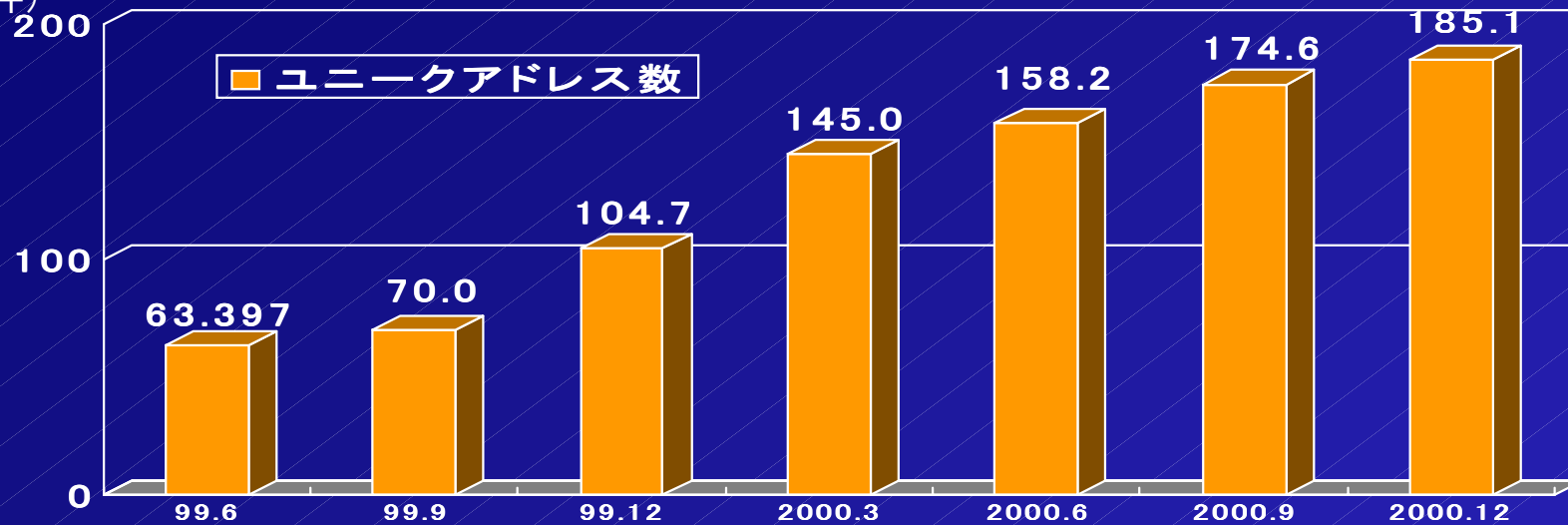
アンケートポータル = 定量調査

広告市場から見た、ガーラの事業領域

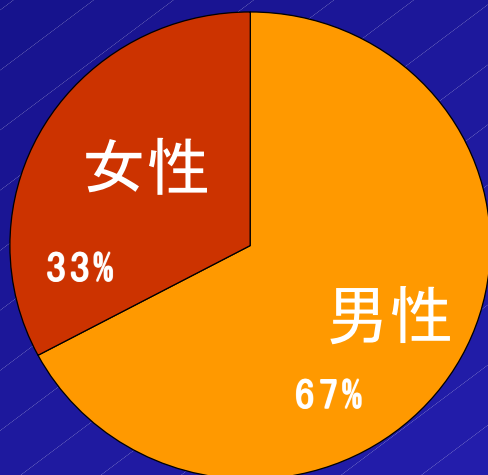


参考.ガーラフレンドの会員数の推移と属性

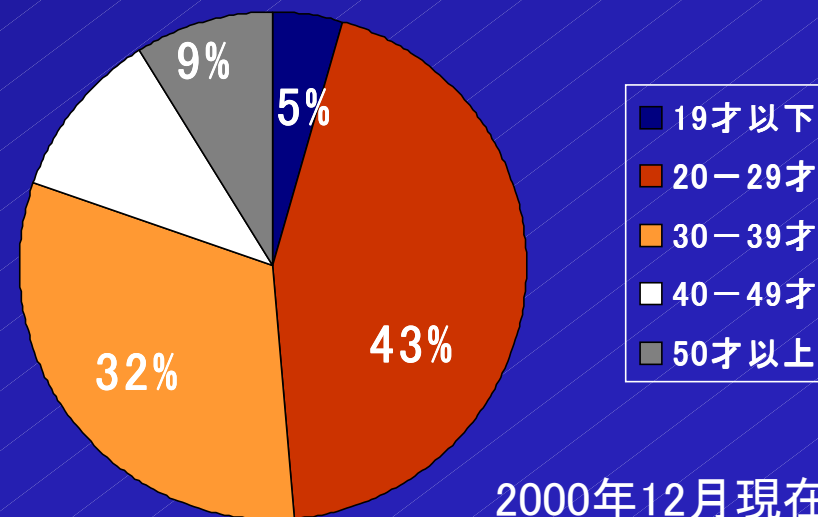
(単位:千件)



男女別構成比



年齢別構成比



2000年12月現在

ガーラのミッション「電子コミュニティによる社会の発展」

《 MISSION STATEMENT 》

- 電子コミュニティは、現代人にとっての**新しい“生活空間”**である。
- 電子コミュニティによって、人々は**年齢や性別、人種や国籍、時間や距離といったさまざまな障壁を越えて**、もっと自由で、もっと広範囲な、もっと深い交流が可能となり、企業や社会の健全な発展に貢献するものである。