



株式会社ガーラ 第4四半期説明会

平成13年5月14日

本日のテーマ

- I はじめに ～ガーラとコミュニティ～
- II 2001/3期通期の概要
- III 2001/3期第4四半期の概要
- IV 各事業の状況
- V 2002/3期の取り組み

I ガーラとコミュニティ

1. 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。

2.コミュニティの重要性

・インターネットの本質＝双方向のコミュニケーション
コミュニケーションの場＝コミュニティ

・Webが情報提供型→情報交換型へ

コミュニティ 人が集積 → 情報が集積
↓ 顧客 ↑ 企業が注目

生活空間

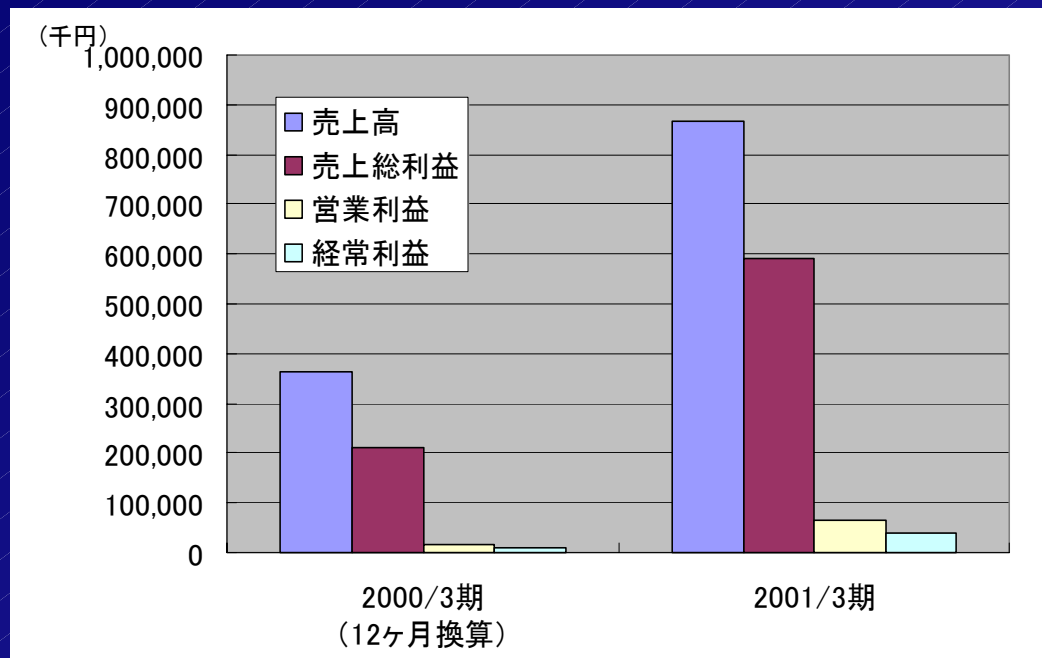
コミュニティ価値の重要性が今後ますます高まる

Ⅱ.2001/3期通期の概要

1. 2001/3期のポイント

- ・コミュニティ運営を通して新たなビジネスモデルを開発(2000/3期)
 - ・インフォ@メール
 - ・サイバーコップス
 - ・e-マイニング
- ・コミュニティ関連ビジネスを開始し、市場を開拓
- ・各事業でサービス内容、供給体制を改善、強化
- ・各事業でNo.1を実現
 - ・インフォ@メール 会員数No.1
 - ・サイバーコップス 導入社数国内No.1
 - ・e-マイニング クライアント数No.1、検索エリアも改善

2.2001/3期の決算概況



(単位:千円)

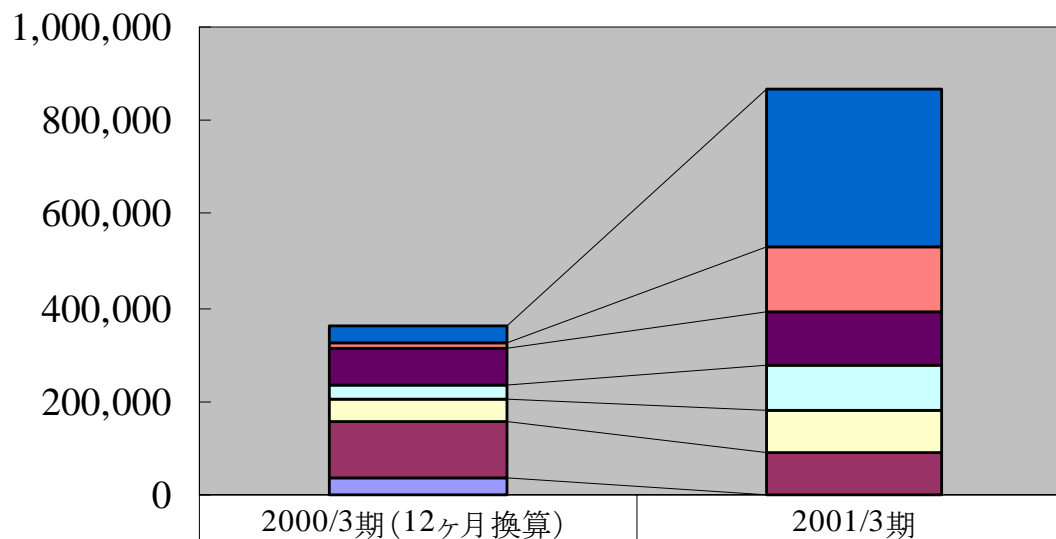
	2000/3期 (7ヶ月決算)	2000/3期 (12ヶ月換算)	2001/3期
売上高	211,484	362,544	866,760
売上総利益	123,287	211,349	590,037
営業利益	9,748	16,711	64,054
売上高営業利益率	4.6%	4.6%	7.4%
経常利益	6,527	11,189	38,518
売上高経常利益率	3.1%	3.1%	4.4%

- ・売上高 対前期比 139%増収 コミュニティ関連のみでは281%増収
- ・売上総利益 対前期比 179%増益
- ・営業利益 対前期比 283%増益
- ・経常利益 対前期比 244%増益

(前期を12ヶ月換算して算出)

3.当期決算における売上構成

(単位:千円)



	2000/3期 (12ヶ月換算)	2001/3期
■ オプトインメール	36,391	335,275
■ コミュニティツールASP	15,399	142,046
■ コミュニティ供給	75,891	110,091
□ データマイニング*	28,886	97,879
□ その他広告等	46,933	91,766
■ ホームページ制作等	124,464	89,671
□ その他広告制作事業等	34,377	0

Ⅲ.2001/3期第4四半期の概要

1.当第4四半期決算の概況

(単位:千円)

	当第1四半期	当第2四半期	当第3四半期	当第4四半期	当期累計	前期(7ヶ月決算)
売上高	173,729	216,485	226,846	249,699	866,759	211,484
売上総利益	114,932	161,289	142,991	170,824	590,036	123,287
営業利益	14,547	31,086	4,641	13,779	64,054	9,748
売上高営業利益率	8.4%	14.4%	2.0%	5.5%	7.4%	4.6%
経常利益	12,111	6,999	4,103	15,304	38,518	6,527
売上高経常利益率	7.0%	3.2%	1.8%	6.1%	4.4%	3.1%

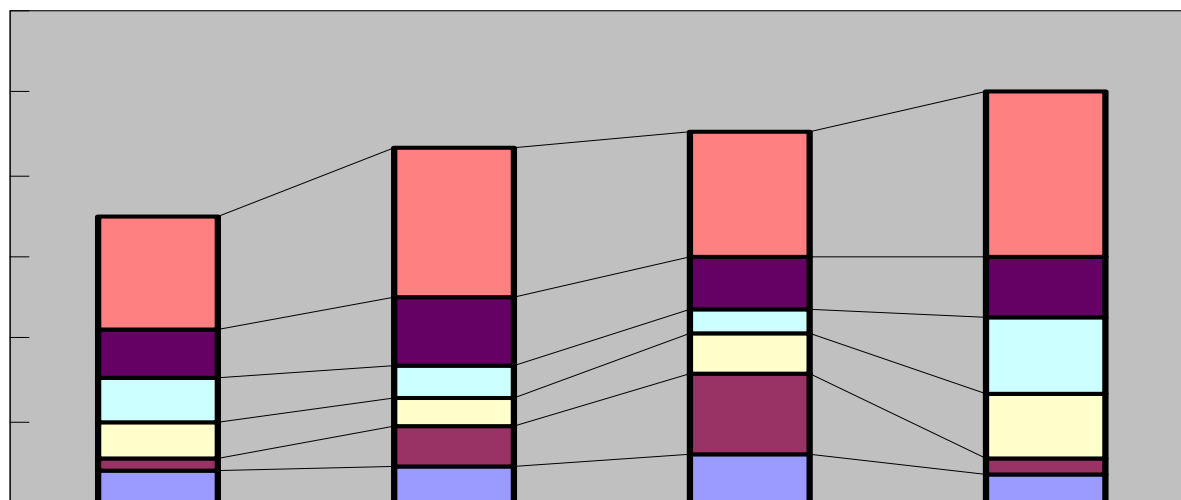
第3四半期に実施した商品力強化により対前四半期比増収、増益

- ・売上高 対前四半期比 10%増収
- ・売上総利益 対前四半期比 19%増益
- ・営業利益 対前四半期比 197%増益
- ・経常利益 対前四半期比 273%増益

2.四半期毎の売上高構成の推移

(注) ()内は売上高構成比 (単位:千円)

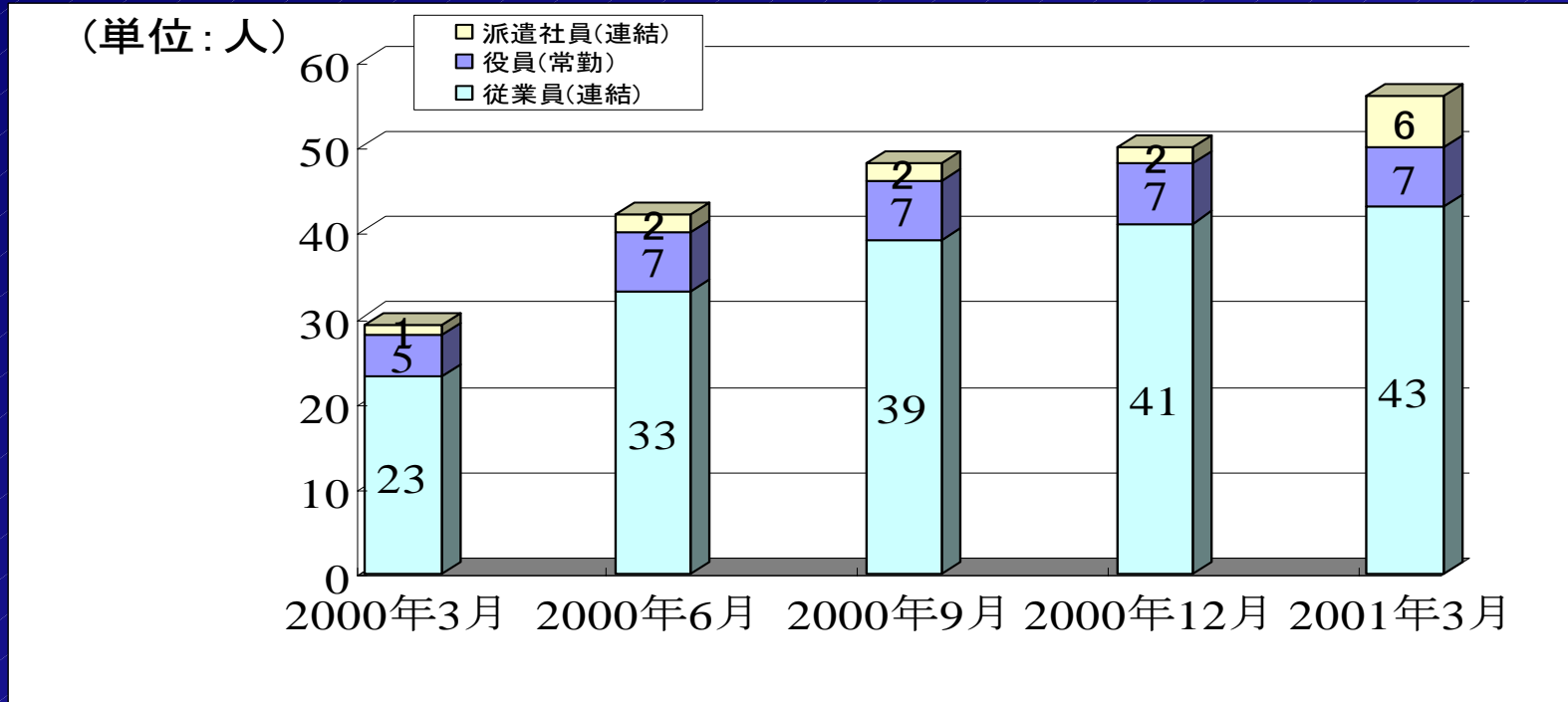
300,000
250,000
200,000
150,000
100,000
50,000
0



	当第1四半期	当第2四半期	当第3四半期	当第4四半期
■ オプトインメール	68,646 (39.5%)	90,610(41.9%)	77,545 (38.4%)	98,472 (39.4%)
■ コミュニティツールASP	29,399 (16.9%)	43,074(19.9%)	31,709 (16.9%)	37,863 (15.2%)
■ コミュニティ供給	27,495 (15.9%)	19,454(9.0%)	15,358 (10.1%)	47,783 (19.1%)
■ データマイニング	20,371 (11.7%)	16,954 (7.8%)	23,195 (9.8%)	37,359 (15.0%)
■ その他広告等	6,983 (4.0%)	24,463(11.3%)	48,633 (13.0%)	11,715 (4.7%)
■ ホームページ制作等	20,832 (12.0%)	21,929(10.1%)	30,403 (11.9%)	16,506(6.6%)

当第4四半期は、オプトインメール事業、コミュニティ供給事業、データマイニング事業、の売上高が拡大

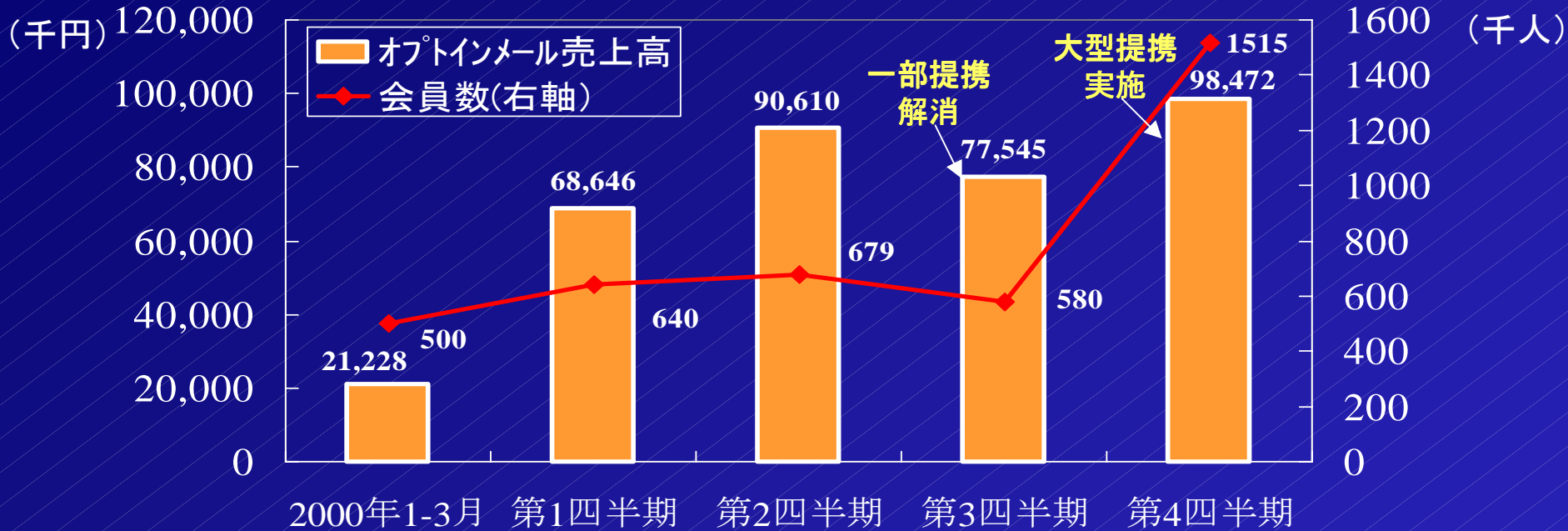
3. 役職員数の推移



	2000年3月	2000年6月	2000年9月	2000年12月	2001年3月
役員(常勤)	5	7	7	7	7
従業員(連結)	23	33	39	41	43
従業員(単体)	10	27	28	31	34
派遣社員(連結)	1	2	2	2	6
合計(連結)	29	42	48	50	56

IV.各事業の状況

1.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

- 会員が興味ジャンルを登録することでターゲットを絞ったマーケティングが可能
- 収益モデル 標準単価30円×配信数 (提携サイトとは収益折半)
- 当第4四半期はライブドアとの提携で会員数大幅増、売上高回復
- クライアントは徐々に大手企業が増加(後述)

オプトインメールの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
第4四半期 256件

- 直販比率

第2四半期	第3四半期	第4四半期
41.7%	11.7%	1.9%

⇒ 広告代理店中心の販売へ移行済

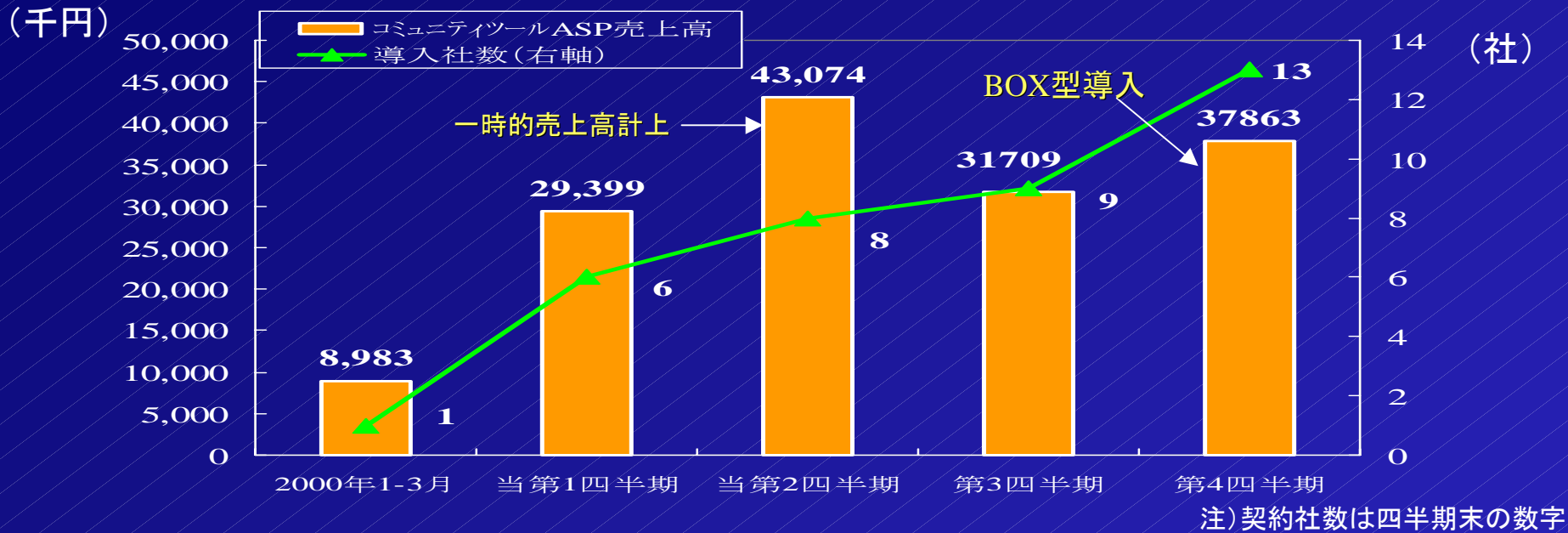
注) 代理店手数料は売上に計上せず

- 主要メディアレップの取り扱い比率(金額)

	第2四半期	第3四半期	第4四半期
CCI,DAC,DCJ計	17.5%	26.9%	34.6%

⇒ 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

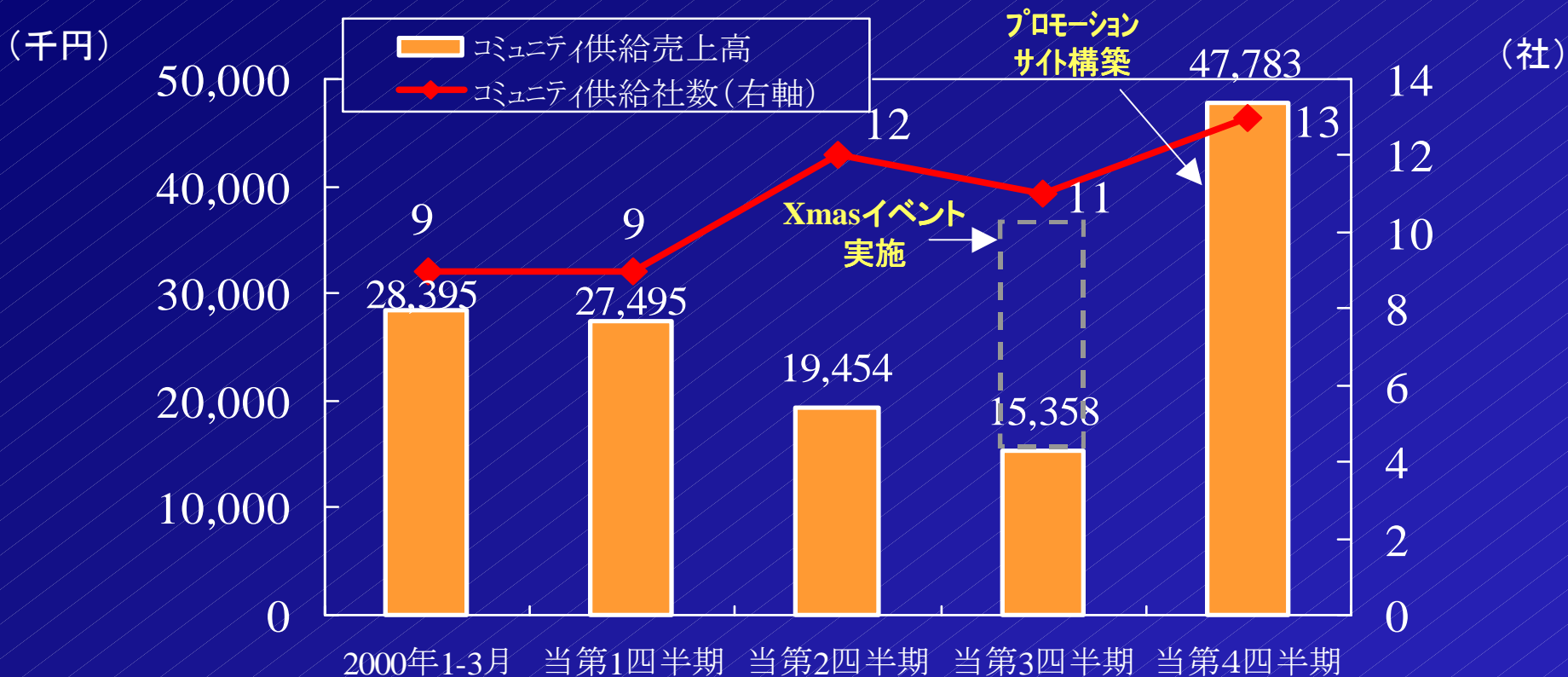
2.コミュニティツールASP事業の売上高と導入社数の推移



- ネット社会の成長 → セキュリティニーズの高まりで需要拡大
- 特許で保護 → **唯一の社**
 - 2000年7月 国内特許確定(特許第2951307号)、国際特許出願中
- 導入社数13社(3月末) BOX型完成により新規導入増加
- 料金メニューの追加

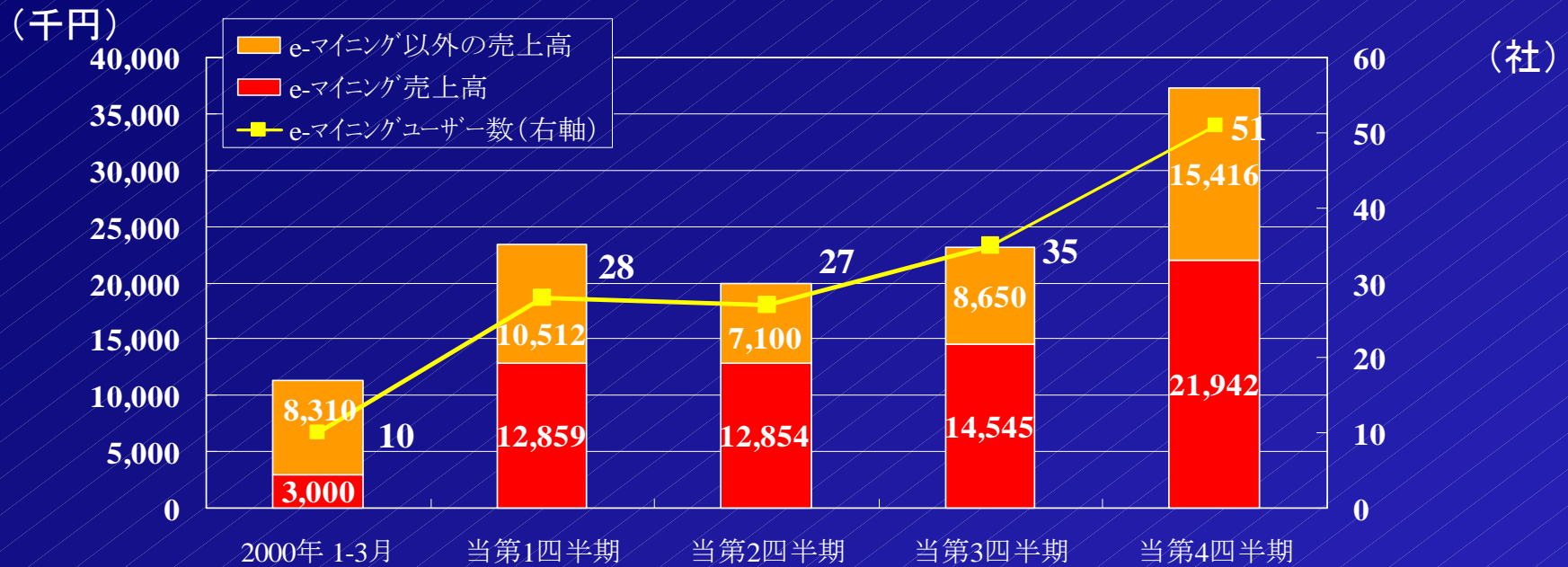
インストール型	初期導入費	100万円～	＋月額使用料	80万円～
BOX型	初期導入費	100万円～	＋月額使用料	30万円～

3.コミュニティ供給の売上高と導入社数の推移



- WEBマーケティングへの関心の高まりでコミュニティ供給は増収
- 第4四半期はプロモーションサイト構築の大型案件を計上

4. 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

- ネットユーザーの増大とWEBマーケティングへの関心の高まりで
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) (10~30万円)

バージョンアップ実施によりユーザー増加、利用企業数 NO.1

- マーケティングリサーチ、コンサルティング等の売上高も増加

5. ネットビジネスにおけるガーラの位置付け

ガーラ

コミュニティのトータルソリューション

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
インフォ@メール
WordsNavi
リサーチシステム

ユーザーの満足度
向上と収益の提供

Webマーケティングのトータルソリューション

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
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
リサーチシステム = 定量調査

メディア

(コミュニティ運営サイト)

クライアント

メニューの充実により、今後更にシナジー効果が拡大

V. 2002/3期の取り組み

1.2002/3期の目標

- ① コミュニティの経済価値の啓蒙、コミュニティの普及
- ② No.1コミュニティ関連サービスプロバイダー
事業ポートフォリオ（WordsNavi、オンラインリサーチシステム）拡充
海外展開
- ③ モバイル、ブロードバンド対応
- ④ シナジー効果の追求

2.オプトインメール事業

市場環境

- ・ネット広告の中でオプトインメールが定着
- ・顧客層の変化(ドットコム企業→一般企業)

重点方針

- ①会員数重視から会員のクオリティコントロール重視へ転換
 - ・会員毎のクリック率捕捉システム完成
 - ・会員一人当り売上の拡大
- ②メニューの拡充
 - ・ターゲティングメール開始
 - ・モバイル向けサービス検討
- ③良質会員の獲得

3.コミュニティツールASP事業

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
- ・顧客層の変化(ドットコム企業→一般企業)

重点方針

① 販売力強化

- ・SI、SIPSを代理店として販売網再構築中

② 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
- ・コミュニティ供給とのシナジー効果の追求
- ・モバイル向けサービス完成

③ 海外展開

- ・韓国で合併会社設立

4.コミュニティ供給事業

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

重点方針

①コミュニティの**経済価値**を検証する仕組み作りを目指す

CRMの場

- 1) 定性調査
- 2) 定量調査
- 3) ユーザーサポート
- 4) コミュニケーション

② シナジー効果

- ・サイバーコップスとのシナジー効果の追求
- ・インフォ@メールとのシナジー効果の追求

③ 体制強化

- ・コミュニティデザイン室新設


5.データマイニング事業

環境

- ・インターネットの普及でe-マイニングのニーズ拡大
- ・Webマーケティングへの企業の関心の高まり

重点方針

①競争力上昇

- ・e-マイニングのバージョンアップ
- ・メニューの拡充 オンラインリサーチシステム開始(後述)
 - 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の発揮

② 販売力強化

- ・e-マイニング販売代理店数の増大

6.新規事業

A.WordsNavi(2月にテスト開始済)

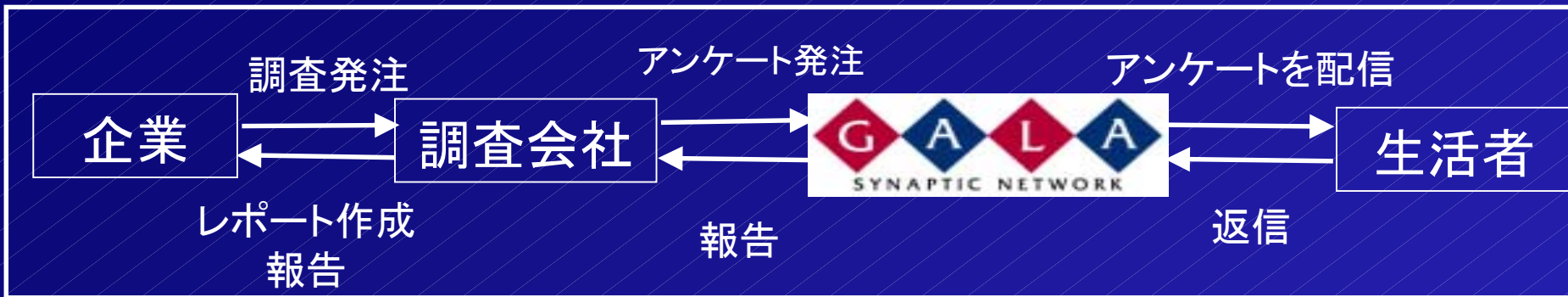
- ①概要 コミュニティ内の書きこみから生活者を企業へ誘導
- ②背景 生活者の購買意欲は、広告、店舗訪問、会話によって発生
↓
会話のタイミングを捉えて、効果的に購買へ誘導
コミュニティの来訪者増と積極的な情報交換で可能に

- ③意義 これまで 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
Contents・Commerceとの**シナジー効果**が拡大

- ④収益モデル i) 広告ネットワーク
ii) 特定コミュニティ内でのシステム提供

B. オンラインリサーチシステム(7月開始予定)



①背景 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) サイトとの信頼関係⇒多数のモニターの参加が可能

2) マーケティングリサーチメニューの充実(同業は小規模企業)

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差別化 コミュニティ型アンケートサービスを予定