

2001年12月期 第11期決算説明会

2002年2月25日

グローバルメディアオンライン株式会社

【第一部】

2001年12月期 第11期決算概要

第11期決算(連結)



	2001年12月期	2000年12月期	前年同期比増減率
売上高(百万円)	9,174	7,982	14.9%
営業利益(百万円)	274	1,363	△79.8%
経常利益(百万円)	167	1,181	△85.8%
当期純利益(百万円)	△ 113	1,195	△109.4%
EPS(円)	△ 4.36	48.20	

第11期B/S(連結)



2001年12月 2000年12月(百万)

<資産の部>

流動資産	8,591	9,780	
現金預金	6,059	6,963	関係会社株式取得・移転支出
売掛金	1,884	2,196	
固定資産	5,515	3,039	関係会社株式取得・保証金
資産の部合計	14,107	12,819	

<負債の部>

流動負債	1,981	1,362	
固定負債	555	0	長期借入金増加
負債の部合計	2,537	1,362	

<少数株主持分>

少数株主持分	2,719	2,642	
--------	-------	-------	--

<資本の部>

資本金	3,311	3,200	株式交換による増加
資本準備金等	4,160	3,920	株式交換による増加
連結剰余金	1,487	1,695	
自己株式	108	1,978	
資本の部合計	8,850	8,814	
負債・少数株主持分・資本合計	14,107	12,819	

第11期キャッシュ・フロー(連結)



営業活動からのキャッシュ・フロー	△ 164	(百万円)
税金等調整前当期純利益	△ 285	
売上債権の減少額	543	
法人税等の支払額	△ 778	
その他増減	356	有価証券評価損等
投資活動からのキャッシュ・フロー	△ 1,632	
投資有価証券による増減	△ 1,164	サイバーエージェント株式他
固定資産による支出	△ 520	セルリアンタワー保証金他
財務収支からのキャッシュ・フロー	318	
長期借入れによる収入	565	
自己株式取得	△ 107	
配当金の支払	△ 124	
キャッシュ・フロー合計	△ 1,478	

第11期決算(単体)



	第11期	第10期	前年同期増減率
営業収益(百万円)	6,925	6,784	2.1%
営業利益(百万円)	613	1,308	△53.1%
経常利益(百万円)	568	1,202	△52.8%
当期利益(百万円)	60	562	△89.3%
EPS(円)	2.31	22.70	—
発行済株式数(株) 〈期中平均〉	25,952,035	24,797,687	—

第11期B/S(単体)



(単位:百万円)

	第11期	第10期	増減	主な増減要因
<資産の部>				
流動資産	4,001	5,313	△ 1,312	
現預金等	2,132	3,140	△ 1,007	子会社・関連会社株式取得、移転支出
売掛金	1,364	1,978	△ 614	ドメイン債権の減少
固定資産	5,627	3,984	1,643	子会社・関連会社株式取得、保証金増加
資産の部合計	9,628	9,297	330	
<負債の部>				
流動負債	700	1,107	△ 407	未払法人税・未払金減少
固定負債	572	0	572	長期借入金の増加
負債の部合計	1,272	1,107	164	
<資本の部>				
資本金	3,311	3,200	110	株式交換による増加
資本準備金等	4,160	3,920	239	株式交換による増加
その他剰余金	979	1,068	△ 89	
自己株式	△ 108	—	△ 108	
資本の部合計	8,355	8,189	165	

第11期キャッシュ・フロー(単体)



営業活動からのキャッシュ・フロー	643	(百万円)
税金等調整前当期純利益	111	
売上債権の減少額	614	ドメイン債権の減少
法人税等の支払額	△ 566	
その他増減	484	投資有価証券評価損等
投資活動からのキャッシュ・フロー	△ 1,985	
投資有価証券の取得	△ 1,066	サイバーエージェント株式他
貸付金の増加	△ 371	関連会社貸付金
固定資産の増加	△ 404	セルリアンタワー保証金他
その他増減	△ 142	
財務収支からのキャッシュ・フロー	334	
長期借入れによる収入	565	
自己株式取得	△ 106	
配当金の支払	△ 124	

【第二部】

2001年度 第4四半期決算概要 と 今後の戦略

本説明会および参考資料にある内容には、将来に対する見通しが含まれている場合がございます。実際の業績はさまざまな重要要素により、これらの見通しとは大きく異なる結果となり得ることをご了承ください。

2001年第4四半期決算(連結)



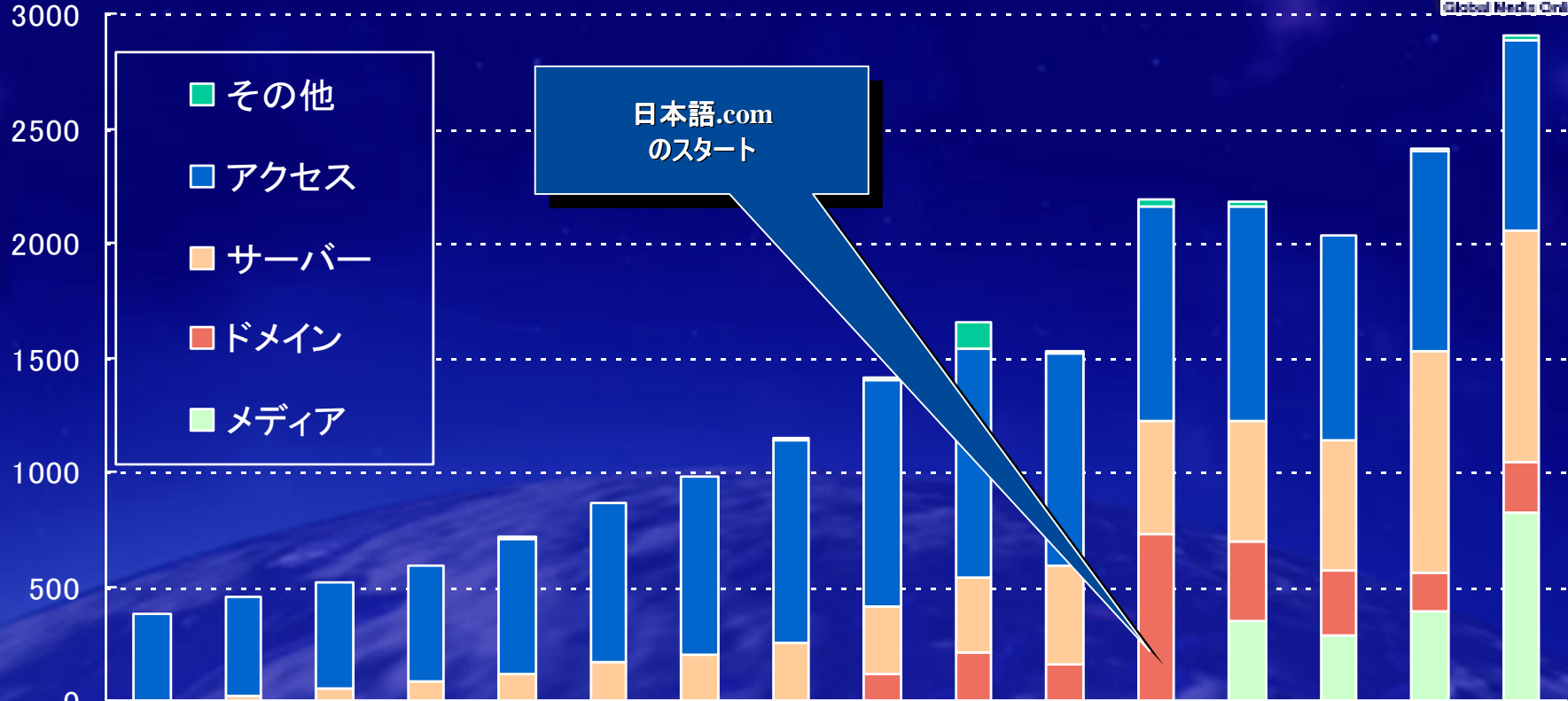
	2001年10-12月
売上高(百万円)	2,641
営業利益(百万円)	33
経常利益(百万円)	△ 87
当期純利益(百万円)	△ 62
総資産(百万円)	14,107
株主資本(百万円)	8,850

連結は11期
からの為に前
年同期比較
はございません

四半期売上高推移(連結)



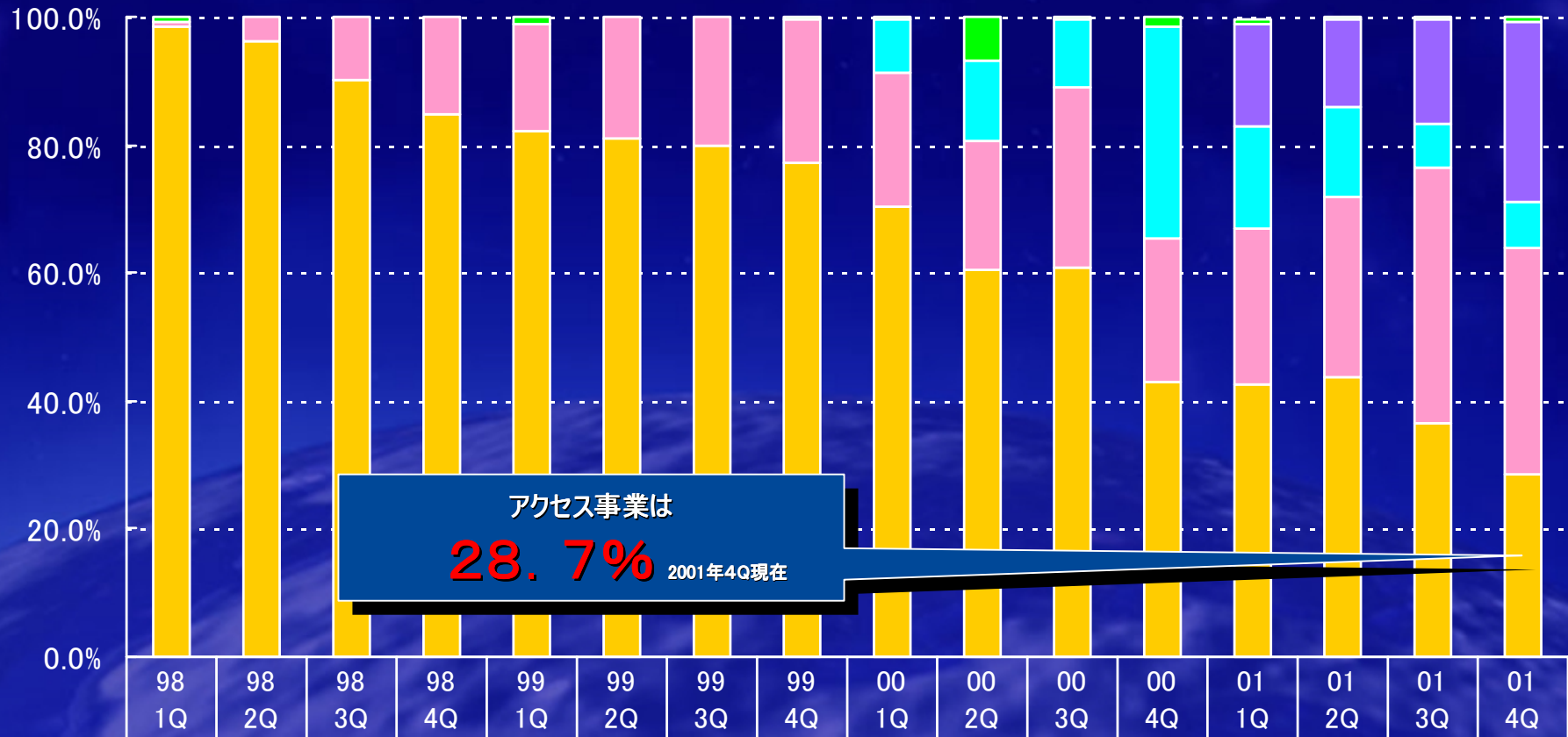
百万円



	98 1Q	98 2Q	98 3Q	98 4Q	99 1Q	99 2Q	99 3Q	99 4Q	00 1Q	00 2Q	00 3Q	00 4Q	01 1Q	01 2Q	01 3Q	01 4Q
合計	382	453	516	593	716	865	976	1143	1409	1657	1527	2190	2184	2036	2411	2906
■ その他	3	0	0	0	8	0	0	5	6	115	7	29	23	4	8	16
■ アクセス	377	436	465	503	589	699	779	881	990	998	928	940	935	888	879	834
■ サーバー	2	16	50	89	119	166	196	257	298	334	432	496	535	575	967	1018
■ ドメイン									114	208	160	724	342	287	161	217
■ メディア													348	280	394	820

記載数値は、売上推移を比較するため、連結相殺前の計上値を掲載しております。

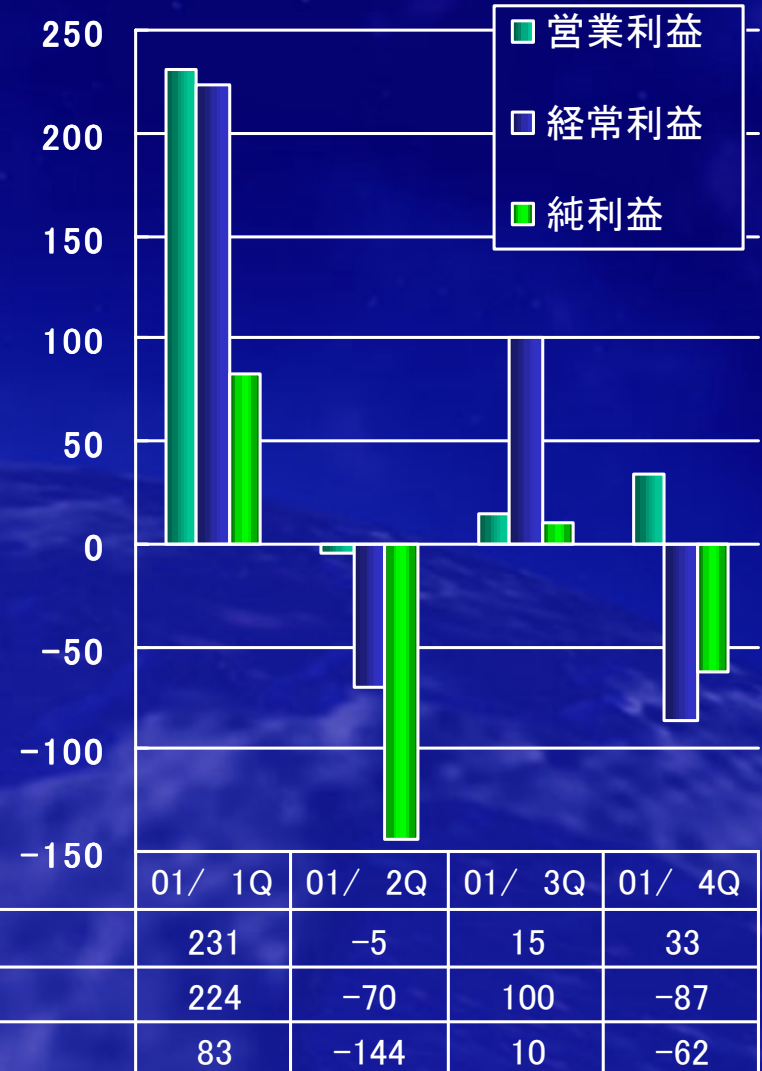
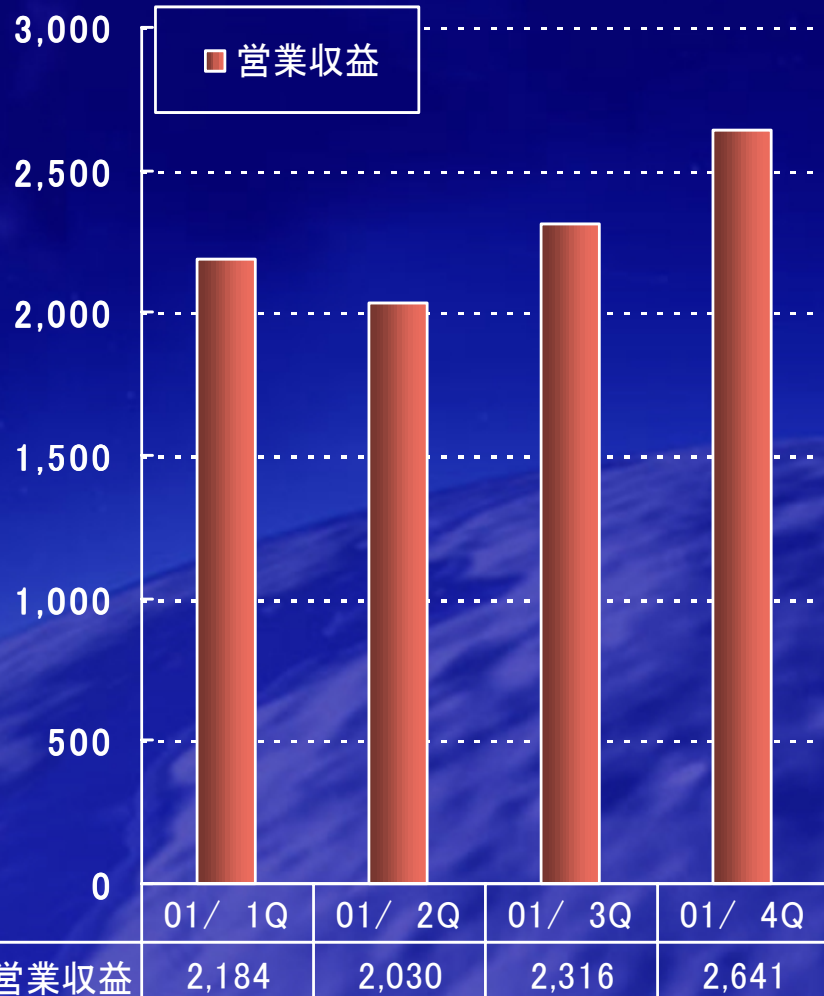
四半期売上高比率(連結)



	98 1Q	98 2Q	98 3Q	98 4Q	99 1Q	99 2Q	99 3Q	99 4Q	00 1Q	00 2Q	00 3Q	00 4Q	01 1Q	01 2Q	01 3Q	01 4Q
■ その他	0.8%	0.1%	0.0%	0.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.5%	0.4%	6.9%	0.5%	1.3%	1.1%	0.2%	0.4%	0.6%
■ メディア系													15.9%	13.8%	16.4%	28.2%
■ ドメイン系	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.2%	12.6%	10.5%	33.1%	15.7%	14.1%	6.7%	7.5%
■ サーバー系	0.6%	3.7%	9.7%	15.0%	16.7%	19.2%	20.1%	22.5%	21.2%	20.2%	28.3%	22.6%	24.5%	28.2%	40.1%	35.0%
■ アクセス系	98.6%	96.2%	90.3%	84.9%	82.2%	80.8%	79.8%	77.0%	70.2%	60.3%	60.8%	42.9%	42.6%	43.6%	36.4%	28.7%

四半期主要經營指標推移(連結)

百万円



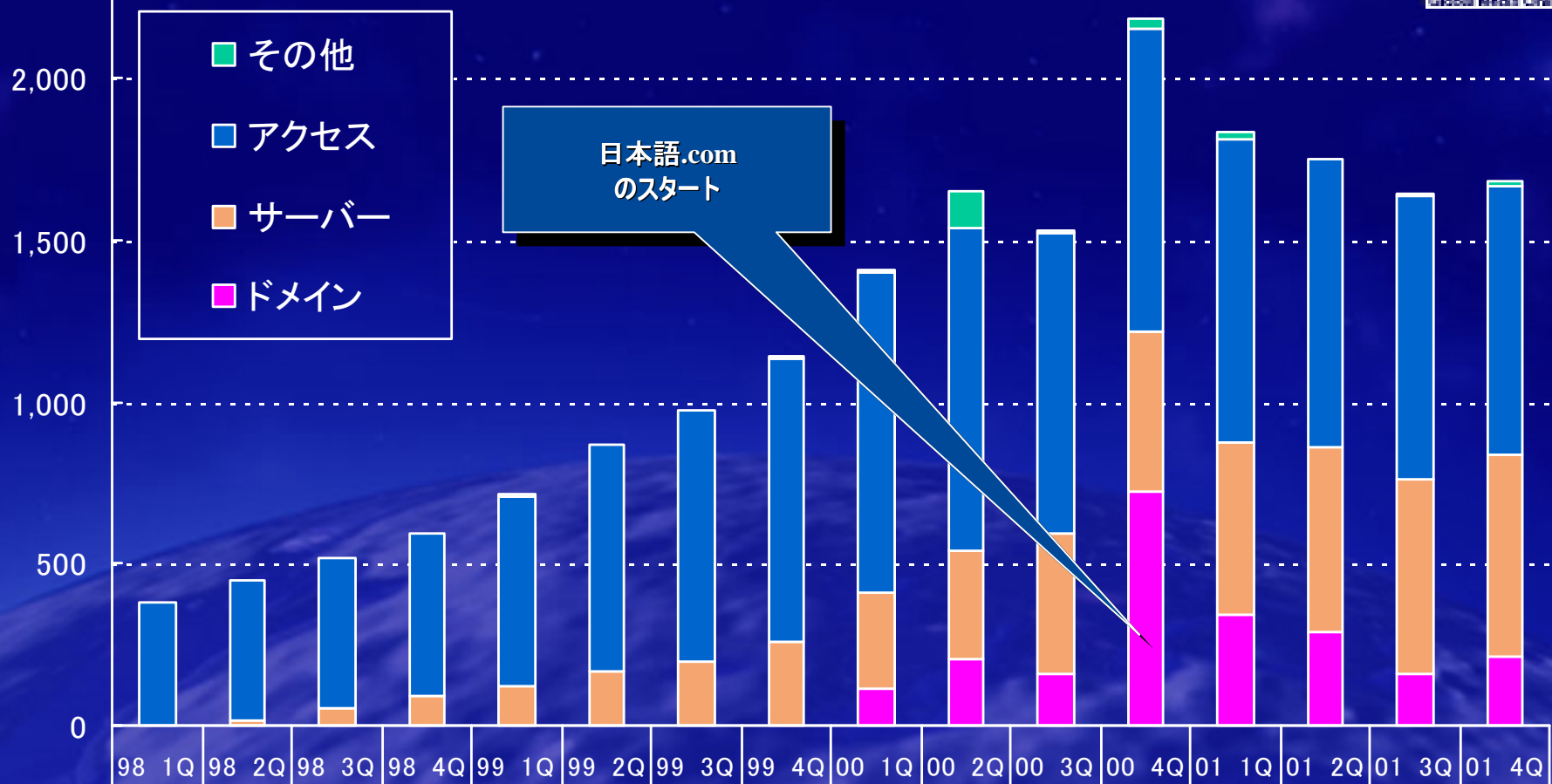
2001年第4四半期決算(単体)



	2001年10-12月	2000年10-12月	前年同期増減率
売上高(百万円)	1,685	2,190	△23.0%
営業利益(百万円)	163	488	△66.5%
経常利益(百万円)	151	493	△69.2%
当期純利益(百万円)	△ 112	292	△138.3%
EPS(円)	2.31	2.76	—
発行済株式数(株) 〈期中平均〉	25,952,035	25,061,188	—

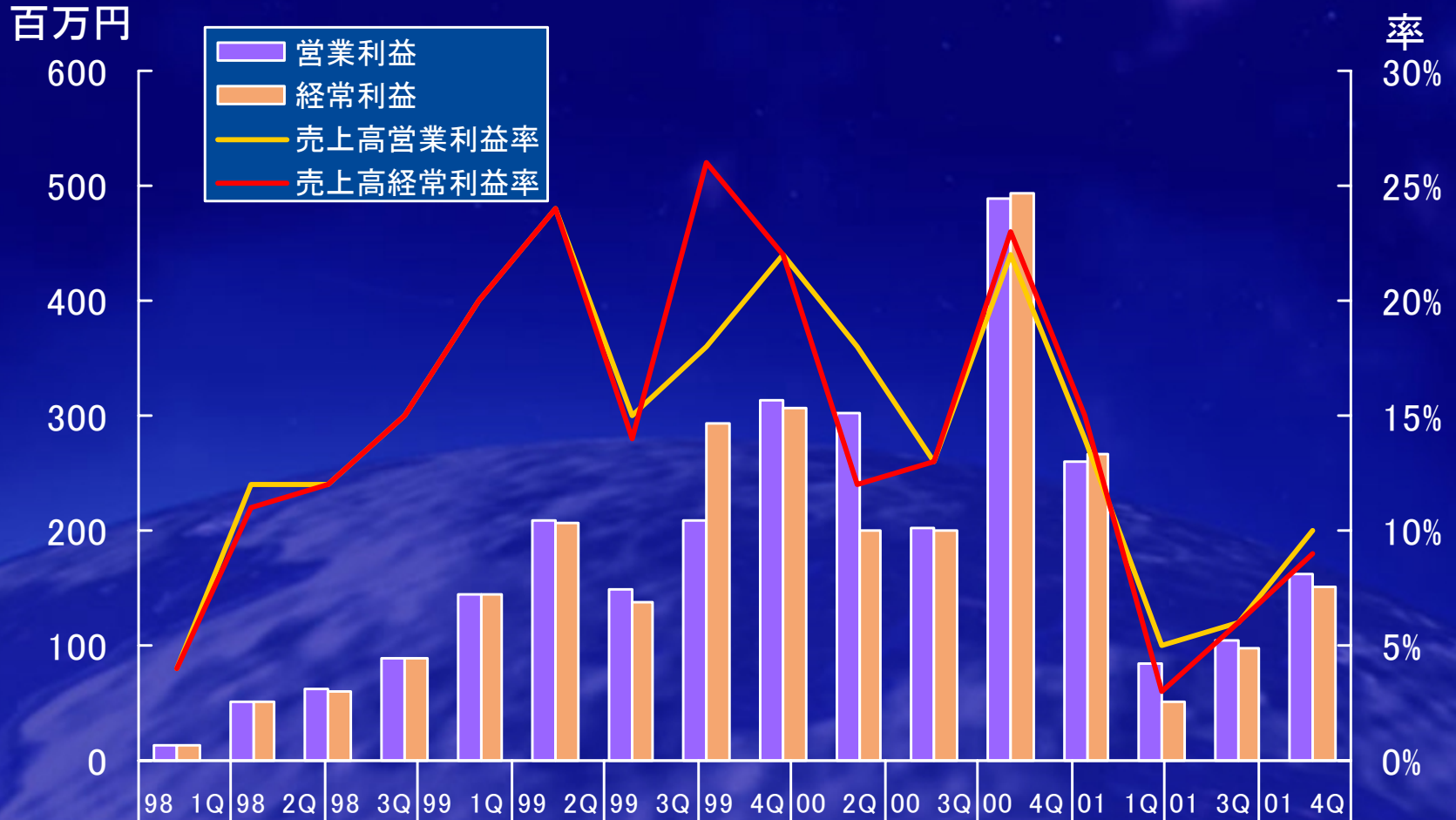
四半期売上高推移(単体)

百万円



	98 1Q	98 2Q	98 3Q	98 4Q	99 1Q	99 2Q	99 3Q	99 4Q	00 1Q	00 2Q	00 3Q	00 4Q	01 1Q	01 2Q	01 3Q	01 4Q
合計	382	453	516	593	716	865	976	1,143	1,409	1,657	1,527	2,190	1,836	1,755	1,646	1,685
■ その他	3	0	0	0	8	0	0	5	6	115	7	29	23	4	8	16
■ アクセス	377	436	465	503	589	699	779	881	990	998	928	940	935	888	879	834
■ サーバー	2	16	50	89	119	166	196	257	298	334	432	495	535	575	597	617
■ ドメイン									114	208	160	724	342	287	161	217

四半期利益推移(单体)



営業利益	14	52	62	145	210	150	208	303	203	488	260	104	163
経常利益	13	51	60	144	207	137	294	201	201	493	266	97	151
売上高営業利益率	4%	12%	12%	20%	24%	15%	18%	18%	13%	22%	14%	6%	10%
売上高経常利益率	4%	11%	12%	20%	24%	14%	26%	12%	13%	23%	15%	6%	9%

そもそも、GMOとはどういう企業グループか？

●何処をターゲットに、何を売る会社か？

強み＝「技術力」は当たり前、
加え「戦略性」「先見性」
「スピード」「マーケティング力」
「統率力・組織力」

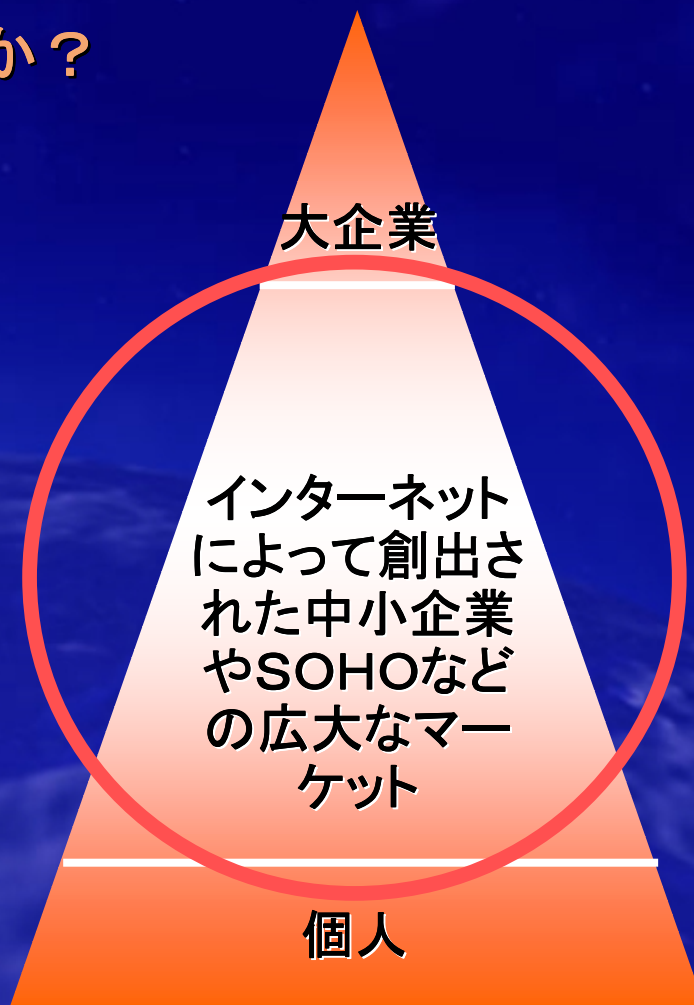
1) マーケティングに強み

2) 適切な商材選択

未開拓の中小企業や個人を
IT化する総合支援企業



IT総合アウトソーシング企業



～ターゲットは未開の市場～

事業領域

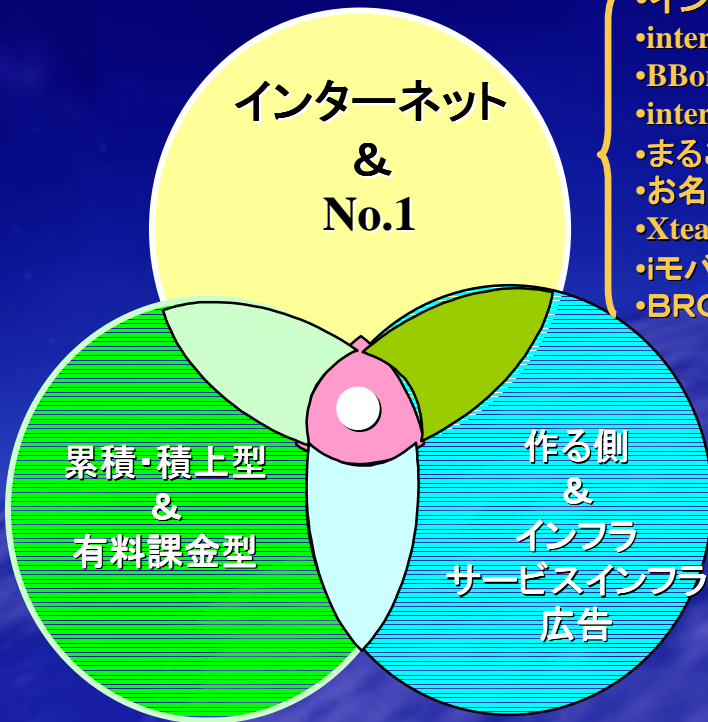
経営資源を2つの事業領域に集中

- ▶ 広告メディア事業
- ▶ インフラ事業 (アクセス・サーバー・ドメイン)



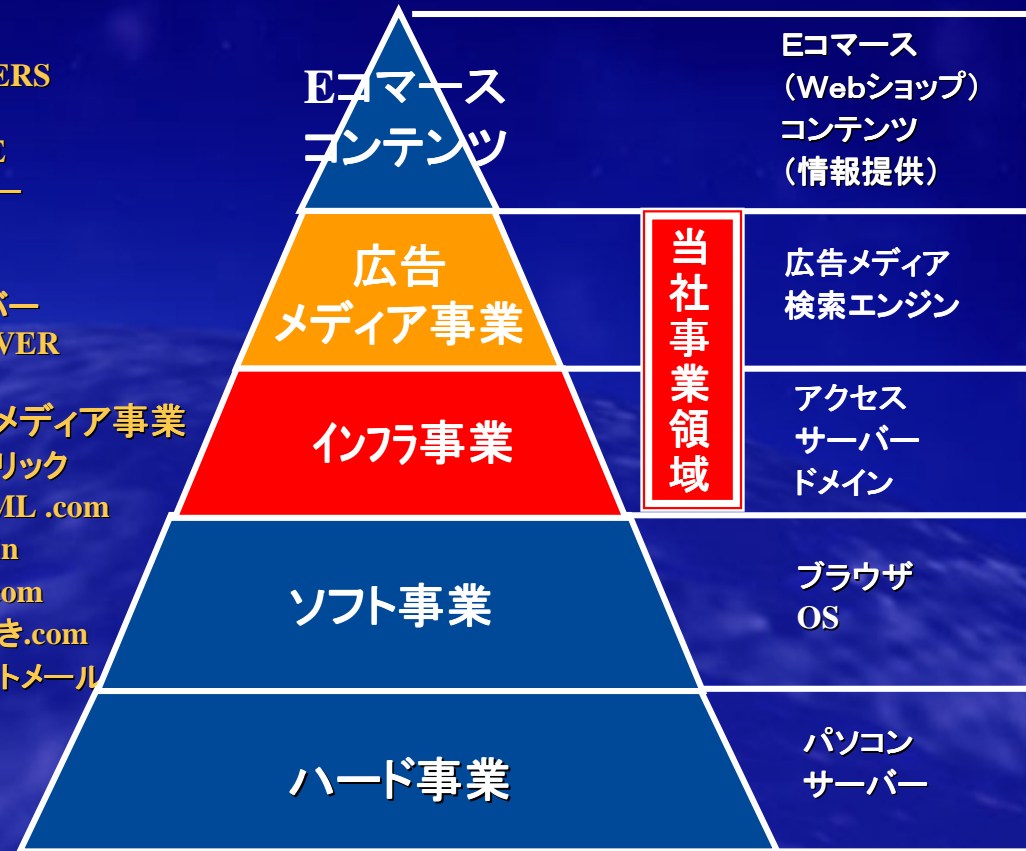
● 何処のマーケットで、何を狙う会社か？

— 絞り込み —



- インフラ事業
- interQ MEMBERS
- BBonline
- interQ OFFICE
- まるごとサーバー
- お名前.com
- Xteam
- iモバイルサーバー
- BROAD SERVER

- 広告メディア事業
- まぐクリック
- Free ML .com
- M@ilin
- 壁紙.com
- ふくびき.com
- ポイントメール

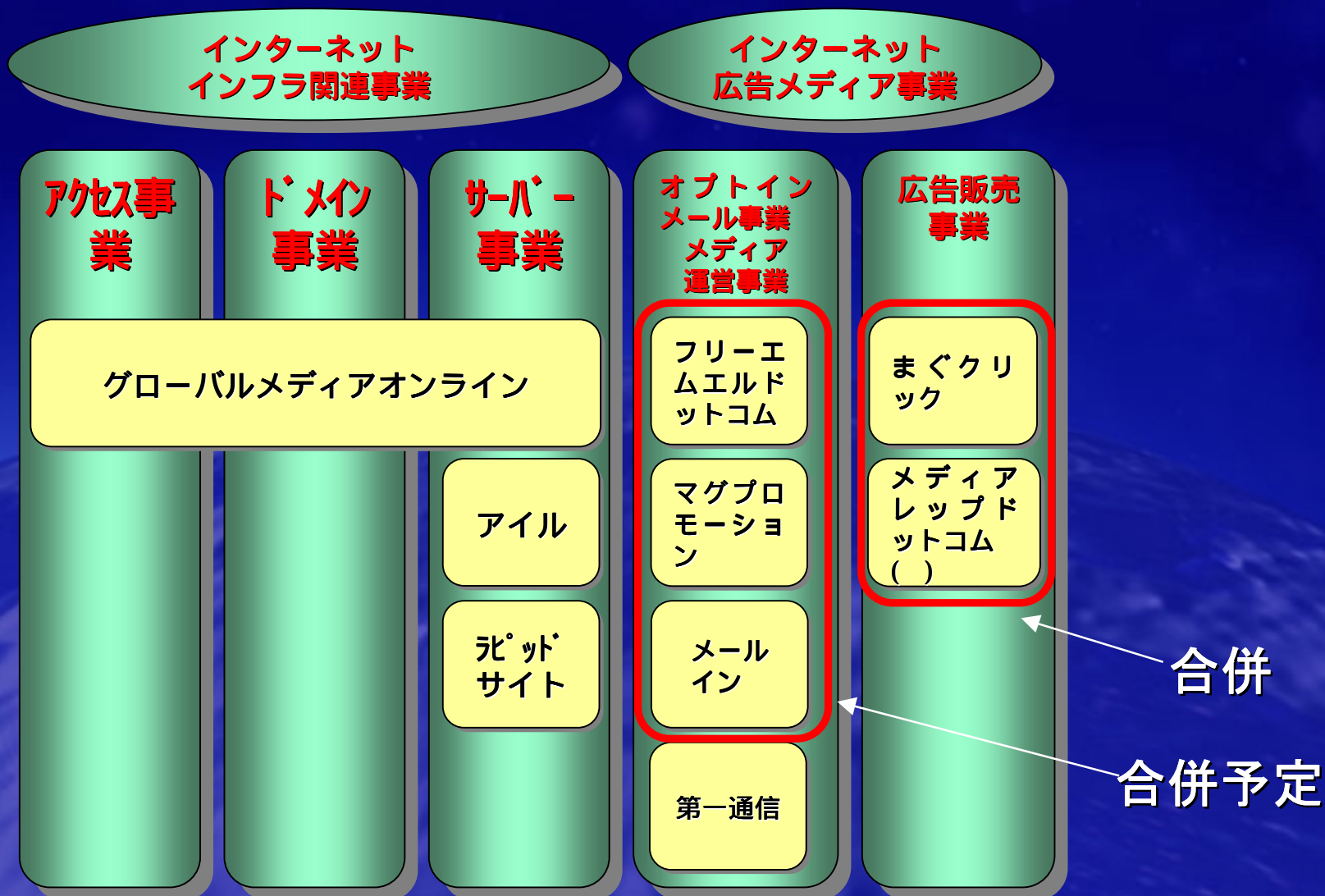


キーワードに合っているか？

インターネットのビジネス構造

グループ全体の事業構造

●法人別



グループ全体の事業構造

●商材別

インターネットインフラ
関連事業

インターネット
広告メディア事業

アクセス事
業



ドメイン
事業



サーバ
事業



オプトイン
メール事業
メディア
運営事業



広告販売
事業



オプトイン
メール

買収・資本参加のサマリー

グローバルメディアオンライン



グループ全体 課題・結果・成果



2001年度の課題

- 1) 本体 アクセス事業 利益重視・差別化
 サーバー事業 OEMとM&Aでナンバーワンへ
 ドメイン事業 新ドメインへの対応で圧倒的ナンバーワン
- 2) 広告メディア事業 オプトインメール事業への集中

2001年度の結果・成果 = ストック型収益基盤の確立 およびコスト削減による筋肉質化

- 1) 規模の拡大の為4月に社名変更および本社を移転、その後買収した会社(6社)を一箇所に集めた。また、メディア事業(オプトインメール)の立ち上げの投資を行った。以上の動きに加え、IT不況の影響等により一部の商材の業績が伸び悩んだ結果、増収減益(連結経常利益 **10億円減益**)となった
- 2) ストック型収益基盤の確立 & 業界圧倒的ナンバー1へ
 - サーバー事業 21,993件 61,733件 **180.6%増** (連結)
 - ドメイン事業 143,577件 249,479件 **73.7%増**
- 3) オプトインメールへの集中によるメディア事業の売上急上昇
 - 2Q 280百万 3Q 394百万 **4Q 820百万** (連結相殺前)

グループ全体 今後の課題

2002年度の課題

2000年～2001年の投資から
確実に収益を獲得すること

今期は、**利益・キャッシュフロー**を
生むことに集中する

第4四半期 活動状況サマリー



- 10月
 - ・お名前.comにて「.info」「.biz」先願受付開始
 - ・自己株式買付完了
 - ・「Xteam」にて新プランを開始
 - ・壁紙.comがMSNと提携「MSN壁紙」開始
- 11月
 - ・株式会社第一通信を買収
- 12月
 - ・「interQ OFFICE」「ブロードサーバー」にてイーアクセスの法人向けADSLオプションサービス開始
 - ・日本ネットワークアソシエイツ株式会社とウィルスオプションサービスで提携
 - ・壁紙.comがトーメンテレコム株式会社と提携「feel H」内に壁紙.comサイトを開始
 - ・「FreeML.com」総登録会員数500万人突破

サーバー事業

サーバー事業 課題・結果・成果



2001年第4四半期の課題

新商材マーケティング強化、M & A 継続

退会減 = 顧客満足度の向上

成約営業員増員

日本語.comサーバーの営業開始 I E T F、I C A N N に対する継続要請

ソリューション型営業体制 顧客ニーズに対応したトータルソリューション提供

2001年第4四半期の結果・成果

(マイナス面)

新商材 (i - mobile , Xteam 等) の集客・売上が予想以下 (A S P の市場は今後に期待)
interQ OFFICE は退会増により純減 (単価の問題・W e b 無料作成サービス等で強化)
日本語.comサーバーは I E T F の標準化作業待ち (2 0 0 2 年春開始予定)

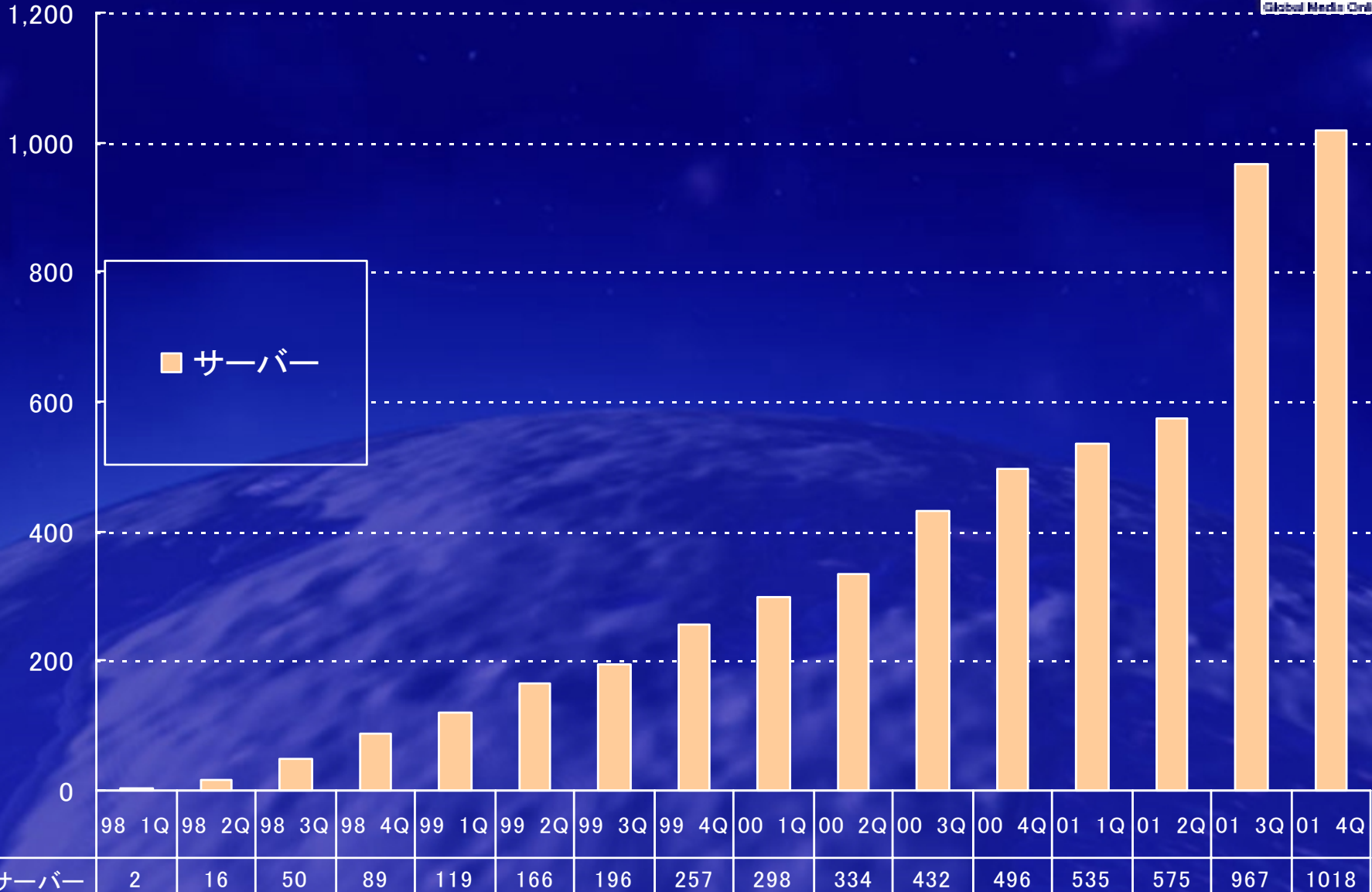
(プラス面)

サーバー事業全体で前四半期比6,424件、11.6%増 件数で競合との差を広げる
子会社アイル・ラピッドサイトが集客順調、黒字化
お名前.comサーバー、まるごとサーバーも順調

四半期売上高推移(連結)



百万円



記載数値は、売上推移を比較するため、連結相殺前の計上値を掲載しております。

業界動向

国内レンタルサーバー会員数ランキング

	会社名	件数	時期
1	グローバルメディアオンライングループ	61,733	2001.12
2	クレイフィッシュ	23,733	2001.12
3	イーストアー（有線ブロードネットワークス）	21,410	2001.7
4	KDDI	20,000	
5	NTTコミュニケーションズ	15,000	
6	ファーストサーバー	15,000	2001.12
7	アイル	13,893	2001.12
8	大塚商会	12,000	2001.6
9	NTT-PC	11,000	2001.3

1位グローバルメディアオンライン39,113件、
7位アイル13,893件、10位ラピッドサイト8,727件

レンタルサーバー市場

2000年 250億円 → 2005年 約720億円



業界NO1

※イーリサーチ:レンタルサーバー業界(2001年10月22日)に弊社独自調査の最新数字を加え、弊社で加工

サーバー事業 今後の課題

2002年第1四半期の課題
更なるストック収益の獲得

1) 集客強化

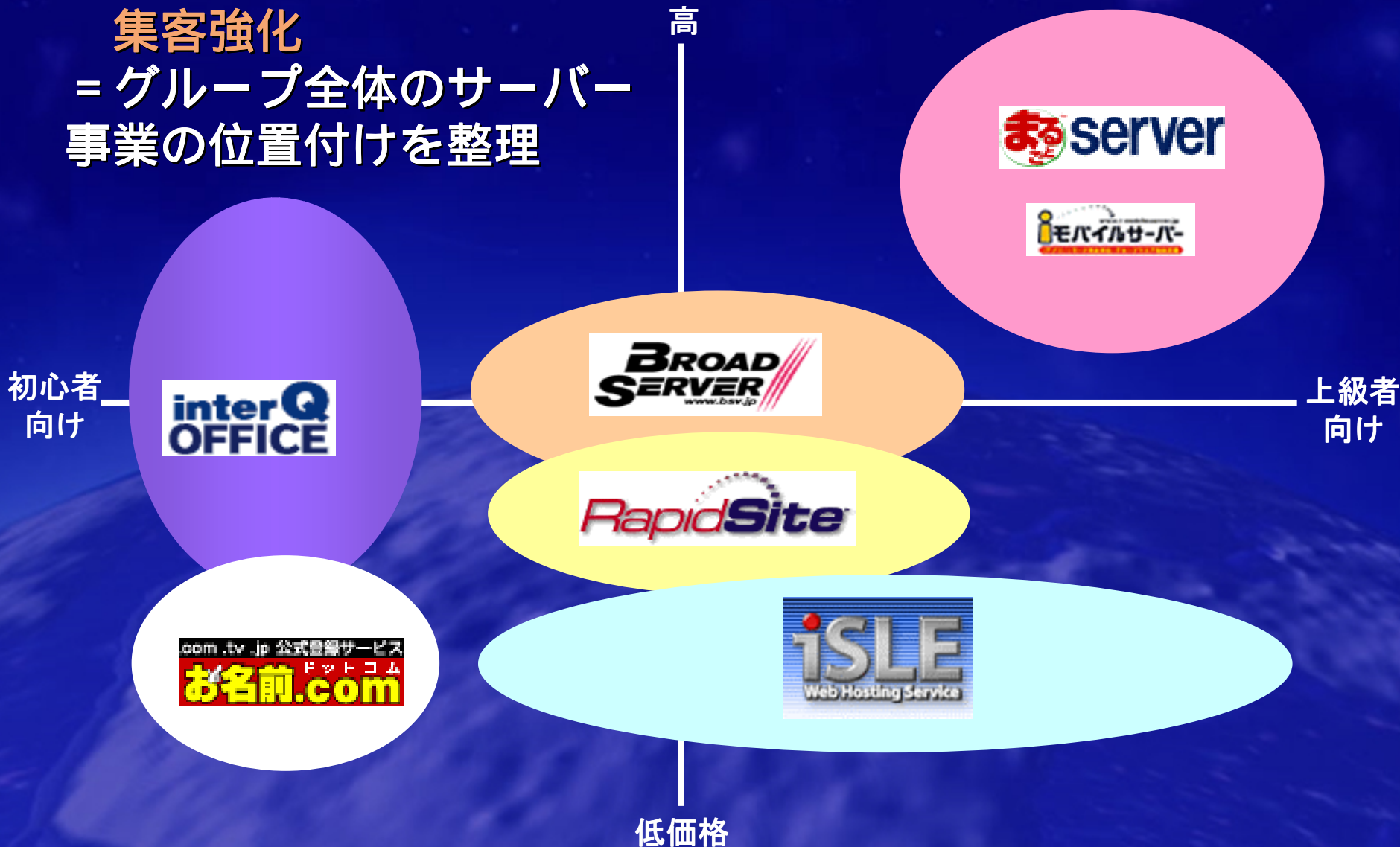
グループ全体のサーバー事業の
位置付けを整理

2) 単価アップ

ウィルスチェック機能導入

サーバー事業 今後の課題

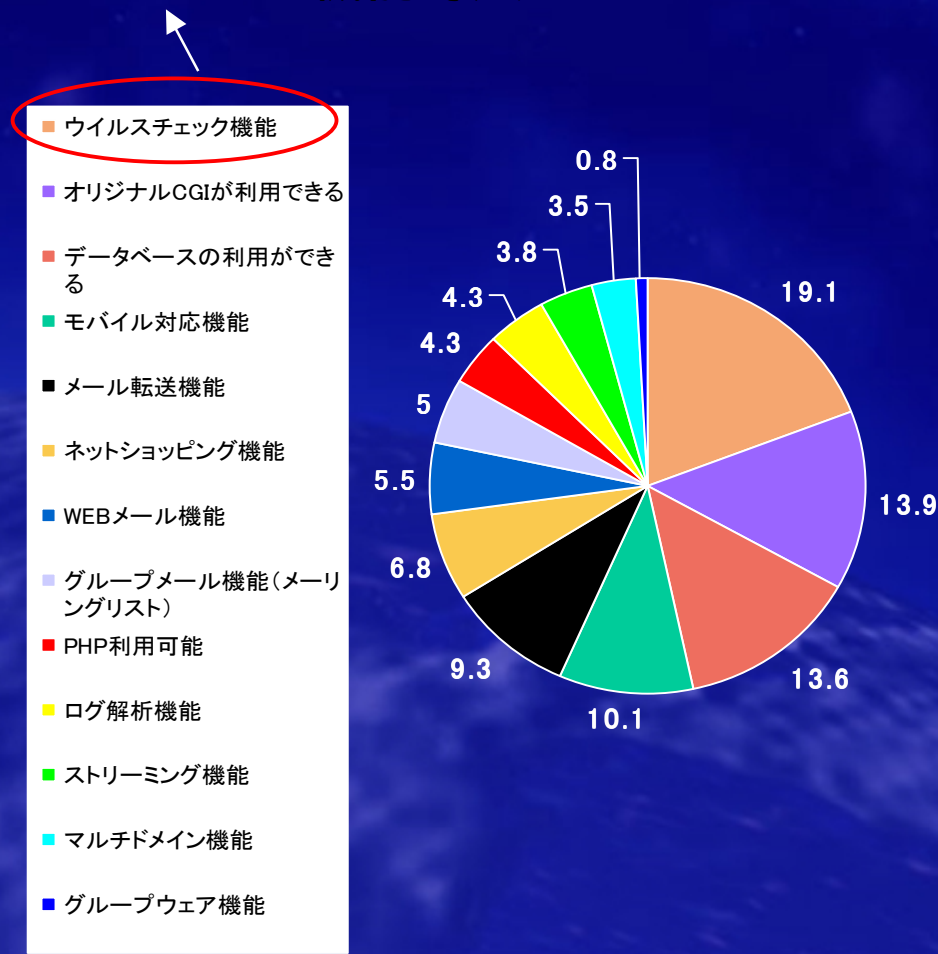
集客強化
= グループ全体のサーバー事業の位置付けを整理



サーバー事業 今後の課題

単価アップ

第2四半期に全グループ商材へウイルスチェック機能導入



■ レンタルサーバーを導入する場合の優先順位

■ レンタルサーバーで導入したい機能

アクセス事業

アクセス事業 課題・結果・成果



2001年第4四半期の課題

マーケティング強化 ターゲティングと広告手法の改善

退会減 = 顧客満足度の向上

クレーム対応部署の強化

interQ ORIGINAL NTT規制対策、きめ細やかなマーケティングを継続

2001年第4四半期の結果・成果

(マイナス面)

会員数が前四半期比で純減

interQ ORIGINALがNTT規制によって、2002年1月22日に終了

(プラス面)

回線整理により、前四半期比で約4,000万円 (10 - 12月) 削減

interQ ORIGINALからinterQ MEMBERSへの乗り換え

(2002年第1四半期で約1,000件)

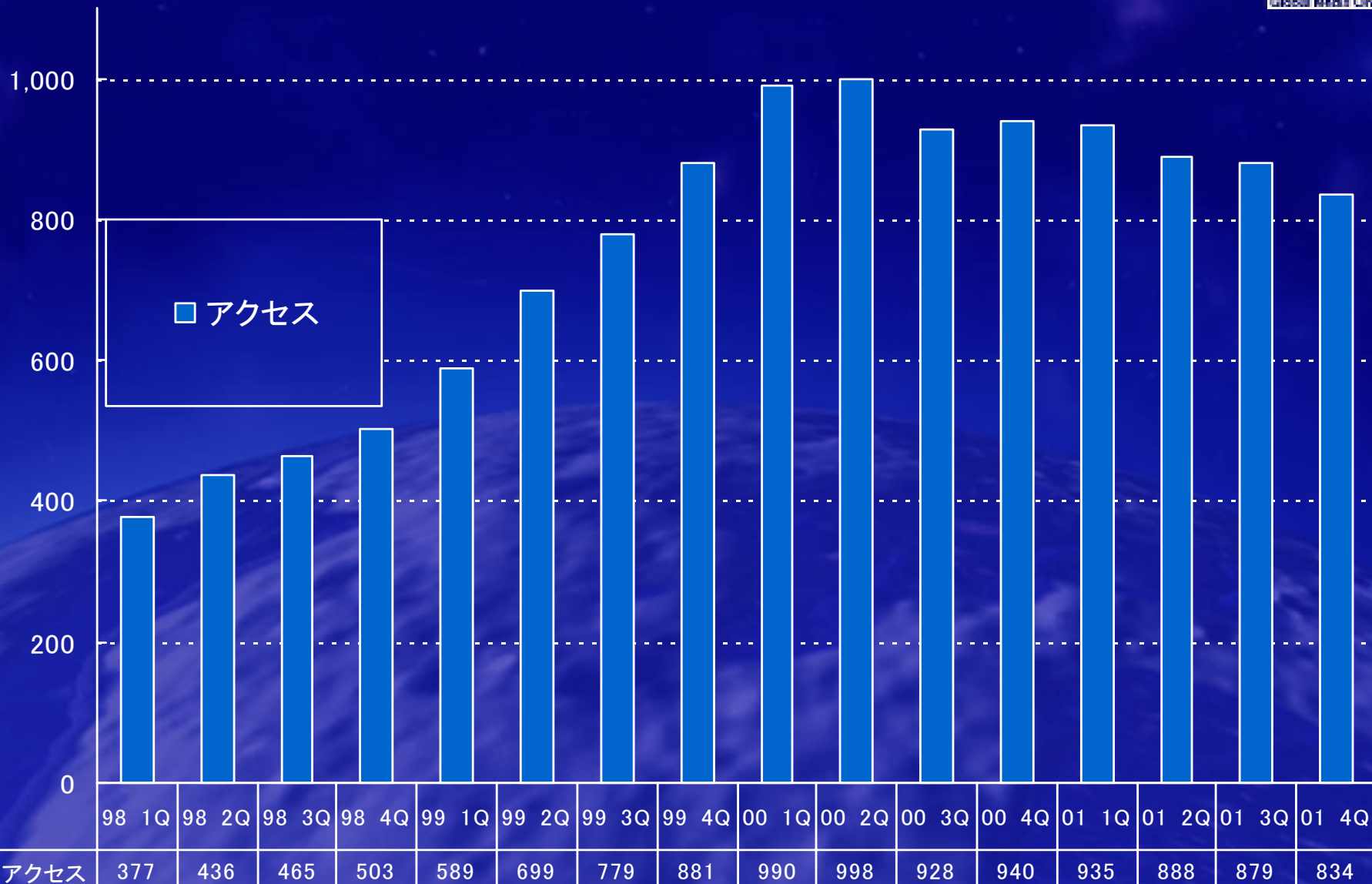
クレーム対応専門部署の設置で、よりコンプライアンス強化が図られた

(予防保全や事後対応を含め、より迅速な解決と損失リスクの軽減)

四半期売上高推移(連結)



百万円



記載数値は、売上推移を比較するため、連結相殺前の計上値を掲載しております。

アクセス事業 今後の課題



2002年第1四半期の課題

リスクの減少 = 売上比率 & 固定費の変動費化
確実な収益の獲得

1) 固定費を変動費化

自社回線 アウトソーシング回線へ

2002年度4月より固定費約3千万円強 / 月額を削減予定

2) 更なる差別化

interQ MEMBERS アクセスサービスにドメインやレンタルサーバー等の付加価値をつける差別化戦略をさらに推進

BBonLine コンシューマー向けに加え、法人向けの他社とは差別化されたプランを開発中

ドメイン事業

ドメイン事業 課題・結果・成果



2001年第4四半期の課題

ドメイン需要の喚起 .info .biz先願登録開始
英語サイトのアフェリエイト提携強化
ドメイン登録業者移管サービス強化
代理店網（大口）の更なる拡大
日本語.comの開始と同時にサーバー稼動促進
ドメイン更新率の更なる向上
ポータルとの提携 案件継続

2001年第4四半期の結果・成果

（マイナス面）

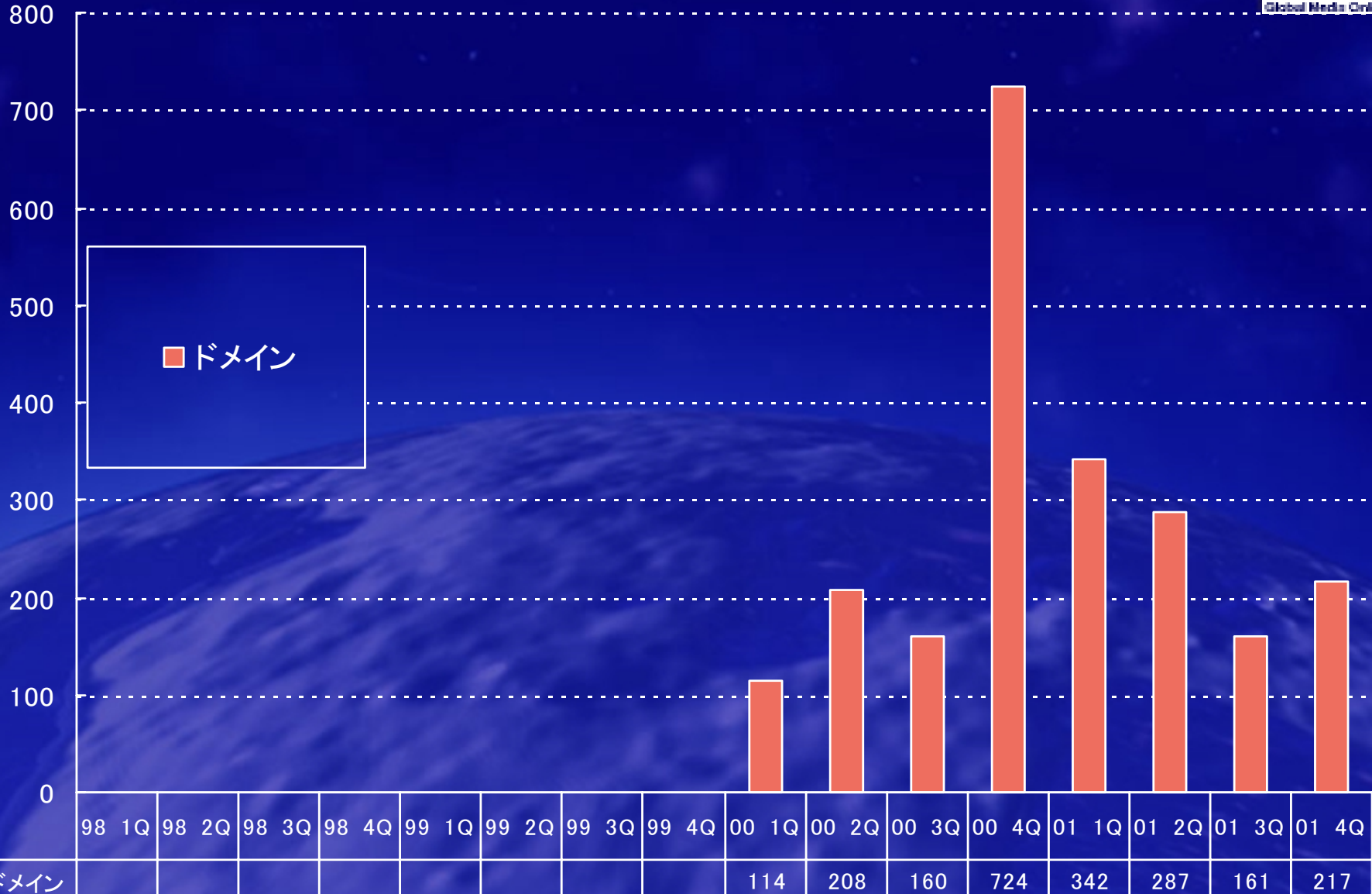
データベース開発の遅れで、ドメイン需要の強化・拡大策が進まず
日本語.comの開始に至らず

（プラス面）

.info .bizの先願登録開始により、登録数が前四半期比23,633件増、10.4%増
ドメイン更新率は、期限ドメイン約4,000件のうち、約50%が更新

四半期売上高推移(連結)

百万円



記載数値は、売上推移を比較するため、連結相殺前の計上値を掲載しております。

世界NO1

業界動向



・汎用JPドメイン名登録サービス指定事業者ランキング(194社中、上位10社)

サービス名 (指定事業者名)	順位								2002年 02/05
	2001年 05/08	06/29	07/26	08/29	09/28	10/30	11/30	12/21	
お名前.com (グローバルメディアオンライン株式会社)	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ドメインネーム・フォー・ユー (合資会社ビューメア)	7	4	4	3	3	2	2	2	2
Name-House (株式会社マークアイ)	2	2	2	2	2	3	3	3	3
日本の[●]JP (株式会社つくばマルチメディア)	14	3	3	4	4	4	4	4	4
OCN (NTTコミュニケーションズ)	4	7	7	6	6	6	6	6	5
ネーム24 (ファーストサーバ株式会社)	6	6	6	5	5	5	5	5	6
IIJ インターネット (株式会社インターネットイニシアティブ)	3	5	5	7	7	7	7	7	7
BRANDYドメイン名登録サービス (ブランディインターナショナル株式会社)	5	8	8	8	8	8	8	8	8
DION (KDDI株式会社)	8	9	9	9	9	9	9	9	9
ジャパンレジストリ (ニッポン・ソリューションズ株式会社)	31	13	12	10	10	10	10	10	10

アジアNO1 業界動向

・.com/ .net. /.org レジストラランキング (98社中、上位25社)

Company Name	Country	Dec		
		Registrations	Rank	Share
Network Solutions, Inc.	U.S.A.	12,152,115	1	41.54%
Register.com, Inc.	U.S.A.	3,043,648	2	10.40%
Tucows, Inc.	U.S.A.	2,631,892	3	9.00%
BulkRegister.com, Inc.	U.S.A.	1,619,297	4	5.54%
Melbourne IT Limited	Australia, U.S.A, Spa	1,429,051	5	4.88%
CORE Council of Internet Registrars	Switzerland	753,103	6	2.57%
VeriSign Inc.	U.S.A.	745,042	7	2.55%
eNom, Inc.	U.S.A.	560,664	8	1.92%
Go Daddy Software	U.S.A.	514,914	9	1.76%
Dotster, Inc.	U.S.A.	511,748	10	1.75%
Schlund + Partner AG	Germany	434,090	11	1.48%
iHoldings.com Inc.	U.S.A.	425,167	12	1.45%
CSL Computer Service Langenbach GmbH	Germany	359,202	13	1.23%
InterCosmos Media Group	U.S.A.	351,624	14	1.20%
DomainDiscover.	U.S.A.	334,041	15	1.14%
GANDI	France	283,843	16	0.97%
Easyspace Ltd.	U.K.	272,712	17	0.93%
NameSecure.com, Inc.	U.S.A.	244,081	18	0.83%
Domain Bank, Inc.	U.S.A.	233,383	19	0.80%
InnerWise, Inc.	U.S.A.	206,157	20	0.70%
Stargate Communications Incorporated	U.S.A.	135,960	21	0.46%
DomainPeople Inc.	Canada	134,091	22	0.46%
OnlineNIC, Inc.	U.S.A.	124,469	23	0.43%
Global Media Online Inc.	Japan	121,880	24	0.42%
Aplus.Net Internet Services	U.S.A.	117,297	25	0.40%

ドメイン事業 今後の課題



2002年第1四半期の課題 更なるストック収益の獲得

1) ドメイン更新率の向上

春を迎える、汎用jpドメイン、日本語.comの
契約期限終了ドメインの更新対応準備

2) 新ドメインへの対応

「.name」(2月19日リリース済)

「.dj」「.bz」「.cc」「.ws」

3) 継続課題への対応

英語サイトのアフェリエイト提携強化

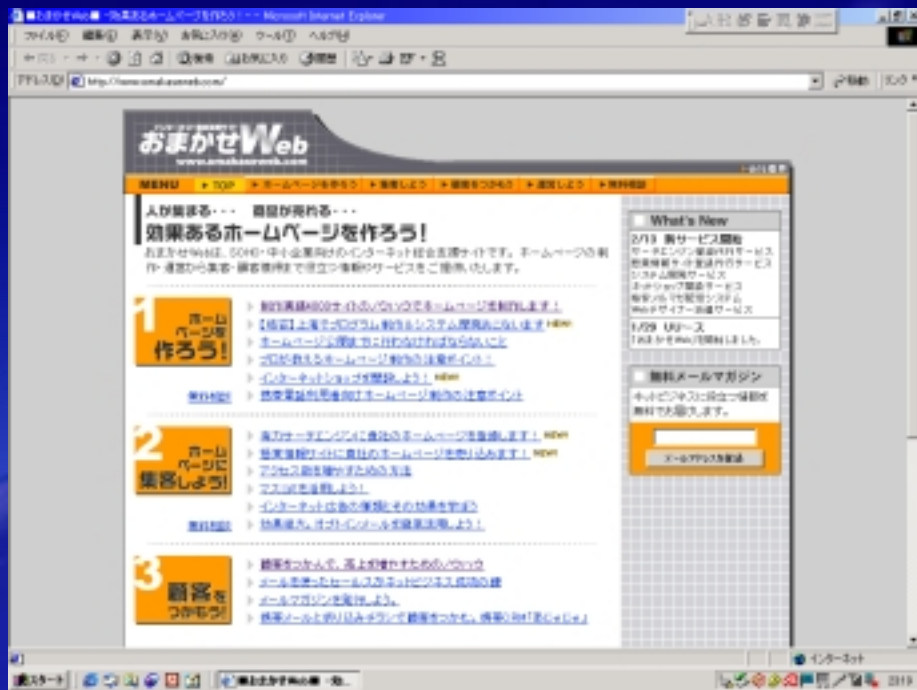
ドメイン登録業者移管サービス強化

代理店網(大口)の更なる拡大

ホームページ 制作・集客・運用 支援事業

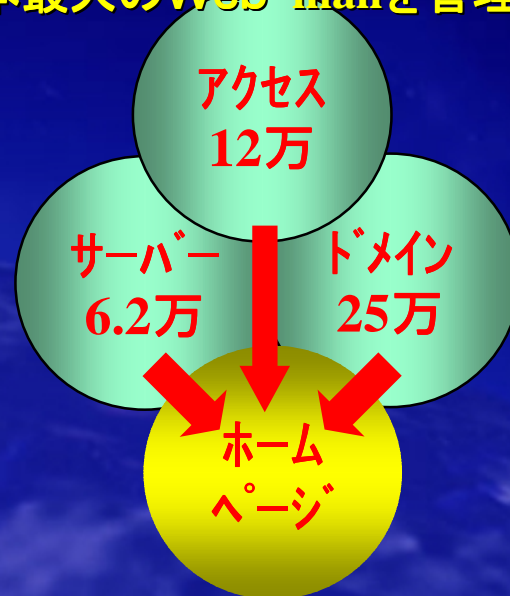
ホームページ制作・集客・運用 支援事業へ進出

アクセス・サーバー・ドメインに続く第4の領域



おまかせWeb ホームページ

日本最大のWeb・mailを管理・運用



上記の数字はサービス別契約概数(連結)

ニーズ

- 「インターネットをビジネスに使いたいが、何を用意すればよいのか？」
- 「ホームページを作りたいが、何から始めてよいのか？」
- 「ホームページを作ったけれども、お客さんがやってこない。」「管理が出来ない」

ホームページ制作・集客・運用 支援事業へ進出

クリークアンドリバー社 概要

ホームページ制作プロジェクトで国内最大規模である年間約4,000サイトの実績
映像・マルチメディア・広告・出版・ゲームなどあらゆるジャンルのフリーランス
クリエイター17,128名（2001年11月末現在）と独自のネットワークを有する

役割：集客



提携

役割：制作



クリエイターネットワーク

メディア事業

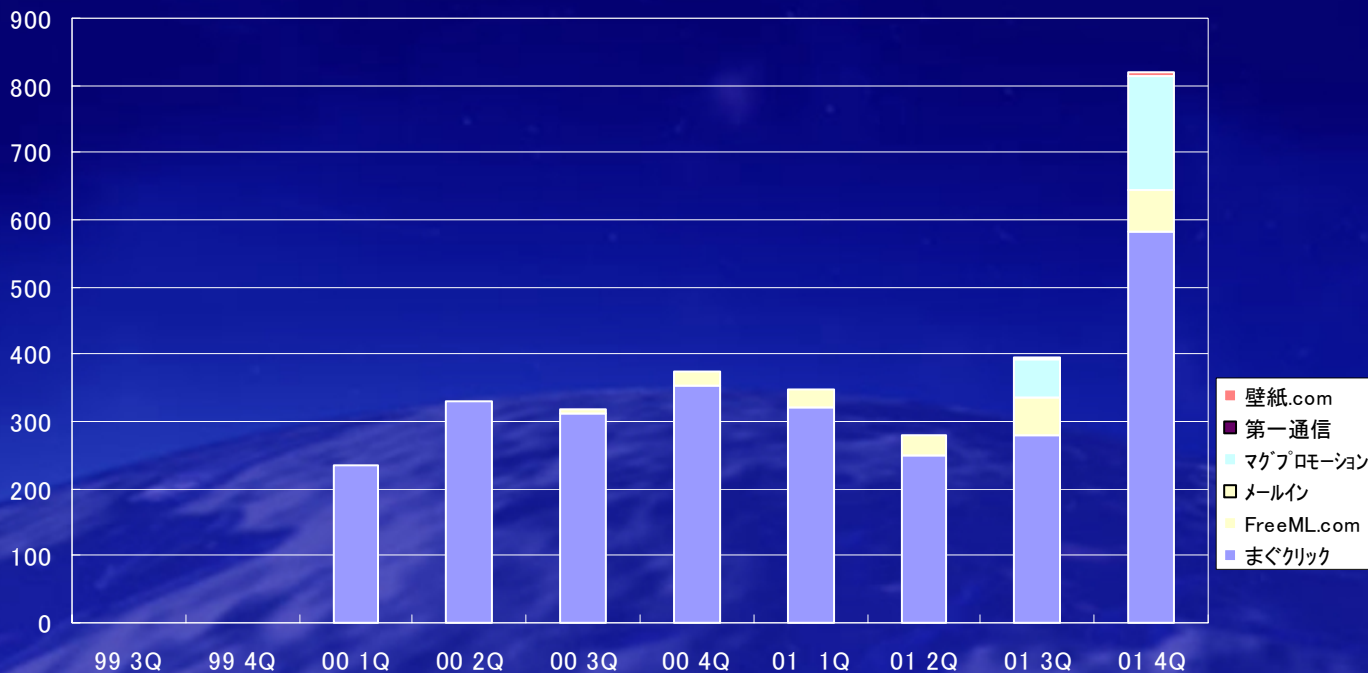
メディア事業 課題・結果・成果



2001年4Q(10月～12月)			2002年
3Q同様、オプトインメール商材の集中的強化を継続			オプトインメール商材が牽引し、利益拡大ステージへ
テーマと課題	施策	結果	課題
<p>選択と集中</p> <p>オプトインメール商材の強化</p>	<p>①メールインの100%子会社化</p> <p>②ふくびき.comのプロモーション強化</p> <p>③第一通信(PointMail)の買収</p>	<p>オプトインメール商材では、グループ総合(メールイン、ふくびき.com、Pointmail)で、ユーザー数、売上とも業界トップ水準へ。</p>	<p>ユーザー当たり生産性の向上が課題。引き続き媒体面の強化(=集客の強化)、高単価商品のプロモート、(テスト的に)物販事業を開始し、更なる売上の拡大を目指す。</p>
<p>新市場の開拓</p> <p>SP(DM・折込)市場の開拓</p>	<p>①あじゃじゃの投入(まぐクリック)</p> <p>②PDMとの業務提携(まぐクリック)</p>	<p>本格販売開始のための準備期間として、テストクライアントを4社獲得。</p>	<p>販売数量が課題。まぐクリックを中心に、販売パートナーの拡大、OEM展開により販売数量増に注力。</p>
<p>運営体制強化</p> <p>グループ運営体制の再編</p>	<p>①メディアレップドットコム買収</p> <p>②子会社(まぐプロモーション)の異動</p>	<p>広告メディア事業に関わるグループ各社の役割分担が明確化。重複業務が軽減され、業務効率がアップ。</p>	<p>法人の統合を含む業務効率向上策を継続。第一段としてメールイン、マグプロモーション、フリーエムエルドットコムを4月1日付けで合併。(新会社名:GMOメディアアンドソリューションズ株式会社)媒体の運営体制を強化。</p>

メディア事業 四半期売上高推移

百万円



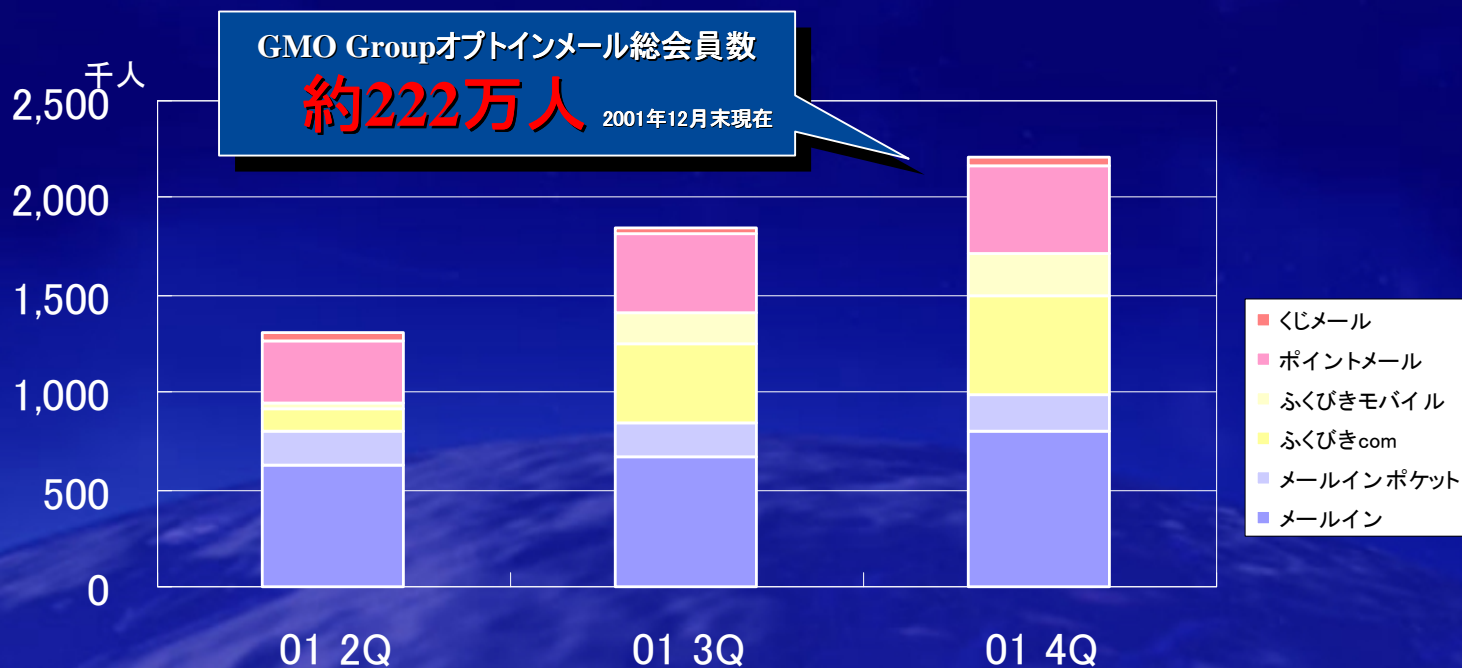
	99 3Q	99 4Q	00 1Q	00 2Q	00 3Q	00 4Q	01 1Q	01 2Q	01 3Q	01 4Q
まぐクリック			234	329	313	354	322	249	280	582
FreeML.com					5	19	26	31	55	64
メールイン										
マグプロモーション									58	168
第一通信										
壁紙.com									1	6
売上単純合計	0	0	234	329	318	373	348	280	394	820

・単位:百万円

・数値は売上推移を比較するため、連結相殺前の各法人の単純売上

・メールイン、第一通信は2002年度より連結決算に反映

オプトインメール商材 四半期会員数推移



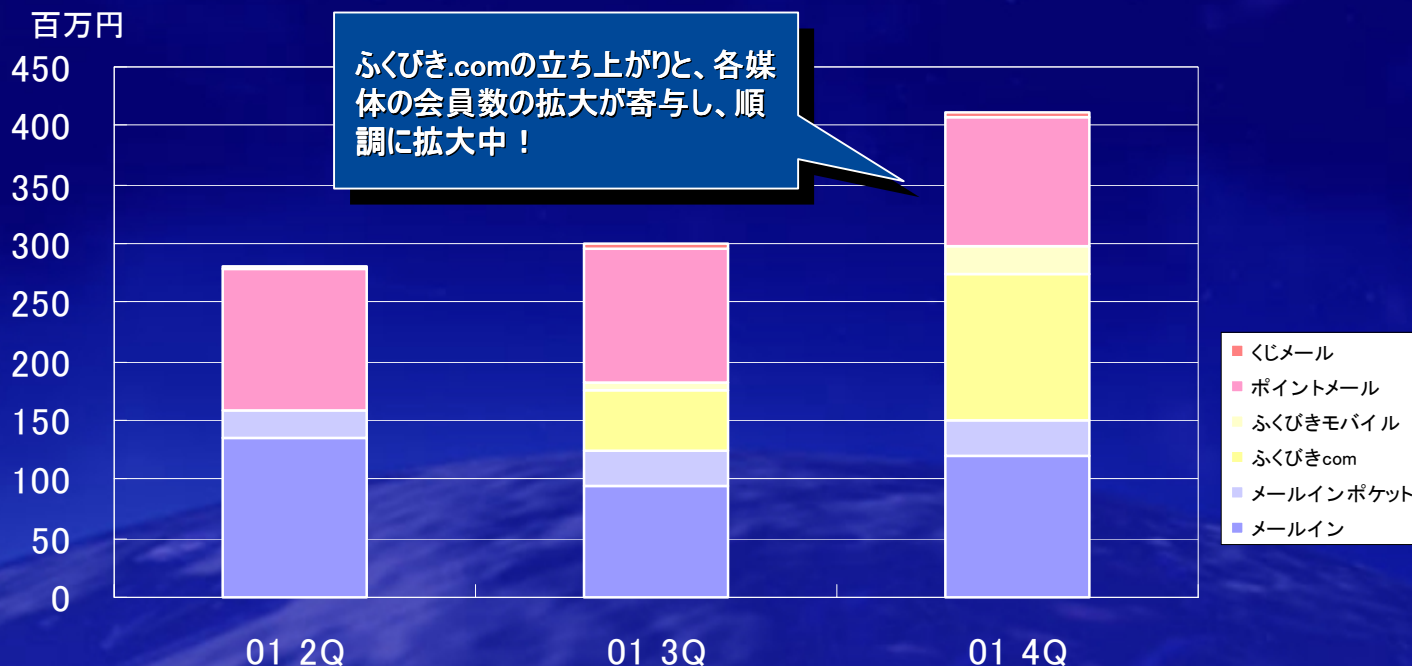
法人	商材名	端末	01 2Q	01 3Q	01 4Q
メールイン	メールイン	PC	630	666	802
	メールインポケット	Mobile	172	184	191
マグプロモーション	ふくびきcom	PC	116	394	501
	ふくびきモバイル	Mobile	23	171	216
第一通信	ポイントメール	PC	320	395	452
	くじメール	Mobile	52	39	53
合計			1,313	1,849	2,215

・単位:千人

・メールインはゼロ会員20万人は含まない

・メールイン、第一通信は2002年度より連結決算に反映

オプトインメール商材 四半期売上推移




法人名	商材	端末	01 2Q	01 3Q	01 4Q
メールイン	メールイン	PC	134	95	121
	メールインポケット	Mobile	23	29	30
まぐプロモーション	ふくびき.com	PC	0	52	124
	ふくびきモバイル	Mobile	0	6	22
第一通信	ポイントメール	PC	121	113	110
	くじメール	Mobile	2	4	5
合計			280	299	412

- ・単位:百万円 全てグロス売上
- ・メールイン、第一通信の連結決算への反映は2002年より
- ・数字は各法人のオプトインメール関連商材のみの売上


オプトインメール市場における競合状況



法人名	サービス名称	会員数 2001年12月末 単位:万人		売上 01/10~12 単位:百万円	
 GMOグループ	  	1位	222	2位	412 代理店手数料差し引き 前のグロス売上
エルゴブレインズ	DeMail	2位	124	1位	406 代理店手数料差し引き 後のネット売上
ガーラ	<div style="border: 2px solid red; border-radius: 50%; padding: 10px; display: inline-block;"> Info@Mail </div>	3位	75	3位	<div style="border: 2px solid red; border-radius: 50%; padding: 10px; display: inline-block;"> 39 代理店手数料差し引き 後のネット売上 </div>

オプトインメールビジネスの競争要件とGMOグループの優位性



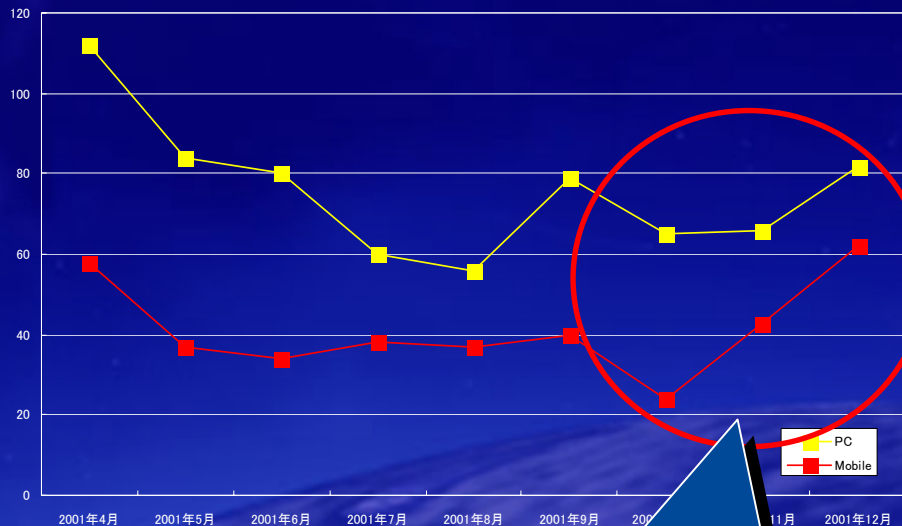
主な競争要件		 GMOグループ	優位性
会員数	多い	グループ総合で、業界最大の会員数	○
新規会員比率	高い	月間純増10万人ペースで新規会員比率が高い	◎
会員獲得コスト	安い	300円台の会員獲得コスト	◎
販売単価	安い	PCテキスト広告は業界最安値の10円 <small>(通数制限あり)</small>	○
商品バリエーション	多い	テキストはもとより、テキストHTML、HTML、動画など、すべての顧客ニーズに対応可能	◎
システム対応	早い	自社のエンジニアが対応、メール関連のシステムノウハウが豊富	○

メディア事業 今後の課題

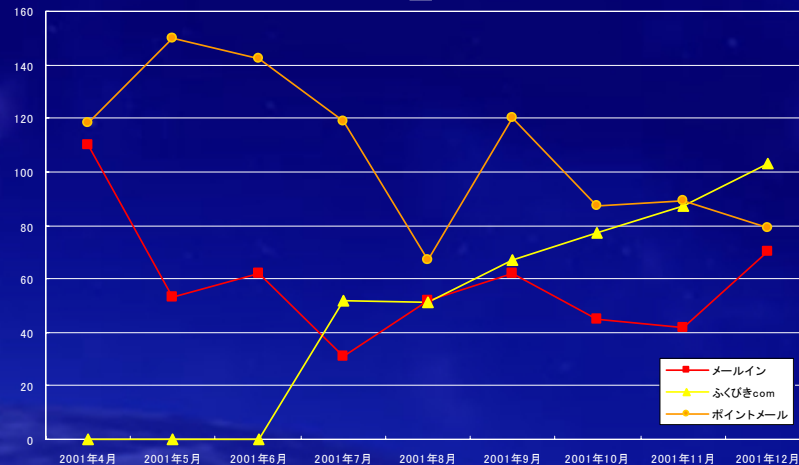
生産性の向上



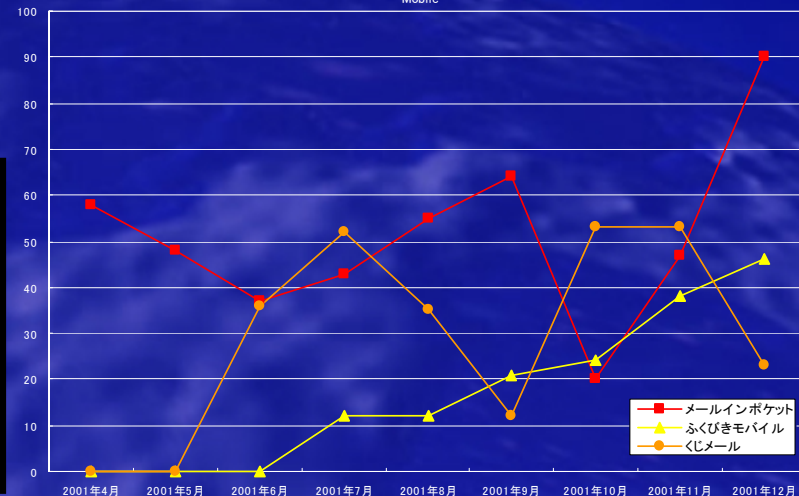
GMOグループ オプトインメール3媒体総合 生産性



PC



Mobile



総合的には改善傾向にあるが、個別媒体で見ると改善の余地がある。

1) 集客の強化 2) 高単価商品プロモート 3) 物販(テスト)を行う

■ PC

短期的に100円が目標。特にメールインの強化が課題。

■ Mobile

迷惑メール問題が解決するまで、積極的な会員獲得は行わず、現状を維持。

※生産性=オプトイン系広告売上/ユーザー数(メールマガジン系広告等は含まない)

グループの運営体制と役割について

販売	 <p>株式会社まぐクリック</p>
媒体運営開発システム等	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>株式会社メールイン</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>フリーエムエルドットコム 株式会社</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>株式会社マグプロモーション</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>株式会社第一通信</p> </div> </div>
DB、配信システムライセンス等	<div style="text-align: center;">  <p>グローバルメディアオンライン株式会社</p> </div>
集客	<div style="text-align: center;">      <p>GMOグループ媒体、提携サイトなど</p> </div>

4月1日付けで3社を合併し「GMOメディアアンドソリューションズ株式会社」へ。組織を統合し、より効率的な運営体制を目指します。



すべての人にインターネット

ありがとうございました。



夢・ビジョン・フィロソフィー

夢

• インターネットのインフラ・サービスインフラに関わる事業で圧倒的一番*になること

ビジョン

• デジタル情報革命が進行する中で、インターネットのインフラ・サービスインフラ、すなわち「場」の提供に経営資源を集中し、大きな利益を生む

フィロソフィー

• 我々の活動は、新たなインターネットの文化と産業を創造し、社会と人々に貢献する



* 1番 = シェアNO1 または、オンリーワン

すべての人にインターネット