

2006年10月期 決算説明会資料

本資料に掲載されている株式会社ジー・エフの現在の計画、見通し、戦略、確信等のうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確実な要因を含んでおります。

これらの情報は、現在入手可能な情報から株式会社ジー・エフの経営者の判断に基づいて作成されております。

実際の業績は、さまざまな重要な要素により、業績見通しとは大きく異なる結果となりうるため、業績見通しのみにも全面的に依拠することは控えるようお願い致します。

また、本資料は、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は、利用者ご自身のご判断において行われるようお願い申し上げます。

株式会社 ジー・エフ

東証マザーズ上場 銘柄コード: 3751

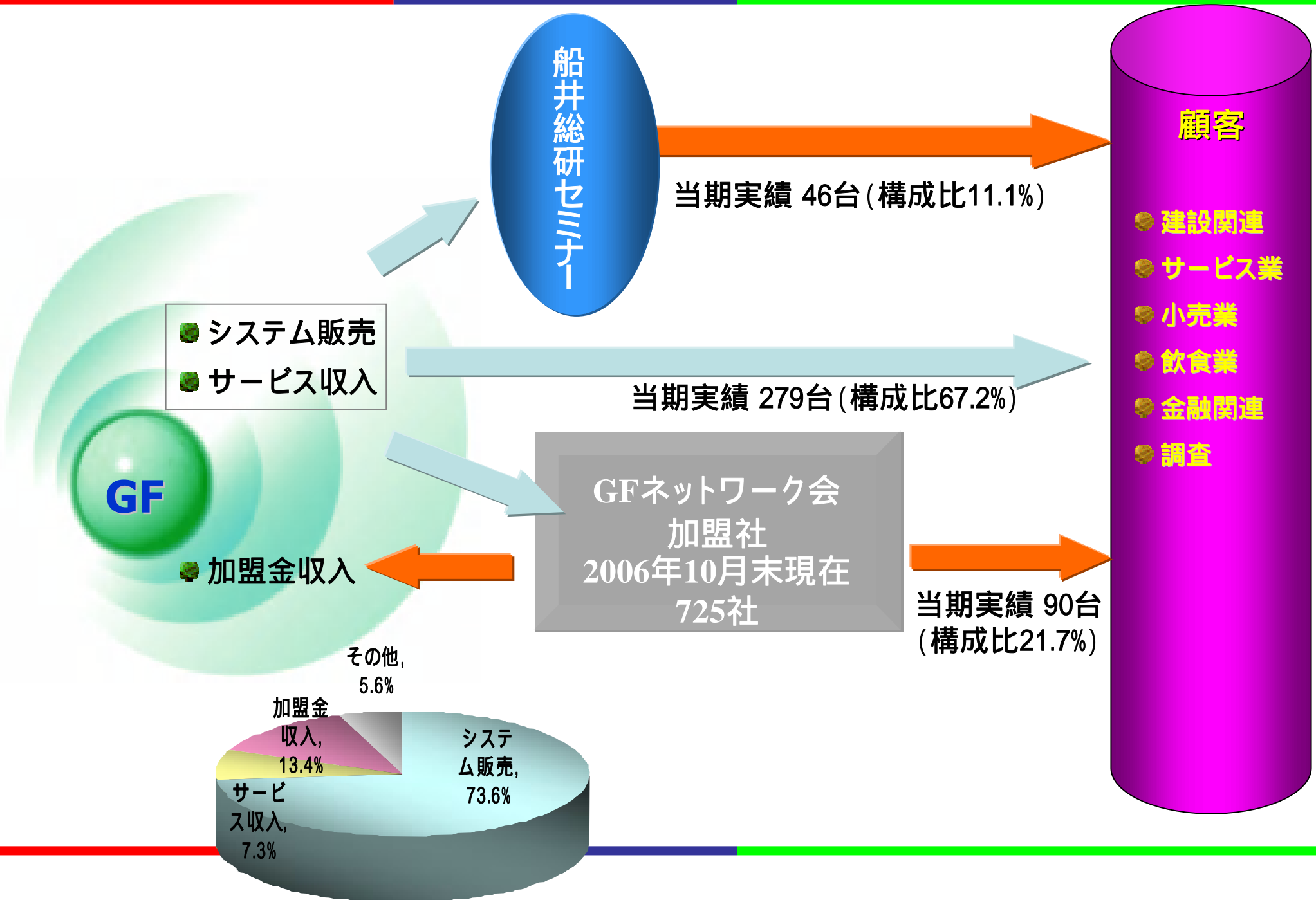
- ・商号 : 株式会社ジー・エフ
GF Ltd.
- ・代表取締役 : 仲吉昭治
- ・設立 : 昭和63年 4月
- ・資本金 : 3億6,475万円
- ・発行済株式数 : 12,340株
- ・事業概要
全自動テレマーケティングシステムを中心としたシステムサービス業(情報通信システムの開発・販売事業。当システムを活用した市場調査・販売促進業務の代行サービス業。)
- ・所在地
本社 東京都文京区大塚3-20-1
近畿営業所 大阪市北区
西日本営業所 福岡市博多区
中部営業所 名古屋市中村区
- ・社員数
99人(使用人兼務役員、臨時雇用者を除く)
(2006年10月31日現在)

経営方針

1. 当社は、低コストで、且つ新しいビジネスモデルの開発によって「テレマーケティング革命」を目指し、社会に貢献する
2. 当社は、常にお客様を大切にして誠実に努めると共に、進取、創造力を発揮して社業の躍進を目指す
3. 当社は、商品およびサービスの付加価値を高めることによって高収益企業を目指し、適正な利益還元によって株主の期待に応える
4. 当社は、将来を担う社員に創造と挑戦の機会を与え、会社の繁栄と社員の幸福に資するものとする
5. 当社は、事業の社会的使命を認識し、法令遵守、企業倫理遵守の経営を推進する

事業の系統図

(2006年10月期実績)



低コスト

電話オペレータ不要のシステムにより、オペレータ式テレマーケティングの約1/4~1/10のコストで導入できます。

受け手に主導権があり警戒心を与えない

営業マンやオペレータからの電話は、電話を切りにくくまた、強引なセールス電話が多いため、顧客に余計な警戒心を与えます。当社のシステムでは、録音の音声を使用し、冒頭に「録音によるお知らせですので、ご興味のない方はお気軽お切り下さい…」等を伝えることで、相手に安心感を与え有効な反応を引き出し、またクレームの発生も防ぎます。

大量のコールをスピーディに処理

「1システムで1日8,000件」、「弊社ネットワークによる代行サービスの利用で1日50万件以上」のコールと即日集計が可能です。

正確なレスポンス

電話の受け手に主導権がある企画なのでお客様の「ホンネ」が伺えます。

(選挙の支持率調査の誤差、約3%)

業種別のノウハウが提供できる実績

さまざまな業種・業態の実施事例が揃っており、効果を生むノウハウを提供しています。

主な活用法

新規見込み客発掘

中長期、潜在見込み客の囲い込み
イベント、キャンペーン案内
チラシ、DM、FAXの閲覧促進

既存顧客の囲い込み

既存顧客への定期的な有益情報の提供
休眠顧客の掘り起こし

市場調査

選挙調査
データベース構築

24時間無人電話自動受付



06/10期決算 業績ハイライト



(単位：百万円)	05/10期		06/10期		前年同期比(%)
売上高	2,547	(構成比率)	2,387	(構成比率)	93.7%
システム販売	1,949	76.5%	1,757	73.6%	90.1%
サービス収入	206	8.1%	175	7.3%	85.0%
加盟金収入	342	13.4%	320	13.4%	93.6%
その他売上	49	1.9%	134	5.6%	273.5%
売上総利益	2,015	79.1%	1,793	75.1%	89.0%
販管費	1,677	65.8%	1,772	74.2%	105.7%
		(売上高比率)		(売上高比率)	
営業利益	337	13.2%	20	0.8%	5.9%
経常利益	306	12.0%	1	0.0%	0.3%
税引後純利益	179	7.0%	-110	-4.6%	-61.5%

主な要因

広告・販促活動に営業員の体制がリンクできなかった。
 業種別・用途別販売戦略が遅延した。
 その結果販管費の増加に対して売上が低調に終わり、大幅な減益となった。
 投資有価証券の評価損(96百万円)を計上したため、110百万円の当期純損失となった。

(単位：百万円)			05/10期実績	06/10期実績	前年同期比
システム販売					
売上高			1,949	1,757	90.1%
粗利益			1,533	1,342	87.5%
サービス収入					
売上高			206	175	85.0%
粗利益			130	110	84.6%
加盟金収入					
売上高			342	320	93.6%
粗利益			342	320	93.6%
その他売上					
売上高			49	134	273.5%
粗利益			10	20	200.0%

システム販売における差異

1,949百万円 1,757百万円

- ・ セミナー回数(当期通期) 123回
(前期通期) 87回
- ・ 集客数(当期通期) 4,443社
1回当たり 36.1社
(前期通期) 2,677社
1回当たり 30.3社
- ・ 契約率 = 契約数 / 集客数
(当期通期) 4.0%
(前期通期) 7.1%

上記数値は、船井総研協力以外のセミナー回数も合計したものです。本年9月15日公表の「業績予想の修正に関するお知らせ補足説明資料」とは若干数値が異なります。

セミナー回数増加と一セミナー当たり参加者数の増加により、集客数は増加しているものの、その後の営業フォロー体制(当期採用人員の提案営業力の育成)が追いつきませんでした。また、船井総研紹介によるセミナー参加社からの契約件数も大幅に低下しました。

また、低単価商品の投入による粗利益率の低下に対して、販売台数を伸ばせませんでした。

その他差異要因

サービス収入(サポート商品)並びに加盟金収入は、システム販売台数と連動するため、前年同期比減収となりました。

その他売上については、IP電話通話料収入が順調に推移し、前期比70.3%増となりました。

■ 主力システム商品(オートコール)販売台数

前期実績	当期実績
400台	415台

商品説明セミナーからの成約は不振となったが、低単価商品の投入によって、ネットワーク会加盟社からの紹介案件の増加と一部OEM販売ができた結果、販売台数は前年同期比3.7%の増加となった。

■ 主力システム商品の販売単価

前期実績	当期実績
4,875千円	3,855千円

システム販売に占める、低単価商品の構成比が大きくなったことにより、販売単価は1,020千円低下した。

■ GFネットワーク会 新規加盟社数 / 総加盟社数

前期実績	当期実績
151/621社	129/725社

商品説明セミナーからのシステム販売が低調であったことにもない、新規加盟契約数は14.6%減となった。

■ 各チャネルによる販売台数

	前期実績	当期実績
当社営業	234台	242台
船井総研 セミナー	93台	46台
GFネット ワーク会	73台	90台
その他の 主な紹介		37台

船井総研からの案件紹介は、商品説明セミナーの集客協力を通じて行われるため、セミナーからの販売が低調であったことにもない、販売台数も大幅に低下した。
直販、GFネットワーク会からの紹介は、低単価商品の投入で販売台数が増加した。
テスト的にOEM方式による販売を行い37台の販売となった。

前期末社員数 79人 / 一人当たり売上高 32,250千円

当期末社員数 99人 / 一人当たり売上高 24,111千円

・ 集客数(当期末) 4,443社 1回当たり36.1社

(前期通期) 2,677社 1回当たり30.3社

人件費 前期実績 435百万円 当期実績 458百万円(5.5%増)

広告宣伝費 前期実績 414百万円 当期実績 422百万円(1.9%増)

売上計画に対する上期の進捗の遅れを修復するため、当社事業の社会的認知度向上のための広告宣伝活動に加え、商品説明会セミナー開催回数の増加と、営業員の採用を行いました。

その結果、セミナーでの集客数が大幅に増えたものの、営業社員が1社ずつコンタクトし、コンサルティングをする必要があります。そのために営業員を計画的に増員し、対応を図ってまいりましたが、当社システム商品の販売に必要な『提案営業力の養成』に一定の期間が必要なことから、セミナー参加企業数の増加に対して、個別にフォローする営業人員の教育・管理の効率改善が伴わず、また新規事業の開始に伴う増員も加わり、一人当たり生産性が低下する結果となりました。

< 要因まとめ >

- 広告・販促活動による見込み顧客(説明会参加企業)数は増加。
- 新規採用した営業員のコンサルティング能力向上の早期育成ができなかった。
- 営業員個人の提案営業力に依存しない、業種別・用途別の商品開発と販売戦略の遅れ。
- 人件費・広告宣伝費の増加

< 課題 >

新商品開発・事業化スピードの向上

営業員の育成スピードの向上

商品説明会参加企業との継続的関係の構築

販売提携先の開発

07/10期決算 連結業績予想ハイライト



(単位：百万円)	06/10期		07/10期 (計画)		前期比 (%)
売上高	2,387	(構成比率)	2,980	(構成比率)	124.8%
システム販売	1,757	73.6%	2,126	71.3%	121.0%
サービス収入	175	7.3%	204	6.8%	116.6%
加盟金収入	320	13.4%	320	15.1%	100.0%
その他売上	134	5.6%	330	11.1%	246.3%
売上総利益	1,793	75.1%	2,235	75.0%	124.7%
販管費	1,772	74.2%	2,017	67.7%	113.8%
		(売上高比率)		(売上高比率)	
営業利益	20	0.8%	218	7.3%	10.9倍
経常利益	1	0.0%	200	6.7%	200倍
税引後純利益	-110	-4.6%	112	3.8%	-

その他売上には、連結子会社(TABIMOBA)の売上180を含んでおります。

新商品開発・事業化スピードの向上

企画開発から営業展開までを短期間で実現する社内体制の構築に取り組みます。
開発部門担当取締役、企画部門取締役が直接営業部門の統括を兼務。
(11月より実施。3月までに5製品をリリースする計画です。)

営業員の育成スピードの向上

用途別・業種別パッケージ商品の開発と、営業員の商品別担当制度の導入により、営業員に必要とされる知識・技能を分化し、営業員を短期間で戦力化できる営業体制作り。
(11月より担当制度実施。上期中に担当別販売ノウハウ標準化をはかり、下期にはそれをGFネットワーク会に展開することで、販売拡大と営業効率の向上を目指します。)

商品説明会参加企業との継続的関係の構築

参加企業データベースの有効活用による、新商品・サービスのマーケティング展開を強化、営業効率の向上に取り組みます。
(1月よりアプローチを開始し、平成17年、平成18年10月期説明会セミナー参加者7,120社の20%=1,424社の組織化と、1.5%=108社へのシステム販売を目指します。)

販売提携先の開発

商品パッケージの多様化に伴い、総合コンサルタント企業に限らず、特定の業界に対して信用力や顧客数を保有する企業との販売提携を推進。
(SP関連会社、コールセンター、営業系コンサル会社、システム・事務機販売会社をターゲットとして上期中に提携関係の協議とテスト稼働、下期より本格稼働を目指します。)

自動テレマーケティングシステムの用途別パッケージ、5製品のリリースによる販売の拡大
従来の汎用型自動テレマーケティングシステム「オートコンタクトシステム」に加え、中小企業が活用目的別に容易に導入できる新パッケージ「ヒットアップシステム・シリーズ」5製品を次期上半期中にリリースする計画です。

- ・「**チラシ・DMヒットアップシステム**」：平成18年12月8日リリース
中小企業の主たる販売促進方法となっている、チラシ・DMの宣伝効果を高める
- ・「**顧客発掘ヒットアップシステム**」：平成18年12月15日リリース
コンプライアンスの問題と人件費の高騰から営業効率の向上が課題となっている、訪問販売・電話営業を主たる販売方法としている企業の営業効率を高める
- ・「**法人営業ヒットアップシステム**」：平成19年1月リリース予定
ビジネスFAXを販売促進手段として活用する、BtoBの営業効率を高める
- ・「**顧客サービスヒットアップシステム**」：平成19年2月リリース予定
顧客への情報サービスの提供を、音声またはFAXで24時間提供できる
- ・「**リサーチヒットアップシステム**」：平成19年3月リリース予定
市場調査を低コストで実施できる

この他、平成18年10月にリリースいたしました御用聞き専用システム「ききまわるくん」の販売、業種特化版として大量の電話オペレータの管理コストの改善が必要とされる「コールセンター向けパッケージ」、「人材派遣会社向けパッケージ」の開発を計画しております。

また、これら販売ターゲットの見えやすいパッケージ製品の投入によって、販売提携の開拓強化を推進いたします。

商品説明会参加企業との継続的関係の構築

従来、当社の販売スタイルは、商品説明会セミナーにご参加いただいた企業の中で、短期的(セミナー参加後1~2ヶ月内)にシステム商品をご導入いただける企業に集中した営業活動でした。

しかし、当期の実績として、内容に関心をお持ちいただく企業数の増加を図れたものの(参加企業数4,443社、前年同期比69.6%増)、短期的にはご導入いただけない企業数が増加したという傾向に対応するべく、参加企業に対する販売促進に関する継続的な情報は配信(メールマガジンの発行)や下記のとおり、幅広く中小企業の経営支援となるサービスの提供を行うことによって、参加企業の組織化をはかり、営業効率の改善を推進いたします。

中小企業経営支援サービスの提供

当社顧客をはじめ、商品説明会参加企業、GFネットワーク会加盟社の顧客企業に対して、

- ・「営業マンのスキルアップ研修」などの教育研修サービス、経営診断サービス
- ・宅配便、事務用電話、店頭POPやイベント用プレミアムグッズ、会社案内や商品カタログ等を低価格で仕入、提供できる体制をつくる計画です。

当サービスは会費無料の会員制組織(仮称:GFビジネスサポートクラブ)として展開し、自動テレマーケティングの活用事例などの情報誌を定期的に配信することで、当社の営業基盤の強化をはかります。

ITソリューション商材による営業基盤作り

ネットワークセキュリティ商品(セキュアidotコム社製NXGシリーズ)、遠隔サポートシステム等の営業活動におきましては、大手企業を含むシステムベンダー、システム会社等を二次代理店として開拓しており、次期より各代理店が稼動する見通しであります。

販売提携先の開発

用途別パッケージ商品の特性にあわせ、SP(セールスプロモーション)関連企業、営業系コンサルタント会社、システム・通信機器販売会社などをターゲットとして販売提携を進める計画です。また、ITソリューション商材の二次代理店として開拓するシステムベンダー等に対しても、テレマーケティングシステム商品取り扱いについて提案することで営業活動の相乗効果をはかる計画です。

連結子会社 株式会社TABIMOB Aの携帯電話レンタル事業と旅行代理店ルートを活用

平成18年11月2日に子会社化しました海外旅行者用携帯電話レンタル事業の株式会社TABIMOB Aは、当面は業績の安定化と業務の合理化の推進による収益化に注力し、07年10月期は売上高180百万円、経常利益10百万円を計画しております。今後、携帯電話のレンタル事業の拡大と、販売チャネルである旅行代理店業界に対する自動テレマーケティングシステム活用ソリューションの開発販売に取り組み業容を拡大する計画です。

■ 新規主力システム商品(オートコール)販売台数

当期実績	次期計画
415台	556台

用途別パッケージ商品のリリースにより、業種別にターゲットを絞った営業戦略と、当期までのセミナー参加企業の掘り起こし、GFネットワーク会加盟社からの紹介案件の増加が見込まれ、また新たな販売提携先の開拓が推進しやすい環境となることから、当期比33.9%の増加を計画しています。

■ 主力システム商品の販売単価

当期実績	次期計画
3,855千円	3,823千円

低価格帯の用途別パッケージの販売増を計画していることから、当期比微減の計画です。

■ GFネットワーク会 新規加盟社数 / 総加盟社数

当期実績	次期計画
129/725社	135/835

セミナー参加企業の継続的な営業フォロー体制づくりにより、新規加盟契約社数は当期比4.6%の増加を計画しています。

価格が高い / コンサルティング営業が必要

機能:汎用的

オートコンタクトシステム
: 高機能製品

用途:業務合理化
顧客サービス

リサーチヒットアップシステム
顧客サービスヒットアップシステム
御用聞きシステム ききまわるくん

人材派遣業向けソリューション

用途:販売促進
営業強化

顧客発掘ヒットアップシステム
チラシ・DMヒットアップシステム
法人営業ヒットアップシステム

用途別パッケージ化で、幅広い企業へ導入をしやすくし、
商品別販売ターゲットも明確にします。

機能:専用的

低価格 / コンサルティング力はあまりいない

業種別・用途別パッケージシステムのラインアップ拡充により、営業員個々人の提案営業力への依存度を軽減した、拡販戦略を推進し、市場拡大をはかる方針です。

CRM関連市場のトレンド

2004年度 4,885億円 (前年比13.5%増)

2008年度 8,410億円 (平均成長率14.5%)

(ミック経済研究所予測)

テレマーケティング市場のトレンド

テレマーケティングエージェンシー上位30社

2005年10月～2006年9月決算の売上高

4,334億円 < 対前年比21.4%増 >

(日本流通産業新聞社調べ)

= 大企業中心の市場

課題：・電話代行業務から、ビジネス・プロセス・ソーシング

(BPO)サービスへの転換

・雇用環境の改善によるオペレータの確保難

・米国では、アウトバウンド(発信型)IVR

の利用が増加

全自動
テレマーケティング
の市場

中企業587,098社の内
マーケティングに積極的な約41万社
がターゲット

「2003年 中小企業白書」より引用

中小企業(鉱業を除く)の70%がマーケティング活動に積極的!