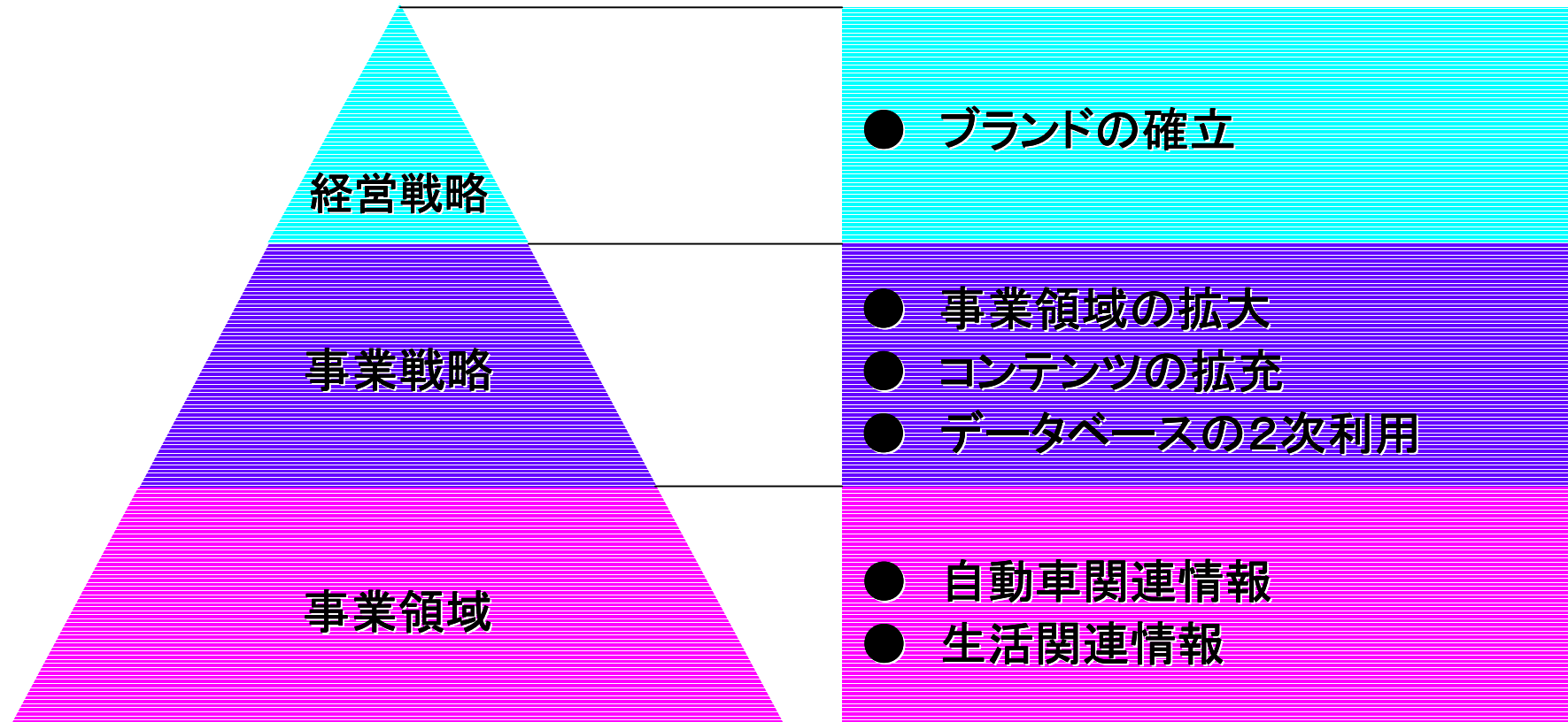


# 中期計画

2003年3月期 単体業績見通しについて



ブランドの確立



	自動車関連情報	生活関連情報
事業領域の拡大	《自動車小売業界》 《自動車修理業界》	《カルチャー》 《海外旅行》
コンテンツの拡充	<ul style="list-style-type: none"><li>・Goo</li><li>・Goo WORLD</li><li>・Goo Bike</li><li>・Goo Parts</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・Vee School</li><li>・Vee Travel</li></ul>
データの2次利用	<ul style="list-style-type: none"><li>・Goo-net</li><li>・データライン</li><li>・残価予測システム</li></ul>	

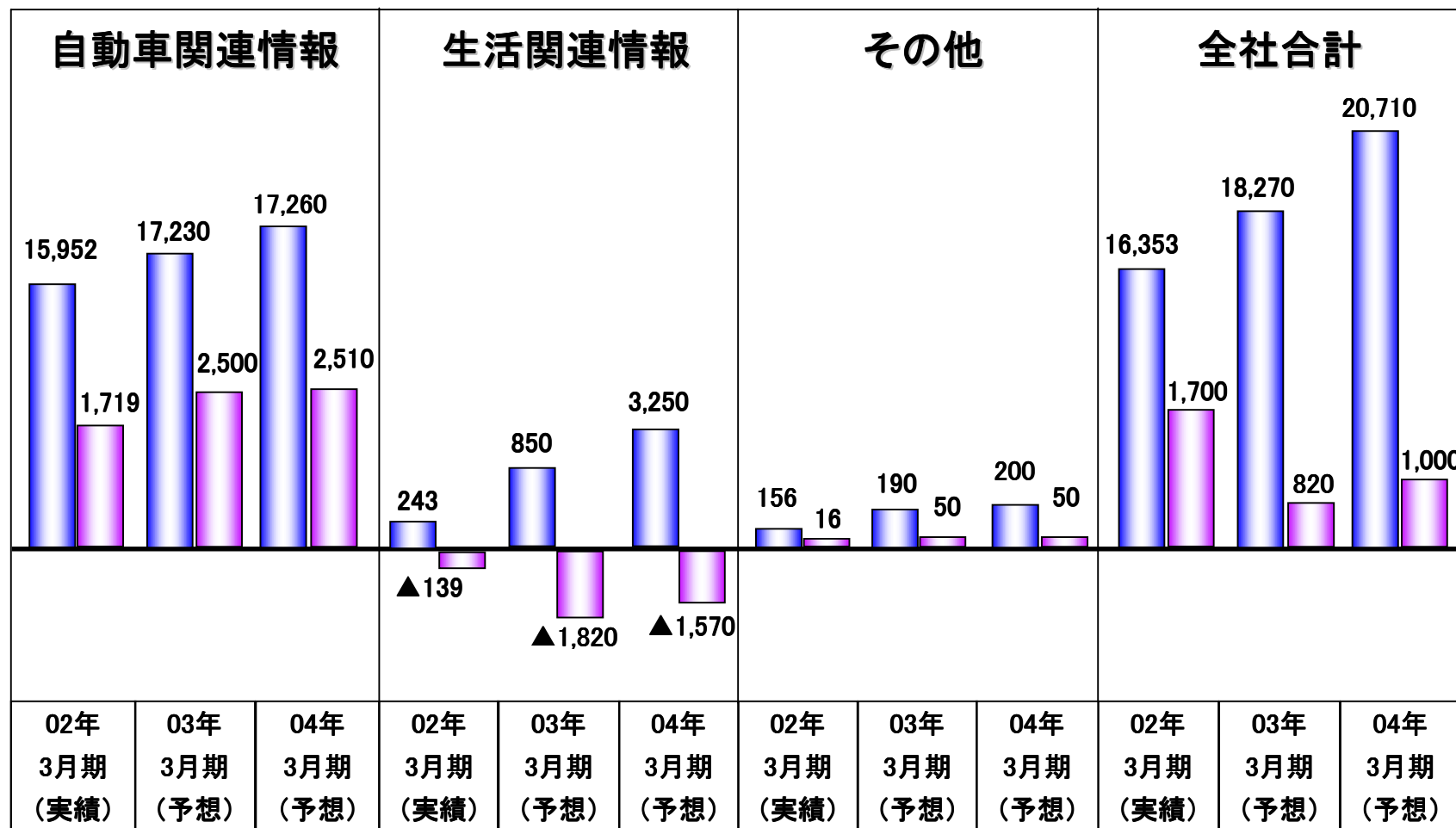
ブランドの対象ユーザーを明確にし、事業領域を拡大

	自動車関連情報	生活関連情報
ブランド	Goo	Vee
対象	性別： 男性 年齢： 20～30代	性別： 女性 年齢： 20～30代

生活関連情報の早期確立により、成長性・収益性を維持する。

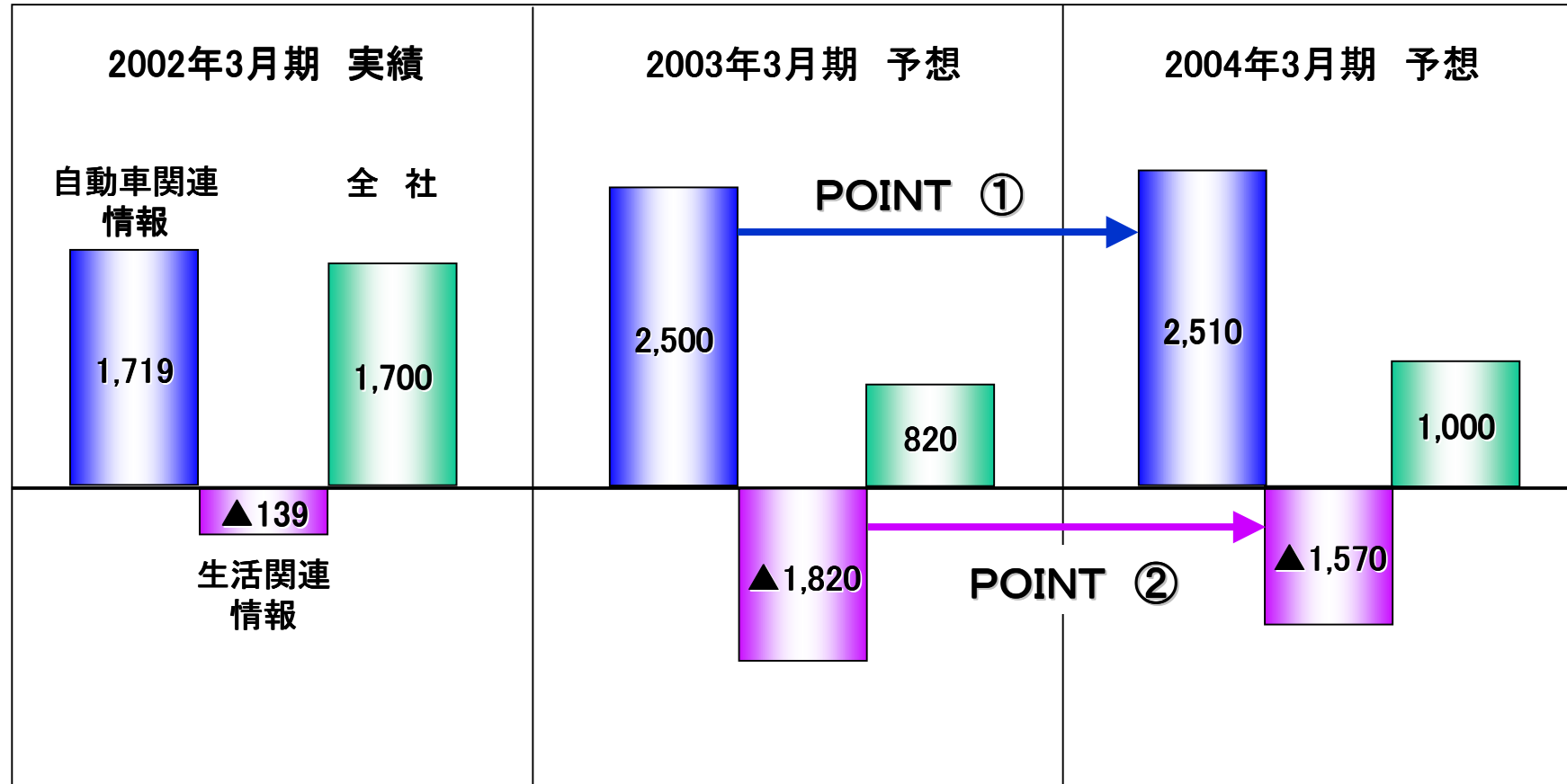
■ 売上高 ■ 経常利益

(単位:百万円)



## ■ 経常利益計画

(単位:百万円)



**POINT 1 : 自動車関連情報の収益確保**

**POINT 2 : 生活関連情報の事業確立・収益改善**

## ■POINT① 自動車関連情報の収益確保

### コンテンツの拡充・データベースの2次利用

コンテンツの拡充により、「ユーザーのワンストップショッピング」を実現するビジネスモデルの確立を推進するとともに、高収益商品の開発・提供に注力する。

《データベースの2次利用として、IT 関連に注力する。》

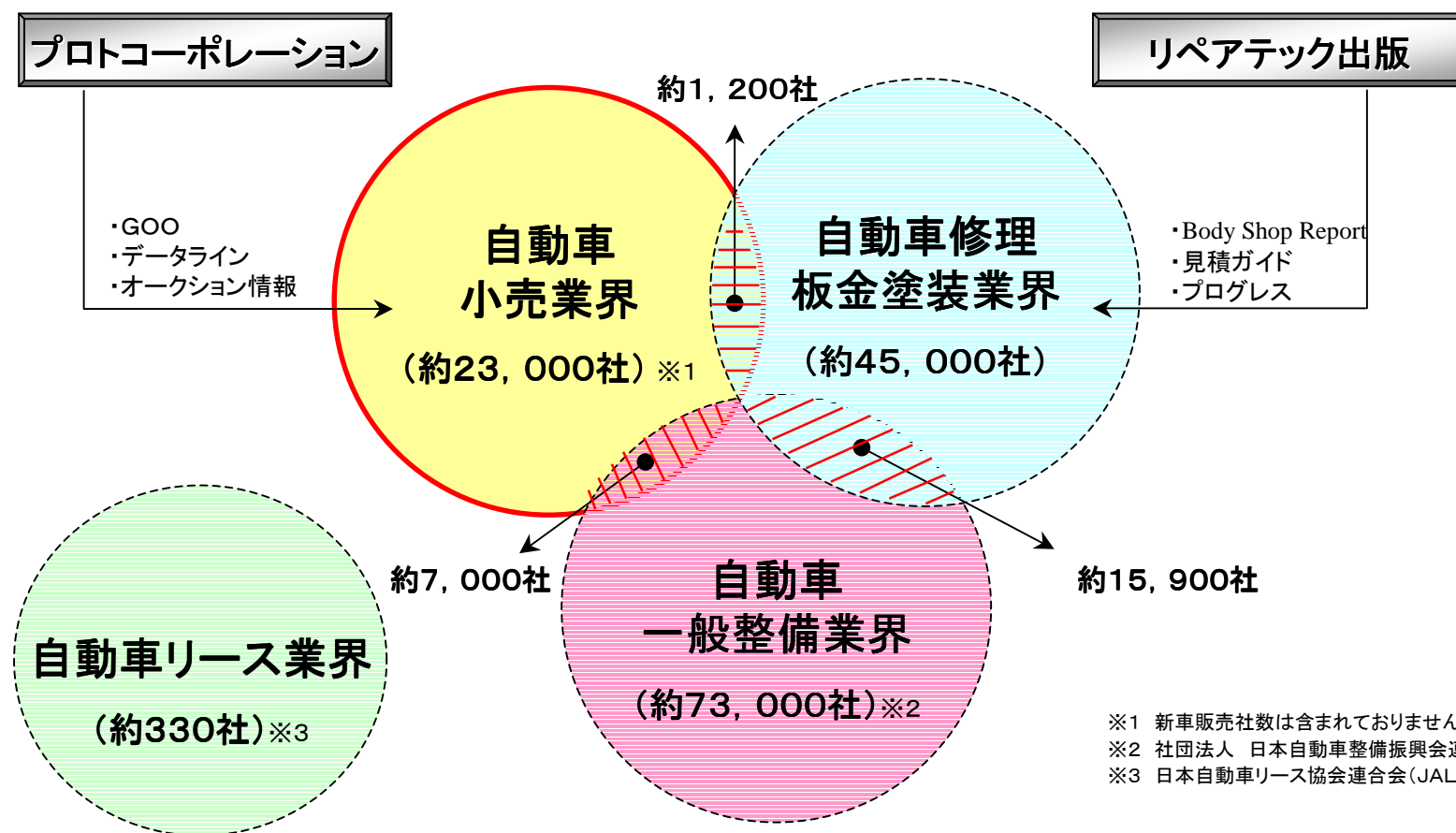
### インターネット対応

Goo-net を活用した情報サービスの拡充を図るとともに、有力企業との業務提携を推進し、クライアントの広告効果の最大化を図る。



## 事業領域の拡大

リペアテック出版の子会社化により、小売業界だけでなく修理板金塗装業界、一般整備業界も含む自動車業界全体を見据えた事業展開を図る。

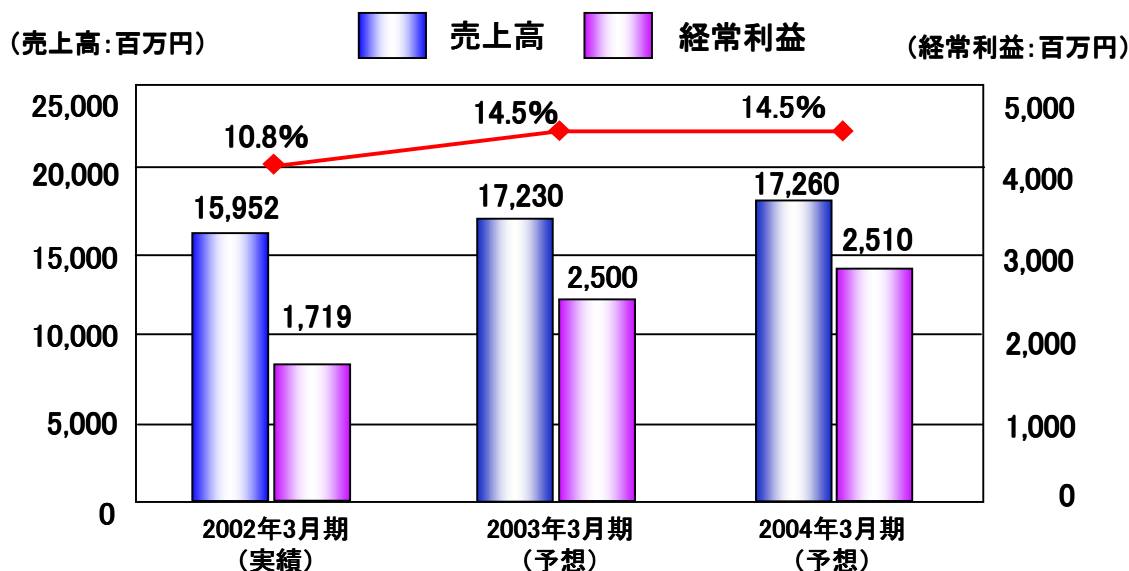


※1 新車販売社数は含まれておりません  
 ※2 社団法人 日本自動車整備振興会連合会 調べ  
 ※3 日本自動車リース協会連合会(JALA) 調べ

## ■事業計画

(単位:百万円)

		2002年3月期(実績)		2003年3月期(予想)		2004年3月期(予想)	
		売上高 (増収率)	経常利益 (利益率)	売上高 (増収率)	経常利益 (利益率)	売上高 (増収率)	経常利益 (利益率)
情報誌	GOO	15,256 (15.4%)	1,582 (10.4%)	16,300 (6.8%)	2,260 (13.9%)	16,120 (△1.1%)	2,130 (13.2%)
	GooWorld						
	GooBike						
	GooParts						
	オークション情報						
I T	データライン	696 (88.9%)	137 (19.7%)	930 (33.6%)	240 (25.8%)	1,140 (22.6%)	380 (33.3%)
	Goo-net						
自動車関連情報合計		15,952 (17.4%)	1,719 (10.8%)	17,230 (8.0%)	2,500 (14.5%)	17,260 (0.2%)	2,510 (14.5%)



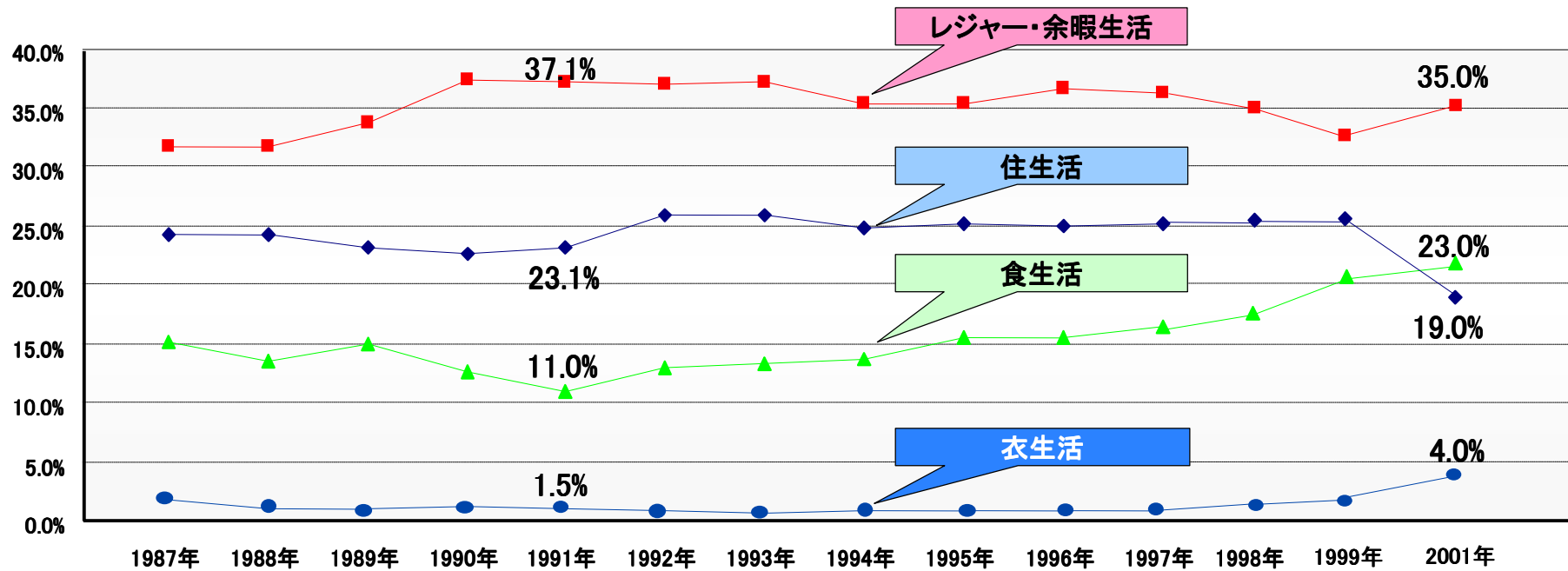
### 【IT収益性】

#### 利益率の向上

2002年3月期 19.7%  
 2003年3月期 25.8%  
 2004年3月期 33.3%

## POINT② 生活関連情報の事業確立・収益改善計画

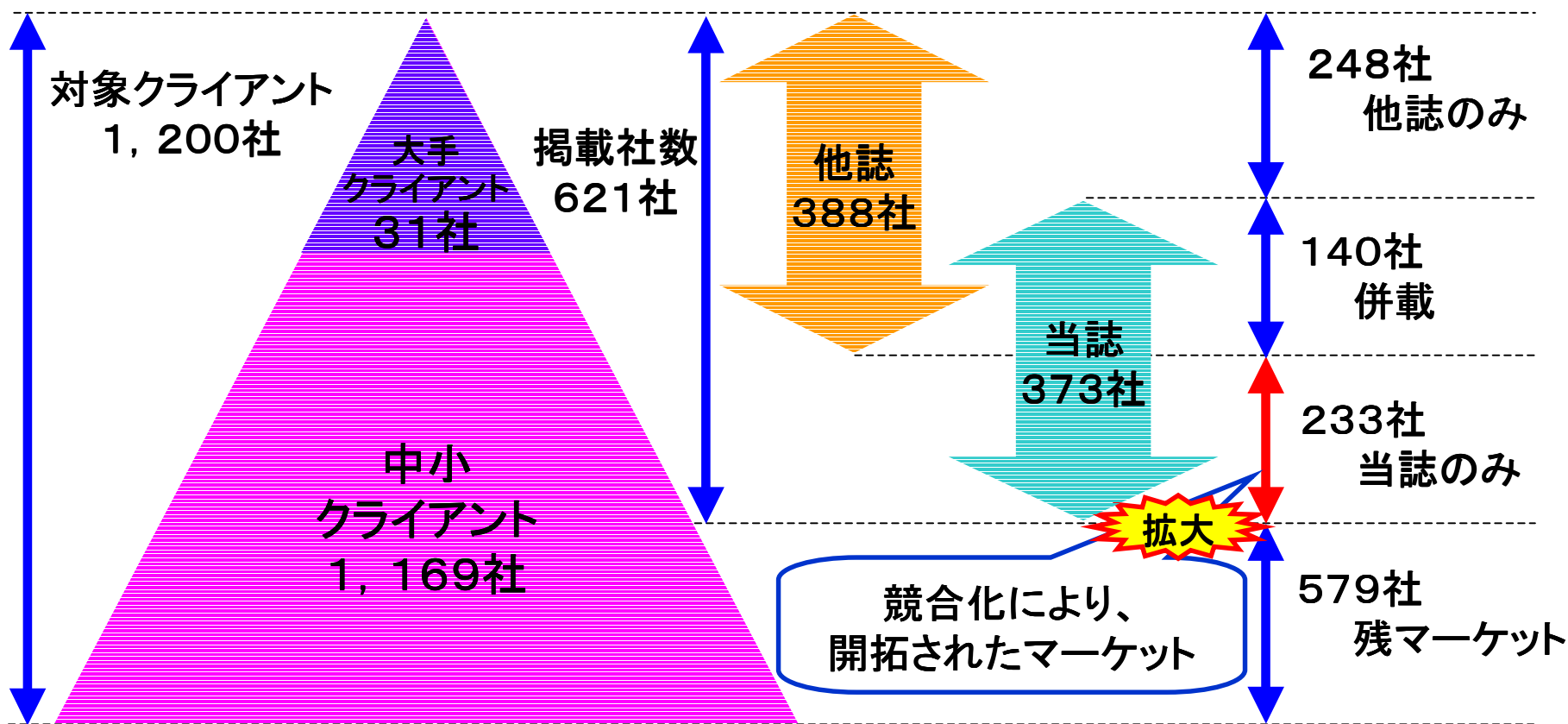
レジャー・余暇に“学習や癒し等”も含めたマーケットはさらに拡大



内閣府『平成13年9月 国民生活に関する世論調査(今後の生活の力点について)』調べ  
 ※2001年の数値については、小数点以下を切り捨てております。(2000年は調査なし)

■ Vee School 東海版 創刊号の実績

当社の参入により競争原理が働き、カルチャー情報市場が活性化した結果、約20%、233社の需要が新たに顕在化している。



## ■実績評価と対策

## 新規開拓・市場の活性化 → ◎

【評価】 新規クライアント獲得率 116.5% (目標200社に対し233社)

【課題】 競合体制による価格・サービスにおける顧客満足度の向上

【対策】 さらにマーケット・ニーズを反映した特集・企画の提案を推進

## クライアントシェアの確保 → △

【評価】 大手クライアント獲得率 87.1% (目標31社に対し27社)

【課題】 ①首都圏での認知・評価が必要

②大手クライアントは年度途中での予算変更は困難

【対策】 ①首都圏版、関西版を2003年1月末に同時創刊

②年度予算作成時に合わせた早期商談 (3エリア全て推進中)

## ■ 期初計画と修正計画との対比

(単位:百万円)

	前回予想	修正予想	差異
売上高	650	550	△ 100
経費	960	1,890	930
経常利益	△ 310	△ 1,340	△ 1,030

## 《売上高》

当初計画にはなかった首都圏版の売上高が加算されるものの、大手クライアントにおける予算編成期での商談と首都圏版創刊の必要性の2点が大きく影響し、東海版の計画を下方修正したため、売上高は100百万円減の550百万円となる。

## 《経費》

首都圏版を前倒し創刊するため、首都圏版の経費が増加する。  
また「Veeブランド」確立のため、テレビCMなどの広告宣伝費を追加投資することから、経費は計画対比で930百万円増の1,890百万円となる。

## 《経常利益》

首都圏版・関西版の同時創刊に伴う初期投資費用(人件費・広告宣伝費等)が計上されることにより、1,340百万円の損失となる。

## ■ 2004年3月期計画

(単位:百万円)

	2003年3月期(予想)	2004年3月期(予想)	差異
売上高	550	1,800	1,250
経費	1,890	2,340	450
経常利益	△ 1,340	△ 540	800

## 《売上高》

首都圏版・関西版の創刊が2003年1月であるため、売上高の通年寄与は、2004年3月期となる。

## 《経費》

2003年3月期および2004年3月期は、「Veeブランド」確立のための初期投資(広告宣伝費等)が必要となる。

## 《経常利益》

2003年3月期および2004年3月期は、損失となるものの、2005年3月期からは、売上高の拡大・経費の減少により収益が改善する見込み。

## ■ 海外旅行情報誌「Vee Travel」

(単位:百万円)

	前回予想	修正予想	差異
売上高	780	0	△ 780
経費	1,620	120	△ 1,500
経常利益	△ 840	△ 120	720

## Vee Travelの創刊延期について

海外旅行に対する潜在需要は依然として高く、市場は再び活性化すると推測されるものの、国際テロ等による治安悪化から海外旅行者数は、減少傾向にある。

また、旅行業界には、特別な表記規制などが存在し、市場参入するためには当初計画していた以上の準備期間が必要になったことから、海外旅行情報誌の創刊については、来期に延期する。

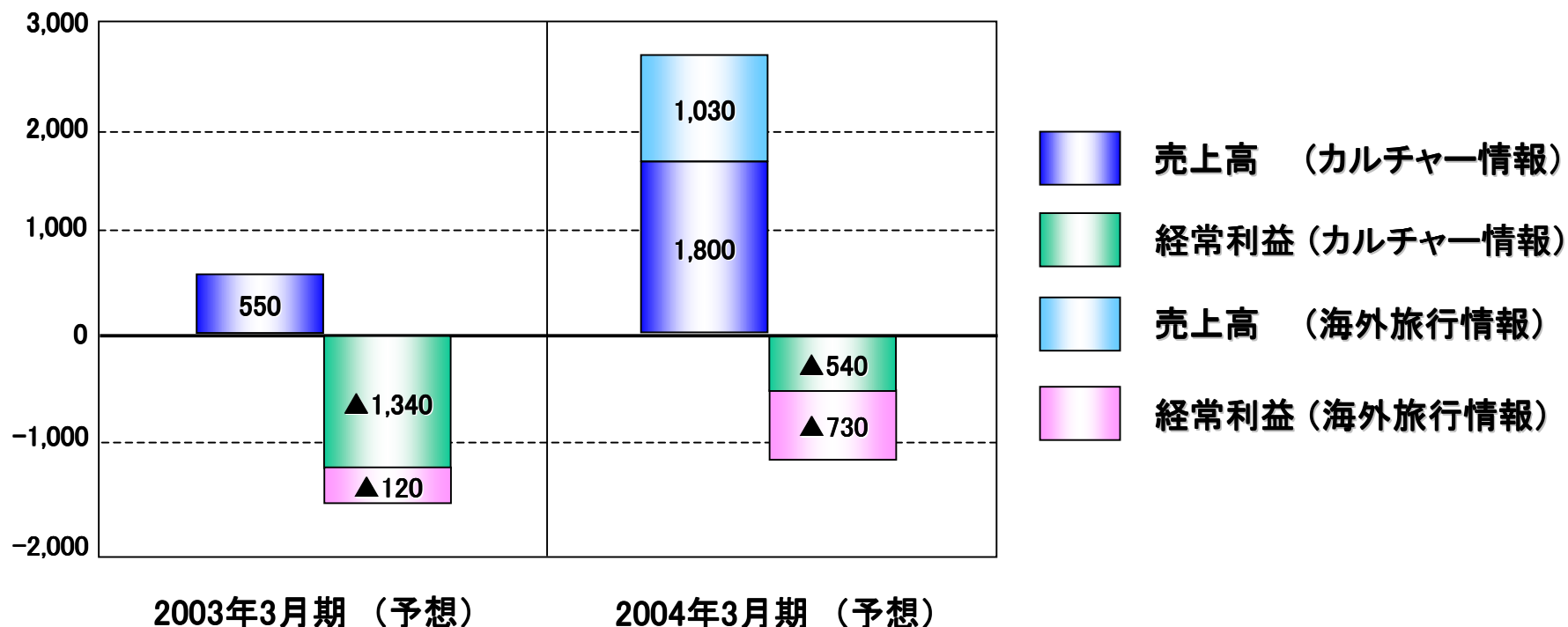


## ■ 事業計画

(単位:百万円)

	2003年3月期 (予想)		2004年3月期 (予想)	
	売上高	経常	売上高	経常
カルチャー情報	550	△ 1,340	1,800	△ 540
海外旅行情報	—	△ 120	1,030	△ 730
新規事業合計	550	△ 1,460	2,830	△ 1,270

(単位:百万円)



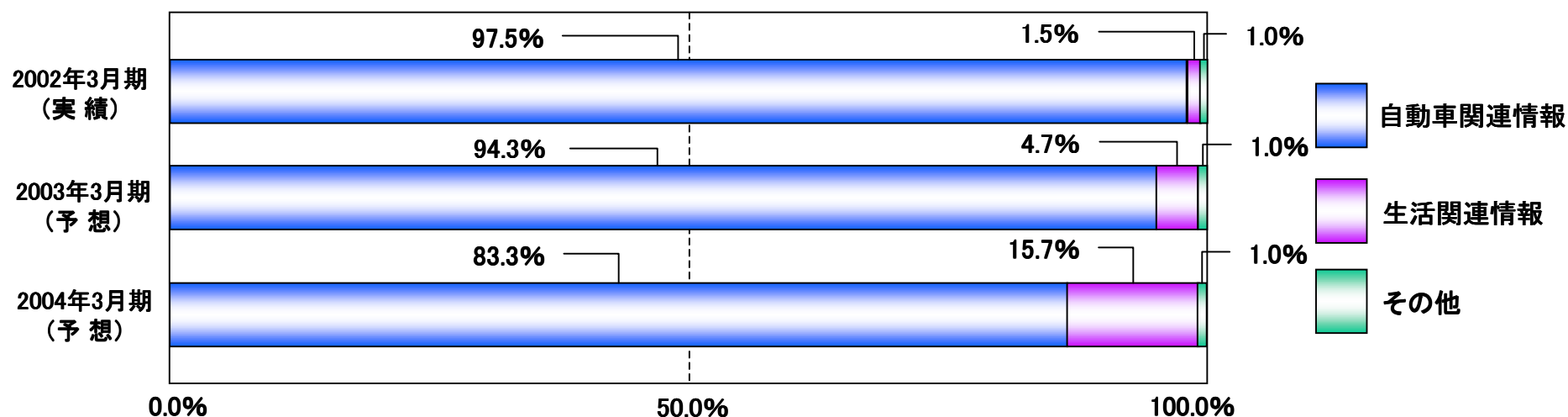
# 全社業績見通し



(単位:百万円)

	2002年3月期 (実績)		2003年3月期 (予想)		2004年3月期 (予想)	
	売上高 (増収率)	経常利益 (利益率)	売上高 (増収率)	経常利益 (利益率)	売上高 (増収率)	経常利益 (利益率)
自動車関連情報	15,952 (17.4%)	1,719 (10.8%)	17,230 (8.0%)	2,500 (14.5%)	17,260 (0.2%)	2,510 (14.5%)
生活関連情報	243 (△56.1%)	△139 (-)	850 (249.8%)	△1,820 (-)	3,250 (282.4%)	△1,570 (-)
その他	156 (△5.0%)	16 (10.6%)	190 (21.8%)	50 (26.3%)	200 (5.3%)	50 (25.0%)
全社	16,353 (14.3%)	1,700 (10.4%)	18,270 (11.7%)	820 (4.5%)	20,710 (13.4%)	1,000 (4.8%)

## ■事業区別売上構成



## ◆将来予測について

本資料のうち、業績見通し等に記載されている各数値は、現在入手可能な情報による判断および仮定に基づき算定しており、判断や仮定に内在する不確定性および今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、実際の業績等が見通しの数値と大きく異なる結果となりうる事を、ご承知おき下さい。

## ◆インサイダー取引に関するご注意

企業から直接、未公開の重要事実の伝達を受けた投資家(第一次情報受領者)は、当該情報が「公表」される前に株式の売買等を行うことが禁じられています。(証券取引法166条)

同法施行令により、二以上の報道機関に対して企業が当該情報を公開してから、周知のために必要な期間として12時間が経過した時点をもって「公表」されたものとみなされます。

## ◆問い合わせ先

株式会社プロトコーポレーション 経営企画室

TEL 052-934-1519 FAX 052-934-1750

ホームページアドレス <http://www.proto-g.co.jp>

E-mail [ir@proto-g.co.jp](mailto:ir@proto-g.co.jp)

担当/鈴木・前島