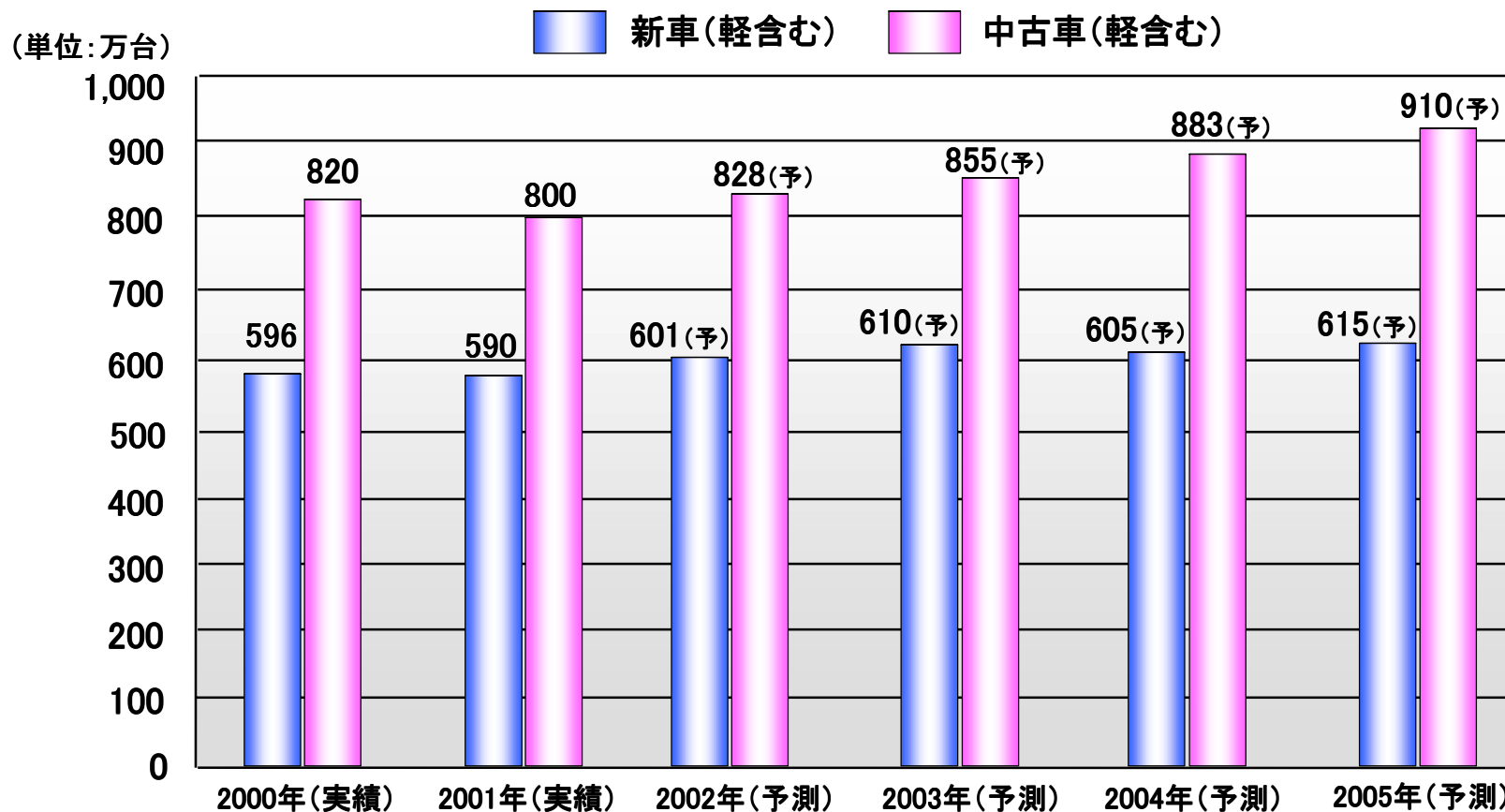


自動車関連情報

《 中期事業戦略 》

新車/中古車登録・販売台数の推移



日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会 調べ
2002年以降の予測は、株式会社UFJ総合研究所資料、当社調べ

自動車メーカー各社が、中古車市場への参入を強化

■ 自動車情報

GOO

刊行変更（首都圏版、中国版）

GooWorld

エリア拡大（北海道、東北エリア）

■ バイク情報

GooBike

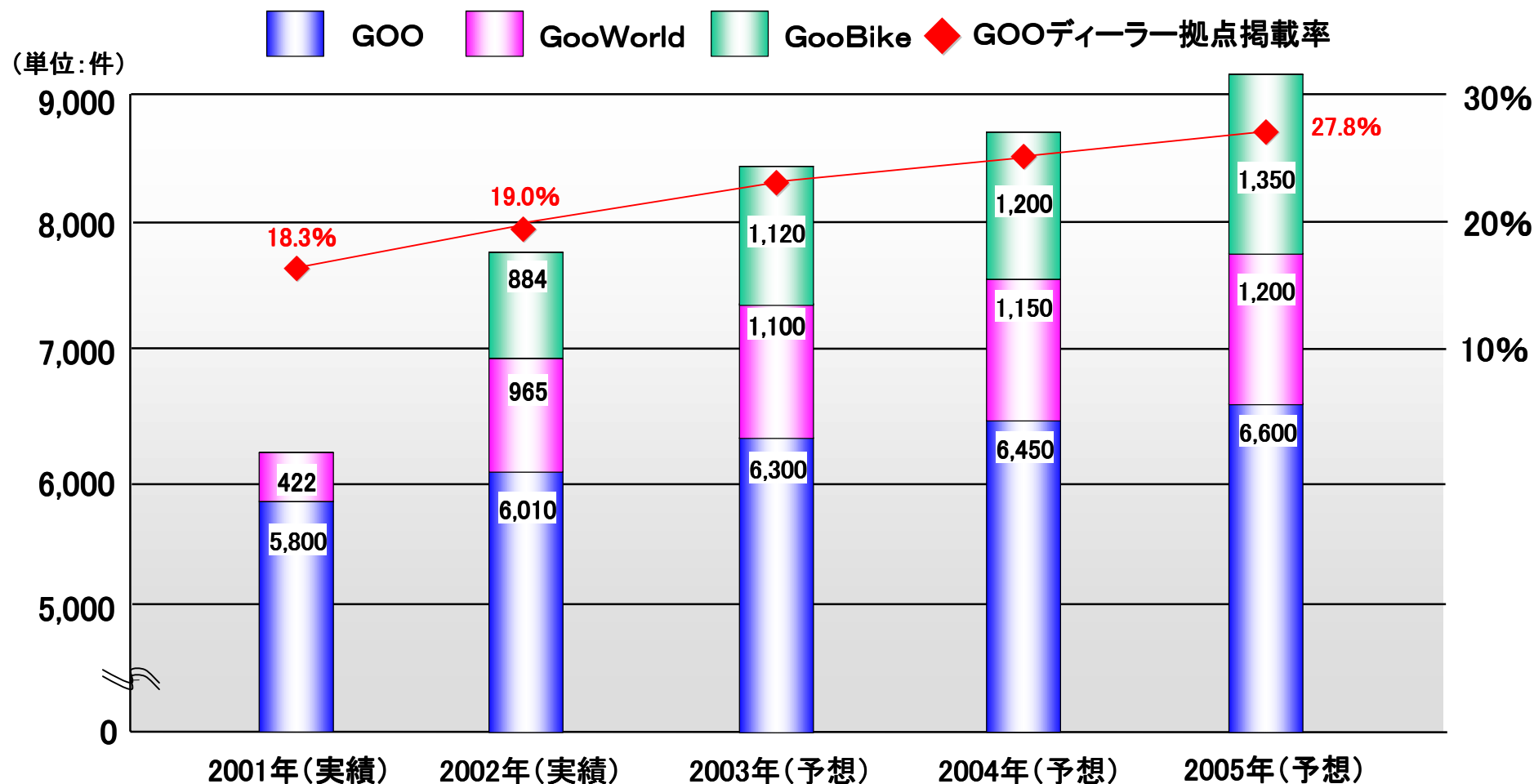
エリア拡大（北関東、中国エリア）

■ パーツ情報

GooParts

エリア拡大（北海道、中国、九州エリア）

メーカー系ディーラーの強化



(注 1) 2002年以降の全国中古車販売店数は、JU(日本中古自動車販売協会連合会)加盟件数より、23,500件と推計。

(注 2) 全国のディーラー拠点数(中古車取扱い拠点)は、日本自動車工業会加盟件数より、12,600件と推計。

■ 中期3ヶ年計画

(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)		2005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)	売上高 (増収率)	経常利益 (利益率)
情報誌	GOO								
	GooWorld GooBike GooParts オークション情報	15,256 (15.4%)	1,891 (12.4%)	16,980 (11.3%)	1,760 (10.4%)	18,000 (6.0%)	2,070 (11.5%)	18,640 (3.5%)	2,380 (12.8%)
IT	データライン	696 (88.9%)	140 (20.2%)	1,040 (49.4%)	270 (25.9%)	1,270 (22.1%)	370 (29.1%)	1,510 (18.9%)	490 (32.5%)
	Goo-net								
自動車関連情報合計		15,952 (17.4%)	2,031 (12.7%)	18,020 (12.9%)	2,030 (11.3%)	19,270 (6.9%)	2,440 (12.7%)	20,150 (4.6%)	2,870 (14.2%)

■ 情報誌事業

(GOO, GooWorld, GooBike, GooParts)

- ①クライアントシェアの更なる向上
- ②情報量の確保 (データベースの構築)
- ③収益高の確保

■ IT関連事業

(データライン、Goo-net)

- ①データベースを活用した二次商品開発
- ②収益率の向上



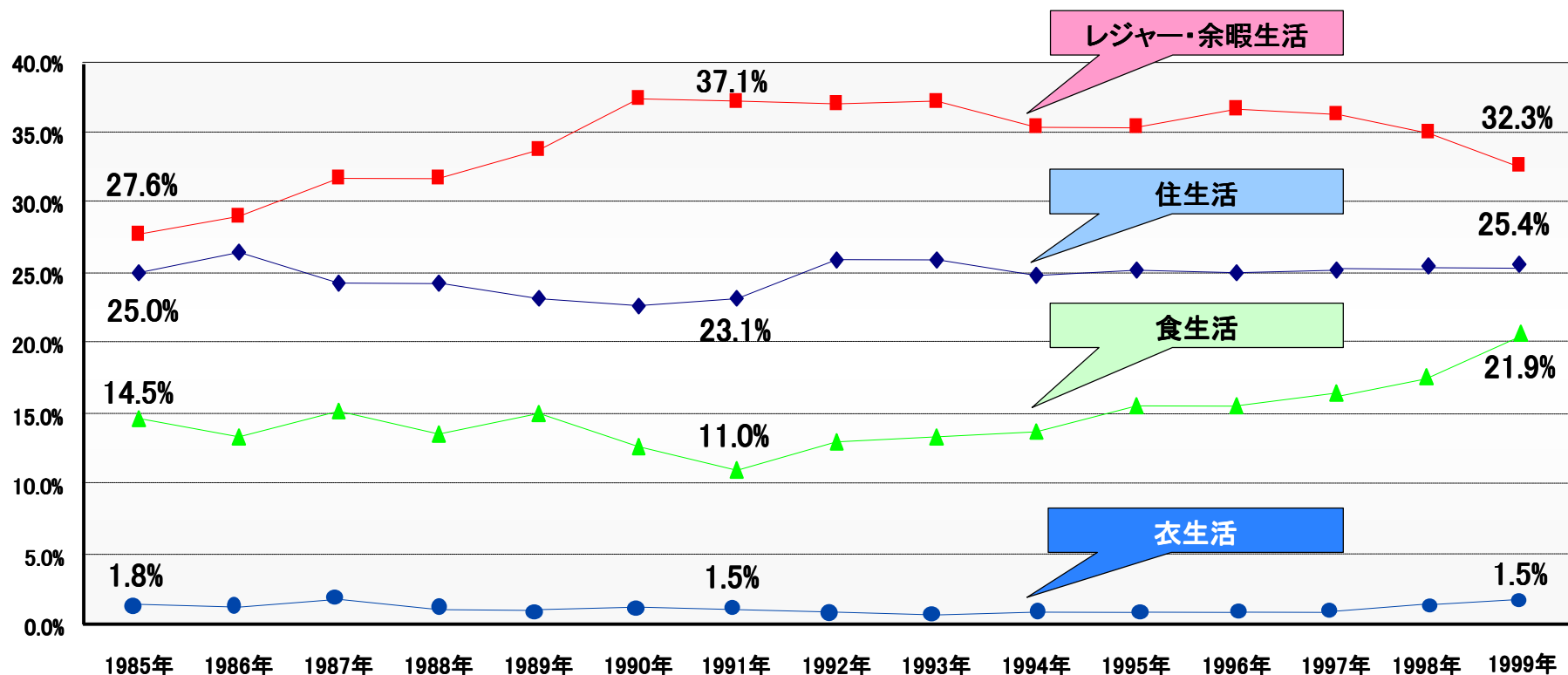
安定的な成長を維持し、収益高の確保を図る

生活関連情報

《 中期事業戦略 》

ライフスタイルの変化

■ レジャー・余暇生活 ◆ 住生活 ▲ 食生活 ● 衣生活



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

内部環境（事業特性）



① 情報収集

・全国42拠点のインフラを活用

② データベースの構築

・GOOで培ったデジタル処理技術

③ 情報発信

・プリント & Webの複合メディア
・他社サイトへのコンテンツ提供

拡大基調にあるマーケットへの進出

(1) カルチャー情報分野

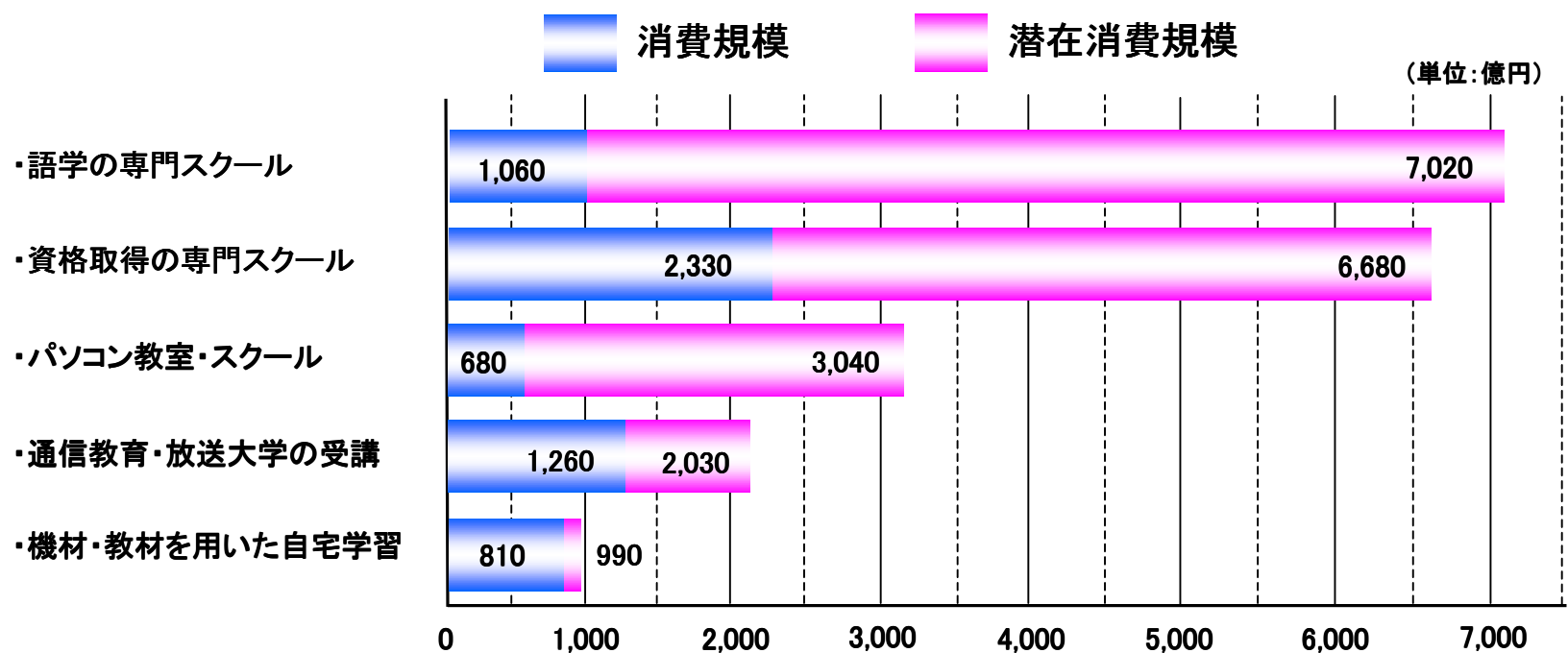
(2) 旅行情報分野



事業領域の拡大

(1)カルチャー情報分野 ①

■ 新たな余暇活動と市場規模



(注) 2000年における年間活動費用及び参加率から算出

レジャー白書2001 財団法人 自由時間デザイン協会 調べ

(注) 潜在市場規模は、希望参加率より算出

・資格取得を含めた生涯学習市場規模 **1兆9,760億円**

・参加人口推計 **641万人**

(1)カルチャー情報分野 ②

■ 広告マーケット規模

	総広告費	
	(億円)	構成比
総合計	60,580	100.0%
マスコミ4媒体合計	38,886	64.2%
雑誌広告	4,180	6.9%
新聞広告	12,027	19.9%
テレビ広告	20,681	34.1%
ラジオ広告	1,998	3.3%

・2001年における総広告費は **6兆580億円**
 ・雑誌広告費は **4,180億円**

(単位:億円)

	雑誌広告	新聞広告	ラジオ広告	テレビ広告	合計
教育分野等	157	655	46	368	1,226

電通「平成13年日本の広告費」調べ

■ 主要競合媒体の広告売上予測

(単位:百万円)

	北海道	首都圏			東海	関西	九州
	A誌	A誌	B誌	C誌	A誌	A誌	A誌
年間広告売上高(推計)	304	3,538	4,114	1,019	864	1,617	350

平成13年 株式会社アサツーディ・ケイ調査に基づき当社が試算

■ 競合誌クライアントカバー率

合計 118億円

	北海道	東北	北関東	首都圏	北陸・甲信越	東海	関西	中国・四国	九州
総マーケット(事業所数)	4,392	7,274	6,802	31,281	8,788	14,561	16,460	9,999	11,334
競合誌掲載店舗数	268	—	—	3,202	—	871	1,692	—	253
競合誌掲載率	6.1%	—	—	10.2%	—	6.0%	10.3%	—	2.2%

平成13年9月 当社 調べ

■基本戦略

参入障壁の低い東海エリアから参入

低価格戦略による情報量の確保

プリント & Webの複合メディア



クライアントシェア10%を確保

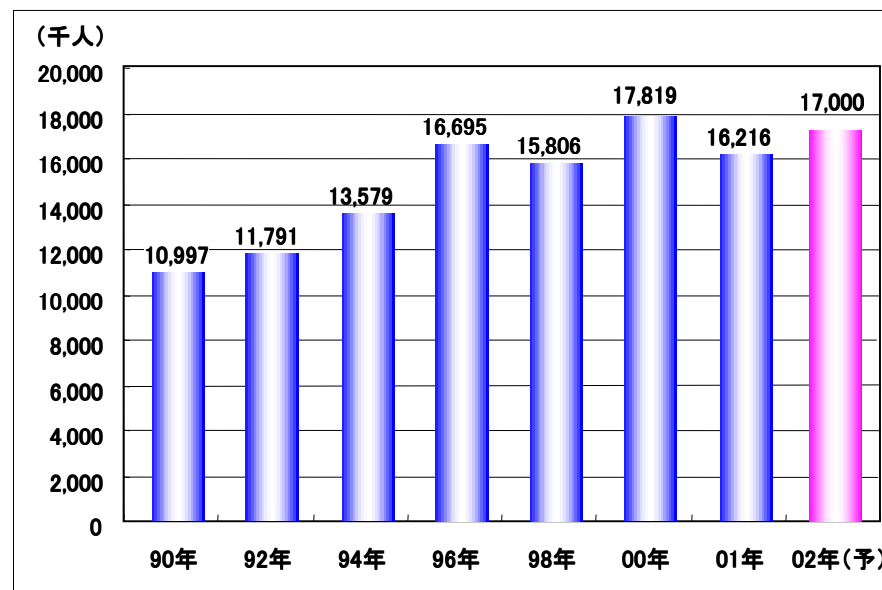
(2) 旅行情報分野 ①

■ レジャー・余暇活動の参加希望率

順位	余暇活動	(%)
1	国内観光旅行	74.3%
2	外食	62.9%
3	ドライブ	53.2%
4	海外旅行	48.8%
5	パソコン(趣味・通信)	40.1%
6	カラオケ	38.3%
7	ピクニック、ハイキング	37.3%
8	園芸	36.3%
9	動植物園、博物館	35.9%
10	音楽鑑賞	35.5%

レジャー白書2001 財団法人 自由時間デザイン協会 調べ

■ 海外出国者の動向



JATA 調べ

※1998年の減少要因は、アジア通貨危機や日本国内の景気低迷によるもの

※2001年の減少要因は、米国同時多発テロによるもの

一時的に海外出国者数は減少したものの、潜在的な消費者ニーズは高い

(2) 旅行情報分野 ②

■ 旅行関連広告マーケット規模

(単位:億円)

	雑誌広告	新聞広告	ラジオ広告	テレビ広告	合計
交通・レジャー(旅行斡旋)	197	1,663	180	835	2,875

電通「平成13年日本の広告費」調べ

■ 競合媒体(海外旅行情報)の広告売上予測

(単位:億円)

	東日本	西日本
	A誌	B誌
年間広告売上高(推計)	79	44

(注) 年間広告売上高推計は、広告ページ数×各媒体発表の定価より算出。(各媒体2002年1月号 当社調べ)

■ 競合誌クライアントカバー率

	第1種旅行者
業者数	864
競合誌掲載社数	212
掲載率	24.5%

(注) 掲載社数はA誌、B誌 2誌の合計社数
(各媒体2002年1月号 当社調べ)

合計 123億円

■ 旅行業界動向 (想定クライアント数)

	第1種	第2種	第3種	合計
旅行業者数	864	2,747	6,090	9,701

JATA(第1種旅行業、2000年8月1日現在)
運輸省(第2種・第3種・旅行業者代理業、2000年4月1日現在)

	1996年	1997年	1998年	1999年	
	(10億円)	(10億円)	(10億円)	(10億円)	構成比
総取扱額	9,853	9,708	8,576	8,194	100.0%
第1種	7,916	7,933	6,906	6,573	80.2%
主要50社	(6,248)	(6,364)	(6,016)	(5,854)	(71.4%)
第2種・第3種	1,937	1,775	1,670	1,621	19.8%

資料 国土交通省

主要50社で70%以上のシェア

■ 基本戦略

クライアントへの直接営業

低価格戦略による情報量の確保

プリント & Webの複合メディア



クライアントシェア35%を確保

■中期3ヶ年計画

(単位:百万円)

	2003年3月期(予想)		2004年3月期(予想)		2005年3月期(予想)	
	売上高	経常利益	売上高	経常利益	売上高	経常利益
カルチャー情報	650	△ 310	1,350	10	1,770	100
旅行情報	780	△ 840	2,380	190	3,200	440
新規事業合計	1,430	△ 1,150	3,730	200	4,970	540

■カルチャー情報

- ①東海エリアから参入
- ②低価格戦略による情報量の確保
- ③プリント&Webの複合メディア

■旅行情報

- ①クライアントへの直接営業
- ②低価格戦略による情報量の確保
- ③プリント&Webの複合メディア

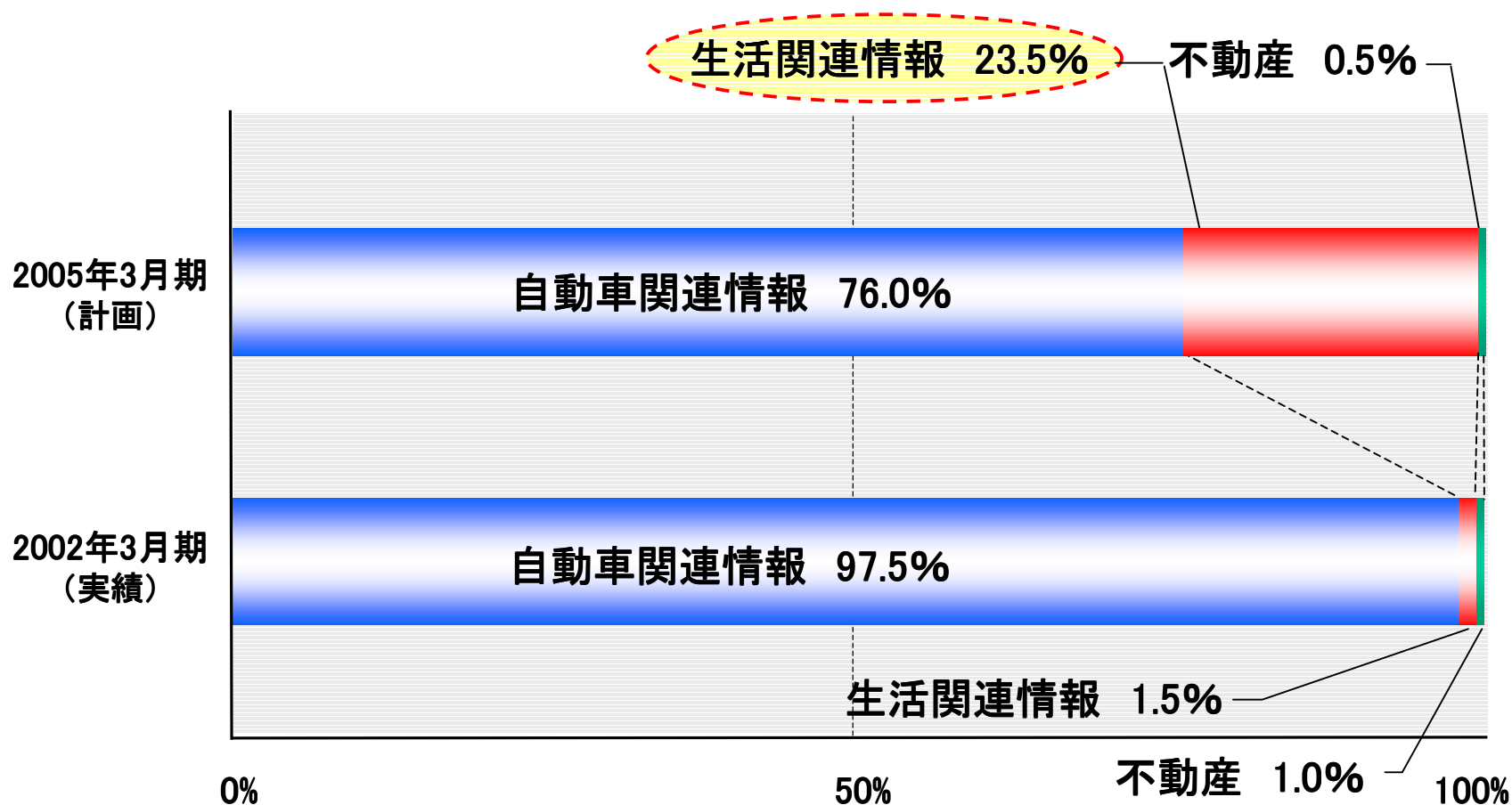


2004年3月期には黒字化を達成

事業区分別売上構成（個別）



生活関連情報分野の拡大



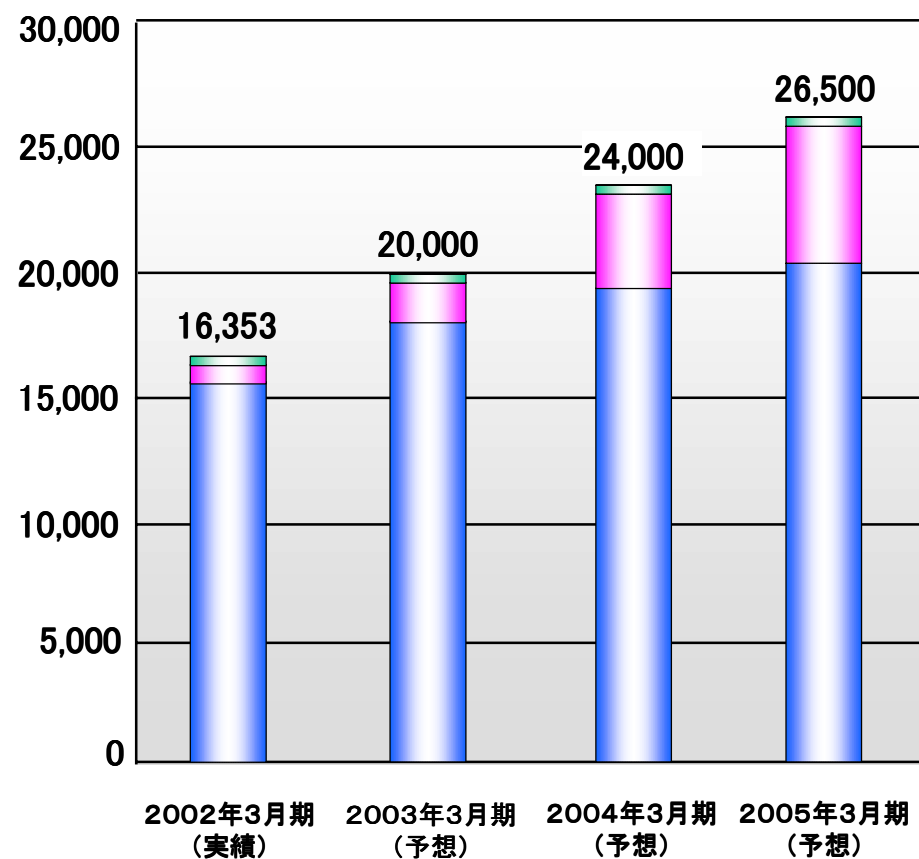
業績見通し（個別）



売上高

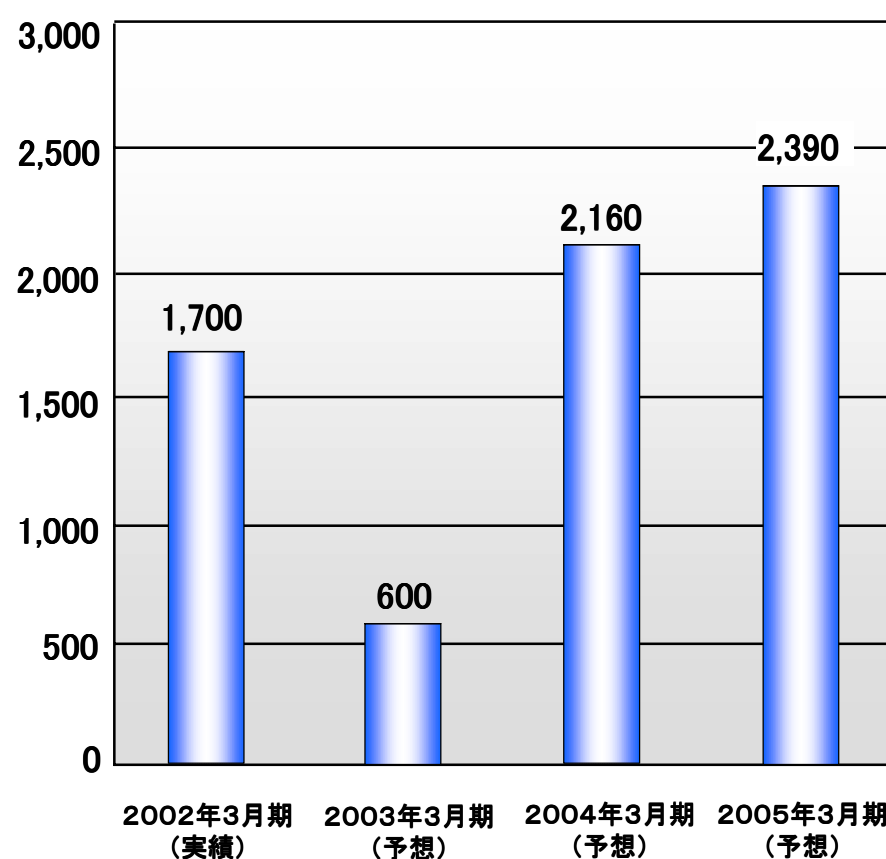
自動車関連情報 生活関連情報 不動産・その他

(単位:百万円)



経常利益

(単位:百万円)



◆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

担当/鈴木・前島