

「中期経営ビジョン」

潜在顧客の声を活かす

マーケティングイノベーターとしての新事業展開

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、業績見通しのみで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。

平成19年5月11日

株式会社 ジー・エフ

東証マザーズ上場 銘柄コード:3751

1. 当社を取り巻く環境

日本経済を取り巻く社会変化

・少子高齢化による労働人口の減少

・地域コミュニティの希薄化

大企業

(コールセンター)

- 労働人口の減少
- スタッフの確保問題
- 人件費の上昇

中小企業

- 事業承継問題
- 地域間格差の拡大
- 二極化の進行
- 優秀な人材の確保

広告業界

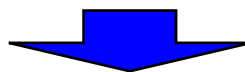
- クロスメディア化
- 新広告媒体の開発
- マスアプローチからダイレクトアプローチ

生活者

- 高齢者の生活保護
- 孤独死などの問題
- 家族単位から個人単位へ

マンパワーで補っていたものが労働人口減少等の環境変化により対応策が必要

システム化による効率的な運用の推進、マーケティング戦略の見直しが必要



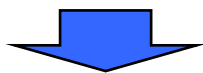
当社のマーケット対象が中小企業から大企業、広告業界など他業種にも拡大

2. 新事業コンセプト

：テレマーケティングイノベーター から
マーケティング・イノベーターへ

構造的に大きく変化する環境の中で
企業も、市場環境の変化に適応する
『**マーケティングの変革**』が必要。

当社の事業領域は、テレマーケティング
やシステム販売に**限定**していた



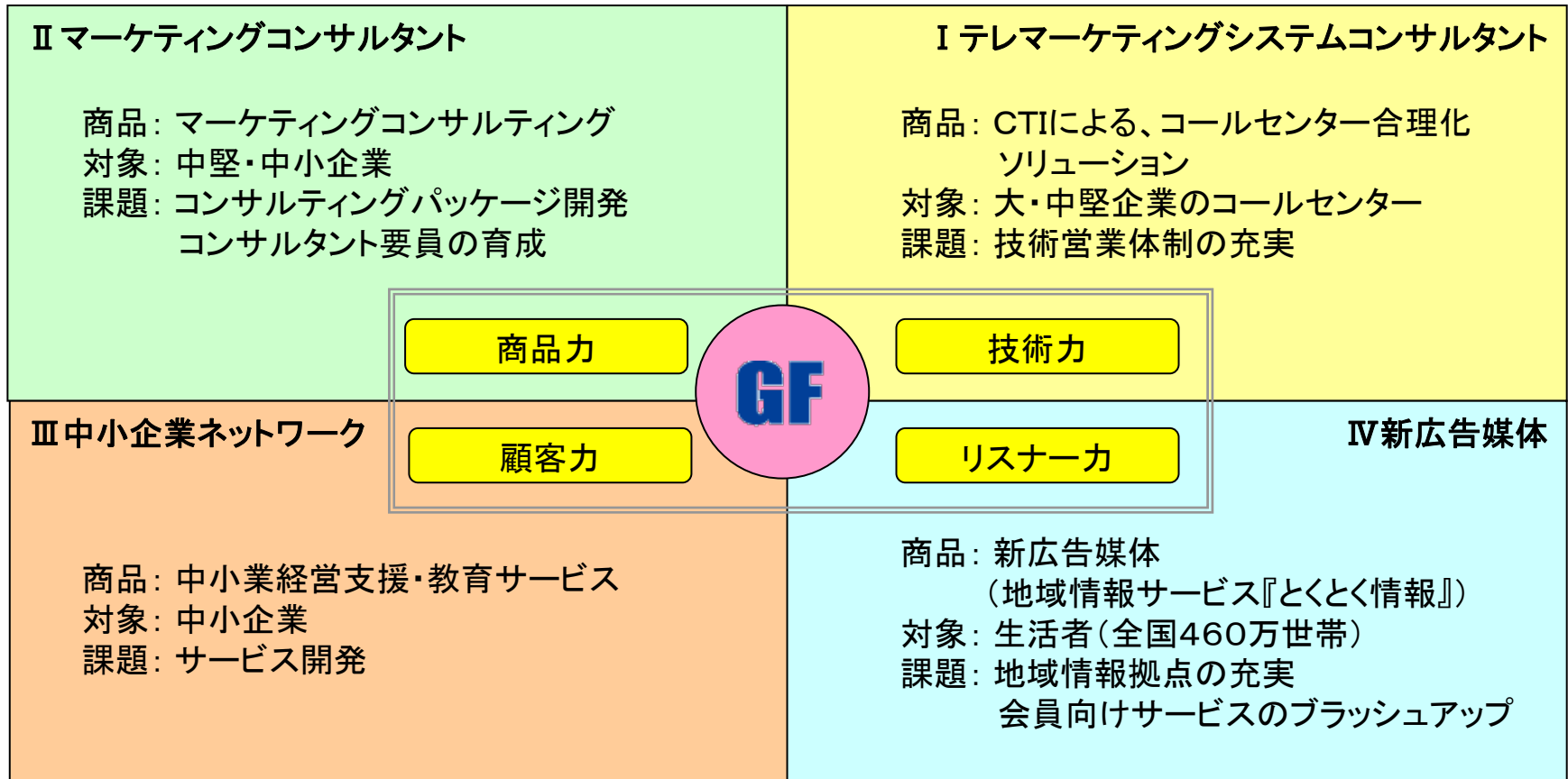
コンサル型のマーケティングイノベーター
としての事業展開をおこなう。

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「マーケティング革命」を推進し、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

企業と顧客・市場・社会環境との関係を改善する商品・サービスを提供する企業として業容の拡大を目指す。

3. ビジネスリソース・マップ(経営資源一覧表)



社内環境分析：現在の当社の情報資産を、上図の4領域に展開することで、事業環境を活かした事業拡大が実現できます。

4. -1) 全社戦略ビジョン



マーケティングイノベーターとして新たな事業展開

4. -2) 基本戦略

- ① 電話放送リスナー・モニター(地域情報サービス会員)の構築による、生活者460万件のデータベース化と地域密着型の新ビジネスモデルの開発。
- ② 自動テレマーケティングシステム(オートコンタクト、ボイスコンバータ)と遠隔サポートシステム(Remote Call)を核とした、CTI=コールセンター効率化システム・ソリューションの開発による、大・中堅企業の顧客化。
- ③ 中小企業向け、マーケティング・営業コンサルティングサービスの提供による、顧客満足の向上と継続収入の拡大。

3つの基本戦略を柱として、新しいビジネスモデルの開発、将来的に海外戦略を計画化する。

4. -2) 基本戦略

① 電話放送リスナー・モニター（地域情報サービス会員）の構築による、生活者460万件のデータベース化と地域密着型の新ビジネスモデルの開発について

全国世帯数 約5,110万件(H18.3現在)

電話帳データ 約2,398万件(46.9%)

電話接続率 約80% = 1,918万件

電話情報聴取率 約24% = **460万件(9.0%)**

電話モニター化率 約50% = **230万件(4.5%)**

電話情報を武器として
地域密着情報サービスの
全国展開をはかる。
2009.10期末までに
全国約170地区
460万件のデータ
の構築を目指す。

4. -2) 基本戦略

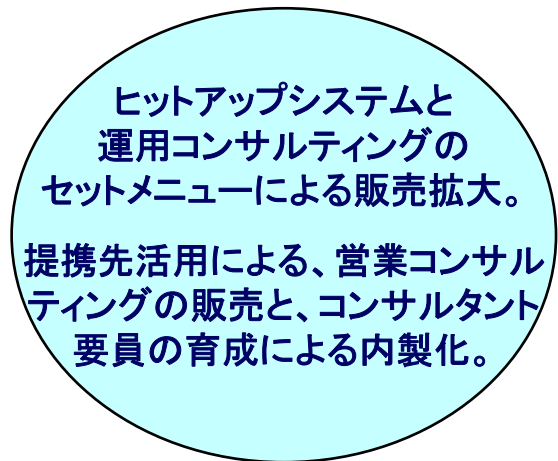
- ② 自動テレマーケティングシステム（オートコンタクト、ボイスコンバータ）と遠隔サポートシステム（Remote Call）を核とした、CTI＝コールセンター効率化システム・ソリューションの開発による、大・中堅企業の顧客化。

2007.10期 Remote Callによる販売チャネル作り コールセンター合理化の実績作り
2008.10期 コールセンター 25センターへの本格導入
2009.10期 コールセンター 38センターへの本格導入

遠隔サポートシステム
Remote Call、
ボイスコンバータを利用した
音声・WEBソリューション、
オートコンタクトシステム
によるコールセンター効率化
市場への参入。

4. -2) 基本戦略

- ③ 中小企業向け、マーケティング・営業コンサルティングサービスの提供による、顧客満足の上昇と継続収入の拡大。



5. 数値目標

(単位:百万円)

	2007. 10期	前期比	2008. 10期	前期比	2009. 10期	前期比
売上高	2,530	105%	3,590	141%	4,622	128%
経常利益	100	564%	300	300%	542	180%
当期純利益	50	—	159	318%	287	180%

重点営業施策

- ①セミナー営業による新規開拓営業に収益を依存する体質から、
 - ・サービスメニュー開発による継続収入の向上、
 - ・セミナー参加者・GFネットワーク会員からの紹介・WEBマーケティングによる潜在顧客の組織化を推進し、顧客開拓効率の向上をはかります。
- ②電話放送リスナーの構築によって、高齢化社会に対応する、新しいビジネスモデルを開発し、全国展開をはかります。
- ③コールセンターを保有または今後開設する、大企業・中堅企業に対して、コールセンター効率化システムの提案によって、顧客化を推進します。