

ゴメス・コンサルティング株式会社
2008年3月期 第3四半期 決算説明会

2007年10月16日



ゴメス・コンサルティング株式会社
代表取締役執行役員CEO 西村 徹

2008年3月期 第3四半期業績ダイジェスト

- ✓ 売上高は前年同期比31.3%増の491百万円、営業利益は前年同期比44.1%増の165百万円、経常利益は前年同期比45.3%増の167百万円、四半期純利益は前年同期比45.8%増の98百万円となった。
- ✓ アドバイザリ売上は、前年同期比105.2%増の204百万円となった。銀行及び証券会社向けのウェブサイト分析業務や企画・設計業務が大きく寄与した。
- ✓ サイト構築コンサルティング売上は、前年同期比13.4%減の155百万円となった。銀行向けのウェブサイト制作業務が前年同期比で減少したことが影響した。
- ✓ 前期(2006年12月期)中より開始した、SEOに係る売上高は64百万円となり、売上規模はアドバイザリ売上、サイト構築コンサルティング売上に次ぐ規模となった。
- ✓ サポート売上は、前年同期比29.6%減の39百万円となった。銀行向けのウェブサイト修正・更新業務が前年同期比で減少したことが影響した。
- ✓ GPN(Gomez Performance Networks: ウェブサイトの表示速度等を測定するサービス)売上は、前年同期比8.8%増の25百万円となった。前期(2006年12月期)からの継続顧客向け業務が順調に推移した。

2008年3月期 第3四半期業績

売上、利益ともに着実な増加を達成

(単位:百万円)

	2006年12月期 第3四半期	2008年3月期 第3四半期	前年同期比 増減率
売上高	374	491	+31.3%
営業利益	115	165	+44.1%
経常利益	115	167	+45.3%
四半期(当期)純利益	67	98	+45.8%

※ 決算期変更に伴う経過措置として、当期(2008年3月期)は2007年1月1日から2008年3月31日までの1年3ヶ月決算となります。

2008年3月期通期(2007年1月1日～2008年3月31日)の 業績予想と進捗率

(単位:百万円)

	2008年3月期 通期(予想)	2008年3月期 第3四半期(実績)	進捗率
売上高	813	491	60.4%
営業利益	273	165	60.4%
経常利益	273	167	61.2%
四半期(当期)純利益	160	98	61.3%

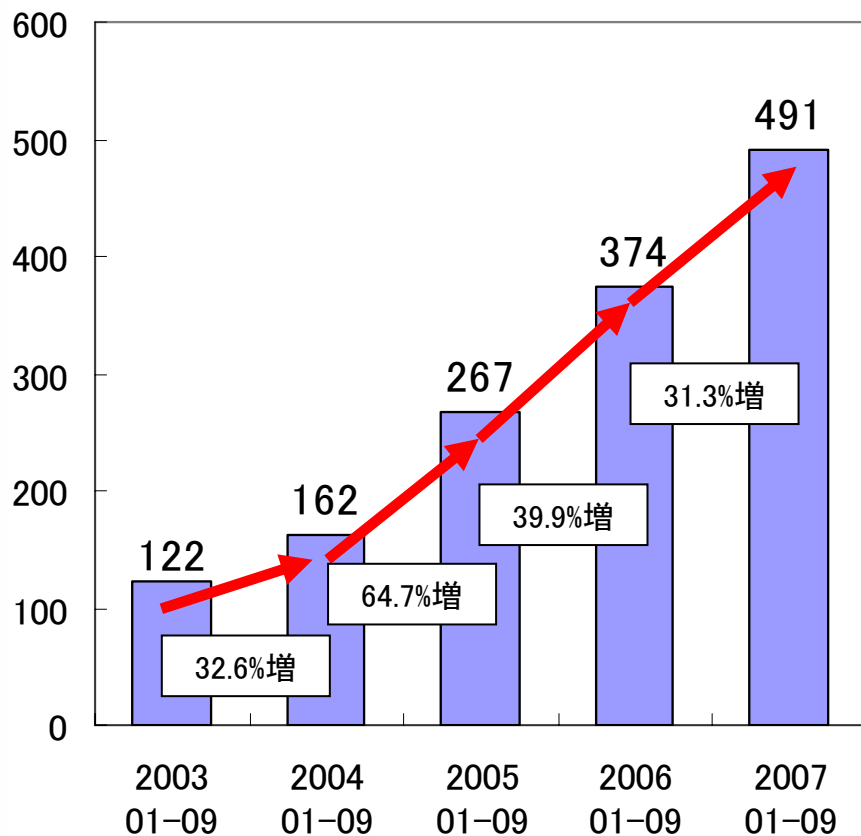
※ 決算期変更に伴う経過措置として、当期(2008年3月期)は2007年1月1日から2008年3月31日までの1年3ヶ月決算となります。

過去5期間における第3四半期業績の推移

売上高、経常利益ともに過去最高を更新

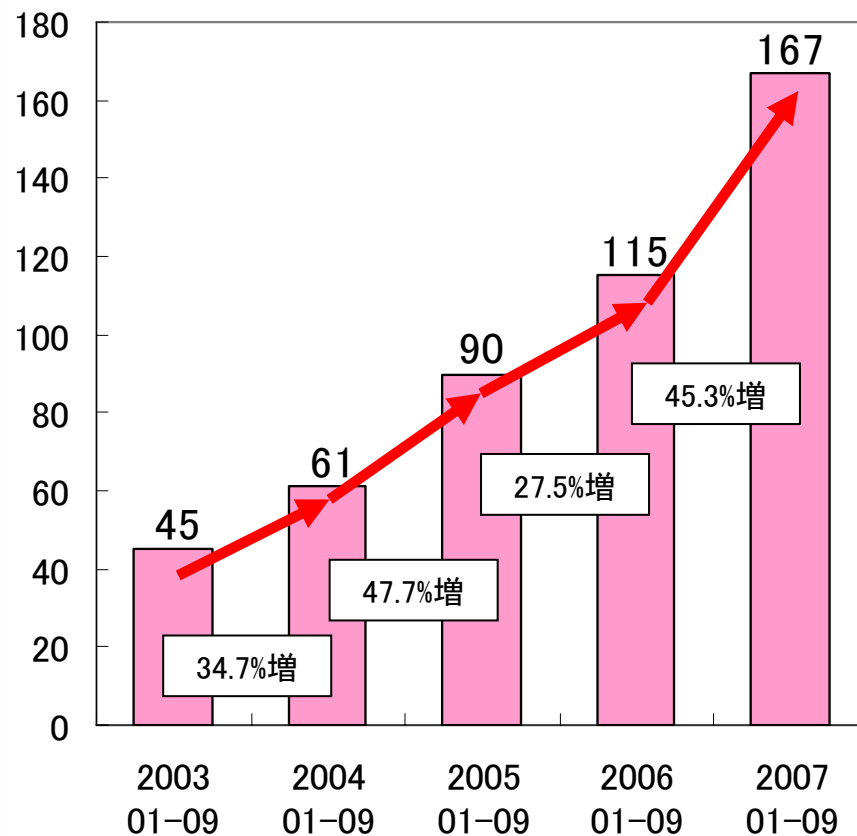
(百万円)

売上高



(百万円)

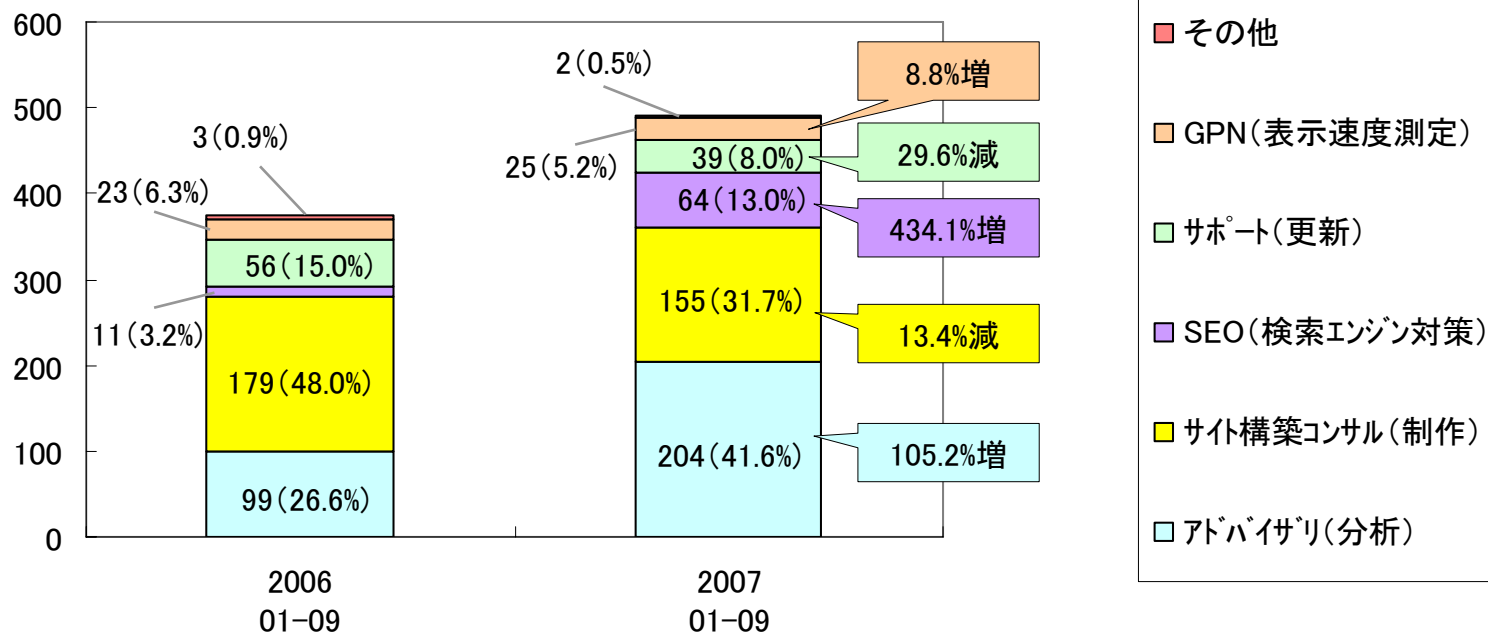
経常利益



商品・サービス別売上高の推移

アドバイザー売上及びSEO売上の増加が売上高全体の伸びを牽引

(百万円)



※()内の%は、売上高全体に占める割合

商品・サービス別顧客数と顧客単価

売上高は、顧客単価の上昇により増加

(単位:千円)

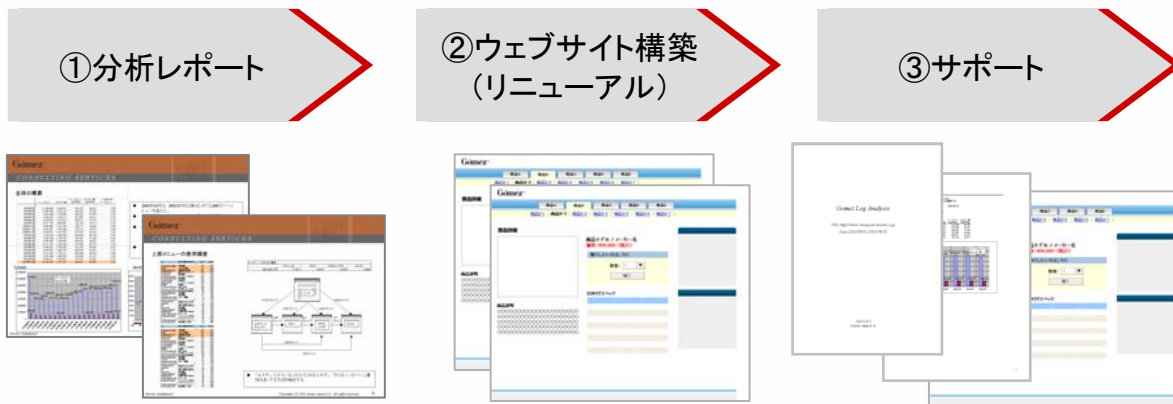
	2006年12月期 第3四半期			2008年3月期 第3四半期		
	顧客数(社)	顧客単価	売上高	顧客数(社)	顧客単価	売上高
アドバイザー(分析)	34	2,927	99,521	43	4,750	204,250
サイト構築コンサル(制作)	23	7,807	179,577	24	6,481	155,558
SEO(検索エンジン対策)	3	3,997	11,993	9	7,117	64,060
サポート(更新)	18	3,117	56,122	11	3,592	39,515
GP N(表示速度測定)	38	617	23,461	34	751	25,536
その他	8	419	3,353	5	461	2,309
合計	96	3,896	374,030	94	5,225	491,228

増加または上昇
 減少または低下
 変わらず

※顧客数の合計は、複数サービス利用企業があるため、サービス別顧客数の合計と一致しません。

複数サービス利用顧客は前年同期比で減少

分析から制作・サポートまでの一貫したサービス利用状況 (GPN、SEO、その他売上を除く)



①サービスのみの
利用企業

当四半期: 34社 (51.5%)
前年同期: 27社 (45.0%)

①及び②
サービス利用企業

当四半期: 21社 (31.8%)
前年同期: 15社 (25.0%)

①、②、③全ての
サービス利用企業

当四半期: 11社 (16.7%)
前年同期: 18社 (30.0%)

※()内の%は、社数全体に占める割合

新規の顧客単価が前年同期比で大幅に上昇

新規・既存別の顧客数及び顧客単価

	2006年12月期 第3四半期			2008年3月期 第3四半期		
	顧客数 (社)	顧客単価 (千円)	売上高 (千円)	顧客数 (社)	顧客単価 (千円)	売上高 (千円)
既存顧客	48	5,295	254,162	56	5,775	323,436
新規顧客	48	2,497	119,868	38	4,415	167,792
合計	96	3,896	374,030	94	5,225	491,228

前期の取引先108社のうち56社が今期も取引(リピート率:51.9%)

※「新規顧客」の定義は、前期中(2006年1月～12月)に取引のない顧客

新規顧客獲得経路

紹介やランキングからの顧客獲得割合が増加。

獲得経路

獲得経路		2006年12月期 第3四半期	2008年3月期 第3四半期
紹介	既存顧客やパートナー企業、SBIグループ企業等からの紹介	18社	23社
ランキング	当社が発表するEコマースランキング、IRランキングの対象企業から獲得	7社	10社
問い合わせ	当社のウェブサイトから、メールまたは電話問い合わせをしてきた企業から獲得	19社	5社
セミナー	当社が実施するセミナー参加企業から獲得	4社	1社 ※
合計		48社	38社

※当第3四半期(2007年1月～9月)はセミナーを開催しておりません。

売上高・顧客数の業種別構成 (GPN、SEO、その他売上を除く)

金融向け業務が好調に推移した。人材関連向け業務も大幅に拡大

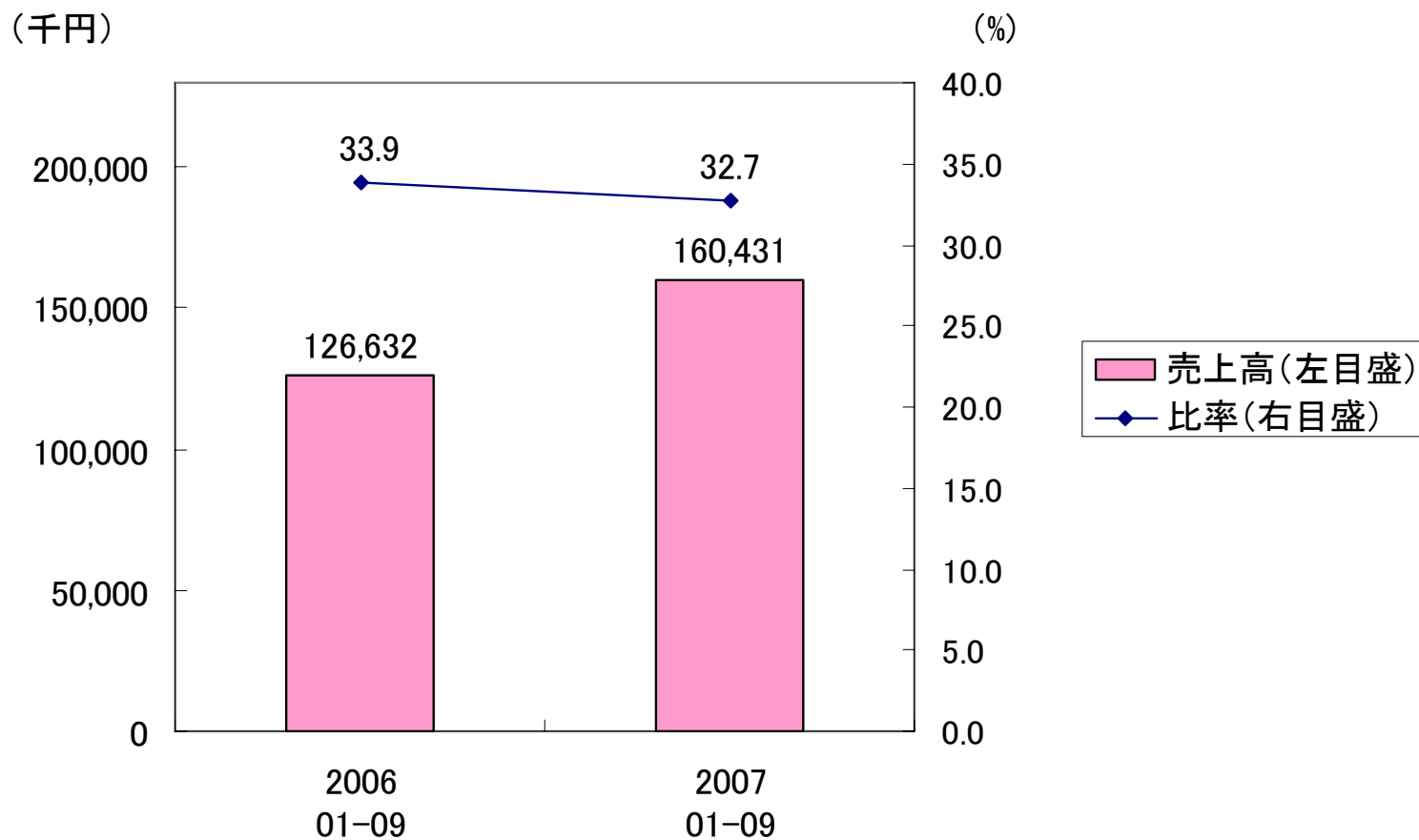
金融業と非金融の売上割合は、当四半期・前四半期ともに、約7:3

	2006年12月期 第3四半期			2008年3月期 第3四半期		
	顧客数(社)	売上高(千円)	売上構成比	顧客数(社)	売上高(千円)	売上構成比
銀行	9	109,779	32.7%	10	106,105	26.6%
証券	2	3,535	1.1%	8	92,330	23.1%
その他金融	16	111,845	33.4%	12	70,985	17.8%
人材	3	31,635	9.4%	6	50,836	12.7%
サービス・その他	14	43,209	12.9%	8	26,965	6.8%
コンサル	1	2,800	0.8%	6	19,530	4.9%
航空・旅行	4	14,150	4.2%	6	15,582	3.9%
不動産	3	6,160	1.8%	5	13,530	3.4%
メディア	4	9,056	2.7%	3	1,893	0.5%
通信	4	3,052	0.9%	2	1,567	0.4%
合計	60	335,222	100.0%	66	399,323	100.0%

■ 増加または上昇
■ 減少または低下
■ 変わらず

SBIグループ向け売上の状況

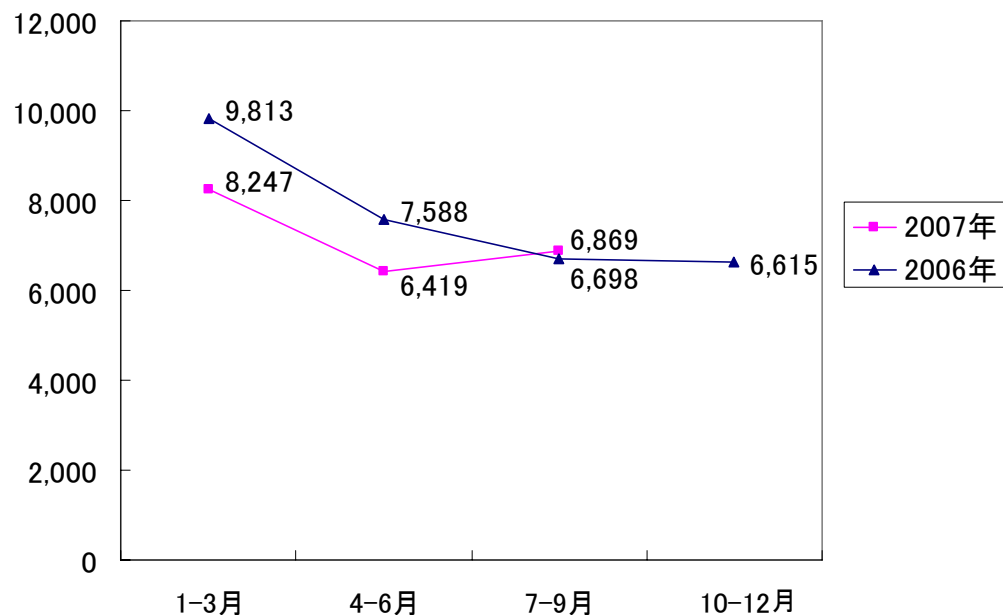
当社の売上全体が伸長したことにより、SBIグループ向け売上比率は前年同期比で低下



従業員1人あたり売上高の推移

当四半期(7-9月)の従業員1人あたり売上高は、前年同期を上回った

(千円)



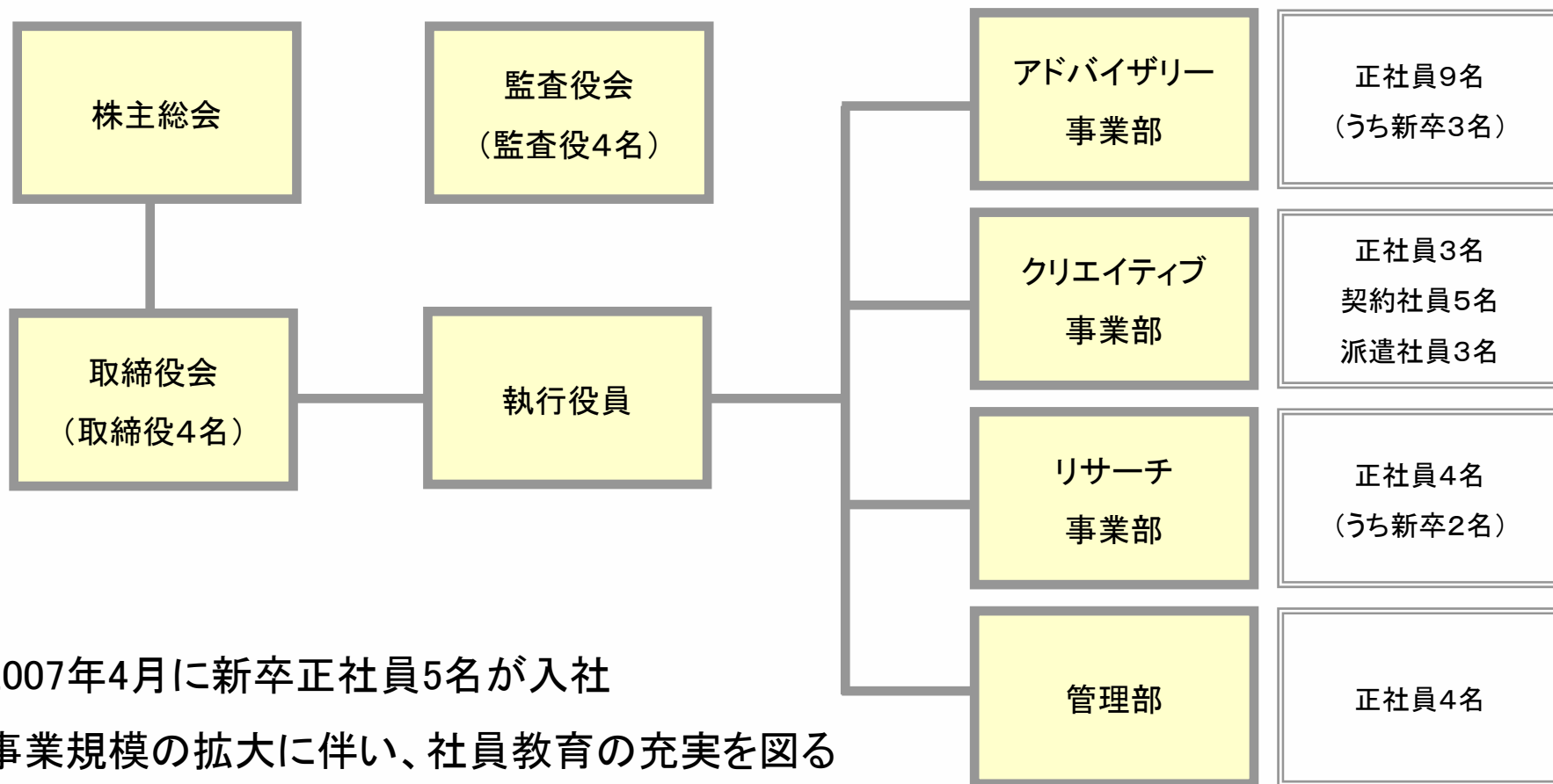
四半期ごとの期中平均従業員数の推移

	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月
2007年	20.3	24.0	24.7	—
2006年	13.0	16.0	18.7	21.0

※従業員1人あたり売上高は、四半期ごとの期中平均従業員数(正社員・契約社員)をもとに算出。

組織体制

正社員・契約社員・派遣社員合計 28名



2007年4月に新卒正社員5名が入社

事業規模の拡大に伴い、社員教育の充実を図る

※人員数は、2007年9月30日現在

収益・費用構造(営業利益)

営業利益率は前年同期比で上昇

(千円)

600,000

500,000

400,000

300,000

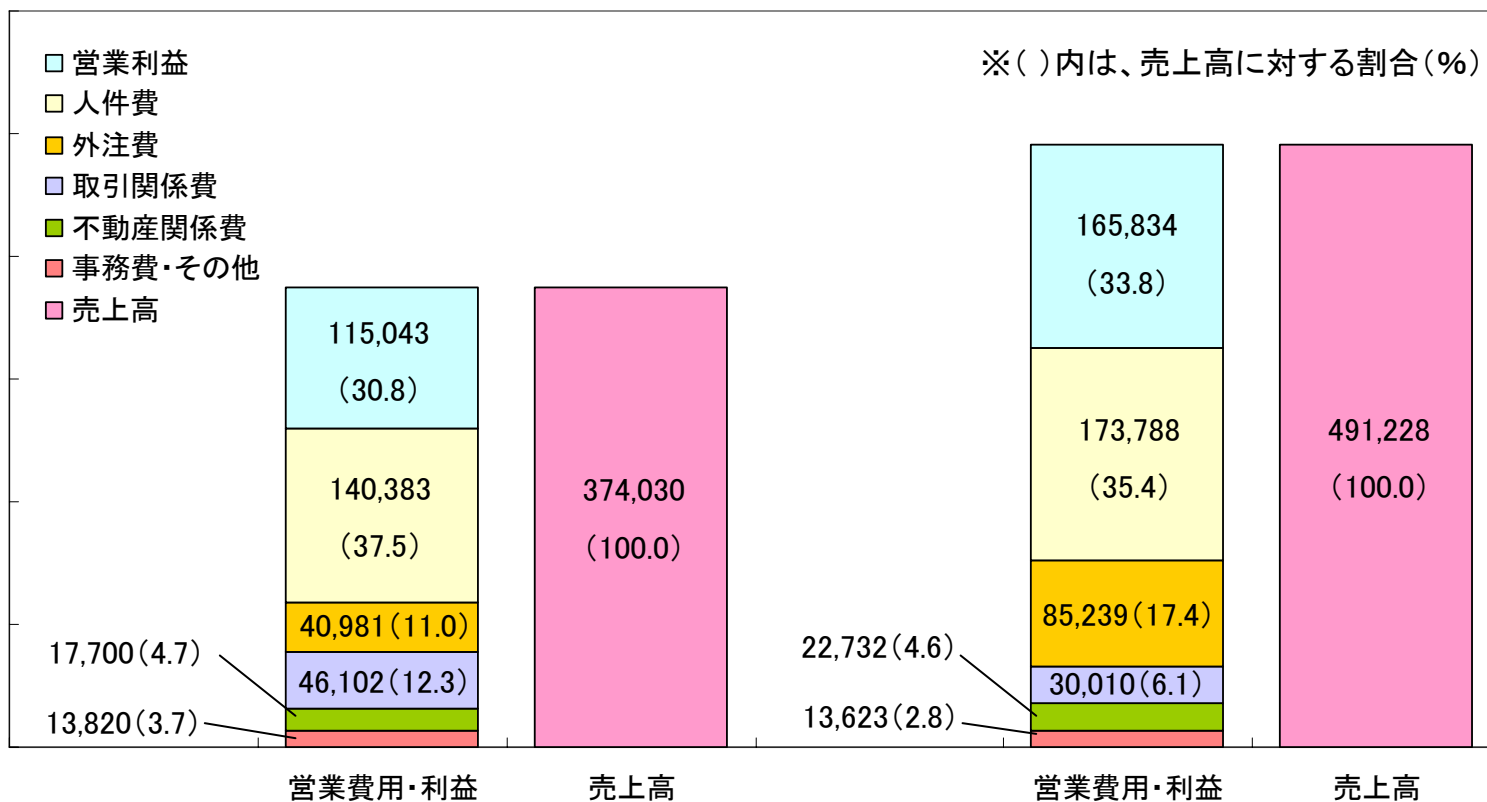
200,000

100,000

0

- 営業利益
- 人件費
- 外注費
- 取引関係費
- 不動産関係費
- 事務費・その他
- 売上高

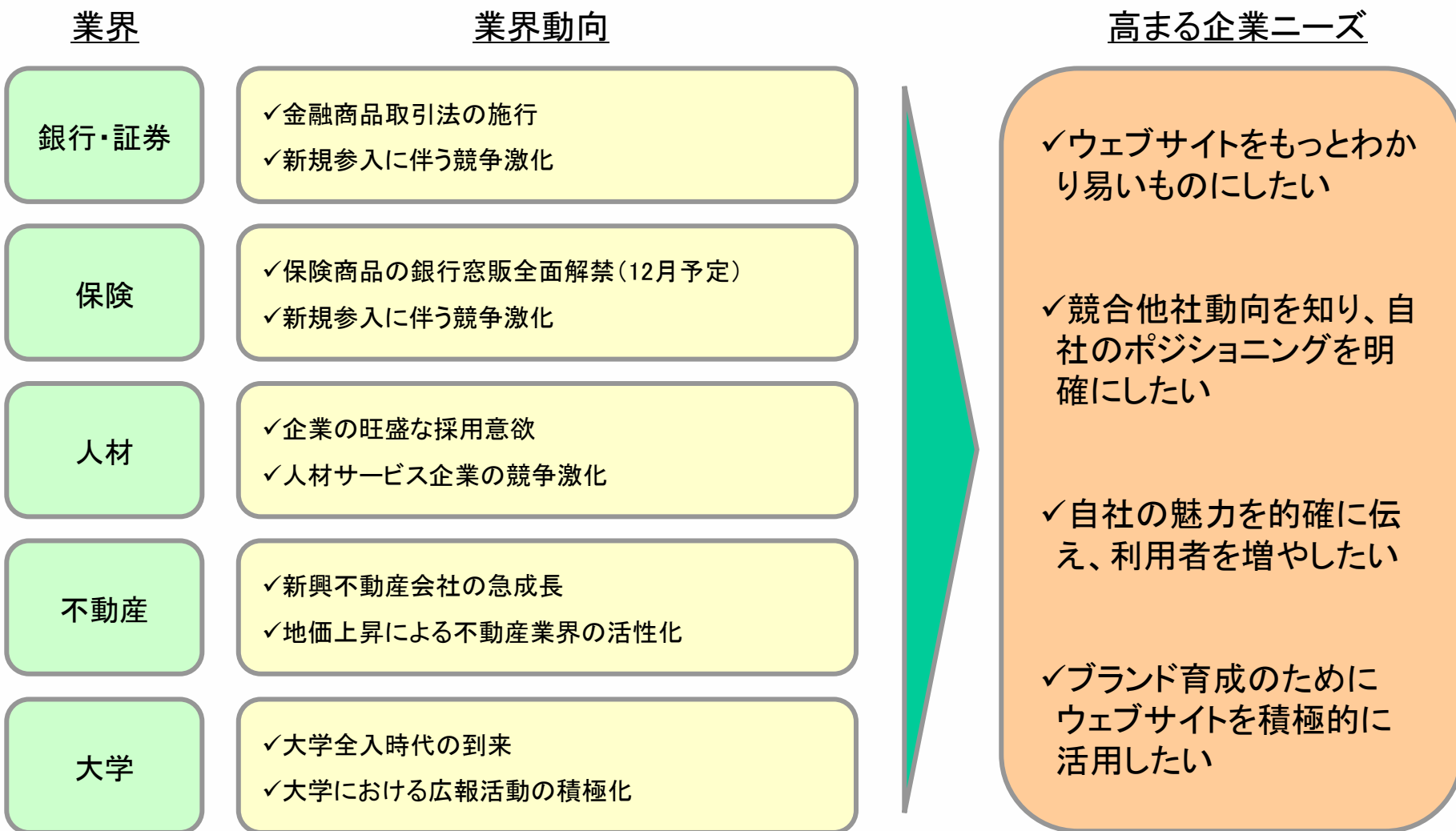
※()内は、売上高に対する割合(%)



0612第3四半期

0803第3四半期

事業環境と事業機会



視線追尾システムを利用した分析実績の積み上げ

当第3四半期(2007年1月1日～2007年9月30日)における提供社数は14社となり
前年通期実績の7社を大幅に上回る

✓利用者のウェブサイトに対する理解度・関心度を詳細に分析したいという企業のニーズが高まっている

✓「ユーザビリティ」の概念が、「操作性・使い易さ」を中心としたものから、「わかり易さ」を重視したものに移行してきている

視線追尾分析による利用者の理解度・関心度の把握が重要



【当第3四半期における業種別の提供実績】

人材サービス会社	4社
銀行	2行
証券	2社
金融持株会社	2社
情報サービス・ソフトウェア会社	2社
生命保険会社	1社
住宅ローン会社	1社
合計	14社

大学サイトランキングを新たに発表

大学サイトランキング発表の背景

- ✓受験生の86%が大学サイトを大学に関する情報の主な入手源としており(当社調べ)、大学サイトの重要性が増している
- ✓大学側では、大学全入時代の到来が迫る中、大学の価値・魅力を伝える上で、大学サイトの更なる充実が求められている



多方面(大学、メディア等)から反響、問い合わせ

【メディア掲載事例】

2007年8月30日 「日経産業新聞」24面

2007年10月1日 宣伝会議「PRIR(プリーール)11月号」P42 ほか

【調査対象大学】

学生数が一定数未満である大学、一部単科大学(芸術系、体育系の大学)を除く
国内の国公立約450大学

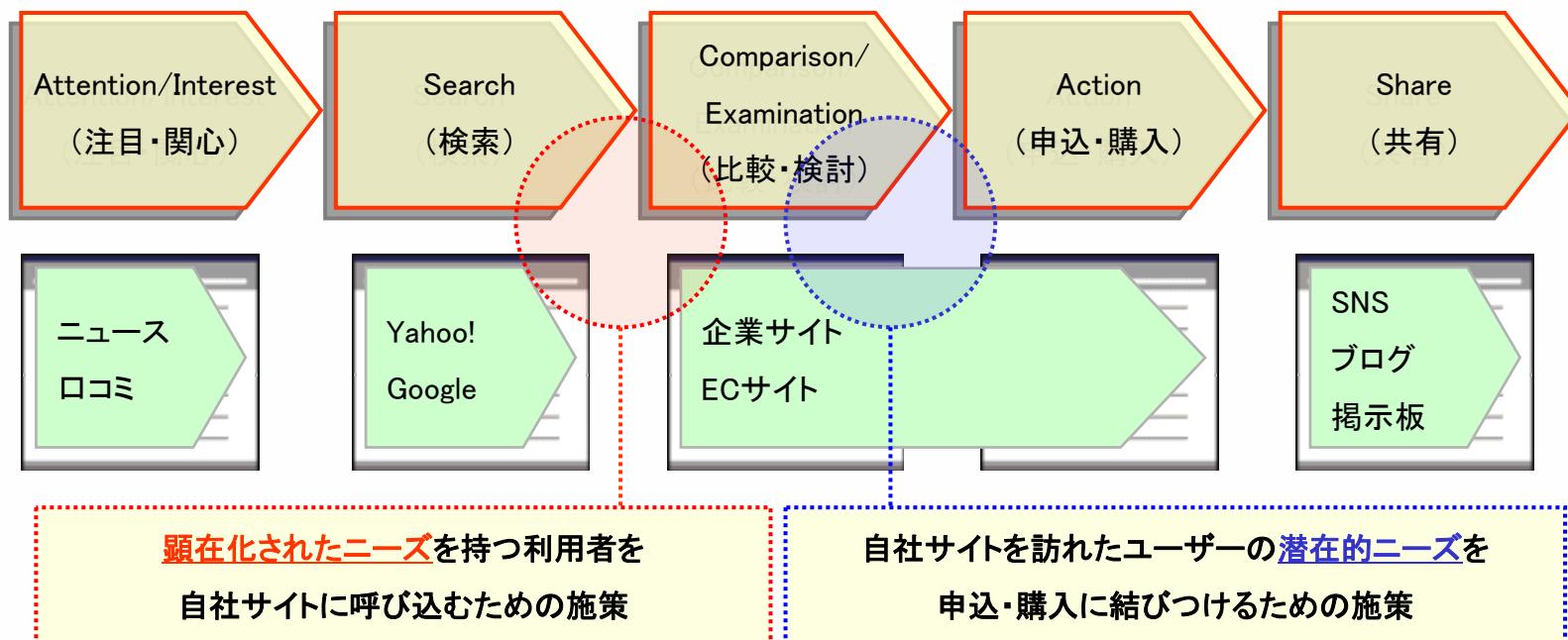
【大学サイトランキング総合順位】

	大学名	得点
1.	中央大学	8.34
2.	広島経済大学	8.21
3.	同志社大学	8.16
4.	京都女子大学	8.06
5.	明治大学	8.04
6.	杏林大学	7.95
7.	中部大学	7.93
8.	立命館大学	7.88
9.	神奈川大学	7.77
10.	早稲田大学	7.75
11.	明治学院大学	7.71
12.	工学院大学	7.70
13.	関西外国語大学	7.69
14.	大阪経済法科大学	7.67
15.	中央学院大学	7.61
16.	国際基督教大学	7.59
17.	京都工芸繊維大学	7.57
18.	神戸大学	7.51
19.	東京工科大学	7.46
20.	神戸学院大学	7.34

インターネット利用者の購買行動を踏まえた総合的なサービスを提供

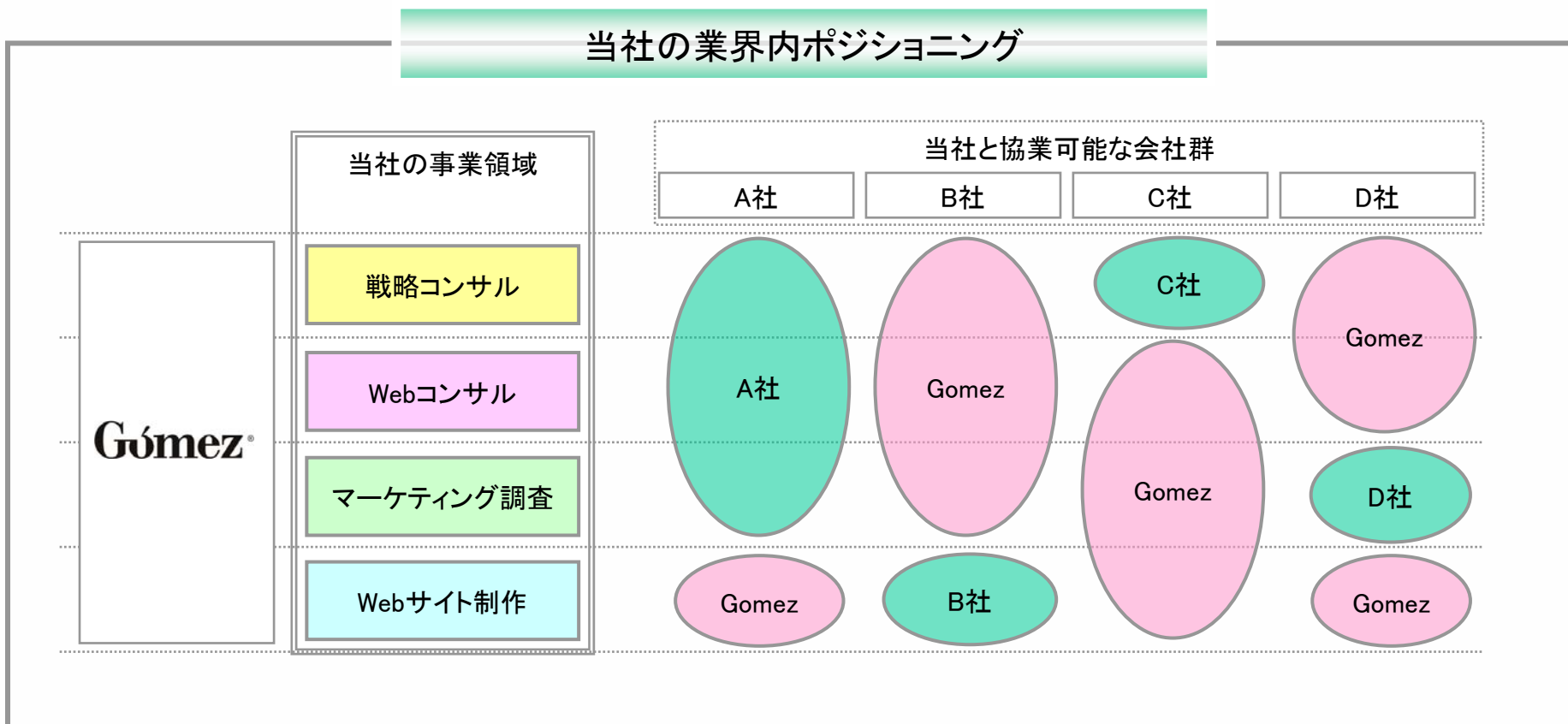
「顧客の獲得」から「顧客の維持」まで、ウェブサイトの全体像を捉えつつ、SEO、サイト評価、ウェブサイト構築コンサルティング、効果検証などを総合的に提供

インターネット利用者の購買行動



業界内ポジショニングの優位性を活かした事業展開

調査・分析からコンサルティング、サイト制作まで手がける当社は、
多様な協業関係を構築することが可能



<http://www.gomez.co.jp/>

本資料に掲載されている事項は、当社の業績、事業戦略等に関する情報の提供を目的としたものであり、当社の発行する株式その他の有価証券への投資の勧誘を目的としたものではありません。なお、当社は、本資料に含まれた情報の完全性及び事業戦略など将来に係る部分については保証するものではありません。また、本資料の内容は予告なしに変更又は廃止される場合がありますので、あらかじめご承知おきください。