

株式会社サイファ 会社説明会用資料

2009年2月

<http://www.psy-fa.com/>



● 経営理念

消費者とクライアントをつなぐコミュニケーション企業として、
マーケットに存在する煩雑な情報（information）を
消費者のニーズにあった知的な情報（intelligence）に置き換えることにより
個人消費を活性化させ、経済の成長と生き生きした豊かな人間社会の実現に貢献する。

● 経営の基本方針

ターゲットを都市型F1層に絞込み、新しいソリューション体系を構築することで
独自性を如何なく発揮し、収益を増大させる。

● 会社概要（2009年1月現在）

商号 株式会社サイファ
（PSY-fa Co., Ltd.）

設立 1989年 8月30日

本社 東京都千代田区内神田

資本金 250,002,300円

社員数 142名（男性73名、女性69名） 役員除く

事業内容

- ・クーポンランド事業
- ・メディアソリューション事業
- ・ウエディング事業

代表取締役 前越 幸次



キモチをつなげていく。

社名の由来であるサイファとは造語である。

「PSYCHOLOGICAL」=心理 「FACTORY」=工房 の頭文字部分から「PSY-fa」。

マーケットにおいて、消費者とクライアントの心と心をつなぐ役割を果たしていきたい・・・

キモチをつなげる心理工房として発展していきたい・・・という思いを込めて命名致しました。



ユーザーとクライアントをつなぐ「場」をトータルプロデュースしております。

- サイファとは、一人一人のこうなりたい！を実現する人生塾でありたい。

人材育成
ビジョン

ゼロから価値を創造し、実行し、具現化
できる人間である。

社員の原点
を定義

実践主義・挑戦主義・人間主義・現場主義

仕事力向上
のための
基礎を定義

自己実現・自己責任・相互理解

プロとして
自律する言葉

真剣だと知恵が出る
中途半端だと愚痴がでる
いいかげんだと言いわけばかり

全員の誓い

私たちはありがとうを集めます。✿

- 1、東京で1番、常に笑顔でいます。
- 1、東京で1番、仲間を信頼します。
- 1、東京で1番、嘘をつきません。
- 1、東京で1番、心も体も健康でいます。
- 1、東京で1番、相手のいい所を見つけ声をかけあいます。
- 1、東京で1番、毎日こつこつありがとう、集めます。
- 1、東京で1番、多くの人と積極的にふれあいます。

メディア統括本部・全員の誓いカード



メディア統括本部の全員が
持ち歩いています。

設立から現在まで



設立時・・・IR・PR・会計の「コンサルティング会社」
 変革・・・ブランドとコンテンツビジネスとの出会い
 現在・・・「都市型F1層向けクロスメディア・マーケティング企業」への進化。

● 主要自社メディア紹介

総合ライフアミューズメント情報



クーポンランド・アミューズメント
フリーマガジン 月刊120万部発行
【渋谷版40万 / 新宿・池袋版40万 / 銀座版40万】



クーポンランド・TOKYO WEB
<http://www.c-pon.com/>



クーポンランドモバイル
<http://www.c-pon.com/>

業界特化型情報



美食ナビ
フリーマガジン 隔月刊60万部発行
【渋谷版20万 / 新宿・池袋版20万 / 銀座版20万】



美食ナビ WEB
<http://bnavi.c-pon.com/>

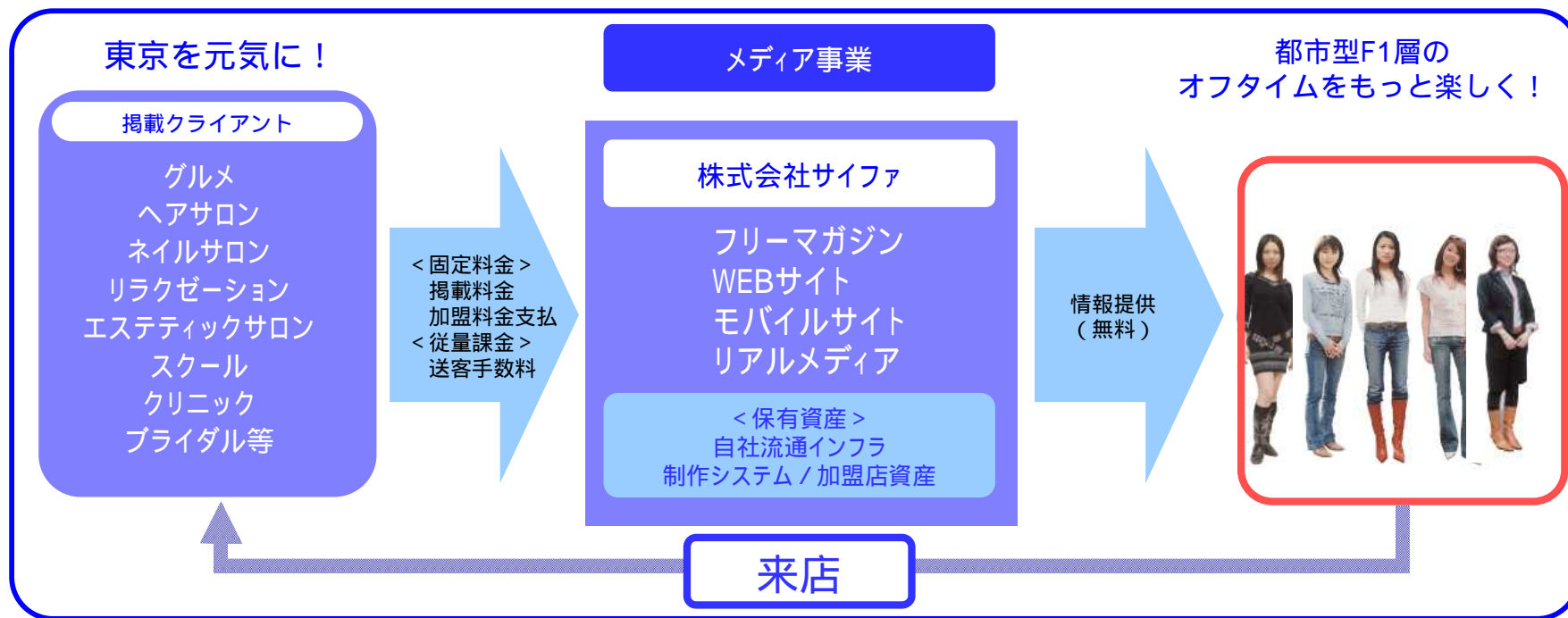


TOKYO Wedding Collection
フリーマガジン 隔月4万部
【東京・神奈川・千葉・埼玉】

- 2008.11 東京OLのこだわりグルメガイド「美食ナビ」サイトオープン
- 2008.07 結婚を考えるウエディングコンシェルジュマガジン「東京ウエディングコレクション」創刊。
- 2008.07 フリーマガジン「CouponLand AMUSEMENT」新宿・渋谷・池袋版をエリア分割し渋谷版 / 新宿・池袋版 / 銀座版の3版発行開始
- 2007.11 JARO（社団法人 日本広告審査機構）に法人会員として入会
- 2007.11 東京OLのための“おいしいナビゲーター”フリーマガジン「CouponLand 美食navi」創刊（隔月発行）
- 2007.11 東京OLのための高感度ビューティマガジンフリーマガジン「CouponLand KiRel」創刊（季刊発行）
- 2005.08 フリーマガジン「CouponLand AMUSEMENT」クーポンランド新宿・渋谷・池袋版 / 銀座版 月刊発行開始
- 2004.10 フリーマガジン「CouponLand AMUSEMENT」銀座版発行開始
- 2003.10 フリーマガジン「CouponLand AMUSEMENT」隔月発行開始
- 2003.06 本社を千代田区内神田に移転。
- 2002.07 フリーマガジン「CouponLand AMUSEMENT」創刊
- 2002.06 CouponLandが、NTT東日本の「Lモード」公式コンテンツに。
- 2002.02 KDDI（株）EZweb公式コンテンツとして掲載開始
- 2000.12 マガジン「クーポンランド」創刊
- 2000.03 「クーポンランド」契約開拓営業を首都圏で開始
- 1999.12 「クーポンランド」構想立上げ、システム開発事業開始
- 1996.08 ブランドライセンスビジネスを開始 企業IR、PRをコンサルティング

< 全社統一のビジネスモデル概略図 >

『都市型F1層特化』+『フリーマガジン&WEBメディア×リアルメディア』でユーザーとクライアントをつなぐ「場」をトータルプロデュースしております。



メディアソリューション事業

都市型F1層をアクションにつなげるクロスメディアソリューションを提供

メディアソリューション事業は、クライアントのマーケティングからマネジメントに至る全ての領域で課題発見から課題解決までのナレッジを提供し、実行します。案件毎のチーム制によってクライアントの課題解決に向けての立案と推進を行います。また、クライアントの自社メディア開発及びメディア事業の顧客ネットワークを活用したムーブメント性の高いプロモーション対応には、メディア事業の資産活用によって、組織規模で対応しうるソリューション力・ノウハウを発揮する体制が整っています。

メディア事業 [クーポンランド事業]



市販誌に近いクオリティの高いフリーマガジンの先駆者
> 2002年にフリーマガジン創刊、以後様々なフリーマガジンが創刊された。



東京限定展開のフリーマガジンでNo.1

東京限定で展開するフリーマガジン、ネットを活用したクーポンメディアの会社で
No.1の業績 / 好感度、認知度No.1 / メディア力No.1 (発行部数)

全国区で展開する企業にも負けない真の東京No.1を目指しております。

私たちは顧客パートナーシップを追求し東京発日本のメジャーメディアブランドに成長させます。

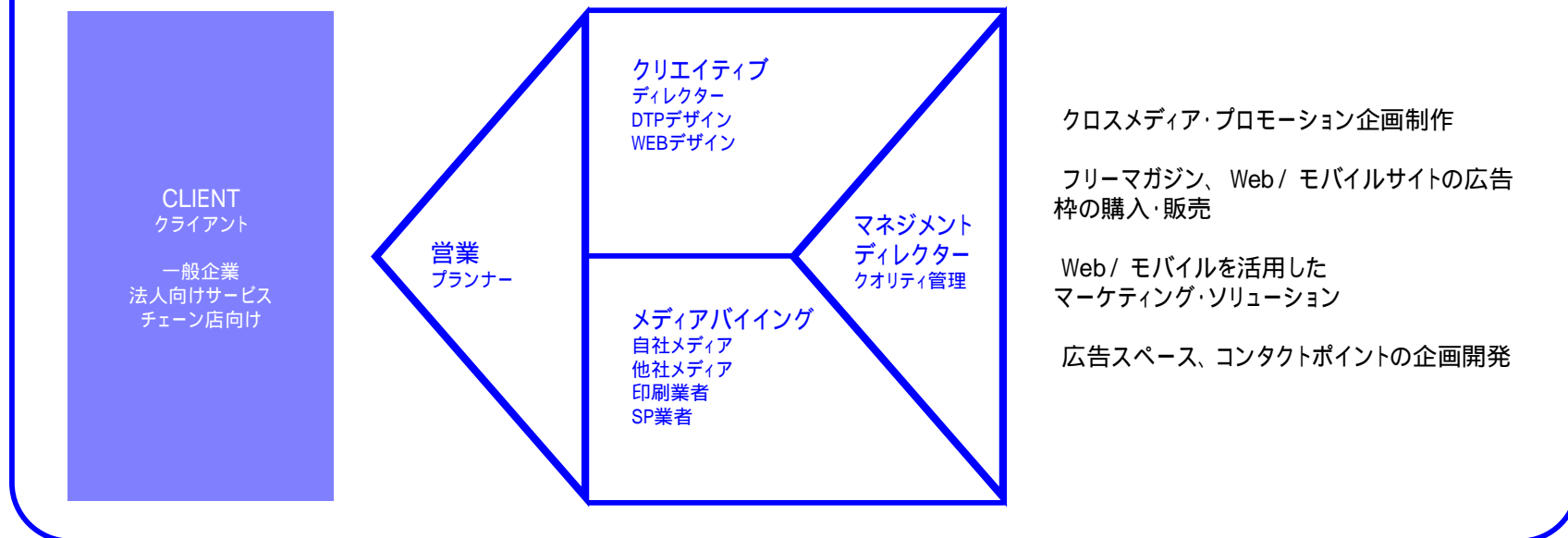
クロスメディアプロモーションの先駆者

> クロスメディアという言葉より前から私達はクライアントの課題解決のソリューションを統合的に実践しております。

メディアソリューション事業は、クライアントのマーケティングからマネジメントに至る全ての領域で課題発見から課題解決までのナレッジを提供し、実行します。案件毎のチーム制によってクライアントの課題解決に向けての立案と推進を行います。メディア事業の資産活用によって、クライアントの自社メディア開発及びメディア事業の顧客ネットワークを活用したムーブメント性の高いプロモーションにも組織規模で対応しうるソリューション力・ノウハウを発揮する体制が整っています。

メディアソリューションサービスの強み

クライアントとのパワーパートナーシップ構築のために



東京で最も質の高いクロスメディア・プロモーションを実施する会社として唯一無二の存在へ

ウェディング市場におけるインタラクティブ・ターゲットメディアの先駆者

> 各メディアの特徴を活かし、情報提供のみならずユーザー同士が互いに情報共有できる仕組みを構築。

「見て、感じて、行動してもらおう」メディア



【フリーマガジン】
結婚式を挙げる気持ちにさせる
ウェディング啓蒙誌



【イベント】
首都圏最大級の
総合ウェディングイベント



【Web・モバイル】
フリーマガジンと連動した
提案型のWebサイト

予備群から準備群、そして実践群へ。ブライダルマーケットへ導き行動を喚起。

予備群

漠然とした結婚観で、結婚
に対して行動は起こしてい
ない層

準備群

自分の結婚について考え始
めるようになり、情報収集
を始める層

実践群

自分の結婚式にむけて、収
集した情報をもとに行動し
ている層

『わたしらしい、ふたりらしい、感動と記憶に残るウェディングスタイル!』をサポート

サイファが求める人材

元気でサービス精神が旺盛で人に喜んでもらうのが好きな人

コミュニケーションの大切さを理解し仕事に活かせる人

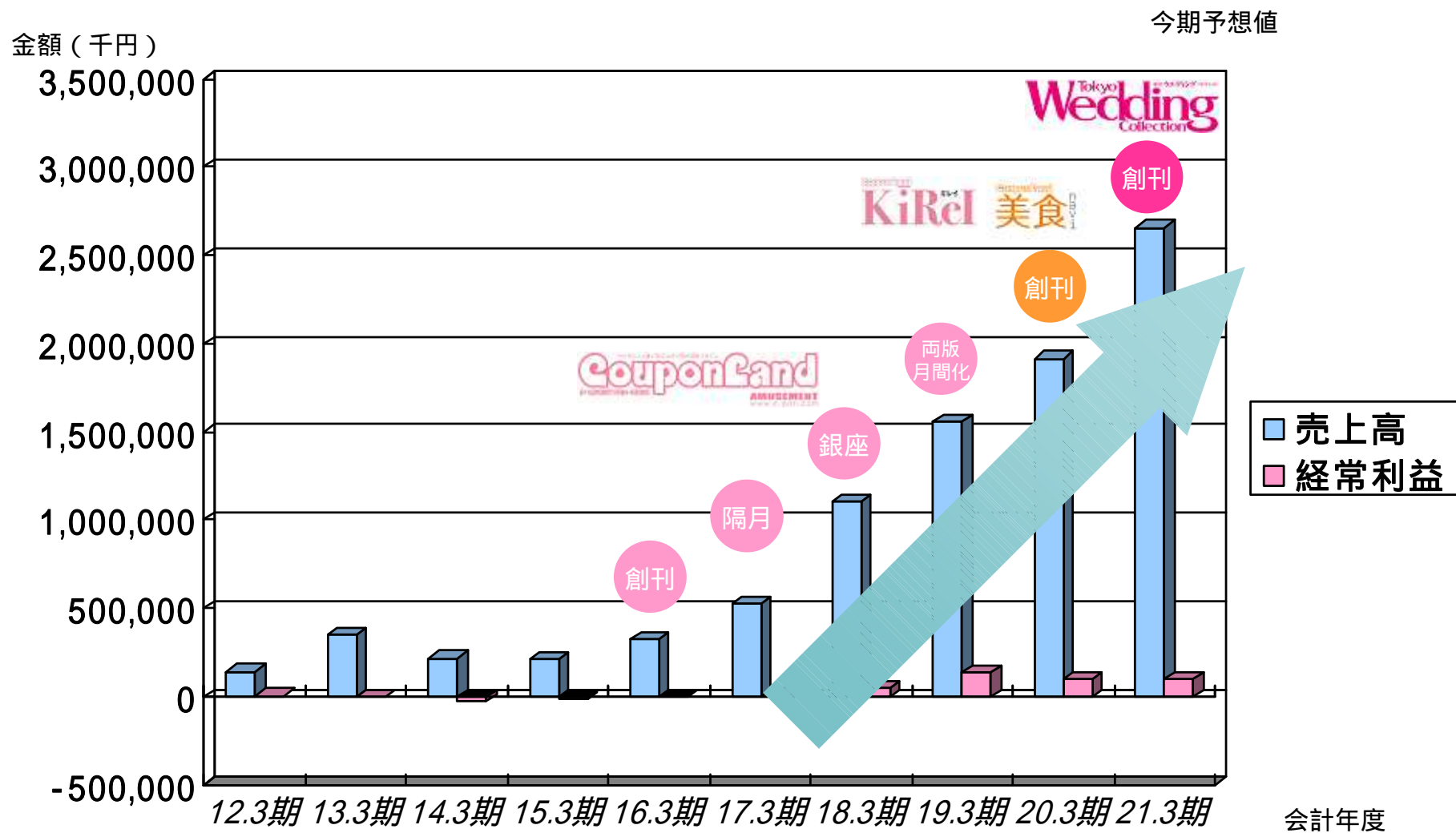
常に周りの人に目配り・気配り・心配りが出来る人

クーポンランドが好きで東京NO.1フリーマガジンに育てていきたいという志のある人

何事も最後まであきらめずに信じ行動する目標達成意識の強い人

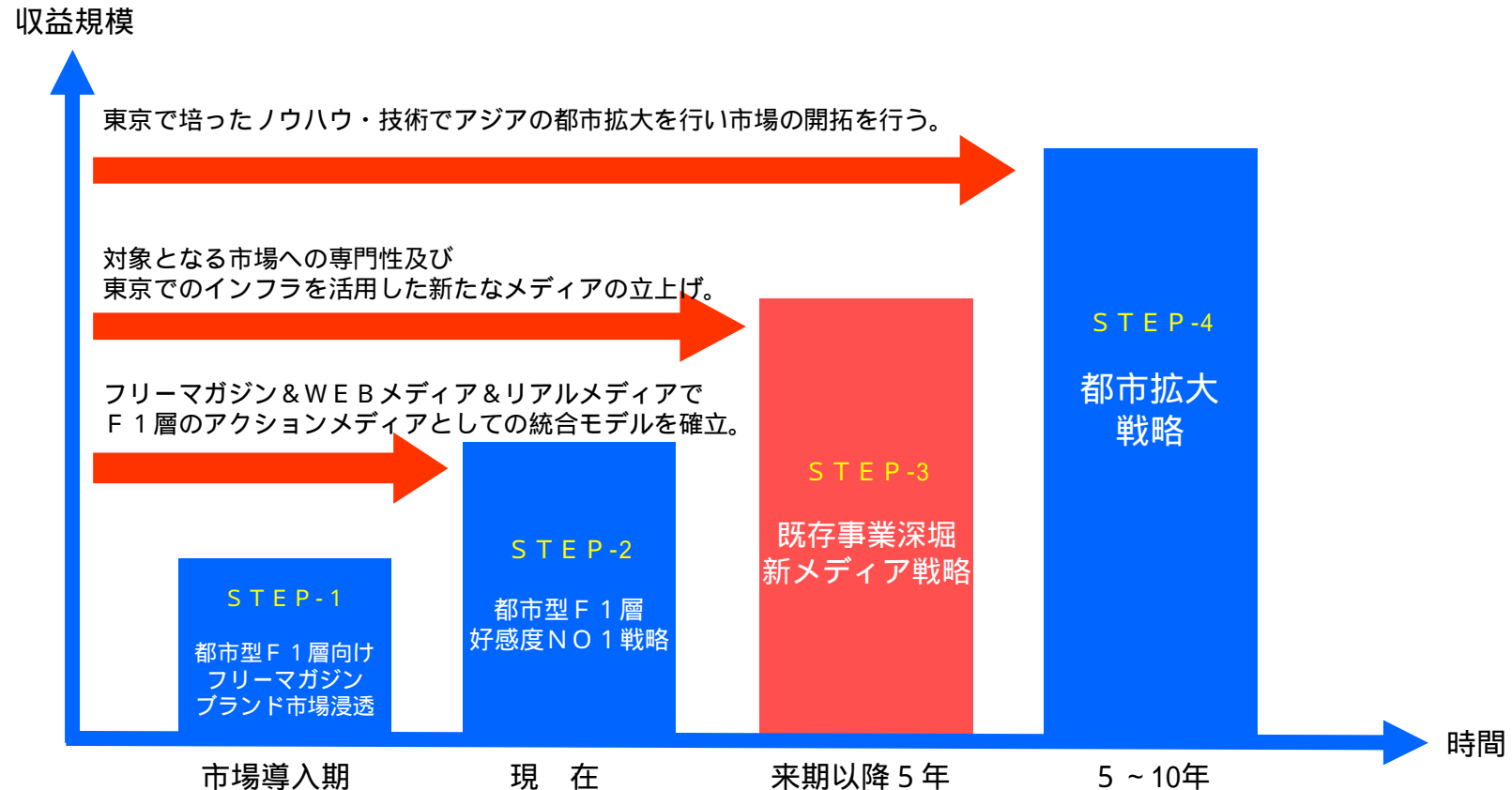
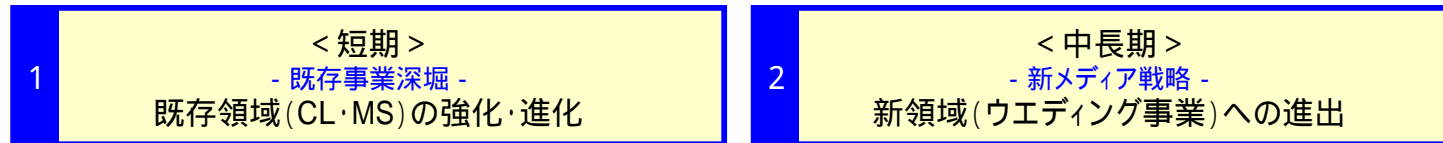
クーポンランド同様に自分もNO.1になるという成長意識が強い人

売上高・経常利益推移表



< 重点戦略 >

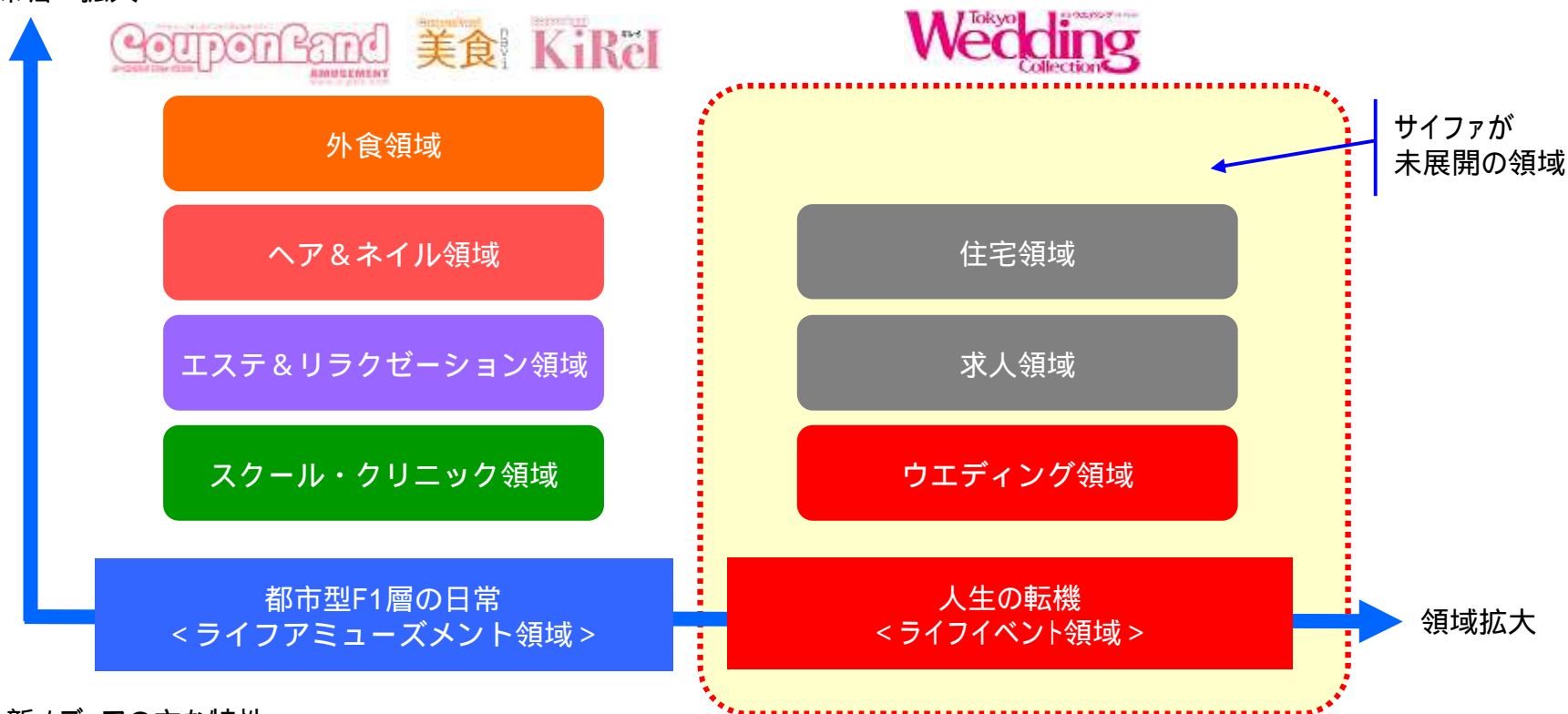
2つの重点戦略を実行し東京を代表する『都市型F1層向け集客メディアサービス企業』としての社会的ポジションを獲得していきます。



< 新たな事業領域への進出 >

日常的な消費を活性化する「ライフアミューズメント領域」から
人生の転機を支援する「ライフイベント領域」まで都市型F1層のライフスタイルを総合的に支援します。

地域深堀・拡大



新メディアの主な特性

| | |
|--------------|--|
| フリーマガジン | 有料誌ゼクシーが独占する市場において、フリーマガジンで参入。 |
| WEBメディア | 低価格モデルでのWEBメディア構築でクライアント様負担を軽減しながらも費用対効果の高い集客を目指す。 |
| イベント&ソリューション | 業界の話題を独占するピックイベントを東京国際フォーラムで実施。連動した各種ソリューションも構築。 |

当社の特徴について



- サイファとは、一人一人のこうなりたい！を実現する人生塾でありたい。

当社事業において優秀な従業員の確保、定着は不可欠です。

法に則った労務管理の実施はもとより、公正な評価と成果に連動した給与体系と職務権限や責任の明確化等、独自の人事プログラムに更なる磨きをかけることが重要であると認識しています。

MBO人事評価制度

個々の社員が具体的なビジョンを持ち、それを具体的に支援するための、目標管理システムです。

経営目標を把握し、その中で自分が何をどの程度行うか？を設定し会社と共有することで、自分のキャリアをデザインしていきます。
半年に一度見直しを行い、自己評価をベースに、昇給・昇格や賞与に反映します。

当社の特徴について



- サイファとは、一人一人のこうなりたい！を実現する人生塾でありたい。

給与 昇給・賞与

新卒初任給18万円+インセンティブ(対象者) 交通費全額支給
昇給 年2回(4月・10月)
賞与 年3回(3月・7月・12月) 業績連動
独自の人材評価制度目標管理(MBO)制度を導入
能力評価で公正・客観的に評価し、昇給・昇格・賞与を決定

福利厚生

社会保険完備(健康保険・雇用保険・労災保険・厚生年金)
定期健康診断実施(年1回)
近隣手当(会社から5駅5キロ以内に世帯主として居住で30,000円/月)
有給休暇付与
家族手当(扶養者一人につき20,000円/月・二人目から5,000円/月)
リフレッシュ休暇(休暇5日と100,000円支給/連続勤務3年毎)
メモリアル休暇(休暇1日と10,000円支給/毎年) **現会社規程による**

社員意識調査

社員意識調査(アンケート)の実施 定期的に見直し、制度化。