

第33期中間事業報告書

(2005年3月1日～2005年8月31日)



株主の皆さま、アルバイトタイムスから中間業績のご報告です。

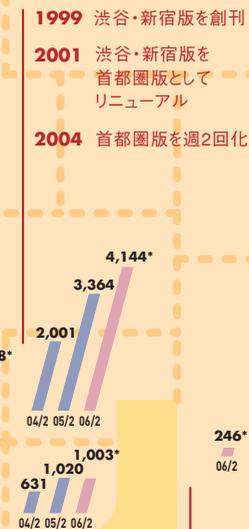
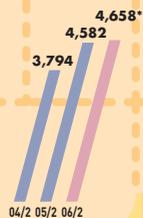
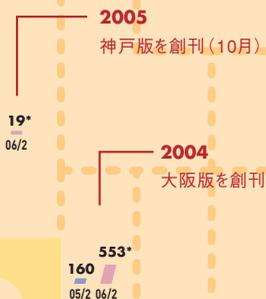
DOMO!
DOMO! NET



『DOMO』の展開地域と売上高の推移

掲載グラフ・数値は、『DOMO』の売上高を示しており、単位は百万円です。

* 2006年2月期(今期)の売上高は予想値です。



目次

01 社長インタビュー 09 営業の概況 13 トピックス 14 財務諸表 18 株主の皆さまの声 20 株式の状況 21 会社概要

免責事項：当中間事業報告書に記載されている業績予想は、2005年10月11日(2006年2月期中間決算発表日)時点で入手可能な情報に基づいております。実際の業績は、今後さまざまな要因により、予想数値と異なる可能性があります。

営業力の強化と顧客基盤の拡充により、首都圏・名古屋・大阪でのシェア拡大を目指します。

事業環境の変化や業界再編の加速など、アルバイトタイムスを取り巻く環境は大きく変化しました。当期の課題である「収益基盤の強化」および「収益機会の拡大」の取り組みの状況と下半期の戦略について、鈴木社長に聞きました。

代表取締役社長

鈴木 秀和

Q&A



当中間期の業績についてお聞かせください。



**広告宣伝、新地域展開などに積極的な投資を行い、
期初予想通りの業績に**

2006年2月期中間期(当中間期)は、新規展開地域(千葉・大阪・神戸)および新規事業(DOMO NET)における先行投資や、新規読者開拓に向けた広告宣伝費の積み増しといった「投資」の時期として位置付け、期初予想通りの業績となりました。『DOMO』をけん引役に、連結売上高全体としては予想通りに増加しましたが、地域間で大きなばらつきが見られました。

顧客の要望に応じたきめ細かい営業を徹底できている千葉版、創業以来30年間で培った読者基盤・顧客基盤を持つ静岡3版、また代理店販売と自社販売体制の再編が奏功した名古屋版では、予想を上回ることができました。一方で、事業環境の変化の影響を大きく受けた首都圏版と、掲載情報量の拡充を優先した大阪版では予想を下回る結果となりました。



今期の課題として掲げていた「収益基盤の強化」では、
どのような成果がありましたか。

「収益基盤の強化」としては、首都圏・名古屋・大阪でのシェア拡大への取り組みが挙げられます。地域別に進捗状況をご説明したいと思います。



『DOMO』首都圏版：
中・小口の顧客獲得にも注力し、顧客基盤の拡充を図る

首都圏では、競合する有料誌に対しては、反応（読者からの応募）の高さという強みを活かし、費用対効果で優位性を誇ってきました。また同じ無料誌に対しては、1版で広域を網羅する『DOMO』の媒体特性を活用し、常に大量の募集を行っている人材サービス企業（人材派遣・業務請負・テレマーケティングなど）との取引拡大を図り、順調に成長してきました。

当中間期は、非正社員系の求人広告市場をけん引している人材サービス企業が求人広告費用を抑制し始めるなど、当社を取り巻く事業環境が大きく変化しまし

た。当社の市場シェアは1割程度であるため、環境の変化の影響を受ける水準ではないと予想していましたが、実際は大きく影響を受けてしまいました。

このような状況のもと、当中間期に最も注力したことは、顧客基盤の拡充です。具体的には、これまで戦略的に取引の拡大を目指していた人材サービス企業などの大口の顧客だけでなく、地域密着型の中・小口の顧客獲得を目指しました。しかし、中・小口の顧客にとっては、広い地域で多くの応募者を募ることを得意とする『DOMO』の媒体特性が、必ずしも求め

られているものではありません。顧客によっては、こまめな訪問や電話による情報提供に加え、募集に関する要望や悩みを伺うことなどが重宝されます。そのため、営業員を増員するとともに、担当する地域および顧客を絞り込み、営業効率の向上を図りました。また、営業員の増員に合わせ、管理者（営業マネージャー）の増員も必要となるため、管理職育成プログラムを充実させ、早期抜擢を行いました。



A_{nswer}

『DOMO』名古屋版：代理店の活用、 中心部集中が奏功し、 市場シェアを着実に拡大

市場全体は、愛知万博向けの人材需要が一巡し、緩やかな調整局面の中、『DOMO』の求人広告件数は名古屋市中心部で大幅に増加しました。これは、販売代理店に郊外を担当させ、自社営業員を名古屋市中心部に集中させたことが奏

功したためです。元従業員を専属の代理店として独立させる制度を開始するなど新たな施策にも着手しました。下半期も引き続き営業力の強化に努めます。

A_{nswer}

『DOMO』大阪版：掲載件数の拡充により、 読者浸透を図り、顧客層を広げる

期初の予想には届かなかったものの、前年同期比では8倍の増収となった大阪版は、成長基調にあります。創刊した2004年6月時点では、関西でほぼ無名に近かったことに加え、競合誌がすでに数多く参入している市場に後発で参入したため、ようやく競合誌に肩を並べられる商品力がついてきたところです。ちなみ

に、首都圏や名古屋での『DOMO』の拡大が影響したためか、競合の対抗策は、首都圏や名古屋に進出した時よりも厳しさを増しています。改めて求人広告の掲載件数を拡充することで、読者満足による読者への浸透を図り、顧客層の拡大を目指します。



あわせて掲げていた「収益機会の拡大」についても
お聞かせください。



『DOMO』の新地域展開、『DOMO NET』の拡充で 収益機会を拡大

「収益機会の拡大」への取り組みとしては、2005年3月の千葉版創刊、10月の神戸版創刊、『DOMO NET』の本格展開が挙げられます。

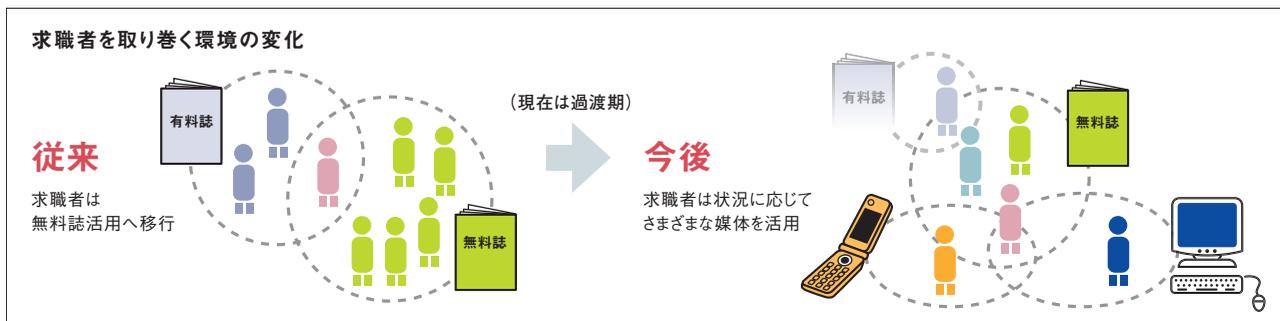
まず、3月に創刊した千葉版は、『DOMO』と同じ無料誌や折込みチラシが市場シェアの大半を占めているため、商品力では差別化を図りにくく、営業力が収益を獲得する大きな要素となっています。営業力といっても単純に営業員の「数」に頼るのではなく、読者に関する情報の提供や、読者が求人広告に求める要素を十分に盛り込むなど、顧客の人材募集に関する課題を解決できるサービスを

提供することが重要であり、それが徹底できている千葉においては、後発ながらも着実に顧客獲得が図れています。10月に創刊した神戸版についても同様の展開ができるよう注力していきます。

『DOMO NET』については、競合サイトに比べ求人情報の「量」が少ないのが現状です。求人情報媒体に求められる要素の一つとして「選択肢の豊富さ」があるため、求職者は情報が少なければ、競合サイトに移ってしまう可能性があります。その結果、同じ求人情報を掲載していたとしても、情報量が多いサイトから応募されてしまい、商品力の向上に結びつかな

い可能性があります。したがって、まずは求職者が魅力を感じる水準まで情報量を引き上げ、その上で広告宣伝費を積み増し、利用者数の拡大を目指します。

現在、『DOMO NET』は首都圏のみで展開していますが、早期に首都圏以外の地域での販売開始に向けた準備を進めます。特に都市部では、人材サービス企業を中心にインターネットの活用が増加しているため、『DOMO』の既存展開地域である首都圏・静岡・名古屋および大阪において、商品としての早期確立が急務となっています。





通期の業績予想についてお聞かせください。



足元の状況を真摯に受け止め、業績予想を下方修正

下半期は、『DOMO』および『DOMO NET』の全国展開という成長シナリオを実現していく上で非常に重要な時期になると認識しています。

人材サービス企業の求人広告費用の抑制には下げ止まり感が見られるものの、短期間での回復は想定し難い状況であり、足元の状況を真摯に受け止めた結果、今期の業績予想を下方修正することにしました。連結売上高は、前年同期比6.4%増の184億4千3百万円、営業利益は、同4.5%増の21億8千万円、経常利益は、同4.5%増の21億7千9百万円、1株当

たり当期純利益は、35.47円を予想しています。

地域別では、千葉版・静岡3版は上方修正、首都圏版・大阪版は下方修正しました。その他については据え置きました。

また、通期業績の下方修正に伴い、費用と先行投資の一部見直しを行います。費用に関しては、印刷費のうち売上と連動する部分の削減を図るほか、修正した地域別の売上高に応じて要員計画を見直し、人件費を抑制します。

先行投資に関しては、短期的には業績や経営戦略に大きな影響を及ぼさない案

件については来期へ延期します。

一方で、来期以降の成長シナリオを実現するための追加投資を行います。まず、競合の無料誌に対して改めて反応で差別化を図るため、大量配布が可能な駅への設置を強化します。また、東京以外の既存展開地域における『DOMO NET』の本格商品化に向けて、利用者数の拡大のための広告宣伝費用を上積みします。

いずれにしても、期初に公表した業績予想を下方修正したことについて、ご期待いただいている株主の皆さまには大変申し訳ないと思っています。

成長戦略「紙媒体とインターネットの両立」

『DOMO』の強化

都市部流通網の強化

競合有料誌だけでなく競合無料誌に対しても反応の優位性を確立

『DOMO NET』の確立

掲載情報の拡充
広告宣伝の強化

利用者の増加・定着



今後の成長シナリオと課題についてお聞かせください。



成長シナリオを実現するための
強固な基盤の確立に向けて

成長戦略に対しての基本的な考え方は変わっていません。『DOMO』については引き続き首都圏・名古屋・大阪での収益拡大・シェア拡大を目指します。『DOMO NET』については、掲載情報数を増やし、広告宣伝を行い、反応を高めることで商品としての確立を図ります。これにより、紙とインターネットの相互補完関係を構築します。

当社を取り巻く環境の変化や業界再編の加速の中で、成長路線を歩むための課

題としては、営業力のさらなる強化が最重要となります。営業員個人レベルでは、顧客が求めている読者情報の提供と、顧客が抱える課題や悩みを聞き、解決策を提供できるような関係の強化を促進します。営業組織としては、首都圏を中心に、既存展開地域の中心部へ集中させる体制に再編するとともに、管理者（営業マネージャー）の育成にも引き続き注力します。





最後に株主の皆さまへのメッセージをお願いします。



中長期的な成長を強く志向し、現時点では投資を優先
その上で業績に応じた株主還元を行う経営を実践

2001年に本格的に展開した首都圏での市場浸透を受け、『DOMO』が全国に通用するビジネスであると確信し、全国展開に必要な経営資源を調達するためにJASDAQに上場しました。上場以来、順調に事業を拡大してきましたし、業界でも一定の存在感を発揮できてきたと思います。しかし、静岡以外の市場シェアは未だ1割程度と安定した水準とは言えず、競争環境がより厳しくなる中で、当社の成長戦略が今後も通用するのかどうか改めて問われているのではないかと感じられます。株価にもそうした期待と不安が表れているように感じています。

当社は、引き続き第一に中長期的な成長を強く志向し、積極的な投資を行い、成長スピードを重視した経営を行ってまいります。株主の皆さまにはその成果に応じた株主還元を行っていく方針ですので、中長期的な視点で期待し、ご支援いただきたいと思います。

営業の概況

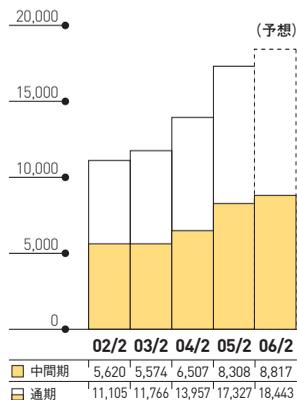
当中間期の連結業績は、引き続き『DOMO』への経営資源の集中を進めた結果、全体的には期初の予想通り売上高を増加させることができ、売上高は前年同期比6.1%増の88億1千7百万円となりました。新規展開地域(千葉・大阪・神戸)における先行投資(営業赤字)や、新規読者開拓に向けた広告宣伝費の積み増しなどを積極的に行った結果、期初の予想通り、営業利益は同46.0%減の5億5千9百万円、経常利益は同46.2%減の5億5千9百万円、中間純利益は同41.8%減の3億4千5百万円となりました。この結果、当中間期の1株当たり中間純利益は10.08円となりました。

主力商品であり、かつ利益率の高い『DOMO』の売上高が首都圏版および名古屋版を中心に前年同期比で21.8%と大幅に増加し、連結売上高を11.8%押し上げました。一方で前期に休刊した正社員向け求人情報誌および中古車情報誌の減収分(5億3千8百万円)は連結売上高を6.5%押し下げる要因となりました。引き続き派遣スタッフの確保が難しくなっている人材派遣事業の売上高は前年同期比で5.6%減少し、連結売上高を1.9%押し下げる要因となりました。

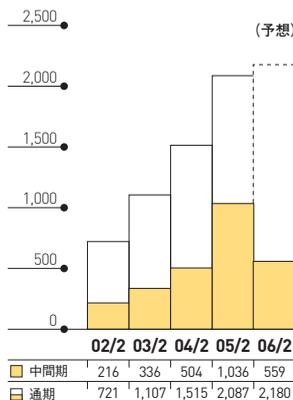
業績予想の修正について

中間期は予想通りの着地となりましたが、地域別でばらつきが見られる足元の状況から判断し、通期の業績予想の修正を行いました。売上高は前年同期比6.4%増の184億4千3百万円を予想しています。地域別では、千葉版・静岡3版の売上高を上方修正し、首都圏版・大阪版の売上高を下方修正しました。営業利益は同4.5%増の21億8千万円、経常利益は同4.5%増の21億7千9百万円、当期純利益は同3.7%増の12億1千5百万円、1株当たり当期純利益は35.47円を予想しています。なお、業績連動型の利益配分方針に基づき、1株当たり期末配当金は11円を予想しています。

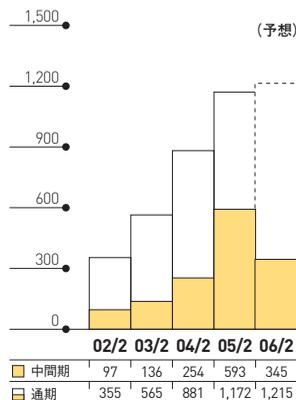
連結売上高 (百万円)



連結営業利益 (百万円)

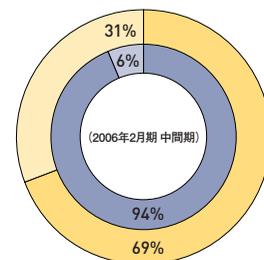


連結当期純利益 (百万円)



連結収益構造 (百万円)

(セグメント間取引を含む)

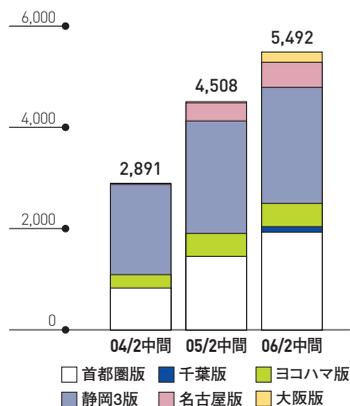


	売上高	営業利益
情報関連事業	6,098	524
人材関連事業	2,769	35

情報関連事業

情報関連事業の業績は、売上高が前年同期比13.0%増の60億9千8百万円、営業利益が同46.3%減の5億2千4百万円、営業利益率が同9.5ポイント減の8.6%となりました。営業利益の大幅な減少は、新規展開地域（千葉・大阪・神戸）や『DOMO NET』における先行投資負担に加え、『DOMO』の新規読者開拓に向け広告宣伝費を大幅に積み増したためです。

『DOMO』売上高 (百万円)



主力商品である『DOMO』の売上高は、前年同期比21.8%増の54億9千2百万円となりました。引き続き大口顧客の獲得および取引拡大に注力し、広告1件当たりの平均広告面積が拡大しました。また、無料掲載の適用を絞り込んだ結果、1件当たりの平均単価は上昇しました。首都圏版は、人材サービス企業が、景気調整により求人広告費用を抑制していること

が影響し、期初の予想には届きませんでした。しかし、週2回発行による販売機会の増加により、首都圏版の売上高は、前年同期比33.7%増の19億3千5百万円となりました。ヨコハマ版の売上高は、前年同期比1.3%増の4億5千8百万円となりました。売上高の2割を占めていたパブ・スナック系の求人情報掲載を前期末をもって終了したことによる減収が影響

情報関連事業

(百万円)

	06/2期中間	05/2期中間	04/2期中間
情報誌編集発行	5,492	5,047	3,442
無料求人情報誌『DOMO』合計	5,492	4,508	2,891
首都圏版	1,935	1,447	827
千葉版	100	—	—
ヨコハマ版	458	452	260
静岡3版	2,295	2,223	1,780
名古屋版	493	358	22
大阪版	208	25	—
有料求人情報誌『JOB』*	—	315	317
中古車情報誌『のぞー』『のぞーF』*	—	223	234
求人情報サイト運営	83	33	2
求人情報サイト『DOMO NET』	6	—	—
正社員向け求人情報サイト『ESHIFT』	76	33	2
フリーペーパー取次等	500	292	268
フリーペーパー取次	447	249	217
雑誌取次等	53	43	51
情報関連事業合計	6,076	5,373	3,714

※ 有料求人情報誌『JOB』は2005年2月に、中古車情報誌『のぞー』『のぞーF』は2005年1月に休刊しました。

しています。静岡3版の売上高は、前年同期比3.2%増の22億9千5百万円と、期初予想を大幅に上回りました。人材需要の伸び率は鈍化しつつも、前年同期比で減少する水準までには至りませんでした。名古屋版の売上高は、前年同期比37.5%増の4億9千3百万円となりました。愛知万博の人材需要の反動がある中、中心部に強い媒体として着実に市場シェアを高めています。大阪版の売上高は、前年同期比8倍の2億8百万円となりました。期初予想には届いていませんが、創刊から1年が経過し、読者へ浸透しつつあるため、

着実に増収を継続しています。

求人情報サイト運営の売上高は、前年同期比147.9%増の8千3百万円となりました。そのうち、『DOMO NET』の売上高は6百万円、正社員向けの『ESHIFT』の売上高は、前年同期比129.3%増の7千6百万円となりました。掲載情報の拡充を図り、求職者向けに積極的な広告宣伝を展開したため、利用者数が増加し、反応向上につながっています。

連結子会社である株式会社リンクが行うフリーペーパー取次事業の売上高は、前年同期比79.2%増の4億4千7百万円と

なりました。安定収益源となる定期発行型のフリーマガジンの獲得に注力した結果、大手スーパーチェーンとの独占取次契約を結ぶなど、大きな成果が得られています。一方で、雑誌取次等の売上高は、前年同期比23.7%増の5千3百万円となりましたが、「情報の無料化」により有料誌市場は中長期的に縮小しているため、2005年7月末をもって撤退しました。成長事業であるフリーペーパー取次事業へ経営資源を集中させ、さらなる成長を図る方針です。

情報関連事業の成長戦略

求人情報媒体事業

紙媒体とインターネットの両立



求職者：両媒体での展開による接触頻度の向上、DOMOブランドの浸透・定着
求人企業：両媒体の併用による反応の向上、顧客満足度の向上

営業力の強化



マネージャーの早期抜擢・育成により組織力を向上
営業担当地域の絞り込みと都市部への集中により営業効率を向上

フリーペーパー取次事業

フリーマガジンの獲得に注力



期間限定ではなく定期発行型(月刊・週刊など)のフリーマガジンへの集中により収益を安定化

人材関連事業

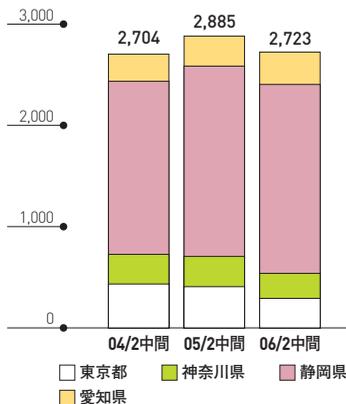
人材関連事業の業績は、売上高が前年同期比6.8%減の27億6千9百万円、営業利益が同41.0%減の3千5百万円、営業利益率が同0.7ポイント低下の1.3%となりました。

連結子会社である株式会社ソシオが行う人材派遣事業においては、人材需要の回復により引き続き派遣スタッフの確保が難しい状況に置かれており、収益は減少傾向にあります。人材の売り手市場化によりスタッフの獲得費用が急騰してお

り、売上高の大きい大手派遣会社が相対的に有利な状況となりつつあります。ソシオにおいては収益のバランスを崩してでもスタッフ獲得費用を積み増すのではなく、スタッフの育成や給与の引き上げなどにより長期化を図っていく方針です。

期初の方針通り、現在の規模の中で黒字を確保しつつ、新たな事業モデルを模索しています。具体的には、人材紹介事業を強化し、人材派遣と融合した新規事業を今期より開始しました。

人材派遣売上高 (百万円)



人材関連事業

	(百万円)		
	06/2期中間	05/2期中間	04/2期中間
人材派遣合計	2,723	2,885	2,704
東京都	292	407	434
神奈川県	244	299	290
静岡県	1,869	1,878	1,710
愛知県	317	298	269
人材紹介等	17	49	88
人材関連事業合計	2,740	2,934	2,793



こうべのみなさん! DOMO!はじめて、ドーム!です。

無料求人情報誌「ドーム!」

DOMO!
神戸版創刊!!



DOMO! 神戸版を創刊

大都市周辺地域への進出で全国展開を加速

創業から9版目、JASDAQ上場から4版目となる『DOMO』神戸版を2005年10月3日に創刊しました。2005年3月に創刊した千葉版に続く大都市周辺地域への進出となります。神戸版は、大阪版とあわせて阪神地区を広域で網羅し、首都圏・名古屋・大阪の非正社員向け求人広告市場でのトップシェア獲得へ向けた取り組みを加速していきます。

毎週月曜日の発行で、神戸市・芦屋市・西宮市・尼崎市内の4都市を掲載地

域としています。これらの地域は独立商圏を形成していることから、地元志向の求職者に選ばれる求人情報誌となることを目指します。

1誌で広域を網羅し、地域性や求職者の志向に応じた求人情報の提供と最適な配布管理を通じて、地元志向の読者を獲得し、競合する他社の媒体よりも多くの反応(読者からの応募)を狙います。また、大阪版における既存の主要顧客の中でも阪神地区で事業展開している企業も

多いことから、大阪版との併用により人材募集の効率性が向上することも期待されます。このように、読者と顧客の双方に満足していただける誌面づくりと営業活動により、後発ながらも早期の認知度向上と市場浸透を図ります。

神戸版の売上目標は、初年度(2006年2月期)で1千9百万円を見込んでおり、3年目(2008年2月期)で通期黒字転換を目指します。

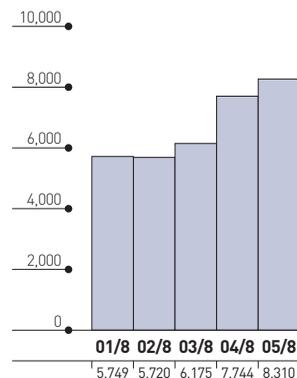
流動資産

流動資産は前年同期末比2億8千3百万円増加しました。主な要因は、売上高の増加に伴い、現金及び預金が同1億4千3百万円増加したことと、受取手形及び売掛金が同5千万円増加したことです。

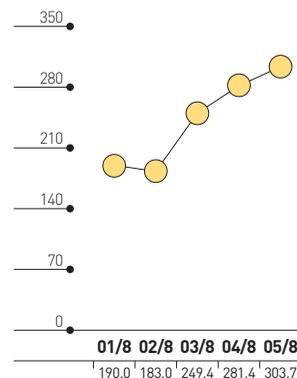
固定資産

固定資産は前年同期末比2億8千2百万円増加の19億1千1百万円となりました。主な要因は、情報システム投資の拡充により無形固定資産が同1億9百万円増の3億6千4百万円となったことと、事業所の新設・増床に伴う敷金・保証金の増加により投資その他の資産が同1億1千3百万円増の3億9千9百万円となったことです。

総資産 (百万円)



流動比率 (%)



中間連結貸借対照表

(千円)

	当中間期末 (2005年8月31日)	前中間期末 (2004年8月31日)
(資産の部)		
流動資産		
現金及び預金	4,141,830	3,998,119
受取手形及び売掛金	1,830,716	1,780,200
たな卸資産	24,940	19,539
その他	405,951	329,766
貸倒引当金	△ 4,600	△ 12,700
流動資産合計	6,398,838	6,114,926
固定資産		
<有形固定資産>		
建物及び構築物	365,901	344,426
土地	623,525	623,525
その他	158,220	120,948
有形固定資産合計	1,147,646	1,088,900
<無形固定資産>	364,110	254,768
<投資その他の資産>		
投資その他の資産	410,033	293,560
貸倒引当金	△ 10,181	△ 7,691
投資その他の資産合計	399,852	285,868
固定資産合計	1,911,610	1,629,537
繰延資産		
繰延資産	9	18
資産合計	8,310,458	7,744,482

(千円)

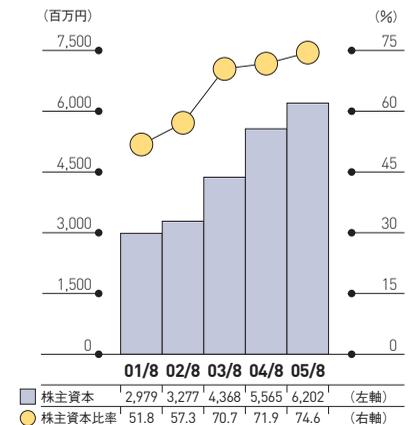
	当中間期末 (2005年8月31日)	前中間期末 (2004年8月31日)
(負債の部)		
流動負債		
一年以内償還予定社債	5,916	—
未払金	1,496,210	1,367,417
賞与引当金	234,499	154,035
その他	370,623	651,511
流動負債合計	2,107,248	2,172,964
固定負債		
社債	—	5,916
その他	286	557
固定負債合計	286	6,473
負債合計	2,107,535	2,179,437
(資本の部)		
資本金	431,107	397,456
資本剰余金	515,589	482,076
利益剰余金	5,256,403	4,685,511
自己株式	△ 178	—
資本合計	6,202,923	5,565,044
負債及び資本合計	8,310,458	7,744,482

負債

負債は前年同期末比7千1百万円減少しました。主な要因は、未払金(主に印刷費)が同1億2千8百万円増の14億9千6百万円となった一方で、その他として計上している未払法人税等が同1億8千1百万円減の2億1百万円、未払消費税等が同8千9百万円減の5千5百万円となったためです。

資本

資本は前年同期末比6億3千7百万円増加しました。主な要因は、ストックオプションの行使により、資本金及び資本剰余金がそれぞれ同3千3百万円増加したこと、利益の増加により利益剰余金が同5億7千万円増加したことです。

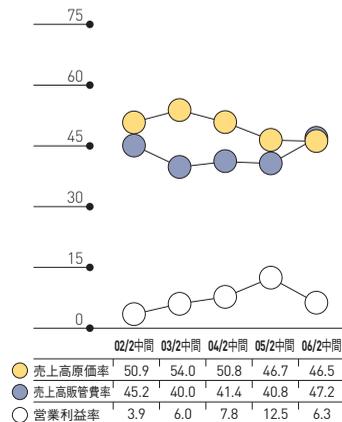
株主資本／株主資本比率

中間連結損益計算書

売上高原価率、売上高販管費率、 売上高営業利益率

グラフが示すように、売上高原価率は低下傾向にあります。当中間期の売上高販管費率は、6.4ポイントの大幅な上昇となりました。売上高販管費率の上昇の主な要因は、新規読者獲得に向けた広告宣伝費の積極的な積み上げによるものです。その結果、営業利益率は6.2ポイント低下しました。

売上高原価率／売上高販管費率／ 営業利益率 (%)



(千円)

	当中間期 (自 2005年3月1日 至 2005年8月31日)	前中間期 (自 2004年3月1日 至 2004年8月31日)
● 売上高	8,817,087	8,308,117
● 売上原価	4,102,192	3,875,774
● 売上総利益	4,714,894	4,432,343
● 販売費及び一般管理費	4,155,142	3,395,712
● 営業利益	559,752	1,036,631
営業外収益		
受取利息	196	159
受取配当金	2	12
保険配当金	1,397	1,331
受取保険金	—	496
違約金収入	4,349	—
その他	1,089	1,154
営業外費用		
支払利息	45	47
新株発行費	6,657	—
違約金	—	600
その他	1,007	7
経常利益	559,075	1,039,129
特別利益		
ゴルフ会員権売却益	—	50
役員保険解約益	—	134
特別損失		
固定資産売却損	—	46,899
固定資産除却損	15,095	15,303
関係会社株式売却損	—	2,175
税金等調整前中間純利益	543,980	974,935
法人税、住民税及び事業税	190,915	382,800
法人税等調整額	7,434	△ 1,524
中間純利益	345,630	593,659

中間連結剰余金計算書

	. (千円)	
	当中間期 (自 2005年3月1日 至 2005年8月31日)	前中間期 (自 2004年3月1日 至 2004年8月31日)
(資本剰余金の部)		
資本剰余金期首残高	505,001	464,908
資本剰余金増加高		
新株引受権及び新株予約権行使 による資本準備金の増加高	10,588	17,002
新株引受権からの振替	—	166
資本剰余金中間期末残高	515,589	482,076
(利益剰余金の部)		
利益剰余金期首残高	5,264,147	4,170,546
利益剰余金増加高		
中間純利益	345,630	593,659
利益剰余金増加高合計	345,630	593,659
利益剰余金減少高		
配当金	353,373	78,694
利益剰余金減少高合計	353,373	78,694
利益剰余金中間期末残高	5,256,403	4,685,511

中間連結キャッシュ・フロー計算書

	(千円)	
	当中間期 (自 2005年3月1日 至 2005年8月31日)	前中間期 (自 2004年3月1日 至 2004年8月31日)
営業活動によるキャッシュ・フロー	137,782	658,818
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 399,777	96,154
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 329,514	△ 34,422
現金及び現金同等物の増減額	△ 591,509	720,550
現金及び現金同等物の期首残高	4,733,340	3,277,568
現金及び現金同等物の中間期末残高	4,141,830	3,998,119

営業活動によるキャッシュ・フロー

営業活動によるキャッシュ・フローは前年同期比5億2千1百万円減の1億3千7百万円の黒字となりました。主な要因は、税金等調整前中間純利益が同4億3千万円減の5億4千3百万円となったことです。

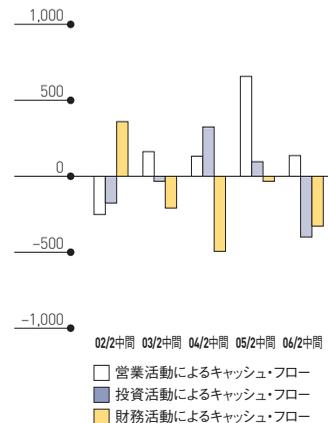
投資活動によるキャッシュ・フロー

投資活動によるキャッシュ・フローは前年同期比4億9千5百万円減の3億9千9百万円の赤字となりました。主な要因は、設備投資の積み増しによるものです。内訳は、事業所の新設及び増床に伴う有形固定資産の取得による支出が1億2千2百万円、敷金保証金の取得による支出が6千7百万円、システムの改修・構築に伴う無形固定資産の取得による支出が2億1千5百万円となりました。

財務活動によるキャッシュ・フロー

財務活動によるキャッシュ・フローは前年同期比2億9千5百万円減の3億2千9百万円の赤字となりました。主な要因は、株主還元の拡充を目的に配当性向を従来約3倍の水準まで引き上げ、3億5千万円の配当を実施したこと。また、役員及び従業員によるストックオプションの行使に伴う新株の発行による収入が2千1百万円となりました。

キャッシュ・フロー(百万円)



株主の皆さまの声

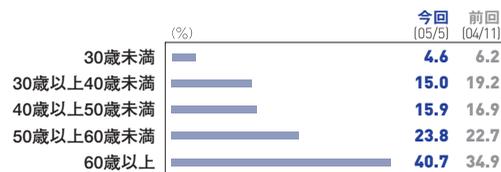
株主の皆さまとのコミュニケーションによって、IR活動の充実を図るため、2005年5月にお届けした事業報告書にアンケートを同封させていただきました。ご回答数は、前回アンケートの700名強から今回は約3,000名と大幅に増加しました。株主数の増加はありましたが、全体の4割近い多くの株主の皆さまからご回答をいただきました。心よりお礼申し上げます。

皆さまからいただきました貴重なご意見は、今後の事業報告書の編集方針、IR活動、経営などに反映させていきたいと考えております。当社では、引き続き株主の皆さまとのコミュニケーションを継続する貴重な機会として、今回お届けする中間事業報告書にもアンケートを同封させていただきました。大変お手数ですが、ぜひご協力くださいますよう、よろしくお願いいたします。なお、ご回答は従来の葉書、FAXに加え、携帯電話からでも承れるようになりました。

Q1. 回答者年齢

年齢間での増減が変化

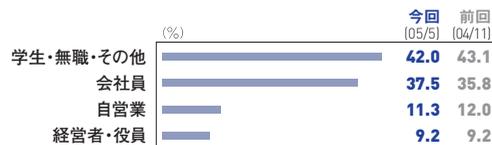
「40歳未満」の株主が、19.6%と5.8ポイント減少したのに対し、「60歳以上」の株主が、40.7%と5.8ポイント増加しました。今回は比較的年齢の高い株主が増加しました。



Q2. 回答者職業

会社員の株主が増加

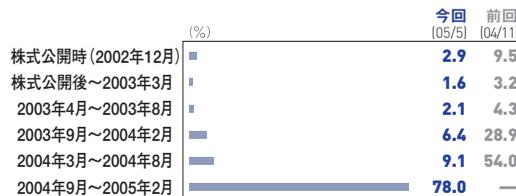
「会社員」の株主が、1.7ポイント増の37.5%と、引き続き増加したのに対し、「学生・無職・その他」の株主が、42.0%と1.1ポイント減少しました。



Q3. 株式取得時期

直近半年間の取得が大半を占める

直近半年間(2004年9月～2005年2月)で取得された株主が全体の8割となりました。当社の株式を継続して保有していただけるように事業・業績の拡大とIR活動の充実を図ります。

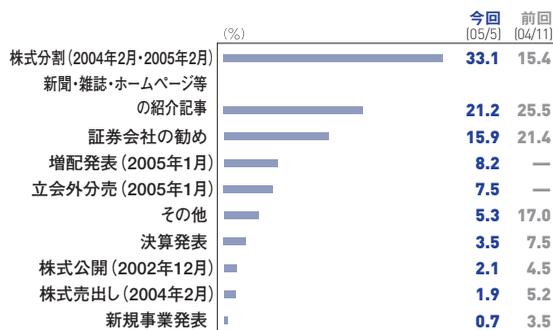


(注) 2005年5月にお届けした事業報告書の制作時以降、アンケート返信があったため、「前回」の数値が5月の事業報告書での記載と異なります。

Q4. 株式取得動機 (複数回答有)

株式分割が一番の動機に

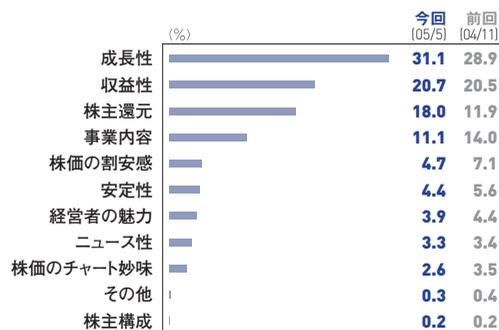
2005年2月末の株主に対して株式分割を行ったため、株式分割を動機に取得された株主が前回分割時(2004年2月)と同じ3割に上りました。一方で、2005年1月に初めて行った立会外分売を動機に取得された株主は7.5%に、同時期に発表した増配を動機に取得された株主は8.2%に上りました。



Q5. 「小型成長株」へ投資する場合、重視するポイント (複数回答有)

株主還元重視が増加

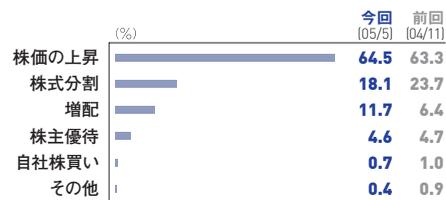
引き続き「成長性」(3割)と「収益性」(2割)を重視する傾向に加え、「株主還元」を重視する投資家が、18.0%と6.1ポイント上昇しました。一方で、「安定性」、「事業内容」、「株価の割安感」がそれぞれ低下しました。



Q6. 「小型成長株」に最も期待すること

株価の上昇に期待が集まる

株価の上昇が、64.5%と引き続き圧倒的多数を占めました。一方で、株式分割は、5.6ポイント減少し、18.1%となりました。増配期待が倍増し11.7%となりました。「株価上昇」への期待は根強いものの、「株主還元」への期待も高まりつつある傾向がここでも表れています。



(注) 2005年5月にお届けした事業報告書の制作時以降、アンケート返信があったため、「前回」の数値が5月の事業報告書での記載と異なっています。

株式の状況 (2005年8月31日現在)

株式の概況

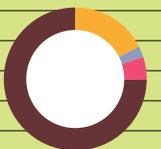
会社が発行する株式の総数	136,700,000株
発行済株式の総数	34,329,768株
株主数	11,288名

大株主

氏名又は名称	所有株式数 (株)	発行済株式総数に 対する割合 (%)
1. 満井義政	13,727,400	40.0
2. 日本マスタートラスト信託銀行株式会社信託口	1,428,900	4.2
3. ビーエヌビー パリバ セキュリティーズ サービス ロンドン ジャスデック ユーケー レジデンツ	995,000	2.9
4. 日本証券金融株式会社	993,700	2.9
5. ザチェース マンハッタンバンク エヌエイ ロンドン エス エル オムニバス アカウト	918,000	2.7
6. 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	718,500	2.1
7. アルバイトタイムス従業員持株会	612,700	1.8
8. 鈴木秀和	510,000	1.5
9. 日興シティ信託銀行株式会社 (投信口)	480,000	1.4
10. 株式会社静岡銀行	432,000	1.3
計	20,816,200	60.6

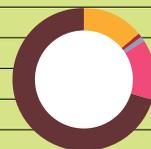
所有株数別分布状況

	株式数 (株)	構成比 (%)
● 1~4,999	6,007,764	17.5
● 5,000 ~9,999	843,900	2.5
● 10,000 ~49,999	1,797,800	5.2
● 50,000~	25,678,568	74.8
機構名義失念株式	1,600	0.0
自社名義株式	136	0.0
合計	34,329,768	100.0



所有者別分布状況

	株式数 (株)	構成比 (%)
政府・地方公共団体	0	0.0
● 金融機関	4,758,700	13.9
● 証券会社	312,700	0.9
● その他国内法人	387,700	1.1
● 外国法人等	4,697,264	13.7
● 個人・その他	24,173,404	70.4
合計	34,329,768	100.0



(注) 1. 機構名義失念株式 (1,600株) については「その他国内法人」に含めています。
2. 自社名義株式 (136株) については「個人・その他」に含めています。

会社概要 (2005年8月31日現在)

会社名

株式会社アルバイトタイムス

本社

東京都中央区日本橋2-1-14
日本橋加藤ビルディング

設立

1973年10月29日

資本金

4億3,110万円

従業員数

連結383名、単体312名(正社員のみ)

主な事業内容

無料求人情報誌『DOMO(ドーム)』の編集・発行
求人情報サイト『DOMO NET(ドームネット)』の運営 (<http://domonet.jp/>)
正社員向け求人情報サイト『ESHIFT(イースhift)』の運営 (<http://eshift.jp/>)

役員

代表取締役社長	鈴木 秀和
取締役営業本部長	長野 節雄
取締役管理本部長	垣内 康晴
取締役情報戦略本部長	上川 真一
取締役	木幡 仁一
常勤監査役	藤田 信彦
監査役	富永 典利
監査役	清水 久員

事業拠点

東京、千葉、横浜、沼津、静岡、藤枝、浜松、名古屋、大阪、神戸

グループ企業

株式会社リンク	フリーペーパー取次
株式会社ソシオ	人材派遣・人材紹介

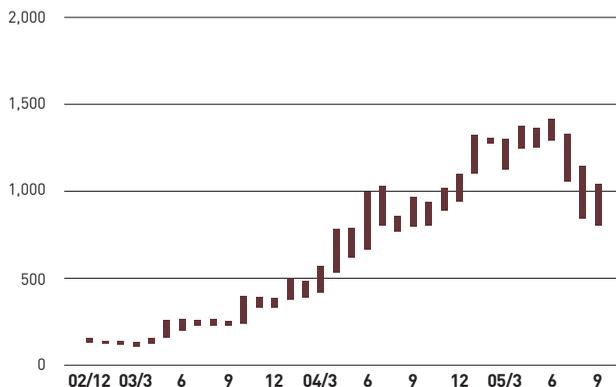
IR窓口

総務部IR担当

TEL: 03-5202-2255

E-mail: ir@atimes.co.jp

当社株価 (株式分割調整後) (円)





ホームページおよびメールマガジンのご案内

アルバイトタイムスは、プレスリリースや決算発表資料などを公表と同時に自社ホームページに掲載しています。また、プレスリリースや決算発表資料などIR情報、ホームページの更新情報をお知らせするメールマガジンを発行しています。メールアドレスのみで登録できますので、ぜひこちらもあわせてご利用ください。
(ホームページおよびメールマガジンは携帯電話からはご利用いただけません。ご了承ください。)

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



株主メモ

決 算 期	2月末日
定 時 株 主 総 会	毎年5月中
期 末 配 当 基 準 日	2月末日
1 単 元 の 株 式 数	100株
名 義 書 換 代 理 人	〒105-8574 東京都港区芝三丁目33番1号 中央三井信託銀行株式会社
同 事 務 取 扱 所	〒168-0063 東京都杉並区和泉2-8-4 中央三井信託銀行株式会社 証券代行事務センター TEL: 03-3323-7111 (受付時間：平日9:00～17:00) TEL: 0120-87-2031 (名義書換用紙請求専用フリーダイヤル、自動音声案内) ホームページURL： http://www.chuomitsui.co.jp/person/p_06.html
同 取 次 所	中央三井信託銀行株式会社本支店及び日本証券代行株式会社本支店
公 告 掲 載 新 聞 名	日本経済新聞 なお、決算公告については日本経済新聞に代えて当社ホームページに掲載することにいたしました。