



## 個人投資家向けインターネット会社説明会

2006年4月25日

株式会社 アルバイトタイムス



## 当期(2006年2月期)の総括

---

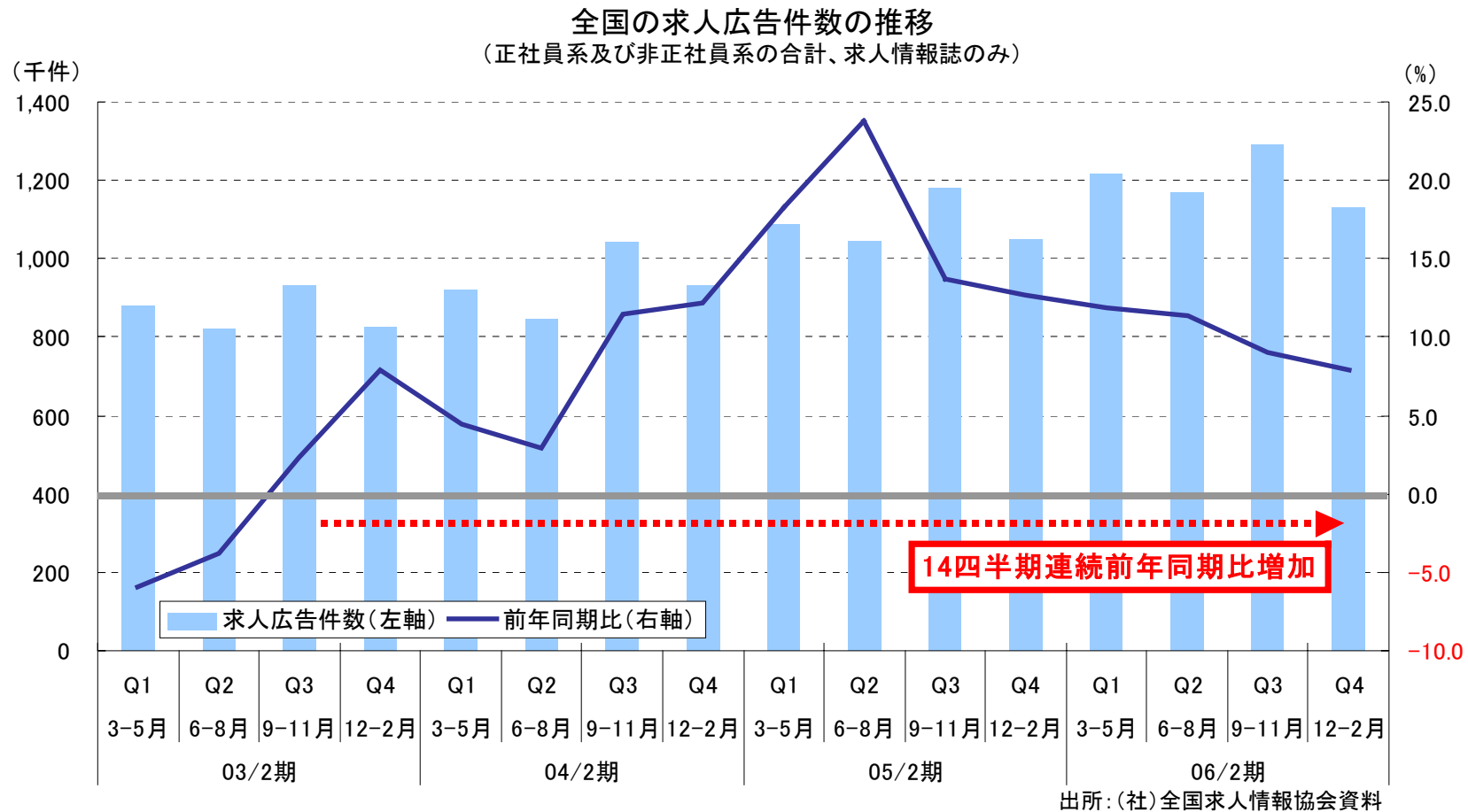
## 当期の業績(2006年2月期)

### ■ 上半期に集中させた投資を回収し切れず増収減益

(単位:百万円)	当期実績 (06/2期)	前期実績 (05/2期)	前年同期比	期初予想 (06/2期)	期初予想比
売上高	17,821	17,327	493	19,238	△1,417
うちDOMO売上高	11,230	9,939	1,290	12,715	△1,485
売上原価	8,051	7,999	51	8,327	△275
売上総利益	9,769	9,327	441	1,0911	△1,141
販売費及び一般管理費	7,779	7,240	538	8,307	△527
営業利益	1,990	2,087	△96	2,604	△613
経常利益	1,989	2,085	△96	2,592	△603
当期純利益	1,302	1,172	129	1,455	△153
1株当たり当期純利益	¥37.94	¥103.65		¥42.56	
1株当たり配当金	¥13.00	¥31.00		¥13.00	

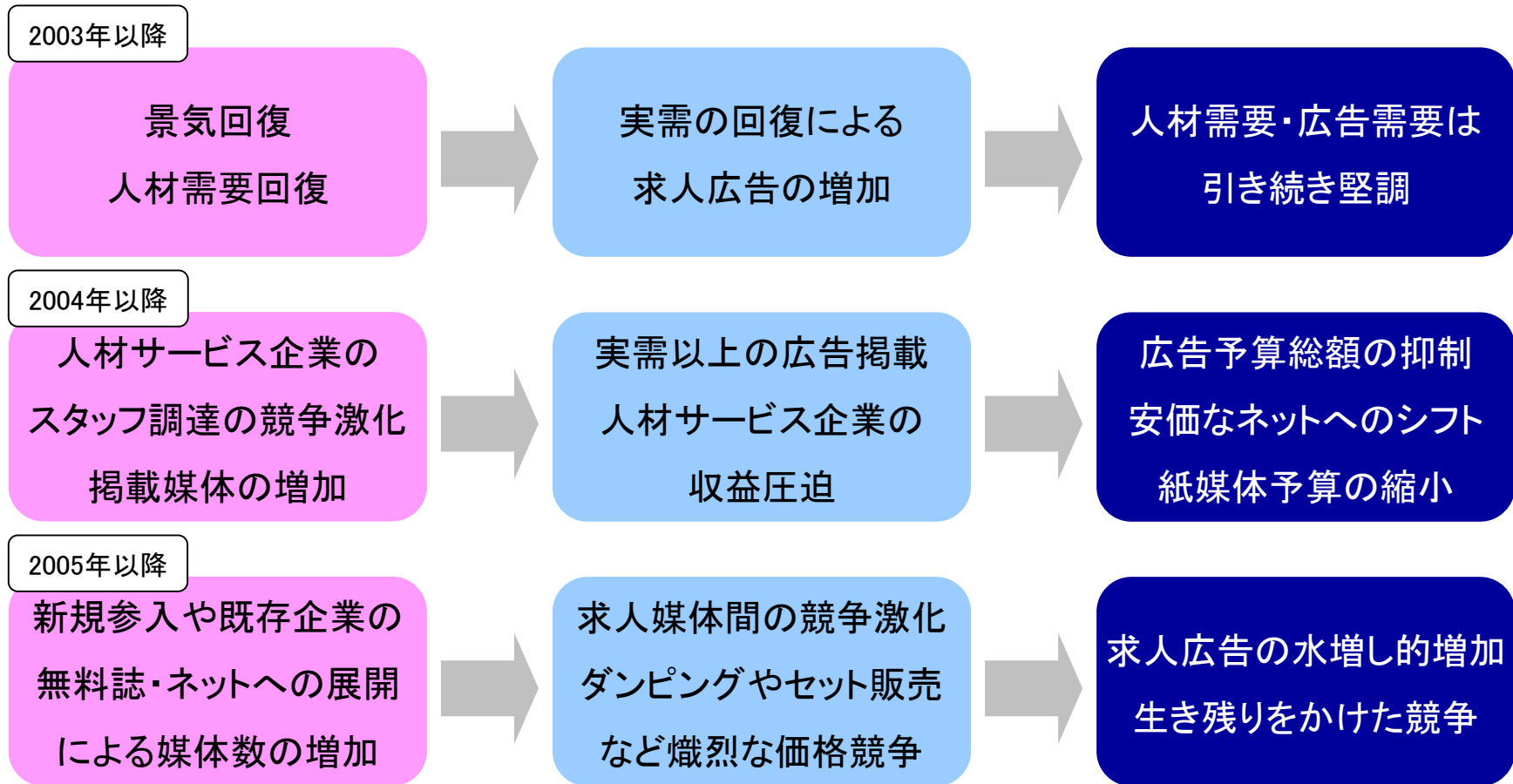
# 求人広告市場の状況

## ■ 求人広告市場は件数ベースで3年連続増加



# 求人広告市場拡大の背景(非正社員系)

- 実需だけでなく、顧客及び媒体間の競争激化も市場の拡大に影響していると推測される

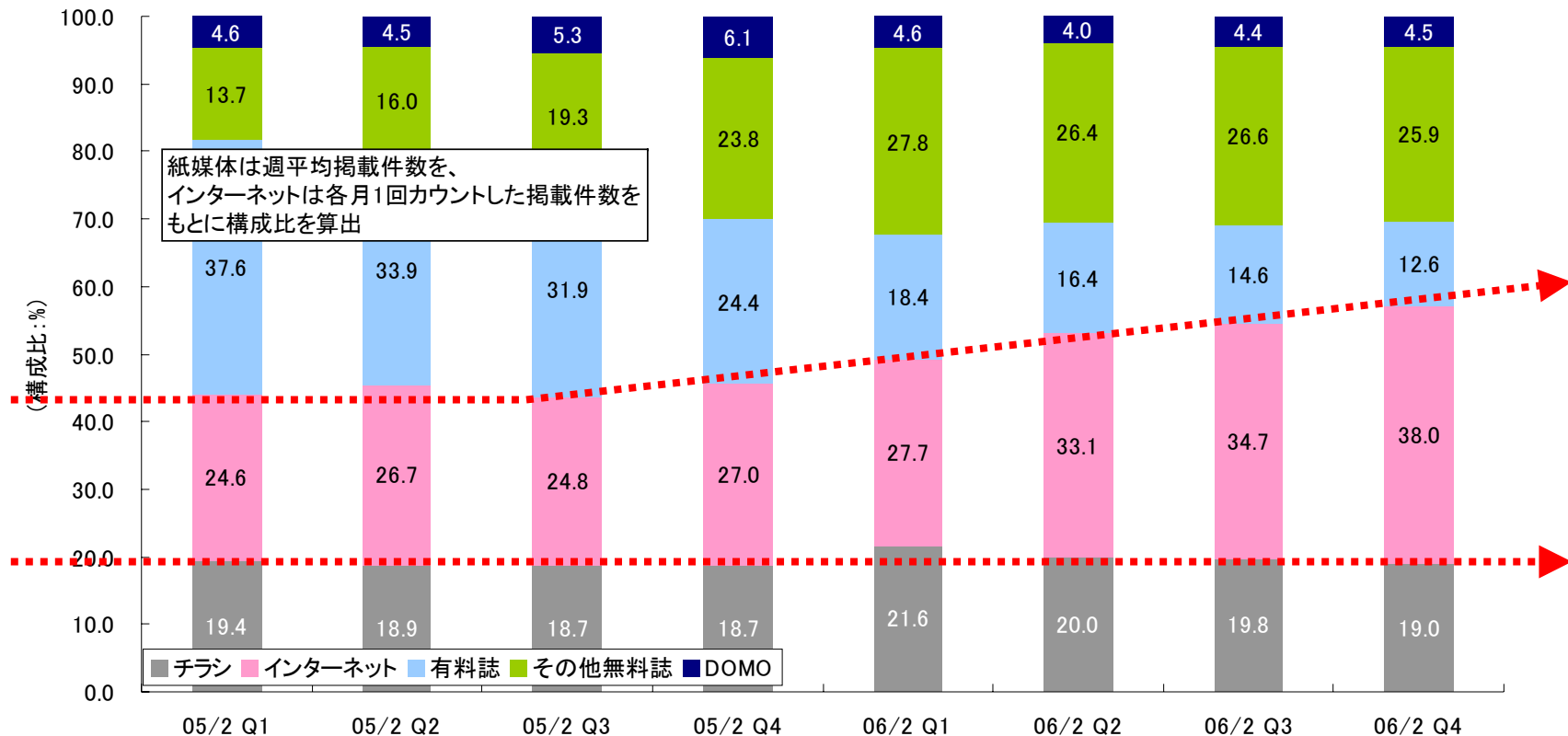


# 媒体別求人広告シェア(東京23区)

- 大口顧客のインターネットへのシフトが顕著になっている
  - 同時に複数媒体のセット販売やダンピングによる水増しも推測される

主要求人媒体の構成比  
(広告件数ベース、東京23区内)

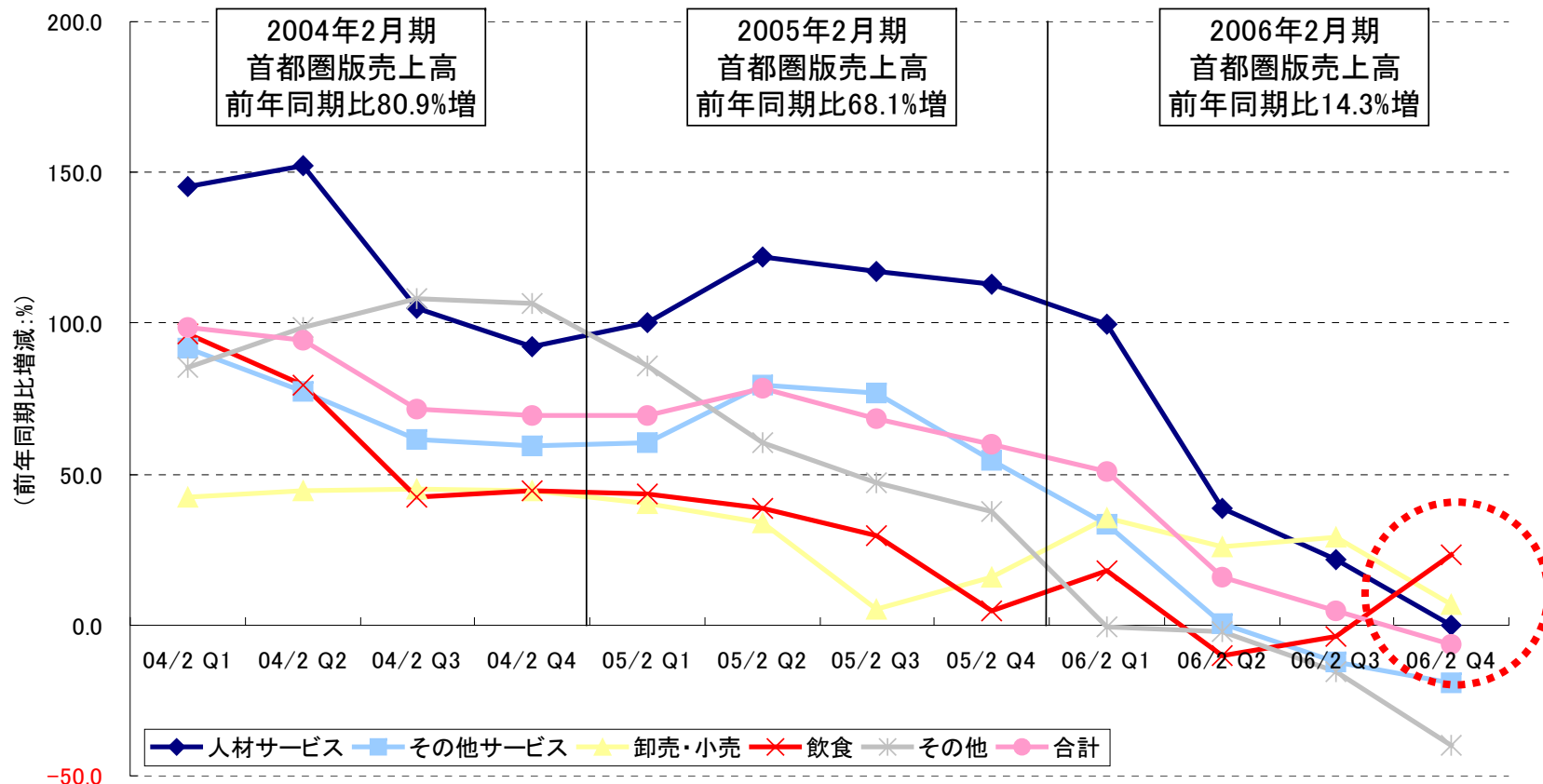
出所: 自社調べ



# DOMO首都圏版の状況

- 成長を支えていた人材サービス業向け売上の鈍化を  
その他の業種(飲食業など)向けの増加で補いきれなかった

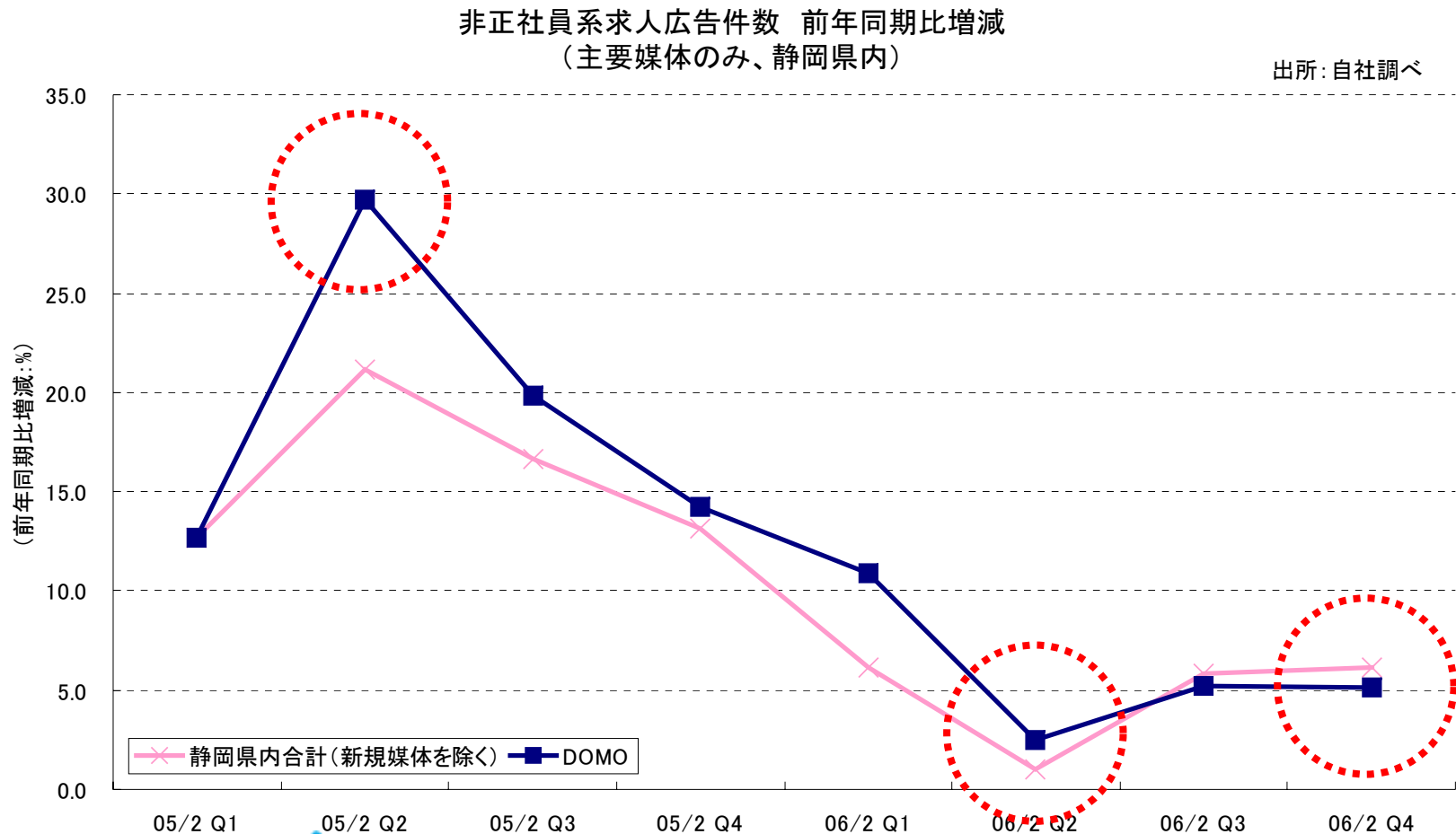
業種別売上高 前年同期比増減(首都圏版)



# DOMO静岡3版の状況

## ■ 大幅拡大の反動の中、堅調な成長を達成

－ 競合無料誌の攻勢は沈静化の兆し、実需は緩やかな拡大傾向





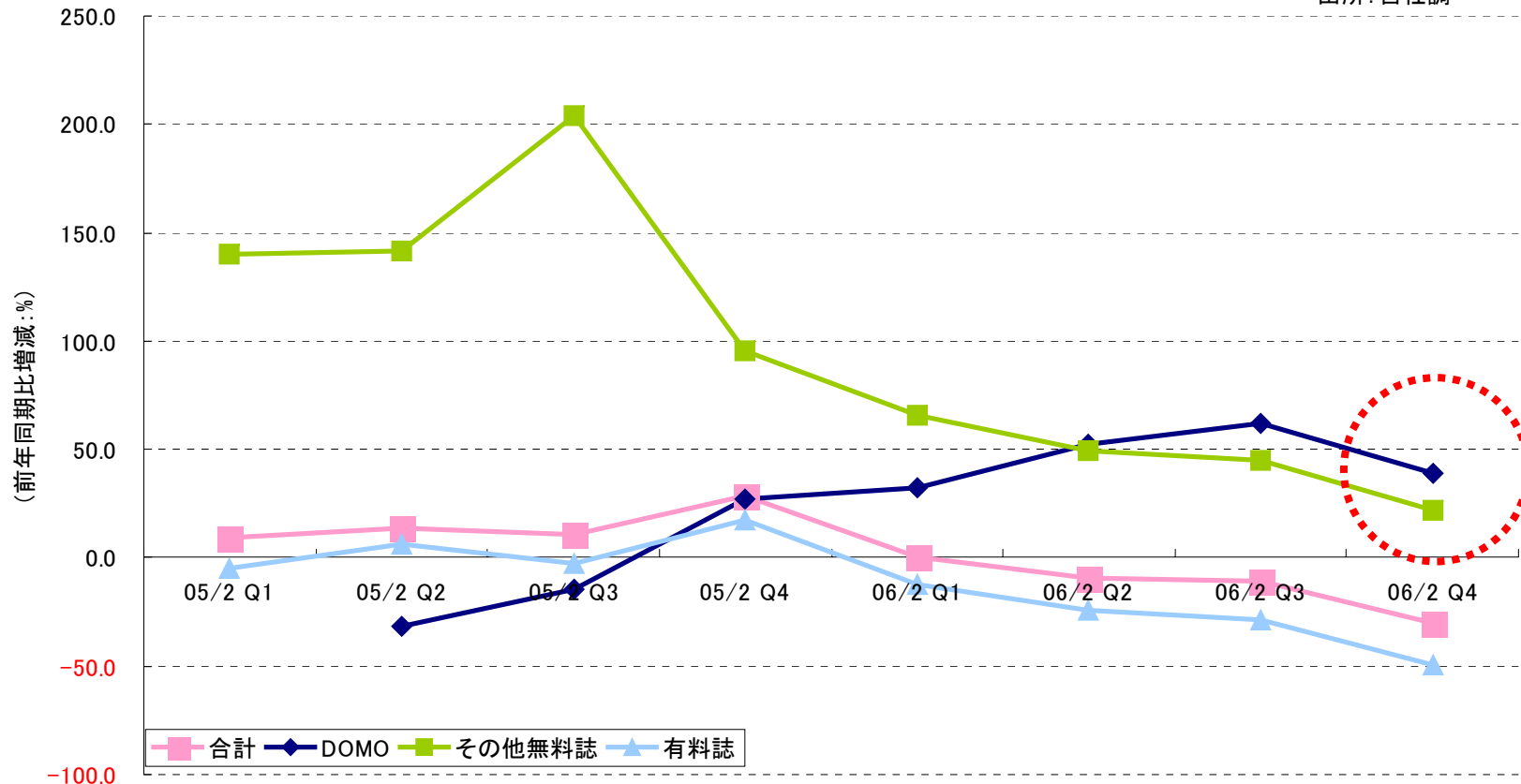
# DOMO名古屋版の状況

## ■ 市場を上回る成長を達成

－ 直販体制を中心部に集中させた営業戦略が奏功

媒体別非正社員系求人広告 前年同期比増減  
(主要媒体のみ、名古屋市内)

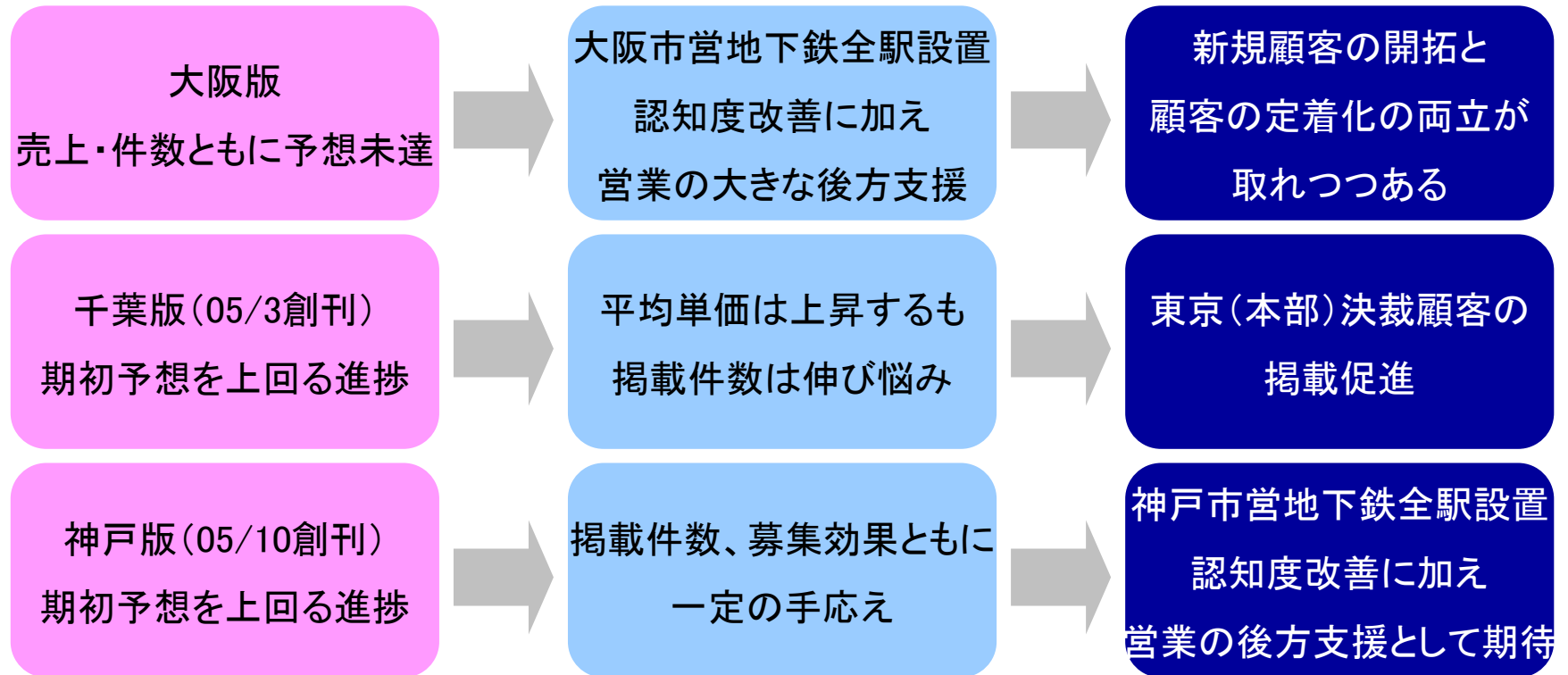
出所: 自社調べ



# DOMO新規地域の状況

## ■ 競争激化により名古屋版ほどのスピードでは市場浸透できず

－ 第4四半期では大阪版に好転の兆し、千葉版に減速傾向



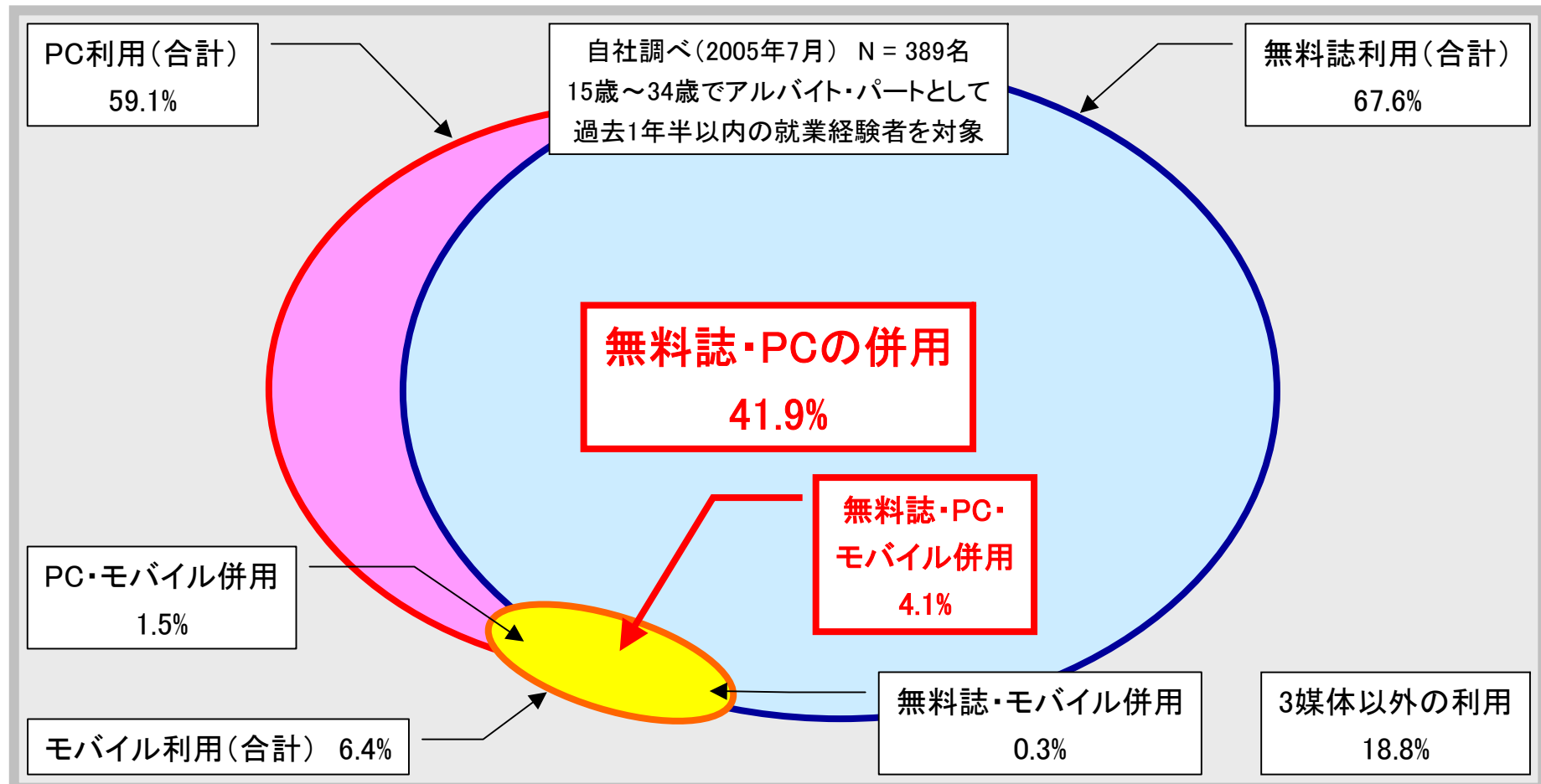
# 今期(2007年2月期)の戦略と業績見通し

---

# 求職者の求人媒体利用状況(自社調べ)

## ■ 無料誌とインターネットの親和性は非常に高い

- 無料誌利用者の7割がPCを併用、PC利用者の8割が無料誌を併用



## 求職者の紙媒体とインターネットの併用理由(自社調べ)

- 併用理由は大きく3つに分類されるが、優先順位や占有比率に明確な差は見られない

紙での情報より、詳しい情報を確認したい

応募機能を利用したい

時と場合により、たまたま使い分けている

# 今期の業績予想及び投資の方針について

媒体間の競争激化、(従来のような)圧倒的な差別化は困難  
中期的な成長力のでこ入れが必要

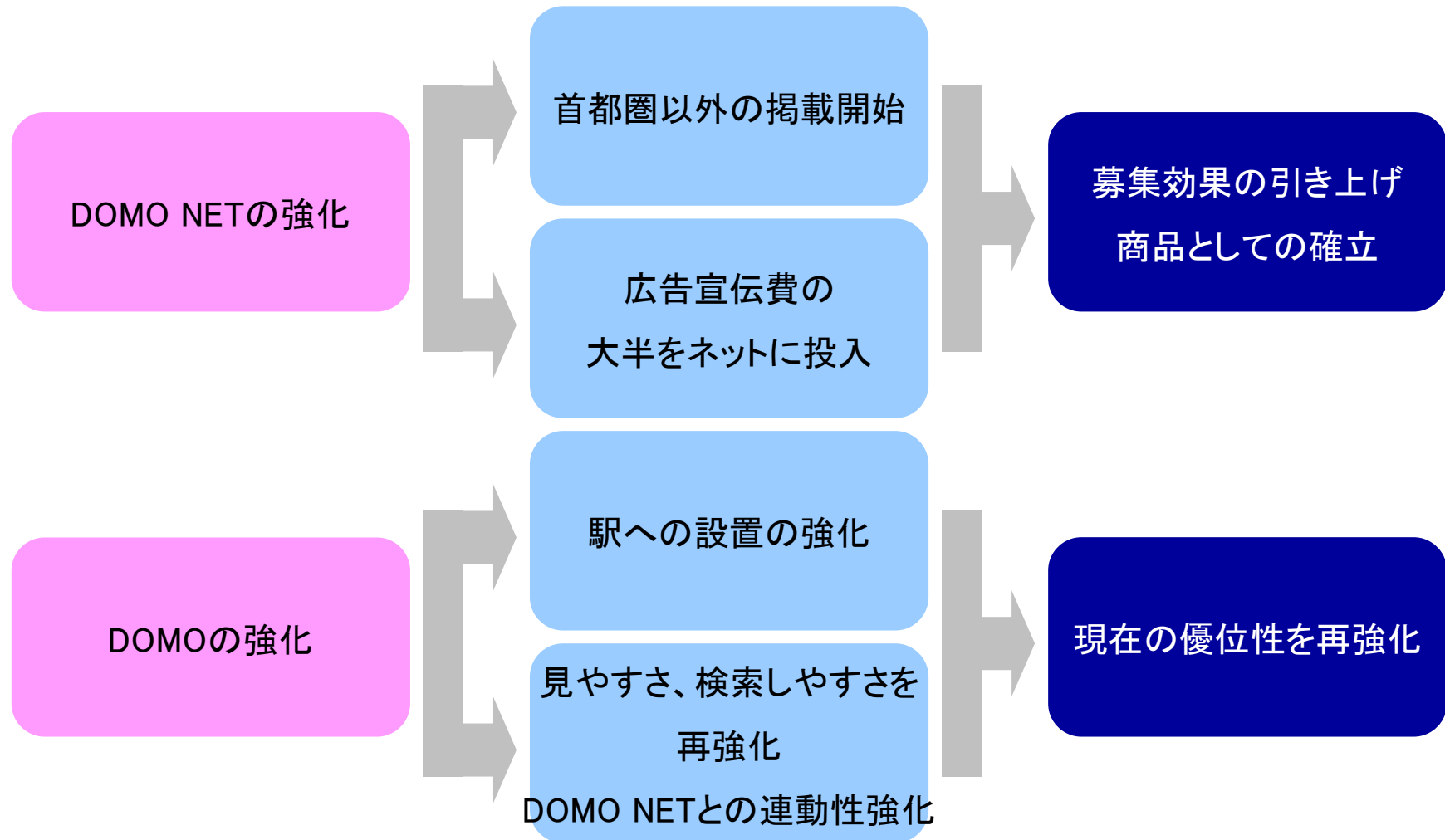
求職者の利用媒体調査が表すように  
「紙媒体＋インターネット」の両立こそ当面の成長の鍵



**成長路線回帰に向け、今期は積極的に投資**

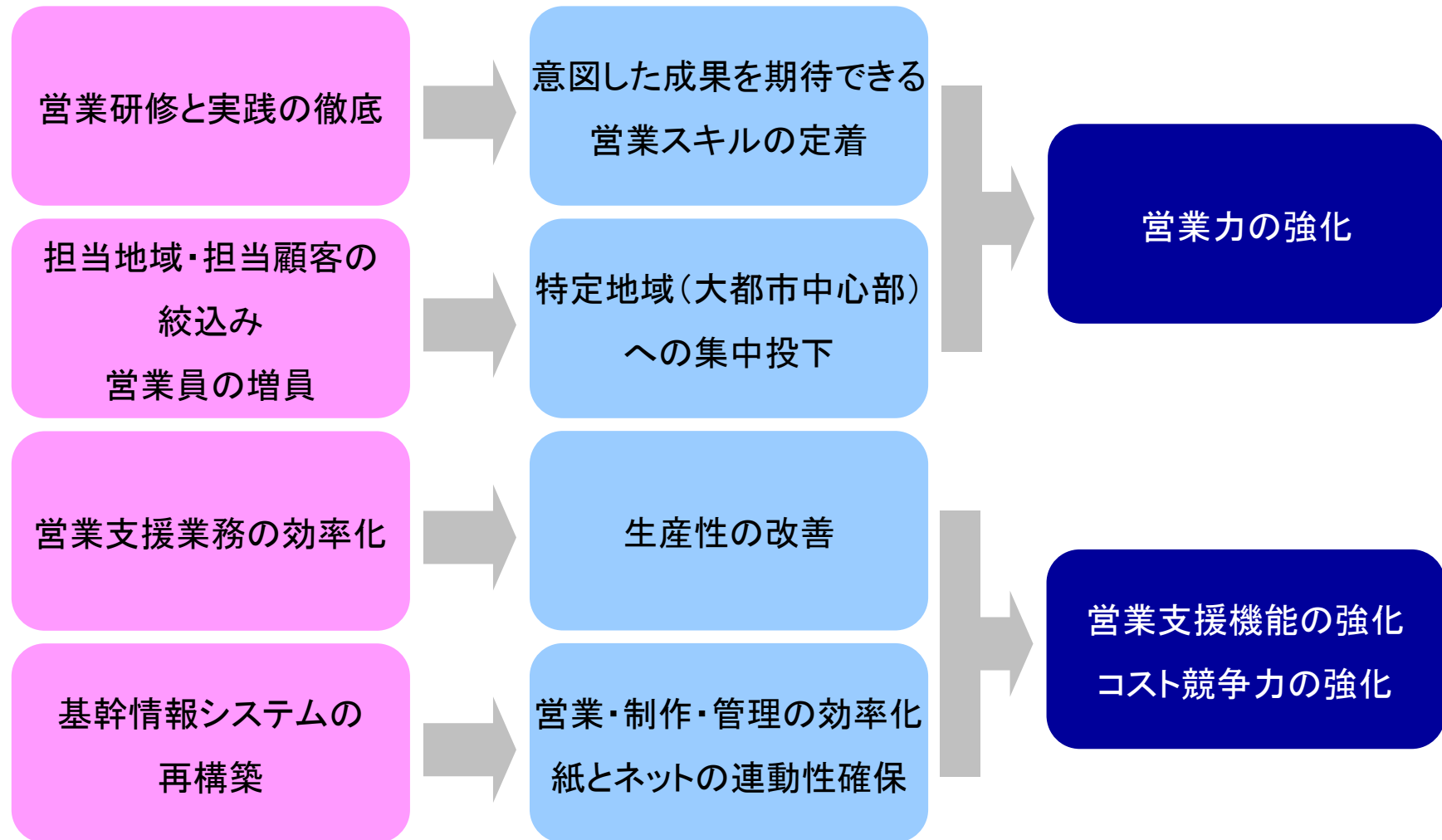
# 今後の戦略と課題①

## ■ インターネットを強化し、「紙とインターネットの両立」を目指す



## 今後の戦略と課題②

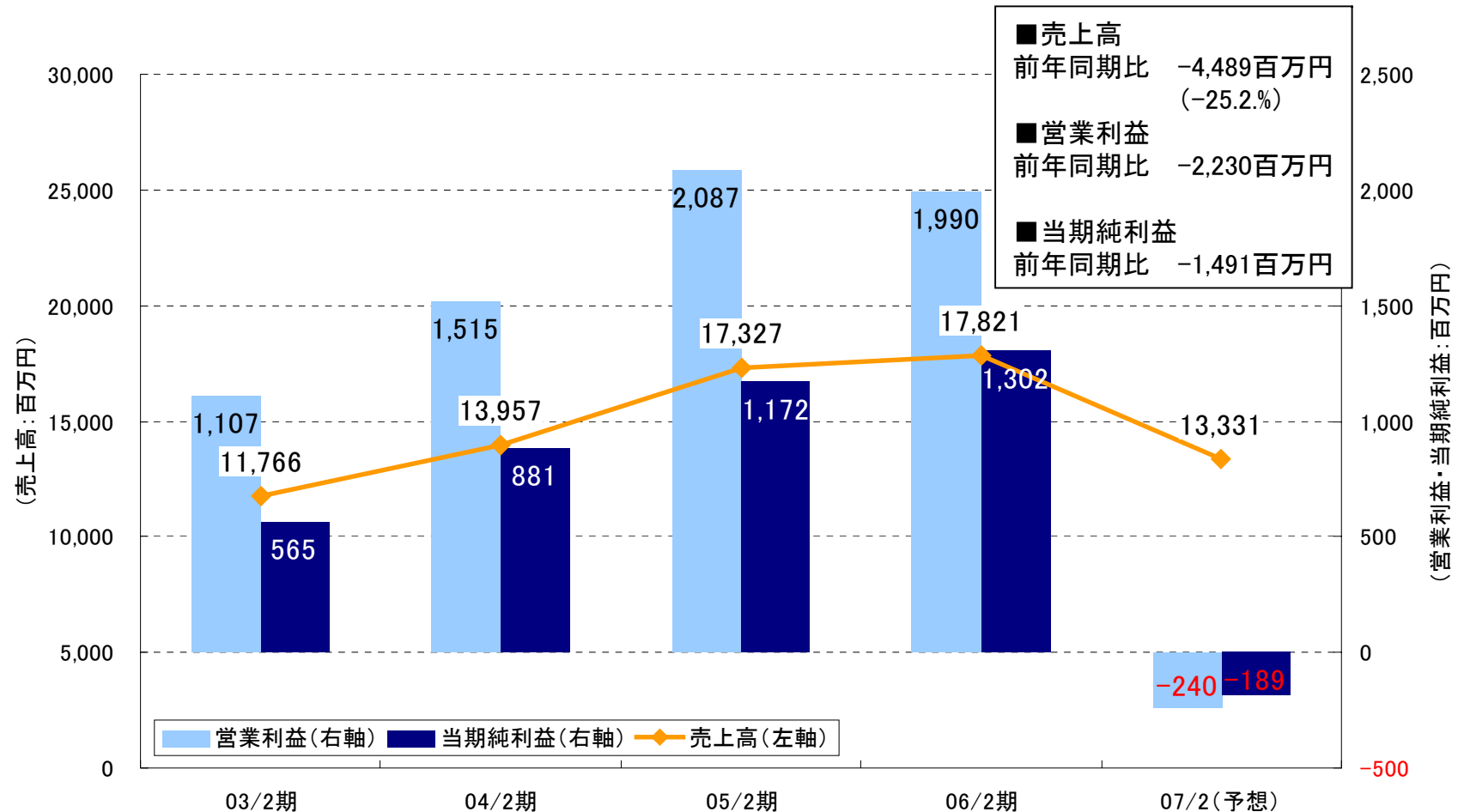
### ■ 営業力の強化が今後の成長の鍵を握る





# 連結業績見通し(2007年2月期)

- 派遣売却により大幅減収、投資により大幅減益
  - － 経営資源の集中を進めてきた求人情報媒体事業の再強化が必要



■ 売上高  
 前年同期比 -4,489百万円 (-25.2%)  
 ■ 営業利益  
 前年同期比 -2,230百万円  
 ■ 当期純利益  
 前年同期比 -1,491百万円

## 単体売上高予想(2007年2月期)

- DOMOは人材サービス企業以外の顧客開拓を重視、  
DOMO NETは首都圏以外の営業も開始

(単位:百万円)	背景	今期 (07/2期予)	当期 (06/2期)	前年同期比
単体売上高		12,229	11,434	795
DOMO	千葉、名古屋、大阪、神戸は高成長継続 首都圏は鈍化、静岡は一部ネットへ移行	11,851	11,272	579
DOMO NET	首都圏以外の営業開始(4月)	177	17	160
ESHIFT	正社員需要の回復、利用者の拡大	200	144	55

(注) 単体ベースのため、内部取引額が含まれています。

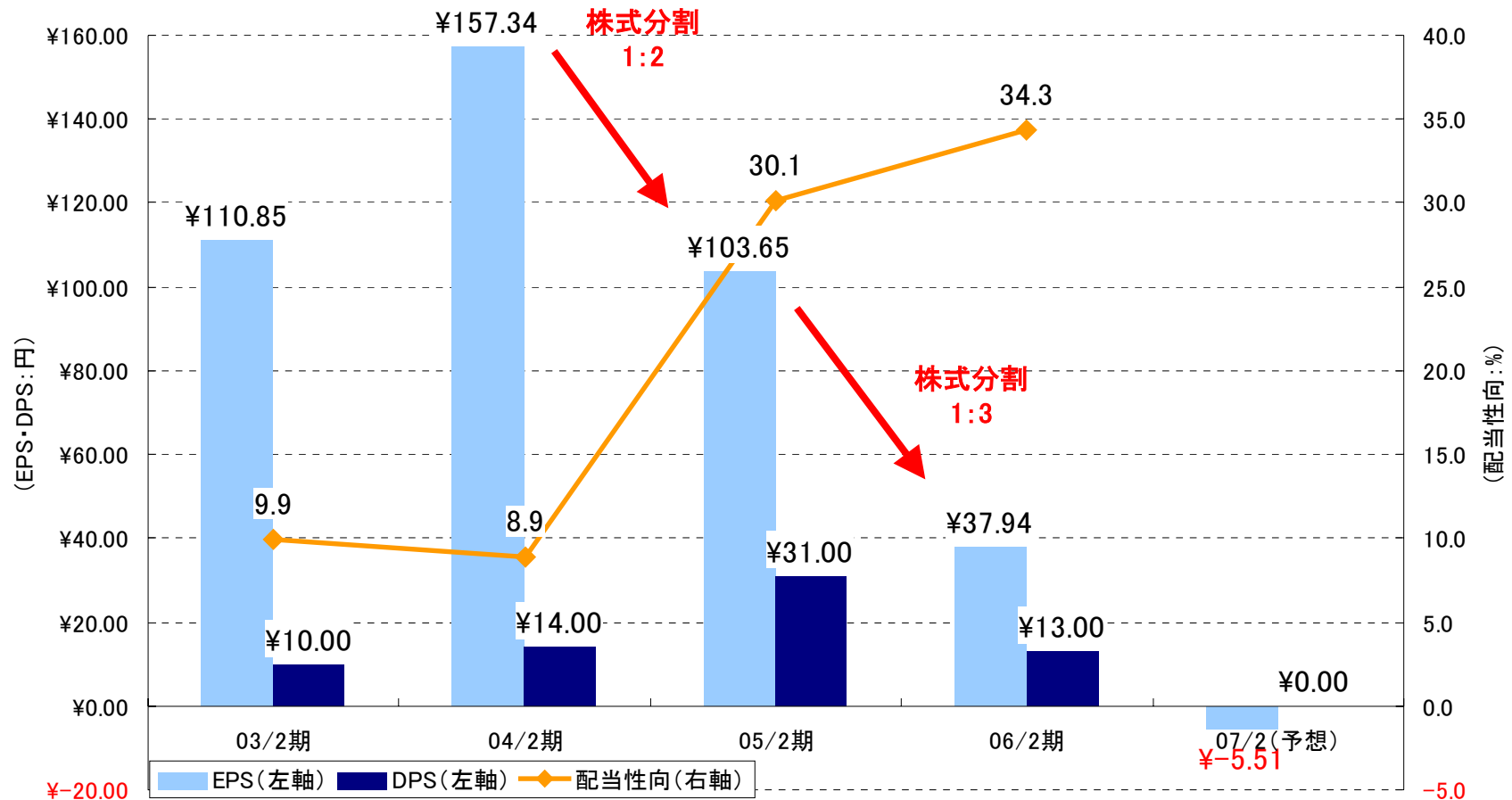
# 投資計画の内訳(2007年2月期)

## ■ DOMOとDOMO NETの連動性を強化

(単位:百万円)	目的	今期 (07/2期予)	当期 (06/2期)	前年同期比
売上高		12,229	11,434	795
売上原価		3,806	2,765	1,041
印刷費	DOMOリニューアル、部数増加	2,934	2,183	751
労務費	営業支援機能の強化	479	355	123
その他原価	営業支援機能の強化	392	225	166
販管費		8,816	6,883	1,932
人件費	営業員の増員	3,800	2,974	826
広告・販促費	DOMO NETプロモーションの強化	958	823	135
流通経費	駅への配布ラック設置の強化	2,298	1,887	411
その他販管費	情報システムの再構築、営業拠点の増床	1,758	1,198	559
営業利益		△393	1,786	△2,179

# 連結1株当たり指標見通し(2007年2月期)

- 業績連動の方針に基づき、今期の配当は見送る方針
  - － 来期からの投資回収(黒字転換)で復配を目指す



# 掲載情報について

本資料に掲載されている、アルバイトタイムスグループ(株式会社アルバイトタイムス及び子会社・関連会社;以下当社グループ)の予想数値あるいは将来に関する記述の部分は、本資料の作成時において入手可能な情報から得られた当社グループの経営陣の判断に基づいています。

しかし、業績予想の数値は実際の業績と異なるリスクを内包していることにご注意ください。当社グループは、常に最新の情報提供に努めますが、実際の業績は、業績予想以後に実際に生じる市場動向、経済情勢、消費動向、社内事情等の影響を受ける等の事情により、当社グループの経営陣が予想した数値と大きく異なることもあり得ます。