

個人投資家向け会社説明会 プレゼンテーション資料

2004年5月19日

株式会社 **アルバイトタイムス**

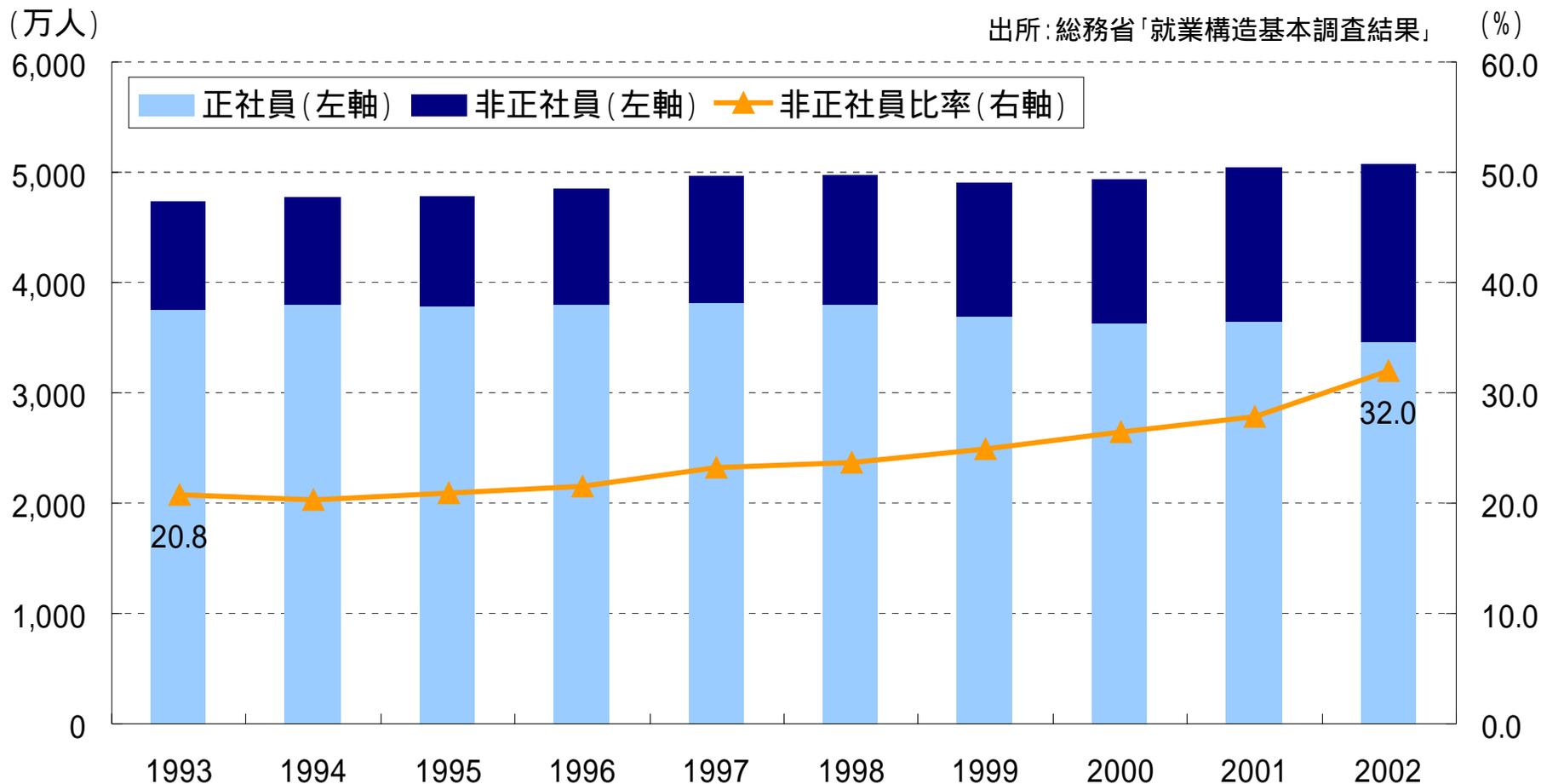


事業環境と『DOMO』の強み

環境の変化－「雇用の流動化」

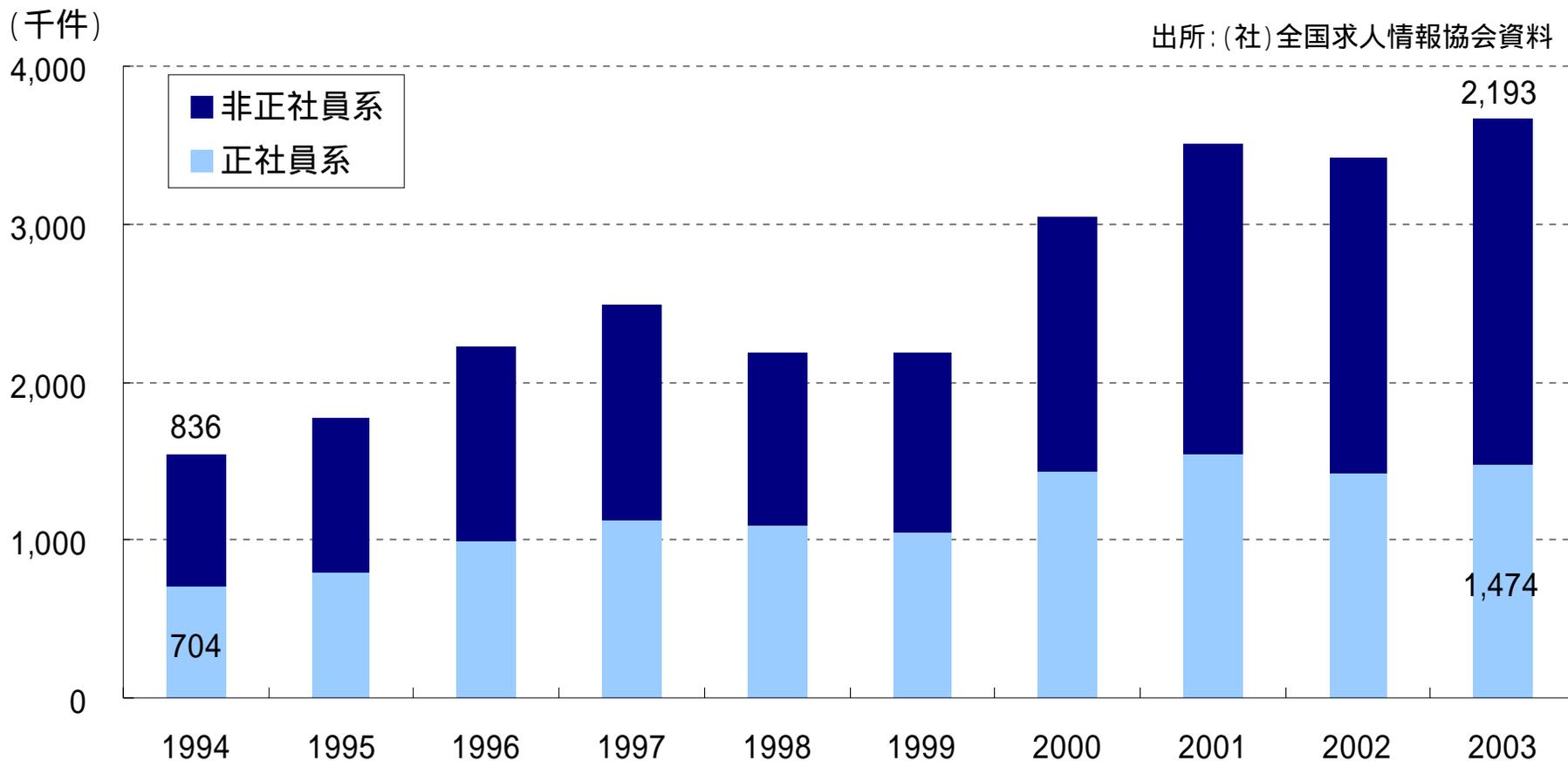
雇用労働者(役員を除く)における非正社員比率(全国)

出所:総務省「就業構造基本調査結果」



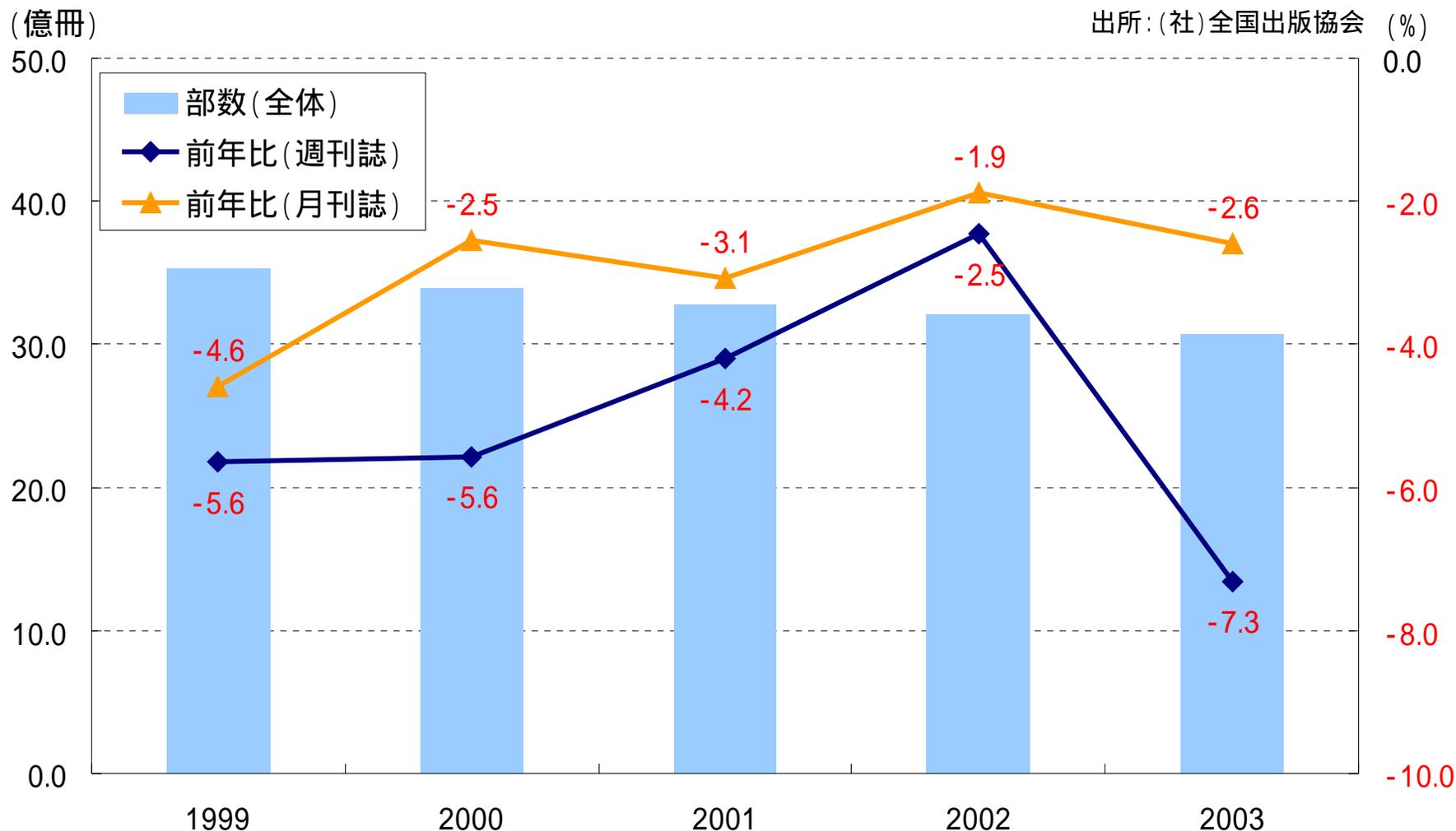
環境の変化—非正社員系求人広告の増加

全国の求人広告件数の推移

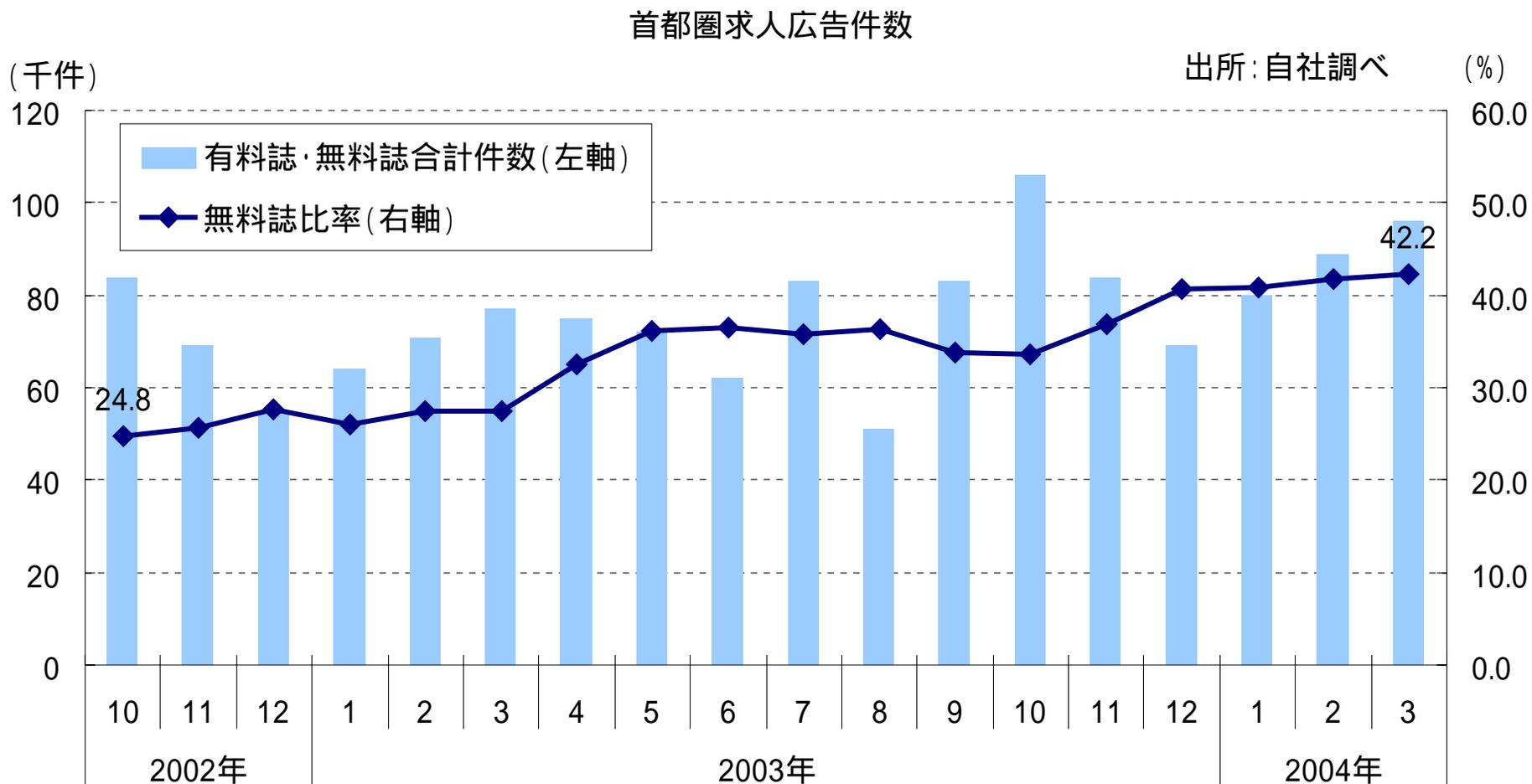


環境の変化－「情報の無料化」

雑誌(有料誌)販売状況



環境の変化－無料誌への参入増加



『DOMO』の強みー商品力



- 圧倒的に高いコストパフォーマンス
 - 高い「応募効果(レスポンス)」と安価な掲載料金
 - 人材を広域で常時大量募集する大口顧客ほど大きなメリット
- 「応募効果」こそ顧客満足
 - 広告主(顧客)が求めているのは「値引き」ではなく「応募者」



(左から)首都圏版、ヨコハマ版、静岡県東部版・中部版・西部版、名古屋版

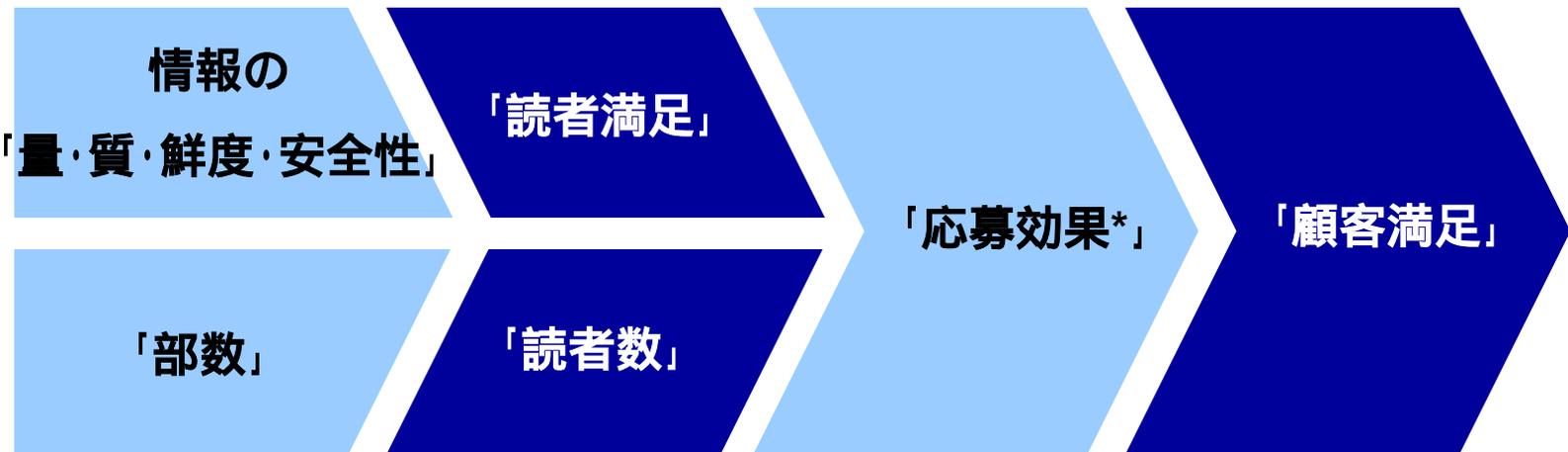
『DOMO』の強みー事業としての継続力

■ 合理性の追求

- 店頭設置型(店置き型)配布による有効読者への絞込み
- 「適正部数」の設定・管理による残部数の極小化
- 読者満足の追及による確実なリピーター化

■ 読者は最大のセールスマン

- 読者の声ほど顧客に響くものはない



*応募効果: 求人広告1件当りの平均応募数(平均レスポンス数)

今期の戦略と課題

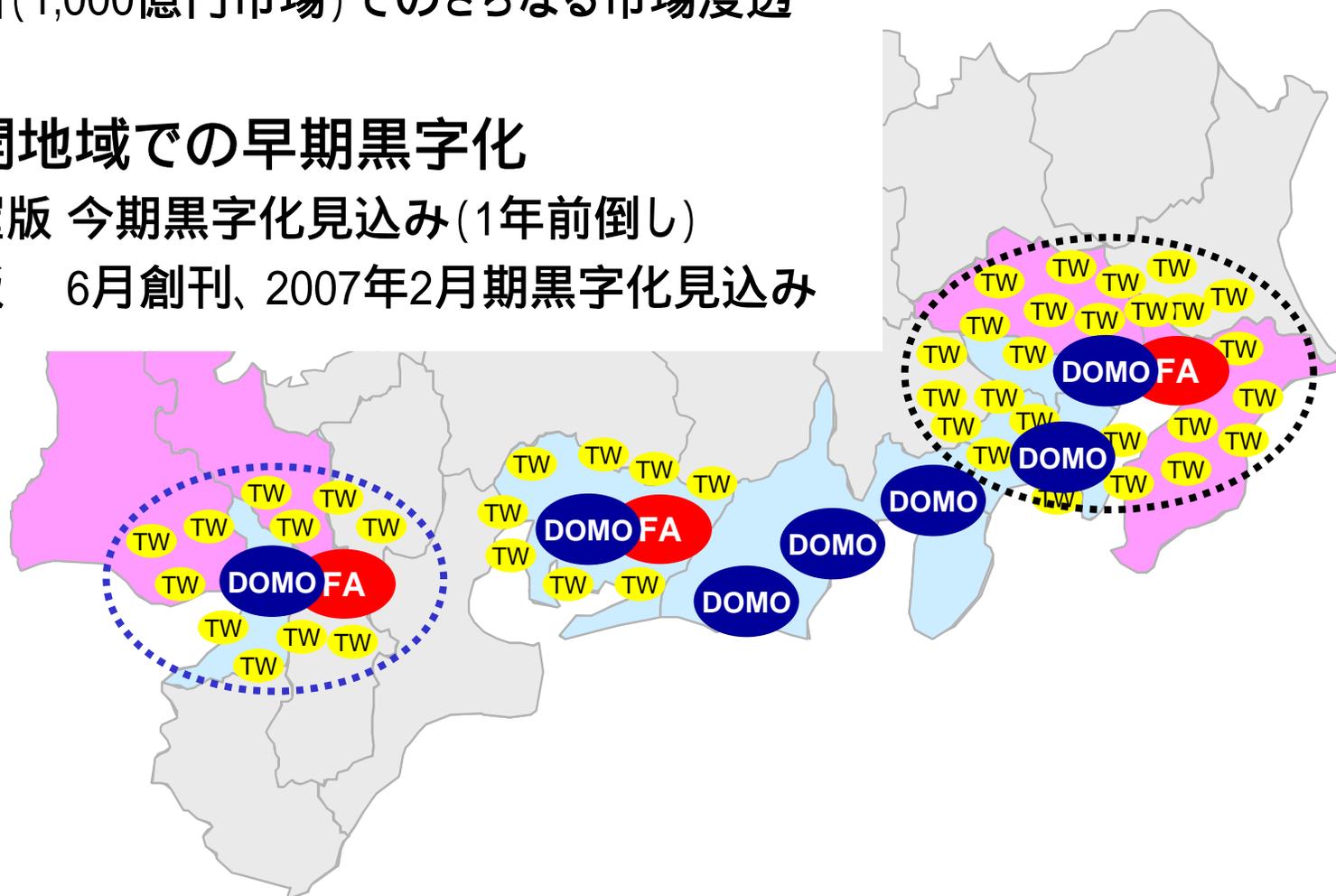
戦略1 (水平展開) – 『DOMO』全国展開の加速

■ 既存展開地域での収益拡大

- 首都圏 (1,000億円市場) でのさらなる市場浸透

■ 新規展開地域での早期黒字化

- 名古屋版 今期黒字化見込み (1年前倒し)
- 大阪版 6月創刊、2007年2月期黒字化見込み



戦略2(垂直展開)ー求人情報サイト

■ 読者・ユーザーは利用媒体を特定しているわけではない

- 大多数の検索軸が不明確な求職者 紙媒体の一覧性重視
- 一部の職種志向が強い求職者 インターネットの検索性重視
- 状況による使い分け ex.移動中なら無料誌、デスク上ならインターネット

■ 紙媒体・インターネットの相互補完関係

- アルバイト情報サイトへの本格参入予定

アルバイト・パートの探し方(自社調べ)

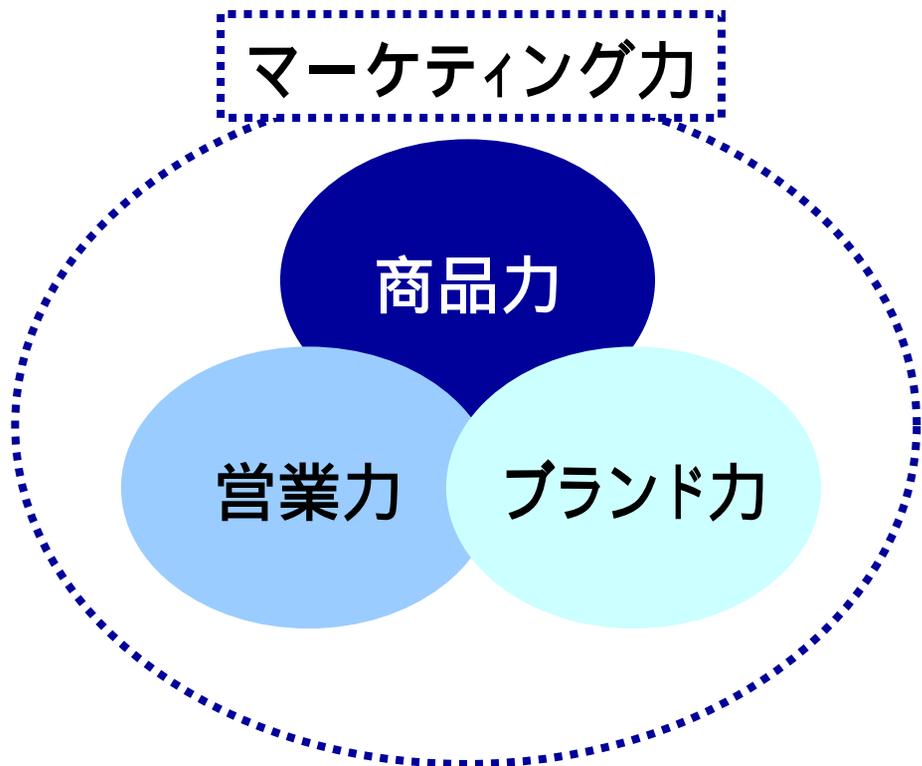
(%)

	アルバイト情報サイト	無料求人情報誌	新聞折込チラシ	有料求人情報誌	友人・知人等の紹介	その他
探し方(複数回答)	60.1	66.0	49.5	40.2	26.9	28.7

	1種類	2種類	3種類	4種類	5種類	6種類以上
探し方の数	18.3	22.5	27.5	18.3	8.4	5.0



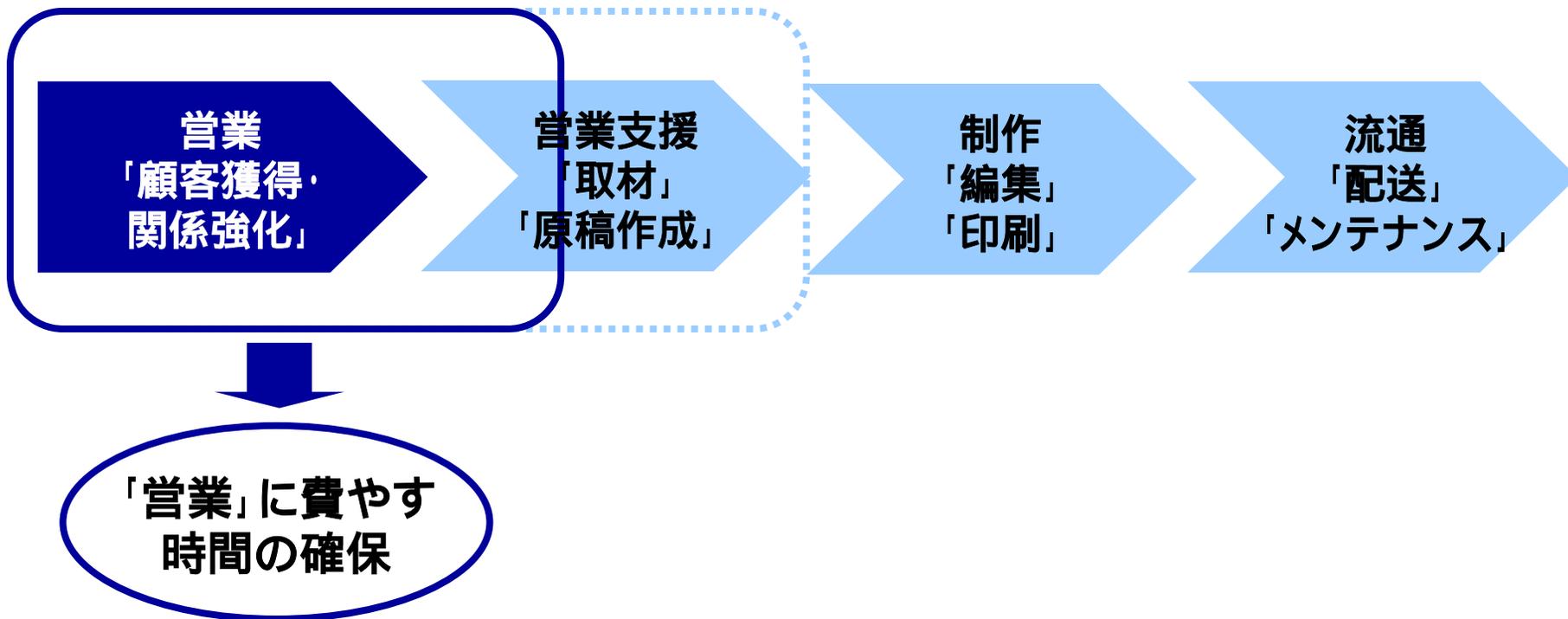
課題ー「マーケティング力」の強化



- 「商品力」
 - ー より低コストでの予定した応募効果の実現
 - ー より短期間での予定した応募効果の実現
- 「営業力」
 - ー 営業力・組織力の向上
- 「ブランド力」 ×
 - ー 「無料求人情報誌といえばDOMO」としての認知・浸透

「営業力」の強化ー営業力

■ 業務分担による営業効率・サービスの向上



「営業力」の強化－組織力

■ 顧客属性別の組織化による専門性の向上



■ 管理層の刷新・強化による営業員の育成・戦力化

子会社事業の戦略－「選択と集中」

■ フリーペーパー取次事業

- － 安定収益源となり得る「フリーマガジン(定期刊行物)」への集中

チラシ・パンフレット系

マガジン系

■ 人材派遣事業

- － 着実な増収、2期連続黒字
- － 地域・職種などによる独自性の追求

■ 就職活動支援事業

- － 大学公認ゼミは好調、大学との連携強化

■ ペイロールアウトソーシング事業

- － 経営資源配分の最適化による事業撤退

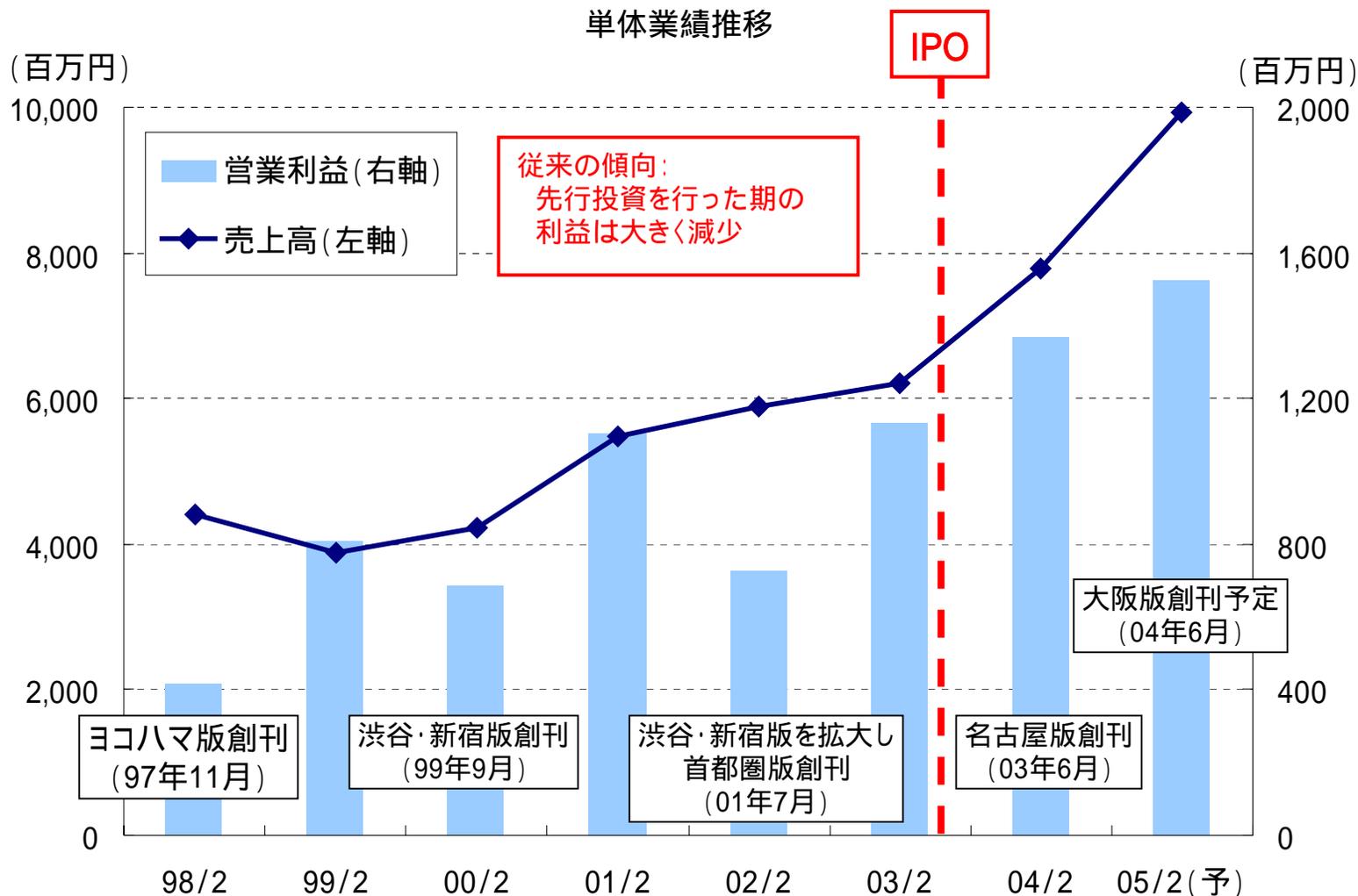


テイクワンボックス「アイポケッツ」
(フリーペーパー取次事業)

今期(2005年2月期)の業績見通し

当面の予算策定方針(単体)

■ 前年を上回る利益を確保しつつ上積み分は「先行投資」へ充当



『DOMO』における「先行投資」

当期のPLに全て計上される「先行経費」

■ 人件費

- 創刊時から読者満足を得られる豊富な求人情報を確保

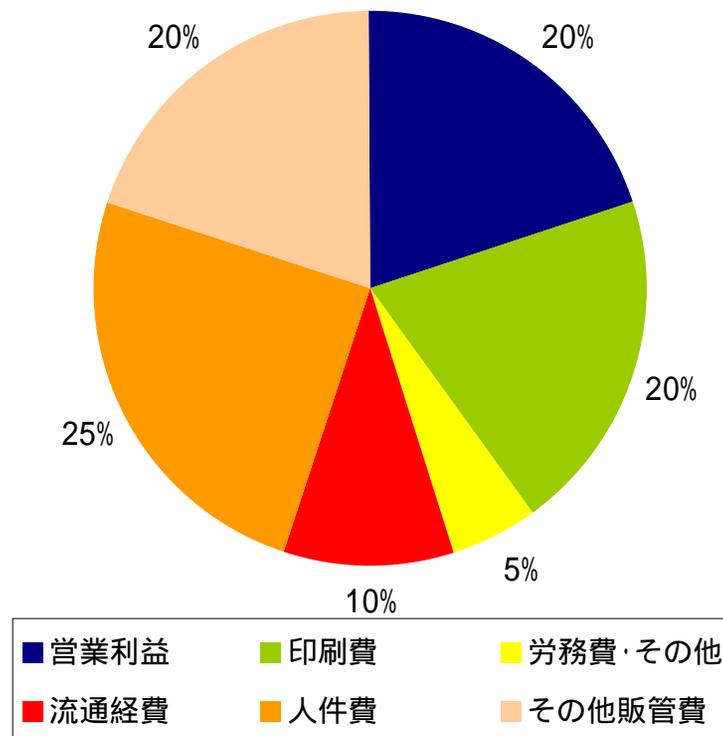
■ 印刷費

- 大多数の読者に配布するための部数を印刷

■ 流通経費（配送費・販売促進費）

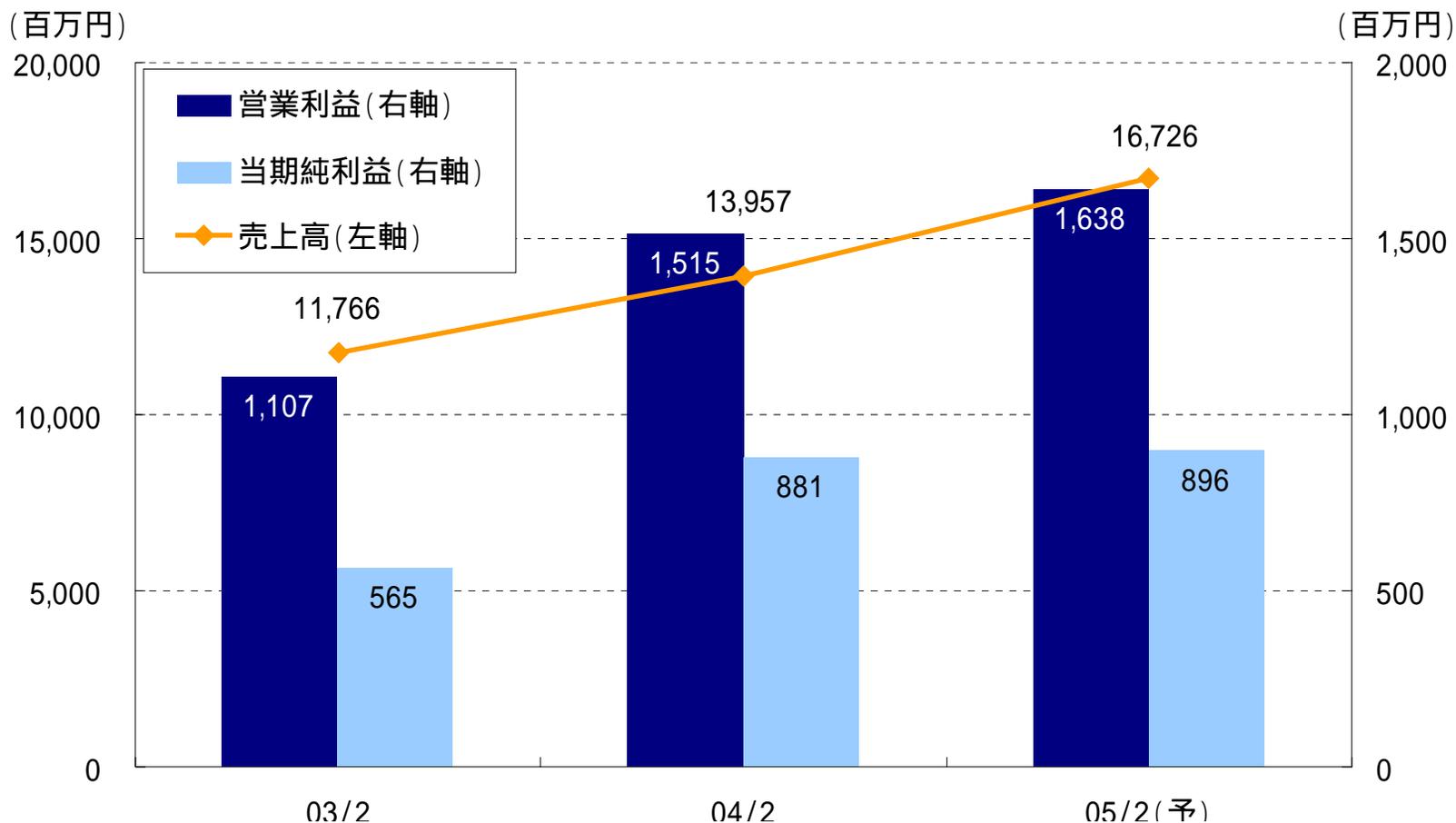
- 大量の部数を無駄なく読者へ配布できるインフラを整備・運営

単体収益構造(イメージ)



連結業績の見通し

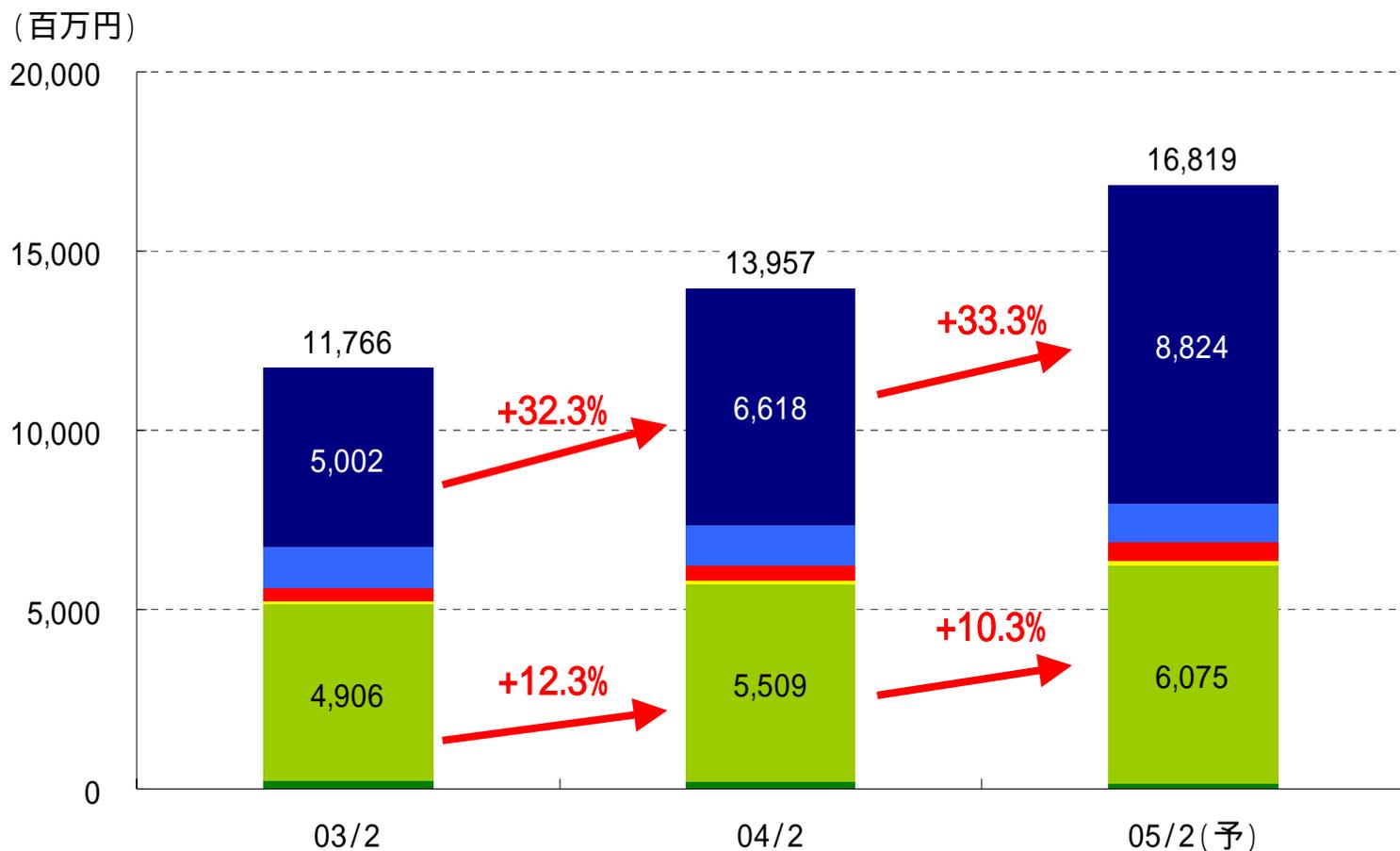
- 売上高19.8%増、営業利益8.1%増、当期純利益1.7%増
 - － 『DOMO』大阪版創刊などに伴う先行投資(営業損失)約7億円



連結商品別売上高の見通し

(注)
05/2期予算については、内部取引を相殺していないため、合計が連結売上高と異なります。

■ 『DOMO』3割増、人材派遣1割増

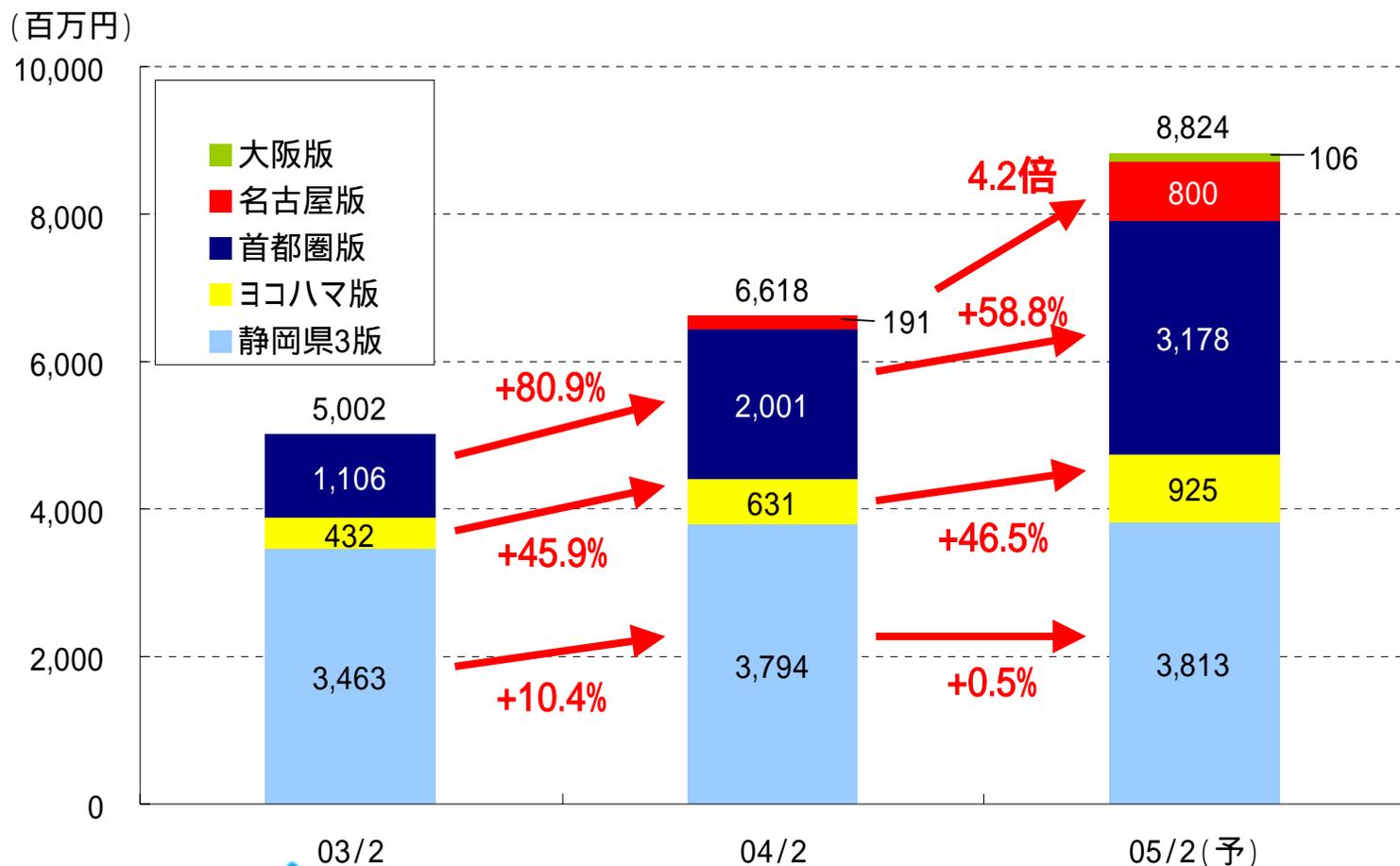


■ 人材紹介等 ■ 人材派遣 ■ 雑誌取次等 ■ フリーペーパー取次 ■ その他情報誌等 ■ 『DOMO』



『DOMO』 – 版別売上高

- 首都圏版5割増、ヨコハマ版4割増、静岡県3版変わらず
- 名古屋版4倍(黒字転換)、大阪版1億円



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。

株式会社 **アルバイトタイムス**

