

## 2006年2月期中間決算説明会

2005年10月12日

# 当中間期(2006年2月期中間)業績

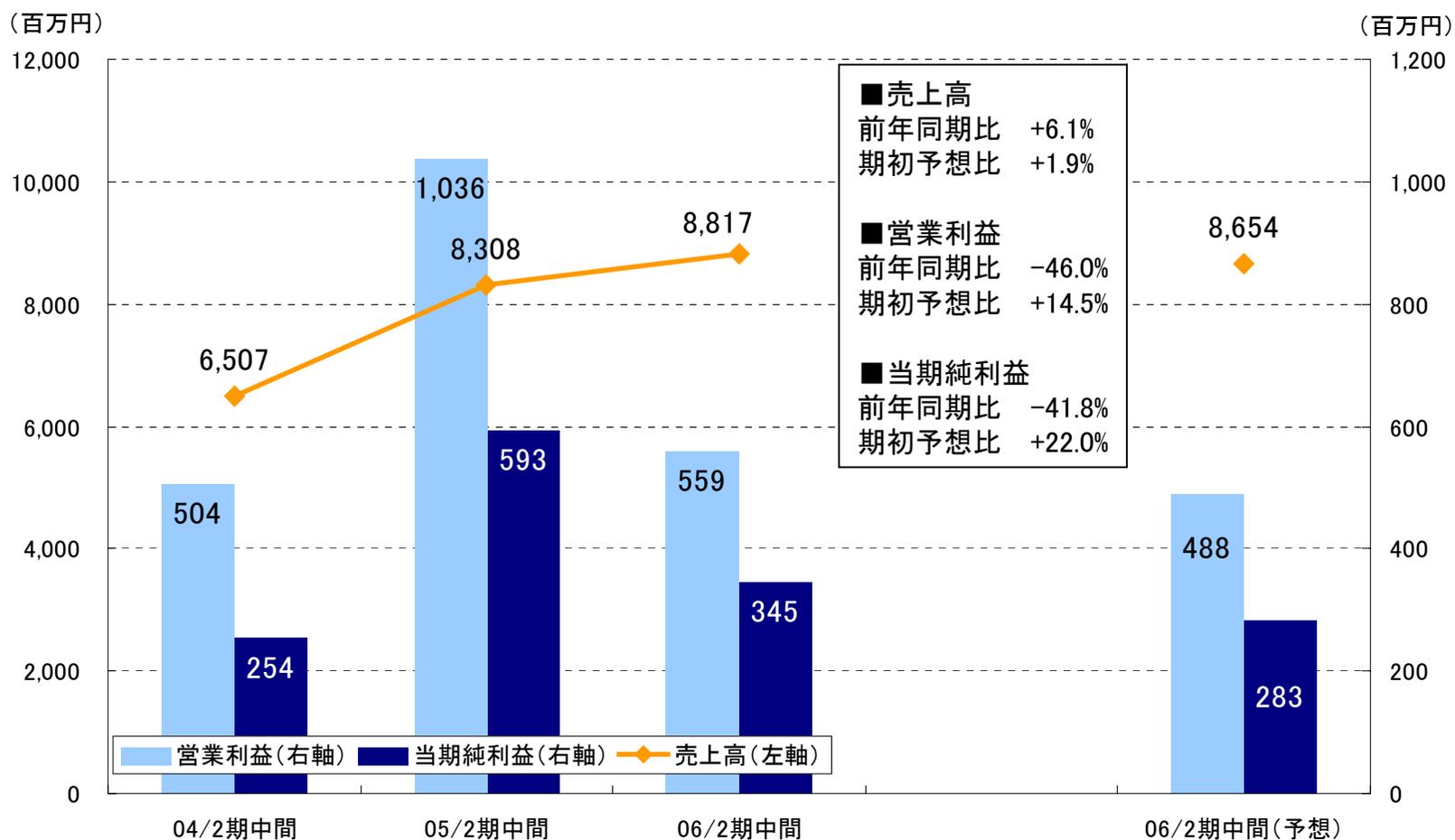
---

取締役 管理本部長  
垣内 康晴

# 当中間期業績(2006年2月期中間)

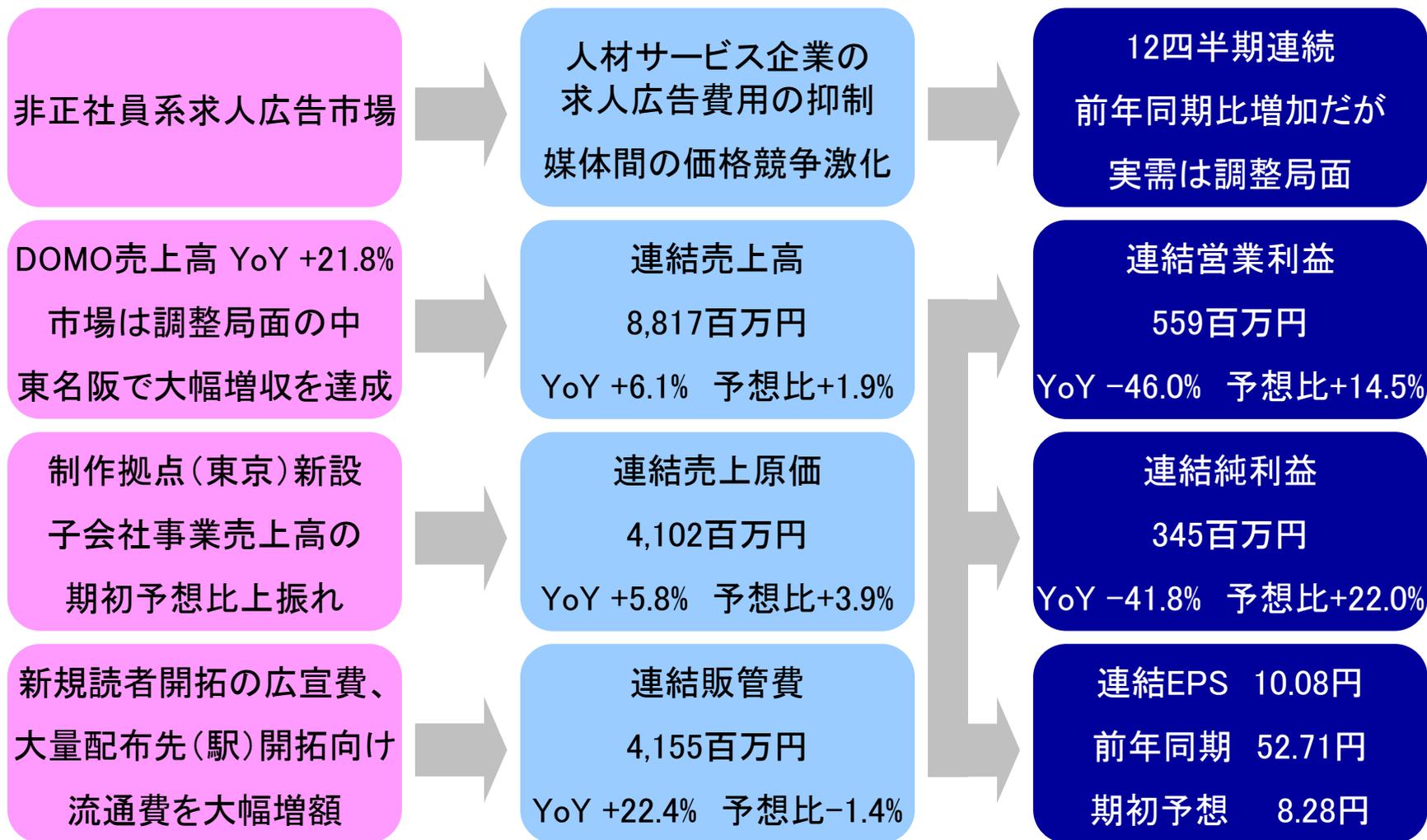
## ■ 期初予想通りの増収減益

－ 大幅増額した広告宣伝費、新規地域・事業での先行投資負担が先行



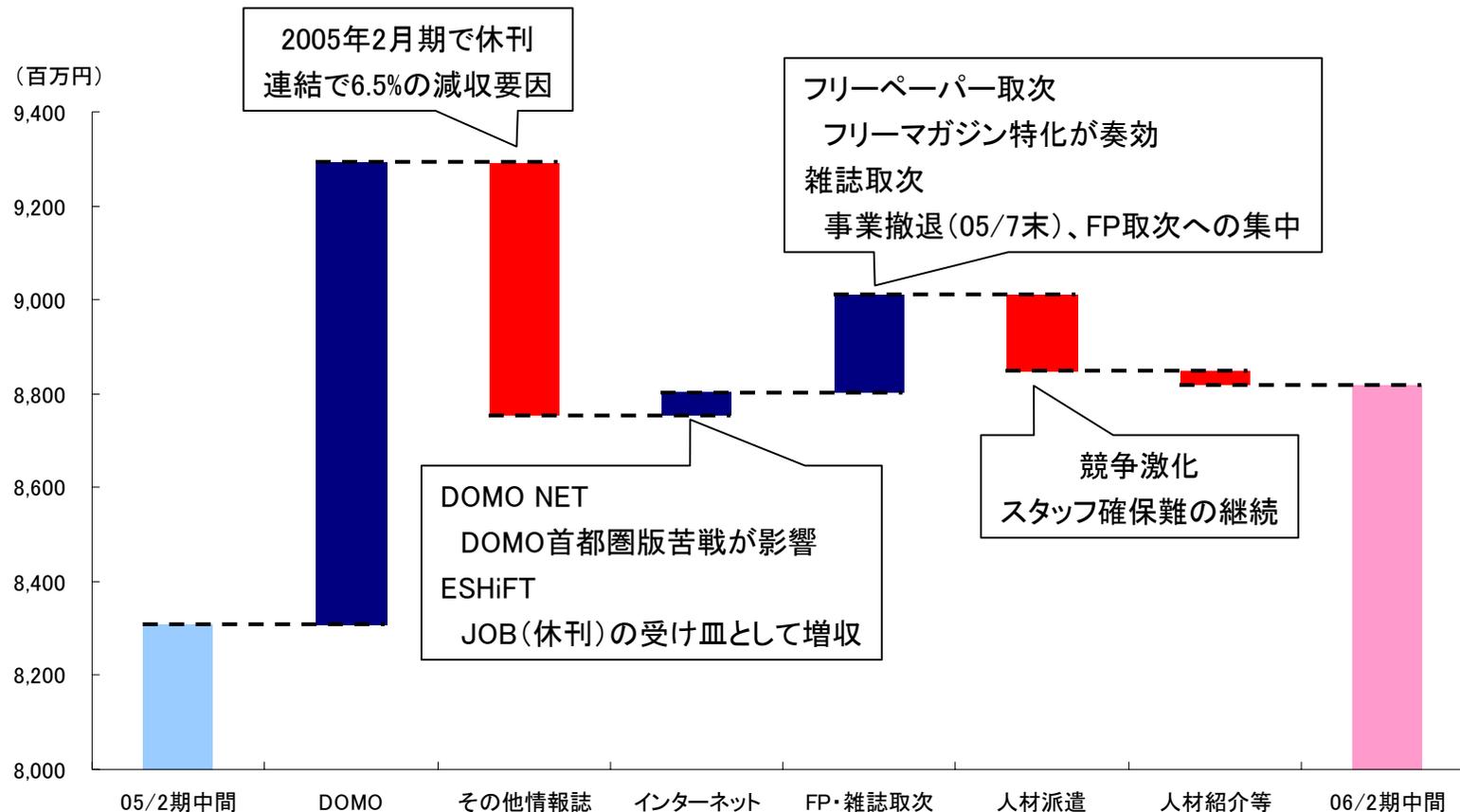
# 当中間期業績ハイライト(2006年2月期中間)

## ■ 引き続き『DOMO』が業績をけん引



# 連結売上高の増加要因 (2006年2月期中間)

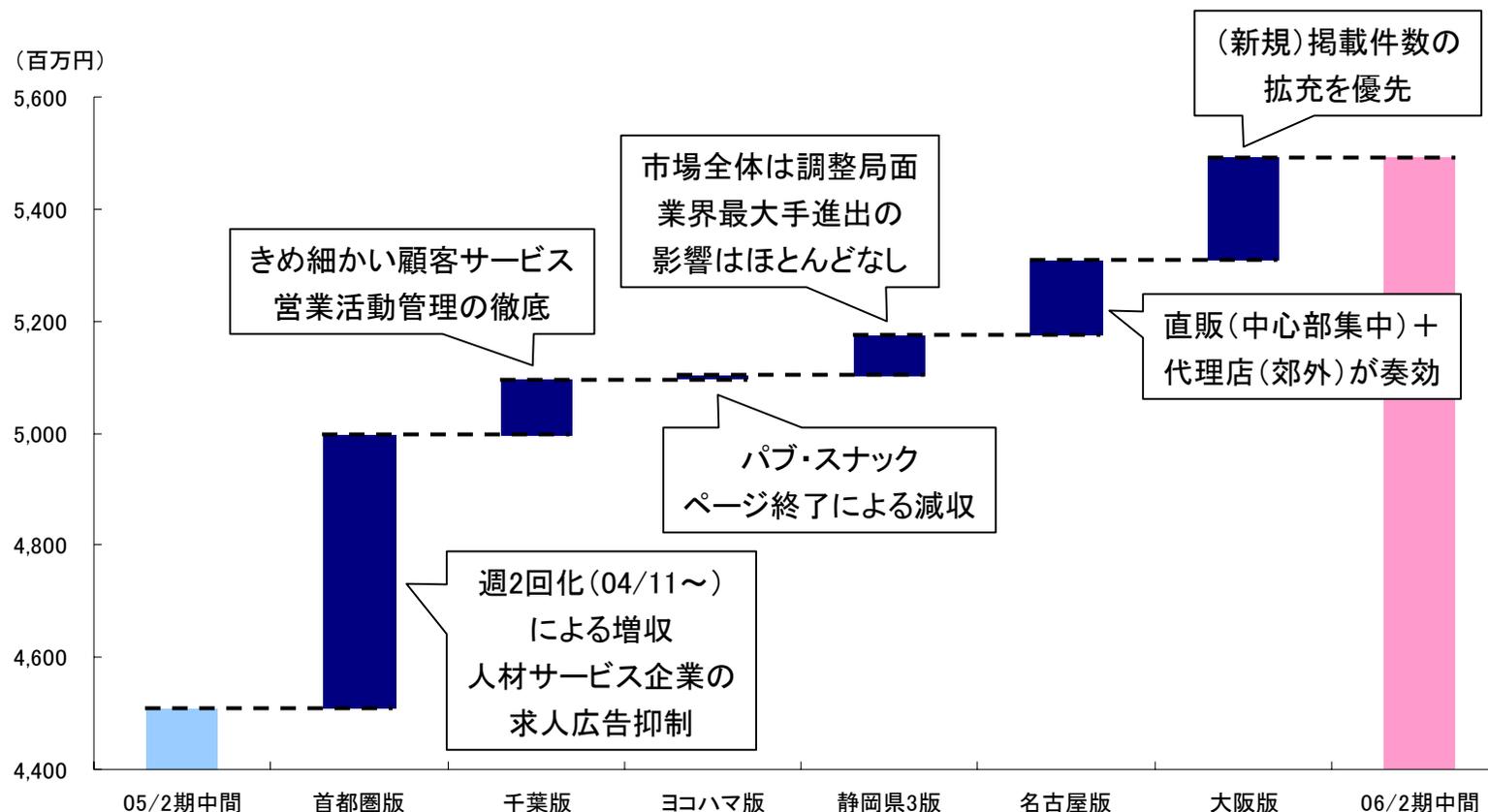
## ■ 引き続き『DOMO』が増収をけん引



	実績	百万円	DOMO	その他情報誌	インターネット	FP・雑誌取次	人材派遣	人材紹介等	06/2期中間
06/2期中間	実績	百万円	5,492	—	83	500	2,723	17	8,817
前年同期比	増減額	百万円	984	-538	49	207	-161	-32	508
	増減率	%	21.8	—	147.9	71.0	-5.6	-65.5	6.1
予想比	増減額	百万円	13	—	-36	114	78	-7	162
	増減率	%	0.2	—	-30.5	29.8	3.0	-30.1	1.9

# 『DOMO』売上高の増加要因(2006年2月期中間)

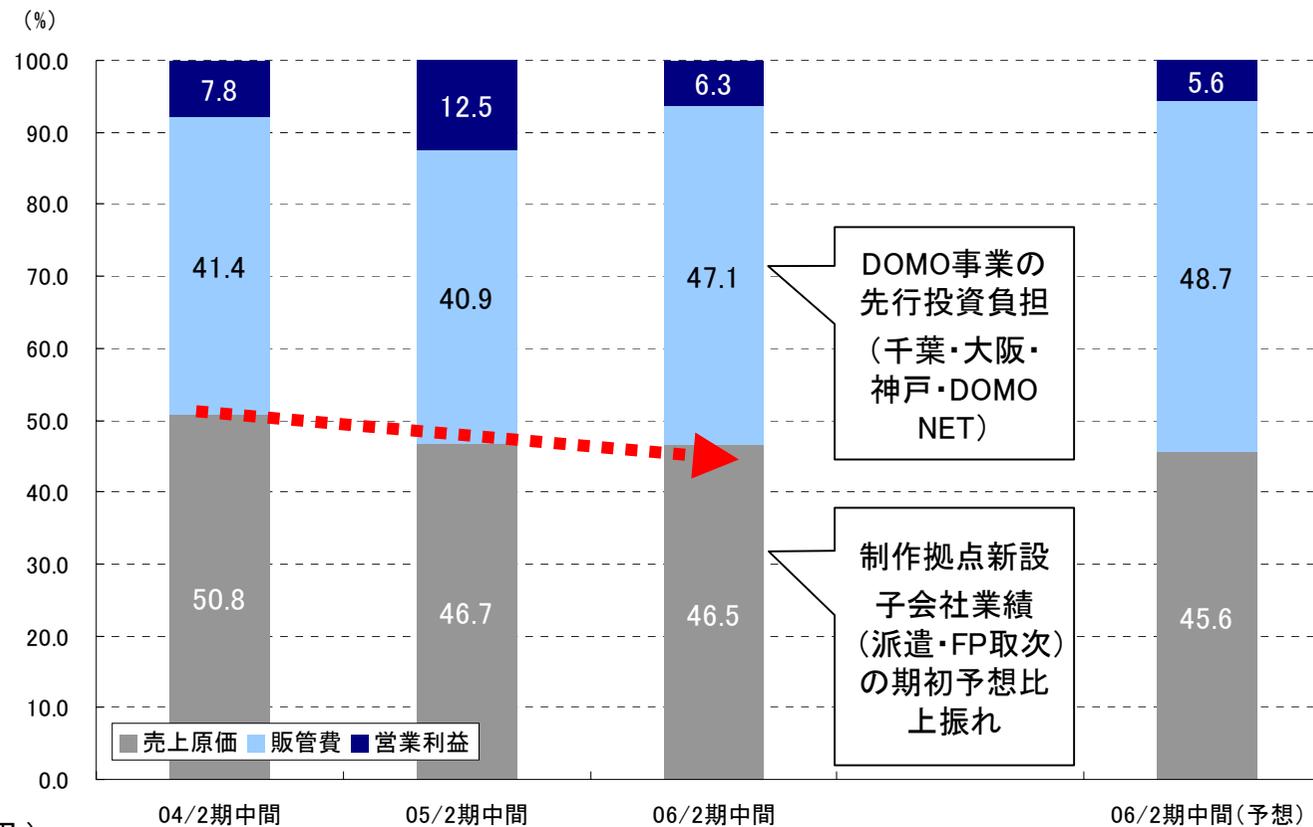
## ■ 前年同期比では東名阪がけん引、予想比では進捗にばらつき



	実績	百万円	1,935	100	458	2,295	493	208	5,492
06/2期中間	実績	百万円	1,935	100	458	2,295	493	208	5,492
前年同期比	増減額	百万円	488	100	6	71	134	182	984
	増減率	%	33.7	—	1.3	3.2	37.5	708.1	21.8
予想比	増減額	百万円	-291	68	4	235	53	-56	13
	増減率	%	-13.1	208.5	1.0	11.4	12.1	-21.3	0.2

# 連結コスト構造 (2006年2月期中間)

## ■ 先行投資負担と、子会社業績上振れによる費用の増加

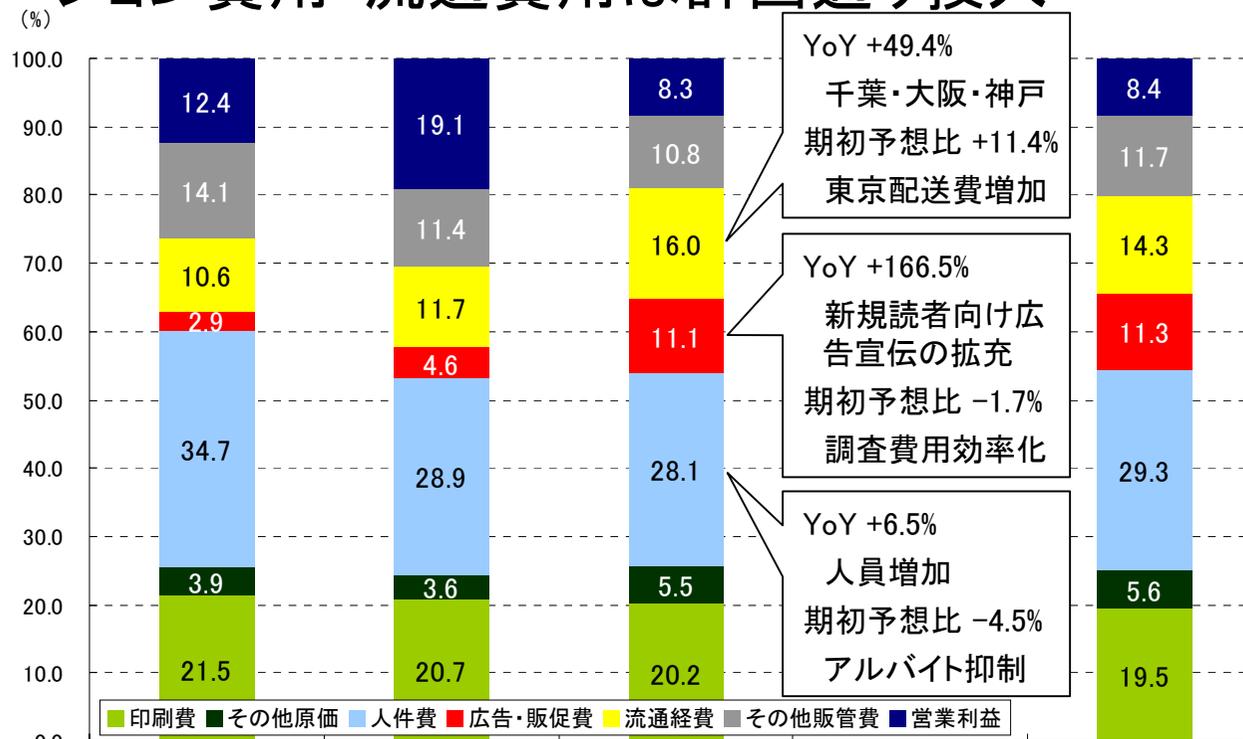


(百万円)

	04/2期中間	05/2期中間	06/2期中間	06/2期中間(予想)
売上高	6,507	8,308	8,817	8,654
売上原価	3,308	3,875	4,102	3,949
販管費	2,694	3,395	4,155	4,215
営業利益	504	1,036	559	488

# 単体コスト構造 (2006年2月期中間)

## ■ プロモーション費用・流通費用は計画通り投入



YoY +49.4%  
千葉・大阪・神戸  
期初予想比 +11.4%  
東京配送費増加

YoY +166.5%  
新規読者向け広告  
宣伝の拡充  
期初予想比 -1.7%  
調査費用効率化

YoY +6.5%  
人員増加  
期初予想比 -4.5%  
アルバイト抑制

(百万円)

	04/2期中間	05/2期中間	06/2期中間
売上高	3,464	5,116	5,598
印刷費	745	1,060	1,130
その他原価	136	185	308
人件費	1,200	1,477	1,573
広告・販促費	99	233	622
流通費用	366	599	895
その他販管費	488	585	602
営業利益	428	974	464

	06/2期中間(予想)
売上高	5,621
印刷費	1,094
その他原価	314
人件費	1,647
広告・販促費	633
流通費用	803
その他販管費	657
営業利益	470

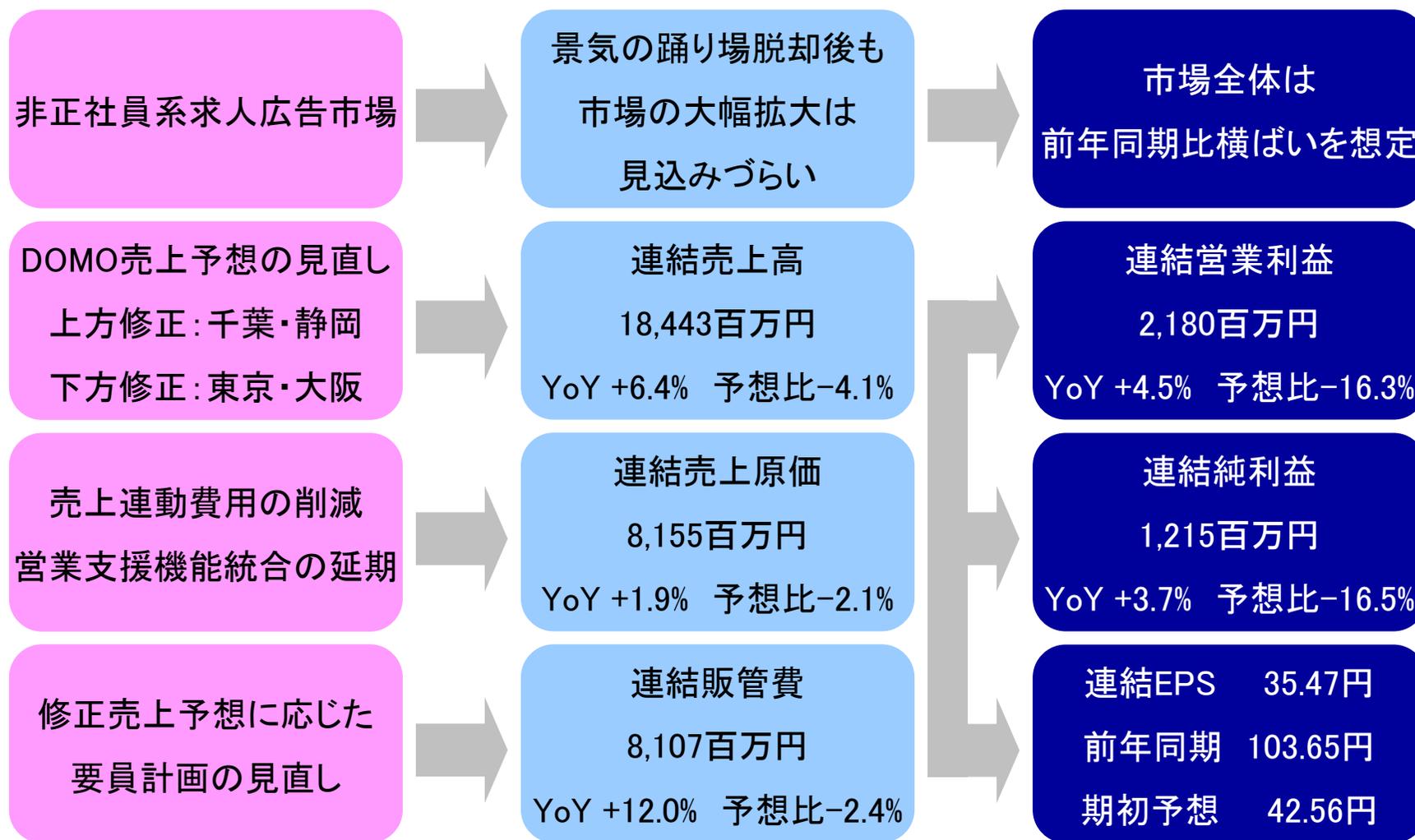


# 今期(2006年2月期通期)業績見通し

---

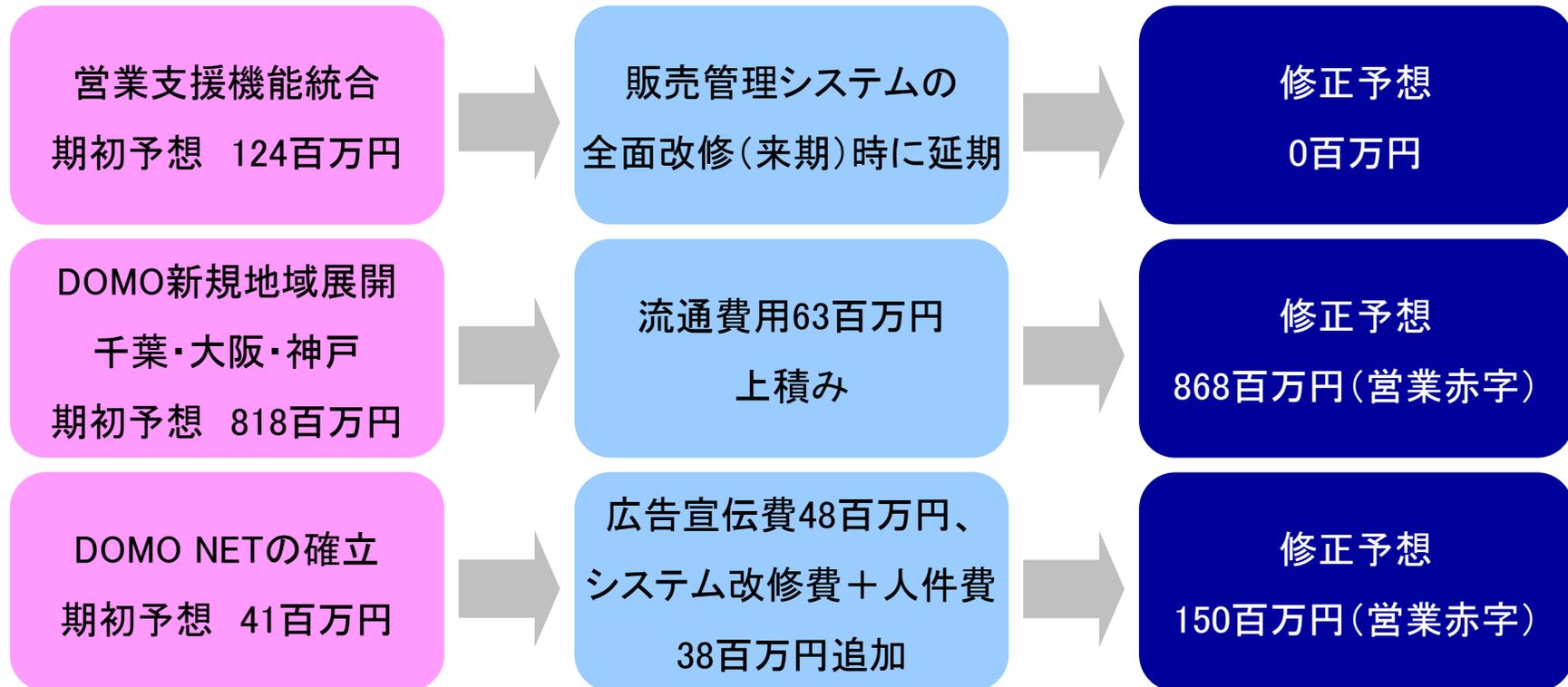
# 業績予想修正の前提及び概要①

## ■ 市場の見通しは横ばい、地域別進捗に応じて売上予想を見直し



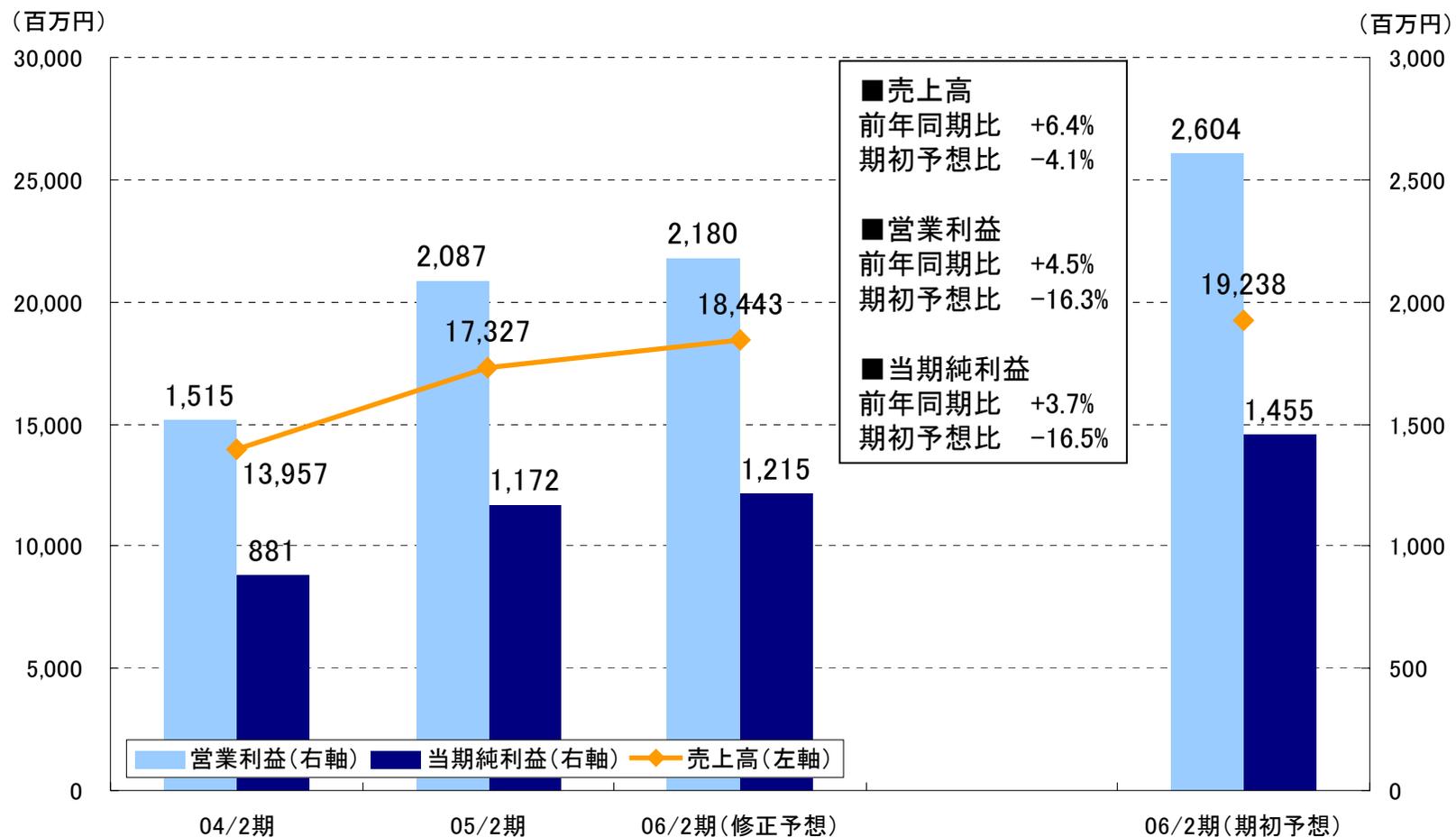
## 業績予想修正の前提及び概要②

- 先行投資は期初予想の983百万円から1,018百万円に増額
  - － 「紙媒体＋インターネット」確立への先行投資は上積み



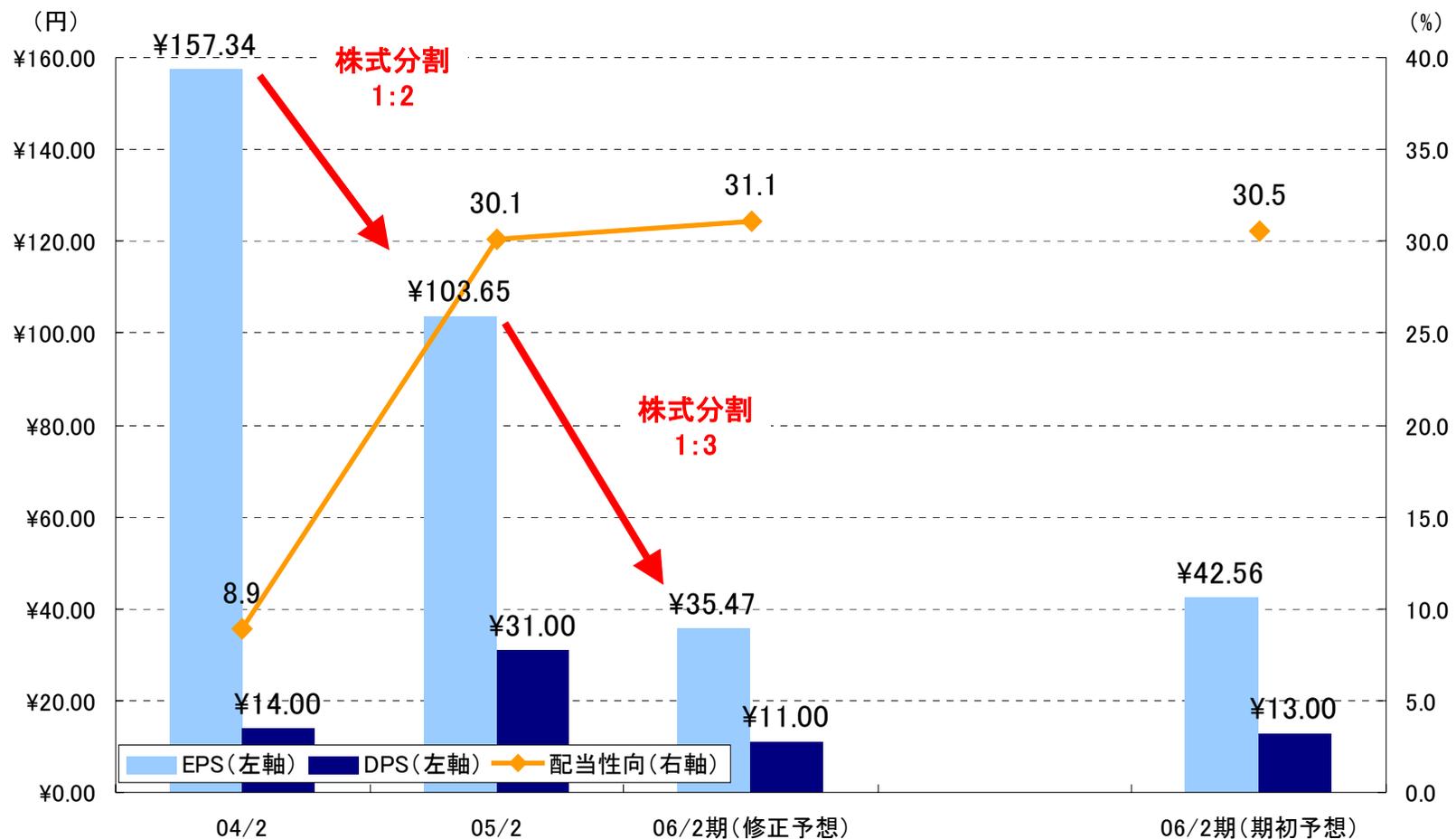
# 連結業績見通し(2006年2月期通期)

## ■ 連結業績予想は増収増益を維持



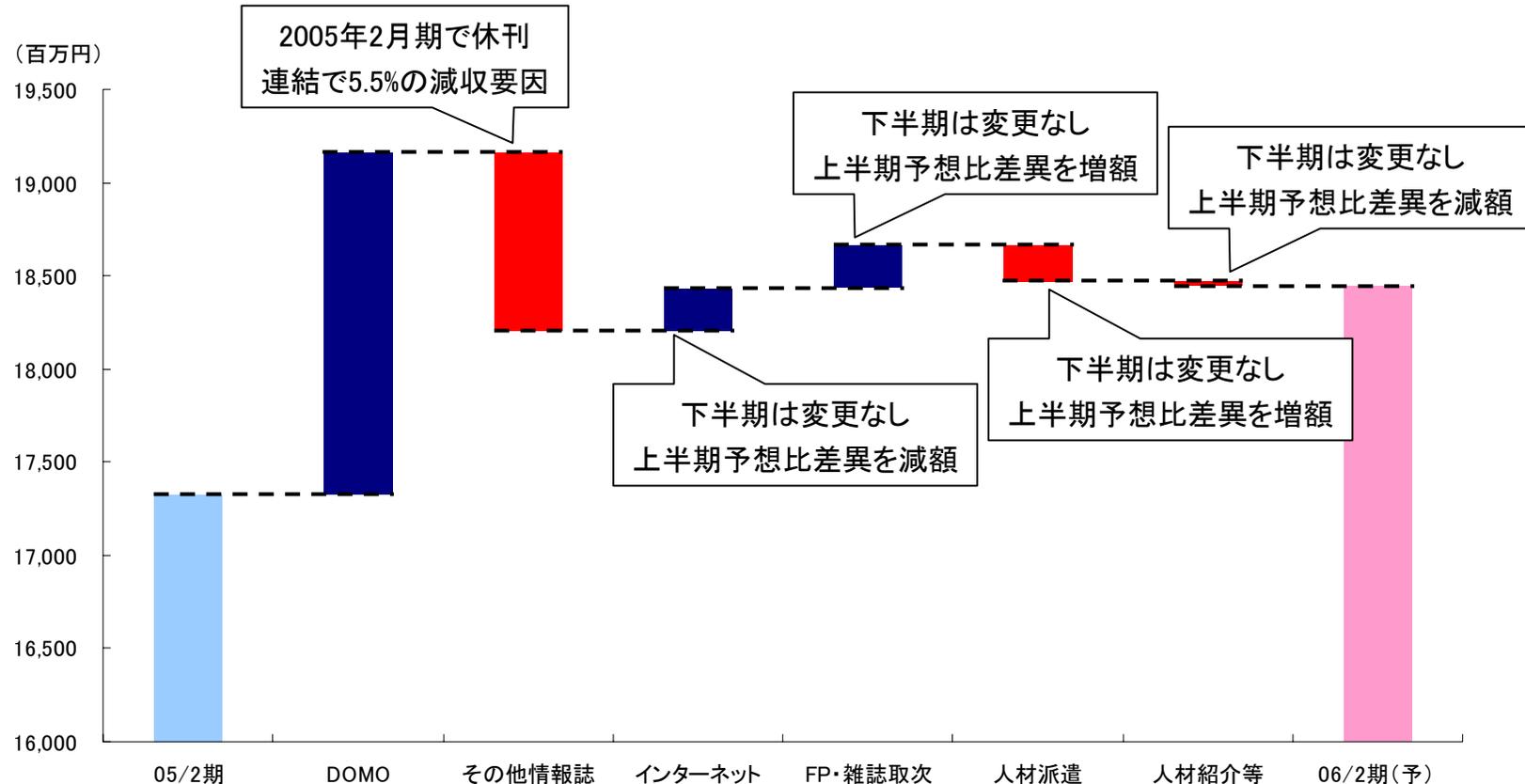
# 連結1株当たり指標見通し(2006年2月期通期)

## ■ 連結当期純利益の30%を目処にした利益配分方針を継続



# 連結売上高の見通し(2006年2月期通期)

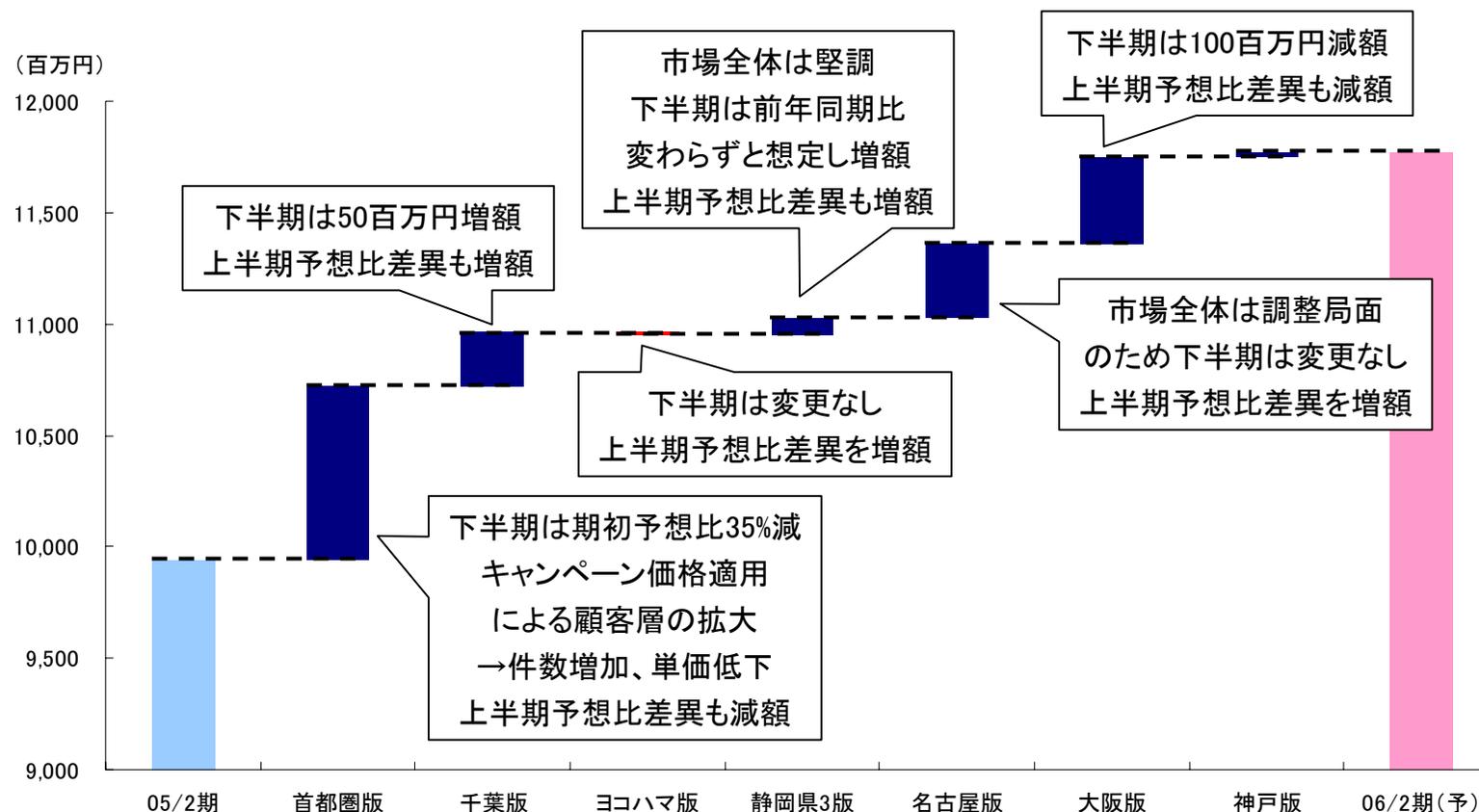
## ■ 『DOMO』は下方修正、その他は上半期予想比差異のみを反映



	05/2期	DOMO	その他情報誌	インターネット	FP・雑誌取次	人材派遣	人材紹介等	06/2期(予)	
06/2期	予想	百万円	11,770	—	328	921	5,371	51	18,443
前年同期比	増減額	百万円	1,831	-954	228	229	-190	-28	1,115
	増減率	%	18.4	—	227.8	33.3	-3.4	-36.1	6.4
期初予想比	増減額	百万円	-944	—	-36	114	78	-7	-795
	増減率	%	-7.4	—	-10.0	14.3	1.5	-12.6	-4.1

# 『DOMO』売上高の見通し(2006年2月期通期)

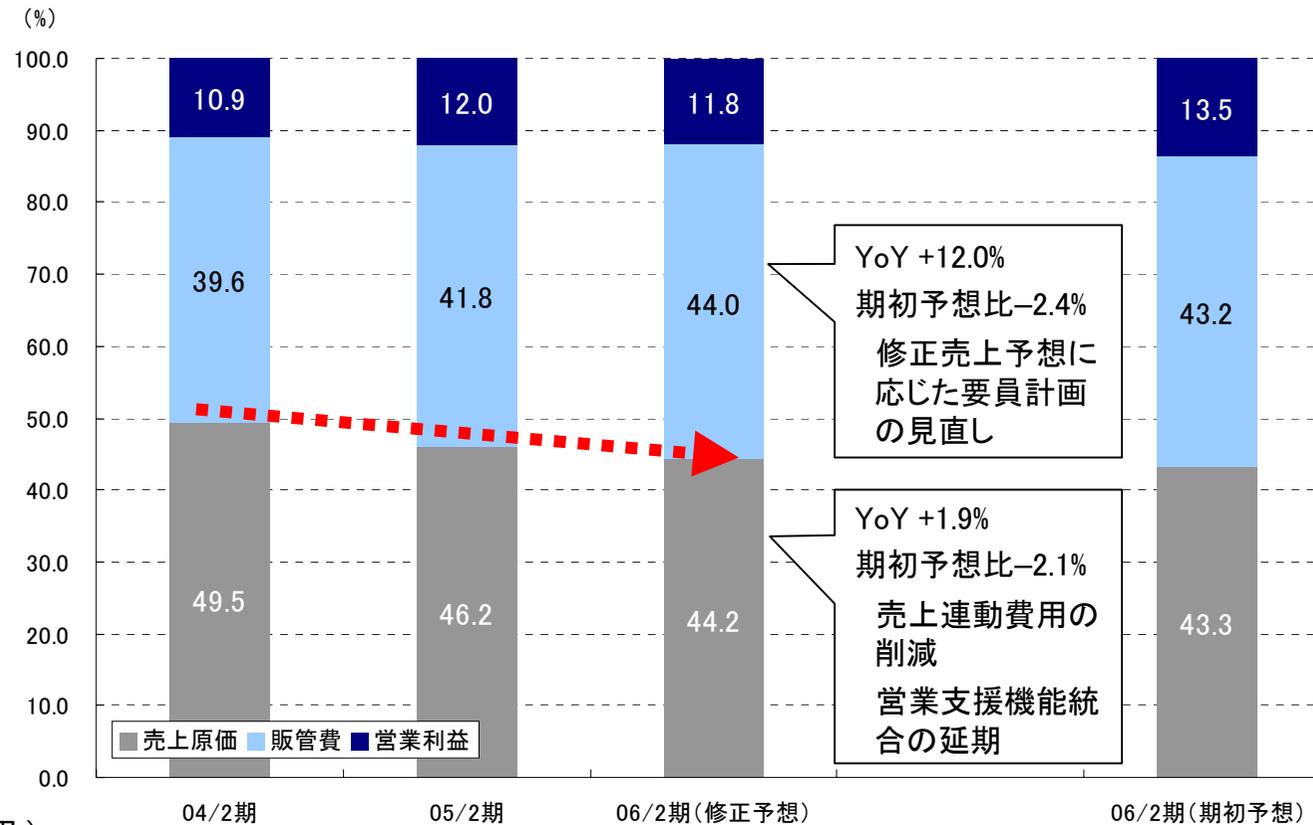
## ■ 首都圏版・大阪版を下方修正、千葉版・静岡県3版を上方修正



06/2期	予想	百万円	4,144	246	1,003	4,658	1,145	553	19	11,770
前年同期比	増減額	百万円	779	246	-16	76	333	393	19	1,831
	増減率	%	23.2	—	-1.6	1.7	41.1	245.6	—	18.4
期初予想比	増減額	百万円	-1,486	118	4	522	53	-156	—	-944
	増減率	%	-26.4	92.6	0.5	12.6	4.9	-22.1	—	-7.4

# 連結コスト構造の見通し(2006年2月期通期)

## ■ 単体はコスト抑制、子会社は上半期実績＋下半期期初予想



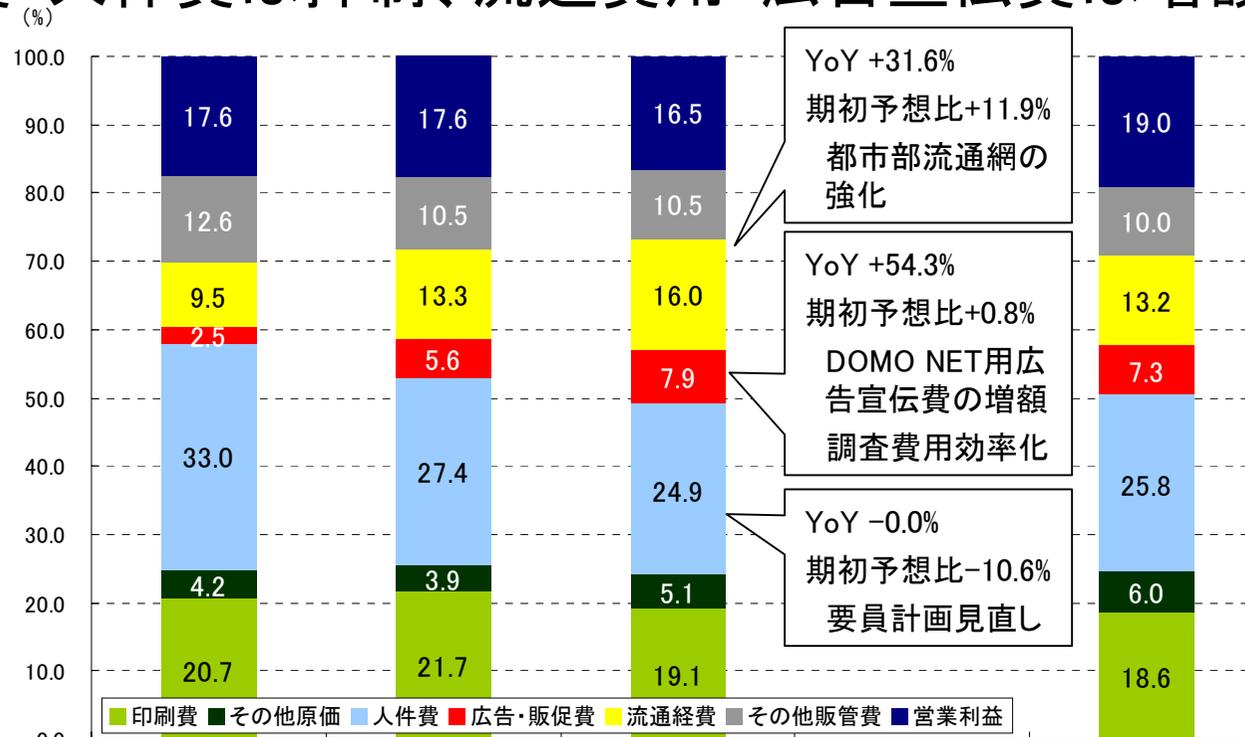
(百万円)

	04/2期	05/2期	06/2期(修正予想)
売上高	13,957	17,327	18,443
売上原価	6,908	7,999	8,155
販管費	5,532	7,240	8,107
営業利益	1,515	2,087	2,180

売上高	19,238
売上原価	8,327
販管費	8,307
営業利益	2,604

# 単体コスト構造の見通し(2006年2月期通期)

## ■ 印刷費・人件費は抑制、流通費用・広告宣伝費は増額



(百万円)

	04/2期	05/2期	06/2期(修正予想)
売上高	7,792	11,066	12,144
印刷費	1,611	2,402	2,323
その他原価	326	429	623
人件費	2,571	3,027	3,027
広告・販促費	194	623	961
流通費用	737	1,473	1,938
その他販管費	982	1,160	1,269
営業利益	1,367	1,949	2,000

	06/2期(期初予想)
売上高	13,125
印刷費	2,447
その他原価	792
人件費	3,385
広告・販促費	954
流通費用	1,733
その他販管費	1,312
営業利益	2,500



# DOMO指標

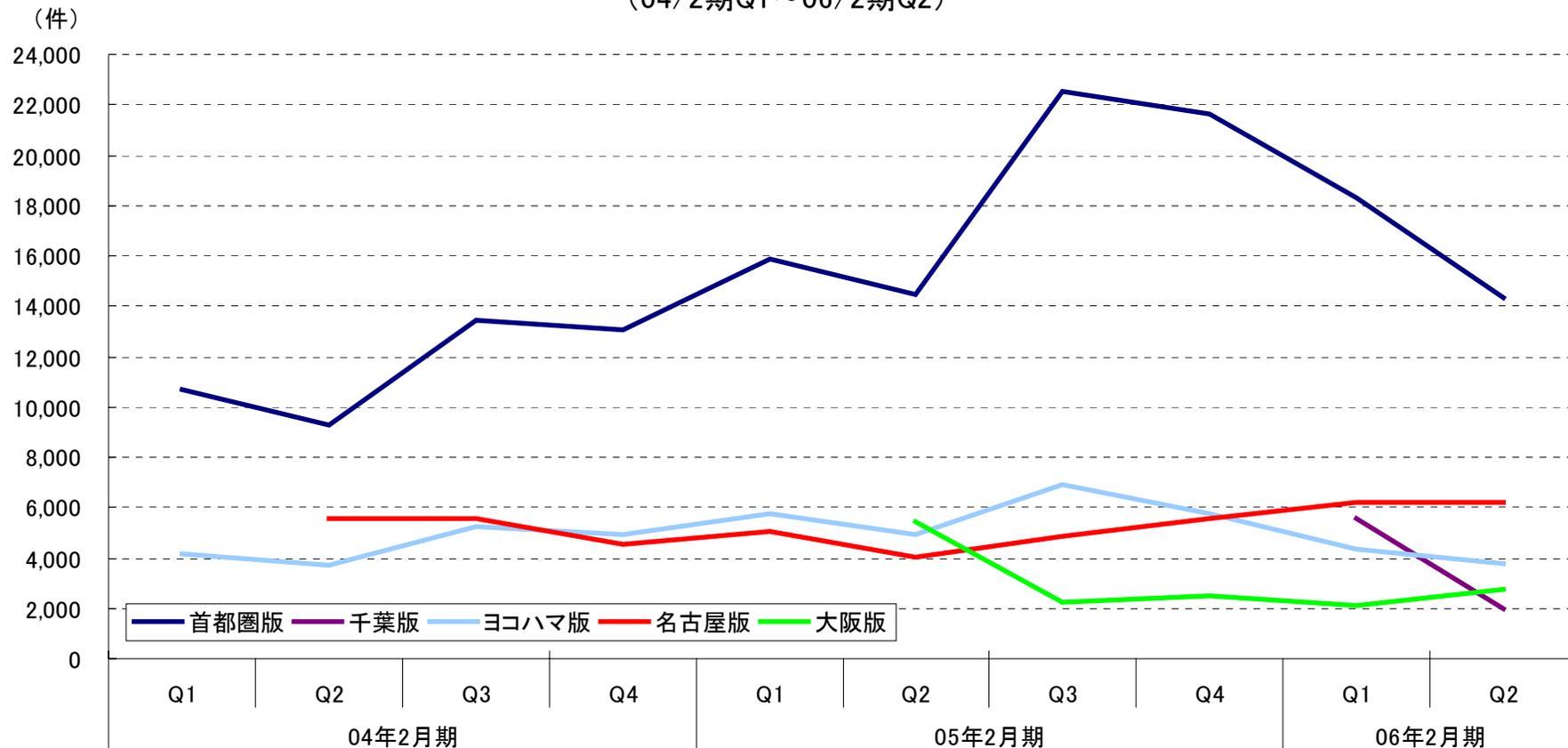
---

# DOMO指標:掲載件数

## ■ 第2四半期は季節的に伸び悩む時期

- 首都圏版は人材サービス企業の求人広告抑制が影響
- 大阪版は増加基調へ

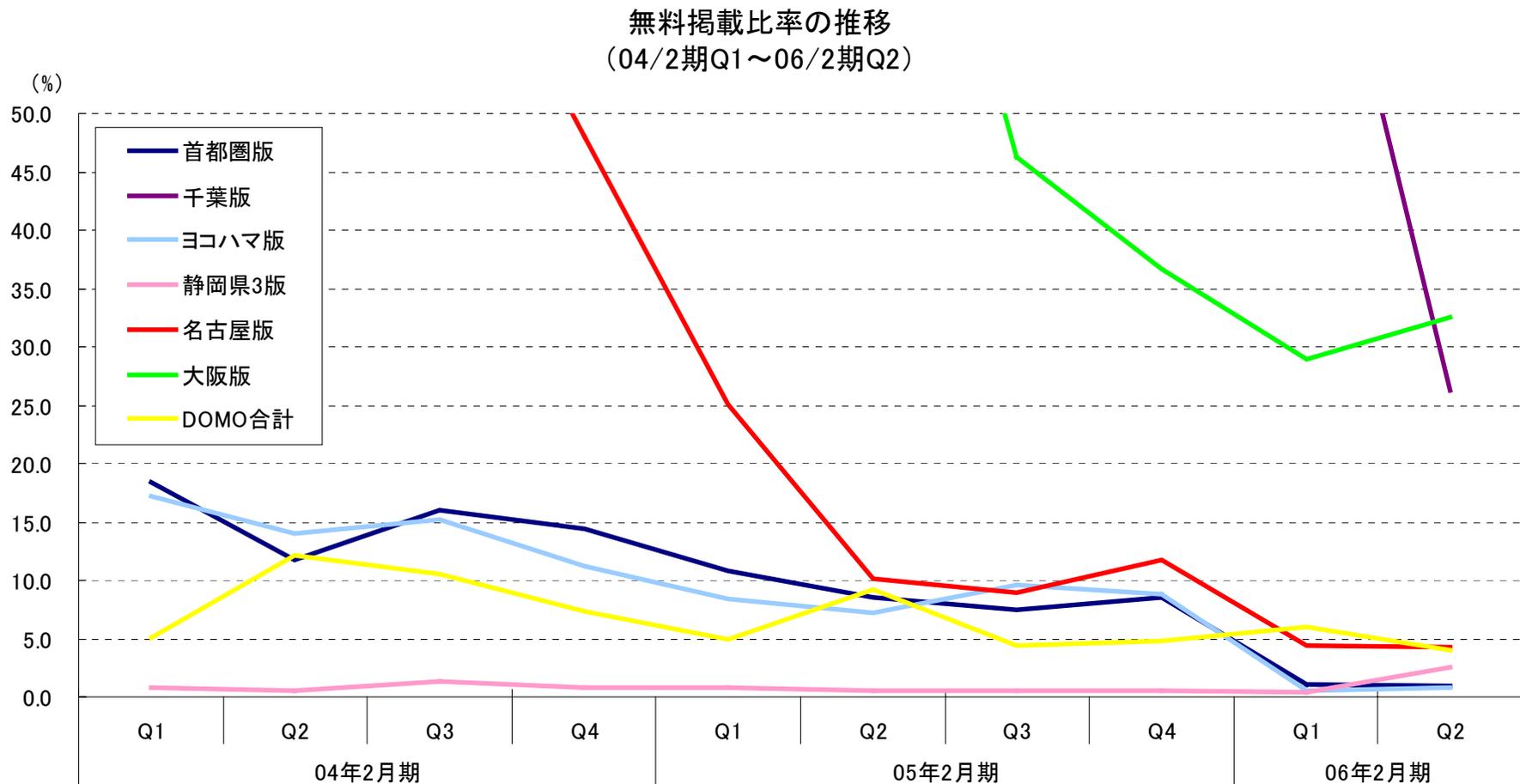
掲載件数の推移  
(04/2期Q1~06/2期Q2)



# DOMO指標: 無料掲載比率

## ■ DOMO全版の無料掲載比率は5%で安定

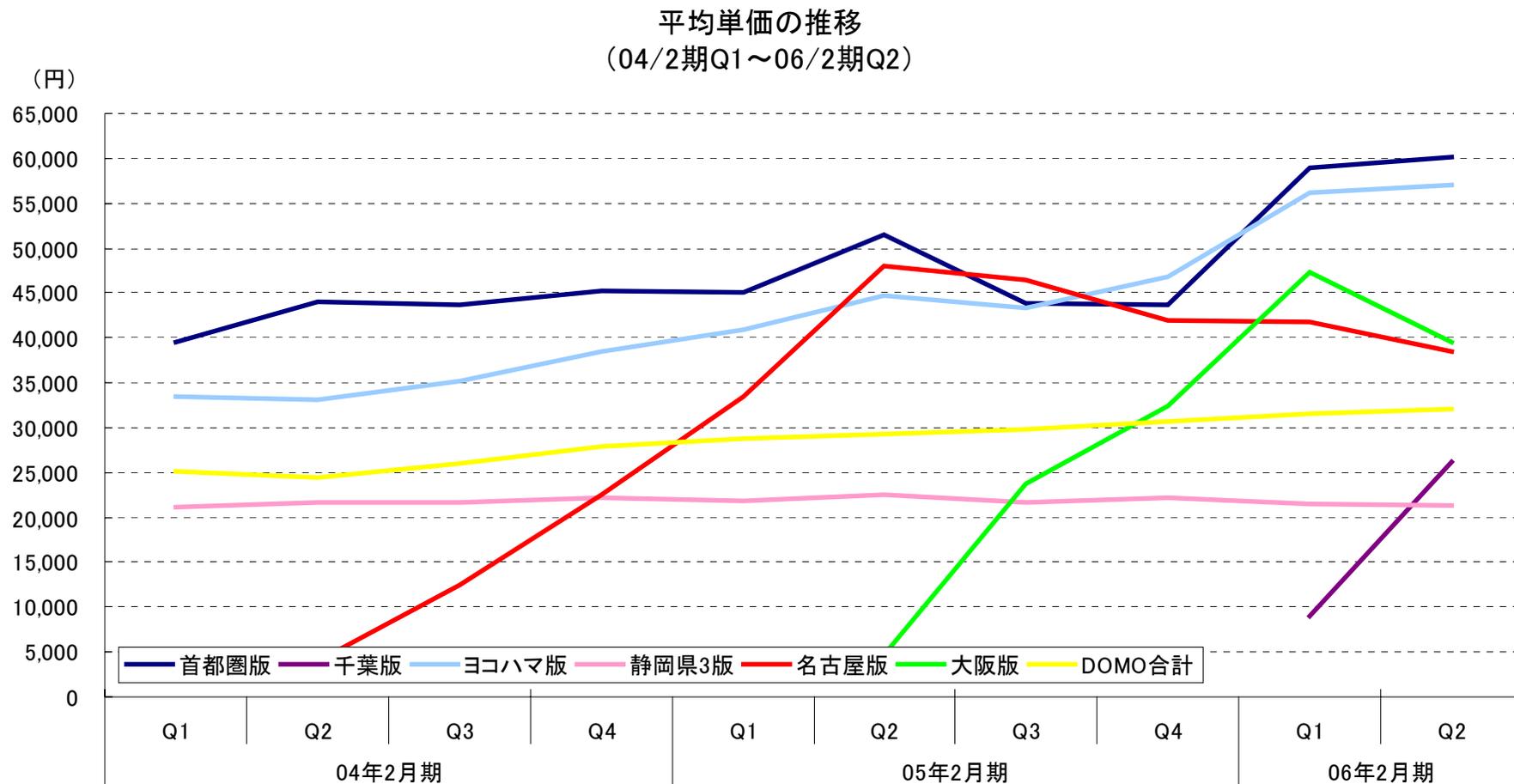
- 千葉版は有料化を推進、大阪版は掲載件数増加を優先



# DOMO指標: 平均単価

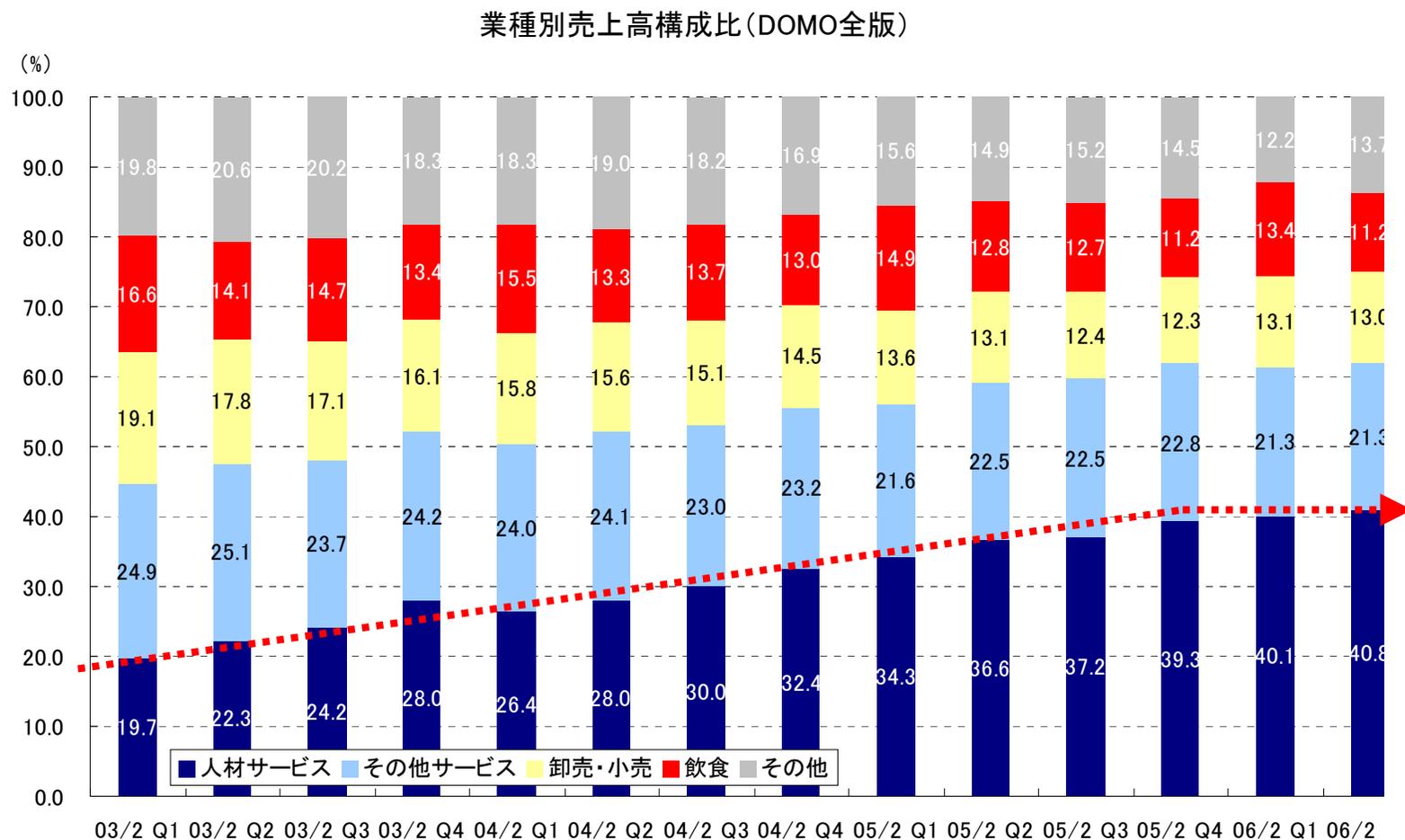
## ■ DOMO全版の平均単価は緩やかに上昇

- 名古屋版は代理店販売比率が増加、大阪版は値引き価格適用を拡大



# DOMO指標：業種別売上高構成比

- 人材サービス企業の構成比の伸び率は緩やかに
  - 求人広告費用の抑制が影響



# 当中間期の総括と今後の方針

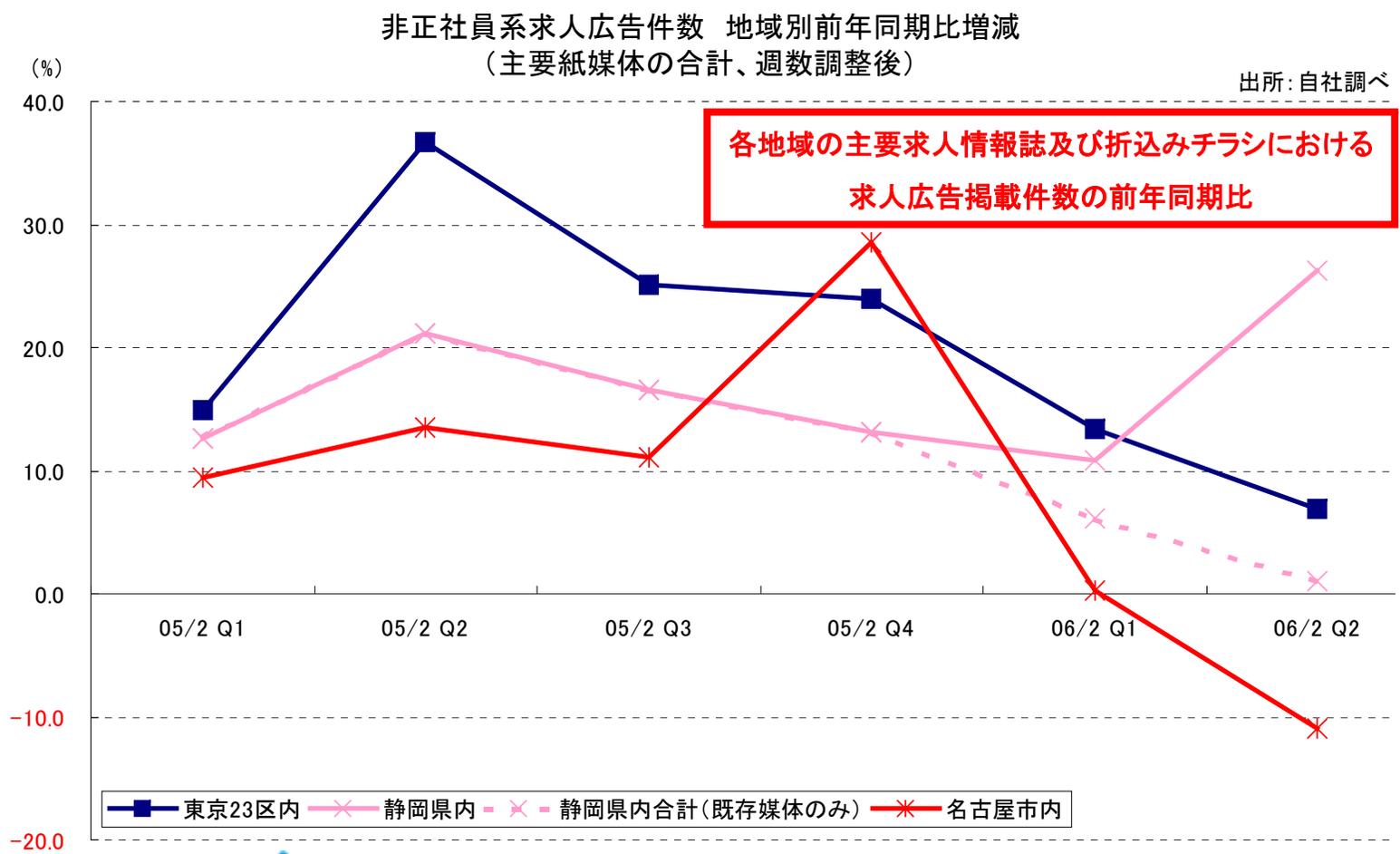
---

代表取締役社長  
鈴木 秀和

# 当中間期の総括一事業環境①

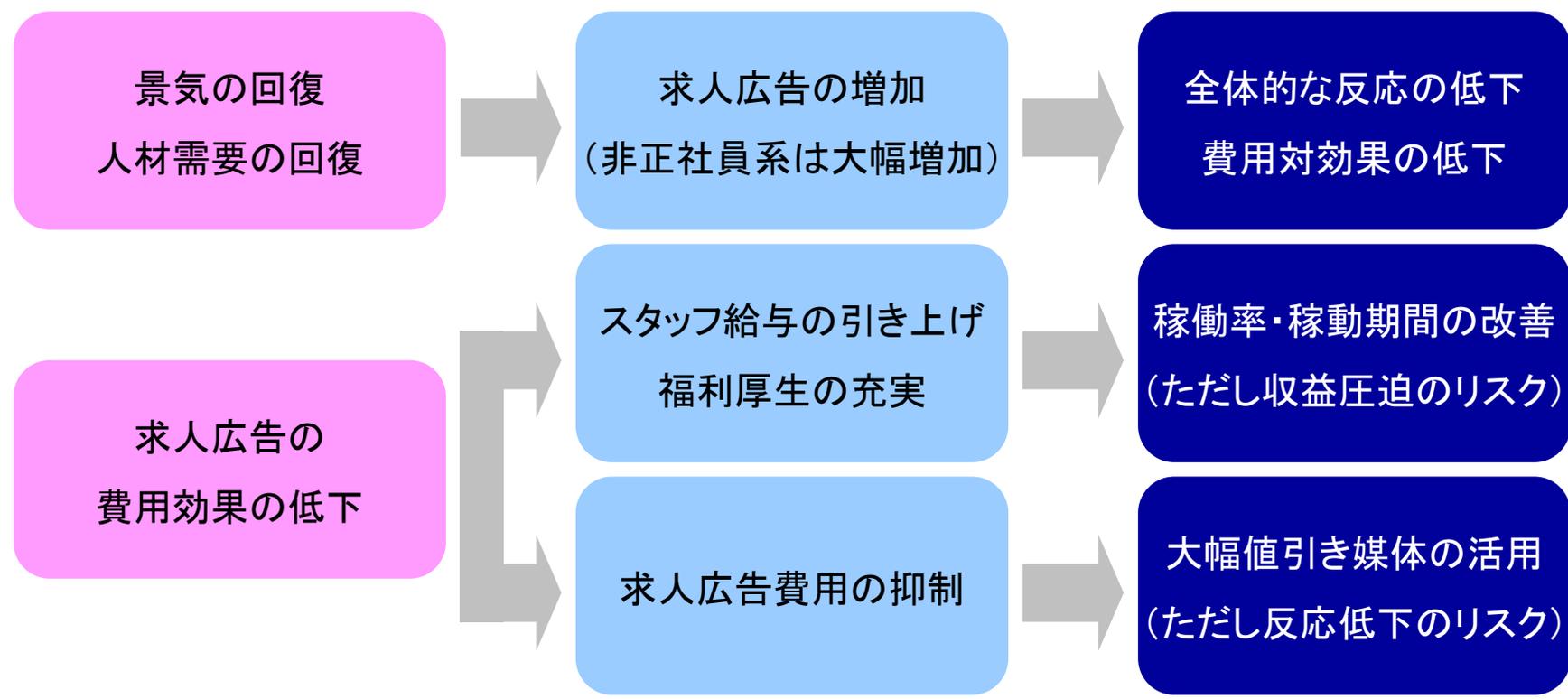
## ■ 非正社員系(紙媒体)求人広告市場は調整局面

ー 長期間(静岡:12四半期連続)にわたる拡大により必然の調整局面入り



## 当中間期の総括一事業環境②

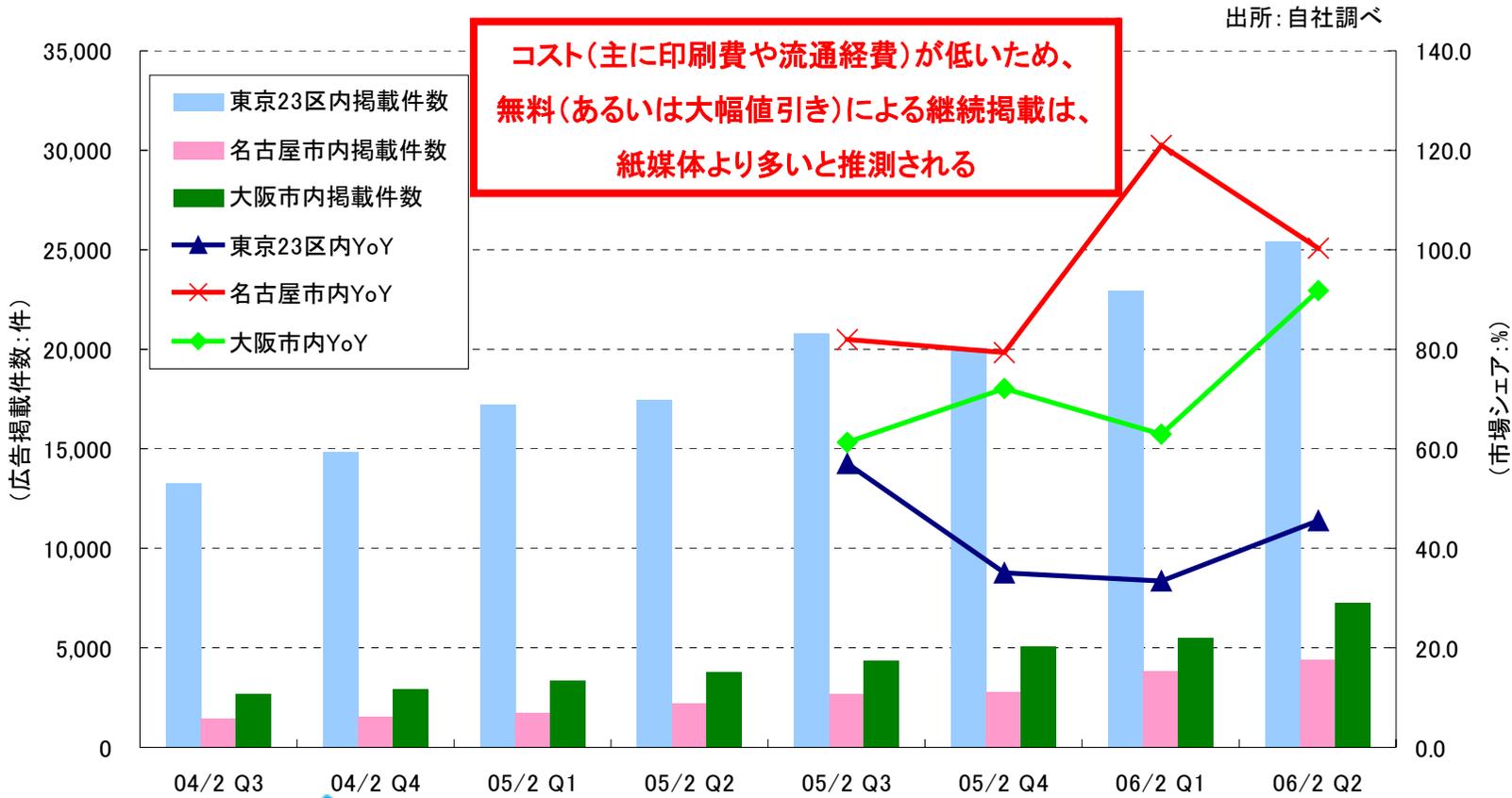
### ■ 人材サービス企業を中心に求人広告費用を抑制



# 当中間期の総括一事業環境③

- 求人情報サイトは首都圏を中心に大幅に拡大
  - ただし、全てのサイトがユーザーにとって魅力的なサイトなのかどうか

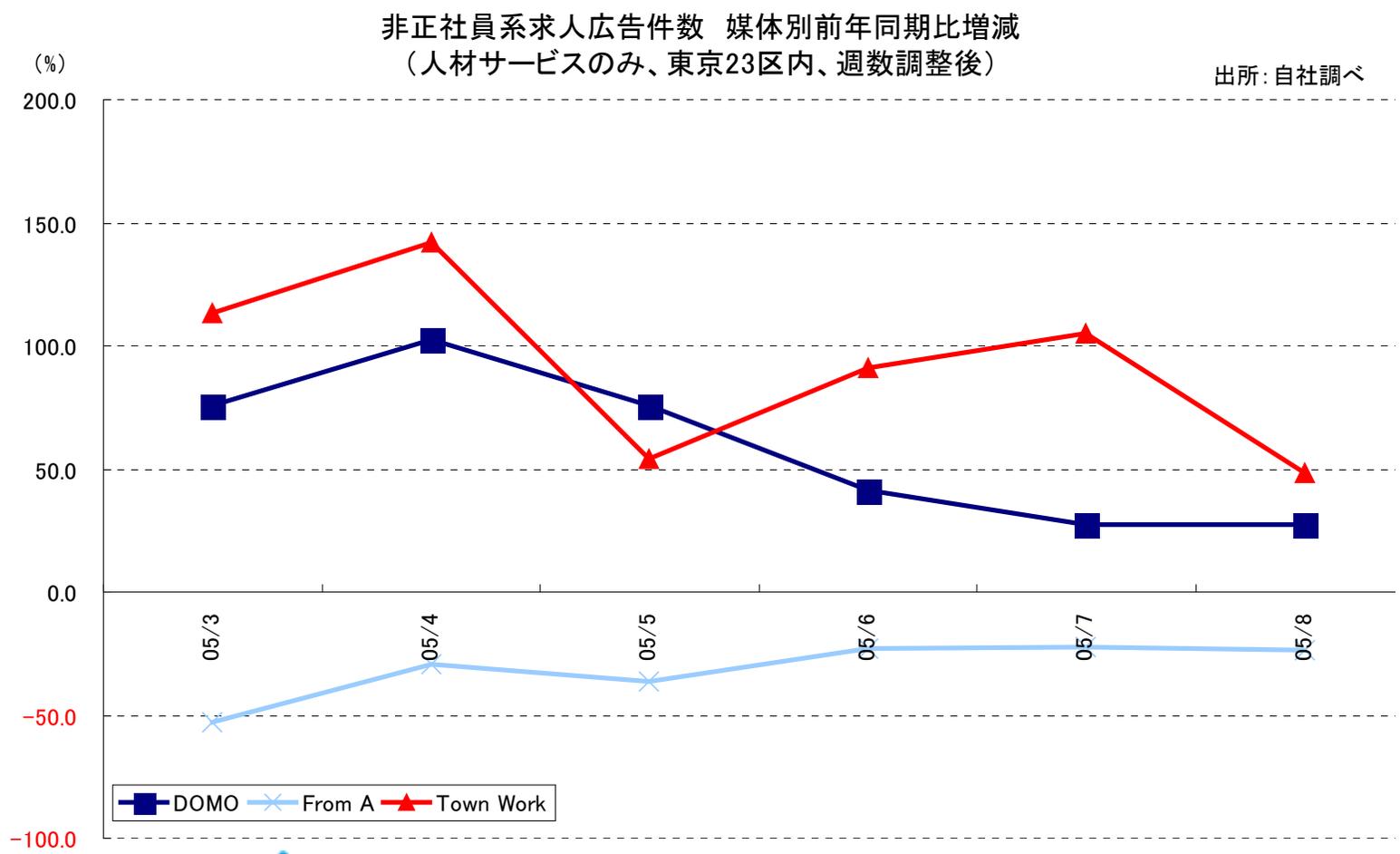
非正社員系求人広告件数 地域別前年同期比増減  
(主要求人情報サイトの合計、月1回カウント)



# 当中間期の総括—DOMO首都圏版

## ■ 市場の調整はDOMO首都圏版に大きく影響

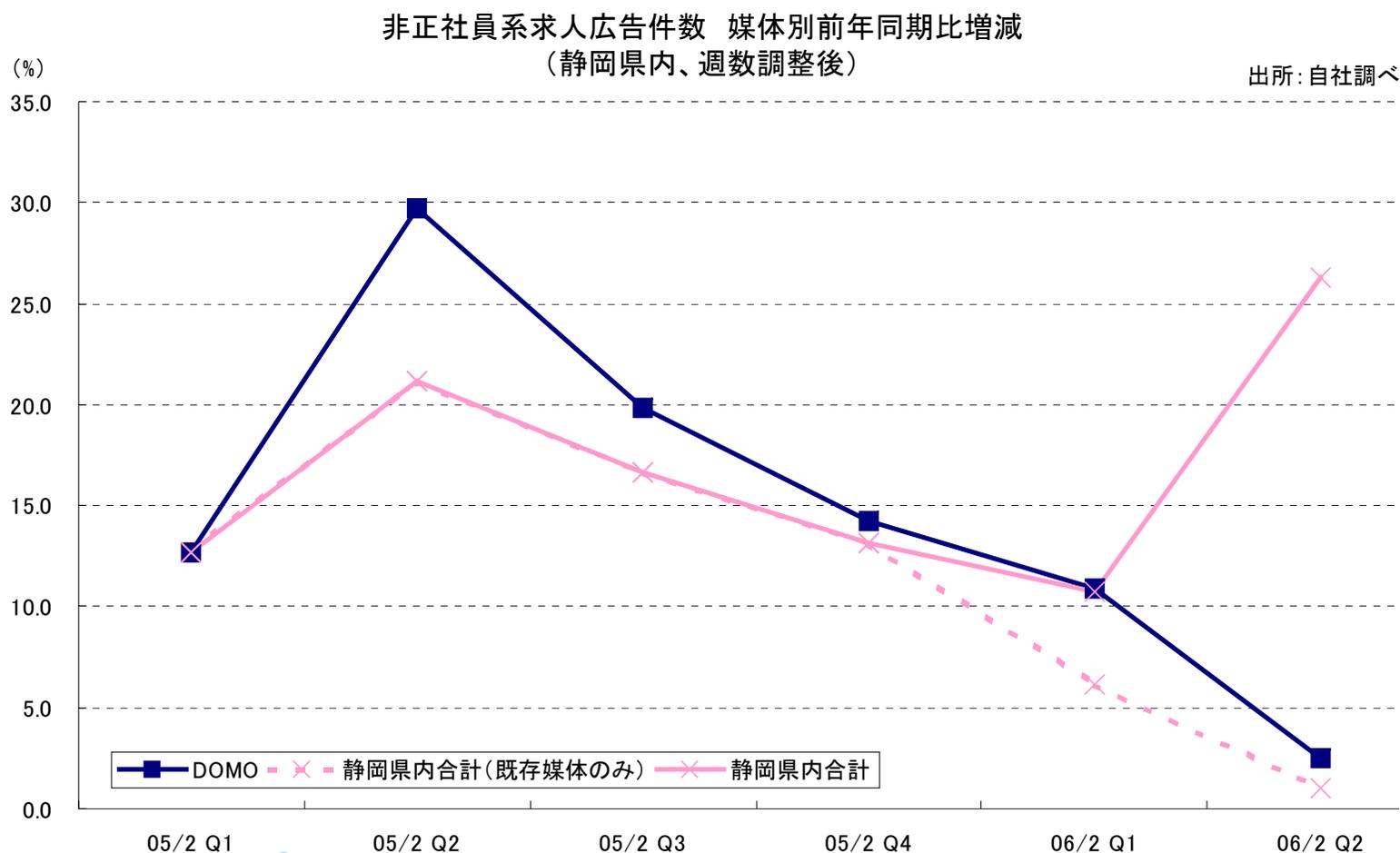
- 大きな影響を受けるほどのポジション(シェア)ではないと想定していた



# 当中間期の総括—DOMO静岡県3版

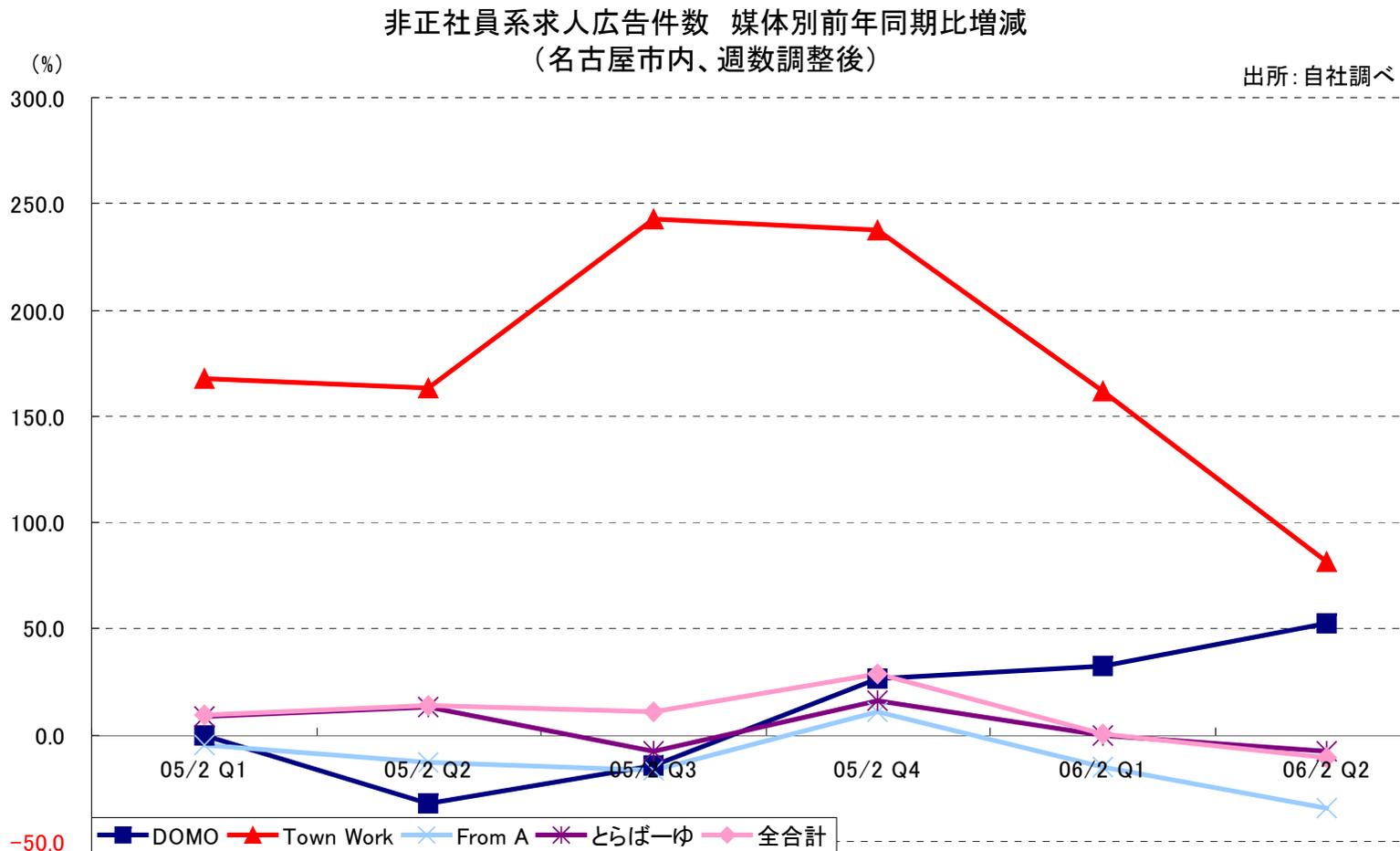
## ■ 市場全体の調整局面により前年同期比横ばい

— 期初予想より堅調に推移、競合無料誌の創刊による影響はほとんどなし



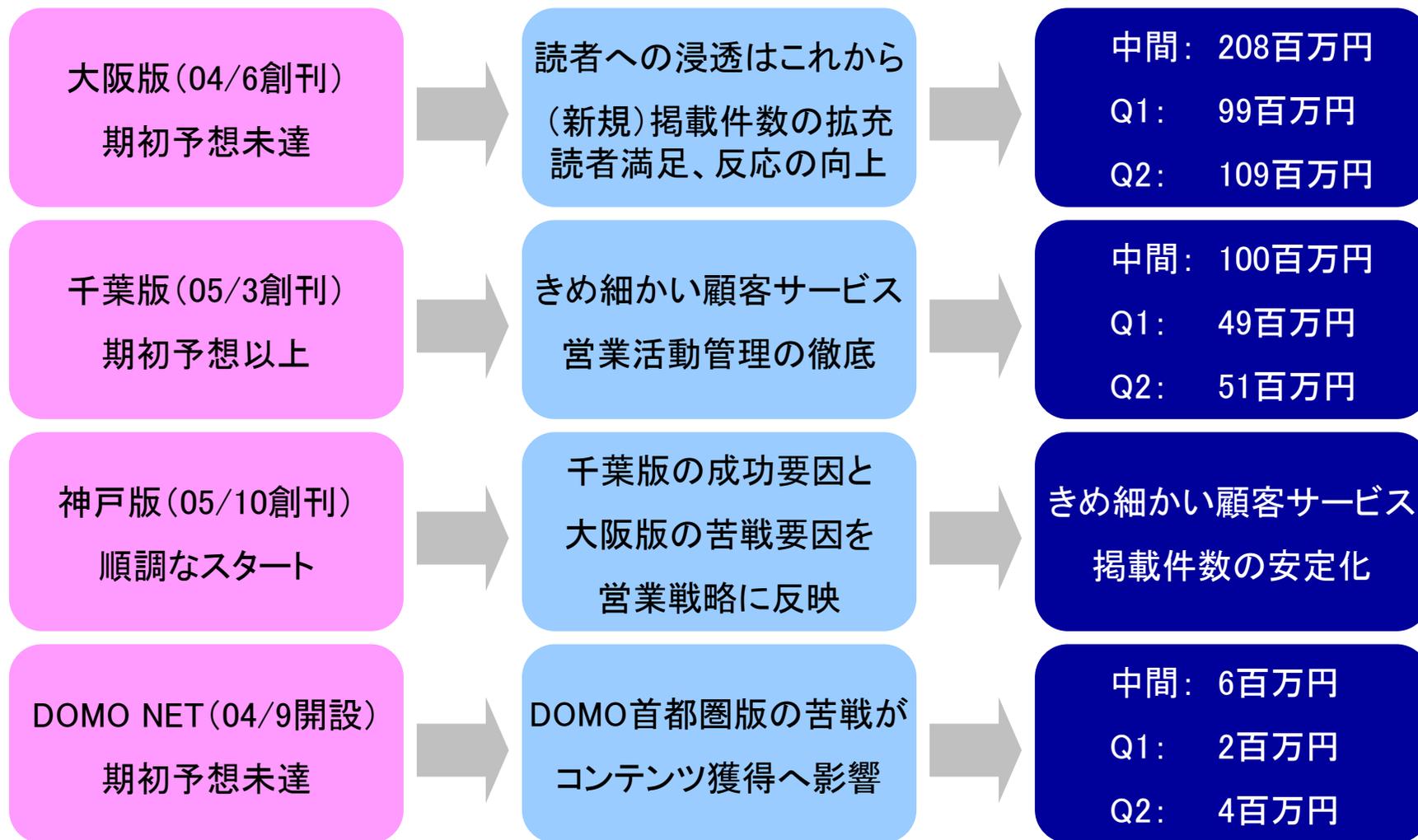
# 当中間期の総括—DOMO名古屋版

- 商品力＋営業力により市場全体に対してアウトパフォーマンス
  - － 直販組織(中心部集中)＋代理店(郊外)が奏効



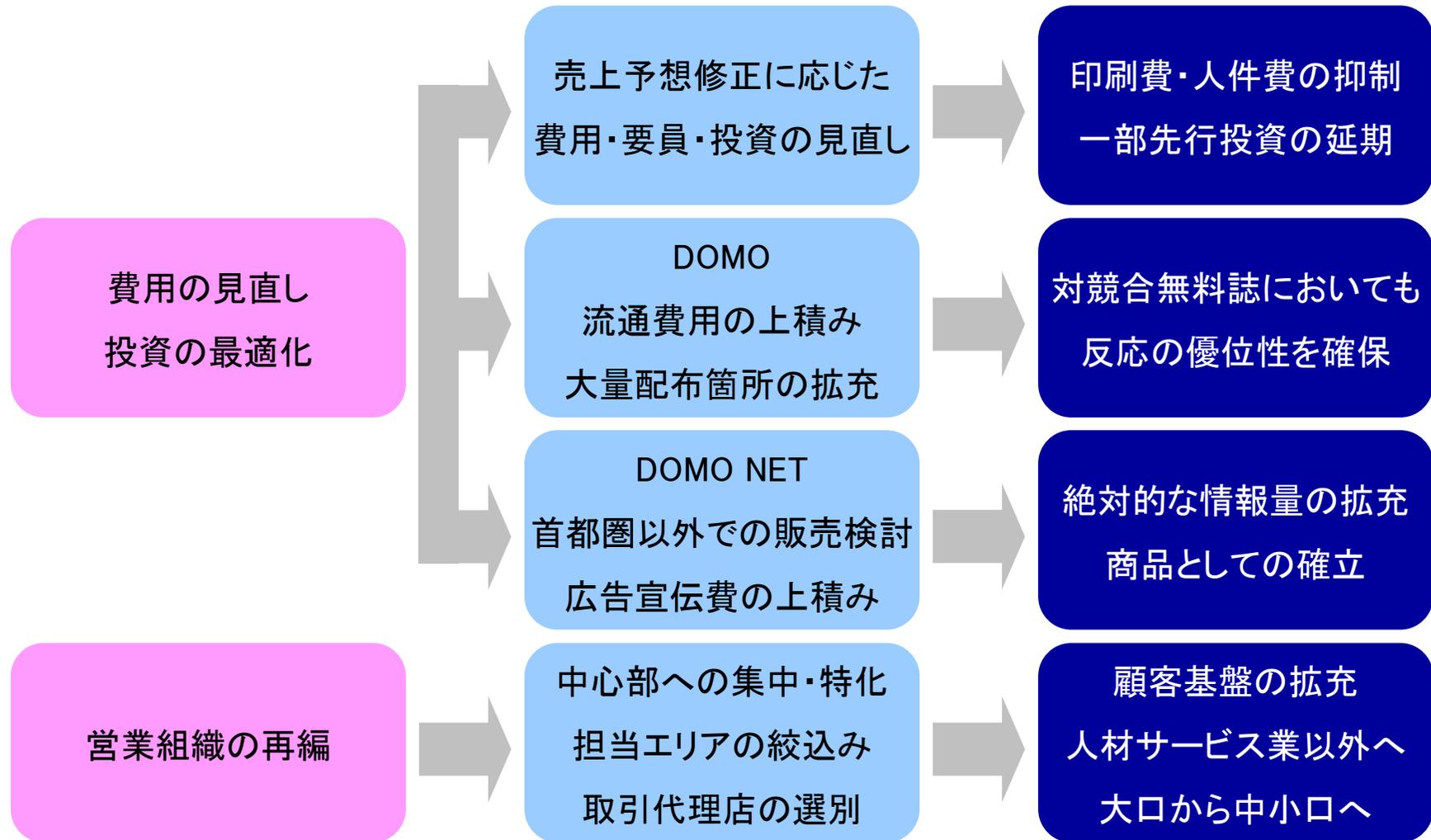
# 当中間期の総括—新規媒体

## ■ 地域別の進捗にばらつき



# 下半期の方針

## ■ 投資の最適化を行い、来期に向けた基盤固めを図る



# 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。

# ご連絡先

---

株式会社アルバイトタイムス

総務部 広報・IR担当 高橋 徹弥

Tel: 03-5202-2255

Fax: 03-5202-2300

E-mail: [tetsutaka@atimes.co.jp](mailto:tetsutaka@atimes.co.jp)

住所: 〒103-0027

中央区日本橋2-1-14 日本橋加藤ビルディング

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