



決算説明会

平成21年2月25日

株式会社 ピーエイ

東証マザーズ 証券コード:4766

もくじ

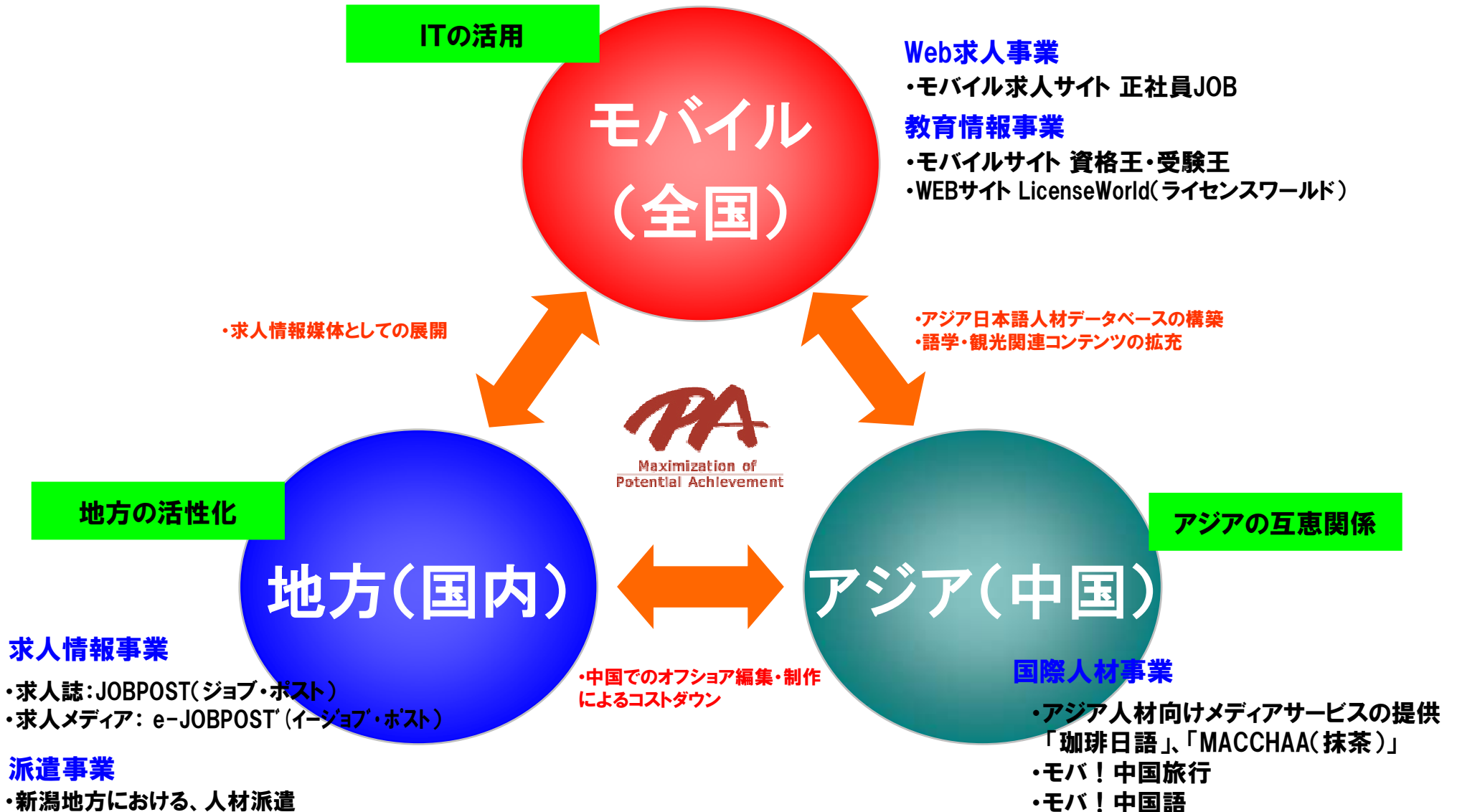
- 会社概要・沿革..... ● P 3
- 決算概要..... ● P 7
- 事業環境と戦略..... ● P 16

プロフィール・沿革



社名 株式会社ピーエイ 東証マザーズ上場(証券コード:4766)	【沿革】 1986年 6月 新聞広告代理店業を目的として有限会社ピーエイ設立。 1991年11月 株式会社に改組。求人情報マガジン アイ・エヌ・ジー新潟県版を創刊。 1993年 6月 長野営業所開設。同年11月求人情報マガジン アイ・エヌ・ジー信州版を創刊。 1995年 6月 郡山(福島)営業所開設。同年10月求人情報マガジン アイ・エヌ・ジー福島版を創刊。 1995年12月 インターネット求人情報サービスINFONET(職ingサイト)を開設。 1996年 3月 東京本社開設。 1997年11月 株式会社アイ・ディ・ジーコミュニケーションズ(現株式会社アイ・ディ・ジー・ジャパン)と業務提携。同社のコンピュータ専門誌とインターネットサイトによるIT(情報技術)人材専門の求人サイト「JOBWORLD」の管理運営業務を開始。 1998年 6月 IT系人材情報インフラを活用し、IT人材に特化した人材情報配信サービス「JOBMAIL」事業を発足。 1999年 4月 資格・教育支援サイト「LicenseWorld」を開始。TOEIC、MCP等の資格・受験情報、オンライン模擬試験等を掲載。 2000年 7月 東証マザーズに上場。資本金4億9,815万円に増資。 2000年10月 資格・教育支援モバイルサイト「資格王・受験王」を開設。 2003年 1月 一般求人情報を掲載するフリーペーパー「JOBPOST」を長野市、郡山市にて発行。 2004年 4月 本社移転(東京都新宿区)。 2004年 8月 「JOBPOST」新潟・長野・福島エリアでリニューアル創刊。 2005年 1月 中国(北京)に連結子会社北京培繹諮詢有限公司を設立。 2007年 9月 アジア交流SNSサイト「MACCHAA(抹茶)」を開設。 2007年11月 モバイル求人サイト「正社員JOB」を開設。 2008年11月 モバイル求人株式会社 (PA子会社/株式会社アルバイトタイムスとの合併会社設立) 2008年12月 株式会社ふらっしゅ (PA子会社/株式会社e-まちタウンとの合併会社設立)
設立 1986年6月	
資本金 514,068千円(2008年12月末現在)	
代表者 代表取締役社長 加藤 博敏	
社員数 109名 ※パート・アルバイト含む(2008年12月末現在)	
主要取引銀行 三井住友銀行、りそな銀行、みずほ銀行	
事業内容 ・求人広告の提供 ・大学、専門学校等情報の提供 ・模擬試験の提供	
事業所所在地 【本社】東京都新宿区新小川町6番29号 アクロポリス東京10階 【新潟】新潟県新潟市中央区紫竹山1丁目9番29号 【長岡】新潟県長岡市城内町3丁目893番36号 丸山第2ビル5階 【長野】長野県長野市南堀630 【松本】長野県松本市南松本1丁目4番9号 ワタナベビル 1階 【郡山】福島県郡山市開成4丁目3番10号 サニービル2階 【福島】福島県福島市成川字西谷地12番1号 阿部ビル2階 【いわき】福島県いわき市小島町3丁目3番5号 山一ビルII 2-3号室	

ピーエイグループの事業領域



当社グループの有するメディア

求人情報誌部門およびWeb求人サービス部門



JOBPOST



e-JOBPOST



正社員JOB

教育情報サービス部門

アジア部門



資格王・受験王



LicenseWorld



モバ! 中国語



珈琲日語
↑ 提携サイト

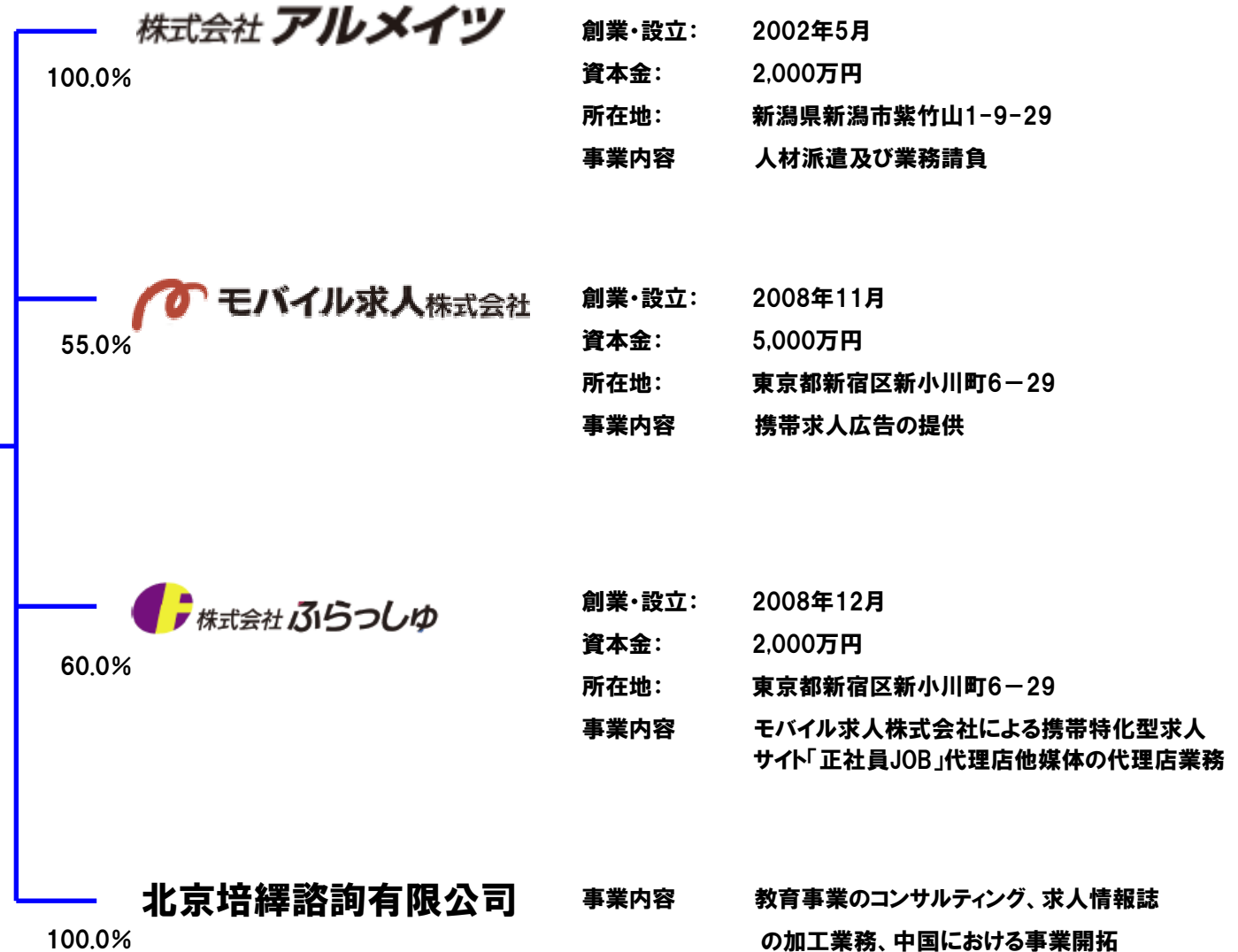


MACCHAA



モバ! 中国旅行

ピーエイグループ企業紹介



PART 1
決算 概要

平成20年12月期 決算サマリー



	連結		単体	
	H20(1~12月) (百万円)	前年同期比 (増減)	H20(1~12月) (百万円)	前年同期比 (増減)
売上高	1,609	△4.6%	1,295	△7.2%
売上原価	573	△3.7%	360	△9.1%
売上総利益	1,036	△5.1%	934	△6.4%
販売管理費	1,000	2.6%	910	7.2%
営業利益	36	△69.1%	23	△84.0%
経常利益	46	△61.8%	42	△73.8%
当期純利益	20	△81.3%	19	△79.8%

連結・単体共に連続黒字化

■ 連結・単体共に黒字定着化。特に利益面では、制作コストの削減を進めるなどし、営業利益、経常利益、当期純利益のいずれにおいても黒字化

- ・ 求人情報誌の無料誌(JOBPOST)の応募効果向上のため、設置場所の拡大・見直し・ハンディング(手渡し)の強化

■ モバイルサイトに特化した、正社員系求人サイトをスタート

- ・ i-mode公式コンテンツ「正社員JOB」

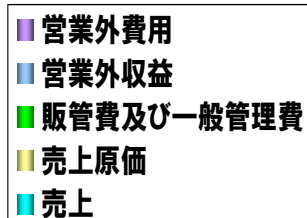
■ 株式会社アルバイトタイムズと「正社員JOB」

運営のために合併会社設立

連結業績:P/L分析

2008年度の経常損益要因

(単位:百万円)



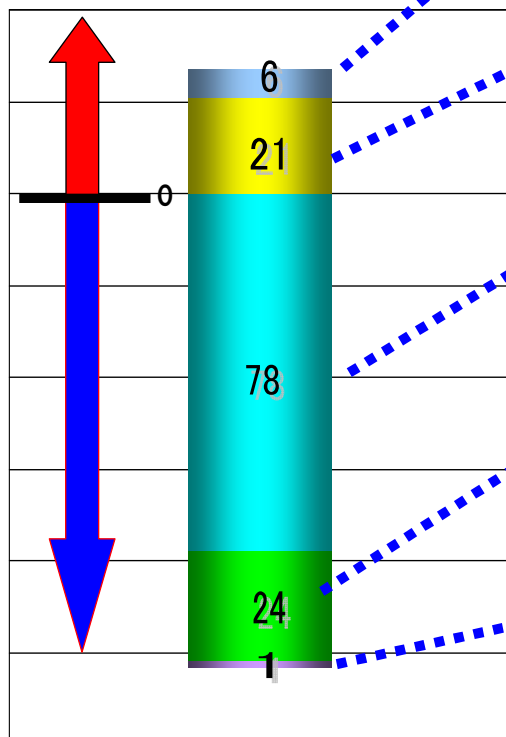
プラス効果
27百万円

+

マイナス効果
103百万円

||

経常損益
2007年度比
76百万円減



営業外収益:

6百万円増 (前年比65.3%) の15百万円
→受取利息の増加等

売上原価:

21百万円減 (前年比△3.7%) の573百万円
→売上高変動により減少

売上:

78百万円減 (前年比△4.6%) の1,609百万円
→年末に市場規模縮小により減少

販売管理費:

24百万円増加 (前年比2.6%) の1,000百万円
→正社員JOBプロモーションの為の広告宣伝費増加等

営業外費用:

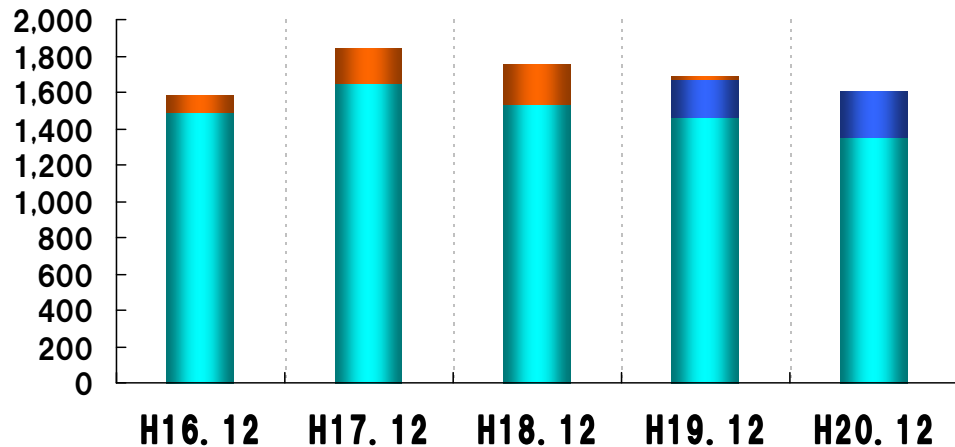
1百万円増 (前年比△31.2%) の4百万円
→子会社設立費用等の増加

連結業績: 5カ年セグメント別売上高、営業利益推移

売上高

(単位:百万円)

■ 情報サービス ■ 人材派遣 ■ その他



売上高

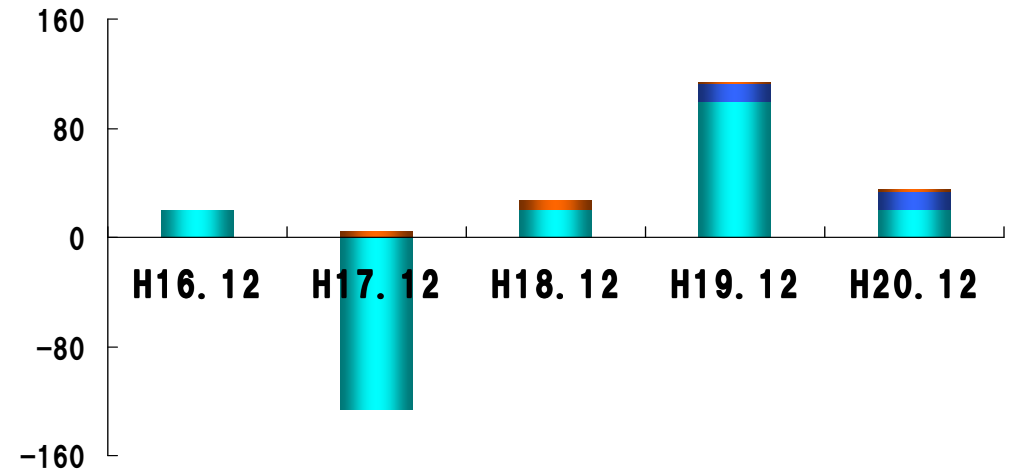
(単位:百万円)

	H16.12	H17.12	H18.12	H19.12	H20.12
情報サービス事業	1,494	1,646	1,537	1,463	1,354
人材派遣事業	—	—	—	212	253
その他事業	92	198	221	11	1

営業利益

(単位:百万円)

■ 情報サービス ■ 人材派遣 ■ その他



営業利益

(単位:百万円)

	H16.12	H17.12	H18.12	H19.12	H20.12
情報サービス事業	20	△126	21	100	21
人材派遣事業	—	—	—	13	13
その他事業	0	4	6	1	1

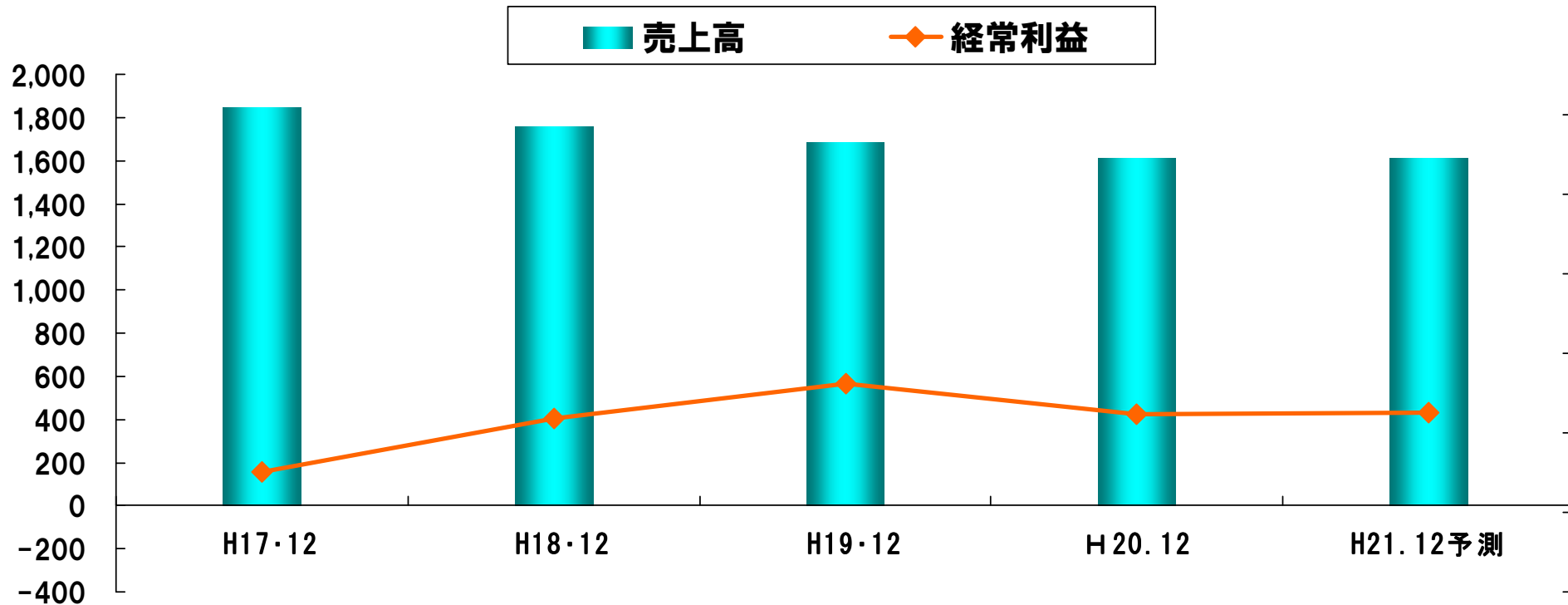
「情報サービス事業」は、求人情報誌、Web求人情報、教育情報サービスの各部門からなります。

「人材派遣事業」は新潟県における人材派遣業です。平成18年まではその他の事業に区分しておりましたが、売上高の比率が上昇したため、当期より独立したセグメントといたしました。

「その他の事業」は新潟県における業務請負(アウトソーシング)業です。

連結業績:P/L推移

(単位:百万円)

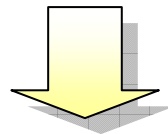


	H17.12	H18.12	H19.12	H20.12	H21.12予測
売上高	1,845	1,758	1,687	1,609	1,610
経常利益	△98	36	123	46	50
当期純利益	△123	△105	110	20	30

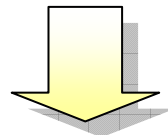
連結業績：キャッシュフロー

主な要因

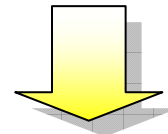
- I. 営業活動によるキャッシュ・フロー



- II. 投資活動によるキャッシュ・フロー



- III. 財務活動によるキャッシュ・フロー



66百万円

・関係会社整理損 34百万円
・減価償却費 33百万円

54百万円

・連結範囲の変更を伴う関係会社株式
売却による収入 26百万円
・関係会社株式売却による収入 81百万円

△40百万円

・長期借入金の返済 △40百万円

- IV. 現金および現金等価物増減額 80百万円
- V. 期首現金及び現金等価物残高 596百万円
- VI. 期末現金および現金等価物残高 676百万円

通期の見通し(平成21年12月期)

(単位:百万円)

	連結			単体		
	H20.12 (実績)	H21.12 (予算)	前年比	H20.12 (実績)	H21.12 (予算)	前年比
売上高	1,609	1,610	0.0%	1,295	1,100	△15.0%
営業利益	36	40	10.4%	23	5	△79.1%
経常利益	46	50	6.4%	42	50	18.8%
当期純利益	20	30	45.7%	19	40	103.1%

1.経常損益の安定化

- ・ コストの削減を進めるなどして、利益の安定を図る。

2.収益の安定要因

- ・ 求人情報誌のシェア拡大、正社員JOB(新規事業の展開)により、売上の安定を図る。

今後の事業展開のポイント

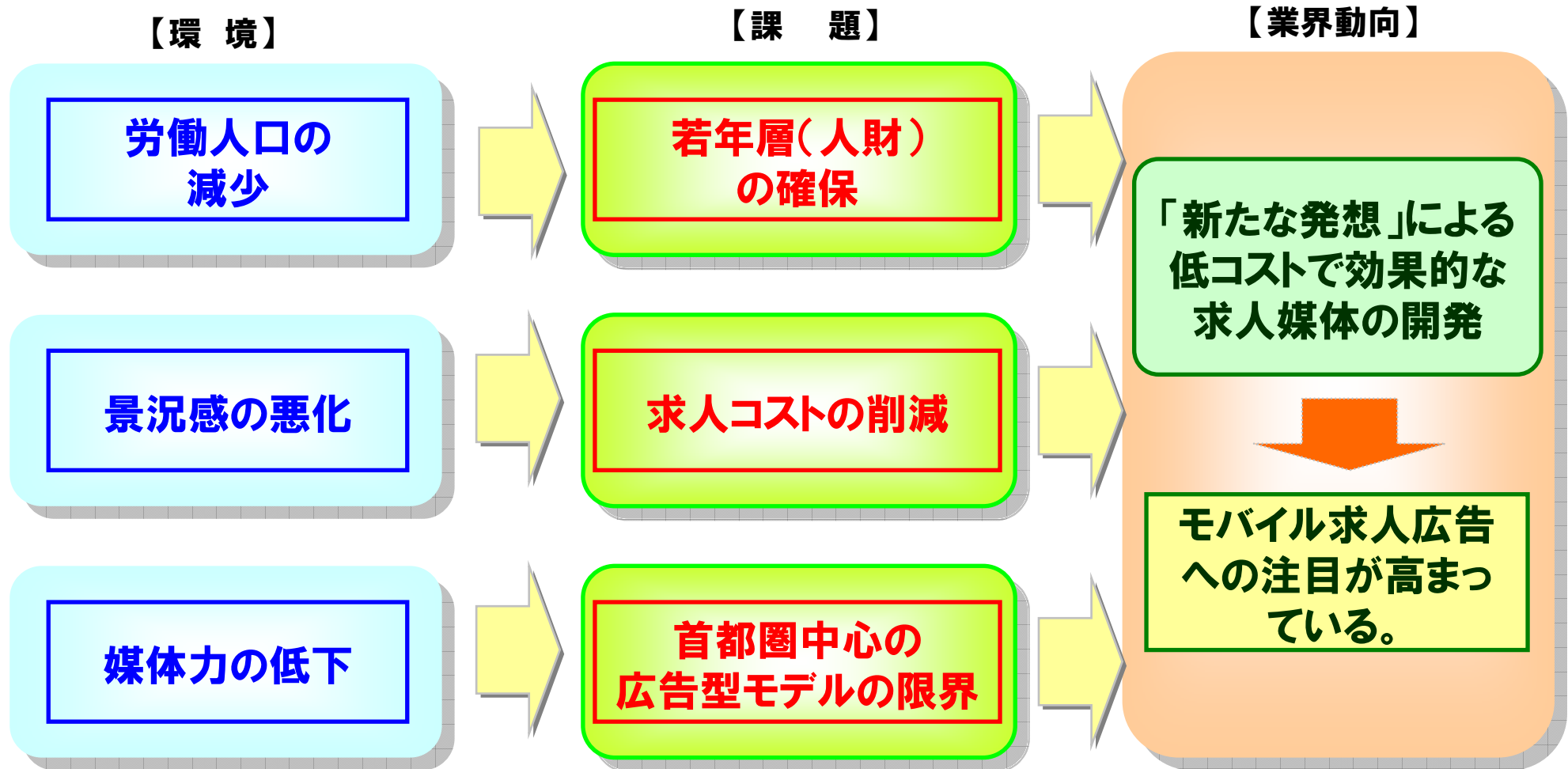
エリア	媒体	現状のポジションと事業内容	展開のポイント
地方	紙媒体	<p>安定的収益基盤</p> <p>人財サービス</p> <p>地域情報 地域密着</p>	<p>地域情報と紙媒体を活かしたメディア展開など、既存事業の深耕を画策する。</p>
全国	モバイル	<p>これからの成長戦略</p> <p>人財サービス 教育サービス</p> <p>低コスト戦略 資格コンテンツ</p> <p>業務提携戦略 語学</p>	<p>モバイルを中心としたビジネス展開</p> <p>↓</p> <p>ビジネスの確立と収益拡大を図る</p>
アジア	ウェブ	<p>あらたな収益源の布石</p> <p>教育&情報サービス</p> <p>地域情報 地域密着</p>	<p>アジア旅行者へのモバイルメディアを活用した語学・観光コンテンツの確立</p> <p>↓</p> <p>新たなビジネスのシーズを探る</p>

PART 2

事業環境と戦略

- I. 国内求人環境
- II. 今後注力する事業のポイント

求人市場環境：環境と課題



少子高齢化が進むなか、低コスト・高効率な全国規模の
新たな人材サービスが求められている

求人市場環境:地方の求人環境

地方経済の悪化により、当社を含め、業界全体的に広告掲載社数は減少

一方で、求人広告業界全体が悪化する中で、当社シェアは向上

プラス面:

厳しい状況下で、費用対効果を求めるニーズが高く、トップ企業である当社に出稿がシフト

営業強化:

シェアアップのためにも営業強化 & リレーション強化に努める。

課題:

値引き要請の声も高まる中で、製作等のコスト削減を進め、利益率を確保する必要性

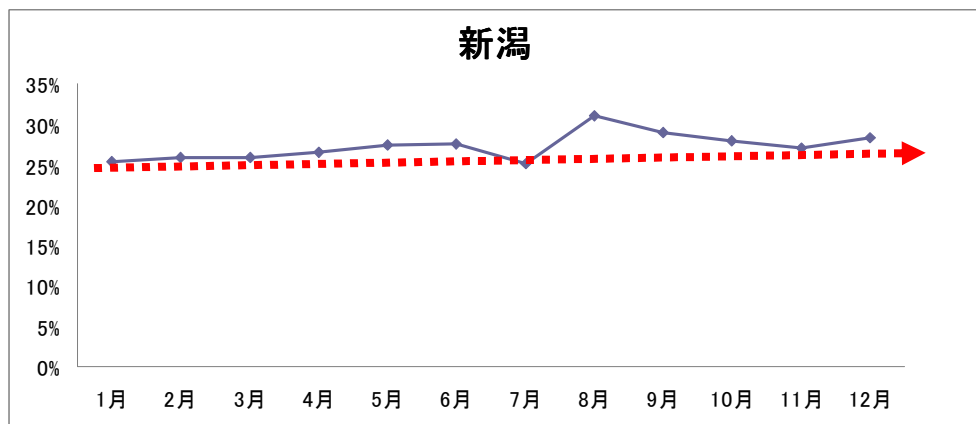
対策:

粗利率改善に向けて、中国(北京)でのオフショア編集・制作によるコストダウンを推進

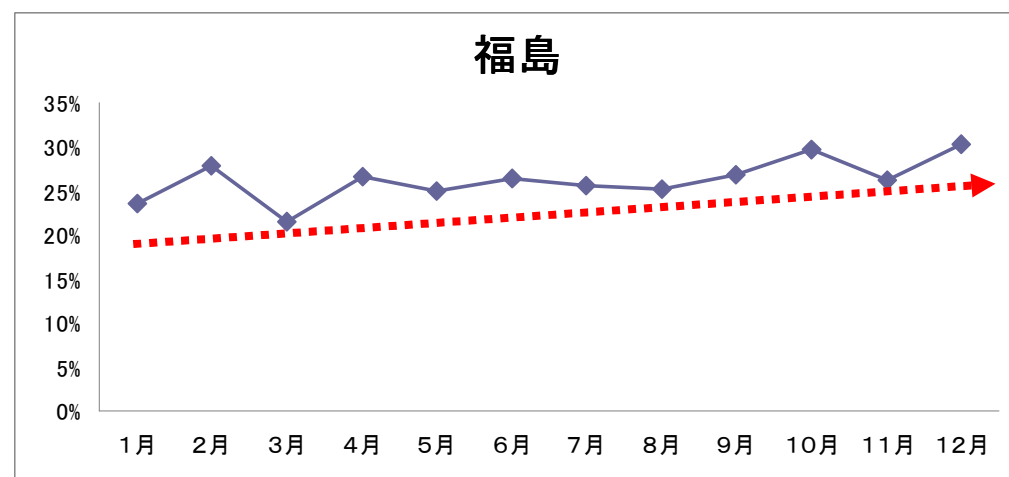
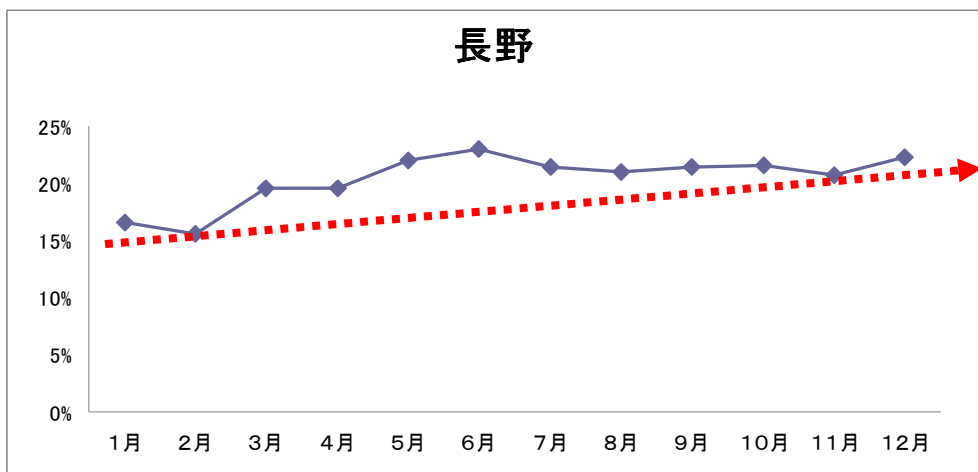
求人市場環境:地方の求人環境(データ)

各エリアでの求人広告シェア(客数ベース)

投影のみ
Not Print



それぞれの地域で、景況感悪化により案件数の減少はあるものの、逆にシェアは上昇している。



当社調べによる

求人市場環境：期待される求人情報媒体

求人媒体の進展 有料誌 → フリーペーパー → WEB → **今後はモバイルへ**

新聞広告



紙媒体

(有料求人誌・フリーペーパー)



WEB媒体



モバイル媒体



地方では、まだまだ紙媒体が引き続き有力な求人情報源

地方では安定的成長

都市部では、ウェブ求人は飽和状態に近づく

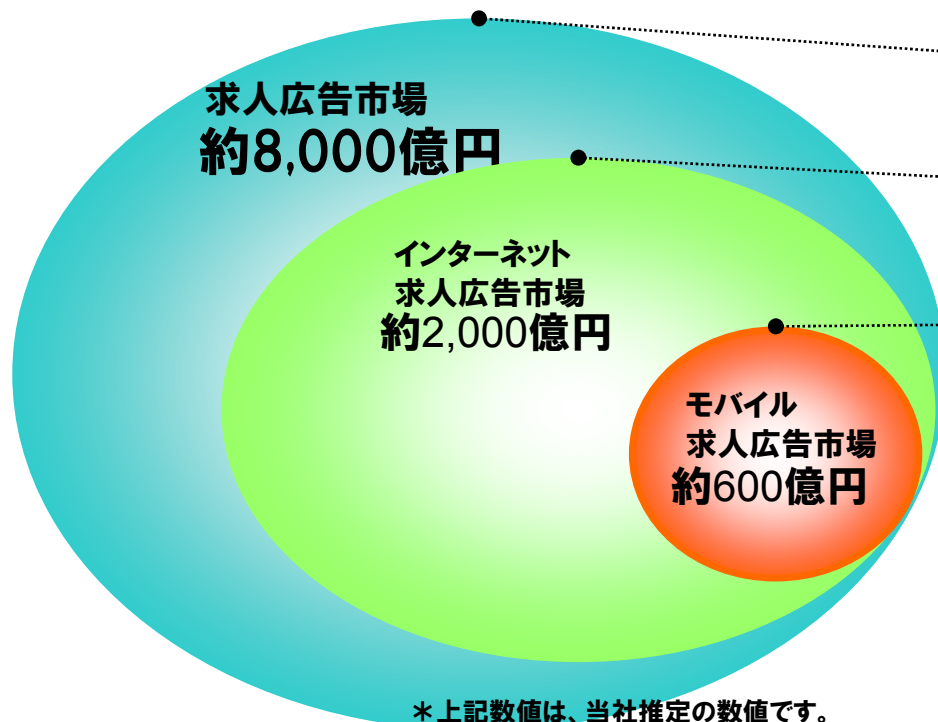
成長から成熟へ

地方・都市部とも、若年層は、PCを保有せず、携帯でウェブを閲覧傾向

成長期待

モバイル求人サイト「正社員JOB」:市場規模

【現 状】

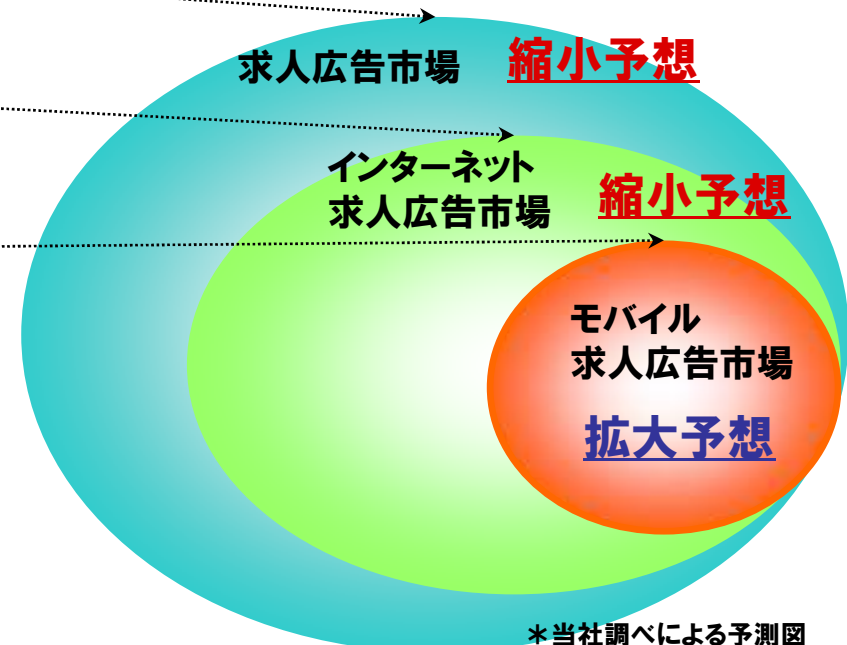


正社員JOBの狙う市場

求人広告市場は約8,000億円規模
うちインターネット広告は2,000億円で、
現状でもこの内30%程度がモバイル応募と見込まれる。

景気悪化による
市場の縮小

【今 後】



ビジネスチャンス

景気の悪化等による求人広告市場全体の縮小が懸念される中、モバイル広告市場のシェアが高まる可能性がある。

開始後1年で、月間 800万PV、求人案件数約4,000案件！日本最大級の正社員専門モバイル求人サイト

■ 「正社員JOB」の概要

- ・正社員系求人を中心とした全国規模の大型求人サイト
- ・i-modeの公式サイト「就職／転職」カテゴリで利用者数1位
- ・同種サイト中最大の掲載案件数

NTT docomo au by KDDI SoftBank 全キャリアでの公式サイト

■ モバイル求人サイト「正社員JOB」:コンセプト

【モバイル活用の利点】

- ・公式サイトランキング表示により、ユーザーへの露出度が高められる → **広告費の削減**
- ・モバイルサイトに特化することで、WEBとのメディアミックス媒体と比べ **低コストな運営が可能**
- ・資格王・受験王のモバイルサイト運営のノウハウを活用

過度な広告宣伝・販売活動に依存せず、全国規模の低コスト・高効率の求人サービス

従来型求人メディアのビジネスモデルが抱える課題を解決

開始後6ヶ月 500万PV/月 → 開始後1年 800万PV/月 と順調にPV数も増加



■ iモード利用者ランキング ※ 08.12月月間実績

1位. 就転職は正社員JOB

- 2位. [en]社会人の転職
- 3位. リクナビNEXT
- 4位. しごと情報ネット
- 5位. an レギュラー
- 6位. 女性転職とらば一ゆ
- 7位. フロム・エー社員
- 8位. あつまる求人求職
- 9位. マイナビ転職
- 9位. 転職はリクルートエージェント

結果

- 他社を利用して応募がなかったが、応募&採用が出来た。
- 応募数が多くて単価が安いので満足している。
- 一方で他社よりも応募が少なかったが、採用率という意味では効果があったという声もあった。

若年層の採用

- 一番欲しかった20代の応募が多く、応募時点での年齢のミスマッチを防げた
- WEB系の求人広告の場合は40代・50代の応募が多いが、携帯はほとんど20代の応募が集まるのでターゲティングが出来てよい。

コスト面

- 正社員採用を長くじっくり低コストで出来る点。
他媒体なら、同期間出すとなると何倍もの費用がかかる。

応募課金

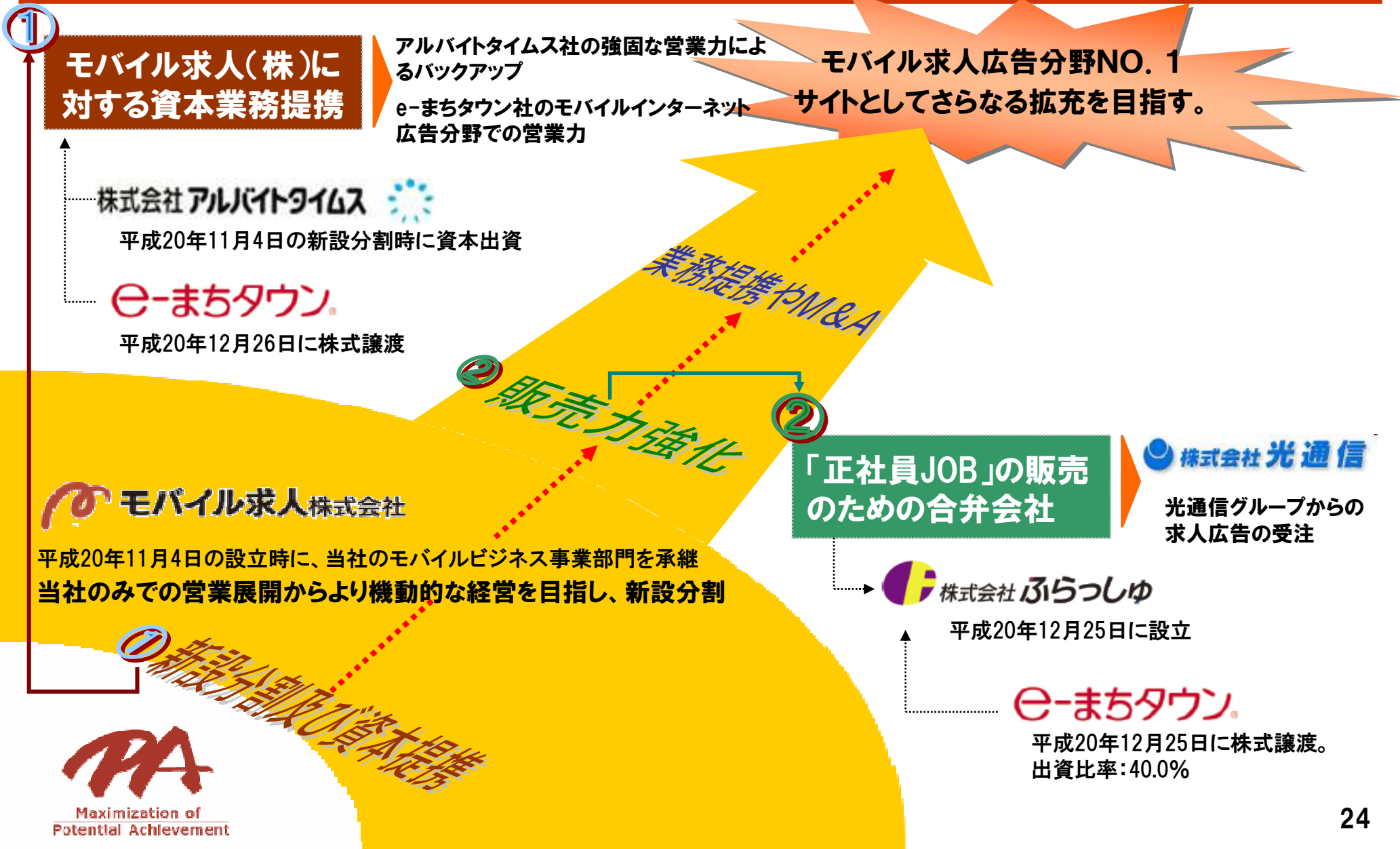
- 月ベースで応募単価も安いとは思いますが、採用単価が見た場合でも他社媒体より、格段に落ちた。

その他

- 原稿修正等一生懸命やってくれた。



営業力強化のための施策



終わり

最後までご静聴頂きありがとうございました。