



Maximization of  
Potential Achievement

# 決算説明会

【東証アローズ プレゼンテーション・ステージ】

平成22年8月24日

株式会社 ピーエイ

東証マザーズ 証券コード:4766

■ 決算概要..... P. 3

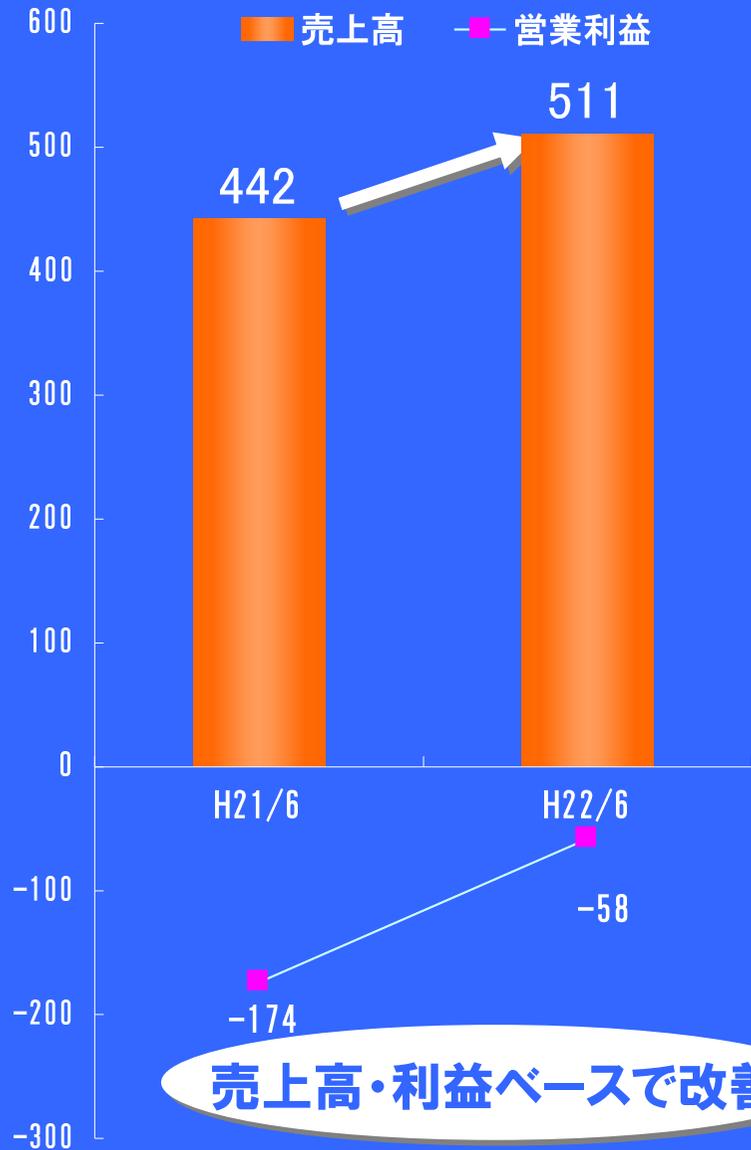
■ 事業環境と戦略..... P. 10

PART 1  
決算 概要

# 平成22年12月期 第2四半期累計決算概要

## 前年同期比

(単位:百万円)



売上高・利益ベースで改善

## ■ JOBPOSTを中心に回復基調

- ✓ 有効求人倍率は全国平均で0.52倍(6月)と昨年度平均の0.45倍と比べて改善傾向
- ✓ 事業展開するエリアでは、同業大手企業が撤退するなどの動きも見られ、市場規模が縮小、競争激化の逆風をビジネスチャンスと捉え、積極的な営業攻勢。**トップシェアの更なる推進!**
- ✓ 地方における紙媒体での強みを活かすとともに、Webやケータイなど各種媒体とのシナジーで求人メディアとしての**地域No1のポジションを強化**

## ■ コスト削減による原価率、販管費率の改善

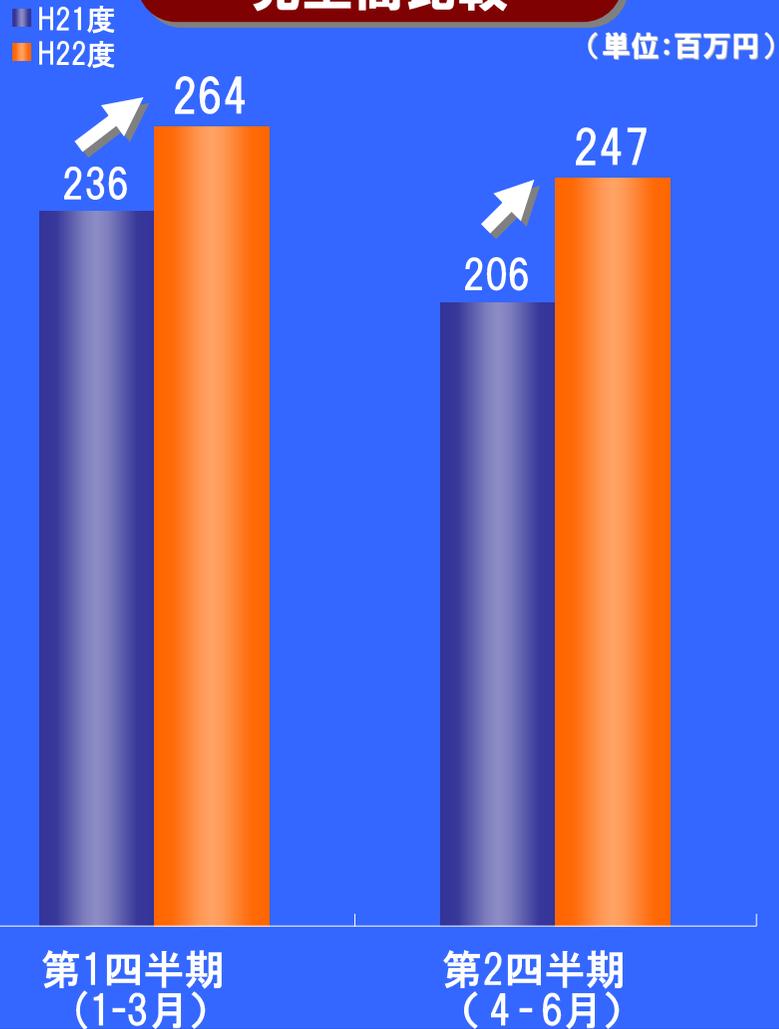
- ✓ 不動産市況を適確に捉え、本社移転を実施。家賃費用の削減
- ✓ 広告宣伝費等の効率的な活用、製作コストの削減をはじめ、業務の効率化等により前年同四半期から**大幅に改善**

## ■ 次の収益の柱のための布石

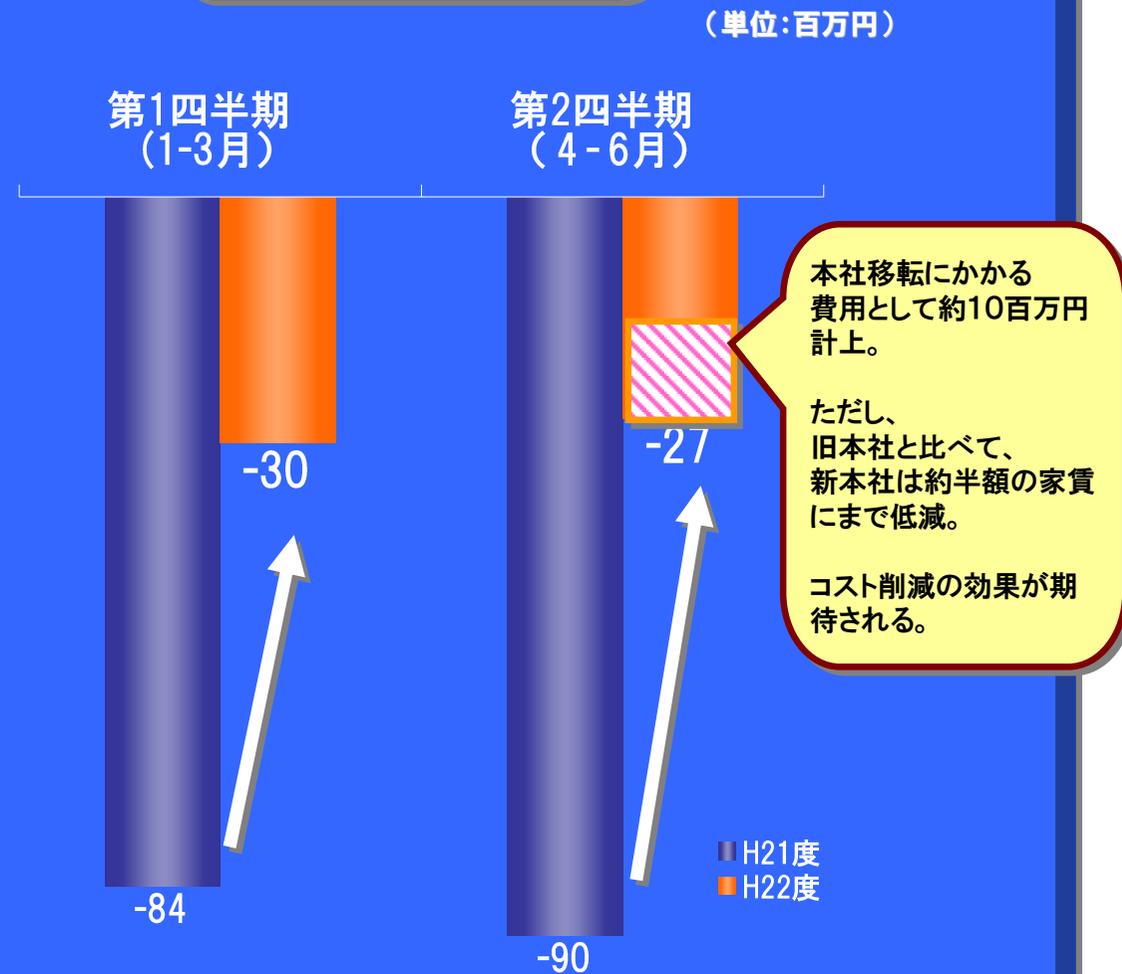
- ✓ モバイルを活用した店舗型ビジネスへの販売支援サービス「ケータイToKuPi」を新潟、福島、長野を中心に販売を先行。
- ✓ 顧客ニーズを踏まえつつサービス内容やシステムを改良。中小企業向けのソリューション事業への布石を打つ。

# 平成22年12月期 第2四半期累計決算概要

## 売上高比較



## 営業利益比較



四半期(3ヶ月)比較においても、収益の改善に努め、売上げも徐々に回復基調にある。

# 平成22年12月期 第2四半期累計決算概要

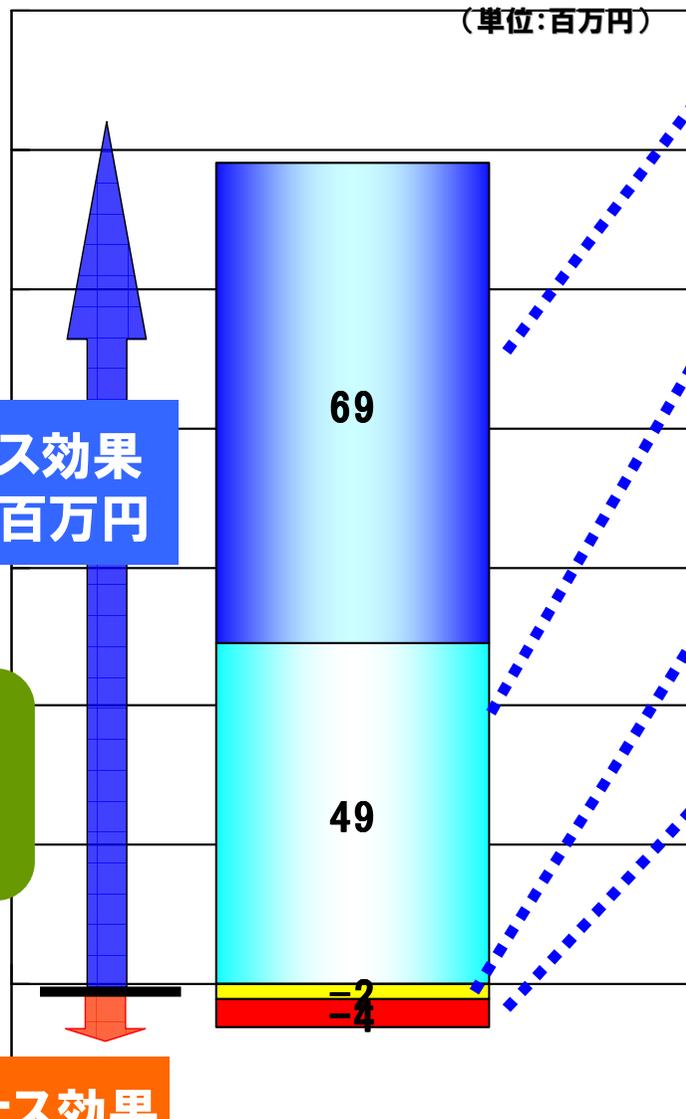
	平成21年12月期 (第2四半期)		平成22年12月期 (第2四半期)			
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	増減率
売上高	442	100.0	511	100.0	+69	+15.6%
売上総利益	269	60.8	335	65.6	+66	+24.7%
販管費	444	100.3	394	77.0	△49	改善
営業利益	△174	-	△58	-	+116	改善
経常利益	△166	-	△54	-	+112	改善
純利益	△174	-	△50	-	+123	改善

(単位:百万円、%)

## 第2四半期累計(連結)変動要因:P/L分析

### 2010年度の経常損益要因

(単位:百万円)



プラス効果  
118百万円

経常損益  
2009年度比  
112百万円増

マイナス効果  
6百万円

#### 売上:

69百万円増 (前年比15%)の511百万円  
→新規事業(ケータイTokuPi)開始  
→JOBPOST売上増加

#### 販売管理費:

49百万円減 (前年比△11.2%)の394百万円  
→人件費の減少(新規採用の抑制等)  
→本社移転費用の増加及び賃料の減少

#### 売上原価:

2百万円増 (前年比1.6%)の175百万円  
→売上増加による

#### 営業外収益:

3百万円減 (前年比35.3%)の7百万円  
→受取賃貸料・受取手数料の減少

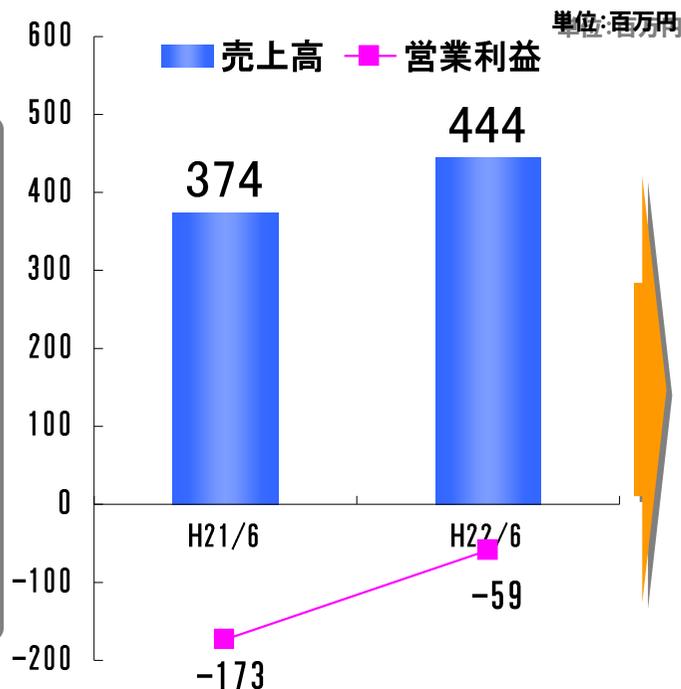
#### 営業外費用:

0百万円増 (前年比17.9%)の2百万円  
→銀行借入に伴う支払利息の増加

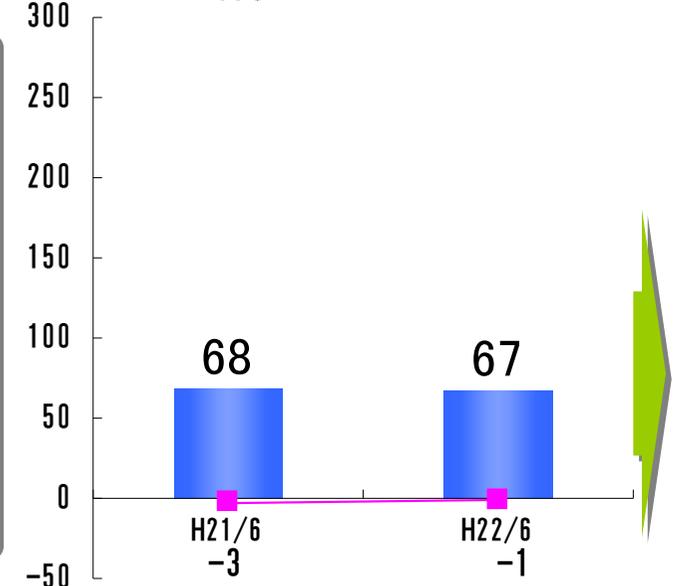
経常損益112百万円、当期純損益123百万円の改善

# 第2四半期累計(連結):セグメント別売上高、営業利益推移

情報サービス事業



人材派遣事業



## 概況および施策

### 求人情報部門

- ✓ 経営環境は緩やかに改善傾向
- ✓ 地域No1のポジションを強化。新規開拓の強化

### 企業販促支援部門

- ✓ 3月より販売支援システムパッケージとして大幅な機能追加とサービス内容の強化を行い本格的にリース販売を開始
- ✓ 飲食・美容・アパレル及びガソリンスタンド、歯科業界など幅広い業種からの支持
- ✓ 販売状況と顧客ニーズを睨みつつ、業種・業態に応じたサービスモデルの検討

### モバイル求人サービス部門、Webサービス部門

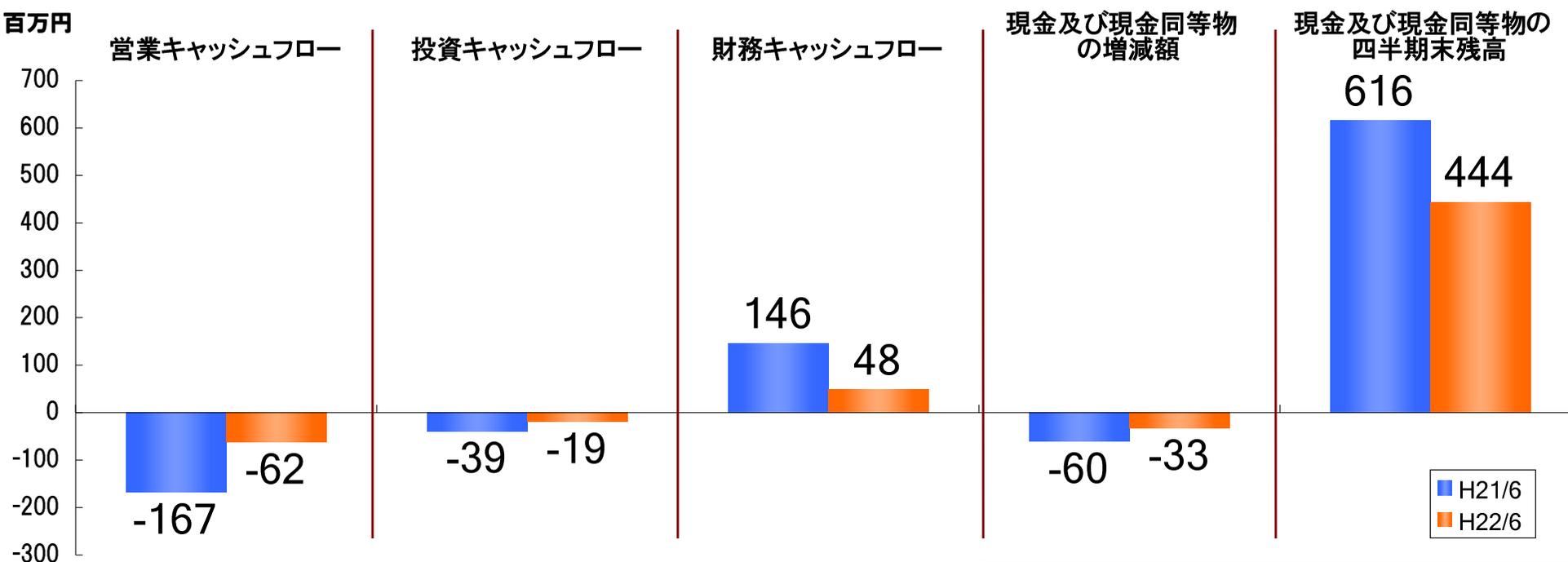
- ✓ ブランド力・サービス力を高め、求人企業・求職者に対する認知度とサービス満足度の向上
- ✓ 費用対効果の高いサービスが提供できるよう事業推進

### 人材派遣事業部門

- ✓ 多様化・細分化する人材需要への対応や、個々の求職者にとってより適した仕事を提供し、顧客ニーズにフレキシブルに対応しつつ事業展開

# 第2四半期累計(連結): キャッシュフロー

単位: 百万円



単位: 百万円	H22/6
営業キャッシュ・フロー	△62
投資キャッシュ・フロー	△19
財務キャッシュ・フロー	+48
現金及び現金同等物の増減額	△33
現金及び現金同等物の期末残高	444

主要要因

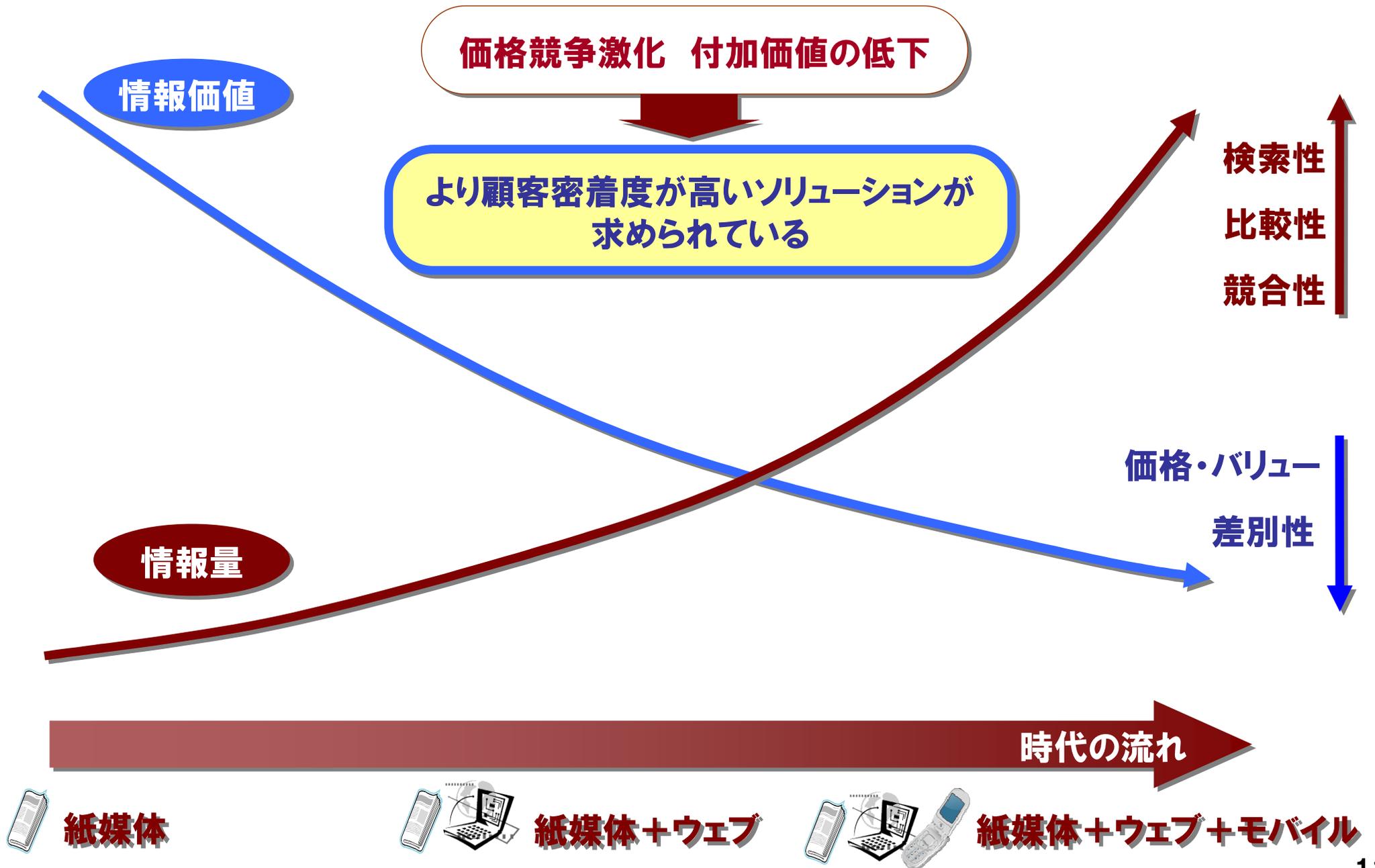
営業CF	
税金等調整前四半期純損失	△51
投資CF	
無形固定資産の取得による支出	△16
新事務所の敷金の支出	△12
財務CF	
短期借入金の純増減額	△25
長期借入れによる収入	+80
長期借入金の返済による支出	△21

## PART 2

# 事業環境と戦略

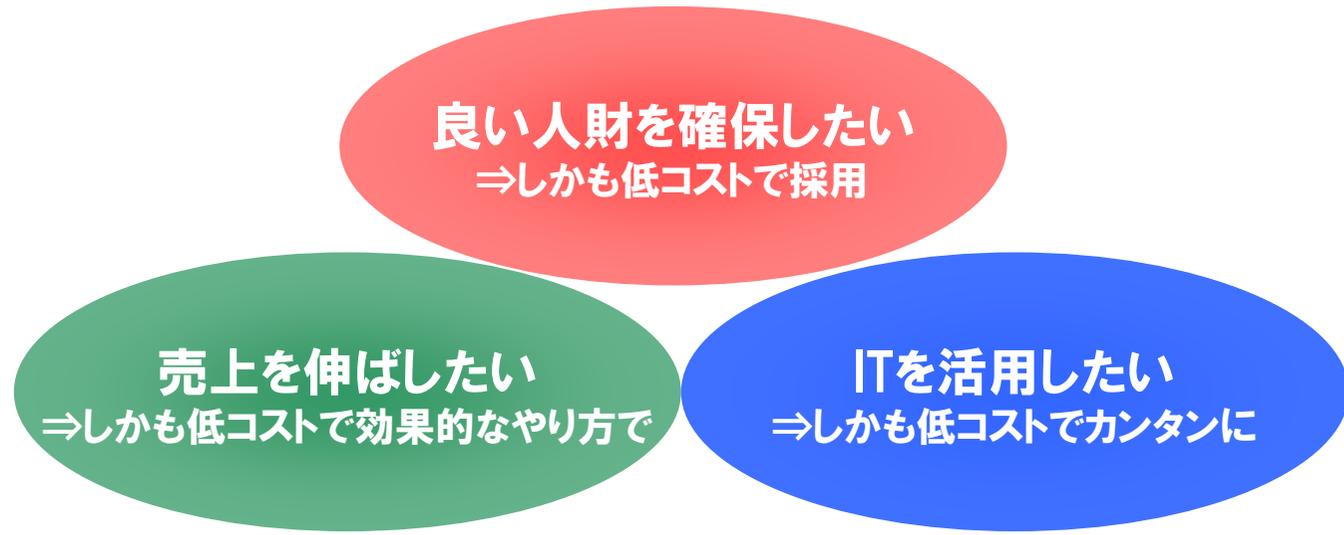
- I. 事業環境
- II. 通期業績予想
- III. 今後注力する事業のポイント

# 外部環境：情報量と情報価値





モノや情報が溢れて売れない、顧客のニーズがつかみにくくなっている



- 顧客密着性の向上
- 即時性の情報発信

- 顧客にダイレクトに接触し、個別ニーズをつかむ必要性が高まる
- 企業と顧客の間で情報の双方向性と即時性を確保し、レスポンスがすぐにわかる仕組みの必要性

Twitterに見られるように、モバイルやスマートフォンをつかったITの利用により、工夫次第で、集客・困り込みが可能になる。

# 外部環境: 情報媒体の変遷

安定的ニーズ

新聞広告



紙媒体

(有料求人誌・フリーペーパー)



地方では、まだまだ紙媒体が引き続き  
有力な求人情報源

競争過多・成熟へ

WEB媒体



都市部では、ウェブ求  
人は飽和状態に近づく

成長期待

モバイル媒体



若年層は、PCを所有  
せず、モバイル端末で  
ウェブを閲覧

モバイル媒体の利点

低コスト、モビリティ、リアルタイム、ダイレクトアプローチ

「いま近くにいるエリア」の「リアルタイム情報」を「直接本人」に届けられる

# 当社グループの有するメディアの移行

紙媒体・エリア特化型

モバイル・全国エリア

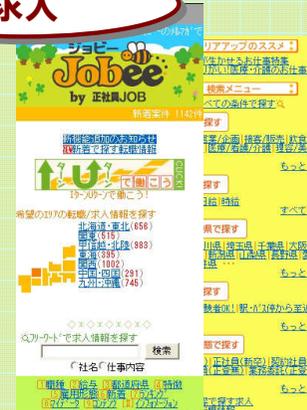
人財系



JOBPOST

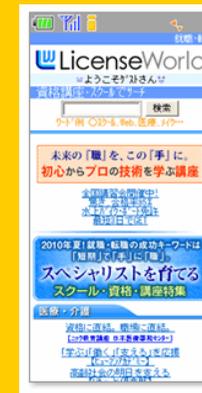
モバイル化

求人



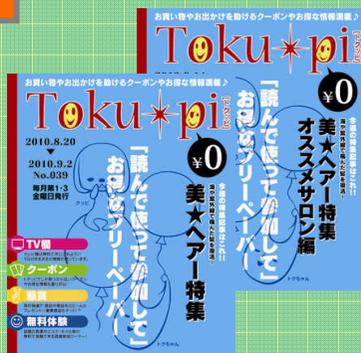
Jobee [ジョビー] by 正社員JOB

資格・学習



LicenseWorld

販売支援



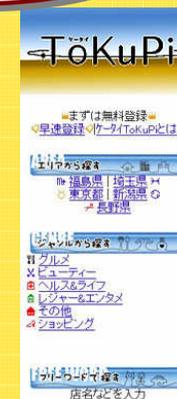
フリーマガジン「とくぴ」

モバイル化

集客



困り込み



「ケータイToKuPi(とくぴ)」

紙媒体 から モバイル媒体 への移行をすすめる

## 中小企業・小売店舗等の人財及び顧客創造のための ビジネスソリューションカンパニーを目指す



Change  Challenge  Create 

# 平成22年12月期 通期業績予想

紙媒体の求人情報誌「JOBPOST」など既存事業の営業強化と新規事業による新たな収益の柱の構築に注力し、早期に「稼ぐ企業」への転換を図る。

(単位:百万円、%)

	平成21年12月期通期 (実績)		平成22年12月期通期 (計画)			
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	増減率
売上高	928	100.0	1,400	100.0	+472	+50.8%
営業利益	△309	-	50	3.5	+359	黒転
経常利益	△297	-	50	3.5	+347	黒転
当期純利益	△365	-	30	2.1	+395	黒転

# 戦略:ピーエイの2つの戦略

## 強者の戦略(地盤強化)

地方(新潟、長野、福島)でのエリアNo.1

顧客付加価値の向上

遠隔戦:すべてのチャンネルを有効活用  
総合戦:すべての武器を総動員して戦う。

紙媒体

+

モバイル



エリアトップ戦略を推進 → 安定的収益基盤の維持

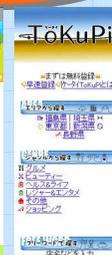
## 弱者の戦略(飛躍的成長)

東京・全国版から各地方版の展開

新たな収益の柱の構築

局地戦:ニッチ市場  
接近戦:一点集中 → モバイル

モバイル



- サービス特化
- ターゲティング(特定求人層)
- 大手との提携

破壊的イノベーション → トップラインの向上

# 下期における主な施策

## 強者の戦略(地盤強化)として

- ① 新潟、長野、福島におけるさらなるシェア向上

## 弱者の戦略(飛躍的成長)として

- ② ケータイToKuPi事業の早期の収益化
- ③ モバイル求人における「Jobee by 正社員JOB」の更なる拡販

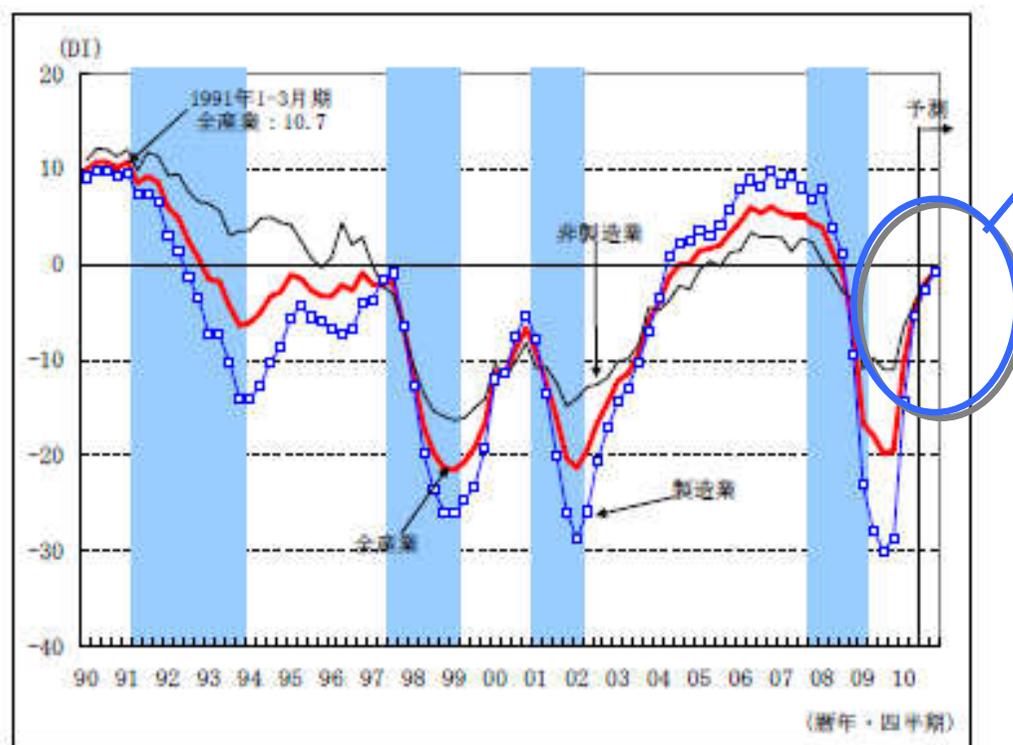
**新潟、長野、福島におけるさらなるシェア向上**

# 求人広告市場の回復基調

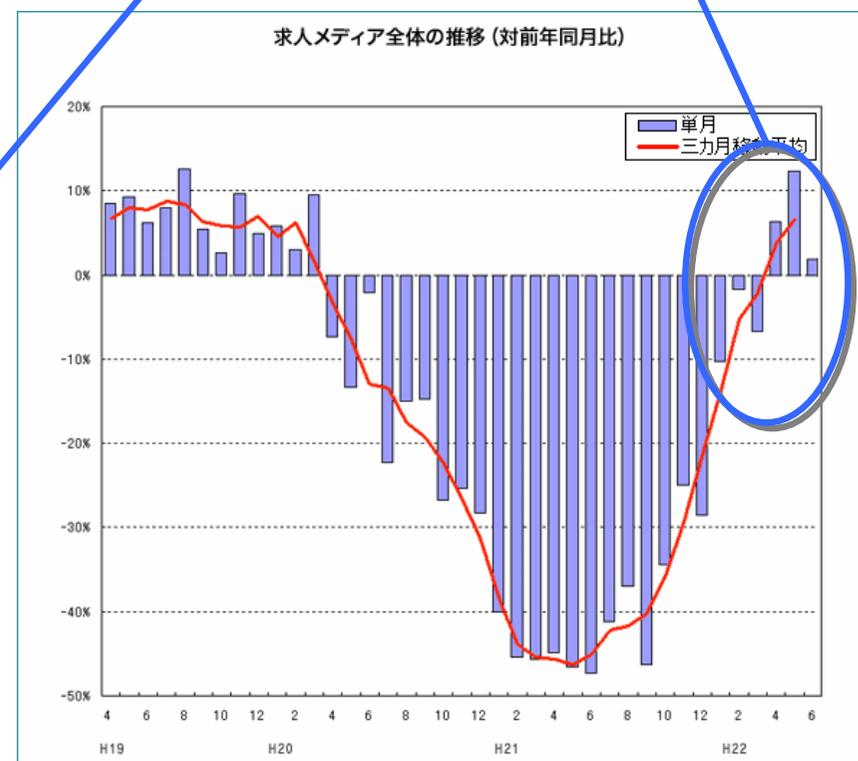
図-5-1 従業員DIの推移 (季節調整値)

	先行き見通し						
	2009/4-6	7-9	10-12	2010/1-3	4-6	7-9	10-12
全産業	▲ 17.9	▲ 19.8	▲ 19.4	▲ 10.2	▲ 4.6	▲ 2.0	▲ 0.7
製造業	▲ 27.9	▲ 30.0	▲ 28.7	▲ 14.3	▲ 5.4	▲ 2.6	▲ 0.8
非製造業	▲ 9.8	▲ 11.0	▲ 11.0	▲ 6.5	▲ 4.1	▲ 2.2	▲ 0.5

※前年同期比。「増加」＝「減少」企業割合



出元: 日本政策金融公庫総合研究所 全国中小企業動向調査結果  
(2010年4-6月期実績、2010年7-9月期以降見通し)



出元: 社団法人全国求人情報協会  
求人広告掲載件数等集計結果 (平成22年 6月分)

回復基調が予想される

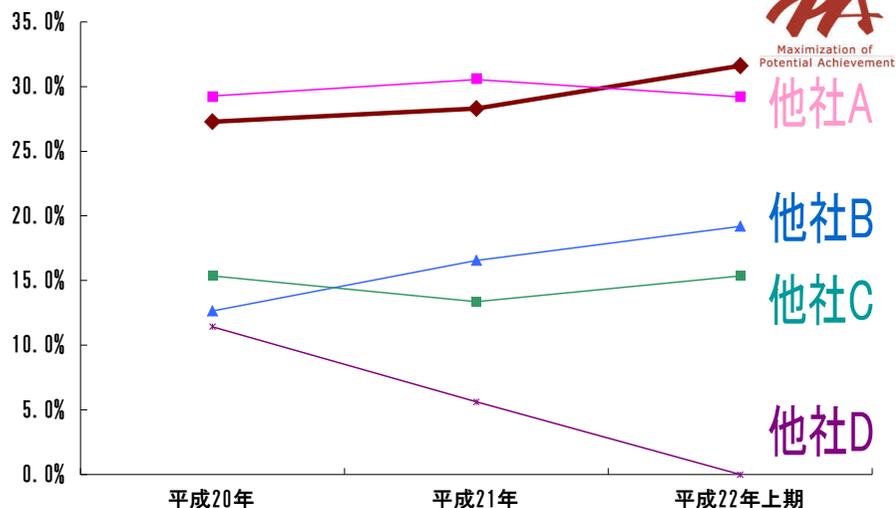
昨年の急激な景気の落ち込みにより過剰気味に推移した従業員DIも回復基調をたどる。

# 求人情報誌「JOBPOST」の各県シェア推移



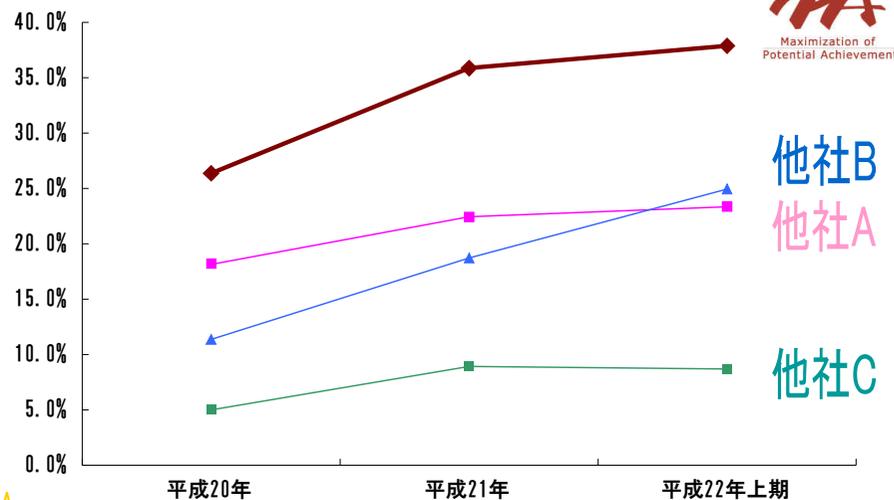
新潟シェア推移

シェアTOP



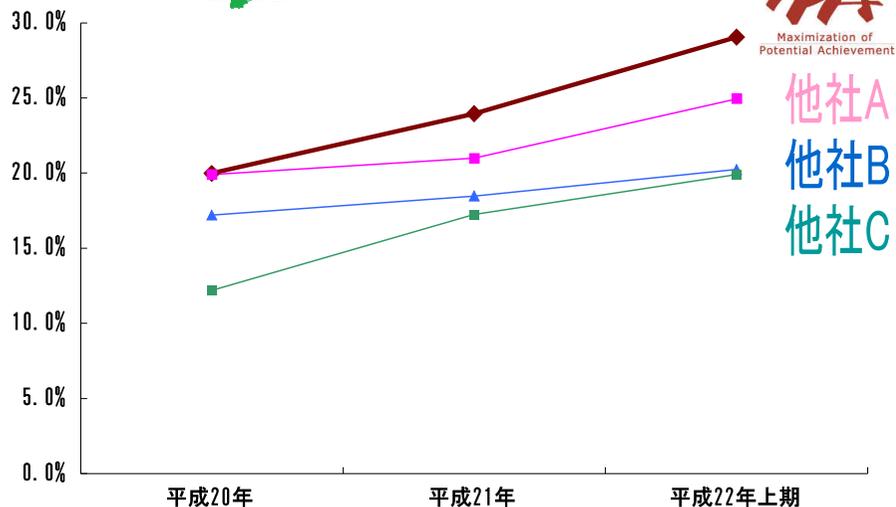
福島シェア推移

シェアTOP



長野シェア推移

シェアTOP



地域密着営業と重点エリアの絞りこみにより、各県ともシェアが向上！

モバイル求人との連携も含め、さらに付加価値の向上とシェア向上に努める

シェア向上

リピート率の改善及び他社新規顧客開拓の加速

コスト削減

中国・北京子会社のオフショア製作による原価率のさらなる低減

ニーズの取込

複数媒体による顧客の多角的ニーズの取り込み

顧客満足度のさらなる向上 → 持続的成長

## ケータイToKuPi事業の早期の収益化

## 来店客を囲い込みリピーター化させることが利益を最大化させる

### 「ケータイToKuPi」

### 既存顧客が収益の柱

「2:8(パレート)の法則」

#### ■来店者を会員化

高いコストをかけた新規顧客、再来店させる仕組みとノウハウを提供

- ⇒登録を促進する新規登録時の抽選機能
- ⇒会員を獲得するためのショップカード、ポスター、卓上三角POPを提供

#### ■再来店を促すメルマガ配信

費用はかかるものの効果の高い既存客へのDMを、本サービスで安価に

- ⇒来店回数、性別、年齢などでの絞込み配信や配信予約も。
- ⇒2回目の来店が最大の難関。初回来店後の翌日感謝メールや、一定期間後の自動メール配信、バースデーメールを簡単に配信可能

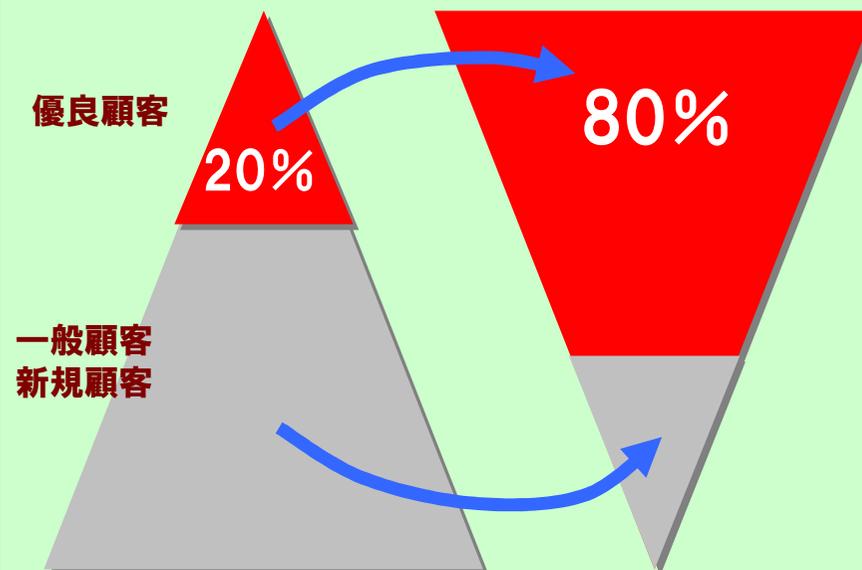
#### ■来店頻度の向上を促すスタンプサービス

月1回の来店者を月2回に、2回来たお角様を5回来させる仕組みを提供

- ⇒スタンプが溜まるお得感と、持参し忘れない携帯スタンプサービス

#### 顧客の分布

#### 利益の分布



優良顧客の確保が重要

# モバイルを使った店舗販促支援 「ケータイToKuPi」 概要



- モバイルコミュニケーション**
  - モバイル会員登録
  - モバイルスタンプカード
  - モバイルメールDM
  - 顧客管理・販売管理
  - アンケート収集
- 会員化促進ツール**
  - ショップカード
  - 三角POP
  - A4ラミネPOP
  - のぼり
  - POP作成ソフト

# モバイルを使った店舗販促支援「ケータイToKuPi」 導入事例

## 導入店舗の様子

《店舗外側の様子》



《店舗内の取り組みの様子》



## 成功のキーポイント

特売日の前日と週末前の金曜日の  
毎週2回、会員様へのメールDMを配信。

POINT!

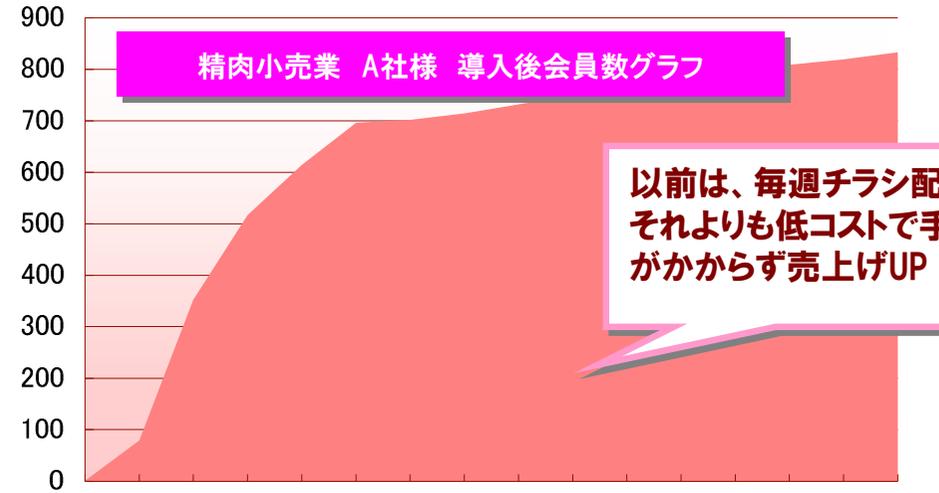
《実際の店内でのDM告知例》



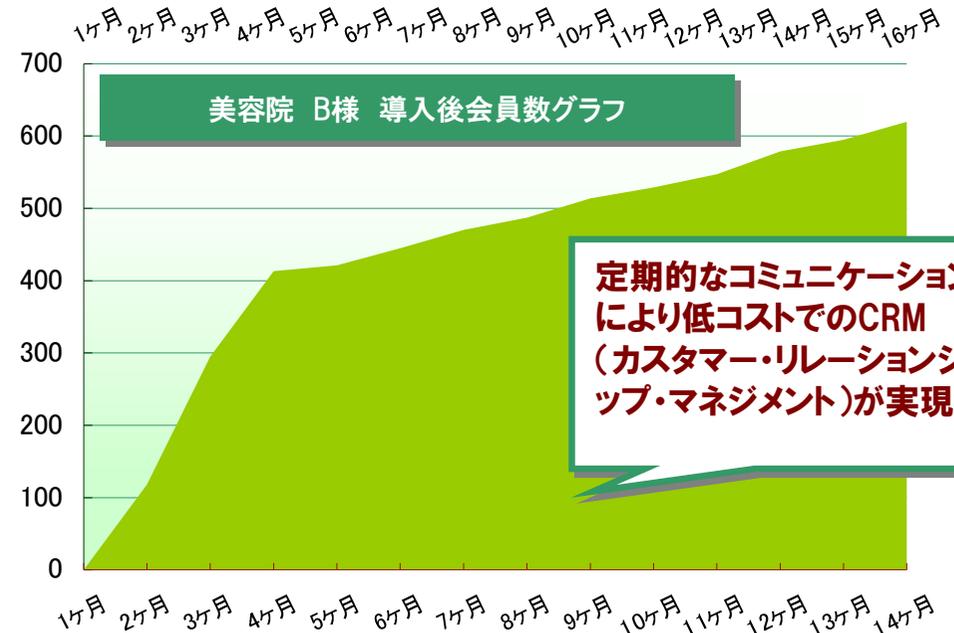
実際に配信したメールDMの文面

当店発行の値引券が無い場合  
でも会員さんに限り全員  
レジにて10%値引します。  
尚商品によっては  
値引対象外の商品もあります。  
それでは会員の皆さん  
水曜日にお待ちします。  
会計の際には  
メールの確認をお願いします。  
\*ポイント・値引券との併用不可

## 当社サービスにおける成功事例



以前は、毎週チラシ配布。  
それよりも低コストで手間  
がかからず売上げUP



定期的なコミュニケーション  
により低コストでのCRM  
(カスタマー・リレーションシ  
ップ・マネジメント)が実現。

**モバイル求人における「Jobee by 正社員JOB」の更なる拡販**

# 低コストでかつ若年層をターゲットとするアプローチツールの拡販

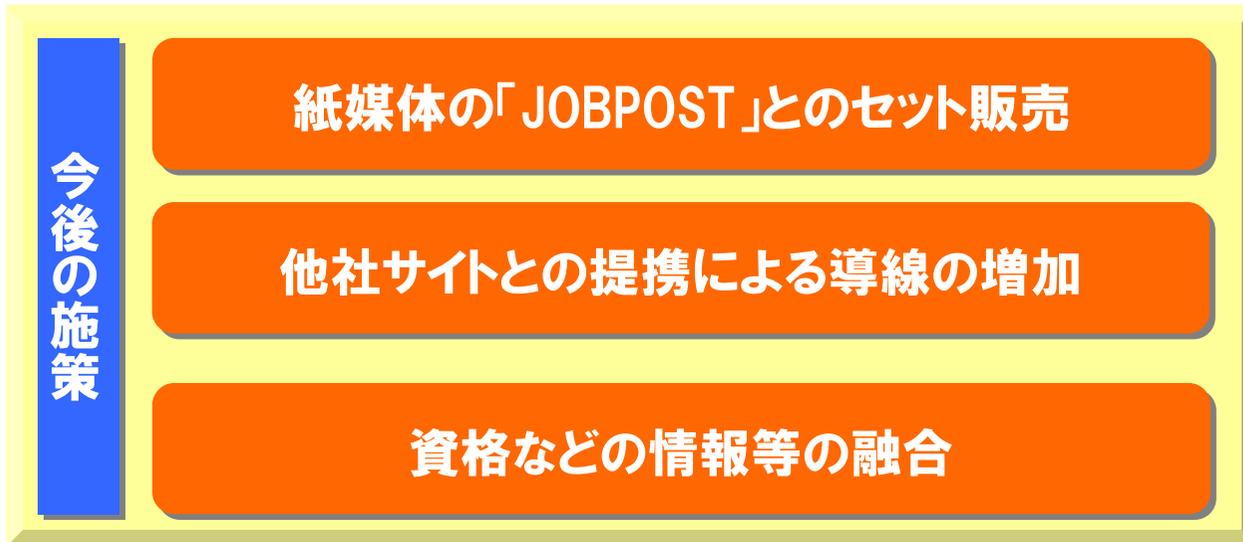
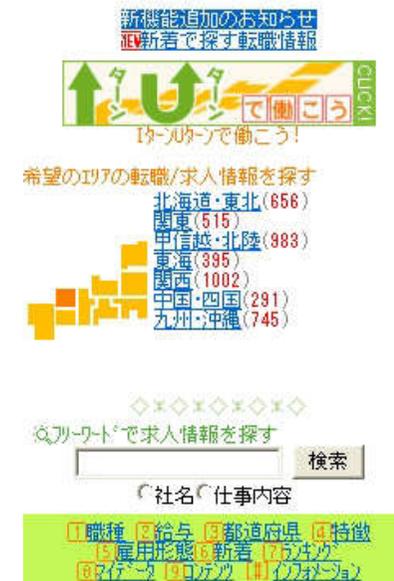
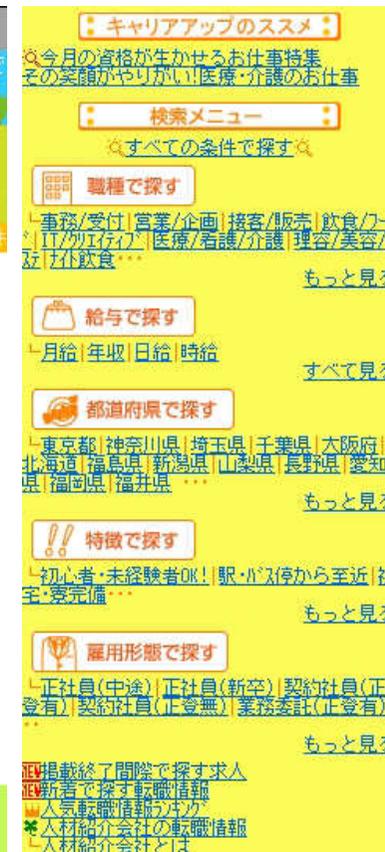
## ■「Jobee by 正社員JOB」の概要

- ・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モードの公式サイト「**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

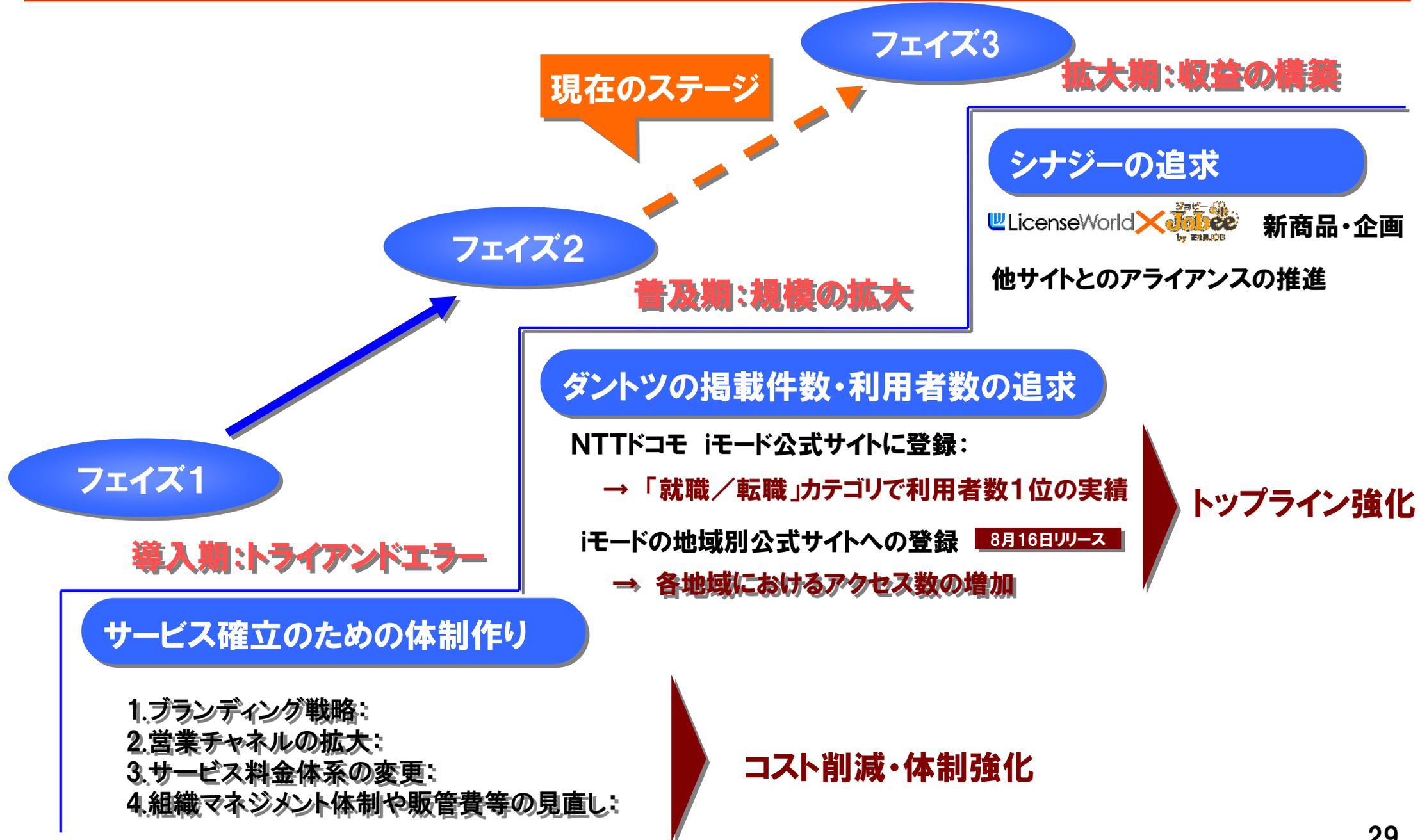
トップ画面

メニュー

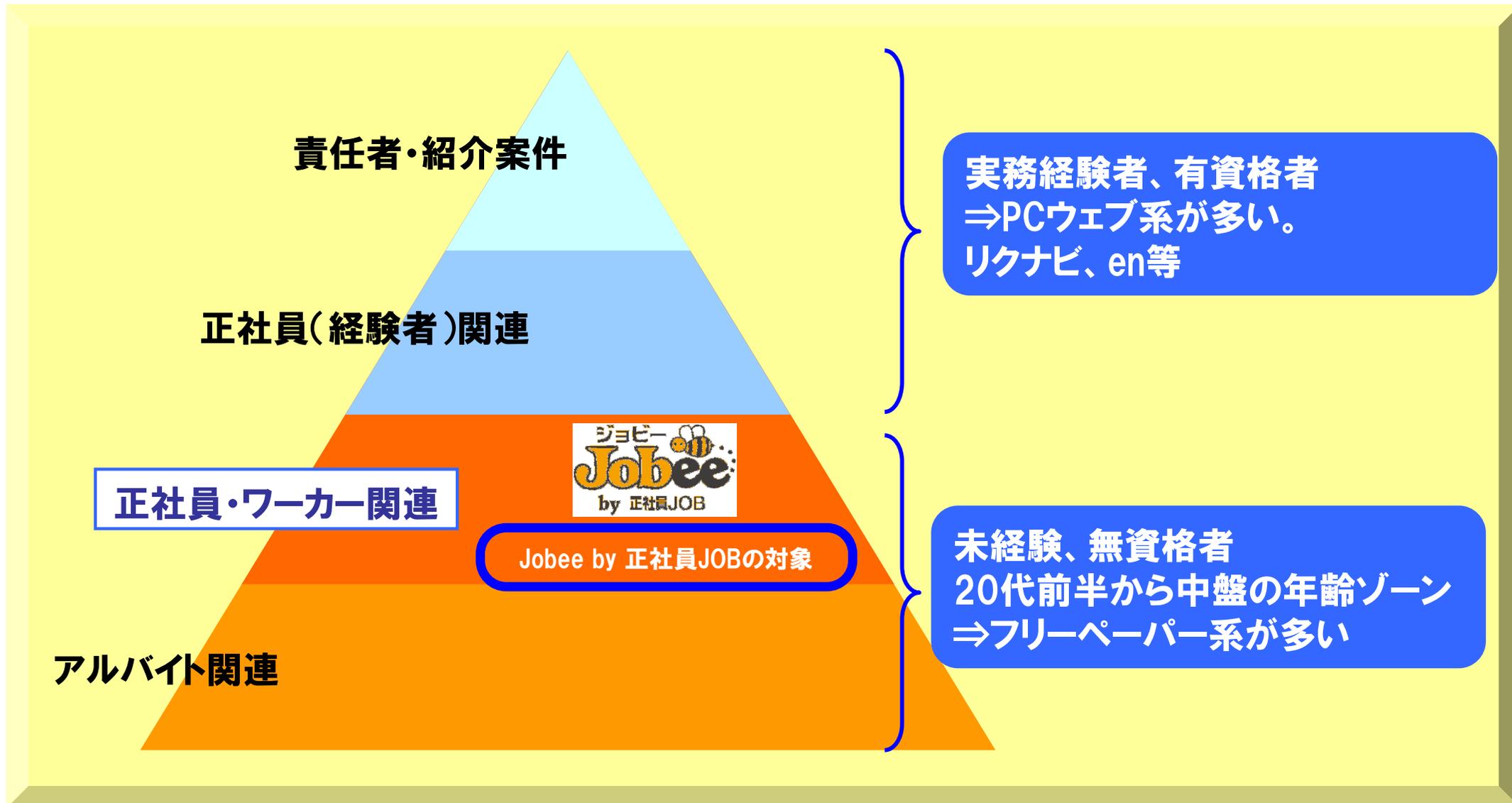


サイトパワーを高めつつ、「トクッピ」などとの連携も含め、多様化するニーズを積極的に取り込む

# 「Jobee by 正社員JOB」の拡販状況



# 「Jobee by 正社員JOB」のターゲティング層



# 地域特化への対応力強化とアクセス数の増加策

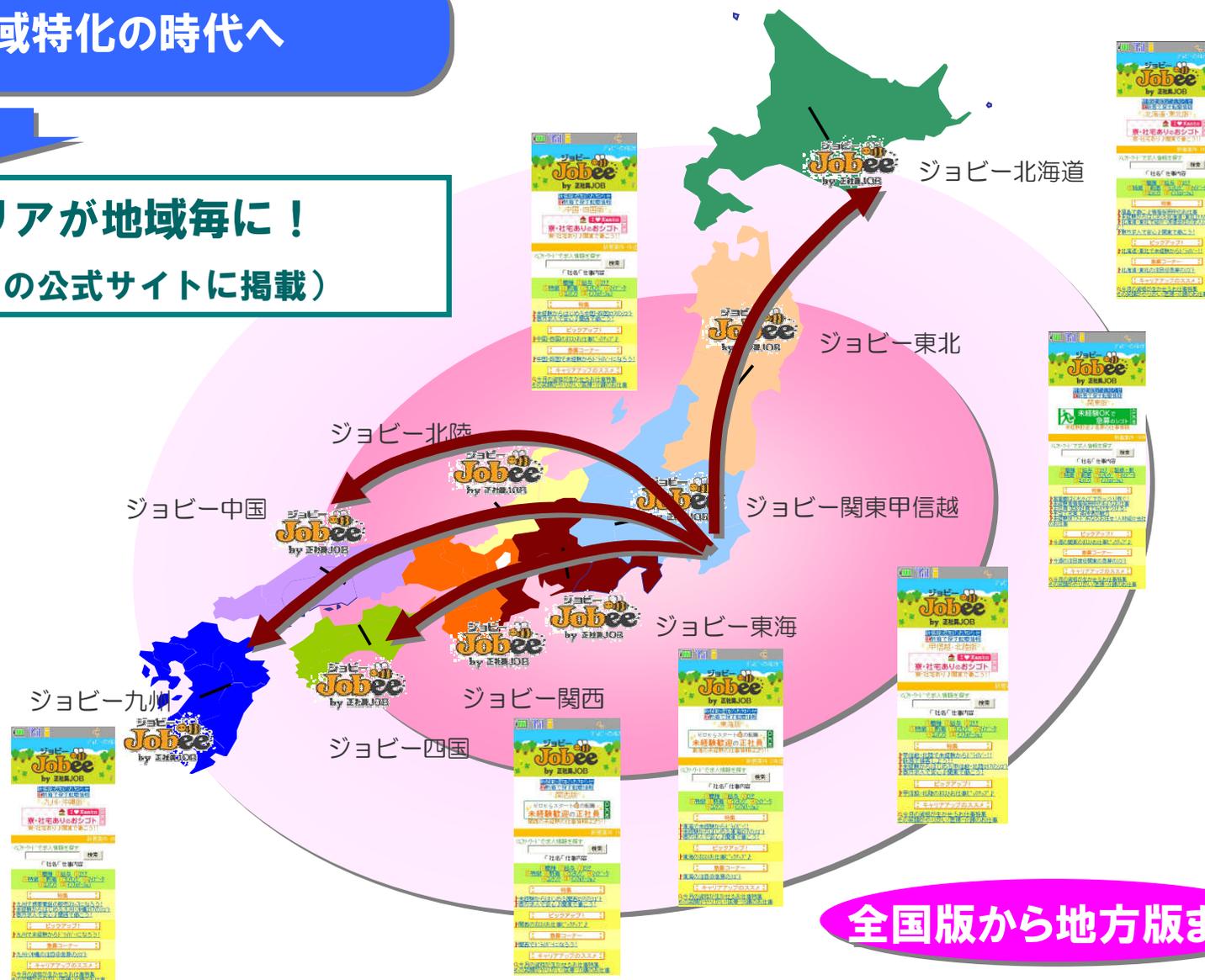
モバイルサイトも地域特化の時代へ

全国からカバーエリアが地域毎に！  
(docomo iモード 地域別の公式サイトに掲載)

(2010年8月16日 リリース)

正社員雇用を目指す各地方の求職者やUターン、Iターンを希望する求職者に対して、よりユーザビリティを高め、ひいては地域活性化を図る

アクセス数、応募数の増加



全国版から地方版まで

# 終わり

**最後までご静聴頂きありがとうございました。**