



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23年2月21日

株式会社 ピーエイ

東証マザーズ 証券コード:4766

もくじ

■ 決算概要..... P. 3

■ 事業環境と戦略..... P. 10

PART 1
決算 概要

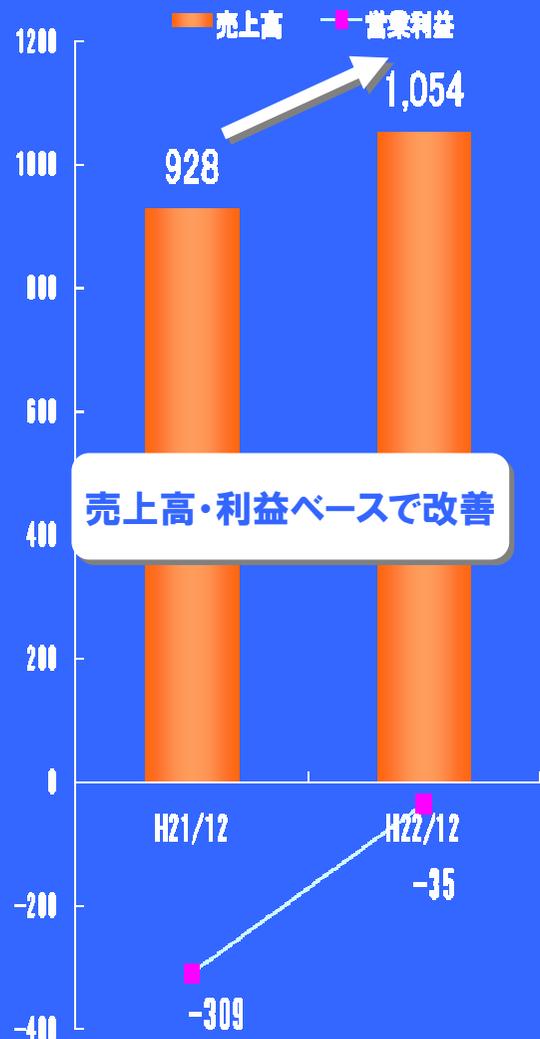
平成22年12月期 決算概要

	平成21年12月期		平成22年12月期			
	金額	百分比	金額	百分比	増減額	増減率
売上高	928	100.0	1,054	100.0	+126	+13.6%
売上総利益	552	59.5	695	66.0	+143	+25.9%
販管費	862	92.9	731	69.4	-131	改善
営業利益	△309	-	△35	-	+274	改善
経常利益	△297	-	△30	-	+267	改善
当期純利益	△365	-	△32	-	+333	改善

業績のポイントについて

前年同期比

(単位:百万円)



売上高・利益ベースで改善

■ 求人情報誌(JOBPOST)を中心に回復基調

- ✓エコポイントやエコカー減税など政府による景気刺激策が奏功
- ✓有効求人倍率は全国平均で昨年度0.45倍から本年度0.57倍と改善傾向
- ✓まだまだ厳しい状況にあるものの、底打ち感があり、求人件数は徐々に回復傾向。新潟、長野、福島においては、首都圏に比べ若干遅行する形ではあるが、同じく回復傾向にある
- ✓地方での紙媒体の強みを活かし、求人情報誌(JOBPOST)を中心として、特に下期以降回復。地域No.1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

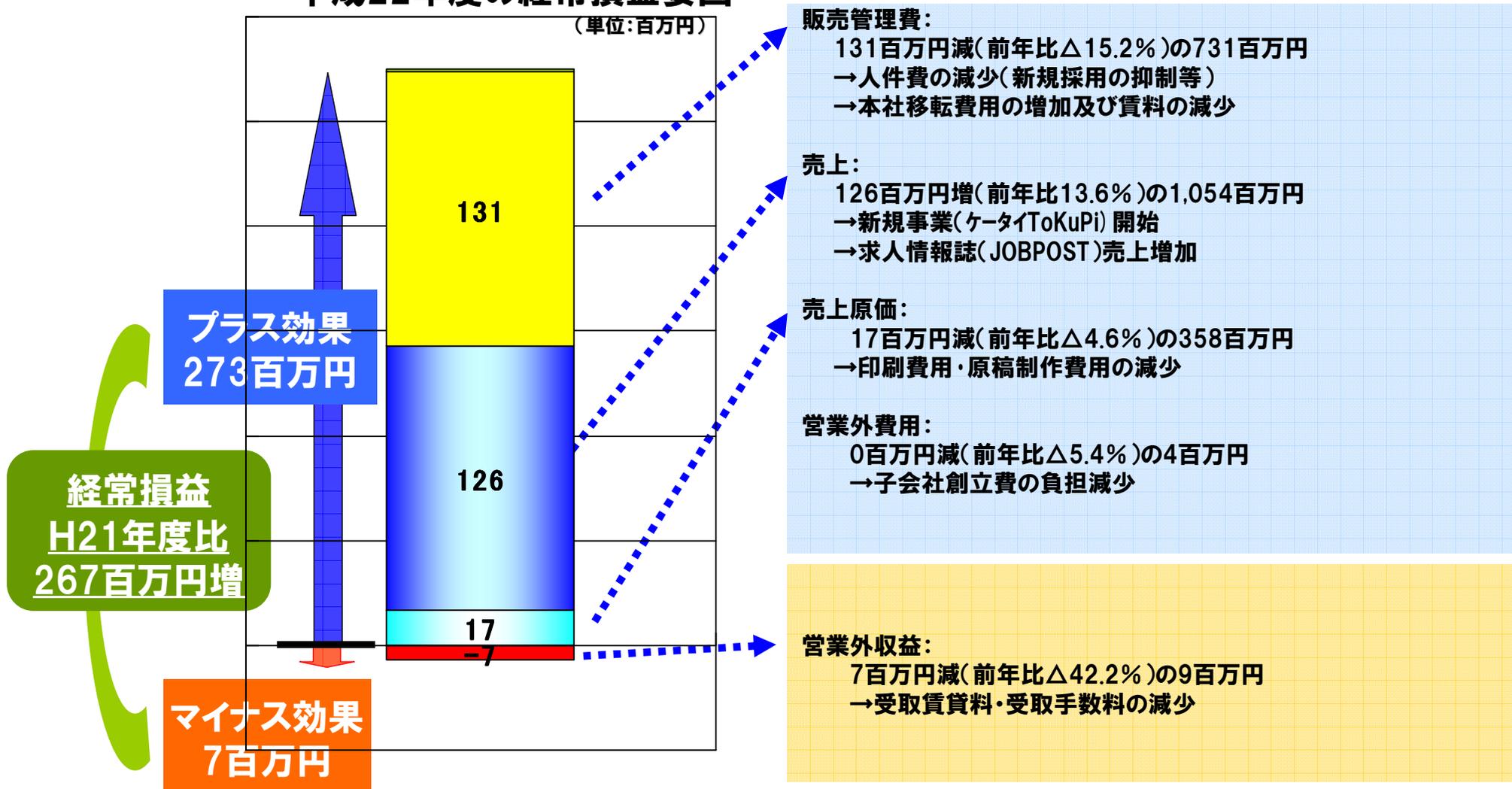
- ✓不動産市況を的確に捉え、本社移転を実施。家賃費用の削減
- ✓広告宣伝費の効率的な活用、制作コストの削減、人員およびエリアの再配置など生産性の向上に努め、コストの大幅な削減

■ 次の収益の柱のための布石

- ✓モバイルに特化した求人サービス「Jobee」において、NTTドコモ公式サイト「就職/転職」カテゴリで利用者数連続1位を20か月更新。
- ✓7月にNTTドコモの地域版のiモード公式サイトにも配信。
- ✓地道な改善努力と効率性の向上により、掲載案件数も下期にかけて大きく増加

業績変動要因について:P/L分析

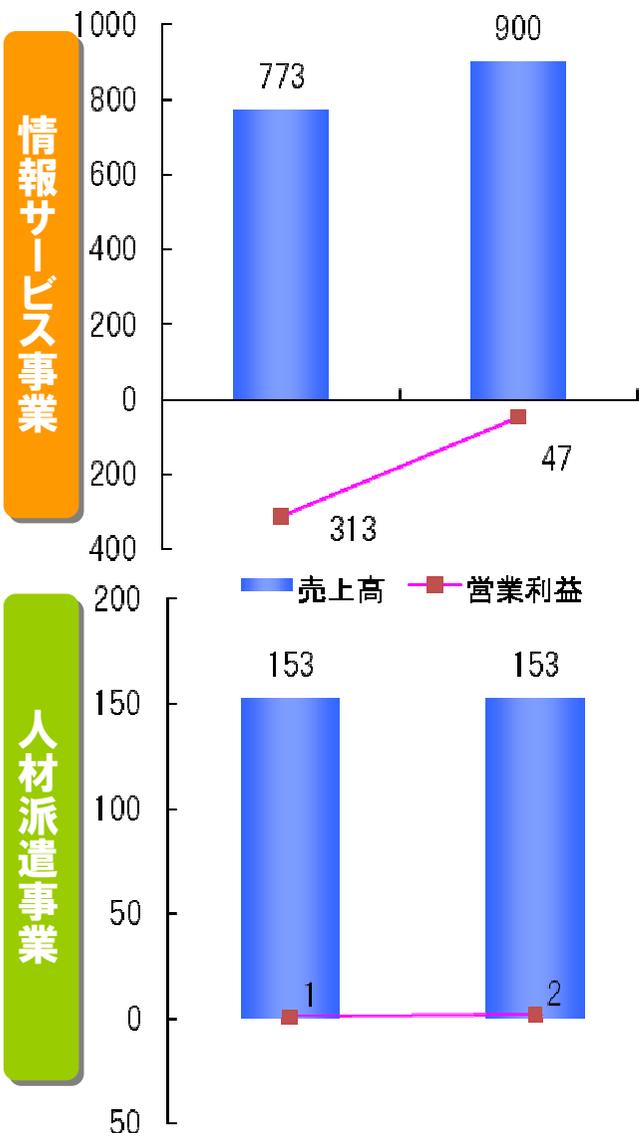
平成22年度の経常損益要因



経常損益267百万円、当期純損益333百万円の改善

セグメント別売上高、営業利益推移について

単位:百万円



概況および施策

求人情報誌部門

紙媒体

- ✓営業人員を重点地域に集中させ、顧客へのアプローチを密にする等の業務効率の向上と顧客ニーズに応じた提案営業による新規開拓と既存顧客の囲い込みの強化。
- ✓下期以降は、求人市場の回復傾向をキャッチアップするための人員の再配置をおこなうなど、生産性の向上を図りつつトップシェアの更なる拡大。

モバイル求人サービス部門、Webサービス部門

モバイル

- ✓モバイル求人サービス「Jobee」は、NTTドコモ公式サイトでの「就職／転職」カテゴリで全国利用者数連続1位を継続。
- ✓昨年7月に商品力と販売体制の見直し等による商品性と生産性の改善に努め、8月よりNTTドコモの全国各地(地域版)のiモード公式サイトにも配信を開始。
- ✓掲載案件数も下期にかけて大きく増加。

企業販促支援部門

紙媒体

モバイル

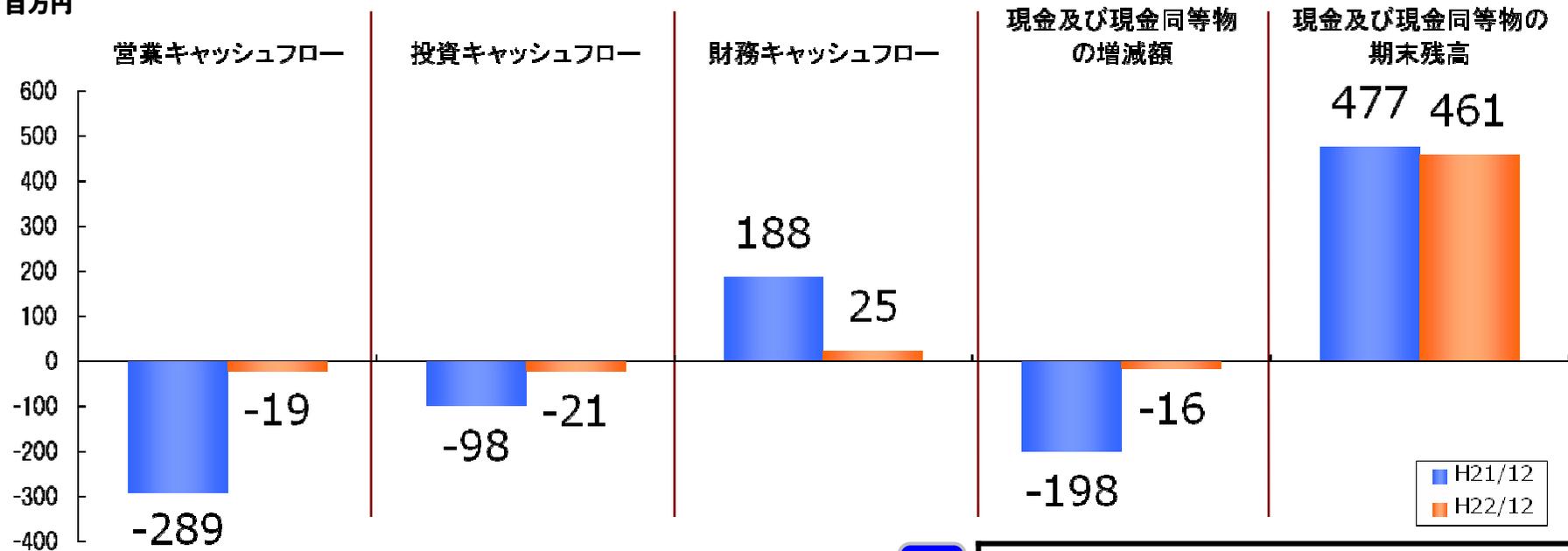
- ✓クーポン誌「トクッピ」は、掲載社数においてエリア地域クーポン誌で上位シェアに近づく。
- ✓顧客囲い込みなど販売促進を低コストで支援するサービス「ケータイToKuPi」は飲食・美容・アパレル及びガソリンスタンド、歯科業界など幅広い業種からの支持。新潟・長野・福島の各県の顧客への導入を中心に展開。(今後、首都圏で展開を検討)

人材派遣事業部門

- ✓円高の影響の受けにくい地元大手企業や下請中小企業の派遣需要が回復基調となるなどの明るい兆し。
- ✓顧客のニーズに即したサービスの提供やスポット受注の取り込み等を積極的に推進。

キャッシュフロー

単位:百万円



単位:百万円	H22/12
営業キャッシュ・フロー	△19
投資キャッシュ・フロー	△21
財務キャッシュ・フロー	25
現金及び現金同等物の増減額	△16
現金及び現金同等物の期末残高	461

主要要因

営業CF	
税金等調整前当期純損失	△30
投資CF	
無形固定資産の取得による支出	△18
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	△45

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

この2年間の外部環境と当社の対応強化について

リーマン・ショックから回復しても以前の状態とは異なる「ニューノーマル」時代へ

2008年から

リーマン・ショック

総コストと生産性を見直し

コストの削減

コスト配分を見直し

費用対効果の検証



求人
の大幅な
減少

2010年以後

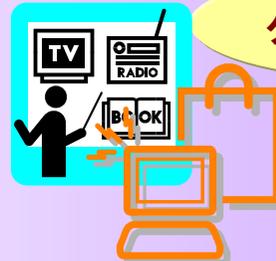
リーマン・ショック以後の回復

マーケットの変化

モノが売れない

クロス・メディア化

ターゲティング化



人材から
集客まで

当社の対応

コスト削減
生産性向上

原価の削減

✓ オフショアでの制作の推進

販管費の削減

✓ エリアおよび人員の再配置
✓ オペレーションの改善
✓ 本社オフィス移転

新規事業の構築
事業提携の推進

新規事業の開始

• 株式会社ケータイToKuPi
• モバイル求人株式会社

事業提携

• 株式会社光通信
• e-まちタウン株式会社
• 株式会社アルバイトタイムス

厳しい環境の中、コスト削減(△約1億4千万円)の成果

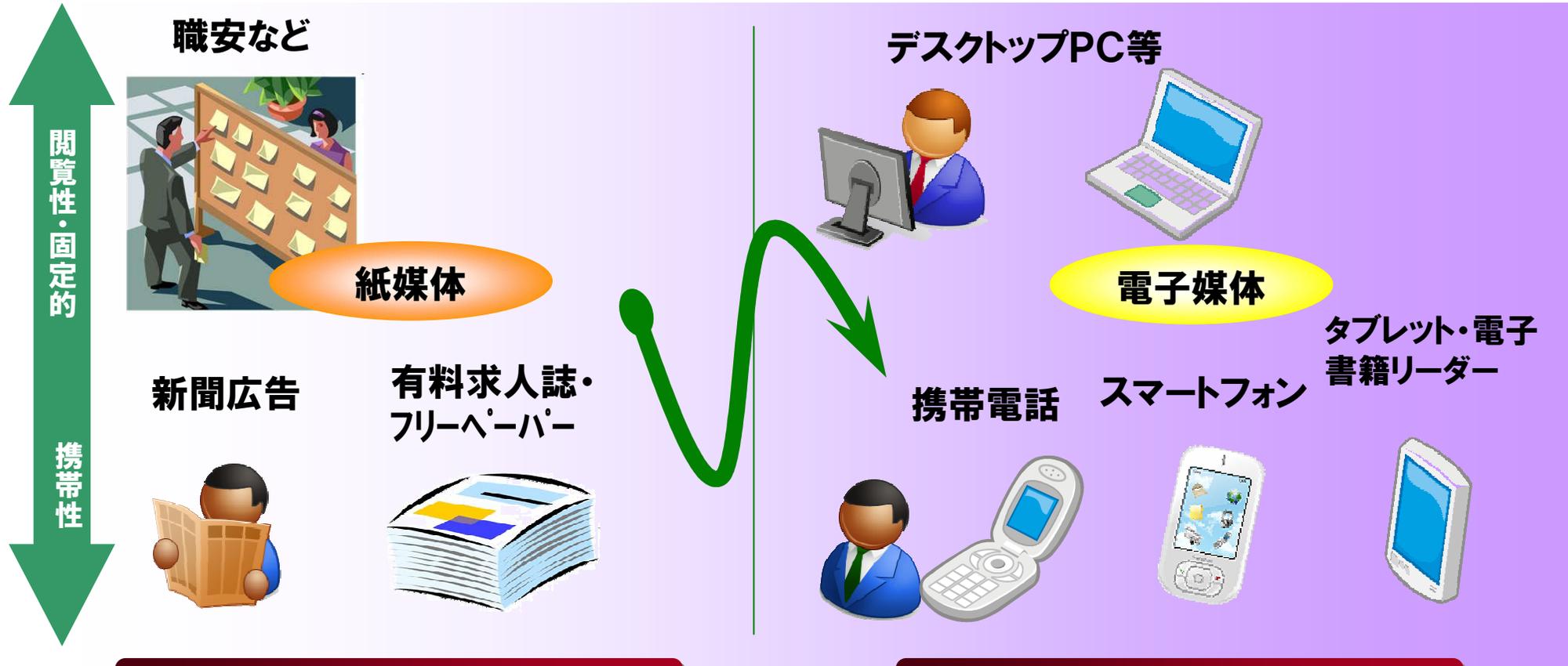
生産性の向上 → 売上増による収益増加

厳しい環境の中、モバイル関連事業を2年前より強化

事業基盤の強化 → トップラインの拡大

情報媒体の変遷について

情報量の増大・検索性の向上



携帯性のある媒体(紙)の利点

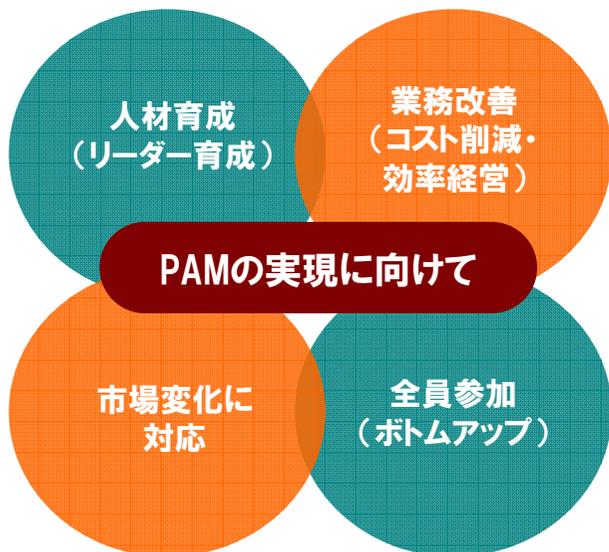
「近くにいるエリア」の情報を「直接本人」に届けられる。

携帯性のある媒体(電子)の利点

+ αとして、「リアルタイム性」「検索性」「関連性」「双方向性」が加わる。

当社の目指すビジネス像 (PAM=「お客様と笑顔と感動」)

PAにとっても変革の2011年



1

2010年度において約1億4千万円のコスト削減。
さらなる生産性向上へ

2

社内改革を進め、それぞれが経営者意識をもって考え、
顧客の利益を最大化する

3

「守り」の姿勢から「攻め」の姿勢へ。
市場変化に対応し、新規事業を推進



※「PAM」とは、個人の可能性(Potential)を高めることで企業の価値や可能性を高め、成果(Achievement)を出していくことで個人・企業の可能性を最大化(Maximization)させることを現したピーエイの造語です。

中小企業支援ビジネス関連

人財ビジネス関連



中小企業の課題を新しいツールと知恵で解決する、ソリューションカンパニーへ

平成23年12月期 通期業績予想

	平成22年12月期通期 (実績)		平成23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	1,054	100.0	1,200	100.0	+146	+13.8%
営業利益	△35	-	80	6.6	+115	黒転
経常利益	△30	-	80	6.6	+110	黒転
当期純利益	△32	-	70	5.8	+102	黒転

(単位:百万円、%)

平成23年度の経営課題と施策

平成23年度の経営の最重要課題

1. 現在収益の
拡大

2. 将来利益の
拡大

3. 事業基盤の
強化



JOBPOSTのシェア拡大

エリア再配置と効率性
顧客密着度の向上と顧客ニーズに
合わせたクロスセル
新規開拓と既存顧客の深耕

生産性改善目標の達成

効率改善の仕組みの強化
ワーキンググループの運営推進
広報発信力の強化
マネージャー層の育成強化



新規事業の推進強化

モバイル求人の収益強化
ケータイToKuPiの黒字化
新規事業の創出

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



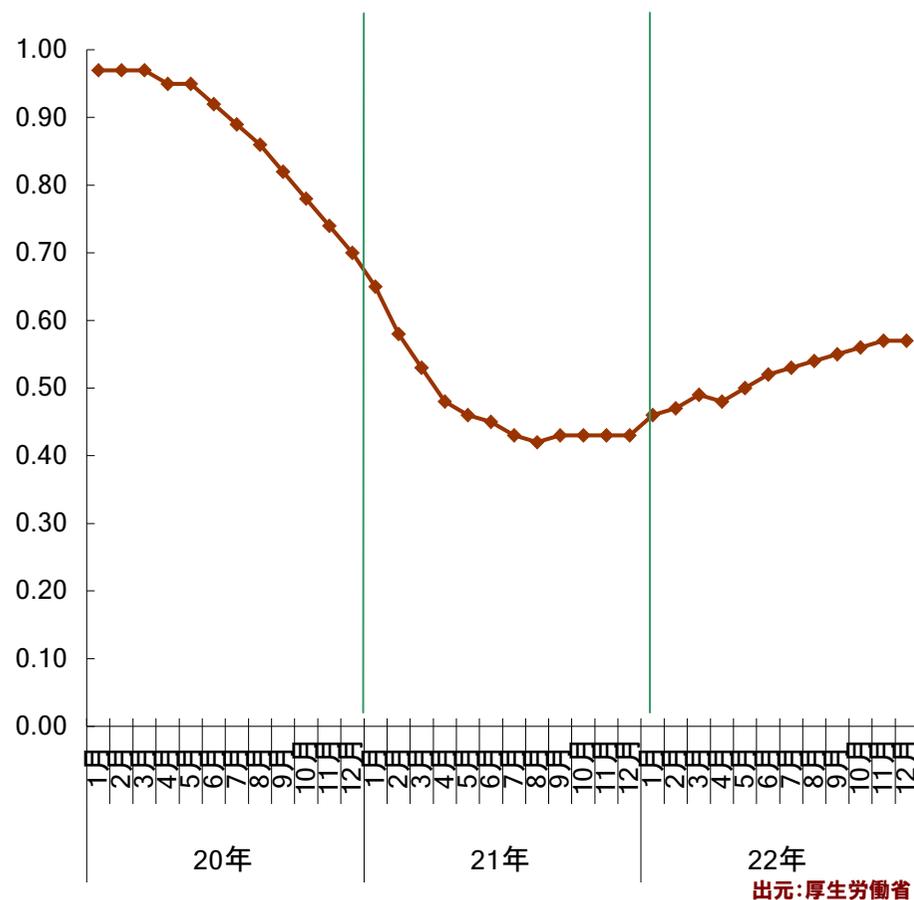
- サービス特化
- ターゲティング(特定求人層)
- 大手との提携

破壊的イノベーション → トップラインの向上

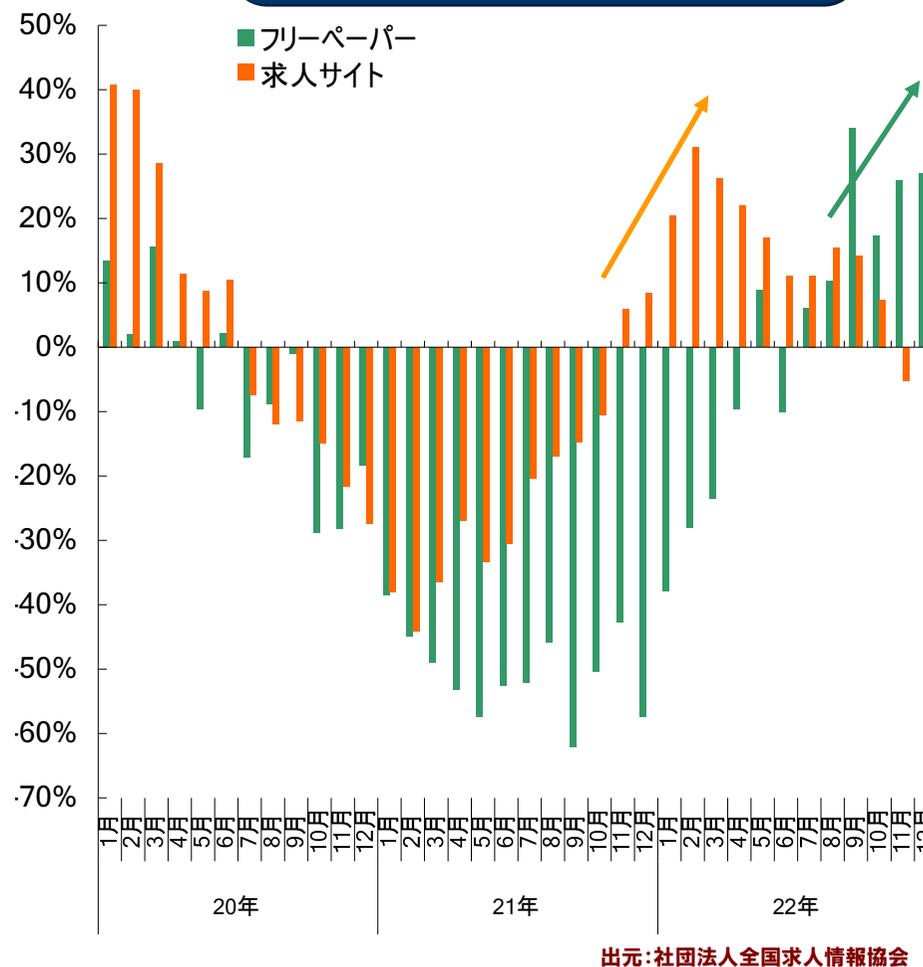
新潟、長野、福島におけるさらなる顧客シェア向上

求人広告市場の回復基調について

有効求人倍率の推移(月次ベース)



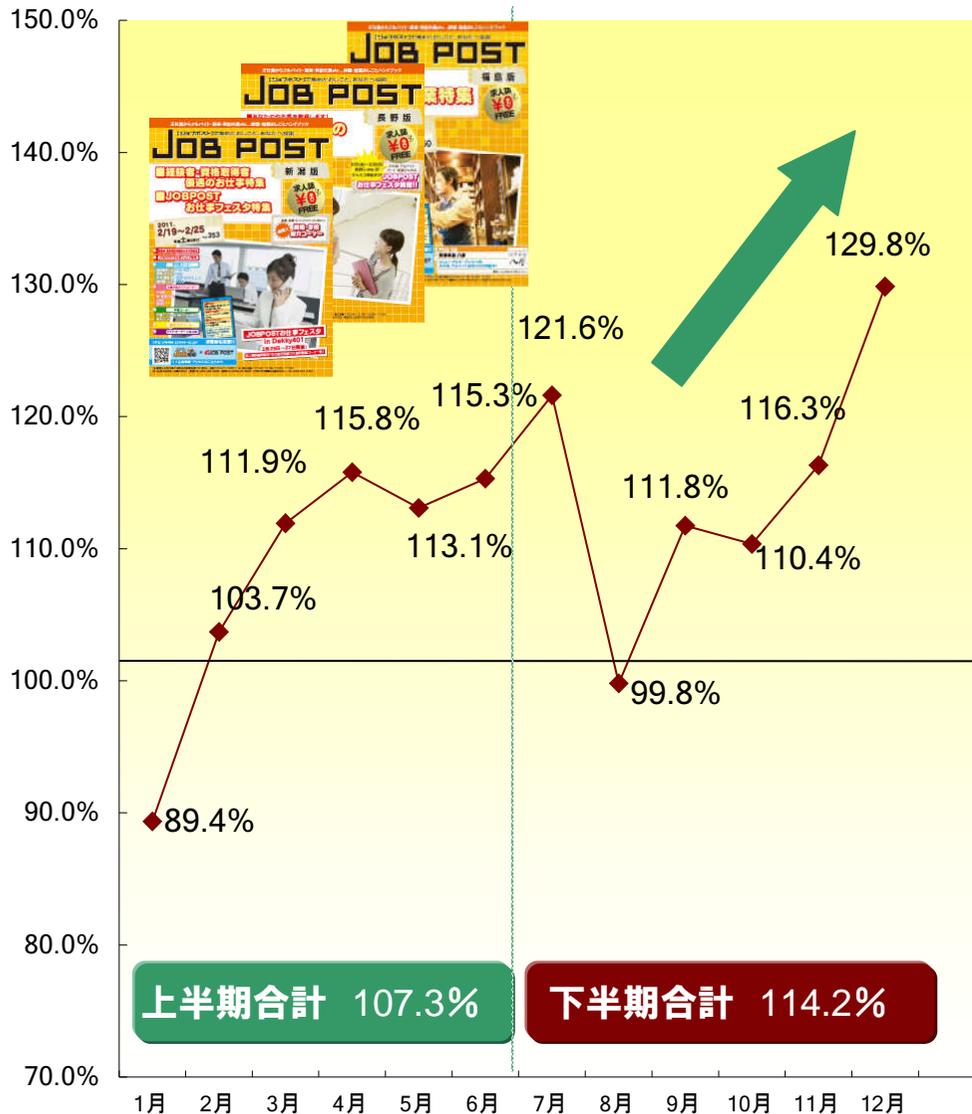
求人広告件数の推移(前年同月比)



一昨年の急激な景気の落ち込みから、有効求人倍率、求人広告件数とも回復傾向

求人情報誌「JOBPOST」の売上推移

「JOBPOST」の売上推移(対前年同月比ベース)



求人情報誌「JOBPOST」新潟県、長野県、福島県で無料で発行



先行の強みを活かし求職者の目にとまる優良な設置拠点を確保

ユーザーに一番近い求人誌であることをめざし、企業と求職者の距離を短縮

地域に密着した商品強化により3県でトップシェア

下期にかけて大きく改善傾向。来期も期待

クーポン誌「トクッピ」新潟県、長野県、福島県で無料で発行



飲食店、エステ、ヘアサロンなどを対象にした、クーポン、無料モニター募集など販促につながる「おトク情報」が満載

従来にない2週間のTV番組表付で、近年増加している「新聞を定期購読しない若年層」にもアプローチ

登録者数300名以上の読者モニター様が参加する記事、自転車や新作ゲームソフト・家電製品など毎月各県毎に100名様以上に提供する懸賞、地域情報など盛りだくさんの内容

平成21年6月に発刊。トップシェアに近づく

エリアNo.1戦略：新潟、長野、福島におけるクロスセルの推進

顧客
「密着度」の向上

+

顧客
「信頼度」の向上

+

顧客
「開拓力」の向上

エリア再配置 + マネージャー層の育成

フリーペーパー市場におけるエリアNo.1シェアの更なる向上

紙媒体



+

モバイル媒体



求人情報誌「JOBPOST」における
紙媒体とモバイル媒体とのクロスセルの推進

クーポン誌「トクッピ」とケータイToKuPiとのクロスセルの推進

収益力の更なる拡大 → 中小企業におけるソリューションビジネス

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

資格・学習



LicenseWorld

販売支援



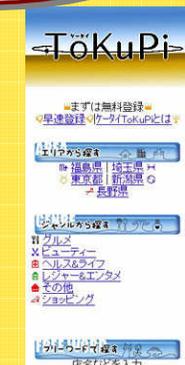
クーポン誌「トクピ」

モバイル化

集客



困り込み



「ケータイToKuPi(とくび)」

紙媒体 から モバイル媒体 への移行をすすめる

モバイル関連ビジネス「Jobee」「ケータイToKuPi」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



トップ画面



■「Jobee」の概要

◆ドコモ、au、ソフトバンクの公式メニューのモバイル求人サイト

NTTドコモ、iモード「就職/転職」カテゴリでは**全国利用者数ランキング20ヶ月連続1位獲得!** (2009年6月~2011年1月実績)

正社員を中心に**年間2万7000件以上**の応募獲得 (2010年実績)



月間750万PV!!
ユニークユーザー350万人!

◆低コストで顧客ニーズに合わせた料金プラン

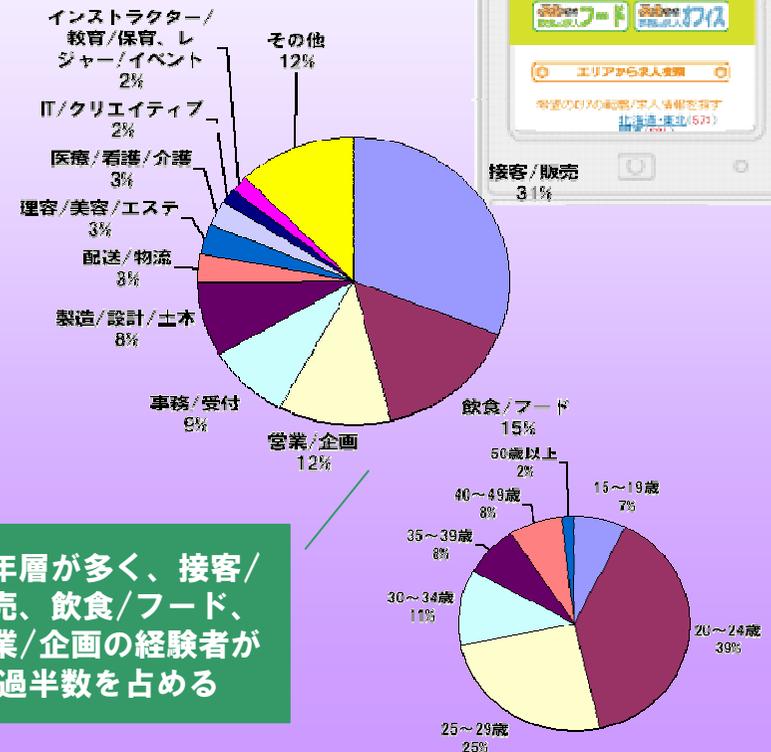
Jobeeは反響に応じた料金設定! 「基本システム使用料」と応募件数に応じた「応募課金」を組み合わせた料金設定。

- 大手生命保険会社
- 運輸業(引越・宅配)
- 大手スーパー・小売業
- 飲食関係会社



上場企業・大手企業も導入実績

若年層が多く、接客/販売、飲食/フード、営業/企画の経験者が過半数を占める



「Jobee」の施策

今後の施策

紙媒体の「JOBPOST」とのセット販売

エリア特化・業種特化戦略

スマートフォンへの対応

資格や地域情報などの連携強化

規模の拡大

ダントツの掲載件数・利用者数の追求

NTTドコモ iモード公式サイトに登録:

→ 「就職／転職」カテゴリで利用者数1位の実績

iモードの地域別公式サイトへの登録 **8月16日リリース**

→ 各地域におけるアクセス数の増加

収益の構築

シナジー・利益の追求

オプションサービスの導入: バナー、トップインタビュー、
独自ページなど **2月1日リリース**

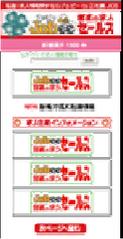
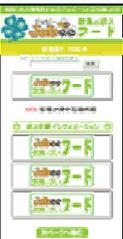
  **新潟、長野、福島での地域
求人サイトの開設予定**

  **新商品・企画計画**

収益力強化に向けて積極的に事業推進

「Jobee」のコンテンツ・リニューアル

① 専門特化による訴求力

 <p>①Jobeeセールス 営業職の専門サイト</p> <p>対象 営業、企画、 コンサルティング職</p>	 <p>②Jobeeショップ 販売・接客職の専門サイト</p> <p>対象 販売、接客、 来店受付等</p>
 <p>③Jobeeフード 飲食業の専門サイト</p> <p>対象 ホール、キッチン、 飲食関係等</p>	 <p>④Jobeeオフィス 事務職の専門サイト</p> <p>対象 事務、総務、 オフィスワーク等</p>

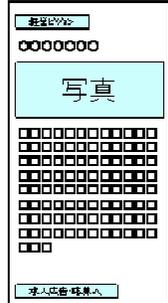
③ トップバナーでの訴求力



全国TOPページ
東北圏・関東、関東、中部、
中部圏・北陸、近畿、中国、
四国、九州・沖縄

専門サイトTOPページ
販売セールス、フード、
ショップ、オフィス

④ 社長メッセージによる訴求力



経営トップからの熱い思いを
求職者へ伝える

- 経営ビジョン
- 求める人物像
- 人材育成・研修
- サービス紹介

↓

共感した求職者のハート
をがっちり掴む

**＝優秀な応募者の
面接率&内定率
UP!**

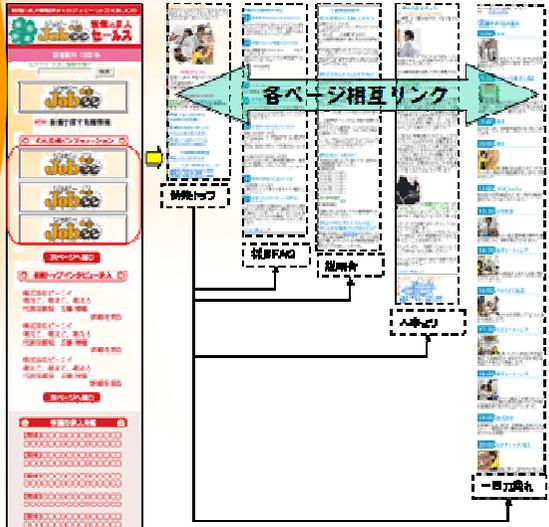
② 各エリアごとの訴求力

全国7エリアTOPページへ

(北海道・東北、関東、甲信越・北陸、東海、関西、中国・四国、九州・沖縄)



⑤ 企業専用ページでの訴求力



貴社専用の
採用モバイルページを作成!

- ・TOP(セカンド)ページバナーからの誘導
- ・ページ構成・コンテンツ内容が自由自在!
- ・求職者へ内容深く・深くアプローチ可能!
- ・入社前にイメージが湧きやすいので
ミスマッチ削減!

※インフォメーションページ制

顧客囲い込みで売上増に貢献 「ケータイToKuPi」

集客ツールとして、クーポン誌「トクッピ」や他社提携サイトからの誘導

「ケータイToKuPi」 (集客・囲い込み)

■来店者を会員化

新規顧客を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

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回来たお客様を5回来店していただける仕組みを提供

- ⇒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



集客から顧客の囲い込みまで対応できるソリューションツールへ

終わり

最後までご静聴頂きありがとうございました。