



One to One Satisfaction

2006年2月期 第3四半期決算説明会資料

2006年1月16日

ディップ株式会社

CONTENTS



I. 2006年2月期 第3四半期決算概要	・・・P3
II. 2006年2月期 通期業績見込み	・・・P17
III. ジョブエンジン及びその他施策の進捗状況	・・・P20
IV. 第4四半期の施策	・・・P27

I . 2006年2月期第3四半期決算概要

I. 第3四半期決算概要

(1) 総括



◆第1四半期に『バイトルドットコム』がはじめて『はたらこねっと』の売上高を超えましたが、引続き『バイトルドットコム』が好調に推移した結果、当第3四半期の連結売上高は**3,520百万円**、前年同期比**163%**となりました。

◆『ジョブエンジン』は、他サイトとのビジネスモデルの相違による優位性が徐々に浸透し始めた結果、会員数、契約社数共に順調に増加し、ジョブエンジンの当期連結売上高は**385百万円**となりました。

◆一方、主に営業社員採用を強化した結果、人件費等の人員に比例する経費が増加しました。

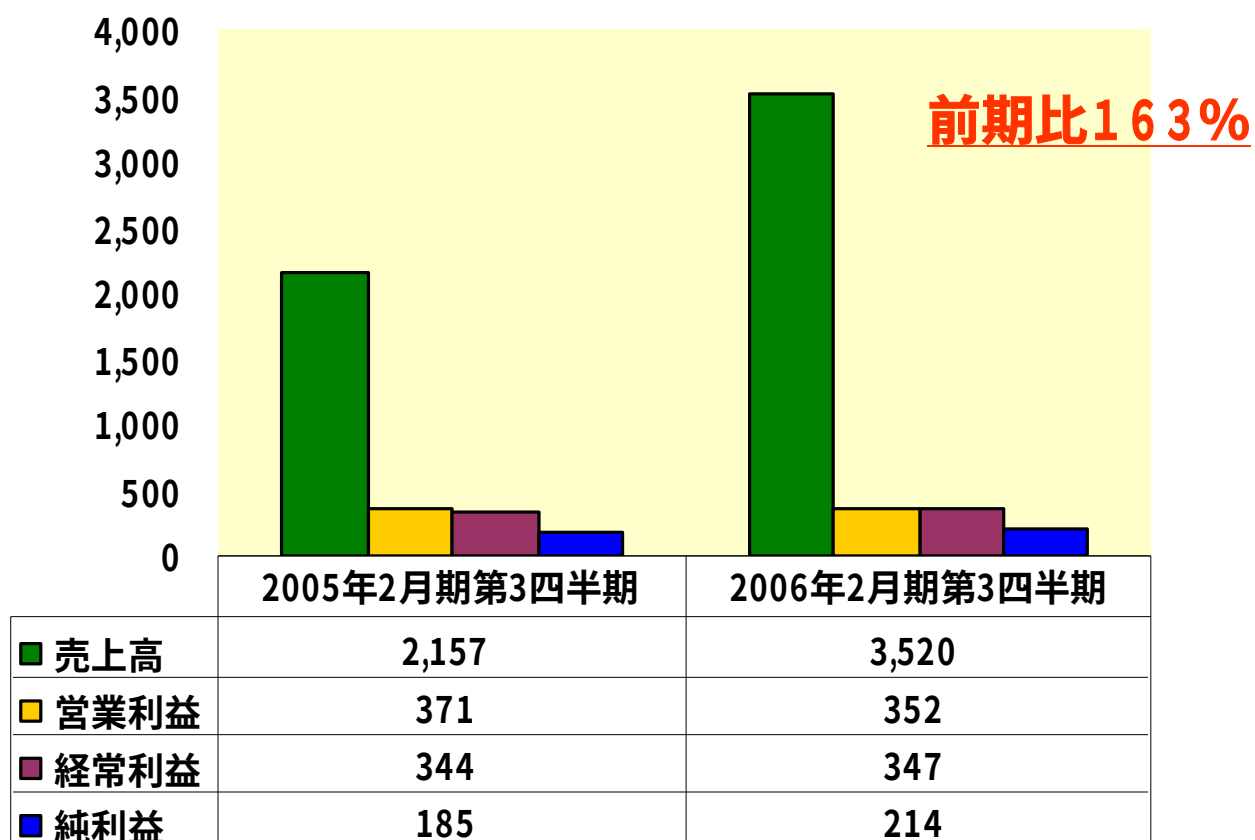
◆以上の結果、連結売上高は**3,520百万円** (前年同期比**163%**)、連結経常利益は**347百万円** (前年同期比**101%**)、連結当期純利益は**214百万円** (前年同期比**115%**) となりました。

I. 第3四半期決算概要

(2) 決算概要 (連結)

<前期第3四半期比較>

(単位:百万円)



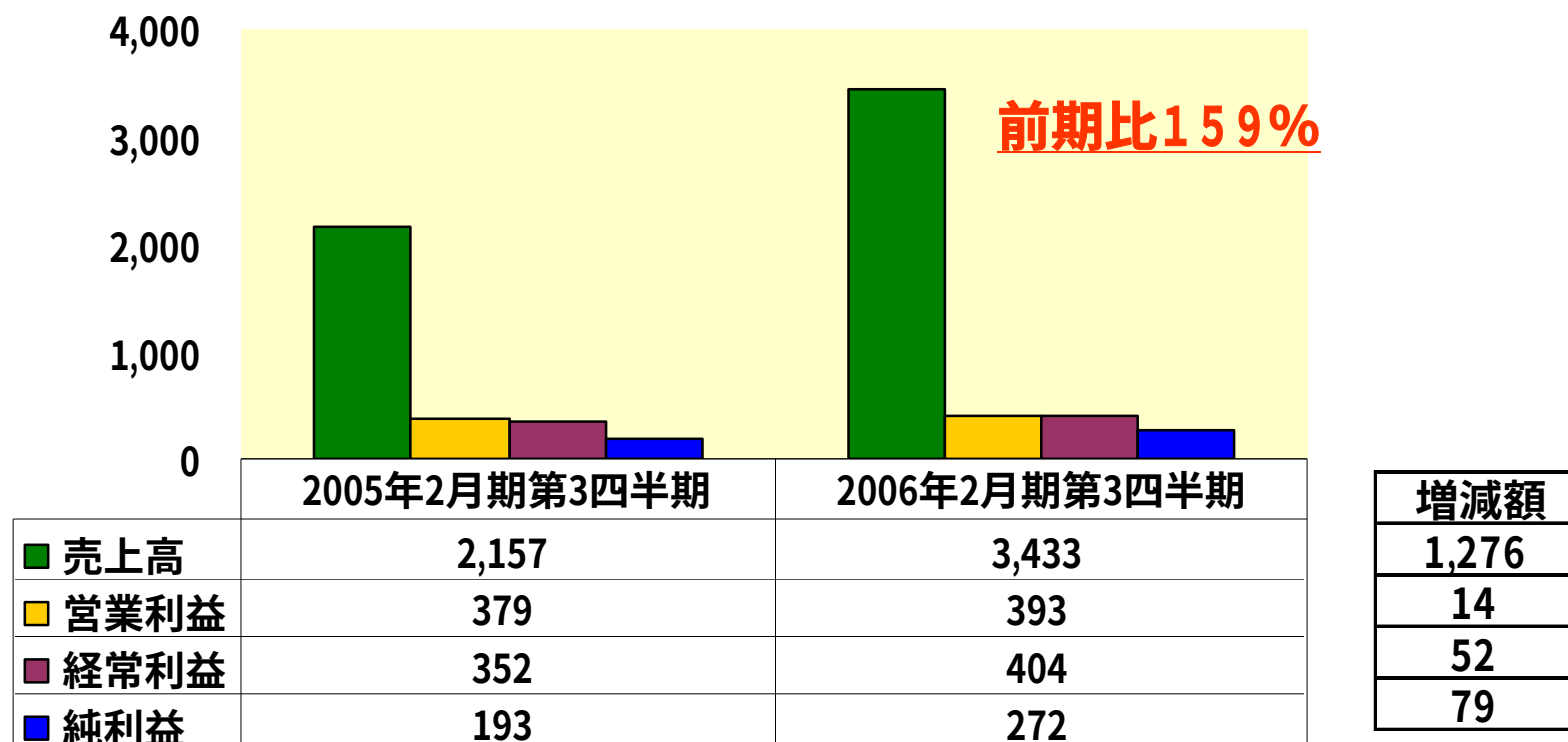
増減額
1,363
-19
3
29

I. 第3四半期決算概要

(3) 決算概要 (単体)

<前期第3四半期比較>

(単位:百万円)



I. 第3四半期決算概要

(5) 当社を取巻く事業環境



景気回復を受け、雇用情勢の改善が一層進み、求人市場は十数年ぶりの売り手市場とも言われている。今後も『2007年問題』や『少子化・ニート問題』等による労働者人口減少の見通しから、企業の採用意欲は新卒・中途採用共により一層旺盛になる見込。

雇 用 情 勢

- ◆就業者数 11月現在で6,344万人。前年同月に比べ22万人増加し、7か月連続増加。
- ◆有効求人倍率(求職者1人あたり) 0.99倍(13年1ヶ月ぶりの水準に回復)
⇒好業績で企業の雇用意欲が高まったため。都道府県別でも、東京の1.48倍や愛知の1.59倍など、産業基盤があり企業が集中する都市圏で伸びが目立つ。
- ◆完全失業者数 292万人で、31ヶ月ぶりにプラスへ転じた。(2005年11月)
⇒会社の倒産やリストラなど「勤め先都合」の失業が69万人と7万人減る一方、転職を目指す前向きな失業が14万人増えたことが原因。総務省は「雇用情勢の改善傾向は変わらない」と分析。
- ◆11月の完全失業率は4.6%と前月に比べ0.1ポイント増加。
⇒条件のよい職を求めて仕事をやめる人が増えたことが響いた。

◇雇用動向調査より◇

- ・2005年1月～6月で転職も含めて新たに仕事に就いた女性の数は228万人。離職者数(217万人)を5年ぶりに上回った。
- ・パート労働者として就職した人は171万人と、前年に比べて36万人増加。一般労働者の増加数は15万人にとどまり、厚生労働省は「労働移動はパートが活発になっている」と分析。
⇒スーパーなど流通業が、深夜営業など24時間化を進めていることに起因。ビジネスの24時間化で、企業にとっても深夜勤務の重要性は増している。

I. 第3四半期決算概要

(5) 当社を取巻く事業環境



人材派遣

- ・メーカー、通信や小売り分野で、一般事務のほか営業分野の需要好調。
- ・金融業界向け派遣の需要が増え続けており、特に積極的な業容拡大に欠かせない営業職にシフト。
- ・企業は自力で経験者を探すのが年々難しくなっており、派遣会社に高い料金を払っても経験者や自社のブランドイメージに合った人材の派遣を依頼する例が増えている。
- ・派遣会社の新規登録者数は横ばいか微増にとどまる。人手不足が常態化しつつある。

アルバイト・パート

- ・小売業のパートやアルバイトの比率高い。従業員の不足感が強まっており、今後もこの傾向は続く。
- ・午後10時から早朝5時までの「深夜時間帯」に働く女性が増えている。
- ・アルバイトや契約社員の有効活用、一部業務のアウトソーシングなど企業は人材確保に積極的。
- ・深夜営業業態での人員採用が活発。

正社員

- ・確実に人手を確保したい企業は社員としての直接雇用に前向きになっている。
- ・企業のリストラが一段落したことを映し、「勤め先都合」による失業は7万人減少。女性の転職も増加傾向。
- ・より良い仕事を求める、前向きな失業が増加。
- ・団塊世代の大量退職を前に、企業は効率的な人員配置を再検討。「2007年問題」に備える。

◆ 求職数が求人数を上回り、就職（転職）したい人を企業が吸収しきれない状況から、求人数の方が求職数よりも多い状況に変わるのが現実味を帯びてきた。

◆ 正社員にあこがれるフリーターや派遣社員が多くいる一方、安定よりもキャリアを志向する人も増加。二極化が進んでいる。

I. 第3四半期決算概要

(6) 今期これまでのトピックス

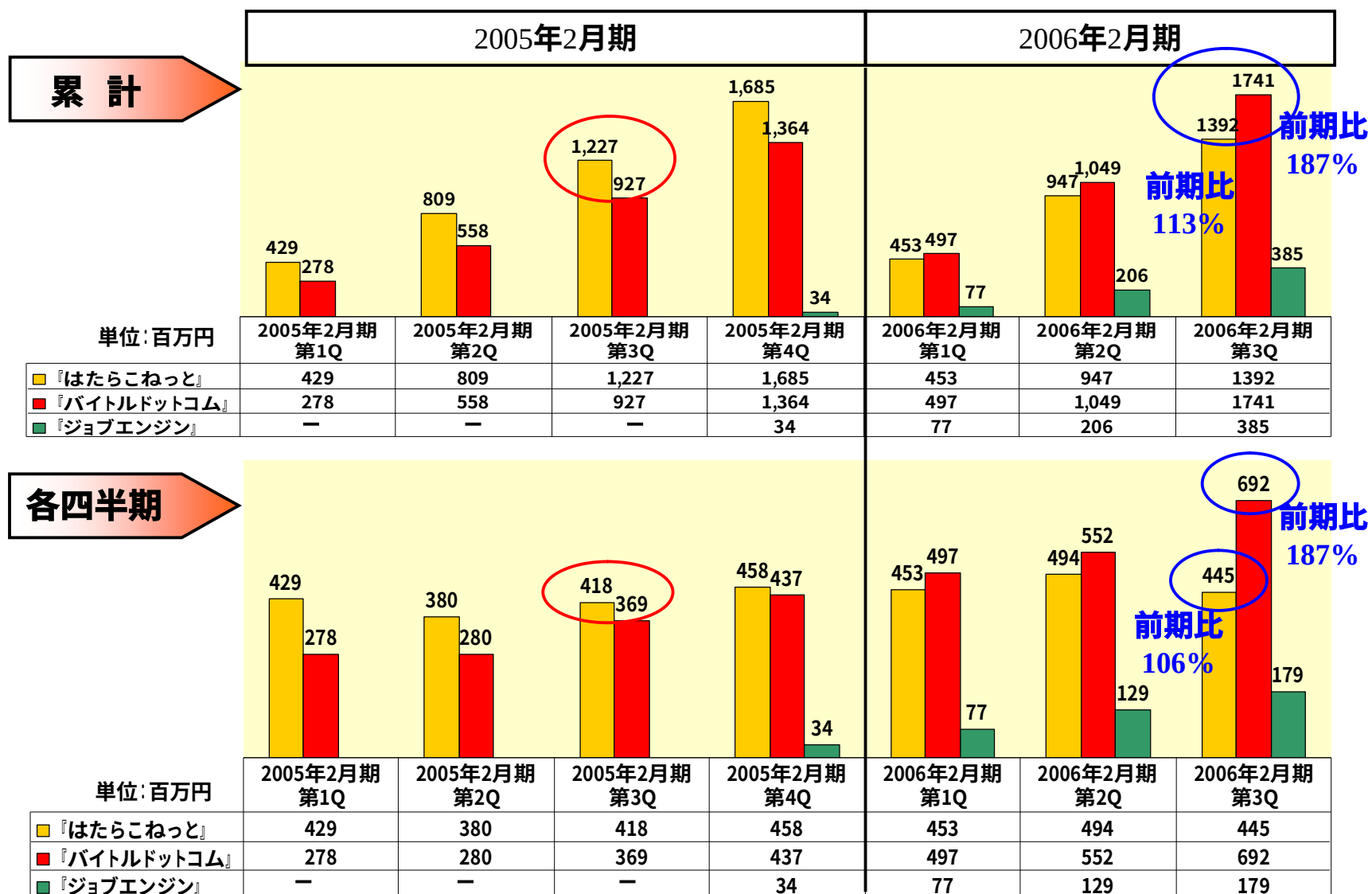


2006年2月期

2005年4月15日	中期経営計画『 Dip Challenge3 』を発表
2005年4月	パソコン版「バイトルドットコム」がGomez社のアルバイト情報サイトランキングで 総合第1位
2005年5月	携帯版「バイトルドットコム」がGomez社のアルバイト情報サイトランキングで 総合第1位
2005年5月20日	新会社『 株式会社なでしこキャリア 』の設立を発表（株式会社プロフェッショナルバンクと共同設立）
2005年5月20日	横浜支社 開設を発表
2005年6月6日	新サイト『 DipJobs 』の発表
2005年6月9日	『DipJobs』および新プロモーションキャラクター『 小雪さん 』を発表
2005年7月15日	2006年2月期第1四半期決算発表
2005年8月16日	ジョブエンジンのweb制作サービス『 ジョブクリエイター 』開始を発表
2005年8月29日	2006年新卒内定者を対象に『 ビジネスコンテスト 』を実施
2005年9月1日	新会社『女性をメインターゲットとする人材紹介会社、株式会社なでしこキャリア』業務開始
2005年9月16日	業績予想の修正に関するお知らせを発表
2005年9月16日	福岡営業所 の開設を発表
2005年10月1日	営業統括本部2部体制 スタート、 営業推進部 の設置
2005年10月17日	情報セキュリティ規格「 BS7799 」及び「 ISMS認証基準 」の認証を取得

I. 第3四半期決算概要

(7) 主力サイト別売上高比較



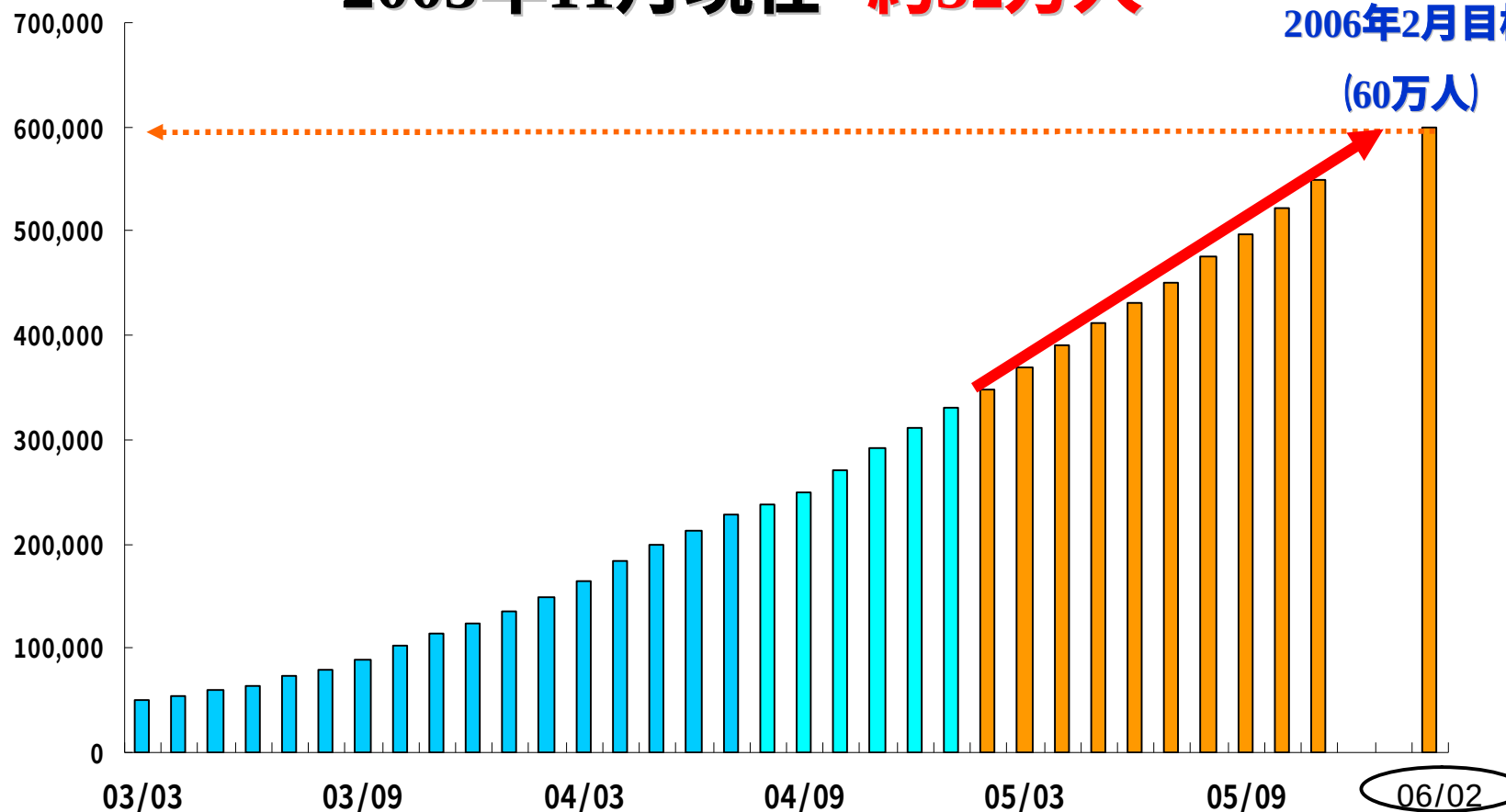
I. 第3四半期決算概要

(8) 登録会員数



2005年11月現在 **約52万人**

2006年2月目標
(60万人)

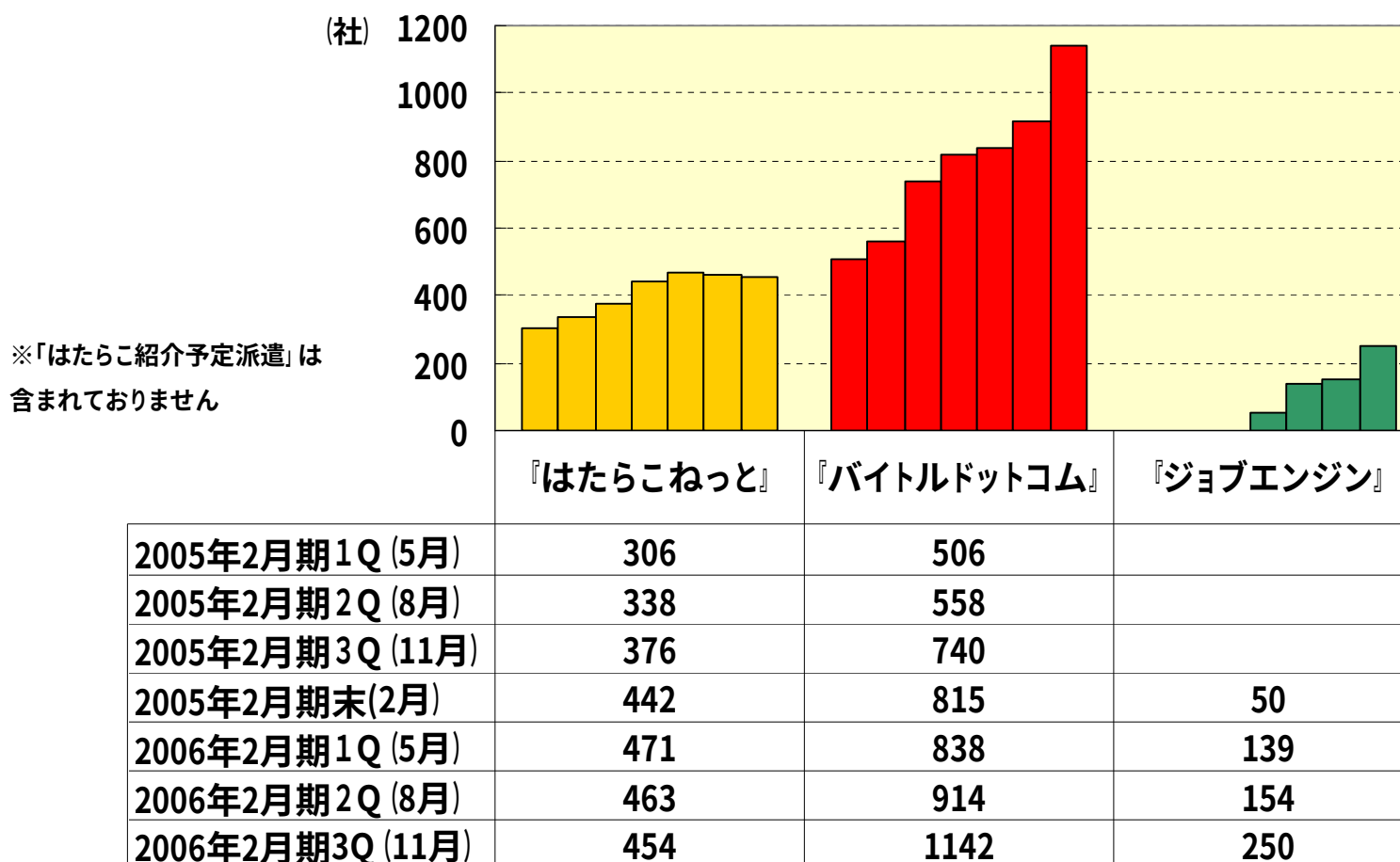


*登録会員募集は2001年10月より開始しております。

*「はたらこねっと」「バイトルドットコム」「ジョブエンジン」「ジョブエンジンエージェント」の累計登録会員数です。「はたらこ紹介予定派遣」は含まれておりません。

I. 第3四半期決算概要

(9) 主力サイトの契約社数

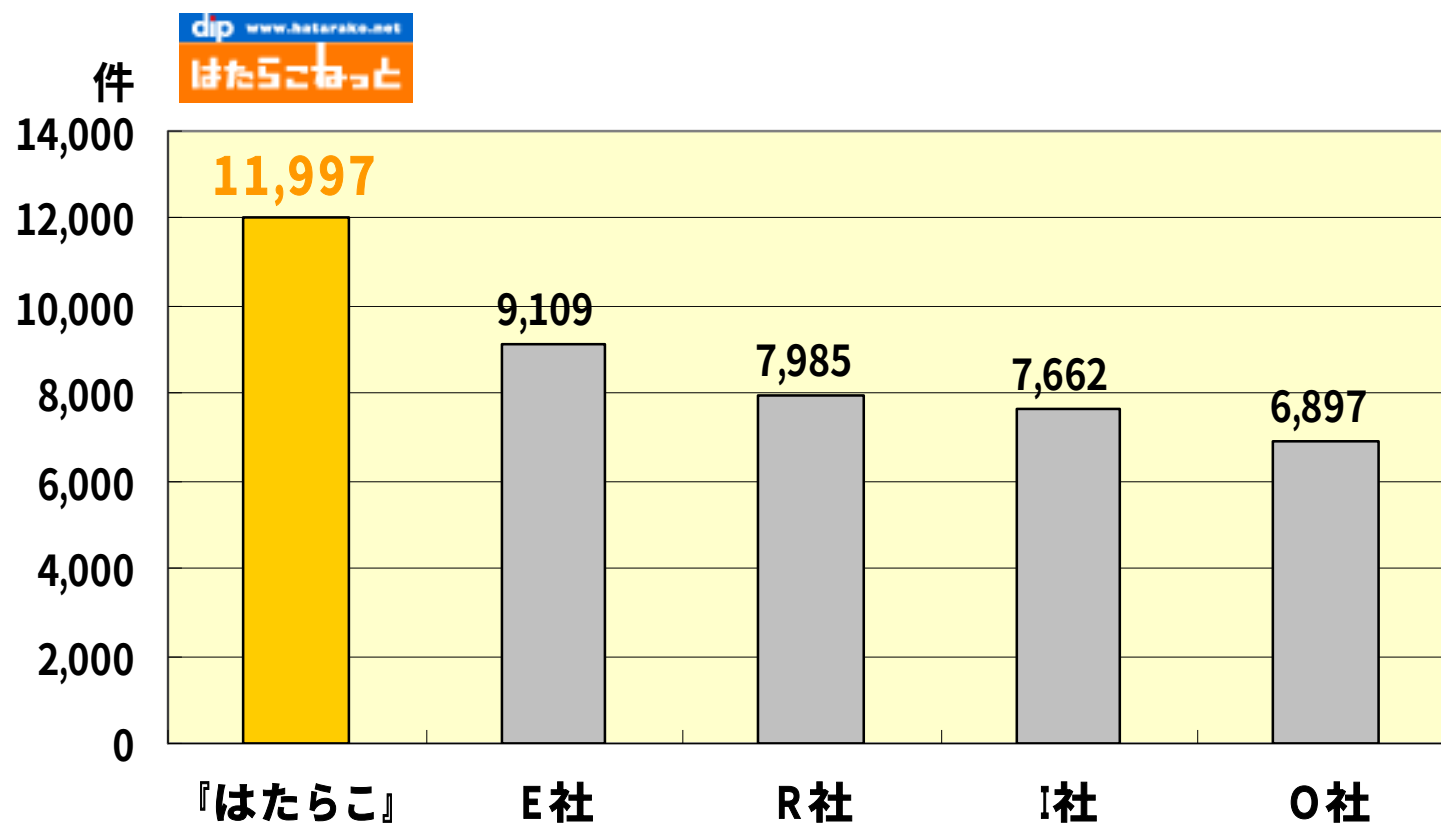


◆9月～11月の3ヶ月で「ジョブエンジン」契約社数は96社 (62%) 増加

◆9月～11月の3ヶ月で「バイトルドットコム」契約社数は228社 (24%) 増加

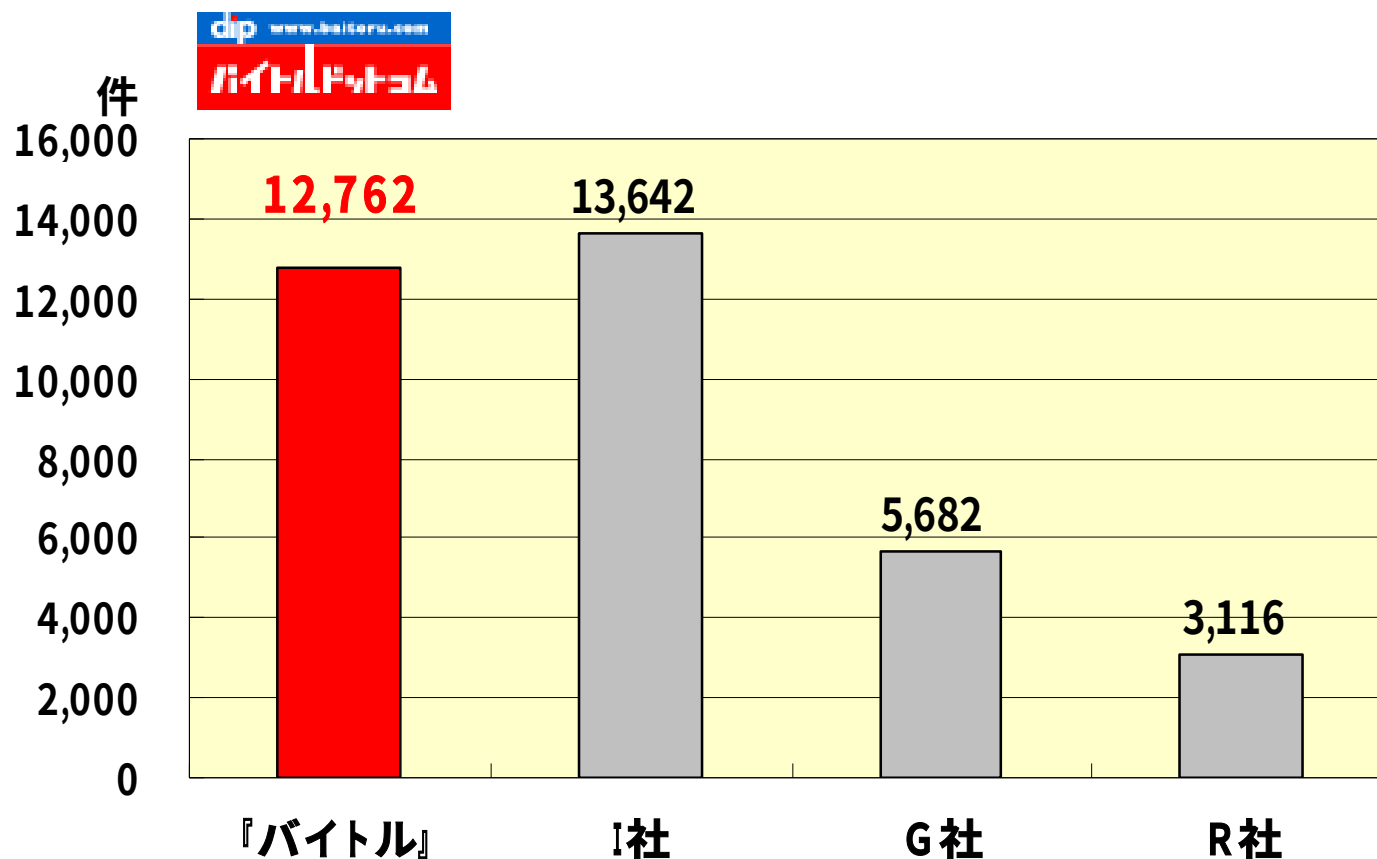
I. 第3四半期決算概要

(10) 『はたらこねっと』の進捗状況 (情報数比較)



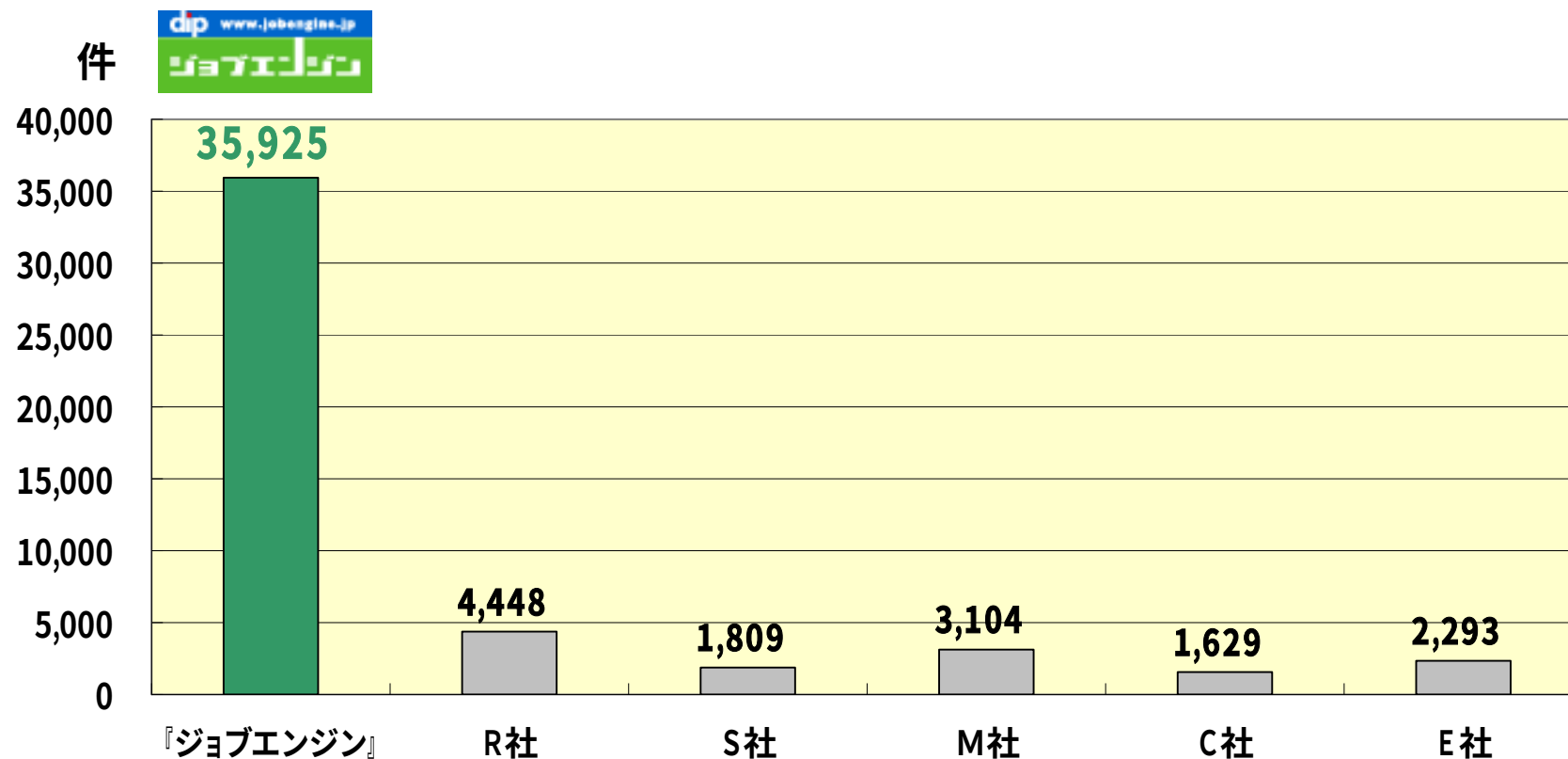
I. 第3四半期決算概要

(11) バイトルドットコムが進捗状況 (情報数比較)



I. 第3四半期決算概要

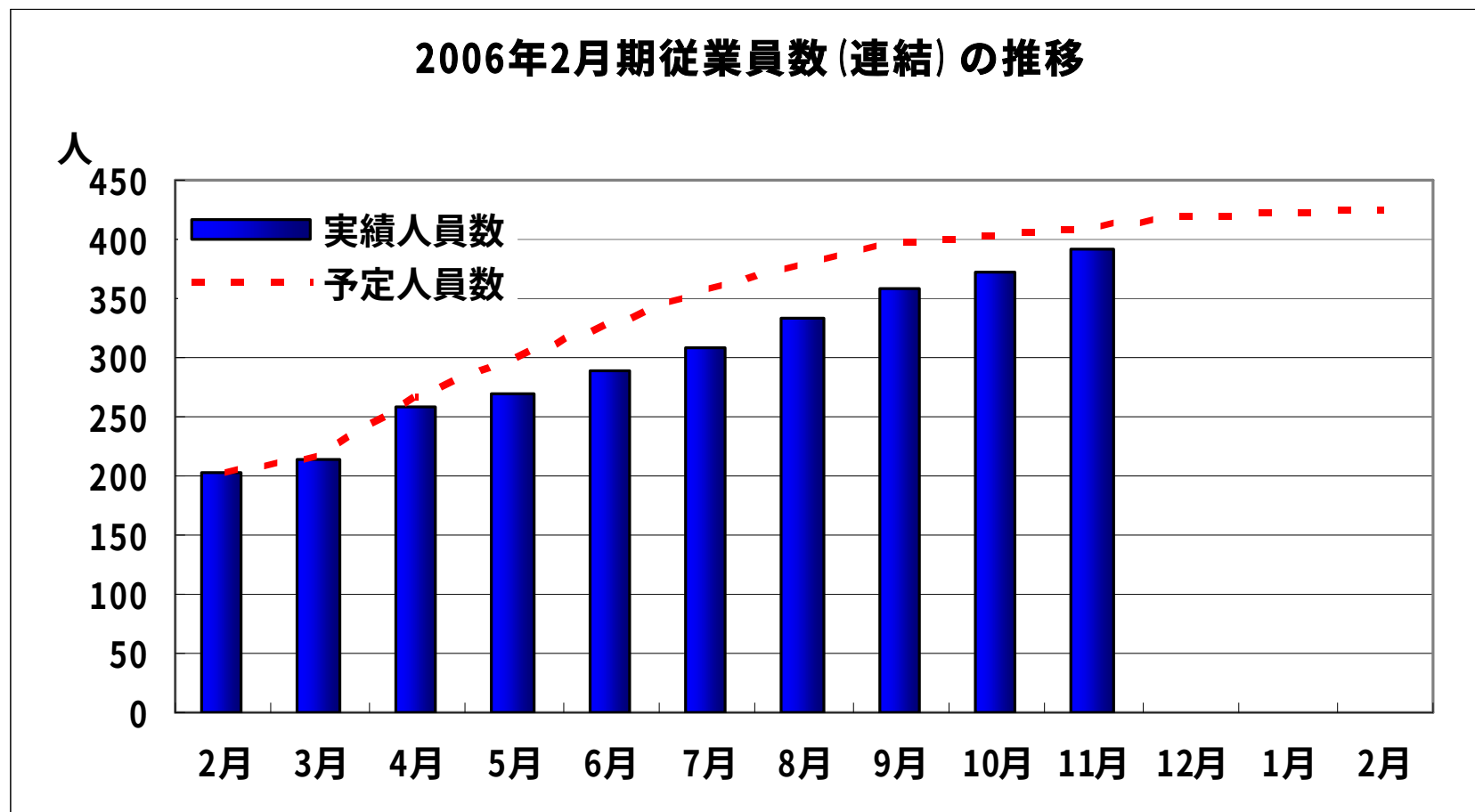
(12) ジョブエンジンの進捗状況 (情報数比較)



(注) 2005年11月当社調べ。なお、当社「ジョブエンジン」のビジネスモデルは比較他社サイトとは異なるため、当比較が必ずしも適切な判断材料とはなり得ないことをご了承ください。

I. 第3四半期の概要

(13) 連結従業員数推移_参考



※従業員数は、正社員および派遣社員の合計人数

II. 2006年2月期 通期業績見込み

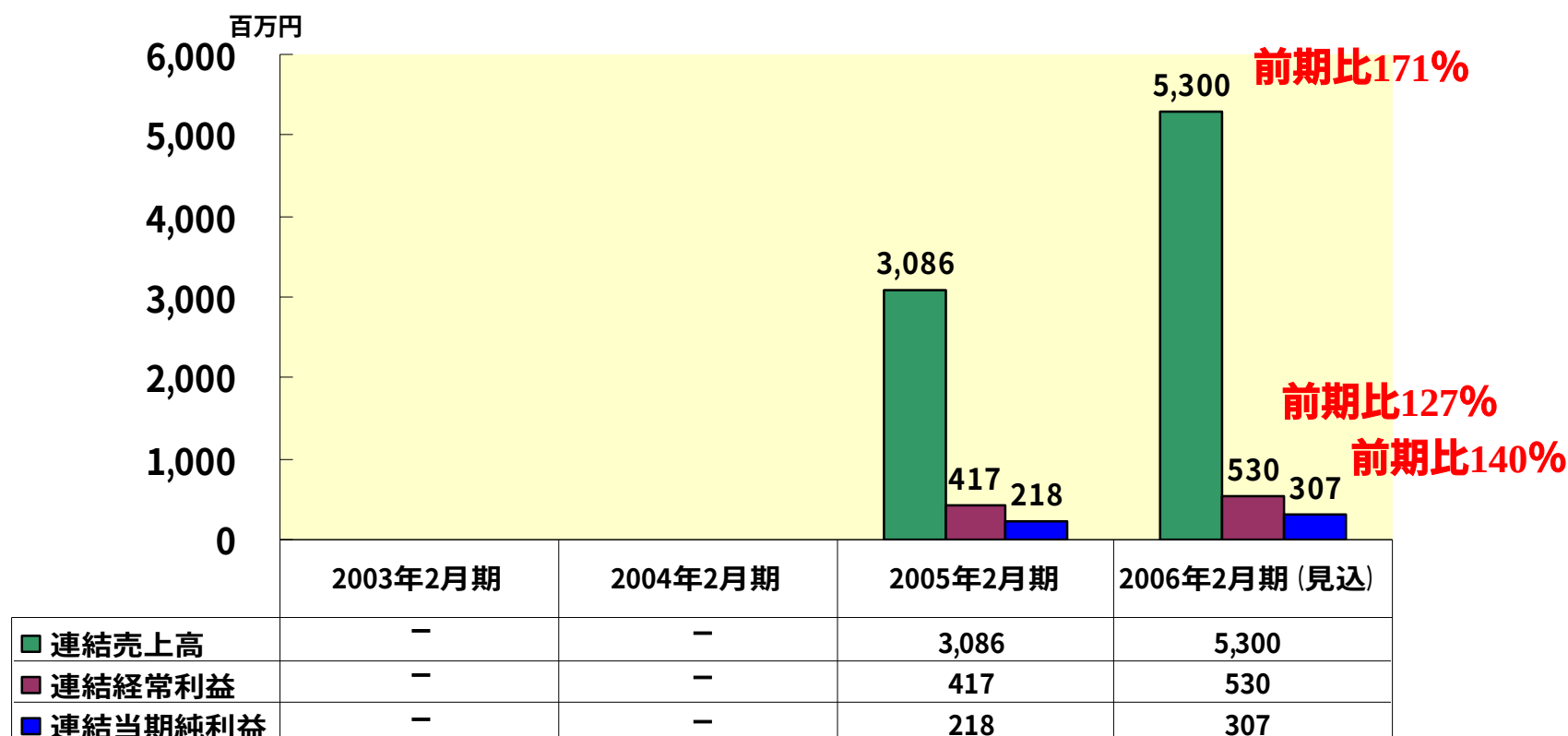
II. 通期業績見込

(1) 第9期 連結業績見込



One to One Satisfaction

2005年9月16日に業績見通しの修正を発表しましたが、
前期比増収増益となる見込みです。



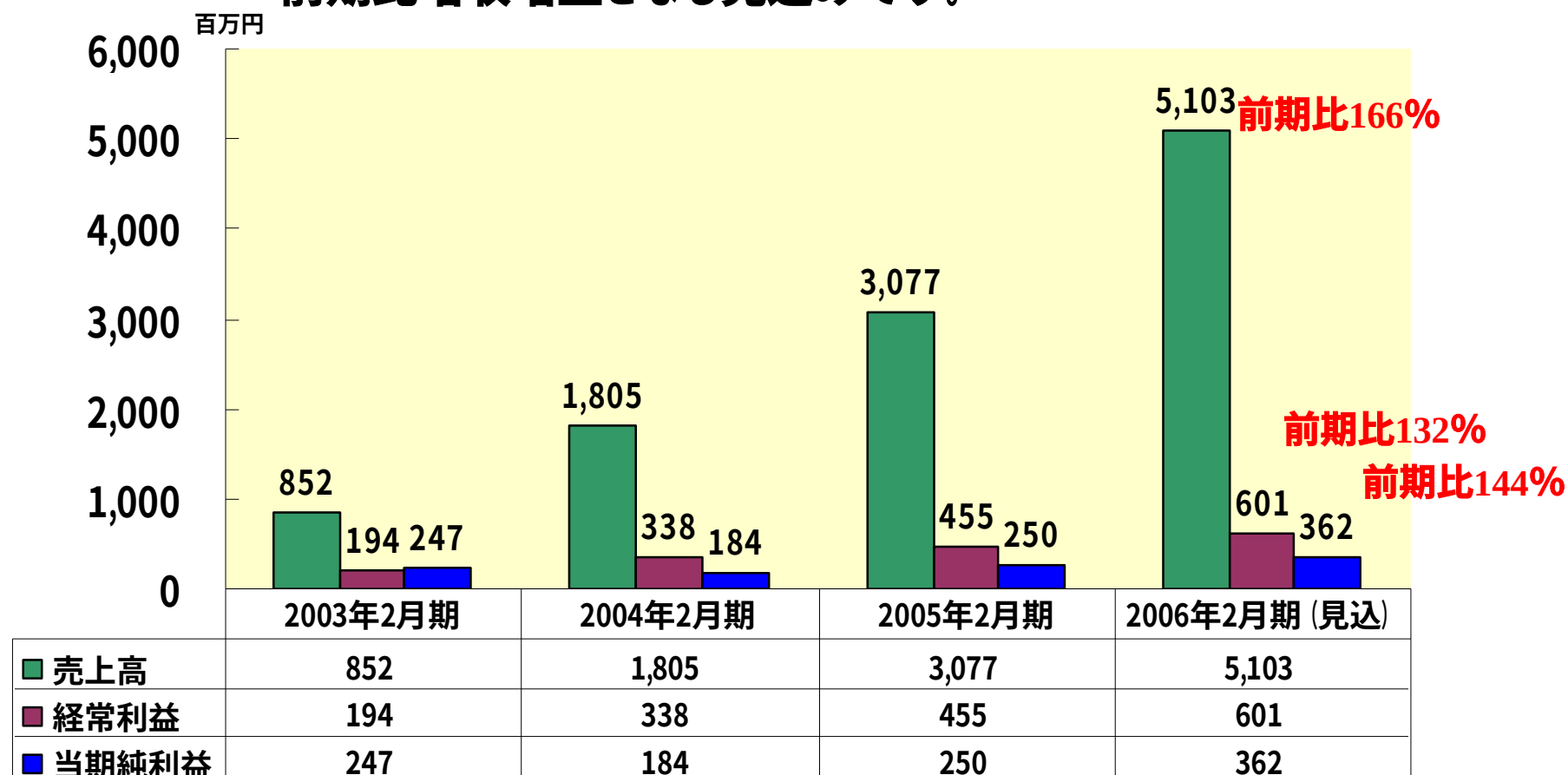
(注) 2004年10月に求人情報サービス株式会社 (現株式会社イー・エンジン) を完全子会社化したことにより、2005年2月期第3四半期より連結決算を発表しております。

II. 通期業績見込

(2) 第9期 単体業績見込



2005年9月16日に業績見通しの修正を発表しましたが、
前期比増収増益となる見込みです。



III. ジョブエンジン及び その他施策の進捗状況

III. ジョブエンジン及びその他施策の進捗状況



One to One Satisfaction

(1) 総 括

採用HP検索エンジン
『ジョブエンジン』

- ◆ユーザー数
⇒前期末(2月)から**約3.5倍**に増加。
- ◆採用ホームページ検索エンジンと採用ホームページを使った新しい採用手法についてその有効性を理解いただき、参画社数が大幅に増えている。

リードゲット
センター(※)

- ◆各営業担当者がアポイントを取る負荷が軽減され、企業への訪問件数が飛躍的に増加。訪問総数10月から12月で**1,645件**。
- ◆2006年4月入社予定者を入社前研修の一環として、電話アポイントスタッフとしてアルバイト活用。早期戦力化の実績を上げている。

社員育成

- ◆各種社内報のスタート
 - 「Dreamers」 ⇒ 経営戦略、ビジョンの浸透
 - 「Good Job Report」 ⇒ セールスナレッジの共有
 - 「Enjoy! dip」 ⇒ 人と組織の動向の周知
- ◆各種研修プログラムの実施
幹部研修・リーダー研修・外部講師による営業研修

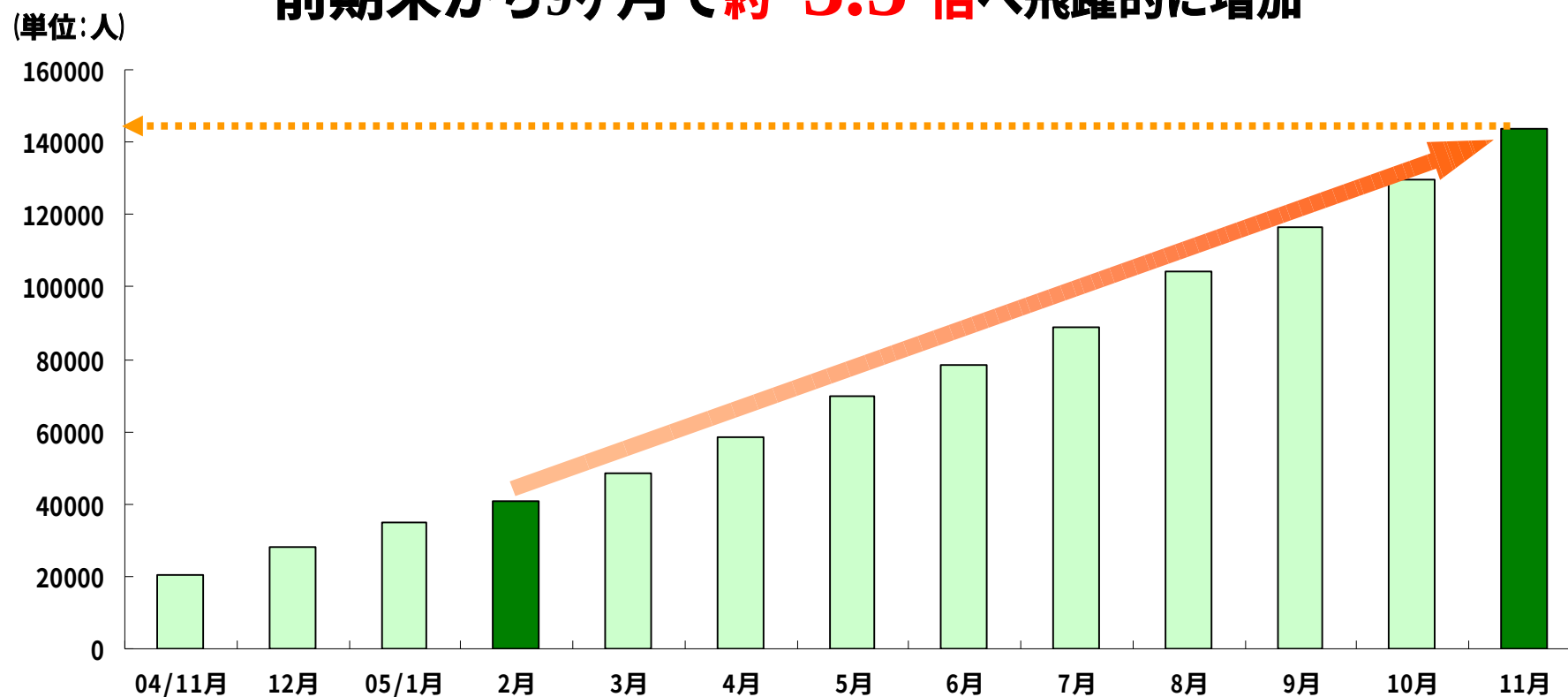
(※)「リードゲットセンター(営業推進部)」は10月より本格稼働した、営業電話アポイント活動を専門とする組織です。

III. ジョブエンジン及びその他施策の進捗状況

(2) ジョブエンジン__累計会員数推移



ジョブエンジン累計会員数は約14万人
前期末から9ヶ月で約 **3.5 倍** へ飛躍的に増加

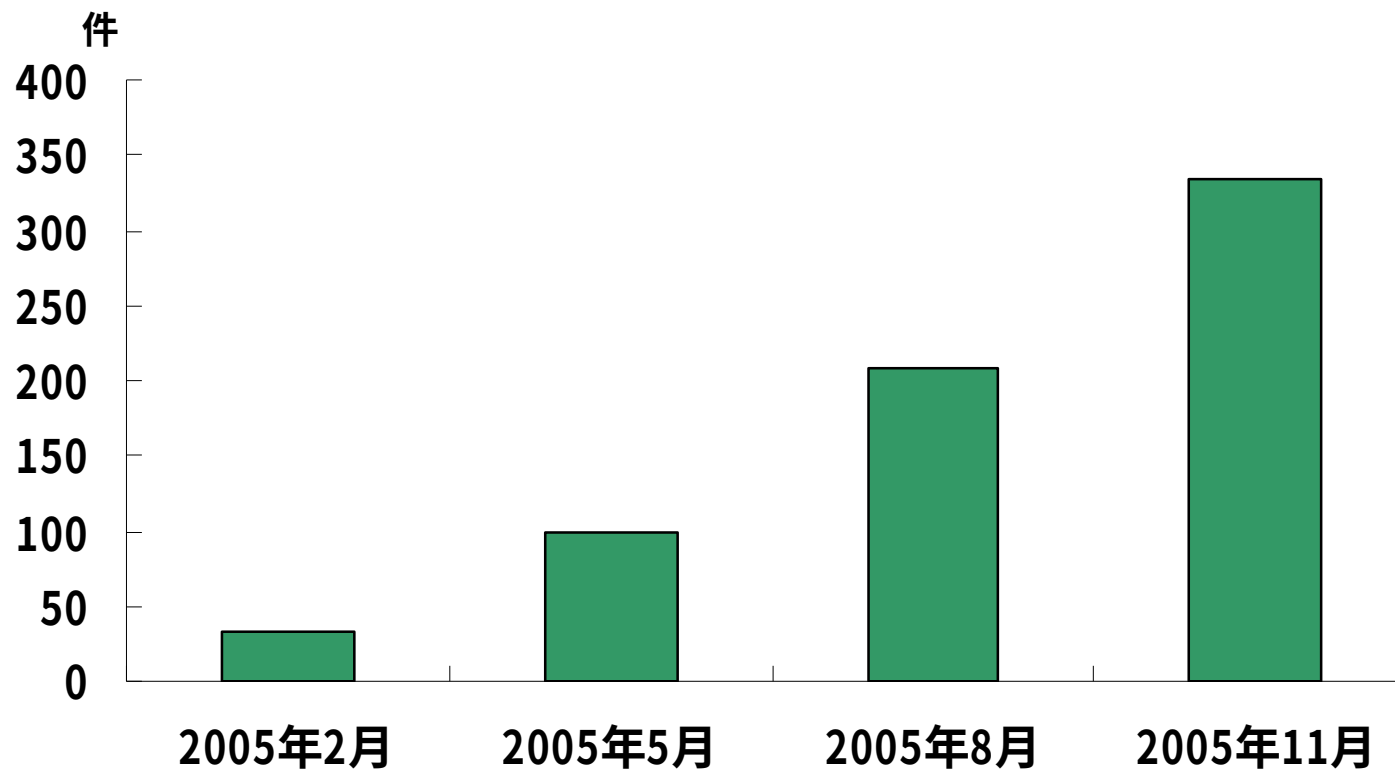


III. ジョブエンジン及びその他施策の進捗状況

(3) ジョブエンジン__有料掲載数推移



パワーサーチ (検索結果上位表示サービス) 掲載数推移



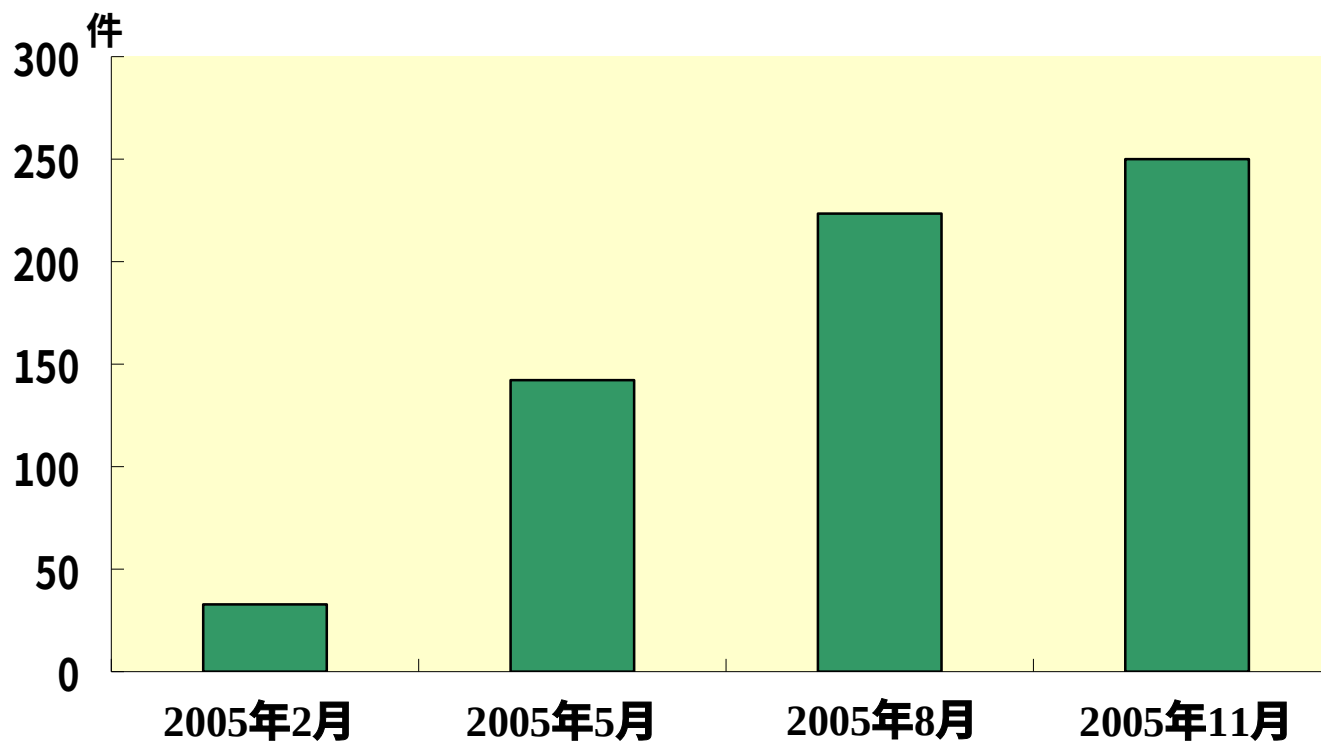
(注) スペシャルパワーサーチおよびレギュラーパワーサーチの合計です。

III. ジョブエンジン及びその他施策の進捗状況

(4) ジョブエンジン__ASPサービス導入企業



応募フォーム、応募者管理システムのASPサービス『ジョブマスター』（*）は、個人情報保護の観点からも支持を受け参加企業が着実に増加している。

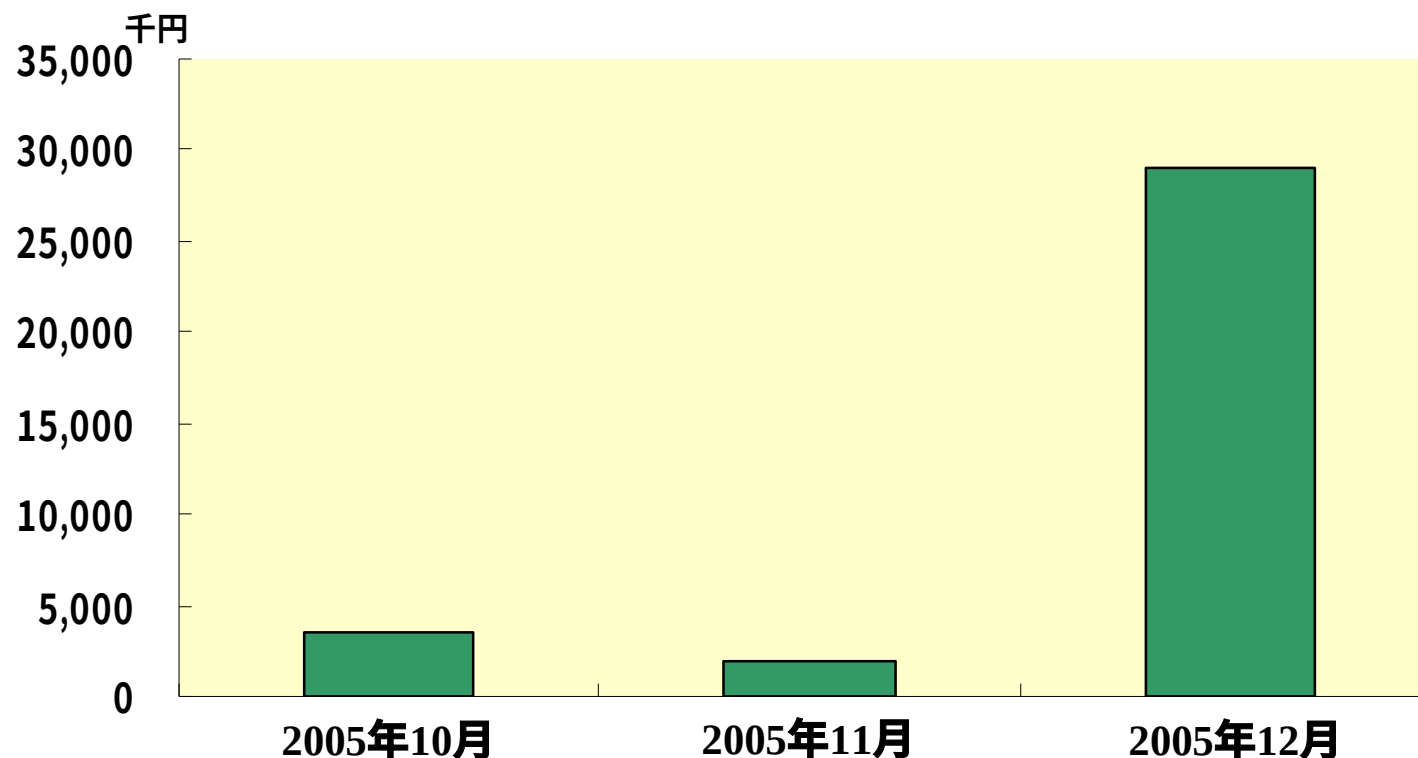


III. ジョブエンジン及びその他施策の進捗状況

(5) ジョブエンジン__ジョブクリエイター受注額推移



9月の新商品『ジョブクリエイター』（採用ホームページ制作パッケージサービス）発表から、10月、11月と本格的に営業活動をスタートし、12月より受注が入り始めた。

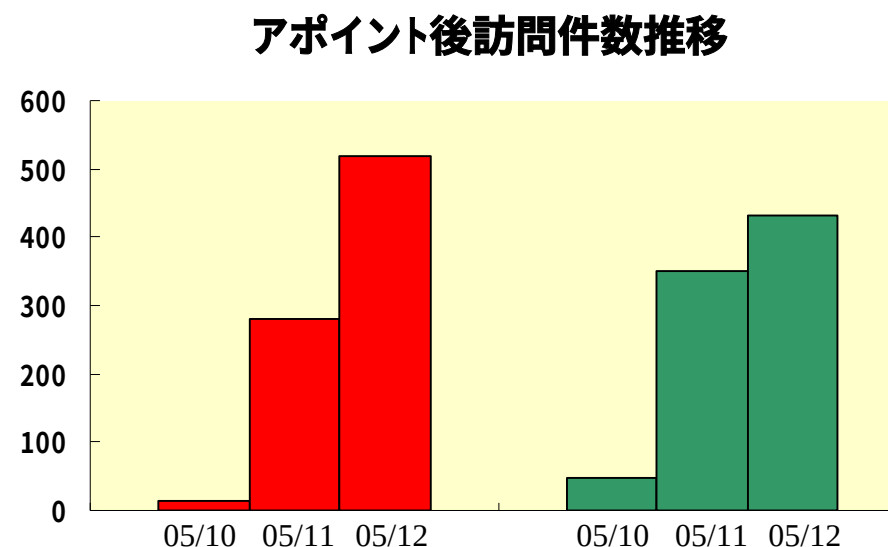
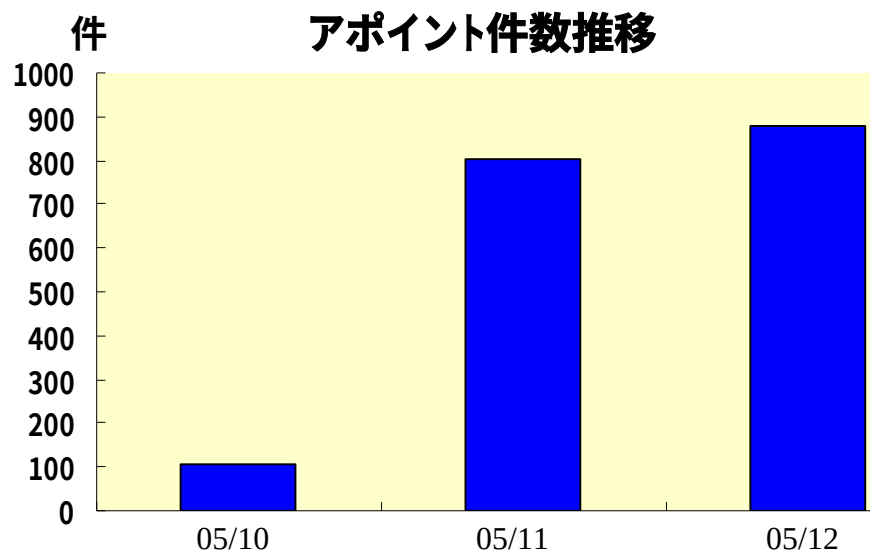


III. ジョブエンジン及びその他施策の進捗状況

(6) リードゲットセンター



2005年10月下旬の本格稼働後、大幅にアポイント件数が増加。
営業効率が向上したことにより、営業社員のピュアセールスタイムが増加し、
企業への訪問件数が飛躍的に増加している。



IV. 第4四半期の施策

IV. 第4四半期の施策

(1) 組織体制強化



バイトルドットコム営業部門の更なる強化

2005年1月5日

上期で「はたらこねっと」を上回る売上を達成し、売上が大幅に伸びている（前期比187%）アルバイト市場への営業体制を強化するため、バイトルソリューション部の3部体制をスタート。

◆ バイトルソリューション1部

⇒ 首都圏の大口顧客内シェアの拡大と大手新規顧客獲得を推進。

◆ バイトルソリューション2部

◆ バイトルソリューション3部

⇒ 首都圏の東西地域別の中・小口クライアントを担当。
エリア内シェアアップを推進。

内部監査室の新設

2005年1月5日

急拡大する組織の監査体制を強化するため、内部監査室を独立した組織として設置。

IV. 第4四半期の施策

(2) 大量入社の新卒の早期育成



2006年4月入社予定新卒内定者 約200名

- ◆ 当上期 = 新卒内定者を対象にビジネスコンテスト(※)を実施し、企業文化を体得させる。
- ◆ 当下期 = 新卒内定者の入社前教育の一環として、リードゲットセンターでの電話アポイントスタッフとしてアルバイト活用を実施。
アポイント獲得により、商品ラインの理解、顧客ニーズの把握とセールスの基本等を学ぶ機会とし早期戦力化に注力。

(※) ビジネスコンテスト「どっちのdip show」の概要

1チーム5～10名程度のチームを編成し、ビジネスプランを作成。東京、大阪、名古屋の各地区での地方予選で勝ち進んだチームは、10月上旬に行われた内定式で、ディップ社長や社員をはじめとする観衆へ向けたプレゼンテーションを行いました。

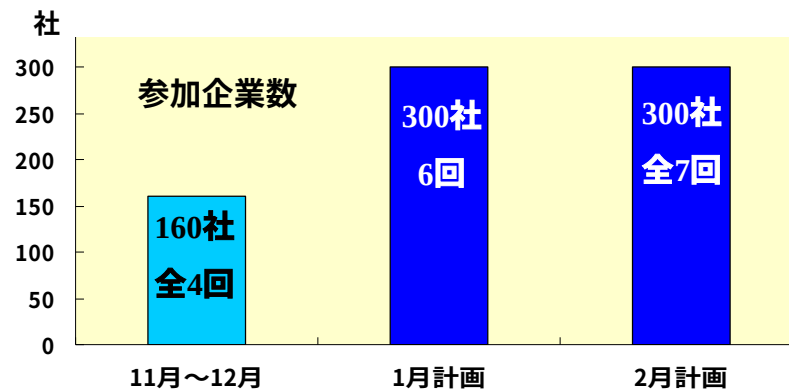
各チームはそれぞれブログを立ち上げ、内定者自ら運用。ブログのアクセスポイントもコンテストの評価ポイントとして加算。積極的な情報発信が求められ、ブログ上および直接対面での評価や支援を受けることにより、新卒内定者の一体感とモチベーションを高く維持しています。

IV. 第4四半期の施策

(3) ジョブエンジン_顧客・ユーザへの啓蒙活動の強化



1. 新聞広告によるジョブエンジンの認知度の向上
2. 次世代Web採用ソリューションセミナーの開催による啓蒙活動



セミナー内容

- 第1部 コンテキスト・マーケティングによる採用コミュニケーション設計
- 第2部 DIPが提案する新たな採用ソリューションモデル
- 第3部 転職者のWeb活用インタビュービデオ放映
～転職者は今、こんな視点で企業の採用HPを見ている～

(参加企業アンケートから抜粋)

- ・通年で募集しているが、コストが掛かりすぎる。既存web媒体ではコストパフォーマンスが悪い。
- ・現在のHPでは十分でないことが良く理解できた。自社のホームページHP簡易診断を受けたい。
- ・自社採用ホームページからの応募が少ない理由がよくわかり、アクセス数を増やす方法が見つかった。
- ・自社採用HPの大切さを本セミナーでよくわかった。