



# 2009年9月期 事業報告会

～近況及び今後の見通しについて～

当社は、転職サイト、転職情報誌、適職フェア、そして人材紹介事業のサービスを通じて、キャリア志向の高いビジネスパーソン および エンジニアの転職をサポートするH・R・S（ヒューマン・リソース・ソリューション）カンパニーです。

2009年12月18日  
株式会社キャリアデザインセンター

# 目次



- 事業概要
- 2009年9月期(18期)の業績結果
- 2010年9月期(19期)の計画
- 今後の事業展開について
- キャリア情報事業 18期業績結果と19期計画
- キャリア情報事業の商品戦略
- 人材紹介事業 18期業績結果と19期計画



---

# 事業概要

## ■ 事業概要

### ① 会社概要



代表者氏名	多田 弘實 (ただ ひろみ)
本店所在地	東京都港区赤坂三丁目21番20号 赤坂ロングビーチビル
設立年月日	1993(平成5)年7月8日
従業員数	279人 (平成21年9月末日現在)
資本金	5億850万円
発行済株式総数	61,440株(平成21年9月末日現在)
事業内容	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Webサイト『@type』・『女の転職@type』、求人情報誌『type 』における求人情報の提供</li><li>2. 『エンジニアtype適職フェア』等イベントおよび企業セミナーの開催及び採用代行業務</li><li>3. 有料職業紹介事業</li></ol>
その他	平成16年10月1日 大阪証券取引所 ヘラクレス市場 上場 平成18年9月25日 東京証券取引所 市場第二部 上場

## ■事業概要

### ②代表者略歴

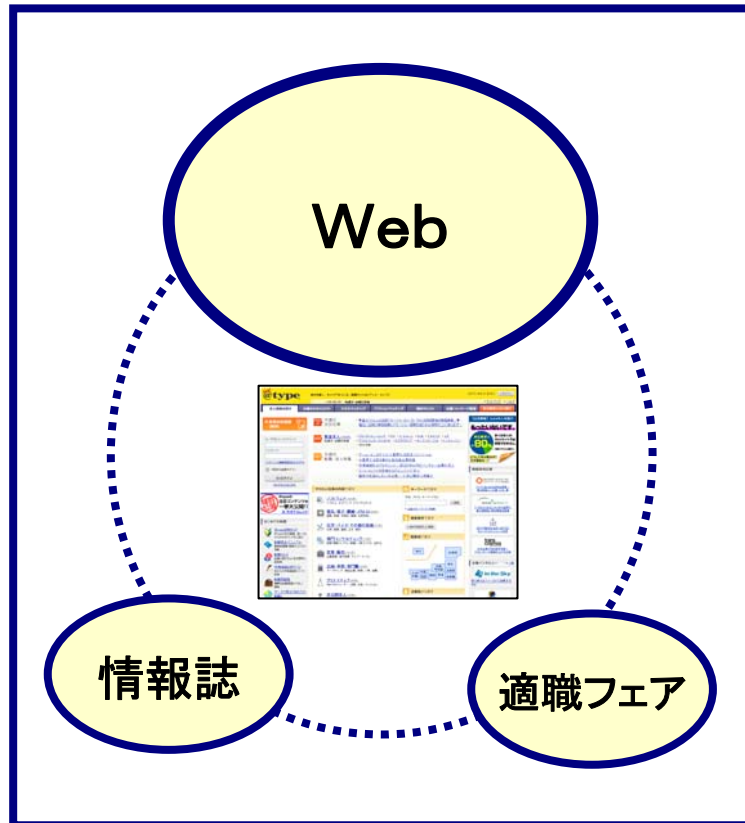


#### 代表取締役社長兼会長 : 多田弘實

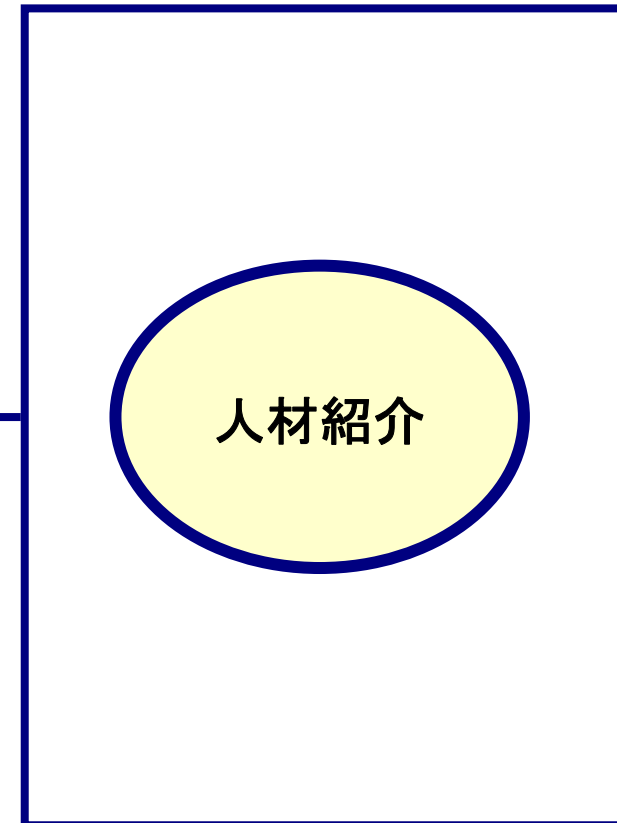
- 昭和22年 東京都生まれ(現:62歳)
- 昭和45年 同志社大学卒業
- 同年 (株)日本リクルートセンター(現:(株)リクルート)入社 ⇒大手企業の新卒採用営業
- 昭和46年 同社退社
- 昭和52年 同社再入社⇒『週刊就職情報(現:『B-ing』)』営業マネジャー  
『とらばーゆ』創刊 編集長  
『月刊ハウジング』創刊 事業部長  
『カーセンサー』創刊 事業部長  
『エイビーロード』創刊 事業部長
- 昭和62年 同社生活情報誌(『ハウジング』『カーセンサー』『エイビーロード』)事業部門 取締役
- 昭和63年 通信ネットワーク事業部門 取締役
- 平成元年 中途採用事業部門(『B-ing』、『とらばーゆ』)取締役
- 平成5年 同社退社
- 同年 株式会社キャリアデザインセンター(CDC)設立と同時に代表取締役社長
- 平成18年 同社代表取締役社長兼会長

## ■事業概要

### ③中途採用における4つの事業を展開



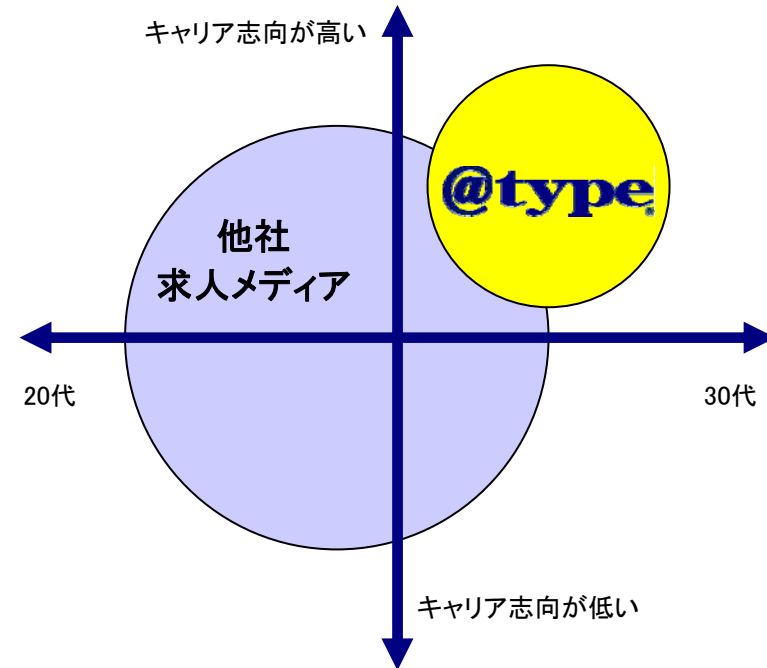
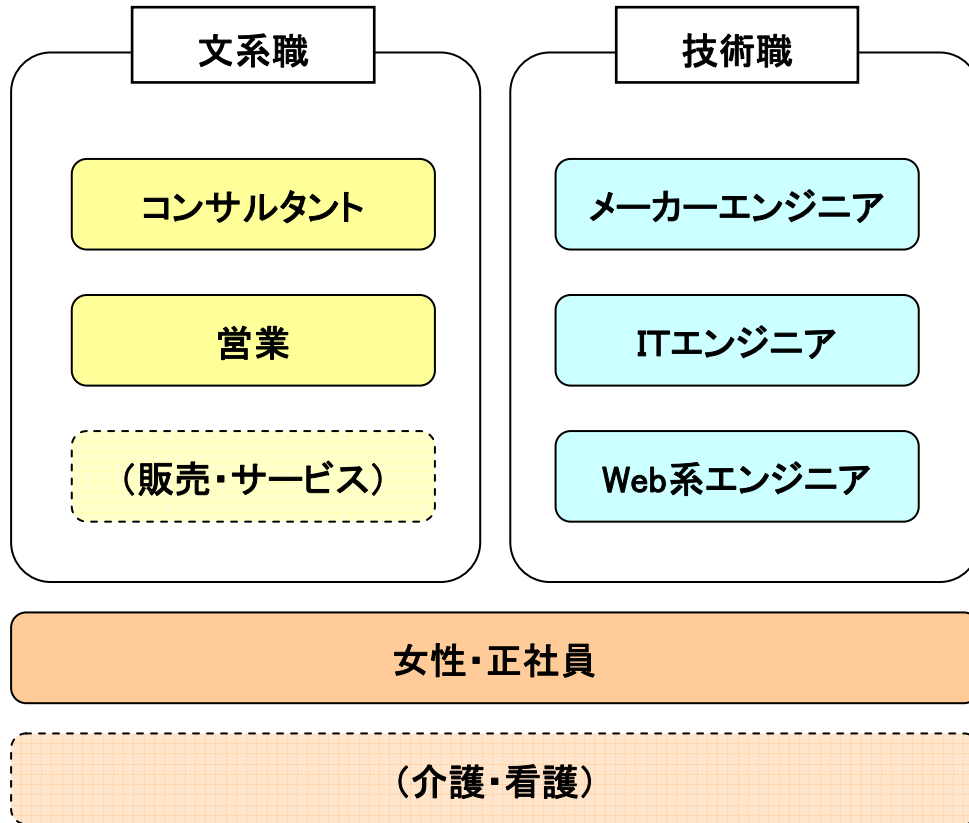
キャリア情報事業



人材紹介事業

## ■ 事業概要

# ④ 当社がターゲットとする中途採用マーケット



## ■事業概要

### ⑤当社の特徴



1. **キャリア志向の高い求職者** に焦点を当てている
2. **技術者の転職** に焦点を当てている
3. **正社員を希望する女性の転職** に焦点を当てている
4. **多様な商品・サービス**  
Web・情報誌・適職フェア・人材紹介など中途採用において必要とされる多様な商品・サービスを提供している。
5. **首都圏マーケットの深耕**





---

# 2009年9月期(18期)の業績結果

## ■2009年9月期(18期) 決算概要



### ①決算の概要

1. 売上高・経常利益・当期純利益は対前年を大きく下回る
2. Web求人広告の売上高が前年を下回る(対前年比49.4%)
  - ①特に主力の『@type』は、競合が激しく件数・単価ともに下落
  - ②一方『営業の転職@type』は売上高が対前年比105.4%
3. 人材紹介事業も同様に影響を受けた(対前年比55.7%)
  - ①採用基準の厳格化で成約率が悪化
  - ②一方登録者の獲得については対前年比180%以上と好調であった
4. 支出の抑制(対前年比75.6%<10.78億円>)

# ■ 2009年9月期(18期) 業績結果



## ② 通期業績結果

### ■ 通期計画

	当初予想 平成20年11月	業績予想修正① 平成21年2月	業績予想修正② 平成21年8月	第18期業績結果 平成21年9月末
売上高合計	4,040,000	2,745,000	2,120,000	2,102,818
キャリア情報事業	3,040,000	2,045,000	1,600,000	1,590,554
人材紹介事業	1,000,000	700,000	520,000	512,263
総支出	3,980,000	3,655,000	3,380,000	3,348,454
経常利益	60,000	▲ 910,000	▲ 1,260,000	▲ 1,245,636
当期純利益	30,000	▲ 985,000	▲ 1,350,000	▲ 1,434,627

### ■ 業績結果

- ・売上高 2,102百万円(対前年比46.6%)
- ・経常利益 ▲1,245百万円
- ・当期純利益 ▲1,434百万円

# ■2009年9月期(18期) 業績結果

## ③通期業績結果と前年比



	2009年9月期		前年同期比	(参考)2008年9月期	
	金額(千円)	構成比	増減率	金額(千円)	構成比
売上高合計	2,102,818	100.0%	▲53.4%	4,516,361	100.0%
Web求人広告	1,221,956	58.1%	▲50.6%	2,473,075	54.8%
情報誌求人広告	181,529	8.6%	▲73.6%	686,954	15.2%
適職フェア	81,883	3.9%	▲76.1%	342,784	7.6%
その他	105,185	5.0%	11.9%	94,024	2.1%
キャリア情報事業	1,590,554	75.6%	▲55.8%	3,596,839	79.6%
人材紹介事業	512,263	24.4%	▲44.3%	919,521	20.4%
売上原価	781,969	37.2%	▲24.3%	1,032,416	22.9%
売上総利益	1,320,848	62.8%	▲62.1%	3,483,945	77.1%
販売費及び一般管理費	2,568,876	122.2%	▲24.4%	3,399,806	75.3%
うち広告宣伝費	683,073	32.5%	▲40.7%	1,151,193	25.5%
うち販売促進費	112,984	5.4%	▲52.8%	239,583	5.3%
営業利益	▲1,248,027	-	-	84,138	-
経常利益	▲1,245,634	-	-	89,393	-
当期純利益	▲1,434,627	-	-	28,951	-
人件費	1,611,964	76.7%	▲11.7%	1,825,065	40.4%



---

# 2010年9月期(19期)計画

## ■2010年9月期(19期)の見通しについて



### ①2010年9月期計画

---

#### 2010年9月期業績予想

- ・ 売上高        2,435百万円 (対前年比 115.8%)
- ・ 経常利益        5百万円
- ・ 当期純利益     1百万円

# ■2010年9月期(19期)の見通しについて



## ②2010年9月期計画

	2010年9月期 通期(計画)		
	金額(千円)	構成比	前年同期比増減率
売上高合計	2,435,000	100.0%	15.8
Web求人広告	1,696,000	69.7%	38.8
その他	152,000	9.0%	▲58.8
キャリア情報事業	1,848,000	75.9%	16.2
人材紹介事業	587,000	24.1%	14.6
売上原価	513,400	21.1%	▲34.3
売上総利益	1,921,600	78.9%	45.5
販売費及び一般管理費	1,908,550	78.4%	▲25.7
うち広告宣伝費	394,400	16.2%	▲42.3
うち販売促進費	68,500	2.8%	▲39.4
営業利益	13,000	0.5%	-
経常利益	5,000	0.2%	-
当期純利益	1,760	0.1%	-
人件費	1,294,300	53.2%	▲19.7

(参考)2009年9月期 通期	
金額(千円)	構成比
2,102,818	100.0%
1,221,956	58.1%
368,598	17.5%
1,590,554	75.6%
512,263	24.4%
781,969	37.2%
1,320,848	62.8%
2,568,876	122.2%
683,073	32.5%
112,984	5.4%
▲ 1,248,027	-
▲ 1,245,634	-
▲ 1,434,627	-
1,611,964	76.7%

# ■2010年9月期(19期)の見通しについて



## ③2010年9月期の支出

	2008年9月期		2009年9月期		2010年9月期	
	金額(千円)		金額(千円)	対前年同期比増減率	金額(千円)	対前年同期比増減率
売上	4,516,361		2,102,818	▲53.4%	2,435,000	15.8%
売上原価	1,032,416		781,969	▲24.3%	513,400	▲34.3%
販売費及び一般管理費	3,399,806		2,568,876	▲24.4%	1,908,550	▲25.7%
うち広告宣伝費	1,151,193		683,073	▲40.7%	394,400	▲42.3%
うち販売促進費	239,583		112,984	▲52.8%	68,500	▲39.4%
総支出	4,432,222		3,348,454	▲24.5%	2,430,000	▲27.4%
営業利益	84,138		▲1,248,027	-	13,000	-
経常利益	89,393		▲1,245,636	-	5,000	-
期末人員数	351		279	▲20.5%	235	▲15.8%
新卒採用数	77		65	▲15.6%	0	-
人件費計	1,786,853		1,611,964	▲9.8%	1,294,300	▲19.7%

経営資源の効率化を重視したコスト削減を徹底的に行う



黒字化を死守





---

# 今後の事業展開について



---

# キャリア情報事業 18期業績結果と19期計画

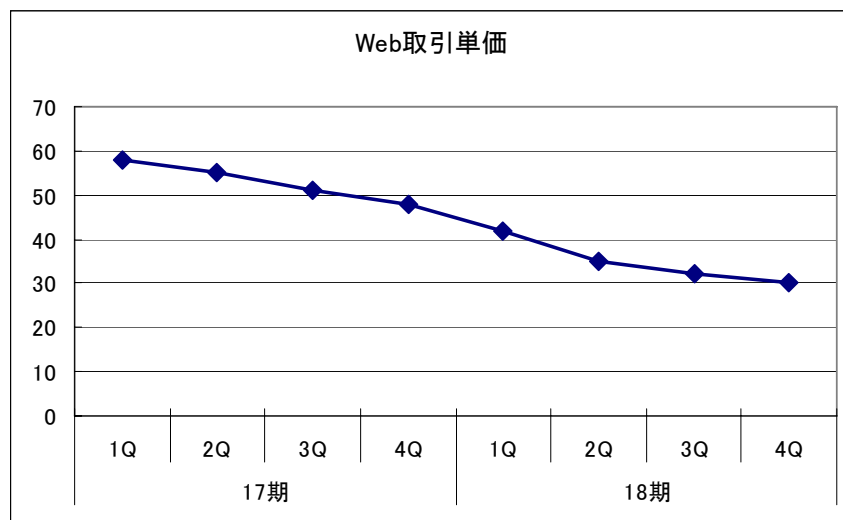


## ■2009年9月期(18期) キャリア情報事業



### ②業績悪化の要因

- マーケット全体の採用ニーズ縮小の中でも、特に当社のシェアが高かったエンジニア採用ニーズの落ち込みが大きく、多大な影響を受けた。
- またニーズのある求人企業には競合が殺到し、価格競争が激化し、1社あたりの取引単価が大幅に下落した。



## ■2009年9月期(18期) キャリア情報事業

### ③18期のトピックスと具体的な施策



#### ●マーケットの落ち込み幅が小さい営業マーケットを強化

→『営業の転職@type』が対前年比105%と営業マーケットの開拓を進めた。

#### ●不況の中でも採用ニーズが強い介護マーケットに着手

→6月にサイトをオープン。ただし、売上への影響は、19期からの見込み。

#### ●サイトの独自機能(行動ターゲティングスカウト、リコメンド機能など)を開発し、他社求人サイトとの差別化を図った

→ユーザーからの支持を受け、業界トップクラスのユニークユーザー数を獲得。

#### ●従来の広告モデルからに加え、成果保証型の商品を開発・販売強化

→顧客の反応良く、この商品の受注率は従来の広告モデルより高い。

また、単価も従来の広告モデルの単価と比較し、約1.5倍での受注を実現。

## ■2010年9月期(19期) キャリア情報事業



### ①求人マーケットの動向

- 第18期3Qで売上の底を打ち始めたものの、来年の3月までは、引き続き企業が採用コストを絞るため、上半期は厳しい状況が続く見込み。
- 一方、売上げに直結する営業職の採用や販売サービス職の採用などは、離職が多いマーケットであり、優秀な人材の採用が売上に直結するため、採用ニーズは依然として堅調に推移する見込み。
- エンジニアマーケットにおいては、企業の現場からは採用ニーズが上がっていることもあり、来年の4月以降に採用活動を再開し始める企業が多く、ゆるやかに改善傾向に戻る見込み。



## ②売上拡大施策

### ●成果保証プランの拡販強化

→高い受注率で実績が出始めているこのプランの提案比率を上げる。特に、エンジニアマーケットではこのプランが非常に有効であり、下半期以降のエンジニアマーケット回復局面では、このプランで競合各社を撃破し、マーケットシェアを高める。

### ●営業マーケットの取り込み強化

→18期に引き続き、営業マーケットを強化。求人企業の採用ニーズは堅調に推移。

### ●コンサルタントに向けた新サイト立上げ

→コンサルマーケットに向けた新サイトを立ち上げる予定。

情報誌はサイトを補完する位置づけとなり、現役コンサルタントを獲得するツールに。

### ●介護マーケットの収益化

→19期から商品の有料化を始め、既存リソースを使い、売上高改善を目指す。



---

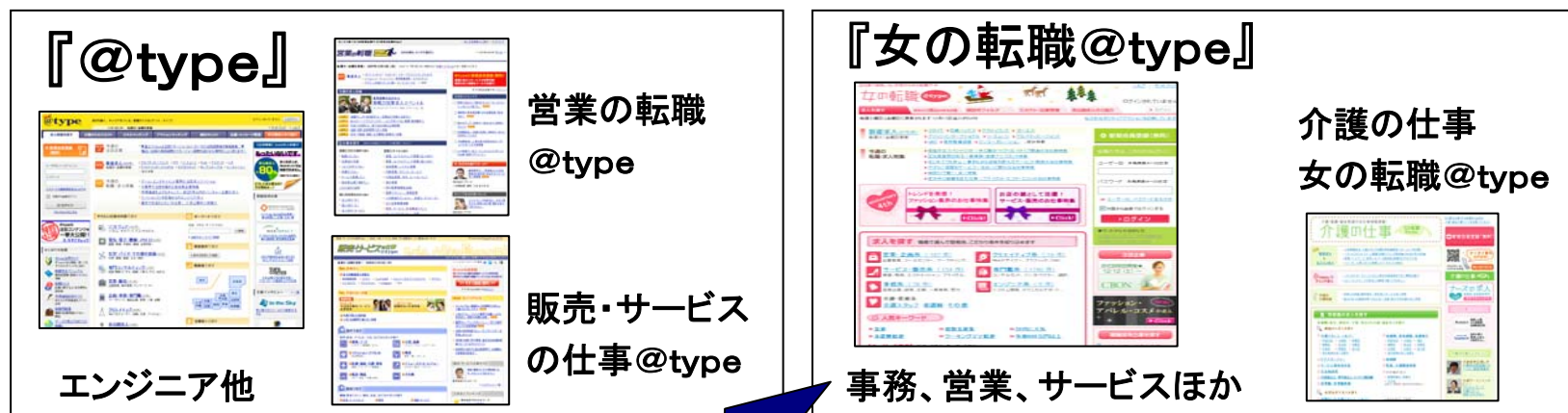
# キャリア情報事業 商品戦略



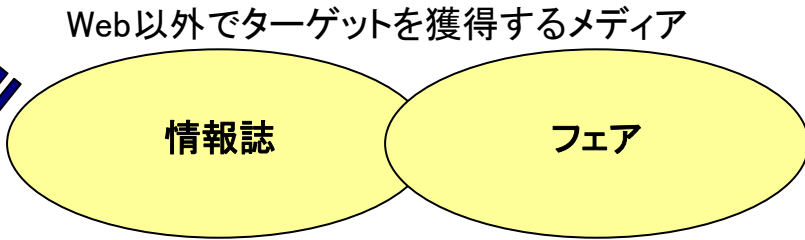
# ■キャリア情報事業 商品戦略



## ①当社商品・サービス～Web＋情報誌＋適職フェア



キャリア志向の高い人材  
に向けた求人情報の提供



- キャリア志向の高い人材に向けた求人掲載が中心
- Webサイトを商品の主軸とし、従来Webで獲得が困難なターゲット層を情報誌・フェアが補完する
- 新規分野として、営業、販売・サービス、介護を開拓



# ■キャリア情報事業 商品戦略



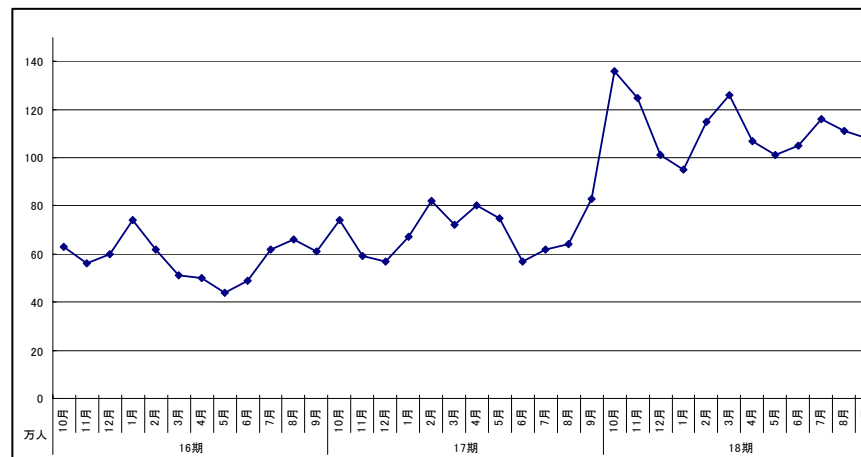
## ②Web (@type) の特徴



●IT系職種掲載数は業界トップクラスを維持

●営業・販売/サービス系職種の売上好調

●宣伝効率を高め、月間平均100万人以上が訪れるサイトへ成長



(参考) 『@type』ユニークユーザー数推移



# ■キャリア情報事業 商品戦略

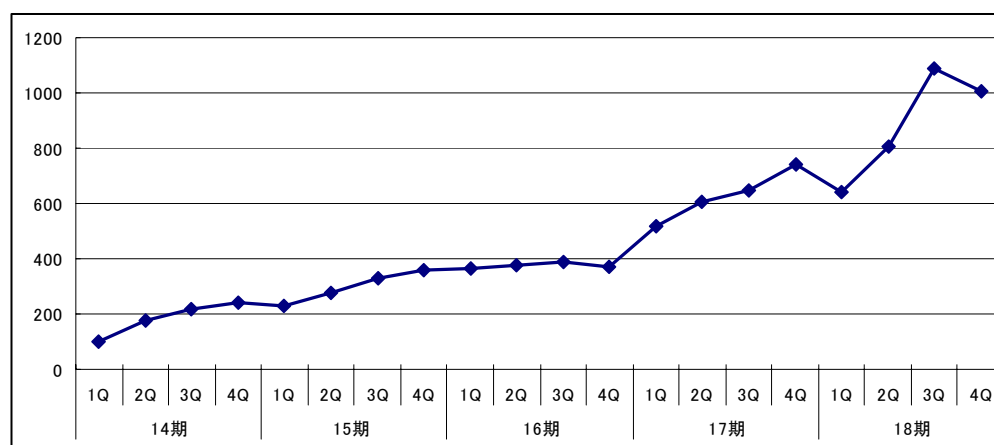


## ②Web (@type) の特徴

### ●応募件数も好調に右肩上がりに推移

- ・業界初の『行動ターゲティングスカウト』『レコメンド』機能追加により、企業が採用したい人材層の応募を実現。
- ・全体の応募数のみならず、1職種・1社当たり応募も増加。

1社1社の顧客満足upのプロジェクトを継続・実施し、顧客満足度向上を図っている。



(参考) 『@type』 応募件数推移

※2005年9月期1Qの応募件数を1として指数化

# ■キャリア情報事業 商品戦略

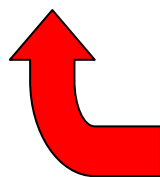


## ③Web(女の転職@type)の特徴



●ターゲットは正社員希望の女性転職者。  
(携帯からの閲覧・応募も可能)

●従来から強みの事務、営業、サービス職の掲載に加え、『介護の仕事 女の転職@type』をオープンした。  
6月のオープンから常時1000職種以上の掲載を実現。



携帯版『女の転職@type画面』

※全応募数のうち、約20%が携帯からの応募

## ■キャリア情報事業 商品戦略



### ④情報誌 (type) + 適職フェアの特徴

#### Web商品の販売促進ツールとしての位置付け



- 情報誌・適職フェアにおいては、Webで獲得困難な求職者などに訴求することができる。
- 『type』は、現役コンサルタントの認知度が高い特性を活かし、興味を喚起する媒体として、Webとのシナジー効果を図る。



## ■キャリア情報事業 商品戦略



### ⑤19期の商品戦略

- 従来強かった「エンジニア」・「女性」マーケットに加え、「営業」・「販売・サービス」・「介護」・「コンサルティング」マーケットの深耕を図り、各マーケットの特性を踏まえた商品の強化を図る。
- 求人企業がより必要とする採用ターゲット層の獲得に注力し、求人広告を掲載して頂く1社1社の満足度upを目指す。
- ターゲット応募課金・採用課金など、従来の広告掲載型ではない新たな業務フローを確立し、さらなる生産性upを図る。



---

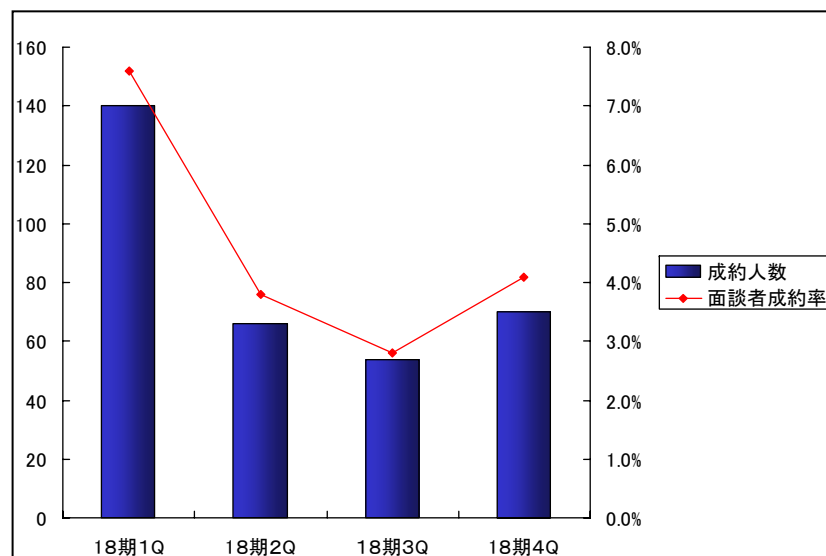
# 人材紹介事業 18期業績結果と19期計画

## ■2009年9月期(18期) 人材紹介事業



### ①業績悪化の要因

- 採用環境の冷え込みにより、営業活動を強化するものの、求人案件数は対前年比40%まで落ち込んだ。
- また、求人企業における採用基準の厳格化が進み、成約プロセスの落下率(面談～成約)が低下した。





## ■2009年9月期(18期) 人材紹介事業



### ②18期の具体的な施策

- 登録者獲得のために、リソースの多角化、Webコンテンツの追加、求人掲載量の増大、自社メディアの活用等を、広範囲に行った。

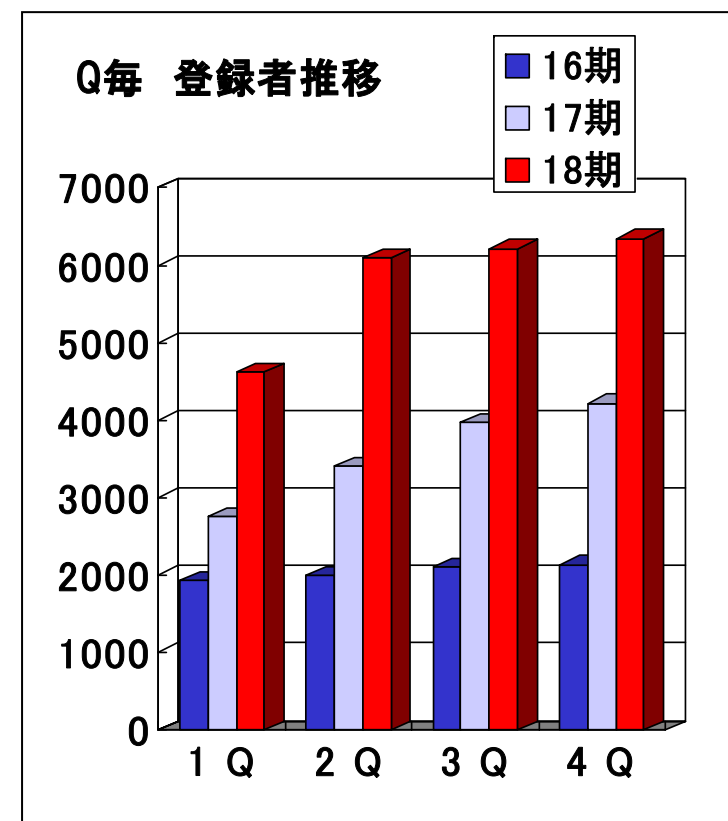
結果 対前年比 180%の登録獲得を実現

- 生産性を向上させるため、キャリアアドバイザーの面談数向上を図った。

1人当たり面談数 対前年比 133%

1人当たり稼働人数 対前年比 125%

- 求人獲得のため、営業の新規顧客獲得を重点的に強化した。



## ■2010年9月期(19期) 人材紹介事業



### ③19期の具体的な施策

- 登録者獲得費用を抑え、売上に占める登録獲得費比率を下げる。

18期 35% → 19期 11%

- 登録者成約率を改善し、生産性を高める。
- エンジニアを中心に採用コア層登録者獲得に注力する。  
(@typeからの獲得、スカウト、登録者からの知人紹介を強化する。)

## ■2010年9月期(19期) 人材紹介事業



### ④19期の具体的な施策

- 企業の人材要望のスペックが高度化・専門化する中で、登録者の獲得とあわせ、面談プログラムの品質向上も重要性が増しているため、引き続き、キャリアアドバイザーの教育を通じて、面談スキルアップ、面談後フォローの充実を行っていく。

具体的には、既存のCA教育プログラムに加え、各種ロープレ教育、面談立会いでのOJT教育、対登録者マナー教育を実行。

- 緊縮を継続している既存の「エンジニア」マーケット等に限定せず、多方面のマーケット調査と求人開拓を行い、成約機会の増加を目指す。

具体的には、医療、販売・サービス、資格職種マーケットにおける売上拡大を目指し、登録者獲得に必要な仕組みづくりに取り組む。

## ■2010年9月期(19期) 人材紹介事業



### ⑤19期の位置づけ

●18期は前期と比較し、求人案件数や選考通過率が急激な落ち込みを見せ、著しい生産性の低下を招いた。

しかし、これらも3Qより下げ止まり、回復の基調が見え始めている。

●19期は回復期と捉え、20期の再成長路線に向けた事業再構築、基板固めの期と捉えている。

⇒19期計画 売上高 5.87億円 (対前年比 114.6%)



---

## Cautionary Note Regarding Forward-Looking Statements

本日ご説明申し上げる業界動向や分析、今後の見通し、戦略等は、現在入手可能な情報から当社の経営陣が判断したものでありますが、様々な要素により将来の事業を取り巻く環境が大きく変動することも考えられます。

従いまして、将来の戦略及び業績等につきましては本日ご説明申し上げます内容と大きく異なる可能性がございますことをご了承ください。