

株式会社エス・エム・エス (2175 東証マザーズ)

2010年3月期 第2四半期決算 および会社説明資料

2009年10月30日(金)

本資料は株式会社エス・エム・エス(以下、当社)の事業について、当社による現在の予定、予想に基づいた将来展望についても言及しています。数値に関しては、百万円未満を切り捨てて表示しております。これらは2009年9月30日現在において当社が取得可能な情報に基づき作成されたものであり、リスクや変動要因を多く含んでおります。従って将来展望と結果が著しく異なる可能性がありますので、当社はこれらの情報を正しいと約束することはできないことをご了承ください。また、当社はこれらの情報を更新し公表する責任を負いません。



SMS
Best matching Best value

1

会社概要、企業理念、基本戦略および上期トピックス P3-P17

2

2010年3月期 第2四半期決算 P19-P21

3

2010年3月期 10月14日修正計画 P23-P28

4

その他ご参考 P30-P35

1

会社概要、企業理念、基本戦略および上期トピックス P3-P17

2

2010年3月期 第2四半期決算

P19-P21

3

2010年3月期 10月14日修正計画

P23-P28

4

その他ご参考

P30-P35

1 会社概要



社名

株式会社エス・エム・エス 【英語表記】SMS CO.,LTD.

設立

2003年4月4日 (2010年3月期:第7期目)

従業員数

384名: 09/9/30時点
(316名: 09/6/30 277名: 09/3/31)

上場市場

東京証券取引所 マザーズ (証券コード:2175)

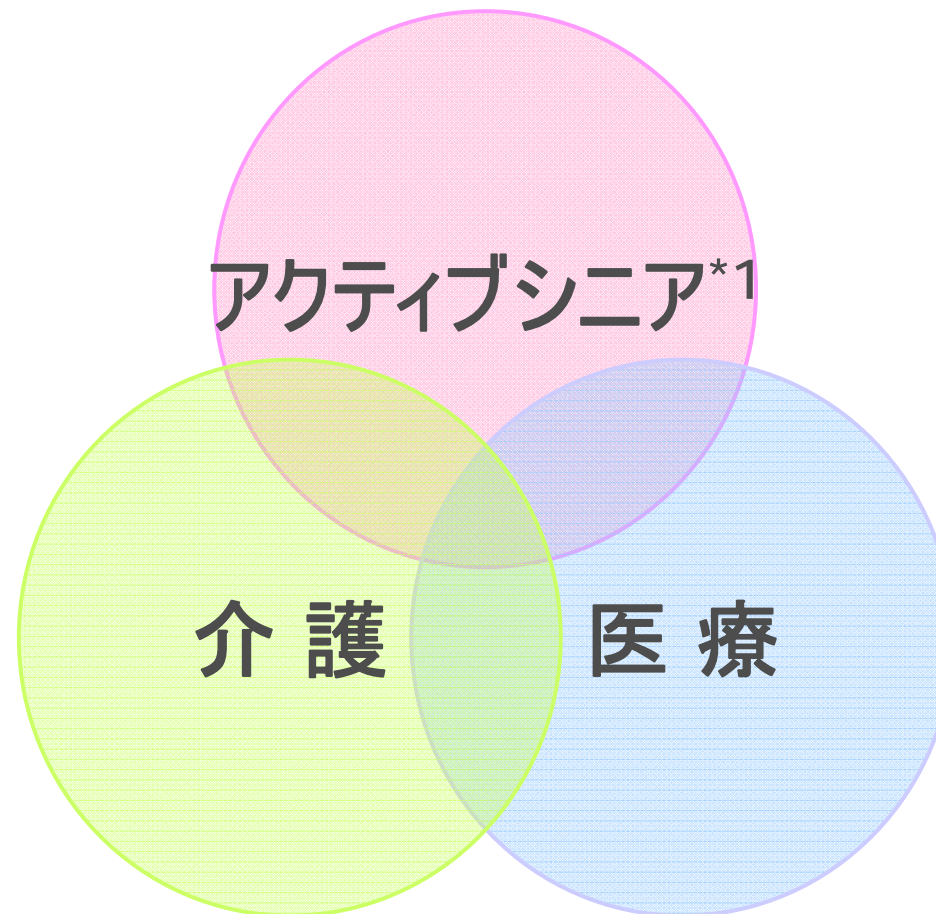
当社は、以下の企業理念を掲げ、事業の展開を行っています

【エス・エム・エス企業理念】

高齢社会に適した情報インフラを構築することで
価値を創造し社会に貢献し続ける

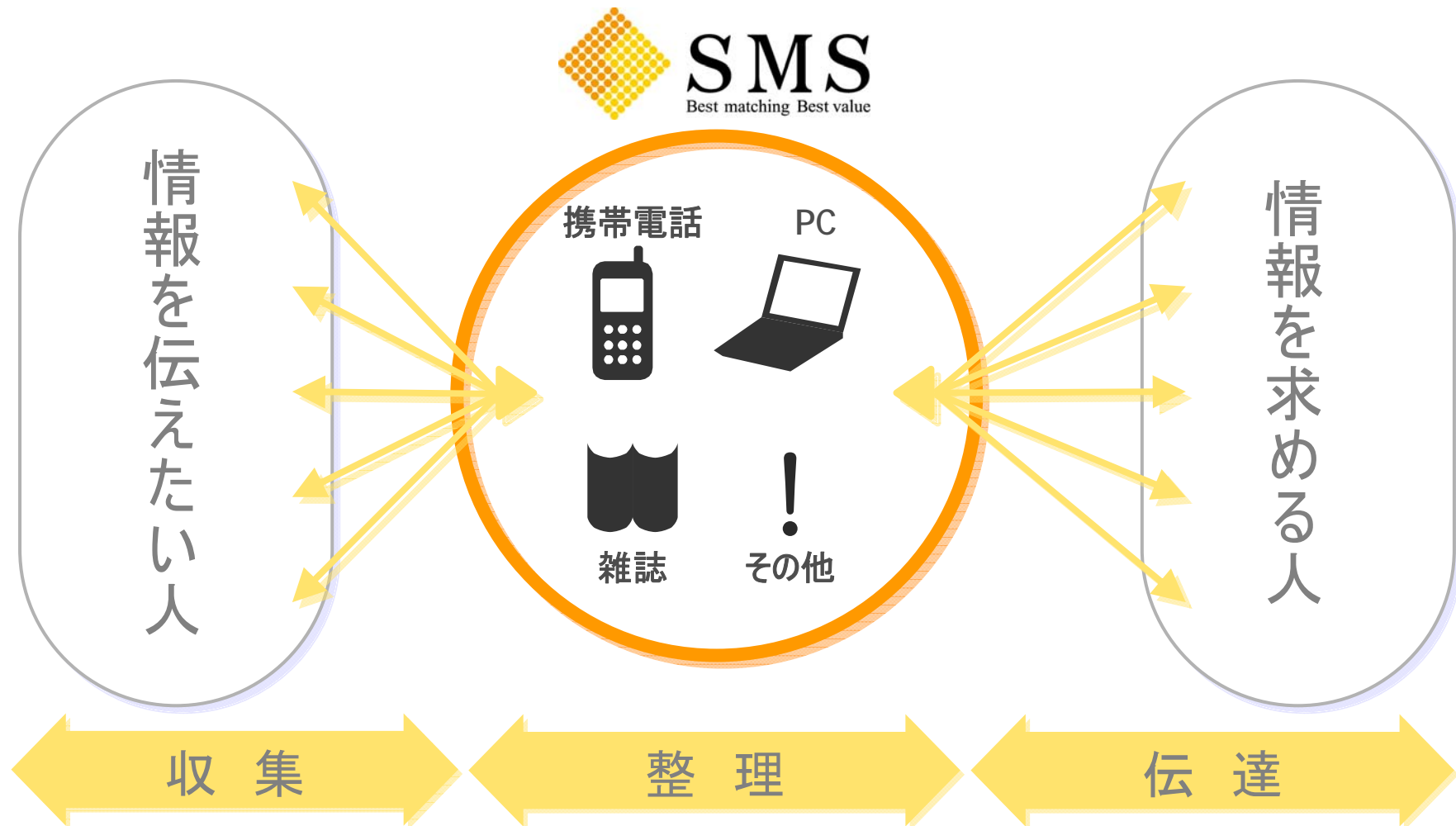
1 当社における「高齢社会」の定義

当社は、「**高齢社会**」で求められる**3つの分野**を定義しています



1 当社における「情報インフラ」の定義

当社は、「情報インフラ」を、情報を求める人と情報を伝えたい人の間で情報の「収集」「整理」「伝達」を行う仕組みと定義しています

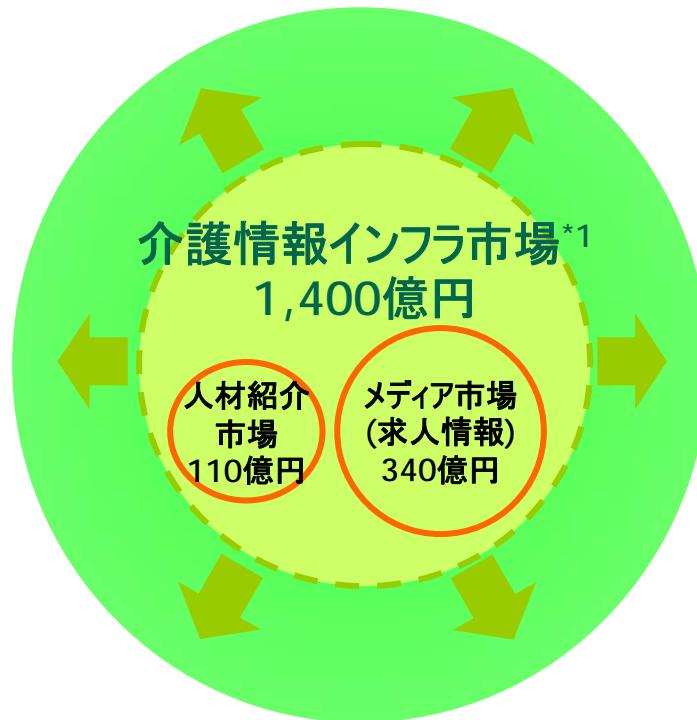


1 当社事業分野における市場規模

当社事業領域における**市場規模は今後も拡大**が見込まれます

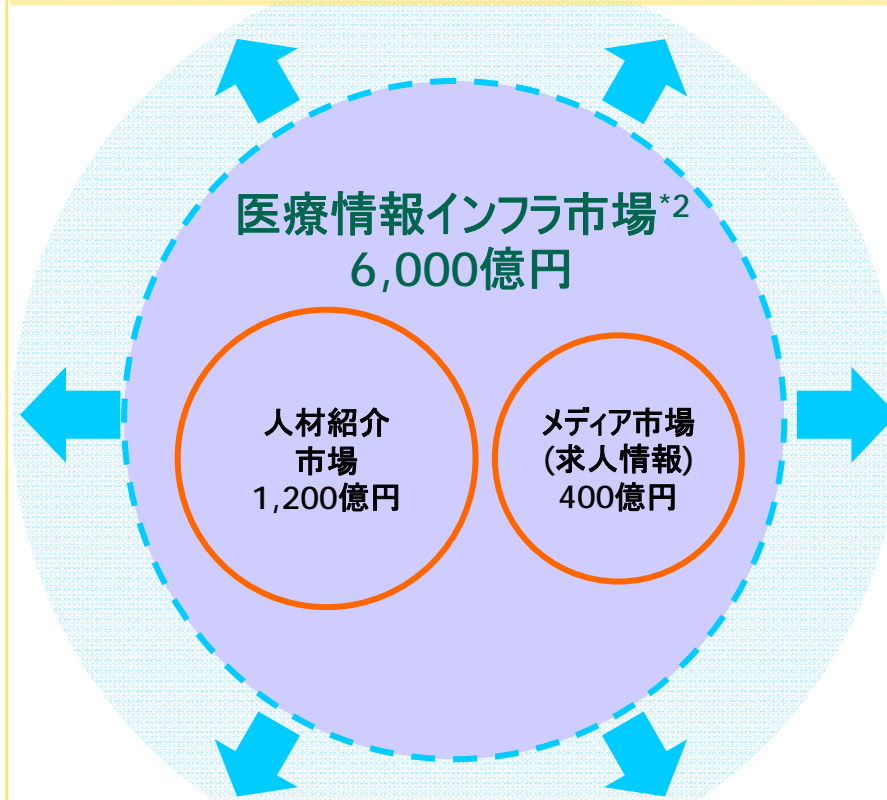
- ✓ 高齢化の進展により介護・医療保険の規模が拡大
- ✓ 情報が集約されておらず、情報の非対称性が大きい

介護分野における情報インフラ市場規模



*1: 介護保険支給総額(厚生労働省平成18-20年度)と民間介護事業者広宣費ないし採用教育費率(約2%)より当社推算

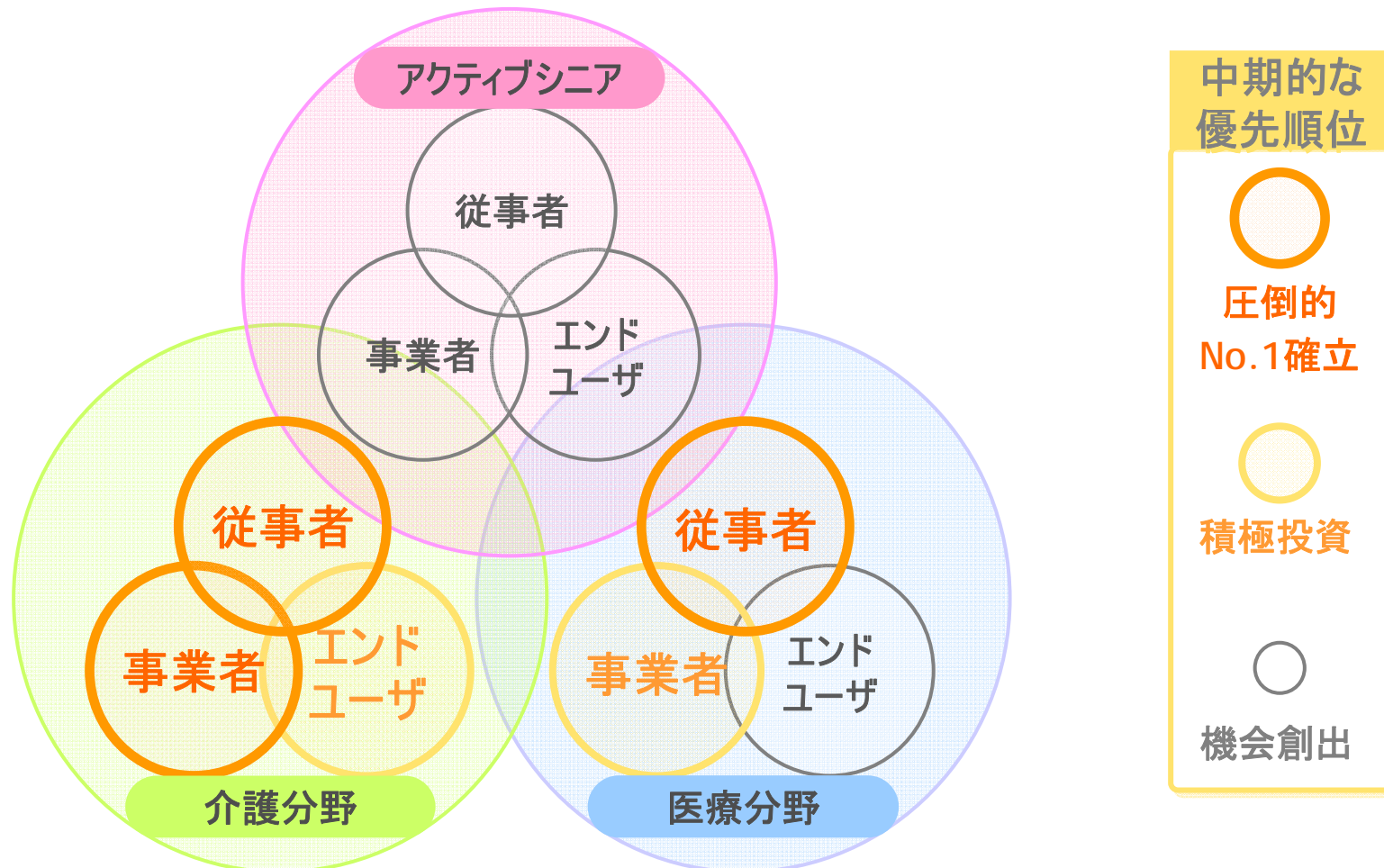
医療分野における情報インフラ市場規模



*2: 医療保険支給総額(厚生労働省平成18年度)と医療機関広宣費ないし採用教育費率(約2%)より当社推算

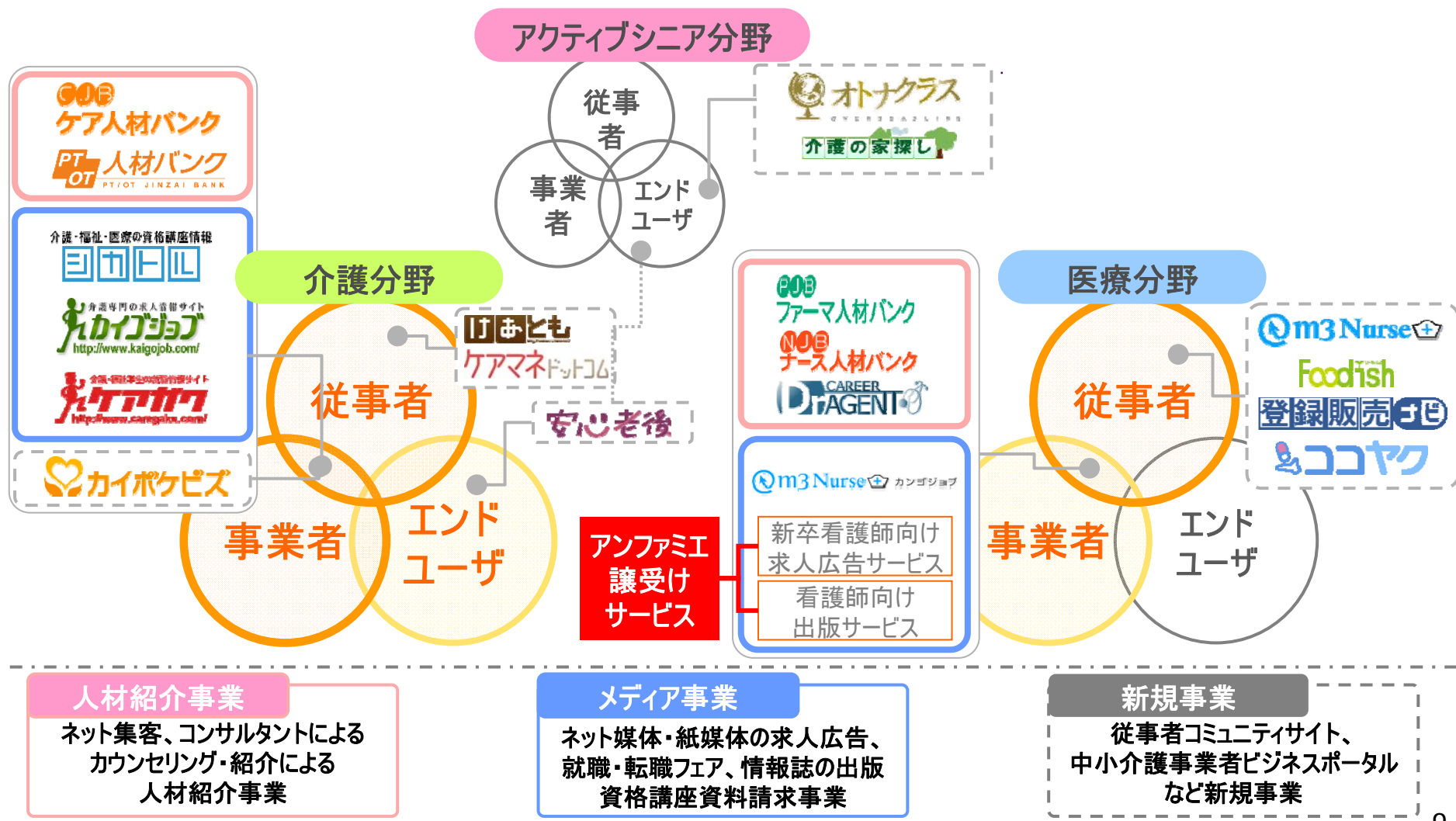
1 9つのプレート強化

当社は、情報インフラとして圧倒的No.1を獲得するために、各分野で計9つの「プレート」を認識、優先順位付けし、それぞれを強く囲い込むことを目指します



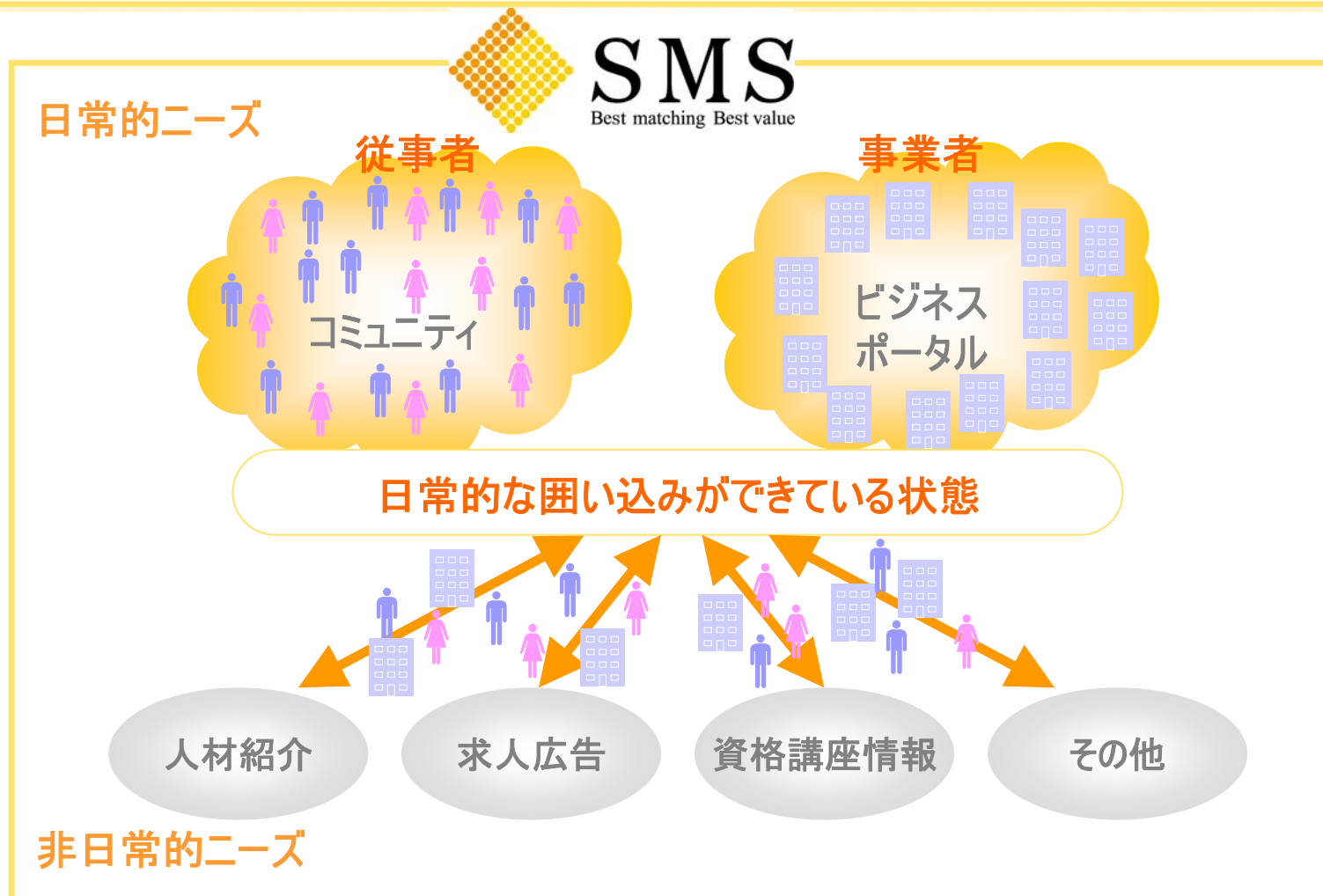
1 3つの分野におけるサービス展開

現在、各プレートにおいて、人材紹介、メディア(求人広告、資格情報)事業などを展開しています。2009年9月30日時点で、合計21のサービスを展開しています



1 日常化の重要性

当社は、ユーザの非日常的ニーズを満たすだけでなく、日常的なニーズを満たすサービスを展開し、ユーザを日常的に囲い込んでいくことが重要と考えています



1 介護分野の戦略

介護分野では、非日常ニーズを満たす既存サービスを強化していくことに加えて、ビジネスポータルを中心に、ユーザの日常的な困り込みを進めたいと考えています

非日常ニーズを満たすサービス

人材紹介 ●



ケア人材バンク



PT/OT 人材バンク
PT/OT JINZAI BANK

求人広告、就職・転職フェア ●



介護専門の求人登録サイト
カイボジョブ
<http://www.kaigojob.com/>



介護・福祉学生の就職情報サイト
ケアガク
<http://www.caregaku.com/>

資格情報 ●

介護・福祉・医療の資格講座情報




介護分野




日常的ニーズを満たすサービス

従事者向けコミュニティ ●




ケアマネドットコム




けあとも
<http://keatom.com/>

事業者向けビジネスポータル ●



カイポケピズ

エンドユーザ向けコミュニティ ●



安心老後

*1 :理学療法士(PT)、作業療法士(OT)

1 介護分野の戦略 - 当社の想定する前提 -

介護分野では、大手に寡占化せず中小の介護事業者がボリュームゾーンとなる状況は変わらず、またその多くは収益改善が課題になる状態が続くと考えています。そのため、介護事業者の収益をダイレクトに改善するビジネスが有効であり、その結果、多くの事業者から広く薄く課金するビジネスモデルが有効と考えています

介護分野に関する当社の仮説

仮説 1

規模の経済が効きにくいいため、大手に寡占化はせず、中小の介護事業者がボリュームゾーンとなる状況は変わらない

仮説 2

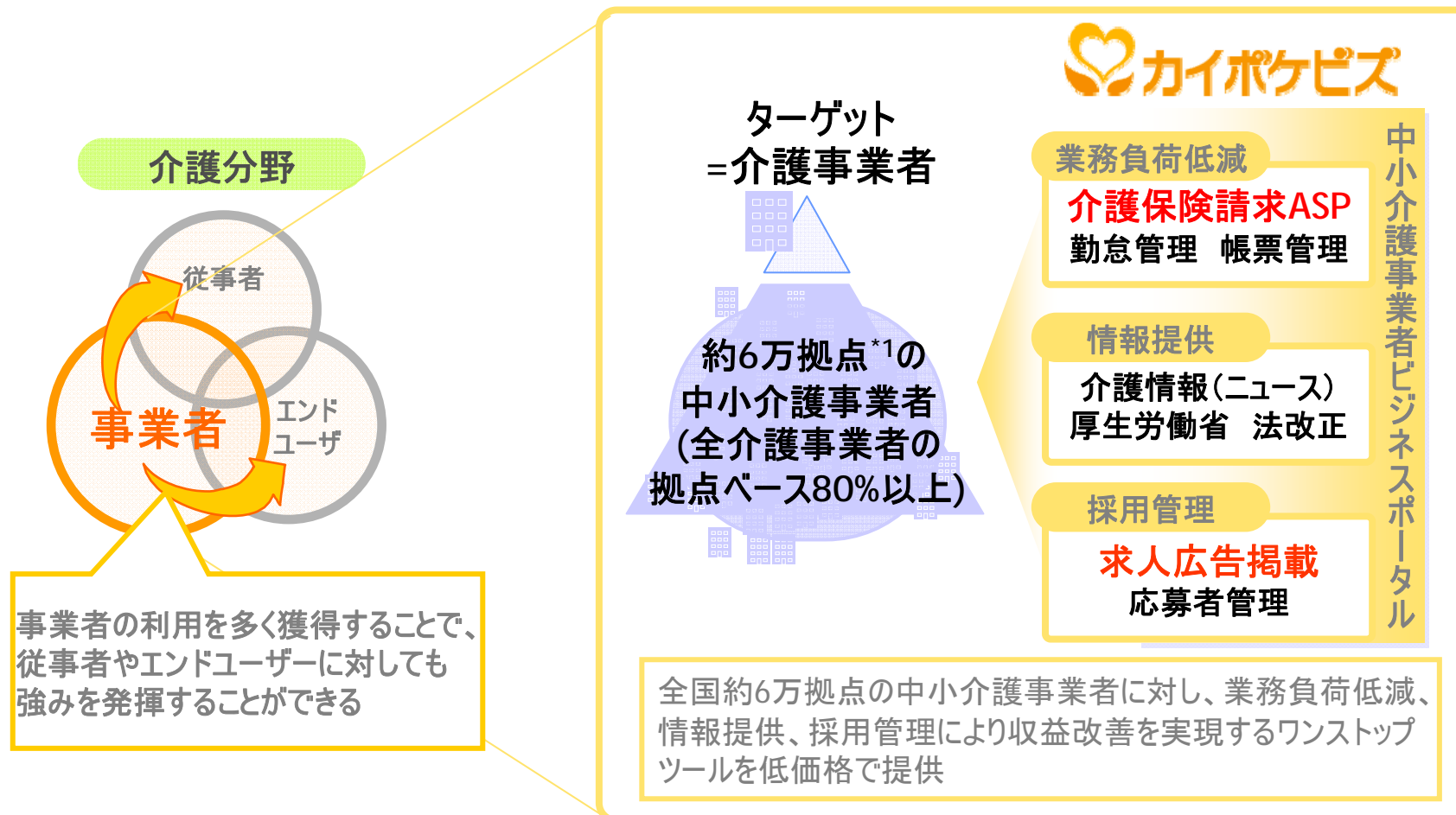
介護事業者の多くは収益改善が課題になる状態が続く

有効なビジネスモデルの仮説

高価格製品・サービスの販売は一部しか成立せず、介護事業者の収益をダイレクトに改善し、多くの事業者から広く薄く課金するビジネスモデルが有効

カイクケビズによる多くの中小介護事業者を日常的に囲い込むモデルが有効

カイポケピズでは、中小介護事業者の共通の経営課題である収益改善を実現するサービスの展開により、サービス利用事業者を拡大し、介護事業者のボリュームゾーンである中小介護事業者の日常的な困り込みを図ります



1 医療分野の戦略

医療分野では、非日常ニーズを満たす既存サービスの強化に加えて、日常的な困り込みに向けた取り組みを行っていきます。特に、看護分野を強化していきます

非日常ニーズを満たすサービス

人材紹介 ●

PJB
ファーマ人材バンク

DrAGENT CAREER

人材紹介 ●

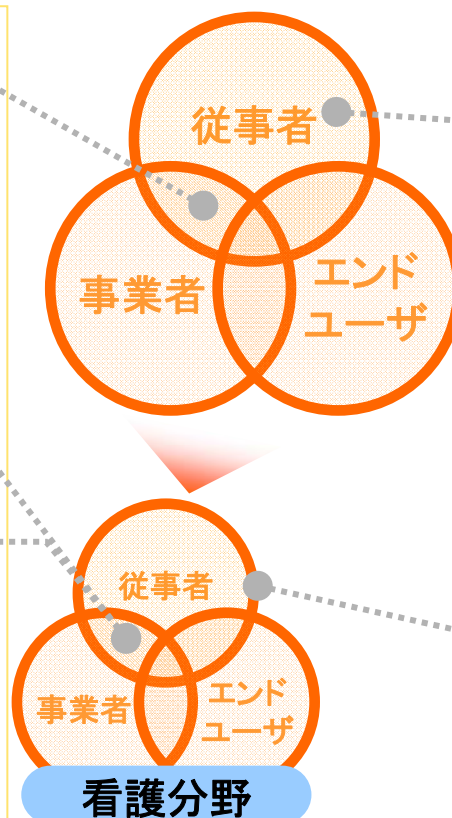
NOB
ナース人材バンク

求人広告、就職・転職フェア、
情報誌の出版

m3Nurse カンゴジョブ

新卒看護師向け 求人広告サービス	アンファミエ 譲受け サービス
看護師向け 出版サービス	

医療分野



日常的ニーズを満たすサービス

● 従事者向けコミュニティ

Foodish

登録販売ナビ

ココヤク

● 従事者向けコミュニティ

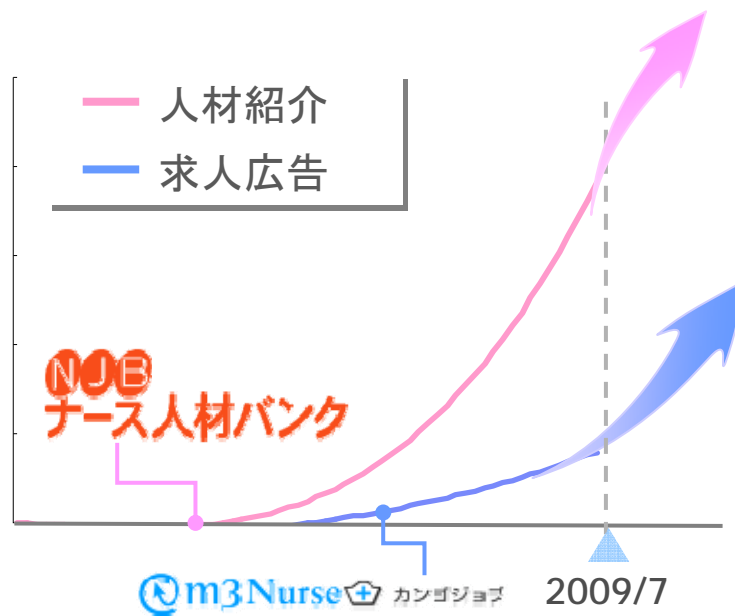
m3Nurse

1 医療分野の戦略 - 看護分野 -

看護分野では、人材紹介事業を大きく伸ばしつつ、ネットで完結する求人広告事業も市場の形成に先立って順次拡大していきます。
また、日常化に向けては、従事者向けコミュニティを強化していきます

非日常ニーズを満たすサービス

人材紹介事業を大きく伸ばしつつ、求人広告事業も順次拡大していく



日常的ニーズを満たすサービス

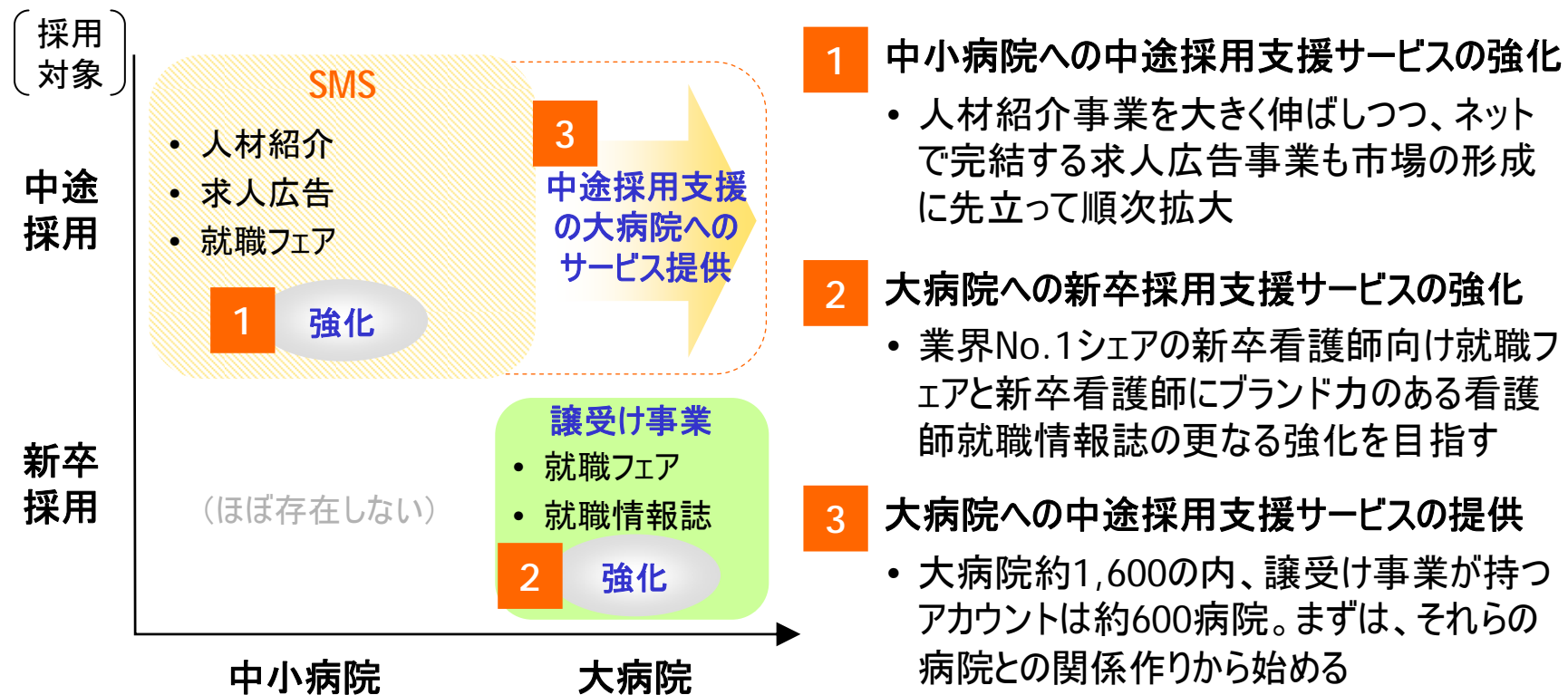
従事者向けコミュニティの強化を行う



専門職業人としての特性に訴える業務効率化補助やE-learningなどのコンテンツを揃える

アンファミエ社の医療事業を譲受けたことにより、看護師採用関連ビジネスの網羅性が上がりました

看護師採用関連ビジネスの網羅性アップによる競合の参入抑制



将来的には、事業譲受けをした看護師向け紙コンテンツのウェブ活用を進めることで、日常化を促進できると考えております

コンテンツを充実させて日常化を促進

SMS

看護師向け
コミュニティ



専門職業人としての特性に訴えるコンテンツを揃えた情報ポータル・コミュニティサイトとして、看護師の日常的なサービス利用を促進

紙コンテンツの ウェブ活用の可能性

譲受け事業

看護師向け
雑誌・書籍

月刊誌



その他書籍

- エビデンスに基づく実践ケア技術
- 事例で学ぶ急変対応
- etc...

看護師の臨床現場の問題解決マガジンである月刊誌「月刊ナース専科」は、看護師に対して高い認知度を持つ

紙媒体として、既に一定数の看護師を日常的に囲い込んでいる

1

会社概要、企業理念、基本戦略および上期トピックス P3-P17

2

2010年3月期 第2四半期決算 P19-P21

3

2010年3月期 10月14日修正計画 P23-P28

4

その他ご参考 P30-P35

2 2010年3月期 第2四半期決算

2010年3月期の第2四半期は以下の業績となりました。売上高は、3,876百万円、営業利益は、996百万円となりました。前年同期比で売上は大きく成長しましたが、広宣費、業務委託費等の増加により、利益は微成長に留まっています

損益計算書 [百万円・%]

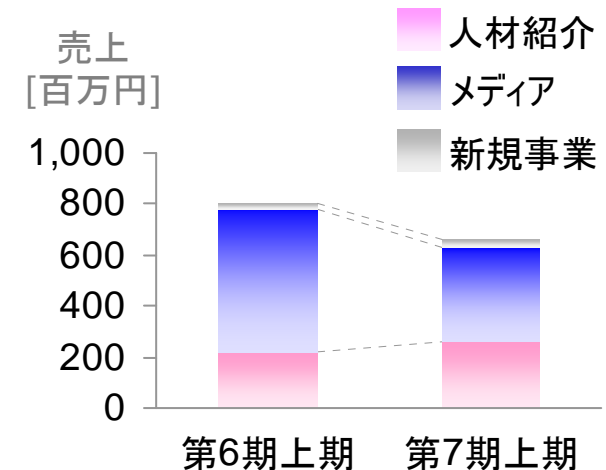
項目	第6期上期 (2009年3月期)		第7期上期 7/30 修正計画 (2009年3月期)		第7期上期 (2010年3月期)		
		構成比		構成比		構成比	前年 同期比
売上高	2,685	100.0	3,994	100.0	3,876	100.0	144.3
売上原価	74	2.8	120	3.0	106	2.8	142.9
売上総利益	2,611	97.2	3,874	97.0	3,769	97.2	144.4
販売管理費	1,670	62.2	2,856	71.5	2,772	71.5	165.9
営業利益	940	35.0	1,018	25.5	996	25.7	106.0
経常利益	943	35.1	1,020	25.5	999	25.8	105.9
当期純利益	546	20.3	611	15.3	584	15.1	106.9

2 2010年3月期 第2四半期決算 - 介護分野の売上高 -



介護分野は、PT・OT^{*1}の人材紹介事業が生産性向上により順調に推移しましたが、メディア事業が伸び悩み、前年同期比82.9%の666百万円の売上になりました

[百万円]	第6期 上期 (09年3月期)		第7期 上期 (10年3月期)		
	売上	全社 構成比 (%)	売上	全社 構成比 (%)	前年 同期比 (%)
人材紹介	222	8.3	259	6.7	116.7
メディア	557	20.7	370	9.6	66.5
新規事業	24	0.9	35	0.9	146.5
合計	804	29.9	666	17.2	82.9



介護分野 業績ポイント

人材紹介

- コンサルタント数が減少(前期上期平均の約0.9倍、今期上期平均約11名)
- 生産性が増加(一人当たり成約者数: 前年上期平均約3.5名 → 今期上期平均約4名/月)
- PT・OTの人材紹介において、求職者のニーズに合わせた求人案件を重点的に開拓

メディア

- 上期の求人広告は、1Qから引き続き介護事業者が有料媒体の利用を抑えているため伸び悩み
- 上期の資格情報は、1Qで掲載落ちした高単価の講座と、2Qで請求講座件数が減少した影響で伸び悩み(今期2Qの請求講座数は、1Qの約0.9倍、前期2Qの約0.8倍)

新規事業

- ビジネスポータルの有料会員数は、計画やや未達(前期末約600社→今期9月末約940社)

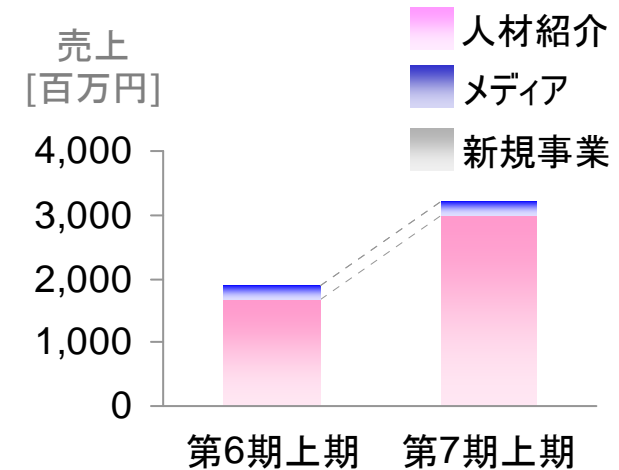
*1 : 理学療法士(PT)、作業療法士(OT)

2 2010年3月期 第2四半期決算 - 医療分野の売上高 -



医療分野では、医療事業者の旺盛な採用意欲を背景に、看護師の人材紹介が順調に推移した結果、前年同期比177.1%の2,979百万円の売上になりました

[百万円]	第6期 上期 (09年3月期)		第7期 上期 (10年3月期)		
	売上	全社 構成比 (%)	売上	全社 構成比 (%)	前年 同期比 (%)
人材紹介	1,682	62.6	2,979	76.9	177.1
メディア	194	7.3	227	5.9	116.5
新規事業	0	0.0	1	0.0	175.4
合計	1,878	69.9	3,208	82.8	170.8



医療分野 業績ポイント

人材紹介

- コンサルタント数が増加(前期上期平均の約1.6倍、今期上期平均約137名)
- 生産性は前年同期並み(今期上期平均で一人当たり成約者数約4名/月)

メディア

- 上期の求人広告は、前年同期比を売上で上回ったが、フェアは前年同期比を下回り伸び悩み(販売ブース数前期上期の約0.8倍)。7/30売上計画に対しては、共に未達
- 上期のアンファミ工譲受け事業は、求人広告、出版ともに7/30売上計画を達成(上期の医療分野のメディア事業に占める譲受け事業の売上の割合は、約20%)

1	会社概要、企業理念、基本戦略および上期トピックス	P3-P17
2	2010年3月期 第2四半期決算	P19-P21
3	2010年3月期 10月14日修正計画	P23-P28
4	その他ご参考	P30-P35

3 2010年3月期 10月14日修正計画

新卒看護師向けの就職フェアと就職誌の提供を早期化したことにより、10月14日に業績計画を上方修正しました。結果、売上高は8,381百万円、営業利益は1,670百万円を計画しております

損益計算書 [百万円・%]

項目	7/30 修正計画		10/14 修正計画								
	既存事業	譲受け事業	合計		既存事業		譲受け事業		修正計画		
			構成比	計画比	計画比	構成比	計画比				
売上高	7,781	203	7,984	100.0	7,781	100.0	599	295.3	8,381	100.0	105.0
売上原価	149	187	337	4.2	149	100.0	247	132.2	397	4.7	117.9
売上総利益	7,631	15	7,647	95.8	7,631	100.0	352	2,235.5	7,983	95.3	104.4
販管費	5,889	376	6,266	78.5	5,889	100.0	422	112.2	6,312	75.3	100.7
営業利益	1,741	▲361	1,380	17.3	1,741	100.0	▲70	19.7	1,670	19.9	121.0
経常利益	-	-	1,384	17.3	-	-	-	-	1,674	20.0	121.0
当期純利益	-	-	803	10.1	-	-	-	-	974	11.6	121.3

既存事業の計画は変更なし

就職フェア、就職誌の
3月提供により上方修正

今回の業績修正は、アンファミエ医療事業の譲受け後の調査、検討を踏まえ上で、以下2つの施策を反映したものになっております

業績修正に反映された2つの施策

各施策の業績への影響額

1 新卒看護師向け就職フェアを全会場で春・夏2回開催とし、3月から春の開催を実施する

2 就職フェアのプロモーションツールにもなる就職誌(春号)の提供を3月に実施する



売上高	+396百万円
売上原価	+60百万円
販管費	+46百万円
営業利益	+290百万円

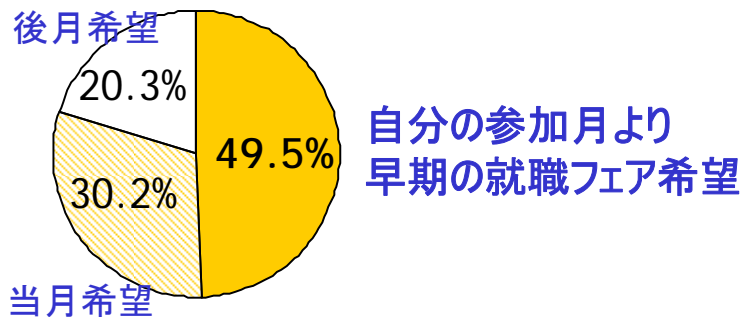
看護学生の就職活動時期及び就職活動のための情報収集時期は早期化傾向にあるため、競合も就職フェアの開催を早期化していること、及び、看護学生が希望する就職フェアの開催時期は、春希望と夏希望に二極化していることがわかりました。また、こうした傾向への対応により、売上増加が見込めることがわかりました

看護学生の就職活動における2つの傾向*1

2つの傾向に対応することによる売上増加

活動の早期化

看護学生が望む就職フェア開催時期①

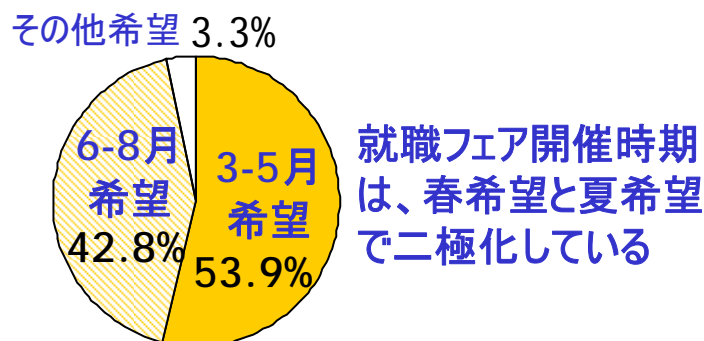


アンファミエでは、2009年3月期に、就職フェア(東京)を09年4月、09年7月の2回開催

その結果

活動時期の二極化

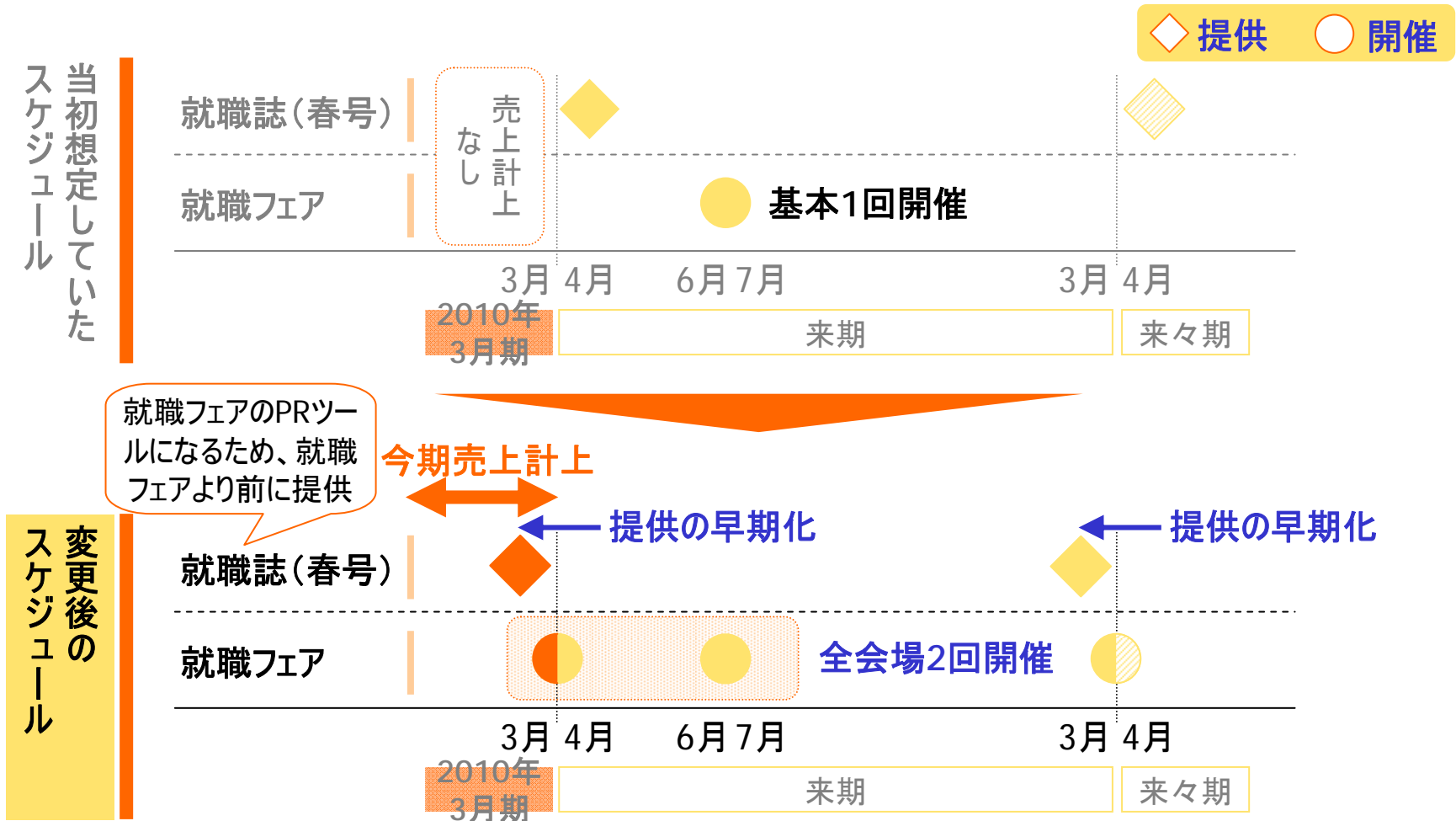
看護学生が望む就職フェア開催時期②



2008年3月期との対比で約1.3倍の売上を計上

3 2010年3月期 10月14日修正計画

そのため、就職フェアの開催時期を全会場*1で春(3-4月)と夏(6-7月)の2回に変更し、それにあわせて、従来4月提供だった就職誌(春号)の提供を3月に実施します



3 2010年3月期 10月14日修正計画

就職フェア及び就職誌(春号)の今期、来期の開催・提供時期、及び売上計画は以下ようになります。なお、就職誌提供と就職フェア開催の時期を今期3月に変更したことによって、来期の売上が減少することはありません

	2010年3月期(今期)	2011年3月期(来期)
① 就職フォーラム	3-4月と6-7月の2回の開催	3-4月と6-7月の2回の開催
② 就職誌(春号)	3月の提供	3月の提供
売上計画 ① + ②	5.4億円 〔 譲受け前の09/4/1-09/8/2 までの売上実績は、約2億円 〕	7.3億円

2009年8月3日に事業を譲受けたため、今期の売上(5.4億円)は1年間の就職誌、就職フェアの売上の一部になります

3 2010年3月期 10月14日修正計画

今回の業績修正にかかる売上の増加は、医療分野のメディア事業に反映されています。介護分野、及び医療分野の人材紹介、新規事業については、7月30日発表の計画と同様になっております

介護分野の修正計画 [百万円, %]

	7月30日計画 (10年3月期)		10月14日修正計画 (10年3月期)		
	売上	全社 構成比	売上	全社 構成比	計画比
人材紹介	461	5.8	461	5.8	100.0
メディア	870	10.9	870	10.9	100.0
新規事業	96	1.2	96	1.2	100.0
合計	1,428	17.9	1,428	17.9	100.0

- 人材紹介のコンサルタント数は、第7期平均で約12名
- 人材紹介の生産性は一人当たり成約者数で約6名/月
- 求人広告は、引き続き介護事業者が有料媒体の利用を抑制
- 資格情報は、請求単価が低い状況が継続するがプロモーションの強化により請求者数を増加

医療分野の修正計画 [百万円, %]

	7月30日計画 (10年3月期)		10月14日修正計画 (10年3月期)		
	売上	全社 構成比	売上	全社 構成比	計画比
人材紹介	5,807	72.7	5,807	69.3	100.0
メディア	738	9.2	1,135	13.5	153.7
新規事業	7	0.1	7	0.1	100.0
合計	6,553	82.1	6,950	82.9	106.1

- 人材紹介のコンサルタント数は、第7期平均で約150人
- 人材紹介の生産性は一人当たり成約者数で約5名/月
- **メディアは、新卒看護師向け就職誌及び就職フェアの提供早期化により、上方修正**
 - メディアに占めるアンファミエ譲受事業の売上は約5割

1

会社概要、企業理念、基本戦略および上期トピックス P3-P17

2

2010年3月期 第2四半期決算 P19-P21

3

2010年3月期 10月14日修正計画 P23-P28

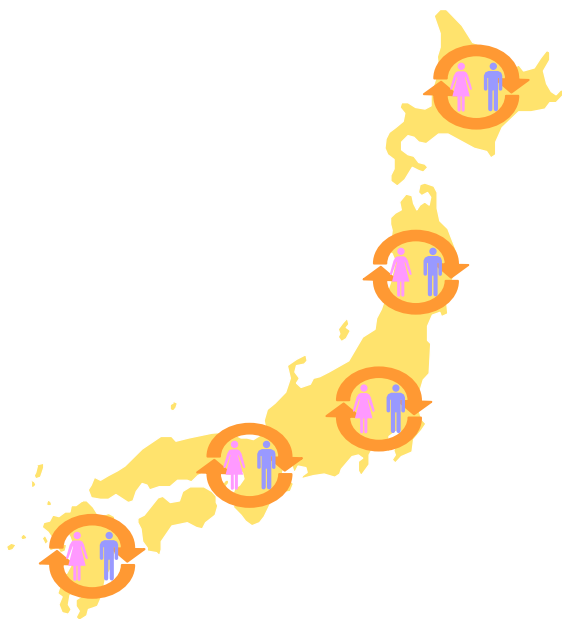
4

その他ご参考 P30-P35

4 一般転職市場と介護・医療の転職市場の違い

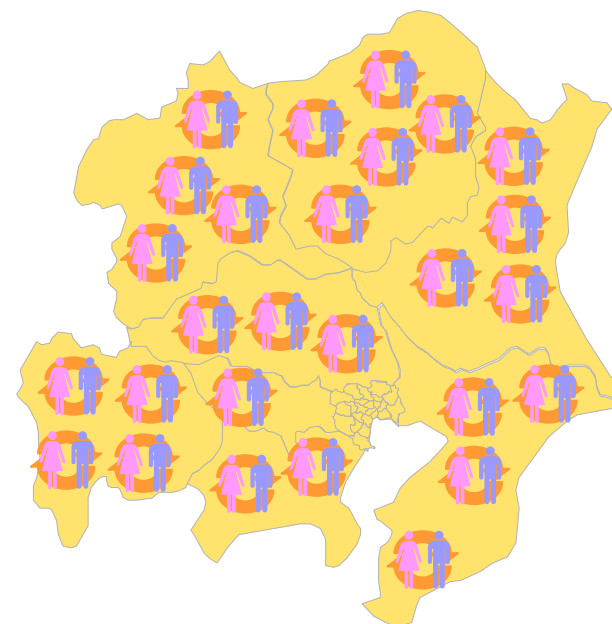
介護、医療分野では、一般転職市場と違い、転職において地域性が重視されるという特徴があります

一般転職市場の特徴



転職希望者は、より大きな地域圏内で、
良いキャリアを求めて転職活動を実施

介護・医療の転職市場の特徴



転職希望者は、自身の住まいの近隣地域で
より良いキャリアを求めて転職活動を実施

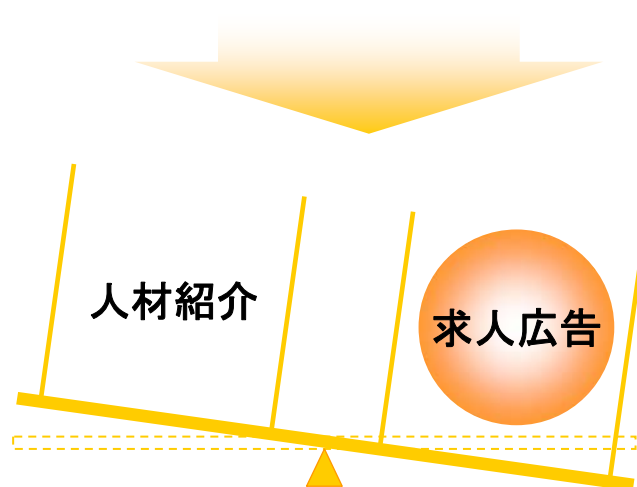
4 介護分野と医療分野の採用関連ビジネスの違い

介護分野では、計画的な採用を行うニーズが強いため求人広告の利用が多い。
一方、医療分野、特に看護師の採用では、緊急度の高い採用のニーズが強いため、人材紹介の利用が多くなると考えています

介護分野

介護分野

計画的な採用を行うニーズが強い



医療分野

医療分野

緊急度の高い採用のニーズが強い



当社は、競合企業の参入、組織拡大に伴う生産性の低下を特に重要な課題と考えています

課題

競合企業の参入

大手人材サービス会社などの参入により当社の事業基盤に大きな影響を与える可能性があると認識しています。
マクロ経済環境の悪化や市場の顕在化により、魅力的な市場との認識に基づく参入可能性が高まっていると認識しています。

組織拡大に伴う生産性の低下

規模拡大を過度に追及することで、組織管理体制の緩み、生産性の低下などが生じ、将来的な成長の足かせになる可能性があると認識しています。

対策

既存事業の更なる強化・複数事業の展開

- 従事者囲い込み
(コミュニティサイトの育成、CS向上の推進)
- 事業者囲い込み
(カイポケビズへの注力)

採用・育成強化と適切な規模拡大達成

- 採用・育成の強化
(人材マネジメントの運用スタート)
- 企業理念の浸透

日常化の促進

- ユーザの日常的ニーズを満たすサービスの展開と強化

4 よくあるご質問

業績が季節変動性を有する理由は？

⇒ 当社事業のうち、人材紹介事業においては、当社の紹介した求職者が求人企業において入社した日付を基準として売上を計上しています。このため配置転換・入退職等の人事異動が起こる事業年度末および事業年度開始時に売上及び営業利益が集中する傾向があります。また、メディア事業においても、求人企業は一般的に人事異動が起こる時期に先駆けて広告活動を積極化するため、売上及び営業利益が第4四半期に偏重する傾向があります。

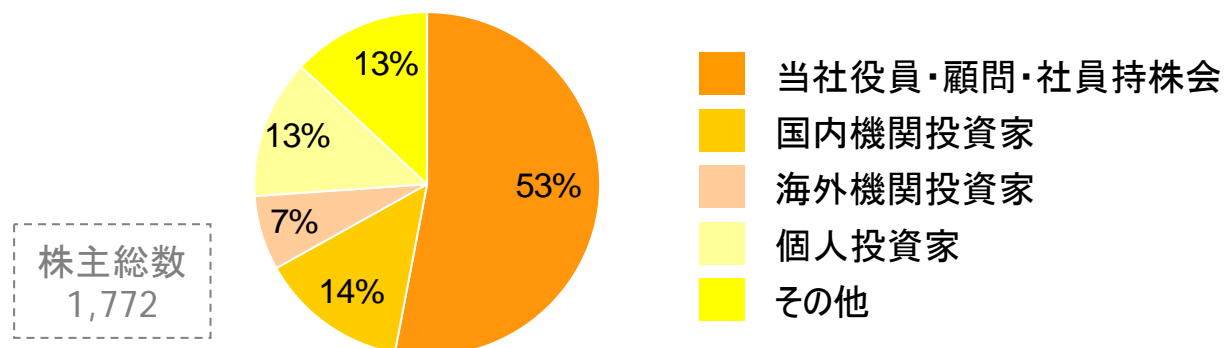
社員構成比は？

⇒ 2009年9月30日時点での社員数384名の内訳は以下のようになっております。

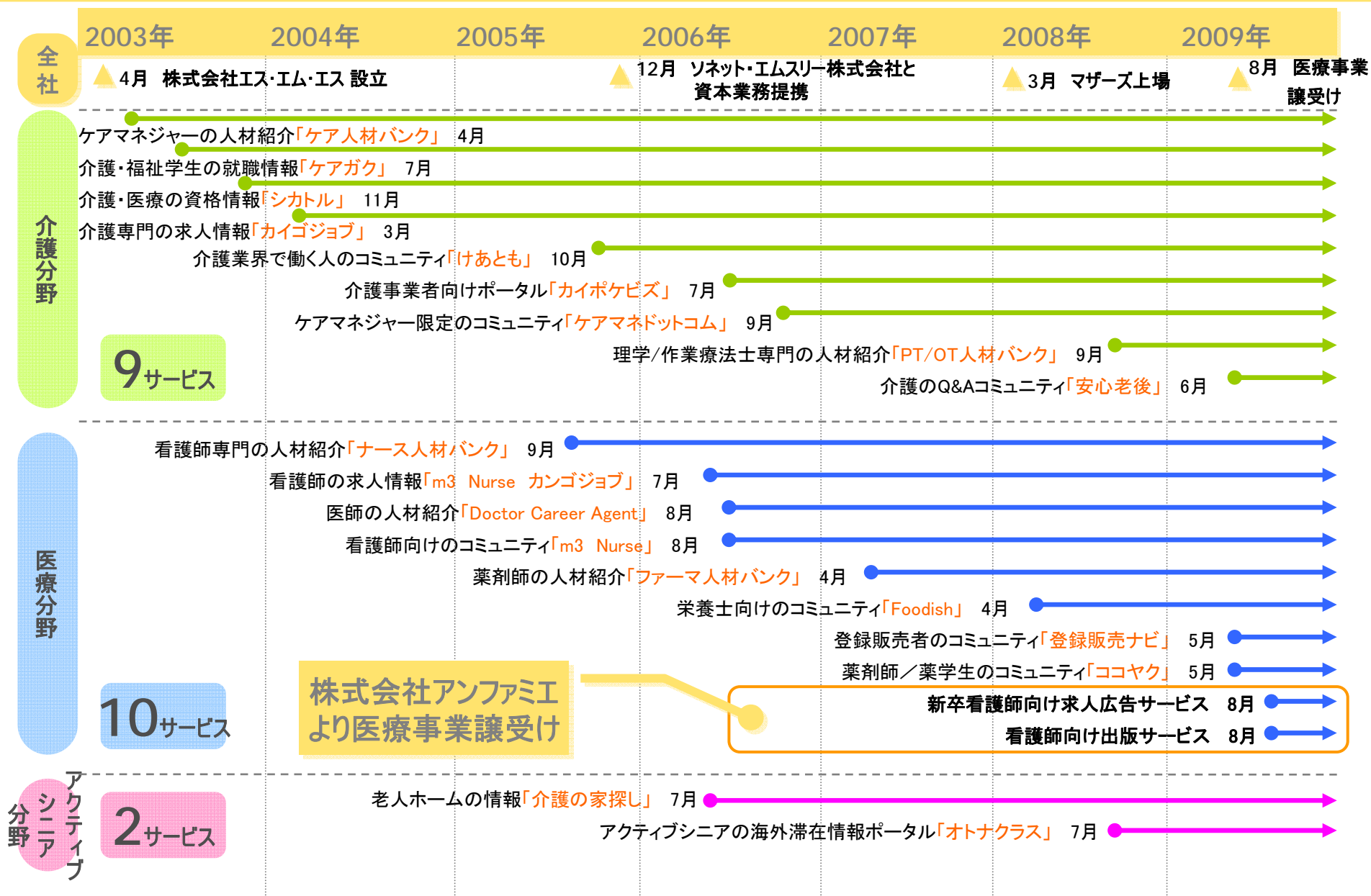
- 人材紹介 : 約190名
- 求人広告 : 約40名
- 事業企画部門、媒体企画、システム開発、資格・新規事業 : 約110名
- その他管理部門 : 約40名

株主構成は？

【2009年9月30日時点】



4 運営サービス立ち上げ状況および沿革



株式会社アンファミエ
より医療事業譲受け

新卒看護師向け求人広告サービス 8月
看護師向け出版サービス 8月

本資料お取り扱い上のご注意

(再掲)

本資料は株式会社エス・エム・エス(以下、当社)の事業について、当社による現在の予定、予想に基づいた将来展望についても言及しています。これらは2009年9月30日現在において当社が取得可能な情報に基づき作成されたものであり、リスクや変動要因を多く含んでおります。従って将来展望と結果が著しく異なる可能性がありますので、当社はこれらの情報を正しいと約束することはできないことをご了承ください。また、当社はこれらの情報を更新し公表する責任を負いません。

説明内容に関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

お問い合わせ先:

株式会社エス・エム・エス 経営企画部 IR担当

e-mail : irinfo@bm-sms.co.jp

TEL : [03-5730-0528](tel:03-5730-0528)