

株式会社エス・エム・エス (2175 東証マザーズ)

# 2011年3月期 第2四半期決算 および会社説明資料

---

2010年10月29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2010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	P2-P15
2	2011年3月期 第2四半期連結決算	P16-P22
3	2011年3月期 10月21日修正計画	P23-P30
4	その他ご参考	P31-P56

1	会社概要、企業理念、基本戦略	P2-P15
2	2011年3月期 第2四半期連結決算	P16-P22
3	2011年3月期 10月21日修正計画	P23-P30
4	その他ご参考	P31-P56

# 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（2011年3月期：第8期目）

従業員数

連結：434名 単体：418名 10/9/30時点  
(10/6/30：400名[連結]， 10/3/31：375名[単体])

上場市場

東京証券取引所 マザーズ（証券コード：2175）\*1

\*1: 2008年03月13日に東証マザーズ上場

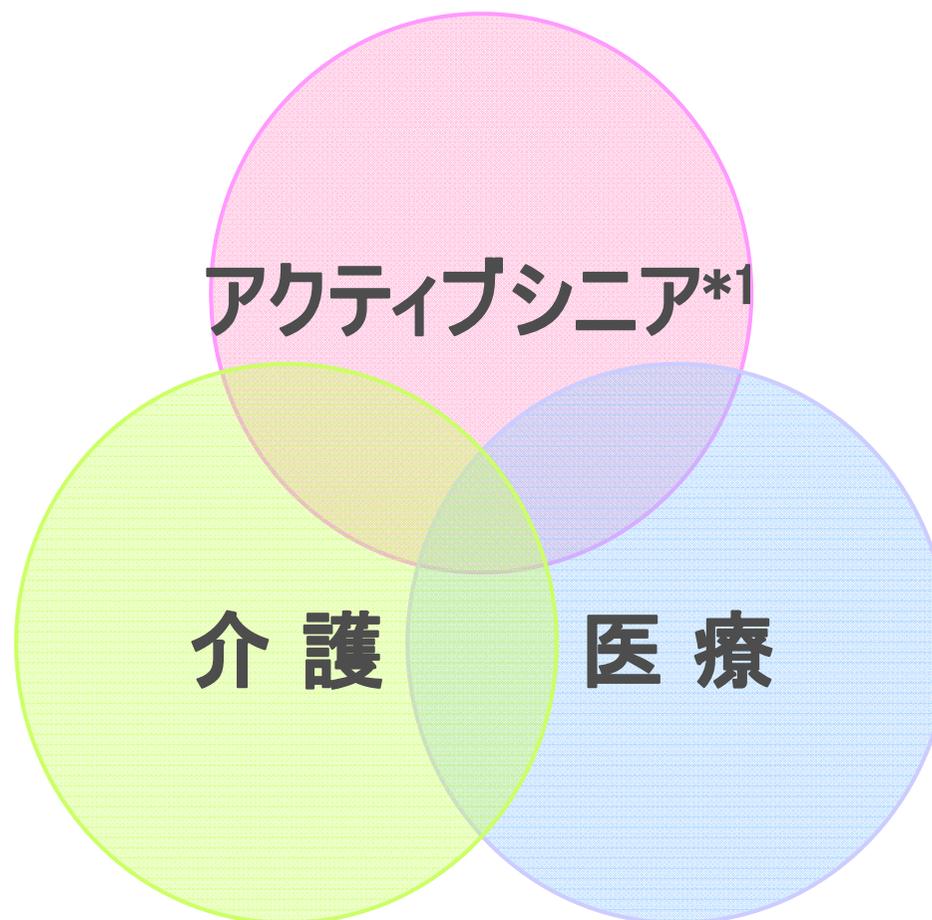
当社は、以下の企業理念を掲げ、事業の展開を行っています

## 【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

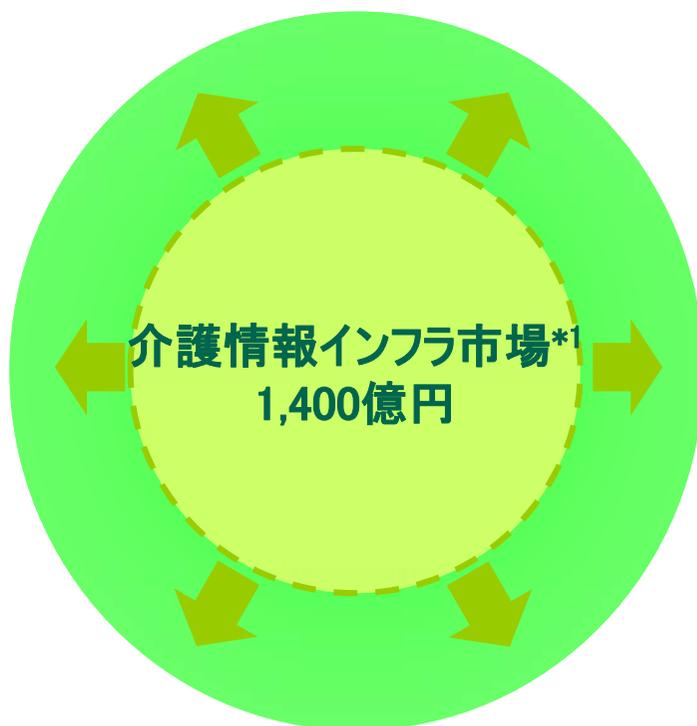


# 1 当社事業分野における市場規模

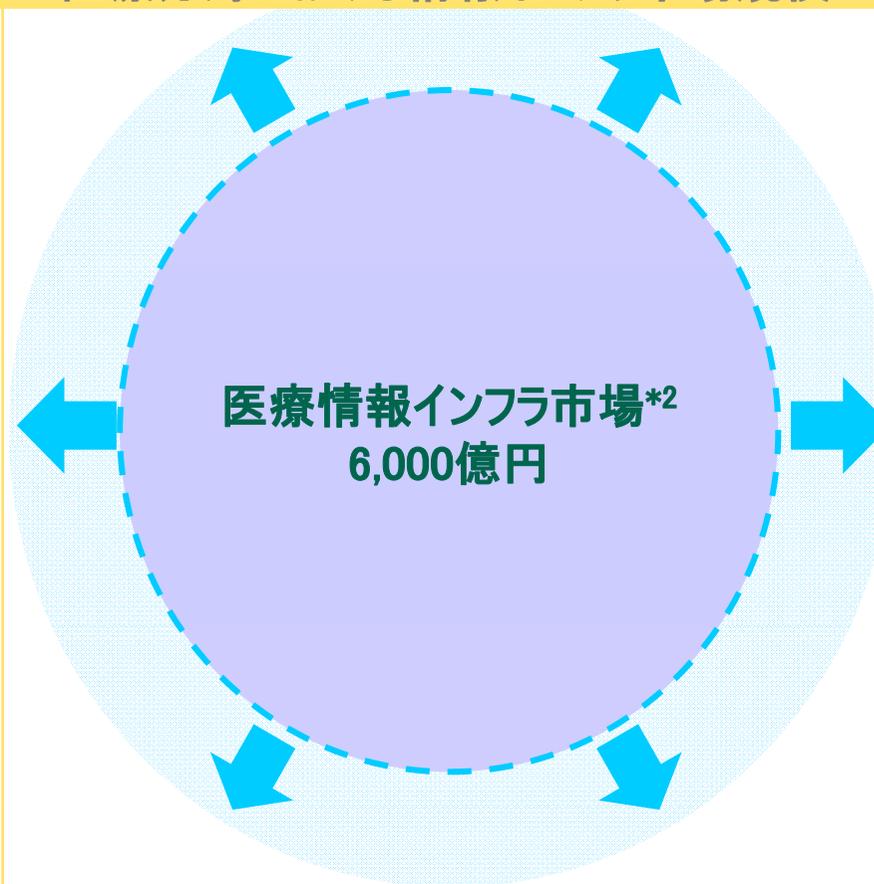
当社事業分野における**市場規模は今後も拡大が見込まれます**

- ✓ 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



## 医療分野における情報インフラ市場規模

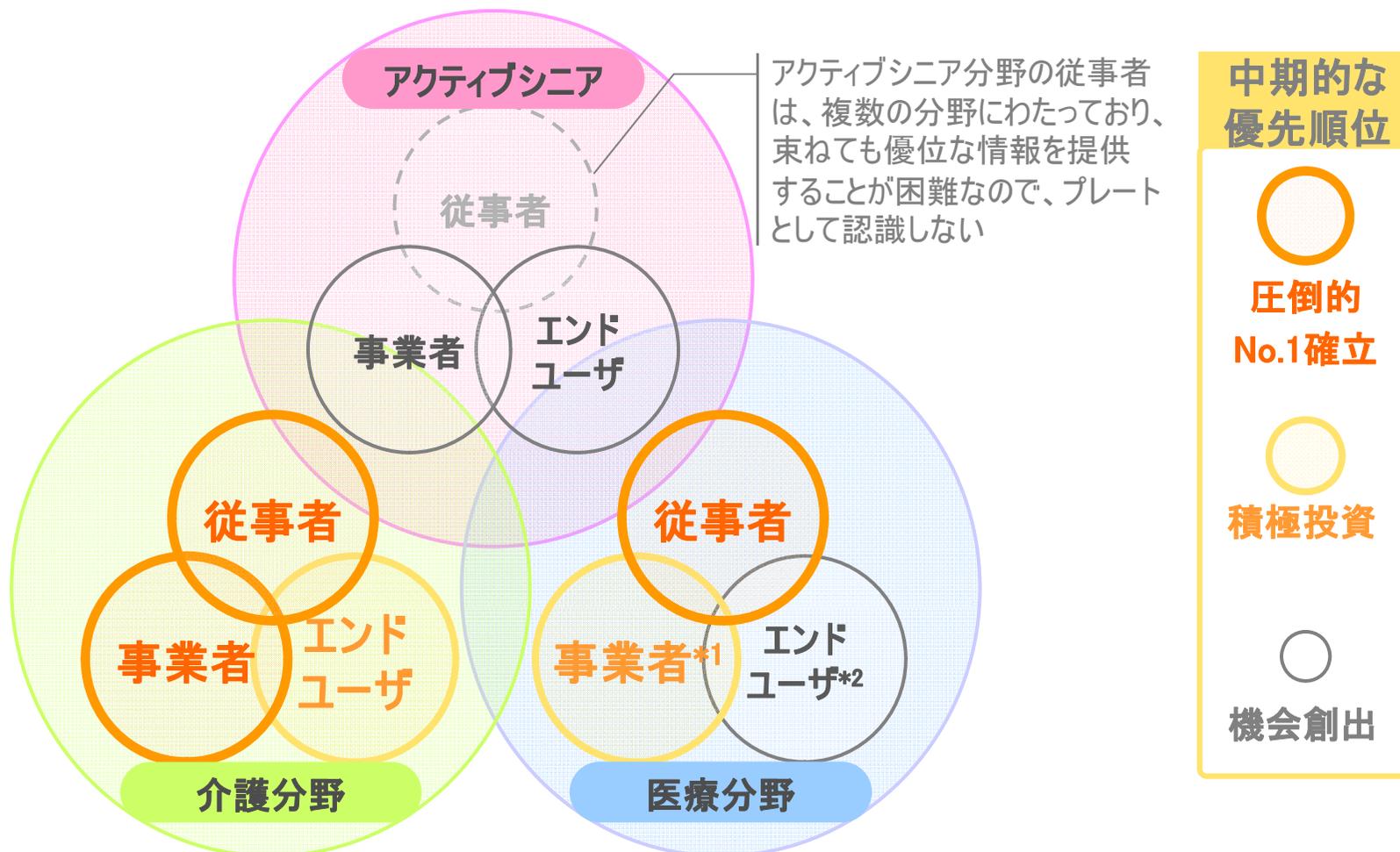


\*1: 介護保険支給総額(厚生労働省平成18-20年度)と民間介護事業者広告費ないし採用教育費率(約2%)より当社推算

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

# 1 8つのプレート強化

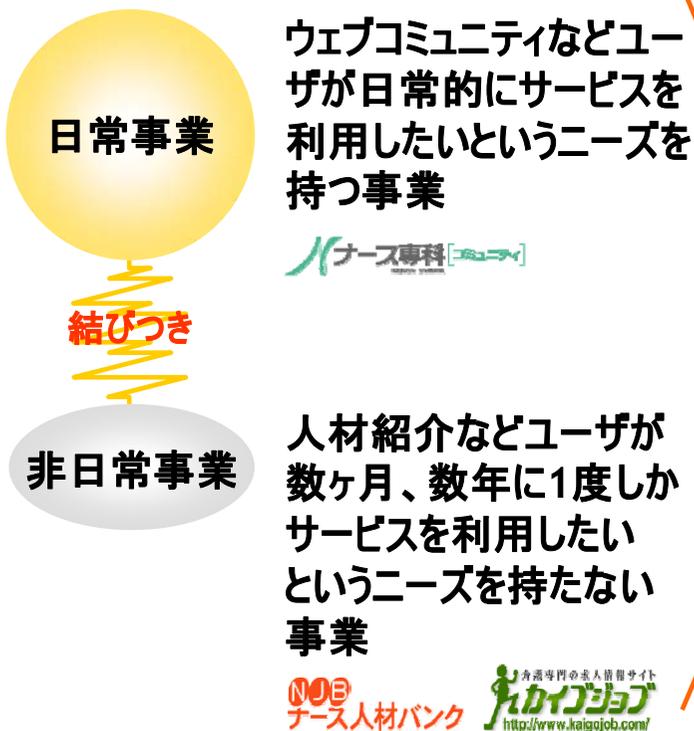
当社は、情報インフラとして圧倒的No.1を獲得するために、各分野で**計8つの「プレート」**を認識、優先順位付けし、それぞれを強く囲い込むことを目指します



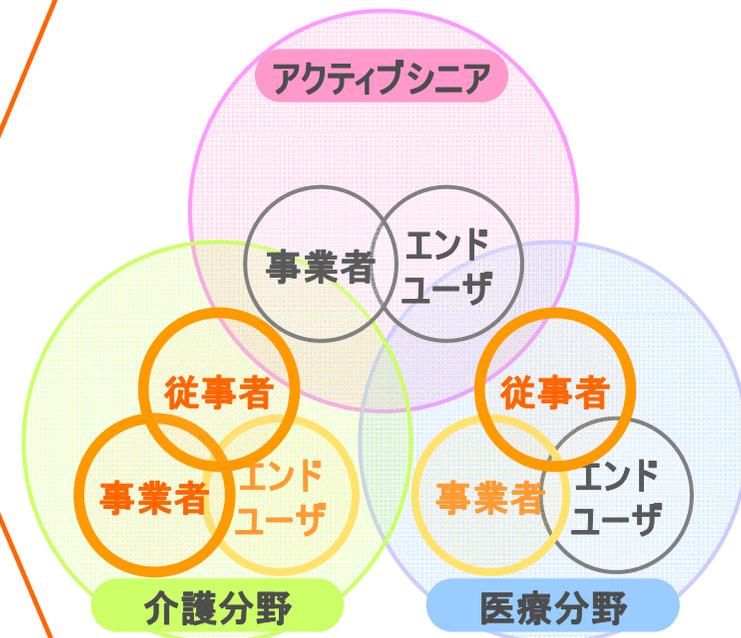
# 1 日常、非日常の事業区分と8つのプレート

当社は、ユーザのニーズ発生頻度により、運営する事業を「日常事業」と「非日常事業」に区分し、8つのプレートの中で、各事業の現在、将来的な結びつきを考慮しながら戦略策定、事業運営をしています

## 日常事業と非日常事業

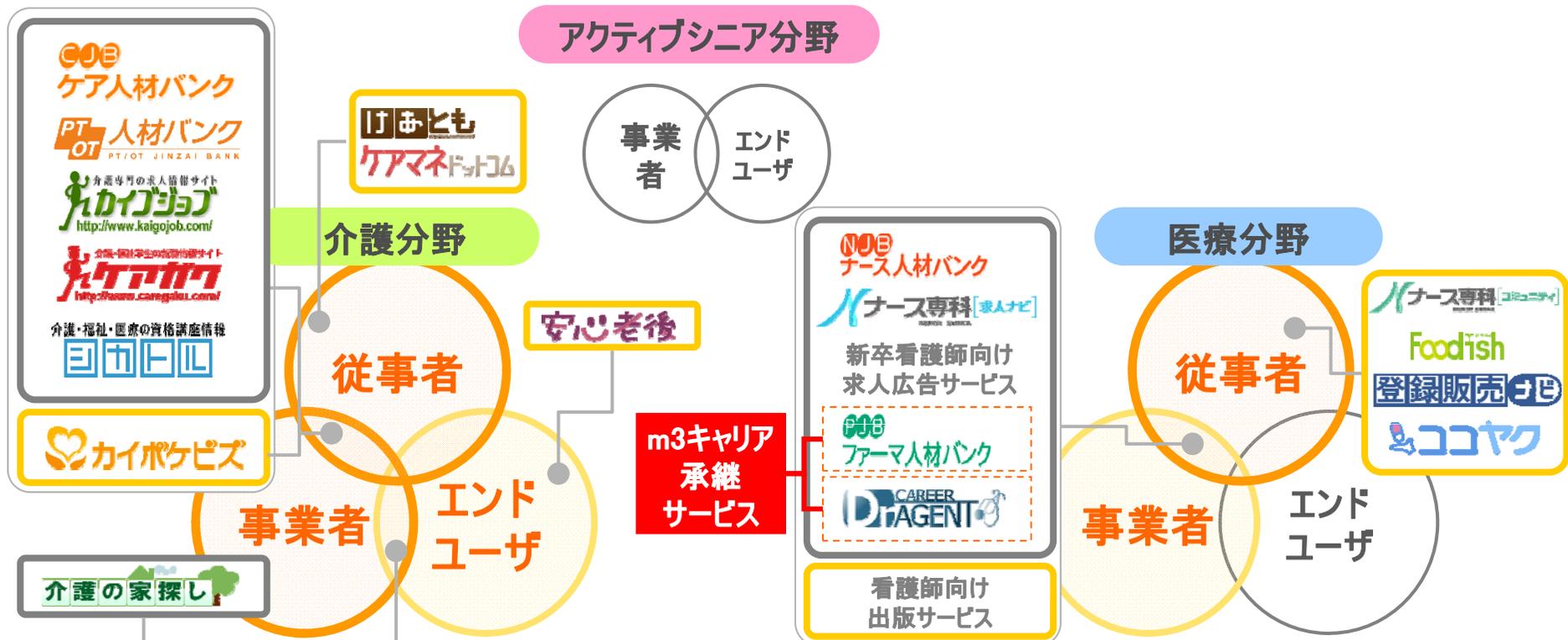


## 8つのプレート



# 1 3つの分野におけるサービス展開

2010年9月30日時点で、各プレートにおいて、合計18\*1のサービスを展開しています



**日常事業**

従事者コミュニティ、中小介護事業者ビジネスportalなど、従事者、事業者、エンドユーザが日常的にサービスを利用したいというニーズを持つ事業

**非日常事業**

人材紹介、求人広告、資格講座情報など、従事者、エンドユーザが転職や資格取得時といった数ヶ月、数年に1度しかサービスを利用したいというニーズを持たない事業

# 1 全社戦略

当社は、「日常利用サービスをベースとした囲いこみ」と「非日常利用サービス」による事業の創造・拡大を行います



# 1 介護分野の戦略

介護分野では、「非日常利用サービス主体」から「日常利用をベースとした日常・非日常のサービス提供」への転換を進めたいと考えています

## 現状



## 3年後の目指す姿\*1



介護分野の日常利用サービスの中核として、中小介護事業者向けビジネスポータルを提供するカイポケビズに注力します。中小介護事業者へ経営改善サービスをワンストップで提供することで、中小介護事業者を日常的に囲い込むことを狙います



\*1:介護事業者は、法人(事業者)が、いくつかの拠点(住所に紐付く)を持ち、その拠点がいくつかの事業所(サービス)を持つという形態をとる

© Copyright SMS CO.,LTD 2010 \*2:事業所数は2010年2月の厚生労働省データに基づき当社が推計

# 1 医療分野の戦略

医療分野では、「従事者別の日常利用サービスによる囲い込み」と「医療関連キャリアサービス」における双方の圧倒的No.1実現と、医療機関向け、エンドユーザ向け事業の開発、育成を進めたいと考えています

## 3年後の目指す姿\*1

従事者別の日常利用サービスによる 囲い込みで圧倒的No.1の実現	医療関連キャリアサービスで 圧倒的No.1の実現	医療機関向け・EU向け 事業の開発、育成
<p><b>看護師</b>      <b>薬剤師</b></p> <p><b>登録販売者</b>      <b>栄養士</b></p> <p style="text-align: center;"><b>No.1</b></p> <p>従事者別で、情報ポータル・コミュニティの育成・事業化を行い、囲い込みを強化</p>	<p><b>看護師</b>      <b>エムスリーキャリア</b></p> <p><b>薬剤師</b>      <b>医師</b></p> <p style="text-align: center;"><b>No.1</b></p> <p>各従事者向けキャリア関連サービスをシェア圧倒的No.1へ導く</p>	<p style="text-align: center;"><b>医療分野</b></p> <p style="text-align: center;"><b>新たな情報インフラサービス 開発・育成</b></p> <p>医療機関向け人事ソリューションの提供など日常・非日常共に開発・育成</p>

# 1 医療分野の戦略 - 看護分野 -

看護分野では、コミュニティを強化することで看護師を日常的に囲い込み、人材紹介や求人広告などの非日常利用サービスに送客することで既存事業の競争優位の確立を目指します

## 現状

非日常利用サービス単体の集客でコスト高になり易い



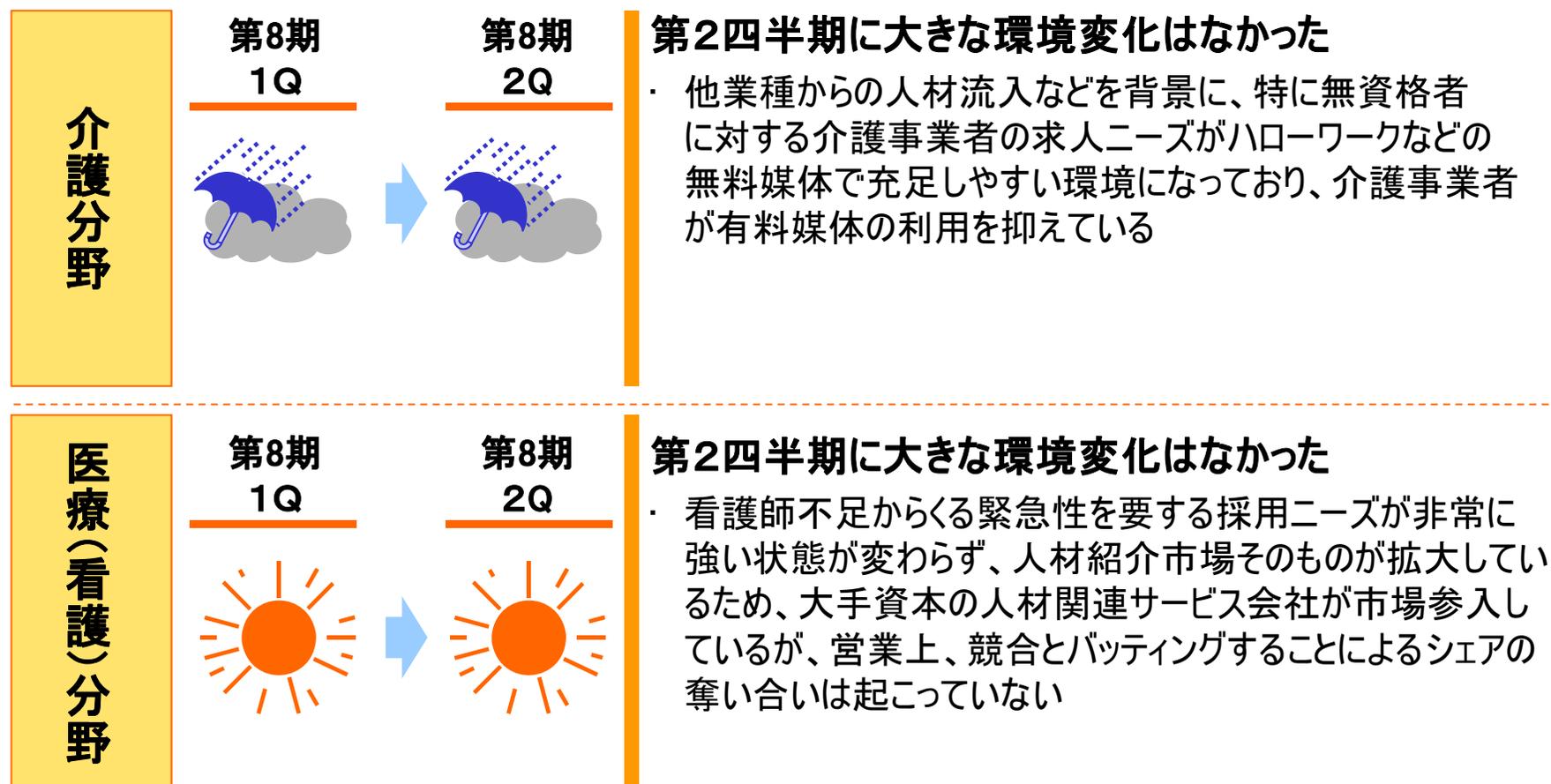
## 3年後の目指す姿\*1

コミュニティで日常的に囲い込んだ看護師を、非日常利用サービスに無料で送客することで、紹介件数の拡大とプロモーション費用の削減が可能



1	会社概要、企業理念、基本戦略	P2-P15
2	2011年3月期 第2四半期連結決算	P16-P22
3	2011年3月期 10月21日修正計画	P23-P30
4	その他ご参考	P31-P56

2011年3月期の第2四半期の外部環境は、介護分野、医療(看護)分野ともに、第1四半期と比較して大きな環境変化はありませんでした



## 2 2011年3月期 第2四半期連結決算\*1

2011年3月期第2四半期の連結決算は、売上高4,330百万円、営業利益1,204百万円となりました。前年度単体決算に対しては、売上、利益共に成長していますが、期首計画に対しては売上、利益共に未達となっています

### 損益計算書 [百万円・%]

項目	第7期上期 (2010年3月期)		第8期上期 (2011年3月期)		第8期上期 (2011年3月期)			
	実績		期首計画		実績			
		構成比		構成比		構成比	前年同期比*2	期首計画比
売上高	3,876*3	100.0	4,919	100.0	<b>4,330</b>	100.0	111.7	88.0
売上原価	106	2.8	154	3.1	<b>171</b>	4.0	160.5	111.2
売上総利益	3,769	97.2	4,765	96.9	<b>4,159</b>	96.0	110.3	87.3
販売管理費	2,772	71.5	3,429	69.7	<b>2,954</b>	68.2	106.6	86.2
営業利益	996	25.7	1,336	27.2	<b>1,204</b>	27.8	120.9	90.1
経常利益	999	25.8	1,396	28.4	<b>1,207</b>	27.9	120.9	86.5
当期純利益	584	15.1	817	16.6	<b>700</b>	16.2	119.9	85.7

\*1: 第7期は単体決算の数値、第8期は連結決算での数値を記載 \*2: 第7期単体決算の数値との比率を記載

© Copyright SMS CO.,LTD 2010 \*3: エムスリーキャリア株式会社に承継された薬剤師・医師向け人材紹介の売上が含まれております(約370百万円)

期首計画に対する全社売上の実績は88.0%となりました。売上の計画未達については、看護師人材紹介の1Qでの生産性低下を2Qでリカバリできなかったことが主な要因です

### 上期売上高の予実対比 [百万円]

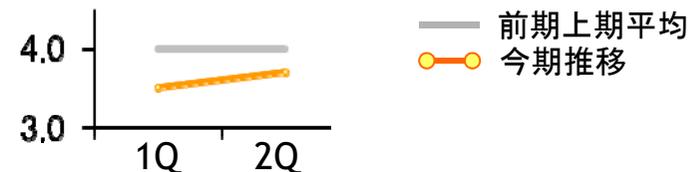
	期首計画	実績	計画比
全社	4,919	4,330	88%
看護師人材紹介	3,908	3,166	81%
看護師人材紹介以外の合計	1,011	1,164	115%

### 看護師人材紹介未達の主な要因

生産性が6-7月回復したものの、8-9月は再び低下

- ・1Q: 4-5月に発生した改善型への体制変更に伴う混乱は体制変更の意図を経営陣が自ら伝えたことで、6月は回復
- ・2Q: 7月は引き続き回復。8月以降は再度低下。理由は、組織の急拡大に伴い必要な体制変更が間に合っていないため

○一人当たり成約者(人)



新規採用コンサルタントの稼働開始時期が計画より遅延

- ・入社研修期間を延ばしたことで新規採用コンサルタントの稼働開始日が計画より遅くなった
- ・今期採用は、ほぼ計画通り進捗

○稼働人員数と実人員数の上期計画と実績(人)

	稼働人員数	実人員数
計画	約180	約200
実績	約170	約200

期首計画に対する営業利益の実績は90.1%となりました。6月以降全社的にコスト削減活動を実施し、各種オペレーションの効率化、不急な投資の抑制を図った結果、費用は計画に対して12.8% (457百万円) 削減されましたが、看護師人材紹介の売上高の減少に伴う営業利益の減少を補うには至りませんでした

### 上期費用\*1、営業利益の予実対比

[百万円、%]

	期首 計画	実績	計画 比	差額
費用*1	3,583	3,126	87.2	△457
営業 利益	1,336	1,204	90.1	△131

### コスト削減活動の主な内容

各種オペレーションの効率化による削減: 約1億円

○活動例

- ・広告宣伝費、販売促進費:  
獲得単価の低減、費用対効果検証による見直し

不急な投資の抑制: 約1.3億

○活動例

- ・支払報酬料: 買収、提携等に向けた調査費用の抑制
- ・業務委託費: 社内情報システム投資の延期

その他(主体的に削減していないが、使用しなかったコスト): 約2.2億

○活動例

- ・貸倒繰入: 売上、貸倒共に計画より少なかったため
- ・給与、賞与引当金: 期初計画していた採用が中止となったため

介護分野は、主に介護職向け求人広告が伸び悩んだことで、前年同期比97.5%の650百万の売上高になりました

■ 第2四半期累計業績比較 [百万円、%]

	第7期 (10年3月期)		第8期 (11年3月期)		
	売上	全社 構成比	売上	全社 構成比	前年 同期比
日常	35	0.9	45	1.0	127.3
非日常	632	16.3	605	14.0	95.8
合計	667	17.2	650	15.0	97.5

□ 第2四半期累計業績比較 [百万円、%]

	第7期	第8期		
	売上	売上	全社 構成比	前年 同期比
人材紹介	259	261	6.0	100.6
メディア	370	342	7.9	92.5
新規事業	35	45	1.0	127.3
合計	666*1	649*1	15.0	97.5

### 業績ポイント

#### 日常

- ・ ケアマネ向けコミュニティの会員数は、前期末と比べ約4,000人増加  
(前期末約21,000人→6月末約23,000人→9月末約25,000人)
- ・ 中小介護事業者向けビジネスポータルの有料会員事業所数は、前期末と比べ約1,000事業所増加  
(前期末2,000事業所→6月末約2,500事業所→9月末約3,000事業所)

#### 非日常

- ・ 人材紹介は、ケアマネジャー向けは伸び悩んだものの、PT/OT向けは順調に推移(対期首予算では未達)  
- コンサルタント数は1名増加(前期上期の1.1倍、今期上期平均約13名)  
- 生産性は前年同期と同等(一人当たり成約者数:前期上期平均約4名→今期上期平均約4名/月)
- ・ 介護職の求人広告は、上期では前年同期より減少
- ・ 資格講座情報は、上期では前年同期から微増

医療分野は、看護師の人材紹介が成長した結果、前年同期比114.7%の3,679百万円の売上高になりました

### ■ 第2四半期累計業績比較 [百万円、%]

	第7期 (10年3月期)		第8期 (11年3月期)		
	売上*1	全社 構成比	売上	全社 構成比	前年 同期比
日常	20	0.5	85	2.0	408.4
非日常	3,187	82.2	3,594	83.0	112.8
合計	3,208	82.8	3,679	85.0	114.7

### □ 第2四半期累計業績比較 [百万円、%]

	第7期	第8期		
	売上*1	売上	全社 構成比	前年 同期比
人材紹介	2,979	3,165*3	73.1	106.2
メディア	227	511	11.8	225.1
新規事業	1	2	0.1	170.7
合計	3,208	3,679	85.0	114.7

### 業績ポイント

#### 日常

- 看護師向けコミュニティの会員数は、前期末と比べ約51,000人増加  
(前期末約92,000人→6月末約116,000人→9月末約143,000人)
- 日常事業の売上の多くを占める出版関連が伸張

#### 非日常

- 人材紹介は、看護師向けが前年同期比では成長。ただし、期首計画には未達
  - コンサルタント数は増加(前期上期の約1.5倍\*2、今期上期平均約170人)
  - 生産性は前年同期比で減少(一人当たり成約者数:前期上期平均約4名→今期上期平均約3.5名/月)
- 看護師の求人広告は前年同期比で伸張
- 新卒看護師の就職誌及び就職フェアは共に計画通り伸張

\*1: エムスリーキャリア株式会社に承継された薬剤師・医師向け人材紹介の売上が含まれております(約370百万円)

© Copyright SMS CO.,LTD 2010 \*2: 看護師人材紹介単体の数字で比較 \*3:P19の看護師人材紹介の売上実績(3,166百万)と合わないのは、承継事業の返金のため

1	会社概要、企業理念、基本戦略	P2-P15
2	2011年3月期 第2四半期連結決算	P16-P22
3	2011年3月期 10月21日修正計画	P23-P30
4	その他ご参考	P31-P56

### 3 2011年3月期 10月21日修正計画

今回の修正計画は、主に看護師人材紹介の直近の業績動向、および全社的なコスト見直しを踏まえた上での変更となっております。

損益計算書 [百万円・%]

項目	第8期		第8期			差異	
	期首計画	構成比 (%)	10月21日修正計画	構成比 (%)	前年比*1 (%)	(修正 対 期首) 差額	増減率 (%)
売上高	8,977	100.0	<b>7,692</b>	100.0	107.3	△1,284	△14.3
売上原価	374	4.2	<b>297</b>	3.9	79.2	△76	△20.4
売上総利益	8,603	95.8	<b>7,394</b>	96.1	108.8	△1,208	△14.0
販売管理費	6,963	77.6	<b>6,008</b>	78.1	108.6	△955	△13.7
営業利益	1,639	18.3	<b>1,385</b>	18.0	109.9	△253	△15.5
経常利益	1,732	19.3	<b>1,418</b>	18.4	112.0	△314	△18.1
当期純利益	1,005	11.2	<b>828</b>	10.8	115.5	△177	△17.6

主に看護師  
人材紹介の  
業績見直し  
による計画変更

全社的なコスト  
見直しによる  
計画変更

売上については期首計画より1,284百万下方修正しております。その主な要因は、看護師人材紹介における上期実績を加味した生産性の見直しによるものです

売上及びその内訳の期首計画、修正計画の比較 [百万円]

	期首計画	修正計画	差異
全社	8,977	7,692	△1,284
看護師人材紹介	6,523	5,137	△1,386
看護師人材紹介 以外の合計	2,453	2,555	102

看護師人材紹介の売上差異理由

生産性

上期実績を加味し、通期の生産性をコンサルタント1人当たり約5名/月→約4名/月に変更

コンサルタント数

コンサルタント数は計画からの変更無し(年間平均約180名)  
 ・採用に関しては概ね計画通り進捗、今期は追加の採用予定は無し  
 ・新規採用コンサルタントの研修期間延長による稼働人員への影響はほぼ無し  
 (上期にて新規コンサルタント採用を終了したため)

看護師人材紹介以外の売上差異理由

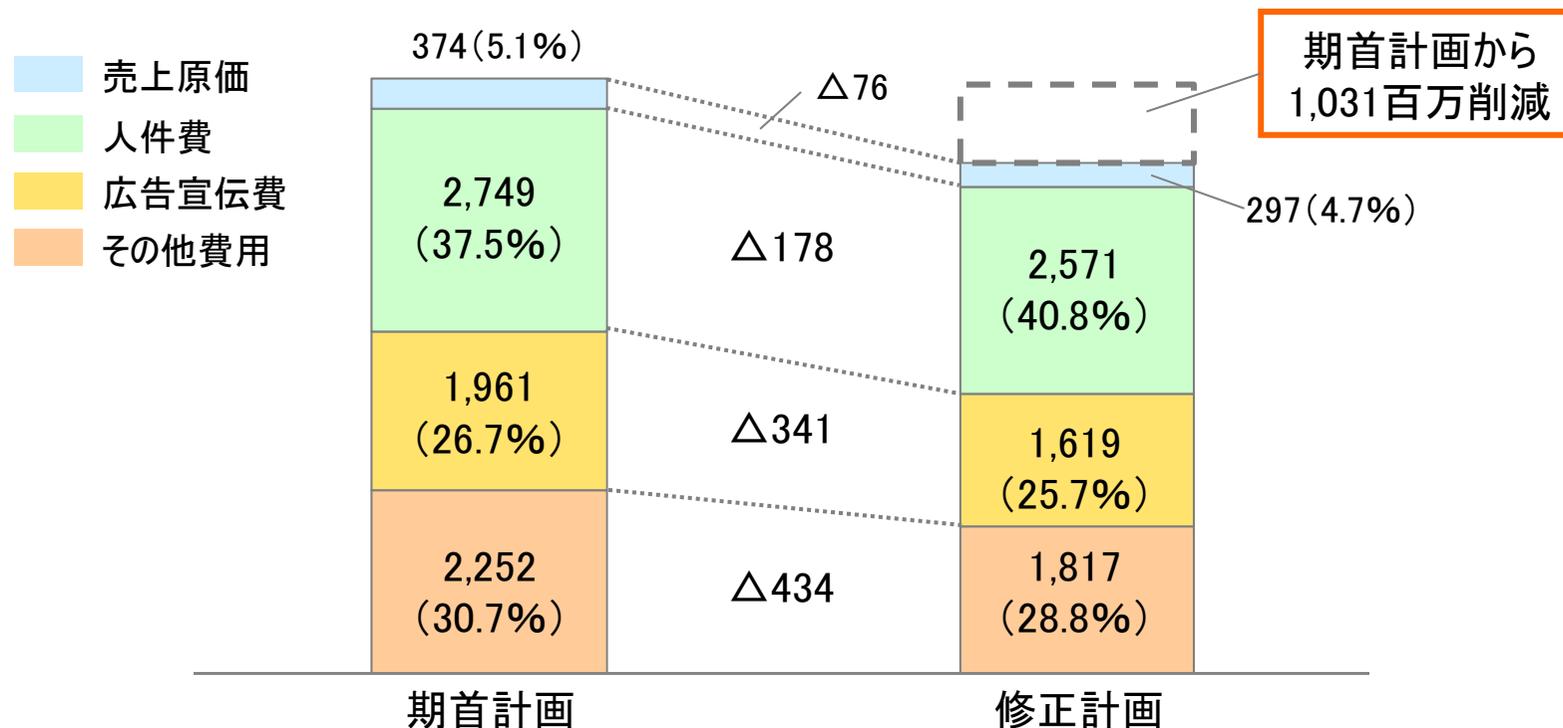
N/A

事業ごとに直近の業績を踏まえ、若干の修正を行なうものの、大きな変更はなし

営業利益については、主に看護師人材紹介の売上減、および全社的なコスト削減による影響が主な変更点となっています。コスト削減については、オペレーションの効率化、不急な投資の抑制、及び上期の実績に基づいた見直しによって、1,031百万を期首計画から削減しています

費用\*1及びその内訳の期首計画、修正計画の比較 [百万円]

※( )内は各項目の費用\*1合計に対する割合



新規事業については一部計画の延期も含め、投資を抑制します。ただし、戦略的に重要な介護事業者向けビジネスポータル、看護師向けコミュニティについては、事業の進捗に影響がない範囲でのコスト削減を実施します

新規事業への投資(販売管理費) [百万円]

	期首計画	修正計画
合計	約900	約650

主なコスト削減内容

介護事業者向け  
ビジネスポータル



- ・好調な会員化の状況及び上期の費用対効果を踏まえた販売促進費の削減
- ・マニュアル作成や技術者派遣の社内対応に伴う業務委託費の低減 等

看護師向け  
コミュニティ



- ・サイト活性化のため販売促進費の低減
- ・採用人物像の見直し及びそれに伴う人件費の未消化 等

その他開発・育成  
事業

- ・実験的に開始しようとしていたサイトの投資計画の延期
- ・その他の日常事業における可能な限りの投資抑制

介護分野は、主に人材紹介、求人広告の影響で、期首計画比93.8%の1,238百万の売上を計画しています

■介護分野の修正計画 [百万円、%]

	期首計画 (10年3月期)		修正計画 (11年3月期)		
	売上	全社 構成比	売上	全社 構成比	期首 計画比
日常	103	1.2	114	1.5	110.7
非日常	1,216	13.5	1,123	14.6	92.4
合計	1,319	14.7	1,238	16.1	93.8

□介護分野の修正計画 [百万円、%]

	期首 計画	修正計画		
	売上	売上	全社 構成比	期首 計画比
人材紹介	490	447	5.5	91.4
メディア	726	674	8.1	92.9
新規事業	103	114	1.2	110.7
合計	1,319	1,237*1	14.7	93.7

## 修正ポイント

### 日常

- ・ 中小介護事業者向けビジネスポータルの有料会員事業所数は、期首計画から変更無し（今期末3,800事業所）
- ・ 各コミュニティにおける会員数目標も、期首計画から変更無し

### 非日常

- ・ 人材紹介は、ケアマネジャー向け、PT/OT向けの売上は、共に期首計画から下方修正
  - － コンサルタント数は2名減少（期首計画年間平均約14名 → 修正計画年間平均約12名）
  - － 生産性は低下の見込み（期首計画年間平均約5名/月 → 修正計画年間平均約4名）
- ・ 介護職の求人広告の売上は、期首計画から下方修正
- ・ 資格講座情報の売上は、期首計画と概ね同等

医療分野は、主に看護師向け人材紹介の影響で、期首計画比84.3%の6,453百万の売上を計画しています

■医療分野の修正計画 [百万円、%]

	期首計画 (10年3月期)		修正計画 (11年3月期)		
	売上	全社 構成比	売上	全社 構成比	期首 計画比
日常	168	1.9	141	1.8	83.8
非日常	7,488	83.4	6,312	82.1	84.3
合計	7,657	85.3	6,453	83.9	84.3

□医療分野の修正計画 [百万円、%]

	期首 計画	修正計画		
	売上	売上	全社 構成比	期首 計画比
人材紹介	6,523	5,137	66.8	78.7
メディア	1,109	1,312	17.1	118.2
新規事業	23	4	0.1	19.5
合計	7,657	6,453	83.9	84.3

#### 修正ポイント

##### 日常

- 各コミュニティにおける会員数目標は、期首計画から変更無し
- 出版関連の売上は、期首計画と概ね同等

##### 非日常

- 看護師向け人材紹介の売上は、期首計画から下方修正
  - コンサルタント数は期首計画と同等（期首計画年間平均約180名 → 修正計画年間平均約180名）
  - 生産性は低下の見込み（期首計画年間平均約5名 → 修正計画年間平均約4名）
- 看護師の求人広告の売上は、期首計画から上方修正
- 新卒看護師の就職誌及び就職フェアは、期首計画から上方修正

### 3 第3四半期以降の取り組み

上期の業績結果及び業績予想を修正したことを重く受け止め、第3四半期以降、  
全社一丸となって以下の取り組みを推進していきます

#### 第3四半期以降の主な取り組み

##### 1 業績達成のための主な取り組み

- 全社への戦略周知のためのコミュニケーションラインの確立
- 新しい人材マネジメントの評価制度の浸透、および評価体制の変更
- 全社営業スキル向上のための体制構築
- コスト管理の徹底、及び継続的なコスト見直し

##### 2 長期的な競争力維持のための主な取り組み

- CSを意識した営業活動の推進
- 介護事業者向けビジネスポータルや看護師向けコミュニティー等の日常利用サービスによる囲い込み強化

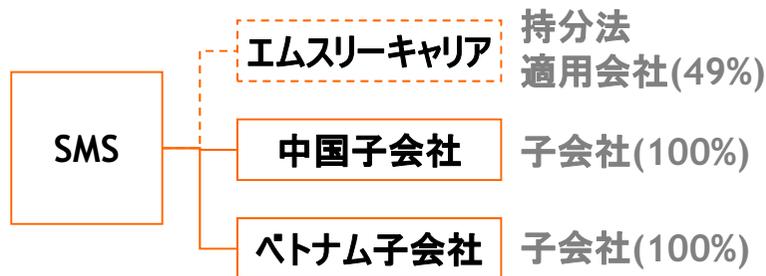
1	会社概要、企業理念、基本戦略	P2-P15
2	2011年3月期 第2四半期連結決算	P16-P22
3	2011年3月期 10月21日修正計画	P23-P30
4	その他ご参考	P31-P56

## 4 2011年3月期 決算開示の前提

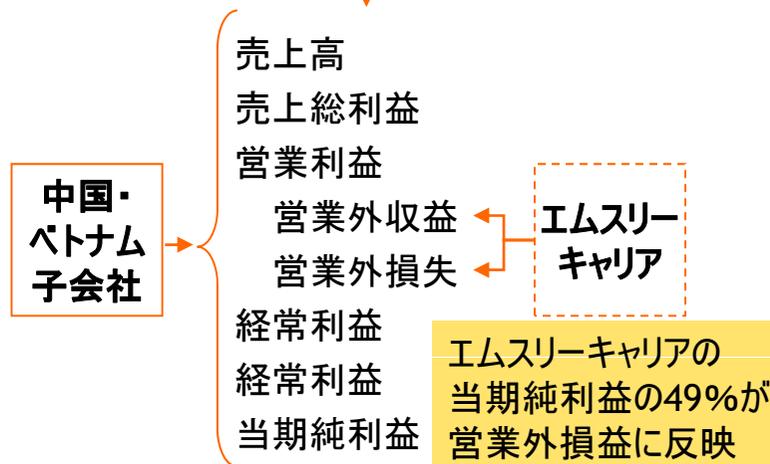
当社は、2011年3月期第1四半期決算から、連結決算開示となります。また、当社の重要な戦略概念である「日常事業」、「非日常事業」の事業区分で開示を行います

### 連結決算開示

連結決算の対象



連結損益計算書への影響



### 新・旧の開示事業区分

旧・開示区分

介護分野	医療分野	AS分野
<ul style="list-style-type: none"> <li>人材紹介</li> <li>メディア</li> <li>新規</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>人材紹介</li> <li>メディア</li> <li>新規</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規</li> </ul>

新・開示区分

介護分野	医療分野	海外分野
<ul style="list-style-type: none"> <li>日常</li> <li>非日常</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常</li> <li>非日常</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>非日常*1</li> </ul>

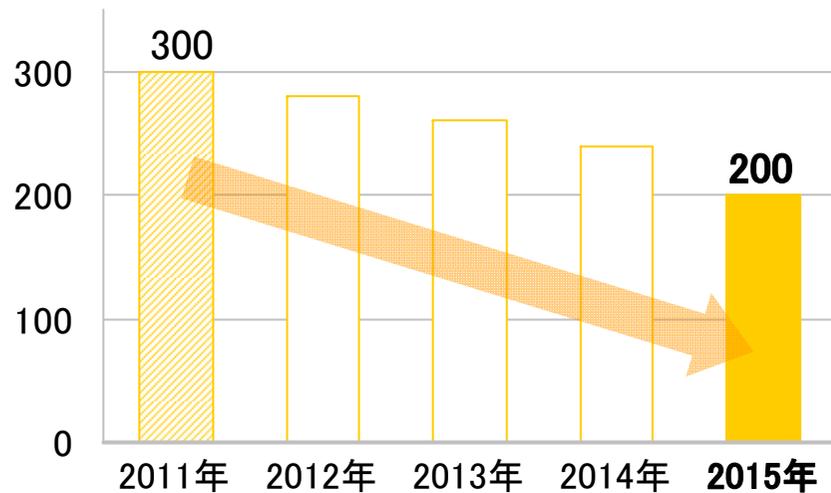
## 4 介護分野の戦略 - 中小介護事業者向けビジネスポータル -



カイポケビズは、今後5年間は「介護保険請求ソフト(ASP)」「求人広告」の2つのサービスを収益化事業としてフォーカスします。5年後の市場規模で、介護保険請求ソフトは約200億円、求人広告は約120億円と予測しています

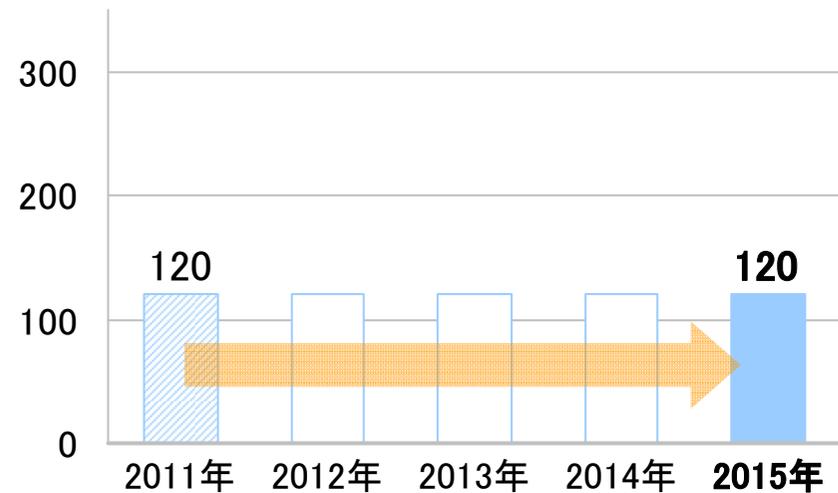
### カイポケビズの5年間の収益化対象市場の市場規模予測\*1

介護保険請求ソフト [億円]



高価格なパッケージソフトに代わり、低価格ASPが大幅にシェアを拡大する。これにより、ソフトの平均販売価格が下落するため、市場規模も5年後に約200億円まで縮小すると予測

求人広告 [億円]

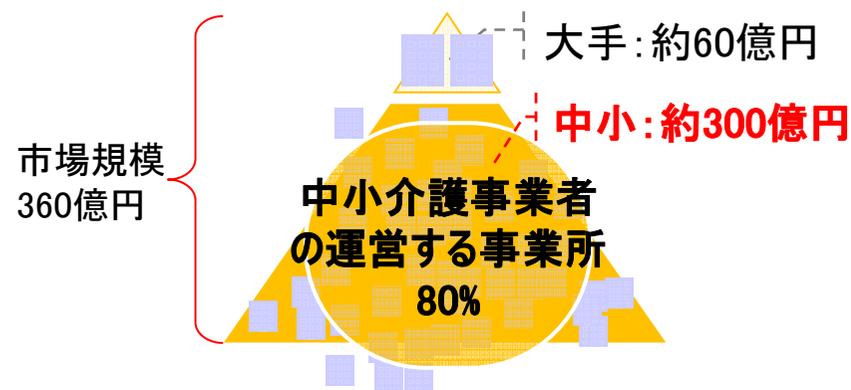


中小介護事業者向け求人広告市場は、現在の折込チラシやフリーペーパー等の紙媒体をメインとした状況が変わらず、市場規模は120億円程度で推移すると予測

## 4 中小介護事業者向けビジネスポータル市場規模算出の前提

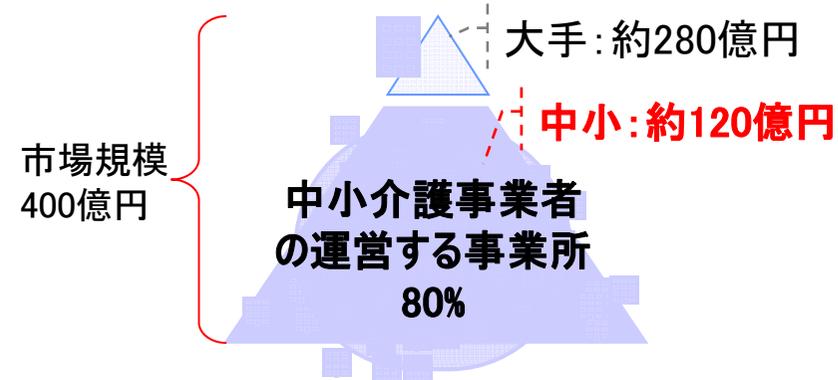
カイポケビズの対象となる中小介護事業者向け介護保険請求ソフト市場は、現在約300億円。また、カイポケビズの対象となる中小介護事業者向け求人広告市場は、現在約120億円と推計しています

### 介護保険請求ソフトの市場規模\*1



- ・現在の中小介護事業者向け介護保険請求ソフトの市場規模は約300億円と推計され、大手ソフトベンダー2社が、約30%の事業所シェアを占めています
- ・市場平均価格は、ソフト料金と訪問指導料、保守料を含め月額約3.5万円と推測されます
- ・ソフトベンダーは約40-50社あり、大手2社を含めパッケージ型のソフトが主流です。営業人員コストや既存システムの維持・改修コストが重く、総じて利益が出にくい環境となっており、ソフトの販売価格も高止まりの状況です

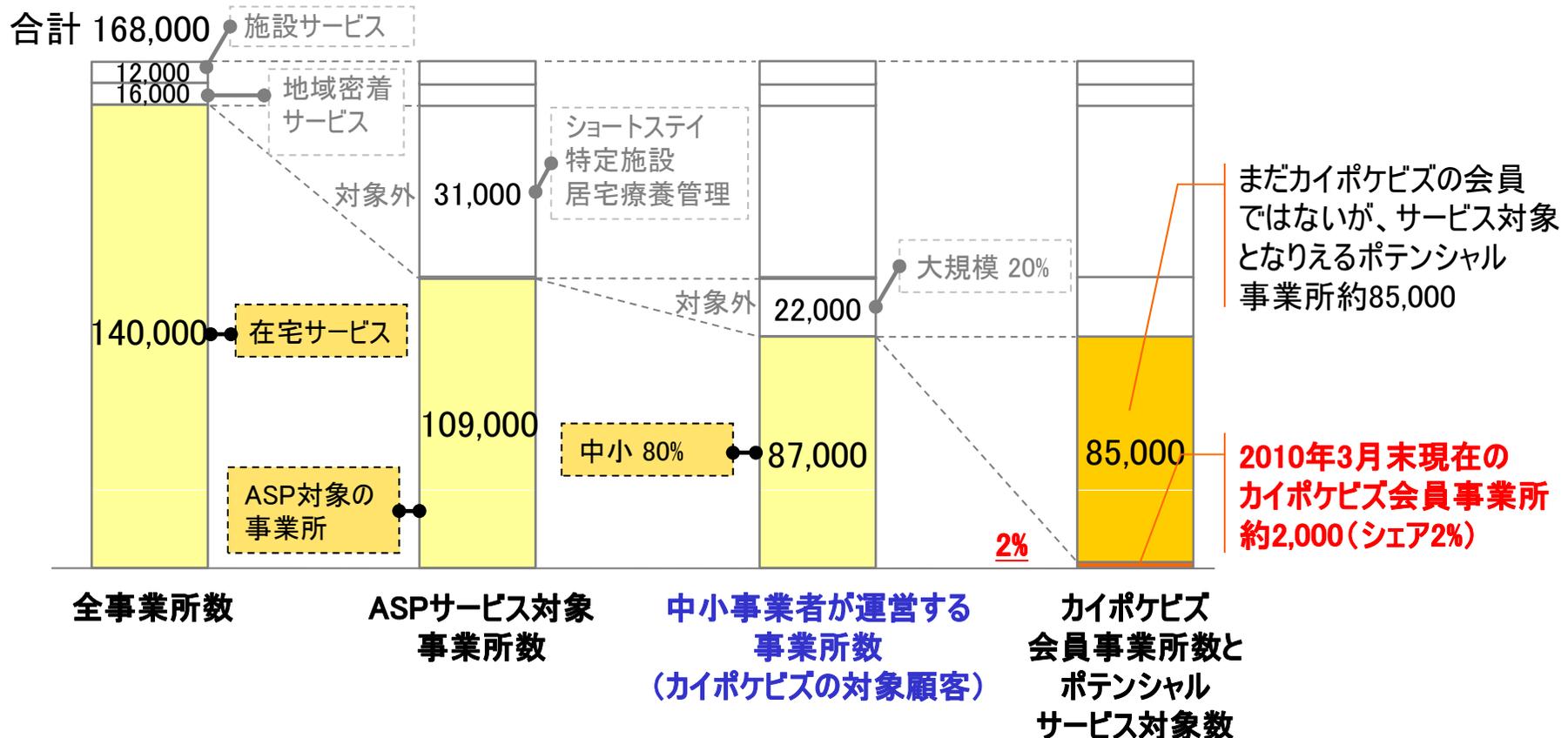
### 求人広告の市場規模\*1



- ・現在の中小介護事業者向け求人広告市場は、約120億円と推計されます
- ・大手介護事業者が運営する事業所で年間売上の約2%、中小で約0.5%の採用費をかけていると推計されるため、全事業所の平均売上から市場規模を算出すると、上記市場規模になります
- ・求人広告市場では、現在大手介護事業者は、Web求人広告を積極利用しているものの、中小介護事業者は未だ折り込み広告やフリーペーパーの利用が多くを占めています

## 4 中小介護事業者向けビジネスポータル「カイポケBiz」のサービス対象の定義

ビジネスポータル「カイポケBiz」のサービス対象は、在宅サービス事業所のうち、介護保険請求ASPの対象となる中小規模の事業者が運営する事業所。2010年3月末現在のカイポケBizの会員事業所数は約2,000事業所で、サービス対象におけるシェアは約2%のため、約85,000のポテンシャル顧客となる事業所が未だ存在します



\*1: 事業所数は2010年2月の厚生労働省データに基づき当社が推計

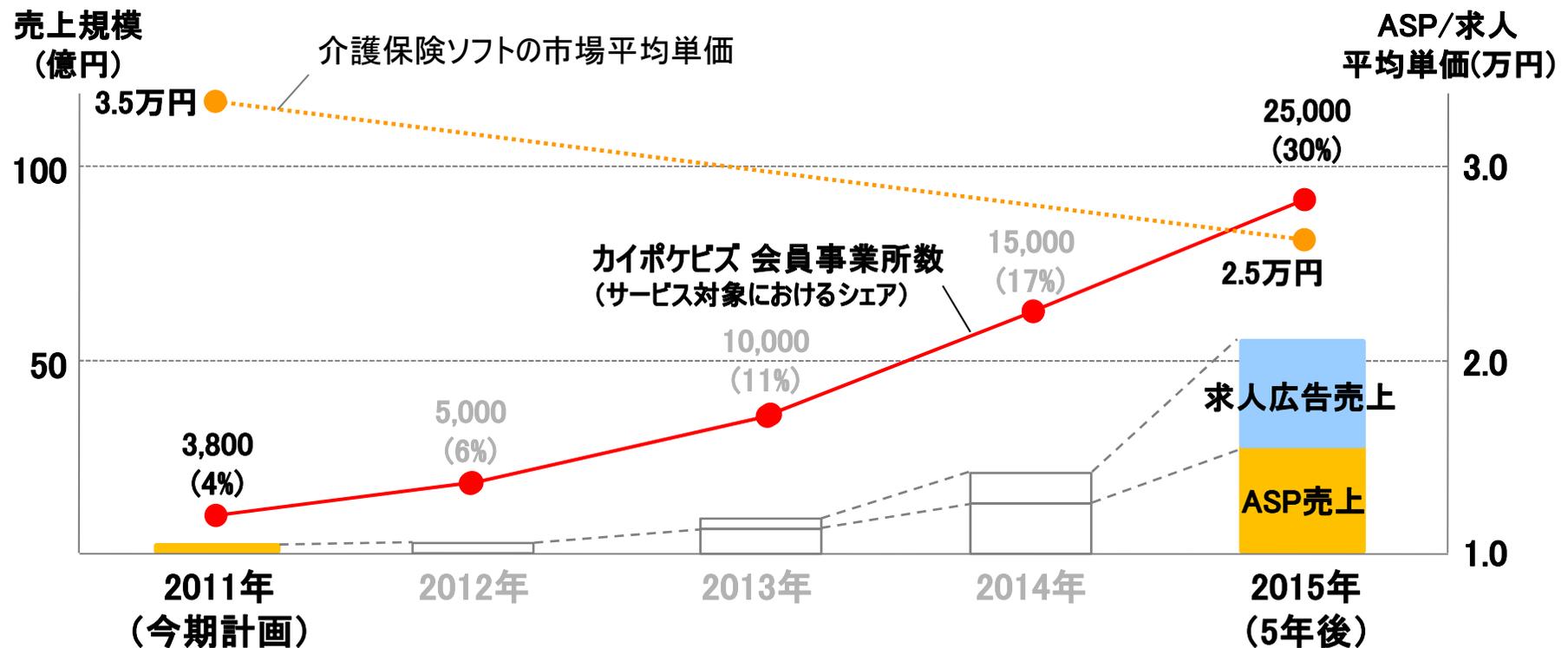
\*2: ショートステイ、特定施設はシステム対象外。居宅療養管理指導は、市場ボリュームに比べシステム利用ニーズが著しく低いので対象外

## 4 介護分野の戦略 - ビジネスポータル5年後の売上イメージ -



当社のカイポケビズは、会員事業所数で約2.5万、シェアで約30%を目指し、5年後の売上約50億円を理想としています。まず介護保険請求ソフトの低価格ASPを武器に会員拡大を図り、会員拡大に伴って順次求人広告の利用を増加させていきます

### カイポケビズの会員事業所数、介護保険請求ASPと求人広告の売上規模のイメージ



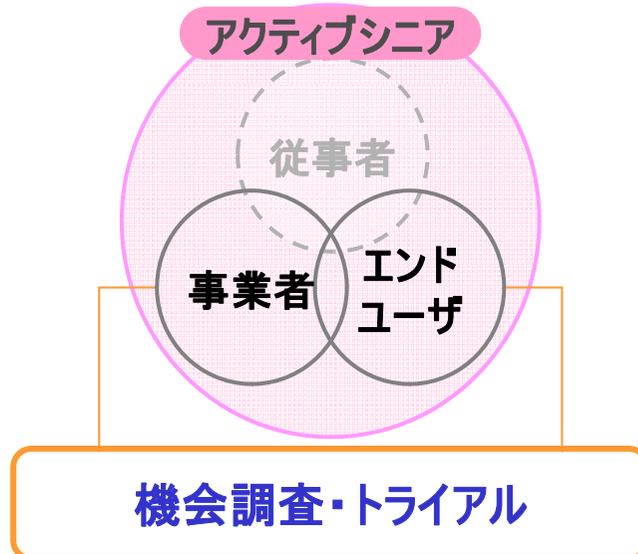
2011年、2012年はASPのみが収益源ですが、2013年からは徐々に求人広告の売上が立ち上がることを目指していきます

## 4 アクティブシニア分野と海外分野の戦略

アクティブシニア分野と海外分野においては、将来的な可能性に備えた機会の調査とトライアルに留めます

### アクティブシニア分野(3年後の目指す姿)

アクティブシニアに求められる情報インフラを理解し、3年後の戦略に活用できる状態を目指し、重点分野ではないが機会の調査とトライアルを行う



### 海外分野(3年後の目指す姿)

アジアにおける高齢社会に求められる情報インフラの姿とは何かを国ごとに理解し、3年後の戦略に活用できる

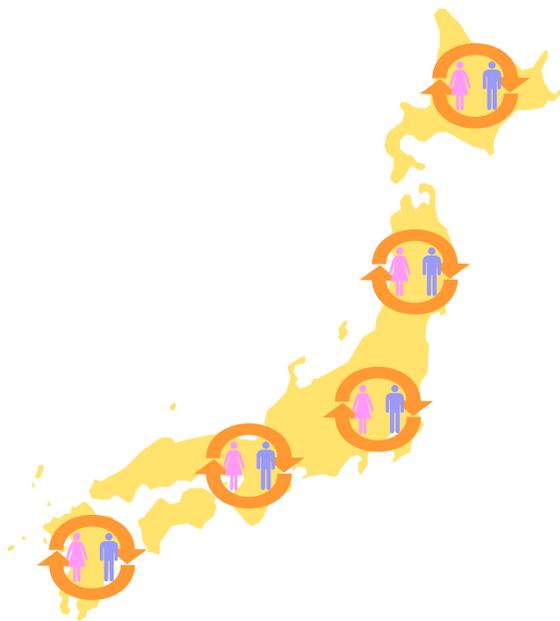
当社の強みを生かしNo.1になれる事業を特定し、複数の国において事業を開発・育成・事業化している



## 4 一般転職市場と介護・医療の転職市場の違い

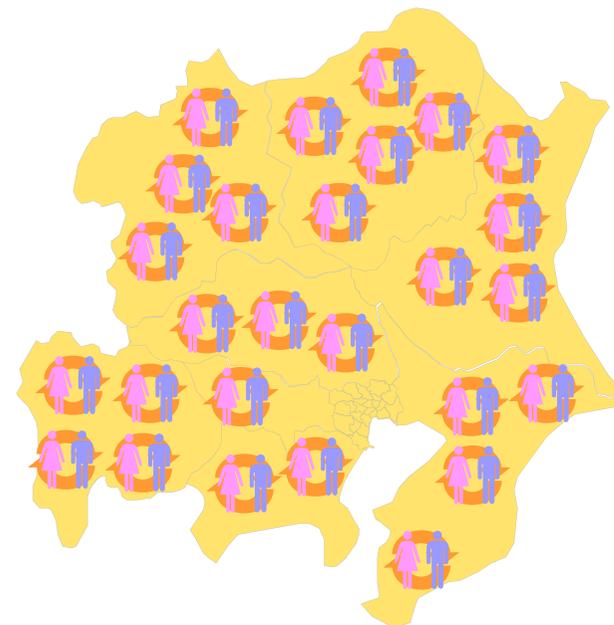
介護、医療分野では、一般転職市場と違い、転職において地域性が重視されるという特徴があります

### 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

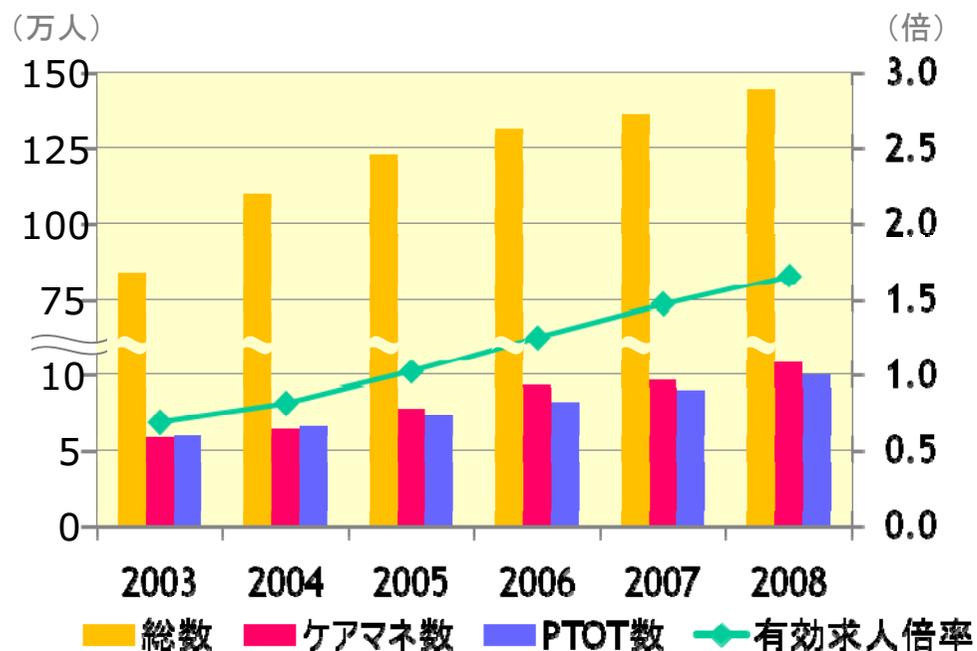


転職希望者は、自身の住まいの近隣地域で  
より良いキャリアを求めて転職活動を実施

## 4 介護求人広告事業の市場動向\*1

この数年間、介護従事者の採用に対する需要が供給を上回ってきましたが、景気悪化で無資格者を含む介護の従事者が増加したため、最近の有効求人倍率は大きく低下。求人広告など有料媒体の需要が低迷し、急な回復は見込めない状況です

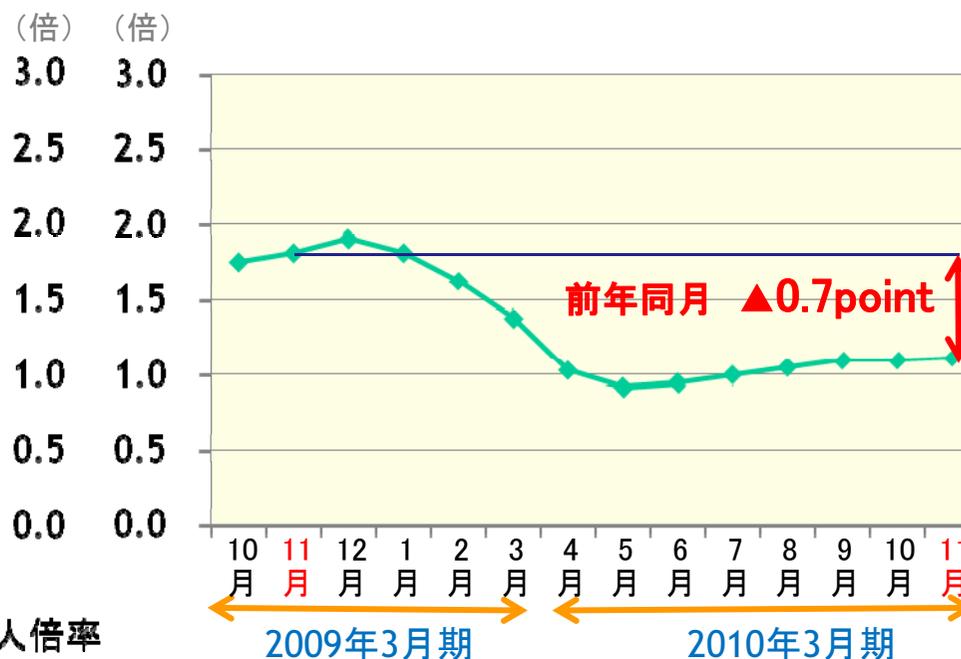
介護分野での総従事者数及びケアマネジャー、PT・OTの従事者数、介護分野の有効求人倍率\*2



従事者数は増加しているが、有効求人倍率も増大  
→従事者の供給はあったが、それ以上に需要が旺盛で、採用がしにくい状態が続いていた

出所：総数及びケアマネ数・PTOT数：厚生労働省の統計数値より当社推計  
有効求人倍率：右折れ線グラフと同様

介護分野の有効求人倍率の推移



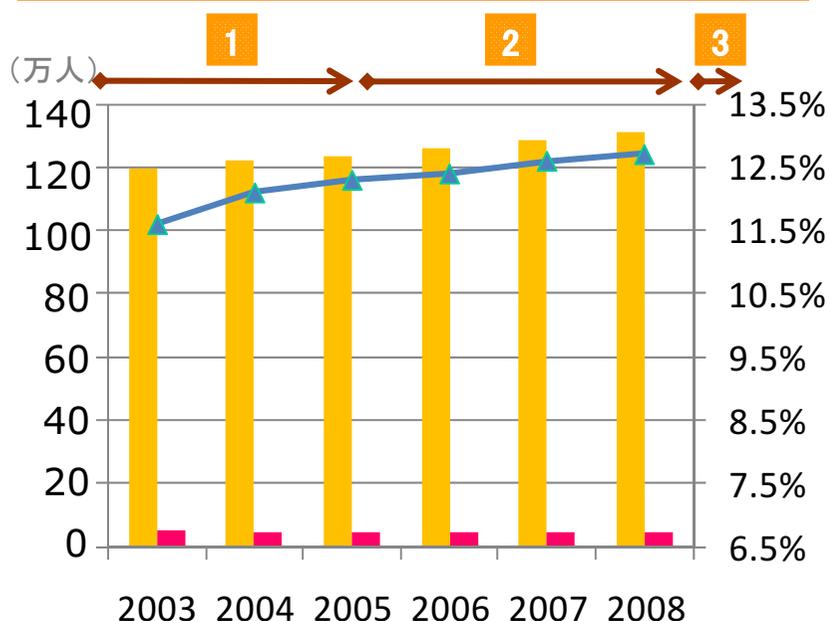
2009年1月頃より、経済環境悪化に伴う他業種からの流入、ハローワーク等公的機関による採用の充足等により、現在は求人数と求職数がほぼ同等のため、有効求人倍率が1.0に近づいている

出所：厚生労働省「職業安定業務統計」より「社会福祉専門の職業」を記載。「社会福祉専門の職業」には、保育士、ソーシャルワーカー等を含む

## 4 看護師人材紹介事業の市場動向と競合環境\*1

当社参入時から近年まで、看護師数、離職率ともに大きな変化はないため、人材紹介事業の市場ポテンシャルに大きな変化はありません。しかし、2010年3月期より大資本の人材関連サービス会社等の競合が市場に参入を開始しています

### 就労看護師数・国家試験合格者数・離職率\*2



■ 就労看護師数      ■ 国家試験合格者数  
▲ 離職率

国試合格者数は横ばい、離職率は微増傾向のため、今後も看護師不足の状況は続くと思われる

### 競合環境の変化

**1 当社参入時 ('05秋)**  
独立資本の企業を中心に、特定地域内で支配的な力を持つ企業や、全国展開を行う専業の中規模企業が出始めた

**2 当社参入～昨年度 ('05秋～'09春)**  
参入時の状況から大きな変化はなし。相対的には当社が成長し、大きなシェアを獲得した

**3 10年3月期 ('09春～)**  
不況の影響から、大資本の人材関連サービス会社が参入を開始した

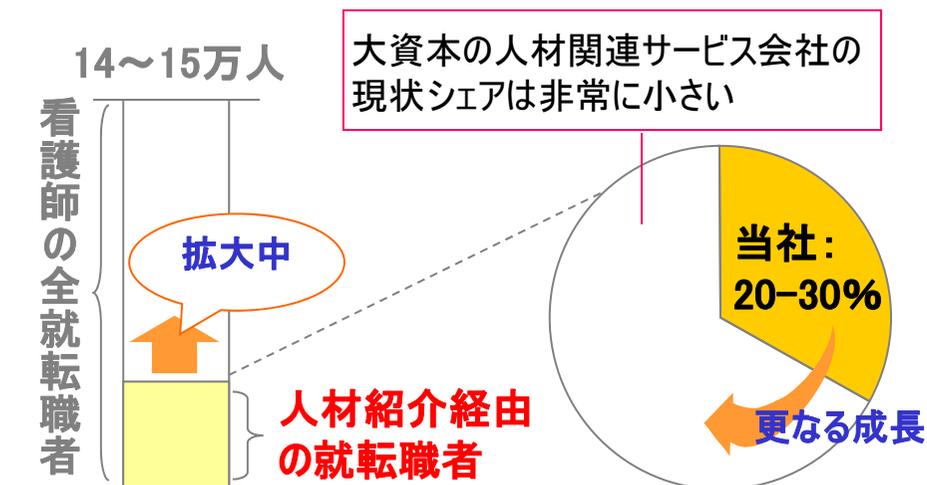
出所: 総数(准看含):看護関係資料集(日本看護協会出版) 離職率:「病院における看護職員需給状況等調査」(日本看護協会)  
国家試験合格者数:厚生労働省

\*1: 2009年12月31日時点の状況 \*2: 07年総数、08年離職率は当社推計 08年総数は厚生労働省

## 4 看護師人材紹介事業の市場動向と競合環境\*1

看護師人材紹介の市場において、当社は20-30%のシェアを占めていると想定しています。しかし、今後数年間で、プロモーションコストの増加や大資本の人材関連サービス会社がシェアを上げてくる可能性があることから、当社は、人材紹介事業の競争力向上と看護師の日常的な困り込みにより、差別化を図ります

### 看護師人材紹介の市場規模イメージと 人材紹介市場における当社シェア\*2



看護師の全就転職者の中で、人材紹介経由で入職する人の割合イメージ

人材紹介経由入職者中の当社シェア\*2 [%]

### 今後数年間の事業環境の変化の可能性

1

競合環境が厳しくなるにつれ、各社とも従事者を獲得するためのプロモーションコストが徐々に増加していく可能性がある

2

大資本の人材関連サービス会社が、徐々にシェアを上げてくる可能性がある

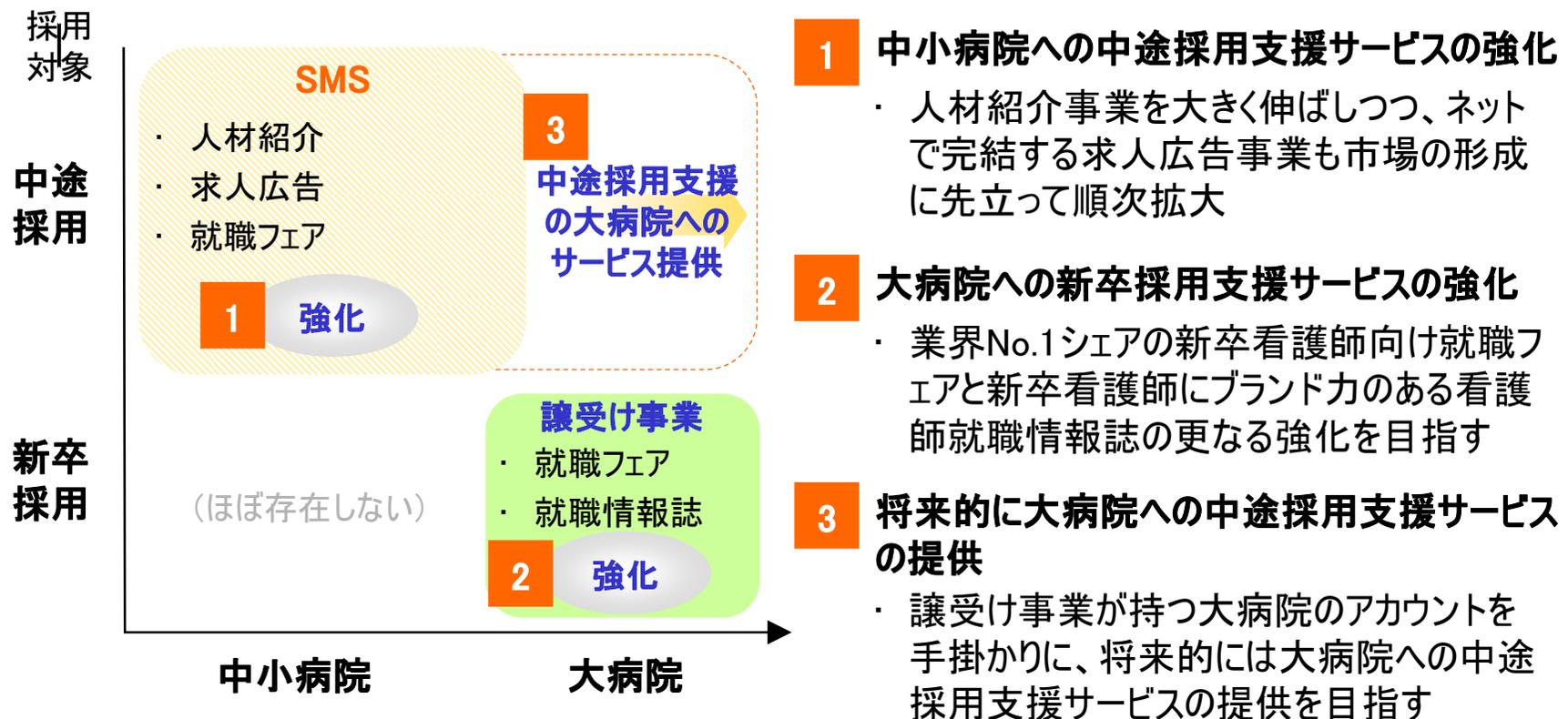
人材紹介事業の競争力向上と  
看護師の日常的な困り込み  
による差別化

人材紹介市場は、拡大中。その中で、当社はトップシェアを獲得しているが、更なる成長を目指す

## 4 アンファミエ社からの医療事業譲受け

2009年8月3日に、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



## 4 アンファミエ社からの医療事業譲受け

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、看護師の日常的な囲い込みを促進できると考えています

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

## 4 エムスリーキャリアの設立

2009年12月28日に、エムスリー株式会社と共同で「エムスリーキャリア株式会社」を新設し、当社の医師・薬剤師を対象とした人材紹介事業を承継させる会社分割を実施しました

### 設立の理由

- ・ 医師・薬剤師向け人材紹介事業などを展開するSMSと、国内最大級の医師・薬剤師向け転職情報サイトを提供するエムスリーが共同で新設分割することで、求職者と求人者のベストマッチを高い水準で効率よく実現することが可能となること

### 会社分割対象事業

- ・ 医師向け人材紹介の「ドクターキャリアエージェント」（「ドクターバイトナビ」含む）
- ・ 薬剤師向け人材紹介の「ファーマ人材バンク」（「薬剤師求人プラス」含む）

### エムスリーキャリア株式会社の会社概要\*1

事業内容	医療従事者及び関連人材を対象とした人材サービス
資本金	50百万円
設立	2009年12月28日
従業員数	28名（うち、SMSからの出向23名）
株主	エムスリー： 51%    SMS： 49%

### 会社分割対象サービスの経営成績(売上高)

	2009年3月期
分割事業部門(a)	347百万円*2
SMS(単体)(b)	5,177百万円
比率(a/b)	6.7%

## 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



## 4 サービス別ビジネスモデルのまとめ - 介護分野 -

事業区分	サービス対象	サービス名	ビジネスモデル
日常	従事者(ケアマネジャー)	ケアマネドットコム	コミュニティ
	従事者(介護・福祉職)	けあとも	コミュニティ
	エンドユーザ(介護をする家族)	安心老後	コミュニティ
	事業者(中小介護事業者)	カイポケBiz	ビジネスポータル
非日常	従事者(ケアマネジャー) 事業者(介護事業者)	ケア人材バンク	人材紹介
	従事者(PT/OT*1) 事業者(介護事業者)	PT/OT人材バンク	人材紹介
	従事者(介護・福祉職) 事業者(介護事業者)	カイゴジョブ	求人広告 合同就職・転職フェア
	従事者(介護・福祉系学生) 事業者(介護事業者)	ケアガク	求人広告 合同就職・転職フェア
	従事者(医療・介護従事者) 事業者(資格講座運営会社)	シカトル	資格講座情報
	エンドユーザ(介護をする家族) 事業者(有料老人ホーム等)	介護の家探し	求人広告

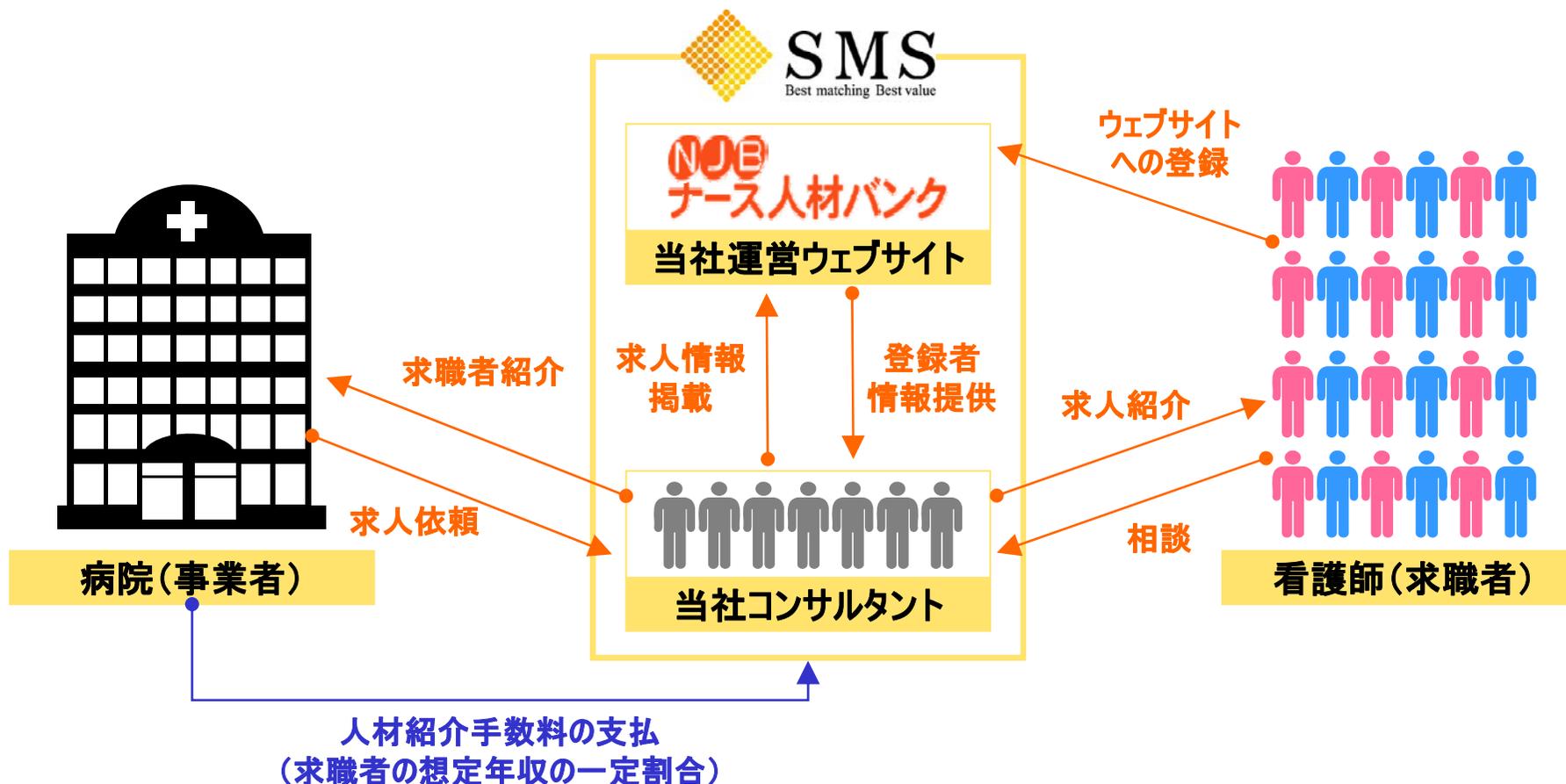
## 4 サービス別ビジネスモデルのまとめ – 医療分野 –

事業区分	サービス対象	サービス名	ビジネスモデル
日常	従事者(看護師・看護学生)	ナース専科コミュニティ	コミュニティ
	従事者(看護師)	看護師向け 出版サービス	出版
	従事者(管理栄養士・栄養士)	Foodish	コミュニティ
	従事者(登録販売者)	登録販売ナビ	コミュニティ
	従事者(薬剤師・薬学生)	ココヤク	コミュニティ
非日常	従事者(看護師・准看護師) 事業者(病院等)	ナース人材バンク	人材紹介
	従事者(看護師・准看護師) 事業者(病院等)	ナース専科求人ナビ	求人広告 合同就職・転職フェア
	従事者(看護学生) 事業者(病院等)	新卒看護師向け 求人広告サービス	求人広告 合同就職・転職フェア

## 4 ビジネスモデル - 人材紹介 -

人材紹介では、当社サービスを通して求職者が転職に成功した場合、事業者（病院、介護事業者）より想定年収の一定割合を人材紹介手数料として得ています

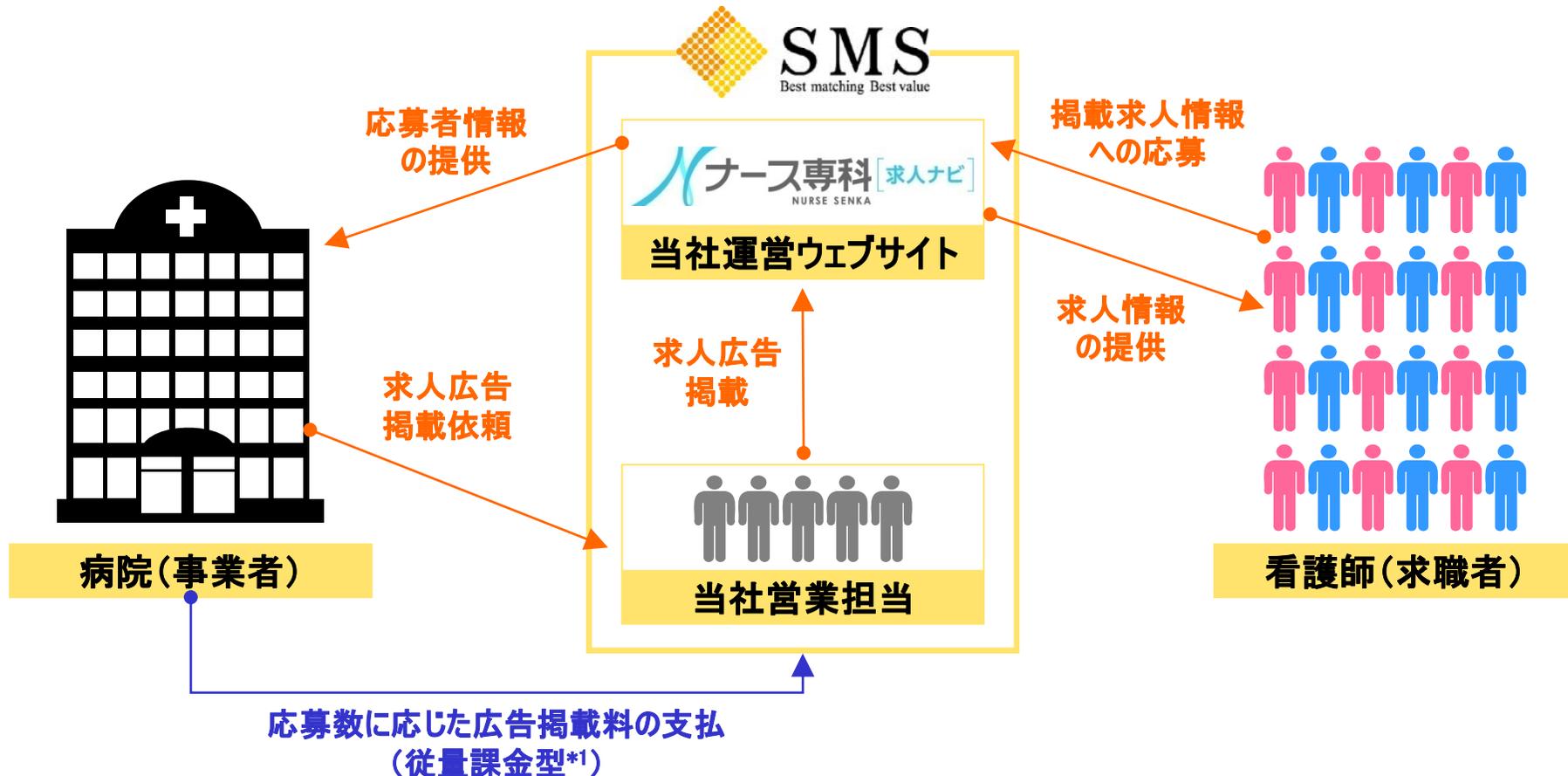
【看護師の人材紹介サービス「ナース人材バンク」の例】



## 4 ビジネスモデル - 求人広告 -

求人広告では、事業者（病院、介護事業者、人材派遣・紹介事業者など）より、求職者の求人への応募数に応じた従量課金型の広告掲載料を得ています

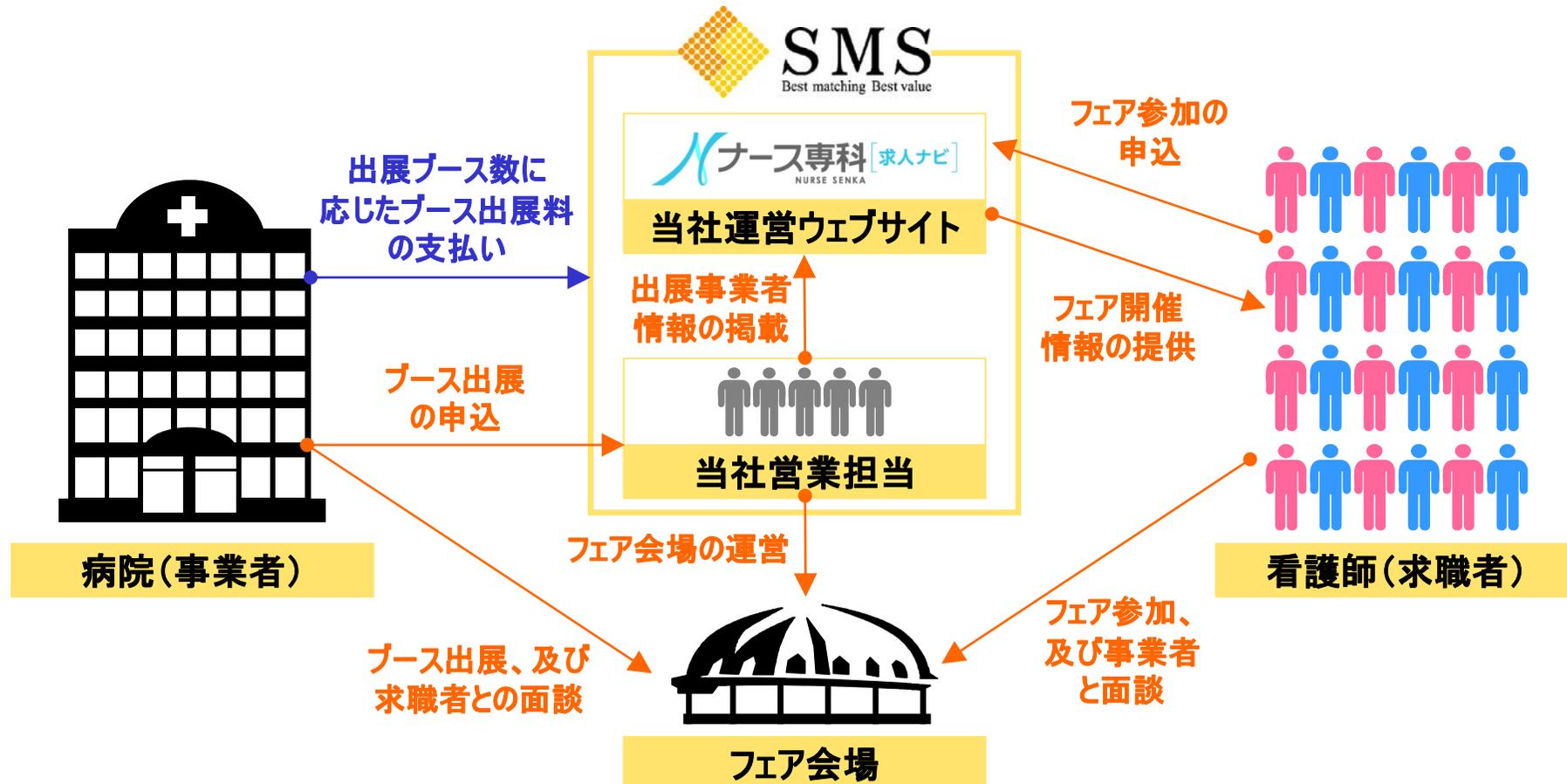
【看護師の求人広告サービス「ナース専科求人ナビ」の例】



## 4 ビジネスモデル - 合同就職・転職フェア -

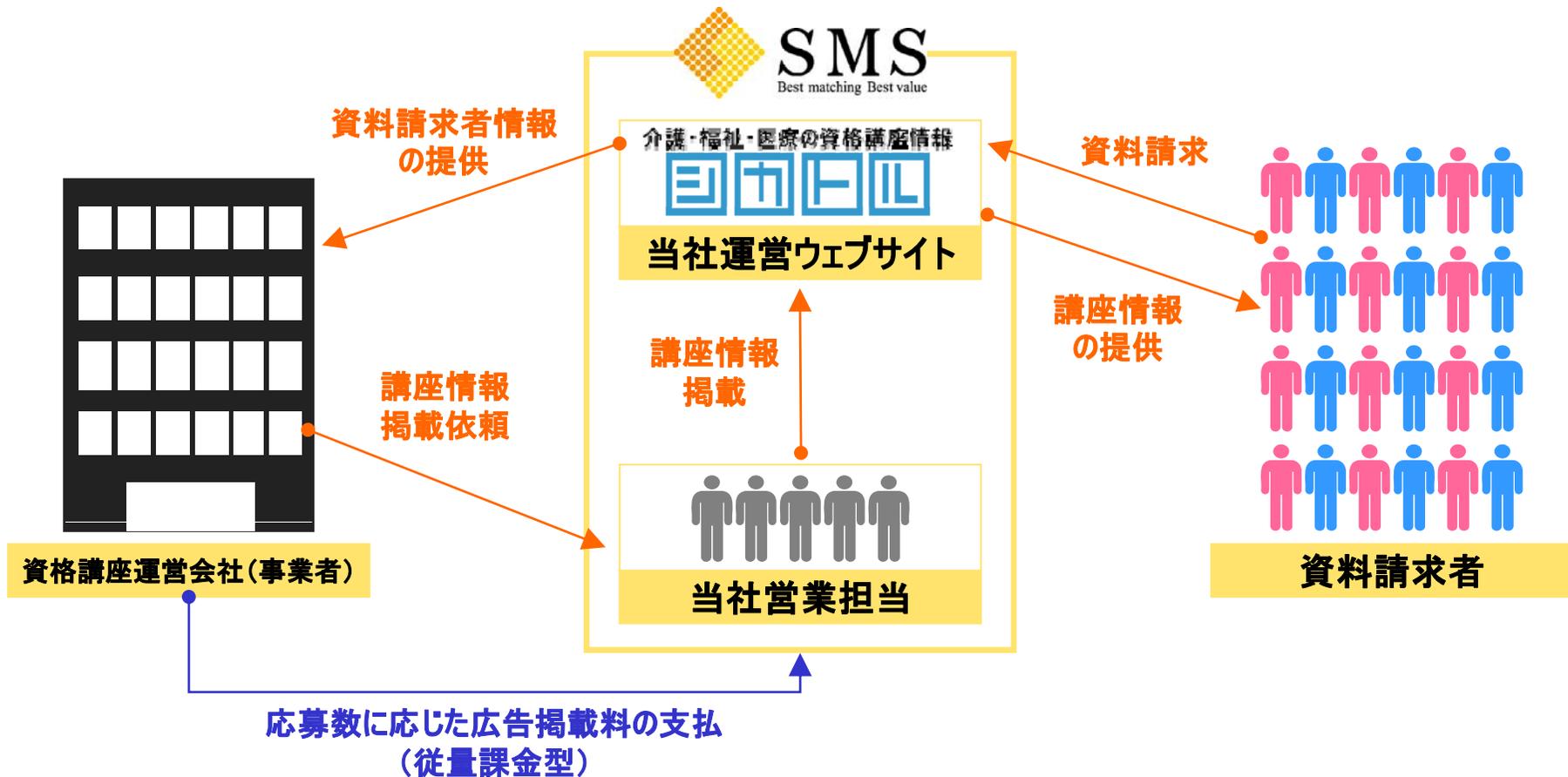
合同就職・転職フェアでは、事業者（病院、介護事業者）より、フェア会場に出展するブース数に応じてブース出展料を得ています

【看護師の合同就職・転職フェアサービス「ナース専科求人ナビ」の例】



## 4 ビジネスモデル - 資格講座情報 -

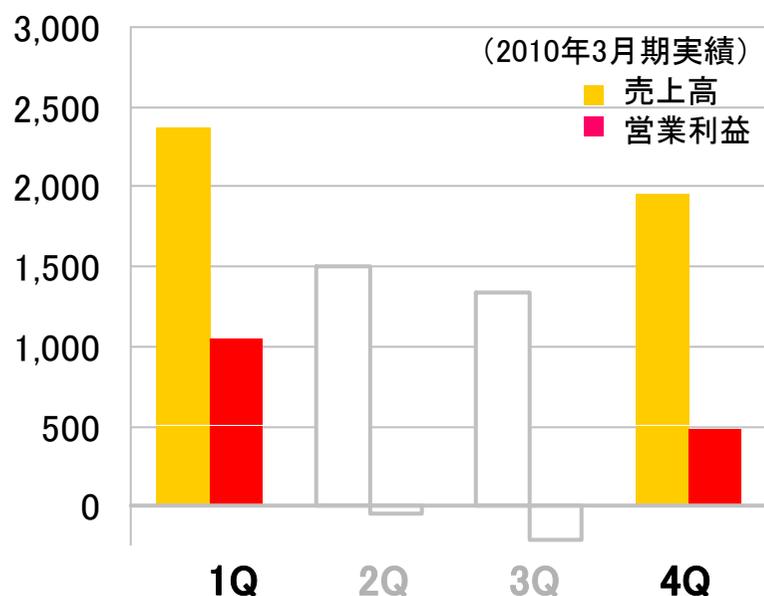
資格講座情報では、事業者(介護・医療関連の資格講座運営会社)より、資料請求者の資料請求数に応じた従量課金型の広告掲載料を得ています



## 4 当社業績の季節偏重

当社の業績は、売上・利益の多くを占めるキャリア関連事業に季節性が存在するため、第1四半期及び第4四半期に売上及び利益が偏重する傾向にあります

売上高・営業利益の季節偏重 [単位:百万円]



第1四半期及び第4四半期に売上高と営業利益が大きく偏重する

### 季節偏重をもたらす事業とその理由

#### 第1四半期に偏重する事業

##### □人材紹介

- 求職者が事業者に入社した時点で売上高として計上されるため、人事異動が多く発生する4月を含む第1四半期に売上高・営業利益が偏重する傾向がある

#### 第4四半期に偏重する事業

##### □求人広告

- 事業者が年度初めの採用に向けて、年度末にかけて広告宣伝費を多く使うため、第4四半期に売上高・営業利益が偏重する傾向がある

##### □就職誌

- 就職誌が印刷会社から発送された時点で売上高として計上されるため、看護学生向け就職誌春号が提供される3月を含む第4四半期に売上高・営業利益が偏重する傾向がある

当社は、下記4項目を特に重要な課題と考え、それぞれに対する対策を進めます

## 課題

### 人材の確保と育成

- ・ 継続的成長が必要
  - ・ 特定役員に経営情報が集中している状態
- 人材の採用および既存社員の育成が必要

### 既存サービスの生産性向上

- ・ 大資本の競合他社が市場参入を開始
- 現在脅威とはなっていないが、今後脅威となる可能性があり、対策が必要

### 新規サービスの展開

- ・ 大資本の競合他社が市場参入を開始
  - ・ 現状、非日常的ニーズを満たすサービスが中心
- 日常的ニーズを満たすサービスが必要

### 買収等にかかる業務の精度向上

- ・ 新規サービス開発等のため、M&Aや合併事業展開の可能性有り
- 事業成長可能性やリスク見極めの精度向上が必要

## 対策

### 積極的採用と育成の実施

- ・ 採用、育成を積極的に実施
- ・ 特にマネジメント人材については、積極採用及び研修制度の拡充を実施

### CS向上・業務体制の整備

- ・ ユーザー、事業者の満足度向上
- ・ 高品質、高付加価値サービスをより効率的に提供できる業務体制の整備

### 日常化の促進

- ・ ユーザーの日常的ニーズを満たすサービスの開発・育成に注力

### 当該業務体制の充実

- ・ ナレッジ蓄積や業務改善による体制の構築
- ・ 人材の確保、育成等

## 4 よくあるご質問

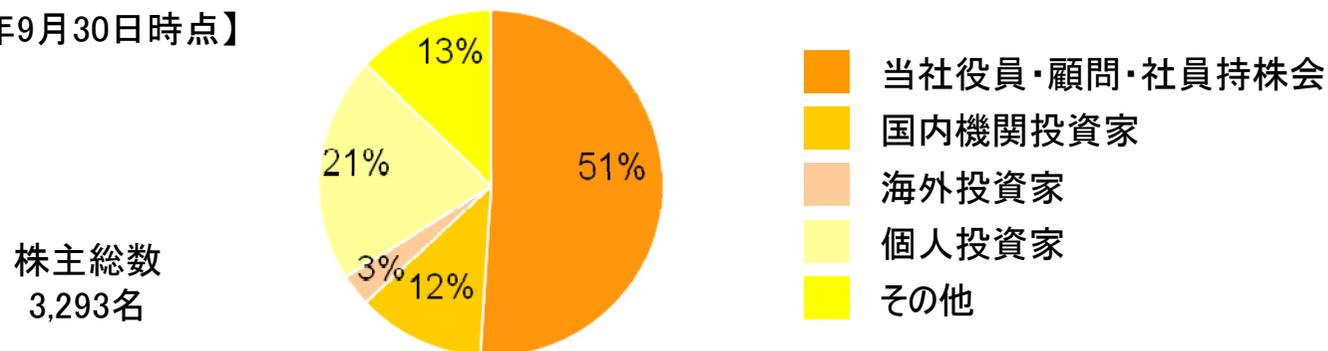
### 社員構成比は？

⇒ 2010年9月30日時点での社員数434名(連結)の内訳は以下のようになっております。

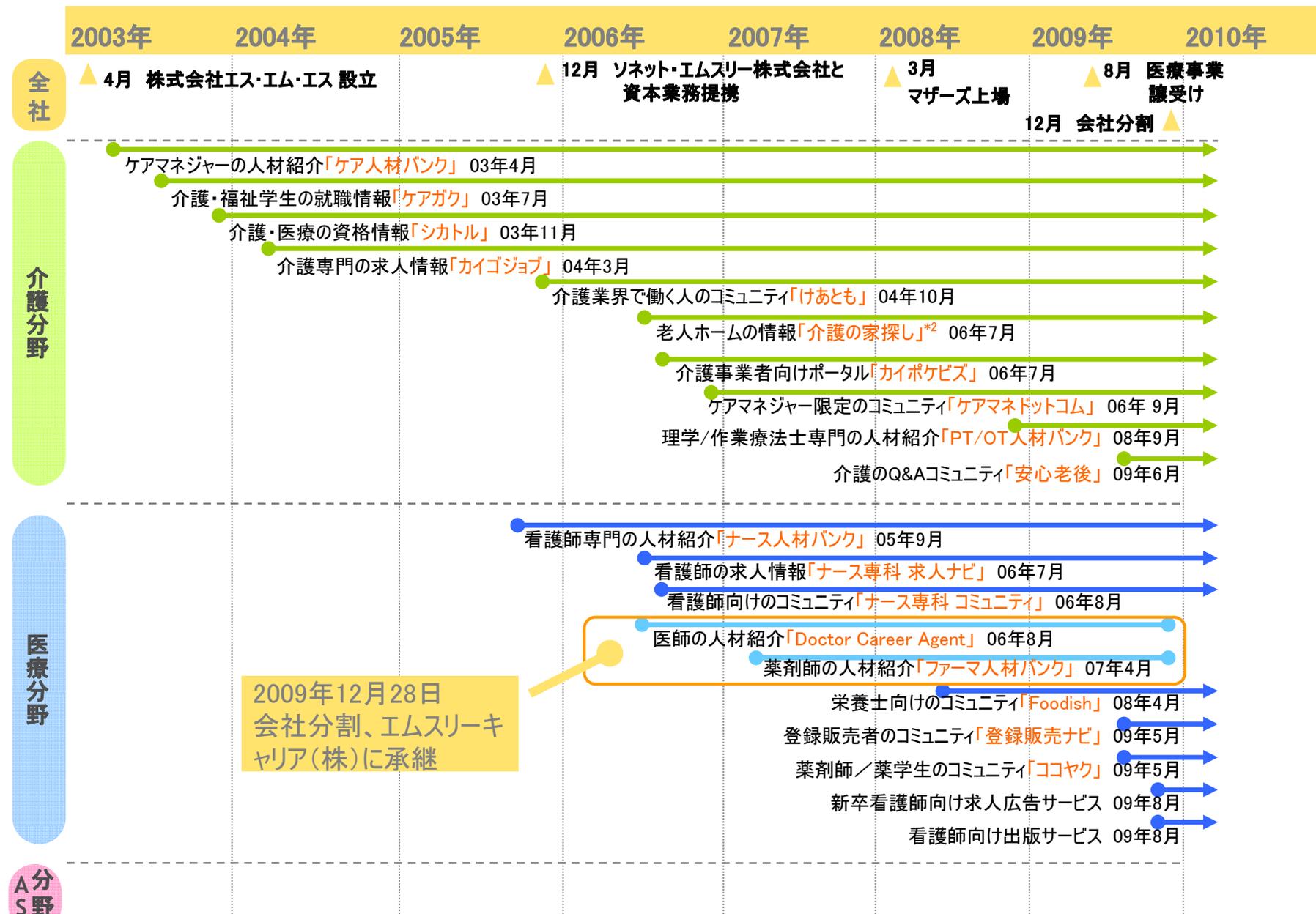
▶ 株式会社エス・エム・エス	: 418名
➢ 人材紹介	: 約220名
➢ 求人広告	: 約30名
➢ 媒体企画、システム開発、資格・新規事業	: 約110名
➢ その他管理部門	: 約50名
▶ 子会社	: 16名

### 株主構成は？

【2010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



2009年12月28日  
会社分割、エムスリーキャリア(株)に承継

# 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2010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](mailto:irinfo@bm-sms.co.jp)

TEL : [03-5295-7567](tel:03-5295-7567)