

2024 年 2 月期第 1 四半期決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集は、決算説明会にご出席の皆様から頂いた主なご質問をまとめたものです。

なお、理解促進のために一部内容の加筆・修正を行っております。

●全体について

Q1. 人件費が計画比で多いように見えますが、どのような要因からでしょうか。また、この水準が続くと今期の営業利益計画の達成が困難にならないでしょうか。

回答：人件費は現状、第 1 四半期の社内計画とほぼ一致しており、想定通りです。第 1 四半期は、社員総会や新卒向けの研修の費用など一時コストが 2～3 億円含まれており、この水準が続くわけではありません。第 2 四半期と第 3 四半期の人件費は 47～48 億円の範囲に収まり、第 4 四半期は、期末の通期表彰に係る報奨金などにより、多少の増加を見込んでおります。

したがって、今期の営業利益計画の達成に問題ありません。

Q2. 競合他社が広告宣伝費を削減しているようですが、貴社への影響はいかがでしょうか。

回答：広告業界では「シェア・オブ・ボイス」という言葉があります。これは、製品・サービスのシェアは広告の絶対量ではなく、同じカテゴリーにおける競合製品やサービスの広告出稿量との比較で決まるという考え方です。

競合他社の広告宣伝活動について、現状の各メディアの出稿量が以前より減少していると捉えています。このような状況は、当社の広告宣伝活動にとってはプラスの影響であり、結果として、当社のタイトル等への応募数やアプリのダウンロード数、月間アクティブユーザー（MAU）など各 KPI の向上の要因の 1 つと考えています。

●人材サービス事業について

Q3. メディア（求人広告）サービスについて、足元の事業環境はどのような状況でしょうか。また、第 4 四半期は飲食やサービス業が回復傾向にあった一方で、製造業は伸び悩んでいたとのことですが、第 1 四半期はいかがでしょうか。

回答：前第 4 四半期に引き続き、飲食・サービス業は大きく回復していると感じています。特に飲食店については、以前は食事メインの飲食店の求人需要が高まっていましたが、最近ではアルコール類を提供する飲食店の需要もかなり戻ってきているという印象です。

一方で、製造業については、半導体不足の問題が求人需要にも影響していましたが、最近では改善の兆しが見えてきています。そのため、下半期に向けては当該顧客からの受注に期待しています。

Q4. 求人広告の将来性について、下記2件に係る見解を教えてください。

- ・飲食業の価格上昇が続く中、当該業種の顧客企業も求人出稿数を増やす方向に動くことを期待しているが、その点についてはどう考えますか。
- ・応募は好調とのことですが、第2四半期以降の需要取り込みの具体的な進行状況はどの程度でしょうか。（決算説明の中では、『下半期については、2023年4月入社の新卒社員の稼働に期待』とのことでした。これについてはいかがでしょうか）

回答：まず、飲食業の価格上昇を受けて、顧客企業からの求人出稿が増えるであろうというご見解については、当社も同様の考え方です。

また、応募数が増加し、それに伴って売上が拡大していく流れには大きな手応えを感じています。

なお、下半期に向けて、4月入社の新入社員が売上を生み出していく一方、昨年入社した2年目の社員たちも次のステージに進んでおり、これらの社員がさらなる生産性の向上が貢献してくれることを期待しています。

Q5. 人材サービス事業の成長率が回復していますが、その背景について教えてください。バイトルの掲載件数などはそれほど伸びていないように思われますが、人手不足感の高まりで求人掲載1件当たりの単価が上昇しているのでしょうか、それともバイトルPROの成長が大きいのでしょうか。

回答：経済の緩やかな回復とともに、人材市場全体が活気づいてきています。当社の場合、バイトルをはじめとする求人情報サイトへの応募が順調であり、競合他社に比べて私たちのサービスがより選ばれていることから、私たちの商品力が強まってきていると解釈しています。

掲載件数についてはご指摘の通り、掲載件数自体の伸びはそれほど大きくありませんが、売上は掲載件数の伸びを上回っています。これは、労働力の獲得が難しく、より高いプランを購入する必要があるという状況が、単価上昇の原因となっていると考えられます。

Q6. バイトルを中心としたメディア(求人情報)サービスの足元の進捗と先々の見通しを教えてください。

回答：まず、足元の進捗については、第1四半期から大きな伸長というところはありません。

また、先々の見通しについては、5月のゴールデンウィーク明けに新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行されたことによる爆発的な経済回復を期待していたものの、現時点ではそのような状況には至っていないと考えています。しかしながら、これから下半期に向けて人材サービス事業ほか各事業に注力し、それぞれ成長させることによって、現在の業績予想値を超えたいと考えています。

Q7. メディア(求人情報)サービスの契約単価が若干上昇しているのは、契約単価の高いバイトルがはたらかねっとより伸びたことによるミックス効果でしょうか。それとも、バイトル自体の1社あたり単価も上がっているのでしょうか。

回答：バイトルがはたらこねっとよりも強い伸びを示しているため、ミックス効果が一部に影響を及ぼしていることは一因です。しかし、契約単価の上昇の主要な原因は、大口顧客を中心に単価が上昇しているという事実によるものと考えています。

Q8. バイトル PRO の売上高と利益貢献、そしてその進捗について教えていただけますか。

回答：バイトル PRO の売上については、前年比で 2.5 倍に増加しており、約 10 億円となっています。利益については、前回の決算説明会で述べた通り、年間で約 25 億円かかっていた広告宣伝費を約半分に削減し、その予算をバイトル、バイトル NEXT、はたらこねっとと一緒に運用することで、より効率的に運用しています。その結果、バイトル PRO の広告宣伝費も効率化され、第 1 四半期の共通費配賦前の利益は 4 億～5 億円です。

Q9. 人材サービス事業において、2023 年 4 月入社の新卒社員の教育に既存社員の時間がとられてしまい、今後において営業体制が混乱することは考えなくてよいでしょうか。

回答：確かに今期は過去最多の新卒を採用しました。しかし、当社が毎年約 400 名の新卒を迎えていることを考えると、極端に人数が増えたというわけではありません。新入社員を育成する管理職一人当たりの新卒数は、例年 3 人から今年は 4 人に増えたというイメージです。なお、当初は一部の管理職への負荷がかかるという話もありましたが、時間の経過と共にうまく適応しており、営業体制に混乱が生じているという状況はありません。

この 4 月に迎えた多くの新卒社員を早期育成・戦力化し、数の力を生かした営業活動に取り組みたいと考えます。

●DX 事業について

Q10. 3 カ月前と比べて、DX 事業における事業環境が力強くなったように感じますが、この 3 ヶ月間で何か変化がありましたでしょうか。

回答：まず、メディア（求人広告）サービスと連携して面接コボット等の販売を強く推進できたことが、大きな変化として挙げられます。この販売推進の取り組みが商品開発および営業活動を加速させるなど、良い循環が生まれています。

また、新しい本部長兼サービスオフィサーのもとで新たな戦略が立案され、ユーザーファーストの各施策が実行に移されたことにより、当該事業に携わる社員等が前向きかつ積極的に取り組んでいるという変化も現れてきています。

例えば、集客コボットのように、事業の新たな成長の柱となる新商材が次々とリリースできていることも、これら一連の変化の中から生まれているのではないかと考えています。

Q11. DX 事業のセグメント利益率について、マーケティング費用を積極的に投じた場合、当該利益率は低下していくものと想定しておりましたが 45 % 台となっています。この利益率は 2023 年 2 月期第 4 四半期および当期の通期予想よりも高い水準ですが、この背景を教えてください。

回答：DX 事業において高い利益率となったのは、販売促進費を当初計画よりも抑えることができたことによります。当該事業では効率的なマーケティング活動が実施できており、次の四半期以降もこの利益率水準を維持できる見込みです。

Q12. 今期の DX 事業のセグメント利益率の推移について、見解を教えてください。

回答：DX 事業のセグメント利益率について、各四半期で計画している施策の費用次第で若干の変動が生じる可能性があるものの、今期は各四半期ともに 40 ~ 45 % 程度で推移すると考えています。

以 上