

2025 年 2 月期 第 2 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・修正を行っています。

●人材サービス事業（メディアサービス）について

Q1. 新規求人倍率（一般・パートタイム）の前年比が低迷している要因と、今後のマーケット動向に対する予測を教えてください。

A1. 新規求人倍率（一般・パートタイム）は、業種ごとの複合要因で変動しています。業種ごとのモメンタムは、飲食領域、事務領域が第 1 四半期に続き、第 2 四半期も弱い状況が継続しています。製造領域も、半導体の生産は比較的好調なものの、自動車の生産台数が増えていないことで、下降トレンドが続いています。一方で、物流（ドライバー職種）や医療・介護の領域は前四半期に続き強い状況です。今後のマーケット動向について、飲食領域は大口企業中心にやや良化する見通しです。製造領域は年明けに状況が改善する事を期待しています。足元の状況は、事務領域が選挙需要により、若干良化しています。

Q2. メディアサービスの売上高成長率が鈍化した背景について、市場環境と合わせて教えてください。

A2. メディアサービスの売上高成長率が鈍化した背景は、マーケット環境が第一四半期から引き続き穏やかな様子であることに加え、社内要因として一時的な退職者が増えたことによる営業人員数の減少が影響したものです。一時的な退職者増加については、現在様々な対策を行っておりますため、年内には落ち着く見通しです。

●新サービス（スポットバイトル）について

Q3. 労務管理の点から、既にスポットワークサービスを利用している企業が別サービスを併用または乗り換えすることは難しいと理解しております。参入障壁という観点から、貴社はこの点に対してどのような対応を考えていますか。

A3. すでに複数のスポットワークサービスを利用している企業もあり、大きな障壁とはなっていないと考えております。また、当社の顧客基盤にはスポットワークサービス未利用の企業も多数いらっしゃるため、これらの企業に対するご案内も同時に進めております。

Q4. バイトルで求人掲載を実施した企業が採用できず掲載が終了した場合、スポットバイトルの利用手数料を割引する等、販売施策は考えていますか？

A4. 販売施策については、社内で検討を進めております。いただきました上記内容も参考にさせていただきます。

Q5. 2025 年 2 月期の業績に、スポットバイトルがどのくらい寄与するか教えてください。

A5. サービス開始直後のため、本サービスによる 2025 年 2 月期業績への寄与は、現時点で想定しておりません。今後の開示につきましては、2026 年 2 月期の事業計画を発表する際にご説明いたします。

Q6. 「Good Job ボーナス」の仕様について、利用企業が「Good」評価を選択しなかった場合の利用手数料割引を廃止しましたが、仕様変更の前後で「Good」評価の選択率に変化はありましたか。

A6. 仕様変更の直後のため、詳細な状況については適切なタイミングで説明させていただきます。

Q7. 利用企業が「Good」と評価しなかったワーカーを、当該企業に対し一定期間紹介を停止する仕様について、変更はありますか。また、今後スポットバイトルのワーカーが増えた場合、「Good」評価の選択率が低下する可能性はありますか。

A7. 現時点で本仕様の変更予定はなく、スポットバイトルのワーカーが増えた場合に「Good」評価が下がる想定もしておりません。

Q8. スポットバイトルと既存メディアのサービス間でカニバリゼーションが起きているか教えてください。

A8. 現状は起きていません。大口顧客に対しては、これまでの採用本部に対する既存メディアの提案に加えて、店舗ごとの欠員に対するスポットバイトルの提案も可能となり、包括的な採用支援ができると考えております。また、中小口顧客に対しては、スポットバイトルをきっかけに新規顧客の開拓が可能だと考えております。

●従業員（人数・生産性）について

Q9. 第2四半期に退職した方の年齢層は、若手か中堅以上のどちらが多いでしょうか。

A9. 第2四半期の退職者を年層別で見た場合、今期で入社3年目～5年目の中堅社員を中心に増加しました。主な要因は、リモートワークから出社100%方針に変えた事です。これにより、コロナ期間中のリモートワークに慣れた方の退職が一時的に増加しました。また、学生生活がコロナ禍と重なっていた中堅社員の中には、コミュニケーション機会が十分に得られなかったことから、営業活動に対して苦手意識を持つ傾向も一部で見られます。その結果、入社前後で想定していた業務の進め方とのギャップを感じ、退職に至ったケースもあったと認識しています。

Q10. 全社売上高が再び再加速する兆候が見えた場合、従業員数の増加を図るため新卒採用の強化に踏み切るお考えですか。または、生産性向上を重視した売上高の成長を計画されていますか。

A10. スポットタイトルと既存メディアの併売を強化し、顧客企業に対し包括的な採用支援をしていくことで生産性を上げることが可能だと考えております。

Q11. 2023年4月に入社した新卒2年目社員の育成状況について教えてください。

A11. 戦力化はしてきたものの、生産性は例年の平均に対してやや物足りない状態です。

●費用について

Q12. 第2四半期に戻し入れた特別賞与の引当額はいくらでしょうか。また下期への影響はありますでしょうか？

A12. 引当金額は2～3億円の間となり、第2四半期で人件費の減額に寄与しています。下期業績に対する影響はございません。

●株主還元について

Q13. 中間配当が期初計画に対して増配となった理由を教えてください。

A13. 当期純利益が前年上期と比較して 15%増加したため、配当性向 50%の方針に基づき増配を実施いたしました。株主還元については、配当を行ったうえで、キャッシュポジション、株価、ROE の計画に対する進捗状況を総合的に考慮し、追加的に自社株買いも検討する方針で今後も取り組んでまいります。

以 上