

2024 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・修正を行っております。

●全体について

Q1 アルバイト・パートの新規求人倍率が 7 月、8 月弱いのは、どのような要因と考えていますか。また、これは短期的なものと思われますか。

回答：元々、シーズナリティとして閑散期であることから、短期的というよりも例年の傾向であると考えます。

Q2 市場の鈍化について、先行きの見通しをご教示ください。本年 4 月採用の新卒社員の売上貢献が期待される下期に市場が軟調だと、シェアが上がっても収益面で計画通りにいかない可能性がどうお考えでしょうか。また、来期までこの影響が続いた場合をどのようにお考えでしょうか。

回答：市場は本年 7 月、8 月を底に徐々に回復をしていくのではないかと見ています。市場の成長が鈍化している中でもシェアを取っていく力は徐々に増えてきており、また、市場の回復に際しては、さらにシェアを奪取したいと考えています。

また、「市場が軟調だと、シェアが上がっても収益面で計画通りにいかない可能性」は、“市場の軟調の程度”に拠るかと考えます。やはり市場の状況はさておき、シェアを上げて売上を伸ばすことにより、収益をしっかり出せると考えています。また、市場が軟調な場合でも、きちんとコストコントロールができていくことから、現状、通期の営業利益計画は変更していません。

Q3 第 1 四半期と比較すると、広告宣伝費の効率的な運用が実現できていますが、第 3 四半期以降の予定について、改めて教えてください。

回答：広告宣伝費は、第 3 四半期以降も効率的な運用を実行していく予定です。現状、各プロモーション施策が奏功し、アプリのダウンロードや MAU（Monthly Active Users）が非常に好調であり、引き続きバイトル・バイトル NEXT・はたらこ・バイトル PRO、この 4 つのメディアの Web 広告を一体で運用することで、効率的に運用してまいります。

なお、バイトル PRO の広告宣伝費は前期（2023 年 2 月期）約 25 億円でしたが、今期は 12 億程度を予定しています。

Q4 今期は新卒採用の拡大など営業力の強化を進めていますが、数字となって結果が出てくる時期やそのインパクトなど、見通しをご教示ください。

回答：今期の新卒 612 名の採用は、先行投資です。来期以降は大きく生産性が上がり、再来期には 100 億円の売上を作る基礎となると考えております。

本来の当社の実力は、来期以降お示しできるかと思います。

●人材サービス事業について

Q5 人材サービス事業の当四半期の売上高について、第1四半期からの落ち込みが過去の水準と比較して大きいように見えます。この背景や第1四半期時点で見えていなかった事項などがありましたら、ご教示ください。

回答：シーズンリティとして、当四半期の売上高は例年第1四半期よりも下がる時期ですけれども、コロナ禍前の減少に比べて今期の方がやや大きかったように思います。なお、足元の8月、9月と需要は回復をしてきていますので、当社のシェアを獲得していきたいと思っています。

Q6 人材サービス事業のセグメント利益率が前第1四半期比で低下しています。これは計画を下回って売上高が固定費を吸収できなかったのか、それとも計画通りの水準なのかをご教示願います。

回答：計画通り進捗しています。また、売上高は、シーズンリティとして前第1四半期から当四半期にかけて下がる傾向にあります。当社のビジネスは限界利益率が高いことから、当四半期の利益率が下がる傾向にあり、想定通りの水準です。

〈メディア（求人広告）サービス〉

Q7 第1四半期と比較すると、顧客企業数の伸び率がやや低下していますが、要因をご説明いただけますか。経済活動再開による飲食業などの需要回復が一巡しつつあるということなのでしょうか。

回答：顧客企業の伸び率は、シーズンリティから見てもさほど低下しておらず、想定内と考えています。また、飲食業の顧客から受注・需要は回復しており、もう一段の受注増を期待しています。

Q8 中小企業の顧客はコロナ禍前と同程度の単価をお支払いいただいている一方、大手企業の顧客単価が戻りきっていないという状況にあると思います。この対応策として、料金表を改定する求人メディアも出つつありますが、dip はどのようにお考えでしょうか。現在策定中の中期経営戦略の期間に料金表を改定する、あるいは改定について検討していない等、ご教示願います。

回答：顧客単価の引き上げは現在、取り組んでいるところです。具体的には、各種キャンペーン施策の見直し等について、顧客の状況を勘案しながら進めています。

Q9 掲載案件の平均時給 No.1 と貴社の市場シェアに因果関係がありますでしょうか。

回答：因果関係はあると考えます。やはり、他のどの媒体よりも時給が高い仕事が掲載されていることがユーザーに浸透していくことによって、ユーザーが定着することとなります。それが結果的に顧客企業の満足度向上につながり、当社の市場シェアに繋がっていくと考えます。

●DX 事業について

Q10 来期のけん引役である、DX 事業の新商品の実力がわかるのはいつ頃でしょうか。

回答：DX 事業の販促支援領域の新商品である「集客コボット for MEO」、10 月にローンチした「集客コボット for SNS Booster」は、いずれも現在の市場のニーズに適った商品であり、好調です。今後の販売計画などの詳細は、11 月に発表する中期経営戦略の中でご説明する予定です。

●中期経営戦略（dip30th）について

Q11 中期経営戦略は、どの程度の期間の計画になるのでしょうか。

回答：当社設立 30 周年にあたる 2027 年 2 月期を最終年度とした計画を予定しております。

Q12 中期経営戦略の詳細は、いつ頃にご説明いただけますか。

回答：詳細は、本年 11 月に発表予定です。また、説明会も開催予定であり、改めて開催時期をご報告いたします。

Q13 中期経営戦略の内容について、現時点でご説明できる事項があればご共有いただけますか。

回答：メディアサービス、エージェントサービス、DX 事業の成長戦略や数値目標を、しっかりご説明させていただきたいと思っております。また、今年中のローンチを予定している AI エージェント事業についてもご説明する予定です。

●株価について

Q14 好調な業績に対して、上値が重い現状の株価をどう評価しているのかお聞かせください。

回答：本年 4 月に自己株式の取得を実施していますが、当社として現状の株価は、まだまだ低い水準だと考えています。今後、より高い株価水準を目指してまいります。

以 上