

2024 年 2 月期 第 4 四半期及び通期決算説明会 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. アルバイト・パート市場の新規求人倍率は、12 月あたりから底になっているとのことであるが、足元の状況はどうか。また、4 月あたりから成長するとのことであるが、その傾向は既にできてきているか。

A1. 業種ごとにそれぞれのモメンタムがあるものの、全体としては 12 月あたりに底打ちとなっ
ています。例えば、飲食領域は本年 1 月以降にニーズが戻ってきています。また、人材会社（派遣・BPO）領域は昨年 12 月から足踏み状態が続いているものの、直近の 2～3 月是一部、個社要因ではありますが、ニーズができています。

なお、「4 月あたりから成長する」とご説明したのは、今のモメンタムが継続したとしても前年度比で見た場合、市場成長率が 4 月以降低くなっていることから、今年度は徐々に高く見える、との趣旨となります。

Q2. Indeed PLUS のリリースは、中長期では掲載課金型求人広告ビジネスに対して逆風になると見ています。一方、短期的にはリクルート社の営業代理店網が dip に一部流入する可能性もあると考えますが、見解を教えてください。

A2. 転職領域ではエージェント型・成功報酬制が主流ですが、今後、アルバイト・パート領域も成功報酬制となる可能性が高いとみています。

ディップとしては、AI エージェントを通じて、人材紹介のビジネスモデルをアルバイト・パート領域で適用していきたいと考えています。

また、これまでリクルート社の代理店は専任代理店が多いため、それらの代理店と当社は取引できませんでしたが、一部のリクルート社の代理店は専任契約ではなくなると聞いているので、そのような代理店とも新たに取引を開始していきたいと考えています。

●中期経営計画について

Q3. 2025 年 2 月期の利益水準は、中期経営計画の利益目標との乖離が大きいと考えます。中期経営計画の想定との差異があれば教えてください。

A3. 現在の中期経営計画は 2023 年 11 月に策定したものであり、27 期の足元の状況を踏まえて計画したものですので、大きな差異はありません。また、今回の業績予想は、保守的な計画としています。そのため、もし、計画以上の売上高となった場合、当社の限界利益率の高いビジネス構造上から、そのまま利益増につながります。また、社内目標は、業績予想よりもさらに高い数値を目指しています。バイトルフリーや AI エージェントの売上貢献は現在の計画に織り込んでいません。また、AI エージェントのサービス開始によって、従来よりも高度な求人案件の提案ができるようになり、バイトルユーザーが定着する構造になれば、中期的に広告宣伝比率の低下に貢献できると見込んでいるが、これも現在の計画に織り込んでいます。

中期経営計画に掲げている、2027 年 2 月期の営業利益 200～250 億円の目標について、しっかり目指していきます。

Q4. 中期経営計画の達成に向けて、営業利益（Operating Profit）の動きが加速するのはどのくらいのタイミングでみておけばよいでしょうか。

A4. 今期は営業生産性を向上する取り組みを考えています。具体的には、生産性を高くなる組織体制を築き、来期・再来期に効果が出ることを期待しています。営業利益の加速は、来期以降に進めてまいります。

●新サービスについて

Q5. スポットワーク求人情報サービス市場の成長の影響を受けて、アルバイト・パートの求人広告市場の成長率がマイナスになるというシナリオはないのでしょうか。

A5. アルバイト・パートの求人広告市場とスポットワーク求人情報サービス市場は、企業側の予算管理部署が異なることが多いため、求人広告市場に対して直接影響はないと考えています。

Q6. バイトルフリーの顧客企業は、従来の商品・サービスの顧客企業とほとんど重複しているため、低コストで売上拡大ができるという考えでよいか。

A6. ご見解の通り、既存顧客企業に対して、新たにスポットワークのニーズの有無を確認・セールスしていくこととなります。なお、現時点ではバイトルフリー専任の営業担当者の配置や増員は考えていません。

Q7. AI エージェントやバイトルフリーなど、提案する商品が増えることにより、営業社員のセールススキル習熟までに要する時間が長くなる可能性があるのではないのでしょうか。

A7. AI エージェントは、事業展開のフェーズを 3 つに分けています。今期はフェーズ 1 として、「既存サイト（バイトル）の一機能として搭載する」予定であり、新しい商材を売るというよりも、AI エージェントの機能を用いてユーザーを増加させることを狙っています。そのため、既存のバイトル等メディア販売との相乗効果も生じますので営業の負担が増えるというより、むしろサポートになると考えています。一方で、バイトルフリーは、既存の商品ラインナップに加えて販売していくこととなりますが、メディアセールスの営業社員は、既存のバイトル等メディアと DX 商品のクロスセリングの経験や知見もあります。そのため、バイトルフリーのセールススキル習得に多少、時間を要する可能性があるものの、ストレスなく進めることは可能だと考えています。

以 上