

## 2023 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・修正を行っております。

### ●人材サービス事業について

**Q1. 2023 年 2 月期の売上高について、通期業績予想のレンジの下限を下回った背景について教えてください。マクロ環境が好調な折、人材サービス事業にて若干想定と異なる状況があったのでしょうか。**

A1. 結果として下限（49,400 百万円）に 0.1%ほど届かずに悔しい結果となりましたが、当社としては 49,355 百万円の着地は想定内と考えています。足元の業績は回復基調であり、当期にご期待頂けましたら幸いです。

**Q2. 第 4 四半期のバイトルの売上高の伸び率は YoY で横ばい圏であったと考えます。リオープニングも本格化しつつありますが、顧客が原価高などで苦戦されている中、売上高を大きく伸ばすことは難しいのでしょうか。**

A2. バイトルの売上高は前年比 8 %程度であります。景気回復に伴って堅調に伸長しつつあります。現状、景気が良い業界と悪い業界がありますが、飲食業・サービス業は求人需要が回復しつつある印象があります。また、やや市場環境が厳しいながらも、製造業や業種特定の派遣業などについても求人需要が回復してきていることから、来月（5 月）のゴールデンウィーク明けには概ねバイトルの売上高についても回復すると見込んでいます。

**Q3. バイトルの市況と今後の見通しについて、教えてください。コロナの脅威に対する緩和と行動再開の勢いに相反し、アルバイト・パート・派遣求人メディア市場の回復は追いついていないと捉えています。この要因について、どのように考えていますか。また、3 月以降の見通しはいかがでしょうか。**

A3. Q2 のご質問に対するご回答と同じく、地域や職種で濃淡はあるものの、徐々にアルバイト・パート・派遣求人メディア市場は回復基調にあると考えています。

**Q4. バイトル PRO の今後の戦略について、教えてください。当期の計画と人員の状況から判断すると、「広告宣伝費をかけてバイトル PRO を伸ばす」よりも、「人員を起用し、人材紹介の『ナースではたらこ』」に注力されるようにも見えます。これは、戦略変更と捉えて良いのでしょうか。**

A4. 当社としては、バイトル PRO と人材紹介のいずれかを伸ばすというよりも、両方伸ばしたいと考えています。従来は、バイトル・バイトル NEXT・はたらこねっとの各サイトのユーザーを増やすことだけに集中していましたが、バイトル PRO の医療・介護職等のユーザーに対して、許可を取った上で、人材紹介サ

ービス（キャリアアドバイザー（CA）が求職者の就業を支援するサービス）を提供することを狙っています。

このように、広告宣伝費を効率よく投下してバイトル PRO のユーザーを確保しつつ、CA 採用も強化して、エージェント事業を育てていこうと考えています。

## ●DX 事業について

**Q5. DX 事業に係る 2024 年 2 月期の計画について、売上成長率が緩やかになったようにも見えます。面接ロボット等、既存の主力 DX 商品の現状と今後の新商品の立ちあがりについて、どのような前提で計画に織り込んでいるのかを教えてください。**

A5. 2024 年 2 月期の計画は、前期末から当期にかけてローンチした新商品の売上や当期のマネジメント体制の変更の影響を織り込んでいません。そのため、保守的な計画となっております。

現状は、当期より事業責任者が交代し、当社執行役員の藤原彰二が DX サービスオフィサーとして着任しています。藤原は新責任者として、既に新たな視点で色々な取り組みを開始しており、現在の計画を超える兆しが見えてきています。

今後、上述で「保守的」と申し上げた現在の計画を超えられるように、スピードをもって対応してまいります。

## ●AI エージェント事業について

**Q6. AI エージェント事業は、どういう時間軸で事業を立ち上げる考えなのでしょうか。テクノロジー事業を展開する会社はエンジニアを数多く採用する傾向がありますが、同事業は、貴社においてもエンジニア採用のための人件費が先行するフェーズがあるのでしょうか。また、技術面については外部リソースを活用することも可能なのでしょうか。**

A6. AI エージェント事業に関しては、まずは「使うことができるプロダクトをいかに作れるか」であり、実用化できるプロダクトを作った後にビジネスモデル化できると考えています。

例えば、Yahoo や Google、Facebook 等のテクノロジードリブンで事業を作っていく会社は、共通して優れたプロダクトがあって、それを使ってビジネスモデルが生まれるという順番で事業が生まれてきています。当事業につきましても、「プロダクトを実用化する」という志で、いま開発を始めているところであり、「1 年後に、何に対してどう使えるか」を考えながら、それに見合った事業を組み立てるような時間軸を想定しています。

また、エンジニアに関するご質問は、当社の「中期経営戦略 dip2025」にて「エンジニア 200 人体制」を掲げており、外部リソースの内製化を進めています。実際、現時点で 100 人を超えるエンジニアが当社で働いており、既にこのような構えがあったことから、当事業のような新しいチャレンジができています。

また、当事業において、内部リソースで取り組むのか／外部リソースを活用するのかは、最適な方法を選択していく予定です。なお、今回は AI 研究で名高い東京大学の松尾教授が率いる松尾研究所と慶應義塾大学の安宅教授と協働して取り組む方針であり、スピードを大切にしつつ、素晴らしいプロダクトを作りたいと考えています。

●全体について

**Q7. 2023 年 2 月期において、営業利益は業績予想を上回って着地したという理解ですが、広告宣伝費の効率化が寄与し、想定より上振れたという理解で良いでしょうか。**

A7. ご理解の通りです。

前第 3 四半期の決算説明会でもご説明いたしましたが、広告宣伝費を効率運用したことにより、営業利益が業績予想を上回っての着地となっています。

**Q8. 2024 年 2 月期計画について、広告宣伝費を相当縮減しているとの印象です。正社員の採用市場は採用コスト高騰の動きも見られますが、広告宣伝費に対する考え方を教えてください。**

**また、前期はバイトル PRO に対して積極的な投資を行っておられましたが、今期の考え方はいかがでしょうか。**

A8. これまでもご説明してきた通り、広告宣伝費の効率的な運用は非常に進んできています。そのため、当期縮減ではなく、さらに当社の市場シェアを獲得するための、積極投資を継続する前提で当期計画を作っています。なお、顧客獲得単価（CPA）について、アルバイト・パート・派遣求人メディア市場における CPA の上昇という状況は生じていません。

また、バイトル PRO は、上述（Q4 に対するご回答）の戦略を基に投資を行っていく予定です。

具体的には、バイトル PRO の「医療・介護等の専門職向け求人広告」領域は、人材紹介事業と調整しつつ投資する予定です。また、「飲食・軽作業や物流棟の専門職向けの求人広告」領域は、既存の「バイトル・バイトル NEXT・はたらこねっと」と合わせて、最適な広告運用を実施する予定です。

以 上