

2021年2月期通期 決算発表 質疑応答

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

● 業績予想について

Q1. コロナ影響がなければ、2020年2月期比で、売上高を20%伸長できるとご説明いただきましたが、競合他社との競争が激化する可能性を織り込んでいるのでしょうか？(P11)

A1. 当社のマーケットシェアは約13%ですので、マーケットの成長如何にかかわらず、営業人員数の増加、生産性が高い3年目以上の人員比率の向上等により売上高を伸長させることで、マーケットシェアを拡大することができると考えております。

また、X(カケザン)プロジェクト(社内DXの推進)により、2021年2月期には11万時間の業務時間を削減しており、これは50名分の人員増強効果があり、生産性向上に寄与する見込みです。なお、今期は70万時間削減する目標であり、350名の人員増強効果の見通しです。これらにより、2020年2月期比で売上高を+20%伸長できる実力値があると考えております。

Q2. 新型コロナウイルス感染症の反動による採用需要の急速な回復や、バイトルPROは業績予想売上高に織り込まれているのでしょうか？(P11)

A2. 新型コロナウイルス感染症の反動による採用需要の急速な回復は織り込んでおりません。バイトルPRO売上高は織り込んでおります。

Q3. After コロナの実力値における営業利益率は32%と、Before コロナとほぼ同水準になっていますが、広告宣伝費・販売促進費の効率化について見通しを教えてください。

A3. 競合他社の出稿状況をモニターしつつ、競合他社に勝てるようしっかり広告宣伝投資を行いながらも、直近3~4年の傾向として、広告宣伝費率を毎年1~2ptsずつ低下させてきております。今期は、バイトルPROへの広告宣伝投資を大きく行う一方、従来の広告宣伝をより効率化することにより、広告宣伝費全体では、その比率を、2020年2月期(beforeコロナ)と同水準となるようコントロールしてまいります。

Q4. 2020年2月期（before コロナ）と比較して、2022年2月期に費用が増加する要因を教えてください。

A4. 広告宣伝費・販売促進費につきましては、2020年2月期の広告宣伝費率（約26%）とほぼ同水準となる見込みです。

売上原価・人件費・その他につきましては、売上原価が、2020年2月期比で、DX事業の原価で約10億円、人材サービス事業関連のシステム投資で約10億円増加する見込みです。また、人件費は、2020年4月に399名、2021年4月に95名の新卒を受け入れており、2020年2月期比で約10億円増加する見込みです。

● **DX事業について**

Q5. AI・RPA事業をDX事業に名称変更した理由を教えてください。

A5. いままでRPA商材を中心に提供してまいりましたが、顧客企業のニーズにしっかり応えるべく、前年よりRPAを使っていない商材も含めて、広くDX商材を開発・提供してきております。これをふまえ、中堅・中小企業の業務フロー全体のDX化を事業コンセプトとし、DX事業へ名称変更いたしました。

Q6. DX事業の2022年2月期の売上高予想は23~26億円と大きく伸ばす計画になっていますが、利益の見通しを教えてください。

A6. 今期より、連結業績予想に加え、DX事業の業績予想を開示させていただいております（P10）。2021年2月期は約5.5億円の営業損失でございましたが、2022年2月期においては1億~4億の営業損失と、損失幅を縮小できる見込みです。人材投資、開発投資など成長投資を行ったうえで、単月黒字化を達成できると考えております。

● **人材サービス事業について**

Q7. P37、アスピレーションについて、全体売上高からDX事業売上高を引いた数字が人材サービス事業の売上高と考えると、2025年の人材サービス事業の売上高が550億円となり、今後の売上高成長率は年率一桁%となります。従来の人材サービス事業の成長率の見通し約10%を変更されたのでしょうか？

A7. アスピレーションの達成の可能性を高めるためには、1,000億円以上の売上を目指していかなければいけないと考えますので、機械的に全体売上とDX事業売上の差額を人材サービス事業売上のアスピレーションと見るのではなく、人材サービス事業としてはもっと高い売上を目指しているとお考え下さい。

実際、P11にアフターコロナの生産性について記載しておりますが、当社は、2020年2月期比で売上高を+20%伸長できる実力値があると考えております。

Q8. 売上高を掲載件数で割ると、掲載単価が下がっているように見えるが、マーケット環境が弱い中で、掲載件数を回復させることを優先する戦略でしょうか？

A8. 概ねそうですが、掲載件数よりもむしろ、契約社数を拡大させ、シェアを増やす戦略を採っています。重要な指標としては、契約社数、1社あたりの契約単価、営業人員数、営業生産性と考えております。

Q9. バイトルPROは、初年度である今期から売上高に寄与するのでしょうか？

A9. 今期は、プロモーションによりユーザーを集めると同時に、掲載案件数の拡大に注力してまいります。当然、ユーザーが集まれば堅調に売上高も成長していくと考えておりますが、今期においては、売上高に大きく寄与する見通しではありません。

● **中期経営戦略 DIP2025 について**

Q10. 開発体制の内製化について、中途採用を強化していくのかなど、具体的なお話を教えてください(P42)。

A10. 開発体制の強化につきましては、エンジニア等を中心に積極的に中途採用を行ってまいります。今期以降は、エンジニアの新卒採用も積極的に行い、プロパー社員と中途社員をミックスさせ、より強い開発体制を構築してまいります。

● **株主還元について**

Q11. 配当性向 50%という目安をお示しいただきましたが、2022年2月期の年間配当予想では、配当性向が56~68.2%となっております。お考えの背景を教えてください。

A11. 上期、下期それぞれの利益に基づき配当を検討しております。今期中間配当については、配当性向 50%とすると、前期の中間配当を下回りますので、前期中間配当額と同額の 27 円とさせていただきます。期末配当については、配当性向 50%を勘案し、34~52 円としております。