

2025 年 2 月期 第 1 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. アルバイト・パート求人市場の環境は、コロナワクチン接種関連案件の剥落によるオフィス系案件の減少や、飲食領域の想定以上に緩やかな回復などにより、依然として弱い状況であるが、メディアサービスの売上高が前年第 4 四半期から加速しているのは、大谷選手を活用した企業広告等のプロモーション戦略が奏功したためでしょうか。プロモーション戦略以外でも、売上成長の加速につながる要素があれば教えてください。

A1. 説明資料 P31（メディア（求人広告）サービス ④ 1Q 進捗と 2Q トピックス）に記載されている 3 つの戦略が効果を発揮したことによるものと思います。1 つ目の「営業社員の生産性向上」は、新卒社員に加え、既存社員の生産性向上も順調に進捗しております。特に 2 年目営業社員の生産性を重点的に上げるため教育プログラムを開始し、足元その効果が出始めております。2 つ目の「成長業種へのプロモーション・営業の強化」で、物流、製造、医療・介護企業の求人需要増加を捉えたことで、売上高を伸ばすことが出来ております。3 つ目の「郊外・地方のシェア向上」は、今期の新卒社員を例年よりも多く郊外エリアに配置しました。上記 3 つの相乗効果でシェア獲得が進みました。

Q2. 新規求人倍率(一般パートタイム)前年比推移の見通しについて、今後さらに悪化するシナリオがある場合、マクロ環境でどのような変化を想定していますか。

A2. 新規求人倍率(一般パートタイム)前年比推移の変動は、マクロ経済環境の変化に加え業種特有の要因等、複合要因で起きると考えております。そのため、今後さらに悪化するシナリオを具体的に示すのは難しいと考えております。

Q3. 新規求人倍率(一般パートタイム)前年比推移は前年第 4 四半期を底に回復が見られますが、今後も継続する見込みでしょうか。また、再度悪化に転ずるリスクがある場合、どのようなシナリオが考えられますか。

A3. 新規求人倍率の今後の動向について、現場のヒアリング等を踏まえ注視していきたいと思っております。明確な見通しについて、コメントをするのは難しい状況と考えております。

Q4. Indeed PLUS との競合環境について、ディップから見たポジティブな点とネガティブな点を教えてください。

A4. Indeed PLUS に対する戦略は社内で検討中であり、明確な回答は出来ませんが、チャンスに繋がっていきたいと思いますのでご期待ください。

Q5. 第 1 四半期の売上高、営業利益は今期の社内計画に対して、どれくらい上振れをしていますか。

A5. 順調な進捗で想定通りです。どれくらい上振れをしているかの回答は、差し控えさせていただきます。

●DX 事業について

Q6. 今期の KPI 目標に対する進捗について、課金対象社数は計画に対して遅れている状況でしょうか。一方で ARPU は目標値より上振れていますが、要因は何でしょうか。

A6. 課金対象社数の増加の見通しは、下期に求人広告の取引金額が低い顧客企業をターゲットにした、採用人事領域のパッケージ商品のリリースにより社数の獲得が加速することを踏まえたものです。また ARPU が今期目標を上回っている理由は、販促支援領域で販売が想定以上に単価を上げることが出来ているためです。

●新サービスについて

Q7. 今期の「dip AI エージェント」サービスで予定している費用を教えてください。

A7. 費用は大きく分けて開発費と、広告宣伝費の 2 つです。開発費は前年第 4 四半期の決算説明会でもご説明しました通り、AI エージェントとバイトルフリー・A I 活用プロジェクト関連全て含めて 7 億円ほどを今期計画に織り込んでおります。費用計上が始まるタイミングは、サービスローンチ及び減価償却が開始される予定である第 3 四半期ごろの見込みです。広告宣伝費についても、10 月からプロモーションを本格的に開始する予定であるため、第 3 四半期より費用が計上される見通しです。また、これらの開発費及び広告宣伝費は、2025 年 2 月期 通期業績予想に織り込んでおります。

Q8. バイトルフリーのテイクレートはどれくらいになりますか。

A8. テイクレートはサービス開始のタイミングにて、発表させていただきます。

Q9. 今年度下期や来期にバイトルフリーの広告宣伝費を増やす可能性はありますか。

A9. 今期の広告宣伝費はバイトルフリー関連も織り込んでおり、さらに増やす予定は現状ございません。
来期（2026 年 2 月期）計画は、業績予想を開示するタイミングでご説明させていただきます。

Q10. スポットワーク求人情報サービス市場の競争環境をどのように見えていますか。また、本領域で他社と協業する可能性はありますか。

A10 多くの企業がスポットワーク求人情報サービス市場に参入する中、私共も後発として参入しますが、特許出願中の独自機能を搭載したサービスや、15 万社の顧客基盤と 2,000 名の営業体制等の強みを活かした戦略により、マーケットシェアを中長期的に高めてまいりたいと思います。協業については、様々な可能性を含め検討してまいります。

●広告宣伝費について

Q11. 大谷選手の企業広告に関する費用の計上方法は、一定期間で均一に計上されるのか、または特定のタイミングで計上されるのかなどを教えてください。また、これらの費用のうちオプションルに変動するものがあれば、要素とあわせて教えてください。

A11 大谷選手に関する広告宣伝費は契約費、コンテンツ制作費、媒体出稿費です。契約費は契約期間で按分され、コンテンツ制作費はCM放映期間等で按分されます。媒体出稿費は実際に放映した期間に計上されます。オプションルに変動するものではありません。

以 上