

2022 年 2 月期第 2 四半期 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。

● 人材サービス事業について

Q1. 2021 年 9 月 30 日に緊急事態宣言が解除されて以降の求人需要の回復状況と、契約社数および契約単価の回復時期の見通しを教えてください。

A1. 2021 年 10 月前半の受注件数は、9 月前半と比べ約 1.5 倍、掲載を希望する企業からの問い合わせ件数は約 1.6 倍に増加しており、求人需要が高まっております。

そのため、まず契約社数の増加に注力しております。10 月中には契約社数がコロナ前の水準まで回復し、さらに伸長していく見通しです。契約単価については、今後の人材獲得競争が過熱化する中で回復していくものと見込んでおります。

Q2. 緊急事態宣言解除に伴う求人需要の急回復により、コロナ前（2019 年 2 月期）を超えて売上高、営業利益が伸長していくのでしょうか？

A2. 米国等と同様に求人需要が急回復し、コロナ前の水準を超えて人材獲得競争が過熱化することを想定しており、その中で当社の市場シェアを拡大させていくべく取り組んでまいります。

Q3. バイトル PRO について、重要視している KPI を教えてください。

A3. バイトル PRO は、4 つの領域で掲載案件数 No.1 を達成することを最優先に取り組んでおります。2021 年 10 月時点で、介護領域で掲載案件数 No.1 を獲得しており、引き続き美容、医療、保育など介護以外の領域においても、掲載案件数 No.1 の早期実現を目指しております。その後、ユーザー認知度の向上、求人情報と求職者のマッチング精度を向上させることにより、売上高を増加させるべく取り組んでまいります。

Q4. 2022 年 2 月期第 2 四半期におけるバイトルおよびバイトル PRO の広告宣伝費を教えてください。

A4. 第 2 四半期のバイトルの売上高は季節性により第 1 四半期に比べ小さくなる傾向があり、広告宣伝費もそれに伴い抑えられるため、第 2 四半期の広告宣伝費は第 1 四半期と同水準で着地しております。また、バイトル PRO は第 2 四半期において、広告宣伝投資を数億円実施しております。

● DX 事業について

Q5. コロナ禍において、中堅・中小企業における DX 化のニーズが高まっているのでしょうか。

A5. コロナ禍において、大企業のみならず、中堅・中小企業においても DX の導入が進んで

いるものの、導入企業数はまだ少ない状況です。今後、中堅・中小企業における DX 化がさらに進み、当社の DX 事業も拡大していけると考えております。

Q6.2022 年 2 月の目標達成の確度を教えてください。

A6. DX 事業の主力商材の 1 つである「面接コボット」は、求人広告サービスとセットで販売することが多く、今後、求人需要の急回復に伴い人材サービス事業の売上高が増加するにつれて、DX 事業の売上高もさらに伸長する見込みです。また、ストック売上比率は 2021 年 8 月に 38%まで伸長しております。今後さらに月額課金対象社数を伸長させることで、2022 年 2 月期の業績予想を達成したいと考えております。

Q7. 2025 年 2 月期の目標達成に向けた成長イメージを教えてください。

A7.営業体制は営業人員にくわえ、CS 体制の強化など B to B の SaaS ビジネスに必要な基盤が整ってきております。今後は各体制をさらに強化し、一気に売上高を伸長できるよう取り組んでまいります。また、人材サービス事業の顧客以外に顧客基盤を拡大することも重要な戦略の一つであると考えており、新規プロダクトの開発および専任営業人員の採用を進めております。好評をいただいている営業支援ツールについては、すでに人材派遣会社以外の業界への展開に取り組んでおり、今後も新規領域におけるサービス展開を積極的に検討してまいります。

● 全社に係る費用について

Q8. 2022 年 2 月期下期の広告宣伝費の見通しを教えてください。

A8.下期はワクチンインセンティブプロジェクト、バイトルアプリダウンロード促進、バイトル PRO の認知度向上のためのプロモーションで、上期対比で、合計 10 億円以上の広告宣伝投資を追加で実施する予定です。過去最大規模で実施いたします。2022 年 2 月期通期で、売上高広告宣伝費率が 26%前後となる見通しです。

Q9.After コロナにおける売上高広告宣伝比率の見通しを教えてください。

A9. 売上高の減少局面においては応募が集まりやすいため、広告宣伝費を抑制していましたが、今後売上高が増加するにつれて、売上高広告宣伝費率が増加する見込みです。コロナ前（2019 年 2 月期）の売上高広告宣伝費率 26%が目安となりますが、市場シェア拡大のため戦略的に積極的な広告宣伝費投資を実施する可能性がございます。加えて、バイトル PRO の広告宣伝投資も積極的に実施してまいります。