

2022 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. 契約単価について、足元の状況と通期の見通しについて教えてください。

A1. バイトルの契約単価は、コロナ禍の収束状況により変動すると見込んでおります。従いまして、コロナ禍の影響が前期並みとなる前提での下限値においては、契約単価の回復が遅れることも想定されます。2022 年 4 月現在では、契約単価はコロナ禍前（2020 年 2 月期）の水準に戻っておりませんが、今後、コロナ禍が収束して人材獲得競争が激化する中で回復するものと見込んでおります。

Q2. 今後、パート・アルバイト求人メディア市場においてはタウンワークとバイトルによる寡占化が進むのでしょうか。また、市場の回復状況について教えてください。

A2. 足元の競争環境は、圧倒的に高かったタウンワークのシェアが余り変わらない一方で、バイトルが順調にシェアを伸ばしており、両者のシェアが肉薄している状況と見ております。一方で indeed のようなアグリケーションサイトの新勢力も伸びてきているため、今後はタウンワーク・バイトル・indeed の三つ巴のような状態になると推測しております。市場の回復状況については、全国求人情報協会が公表する各月のアルバイト・パート求人広告件数の推移が一つの目安となりますが、市場全体ではコロナ禍前（2020 年 2 月期）と比較して未だ 6～7 割程度の掲載案件数となっております。

Q3. バイトル PRO の中長期的な売上高・営業利益の見通しについて教えてください。

A3. バイトル PRO の成長イメージは、通期決算説明会資料の P55-56 に記載の通りでございます。中期的には、メドレーを抜いて専門職求人媒体で売上高 No.1 になることを目指しております。セグメント利益につきましては、2024 年 2 月期中に単月黒字化を達成し、2025 年 2 月期には安定して利益を出せるようになることを目指しております。

Q4. バイトル PRO は、2024 年 2 月期に黒字化する計画のようですが、黒字化するときの KPI 等の目安について教えてください。

A4. 黒字化する際の KPI の具体的な数字は開示しておりませんが、バイトル PRO は人材紹介と求人メディアを組み合わせたサービスとなりますので、従来の人材紹介の主要 KPI である「キャリアアドバイザーの一人当たりの売上高」や、採用課金型の求人広告の主要 KPI である「採用数」などが主な指標となってきます。また、セグメントの利益率に直接影響するものとして「WEB 獲得による応募の CPA」や「自然流入経路での応募数」も重要な KPI として、注視しております。

● DX 事業について

Q5. DX 事業の今後の展開や中長期のビジョンについて教えてください。

A5. これまで販売拡大を図ってきた採用・人事領域のコボットについては、人材サービスの営業社員による SaaS 商品の販売について一定の成果を出すことができたと考えております。今後さらなる事業成長を進めるには、採用領域以外の商品の拡充と新たな販路を作れるかが重要であると考えております。くわえて、インターネット上で販売から導入まで完結できる状況をつくる必要があると考えており、その実現に向けて商品の品質向上に取り組んでおります。

Q6. 2023 年 2 月期の DX 事業の事業戦略は、既存商品をベースに月額課金対象社数の増加に取り組むということでしょうか。

A6. 既存商品の品質強化や営業・カスタマーサクセスの業務効率化により、月額課金対象社数を伸ばしていくことが基本戦略となりますが、中長期の成長に向け、採用領域以外のサービスの開発にも取り組んでいます。

Q7. 常連コボットの契約社数について教えてください。

A7. 常連コボットについては、商品の磨き込みを行っている段階にあり、また、常連コボットが稼働するプラットフォームとなる LINE ミニアプリ（※）自体も立ち上がりのフェーズであるため、常連コボットの契約社数は非開示とさせて頂いております。今後、適切なタイミングで契約社数等の KPI を開示することを検討してまいります。

● 全社に係る費用について

Q8. アルバイト・パート・派遣の売上「No.1」メディアを目指す過程で、競合媒体によるプロモーション広告の攻勢も考えられます。その場合、プロモーションの効率性が通常より悪くなる状況が想定されたとしても、今期アルバイト・パート・派遣の売上「No.1」メディアの獲得を優先するために広告宣伝費を追加投資する可能性はありますか。

A8. アルバイト・パート・派遣の売上「No.1」メディアを達成するために、広告宣伝費を計画以上に追加投資する可能性はあります。しかし、業績予想の計画レンジが広いため、期中に広告宣伝費を追加投資した場合であっても、現時点では通期の利益は今回の決算説明会で開示しました業績予想の範囲内に収まるものと考えております。

※常連コボットは LINE 上のアプリ（LINE ミニアプリ）で会員証を発行し、来店ポイントやクーポンを付与するサービスです。

以上