

2027 年 2 月期 第 2 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。

●事業の進捗と今期の戦略について

Q1. ソリューション営業体制への移行に伴う影響と、成果が出ている業界の特徴について教えてください。

A1. ソリューション体制移行による売上へのマイナス影響に関しては一巡したと捉えております。特に人手不足が顕著な製造・建設、物流、医療・介護などの業界や地方エリアにおいて成果が現れております。これらの業界は採用難易度が高い領域でもあり、顧客の課題に応じ、求人以外の提案も含む複合的なソリューションを行うことで実績へと繋げております。

Q2. メディアサービスの契約社数が増加する一方、1 社あたりの単価が大口・人材企業を中心に低下する背景を教えてください。また、1 社あたり単価の回復に向けた取り組みを教えてください。

A2. 大口・人材企業を中心に競合の低価格化が進んでおり、アルバイト・パート求人市場における一応募あたりの単価相場が下落傾向であることが背景にあります。1 社あたりの単価の回復に向けた取り組みとして、従来の求人広告に加え、DX サービスや動画制作のようなサービスを組み合わせたセット販売を推進しております。これにより、顧客あたりの単価の引き上げと提供価値最大化を図ってまいります。

●売上・費用について

Q3. 今後の売上・利益成長を高める上で、足元の課題を教えてください。

A3. 競争環境の激化による 1 社あたり単価の低下と広告宣伝強化による費用増加が、売上・利益成長の鈍化要因です。足元は、1 社あたりの単価を高めるため、求人広告と DX サービスや動画制作などのセット販売を強化しております。広告宣伝は、投資強化を継続しながらも、広告宣伝費ゼロプロジェクトの推進等により、中長期的な費用の効率化を図ってまいります。

Q4. 広告宣伝の強化を実施しているサービスを教えてください。

A4. 「バイトル」を中心にメディアサービスの主要サービスに対して投資を強化しています。

Q5. 今期の広告宣伝や新卒採用等の投資について、業績への貢献時期をどのように想定していますか。また、来期以降の利益に対する考え方も教えてください。

A5. 広告宣伝費は、足元競合の動きを見ながら投資をコントロールしています。広告宣伝の投資回収時期については、市場環境の変動等に左右されるため、現状お答えするのが難しいと考えております。人件費は、今期 532 名の新卒が入社しているため増加していますが、営業生産性が 1 年目から 2 年目にかけて高まるため、来年度以降は売上成長とともに人件費率が低下する見込みです。また、来期の新卒は 300 名以下で想定しており、来期の人件費は今期の 207 億円を下回る見込みです。

●業績予想について

Q6. 修正後の通期業績予想における売上高の上限・下限それぞれの前提を教えてください。

A6. 上限は社内の営業目標値に近い数字であり、大口・人材企業の 1 社あたりの単価上昇や、代理店領域の売上回復を前提にしております。下限は、現状の営業モメンタムが今期末まで継続した場合を前提にしております。

Q7. 競合他社と激しいユーザー獲得競争が続く現在の状況は、いつまで続くと想定していますか。

A7. 競合環境の影響があるため、時期を特定することは差し控えますが、当社ではどのような環境下であっても利益を出せる体制づくりを進めています。現在進めている取り組みの成果を確実に出すことで、外部環境に依存することなく来期以降の売上・利益成長へつなげてまいります。

●配当について

Q8. 来期以降の累進配当の考え方に変化はありますか。

A8. 現時点で累進配当の基本方針に変更はありません。