



**2025年3月期 第3四半期
決算説明会レポート（書き起こし）**



2025年3月期 第3四半期

決算説明資料

株式会社ビースタイルホールディングス
2024年2月14日

[東証グロース：302A]

株式会社ビースタイルホールディングス代表取締役の三原です。
2025年3月期 第3四半期決算をご説明いたします。

INDEX

目次

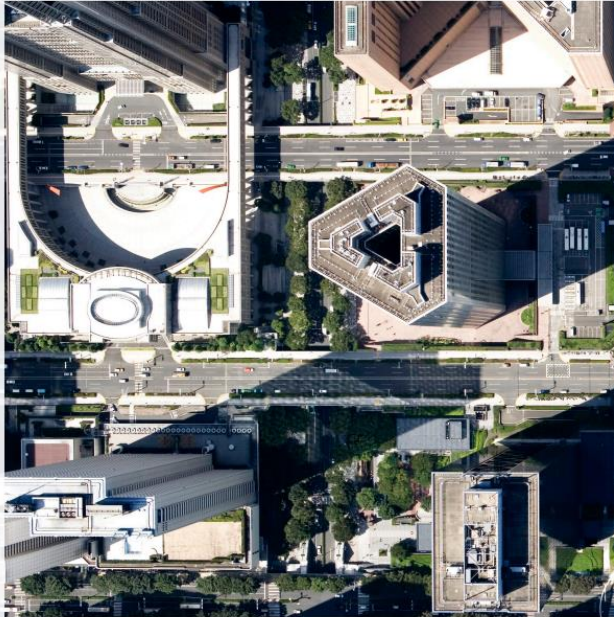
1. 会社・事業概要
 2. 当社の特徴・強み
 3. 2025年3月期 第3四半期 業績概要
 4. 2025年3月期 通期業績予想
 5. 市場環境と成長戦略
- Appendix

目次は以下の通りです。

01

会社・事業概要

今回は初の決算説明でございますので、会社の説明も含めながら、事業概要のご説明をいたします。



PURPOSE 不変の存在意義

時代に合わせた価値を創造する

創業から不変の存在意義であり、社名の由来である。

時代とともに変わる社会の課題と願いに対して、

b-styleは新たな価値を創造し続けていく。

当社の存在意義、パーパスは、時代に合わせた価値を創造する、というものです。「ビースタイル」という社名は「ベストベーシックスタイル」の略であり、その時代にベストなものを作る、そしてそれを世の中に広めてベーシックにする、ということを社名に込めています。それをスローガンとして、時代に合わせた価値を創造するということを創業期から変わらず取り組んでいます。



VALUE 大切な価値観

四方よし 買ってよし・売ってよし・世間よし・仲間よし

b-styleは経済的価値と社会的価値を両立するために、
より広い視野で社会が良くなる「四方よし」の考え方を
企業活動の全てにおいて大切にしている。

大切な価値観は、買ってよし・売ってよし・世間よし・仲間よし、の四方よしです。お客様が満足して買っていただき“買ってよし”、会社も利益を上げて“売ってよし”、世の中に良いことを行い“世間よし”、転職者や派遣スタッフも含めた社員での“仲間よし”、この実現を大切な価値観としています。



MISSION 果たすべき使命

社会課題をビジネスで解決する

b-styleにとってビジネスとは、時代ごとに変わる社会課題を解決する手段であり、使命的活動なのだ。今の非常識を、次の常識に変えていこう。

果たすべき使命は、社会課題をビジネスで解決する、というものです。



VISION 目指す未来

かかわる全ての人がしあわせ

「四方よし」の価値観のもと生み出す事業によって時代に
合わせた価値を創造し続ける。その先には、
かかわる全ての人がしあわせになる未来がある。

目指す未来、ビジョンとしては、かかわる全ての人がしあわせ、という社会の実現を目指しています。



当社は循環型の経営理念を示しており、世界を変えるソーシャルカンパニーとして経営させていただいています。

- 「家庭の都合で、働き方に条件面の制約がある人」と同様の”課題”を抱えているすべての人たちが、サービスの対象になると考えています

性別や未婚区分の区別は、致しません。

自分を「しゅふ」だと捉えるかどうか（自認）は、その人次第のため、「しゅふ」を定義することはしません。

その方の”働く課題”にフォーカスして、解決できるサービスを追求していきます。

補足

「家庭の都合で、働き方に条件面の制約がある人」

- 例1 育児と両立させるため、日数・時間を抑えて、扶養枠内で働きたい
- 例2 看護が必要な家族がいるため、短時間で働きたい
- 例3 介護をしながら働くため、スキマ時間でできる仕事がしたい

「家庭の都合で、働き方に条件面の制約がある人」と同様の”課題”を抱えている人たち

- 例1 スキルアップのため、在宅でできる短時間の副業をしていきたい
- 例2 趣味の時間を確保するため、短時間で働きたい
- 例3 自身の病気療養のため、日数・時間を抑えて働きたい

※公式文書などで「しゅふ」という表現が難しい場合は、「主婦・主夫層」という表現を推奨しています

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 9

当社は「しゅふ」という言葉を使用しています。一般的に「しゅふ」には既婚女性のイメージがありますが、既婚女性を定義するだけではありません。最近ではシングルマザーや、家事育児を男性が行うケースも増えています。このため性別や未婚・既婚の区分は行わない、という観点で「しゅふ」としています。

育児・看護・介護だけではなく、資料右下にある、スキルアップ・趣味・病気療養といった、家庭の都合で働き方に条件面の制約があり、ライフスタイルに合わせながら働きたい方々を対象として当社はサービスを提供しています。

その方々を包括的に「しゅふ」と定義しながら、ご説明いたします。

事業内容



- 当社は派遣・紹介事業を祖業とし、求人メディアを運営するメディア事業とDX事業で構成



Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 10

事業内容については、当社はビースタイルホールディングスという持株会社があり、左下のビースタイルスマートキャリアが派遣・紹介事業、中央のビースタイルメディアがメディア事業として「しゅふJOB」という求人サイトを運営しています。右下のビースタイルバリューテクノロジーズが業務受託を中心としたDX事業を行っています。

右下のビースタイルチャレンジは、グループにおける障害者雇用を一手に引き受ける特例子会社であり、事業を手掛ける会社ではありません。

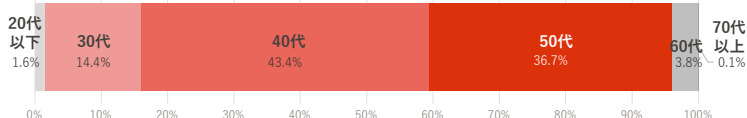
しゅふ層を中心とした人材サービスを展開

- 主力事業である長期派遣、メディア共に、しゅふ層である30～50歳代の女性がスタッフ・登録会員の大宗を占めています

派遣・紹介事業：長期派遣スタッフの属性（2024年9月末）

長期派遣スタッフの年齢構成（男女計）

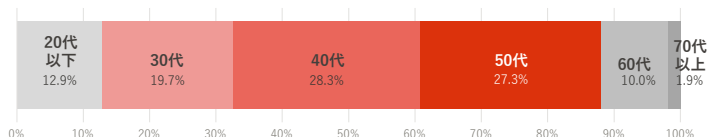
女性比率 **98.3%**



メディア事業：登録会員※1の属性※2（2024年9月末）

登録会員の年齢構成（男女計）

女性比率 **88.2%**



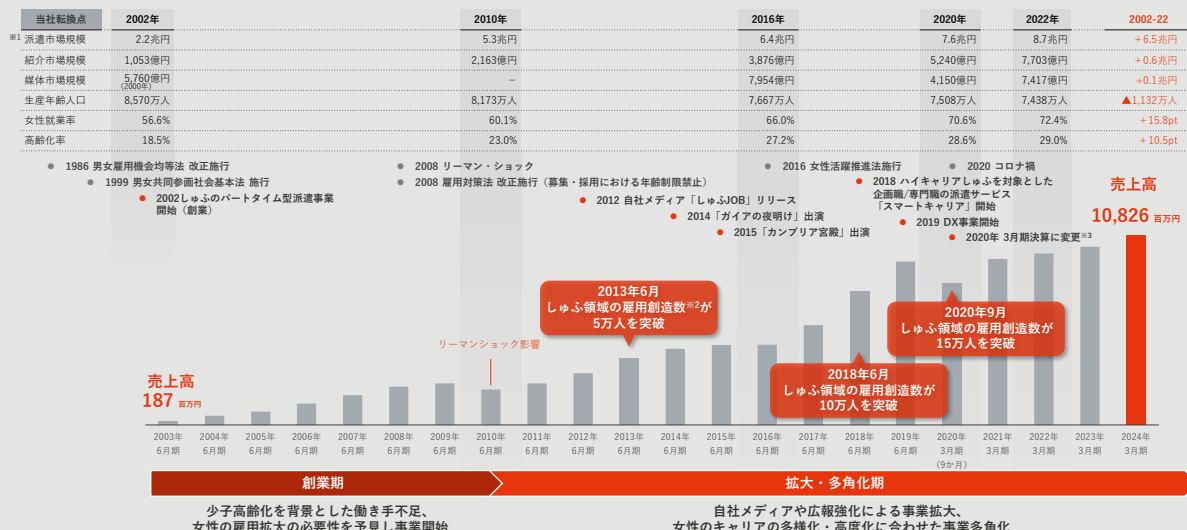
※1 「しゅふJOB」に登録もしくは仮登録しているユーザーの合計数
 ※2 性別・年齢の登録のある登録会員のみを対象として集計

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 11

当社はしゅふ層を中心とした人材サービスを展開する企業です。

上段が派遣・紹介事業、下段がメディア事業ですが、両者ともに赤字の数字で女性比率を示しており、女性比率が高い人材サービスを手掛けています。

沿革：「時代に合わせた価値を創造」してきた経緯（1/2）



※1 派遣市場規模：（全年度）厚生労働省「労働者派遣事業報告書」、紹介市場規模：（全年度）厚生労働省「職業紹介事業報告書」
 媒体市場規模：2000年は（社）全国求人情報誌協会他「労働市場サービス産業の活性化のための提言」（2002年3月）、2016年以降は（公社）全国求人情報協会調査
 生産年齢人口：総務省統計局「人口推計」、女性就業率：内閣府「男女共同参画白書」、高齢化率：総務省統計局「人口推計」
 ※2 しゅふ領域の雇用創出数：人材派遣事業の派遣労働者数、人材紹介事業の採用者数、求人サイト事業の採用者数の事業開始時からの累計
 ※3 当社は、2020年2月に株式会社ピーススタイル（現 株式会社ピーススタイルスマートキャリア）を株式移転完全子会社、当社を分別承継会社として設立された持株会社であります。
 また、株式会社ピーススタイル（現 株式会社ピーススタイルスマートキャリア）の決算期を2020年より3月期決算に変更しております

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 12

当社の沿革についてご説明いたします。2002年に会社を創業して、現在の2024年までを掲載しています。冒頭部分、創業期からリーマン・ショックまでは、派遣事業を中心に事業を運営して参りました。

2010年から2016年頃までに、「しゅふJOB」という求人媒体を新しく作り展開しました。そして2016年から右肩上がりに成長しています。9ヶ月決算となったため、2020年3月期は若干減収となりましたが、12ヶ月決算ならば同様の右肩上がりであり、2016年から2020年までの約5年間で、売上約50億円の会社が107億円まで成長しました。

ただし、2021年はコロナ禍の影響を大きく受け、メディア事業、派遣事業ともに大幅減収となりました。しかし求人媒体の「しゅふJOB」に投資を集中し、他の事業の売却や投資を凍結し新たな成長を作り上げました。そして2024年12月の上場承認に至っております。



※「COMPASS」(特許取得名：「雇用形態等の業務への人材配置診断方法」2007年特許取得)により効率的に業務を分析・抽出

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 13

当社がこれまでに取り組んだイノベーションについてご説明いたします。

左側は創業期となりますが、元々派遣市場はフルタイムで働くのが一般的でした。その市場で当社は、しゅふ層に対しライフスタイルに合わせながら働くことを提案し、企業に対しフルタイムではなくパートタイムやワークシェアリングを併用することによって、派遣コストを30%削減できることを提案し企業のコストソリューションと、家庭に眠っている非常に優秀なしゅふの方たちのクオリティソリューションの両方を手掛けることで、当社は創業期からパートタイム派遣で成長を続けています。また大企業の場合は、パートタイムでの就業場所やワークシェアリングで働くことができる業務が分かりづらいこともあり、時短の働き方へ転換可能な業務を可視化して、しゅふの方たちが働きやすいポジションを発見するサービスツール「COMPASS」を自社開発しました。

中央がメディア事業です。Webの求人媒体は通常、検索すると求人情報が並びますが、多くの媒体でオプションを発注した求人企業が上位表示されるのが一般的です。しかし当社の「しゅふJOB」では、しゅふのニーズに適した働く条件や環境を重視した求人であるほど上位表示する仕組みです。求職者のライフスタイルにマッチするよい求人を企業に増やしていただき、働く人たちが応募しやすい求人を多く作り上げる努力をして参りました。

右側はしゅふのキャリアに沿った付加価値の創造です。創業期は一般的な事務職を中心に人材派遣を提供していました。現状は元専門職や元管理職など、年収500万以上あった方を非常にリーズナブルに利用できる「スマートキャリア」というサービスに力を入れて伸びています。その結果、派遣事業における支払時給はこの10年間で42.0%上昇しました。

02

当社の特徴・強み

当社の特徴と強みについて説明いたします。

1. しゅふ層への特化

20年以上にわたり派遣・紹介・メディア全てにおいて「しゅふ」採用に特化し、大手総合人材サービスが真似できない差別化されたポジショニング

2. 求職者の集客力

「しゅふJOB」というわかりやすいブランド名と、しゅふのニーズに合わせたUI、新聞・TV・雑誌等で多く取り上げられる広報力により築かれた高い認知度

3. 求人企業の課題解決

「しゅふ」という新たな働き手の提供により、企業の採用課題を解決。社会人経験のある優秀な「しゅふ」人材を、コストを抑えて活用できることも魅力

しゅふ層への特化、求職者の集客力、求人企業の課題解決をご説明いたします。

1. しゅふ層への特化 しゅふのニーズと人物像



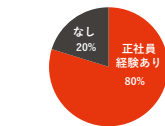
- ・ しゅふが仕事探しで重視するポイントは、1～3位までが、ライフスタイルである
- ・ 求人媒体のしゅふJOBで転職する層は、約8割が正社員経験があり、アルバイト/パート層の中でも豊富な経験やスキルを持つ
- ・ 派遣スタッフの過去年収は、500万円以上が約40%を占め、企業もスキルの高い人材を活用できる

仕事探しで重視しているポイントランキング※1

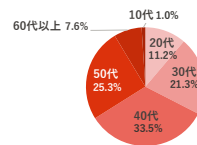
1位	勤務地	84%
2位	勤務時間	65%
3位	勤務日数	47%
4位	職種	41%
5位	給与	28%
6位	しゅふが働きやすい環境か？	26%
7位	交通費は支給されるか？	17%
8位	平均年齢or活躍中の年齢	14%
9位	扶養枠内で働けるか？	13%
10位	未経験OKか？	11%
11位	職場の雰囲気 ※写真等	7%
12位	ブランクOKか？	7%

職種・給与の優先順位は低く、勤務地・勤務時間・勤務日数等、ライフスタイルに合わせた働きやすさが重視されている

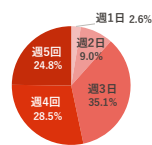
正社員経験の有無※1



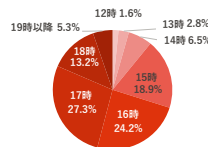
年齢分布※1



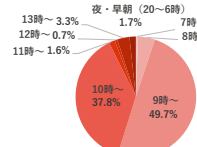
1週間の希望勤務日数※1



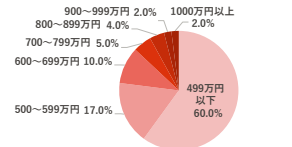
希望勤務終了時間※1



希望勤務開始時間※1



登録派遣スタッフの過去年収※2



※1 しゅふJOB登録者へのアンケート調査。集計期間：2022年1月24日～2022年1月26日
※2 2024年9月末時点

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 16

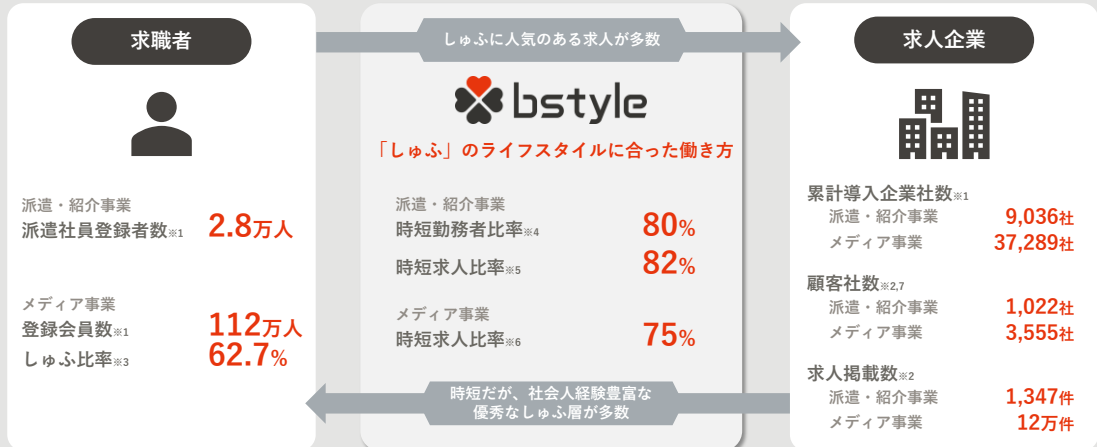
「しゅふ層への特化」については、左下の「仕事探しで重視しているポイントランキング」をご覧ください。アンケートによるランキングは、1位勤務地・2位勤務時間・3位勤務日数となっており、しゅふ層のライフスタイルに合わせながら働きたい、というニーズを示しています。

当社の求人媒体「しゅふJOB」は、転職者の約8割が正社員経験があることに加えて、派遣スタッフの場合は過去年収500万以上の方が約40%を占めており、非常にハイスキル・ハイキャリアであることが特徴的です。

社会人としての経験値やスキルが高い方が欲しい、という求人企業が「しゅふJOB」を活用することで、スキルの高い人材を採用することができます。

1. しゅふ層への特化 「しゅふ」に注力する人材サービス企業としての強固なサービス基盤

- ・ 派遣・メディア共に、時短勤務者・求人が約8割を占める
- ・ 創業以来、しゅふのライフスタイルに合った働き方を追求し、求職者・求人企業の強固な基盤を構築



※1 2024年9月末時点 ※2 2024年9月時点 ※3 「しゅふJOB」では結婚有無、子ども有無の情報を取得していないため、ノバセル株式会社によるアンケート調査（30-50代 既婚女性 N=500を対象とした2024年2月実施調査）による結婚経験有かつ子持ちの女性の比率78.4%を用いて、2024年9月におけるしゅふJOB登録会員の女性人数から試算したしゅふ比率
 ※4 2024年9月時点の派遣労働者2,406名のうち「週5日以上かつ週35h以上」で就業している20%を除いた比率
 ※5 2024年9月時点で求人企業に依頼を受けた求人のうち、週35h未満の求人の比率 ※6 2024年9月時点の求人のうち、雇用形態が「パート」かつ扶養枠内での勤務調整が可能な求人の比率
 ※7 導入企業の内、期間中に売上が発生した企業
 Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 17

当社が取り組んできた、過去実績の土台部分をご説明いたします。

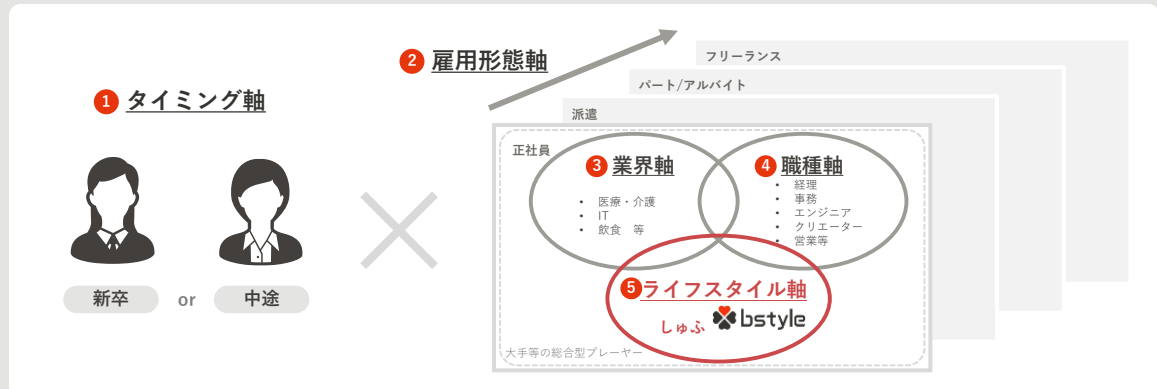
求職者については、派遣登録者数が2.8万人、メディアの登録会員数は112万人です。一方、右側が求人企業数で、いずれも累計ですが派遣・紹介が約9,000社、メディアの導入企業社数が約3万7,000社です。

中央部分の80%、82%、75%という数字は、各ライフスタイルに沿った働き方のある求人がどの程度の比率で存在するかを示した数字です。非常に高い比率となっています。

1. しゅふ層への特化 リクルーティングサービス市場の差別化の軸と、当社のポジショニング



- ・ リクルーティングサービスは、派遣・紹介・媒体各市場を、5つの軸で分類することができる
- ・ 従来は業界軸・職種軸の領域特化型プレイヤーが多かったが、当社はライフスタイルを重視し、しゅふに注力
- ・ 大手総合型人材企業は、全体のサービスの中にしゅふに適した求人・媒体を有することもあるものの、しゅふに特化し、コアコンピタンスにすることはデメリットが大きい（次頁記載）



※ 当社認識による分類
「ライフスタイル軸」でのターゲティング・差別化を図っている当社以外の事例としては、
「働きたいときだけ働ける」働き方を提供するスキマバイト等

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 18

当社の強みはポジショニングにあります。人材サービス市場の中のリクルーティングサービスは、派遣・紹介・求人媒体の各市場を5つの軸で分類し説明できると考えています。

1つ目が左側のタイミング軸で、新卒か中途かで分けられます。2つ目が正社員・派遣・パートアルバイト・フリーランスといった雇用形態軸、3つ目が医療・介護に特化した求人媒体などの業界軸、4つ目が経理やエンジニアなどの人材紹介サービスの職種軸です。

そして、5つ目は当社がポジションを取るライフスタイル軸です。最近はタイミー様のように、“スキマ時間で働く”というライフスタイルを軸とした求人媒体もあります。当社もこのライフスタイル軸を中心とした、求人媒体及び派遣・紹介サービスを手掛けています。

当然、大手の総合型人材企業には、全体サービスの中にしゅふに適した求人や媒体があることも事実です。しかし総合型人材企業の場合、しゅふに特化しコアコンピタンスにするデメリットが大きい、という点を次にご説明いたします。

1. しゅふ層への特化 参入障壁：人材サービスのビジネスモデルと、「しゅふ」の働き方の特徴

- 人材派遣・紹介事業者は、フルタイム労働から、しゅふの働きやすいパート型にターゲットを変えると売上低下要因に
- 求人メディア事業者は、しゅふに特化すると、他の主要なターゲット層である学生やフリーター等への認知訴求が弱まる

人材サービス会社の売上高構成

しゅふ・短時間労働の特徴



Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 19

資料の中央部分について、特に派遣や紹介の場合は、短時間や短日数などにターゲットを変更すると売上の減少につながります。このため、売上を下げる方向性のソリューション展開は難しいと言えます。

資料の一番下部分、求人メディアについては、アルバイトやパートとの求人媒体と当社は競合になるケースが非常に多いです。しかし、求人メディアがしゅふに特化してしまうと、学生・フリーター・シニア・外国人の方への訴求が減少します。このため「しゅふJOB」という名前の求人媒体で、しゅふに特化した求人を手掛けること自体が当社の強みとなっています。

人材系のサービスにおける認知度の向上策には、テレビCM、交通広告など非常に多くの手段があります。

このため、「しゅふJOB」のネーミングが世の中に知られることが市場の競争優位性として非常に強い、と当社は認識しています。世の中への認知効率を上げるといっても、「しゅふJOB」に特化した戦略をとったことはご理解いただけると思います。

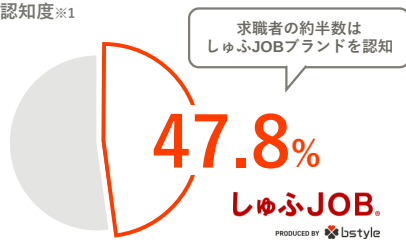
2. 求職者の集客力

しゅふJOBの集客力：高いブランド認知



- 求職者の半数弱がしゅふJOBを認知
- CM指名検索スコアランキングでは人材業界で、唯一100位以内にランクインするなど、着実にブランドイメージが拡大している

しゅふJOBの認知度※1



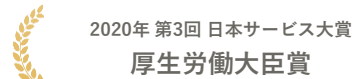
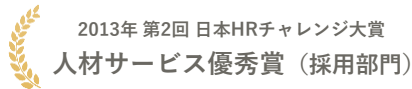
求人サービス認知度ランキング※2

6位

2024年上半期 CM指名検索スコアランキング※3

61位 / 12,000
ブランド以上

しゅふJOBの受賞歴



※1 しゅふJOBの認知度
調査期間：2024年6月
調査企画：ノバセル株式会社 調査協力：株式会社クロス・マーケティング
調査対象：子どもと同居かつ育児の負担がある、求職中または求職する可能性のある30-59歳の女性
助成想起

※3 指名検索スコア：CM放映前後の数分間に増加した指名検索数をCMの放映量で割り算されるスコア
出所：ノバセル株式会社「2024年上半期 CM指名検索スコアランキング」

※2 求人サービス認知度ランキング
調査期間：2024年6月
調査企画：ノバセル株式会社
調査協力：株式会社クロス・マーケティング
統括想起：「パート・アルバイト探しのための求人サービス」と聞いて、思い浮かぶものを3つまで教えてください
との質問に対して回答されたサービスをランキング
調査対象：子どもと同居かつ育児の負担がある、求職中または求職する可能性のある30-59歳の女性
Copyright© b-style holdings inc. All rights reserved. 20

資料の左側にある通り、求職者の約半数は「しゅふJOB」ブランドを認知しています。求人サービス認知度ランキングでは、現在35歳以上の女性については第6位です。

また、2024年上半期CM指名検索スコアランキングでは、1万2,000ブランド中61位でした。100社以内に他の人材業界のブランドが一つも入っていないため、2024年は人材業界ブランドの中で「しゅふJOB」の認知度の飛躍的な向上に成功したと考えています。

2. 求職者の集客力

しゅふJOBの集客力：高いブランド認知



- 15秒間のCMで『しゅふJOB』を5回コールすることにより、2023年9月～の約1年で高いブランド認知を獲得
- 女性・時短勤務だけではなく、男性や在宅ワーク層へも訴求
- ブーコ部長というキャラクターにより、子供にも認知が広がり、結果しゅふ層にも訴求

- メディアへの安定的な高い掲載数
- しゅふJOB総研の掲載数のPR数、掲載数の高さによりしゅふの労働といった「しゅふJOB」というブランドを位置づける大きな要素になっている
- 「ガイアの夜明け」「カンブリア宮殿」等の著名番組や、朝と夕方のワイドショー等での掲載多数

TVCM



ブーコ部長



直近3年のメディア掲載実績

		2024年3月期	2023年3月期	2022年3月期
掲載数	掲載数	213	251	172
	コーポレート	7	9	5
	ビースタイルスマートキャリア	6	1	5
	ビースタイルメディア	21	25	39
	ビースタイルバリューテクノロジー	0	1	0
	しゅふJOB総研	170	201	112
	その他	8	8	11
掲載媒体	テレビ	15	18	8
	新聞	19	12	8
	WEB	172	201	145
	雑誌	3	11	10
	その他	4	9	1

しゅふJOB総研※1

しゅふの声を届け続けて13年！累計5万人到達

生活・くらし

夫の家事・育児、不満？

長期的な将来、高収入になる？

専業主婦や専業主夫は手抜き？

子どもを育てたい？

仕事・働き方

管理職を希望する？

転職は必要？

仕事選びで後悔する？

ビジネスアワー経験

経済・経済・社会問題

選挙、投票しない理由

カスハラ被害、経験ある？

マイナンバーカードの活用

定期通帳で家計はわかる？

累計 300*

累計 700*

取材や報道、雑誌のインタビューも掲載中！

しゅふJOB総研研究顧問 川上敬太郎

労働分野の専門知識・ノウハウを研究家・役員も4人の子を持つ専業主婦

※1 しゅふJOB総研は当社が運営するしゅふに特化した人材サービス「しゅふJOB」の調査機関

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 21

認知度アップについて、一番効果があったのはCMです。YouTubeをご覧いただくと分かりますが、「しゅふJOB」を5回もコールするCMとなっています。

「しゅふJOB」のサービス名称を認知させることを一番に考えた戦略が、非常に良かったと考えています。

また資料左側ですが、当社はしゅふJOB総研で約10年働く女性や主婦の労働に対する調査を続けてきました。右下をご覧いただくと、直近のしゅふJOB総研のメディア掲載実績は200件前後です。テレビ・新聞・雑誌などで、働く女性の特集が組まれると、多くが当社に取材依頼をいただいています。

2. 求職者の集客力 しゅふJOBの集客力：しゅふに特化した求人・UI



- しゅふが仕事探しで重視するポイントに沿った検索機能

仕事探しで重視しているポイントランキング※1

1位	勤務地	84%
2位	勤務時間	65%
3位	勤務日数	47%
4位	職種	41%
5位	給与	28%
6位	しゅふが働きやすい環境か？	26%
7位	交通費は支給されるか？	17%
8位	平均年齢or活躍中の年齢	14%
9位	扶養枠内で働けるか？	13%
10位	未経験OKか？	11%
11位	職場の雰囲気 ※写真等	7%
12位	ブランクOKか？	7%

家庭との両立重視のため
「勤務地・時間・日数」が重要

自宅周辺で通いたいニーズが強い
ため、通勤時間で検索

この画面は、しゅふJOBの検索機能のスクリーンショットです。検索条件として「通勤時間」が設定されており、その下に「勤務日数」のフィルターがあります。また、「終了時間を指定」のボタンも表示されています。

子どもの保育園、塾等のお迎えを意識して、
終了時間で検索

豊富なタグから、
希望条件に合った求人を探しやすい

この画面は、しゅふJOBの検索機能のスクリーンショットです。検索条件として「通勤時間」が設定されており、その下に「勤務日数」のフィルターがあります。また、「終了時間を指定」のボタンも表示されています。

▲派遣のお仕事
サイトのUI

▲しゅふJOBメディアのUI

※1 しゅふJOB登録者へのアンケート調査。集計期間：2022年1月24日～2022年1月26日

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 22

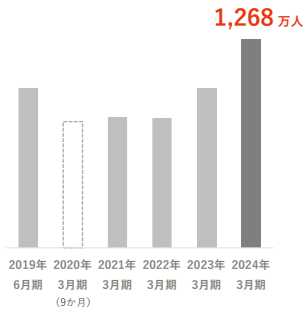
求職者の集客力について、よりしゅふ層に合ったユーザーインターフェースを持ちながらサービスを提供しています。

2. 求職者の集客力 しゅふJOBの集客力：求職者の増加実績

- ・ しゅふをターゲットとしたニッチ領域で強いアクセスを保有し続けている
- ・ 毎年高い流入を確保できており、求職者・応募数ともに右肩上がりで拡大

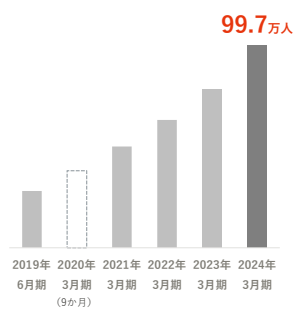
年間アクセス数※1

「しゅふJOB」への
年間アクセス数



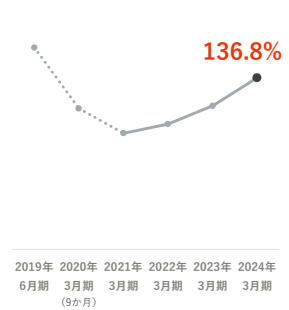
登録会員数※2

「しゅふJOB」に登録もしくは
仮登録しているユーザーの合計数



応募数増減率

応募数の前年同期比



※1 「しゅふJOB」への年間アクセス数。28日以内であれば同じデバイスから何度アクセスしても1ユーザーとしてカウント
※2 「しゅふJOB」に登録もしくは仮登録しているユーザーの合計数

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 23

年間アクセス数・登録会員数・応募数ともに右肩上がりで上昇しています。

3. 求人企業の課題解決 当社が企業から選ばれる求人媒体である理由



- ・ しゅふJOBはしゅふ採用に特化した媒体であり、集客力の高さ、しゅふ採用のパイオニアとして、これまで37,289社^{※1}へ導入
- ・ 地域に根差した企業・業界における、女性採用ニーズと、採用意欲の高さ



^{※1} 2013年1月1日～2024年9月30日の導入企業数累計
^{※2} 2013年1月1日～2024年3月31日の登録会員数累計
^{※3} しゅふJOB会員向けのアンケート2023年8月調査
^{※4} 総務省統計局「労働力調査」産業別女性就業者数(2024年1～3月)
^{※5} 各年末時点で求人メディアとしてしゅふJOBに「登録」のステータスとなっている企業の数

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 24

「しゅふJOB」の利用企業が、「しゅふJOB」を活用する理由について、求人企業には「応募数を増やしたい」、「経験豊富な人材を採用したい」などの課題があり、それに対し右側で「しゅふJOB」がどのような形で解決するかを示しています。「しゅふJOB」は高い集客力と、価格を抑えつつクオリティの高い人材採用により求人企業の課題解決を行って参りました。

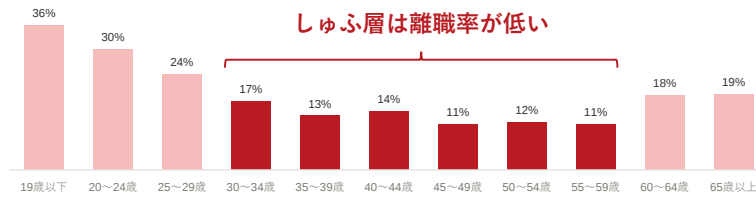
さらに近年は、地域需要に根ざした女性採用ニーズの高い業界において採用が大きく拡大している点が、求人企業から支持を受けています。医療・福祉系、家事代行、インバウンド需要における飲食・調理に加え、若年労働人口減少による塾の講師も学生からしゅふに移行が進んでいるのではないかと考えています。

3. 求人企業の課題解決 離職率の低いしゅふ層の採用は、企業の採用・教育コストを低減

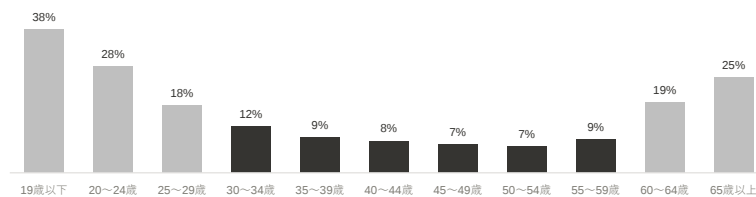


- ・ しゅふ層は他の年齢層と比べて離職率が低い
- ・ 企業は欠員リスクを抑えられると共に、再採用コストや教育コストを抑えることが可能

離職率：女性



離職率：男性



※ 厚生労働省「雇用動向調査」。「離職率＝2023年離職者数÷2023年6月末常用労働者数」
常用労働者とは、期間を定めずに雇われている者または1か月以上の期間を定めて雇われている者

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 25

しゅふは離職率が非常に低い、という点も特徴的です。離職率の低さは、企業が派遣を活用する上で特に求めるポイントとなります。

3. 求人企業の課題解決 当社が企業から選ばれる派遣・紹介会社である理由



- フルタイムから、時短化、リモート化等、求人をスマート化することにより応募数を**拡大**し、採用の成功率を上げる
- 中小企業を中心とした「コスト」「ハイキャリア」「採用スピード」という採用課題を、**解決**することが出来る

企業への採用スマート化提案メニュー	時短化	リモート化	50代以上歓迎化	高時給化	ビジー化	シェア化
内容	子育てや介護などと仕事の両立をしやすい労働時間に短縮	働く場所の制約を取り除き、募集対象を日本全国に拡大	就職に苦戦する優秀な50代以上に対象を拡大	報酬を上げることで他求人より競争力を強化	繁忙期のみ人材を配置する	フルタイムを2名のシェアに変更し短日数で勤務可能に
期待される効果	コスト削減	コスト削減			コスト削減	コスト削減
	ハイキャリア採用 採用スピード向上	ハイキャリア採用 採用スピード向上	ハイキャリア採用 採用スピード向上	ハイキャリア採用 採用スピード向上		採用スピード向上

実際の効果 ※2023年10月1日時点。 当社取扱い求人について、 求人内容変更時の効果	応募数	応募数	応募数	応募数	月額コスト	派遣時給
	一般的なフルタイム求人として募集時の平均応募数 3.4件 ↓ 時短化 12.1件 355% UP	↓ リモート化 10.9件 321% UP	↓ 50代以上歓迎化 8.2件 241% UP	↓ 高時給化 6.1件 180% UP ※平均時給 + 200円にした場合	62.5% DOWN ※フルタイム稼働と、 月末月初の10日×6h稼働を 比較した場合	50～100円 DOWN ※職種や場所により異なる

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 26

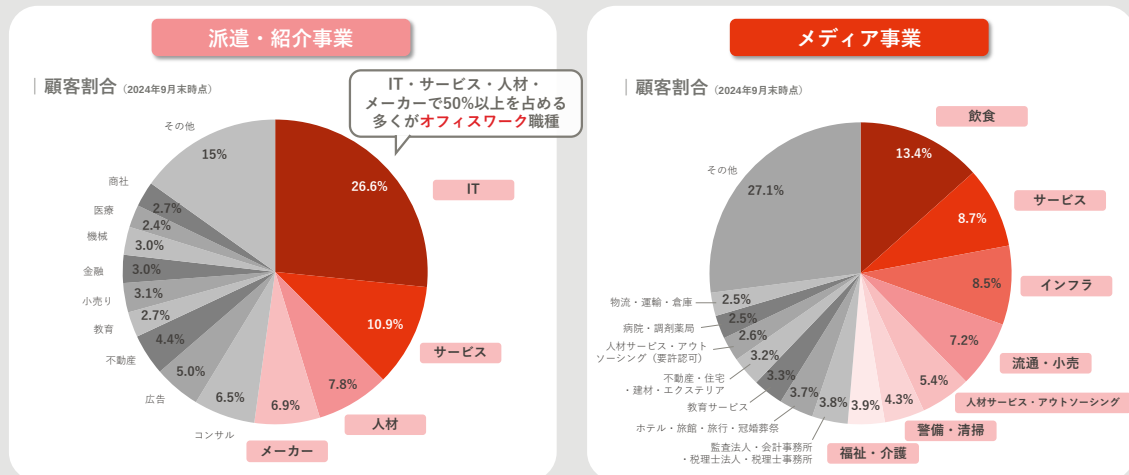
顧客企業が派遣を活用する上で当社へ求められている点について、当社はフルタイム求人も提供していますが、同時に、時短化する・リモート化する・50代以上も歓迎とする・高時給化するなど、求人の応募数を増やすことを“スマート化する”と表現しており、スマート化を最も必要とするのは中小企業です。中小企業は、採用コスト、優秀な人材が集まらない、採用スピードが上がらないなどの採用課題を、スマート化により解決できます。資料の下段に記載の通り、通常のフルタイムの求人であれば3～4件の応募であったところ、スマート化により応募数を軒並み200～300%アップすることができています。

ハイキャリアの方になるほど採用の難易度は上昇しますが、スマート化により下げることが可能となっています。

3. 求人企業の課題解決 顧客基盤：各事業の業種別顧客割合



- ・ 派遣・紹介事業は多様な業種にまたがるも、職種としてはオフィスワークが中心
- ・ メディア事業は飲食、サービス等、しゅふ向けパート求人の多い業種が中心



Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 27

派遣・紹介事業における顧客の業種割合です。

今までの派遣・紹介事業は、IT・サービス・人材といったオフィスワークを中心に派遣を行ってきました。こちらは今まで通り強化しつつ、これからは業種業態を変えながら、営業活動を行って参ります。

右側はメディア事業です。飲食・サービス・インフラが上位にありますが、最近は福祉・介護が非常に増えています。

3. 求人企業の課題解決 長年にわたる顧客からの支持により築かれた顧客基盤（導入企業の一部）



- 成長中の企業を中心に、会社規模数名～数万名までの多くの企業に導入

グループ全体導入企業 延べ46,394社

派遣・紹介事業

株式会社ピースタイルスマートキャリア

導入企業 **9,000社** 突破



メディア事業

株式会社ピースタイルメディア

導入企業 **37,000社** 突破



※ 2024年9月末時点

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 28

そして当社グループのサービスについて、全体の導入企業社数は延べ約4万6,000社という数字となっています。

03

2025年3月期 第3四半期 業績概要

業績概要についてご説明いたします。
2025年3月期 第3四半期業績ハイライトです。

売上高	売上総利益・売上総利益率	
8,381百万円	3,582百万円	42.7%
前年同期比	前年同期比	前年同期比
+3.1%	+12.5%	+3.5pt

- 派遣・紹介事業における派遣労働者の減少により人材派遣売上が減少するも、しゅふJOBを展開するメディア事業の拡大により売上高は前年同期と同水準を維持
- 事業KPIとして掲げる売上総利益はメディア事業の拡大が寄与し、前年同期比+12.5%伸長

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 30

売上高は前年同期比3.1%増の83億8,100万円となりました。

売上総利益は35億8,200万円となり、前年同期比12.5%増となりました。
売上総利益率は42.7%となり3.5ポイントアップしています。

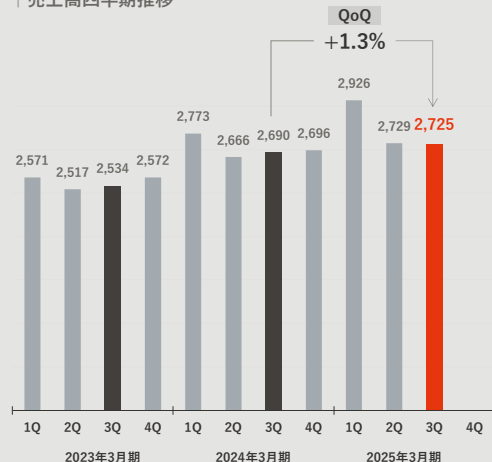
派遣・紹介事業における派遣労働者の減少により、人材派遣売上高が減少しましたが、「しゅふJOB」を展開するメディア事業が拡大し堅調に推移して、全体の売上高は前年同期と同水準を維持しています。

事業KPIとして掲げる売上総利益は、「しゅふJOB」を手掛けるメディア事業の拡大が寄与し12.5%伸長し、同様に売上総利益率も3.5ポイントアップしました。

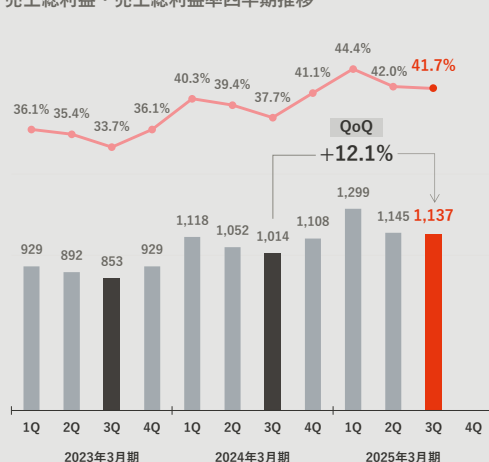
売上高と売上総利益の四半期推移

- 例年3Q（10月～12月）は就職活動が低調になりやすく、4Q～1Q（1月～6月）に向けて活発化する傾向
- 前年同期比で売上高は微増、売上総利益は+12.1%伸長

売上高四半期推移



売上総利益・売上総利益率四半期推移



※ 2023年3月期及び2024年3月期の財務数値は監査を受けておらず参考値

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 31

売上高と売上総利益の四半期推移についてです。

当第3四半期は前年の第3四半期と比べ、売上高は1.3%伸び、売上総利益は12.1%伸びました。

2025年3月期 第3四半期 業績概要

- 前年同期比で売上高は+3.1%増、売上総利益は+12.5%伸長し396百万円増加
- CMによる投資を当上半期に実施している影響により前年同期比で+137百万円、売上高増加による販売促進費、募集広告費の増加+309百万円、上場関連費用の増加+32百万円から販管費が+496百万円増加
- 2024年3月期に発生した子会社売却による特別利益144百万円の計上がないことから税金等調整前四半期純利益は前年同期比▲218百万円減少

(単位：百万円)	2024年3月期 3Q		2025年3月期 3Q		前年同期比	
	実績	売上高構成比	実績	売上高構成比	増減額	増減率
売上高	8,130	100.0%	8,381	100.0%	+250	+3.1%
売上原価	4,945	60.8%	4,799	57.3%	▲146	▲3.0%
売上総利益	3,185	39.2%	3,582	42.7%	+396	+12.5%
販管費及び一般管理費	2,902	35.7%	3,398	40.6%	+496	+17.1%
営業利益	283	3.5%	183	2.2%	▲99	▲35.3%
経常利益	258	3.2%	183	2.2%	▲74	▲28.9%
税金等調整前 四半期純利益	402	5.0%	183	2.2%	▲218	▲54.3%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	354	4.4%	124	1.5%	▲230	▲65.0%

※ 2024年3月期3Qの財務数値は監査を受けておらず参考値

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 32

2025年3月期 第3四半期 業績概要についてご説明いたします。

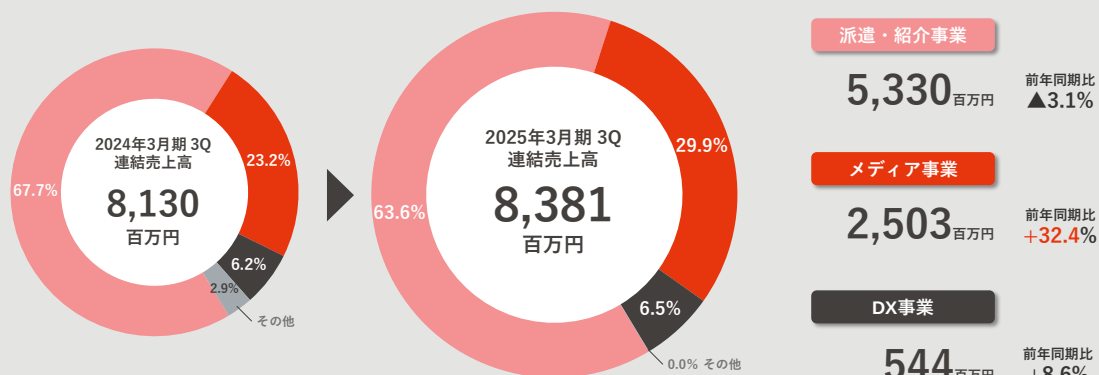
右上部分、売上高は前年同期比で3.1%増えました。売上総利益は12.5%増、3億9,600万円増加しました。

販管費については、CMへの投資を上半期に実施しその影響で前年同期比1億3,700万円増加したことに加え、売上高増加における販促費の増加と募集広告費の増加が3億900万円、加えて上場関連費用3,200万円が計上され、販管費全体では4億9,600万円増加しました。

なお、今期は前期に発生した子会社売却における特別利益1億4,400万円の計上がなくなるため、税金等調整前四半期純利益は2億1,800万円減少となります。

事業別 売上高構成比

- 前年同期比でメディア事業の割合が増加、第2の収益柱として順調に成長



※ 2024年3月期3Q時点でその他事業に含まれるフィールドワーク事業を展開する株式会社ピーススタイルギグワークスの全株式を2023年12月22日付で譲渡したため、2024年3月期4Q会計期間の期首より連結の範囲から除外しております

※ 各事業の売上高は、セグメント間の内部売上高を除く売上高

※ 2024年3月期3Qの財務数値は監査を受けておらず参考値

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 33

前年同期比でメディア事業の割合が増加していることを示しています。

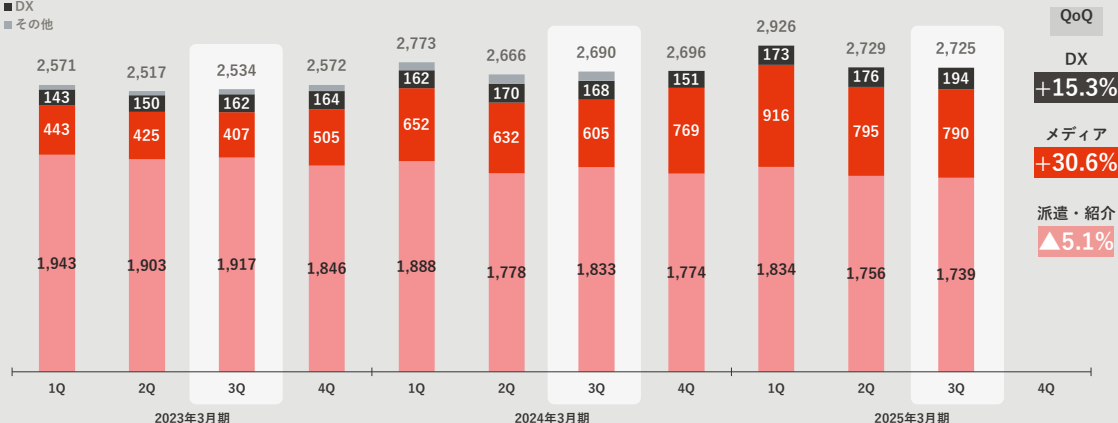
右側をご覧くださいと、派遣・紹介事業は前年同期比マイナス3.1%、メディア事業は引き続き堅調な成長が続き前年同期比32.4%増、DX事業も前年同年度比8.6%増で成長してしています。

事業別 売上高四半期推移

- 3Q会計期間においてはメディア事業とDX事業の拡大が派遣・紹介事業の減少をカバー

売上高四半期推移 (単位: 百万円)

■ 派遣・紹介
■ メディア
■ DX
■ その他



※ 2023年3月期及び2024年3月期の財務数値は監査を受けておらず参考値

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 34

当第3四半期は、メディア事業とDX事業の拡大が、派遣・紹介事業の減少をカバーしている状態です。

04

2025年3月期 通期業績予想

次は2025年3月期 通期の業績予想についてご説明いたします。

2025年3月期 連結業績予想の修正

- 派遣・紹介事業における営業・提案活動の強化や、メディア事業における季節キャンペーン等の実施により売上高の回復を見込んでいたが、当期中に計画の売上高へ回復することは困難であると判断し、2025年3月期の業績予想を下方修正

(単位：百万円)	2025年3月期	2025年3月期	修正	
	前回発表予想	修正予想	増減額	増減率
売上高	11,916	11,267	▲648	▲5.4%
売上総利益	5,272	4,907	▲364	▲6.9%
営業利益	500	300	▲200	▲40.1%
経常利益	473	295	▲177	▲37.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	311	202	▲109	▲35.1%

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 36

2025年3月期は、派遣・紹介事業における営業・提案活動の強化やメディア事業における季節キャンペーンなどの実施により、売上高の回復を見込んでいました。しかし当期中に計画の売上高回復は非常に困難と判断して、2025年3月期は非常に残念ながら下方修正を発表するに至りました。大変申し訳ございません。

売上高は119億円を112億円、売上総利益は52億円を49億円、営業利益は5億円を3億円、経常利益は4億7,300万円を2億9,500万円、親会社株主に帰属する当期純利益は3億1,100万円を2億200万円にそれぞれ修正しています。

2025年3月期 連結業績予想の修正 セグメントごとの詳細(1/2)

- ・ 派遣・紹介事業及びメディア事業において期初計画を下回る見込み
- ・ 売上高および売上総利益の計画に対する下振れが営業利益以下にも影響
- ・ DX事業においておもにビジネスパートナーの人材を活用した受注獲得が伸びし売上高が計画より上振れ

(単位：百万円)	2025年3月期	2025年3月期	修正	
	前回発表予想	修正予想	増減額	増減率
売上高 ※1	11,916	11,267	▲648	▲5.4%
派遣・紹介事業	7,591	7,031	▲559	▲7.4%
メディア事業	3,599	3,471	▲127	▲3.6%
DX事業	725	761	36	5.0%
その他の事業	0	0	0	0.0%
売上総利益	5,272	4,907	▲364	▲6.9%
営業利益	500	300	▲200	▲40.1%
派遣・紹介事業	598	404	▲194	▲32.5%
メディア事業	1,225	1,115	▲109	▲8.9%
DX事業	28	76	47	167.4%
その他の事業	6	19	13	216.1%
調整額 ※2	▲1,358	▲1,316	41	-

※1 外部顧客に対する売上高
※2 グループ管理費など

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 37

2025年3月期 連結業績予想の修正について、セグメントごとの詳細についてご説明いたします。

派遣・紹介事業とメディア事業は期初計画を下回る見込みであり、残念ながら記載の数字となります。売上高および売上総利益の計画に対する下振れが、営業利益以下にも影響しています。ただしDX事業はビジネスパートナー人材を活用した受注獲得が伸び、売上高は計画比で上振れの予想です。

メディア事業は前期比約30%の成長が続いているものの、残念ながら計画からは下振れとなりました。しかしDX事業は、計画以上に上振れしている状態です。

2025年3月期 連結業績予想の修正 セグメントごとの詳細(2/2)

- 派遣就業者数、時短正社員紹介の決定数や決定単価が計画に届かず期初計画を下回る見込み
- メディア事業は前期比で拡大するも、複数の要因が重なり各課金モデルで計画を下回る見込み

派遣・紹介事業

派遣事業 派遣契約の受注数減少により派遣稼働者数が期初想定した計画に対して未達
人員投資は利益成長とのバランスを考慮し生産性向上による派遣稼働者数増加を見込むが、想定どおりに進捗せず未達

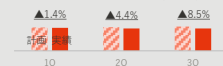
※人件費対売上高比率 2024年3月期8.7% 2025年3月期第3Q 8.9%

紹介事業 時短正社員紹介の就業決定数および決定単価が想定より下振れ

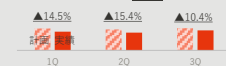
(単位：百万円)

事業別売上高	24期実績	計画	25期予想	24期比	計画比
派遣事業	6,970	7,231	6,740	▲3.3%	▲6.8%
紹介事業	305	359	291	▲4.6%	▲19.0%

派遣就業者数の計画と実績(計画比)



決定数の計画と実績(計画比)



メディア事業

メールサービスの仕様変更による求人案内等のメールマガジンの一部抑制
検索広告の単価高騰による応募獲得効率の減少
一部外部媒体の応募数減少による応募数が計画を下振れ

(単位：百万円)

課金モデル別売上高	24期実績	計画	25期予想	24期比	計画比
採用課金型	409	402	397	▲2.8%	▲1.2%
応募課金型	1,198	1,714	1,662	+38.8%	▲3.0%
掲載課金型	874	1,239	1,129	+29.1%	▲8.9%

DX事業

BPA事業 稼働人数が堅調に推移

ITエンジニア派遣・業務委託サービス ビジネスパートナーの人材を活用した受注獲得が伸長し売上高が計画より上振れ

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 38

2025年3月期 連結業績予想の修正、セグメントごとの詳細についてご説明いたします。
今回下方修正に至った原因の解説です。

右側のグラフ、決定数が最も重要な部分です。当社は決定数をKPIとしているものの、第1四半期が計画比14.5%マイナス、第2四半期が計画比15.4%マイナス、第3四半期が計画比10.4%マイナスとなりました。第3四半期、第4四半期と徐々に決定数のマイナス幅は減っています、

四半期での決定後に左側のグラフの派遣就業者数が積み上がり稼働が進むというビジネスモデルであり、第1・第2四半期の影響は、第3・第4四半期の全てに影響します。挽回に向けてリバイバルプランを計画・実行し、修正前のギリギリのラインで踏み留まるのではないかと見守っていましたが、残念ながら生産性は上がりず下方修正に至りました。派遣就業者数は、第1四半期はそれ程ずれがなく計画比1.4%減、第2四半期は計画比4.4%減、第3四半期は計画比8.5%減とずれが拡大しており、決定数が増えずに計画とのずれが大きくなりました。計画立案時は、派遣事業と紹介事業は人件費の比率を変えずに生産性を上げて右肩上がりの業績を目指す考えでした。DX事業も同様であり、メディア事業にしっかり投資して成長を図る、という計画でした。結果的にメディア事業も計画に対し下振れとなりましたが、メディア事業は前期比30%以上の成長を遂げています。DX事業は生産性を上げて成果を出したものの、紹介事業と派遣事業は生産性を上げることができなかった、というのが実態です。資料の派遣事業の※印部分に人件費対売上高比率の記載がありますが、2024年3月期8.7%、2025年3月期 第3四半期8.9%であり、比率はほぼ変化せず期初計画に挑んで参りました。しかし労働集約型のビジネスモデルであり、人件費にしっかりと投資しなければ売上のトップライン

は大きく上がらない、と今回学習しました。来期は人件費にも投資を行い売上のトップラインを伸ばす取り組みに挑みます。

中央のメディア事業における計画の下振れですが、メディア事業の成長を作り上げることはできたものの、計画に届かなかったのは事実です。その原因について、理由の1つ目としてはメールサービスの仕様変更があります。Googleのアルゴリズムに夏や秋のタイミングでルール変更があり、そのためイレギュラーな対応を迫られ一部影響を受けました。なお、既に対策は完了しています。2つ目は検索広告の単価高騰や応募獲得の効率低下です。一部外部媒体における応募率の減少があり、元々計画に織り込んでいたものの、競争の激化や仕様変更があり計画の下振れとなりました。現状、求人媒体の「しゅふJOB」は、そのネーミングにおけるブランド認知率をより上げる取り組みを行っており、ブランド名で検索される方が多いため、検索流入が阻害されない取り組みが更に必要になると考えています。

最後に派遣紹介事業ですが、昨年ゼネラルマネージャークラスの入社が新たに決定し、第4四半期にも1人ゼネラルマネージャークラスの入社が決まりました。課題解決に向けた取り組みはしっかりと人員も含めて対処できしており、来期は期待していただきたいと考えています。

市場環境と成長戦略

次に市場環境と成長戦略についてご説明いたします。

今回は初の決算説明ですが、下方修正はあってはいけない、と考え組織の全力を挙げて第3四半期・第4四半期に業績を上げられるように挑んで参りました。

しかし下方修正を回避するレベルに届かず、下方修正の発表となったことについてお詫び申し上げます。このような形で当社の説明が終われば、株主の方々も当社に対する期待を持てないと思います。そのため、当社により期待を持っていただくための説明をこの先に行います。

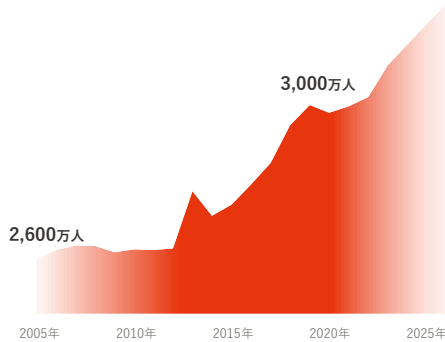
私自身経営者として、株式市場への上場は中長期において時価総額をしっかりと上げて経営することだと改めて考えています。この先5年10年と上場企業を経営するにあたり、今回の下方修正はある時期の一部であった、と思っていただけるよう、今後は計画を上振れする、もしくは中長期的に成長が続き、3年から5年後には時価総額250億円や300億円のいつでもプライム市場に上場できる会社になりたい、と強い志を持ち経営する考えです。人間は志以上に結果を出すことは難しいと考えています。我々の会社、私自身の経営者として持つ志はより高いところにある、ということを皆さんにお伝えして参ります。

現状で保有する株式は、我々への期待感を持ってそのまま保持していただくことを心より期待しております。私自身会社のトップとして、このビースタイルグループを率いて成長させていくことを、皆さんにお約束したいと思います。

拡大が続く女性の労働市場

- 女性労働者総数は年々増加し続けており、非正規労働者は全体の53.2%※1となっている
- 創業初期の2000年代における派遣労働者は20~30代の子育て世代の女性が多く、当社の登録者割合も20~30代が8割以上を占めていた
- 現在、当時のボリュームゾーンの労働者が40~50代となり、労働市場で再び活躍している

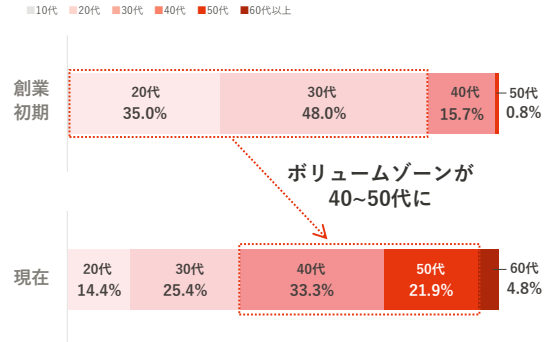
女性労働者（単位：万人）



※ 厚生労働省「令和4年版働く女性の実情」

※1 総務省統計局「労働力調査」（2023年）、「非正規の職員・従業員」が「非正規の職員・従業員」と「正規の職員・従業員」の合計に占める割合

当社年代別女性登録者割合（単位：％）



※ 創業初期2002年8月～2005年12月の年代別女性登録者割合（総数9,922人）

※ 現在2021年1月～2024年9月の年代別女性登録者割合（総数58,589人）

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 40

女性の労働者数は年々増加し続けており、現在のところ非正規労働者が全体の53.2%ですが、今後は正社員比率が徐々に上がっていくのではないかと考えています。

想定される市場規模

- 人材サービス市場における「しゅふ」層そのものの市場規模データがないため、性別や子供の有無、年齢、年収等の区分により、「しゅふ」層に類する市場としてのSAMを試算

人材派遣 市場規模

TAM：国内派遣マーケット

8兆7,646億円^{※1}

SAM：

女性90万人（派遣労働者の60%^{※2}）
既婚率 54%^{※3}
子供あり 46.8%^{※3}

1兆3,289億円

2024年3月期
売上高
71.6億円

人材紹介 市場規模

TAM：国内紹介マーケット

7,703億円^{※4}

SAM：

女性の転職者177万人^{※5}
（全体の54%^{※5}）

4,159億円

2024年3月期
売上高
1.0億円

求人媒体（メディア） 市場規模

TAM：国内求人媒体マーケット

1兆898億円^{※6}

SAM：

パート/アルバイト労働者
全体の76%^{※7}が女性
25歳以上 89%^{※7}
年収400万以下 99%^{※7}

7,297億円

2024年3月期
売上高
26.6億円

※1 厚生労働省 2022年度労働者派遣事業報告書 ※2 労働力調査 2022年版 表II-1 年齢階級別非正規の職員・従業員の内訳
※3 一般社団法人 日本人材派遣協会 派遣社員WEBアンケート調査（2022年度） ※4 厚生労働省 2022年度職業紹介事業報告書
※5 労働力調査 2022年版、令和4年平均結果の概要 II 詳細集計 表II-14 年齢階級、現在の就業状態別過去1年間の離職経験者数（2022年平均）
※6 厚生労働省 2022年度全国求人情報協会調査資料 ※7 労働力調査（基本集計）2022年（令和4年）平均結果の要約、概要、統計表等 第1表 就業状態別15歳以上人口、産業別就業者数、求職理由別完全失業者数

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 41

想定される市場規模について、左側は、人材派遣における市場規模は8兆7,646億円です。当社が定義するのは、派遣労働者数の約60%、女性90万人に対し既婚率や子供ありのライフスタイルを加味した率を掛けた、1兆3,289億円をターゲット層の規模であるSUMとして定義しています。

中央は人材紹介における市場規模が7,703億円に対して、女性の転職者54%の4,159億円をSUMとして定義しています。

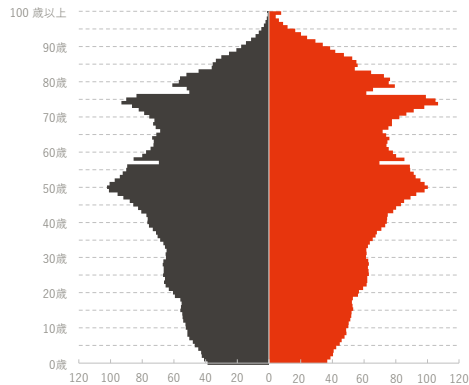
右側の求人メディア市場は約1兆898億円です。パート・アルバイトにおける労働者の76%が女性であること、しゅふ層は25歳以上の方が大半ということ、年収400万以下の方の転職サポートをしていること、これらから7,297億円をSAMとして定義しています。

2040年には、人口に占める60歳以上の女性の比率が高くなる

- 女性の寿命の長さが顕著であり、男性よりも労働力として長く貢献できる
- 圧倒的な労働量として貢献できる、60歳以上女性の労働力化が期待される

日本の人口：2023年（単位：万人）

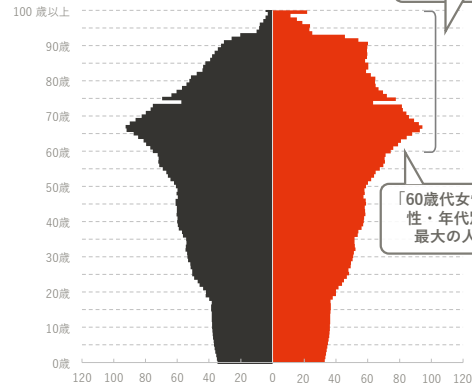
総人口1億2,352万人



※ 総務省統計局人口推計（令和5年10月1日）

日本の人口：2040年推計（単位：万人）

総人口1億698万人



※ 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（令和5年推計）
出生中位推計数値を使用

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 42

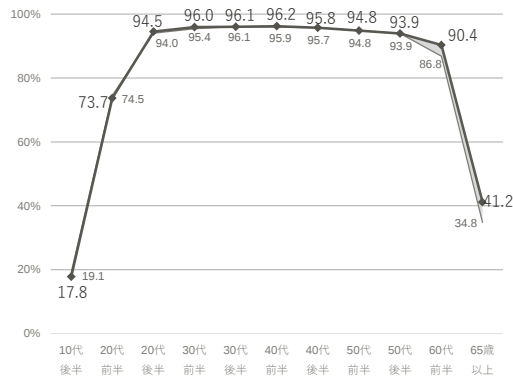
日本の人口推計について、左側が2023年、右側が2040年であり、どういう形で人口のボリュームゾーンが動くかを示しています。

2040年に向けて、60歳以上は女性が男性より約459万人多くなります。非常に長寿であること、また第二次ベビーブーマーが60代前半に突入するため、60代女性が日本の若年労働人口が減る中で代替労働力として大きく寄与する、ということをお伝えしたいと思います。

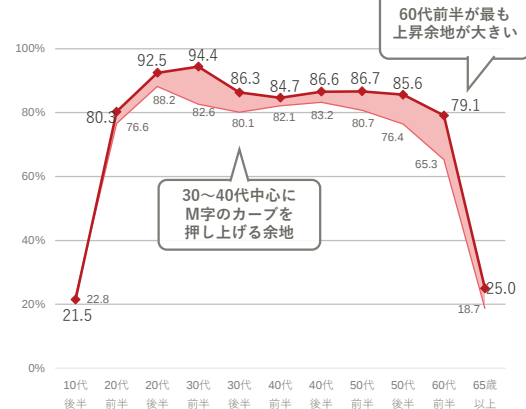
まだまだ女性の労働力率は、高くなっていく

- 2040年に向け、60代前半女性の労働力率は13.8ptの上昇が見込まれ、性・年代別で最大
- 30代後半・40代前半女性の労働力率の上昇余地も大きい

労働力率：男性 — 2023年(実績) — 2040年(予測)



労働力率：女性 — 2023年(実績) — 2040年(予測)

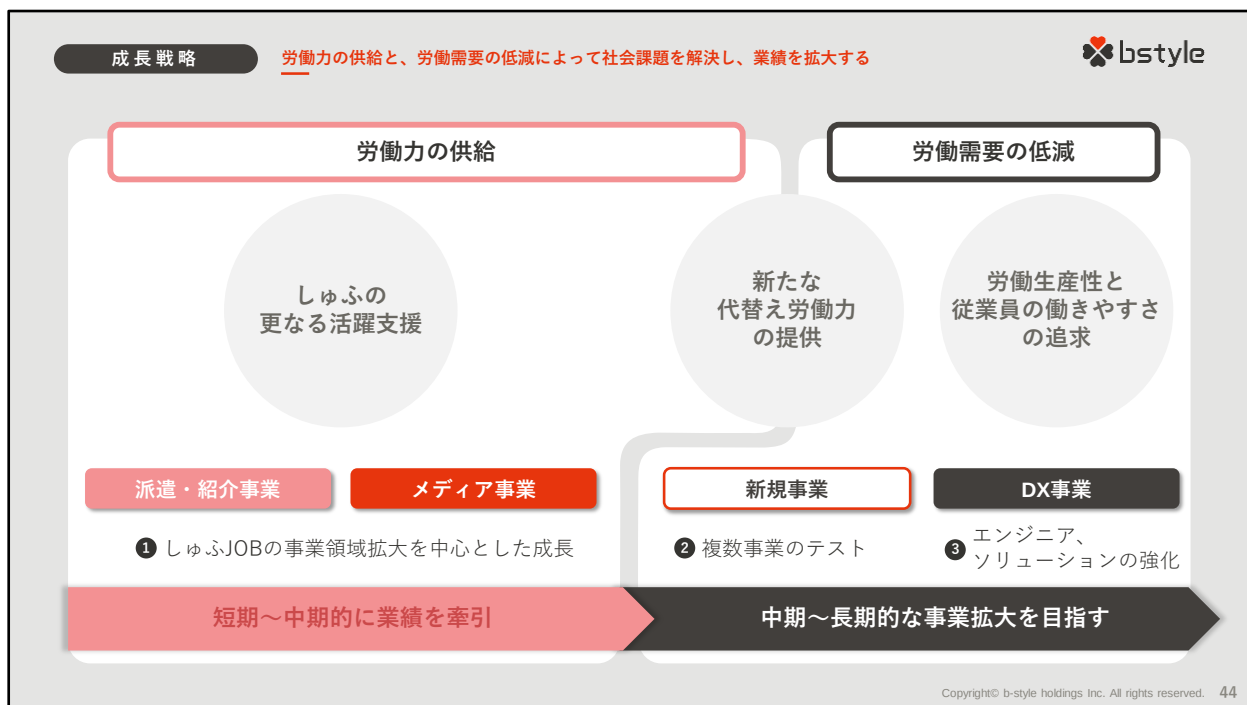


※ 総務省統計局「労働力調査」、独立行政法人労働政策研究・研修機構「年齢階級別労働力率」
「2023年度版 労働力需給の推計—労働力需給モデルによるシミュレーション—」（成長率ベースライン・労働参加漸進シナリオ）

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 43

次は労働参加余力です。

左側が男性、右側が女性です。男性にはほとんど労働参加余力はないものの、右側の女性はまだ労働参加余力があります。特に、60代前半は2040年にかけて余力が約13.8ポイントに上がると見込まれること、また中央部のM字型カーブ部分もより押し上げ余地が残されています。



当社の成長戦略を説明いたします。

左側が労働力の供給部分です。現状「しゅふJOB」という求人媒体が、130%以上で成長を続けており、また認知度も上がっているため、メディアとしての「しゅふJOB」をより活かした成長戦略を採る考えです。派遣・紹介事業も、オフィスワークを中心に派遣を行っていましたが、メディア事業の顧客が医療・福祉・介護などのローカル地域への人材供給が非常に増えており、その領域の拡大も合わせて取り組む必要があると考えています。

中央部分は新たな代替労働力の提供ということで、日本においてしゅふ以外の代替労働力であるシニア、外国人、ロボットなどを、しゅふ層とは異なる代替労働力として注目し、サービス展開したいと考えています。

右側の労働需要の低減については、若年労働人口が減り続ける中で単純に労働力だけを提供するのではなく、DX事業においては、テクノロジーに置き換え可能なものは置き換える、との提案を行う考えです。特に、労働生産性と従業員の働きやすさの追求、という観点で、DXの中でもより採用に寄与するDXに取り組んでいきたいと考えています。

- ・ しゅふJOBの認知度をさらに高めると共に、強化エリアを一都三県から順次全国へ拡大。機能強化や、アプリ開発強化で更なる応募増を狙う
- ・ 女性が長く、大人数活躍する業界に注力して、直販営業、代理店支援、集客強化を行っていく

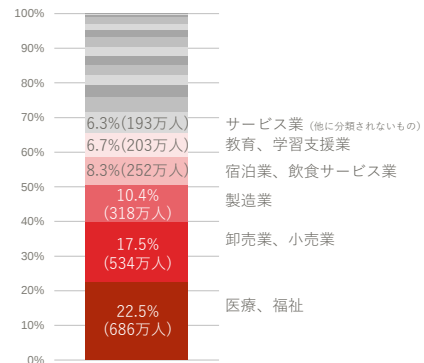
メディア事業

しゅふJOB。

PRODUCED BY bstyle

- 認知度アップのための投資拡大
- 労働需要の逼迫している業種・職種への注力
 - ・ 飲食・外食、宿泊、介護等
- 一都三県以外のエリアの強化
 - ・ 関西をはじめ、地方も強化
- 規律ある広告投資
 - ・ 利益成長を重視し、ROIをコントロール
- 新機能及びアプリ開発強化

産業別女性就業者数（2024年1～3月）



※ 総務省統計局「労働力調査」

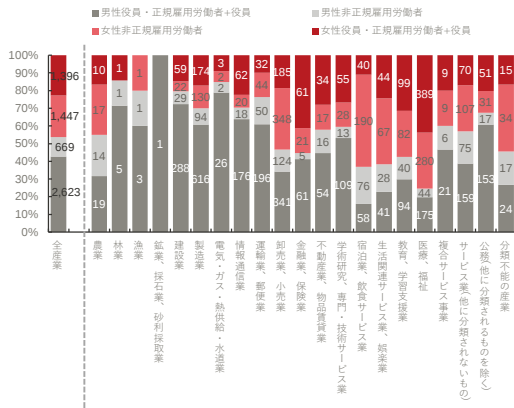
Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 45

「しゅふJOB」の認知度を高めるために、現在は1都3県と関西圏中心にCMをしております。それを徐々に全国展開したいと考えています。また「しゅふJOB」は現在、刷新を予定しており、機能やアプリ開発を強化することでより応募数自体を増加させる取り組みを行う予定です。

右側ですが、日本における産業別女性就業者数を示しています。日本には女性が長くかつ大人数が活躍する業界があります。産業別で見ると、22.5%が医療・福祉、17.5%が卸売・小売、10.4%が製造業で働いており、製造業までの三つの業種業態で女性の約50%が働いています。最終的には「しゅふJOB」という求人媒体で、産業別女性就業者数の雇用属性に比例して顧客が作られるようになれば、非常に良い形で成功するのではないかと考えています。

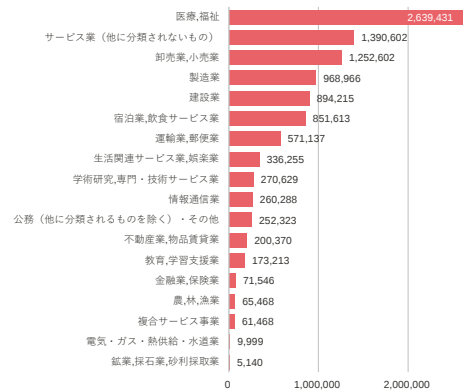
- 医療、福祉業界をはじめとした、女性雇用者数・新規求人数の多い領域に注力

産業別雇用者数・割合（2024年7～9月）（単位：万人）



※ 総務省統計局「労働力調査」

産業別新規求人数（2023年4月～2024年3月）（単位：人）



※ 厚生労働省「一般職業紹介状況」（職業安定業務統計）

Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 46

右側は、厚生労働省から出された2023年3月から2024年3月の直近の産業別新規求人数です。現在どれだけ新しい求人が業種業態毎に発生してるかを示しています。

医療・福祉が圧倒的な数字であり全く人が足りない状態です。また2番目以降はサービス業、卸売業・小売業、製造業であり、先ほどの女性の就業者数の比率と類似の業種が並んでいます。「しゅふJOB」がこれからも成長することの一つ証明になると考えています。

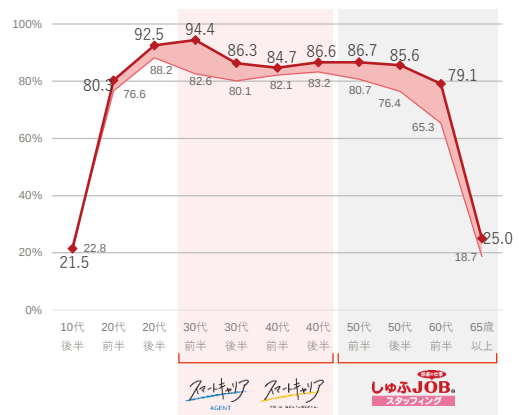
- ・しゅふJOBが得意とする業種・職種について派遣への送客を強化し、顧客数・稼働数を拡大していく
- ・スマートキャリアのリブランディングにより、新たなコンセプトで顧客と働き手をエンゲージしていく

派遣・紹介事業



- しゅふJOBで採用することが得意な業種・職種について派遣・紹介事業への送客・クロスセルを強化する。
- 「スマートキャリア」のリブランディングで30～40代の女性中心の派遣・紹介等を強化する。
 - ・これまでの「働きやすさ」重視に加え、「働きがい」のあるスマート企業の派遣・紹介求人強化
 - ・「働きやすさ」を働く時間・日数・場所だけでなく、企業のDXへの取り組み等による業務効率化・従業員の働きやすさへと拡大定義し、さらに給与水準や人事制度等による「働きがい」も重視し、魅力的な顧客や求人を増やしていく。

労働力率：女性



※ 総務省統計局「労働力調査」、独立行政法人労働政策研究・研修機構「年齢階級別労働力率」「2023年度版 労働力需給の推計—労働力需給モデルによるシミュレーション—」（成長率ベースライン・労働参加漸進シナリオ）
Copyright© b-style holdings inc. All rights reserved. 47

成長戦略の中で、現状事業における課題となっている派遣・紹介事業についてこちらで解説いたします。

「しゅふJOB」での採用が得意な業種・職種はより強化する、ということが1つ目の方向です。

2つ目は右側をご覧くださいと、50代以上については“しゅふ”という言葉ブランド上訴求するものの、30代・40代では既に“しゅふ”という言葉自体が死語です。このため「スマートキャリア」というブランドをより強化し、また30代・40代は働きやすさも重要視されるため、働きがいと働きやすさの両者を実現できる求人企業を紹介しながら、ブランディングに取り組みたいと考えています。

また派遣・紹介事業は昨年、ゼネラルマネージャークラスの間が2人入社し、更に今年1人が入社しました。今回の下方修正の課題をしっかりと解決する取り組みを、上位レイヤーのマネージャークラスの入社と合わせて挑んでいます。来期は人件費率を変えてより右肩上がりを目指す成長戦略に取り組むため、ご期待いただければと思います。

- ・ 新規事業等の統括的な組織としてビースタイルビジネス開発研究室を設立
- ・ 副業・外国人・社会福祉領域・生成AI技術のリスキリングで新規事業化を目的としたテストを実施中

2024年4月設立

ビースタイルビジネス開発研究室

副業人材

- パーソナル・アシスタントサービス「パケットタレント」

事務やクリエイティブ業務に対して、ハイスکیل副業人材と「月10時間～」等の短時間の業務請負契約が可能なサービスを開発。現在モニター数十社にトライアルを実施し、サービス改善を実施中

外国人人材

- 介護業界向け人材紹介事業

2040年には、1,000万人近い外国人労働者が働く見込まれる日本において、最も人材が必要となる介護職からスタート。ASEAN全般の送り出し機関からの人材紹介事業からスタートし、先々はプラットフォーム事業にまで発展できるように取り組みを行う。

社会福祉領域人材

- 介護業界向け事業

しゅふJOBで採用できる未経験の介護希望者から登録して派遣、先々は資格等の教育も行い、派遣や紹介サービスまで発展できるように取り組みを行う。

生成AI技術まで拡大

- DXエンジニアのリスキリング

現DXエンジニアに生成AIの技術をリスキリングし、AIを中心としたソリューション、プロジェクトマネジメント、開発、テスト、レポートのレギュラーワークを開発中。エンドユーザー中心に営業力強化予定

こちらは先ほど触れた、副業・外国人・社会福祉・生成AIなどの代替労働力部分です。

右側の生成AIは、子会社のビースタイルバリューテクノロジーズにおけるソリューション拡大と捉えていただければ結構です。既にプロジェクトはスタートしており、顧客企業へサービスを提供する取り組みを行っています。また2024年4月に、ビースタイルビジネス開発研究室をホールディングスに新設しました。こちらは新規事業や既存の各子会社の事業開発強化に取り組む部署となります。現在はこのような形でプロジェクトを行っています。

- ・ 業務自動化支援サービスと、IT人材を提供するITエンジニア人材調達支援サービスにより、**企業のDX化に貢献**する
- ・ DX推進による労働需要の低減と、業務効率改善による従業員の働きやすさの向上を、**ソリューション強化**により実現する

BPA（業務自動化）ソリューションサービス

業務自動化に関するサービスを一気通貫で提供
(主に準委任契約・派遣契約)



バリューテクノロジー
ビースタイル

バリューテクノロジー

- ・ **76名^{※1}のプロパーエンジニア**人材が在籍
- ・ 業務自動化を上流～下流まで**ワンストップ**で支援
- ・ 小規模開発、保守運用等スポット支援が可能

ITエンジニア人材調達支援サービス

業務委託もしくは人材派遣の形態でIT人材を提供
(主に準委任契約・派遣契約)



バリューテクノロジー
ビースタイル

バリューテクノロジー

- ・ **即戦力となる30-50代エンジニア**が89.3%^{※2}
- ・ **スピーディーな調達**（人材サーチ着手まで約1営業日）
- ・ **高い継続率**（同一現場での半年以上継続率82.9%^{※3}）

| BPA（業務自動化）ソリューションサービスの支援内容：業務自動化の上流から下流まで一気通貫で支援が可能



※1 2024年9月末時点

※2 2024年8月末時点における当社に登録されている登録型派遣ITエンジニアの年齢比率

※3 2022年4月以降に就業を開始している登録型IT派遣エンジニアの内、2024年10月末時点で半年以上継続している人の割合

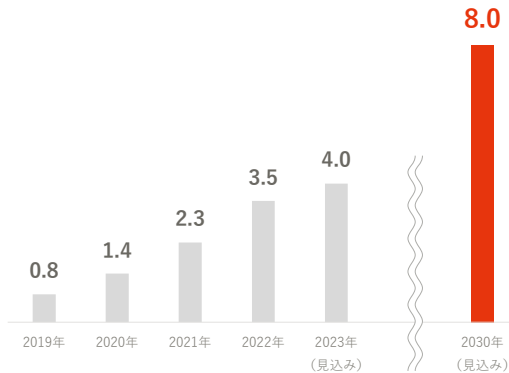
Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 49

業務自動化支援サービスについて、ビースタイルバリューテクノロジーズにおける、DX推進の取り組みの成長戦略について説明しています。

業務自動化を手掛けるビースタイルバリューテクノロジーズは、約76名のDX推進のプロパーエンジニアが在籍しています。更なる人材採用と教育も含め強化すること、加えて右側にあるITエンジニア人材調達支援サービスの強化も同時に行っています。ビースタイルバリューテクノロジーズは、導入計画から運用まで一貫したプロジェクトマネジメントができる部分も強みであり、これらをより強化する方針です。

- DX市場における市場規模は2030年に8兆円を超える見込み
- DX化に向けて具体的な取組みができていない企業が多く、ビジネスチャンスが多い

| DX関連ビジネスにおける市場規模推移（単位：兆円）



出所：富士キメラ総研『2024 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望 市場編／企業編』

| DXへの取組み状況（シングルアンサー N=612）

項目	回答率
既に取り組みを開始しており、具体的な施策を実行している	40.4%
取り組みを開始しているが、検討や実証実験段階である	32.8%
時期は未定であるが取り組む計画がある	9.3%
今後3年以内に取り組みを開始する計画がある（実証実験や具体的な施策検討までは行っていない）	9.0%
今後取り組む予定であるが、具体的な計画はない	8.5%

全体の**59.6%**でDX化ニーズがあると見込まれる

DXビジョンにおける成長部分については、既に皆様ご存知の通りとなっています。

・ 当社事業の拡大に向け、売上総利益の成長を重視

重視する経営指標

売上総利益

当社では、派遣事業・DX事業では稼働スタッフの人件費も含めて売上計上（売上原価としてスタッフ人件費を差引）される一方、紹介事業・メディア事業では、手数料等のみが売上計上される等、事業ごとに収益構造が異なることから、成長戦略の進捗・事業拡大を示す指標として、売上総利益の成長を重視

上記経営指標の向上に向けた各事業における重要KPI及び施策

派遣・紹介事業

重要KPI：取引社数、1社あたり取引金額、派遣就業者数

派遣事業

- ✓ 大手企業の開拓と高収益商材の拡販
- ✓ 応募離脱の軽減と新規登録者の就業決定率改善
- ✓ PUSH人選によるリソースの有効活用最大化と、人選プロセス見直しによる生産性改善

紹介事業

- ✓ 効果的な成果創出が見込めるセグメントを見極め戦力を投下する
- ✓ 外部提携によるリソースの有効活用最大化

メディア事業

重要KPI：掲載社数、1社あたり取引金額

- ✓ セグメント別の顧客獲得戦略推進（中小：ネットマーケ/テレマ、大手：代理店・ABMによる直販）
- ✓ テレビCM等のマーケティング実施によるブランディング強化で、さらなる「しゅふ×採用市場」での認知拡大

※ABM Account Based Marketingの略で、具体的な企業・団体（アカウント）をターゲットとして設定し、ターゲットアカウントからの売上を最大化するために戦略的にアプローチするマーケティングの考え方や手法

DX事業

重要KPI：取引社数、1社あたり取引金額

- ✓ 既存取引先からの追加発注獲得に向け支援現場でのアップセル提案を推進
- ✓ 現状のRPAやiPaaSに加え生成AI等の技術トレンドを押さえたソリューションを展開する
- ✓ エンドユーザーを中心とした顧客獲得を推進しより上流工程からの支援に着手する

重視する経営指標についてご説明いたします。

重視する経営指標は売上総利益の額です。当社はグロース市場に上場したばかりの会社であり、時価総額が300億円程度になるまでは、売上総利益を上げながら時価総額を上げる戦略をしっかりと実行する考えです。

派遣・紹介事業、メディア事業、DX事業ともに、重要な経営KPI指標は同じと考えています。一つは取引社数です。もう一つは1社当たりの取引金額です。事業を2次関数的に右肩上がりに伸ばすためには、顧客を増やし続けること、新しく取引が始まった顧客は年度毎に取引金額を上げること、この両方が相まって2次関数的に成長すると考えています。全ての事業において、この指標を見る必要があると考えています。

各事業における重要KPI

- ・メディア事業の掲載社数は順調に拡大し、1社あたり取引金額も136%成長
- ・派遣事業は人材を強化し、派遣就業者数の成長を目指す

事業	KPI	2023年3月期	2024年3月期
派遣・紹介事業	派遣就業者数※1	2,622人	2,621人
	取引社数※2	1,100社	1,074社
	1社あたり取引金額※3	572,944円	567,942円
メディア事業	掲載社数※4	5,035社	5,447社
	1社あたり取引金額※3	50,683円	68,307円
DX事業	取引社数※2	71社	56社
	1社あたり取引金額※3	951,680円	971,498円

※1 期末時点の派遣稼働人数

※2 期末時点の取引社数

※3 年間の売上高を12ヶ月で除した1ヶ月平均売上高を月間取引社数の12ヶ月平均で除した金額

※4 期末時点の掲載社数

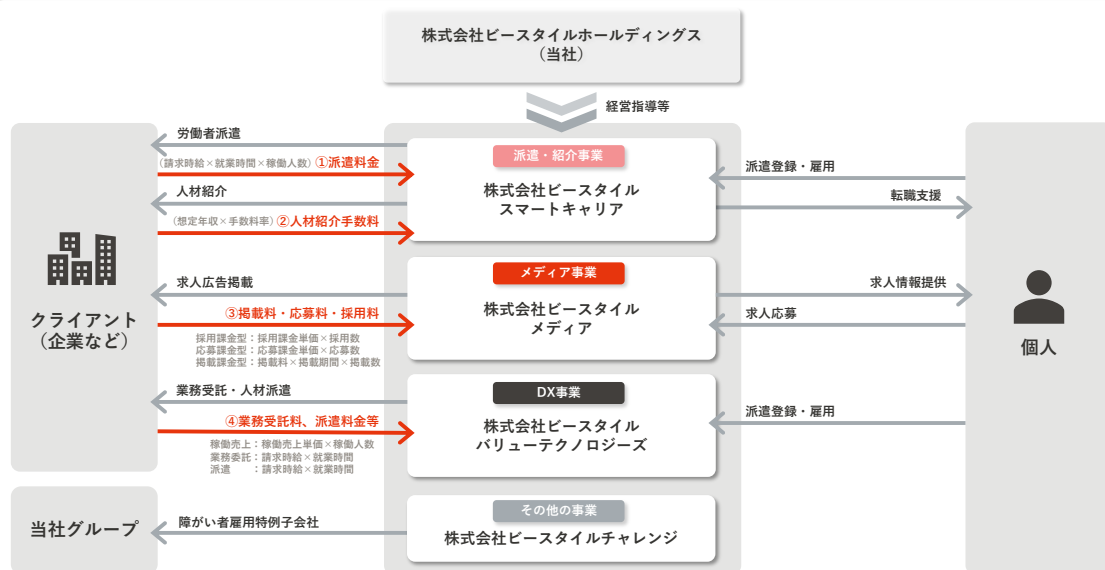
Copyright© b-style holdings Inc. All rights reserved. 52

2023年3月期と2024年3月期の数字を掲載しています。

Appendix

会社概要

会 社 名	株式会社ビースタイルホールディングス	資 本 金	309百万円 ※2024年12月末時点
設 立	2020年2月14日 ※2002年7月5日 ビースタイルグループ創業	所 在 地	東京都新宿区西新宿6-18-1 住友不動産新宿セントラルパークタワー 32F
従 業 員	380名（パート含む） ※2024年12月末時点	事 業 内 容	傘下グループ会社の経営管理、及びそれに付帯する業務 子会社にて、派遣・紹介事業、メディア事業、DX事業、 その他事業を運営
共 同 創 業 者	代表取締役社長 三原 邦彦 取締役会長 増村 一郎	子 会 社	株式会社ビースタイルスマートキャリア 株式会社ビースタイルメディア 株式会社ビースタイルバリューテクノロジーズ 株式会社ビースタイルチャレンジ
役 員	代表取締役社長（最高経営責任者） 三原 邦彦 取締役会長（最高執行責任者） 増村 一郎 取締役CFO 加藤 勝久 社外取締役 七村 守 社外取締役 橋本 邦宏 社外監査役 鴫崎 俊也 社外監査役 須藤 修 常務執行役員 小牟田 斉美 執行役員 田中 啓祐	加 盟 団 体	一般社団法人日本人材派遣協会 （当社取締役会長の増村が協会理事に就任） 外国人雇用協議会



「年収の壁」について

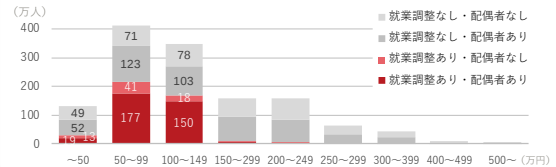
- 「年収の壁」として、税金・社会保障・配偶者手当等に関わるものが存在
- 年収149万円までの女性非正規職員・従業員の内、418万人が就業調整を行っている

「年収の壁」とは

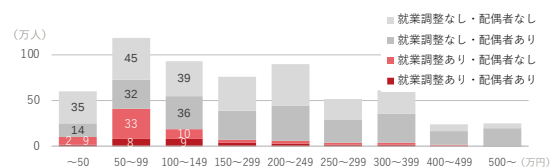
	パートタイム労働者本人への影響	配偶者もしくは世帯における影響	手取りへの影響
税金に関わる壁			
100万円の壁	住民税の発生		影響なし
103万円の壁		所得税の発生	手取りは逆転しない
150万円の壁		配偶者特別控除(38万円)が適用できなくなる →代わりに配偶者特別控除が適用になる	世帯の手取りは逆転しない
201万円の壁		配偶者特別控除が満額(38万円)適用できなくなり、以降、パートタイム労働者の収入によって徐々に減額	世帯の手取りは逆転しない
社会保障に関わる壁			
106万円の壁	勤務先によって社会保障加入対象に。健康保険・厚生年金保険の保険料の支払いが発生		手取りに影響あり
130万円の壁	国民年金・国民健康保険の保険料の支払いが発生		手取りに影響あり
配偶者手当に関わる壁	主に103万円 or 130万円の壁	パートタイムで働く本人の収入により、配偶者が配偶者手当等の支給対象外となる	世帯の手取りに影響あり

※ 2024年11月22日時点の制度状況
「配偶者手当等」は、法令等によるものではなく、企業独自の制度であり要件は様々
厚生労働省「『年収の壁について知ろう』あなたにベストな働き方は？」

非正規の職員・従業員の就業調整の状況：女性（2022年）



非正規の職員・従業員の就業調整の状況：男性（2022年）



※「就業調整」は、収入を一定の金額以下に抑えるための就業時間や日数の調整
横軸は「主な仕事からの年間収入・収益」。「配偶者なし」は配偶関係不詳を含む
総務省統計局「就業構造基本調査」

最後に「年収の壁」問題について、当社はかなり影響を受けやすい業態でもありますのでご説明いたします。「年収の壁」問題は非常に分かりづらい部分もあり、また「年収の壁」の引き上げがどこで着地をするかもまだ政府で決まっていません。しかし、「年収の壁」自体は引き上げの方針で決まると考えています。壁の引き上げによる当社の影響としては、当社派遣スタッフの働く時間は間違いなく増えること、時給が上昇すること、この2点は見えています。また求人媒体「しゅふJOB」では、ライフスタイルが固定されている方は働く時間を増やすことができないため、時給の高い就業先への転職が増えであろう、と考えています。一方、子育てが終わった世代の50代・60代の方は、労働参加余力がまだあるため働く時間数を増やす方向に動くのではないかと考えています。いずれにしても「年収の壁」問題は当社のビジネスに好影響を与えると考えられます。引き上げが不十分な結果となった場合でも、人が動く形になれば当社の売上は上がる、とご認識いただければと思います。

(単位：百万円)	2023年3月期		2024年3月期		前期比	
	実績	売上高構成比	実績	売上高構成比	増減額	増減率
売上高	10,195	100.0%	10,826	100.0%	+631	+6.2%
売上原価	6,591	64.6%	6,533	60.3%	▲58	▲0.9%
売上総利益	3,604	35.4%	4,293	39.7%	+689	+19.1%
販管費及び一般管理費	3,401	33.4%	4,017	37.1%	+616	+18.1%
営業利益	203	2.0%	276	2.5%	+72	+35.9%
経常利益	203	2.0%	247	2.3%	+43	+21.4%
税引き前当期純利益	184	1.8%	370	3.4%	+186	+101.3%
当期純利益	87	0.9%	344	3.2%	+257	+293.6%

財務情報

貸借対照表（単位：百万円）

資産の部	2023年3月期	2024年3月期
流動資産	2,567	3,130
現金及び預金	1,376	1,908
売掛金	1,105	1,113
その他流動資産	85	108
固定資産	694	587
有形固定資産	243	222
無形固定資産	374	277
投資その他資産	76	87
資産合計	3,262	3,717
負債の部		
流動負債	1,831	1,474
固定負債	1,254	1,621
負債合計	3,085	3,096
純資産の部		
株主資本	173	617
資本金	86	86
資本剰余金	12	12
利益剰余金	75	518
その他の包括利益累計額合計	1	3
新株予約権	1	1
純資産合計	176	621
負債・純資産合計	3,262	3,717

※1 組織再編のためフィールドワーク支援事業を展開する
株式会社ピーススタイルギグワークスの全株式を2023年12月22日付で譲渡済み
※2 グループ管理費等

損益計算書（単位：百万円）

	2023年3月期	2024年3月期
売上高	10,195	10,826
派遣・紹介事業	7,611	7,275
メディア事業	1,781	2,659
DX事業	621	653
フィールドワーク事業 ^{※1}	180	237
その他の事業	0	0
売上総利益	3,604	4,293
営業利益	203	276
派遣・紹介事業	711	518
メディア事業	565	849
DX事業	20	6
フィールドワーク事業 ^{※1}	0	23
その他の事業	8	11
調整額 ^{※2}	▲1,103	▲1,134
経常利益	203	247
当期純利益	87	344

キャッシュフロー計算書（単位：百万円）

	2023年3月期	2024年3月期
営業活動によるキャッシュフロー	258	492
投資活動によるキャッシュフロー	▲121	144
財務活動によるキャッシュフロー	127	▲115
現金及び現金同等物の増減額	264	521
現金及び現金同等物の期首残高	976	1,241
現金及び現金同等物の期末残高	1,241	1,763

ディスクレーマー

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれます。これらは当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。

当該記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しています。その結果、将来の実際の業績や財務状況は、当該記述によって明示的または暗黙的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

当該記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものでもありません。



今回の決算は下方修正の発表で非常に心苦しく、皆様のご期待を裏切ってしまいました。しかし事業としての課題、会社としての課題ははっきりしています。その課題を解決する取り組みも明確で、既にその取り組みを行っており、よりご期待いただきたいと考えています。今後ともよろしく願います。以上です。