



2018年3月期 決算説明会 Q&A 要旨

2018年5月17日(木)

パーソルホールディングス株式会社

Q. 2020年3月期に派遣・BPOセグメントの営業利益率5.3%を掲げているが達成確度は？

A. 2019年3月期に派遣事業の子会社8社、BPO事業の子会社3社の統合を予定しています。統合に際してはシステムの入替えなども発生するため、統合にかかる費用として約20億円を見込んでいます。この費用がない場合、派遣・BPOセグメントの営業利益率は2019年3月期で約5.0%となるため、2020年3月期の営業利益率5.3%は達成可能な目標であると考えます。

Q. ブランド投資の金額および今後の展開は？

A. 2018年3月期は社名変更に伴い、PERSOL(パーソル)ブランドの広告投資に約25億円使用しました。PERSOLの認知度は調査会社の調査結果からも法人に対しては一定の認知が広がっていることが分かっています。一方の個人のお客様については、計画通り認知度が高まっているもののまだ十分とは言えず、更なる認知度向上を目指していきます。そのため、2019年3月期においてもPERSOLブランドの広告投資を継続し、投資額として約30億円を見込んでいます。広告の手法については「テンプスタッフ」「an」「DODA」等のサービスブランドとPERSOLブランドをより接続するような形で展開していきます。

Q. グループシナジーは具体的にどのようなシナジーが起こっているのか？

A. 顧客企業における採用代行の一括請負など、これまで個社では対応できなかったお客様への課題解決を、グループ総力で対応できるようになっています。これを支えているのが、当社社員のマインドの変化です。グループ内協業を促進する体制整備や取り組みにより、一つのPERSOLグループとして、会社やセグメントを超えた横連携が出来るようになっています。今後もグループシナジーは更に拡大できると思います。

Q. 2018年3月期4Qの派遣・BPOセグメントの成長率が減速した理由は？

A. 前年同期と比べて派遣社員の稼働日数が2日少なかったこと等により、売上の伸び率はやや低下しました。

Q. 海外のPMIの具体的な地域戦略や、マージン改善の施策は？



A. 海外事業については M&A による積極的な量的拡大は一旦完了し、PMI に注力する段階にあります。現在 PERSOLKELLY については、基幹システムの入替えを順次進めており、業務生産性の向上に取り組んでいます。PROGRAMMED 社については、まずは事業理解を深め、今後のシナジー創出にむけて準備をしています。

Q. 法改正による無期対応の進捗状況は？

A. 労働契約法改正による無期化は、無期スタッフになる権利を有する方が希望すれば当社の無期社員になることができます。2018 年 4 月 20 日時点で権利を有する派遣スタッフ約 1 万人のうち、実際に無期転換した方は 435 名（パーソルテンプスタッフのみの数値）となっております。今後も権利を有する派遣スタッフが順次無期転換を希望することとなりますが、当社としては、希望する方については積極的に無期スタッフとして採用していきます。

Q. RPA やテクノロジーの台頭による御社への影響は？

A. 当社グループも RPA 導入支援サービスや、RPA を活用した BPO サービスの提供など、テクノロジーの活用に積極的に取り組んでいます。今後も構造的な人手不足を解決するためのテクノロジー活用はますます増えることから、これをチャンスと捉え事業を推進していきます。