

2025 年 3 月期 第 1 四半期 決算説明会 質疑応答

質問者①：

徳永 CFO のコメントについて確認をしたい。粗利、販管費の増減に関して、金額・増減など詳しく教えてもらいたい。

CFO 徳永

スライドの p 5 を参照いただきたいのだが、前年対比で（為替影響を含めて）粗利が 98 億円の増加、費用では販管費が 59 億円増。

期初見通しと比べて、（為替影響を除き）粗利が 20 億円上振れ、販管費は逆に 40 億円経費の減少ができた。

質問者①：

粗利の 20 億円上振れは、どのセグメントによるものか。販管費の経費削減、もしくは未消化なのは、どのセグメントによるものなのか。もう少し深掘って教えてほしい。

CFO 徳永

粗利、販管費とも、SBU による大きな偏りはなく、全体的に良かった。

特に、国内の 4 SBU については全体的に粗利がよかったうえに、販管費についても、全体として少なかった。

また Q2、Q3 以降については、マーケットの状況を見ながら、Career SBU でのマーケティング投資は追加執行していきたいと考えている。

質問者②

販管費を全般的に抑制されたということだが、SBU 別の濃淡ではなく使途別にみると、主にプロモーションコスト抑制により利益が上振れているという理解で合っているか。

また、特に Career SBU の事業では、足元生産性を戻していると思うが、市場環境について、御社は当初計画においてもかなり控えめにみており、特に下期については控えめな部分も含みながらの予想作りをされたと受け止めている。足元の市場環境についてどう考えているのか。

CEO 和田

先ほどの費用抑制は、マーケティング費用もだが、人件費も採用を少し抑制している。おしなべて、基本的にマーケティング関連費用の抑制。

また、足元のマーケット動向だが、Career SBU は昨年来とほぼ同水準で動いており、具体的には、企

業サイドとしては厳選採用の動きは引き続き強く、その状況が下期も維持すると思っている。

こうした中で、積極的な事業活動や営業活動を推進することによって、現状の水準に到達させていくつもりである。

さらに、下期の課題としてはやはり人材獲得であると考えている。候補者の募集というところが今後非常に大きなテーマになる。そこをより一層強化していくということが直接業績にも連動すると認識をし、市場動向とマーケティング・広告投資の見合いを見定めているという状況である。

質問者②

確認だが、そうすると特に Career SBU で言えば生産性の指標がある程度前年比で落ち着いてきているという事や、先ほどご回答にもあった通り、ある程度ヘッドカウントも抑えられている事から、Q2 以降についても、ここから急激に事業環境が悪化しない限りにおいては、Q1 同様に、ある程度期初計画対比で少し余力が持てるようになり、その余力のお金を今後事業環境が好転した際には積極的に使っていきたいと考えている、そういう理解でよいか。

CEO 和田

Career 事業については、経営環境は決して楽観視はできないと考えている。昨今の為替の変動においても、特にメーカー様や輸出関連企業様の今後の動きがどうなるかというところは非常に懸念するところである。そこを踏まえて、なんとか計画を到達させたいと考えている。

質問者③

数字の確認をさせていただきたい。Q1 は、粗利で 20 億円上振れて、販管費が 40 億円下振れということだが、営業利益が 60 億円上振れたという認識でよいか。

その認識が正しいとすると、もともとの Q1 の営業利益の計画は 110 億円、Q2 が 134 億円になる。

Staffing SBU では夏休みの有給取得等も出てくるので、一般的には Q2 には Q1 対比で利益が下がると思うが、期初計画の Q1 110 億円、Q2 134 億円の営業利益の水準という私の想定について、意見が欲しい。

CFO 徳永

まず、先程私が申し上げたのは、IFRS 営業利益ベースではなく調整後 EBITDA ベースである。

期初の見通しで、上期で調整後 EBITDA 約 350 億円と開示しており、単純に言うとその半分が Q1 分。350 億円の半分の 175 億円と、Q1 実績 229 億円の差分とご理解いただきたい。

質問者③

調整後 EBITDA の上期計画が 351 億円で、Q1 と Q2 はあまりウェイトをつけず、同じく 175 億円 /175 億円と見ていた、という理解でよいのか。

CFO 徳永

その通りである。

資料の p6 をご参照いただきたいのだが、償却費は Q1 と Q2 であまり変わらないが、有給負債の追加引当は Q1 が大きくなる。なぜかと言うと、賃上げの影響の引当が Q1 処理になり、Q2 はあまり賃上げの影響がないため引当もさほど無く、営業利益ベースで見るとその差が表れる。よって、調整後 EBITDA ベースで説明をさせていただいた。

質問者③

そうすると、Q1 において、調整後 EBITDA の計画 175 億円に対して実績が 229 億円なので、調整後 EBITDA ベースでは 54 億円上振れたということか。

CFO 徳永

概ねその通りである。

質問者③

販管費は先程のご質問にもあった通りで、今後どう使っていくかは状況次第ということでしょうか。

CFO 徳永

その通りである。

質問者④

シェアフルについて、数字の確認をさせていただきたい。700 万ダウンロードということだが、タイミーの登録者数と比べるとどう見ればよいのか。

また、タイミーが上場したが、どのような競合戦略を行っていくのか。例えば御社のテイクレートは 3 割ぐらいだと思うが、テイクレート、求職者、事業者に対してどのような戦略をとっていくのか。

CEO 和田

まず、タイミーとの比較というよりも、我々の戦略についてお伝えしたい。

我々はシェアフルを、積極的な投資領域と定めて進めているが、これは単にスキマバイトの領域だけではなく

く、今後スキマバイトから、比較的継続的に就業をされる方々へのサービスに繋がるモデルだと認識をして取り組んでいる。

加えて、我々の独自性を今後しっかり出していく事を検討しており、例えば我々のシェアフルと、その中に内装している、シフトからオーダーを自動生成できるような、シフト管理のモデルを組み合わせ、それをお客様に提供していく。そういった形でこのサービスを活用していただき、ユーザーサイドの方にとっても、それからそこではたらいてくださっている方々にとっても、より利便性と、サービスの満足度を高める取り組みをすることによって、タイミーさんとの差別化も図っていきたいと考えている。

700 万ダウンロードの件に関しては、ダウンロード数や、利用ユーザー数の違いなど、様々な数字の出され方も違うと思うので、ご回答は差し控えさせていただきたい。

質問者④

テイクレートの戦略や価格での競争はなされると思うか。

CEO 和田

テイクレートに関しても今後十分に健闘できると考えている。

何よりもタイミーさんは先行者であり、非常に強い企業だと認識しているため、いい形でマーケットと一緒に作っていければと思っている。

質問者⑤

非常に初歩的な質問だが、御社の場合、どういった要因によって粗利率が向上するのか。例えば派遣の単価が上がれば自動的に向上するのか、人材紹介手数料の値上げ要求が通れば向上するのか、どういった事によって起こるのか。

CFO 徳永

5 つの SBU でそれぞれ粗利率の向上要因は異なるが、まず Staffing SBU では請求単価を上げることが基本的には粗利が上がることにダイレクトに繋がる。

BPO SBU は、請負型が中心なので、ひとつひとつのビジネスの取引の条件を良くすることが粗利率の改善に繋がる。

Technology SBU についても、請求単価を上げることが粗利率の改善に繋がる。

Career SBU は、だいたい手数料率は 35%前後だが、この年収に対する手数料率は変わらないため、紹介している方の年収が上がって行くに従って粗利率も増える。

最後に、APAC SBU については、派遣や紹介、あるいはファシリティマネジメントの請負であるため、請求単価を上げることが粗利率の向上に繋がるビジネスモデルとなっている。

質問者⑤

そうすると、Career SBU や Technology SBU の比率が上がれば単価も全体的に上がっていくような傾向にあるのか。

CFO 徳永

事業ポートフォリオのミックスで申し上げると、粗利率の最も高い Career SBU や、その次に高い BPO SBU の比率が上がると全体としての粗利率が上がることとなる。

以上