

2025年3月期 第1四半期決算 スモールミーティング 質疑応答要旨

日時 : 2024年7月31日(水) 16:00~16:45
登壇者 : 代表取締役共同社長 神谷 健志
常務執行役員 経営戦略本部 副本部長 大矢 健一

[Q]: 1Qの単体サービスの営業利益率が2.2%というのは、前4Q比や中期経営計画で掲げる目標に鑑みると低いように感じる。今回、2.2%にとどまった理由と2Q以降の見通しについて教えていただきたい。

[A]: 1Qの営業利益率は新入社員の受け入れ等の季節要因もあって前4Qより下がる傾向にあるが、前年同期比では一定程度の改善ができたと考えている。また、前期に発生した一部立ち上げ案件の先行費用については概ね解消できたことに加えて、前1Qでは、いわゆる余剰人員も課題となっていたが、これもデジタルマーケティング領域においては概ね解消できた。しかしコールセンター領域の余剰人員は、改善が進んでいるものの全て解消したとは言えない状況だ。トップラインを上げて稼働率を上げていくなかで、もう一段の収益性改善の余地がまだ残っていると思っている。

[Q]: この1Qは特別に採算の悪い案件があったであるとか、特別なコストが出ているとか、そういうことではないという理解でよいか

[A]: その理解でよい。

[Q]: 2Q以降の全体的な見通しを教えていただきたい。

[A]: 2Qにかけては、まず1Qで好調だったデジタルマーケティング領域やBPO領域は引き続き高い成長と収益性を維持できる見通しである。ポイントとなるのはコールセンターだ。1Qはレギュラー(継続)案件で約2%程度の成長となっており、これは前4Qでほぼ横ばいまで落ち込んだところからは回復したが、未だ案件の小粒化が解消できていないなど課題を残している状況だ。案件総量は十分にあるため、引き続きトップラインの上昇とそれに伴う稼働率の改善を進めていきたい。また、販管費は大きく増える要素はないと見ており、今までの傾向だと1Qから2Qにかけて減少することもあるため営業利益率は2Qにかけて上昇する余地は十分にあると考えている。

[Q]: コールセンターは回復傾向ということだが、2Q以降に向けての感触はどうか。

[A]: 急激にコンディションが改善しているということはない。地道にコールセンターの

ビジネスを一つひとつ、丁寧に積み上げていってなんとか2%の成長に持っていったという状況だ。営業は相当注力して成長性の回復を図ろうとしており、実際に案件総量としては出てきているため、現状の2%成長から3%以上の成長に引き上げていければと思っている。また、AIの活用等は様々な形でお客様企業に提案をして、実際に生産性の改善が実現したというような事例も増えてきており、引き続き進めていく。

[Q]：前2Qの単体サービスの営業利益率は4.4%で、前期の四半期の中では最もよい利益率だが、今期との差はどういったところにあるのか。

[A]：今回の2Qは4%までは届かないだろうと考えている。主な要因は間接費だ。成長に向けて前期から増やしているため、前2Qの営業利益率には届きにくいと考えているが、QonQでは改善していくと考えている。

[Q]：単体サービスでは、成長投資として間接費を増やしているということだが、効果として出てきていると捉えているのか。

[A]：一定程度の効果は出ていると考えている。提案企画力を高めることを目的として新しいサービスの開発や打ち出しに向けて間接部門への投資を増やしているが、BPO領域やデジタルマーケティング領域ではトップラインが実際に伸びてきているので、費用対効果を出せているという認識だ。しかし目標としている成長率はこれよりも高く設定しており、それに対してはまだ足りておらず、結果的に販管費率を上げてしまっているためよりトップラインを上げていく努力は必要だという認識だ。

[Q]：コロナ関連業務の影響はどの程度残っているのか教えていただきたい。

[A]：コロナ関連業務は業績へ与えるインパクトが非常に小さくなっており、当期からはコロナ関連業務の売上は算出していないが、四半期で数億円程度だと思う。

[Q]：単体サービスのコロナ案件を除いた部分の増収率が前4Qは3%で、この1Qで5%台まで回復しているが、元の水準に戻ったという認識でよいか。

[A]：ご認識の通りだ。前4Qでは既存業務の成長性が鈍化していたが、デジタルマーケティングとBPOの領域での業績が好調であることなどを背景として、5%台に回復した。

[Q]：1Qの利益を支えた要因の1つとして、海外が健闘したという印象をうけた。前期で中国・韓国で増加したコストが解消されたこと以外の要因はあるのか。また、この海外の好調は2Q以降も続くと考えていてよいのか。

[A]：中国・韓国の収益性の改善に加えて、ASEANが引き続き拡大しており、セグメント

全体として大きな増益となった。2Q以降もこのトレンドは継続する見込みだ。

[Q]：海外の1Qの利益が好調であったことは、前年同期比では中国・韓国での改善ということで理解しやすいが、前4Q比でも成長しているというところで、特に良化している部分というのがあるのか。あるいは一過性のものなのか。

[A]：前4Q比での成長は、一過性ではなく自力で得た利益だと捉えており、中国EC事業の回復が主因だ。ご指摘の通り、従来は4Qから1Qにかけては落ち込む傾向があった。その主な季節要因は4Qに開催される中国最大のECイベントである独身の日で中国EC事業の売上・利益が大きく増加することにあったが、前期は中国EC事業での受注が大きく減少したこともあって、前4Qの独身の日での業績は低調だった。一方で、中国EC事業の受注減少は底を打って増加に転じたことで前4Q比での成長に繋がった。

[Q]：国内関係会社の2Q以降の見通しを伺いたい。

[A]：ポイントになるのは上場子会社のJストリームだ。減収減益の傾向は完全には払拭できないが、同社は通期で増収増益に転じる予定と公表しており、そういった点には当社としても期待している。しかし足元の1Qから2Qにかけてこのセグメントで急速な回復というのはないと考えている。

[Q]：業績計画や配当計画の開示の検討状況について進捗はどうか。

[A]：こういった形で開示することが最もよいかを引き続き検討している段階だ。

[Q]：社内での業績計画値に対して、この1Qの進捗はどうであったのか。

[A]：社内の目標値は高い水準で設定しているが、やや足りていないと考えている。

[Q]：為替の影響について、利益へのインパクトはどの程度あったか。

[A]：利益に関してはほぼ影響がない。売上は膨んだが、原価も同じように影響を受けており、利益へのインパクトは大きくなかった。

【注意事項】

本資料で記述している内容は、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。また、将来予測や業績見通しなどに関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を約束する趣旨のものではありません。そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる可能性があります。