

2025年3月期第3四半期 決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集は、2025年2月14日（金）に開催したアナリスト・機関投資家向け決算説明会にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問を、事業別にまとめたものです。なお、投資家の皆様に、より当社をご理解いただけるよう、一部内容の加筆修正を行っております。

【全社】

Q. 展示会から、M & A 仲介、人材採用支援と事業を拡大されてきたが、3年から5年の中長期の時間軸ではどのような戦略を考えているか。

A. 「展示会、M & A 仲介、人材採用支援に加えて新たな事業を増やす」「既存の各事業を新たな分野に横展開する」という2つの選択肢がありますが、新たな事業の立ち上げはM & A で買収した場合においても、最低2年以上の時間は必要となることから、当面は、既存事業の横展開に注力する方針で考えております。

Q. 各セグメントとも利益率が高いが、これは今後も継続するのか。競争環境も踏まえて教えてほしい。

A. 事業毎に異なることから、事業毎にご説明いたします。

展示会事業は設営や運営等のノウハウが必要な事業であり、その中でも当社が行う大規模展示会事業は参入障壁が高く、競合は少ない状況です。当社は、既に介護事業の展示会において業界トップの位置にあります。

IT分野においても、後発であるものの、“シェアブース”方式により効率化を実現し、低コストでの出展を可能にしたDXPOのモデルは非常に競争力が高いことから、今後も利益率の維持、向上が可能であると考えております。

M & A 仲介事業においては、当社は一般的には競合が敬遠する中小零細案件を対象としていることから、業界において独自のポジショニングを確立しております。また、M & A の工程管理の仕組化を実現し、競合他社のコンサルタントが年間1~2案件程度の成約である状況に対し、当社のコンサルタントは年間10案件程度成約可能であることから、十分に高い利益率を維持できると考えております。

人材採用支援事業については、改革途上であり現状のセグメント利益率は安定していませんが、展示会事業と同等レベルの利益率を目指しております。

Q. 営業利益が前年同期と比較して大きく増加している要因は？

A. 展示会事業において、新規の2つの展示会（CarTEX東京【夏】、DXPO東京【秋】）の開催により売上高が増加したこと、M & A 仲介事業において、前年同期に比べてコンスタントに売上げが積みあがったことが要因です。ただし、当社の売上高及び営業利益は、展示会事業及び人材採用支援事業では、展示会及び採用イベント開催月に、M & A 仲介事業では、第4四半期に偏重します。このため、展示会事業は契約小間数の進捗、M & A 仲介事業は契約金額の進捗、人材採用支援事業は受注額の進捗といった、先行指標の状況に注目いただきたいと考えております。

【展示会事業】

Q. 展示会事業が他社と比較して効率的である点をもう少し具体的に説明してほしい。また次に進出したい分野についてすでに候補はあるか。

A. 一般的な展示会においては、搬入と設営に2日間を設けるところ、当社は組立式のパッケージブースで統一し、1日での搬入と設営が可能。また、“シェアブース”方式の採用によって、2つの異なる展示会の連続開催を可能とし、運営コストの抑制を実現しております。これにより、圧倒的に安価な価格での出展を可能としている点が最大の強みです。加えて、連続開催する2つの展示会においても、集客ターゲットは同一にすることにより、集客コストの

抑制も実現し、利益率を向上させております。この競争力を武器に、介護分野、IT分野に次ぐ、大規模な市場を持つ分野への横展開を考えております。新たな分野の詳細は現在検討中であることから具体的な内容は現段階では申し上げられませんが、基本的には市場規模の大きい産業分野から順次参入していきたいと考えております。

Q. 展示会事業は、コロナ禍以降、着実に事業を成長させているが、どの程度まで伸ばせそうか。

A. 当社で把握している展示会全体のマーケット規模は、1,600億円程と想定しております。DXPOを武器に、今後、介護、ITに次ぐ新たな分野への横展開等により、10%~20%程度までシェア拡大が可能であると考えております。

【M&A仲介事業】

Q. セグメント利益率が前年同期比で大きく上昇している要因は何か。

A. 上半期における新入社員の採用抑制にともなって、採用費等が減少したことにより、第3四半期時点のセグメント利益率は前年同期と比較して上昇しております。しかし、下半期には採用を本格的に再開しており、通期のセグメント利益率は、業績予想通り、前年同期と同水準のセグメント利益率となる見通しです。

Q. コンサルタント人員数の伸びと比べて、売上の伸びが比例していないように見えるがなぜか？

A. 新教育制度導入前は、1ヶ月から2ヶ月間程度の研修期間を経て、コンサルタントを現場での営業に出しておりました。しかし、取り扱い案件数の増加や、建設等の新規分野への参入、また、コンサルタントの人員数増加といった要因から、マネジメント体制の強化が必要となる局面を迎え、一昨年の10月に新教育制度を導入しました。新教育制度においては、実務を含めて約9ヶ月間の教育研修期間を設ける等により教育体制を整え、結果として、コンサルタント個人の実力が着実に向上しております。今後は、生産性が向上し、コンサルタントの人員数の伸びに売上高の伸びが比例するものと考えております。

【人材採用支援事業】

Q. リアライブを子会社化してからおよそ2年が経過するが、想定していたシナジー効果は得られているか。

A. 当社として、人材採用支援事業への新規参入であり、当初より、1年目は管理体制の強化に充て、2年目以降にシナジーを発揮させる予定でおりました。しかしながら、管理体制の強化に遅れが生じたことで、シナジー効果が得られるのは来期以降となる見通しです。

以上