



2023年6月15日

各 位

会社名 株式会社ツナググループ・ホールディングス  
代表者名 代表取締役社長 米田 光宏  
(コード番号：6551 東証スタンダード)  
問合せ先 財務戦略室室長 沼畑 正輝  
(TEL. 03-3569-2790)

### 2023年9月期 第2四半期決算 質疑応答集

この質疑応答集は、2023年5月15日(月)の2023年9月期 第2四半期決算発表以降に、株主・投資家の皆様からいただいた主なご質問とその回答をまとめたものです。なお、ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております点、ご容赦ください。

#### 【2023年9月期 第2四半期決算 ご参考資料】

##### ■決算短信

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS81305/83ebe725/fd5a/401a/a74f/f7901f8e7f24/140120230515572051.pdf>

##### ■決算説明資料

<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS81305/6d2ad843/6c9f/41fb/84bd/ff79836423f5/140120230515572261.pdf>

##### ■決算説明動画(投資WEB YouTubeチャンネルに掲載)

<https://www.youtube.com/watch?v=D6wFQzYh0wM>

##### ■決算説明書き起こし(ログミーFinance)

<https://finance.logmi.jp/378030>

<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社ツナググループ・ホールディングス  
IR お問い合わせフォーム

<https://tghd.co.jp/ir/inquiry/>

## 【質疑応答集】

**Q. 決算短信に売上高が「業績予測より伸長」とあったが、売上高は上方修正がなく、据え置きとなっているのはなぜか。**

A. 売上高は当社内の計画をやや上回るページとなっておりますが、修正が必須な 10%を超える範囲とはなっておりません。今後、開示が必要な見込みとなる場合は、すみやかに開示いたします。

**Q. 決算短信に「RPO サービス領域は前年同期比でおよそ 2 割の増加」とあったが、ニーズはもっとありそうだが。**

A. RPO サービスについては、売上高を 2 割伸ばしていくことを目標としています。主な顧客はエンタープライズ企業であり、契約を開始するために相応の準備期間と体制が必要になります。逆にそれ以下にもならないと思っております。業務の効率化などにより、より多くのニーズにお応えできるようにしていきたいと考えております。

**Q. 前期 2022 年 9 月期 第 1 四半期（2021 年 10～12 月）～第 2 四半期（2022 年 1～3 月）にかけては、売上高の増加が + 4 億円強だったが、今期 2023 年 9 月期 第 1 四半期（2022 年 10～12 月）～第 2 四半期（2022 年 1～3 月）にかけては売上の増加額が + 3 億円だった。なぜ前期ほど伸びなかったのか。**

A. 当社は、飲食・小売業のお客様も多く、コロナ禍においてはお客様が営業を縮小し、ひいてはアルバイト・パートの採用活動を抑制される傾向にありました。

前期 第 1 四半期はまだコロナ禍による採用抑制の影響が大きく、特に売上が低調になっていましたが、第 2 四半期は規制緩和を受けて顧客の採用意欲が戻ったこともあり、QonQ で 115.8%という結果でした。

一方で今期は第 1 四半期時点より回復基調となっており、QonQ で 110.1%となりました。前年と比べれば伸びは大きくありませんが、順調に推移していると考えております。

**Q. 今回、サービス別の内訳を開示していないのはなぜか。**

A. RPO サービスを提供するお客様に対して DX リクルーティングサービスを提供するという事などもあり、現在サービスごとの売上の考え方を再検討しております。サービス別の成長率については、次回開示内容に入れる予定です。決算短信にも記載のとおり、累計で RPO サービス領域は前年同期比でおよそ 2 割の増加、DX リクルーティング領域は前年同期比でおよそ 7 割増加、セグメントメディア領域は、前年同期比でおよそ 2 割増加いたしました。

**Q. 限界利益率がこの第 2 四半期で上がったということだが、今後もこの水準でいくのか。**

A. 収益構造の改革を進め、固定費の変動費化を進めてきたことと、第 2 四半期は採用活動が活発になる時期で、当社の売上も高まったこともあり、限界利益率が上がっています。季節変動があるため、今回ほどはいかないものの、前年に比べれば限界利益率は上がる見通しです。

**Q. 「固定費の変動費化」とは、具体的にはどういうことか。**

A. 主に人件費の外注化を行っています。コロナ禍で業績が悪化した際、人員削減は行わず、オフィス統合などのコスト削減を中心とした構造改革を進めておりました。結果、筋肉質な体質になり、生産性をあげることができました。

当社は採用のニーズに応じて通年で業務の繁忙差があり、第2四半期は繁忙期となりますが、大きな増員はせずに業務の外注と仕組み化を進めたことで、固定費を抑えることにつながっております。

**Q. 今後の利益率改善のカギはなにか。**

A. 固定費の変動費化を継続していくことと、上昇が見込まれる1人当たりの集客単価をどう抑えるかが焦点になると考えています。

**Q. 今後顧客としてどんな業界を狙うのか。**

A. コロナ前は、飲食・小売業が中心となっていましたが、コロナ禍で求人需要が一気に減りました。コロナ禍で需要が伸びた物流・倉庫業へサービス提供を強化する戦略に切り替え、功を奏しています。いまは、観光業などサービス業の需要が再び高まっていることに加え、物流・倉庫業も引き続き求人ニーズが高い状態です。さらに今後は、需要が高まっている介護・製造業を狙いに行くことを考えています。

**Q. 2024年からの物流業界におけるドライバー残業規制はなにか影響するのか。**

A. 追い風になるとみています。物流系企業からの募集・定着のご相談が増えています。

**Q. 中期経営計画は出さないのか。**

A. 現在、2023年9月期～2025年9月期の3か年計画に取り組んでおりますが、こちらは開示しておりません。次回中期経営計画は開示することを含め、検討中でございます。