

2021年8月17日

2021年12月期 第2四半期決算説明会 質疑応答

株式会社リブセンス

2021年8月17日（火）開催の「2021年12月期第2四半期決算説明会資料」における質疑応答の概要は下記の通りです。

【Q】 マッハバイトの今後の回復見込みについて教えてください。

【A】 1Qと2Qを比較すると順調に回復しており、手応えを感じています。市場の採用ニーズが変化する中でもチャンスのある領域は見えてきており、固有の大手顧客もいます。しっかり機会を掴んで成長していきたいと思います。

【Q】 「年内の複数事業立ち上げ」に向けた新規事業の具体的な進捗状況について教えてください。

【A】 新規事業案は検証中の段階ということもありまだ具体的な話はできませんが、例えば「紙からWeb」の流れの中で、Webならではのモデルで成長したジョブセンス（現マッハバイト）の例のように、社会の変化を掴んで成長させるのが当社の新規事業の立ち上げにおける特徴です。当社の理念・ビジョンにも合致し、数十億円の規模感が狙えるようなものを作っていきます。

また、knewについてはプレリリース版として検証を進めています。ビデオチャット後にユーザーの方が「連絡を続けたい」と回答する割合は約7割で、マッチングの精度やフォーマットに一定の手応えを感じています。

【Q】 マッハバイトの求人数15万件が近づいていますが、これは代理店によるものでしょうか。また、問い合わせ件数は回復していますか。

【A】 求人を獲得するにあたり、販売代理店の活用が進んでいます。また、求人数についてはフードデリバリー等、企業あたり掲載数が多い顧客が増えているという側面もあります。今後のアップサイドとしては、収益性の高い企業の獲得も進めていきたいと考えています。

問い合わせについては、求職者側の問い合わせ（応募）は回復しているものの、企業側のニーズは業種によって違い、回復とは言い切れない状態です。

- 【Q】 広告宣伝費が伸長していますが、こういったものか教えてください。
- 【A】 広告宣伝費についてはブランド広告とユーザー獲得広告のふたつがありますが、増分についてはCPC等のユーザー獲得広告がメインです。広告は費用対効果を予測し、効果が最大になるようチューニングをしながら運用を行っています。
- 【Q】 新規事業はどのような集客方法を想定しているか、教えてください。
- 【A】 knewにおいては、まずはしっかりとしたフォーマットを作った上で、広告も使い利用者を増やしつつ、利用者の満足度を上げることで、口コミで伸ばす循環を作っていきたいと考えています。従来は口コミの生まれにくかった市場ですが、現在はマッチングアプリの利用も一般的になってきており、環境が変わってきているという認識です。

以上