

2026年7月21日

各 位

会社名 クックビズ株式会社
代表者名 代表取締役社長 藪ノ 賢次
(コード番号：6558 東証グロース)
問い合わせ先 執行役員 コーポレート本部
エグゼクティブマネージャー 餌取 達彦
(TEL. 06-7777-2133)

2026年11月期第2四半期決算説明会質疑応答公開のお知らせ

2026年7月15日に開催いたしました「2026年11月期第2四半期決算説明会」の質疑応答を別添の資料のとおり公開いたしましたので、ご案内申し上げます。

以 上

ご質問	ご回答
1 通期業績予想に対する売上進捗が44%とやや遅れての進捗となっておりますが、下期での通期計画を達成するための具体的な打ち手や、現時点での実現の確度をお聞かせいただきたいです。	まず人材サービスですが、1月中旬に断行した集客施策、面談方針の転換がかなりうまくいっていることで、第2四半期の後半から面談数が確実に増えており、今も順調に推移しております。 人材紹介ビジネスは、応募・面談・面接・内定・受諾・入社というパイプラインで、応募から売上計上まで、大体数カ月ぐらいタイムラグがあります。KPIの改善が第2四半期、売上寄与が第3四半期以降というのは、第1四半期の時点でお伝えしております。 そこから変わらず進捗はしておりますので、第3四半期以降売上進捗率を回復させていきたいと考えております。
2 人材紹介の先行KPIが回復している一方で、求人広告、スカウト事業が引き続き低調である理由と、今後の対策について教えてください。	まずマクロ環境ではありますが、有効求人倍率であったり有効求人数は、飲食業界においては残念ながら減少をここ数年、続けているということで、基本的には今、風向きとしては向かい風というところがございます。 ですので、今後は求人に限らない需要であったり、あとはわれわれでいうと自社のサービス、求人広告であったりスカウトに今まで固執していたんですけども、最近ではIndeedの掲載案件であったり、そういった他媒体の掲載もニーズがあればどんどん提携企業におつなぎする、トスアップを非常に力を入れております。 もともと商談数は非常に多く、その商談数の中で違うニーズがあれば積極的に様々なサービスをご紹介することで、売上であったりキャッシュポイントを増やしてまいります。この中にワールドインワーカーや当社の人材紹介、もしくは今回仲間入りしたTECH CREWのサービスも加えていきながら、売上の上げ方を複数にしていこうところが、非常に重要かと思っております。この様な戦略で売上を回復させていこうということで、必ずしも求人広告、スカウトのみにとどまらない、限定しないことを対策としてまいります。
3 第3四半期での黒字化を目標としています。達成できそうか、手ごたえを教えてください。	基本的には今、足元のKPIであったり、売上はもちろんまだ未開示ですのでお伝えできませんけれども、先行のKPIは非常に良い状態でずっと推移しておりますので、第3四半期以降の黒字化が十分達成可能な範囲だと思っております。 まずはセグメント黒字をしっかりとお伝えして、特に人材紹介が一番伸びしろがあると思っておりますので、そこをしっかりと回復させることで、収益性の改善に努めたいと考えております。
4 先日ニュースでもありましたが、決済代行会社全東信の倒産に関連して、売掛金が回収できなくなった飲食店の連鎖倒産などが懸念されていますが、クックビズさんのクライアントである外食企業への影響や、それに伴う与信リスクについて、どのように考えていますか。	もちろん飲食店の皆様においては非常に深刻な問題ではあるんですけども、基本的に個人店の方が多いと聞いております。全東信のお客様のほとんどがパーであったり、夜のお店のお客様、加盟店が多いということですので、飲食店で大きなところが破綻することは、おそらくないであろうと考えております。 特に人材紹介は大体、売上が1人当たり100万円ほど採用予算がかかる、高額な商品になっておりますので、基本的には中堅以上のお客様に多くご利用いただいておりますので、特にリスクはないと思っております。 当社はもともと最大手の売上、一番トップランクの売上で数パーセント前半という売上シェアですので、かなり分散して売上をつくっていることもあり、そこまでリスクは高くないかと考えております。
5 マーケティングの課題については改善はしましたか。	かなり時間はかかってしまいましたが、現状としては回復、改善していると見ております。非常に良い数字で推移していると見てとれますし、KPIとしては面談数を置いておりますが、基本的には前期の第1、第2四半期ぐらいの面談数に戻っていることは、実数を書かせていただいておりますので、回復はしたと思っております。 まだまだ改善の余地は十分あると思っておりますし、特にIndeed等の求人検索サイトの攻略はまだまだ可能性があると思っておりますので、そういったところはぜひ今後も改善を続けていきたいと考えております。

6	求人とスカウトについては、打てる手は打ち尽くした印象です。今後はマクロ頼みという感じでしょうか。	単体の商材としては、非常に厳しい状況かと思っております。こちらは競合他社の決算状況を見ている、この求人広告とスカウトというものに限定している限りは、なかなか増収増益は難しいかと思っております。 当社の求人広告、スカウトの部署はソリューション営業部という部署ですが、先ほども申し上げたとおり、採用ニーズにしっかりと網羅的に対応していくことで、自社のサービスにこだわらず、まさにお客様の課題を解決する提案をしていけば、おのずと増収基調に持っていけると考えております。
7	マーケティングについて、もう少し教えてください。前期の方法を超えて回復しているのでしょうか。	基本的には先ほどお見せた図の通りです。これは基本的には今、前期の上期とほぼ同水準に戻っておりますので、超えて回復しているかという、まだそこはできていないのが回答になります。 もちろん、ここは超えていけないと思っております。先ほど申し上げたIndeedであったり、求人ボックスのようなほかの求人サイトから、しっかりと流入して決めていくところであったり、その他SNS広告等、まだ改善できる流入経路はあると思っておりますので、そういったところをしっかりと手当てをしていきたいと思っています。
8	ロピアへの送客について、あまり数値が進捗していない印象です。現状を教えてください。	ロピアに関しては今期50名、来期100名、その先は200名と、彼らの1,000名の採用の多くのシェアを獲得していこうとやっております。 その進捗に関しては、今期は非常に良く進捗しておりますので、うまくマッチングしてきているなと思います。実際、内定、入社に至っております。マッチングの数はそこまで爆発的に増えておりませんけれども、その内訳としては食品関係のマッチングが増えているのは確実な状況です。
9	ワールドインワーカーは第1四半期の勢いが弱まった印象です。現状を教えてください。	ワールドインワーカーが第1四半期がすごく良いかという、そういうわけではなく、基本的にはじわじわと改善はしているんですけども、内定でいうと落ち込んでいる月もあったり、また戻ってきたりという状況です。 要因としては、出入国在留管理庁がビザを出す期間がじわじわと延びていることもあります。内定が出ても入社が進まないとな売上に計上できないビジネスモデルですので、その辺りの手続の遅れは少しトップラインには影響しております。現在、特定技能の飲食は、新規の受入れが止まったんですけども、そこは非常にうまく回避できていると思っております。 当初より、国内の人材に特化していたこともあり、国内の人材の中からビザ持ちの方を紹介する同社の強味が、非常に希少性が高く、お客様からもご評価いただいているので、売上を維持、拡大していける余地は十分あると思っております。

10	来期4月の消費税減税がありそうです。逆風になりそうですが、この影響についてどのように分析していますか。	こちらは非常に厳しい課題であると認識しております。中食や内食と比べ、外食は価格のギャップが大きく出やすいため、今後は非常に厳しい業態が増えてくると考えています。 一方で、コロナ禍以降の特需期を経た直近1～2年においては、外食企業の間で勝ち負けが極めて明確になっております。「何人でも採用したい」という意欲的な企業様がいる一方で、「今は採用どころではない」という厳しい状況のお客様もいらっしゃるのが実態です。 当社の有料サービスは、コストを投じてでも積極採用を行いたい「経営体力のある元気なお客様」に主にご利用いただくモデルです。このように明暗が分かれる市場環境において、成長意欲の高いお客様へのアプローチを徹底的に強化することで、業績への影響を最小限に抑えてまいりたいと考えています。
11	TECH CREWの決算数値を見ますと赤字です。営業に力を入れて、損益分岐点を超えていかないといけないフェーズかと思います。現状と作戦を教えてください。	適時開示では直近の決算を参考数値として開示させていただいております。同社の進行期では大幅に収益性が改善しております。実際、月次の数値を見てもそれは明らかですので、このままの状況でも赤字の額は決して大きくないかと思っています。 加えて、TECH CREWの成長戦略としましては、当社がその営業面を強力に支援していく方針です。したがって、グループ入りしたことで彼らが自ら人員を採用し、先行投資として営業員を増やしていくというよりは、当社側からのリード供給(トスアップ)によって効率的に売上を獲得していくモデルを想定しております。 これまでは展示会をはじめとするインバウンド中心の、どちらかといえば受け身の営業スタイルでしたが、今後は当社の豊富な商談機会の中にTECH CREWの商談を組み込み、トスアップを図ってまいります。これにより、先行投資的なコストをかけることなく新規顧客を獲得していけると考えております。 今後、業績に数字が反映されてまいります。トップライン(売上高)への貢献が見込める一方で、営業支援型の成長モデルであるため赤字幅は限定的に抑えられると見込んでおります。十分に吸収可能な範囲であると考えておりますので、まずは営業面の支援を徹底してまいります。