

2025年7月22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)

2025年11月期第2四半期決算説明会書き起こし公開のお知らせ

2025年7月15日に開催いたしました「2025年11月期第2四半期決算説明会」の書き起こし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

登壇

藪ノ：今日はお忙しい中、お集まりいただきまして誠にありがとうございます。クックビズの藪ノと申します。本日は2025年11月期第2四半期ということで、半期が終わりましたので、決算概況について説明をさせていただきます。よろしくお願いします。



Mission・Vision

Mission

「食」は「人」

なぜ食産業に人が必要なのか。

それは人手不足を補うためでも、機械化できないからでもありません。

「人」によって料理やサービスの価値が高まり、感動が生まれ、経済的価値に繋がります。

私たちは事業の原点である「食」は「人」に立ち返ります。

2

まずはじめに当社の Mission・Vision についてご説明いたします。Mission は「「食」は「人」」というシンプルな言葉で決めました。Mission は企業の存在意義といわれていますけれども、なぜ食産業に人が必要なのかというところを深掘りしていった際に、ここに書いてありますように人によって料理やサービスの価値が高まり、感動が生まれて、経済的価値につながるグッドサイクルを回していきたいという事が、私が事業を始めた当時の想いでもありますし、今もそれは変わらないので、「食」は「人」という事業の原点に立ち返りたいと思っています。

Mission・Vision

Vision

Empower the Food People

食に関わる一人ひとりの情熱と誇りが、新しい食の文化を生み出します。
料理を作る人、届ける人、すべての人の創意工夫が重なり合い、食の空間が輝く。
その連鎖が、持続可能な食の未来を切り拓いていきます。

3

Vision は「Empower the Food People」という言葉で、飲食にかかわる人、われわれは飲食人と呼んでいますけれども、この飲食人をエンパワーメントしようという言葉です。先ほど申し上げた Mission でいう、日本の食が経済的価値につながっているかということ、まだまだ道半ばだと思っています。

人によって料理やサービスの価値が付加価値として高まっていった、感動が生まれて、経済的価値につながるという、人による介在価値が食を取り巻く消費の中で、飲食人と呼ばれている方に再分配されていく。そういったグッドサイクルをつくりたいと。

食に携わる方がノンデスクワーカーの方であったり、ブルーカラーのその他の業種の方と遜色のない給料を取っていただきたいというところまで、食人材の価値を高めていこうというのが、われわれの目指す世界観です。この Vision である「Empower the Food People」を必ず実現したいと思い、このためにビジネスを行っています。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

目次

1. エグゼクティブサマリ
2. 2025年11月期 第2四半期 決算概況
3. 2025年11月期 第2四半期 ビジネスハイライト
4. APPENDIX

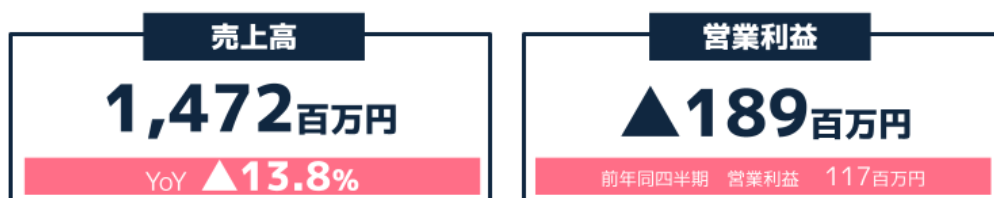
4

今日はこの四つのアジェンダから主に三つ、エグゼクティブサマリと決算概況とビジネスハイライトについて、ご説明させていただきます。

エグゼクティブサマリ

2025年11月期 第2四半期 エグゼクティブサマリ

● 決算ハイライト



● TOPICS

- ▶ HR事業では4四半期振りにQoQで増収。
- ▶ HR事業における採用総合パッケージはLite版を含め好調に推移。（売上は人材紹介に含む）
- ▶ HR事業は生産性が上がり切らず減益。
- ▶ 投資事業・きゅういちにおいては鮮魚の漁獲量が減少し減収減益。

6

まずエグゼクティブサマリについて、お話しさせていただきます。売上高は14億7,200万円となりまして、前年同期比で13.8%減少しました。営業損失は1億8,900万円で、前年同期の黒字から赤字に転落しております。

サポート

日本 050-5212-7790
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

トピックスは4点です。HR事業は4四半期ぶりに前四半期比で増収となりました。採用総合パッケージは、ライト版を含めて引き続き好調に推移しておりますので、後ほど解説したいと思います。一方でHR事業全体の生産性はまだ完全に回復はしておらず、前年同期比では停滞が続き、粗利が伸びずに減益・赤字となっており、引き続き対応している状況です。

投資事業については、連結子会社のきゅういちにおいて鮮魚の漁獲量減少によって、減収減益となり、両事業とも非常に厳しい状況が続いています。



2025年11月期 第2四半期 決算概況（連結）

連結売上高はYoY ▲13.8%、連結営業損益は189百万円の損失を計上。

単位：百万円	24年11月期 第2四半期実績	25年11月期 第2四半期実績	YoY	25年11月期 予想	進捗率
売上高	1,708	1,472	▲13.8%	3,500	42.1%
-HR事業	1,082	889	▲17.8%	2,200	40.4%
-投資事業	625	582	▲6.8%	1,300	44.8%
営業利益	117	▲189	-%	175	-%
-HR事業	47	▲129	-%	100	-%
-投資事業	70	▲59	-%	75	-%
経常利益	112	▲198	-%	130	-%
当期純利益	81	▲237	-%	112	-%

※決算短信のセグメント情報に記載の数値と異なりますが、差異の内訳はセグメント間取引による調整のためとなります。

■売上高

- ・HR事業：生産性停滞からの回復に向け営業体制を継続的に見直すも、本格回復には至らず、前年同期比で減収減益
- ・投資事業：鮮魚の漁獲量減少により減収。ホタテの拡販を目指し原材料の確保に取組むも、価格の高止まりにより安定的に確保できず、鮮魚の減収影響を補うに至らず

■営業利益

- ・HR事業：売上高の減収に伴い減益
- ・投資事業：前年同期と比較し粗利率の高い鮮魚の構成比率が低下したことに伴い減益

■業績予想

- ・売上進捗は42%とやや遅れ気味で利益は赤字で推移。厳しい状況を踏まえ、回復に向けた対応を鋭意進行中

8

続きまして、決算概況のご説明をします。売上高は通期予想 35 億円に対しては進捗率が 42.1% で、進捗は正直思わしくはありません。売上の内訳につきましては、HR事業は生産性停滞からの回復に向けて、営業体制の見直しを継続して行っておりますが、まだ本格的な回復には程遠い状況です。

投資事業については前年同期と比較して、去年は本当に鮮魚が良かったので、その反動で鮮魚の漁獲量が減少して減収になっています。そこをホタテでカバーしようということで、ホタテの拡販をしておりますが、一部報道でもありますように、ホタテの稚貝、すなわち赤ちゃんが育っていないこともあり、ホタテも原材料が高止まっています。われわれはあまり両貝取引は積極的にはしていませんので、この鮮魚の落ち込みを埋め合わせることは、現状の販売手法や経営戦略では難しかったという状況です。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



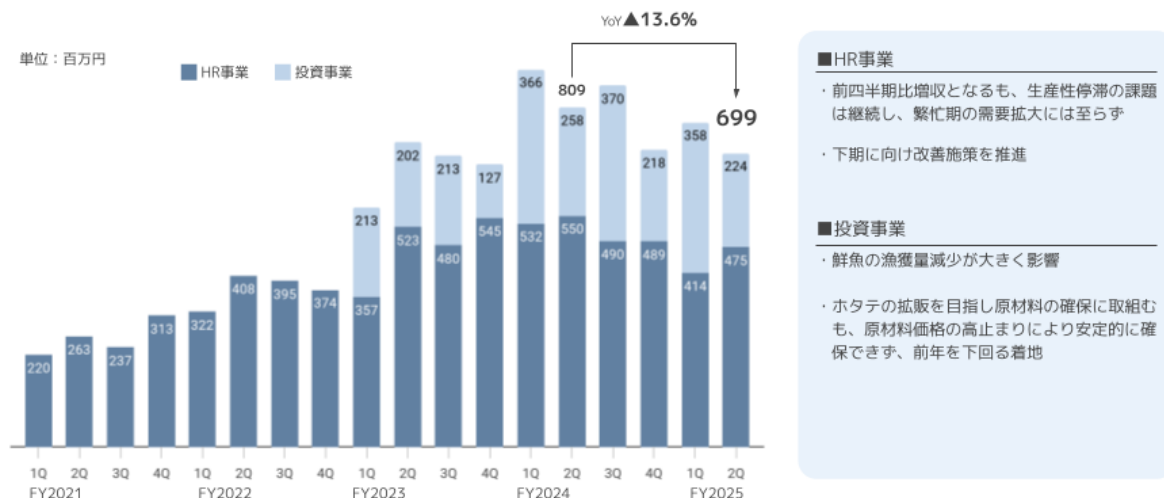
営業利益は両事業ともに赤字が継続しておりますので、下期挽回を余儀なくされているという状況であります。

2025年11月期 第2四半期 決算概況



売上高推移（四半期別・連結）

連結売上高 YoY ▲13.6%、HR事業 YoY ▲13.7%、投資事業 YoY ▲13.4%。



9

こちらは四半期別の売上高推移です。HR 事業は第 1 四半期の 4 億 1,400 万円を底として、増収に転じております。ここはもちろん第 2 四半期が繁忙期であることと、第 1 四半期の底からは回復基調にあることで、良い傾向だとは捉えておりますので、この傾向を継続していく必要があると思っています。下期からは、さらに回復を目指していきます。

投資事業は前年同期比で 13.4%と減少しております。鮮魚の漁獲量減少に加えて、ホタテについては今期北海道の水揚げが著しく少なく、価格が高騰しているということで、当社がねらう仕入価格であったり、当社が推奨している販売方法での現実的な調達に難しい状態が続いています。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

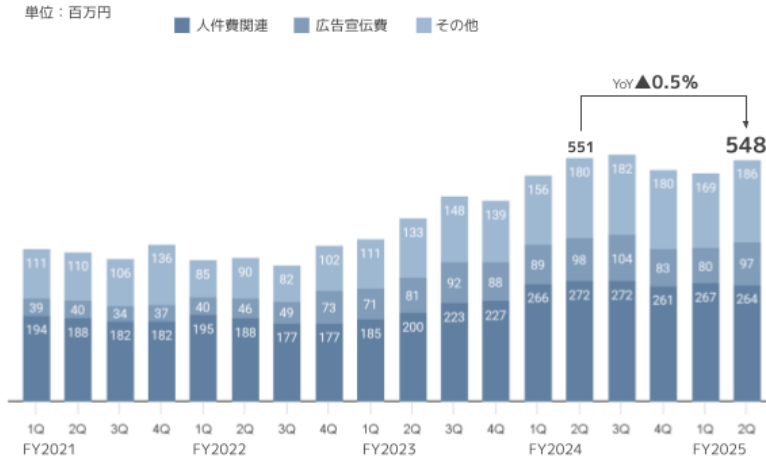
0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



販売費及び一般管理費推移（四半期別・連結）

適正なコストコントロールに努め、YoY ▲0.5%。



■人件費

- ・採用は一旦落ち着き、採用関連費用も抑制され、前年同四半期比微減

■広告宣伝費

- ・従来の広告手法に加えてSNS広告等、新たな広告施策を強化
- ・効率的な広告運用を実施し前年同四半期並みの着地

■その他

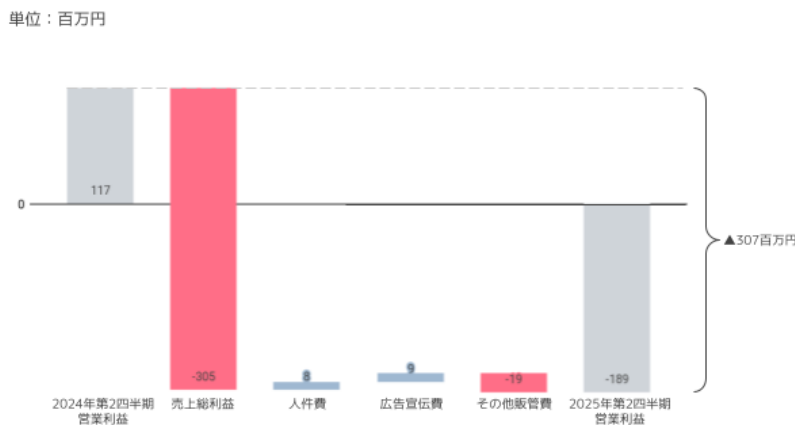
- ・前年度2Q以降、求人サイトリニューアルに伴うソフトウェア償却費が増加
- ・M&A関連費用の一過性のコストが発生するものの、コスト効率化に努め前年同四半期並みの着地

10

販管費については前年同期比で大きな変更はありませんので、詳細は資料をご確認いただければと思います。

営業利益増減分析（連結）

連結営業利益は、YoY 307百万円減少の ▲189百万円で着地。



■売上総利益

- ・売上高の減少に伴い売上総利益も減少

■人件費

- ・FY25 2Q期末の連結従業員数165名
FY24期末 連結従業員数161名
FY24 2Q 連結従業員数166名

■広告宣伝費

- ・効率的な広告運用に努め費用効率化を実現

■その他

- ・求人サイトリニューアルに伴うソフトウェア償却費等が増加

11

営業利益増減分析です。グラフでお示しのとおり、粗利が下がっているので、今のコスト構造では利益が出にくい構造が続いています。もちろんコスト削減の余地もありますが、HR 事業においては売上（トップライン）回復の可能性も十分に見込めると考えています。したがって、単にコスト

を下げるのではなく、収益性を高めるには生産性の改善、すなわちトップラインの回復を重視する方針です。採用市場における需要も依然としてあることから、外部環境のせいにはせず、社内の業務プロセスや体制を整備し、着実に改善を進めていく必要があると認識しています。

HR 事業の四半期別の売上高推移です。人材紹介は求職者の応募以降の歩留まり改善に、依然として課題が残っています。ただし変化はありますので、後ほどしっかりと解説します。求人広告はスカウトとセットのプランを販売促進しておりますので、単価の落ち込みについては許容しながら、売上が減少しています。販売戦略については次ページで、詳しく解説します。

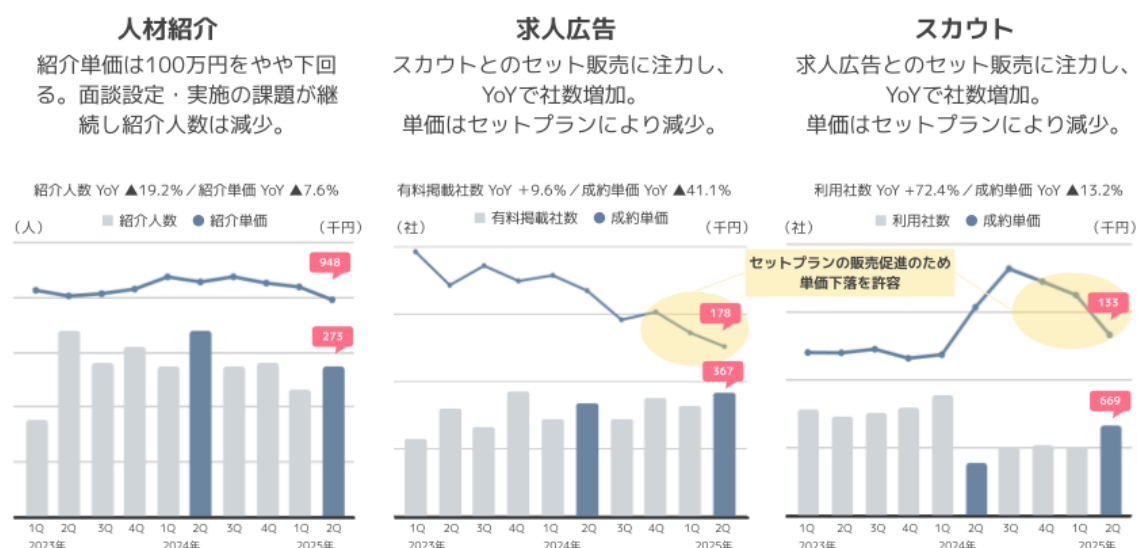
スカウトに関しては、前年度の第2四半期にサービスの内容を一新して、今のダイレクトオファーというものに変更しました。その変更の過渡期で、販売に制限があったため、今期は大幅な増収となっております。理由はどうであれ、すごく増収したことは良かったと思っています。

その他に関しては採用総合パッケージが、成功報酬型契約の増加によって今期以降は人材紹介の売上に集約しておりますので、その他の内訳についてはほとんどが、子会社のワールドインワーカーの売上が大半を占めているとご認識いただければと思います。

2025年11月期 第2四半期 決算概況



HR事業 サービス別KPI推移



13

続きまして、サービス別の KPI です。人材紹介は戦略的に採用総合パッケージを中心に販売しており、企業から多くの採用枠をいただきますので、1人当たりの紹介単価を若干抑えたプランも提供し始めています。これによって採用総合パッケージの売上のシェアが高まると、全体の単価はや

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com



や下がりますが、その分、課題である歩留まりは改善されると考えておりますので、単価推移については想定どおりと認識しています。

現状のノンデスクワーカー系の競合環境から、全てのプランが100万では戦いにくいということで、70万から90万円ぐらいのプランもうまく組み合わせながら、競合と戦っていくことが必要だと考えています。

求人広告とスカウトは、セットプランを販売することは決算説明会の際でも何度かお伝えしております。単価の落ち込みは許容しながら、一方でどちらのサービスも見ていただくと、段階的に社数が伸びているのがお分かりいただけるかと思います。どちらのサービスも現状は前課金型で販売しておりますので、中長期的でリピート率やリピート比率を高めていくためには、まず今の利用企業に効果実感をしてもらうことを最優先に考えています。

なぜならば昨年の今頃リニューアルをしておりますので、まだ業界全体でわれわれの新しくなったサービスを使っていたいていない企業様のほうが多いため、まずは新しくなったダイレクトオファー、もしくはリニューアルした求人サイトを、お求めやすい価格で販売し、クックビズ、良くなってきたねということを、広くあまねく飲食企業様に体感していただくことが、何よりも重要だと考えています。

現行の戦略は、基本的にはマーケットニーズとそこまですれていないと考えておりますので、引き続き継続していきたいと考えています。

2025年11月期 第2四半期 決算概況



採用総合パッケージについて

- 採用総合パッケージは販売開始から2年が経過し、今期より人材紹介と採用総合パッケージの中間サービスである採用総合パッケージLiteを導入。顧客の規模やニーズに応じた提案が可能に。



14

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com



こちらの採用総合パッケージのスライドは、新たなラインナップの説明になっておりますので、ご覧いただければと思います。

2025年11月期 第2四半期 決算概況



採用総合パッケージについて

- 採用総合パッケージおよびLiteプランともに順調に社数を積み上げる。
- 採用総合パッケージは顧客動向を踏まえ提案方針を見直し、今期以降は人材紹介売上へと集約。

		FY2024				FY2025	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
契約社数	(単位:社)	12	13	14	13	21	28
	採用総合PKG	12	13	14	13	11	15
	採用総合PKG Lite	-	-	-	-	10	13

※採用総合パッケージは、FY2025より人材紹介への売上計上するため、契約単価および採用人数については記載を省略しております。

15

採用総合パッケージの販売実績です。第2四半期で28社と30社に近づいており、これもプランの変更がかなり功を奏しています。FY24では12~13社ぐらいでずっと伸び悩んでいましたが、ライト版を販売ラインナップに加えたことで、相当な拡販もできていますし、本丸の採用総合パッケージも増えているのがお分かりいただけるかなと思います。ライト版を導入したことで改めて、採用総合パッケージ全体の認知が広がっていると思っています。

採用総合パッケージは成功報酬型が多く、クックビズ向けに採用枠を確保していただいているので、しっかりと紹介をしないと売上にはつながりません。一部のライトプランは月々課金をしながら、プラスアルファ成功報酬です。一部前金でいただいていますので、通常の完全な成功報酬型よりは、お客様の期待はかなり高いかと思うので、下期はしっかりとマッチングするだけと私たちは考えています。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



投資事業（きゅういち）決算概況

売上高は鮮魚の不漁によりYoY ▲13.4%、営業利益は粗利率の高い鮮魚の構成比率が低下したことを主因とし、赤字着地。

単位：百万円	2024年 1Q実績	2024年 2Q実績	2024年 3Q実績	2024年 4Q実績	2025年 1Q実績	2025年 2Q実績
売上高	366	258	370	218	358	224
ホタテ	80	101	333	139	198	147
鮮魚	260	151	32	76	154	74
その他	26	6	4	2	5	2
売上原価	289	228	300	203	340	250
売上総利益	77	30	69	15	17	▲26
販売管理費	25	21	28	43	26	30
営業利益	52	8	40	▲28	▲8	▲56

■売上高

・鮮魚の漁獲量が想定を下回り、売上が伸び悩む。ホタテの拡販を目指し原材料の確保に取組むも、原材料価格の高止まりにより安定的に確保できず、鮮魚の取扱減による影響を補いきれず。

■売上原価

・粗利率の高い鮮魚の構成比率の低下により原価率が悪化

■販売管理費

・広告投資により前年同四半期比増加

■営業利益

・原価および販売管理費増加に伴い赤字着地

16

投資事業の決算概況も、少し触れておきます。今期上期は、鮮魚の漁獲量が全体的にふるわなかった半年間だったと思います。年末年始も同様の状況が継続しておりまして、本当に売上に伸び悩んだ半年でした。

ホタテの拡販を目指して原材料の確保に取り組みましたが、原材料価格の高止まりによって安定的に確保できず、鮮魚の落ち込みをカバーし切れず、赤字になっております。この赤字はホタテよりも鮮魚の方が粗利率が高く、魚種にもよりますが、粗利が20%を超えてくるようなものもございます。通常の洗浄、選別、冷凍だけで20%の粗利が取れるのは、非常に高収益なモデルであり、そこが勝利の方程式でしたが、今期はそれが不漁で崩れてしまった感じでございます。

対策としては工場の稼働コストをなるべく変動費化することです。あとはホタテに次ぐ加工系商品の開発を進めていくことで、現在はイカの一夜干し等の商品をホタテ以外で開発して、少しずつヒット商品も出てきております。

漁が豊漁のときだけではなくて、不漁時も一定の粗利を確保しながら、最低限の工場の稼働コストは稼ぐ生産体制、販売体制を構築していく必要があります。きゅういちは今期3年目で、1年目、2年目はM&Aする前の好調な状態を維持した状態で、正直非常に順調に進んでいたわけですが、海を相手にしているわけですので、不漁時に改めて工場経営の難しさを体感しています。ただ対応できないことはないと思っております。何年間に1回は不漁が発生しますので、そういった経験を今まさにしているということなので、これを糧に私たちのビジネスモデルを強くできるかどうかかと思っております。メンバー一同、真摯に取り組んでいる状況です。

サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

2025年11月期 重点施策について

2025年11月期は、安定的な事業成長を目指すとともに、組織も新設し、次年度以降の飛躍に向けた足固めを進める。

HR事業	cookbiz	・ 持続可能な成長のため営業やコンサルタントの社内教育体制の整備 ・ ダイレクトオファターのグロースや合同企業説明会の複数回の実施 ・ 当社求職者DBを活用したパートナーシップの推進（詳細は21頁を参照）
	ワールドインワーカー	・ 25年4月から新卒受入を拡大し、組織体制強化と事業推進を図る
新規事業	CAST	・ 継続したアップデート（勤怠管理・本部管理） ・ 顧客獲得のための広告運用の開始 ・ 既存事業とシナジーの高い新規事業の開発
投資事業	きゅういち	・ 設備投資は進捗し効率化による収益性の向上と安定的な経営基構築 ・ ECサイトや飲食店向けのマーケティング強化
	事業投資部の新設	・ M&A加速のため、クックビズのコーポレート本部に新部署を設立 ・ 事業ポートフォリオ強化および成長機会の拡大を推進

20

第2四半期のビジネスハイライトにつきましても少しレビューいたします。まず2025年11月期の重点施策はご覧の通りです。

2025年11月期成長戦略（HR事業）

- ・ 営業やコンサルタントの社内教育体制を整備。CS、IS専任者の配置。
- ・ WEBに閉じない集客チャネル開拓や、販売パートナーの拡大による売上拡大を図る。



※CS：カスタマーサクセス IS：インサイドセールス

21

基本的にはクックビズはこの四つ、営業コンサルタントの生産性を向上しましょう。ダイレクトオ

ファーはしっかり売りましょう。合同説明会を大阪、東京でやりましょう。東京は5月に開催し、本当に大盛況でうまくいきました。

パートナーシップ戦略で、パートナー企業様と組んで、自社の営業員の数によらない販売をしていく体制をつくっていきましょうということです。この基本戦略は基本的には変える必要はないかと思っておりますので、それをしっかり売上につなげていくことが、重要かと思っております。

2025年11月期 第2四半期 ビジネスハイライト



2025年11月期 重点施策について

2025年11月期は、安定的な事業成長を目指すとともに、組織も新設し、次年度以降の飛躍に向けた足固めを進める。

HR事業	cookbiz	・ 持続可能な成長のため営業やコンサルタントの社内教育体制の整備 ・ ダイレクトオファターのグロースや合同企業説明会の複数回の実施 ・ 当社求職者DBを活用したパートナーシップの推進（詳細は21頁を参照）
	ワールドインワーカー	・ 25年4月から新卒受入を拡大し、組織体制強化と事業推進を図る
新規事業	CAST	・ 継続したアップデート（勤怠管理・本部管理） ・ 顧客獲得のための広告運用の開始 ・ 既存事業とシナジーの高い新規事業の開発
投資事業	きゅういち	・ 設備投資は進捗し効率化による収益性の向上と安定的な経営基構築 ・ ECサイトや飲食店向けのマーケティング強化
	事業投資部の新設	・ M&A加速のため、クックビズのコーポレート本部に新部署を設立 ・ 事業ポートフォリオ強化および成長機会の拡大を推進

20

ワールドインワーカーについては、今年の4月、新卒が6名入ってきまして、非常に活気も出てきて、足元非常に調子が良いです。クックビズとワールドインワーカー、両方とも私は見ていますが、かなり明暗が分かれている状況です。外国人採用が飲食業界で息吹き始めているのをすごく感じておりますので、本当に良いタイミングでM&Aができたと思っております。

CASTについては継続してアップデートしておりますし、CAST以外で、既存事業とシナジーの高い新規事業の企画、開発を行っており、現在ベータ版を運営しております。うまくいけば正式リリースをしていこうと思っています。

きゅういち先ほどご説明したとおりで、ECサイトや飲食店向けにマーケティングを強化しております。

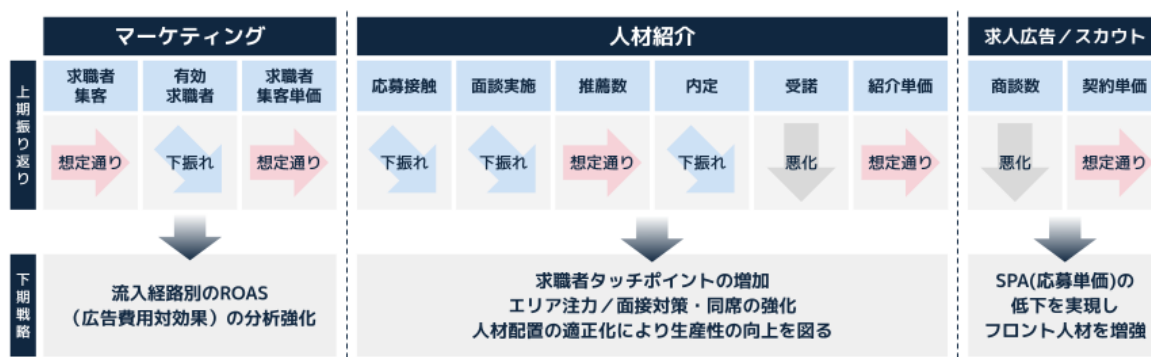
投資事業の事業投資部に関しては M&A を加速していくために、この上期も随分ソーシングをしまし、デューデリ等も進めましたが、完全なクロージングまでには至っておりません。現在は、部が発足して、少しずつ稼働し始めているかというところです。

2025年11月期 第2四半期 ビジネスハイライト



2025年11月期上期業績振り返り（HR事業）

- 求職者集客は想定通りに推移したものの、紹介につながりやすい有効求職者の割合が想定を下回り、人材紹介における面談実施や内定・受諾への転換に課題が残る状況。
- 求人広告の契約単価は想定どおり、商談件数の減少が収益に影響。全体として営業プロセスの再構築が求められる局面。



SPA : Sales Per Acquisition/Action

22

ここからは HR 事業の説明です。皆様のご関心が一番高いところかと思しますので、より重点的にご説明いたします。今回から、パイプラインのどこが悪いのかをもう少し明確にお答えしたく、競合もいるのでなかなか難しいところではありますが、投資家の皆様には詳細に説明したほうがいだろうということで、開示しております。

人材紹介ビジネスにおいては、前工程であるマーケティングという集客と、人材紹介のマッチングのプロセスが一体となって成果につながっていくという、非常に面白いというか、ダイナミックなプロセスがあります。一方的に販売するわけではなくて、集客と面談、マッチングとクロージングまでの一連のプロセスの管理がとても重要です。

マーケティングについては、求職者の集客数は目標を上回っておりまして、ここは調子が良いとお伝えしておりましたが、よりつぶさに見ていると、当社がターゲットとする有効な求職者の数に関しては下振れしております。有効な求職者とは何かといいますと、20代、30代、40代の飲食経験者が該当します。こういった方を集客して、かつ接触できているかがとても重要です。ここには課題がありますので、面談実施数が下振れているということになっております。集客はできているんだけど、有効な求職者数がどれぐらいいるのか。かつ、その人たちにアプローチができている

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



のか、しっかりとつながっているのかがとても重要なのですが、上期では下振れていますので、下期はここを中心に対応していきます。

具体的には特に 20 代、30 代の若年層に対しては、電話やメールではなかなか接触できない状況です。これは各エージェント企業も悩んでいるところだと推察しています。従って、より本格的に LINE の活用による接触率の向上を図っていきます。

また、私たちは飲食の人材サービスを黎明期からやっていますが、既に 10 数年経過し、人材紹介サービスはある程度ご理解いただいているユーザーも増えてきています。今までの総合窓口のような、とにかく転職相談に来ませんかというよりは、個別の求人でこんな求人持っていますよとアナウンスをすることで、求人を起点にした求職者のタッチポイントを増やしていくことにも LINE がかなり有効だと分かってきましたので、LINE 起点の接触を増やしていくということです。

一方、人材の推薦であったり決定紹介単価は KPI どおりに回復して推移しております。直近で、内定受諾率というわれわれの一番重要な、かつ回復していなかった KPI に関してお伝えすると、内定受諾数は下がっているんですけども、受諾率はかなり戻ってきております。

ですので、資料では下振れと書いてある内定獲得数と面談数が、ほぼほぼの課題の要因であろうと特定、集約されてきました。まだ本当に完全な回復には程遠いですが、この面談数と内定獲得数でしっかりと第 3 四半期以降、光明を見出したいと思っています。

人材紹介の下期戦略に記載のとおり、改めて東名阪エリアに注力することであったり、面接の対策や同行をしっかりと行うとか、求人の最新ニーズを継続的に回収するとか、人材ビジネスの基礎をしっかりと積み上げていくことが、内定獲得への王道かと思っています。

一番右側、求人広告／スカウトについては商談数はまだ伸び悩んでいますが、契約単価であったり商談成約率は非常に良い状態が続いています。次ページで説明しますが、SPA という応募単価もかなり変化しつつあるため、人材紹介よりも先に営業人員であるフロント人材を増やし、商談数の

底上げを図っていこうと考えております。



2025年11月期 第2四半期 ビジネスハイライト

2025年11月期上期業績振り返り（HR事業）

- 求人広告・スカウト領域における応募単価（SPA）は、セットプラン販売が奏功し、現在は適正水準へと回復。
- 広告を出稿する求人企業に対して適正単価で応募者を供給できている状態。



23

今回、応募単価の推移も新たにご説明しております。こちらは求人広告・スカウトサービスにおける応募単価の推移グラフです。これは2024年7月以降ということで、6月以前は4月に実施した求人サイトリニューアル等の影響で、正しい数字が取れないためグラフには含めておりませんが、月を追うごとに良化していています。

応募単価（SPA）が下がれば下がるほど、企業や店舗にとっては費用対効果高く応募を獲得できていることを意味します。その観点では、当社サービスがたくさんの効果をお返しできていると言えます。実際にSPAの推移は下がってきており、良い傾向にあると考えています。

現時点の応募単価水準についても、飲食業界特化型サービスとしてクライアントからヒアリングする中で、一定の水準には到達していると認識しています。今後さらにこの数値が下がっていけば、リピート利用にもより良い影響が出てくると見込んでおり、引き続き継続的な改善に努めていく方針です。

下期以降の見通しについても、お話をさせていただきます。今期の第1四半期を底として、なんとしてもHR事業の収益改善が最重要課題と捉えています。私自身も執行側として組織体制や業務内容の変更や改革等を、自ら推進しています。

市場環境における求職者の動向は大きく変化していますので、それを見極めつつ、来期以降の見通しも精査している状況です。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



下期以降、さらに来期以降にかけて、現在の状況から改めて増収増益ができる状態をつくり、事業の蓋然性を高めていきたいと常に思っております。

少し長くなりましたが、私からの説明は以上とさせていただきます。ご清聴ありがとうございます。

質疑応答

質問者 [Q]：投資事業ですが、どのような前提に変われば黒字化されるのでしょうか。どの程度の売上規模なら、どのような売上構成比なら、などを教えてください。投資事業の実績が 2024 年第 4 四半期と 2025 年第 2 四半期で売上構成比、規模等が同じような状況で、原価が上がって減益しているのはどのような要因か。

藪ノ [A]：ありがとうございます。こちらは、売上のトップラインは変わっていないんですけれども、先ほど申し上げたように鮮魚の構成比が一定あると粗利が高くなり、工場の販管費を吸収できるので、利益が出るということです。

ホタテは今、すごく高いです。これは両貝取引が原因であり、従来中国向けの輸出が禁輸により東南アジア経由でアメリカや欧州に輸出されています。両貝取引は、私たちはかなり制限をかけて商売をしています。

どちらかというボイルホタテやベビーホタテといった国内向けの流通をしたいのですが、あまりにも輸出が好調過ぎると、両貝取引以外で販売したい業者からすると、入札がなかなかできない金額で推移してしまいます。今、トランプ関税の影響等で輸出がどうなるのかは不透明感が増しておりますけれども、輸出が好調過ぎるのは私たちにとっては、なかなか難しい状況だと思っています。

まずは鮮魚を回復させていくことと、ホタテは今年・来年も少し厳しいとは聞いておりますので、しっかりと目標量を確保して、粗利を取れる状態で販売していかないと、黒字化が安定しないとは考えています。

質問者 [Q]：HR 部門の 2025 年 11 月期第 3 四半期の足元の業績はどのように見ているか。

藪ノ [A]：今現状こうですよとはお伝えできないんですが、先ほどお話ししたとおり、特に人材紹介部門においては内定受諾率が上がってきているということが、顕著に見えている KPI の変化です。この KPI を維持または良化していくことが黒字化への何よりのポイントだと思っておりますので、そこは非常にポジティブに見ております。

ただ、売上の原資となるのは「面談」であり、まず接触率を高め、しっかりと面談を組める状態に戻すことが重要です。この面談数の回復が、足元の第 3 四半期・第 4 四半期の業績に直接的に影響すると考えており、現在はその改善に注力して取り組んでいます。

質問者 [Q]：いくつかの KPI が良化しているのは理解できました。しかし、そのような話はこれまで何度かありました。なぜ第 1 四半期が底というのかが分かりません。良化するという蓋然性が分かりません。特に第 2 四半期は繁忙期なので、QonQ での売上増加といわれても、少しは悪い印象を持っています。

藪ノ [A]：ご質問ありがとうございます。先ほども申し上げた通り、まだ完全な回復には距離があると認識しています。

一方で、人材紹介領域においては内定承諾率が着実に上昇しており、これまでと異なる良化傾向が見られています。これはポジティブな変化の兆しと捉えています。ただし、面談数の回復が伴わなければ売上インパクトは限定的ですので、面談数を増やす施策を継続的に推進していきます。

また、当社だけでなく他社も同様に様々な施策を講じており、競争環境は厳しさを増しています。その中で私たちは、施策を止めずに継続し、結果につなげていくことが重要だと考えています。そうした継続的な取り組みこそが、将来の業績改善に対する蓋然性を高める鍵になると捉えています。

質問者 [Q]：HR の事業の競争状況はどのように捉えていますか。

藪ノ [A]：先ほど競争環境の話も少し話しましたので、より詳しくご説明させていただきます。基本的には飲食のマーケット全体を見ていますと、飲食業界の中で起こっていることと、飲食業界を含めたブルーカラーで起こっていることと二つあると思っています。

飲食業界の中で起こっていることはコロナ禍以降、モバイルオーダーや券売機等の非接触のものが発達することによって、単純ワーカー的な人は人数としてはそこまで要らなくなり、正社員領域としては経験者や熟練者を求める傾向になっています。

加えてタイミーのようなスポットワークが出てきたことによって、未経験や、経験の浅い方の正社員ニーズは相対的に減っていると思っています。

ですので、私たちが経験者にこだわると昨年頃からいっているのも、この影響が出ているからと思っています。

飲食業界内外含めて起こっている変化としては、やはりノンデスクワーカー系 HR サービスの影響があると思います。飲食経験者である程度の経験、例えば店長や料理長といった方が、いきなりタクシーや物流・建設業界にいくとは考えにくいですが、20 代の若年者の方で、経験が浅い方が他

業種とうまく比較しながら、転職活動をすることができるようになったことは、彼らにとって選択肢が増え、利便性が高まっていると認識しています。

これは、飲食業界全体の話ですけれども、他業種と迷っている方に、他業種と比べて、こういうところが飲食業界の魅力だよという、魅力づけをしっかりとしていかないと、飲食業界が選ばれない業種になりかねないと思っておりますので、そこは非常に危惧はしています。

現在、他業種と一番違うところは何かという、やはり平均年収かと思います。今、外食各社が積極的に給料を上げているのも、外食の中だけではなくて、外食も含めたブルーカラーの中での人の取り合いが起こっているため、外食では従来提示しなかった様な年収を提示されるようになってきていると思います。

一定の年収水準を提示できる企業こそが今後も生き残っていくと考えています。つまり、その企業の業態がエンドユーザーからきちんと支持されているかどうか重要です。

私たち自身も厳しい環境にありますが、採用総合パッケージをご契約いただいているような優良飲食企業の成長を支援し、共に伸びていくことが、結果として業界全体の共存共栄につながると考えています。

質問者 [Q] : HR 部門の生産性改善の足元の状況を、もう少し分かりやすく教えてください。

藪ノ [A] : 先ほどの決算説明資料 P22 の図がポイントかと思います。基本的にはマーケティングは有効な求職者にしっかりと接触するところが、一つ目のハードルです。ここが回復すると面談実施が想定どおりに推移すると想定しています。

二つ目のハードルは内定獲得です。内定獲得に関してはちゃんと企業様とのグリップをすることが大事です。

求人をしっかりと確保しながら、面接対策、同席などを通じて、求職者、求人企業の求人情報、ジョブの状況をリアルタイムで確認して、しかるべきポジションにしかるべき人材を紹介する。この辺りのニーズの回収やリアルタイム性をしっかり上げていくことが、重要かと思っております。

基本的にはパイプラインビジネスは上流がとても重要なので、面談が重要と申し上げている次第です。

求人広告とスカウトについては、商談数自体は想定を下回っているものの、営業人員 1 人あたりの売上高（＝生産性）で見ると、過去比較や競合他社との比較においても大きく劣後している状況で

はないと認識しています。競合他社の情報も一定程度把握しており、客観的にも極端に悪いわけではありません。

そのため、今後は営業人員、いわゆるフロント人材の数を増やし、組織全体における営業人員の比率を高めることで、生産性の底上げが可能と考えています。

また、セットプランの販売拡大により、一定の価格を抑えた提案が可能となり、1応募あたりの単価（SPA）も低下傾向にあります。これによりリピート率も改善していることから、今は営業体制を強化していくフェーズにあると考えています。

質問者 [Q]：売上比率に対して人件費を中心とした固定費率が高いと思わないのか。

藪ノ [A]：ご指摘の通り、当社のビジネスモデルは固定費比率が高い構造だと認識しています。もちろん、見直しの余地はあると考えていますが、変動費化できる項目は限られており、人材ビジネス全体で見ても特段に高いというわけではないと考えています。

例えば、キャリアアドバイザーなどフロント人材をパートタイム化するのは難しい側面もあるため、一定程度の固定費化はやむを得ないと考えています。一方で、開発など一部の業務はすでに外部委託により変動費化を進めており、今後も可能な部分は変動費化を検討していきます。

その中でも「パートナーシップ戦略」は重要な取り組みです。求人広告代理店や他の人材紹介会社と連携し、当社のサービスを取り扱っていただくかたちで、成果が出た場合にのみ紹介料をお支払いする仕組みや、当社の求職者データベースに対してスカウトを実施いただき、成約時にレベニューシェアを行うモデルを展開しています。こうした外部リソースの活用により、変動費型の収益構造への移行を進めており、FY25の重点戦略のひとつと位置づけています。

質問者 [Q]：本日のお話ですと良化はするものの、劇的な回復はあり得ないという印象を持ちました。赤字を抑えながら、マクロの回復を待つイメージでしょうか。

藪ノ [A]：そこまで悲観的には見ておりません。有効求人倍率は高いままですし、外食産業がとんでもなく不況だというわけでもありません。求人オーダーは相変わらず頂いておりますので、現状としては組織体制の立て直しと、競合環境にしっかりと打ち勝てるようなサービス力を磨いていくことで、回復していくことができると考えております。

先ほどご説明した有効求職者との接触のところが回復するだけでも、随分景色が変わるのかと考えております。ここはしっかりと回復するだけではなく、目指しているのは10%成長なので、そこに対する材料を持っていく必要があると考えています。

ただワールドインワーカーは足元の状況を見ていると、日本人だけというところから、日本人も外国人も戦略的に活用していくお客様が増えていることは間違いないので、日本人だけではなく、外国人も含めてトータルで成長させていく視点も、とても重要かと思っています。

質問者 [Q]：上場企業のグロース市場の 2030 年問題を、どのように捉えているのですか。どのような前提を満たすと、時価総額 40 億円、100 億円の壁の基準を満たしていけると考えているのか。話せる範囲で具体的に教えてください。

藪ノ [A]：このテーマについては、私自身も直近の東証からのアップデートを注視しながら、社内でもボードメンバーと継続的に議論しています。

まず 40 億円のラインについては、既存事業および投資事業の収益回復が何よりも重要な前提と考えています。実際、増収増益が実現できていた時期には、株価も 1,600 円前後まで回復していた時期があり、その際には時価総額も 40 億円を超える水準にありました。この水準に再び到達するには、まずは既存事業の蓋然性を高める必要があります。

一方で、100 億円の壁を超えるには、また別の戦略が求められます。新規事業や M&A など、HR 領域を超えた成長の柱を構築していくことが不可欠です。特に PSR（株価売上高倍率）が現在の 1 倍前後では、単純に売上を 100 億円まで伸ばす必要がありますが、それは現実的ではありません。むしろ、事業の魅力を高めて PER や PSR を引き上げることで評価を上げていくことが、2030 年を見据えた上での現実的なアプローチだと考えています。

要は、「この会社は再び成長する」と市場に信じてもらえる状態をつくること。**グロース市場**にふさわしい事業構造・環境を自ら構築していくことが本質的な対応策だと捉えています。

質問者 [Q]：クックビズ社は中長期で株主に支援してほしいですね。それなら中期経営計画などの目標も今一度、お示しするべきではないですか。

藪ノ [A]：ご指摘ありがとうございます。おっしゃる通り、中期的な目標や計画については社内でも検討を重ねています。ただし、現時点では公表に耐えうる状態にはまだ至っていません。

理由は明確で、まず足元の単年度業績の見通しが不透明であること。昨年度もそうでしたが、特に HR 事業において収益の蓋然性をしっかりと確保できていない状況で中期計画を立てても、実効性を伴わない絵に描いた餅になってしまうと考えています。

だからこそ、まずは短期的な業績改善に全力で取り組み、土台を固めたうえで、中長期の方向性や目標をきちんとお示ししたいと考えています。なお、中長期戦略そのものの議論を止めているわけではなく、足元の改善と並行して、社内では継続的に方向性の検討も行っているところです。

質問者 [Q]：競合他社の状況を教えてください。飲食や HR のような労働集約型のビジネスは、どこも同じ状況なのでしょうか。

藪ノ [A]：もちろん、業績が良い会社もあれば、そうでない会社もあると思っています。決算が出ている上場企業を見る限りでは、飲食や HR 領域は厳しそうだなという印象はあります。

一方で、未上場の企業については四半期単位での情報が取れないため、定点観測が難しいという面もあります。ただ、全体として厳しい中でもしっかりと成長している企業もありますので、外部環境を言い訳にはせず、私たちも社内体制の変革を進めることで、増収増益の実現は十分に可能だと考えています。

先ほど申し上げたワールドインワーカーとの打ち手も含め、複数の施策を複合的に組み合わせて進めていく必要があると考えています。

質問者 [Q]：業績予想を精査しているが、据え置いた理由を教えてください。第 2 四半期までの状況では、達成が難しそうですが。

藪ノ [A]：ご指摘のとおり、現状の進捗では予想の達成には挽回が必要であると認識しています。その点は決算説明資料にも明記しております。今後の第 3 四半期・第 4 四半期でどう巻き返していくかが鍵になると考えております。

仮に業績予想を見直すべき前提条件に変化があった場合は、適切に開示していく方針です。ただし現時点では、全社で達成に向けた取り組みを進めている最中であり、開示すべき新たな事実はないと判断しています。

質問者 [Q]：第 2 四半期以降での打ち手は、目新しいものはない認識です。今までの打ち手を愚直に進めていく方針でしょうか。

藪ノ [A]：大前提の戦略といいますか、今出している FY25 の成長戦略は、そこまですれていないかと思います。ただその進捗のスピードは私自身も物足りないなと思っており、より早く打ち手を打っていく必要があると思っています。

質問者 [Q]：株価は把握されているのですよね。コロナ禍より下がっている要因を、どのように分析しているか。

藪ノ [A]：こちらは再三申し上げているように、事業の成長性が感じられないところが、マーケットの答えというか評価かと思っております。そこは自分たちが事業を変えていくことで、期待を持って見ていただけるようにする必要があると思っております。現状の株価が高い低いと私が申し上げることはないですけども、コロナ禍より下がっている現実を受け止めて、事業を変革していく必要があると思っております。

質問者 [Q]：細かい話ですが、資料ページ 24 について教えてください。第 2 四半期以降に売上が上がるイメージの矢印があります。第 3 四半期は閑散期なので売上がいったん下がると思っておりますが、第 3 四半期からのトップライン増をイメージしているのでしょうか。

藪ノ [A]：こちらは、現状の開示情報は期初予想を見立てておりますので、下期は挽回しないといけない状況は誰が見ても明らかかと思えます。これは第 1 四半期、第 2 四半期と同じトップラインだと絶対に達成できませんので、しっかりと上げていく必要があると思っております。

質問者 [Q]：社員は赤字の現状をどのように捉えていると考えているのか。

藪ノ [A]：社内で日々対話を重ねる中で、赤字の状況をポジティブに捉えている社員は当然ながら一人もいないと思っております。ただし、私たちはコロナ禍でも赤字を経験しており、当時と同様に、社内には「この状況は必ず乗り越えられる」という前向きな空気もあると感じています。

私は常々、「今までの前提を一度捨てよう」と社員に伝えています。かつて業界ナンバーワンと謳っていた時期もありましたが、今は完全に挑戦者の立場です。その前提に立ち、過去の成功体験にとらわれず、ゼロベースで考え直す——いわばアンラーニングの姿勢で取り組むことが必要だと思っています。

実際に、お客様やユーザーからの期待の声もいただいております。私たちが成果を出すことは、単に業績回復にとどまらず、社会への貢献にもつながると信じています。そういった意味でも、今の状況に対して誰ひとり諦めてはいないと考えています。

質問者 [Q]：社員は赤字の状態でもボーナスは出ますか。この生産性で給与を上げていったらあげられますか。

藪ノ [A]：この場ですべてをお伝えするのは難しい面もありますが、基本的に中長期的に見て赤字で良い会社はありません。当然ながら、業績が赤字である限り、給与のベースアップは難しくなりますし、賞与についても全額カットかどうかは別として、下がる可能性は十分にあります。

これはクックビズに限った話ではなく、どの会社でも共通することだと思います。そして、赤字でも問題ないと考えている社員は、社内には誰一人いないと感じています。私たちとしても、業績回復を前提に、より良い処遇が実現できるよう取り組んでいきたいと考えています。

質問者 [Q]：直近の KPI に関しては回復が進んでいるのでしょうか。これまで KPI が良くなったり悪くなったりしている印象があるので、蓋然性に確信が持てません。できれば月次で傾向が分かるような KPI を開示いただきたいです。

藪ノ [A]：ご指摘の通り、投資家の皆様からも同様のご意見をいただくことがあります。月次での KPI 開示については、情報の鮮度や透明性という観点でメリットがある一方、四半期単位での変動要因が誤解を招く可能性もあるため、デメリットもあると考えています。

ただし、現時点での回復状況に対してご不安をお持ちの投資家の皆様がいらっしゃることも、私自身よく認識しております。そうした声を真摯に受け止め、継続的な開示が可能な項目があるかどうか、IR チームとともに再度検討してまいります。貴重なご意見、誠にありがとうございます。

藪ノ [M]：ご質問ありがとうございました。以上で決算説明会を終了させていただきます。

まずは足元の状況をしっかり回復させて、第 3 四半期・第 4 四半期に良い結果をご報告できるように尽力していきますので、ぜひ引き続きご関心を賜ればと思います。よろしくお願いします。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。