

2023年3月期 決算IR説明会 質疑応答概要

株式会社メイテック

1. 日 時 2023年5月12日(木) 16:00~16:40
2. 場 所 東京本社7F カンファレンスルームとオンライン会議の併用
3. 質 疑 応 答

質問 新中期経営計画において、メイテックフィルダーズ(MF)の売上目標445億円は、目標の在籍人数6,000名を前提とした数字という理解でよろしいでしょうか。

回答 はい、その通りです。

質問 上記の回答を受けて)前期末の在籍人数4,200名と、今期のキャリア採用目標数600名とすることを加味すると、後半2年間で年間700人程度をネットで採らなければいけないかと思われま。足下の採用環境は厳しいとのご説明でしたが、後半2年間の採用環境はどのようなになる、とお考えなのでしょうか。達成可能性はどの程度、とお考えでしょうか。

回答 採用市場は、この3年間で非常に激しい変化を経験しました。この経験で学んだことを踏まえて、採用の施策や打ち手を絶えず変革しながら、タイムリーに対応するよう今後の3ヶ年を取り組んでまいります。

3ヶ年計画の後半2年間の採用目標数を急激に高く設定しているのではないかと、とのご指摘の通り、高い目標であることは確かですが、達成可能な範囲と認識していますし、より高い成果を目指して目論んでいる、ということです。

質問 メイテック(MT)単体に関しては、前期はかなり順調に中途採用ができたという印象ですが、むしろ新中計におけるMT単体の伸びはかなり保守的な印象です。前期の採用ペースを維持できれば、もう少し高い水準に行けるのではないかと思います。主に中途採用の観点から、その蓋然性や上振れ余地がどれくらいあるのかお聞かせいただけますでしょうか。

回答 業績目標は決して保守的ではありません。ただし、単に目標数値を達成することに止まらず、常に超えることを目指しています。採用基準を保持しながら、市場価値に見合った方がいれば、目標数を超えて採用を行う考えは従来通りです。

質問 新中計は前中計から何が変わったのかピンとこなかったのを教えてください。
前中計において、上手くいったこと、いかなかったこと、の整理を踏まえて、新中計では前中計で達成できなかったことに取り組んでいくというお考えなのでしょうか。

回答 前中計はメイテックグループのビジネスモデルをトランスフォームすることをテーマとしていました。背景としては、7~8年前から技術革新が加速していますので、お客さまに価値提供するために、技術とキャリアをシフトし、質を担保した採用を行いながら、規模を拡大することに取り組んできました。今までは、お客様との長い取引の中で、信頼と一定のブランド評価を得ており、どちらかという待ち・受けの姿勢をとることが多かったです。しかし、前中計では、世の中の動向や技術革新を大きなターゲットとし、当社サイドが業務・技術・お客様へアプローチして機会を獲得することを目指して、攻めの営業も行ってきました。これにより、技術やキャリアをシフトに一定の成果を出してきました。

しかし、コロナ禍やお客様の設計開発業務で環境の変化もあり、完全には対応しきれていない状況でした。そこで、新中計では、改めて2つの価値提供先「The Core」に対して「Transformation」を組み込んでいくこととしました。

規模の大小や実績の長短、スタートアップ企業など、にかかわらず、多くのお客様で共通するマテリアリティにおける技術革新が加速している状況下で、メイテックグループは、2つの価値提供先に対するオリエンテッドを絶対に追求する、それにより社員、そしてお客様や社会に貢献するために、2つの「The Core」に対して「Transformation」を組み込んでいく、ということです。

ビジネスモデル自体に大きな変革に見えないかもしれませんが、技術業務領域は大きく移動しなければいけない、との認識の下、トランスフォームを推進していきます。

質問 新中計におけるMFの採用目標数の前提につきまして、もう一段踏み込んで説明いただけますでしょうか。

回答 前中計3ヶ年の中で、転職の環境は大きく変わりました。以前は、エージェントを介して転職することが一般的でしたが、現在はダイレトリクルーティングという採用したい企業と転職したい個人が直接つながる仕組みが主流になりつつあります。また、ITツールが非常に多様化しており、いかに1人1人の個人の方々との接点強化に注力しています。新卒採用においては、コロナ禍では学生の方々が企業訪問や面接を非接触で希望するケースが多かったですが、最近では、その反動で、あるいは元に戻ったと言った方がいいかもしれませんが、実際に現地・現物・現状を見てダイレクトに接点を設けることを求める事例も増えています。絶えず相手視点で手を打つことをMTとMFで取り組んでいきます。具体的な施策や打ち手は説明できませんが、変化を常にウォッチし、機動的に適切な対応を行っていきます。

質問 今の質問のフォローアップで教えてください。採用について、一般論として、従来の転職エージェント型から変化が起きているという説明をいただきましたが、御社は従来型のエージェントの利用から緩やかにダイレトリクルーティングやそれ以外のサービスの利用を増やしていくというお考えがあるのでしょうか。あるいは実際足元で変化しているという意味なののでしょうか。施策・打ち手は非公開とのことですが、可能な範囲でお答えいただけますでしょうか。また、MTとMFとで異なる戦略で採用していくのでしょうか。

回答 前中計の中で、エージェント採用に加え、チャネルを多様化することに取り組んでまいりましたし、今後も強化していきます。しかし一方で、ダイレトリクルーティングが昨年、一昨年から急激に増えたことで、転職する個人の方々に苦勞が増えたことも事実です。採用市場の変化は激しいため、採用戦略を固定化せず、機動的に対応することが一番のポイントです。なお、MTとMFとの戦略には若干の違いがありますが、その違いは採用ターゲットの違いだけ、と認識していただければと思います。

質問 従来であれば、主な採用関連費用はエージェントフィーという理解でしたが、この辺りの費用内訳や比率は変わっていくのでしょうか。ダイレトリクルーティングの費用の割合が増加していくという理解でよろしいでしょうか。

回答 採用コストを抑制することの取り組みは続けています。採用コスト、特に単価が上がらないように施策や打ち手を洗い替える、ということです。経営的な視点で、費用対効果を常に見直ししながら、どこに資源を配分するか、を常に監視しています。

以上