

株式会社リクルートホールディングス

2022年3月期 第3四半期決算説明会

2022年2月14日

伊藤: それでは定刻となりましたので、株式会社リクルートホールディングス2022年3月期第3四半期の決算カンファレンスコールを始めます。

本日の司会を務めます、IRの伊藤です。よろしくお願いします。

本日のスピーカー及び質疑の対応は経営企画本部 執行役員 荒井 淳一、及びディスクロージャー・株主リレーション部長 橋本 康嗣 です。

まず荒井より、先ほど15時に開示しました、第3四半期決算に関する内容をお話させて頂き、そのあとに、ご質問をお受けします。

当社IRサイトに掲載している、決算短信3ページのハイライト、及びFAQのファイルをお手元にご用意いただき、お聞きください。

また本日のコールは英語での同時通訳版を、ライブ配信しております。

なお、本カンファレンスコールにて言及する数値の比較は、特段の断りがない限り、全て前年同期との比較になります。

それでは荒井よりお話しいたします。

荒井: 本日はお忙しい中ご参加頂き誠にありがとうございます。荒井でございます。どうぞ宜しくお願いいたします。

本日お伝えする内容の骨子は以下の4点です。

1. 1月28日に発表したディスカウント価格による自社株TOBのご報告とご説明
2. 当第3四半期連結実績は、増収増益で、連結売上収益はプラス22.0%、連結調整後EBITDAマージンは18.1%、調整後EBITDAはプラス54.1%、調整後EPSはプラス62.8%
3. 第4四半期については、当第3四半期の事業環境のトレンドが継続し順調に進捗しており、同時に、事業戦略に即した人材採用と広告宣伝を積極的に展開しているため、当下半年期連結業績見通しは変更しないということ
4. それを踏まえまして、昨年11月15日に開示した通期連結業績予想レンジは、引き続き今後の世界的な新型コロナウイルス感染症に係る規制や、日本国内での関連規制による当社事業への不透明感は拭えないことから変更はしないものの、着地はその上限に近くなる可能性が高いということ

先ずは、自社株TOBについてご説明いたします。

事業法人株主3社の当社株式の売却意向に対応して、「ディスカウント自社株TOB」を実施することを、1月28日に発表しました。

1株当たり4,581円、上限3,400万株を買付予定数とする「公開買付けによる自己株式取得」です。公開買付期間は1月31日から3月1日までを予定しております。取得総額は最大1,557億円となる見込みです。

応募契約を締結した事業法人株主3社と事前に合意いたしました、発表日前日終値5,090円から10%ディスカウントした価格を買付価格としております。

今回は、資本市場のご懸念である、当社の事業法人株主による不規則な当社普通株式の市場売却による当社株価への影響、を和らげるための1つの方法として、当社のキャピタルアロケーションの方針に則り、自己株式の取得による対応が妥当と判断いたしました。

本取引は、市場価格から割り引いた価格での買付けによって、売却意向を有している事業法人株主が希望する株式数の売却の確実性を高め、当社のキャッシュアウトを出来る限り抑えると同時に、株主価値向上に資すると考えております。

なお、本取引により取得した自己株式の処分等の方針は現時点では未定ですが、当面金庫株とし、当社グループの従業員を対象とした株式報酬、新株予約権行使時の株式の交付、および戦略的M&Aの対価として活用する可能性があります。

次に、当第3四半期の連結実績についてご報告いたします。

本日ウェブサイト上で開示しておりますFAQのAppendixのチャート及び質問番号3と4をご参照ください。

人材マッチング市場の事業環境が第2四半期から大きく変化せず、HRテクノロジー事業、人材派遣事業が増収増益となりました。

メディア & ソリューション事業は、日本国内でコロナ関連規制が解除された昨年9月末以降からの経済活動の回復を背景に、昨年度のみの家賃給付受託事業の影響を除くと増収、調整後EBITDAは戦略的なマーケティング活動を行ったため減益となった結果、当第3四半期の連結売上収益はプラス22.0%の7,460億円、連結調整後EBITDAはプラス54.1%の1,348億円で、マージンは18.1%でした。

調整後EPSはプラス62.8%の55.26円となりました。

当第3四半期累計の調整後EBITDAは4,011億円となりました。

なお、株式報酬費用は調整後EBITDAの調整項目には現時点では含まれておらず、キャッシュフロー・ステートメントで既にご確認いただけますが、当第3四半期累計で193億円となりました。

これは、当社グループ役員及び昨年度第4四半期より導入されましたHRテクノロジーSBUの従業員を対象とした株式報酬制度にかかる株式報酬費用の会計上の合計金額です。

なお、当第4四半期の株式報酬費用は150億円程度を計上する見込みです。これはHRテクノロジーSBUの従業員への2022年度の付与分が加算計上されはじめるからです。

では、セグメント別にご説明します。

まず、HRテクノロジー事業についてですが、

当第3四半期の売上収益は、米ドルベースでプラス81.3%の19億8,600万ドルとなりました。欧米では例年見られる10月から12月のホリデーシーズンにおける採用活動が緩やかになる影響を受けたものの、第2四半期と比較して増収、引き続き強い世界的な採用需要を背景に、前年同期比高い成長率となりました。

強い採用需要が続く中、求職者の数が相対的に限られているため、Indeed及びGlassdoor上での採用競争が継続したことにより、ペイフォーパフォーマンスモデルを採用していることから、売上収益が大幅に増加いたしました。

米国の売上収益は、中小企業や大手企業クライアント双方の有料求人広告利用の増加に牽引され、米ドルベースでプラス78.9%となりました。

また、米国以外の地域における売上収益は、主に欧州やカナダが牽引した結果、プラス88.3%となりました。

日本では昨年9月末のコロナ関連規制の解除に伴う国内の経済活動の回復を背景に、売上収益の回復が継続しましたが、他の地域と比べると、そのスピードは緩やかなものとなりました。

当第3四半期の調整後EBITDAは719億円で、プラス168.8%、調整後EBITDAマージンは、前年同期と比べて売上収益の伸びが引き続き費用や投資の伸びを上回った結果、31.9%となり、前年同期の23.4%からプラス8.5ポイント増加しました。

しかし、第2四半期の40.3%と比較すると8.4ポイントの減少となりました。当第3四半期は、広告宣伝費や営業部門に係る人件費の増加に加えて、求職活動の効率化と採用プロセスの効率化により、採用にかかるコストと時間を大幅に削減する、つまり「Simplify Hiring」、を実現するためのプロダクトの強化やテクノロジー開発に注力するため、これらに関わる人材採用を中心に将来の成長に向けた積極的な投資を継続的に実施したためです。

この結果、当第3四半期は計画通りHRテクノロジーSBU全体の従業員数が増加しました。

昨年11月時点では、当下半期を通じて米国の労働市場における需給の乖離は次第に縮小していくことを想定し、米ドルベース売上収益は前年同期比プラス60%から70%程度を見込んでおりました。

しかし、第4四半期は、現時点において、HRテクノロジー事業の事業環境は当第3四半期から大きな変化はなく、当第3四半期と同程度の強い採用需要と相対的に限定的な求職活動による需給の乖離によって、Indeed及びGlassdoor上での採用競争の継続が想定されます。

そのため、当下半期の米ドルベースのHRテクノロジー事業の売上収益は、未だ不透明感が残っているものの、下半期業績見通しレンジの上限寄りでの着地する可能性が高いと見込んでおります。

また、調整後EBITDAマージンについては、広告宣伝費や営業部門に係る人件費の増加に加えて、第4四半期も引き続き新しい商品やテクノロジーの開発に関わる人材採用を積極的に進め、将来の成長に向けた投資を継続していることから、当下半期20%台後半水準での着地見直しを変更いたしません。

長期事業戦略「Simplify Hiring」の実現に向けた先行投資としての有能な人材の採用活動は来年も積極的に継続していく予定です。

次に、メディア&ソリューション事業ですが、当第3四半期の売上収益は、マイナス9.8%となりましたが、前第3四半期に販促領域の売上収益に含まれていた家賃給付受託事業の影響を除くとプラス7.9%となりました。

販促領域は家賃給付受託事業の影響を除くとマイナス1.3%、人材領域ではプラス20.5%でした。

日本国内では、コロナ関連規制が昨年9月末に解除されたことで経済活動は回復傾向となり、個人の生活や企業クライアントの営業活動が活発化しました。

販促領域は、売上収益の成長を牽引する住宅、美容分野に加えて、結婚分野も引き続き増収となりました。

一方、旅行及び飲食分野では、前第3四半期には日本政府によるGo To キャンペーンの影響があったため前年同期比、減収となりました。しかし、当第3四半期は、9月末のコロナ関連規制の解除に伴うリバウンド需要等の影響もあり、第2四半期と比較すると増収となりました。特に、旅行分野では、レジャー旅行がコロナ禍前の前々年同期比とほぼ同水準に回復しました。

Air ビジネスツールズを中心としたSaaSソリューションについては、引き続きAirペイを中心にアカウント獲得が進みました。

Airペイのアカウント数は12月末時点で前年同期比プラス39.1%の約26万件となりました。そのうち Air ビジネスツールズの他のソリューションを併用しているアカウント数は約16.5万件となりました。

人材領域は、新型コロナウイルス感染症の大きな影響を受けた前年同期と比較すると、売上収益はプラス20.5%となりました。

求人広告サービスは、特に飲食業においてアルバイトやパート従業員に対する採用需要が回復しました。

人材紹介サービスでは、多くの業界における採用需要の高まりとともに、人材紹介サービスの利用が増えていることから、売上収益は前年同期比増収、コロナ禍前の前々年同期比の売上収益水準を上回りました。

今まであまりお話する機会がありませんでしたが、Air ビジネスツールズは人材領域においても、企業クライアントの生産性向上に貢献しています。

コロナ禍において、通常の従業員管理に加えて様々な変更に対応しなければならず、特に中小企業のクライアントからのシンプルで使いやすい人事関連ソリューションの需要は増加しています。

例えば、従業員のシフト管理サービスのAirシフトや、クラウドベースの応募情報一元管理サービス、つまりATSであるAirワーク採用管理のアカウント数は順調に増加し、Airワーク採用管理の12月末時点のアカウント数は前年同期比で2倍以上、約30万件を超える水準となりました。

従前からお伝えしているとおり、企業クライアントの事業運営を支えるエコシステムへの進化を実現する過程では、SaaSソリューションの登録アカウント数が最重要指標であり、販促、人材領域共に順調に増加しています。

メディア&ソリューション事業の当第3四半期の調整後EBITDAマージンは21.6%となりました。将来の成長を見据えた戦略的なマーケティング活動を行ったため、調整後EBITDAは前年同期比マイナス3.8%となりました。

第4四半期の足元では、新型コロナウイルス感染症の再拡大に伴い、日本国内では感染症対策に関わる規制が再導入される中、コロナ禍での新しい生活様式が受け入れられ、一昨年に見られたような急激な経済活動の停止や減速は見られません。

また、これまでのコロナ禍での実績に鑑みると、販促領域では足元の感染再拡大によるコロナ関連規制の影響は、住宅や美容分野では小さく、旅行や飲食分野では一定の影響があるものの、昨年の第4四半期と比較すると限定的と想定しています。

当下半期業績見通しでは、特に旅行分野に前下半期のGo Toキャンペーンによる増収影響があったため、当下半期は前下半期の家賃給付受託事業を除く売上収益に対して「マイナス8%程度からプラス3%程度」を想定していました。

当第3四半期の実績や第4四半期の足元の進捗から、当下半期は昨年同期の家賃給付受託事業を除く売上収益と同程度となることが見込まれます。

しかし、今後コロナ関連規制やその影響による見通しはまだ不透明なことから、販促領域における当下半期の業績見直しレンジの修正はいたしません。

人材領域においても、人材広告サービスでは特に飲食店の採用需要を中心にコロナ関連規制による一定の影響が想定されるものの、当第3四半期の実績や第4四半期足元の進捗状況から、当下半期の人材領域の売上収益は前年同期比「プラス17%から22%程度」とした当下半期の業績見直しレンジに修正はありません。

例年第4四半期は、3月から5月の日本国内における新生活の開始に伴う個人ユーザーの需要の取り込みが最も効率的な時期であることから、通期の中でマーケティング活動を最も活発に行う四半期です。

今期も例年同様、事業環境の変化に応じて、長期的な戦略に沿ったマーケティング活動及び開発投資を実施していることから、第4四半期メディア&ソリューション事業の調整後EBITDAマージンは当第3四半期比で大幅に下がることを計画しており、当下半期の調整後EBITDAマージンは12%程度と11月15日に開示した見直しから修正はありません。

長期事業戦略「Help Businesses Work Smarter」すなわち、SaaSソリューションによる日本国内企業クライアントの業績及び生産性向上、を推し進めていくための、戦略的プロダクトの開発、そのための有能な人材の採用、また事業基盤の整備を来年度も積極的に行っていく予定です。

最後に、人材派遣事業についてご説明いたします。

当第3四半期は、日本をはじめ欧州、米国及び豪州の全地域が増収となり、売上収益はプラス13.0%、為替影響を控除するとプラス9.1%、調整後EBITDAマージンは、日本では減少し、欧州、米国及び豪州では増加したものの人材派遣事業全体では8.0%と前年同期と同水準となりました。

日本では、当第3四半期の派遣スタッフの数が前年同期にコロナ禍で減少した水準を上回ったため、売上収益はプラス9.1%となりました。

調整後EBITDAマージンは、マイナス0.4ポイントの9.5%、調整後EBITDAはプラス5.1%となりました。

欧州、米国及び豪州の売上収益は、プラス16.2%となりました。為替影響を控除するとプラス9.1%となりました。

事業の再開や拡大が継続したことで、特に欧州のEコマースに関連する物流分野での派遣スタッフに対する需要が、引き続き増収の主要因となりました。加えて、新型コロナウイルス感染症の再拡大に伴い、欧州地域で医療分野での需要が一時的に増えたことも要因の1つです。しかし、コロナ感染拡大が落ち着くにつれてこの需要は減少していくと考えられます。

増収の結果、調整後EBITDAマージンはプラス0.7ポイントの6.8%、調整後EBITDAはプラス28.9%となりました。

当第4四半期について、日本ではコロナ関連規制が経済活動に与える影響は限定的であり、事業環境は大きく変わらないと見込んでおります。

欧州、米国及び豪州では、コロナ感染拡大がピークアウトを迎えているように見られることもあり、欧州を中心に経済活動の再開による派遣スタッフ需要が継続すると見込んでおります。

昨年11月時点では、その後の先行きが不透明な中で、「日本は前年同期比プラス3%程度増、欧州、米国及び豪州は前年同期比プラス5%程度増」と、保守的に当下半期の売上収益見通しを策定しておりましたが、当第3四半期実績のトレンドが第4四半期も継続することを現時点では想定しており、この見通しを上回ると見込んでいます。

ただし、欧州を中心とする第4四半期におけるコロナ関連需要の継続性については先行きが依然として不透明なため、人材派遣事業の当下半期業績見通しの修正はいたしません。

なお、第4四半期に戦略的なマーケティング活動を実施しているため、当下半期の調整後EBITDAマージンは6%台前半になると開示をした11月15日の見通しの修正はありません。

以上で、セグメント別のご説明を終わります。

当社は、短期的な事業環境の変化や業績にとらわれることなく、長期的な視点を持ち、最重要経営戦略である「Simplify Hiring」の実現に向けて、着実に進化を遂げて参りたいと考えております。

引き続き、株主そして資本市場参加者、全てのステークホルダーの皆様からの、ご理解、そしてご支援を賜ることができれば幸いです。

本日お伝えしたことは、決算短信及びウェブサイト上での開示でもご説明しておりますので、適宜ご参照ください。

この後は、ご質問を頂戴し、回答させていただきます。

伊藤: それでは、SMBC日興証券、前田様、お願いできますでしょうか。

前田: よろしく申し上げます。そうしましたら、HRテクノロジーのところでは2点お願いいたします。

1点目ですが、前回もお伺いしましたけれども、結果的に採用が供給を上回るという特殊な環境が長く続いています、一時的なものではなくて、そもそも米国中心に労働力が足りないんじゃないかという構造的な部分というのがあるんじゃないかとも捉えられるかなど。

このあたり改めて、前回から3か月経って、何か見方みたいなものが変化があったり、インプリケーションがあれば教えていただきたいというのが1点目です。

2点目続けてよろしいでしょうか。

荒井: どうぞ。

前田: 第4クォーターにも、費用の増加が見込まれていますが、御社にとって、もう人材採用って、なかなか今はハードルが高いかと。その中で、第3クォーターもマージンが想定を上回ったと思われそうですが、4クォーター、ご計画通り費用が使い切れるかって言い方は変かもしれませんが、それだけの人材採用とかができそうなのかどうか。仮にできなかったときに、来期に持ち越しになってくるのか。このあたりの考え方をお願いいたします。

荒井: ありがとうございます。二つ目の質問もHRテクノロジー事業ということのご質問ということでよろしゅうございますか。

前田: はい。

荒井: わかりました。ありがとうございます。

まず一つ目ののですが、これも今年度の最初の頃からお話をしているとおり、今まで経験していなかったような事業環境が続いていて、もうそろそろ、それが安定化するのではないかと、まだまだもう少し続くんじゃないかというようなことを、毎クォーター言わせていただいて。まだ続くんですかっておっしゃる方もいるし、もっと続くんですよって方もいらっしゃるし、いろいろなお反応いただいているんですけども。

少なくとも、今、オンゴーイングの第4クォーターに関しては、第2クォーター、そして第3クォーターのトレンドがそのまま継続していると私どもは見ています。特に米国、欧州において、ということでございます。

じゃあ、その後どうなるのかということなんですけれども、当然、今、前田さんがおっしゃったような構造的な問題っていうのは、そんなに簡単に解決しないんじゃないかという説もあるし、いやいや、企業の求人に対して、求人アペタイトというのが、経済環境が変化することによって落ちてくるんじゃないかという方もいらっしゃるし。

いやいや、その逆もあるんじゃないかという方もいらっしゃるんで。私ども、これから5月の本決算、そして次年度に向けて、状況を精査しながら、詳細に観測をしながら、お伝えできることはきちんと5月にお伝えして、先行きも含めて、見方を出木場を含め、お話しできればなと思っているんですが。現時点では、まだこの第4クォーターのところまでを見ているところが、正直なところでございます。

そして二つ目のご質問でありますけれども、この第3クォーターで、HRテクノロジーのマージンというのが、前回、11月の15日にお話しさせていただいた、セカンドクォーターでこれくらいのマージンになるんじゃないかといったものよりも高く出ておりますので、そういったところから類推をいただいて、フォースクォーターでのコスト増ということも類推されているんだと思いますが。

おっしゃるとおり、このクォーターの売上をつくるためにコスト増をはからなければならないということではなくて、むしろ将来に向けた人員採用と、これはマーケティングサイドもそうですし、それから開発サイドもそうなんです、これをやっていかなきゃいけないということで、それを一生懸命やっているということです。

ただ、前田さんがおっしゃったように、そんな簡単ではないので、どうやってうまく採用できるか。幸い、このクォーター、前クォーターを通じて、HRテクノロジーの人員が純増して、もちろん辞めていく人たちもいるんですが、その分取り返してくるってことをやっているんで、純増しているんで。このトレンドを我々としては見ながら、どうやって将来に向けた組織をきちんと持っていけるかということをはかっているということなので。そういうことを考えまして、フォースクォーターの利益、そして通年の利益を現在考えているというところでございます。

ありがとうございます。

前田:ありがとうございます。

伊藤:それでは、ジェフリーズ証券の竹内様、お願いいたします。

竹内:もしも、ジェフリーズの竹内です。聞こえますでしょうか。

荒井:はい、よく聞こえます。どうぞ。

竹内:二つお願いします。一つが、10~12月のHRテクノロジーの売上に関してです。7~9月と比較すると、アメリカが横ばいみたいな形になっていて、アメリカ以外のところが引き続き前四半期を追い続けていると見えています。少しアメリカのほうは、こういった特異的な採用需要のところに一服感があったりするのかどうかということも含めて、この地域差の売上の見え方の差についてご解説いただければ幸いです。こちらが1点目。

二つ目が、連結の販管費の人員費、従業員給付費用のところですか。7~9月の1,273億と比べると、ちょっとこのクォーター、1,430億ってことで、増えているように見えています。先ほどおっしゃっていただいた、株式報酬費用の150億円の一過性部分っていうのが大きいのか。それとも、もう一方でおっしゃっていただいた、HRテクノロジーの人員増の効果が、ここの四半期に大きく加速感がついてきているのか。このあたりの見え方、中身の解説をお願いできればと思います。

以上2点、よろしくお願いします。

荒井:ありがとうございます。じゃあ、先に二つ目のところをお話ししてしましましょうか。

株式報酬は一過性ではなくて、これから採用が増えていく、特にHRテックの人員が増えていくことに伴って、業績を伴っているということが前提ですけども。業績が伴い、そして人員が増えていけば、その部分が大きくなっていくということなので、一過性で増えたりっていうのではなく、ビジネスがうまくいって、いい社員の方が入ってくださって、それに対するコンペネンションをきちんとお支払いするという、いいサイクルが続けば、この額は増えていくというのが、まず一つの考え方ということなので、一過性ではないということです。

それと、先ほどの前田さんの二つ目のクエスチョンでもお答えしたところに、まさに竹内さんもおっしゃったように関係していますけれども、人員増ということが進んでいますので、その結果、残念ながら、今、私どもの開示は、セグメント、事業ごとにコスト構造というのを分解してお示していないので申しわけないんですけども、全体的にその部分が増えているということが言えると思います。

これが、先に二つ目のお答えということです。ただ、先ほども申し上げたように、売上との連関という意味では、常にこれ、コロナの前からずっと同じようなことを同じようにお話ししていますけれども。その期間の売上とコスト、特に人員のコストは、必ずしもマッチしていないので、今のコストは将来のためっていう、そういう見方を我々はしているんで、結果的にその期間の利益というのは、それを引いたもので出てくるという、そういう構造になっているということです。

それから1番目のところですけども、一般的にといいますか、多くの場合、マーケット全体なんですけど、10月から12月っていうのは、ホリデーシーズンがあつたりしますので、国によっては、それによって若干こうスローダウンするっていうのがあつたりするんですけど、一方で、この今のコロナの時期があつた後、まさにこういう特殊な状況なので、そういうのをオフセットするみたいな、バランスをやるということなので、国によってはそういうことがあまりないところもあつたりするので、そのミックスっていうところを考えると、それくらいの差は出るかなと思うんですけど。

この間、11月の半ばにお話しをしたような、我々の今の売上の伸びの見方というところは、引き続き変更なく、どちらかというと、以前60%から70%ぐらい、グローバルですけれども、グロースレート、セカンドハーフは、と申し上げたのが、今このトレンドのままいくと、高いほうに集約していくんじゃないかと今思っているんで。

当然、アメリカが大きな、一番大きな、今の私どもの収益源、地域的には収益の源でありますので、それは引き続きヘルシーに伸びていると。それから、グローバルについても、リカバリーがあるところも実はあつたりしますので、時間差をもってリカバリーしているところもありますから、そういうもののミックスだと思っているので、あまりアメリカとそれ以外に大きな差があるかと、私どもは認識はしていません。

竹内:わかりました。ありがとうございます。

荒井:どうもありがとうございます。

伊藤:それでは、シティグループ証券の鶴尾様、お願いいたします。

鶴尾:シティの鶴尾です。聞こえますでしょうか。では、2問お願い申し上げます。

どちらもキャピタルアロケーションに関わる質問であります。ご存じのとおり金融環境の変化などで、株式市場が大きく動いています。一つ目は、こういう状況を踏まえて、御社の企業買収の戦略やパイプライン、あるいはそのパイプラインのこれからの作り方について、変更があるかどうかお教えてください。

二つ目は、1カ月ぐらい前、51jobの非公開化に関わるoffering priceが変わつたりしています。御社の現状でのスタンス、アップデート、あるいは収益貢献、特別利益的に見ていらっしゃるんですけど、ここの変化があるかどうかなどをお教えてください。

この2点です。よろしく申し上げます。

荒井:ありがとうございます。

M&Aの戦略については、従前より変更なく、シンプルに私どもの今の事業、特にHRマッチング事業へのコントリビューションが高いもの、有り体に言えば、リターンオンインベストメントが長期的に高いものというような、そういったアセットを適切な価格で買収するというので、サイズの大小は問わないという、ここは従前から変わっておりません。キャピタルアロケーションの順位も高くっておりますので、それも全く変更はありません。

上場企業の株価というもの、この1~2カ月で大きく変化をしておりますけれども、一方で、プライベートラウンドは、引き続き高く評価されているところは評価されているという状況なので、これが今後をどういうふうに変化するかということに注視をしながら、あんまり一喜一憂せずに、私どもとして、いいアセット、特に実際に相手になる方々も一緒にグループに入っていて、一緒に頑張っている、こんな相手が見つければ、ぜひ実行していきたいと思っておりますので、戦略に変更は一切ありませんということです。

それから、51jobに関しては、今、鶴尾さんがおっしゃったように、コンディションやスケジュールというのが変わっておりますので、私どもは、早くそれが解決をして、プライベート化が終わるということに祈っているということなので。当然、私ども、これはコンソリのビジネスではないので、私どもの事業の下の方で出てくるものではありませんから、全体の戦略、一番下のボトムラインに効いてきますけれども、それ以外のところではマイノリティ・インベストメントでのパッシブな位置づけというのは変わりませんので。引き続き、上場会社と同じように、プライベート化された後も協力体制を築いて、うまくやっていければと考えております。

以上です。

鶴尾:ありがとうございました。私の質問は以上です。

伊藤:それでは、BofA証券の木下様、お願いいたします。

木下:もしもし、木下ですけども聞こえていますでしょうか。

荒井:はい、大丈夫です。お願いします。

木下:すみません、同じセグメントで集中して申しわけないですが、HRテックのところ、2点ほど考え、教えてください。

1点目が、このアメリカの状況っていうのは、多少季節性が出たというようなお話でありましたが、ちょっと過去、米国だけの数字っていうのがなかなかご開示いただけなかったのでもわからないんですけど。今回のアメリカの2Qから3Qの動きっていうのは、通常御社が見ていた、シーズンリティ通りの動きなのか。シーズンリティを考慮したら、まだ強くなっているという印象なのか、弱くなっているという印象なのか。弱くなっているっていう印象はあんまり数字を見てもないんですけども、通常の季節調整なのか、季節調整よりは強めに3Qも2Qに比べると出ているのかということをご教えてくださいというのが1点目です。

それから2点目ですけども、第4四半期も積極的にコストをかけて、人材採用をやっていくということでおっしゃられましたけれども。これまでのコストのかけ方に比べて、多少、例えば1人当たりの採用に対して、追加的にお金を使っていくんだというようなお見通し、言い方を変えれば、悪い言葉で言えば、効率が多少悪くなくても採っていくということなのか。そこは、コストパフォーマンスを見ながらコントロールして、あまりにもお金が1人当たりにかかりすぎるようであれば、そこは少しペースダウンするのか。そこら辺の考え方を教えてください。

荒井:ありがとうございます。

まず最初のご質問、アメリカというところですが、この1年、特に2020年、そして今の2021年度というところが、かなりイレギュラーに動いておまして、一概に、第3クォーターだけとか、第4クォーターだけを見て、トレンドがうまくつかめるかという点も必ずしもそうではないというのが本音であります。

2019年度であれば、ほぼ売上は、セカンドクォーター、サードクォーターのQoQはほぼフラットであります。2020年度はリカバリーがかなり顕著に見えてきましたので、サードクォーターといえども、リカバリーが大きかったということ。このサードクォーターはほぼフラットということであるので、一般的に、ある一定の業種、インダストリー除いては、ホリデーシーズンが来ますので、人を採用するっていうのもちょっとポーズがかかる。仕事を探すっていう人も少しポーズがかかるということで、一般的なマーケット環境としてはスローダウンしているんですが。

その中で当社のマーケティング、それからプロダクトのよさというものを評価していただいているお客様には、引き続き使っていただいた。特にこういった需給がひっ迫しているところは、それと関係なしに、使っていただいたということがこの結果なのではないかと思っているので。そういった一般的なシーズンリティにかかわらず、頑張ったんじゃないかなと、ちょっと自画自賛ですが思っているという次第であります。

それからフォースクォーターに関して、人材採用ということですが、やたらめったらお金を張って、人をどんどん採用していくっていうことだと、そういうアクティビティって長続きしないので。従前からお話しているとおり、今、私どもの利益の主戦場といいますか、利益の大層は、オンラインジョブアドバイズメントビジネスというところから成り立っているわけなんですけど、それを超えて、さらに大きなHRマッチング市場というところで、さらに大きくなって、さらには採用オートメーション市場で、お客様への貢献をより高めようと思っているわけなので。

そのための新しい人材ということ、ですから、既存の人材ではないことができる人だったり、また新しいマーケティングができるというようなことになるので、当然優秀な方には、そのパフォーマンス、そのクオリティにあったものをきちんとお支払いをする。それも当然競争がありますから、競争で劣後しないようなものをお支払いするような用意はしておりますし、その一部が先ほどからお話しているような、ストックコンペンセーションだったりするわけなので。

そういったものを組み合わせながら、いかによい人材を、あまり一過性ではなくて、恒常的にきちんと採用して、その結果いいものができる、いいマーケティングができるかということでもありますので、お金を張るということだけだと、長続きしませんから、いかに息の長い、きちんと採用活動をしていくか。そのためには、どうやってきちんとディシプリンをもってやっていくかということだと思っております。やたらめったら、お金を張ってやっていくっていうわけではないとご理解いただければと思います。

木下:ありがとうございます。

荒井:ありがとうございます。

伊藤:そろそろお時間になりますので、次の質問で最後とさせていただきます。

最後に、丸三証券の原田様、お願いいたします。

原田:はい。よろしく申し上げます。

荒井:どうぞよろしく申し上げます。

原田:私もHRテクノロジーについてちょっとお聞きしたいんですけども、前回のときには、人手不足の中で、非常に単価が高くなってきているというお話があって、それが要因で、EBITDAマージンが40.3、第2クォーターですね、になったと思うんですけども。その状況は第3クォーターも続いていて、さらに単価が上がっているのかどうか。それとも、そこはだいたい収まってきたのかどうかということをお聞かせ願いたいんですけども。

荒井:ありがとうございます。マージンのアップというのが、単価のアップだけですと申し上げたというよりも、むしろ売上の伸びというものがどういうものかというようなお話を3カ月前させていただいて、その結果、その売上のアップが利益のアップ、マージンのアップに繋がったと。こんなお話をさせていただいたと記憶しております。

当然、単価というものもあるんですけども、一方でボリュームということが売上には大きく直結しているので、この二つが相乗的に効果をなして、売上のアップに繋がり、そして、利益のアップ、マージンのアップに繋がったということでございます。

従前、先ほどからお話しをしており、フォースクォーターもセカンドクォーター、そしてサードクォーターのトレンドが継続しておりますので、基本的には同じコスト構造、同じトレンドということなので、フォースクォーターについての利益もそういったペースで考えています。

一方で、先ほど木下さんからクエスチョンがありましたけれども、一方で、将来のためのインベストメントをしますということなので、それは逆に言えばコスト増になりますので、その分、マージンが食われると。このバランスでセカンドハーフを通じて、20%後半ぐらいのマージンになるのではないかと。こんな予想を現在は変えていないというのが、今のところお答えできることかなと思います。

原田:ありがとうございます。

[了]

将来見通しに関する注意事項

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述には、別段の記載がない限り本資料の発表日現在における当社が入手可能な情報並びに当社の計画及び見込みに基づいた当社の想定、将来の見通し及び推測が含まれますが、これらが達成される保証はありません。

経済状況の変化、個人ユーザーの嗜好及び企業クライアントのニーズの変化、他社との競争、法規制の環境変化、為替レートの変動その他の様々な要因により、将来の予測・見通しに関する記述は実際の業績と大幅に異なる場合があります。

従って、将来見通しに関する記述に過度に依拠することのないようお願いいたします。当社は、適用ある法令又は証券取引所の規則により要求される場合を除き、本資料に含まれるいかなる情報についても、今後生じる事象に基づき更新又は改訂する義務を負うものではありません。