

# 株式会社リクルートホールディングス

2022年3月期 第1四半期決算説明会

2021年8月12日

---

沈: 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1四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の沈です。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1四半期決算に関する内容をお話させて頂き、そのあとに、皆様からの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P2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: 本日は大変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。

新型コロナウイルス感染症の拡大は未だ収束の見通しがつかず、日本においても緊急事態宣言が継続されるなど、事業環境は依然として不透明な状況が続いております。

世界のHRマッチング市場が極めて特殊な環境にある中で、当第1四半期のHRテクノロジー事業は大幅な増収増益となりました。

このような事業環境は長期的に継続するものではない、と考えておりますが、当期末半期そして来年度以降の事業環境を見通すことは、現状、極めて難しい状況でございます。

当社は、事業環境の好転・悪転に一喜一憂することなく、最も重要な経営戦略であるSimplify Hiringの実現に向けて着実に進捗を図りながら、長期的視点をぶらすことなく事業運営を続けてまいります。

それではまず、第1四半期の連結実績についてご説明いたします。

連結売上収益は、採用需要の回復を背景に、HRテクノロジー事業や、人材派遣事業の欧州、米国及び豪州の大幅な増収が牽引し、プラス39.8%となりました。

連結調整後EBITDAマージンは、主にHRテクノロジー事業のマージン増大が貢献し、前年同期の11.2%から18.9%となり、調整後EBITDAはプラス135.2%となりました。また、調整後EPSはプラス193.0%の51.24円となりました。

次に、通期業績予想の上方修正に関してご説明いたします。

世界各国で、新型コロナウイルス感染症対策に関する、規制の緩和や再導入が実施され、日々事業環境が変化しているため、引き続き見通しは立てにくいものの、5月17日に開示したHRテクノロジー事業及び人材派遣事業の通期見直しを変更し、当期の連結業績予想レンジを修正いたしました。

この修正は、当年度中に新たな大規模なロックダウンや緊急事態宣言の発出に伴う、経済活動の長期的な停滞が起らない前提に基づいています。

売上収益のレンジを当初の「2兆4,500億円から2兆6,000億円」から「2兆6,000億円から2兆7,000億円」に、

調整後EBITDAのレンジを当初の「2,700億円から3,350億円」のものを「3,600億円から4,300億円」、

また調整後EPSのレンジにつきましては当初の「95.51円から126.10円」のレンジを「136.32円から166.92円」のレンジに上方修正いたしました。

事業別の通期見通しは、後ほど、それぞれの第1四半期の実績とあわせてご説明いたします。

あわせて、配当予想ですが、「長期的に安定的な配当を継続する」という方針に基づき、当期の中間配当予想金額及び期末配当予想金額はそれぞれ10.5円、年間配当金額の予想は前期より1.0円増配の21.0円といたしました。

続いて、セグメント別の実績と、通期見通しについてご説明いたします。

まず、HRテクノロジー事業ですが、第1四半期の売上収益は、期初予想を大きく上回り、米ドルベースで約2.4倍の16.8億ドルとなりました。前第1四半期は新型コロナウイルス感染症の影響で減収したことから、当第1四半期の前年同期からの増収率は極めて高い水準となりました。ちなみに、前々年同期比の売上収益と比較しても81%上回っております。

労働市場においては採用需要が過熱した一方で、求職活動が低調となりました。この乖離によりIndeedやGlassdoor上で採用競争が続いたことで、新規および既存の企業クライアントの有料求人広告利用が増加したことに加え、オークション型の課金体系を採用していることが要因となり、売上収益が大幅に増加いたしました。

売上収益の成長の大部分は中小企業クライアントによるものですが、大手企業クライアントの売上収益も増加傾向にあります。当第1四半期の大手企業クライアントからの売上収益は、前期のいずれの四半期のそれを上回っております。

求職活動に関して補足すると、当第1四半期における求職活動は新型コロナウイルス感染症発現前の水準を下回っていましたが、6月は求職者数が大きく回復いたしました。

米国では、新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩和または解除されたことで事業の再開や拡大が進み、採用需要が引き続き高まったことで、売上収益の増加に大きく貢献しました。

米国以外の市場でも、カナダや欧州をはじめとした地域において、新型コロナウイルス感染症に関する規制が緩和または解除され、消費者需要の増加や経済状況の改善を見越して企業が採用を行ったため、大きな採用需要が発生しました。

その一方で、日本の売上収益は前年同期比で増加しているものの、度重なる緊急事態宣言や感染拡大を防ぐための措置が継続した影響で、回復は限定的なものとなりました。

また、当第1四半期から、米国と米国以外の売上収益の内訳を開示いたします。詳細は決算開示資料でご確認ください。

調整後EBITDAは694億円となり、約8.8倍となりました。これは2021年3月期通期の調整後EBITDAの金額とほぼ同水準であり、主に売上収益の増加によるものであります。

HRテクノロジー事業では、前第4四半期に引き続き、マーケティング投資に力を入れるとともに、採用プロセスを効率化し、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に注力いたしました。

しかしながら、売上収益の増加が投資額の増加を大幅に上回った結果、当第1四半期の調整後EBITDAマージンは37.7%となりました。

HRテクノロジー事業の当期見通しですが、5月17日に開示したものを上方修正いたしました。

5月17日時点では、当上半期中には採用競争が緩和されると予想しておりましたが、足元の事業環境を踏まえると、特に米国においては、当下半期も採用競争が継続し、その過熱が収まるまでにはまだ時間がかかると予想しております。

この環境がいつまで続くかを予想することは極めて難しいものの、HRテクノロジー事業が展開する主要マーケットのワクチン接種率は前第4四半期に比べて大幅に上昇しており、学校の多くが秋に再開される見通しです。また、求職活動に影響を与える各国政府からの金銭的支援は終了、もしくは間もなく終了すると見られています。

これらの要因により、当社プラットフォーム上での求職活動が増加し、当下半期には採用競争の過熱感が和らぐ可能性があります。

これらの見通しや、今後の新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が仮に増加した場合でも、これらの傾向に大きな影響を与えないことを前提といたしまして、当社はHRテクノロジー事業における通期見通しを、売上収益につきましては「65%から75%程度の増加」、また調整後EBITDAマージンにつきましては「20%台後半」に変更いたしました。当第2四半期は当第1四半期のトレンドが継続し、下半期にかけて売上収益成長率の鈍化とSG&Aの増加を見込んでおります。

通期の増収率や調整後EBITDAマージンの見通しは従来と比較すると高くなりますが、冒頭で申し上げました通り、現在の極めて特殊な環境によるところが大きく、このような環境は長期的には継続しないと考えております。

次に、メディア&ソリューション事業についてご説明します。

メディア&ソリューション事業は、本年4月1日付で実施した組織再編に伴い、当第1四半期より事業戦略とそれを推進する新たな経営体制に合わせて、業績数値の開示方法を変更いたしました。

売上収益は販促領域と人材領域の内訳を引き続き開示しますが、領域間での連携が進んでいることから調整後EBITDAはメディア&ソリューション事業として1つの数字を開示いたします。また、従来各領域に振り分けていた一部事業の売上収益はその他/消去に計上されます。

日本国内では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大とその防止策による経済活動への影響が継続する中、個人の生活や企業クライアントの営業活動が制限されましたが、感染予防対策を講じながら経済活動は緩やかに回復しました。

当第1四半期の売上収益は、これらの新型コロナウイルス感染症関連の規制による経済活動への制約が、より顕著だった前年同期と比較すると、プラス14.2%となりました。

しかし、新型コロナウイルス感染症拡大前である前々年同期の水準には至りませんでした。

販促領域では、住宅、美容、旅行、結婚、飲食分野の全てが大幅な増収となり、特にコロナ禍であっても堅調な住宅及び美容分野が、販促領域の売上収益の回復を牽引いたしました。

しかし、旅行、結婚、飲食分野については、個人や企業の営業活動が引き続き制約を受ける中で、売上収益が前々年同期の水準に回復するまでには依然時間を要する見込みであります。

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6月末時点でプラス41.6%の約22.8万件となりました。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14.6万件となりました。

人材領域は、若干の増収となりました。前年同期に新型コロナウイルス感染症の影響を受けて大きく減少したアルバイト・パート向け求人広告サービスの売上収益は前年同期を上回りましたが、前々年同期の水準には回復しませんでした。

一方、人材紹介サービスの売上収益は、企業クライアントの中途採用需要の回復が続いているものの、前年同期の水準には至りませんでした。

これは、前年同期売上収益には、新型コロナウイルス感染症の感染拡大影響が軽微であった時期の採用需要を反映した売上収益を含んでいたためです。

当第1四半期は戦略的なマーケティング投資及び商品開発投資を実施し、調整後EBITDAマージンは前年同期とほぼ同水準の20.8%となりました。

同事業の当期見通しにつきましては、5月17日に開示したのから変更はございません。

最後に、人材派遣事業についてご説明します。

まず当第1四半期より、国内派遣を「日本」、海外派遣を「欧州、米国及び豪州」と名称変更したことをご報告いたします。

当第1四半期は、欧州、米国及び豪州の増収増益及びマージン改善が牽引し、売上収益はプラス22.2%、調整後EBITDAマージンは7.8%となりました。

日本の売上収益は、前年同期とほぼ同水準、調整後EBITDAマージンもほぼ横這いの11.0%となりました。

派遣スタッフ数は引き続き前年同期を下回りましたが、派遣スタッフの就業時間は、休業などにより減少していた前年同期と比較すると増加いたしました。

欧州、米国及び豪州の売上収益は、プラス46.5%となりました。為替影響を控除すると32.7%増となりました。

派遣スタッフに対する需要の増加、特に欧州のEコマースに関連する物流分野、コロナ禍における医療分野での需要が継続しました。前々年同期比においても7.6%増、為替影響を控除すると1.9%増となりました。調整後EBITDAマージンは5.4%でした。

人材派遣事業の当期の見通しですが、日本の見通しに変更はありません。

欧州、米国及び豪州の通期売上収益見通しを「15%から20%程度の増加」に変更いたしました。

人材派遣事業全体の調整後EBITDAマージンは前期の6.4%と同程度、から変更はありません。

以上で、セグメント別のご説明を終わります。

不透明な事業環境が続きますが、従前からお伝えしております通り、人材採用事業は経済環境の変化の影響を大きく受ける事業モデルであり、世界の景気や企業活動の動向に大きく左右されます。

繰り返しにはなりますが、昨年度第4四半期から当第1四半期にかけての状況、特に米国のHRマッチング市場の状況は極めて特殊なものであり、長期に渡って持続するものではないと考えております。

当社と致しましては、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。

沈: それでは、ただいまより質疑応答に移ります。

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、竹内です。聞こえますでしょうか。

荒井: 聞こえますよ。

沈: はい。聞こえております。

竹内: ありがとうございます。今、そのHRテクノロジー、Indeedのペントアップ的なディマンドの中で、何か顧客基盤の拡大だったりとか、新しいプロダクトの拡大というところで、顧客層が変わってきたなと聞こえるような話はありませんでしょうか。例えば、これまで掲載してくれていなかったタイプの企業さんが、掲載をしてくれるようになった、だったりですとか、CPC課金以外のIndeed Hireなどの新商材が売れ行きが良くなってきた、などといったところですか。

質問の趣旨としては、今回のペントアップ的なディマンドというのは単なるペントアップディマンドではなくて、Indeedのサービスの認知が広がるきっかけで、それがペントアップが終わったあとも、持続的な成長の基盤になるような足がかりとなるようなきっかけになればいいなと思っています。以上、1点よろしく申し上げます。

荒井: はい。ありがとうございます。1点でよろしいですね。ご案内のとおり、Indeed.comの環境、いつもお話をしておるように、データには3種類あって、一つは私どもがアグリゲーションをかけて、インデックスインをして載せるデータ。そして、主に中小企業のお客様ですけれども、無料で掲載をされる方、そして、料金をお支払いになられてジョブをポストされる。

この三つの種類があるわけですが、現状の見えているところとしては、今まで料金を払うということなく、フリーにジョブをポストされていた方々が、この環境下において人の採用するためにスポンサーにお成りになられて、お金をお支払いになられて、広告を掲載されておられると。

これがまず、とても増えているということがありますので、これは新しいお客さんといえば新しいお客さんなのですが、これまでのお客さんといえばこれまでのお客さんなので、Indeed.comの良さを理解されて、今の環境の中でお金を払ってもサービスを享受するに値するというふうにご判断をされて、我々の売上に通じてくるという、そういうお客様がこの環境下の中で多くいらっしゃると。当然、その中で競争環境ができますので、我々の売上にもさらに貢献をするということになります。

一方で、それは必ずしもマーケットにとって良いことではなくて、ディマンドとサプライのミスマッチングが起きているわけなので、これからどのように進むかというのは、展開するかということについては不透明な部分は多いですけれども、このエクストラオーディナリーなシチュエーションが改善されていくと、沈静化していくというところでマッチングが進んでいくということになるのだらうというふうに思いますけれども、現状はそのエクストラオーディナリーな状況がまだ続いているということなので、今の状況になっているということなので、竹内さんのご質問にお答えすると、新しいお客さんというよりも、今までフリーでエンジョイされているお客様がお支払いになっているという方が増えているというのが一つ大きなポイントかなというふうに思っています。

竹内: 分かりました。ありがとうございます。

沈: それでは、SMBC日興証券、前田様。お願いいたします。

前田: はい。よろしく申し上げます。私は1点、やはりHRテクノロジーのところでお伺いしたいのですけれども、今回のご前提でいくと、コストが全体で、年間で2,000億前後増えるのかなと思って、すいません。厳密に計算していないので、ざっくりですけれども、第1クォーターですと前年のコストが低かったので、500億近く増えるというのは反動増が主因ですけれども、これ以降、これだけ費用を先行的に使っていただくだけの計画が具体的に立っているのか、どういったところに使っていくのか。

2,000億本当に投資に回せるのかと、使い切れないのではないかとということもありますので、その辺りの考え方や、増やしたときにこの増えた水準がベースとなって、翌期以降を考えるような質のものなのか、かなり変動を、フレキシブルに

コントロールできるような形で増やされるのか、まずはこの2,000億であれば、2,000億増やせるだけの算段というのが、増やすだけのご計画というのがもうすでに見えているのかどうか、この辺りから教えていただけますでしょうか。

荒井: はい。ありがとうございます。我々は今、前田さんが計算されたような実額でどういうふうというような分析であったり、報告をしていないので、我々が申し上げているのはこのクォーターのマージン、非常に高いものでありましたけれども、通期おしなべて考えると、20%台の後半に落ち着くのではないかとというふうに申し上げているだけでありまして、それが、マージンがどういうふう落ちていくのでしょうかというご質問かというふうに理解をしてお答えをします。

我々も5月に出木場がお話をさせていただいたように、長期的なシェアを持って、事業をより進化させていきたいというふうに思っているわけで、そのためには当然、長期的に優れた人材を採用し、その人たちがモチベーションを持って働いてくれるという環境が必要であるわけなので、今売上が大きく増えているところというのは、ご記憶かもしれませんが、5月にお出しをしたフォースクォーターの決算の資料の中のFAQがありますけれども、そのクエスチョンの4に、市場の大きさというTAMのお話をそこでさせていただいているのですけれども、そのTAMのスライドの中のいわゆる求人広告のマーケットのことを言っているわけですね。

長期的にはそれがさらには大きなマーケットでの我々の拡大、そして進化というのを狙っていくということなので、これに向けて、着実に進化を遂げるためにどういうコスト使っていくかということが短期的なもの。当然、ショートタームではいろいろな市場での我々自身のマーケティングコストというのがありますけれども、我々が本来使いたいところというのはいかにいい人材、開発をする人もそうですし、国によって、場所によってはセールスの人達ということもありますけれども、いかにいい人材を将来に向かって採っていくかと。

当然、こういう環境なので簡単ではないことは分かっているのですが、そういうものも含めて、投資をしていこうということで、場合によってはもちろん前田さんがおっしゃるように、そこまでの費用にならないということがあり得るかもしれませんが、今のところそれを目指して予想を立てたということでございます。

前田: はい。ありがとうございます。

沈: それでは、BofA証券の木下様、お願いいたします。

木下: はい。木下です。質問2問までいいんでしたっけ。すみません。

荒井: はい。どうぞ。

木下: はい。では、質問二つお願いします。いずれもHRテックですけれども、先ほどの質問にもありましたけれども、今までお金を払っていなかった人が、人を雇わなければいけないということで、お金を払っているということなのですが、リクルートさんの昔からのビジネスもそうですけれども、お客さんにある程度、支出をして、それにきちんとリターンすることによって関係を強化して、長い成長につなげていくということなのですが。

今のこの労働需給が逼迫している環境の中で、今までフリーだったけどお金を払いますといったお客さんに対して、きちんと送客ができていっているというふうにお考えでしょうか。長期の支払が続くような満足度を返しているというふうにお考えでしょうかというのが一つ目の質問です。

荒井: 二つ目もどうぞ。

木下: では、二つ目も。売上の見通し、HRテクノロジーのところでは売上見通しなのですが、上期中に終わると思っていたこの過熱のところから、秋ぐらいから落ち着くということは、例えば、サードクォーターから、このもうノーマルで見ているのか、フォースクォーターからノーマルで見ているのか、そこら辺の感触を教えてくださいというのが二つ目です。

荒井: ありがとうございます。まず1番のところでは満足させているのかということでもありますけれども、サービスとしては、システムとしてはできる限りのことをさせていただいているということなのですが、一方でマクロの状況、需給のところはミスマッチを起こしている中で、その中でできる限りのサービスをさせていただいているということなので、お客さまとしてはバジェットをお持ちになられて、他の、他社のサービスとの比較の上で私どもにどれぐらいの予算を張っていただくかというのを決めていただいていると思いますので、当然我々がほかのサービスよりも劣後すれば、我々に使っていただいているのが減るということなので、当然、今の環境ですぐにマッチングが起こることに貢献できているかということ、コロナの前の状況とかを考えると、決してそうではないとは思いますが、それがこれ、二つ目のクエスチョンに関わってきますけれども、需給がある程度、拮抗してくる、マッチングがしやすいところになれば、求職者、それから求人するお客様、両方にとって早くいいマッチングができるというサービスを展開しているということ以上でも以下でもないということですね。

過熱感ということは、5月には割と早めに収束してくるのではないかとノーマライズするのではないかとこの方には思っていましたけれども、これもう少し尾を引くのではないかとこの方には思っていて、これサードクォーターなのか、フォースクォーターなのか、通常、特に米国でいきますと、ある一定の産業以外については、我々のサードクォーター、つまりカレンダーで言えば10月から12月の期というのはハイリングというのが少し落ち着くのが常なのですけれども、米国ではですね。

今年はずぶんそうはならないのではないかとこの方は考えていますが、では、それがフォースクォーターにノーマライズされるかということ、もしかしたらある程度、尾を引いたままいくのかもしれない。なぜかといいますと、特に米国では1月からまたハイリングが活発化されるということがあるので、そういうものが活発化されると、すぐに落ち着くということはないのかもしれないとは思っていますが、ただ、あまり12月までで一気にこう、さっそう、過熱感がなくなるかということ、そうでもないのかもしれないというのが今のところの、これ不明といいますか、なかなか読みが難しいところで、ご案内のとおり。

見通しというのは、読みにくいのですけれども、今のところはそのようなことを考えているという次第でございます。

木下: すいません。ということは、確認としては、過熱感は緩んでいくけれども、ある程度、ノーマルとは違うような環境が年度いっぱい続く可能性も見ておられるという理解でいいのですかね、業績計画上は。

荒井: それゆえに、今回も5月と同様にレンジでお出しをしているということですね。

木下: なるほど。分かりました。ありがとうございます。

荒井: はい。ありがとうございます。

沈: 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: はい。鶴尾です。私の声は伝わっておりますでしょうか。質問の機会ありがとうございます。

荒井: はい、どうぞ。

鶴尾: どうもありがとうございます。二つありまして、一つ目は、今の木下様の質問に次ぐ形になります。これだけ変化率が高い第1四半期の数字を見ると、できれば4、5、6とどういう水準で、前年比で伸びたのか、このリニアリティというのですか。これをお伺いすることは可能でしょうか。それによって例えば、7月、8月がどんな水準で推移しているかのなんとなくのイメージも付けられるので、大変助かるものだと思います。

二つ目、まったく話が違いますが、人材派遣の欧州、米国および豪州部門の見通しを引き上げられました。しかしマージンは変わっていません。そこで、ここに関しては地域別のざっくりとした人材派遣の状況と、マージンがそれでも、そんなに大きく限界利益率が引かないで上がらないところの背景をお教えてください。以上2点です。ありがとうございます。

荒井: まず1問目の変化率ということですが、特に4、5、6、昨年の4、5、6というところは大きく落ちた4、5、6でありましたので、簡単にざっくりと申し上げると、我々のファーストクォーターを通して、突然4月から6月にかけてぐっと伸びてきたというわけではなく、フォースクォーターの数字もご覧いただくと、フォースクォーターも同じような過熱感というものを帯びたままフォースクォーターを終えましたので、その環境、状況がそのまま続いたというふうに見ていただくのがよろしいかなというふうに思いますし、先ほどの木下さんのご質問にも関連していますけれども、もともとそれがセカンドクォーターぐらいで、平準化するのではないかなというものがもう少し尾を引くだろうというふうに申し上げたとおり、このトレンドが、この今オンゴーイングの9月までの、少なくともですね。クォーターにもつながっているというふうにご想像いただければよろしいかなと思います。

派遣事業については、ご案内のとおり売上の伸び、日本以外ですね。国々の伸びを変えましたが、一方でマージンは変わらないということで、これも想像に易いのですけれども、我々としてもある程度コストを使うことによって、お客様のダイヤモンドにミートするような人材を確保しなければいけないという、我々のそのサービスのクオリティの維持のためのコストが必要だということで、売上は伸びるのだけれども、それがすぐにマージンには跳ねてこないというような想定を現在しているということでございます。

鶴尾: はい。一つだけフォローアップです。地域別の伸び率、人材派遣のほうですが、地域別の回復の状況に差がありましたら、少しコメントいただけると助かります。

荒井:年間で日本以外の国々の、このざっくりした売上のブレイクダウンというのをお出ししているのですが、クォーターではお出しをしていないので、今のご質問があったというふうに思うのですが、あまり大きな差はないというふうにお考えいただいて結構だと思います。

鶴尾:分かりました。ありがとうございます。私のほうから以上です。

荒井:ありがとうございます。

沈:それでは、みずほ証券の岸本様。お願いいたします。

岸本:はい、岸本です。ご説明ありがとうございます。私からはメディア&ソリューションについてご質問させていただきます。よくある質問集の中で、それぞれについて、ご解説はあるのですが、当初の第1四半期のご計画に対して、分野別に、良かった、悪かったというもので見るといかがだったかをご解説いただけますでしょうか。通期の計画を修正されていませんけれど、おそらく良かった悪かったで結構、まちまちの状況だったのではないかと見ていまして、その辺り、背景を教えてください。

これが1番目で、2問目もこのメディア&ソリューションのEBITDAの状況についての確認です。こちらも通期見直し変更されていませんけれど、1Qの出だしは結構好調だったのではかと見ていて、考え方としては、セカンドクォーター以降にマーケティングプロモーションなんかの費用をぐっとかけていく、そんな見方で良いのか。あるいは、思ったより費用を使わなくても、収益が順調に推移していて、結構ここは余力がありますと、費用面で余力がありますという状況なのか、このあたりコスト面、利益面での状況を確認させていただきます。以上です。

荒井:はい。ありがとうございます。メディア&ソリューションは大きく分けると、販促事業、そして人材事業というふうにならざるを得ないわけですが、販促事業についてはFAQであったり、決算短信の中でも書かせていただきましたけれども、やはり一番大きなポジションを占めている、その中のさらなるサブセットですけれども、住宅および美容というのが、リカバリーといったらいいでしょうかね。牽引しているというのが現状で、これは我々の中の想定どおりということになります。

そのほかの事業については、当然コロナウイルス感染症対策の影響をいい部分でも悪い部分でも受けるということなので、環境が変わると、それによって売上、そして需要も変わってくるという特徴があるといえますか、そういう市場の中にいる事業でございますので、当初想定したよりもそういうものが長くなる、短くなるというところで、我々の想定を良い意味で裏切ったり、その逆もあり得るということで、現状の見立てですと5月17日に出させていただいた、我々の考えているグロースのレンジおよびマージンの域というところの中で、1年間の結果が出るのではないかと、いいところも悪いところもネットしてですね。

なので、今回はメディア&ソリューションに関しては、販促についても、そしてまた人材についても想定を変えなかったということですね。

人材については、日本かなり特殊なマーケットというふうな言い方を我々の書き方はしておりますけれども、やはりほかの国々のリカバリーからすると少しスローであり、さらに私どものお客様の中では、例えば、リテールのお客様ですとか、それから飲食のお客様というのは多ございますので、そういう皆様方のディマンド、特にアルバイト、パート領域のところは引き続き、戻りが弱いということでもありますので、これが一体、どんな形でこれから戻るのが、戻らないのか、等々も考えましたけれども、今のところはお出しをしているレンジの中に入ってくるのではないかとということで今回は変更しなかったというのが背景でございます。

ファーストクォーターのEBITDA、それ以降ということですが、組織を統合したり、そんなこともありまして、今までとちょっと違った計上をしたり、いろいろ時期がずれたりとかいうものもありますので、あまりクォーターごとのマージンでうんぬんというふうには考えてございませんので、もしかするとセカンドクォーターのマージンというのはファーストクォーターとは違うものになるかもしれませんが、1年間を通して見ると、昨年と同様なパーセンテージに落ち着くのではないかとということで、これも5月17日に出させていただいたものから変更しなかったということでございます。

岸本:はい。ありがとうございます。1点、フォローアップで、求人広告のサービスは、お話しのとおり厳しいなと見ているのですが、一方、人材紹介では、2年前の水準にほぼ近づいている、そこまで回復しているということで、考え方としては今、広告宣伝を積極的に打つことで、第2クォーター以降、売上がもうちよい伸びそうだなという期待を持っているのですが、この辺り、事業環境いかがでしょうか。人材紹介サービスに対する環境に。



荒井:人材紹介については、この環境下でもいくつかの特定の産業についての人の引き合い、人のニーズというのは強い。そこが私どものビジネスに貢献しているということであるというふうに思っている、このエリアのこのトレンドというのは続くと思っています。

岸本:はい、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。

沈:現時点で一度いただきましたご質問にはお答えさせていただきました。まだご質問いただいている方、二度目のご質問がある方はぜひ米印と1を押してください。よろしくお願いいたします。

それでは丸三証券の原田様、お願いいたします。

原田:はい。よろしくお願いいたします。先ほどIndeedで、アメリカの今まで無料で使われていた中小企業の方々が、有料化されたという効果をおっしゃいましたけれども、だいたいこれはおおよそのぐらいあったのかということと、それから通常の条件戻ってくれば、こういう人たちがまた無料化になるのかどうか。そこら辺の考え方を聞かせください。これが1点です。

それと、今回4月1日付で組織改編と、それから統合を行ったわけですが、そういう効果が徐々に出てくるとすれば、その調整後EBITDAマージンですね。メディア&ソリューションの。これが徐々に上がるのではないかと思います、そこら辺の考え方について聞かせください。以上2点です。

荒井:ありがとうございます。最初のご質問の中小の皆さんの、フリーでお使いになった方がお支払いになっている方にどういう数字があるかということについてですが、大変申し訳ないのですが、そういったブレイクダウンというところを開示するに至っておりませんので、それについてはご勘弁いただきたいということと、その1番目の質問の、二つ目の質問の、もし環境が変わってくると、今払っているお客さんがフリーのユーザーに戻るかということですが、もちろん戻ることは今日でもできますし、いつでもできるので、払う必要がないというふうに思われれば、またフリーで使っていただくお客様になるということはいつでもできると、そういうビジネスモデルでございます。

二つ目のメディア&ソリューションの統合に関わるマージンの増大、挙げてみればコストの減少ということなのかもしれませんけど。

ですが、単にコストをセーブするために統合したのではなく、5月17日にお話させていただいたような、日本の中でのSaaSソリューション、特に水平な意味でのビジネス展開ということを主眼に持って、統合をして、それに向けた人材の一部は採用する、一部は今までほかのところにいた人たちをそういった新しいビジネスに移してくるというようなことをしたりしておりますので、すぐさまマージンがぐっと上がってくると、効率性が追求されて上がってくるということではないというふうに思いますけれども、当然そういった新たな事業が展開されて、その収益が計上されてくる。

これはすぐではないと思いますけれども、それが計上されてくる。既存の事業と相乗効果が回ってくるということになるとすれば、当然、売上に貢献があるわけなので、それによってマージンの増大が期待はされますけれども、すぐに半年、1年でそれがすぐに出てきます、統合したから、というスピードではないのではないかと今思っております。

従って、少なくとも今年に関しては、マージンは昨年並みというふうに申し上げたのは、将来のための布石ということでの費用も合わせて計上されるので、売上の戻りはあるものの、マージンは同じレベルになるだろうと、こんな見方をしているということでございます。

原田:はい、分かりました。ありがとうございました。

荒井:ありがとうございます。

沈: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:はい。たびたびの質問すみません。あらためて2点お願いします。まず一つ目はHRテックの中期のマージンの考え方です。3カ月前を思い出しますと、今期は20%ぐらいのEBITDAマージンで、中期的には20%台後半もあるかもというお話でした。

さて、それから3カ月たって、こういう通期マージンの見通しに立った上で、将来的なアップサイドというのがある程度、持続的なものとしてさらに出来てきていると考える余地はあるのでしょうか。もちろん、メッセージとしては一時的な過剰な需給逼迫のものだということは分かっているのですが、とはいえ、おそらく御社がシェアを上げていて、結果的にこういうことになっているとこもあるのではないかと考えていますので、の質問です。

二つ目はまったく違う質問でありまして、51jobですね。中国のテック関係、特にB to Cとか個人情報関わるところは非常に厳しい規制がかかり始めていまして、51jobのプライベート化とか、御社の保有持分についての評価とか、この辺りで何らかの変化がなく、着実に遂行され、減損などのリスクもないかどうか教えてください。以上2点です。ありがとうございました。

荒井: はい。ありがとうございます。HRテクノロジーの事業について、当社全体でもありますけれども、長期的な観点から、Simplify Hiringを追求するというのを最重要課題と進んでいますので、マージンをマキシマイズさせるということに置いているわけでは必ずしもないものですから、我々のいかに、我々の目指しているTAMでの、我々の存在意義、そして存在価値を上げていくかということ。

プラスアルファで5月には採用オートメーション市場という新たなパイがありますというお話はしましたけども、その中でどうやってお客様の便利に使っていただけるかということをお話してまいりましたので、将来的にそういうものに対するコストというものを積んでいくということが、この今、活況を呈している求人広告マーケットの外で起こってくるわけなので、当然、それを、外での新しいオポチュニティを取るためのコスト増というのはいとわなないという姿勢でやっているもので、すぐにそれが起こるわけではないですけども、着実にその布石を打っていくための費用は継承していくということを考えて結果でのマージンなので、今後、広告市場でのTAMの大きさがどうなっていくかという話もありますし、その中で我々の存在感というのがありますから。

ずっとニアが上がっていくということはある得ないというふうに思いますけれども、一方でほかの事業での展開、それに関わる先行コストみたいなものが組み合わさっていったマージンなので、あまりマージンだけを気にして、そのマージンを維持するためとか、上げるためにというふうビジネスをドライブしていないというのが本音でございますので、今回はたまたまこういう環境の中で、高いマージンを創出することができましたけれども、マーケットが崩れる、あるいはマーケットが均質化すればその限りではないということも十分あり得るので、それに一喜一憂しないで、長期的な視点で進めていきたいなというふうに思っています。

51jobについては先日、発表させていただいたとおり、非公開化のトランザクションが現在進行中でございまして、その最終の詰めというプロセスでございます。今の段階で鶴尾さんがおっしゃったような何か変化があるかということ、私どもはそれを理解していないので、トランザクションが着実に進んでうまく出してくれればいいなということを考えているということだけでございます。以上です。

鶴尾: ありがとうございました。

沈: それでは、水戸証券の渡辺様。お願いいたします。

渡辺: 水戸証券の渡辺です。よろしくお願いたします。Indeed、HRテクノロジーのちょっと状況の確認なのですが、今まで無料の人たちが有料にしたというのは、結局、短期的に求人が欲しいので、しょうがないから有料にしているのかというのか、というのは、それは結局ただ調べていないので、それは分からないとか、今どういう状況でこういうことが起きているのかというのが、もしこう、ヒアリングとか何か調べているのだったら、そう教えて欲しいんですけど。

ただ、結局その現状だけを見て、こうなのではないかという今は感触なのかというのを、ちょっとそこを確認したいというのが1点目と、あと2点目が、その米国以外のところというのは、例えば、米国ほど失業手形とかそういうのが厚くないというところもあると思うので、ここはそういう過熱感というよりは、そのコロナ明けで求職者が戻ってきたので、このぐらい伸びているところなのか、ちょっとそこを確認したいという、それが質問なのですが。

荒井: はい。ありがとうございます。まず一つ目のところですが、当然、スポンサードジョブ、つまり、我々に対してフィーを払っていただいて、広告載せている皆さんが、より求職者に見られるところに、当然ディスプレイがされる。こういうビジネスモデルであります。無料で掲載している皆様も掲載されていますけれども、お支払いいただいているお客様よりも、見えにくいところに置かれるということでございます。

ですから、もしそのお客様が、今すぐに人が欲しいから、人よりも求職している皆さんにより見られるところ、よりキャッチーなところに自分のジョブを置きたいということがあるとすると、ほかの企業の方よりもより、お支払いになられて、そのポジションを取る。そのリアルエステートを取るという、これがビジネスモデルでございますので、しょうがないからというこ

とだとすると、人が欲しいから本当は払わなくても、人が採ればいいけれども、払ってでも欲しいという方が今は前よりも多いということだと思うので、それをしょうがないというのか、必要だからというのかはちょっと判断には困りますけれども、状況としてはそういう状況でございます。

2番目の米国以外というところは、今回から初めてクォーターでの米国、米国以外という数字を出させていただきましたが、若干米国の方の戻り、ファーストクォーター対ファーストクォーターでは大きいですが、この文章に書きましたが、ヨーロッパの国々、イギリスとかということだと、アメリカに近いような形で過熱感があるということをお話しました。

当然、米国の場合とかなり似ていると思いますけれども、コロナの影響があって、出控えていた皆さんが仕事をしにくるのはいつかなということと、それよりも、よりデマンドが高いという、そこは似ているというふうに思っておりますので、これは米国同様のトレンドだというふうに理解しております。以上です。

渡辺: はい。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。