

株式会社リクルートホールディングス

2021年3月期 第3四半期決算説明会

2021年2月15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、2021年3月期第3四半期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。よろしくお願いいたします。

本日のスピーカーおよび質疑の対応は、資本市場戦略担当執行役員、荒井淳一、およびディスクロージャー・株主リレーション部部長、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3四半期に関する内容をお話しさせていただき、その後に皆様からのご質問をお受けします。また本日のコールは英語での同時通訳とともにライブ配信をしております。

それでは荒井より、お話し申し上げます。

荒井：本日もお忙しい中、ご参加いただき誠にありがとうございます。荒井でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

COVID-19の世界的な拡大と各国の拡大防止策による影響が、引き続き当社のグループの事業にも多岐にわたっておりますけれども、私どもは引き続き、個人ユーザー、企業クライアント、従業員とその家族、外部協力パートナーなどの安全確保と感染拡大防止を最優先に考えながら、事業活動に取り組んでおります。

本日は、11月のQ2決算発表後に実行、発表いたしました主なトピックスをご報告するところから始めます。

当社取締役会は昨年11月30日、8社の長期保有株主による合計約1億株の売出しを決議し、目論見書の配布、マーケティング、そしてプライシングを経て、12月25日に全ての手続を完了いたしました。

この売出しの目的は、当社株式の売却意向を有する複数の株主による、いわゆる五月雨式の市場売却による当社株式への影響への懸念に対処することであり、引受証券会社を介した一括売出しプロセスを通じて、その懸念を払しょくすると同時に、さらに多くのグローバル機関投資家の皆様に、より大きい持分を保有していただくことができました。

加えて、本売出しに伴う株式需給への影響を勘案するとともに、株主価値の向上を図ることを目的に、売出し後の自己株式取得も決議いたしました。

1月31日時点で、取得額は上限の700億円に対し、約7割に至っており、残りの部分につきましても2月26日までに取得する方針でございます。

また1月13日には現取締役副社長、執行役員兼COO出木場久征が、4月1日付で代表取締役社長兼CEOに就任することを発表いたしました。なお、現代表取締役社長兼CEOである峰岸真澄は、同日付で代表取締役会長兼取締役会議長に就任いたします。

加えて本日、新CEOを支えるリクルートホールディングスの執行体制を発表しております。

CEOに就任する出木場が経営企画本部を兼任し、中長期事業戦略に沿った戦略的アクションの策定と遂行を、株主をはじめとするステークホルダーの皆様のご理解と応援をいただきながら進めてまいります。また、COOに就任する瀬名波文野は管理部門を管掌し、グループガバナンスを更に進化させてまいります。

従前の繰り返しとはなりますが、事業環境の先行きは引き続き不透明でありますものの、当社は中長期戦略であるHRテクノロジー事業を主軸としたオンライン採用広告、人材紹介、そして人材派遣事業にまたがる巨大な人材マッチング市場におけるグローバルリーダーへの挑戦と、国内事業におけるAirビジネスツールズを

中心とした、SaaSソリューションによる企業の生産性改善を実現すべく、いささかもぶれることなく、戸惑うこともなく、愚直に進捗を図っております。

そのために、成長のための投資はタイミングや規模を常に丁寧に吟味しながら、積極的に行っております。

さて、11月のセカンドクォーター決算発表において、当下半期を通じて事業環境が大きく変化しない前提下で2021年3月期の連結通期業績予想、およびSBU別の当下半期の見込みを開示しておりました。

COVID-19の影響が継続する中でも、Q3はQ2から回復が見られたものの、Q4に入り、特に国内事業環境の想定が大きく変化したことから、当期の通期業績予想を修正する旨、本日開示させていただいております。

Q3においては、採用需要の回復は継続して見られたものの、グローバル人材マッチング市場全体の回復と安定には、まだ時間を要すると見込んでおります。

また、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おりますため、引き続き見通しは不透明であります。

業績予想の修正は、先ほど決算短信およびFAQにて開示しておりますが、この後、Q3実績と併せてご説明申し上げます。

当社Webサイトにて開示しておりますFAQをお手元にご用意いただきまして、この中のクエスチョン1、2、そして4でお示ししておりますチャートをご覧くださいながら、本日はお聞きいただければと存じます。

まずQ3の連結実績について、ご説明申し上げます。

連結売上収益は、前年同期比プラス0.5%となりました。経済産業省、中小企業庁より受託しております家賃給付受託事業の影響を除きますと、前年同期比マイナス4.5%となりました。なお今年度Q2との比較では、それぞれプラス7.5%、プラス7.7%となりました。

COVID-19の世界的な拡大と各国の防止策による影響が引き続き多岐にわたりましたが、Q2と比べて事業環境に緩やかな回復が見られております。

各セグメントの状況については、後ほどご説明させていただきます。

当社は、調整後EBITDAと調整後EPSを重要な経営指標としておりますが、Q3の調整後EBITDAは前年同期比マイナス5.0%、調整後EPSはマイナス4.9%となりました。

Q2比ではそれぞれプラス25%、プラス39.4%となりました。

また、不透明な事業環境の中で、引き続き積極的にコスト管理を実施し、販売費および一般管理費は前年同期比で168億円の減少となりました。

昨年度のサードクォーターと比較いたしますと、広告宣伝費は全セグメントで減少いたしました。事業環境の改善が見られた事業においては、将来の成長を加速させるため、本年度Q2と比較すると増加しております。

続いて本日、修正内容を開示いたしました、2021年3月期、通期連結業績予想についてご説明いたします。

この前提として想定している為替レートは、米ドル107円、ユーロ121円、オーストラリアドル74円です。

当下半期の連結売上収益は、前年同期比マイナス1.5%の1兆1,800億円、当期はマイナス7.3%の2兆2,246億円となる見込みでございます。

連結調整後EBITDAは、当下半期に前年同期比マイナス26.4%の1,085億円、当期にマイナス28.7%の2,319億円となる見込みでございます。

当期の調整後EPSはマイナス36.3%の77.08円と予想しております。なお、配当予想に変更はございません。

続いて、セグメント別の実績と、通期見通しについてお話を申し上げます。

まずHRテクノロジー事業でございます。

Q3の売上収益は予想を上回って回復を続け、米ドルベースで前年同期比プラス8.8%の10.95億ドルとなり、当事業の四半期としては過去最高収益となりました。なおQ2比ではプラス12.6%となりました。

Q3においては、COVID-19拡大を抑制するための様々な規制が各国で継続され、一度は緩和された一部のマーケットでも再び規制が行われました。しかし、多くの企業は事業を再開し、また新たな事業が創出され、一部の企業では顧客の需要の変化に対応するために、事業を拡大しております。

このような状況を受けて、特に米国の中小企業においては採用活動が引き続き回復傾向となり、当社の収益の改善が継続いたしております。

またQ3においては、Eコマース、物流、配送サービスの分野の超大手企業数社の大幅な採用を支援いたしました。これは、彼らが季節性の大きな需要に応えるために生じたものでありまして、またパンデミックにより加速したオンライン商品やサービスへの需要の変化に対応するためです。

一方で、非常に大きな影響を受けた業界の多くの企業が、Q3を通じていまだ苦戦を強いられており、フルに活動するに至っておりません。このような環境下で、多くの大企業の採用の再開は遅れております。

米国以外の国では状況は一樣ではなく、例えば緊急事態宣言が3月上旬まで延長された日本など、一部の国では厳しい状況が続いております。

さらに、Q3における求職者の活動は、年末には減少する季節性がありますが、これに加えてCOVID-19拡大を背景に鈍化いたしました。

COVID-19拡大を防ぐための直近のロックダウン等の政府の措置があったものの、先ほど申し上げたようにHRテクノロジーの売上収益は回復しています。しかしCOVID-19感染者数増加は、継続的な回復や成長にリスクをもたらすものと考えております。

調整後EBITDAはこの増収を受けまして、前年同期比プラス40.0%となりました。調整後EBITDAマージンは23.4%となりました。なお、調整後EBITDAは、セカンドクォーター比ではプラス81.4%となりました。

売上収益が予想を上回るペースで改善を続けておりますため、HRテクノロジー事業では、サードクォーターは、セカンドクォーターよりもマーケティング投資を増加しております。また、求職活動および採用プロセスの劇的な効率化に向けた商品開発を行うために、エンジニアや技術部門の採用を引き続き行いました。

先行きが不透明な経済環境の中で、これらの投資を慎重に行った結果、Q3の調整後EBITDAマージンは前年同期比でも、本年度セカンドクォーターと比較しても増加いたしました。

当下半期の見通しについてですが、米ドルベースの売上収益は事業環境が大きく悪化しない前提で、Q3の回復トレンドがQ4においても継続すると想定しておりまして、前年同期比で11%程度の増収予想に上方修正しております。

Q4においても多くのマーケットや業界が引き続き影響を受けておりますが、ポストCOVIDにおいて最善を尽くせるよう、成長のための投資を加速しています。

その結果、Q4の調整後EBITDAマージンはQ3に比べて低下すると見ており、当下半期の調整後EBITDAマージンはおしなべて10%台後半となることを予想しております。

次に、メディア&ソリューション事業についてご説明いたします。

Q3の売上収益は、前年同期比プラス1.1%となりました。家賃給付受託事業の売上収益を除きますと、マイナス15.5%となりました。なおQ2比較ではそれぞれプラス8.1%、プラス9.0%となりました。

調整後EBITDAは、主に人材領域が大幅な減益となったことにより、前年同期比マイナス25.2%、調整後EBITDAマージンは20.2%となりました。なお調整後EBITDAは、本年度セカンドクォーター比ではプラス10.3%となりました。

引き続き、全体の広告宣伝費の抑制などコスト削減を継続しつつ、来期以降の売上収益の回復フェーズにおける成長を見越しまして、状況を注視しながらフォースクォーターにおいても積極的に投資を行っていることから、メディア&ソリューション事業の当下半期のEBITDAマージンは12%前後となる見込みでございます。

販促領域と人材領域のそれぞれにつきましては、販促領域のQ3の売上収益は前年同期比プラス22.8%となりました。その他分野に計上されております、家賃給付受託事業の売上収益306億円の影響を除きますと、マイナス5.2%となりました。なお、今年度セカンドクォーター比では、それぞれプラス8.4%、プラス9.8%となりました。

セカンドクォーターにおいては、家賃給付受託事業を除いた売上収益は前年同期比マイナス14.8%となったため、サードクォーターのマイナス5.2%という数字は改善しているようには見えますが、これは主にQ3の旅行分野の売上収益がGoToトラベルキャンペーン等の影響により、宿泊者数および宿泊単価が前年同期を上回った結果、増収に転じたことによるものです。

しかしながら、GoToトラベルキャンペーンは、昨年12月28日から一時停止となり、現在その影響が顕著に出ているため、フォースクォーターの見通しは不透明であります。

住宅および美容分野は、セカンドクォーターから引き続き増収となりました。

結婚、飲食分野では、引き続きCOVID-19の影響が大きく、大幅な減収トレンドが続きました。

なお、昨年10月1日に開始され、12月以降新規のお食事券の発行を停止しているGoTo Eatキャンペーンについて、キャンペーン期間中、Hot Pepperグルメのネット予約人数が急速に増加いたしました。当事業は主に広告掲載課金であるため、予約件数の急増が飲食分野の売上収益に与える影響は限定的でありました。

調整後EBITDAは前年同期比プラス1.1%、調整後EBITDAマージンは26.6%となりました。これは、既存事業全体では減収だったものの、売上収益の回復が見られる事業にはマーケティング投資を行いつつ、広告宣伝費を抑制する等、戦略的かつ柔軟にコスト管理を行ったことによるものであります。

一方で、このような厳しい事業環境においても、Airビジネスツールズに対する需要は高まっていると感じております。

Airペイの加盟店舗数は、消費者からの非接触決済への需要がさらに高まったことでアカウント数は引き続き増加しておりまして、12月末現在で前年同期比プラス42.6%の約18.7万となりました。

なおAirペイは現在、業界でも低い水準の手数料を誇っており、35種と大変多くの決済手段に対応しております。

COVID-19拡大下における、新たなAirビジネスツールズの需要の拡大の例として、予約管理をシンプルにするWebサービス、Airリザーブが挙げられます。Airリザーブは、電話、ネット、来店時の次回予約など、店舗における全ての予約をクラウドで一元管理できるシステムです。予約管理を紙台帳からクラウドに変更することで、予約の空き状況が一目瞭然で確認できるようになりました。

Airリザーブは、Airビジネスツールズの現在のクライアントの大半を占める中小企業、個店に加えまして、最近では大手銀行や病院、百貨店などの様々な業種業態において、混雑緩和の施策として広く導入され始めております。

なおQ4においても、来期以降のアカウント数の増加を目指し、積極的に投資を行っております。

当社は、長きにわたるメディア事業を通じて、国内の多くの企業クライアントの事業と課題を深く理解し、それらを解決するための優れた提案能力を培ってまいりました。

当社は、それぞれの産業、企業クライアントの業務効率性は何によって最も向上・改善するのかを見出すこと、見つけることに非常に秀でておりまして、今後国内ビジネスSaaS領域での事業拡大を実現する上での必要不可欠な要素を、既に兼ね備えていると自負しております。

またスタディサプリについては、文部科学省によるGIGAスクール構想の一環であります、学校のICT活用推進が追い風となり、自治体や学校単位での導入が増加いたしました。その結果、昨年12月末時点の有料会員数が前年同期比プラス106.4%と大きく増加し、157万人となりました。

当下半期の見通しでございますが、フォースクォーターにおいて美容事業が堅調に推移するものの、旅行事業がGoToトラベルキャンペーン一時停止等の影響により、再び減収となること。そして結婚、飲食分野が引き続き低調に推移することを想定しております。

住宅分野は、Q2およびQ3は堅調だったものの、販売可能な住宅供給戸数の減少による広告出稿が減少する可能性があると考えております。

販促領域の当下半期の売上収益は、家賃給付受託事業を含まない場合、前年同期比でマイナス11%程度となることを見込んでおります。

人材領域のQ3の売上収益は、前年同期比マイナス30.1%となりました。Q2比較ではプラス7.3%でありました。これはCOVID-19の拡大により減退した、企業クライアントの採用需要が引き続き低調に推移したことによるものですが、アルバイトやパート向け求人メディアは緩やかな回復の兆しがあったものの、Q2に引き続き減収となりました。

また人材紹介サービスは、当社が紹介した候補者の入社時点で売上収益が計上される、成果報酬型サービスであります。Q3において当上半期における採用需要低下の影響を受け、減収となりました。

調整後EBITDAは、減収を受けて前年同期比マイナス57.7%、調整後EBITDAマージンは16.0%となりました。これは、引き続きコスト管理を行った一方で、回復期の需要取り込みを企図し、一部マーケティング投資を行ったものです。

当下半期の人材領域の売上収益の見通しにつきましては、Q4においてアルバイト・パート向け求人メディアに回復の兆しがあるものの、緊急事態宣言等による影響を受けて、飲食業を中心に再び採用を手控える可能性があることや、人材紹介サービスは緩やかに改善してはいるものの、売上収益への貢献は来期以降となることを想定し、現在は前年同期比マイナス28%程度となることを見込んでおります。

なおQ4においても、来期の売上収益の伸長を目指す領域においては、積極的に投資を行っております。

最後に人材派遣事業について、お話をいたします。

Q3の売上収益は、前年同期比マイナス1.2%となりました。為替によるプラス影響を控除いたしますと、マイナス1.7%となりました。なおQ2比ではプラス6.1%でありました。

調整後EBITDAは、前年同期比プラス3.0%、EBITDAマージンは7.8%となりました。なお、調整後EBITDAはQ2比ではプラス10.5%となりました。

当下半期は、国内、海外とも減収となる見込みであり、引き続き効率的な経営を進めるものの、当下半期の調整後EBITDAマージンは5%程度となる見込みでございます。これは主に減収と、特に国内派遣において、来期以降のリモートワーク環境改善などのための費用、および派遣スタッフの募集費や企業クライアントへのマーケティング費用等の投下を行うことによるものです。

続いてQ3の実績について、国内、海外、それぞれに分けてご説明をします。

国内派遣のQ3の売上収益は、前年同期比マイナス2.6%となりました。Q2比ではプラス2.8%でした。これは、昨年4月1日からの同一労働同一賃金の法制化に伴い、請求単価が上昇した一方で、COVID-19の影響を受け、経済動向が不透明になっている中、引き続き新規の派遣需要の低迷が継続し、Q3の派遣スタッフが前年同期と比較して減少したことなどによるものであります。

当下半期の売上収益は、期を通じて新規派遣需要の停滞を想定していますことから、前年同期比ではマイナス2.5%程度となることを見込んでおります。

Q3のEBITDAは、前年同期比プラス3.3%、マージンは9.9%となりましたが、これは労働市場の需給を見ながらコスト管理を徹底したこと等によるものであります。

続いて海外です。海外派遣のQ3の売上収益は、前年同期比プラス0.1%となりました。なお為替によるプラス影響を控除いたしますと、マイナス1.0%となりました。なおQ2比ではプラス8.9%となりました。

各国でのCOVID-19拡大予防策を背景に、引き続き企業クライアントの事業運営に制約が生じました。一方で、COVID-19関連の需要があった物流やヘルスケアなど、一部の業界で事業が好調に推移したことを受け、Q2と比較し良好に推移いたしました。

当下半期の海外派遣の売上収益は、マイナス1.5%となると見ております。

Q3の調整後EBITDAは前年同期比プラス2.5%となり、調整後EBITDAマージンは6.1%となりました。

不透明な経済環境がグローバルに広がる中でも、各国の異なる労働市場や政府の施策などの動向を迅速に把握しながら個別に適切な対応を行い、また従来から取り組んでおりますコスト管理を継続することなどにより、調整後EBITDAマージンの確保に注力いたしました。

以上でセグメント別の説明を終わります。

今後も国内外の動向とその影響を注視し、短期視点ではなく中長期的な視点で戦略の達成を目指してまいります。

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

本日、私がお伝えしたことは決算短信、およびWebサイト上での開示でもご説明しておりますので、適宜ご参照いただければ幸いです。

この後はご質問を皆様から頂戴し、適宜ご回答させていただきます。

質疑応答

沈：それではただ今より、質疑応答に移ります。

みずほ証券の岸本様。お願いいたします。

岸本：みずほ証券の岸本です。ご説明ありがとうございました。

FAQの5番から質問させてください。サードクォーターについて、地域別、あと大企業、中小企業に分けてのご開示があるのですが、この第4クォーターの見通し、これは引き算すると算出されますので、3Qから4Qにかけて、特に4Q、中小企業、大企業、あるいは業種別でどのようなトレンドの変化があるのかについて教えてください。

また地域別、おそらく北米、アメリカ中心だとは思いますが、それ以外の地域についても、もしトレンドで特筆すべき点がございましたらお教えいただければと思います。以上、よろしく申し上げます。

荒井：ありがとうございます。大きく分解したり細かく分解したことは、数字を開示できないので限られておるのですが。

お話しさせていただいたとおり、やはり雇用、人材というものの流動性は、アメリカが圧倒的に大きゅうございまして。その意味でこういった環境下では米国の事業における需要、特に私どものサービスの需要が今回、サードクォーターの業績に反映されていると思っております。

前はセカンドクォーターでの季節的な大きな需要の後、1月以降どうなるのでしょうかというお話をさせていただいておりましたが、もちろん大きな企業様からの需要、先ほど申し上げたような数社の大きなお客様からの需要に応えることをやると同時に、一方で新しく事業を始める中小企業様、また今まで使っていて、そしてまた戻ってきて使ってくださるお客様というもののトレンドが続いておりますので。

そういう意味では、大企業のお客様にサービス提供しながら、中小企業の多くのお客様の事業のリカバリーに対応できるように、そんな対応をしているのが現状でございます。

繰り返しになりますが多くはアメリカが、今回のクォーターの業績を引っ張っているといえると思います。

岸本：かしこまりました。1点だけ追加で、今期獲得できたクライアントさんは、来期以降も継続してご利用していただけるような、そういった期待を持ってもよろしいのでしょうか。やはりリピートによる来期の業績への期待というのも、いただいてもよろしいのでしょうか。

荒井：事業モデルとして、獲得するためにサービスを使っていたら、獲得したら1度オフしてフリーユーザーになって、その後また帰ってくるお客様が回っているという、特に中小のお客様はそういうことなので。まさに今それが、一時そうでなかったお客様が戻ってきてくださる方もいらっしゃいますし、継続してくださる方もいるので。

私どもとしては経済環境が好転していけば、より私どもにお金を使っただけ。より多くの人を採用するために、より多くの採用費を私どもに投入してくださると願っているわけなのですが。

岸本：ありがとうございます、確認させていただきました。

沈：ありがとうございました。それではSMBC日興証券の前田様、お願いいたします。

前田：よろしく申し上げます。1点、海外派遣で第3クォーターが非常に戻ってきていて、サプライズではあったんですけども。

これは物流等の需要が潤沢なので、派遣需要全般にこういうことが起きているのか、御社のサービスに限って強いのか。

まだ他社の動向分からないので、シェアとかは分かりませんが、シェアが上がってきているのかとか、相対感で何か感ずるところがあるかということ。可能な範囲で地域ごと、どんな動きになっていたか、補足していただけますでしょうか。以上です。

荒井：環境がいろいろ動いているので、良くなったかなと思うとまたロックダウンがあったりとかいうことが続いたりしておりますので、一概にここはどうだ、良い悪いということはないということと。

それから他社比較も、実はマーケットがどれくらいまでサイズが拡大とか、戻ってきているのかということも、統計としてはないものですから。今、どういう環境にあるのかということについては、コメントを差し控えさせていただきますけれども。

ただ一方で新しい需要も含めて、そういうものを取り込むことができたという意味では、当初11月に想定していたよりも売上の、昨年対比ですけれども、落ちは少なかった結果になっております。

同時に従前、一昨年、このコロナの状況になる前の状態で、既に私どもオペレーション、特にヨーロッパのオペレーションの効率化をやっておりますので、そういったものが結果的に功を奏して、今の安定的なオペレーションに通じているのだと思います。

ただこれが、フォースクォーターも引き続き同じようになっていくのかということ、そうとは限らないということで。前回お出ししたよりも売上の落ち込み幅を国内も海外も下げさせていただきましたけれども、ただ引き続き慎重にものを見ている状況でございます。

前田：どうもありがとうございます。

沈：ありがとうございました。それでは野村証券の長尾様、お願いいたします。

長尾：野村の長尾でございます。1点、お願いいたします。

販促領域に関してなのですけれども、今マネジメントの皆さんの中で結婚とか旅行とか、あるいは飲食だとかに関しては、基本的にコロナが収束すれば戻ってくるよね、という前提で動いていらっしゃるのか。あるいは、やはり消費者の変化でありますとか行動の変化が起きているので、何かしら大きな変革を行わなきゃいけないというお話になっていらっしゃるのか。

収束後のメディア&ソリューション、主に販促ですけれども、今どのようにとらまえていらっしゃるのかどうかという点について、教えていただけますでしょうか。以上です。

荒井：二つポイントがあって、一つは消費者の皆さんの動向ということと、われわれのサービスがそれにマッチするかということが、われわれの業績にかかわることになると思うので。一定程度コロナの状況が収束をし、人々のアクティビティが戻れば、より長い時間、飲食店で時間を過ごす、旅行に行く、結婚式を挙げるアクションが戻ると思いますので。

相当程度には戻るんだとは考えておりますけれども、100%戻るかということになりますと、もしかしたら行動様式が変わって、今までは夜中の12時、1時まで飲んでた人がもう8時にさっさと帰ようになり続けるかもしれないし。それから都会に住んでいた人がライフスタイルを変えて、地方に移り住むことになると、都会でのお金の落とし方、落とされる量も変わってくるだろうとか、そういったものは当然、変化はあって、戻らないものもあるとは思いますが。

ただ、それらを今、一つ一つ峻別して、リスクを計って、どれくらい戻るからどうしましょうというところまでは、まだいってはいませんが。仮にそうなった場合にも、われわれとしてどういう新しいサービスを出していいのか。

われわれが今までやってきたものがそのまま生きるのか、何かを変えていかなければいけないのか。変えるためにどうすればいいのかというものは、長尾さんにもご案内のとおり、この4月から私どもの日本の事業が全て一つの会社の中でマネージされることになりますので。

そういったものもいかに串刺し、横串をうまく通し、迅速に決定し、それを実行するかという、そういった組織に新しくつくり替わっていておりますので。そういったものにも新しい需要、新しいプロダクトの開発ということも併せて、対応できるのではないかなと考えております。

長尾：ありがとうございます。

沈：野村証券の長尾様、もう一度お願いいたします。

長尾：質問がないようですので、先ほどは少し長めの質問をさせていただきましたので、業績に関して少しお伺いさせていただければと思うんですけれども。

まずHRテクノロジーに関してですが、この下期のガイダンスに従いますと、10%台後半というガイダンスをお示しいただいているわけですが、結構後半といっても振れ幅がありますので、その振れ幅は結果として何によってもたらされるのかということについては、今どのようにお考えでいらっしゃるのかという点について、教えていただけますでしょうか。以上です。

荒井：長尾さんがいっておられるのは、マージンですね。

長尾：EBITDAマージンです、失礼いたしました。

荒井：まず売上に関して前回お示ししたのは、マイナス5%からプラス9%とお出ししていたのを、今回11%と出させていただいております。

それに呼応するように、マージンについては前回は10%中盤といわせていただいて、今回は後半となっているので、字面でいきますと中盤だとすれば14から16、後半といえば17から19ということなので、長尾さんのご質問は17から19って、何の要因で振れるのかねというお話だと思うのですが。

11%程度と申し上げているので、売上も若干増えるかもしれないので、その辺りで、そこは一つマージンに振れてくること。

それから先ほどもお話をしましたけれども、人材の登用、人材の採用ということもやっておるのですが、これもすぐに採用できるわけではない。若干時間がかかるので、既に先クォーターからアクションを開始しておりますが、良い人たちが入ってきてくれれば、そこでコストがブックされる、されないことがあることと。

それから当然、仮にこの11%よりも良い、あるいは悪いことになれば、それに応じてわれわれのマーケティングスペンディングも適宜調節すると、こういった調整弁を付けているので、それによって17%から19%の間でぶれることになるでしょうということですね。

これは下半期の数字なので、サードクォーターの数字の先ほど申し上げた結果がありますけれども、これと差し引きでフォースクォーターがどうなるのか。この23.4%よりも低くなると申し上げたので、それよりもどれくらい低くなるかによって、この17から19%に振れると。こんな今、見込みで数字をつくっているところでございます。

長尾：大変よく分かりました。ありがとうございました。

沈：ありがとうございました。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：質問の機会をありがとうございます。まず1点目は人材派遣、海外ですけれども、地域別にもしかしたら数字とかいただけるものでしょうか。

欧州、アメリカ、豪州などでご展開だと思っておりますけれども、欧州がどのぐらい良くなったのか、ほかの地域はどんな状況にあるのか。欧州が良いことはご説明いただきましたが、もう少し詳しくご説明をいただければ大変参考になります。

荒井：海外の地域別については、年間で毎回お出ししておるので、5月の通期の発表のときにこの2020年度の売上のブレイクダウンはどうでしたかということをご報告できているので、現時点ではそのブレイクダウンについてのお話は差し控えさせていただきます。申し訳ありません。

鶴尾：分かりました。二つ目はHRテクノロジーですが、競争環境を少しお教えいただけませんか。

シェアが上がっていますかということに端的な質問はなるかと思っておりますけれども、こういうふうにコロナの状況が推移してきた中で、同業他社にどんなことが起こって、結果として各社の競争力、御社のシェアにどんな変化が、ある程度持続的な状況で起こったのか。ここについてご解説いただけませんか。

荒井：まずマーケットのサイズ、他社の売上の動向とかということが分かると、われわれの数字と比べてわれわれのシェアが上がった、下がったということが分かるのですが、まず全体的な第三者パーティのつくっている統計データが今、直近のものが無いということなので、しばらく経たないとそれが分からないと、後追いになりますということが一つ。

それから他社もプライベートな会社、あるいは大きな会社の一部であることが多々ありますので、正確にそれを把握できない難しさがございます。

ただ感覚なんですけれども、われわれのほうの売上の戻りは、他社に比べるとどうやら早そうだということを感じています。それがすぐにマーケットシェアの拡大につながるかということ、分からなくて。なぜかというと今後、お客様の採用予算が膨らんでくると、ほかの人たちにも当然お金を払うことが起こってくるので。

今、たまたまわれわれが最初にタップされた人であった瞬間風速であっても、これが持続するかは分からないので。今のところはどうやら、われわれの戻りが他社さんよりは早いようだという感覚はありますけれども、これがすぐにマーケットシェアが拡大しました、それが持続しますといい切れないうのが現状の分析でございます。

鶴尾：ご説明は分かりますが、例えば御社は回復が早いところは、どういうところに背景、要因、御社の市場へのエクスポージャーであったり、企業努力であったりがあったかと思われるでしょうか。そしてこういう戻りの強さを持続するために、どんな経営努力を行っていらっしゃるのでしょうか。

荒井：先ほども少しお話をしましたけれども、このプラットフォーム、このビジネスの強さは、中小企業のお客様にとってのエントリーバリアが低いこと、フレキシビリティが高いこと。ここがとても大きな要因だと理解しております。

こういった状況になり、新しく採用をもう1回やろうかなという人、あるいは仕事を1回畳んでまた新しく仕事を、全然違う業種を始める、違う場所で新しい仕事をするという方に、前使って良かったからまた使おう、あるいはとりあえず、まず一番cost per hireが低い、一番入りやすい、一番使いやすいサービスをまず使おうと思っていただけたのが、Indeedであればその需要を獲得できていると思っています。

なので、われわれが今まで培ってきたビジネスの特性、そして強みがこういうときに大きく顕著に花開いているのかなと思うことと、同時に先ほど申し上げたとおり、アメリカの人材市場が非常に流動的であるのもプラスに働いていて。

雇用が起こるときには大きく起こる、下がるときには大きく下がるものが繰り返している中で、Indeedというプラットフォームがその特性に大変マッチしたかたちで、定着していると思っております。

ただ、アメリカだけに依存しているわけにはいきませんから、これまで海外のビジネスに大きく投資をして、伸ばしてきたわけではありますが、アメリカに比べると人材の流動性というものは高くはないわけなので。極端な例としては日本のように、非常に流動性が低いところもありますので。

そういった特性を見ながら、アメリカで引き続き伸ばしながらも、インターナショナルをいかに大きくしていくかというのが、これからの私どもの企業努力だと思っております。

鶴尾：ありがとうございました。私からの質問は以上です。

荒井：ありがとうございます。

沈：ありがとうございました。それではBofA証券の木下様、お願いいたします。

木下：木下です。では質問、私も2点ほどあります。

まず1点目が販促のところなんですけれども、こちらは下期の売上見通しに関しては、従来見ていたよりもやや慎重な方向にというイメージですけれども、これはドメインとしてはやはり旅行とかが効いているのか、それとも飲食とかが思ったよりも悪いぞということなのか。

また期待はありますけれども、住宅のところトレンドが変わりそうというのは、セカンドクォーターでは見ていなかったのが出てきているのか。こういった要因が、このトップラインの見通しを下げた、慎重になった背景にあるのでしょうか、というのが1点目であります。

荒井：11月16日にお出しした予想の想定は、セカンドクォーターの状況が変わらないベースでお出ししておりましたので。その後、サードクォーターにおいては特に旅行事業が非常に好調であった、一方でその後、環境が大きく変わって、フォースクォーターに厳しい環境になっているということなので。

一番の要因は、この旅行事業のフォースクォーターのダメージということであると、多分いい切ってよいと思います。

木下：分かりました、ありがとうございます。では、ほぼほかのところは読めていたとおりのことか、想定範囲内ですよということ、11月のときと、と。

荒井：そうですね。11月もレンジをお出ししたときに、レンジの振れの要因は何かというご質問に対して、それは旅行ですとお話させていただいたので。まさにその旅行のときの振れがネガティブのほうに振れているということで、ともするとそのネガティブの振れ幅が、今回の緊急事態宣言がありましたので、より大きく振れたとご理解いただければと。

木下：飲食とかは別に、緊急事態宣言の再開があっても、あまりどちらにしても関係ないという。

荒井：そうですね。

木下：分かりました。あと2点目ですけれども、海外の派遣なんですけれども。

こちらは慎重に、第4四半期は第3四半期よりはちょっと厳しめに見ているというところで、数字を見てもそうなんですけれども、これは地域ではやっぱり主にヨーロッパという理解をしておいていいのでしょうか。

荒井：おしなべてということなんですけれども、やはり国によってはまだ厳しい状況が続いている国もありますので、そういうものを考えたときにどうなるかなというところが主なところです。

ですのご案内のとおり、現場で働いておられる派遣従業員の方の数にわれわれの売上が当然、影響してくるので、それが1度減る場合には、それが持ち直さないと売上が立ってこないことがありますので。稼働している人員の数が戻ってこない、売上は戻らない。当然なんですけれども。

そこがどれぐらいのスピードで起こるかなというところ、もしかするとフォースクォーター中に戻りはしないんじゃないかというのが、どちらかというと慎重な見方だと思います。

ただお話ししたとおり、エッセンシャルワーカーというか、今までさほど需要がなかったところでの需要というものが取り込めたりしたことがあったものですから、サードクォーターはそこそこ、思っていたよりもずっと良かったのですが、それがどれぐらい継続するか、今までの需要はどれぐらい戻るかというところが、フォースクォーターの状況かと思います。

木下：サードクォーターはやっぱりクリスマスシーズンとかもあって、Eコマースが季節的に需要が盛り上がったので、割と足の短い派遣のビジネスが取れましたということで、第4四半期はその効果が続くかどうか分からないので、ちょっと慎重に見ていますよという理解でいいのでしょうか。

荒井：デリバリーとかそういう人たちは、派遣社員というよりもどちらかというとタームの短い、日本でいけばアルバイトみたいに近い業種だと思うので。派遣事業の人たちが、もちろんEコマースのバックヤードで事務作業をする人とか、そういう人たちは当然派遣社員として雇われるので、ちょっとそこはカテゴリーが違うとは思いますが。

ただ、そういうところの需要に即したかたちで、今までなかった環境で、なかったカテゴリーでの需要があったことは確かだと思いますし。例えば病院関係とか、そういった前線に出ていないけれども、バックヤードでお仕事をされる方とか、そういうものの需要は引き続き強いと理解しています。

木下：分かりました。どちらかというと、一過性が剥げるといった印象とも違うのですか、サードクォーターで。

荒井：そうではないと思いますね。

木下：そうではない。

荒井：はい。一過性だと、これだけの売上は取れないので。

木下：そういう問題よりは、むしろまだまだ安定的でないもので、少し慎重に見ているということで、何かサードクォーター末でキャンセルがガッと増えたので、第4四半期慎重に見ざるを得なくなったとか、そういう話とも違うという理解でいいのですね。

荒井：そういう大きなイベントとか、大きなトレンドとか、大きな潮目の違いが出たということではないです。

木下：分かりました、ありがとうございます。

沈：ありがとうございます。野村証券の長尾様、お願いいたします。

長尾：本当に度々申し訳ございません。マネジメントの体制が大きく変わろうとしております。それによりまして、御社の利益成長の考え方でありますとか、投資に対する考え方は、やはりこれから変わっていくものなのでしょうか。

新体制下における、マネジメントが重視する経営の指標でありますとか、あるいは戦略でありますとか、ここから見たときにどういったようなかたちで変わっていくと思えばよろしいのでしょうか。よろしく願いいたします。

荒井：長尾さん、こんな一兵卒の私がお答えできるような内容ではないです、この末席の私が。

長尾：何をおっしゃいますやら。

荒井：これは5月の出木場スピーチを待ちましょう。

長尾：承知いたしました。ありがとうございました。

沈：ありがとうございました。それでは少々早いですが、本日はこれにて終了とさせていただきます。

皆様、どうもありがとうございました。

荒井：ありがとうございました。引き続きよろしくお願いいたします。

[了]