

株式会社リクルートホールディングス

2024年3月期 第2四半期 セルサイドアナリスト説明会

2023年11月8日

質疑応答

沈:お待たせいたしました。それではセルサイドアナリストの皆様とのフォローアップコールを開始したいと思います。今回も2問までお受けいたしますので、質問のある方はZoomの挙手ボタンからクリックをお願いします。指名された方はミュートを解除してからご質問いただければと思います。

それでは、UBS証券の福山様お願いいたします。

福山:今回もよろしくお願いたします。資本政策メインに2問お伺いしたいです。短信のネットキャッシュを見ていると1兆円オーバーになっているかなと思っておりまして、結構積み上がってきております。キャピタルアロケーションについて何かポリシーアップデートがあれば教えてください。

直近だと自社株買い、凸版さんの持ち合い株解消へのご対応等もありましたけれども、この辺りこれからこの1兆円のキャッシュをどうアロケートしていくのか、現時点で何か考えに変化があれば教えてください。これが1問目です。

2問目がですね、プライマリー市場の状況に関してですけれども、特にHRテクノロジー周りのスタートアップはコロナ禍だと結構バリエーションが上がっていたけれども、今下がっていて少し将来投資も含めて、地合いが良くなってきているとか、何かジェネラルな見方の変化があればこちらも教えてください。

以上2問です。

荒井:ありがとうございます。2つのご質問、かなり関連しててどういうふうにお金を使うんですかということが背景だと思えます。

ご案内の通り10月末で直近の自社株買いというものがコンプリートしましたけれども、今後、今すぐに我々のキャピタルアロケーションのオーダーというのを変えていくというつもりはないので引き続き順番で、物を教科書的に見ていくわけなんですけど、ご質問の2つ目にもあります買収について、良いものがあればそれをしていくというのが優先です。

ただ、巨大なものがありますか?というのと、もしかしたらその可能性はあんまりないかもしれない。一方で先程のコールでもお話をした景況感というものがあって、仮に大きく市場が崩れるということがあるのだとすれば、我々としても自分たちの持つるキャッシュをうまく使っていかなければいけないことが、もしかしたらあるかもしれない。

でも、さすがに1兆円というものを全部使わなきゃいけないという状況はないよね、そういうバランスの中で物を見ているので、今すぐ何かをするというプランはないんですけども、当然株主の皆様へのお返しと、いうものを考えながら、今後どういうふうにお金を使っていくのかというのは、真剣に考えていきたいというふうに思っています。

ネットキャッシュということで、若干借り入れがあったものも返済してしまう関係にありますので、おっしゃる通りだと思います。

福山:ありがとうございます。バリエーションの動きとか何かありますか?あんまりこっちからだと見えないんですけど。

荒井:どんなものを見るかということだと思いますけれども、この後、特にアメリカのIPOのマーケットがどれくらいオープンしているのか、いつクローズしちゃうのかみたいなことにも大きく影響があるんじゃないですかね。

例えば、わかりませんが、ファイリングしたんだけど、やっぱり駄目ですみたいな人たちが出てきたり、何かウィンドウがクローズしちゃうとか、いやウィンドウがクローズする前にラッシュしてて、うまくいかなかった人がいますみたいな、そういう出口がなくなってくるとまた変わってくるんでしょうけども、地道に出木場はいろんなところを飛び回って、いろんな方とお会いしてはいますけれども、今すぐに何か大きなディールが起こるっていう感じでは、今のところないですね。

ただそういったアクション、それが向こうドリブンだったりこっちドリブンだったりしますけども。そういうものっていうのは着実に増えてきてるとは言っていました。

福山:はい。どうもありがとうございます。

沈:では、シティグループ証券の山村様お願いいたします。

山村:山村です、よろしくお願ひいたします。1点だけ細かい点を確認させていただきたいのですが、事業ごとにご覧になっているとのことなので、適切な質問ではないかもしれないんですけども。ご説明にあった通り広告宣伝費関連、人件費関連が削減されている一方、連結全体の販管費から各項目を控除した残りのコストが、このQ2では前Q比で80億近く増えてるようでして、各事業の調整後EBITDAマージンに違和感はありませんので、おそらくこの本社全体の費用が増えている分と連動しているのかなと見てます。

これは何か深い意味のあるコストなのか、単なる諸経費が一過性で増えただけで気にする必要はないのか？念のため確認をさせていただければと思います。以上です。

荒井:それは賃借料でも減価償却費でもなく本当にその他っていうところを言っておられるのですかね。

山村:そうですね、はい。項目をさっ引いた残りの額がちょっと増えているように見えるんですけども。

荒井:それはQ1と比較して、ということですかね。

山村:そうですね、はい。あと全社消去のところも増えてますかね。

荒井:若干ですね。あんまり大きなことがあるとは僕は見てないですね。僕の見ている数字ではそんなに増えているわけでもなく、むしろ去年よりかは全然少ないって感じですかね。

山村:わかりました。もう1度確認します。

沈:それではゴールドマン・サックス証券の宗像様お願いいたします。

宗像:宗像です。ありがとうございます。2点ありまして、1つがHRテクノロジーのところのOPEXの内訳を今回も上期の分開示いただいてありがとうございますということで、下期は上期対比でどんな動きになると想定すればいいでしょうかという質問なんですけども、基本的にあまり上期、下期でドラスティックに大きく動くという想定は私の中ではしてないんですけども、念のため確認させていただきたいということと、

さっきの説明会の中でAIの話出てましたけれども、私自身もセッション参加させていただいて、AIのポジションが話の中で非常に多いな、というふうに感じたんですが、規律を持ったコントロールされてる中で、このAI分野の投資はしっかりできている、というふうに理解をしておいていいのか？

例えば、AI関連の人材みたいなところは、こういった状況下でも採用できているのかどうか、それともそもそも含めて凍結されてるのかどうか確認させていただきたいというのが1点目です。

もう1点も、HRテクノロジーのところなのですが、まず簡単な確認として、税負担のくだりのところで、組織再編の実施と触れていただきましたが、これは前年度に実施された削減のことを指してらっしゃるという理解でいいのかということと、今の事業規模と人員規模を照らしたときに適正水準というふうに考えてらっしゃるか、についても教えていただけますでしょうか？以上です。

荒井:最初のところは、すごく雑駁に数字を作るのであれば、円とドルが違うんで、為替が動いてるからなんとも言えないと思います。もしドルベースで考えるんだったら、変わらないっていうふうに引いて見ていただくのが1番スタンダードかなと思います。

当然Q4に売上、思ったよりもお辞儀してるっていうふうになれば、広告宣伝費をカットしていくとか、他のものをカットするみたいなことはやっていくとは思いますが基本、フラットというふうに見ていただくのが良いかなと思います。

それから、AI関連の人材を採用してるの？というところですけども、3月のところの人員削減というところを経て今に至ってるわけですけども、当然こういった投資というか、マシンラーニングということと出木場は言っていましたけども、そのAI投資っていうのはずっとやっていて、我々の心臓部みたいなお話なので、なんかぽつと出というか、最近始めたっていうわけではないので。

それに携わる人たちはずっとやってるし、引き続き増やしてきたし、3月にそういうアクションをとったときにも、将来そういった開発ができる状態をきちんと確立するというベースであれをやっているんで、今すぐ、人をどんどん採用してる、これが何か突然できるからやってるというわけではない、というふうに見ていただくのが、いいかなというふうに思います。

それから税負担、これは、違います。お話をして皆さんには開示してるのですが、HRテクノロジーにしても、マッチング&ソリューションにしても、それからホールディングスはホールディングスですけども、派遣事業にしても、たくさん子会社があって、どういう括りかっているのはそれぞれ違うわけなんですけども、オペレーションには影響が全くない形で、子会社の統合したりとか、を時々やってるんですね。

今回はそういうことを組織再編、つまり子会社の入り繰りをしたりすることによって、税務的なメリットが出ました。それを今年に取り込んでいて、一過性の取り込みなんですけれども、それだけが起こりますから、来年は元に戻るっていうふうに思っていた方がいいので、この税負担軽減というのは今年だけのスペシャルケースで、それは3月の人員削減とは関係なく組織再編、本当にピュアな会社組織の再編から出てきているものだというふうに考えていただければいいと思います。よろしいでしょうか？

宗像:ありがとうございます、よくわかりました。今のHRテクノロジーの事業規模と人員規模のバランス感が適正かどうかはどう見ていらっしゃいますか？

荒井:何をもちってバランスかっているのは前もお話をしてて、将来の成長を目指してないんだったら、こうですよとか、将来の成長を考えてるからこうですよみたいな話をして今に至ってるので、何をバランスかっているのはわかりませんが、今日の売上を作る人たちだけしかいなくてもいいっていうんだったら、それに関わっていない人はたくさんいるから、そういう意味ではアンバランスかもしれないけど、将来のグロースを考える、将来の成功を考えたら、必要な人は抱えてるって意味ではバランスが取れてると思ってます。

宗像:なるほどよくわかりました。ありがとうございます。

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。質問2点で、HRテクノロジーなんですけど、1点目が応募課金に近い、顧客に寄り添った課金体系に変えて、長期的に企業クライアントに高い価値を提供できると考えている、と述べられているんですけど、そうであれば将来的に御社のシェアはまたUSでもさらに上がると思うんですが、実際今現在でそういうことによってクライアントからの声とか、他社は予算削るけど御社は今予算削ってないとか、将来、それによってシェアが上がりそうだと、というのがもう足元で見えてるのかどうか？それとも今は需要が下がってる場面なんで、そこはちょっとわからないのか？というのが1点目です。

2点目がですね、HRテクノロジーの将来の調整後EBITDAマージンの考え方なんですけど、1年間ぐらいコストコントロールして今高い調整後EBITDAマージン出しているんですけど、工夫すれば、そのお金をかけなくても成長できるんだという少し手応えがあって、これからまた成長場面に、需要が戻る場面が出てくると思うんですけど、そのときにも今のこの1年半は生きるものなのか、それともここというのは全く緊急事態なところなんで、次の成長ステージと全く別個な形になるんで、それは以前と同じようにとにかく成長を目指すためにやっぱり費用は使っていくフェーズに入ってくるのか？

その2点を教えていただきたいです。

荒井:2番目のところからいきましょうか。工夫したらお金をかけなくても成長できたら苦労はしないかなとは思ってますよね。

一方で、上手に適切にお金をかけてより成長したい、ということだと思うんですね。ですから、需要が戻ったときにお金をかけ始めても、なんか遅いと思うんですね。つまり、きちんと仕込みをした上で、環境が戻ってきたときに、Indeedによりお金を使いましょうということがReadyになってないと、戻ってくるころの需要を取り込み逃しちゃうということが起こると思うんですね。

なので、先ほどお話をしてたのはそういうときに、我々がよりグロースできるようにするために、今いろいろな仕込みをしています。その1つが、先ほどの1つ目のご質問の答えにもなるんですけども、どうやってより付加価値の高いサービスを提供している企業だというふうにお客様に思っていただけか、ということだと思うので、短期的に何かシェアを上げるためだとかそういうことよりも、PPCからPPSAに移ることで、同じ額を払ってもより高いバリューをもらってるよね、という実感をお客様が持ていただければ、よりお金を使うっていう環境になったときに、誰にお金を使うかというのは、明らかかなと思ってるのですね。

渡辺:わかりました。追加ではないのですが、次の成長に向けてちゃんと仕込みができていてという話なので、現状コストを絞りながらでも、次のグロースに対して、ちゃんと仕込みができてるとい認識でいいのですね？

荒井:すいませんもう1度お願いします。

渡辺:先ほど、グロースするときに仕込んだら遅いんだ、という話をされていて、今PPSAとかいろいろ仕込みをやってると思うんですけど、コストコントロールしながらでも、次の成長に向けた仕組みができてるとい、そういう理解でいいんですね？

荒井:もちろんそうです。例えば、PPSAへの移行もその1つですよ。これからもそういうトライアンドエラーというのはどんどん進めていくということなので。

例えば、たくさん見たとかクリックした、ということの大きさを競うよりもクオリティを追求していく方向に我々は、他の人と違う方向に進めているので。

いかにお客様にとってよりもっと使いたいな、もっとお金をかけてもっと効果出したいなというふうに思っていたらいいようなプラットフォームにしたいなというふうに思っているの、それによってより我々にとっても収益が上がるような形になっていけばなと思っていますけれども。

仕込みという言葉が正しいのかわかりませんが、そういった準備をずっとやってるということなので、だから今にかかったことはいいんですけども。つまり、今日の売上に繋がらない開発をずっとやってるとい、先ほどのご質問と同じところに繋がるんですけども、そういうことだと思います。

渡辺:コストコントロールして効率的でありながらクオリティはきちっと上がってるってということなんですね。わかりました。以上です。

荒井:我々として、クリックで課金してるというのは、いっぱいクリックすれば売上が上がるということなんんですけども、それが本当に応募に繋がってるか、本当に最後のところに繋がってるかというのはわからない。

それをなるべく応募に近い、あるいは最終局面に近いCandidateを、お客様のところに送る、ご紹介するといところ、やっぱり最後はバリューがあるというふうになっているので。

PPSAは応募に繋がらないクリックはもうただにします、というかなりドラスティックなチェンジを既にやってるんですね。

だから我々の売上がすぐにどうのっていうよりも、どうやってお客様、つまり企業側ですね、Satisfaction上げるか、それからユーザーがいかに引き続き我々のところに来て仕事を探してくれるか、ここをもっとこうリッチに、満足するようなマッチングを行えば必ず結果がついてくるというのが、出木場の考えてることだと思ってます。

渡辺:はい、わかりました。ありがとうございます。

沈:SBI証券の宝水様お願いいたします。

宝水:SBI証券の宝水と申します。2点お願いいたします。1つはマッチング&ソリューション事業の販促領域についてになりますが、上期はご想定以上の売上成長を遂げられておまして、分野別だとご想定以上だったのは、説明スクリプトの3ページ目で言及いただいている住宅、美容、旅行なのか、分野別のカラーを伺うことはできますでしょうか？

2点目はパイチャートでSaaSと親和性が高い美容、旅行、飲食が全体で17%伸びているかと思いますが、この売上成長の背景は、SaaS導入の進展で顧客の粘着性や売上高の向上効果が出ているところがあるのか？もしくは広告宣伝費をこの領域に寄せているからなのか？売上の伸びの背景をお伺いできますでしょうか？どこかに書かれていて見落とししたら申し訳ありません。どうぞよろしくお願いいたします。

荒井:ありがとうございます。

この2つのご質問、かなり接点が多いので、1つにしてお答えしますけども。おっしゃる通り美容のところのグロースのところ差し引いていただくと、残りのところのグロースが高いということであるので、それは美容以外の分野の伸びが高いということで、特に旅行事業は引き続き、単価も高く、それからボリュームも大きく出ているので、そういった高い効果が出ていると思いますし、飲食はコロナ戻りっていうのが出ていると思います。

それからSaaSの事業については、高いグロースを持っているということがありますので、上期の部分でいけば、今申し上げたようなカラー、それから当然一番大きな2つが住宅と美容なので、こちらは当然体が大きいので、とてつもなく大きなグロスというのが、元々見込んでいませんけれども引き続き堅調に売上を伸ばしたというのが背景にあるかというふうに思っています。

宝水:ありがとうございます。SaaSの導入の進展によるトップラインの成長というのも、親和性が高い領域においては、見られたものなののでしょうか？

荒井:もちろんそれを目的としてやっているのですが、何%がそれによるものかというのを分析することは非常に難しいですね。そもそも、飲食でしたり美容というのは、広告とはいえ、かなりインターネット上で、SaaSに近いビジネスを当初からやっている事業なので。それにプラスして、SaaS周り、新しいAir ビジネスツールズ周りということも大いに貢献しているというふうに思っております。

宝水:ありがとうございます。追加でお伺いできればと思ひまして、SaaSの導入がこの親和性の高い領域でさらに進展していった場合というのは、従来ほどの広告宣伝費をかけなくても、何か一定のトップラインの下支えが期待できる、でしたりとか、何かそういった効果っていうのを今後期待できるものなののでしょうか？

荒井:中長期的にオントップでどれくらい売上が積めるのか、であったり、この3つの領域に属さない、我々のパーティカルに属さない、新しいお客様を取り込んできて、その皆様から収益を上げるということの方が、もしかしたら期待値としては大きいかもしれないですね。

もちろん、お客様のメンテナンス、ライフタイムバリューを上げるということに、ご案内の通り、SaaSという武器は非常に効果的なものでありますから、当然その効果も将来的には期待はしています。

宝水:ありがとうございました。以上になります。

沈:それでは、SMBC日興証券の前田様お願いいたします。

前田:はい、日興証券前田です。よろしくお願いいたします。SaaSビジネスが広がってきたということで改めて整理をしたいと思います。

だいぶAir ビジネスツールズも数が増えてきてますので、マネタイズのポイントがどこが広がってきているのか、Airレジの課金収入なのかや、Airペイの決済なのか、それぞれのサービスごとに売上が上がっているのか、ツールズ全体としていただいているお金が大きいのか？

あと、アカウント数の開示いただけてますけれども、この中の有料のアカウントのウェイトがどのようにトレンドしてる傾向があるのか？

あとは、売上が拡大している中において、アカウント数の伸びなのかサービスが広がっていることによる1アカウントあたりの売上の伸びなのか?など、なかなか今まで、詳細をあまり訊ける機会もなかったので改めて教えていただければと思います。

荒井:いくつもプロダクトがあって、その多くが引き続きフリーミアムというもので、お客様の利便性を高めるということで、使っていただいているということは、従前通り。その中で特にAirペイの取り扱いの金額というものが着実に伸びているということが、売上に対しては非常に大きな貢献になっているということなので、引き続き、使っていただくお客様、例えば飲食店様でしたり、あるいはオンライン上でのAirペイということで、ホテル経営のお客様であったり、というところで使ってくださるお客様をさらに増やし、また、いろいろな施策を持って、より多くの個人ユーザーの方に使っていただくという、そういった施策をとりながら、伸ばしていこうというふうに思っております。

また、先ほどのご質問に対してもお話ししましたが、我々のパーティカル外のお客さんも、これによって増えていくということなので、決済総額をより上げていく。それによって売上を増やしていくということが、この短期的な中では見えてるところかなと思います。

その先に、どうやってよりフィンテック周りのところのサービスを広げていくのか、といったところの夢は膨らみますけれども、現時点では多くのところがそこに寄与しているということだと思います。

前田:わかりました。そうしますと、確認になりますけれども、先ほどSaaSの売上が拡大しているのはどちらかというと、月額課金料のような直接いただくフィーよりも、決済手数料のところの伸びが大きい、業務支援でのマネタイズというのは、ダイレクトにいただくというよりは、先ほどからの飲食や美容などで情報掲載料としてのアップサイドに繋がっていく、そういうモデルであるという理解でよろしいでしょうか?

荒井:ざっくりと申し上げるとその通りだと思います。

前田:はい、わかりました。ありがとうございます。

荒井:もちろん他のいろいろな、あの手この手もやっていますけれども、その考えで大方間違いがありません。

前田:はい、ありがとうございます。

沈:では、JPモルガン証券の森様お願いいたします。

森:ありがとうございます2点お願いします。

1点目が、短期的なところで申し訳ないんですが、先程荒井さんがQ3のHRテクノロジーの調整後EBITDAマージンのガイダンスについて、ちょっと保守的みたいなコメントをされていたかなと思ってまして、保守的背景っていいですか。トップラインが読みにくいからトップライン含めて、保守的ということなのか。

ある程度、トップラインが読みにくい中でもいけるように少しバッファがあつての保守的という表現だったのか。Q1上振れて、Q2はレンジの中で着地して、だんだんガイダンスもこなれてきているような印象があったんですけど。そういう意味で、ガイダンスの出し方のスタンスみたいなところを教えてください。

荒井:正直ベースでいうと、27%と言ったし書いたけど、直近の数字を見ると、もうちょっと出るかなと思ってる、というそれだけです。そういう意味で27%という数字は保守的です、と言いました。

森:わかりました。ちなみに差額でトップラインと調整後EBITDAのところを見ると、Q2からQ3まで営業費用が増えることにはなると思いますが、これは為替だったり、特に何かこういうことで増えます、という特段な理由はないとおいてよろしいですか?

荒井:保守的だと思っていると言った通りです。

森:わかりました。ありがとうございます。2点目がちょうど前田さんのご質問と少し重なってお伺いしたかったところが、SaaSの売上高の今回ご開示いただいたさらに内訳を聞いてしまうのが申し訳ないんですが、Airペイの決済取扱高×手数料みたいなところがおそらく大きく入ってくるとすると、それなりに結構四半期でぶれるのかなというふうに思っているのですが、それはその理解でよろしいでしょうか?

荒井:当然シーズンリティがありますからね。大きくぶれるかどうかは僕もモニターしてないからわからないですけど、それは若干fluctuationはあるでしょう。

森:現状アカウント数が大体30%強で伸びてますが、取扱高に関してはもっと伸びているというふうに思っておいてよろしいですか？

荒井:先ほどのどなたかの質問にもお答えしましたが、我々のパーティカルの中のお客様で使っていただけていないようなお客を増やすということもやってると同時に、パーティカルの外の、どちらかという我々のパーティカルで、お付き合いのあるお客よりも小規模のお客様が使ってください、というものがやっぱ増えるわけですよ。

そうすると、決済額というものの、1件当たりの決済額はその人たちは必ずしも大きくはないので、そのアカウント数が伸びるよりも取扱高がバーンと増えてるかという、必ずしもそうじゃない。数字を今持っていないのでわかりませんが、そういうファクターを見ると必ずしもそうじゃないかもしれないと思う反面、リアルというか、お店でのAirペイではない、インターネット上でのAirペイもあるので。

例えば、ホテルのお客様で、個人ユーザーさんの方が決済をするときにそれを使うという事をさせていただくこともあったりするわけですから、そちらの方の伸びというのはどちらかという、単価が高い方に振れるから、ミックスだと思うので、このトレンドがイエスかどうか今答えられないです。

森:わかりました。去年確か前年度で1兆円超えるみたいな報道ベースだったかと思いますが。記憶があったので何となく、どのぐらいの規模なのかな、というのを推察する上で伺いました。

荒井:多分、それよりも大きくなるのかな。

森:でもアカウントを今牽引してるのは、割とSMBに広げていこうという取り組みで、アカウントの伸びのモメンタムが維持されてるってということですよ？

荒井:そうですね、SMBはどちらかという、我々にとってインバウンドで来てくださって、使ってくださいということなので、それを積極的に云々というよりも、他の個店でも使っておられて便利だからっていうところでお使いいただく人たちが増えているということなので、引き続きそれはぜひお願いします、ということで広げさせていただいてる。プラス、既存のお客様にもより使っていただくと、できればたくさん使っていただくと、こういうことができるようにしたいなと思ってます。

森:ありがとうございます。フォローアップ最後ですが、併用アカウント数もずっと出していただいていると思うんですが、現時点で併用されてる割合の多いサービスっていうのは、引き続きAirレジなのでしょうか？

荒井:Airレジですね。

森:なるほど、そうすると、AirWORKはまた違う種類のお客さんに一気に浸透していったらという感じなんですかね。

荒井:AirWORK採用管理のことですか？

森:関係ないということですね。

荒井:そうだと思います。

森:わかりました。AirWORKの方が母数が多かったのですね。

沈:短信の表が少し見にくかったかもしれないですが、併用とは関係なく、AirWORK採用管理の数字です

森:理解しました。ありがとうございます。

沈:はい、ありがとうございました。それでは、BofA証券の長尾様お願いいたします。

長尾:はい、よろしくお願いたします。1,200億の美容、旅行、飲食なんですけども、美容が530億ということで僕大体旅行はどれぐらいかわかるので、今飲食って上期でどれぐらい売上高ありますでしょうか？

荒井:そういうこと言ったって、残りがわかつちゃうじゃないですか。唯一言えるのはコロナ前には戻ってないです。

長尾:コロナ前には戻ってないってことですね。はい、わかりました。いやもう十分です。ありがとうございます。あと2点目ですが、先ほど前田さんのご質問の中で私聞きそびれてしまったのですが、SaaSソリューションズの中で売上に最も寄与しているサービスは何とおっしゃいましたか。

荒井:Airペイですね。

長尾:Airペイは、グロスではなくて手数料で入っているモデル、グロスの流通総額に対して数%のネット売上立ってますか？それともグロスで立ってますか？

荒井:ネットですね。

長尾:わかりました、クリアです、ありがとうございます。大変失礼いたしました、ありがとうございます。おおどころでいくと多分株式市場の関心事は、今これなかなかお答えするの難しいかと思うんですけど、HRテクノロジーが来期増収目線に戻せるのかどうか、あるいは前々回、Q3の決算説明会で2年くらいは減収になると思うということを出木場さんがおっしゃってましたけれども、今この時点のスナップショットをとったときに、来期のHRテクノロジーの売上見通しは、前々回に比べると少しは明るくなってきているものでしょうか。そのあたりの今の皆さんの考えはどうでしょうか。最後になります。

荒井:これから来期の計画を積み上げていくという段階なので、何かお話ができるっていうのを言う段階にもレベルにも気持ちにもなってない、ということなんです。引き続き景況感っていうのは厳しいなっていうのは変わらないので、どれくらい厳しくなるのかならないのか、リセッションにいつ入るのも、いつ脱却するのもわかんないよね、という話だけでも、金利動向も考えると、そんなにすぐに晴れ晴れした感じになるものではないな、というぐらいの感じです。もしそういうふうになってたら、また人を採用するかみたいな話になるんですけど、そういう話はないです。

長尾:なるほどありがとうございます。補足で、少し前の話だと思うんですけども、確かEPS10%内外、調整後EBITDAでも10%内外の安定成長というかそうしたところが成長に対する御社の1つの考え方というよりか、まあそれぐらいは欲しいよね、というグロス成長率に対しての共通認識みたいなものがあつたのかなと思うんですけども、まだ全然早いんですけども、来年はまだそういう成長率に戻していけるというセンチメントにはまだちょっとなりづらいのかどうか、その成長率、あるいは来年、今年でもいいんですけども、成長に向けた考え方はいかがですかね？期初と今と比べて少し変わってますか？

荒井:なんか単年度の成長っていうよりも、きっとフラットのときもあれば落ちるときもあるし、ものすごく上がるときもあるっていう、なんかそういう絵姿だと思うんですね。だから着実に踏んでいくというのは、着実にリニアに上ってくというビジネスモデルでは既がないので、非連続に成長という、どこかでそういう言葉を以前使ったことがあつたと思いますけども、非連続成長する企業だと思うので、落ちるときもありますけれども、その分先ほどどなたかのご質問にお答えしたように、グロースするときには、思い切りするっていうそういうオペレーションに、性格上ならざるを得ないと思うので。それを何年間かのCAGRで見たら、これぐらいみたいなのは結果的に出てくるかもしれませんが、それは高くありたいとは思ってますけど、単年で何とかしたいねとかそういうのはあんまりないんです。

むしろ逆に単年で何とかというのは難しいと思います、モデルとして。

長尾:そういうことなんです、わかりました、ありがとうございます。大変クリアです。

沈:はい、ありがとうございましたそれでは少し早いですけれども、これにて今回のコールを終了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。引き続きよろしくお願いいたします。

[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、他社との競合、法規制の環境変化、為替レートの変動、気候変動を含む地球環境の変化、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響、大規模自然災害の発生、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。