

株式会社リクルートホールディングス

2024年3月期 第2四半期決算説明

Slide 1

リクルートホールディングス経営企画本部の荒井です。

本日は、2024年3月期 第2四半期決算についてご報告いたします。

本プレゼンテーション中の「2023年度」「FY2023」は、2024年3月期を指しています。

なお、数値の比較は、基本、前年同期との比較です。前四半期との比較等につきましては都度言及いたしません。

Slide 2

先ず、連結実績についてご報告します。

Slide 3

当第2四半期の連結売上収益は、マイナス2.7%の8,551億円となりました。為替影響を除くとマイナス5.7%でした。

これは、8月に業績見通しレンジとしてお伝えしていた8,250億円から8,500億円を少し超えるレベルで、想定していた米ドルベースのHRテクノロジー事業及び現地通貨ベースの海外派遣の減収が、為替レートの影響により日本円ベースで減収幅が緩和されたことと、マッチング&ソリューション事業が増収となったためです。

連結調整後EBITDAは、8月の当社予想レンジ1,430億円から1,660億円の上限値に近い、プラス11.7%の1,622億円となり、連結調整後EBITDAマージンは、HRテクノロジー事業とマッチング&ソリューション事業のマージン増大が寄与し、プラス2.4ポイントの19.0%でした。

Slide 4

営業利益は、プラス7.0%の1,161億円となりました。

親会社の所有者に帰属する当期利益は、先ごろ実行したHRテクノロジー事業の組織再編の影響により連結税負担率が年間で引き下がることから、前年同期から34.9%増加し、1,150億円となりました。

尚、この連結税負担率の低下は、2023年度のみの一過性の影響です。

Slide 5

基本的EPSはプラス38.7%の73.46円、一過性の損益を控除した連結調整後EPSは64.41円となりました。

Slide 2

当上半期の連結売上収益はマイナス0.9%、連結調整後EBITDAはプラス10.3%で連結調整後EBITDAマージンは19.2%、

親会社の所有者に帰属する当期利益はプラス25.5%となりました。

Slide 6

当第3四半期の連結業績予想につきましては、経済環境の急激な悪化が起こらないという仮定に基づき本日開示致しました。

当第3四半期の連結業績予想レンジは、売上収益は前年同期比マイナス4.6%からマイナス2.3%の、8,400億円から8,600億円、調整後EBITDAは1,300億円から1,450億円と見込んでいます。

通期連結業績予想につきましては、引き続き人材マッチング市場の先行き不透明感、特に当第4四半期の見通しを立てることが依然として難しいことから非開示とし、合理的な業績予想が可能になった時点で開示したいと考えております。

尚、これまで通期連結業績は減収減益の見通しとお伝えしてきましたが、売上収益の減収見込みは変わらないものの、現在の事業環境が大きく悪化しない前提で、調整後EBITDAについては、当上半期の実績に基づき、昨年度と比較して通期は若干の減益あるいは同水準となると考えており、

その場合は、先ほどお伝えした本年度の一過性の連結税負担率の低下に伴い、他の一過性の損失が当下半期に大きく計上されなければ、親会社の所有者に帰属する当期利益、及び基本的EPSは前年同期比で増大すると見込んでいます。

この後は、事業ごとに当第2四半期実績及び当第3四半期見通しについてご説明いたします。

Slide 7

まず、HRテクノロジー事業ですが、当第2四半期の米ドルベースの売上収益は、8月の当社業績予想レンジ当第1四半期からマイナス7%からマイナス2.5%のほぼ中間値のマイナス5.2%、前年同期比ではマイナス18.2%の17.7億米ドルでした。為替影響を除くとマイナス19.1%となりました。

米ドルベースの地域別売上収益は、当第1四半期から、米国はマイナス6.5%、その他の地域は、マイナス1.9%となりました。前年同期比ではそれぞれマイナス23.5%、マイナス2.9%でした。

日本円ベースの売上収益は、当第1四半期からはマイナス0.2%、前年同期比ではマイナス14.4%、となりました。

世界の労働市場は依然逼迫しており、求人広告数もコロナ禍前の2020年2月1日の時点の水準を上回ってはいるものの、求職者と企業クライアント間の需給環境は引き続き緩和しました。

Indeed及びGlassdoorにも影響が現れており、有料及び無料広告からなる求人広告の数は引き続き減少トレンドにありますが、Indeed及びGlassdoorへのアクセス数及び応募数は前年同期から増加しました。

当第2四半期の米国におけるIndeed上の求人数は前年同期比で約16%減少し、そのうち有料求人広告数は、採用需要がピークに近かった前年同期から約50%減少しました。

有料求人広告数の減少は、労働市場の逼迫が緩和されたことと、求職者と企業クライアントにより良い求職・採用体験を提供するために、Indeedの課金モデルの進化を継続したことの主に2つの要因によるものです。

PPSAへの移行と課金下限金額の設定といった価格設定の変更がさらに進んだことで、引き続きIndeedの有料求人広告数、特に低予算の求人広告数が減少し、その結果、求人広告1件あたりの平均収益は増加しました。

価格設定の調整と改善は引き続き実施しており、今後もIndeedの有料求人広告数に影響を与えることが予想され、有料求人広告数の増減はHRテクノロジー事業の売上収益トレンドを示す指標ではなくなっていることから、今後四半期毎の開示は行わないこととします。

当第2四半期の調整後EBITDAは921億円となり、調整後EBITDAマージンは、当社業績予想レンジ33%から37%の中間値よりやや高めめの35.8%となりました。

前年同期比では主に広告宣伝費及び人件費が減少したことからプラス5.5ポイント、当第1四半期からはマイナス2.2ポイントとなりました。

結果、当上半期は、米ドルベースの地域別売上収益は、前年同期比で米国はマイナス21.0%、その他の地域はマイナス2.4%となりました。

当上半期を通じてコストコントロールを実施し、販売手数料、販売促進費、広告宣伝費の合計は、売上収益の約11%、従業員給付費用と業務委託費の合計は、売上収益の約51%となり、調整後EBITDAは、前年同期比プラス1.9%の1,902億円、調整後EBITDAマージンは36.9%となりました。

当第3四半期の見通しですが、売上収益は、当第2四半期からマイナス9%前後、前年同期比でマイナス18%前後と見込んでいます。

ちなみに、10月のHRテクノロジー事業の米ドルベースの売上収益は約マイナス18%でした。

調整後EBITDAマージンは、売上収益の減少を見込む一方、営業費用が当第2四半期とおおよそ同額になることを想定しているため、27%前後となることを見込んでいます。

HRテクノロジー事業は、長期戦略遂行のための投資とのバランスを取りながら、今後の事業環境の変化に対応し、必要に応じて適切なコストコントロールを実施してまいりますが、当第3四半期に見込んでいる調整後EBITDAマージン等の一定水準のマージンの維持を優先する事業経営を行うものではないということにつきましては、5月にお伝えした通りです。

通期の見通しについては、当下半期も売上収益と調整後EBITDAの減少を見込んでいることから、現時点では売上収益と調整後EBITDAの減少の見直しに変更はありません。

尚、5月のFlreside Chatでは、出木場が「HRテクノロジー事業が仮に通期で20%程度の減収となるケースでは、20%台半ばの調整後EBITDAマージンとなる試算」とお伝えしておりましたが、当上半期のコストコントロール水準に鑑みると、仮に当第4四半期の事業環境が当社の現在の想定よりも大きく悪化することにより、通期の減収幅を同様のレベルとして試算する場合でも、20%台後半のマージンとなることを見込んでいます。

Slide 8

次に、マッチング&ソリューション事業についてご説明します。

当第2四半期は販促領域・人材領域ともに増収となり、売上収益はプラス8.1%の2,001億円でした。

調整後EBITDAは、マーケティング活動をはじめとする将来の成長のための投資を継続しながらも、主に広告宣伝費を中心に適切なコストコントロールを実施したことにより、プラス65.5%の462億円でした。

調整後EBITDAマージンは、プラス8.0ポイントの23.1%でした。

販促領域では、日本国内の事業環境は当第1四半期から大きな変化は見られず堅調に推移し、住宅、美容、旅行、結婚、飲食のすべての分野が増収となり、見通しを上回るプラス10.3%の1,234億円となりました。

中でも、住宅は企業クライアントの広告宣伝需要の拡大等によって増収、美容は新規企業クライアントの増加が継続し増収、旅行はインバウンドの増加に伴う宿泊単価の上昇影響により増収となりました。

調整後EBITDAマージンは、広告宣伝費を中心に適切にコストコントロールを実施したため約32%となりました。

Air ビジネスツールズを代表とするSaaS事業は販促領域に含まれていますが、SaaSのアカウント数は、AirペイやAirシフトの増加が寄与し、プラス22.2%の346万件となりました。

人材領域の売上収益はプラス9%前後の見通しとお伝えしておりましたが、日本の人材採用市場全体では人材紹介サービスの活用が引き続き拡大したものの、一部の企業クライアントの需要の減少などにより、求人広告サービスが当初想定ほど伸びなかったことから、プラス5.5%の741億円に留まりました。

調整後EBITDAマージンは約21%となりました。

結果、当上半期は、販促領域の売上収益は、プラス10.7%、人材領域の売上収益は、プラス8.4%、マッチング&ソリューション事業全体ではプラス9.4%となりました。

販売手数料、販売促進費、広告宣伝費の合計は売上収益の約21%、また従業員給付費用と業務委託費の合計は、売上収益の約40%となり、調整後EBITDAは、前年同期比プラス49.7%の887億円、調整後EBITDAマージンは22.2%となりました。

販促領域の調整後EBITDAマージンは約30%、人材領域は約23%でした。

当第3四半期の見通しですが、販促領域の売上収益は、前年同期比7%前後の増収、人材領域では、前年同期比2%前後の増収を見込んでいます。

調整後EBITDAマージンは、セグメント全体で23%前後を見込んでいます。

通期の見通しについては、5月15日に、販促領域4%前後の増収、人材領域6%前後の増収、調整後EBITDAマージン約20%、との見通しをお伝えしていましたが、日本の経済環境が今後大きく変化することがないとこの前提で、当上半期の実績と当下半期の各領域の直近の見通しに基づいて、販促領域8.5%程度の増収、人材領域4.5%程度の増収と修正します。

調整後EBITDAマージンについては、例年同様、当第4四半期にも広告宣伝費用を大きく計上することを予定していることから、20%程度の見込みは変更しません。

Slide 9

次に、人材派遣事業についてご説明します。

当第2四半期の売上収益は、プラス1.5%の4,063億円、為替影響を控除するとマイナス2.4%となりました。

日本では、人材派遣需要が引き続き増加し稼働人員が増加したことから、売上収益はプラス10.9%の1,840億円となりました。

欧州、米国及び豪州の売上収益は、不透明な経済見通しを背景に人材派遣需要の鈍化が継続したことにより、マイナス5.1%の2,222億円となりました。為替影響を控除するとマイナス11.8%となりました。

セグメントの調整後EBITDAは、マイナス9.2%の253億円、調整後EBITDAマージンは6.2%となりました。

当上半期の日本の売上収益は、前年同期比でプラス11.8%、欧州、米国及び豪州の売上収益は、マイナス3.8%となりました。

調整後EBITDAは、前年同期比マイナス5.6%の520億円となりました。

当第3四半期の見通しですが、セグメント売上収益は、当第2四半期から4%程度の増収、前年同期比では、日本は11%程度の増収、欧州、米国及び豪州は5%程度の減収を見込んでいます。

調整後EBITDAマージンは7%程度を見込んでいます。

尚、5月15日の開示では人材派遣事業の日本の売上収益の通期の増収率を9%程度と見込んでいましたが、上半期の実績と下半期の予想に基づき10%程度と上方修正します。

欧州、米国及び豪州については引き続き不透明な経済見通しを背景に人材派遣需要の鈍化は続く想定しています。

セグメントの通期調整後EBITDAマージン6%程度については現時点で修正はありません。

詳細は当社のIRサイトをご確認ください。

Slide 10

最後に、マッチング&ソリューション事業販促領域の売上収益の内訳について追加でお伝えしたいと思います。

2021年4月に実施したマッチング&ソリューション事業における主要事業子会社・機能会社の統合以来、販促領域各分野の売上収益は非開示としてきました。

グローバル機関投資家の皆様からは、各分野について、またSaaS事業の位置付けや進捗についてご質問を数多くいただいております。当社の経営戦略の1つである、日本における「Help Businesses Work Smarter」について皆様のご理解を一層深めて頂くための一助として、当上半期の販促領域の売上収益の内訳についてお話しさせていただくこととしました。

現在の事業戦略に即した内訳はこの円グラフのように示されます。

SaaS分野と現状最も親和性が高く、個人ユーザーによる当社のマッチングプラットフォームの利用頻度が高い美容、旅行、飲食とSaaSを一括りにして今後の進捗を見て頂くことが適切と考えています。

当上半期のこれらの3分野とSaaSの売上収益の合計は、前年同期から約17%増収し、販促領域全体の約50%に当たる約1,200億円となりました。

特に、美容分野の売上収益は、前年同期比で約プラス8%と安定的に伸長しており、当上半期は527億円と領域全体の約22%を占めました。

旅行、飲食そしてSaaSについても、それぞれ当上半期の売上収益は前年同期比で大きく伸長しました。

当社の既存事業の企業クライアントのみならず、分野を問わない業務支援SaaSを提供するAir ビジネスツールズを通じて、新たな企業クライアントの獲得が進んでいます。

中でも、Airペイは引き続き好調で、「Help Businesses Work Smarter」戦略のKPIであり、且つ長期的に目指すフィンテックサービス拡充の礎となる決済流通額も順調に拡大しており、当社が目指す日本国内におけるエコシステムの構築は着実に進捗しています。

住宅は、販促領域で最も売上収益の大きい分野であり、当上半期の売上収益は、701億円と、販促領域全体の約29%を占めました。また、自動車、進学、結婚及びその他から構成されるその他は、販促領域の売上収益の約21%でした。(各分野の売上収益は未監査の社内数値)

住宅及びその他の各分野では、今後、更に各々のサービスを磨きこみながら、個人ユーザー及び企業クライアントの利便性を高めるサービスを継続的に提供することで、売上収益の拡大を目指します。

私からは以上です。

[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。