

株式会社リクルートホールディングス

2023年3月期 第3四半期決算説明会

2023年2月13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2023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、IRPRの沈です。よろしくお願いいたします。

本日のスピーカーは代表取締役社長 兼 CEO 出木場 久征、執行役員 経営企画本部 荒井 淳一です。

まず、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荒井からお話させて頂き、そのあとに、出木場と荒井がご質問をお受けします。

本日のプレゼンテーションで投影する資料は15時に当社のIRサイトに掲載しました。

プレゼンテーション中に言及する2022年度、FY2022は、2023年3月期を意味します。

なお、本日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、調整後EBITDA及び調整後EBITDAマージン、調整後EPSについては、2022年度から新計算式を適用しているため、前年同期比較の計算のために、2021年度の数値にも新計算式を適用しております。

それでは荒井よりお話しいたします。

荒井: 本日も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。

まず、当第3四半期の連結実績についてご報告いたします。

当第3四半期の連結売上収益は、HRテクノロジー事業、マッチング&ソリューション事業及び人材派遣事業の全てが増収となり、プラス18.0%の8,801億円となりました。為替影響を除くとプラス6.5%でした。

連結調整後EBITDAマージンは、各事業の調整後EBITDAマージンが低下し、マイナス3.3ポイントの15.7%、調整後EBITDAはマイナス2.6%の1,382億円となりました。

連結調整後EPSは50.27円となりました。

以上の当第3四半期までの実績と当第4四半期の見通しを踏まえ、当期の業績予想を、5月に開示した数値から微修正いたしました。

詳細は事業ごとにご説明いたします。

まず、HRテクノロジー事業ですが、当第3四半期の米ドルベースの売上収益は19.8億ドルで、前年同期から横這い、為替影響を除くとプラス3.9%となりました。

第2四半期からは、採用需要の減少により米ドルベースでマイナス8.7%となりました。

2年前の2020年度第3四半期の米ドルベースの売上収益11億ドル程度と比較すると、引き続き高い水準の売上収益レベルを維持しました。

日本円ベースでは、前年同期からプラス24.2%となりました。

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日時点の水準を上回っているものの、求職者と企業クライアント間の需給の乖離は引き続き緩和しました。

有料及び無料広告から成るIndeed上の求人広告の数は前年同期と同水準で、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。

米ドルベースの地域別売上収益は、米国はマイナス2.0%、その他の地域は、プラス5.3%となりました。

当第3四半期の調整後EBITDAは、788億円となりました。

調整後EBITDAマージンは、主に当上半期に実施した採用による人件費の増加率が増収率を上回ったことにより、マイナス6.7ポイントの28.1%、第2四半期からはマイナス2.3ポイントとなりました。

なお、当第3四半期には事業環境を鑑みコストコントロールに着手しており、広告宣伝費は前年同期から減少しました。

当第4四半期と通期の見通しですが、1月のHRテクノロジー事業の米ドルベースの売上収益はマイナス1.5%となりましたが、米国市場の景況感と収益下落傾向に基づいて、当第4四半期の売上収益は、当第3四半期から減少し、前年同期比でマイナス5%程度と見込んでいます。

前回の決算コールにて、米ドルベースの通期売上収益は10%程度の増収を見込んでいたとお伝えしましたが、ドル高の継続及び当第4四半期の売上収益が計画を若干下回る見通しに基づき、8%程度の増収に留まる、に変更します。

通期の調整後EBITDAマージンについては、事業環境を見ながら、マーケティング費用の抑制及び新規採用の停止を含め慎重にコストコントロールを実施しているものの、売上収益が計画を下回る見通しであることから、期初想定30%程度を若干下回ることを見込んでいます。

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3四半期の売上収益は、引き続き日本の経済活動の再開に伴う需要増を受け、販促領域・人材領域ともに増加し、プラス13.9%の1,919億円となり、コロナ禍前の2019年度第3四半期の約1,800億円を上回る水準に回復しました。

販促領域は、住宅、美容、旅行、結婚、飲食のすべての分野が増収となり、プラス13.1%の1,154億円、人材領域は、求人広告サービス及び人材紹介サービスが共に増収となり、プラス17.5%の737億円となりました。

当第3四半期の調整後EBITDAは前年同期比で減少し、316億円となりました。

調整後EBITDAマージンは、広告宣伝費を中心としたマーケティング費用の増加率が増収率を上回ったことにより、5.2ポイント減の16.5%となりました。

12月末時点のSaaSのサービス別累計アカウントは、300万件となりました。そのうち、Airペイのアカウント数はプラス37.8%の35.9万件となりました。

Air ビジネスツールのアカウント数に関する詳細な情報については、決算短信をご覧ください。

当第4四半期と通期の見通しですが、日本の経済活動の回復が当第4四半期にも継続することを見込んでおり、通期の売上収益は、販促領域では、期初に想定していた前年同期比9%から14%程度の増収から、13%程度の増収に、人材領域では、期初に想定していた前年同期比16%から23%程度の増収から、18.5%程度の増収に変更します。

調整後EBITDAマージンは、4月以降に見込まれる需要に向けて積極的なマーケティング活動を現在実施していることから、当第4四半期に低くなると想定しています。

通期の売上収益見通しは両領域で期初の想定範囲内であるものの、長期的な経営戦略の実現に向けた戦略投資が期初想定を上回る見通しであることから、通期の調整後EBITDAマージンは、期初想定14.5%程度を若干下回ることを見込んでいます。

最後に、人材派遣事業についてご説明いたします。

当第3四半期の売上収益は、プラス16.2%の4,156億円、為替影響を控除するとプラス7.4%となりました。

調整後EBITDAはプラス4.2%の298億円、調整後EBITDAマージンは7.2%となりました。

This transcript is provided for the convenience of investors only

日本では、人材派遣需要が引き続き増加し稼働人数が増加したことから、売上収益はプラス12.1%の1,744億円となりました。

調整後EBITDAはプラス6.2%の157億円、調整後EBITDAマージンは9.1%となりました。

欧州、米国及び豪州の売上収益は、プラス19.4%の2,411億円となりました。為替影響を控除するとプラス3.8%となりました。

欧州地域の一部では2022年3月期に存在した新型コロナウイルス感染症関連の需要が縮小したものの、人材派遣需要は引き続き増加しました。

調整後EBITDAはプラス2.0%の140億円となりました。

調整後EBITDAマージンは、インフレ影響や従業員増加に伴う費用の増加率が増収率を上回ったことにより、1.0ポイント減の5.8%となりました。

当第4四半期と通期の見通しですが、日本、欧州、米国及び豪州ともに、当第3四半期までの事業環境が当第4四半期も継続するなか、人材派遣需要が期初想定を上回る水準で推移していることから、通期では期初想定レンジを上回る増収率を見込んでいます。

日本は期初に想定していた前年同期比9%から12%程度の増収から、13%程度の増収に、欧州、米国及び豪州は期初に想定していた前年同期比5.5%から7%程度の増収から、17.5%程度の増収に変更します。

欧州、米国、豪州は、円安により期初想定為替レートと当第3四半期累計実績レート及び当第4四半期の想定レートが大幅に乖離したことによる為替影響も要因となり、特に大幅な見直し変更となりました。

通期の調整後EBITDAマージンは、売上収益が期初想定を上回る見込みであるものの、期初の想定通り6%程度と見込んでいます。

4月以降の人材派遣需要に対応するため、当第4四半期に、スタッフ募集費を含む広告宣伝費用が期初想定を上回ると想定しています。

以上の各セグメントの業績見直しを踏まえ、2022年5月16日付の当期連結業績予想を見直した結果、修正することが適切と判断しました。

5月に開示した、売上収益 3兆3,000億円、調整後EBITDA 5,200億円、調整後EPS 170.65円とした当期の連結業績予想を、売上収益 3兆4,250億円、調整後EBITDA 5,250億円、調整後EPS 180.00円に変更いたします。

なお、当第4四半期における想定為替レートは1米ドル132円、1ユーロ138円、1豪ドル89円としています。

また、昨年10月17日に発表した自己株式取得につきましては、本年1月6日に株式の取得上限価額の約1,500億円に達し、3,500万株程度を取得して終了しました。

詳細は当社のIRサイトをご確認ください。

私からは以上です。

さて、ここからは、これまでの四半期決算コールと同様に、先ず私から、皆様のご関心の高いと思われるトピックについてCEOの出木場に質問をし、その後、本日ご視聴の皆様からのご質問を頂戴します。

では、出木場さんよろしくお願ひします。

昨今、グローバル人材マッチング市場に関連する様々なニュースが出ていますが、前回11月の決算コールからの3カ月間で、労働市場はどのように変化したのでしょうか？

出木場:11月にお話した状況から、あまり大きな変化はありません。いつもお話する、長期的で構造的な変化である、高齢化、移民の減少、ワークライフバランスの考え方の変化による労働力の供給不足は、引き続き多くの先進国の課題となっています。

アメリカにおいては、12月の求人数が1,100万件と歴史的な高水準であり、労働市場は引き続き非常にタイトな状況です。

しかしながら、コロナ禍によって急増した採用需要が、2022年のピークから徐々にコロナ前の2019年のような状態へと平準化が進んでいます。

アメリカ以外では、イギリスをはじめ欧州各国でタイトな労働市場が継続していて、日本においてはコロナ禍からの経済回復が続いているわけですが、アメリカで起きている水準での平準化は、まだ現段階ではあまり見られていません。

また、仕事を探している方々の活動状況ですが、グローバルで回復していて、IndeedやGlassdoorへのアクセス数や応募数は増加傾向にあります。

荒井:では、そのような状況が、第3四半期のHRテクノロジー事業の実績や、第4四半期、また来期の見通しにどのような影響を及ぼしていますか？

出木場:アメリカでは全体の求人数と、有料求人広告数のトレンドに乖離が見えてきました。

第3四半期のアメリカにおけるIndeed全体の求人数は前年比マイナス3.5%であった一方で、有料求人広告数はマイナス33%でした。

つまり先ほど申し上げたように、労働市場としては人手不足でまだ多くの求人がありますが、レイオフの発表や今後景気が悪化していくのでは、という報道などから、採用をしている企業様、特に中小企業の皆様としては、今後の景気後退を強く意識している状況になっていると考えています。

その結果、ある程度人手不足に関わらず、予算をかけてまで採用しようという意欲が多くの業界で大幅に減退しています。

しかしながら、より求人条件に合う方とのマッチングを速く、簡単にする、様々な取り組みの成果が徐々に出てきており、結果として、求人広告1件あたりの単価が上昇したため、第3四半期のアメリカの米ドルベース売上はマイナス2%となりました。

一方、アメリカ以外の売上は、ドイツ、フランス、日本が好調であることから、為替影響を除くとプラス20.7%でした。

こちらは引き続き米ドルが強いことにより、米ドルベースではプラス5.3%となっております。

これらのトレンドは1月も続いており、荒井さんがすでにお話されたように、直近1月のHRテクノロジーの売上収益は、前年比マイナス1.5%でした。

米国では、1月の有料求人広告数は通常12月と比較して増加するのですが、今年の増加数は例年よりも低い水準となりました。

このトレンドとドル高の継続を考慮して、通期のHRテクノロジーの売上収益見通しを、11月にお話した10%程度から、今回8%程度に変更しました。

来期以降に関しては、コロナ禍からの回復期に起こった労働市場の需給の乖離が、2022年のピークを経て、さらに平準化が進むと考えています。

例えばアメリカにおいては、今後2~3年で、少なくとも、コロナ禍前の求人数である、750万件程度の水準、もしくはそれ以下まで採用需要が縮小していく可能性が高いと考えています。

採用をしている企業様への提供価値を向上させることにより、売上収益及び利益の改善を試みますが、現状の求人広告への意欲の減退速度を考えますと、HRテクノロジー事業は来期及び再来期も、減収となる可能性がますます高まっていると考えています。

荒井:では、そのようなトレンドやマクロ経済の不透明な状況を踏まえて、HRテクノロジー事業が実施していく施策について教えてください。

出木場:今後の経済と労働市場の見通しは引き続き不透明ですが、かなり厳しい事業環境になっていくことを想定し、慎重に事業を運営していく必要性が高まっていると認識しています。

11月にお伝えした通り、HRテクノロジー事業では第2四半期から既に新規採用を停止しており、広告宣伝費の削減に着手しています。

リクルートが創業以来60年以上の歴史において、過去の景気後退期を乗り越えて成長してきたように、コストを削減し、長期的な成長投資とのバランスをとって、回復期の事業拡大を目指していきます。

厳しい経済環境は、すべてのHR関連企業に影響を与えますので、比較的強いバランスシートと安定的なキャッシュフローを持つ当社は相対的には有利な状況にあると考えています。

厳しい経済環境においても、長期的な我々の経営戦略であるSimplify Hiring、つまり世界中の人々が仕事を手に入れることを簡単にしていくというゴールに向かって努力を続けていくことに変わりはありません。

採用プロセスはまだ時間とコストがかかる業務であり、これをAIやマシンラーニングといった技術に投資し続けることで、採用担当者のマニュアル業務を少しでも減らして、生産性を高めることを目指しています。

これは結果として、当社の事業間の連携強化や生産性を高めていく重要な投資にもなります。

HR業界でこれまでイノベーションがなかなか起きなかった理由のひとつは、景気後退期が6年から10年ごとにやってくるので、多くのHR関連企業が将来への投資を継続できなかったことだと思っています。

当社は今回の景気後退期においても戦略的な投資が継続できるような準備をこれまでしてきたと考えています。

もちろんすべての投資やコストに優先順位をつけ、慎重にコストコントロールを進めますが、HRテクノロジー事業は直近のマージン水準を目標とした事業経営をすることは想定していません。

仕事を探している方と採用をしている企業様の双方にとって、最も良い結果を生み出すには、長期的な事業戦略に基づいて事業を運営していくことがとても重要だと考えています。

荒井:アメリカの事業環境やHRテクノロジー事業中心にお話を伺いましたが、日本国内のマッチング&ソリューション事業に関して、直近の環境や来期の見通しについて教えてください。

出木場:日本では、前回もお話した通りコロナ禍からの経済活動の回復において、特に旅行業界や飲食業界の需要が高まっています。

また、幅広い業界での採用需要は引き続き前年と比較すると増加していますが、一部の企業様が採用に慎重になってきている、という状況です。

先ほど荒井さんからも、今期の戦略投資は、事業環境や売上推移を考慮して、期初想定を若干上回るとお話いただきましたが、来期は少し環境が変わってくると考えています。

日本においても、グローバルマーケット同様に、景気後退の可能性が高まることも想定して、事業環境を踏まえ、HRテクノロジー事業同様、しっかりとコストコントロールしながら、戦略投資とバランスをとっていきます。

荒井:最後に、本日、新しい社外取締役候補としてKatrina Lakeさんの選任が発表されました。

6月の株主総会での承認を経て当社の取締役会は、社外取締役が50%を占めることとなりますね。また取締役8名のうち3名が女性となります。

出木場さんは、Lakeさんにどのようなことを期待されていますか？

出木場: Katrina Lakeさんは、Stitch Fixという、AIを使ってパーソナルスタイリングを効率化する米国上場企業の創業者です。

そこで培われた米国株式市場への上場・事業拡大のご経験や、複数のプラットフォーム企業での取締役としてのご経験、また豊富な知見で、グローバルマッチング事業を運営する当社の経営の監督に貢献してくれることを期待しています。

ジェンダー、スタートアップや大企業での経験、国籍や年齢など、取締役会の多様性が更に高まり、新しい価値の創造が更に促進されることを期待しています。

荒井:ありがとうございました。

質疑応答

沈: それでは、ただ今より質疑応答に移ります。ご質問のある方は、Zoomの挙手ボタンをクリックしてください。

指名された方は、ミュートをご解除いただいてから、ご質問いただくようお願いいたします。今回も一度の質問で、2問までお受けいたします。それでは、皆様、よろしく願いいたします。それでは、まずジェフリーズ証券の竹内様、お願いいたします。

竹内: ジェフリーズ、竹内でございます。よろしく願いいたします。では、質問二つお願いします。まず、一つがHRテクノロジーの1件当たりの単価向上の本質というか、どういった施策が当たったかというお考えを教えてください。

先ほど、ちょっと聞き間違えでなければ、アメリカの有料求人広告のところはマイナス33%だったけど、売上のマイナスというのがもっとそこよりもマイルドになっている、イコール件数当たり単価が上がっているというふうに理解をいたしました。

CPQAだっただけの認知、理解がお客様の中で進んでいるのかですとか、何かを施策としてどういったものが機能している、この裏側に起きていることというのを教えていただければ幸いです。

そして、二つ目が今後で見据えた際の全社的な利益率の目線だっただけというところで何かお考えがあれば教えてください。

先ほど、慎重なHRテクノロジーの運営であったりとか、あと、国内マッチング&ソリューションのところでも景気後退の可能性も踏まえた抑制の考え方というのを教えていただきました。

もし何かその中でそれぞれ目線としているEBITDAマージンだっただけとか、何かほかに認識しているコスト抑制の品目だっただけというところのヒントがあれば教えていただけると幸いです。以上2点、よろしく願いいたします。

出木場: はい。ご質問ありがとうございます。まず、単価の上昇ですね。

HRテックにおける単価の上昇のところについてご質問をいただいたというふうに思っておりますが、こちら、従前ちょっとお話をさせていただいておりました、これまでで言うと、クリックされた、もしくは見られた、いわゆる広告的なことに対して課金をさせていただいていたというものを、中長期的には、お客様の成功。

これは実際に採用を成功させた、これは実際にこの採用成功したというのは、ユーザーにとっても成功でもあるわけですから、やはりこの多くの人に見られたのだから、多くお金を払ってほしいということでやっておりますと、なかなか、では、多くの人に見せればいいのか、というふうになってしまいがちなビジネスであるということで、できるだけこのお客様の成功、もしくはユーザーの成功に近いくらいで課金をしようというチャレンジをこれ、結構たくさんやっております。

ですので、以前に少しご紹介をさせていただいたのは、例えば、実際に応募があって、その応募者のクオリティが十分に良く、72時間とかの時間の間に、この人にお金を払ってもいいよというような確認をさせていただいた場合には、お金を課金していただくとか、こんなテストをやっているという話をちょっと以前させてさせていただいたことがあるのですが、こういったお客様が少しずつご利用に納得いただけて、こういったお客様が徐々に増えてきているということもありますし。

ただ、大きな大手のお客様なんかで言っても、いくつかテストはしておりますけれども、これまでのように、ただ見られたと、クリックされたということではなくて、見られた上に、さらに応募が実際にあったときだけ課金をしますよと。

こんなことをテストしていたりとか、あとは、さまざまなサーチというよりは、どちらかというとレコメンデーションというか、マシニングを使った、例えば、こういう候補者がこのお仕事にとってはぴったりなのではないでしょうかというようなことを企業様に見せていく取り組み。

または、われわれのほうでそのままインタビュー設定ができて、いわゆる、面接設定ができて、そのまま面接がスタートできますよというような取り組みも進めております。

このような結果、少しずつお客様への課金の金額というのが上がっていているわけなのですが、これちょっと何度も申し上げることで恐縮なのですが、ただこれ、一番やはり大事なものは、ユーザー側、つまり、仕事を探している方々の一番のこれまでの文句というのは、10個、20個応募したのだけれども、何の返信もないということが一番の大きなクレームというか文句でした。

ですので、この72時間以内にお答えいただくというようなことを、この課金と混ぜることによって、ユーザーにとっては本当に早いタイミングで、今回はちょっとごめんなさいとか、また面接設定に行きましょう、というような返信が早めに来ることが本当に一番大事なことだというふうに思っておりますので、金額としては、結果として価値が上がっていて、結果として金額が上がっているというようなことで。

先ほどちょっとお話いただいたその33%広告料が減って、結果、マイナス2%売上というのはちょっとオフセットしたように運営をしているのではないかとこのように聞こえてしまうかもしれませんが、これあくまで結果としてそういった状態になっているということでございまして、これ本当にさまざまな成果を高めていきたい、そして、それに合わせて課金をしていきたいという取り組みが奏効してきているというようなお答えでよろしいでしょうかというところでございます。

それから、二つ目。EBITDAマージンについての目線というご質問いただいたというふうに思っておりますが、これも何度もお話させていただいているところではあるのですが、やはりわれわれのような人材関連のビジネスというのは、もう過去も何度も厳しい局面というのがあるものですから、どうしてもそのときに、よし、では、これEBITDAの目標はこれだということにやっつけてしまうと、逆に本当に大事な中長期への投資を削ってしまうということも過去にあったのは事実だというふうに思っております。

もちろん、EBITDAマージンが高いということを目標にしていくというのはあるわけなのですが、どちらかというと、いくつかある投資アイテムの中の優先順位づけというものをきっちりとしていくことをきっちりやり切ると。

結果として、こういったEBITDAマージンになるということの経営のやり方に関しては、そのまま続けていきたいなというふうに考えておりますので、特にこういったEBITDAマージンを目標として、というようなことはない形で経営していくのかなというふうに思っております。

以上、お答えになってますでしょうか。

竹内 :ありがとうございます。もしフォローアップで可能であれば、前者の質問のところでした、現状、クリック課金じゃない、そういった応募課金とか、その他別のオプションが生じたタイプの新しいタイプの契約割合って今どれぐらいになっているのでしょうか。もしこの辺の規模感とか、イメージ感がいただけるヒントがあればお願いいたします。

出木場 :はい。まだまだ、これ何度もお話させていただいているとおり、テストをしているというような数字感だなというふうには思っておりますが、これ先ほどもちょっと申し上げましたとおり、クリック課金のお客様だけで単価が上がっているという状況でもないかなというふうに思いますので、さまざまな複合的な取り組み、または、例えばなののですが、先ほどちょっともうお話させていただいて、まだまだ人手不足で求人はたくさんある状態で、でも、お金を払ってまで求人を見ようというのが下がってきているということは、このポジションだけは何とかして埋めなきゃいけないというものにはお金を払われ続けているわけなのです。

つまり、そんなにお金払う気がないよというような、単価がそんなにお金を払われてない仕事か0円になって、無料になって、ここは埋めたいというものは払われ続けている、みたいなことも併せて単価は上がってきていますので、あくまで結果指標だというふうに申し上げているところの一つ、ご説明として追加でさせていただければと思いますが、こちらでいかがでしょうか。

竹内 :はい、分かりました。ありがとうございました。

出木場 :はい、申し訳ございません。

沈 :ありがとうございます。それでは、JPモルガン証券の森様、お願いいたします。

森 :はい。JPモルガン、森です。質問の機会ありがとうございます。1点目が、前の方の質問に似てしまって恐縮なのですが、すけれども、今回、いわゆるボリュームと結果としての単価というところの数字をご示唆いただいたのですが、可能であれば、第3クォーターはどんなトレンドだったのかということ。

単価は結果論ということで読みづらいとは思いますが、トレンドとして、さらにちょっと先行き不透明感が強まったというような趣旨のお話だったかなと思いますので、今年から来年にかけて、かなり大きくボリュームが下がっていく中で、今やっているお取り組みがより顧客に刺さっていくというような手応えなのか、もしくは、大きくマクロが動いている局面ですので、もう少しテストを続けていく必要があるというふうに、少しこの進め方を見直す必要があるのか、どちらの状況なのかというところをまず1点目、確認させてください。

2点目も同じく、HRテクノロジーに関しまして、米国以外のところ、先ほど日本、すみません。聞き間違いがなければイギリス、ドイツは好調ですというお話があったかと思うのですが、この米国以外のトレンドに関しましては、全体の求人の件数の考え方、あと、アメリカでやられているようなお取り組みはどういう時間軸で、同じように導入されていくというふうに今、考えてらっしゃるのか、可能な範囲で教えてください。以上になります。

出木場 :ありがとうございます。まず、われわれのこの価値をお客様に届ける価値を上げていこうというところが、お客様からどのような好評いただいているというか、感覚でいるかというようなご質問だったかというふうに思うのですが、非常に簡単な質問なんかは結構させていただいてまして、例えばなのなのですが、お客様の求人広告が1,000人に見られましたという場合にはいくら払っていただけますか、では、応募者が100人来た場合にはいくら払っていただけますか。

では、その100人のうち本当にいいクオリティの高い、これは本当にこういう人が働いてもらってうれしいなという人が3人だけ応募してくるという場合はいくら払っていただけますか。実際に採用になったときだけお金払ってくださいというのと、いくら払っていただけますか。

こんなテストいろいろのお客様にお答えをいただくみたいなテストなども実はやっています、これをやると、これもちょっと以前、昔、話したかもしれませんが、実際、その採用が成功したら、いくら皆さんが払っているかというところと言うと、例えば、初任給の25%から35%、業種によっては50%とか100%とかってところがあるわけなのですから、ただ、1,000人に見せましたといくら払いますかという、1万円とか、2万円とかこう言われるわけですね。

ですので、この特に中小企業で、ここのポジションを埋めたいというようなお客様なんかに関しては、このお金のもらい方なんかは意外と喜んでいただいているお客様もいらっしゃるのですが、ただ、例えばですけれども、細かいところと言うと、では、72時間以内にはこのユーザーに返信してくださいね、みたいなふうになっていると、やはりこれまでで言うと、ほんと2万円払って何人に見られて。

では、応募者が20人ぐらいになったらどっからせとって20人の中からどれがいいかなと見て、そこから1人に連絡していました、2人連絡しましたみたいな、彼らの、彼らというか、企業様のこれまでやってきたことを変えなきゃいけないというところに関しては、やはり結構抵抗感もあるなというふうに思っていて、例えば、72時間とか48時間でもいいのですけれども、土日はどうするのだとか、うちの会社は水曜日が休みなのだとか、そういったことが細かく言うところとあったりとか。

やはりどうしてもこのユーザー、仕事を応募した人にとっては、もちろん、それは早く返信してもらいたいというのがいいので、それに合わせて、課金形態も変えていって、お客様も慣れていただいて、行動を変えていただくということをやっているわけなのですが、やはりここに関して言うと、行動変容なので、今日一気に100%切り替えるとかってことよりは、少しずつ、少しずつお客様の行動を変えていただくということで、時間がかかる、というか、慎重にやっていきたいというふうに思っているわけです。

ですので、来年にかけて何か全部のボリュームダウンをオフセットするように、すごいスピードでやっていこうとかっていうふうに考えているというよりは、やはり、お客様とも丁寧に向き合って行動を変えていっていただきたいというようなことを考えております。

また、これも大企業、大手企業さんとかに関して言うと、さらにそこが複雑で、いろいろな担当の方がいらっちゃって、というところもありますので、全体としては、ご評価をいただいているというふうには考えておりますけれども、チャレンジがまだまだあるという状態は今、言ったとおりかなというふうに思っております。ちょっとこれでお答えになっているかちょっと分かりませんが。

それから、米国以外の今、価値を取り組む、上げるような、どんなふうにやっているのかというようなご質問だったと思うのですけれども、まず、ちょっと先ほども触れましたとおり、まず、求人、労働市場ということだけで申し上げますと、これ例えば、賃金なんかで言っても、アメリカはばーんと賃金が上がって、少しずつインフレが下がってきているみたいな状態だと思いますし。

また、例えば、分かりやすいものでいうと失業率で、アメリカの失業率はばーんと14.9%とかいったわけなのですけれども、実はヨーロッパは、2020年4月に6.9%だった失業率って8月ぐらいにマックスで7.8%になったのですが、今6%ぐらい戻っています。つまり、アメリカのボラティリティに比べると、実はヨーロッパってそんなにボラティリティは高くないのです。

ご存知のとおり、日本に関して言うと、本当にそんなボラティリティもないというところで言いますと、そもそも労働市場自体がまだ堅調だというのが、もうアメリカはどんとって、それがもう戻りが起こっているのだけれども、それがまずヨーロッパであまり起こっていないということが一つ。

それから、テストの状況というところに関しましては、もうすでにヨーロッパ等ではテストは始まっておりまして、だいたいアメリカと比べますと、1クォーターから2クォーター遅れぐらいでテストを続けているという国が多いかなというイメージで今、見ております。このような形で答えになっていますでしょうか。

森 : はい、ありがとうございます。すみません、1点目のところで、大企業に関しましては、まったくまだ導入が進んでいないという理解で良かったのでしょうか。すみません。ちょっと勉強不足で、確認させてください。

出木場 : いえいえ。大企業に関しましてはテストを進めさせていただいております。これ、国によってという形ではあるのですけれども、これも大企業さんは特にシステムを入れている会社さん多いので、例えば、システムのインテグレーションを弊社と深くやっているところに関しては、どんどんテスト進めるとかいうところもありますし、ここもちょっと若干まだらになっているかなと思いますが、テスト自体は進んでいるというお答えになるかと思います。

森 : はい。分かりました。ありがとうございました。

出木場 : はい、ありがとうございます。

沈 : はい、それでは、シティグループ証券の山村様、お願いいたします。

山村 : シティグループ証券の山村です。ご指名ありがとうございます。聞こえますでしょうか。

沈 : はい、聞こえます。

山村 : では、私からも2点お願いいたします。1点目が、お二方のご質問にもかぶってしまうのですが、さまざまな要因あれども、CPA、CPQAの取り組み含めて、お客様のウォレットシェアの拡大効果が出てきたというのが思ったよりも早い印象でして、さすがだなと思っておりますが、ちょっと1点、リスクチェックをさせていただきたいのが、リセッションになり始めたので、その企業側に求人のクオリティに対するこだわりが出てきたとか、例えば、ジョブシーカーがもうハイクオリティなプラットフォームに対する需要が高まったので、一時的に単価が上がったということはないでしょうか。

例えば、回復期に入って再び件数が増加し始めたとしても、今ご説明いただいたトレンドは構造的に進むという理解でよろしいのでしょうか。1点目になります。

沈 : 2点、もしございましたら、続けてお願いできますか。

山村 : はい、ありがとうございます。では、2点目なのですが、リセッションがいつまで続くかは正確には分からない、誰も分からないと思うのですが、そのリセッション後の反動増に向けて、急激に需要が回復した際に、マクロの回復以上に伸ばせる体制ではあるのでしょうか。その人的な体制が通っていればそこは受け止められるのか、お考えをお聞かせください。

また、他社が採用を渋っているのであれば、取り合いだったエンジニアさんですか、データサイエンティストの方は採りやすいという考え方もあると思うのですが、そこはどちらかというところと一定程度、コントロールされるという認識でよろしいのでしょうか。ちょっと細かく二つぐらい入ってしまっているのですが、お願いいたします。以上になります。

出木場 : はい、ありがとうございます。先ほど、まず、最初の質問に関して、ご質問はマクロ環境の変化で単価が高まっているということと、われわれのプロダクトが改善していることで単価が高まっているということはちゃんと分けてチェックできているのかというようなご質問だったと思うのですが。

これに関しては、われわれもテストもたくさんやっていますし、それはいわゆる統計的に有意なA/Bテストで、統計的にこのテストというか、この新しいフレームを使っていただいているお客様は、単価がこれぐらい上がっているとか、これぐらいこうなっているとかっていうのは、本当に細かく分かれてテストをするようなテストのフレームワーク使っておりますので、こちらに関しては、ちゃんと分けてチェックができています。

ただ、最初にお伝えをさせていただきました、この結果として売上がマイナス2%でした、みたいなところは、もう全て混ざって出てきておりますので、数字は、最終結果は混ざっておりますが、われわれのプロダクトのテストの進行というものに関しては、きっちり分けてチェックができていますというふうな認識をしております。

もう一つ、リセッション後の反動で、マクロの状況以上に戻すことができるのか。これに関しては、これちょっとマクロの労働市場の環境と、今ちょっと言った話とまったく同じなのですが、マクロの労働市場の状況と、プロダクトとして、われわれのプラットフォームがどれだけ改善されているのかということ、非常に簡単に分けてご説明させていただきますと、例えばなのですけれども、コロナ前というのは、だいたいアメリカで700万件から750万件ぐらいの求人があったわけです。

今、1,100万件ですので、これが700万件、750万件、コロナ前の水準に戻っていくというところは、おそらくそうであろうというふうに思っていますし、何ならリセッションということ言えば、2019年の750万件とかよりもさらに下にいったら、600万件とか、ひよっとしたら500万件とかになるのではないかと。

これが非常にワーストというか、非常に厳しいと時の見立てだというふうに思っておりますが、例えば、600万件とか、500万件になるということを見ると、1,100万件の量としては半分以下まで下がるということだというふうに思っているのですが、ちょっと今もお話させていただいたように、プロダクトとして改善が進んでいって、例えばですけれども、すごく簡単に言うと、単価が倍になると売上が変わらないという訳になるのですが、そこまで今回、先ほど申し上げましたとおりでできるかどうか分かりませんが、そういったことをやっていくわけなのですけれども。

そのあと、過去の歴史でいうと、このリセッションというのは必ず起こるのですけれども、逆に言うと、必ず起こることとしては良くなっていくということは確実に起きますので、そうすると、また、長期的に言うと、アメリカもヨーロッパも死者数の方が誕生者数よりも多いと。

完全に移民者に労働人口の増加は100%かかっているという状態になっていますから、人手不足が簡単に解消されるという状況にはやはりなかなか構造的にはないかなと思いますので、そうすると、例えば750万件という過去の数字を超えて、800万件、900万件というふうになってくる可能性はあると。

そのときに、われわれが提供している価値がきっちり上がっていれば、単価が、例えば50%アップ、80%アップという状態になっていると、そのまま売上利益に反映できるようなことになるのではないかなと。

これはひよっとしたら取らぬ狸の皮算用かもしれませんが、今のマクロトレンドの量というところと、プロダクトの改善をしたところでの単価というところを掛け合わせると、こんな考え方もできるのではないかなというふうには思っております。

山村 : 分かりました。では、件数と単価は、論理上は両立可能ということによろしいのですかね。

出木場 : 徐々に、このオークションのモデルというところから、今モデルが変わってきておりますので、例えば、このエリアでこういう、例えば、この5個の経験とかライセンスがある方を募集していますということであると、どちらかという今はわれわれから、それは1オーバーあたりいくら課金しますよという、われわれが値段を提示するような形に変わってきているので、そういう意味では、そのコンフリクトというのは発生しにくくなっているかなとは思っています。

山村 : よく分かりました。ありがとうございます。

出木場 : ありがとうございます。

沈 : はい、ありがとうございました。お時間になりましたので、皆様のご質問にお答えすることができず大変申し訳ございませんが、これにて決算コールを終了させていただきます。皆様、ご参加いただきありがとうございました。

[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、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。