

株式会社リクルートホールディングス

1. 2023年3月期 通期決算説明

Slide 1-01

出木場: リクルートホールディングスの出木場です。2022年度の決算発表をさせていただきます。

Slide 1-02

2022年度は、特にアメリカにおいて、コロナ以後に一気に高まった採用意欲が平準化していく中で、景気後退への懸念による採用需要の調整が非常に速いスピードで始まりました。

欧州でも少し遅れて時間差で起こりはじめましたが、通期を通してみますと円安ドル高の影響もあり、売上、調整後EBITDA、ともに過去最高となりました。

親会社の所有者に帰属する当期利益は、これから予測されている景気後退期に備えたHRテクノロジー事業の人員削減に伴う一過性の損失計上および他のセグメントの減損などにより、前年度から9.1%減となりましたが、こういった一過性の損益の影響を除いた調整後当期利益は微増となりました。

Slide 1-03

2023年度の通期業績見込みに関しましては、アメリカやヨーロッパを中心としたグローバル人材マッチング市場の不透明感がさらに高まっており、減収減益を見込んでいますが、現状では、特に今期のアメリカやヨーロッパの売上の予測が非常に難しい状況だと考えています。

合理的な売上予測が可能になった時点で、開示できればと考えています。

現時点では非常に不透明ながらも第1四半期の予測はある程度はできると考えておρισして、連結業績に関しては、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ますが、売上収益は8,000億円から8,300億円、調整後EBITDAは1,400億円から1,600億円、調整後EBITDAマージンは17%から19%程度を見込んでおります。

連結及び各セグメント実績の詳細と、現時点で想定できる2023年度の事業環境については、荒井よりお話しさせていただきます。

2023年度のグローバル人材マーケットの見通しにつきましては、Simplify Hiringの事業戦略を説明させていただく動画にて詳しくお話しします。

Slide 1-04

荒井: 荒井です。よろしくお願いいたします。私からは、2022年度の通期連結実績と、各事業別に、2022年度の実績と2023年度第1四半期および、通期の事業環境と業績の見通しについてお話しいたします。

Slide 1-06

先ず、2022年度の連結実績ですが、先程、出木場より売上収益と調整後EBITDAについてはご説明申し上げました。

営業利益は、第4四半期に各事業における一過性の損失を計上したことが主な要因で、9.1%減の3,443億円となりました。

その他の営業損益前の営業利益、いわゆるNon-GAAP営業利益は3,936億円と1.5%の減少に留まりました。

その他の営業損失には、HRテクノロジー事業で先日発表致しました人員削減に伴う解雇給付金を含む一過性の費用176億円、加えて、効率化の観点からオフィスの統合を進めており、これに関連する減損損失139億円を計上しました。

また、マッチング&ソリューション事業及び人材派遣事業におけるソフトウェアを中心とした減損損失と人材派遣事業ののれんの減損損失を合計171億円、併せて計上しております。

親会社の所有者に帰属する当期利益については、先程出木場がご説明した通りです。

なお、本年3月31日時点で、現金及び現金同等物の合計は8,773億円で、有利子負債352億円を差し引いたネットキャッシュは8,420億円でした。

純資産は1.63兆円で、2022年度のROEは18.0%でした。

配当額につきましては、下半期11円、通期22円です。

本年度も、キャピタルアロケーションの優先順位はこれまでと変更なく、

- 1 既存事業の継続的な成長のための開発費用及びマーケティング費用
- 2 安定的な1株当たりの配当の継続的な実施
- 3 人材マッチング市場におけるHRテクノロジー事業を中心とした戦略的M&A
- そして4 市場環境及び財務状況の見通しを考慮した上での自己株式取得です。

2023年度の連結業績見通しにつきましては、当社として合理的な業績予想が可能になった時点で開示致します。

Slide 1-07

当社のHRマッチング事業、すなわちHRテクノロジー事業、マッチング&ソリューション事業の人材領域、そして派遣事業の合計を指しますが、当社は2020年度より長期戦略「Simplify Hiring」を掲げ、HRテクノロジー事業のリーダーシップの下、グローバル人材マッチング市場におけるマッチングの質の圧倒的な向上を目指しています。

2022年度には、市場規模の拡大を背景に、その事業規模を約1.7兆円と、3年間のCAGRで20.9%増大させました。今後も事業間の協働を進めながら更なる進化と拡大を進めてまいります。

また、マッチング&ソリューション事業の販促領域は、2022年度にはコロナ禍以前の売上収益規模を回復し、今後も、長期戦略「Help Businesses Work Smarter」の下に、既存事業の更なる磨き込みを続けながら、SaaS事業そしてフィンテックサービスの長期的な展開を着々と進めてまいります。

ここからは、事業セグメントごとにお話しします。

Slide 1-08

HRテクノロジー事業の、第4四半期の米ドルベースの売上収益は、世界的に人材採用需要の平準化が進んだ結果、6.7%減の18.9億米ドルとなりました。

第4四半期の米国におけるIndeed全体の求人数は前年比約13%減、有料求人広告数は約30%減となりました。

第4四半期の調整後EBITDAマージンは、広告宣伝費の削減を始めとしたコストコントロール策やコスト削減の取組みを実施したものの、上半期に積極的に実施した採用活動により従業員給付費用が増加し、第3四半期からは2.4ポイント改善したものの、前年同期比では2.3ポイント低下し30.5%となりました。

2022年度通期では、米ドルベースの売上収益は、7.7%増の82.4億米ドルとなりました。為替影響を除くと、11.4%の増収となりました。地域別では、米国は4.9%増の60.0億米ドル、その他の地域の合計は16.1%増の22.4億米ドルで、為替影響を除くと30.8%伸長しました。

通期の米国の有料求人広告1件当たりの売上収益は約7%増加しました。

事業環境の変化に鑑み、下半期に採用の一時停止、広告宣伝費を始めとする営業費用の大幅な削減を行った結果、販売手数料、販売促進費、広告宣伝費の合計は、通期で売上収益の約13%程度に抑えられたものの、従業員給付費用と業務委託費の合計は、上半期中に積極的な採用活動を実施したことから、下半期に大きく膨らみ、通期で売上収益の約50%となりました。

その結果、その他の営業損益前の営業利益、いわゆるNon-GAAP営業利益の利益率は通期で約23%となり、減価償却費、PPA償却費及び株式報酬費用を足した通期の調整後EBITDAは3,423億円、調整後EBITDAマージンは、第4四半期に適切なコストコントロールを実施した結果、2月13日に発表した通期修正見通しを上回る30.7%となりました。

Slide 1-09

2023年度の見通しですが、昨年度第4四半期の米ドルベースの売上収益は前年同期から6.7%、第3四半期から4.4%減少しており、また、本年4月の売上収益は約6.25億米ドルで、これは前年同期比約12%減、本年3月から約4%減と、減収トレンドが継続している中、第1四半期につきましては、経済環境の急激な悪化が起こらないという仮定に基づいて、米ドル

ベースの売上収益レンジを、市場が拡大していた前年度第1四半期と比較して13.5%から17.5%程度の減収、昨年度第4四半期比で同程度から5%程度の減収と見込んでいます。

調整後EBITDAマージンは、コスト削減策が寄与し33%から36%程度となることを見込んでいます。

通期業績見通しについては、減収減益を見込んでいるものの、特に夏以降の経済環境そして人材採用市場の縮小のスピードの不確実性が極めて高いため現時点で非開示とします。

昨年度下半期以降、人員削減をはじめとするコスト削減策を遂行しており、3月23日に発表したとおり、2023年度通期では約5億米ドルの従業員給付費用の削減効果を見込んでいます。また、株式報酬費用の総額は7億米ドル強と見込んでいます。

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。第1四半期に見込んでいる調整後EBITDAマージンの水準の維持を優先する事業経営を行うものではありません。

Slide 1-10

次にマッチング&ソリューション事業ですが、2022年度の通期の売上収益は、コロナ禍以前の2019年度の7,559億円を上回る、15.5%増の7,606億円となりました。

販促領域は全分野が増収となり、13.9%増の4,515億円、人材領域は、求人広告サービスと人材紹介サービスが共に増収となり、19.3%増の2,974億円でした。

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28%程度、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、その結果、その他の営業損益前のいわゆるNon-GAAP営業利益の利益率は約9%、減価償却費、PPA償却費および株式報酬費用を足し戻した調整後EBITDAは1,098億円、調整後EBITDAマージンは14.4%となりました。

領域毎の調整後EBITDAマージンにつきましては、引き続き先行投資フェーズにあるSaaS分野を含む販促領域は約25%、広告宣伝費を集中投下し人員強化を図った人材領域は約12%、本社費用、および基幹システムのアップグレード費用を含む共通費の合計はセグメント売上収益の約5%でした。(領域毎の調整後EBITDAマージン及び共通費は未監査の社内数値)

Slide 1-11

2023年度については、昨年度から続く日本国内の事業環境が、今年度も継続し、急激な減速はない前提に基づいて検討し、増収増益を見込んでいます。

ただし、米国をはじめとする世界各国での景気後退は日本経済にも当然影響があることから、将来の成長に向けた投資を継続しつつ、景気後退局面を想定した準備にも並行して取り組んでいます。

これらを踏まえ、2023年度第1四半期には、販促領域の売上収益は前年同期比8%前後の増収、人材領域は10%前後の増収、調整後EBITDAマージンは23%程度を見込んでいます。

Slide 1-12

2023年度通期では、販促領域の売上収益は4%前後の増収、人材領域は6%前後の増収を見込んでいます。

販促領域の調整後EBITDAマージンは、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、適切にコントロールすることにより、28%程度に増大させることが可能と考えています。

人材領域では、積極的な投資を実施した2022年度の水準から広告宣伝費を抑制すること等により、22%程度の調整後EBITDAマージンを実現できると考えています。

なお、基幹システムのアップグレードは本年度も継続してまいります。

その結果、マッチング&ソリューション事業の調整後EBITDAマージンは20%程度となることを見込んでいます。投資の優先順位付けやコストの精査を実施しながら、先行きが不透明な事業環境に迅速に対応出来るように備えてまいります。

Slide 1-13

最後に人材派遣事業ですが、2022年度通期の売上収益は、世界的な人材派遣需要の増加を受け、15.0%増の1兆5,852億円となりました。調整後EBITDAマージンは6.5%でした。

日本の売上収益は需要増による派遣スタッフ数の増加を背景に13.1%増の6,841億円、調整後EBITDAマージンは、8.2%となりました。

欧州、米国及び豪州の売上収益は、それぞれ4,308億円、2,730億円、1,971億円、合計で16.5%増、為替影響除きで3.7%増となりましたが、欧州及び米国の一部地域において、下半期以降、需要が減少傾向にあります。

調整後EBITDAマージンは5.2%でした。

Slide 1-14

2023年度第1四半期ですが、日本では、急激な事業環境の変化が起こらないことを前提に12%前後の増収を見込んでいますが、欧州、米国及び豪州は、昨年度下半期からの需要減少トレンドが継続し8%前後減収することを見込んでいます。

セグメントの調整後EBITDAマージンは6%程度を見込んでいます。

2023年度通期では、日本は、現在の事業環境が継続し急激な景気後退が起こらないことを前提に、9%程度の増収を見込んでいます。

その一方で、欧米労働市場環境の見通し、及びそれらの地域での人材派遣事業への影響がより一層不透明であることから、欧州、米国及び豪州の減収を見込んではいないものの、セグメント売上収益の見通しは現時点で非開示とします。

なお、引き続き効率的な経営を進めることで、通期の調整後EBITDAマージンは6%程度を維持したいと考えています。

私からは以上です。

Slide 1-15

出木場: 私たちのビジョンは、“Follow Your Heart”です。つまり、一人ひとりが、自分のやりたい選択肢が選べる、そんな世の中にしていきたいなと思っております。

Slide 1-16

そのために我々が果たすべきミッションは、“Opportunities for Life. Faster, Simpler and Closer to you.”です。

いつでもどこでも情報が得られるようになった今だからこそ、私たちが個人と企業をつなぎ、より最適な選択肢を提案することで、人生の新しい機会を桁違いに速く、驚くほどシンプルに、もっと身近にしていきたいと考えています。

Slide 1-17

私たちはこのビジョン、ミッションを、次の3つの経営戦略で遂行しています。Simplify Hiring、Help Businesses Work Smarter、そして、Prosper Togetherです。この3つについて、それぞれ担当より動画でご説明します。

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・ご支援を賜ることができれば幸いです。

2. Simplify Hiring進捗報告

Slide2-01

出木場: HRテクノロジー事業担当の出木場です。

Slide2-02

私からは、経営戦略のSimplify Hiring、つまり新しい仕事を探すことや、採用そのものをすごく簡単にしていくということについてお話しします。

Slide2-03

まず、現在の人材マッチング市場を我々がどのように見ているか、お話しします。

人材業界ではよく、好景気や不景気のことを季節に例えて話したりします。採用が多く行われる時は、春と言って、採用が冷え込んでくると、秋に突入すると言います。特に人材流動性が非常に高いアメリカのマーケットは、四季でいうと、まさに今、秋から冬に入っていくタイミングにあると考えています。アメリカ以外にも、少し遅れて同じようなトレンドに入る可能性があるかと推測しています。

Slide2-04

過去の冬の時代について考えてみると、2001年と2008年の景気後退期において、アメリカで求人件数がピークの時期から、約2年ほどの期間をかけて大体200万件から270万件ほどの求人件数の減少が起こりました。

直近では、歴史的に見れば非常に高い求人件数の状況は続いておりますが、すでに過去1年で、1,200万件ほどあった求人件数が、これまでと比べても非常に速いスピードで250万件ほど減少しました。このトレンドは今後も続き、コロナ前の750万件、またはその水準以下にまで下がっていく可能性もあると考えています。

こういった求人需要の今後の冷え込みのスピード、長さ、深さは予測することが非常に困難であり、本年度の通期業績見直しをお出しするのが非常に難しくなっています。

このような状況の中で、我々は特にアメリカ、可能性としては次いでヨーロッパや日本が、このまま景気後退期に入っていく可能性も十分に高いと想定をして、保守的に経営しております。

Slide2-05

このように短期的には厳しい状況ではありますが、長期的には、成長機会がしっかり高まっていく市場であると考えています。

高齢化によって、人手不足の状況がどんどん深刻になっていきます。日本ではすでに慢性化しており、他の先進国でも高齢化が労働市場に与える影響が、日に日に大きくなってきています。

だからこそ、人々がより簡単に、より早く仕事に就けるようにすることで、我々はこの問題の解決に貢献していきたいと考えております。

Slide2-06

私は、仕事探しは「ボタンを押す」くらい簡単であるべきだと思っています。

そんなことはあまり想像できないと思う人もいらっしゃるかもしれませんが、私自身は最近のAIの進化を見ていると、これまで私たちが不可能と思っていたことを、より速く、より多く、可能にできる未来に近づいてきているのではないかなと感じています。

Slide2-07

例えば、最近私の娘が自動車免許をとったのですが、駐車がうまくできなくて困っていました。自分もそうだったなあと思いながら、「もっと練習しないとイケないよ」と言ったのですが、逆に娘から、「最近ボタンを押すだけで駐車を勝手にしてくれる車があるんだから、新しい車を買ってほしい」というふうに言われてしまいました。

20年前は、「ボタンを押せば駐車ができる」と言っても、誰も信じなかったかもしれませんが、自動車業界が、多くのドライバーの課題への解決策を作ったのではないかなと思っています。

Slide2-08

残念ながら現在の人材マッチング業界は、まだまだ手作業が多く、非常に時間がかかる非効率な状態のままです。

人材マッチング業界のリーダーとして、人々が簡単に仕事に就けて、企業が簡単に採用をできる、そんなソリューションを作ることが私たちの使命だと思っています。

当社の社内データでは、昨年1年間で、Indeed上には25億件以上の求職者からの応募がありましたが、その半数以上が企業からの回答を得られませんでした。これが求職者から一番多い不満の1つです。そして、全体の応募の中で実際に面接に進む求職者の割合はまだ低い状態です。

求職者と企業にとって、このプロセスがより良いものになるよう、マッチングの質とスピードを向上させる努力をしています。

Slide2-09

2022年においては、Indeed上では1分間に23人の求職者が採用されており、昨年と比較すると30%増加しました。今後も引き続きプロダクトの改善をはかり、厳しい経済状況の中でも、1人でも多くの方の仕事探しをサポートできるように努力したいと思っています。

Slide2-10

というのも現在HRテクノロジー事業がサービスを主に展開しているのは、求人広告マーケットであり、これは人材マッチング市場全体でみるとごく一部に過ぎません。

2022年の人材マッチング市場は、3,270億米ドルと推定されています。

Simplify Hiringという目標を達成するために、リクルートグループ全体で全てのHR関連の事業が連携していくことが、人材マッチング市場全体をターゲットにしていくことになると考えております。

Slide2-11

グループ全体の連携というのは、リクルートグループ全体が保有する企業との関係性、オンライン、オフライン合わせた全てのデータ、また、そのユニークなデータを活用した機械学習やAIのテクノロジーをグループ全体でフルに活用することが、求職者の仕事探しをより簡単に、企業の求人活動をより効率的にすると考えています。

それではここで、Robと北村から当社のSBUにおけるマッチングエンジンの活用の取組みについて、ご紹介します。

Slide2-12

Rob: 人材派遣事業担当のRobです。

仕事と人のマッチングを簡単にするのは、派遣事業でも同じことが言えます。

派遣会社の業務は50年以上変わっていません。求人企業に派遣スタッフをマッチする工程のデジタル化は限定的で、人が手作業で行う業務が依然多いのが現状です。

派遣スタッフの離職率が比較的高いため、派遣会社は常に、どのスタッフを派遣するかを検討したり、教育すると同時に新しく募集もしています。これらは現状全て、人の手に頼っています。

現状を進化させるため、今人材派遣事業とHRテクノロジー事業が協働でテストしているのは、アプリベースのIndeedFlexです。アメリカとイギリスで、求職者がより簡単に、派遣の仕事を得られるようにします。これにより、求職者は簡単に応募し、仕事が自動でマッチングされ、オファーを受け、開始することが可能になります。

また、派遣スタッフからの「いつお金が振り込まれるか？」という質問に答えるため、Indeed Flex上で給与の翌日支払いをアメリカとイギリスでテストしています。通常は、早くても仕事が完了した1週間後なので、早く給与が受け取れる点は大変好評いただいています。

求職者がより簡単に早く仕事に就けるよう、私たちにできることはまだ沢山あります。テクノロジーを活用しながら機会を捉え、将来にわたって世界の派遣市場の繁栄に貢献したいと願っています。

Slide2-13

北村: マッチング & ソリューション事業担当の北村です。

当事業の人材領域では日本国内にて様々なサービスを提供しています。

日本では、求職者は主にハローワークや民間の雇用仲介事業者のサービスを活用することが一般的です。

ハローワークを除くと、現在日本国内では人材紹介事業は約28,000事業所(注1)、人材派遣事業は約44,400事業所(注2)、そして、ジョブボードといわれる求人情報メディアが数多く存在し、現在も事業者数が増加しています。これは、職種、地域、雇用形態別等、マーケットが細分化し続けたことによるものです。

このような事業環境の中で、リクルートグループ全体として進化を続けるマッチングエンジンを活用することで、Simplify Hiringによる採用プロセスの効率化が可能と考えています。

Slide2-14

例えば採用企業は、これまでアルバイトの採用ならタウンワークやフロムエーナビ。正社員の採用ならリクナビネクストと、雇用形態によって複数のマッチングプラットフォームを使い分ける必要がありました。しかし、マッチングエンジンを活用することで、採用企業は求人内容と求職者の状況に合わせて、自動で最適なプラットフォームに求人広告を掲載することが可能になります。

Slide2-15

また、HotPepper Beauty WORKのように、我々が運営する国内最大級の販促マッチングプラットフォームと求人サービスの連携という、当社ならではの取組みも始めています。

私たちは日本国内における人材マッチング事業のリーディングカンパニーとして、事業運営のノウハウやデータとマッチングエンジンを連携させ、将来の成長のための投資を継続しながら、日本でのSimplify Hiringを加速させていきます。

Slide2-16

出木場: 先ほどもお話ししましたように、我々は人材マッチング市場が冬の時代を迎えてきていると考えておりまして、特に欧米の今年度のマクロ経済の見通しは非常に不透明な状況になっています。

我々の60年以上の歴史をみても、景気後退期に売上が成長しなかったということは何度もありました。しかし全ての過去の景気後退期は、寒い冬のようにいつか終わり、また必ず春が来たことも事実です。

次の景気後退期もこれまで60年以上やってきたように、短期的な何かにとっても焦ってしまって、長期的な目標と何か違うようなことをするのではなくて、寒い冬の時代だからこそ長期的な目標をしっかりと見据えて、プロダクトの改善や社内の生産性向上に集中し、焦らずじっくり春を待つことが、今できる我々の最善の打ち手だと信じて経営をしてまいります。

ありがとうございました。

(注1)出典: 厚生労働省令和3年度職業紹介事業報告書

(注2)出典: 派遣元事業所数の推移 (厚生労働省職業安定局需給調整事業課調べ)

3. Help Business Work Smarter進捗報告

Slide3-01

北村: リクルートホールディングス 常務執行役員兼マッチング&ソリューション事業担当の北村です。

私が担当するマッチング&ソリューション事業は、日本国内において販促領域と人材領域で事業を展開しています。

Slide3-02

販促領域では、各分野、つまりバーティカルに特化した販促マッチングプラットフォームと、それに付随するバーティカル業務支援SaaS、加えてバーティカルを問わない業務支援SaaSのAir ビジネスツールズを提供しています。

人材領域では、Simplify Hiring戦略の中で当社の人材マッチング事業全体で進化を続けるマッチングエンジンを活用し、人材マッチングサービスを提供しています。

2022年度の当事業全体の売上収益は約7,600億円でした。

販促領域ではSUUMOやHotPepper Beauty、人材領域ではタウンワークやリクルートエージェントと、売上1,000億円規模のマッチングプラットフォームを有しています。それ以外の分野のマッチングプラットフォームも数百億円規模の売上があり、我々は日本最大級のマッチングプラットフォームを運営しています。

Slide3-03

本日、私からは経営戦略の2つ目の柱であり、当事業の販促領域を中心に推進する「Help Businesses Work Smarter」、つまり日本における企業クライアントの生産性及び業績向上に貢献する、という戦略の進捗について、ご説明します。

「Help Business Work Smarter」戦略は、日本の企業クライアントの生産性と収益性向上の2つの課題を同時に解決する、ということ販促マッチングプラットフォームとSaaSからなる我々のエコシステム内で、ヒト、モノ、お金を循環させ、完結させることで実現します。

2022年度、日本国内は経済活動の回復を背景に、日常消費分野における個人ユーザーの旺盛な消費活動や、それに伴う転職やアルバイト・パートの求職活動が活発化しました。

この機会を捉えるべく、個人ユーザーと企業クライアント双方へのマーケティング活動を積極的に実施しました。

その結果、昨年7月にお話したこの戦略を推進するために重要な3つのKPI、個人ユーザーのアクション数、SaaS利用アカウント数、決済流通額、それぞれが増加しました。

Slide3-04

まず、ヘアサロンや飲食店、宿泊施設への予約数や求人広告等への応募数といった個人ユーザーのアクション数は、年間約4.2億件となり、前年度より約34%増加しました。

Slide3-05

アクション数の増加は、販促領域では企業クライアントの売上増加に、人材領域では求職者と企業クライアントのマッチング機会の増加に繋がります。我々が、個人ユーザーと企業クライアントの最適なマッチングを実現できているかを示す、重要な指標です。

Slide3-06

2つめは、SaaS利用アカウント数です。アカウント数の拡大は、当事業の顧客基盤の拡大を意味し、2023年3月末時点で約318万、前年同期から30%増加しました。キャッシュレス決済サービスであるAirペイや採用管理システムであるAirワーク採用管理がアカウント数の増加を牽引しました。

Slide3-07

当事業が提供するSaaSの潜在顧客事業所数は約453万と見ており、各事業所による複数のSaaS利用を想定すると、SaaSの進化によってまだまだアカウント数拡大の余地があると考えています。

Slide3-08

今年Air ビジネスツールズが10周年を迎えるにあたり、実際に当社のSaaSの業務効率化を測る調査を実施しました。Airレジは、レジ締めや売上集計作業を効率化するサービスですが、数時間かかっていた業務が、ものの数分でできるように

なり、導入企業クライアント全体で年間1,985万時間、時給換算すると210億円程度の人件費削減を実現しました。これらの削減できた時間と費用は企業クライアントが本業に向き合い、より価値の高いサービスや品物を生み出す時間に代わり、給与条件など労働条件の改善に繋がっていると考えています。その結果、企業クライアントとの粘着度と、エコシステム内での「ヒト・モノ・お金」の循環が増すものと考えています。

Slide3-09

そして、3つめは決済流通額です。2022年度の実績は約1.3兆円となり、前年同期比69%の増加となりました。

決済流通額は、個人ユーザーによる大量のアクションをマッチングプラットフォーム内外で決済まで捕捉することで拡大していきます。これは、長期的に販促領域との連携から広がる新たな収益貢献の可能性のあるフィンテックサービスの拡充にとって重要です。

Slide3-10

Airペイのアカウント数増加に加えて、2022年度はじゃらんネットに次いでHotPepper BeautyやHotPepperグルメでも、Airペイによるオンライン決済サービスを開始しました。これによって、これまで潜在的だったアクションに伴う支払いを、決済流通額として顕在化させたことが寄与し、昨年7月にお伝えした、1兆円の見込みを大幅に上回りました。

以上が2022年度における進捗になります。

Slide3-11

さて、今後の話をする前に、Help Businesses Work Smarter戦略の構造について改めてご説明します。

販促マッチングプラットフォームを基盤に、SaaSのAir ビジネスツールズを組み合わせることで、企業クライアントの事業運営に広くまたがって接点を持つことが可能になります。更に、人材マッチングサービスを提供することで、顧客粘着性をより高め、企業クライアントのライフタイムバリューの増加に繋がります。

今年2月にローンチしたHotPepper Beauty WORKは、販促マッチングプラットフォームと人材マッチングサービスを組み合わせることで、企業クライアントの利便性を高め、顧客粘着性とライフタイムバリューを上げる取組みの好事例だと言えます。

また、小売店等、既存のパーティカル以外に属する企業クライアントにはAir ビジネスツールズで接点を広げて、Simplify Hiring戦略における採用支援や、長期的にはフィンテックサービスを提供できると考えています。

Slide3-12

例えば、ある飲食店では、販促マッチングプラットフォームでのHotPepperグルメと、予約管理システムとしてのレストランボードを利用していますが、キャッシュレス対応の拡充のためAirペイとAirレジの導入後、更にオンライン事前決済サービスのスマート支払いを導入、これに加えて、業務・経営分析のためにAirメイトを利用予定、というように、Air ビジネスツールズの利用サービスを着実に増やしています。

Slide3-13

また、旅行分野のマッチングプラットフォーム、じゃらんをきっかけに地域の観光復興支援として、地域全体の採用支援でAirワーク 採用管理の導入や、商店街全体へのAirペイ一括導入といったケースが増えています。

これは、各パーティカルのマッチングプラットフォームで多くの個人ユーザーのアクションを有し、多様な企業クライアントとの接点がある、当社だからこそ可能だと考えています。

Slide3-14

企業クライアントのお金に関する「不」の解決を実現する、フィンテックサービスの拡充も進めています。

具体的には「将来の売上を先に現金化」するAirキャッシュや「スマホ1つでできる請求書管理」のAirインボイス、直近では「毎月の給与振り込み代行サービス」であるAirWORK 給与支払いのサービスを開始しています。

まずは基盤となる販促マッチングプラットフォームとAir ビジネスツールズからなるエコシステムを強固なものにすべく、3つのKPI拡大に注力していきます。

Slide3-15

販促領域では、今後3から5年は引き続き既存のバーティカルマッチングプラットフォームの強さを磨き込み、フィンテックサービスといった将来的に収益貢献の可能性のある新しい事業の基盤をつくる期間と捉えています。企業クライアントによるエコシステムの利用を増やし、エコシステム内の循環を促進させることでライフタイムバリューの増加と、それに伴う長期間にわたる売上収益が期待できるように進化していきます。

2022年度は、収益貢献前のSaaSへの投資を含んだ販促領域の調整後EBITDAマージンは約25%となりました。我々自身も、テクノロジーを活用し生産性を高め、盤石な販促マッチングプラットフォームをテコに、SaaSや将来の事業機会のための投資を行いながら、効率的な運営を行っていきます。

企業クライアントの事業運営に不可欠なエコシステムを構築し、日本の企業クライアントの生産性と収益性の向上を同時に実現するべく、引き続き「Help Businesses Work Smarter」を推進してまいります。

私からは以上になります。

4. Prosper Together進捗報告

Slide4-01

瀬名波: 取締役COOの瀬名波です。私から、経営戦略の3つ目の柱であるProsper Togetherについて、2022年度の進捗をお伝えします。

Slide4-03

私たちは、2021年から2030年までの10年間で達成したいESG目標を 5つ掲げています。今期は、その2年目でした。フレームワークや中期目標の議論からスタートした1年目に対して、2年目は実際にプロダクトやサービスの進化を通じて兆しが見えてきた年だったと思います。

Slide4-04

初めに、Eピラー、環境についてです。

短期目標である、事業活動におけるカーボンニュートラルは、初年度に続き、2022年度も達成できる見込みです。

Slide4-05

加えて、プロダクトを通じた貢献も始まりました。オンラインで採用面接を完結できるサービスによって、面接のための物理的な移動を減らすことで、大きくGHG排出を回避することができました。

Slide4-06

これは、例えば、スマートフォン15億台分の充電量に相当します。

Slide4-07

続いて、当社がとりわけ力を入れているSocialピラーについてお話しします。

Slide4-08

私たちは、2030年度までに、求職者と仕事のマッチングを圧倒的に速くすることで、就業までに掛かる時間を半分にすることにコミットしています。

採用においては、まだまだ多くのプロセスがあり、求職者にとっても、企業にとっても長くストレスのかかる工程です。これをいかにシンプルに、速くできるか、ということが、我々の挑戦です。

Slide4-09

そして2022年度は、この「Get closer to the hire」のジャーニーの中で幾つかの兆しが見えてきました。

Slide4-10

例えば、ここ。

Slide4-11

Indeed アセスメントという機能があるのですが、求職者がIndeed上でスキルテストを受けて、その結果をレジюмеに表示し、それを企業が書類選考に使うことで、

Slide4-12

16%も速く採用ができたという結果が出ています。

Slide4-13

もう一つの事例は、Indeedの「Pay Per Application」という進化です。

Slide4-14

たくさんの応募者の中で、企業が良かったと思った候補者の「応募」にのみお金を頂くというテストをIndeed全体で行っています。

Slide4-15

より採用条件に近い求職者とのスピーディなマッチングができることで、就業までに掛かる時間が17%も短くなるといった結果が出ています。またリサーチでは、80%以上の企業が「よりよい候補者の応募にのみ課金されるべきだ」と答えています。

Slide4-16

求職者にとっては、仕事探しは当然短い方が嬉しい。企業にとっては、手間と掛かる時間が少なくなり、より条件にあう候補者の応募にのみお金を払う方が嬉しい。

Slide4-17

そして、このようにプロダクトを磨いていくことが、長期的には我々の業績にも寄与すると、期待しています。ESGコミットメントの公開から2年が経ち、改めて思うことは、就業までに掛かる時間を半分にするというこの目標が、社会へのインパクトと事業の成長を両立させる、大きな可能性を秘めているということです。目標の実現に向けて、ユーザーやクライアントの声に耳を傾けながら さらにプロダクトを進化させていきたいと思っています。

Slide4-18

一方で、就業までにかかる時間を半分に、つまりマッチングの精度や効率をあげるだけでは解決できない問題もあります。

Slide4-19

例えば、仕事探しをする時に、世界中で共通の障壁になっているのが「学歴」。本来、採用は、仕事に必要なスキルや能力で決まるべきで、関係のないラベルによって決まるべきではないと思います。

Slide4-20

でも現実には、約6割の企業が、十分なスキルや経験を持っている候補者でも、

Slide4-21

学位が無いという理由で、不合格にしたことがあると答えています。

Slide4-22

こういった障壁に直面する求職者のみなさんを支援するために、2030年度までに、3000万人の採用を実現することにコミットしています。今期は、学歴を含む、5つの障壁に優先的に取り組むことを決めました。

Slide4-23

実際に求人作成の画面を見て頂くのがわかりやすいと思います。例えばコールセンターの求人作成画面です。

Slide4-24

同じ職種で過去に学歴が条件になることが多かったというデータをもとに自動的に学歴が応募条件として Recommend されていたわけですね。

Slide4-25

一方で、はたして本当にこの学歴がこの仕事に必要なのかという疑問があるわけです。

Slide4-26

そこで、求人情報作成の画面で学歴を Recommend することそのものをやめてみたらどうなるだろうか？というテストを行いました。

当然、本当に大卒資格を必要とする職種もあるので企業は後から追加することはできます。あくまでも最初の Recommend から外すというテストです。

Slide4-27

結果、大卒資格を募集要件としない求人は増え、採用にネガティブな影響もなく、むしろ応募者が増えるということがわかりました。

Slide4-28

そこでこれを、米国すべての求人作成画面に展開したところ、大卒資格を必要とする求人は米国全体で37%も減り、大卒資格を必要としない求人は、応募者が平均的に10%増え、

Slide4-29

採用を成功できる可能性が大幅に上がっています。

Slide4-30

このようにプロダクトを進化させていくこと、そして世界中の多くのパートナーと組むことで、2022年度までの2年間で、障壁に直面する約390万人の就業を支援することができました。

Slide4-31

最後に、ジェンダーパリティに向けたコミットメントについてですが、3カ年目標を定め、取組みを加速しています。

Slide4-32

取締役会構成員については、6月の株主総会に、新たな女性取締役候補の選任議案を上程する予定です。可決されれば、女性比率が27%から33%に増加するだけでなく、

Slide4-33

国籍や年齢、スキルや経験等についても多様性が高まります。

これらの5つのESG目標は、どれも野心的で、実現するのは簡単ではありません。でも、簡単ではないからこそ、思いもよらないアイデアや新たな手法が生まれてくるはずだと信じています。本当の意味でのソーシャルインパクトと我々の成長を長期的に、同時に叶えるために、ステークホルダーの皆さんとともに挑戦を続けて参ります。

[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。