

株式会社リクルートホールディングス

2024年3月期 第2四半期決算説明会

2023年11月8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、2024年3月期第2四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、IR、PR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、執行役員経営企画本部荒井淳一です。

荒井: よろしくお願ひいたします。

沈: 本日は開始時間を1時間前倒ししまして、16時のスタートとさせていただきます。コール終了後、グローバル投資家の皆様のために、日英書き起こしのアップロードをなるべく早く行うことが目的です。皆様のご準備等の時間が短縮されてしまい恐縮です。

後日ご意見いただき、今後に繋げていきたいと思ひますので、よろしくお願ひいたします。

まずは今回は荒井より決算のサマリーをお伝えした後、質疑応答に入りたいと思ひます。

沈: それでは荒井さんお願ひいたします。

荒井: 皆様お時間いただきましてありがとうございます。今日もよろしくお願ひいたします。

3時に開示をいたしまして、毎度のように決算コールスクリプトで既にご覧いただけてる方も多いかと思ひますけれども、簡単にサマリーをお伝えすると、まず連結の通期ということに関しては引き続き数値見込みは非開示とさせていただきます。

市場環境を今後まだいろんなことが起こるといふふうに思っておりますので、非開示とさせていただきます。一方で5月の決算発表においては、減収減益の見込みだというお話をしておりましたけれども、それについては減収はそのままということなんですが、調整後EBITDAは微減か、フラット、そして純利益に関しては、その場合にはよほどの大きな何か一過性のロスというものQ4にない限りは増益という見込みだといふふうにナラティブで恐縮なんですけれども、変更させていただいたところがConsolidatedの通期のお話。

そしてそれに付随するそれぞれのセグメントの見方、しかしながらHRテクノロジー事業については引き続き通期の見通し、こういうものについては不透明度が高いといふところでお伝えはしていない、といふところ

です。しかしながら、5月の私と出木場のFireside Chatでの内容、ご記憶かと思ひますけれども、私の質問はもし仮に通期で、米ドルベースの売上が20%減としたらマージンってどれくらいですかねという質問に対して、20%台半ばぐらいは出せますよといふそんな答えをもらっていたわけなんですけれども、

ご案内の通り、私ども、タイトなコストコントロールを今敷いております、その結果がこの1Hで出てい

るわけなんですけれども、その実績とこの2Hの見込みを考えると、20%台真ん中というよりも、20%台後半は出せるだろうなといふような見込みに変えさせていただいた。

ただこれは繰り返しますけど、売上の見込みがマイナス20%と言っているわけではなく、仮に何かQ4で大きな動きが起きて、そういうレベルになったとしても、そういうレベルの利益は創出できるということ

そして、直近でいきますとQ2の実績についてはお伝えをし、そしてQ3の見込みということで、それぞれのDivisionのセグメントの予想、そしてConsolidatedの予想というものを outs させていたというところでございます。

そして最後に、今後いろんなお話をさせていただく上で、マッチング&ソリューション事業の販促事業の売上の内訳ということで、皆様にはこういった開示がご無沙汰をしておりましたけれども、半期ベースということでありますが、売上のブレイクダウン、特に現状のビジネスのやり方・戦略に沿った形でブレイクダウンとさせていただいたというのが、今回のスペシャル。そのようなコンテンツをお出ししたというのが1時間前でございます。

ですのでそれぞれのトピックも含めて、皆様からのご質問をいただければというふうに思っております。

沈: それではご質問のある方は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解除してからご質問いただくようお願いいたします。一度の挙手で2問までお受けします。それではお願いいたします。

では早速ですが、まずはUBS証券の福山様お願いいたします。

福山: ミュート解除されたかと思えます。聞こえてますでしょうか？

荒井: はい、聞こえます。よろしく申し上げます。

福山: はい。いつもありがとうございます。ご開示の再検討もしていただき大変ありがとうございます。私からまず1点で、Indeedの課金手法の変更、これが半期終わった段階で、特にUSでですね、どれぐらい浸透が進んでいるのか、切り替えをしたお客様に関してはBudgetの消化ペースに少し変化が出てきているのかどうか、このあたりについて教えてください。以上でございます。

荒井: ありがとうございます。浸透は前回もお話をした通り、かなり深く、浸透といいますか変更が進んだと、既存のお客様はそちらに変更していただいたというふうにご理解いただければと思います。

Budgetの消化ペース、いろんなことをいじっているのですが、一概にどうだというふうには言えないんですけれども、売上の今の状況を見ていただくと、当然その経済的な理由もありますけれども、書かしていただきましたけれども、いくつかの要因でJobの数、Paid Jobの数、そして単価というところが少し変わっているわけですね。

ただ以前からお話をさせていただいたように、短期的な売上をガッツと持ち上げるために単価を上げるような施策を行うわけではないので、そこは特にお客様にとっては同じBudgetで同じ効果、あるいはより大きな効果を出させていただくというそういう施策でありますので、私どもとしてはプラスアルファのバリューをご提供するというふうにご理解いただいているので、それがうまく理解され促進されていけば、売上が増えるってことは、ニュートラルであるけど減りしないというトランジションが進んでいるというふうにご理解をして、大変スムーズに進んでいると理解します。

福山: ありがとうございます。Job単価に関しては下がるんじゃないかなと思ったんですけども下がってないってことでよろしいですか。以上にします。

荒井: FAQsに書かしていただいたかな、それともスクリプトにも書かせていただいたんですけども、最低価格の見直しとかそういうことも併せてしているので、そういうものも含めて、福山さんが仰ったような全体的なものは変わらない、あるいはプラスに入っているというふうにご理解ください。なのでこのPPSAだけの効果ではないんですけども、うまくいっているとします。

福山: ありがとうございます。安心いたしました。

荒井: どうもありがとうございます。

沈: ありがとうございます。それではゴールドマンサックスの宗像様、お願いいたします。

宗像: ゴールドマンサックス証券の宗像です。2つありまして、1問1答の方がいいですか。

荒井:2つとも言ってください。

宗像:わかりました。あの2つともHRテクノロジーなんですけど、1つ目が今触れていただいた課金下限金額の設定というところなんですけど、これいまいちどういう意図なのかっていうのがわかりきってなくて。基礎的なところから説明していただきたいんですけど、クライアントにとってはどんなメリットがあるものなのかを教えてください。

2つ目もHRテクノロジーでQ3の見通しのところなんですけど、YoYでUSドルベースで18%減収で見たらっしゃるといってQoQでも減収になるということだと思んですが、その中で営業費用は、額としてはQ2と同額になるような見通しだというふうに理解をしています。Q3はマージンがQ2対比で下がるということだと思んですが、これはシーズンリティみたいなものなのか、何か予定されている投資があるのかどうか確認させていただけますでしょうか？以上です。

荒井:はい、ありがとうございます。2つ目の所から先にお答えしましょう。QoQで9%マイナス、YoYで18%ということ、それから書きましたけれども10月はYoYで18%マイナスということで、そういった数字をお出しをしています。

費用については先ほど冒頭にお話した通り、タイトにコントロールしていますし、人員についてもフラット、ナチュラルなチャーンも含めてですけども、であれば若干のマイナスという数字になっているというふうに思っています。

調整後EBITDAマージンの予想27%前後というふうに書かせていただいたんですが、10月の状況等々見えますと、前後とは言ってるんですが、27%前って可能性ってあまり高くないかなというふうに今のところは思っているの、別の言い方をすれば、27%でちょっとコンサバティブという見方を出させていただければなと思ってます。

なので、何か新しい施策とか皆様とお話をしてない内容で何か投資をする、何か費用計上するということとを計画しているわけではない、ということですね。この2つ目のご質問については大丈夫でしょうか？

宗像:はい、ありがとうございます。

荒井:はい。そして最初の方の下限金額設定の話ですね。これは下限を低く設定された場合には、結果として成果が出ないということが当然出てくるんですけども、これはIndeedというもののファンクションがうまく機能していないというわけではなくて、予算設定が芳しくないとか予算設定が適切じゃないということによるものだというふうに我々は考えています。

Jobあたりの最低予算ということを設定させていただくと、期待値とそれに対する成果っていうものが、よりバランスが取れて払ったものがちゃんとリターンが出てくるということが明らかになりましたので、そういう設定をさせていただいたというふうになっています。従って、お金をお支払いいただくお客様にも好意的に受け止められているというふうに、現状理解をしております。

宗像:なるほどわかりました。予算設定の、適正さがより見える化するとかそういうニュアンスだと理解しました。ありがとうございます。

荒井:はい、ありがとうございます。ですのももちろん、25ドルっていう数字だったり20ドル、そういう数字なんですけども、もうこれ全く払わないフリーのお客様になるっていうことも十分あり得るので、そのお客様はお金を払わないっていうところのリターンを取っていくっていうところだと思うので、

そこにはお金を払ったのに、良いリターンが来ないのではなく、お金払わないんだから、そもそもものが来る、そういう何を払ったら何が来るということがより理解していただいて感じていただけるような、そんな設定をさせていただいてるところでございます。

宗像:大変クリアです。ありがとうございます。

荒井:はい、ありがとうございます。

沈:それではBofA証券の長尾様、お願いいたします。

長尾:1人何問とか決まってきましたでしょうか、BofA証券の長尾でございます。

荒井:とりあえず2問で。

長尾:ありがとうございます。とりあえず2問ですね。はい、承りました。では、1問目がですね、マッチング&ソリューション事業のQ3の業績計画の考え方なんですけれども、ちょっと違うアングルでマッチング&ソリューションを見た場合に、Q3というのは飲食でありますとか、美容あるいは旅行とか、シーズンリティを加味すると、売上の規模感がかなり大きくなるクォーターかと思います。

それに対してマージンのご計画が23%ということで、売りが上がる分だけですね、結構調整後EBITDAマージンのExpansionが上がるクォーターなんじゃないのかなと思うんですけれども、今回その調整後EBITDAマージンの設定を23%と置かれた背景がもしあれば教えていただければなというのがまず1点目でございます。いかがでしょうか？

荒井:はい、ありがとうございます。今、過去の数字も見てるんですけれども、若干調整後EBITDAマージンがQ3は高いんですがそれほど大きな違いは、この今4年間の数字を見てるんですけれども、あんまりないんですよ。もちろんご案内の通りQ4に意図的に大きく下げるっていうことはあるんですけれども、Q3が突出してマージンが高いかというところでもない。

例えば2019年、コロナの前っていうのを見てるのですが、Q1が26.7%で、Q3が27.4%で出てますし、去年だと、Q1が17.4%で、Q3が16.5%っていうので、Q2は若干それでも低いんですけども、あんまり大きな、そこに立派なディップもアップもないっていう感じなので、23%と言えば何か大きな意味が他意があるというよりも、もうかなり自然体で出てきてる数字だというふうにご理解いただくのが良いかなと思います。

長尾:はい、ありがとうございます。2問目はパイチャートですね、スライドの9ページなんですが。

いただいた数字なんですけど、まず前段の確認なんですけれども、この濃いブルーの美容・旅行・飲食・SaaSっていうのは、それぞれきちんと売上高があってこの4つを足し合わせて1,200億っていう理解でよろしいでしょうか？

荒井:その通りです。

長尾:そうすると、大体SaaSソリューションだけを取り出すことが、その御社にとって本意かどうかは別として、やっぱり既に100億以上の売りの塊はある、ぐらいのサイズ感には成長してるのかなと。それぞれを足し算し引き算していくと出てくるんですけれども、そういう意味においてはかなりSaaSソリューションズっていうのは事業としての規模感が出てきたっていう理解でよろしいでしょうか？

荒井:他のとても大きな事業を幸いにして私どもは持って進めているので、何をもって大きいかわかっていうのは言えませんけれども、過去の数字等々見ていただいて、引き算をしていただくと、そういうご感想を持たれるんじゃないかと思います。

長尾:わかりました。何か、SaaSソリューションの売上のこの輪郭がわかっただけでも大変助かりました。素晴らしいご開示でした、ありがとうございます。

沈: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:もしもし、シティグループ証券の山村です。聞こえますでしょうか？

荒井:はい、よろしく申し上げます

山村:はい、よろしく申し上げます。では2点お願いいたします。1点目がHRテクノロジーなんですけれども、北米と北米以外の地域の状況を教えていただければと思います。数値だけ拝見しますと、北米の弱含みを北米以外が下支えしているようにも見えておりまして、これはマクロ環境の影響によるものなのか、それとも先ほどご説明いただいたPPSAへの浸透ですとか下限の価格の設定が何か影響を与えているものなのか、少し解説をいただけますでしょうか。これが1点目になります。

続けて2点目なんですけども、以前ですね、Indeedも含めてマッチング&ソリューション事業の人材領域を統合し、その広告の出稿窓口を一本化させて、システムなどを活用してより効率的に広告を最適なメディアに流していきたい、というようなお話をしていただいたと思うんですけども、これ例えば実際のUSのIndeedのオフィスそのものを例えば日本と統合させていくといった、そういった可能性があれば教えていただきたいのと、それに伴う先行投資などが今期中に発生する可能性等もあれば教えていただけますでしょうか。以上になります。

荒井:はい、ありがとうございます。これも2つ目のご質問から行きましようかね。まず、先ほどお出しをした通期の事業の方向性といいますか見方というものをお出しする時点で、何か今、北村がお話したような先行投資が発生するということは考えていないので、もちろん色んなことは考えていますけれども、それを含んだ通期の見込みというものを今我々が考えているわけではないです、というのがお答えの1つ。

それから、いろんな可能性があるのですが、これ絶対ありませんこれ絶対あります、ということではないですけども、どうやっていくのが一番今後の事業の展開に資するのか、何がより我々としての事業の効率性に資するのかということを常に検討しながら前に進めているので、色々な施策を考えながらワークするね、とかワークしないね、ということを考えながら進めているので、今日明日何かすぐに起こるということではないと思いますけれども、おっしゃる通り引き続き、どうやったらより生産性の高い効率的なお客様、そしてユーザーのために良い仕事ができるかということを考えながら進めています。これが2問目の話ですね。

1問目の話はそもそもアメリカでのマーケットシェアと比較すると、海外のビジネスですけれども、競合が強いって国もいくつかある。景気ってことからすれば、欧州の環境ってアメリカと同じぐらい厳しいんですけども、その中でも、そういう引き続きまだ伸びるっていう伸びしろが高いってところでは、シェアを獲得している国がかなりあるというふうに思っています。

一方でドルベースで見るとの話と、現地通貨ベースで見るとの話があって、我々両方見ているので、場合によっては山村さんがおっしゃるよりも海外の事業の方が、実はその現地通貨ベースでうまくいっているというか、売上が伸びているという結果、割とフラット目な海外売上になってるということも一方では言えると思うんです。

山村:わかりました、ありがとうございます。

荒井:なので、本当はもう少し海外の事業をこの国はどうです、あの国はどうです、みたいなことがお話できるともうちょっとくっきりご理解いただけると思うんですけども、こういうドルが非常に高い中で、Non-USのビジネスがこうなってるというのは、我々としてはいいなというふうに思っています。

山村:わかりました。ありがとうございます。

沈:それではみずほ証券の岸本様、お願いいたします。

岸本:はい、みずほ証券の岸本です。ご説明ありがとうございます。私から大きく1問で、マッチング&ソリューションの中の人材領域について確認させてください。

短信だと一部の企業クライアントで、採用に慎重というコメントはあったんですけど、全体として業種、あるいは何か属性で分けたとき、今企業側の採用事情にこういうカラーがあります、というのがもしお示しいただければ確認したいです。

併せてQ3の人材領域の売上成長見通しが2%前後の伸びというご計画ですので、Q2に見られたこの採用に慎重になっているクライアントがもう少し規模が広がってしまうような、そういうクライアントが増えるような前提なのか、あるいは前年同期のハードルが高いとか、そういった去年とのハードルの多さに過ぎないのか、Q3からQ4にかけてのモメンタムの変化、この前提について確認をしたいです。これが大きな1問です。

荒井:はい、ありがとうございます。ご案内の通り、元々お話をしていたQ2の売上見込みというものよりも結果的に少し低めに出ておまして、そしてQ3も2%内外ということで、増加率というところでは少しお辞儀をしているという、そんな数字的な内容ですけども、一部のクライアントが慎重・控えめだけ他のクライアントは、アクティブ、それをジョブボードに出稿されるっていうことをするのか、それとも人材紹介の方にお使いになられるのか、お客様の業種、あるいはどんなカテゴリーを探してるかというところで大きく違ってくるわけなので、今後どうなっていくかわからないんですが、例えばプログラミングをする方と

か、エンジニアとか、そういう皆さんは引き続き非常に高い需要があって、それは別に職種業種を問わず、全体的に高いという人たちもいます。

それから当然でありますけれども引き続きサービス事業の需要は高いです。一方で、製造業少し弱含みかな等、業種によって少しカラーが出てきているということは確かだと思います。ただ、先ほど申し上げたような職種・業種・Jobについてはかなり強い需要が引き続きあるということで、そのミックスだと思うんですね。

岸本:わかりました。ありがとうございます。Q4にかけてのトレンドは継続しそうですね？ Q3より先の話を持って恐縮なんですけど。

荒井:そんなことがありましたもんですから、年間の人材事業の伸びというのを少し下げさせていただいたということなんです。

岸本:承知しました。通期の見通しからQ3の見通しを差し引きすることで、Q4も判断したいと思います。ありがとうございます。

荒井:はい。ありがとうございます。

沈:次はマコーリー証券の谷岡様お願いいたします。

谷岡:はい。ご説明ありがとうございますマコーリーの谷岡です。私から1つご質問させていただきます。

HRテクノロジーのことで恐縮なんですけども、また既にご質問・ご説明いただいていたら恐縮なんですけど、これまでコストコントロールをうまくされてきて人材であったり、広告のところで非常に良い利益をHRテクノロジーで出されていると思うんですが、また通期の出木場社長のコメントのところでも大きく前提よりも変わったとしても20%台後半ができるような形で今回書かれているんですが、

仮にトップラインがそこまで落ちなかった場合に、これまで採用凍結されたりリストラクチャリングをされてきたと思うんですけど、こういったことを再開されるご予定があるのかってところと、仮に採用が再開されるトリガーとなることがあるとすれば、そのトリガーは何かっていうのを教えていただくと幸いです。お願いいたします。

荒井:ありがとうございます。5月の決算コールで、まだ2月ですかね、の時、出木場は1年よりも長く厳しい状況が続くと思いますというふうに皆様にお話をさせていただいておまして、これは今年度は引き続きそうなんですけども、では来年度どうなるの、カレンダーイヤーで2024年どうなるの、そういう話に繋がってくるんだと思います。Q4のみならず、その後どうなっていくのかということをお我々としては慎重に見極めながら、お金の使い方ということを考えているわけなんですけれども、今時点ですぐに景気が好転して売上がものすごく上向きになるというふうには我々の中での見方としては思っていないので。

従って、今すぐに人を採用するっていう事を行う、仮に思ってたよりもQ4の売上が良さそうだね、ということがあったとしても、それほどsubstantialにそれが改善するわけではないので、当面はlow-keyで必要なところに必要なお金を地道に使って、次のUpdownに備えるというそういう姿勢は変わらないというふうには思っていますので、Q4がどういう売上の推移になるかわかりませんが、我々としては、短期のマージンが30%になるのが35%になるのが、今申し上げたような姿勢で経営を進めていくということだと思っています。

なので、もしそういうことがあるとすれば、どこで起こるかかわかりませんが、ボトムが来るっていうことがかなりクリアに見えたときに、そういうアクションを起こすことはあるかもしれませんが、今どこでボトムがあるかってことがわからない状況なので、そういうアクションは考えていないというふうにお考えいただいて良いと思います。

谷岡:ありがとうございます。

沈:ありがとうございます。次はCLSA証券の加藤様お願いいたします。

加藤:CLSA証券の加藤です、聞こえますでしょうか？

私もHRテクノロジーの方なんですけど、このQ3でマイナス18%を見込んでいて、Q2も同じで、10月も一緒なので、要するに11-12月って同じぐらいで見てると思うんですけど、これは去年のハードルがだいぶ低くなってくるからそう見てるのか、またはもしかしてプライシングの方でPPSAとかがもっと貢献してくるからマイナス18%で見てるのか、どのような感じでしょうか？

荒井:先ほどお答えした通り、課金モデルの変更というのはニュートラルだということをベースにして考えているので、基本は需給が緩和されているということと、経済環境が引き続き厳しいよ、この二つのファクターによるものだというふうに思います。

加藤:わかりました。ボトムというのが、御社はどのようなKPIを見てるんですか。どこを重視してるのか、Job Openingsが3ヶ月連続に上がっていくのとか、どういうKPIを見てるんでしょうか？

荒井:でも皆さんが普通にご覧になるマクロの指標を総合で見て、出木場がいつも唸りながら先の絵が書ける書けないみたいなことをやっているってということなんで、何かマジックとか、これをもう絶対直さず見てますっていうわけではないと思うんですよね。

かなりいろんなものの複合要素でありますので、そういうものを勘案してやっている。当然当社の中で持っているデータもありますし、皆さんがご覧になれるような指標、例えばJOLTSとか、そういうのも一応見ているわけですね。

今加藤さんが言われたような、どれぐらいのJobが立ってるかっていうのも大事で、それが増えたの減ったのっていう、そのクオリティとかそういうのは全然別にして、これによってどうなってるのか、そういう話もあります。

難しいのはやっぱりそのお客様がどういうものを契機として、より人を採用しようと思いはじめるところだから、実際の経済環境と多分ギャップがあるよね。先んじて行動をはじめようとする人もいるだろうし、いやもうちょっと本当に戻ってきてるのかを見極めないと採れないよねっていう方もいらっしゃるの、そのあたりの見極めでとっても難しいとは思ってるんですけども、ただ皆さんが見ておられるものを基本的に我々も見ているというふうに思っていた方がいいと思う。何ヶ月続いたらOKと思うとか何かそういう機械的に何かを決めているわけではないのですけれども。

加藤:わかりました。ありがとうございます。ちなみにこの有料広告数って、確か先ほど言ったQ2もマイナス50%だったと思うんですけど、このQ3ってどのぐらいで見ればいいんですかね。

荒井:先ほど宗像さんのご質問でお答えしたような施策をいろいろ打ったりしているので、有料広告数がどれくらい落ちた落ちないというのは実は我々の売上との関連性というのはだんだんなくなっているの、そこはもうお話をしませんというのを先ほどの私のスクリプトでもお話をしたので、それにあんまり依拠したものは考えてないです。あんまりそれに依存されない方が良くかなと思います。

先ほどの質問にちょっと戻ると、ポストされているJobの投稿数ってやっぱり企業が先行して何を考えてるかっていうデータだというふうに出木場は言っていました。

加藤:わかりましたございます、以上です。

沈:それではSMBC日興証券の前田様、お願いいたします。

荒井:前田さんどうぞ。

前田:はい、聞こえますか。よろしくお願ひします。HRテクノロジーのところで、先ほどおっしゃってたように労働市場の平準化にしばらく時間がかかるのではないかというお話を以前いただいたと思います。

見方によると、この平準化のスピードというのは割と緩やかなのかなと、一気に落ちてない感じもありますので、裏返すと平準化し切るのに多少時間がですね、逆に長引いてしまう可能性もあろうかと思っております。

その時ですね、来年度も平準化のためにトップラインがまだボトムアウトしない場合、コストコントロールの余地というのは来期にもまだ残せるのか、さすがに前年下期あたりからコストを削り始めておりますの

で、絞り出すってのはなかなか難しくなってくるのか、もし現時点でイメージがございましたらその平準化にかかる時間に対する考え方とコストの部分の考え方、両方教えていただけますでしょうか？

荒井:平準化とおっしゃってるのは需給のバランスのことを言っておられるんですか？

前田:そうですね、はい、タイト感とか、過度に過熱していた異常値からという話をされていたと思いますので。

荒井:なるほど、ありがとうございます。来年になると突如として景気が良くなり、どんどん人の採用が進むというような、アサンプションは現時点で持っていないんですよね。なので、皆さんが一番よくわかりだと思えますけれども、ハードランディングするんですか、ディープダイブするんですか、ゆっくり落ちていくんですか、底は浅いんだけどダラダラ進むんですか、みたいなそういうシナリオいろいろ考えながら動いているんだと、皆様も予測されるんだと思いますし、我々もそう考えて言ってるんですね。

ただ、先ほども申し上げましたけれども、そのタイミングはいつかわからないけれども、今度マーケット環境が戻ってくる時に、どうやってぐっとより大きくなれるか、強くなれるかっていうことだけを考えてやっていってるので、それがこの後どれくらい長かろうと下かろうと深かろうと、やることはどんどんやってまわすってところですよ。

ただ、これもう今年の3月ですか、5月ですかね、お話をした通り、やはり上場会社としてのDisciplineは守らなきゃいけないですし、資本市場の皆様にはきちんとやれることはやってでもスタートしなきゃいけないってことは理解をしているので、やらなきゃいけない場面ではやらなければいけないとは思ってるんですけども、これは短期的にやれることとやらないことを、やれるんだけども長期的にやらないことっていうのもバランスなので、

前回の時にもお話しした通り、将来の我々の成長に資するような人材、資産に関しては、削ることなく引き続きしっかりお金をかけていきます、というのはそういう習性の表れだというふうに思ってるので、短期的なことでももちろん我々気にして考えていますけれども、一番大事なものは、リカバリーのときにどうやってよりgrowするかというその1点に絞られているので、それが長かろうと短かろうと、それまでやれるべきことをやりますし、やらないことをやらないっていうことだと思えます。絞り出すとかそういうコンセプトはあんまりないです。

前田:わかりました。ちょっと同じ質問になってしまいますけれども、そういうタイミングが見えるまで、まだ必要であればコストコントロールで先ほどいただいたような調整後EBITDAマージンのターゲットというのは、もし環境が悪かったら厳しくなってくると思えますけれども、先ほどの上場会社としてというお話もあるので一定規模はキープしたいと、そういうそのような考えでよろしいでしょうか？

荒井:毎回申し上げているように、クォーターの調整後EBITDAマージンを何%にするために何とかします、そういう経営を張ってるわけではないっていうのが前提ではありますが、当然一方で上場会社とキープしなければいけないレベルというのは意識はしているので、そういう努力は惜しまないということです。それをやるために、何でもやります、何でも絞り出します、ということはしませんということです。

前田:はい。ありがとうございます、その辺は理解してるつもりです。

荒井: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:ちょっと2巡目で申し訳ございません。マッチング&ソリューション事業の調整後EBITDAマージンに関してのご見解を教えていただければと思うんですけども、このQ2のマッチング&ソリューション事業における販促領域の調整後EBITDAマージンが約30%で、人材領域が約23%、Q2です、ということなんですけれども、去年の通期レベルでいくと販促領域は25%程度でしたので、かなり大きく販促領域の調整後EBITDAマージンが上がってきています。

この背景を教えていただきたいのと、併せて、人材領域もQ2で約23%でしたということなんですけれども、昨年度通期ですと、12%程度でこれもかなり大きく収益性が向上しています。単にコストカットだけではなく、売上がしっかりとついてきた上での調整後EBITDAマージンの改善が今起きていると思うんですけども、こ

のあたりの両事業の調整後EBITDAマージン改善のメカニズムというか、今どうなってるのか、というところについて補足でもしていただければ大変助かります。よろしくお願いします。

荒井: 売上のミックスが少し変わってきているのももちろんある。それぞれのsubsegmentというか、例えば人材であればメディアと人材紹介というところの売上のブレークダウンっていうものを開示してないので、それぞれの調整後EBITDAマージンがどうだから、こっちが増えたからこうなのかな、というご説明が今できないので申し訳ないです。同じことがこの販促事業サイドにも言えるのですが、思い出していただければと思いますが前の5月にお話した時には、昨年度は戦略的にマッチング&ソリューション事業の方は投資を踏みますというお話をさせていただいて、1年間あまりその内容についてはお話をしなかったんですけども、

種明かしというところなんでしょうか、今年の5月にはどちらかというとその投資を踏んでるっていうのは、人材サイドの方で多く使わせていただいていたので、今年はそこまでやりませんっていうお話を今年の5月にさせていただいたと思いますので、人材のところについてはまさにその使い方の違いということが出ていますし、当然販促サイドの方でも去年ほどは使えませんということが一番大きいかなというふうに思っています。

昨年は、このセグメント全体で14.4%の調整後EBITDAマージンでありましたけど、今年は全体で20%という目標を張ってやらせていただいております、これを今長尾さんが言っていた、現状の1Hでいけば、販促領域20%、まあ30%ぐらいですかね、HR領域は23%ぐらいっていうのが、この上半期のマージンのレベルですけども、それにHQのコストが関わっているんでそういうものを差し引くと全体的なマージンは22%ぐらいっていう、そういう数字になっていますからこういうHQコストを考えると、

それぞれがこれくらい出さないと、20%にはいかないよ、というドライブもかかっているというふうに思うので、無用にお金を使わない、じゃあ人についてはどうですかとかっていうことをかなり事業サイドとしては細かく精査をしながら、通期で20%のマージンが出るようにというところで努力をしているというのが現状だと思っただけだと思います。

長尾: ありがとうございます。1点補足で、過去ご開示いただいたときの販促領域の調整後EBITDAはMAX出ても27%程度だったんですけども、今この上半期を折り返して約30%ということですので、コストもある程度絞り切りながら売上ミックスも改善をされていらして、従前からお取り組みになっていらっしゃるこのSaaSソリューションのところも収益性改善に今寄与しているっていいかどうかについてはいかがでしょうか。もう少し解像度をいただくと助かります。可能な範囲で結構ですのでよろしくお願いいたします。

荒井: 以前開示していたときのコストのアロケーションが中で結構変わっているんで、開示をしなくなる直前のところのマージンとは、実はApple to Appleではないですね。

先ほどHQコストをかなり小さくアロケーションしていたのが過去だったので、なぜかという会社ごとにまとめたものですからそこでそういうHQコストが出ていて、それを全部取り込んでいた、というのが過去の姿であったので、HQコストが今に比べると小さいですね。

ですのでApple to Appleじゃないっていうのがまずお答えの1つ。ただそれでもそういう時のレベルに近くなるようないろんな施策を打ってるっていうことが今のレベルになっているので、本来であれば一貫通貫といえますか、一貫性のある数字として調整後EBITDAマージンをお出しすると、今の長尾さんとのディスカッションのようにいやこれは実はですねっていうふうになるんですけども、実はそうじゃないということなんです。

ですからこの今出ているものは、前のベースでいくとそれよりも低い、というふうに見ていただくのがいいと思います。

長尾: 大変よくわかりました。ありがとうございました。

荒井: すいません、数字的にはっきりお答えできなくて。ただ比べるとちょっと危険ですよということです。

長尾: わかりました、ありがとうございます。

荒井:ありがとうございます。

沈:では次の質問で最後にしたいと思いますけれども、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つございまして、1点目が、連結で見たときの広告宣伝費の推移を見てまして、上期が大体400億ぐらい下がってまして、例年のパターンですとQ4に結構投資されるので、上期より下期が増えるのかなと。ただ、前期はIndeedの件もありましたので、上期下期で見ると下期が低かったです、という感じなんですけど、今期は通常の、下期に上がっていくパターンに戻るといふふうに思っているのか、そうするとYoYで見たときの広告宣伝費の下げ方というのはあまりなくなるのかなと思って見ていたんですけども、そこの考え方。ちなみに今期は例えば何か注力して宣伝をかけてるものが何かあるのか、前期ですとダイレクトリクルーティング系のサービスとかあったと思うんですけど、今期何かこれに特に投資してます、というものがあれば併せてご紹介いただければと思います。1問目です。

荒井:国内に関しては、今年特に何かに大きくお金を使ってるっていうものはなく、逆にそういうものがないが故に、先ほど長尾さんのご質問にお答えしたように、調整後EBITDAマージンが改善しているというふうに答えるのが多分すごく端的な答で、

下期に関してはご案内の通り、特に日本の事業に関してはそこに投資をかけていくのが一番効率が高いということで毎年やらせていただいているので、昨期ほどではないにせよQ4には毎度のトレンドのように、そういった投資をかけるということは計画はしています。

私自身があまりこれをこういう数字をConsolidatedで見なくて実は皆さんにお出しできてないんで申し訳ないんですが、そのセグメントごとにしか見てないのでConsolidatedは、と言われるとどうだったかなというふうに、足し算なので思うんですけども、一番上期下期っていうところで大きさが変わってくるのはやはりこの日本のマッチング&ソリューション事業なので、そこは下期の方が比較としては大きく出るはずだと思ってます。

森:はい、わかりました。ありがとうございます。

荒井:なので多分マッチング&ソリューションの方は今の調整後EBITDAマージンを見ていただいて、このQ3も23%出る、というのを足し算して、全体で通期でさっきの売上の%をかけていただいて、調整後EBITDAマージン20%という、Q4でどれぐらい調整後EBITDAマージン出るか多分すぐ計算できると思うので、ですからそれぐらい使うっていうことを考えてるんです。

森:そうですね。Indeedの方が多分毎Q営業費用が為替で増えたりはしてるんですけど安定してるので、あんまり動く項目がそもそも広告宣伝費が大きく動かせるのはその辺かなってことを考えると、今期は毎Qちょっと安定して増えたり減ったりほとんどしてないっていうことになるんですかね。

荒井:はい、Deciplineを持った使い方をしているということの1つなので、人材のコントロールもしていますしこのコントロールもかけているということです。逆に言うところこういう景況感で、そういう広告宣伝費にかけたリターンというのは必ずしも素晴らしく大きいわけではないので、自然とかけなくなる、というふうに見ていただいた方がいいかもしれません。

森:はい、わかりました、ありがとうございます。2点目がですね、何か大きな話になっちゃうんですけど、IndeedのFutureWorksのところでかなりAIの話がたくさん出てきていたかなと思うんですけども、従来からやっているもの、今度春に出す新しいプロダクト、いろんな話があったかなと思うんですけど、これそもそもHRテクノロジーのAIの活用という大きなテーマで括った時に、基本的にはそのサービスをどんどん良くしていくもの、という捉え方をすべきなのか。例えば来春に出る新しいプロダクトとかは追加的に付加価値を与える分、利用料を払ってもらいたいな類のものもあるのか、漠然としてる質問なんですけど、いろんな話がある中で、単純にユーザビリティを上げていくものなのか、はたまたそのAIの活用によって少しTAMを広げられるような話があるのかとかちょっとそこの辺り考え方だけでも教えていただければと思います。

荒井:おっしゃる通りどうやって我々のユーザー、お客様にとってより良いサービスができるかっていうのが、結果的に我々の実入りにも繋がっていく、長期的にですけども。と思って、いろんなことをトライし、エラーし、またトライしてるということだと思います。

数字で分析をして結果を出していくっていうのが、今までいろんなことをやってきていることなんですけれども、例えば言語、言葉っていうところで、どうやって機械をトレーニングすることができれば、どうやってサービスが進化できるか、みたいな夢のある話をIndeedの人たちは考えてると思っていただいて良いと思います。数字を食べさせてそれで分析させてっていうことから、どれぐらいいろんなことができるのかなっていう話を、実は昨日、散々時間を押しながらも楽しい話を出木場としていたので、どこかでもそんなお話を皆さんと出木場がすることを僕は期待してるんですけども、今までなかったようなことがいろいろできるんじゃないかなと思ってやっています。

HRという、人が採用するという事業の領域というのは、マーケットとして人件費比率がコストに占めるものが非常に高いですね。元々マニュアルでやって、海戦術でやっている実装がマッチングするっていうことだから、売上を増やすためには、これだけの人が必要ですよ、という人を投下して売上を取りに行くという、非常にこう人件費の高いビジネスモデルがずっと続いていたんですけども、お客様の利便性に資するというのが、我々にとっても生産性の向上に繋がっていくということで、元々そういうことができてなかった産業ほどその可能性ってのは高いので、そこそこやってきた産業にはもうあんまりその改善の余地はないかも知れませんが。

ですが、要するにイケてないので、もっとイケてるようにできる可能性が非常に高いんだと思ってるので、出木場は常に毎日どうやったらそれ出来るんろうねっていうことを進めているということで、事業サイドの方はそういった夢のある話を進めていて、かなり事業をやっている、開発をしている人たちからすると、昨日のオープンAIの発表でもそうですけれども、かなり興奮気味にいろんなことをやっていきたいなというふうに言っていると。

なので、先ほどのご質問にも繋がってきますけれども、こういうところの投資というのは、景気がどうあれ、我々としてやっていきたいと思っておりますし、やっていかなければならないと思っておりますし、逆にこのHR業界でこういうものを進めているという他に誰ができるのか、そういう覚悟でやっているのそういう費用は引き続き十二分にかけてながら将来に繋げていきたいなと思っております。

何か新しい、より具体的な話ができればなと思ってるので、機会を探してまたお話したいと思っております。

森:ありがとうございます。楽しみにしています。

荒井:はい、ありがとうございます。

沈:ありがとうございました。それでは終了になりますが、一点、皆様にご案内をさせていただきます。

来月、12月15日金曜日ですが、日本時間の午前8時より、IndeedのチーフエコノミストであるSvenja Gudellによる、マクロ経済や労働市場に関するウェビナーを開催いたします。詳細は明日、当社のIRサイトでお知らせいたしますので、ご興味のある方はぜひご参加いただけますと幸いです。

それでは本日は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。