

# 株式会社リクルートホールディングス

2022年3月期 第2四半期決算説明会

2021年11月15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、2022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の沈です。よろしくお願いいたします。

本日のスピーカー及び質疑の対応は経営企画本部 執行役員 荒井 淳一、及びディスクロージャー・株主リレーション部長 橋本 康嗣です。

まず荒井より、先ほど15時に開示しました、第2四半期決算に関する内容をお話させて頂き、そのあとに、ご質問をお受けします。

当社IRサイトに掲載している、決算短信3ページのハイライト、及びFAQのファイルをお手元にご用意いただき、お聞きください。また本日のコールは英語での同時通訳版を、ライブ配信しております。

なお、本カンファレンスコールにて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ます。

それでは荒井よりお話しいたします。

荒井: 本日は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。

当第2四半期は、米国や欧州では、新型コロナワクチン接種の進捗に伴う経済活動の回復を背景に、第1四半期に引き続き、労働市場の需給が乖離する、特殊な環境にありました。

日本では、ワクチン接種が進捗したものの、緊急事態宣言等が9月末まで延長されたため、経済活動の回復は緩やかなものとなりました。

このような事業環境の中、HRテクノロジー事業は大幅な増収増益となりました。

従前からお伝えしております通り、人材採用事業は経済環境の変化に伴う、企業の求人活動、そして求職者の求職活動の影響を大きく受ける事業モデルであり、世界の景気や企業活動の動向に大きく左右されます。

世界各国で、新型コロナウイルス感染症対策に関する規制の緩和が続くものの、新たな変異株の出現等により規制が再導入される可能性も充分にあることから、日々事業環境が変化していくと想定しております。

また、現在の人材マッチング市場では、過去に例を見ない需給の乖離が発生しており、このような事業環境は一時的なもので長期的に継続するものではない、と当社は考えております。

加えて、この一時的な需給乖離の反動が、今後、人材マッチング市場にどのような影響を与えるのか、不透明な状況です。

そのため、当下半年、そして来年度以降の事業環境をクリアに見通すことは難しい状況ではあるものの、当上半期実績と本日時点で入手可能な情報に基づき、当下半年の各事業の見通しを新たに開示し、8月12日に開示した通期連結業績予想を上方修正いたしました。

当社は、事業環境の好転・悪転に一喜一憂することなく、最も重要な経営戦略である「Simplify Hiring」の実現に向けて着実に進捗を図りながら、長期的視点をぶらすことなく事業運営を続けてまいります。

それではまず、当第2四半期の連結実績についてご説明をいたします。

当第2四半期は、採用需要の回復と低調な求職活動による労働市場の需給の乖離を背景に、採用競争が継続したことから、HRテクノロジー事業の四半期売上収益が初めて2,000億円を超えました。

この大幅な増収が牽引役となり、連結売上収益はプラス23.2%となりました。

連結調整後EBITDAマージンは、主にHRテクノロジー事業のマージン増大が貢献し、前年同期の12.3%から20.1%となり、調整後EBITDAはプラス101.0%となりました。

調整後EPSはプラス133.9%の56.95円となりました。

また、本日開催の当社取締役会にて、1株当たり10.5円の間配当を行うことを決議いたしました。

期末配当予想は変更なく、1株当たり10.5円、通期では21.0円を想定しております。

次に、通期連結業績予想の上方修正についてご説明いたします。

この修正は、当年度中に新たに大規模なロックダウンや緊急事態宣言の発出に伴う、経済活動の長期的な停滞が起らない前提に基づいています。

今回の当下半年度連結業績予想においては、期初に設定した1ドル108円の為替レートを、111円に変更しています。ユーロ及び豪ドルについては変更しておりません。

連結売上収益のレンジは前回「2兆6,000億円から2兆7,000億円」と開示したものを今回「2兆7,000億円から2兆8,000億円」に、連結調整後EBITDAのレンジは「3,600億円から4,300億円」であったものを今回「4,400億円から4,700億円」、また調整後EPSのレンジにつきましては、当初のレンジ「136.32円から166.92円」を「172円から184円」のレンジに上方修正いたしました。

事業別の通期見通しは、このあと、それぞれの第2四半期の実績と併せてご説明いたします。

では、セグメント別に当第2四半期実績、及び下半期の見通しについてご説明いたします。

まず、HRテクノロジー事業ですが、第2四半期の売上収益は、引き続き当社の想定を上回り、米ドルベースで約2倍の19.4億ドルとなりました。

これは主に、世界的に採用需要の高まりが継続し、新規および既存の企業クライアントの、有料求人広告利用が増加したことによるものです。

継続する強い採用需要に対して求職者の数が相対的に限られている状況を背景に、Indeed及びGlassdoor上での採用競争が継続したこと、加えて、オークション型の課金体系を採用していることが要因となり、売上収益が大幅に増加いたしました。

米国の売上収益は、中小企業クライアント、大手企業クライアント双方の有料求人広告利用の増加に牽引され、米ドルベースでプラス95.9%と大きく増加いたしました。

また、米国以外の地域における売上収益も、主に欧州やカナダが牽引した結果、プラス114.2%と大きく増加しました。

日本ではコロナ禍における従業員解雇が限定的だったことや、度重なる緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置が継続した影響で、売上収益の伸びは緩やかなものとなりました。

調整後EBITDAは、前年同期比約5.8倍の864億円となり、売上収益同様、四半期では過去最高となりました。これは主に売上収益の大幅な増加によるものです。

費用及び投資に関しては、コスト管理を行った前第2四半期と比べると、広告宣伝費や営業部門に係る人件費が、増加いたしました。

また、採用プロセスを効率化し、採用にかかるコストと時間を大幅に削減する、つまり「Simplify Hiring」を実現するためのプロダクトの強化やテクノロジー開発に注力するため、これらに関わる人材採用等、将来の成長に向けた投資を継続的に実施しました。

当第2四半期の調整後EBITDAマージンは、売上収益の伸びが引き続き費用や投資の伸びを上回った結果、40.3%となりました。

当上半期実績は、採用競争の過熱感が継続し、想定を上回る増収増益となったことから、米ドルベースでの売上収益はプラス118.5%、調整後EBITDAマージンは、売上収益の大幅な増加が費用の増加を上回り、39.1%となりました。

HRテクノロジー事業の当下半期の見通しですが、8月12日の第1四半期決算開示カンファレンスコールにて通期業績予想の背景をご説明した際には、当下半期中にはIndeed及びGlassdoor上での採用競争の過熱感が和らぐと見込んでおりましたが、現時点においては、求職活動の増加につながるカタリストや、増加する求人数を満たすレベルにどこまで達するのかが依然として不透明であるものの、当下半期にはコロナ禍による労働市場における需給の乖離影響は次第に縮小していく、と予想しております。

採用がこれまでより容易な環境となることで、当社の売上収益の成長速度は緩やかになると考えており、HRテクノロジー事業の米ドルベースでの当下半期の売上収益は前年同期比プラス60%から70%程度と見込んでおります。

その結果、通期売上収益の前期比増収率は、80%台半ばから後半となる見通しです。

HRテクノロジー事業では、第2四半期から引き続き新しい商品やテクノロジーの開発に関わる人材採用を積極的に進め、将来の成長に向けた投資を当下半期も継続的に実施します。

加えて、従来から実施している新規ユーザーやビジネスクライアント獲得のための投資も継続することから、当下半期の調整後EBITDAマージンは20%台後半となる見込みです。

その結果、通期の調整後EBITDAマージンは、30%台前半となる見通しです。

通期の増収率や調整後EBITDAマージンの見通しは、コロナ禍前に比べて高くなりますが、これまで申し上げてきた通り、これは現在の極めて特殊な環境によるところが大きく、このような環境は長期的には継続しないと考えております。

次に、メディア&ソリューション事業についてご説明いたします。

日本国内では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大とその防止策による影響が、経済活動全体、そして、個人の生活や企業クライアントの営業活動に対して継続しました。

当第2四半期の売上収益は、マイナス8.7%となりましたが、前第2四半期において販促領域の売上収益に含まれていた家賃給付受託事業の影響を除くと、販促領域及び人材領域が共に増収となり、プラス10.1%となりました。

販促領域は、住宅、美容分野が引き続き売上収益の回復を牽引し、結婚分野も増収となりました。

一方、旅行分野は第1四半期比では増収となったものの、前第2四半期は昨年7月後半から施行されたGo To キャンペーンのプラス影響があったため前年同期比減収となりました。

飲食分野も緊急事態宣言や営業時間短縮要請等の影響を受け、飲食店の広告掲載需要の低調が継続した結果、前年同期比減収となりました。

Air ビジネスツールズを中心としたSaaSソリューションについては、引き続きAirペイを中心にアカウント獲得が進みました。Airペイのアカウント数は9月末時点でプラス40.3%の約24万件となりました。

そのうち Air ビジネスツールズの他のソリューションを併用しているアカウント数は約15.5万件となりました。

人材領域は、新型コロナウイルス感染症の大きな影響を受けた前年同期と比較すると18.4%の増収となりました。

アルバイトやパート向け求人広告サービスは、新型コロナウイルス感染症対策に関する規制の影響を特に受けた飲食業やサービス業の求人広告割合が高いため、売上収益の回復は限定的なものとなりました。

人材紹介サービスにおいては、多くの業界で、特定のスキルを持った人材需要の高まりが見られ、売上収益は前年同期比増収、コロナ禍前の前々年同期の売上収益の水準を上回りました。

当第2四半期の調整後EBITDAマージンは20.5%となりました。

当上半期の売上収益は、前年同期比で、家賃給付受託事業の影響を除いた販促領域はプラス10.8%、人材領域はプラス10.0%となりました。

メディア & ソリューション事業の調整後EBITDAマージンは、日本政府による行動制限の実施期間が想定よりも長期化したため、先行きが不透明な中、費用対効果を慎重に判断しながら、広告宣伝を中心としたマーケティング活動や長期的な戦略に沿った投資を実施した結果、20.6%となりました。

日本政府による緊急事態宣言が2021年9月30日に解除され、当下半期は経済活動が回復してくることを想定していますが、そのタイミングは未だ不透明です。

当下半期は、住宅、美容、結婚分野における事業環境は当上半期と大きく変わらない見込みですが、旅行及び飲食分野の事業環境は、緊急事態宣言等による行動制限の影響を大きく受けた当上半期と比較すると改善する見込みです。

前下半期は日本政府によるGo To キャンペーンによる増収影響が特に旅行分野でありましたが、当下半期は現時点でそのような影響を想定していないため、前年同期比で減収の可能性もあると見ております。

そのため、販促領域の当下半期の売上収益は、前下半期の家賃給付受託事業を除く売上収益に対して、マイナス8%程度からプラス3%程度を見込んでいます。

人材領域では、アルバイト・パート領域の求人広告サービスは、飲食業やサービス業の事業活動の再開に伴い、売上収益の回復が加速することを想定しています。

人材紹介サービスは当上半期同様、特定のスキルを持った人材需要が継続する見込みです。そのため、当下半期の売上収益は、前年同期比プラス17%から22%程度を見込んでおります。

当下半期の見通しを踏まえ、通期売上収益について、販促領域においては前期の家賃給付受託事業を除く売上収益に対して一桁台前半の増収率、人材領域は10%台半ばの増収率となる見通しです。

当下半期は、当上半期と比べて、より積極的に投資を実施する見込みです。事業環境の変化に応じて、長期的な戦略に沿ったマーケティング活動及び開発投資を実施し、当下半期の調整後EBITDAマージンは12%程度となる見込みです。

その結果、メディア & ソリューション事業の通期調整後EBITDAマージンの見通しは前期と同様の16%程度と考えております。

最後に、人材派遣事業についてご説明をいたします。

当第2四半期は、欧州、米国及び豪州の増収が全体を牽引し、日本も増収となり、売上収益はプラス12.4%、為替影響を控除するとプラス9.4%、調整後EBITDAマージンは、日本の調整後EBITDAマージンが前年同期比で下落し、欧州、米国及び豪州のマージンの上昇の一部が相殺された結果、7.2%となりました。

日本では、新型コロナウイルス感染症の影響が大きかった前年同期においては派遣スタッフ数が減少していたものの、経済活動の回復とともに次第に回復し、当第2四半期で増加に転じ、その結果、売上収益はプラス4.9%となりました。

調整後EBITDAマージンは、前年同期に新型コロナウイルス感染症の影響を受けて減少していた派遣スタッフの有給休暇取得率の上昇や派遣スタッフ募集費の増加により、前年同期比下落し、8.7%となりました。

欧州、米国及び豪州の売上収益は、プラス18.9%となりました。為替影響を控除するとプラス13.3%となりました。

事業の再開や拡大が継続したことで、特に欧州のEコマースに関連する物流分野での派遣スタッフに対する需要が、引き続き増収の主要因となりました。

一方、第1四半期までに見られた、コロナ禍における医療分野での需要によるプラス影響は減少しました。

調整後EBITDAマージンは、6.0%となりました。

当上半期実績について、日本における売上収益はプラス2.8%、欧州、米国及び豪州はプラス31.2%、為替影響を控除するとプラス21.9%となりました。調整後EBITDAマージンは、7.5%となりました。

日本では、当第2四半期に派遣スタッフの数が前年同期を上回り、当下半期も当上半期の事業環境が大きく変動しないことを見込んでいることから、当下半期の売上収益は前年同期比プラス3%程度となる見込みです。

欧州、米国及び豪州においては、当下半期も欧州を中心に経済活動の再開による派遣スタッフ需要が継続することを見込んでいることから、当下半期の売上収益は前年同期比プラス5%程度となる見込みです。

なお、当下半期の調整後EBITDAマージンは6%台前半となる見込みです。

これらを背景に、日本の通期売上収益は、前期比一桁台前半の増収率を見通しております。

そして、欧州、米国及び豪州における通期売上収益は前期比10%台半ばの増収率となる見通しです。

また、通期調整後EBITDAマージンは前期の6.4%を上回る見通しです。

以上で、セグメント別のご説明を終わります。

当社は、短期的な事業環境の変化や業績にとらわれることなく、長期的な視点を持ち、最重要経営戦略である「Simplify Hiring」の実現に向けて、着実に進化を遂げて参りたいと考えております。

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、そしてご支援を賜ることができれば幸いです。

本日お伝えしたことは、決算短信及びウェブサイト上での開示でもご説明しておりますので、適宜ご参照ください。

この後は、皆様からご質問を頂戴し、回答させていただきます。

## 質疑応答

---

沈: それでは、皆様からのご質問をお受けしたいと思えます。

それでは、最初はジェフリーズ証券の竹内様。よろしくお願いいたします。

竹内: もしも、ジェフリーズ、竹内です。聞こえますでしょうか。

沈: はい、聞こえております。

竹内: はい、ありがとうございます。二つよろしくお願ひします。一つがこの3カ月間の中で、HRテクノロジーのところでの商材とか、セールスマックスの変化に対して何かコメントいただける部分があれば教えてください。引き続き、クリック課金に伴う売上増というのがメインになっているのか、それとも大きく何かその構成比を上げるクリック課金以外の商材で何か目立って伸びるものがあったりするのかどうか教えていただければと思います。

続いて、二つ目が下期の売上高の考え方です。ご説明くださった想定ですと、下期5%増ということでご案内いただいています。それが正しいとすると、四半期単位の推移、第2四半期をピークに大きく下がっていくような計画に見えます。これは単純に保守的なだけなのか、それとも何か兆候のようなものが、現状すでにあつたりするのかどうかについて教えてください。

そこにちょっと付加的なところとして、一方ではHRテクノロジーのところに関しては、引き続き前四半期で上がっていくというような前提になっていると思えます。この消費者から、雇用者からの使い方として、この海外人材派遣のところとHRテ

クノロジーのところの売上の見え方をどういふふうにご覧になっているかどうか、この点も併せて教えていただければ幸いです。以上2問よろしくお願ひします。

荒井:では、ちょっと2問目のご質問のところラインがさがさしてしまったので、少し聞き直させていただくところあるかもしれませんが、まずご質問1点目でございますが、先ほどお話をさせていただいたとおり、米国、特に米国、欧州も含めてですが、環境、需給の乖離というものが非常に大きいものですから、今のところ、今のこの現在としてはお客様のフォーカスは、いわゆるIndeedのトラディショナルなというか、オリジナルのビジネス、online job advertisementというところ活用していただいているということがメインになっているので、当然、長期的な視点からのいろいろな取り組みというものは継続しておりますけれども、現段階ではお客様のニーズというところには、でありますと、この広告というところなので、前クォーターと比べて大きい変化はその意味ではなく、引き続きこのアドバタイズメントというエリアが今のメインのレベニューソースであるというのが一つ目のお答えでございます。

二つ目ですが、下期5%とっておられたのは、これは海外の派遣、日本以外の海外の派遣の5%と冒頭、言っておられたのですね。

竹内:そうですね。こちらがこのとおりですと、第2四半期をピークに売上が下がっていくようなご計画に思われましたので、一方で、それ絶対、保守的なのではないかと実のところのお伺いをしたかったのと、あとやはりそれが上がっていく前提だということ、ちょっとHRテクノロジーと比べて少しギャップがあるように見えたので、何かその辺りも使われ方の背景という点でご示唆いただけるものがあれば幸いです。

荒井:なるほど。その5%をコンサバティブと見るか、見ないかというのは中での見方、それから、外から皆さんから見ていただく見方でまた違いがあるのだと思うのですけれども、背景としては、特に欧州の派遣というところだと、昨期の後半ぐらいから、やはりコロナの状況における需要、例えば、医療従事者とか、それに準ずるような、例えばワクチン接種の会場でのお手伝いの方とか、そういった特殊な特需といいますか、そういうものがあるわけなのですけれども、それがだんだん落ちて、一般のものが戻ってくるというこの交差するような、そういう状況になっているので、われわれとしてはその減り方ということを見ながら、数字を作ったということなのですが、もしかするとこの1週間やそこらでまたロックダウンがありますとか、またブースターやりますということがございますので、一概にこれが正しいかどうかというのは期が終わってみないと分かりませんが、今申し上げたとおり、私どもこの数字を作ったときというのは、そういったミックスの片方、特殊需要による需要というのが落ちるということを見越して作ったということでございます。

竹内:分かりました。ありがとうございます。

荒井:はい、ありがとうございました。

沈:それでは、シティグループ証券の鶴尾様。お願いいたします。

鶴尾:はい。聞こえますでしょうか。質問の機会ありがとうございます。また、素晴らしい業績おめでとうございます。

さてでは、2点お願い申し上げます。1点目ですけれども、HRテックの下半期は6割、7割増収ということではあります、上半期に比べれば大幅な売上水準のダウンということになっています。教えていただきたいのですが、季節性、その他の状況、どのように互換してこのような数字になったのでしょうか。また、10月の数字というのはいずれにお手元にあるかと思っておりますので、その状況は例えばアメリカ、主要マーケットであるアメリカでどんなトレンドになっていらっしゃるのでしょうか。これが一つ目の質問です。お願いします。

荒井:どうぞ、二つ目も。

鶴尾:そうですね。はい。分かりました。すいません、二つ目がいつもどなたかが聞かれている質問で申し訳ないのですが、中国の51jobの現状での進捗状況、それから御社のお考えについてお教えてください。以上2点です。

荒井:はい。ありがとうございます。大幅、確かにファーストハーフが米ドルベースですけれども118.5%に比較して60%から70%というふうに申し上げたおりましたので、その意味では伸びというものが落ちているというふうに見えるのは当然だというふう思うのですが、一方で、2020年度の後半というところを見ていただくと、特にフォースクォーターの数字だと思っておりますけれども、もうそのころからかなり多く伸びているという過去がございますので、そういう意味では分母になる数字が、後半の部分、下期については大きいので、グロースという意味では、数字という意味では落ちているように見えているとは思いますが、引き続きこの下期に関しては、ファーストクォーター、ファーストハーフ、ファーストクォーター、セカンドクォーターを通じたトレンドが続くのではないかと。

若干、需給の乖離の解消というものがあると思いますけれども、同じようなトレンドが続いていくのではないかというふうに思っており、これは、5月また8月に見込みについてお話をしたときには、乖離の収束というものがコロナ禍の終息、そしてまた政府から、あるいは地方自治体からの支給の期間の期間終了ということを契機に変化していくのではないかというふうに申し上げましたけれども、今般の状況を見るとその二つの要因だけではないこともあろうかというふうに思うので、収束の時期という、そのレベルも含めて、引き続き見通しは不透明だなと思いつつ、すぐには起こらないのではないかとというのが現状の見方で、それを反映したものが昨年の下期に対して60%から70%、そして年間で見てくださいと、80%台の半ば、つまり85%から90%以内というような、80%の後半というふうなことを見ているということでございます。

季節性については、過去の数字も見てくださいと分かりますが、特に米国市場では、ホリデーシーズンを迎えると当然、仕事を探すというアクティビティも落ちますし、それから人を探すというアクティビティも落ちてきますので、一般的にわれわれのサードクォーター、米国でいきますとフォースクォーターになりますけれども、若干アクティビティが下がるということがあるのですけれども、今年についてはまだそれが見えていないので若干の季節性というのはあるかもしれませんけれども、今のところそれは見えていないという状況でございます。

それから二つ目のご質問については、私どもとしては進捗のほうのレセプティブといいますか、推移を見守っているということなので、何か積極的にこちらからするというのではなく、環境がいろいろ変わっていますので、実際にトランザクションをやる皆さんというのはいろいろなことお考えなのかもしれませんけど、われわれとしては、先日、契約させていただいた内容が履行されるプロセスに乗っかってくるというのを待ちをして、トランザクションが早く完了すればいいなというふうに思っているという状況でございます。

鶴尾: 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、みずほ証券の岸本様、お願いいたします。

岸本: はい。岸本です。聞こえておりますでしょうか。

荒井: はい、どうぞ。

岸本: はい。ありがとうございます。HRテクノロジーのマージンについて確認をさせてください。下期のご前提が20%台後半ということで、トップラインの推移にもよると思うのですが、このまま需給の乖離が徐々に解消される中で、来期のマージンの水準というのはどのようになっていくのか、ご示唆をいただけますでしょうか。

考え方としては、積極的な採用などもありまして、費用で増える部分があると思いますので、結果として今期の第1四半期、第2四半期はやや出来過ぎで、もう少し低めの前提を置いておいたほうがいいのか、この辺り、来期の収益性について、HRテクノロジーの収益性について確認させてください。この1問です。

荒井: はい、ありがとうございます。来期についてはまだ何も申し上げられる状況にはないので、今お話しするのは適切ではないというふうに思っているのご勘弁をいただきたいのですが、ただ、われわれマージンを高くしたいとか、やみくもに逆に低くしたいとかということでは、やっているわけではなく、長期的な視点を持って必要な能力を蓄える、あるいはそれを支える人々、人々を雇用する。

また必要なマーケティング費用を投下するタイミングを図るということを着実に進めているというだけなので、結果としてこのセカンドクォーターのようにマージンが高く出るときもあれば、そうではないときも今後出てくるとは思うのですが、マージンを何%にしたいからこうするとかということでは、そういうふうにオペレーションをしていないということなので、でありますから、なおさらマージンについての見通しはまだ考えています。ということなのでご理解いただければと思います。

岸本: はい。かしこまりました。1点フォローアップで、採用に向けたエンジニア、技術部門のご担当者様を採用活動というのはいかがでしょうか。順調に進んでいるのか、業界全体で非常に取り合いになっている領域ですので、なかなか計画どおりいかないのか、この辺りに第2四半期終わってみて、計画に対して採用に対する費用が消化できているかどうか確認させてください。

荒井: 私どもの採用というのはほかの会社様のご採用というのと大きく差があるわけではないので、こういった需給の乖離が出ているときというのは、私どももお客様と同様、採用には大変苦労しているというのが現状ですね。

その中でも、セカンドクォーターにおいては、人の採用というのを一生懸命やっていますし、このサードクォーター、フォー  
スクォーターもそれを続けようというふうに考えている意思が、先ほど申し上げたような、後半のマージンというふうに出  
ているというふうに思っていますので、これは今期のためとか、来期前半のためとかということよりも長期的なSimplify  
Hiringということをどうやって進めるかというそのエンジンの部分になりますので、短期的な利益率うんぬんに関わらず、  
その目的、目標を達成するための投資ということで、続けていくつもりにしております。

岸本: はい。ありがとうございます。

荒井: ありがとうございます。

沈: それでは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点お願いいたします。

ちょっと前の方の質問に似るのですが、HRテクノロジー事業の下期の営業費用に関して、マーケティングをそれなりに増  
やさないと、なかなかこれだけは投下できないのかなという感じに見えるのですが、求職活動の緩やかな改善に伴  
い、ある程度マーケティング効率も上がって使える状況になるという想定で置かれているのか、それともある程度、改善  
が仮にそんなに見込まれなかったとしても、来期に向けてある程度、積極的に投下していくようなタイミングなのかとい  
うところのちょっと考え方を教えてください、というのが1点目になります。

2点目がIndeed Hiring Platformに關しまして、3月にローンチして以降、少し半年以上たっていると思うのですが、一  
部、月額課金のテストも始めていらっしゃるというお話もあったかと思えます。これ現状、KPIを何に置いているのかとい  
う点について、まだたぶん課金はそんなに意識されてないと思うのですが、導入社数なのか、インタビューの数なの  
かとか、KPIとして一番何を重視されているかという点を教えてください。以上、2点になります。お願いいたします。

荒井: 1番のところですが、おっしゃるとおり、どうやれば将来に向けてわれわれの礎が築けるか。こうやって売上を  
高く積み上げていっているときにこそできることというのがあるのだというふうに思っているの、人を雇うということも然  
りですが、適材適所、そして適切な時期にマーケティング費を打ちます。

これは以前もお話したとおり国別に戦略も違いますので、これから始めるというところで、これからまた元に戻ると  
いうようなところで、それを積極的に打っていくということもあるでしょうし、今まで米国などで見なかったところで、Indeed  
という言葉を見ていただくということも、もう最近あるというふう思うので、無駄遣いをしようというふうに決して思っ  
ていないのですが、こういう時期にこそできるアグレッシブなマーケティング費用の投下というのがあるのかなというふう  
に思っているの、意思としてそれだけは使っていきながら、将来のための布石を打つというふうな考え方をしている  
ということでございます。

二つ目については、これ自体もそうなのですが、先ほど来申し上げている、どうやって広告だけ、広告事業だけ  
ではない採用という大きなくりでの事業の中でより良い環境、それは私どもにとっては良い環境というよりは、お仕事を探  
す方、そして人材を探す企業の皆さんにとっていい環境、いいサービスが作れるかということ念頭に置いているので、こ  
のイニシアチブに關しても、短期的にKPIがどうというよりも、これをするによってどうやって、特に企業のお客様のハ  
イリングコストが下がるかということが一番の大きなKPIだと思っております。

ただし、今日時点を見ると、とにかく人を探してハイリングをするのかということが第一義にあるマーケットなので、多くの  
お客様は、コスト度外視でも人を探るということをプライオリティに置いていらっしゃるから、これが落ち着いてきたと  
きにやはりコスト・パー・ハイヤー、どう考えていくのかというときに、こういった新しい付加的なサービスが利いてくる  
ことだと思うので、今はこの広告のところにたくさんのお客様がお金を払ってくださっている状況にあるのですが、これが  
一度、沈静化する、よりノーマライズされるというのですかね。

というふうなときに、どうやってわれわれのサービスの付加価値が出るか。付加価値というのはたくさんお金をもらうとい  
うのではなくて、より低いお客さんにとってのコストでサービス、探すところから最後、決めるところまでというところのサー  
ビスができるかという中にビルドインされているプロセスの一つでありますので、これも含めてコスト・パー・ハイヤーをどう  
やって下げるかというところがわれわれにとって一番大きなKPIだと思います。

森: どうもありがとうございました。

荒井: はい、ありがとうございます。



沈: それでは、SMBC証券の前田様、お願いいたします。

前田: はい、よろしく申し上げます。1点になります。第2クォーター決算終わって、まただいぶキャッシュが積み上がってきました。今回、配当に関しては通期ご計画据え置きということで、あらためてバランスシート上のキャッシュ、それから、下期もまた積み上がってくると思うのですが、キャッシュアロケーションに関する考え方についてアップデートいただけますでしょうか。

荒井: キャッシュのアロケーションをどういうふうに使っていくかということについては、従前とまったく変わりなく、変わりない順序といいますか、オーダーを考えているので、事業、PLの中で必要なものについては使う、使っていくと。それから安定的な配当をお支払すると、ストラテジックな買収をするということ。

やはり、最終的にわれわれのとき資金として余剰以内にかつ条件というものがあるということがあるとするならば、ストックバイバックもやる可能性を検討し、必要に応じて実行すると。こんな順番は従前からまったく変わっておりませんので、当然、戦略的な買収ということがフォーカスされるということなので、ビジネスディベロップメント、M&Aチームというのはこういう中でも一生懸命、いいパートナーを探して走り回っているという、これについては変わりはないということでございます。

前田: はい、ありがとうございます。

荒井: ありがとうございます。

沈: それでは、UBS証券の福山様、お願いいたします。

福山: はい、よろしくお願い申し上げます。私からも1点、Air ビジネスツールに関して教えてください。KPI、前四半期ごとにご開示いただいておりますが、これ社内の目標値と比べてどのような進捗をしているのか教えてください。営業活動が、行動制限がある中でなかなか進んでいないのか、あるいはリモート下でも結構そのKPIは計画比でも好調に推移しているなど、この辺りの温度感に関してコメントをいただければ幸いです。以上でございます。

荒井: ありがとうございます。ビジネスサイドとしてはアグレッシブに進めたいという気持ちもある一方で、いろいろなところが、今言っていたとおり制限もかかるということなので、社内での目標値ということは残念ながら皆さんとシェアすることはできませんけれども、こういう中でも引き続き利便性だったり、使い勝手の良さも含めて多くのお客様に新しく使っていただいていると状況がありますので、これを引き続き進めていくということと、キャッシュレスという環境を整備していく、日本の国の中で整備していくということの中で、一役買えればなという気持ちは変わっておりませんので、引き続き多くの企業、多くのお店を持っているお客様に使っていただけるように努力していきたいなというふうに思っております。

順調に進んでいるというふうに理解をしております。

福山: ありがとうございます。

荒井: ありがとうございます。

沈: はい。そろそろお時間になりますので、次の質問で最後とさせていただきます。最後に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。

荒井: はい、どうぞ。

加藤: 簡単にちょっと2問お願いしたいのですが、このHRテックの第2四半期の利益率なのですが、第1四半期はやはり想定以上に売上が伸びたので、あの30何%と高い利益率だったと言っていたのですが、第2四半期は売上がかなり伸びると想定できたと思うので、マージンはちょっと下がったのですが、それでもこのもっと高くなった背景をもうちょっと教えていただけますでしょうか。例えば、売上がもう1.5ビリオンドル以上になるともう、30%以上になっちゃうのか、その辺の考え方を教えていただけますでしょうか。

2点目は、ちょっと話せる範囲で結構なのですが、10月アメリカで補助金がなくなった州のところで、その需給のバランスがどうなっているのかを教えてください。以上2点です。よろしくお願い申し上げます。

荒井:では、二つ目のところから先にお答えしましょうか。先ほど、最初のところでお答えしたところに関連するのですけれども、離職している皆さんへの補助金というものが、期間が終わると多くの方が、新たにジョブを探されるのではないかと  
いうふうに、当初想定していましたけれども、一方でそれだけではなく、やはりお子さんを持っている方は、すぐに預けて  
仕事に出にくいですか、あるいはある程度、年齢の高い方については、やはりコロナウイルスに感染するということの  
危険との兼ね合いであまりアグレッシブ働かれないとか。

そういう間にワクチン接種が進む、そして補助金のお支払いが終わっていくことだけがトリガーイベントになっているわけ  
ではなさそうだというふうには思っているのですが、いろいろな州でそれぞればらつきはあるものの、全体としてまだ特に求職  
者の皆様のアクティビティというものが元に戻っているわけではないというのが現状のわれわれの見立てであるというこ  
とですね。

そして、逆になりましたけれども、最初のほうのクエスチョンですけれども、これは先ほどお話した最初に私が皆さんに対  
してお話したように、売上の伸びに対して、その前のセカンドクォーターというのはそれなりにセービングをしていきまし  
たけれども、それが今回はこの状況ではそうではないので、当然の前セカンドクォーターよりもアグレッシブにいろいろな費  
用を使わせていただいているわけなわけですけど、それよりも売上のほうの伸びが大きかったと。われわれが思っていたよ  
りも高く出ましたということがそのマージンの、いわゆるファーストクォーターよりもよりマージンが高く出たというこ  
との原因だというふうに分析をしております。

加藤:ありがとうございます。

[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、他社との競争、法規制の環境変化、  
為替レートの変動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いたします。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。