

2018年3月期第1四半期決算説明会での主な質問

株式会社リクルートホールディングス

第1四半期決算について

Q：Indeedの売上成長が加速しているが、米国の伸びと米国以外の地域の伸びでは、どちらの影響が大きいのか？

A：米国、米国外ともに伸びているが、米国外の地域の方が伸び率が高い

Q：2017年6月下旬に「Google for jobs」のサービスが開始された。Indeedへの短期的な影響はないものと理解しているが、7月に入ってからユーザーの利用数等に変化は出ているか？

A. 現状、ほぼ影響は出ていない。

Q：IndeedのEBITDAマージンが17%前後の水準となっているが、今の水準で推移していくのか、もしくは今後変化するのか？

A. 期初の方針に変わりはなく、通期では10～20%の間で投資をコントロールしていく。

Q：美容のネット予約数が順調に伸びている中、クライアント数を更に増加させるためにどのような施策に取り組むのか？

A. 現在、都心だけでなく地方でもクライアント獲得が実現できており、この戦略を継続していく。

Q：国内派遣は、売上収益の高成長が継続している。第2四半期以降の見立てはどうか？また、EBITDAマージンが高いが、これは一時的な要因か、それとも今後もこの水準で推移するのか？

A：売上収益は、堅調な市場環境を背景に好調に推移した。ただし、これまでの高成長により、発射台となる前年同期実績の水準が高くなることに鑑み、今後は売上収益の伸び率は緩やかになる可能性があると考えている。EBITDAマージンの上昇は、前期から生産性の更なる向上を進めてきたこと及び売上収益が増加したことが主な要因。今後、売上収益の成長が鈍化したとしても、従来の7%前後のEBITDAマージンを維持していきたい。

Q：国内派遣の生産性向上の具体的施策と継続性について伺いたい。また、リクルートスタッフィングとスタッフサービス・ホールディングスで施策に違いはあるのか？

A：生産性向上の要因は大きく2つ。また、リクルートスタッフィングとスタッフサービス・ホールディングスで取り組む内容に特に違いはない。

- ① 販管費のコントロール。投入する人員を厳正に管理している。前期から行ってきたが、2017年4月以降、特にその効果が出ている。この施策を、売上収益の成長機会を取りこぼすことなく実現できている。
- ② 本業を筋肉質にすることを大事にしながら、各種投資判断について厳しく精査している。

人材派遣事業プレゼンテーションについて

Q：今後の買収戦略について伺いたい。ユニット経営の導入のしやすさやターゲットとなる地域、分野等、どのような観点で買収企業を選定するのか？

A：まずは EBITDA マージンが高すぎないことが大事。PMI の観点では、1 ポイントの EBITDA マージンを改善するために行うべきことは、会社の規模等にあまり影響されない。地域としては北米・欧州・豪州という、今展開している地域が中心になると考えている。また、一般的に売上収益の規模が大きい会社の方が、EBITDA マージンを改善した時の EBITDA 増加額も大きくなるため好ましい。

Q：2020 年頃に海外派遣領域の売上収益 1 兆円を目指すということだが、これを達成するためにオーガニックでどの程度、また買収でどの程度の成長を想定しているのか？また、Indeed 等も含めた買収に関する投資のプライオリティについては、どう考えているのか？

A：売上収益 1 兆円を実現するために、オーガニックによる成長と買収による業績寄与を明確に分けて考えているわけではない。オーガニックという観点では、ユニット経営を推進するに当たり、積極的な売上収益の成長は重要視していない。ただし、景気に応じた需要の取り込みは自然に行っていきたい。

買収の投資余力という意味では、グループ全体で中期的にみて約 5,000 億円と考えているが、海外派遣事業の売上収益 1 兆円達成のために使うキャッシュ以外は、基本的に HR テクノロジー事業を中心に使っていきたい。買収の際の基準は、派遣事業にせよ HR テクノロジー事業にせよ、今までと変わらず IRR でしっかり運営していく。

Q：世界的な労働市場の成長が続く中、同業他社も業績を伸ばしている。EBITDA マージンが低い会社を買うという方針だが、ターゲットとなる会社は十分に確保できるのか？

A：EBITDA マージンの低い会社が多く存在しているか、という意味では多くはない。ただし、当事業において買収を開始した後、常々検討を続けてきたため、一定のターゲット先はある。その中で、どの規模の、どのような会社をいつ買収できるかについては、当然ながら言及することは難しい。

Q. 労働市場が成熟していない地域をターゲットとしていない理由は？

A. まずは市場が小さいということが一つの要因。派遣事業が成り立つためには、労働市場が成熟し、派遣という働き方が求められていることが必要。新興市場は、まだそのような環境が整っていない。こうした中、投資の優先度は、既に展開している北米・欧州・豪州が高い。

以上

免責事項

本資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。

また、将来に関する記述が含まれている場合がありますが、実際の業績は様々なリスクや不確定要素に左右され、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、第三者が、その他の目的で公開又は利用することはできません。