

2019年8月14日

## 2019年12月期 第2四半期決算説明会 質疑応答

株式会社リブセンス

2019年8月14日（水）開催の「2019年12月期 第2四半期決算説明会」における質疑応答の概要は下記の通りです。

- 【Q】 マッハバイトがこれまで苦戦していた理由、今年になって成長した理由、今後の成長の継続性について教えてください。
- 【A】 2014年頃の利益率が高かった時代と比較すると、自然検索による流入が減少し、これまで苦戦が続いていました。まだ楽になったわけではありませんが、直近で流入は底を打ち反転に向かっています。
- また、広告の効率化やサイト内検索結果の並び順の最適化等により、ユーザーあたりの収益性は向上しています。これらにより、全体的な収益性も向上しました。
- 今後は引き続き自然検索による流入に加え、アプリがポイントになると考えています。なおアプリについては、まだ初動段階ですが非常に手応えを感じています。
- 【Q】 他社大手メディアのサービス終了に関する見方と、当社アルバイト求人メディア事業への影響を教えてください。
- 【A】 ブランド認知も非常に高かった当該メディアが撤退するということは、業界の競争環境の激しさを意味する大きな動きと捉えています。
- ただし当社と比較すると、事業構造が異なる点が重要なポイントになります。当社は採用課金型のサービスのため、掲載課金型のサービスよりも営業コストを落とすことができます。
- また、当社はマッハバイトのUI/UXにおいて特徴的なポジションを築いています。今後さらにブランド認知を高めていくにあたり、差別化された独自のポジションを更に確立していきたいと考えています。
- また、直接的な当社事業への影響という点においては、市場から一定規模のプレーヤーがいなくなることで、例えばGoogleの検索結果や顧客獲得においては、ポジティブな影響のほうが大きいと考えています。

【Q】 転職ナビの減収要因を詳しく教えてください。

【A】 昨年末くらいから大きなアルゴリズム改善、検索パネルの改善などを行ってきました。その結果、短期の KPI では好調に見えたものの、中期的にはマイナスになるような事象が生じました。それに伴い、会員あたりの収益が低下し、広告出稿も抑えざるをえない状態となりました。

背景には、転職ナビは正社員領域のメディアであることと収益ポイントが採用時点であることから、ユーザー流入から収益発生までのリードタイムが比較的長く、課題発見と改善サイクルが進みにくいこともあります。改めて過去のログの確認や原因分析の精度向上に努め、今後の効果的な改善を進めていきます。

以 上