

# Lancers

## ランサーズ株式会社

2022年3月期第1四半期決算説明会

開催日：2021年8月13日（金）10:00~

登壇者：代表取締役社長 CEO 秋好 陽介

取締役 曾根 秀晶

執行役員 CFO 兼 テックエージェント事業本部長 小沼 志緒

## | ハイライト

2022年3月期  
第1四半期業績

- 3カ年の目指す姿・今期の経営方針の実現に向けて**順調に進捗**
- 全社では流通・売上・売上総利益ともに成長、**流通総額はYoY+21%、投資を除く営業利益は63百万円で着地**
  - 流通総額：2,495百万円（前年同期比+21%）
  - 営業利益：△41百万円（投資を除く営業利益+63百万円）（前年同期は△16百万円）

2022年3月期  
セグメント別状況

- マーケットプレイス事業の流通総額は1Qで**前年同期比+36%と順調**
  - マーケットプレイス事業の新規クライアント流通総額 +29% 既存クライアント流通総額 +37% と共に成長
  - マネージドサービス事業は、一部事業（受託）撤退に向けた人員再配置を進行中
  - テックエージェント事業は、回復に向け組織強化・施策変更を実施

マーケットプレイス  
事業の集中投資状況

- **プロダクト投資・マーケティング投資ともに順調に進捗**
  - プロダクト投資は、社外活用（ランサー活用）で調整を行い順調
  - マーケティング投資は、WEB広告中心に計画通りで進行、アライアンス含めた取り組みを拡大中

**秋好：**ランサーズの代表をしております、秋好です。本日は、2022年3月期の第1四半期の決算説明にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

今期から、市場環境がこの2年で大きく変わったというところもあって、今までの経営方針をよりアップグレードして、3カ年の経営計画というかたちで、ちょうど3カ月前に通期の決算発表と併せて、公表させていただきました。

その3年の経営方針というガイドラインに則って、3年と考えると12分の1である、この第1四半期の決算の発表がどうだったかというところを、今日、私から30分ほどご説明します。

まずハイライトとしては、3カ年の経営計画に対しては順調に進捗しております。

我々は流通総額、フリーランスの方と企業がマッチングして生まれる流通総額、GMVを最も大事なKPIに定めておりますけれども、その流通総額・売上・売上総利益ともにしっかりと成長して、昨年同期比でいうとプラス21%となりました。

今年、昨年度は通期で黒字を達成しております。今期は特にこのマーケットプレイスの事業に集中投資するという方針を発表しておりますけれども、その投資をしっかりと今期から始めています。その投資を除く営業利益は6,300万円程度で着地をしており、流通総額は約25億円、投資を含めた営業利益でマイナス4,100万円の営業損失というかたちになっております。

3事業がある中で、マーケットプレイス事業に集中投資をしておりますが、まず今期の方針としては、まず30%成長を目指します。今まで15%前後の成長だったマーケットプレイス事業が、昨年度末ぐらいから30%近い成長に伸びております。今年含めて、まずは累積のYoY+30%にで乗せていき。この2~3年かけて40%というところを、目指していく方針で投資を開始しております。そういった意味においては、第1四半期については、マーケットプレイス事業については36%という成長率なので順当に推移していると思っております。

一方、プロダクト投資・マーケティング投資ともに、投資開始しているのですが、一部うまくいっているところ、まだ課題があるところがありますので、詳細は後ほどご説明いたします。

今日は会社の概要、3カ年の経営方針、第1四半期の状況、そしてトピックスという4段構成で用意させていただいております。

会社概要

Our Mission  
個のエンパワーメント

Our Vision  
テクノロジーで誰もが自分らしく  
働ける社会をつくる

会社名  
ランサーズ株式会社

事業内容  
プラットフォーム事業

代表者  
代表取締役社長CEO 秋好 陽介

設立  
2008年4月

スタッフ数  
社員約200名\*  
他フリーランス多数

\* 社員は就業人員(当社グループから当社グループ外への出向者を除き、当社グループから当社グループへの出向者を含む)と臨時雇用人員(パートタイマー、アルバイト)を含む

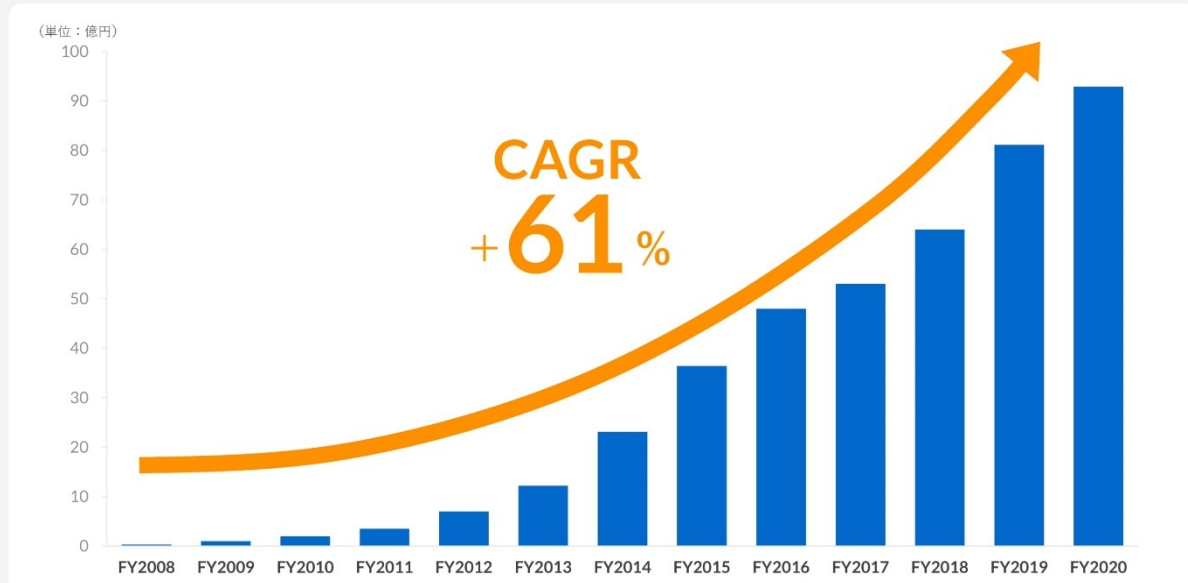
Lancers 2022年3月期 第1四半期決算説明資料 (東証マザーズ: 4484) © LANCERS, Inc. All Rights Reserved 3

会社の概要については、再三ご説明させていただいておりますが、非常に大事ですのでご説明いたします。

我々は2008年にこういったコロナになった、オンラインになる前から、個人がエンパワーメントするためには、インターネットの力を使って、特に働くという領域において個人をエンパワーメントしたい。

そして会社の中にいる個人、会社の中で働く個人もエンパワーメントしたいというところで、企業と個人に対しての価値提供を、この13年変わらずやっている。こういったサービスのパイオニアになっています。

#### ランサーズの流通総額推移



Lancers

2022年3月期 第1四半期決算説明資料 (東証マザーズ：4484) © LANCERS, Inc. All Rights Reserved

4

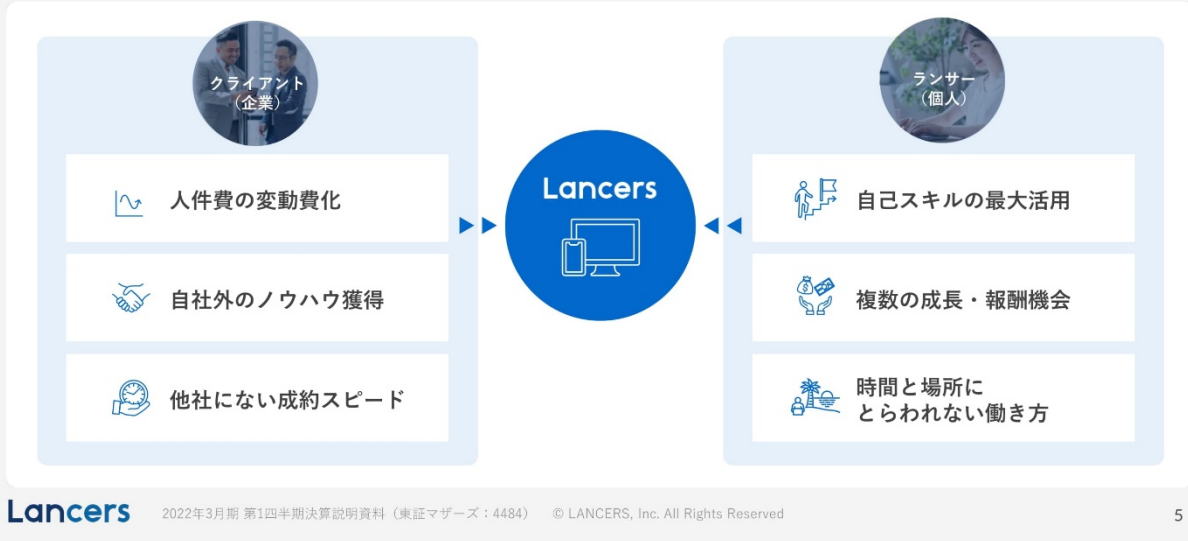
過去12～13年、ずっとCAGRでいうと61%、しっかりと成長してきました。

特にこのコロナによってオンラインで働くという価値観が普通になっていく中で、我々としても経営方針、プロダクトとしての提供価値をアップグレードしないといけないというところから、経営方針を大きく変えております。

ただ、経営方針、経営のリソース、投資の重心位置は変わっているものの、この12～13年間、我々が企業と顧客をユーザー様に提供している価値というのは変わっていないと思っております。

## サービスの概要

オンラインだけで完結する、個人と企業をマッチングする受発注プラットフォームを運営。企業には優秀な人材を、個人には時間と場所にとられない新しい働き方を提供。



Lancers

2022年3月期 第1四半期決算説明資料 (東証マザーズ: 4484) © LANCERS, Inc. All Rights Reserved

5

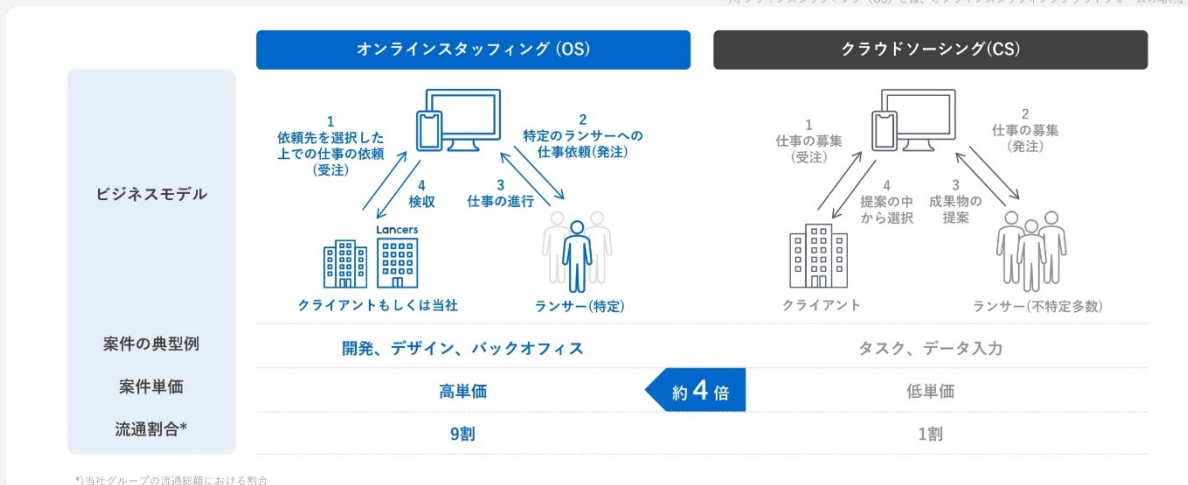
企業に対しては、優秀な人材をクイックに、オンラインだけで、かつ固定費ではなくて変動費というかたちで、企業にとって非常に重要な人材を提供できます。

個人にとってみると、自分の持っているスキルを、時間とか場所にとられないで、東京にいないと働けないということではなくて、世界中どこにいても日本語で働ける、そういった価値を提供しているサービスを運営しております。

## サービスのモデル・特徴

特定の個人に仕事を依頼するオンラインスタッフィング\* (OS)が主力であり、流通総額に占めるOS割合は9割。国内ではユニークなポジション。

\*オンラインスタッフィング (OS) とは、オンラインスタッフィングプラットフォームの略称。



\*)当社グループの流通総額における割合

Lancers

2022年3月期 第1四半期決算説明資料 (東証マザーズ: 4484) © LANCERS, Inc. All Rights Reserved

6

我々のようなこういったプラットフォームは増えてはいますが、我々は匿名で不特定多数で仕事をするというクラウドソーシングよりも、スキルを持っている個人の方に、企業が通常業務として発注するような仕事を、オンラインであっても受発注できるオンラインスタッフィングサービスを提供しております。

## サービスの内容

### 開発・運用を中心にDX推進・生産性向上に寄与する職種を多数展開

オンラインスタッフィング(OS)			クラウドソーシング(CS)
<b>開発・運用</b> <b>システム開発・運用</b> Webシステム開発・プログラミング 3,500円～7,000円/時間* iPhone・iPadアプリ開発 300,000円～2,000,000円* <b>WEB制作</b> ホームページ作成 50,000円～400,000円/1-10ページ* ECサイト構築・運用 500,000円/自社ECサイト改修 <b>マーケティング</b> <b>デジタルマーケティング</b> リスティング広告運用 広告費用+広告費用の20%前後	<b>クリエイティブ制作</b> <b>デザイン制作</b> ロゴ作成 20,000円～85,000円/1点* 名刺作成 10,000円～50,000円* <b>写真・動画・ナレーション</b> 動画作成・映像制作・動画素材 50,000円～500,000円(本)* 画像加工/写真編集/画像素材 100円～5,000円/枚* <b>セールス</b> <b>営業・セールス・テレマーケティング</b> 営業・セールス・テレマーケティング 2,000円～3,500円/時間	<b>バックオフィス</b> <b>コンサルティング</b> 経営・戦略コンサルティング 150,000円～300,000円* Web・ITコンサルティング 100,000円～200,000円* <b>事務・専門職</b> パワーポイント作成 30,000円～100,000円(10枚)* エクセル作成 20,000円～30,000円* <b>ライティング</b> <b>記事作成</b> 記事作成・ブログ記事・体験談 0.5円～5円/文字*	<b>その他</b> <b>タスク・作業</b> データ収集・入力・リスト作成 1,000円～10,000円/100件* モニター・アンケート・質問 10円～3,000円/1回答*

\*)依頼価格は、代表的な仕事の内容の依頼価格を記載しており詳しい依頼価格は以下<https://www.lancers.jp/help/beginner/lan-car/examples>

実際にやりとりされる仕事は、単純なデータ入力とか、タスクとか、アンケート、インタビュー、相談に答えるというだけではなく、開発、クリエイティブ、バックオフィス、セールスといったような職種を多数展開しておりますし。

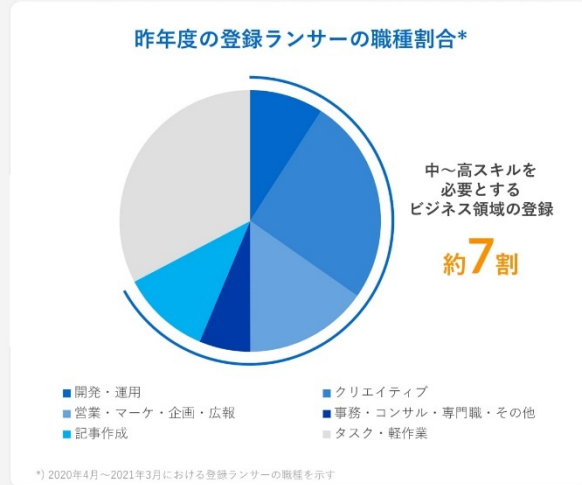
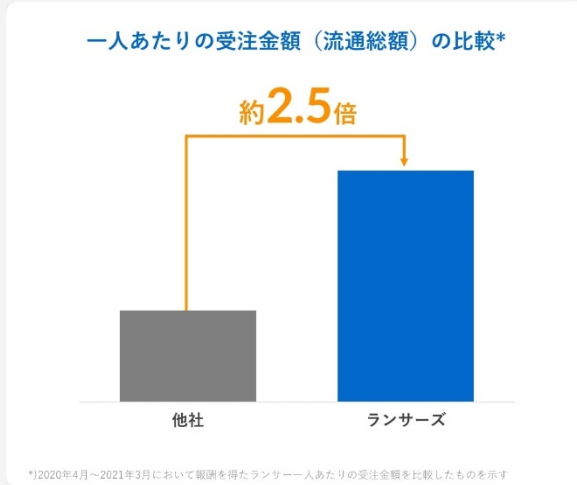
今期から、こういったかたちで個人側のデータもしっかり開示できればと思っています。



## 競争優位性：フリーランサー一人あたりの受注金額（流通総額）

1人あたりの受注金額（流通総額）は、CS\*を中心とする同業他社と比較すると約2.5倍となる。OS\*領域が主力のため、中～高スキルを必要とするビジネス領域のランサー登録は約7割を占める。

\*CSとは、クラウドソーシングの略称。OSとは、オンラインスタッフィングプラットフォームの略称。

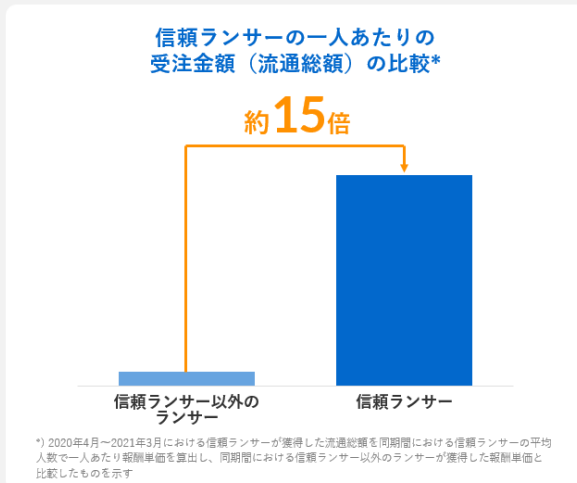


例えば、他社と比べると、分かりやすいところでいうと、1人当たりの受注金額は大体2.5倍ぐらい、ランサーズのほうが高く、中程度から高スキルが必要になるような仕事がやりとりされているというところが、このデータからもお分かりいただけるかと思っています。

## 競争優位性：コアとなる信頼ランサー

当社グループを支えるのは、信頼ランサー\*であり、1人あたりの受注金額（流通総額）は通常のランサーの約15倍となる。信頼ランサーは継続して増加しており、競争力の源泉となっている。

\*信頼ランサー=認定ランサー+シルバランクのランサー+プロズランクのランサーを示す。



実際に、ランサーズも百三十万人のユーザーに登録いただいておりますけれども、特に大事にしているのは信頼ランサーという、スキルをしっかりとって、継続して価値提供していただける方を非常に重要な KPI として置いております。

その信頼ランサーの数も 30%以上の成長率で上場来ずっと成長ってきていて、まさにこの、しっかりオンラインであっても企業様に満足いただけるクオリティで納品、仕事ができるというところの、この信頼ランサーの数が、我々ランサーズグループの競争力の源泉となっております。

## サービスのターゲットと提供価値

市場変化によりSMBのDX運用ニーズが拡大し、戦略の優先順位をアップデート



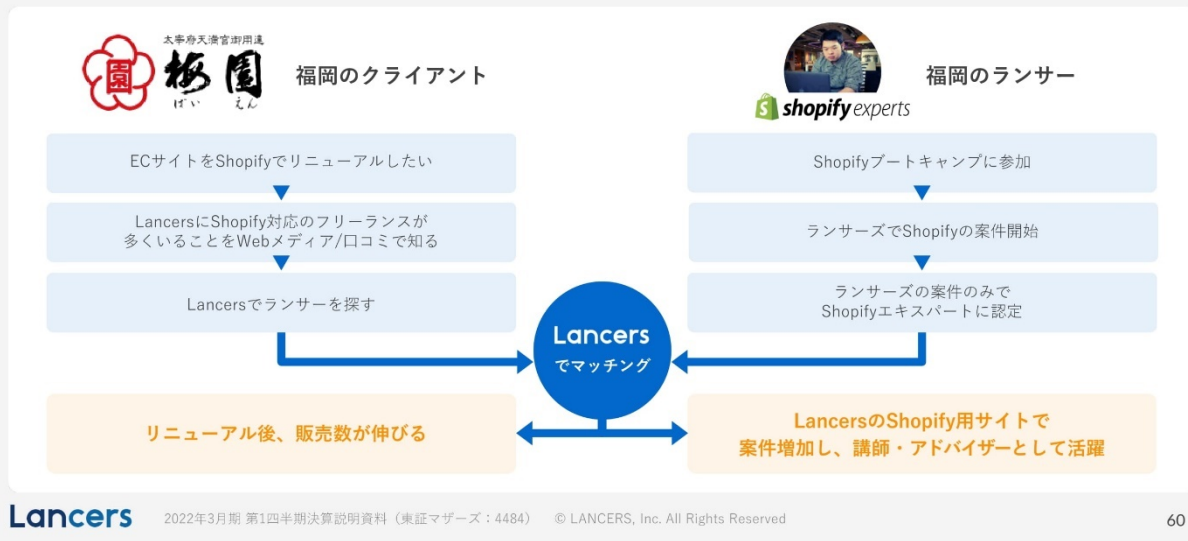
企業側に関しても、中小企業の方は、今までオンラインで発注するというよりも、やっぱり地場の正社員の方と仕事をしたいというニーズがやはり強かったところが、コロナによって大きく価値観が変わったところがあります。

我々は、今までは大企業を含めたエンタープライズを含めて価値提供をしてきました。もちろん大企業の方にも中長期的には使っていただきたいのですが、中小企業、そして特にデジタルで物売りたいという中小企業が、ホームページを1回だけつくるに留まらず、継続的にランサーズを使って自社の売上を伸ばしていくところに、ランサーズを活用してもらうことを明確にフォーカスし、今期からマーケットプレイス事業への投資を中心に進めております。



## DX人材とクライアントのマッチング事例

市場ニーズの高いカテゴリーを拡大することでクライアントとランサーのマッチングを向上



「SMB x DX 運用 x 継続」というと、ちょっと分かりにくい部分もあるかと思いますが、すごく分かりやすい例として、福岡の太宰府天満宮にて明治に創業した梅園という老舗の和菓子屋さんがあります。

コロナの前であれば、太宰府天満宮にたくさん参拝客の方もいらっしゃって、お菓子の店舗にもたくさんお客様はいらっしゃったのですが、なかなか実際にお店に足を運んでいただけないという状況を受けて、Shopifyを使ってECサイトをつくりたいというところで、ランサーズを知っていただけました。

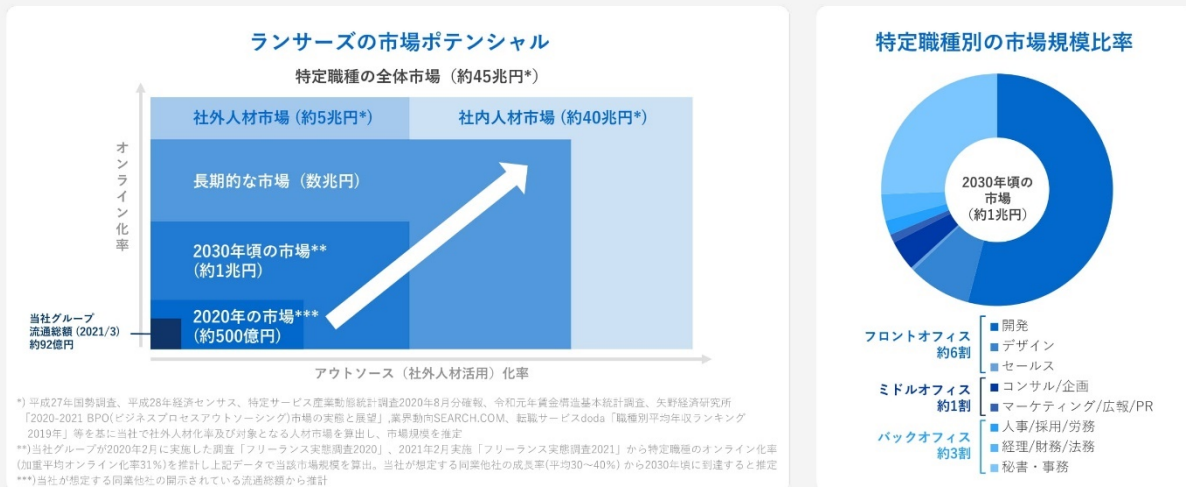
ランサーズの中にはShopifyとも提携して、認定エキスパートというかたちで認定したフリーランスの方がたくさんいらっしゃいます。その方とマッチングしてShopifyでつくった梅園のオンラインショップを立ち上げました。

ショップはつくったら終わりではないものですから、実際に商品在庫のメンテナンスとか、新しく商品が入ったら、その写真撮影をしてアップデートをする。このサイトをオンラインで知っていただくための集客をする。ShopifyにたくさんAPIとかモジュールがありますので、そういったものを活用してマーケティングする。そういったところを、ランサーズを、作るだけではなくて実際に売上を上げるという運用の部分でも使っていただいている。

これは、たくさんあるランサーズのユーザー様の中の一つの事例ではありますが、特にランサーズが今後伸ばしたいと考えており、かつ実際に伸びているという「SMB x DX 運用 x 継続」の分かりやすい事例なので、一つご紹介をさせていただきました。

## ランサーズの市場ポテンシャル

仕事のオンライン化・社外人材活用が浸透することで、  
狙うべき特定職種の市場が拡大し、2030年頃に約1兆円の市場ポテンシャルを見込む



現在、ランサーズを取り巻くこういった、企業にとってみると社員だけではなくてオンラインで人材調達をクイックにする。個人にとってみると正社員という働き方だけではなくて、副業、兼業を含めたフリーランスという働き方は、マーケットは非常に広がっています。

黎明期のマーケットであり、昨年度の2020年の市場を少々広く捉えてもおおよそ500億円、数百億円ぐらいしかないマーケットです。

一方、労働市場に目を向けると、こういったDXに近いような人材マーケット、40兆円ぐらいありますし、アウトソーシングされているところも5兆円あります。

我々としてはここをどうやってオンライン完結で、フリーランス掛ける企業というところで拡大していけるかが非常に重要です。白地がすごく広がっているマーケットで、そこに対して「SMB x DX 運用」が入っていく最も大きなポテンシャルであると定義して、今マーケットプレイス事業中心に経営投資をフォーカスしております。

今までランサーズ、オンラインだけで仕事を発注することで、企業にとってみると、やっぱり営業の方に来てほしい。いったんランサーズを挟んで、フリーランスの方に発注してほしいというこ

ろがあって、2019年の上場前は、さまざまな事業をして、いろいろなかたちでフリーランスの方を活用いただけるような取り組みをして、それもすっかり成長していました。

しかし、コロナによって、特に営業の方が直接来なくてもランサーズを使えますよ。例えば梅園さんは、われわれは営業マンを一切当初はタッチしておりませんし、直接インターネットで探して、直接フリーランスの方を見つけて、ShopifyでECサイトを作っていました。

## 3カ年（2024年3月期）の目指す姿及び経営方針

今期はマーケットプレイス事業へ集中投資を行い、3カ年の目指す姿実現の基盤をつくる

- 1 | **マーケットプレイス事業へ集中投資**  
流通総額の成長率+40%水準を3年で目指す
- 2 | **3年での全社流通総額CAGR+30%で200億円超へ**  
売上総利益は40億円規模に拡大へ
- 3 | **高成長・高収益のプラットフォームを確立**  
投資継続しつつも3年以内に黒字化し利益拡大フェーズへ

## マーケットプレイス事業の成長目標イメージ（流通総額）

集中投資により今期はマーケットプレイス事業の利益率は下がるものの、3年後には成長率+40%水準・利益率35%水準を目指す



そういった市場環境の変化を受けて、このマーケットプレイス事業、特段我々が間に介在せずにマッチングするということに集中投資を行って、成長率をまずは30%、そして数年かけて40%の土台に乗せたいと考えております。

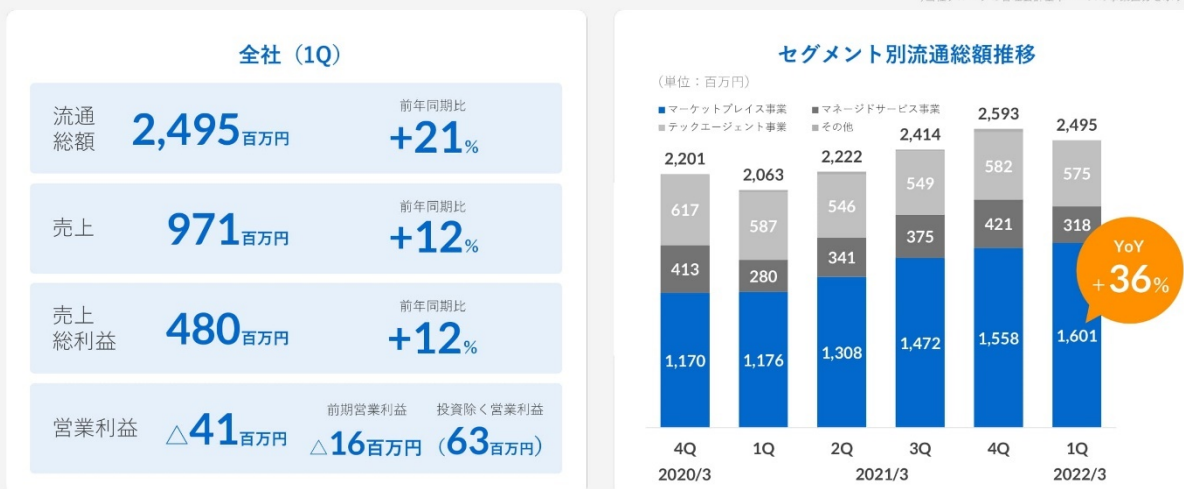
短期的には、今、P/Lベースでいうと、営業損失赤字となっておりますけれども、マーケットプレイス事業は、従来非常に売上が上がるから販管費が増えるという構造ではないものですから、利益率が高いサービスですので、ここの成長率をさらに上げて、流通金額を上げていきたいと考えています。

営業利益率も短期的には下がっていますが、構造上元の水準に戻せるサービス特性があります。成長率を30%、40%にして利益率も上げていき、継続して高成長、高収益、利益も拡大していくという状況に3年かけて持っていくという経営方針を掲げております。

## 業績サマリー

全社では流通総額・売上・売上総利益ともに成長、流通総額の前年同期比は+21%。  
集中投資の約1億円を除いた営業利益は、63百万円と順調に推移

\*) 当社グループの管理会計基準ベースの事業区分を示す



そういった中、この第1四半期が具体的にどういう状況だったかをご説明させていただきます。

まず、マーケットプレイス事業以外も含めてという数字になっていますけれども、冒頭申し上げたとおり、流通金額という約25億円、前年同期比でいうと+21%。売上、売上総利益は+12%という状況になっています。

マーケットプレイスだけをピックアップすると36%ぐらいに成長をしております。

## 2022年3月期第1四半期P/L（連結）

マーケットプレイス事業の集中投資は、概ね計画通りに進捗。  
季節性を考慮すると全ての項目で計画通りに進捗

(単位：百万円)	2022年3月期 1Q	2021年3月期 (前期1Q)		2022年3月期 (5月予想)	
	実績	実績	増減率	予想	進捗率
流通総額*	2,495	2,063	+21.0%	10,691	23.3%
売上高	971	867	+12.0%	3,902	24.9%
売上総利益	480	428	+12.2%	2,078	23.1%
販管費及び 一般管理費	521	444	+17.4%	2,448	21.3%
営業利益及び損失	△41	△16	△25	△370	-
経常利益及び損失	△40	△11	△28	△363	-
当期純利益及び純損失	△106	1	△108	△452	-

\*)社内での管理資料をベースとしており、監査されている数値ではない

## 2022年3月期 第1四半期B/S（連結）

手元資金\*は高い水準にあり、自己資本比率も54%と財務基盤は盤石。  
当座貸越枠\*も7億円確保し、8月以降に借入余力の増強を検討

(単位：百万円)	2022年3月期 1Q	2021年3月期 (前期)	
	実績	実績	増減
流動資産	2,603	2,845	△242
現金及び預金*	1,926	2,037	△111
固定資産	622	587	+34
のれん	414	427	△12
資産合計	3,226	3,433	△207
流動負債	1,487	1,592	△105
預り金	790	800	△9
固定負債	2	4	△2
純資産	1,736	1,837	△100
負債/純資産合計	3,226	3,433	△207

\*)2021年6月末時点の手元資金1,136百万円＝現金及び預金1,926百万円－有価証券0－預り金790百万円。アンコミットメントの当座貸越枠の総額は2021年6月末時点で710百万円

全体、4分の1が進捗しているわけですが、おおむね順調に進捗していると思います。

我々のサービスの特性上、日本で3月決算の会社、9月決算の会社が多くて、特に我々でいう1月から3月期、第4四半期に流通金額が寄るといった季節性がありますので、そういったところを鑑みると、この23%から24%という進捗率は、おおむね順調と考えております。



B/Sについても、いったん営業損失が残るということですが、手持ちの資金に関しては非常に現金をしっかりと確保して、財務基盤も盤石です。

当座貸越枠もすでに7億円あり、さらに今後の成長投資に使うことも考えて、金融機関とも相談をして、借入余力の増強も検討している状況にあります。B/S的な部分は非常に盤石であると認識しております。

P/Lの部分についても、昨年、営業黒字です。テレビCMや、一時的に今回のようにマーケティング投資やプロダクト開発のアウトソーシングで外注費の投資をするところではありますが、基本的には投資を除けば黒字であるという状況は昨年、その前年から変わってはおりません。

### セグメント別\*サマリー

マーケットプレイス事業は、前年同期比+36%と順調に推移。  
全セグメントにおいて、3カ年計画に向けて施策内容を改善しつつ順調に推進

\*)当社グループの管理会計基準ベースの事業区分を示す

#### セグメント別状況 (1Q)

セグメント	流通総額	前年同期比	注釈
集中投資 マーケットプレイス事業	1,601百万円	+36%	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規利用クライアントの再拡大に向け施策強化</li> <li>既存利用クライアントは短期継続率も注力</li> </ul>
一部事業(受託)撤退 マネージドサービス事業	318百万円	+14%	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場の景況回復により、成長基調へ</li> <li>新プランの立ち上げ等を準備中</li> </ul>
テックエージェント事業	575百万円	△2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規成約数は引き続き難航</li> <li>成約数の先行KPIである案件数は回復基調</li> </ul>

マーケットプレイス事業は、後ほどご説明させていただきますので、他の部分も説明できればと思います。

マネージドサービス事業は、我々の営業が入って、我々のディレクションをするチームが間に入って企業に価値提供するサービスを行ってまいりました。市場環境の変化を受けて、マネージドサービスの一部、我々が全てフルディレクションで受けるというものに関しては撤退をして、一部はマーケットプレイスに流したり、定額のサービスをしているのですが、これに切り替えることによって、今期のマネージドサービス事業に関しては、事業構造の転換をしていく年になっております。

来年以降、しっかり成長していけるような状況に変化していきたいと考えており、人員についてもマーケットプレイス事業に異動させている最中です。



テックエージェント事業は、特にエンジニアの方を企業に対してオンラインで紹介するという事業です。この事業はIT人材の、ここからの5年、10年の不足を受けて、これから大きく成長していくフリーランスのサービスの一つではあると思っております。

ただし、新型コロナウイルスによって一時的に新規の契約数が減り、解約率が増えています。このサービスは、いったん契約すると長いものだと数年契約していくという、ある種サブスクリプションに近いようなサービスの特性があります。

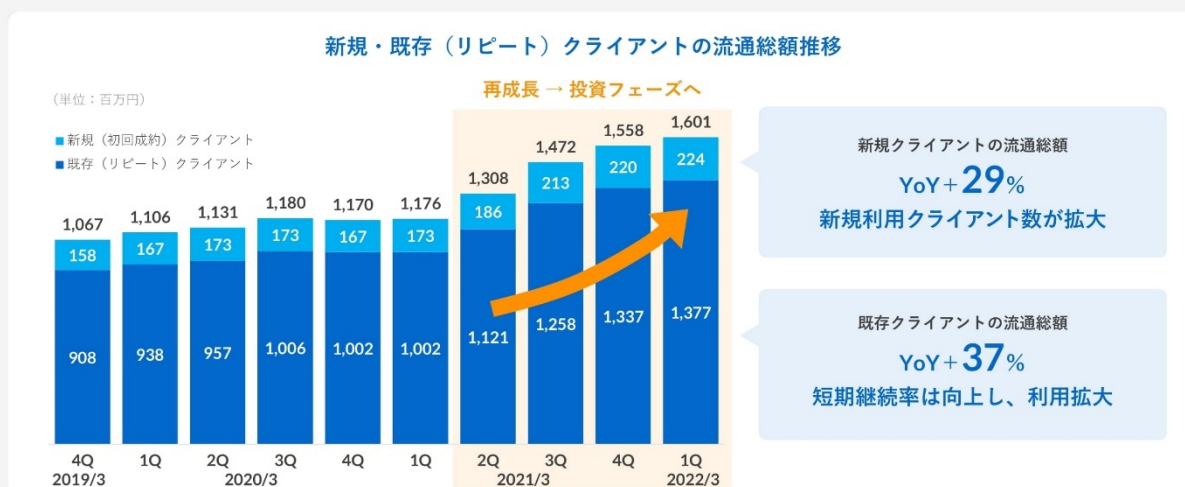
新規の契約数は元に戻りつつあるのですが、昨年1年間は新規の契約数が減り、解約数も増えたという状況もあります。積み上がり構造にあるビジネスという特性があるため、今だけを切り取ると、昨年同期比でマイナス2%となっています。

しかし、今の新規の契約数の戻りを鑑みると、上半期はこのような数字になると思いますけれども、下半期についてはしっかり成長ラインに乗ってくるのではないかと考えています。これが、マーケットプレイス事業以外の2事業の状況になっています。

今、まさにフォーカスしているマーケットプレイスの状況についてご説明します。まず、30%の土台に乗せるため、いろいろな施策を仕込んでいる最中になっています。結論だけ言うと36%で、成長基調に関しては変わらないという状況になっております。

## マーケットプレイス事業の構造変化

### 新規クライアント及び既存クライアントの流通総額は順調に拡大



既存のユーザーの方がさらに使っていただくというリピートユーザーの積み上がりというところは37%と非常に順調です。

一つ、我々として課題というか、もう少し施策を強化しないといけないと思っているところが、新規の利用クライアントの流通金額になっております。

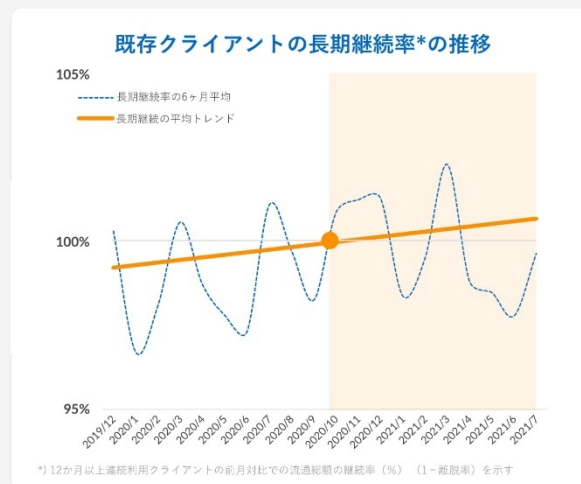
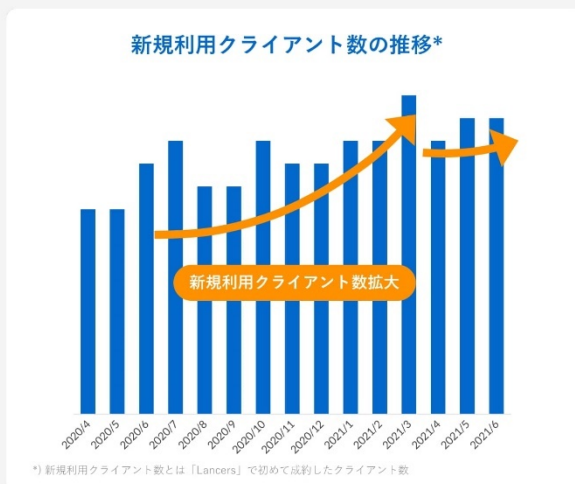
新規に関しては、昨年の3月にかけて非常に大きく伸びていますが、3月はどうしても季節要因で伸びがさらに一段と跳ね上がるため、そこと比べているところもあるものの、当初想定としては、もう少し伸びてもよかったのではないかと考えているところが新規に関してはございます。

オリンピックがあったり、緊急事態宣言があったりというところはあるものの、我々として後ほど紹介させていただきますが、今、新規のカテゴリーを増やして、そのカテゴリーができるフリーランスの方を増やしています。そのようなサービスの強化だったり、アライアンスの強化をより強めることで、この新規の流通を当初想定ラインまで持っていきたいと思っています。

## マーケットプレイス事業

新規利用クライアント数は拡大しているものの、当初想定より鈍化しているため、施策を強化。  
既存クライアントの長期継続率は100%近辺で推移しており、今期は短期継続率\*に注力

\*) 短期継続率は、6ヶ月残留率のことを示す。



ただし、中長期のトレンドで考えると、新規のクライアント数はこれから非常に伸びていく KPI の一つだと思っています。施策とのマッチング度数とか季節性のようなものがあって、一時的に伸びが止まっている踊り場のように見えるところはある部分もあるかと思えます。

しかし、中長期で考えると、ここに対してしっかり施策をしていけば、新しい中小企業の継続利用のクライアントの方は伸びていくとは見込んでおります。

今まで、昨年を含めて、ずっと既存のクライアントの方が継続して100%以上翌年も使っていただくというところに注力をしていて、ここはここで引き続き注力していきます。

新規で取った方が1回で終わらずに、2ヶ月、3ヶ月と使っていただけるという短期のリピート率も今期は追加で施策を強化していく予定をしております。

### マーケットプレイス事業の投資進捗

1Qの集中投資としては、プロダクト・マーケティング投資ともに順調に進行中。  
今期の予想セグメント利益2億円の達成と3年後のセグメント利益約8億円を目指す

#### 各投資の状況

##### プロダクト投資の状況\*

- 採用遅延はあるものの、社外活用（ランサー活用）を含めた調整により順調
- 開発の早期化やサービスリリースの前倒しを目指す

##### マーケティング投資の状況\*

- WEB広告を中心にターゲットを絞ったマーケティングは計画通りに進行
- アライアンス・プロダクトに連動したマーケティングを強化

\*)プロダクト投資には、人件費、外注費、その他を含み、マーケティング投資には、外注費、広告宣伝費を含む

#### マーケットプレイス事業の投資進捗

(1Q実績/年度計画)

人件費 エンジニア・プロダクト中心に採用・人員差配 ▶ **0.40**億円 / 1.9億円

外注費 エンジニア・マーケティング人材の強化と変動費化 ▶ **0.37**億円 / 1.7億円

広告宣伝費 新規クライアント獲得を強化 ▶ **0.19**億円 / 0.8億円

その他 採用等一時費用 ▶ **0.07**億円 / 0.9億円

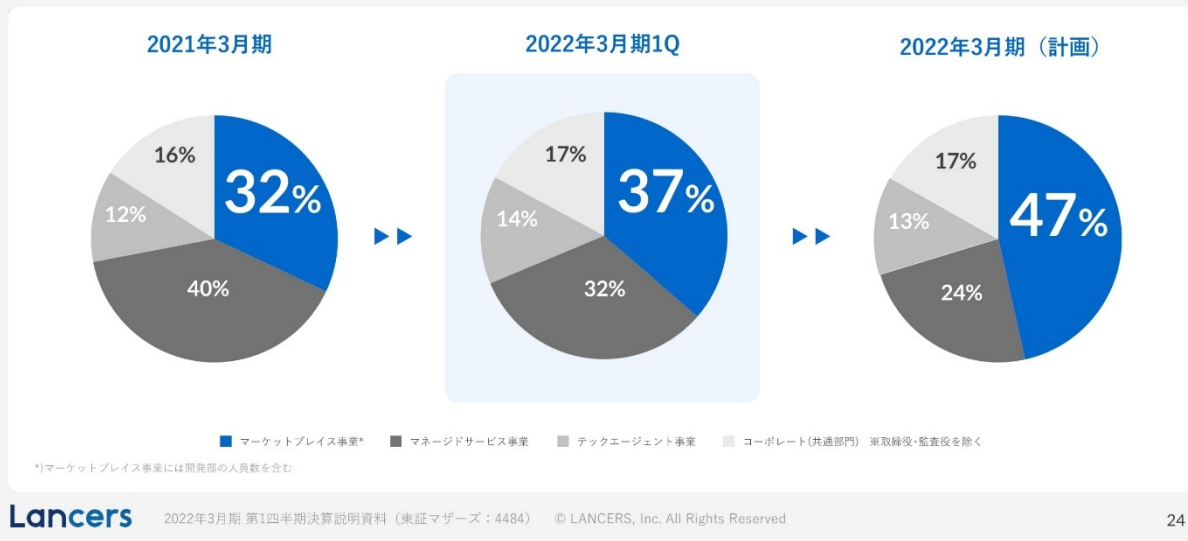
次に、投資の状況になっております。

3カ月前に開示した資料と基本的に言っていることは同じですが、マーケットプレイスを伸ばすために、新規の新しいジャンルのカテゴリーの仕事を取ってくるということと、取ってきたクライアント、ランサーの方が、フリーランスの方が、従来のランサーズにあるようなマッチング形式だけではなくて、さまざまないろいろなマッチング形式がございますので、月額制や出品制、チームで受託等、いろいろなマッチングのデリバリー手法をプロダクトで、新規のサービスとして開発していった、新規のクライアントを増やしていくとともに、マッチングする方法を多様化してLTVを上げていくところを、基本的な投資の中心に据えています。

その進捗率は、おおむね掲載のとおりです。数字は順調で、現在およそ20%の投資ができていますが、まだ準備をしていて、実際まだ投資し切れていない部分もあります。これから下半期に向けて、1年のマイルストーンなどをしっかりと定め、プロダクト・マーケティングの投資というところを強めていきたいと考えております。

## 人員構成（連結）

マーケットプレイス事業は、エンジニアを中心に新規採用・社内異動を強化。  
計画通りに人員リソースを成長事業へ再配置

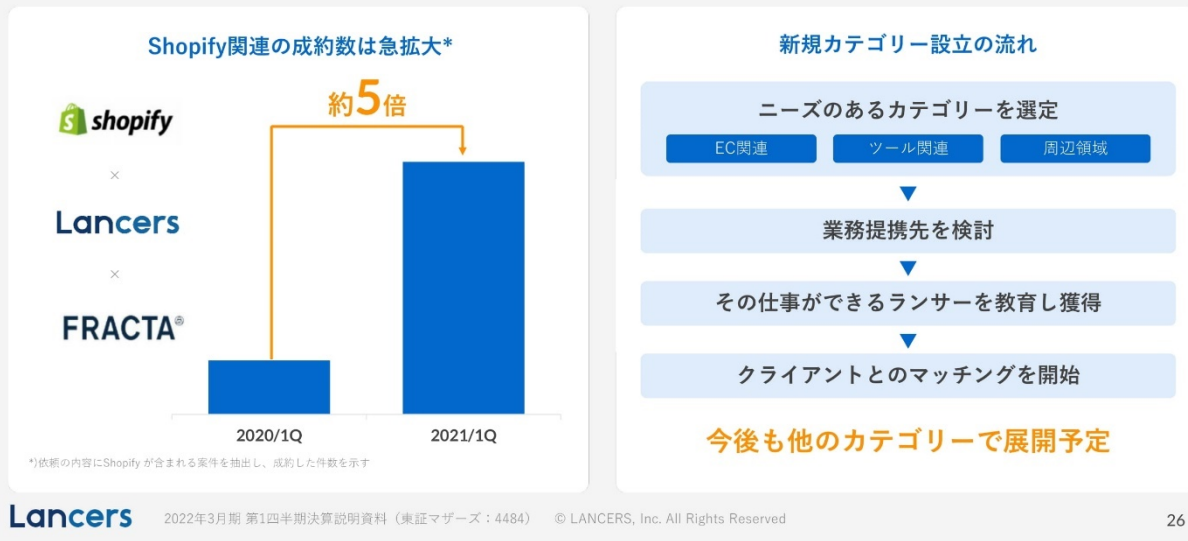


人員構成です。先ほど、マーケットプレイスに各事業の人員を寄せていくというお話をしましたが、当初、32%程度だったマーケットプレイスの事業人員について、第1四半期が終わったところで37%程度まで人員の移動を進めています。

他の事業部で今お客さまを抱えている部分もあり、いきなり明日に完了、クイックに47%にはいけない部分もありますが、今期末47%に向けて、しっかりとこのマーケットプレイスを開発の投資、さまざまな打ち手、社員の行動、構成、構成比率などを含めて、経営の傾斜をより強めている途中になっております。おおむね順調と認識しております。

## 新規利用クライアント拡大に向けての取り組み 1/3

Shopifyとの取り組みを強化し、Shopify等のECに関わる案件の成約数は急拡大  
今後もニーズのある新規カテゴリーを設立することで流通を増加させていく



今期のトピックを三つご紹介します。

基本的にこの三つ全てが新規の利用クライアントを増やすためにやっている、仕込んできた取り組みの一部になっています。第2四半期、第3四半期に向けて引き続き進めていきますが、その中で実際に開示できるものをご紹介します。

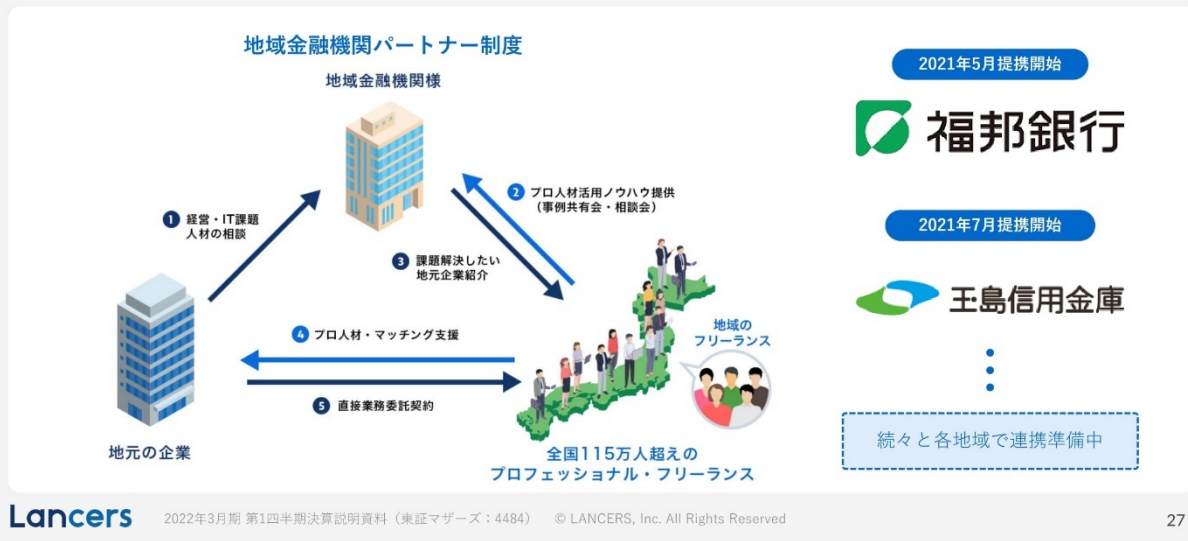
一つは、Shopifyさんとの取り組み強化です。固有名詞を言いたいわけではないのですが、分かりやすいためShopifyというECカテゴリーのご説明をします。Shopifyさんと提携をして、Shopifyの構築運営についてを理解できるフリーランスの方の教育を、この1年かけて数百人ぐらいの規模で行うことにより、実際にShopifyで発注した梅園さんのような発注したいバイヤーなどのクライアント企業をオンラインで増やす取り組みを行っております。

この取り組みによって、ECに関わる案件の成約数、特にShopifyに関しては5倍ぐらいの成約数の伸びを示しておりますので、Shopifyさんだけではなくて、いろいろな、例えばECだけに特化してもいろんなツールがありますし。例えば、経理とかに関わるSaaSのサービスもたくさんあるため、単純にECとか大きいカテゴリーにこだわらず、細かいツールであったり、ジャンルに寄り添って、カテゴリー開発をしていくと流通金額が伸びると思っております。引き続き他のジャンルもしっかりとカテゴリー展開を増やしていきたいというのが一つ目です。



## 新規利用クライアント拡大に向けての取り組み 2/3

地域金融機関と協働し、地方の中小企業がDX推進にあたって直面する人材不足の課題解決を支援。今後は本取り組みを全国へ拡大し、将来の流通拡大に向けてクライアント獲得を強化



二つ目が、地方でも、先進的で特にリテラシーが高い若い経営者や、2代目の方がやっているような中小企業であると、直接ランサーズのマーケットプレイスを利用いただけるというところもあるのですが、地域や地元密着でやられている企業様に対しては、オンラインのマーケティングだけをやっていても、なかなかクイックに使っていただくというところにはつながりにくい側面があります。

現在、福邦銀行さんだったり、ちょうど一昨日、玉島信用金庫さんとの提携を発表しましたが、実際にそのような地方銀行と組んで、地方銀行が融資している企業様も、まさにデジタル化をしないとけないというニーズもありますので、直接行くのではなく、地方銀行経由でDXができる人材を支援するという取り組みを今年強化していきたいと考えています。

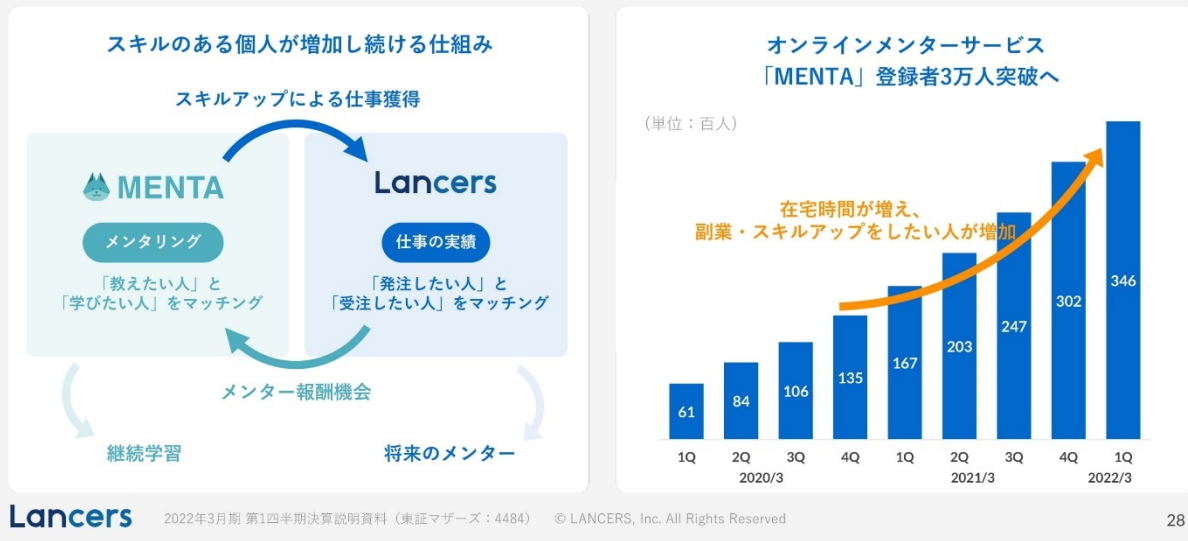
今すでに2行出ている中で、具体的に開示できる数字はないですが、実は案件の紹介を受けております。日本には沢山の地方銀行がありますので、今後も続々と各地域の地方銀行とともに、各地域の中小企業のDX、デジタル化をしたいという課題解決を推進していきたいと考えております。

これはこの1年、2年を通して継続し進めていきます。



## 新規利用クライアント拡大に向けての取り組み 3/3

MENTAでスキルを獲得した個人が、Lancersでランサーとなり仕事獲得。  
 スキルのある個人が増加し続ける仕組みを構築



Lancers

2022年3月期 第1四半期決算説明資料 (東証マザーズ：4484) © LANCERS, Inc. All Rights Reserved

28

3つ目は、フリーランスサイドの取り組みを強化することで、新規のクライアントを拡大していきたいという取り組みになっています。

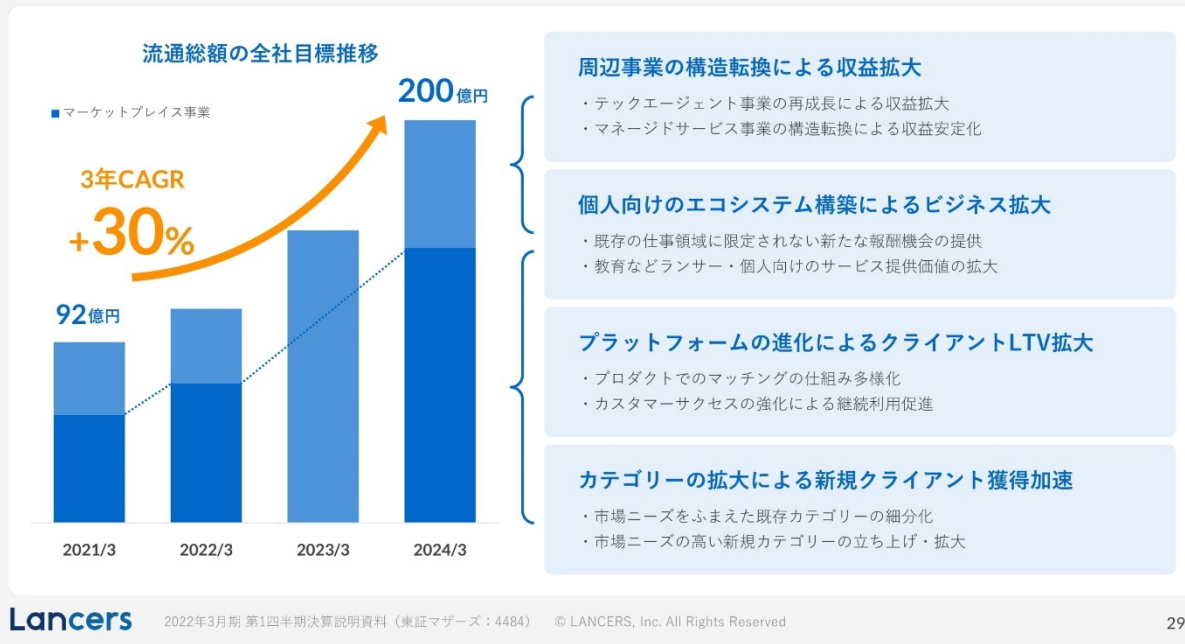
10カ月前ぐらいに、個人が個人にスキルを教えるというMENTAというサービスをグループ化しました。MENTAの登録ユーザーもずっとうなぎ上りで伸びています。

MENTAというサービスは、主にエンジニアのスキルを学びたい人と、エンジニアのスキルを教えたい人という方が登録の大部分を占めていますが、実際にスキルを得た方がランサーズの中で受注をして、その受注経験をもって、さらに大きな仕事を獲得するというサイクルが、グループ化以降の10カ月かけて徐々に増えてきています。

このように、スキルをすでに持っている方に仕事を提供するのはもちろん進めていくのですが、それだけでは、IT人材不足に対応し切れないと考えております。

まだスキルは持っていない方に、実際のスキルやその教え方、学び方を教えることで仕事ができる人材にしていく、いわば「ゼロ、イチで人材をつくっていく」というところもやっていくことによって、クライアントが結果的に増えていくというような構造を、より今期からつくっていきたいと考えております。

## 中長期実現のための戦略及び今後の展開



なので、これは最後になりますけれども、今後の展開として、3年でCAGR+30%成長させていくことが目標です。

マーケットプレイス事業に関しては、この3年の中で40%という、さらに高い成長率に向かっていくために、まずベースとしてはカテゴリーを拡大していきます。

そして、プラットフォームの価値をより多様なマッチングの仕組みを用意していくことによって、クライアントの方が継続して、かつECで入ってきた人が、次マーケティングで発注するといったような、多様なマッチングを用意していこうと思っています。

それに加えて、既存の仕事だけをマッチングするというだけではなくて、MENTAのような、教えることで報酬機会を提供するような、個人に対してエコシステムを提供することによって、ランサーズの競争の源泉である信頼ランサーの方がよりランサーズを使う理由を増やしていったら、さらに流通金額も増やしていきます。

そこにアドオンとして、今やっているようなテックエージェントやマネージドサービス、我々のフリーランスのデータベースがあるからこそ、企業に対する価値提供を増やしていけると考えており、この4段構えで、ここから3年の成長をつくっていきたいと考えている次第です。

まとめますと、おおよそ決めたこの3カ年の方針に従って、一部新規のクライアントに対する取り組みの加速やマーケットプレイスへの人員の強化など、チューニングが必要な部分はありますが、おおむね順調に経過した第1四半期だったとは思っております。

2021年8月13日

ここから上手くいくところもあれば、また課題やチューニングというところはあると思いますけれども、しっかりと決めたこの3カ年の事業構造転換に対して、我々自身の経営方針の加速もしっかりやっていきたいと考えている次第でございます。

## 質疑応答

---

**秋好**：時間はちょうどきっかり 30 分ですので、ここからはいくつか質問もいただいておりますので、質問にお答えさせていただきながら Q&A の時間とさせていただければと思います。

それでは泉さん、いただいている質問からピックアップいただいてもよろしいでしょうか。

**泉**：はい。ありがとうございます。それでは、いただいている質問からピックアップさせていただきます。

**Q1**: 今期よりマーケットプレイス事業の集中投資、マネージドサービス、テックエージェント事業の再成長を発表されていると思いますが、まずはこの 1Q の結果に関する経営としての評価と手応えを各事業で教えていただけますでしょうか

**秋好**：マーケットプレイスについては、ちょっと繰り返しになってしまいますけれども、成長率というところと言うと 30% をまず乗せるというところに関して、それを超えていっているというところに関しては、数字だけ見ると順調かなと思っています。どちらかと言うと、やっぱりここから新規のカテゴリー、そして新サービスというところ仕込みによって、より成長率を上げていくというところが非常に重要だと思っています。

実は、去年の 4 月から 6 月というところは、思い切り緊急事態宣言の影響を受けて、去年はどちらかと言うと、例年に比べてちょっと数字的に言うと 5%、10% ぐらい下がっていた部分もあったりするので、そういった意味で言うと、すごく数字的にというよりも、季節的に上がりやすかったという部分もあるのかなとは思っています。

なので、どっちだというところがあると思うのですが、おおむね順調だと思っています。特に、新規クライアントを伸ばしていくところの施策はより強化して、LTV を上げるところは、どうしてもプロダクトでとか、フリーランスの方を増やしてというところに時間がかかるスタートになっておりますので、より人員の構成だったり、採用を加速していくことで実現していきたいと考えているのがマーケットプレイスです。

マネージドサービスは、一部事業撤退というところもあって、今期に関しては、ここですごく伸ばすというよりも事業構造を変えて永続成長できるような構造にするというところなので、数字的な

インパクトというのは、逆にマイナスのほうが大きいかなとは思っているものの、マーケットプレイスへの事業の異動はしっかりできていると考えております。

テックエージェントは、見た目の数字はマイナスですけれども、新規が戻ってきているというところは事業構造上も非常にポジティブで、下半期に成長基調に戻せるような準備ができた第1四半期だったかなという所感でおります。

**Q2:** マーケットプレイス事業で、既存クライアントの流通総額の伸びが4Qまでと比べてやや鈍化しているかと思いますが、背景を教えてください。クライアントに何か変化が起きているのでしょうか。

**秋好:** 恐らくYoYですと伸びてはいるので、前四半期のQoQという意味だと捉えて、お答えをさせていただきます。

ランサーズのサービスの特性上、3月決算の会社さんが非常に多く予算内に発注をし切ってしまうところがあるので、特に1月から3月、もっと言うてしまうと、2月後半から3月に流通金額がぐっと伸びるというサービス特徴がございます。

なので、どうしてもQoQで比べると、少し伸びが鈍化しているように見える部分もあるかもしれませんが、どちらかというクライアントの構造に何か変化が起きているというよりも、単純に季節性、予算のお財布は第1四半期より第4四半期のほうが多いというところの影響が大きいのかなとは思っています。

**Q3:** 投資を除くペースでは、黒字を維持とのお話がありましたが、ここにおける投資とは、どの範囲まで含んでいるのでしょうか。

**秋好:** ちょっと数字の細かいところなので、CFOの小沼等から補足がもしあれば、そのほうが正確かなと思いますが、基本的には、今期このサービスを伸ばすために新規で外注を増やしたり、新規で外部のアドバイザーを増やしたり、そういったような新規で通常以上の広宣費、外注費を使っている部分を投資と呼んでおりますので、既存の人件費だったり、既存のサービスを維持するための販管費というところは投資というところの前提には置いていません。

もし補足、事務局であればお願いします。

**小沼:** 先ほど、秋好からご説明したとおりです。23ページ目に決算説明資料でもお示しをしておりますが、今期マーケットプレイス事業をさらに投資するための投資項目として、我々で当初の予

算計画値から策定をしていたものが順調に進捗していて、その分だけ投資金額を除いたもので黒字になっているということをお示しさせていただいております。

**Q4:** マーケットプレイスに集中するため、マネージドサービスは縮小する方向とのお話がありましたが、トピックスとして、地域金融機関の取り組みが挙げられています。こちらは、マネージドサービスの内容だと思えますが、経営方針上の位置付けを教えてください、という質問が来ております。

**秋好:** ご質問ありがとうございます。

地方銀行との取り組みは、ちょっと書き方が分かりにくくて大変恐縮ですけれども。実はマーケットプレイスを伸ばすための取り組みとして今、取り組みをさせていただいております。

マネージドサービスは、我々の営業が相對して、例えば地方銀行から案件が来たら、我々が受託責任者としてフリーランスの方をマネジメントして納品するというのがマネージド型の受託の方法ですが、地方銀行からいただいた案件は、我々のオンラインのカスタマーサクセスに直接エンドのクライアントさんとフリーランスの方をつなぎまして、そこから我々が間に介在せずに、直接フリーランスの方とやりとりするというかたちで、マーケットプレイスのように進行しております。それでも十分にマッチングして進んでいったりしております。なので、マーケットプレイスの範囲での取り組みになっております。

**Q5:** 今後、コロナ特需の剥落が気になります。お見立てを教えてくださいという質問が来ております。

**秋好:** いろんな業界のサービスで、コロナの特需によって一時的に、特に北米のサービスで、コロナが戻ってきたことによって売上が元に戻ってしまったみたいなどころはあると思うのですが、我々がやっている領域は、やっぱり主にオンラインで何か売上を伸ばして行きたい、デジタル化していきたいというところの人材のニーズを拾っていています。

また、これからむしろ増えていくと考えます。今困った、じゃあどうしようって方針立てて、じゃあ人を採用しようって、こういう順番だと思っていますので。ここから何かすごくクライアント数が減っていくということは特段足元の数字や、お客様の状況を見てもあまり感じていないです。

むしろ、ここからオンラインで仕事ができるんだということに気付いた方々が、オフライン前提であったところがオンラインになっていくというところで、これは何か一時的なものというより継続した変化なのではないかなという認識をしています。



逆にちょっと分かりやすい数字で言うと、北米のサービスで、我々のようなサービスの数字を見ていても、じゃあアメリカが今この状況なので戻っているかということ、むしろ伸びていたりするので、そういう状況なのではないかなと感じています。

**Q6:** 地域金融機関との協働を進めている中、すで実績は出始めているのでしょうか。協働開始の感触と、今後どのようなペースで拡大される予定か教えていただきたいですという質問が来ております。

**秋好:** 具体の数字というところは、まだこれからなのですが、来ているか来ていないかでいうと、我々もいい意味で驚きぐらい、一定紹介が来ています。

やっぱり地方銀行と組む人材会社は、過去にも結構ありましたが、やっぱりあくまでもコンサルとか顧問とか、ちょっとアドバイスをするという方を地域に送り込むという人材会社との取り組みというのが過去多かったのが、ランサーズの場合、具体的にそのアドバイスされたものを実装していくというところの人材を紹介ができます。

例えば地域の茶わんをつくっていたり、地域で海産物を売っていたりという、なかなか今までランサーズにはいらっしやらなかったような会社さんが、それをただECで売りたいんだ、今までの流通だとなかなか売れないのでオンラインで売りたいんだというところで、地方銀行経由で、1社当たり複数、毎月毎月、継続していただいていたというので、出だしとしては、我々としては手応えを感じています。

特に地域においては、オンラインで広告を見たから、そういうふう頼むよというよりも、自分たちが信頼している地方銀行だったり商工会議所だったり、地場の名士的な企業の方だったりの紹介でつながっていくのがすごく有効だと思っておりますので。されど1件というか、1件1件しっかりと大切に、それぞれの地域でしていくことが今後数年考えると非常に重要かと考えております。

また、今後どれぐらいのペースでやっていくかということ、今だと2カ月で2件、3カ月で2件とかというペースだと思いますが、少なくともそれぐらいか、もうちょっと増やすペースで、特に最初はやっていきたいと思っております。

地方銀行によって、すごく順調な地方銀行だったり、なかなか地域の経済状況を含めて課題がある地方銀行だったりするので、お互いのニーズが合う、数をすごく追うというよりも、お互いのニーズがすごく合う地方銀行を中心に濃く提携を増やしていければと考えております。

**泉:** それでは、質問等がないようでしたら、以上で終了とさせていただきます。

2021年8月13日

それでは、本日は、ランサーズ株式会社、2022年3月期第1四半期決算説明会にお越しいただき、誠にありがとうございました。

**秋好**：ご参加いただき、ありがとうございます。引き続き、何卒よろしく願いたします。

## ディスクレーム

### 本資料の取り扱いについて

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。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の真実性、正確性、適切性または完全性等について、当社は、何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

### 開示方針

「事業計画及び成長可能性に関する事項」において、当該資料の進捗状況を含む最新の内容については、通期決算で開示することを予定しております。また、経営指標の進捗状況（財務数値及びKPI数値）については四半期毎に開示する予定です。