

Lancers

ランサーズ株式会社

2022年3月期第2四半期決算説明会

開催日：2021年11月12日（金）16：00～

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部本部長 小沼 志緒

ハイライト

2022年3月期
第2四半期累計業績

- 3カ年の目指す姿・今期の経営方針の実現に向け、**新サービスを3Qより続々とリリース**
- 下期偏重型であることを加味すると**予想に対する進捗率は、流通総額47%、売上高51%、売上総利益48%と順調に推移**
 - 流通総額：5,053百万円（前年同期比+18%）（予想進捗率47%）
 - 営業利益：△111百万円（投資を除く営業利益+128百万円）（前年同期は△14百万円）

2022年3月期
セグメント別状況

- 2Q累計のマーケットプレイス事業の流通総額は、**前年同期比+28%と成長**。2Qは、**新サービス・機能開発に注力**
 - マーケットプレイス事業の新規クライアント流通総額 +23% 既存クライアント流通総額 +29%と堅調に推移
 - マネージドサービス事業は、市況回復により好影響が継続。新プラン立ち上げに向け準備中
 - テックエージェント事業は、2Q単体の流通総額は、前年同期比+14%と足元は好調、3Q以降は再成長へ加速

マーケットプレイス
事業の集中投資状況

- **マーケットプレイス事業YoY+40%の成長土台をつくるための投資については順調に推移**
 - プロダクト投資は、社内外のエンジニアを活用し、新サービス・機能開発に注力
 - マーケティング投資は、新サービスと連動し、DX運用認知拡大に向けて、下期の仕込みを強化

秋好：ランサーズ、秋好です。第2四半期の決算説明会にお越し、ご視聴いただきまして、誠にありがとうございます。

今から第2四半期の決算発表説明をさせていただくんですけれども、まずハイライトとしては三つあります。

一つは、再三お伝えさせていただいているんですけれども、我々は3月決算なので、1月から3月期が非常に、予算消化の関係で伸びやすいです。季節変動であることを勘案すると、今の進捗率、流通、売上、売上総利益、大体50パーセントぐらいは、普通に順調に推移しているかなと思っています。

ただ一方、上半期、プロダクトの開発に非常に力を入れておりまして。プロダクト開発する人員数も30名弱ほど増員をして、創業以来、一番エンジニアをうまく採用できた上半期だったと非常にポジティブです。

一方で、新規のクライアントは、今まで非常に好調で推移してるんですけれども、特に10月になって、ちょっと戻ってはきてるものの、緊急事態宣言が終わってコロナが落ち着いたタイミングで、リアル側のビジネスへの軸足が一時的に移ったところで、8月、9月が想定よりも少し弱含んでいて、10月に戻ってきたところです。

2021年11月12日

実は今日、戦略発表会という形で、この決算発表の2時間前にメディアの方を呼んで、ランサーズの新しいサービスを含めた、戦略発表をさせていただきました。プロダクトをしっかりと予定どおり出して、開発リソースもしっかり確保できたところは非常にポジティブですが、下半期については、そのセールスとマーケティングを、想定していたよりもう少し強めにやるのが、さらなる成長につながるかなと考えておりますので、その辺の話を、中心にさせていただければと思っております。

| **会社概要**

Our Mission

個のエンパワーメント

Our Vision

すべてのビジネスを
「ランサーの力」で前進させる

誰もが自分らしく才能を発揮し、
「誰かのプロ」になれる社会をつくる

Lancers 2022年3月期 第2四半期決算説明資料（東証マザーズ：4484） © LANCERS, Inc. All Rights Reserved

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

会社の概要です。

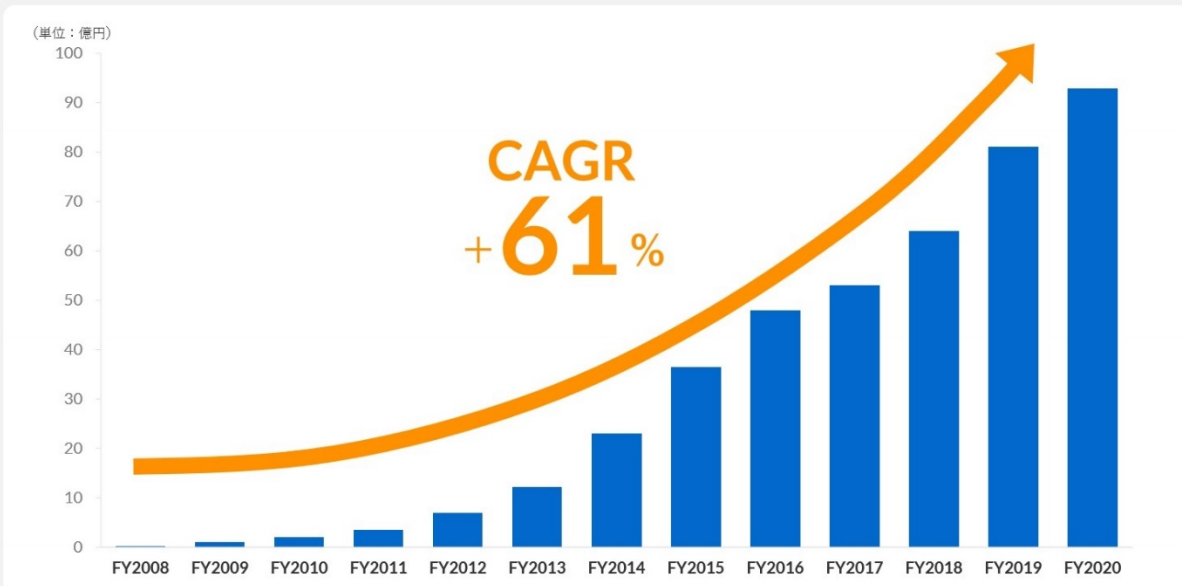
先ほど戦略発表をさせていただきましたが、我々、「個のエンパワーメント」、テクノロジーで個人をエンパワーメントしていくというのを、2008年の創業以来、掲げさせていただいています。前四半期の発表資料には、ビジョンとして、「テクノロジーで誰もが自分らしく働ける社会をつくる」という、働くにコミットするというのを、ビジョンとして掲げていたんですけれども。

ここからランサーズがさらに個をエンパワーメントしていくときに、今回、企業の中の個人、特に経営者に向けて、「すべてのビジネスを「ランサーの力」で前進させる」というビジョンを明確にすることによって、特に社内のメンバー含めて、企業に対する価値提供をよりクリアにしていきます。

そして今回、教育サービスや、直接働くことに関わらないサービスも、過去に「MENTA」というサービスを提供する会社をグループ化したように、今後のランサーズの展開を踏まえて、働くもも

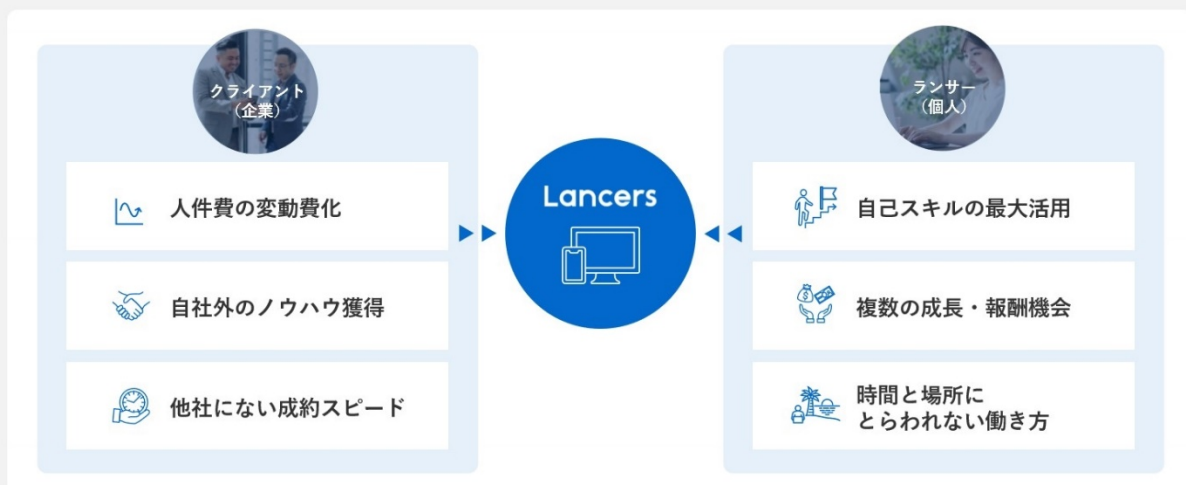
もちろん提供していくんですけれども、「誰もが自分らしく才能を発揮し、「誰かのプロ」になれる社会をつくる」という、ワンミッションデュアルビジョンで、本日から経営を推進していきたいと考えております。

ランサーズの流通総額推移



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われない新しい働き方を提供



流通金額やサービスの概要については、資料に掲載のとおりでございます。

サービスのターゲットと提供価値

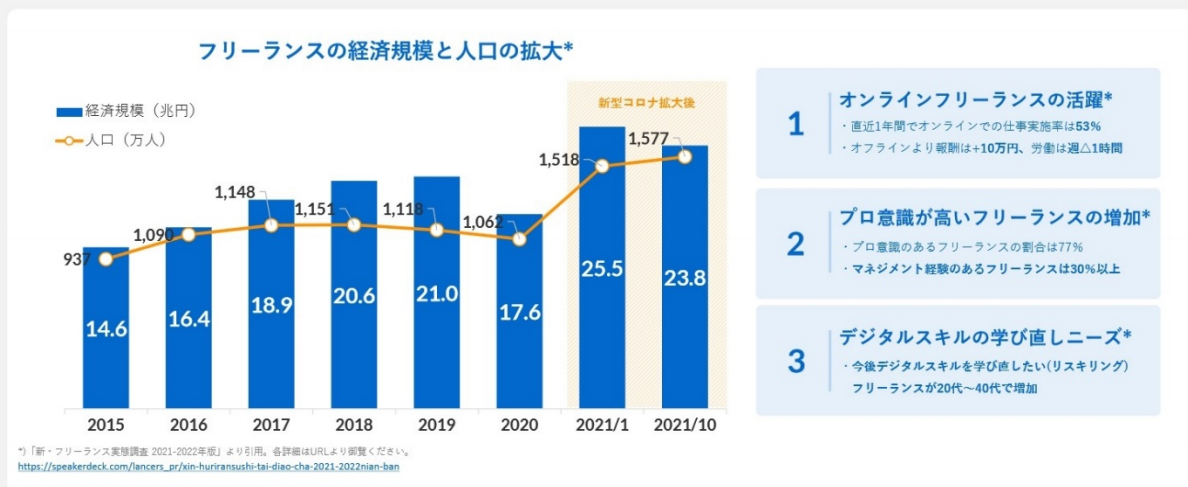
市場変化によりSMBのDX運用ニーズが拡大し、戦略の優先順位をアップデート



基本的には、中小企業がスポットではなくて、継続して使うサービスになるところは、今期共有させていただいているとおり、この方針に沿っていろんな取り組みをさせていただいております。

フリーランスの市場動向（新・フリーランス実態調査 2021-2022年版）

2015年と比較するとフリーランス人口は+68%と引き続き増加。同経済規模も+63%拡大



2015年から我々はフリーランス実態調査を行っていますが、フリーランスの人口はコロナで1,500万人、非常に伸びたところが、引き続き1,500万人台後半まで伸びています。一時的な揺らぎもあって、マーケットは9カ月前と比べると少しへこんでるように見えますけれども、これはあ

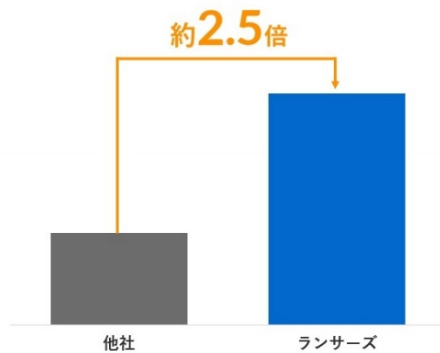
くまでも踊り場であって、アメリカのフリーランス市場を見ても、基本的には伸び続ける傾向にあると考えております。

競争優位性：フリーランス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

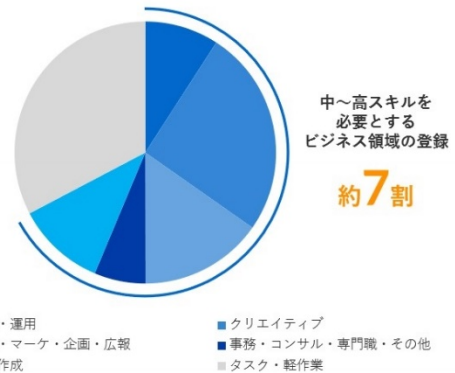
*CSとは、クラウドソーシングの略称。OSとは、オンラインスタッフリングプラットフォームの略称。

一人あたりの受注金額（流通総額）の比較*



*)2020年4月～2021年3月において報酬を得たランサー一人あたりの受注金額を比較したものを示す

昨年度の登録ランサーの職種割合*



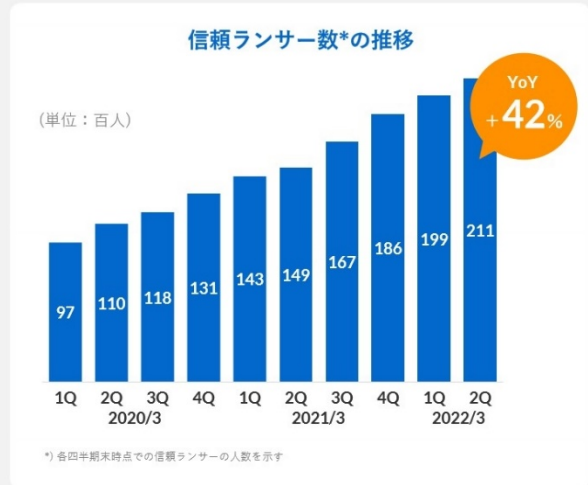
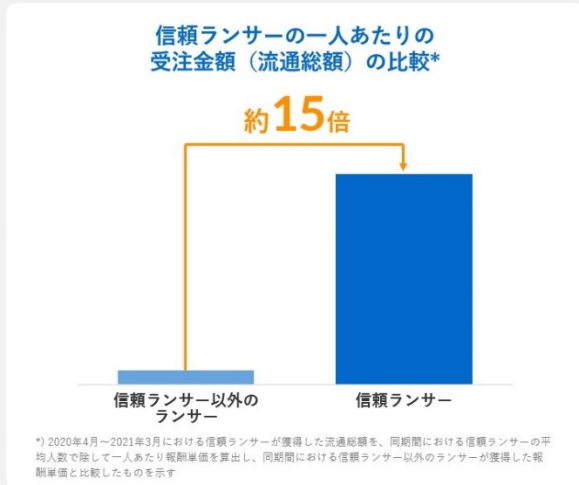
*)2020年4月～2021年3月における登録ランサーの職種を示す

ランサーズの競合他社との違うところは、やっぱりビジネスに利用するユーザーが多いところと、ハイスキルなユーザーが多いところで、他社さんと比べると一人当たりの報酬金額が2.5倍以上です。タスクや簡単な仕事をする人だけではなくて、主には中高スキルのビジネス領域のユーザーが多いのが、我々のサービスの特徴になっています。

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

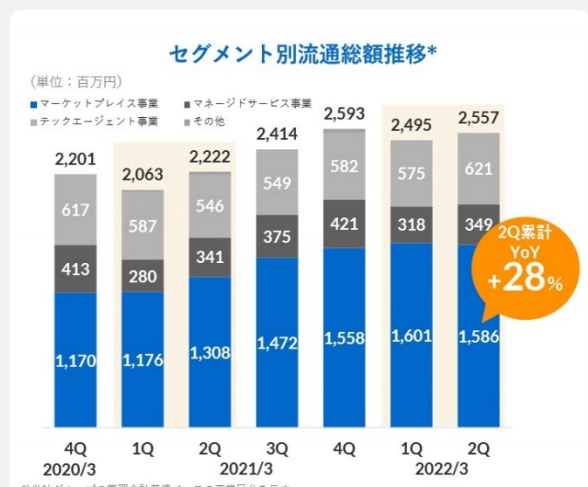
*信頼ランサー=認定ランサー+シルバーランクのランサー+ブロンズランクのランサーを示す。



ランサーズの中で活躍する信頼できるプロを、信頼ランサーと呼んでおります。信頼ランサーの数も、順調に積み上がっていった、信頼ランサーを増やす取り組みを加速しているものから、YoYで42%ぐらい、実績あるフリーランスの方のアクティブな登録、そして報酬を得ている人は順調に増えていっております。

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し、流通総額の前年同期比は+18%。集中投資の約2.4億円を除いた営業利益は、128百万円



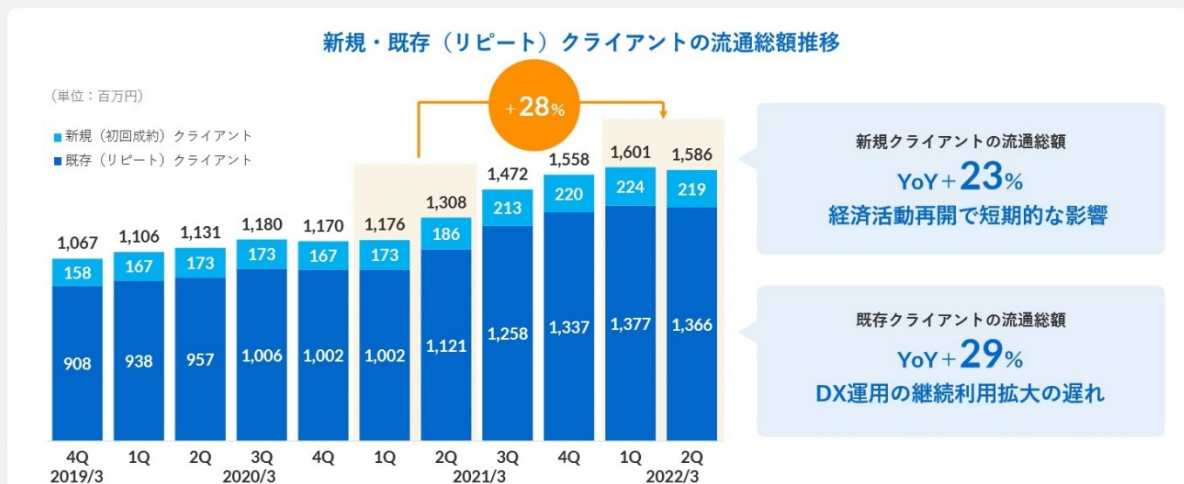
第2四半期の状況を説明させていただきます。

まず全社で、一部事業を撤退してるところもあって、全社でならずと流通総額は、前年同期比18%増、売上は前年同期比12%増、売上総利益は前年同期比+11%増となっております。下半期はマーケティング投資を増やしていくため、3カ年に向けて一時的に赤字になっておりますけれども。そういった投資を除くと、四半期の累計で1.2億円ぐらいいは、営業利益出せる実力であるんじゃないかと考えております。

今期の基本方針としては、全体を伸ばすというよりも、特にマーケットプレイスの事業を、まずは30%台、3年に向けて40%の大台に乗せていくというところを、掲げております。これについて、さらに詳しくご説明をさせていただきます。

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堅調に推移。下期は、新サービスのリリースとあわせてマーケティング・カスタマーサクセス強化により流通拡大を狙う



第2四半期累計では、流通総額は前年同期比28%増、単体でいうと20%増ぐらいいに、当初見込んでたよりも少し鈍化している状況が、特に8月、9月、見られました。主な要因としては、緊急事態宣言が終わって経済活動が再開することによって、全部オンラインというよりも、オンライン以外の部分にも、企業側の軸足が移って、一時的に新規が少し弱含んだ。10月は戻ってはきていますけれども、一時的に弱含みの状態となりました。既存クライアントも、オンラインだけですべてやるところから、オンライン以外のところも少し軸足が移ったのかなというところで、29%ぐらいい増に、前四半期と比べると少しだけ成長率が鈍化しております。

ただ、これは一時的なものかなとは思っておりますので、冒頭申し上げたとおり、後ほど紹介させていただく新サービスを、この半年から1年ぐらいい仕込んできました。LTVを上げる取り組みなくしてマーケティング投資しても非効率ですので、この新サービスが出るのを待っていましたの

で。予定どおり、新しいクライアントに対する価値提供ができる網の目が濃くなったと考えております。

ここからは、ちょっと想定より少し新規のところ弱含んでるところもあるため、よりセールスとマーケティングを強化していくことで、まずは30%増、そして40%増まで拡大を狙っていくことは見込んでいけるんじゃないかと考えております。

マーケットプレイス事業の投資進捗

2Qは新サービス開発やエンジニア採用など開発領域を中心に投資を継続。
 今後は、新サービスの利用促進や継続利用に向けた施策をより強化

各投資の状況

プロダクト投資の状況*

- 採用は概ね計画通りで、順調に進捗
- 新サービス立ち上げや機能追加等開発体制を強化

マーケティング投資の状況*

- 新サービスとDX運用の認知拡大に向けたマーケティング強化
- 継続モデルへの転換促進に向けカスタマーサクセス強化

*) 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

(2Q累計実績/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 ▶ **0.93** 億円 / 1.9 億円

外注費 エンジニア・マーケ
 人材の強化と変動費化 ▶ **0.95** 億円 / 1.7 億円

広告
 宣伝費 新規クライアント獲得
 を強化 ▶ **0.34** 億円 / 0.8 億円

その他 採用等一時費用 ▶ **0.16** 億円 / 0.9 億円

投資の状況は、冒頭申し上げたとおり、プロダクトの開発の部分に関しては、特にエンジニア採用が、昨今 IT 人材不足の中で、半年で 20~30 人正社員ベースで増やしています。フリーランスのエンジニアを含めるともっと多くの人数増やして、開発力が下半期、より強化されていっているのは、非常にポジティブかなと考えております。

ただし、オーガニックでも新規のクライアントを含めて伸びていくと想定したところが、経済動向の状況変化によって、一時的に、当初よりは若干マイナスに振れているので、ここは新サービス含めて、カスタマーサクセスやマーケティング、そして直接のセールスを強化すること、半年、1 年かけて十分に取り戻せる部分だと思っています。そのため、下半期は特にセールスとマーケティングを強めていきたいと考えております。

新サービスのリリースやリニューアル

プロフェッショナル人材の増加とランサー起点のスキルの商品化（出品）によるマッチング率向上やマッチングの多様化（チーム）による継続モデルへの転換促進により、流通総額拡大へ



今後、中小企業が継続してランサーズを使っていくために仕込んでいた新サービスについて、ご紹介をさせていただきます。

一つは信頼ランサーが40%伸びてるとは言え、今、いろんなSaaSのツールであるとか、新しい技術的なトレンドがあって、一エンジニアになってもまた新しいスキルを学び直さないといけない状況になっています。単純にスキルを持っている人だけを、ランサーズに登録してもらって仕事をするだけでは、競争優位がつかれないと感じております。それゆえ、我々がコミットして仕事と連動する形で教育する教育事業を、新規に立ち上げたいと思っています。

二つ目は、国内であればココナラさんと海外でもFiverrさんといった、スキルシェアのサービスが非常に伸びていますが、我々としては、個人が占いをするとか恋愛相談する、そういう領域はビジョンとも一致しないので、ここは手を出すべきではないかなとは思っています。しかし、ビジネスのスキルシェア、ここはわれわれとしても、高単価なものは間違いなく押さえないとはいけませんので、半年間、このパッケージ方式をリニューアルをしてきましたので、こちら紹介させていただきます。

最後はLancers Teamsという、今までとは全く異なる仕事ができるサービスを、提供を開始しております。

信頼ランサーの拡大：プロフェッショナル人材の育成

業界トッププレイヤー監修の最先端デジタルスキル教育とパーソナライズした案件紹介による仕事連動型の教育サービス「Lancers Digital Academy」を2022年上半旬に開始

サービス概要

業界トッププレイヤー監修教材でデジタルスキル教育 → スキルを認定(デジタルバッジ) → 専任コンシェルジュが仕事紹介をサポート

新サービス
仕事連動型の教育サービス「Lancers Digital Academy」
「オンライン動画教育・スキル認定・コンシェルジュサポート」
例：Shopify 価格20万円～ 期間2ヶ月～

サービスの特徴

- 1 最新デジタルスキルを教材選定**
・世界的需要のあるデジタルスキルをデータ分析し選定
- 2 業界トッププレイヤーが監修した実践的教材**
・業界トッププレイヤーたちが監修・制作し、具体化した実践的教材
- 3 学びの効率を重視したウェブ学習**
・学びやすいUXと効率を追求した学習体験 (動画×課題×グループワーク)
- 4 スキル認定で高い信頼力**
・セルフブランディングを促進するスキル認定制度 (デジタルバッジ)
- 5 パーソナライズした仕事の紹介をサポート**
・認定後、一定期間は専任コンシェルジュが仕事や案件紹介をサポート

Lancers
2022年3月期 第2四半期決算説明資料 (東証マザーズ：4484) © LANCERS, Inc. All Rights Reserved
25

まず、Lancers Digital Academy というサービスから紹介させていただきます。

前回の決算発表の資料でも、Shopify の教育プログラムをして、Shopify の認定バッジを付けた人が、Shopify の案件をランサーズ上で受注する確率が非常に上がっているというお話をさせていただきました。

この Lancers Digital Academy は、それを Shopify 以外のデジタルスキル含めて、売れるスキルを我々がコミットして教育させていただいて、かつ教育することに対してしっかりと数十万円、場合によっては1人に対して50万円ぐらい料金をいただいて。その後ランサーズに、Shopify の認定バッジを、デジタルバッジをプロフィールに付与します。そして、その方には特別に Shopify の案件が提供されるような、教育と実際の仕事が一気通貫で提供できる、Lancers Digital Academy を提供開始します。

昨年、1年かけて Shopify というカテゴリーでやってきた取り組みをより仕組み化して、このビジネス単体でも1万人ぐらいの個人の方の、年間での卒業生を生み出せると思っていますし。それができれば、これ単体でも数十億円のビジネス規模にはできていると思っていますし、何よりも、この単体でも収益は狙います。優秀な個人を、自らゼロイチで輩出できる機能をランサーズが持つのは、競争優位をさらに高める取り組みだと思っています。

短期的な PL 影響の意味では、じゃあ半年後にここがすごく大きくなるかと言うと、2～3年かけて成長するビジネスではありますが。中長期的には、ランサーズの競争優位性である、信頼ランサー

のデータベース強化に、非常に効いてくる取り組みです。Shopifyでの経験を踏まえて自信を持っていますので、しっかり時間をかけて、ユーザー数増やしていきたいと思っております。

新規流通総額の拡大：スキルの商品化

個人のビジネススキルを商品化できる「パッケージ方式」をフルリニューアル。
 ビジネスカテゴリーを350種類以上に細分化した国内最大級ビジネス特化型スキルシェアサービス

サービス概要

ランサー → ①出品 → ②購入支払 → ③納品 → クライアント

④報酬

フルリニューアル

「パッケージ方式」

「ビジネス利用に最適化された出品を促進」
 商品プランはベーシック・スタンダード・プレミアムの3段階価格

サービスの特徴

- ビジネスカテゴリーは国内最大級の350種類以上**
 - ビジネスカテゴリーの細分化でマッチング精度を向上
 - 画像・動画・音声設定可能な商品の設計
- 最低価格1万円以上**
 - プロ人材のビジネス利用価格の出品を促進
 - ひとつのパッケージに対して3つの料金プランを準備
- 安心・安全の取引をサポート**
 - 本人確認済み商品のみが検索可能

参考：スキルの商品化の強み

詳細なカテゴリーでスキルをパッケージ商品化することで、ランサー・クライアント双方のニーズが表出されマッチング精度が向上。最低価格を設けることで、プラットフォームの健全性は維持

スキルの商品化

カテゴリーの細分化によりスキル要件を詳細化

ECx運用 ECx決済機能 ECxSNS機能

カテゴリーに合わせたスキルでパッケージし商品化

発注しやすくマッチング精度が向上

新規クライアントが拡大

プラン	ベーシック 229,665円	スタンダード 334,929円	プレミアム 440,191円
ページ数	4	8	8
商品数	5	10	10
決済手段	銀行振込	銀行振込	銀行振込
デザイン	デザインレス	デザインレス	デザインレス
SEO	SEO対策	SEO対策	SEO対策
お問い合わせ	お問い合わせ	お問い合わせ	お問い合わせ
総額	229,665円	334,929円	440,191円

二つ目は、ビジネススキルシェアの領域の、特に出品型のスキルシェアに関しては、今までそれほど強く取り組んできませんでした。出品型の仕組みが、アメリカでも Fiverr さんが有名ですけれども、Upwork さんもプロジェクトカタログで出品型を強めてきていました。国内でも、ココナラ

2021年11月12日

さんがここを強めてくる中において、ランサーズとしても、特にハイスキルのビジネスの領域での出品型では、圧倒的にここは伸ばしていきたいと考えています。半年以上仕込んで、ようやく正式にリリースをさせていただきました。

特徴としては三つあります。まずサービス見ていただくのが一番分かりやすいです。ビジネスに本当に必要なカテゴリーを非常に細かく分けていて、それが今、350種類ぐらいのカテゴリーになっております。

また、競合さんだとワンコインで500円で出品できるんですけども、我々は1万円以上の、本当に企業の方がご満足いただける品質のものしか出品できないようになっています。かつ、フルで何でも出品できるということではなくて、Shopifyばかり例にしてしまっていて恐縮なんですけれども、例えばShopifyで、350分の1カテゴリーがShopifyの運用なんですけれども、さらに350分の1カテゴリーの中でも、その一つ一つ、ページ数、商品数とか、プラグインとか、デジタルカスタマイズとか。Shopifyというカテゴリーに応じた標準化されたパッケージとなっております。このように標準化されたパッケージを350パターン用意させていただいております。これはユーザーの行動履歴から、日々AIのアルゴリズムによって、ユーザーが簡単に出品できます。

企業からすると、質問する前に、自分が聞きたいことはこのパッケージの中で分かり、簡単にマッチングして買えるというサービスとなります。既にランサーズにはたくさんの登録ユーザーさんがいらっしゃいますので、リリース初日から非常にたくさんのスキル出品パッケージがありました。

このパッケージができることで、冒頭申し上げたマーケティングが非常に細かくできるようになっているので、このパッケージのリリースと併せて、下半期はクライアントマーケティングを徹底的にやっていきたいと思っております。

海外だとUpworkさんが、大体半年かけて、新規流通の大体10%強ぐらいがパッケージ経由の流通になっていて、かつパッケージのほうが通常のUpworkの利用よりコンバージョン率が高いという開示もありました。我々としても、既に、ランサーズのトップページに行くとパッケージがメインのコミュニケーションになっており、開始1ヶ月後にいきなり流通の半分とかにはならないと思いますが、しっかりユーザーに認知が進んでいけば、新規流通の10%以上がパッケージになっていくと思います。

買いやすいってことは、リピートしやすいということです。中長期で見ると、一人当たりクライアント単価のLTVを上げていくことにつながるように、リリースして終わりではなく、ここからスタートですので。そういう状態になるように、ここから半年、1年かけて持っていきたいと考えております。

既存流通総額の拡大：マッチングの多様化の促進 1/2

「時間単位で働けるプロ」を事前に面談し確保・管理、フレキシブルでスピーディーなプロジェクト運営を可能にする組織のDX化支援サービス「Lancers Teams」を開始

サービス概要

*2021年11月時点においては、無料で提供中。

サービスの特徴

- 1 **開発組織のDX化を推進**
 - ・ クライアントが自社（既存社員や新規採用）以外の開発リソースをもつことで、企業のDX化を推進
- 2 **組織にマッチした人材をストック可能**
 - ・ 予め面談をして、組織にマッチした人材を確保
- 3 **数時間からの稼働が可能**
 - ・ 稼働した分だけの必要コストでプロジェクト運営を推進
- 4 **スピーディーかつフレキシブルな組織組成**
 - ・ 急なプロジェクト運営にも、常時対応可能

そして最後が、新規のクライアントを増やすというところ以上に、既存の流通をさらに拡大するという取り組みを紹介させていただきます。

ランサーズは今まで、あくまでも中小企業の方が1人か2人のフリーランスに発注する取り組みがメインだったのですが、よりコアにランサーズを使っていこうとすると、どうしても複数人のフリーランスを発注することになります。

場合によっては、今は発注しないんだけど、将来発注するかもしれない、そういった発注予備軍の人たちも会社として管理したいというニーズがありました。

そこにお応えするのが、Lancers Teams という、クライアントのあたかも第2開発部のように、自社の社員だけの開発部はあると思うんですけども、オンラインの自社の面談を終えたフリーランス、もしくはOB、OGみたいな方をプールしていて、必要なときにこの人たちに発注するというサービスになっています。

先ほどの戦略発表会でも共有させていただいたのですが、実はランサーズ自身が1年半前に、Lancers Teams のプロトタイプをつくっていました。当時社員のエンジニアが50人だったところを、3カ月でフリーランスの社外エンジニアを50人加えて、第1開発部は社員50人、第2開発部はフリーランスのオンラインの方50人、そのうち常時15人ぐらいに発注する形をしています。そうすると、重要だけど緊急じゃない仕事が、非常に進んでいくんですけども。そういった、企

業にとって採用はなかなかできないけど、一時的に発注したいというニーズを、フリーランスで解決していくサービスを提供開始しました。

既に実は半年ぐらい前からステルスで実施しており、上場企業を含めて今5社ぐらい、実は導入をいただいております。非常にサービス自体のコンセプトが新しいので、理解いただくまで少し時間がかかるんですけども。1回契約いただくと、50人、100人の自社専用のエンジニアプール、デザインプール、マーケタープールができていくので、なかなかはがれづらいのが特徴です。ランサーズを、より深く利用いただく意味では、価値あるサービスかなと思っておりまして、これも中長期的観点で伸ばしていければと考えております。

既存流通総額の拡大：マッチングの多様化の促進 2/2

月額報酬制やランサーズ公認の法人パートナーへのディレクション業務一括発注などの新しいマッチングサービスにより、発注管理の煩雑さをなくし利用継続を促進



それ以外も、既存の流通をさらに増やす取り組みとして、ショットでの発注ではなくて、月額で誰もが契約できる月額報酬というサービスも始めました。これにより、個人と企業の関係性がより長期化するようになりました。また、どうしても法人に頼みたいというニーズに対して、我々が認定する法人パートナーを紹介して、その法人パートナーがフリーランスの方のマネジメントを代行するサービスを始めました。

他にも細かい取り組みはしているのですが、ランサーズを使いたいクライアントのニーズに、きめ細かく応えるサービスを用意することで、上半期は、企業のLTVを上げていく準備を、しっかりできたかなと思っております。下半期については、新しくできたプロダクトに対して、セールスとマーケティングを、より大胆にやっていくことで、新規の流通も既存の流通もしっかり伸ばしていきたいと考えております。

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**

こちらは再掲にはなるのですが、3年以内にマーケットプレイスで成長率40%台を目指します。そして、3年後は継続的に、一定の利益率で流通金額が上がれば、利益もずっと拡大していくというフェーズになるために、まず1カ年目としての今年、しっかりと進捗させていければと考えている次第でございます。

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



2021年11月12日

その他、地方の地銀さんとの取り組み等々あるんですけども、まとめると数字としては今、順調に、第2四半期の時点としては進捗率50%で進捗はしていて、プロダクトの仕込みはしっかりできたかなと思っております。

一方で、足元では対クライアントの伸びに関しては、オーガニックがさらに伸びると思ったところはギャップが生じています。

新しいクライアントは、今までのランサーズのユーザーよりは、少しリテラシーが高くないというところもあるかもしれず、それが、少しギャップにつながっていると考えております。新しいプロダクトを含めて、新しいユーザーに向けたマーケティングセールスを、仕込む準備もできたかなとは思ってますので、ここからは密に投資をしていく下半期にしていきたいと考えております。

ということで、私からの説明は以上となりますので、ここからもし質疑いただければ、Q&Aの時間にさせていただければと思います。

ありがとうございます。

質疑応答

泉：それでは、質疑応答に移りたいと思います。ご質問のある方はコメント欄に記載をお願いいたします。それでは、よろしくをお願いいたします。

では、質問をいただきましたので、読み上げさせていただきます。

Q1:Lancers Digital Academy について1万人を目指していくとのことですが、1万人を満たすスキル項目数はどの程度でしょうか。例えばShopifyスキルの認定バッジ数だけを増やすと供給過剰となるリスクがあるため、認定スキル数を広く用意する必要があるかと思いますが、確保できるのでしょうか、というご質問をいただいております。

秋好：ありがとうございます。新規事業担当の曽根がおりますので、詳細は曽根からお答えさせていただきます。私からは概要をお話させていただきます。

そうですね。ステルスというか、プロトタイプでやってたときは、Shopifyというすごく大きなスキルで教育講座をやらしていただいています。今想定してるのは、Shopifyかける、例えばShopifyさんってすごく細かいAPIとか、いろんなものがありますが。そのレベルでやはり学習していかないと、なかなか企業から案件を取るレベルのスキルにはならないので、非常に細かいスキルを想定しております。

なので、ご質問いただいたように、供給過剰にならないように非常に細かくカテゴリーは用意していく予定ですし、また、お金を払えば誰でもバッジもらえるよというものではなくて。合格率で言うと、難しいものだと30%ぐらいの合格率にしかならないかなとは思っております。しかし、そこ本当にスキルを持ってるかは、チェックしたいと思っています。

あと、じゃあ個人がそんな50万円とか、80万円とか、学び直しにお金を払うのかという疑念もあられるかもしれないんですが、今非常にオンラインのスキルサービスはたくさんあって、特に就職に利くとか、自分の年収を上げるのに利くという教育コンテンツは、80万円であっても全然申し込まれる個人の方は非常に多いです。今の認知度でこれだけですし、我々ランサーズのShopify講座も、少し募集しただけで80人ぐらいがすぐに集まった実績もあります。

ここは非常に、単体のマーケットとしても、価値があるビジネス領域なんではないかなと。かつ、我々の強みは、仕事そのものの提供できる場所は、他社にない差別化が実現できるんじゃないかなと考えてます。

曾根さん、もし補足あればお願いします。

曾根: はい。ご質問ありがとうございます。秋好さんからあったとおり、市場の希少性が高くて、それが仕事につながるスキルを、我々の案件データ、仕事データからしっかり見極めて、そこをざっくりとした Shopify の初級、入門編の講座、コンテンツという形じゃなくて、より上級編につなげて、仕事にしっかりと直結できるものを用意していきたいなと思ってます。

例えばそのクラウドでも、例えばそのモダンなプログラミング言語でも、例えば機械学習でも、それが BI ツールでも、セキュリティーでも、ノーコード・ローコードでも、例えばコンテナ関連スキルでもいいんですけれども。割と C to C の学習サービスにみたいに、1万講座自由に選べますとかではなくて、我々がしっかりと市場価値があると、市場価値を出せる、希少性をしっかりと出せるところに深掘ったものを、イメージ、10 カテゴリーの中でより深掘って、数十個をしっかりとこのコンテンツを用意していく。

それは自前で用意する部分と、パートナーとしっかり組んで用意していく部分があるかなと思ってますので、そこについては需要をしっかりと見極めながら、供給過多でなかなか仕事につながらない形にならないようにしながら、我々としてサービスを拡げていきたいと考えております。

Q2: ココナラも同じパッケージのサービスをしていますが、そこの差分を教えてください。

秋好: ありがとうございます。確かにスキルパッケージサービスという意味で言うと、ココナラさんが総合型としてやられているところ、そういう意味で言うと違いはないように見えるんですけれども、全く違うかなと思っております。

我々のサービスは、本当に企業の方が自社の売り上げを上げるために、このスキルパッケージを買うことを想定しています。なので、登録いただく個人の方も、個人というよりは本当のプロのフリーランス。かつ、実際の出品の内容も、非常にビジネスの要件が標準的にプランニングされてる見た目になっていて、単価も1万円以上のものが中心というか、ルール上1万円未満は出品できないとなっています。

今も実際にビジネス系の方で、ココナラで出品されている方もいらっしゃると思いますが、他社さんの話を私がするのちょっと違うかなとも思いつつ、ココナラさんでビジネスって言うものって、どっちかという YouTuber の方とか、個人事業主の方が Instagram でフォロワーを増やしたり、ソーシャルマーケ的な、V-tuber とか、そういうビジネス系が多くて。

やっぱり企業が何か発注するときには、下請け法だったり、源泉徴収だったり、そういったものに対応しないとなかなか発注できない。ランサーズのパッケージ方式は、下請け法だったり、源泉徴

収、そういった企業が個人に発注するときに、自動でやるべき処理を対応しておりますので。そういったバックオフィスの連動という意味でも、ビジネス向けのスキルシェアサービスは目指していきたいというか、現に今そうなってる状況です。

Q3: パッケージ導入の背景について教えてください。登録ランサー数はコロナを経て増加していますが、新規ランサーが条件設定などの難しさから、案件を獲得できていないといった状況が深刻なのでしょうか。パッケージ導入によって報酬獲得ランサーの割合や単価が、どの程度上昇するかのイメージを持ちたいという観点からお伺いしております。

秋好: ありがとうございます。これはクライアント、フリーランス双方に、現状のモデルだけでは解決できない課題があったのが、パッケージ方式導入の目的になっています。

まず、クライアント側の課題としては、ランサーズは、何かフリーランスとマッチングできるサービス、プロと直接つながれるマーケットプレイスという理解はありますが、特にコロナによって増えた中小企業の経営者の方からすると、フリーランスの人に直接、例えば Shopify の話を聞いて何の API を入れて、それが幾らになるのかを、交渉したり、用件定義する行為が非常に難しかった。

ただ、パッケージ型であれば、特にランサーズのパッケージ型であれば、単純に何が幾らというよりも、何の要件が幾らだというのが松竹梅で出てるように設計しているので、中小企業の方からすると、人を選んで交渉するところから、いきなりそれをショートカットして、いきなりお願いするところにつながりやすい。つまり、初回の導入の障壁が非常に下げられるというところを見込んでおります。

対フリーランスの側からすると、ランサーズで実績を上げてる個人の方からすると、自分のプロフィールに評価がたまるので、検索したときに企業から仕事の相談がしやすい状況はあったのですが、特に、ランサーズで新規に登録いただいた方は、なかなか実績がないので、自分が何ができるのか、そして、評価があるってことを示しづらかった。

そこが出品型になると、自分が具体的に何者かというよりも、何をアウトプットとして出せるのかを、明確に金額とセットでアピールすることができますので、出品さえしてれば、もしかしたら半年後に企業からお声が掛かったり、自分の出品しているページを、自らランサーズの外で、Twitter だったり、Instagram だったり、TikTok だったり、私こういうことできるので興味ある方は発注してくださいという形で、個人が自らのソーシャルでもマーケティングできるようになるところは、このパッケージ型で解決できるところだと思っています。

逆にランサーズの強みは、競合のサービスと比べて、一回マッチングさえしてしまえば、その2者間の取引が、月額だったり、スポットだったり、より継続しやすい特徴があるので。我々の目論

2021年11月12日

見としたら、初回のマッチングはパッケージでまず分かりやすくお近づきいただいて、その後は既存のランサーズのプロジェクト形式、もしくは時間報酬の仕組みで末永くお付き合いいただく仕掛けができれば、導入障壁は低くなり、より今まで以上のLTVになることを目指して、磨いていきたいと考えてる次第です。

Q4: 経済再開で短期的な影響があるとのことですが、今後の見通しや、新規クライアント獲得に向けた戦略を詳しく教えてください。

秋好: はい。ちょっとここは我々の見立てが少しだけ外れた部分があって、大変恐縮なんですけれども、クライアントが優秀な人材につながりたいというニーズは、コロナだろうと、この経済活動が再開しても全く変わらないです。現に人材紹介会社の求人数って、この経済活動が再開して求人数が2倍とか、媒体によっては3倍ぐらい伸びてる媒体があるぐらい、人材ニーズは非常に強いです。

ただ、我々は今までプロダクト開発に集中していたところと、オンラインだけのオーガニックでも、30%近い伸びまで行くのではないかなと思ってたんですけども、活動がオフラインに企業側もなっていったので、一定我々もオンライン中心ではあるものの、オフラインでのセールスとか、マーケティングも、企業側の使う時間がそっちに変わってるので、我々側もそちら側のセールス、マーケティングをしっかりと、ちょっと2クォーターに関しては、オンライン中心でやっていたところがあるので、企業側の活動の時間の変化とともに、我々もセールスとマーケティングを分配を整えるというところなんです。また、プロダクトができたので、今まで以上の量でもやる。質も変えるし量もかなり増やすことができれば、新規・既存ともにしっかり伸ばしていけるのではないかなとは思っています。

ただ、フィットするのに少し時間がかかる可能性はあるので、3カ月ですぐフィットするよりも、半年ぐらいかけて、そのクライアントの伸びを再成長というか元に戻す、よりもっと以上にすることを目指してやっていきたいと思ってます。

Q5: 三つの新規事業展開に伴う、来期以降の投資の考え方について教えてください。今期5億円の投資を計画されていますが、来期以降の投資の規模や黒字達成時期に関する考え方についてご教授ください。

秋好: はい。我々としては、成長率をしっかり平均30%に保ち、かつ営業利益率も一定出せるというところに、今が1年目としたときに、3年目には持っていきたいと考えていますし。そうじゃない事業、成長率が高くなかったり、一定利益率が出せない事業は、よりマーケットプレイスに寄

2021年11月12日

せていくことを、さらに今以上にすることによって、そういったことは可能なんではないかなと考えています。

なので、2年目について黒字とするのか、もう少し同様に踏むのかは、この下半期の実際の経営状況を見て、仮説検証の状況を見て、素早く方針決めるべきかなと思ってますけれども、現時点では定めてはおりません。ただ、3年目はしっかりと営業利益が、一時的に出すというよりも継続的に出ていく状況にするために、今年、構造転換しておりますので、そういう方針であります。

新規事業については、このパッケージ方式に関しては、マーケットプレイスの流通を増やすというところですので、何かここで追加コストが発生するというよりも、今やっているマーケットプレイスの事業推進の中で推進していきたいと思っております。新規の教育事業についても、これ単体で、来年すぐにすごく利益が出るかと言うと、あれですけれども、何かすごく投資をするよりも、フリーランスの方が着実に増えていくためにやっていきます。今示している3カ年のガイダンスに、この三つの新規事業が何か大きく利益水準が変わるインパクトを残すかと言うと、それを想定してこれを開示しておりますので、そこは特段大きな変化はございません。

泉：ありがとうございます。他にご質問等ございますでしょうか。

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。

本日はランサーズ株式会社、2022年3月期第2四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：ありがとうございました。ぜひ引き続き、何卒よろしくお願いいたします。

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にすぎません。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。