

Lancers

ランサーズ株式会社

2022年3月期第3四半期決算説明会

開催日：2022年2月14日（月）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3四半期累計業績

- 3カ年の目指す姿の計画達成に向け、**中長期のプロダクト投資やマーケティング投資を強化**
- **予想に対する進捗率は、流通総額71%、売上高77%、売上総利益71%と一部がややビハインド**
 - 流通総額：7,628百万円（前年同期比+14%）（予想進捗率71%）
 - 営業利益：△232百万円（投資を除く営業利益+184百万円）（前年同期は△14百万円）

2022年3月期
セグメント別状況

- 3Q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+22%に成長。既存継続は復調も新規獲得は課題**
 - マーケットプレイス事業の新規クライアント流通総額 前年同期比+14%、既存クライアント流通総額 前年同期比+23%
 - マネージドサービス事業は、市況回復による好影響が継続。受託型サービス撤退に向け事業構造転換は進行中
 - テックエージェント事業の流通総額は、前年同期比+10%と再成長へ加速。来期は、さらなる拡大を目指す

マーケットプレイス
事業の集中投資状況

- **上半期に新サービス開発をし、リリースした効果が3Qに出始め。下半期はマーケティング投資を強化**
 - プロダクト投資は、エンジニア採用が順調に進捗。新サービスの開発や既存サービスの改善に注力
 - 新サービスであるLancers「パッケージ方式」やLancers「月額報酬制のマッチングサービス」は順調にスタート
 - マーケティング投資は、プロダクトリリースに伴う施策や市場環境を鑑みた施策を強化

秋好：皆さん、こんにちは。ランサーズの秋好と申します。2022年3月期の第3四半期の決算説明をさせていただければと思っております。

まず冒頭ハイライトに、サマリーになっております。

我々は、今年度から3カ年計画をリリースし、主にマーケットプレイスという、オンラインでマッチング完結するモデルを中心に成長投資を加速させていただく方針です。短期的には、今までの期と比べると、投資先行していく形で開示をさせていただいております。

今、ちょうど第3四半期が終わったところになりますけれども、書かせていただいているとおり、売上高に関しては、ランサーズの場合、第4四半期に季節偏重があって、一番流通金額が伸びる特徴もあるんですけれども。それを上回る形で進捗しているのは、ポジティブな一方で、その他のところが季節偏重があるとはいえ、一部、ビハインドになっているところを、後ほどご説明させていただきます。

その主な要因で、マーケットプレイス事業は、しっかりと22%成長しているものの課題があります。第2四半期では、既存と新規が、感染が落ち着いて、リアルビジネスが活性化した影響で、一時的に新規のお客様が減っているところに対して、既存も減っているというのがありました。今

は緊急事態宣言に近い形でコロナの影響は大きくなっていますが、第3四半期では、既存のお客様は、我々の施策の効果もあって、戻ってきていて。ただ一方、新規に関しては、引き続き課題があるという状況になっています。後ほど詳細、説明させていただきます。

もう一つトピックが、このマーケットプレイスの成長を加速するときに、大きく新しいサービス、新しいプロダクトをマーケットプレイスに加えることです。それを、上半期にやってたんですけど、下半期はそのプロダクトをマーケティング投資していく流れで考えていたため、上半期しっかりプロダクトリリースしました。その結果、第3四半期に、まだまだ全体の流通金額に占める割合は新規なので小さいですけども、我々が想定してる通り、もしくはそれ以上の効果が出始めたところがありますので、そちら詳細、説明させていただきます。

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

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

*) 社員は従業員(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

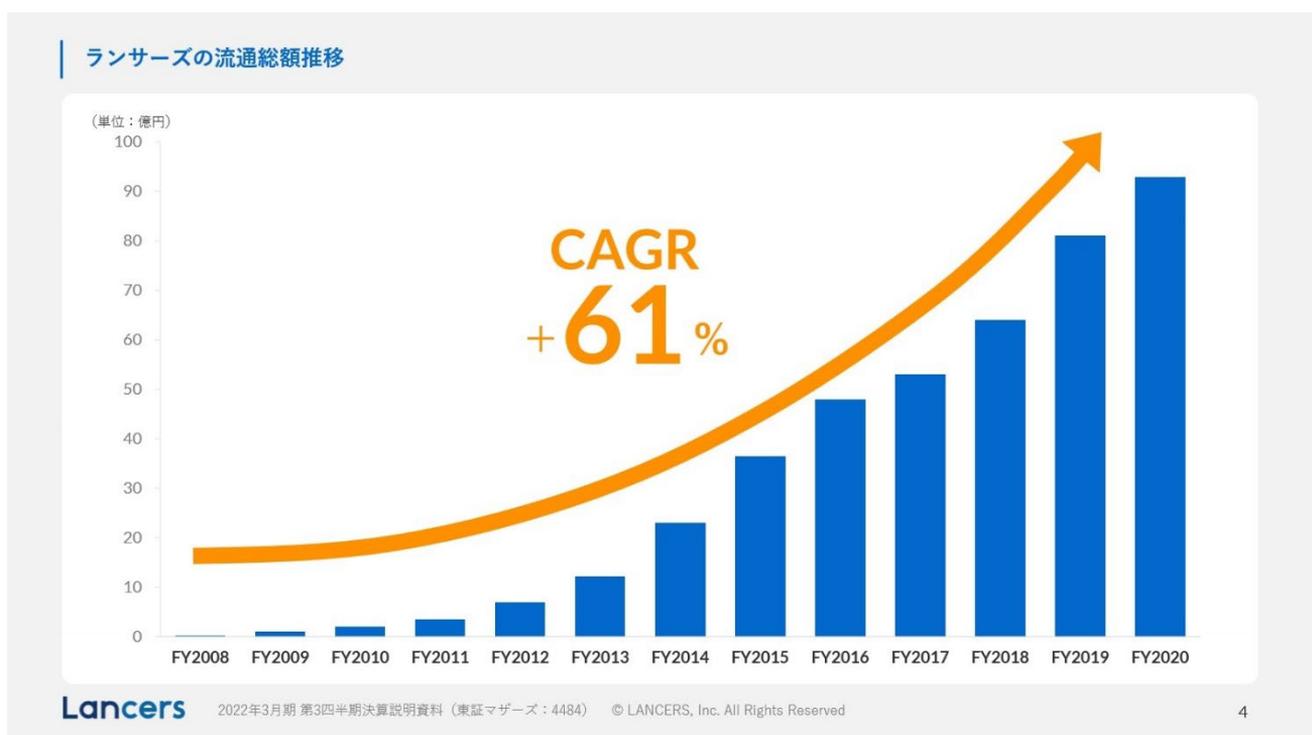
Lancers 2022年3月期 第3四半期決算説明資料 (東証マザーズ: 4484) © LANCERS, Inc. All Rights Reserved 3

冒頭は、会社概要を説明させていただきます。

我々ランサーズは、2008年、ちょうどリーマンショックのときに創業しました。創業理由としては、私自身が大学生のときに、オンラインでフリーランスをしていたという背景があります。そして、最初に就職した企業が、なかなか個人の優秀なエンジニア、デザイナーに発注するのが難しかったところを、原体験を踏まえて、その2者が結び付いたら、働き方、もしくは企業の仕事のスタイルが変わるんじゃないかと、思い立って起業したのが2008年になります。

我々ランサーズは、過去いろんなビジョンをアップデートしていったんですけども。ちょうど3カ月前に、このビジョンをアップデートしました。ミッションである「個のエンパワーメント」は、創業以来13年変わっていません。

今回、大きく変えたのは、法人の中にいる個人に対してのビジョン、「すべてのビジネスを「ランサーの力」で前進させる」というものを掲げて、企業の中にいる個人への価値提供も、より明確に推進していくと決めました。個人に対しても、このコロナによって、いろんなことがオンラインになっていますけれども、「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」ということで。仕事のマッチング以外の領域含めて、誰かのプロになれるためのサービス提供を拡大してっております。

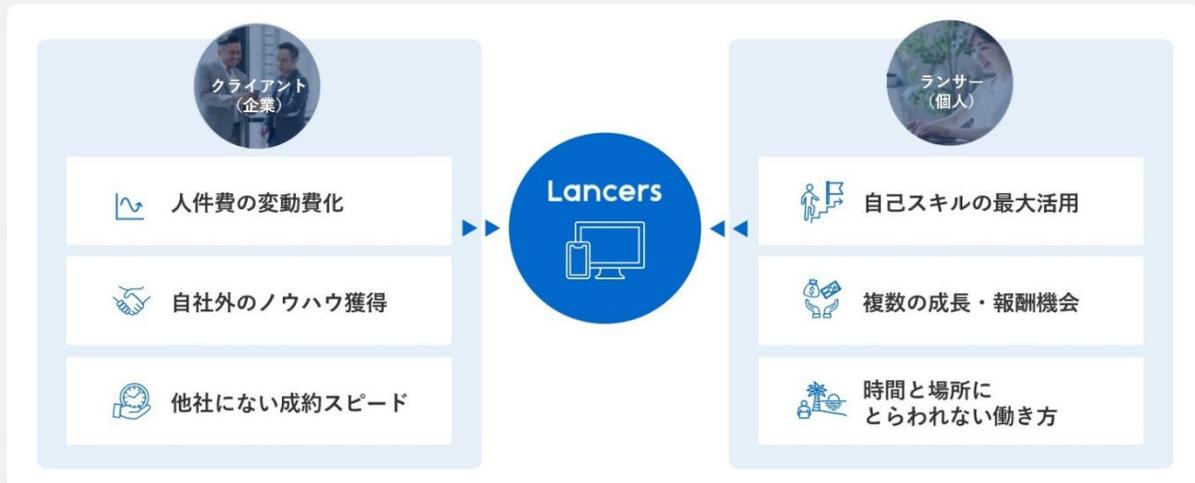


創業以来、流通金額はずっと伸びてっております。

今、走っている期、2022年3月期についても、受託事業は一部撤退して、大きく売り上げは減っているんですけども、そんな中においても、今期に関しても、過去最高の流通金額は達成できるんじゃないかなと考えております。

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

5

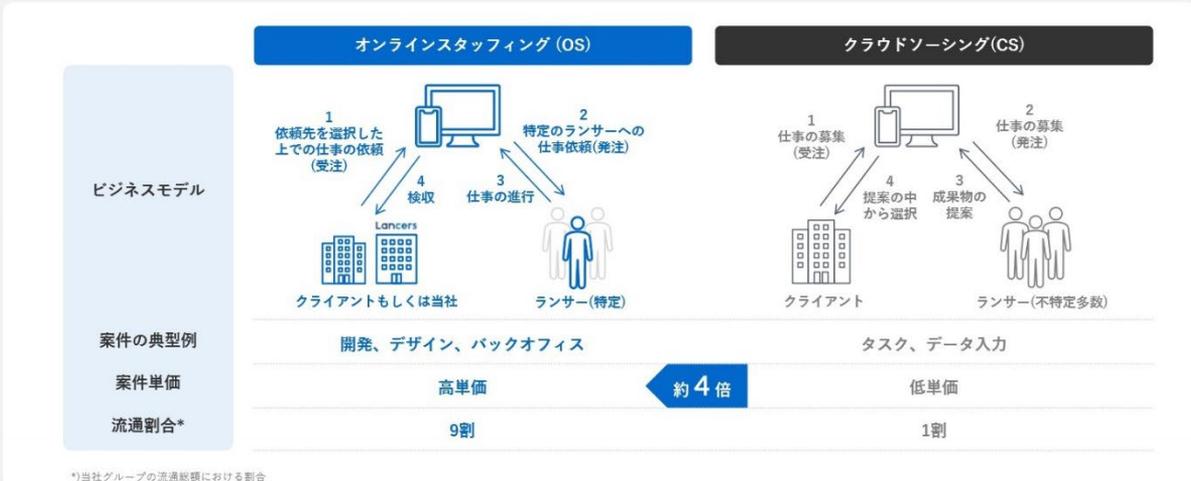
ランサーズの価値、改めてご説明させていただきます。

企業にとってみると、優秀なプロフェッショナルに変動費で、スピーディーにオンラインで人材を調達できる。個人に関しましては、自分の持っている才能が、複数の企業で報酬機会になり、かつオンラインの環境さえあれば、外国にいても、沖縄でも北海道でも、時間と場所にとられずに働けるのが、ランサーズのサービスの価値になっています。

サービスのモデル・特徴

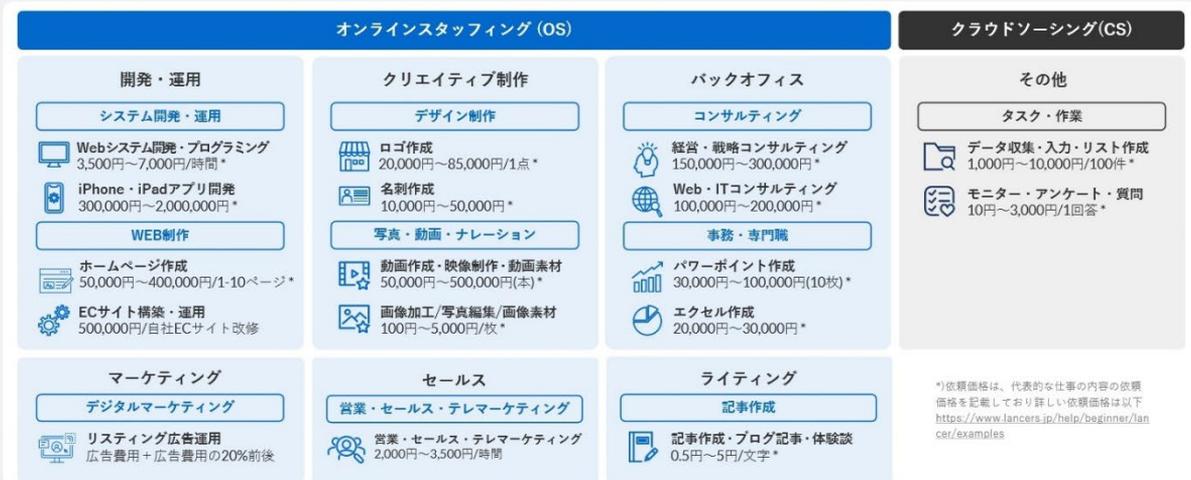
特定の個人に仕事を依頼するオンラインスタッフィング* (OS)が主力であり、流通総額に占めるOS割合は9割。国内ではユニークなポジション

*)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。



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



実際やりとりされる仕事は、エンジニアの仕事だったり、デザイナーの仕事だったり。昨今増えているのは、バックオフィスの仕事、もしくは、営業活動自体もオンラインでできるようになったというところで、セールスの仕事です。

そういった企業の中で普通にされている仕事が、ランサーズの中で、オンラインでされているのが特徴になっています。

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



市場規模に関しては、今、この瞬間ですと、最大で見積もって500億ぐらい、少なく見積もると数百億円になるかと思えます。少なくとも、数年後には1,000億という規模になっていくと思っていますし、このまま仕事がオンライン化する。そして社員だけじゃなくて、社会人材を活用するトレンドが、さらに浸透していくと思っておりますので。2030年頃には、1兆円というところも、このマーケットは狙っていけるんじゃないかなと見込んで、事業推進をしております。

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



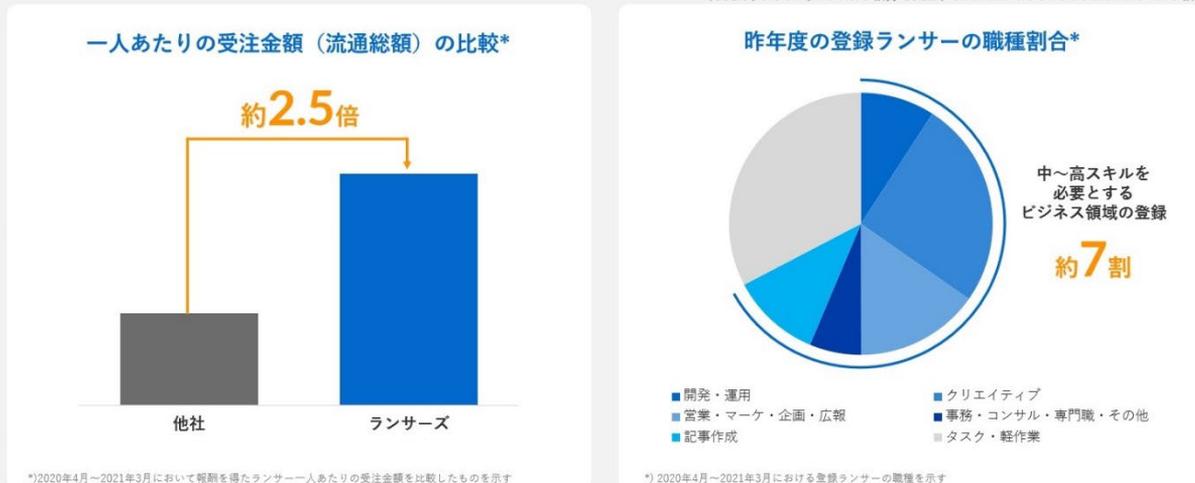
企業側の話をも、今、させていただきますけれども、個人側に目線を変えると、2015年から、フリーランスの実態調査をさせていただいております。

年によって減ったり増えたりはあるものの、基本的にはずっとフリーランスの人口、もしくは経済規模は増えており。明らかにこの資料からも見て取れるとおり、コロナになって、急激に新しく副業、兼業や、専業のフリーランスをする、そしてオンラインで働く環境が、一気に拡大したことによって、それがやりやすい世の中に前進していっているのかなと感じています。

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ィングプラットフォームの略称。



Lancers

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

10

じゃあ、そんなフリーランス市場で、ランサーズの特徴って何かと申しますと、ランサーズは、企業からすると、何でもいいからタスクやデータ入力をするというよりも、スキルをしっかりと持った個人がたくさん登録しているのが、ランサーズの、企業からすると、特徴になっております。

裏を返せば、個人からすると、しっかり報酬がもらえる高単価な仕事が、ランサーズ上にはあるというプラットフォームになっています。

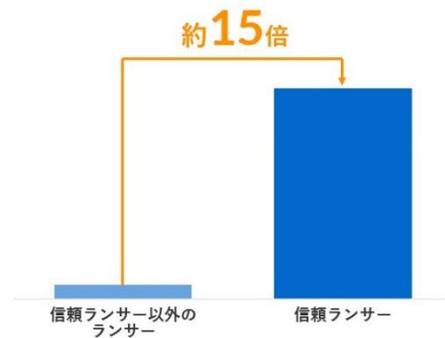
具体、他社のプラットフォームと比べると、1人あたりの実際に受注している金額に関しては、2.5倍ぐらい差がある。つまり、やっている仕事の内容が違うということですね。そこがわれわれ、ランサーズの特徴になっています。

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

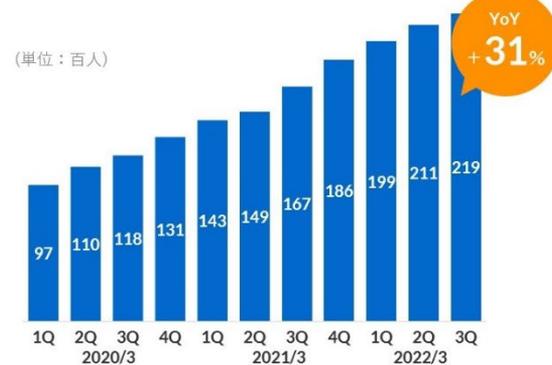
*) 信頼ランサー=認定ランサー+シルバーランクのランサー+ブロンズランクのランサーを示す。

信頼ランサーの一人あたりの受注金額（流通総額）の比較*



*) 2020年4月～2021年3月における信頼ランサーが獲得した流通総額を、同期間における信頼ランサーの平均人数で除して一人あたり報酬単価を算出し、同期間における信頼ランサー以外のランサーが獲得した報酬単価と比較したものを示す

信頼ランサー数*の推移



*) 各四半期末時点での信頼ランサーの人数を示す

実際の流通金額は、季節要因やマーケット環境によって前後するところはあるんですけども。

我々の究極の競争優位は何かというと、やっぱり優秀な個人が、オンラインで完結して働ける。優秀な個人を、信頼ランサーと呼んでいます。その方々が、どれだけいるか。実際にその方々が、ちゃんと毎月報酬を得ているかを、大事にしています。

その信頼ランサーは、この第3四半期に関しても、YoYで31%、しっかり増えていっています。なので、我々としては、ここが増えていけば、しっかりと競争の源泉であるフリーランスの優秀な方が、たくさん増えていけば、需給のバランスはありますけれども、企業の発注が来たときに、しっかりお応えできる状態が増えていっているかなと思っています。

究極的には、この人数、もしくはこの方々が報酬を得る金額の総量を大事にして、モニタリングを経営としては、しております。

というのが、概要になります。

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+14%。
集中投資の約4億円を除いた営業利益は、1.8億円

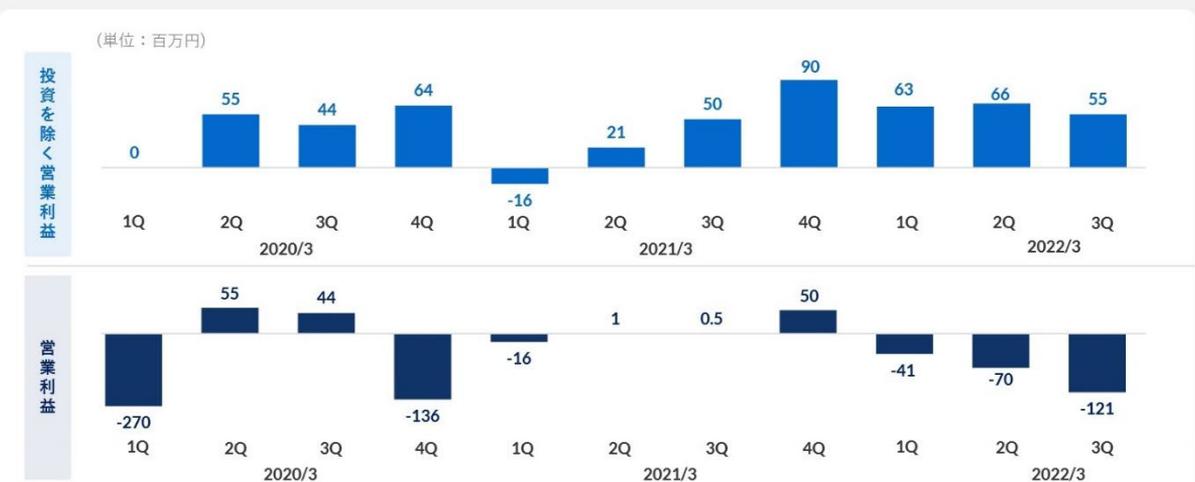


続いては、直近の第3四半期の状況について、説明をさせていただきます。

数字については、冒頭お話しさせていただきましたけれども、流通、売上、売上総利益ともにしっかりと成長して、流通総額に関しては、前年同期比でプラス14%となっております。

投資を除く営業利益及び営業利益の四半期推移 (連結)

今期は、マーケットプレイス事業へ集中投資を開始、投資を除けば黒字化



今、投資を先行させておりますけれども、それを除けば、昨年度から黒字化できる状況になっております。

2022年3月期第3四半期累計P/L（連結）

マーケットプレイス事業の集中投資は、新規クライアント獲得に課題があり、下期は市場環境を鑑みたマーケティング投資を強化。予想進捗は、下期偏重型ではあるが一部項目でややビハインド

(単位：百万円)	2022年3月期 3Q累計	2021年3月期 (前期3Q累計)		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*	7,628	6,700	+13.8%	10,691	71.4%
売上高	3,006	2,787	+7.9%	3,902	77.1%
売上総利益	1,481	1,383	+7.1%	2,078	71.3%
販管費及び 一般管理費	1,714	1,397	+22.7%	2,448	70.0%
営業利益及び損失	△232	△14	-	△370	-
経常利益及び損失	△227	△6	-	△363	-
当期純利益及び純損失	△295	△10	-	△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

ただ一方、マーケットプレイスの新規のクライアント獲得、新規の方の利用に課題がありまして。詳細理由は、後ほどお話しさせていただきます。

下期偏重型とはいえ、特に流通と売上総利益が少しややビハインドしているので、ここは、この第4四半期でしっかり取り戻せるように今、方向修正、一部している最中になっております。

2022年3月期 第3四半期B/S (連結)

手元資金*は高い水準であり、銀行借入枠*は、12.1億円まで増枠済み。
自己資本比率も50.2%と、財務基盤は盤石

(単位：百万円)	2022年3月期 3Q	2021年3月期 (前期)	
	実績	実績	増減
流動資産	2,425	2,845	△419
現金及び預金*	1,730	2,037	△307
固定資産	691	587	+103
のれん	390	427	△36
資産合計	3,117	3,433	△316
流動負債	1,550	1,592	△41
預り金	803	800	+2
固定負債	2	4	△2
純資産	1,564	1,837	△272
負債/純資産合計	3,117	3,433	△316

*1)2021年12月末時点の手元資金927百万円ー現金及び預金1,730百万円ー有利子負債0ー預り金803百万円。銀行借入枠の内、アンコミットメントの当座貸越枠の総額は2021年12月末時点で710百万円

B/Sについては、これも前回の第2四半期と大きく内容は変わっておりません。

現金で17億円ぐらいで、銀行借入枠は一部増強しまして、12.1億まで増枠をしております。今、この瞬間まだ借り入れは起こしてないですけども。

なので約30億円ほど、何か経営アクションが必要なおときには、しっかりあるという状況になっております。

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+22%と成長。テックエージェント事業は継続して好調であり、再成長・拡大フェーズへ。下期は、マーケティング投資を強化

*)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 (3Q累計)

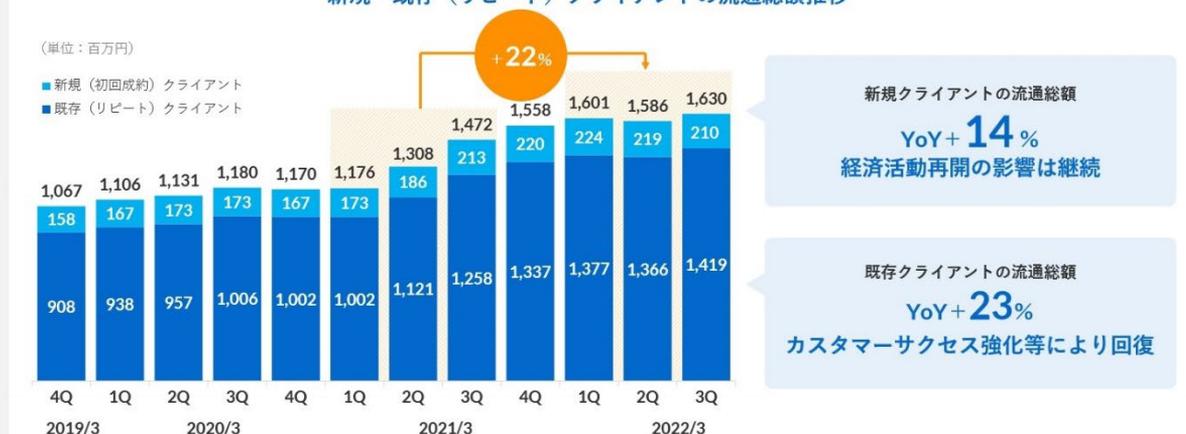
セグメント	流通総額 (百万円)	前年同期比	コメント
集中投資 マーケットプレイス事業	4,818	+22%	<ul style="list-style-type: none"> 経済活動再開の影響によりクライアント獲得に課題 新規クライアントは、市場環境を鑑みたマーケティングを強化 既存クライアントは、カスタマーサクセスにより回復
一部事業 (受託) 撤退 マネージドサービス事業	952	△5%	<ul style="list-style-type: none"> 市場の景況回復により、好影響が継続し順調に成長 受託型サービス撤退に向け事業構造転換中
再成長 テックエージェント事業	1,857	+10%	<ul style="list-style-type: none"> 3Q単体では、前年同期比+20%と再成長へ加速 来期は、成長投資も行き、さらなる拡大を目指す

マーケットプレイスと、再成長してきているテックエージェント事業の2事業について、詳細、説明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。
既存クライアントは復調も、新規クライアントの獲得は課題

新規・既存 (リピート) クライアントの流通総額推移



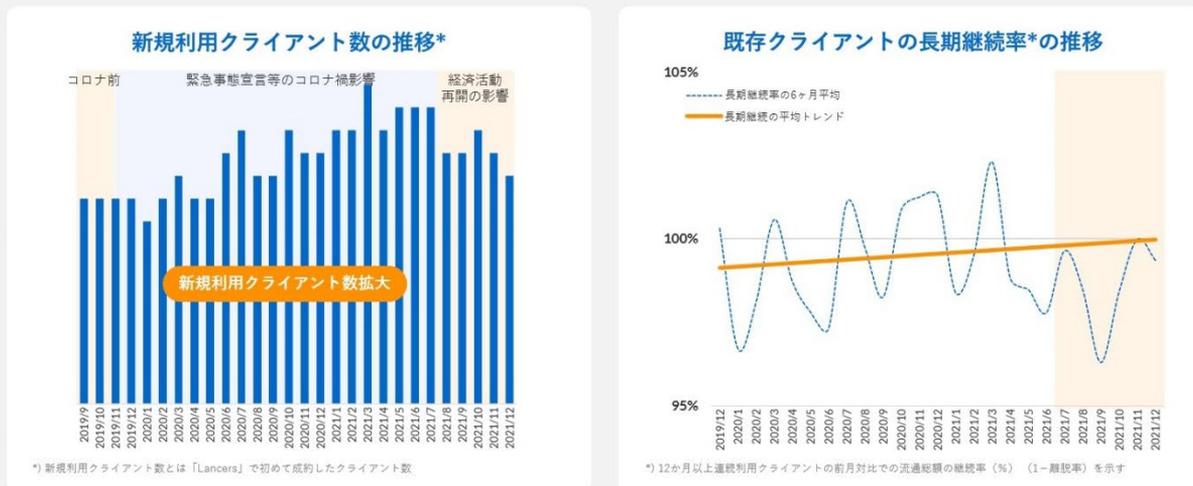
まずマーケットプレイスに関しましては、この第2四半期はコロナのいい影響を、我々は受けていたんですけども。世の中のトレンドが、リアルの活動もしっかりしていくところもあって。世間

のトレンドが、ECサイトを作るとか、オンラインで物を売るところにすごくフォーカスしていたところから、もちろんオンラインも運用していくんですけども、オンラインとリアルというところで、第2四半期に関しては、既存も少し落ち込んで、新規も落ち込んだ状況になりました。

第3四半期、最新に関しましては、我々のカスタマーサクセス等の、既存のクライアントの方が、より活用いただける施策も功を奏して、前四半期よりは成長していく、復調していているところは、ポジティブかなとは思っております。

マーケットプレイス事業

経済活動再開の影響で、新規利用クライアント数は減少傾向のため、マーケティング施策を強化。既存クライアントの長期継続率は、カスタマーサクセス強化により回復



Lancers

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

19

ただ一方、コロナの緊急事態等で、オンラインでECサイトを作る、物を売る、集客するというニーズが非常に高まっておったところからすると、一部経済活動が戻ってきて。またECサイトなんかでいうと、やっぱり年末商戦で、10月、11月、12月は、何か新しいことをするよりも、かき入れ時的なニーズもあって。新規のところは元以上に戻すというところ、もしくはそれ以上ニーズが来るんじゃないかと思えてたところからすると、ギャップが今、少し生じているかなと思っております。

これはランサーズの中だけよりも、我々のマーケット全体、もしくは海外の状況を見ても、一時的に需要が非常に伸びていたところが、完全に元に戻るということではないんですけども、一部需要が弱含んでいるのは、業界全体、マーケット全体の今の特徴なのかなと感じております。

ただ一方、これがずっと、トレンドになるかという、そうではないかなと我々見立てております。現に、ニーズのあるカテゴリー、例年お話しさせていただいている、例えばECの中でもShopifyであったり、YouTubeやTik Tokを使った新しいマーケティングだったり。今、Web3という言葉がはやってますけれども、メタバース上で3Dデザインするとか。

そういった新しいニーズは、今後増えていき、そこに対する、オンラインでフリーランスに発注するところは、引き続き伸びていくと思っております。ここは一時的なものだと捉えて、しっかりこの第4四半期、マーケティングを強化することで、新規に関しても戻していくことができるというか、やらないといけないかなと考えております。

マーケットプレイス事業の投資進捗

3Qの集中投資のうち中長期に向けたプロダクト投資は、想定範囲内で推移し、マーケティング投資は、他の予算等を充当することで投資を強化する。

各投資の状況

プロダクト投資の状況*

- エンジニア採用は計画通りに、順調に進捗
- 新サービスの開発や既存サービス改善に注力

マーケティング投資の状況*

- 経済活動再開を受け、市場環境を鑑みた投資を再検討
- クライアントの継続化に向けカスタマーサクセス強化は継続

*) 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

(3Q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 ▶ **1.65**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 ▶ **1.56**億円 / 1.7億円

広告宣伝費 新規クライアント獲得を強化 ▶ **0.68**億円 / 0.8億円

その他 採用等一時費用 ▶ **0.25**億円 / 0.9億円

投資の状況についてもご説明させていただきます。

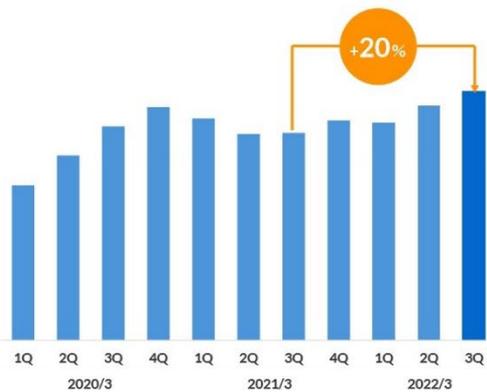
プロダクト投資となるところ、エンジニア採用は、非常に苦しんでいる会社がある中で、ランサーズについては、上半期しっかり採用して、プロダクトを作っていくところは順調にできているかなと思っております。

どちらかという、新規の獲得について、もう少しチューニングが必要だと思っておりますので、第3四半期は、そのチューニングを行うことで、数字のトレンドを変えていくというところをやっていきたいと考えている次第でございます。

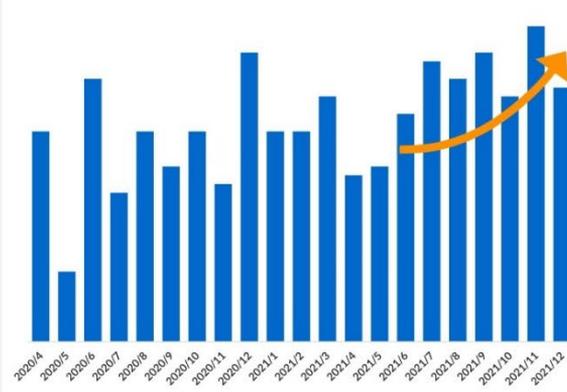
テックエージェント事業

前年同期比+20%と2Qより継続して好調。クライアントの経済活動再開によりIT人材需要が戻り成長加速。来期は、成長投資も行い、さらなる拡大を目指す

テックエージェント事業の流通総額推移



新規成約数の推移



もう一つ、いつもマーケットプライスを中心に説明させていただいておりますけれども、テックエージェントの事業についても、再成長してきているので、こちら状況を共有させていただきます。

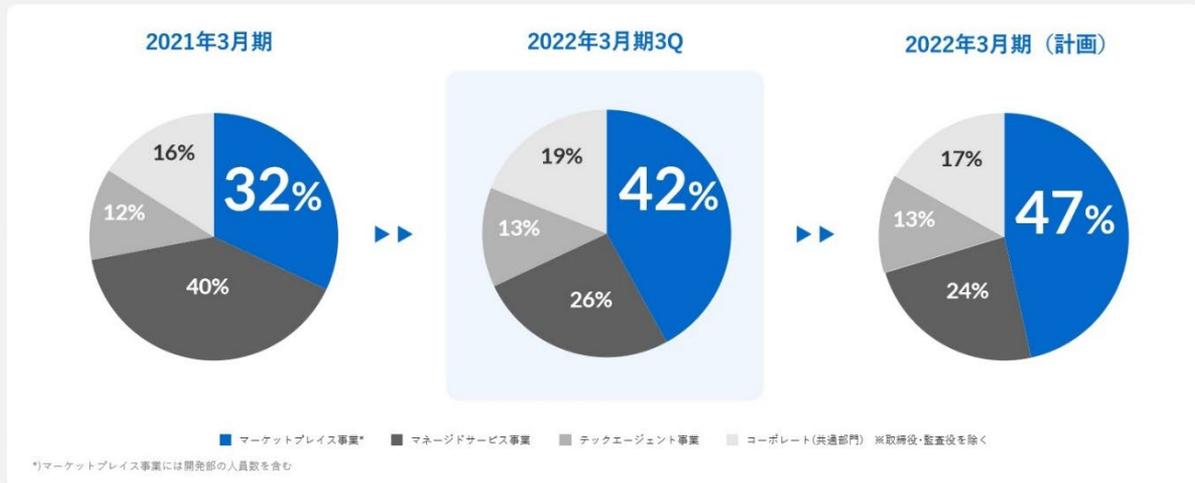
まずテックエージェントの事業に関しては、オンラインのフリーランスに関して、基本的にオンラインで集客するというのは変わらないんですけれども。企業に対して、スポットでフリーランスに何かお願いするよりも、基本的にはエンジニアかデザイナーのフリーランスの人に、社員と同じように週3、4、5日、固定して業務を行っていただく、というビジネスの内容になっております。

こちらについては、単価も非常に1人当たり80万円と、非常に高いところもあって。コロナで経済状況がどうなるか分からないところで、企業の利用の控えが、この1年ぐらいあって、テックエージェント、非常に苦しんでいたんですけども。このコロナも落ち着いてきて、コロナが落ち着かなくても、企業の先行きも一定見通せるようになったというところと。

かつ、企業側も今回オンラインで働けるというところで、企業の中に、フリーランスの人で週5来ない人も、社員で週5来ない人も一緒だねというところ。今まで、発注があまりなかった新しい企業様のニーズも戻ってきて。そういったこともあって11月に関しては、過去最高の新規の成約数が決まっていたり。2022年3月期の、この第3四半期に関しては、過去最高の流通総額に推移して来たり。テックエージェントの事業に関しては、この20%よりも、より力強く成長率が戻っていくんじゃないかなと考えています。

人員構成（連結）

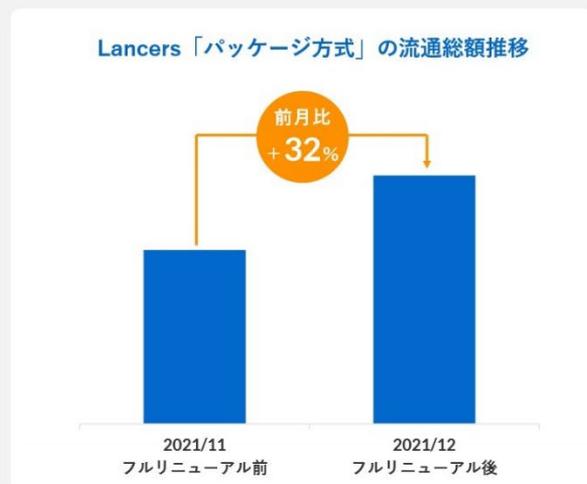
マーケットプレイス事業のエンジニア採用は順調に進捗。
社内人材の成長事業への再配置を継続



このマーケットプレイスの、完全オンラインである仕事というところと、週5で企業に1社にフリーランスの方を提供する、このテックエージェントのところも、来期に向けて、よりこのマーケットの伸び、マーケット自体も非常に伸びています。それに、我々もしっかり追い付ける、追い抜けるよう事業をフィットさせていきたいと考えております。

新規流通総額の拡大に向けた施策: Lancers「パッケージ方式」

Lancers「パッケージ方式」のフルリニューアルは、滑り出しは良好、新規流通総額創出へ寄与



三つ目、事業のトピックになります。

マーケットプレイスは、新規のサービスを作って、よりクライアントの方に利用しやすいサービスとなるように、いろいろな新機能を追加していっています。その中で大きなものの一つが、このパッケージ方式となっています。

今までのランサーズは、企業が何か営業をお願いしたいという、一人一人、営業ができるフリーランスの方を、自ら直接探したり、我々のランサーズのスタッフに聞いて、紹介してもらって探すという形なんですけれども。このパッケージ方式は、海外でFiverrさん、国内でココナラさんがされていらっしゃるモデルになりますけれども、それをランサーズとしても、本格的に第2四半期の11月に、サービスローンチしたものになっています。

ランサーズのトップページにいていただくと、今まではフリーランスを探すというコミュニケーションをしていたんですけれども、フリーランスを探すとともに、このパッケージで探す。要は、個人が出品しているスキルから探すというコミュニケーションに変更してます。

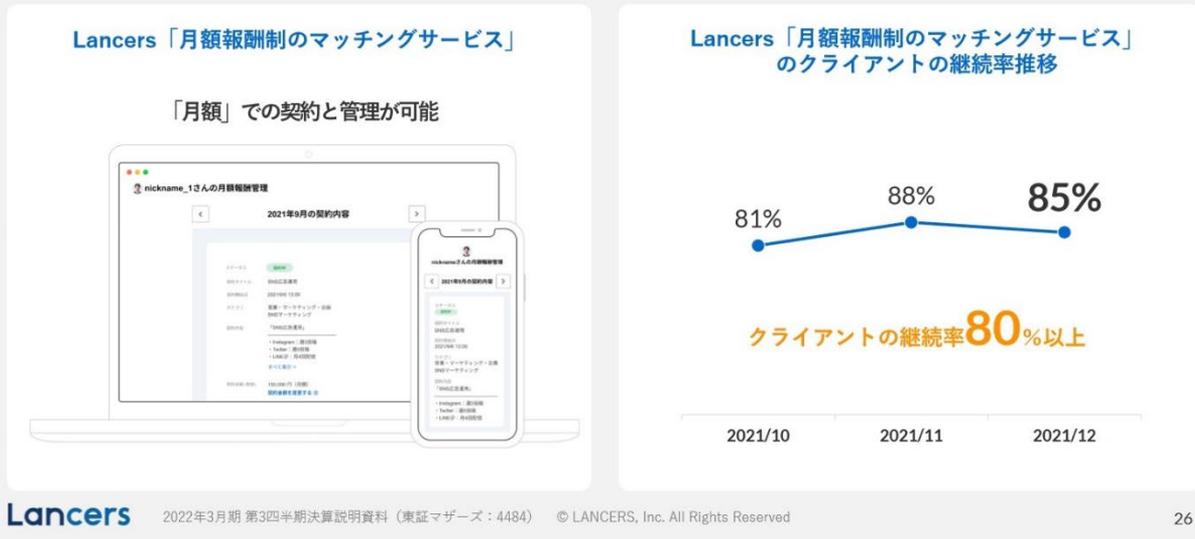
その結果、リニューアル前とリニューアル後を比べると、流通金額の総額の前月比で32%、しっかりと成長していて。12月以降、1月なんかもしっかりとこのトレンドに近い形で伸びていっています。今この瞬間、このパッケージ方式が占める全体の流通金額の割合は、本当にすごく小さくて、まだまだ数%レベルなんですけれども。この成長が続いていくと、1年、2年たったときに、ランサーズの成長を非常にけん引する一つのモデルになるんじゃないかなと考えています。

もう一つ、このパッケージ型は、海外のFiverrさんも、最初5ドルという非常に低価格のモデルで始めました。基本的には、このモデルは安いからたくさん売れるというところだったんですけれども。我々ランサーズでは、今回チャレンジで、この実際に表示している商品も20万円を超えるパッケージで、実際1万円以上しかランサーズのパッケージは出品できないようになっています。

そんな高額なものが、売れるのかというあれもあったんですけれども、しっかり売れていて。他社と比べると、非常に高い単価で売れて。単純に個数が売れるだけでなく、単価も高いところは、これからいろいろな職種を、われわれ増やそうと思っているときに、その高い職種のものもパッケージで、ランサーズだったら売れるという、布石になってくるんじゃないかなと思っております。こちらの状況も、引き続きタイミング見て、開示をさせていただければと思っています。

既存流通総額の拡大に向けた施策：Lancers「月額報酬制のマッチングサービス」

月額報酬制サービスは継続率80%以上と高水準であり、クライアントの継続利用拡大に寄与



二つ目の大きな施策が、月額報酬制になっています。

今までのランサーズの課題として、どうしてもこのスポット、スポットで発注をするので、もうそのスポットの仕事は満足したんだけれども、2回目その方になかなか発注する機会がなくて、継続しないという課題もあったんですけれども。これも同じく第3四半期に、月額で企業が個人に対して契約できて、その個人の稼働状況を管理できるという、月額報酬型のマッチングサービスを開始しました。

こちらパッケージと同様、全体に占める割合はまだまだ低いんですけども、しっかりと伸びていってます。当初の狙い通り、1回発注した方が、さらに継続して利用する率が、81%、88%、85%と、他のランサーズの継続率と比べると、非常に高いモデルになっております。

このモデルの率が増えれば増えるだけ、同じように、より1回の発注が十何カ月、数年続くモデルになるんじゃないかなと思っており、こちらでも継続して利用拡大の努力をしていきたいと思っております。

既存流通総額の拡大に向けた施策：「Lancers」の評価制度をリニューアル

5段階評価から満足/残念の積み上げ方式に変更。また、個別評価もスキル評価とアルゴリズム（AI判定）を併用したスキルスコアの公開に変更し、マッチングの精度向上に向け施策を強化

5段階評価から満足/残念の積み上げ方式に変更

■ 評価をつけるとき

5段階の減点方式 → 満足 / 残念の積み上げ方式

■ プロフィール

☆ 評価 4.9
★★★★★

総合評価
😊 満足 120件 😞 残念 12件

個別評価からスキルスコアに変更

■ 評価をつけるとき

■ スキルスコア

相手のつけたスキル評価 + AI判定 = スキルスコア

Lancers 2022年3月期 第3四半期決算説明資料（東証マザーズ：4484） © LANCERS, Inc. All Rights Reserved 27

最後が、これ自体は流通金額に、クリティカルに何かヒットするものではないんですけども。ランサーズの登録しているフリーランスの方の評価のアルゴリズムを、創業以来、初めて変えたというトピックになっています。

世の中では、例えば、食ベログさんのコアな成長優位性って、やっぱり評価にあると私は思ってるんです。ランサーズも、なんでランサーズを使いますかっていったときに、やっぱり評価がしっかりと見れて、過去の仕事の評価によって、この方は安心できるんだと分かるのが、企業の方のインタビューでも評価制度に対して評価いただいています。

個人に関しても、ランサーズを使って、一部手数料は取られてしまうんだけど、いい仕事をしたら自分のプロフィールにいい評価が付いて、継続発注に他のクライアントから来るので使っている方がいるように、我々としても、これは競争の一つの大事なポイントだと思っています。

今まで、いい評価の方が非常に多いというところもあって、皆さん4.9とか、4.8という高評価の方が非常に多くなってしまっていて。その中でもどう良かったのか。4.9の評価でも、どういう良さがあるのかは見えないという課題がありました。

そこに対して、今回平均的な評価を取るよりも、満足したり、残念だったという評価もそうですし、その評価に対して、何が良かったのか、品質なのか、納期なのか、予算なのか。それが、実際のわれわれのデータからしたときに、相手が付けたスキル評価と、実際のフリーランスの方の市場

評価とか、実際の納品された仕事の評価とか、サービスの中で分かるものを、AIで、アルゴリズムで付けたスキル評価にさせていただくことで、よりクライアントの方に分かりやすい評価にするという変更をしています。

この変更は、恐らく数年たって、ランサーズの評価は、すごく分かりやすいとか、もしくは元のほうが良かった場合もあるかもしれませんが、そういう場合、切り戻すこともあるのかもしれませんが、ここの評価が、より大事になってくるというチャレンジをして、今後この価値を高めていこうというものの一環で変更しておりますので、こちらの効果も、また追ってご報告できればと考えています。

2022年2月開催予定*「Lancer of the Year」

2015年から開催し、今年で8年目となる新しい働き方実践者の祭典。昨年は約2,700人が視聴。
「前進～自分の可能性を切り開こう」をテーマに、1年間で活躍したフリーランスを表彰

*2022年2月26日開催であり、本発表時点では未開催



これは、第3四半期の取り組みではないですけれども。

毎年、我々はこういうフリーランスという言葉、今は皆さんが知っている働き方になっていきますけれども。やっぱりその実態であるとか、どういう苦労とか、どういういいことがあって、そういう働き方をしてるという、生の声を届けることが、中長期的にこういう働き方をする方の安心材料になると思っておりまして、Lancer of the Year をずっと8年間やらせていただいております。

今年で8年目になりますけれども、昨年は2,700人が視聴いただいでいて。今年も2月26日に、6名の新しい表彰者を表彰する。そして、フリーランスの方向けのコンテンツを、オンラインで配信するのをやらせていただいておりますので。

もし、土曜日でお休みの方もいらっしゃるかと思いますが、無料でご視聴できますので。

実際にランサーズで働いていて、どういう仕事をしているのかというのが、なかなか開示の資料だけでは見えづらいところもあると思います。もし機会いただける方は、ぜひご視聴いただけたらうれしいなと思っております。

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

最後が、再掲になりますけれども、我々の3カ年の方針になっております。

マーケットプレイスに集中投資をして、年平均比率、全サービスで30%を目指し、そして、しっかりと短期的に、一時的に利益が出るということではなくて、継続的に利益が出る構造に大きく変えていきたいと思っております。そのための1年目だと認識をしております。こちら、再掲なので飛ばさせていただきます。

今期、今、投資が加速しているフェーズになっておりますけれども、今期の投資の結果を受けて、このまま継続していいものは、継続したほうがより投資回収できるので、来年も継続すると思えます。やってみただけけれども、ちょっと方向修正したほうがいいものに関しては、投資を縮小していくと思っております。

なので、ある意味、投資をする意味では、今年が一番投資をするフェーズなのかなと考えております。2024年3月期、つまり来期、再来期には、しっかりと利益が継続して出る構造に変えていきたいと思っております。来期に関しては、そのための土台として、取捨選択をして、しっかりとラン

サーズ、再来期、本当に利益が出て、成長率も加速するんだねという、蓋然性が高い状況に持って
いける来期にしていきたいと思っております。引き続きそういった観点で、開示も継続してやらせ
ていただければと思っております。

私からの説明は、時間もちょうど30分となっておりますので、以上とさせていただきます。ご質問
幾つか、チャットでも既にいただいておりますので、そちらにお答えをさせていただければと思
います。

いったんこちらで、ありがとうございました。

質疑応答

泉：それでは、質疑応答に移りたいと思います。よろしくお願いいたします。

では、質問を読み上げさせていただきます。

Q1:現在、打ち出している投資方針について、来年度以降も変化はないでしょうか、との質問が来ております。よろしくお願いいたします。

秋好：はい。私からお答えさせていただきます。今期、投資という意味においては、特に、エンジニアの採用と、マーケティングに投資を非常に大きくしております。この金額以上に、さらに投資するかでいうと、今現状で見えている蓋然性含めると、これ以上に絶対額を増やしていくのは、効率が非常に悪いかなと思っておりますので、今以上に増やしていくことは、今のところは特段考えてはおりません。

ただ、先ほども少し触れさせていただきましたが、今、やってる中で、明確に見えているもの。例えば、パッケージの、プロダクト開発しましたけれども、そこに対する、これは例え話ですけれども、広告投資が、費用対効果合う形で進んでいくのであれば、その部分については、去年はやってなかったですけれども、今年やってうまくいったので、来期も継続する形で。基本的には、投資の蓋然性があるものに関しては、投資をしていくが、そうじゃないもの、もしくはそれ以上効果が見えないものに関しては、やらないということになっていくんではないかと思っております。

Q2：パッケージ方式の進捗の詳細について。決算資料 25 ページでは、パッケージ方式は、過去比で高進捗のように見えますが、依頼形式と比較した場合に、例えば、顧客のコンバージョン率が高いなど、メインの依頼形式よりもプラスになっている部分が、足元で見えたりするのか

秋好：ありがとうございます。我々も、非常にいい滑り出しだなと認識しています。依頼形式と比較したところ、非常に、アップルトゥアップルで比較しにくいというか、依頼形式の場合は、いろんなフリーランスの方を見て発注をするというところだったり、パッケージ方式は、出品されてるものを見て買う、買わないというところなので。直接的には比較はできないんですけれども、感覚的には、コンバージョン率では、明確にどちらがすごく高いとか低いとは、まだいえる段階にはないのかなと思っております。

ただ、一つ明確にいえるのは単価です。単価に関しては、非常に高いものが、他社と比べても普通に売れているので。そこに関しては、我々の強み、いいフリーランスの人がたくさんいて。発注企業も、安くしたいニーズだけじゃなくて、しっかりといいクオリティーのものを発注したい企業の方がいるという、特徴が表れているかなと思っています。

仮説ベースでいうと、依頼の部分はもうちょっと見ていかないとコンバージョン率分からないんですけれども、継続率ですね。パッケージを使った人のほうが、これまだデータ出てないんで仮説ですけれども、満足度が非常に高いのではないかなと、足元のデータ含めて思ってます。

なぜなら、パッケージの中に、ランサーズの場合、明確に、いくらで何枚の、例えば、デザインで、何日までに何をするのが明確にあるんですね。なので、人を探した場合、その人と期待値コントロールを、コミュニケーションでやらないといけないんですけど。パッケージの場合、もう、買う前から、大体の期待値が分かってるところで、満足度が高いので。Aというパッケージ買ったら、もう一回A買う場合もありますし、他の人のパッケージも、じゃあ買ってみようということで、継続率が恐らく上がってくるのではないかなと見立てております。

曾根：曾根からも1点、今の内容に関して補足させてください。

今のパッケージ、単価で非常に好調であるというところ、秋好から報告させていただきました。その一つの背景として、パッケージ、こういう仕様で、こういう予算感で、この納期でできますよと、いわゆる、松、竹、梅という形で3パターン出して、より短納期だったりとか、より細かい仕様で行く場合は、この金額までかかりますということ、テーブル表のような形で見せる商品設計を、スタンダードな我々の仕組みにしております。

そこも含め、10万、30万、50万で、日本人の特性もあるかもしれませんが、30万を選ぶみたいなことが実際に発生しており、そこが単価の引き上げに一つ寄与しているところもあるかなと思っています。

Q3：足元はオミクロンの拡大も起きておりますが、新規利用クライアント数は12月の水準からは改善しているのでしょうか。

秋好：季節要因として、ランサーズの場合、1月から3月が非常に伸びやすいところもあるので。絶対数というんですかね、12月と比べると、構造上、1、2、3月は、基本的には非常に伸びるところがあります。

ただ、去年の1、2、3月と比べたときに、より伸ばせていけるかは、今のまさに頑張っているところなので、その施策がしっかりミートして、YoYでも戻っているレベルまで持っていきたいと考えております。

3カ月だけでできるところと、1年、2年かけてやっていく部分もあります。短期と中長期見据えて、新規のクライアントの方が、いろんなジャンルでランサーズ使って満足することが、数年後の流通金額を押し上げる、ストック構造のビジネスなので、大事だと思ってます。短期、中長期両方の目線で、しっかり伸ばしていきたいと考えています。

Q4: カテゴリーで特に強い、弱いものはあるのでしょうか。特に、動画広告関連のクリエイティブ周りのところは、市場全体の需要も強いようで、御社にも恩恵が出ていると期待をしておりました、という質問をいただいております。

秋好: これはパッケージよりも、パッケージが出る前のランサーズ含めたところで、強い、弱いは明確にあります。ランサーズが強い部分は、単価の、どちらかという高いものですので、ウェブ制作とか、エンジニアの仕事とか。デザインでもカタログ制作とか、そういった単価の高いものが、ランサーズは非常に強いです。

ただ逆に、非常に単価の低いものですね。大量のデータ入力とか、同じデザインでも、個人向けの似顔絵アイコンを作るとか、そういったものは我々、弱いというか、あまり取ろうとしてなかったところで、強さ、弱さはあるのかなとは思っております。

動画広告に関しては、一件当たりの単価が非常に低くて、1件、動画の編集だけをぱっとやるっていうと、中には3,000円とか6,000円でやられるケースもあって。ランサーズとしては、そういうものを、いちいち一人一人のフリーランスの人と、5,000円にするか6,000円にするかという交渉して、動画広告のやつをやるところは、それほど強化してなかったのがパッケージ前になります。

ただ、このパッケージ型が出たことによって、ある意味、今までランサーズがそんなに強く取っていなかったパッケージの出品も実は出てます。まさに、YouTubeの動画の編集だったり、音声メディア向けの音声の吹き替えだったり、出品することで、当人の方が1万円でもやりますということであれば、クライアント側も簡単に買えるのでマッチングしていくので。今までのランサーズのカテゴリーの強い、弱いという話と、パッケージでの今後強くしていきたい、今まで弱かったけど強くしていきたいところは、一定、いい意味でギャップがあるのかなと思っております。

動画広告だったり、メタバースだったり、そういった今、まさに伸びている部分は、パッケージも含めて、我々も伸ばしていきたいかなと考えている次第です。

2022年2月14日

泉：ありがとうございます。他にご質問はございますでしょうか。それでは、質問等がないようであれば、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3四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：それでは、ありがとうございました。次回、5月13日に通期の発表を予定しておりますので、ぜひ、ご都合つかれる方はご参加いただけますと幸いです。

ありがとうございました。

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。