

株式会社リクルートホールディングス

Investor Update - Simplify Hiring

2024年3月27日

Slide 1-1-1, 1-1-2, 1-1-3

Matt Kolby: 皆さんこんにちは。リクルートホールディングス オンラインイベント「Investor Update」にご参加頂きありがとうございます。

リクルートホールディングスIR機関投資家戦略チーム及びIndeed戦略企画チームのMatt Kolbyです。

Slide 1-1-4

本日より3日間にわたって、当社の3つの戦略に沿って、経営陣より長期戦略の詳細や将来性についてご案内いたします。

プレゼンテーションを通して、最新のAIの進化が当社の戦略や競合優位性をどう後押ししていくのか、ご覧いただきたいと思います。

なお、当イベントでは2024年3月期や2025年3月期の業績予想については言及いたしません。

Slide 1-1-5

本日はSimplify Hiringについてご紹介します。この戦略を通して、私たちは、企業クライアントの採用プロセスがよりスムーズになること、また求職者がより速く簡単に仕事に就けることを目指しています。

当社では、HRテクノロジー事業、マッチング&ソリューション事業、人材派遣事業の3つのSBUが連携して、Simplify Hiringの実現に向けて取組んでいます。これらの事業を持つ当社だからこそその人材マッチング市場での優位性や長期的な成長可能性について、本日お話しします。

Slide 1-1-6

2日目には、2つ目の戦略Help Businesses Work Smarterについてご紹介します。マッチング&ソリューション事業では、当戦略に則り、日本国内の企業クライアントの業務効率化及び生産性向上を目指しています。販促領域におけるオンラインマッチングプラットフォーム及びSaaSの進捗や、マッチング&ソリューション事業の利益の成長可能性についてお話しします。

Slide 1-1-7

3日目には、3つ目の戦略Prosper Togetherについてご紹介します。サステナビリティ委員会のメンバーが、当社のESG戦略や持続的成長を実現するイニシアチブについてディスカッションを行います。

Slide 1-1-8

それでは、本日のアジェンダをご紹介します。

本日のSimplify Hiringのイベントは2時間半を予定しています。まず、当社CEOの出木場より、Simplify Hiringについて、その重要性や人々の生活へ与える影響、そして社会への貢献についてお話しします。

続いてIndeed CEOのChris Hyamsより、Indeedの戦略についてご紹介します。Indeedがどのように検索エンジンから、求職者と企業クライアントを繋ぐ採用マッチングマーケットプレイスに進化していくのかをお伝えします。

その後、IndeedのMaggie Hulceが求職者の観点から、またRaj Mukherjeeが企業クライアントの観点から、AIを活用したIndeedのプロダクトの進化についてお話しします。

また、ChrisからIndeedの収益ポテンシャルについてお話しします。

イベント後半では、マッチング&ソリューション事業担当の北村と人材領域プロダクト担当の山口が登壇し、日本でのSimplify Hiring推進の一環として人材領域とIndeedが協力して開発したIndeed PLUSについてご説明します。

人材派遣事業からは、Rob Zandbergenが、事業におけるテクノロジーの活用事例についてお話しします。

最後に、短い休憩を挟んで、出木場、Chris、Maggie、Raj、RobによるQAセッションを開催いたします。

プレゼンテーション中に関心のある事項がありましたら、是非この機会にご質問をお寄せください。

Slide 1-1-9, 1-1-10

なお、本プレゼンテーションでは将来見通しに関する事項が含まれますが、様々な要因により、将来の予測・見通しに関する記述は実際の業績と大幅に異なる可能性がある点にご留意ください。

では、出木場のプレゼンテーションをご覧ください。前に、まず、人々と仕事をマッチングする私たちのビジネスをご紹介します動画をご覧ください。

<ビデオ再生>

私たちは毎日、求職者が新しい仕事を見つけるサポートをしています。求職者の声を聞いてみましょう。

たとえそれが私にとってとても怖いものだとしても、何か変化を起こさないといけないと気づきました。

仕事探しのプロセスは、気が遠くなりそうでした。 .

パニックになりました、ああ、学生の時に貯めた貯金がもう底をついてしまう、と。

仕事探しは、もはや副業のようなものです。

仕事探しをしていたのは、単に生活費を払いたいからでした。

それは簡単なことではありませんでした。

もしも仕事探しがもっと簡単だったら？

ワンクリックで応募できるのでとても助かりました。

私のお気に入りには、このシンプルで簡単な応募ボタンです。

何時間もかけて読まなければいけなかったものが、気づけば一瞬で終わっていたようなものです。プロセスがはるかに簡単になりました。

応募して、その日のうちに面接を受けました。面接をしてくれた医師は、「もし引き受けてくれるのであれば、ぜひアシスタントとして働いてほしい」と言いました。そして私はもちろん「イエス」と答えました。とても興奮しました。いまだに興奮しているくらいです。

内定をもらったとき、私は家にいました。とても興奮しましたよ。ああ、本当にこんなことが起こるんだって。

それはまさに私が探していた仕事でした。実際に仕事をもらって、本当に充実しています。

本当に素晴らしい仕事に就けました。私が期待していたよりもっと良い仕事です。

望んでいた仕事に就いたときの気持ちは、デートの時よりも、もっと素晴らしいものです。

嬉しくて泣きそう。本当にありがたいことに、情熱を注げる天職を見つけることができました。

よりよい機会との、出会いをつなぐ。

<ビデオ終了>

Slide 1-2-11

出木場: リクルートホールディングスCEOの出木場です。

通常、四半期の決算説明の場においては、直近の財務情報に焦点を当ててお話しをさせていただいています。しかし今日は、当社のビジョンと、私たちのプロダクトやサービスをどのように進化させていこうとしているかに焦点を当ててお話ができることをとても楽しみにしています。

私たちの経営戦略の1つである”Simplify Hiring”、つまり、仕事探しをより簡単でシンプルなものにしていくということを進めていけば、業績は必ずついてくるものだと考えています。こういった考えのもと、私たちは今、求職者、求人企業、地域社会、従業員、そしてもちろん株主を含む、すべてのステークホルダーに対して価値を高めていけるような取り組みに日々注力しています。

Slide 1-2-12

私たちリクルートグループのミッションは、人と機会をつなぐことです。とくに、人にとって本当に大切な仕事、その仕事と人をつなぐお手伝いをしています。しかしながら情熱をもって働ける職を見つけるのは非常に難しいことです。

実は私の家族も仕事探しに苦労した経験があります。

私の妹は、高校を卒業していなかったために思うように仕事が見つからず、家族全員で就職活動をサポートしたのですが、これはなかなか大変なことでした。

Slide 1-2-13

私の妹はなんとか仕事を見つけることができましたが、彼女だけでなく多くの人にとって、自分に合った仕事を見つけることは簡単ではありません。例えば、Indeed上では、過去1年だけを見ても、全体で25億以上の応募数があり、3,000万人以上の求職者が、それぞれ30以上の求人に応募しています。

現在、仕事探しにおいて、企業の採用担当者や外部エージェントからのスカウトで運よく仕事が決まる人は、非常にわずかです。これはスカウトをするという活動がすべて人力によるマニュアル作業だからです。

求職者が何を望み、何を必要としているのかを我々がもっと知って、企業が採用したい人材を我々がもっと理解することで、採用工程の自動化を進めたいと考えています。

Slide 1-2-14

テクノロジーの活用によって、ほとんどの人がスカウトを得られる世界が実現し、仕事探しがより人間味のある、そして希望に満ちたものになるといいなと思っています。

Slide 1-2-15

究極的には、仕事探しは「ボタンを押す」くらい簡単であるべきだと考えています。私たちがこれだけ仕事探しをシンプルにできれば、リクルートグループとして多くの人の生活や、社会に貢献できるはずで

Slide 1-2-16

採用企業の目線に立っても、採用のプロセスは長らく変わっていません。まだまだ手作業が多く、時間がかかり、非効率なままです。アメリカのデータによると、1人を採用するのに平均で50日以上かかると言われています。Indeed上には、週に数万件の応募がある企業もあります。このような状況は、求人数の多い企業だけの問題ではありません。応募者が100人を超えるような求人が何百万とあるのです。

採用プロセスにおけるこういった非効率さは、社会にとっての真のコストと言えるのではないのでしょうか。

Slide 1-2-17

こういった課題を解決するAIの可能性を誰もが楽しみにしていると思いますが、それは私たちも同じです。ですが、私たちはこれまで何年もAIを活用してきているので、真の変化が起こるにはまだまだ時間がかかると考えています。

私たちは、オンライン上での求職者のデータや、オフラインでの求職者とリクルーターとの間の会話など、非常にユニークなデータをたくさん持っていることもあって、他の誰にも出来ないようなやり方でAIを活用していけると考えています。

Slide 1-2-18

本日のSimplify Hiringのプレゼンテーションを通して、未来の仕事探しを簡単にするための基盤となるテクノロジーやソリューションを、当社の3つのSBUがどのように協働して作り上げていくかについてより詳しくお伝えできることを楽しみにしています。

ここからは、仕事探しを簡単にするためのIndeedのビジョンやプロダクト戦略をCEOのChrisから伝えてもらいます。

Slide 1-3-19

Chris: Indeed CEOのChris Hyamsです。私からはIndeedの戦略とビジョンについてお話しします。

私は2010年からプロダクトチームをリードしています。この13年間で、Indeedの従業員数は130人から12,500人にまで増加しました。

2010年当時は、今の私たちがこれほど世界に影響を与えていることを想像もできませんでした。しかし、Indeedのミッションは創業から20年間変わっていません。

Slide 1-3-20

私たちのミッションは「Help People Get Jobs」です。ミッションの実現にむけて日々取り組んでいます。

Slide 1-3-21

家族や健康以外で、仕事は人生で最も重要なもののひとつとなっています。私たちのミッションは、単なるTシャツにプリントされるスローガンではなく、私たちが日々接している人々の人生とつながっています。私たちのミッションは、Indeedの原動力なのです。

Slide 1-3-22

出木場が先ほど話した通り、私たちのビジョンは仕事探しをボタンを押すくらい簡単に速くすることです。

Slide 1-3-23

Indeedは世界No.1の求人サイトです。Indeedで仕事を見つける人の数は、他のどこよりも多く、世界60カ国以上から毎月何億人もの求職者がIndeedを訪れ、求人情報を検索したり、経歴書を登録したり、企業リサーチを行ったりしています。

また、350万以上の企業クライアントが新しい従業員を見つけ、採用するためにIndeedを利用しています。

Slide 1-3-24

私たちの戦略は、Indeedを検索エンジンから求職者と企業クライアントから成るマーケットプレイスへと変化させることです。今日は、これが何を意味するのか、そしてそれが私たちの注力分野や投資にどのように反映されるのかについてご説明します。私たちがこれからどう進化していくのか、そして今、どの地点にいるのかを理解いただくために、まず私たちの出発点に立ち戻ってみます。

Slide 1-3-25

2004年のIndeed創業時には、オンライン求人検索の最先端はMonsterやCareerBuilderのようなウェブサイトでした。これらの求人情報サイトは、基本的に新聞の求人広告をオンライン化したものでしたが、この広告掲載モデルには大きな問題が2つありました。

まず、求職者にとっては、求人サイトに掲載された求人情報しか見ることができず、全ての関連求人を見るには複数の求人サイトを見なければいけないこと、そして、採用企業にとっては、広告掲載モデルでは掲載料を支払い、集まった求職者が200人でも2人でも掲載料が同じだったということです。

Slide 1-3-26

Indeedは2004年にスタートし、広告掲載モデルを求人検索エンジンに進化させました。Indeedは、何千もの求人情報サイト、キャリアサイト、代理店、そして新聞のウェブサイトからの求人情報を集約し、これらの情報を1つの場所に集めることで、求職者が簡単に、速く仕事探しができる「one search, all jobs」となる場所を作りました。

Slide 1-3-27

先ほどの広告掲載モデルの2つの課題に対する答えとして、Indeedは2つの理念を掲げました。

1. 求職者を第一に考えること
2. ペイフォーパフォーマンスモデル

これらは今では当たり前のことに思えるかもしれませんが、2004年当時は画期的な変化でした。現在も、すべての決断をこの理念に基づいて行っています。

また、この理念は、なぜIndeedが成功したのかという疑問に対する答えでもあります。この理念が何を意味するのか、そしてなぜそれが重要なのかに関してお話ししたいと思います。

Slide 1-3-28

まず、すべてのマーケットプレイス・ビジネスにとって最も重要な決断は、誰を優先するか、つまり、どちらが最も重要か、ということです。

ほとんどのマーケットプレイスにおいて、それはシンプルに誰がお金を払うかで決まります。求人サイトでは、それは採用企業となります。

2004年当時、そして現在でも、ほとんどの求人サイトは、採用企業に利益をもたらすプロダクトの機能やポリシーを優先しています。しかしIndeedは、求職者を第一に考えるという、逆の決断を意図的にしています。これがIndeedの最初の基本理念になっています。

Slide 1-3-29

求職者を第一に考えているため、私たちはあらゆる決断を下す際に、「求職者にとって何がベストか？」と私たち自身に問いかけています。

創業当時は、求職者にとって、何十ものサイトを訪問するよりも、すべての求人を1つの検索エンジンにまとめることがベストな方法でした。私たちの当初のキャッチフレーズは、「one search, all jobs」でした。

しかし、ジョブボードでは、求職者は一度経歴書をアップロードすると、誰からコンタクトを受けるかをコントロールできず、求職活動が終わった後も求人に関する情報や更には保険加入の勧誘を受け続ける、といった状況が発生しました。

ここで求職者にとってベストなことは、プライバシーを守り、いつ、どのような手段で連絡をもらうか、をコントロールできるようにすることでした。

求人情報サイトは広告ごとに報酬が支払われるため、偽の求人情報を取り締まるインセンティブはほとんどありません。ここで求職者にとってベストなことは、信頼と安全への大きな投資です。このように、私たちは、求職者をスパムや詐欺から守りつつ、正確な情報の本物の仕事を見つけられるよう努力しています。私たちは、求職者の皆様を第一に考えた上で、新しいプロダクトや機能、ポリシーの設定に日々取り組んでいます。

Slide 1-3-30

これらはすべて、求職者と私たちとの信頼関係の構築につながります。

求職者を第一に考え、求職者が簡単に速く仕事を得ることができるようにすれば、結果的に、求職活動の最後には採用企業が採用を決定することになる、つまり、求職者にとってベストなことは、採用企業にとってもベストなことなのです。

Slide 1-3-31

理念の2つ目のペイフォーパフォーマンスは、価値を提供したときに報酬を得ることを意味しています。価値を提供しなければ報酬を得られないという点が重要です。

Slide 1-3-32

創業以来、有料求人広告は当社の主要なプロダクトです。ほぼすべてのオンライン広告で使用されている、オークションベースのクリック課金モデルを有料求人広告に導入しました。

なぜビジネスモデルがコア・バリューなのかとよく聞かれますが、これは非常に重要なことだと考えています。どのようなビジネスにおいても、いかにしてお金を稼ぐかは最も強いインセンティブとなり、多くの決断のベースとなります。

Slide 1-3-33

ペイフォーパフォーマンスでは、雇用者である我々の企業クライアントが採用に成功した場合にのみ、私たちが成功した、と言える、つまり、私たちの主要なインセンティブが企業クライアントと深く結びついているということです。

Slide 1-3-34

また、ペイフォーパフォーマンスは、求職者を第一に考えるという当社の最も重要な価値観に合致しています。

私たちは、求人要件とマッチする意欲的な求職者と企業クライアントを結びつけることで、企業クライアントに価値を提供します。求職者を支援することで、私たちは収益を得ることができています。

Slide 1-3-35

Indeed創業当初は、SEO、つまり検索エンジンを最適化することによって成長してきました。あらゆるサイトの求人情報を集約していたため、誰よりも多くの求人情報を持っていたことがSEOの優位性につながり、

Indeedはほぼすべての検索エンジンで求人情報の検索結果の上位に表示され、実際ほとんどの検索ページで複数の枠に表示されていました。

結果として、Indeedを訪れる求職者の数は急速に増加しました。求職者が増えるということは、Indeedに求人広告を出す企業クライアントが増えるということであり、売上収益の増加にもつながりました。

売上収益の増加により、更に多くの求職者をIndeedに呼び込むためのSEM、つまり検索エンジンマーケティングへの投資を多く行うことができ、Indeedへの訪問者数は他のどのサイトよりも急速に伸びていきました。

Slide 1-3-36

創業からわずか6年後の2010年末に、IndeedはMonsterを抜いて全米No.1の求人サイトになり、その後間もなく、世界でも1位となりました。

Slide 1-3-37

Indeedは成長初期段階における中心的な戦略として、広告掲載モデルから検索エンジンへと転換し、結果として、訪問者数で1位を獲得することが出来ました。しかし、検索エンジンのビジネスモデルではこれ以上の成長が難しいことが明らかになり、私たちは次の戦略に着手を始めました。検索エンジンから求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスへの転換です。

Slide 1-3-38

スライドに、求職者の採用までのプロセスを簡易的に示しています。求職者は検索し、興味のある求人を見つけてクリックし、最も興味のある求人に応募し、面接を受け、最終的に採用されます。

Slide 1-3-39

Indeedは検索エンジンとしてスタートした当初、何千ものキャリアサイト、代理店、求人サイトから求人情報を集めました。求職者が求人をIndeedで検索することで、私たちは求職者と求人を繋げていました。

Slide 1-3-40

求職者が求人を検索し、クリックすると、その求人が掲載されているキャリアサイト、代理店、または求人サイトに移動します。外部のサイトなので、クリック後のことはわかりません。求職者がその求人を気に入ったかどうか、応募したかどうか、ましてや面接を受けたか、内定を得たかどうかはわかりませんでした。

Slide 1-3-41

クリックした後も多くのプロセスが発生します。そして、それらは仕事探しの中で最も重要なプロセスにあたります。それらすべてが私たちのプラットフォームの外で行われる場合、私たちはそれらを支援することはできず、それらを簡単に、より速くすることができません。

Slide 1-3-42

これが検索エンジンとマーケットプレイスの違いです。採用プロセスをIndeedのプラットフォーム上で行えるようにすることで、Indeedを求職者と企業クライアントをつなぐマーケットプレイスへと進化させていきます。

Slide 1-3-43

Indeedはこのような外部サイトから求人情報を得ています。キャリアサイトの最も一般的なプラットフォームはATSと呼ばれ、Applicant Tracking Systemの略称で、採用管理システムのことです。

Slide 1-3-44

中規模から大規模の採用企業は、求人掲載、候補者へのメッセージと管理、ステータスと結果の追跡にATSを使用しており、ほぼすべての採用活動をATS上で行っています。

Slide 1-3-45

そこで、新しいプロダクトを開発し、企業クライアントがIndeedに直接求人情報を掲載することを可能にしました。Indeedのプラットフォームに直接掲載される求人情報を「Hosted Jobs」と呼んでいます。

Slide 1-3-46

「Hosted Jobs」は基本的に、シンプルなATSです。企業クライアントは求人情報の掲載、求職者とのメッセージのやり取りや管理、ステータスの追跡などのすべてをIndeedのプラットフォーム上で行うことができます。

Slide 1-3-47

そして、「Hosted Jobs」にとって最も重要なイノベーションがIndeed Applyの導入です。あらゆるウェブサイトから集められてきた求人情報、つまり「Indexed Job」に応募する場合、求職者は求人情報をクリックすると採用企業のウェブサイトに飛ばされ、そこで応募します。しかし、「Hosted Jobs」では、求職者はIndeed上で応募することができます。

Indeedが応募プロセス全体をコントロールすることで、簡単で速く、一貫性のある応募プロセスの実現が可能になりました。

Slide 1-3-48

更に重要なポイントは、求職者がIndeed上で応募する際には、経歴書をアップロードしなければいけない、ということです。Indeed Applyの導入は求職者がIndeedアカウントを作成し、経歴書をアップロードする、コンバージョンポイントになりました。私たちはその経歴書の内容を解析し、Indeedのフォーマットに変換します。求職者はその経歴書を使って、より簡単に、より速く次の仕事に応募することができます。

Slide 1-3-49

Indeed Applyは、Indeedが検索エンジンから求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスへ変革する第一歩を踏み出す上で重要な役割を果たしました。

Slide 1-3-50

Indeedの次のフェーズでは、マーケットプレイスにおけるマッチングを繰り返すことで成長してきました。マーケットプレイス上の求人が増えれば増えるほど、求人に関するより深いデータを得ることができ、結果としてより多くの求職者が訪問することになります。

また、より多くの求職者がIndeedのアカウントを作成することで、求職者に関するより深いデータが得られ、結果としてより多くの企業クライアントとの繋がりや採用が可能になります。

Indeedをマーケットプレイスにして、採用プロセスの多くをIndeed上で捕捉することで、面接、内定、採用といった採用の下流プロセスに関するデータをより多く得られるようになりました。これにより多くの企業クライアントがプラットフォームを訪れるようになり、結果として更に多くの求人がポストされるようになります。

データをAIにインプットすればするほど、マーケットプレイス全体がより効果的になっていきます。

つまり、マッチング精度が向上すればするほど、より良いマーケットプレイスになる好循環が生まれていきます。

Slide 1-3-51

IndeedのATSからポストされた求人はすべてマーケットプレイスを構成する求人です。しかし、外部のATSからポストされた「Indexed Job」は、求職者にとってまだ検索エンジンを使っているような感覚が残っていました。そこで私たちはIndeed Apply Sync APIを開発し、Indeed Applyを外部のATSに接続しました。

Indeed Apply Syncを使えば、すべての求人がマーケットプレイスを構成する求人になります。

Indeedは世界中の300以上のATSと統合しており、求職者は「Hosted Jobs」への応募と同様に簡単に速く、すべての求人に応募することができます。

Slide 1-3-52

Indeed Apply Syncは、より大規模なATS同期APIの一部です。このAPIによって、求人情報の公開とIndeed上での応募を可能にするだけでなく、Indeedが提供する他のプロダクトの求職者とのデータの同期や、外部ATSからの結果データをIndeedのプラットフォームへ取り込むことができます。これにより、IndeedのAIマッチング機能は更に向上します。

Slide 1-3-53

ATSによるIndeed Applyへの連携は過去10年間で大幅に増加しました。しかし、足元ではIndeed Applyが適用されている求人情報は全体の半分以下であり、ATSとの連携の余地はまだあると考えています。

Slide 1-3-54

Indeed Applyはマーケットプレイスを支える重要な存在です。

Indeedのマーケットプレイス戦略の鍵として、Indeed ApplyはIndeed上での採用の増加及び売上収益の拡大に貢献しています。Indeed Applyを通した求人は、求職者にとっては簡単で、速く応募できるため、これを通していない求人と比較して平均で5倍の応募があります。

私たちは採用を最も重要な指標としていますが、Indeed Applyの求人は採用につながる可能性が2.5倍高く、企業クライアントにとって有益であると考えています。また、Indeed Applyを利用する企業クライアントはそれ以外のクライアントと比較して、各求人に平均で2倍の費用を費やすことから、IndeedにとってもIndeed Applyは有益であることが示されています。

これらの改善により既に素晴らしいプロダクトとなっていますが、私たちは更に素晴らしいサービスを提供できると考えています。

Slide 1-3-55

これら戦略の結果、現在Indeedは世界有数の求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスとなりました。

毎月何億人もの求職者がIndeedと姉妹サイトのGlassdoorを訪れ、一方で、350万以上の企業クライアントとも繋がっています。

世界中で1分間に23人の求職者がIndeedを通して採用されています。

Slide 1-3-56

現在ある私たちのプロダクトは、検索とマーケットプレイスに分類されます。私たちはこれらの領域を、Attract、Connect、そしてHireに分けています。

Attractとは、従来から提供する検索エンジンビジネスです。Indeed Applyを使わない企業クライアントの有料求人広告に関心がある候補者を提案したり、IndeedとGlassdoorでの企業ブランディングを行います。

Connectは、マーケットプレイスとして、Indeed Applyを使った有料求人広告、そしてAIを活用したSmart Sourcingを通して、私たちは質の高い求職者を提案します。

Hireは、マーケットプレイスとして大きなポテンシャルがあると期待しています。IndeedのデータとAIマッチング技術で構築されたフルサービスを提供する人材紹介会社であるIndeed Hireや、米国と英国のシフトワーカー向けe-スタッフィング・マーケットプレイスであるIndeed Flex等です。

Slide 1-3-57

これらを包括して、私たちの全体的な戦略的枠組みは構成されています。

私たちは、雇用を増やすこと、そして売上収益の成長という2つのシンプルな目標を設定しています。

私たちの戦略は、検索エンジンから求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスへの変革を継続することです。この戦略にはこの後お話しする、2つの優先事項があります。

第1に、求職者と企業クライアントへの幅広いリーチ、AIを活用したマッチング、そして求職者と企業クライアント双方のより迅速なマッチングを通じて、マーケットプレイスの有効性を高めること、第2に、マーケットプレイスの効果的な収益化を図ることです。

これらについては次のセクションでお話します。

Slide 1-3-58

まずは、MaggieとRajから、戦略上の第1の優先事項である、マーケットプレイスが提供する効果の拡大についてお話します。

Slide 1-4-59

Maggie: Maggie Hulceです。求職者担当チームのリーダーを8年務めています。私たちは、1日の1/3以上を仕事に費やしており、どんな仕事に就くか、ということは最も重要な選択のひとつです。Indeedは、仕事探しをより簡単に、速く、人間味のあるものにすることで数十億の人々の生活をより良くしていけると信じています。

Slide 1-4-60

Indeedのミッションは20年間変わらず、「Help People Get Jobs」です。本日は、世界中の求職者に価値を提供する私たちのビジョンと、そのビジョンを実現する3つの戦略についてお話します。

Slide 1-4-61

Indeedは創業時から、求職者を第一に考えることに重きを置いています。求職者にとって最も良いものが、最も良い採用につながり、ひいては企業クライアントにとっても最も良いものになると考えています。

Slide 1-4-62

Indeedでは、世界中の労働者の視点を研究しています。4人中3人が、「良い仕事に就くことが良い生活につながる」と考えており、また様々な障壁がありながらも、3人中2人が「自分に合ったより良い仕事がある」と信じています。「より良い仕事」の定義は求職者が決めるものですが、私たちは求職者がより良い生活を送るために、より良い仕事を見つけるお手伝いをしたいと考えています。

Slide 1-4-63

その一環として、世界中の労働者がIndeedを信頼できるキャリアパートナーとして考えるようになることをビジョンとして持っています。

Slide 1-4-64

求職者がキャリアパートナーに求めるものは明確で、合理的です。

求職者は、まず自分にとってどのような仕事や企業の選択肢があるのかを把握した上で、スキルや希望に合った仕事を見つけ、応募後に、少なくとも、企業からの返信は欲しいと考えています。

更には、自分のスキルを伝えて、採用に繋がるチャンスを与えてくれるような人との出会いを求めています。

Slide 1-4-65

残念ながら、求職者が仕事を得るまでには多くのハードルがあります。

求職者は応募前に給与情報を知りたいと思っていますが、米国では依然として、事前に給与情報を開示する求人は全体の半分程度です。

また、求職者の半分以上が同時に2つ以上の種類の異なる仕事を探していることも、仕事探しをより複雑なものにしています。

更に、求職者の80%が応募をしても企業からの返信がなかったと言っています。ほとんどの人が、就職を希望する企業から返事をもらえないことは、最初のデートの後で相手から返事がないことより残念なことだと思っています。

Slide 1-4-66

これらのハードルをもとに、Indeedは求職者に価値を提供するための3つの戦略を推進しています。

1つ目は、広範囲へのリーチです。リアルな企業レビュー、キャリアガイド、給与情報等を含む全ての求人情報を一箇所にまとめて提供することで、求職者の希望条件に関する情報を集めることが出来ます。

Slide 1-4-67

この戦略は概ね機能している認識です。Indeedは60カ国以上でサービスを展開し、20カ国以上で訪問者数が1位あるいは2位となっています。

Slide 1-4-68

また、事業規模の大きい市場において、Indeedの純粋想起は高い水準を獲得しています。ということかという、新しい仕事を探している人も探していない人も含め、労働人口全体に仕事探しに何を利用するかを尋ねると、Indeedと回答している、ということです。Indeedは、米国、カナダ、英国、ドイツ、オランダ、日本の各市場で純粋想起率1位を獲得しており、2020年以降どの市場でも市場シェアを広げています。

Slide 1-4-69

Indeedは、特定の業界の求職者だけに馴染みがあるわけではなく、全ての業界において強いポジションにあります。

Slide 1-4-70

Indeedの高い認知度をユニークビジター数の力強い伸びにつなげることで、コロナ禍後の加速も含め、過去10年間でユニークビジター数は2倍となり、今では毎月3億5,000万人以上が訪れています。

では、訪問者はIndeedで何をしているのでしょうか。

Slide 1-4-71

多くの方は求人情報を求めてIndeedを訪れていますが、更に、企業や給与に関する多くの情報がIndeedと求職者のエンゲージメントを高めています。IndeedとGlassdoorを合わせると、約10億件の企業評価とレビューがあり、また同じくらいの給与データやインサイトがあります。

Slide 1-4-72

求職者はIndeedで求人やインサイトを探すだけでなく、実際に求人への応募も開始しています。昨年、Indeedで応募を開始した求職者の数は、様々な職種で増加し、前年比で20%増となりました。

Slide 1-4-73

現在、求職者はIndeedで応募するだけでなく、プロフィールの一部としてスキルや希望条件を公開しています。これにより、Indeedはより良いマッチングや仕事探しを提供することができます。現在、登録されている求職者のプロフィールは世界全体で5億2,500万件に上ります。

Slide 1-4-74

更に、求職者は自身のプロフィールを採用企業に公開し、アピールできるようになっています。採用企業が閲覧できる求職者のプロフィールの数は2億9,000万件を超え、現在も増加しています。これは私たちにとって非常に重要なことで、なぜなら求職者は自分で求人を探すよりも、採用企業から応募への招待を受けとった時の方が、2倍応募しやすい傾向にあるからです。

Slide 1-4-75

戦略の2つ目は、求職者に最適なマッチングを提供することです。求職者のスキルや希望条件を理解した上で、個別最適化された仕事やキャリアを提案しています。

Slide 1-4-76

個別最適化されたパーソナライズ・マッチングを達成するには、いくつかのステップがあります。

職種を深く理解する。

求職者と求人の情報を収集する。

求職者のスキルの検証を支援する。

個別最適化された求人情報を提供する。

すべてのデータを広くフィードバック・ループの一部として活用し、時間をかけてより精度の高いマッチングを実現する。

私たちの取組みについて、もう少し詳しくご紹介します。

Slide 1-4-77

私たちは、業界最高水準で様々な職種を深く理解し、AIと機会学習を活用した求職者と企業クライアントを繋げるマッチングモデルを提供しています。Indeedでは、900の職種において、スキル、免許、職場環境、スケジュール、福利厚生、給与など、それぞれの職種特有の情報を1万件以上有しています。

Slide 1-4-78

これらの職種特有の情報の理解が、Indeedでの仕事探しの体験をより力強いものにしてしています。例えば、シフトで看護師の求人を検索すると、看護師求人の特化した属性で、検索をカスタマイズするオプションが

ドロップダウンメニューに表示されます。働き方を重視したい求職者は救急治療や小児科、夜勤等をフィルターにかけ、外すことができます。

Indeedでは、求人情報やプロフィールから情報を抽出するだけでなく、求職者がIndeedで求人情報を探している間にも、求職者のスキルや希望条件に関する多くの情報を収集しています。

Slide 1-4-79

このページの例では、ある求人では看護師免許を必要としていることがわかります。求職者が免許を持っているかどうかわからないので、求職者が求人を見ている間に質問をします。

Slide 1-4-80

免許を持っていると緑色に変わり、

Slide 1-4-81

持っていない場合は赤色になります。

このアプローチにより、求職者に関するユニークな情報を多く収集することができます。昨年だけでも、資格や希望条件に関して20億件以上のユニークなデータを得ることが出来ました。

Slide 1-4-82

マッチングとエンゲージメント双方の観点から、求職者の給与に関する希望条件と求人情報の給与情報を得ることは特に重要です。給与情報のある求人では、1インプレッションあたりの応募開始率が30%高くなっています。また、現在米国の求人の約半数では、企業クライアントが直接給与情報を提供しています。給与開示率は昨年と比較して10ポイント増加していますが、まだ課題は多く残っています。

Slide 1-4-83

現在では、自身でプロフィールに登録するスキル情報の収集に加えて、求職者がスキルを持っていることを証明するサポートも行っています。Indeedでは、Indeedアセスメントと呼ばれるスキルテストを、900のスキルに対して提供しています。今日までに10億件以上のテストが実施されています。また、従来の経歴書では必ずしも明確にされていなかった、特定のスキルの経験年数や、学歴や従来の職務経験ではないプログラムを通じて得たスキルを伝えるオプションも提供しています。

Slide 1-4-84

このような求職者と求人に関する理解をもとに、求職者に合う仕事をより速く得られるように、AIを活用したレコメンデーションの提供に力を入れています。求職者がログインすると、その求職者について私たちが把握している全ての情報に基づき、ホームページのフィードにおすすめの求人を表示します。また、おすすめの人情情報をメールで送信し、AIを使って特定の求人が適していると思われる理由も説明します。応募開始による売上収益のうち、レコメンデーション機能を通じたものが60%を占めており、戦略上、非常に重要です。

個別最適化されたレコメンデーションを作成する際に、私たちは求職者がスキルやその他の考慮事項に基づいて仕事や転職を検討できるよう、新たな生成AIをテストしています。

Slide 1-4-85

米国で実施した初期のテストにおいては、Indeedでのオープンエンド検索と比較して、応募開始へのコンバージョンが17ポイント向上しました。求職者にとって、新たに魅力的な仕事探し体験を提供できる可能性を大いに感じています。

Slide 1-4-86

レコメンデーションでは、もちろん求職者が採用される可能性の高い仕事をおすすめします。緑と赤のハイライトはその一例です。求職者が求人に応募する際に重要な資格が不足している場合には、補足書類を追加するよう提案したり、より適した他の求人を提案しています。

Slide 1-4-87

最後のステップであるフィードバック・ループですが、これがとても重要です。

私たちは求職者に関するすべてのデータをAIモデルへ反映し、モデルを調整しながらレコメンデーションを行います。個別最適化されたマッチングには、キャリア・アドバイザーがフィードバックを必要とするのと同じように、レコメンデーションが実際に役立っているかどうかを確認するためのフィードバックが常に必要です。

Slide 1-4-88

戦略の3つ目は、Indeed上での求職者と企業クライアントの繋がりをより速くすることです。それを可能にするために、求職者が自身のスキルをアピールし、応募し、面接を受け、最終的に採用されるまでのプロセスをサポートするツールを提供しています。

Slide 1-4-89

マッチング以外に、Indeed上での繋がりをより速くするための構成要素が4つあります。モバイルアプリ、Indeed Apply、Indeed Messaging、そしてIndeed Interviewです。

Slide 1-4-90

モバイルアプリは、エンゲージメントと売上収益を牽引する、Indeedと求職者との重要な接点です。アプリを利用する求職者は常にログインしているため、一人一人に合わせた設定が容易にできます。アプリから得られた情報によって、よりスムーズで記憶に残るような体験を提供できるようになり、長期的には求職者獲得コストの削減につながると考えています。

Slide 1-4-91

Indeed Applyも、戦略の重要な要素の1つです。モバイル向けに応募プロセスを最適化することで、採用までのプロセスを効率化しています。実際、応募の75%がモバイル端末から提出されていることから、特に重要であると考えています。

Slide 1-4-92

速さと簡単さの観点から1つの事例を見てみましょう。Indeedに掲載されている2つのバリスタの求人があります。1つ目のバリスタの求人は、Indeed以外のキャリアサイトから応募フォームを入力する必要があります。応募完了までに多くのステップがあり、8分かかりました。

2つ目の求人はIndeed Applyが適用され、Indeedのプロフィールに保存された情報を使うことができたため、数クリックで応募が完了しました。応募完了までの時間に24倍の差がありました。なぜこれが重要なのでしょうか？求職者は応募フローが長すぎたり、完了するのが難しすぎたりすると、応募をやめてしまうことが多いからです。

Slide 1-4-93

そして応募後に、求職者と採用企業が直接メッセージのやり取りができる仕組みをIndeed上に構築しています。昨年、Indeed上で採用企業にメッセージを送った求職者の数は前年比で25%増加しました。

Slide 1-4-94

私たちは、求職者と採用企業がより迅速にコミュニケーションできるよう、AIが生成したメッセージテンプレートも使い始めています。メッセージの大半は面接のセッティングに関するものです。

Slide 1-4-95

面接の日程調整は、採用プロセスにおいて最も手作業が多く、また時間のかかる作業の一つです。Indeedでは、オンライン面接をスケジュールするIndeed Interviewのオプションなど、ソリューションを多数提供しています。昨年、Indeedでは800万件の面接が実施され、Indeed Interviewのサービス開始から、累計で1,500万件の面接を実施しています。多くの採用プロセスでは面接までに数週間かかるのに対し、Indeedでの一次面接までにかかる平均日数は4日です。

Slide 1-4-96

4日というのは速いように思えますが、求人から直接面接の設定を可能にすることで、更なる時間の短縮を進めています。応募資格を満たしている求職者は、あらかじめ設定された枠の中から、すぐに採用企業と面談することができます。求職者からは、面談設定の有無がすぐ分かり、なぜその仕事をしたいのか、何ができるのかを採用企業に伝えるチャンスがあるかどうかはすぐにわかるので、良い評判を頂いています。

Slide 1-4-97

以上が、私たちが世界中の労働者を支援するための3つの戦略です。

Slide 1-4-98

ここで、Indeedがどのように利用されているか、簡単なデモビデオをご覧ください。

Slide 1-4-99

Indeedアプリを開き、トップページで自分にぴったりの仕事を見つけ、

Slide 1-4-100

その仕事を確認し、自分に合っていることを緑色で確認し、応募することに決めました。

Slide 1-4-101

私の情報はIndeedに保存されているので、すぐに応募内容を確認することができます。

Slide 1-4-102

自分の都合の良い時間帯に、応募書類の提出、

Slide 1-4-103

応募状況の確認、

Slide 1-4-104

採用企業とのメッセージ、

Slide 1-4-105

面接の

Slide 1-4-106

予約をすることができます。

Slide 1-4-107

面接に参加するときは、携帯端末からすぐに参加でき、うまくいけば、

Slide 1-4-108

オファーをもらうことができます！

Slide 1-4-109

私たちは毎日、Indeedで仕事を見つけた求職者からのメッセージを集めています。多くのメッセージはとても心温まる内容のものです。

Slide 1-4-110

gotajob.indeed.comから約2000万件のメッセージをご覧いただけます。

Indeed上で仕事を得るまでのひとりひとりのストーリーが、Indeedが掲げる「2030年までに1億人の就職を支援する」という目標に向けた一歩となっています。

Slide 1-4-111

こちらが今日のプレゼンテーションのキーメッセージです。

私たちのビジョンは、すべての求職者にとって信頼できるキャリアパートナーになることです。

私たちの戦略は、幅広いリーチ、最高のマッチング、迅速なコネクションを提供することに重点を置いています。

AIや機械学習、求職者の深い理解を活用した、個別最適化された体験を提供しています。2030年までに1億人の採用を支援していきます。

続いて、企業クライアントへの価値提供についてRajからお話しいたします。

ご清聴ありがとうございました。

Slide 1-5-112

Raj: 皆さんおはようございます、Raj Mukherjeeです。Indeedで企業クライアント向け製品を担当しています。皆さんと一緒できることをとても嬉しく思います。私はIndeedに入社して7年になりますが、これまで以上にIndeedの未来をとっても楽しみしています。

個人的な話になりますが、私がIndeedで働いていると知った人達から、仕事探しを助けてもらった、と感謝されることがあり、とてもやりがいを感じています。

Slide 1-5-113

世界中の何百万もの人々が憧れの仕事に就くお手伝いをする、それが私がここにいる理由です。

Slide 1-5-114

先ほど、ChrisがIndeedの理念についてお話ししました。また、求職者を最優先に考えることが、Indeedを世界屈指の仕事探しの場にした、とMaggieからお話ししました。これから私は、ペイフォーパフォーマンス、そして企業クライアントに提供する価値についてお話しいたします。

Slide 1-5-115

私たちは、求人広告の掲載から採用までの各プロセスを簡単にするソリューションを構築しています。

Slide 1-5-116

採用はチャレンジングです。時に、複雑で、時間がかかり、事務的でもあります。一般的な人事部では、16もの異なるシステムを使用し、そのほとんどは相互に連携されていません。出木場が先にお話した通り、企業は採用までに平均約50日以上かかっています。また、求職者のうち78%が面接を設定したものの無断欠席した経験があると話しています。

Slide 1-5-117

Indeedは、採用をより簡単に、速く、人間味のあるものへしていきます。求人掲載を簡単にし、候補者を見つけ出し、採用に関連するルーティン業務を自動化することで、人と人の有意義な対話を実現するだけでなく、採用までにかかる時間を大幅に短縮します。

これが、スタートアップからグローバル企業まであらゆる規模の企業からIndeedが選ばれる理由です。

私たちは更に多くの企業クライアントの採用をサポートできると思っています。

Slide 1-5-118

私たちのビジョンは、世界中の企業にとって、一番の採用パートナーになることです。

Slide 1-5-119

先程のMaggie同様、このビジョンを達成するために重要な3つの柱があります。

まず、中小企業から大企業まで、世界中の企業クライアントにいかによりリーチを拡大し、全ての職種において候補者を増やしていくか、についてお話しします。

Slide 1-5-120

Indeedは求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスであり、毎月何百万もの求職者と企業クライアントが利用しています。世界中で350万以上の企業クライアントが、Indeedのマーケットプレイスを利用しています。

Slide 1-5-121

ここで、私たちがこれまで採用に与えてきたインパクトについて、お話しします。

企業クライアントがIndeedを利用する主な理由の1つとして、他の求人サイトの3倍以上の採用を実現している事実があります。実際、Indeedを利用して採用に至った人数は、他の求人サイトによる採用人数を合計した数よりも多いのです。

Slide 1-5-122

私たちが企業クライアントの採用課題を解決してきた結果、Indeedは世界中の中小企業が採用を検討するにあたって、まず初めに選ぶ、業界を牽引するブランドとなりました。

採用企業のIndeed認知度は、世界中の求職者のIndeed認知度と同程度です。

Slide 1-5-123

私たちはGet Up and Go Kayakingのような小規模企業も支援しています。この企業は急速に拡大をしており、彼らの採用の95%以上をIndeedが支援しました。オーナーのJustinさんは、「Indeedが他の求人サイトと

比べ、より求人要件に合う候補者とマッチングしてくれたので、事業を急成長させることができた」と話しています。

Slide 1-5-124

私たちは大企業にも認知されており、フォーチュン500の企業の90%が採用にIndeedのプラットフォームを利用しています。

様々な規模の企業に広く浸透していることは、私たちのブランド力と企業クライアントからの信頼の証です。

優秀な候補者の採用を、より速く、簡単にし続けることで、Indeedは価値を高め続け、ウォレットシェアを拡大することができると思っています。

特に大企業では、採用や人材管理において、数多くのシステムを使用しています。

Slide 1-5-125

Indeedは、採用に関するエコシステムのインフラ提供企業として、ATSパートナーと連携し、大企業にとって必要不可欠なツールと接続し、人事情報システムへの投資を最適化できるよう支援しています。Indeedと企業クライアントのATS間のデータのやりとりがスムーズになれば、企業クライアントにとってより良いマッチングと採用を実現できると確信しています。これは、企業クライアント、ATSパートナー、そしてIndeedにとってWin-Win-Winの関係です。

Slide 1-5-126

次に、大企業における私たちのソリューションの活用事例をご紹介します。

北米の大手芝生管理会社のTruGreenは、多くの候補者を集めるため、毎日何百万人も求職者が集まるIndeedを利用しました。Indeed Applyを活用し、TruGreenのATSをIndeedに連携させることで、候補者による応募の取りやめを85%削減し、面接までにかかる時間を最大95%短縮しました。

TruGreen、Get Up and Go Kayakingの事例は、私たちが成長を支えてきたたくさんの企業のうちの2例にすぎません。私たちは今後更に多くの企業を支援できると考えています。

Slide 1-5-127

当社の戦略の次の柱はBest Matchingです。多様な求職者と企業クライアントのデータを活用した、AIによるレコメンデーション機能です。

Indeedが有する企業クライアントと求職者の数は、私たちの重要な競争力の源です。

Indeed上の企業クライアントと求職者のやりとりから集められたデータは、マッチングアルゴリズムの性能を高め、採用の成功率を上げ、競争力を強化していきます。ここでは、どのようにAIマッチングエンジンを強化するデータを収集し活用しているか、またそれがどのように企業クライアントに提供する価値に繋がるかをご説明します。

Indeedでは、2011年に初めて企業クライアントが求人をIndeedに直接投稿できるようにし、2015年には無料の求人広告掲載を導入しました。求人広告の掲載を通して、事業の成長と採用企業のエンゲージメントを促してきました。

ここで、テキサス州オースティンにある、小さな病院のリクルーターRobertaさんの事例から、Indeedへの求人広告掲載がどれだけ簡単であるかを見てみましょう。

Slide 1-5-128

Robertaさんは、看護師を探しています。たった数クリックで、求職者が求める職種に関する詳細情報を追加することができます。市場環境に基づいて、適正かつ競争力のある給与及び福利厚生を決定できるよう提案

します。たった数秒で、AIによって彼女の病院に相応しい候補者を惹きつける、最適化された求人票を作成、編集することができます。また、看護師資格といった応募必須条件を指定することができるため、資格を有する候補者だけを集めることができます。求人広告作成後に、マッチング精度を調整することができます。

有料求人広告にした場合、その求人にもマッチする経歴書を持つ、アクティブな候補者をIndeed上で見つけることができ、候補者とすぐに繋がることのできるよう招待を送ることができます。生成AIにより、招待メッセージを求職者個々に合うようカスタマイズすることができます。Robertaさんは、他の求人サイトでは数日かかるのに対し、Indeedではたった数時間で資格を持つ候補者と繋がることができました。

Slide 1-5-129

3.5億人のユニークビジターと合わせ、350万社以上の企業クライアントと3,000万件以上の求人情報をプラットフォームで有し、それらのマッチングに必要なデータを基にエコシステムが活性化され、求職者と企業クライアントの有意義な繋がりを構築しています。

Slide 1-5-130

求人にもマッチする求職者に興味を持ってもらい、より多くの応募を促すためには、求人の質を保つことが重要です。Indeedの求人の大半、特にHosted Jobsに対して重要な属性を追加してきました。例えば、Indeedでは過去5年間で、米国内のHosted Jobsにおける給与情報の掲載を2倍に増やしました。

Slide 1-5-131

では、ATSから投稿される求人であるIndexed Jobsはどうでしょうか？Chrisが先にお話ししたように、ATSから投稿され自動的に集められたIndexed JobsにおけるIndeed Applyの利用の増加は、当社のマーケットプレイスの変革においては非常に重要です。Indeed Applyにより、求人ごとの応募開始数の増加が期待できます。

Slide 1-5-132

より良いマッチングを実現するため必要なもう1つの要素として、企業クライアントがより自社に合った候補者に出会うための、スクリーニング質問があります。Indeedは、求人広告や応募フォームに、求職者に合わせた質問を組み込んでいます。看護師の場合、求職者が応募する前に看護師資格を持っているかどうかを確認します。スクリーニングの質問がある求人は、ない求人に比べ、平均して50%程度多くの人数が採用できる傾向にあります。

Slide 1-5-133

Maggieからもお話ししましたが、企業クライアントが900以上のスキルから、候補者を確実にスクリーニングすることができる、Indeedアセスメントも提供しています。数百万の企業がIndeedアセスメントを利用して良い結果を得ています。Indeedアセスメントを利用する求人は、利用しない求人よりも49%採用の可能性が高くなり、また、16%速く採用に成功しています。

Slide 1-5-134

最適なマッチングを実現するというのは、優れた候補者を数百万のアクティブな求職者の中から探し出し、最適な候補者に応募を促すための機能を企業に提供する、ということです。

Indeedは、企業が必要とするソーシングプロセスの自動化を可能にし、人数を必要とする仕事から専門職まで、すべての職種をサポートするために柔軟に対応しています。

Slide 1-5-135

Indeed Resume Searchは、企業クライアントに対し数百万ある検索可能なレジюмеから候補者を選定する、サブスクリプションモデルです。企業クライアントは求人要件を入力し、得られた検索結果から候補者にア

アプローチします。Maggieがお話した通り、Resume Searchを通じてアプローチがある求職者は、自発的に求人に応募する求職者と比べて、採用企業と繋がる確率が2倍以上になります。

Slide 1-5-136

企業クライアントの時間を節約するために、これまでとは別の機能として、Indeedは2021年に有料のHosted Jobsのみに使えるMatched Candidatesを導入しました。Matched Candidatesを利用すると、企業クライアントは検索の必要がなくなります。Indeedがクライアントに代わって、資格やレスポンス履歴を見て、一番最適な候補者を探してくれます。

企業クライアントは、募集する職種に合う候補者に、応募を勧めることができます。そして、応募を勧められた候補者は、自ら求人をみつけた場合と比べて、応募の確率が17倍高いことがわかっています。このMatched Candidates機能は、Hosted JobsとIndexed Jobs両方の有料求人広告において利用可能です。

Resume Search、Matched Candidateといったレコメンデーション機能は、各々非常に効果がありますが、これらの併用によってより良い効果を発揮すると考えています。

Slide 1-5-137

これら2つの機能を統合した新しいプロダクトであるSmart Sourcingでは、企業クライアントはスムーズな検索とレコメンド機能によって、総合的な人材パイプラインの構築が可能になります。

Slide 1-5-138

Smart Sourcingは、生成AIを有効に活用することで、企業クライアントが候補者を評価し、採用するまでの時間を大幅に短縮します。Candidate Highlightsは、AIが生成した候補者の概要が提供され、企業クライアントは候補者が求人ポストに適しているかどうかを簡単に判断することができます。適格と判断された候補者には、Smart Messageを使用して、AIが生成した最適なメッセージによって迅速に繋がるすることができます。

また、Smart SourcingはATS間の連携やチームコラボレーションといった大企業向けの機能も備えており、規模の大きい企業クライアントにとっても使いやすく魅力的なプロダクトとなっています。Smart Sourcingはベータ版を提供していますが、4月初旬に本格ローンチ予定です。ベータ版をご利用いただいているお客様からの評価は高く、優秀な候補者と速く繋がることのできる、と言ったお声をいただいています。

Slide 1-5-139

また、有料広告で利用可能な、Automated Sourcingという完全自動化オプションも提供しています。2019年にローンチされたAutomated Sourcingは、求職者のスキルや希望と、企業クライアントのニーズがマッチするようにアプローチすることで、採用活動にイノベーションをもたらしています。

ここで、高校を卒業し、アルバイトを始めようと考えている私の娘が受け取ったAutomated Sourcingによるメッセージをご紹介します。娘は数学が得意であることをIndeedのプロフィールにも記載しているので、このレコメンドされた数学のチューターのアルバイトはぴったりと言えます。

Automated Sourcingによるメッセージを受け取った求職者は、求人を検索しただけの求職者よりも2.5倍以上応募する可能性が高いという事例もあります。

Slide 1-5-140

Automated Sourcingには、Maggieがホームページ上でのレコメンドについてお話したものと同一マッチングエンジンが使用されています。企業や求職者からいただく素晴らしいデータによって、これらメッセージは一層個別最適化されていきます。

Slide 1-5-141

私たちは独自のツールやオープンソースツールを含め、高度なAIと機械学習を使用し、自動ソーシング体験を最適化しています。例えば、Automated Sourcingでは、メッセージを個別最適化するために、生成AIを使っています。

Auto-Sourcingのために開発された、初期段階の生成AIソリューションは、すでに20%以上の改善を達成しています。

Slide 1-5-142

最後の柱は、自動化とAIを活用することで、候補者のレスポンスを増やし、採用までの時間を短縮する、つまり、企業クライアントと求職者がより速く繋がることを実現します。

Slide 1-5-143

人材獲得競争においては、採用企業と求職者が繋がるスピードが重要です。応募から4時間以内に連絡を受けた候補者は、1週間後に連絡を受けた候補者よりも95%高い確率で採用に至っている、というデータがあります。

Slide 1-5-144

企業クライアントと求職者がIndeedで繋がるができるように、Indeedでは複数のコミュニケーション機能を追加し、AIを活用して企業クライアントと求職者双方のプロセスを早めています。

Slide 1-5-145

Indeedに搭載されたメッセージ機能を使うと、プラットフォーム上でとても速く繋がるすることができます。2019年にメッセージ機能をローンチして以来、企業クライアントと求職者の間で何十億ものメッセージがやりとりされています。多くの求職者は、Indeed上で企業クライアントからメッセージが届いた2時間以内に返信しており、また、昨年チャットベース機能を導入したことにより、更に速くなりました。

Slide 1-5-146

また、面接までの時間を短縮するため、数年前にIndeed上で行えるバーチャル面接機能を導入し、昨年1年間で800万件以上の面接が実施されました。結果的に、条件にあった候補者と繋がることができ、採用スピードが44%向上しました。

まだ初期段階にありますが、ここで、より早い接続を実現する2つの取り組みについてご紹介します。

Slide 1-5-147

1つ目は、応募から求職者と企業クライアントが直接繋がる、つまり面接までの時間の短縮の自動化です。例えば、企業クライアントは、スクリーニングの質問を満たした求職者全員に、カスタマイズされたメッセージを素早く送信することが自動化でき、最適な候補者とより速く繋がるすることができます。これらの自動化機能は有料求人広告でのみ利用可能です。自動化によって企業クライアントと求職者のコミュニケーションは、今年の1月時点で前年同期比20倍になりました。

Slide 1-5-148

もう1つ、初期段階ではありますが、より速く繋がり、双方のコミュニケーションが出来るように効率化されたiOS対応アプリを開発しています。アプリのプッシュ通知を受け取った企業クライアントは、20%速く返信する、という結果も得られています。昨年春に導入して以降、月間利用者数は最初の6カ月間で3倍になりました。今春にはSmart Sourcing機能を追加し、Android版もリリースする予定です。

Slide 1-5-149

この3本の柱が、世界中にいる企業クライアントを支援するための私たちの戦略です。

Slide 1-5-150

Maggieからもお話した通り、Indeedでは2030年までに1億人の仕事探しを手助けしたいと考えています。これは言い換えると、1億人の採用を実現することで、企業クライアントの成長も支援していきます。

今日ご紹介したソリューションは、全て企業クライアントと求職者のことを第一に考えられたものです。私たちは、採用をより簡単に、より速くするための取組みを行っています。

このプレゼンテーションのキーメッセージは、

Slide 1-5-151

私たちは全世界の全ての企業クライアントにとって、採用における一番のパートナーになることを目指しています。

私たちはこの目標を達成するために、以下を実践します。

AIと自動化を活用したソリューションを構築し、企業クライアントの採用課題を解決していきます。

アクティブな求職者と企業クライアントを繋ぐ市場において、企業クライアントと最適な候補者をマッチングさせます。

そして最後に、マッチングエンジンをより強固なものにするため、大量のデータを活用し、有意義な企業クライアントと求職者の繋がりを実現していきます。

次は、収益化についてChrisからお話します。

Slide 1-6-152

Chris: 繰り返しになりますが、私たちは戦略上2つの優先事項を設定しています。

Slide 1-6-153

第1に、より多くの採用を促すために、マーケットプレイスの価値を向上させること、第2に、マッチングを改善し、より多くの採用を促すために、マーケットプレイスを効果的に収益化することです。

Slide 1-6-154

私たちがよく聞かれる質問として、「なぜ値上げをしないのか」というものがあります。これは良い質問で、その答えは私たちのコア・バリューであるペイフォーパフォーマンスに帰結します。

Slide 1-6-155

Indeedの成功の鍵は、創業当初から築かれてきた、企業クライアント及び求職者との信頼関係にあります。私たちは、私たちが提供する価値に対して報酬を得ています。つまり、より多くの価値を提供することで売上収益を拡大してきました。これまで築いてきた企業クライアントとの関係を壊すことになるため、私たちは単に10%値上げする、ということではできません。

しかしながら、足元では、私たちが提供している価値よりも低い金額を企業クライアントに請求している領域が複数あります。これは、私たちが既に提供している価値をきちんと訴求することで、収益改善を見込める大きな機会があると考えています。

Slide 1-6-156

2011年に、IndeedはHosted Jobs及びIndeed Applyの提供と共に、検索エンジンからマーケットプレイスへの転換を始めました。

それ以来、私たちは12年間で年平均成長率45%という驚異的な進歩を遂げてきましたが、この転換は今も続いています。Indeed Applyの浸透率から見ても、まだまだ道半ばです。

Slide 1-6-157

この転換の先には、非常に大きな機会があると見込んでいます。

マーケットプレイスの市場規模は検索エンジンの市場規模よりもはるかに大きく、世界の人材マッチング市場は3,000億ドルを超えていますが、検索エンジンはこの市場のうち求人広告及び採用ツール市場に含まれ、市場規模は320億ドルと全体の10%未満です。

残りは、採用オートメーション、エグゼクティブサーチ市場、人材紹介市場、人材派遣市場であり、これらはすべて、求人広告及び採用ツール市場よりも大きな市場のポテンシャルがあります。

Slide 1-6-158

グローバル人材マッチング市場の市場規模は、求人広告及び採用ツール市場の10倍です。

検索エンジンから求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスへと転換する戦略を通して、より大きな機会への扉を開いていきます。

Slide 1-6-159

私たちには2つの側面から大きなチャンスがあると考えています。

まず、既存の企業クライアントからのテイクレートを上げることで、次に、新たな企業クライアントを獲得して顧客ベースを拡大することです。

Slide 1-6-160

私たちの売上収益を拡大する方法のひとつは、まずテイクレートを上げることです。テイクレートとは、採用者の初年度給与に占める採用単価の割合を示す指標です。仮に1年で10万ドル稼ぐ人を採用するのに1万ドルかかるとすれば、テイクレートは10%となります。

現在、Indeed上の採用における平均テイクレートは1%未満です。

Slide 1-6-161

1%というのは妥当な数字に思えるかもしれませんが、従来の採用プラットフォームにおける市場価格を見ると、人材紹介における紹介手数料が平均約20%、エグゼクティブ・サーチ会社の手数料は最高40%であることから、私たちはテイクレートを大幅に引き上げる余地があること、またそれでもなお相対的に低い採用単価である優位性を保持できるということがわかります。

Indeedのテイクレートを上げていく方法はいくつかあります。

Slide 1-6-162

Indeedのテイクレートを上げる最大の要素のひとつは、Indeed上での有料サービスのシェアを拡大し続けることです。Indeedでは、求職者を第一に考えることをコアバリューとしているため、求職者が興味を持つような求人情報は、有料求人広告がどうかに関わらず、すべて掲載したいと考えています。

Indeedの求人の大半は「オーガニック」、つまり無料求人広告です。求職者がIndeedで検索すると、無料求人広告と有料求人広告が混在して表示されます。Indeedの企業クライアントの数は年々増加しており、有料求人数も増えています。

同時に、マッチングAIが改善されたことで、有料求人広告からのマッチング比率を高めることができるようになりました。有料の求人広告を増やしていくことで、テイクレイトは上がっていくと考えています。

これは、求職者と企業クライアントとの価値観を一致させるために不可欠な点です。多くの広告プラットフォームにとって、広告はユーザーにとって邪魔なものであり、必要悪となっています。しかし、Indeedにおいて、求職者は仕事を得るために私たちの「広告」を求めています。更に重要なのは、有料求人広告は、無料求人広告よりも採用意欲が高いということです。

Slide 1-6-163

有料求人広告は、無料求人広告に比べて、採用に至る確率が平均して40%高くなっています。したがって、私たちは求職者を第一に考えながら、有料求人広告の比率を増やし続けることができます。

Slide 1-6-164

もう一つのテイクレイトを上げる重要な要素は、Indeed ApplyのATSとの連携拡大です。公開求人の大部分を大企業による求人が占めており、ほぼすべての大企業がATSを通して求人情報を掲載しています。

先ほども述べたように、Indeed Applyを通した求人広告に費やされる1件あたりの費用は、そうでないものの平均2倍となるものの、採用数は2.5倍となっています。つまり、大企業クライアントに関する効果的な収益化は、Indeed Applyの利用有無に大きく左右されるということです。現在、Indeedに掲載されている求人情報のうち、Indeed Applyを通したものは半分以下です。

2024年には、世界最大級のATS4社を含む新しいATSとの統合を予定しており、大企業の顧客基盤拡大の大きな機会になると考えています。

Slide 1-6-165

また、テイクレイトを上げる重要な要素として、高給求人広告の効果的な収益化があります。

人材業界では、給与が高いほど採用単価が上がりますが、それ以上に、テイクレイトも上昇します。これは業界ソースからのサンプルデータを見れば一目瞭然です。

接客業の場合、給与が3万ドル前後の求人の平均採用単価は約1,000ドルで、推定テイクレイトは3.5%です。給与が9万ドルの技術職・科学職の場合、テイクレイトは7%に上昇、給与が15万ドルの技術・科学系管理職の推定テイクレイトは26%です。

Slide 1-6-166

先ほどお伝えしたように、Indeedのテイクレイトの平均は1%未満です。

しかし、給与帯別に見てみると、Indeedでは業界の傾向とは逆のカーブを描いていることがわかります。給与が上がるにつれて、テイクレイトが下がっており、10万ドルの求人では、テイクレイトは5万ドルの求人の半分となっています。

Slide 1-6-167

ここが、私たちの提供価値よりもはるかに低い報酬金額しか請求できていない大きな領域のひとつです。提供価値に見合ったプライシングに切り替えることで、高い給与の求人により高い報酬を請求でき、直接的にテイクレイトを上げることができます。このギャップを埋めるまでも大きな機会があり、私たちは時間をかけてこれらの求人に対する提供価値を更に高めることができると考えています。

Slide 1-6-168

テイクレートを上げる最後の要素は、より多くの企業クライアントを検索からマーケットプレイスに移行させる戦略を継続することです。

Indeed ApplyとATSの連携を拡大し、更には先ほどRajが説明したようにSmart Sourcingも展開を開始します。長期的には、「より実際の採用に近い」収益化モデルへの革新を続けていきます。

Indeed FlexとIndeed Hireはまだテストの初期段階です。採用とシフト勤務の完了を提供することで、企業クライアントにより多くの価値を提供しています。これらのサービスの足元のテイクレートは5%~10%とかなり高く、また非常に大きな市場規模を有しています。Indeed Flexについては、後ほどRobから詳しくお話しします。

既存顧客のテイクレートを上げていくことにも注力していますが、もちろん顧客基盤の拡大にも力を入れています。

Slide 1-6-169

Rajがお話したように、私たちは世界中の市場で高い認知度、好感度、そしてシェアを有しています。しかし、顧客基盤の拡大機会はまだまだ多くあります。ハイレベルで注力する分野が3つあります。

まず、国際市場への継続的な投資です。現在売上収益の70%は米国が占めていますが、グローバル市場規模の70%は米国外です。また、日本もIndeedとリクルートにとって重要な市場です。日本での取り組みについては、この後、北村と山口から詳しくお話しします。

次に、私たちの中小企業向けビジネスは、セルフサーブでの求人ポストを基にした「Hosted Jobs」が主力です。新規利用開始手順を簡単に、最適化していくことで、中小企業の利用を大幅に促すことができます。

最後に、私たちには大企業クライアントとの取引拡大余地が大きくあります。Indeed ApplyとATSの統合への投資により、大企業クライアントとの新たな取引機会の開拓を続けます。

Slide 1-6-170

これら2つの側面から現在の収益構造を拡大していく余地は大きいと考えています。

有料のマッチング比率を増やし、大企業によるIndeed Applyの利用を増やし、高給求人向けの提供価値に見合ったプライシングを上げ、「より採用に近い」ソリューションを増やすことで、テイクレートを上げていきます。そして、もちろん新規顧客も増やしていきます。

この2つの戦略により売上収益全体を伸ばしていきます。

Slide 1-6-171

検索エンジンからマーケットプレイスへの転換は順調に進んでいます。しかし、Indeed Applyの導入がまだ半分以下であることから、私たちはまだこの進化の初期段階にあります。

Slide 1-6-172

この戦略を推進していくことで、求職者と企業クライアントに提供する価値を高め、約3,000億ドルの市場を更に掘り起こしていきます。

Slide 1-6-173

全体を振り返って、今日お話しした、Indeedにとって重要なことは以下の通りです。

1. 「求職者を第一に考えること」と「ペイフォーパフォーマンス」という基本理念が、採用におけるグローバルリーダーとしての地位を支えている

2. 継続的なAIの革新が、求人検索エンジンからマッチング及び採用マーケットプレイスへの転換を促進している
3. マーケットプレイスの効果的な収益化と、より大規模な人材マッチング市場に対応するために、私たちはテイクレートと顧客基盤を拡大する手段を有している

前途多難であることは間違いありませんが、雇用を増やし、売上収益を成長させる機会が私たちの原動力となっています。

Slide 1-6-174

2010年にIndeedに入社した当時、従業員数は130名、そのうちAustinのオフィスには45名が配属されていましたが、2週間後には新しいオフィスに移動することになりました。他のスタートアップ企業同様に、コーヒーとベーグル、紙の書類を持って土曜の朝に打ち合わせをしていました。

Slide 1-6-175

机を組み立て、電源と配線を設置し、キッチンを設置することが楽しく、私はIndeed入社時点で既にスタートアップ企業で15年間キャリアを積んでいました。

そんな中で、Indeedは130名の従業員を有し、私がこれまで務めた会社の中で最も大きい企業でした。

Slide 1-6-176

私はミッションとそこで働く人々に刺激を受けていましたが、正直なところ、すべての楽しみを逃してしまったのではないかと少し心配していました。

しかし、今振り返ってみると、当時はまだ始まったばかりでした。

Slide 1-6-177

今日、私たちの目の前にあるすべてのチャンスを思うと、私たちはまだ始まったばかりだと絶対的な確信を持って言うことができます。

ご清聴ありがとうございました。

Slide 1-7-178

北村: リクルートホールディングス常務執行役員、マッチング&ソリューション事業担当の北村です。

私は約27年前に株式会社リクルートに入社して以来、主に日本国内の事業に携わってきました。私からは、3つのSBU横断で推進しているSimplify Hiringの日本における進捗についてお伝えします。

Slide 1-7-179

まず、日本の人材マッチング市場の現状についてお話しします。グローバル人材マッチング市場の規模は約3,270億ドルと、とても大きく、その中で日本は、米国に次ぐ世界第2位の規模があります。

Slide 1-7-180

出木場から、グローバル共通の課題として、仕事探しはまだ難しく、採用プロセスは非効率である、というお話をしましたが、日本も同様の課題に直面しています。

日本の人材マッチング市場は、独自の特徴も多く、この特徴を理解した上でSimplify Hiringを推進することが重要です。

Slide 1-7-181

まず、深刻な人手不足です。

Slide 1-7-182

少子高齢化が進む中、この20年間生産年齢人口自体が減少し続けています。2040年には労働需要に対して、供給が約1,100万人不足するという状況が予測されています。

求職者に対しては、仕事探しをより速く、より簡単にするサポートをし、採用企業に対しては採用そのものを圧倒的に効率化するなど、日本におけるSimplify Hiringの推進は非常に重要な戦略であると確信しています。

Slide 1-7-183

次に、低い転職経験率です。

Slide 1-7-184

近年、終身雇用制度など日本の特徴的な雇用制度の変革が進んでいますが、Indeed Japanの意識調査によると、日本は他の国に比べて転職経験率が低く、調査対象者のうち、米国や英国では90%を超えるのに対し、日本では60%以下にとどまります。

これまで転職経験がなく、転職ノウハウをあまり持っていない求職者が、数多くある仕事の中から自分にあった仕事を見つけ出すことは簡単ではありません。経験者であっても、転職活動は労力も時間も要します。

「転職を希望している」ものの、実際翌年に実行した人の割合が1割強に留まっていることや、転職活動をしたものの実行しなかった理由として、時間がないという理由を3人に1人が挙げていたり、希望の仕事に出会っていないということが理由の上位に挙げられていることから、我々は、求職者が自身に合う仕事を見つけるまでのプロセスをより速く、より簡単にすることの重要性を認識しています。

Slide 1-7-185

そして、日本の人材マッチング市場の細分化です。

Slide 1-7-186

私たちを含め、多くの人材マッチングサービス企業が正社員、アルバイト、派遣といった雇用形態別、新卒、転職といったタイミング別、また一部では東京、大阪といった地域別に細かくジョブボードを区分して、求職者それぞれのニーズに合わせて、区分の中でマッチングを支援するサービスを開発してきました。

その結果、日本には人材紹介事業が約28,000事業所、人材派遣事業が約44,400事業所、そして、ジョブボードも数多く存在しています。

細分化された人材マッチング市場では、求職者は自身の希望する働き方に基づいて条件が絞られたジョブボードで求人を検索することになります。

そのため、求職者は自身に合う求人を探しやすいというメリットがあり、採用企業は求めるターゲット層を絞って求人広告を出稿できるというメリットがあります。

一方で、求職者自身の潜在的な可能性や、よりマッチ度の高い求人に気づく機会が限定的になりがちです。

採用企業は、複数の選択肢の中からジョブボードを選定したり予算を設定したりするため、リーチ可能な人材が自然と狭まってしまったり、それぞれ個別のフォーマットで求人票を作成したりと、採用業務が非効率になりがちという状況にあります。

当社は、従来の細分化された人材マッチングサービスのメリットを維持しながら、働き方の変化やスキルベースでのマッチングが徐々に進む中で、当社独自のデータやテクノロジーを活用して、多様な求職者と多様な仕事がより効率的に出会えるための進化を模索しています。

Slide 1-7-187

リクルートグループは、創業以来60年以上にわたって日本国内の人材マッチング事業に携わってきました。大学生向けの求人広告雑誌から始まり、社会や業界の変化を先取り、自らをディスラプトしながら、新しい事業モデルを生み出すことを繰り返して、紙メディアからオンラインメディア、そしてマッチングプラットフォームに進化してきました。

Indeedも日本での事業開始以来、求職者と採用企業それぞれのプロセスがシンプルになる付加価値を提供してきました。

Slide 1-7-188

今後は日本でのSimplify Hiringを、3つのSBU横断で更に推進していきたいと考えています。

その一環として、2024年1月末から、HRテクノロジー事業のテクノロジーとマッチング&ソリューション事業のデータやノウハウを組み合わせ、多様な求職者と多様な仕事の効率的なマッチングを実現する求人配信プラットフォーム、Indeed PLUSの全国展開をIndeedが開始し、人材領域で運営するジョブボードはIndeed PLUS 利用ジョブボードとなりました。

Slide 1-7-189

これまで人材領域では、リクナビNEXT、タウンワーク等の複数の有料掲載ジョブボードを、広告掲載課金、すなわち「Pay Per Post」モデルにて展開してきました。

これらのジョブボードは今後、Indeed PLUS 利用ジョブボードとしてクリック数に応じて課金される「Pay Per Click」モデルが適用されるため、Pay Per Postでの利用時に比べると、企業クライアントの費用対効果の透明性が高まることとなります。

ビジネスモデルと課金モデルの進化によって、マッチング&ソリューション事業の人材領域は、HRテクノロジー化を迅速に推進できると考えています。

Slide 1-7-190

なお、人材領域の2023年12月末までの直近12か月の売上収益は約3,100億円で、転職、アルバイト・パート採用領域のジョブボードの売上収益のみでも、約1,150億円の規模があります。

Indeedの同期間の日本国内での売上収益は、約680億円でした。

Indeed PLUSが採用プロセスを簡単にするという付加価値を提供することによって、今後、新たな企業クライアントを獲得し、また既存企業クライアントの平均売上収益が増加することで、結果としてHRテクノロジー事業の日本における売上収益は、更に増大すると見込んでいます。

ここからは、Indeed PLUSがどのように日本における採用プロセスを簡単にしていくのか、マッチング&ソリューション事業人材領域のプロダクト担当である山口からご紹介します。

Slide 1-7-191

山口: 人材領域 プロダクト担当の山口です。2018年から日本の人材領域でプロダクトの戦略策定に携わっています。

Slide 1-7-192

Indeed PLUSは、Indeedがマッチング&ソリューション事業の人材領域と密に連携しながら、複数年にわたって開発した、求人配信プラットフォームです。

Slide 1-7-193

企業クライアントがIndeed PLUSと連携する採用管理システム、いわゆるATSを通じて求人をポストすると、その内容等に基づいて、Indeed PLUS 利用ジョブボードの中から最適と判断されるジョブボードに、求人が自動で配信されます。この機能により、求職者はより多くの求人の中から仕事を選択することが可能になります。

また、人手不足が深刻な日本の労働市場では、より多くの求職者を集めることが非常に重要です。企業クライアントはIndeed PLUSを利用することで、より多くの候補者の中から求める人材を、より速く、効率的に採用することが可能になると期待しています。

北村が説明したように、人材領域のジョブボードの大半は既にIndeed PLUS 利用ジョブボードとなっています。今後は、リクルートグループ以外のジョブボードも、このネットワークに参画することで、ジョブボードを利用する求職者により多くの仕事の選択肢を提供することができるようになるため、Indeed PLUS 利用ジョブボードは今後も増加していくと考えています。

ATSに関しては、当社が運営するAirワーク 採用管理とジョブオブが、Indeed PLUS連携ATSとなっており、現時点で26社のATSがIndeed PLUSとの連携を予定しています。

ATS提供企業にとっては、Indeed PLUSとの連携によって、求人を掲載するジョブボードが増え、ひいては求職者へのリーチの拡大が期待でき、また別途費用も発生しないため、Indeed PLUSと連携するATSは今後も増加していくことを想定しています。

ここからは、Indeed PLUSの特徴を、データの標準化、リーチ、そしてマッチングという3つの観点からお話しします。

Slide 1-7-194

まずデータの標準化です。

Slide 1-7-195

従来の求人広告は各ジョブボードのフォーマットに沿って作成されるため、求職者が募集要項等のフォーマットが異なる、複数の求人と比較するには時間がかかり、骨の折れる作業でした。

同様に、企業クライアントは、各ジョブボードの異なったフォーマットで求職者の応募者情報を審査する必要があり、非効率な採用プロセスとなっていました。Indeed PLUS連携ATSによって作成される求人は、フォーマットが標準化されることにより、比較しやすくなり、求職者は自分に合う仕事をより簡単に探すことができるようになります。

Slide 1-7-196

また、人材領域のジョブボードでは、サービス横断のフォーマットに手軽に職務経歴書を作成できるサービスである『レジュメ』を導入しています。『レジュメ』によって求職者の情報が、AIがより理解しやすいカタチに標準化されることで、経験やスキルベースの採用が促進され、企業クライアントは最適な人材を、的確目つぶスピーディに採用することが可能になります。

Slide 1-7-197

2つ目は、リーチです。

Slide 1-7-198

Indeedの調査によると、日本の求職者の90%以上が、もっと自分に合った求人情報があるのではないかと感じています。また、過半数以上の採用企業は、複数の求人サイトを利用しないと応募者数が足りない、と感じています。

Slide 1-7-199

Indeed PLUS 利用ジョブボードの場合、求職者はより多くの選択肢の中から効果的に自分にあった仕事を見つけることが可能になり、また、企業クライアントはIndeed PLUS連携ATSから求人をポストすることで、最大で国内主要求人サイト利用者の、約7割にリーチすることが可能となり、より求人に応じた求職者からの応募を期待できます。

Slide 1-7-200

3つ目は、マッチングです。

Slide 1-7-201

Indeed PLUSのアルゴリズムは、Indeed PLUSが提供する求人の配信や、ジョブボード上での検索やレコメンド、更には企業クライアントの広告予算配分等、Indeed PLUSを介して蓄積されるあらゆるデータを基に、機械学習を用いて継続的に最適化されていきます。

機械学習やAIによって常に進化し続ける当社グループのマッチングエンジンで、企業クライアントと求職者のマッチングをより速く、より簡単にしていきます。

ここで、求職者と企業クライアント双方の観点から、Indeed PLUSの具体的な活用事例についてご説明します。

Slide 1-7-202

まず、求職者側の活用事例をご紹介します。昨年10月以降、Indeed PLUSの導入に向けた試験運用を一部のエリアで実施してきました。

リクナビNEXTのケースでは、試験運用エリアでは、Indeed PLUS展開後に閲覧できる求人数が増えていき、試験運用エリア以外と比較して、求人数の伸び率が約2倍となりました。

この実績からも、Indeed PLUSにより求職者がリーチできる求人数が増えていく兆しが見えています。求職者から見ると、これまでと仕事探しの方法や習慣を変えずに、実はこれまでよりも多くの求人の中から仕事を選択することが可能な状態になっていることとなります。

Slide 1-7-203

また、Indeed PLUSには、求職者のレジュメや検索の情報を基に、メール等でおすすめの求人情報を届けるレコメンド機能や、企業クライアントから求職者にスカウトメールを送れる「アプローチ機能」があります。

この機能により、求職者は、今まで考えたこともなかった仕事も含めて、より速く自分に合った仕事に出会えるようになると考えています。

次に、企業クライアントによる活用事例をご紹介します。

Slide 1-7-204

とある工務店様では、人手不足が深刻な建設業界であることもあり、以前はリクナビNEXTに求人広告を掲載しても4週間で応募が6名、採用人数が0名と、希望する人材になかなか出会えず、採用まで時間がかかっていました。

しかし、1月にIndeed PLUSの利用に切り替えたところ、応募が4週間で106名まで増加し、かつ既に2名の採用に成功されています。

また、複数のやりとりが発生することで、これまで求人広告の掲載先や掲載プランの決定まで2日かかっていたものが、Indeed PLUSで自動化され数分まで短縮できたという事例も出てきています。

このように、Indeed PLUSによって、採用プロセスがより速く、簡単になると同時に、採用に繋がるような希望する人材からの応募が増える等、マッチング精度が向上しているというお声を続々と頂いております。

Indeed PLUSが、今後当社以外のジョブボードやATSとも連携を増やしていくことで、求職者はより速く、自身に合う仕事を選択できるようになり、採用企業は煩雑な採用プロセスが効率化されるなど、日本でのSimplify Hiringが推進されると考えています。

そのため、マッチング&ソリューション事業の人材領域でも、日本でのSimplify Hiring推進に向け、Indeed Japanと連携し、Indeed PLUSの普及に注力していきます。

北村: 人材マッチング事業のグローバルリーダーとして、Simplify Hiringを迅速に進めていくことは、当社の重要戦略の一つです。

日本においては本日お話したように、独自のデータと、機械学習やAI、Indeedとの連携によってマッチング&ソリューション事業の人材領域をHRテクノロジーに進化させていきます。

日本での労働市場を取り巻く環境が大きく変化するなかで、求職者が自分に合った仕事を得たり、採用企業が自社の希望する人材を採用するためには、今ある採用の仕組みに留まることなく、日本国内で多様なサービスを展開している私たちだからこそできる、求職者と仕事のより効率的なマッチングを推進してまいります。

次は、人材派遣事業についてRobよりご紹介させていただきます。

ご清聴ありがとうございました。

Slide 1-8-207

Rob: こんにちは、リクルートホールディングス、人材派遣事業担当のRob Zandbergenです。私は20年以上にわたって人材派遣事業に携わってきました。2018年より、RGF StaffingのCEOを務めています。

今日は、私たち人材派遣事業によるSimplify Hiring戦略の取組みについてお話しします。

Slide 1-8-208

私たちのミッションは、採用を簡単にすることであり、ミッションの実現にむけて日々取り組んでいます。人材派遣市場は複雑で、企業と派遣社員、双方にとって効率性からは程遠いものです。

私たちは、事業を展開する世界中の各地域で、現地に根差した人材派遣会社ブランドを通して毎日何十万人もの派遣社員と何千もの企業クライアントの採用業務のサポートに、日々取り組んでいます。

企業クライアントの採用プロセスをより簡単にする手助けをすることで、当事業を展開する全ての地域における労働社会の活性化に貢献しています。

Slide 1-8-209

私たちの仕事は、人材派遣です。

2022年のどの一週間を取っても、平均27万5,000人の派遣スタッフが、様々な職種や業種の企業クライアントのもとで派遣業務に従事していました。

当社人材派遣事業では、合計20,000人近くの従業員を有しています。現在、アジア、オーストラリア、ヨーロッパ、アメリカの4つの地域における11カ国で事業を展開しており、2022年度の売上収益は年間約1.6兆円となりました。

調整後EBITDAは1,000億円を超える水準となりました。

また、私たちは、私たち自身の生産性を改善することにも注力し続けています。

生産性は、売上総利益に対する調整後EBITDAの比率で算出されるコンバージョンレートにて評価しています。2022年度の当社派遣事業のコンバージョンレートは36%で、人材派遣業界では最高レベルとなりました。

Slide 1-8-210

こちらはグローバル最大手の人材派遣会社のランキングです。一番左のチャートは、売上収益のランキングで、当社人材派遣事業の売上収益は、世界第4位で、2位と3位の企業の平均売上収益の約半分でした。EBITDAを見ると、また違う景色が見えてきます。

当社人材派遣事業の調整後EBITDAは2位に迫る勢いです。これは、私たちの継続的な改善と、優れた業務運営に注力し生産性を高めてきた結果を表しています。

中央のチャートからも私たちの生産性の高さを確認いただけます。2022年の当社人材派遣事業のコンバージョンレートは36%と、同業他社平均の2倍以上となりました。

コンバージョンレートは人材派遣事業における重要な業績指標であり、私たちはこの指標を継続的にモニタリングし、改善に努めています。

継続的な改善と優れた事業運営を追求した結果、当社の営業コスト水準の競争力は非常に高まりました。

Slide 1-8-211

同業他社と比較しても、当社人材派遣事業のコスト比率は最も競争力があります。2022年度の売上収益に占める販売管理費の割合は約11%と、同業他社が約14~19%のなか、かなり低い水準となりました。

私たちは長期にわたって、継続的に調整後EBITDAを成長させてきました。

Slide 1-8-212

当初はグローバルでの事業展開を進めるにあたり企業買収も実施していましたが、2016年のUSG People買収以降は、オーガニックな成長と生産性の向上により調整後EBITDAを成長させてきました。

過去5年間は、企業買収を行わずに、調整後EBITDAは約40%増加しています。

Slide 1-8-213

現在も、将来に向けて、生産性と効率性の改善を続けています。

これまで、私たちはこれを人材派遣事業単独で行ってきました。しかし、今後は、次のステップとして、独自のマッチングエンジンを含め、リクルートグループで培われたテクノロジーを活用していきます。

私たちは今、リクルートグループ全体の優れた能力と技術を活用できる、ユニークな環境に身を置いています。データを活用し、段階的なイノベーションを通じて、end-to-endのプロセスを更に自動化していきます。これにより、私たちの競争力の向上を実現し、企業クライアントと派遣スタッフにとって、唯一無二の優れた体験を提供できると考えています。

私たちは人材派遣事業市場においてNo.1になるべく、最も革新的なプラットフォームとなることを目指しています。

Slide 1-8-214

人材派遣市場には、成長ポテンシャルが多くあります。

人材派遣市場は人材マッチング市場の市場規模 (TAM) のうち最大の約40%を占めており、売上総利益で1,280億米ドルの規模があります。当社人材派遣事業が展開している国は、人材派遣市場全体の約4分の3を占め、市場規模は約1,000億米ドルに上ります。

この市場は依然非常に細分化されており、業界における最大手の市場シェアは数パーセントです。生産性が低く、テクノロジーを活用できていないプレーヤーが多数存在しています。

当社人材派遣事業は、他社が真似できないテクノロジーの活用等を積極的に導入することで、現在のマーケットシェアを伸ばせると考えています。

足元においても、派遣労働者の割合は限定的で、全労働人口の2.5%程度です。自動化とテクノロジーの活用により、人材派遣市場は更に効率的で魅力的なものになるはずで、これにより、人材派遣事業の市場規模は長期的には拡大していくものと考えています。

Slide 1-8-215

現在の人材派遣の事業プロセスは、依然非効率で複雑です。労働集約的で人が介在するマニュアル作業が多く、複雑なプロセスが多く存在します。

Slide 1-8-216

ビジネスのコアとなる、人材派遣オペレーションにおいて、データとAIを効果的に活用することで、プロセスの更なる改善余地が多くあります。現在の私たちの優れた生産性は、組織化された伝統的な事業運営の上に成り立っています。

しかし、プロセスのあらゆる段階で多くの手作業が必要とされている現状を鑑みると、自動化とデジタル化への道のりはまだ長いと考えています。私たちは、テクノロジーを活用することで、各地域の事業会社において、求人から採用までのプロセスを速めることに注力しています。

例えば マッチングのスピードと精度の向上、労働者の定着率の向上、マニュアルプロセスの自動化等です。

基本的には、私たちは人の介在を減らし、自動化又はAIがサポートするプロセスに徐々に移行しています。

Slide 1-8-217

私たちは、HRテクノロジー事業及びマッチング&ソリューション事業を有するリクルートグループの一員として、人材派遣業界においてテクノロジーを活用する先駆者となり、より効率的且つ柔軟な労働市場の更なる発展に貢献できると信じています。

リクルートグループには、革新的な企業が数多くあるため、そこから得られる多くの知見を活用して、派遣労働者と企業を繋ぐことができます。

これにより、私たちはグループ全体でデジタル及びデータ分析に基づいたソリューションを活用し、マーケット規模の拡大機会があると考えています。

Slide 1-8-218

多くの努力とイノベーションを組み合わせることで、人材派遣事業におけるプロセス全体のスピードを上げ、マッチング精度を向上させています。

まず、Chrisが先ほどお話ししたIndeed Flexがあります。Indeed Flexは2019年から米国で展開しており、Indeedと人材派遣事業が共同で開発したプロダクトで、デジタルマーケットプレイスとして人材派遣サービスを提供しています。

次に、マッチングテクノロジーの活用も始めています。マッチングテクノロジーとマッチングノウハウを活用して、より良いマッチングを、より速く実現すべく、各地域で段階的に取組みを進めています。

加えて、人材派遣事業とHRテクノロジー事業は、ワークフローの自動化を進めるための連携も始めています。

このように、私たちはいくつかの試みを同時に行っています。ここで、MillyさんがIndeed Flexのおかげで仕事探しが簡単になったことを紹介する短い動画をご覧ください。

<ビデオ再生>

Milly: 次の仕事を始めるまでに期間が空いた時期に、友人に勧められてIndeed Flexを利用してみました。Indeed Flexを通していくつか仕事をしてきましたが、とても気に入りました。

まず、アプリがとても使いやすいです。誰かに使い方を説明してもらえなくてもすぐに理解してもらえます。Indeed Flexは非常に革新的で、数か月毎にアップデートされ、どんどん使いやすくなっています。例えば、最近は給与の受け取り設定がより柔軟になって、シフトを終えた直後に給与の一部が受け取れる設定ができるようになりました。

私は数年前に独立して、旅行サイトを立ち上げました。季節性のあるビジネスで、12月が繁忙期、2月は閑散期になるので、閑散期にIndeed Flexを利用してシフトを組んで収入を補っています。

Indeed Flexで1番気に入っていることは、シフトに入った職場のチームの一員でなくても、初めて会うオーナーであっても、過去に会ったことのある他のIndeed Flex利用者や、実際に知り合いになった人たちと会うことができることです。シフトに入って孤独を感じることはなく、Indeed Flexのそういうところがとても気に入っています。

<ビデオ終了>

Rob: Millyさんが、収入の少ない閑散期にIndeed Flexを利用することで、収入を増やし、結果として彼女の事業の支えとなったということがお分かりになったのではないのでしょうか。私は彼女のストーリーを本当に気に入っています。彼女のケースは、私たちのマーケットプレイスモデルが仕事探しを簡単にして、機会の提供に役立った多くの例のうちの1つにすぎません。

私たちは、この他にもマッチングテクノロジーを活用して、プロセスを自動化し、ワークフローを改善する様々な取組みを進めています。

Slide 1-8-221

日本にある当社人材派遣事業の子会社のうちの1社では、リクルートのAIを基盤としたマッチングエンジンの導入に向けたテストを行っています。人材派遣業界で25年のキャリアを持つ私としては、これをとてもエキサイティングで革新的な一歩と捉えています。初期段階のテストでは、既に今後を期待できる良い結果が出ています。

初期テストの結果を見てみると、AIを基盤としたマッチングエンジンの導入後、応募数は90%増加しています。私たちの子会社が既に競合他社よりもはるかに生産性が高いことを考えれば、この結果は確かに有望であると言えるでしょう。

私からは以上となりますが、最後に本日お話しした重要なポイントを再度挙げさせていただきます。

Slide 1-8-222

私たちの成長は、オペレーションの改善と生産性向上へのコミットが原動力となっています。

規模が大きく、非常に細分化された人材派遣市場は、全労働人口のごく一部しかカバーしていないことから、私たちには、テクノロジー主導の企業として、市場を成長させ変革を起こしていくポテンシャルが大いにあります。

私たちは、テクノロジーの活用とリクルートグループ全体との連携を通じて、人材派遣事業の進化を実現可能なユニークなポジションにあります。初期段階ではあるものの、現在テストしている初めてのリクルートグループ横断プロジェクトは期待値が高く、将来の成長の鍵として、生産性と人材派遣事業の効率を更に向上させることができると考えています。

ここからは、本日のまとめを出木場からお話しします。

出木場: 本日はお時間をいただきありがとうございました。HRマッチング市場における長期的なビジネスの機会、そしてリクルートが求職者と企業を支援するために、グループ全体でデータとテクノロジーをどのように活用しているのか、ご理解につながれば幸いです。

仕事とは誰にとっても重要なものです。私たちのゴールは、人々が、ただ単に仕事を見つけるだけでなく、情熱を傾け、自分らしく生きていけるための仕事に就けるようにサポートすることです。

私たちは、今後5年から10年で、テクノロジー、特にAIの進化によって、人々の仕事探しは全く今と違うものになっていると確信しています。

今後も世界の人材マッチング市場の進化は、我々にしか実現できない、という強い責任感を持って事業を運営していきたいと思っています。

<Q&A Session>

Matt: 本日はご参加頂きありがとうございます。ここからSimplify Hiring戦略のQ&Aパートを開始します。本日はステージにいる出木場(Deko)、Maggie、Chris、Raj、Rob、そして司会の私で進めさせていただきます。

本日は私たちの戦略的ビジョンとプロダクトの進化について、多くのことをお聞き頂いたかと思えます。それらの内容について、質問していきます。

画面のボックスに質問を記入し、氏名と会社名も書き添えて送信してください。また注意事項として、私たちは5月に決算開示を予定しています。そのためガイダンスや業績に関する質問は、本日はお控え頂きますようお願いいたします。

それではさっそく始めていきたいと思えます。事前の予想通り、AIに関する質問を数多く頂いています。そこでまずはDekoに質問です。リクルートグループの全事業において、AIを用いたSimplify Hiringの実現に向けた最大の事業機会は何だと考えていますか？

Deko: 最大の事業機会についてですね。少し前の話になるのですが、私は20年前に旅行予約サイトを作っていました。その当時、市場の大半はオフラインの旅行代理店が占めており、そして皆さんご存じの通り、当時は高速インターネット回線やスマートフォン、そして優れたマッチングアルゴリズム等はありませんでした。

現在では旅行予約業界の大半は、オンライン予約が占めています。一方で人材マッチングビジネスの大部分は人を介するオフラインの人材斡旋経由です。私の旅行予約サイトを作った時の経験を踏まえて、人材マッチングビジネスや業界について考えると、その理由は、人材マッチングは旅行予約に比べて、単純に、難しく複雑な事業だからだと考えられます。

つまり、人材マッチングはより1対1のマッチングに近く、求職者、企業クライアント、仕事の内容、すべてが大きく異なるため、AIを活用する等して、実態に即すようにカスタマイズをする必要性があります。多くのテストを実施する中で、毎週のように素晴らしい結果が出ています。

例えば、私たちは何千人ものリクルーターを抱える人材紹介サービスを日本で運営していますが、現在彼らはマッチングアルゴリズムを使って、求職者に求人をレコメンデーションしています。実際の採用決定数の増加や、求職者の満足度向上、といった非常にポジティブな結果が出ています。

AIは何千もの求人の中から1つの求人を推薦するのに優れており、リクルーターは何故この仕事を推薦するのかの説明に優れているという違いを活用した、当社がこの人材マッチング市場のイノベーションを推進していくのにユニークな立場にいることを示すとてもよい事例です。

きっと10年後には、人々の求職活動の形は今とはまったく違うものになっていることでしょう。つまり、それこそが数十年に一度のビジネス機会だと考えています。

Matt: ありがとうございます。また機会に関する質問だけではなく、AIに関連するリスクについても多くの質問を受けています。そこでChrisに、CLSA証券の加藤さんからの質問です。AIは脅威となる前に、いつまで味方でいてくれるのでしょうか？またSimplify Hiringのビジネスモデルにとっての最大のリスクは何でしょうか？

Chris: Dekoが言及したように、かなり多くのAIに関する脅威が存在しており、どのようなポイントを加藤さんが気にしてくれているかわかりませんが、2つ回答をしたいと思います。

まず私たちのビジネスモデルにとって、どのような新しいディスラプターが出てくるか。どれだけ優れたビジネスモデルだったとしても、常日頃から、私たちと同じように懸命に働いている人々がいることを認識しなければなりません。

次に、更に重要なのは、AIが採用の世界にどんな影響を与えるのか？ということです。私たちが人々の就職を支援するビジネスである一方、もしAIが多くの雇用を破壊することになるとしたら、それは何を意味するのでしょうか？

まず新しいディスラプターの可能性という観点から見ると、本日のプレゼンテーションの中で、Indeedがとてもユニークなデータセットを持っていることを説明しました。

世界60カ国の労働市場全体を網羅しているため、求職者の意図、希望条件、行動、そして企業クライアントと求職者を結ぶあらゆる膨大且つ深い情報を私たちは有しています。

AIはデータの量と深さに支えられています。もちろん私たちは世界中で起こっている他の事象にも多大な注意を払っていますが、私たちはこのデータを使って素晴らしいイノベーションを推進するユニークな立場にあると考えています。

本当に興味深い問題は、AIが世界に何をもたらすのかということだだと思います。18世紀のイギリスに遡ると、ラダイトと呼ばれる人々が機織りの仕事がなくなってしまうことを懸念し、織機を破壊しました。

この100年間、新しい技術やイノベーションが起こるたびに、私たちは同じような疑問を投げかけてきました。今日の状況を見ると、雇用が創出される前の歴史上のどの時代と比べても、労働時間は短く、そしてより安全な環境の中で、より良い生活を享受することができています。

テクノロジーは人類に偉大なことをもたらしました。しかし、そのような技術の導入や新しいタイプの技術的ディスラプションの度に、職を失う人々が現れ、場合によっては多くの人々が職を失ってきました。かつてはこの流れが何世代にも渡って続いてきましたが、インターネットやAIの登場によって、このようなディスラプションのサイクルはますます速くなってきています。1人の人間として、またリクルートとして考えるべき自分達の責任は何なのか。

そこで2つのユニークな事象に焦点をあてました。まず、私たちはIndeed Hiring Labを通して、素晴らしいデータを持っていることです。私たちのIndeed Hiring Labのエコノミストチームは、AIが労働力に与える潜在的な影響に関する調査を常に発表していますが、同時に、新しいスキルや仕事が登場し、他の仕事が消えていく様子も観察しています。

そのため、私たちはこのようなディスラプションがいつ起こるのかを、可能な限り早く特定したいと考えています。また、人々が新しい機会を可能な限り早く見つける手助けをしたいと考えています。

そして私たちは2030年に向けて膨大な労力を費やし、いくつかの大きなESGに関する目標を掲げています。その中でも最も重要なものは、人々が仕事に就くまでにかかる時間を50%削減することです。

なぜならば、人々が仕事を失ってから、可能な限り早く新しい仕事を見つけることができれば、その方が社会にとって有益だからです。そうすることで、これらの課題を軽減することができます。そしてIndeedとリクルートのユニークな点は、ESG活動が事業の中核に根差している事です。

そのため、もし人々が仕事を見つけるのにかかる時間を50%削減することができれば、それは社会の役に立つだけでなく、従業員を採用しようとするすべての企業クライアントの役に立ち、ひいては私たちのビジネスの成長と成功に繋がるでしょう。

Matt: 2人が、私たちのSimplify Hiring戦略を加速させるAIの能力に非常に期待していることが伝わってきました。

では次の質問に移りましょう。次の質問はGoldman Sachs証券の宗像さんから、Maggieに対してです。

「私の個人的な見解ですが、Indeedが更なる市場シェアを得るためには、ホワイトカラーやエグゼクティブといった求職者を獲得していくことが重要だと考えています。この意見に賛成でしょうか？もし賛成の場合、このような層にサービスを提供するために必要な機能やサービスは何だと思えますか？」

Maggie: そうですね、まず言えることは、間違いなく既にそのような求職者が私たちのプラットフォームを利用しているということです。Chirsが言及したように、幅広い業界やタイプの求職者が利用しています。

宗像さんは私がお見せしたスライドを覚えていらっしゃるかもしれませんが、応募開始が多い分野として、オペレーションやマネジメント、財務、会計、テクノロジー、ヘルスケアが含まれていました。

そのため、ナレッジワーカー(知識労働者)が既存の戦略にとって重要であることは間違いありません。ナレッジワーカーは私たちの既存顧客の大部分を占めていますし、将来の成長にとっても不可欠な存在です。そこでナレッジワーカーにとって重要な具体的な取組みをご紹介します。

仕事に関する情報収集の際に、ナレッジワーカーは、企業文化はどうなっているのか？スーツを着て仕事をしなければならないのか？給料はいくらか？柔軟性はあるか？リモートワークは可能か？といったことを知りたがりです。

ナレッジワーカーのプロフィールを理解する取組みは非常に重要です。彼らのキャリアをどのようにナビゲートするのかを考える際に、彼らのスキルや希望条件を理解し、転用可能なスキルがどの程度あるのかを理解し、彼らが何に関心を持ち、何を解決しようとしているのかを理解する必要があります。

また、ナレッジワーカーは離職率が低いことを認識する必要があります。私たちはGlassdoorとパートナーシップを結び、ナレッジワーカーを対象とした記事やコミュニティ、コンテンツを数多く提供しています。

またStack Overflowのような企業ともパートナーシップを結び、特にテクノロジー業界の求職者をターゲットにして、彼らに私たちのプラットフォームを更に利用してもらえようという試みを進めています。私たちのビジネスが成長するためには、ナレッジワーカーは重要なターゲットです。そのため、私たちにはナレッジワーカーを対象とした複数の戦略があります。

Deko: Indeedは10年で10倍程度に成長し、また従業員の多くはIndeed経由で採用されたことから、この戦略は機能していると思います。

Matt: ありがとうございます。次はRajへの質問で、Fortune 500の企業の90%が既にIndeedを利用していると言及がありましたが、この点に関する追加の質問をMorgan Stanley証券の津坂さんより頂いています。「企業クライアントへの浸透度や採用活動の予算全体におけるウォレットシェアの点で見たときに、現状どのような状態にあるのでしょうか？また、より努力が必要な分野やまだ浸透しきっていない分野で、Indeedが強い分野はどこなのでしょうか？」

Raj: 売上収益を伸ばすためには、まず大企業との接点を持つことが必要ですが、これは非常に難しいことです。今では努力の甲斐もあり、Fortune 500の企業の90%がIndeedを利用していますが、今はそれを100%に伸ばそうと取組んでいます。そのために、既に関係性のある企業とも更に接点を増やしています。例えば、採用をより速く簡単にするSmart Sourcingの使い方を紹介することによって接点を増やしています。

また、Indeedをマーケットプレイスへ転換することによっても、大企業クライアントに対する機会を期待できると考えています。まず、Chrisが話したとおり、Indeed上で応募可能な求人広告が、マーケットプレイスでは非常に重要です。Indeed上で応募するに当たって、求職者は保存されている情報を利用することができるため、Indeedで応募可能な求人広告は求職者にとって良いものです。

また、企業クライアントにとっても、より速く簡単に採用ができ、より多くの応募を集めることができるため、良いものになっています。更に、Indeed上で応募可能な求人広告の場合、そうでないものと比べて企業クライアントの支払いも増えるため、Indeedにとっても良いものです。

しかし、大企業クライアントの場合、Indeed上で応募可能な求人広告を出していないため、彼らの求人広告の多くはIndeed上で応募ができません。私たちは、ATSの統合によって、これらの求人者をIndeed上で応募可能にできるよう取り組んでいます。これが1つ目です。

そして、Maggieが説明したとおり、ナレッジワーカーに対しても機会があると考えています。Chrisから、企業クライアントにより高い価値を提供することで、テイクレートを上げていく戦略についてお話をしました。この戦略を大企業クライアントに対しても行っています。大企業クライアントに対して、より高い価値を提供してテイクレートを上げていくことが戦略の2つ目です。

最後に、リクルートグループの一員として、各事業が連携して、1+1+1が3かそれ以上になるよう取り組んでいます。求人広告から人材派遣まで、大企業クライアントが必要とするあらゆるタイプの労働者を採用するために私たちができることに取り組んでいます。

Matt: ありがとうございます。次の質問は値上げについてです。Chrisがプレゼンテーション内で求職者と企業クライアントに提供する価値の向上についていくつかの方法に触れていますが、どうして値上げをしないのでしょうか？

Chris: このような質問を多く頂いています。プレゼンテーション内でも直接触れたとおり、私たちが提供している価値に対して値上げする余地は十分にあると考えています。

但し、何でも無差別に値上げをすることはしたくありません。値上げをすることで短期的には売上収益の増加に繋がるかもしれませんが、私たちはビジネスとして長期的に持続可能な成長を目指しています。受け取っている金額より多くの価値を提供している領域を見つけて、テイクレートを上げたいと考えています。念のためですが、テイクレートとは採用された労働者の初年度給与に対する採用にかかったコストを示しています。Indeed全体平均のテイクレートは1%未満です。業界全体では20%前後であることを考えると、1%と20%の幅は大きく、テイクレートを上げる余地があると考えています。

テイクレートを現在の1%から、1.5%や2%に上げることができれば、それだけで大きな機会であると捉えています。テイクレートを上げるに当たり、企業クライアントや求職者との関係性を維持し続けることが非常に重要です。プレゼンテーション内でも何度も申し上げていますが、私たちのコア・バリューであるペイパフォーマンスが不可欠なのです。これにより、長期間にわたって企業クライアントとの信頼関係や深い関係性を築くことができ、長期的に持続可能な成長に繋がっていきます。

Matt: なるほど。では次は人材派遣事業とリクルートグループの他事業のシナジーについてお話しいただけますでしょうか。

Rob: Rajからも1+1+1が3以上になるという話があったとおり、これまで3つのビジネス戦略ユニット(SBU)はそれぞれでビジネスを行ってきましたが、SBU間での連携を始めることで、更に成功できると考えています。

例えば、日本では人手不足が深刻な問題となっています。そこで、人材派遣事業でもIndeedのテクノロジーを使うプロジェクトを開始しました。Indeedのマッチングテクノロジーとそのデータベースによって、従来と比較して応募者を90%増やすことができました。私たちは巨大なデータベースを持っているので、90%増ではまだ道半ばで、更に当社の人材派遣事業を通して働く人の数を増やすことができると考えています。これは、日本を社会的課題の側面から支えるだけでなく、私たち自身にも役立っています。

当社グループの強みとして、素晴らしいチームメンバーと、データ、そして連携できるスキルがあります。これまでばらばらにビジネスを行っていたものが、連携することによって更にビジネスを強化していくことができます。

Matt: 当社グループの人材ビジネス全体でのSimplify Hiringについて良い例を挙げていただきました。次に、Dekoに質問です。いつも頂く質問ですが、M&Aについてどのような方針を持っていますでしょうか？どのようなビジネスを、Simplify Hiringを加速させるM&Aの対象として見ていますか？

Deko: まず、あらゆるカウンターパーティに対して、対話の機会を設けています。素晴らしいテクノロジーを持つ会社が沢山あり、そういう人たちとよくお話しています。これは一番重要なことですが、私は売上収益やEBITDAを増やすためのM&Aではなく、人材マッチング市場を変革させるM&Aをしたいと考えています。これをビジョン、ゴールとして設定しています。M&Aに当たっては、このミッションやビジョンを達成する、同じような情熱を持ったリーダーや創業者を探しています。

Matt: では次に、投資家の方が気になっているテイクレイトについてお伺いします。Chrisに質問ですが、テイクレイトを挙げて収益化に繋げる戦略について、今後どのような取組みが最も収益に影響があるのでしょうか？また、実現可能性が高いのはどういったものなのでしょうか？

Chris: 良い質問ですね。多様な手段を持つておくことが重要だと考え、複数の異なる領域に投資を行っています。そのうちいくつかが成功し、また年内に結果に繋がらなくても来年以降、より価値を提供してくれるものもあると思っています。簡潔に言うと、明確に短期的に影響が見えてくるものは、これまで取組んできたことです。

既にお伝えしたとおり、Indeed Applyの統合と大企業クライアントへの浸透、そして有料求人広告率を上げていくことです。Indeed Applyについては、プレゼンテーション内で、マーケットプレイスへの転換に当たっていかに重要かということをお伝えしました。Indeed Applyのカギは、求職者にとって良いものであるため、応募率がIndeed Apply適用外の求人に対して5倍高いということ、また、採用率が2.5倍高く、企業クライアントにとっても良いものであるということ。更に、Indeed Applyによる求人1件当たりの平均売上収益は、適用外のものと比べて高く、Indeedにとっても良いものとなっています。

Rajからも私からもお話ししましたが、今年、4つの世界最大級のATSとの統合を予定しています。当社では、ATSとの統合をどのように行うか、またいつ企業に訪問して、当社が持っているデータが企業にとってなぜ有益で、採用に役立つのかを説明する方法が確立されています。これらは今年結果が見えてくると確信しています。

次に、有料求人広告率の増加についてです。私たちがビジネスを始めた当初のビジネスモデルは他の検索エンジンとよく似たものでした。当時は、真ん中に無料の求人広告があり、一番上と一番下に数個有料求人広告が表示されていて、有料求人広告と無料求人広告の表示を柔軟にミックスすることができませんでした。しかし、事業が成長するにつれ求人在庫が増え、マッチング精度が向上したことで、より求職者の希望に合う有料求人広告を表示できるようになりました。

直近数年間で、Indeedの求人広告の表示方法はブレンドモデルになりました。Indeedで求人を検索すると、求職者に表示される画面には有料と無料のものがそれぞれあり、どの求人が表示されるかを非常に柔軟に管理できるようになっています。これによって、求職者が興味がある求人の表示を圧倒的に増やすことができました。私たちはこれを長期的に持続可能な方法で継続していきます。ここで最も重要なことは、有料求人広告は求職者にとってより有益であるということです。企業クライアントが有料で求人広告を出しているということは、採用意欲が高い証拠です。

有料求人広告は、無料求人広告に比べて、採用に至る確率が平均して40%高くなっています。求職者、企業クライアント、Indeedにとって良い方法で有料求人広告の表示を増やしていくことができます。

Matt: では、次はMaggieに質問です。プレゼンテーションで話していた、マッチングのためのプロフィールの重要性についてです。求職者のプロフィールと経歴書の違いについて教えてください。特に、5億2,500万人のプロフィールと企業がリーチすることができる2億9,000万人のプロフィールについて教えてください。

Maggie: 5億2,500万というのは、認証済みのメールアドレスを持つ求職者のアカウントであり、求職者との関係を築くための重要なものです。求職者の資格、希望条件、好きなもの、嫌いなもの、希望する職種、希

望まない職種等を把握しています。求職者第一主義の一環として、私たちにとって本当に重要なのは、求職者がそれらの情報が自分のものであることを認識する、という透明性です。求職者はいつでも情報を編集することができます。そのため、求職者には企業からのコンタクトを許容するか、選択できるようにしています。2億9,000万というのは、5億2,500万のうちの一部で、自分のプロフィールを採用企業に公開することを希望している数です。

プロフィールを公開することは、Smart Sourcingを利用する企業クライアント側だけでなく、求職者側にも役立ちます。なぜなら、プレゼンテーションでご覧いただいたように、求職者と企業クライアントがマッチし、企業クライアントが求職者にコンタクトすることで、求職者はより応募しやすくなり、より企業クライアントと繋がりやすくなり、より良い結果を得られる可能性が高まるからです。

経歴書について強調したい点は、経歴書は本質的に人工的になりやすいということです。経歴書というのは、一枚の紙をオンラインでPDFにまとめたもので、人工的なものであり、従業員としての求職者の能力を完全に表すものではありません。プロフィールは、より包括的なものであることを意図しています。だからこそ、私たちはこのプロフィールを求職者との関係の核と位置づけているのです。

Matt: 大変わかりやすかったです。

Chris: 少し付け加えさせてください。ここで重要なのは、求職者に権限を与え、検索に表示されることを希望するかどうかの選択肢を与えている、ということです。これは、求職者を第一に考える、という基本原則に基づいています。5億2,500万すべてを検索できるようにすることは簡単ですが、求職者に選択してもらいたいのです。

つまり、Smart Sourcingを利用して求職者を探す場合、求職者は検索されることを選択しているので、たまたま他の何か別で登録していて、興味があるかないか、反応があるかどうかわからない、という人たちではありません。だから、こうして区別することは、私たちが何者であるか、そして私たちの基本理念のために本当に重要なことなのです。

Matt: さて、次の質問はDekoに対するものです。3つのSBUのシナジーについて多くを語っていました。私たちの3つのSBUがいかに似たような哲学を持ち、実際に協力して企業クライアントにソリューションを提供しているか、について説明をしました。この先、更に多くのコラボレーションの可能性があると考えてますか？数年後には、SBUの境界線がなくなってくるのでしょうか？

Deko: シンプルな答えとしてはイエスです。私たちはもっとコラボレーションを推進したいと思っています。ディープニューラルネットワークやAIマッチングのような新しい技術の革新が、ものすごい速さで起きています。これは大きな変化です。そして、人材派遣事業やマッチング&ソリューション事業、アルバイトのためのジョブボードと個別で存在し、様々なチームがAIマッチングの改善に取り組んでいますが、未来に投資をし、人材業界を革新していく上では、あまり良い方法とはいえないかもしれません。私たちのビジネスの大部分は、人材マッチングに関連しています。つまり求職者と各求人者のマッチング効率を改善していくことです。ですから、私たちはマッチング効率の改善に投資を続けていくつもりです。そして、コア・バリューを持つ様々な事業を、リクルートグループとして、いかに太く結びつけていくかを考えていくつもりです。

Matt: ありがとうございます。では、次はRajに価格モデルについての質問です。既に廃止された、Pay-Per-Application (PPA) ですが、PPAのテストから得た教訓は何でしょうか？今回の経験は、今後の価格戦略にどのように反映されるのでしょうか？

Raj: PPAは、2年半ほど前に始めた大規模なテストでした。PPAの考え方はとてもシンプルなものです。求人広告を掲載する際、以前はデフォルトのオプションであった1日ごとの予算ではなく、応募ごとに支払うオプションを企業クライアントに提供しました。そうすることで、企業クライアントは応募を受け取り、その応募が自社の基準に合っているかどうかを判断することができました。企業クライアントが、自社のポートフォリオに応募者を加えたいしなければ不採用にすることもできたので、初期はとても良い評判でした。条件に合った応募ごとにお支払いいただく、というコンセプトに、企業クライアントは非常に満足していました。しかし、それだけでなく、採用までの時間が短縮され、1件当たりの採用単価が高くなりました。これが学びの1つでした。

もう1つの学びは、条件に合った候補者かどうか、というのは曖昧だということです。ある企業クライアントにとって、3年の経験を持つ看護師の応募があれば、それは素晴らしいことかもしれないですが、別の企業ク

クライアントにとってはそうではないかもしれない、ということが起こりました。結局、候補者が条件に合致しているかどうかの判断は人によって異なる、ということです。そして時間が経つにつれ、複数の企業クライアントが条件に合う求職者を管理するのではなく、コストの管理を目的としてPPAを利用していることに気づきました。その結果、PPAは維持できなくなり、このテストを廃止することを決定しました。

そして現在、私たちの将来にとって非常に重要な、基盤になり得ることを推進しています。私たちは、企業クライアントは、条件に合う応募にお金を払いたい、と考えていることを理解しました。条件に合う応募だけにお金を払いたいと思っているのです。私たちは、応募を企業クライアントに送る前に、最初に条件の期待値を設定し、テストを実施しています。私たちは企業クライアントと共に、その期待値を正しく設定し、適切な予算設定を行っています。

そのため、企業クライアントは採用するために必要な、条件に合った応募を受け取ることができます。この2つを行うことで、大きな変化が起きます。企業クライアントは、より満足のいく結果を得られるようになるのです。例えば、看護の分野でテストを実施していますが、企業クライアントが1つの求人につき最大2倍の時間を費やし、関連性の高い応募を得ることで、より多くの応募が共有され、非常に喜んでいるのを目の当たりにしています。

Matt: ありがとうございます、非常にわかりやすかったです。では、次はChrisに質問です。これもよく聞かれる質問ですが、マッチングとマーケットプレイスへの投資について。マーケットプレイスの変革を実現するために、追加投資が必要な分野はどこでしょうか？

Chris: 私たちのビジネス全体と言えます。マーケットプレイスの変革が私たちの戦略です。私たちが行っていることはすべてマーケットプレイスの変革に関する投資ですが、私はより大きな分野をカバーしたいと考えています。大企業クライアントが、Indeed Apply適用になることもそのうちの一つです。繰り返しになりますが、Indeedは求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスで、求職者は既にIndeedを利用しています。しかし、マーケットプレイスの反対側である企業クライアントの多くは、まだIndeedを利用していません。

特に、ATSを利用している大企業にマーケットプレイスの反対側に入っていただいて、Indeed Applyが適用されるように何年も投資を続けています。この分野には多くの投資を段階的に行っており、今も継続しているので、必ずしも新しい取り組みではありませんが、今後も継続的に取り組んでいきます。

もう1つの重要な要素は、求職者と企業クライアントを繋ぐマーケットプレイスとしてのマッチングです。基本的に、私たちはAIとユーザー体験に投資し、企業クライアントと求職者を繋げ、正しい情報を入手し、正しい行動を促すサポートをしています。AI関連の投資は、人材とインフラの2つの領域で増加しています。

人材に関してはAIと機械学習のプロフェッショナルで構成される、非常に素晴らしいチームがあり、彼らは私たちの事業の基盤を築いてきましたが、特にここ1年半ほどで一部の新しい分野、例えば生成AIという分野が急速に進化しています。私たちは、その分野における新たな人材への投資を続けていきます。

また、私たちの投資全体の中でも、インフラへの投資は重要な位置を占めています。過去1年半で新しくなったことの1つとして、Indeed上のAIによる作業の大部分が、マッチングやウェブサイト上でのすべての行動を促進するデータで構築されるモデルでした。しかし、複数の異なるベンダーによって幅広く利用可能な生成AIが開発されたことで、私たちは他社が提供するAIサービスを活用できるようになりました。私たちのビジネスは非常にユニークな独自のデータに基づいていることから、これまで他社が提供するAIを十分に活用することができていませんでした。しかし、今は双方を活用することができます。

例えば、求職者と求人をマッチングさせる際、私たちは求職者に適した仕事を探し出す独自の優れたAI機能を活用します。そして、求職者に対してそのレコメンデーションの理由を作成するに当たって、他社が提供する生成AIを組み合わせます。

マッチングの際に、求人と求職者の経歴書やその他の行動データに基づいて、生成AIは「この仕事はあなたにとって最適です、なぜなら～」といった説明を作成してくれます。テスト初期段階では、このようなレコメンデーションの場合、テイクレートが20%増加しています。短期間にも関わらず非常に成功した事例となりました。

この領域は、投資を増やすことによって強化できる部分です。マッチングによる売上収益の源泉がどこにあるのか、また生成AIの活用が売上収益に繋がっていることが計測できており、ROIの観点からもポジティブと

なる方法で追加的な投資を行っています。今後もこのような取組みが売上収益の成長に寄与していくことを期待しています。

Matt: 多くのインサイトをありがとうございます。それでは次の質問に移りましょう。北村さんと山口さんがお伝えしたIndeed PLUSについてです。J.P. Morgan証券の森さんからのご質問です。「日本の人材市場の独自性、Indeed PLUSを立ち上げた背景、Indeed PLUSの長期的な事業成長について教えてください。」

Deko: まず、私たちは市場にとって最適なプロダクトとサービスを提供したいと考えており、とても重要なことだと捉えています。私たちは、パートタイム、看護師、正社員、派遣社員等、それぞれのセグメントに特化した様々な求人サイトを運営してきました。

しかし、現在の日本の人材市場、特に高齢化社会を見ても、非常に厳しい状況です。空いたポジションを埋めるのに大変な苦勞が要されているので、私達は仕事と求職者のマッチングの効率性と生産性に焦点を当てるべきだと考えています。

なので、繰り返しになりますが、そのための投資に集中すべきだと考えています。3~4つのチームが次のマッチングのイノベーションについて考えるよりも、1つのチームとしてマッチングの改善をすれば、より良い結果を出すことができると思います。

Indeed PLUSはまだリリースして間もないですが、企業クライアントからも求職者からも良いフィードバックをいただいております、更に良くなっていくと考えています。

Matt: 次もよく頂く質問の1つですが、Robが言及した内容と関連していますね。競合他社と比較して、当社の人材派遣事業の調整後EBITDAマージンやコンバージョンレートが高い要因は何でしょうか？また、この分野で更なる改善の余地はありますか？

Rob: 何か秘策があるわけではなく、努力して事業に専念すること、それだけです。将来の改善と良いニュースをお伝えする前に、なぜ私たちがこれほどうまくいっているのか、同業他社を圧倒しているのかについてお伝えします。それは、私たちが各地域のメンバーに経営の多くの決定権を渡しているからだと考えています。

私たちは規律にとっても忠実で、やるべきことだけではなく、何をやらないか、もしっかり管理しています。無駄のないコスト構造を持っていることから、売上収益に占めるコストの割合を見ると、同業他社よりかなり優れています。

コンバージョンレートの定義は売上総利益の何パーセントを利益に変換できるかですが、私たちはこの点でしっかりと舵を切っており、管理と比較を徹底しています。

これらはハードワークと血と汗と涙による努力によってなるものです。過去も現在もうまくいっていることはもちろん良いことですが、明日もうまくいくほうがより良いですね。昨日の成功では明日への支払いはできないですから。

では、この先もパフォーマンスを向上させるために何をしたら良いのか？についてですが、良いニュースとしては、これまで改善のためにやってきたことを続けるということです。

しかし、正直に申し上げますと、過去5年と同じ勢いで改善し、市場を圧倒できるか、というとても難しいと思っています。ここで更に良いニュースとしては、私1人で進めるのではなく、Raj、Chris、Maggie、Dekoの協力を得ることができるということです。

なぜなら、私たちはリクルートグループの一員だから。私たちにもIT部門はありますが、IndeedやHRテクノロジー事業は、私たちよりもはるかに大きいIT部門を持っています。そして私たちはたくさんのデータを持っており、それらは生産性と収益性の向上に大きく貢献しています。

1+1+1は3以上となり、私たちはこれを実現するためのデータや技術だけではなくマネジメントも有しており、私は今後5年に自信を持っていますし、とても楽しみです。

Matt: 投資家の皆様の人材派遣事業のビジネスチャンスについての理解を深めることに繋がりますね。またこれは次の質問にも関連しています。次の質問に移る前に、予定している終了時間に近づいていますが、まだまだ多くの質問が残っているので続けます。

DekoとChrisに向けてですが、TAMについてです。3,000億ドルを超えるTAMのうち、どれくらいがIndeedとリクルートがリーチできているか、また、どのくらい将来リーチできるようになるのでしょうか？

そして、HRマッチングのテクノロジーがより進化したら、TAMはどのようになるのでしょうか？Chrisからお願いします。

Cris: 私たちがTAMの見方について話すとき、リクルートグループ全体でリーチ可能な範囲について考えています。なので、この3,000億ドルを超えるTAMには含まれていない分野もあります。ですから、質問としては、私たちがこれに取り組み、イノベーションをもたらしたときに、別のセクターが縮小するのか？それとも拡大するのか、だと思いますが、答えは、共にYesです。

例えば、採用オートメーションについてです。約640億ドルというとても大きな規模ですが、主に、企業が負担する莫大な社内採用コストと、とてもマニュアルな採用フローに着目しています。

そこにテクノロジーやAI、そして自動化を導入することでより効率的な採用活動が可能となります。より効率的になることは確実であるため、それに掛かるコストの削減も可能であり、私たちはそれらのかなりの部分を獲得できると考えています。

全体の規模は縮小する可能性があると思定していますが、Robがプレゼンテーションの中で話していた人材派遣事業は1,200億ドルを超える最も大きな部分を占めています。これは人材派遣企業の売上総利益であり、人材派遣事業の売上収益はもっと大きいのです。ですから、1,200億ドルは時間が経てばもっと伸びるかもしれません。

ちなみに、人材マッチング市場のTAMの内訳の中で一番小さい、求人広告及び採用ツール市場がIndeedが主に事業を展開している市場ですが、これもIndeed創業時の10年、20年前と比較するとずっと大きくなっています。なので、私たちがより多くの効率性をもたらす、その対価として企業クライアントがより課金をすれば、このTAMは成長し続けることができると思います。

そこで重要なのは、求人広告市場の外に目を向けると、それぞれの市場は非常に細分化されていることです。実際に、それぞれの市場で独占的な市場シェアを獲得しているプレイヤーはいませんし、求人広告及び採用ツール市場以外において、私たちは事業規模とテクノロジーの観点から、人材マッチング市場全体のTAMの中でのシェアを高めるに当たって、非常に優位性のある立場にいるということが言えると思います。

Matt: ありがとうございます。Deko、何か付け加えることはありますか？

Deko: TAMがビジネスにおいてとても重要であるということは理解していますが、長期的な視点で私たちの事業について考えたときに、それがTAMであってもそうでなくても、誰かが情熱をもってできる仕事、あるいはより良い仕事を探しているとしたら、私たちはそれを手伝う必要があると考えています。これが私たちにとってとても大事なことであり、私たちのミッションやバリューにもなっていますね。

Matt: その通りですね。次はMaggieへの質問です。求職者チームのビジョンはキャリアパートナーになることですよね。積極的な求職者のためのプラットフォームではなく、生涯を通じたキャリアパートナーとなるために、求職者との継続的な関係性を構築するのに当たってどのような取り組みをしていますか？またこの戦略は、Indeedとソーシャル・ネットワーキング・プラットフォームをどのように差別化していますか？

Maggie: キャリアパートナーの定義を考えると、ソーシャル・ネットワーキング・プラットフォームに載っているものとは根本的に異なるレベルで、労働者と求職者を理解することを考えています。

私たちは、彼らの情熱や、何を成し遂げようとしているのかを理解しようとし、また、これらを使って、彼らのスキルや能力、そして多くの人が重要とするパラメーターに即した機会をレコメンドしようとしています。

加えて、長期的なキャリアパス等を見つけるお手伝いもしようとしています。10年後、今もしこの仕事に就いていたら、あるいはこのスキルを身に着けていたら、どんなことができるだろうか？このような体験を実際の人間がするのと同じように、より会話に近いもののできる生成AIに特に期待しています。

例えば、ある人が実際にあなたの前に座って「銀行に20年間も勤めているが、優れた作家であり、もう都心への通勤はこりこり。では私には何の選択肢がある？週に2日は自宅で仕事をしたい。どうすれば良い？」という会話をしていたとします。これは経歴書に書くようなことではありませんが、より多くの情報を分かち合っているということになります。

このような会話の中で、私たちは求職者について、そして彼らにとって本当に重要なことを多く学ぶことになります。だからこそ、求職者にただYes or Noの質問フォームに入力してもらうのとは違って、根本的に異なるレベルで、より良いレコメンデーションを送ることができるのです。

求職者を高いレベルで理解し、ある特定の時点ではなくて、キャリア全体を通して彼らの選択をナビゲートするということです。キャリアパートナーについて考えるときに、これがとても重要なポイントになります。

最後にお伝えしたいのは、私たちは給与や企業のインサイトを得るのに多くの投資をしてきました。自分のスキルがキャリアのどこで役立つのか、そのスキルは求められるのか、スキルを身につければもっと稼げるのか？これらはキャリアパートナーコンセプトにとって、重要な投資になります。なぜなら、これらは私たちが、求職者と会話し、転職の瞬間だけでなく、キャリアのあらゆる段階で役立つ方法を提供できるからです。

なので、私たちがキャリアパートナーコンセプトをどのように発展させることができるのか、とても楽しみにしています。

Matt: ありがとうございます。多くの新しいプロダクトに関する質問を受けていますが、次の質問はCitiグループ証券の山村さんから、Smart Sourcingについてです。

Smart SourcingはLinkedInと似ていますが、最も大きな違いは何でしょうか？もしそれがマッチング精度であるとすれば、効果を実感するまでに一定の時間を要すると思いますが、マッチング精度の向上によって予算のシェアを拡大することは可能なのでしょうか？

Raj: まず、ソーシングとは何か、という話から始めましょう。ソーシングとは、リクルーターや採用担当者が求職者に積極的に働きかけ、求人に応募してもらうことです。求職者が自分で仕事を探し、応募するのは対照的で、まさに正反対です。

Dekoからも、私からも話しましたが、現在のソーシングは非常にマニュアル化されています。採用するために50日以上かかるという課題を現在抱えていますが、その大部分はソーシングに費やしている時間です。では、どうすればソーシングのやり方を変えることができるのでしょうか？

2018年から現在に至るまで、Resume Searchというプロダクトがありますが、これも手作業による検索というコンセプトに基づいていて、改善を重ねています。そして、レコメンデーションに基づいたMatched Candidateもローンチしており、これはソーシングの仕方を根本的に変えたのですが、これらを統合することを私たちはSmart Sourcingと呼んでいます。

そこで、私たちのソーシングを差別化するために本当に必要な3つのことについてお話します。

まず、リーチについてです。ソーシャルネットワークのように受動的に仕事を探す求職者ではなく、Indeedは能動的に仕事を探す積極的な求職者を最も多く有しています。

2つ目は、マッチングの効果についてです。簡単な例をあげると、求職者とマッチングする企業クライアントが、求職者に連絡をとると、求職者は17倍の確率でその求人に応募します。これは、私たちが行うマッチングの始まりにすぎません。私たちは今後も拡大し続けていきます。

そして3つ目は、コネクシオンの育成についてです。これは非常に重要なことで、AIを活用したSmart Messagingを通じて行われます。ChrisはLarge Language Models(LLM)ベースのメッセージについて話していました。また、候補者の優れた点を強調する、候補者ハイライト機能についても話しています。

これらはすべて、自動化によって手作業で費やしていた時間を大幅に削減することができます。自動化機能を活用することにより、私たちは世の中にあるすべてのプロダクトの中で、差別化されることは明らかで、それが長期的に収益の増加に繋がることを期待しています。

Matt: 次の質問は、ボタンを押すくらい仕事探しを簡単にする、ということについてです。いつもプレゼンテーションでボタンを見せて説明しています。Chrisと、Dekoからもコメントがあるかと思いますが、CLSAの加藤さんから、人に会うことなく1クリックで仕事を変えるには、あと何年かかるのか、またどの程度現実的なかのご質問を頂いています。

Chris: いい質問ですね。まず、「人々は本当に仕事をワンクリックで得たいのだろうか」という疑問があることを認識することが重要です。お見せしたような物理的に押せる青いボタンを作ろうとしているわけではなく、求職者を第一に優先している、ということが重要です。ボタンのイメージでは、私やDekoのプレゼンテーション内でも示していますが、「get an offer / オファーを貰う」とは書いていますが、「accept an offer / オファーを受ける」とは書いていません。私がやろうとしていることは、複雑で時間がかかり、人間味を必要としないような作業を100%自動化することです。

具体的には、求職者の希望に合う求人一覧が準備されていて、求職者は実際に企業の担当者と会話するなどして、応募するかしないかを決定する、といったことです。もちろんその段階に達するまでに、我々が求職者に多くの情報を提供することでサポートしますが、求職者自身が、実際に企業と会話して決断する、ということが非常に大切です。

社内でも、「ボタンを押す」というのが比喻ではなく、どのくらい真剣でどのくらい時間がかかるのかと、同じような質問をされます。これに対する答えはまさに今私たちが取り組んでいることです。

Robのプレゼンテーション内で、派遣労働者向けのプラットフォームIndeed Flexについて説明がありました。企業が人を採用する前に、私たちが審査を行います。バックグラウンドチェックや、面接、スキルチェックを私たちが行ったうえで、審査に通った求職者が、プラットフォーム上で提示される仕事の中からマッチする仕事を探すことができますようになります。

Indeed Flexでは、求職者はワンクリックで仕事を探して、シフトを登録して、働いた次の日には給与を受け取ることができます。この取組みは非常に上手くいっています。これはまだ人材派遣事業のみでの取組みですが、人材派遣事業だけではなく、例えばこの仕組みで私も面接を受けることなく仕事ができるのではないかと、思っています。

この仕組みがレストランで働いている人にも私にも適用できるのであれば、どんな求職者にも適用できるでしょう。今はそれを実現するために取り組んでいます。この取組みによって得られる結果をととても楽しみにしています。

Matt: 次は野村證券の巖さんからChrisにIndeed Applyの普及率について質問が来ています。2024年のATS統合計画やプロダクト改良から、Indeed Applyの普及率の上昇は速いのではないかと見ています。どのように予測していますでしょうか？

Chris: Indeed Applyについて、特に大企業が使用する第三者ATSとの統合について本日お話ししました。Indeedでは長年にわたってATSの統合に取り組んでおり、現在統合されたATSの数は300にのぼります。

今後の統合拡大については、今年、iCIMS、Workday、Oracle、SAPの4つの世界最大級のATSとの統合を予定しているとお伝えしました。これらの企業の求人数は100万件を超えるため、Indeed Applyが適用された求人数は上昇すると考えています。これまでは小規模なATSとの統合に取り組んできましたが、大規模なATSとの統合は今年大きなチャンスとなると見込んでいます。

先ほどお話ししたように、ATSがIndeedと統合した後、彼らの顧客、つまり求人活動をする企業にどのように説明するのが付加価値を理解してもらえるか、を纏めた資料があります。また、多くのケースにおいて、ATSの顧客自らが、Indeedとの連携を希望しているという背景があるため、推進が進んでいます。バックエ

ンドの連携といったテクノロジーによる業務と、それを如何に彼らの顧客にマーケティングするか、という業務がありますが既に多くの経験と成功事例があるため今年は更なる成功を期待できると考えています。

Matt: もう1問お受けする時間がありそうです。Chris、Deko、これはいつも投資家の方々に聞かれる質問です。本日は、リクルートグループのSimplify Hiring戦略について多くのことを学びましたが、リクルートとIndeedについて、更に資本市場に深く理解してもらいたいと感じる分野はどこでしょうか？

Chris: そうですね、価格を上げればいいのに、という考え以外に、おそらく最も重要なことは、Indeedが低賃金の求職者だけを対象としている、という考え方です。これは、いくつかのレベルで誤解だと考えています。まず、Indeedに掲載されている求人と求職者は、世界の労働人口のスナップショットです。Indeed Hiring Labが発表する一連の調査データや洞察は、研究者やジャーナリストから欧州中央銀行に至るまで、多くの人々に信頼されています。現欧州中央銀行総裁のChristine Lagarde氏は、Indeedと私たちのデータを、世界の労働人口を理解するために不可欠なもの、として引用しました。

Maggieがプロフィールや経歴書について話しましたが、私たちが対象とする求職者は、長距離トラック運転手から最高財務責任者(CFO)まで、あらゆる職種が含まれています。給与やセクターに基づいて、どの職種でも見ることができます。

しかし、この誤解よりも重要な点は、低所得層の求職者が、なぜか価値が低いと評価されているということです。私たちのミッションは、すべての人々が仕事を得ることをサポートすることです。しかし、例えば米国の場合、労働統計局のデータを見ると、米国の労働者の85%の年間収入は10万ドル未満です。そして、米国で支払われる賃金の総額の内、66%が年間10万ドル未満の収入の方への賃金です。

更に、給与の低い仕事に従事する人々は、より頻繁に転職し、離職率が高い傾向があります。これは、より多くの採用活動と実際の採用が行われていることを意味しています。私たちが労働市場全体にサービスを提供するのは世界中のどの企業も、10万ドル以上を稼ぐ人のみを雇用しているわけではないからです。

Walmartの場合、私たちは、彼らのデータサイエンティストの採用を手伝うことができますし、小売店のアソシエイトの採用も手伝うことができます。そして、Walmartはデータサイエンティストよりもアソシエイトをはるかに多く雇用していますが、私たちが彼らのすべての職種の採用をサポートできることは非常に重要です。私たちは世界中のより多くの人々の仕事探しをサポートすることができます。

Matt: 良いですね、Deko、リクルートの観点ではどうでしょうか？

Deko: 私たちが過小評価されているかどうかは私にはわかりませんが、重要なのは私たちは、人材マッチングの改善に取り組んでいる、ということです。例えば20年後、30年後、50年後も、人々が仕事を見つけるのに苦労しているとしたら、それは私たちの責任です。

もちろん全世界すべての人を幸せにできるとは言えませんが、もし人々が情熱を持って働ける仕事を見つけることができるようになれば、労働者の権利はより良いものとなり、人々の日々の生活も満足度の高いものになっていくと思います。これが私たちの責任です。

そのため、私たちはHRマッチングを改善するというビジョンを達成したい、私はそう考えています。

Matt: Deko、Maggie、Chris、Raj、Rob、ありがとうございます。以上、Investor Update Simplify Hiring戦略についてお伝えしました。本日のイベントの録画は、本日中午にリクルートホールディングスのサイトでご覧いただけます。今後2日間、私たちのもう2つの戦略についてもお話しさせていただきます。引き続きInvestor Updateのサイトをご確認ください。また、Investor Update終了後に、皆様へメールでアンケートをお送りします。皆様のご意見をお聞かせいただけると幸いです。本日はありがとうございました。

[了]

将来見通しに関する注意事項

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。将来の見通しに関する記述には、別段の記載がない限り本資料の発表日現在における当社が入手可能な情報並びに当社の計画及び見込みに基づいた当社の想定、将来の見通し及び推測が含まれますが、これらが達成される保証はありません。

経済状況の変化、個人ユーザーの嗜好及び企業クライアントのニーズの変化、他社との競合、法規制の環境変化、為替レートの変動、気候変動を含む地球環境の変化、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響、大規模自然災害の発生、その他の様々な要因により、将来の予測・見通しに関する記述は実際の業績と大幅に異なる場合があります。

従って、将来見通しに関する記述に過度に依拠することのないようお願いします。当社は、適用ある法令又は証券取引所の規則により要求される場合を除き、本資料に含まれるいかなる情報についても、今後生じる事象に基づき更新又は改訂する義務を負うものではありません。