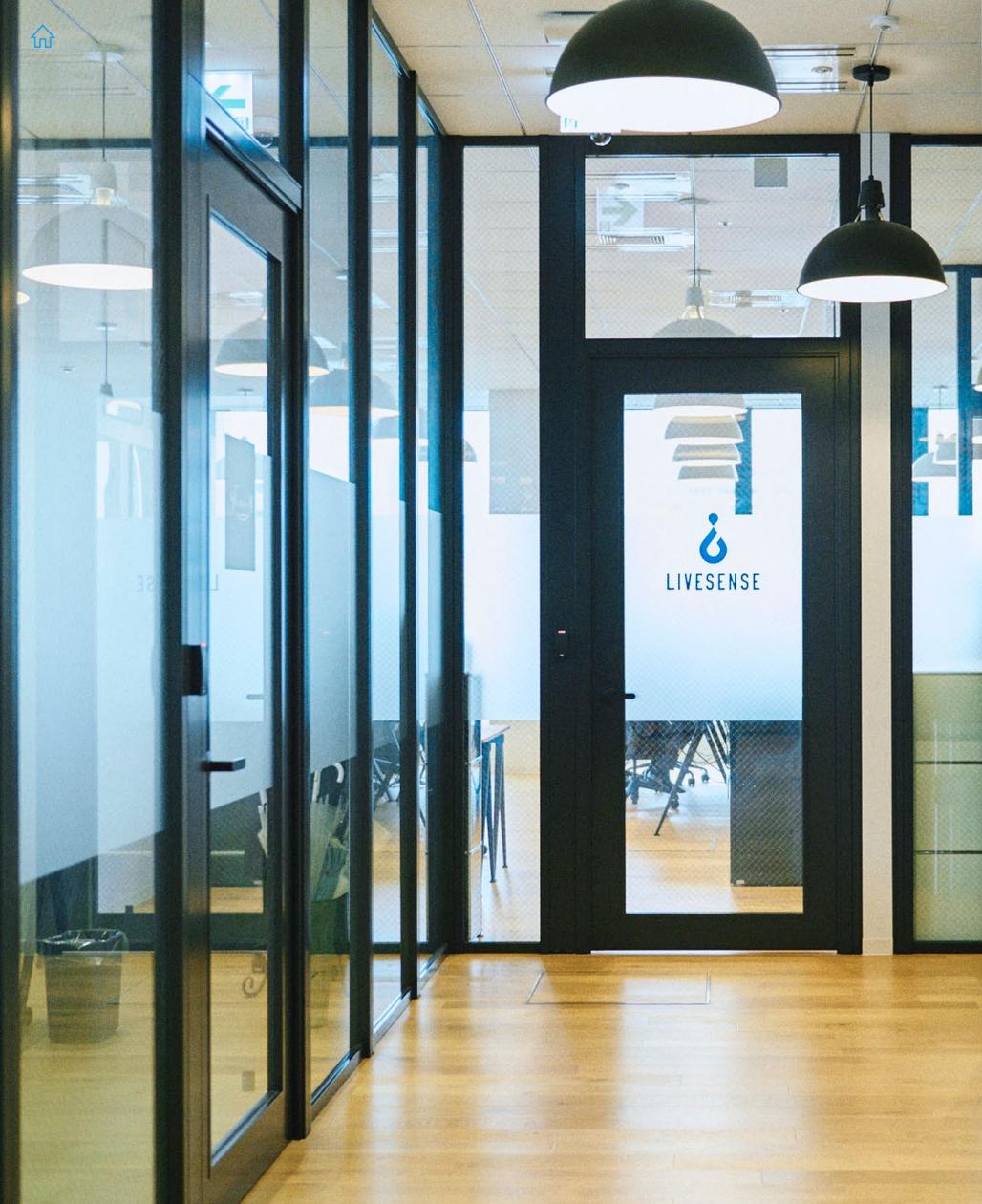




LIVESENSE

INTEGRATED REPORT 2023



人を幸せにすることで、私たちも幸せになれる。こうした理念のもとにリブセンスは創業しました。2006年の創業から17年が経ち、事業も組織も変化を続けてきましたが、この理念は現在まで変わらずにリブセンスの大切な価値観としてあり続けています。

どうすれば人は幸せに近づいていけるのでしょうか。私たちは人生における「選択」に着目しました。仕事選び、住まい探し、パートナーとの出会い。人生には未来を左右するような重大な選択があり、そうした選択が生活に与える影響は計りしれません。こうした選択を支援することは、大きな意義とインパクトがあります。

創業事業では、紙媒体が中心だったアルバイト求人をインターネットに移すことで、求職者にとっては自分にあった求人を探しやすく、企業にとっては費用対効果が見えるようになりました。その後は転職や不動産へと領域を広げ、口コミやビッグデータを活用しながら、人々の最適な選択を手助けしています。

時代や領域に応じて提供する事業の形は変わりますが、私たちが目指す社会の姿は変わりません。リブセンスはこれからも原点となる経営理念のもと、社会に根付いた不便や歪みを是正し、各々の人生にとって最適な選択ができる未来を描き続けます。

Philosophy

幸せから生まれる幸せ

人間が最も大きな幸せを感じられるのは、自分以外のだれかを幸せにできたとき。
それは、私たちが考える人間の根源的な幸せのあり方であり、リブセンスが据えている大切な価値観です。
事業を通じてお客様を幸せにし、結果として私たち自身も幸せになろう。
そんな想いが「幸せから生まれる幸せ」という言葉に込められています。



Vision

あたりまえを、発明しよう。

私たちの事業は、社会の問題や日常生活の中にある「？」が起点です。
だれもがあたりまえだと思って諦めている世の中の常識や仕組みを疑い、
課題の本質を見極め、テクノロジーを駆使して解決していく。
そして、新しいあたりまえとして定着させていくことが、
私たちの事業が目指すビジョンです。

Our Business

リブセンスの事業と社会の課題

人は誰もが幸せに向かって生き、人生の転機から日々の嗜好に至るまで、幸せに近づくために選択をしています。

インターネットの出現以降、あらゆる分野において選択肢と選択のための情報は爆発的に増加しました。それらの情報は人の選択を大いに助けています。しかし、未だ個人や組織が常に最適な選択を行える状態にはなっていません。

例えば、転職の場面。転職者の転職理由には職場環境や人間関係、やりがいといった要素が多く挙げられる一方、企業が公開している求人票のみからそれらの要素を判断するのはほぼ不可能です。また、企業は採用競争が加速する中、自社にフィットする人材へのアプローチやジャッジに多大な労力を使っています。一方、スキルや人物像の判断が個人の主観のみに委ねられている会社も少なくありません。このように、今でも様々な場面で情報の不均衡さや情報処理の非効率さに由来するミスマッチが発生しています。

そのような最適な選択を妨げる「構造の歪み」を社会の課題と捉え、テクノロジーによって解消するのがリブセンスの事業です。

また、構造の歪みは既存プレーヤーにとっては事業の前提でもありません。現状に最適化された事業を行っている競合に対し、リブセンスが歪みの解消を図っていくことは顧客の課題解決と事業上の差別化要素を両立し、構造的な優位性を作ることに繋がります。

リブセンスは、事業を通じて「人の最適な選択」を追求し、持続的な成長と経営理念「幸せから生まれる幸せ」の実現を図っていきます。

リブセンスの事業領域

リブセンスの事業は、解決すべき課題の内容に加え、社会に大きなインパクトを与え、新しい「あたりまえ」となりえるかという基準を大切にしています。人生の時間に占める割合が高く、大きな意思決定を伴う「仕事」や「住まい」にまつわる領域を皮切りに、社会が求める課題解決に向けて、広く果敢に取り組んでいきます。

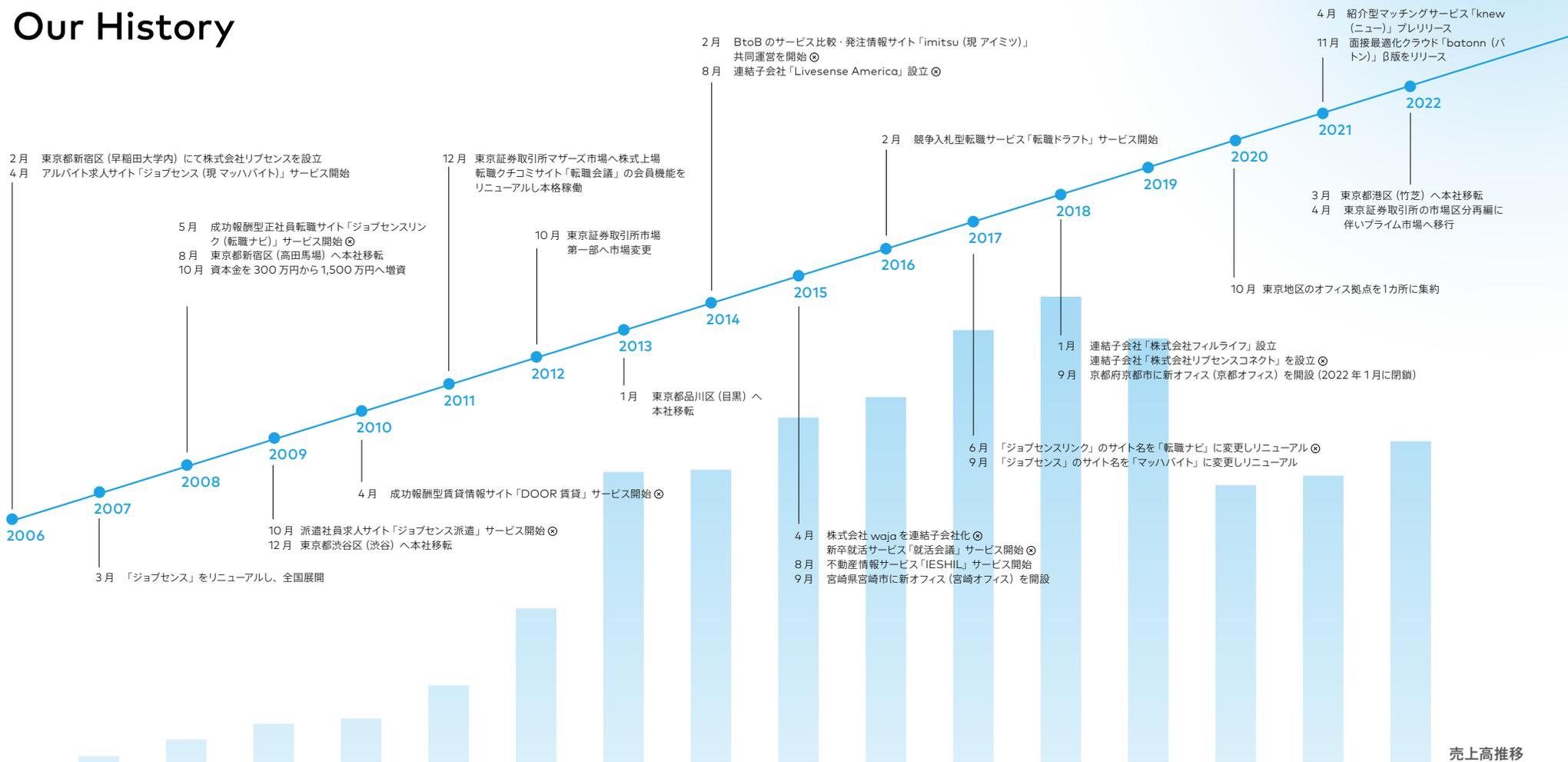
リブセンスのこれから

現在、リブセンスではマッハバイト、転職会議、転職ドラフト、IESHIL（イエシル）に加え、将来の当社の柱となりえる新たな事業の開発・運営を行っています。

いずれの事業も世の中に新しい価値を提供し、ユーザーや企業の最適な選択に貢献しているものの、世の中の新たな「あたりまえ」となるにはまだ道半ばです。当社は、事業の規模を拡大してより多くの人々にサービスを届けること、そしていずれ、当社のサービスが世の中の「あたりまえ」となり、社会の課題が解決されることを目指しています。



Our History



◎ サービス終了、譲渡、解散など、2022年末時点で当社が運営していない事業もしくは法人

目次

イントロダクション

- 3 Philosophy
- 4 Vision
- 5 Our Business
- 6 Our History

トップメッセージ

- 8 トップメッセージ

価値創造

- 12 価値創造ストーリー
- 13 価値創造プロセス
- 14 独自性と強み
- 16 財務方針
- 17 2022 年度財務レビュー

リブセンスの事業

- 19 事業理念と事業ポートフォリオ
- 21 マッハバイト
- 23 転職会議
- 25 転職ドラフト
- 27 IESHIL
- 28 新規事業

人事戦略

- 30 人事・組織の方針

マテリアリティ

- 33 リブセンスのマテリアリティ
- 34 社会の課題を解決し、価値を創出する
- 35 社会の基盤創造に貢献する
- 37 持続的な成長を実現するための基盤を構築する

ガバナンス

- 39 コーポレート・ガバナンス
- 45 役員紹介
- 46 社外取締役からのメッセージ

パフォーマンスデータ

- 48 財務ハイライト
- 49 財務データ
- 51 非財務データ

- 54 株式情報
- 55 会社情報

編集方針

本報告書は、株主・投資家をはじめとしたステークホルダーの皆様にご理解いただき、対話を促進するとともに、広く社会からの信頼を得ることを目的に制作しています。私たちリブセンスは「幸せから生まれる幸せ」の経営理念のもと、インターネットをベースとして複数の事業を展開しています。生産設備や販売するモノを持たないインターネットビジネスにおいては、サービスの質やサービスを運営する人材が最も重要なファクターです。そして、サービスを通じて社会をより良くしていくこと、個人や組織のより良い選択を支援していくことが私たちの使命です。

初回発行となる今回の報告書においては、上記のような当社の考え方と非財務情報を含めた価値創造の全体像をお伝えすることに注力しました。

ステークホルダー・社会からの信頼を得ていくには持続的かつ誠実な開示が不可欠です。今後も皆様のご意見を反映しながら、統合報告書の質的向上を図ってまいります。

報告対象期間

2022 年度 (2022 年 1 月 1 日～2022 年 12 月 31 日)
一部に 2023 年 1 月 1 日以降の活動内容等を含みます。

報告対象組織

株式会社リブセンスおよびグループ会社

Web サイト

コーポレートサイト <https://www.livesense.co.jp/>
IR 情報 <https://www.livesense.co.jp/ir/>

参考ガイドライン

国際統合報告評議会 (IIRC) 「国際統合報告フレームワーク」
経済産業省「価値協創ガイドライン」

トップメッセージ



変化の激しい時代にあっても、 「幸せから生まれる幸せ」を変わらず追求し続けます

代表取締役社長兼執行役員
村上 太一

デジタル情報社会の変化と私たちのビジネス

2023年、リブセンスは創業17年、上場から12年を迎えました。創業当時はまだiPhoneも世の中に登場しておらず、サーバ環境や処理できるデータ量も限られていました。時が経つに連れて、多くの人がスマートフォンを持つようになり、どこでもインターネットに繋がれるようになりました。また、クラウド化が進んで大量のデータを保持できるようにもなり、AIやアルゴリズムをより適切に活用できる環境へと進化しています。

こうした社会的な変化や事業環境の変化は、想像よりも速いものだったと感じています。私の好きな言葉に「人は1年でできることを過大評価しすぎる、そして10年でできることを過小評価しすぎる」というものがあります。その言葉どおり、この10年の変化は「こんなに変わるものなのか」と思うほど大きなものでした。

2045年にはシンギュラリティ*が訪れるとも言われていますが、ChatGPTなど、局所的には人間を大きく超えると思われるレベルの技術も登場しています。2045年より早くシンギュラリティに到達することも十分にありえます。

リブセンスではこれまで、サービス内のユーザーデータの記録・解析を行う基盤「Livesense Analytics」や、機械学習にもとづく処理を実行する基盤「Livesense Brain」を自社独自で構築し、データ活用と技術力向上に取り組んできました。しかし、変化のスピードが速く、常にもっと先があると予測できる状況においては、自分たちが先んじているという感覚を持つことはむしろ危うさにつながります。常に変化を追いかけ、自らも変化し続けなければならないと改めて感じています。

*技術的特異点。人工知能(AI)をはじめとする技術が人間の知能を大きく超える転換点

創業以来、変わらず大切に続けてきた想い

外部環境は大きく変化しましたが、一方で、創業以来リブセンスが掲げてきた経営理念「幸せから生まれる幸せ」や「あたりまえを、発明しよう。」というビジョンは変わらず大切にしてきたという実感があります。

社会が大きく変わっても、人間が日々の生活を営み、「幸せになりたい、他の人と交流したい」と願うことは変わらないものだと思っています。ただ、情報があふれる中で生活していると、より早く、より多くを知りたいという過剰な欲求が生じます。それらを刺激するような商品やサービスがどんどん世の中に生まれているのも事実です。

私たちは、どんなに収益性が高くても掲げてきた哲学にそぐわないビジネスは手がけないという意志を貫いてきました。「リブセンスのサービスを使って良かった」「使うことで社会全体が一步前に進んだ」と感じられるようなサービスを作り続けることが、「幸せから生まれる幸せ」に通じるのではないかと考えています。例えば、「マッチバイト」に数多くの案件が掲載されることで、求職者が適職を選択できるようになった。「転職会議」に企業の口コミが掲載され可視化されることによって、ブラック企業という言葉が世の中から減ってきた。「IESHIL」で中古マンションの価格データをオープンにすることで、不動産事業者とユーザー間の情報の非対称性が減ってきた。それら一つひとつは、小さな前進かもしれませんが。しかし未来から見たとき、小さな前進の集合体が社会を変える力になってほしいと願っています。

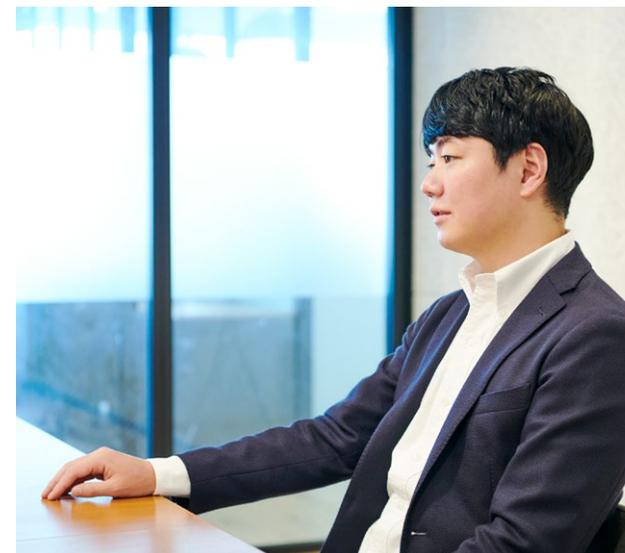
こうした創業時からの一貫性は、企業としての強さにもつながっていると感じます。今、SDGs（持続可能な開発目標）などを含めて、企業が社会と共存し、社会にとって意味ある事業を行うことが問われるようになっていますが、リブセンスは創業以来その思想を持ち続け、実践し続けてきたと自負しています。

コロナ影響からの回復に注力した 2022 年度

2020 年度から 2021 年度にかけては、新型コロナウイルス感染症の影響によって採用市場が低迷し、それが収益に影響を与える苦しい状況が続きました。しかし、2021 年度には構造改革に踏み出し、これからの事業の方向性を明示するとともに、「転職ナビ」の事業撤退という決断も行いました。黒字化という目標にフォーカスを当てるとともに、目標を達成できるという意識を社内に根付かせることに注力してきた1年でした。

そうした変化の流れを、業績面で具体的に形づくることのできたのが 2022 年度だったと考えています。主要事業の成長と収益力強化施策によって増収、通期黒字を実現することができました。厳しい状況を乗り越え、期初計画を大きく上回る利益を実現したメンバーに報いようという思いから、特別賞与の支給による還元ができたこともうれしく感じています。

このように既存事業の回復は順調に推移した一方で、周辺領域への展開や新たな成長領域への進出は課題が残る形となりました。こうした実績を踏まえて、2023 年は「既存ビジネスの強化」と「現在の事業



を基礎にした、新たな収益源の創出」を目標に掲げ、増収増益と新たな展開を目指していく考えです。

テクノロジー企業だからこそ問うべき「人間性」

2022 年度は、これまで変わらず掲げてきた経営理念やビジョンをより言語化できるようになった年でもありました。「最適な選択を妨げる構造の歪みを社会の課題と捉え、テクノロジーで解決する」という事業理念に基づき、「DX によるモデル刷新」「高い透明性」「人間性の尊重」の3つの事業テーマを改めて明文化しています。テクノロジーを駆使してビジネスを行う企業として、デジタル化に

よって利便性や効率性を向上させること、情報の非対称性を解消して透明性を高めることでミスマッチを減らすことは当然目指すべきテーマです。その上で、デジタル化や機械化が過度に進むことによるデメリットを意識し、人間のあるべき姿にも目を向けなければならないと考えています。アルゴリズムが高度化することで情報量が増えた反面、人々がそれらの情報に違和感を感じたり、最適な意志決定につながらないケースも生じています。情報があふれる時代だからこそ、テクノロジーの使いどころを見極め、人間味のあるマッチングを実現するこ



とが求められるようになるのではないかと考えています。「転職ドラフト」で提案メールを自動で一斉送信せず、企業が一通ずつスカウトを作成する仕組みを設けているのも、そうした思いを形にした一例と言えます。

個の強さが、次の時代の新しい価値を築いていく

リブセンスでは、事業の企画から開発、マーケティング、セールス、カスタマーサポートまで、すべてのプロセスを内製化しており、人材が最大の資本であると捉えています。ビジョンを実現するためには、メンバー一人ひとりが社会のためを思って個性を発揮していくことが重要です。それぞれのメンバーが持っている強みを掛け合わせることで、より広く伝わるものを生み出せると考えています。

ベンチャーマインドを大切に続けてきた会社ですから、世の中の基準からすれば個性的な人材が集まっているとは思いますが、型にはまらないようなやんちゃな人がもっと増えると、サービスに新しい価値を付加したり、これまででない領域を切り開く力になってくれるのではないかと感じています。こうした個性あふれる人材が活躍できるよう、社内のルールや手続きは可能な限り減らし、創造性を発揮できるようにしています。また、メンバー間の関係性が部門内で閉じたものにならないよう、職種間など横のつながりを強化するようなコミュニケーション施策にも力を入れ、新しい刺激によって成長を促しています。

また、メンバーが個性を発揮するためには、マネージャーがそれを許容し、一人ひとりの成長度ややりがいを見極めて采配することも重要です。このため、今後はマネージャー層を強化し、現場での指導力を上げていくことにも注力していきたいと考えています。

さらに、この数年でガバナンス体制の強化にも取り組み、2023年度には社外取締役が過半数となりました。それぞれに専門性を持った役員の視点を活かし、複合的に経営の意志決定を行えるようになったと実感しています。

これからも、事業を通じて人々の幸せに貢献する

リブセンスという社名は、「LIVE = 生きる」「SENSE = 意味」に由来します。人としてのあるべき姿や誠実さを大切にしようという思いを、創業以来変わらず持ち続けてきました。

株価や時価総額、業績という面では今より高い時期もありましたが、今が当時より悪いとは思っていません。過去との比較や短期的な視点に囚われず、常に長期の視点でより良い未来を作る、そのための改善のサイクルを回し続けることが重要だと考えています。もちろん短期の実績は大切ですが、創業の意思を形にし続けることにもこだわり続け、両輪で進んでいくことが会社の風土やブランドを強くすることにつながると信じています。

これからも私たちは、社会の不便や非効率を解消し、新しい価値を作り続けることで「幸せから生まれる幸せ」を実現していきたいと思えます。



價值創造

価値創造ストーリー

選択の最適化を通じ、世の中の「幸せ」を増やす

リブセンスが社会に提供する最も重要な価値（アウトカム）は「社会における選択の最適化」です。人は幸せに向かって日々選択を繰り返しています。その選択をサポートすることは個々の人生を豊かにし、世の中の幸せの総量を増やすことに繋がります。それこそが私たちの目指す価値創造です。

社会は常に変化し、人々の最適な選択を妨げる課題も移り変わっていきます。社会に価値を提供し続け、持続的な成長を実現するためには、外部環境の変化を的確に捉え、自ら変化し新たな価値を生み出すプロセスが欠かせません。

外部環境の変化と変化への対応

リブセンスが創業した2006年、情報システムやインターネットは急激な進化の過程にありました。一方で、その広がりには現代から見るとまだ十分とは言えず、世の中には多くのアナログで非効率な仕組みやサービスが残っていました。リブセンスは、その中でアルバイト求人に着目し、アルバイト求人サイト「ジョブセンス（現マッハバイト）」を立ち上げました。紙の求人誌を前提とした課金形態やビジネスモデルを再構築し、「成功報酬」「お祝い金」を特長としたこの事業は現在でも当社のメイン事業です。

また、流通する情報の少なさは情報の非対称性を生み、人生の選択にも影響を及ぼしていました。転職の場面における求職者と企業の

情報格差を是正する「転職会議」は、求職者に「企業の口コミ」という新たな情報源を提供し、最適な職場選択を支援しています。

その後、デジタル技術は飛躍的に進化・浸透しました。世の中が効率化され様々な情報が流通するようになった一方、大量のデータを統計的に処理した結果のマッチングは、必ずしも個人にとって最適とは限りません。リブセンスは、画一的なスカウトメールを廃した「転職ドラフト」等によって、この新たな課題に挑戦しています。

そして現在、生成AIが世の中を大きく動かそうとしています。デジタル技術は進化を続け、シンギュラリティの到来も現実味を帯びてきました。私たちを取り巻く環境がどう変化するかを正確に予測することは困難ですが、環境の変化に伴って新たな課題が出現してくることは間違いなく、その課題も多くはテクノロジーやビジネスによって解決が可能ははずです。

価値創造を可能にする資本と成長の原動力

このような変化への対応と価値創造を可能にする資本（インプット）が、私たちが保有する人的資本と多くの事業創出経験、システム基盤やデータを始めとする技術資産です。固定資産を持たず、サービスの質やビジネスモデルが勝負を決めるIT業界においては、優秀な人材はきわめて大きなレバレッジを生み出します。また、競争優位を確立・維持するためには、他社にはない独自のデータやそのデータを活用する仕組みが大きな力となります。

これらの資産を最大限にビジネスに活かし、持続的な成長を実現す

る原動力となっているのが「企業風土」「変化を生む組織」「事業創出力」の3つの要素です。

リブセンスにおいては、「今ある事業を大胆に変革すること」「新たな事業に挑戦すること」はまったく特別なことではなく、当然やるべきことと理解されています。これは、大学起業でスタートした当社の創業以来のDNAと、従業員の理念・ビジョンへの共感によるものです。リブセンスの採用においてはスキル・能力に加えカルチャーマッチを重視しており、変化や挑戦を志向する風土が培われています。

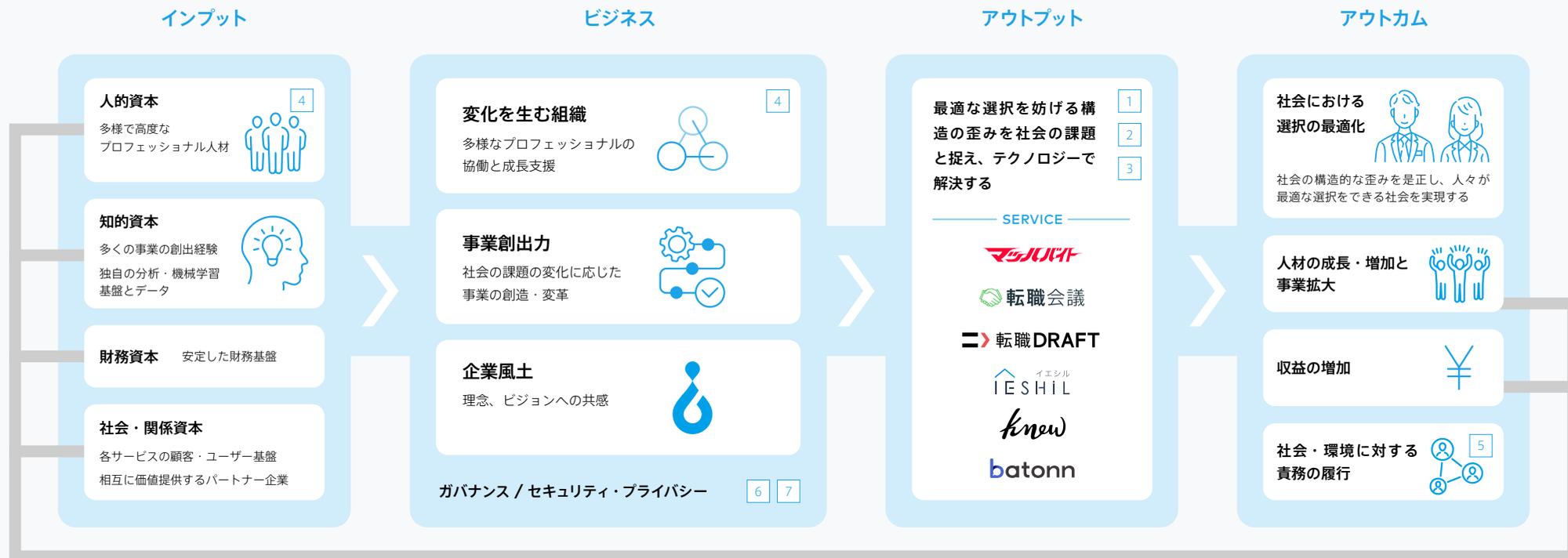
そのような風土を事業の運営と創出に活かすため、組織形態は「事業部制」「インハウス運営」「職種リーダー（VP）制度」を組み合わせでデザインしました。リブセンスでは、サービス単位の事業部門ごとに開発・デザイン・企画・営業・CSの各職種を直接雇用中心で配置するとともに、職種リーダーによる横串の人材育成機能を組み合わせた組織運営をしています。これにより、一貫した意思決定と素早い行動、個人の成長加速と外部環境の変化に応じた戦略の柔軟な転換や遂行を実現しています。

これらの風土や組織をベースに社内に蓄積されたノウハウやデータと、「あたりまえを、発明しよう。」というビジョンに基づき、リブセンスでは30以上の新規事業に挑戦してきました。成功・失敗にかかわらずこれらの事業創出経験は貴重な資本となり、次の事業の創出と現在の事業の変革を支えています。

私たちはこのような仕組みを基に社会に価値を提供し、より良い社会の実現と持続的な成長を目指しています。

価値創造プロセス

①～⑦はマテリアリティと対応しています。マテリアリティの詳細はP33をご覧ください。



外部環境

デジタル化の進展に伴い、
社会の課題は変化してきた

- ・不便で非効率なオペレーション
- ・情報の不透明さ



- ・過度な機械化による、
個の多様性・価値観の軽視



- ・デジタルやAIの進化による
新たな課題の発生



独自性と強み

風土と組織が育む事業創出能力

リブセンスは創業以来 17 年間、新たな事業の立ち上げに挑戦し続けてきました。その数は撤退・譲渡した事業を含めて 30 以上ののぼり、うち 9 事業は年間売上高 1 億円規模までグロースしています。多くの事業を生み出してきた要因のひとつは、事業創出の過程で得られた個々のノウハウを組織の中に蓄積し、横断的な事業改善や新規事業の創出に役立ててきたことです。例えば、アルバイト事業で生まれた成果報酬型モデルを中途採用領域や不動産領域に展開する、人材領域で培われたアルゴリズムをマッチングアプリに応用する、特定の事業で生まれた広告出稿やコンテンツ作成のノウハウを事業間で共有するなど、その応用分野は多岐にわたります。

さらに、蓄積・転換されるのはノウハウだけではなく、事業創出に必要なコンピテンシー（行動特性）も含まれます。これは当社のビジョンである「あたりまえを、発明しよう。」にも現れており、社会や日常生活の中にある「？」を見過ごさず、常識を疑い課題の本質を見極めるような行動規範が組織全体に根付いています。リブセンスが立ち上げた事業はすべて、社内でも生まれた「なぜ転職のときに企業の内情が見えないんだろう」「なぜ転職では年収が最後に提示されるんだろう」「なぜ採用面接は複雑かつアナログなんだろう」といった疑問や課題意識に端を発しています。



リブセンス派遣

⇒ 転職 DRAFT

就活会議

マジョリット

創業以来の新規事業数

イェシール
IESHIL

転職ナビ

batonn

30 以上

carimo

DOOR
chintai

転職会議

knew

MOTORS.NET

治療note™

cospa.
コスパ

変化を生み出す組織体制

多様なプロフェッショナルの協働

リブセンスの事業創出・運営能力のポイントのひとつが、全職種を内製していることによるチーム一貫体制です。リブセンスでは、サービスごとに事業部に分かれる事業部制の組織形態を採っており、事業内では企画からデザイン・システム開発、マーケティング、セールスやカスタマーサポートまで、すべての重要プロセスを内製化しています。社内で素早く PDCA を回し続けることでサービスの価値向上を図るほか、各職種領域におけるノウハウや経験を社内に蓄積することで、事業の創出や変革を確度高く行うことができます。また、チーム一貫体制のもう一つのメリットは、職種の業務範囲を超えた「越境型人材」の創出です。複雑化し、競争が激化する現代の IT 業界においては、専門領域における個別最適の集合で競争に勝つことは難しくなっています。リブセンスでは各職種の強みを組み合わせ、全体最適で勝つ戦略を描くべく、「越境型人材」を推奨しています。職種同士の距離が近いリブセンスにおいては、セールスやマーケティング職も SQL でデータベースを参照しながら営業やメディア改善に取り組んでいます。他にも、エンジニアが直接カスタマーの声を聞いてみたり、企画職がシステムや法務の観点を統合しながら新機能の導入を進めたり、職種を越境しながらサービスの向上に取り組んでいます。



VP 制度による成長支援

リブセンスには事業部によるタテの組織構造に加え、職種ごとのヨコの組織構造である VP (Vice President) 制度があります。リブセンスにおける VP は職種領域ごとのリーダーに該当し、エンジニアリング、デザイン、プロダクト & マーケティング、セールス & ビジネスディベロップメント、ビジネスオペレーションの 5 領

域に設置されています。各職種領域への理解が深い VP によって職種ごとのロールモデルやリブセンスにおけるキャリアモデルの形成、職能向上などのミッションが推進されています。事業運営においてはタテの事業部によって事業ビジョン・方針の浸透が図られた上で迅速な意思決定と職種間連携がされると同時に、VP 制度によって専門能力の向上やノウハウ共有、個人のキャリアアップが促されることで、会社全体の価値創造能力が高められています。

財務方針



取締役兼執行役員
桂 大介

株主・投資家へのメッセージ

日頃より多大なるご支援を賜り、誠にありがとうございます。

当社は過去新型コロナウイルス感染症の影響により厳しい状況にも置かれてきましたが、それを事業・組織両面における改革の契機とし、業績向上へと努めてまいりました。当時の苦境を支えてくださった皆様には深く感謝いたします。引き続き持続的・中長期的な企業価値の向上を図ると共に、透明性の高い情報開示を続け、株主の皆様をはじめ、関係各位の皆様のご期待に応えてまいります。

今後ともご支援を賜りますよう、なにとぞよろしくお願い申し上げます。

2022年度の総括

当社は新型コロナウイルス感染症の影響によって、2020年、2021年と2年連続で創業以来初となる10億円超の営業赤字を計上しました。2022年はこのような苦しい状況から脱却し、黒字転換への道筋をつける1年と位置付けていました。

そのために前年から進めていた不採算事業の撤退や固定費削減等の施策を着実に実行するとともに、各事業においても売上・利益成長を実現するための成長戦略を推進していきました。

結果として、黒字体質への再転換は順調に進捗し、当初予定を前倒しする形で黒字化を実現することができました。

2023年度全社方針と投資戦略

喫緊の課題であった黒字化、そして黒字体質への再転換を果たしたことから、2023年は持続的な成長に向けた基盤作りと投資のフェーズとなります。

具体的には「既存ビジネスの強化による、持続成長基盤の確立」「現在の事業を基礎にした、新たな収益源の創出」「新たな事業におけるPMF[※]の実現」の3点を主要な取り組みテーマとし、増収増益基調を維持した上で中長期的な成長に向けた投資の強化を行います。

投資については、

1. 既存顧客の取引拡大のための広告投資
 2. 新たな成長の柱を創るための新規事業投資
 3. 中長期成長を支える人材投資
- を主要な投資項目とします。

※ PMF（プロダクトマーケットフィット）：サービスが特定の市場において、顧客から受け入れられている状態

2023年12月期連結業績予想 (百万円)

	FY2022	FY2023 業績予想	YoY	増減額
売上高	4,757	6,000	26.1%	1,242
営業利益	284	350	23.2%	65
経常利益	438	500	14.1%	61
親会社株主に 帰属する当期純利益	537	460	△14.4%	△77

株主還元方針

当社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題のひとつであると認識しており、具体的な利益還元の方法及び構成については、資本構成のあり方や投資計画、財務状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況等を勘案し、適宜最適な方法を検討してまいります。現在、当社は配当による株主還元は行っておらず、利益の全額を内部留保及び成長投資に充てております。

これは、当社が安定的な経営基盤及び持続成長基盤の確立の過程にあるためであります。内部留保資金を充実させ経営基盤の安定化を図ると共に、事業の基盤確立や拡大のための投資によって一層の企業価値向上を図ることが、株主に対する最大の利益還元につながるかと考えております。

市場変更について

当社は現在プライム市場に上場していますが、2022年12月末時点において同市場の上場維持基準を満たしていません。

このたび、株主の皆様が安心して当社株式を保有・売買できる環境を整え、事業成長に集中することが重要と判断し、東京証券取引所の規則改正を機にスタンダード市場への移行を選択いたしました。その上で、安定的・継続的にプライム市場の上場維持基準を充足する状態を保つことができるよう企業価値を高め、将来的に改めてプライム市場への上場を目指します。

2022年度財務レビュー

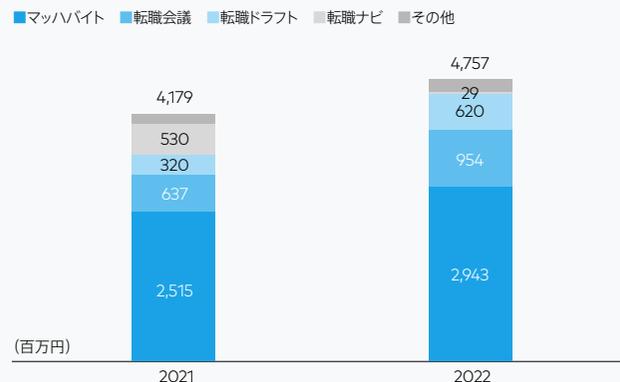
業績概要

	2021	2022	YoY
売上高 (百万円)	4,179	4,757	+13.8%
営業利益 (百万円)	△1,112	284	-
営業利益率 (%)	-	6.0	-
経常利益 (百万円)	△916	438	-
親会社株主に帰属する 当期純利益 (百万円)	△943	537	-

求人ニーズの上昇に加え、既存事業において顧客への拡販を積極的に推進したこと等により、売上高は前期比 13.8% 増となりました。また、利益面においては、既存事業が売上高の増加に伴い増益となったことに加え、不採算事業の撤退や固定費削減等の取り組みにより、営業利益は期初の計画より前倒しで黒字転換を実現いたしました。親会社株主に帰属する当期純利益は、税効果会計上の繰延税金資産の回収可能性を見直したことにより法人税等調整額を計上した結果、大きく増加しました。

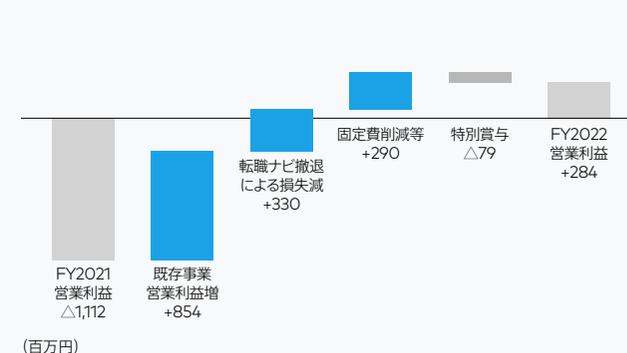
業績推移

売上高



マッハバイト、転職会議、転職ドラフトの主要 3 事業がすべて前期比増収となりました。マッハバイトは顧客の採用ニーズの回復に合わせた積極的な拡販を行うと同時に、セールスとマーケティングの連携による高効率な集客を行うことで顧客ニーズを満たし、取引を拡大しました。転職会議はサイト改善により閲覧者数が増加したほか、セールスにより大口提携先の予算枠を獲得いたしました。転職ドラフトは IT エンジニアの採用ニーズの高さを背景に、参加会員数及び参加企業数は前期比で増加基調が続きました。加えて、料金体系の改訂も寄与し、大幅に増収となりました。

営業利益



主要 3 事業を中心とした事業成長が黒字化に大きく寄与しました。また、事業成長に加え、2023 年 1 月に「転職ナビ」事業から撤退したことで当該事業の損失分がなくなったこと、オフィスの移転・閉鎖や有期雇用社員・業務委託の契約見直し等により固定費を削減したことから、2022 年度の目標であった「黒字体質への再転換」を実現し、3 期ぶりの黒字となりました。また、期初計画を大きく上回る利益を実現したことに伴い、従業員への特別賞与も計上しています。



リブセンスの事業

事業理念と事業ポートフォリオ

リブセンスの事業理念と事業テーマ

会社の大きな方向性を示し組織をまとめるにあたって、経営理念やビジョンの存在は欠かせません。しかし、それらはときに大きすぎ、あるいは抽象度が高すぎるために現実との接続が見えにくくなることがあります。リブセンスでは経営理念「幸せから生まれる幸せ」およびビジョン「あたりまえを、発明しよう。」と一つひとつの事業を接続するため、ひとつの事業理念と3つの事業テーマを設けています。これらはリブセンスが事業を通して解決したい課題であり、事業創造や事業変革の指針でもあります。

事業理念

最適な選択を妨げる構造の歪みを社会の課題と捉え、テクノロジーで解決する

事業理念に基づく3つの事業テーマ

1. 利便性・効率性を向上させる、DXによるモデル刷新
2. フェアな選択のための高い透明性
3. 機械的な処理ではない、誠実で人間らしいマッチング

事業ポートフォリオの最適化方針

リブセンスは、社会の課題を解決し、新しい「あたりまえ」を創造するため、特定の事業領域にこだわらず複数の事業を運営するとともに、常に事業ポートフォリオの最適化を図っています。

ただし、「特定の事業領域にこだわらない」ということは「何でも良い」ということではありません。当社の運営する事業は、原則として「最適な選択を妨げる構造の歪みが存在する」「社会へのインパクトが大きい」「新しい『あたりまえ』を生み出せる」の3点を満たす必要があると考えています。

この3点を満たす事業を常に模索すると同時に、既存の事業も時代の変遷に合わせて常にアップデートを図っています。

また、基準を満たさなくなった事業や収益の向上が難しい事業については適宜撤退や譲渡を検討し、経営資源を適切に配分することで、リブセンス全体としての成長と新しい「あたりまえ」の創造を目指します。

リブセンスの事業参入基準

- ・最適な選択を妨げる構造の歪みが存在する
- ・社会へのインパクトが大きい
- ・新しい「あたりまえ」を生み出せる

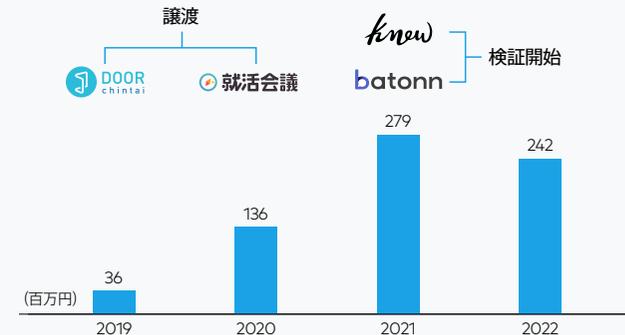
事業ポートフォリオ最適化の進捗

新規事業開発のための人的リソース確保を目的に、2019年には「DOOR 賃貸」、2020年には「就活会議」の2事業を他社に譲渡しました。

これを受け、2020年からは大幅に体制を強化し新たな事業の開発を進めています。新型コロナウイルス感染症の影響により2020年、2021年の2年間は大きな連結営業損失を計上しましたが、この間も継続して投資を行ってきました。

これまで複数の事業案の検証を行っており、現在は紹介型マッチングサービス「knew」と面接最適化クラウド「batonn」の2事業の検証が進捗しています。

新規事業投資額



事業一覧



アルバイトの求人広告をサイト上へ掲載し、求職者へ求人情報を提供することで、採用決定をサポートするサービスです。求人広告掲載企業にとっては成功報酬型の価格体系や費用対効果の高さ、求職者にとっては採用が決定した際に「祝い金」が贈呈されることなどが特長です。



社員による企業の評判・社風・面接対策をはじめとする口コミ情報や求人情報を閲覧できるサービスです。求人票からではわからない企業の情報を提供し、転職者がより自身に合った企業へ入社できるようサポートします。

⇒ 転職 DRAFT

プロスポーツの選手獲得時に行われるドラフト会議のように、IT エンジニアをドラフト指名（競争入札）するサービスです。指名時に想定年収や個別の指名理由が提示されるなど、求職者に寄り添った独自のルールによって高い満足度を得ています。



機械学習によって算出された部屋別の参考相場価格、物件の災害リスクや学区・保育園等の住環境データ等、中古マンションの売買判断に必要な情報を閲覧できるサービスです。不動産売買に関する無料アドバイス等、安心して不動産取引を行うためのサポートをします。

その他

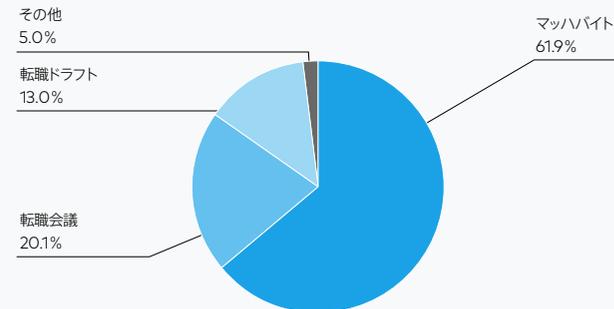
新規プロダクトの開発及び他社への出資・業務提携・M&A 等による新たな事業の立ち上げを行っています。現在は紹介型マッチングサービス「knew」や面接最適化クラウド「batonn」など、当社の今後の成長の柱となる新たなプロダクトの開発に取り組んでいます。

主要事業の構成

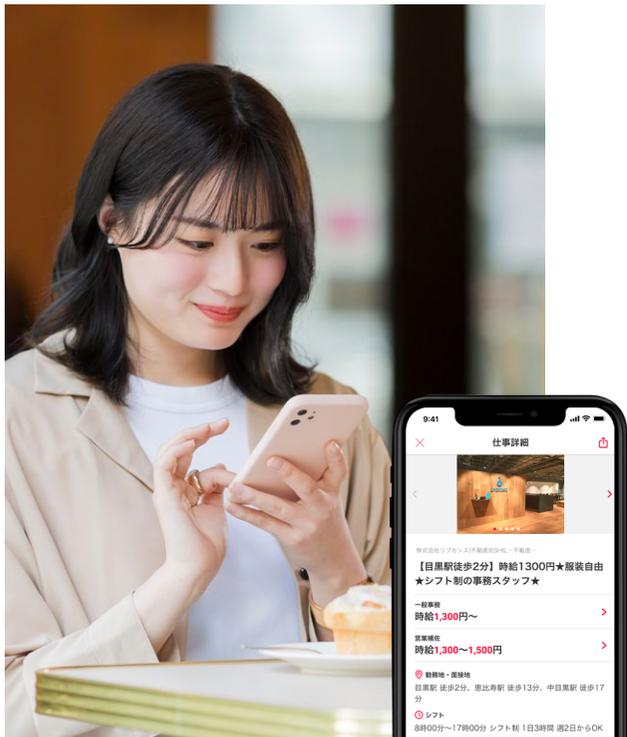
当社の主要事業はマッハバイト、転職会議、転職ドラフトの3事業で、連結売上高の約95%を占めています。その中でも創業事業であるマッハバイト（旧ジョブセンス）は、売上の過半を占め、人員構成でも最多となっています。利益においては転職会議、転職ドラフトも大きく貢献しており、この3事業がリブセンスの収益の柱となっています。

近年は転職ドラフトが高い成長率にあります。連結売上高に占める割合は、2020年には4.8%でしたが、2022年には13.0%まで増加しました。

事業別売上高比率



マッハバイト



バイトを変える、日本が変わる

現在、日本における雇用者の4割近くは非正規雇用です。その人数は2000万人以上で、30年前と比較すると人数・比率とも2倍以上に増えています。

アルバイトをはじめとする非正規雇用者はあらゆる場所で業務を支えているにもかかわらず、今も多くの課題を抱えています。例えば正社員との待遇差、求人と実態のミスマッチ、年齢・国籍など多様化する人材への対応など。

マッハバイトはこういった課題に対し、将来的にはアルバイトとしてしっかりキャリアを積める世界、キャリアが評価される世界、ひとつの生き方として安心して働ける世界を目指します。

労働力人口の減少が見込まれる日本において、アルバイトの可能性が最大限に広がることは、個人においても企業においても大きなインパクトがあるはず。

バイトが変われば、日本が変わる。

マッハバイトはアルバイトの新しい「あたりまえ」を作ります。

解決したい課題

アルバイトを探す大きな目的のひとつは「すぐにお金が欲しい」というものです。しかし、この目的と「月末締め翌月払い」という標準的な給与支払いサイクルには大きなギャップがあります。また、アルバイト探しのプロセスもそれ自体が目的ではなく、働くまでの期間や手間は可能な限り短縮すべきです。

マッハバイトは、「マッハボーナス」による金銭的なメリットやマッチングの最適化等による効率的なアルバイト探しを通じ、まずは求職者のニーズを充足していきます。

そして、将来的にはアルバイトという雇用形態そのものが抱える課題の解決に挑戦していきます。

アルバイト探しのプロセスにおける課題





事業概要

サービス名	マッハバイト
サービス内容	アルバイト求人サービス
事業開始	2006年
売上高	2,943百万円(2022年度)
主要顧客	求人企業 業種例：飲食店、小売店、警備会社等
特長	<ul style="list-style-type: none"> 採用決定でもらえるお祝い金「マッハボーナス」 成果報酬型プラン等、ニーズに応じた課金プラン Webマーケティングや機械学習のノウハウによるマッチングの最適化
関連指標	求人掲載数 28万件以上(2022年12月末現在) 累計会員登録数 約310万人

ビジネスモデルと特長

効率的な採用・求職を実現するアルバイト求人サービス

マッハバイトは求人企業から求人の依頼を受け、Webサイトやアプリに求人を掲載します。

料金プランは無期限に掲載できる成果報酬型プランと掲載期間で契約する掲載課金型プランがあり、求人企業の採用ニーズに応じて選択が可能です。特に「成果報酬型プラン」は採用が決まるまでは完全無料で無駄な費用をかける必要がなく、費用対効果の高い採用が可能です。

一方、求職者は検索や広告等を通じてマッハバイトの求人を見つけ、応募をします。採用が決まると「マッハボーナス」というお祝い金を受け取れる点が大きなメリットです。

マッハボーナスは求職者のリピートや口コミを促進すると同時に、採用を検知し求人企業の不正を防ぐ役割も持っています。



業績

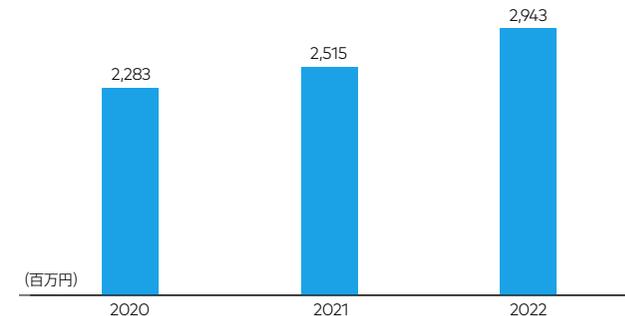
外部環境の変化に対応し、過去最高の売上高を達成

新型コロナウイルス感染症の影響により、アルバイト採用市場は2020年に大きく縮小しました。

マッハバイトは、このような外部環境の変化に対して顧客構成を変えるなどの対策を進めながら、同時に独自の強みの確立に取り組んできました。

アルバイト採用市場の回復に加え、培ってきた独自の強みを生かして企業の求人ニーズに合わせた集客を行うことで大口顧客との取引を拡大し、2022年度は過去最高の売上高となりました。

売上高の推移



転職会議



ビジョン

「ここで働きたい」がわかる、ふえる。

わたしたちは、生活している時間の約3分の1を労働に費やしています。どの会社で働くか、誰と働くか、どんな働き方をするかは人生の大きな意思決定のひとつです。そして、「万人にとって良い会社」は存在しません。わたしたちは自らのライフステージや志向性、価値観に沿って最適な会社を選ぶ必要があります。

一方、企業にとって人的資本の重要性はますます増えています。自社の文化に合う人材を採用すること、自社が求める人材を採用するために組織改善を行うことは、企業の長期的な成長にとって必須の要素となっています。

転職会議は、一般的な求人票からはわからない生の声を集めることで、個人には「この会社で働けて良かった」と思えるような選択を、企業にはエンゲージメントの高い「良い会社」への変革をサポートします。

解決したい課題

転職における情報の非対称性とミスマッチを解消する

転職会議が誕生した2010年当時、現在ほどSNSは社会に浸透しておらず、企業の実態を知る手段は限られていました。転職会議は、仕事探しにおける情報の非対称性は転職で生じるミスマッチの要因になっていると考え、「公式にはないリアルな情報」として会社の口コミを集めて公開することで、求職者の情報収集と意思決定をサポートしてきました。

口コミによる情報収集が一般的となった現在は、口コミ情報に加えて企業の公式情報や求人情報、企業側の発信といった情報も充実させています。転職会議は、より多くの人々が納得できる転職を実現する手助けとなることを目指しています。

求人サイト 企業サイト

- ・会社概要
- ・事業内容
- ・募集要項
- ・福利厚生
- ・IR情報
- ・社員インタビュー etc...


 入手できる
企業情報

転職会議

- ・実年収
- ・残業時間
- ・面接情報
- ・社員口コミ
- ・口コミへの返信
- ・企業概要、求人情報 etc...



転職会議

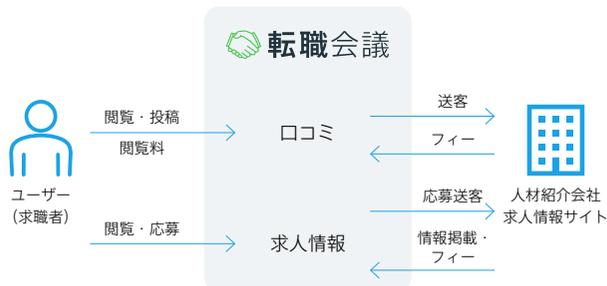
事業概要

サービス名	転職会議
サービス内容	転職口コミサイト
事業開始	2010年
売上高	954百万円(2022年度)
主要顧客	人材紹介会社 求人情報サイト
特長	<ul style="list-style-type: none"> 国内最大規模の転職に関する口コミサイト 職場の雰囲気や評判といった会社のリアルな情報を入手可能 口コミの閲覧・書き込み以外に求人応募や複数の人材紹介会社への登録が可能
関連指標	口コミ投稿企業数 約20万社 掲載口コミ数 約400万件 (2023年7月時点)

ビジネスモデルと特長

転職希望者の集まるプラットフォーム

転職会議は約20万社400万件の口コミを保有する、国内でも数少ない大規模転職口コミサイトであり、これらの口コミと口コミ閲覧のためにサイトを訪問する会員が転職会議の価値の基盤となります。企業の口コミを閲覧する会員は大部分が転職希望者です。会員は、転職会議への会員登録時に提携人材紹介会社等に登録する、サイト内の提携求人情報に応募する、といった転職活動が可能です。当社はこれらの提携先から紹介フィーを受け取ります。また、会員は口コミを投稿することで無料での口コミ閲覧ができますが、口コミ投稿が不要な閲覧手段としてサブスクリプション型の口コミ閲覧権「口コミパス」も提供しています。

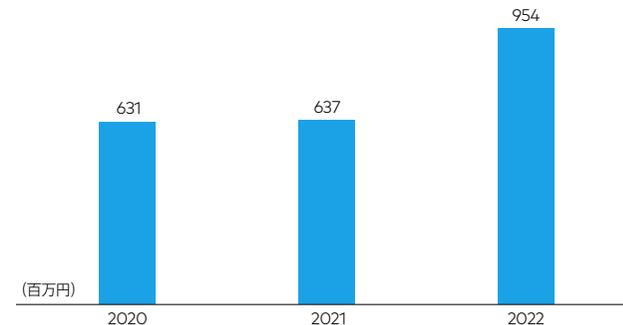


業績

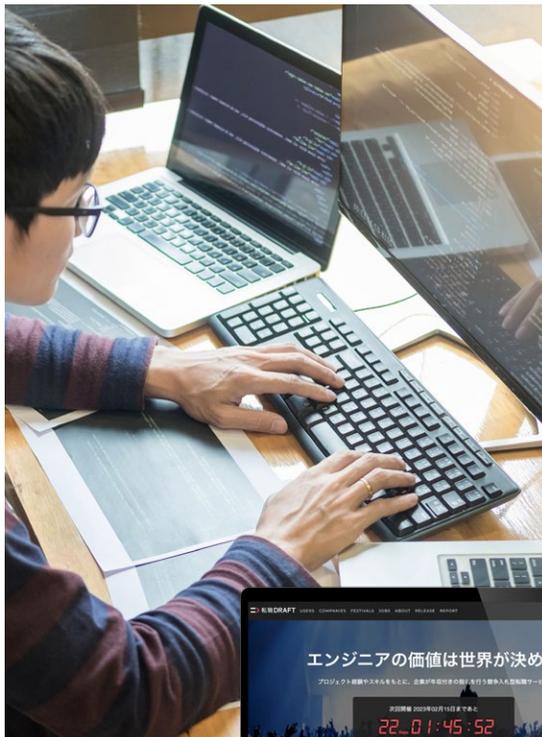
大口提携先の予算獲得により、大幅増収

転職会議は継続的なサイト改善を続けており、2022年には閲覧者や口コミ数の増加など、収益の基盤となるサイト価値の向上が進展しました。あわせて、セールスによる提携先の獲得・取引拡大が順調に進み、大口提携先の予算獲得によって売上高が大きく伸長しました。また、口コミを無制限に閲覧できるサブスクリプション商品「口コミパス」の利用者も増加しました。

売上高の推移



二> 転職 DRAFT



ビジョン

「実力が正当に評価される世界」を実現する

会社員が「自身の客観的な市場価値」を判断する機会がきわめて限られています。現在の社内における評価は、あくまでその会社の評価基準や年収水準に沿ったものに過ぎません。

転職活動は市場価値を測る数少ない機会のひとつですが、それすら「現年収」を参考に年収提示がされることが少なくありません。

あるいは、年齢、性別といった属性情報。これらは「本人の提供する価値に応じて報酬を支払う」という観点からは、バイアスとなりえる情報ではないでしょうか。なぜこのような情報が必要なのでしょう。

転職ドラフトは、このような評価においてバイアスとなる情報を排除し、「エンジニアが実力によって正当に評価され、実力に見合った報酬を得られる」シンプルな世界の実現を目指しています。

解決したい課題

転職のプロセスから不要な要素を取り除き、透明化する

現在の転職のプロセスには、多数の不透明で非効率な要素が潜んでいます。

例えば、条件に一致した何百人もの対象者に一齐に送られるスカウトメール、履歴書の年齢や性別の項目、現年収をベースにした年収提示、選考プロセスの最後でようやくわかる提示年収など。

転職ドラフトは「実力が正当に評価される世界」を目指して、転職のプロセスを1から見直しました。

「個別メッセージと年収提示付きの指名」「資料のみでの年収提示を可能にする質の高いレジュメ」「他社の指名状況や金額まで公開される透明な選考プロセス」といった独自のプロセスやルールによって、満足度の高い転職を実現します。

	スカウト	選考	内定・採用
従来	限定的な情報を基にした画一的なオファー	入社後のポジションや年収が不明なまま進行	ポジションや条件の不一致による内定辞退
転職ドラフト	詳細なレジュメ等の情報を基にした個別オファー	期待ポジションや想定年収を最初に明示	双方の納得度が高く、スムーズな内定・入社

二> 転職 DRAFT

事業概要

サービス名	転職ドラフト
サービス内容	競争入札型転職サービス
事業開始	2016年
売上高	620百万円(2022年度)
主要顧客	Web/ITサービスの自社開発企業
特長	・ユーザーに対するレジュメ審査やフィードバック等、独自のサービスルール提供による、質の高いユーザー基盤
関連指標	ドラフト参加会員数 503名 ドラフト参加企業数 253社 (2022年の各回平均)

ビジネスモデルと特長

独自のプロセスとルールによる、満足度の高い転職

転職ドラフトはITエンジニア限定の求人サービスで、求人企業から年間の利用料、および採用成功時の成功報酬をいただくビジネスモデルです。

毎月一定期間「ドラフト会議」が開催され、求人企業はエントリーした求職者に対して「想定年収」「任せたいミッション」「指名理由」等を提示して指名を行います。このような指名を可能にするのが充実したレジュメです。当社はすべての参加者のレジュメに審査・フィードバックを行い、レジュメの中で実力の判断ができるようにしています。

求職者にとっては自分への理解度が高いオファーの届く効率的でストレスのない転職サービスとして、求人企業にとっては質の高い求職者が集まる採用プラットフォームとして高い評価を得ています。



業績

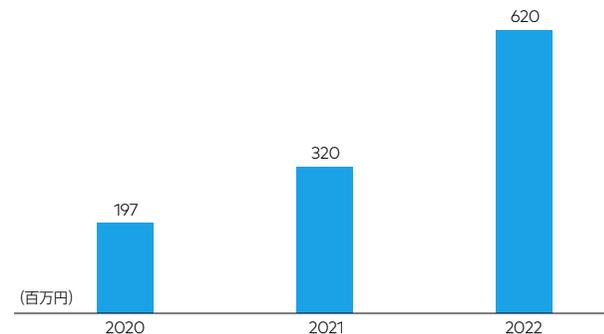
前年比約2倍の成長を実現

エンジニアの採用市場は従来から企業側の需要がきわめて強く、2022年も同様の傾向が継続し、事業成長の追い風となりました。

転職のマッチングサービスである転職ドラフトは、求職者と求人企業をバランス良く増やすことが事業成長の鍵となります。

2022年はサービスの認知や顧客体験の向上により、参加会員数および参加企業数がともに増加しました。加えて、料金体系の改定も寄与し、売上高は前年比93.6%増と大きく成長しています。

売上高の推移





お客様にどこよりも透明化された
不動産サービスを提供する

多くの人にとって、「家」は人生で最も大きな買い物であり、「どこに住むか」「どんな家に住むか」はときとして人生の満足度すら左右します。しかし、大きな買い物ゆえに売買の経験や知識がある人は少なく、意思決定の良し悪しすら判断できないことも珍しくありません。一方、不動産会社の利益の源泉は「一度しか取引をしない消費者の満足や利益」ではなく「成約」であり、前者を追求する動機は薄いのが現状です。

この結果、今も不動産業界には一般消費者との知識差や情報の非対称性によって利益を上げる構造が存在しています。

また、法律の規制や業界慣習等により、システム化や効率化も十分に進んでいるとは言えません。

リブセンスはこのような構造に大きな課題とビジネスチャンスを見出しています。「透明性」と「ITによる効率化」を武器に不動産業界の構造的な課題を解決し、より納得感の高い不動産取引の実現を目指します。

ビジネスモデルと特長

独自のアルゴリズムで査定価格を推定

IESHILでは、首都圏の住宅用マンションに対し、独自に収集した売買・賃貸履歴などのデータを活用した独自アルゴリズムによる価格査定を行っています。また、部屋別の参考相場価格に加え、物件の災害リスクや学区・保育園等の住環境データ等、売買判断に必要な様々な情報を参照することもできます。あわせて、売買に必要な知識の向上を図るメディア運営や、中立的な立場からのアドバイザーサービスも行っています。

IESHILのユーザーは多くが不動産の売買希望者です。当社はユーザーを提携している優良不動産会社に紹介することで紹介フィー（送客料）を受け取ります。



事業概要

サービス名	IESHIL
サービス内容	不動産情報サービス
事業開始	2015年
関連子会社	株式会社フィルライフ (アドバイザーサービスを提供)
主要顧客	不動産会社
特長	<ul style="list-style-type: none"> 独自のアルゴリズムでマンション1部屋ごとの売買価格を推定 周辺の災害情報など売買に必要な情報を集約して提供 中立の立場からのアドバイザーサービスを提供
関連指標	自動査定された掲載物件数 約29万棟

新規事業

新規事業への取り組み

新たな課題の解決と持続的な成長に向けて

グローバルな政治・経済情勢や人々の価値観の移り変わり、技術の進歩やイノベーションなど、私たちの社会は常に変化しています。同時に、その変化に伴って新たな課題も生まれています。

リブセンスは社会の変化に合わせて事業を変化・進化させるとともに、新たに生まれた課題に対して常に事業機会を探っています。

「新しいあたりまえ」となりえる事業の種に対しては、事業モデルの多様化と将来の収益の柱となる事業の創出を目指し、積極的な投資を行います。

「あたりまえを、発明しよう。」をビジョンとするリブセンスは、事業の変化と創出を繰り返すことで常に社会に価値を提供し、持続的な成長を目指しています。

直近においては、新規事業開発の専任組織において「knew」「batonn」のふたつのプロダクトを開発し、PMF^{*}を目指しています。

^{*}PMF（プロダクトマーケットフィット）：サービスが特定の市場において、顧客から受け入れられている状態



いいね・スワイプ不要のマッチングアプリ

現代では、交際・結婚のパートナー探しにおいてマッチングアプリを使うことも一般的になりました。紹介型マッチングサービス「knew」は「まるで、親友からの紹介」をコンセプトとする新たなマッチングアプリです。

顔写真は非公開、いいねやスワイプ、メッセージのやりとりも不要で、運営が個人のプロフィール情報や好みを基に独自のマッチングアルゴリズムで厳選した相手を紹介します。

マッチング後はまず5分のビデオチャットで会話してやり取りを継続するか判断し、その判断が紹介精度の向上に繋がっていきます。まるで親友からの紹介のように、じっくりくる出会いを提供するサービスです。



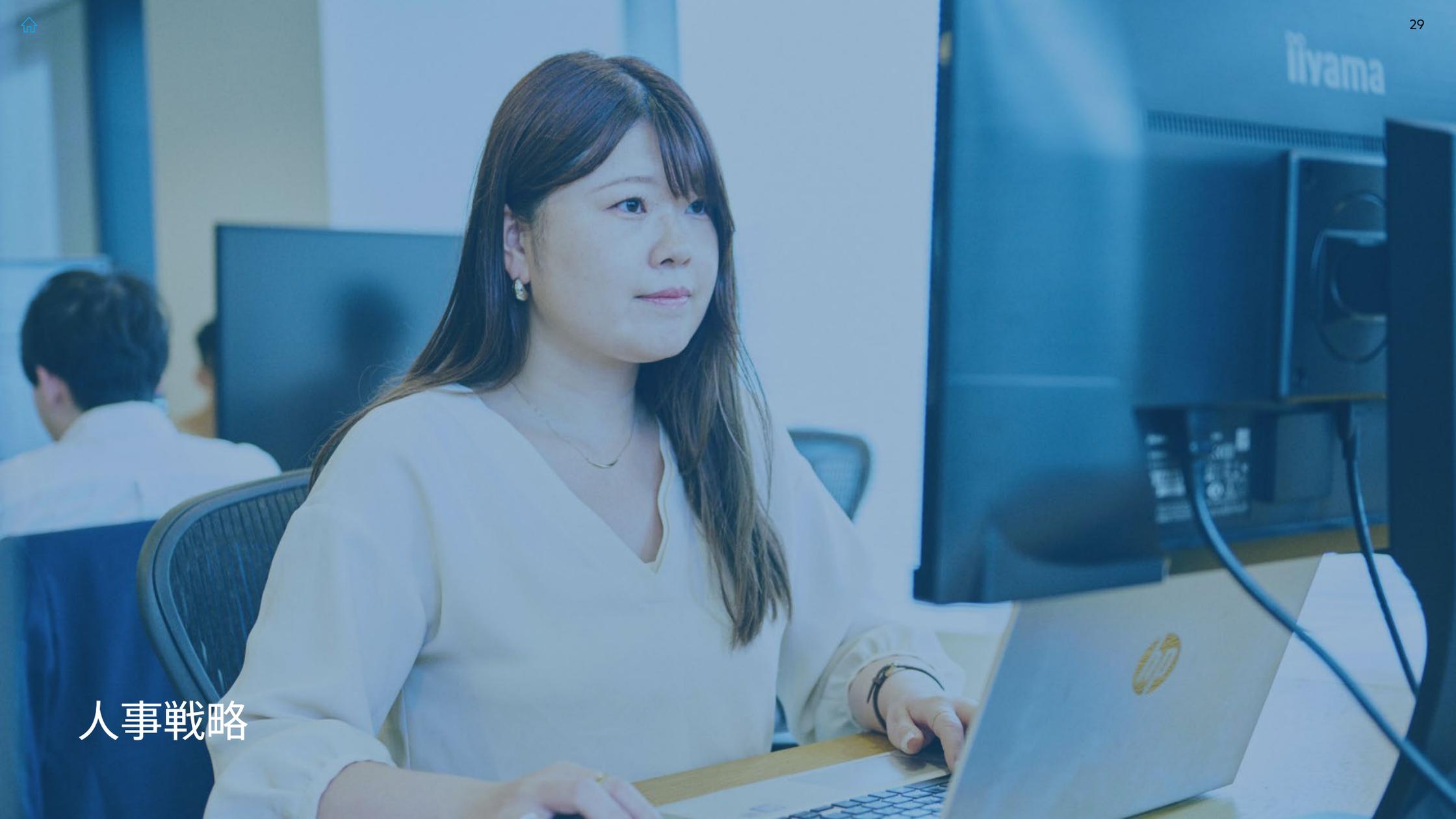
企業の採用力を向上させるオンライン面接サービス

面接最適化クラウド「batonn」は面接や選考プロセスの改善に貢献し、採用力の向上を実現するオンライン面接サービスです。

採用面接は基本的にクローズドな場で行われ、個人の経験や感覚に依存した質問や通過判断も少なくありません。

batonn は面接の録画と自動文字起こしにより、リアルな面接内容を記録します。面接の動画と文字起こしのテキストに面接担当者の所感が紐づけられるため、次の担当者はそれを見て無駄のない面接やアトラクトができます。同時に、記録を基に評価基準のすり合わせや面接の指導を行うことで、企業の採用力の向上にも貢献します。



A woman with long brown hair, wearing a white V-neck top, is sitting at a desk in an office. She is looking at a laptop with the HP logo on the lid. In the background, there are other computer monitors, one of which has the 'iiyama' brand name visible. The scene is lit with a cool blue light.

人事戦略

人事・組織の方針

人事方針

リブセンスでは、経営理念である「幸せから生まれる幸せ」を全従業員共通の価値と定義し、コーポレートビジョンである「あたりまえを、発明しよう。」を通じた経営理念の実現を目指しております。理念・ビジョンを実現するためには高い自律性と専門性、協働を通じて新たな価値を創造する力を兼ね備えたプロフェッショナル人材こそが最重要資本かつキーファクターであると位置づけ、プロフェッショナル人材にとって魅力的な制度や強みを発揮できる環境整備を重視しています。

当社は、職種や専門性といった多様な強みを活かし合える連携体制を構築すること、性別や国籍などの個人の属性やライフステージに左右されずに活躍できる組織であること、会社として自律的な成長を支援し続けることが会社の魅力と強みに繋がると考えます。これらの取り組みによって、人材の採用→価値創出と成長→事業拡大→さらなる成長機会の提供と採用による増員という組織の成長サイクルを構築し、新たなあたりまえ、そして幸せを創造し続けていきます。

方針実現のための重点項目

プロフェッショナル人材が 集まる会社



持続的な成長を実現するにあたり、事業を支えるプロフェッショナル人材の継続的な採用は必須です。高い要件を備えた人材を採用するために、「自由と自律」によるワークスタイルや十分な報酬水準など、プロフェッショナル人材にとって魅力的な会社を創り上げます。加えて、社外の採用候補者に魅力が伝わるような企業ブランディングに取り組みます。

主な取り組み

- 質にこだわった採用の強化
- 採用競争力のある報酬水準の設定
- 魅力的な環境の整備と採用ブランディングの強化

プロフェッショナル人材が 育つ会社



変化の早いIT業界においては常に学びが求められます。また、リブセンスには多様な職種の専門家が揃い、互いに学び合う文化があります。この文化を活かし、自律的な学びを積極的に支援すること、成長の機会を提供することで個々の成長やキャリアアップを促進します。

主な取り組み

- 自主的な学習・成長の支援
- 個人の思いを実現するキャリアアップの制度整備

プロフェッショナル人材に 選ばれ続ける会社



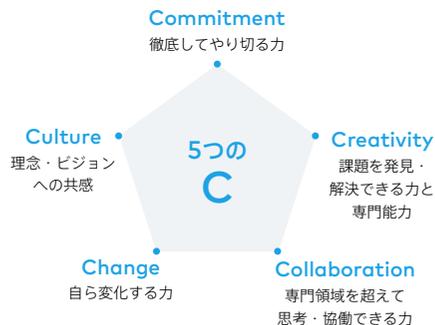
IT業界の人材流動性は高く、優秀な人材はいつでも転職が可能な状態にあります。そのような環境で、人材が定着し成果を出し続けてもらうためには「リブセンスで働きたい」と感じてもらうなければいけません。現代は企業が人を選ぶ時代ではなく、人が企業を選ぶ時代です。リブセンスは選ばれ続ける企業になるため、共に働く仲間と風土、勤務環境やダイバーシティ等の働きやすさ、個人の能力や成果への正当な評価など、会社の魅力作りと継続的なアップデートに取り組みます。

主な取り組み

- 健全な組織風土の維持・醸成
- 働きやすく魅力的な環境の整備
- 個人の能力や成果が正当に報われる評価制度と報酬水準の設定

プロフェッショナル人材が集まる会社

リブセンスでは、当社にマッチし成果を出せる人材を5つのC (Commitment、Creativity、Collaboration、Change、Culture) で定義しています。これらはリブセンスが重視しているコンピテンシーであり、持続的な成長に必須の要素です。採用においてはこれらの力を高い次元で保有している、あるいは見込める人材であることにこだわり、採用競争が激しい中でも基準に妥協することはありません。一方、これらを兼ね備えた人材は他社との獲得競争となります。多くの会社の中からリブセンスを知り、選んでもらうため、会社としての魅力づくりと発信に取り組んでいます。リモートと出社のハイブリッド勤務など、「自由と自律」をテーマにした「リブセンス・ワーク・スタイル」の制定、採用競争力を意識した報酬水準の引き上げなど、人材確保に向けた改善・投資を続けています。

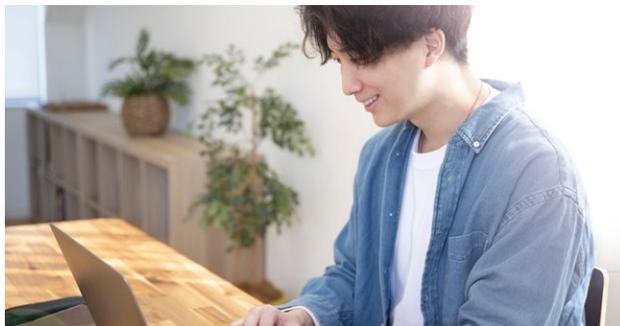


プロフェッショナル人材が育つ会社

人材の自律的な成長を促進する仕組みとして、「自主的な学習・成長の支援」「個人の思いを実現するキャリアアップ」に重点的に取り組んでいます。

例えば、社内では多様なジャンルで自主的な勉強会が開催されているほか、雇用形態を問わず1人年間2万円の学習費用を補助する「学習支援制度」などが設けられています。

また、キャリア開発においては、本人の希望により異動を前提とせず他部署の業務を短期間経験できる「社内インターン」、アルバイト・契約社員から正社員へ雇用形態を転換できる「Mission Stairs 制度」など、挑戦を促す制度を整備しています。あわせて定期的なキャリア希望の確認、マネージャー支援などにより全社的なキャリア開発・成長の支援も行っています。



プロフェッショナル人材に選ばれ続ける会社

個人が会社を選ぶ時代において、会社は常に自社の魅力を磨き続け、「選ばれる理由」を作る必要があります。

リブセンスでは、「共に働く仲間と風土」「勤務環境やダイバーシティ等の働きやすさ」「個人の能力や成果が正当に報われること」が重要であり、リブセンスが選ばれる理由になりえると考えています。風土面においては、理念・ビジョンをベースとした利他の思想と営利企業としての成長の両立はリブセンスの大きな特長のひとつです。

ダイバーシティについては、有給生理休暇や育児支援等、個人の属性やライフステージにかかわらず活躍できる制度の整備を進めています。

また、報酬や評価制度についても、社内だけではなく労働市場を意識した水準・制度を目指し改定を行っています。2022年には黒字転換の実現に伴う特別賞与の支給、2023年にはミドル・ハイレイヤーの従業員を中心とした報酬水準の引き上げと賞与比率の向上等の報酬制度改定を行いました。

これらの取り組みによって、定期的に行っている組織サーベイ[※]の評価は上昇傾向にあります。

[※]組織サーベイの詳細は「P51. 非財務データ」をご参照ください



マテリアリティ

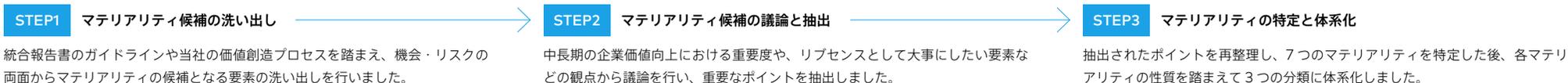
リブセンスのマテリアリティ

分類	マテリアリティ	目指す姿
社会の課題を解決し、価値を創造する	1 利便性・効率性を向上させる、DXによるモデル刷新	・アナログな運用や慣習といった旧来型のモデルをテクノロジーにより刷新し、日常生活やビジネスの利便性・効率性を向上させる
	2 フェアな選択のための高い透明性	・情報の非対称性を解消し、公正中立な情報に基づくフェアな取引を実現する
	3 機械的な処理ではない、誠実で人間らしいマッチング	・過度な機械化やパターン化された処理に対して、個人の本質的な希望に合うマッチングの機会を提供する
社会の基盤創造に貢献する	4 多様で高度なプロフェッショナル人材が新たな価値を創出し続ける組織文化の構築	・強みにフォーカスし、一人ひとりのポテンシャルを最大限に発揮する ・組織として選択と集中を適切に行い、大胆な変化を生み出す ・多様な価値観を尊重しサポートすることで、一人ひとりが安心して最大限の挑戦ができる
	5 社会・環境に対する責務の履行	・社会の公器としての振る舞いや環境への配慮といった規範を常にアップデートし、求められる責務を積極的に果たす
持続的な成長を実現するための基盤を構築する	6 コーポレートガバナンスの強化と充実	・持続的な企業価値向上のための監督を行うとともに、あらゆるステークホルダーから継続的な信頼を獲得する
	7 プライバシー保護とセキュリティ確保	・重要なデータを守るための高い安全性と高度なデータ活用のための利便性を両立する

当社は、持続的な企業価値の向上を果たすために取り組むべき重要課題（マテリアリティ）を上記のとおり特定しました。

これらの重要課題に取り組むことで、社会に対する価値提供と当社の企業価値向上を目指していきます。

マテリアリティ特定プロセス



社会の課題を解決し、価値を創出する

リブセンスは、事業活動を通じた社会の課題の解決を目指しています。

事業理念に基づく3つの事業テーマをマテリアリティとして設定し、これらを推進することで社会への価値提供と事業・会社の持続成長を実現します。

1 | 利便性・効率性を向上させる、DXによるモデル刷新

現在の日常生活やビジネスには、仕組みがアナログなまま取り残され、非効率になっている分野が多く存在しています。

私たちはDXによって各分野における旧来のモデルを刷新し、その分野に残された課題や歪みを解消することで、利便性・効率性を向上させていきます。

2 | フェアな選択のための高い透明性

正しい選択をするためには正しい情報が必要です。しかし、現実には様々な領域において、公正中立な情報提供がされないことによるミスマッチや不平等な取引が発生しています。

私たちは事業を通じて情報の非対称性の解消を目指すことで、より良い選択ができる社会を実現していきます。

3 | 機械的な処理ではない、誠実で人間らしいマッチング

様々な分野で大量のデータを基にしたマッチングの機械化や自動化が進む中で、個人は「属性」や「条件」といったラベルに変換され、画一的な処理をされる場面が増えています。

私たちは人の多面性や多様性を重視し、個人を尊重したマッチングを実現していきます。

事業における例



創業時は紙の求人が主流だったアルバイト業界においてデジタル化を推進。現在はマッチングの最適化やマッチボーナスを通じて求職者がすぐにアルバイトを探せる、すぐにお金がもらえるよう支援しています。



採用面接の内容や評価の根拠をデータによって可視化することで、人依存や認識のずれを解消。効率的かつミスマッチの少ない採用の実現を目指します。

事業における例



約400万件の企業の口コミを掲載し、求人票や公式サイトだけではわからない企業の実態を可視化することで、最適な転職を支援します。



中古マンションの部屋別の相場価格や地盤の安全性・災害リスクといった情報を利用者に提供し、不動産売買の透明化を推進します。

事業における例



企業がレジュメ内容に応じて、一人ひとりに想定年収とミッションを提示。求職者は質の高いスカウトを基に転職先候補を選べます。



個人のプロフィールや好みを基に運営がお相手の候補を提案し、ビデオチャットからやり取りを開始。内面を含めた最適なマッチングの実現を目指します。

社会の基盤創造に貢献する

4 | 多様で高度なプロフェッショナル人材が新たな価値を創出し続ける組織文化の構築

人に選ばれ、人が活きる組織を創る

IT業界においては、知的成果物であるアイデアや仕組み、ソースコードが競争優位を創り、大きな価値を生み出します。それらの知的成果物を生み出すプロフェッショナル人材を獲得・育成すること、自社で働き続けてもらうことは企業価値を向上させる上できわめて重要です。

リブセンスでは健全な組織文化の構築と絶え間ない制度や組織のアップデートにより、プロフェッショナル人材に選ばれ、新たな価値を生み出す会社であり続けることを目指します。

人事に関する方針

P30 「人事方針」をご覧ください

※1 eNPSはベイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc.の登録商標です。

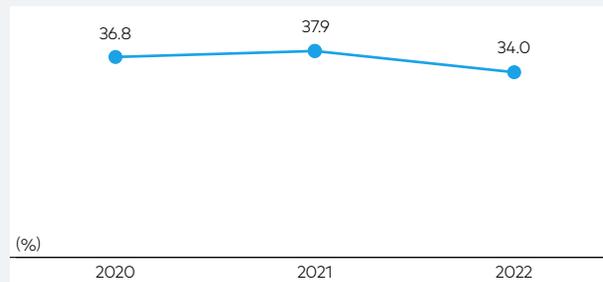
※2 株式会社エモーションテック「会社が顧客志向であることが従業員エンゲージメントを高めている～15業界でのeNPSSM調査～」P12「インターネットに関する情報通信業」の平均値
https://www.emotion-tech.co.jp/column/whitepaper/2023/employ_engagement2023/

KPI

■ ミドル・ハイレイヤー人材比率

全従業員に占める一定の要件を満たした人材の比率です。採用・育成による向上を目指します。

直近3年では概ね35%前後で推移しています。2022年は自然退職により比率が減少しました。

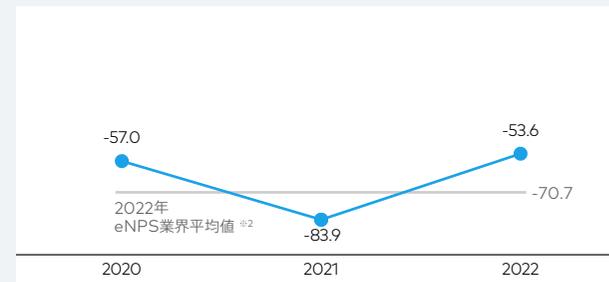


ミドル・ハイレイヤー人材：「事業内の重要なミッションを任せられ、新たな価値を創造・付加しながら完遂することができ、事業全体や全社への貢献意識も高い」といった要件を満たしている人材を指します。

■ eNPS (Employee Net Promoter Score) ※1

従業員のエンゲージメントを数値化した指標です。優秀な人材から選ばれる会社となることを目指します。

2021年は業績不振・事業撤退等により数値が大きく低下しましたが、2022年には回復しました。また、IT業界平均に対しても高い水準となっています。



eNPS：「現在の職場で働くことを親しい友人や知人にどの程度おすすめしたいと思いますか？」という質問に0～10の推奨度から回答してもらい、9・10を選択した「推奨者」の割合から0～6を選択した「批判者」の割合を引いて算出します。

5 | 社会・環境に対する責務の履行

社会の善き一員として

リブセンスは創業以来、「幸せから生まれる幸せ」の理念のもと、「社会の課題の解決」という目的に基づいた事業運営をしてきました。「企業の社会的責任」や「社会に貢献する」といった言葉は私たちにとって特別なものではなく、事業活動のすぐ隣にあるものです。例えば、社会や国、地球環境を含む多様なステークホルダーに配慮し利益を還元すること、事業で解決することが難しい課題に事業以外の形で協力すること、従業員の自発的な活動を支援すること。それらを特別なものとしてことさらに力を込めるのではなく、当然のこととして地に足をつけて取り組むのが私たちのスタンスです。

同時に、これらの取り組みは私たちが社会の善き一員として様々なステークホルダーから長期的な信頼を得るための大切な取り組みであると認識しています。

社会への利益還元と発信

社会への利益還元・支援として、非営利団体を対象にマッハバイトの利用料金を7割引とする「NPO割引」、従業員のボランティア活動を支援する「有給ボランティア休暇」等の制度を設けています。また、オウンドメディア「Q by Livesense」では、社会問題をリブセンスの視点から問い直すスタイルによって啓発・発信活動を行っています。

気候変動への対応方針

当社の事業特性上、気候変動に関する事業上のリスクは小さいものと認識しています。

一方で、気候変動への取り組みは社会の一員としての責務であると認識し、サーバーのクラウドシフト、全社でのリモートワーク、ペーパーレス化の推進等、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。

気候変動に関する情報開示については、TCFD提言に基づき、適切に開示してまいります。

KPI

■ 社会への利益還元額

2022年実績

3百万円

※社会への利益還元額：

NPO割引額+有給ボランティア休暇の件数換算額

■ GHG排出量 (Scope1+Scope2)

2022年実績

141.2 t-CO₂

※ Scope1はオフィスにおけるガス直接使用にかかる二酸化炭素排出量

※ Scope2はオフィスにおける電気使用にかかる二酸化炭素排出量

※ CO₂排出係数は契約電気会社による排出係数で計算

・東京オフィス：0.000503t-CO₂/kwh

・宮崎オフィス：0.000296t-CO₂/kwh

持続的な成長を実現するための基盤を構築する

6 | コーポレートガバナンスの強化と充実

コーポレートガバナンスに関する方針と詳細

P39 「コーポレート・ガバナンス」をご覧ください

7 | プライバシー保護とセキュリティ確保

基本的な考え方

IT 企業であるリブセンスは、全事業で通信ネットワークに依存しており、その多くでクラウドサービスを利用しています。こうした環境の中で、多様なデータを取り扱う企業として情報セキュリティへの投資を継続し、情報を適切に保護することで、ユーザーをはじめとしたステークホルダーの信頼を得られている状態の実現を目指しています。

当社の情報資産を保護する指針として、情報セキュリティ基本方針を定めています。インターネット関連事業をコアビジネスとしていくことを踏まえ、情報資産の機密性、完全性及び可用性に対する脅威から情報資産を確実に保護するため、それぞれの業務実態に応じた適切な管理策を講じます。また、個人情報の取り扱いに関しては、個人情報保護基本規程を定め、適切な管理に努めています。

推進体制

全社で利用する情報システムを統括するコーポレートテクノロジーソリューション室と、事業データの管理を担うテクノロジーマーケティング部を中心に、データの完全性・機密性を確保した上で、事業運営に資する可用性の高いデータ管理体制を構築しています。また、移り変わりの早い技術革新に適した取り組みをできるよう、常時アップデートを図っています。

情報保護に関する取り組み

求職者の応募情報等の個人情報を取得利用しているため、「個人情報の保護に関する法律」が定める個人情報取扱事業者としての義務を課されています。

個人情報の外部漏洩の防止はもちろん、不適切な利用、改ざん等の防止のため、個人情報の管理を事業運営上の重要事項と捉え、個人情報保護基本規程等を制定し、個人情報の取り扱いに関する業務フローを定めて厳格に管理しています。また、全従業員を対象として社内教育を徹底する等、適用される関連ガイドラインを遵守し、個人情報の保護に積極的に取り組んでいます。



ガバナンス

取締役会

取締役及び取締役会

当社の取締役会は、取締役5名（うち社外取締役3名）により構成されており、法定事項の決議、経営に関する重要事項の決定及び業務執行の監督等を行っています。毎月1回の定時取締役会を開催するほか、迅速かつ確かな意思決定を確保するため、必要に応じて臨時取締役会を開催しています。

取締役会の構成

当社は、社内に異なる経験・技能・属性を反映した多様な視点や価値観が存在することは、持続的な成長を確保する上での強みとなりえると認識し、様々な立場の構成員が活躍できる環境づくりを行うとともに、多様性の確保を推進しています。この考えに基づき、取締役についても性別、国籍等の別なく、役割や能力に基づき選任を行い、取締役会全体として知識、経験、能力のバランスや多様性が確保されるように努めています。

社外役員は経営、社会課題、会計、財務、法務の観点において高い専門知識と豊富な経験を有しており、経営の方針や経営改善、経営幹部の選解任その他の取締役会の重要な意思決定等について、監視監督を行い、独立した立場で適時的確な意見を述べています。

取締役会の実効性評価

取締役会全体の実効性について、毎年全役員による分析・評価を行い、その結果をコーポレート・ガバナンス報告書で開示しています。今後も継続的な分析・評価を行い、取締役会の実効性のさらなる向上に努めます。

■ 2022年評価結果

- ・取締役会全体の実効性は概ね確保されている
- ・取締役の人数や多様性の確保等において改善の余地がある

■ 評価に基づく施策

- ・社外取締役の増員を実施し、体制の拡充と多様性の向上を図りました

評価方法

手法	全役員へのアンケート調査
頻度	年1回
主なアンケート項目	取締役会の運営、取締役会の内容、取締役会の体制、その他改善点
評価後の対応	<ul style="list-style-type: none"> ・アンケート結果を取締役に報告 ・アンケート結果及び取締役会の議論を受けた対応策の検討・実行

監査役会／監査の状況

監査役及び監査役会

当社は、監査役会設置会社を採用しており、毎月1回の監査役会を開催しています。当社の監査役会は、監査役3名（うち社外監査役2名）により構成されており、当社の経営に対する監視並びに取締役の業務執行の適法性について監査を行っています。また、常勤監査役は取締役会へ出席するとともに社内の重要な会議へ出席するなど、監査機能がより有効・適切に機能するよう努めています。

当社の監査役には、適切な経験・能力及び必要な財務・会計・法務に関する知識を有する者を選任しており、特に財務・会計において高い専門知識を有する会計士が1名、法務において高い専門知識を有する弁護士が1名在籍しています。

社外監査役を含む監査役会は、内部監査担当者及び会計監査人との意見交換等により相互の連携を図りながら、適正かつ効果的な監査実施の為の環境整備を行っています。社外監査役は、公認会計士や弁護士としての専門的立場からの助言、牽制及び監視の役割を担っており、原則として毎月1回開催される当社取締役会に出席し、意思決定及び業務執行等について監視を行っています。

内部監査及び監査役監査の状況

内部監査については、代表取締役社長直轄の内部監査担当者1名が内部監査業務を実施しています。年間の内部監査計画に則り全部門に対して監査を実施し、監査結果については代表取締役社長に定期的に報告する体制となっています。

監査役監査については、監査役監査計画に基づき監査を行い、原則として月1回開催される監査役会において情報共有を図っています。

また、監査役は内部監査担当者とともに、定期的に会計監査人との意見交換等を行っており、相互の連携を強化することで、適正な監査が実施できる環境を整備しています。

社外役員の独立性

当社は、社外取締役を選任し、社外監査役とともに独立した立場から、取締役会の牽制及び監視を行っています。

なお、独立社外取締役の数が取締役会の過半数を超えていること、当社取締役会の規模や取締役会内外において実質的な議論がなされていること等を鑑み、独立した委員会は設けていません。

取締役、監査役、経営幹部は、独立社外取締役との情報共有や意見交換が定期的になされているほか、取締役の報酬・指名を含む重要な事案については取締役会等における議論の場を設け、独立社外取締役による関与・助言を受けています。

社外役員の独立性に関する事項は「社外役員の独立性判断基準」にて定めています。



社外役員の独立性判断基準

<https://www.livesense.co.jp/company/governance/>

役員候補の選解任

取締役・監査役候補の選定・指名を行うにあたっては、当社の企業価値・株主共同の利益の確保・向上において、最良と思われる候補者を取締役会において選任・指名しています。

社外役員については、東京証券取引所や機関投資家等が設定する独立性要件を適宜参照の上、当社独自に独立性判断基準を設けており、基準を充足する候補者の選定・指名に努めています。

社外取締役候補者及び社外監査役候補者の選任理由については、株主総会招集通知にて開示しています。

また、解任についても、取締役会において決定することとしております。

役員報酬

取締役の報酬・指名を含む重要な事案については取締役会等における議論の場を設け、独立社外取締役による関与・助言を受けています。

取締役の報酬等は、企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとして十分に機能するような報酬体系とし、取締役の個別報酬の決定に際しては、株主総会の決議により定められた報酬総額の上限額の範囲内において、各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。当社の取締役の個別報酬は、月例の固定報酬をすべてとし、役位、職責に応じて他社水準、当社の業績、従業員給与の水準も考慮しながら、総合的に勘案して、取締役会にて決定しています。

また、監査役の報酬等は、株主総会の決議により定められた報酬総額の範囲内で、法令等に定める監査役機能を十分に果たすために必要な水準とすることを基本方針としています。監査役の個別報酬は、業務分担の状況等を勘案し、監査役会で協議し、決定しています。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

役員区分	報酬等の総額 (千円)	報酬等の種類別の総額 (千円)				対象となる 役員の員数 (人)
		固定 報酬	業績連 動報酬	退職 慰労金	左記の うち 非金銭 報酬等	
取締役 (社外取締役 を除く)	25,350	25,350	—	—	—	2
監査役 (社外監査役 を除く)	5,520	5,520	—	—	—	1
社外取締役	9,600	9,600	—	—	—	2
社外監査役	7,200	7,200	—	—	—	2

(注) 取締役の支給額には、使用人兼務取締役の使用人分給与は含まれていません。

コンプライアンス／リスクマネジメント

リスク管理体制

経営推進部が主管部署となり、各部門との情報共有を行うことで、リスクの早期発見と未然防止に努めると共に、外部の顧問弁護士等の専門家を通報窓口とする内部通報制度を制定しています。組織的または個人的な法令違反ないし不正行為に関する通報等について、適正な処理の仕組みを定めることにより、不正行為等による不祥事の防止及び早期発見を図っています。

また、法令遵守体制の構築を目的として「コンプライアンス規程」を定め、役員及び社員の法令及び社会規範の遵守の浸透、啓発を図っています。推進にあたっては、代表取締役社長が指名する者を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置し、定期的に施策の確認等を実施しています。

2022 年実績

コンプライアンス研修受講率

100%

コンプライアンス委員会開催数

4回

※いずれも定例開催

内部通報件数

1件

事業等のリスク

当社では、財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況に重要な影響を与える可能性があると認識している主要なリスクを以下の5つに分類し、リスクの管理・軽減に取り組んでいます。詳細は有価証券報告書をご参照ください。

1. 事業環境に関するリスクについて
2. 事業内容及びサービスに関わるリスクについて
3. 事業運営体制に係わるリスクについて
4. システムに関するリスクについて
5. 法的規制及び知的財産等に関するリスクについて



有価証券報告書

<https://www.livesense.co.jp/ir/financial-report/>

役員のスキル・マトリックス

	村上 太一	桂 大介	淡輪 敬三	安川 新一郎	川口 加奈	江原 準一	尾崎 充	片山 典之
企業経営	●		●					
組織・人事		●	●					
サービス・プロダクト設計	●				●			
テクノロジー	●	●		●				
営業・マーケティング	●			●				
社会課題		●			●			
財務・会計						●	●	
リスクマネジメント・法務						●		●

役員紹介



代表取締役社長兼執行役員
村上 太一
TAICHI MURAKAMI



取締役兼執行役員
桂 大介
DAISUKE KATSURA



社外取締役
淡輪 敬三
KEIZO TANNAWA



社外取締役
安川 新一郎
SHINICHIRO YASUKAWA



社外取締役
川口 加奈
KANA KAWAGUCHI



常勤監査役
江原 準一
JUNICHI EHARA



社外監査役
尾崎 充
MITSURU OZAKI



社外監査役
片山 典之
NORIYUKI KATAYAMA

役員構成

取締役 5名

社内取締役 2名

社外取締役 3名（うち独立役員3名）

監査役 3名

常勤監査役 1名

社外監査役 2名（うち独立役員2名）

社外取締役からのメッセージ

健全な想いを強みに。 さらに充実した経営体制づくりが課題

リブセンスは創業以来、社会にポジティブな影響を生み出しているという、非常に健全な想いに基づいて事業を行っています。この健全さは「リブセンスが手掛ける事業なら安心できる」としてもらえらる強み・ブランド力になりえます。

現在のガバナンス体制はバランスも取れており監督も効いています。多岐にわたる事業を運営していくには、もう少し大きなボードのほうが適しているとも考えられます。特に社内役員増強に向けたリーダー層の育成、経営体制の強化は現在のリブセンスの課題のひとつです。今後の成長には各事業の責任者のステップアップや、マネジメント体制の整備が欠かせません。

事業面では、収益性の向上と同時に、未解決の課題に挑む IESHIL や knew という新しいサービスの確立も重視しています。AIをはじめとする新しい技術を事業にどう取り入れ成長させていかか、社内でもともに検討していきたい重要なテーマです。



社外取締役
淡輪 敬三
KEIZO TANNAWA

リブセンスの未来を描き、 新規事業を立ち上げる

リブセンスは現在、良い意味での「踊り場」にあると考えています。上場企業として適切な形は整い、これからはガバナンス面でも事業面でも、リブセンスらしい成長を遂げるための戦略を描き実行していく段階に入っていきます。そのためには、現在のビジョンに加えて、より具体的で、株主や投資家を含む社外ステークホルダーへ強く響くメッセージが必要です。どんな事業を目指すのか、どうやって事業管理をしていくのかを一気通貫で示せる戦略を出すことが期待されるステージにあると考えています。

事業では、新規事業の立ち上げが課題です。この点については私がこれまでIT・コンサルティング業界で培った経験・知識を活かせると考えており、どんなやり方が有効なのかをさらに探っていきます。今まではリモート会議での経営参加が主でしたが、今年からはできるだけオフィスにも行き、リモートだけではわからない社内の課題や社員の声なども把握するよう努めています。



社外取締役
安川 新一郎
SHINICHIRO YASUKAWA

異なるバックグラウンド、属性を 取締役会の多角化・多様化につなげる

2023年3月に社外取締役に就任し、まず感じたのは、ビジョンやミッションを非常に大切にしている企業だということ。それもただ掲げるだけでなく、社員一人ひとりにまでしっかり浸透・共有されていることに感銘を受けました。私も組織経営をしている身なので、それがどれだけ凄いことかはよくわかります。ぜひ、社員の方々と対面でお話する機会をつくっていきたいです。

取締役会では活発な議論が行われており、淡輪さん、安川さんはそれぞれのバックグラウンド・経験を活かした意見を積極的に出され、村上さんと桂さんは大変柔軟な姿勢で、さまざまな意見や状況の変化にマルチに対応しています。私自身は、他の取締役会メンバーとは全く違うNPOの代表というバックグラウンドを持っており、さらに女性、大阪府在住、母親であるなど属性も異なります。そういった違いは取締役会の多角化・多様性に繋がります。深くリブセンスを理解しつつ、私ならではの役割を果たしていきたいです。



社外取締役
川口 加奈
KANA KAWAGUCHI

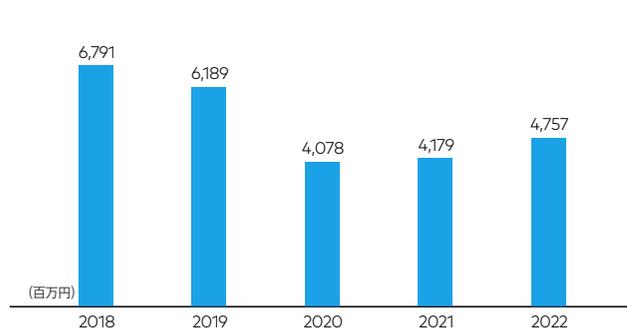


パフォーマンスデータ

財務ハイライト

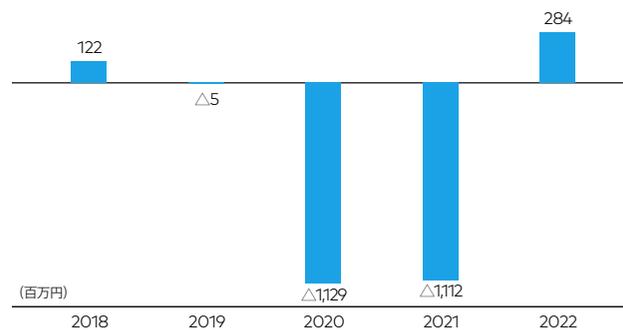
売上高

2022年: **47億57**百万円



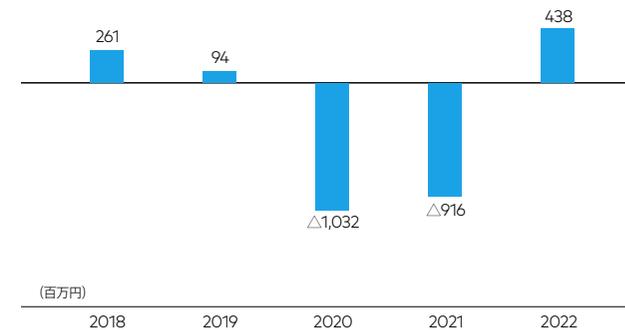
営業利益

2022年: **2億84**百万円



経常利益

2022年: **4億38**百万円



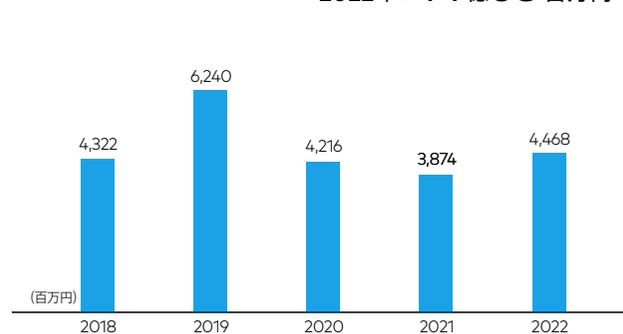
親会社株主に帰属する当期純利益

2022年: **5億37**百万円



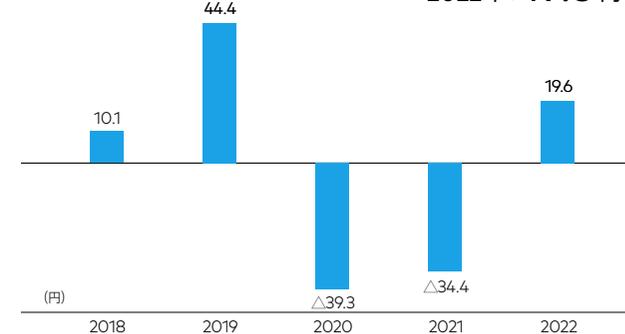
総資産

2022年: **44億68**百万円



EPS (1株当たり当期純利益)

2022年: **19.6**円



財務データ

連結損益計算書

	単位	2018	2019	2020	2021	2022
売上高	千円	6,791,913	6,189,832	4,078,911	4,179,613	4,757,968
原価	千円	685,870	506,647	422,953	742,853	756,564
売上総利益	千円	6,106,042	5,683,184	3,655,957	3,436,759	4,001,403
販売管理費	千円	5,983,720	5,688,869	4,785,054	4,549,144	3,717,398
広告宣伝費	千円	2,148,632	2,366,855	1,495,039	1,567,557	1,397,792
人件費	千円	2,402,523	2,148,684	2,174,544	2,002,819	1,589,747
営業利益	千円	122,321	△ 5,684	△ 1,129,096	△ 1,112,384	284,005
経常利益	千円	261,468	94,308	△ 1,032,345	△ 916,384	438,246
親会社株主に帰属する当期純利益	千円	285,188	1,250,022	△ 1,089,701	△ 943,944	537,538

連結貸借対照表

	単位	2018	2019	2020	2021	2022
流動資産	千円	3,949,917	5,834,391	4,030,547	3,339,022	4,116,849
現金及び預金	千円	3,235,481	5,232,871	3,031,742	2,705,081	3,560,051
固定資産	千円	103,715	84,162	-	-	2,731
総資産	千円	4,322,680	6,240,710	4,216,671	3,874,297	4,468,172
流動負債	千円	612,274	1,297,694	540,932	690,928	1,087,625
固定負債	千円	2,732	2,732	35,175	84,357	23,697
純資産	千円	3,707,673	4,940,283	3,640,563	3,099,011	3,356,849

連結キャッシュ・フロー計算書

	単位	2018	2019	2020	2021	2022
営業活動によるキャッシュ・フロー	千円	135,677	255,854	△ 1,991,096	△ 361,009	731,034
投資活動によるキャッシュ・フロー	千円	△ 53,319	1,726,749	△ 12,457	19,345	128,835
財務活動によるキャッシュ・フロー	千円	79,129	14,786	△ 197,574	15,002	△ 4,900

経営指標

	単位	2018	2019	2020	2021	2022
営業利益率	%	1.8	-	-	-	6.0
株価 (12 月末時点終値)	円	246	301	245	179	279
時価総額 (12 月末時点終値ベース)	億円	69	84	68	50	78
EPS (1 株当たり当期純利益)	円	10.1	44.4	△ 39.3	△ 34.4	19.6
PER (株価収益率)	倍	24.3	6.8	-	-	14.2
ROE (自己資本当期純利益率)	%	8.0	29.0	△ 25.4	△ 28.0	16.7
ROA (総資産経常利益率)	%	6.0	1.8	△ 19.7	△ 22.7	10.5

非財務データ

人的資本

項目		単位	2018	2019	2020	2021	2022	
従業員数	総従業員数	名	415	388	391	345	255	
	連結正社員	名	299	273	280	245	207	
	連結有期雇用	名	116	115	111	100	48	
	単体正社員	名	283	267	273	238	195	
	単体有期雇用	名	111	114	110	98	46	
フルタイム換算 (FTE) 従業員数		名	375	366	363	323	238	
男女比率	総従業員	男性比率	%	54.3	52.7	50.8	48.7	52.0
		女性比率	%	45.7	47.3	49.2	51.3	48.0
	管理職	男性比率	%	87.9	89.8	83.3	81.7	80.0
		女性比率	%	12.1	10.2	16.7	18.3	20.0
	正社員	男性比率	%	65.9	61.5	61.4	59.2	57.1
		女性比率	%	34.1	38.5	38.6	40.8	42.9
	有期雇用	男性比率	%	24.3	25.4	24.5	22.0	29.2
		女性比率	%	75.7	74.6	75.5	78.0	70.8
職種比率 [*]	エンジニア / デザイナー	%	38.6	40.7	35.6	35.2	31.9	
	プランナー	%	19.1	24.7	31.2	17.6	13.3	
	セールス	%	26.5	18.6	15.1	26.7	29.6	
	カスタマーサポート	%	2.8	2.6	3.9	7.4	8.1	
	コーポレート	%	13.0	13.4	14.1	13.1	17.0	
平均年齢	歳	31.8	31.8	32.7	33.2	33.2		
平均勤続年数	年	2.7	3.1	3.8	4.6	5.0		
障がい者雇用率	%	1.0	1.0	1.0	0.9	1.6		

※ 当社単体・東京オフィス正社員

	項目	単位	2018	2019	2020	2021	2022
採用人数	全体	名	90	88	34	16	27
	新卒	名	21	9	8	7	4
	中途	名	27	46	17	6	15
	有期雇用	名	42	33	9	3	8
平均有給休暇取得率		%	79.1	68.5	58.9	73.1	76.2
男女賃金格差指数	全社	%	59.0	54.6	57.0	61.8	67.1
	正社員	%	67.9	60.1	61.3	63.9	68.9
	有期雇用	%	79.7	84.3	96.7	106.3	102.9
平均育休取得率	全体	%	-	77.8	89.5	83.3	77.8
	男性	%	-	57.1	66.7	66.7	71.4
	女性	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
平均育休取得期間	全体	月	8	12	9	8	8
	男性	月	3	4	3	5	5
	女性	月	10	14	11	10	10
育休取得後復職率	全体	%	100.0	95.0	100.0	90.0	84.6
	男性	%	100.0	100.0	100.0	100.0	80.0
	女性	%	100.0	92.9	100.0	85.7	87.5
プロフェッショナル人材比率		%	32.3	33.7	36.8	37.9	34.0
eNPS		-	-	-	-57.0	-83.9	-53.6
人材開発支援制度活用率		%	-	-	3.9	14.0	18.7
組織サーベイ*	理念・ビジョンへの共感	-	-	-	-	+38.5	+57.6
	成長実感	-	-	-	-	+24.8	+27.3
	企業風土	-	-	-	-	+28.5	+45.8
	働きやすさ	-	-	-	-	+55.7	+67.8

※ 社内アンケートによる従業員からの評価。最小値 -100、最大値 +100

社会・環境

項目	単位	2018	2019	2020	2021	2022	
CO ₂ 排出量	Scope1+Scope2	t-CO ₂	-	-	-	-	141.2
	Scope1 ^{※1}	t-CO ₂	-	-	-	-	0.0
	Scope2 ^{※2}	t-CO ₂	-	-	-	-	141.2
社会への利益還元額	千円	-	-	2,374	3,826	3,089	
NPO 割引適用法人数	法人	-	-	14	10	6	
有給ボランティア休暇取得日数	日	-	-	8	12	22	

ガバナンス

項目	単位	2018	2019	2020	2021	2022	
取締役	総数	人	5	3	3	3	4
	社外	人	3	1	2	2	2
	独立	人	3	1	2	2	2
	独立社外取締役比率	%	60.0	33.3	66.7	66.7	50.0
監査役	総数	人	3	3	3	3	3
	社外	人	2	2	2	2	2
	独立	人	2	2	2	2	2
女性役員比率	%	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	
コンプライアンス研修受講率	%	100.0	97.7	100.0	100.0	100.0	
コンプライアンス委員会開催数	回	4	4	4	4	4	
内部通報件数	件	6	2	3	1	1	

※1 オフィスにおけるガス直接使用にかかる二酸化炭素排出量

※2 オフィスにおける電気使用にかかる二酸化炭素排出量

株式情報

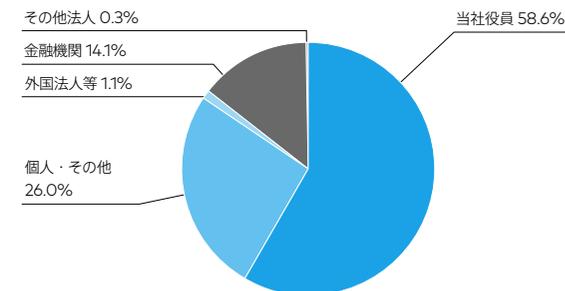
株式基本情報

上場市場	東京証券取引所プライム市場
証券コード	6054
上場日	2012年10月1日(東証一部)、2011年12月7日(東証マザーズ)
事業年度	1月1日～12月31日
株主確定基準日	12月31日
定時株主総会	毎年3月
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社 〒100-8212 東京都千代田区丸の内一丁目4番5号
株式手続きに関するご連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 東京都府中市日鋼町1-1 TEL 0120-232-711 (通話料無料) 詳しくは、下記をご参照ください。 https://www.tr.mufg.jp/daikou/
発行可能株式総数	96,000,000 株
発行済株式数	28,160,000 株

株主構成 2022年12月31日現在

大株主	株主名	持株数	持株比率
	村上 太一	13,696,700	48.7%
	桂 大介	2,698,000	9.6%
	株式会社日本カस्टディ銀行 (信託口)	1,239,600	4.4%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	861,500	3.1%
	株式会社リブセンス	740,320	2.6%
	野村證券株式会社	567,657	2.0%
	株式会社 SBI 証券	392,588	1.4%
	楽天証券株式会社	291,600	1.0%
	JP モルガン証券株式会社	180,000	0.6%
	岡橋 美榮子	154,000	0.5%

所有者別株式構成比



会社情報

会社概要

会社名	株式会社リブセンス (Livesense Inc.)
事業内容	インターネットメディア運営事業
代表者	代表取締役社長兼執行役員 村上 太一
所在地	本社 〒105-7510 東京都港区海岸 1-7-1 東京ポートシティ竹芝 10 階 宮崎オフィス 〒880-0812 宮崎県宮崎市高千穂通 1-6-38 ニッセイ宮崎ビル 6 階
設立年月日	2006 年 2 月 8 日
資本金	237 百万円 (2022 年 12 月 31 日現在)
従業員	正社員 203 名 臨時従業員 43 名 (2022 年 12 月 31 日現在、リブセンス単体)
決算期	12 月
監査法人	有限責任監査法人トーマツ
主要取引銀行	三井住友銀行 赤坂支店
連結子会社	株式会社フィルライフ

社名の由来

リブセンスという社名の由来は「LIVE = 生きる」「SENSE = 意味」。人は、誰もが幸せに向かって生きています。人生の転機から日々の嗜好に至るまで、すべては「自分にとっての幸せ」に近づくための選択です。

ロゴの由来

新しい発想から新たなあたりまえとなるサービスを生み出し、地道に、徹底的に社会に浸透させていく姿勢を、コーポレートロゴで表現しています。

【発想】常識に、疑問を。常に、自問を。

ロゴマークを逆さにすると「？」に。世の中の常識に疑問を持ち、課題の本質を見極め、新しいあたりまえを発想することを表現しています。

【徹底】雨垂れ、石を穿つ。

雨の水滴も、長い年月、石に落ちつづければ穴をあける。故事成語「雨垂れ、石を穿つ」のように、新しいあたりまえを浸透させる努力を日々積み重ね、世の中のあり方を変えていくという意志を表現しています。



株式会社リブセンス

〒105-7510

東京都港区海岸 1-7-1 東京ポートシティ竹芝 10 階

TEL: 03-6275-3330

URL: <https://www.livesense.co.jp/>