



LIVESENSE

INTEGRATED REPORT 2025



人を幸せにすることで、自らも幸せになれる。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19年が経ち、事業や組織は時代に合わせた変化を重ねてきましたが、この理念だけは変わらずにあり続けています。

それぞれに異なる幸せの形に、どのように関与していくのか。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、そうした選択が人生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には、大きな意義とインパクトがあります。

近年は人工知能も著しい進化を遂げ、以前にはできなかった支援ができるようになりましたが、世のサービスを見渡してみると過度な機械化が進んでいるようにも感じられます。リブセンスは人々の幸せに焦点を当て、サービスをご利用いただく皆様にとって、よりよい選択が実現されることを目指します。

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す。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、構造的な優位性をつくることにもつながります。

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。

マッハバイト

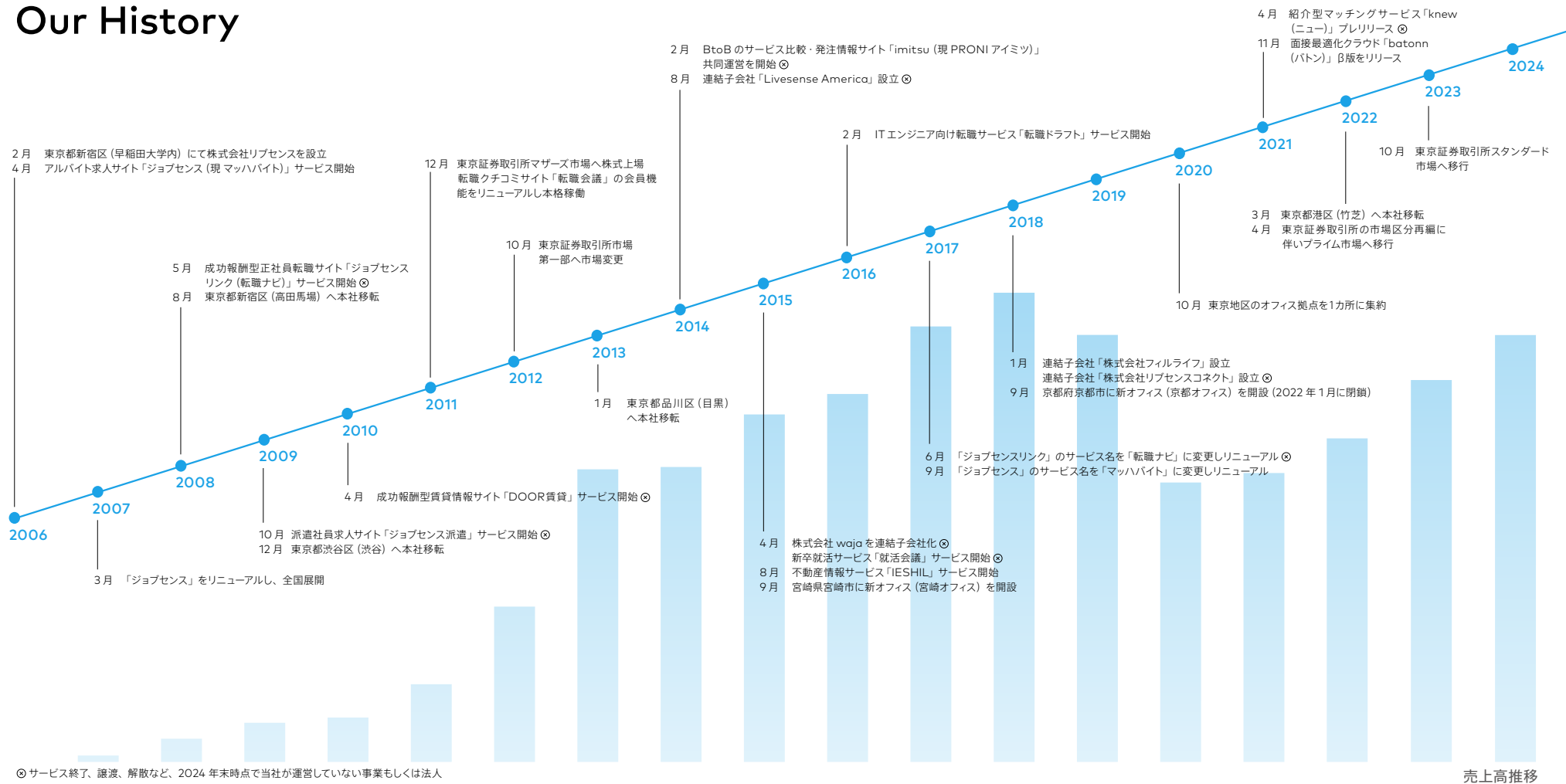
 転職会議

転職 DRAFT

 イエシル
IESHIL

batonn

Our History



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 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- 18 2024 年度財務レビュー

リブセンスの事業

- 20 事業理念と事業ポートフォリオ
- 21 事業戦略
- 23 マッハバイト
- 25 転職会議
- 27 転職ドラフト
- 29 IESHIL / batonn

人事戦略

- 31 人事・組織の方針
- 33 人事・組織の重点的な取り組みテーマ

マテリアリティ

- 35 リブセンスのマテリアリティ
- 36 社会の課題を解決し、価値を創出する
- 37 社会の基盤創造に貢献する
- 39 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

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

パフォーマンスデータ

- 50 財務ハイライト
- 51 財務データ
- 53 非財務データ

- 56 株式情報
- 57 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覧いただき、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。

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、統合報告書の質の向上を図っていきます。

報告対象期間

2024 年度（2024 年 1 月 1 日～2024 年 12 月 31 日）
一部に 2025 年 1 月 1 日以降の活動内容を含みます。

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「価値協創ガイダンス」

トップメッセージ

一つひとつのサービス、一人ひとりの社員の成長を企業成長に結びつけ、さらなる企業価値向上を目指していきます

事業環境が変化する中、手応えも感じた 2024 年

2024年度のリブセンスの業績は、連結売上高は4期連続の増収となりました。一方で業績予想に対しては連結売上高・連結営業利益とも期初の見通しを下回る結果となりました。主な要因は、下期に「マッハバイト」の事業環境が大きく変化したことです。また、2024年度は将来に向けた投資にも取り組んできました。採用強化および事業拡大に向けた投資強化をできる限り進めましたが、事業環境の変化に伴って、一部延期・中止したものもあり、投資額は想定よりもやや下振れして着地しました。

そのような状況の中でも、組織として良い方向に向かっているという手応えも感じています。リブセンスでは、社員のエンゲージメントを数値化したeNPS（Employee Net Promoter Score）をひとつの指標としていますが、社員の成長実感や評価制度に関するスコアは上昇が見られています。この数年取り組んできた様々な人事関連施策が効果を表してきた証でもあり、喜ばしい結果だと感じています。



代表取締役社長兼執行役員
村上 太一

各事業の振り返りと 2025 年の展望

「マッハバイト」は、これまで進めてきた大手顧客の取引拡大と新規顧客群の開拓をさらに推進するために、営業体制の強化を図りました。その成果が、4期連続増収につながったと考えています。一方で、大手顧客1社による採用方針の変更に伴う売上減少や、競合他社の広告出稿強化による集客広告の収益性悪化などの事業環境変化が起こりました。これに伴う広告出稿の調整などが全体の売上にも影響し、想定を下回る実績となりました。また、厚生労働省による採用お祝いの規制を受け、2025年3月31日



をもって、マッハボーナス（採用お祝い金）の贈呈を終了することとなりました。マッハボーナスでは規制の発端となった問題も起きておらず、求職者の皆様にも喜んでいただいていた。それだけに、終了は心苦しい限りです。

こうした事業環境の変化を受けて、今後は「マッハバイト」の新たな価値創出が課題となります。サービス名の「マッハ」を体現するような、早く求人が見つかる、早く働き始められる、早く採用につながるといった機能をより高め、差別化を図っていきます。また、2025年からはタレントを起用した動画広告をスタートさせており、総合アルバイト求人情報サイトとしてのブランドをさらに高めることにも注力していきます。

「転職ドラフト」は、2025年1月にリブランディングを図りました。これまでの「転職ドラフト」はどちらかというと高度な技術や深い知識を持ったITエンジニアが対象と見られがちでした。しかし、社会全体でITエンジニアの活躍する裾野が拡大していること、ITエンジニアのキャリア形成が多様になっていることを踏まえ、ITエンジニアの方々に対してより幅広く選択肢を提供できるサービスを目指していきます。

従来のスカウトサービスに加えて、ITエンジニア専門の人材紹介サービス「転職ドラフトエージェント」にも力を入れており、新たな集客経路の確立を進めています。また、リブランディング発表に合わせて、新たなメディアの立ち上げやキャリアに関する情報発信などを始めました。イベントへの露出なども増やしていま

す。こうした活動を通じて、ITエンジニアが「転職ドラフト」に接触する機会を増やし、転職のときだけでなくキャリアを考えるときなどにも役立つブランドとして認知されていけばと願っています。

転職口コミサイト「転職会議」では、新機能「転職会議スカウト」をリリースしました。これは求職者の転職検討度合に応じて転職エージェントのスカウトを受けられるもので、求職者と転職エージェントのより適切なマッチングにつながるものと期待しています。

不動産情報サイト「IESHIL」では、買取再販事業の取引が増加しており、物件買取の仕組み構築と提供価値の磨き込みを進めています。また、購入者向けのコンテンツ強化の一環として、マンションの資産価値を5点満点で評価する「資産性スコア」の提供を開始しました。これからも、不動産取引において中立的な立場にある当社だからこそ提供できる、購入者が本当に必要とするコンテンツを増やしていきたいと考えています。

面接最適化クラウド「batonn」は、プロダクトの完成度が高まりつつあります。従来の面接は、面接担当者や人事の間で申し送りや評価がうまく共有されず、同様の質問が繰り返される「リセット型」でした。「batonn」はその課題を解決し、面接内容を「積み上げ型」に変えるものです。生成AIなども活かしながら機能をさらに発展させ、より効率的な面接・選考プロセスを実現するとともに、今後は集客施策にも力を入れていきます。

各サービスが多様な進化を遂げる中で、2025年はM&Aも含めた新規収益源の創出にも力を入れていきます。新たなサービスについては、既存事業とのシナジーが見込まれる領域を中心に考えています。自社で立ち上げる方法と外部で既に形になっているものを取り込む方法、どちらが成長加速につながるかを見極めながら投資判断を行っていく考えです。

一人ひとりの継続的成長を支える組織づくり

投資という意味では、採用・組織の強化にも積極的に取り組んできました。マーケティング部門を強化したことで今までにない施策の実行につながるなど、一定の成果があがったと感じています。リブセンスの社員には、明確な目的意識を持ち、それを会社の目標とつなぎ合わせて働くことを求めています。人事ポリシーのひとつに「継続的成長の追求」を掲げていますが、現状維持は退化と同じと捉え、学び続け、成長し続けることを大切にしたいと願っています。そうした人材を適切に評価しフィードバックできるよう、この数年はマネージャー層の育成に特に力を入れてきました。

2024年から始めた譲渡制限付株式制度「リブシェア」は、退職後も継続して保有可能という特徴があります。社員が会社と自分の成長を一体的に捉え、会社がどのような評価を受けているかを実感できる、長い目で会社のことを考え続けられる仕組みになっていけばと期待しています。

また、退職後も会社と元社員が関わりを継続する「アルムナイネットワーク」の運用も開始しました。元社員とも応援し合える関係が続けたいと思っていますし、ライフステージやキャリアのフェーズが変わればまた当社で活躍できる機会もあるはずです。2025年2月に開催した交流イベント「リブセンス アルムナイDay」は、現役社員とアルムナイ、役員が集まり、再会を喜ぶとともに情報交換にもつながる、にぎやかな会となりました。こうした取り組みによって、社員が「リブセンスって悪い会社じゃないな」と実感すれば、モチベーションや生産性の向上、離職率の低下にもつながるはずです。

さらなる企業価値向上に向けた方針の明確化

2025年2月に、「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」の方針を発表しました。株価の下落傾向や、PBR（株価純資産倍率）が1倍未満となるなどの状況を受け、経営としても資本効率や将来期待への不確実性などの課題認識が不足していたと改めて反省しています。今回、「フリーキャッシュフローの増加」「適切な資本コスト維持・低減」を企業価値向上に向けた方針として明確化するとともに、成長投資の考え方や、EBITDA（利払前・税引前・減価償却前利益）、ROIC（投下資本利益率）をKPIとすることも発表しています。まだ目標値が定まっておらず、開示の面でも不足がある状態ですが、今後の中期経営計画の議論の中でより具体化していく考えです。

こうした取り組みを通じて、株主・投資家の皆様に投資を継続していただける状態を導くとともに、テクノロジーで社会の課題を解決する企業として、これからもたゆまぬ成長を目指していきます。



A photograph of two men in a modern, open-plan office or co-working space. They are seated at a light-colored wooden table, leaning forward and looking at documents. The man on the left wears glasses, a grey cardigan over a striped shirt, and khaki pants. The man on the right wears a white sweater and blue jeans. The background features a blue metal shelving unit, a staircase with a white railing, and large windows. The overall atmosphere is professional and collaborative.

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つながります。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、永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。当時のアルバイト求人事業の課金形態やビジネスモデルは、多くが紙の求人誌を前提としていました。こうした従来のモデルを Web ベースで再構築したマッハバイトは、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、AI を筆頭に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なはずです。

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はじ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、サービスごとに開発・デザイン・プロダクト・マーケティング・営業・オペレーション等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永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P35をご参照ください。

インプット

人的資本

多様で高度な
プロフェッショナル人材



4

知的資本

多くの事業の創出経験
独自の分析・機械学習
基盤とデータ



財務資本

安定した財務基盤

社会・関係資本

各サービスの顧客・ユーザー基盤
相互に価値提供するパートナー企業

ビジネス

変化を生む組織

多様なプロフェッショナルの
協働と成長支援



4

事業創出力

社会の課題の変化に応じた
事業の創造・変革



企業風土

理念、ビジョンへの共感



ガバナンス / セキュリティ・プライバシー

6

7

アウトプット

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

1

2

3

SERVICE

マッパイト

転職会議

転職 DRAFT

イエシル
IESHIL

batonn

アウトカム

社会における
選択の最適化



社会の構造的な歪みを是正し、人々が
最適な選択をできる社会を実現する

人材の成長・増加と
事業拡大



収益の増加



社会・環境に対する
責務の履行



5

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 19 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 以上にのぼり、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功報酬型モデルを中途採用領域や不動産領域に展開する、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。」にも表れており、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 生まれた「なぜ転職のときに企業の内情が見えないだろう」「なぜ転職では年収が最後に提示されるのだろう」「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。



創業以来の新規事業数

30 以上

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ひとつのメリットは、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、プロダクトマネジメント、マーケティング、セールス、ビジネスオペレーションの 6 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

日頃より多大なご支援を賜り、誠にありがとうございます。

東京証券取引所の市場改革をはじめとして、資本市場では一層上場企業の「質」が問われています。当社においても、事業成長はもちろんのこと、投資家の皆様から長期的に信頼され選ばれる企業となることが不可欠だと認識しています。

当社は、市場そして社会から「価値ある企業」として認められ、持続的に成長していくことを長期的な目標としています。この目標達成には、収益性の向上と、社会の変化に対応した新たな価値創造が重要です。しかしながら、現状と目標の間には大きな乖離があることも認識しています。

目標達成に向け、当社は特に以下の3点を克服すべき重要課題と捉えています。

- ・持続的な利益成長の実現
- ・利益成長のための明確な道筋を示す中期計画の策定と開示
- ・保有資本（主に現預金）の有効活用

当社では、これらの課題の解決に向けた施策の検討・実行に着手しています。

まず、企業価値の前提となる持続的な利益成長のためには、既存事業の収益力強化に加え、新たな成長の柱となる事業や商品の創出が不可欠です。各事業において新たな収益源の創出を進めるとともに、M&Aを含めた新たな柱の創出にも取り組みます。また、中期計画については、定量的な目標のみならず、その達成に向けた具体的な戦略とKPIを明確に示せるよう、策定作業を進めています。資本政策においては、事業成長のための投資機会を積極的に模索するとともに、ステークホルダーの皆様への利益還元についても検討を進め、資本効率の向上を目指します。

加えて、株主・投資家の皆様への情報提供および対話もより一層充実させ、適正な株価形成と企業価値の向上に努めます。

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。

2024 年度の総括

2024 年度は「持続成長実現のための基盤強化と新たな収益源の創出への投資」をテーマに、①マッハバイトの成長加速に向けた投資強化 ②新たな収益源の創出 ③組織・事業成長加速に向けた投資 という3つの課題に取り組みました。

マッハバイトを中心に4期連続の増収と一定の事業成長は実現したものの、下期においてマッハバイトの事業環境が大きく変化した

ことから、営業利益は想定を下回り大幅な減益となりました。

新たな収益源の創出に向けては、複数の事業で新規サービスの立ち上げ・規模拡大に向けた施策が進捗しました。

加えて、組織体制の強化・事業拡大に向け積極的に投資を行いました。が、事業環境の変化を受けて一部の投資は中止・延期しています。

2025 年度全社方針

当社グループは、中長期的な持続的成長と企業価値の向上を目指し、既存事業の収益基盤強化に加え、新たな強みと収益源の獲得に注力していきます。

その実現に向け、「既存ビジネスの拡大」「ブランドの強化」「新規収益源の創出」の3点を中長期方針として定めました。

この中長期方針および直近の事業環境の変化などを踏まえ、2025年度は「当期利益の確保と中長期成長に向けた施策推進の両立」を全社方針として各種施策を推進します。

既存ビジネスにおいては、マッハバイトにおける現戦略の継続と転職ドラフトにおけるスカウト・人材紹介の両サービスの拡大による増収を見込んでいます。

また、転職ドラフトは2025年度よりリブランディングを行い、ITエンジニアのキャリア領域におけるポジションの確立を目指します。

新規収益源の創出においては、各事業において新たなサービスの検証やPMFのための取り組みを進めるとともに、M&Aも選択肢として中長期的な成長の加速を目指します。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状分析

2014 年以降、当社の株価および時価総額は下落傾向にあり、直近 1 年ほどは上場来安値圏を推移しています。また、PBR は 1 倍未満となりました。

当社の WACC・株主資本コストは概ね 6～8% と推定しています。2024 年度においては営業利益の減少により ROIC（2.4%）・ROE（4.8%）がそれぞれ WACC・株主資本コストを下回りました。市場における評価向上のため、下記 3 点が特に重要な課題であると認識しています。

1. 投下資本に対する収益性・資本効率の低さ

投下資本に対して収益性・資本効率が高く、企業価値を毀損している状態です。主な要因は営業利益率の低さと現預金の活用不足と認識しています

2. 時価総額低迷による取引減

時価総額の低さによって機関投資家の投資対象から外れ、業績回復などプラスの要素も株価に反映されづらくなっていると考えられます

3. 将来期待の不確実性の高さ

直近で連続的な利益成長を実現できていないこと、中期計画を開示していないことから、将来的な成長ポテンシャルやリスクを適切な形で株価に反映できていないと考えられます

企業価値向上に向けた方針

前述の課題を踏まえ、当社グループの企業価値を向上させるためには、まずは企業価値の源泉となるフリーキャッシュフローの増加が最重要と考えています。そのために、現在の事業を成長させ持続的に利益を生み続けること、M&A 等に資本を投下することで成長の加速と資本収益性の改善を図ることを目指します。M&A の実施にあたっては、借入による財務レバレッジも活用する方針です。負債

と自己資本のバランスおよび直近の株価水準を鑑み、当面エクイティでの調達は想定していません。

加えて、中期経営計画の開示や IR 活動の強化を行うことで将来的な成長ポテンシャルやリスクを適正に市場に伝え、適切な水準での資本コストの維持・低減を推進します。



KPI	EBITDA	フリーキャッシュフロー創出における成長率や収益性の指標として設定。 今後 M&A による成長も見込まれることから、営業利益よりも実態の成長率や収益性を測る指標として適すると判断
	ROIC	収益性および効率性の指標として設定。 今後借入を活用する方針であることを鑑み、ROE よりも指標として適すると判断

2024年度財務レビュー

業績概要

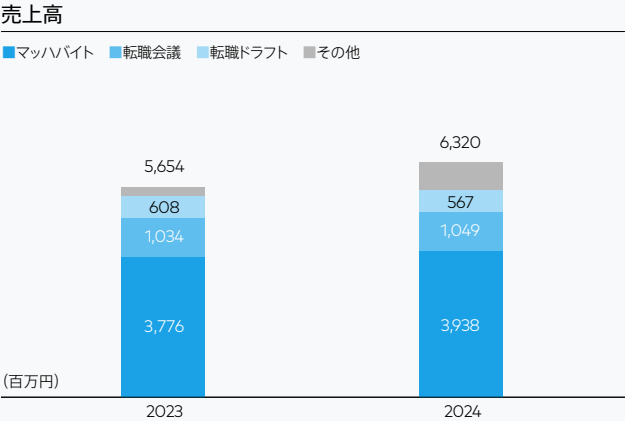
	2023	2024	YoY
売上高 (百万円)	5,654	6,320	+11.8%
EBITDA (百万円) *	488	112	△ 77.0%
営業利益 (百万円)	485	109	△ 77.4%
営業利益率 (%)	8.6	1.7	△ 6.8pt
経常利益 (百万円)	649	260	△ 59.9%
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	716	197	△ 72.4%
ROIC (%)	13.0	2.4	△ 10.7pt

売上高は主にマッハバイトの事業成長およびIESHILの買取再販事業の拡大により、増収となりました。なお、マッハバイトは増収となったものの、下期において事業環境が大きく変化したことから、成長率は期初の見通しを下回りました。

利益面では、売上高の増加に伴い原価が増加したこと、採用により人件費が増加したこと、積極的な事業投資を行ったこと、マッハバイトの事業環境の変化により同事業の売上が想定を下回ったことなどから、減益となりました。

※ EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費。なお、2024 年 12 月期末時点におけるのれん償却費は 0 円

業績推移

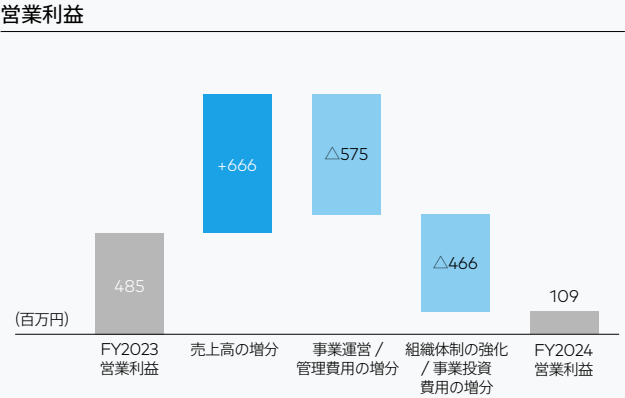


マッハバイトは増収の一方、下期に事業環境が大きく変化しました。

- ・ 大手顧客1社の採用方針の変更によって同社への売上が急減し、それに伴う広告出稿の調整により全体の売上も減少しました
- ・ 競合他社が広告出稿を大幅に強化したために市場全体の広告単価が上昇し、集客広告の収益性が悪化し出稿量も減少しました

転職ドラフトは、ITエンジニア転職市場における競争が激化したことから減収となりました。

その他の事業では、IESHILの買取再販事業における物件売買が増加し売上が大きく伸長しましたが、本事業は物件の買取費用が原価に計上されるため、利益への影響は限定的です。



通常の事業運営・管理等の支出に加え、組織体制の強化・事業投資等の成長投資を積極的に行ったことから減益となりました。

事業運営・管理費用は、主にマッハバイトおよびIESHILの増収に伴う原価増などにより、増加しました。加えて、組織体制の強化・事業投資として、積極的な採用による人員数の増加、ブランド認知向上、集客の強化および新たな手法の検証等による費用が増加しました。成長のための積極的な採用により、連結総従業員数は前年比で11.7%増加しています。

なお、マッハバイトの事業環境の変化を受け、第4四半期に一部の投資を延期・中止しました。



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

現在、リブセンスでは主要事業である「マッハバイト」「転職会議」「転職ドラフト」に「IESHIL」「batonn」を加えた5つの事業を運営しています。

主要事業は、現時点で一定の事業規模とビジネスモデルが確立しています。事業ごとに中期的な成長戦略を定めた上で現サービスのオーガニックな成長や新サービス・周辺領域への展開等を通じ、さらなる事業成長を目指しています。

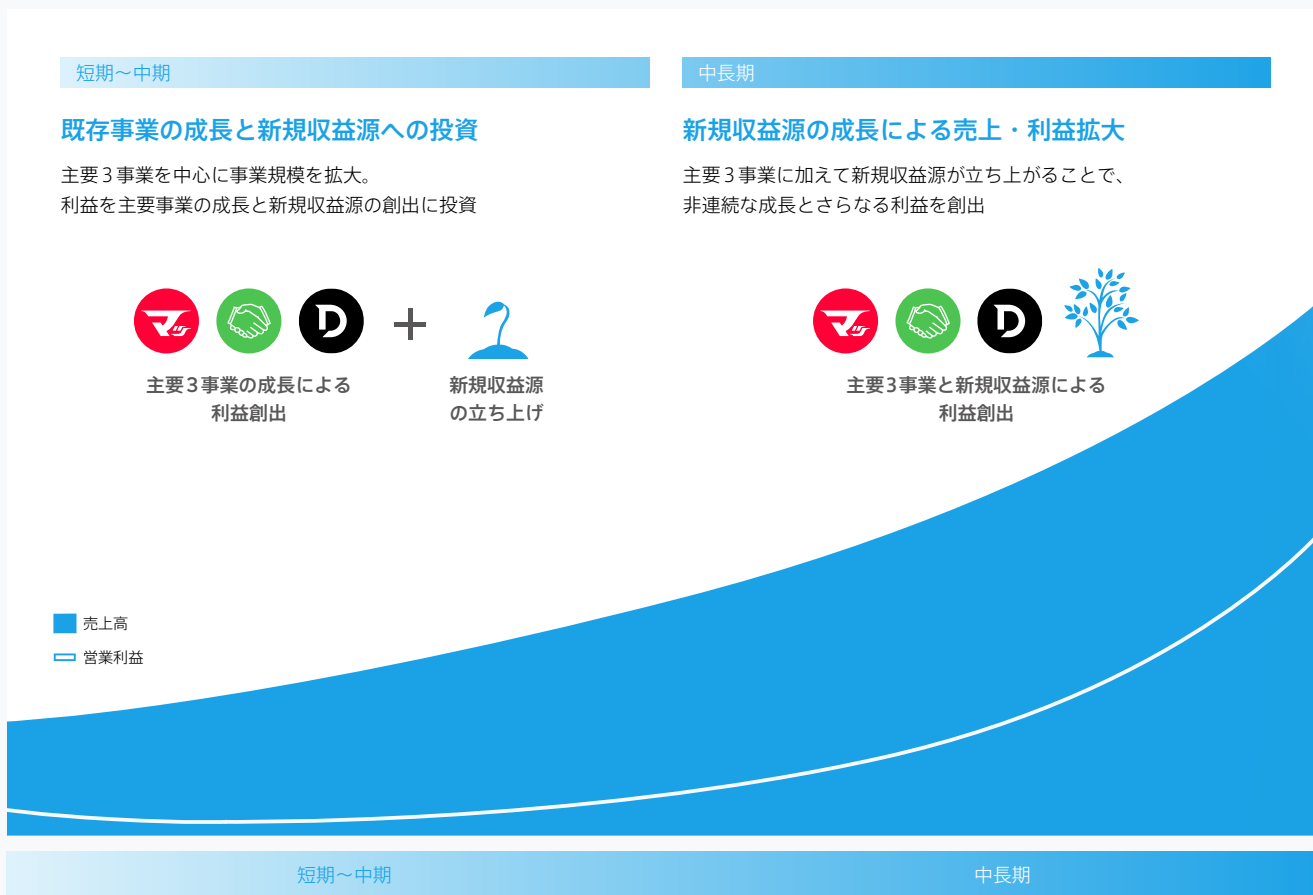
「IESHIL」「batonn」は、現時点では事業規模やモデルが未成熟です。成長ドライバを見極めた上で、大きな成長を目指します。また、リブセンスが速く大きく企業価値を向上させていく上では、オーガニックな成長に加えてM&Aによる加速が不可欠と考えています。現在の事業とのシナジーや組織としての相性も見極めながら、M&Aによる成長も積極的に進めていきます。

事業戦略

持続的かつ大きな成長の実現に向けて

現在のリブセンスは、マッハバイト・転職会議・転職ドラフトの主要3事業が売上高および営業利益の大半を占めています。持続的かつ大きな成長を目指すため、大きくふたつの時間軸で成長戦略を設定しています。

ひとつめは、短期～中期の時間軸です。直近では、既に一定の成果を出している主要3事業を中心に事業規模の拡大を目指します。同時に、将来への種まきとなる新たな収益源の投資・検証を進めます。この段階ではまだ直接的な収益貢献はなく投資費用が先行するため、利益率としては低めの水準になることを見込んでいます。ふたつめは、中長期の時間軸です。直近で投資を行う新規サービスが本格的な成長フェーズに入り、売上・利益ともに大きく伸ばすことを目指しています。新たな収益源となるサービスについては、現在のビジネスにおける強みやアセットを活かした新商品や新規サービス、既存ビジネスの領域にとられない新規の事業の両面で取り組んでいきます。



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採用ニーズに合った豊富な求人広告掲載プランや費用対効果の高さ、求職者にとっては個々人の希望に合った求人が表示されるアルゴリズムなどが特長です。



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

ITエンジニア向けの転職サービスです。個別の指名理由や年収を提示してのスカウト、職種特性を深く理解したエージェントによる人材紹介等、ITエンジニアが効率的に転職活動ができるサービスです。求職者に寄り添った独自のルールや機能により、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。中古マンションの買取再販事業も行っています。

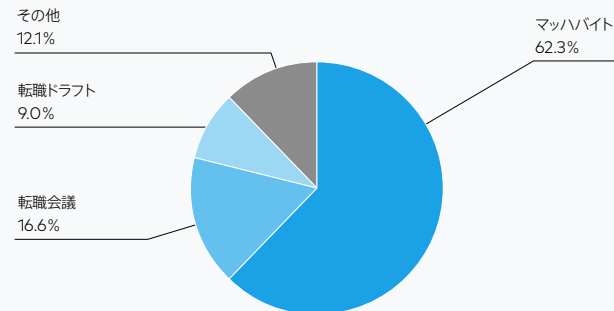


採用プロセスの改善に貢献し、採用力の向上を実現するオンライン面接ツールです。採用面接を録画と文字起こしで記録して、要約やハイライトで重要ポイントを手軽に確認・共有することができます。

主要事業の構成

リブセンス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88%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。その他の事業においては、IESHILの買取再販事業の売上が大きく伸長してきています。

事業別売上高構成比



マッチハバイト



ミッション

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2,000万人以上で、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。

マッチ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。

マッチハバイトはアルバイトの新しい「あたりまえ」をつくります。

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。

マッチハバイトは、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。

従来のアルバイト業界



マッチハバイト





事業概要

サービス名	マッハバイト
サービス内容	アルバイト求人サイト
事業開始	2006年
売上高	3,938百万円（2024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	・成功報酬型プラン等、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 49万件以上（2024年12月末現在） 累計会員登録数 約380万人

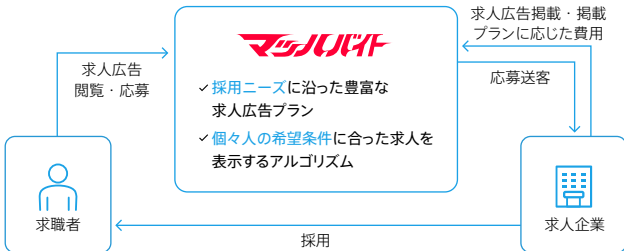
ビジネスモデルと特長

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功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「成功報酬型プラン」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。マッハバイトは個々人の希望条件に合った求人を優先的に表示するアルゴリズムなど、スピーディーかつ自分に合った仕事探しを提供しています。

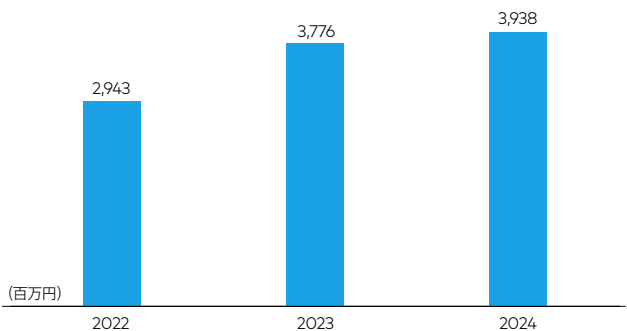


業績

主要顧客との取引拡大により、過去最高の売上高を達成

既存の顧客に対する取引拡大に加え、強みを活かした戦略の遂行により、4期連続の増収かつ過去最高の売上高を達成しました。マッハバイトの強みはこれまでに培った高効率な集客手法や最適化されたアルゴリズムにあります。これらの強みを活用し、先行投資として集客広告を強化しました。先行して応募数を増やすことで、応募獲得に関する顧客からの信頼を獲得し、取引の拡大を実現しました。既存の顧客に対する取引拡大に加え、新たな顧客群の開拓にも取り組んでおり、同様の戦略を展開していくことで顧客基盤の拡大を図ります。

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。

私たちは、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。私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...



 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	1,049百万円（2024年度）
主要顧客	人材紹介会社 求人情報サイト
特長	・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500万件 （2025年6月現在）

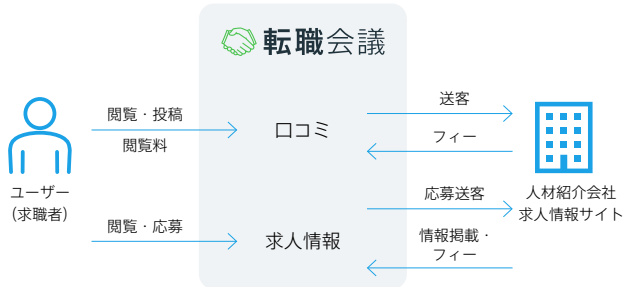
ビジネスモデルと特長

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500万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。



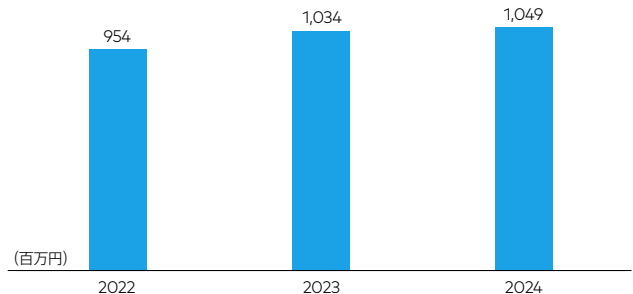
業績

新たなサービスの成長に注力

売上高は前年比で微増となりました。新たなサービスである「口コミパス」「転職会議コンシェル」などが着実に成長しており、特に「口コミパス」はサブスクリプション型の安定的な収益源として貢献しています。

また、提携した人材紹介会社から条件に合うユーザーへ直接アプローチできる新サービス「転職会議スカウト」を開始しました。既存のユーザー基盤・顧客基盤を活用し、サービス全体のマネタイズ強化を図っていきます。

売上高の推移



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。

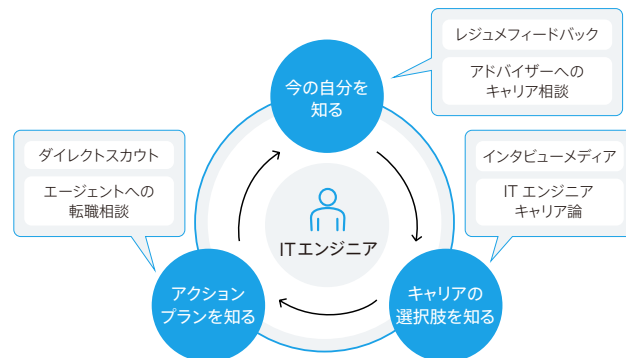
あるいは、年齢、性別といった属性情報。これらは「本人の提供する価値に応じて報酬を支払う」という観点からは、バイアスとなりえる情報ではないでしょうか。なぜこのような情報が必要なのでしょう。

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

機会によって、個々のキャリアが拡張されていく世界を創る

昨今、ITエンジニアのキャリアパスは複雑化するとともに、生成AIやディープテックの隆盛などを筆頭に求められるスキルも多様化しています。個々のキャリア形成においては市場や技術の変化に適応し、機会を選択していくことの重要度が増す一方で、「エンジニアとして進むべきキャリアが不透明」「目指すべきロールモデルがわからない」といった声も多く、エンジニアに特化したキャリア形成の必要性が高まっています。転職ドラフトはITエンジニアに対する専門性を活かし、「ITエンジニアの転職」支援に加え、キャリアに関する考え方や機会を提供することで「ITエンジニアのキャリア形成」を支援します。



転職 DRAFT

事業概要

サービス名	転職ドラフト
サービス内容	ITエンジニア転職サービス
事業開始	2016年
売上高	567百万円（2024年度）
主要顧客	ITエンジニア求人企業 業種例：Web/ITサービス・受託開発など
特長	ITエンジニアに特化したレジュメフィードバック、年収提示スカウトデータ等を用いた専門的なキャリア支援提供による、質の高いユーザー基盤
関連指標	スカウト参加会員数 606 名 スカウト参加企業数 238 社 (2024 年の各回平均 / 特別回を除く)

ビジネスモデルと特長

独自のプロセスと取り組みによる、満足度の高い転職

企業が年収付きで求職者をスカウトするダイレクトリクルーティングサービス「転職ドラフトスカウト」、蓄積してきたデータとノウハウを基に求職者を支援する人材紹介サービス「転職ドラフトエージェント」の2つのサービスを展開しています。「転職ドラフトスカウト」では、求人企業はエントリーした求職者に対して詳細なレジュメを基に「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。「転職ドラフトエージェント」では、エンジニアの技術動向を熟知したアドバイザーがデータとキャリア理論に基づき、求職者のキャリアパスまで含めたアドバイスを行います。これらのプロセスや取り組みにより、質の高いマッチングを実現します。

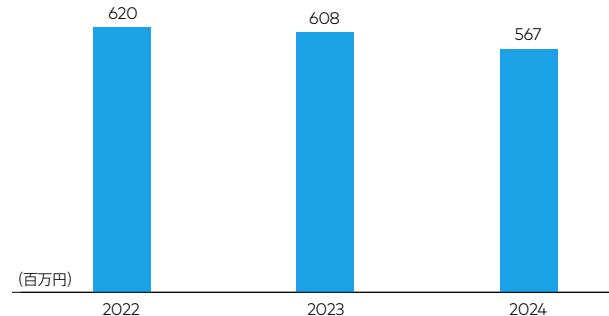


業績

競争激化により減収

ITエンジニアの転職市場は大幅な需要超過の状態にあり、長期的に拡大していくことが見込まれています。その中で、転職ドラフトはサービス拡大に向け、人材紹介サービスの集客・体制強化や、特別回の開催といった成長施策を推進しました。一方で、市場内の競争が激化したことから参加者数が減少し、減収となりました。2025年1月には「ITエンジニアのキャリア形成」を支援するサービスを目指しリブランディングを実施しました。サービスの拡大とともに、ブランドの強化・浸透を図っていきます。

売上高の推移





ビジョン

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の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の提供、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。

あわせて、ユーザー基盤を活用した買取再販事業における仕組みの構築と提供価値の磨き込みを進めています。



ビジョン

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。



人事戦略

人事・組織の方針

人事ポリシー

リブセンスのビジョンの実現を支えるのは、強い個であり、それを相乗的に高めていくための組織です。一人ひとりが、社会のためにいのちをつかう。その集合体であるチーム・リブセンスは、「継続的成長の追求」「多様な選択肢と有機的なつながり」「社会の一員として」という3つの人事ポリシーを大切にしています。

• 継続的成長の追求

自律的に学び、継続的に成長できる状態を追求します。

• 多様な選択肢と有機的なつながり

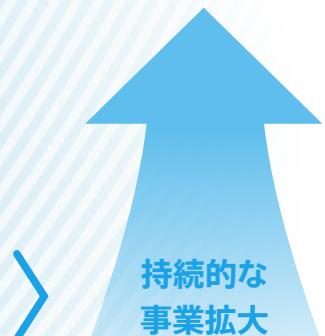
個性を活かした選択と、人と人のつながりを大切にします。

• 社会の一員として

社会の公器としての振る舞いや規範を常にアップデートし、求められる責務を果たします。

目指す状態

持続的な成長に向けて、事業の中核を担う人材が「集まる／育つ／活躍し続ける」状態を実現しつつ、共通の「文化・価値基準」が組織の自律的な成長や変化の基盤となっている状態



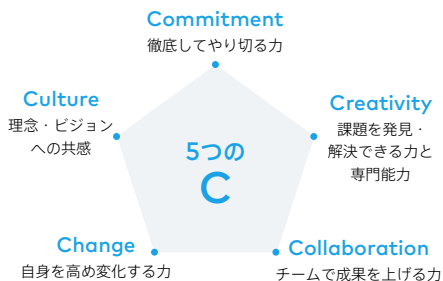
成長と変化の基盤となる
文化・価値基準

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。

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

変化の速いIT業界においては、そこで働く個人にも常に学びと成長が求められます。

リブセンスでは、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、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、一人ひとりのニーズに合わせた学習が可能な動画学習サービス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が活躍し続ける会社

リブセンスが持続的な成長を実現するには、個々の人材が変化に対応し成長することに加え、当社自身が「リブセンスで働き続けたい」と思われ、長く活躍し続けてもらえる会社であることが重要です。

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、2024年には社員のエンゲージメントを高め、社員とともに会社が成長することを目的として、国内初となるスキームを採用した譲渡制限付株式制度「リブシェア」を導入しました。一般的な譲渡制限付株式と異なり、譲渡制限が解除される前に退職しても原則として継続保有が可能な設計とすることで長期的なエンゲージメントや関心の醸成が可能になると考えています。

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。

[※]組織サーベイの結果は「非財務データ」P54をご覧ください。

人事・組織の重点的な取り組みテーマ

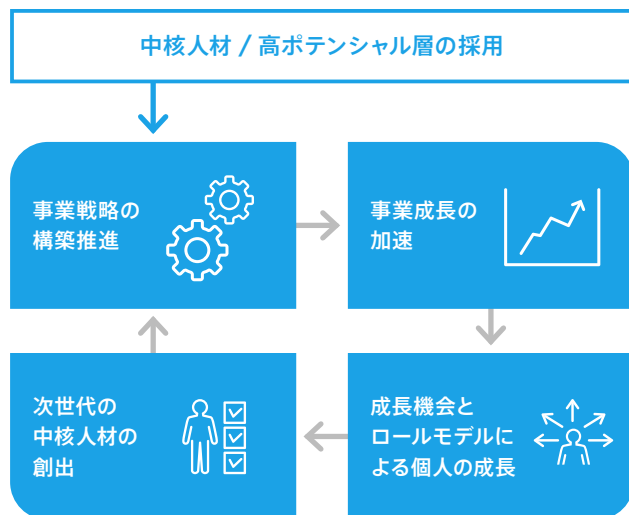
事業中核層・若手成長人材の強化と拡充

事業成長を加速するとともに、事業の拡大に耐えうる組織をつくるため

- ・ 成長戦略の構築・推進を担う中核人材
- ・ ポテンシャルのある若手人材

の採用・育成に注力します。

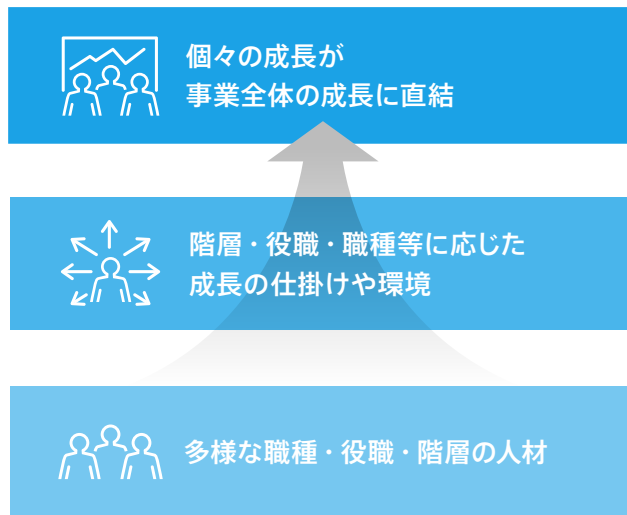
中核人材が各部門に配置され、事業戦略が構築・推進されるとともに、中核層を目標・ロールモデルとしながら、将来を担う若手人材の自律的な成長が促されている状態を目指します。



成長するための仕掛けと実現環境の構築

リブセンスでは人材の自律的な成長を重視していますが、成長を個人任せにするのではなく、会社としての仕掛けや環境にも力を入れていきます。

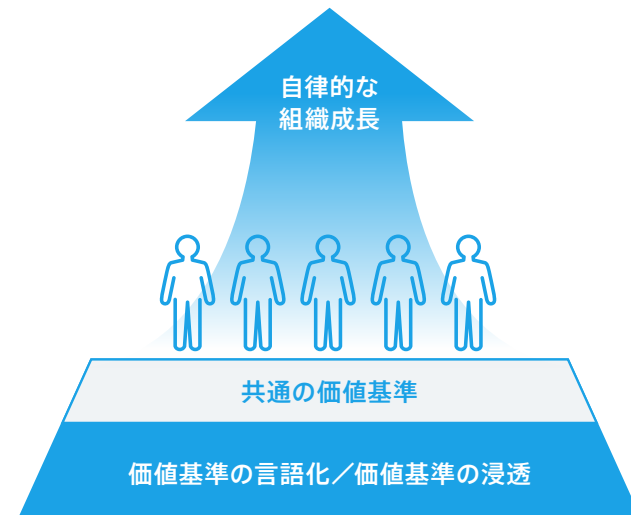
特に階層・役職・職種等に応じて身につけてほしいスキルを特定しスキル獲得を促進することで、個人の成長が事業成長に直結する状態を実現していきます。



組織の価値基準の確立と浸透

「リブセンスはどのような行動・考えを大事にするのか」という価値基準を確立・浸透させることで、個人だけでなく、組織自体が自律的に成長・アップデートできる基盤をつくります。

現在の仕組みやルールを前提に考えるのではなく、「ありたい姿」を共通の価値基準とすることで、常により良い状態にアップデートされる組織を目指します。





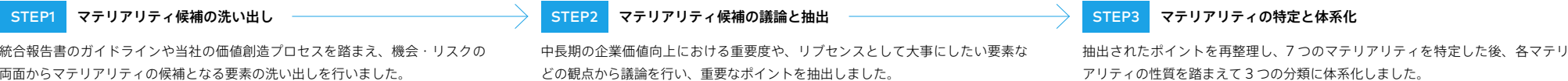
マテリアリティ

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、価値を創造する

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などを通じ、求職者・求人企業双方のアルバイト探しのプロセスの最適化を目指しています。



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500万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。人材紹介サービスでは、単なる転職先の斡旋だけではなく、求職者のキャリア形成まで踏まえたアドバイスを行っています。

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、自社で活躍し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

P31 「人事・組織の方針」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. の役務商標です。

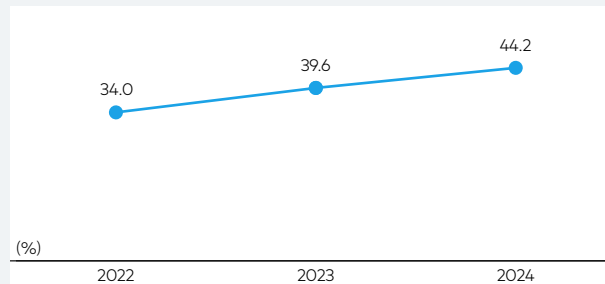
※2 株式会社エモーションテック「会社が顧客志向であることが従業員エンゲージメントを高めている〜15 業界での eNPSSM 調査〜」P12「インターネットに関する情報通信業」の平均値
https://www.emotion-tech.co.jp/column/whitepaper/2023/employ_engagement2023/

KPI

■ ミドル・ハイレイヤー人材比率

正社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。

2024年はミドル・ハイレイヤー人材の採用に注力したことから、比率が大きく向上しました。今後の成長の原動力となることを期待しています。

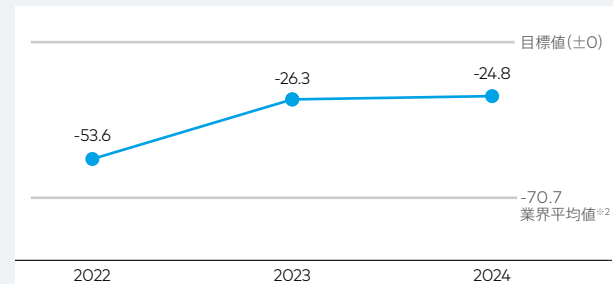


ミドル・ハイレイヤー人材：「事業内の重要なミッションを任せられ、新たな価値を創造・付加しながら完遂することができ、事業全体や全社への貢献意識も高い」といった要件を満たしている人材を指します。

■ 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ために、目標値を設定し取り組んでいます。

2022年以降、スコアは継続的に上昇しています。2024年は2020年の計測開始以来の最高スコアを更新しました。また、業界平均に対しても非常に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、適切に開示していきます。

KPI

■ 社会への利益還元額

2024 年実績

1 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人件費換算額

■ GHG 排出量（Scope1+Scope2）

2024 年実績

4.9 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

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

P41「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、完全性およ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。移り変わりの速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。

推進体制

事業推進からコーポレート IT の領域まで、横断でシステム基盤の構築運用を担う技術部が中心となり、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。

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

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスの体制

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、当社サービスをご利用くださるお客様はもちろん、株主や投資家の皆様、お取引先等の本質的な需要を満たし、社会に貢献するサービスを提供することで、あらゆるステークホルダーから当社に対して継続的な信頼を得ることが重要であると認識しています。このような認識のもと、当社の取締役、監査役、従業員は、それぞれが求められる役割を理解し、法令、社会規範、倫理などについて継続的に意識の維持向上を図り、適正かつ効率的な経営活動に取り組みながら、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

なお、コーポレート・ガバナンスに関する詳細は「コーポレート・ガバナンス報告書」にも記載しています。

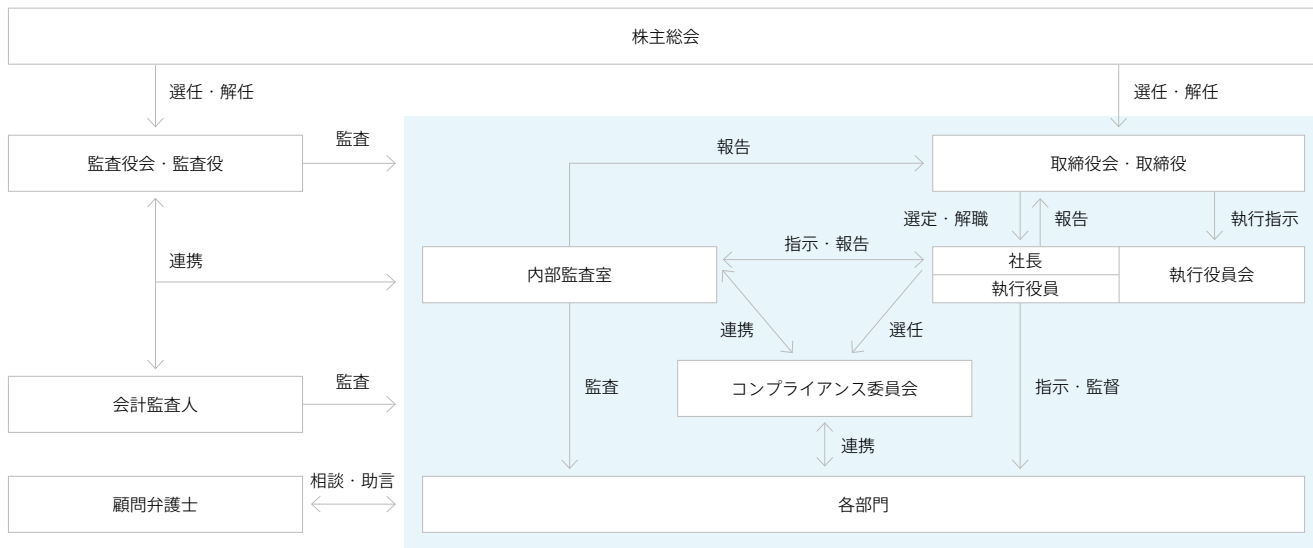
当社 Web サイトよりご参照ください。



「コーポレート・ガバナンス報告書」へはこちらのページから
<https://www.livesense.co.jp/company/governance/>

※二次元コード・URL からは「コーポレートガバナンス」ページトップの表示となります。

コーポレート・ガバナンスの体制



社外取締役

3名／5名

女性取締役比率

20%

社外監査役

2名／3名

取締役会

取締役および取締役会

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およ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、迅速かつ的確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、法務等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。

■ 2024 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
- ・社内取締役の構成等において改善の余地がある

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	・アンケート結果を取締役に報告 ・アンケート結果およ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

監査役および監査役会

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・能力および必要な財務・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、内部監査担当者およ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ため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、牽制およ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、意思決定および業務執行等について監視を行っています。

内部監査および監査役監査の状況

内部監査については、社長直轄の内部監査室（4名）が内部監査業務を実施しています。内部監査室は、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内部監査の実効性を確保するため、社長および取締役会に定期的に報告するデュアルレポーティングラインを構築しています。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、監査役は内部監査室とともに、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、取締役会の牽制およ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を定期的に行っています。また、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。



「コーポレート・ガバナンス報告書」へはこちらのページから
<https://www.livesense.co.jp/company/governance/>

※二次元コード・URLからは「コーポレートガバナンス」ページトップの表示となります。

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。

社外取締役候補者およ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います。

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およ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)	36,487	36,487	—	—	—	2
監査役 (社外監査役 を除く)	8,040	8,040	—	—	—	1
社外取締役	14,400	14,400	—	—	—	3
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ともに、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およ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、役員および社員の法令およ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、代表取締役社長が任命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。

2024 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

3件

事業等のリスク

当社では、財政状態、経営成績およびキャッシュ・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. 事業内容およびサービスに係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. 法的規制およ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

	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
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								●

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

取るべきリスクを取り、 挑戦することが成長につながる

環境が変化する中でも「主力の3事業を安定的に成長させること」「新しい成長の分野・事業をつくること」、さらに「それらを実現するためのM&A」、この3つを主に議論してきました。人材ビジネスや不動産分野は今後の成長に期待できる分野なので、これまで培った知見や経験を活かして発展させていってほしいと考えています。また、事業成長に欠かせない中核人材の確保もリブセンスにおいては大きなテーマです。2024年度は人的資本への意図的な投資をしてきたので、事業成長を牽引していける人材や、将来の経営者候補となる人材が早期に出てくることを期待しています。

リブセンスは非常に健全な価値観・カルチャーを持つ企業で、コンプライアンスや金融面でのリスクは非常に少ないと捉えています。ただ、その堅実さゆえに、時に取るべきリスクを見送っている側面もあるのではないのでしょうか。リブセンスが社会での存在意義をより高めていくには、リスクのある意思決定も必要となります。リブセンスのような高い倫理観と健全性を持つ企業が積極的に挑戦し成長することこそが、日本の次世代を担う力強い企業群を生み出すために必要だと考えています。



社外取締役
淡輪 敬三
KEIZO TANNAWA

変化を先取りし、 リスクをチャンスにできる発想に期待

新規事業の育成や一部事業の撤退が進み、事業の整理という点ではひとつの区切りができました。しかし現在、人材ビジネスの市場には様々な競合企業が現れており、環境は厳しさを増しています。その中でリブセンスがどのような体制をつくり、成長戦略を描くのかを取締役会でも議論してきました。しかし、目指す企業像に対しては、なかなかギャップが埋まらない1年だったと感じます。組織強化や次の柱となる事業を短期で構築するには、M&Aも重要な要素となります。リブセンスにはとても大きなポテンシャルがあり、堅実にしっかり事業を運営していけるスタッフも揃っていますが、新規事業の展開スピードや実証実験の規模、リスクの取り方には不足している部分もあります。そのため、私は引き続き会社のアクセルを踏む役割を担っていきます。

また、社会の変化として特に注目しているのはAIの進化です。今後、AIによって顧客ニーズ、働き方、業務設計などあらゆる面で大きな変化が起こるのは間違いないと考えています。この変化を先取りし、リスクではなくビジネスチャンスとしていけるような発想での経営を期待しています。



社外取締役
安川 新一郎
SHINICHIRO YASUKAWA

社会価値を問い続け、 その創出への貢献を実感できる組織へ

2024年度は、主力事業であるマッハバイトのお祝い金規制をはじめとして事業環境が大きく変わった1年でした。環境変化への対応を進める中で、リブセンスの様々な課題が明らかになると同時に、組織としての強度や課題解決能力が向上したことを感じています。これらの経験は、今後の成長・発展のための礎になるはずです。

リブセンスには、社会にとって本当に価値があることは何なのかを問い続けられるカルチャーがあると感じています。私自身、社会課題の解決に取り組む最前線で活動している立場として、強く共感するところはあるのですが、同時に中長期的な視点で社会との接点をどうつくっていくのか、ESGの取り組みとしてどのように実装していくべきかといった部分は、これからより深く議論を重ねていく必要があると考えています。リブセンスでは、社員の働き方改善や育成への注力により、評価指標であるeNPSも順調に伸びています。今後はさらに社員が手触り感を持って自分たちが社会貢献しているという気持ちや、社会価値の創出に貢献しているという実感を持てる組織をつくっていくことを期待しています。



社外取締役
川口 加奈
KANA KAWAGUCHI

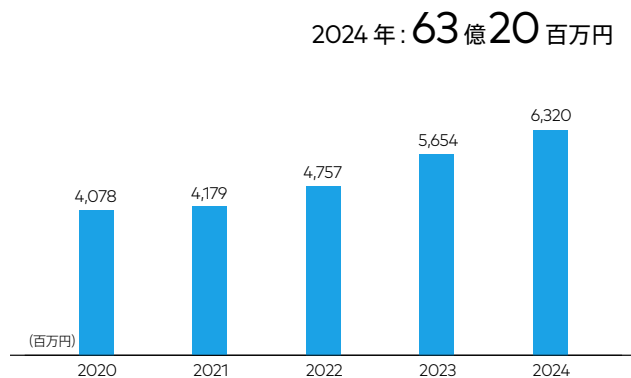


パフォーマンスデータ

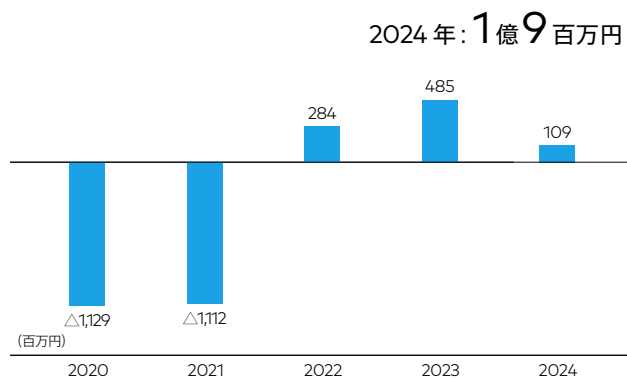


財務ハイライト

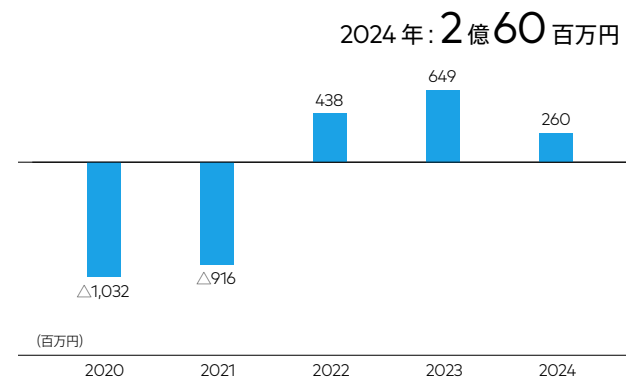
売上高



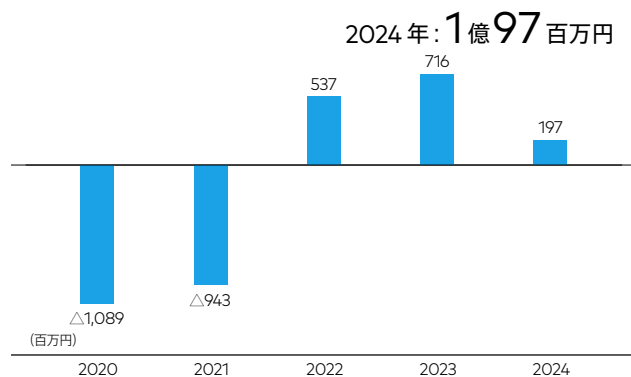
営業利益



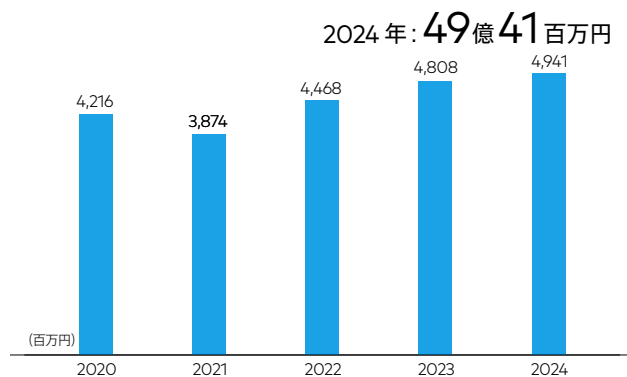
経常利益



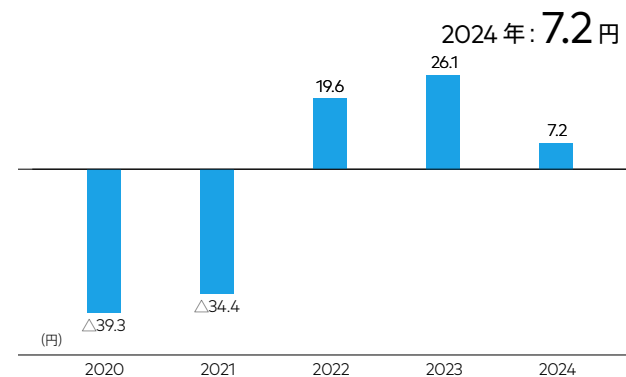
親会社株主に帰属する当期純利益



総資産



EPS (1株当たり当期純利益)





財務データ

連結損益計算書

	単位	2020	2021	2022	2023	2024
売上高	千円	4,078,911	4,179,613	4,757,968	5,654,162	6,320,314
原価	千円	422,953	742,853	756,564	951,225	1,581,458
売上総利益	千円	3,655,957	3,436,759	4,001,403	4,702,937	4,738,855
販売管理費	千円	4,785,054	4,549,144	3,717,398	4,217,845	4,629,410
広告宣伝費	千円	1,495,039	1,567,557	1,397,792	1,885,868	1,933,358
人件費 ^{※1}	千円	2,223,895	2,022,293	1,611,606	1,645,514	1,942,355
EBITDA ^{※2}	千円	△ 1,090,940	△ 1,104,769	289,809	488,416	112,423
営業利益	千円	△ 1,129,096	△ 1,112,384	284,005	485,092	109,445
経常利益	千円	△ 1,032,345	△ 916,384	438,246	649,385	260,622
親会社株主に帰属する当期純利益	千円	△ 1,089,701	△ 943,944	537,538	716,229	197,342

連結貸借対照表

	単位	2020	2021	2022	2023	2024
流動資産	千円	4,030,547	3,339,022	4,116,849	4,555,670	4,765,858
現金および預金	千円	3,031,742	2,705,081	3,560,051	3,647,229	3,925,678
固定資産	千円	186,124	535,274	351,322	252,635	175,882
総資産	千円	4,216,671	3,874,297	4,468,172	4,808,306	4,941,740
流動負債	千円	540,932	690,928	1,087,625	803,206	720,636
固定負債	千円	35,175	84,357	23,697	23,697	13,897
純資産	千円	3,640,563	3,099,011	3,356,849	3,981,402	4,207,207

※ 1 本報告書（2025 年発行版）より、人件費に採用関連費用を含めるよう集計基準を変更。過去の人件費は遡及修正

※ 2 EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費



連結キャッシュ・フロー計算書

	単位	2020	2021	2022	2023	2024
営業活動によるキャッシュ・フロー	千円	△ 1,991,096	△ 361,009	731,034	3,292	264,488
投資活動によるキャッシュ・フロー	千円	△ 12,457	19,345	128,835	88,785	23,760
財務活動によるキャッシュ・フロー	千円	△ 197,574	15,002	△ 4,900	△ 4,900	△ 9,800

経営指標

	単位	2020	2021	2022	2023	2024
営業利益率	%	-	-	6.0	8.6	1.7
株価（12 月末時点終値）	円	245	179	279	254	143
時価総額（12 月末時点終値ベース）	億円	68	50	78	71	40
EPS（1 株当たり当期純利益）	円	△ 39.3	△ 34.4	19.6	26.1	7.2
PER（株価収益率）	倍	-	-	14.2	9.7	19.9
ROIC（投下資本利益率）※	%	-	-	7.9	13.0	2.4
ROE（自己資本当期純利益率）	%	-	-	16.7	19.5	4.8
ROA（総資産経常利益率）	%	-	-	10.5	14.0	5.3

※ ROIC：税引き後営業利益 ÷ 投下資本（有利子負債 + 株主資本）の期首・期末平均



非財務データ

人的資本								
項目		単位	2020	2021	2022	2023	2024	
従業員数 ^{※1}	総従業員数	名	391	345	254	266	297	
	連結正社員	名	280	243	206	225	245	
	連結有期雇用	名	111	102	48	41	52	
	単体正社員	名	274	236	194	212	235	
	単体有期雇用	名	110	100	46	40	51	
フルタイム換算（FTE）従業員数		名	363	323	238	254	261	
男女比率	総従業員	男性比率	50.8	48.7	52.0	52.5	52.4	
		女性比率	49.2	51.3	48.0	47.5	47.6	
	管理職	男性比率	83.3	81.7	80.0	75.0	76.5	
		女性比率	16.7	18.3	20.0	25.0	23.5	
	正社員	男性比率	61.4	59.2	57.1	57.3	57.4	
		女性比率	38.6	40.8	42.9	42.7	42.6	
	有期雇用	男性比率	24.5	22.0	29.2	26.8	28.8	
		女性比率	75.5	78.0	70.8	73.2	71.2	
職種比率 ^{※2}	エンジニア / デザイナー	%	35.6	36.7	32.8	33.1	29.9	
	プロダクト / マーケティング	%	30.7	16.9	12.2	9.3	12.1	
	セールス / 事業企画	%	15.3	25.3	29.0	29.1	28.2	
	オペレーション	%	4.0	7.8	8.4	9.9	10.3	
	コーポレート	%	14.4	13.3	17.6	18.5	19.5	
平均年齢		歳	32.7	33.2	33.2	34.7	35.6	
平均勤続年数		年	3.8	4.6	5.0	5.4	5.6	
障がい者雇用率		%	1.0	0.9	1.6	1.9	1.7	

※ 1 FY2024 より集計基準を変更。過去の従業員数は遡及修正
※ 2 当社単体・無限定正社員。専任職型正社員は主にカスタマーサポート・営業を担当



項目		単位	2020	2021	2022	2023	2024
採用人数	全体	名	34	16	27	36	58
	新卒	名	8	7	4	0	4
	中途	名	17	6	15	29	37
	有期雇用	名	9	3	8	7	17
平均有給休暇取得率		%	58.9	73.1	76.2	72.3	72.7
男女賃金格差指数	全社	%	57.0	61.8	67.1	62.6	65.3
	正社員	%	61.3	63.9	68.9	66.1	68.9
	有期雇用	%	96.7	106.3	102.9	112.1	109.2
平均育休取得率	全体	%	89.5	83.3	77.8	100.0	90.9
	男性	%	66.7	66.7	71.4	—	83.3
	女性	%	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
平均育休取得期間	全体	月	9	8	8	11	9
	男性	月	3	5	5	7	3
	女性	月	11	10	10	13	11
育休取得後復職率	全体	%	100.0	90.0	84.6	100.0	100.0
	男性	%	100.0	100.0	80.0	100.0	100.0
	女性	%	100.0	85.7	87.5	100.0	100.0
ミドル・ハイレイヤー人材比率		%	36.8	37.9	34.0	39.6	44.2
eNPS ^{※1}		—	-57.0	-83.9	-53.6	-26.3	-24.8
人材開発支援制度活用率		%	3.9	14.0	18.7	23.0	31.2
組織サーベイ ^{※2}	理念・ビジョンへの共感	—	—	+38.5	+57.6	+70.1	+61.3
	成長実感	—	—	+24.8	+27.3	+36.5	+45.7
	働きやすさ	—	—	+55.7	+67.8	+70.4	+73.3

※1 従業員のエンゲージメントを数値化した指標。詳細は P37 をご参照ください

※2 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	2020	2021	2022	2023	2024
CO ₂ 排出量	Scope1+Scope2	t-CO ₂	—	—	35.4	9.9	4.9
	Scope1 ^{※1}	t-CO ₂	—	—	0.0	0.0	0.0
	Scope2 ^{※2}	t-CO ₂	—	—	35.4	9.9	4.92
社会への利益還元額		千円	2,374	3,826	3,089	4,210	1,644
	NPO 割引適用法人数	法人	14	10	6	10	5
	有給ボランティア休暇取得日数	日	8	12	22	17	12

ガバナンス

項目		単位	2020	2021	2022	2023	2024
取締役	総数	人	3	3	4	5	5
	社外	人	2	2	2	3	3
	独立	人	2	2	2	3	3
	独立社外取締役比率	%	66.7	66.7	50.0	60.0	60.0
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	12.5	12.5
コンプライアンス研修受講率		%	100.0	100.0	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	3	1	1	2	3

※ 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。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：0.000431t-CO₂/kWh

・宮崎オフィス：0.000000t-CO₂/kWh

株式情報

株式基本情報

上場市場	東京証券取引所スタンダード市場
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

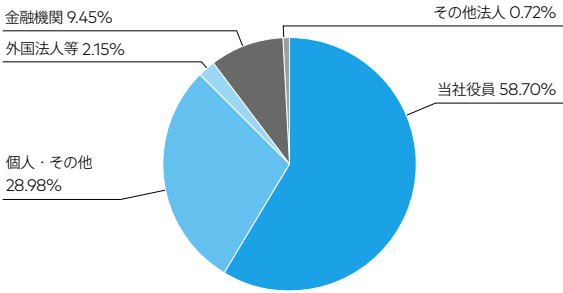
当社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題のひとつであると認識しており、具体的な利益還元の方法および構成については、資本構成のあり方や投資計画、財務状態、経営成績およびキャッシュ・フローの状況等を勘案し、適宜最適な方法を検討しています。現在、当社は配当による株主還元は行っておらず、利益の全額を内部留保および成長投資に充てています。これは、当社が安定的な経営基盤および持続成長基盤の確立の過程にあるためです。内部留保資金を充実させ経営基盤の安定化を図るとともに、事業の基盤確立や拡大のための投資によって一層の企業価値向上を図ることが、株主に対する最大の利益還元につながると考えています。

株主構成

2024 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	48.63%
	桂 大介	2,698,000	9.58%
	株式会社 SBI 証券	876,011	3.11%
	株式会社リブセンス	640,520	2.27%
	楽天証券株式会社	526,400	1.86%
	五味 大輔	492,800	1.75%
	GMO クリック証券株式会社	271,100	0.96%
	日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	256,100	0.90%
	株式会社日本カストディ銀行（信託口）	245,400	0.87%
	川原 裕也	210,200	0.74%

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 (2024 年 12 月 31 日現在)
従業員数	正社員 235 名 臨時従業員 51 名 (2024 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: 03-6683-0082

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