株式会社リブセンス（東証スタンダード：6054）

2025年12月期
第2四半期決算説明会資料

- 中期経営計画 2025-2027
- 決算説明資料

2025年8月14日

中期経営計画 2025-2027

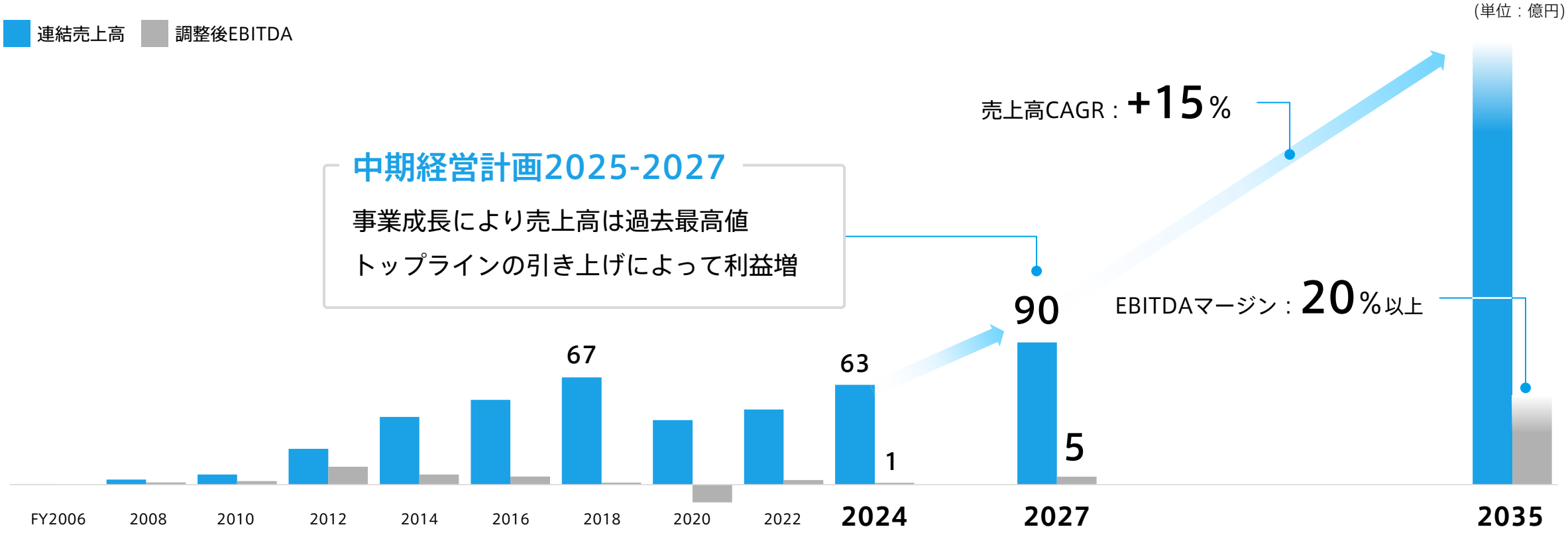
1. 全社目標
2. 過去振り返り
3. 中期方針
4. 各事業の方針・計画

1. 全社目標

1. 中長期で目指す状態
2. FY2027目標

『1→10』の事業成長

『0→1』の事業創出に加え、『1→10』の成長が実現できる会社に進化する。
FY2027に、既存事業の成長により連結売上高90億円・調整後EBITDA*5億円を実現。
FY2035に向け、年平均+15%の売上成長かつEBITDAマージン20%以上の企業を目指す



※調整後EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋株式報酬費用＋M&A関連費用

FY2027目標

連結売上高 **90** 億円

調整後EBITDA **5** 億円

アルバイト領域はマッハバイトの顧客基盤強化、キャリア領域は転職ドラフトのブランド確立および収益基盤拡充を中心に成長を図る。
投資回収の蓋然性判断により、大型プロモーションやM&Aも機動的に実施[*1]

(単位：億円)

	FY2024	FY2027	FY2024-27 CAGR
売上高[*2]	63	90	+13%
アルバイト領域	39	55	+12%
キャリア領域	16	25	+16%
不動産領域	7	10	+11%
調整後EBITDA	1	5	+67%

※1 大型プロモーション、M&Aは本計画には含まない
※2 FY2024には撤退事業の売上を含む

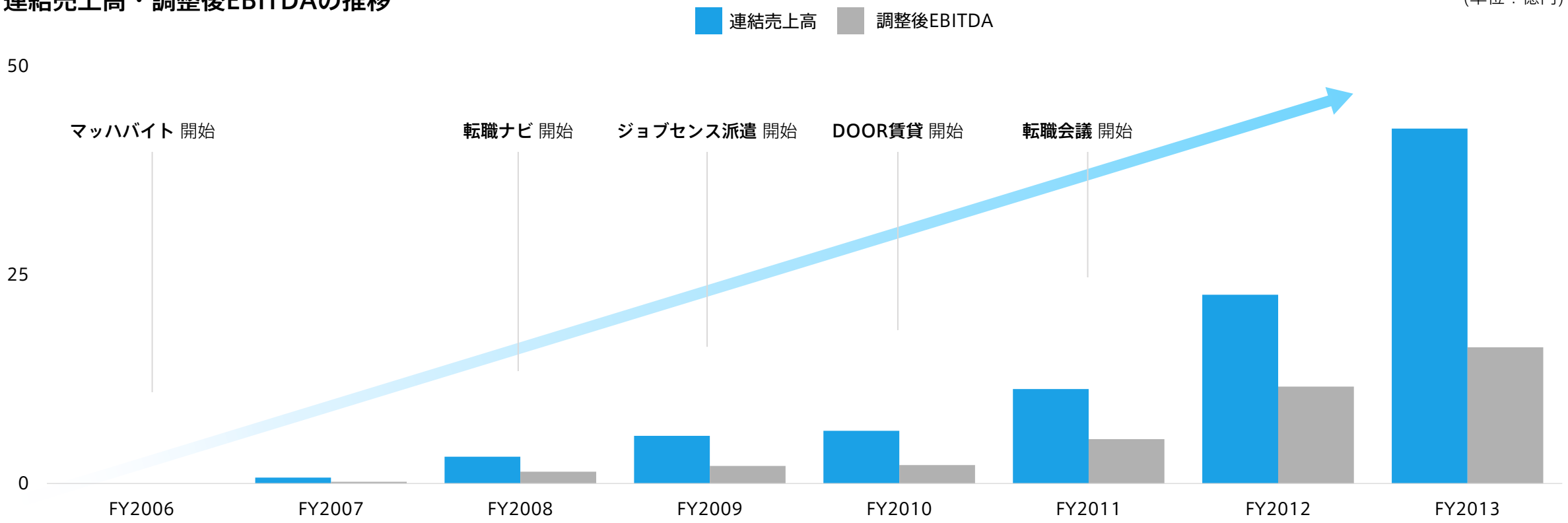
2. 過去振り返り

1. 過去振り返り｜『0→1』成長期
2. 過去振り返り｜低迷期
3. 過去振り返り｜『1→10』成長の壁
4. 現状総括

競合がWEBへ本格参入していない中、SEO*による集客と独自の事業モデルの創出により成長。人材・不動産など幅広い領域へ参入

連結売上高・調整後EBITDAの推移

(単位：億円)

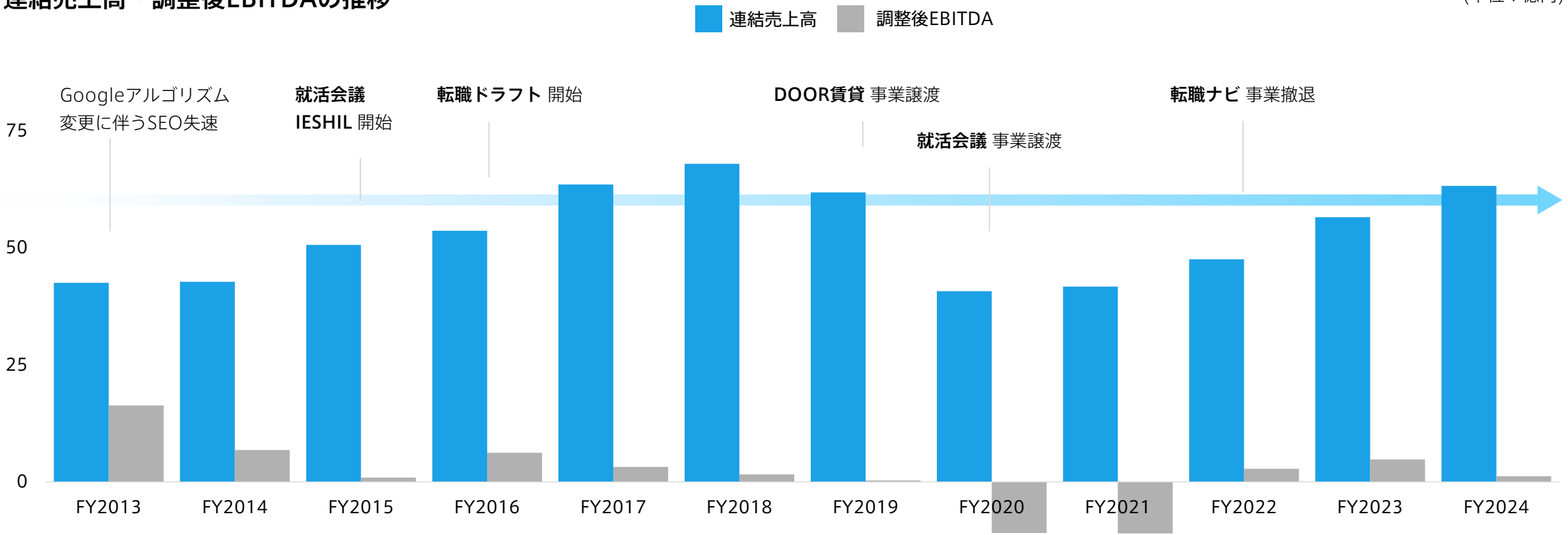


※SEO：Search Engine Optimization（検索エンジン最適化）の略

SEOの失速後、集客手法をPPC広告*へシフト。競合のWEB本格参入に伴う競争の加速によって利益は低迷。売上高は成長を維持したもののFY2018がピーク

連結売上高・調整後EBITDAの推移

(単位：億円)



※PPC広告：クリック課金型広告

これまで30以上の事業を創出。一定規模までは成長するが、競合の台頭や市場環境の変化により成長停滞。持続的に10億円以上の利益を創出するような事業のスケールができていない

主要事業の年間営業利益*

10億円以上	未実現
1億円以上10億未満	マッハバイト / 転職会議 / 転職DRAFT / 転職ナビ / DOOR chintai / 就活会議
1億円未満	イエシル IESHIL / batonn

※全社費用を除く各事業の利益
※直近3か年の年間営業利益をベースに記載。譲渡事業（DOOR賃貸、就活会議）、撤退事業（転職ナビ）は最高額を基準として算出

ユーザーから認知・選択される状態を作れておらず、かつスイッチングコストが低いため、外部環境の変化による成長停滞が引き起こされやすい

ユーザーから認知・選択される状態を作れていない

- 競合サービスの台頭によるユーザー減少
- 集客におけるPPC広告への依存増に伴う利益率低下

スイッチングコストが低い

- 市場環境の変化や競合・代替サービスの台頭による顧客離れ

売上・利益の停滞

3. 中期方針

1. 中期方針
2. ブランディングの強化
3. 高リテンション事業の創出
4. 中期方針に向けた施策
5. M&A方針
6. 財務方針

ブランディングの強化 / 高リテンション事業の創出によって『1→10』の成長を実現する

売上・利益の停滞

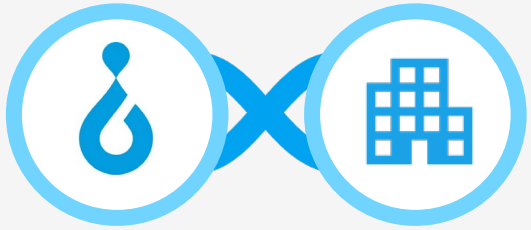
- ユーザーから認知・選択される状態を作れていない
- スイッチングコストが低い

中期方針

認知・選択される状態へ

ブランディング

の強化



顧客との接点強化

高リテンション事業

の創出

『1→10』

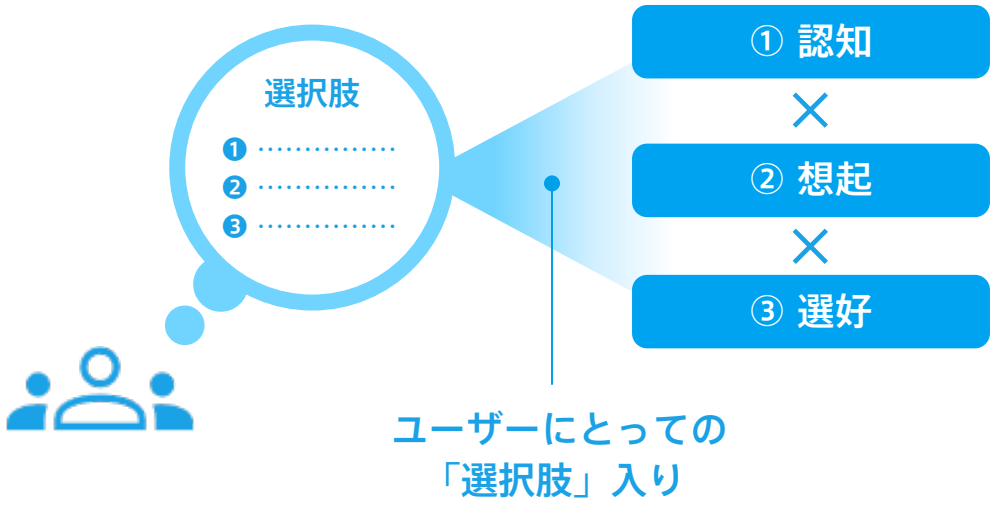
の成長を実現

「特定領域におけるNo.1」のブランドを確立し、SEOやPPC広告に依存せずともユーザーから選ばれる状態を実現する

ブランディング強化において重要視する観点

ポジション選定の観点

- 新たなあたりまえになれるか
- No.1を実現できるか
- 規模感は十分か
- リーチ可能か



ポジションの選定

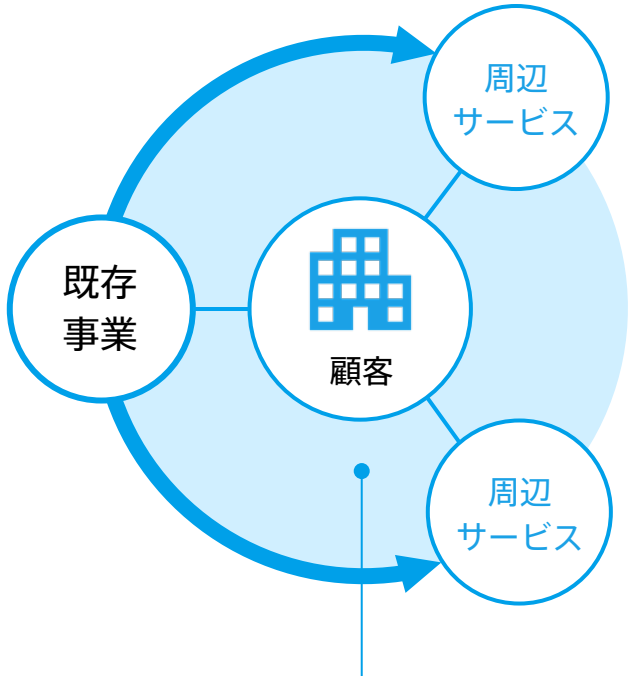
競合と同じベクトルで競うのではなく、「新たなあたりまえになりうるか、ニーズに十分な規模感があるか」など複数の観点から、差別化が可能なポジションを選定

ユーザーにとっての「選択肢」に入る

ターゲットユーザーにとっての「○○するときにまず思い浮かべる」存在になるため、必要なプロセスを ①認知 から ③選考 に分解し、ブランド戦略を推進

既存事業と周辺サービスのシナジーによって顧客との接点を強め、事業領域ごとのリテンションを向上させる

リテンション向上のイメージ



既存事業と周辺サービス間でシナジーを創出

各事業領域においてリテンションの高い状態を実現

リテンション向上に寄与するサービスの方向性

1 重要オペレーションへの入り込み

重要オペレーションに対してサービス提供し、業務プロセスに組み込まれることで、顧客との接点を強固にする。

2 サービス間のデータ連携

蓄積したデータを複数サービス間で連携し活用することで、UXの向上や顧客に合わせた課題の解決を実現する。

周辺サービスのイメージ

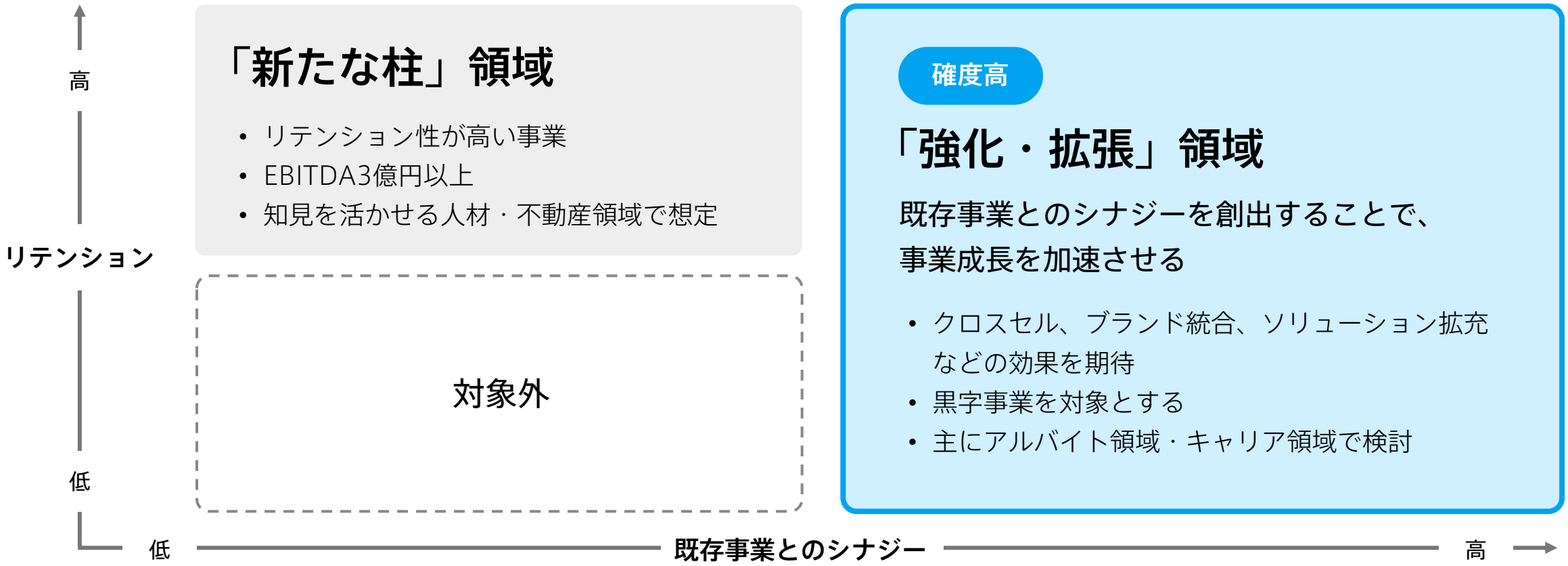
- 採用管理システム
- 労務管理システム
- RPO、BPO　　…など

中期方針の推進に向け下記施策を実施。特に高リテンション事業の創出においては、M&Aや新規サービスの創出による実現を志向

中期方針	組織的な施策	各事業における施策
 ブランディングの強化	**マーケティング機能の強化** • CMO職の採用 • 横断部署の設立 • マーケティング人材の採用強化	**アルバイト領域** • マッハバイトにおける新たなユーザー体験創出と新規体験をフックにしたブランディングの推進 **キャリア領域** • 転職ドラフトにおけるブランドコンセプトの拡張と露出強化
 高リテンション事業の創出	**M&Aの推進** • 専門部署の設立 **高リテンションな新規事業の創出** • 『batonn』のPMF*	**リテンション向上に寄与する周辺領域への進出** • 採用管理システム • 労務管理システム • RPO、BPO …等

※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

既存事業とシナジーのある領域、規模が大きくリテンション性の高い領域の二つをターゲットに推進



1→10成長のため、キャッシュは成長投資に振り向ける。規律の範囲内で借入も活用。資本効率はFY2027時点でROIC8%、将来的には15%以上を目指す

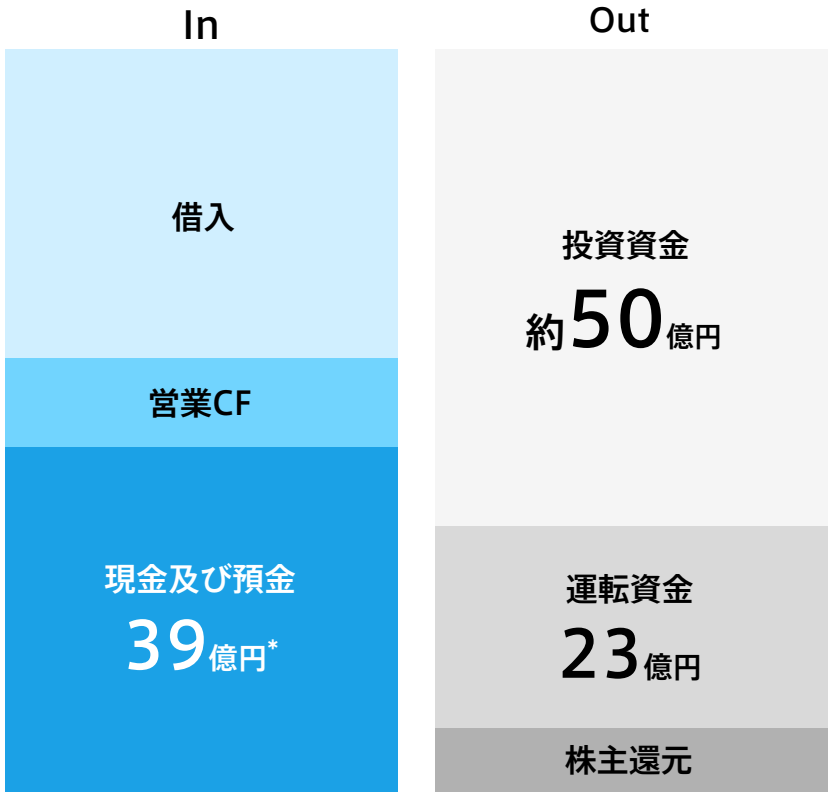
キャピタルアロケーション

規律の範囲内で借入も活用

- D/Eレシオ：100%以下
- 自己資本比率：60%以上

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せず

※現金及び預金はFY2024末時点



最重要

中期方針進のための事業投資

- 新規事業の開発やM&A
- 大型のプロモーションなどを含むブランド投資

運転資金は月商の3か月分で想定(FY2027で約23億円)
将来的に株主・従業員・社会に対し、当期純利益の25%の還元を目指す

目指す資本効率

FY2027	ROIC* 8%以上 (FY2024: 2.4%)	中長期	ROIC 15%以上

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

4. 各事業の方針・計画

1. 全体サマリー
2. アルバイト領域
3. キャリア領域
4. 不動産領域

ブランディングと収益基盤の強化を中心に推進。
マッハバイト、転職ドラフト以外は今後の施策進捗を見ながらKPI・KPI目標を設定

事業領域	事業	方針	KPI	KPI目標
アルバイト領域	マッハバイト	新たなブランドの確立による集客力強化	指名検索数	FY2024比 +500%*
		顧客基盤の強化	案件あたり売上高	FY2024比 +30%
キャリア領域	転職ドラフト	ブランド確立による利用者数の拡大	指名検索数	FY2024比 +250%
		採用手段の拡充によるターゲット層の拡大	採用決定率	FY2024比 +70%
	転職会議	転職初期層の獲得	新規コンテンツによる獲得会員数	ー
		マネタイズポイントの拡大	会員あたり売上高	ー
	batonn	PMFに向けたマーケティングと営業の強化	ー	ー
不動産領域	IESHIL	コンテンツおよびエリア拡充による利用者数増	ー	ー
		顧客基盤を活用したマネタイズポイントの拡大	ー	ー

※目標時期は定めず

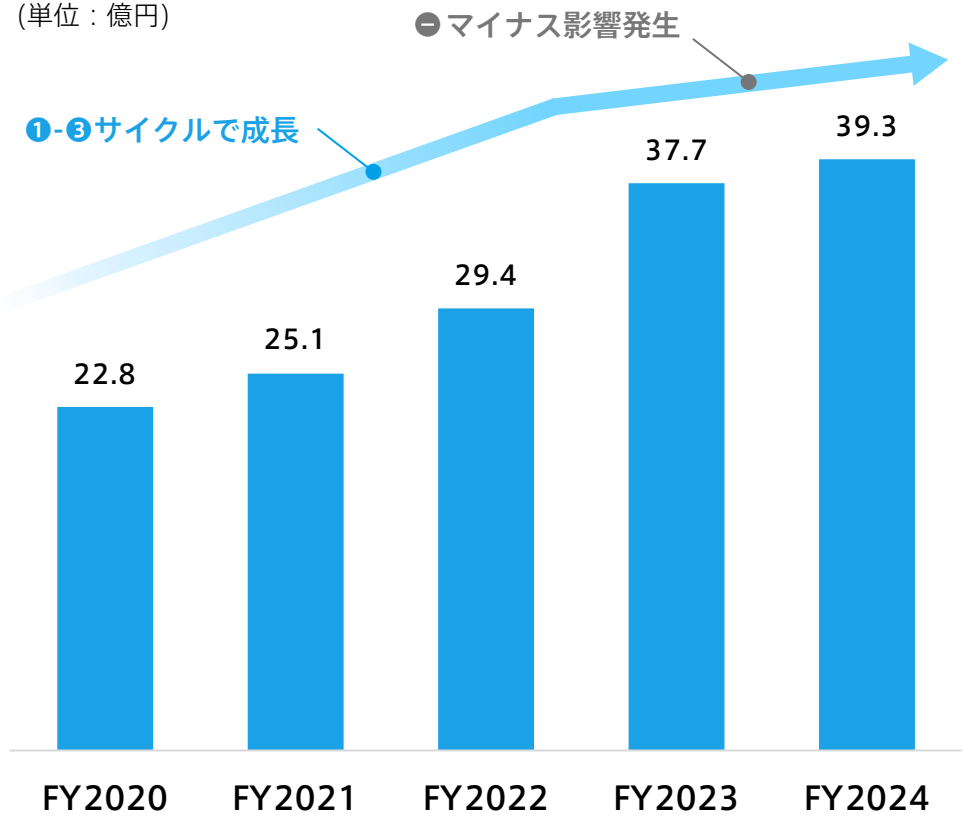
4-1. アルバイト領域

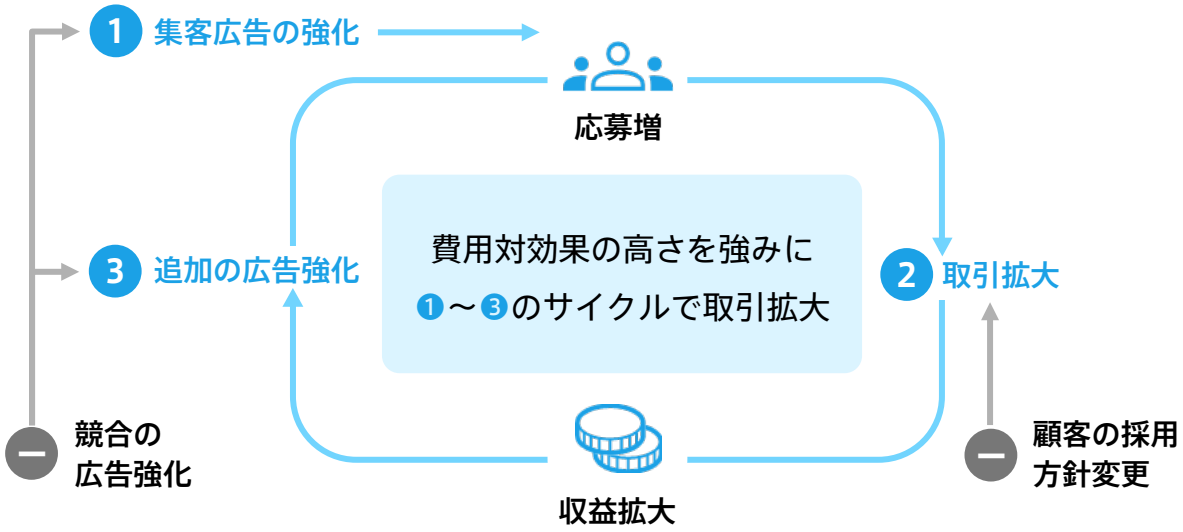
※サービスの概要、特長はP.51を参照

費用対効果の高さを強みにした大手企業との取引拡大によって成長。
PPC広告による集客への依存度が高く外部環境の影響を受けやすい構造が課題

売上高の推移

(単位：億円)





成長要因 **営業とマーケターの連携による費用対効果の高さ**

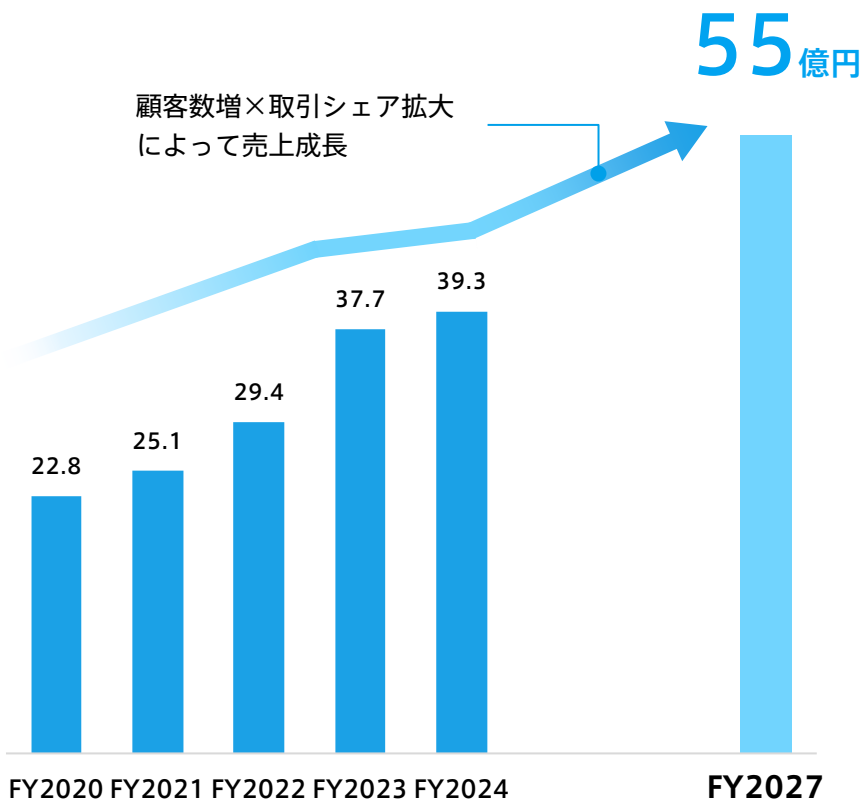
顧客が求める費用感や募集人数などに合わせて集客をすることで、顧客ニーズを満たしつつ利益を創出

課題 **集客におけるPPC広告への依存度の高さ**

競合の広告強化や顧客の方針変更によって利益が下がると、PPC広告による集客が抑制され、成長が停滞

「スピード」を軸にブランディングを強化することで集客力を強化。
並行して、大手顧客との取引拡大と新たな顧客の開拓を加速させ、規模を拡大する

FY2027売上目標



1 新たなブランドの確立による集客力強化

「スピード」を軸にした ブランディング

求職者の求人探し・応募、企業や店舗における採用プロセスの効率化などによって、働きはじめまでの時間を短縮。新たな体験に基づく、「スピード」を軸としたブランディングを推進

2 顧客基盤の強化

既存大手との取引拡大

広告投資による集客増加などにより、既存の大手企業との取引シェアを拡大する

新規顧客の開拓

大手・中堅企業を中心に、より幅広い業界・職種の求人を開拓したうえで、既存企業と同様に取引を拡大する

KPI目標

1	指名検索数		FY2024比 +500%	WEBとアプリストアで「マッハバイト」の名称を検索された回数。プロモーションの実施時期が未定のため時期は定めず
2	案件あたり売上高	FY2027	FY2024比 +30%	売上高 ÷ 掲載案件数

4-2. キャリア領域

転職DRAFT　転職会議

batonn

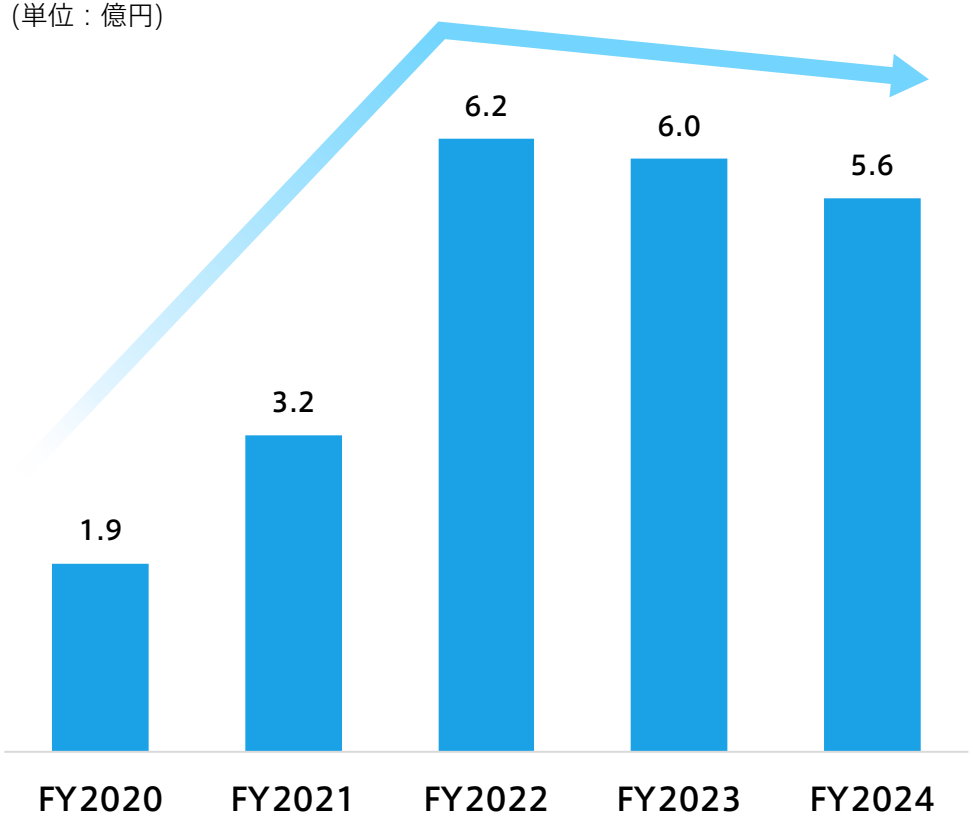
※サービスの概要、特長はP. 52-54を参照

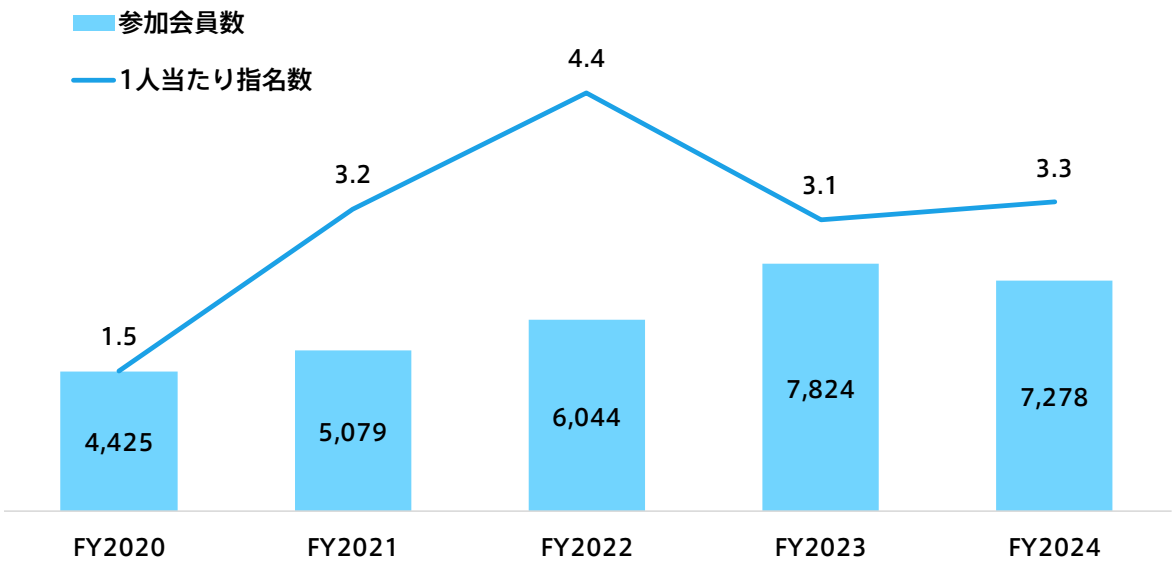
転職 DRAFT

「実績のあるエンジニア」と「工数をかけてでもITエンジニアを採用したい企業」から支持され成長。一方で対象の求職者・企業層の狭さと競争激化により成長停滞

売上高の推移

(単位：億円)





成長要因

ITエンジニアの需要拡大に合致したサービスモデル

ITエンジニアの需要拡大を背景に、実績のあるITエンジニアと採用意欲の高い企業をマッチングするサービスとして成長

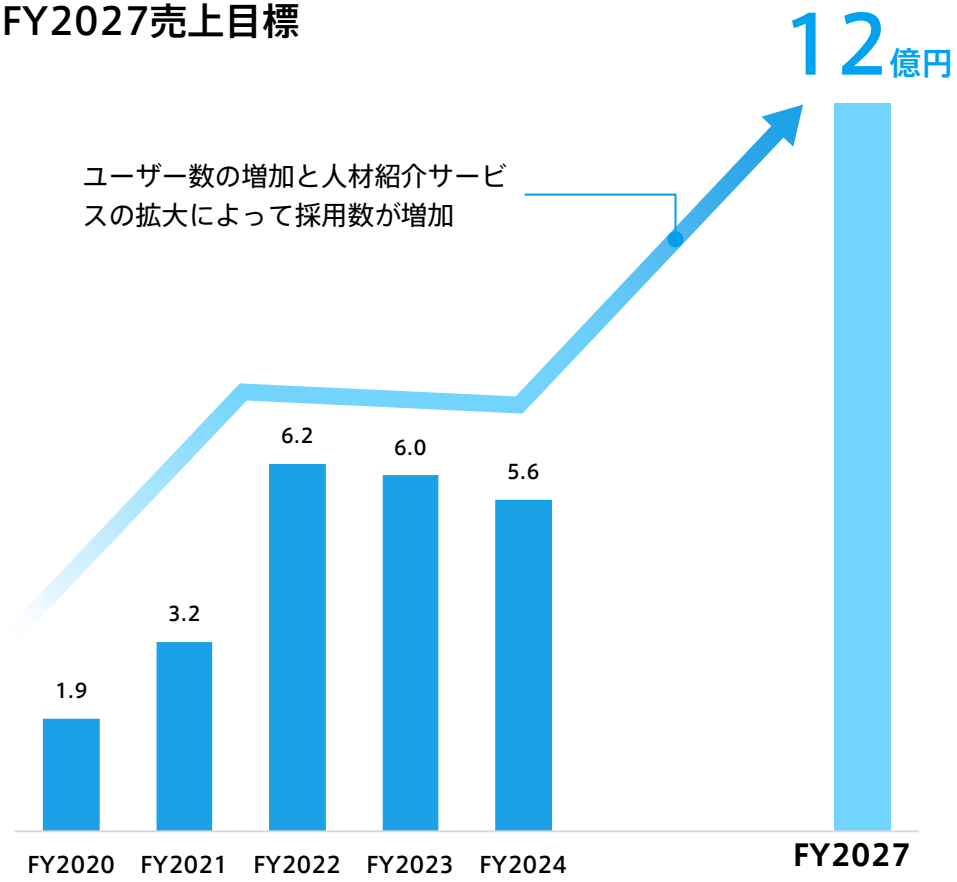
課題

対象の求職者・企業層の狭さと獲得競争の激化

現在のサービスモデルにマッチする求職者・企業層が限定的。競争激化により参加会員数減少

ブランドコンセプトの拡張および発信強化によって利用者数を増加させる。並行して、人材紹介サービスの拡大によって採用決定率を引き上げ、サービス全体の採用数を増加させる

FY2027売上目標



1 ブランド確立による利用者増

ブランドコンセプトの拡張と露出強化

IT エンジニア専門の「転職サービス」から「キャリアの構築ができるサービス」へコンセプトを拡張。メディアでの発信やイベント登壇などを通じて露出を強化する

2 採用手段の拡充によるターゲット層の拡大

人材紹介サービスの拡大

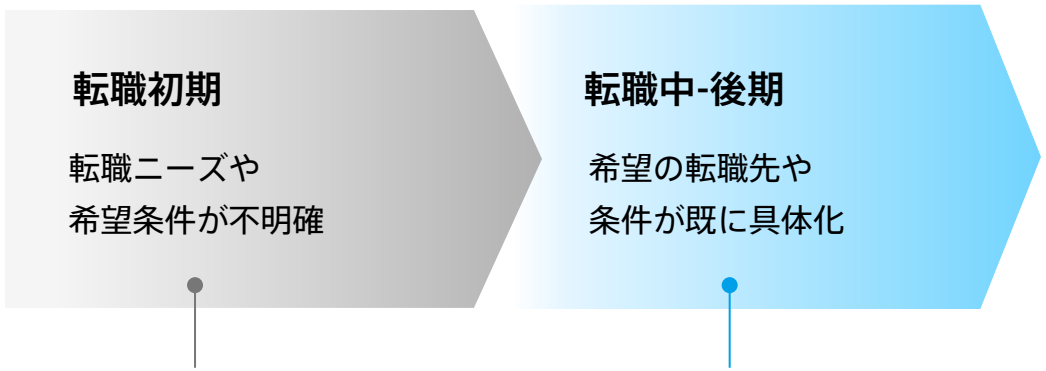
人材紹介サービスの拡大によって、求職者側は経験の浅い層や転職サポートを必要とする層、企業側はSIer/受託開発企業や非IT企業といった層へターゲットを拡大する

KPI目標

1	指名検索数	FY2027	FY2024比 +250%	「転職ドラフト」の名称を検索された回数
2	採用決定率	FY2027	FY2024比 +70%	全サービスの採用数÷アクティブユーザー

転職会議

現在の転職後期層に加え、転職初期層の会員を獲得。
併せて、マネタイズポイントを増やすことで会員あたり売上高を増加させる



- ニーズ顕在化していないため転職口コミではアプローチ難
- 幅広く価値提供可能

- 転職口コミで獲得可能
- 提供できるサービスの幅が限定的

成長要因

500万超の口コミによる安定した収益創出

業界トップクラスの口コミ数を保有。提携企業への送客によって安定的に売上を創出

課題

転職中～後期層が中心の会員セグメント

企業ごとの口コミ閲覧を目的とした転職中～後期層が中心のため、提供できるサービスの幅が限定的

1 転職初期層の獲得

転職初期層向けコンテンツの拡充

蓄積している口コミデータとそれらに紐づく所属企業・年齢・職種・年収などの独自のユーザーデータを活用し、転職初期層向けのコンテンツを拡充する(例：実際のデータに基づいたキャリアシミュレーション、市場価値診断)

2 マネタイズポイントの拡大

スカウトサービス立ち上げ

提携企業への送客（同時登録）モデルに加え、提携企業によるダイレクトスカウトサービスを立ち上げる。転職会議の会員基盤を活用し、既存会員へのアプローチ手段を設けることで、会員あたり売上高を増加させる

KPI ※目標値は今後設定

1 **新規コンテンツによる獲得会員数**

2 **会員あたり売上高**

4-3.不動産領域

イエシル
IESHiL

※サービスの概要、特長はP. 55を参照

コンテンツの拡充と掲載情報の対象エリア拡大によって利用者数を増加させる。並行して、顧客基盤を活用し、新たなマネタイズポイントを創出する

FY2024

マンションの資産性や
生活環境などのスコアを可視化

FY2025

販売物件情報の拡充、
物件口コミの掲載を開始

1 コンテンツおよびエリア拡充による利用者数増

コンテンツの拡充	部屋別のマンション価格相場、災害リスクなどの住環境情報に加え、購入希望者向けのコンテンツを拡充させる
対象エリアの拡大	掲載情報の対象エリアを現在の一都三県から全国へと拡大する

2 顧客基盤を活用したマネタイズポイントの拡大

IESHILの顧客基盤を活用し、買取再販事業を含めてマネタイズの手段を拡張する

第2四半期決算説明

1. 決算概要
2. 当期進捗
3. 補足資料

1. 決算概要

エグゼクティブサマリー

四半期業績

売上高　｜1,357百万円 YoY ▲320百万円(▲19.1%)

営業利益｜▲110百万円 YoY ▲219百万円

- マッハバイトの減収およびFY2024の採用強化に伴う人件費の増加により減益
- お祝い金の提供終了の影響や広告の収益性低下などを踏まえ、業績予想を修正

方針進捗

マッハバイト

大手顧客の方針変更と競合の広告強化に加え、マッハボーナス提供終了の影響で減収。
営業体制を強化したことで新規掲載数が増加

転職ドラフト

ブランド発信強化によって、人材紹介サービスの利用者数が継続的に増加

その他

転職会議：スカウトサービスの利用拡大に向け、AIによる職務内容の作成補助機能をリリース
IESHIL：購入者向けのコンテンツを拡充し、閲覧者数が増加

マッハバイトの減収およびFY2024の採用強化に伴う人件費の増加により減益

(単位：百万円)

	2Q			2Q累計			対業績予想
	FY2024	FY2025	YoY	FY2024	FY2025	YoY	進捗率
売上高	1,678	1,357	▲19.1%	3,246	2,935	▲9.6%	45.2%
売上原価	439	276	▲37.0%	793	744	▲6.2%	-
販売管理費	1,130	1,191	+5.4%	2,227	2,401	+7.8%	-
EBITDA	109	▲ 110	-	227	▲ 209	-	
営業利益	108	▲ 110	-	225	▲ 211	-	-
経常利益	143	▲ 75	-	298	▲ 135	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	143	▲ 122	-	277	▲ 211	-	-

※EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費。なお、FY2024およびFY2025ともに第2四半期におけるのれん償却費は0円

マッハバイトは大手顧客の方針変更と競合の広告強化に加え、マッハボーナス提供終了の影響により減収。その他においては、買取再販事業で取引が減少。利益影響は限定的

(単位：百万円)

	2Q24	2Q25	YoY	増減要因
売上高	1,678	1,357	▲19.1%	
マッハバイト	1,038	889	▲14.3%	大手顧客の方針変更や競合の広告強化、マッハボーナス提供終了の影響
転職会議	262	291	+10.9%	新規顧客の開拓、大手顧客の一時的な予算拡大
転職ドラフト	134	130	▲2.6%	
その他	243	45	▲81.2%	IESHILにおける買取再販事業の取引減少

FY2024の採用強化により人件費が増加。マッハバイトの減収に伴い広告宣伝費を調整。買取再販事業の取引減少により、その他費用が減少

(単位：百万円)

	2Q24	2Q25	YoY	増減要因
人件費	494	576	+16.6%	FY2024の採用強化による人員増のため増加
広告宣伝費	457	440	▲3.6%	マッハバイトの減収に伴い減少
その他	618	451	▲27.0%	買取再販事業の取引減少に伴う不動産売上原価の減少

※当期より、人件費に採用関連費用を含めるよう集計基準を変更。これに伴い、前年同期の人件費は数値を組み替えて記載

マッハボーナスの提供終了の影響に加え、集客広告の収益性が低下したことを踏まえ利益見通しを修正。Q単位では売上・利益ともに向上見通し

(単位：百万円)

	FY2024実績	前回発表予想(A)	今回修正予想(B)	増減額(B-A)	増減率
売上高	6,320	6,500	6,500	0	±0%
営業利益	109	0	▲180	▲180	-
経常利益	260	76	▲100	▲176	-
親会社株主に帰属する当期純利益	197	0	▲200	▲200	-

修正背景

主要因

マッハボーナスの提供終了
(当初想定以上の影響)

＋

マッハバイトにおける顧客・競合動向の変化によって、広告による集客の収益性が低下

お祝い金支給の禁止に伴い3月末でマッハボーナスを提供終了。ユーザー行動の変化を踏まえ、FY2025業績への影響額を売上高▲650百万円・営業利益▲100百万円へ更新*

背景・当初想定

4月から利用者へのお祝い金支給が禁止

募集情報等提供事業者から利用者へのお祝い金支給が禁止となることを受け、
3月末でマッハバイトにおける「マッハボーナス」を廃止。影響について当初の想定は下記の通り

短期 売上・お祝い金費用がともに減少。ネットでの利益影響は軽微と想定

中長期 競合他社との差別化要素の減少、採用課金モデルの持続可能性に関するリスク

最新見通し

業績への影響額を、通期で売上高▲650百万円、営業利益▲100百万円に更新

マッハボーナス提供終了に伴うユーザー行動の変化を踏まえて影響額を再度算出。
1Q時点の見通しから応募数見通しを下方修正し、売上高影響額を修正。広告費の調整により営業利益影響額は変更なし

採用課金モデルは継続

マッハボーナスの提供終了後も採用課金モデルは継続

※影響額は、応募数の減少に伴う直接的な減収に加え、追加の集客広告の調整などの間接的な影響も含む

2.当期進捗

ブランディングと収益基盤の強化を中心に推進

中期経営計画FY2025-2027における各事業の方針

事業領域	事業	方針 / KPI	2Q25進捗
アルバイト領域	マッハバイト	新たなブランドの確立による集客力強化 / 指名検索数	大手顧客の方針変更や競合の広告強化の影響に加え、 マッハボーナス提供終了の影響により減収。 営業体制を強化したことで新規掲載数増加
		顧客基盤の強化 / 案件あたり売上高	
キャリア領域	転職ドラフト	ブランド確立による利用者数の拡大 / 指名検索数	ブランド発信強化によって、 人材紹介サービスの利用者数が継続的に増加
		採用手段の拡充によるターゲット層の拡大 / 採用決定率	
	転職会議	転職初期層の獲得 / 新規コンテンツによる獲得会員数	スカウトサービスの利用拡大のため、AIによる職務内容の作成補助機能をリリース
		マネタイズポイントの拡大 / 会員あたり売上高	
	batonn	PMFに向けたマーケティングと営業の強化	利用拡大に向け、ビデオ通話の機能を拡張
不動産領域	IESHIL	コンテンツおよびエリア拡充による利用者数増	購入者向けのコンテンツを拡充し、閲覧者数が20%増加
		顧客基盤を活用したマネタイズポイントの拡大	

「スピード」を軸にブランディングを強化することで集客力を強化。
並行して、大手顧客との取引拡大と新たな顧客群の開拓を加速させ、規模を拡大する

1 新たなブランドの確立による集客力強化

「スピード」を軸にしたブランディング

求職者の求人探し・応募、企業や店舗における採用プロセスの効率化などによって、働きはじめまでの時間を短縮。新たな体験に基づく、「スピード」を軸としたブランディングを推進

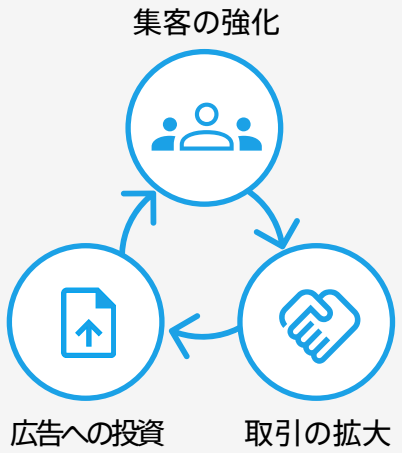
2 顧客基盤の強化

既存大手との取引拡大

広告投資による集客増加などにより、既存の大手企業との取引シェアを拡大する

新規顧客の開拓

大手・中堅企業を中心に、より幅広い業界・職種の求人を開拓したうえで、既存企業と同様に取引を拡大する

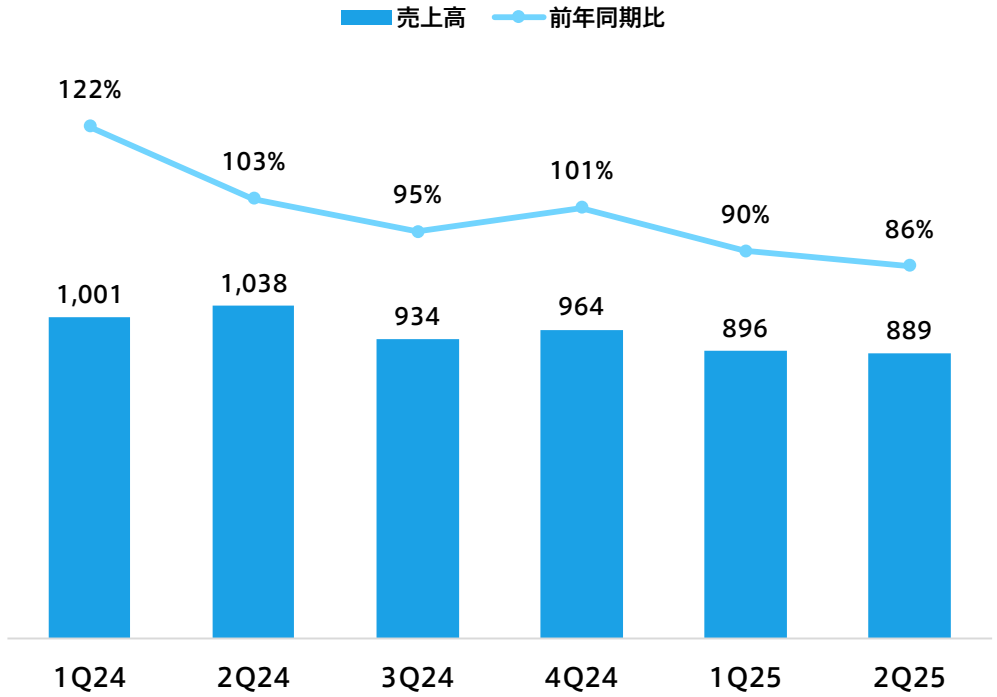


取引拡大サイクルの加速と**集客力向上**によって成長

前期における大手顧客の方針変更や競合の広告強化の影響に加え、4月からマッハボーナスの提供を終了した影響により減収

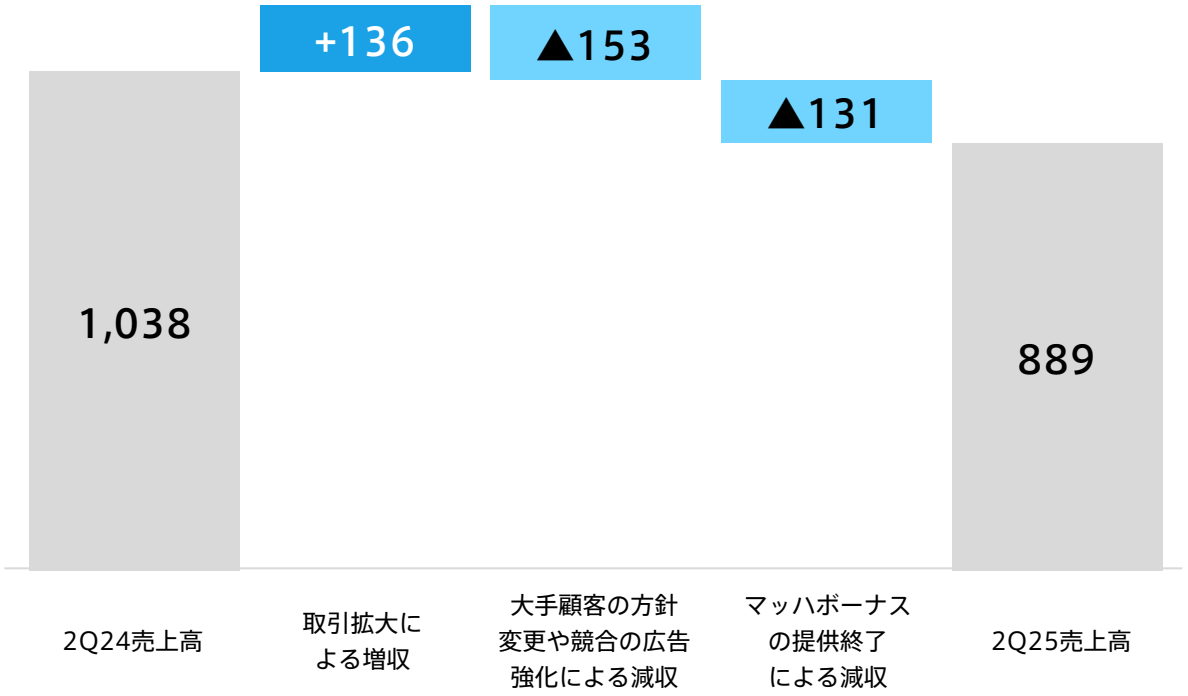
売上高

(単位：百万円)



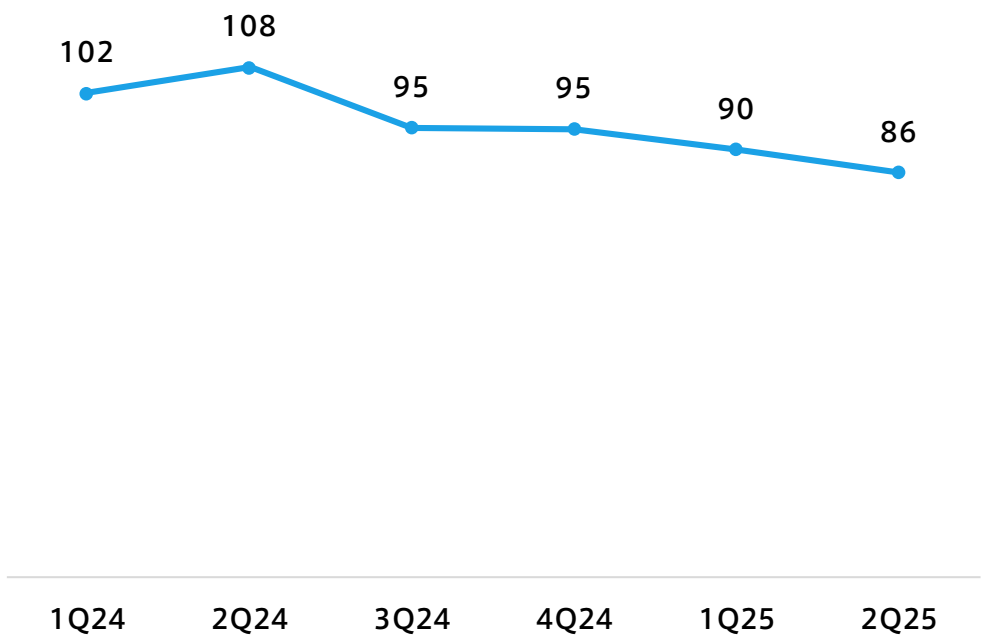
売上の増減分析

(単位：百万円)



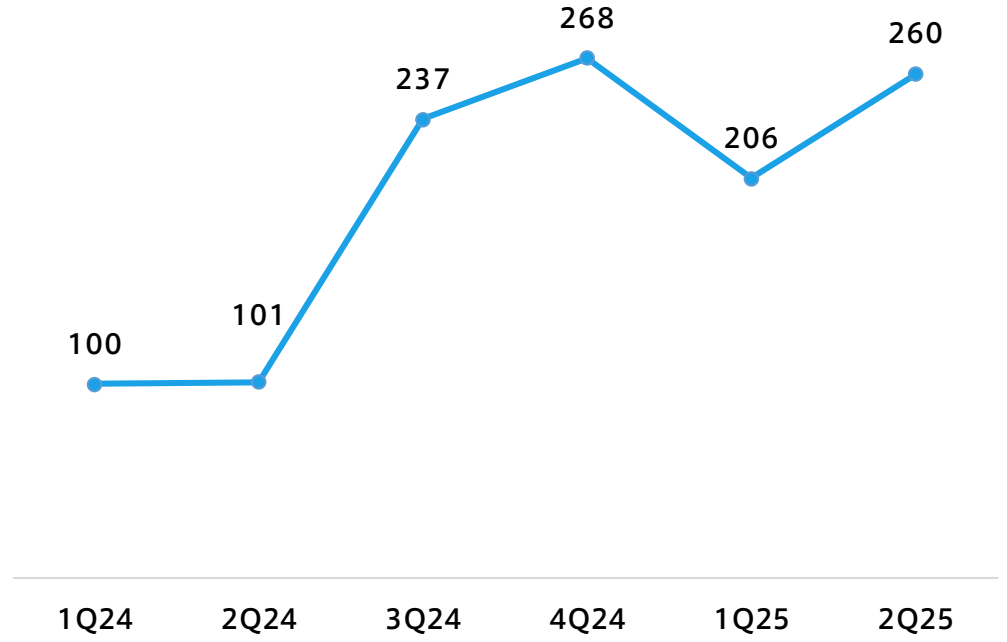
案件あたり売上高は前期3Qから下降。
営業体制の強化により、新規開拓は順調に進捗。今後の取引拡大に繋げる

案件あたり売上高*



※各Qの1掲載案件あたり売上高を、FY2024通期の1掲載案件あたり売上高を100とした場合の相対値として記載

新規掲載案件数*



※各Qの新規掲載の案件数を、1Q24を100とした場合の相対値として記載

転職 DRAFT

ブランドコンセプトの拡張および発信強化によって利用者数を増加させる。並行して、人材紹介サービスの拡大によって採用決定率を引き上げ、サービス全体の採用数を増加させる

1 ブランド確立による利用者増

ブランドコンセプトの拡張と露出強化

IT エンジニア専門の「転職サービス」から「キャリアの構築ができるサービス」へコンセプトを拡張。メディアでの発信やイベント登壇などを通じて露出を強化する

2 採用手段の拡充によるターゲット層の拡大

人材紹介サービスの拡大

人材紹介サービスの拡大によって、求職者側は経験の浅い層や転職サポートを必要とする層、企業側はSIer/受託開発企業や非IT企業といった層へターゲットを拡大する

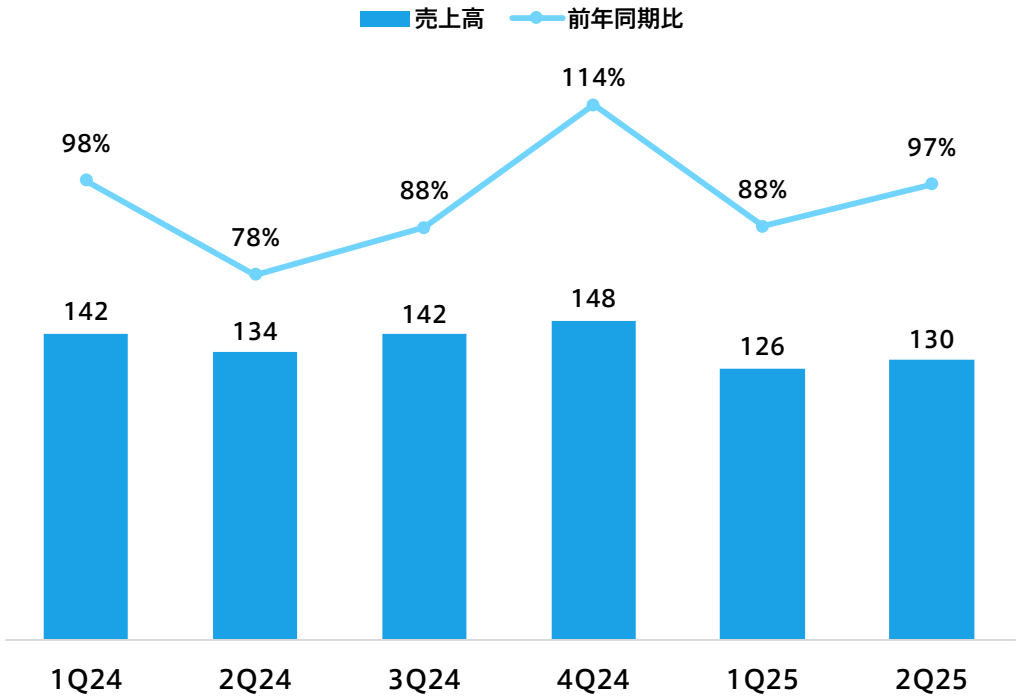
利用者の増加と
採用決定率向上
によって成長

転職 DRAFT

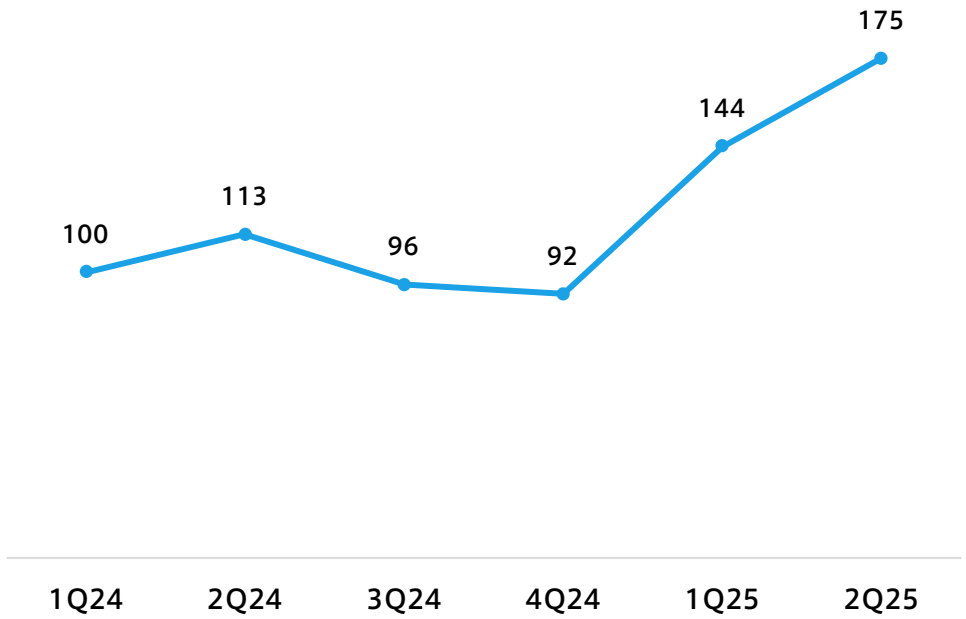
売上高は横ばい。ブランドの発信を強化したことで、継続的に人材紹介サービスの利用者数が増加

売上高

(単位：百万円)



人材紹介サービスの利用者数*



※各Qの人材紹介サービスの利用者数を、1Q24を100とした場合の相対値として記載

転職会議ではスカウトサービスの利用拡大のため、AIによる職務内容の作成補助機能をリリース。IESHILは購入者向けのコンテンツを拡充し、閲覧者数が20%増加

転職会議

AIによる職務内容の作成補助機能をリリース

イエシル IESHIL

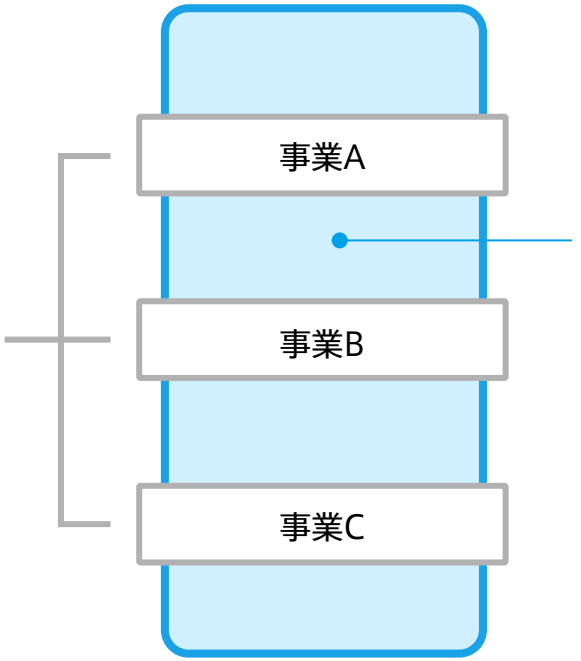
物件口コミ、販売物件情報などの情報を拡充。閲覧者数がYoY+20%

質問に答えることで、AIが職務内容の原案を生成

中期経営計画に掲げる「ブランディングの強化」実現のため、マーケティング機能を強化。マッハバイト、転職ドラフトを中心にブランド戦略を策定・推進

CMO職の採用・組織強化

CMOポジションおよびブランド戦略推進のための横断組織を新設



CMO室

組織横断的にマーケティング活動の支援

- 各事業におけるブランディング加速
- 事業PRの強化

リブセンスの成長課題と中期方針

(詳細は『中期経営計画2025-2027』参照)

ユーザーから認知・選択される状態を作れていない

- 競合サービスの台頭によるユーザー減少
- 集客におけるPPC広告への依存増に伴う利益率低下

スイッチングコストが低い

- 市場環境の変化や競合・代替サービスの台頭による顧客離れ

ブランディングの強化

高リテンション事業の創出

3. 補足資料

会社概要

社名	株式会社リブセンス
代表取締役社長 兼執行役員	村上 太一
経営理念	幸せから生まれる幸せ
ビジョン	あたりまえを、発明しよう。
設立	2006年2月8日
上場市場	東証スタンダード（証券コード：6054）
従業員数（単体）	正社員：259名（2025年6月末現在）
連結子会社	株式会社フィルライフ

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、LIVESENSE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。

未来のあたりまえを生み出し、社会に根付かせること。その起点となるのは、世間の常識や日常生活の中に潜む「？」です。手慣れた不便や業界の慣習を疑い、今の時代のあるべき形へと変えていく。私たちは「未来のあたりまえ」の実現に向けて挑戦を続けます。

50万件*以上のアルバイト求人を掲載。独自の表示アルゴリズムや、成果報酬型など多様な料金プラン、広告を主体とした集客基盤によって、効率的なアルバイト探し / 採用を実現

求職者・求人企業の双方で**効率的なバイト探し/採用**を実現

求職者

学生や主婦、
フリーター など

スピーディーかつ自分に合った仕事探し

- 個々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

採用

費用対効果の高い採用

- 成果報酬型を始めとした多様な料金プラン
- 採用予算や募集人数などのニーズに合わせた広告集客

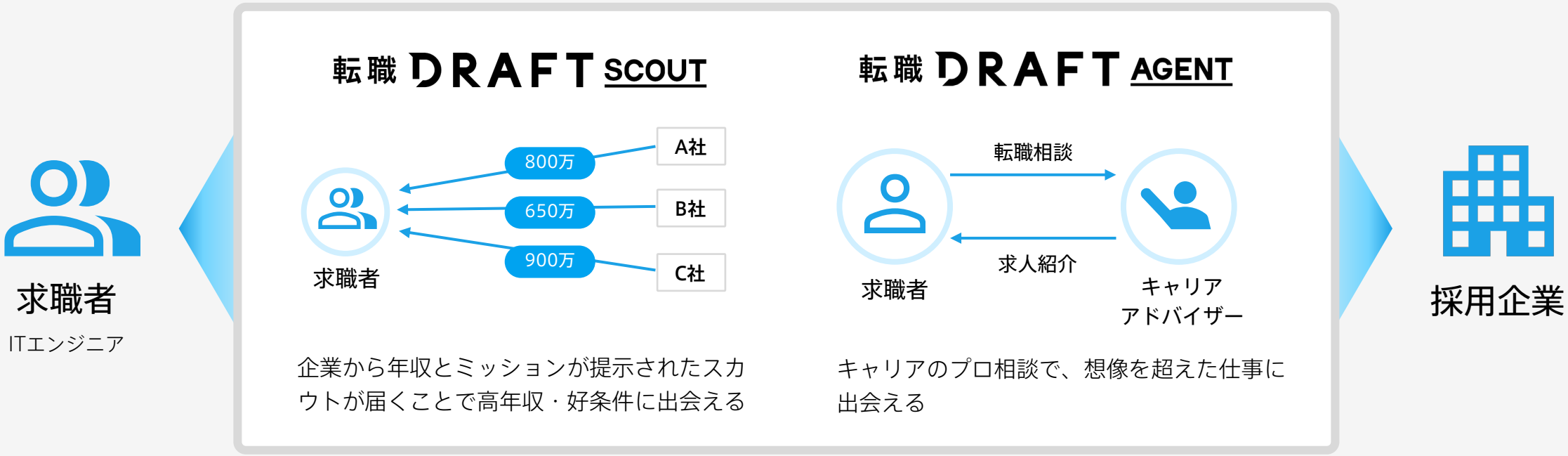
求人企業

飲食店、小売店、
警備会社など

※2025年上半期の月平均

スキルに応じて年収アップとキャリアアップを実現する「転職ドラフトスカウト」と プロのサポートによってキャリアを広げられる「転職ドラフトエージェント」の2つを運営

「スカウト」と「エージェント」の2つの手段で、ITエンジニアの**キャリア構築**をサポート



企業の評判や年収などに関する、500万件超*の口コミ情報を掲載。転職における情報の非対称性とミスマッチの解消を目指す

※2025年6月時点の数値

面接録画と自動文字起こしによる可視化、ハイライト動画やAIを活用した要約により、採用時のミスマッチ防止や候補者へのアトラクトの強化を可能にし、企業の採用力を向上

採用面接の**非効率さ・属人性を解消**し、**企業の採用力を向上**させる

採用面接における課題

- 内容の記録に工数がかかる
- 担当者間で評価がすりあわない
- 引き継ぎが不十分で次の面接でも同じ質問が繰り返される

batonn

AIによる要約機能、ハイライトや重要箇所のピックアップによって**採用面接を効率化**

代表的な機能

自動の録画・文字起こしで**記録負担なし**

要約やハイライト動画で**重要ポイントをすぐ確認**

より納得度の高い不動産取引の実現を目指し、中古マンションの売却・購入に役立つリアルな情報を掲載。中立的な立場からのアドバイザーサービスも実施

どこよりも**透明化された**不動産サービスを提供する

・適正価格が分からない
・専門知識がない

ユーザー
売却 / 購入希望者

イエシル IESHIL

リアルな不動産情報

- 売却価格の査定や部屋別参考価格
- 災害リスクや住環境データ
- 資産価値の評価
- 居住者による物件の口コミ情報

＋

アドバイザーとの相談

部屋別の参考相場価格や住環境データなど、売買判断に必要な様々な情報の提供。加えて中立的な立場からのアドバイザーサービスを実施

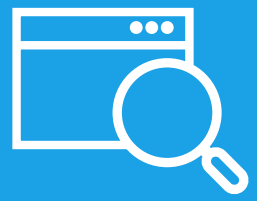
送客料
成約料 (成約が発生した場合)

不動産会社
不動産仲介の店舗

リブセンスの事業理念

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



DXによるモデル刷新

旧来のモデルを刷新し、その分野の課題や歪みを解決することで、利便性・効率性を向上させる

高い透明性

情報の非対称性を解消することで、より良い選択ができる社会をつくる

人間性の尊重

1人ひとりの多面的な希望や価値観を取り入れたマッチングによって、満足度の高い選択を実現する

旧来のモデルを刷新し、不便さや非効率性といった課題を解決することで、日常やビジネスにおける利便性・効率性を向上させる

旧来のモデル

DXの遅れや人依存の仕組みが看過され、不便さが残る

刷新されたモデル

モデル刷新により利便性を向上させ、日常生活やビジネスの一場面をより賢く効率的に

事業における例

マッハバイト

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。アルバイトをより探しやすくした。

batonn

面接の内容や評価のデータ化や候補者へのアトラクト機能によって、人依存や抜け漏れを解消。効率的かつミスマッチの少ない採用の実現を目指す。

情報の非対称性を解消することでミスマッチを減らし、個人や組織がより良い選択ができる社会をつくる

ユーザーの情報量

双方の情報を
公平にしフェアな
取引を実現

企業の情報量

事業における例

転職会議

20万社以上の企業の口コミを掲載し、企業の実態を可視化することで、最適な転職を支援する。

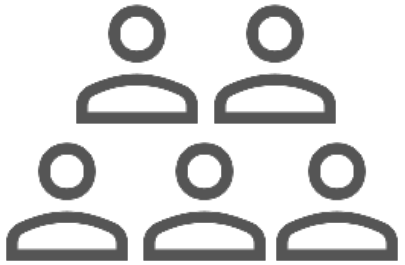
転職 DRAFT

選考前に企業から年収やポジションが示される仕組みにより、公平性のある転職を推進する。

イエシル IESHIL

新築時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する。

1人ひとりの多面的な希望や価値観を取り入れたマッチングによって、満足度の高い選択を実現する



- 一面的な情報によるマッチング
- 定型文スカウト

画一的なマッチング

大量のデータを基にしたマッチングが進む中、個人を「属性」や「条件」として画一的な処理をされるケースが増加

- 人柄や価値観も加味したマッチング
- 一人ひとりに合わせたスカウト

人間味あるマッチング

個人の多面性を取り入れたマッチングや一人ひとりに合わせた提案によって意思決定における満足度を高める

事業における例

転職 DRAFT

企業がレジュメ内容に応じて、一通ずつスカウトを作成することで、求職者は希望にあった転職先をより見つけやすくなった。

事業テーマを実現しながら成長を加速させるため、各事業でAIを積極活用

DXによるモデル刷新

マッハバイト：採用プロセスの高速化

転職会議：職務内容の作成補助機能

batonn：面接要約・ハイライト機能

高い透明性

転職会議：転職口コミの要約

IESHIL：事例分析によるアドバイザー教育

人間性の尊重

転職ドラフト：

利用者の外部アウトプットの要約

＋

社内の生産性向上

- コーディングのAI支援、AIエージェント利用
- 記事や求人などのライティング補助
- マニュアル作成補助
- 社内チャットボットによる問い合わせ対応の自動化
- 全社員に生成AIツールのアカウント付与

…など

財務データ①

連結損益計算書

	単位	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
売上高	百万円	4,078	4,179	4,757	5,654	6,320
売上原価	百万円	422	742	756	951	1,581
販売管理費	百万円	4,785	4,549	3,717	4,217	4,629
広告宣伝費	百万円	1,495	1,567	1,397	1,885	1,933
人件費	百万円	2,223	2,022	1,611	1,645	1,942
調整後EBITDA※	百万円	▲1,090	▲1,104	289	488	125
営業利益	百万円	▲1,129	▲1,112	284	485	109
経常利益	百万円	▲1,032	▲916	438	649	260
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	▲1,089	▲943	537	716	197

連結貸借対照表

	単位	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
流動資産	百万円	4,030	3,339	4,116	4,555	4,765
現金および預金	百万円	3,031	2,705	3,560	3,647	3,925
固定資産	百万円	186	535	351	252	175
総資産	百万円	4,216	3,874	4,468	4,808	4,941
流動負債	百万円	540	690	1,087	803	720
固定負債	百万円	35	84	23	23	13
純資産	百万円	3,640	3,099	3,356	3,981	4,207

※調整後EBITDA：営業利益＋減価償却費＋のれん償却費＋株式報酬費用＋M&A関連費用

財務データ②

連結キャッシュ・フロー計算書

	単位	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	▲1,991	▲361	731	3	264
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	▲12	19	128	88	23
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	▲197	15	▲4	▲4	▲9

経営指標

	単位	FY2020	FY2021	FY2022	FY2023	FY2024
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

2Q25連結貸借対照表

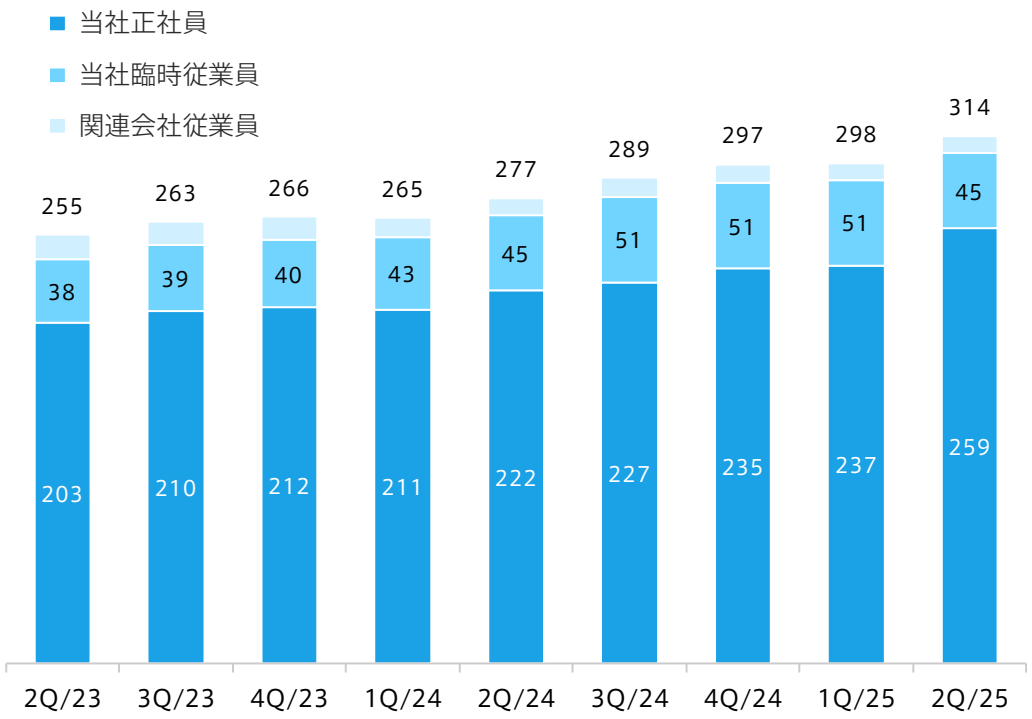
(単位：百万円)

	2Q24	2Q25	YoY
資産の部			
流動資産	4,892	4,562	▲329
現金及び預金	3,836	3,294	▲542
固定資産	261	117	▲143
有形固定資産	0	0	▲0
無形固定資産	5	6	+0
投資その他資産	254	111	▲143
資産合計	5,153	4,680	▲473
負債の部			
流動負債	846	659	▲186
固定負債	23	13	▲9
負債合計	870	673	▲196
純資産の部			
株主資本	4,249	3,965	▲284
資本金	237	237	±0
資本剰余金	222	225	+3
利益剰余金	3,974	3,673	▲301
自己株式	▲184	▲171	+13
純資産合計	4,283	4,006	▲276

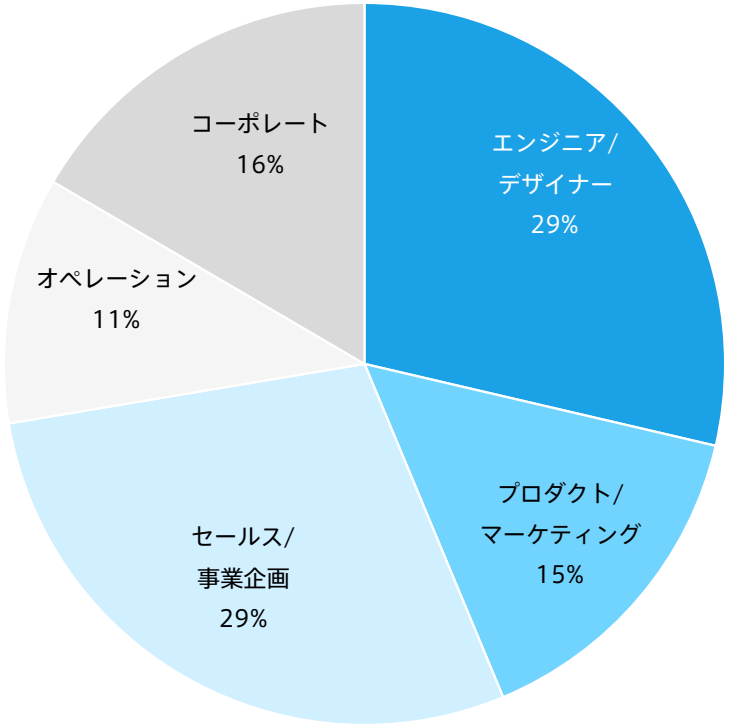
2Q25従業員の状況

従業員数の推移（連結）

(単位：人)



職種別構成比



※当社単体・本社正社員のみ (専任職型正社員は主にカスタマーサポート・営業を担当)

免責事項

この資料は、株式会社リブセンス（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
当資料に記載の内容は、一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成したものであり、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更する可能性があります。

また、本資料には、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

以上を踏まえ、投資をおこなう際は、投資家の皆様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

LIVESENSE