
事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2025年 12月

Mission

“100年後の世界を良くする会社”を増やす



“100年後の世界を良くする会社”を増やす



提供価値

- 社会にBefore/Afterを本気で作ろうとする企業/組織に対して
リアリティのあるコンサルティング（現場主義/実践的）で目に見える成果を提供
- 結果、経営人材の育成と最適配置を社会全体で実現

INDEX

1. 会社概要/ビジネスモデル
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 成長戦略
5. 経営指標
6. リスク情報

01

会社概要/ビジネスモデル

Company Profile/Business Model

会社紹介

| | |
|---------|---|
| 会社名 | 株式会社リブ・コンサルティング |
| 設立年月 | 2012年7月 |
| 事業内容 | 総合コンサルティング業務 (戦略/業務/DX/組織領域におけるコンサルティング) |
| 代表者 | 関 巖 |
| グループ社員数 | 337名 (2025年10月31日) |
| 所在地 | 本社：東京都中央区日本橋二丁目7-1東京日本橋タワー29階 拠点：タイ (バンコク) |
| グループ会社 | LiB Consulting (Thailand) Co., Ltd. 株式会社ブルーセル 株式会社Goofy 株式会社Impact Venture Capital 株式会社Flow Group |



SMB/ベンチャー/大企業の幅広い顧客に対し、戦略から実行までの総合コンサルティング業務を提供している

当社

戦略

業務

IT/DX

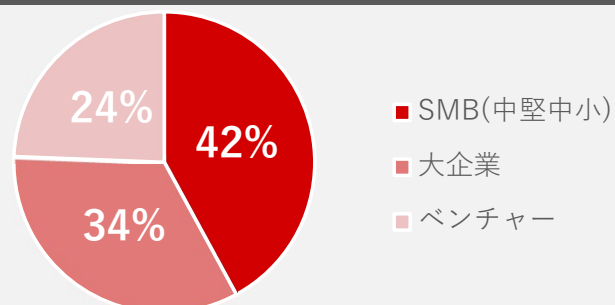
BPO



総合コンサルティング業務

コンサルティングフィー

クライアント企業（売上構成比,2025年6月まで累計）



注1) 顧客別構成はリブ・コンサルティング単体での算出, 事業部ごとの主要顧客層をもとに分類・集計し、一部調整

注2) 企業分類の定義：大企業は売上1,000億円以上の企業、ベンチャーは外部から資金調達を行いIPOを目指す企業、SMB（Small and Medium Business/中堅中小企業）は上記の大企業・ベンチャーを除く企業

Executive Team | 経営陣のご紹介



代表取締役

関 巖 (Seki Iwao)

当社創業者。大手経営コンサルティング会社にて住宅・不動産、自動車、電機メーカー、卸売など幅広い業界のコンサルティングに従事。2012年当社を設立。東京大学卒業。



常務取締役

権田 和士 (Gonda Kazuhito)

コンサルティング事業統括。大手経営コンサルティング会社を経て当社参画。早稲田大学卒業、米国ミシガン大学にてMBA(経営学修士)取得。



取締役

加藤 有 (Kato Yu)

SMB(中堅中小企業)向けコンサルティング事業統括。大手経営コンサルティング会社を経て当社参画。早稲田大学卒業、早稲田大学ビジネス・ファインダンス研究センターにてExecutive MBA Essence 取得。



取締役 CFO

中川 貴裕 (Nakagawa Takahiro)

みずほ銀行、HSBC、JPモルガン、東南アジアの商業銀行(副頭取)を経て当社参画。慶應義塾大学卒業、INSEADにてGlobal Executive MBAを取得。



執行役員 CHRO

武山 慎吾 (Takeyama Shingo)

三菱商事、ボストン・コンサルティング・グループ、ファーストリテイリング(人事部長)を経て当社参画。東京大学卒業。



エグゼクティブ・フェロー

佐藤 勇樹 (Sato Yuki)

株式会社リクルート、A.T.Kearney(パートナー)を経て当社参画。



社外取締役

御供 俊元 (Mitomo Toshimoto)

1985年ソニー入社。1993年米国法人に赴任。主に知的財産の観点から新規事業および投資に携わる。2013年業務執行役員に就任。2016年Sony Innovation Fundを設立。2025年4月ソニーグループ代表執行役CSO就任。



アドバイザー

岡 俊子 (Oka Toshiko)

明治大学大学院教授。ENEOSホールディングス、日立建機、アース製薬などの上場企業の社外役員。経済産業省等政府の審議会の委員を務める。一橋大学卒業。ペンシルバニア大学ウォートンスクールMBA。



アドバイザー

宮田 裕章 (Miyata Hiroaki)

慶應義塾大学医学部教授。専門はデータサイエンス、科学方法論、Value Co-Creation。データサイエンスなどの科学を駆使して社会変革に挑戦し、現実をより良くするための貢献を軸に研究活動を行う。



取締役監査等委員 (常勤)

三宅 篤彦 (Miyake Atsuhiko)

横浜銀行で法人渉外・融資審査部門等を歴任。上場支援で出向した介護企業にてジャスダック・東証二部上場、東証一部指定に管理系執行役員として関与。その後子会社の代表取締役社長就任、上場を指揮。一橋大学卒業。



取締役監査等委員

高原 明子 (Takahara Akiko)

三菱商事での株式会社ビジネス・コープ(現ベネフィット・ワン)立ち上げをはじめ、様々な事業のスタートアップに携わり、主にサービス企画・業務設計、資金調達などを担当。2021年より当社監査役(当時)として参画。



取締役監査等委員

斎藤 創 (Saito So)

弁護士/ニューヨーク州弁護士 創・佐藤法律事務所 西村あさひ法律事務所で主に金融分野を扱う。2015年現事務所設立。専門はFinTech、ベンチャーファイナンス等。東京大学、ニューヨーク大学ロースクール卒業。

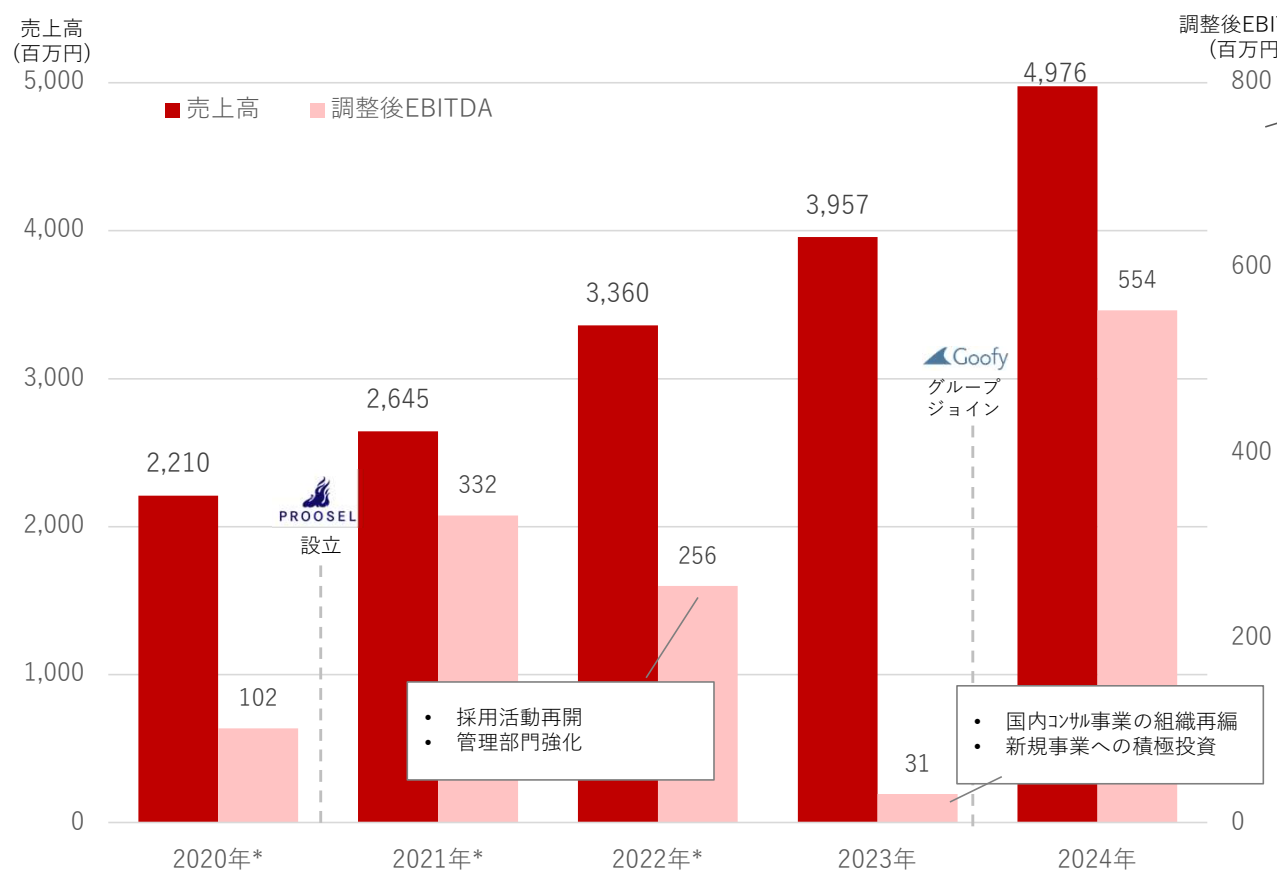
展開事業領域に必要なスキルを保有する経営陣が揃う

| | | 経営 | 業務 (コンサルビジネス) | グローバル | M & A/投資 | 財務会計 | テクノロジー | HR | 法務/ コンプライアンス | SDGs/ESG |
|----|----|----|------------------|-------|----------|------|--------|----|-----------------|----------|
| 社内 | 関 | ● | ● | | ● | | | ● | | |
| | 権田 | ● | ● | | ● | | | ● | | |
| | 加藤 | ● | ● | | ● | | | ● | | |
| | 中川 | ● | | ● | ● | ● | | | ● | |
| 社外 | 御供 | ● | | ● | ● | | ● | ● | ● | |
| | 三宅 | ● | | | | ● | | | ● | |
| | 高原 | ● | | | | ● | | | | ● |
| | 齋藤 | | | | ● | | | | ● | |

注)●：経験・知見あり

売上高・調整後EBITDAの推移

売上高・調整後EBITDAは共に成長している



CAGR (2020-2024)
売上高：**22%**
調整後EBITDA：**52%**

注1) 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費 + 本店移転関連費用 + 取得関連費用

注2) 2020年、2021年、2022年は、各年度決算（単体）を用いた数値。2023年以降は連結決算を用いた数値。

純利益も同様に成長している

| | 2020年* | 2021年* | 2022年* | 2023年 | 2024年 |
|------------------------------|--------|--------|--------|-------|-------|
| 営業利益 | 91 | 318 | 236 | -34 | 408 |
| +) 減価償却費 | 11 | 14 | 20 | 32 | 24 |
| +) のれん償却費 | 0 | 0 | 0 | 0 | 53 |
| EBITDA | 102 | 332 | 256 | -1 | 487 |
| +) 一時費用① 本店移転関連除却損、仲介手数料 | 0 | 0 | 0 | 0 | 66 |
| +) 一時費用② 取得関連費用 | 0 | 0 | 0 | 32 | 0 |
| 調整後EBITDA | 102 | 332 | 256 | 31 | 554 |
| 純利益 | 14 | 244 | 147 | -58 | 272 |

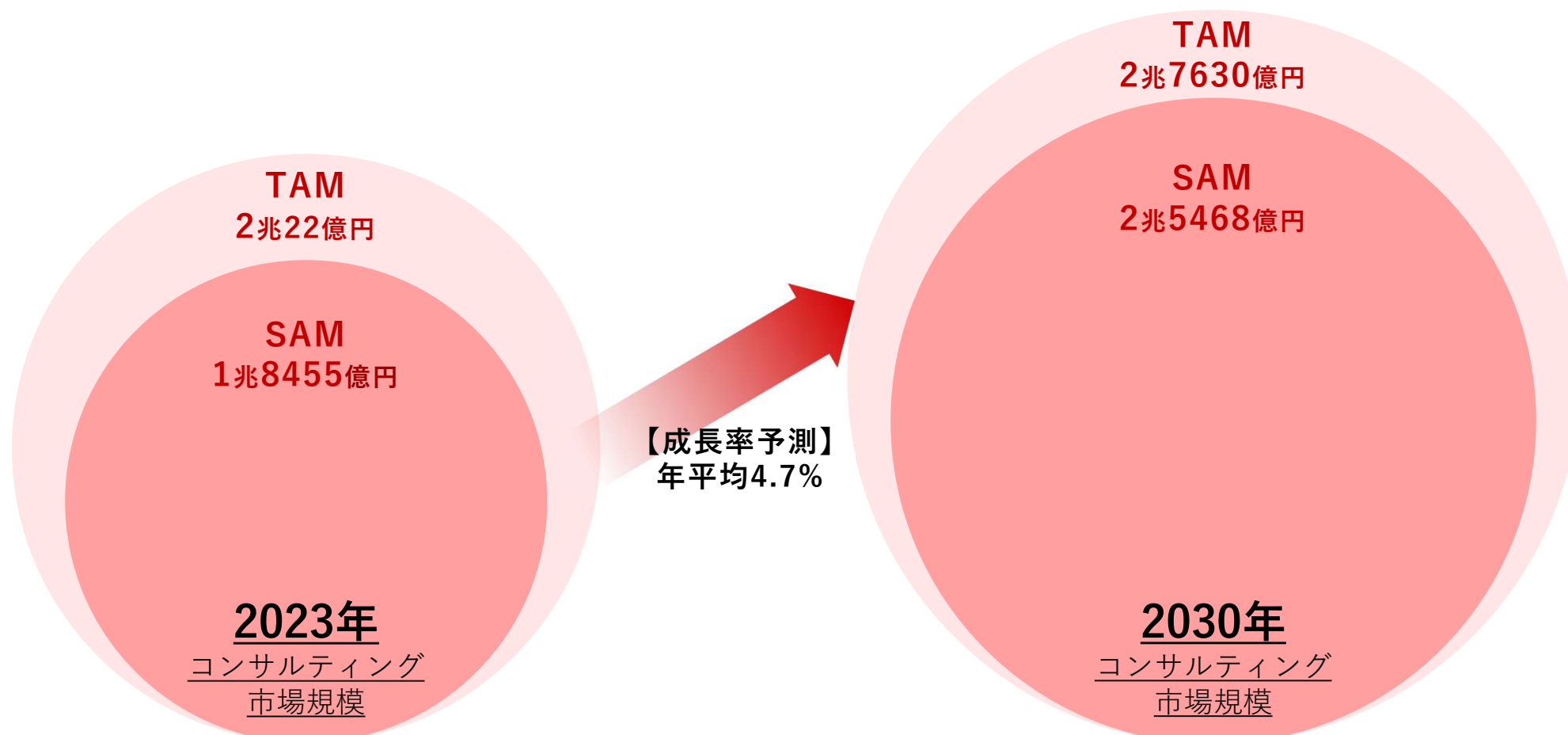
注) * : 2020年、2021年、2022年 は、各年度決算（単体）を用いた数値。2023年以降は連結決算を用いた数値。

02

市場環境

Market Environment

日本国内のみでTAMが約2.8兆円存在する巨大な市場で事業を展開している（2030年予測）



注1)コダワリ・ビジネス・コンサルティングの「日本のコンサルティング市場規模と将来予測」（2024年版）を参照し算出。図表の大きさは市場規模と必ずしも一致していない

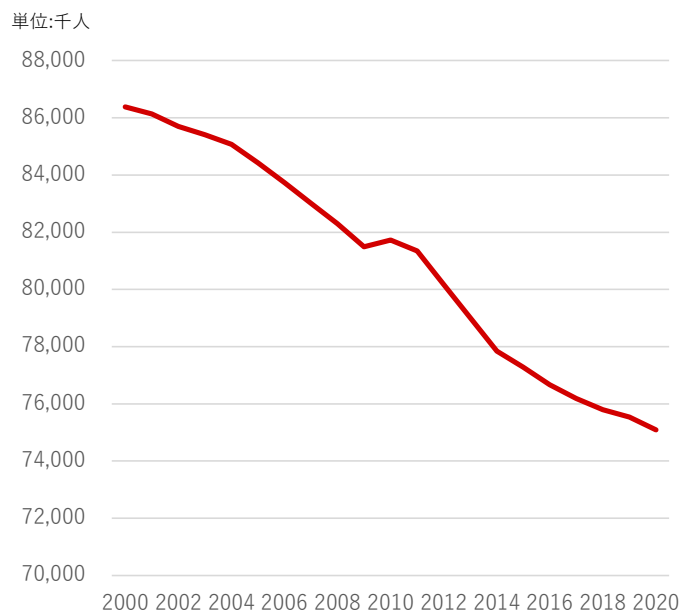
注2) 成長率予測は、参照資料よりポジティブ・ケースを引用している。

注3) TAM：コンサルティング業界全体の市場規模.SAM：アプローチ可能な市場規模（TAMよりシンクタンク系/FAS・M&A系業務を除く）

労働力の全体量が減少する中、特に高度企画人材やIT人材などの専門人材が企業規模に関わらず不足している

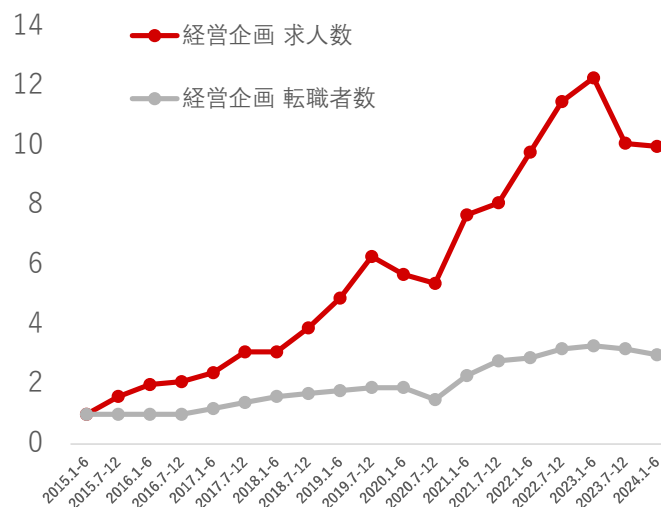
生産年齢人口が減少し
日本全体として労働力が不足している

日本国内 生産年齢人口割合推移*1



企画人材・中核人材のニーズが大きい

経営企画求人の求人数と転職者数推移*2



企業規模に限らず
IT人材の不足が著しい

企業規模別 IT人材の不足状況*3

自社に「IT人材が不足している」と答えた割合(従業員別)

1000人以上

79.6%

300~900人

79.2%

299人以下

71.2%

注)*1：政府統計・人口推計 長期時系列データより当社作成, 15歳~64歳の人口を「生産年齢人口」とする

注)*2：調査機関リクルートによる「リクルートエージェント求人データ」（2024年7月）参照し当社作成, 経営企画・事業企画・業務企画などを対象とし、2015.1-6月期を1とする

注)*3：総合人材サービス会社のヒューマンリソシア株式会社による「海外ITエンジニア活用に関する実態調査 vol.1」（2025年5月）を参照し当社作成

現在のコンサル市場の成長は、ハンズオンおよびIT/DXコンサル領域の取り込みによるものである

現在のコンサルティングファームがカバーする3つの市場

① エキスパート

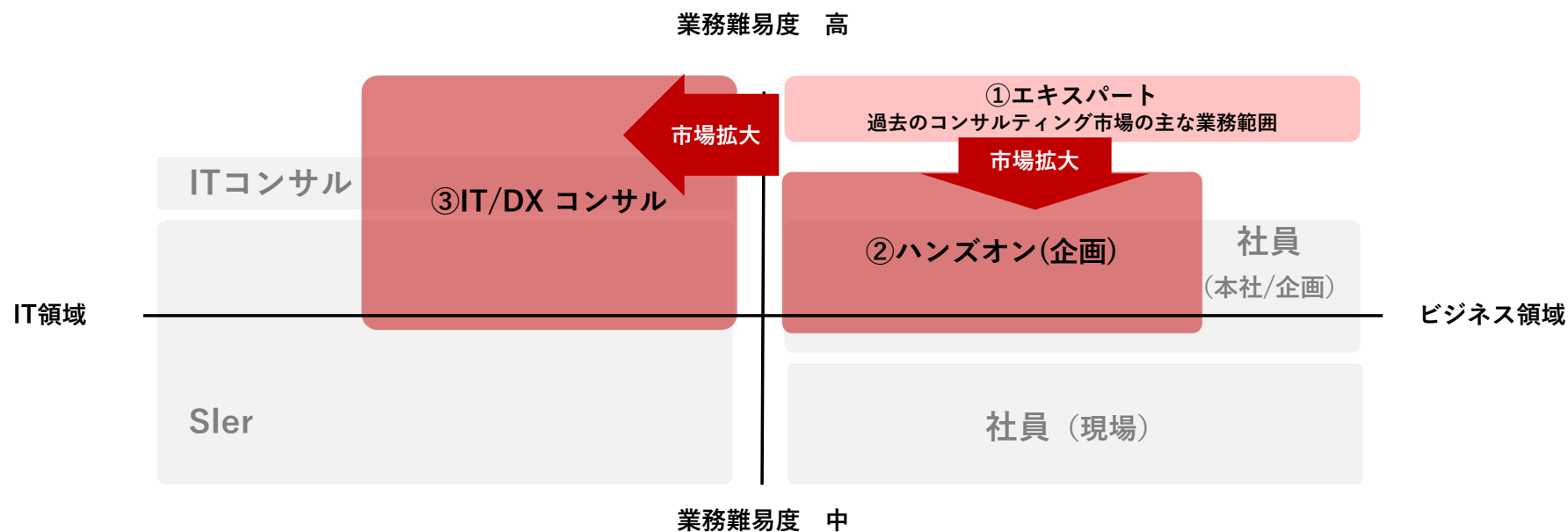
難易度の高い業務を業界、テーマに関して豊富な経験を持つ専門家であるコンサルタントが診断・助言・指導を行う。

② ハンズオン

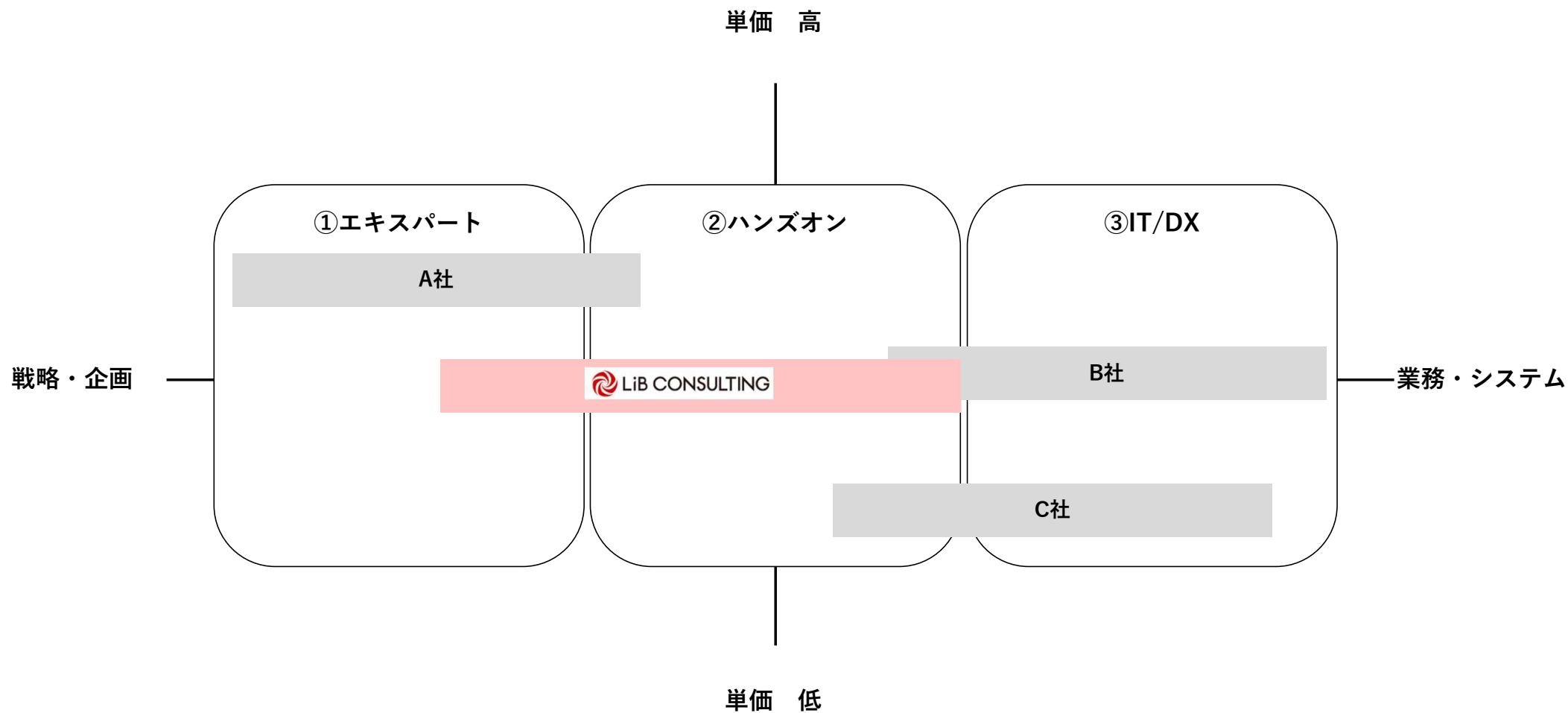
難易度の中レベル以上の業務を対象企業の社員に代わり高品質と高スピードで実行する。

③ IT/DXコンサル

企業の課題を経営・業務観点から抽出し、IT・デジタルによる解決策を導き、場合によっては導入までをサポートする。



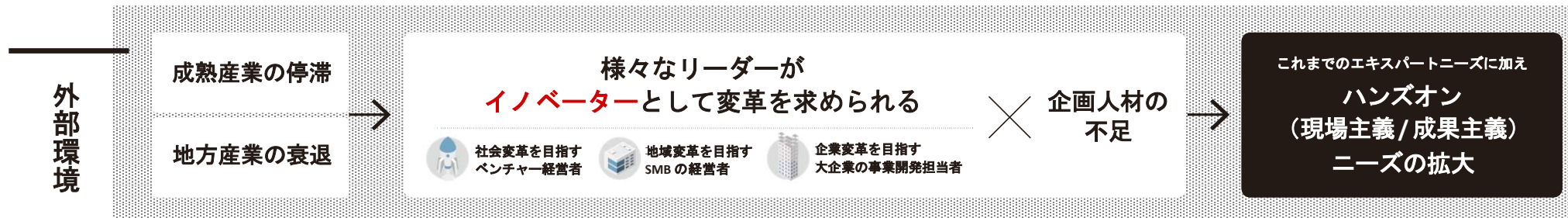
①エキスパート、②ハンズオン領域を中心にコンサルティングサービスを提供



03

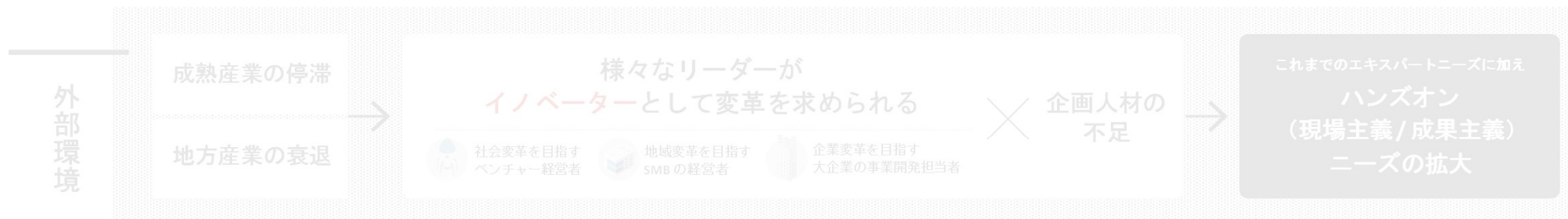
競争力の源泉

Sources of Competitive Advantage



「現場主義 / 成果主義」で高い評価を得るリブ・コンサルティングの成長



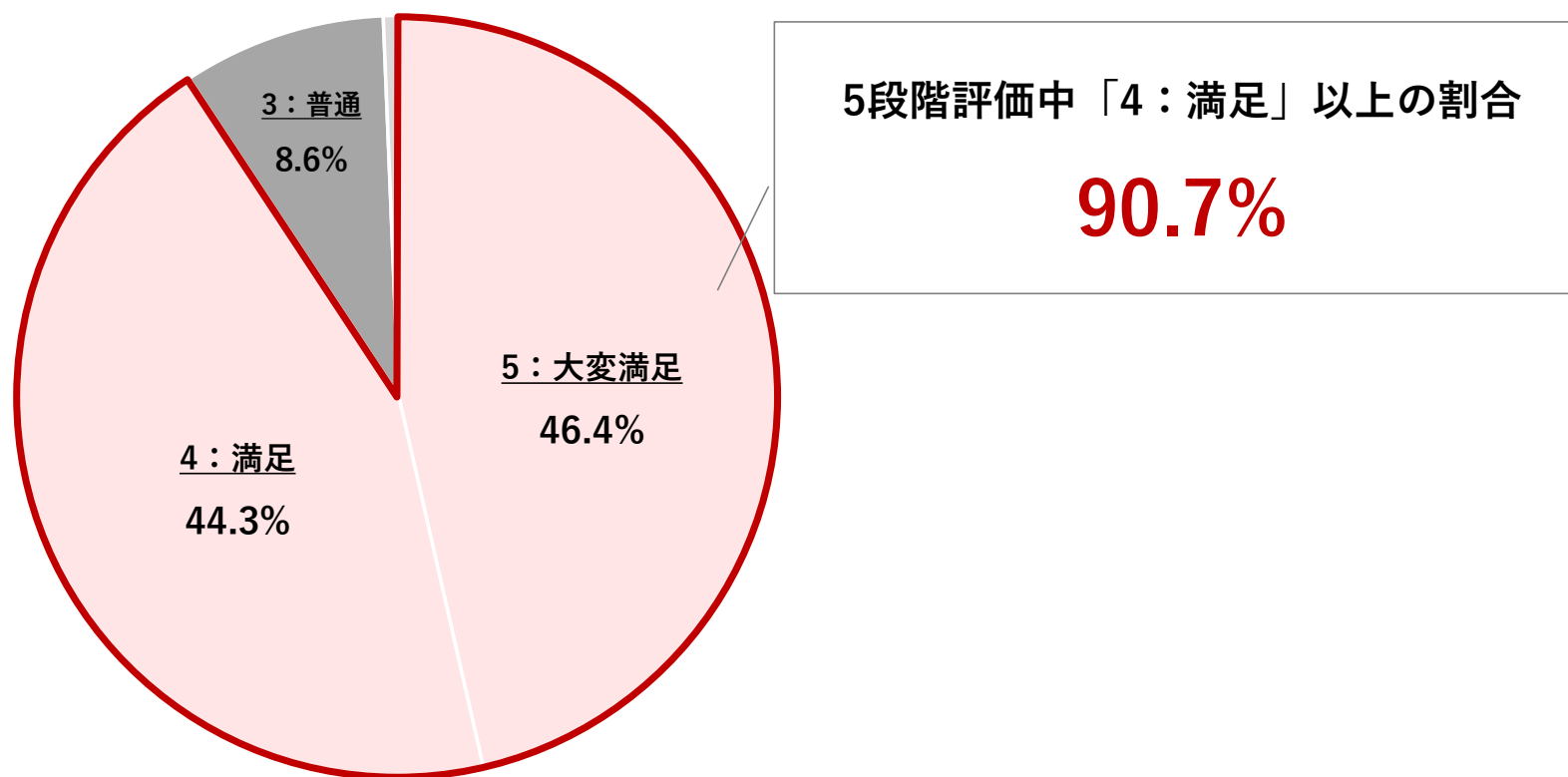


「現場主義 / 成果主義」で高い評価を得るリブ・コンサルティングの成長



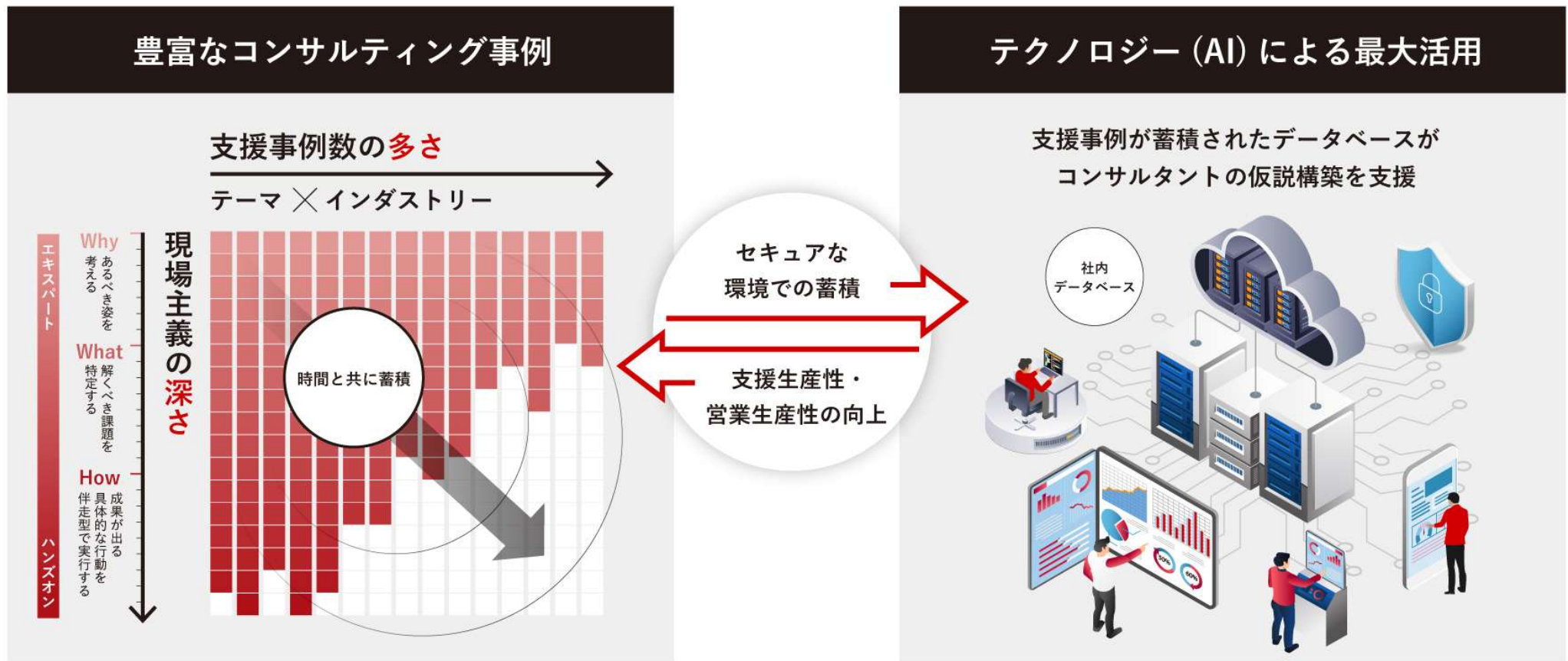
過去の支援において、高い顧客満足度を実現している

当社ご支援に対する顧客満足度 (2022年~2024年)



注) 顧客アンケートより、2022年~2024年の回答総数に対する割合を算出

多くのテーマ・インダストリーの支援で顧客の現場に深く入り込むことで豊富な個別事例を蓄積し、そのナレッジを活用して生産性を向上させ新たな支援を効率的に実行する、循環構造を構築している



大企業

ベンチャー

SMB

概要：大手メーカー・自社アセットを活用した事業モデル策定とPoC推進

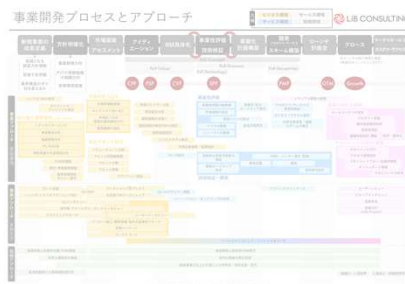
■支援内容

- ・自社アセットの特定とターゲット市場の選定
- ・ターゲット市場への具体ヒアリング検証（23件）
- ・ビジネスモデル仮説構築
- ・PoCオプション整理とパートナー面談サポート

■成果

- ・自社技術を活かす具体的な新規事業モデルの策定
- ・PoC共創パートナーの契約獲得

事業開発業務の洗い出し

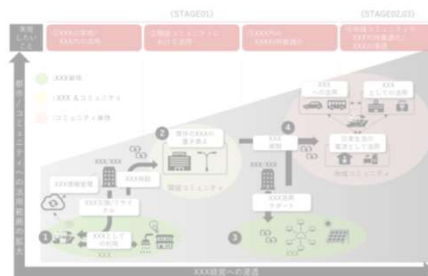


市場スクリーニング

| 市場 | スクリーニング結果 |
|---------------|---------------------|
| 1. 市場規模 | 市場規模が大きい市場を優先する |
| 2. 市場成長性 | 市場成長性が高い市場を優先する |
| 3. 競合状況 | 競合が少ない市場を優先する |
| 4. 市場の入りやすさ | 市場の入りやすい市場を優先する |
| 5. 市場の収益性 | 市場の収益性が高い市場を優先する |
| 6. 市場のリスク | 市場のリスクが低い市場を優先する |
| 7. 市場の社会的価値 | 市場の社会的価値が高い市場を優先する |
| 8. 市場の法的リスク | 市場の法的リスクが低い市場を優先する |
| 9. 市場の文化的リスク | 市場の文化的リスクが低い市場を優先する |
| 10. 市場の政治的リスク | 市場の政治的リスクが低い市場を優先する |

ユーザーヒアリングによる事業性評価

ビジネスモデル仮説構築



PoCオプション選定

| オプション | 選定理由 |
|-----------|---|
| 1. オプションA | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 2. オプションB | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 3. オプションC | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 4. オプションD | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 5. オプションE | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |

PoCパートナー面談分析

| 面談相手 | 面談内容 | 面談結果 |
|-----------|--|---|
| 1. パートナーA | 市場規模、成長性、競合状況、市場の入りやすさ、市場の収益性、市場のリスク、市場の社会的価値、市場の法的リスク、市場の文化的リスク、市場の政治的リスク | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 2. パートナーB | 市場規模、成長性、競合状況、市場の入りやすさ、市場の収益性、市場のリスク、市場の社会的価値、市場の法的リスク、市場の文化的リスク、市場の政治的リスク | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 3. パートナーC | 市場規模、成長性、競合状況、市場の入りやすさ、市場の収益性、市場のリスク、市場の社会的価値、市場の法的リスク、市場の文化的リスク、市場の政治的リスク | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 4. パートナーD | 市場規模、成長性、競合状況、市場の入りやすさ、市場の収益性、市場のリスク、市場の社会的価値、市場の法的リスク、市場の文化的リスク、市場の政治的リスク | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |
| 5. パートナーE | 市場規模、成長性、競合状況、市場の入りやすさ、市場の収益性、市場のリスク、市場の社会的価値、市場の法的リスク、市場の文化的リスク、市場の政治的リスク | 市場規模が大きい、成長性が高い、競合が少ない、市場の入りやすい、市場の収益性が高い、市場のリスクが低い、市場の社会的価値が高い、市場の法的リスクが低い、市場の文化的リスクが低い、市場の政治的リスクが低い |

概要：自動車ディーラー・生成AI活用に向けたマネージャー育成と業務特化エージェントの構築

■支援内容

- ・生成AI研修（基礎・応用）
- ・生成AI活用業務の選定
- ・業務特化エージェント構築と実行検証

■成果

- 業務生産性30%向上
 - 顧客コミュニケーション業務の効率化（5時間/月）
 - 数値管理業務の効率化（4時間/月）
 - 資料作成業務の短縮（2時間/都度）

生成AI活用業務の選定

| カードリーダー業界×生成AIユースケース事例（一部） | | | | | LIB CONSULTING |
|----------------------------|----------------------------------|---|------------------------------|--------------------------------|----------------|
| 用途 | SWOT分析 | 3C分析 | 新規事業/企画アイデア生成 | 競合監視 | |
| | 各事業の強みとSWOT分析に基づき、今後の成長戦略を立案。 | 市場、競合、自社に関する情報を整理し、SWOT分析やPEST分析などを通じて、事業の強みや課題を把握。 | 新規事業や企画のアイデアを生成し、その実現可能性を評価。 | 競合の動向や市場トレンドを監視し、自社の競争力を高める。 | |
| 事業内容 | 来店メール・SMS作成 | 電話トーク作成 | 新規事業トークスクリプト作成 | 営業データ分析 | |
| | 顧客の来店履歴や購入履歴に基づき、最適なメールやSMSを作成。 | 電話のトーク内容を整理し、最適なトークスクリプトを作成。 | 新規事業のトークスクリプトを作成し、営業の効率性を向上。 | 営業の成果や顧客の反応を分析し、営業戦略を最適化。 | |
| | 点検・準拠状況管理 | AI面接アドバイザー | 面接チェックリスト標準化 | 入庫・庫増データ分析 | |
| | 顧客の点検履歴や準拠状況を管理し、最適な点検スケジュールを提案。 | 面接の過程をAIがサポートし、最適な面接内容を提供。 | 面接のチェックリストを標準化し、面接の効率性を向上。 | 入庫・庫増のデータを分析し、在庫管理を最適化。 | |
| | HP | SEOプロダ | 広告 | Instagram | |
| | 企業のホームページを制作し、SEO対策を実施。 | SEO対策を実施し、検索エンジンの順位を向上。 | 広告の効果を測定し、最適な広告戦略を立案。 | Instagramの動向を監視し、自社のSNS戦略を最適化。 | |
| | 談話録 | 資料作成 | 経費管理 | 採用 | |
| | 会議の談話録を生成し、議事録を作成。 | 資料の作成を自動化し、作業効率を向上。 | 経費の管理を自動化し、経費削減を実現。 | 採用の過程を自動化し、採用効率を向上。 | |

拠点別売上データの整理

[illegible]

顧客コミュニケーションの型化

売上 x 顧客データ分析の型化

[illegible]

業務別の期待効果

営業メール・SMS

成果

L&B CONSULT

営業マンに若手が多く、商談コミュニケーションの幅や深みが課題。また、工数・負担もかかっている。

| 業務内容 | 導入前 | 導入後 | 短縮時間 |
|------------------|---------------|--------|-----------|
| ① 提案文・見積り作成 | 1営業あたり 15分 | 1分15秒 | 約10～15分短縮 |
| LINE・SMSでのフォロー作業 | 1営業あたり 3分 | 30秒～1分 | 約2～4分短縮 |
| ② スタッフ教育・フォロー作業 | 1人あたり 15分～20分 | ほぼ不要 | 約40分短縮/月 |

仮に4営業スタッフが月20件に対応すると...

・提案補正文 × 20件

→ 約2.5～3時間短縮/人・月

・メッセージ作成 × 20件

→ 約1～1.5時間短縮/人・月

合計：約4～5時間/人・月の短縮効果

営業課内に5名いれば、1ヶ月で20～25時間の削減が見込める。

拠点別の課題改善プランの策定

営業データ分析×資料生成

LIB CONSULTING

店舗別、営業マン別の営業実績データは取得しているが、
そこから来期の営業戦略を立案したい。

AI活用
<https://www.libconsulting.com/ai/ai-consulting/>
 2019年10月～12月の店舗別売上実績データ(2019年10月～12月)の売上実績データ

店舗別売上実績データ(2019年10月～12月)

| 店舗名 | 売上実績(円) |
|-----|------------|
| 店舗A | 1,234,567 |
| 店舗B | 2,345,678 |
| 店舗C | 3,456,789 |
| 店舗D | 4,567,890 |
| 店舗E | 5,678,901 |
| 店舗F | 6,789,012 |
| 店舗G | 7,890,123 |
| 店舗H | 8,901,234 |
| 店舗I | 9,012,345 |
| 店舗J | 10,123,456 |

店舗別売上実績データ(2019年10月～12月)

| 店舗名 | 売上実績(円) |
|-----|------------|
| 店舗A | 1,234,567 |
| 店舗B | 2,345,678 |
| 店舗C | 3,456,789 |
| 店舗D | 4,567,890 |
| 店舗E | 5,678,901 |
| 店舗F | 6,789,012 |
| 店舗G | 7,890,123 |
| 店舗H | 8,901,234 |
| 店舗I | 9,012,345 |
| 店舗J | 10,123,456 |

店舗別売上実績データ(2019年10月～12月)

| 店舗名 | 売上実績(円) |
|-----|------------|
| 店舗A | 1,234,567 |
| 店舗B | 2,345,678 |
| 店舗C | 3,456,789 |
| 店舗D | 4,567,890 |
| 店舗E | 5,678,901 |
| 店舗F | 6,789,012 |
| 店舗G | 7,890,123 |
| 店舗H | 8,901,234 |
| 店舗I | 9,012,345 |
| 店舗J | 10,123,456 |

概要：メガベンチャー・新規市場開拓プランの策定と実行サポート

■支援内容

- ・市場開拓に向けた論点マップ策定
- ・セールスオペレーションの設計
- ・マネジメントサポート
- ・データ分析と改善プラン策定

■成果

- ・事業計画の大幅達成（約2倍）
- ・契約率の大幅増（約3倍）
- ・セールス/マーケティングにおけるベストプラクティス確立

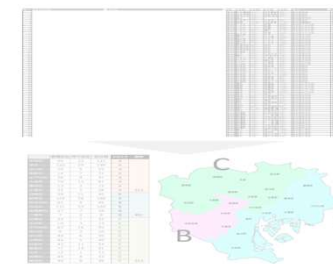
論点マップ策定



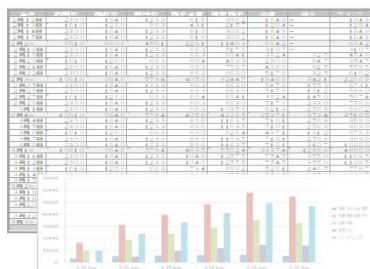
セールスオペレーション一覧



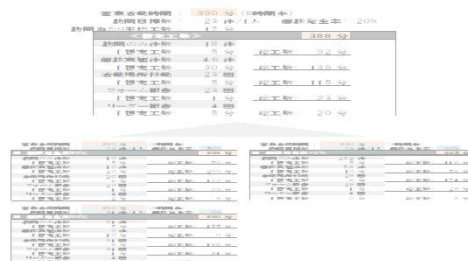
活動ルールの明確化



KPI設定



ベストプラクティス整理



データ分析と改善プラン策定



累計実施プロジェクト数 **10,000**件

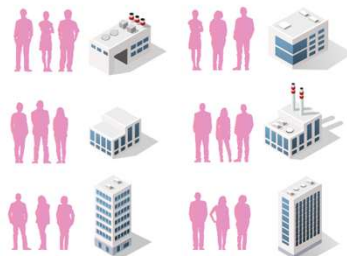
ベンチャー・SMB・大企業の全ての顧客に

少数精鋭の体制で数多くの支援を実施

 LiB CONSULTING

▼対象企業
ベンチャー・SMB
大企業の全て

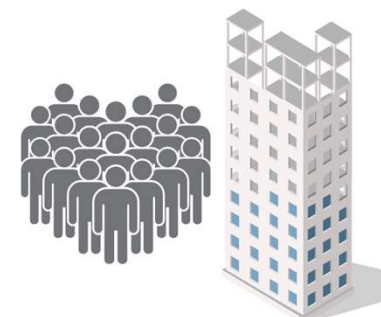
▼PJ 構成
少数精鋭



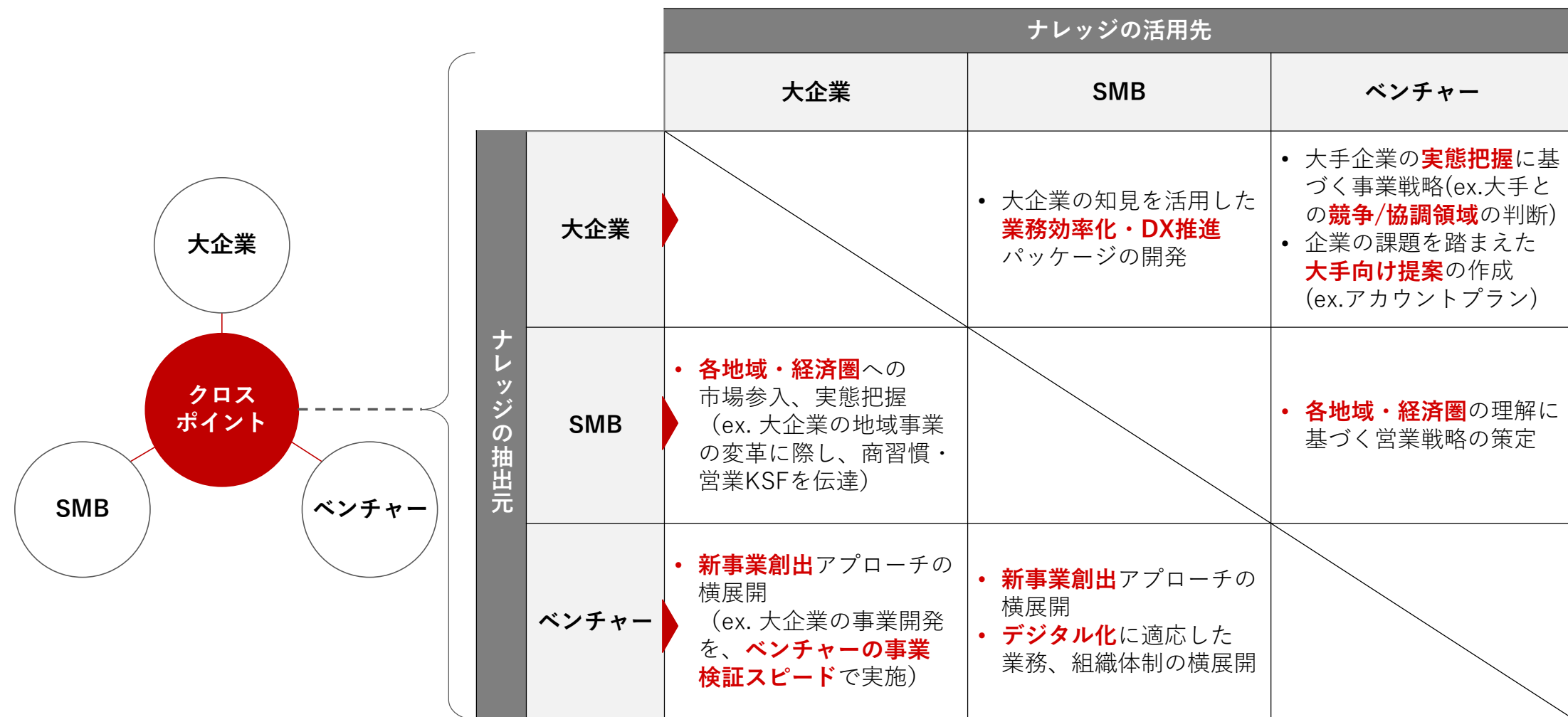
多くのコンサルティングファーム

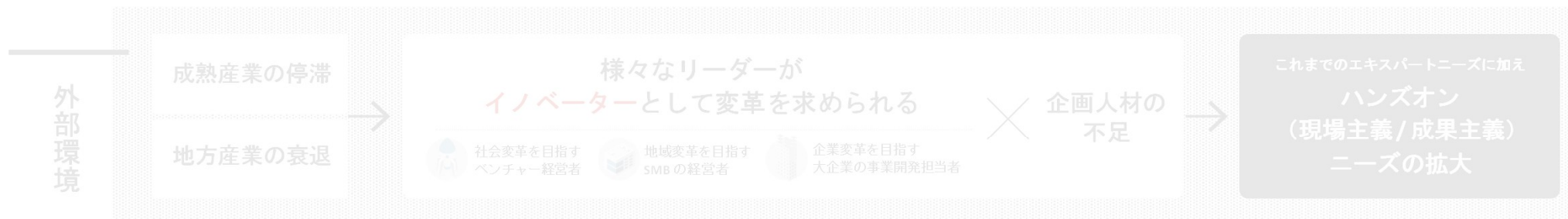
▼対象企業
大企業のみ

▼PJ 構成
大規模（数十名～）



顧客の支援事例から抽出したナレッジを、他セグメント顧客の支援に活用（＝クロスポイントでの価値創出）

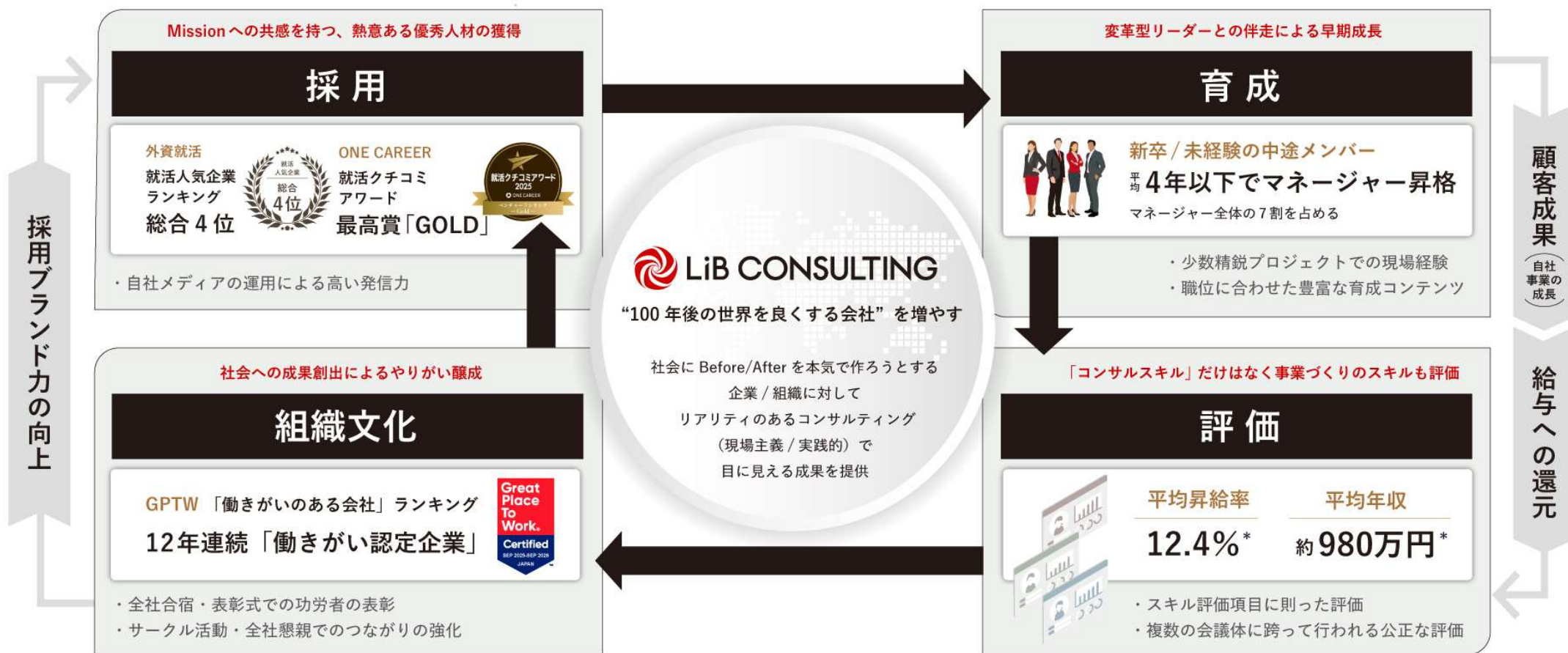




「現場主義 / 成果主義」で高い評価を得るリブ・コンサルティングの成長



「100年後の世界を良くする会社」を増やす」というミッションに基づき、人材の採用・育成・評価・組織文化が相互に作用するモデルを実現している



注)*: リブ・コンサルティングに所属し国内コンサルティングに従事する社員を対象とする、最新の給与改定実績

人材獲得競争が激しい業界において、採用・エンゲージメントの双方で優位性を確立している

採用

育成

組織文化

評価

ONE CAREER 就活クチコミアワード 最高賞「GOLD」

株式会社ONE CAREERが「どの企業のインターン・説明会・本選考が、学生から高い支持を得ているのか？」に係る「採用イベントへの評価」を集計するランキングにて、最高賞となる「GOLD」を4年連続で受賞いたしました。



2022年～2025年
4年連続で受賞

外資就活ドットコム 2027年卒 就活人気企業ランキングにて 総合4位 (2025年6月)

| 【総合】27卒就活人気ランキング | |
|------------------|-------------------|
| 1 | アクセンチュア |
| 2 | 野村総合研究所 |
| 3 | PwCコンサルティング |
| 4 | リブ・コンサルティング |
| 5 | デロイトトーマツベンチャーサポート |
| 6 | デロイトトーマツコンサルティング |
| 7 | マッキンゼー・アンド・カンパニー |
| 8 | 伊藤忠商事 |
| 9 | 三菱商事 |
| 10 | ポストンコンサルティンググループ |

大手コンサルティングファームと共に
トップクラスの評価を獲得

GPTW「働きがいのある会社」ランキング 「働きがい認定企業」

世界60か国で展開している世界最大級の意識調査機関 Great Place To Work® Instituteが世界共通の基準で調査・算出されているランキングにて、中規模部門で12年連続選出いただきました。



2015年～2026年
12年連続で受賞

競争力の源泉②：Human Capital | 採用における発信力

業界最大級のYouTubeチャンネルを有し（合計登録者数21,800人超*）、学生、業界転職者に対して高い認知度を実現している

採用

育成

組織文化

評価

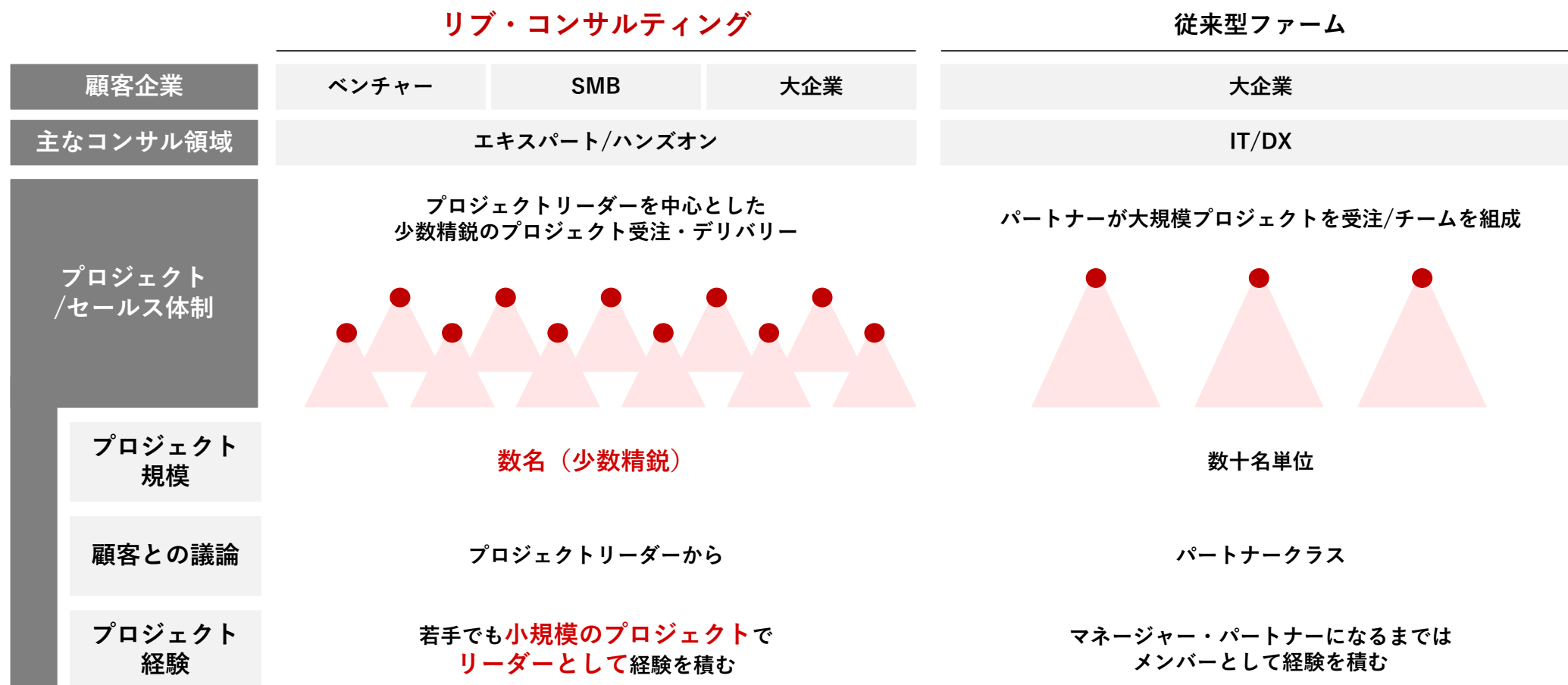


注)*：2025年10月1日時点

競争力の源泉②：Human Capital | プロジェクト機会による育成

従来ファームの大規模プロジェクトと異なり、少数精鋭でのプロジェクト受注・デリバリーを行っているため、プロジェクトリーダーとしての打席数・成長機会が多い

| | |
|------|----|
| 採用 | 育成 |
| 組織文化 | 評価 |



競争力の源泉②：Human Capital | 豊富な育成プログラムと実績



プロジェクト経験による育成だけでなく、約700本のE-Learningコンテンツ・社内MBAを含む
職位別の育成プログラムを実施し、新卒・未経験メンバーの成長を実現している

| | |
|------|----|
| 採用 | 育成 |
| 組織文化 | 評価 |

職位別の育成プログラム

新卒・未経験メンバーによる事業リード

| | | アソシエイト | コンサル タント | シニア コンサル タント | アソシエイト マネージャー | マネージャー | |
|------|---------------------|-------------------|-----------------------|-------------------------------------|------------------------------|--------------|--|
| スキル | ビジネス リテラシー | ビジネスマナー | | | | | |
| | | PPT・エクセル | | | | | |
| | | 生成AI活用 | | コーチング研修/コミュニケーション研修 | | | |
| | | インテグリティ | | | | マネジメン ト研修 | |
| | | ビジネス フレームワーク | | | | | |
| | コン サイ ンサ ル | リサーチ /データ分析 | リサーチ・データ分析研修 (実践編) | | | | |
| | | プレゼン /ファシリ | | プロジェクトマネジメント研修 | | | |
| | | 資料作成 | | | LiB University (社内MBAコース) | | |
| | | 論点・仮説思考 | | | | | |
| | 専門性 業界 | 部門別研修 | | | | | |
| | | ナレッジ共有会 | | | | | |
| マインド | | マインド勉強会 | | カンテラ勉強会(代表講義) | | | |
| | | マインドプロジェクト | | | | | |
| | | トレーナー制度 (毎週の1on1) | | タレントサポートプログラム (経営陣による1on1メンタリング) | | | |

| | マネージャー* 昇進までの平均日数 | 全マネージャーに 占める人員比率 |
|------------|-----------------------------------|---------------------|
| 新卒 | 4年5ヶ月 | 約30% |
| 中途・ 未経験 | 3年8ヶ月 | 約40% |
| 中途・ 経験者 | — ※入社時の職位に バラつきがあり 算出が困難 | 約30% |

注) *: マネージャー：プロジェクトの進行管理、チーム・業績マネジメント、クライアントとの折衝をメインで担う役割

詳細設計された人事評価制度により、社員の能力向上に合わせた高い報酬水準を実現している

| | |
|------|----|
| 採用 | 育成 |
| 組織文化 | 評価 |

高い報酬水準

能力を適切に評価する人事制度

平均年収 977万円

マネージャー平均年収 1,322万円 + SO

平均昇給率 12.4%

PJ評価

PJごとに成果・貢献を
評価、都度フィードバック

半期評価

半期ごとに22のスキル・
11のマインド・
34のアクションを評価

評価調整
会議

全管理職が参加、一人一人
の評価の妥当性を確認

スキル評価項目（例示）

| | |
|------------------|----------------|
| コンサルティング | 論点・仮説思考 |
| | プロジェクトマネジメント |
| | クライアントインタラクション |
| | プレゼン・ファシリテーション |
| | リサーチ |
| セールス& マーケティング | ドキュメンテーション |
| | マーケティング企画 |
| | セミナー設計 |
| | 提案資料作成 |
| 人材育成 | 営業面談 |
| | 活力ある組織づくり |
| | 社内外ルール・規律 |
| | エンパワメント |
| | スキル育成 |

注) 給与データは、リブ・コンサルティングに所属し国内コンサルティングに従事する社員を対象とする、最新の給与改定実績

社員交流の促進により組織文化を醸成している

採用

育成

組織文化

評価

全社合宿・表彰式

- 半期ごとの全社合宿にて全社の経営方針の共有・経営陣との質疑応答を実施し、全社への主体者意識を作り一体感を醸成
- 同日に、成果を称える表彰式を開催、賞賛と感謝の場づくりを行う



社内報

- オンラインプラットフォーム上で4年間で600本を超える記事を発信、役員インタビュー等による経営方針の浸透・理解促進、表彰式の受賞者インタビュー等によるロールモデル提示を目的に実施
- 事業部、サークル、社員個人の紹介等、有志による投稿もあり、社内の人的ネットワーク構築に貢献



全社懇親

- 四半期に1度、オフィスバー形式で全社懇親を実施
- 毎回、100名を超える社員が参加、事業部・職位・年次の垣根を越える交流が実現し、日常業務におけるコラボレーション促進に寄与



サークル活動

- 持続的に活動する8つの公認サークルの運営に補助金を給付
- 年間の延べ参加人数は400人以上、社員の半数以上が一度はサークル活動に参加し、若手社員の社内の業務外での関係構築に繋がっている



IPOを通じて人的資本への投資を拡大、社会的信用力を向上させ
優秀人材の更なる獲得・社員の育成強化、先進課題の解決による集合知基盤の強化を行う

IPOの目的

人的資本への投資・強化

社会的信用力の向上



強化する
「競争力の源泉」

人的資本 (Human Capital)

- ✓ 優秀人材の更なる獲得
- ✓ 社員の育成強化

集合知基盤 (Collective Knowledge base)

- ✓ 先進課題を解決するプロジェクトの受注

04

成長戦略

Performance indicators

IPOを通じた人的資本、集合知基盤の強化により、成長戦略である ①マーケティング・セールス強化
②IT/DX強化 ③M&A/外部連携を推進する

成長戦略の概要

①マーケティング・セールス強化

- IPOによる認知度の向上
- 積極的な情報発信による潜在案件数の増加

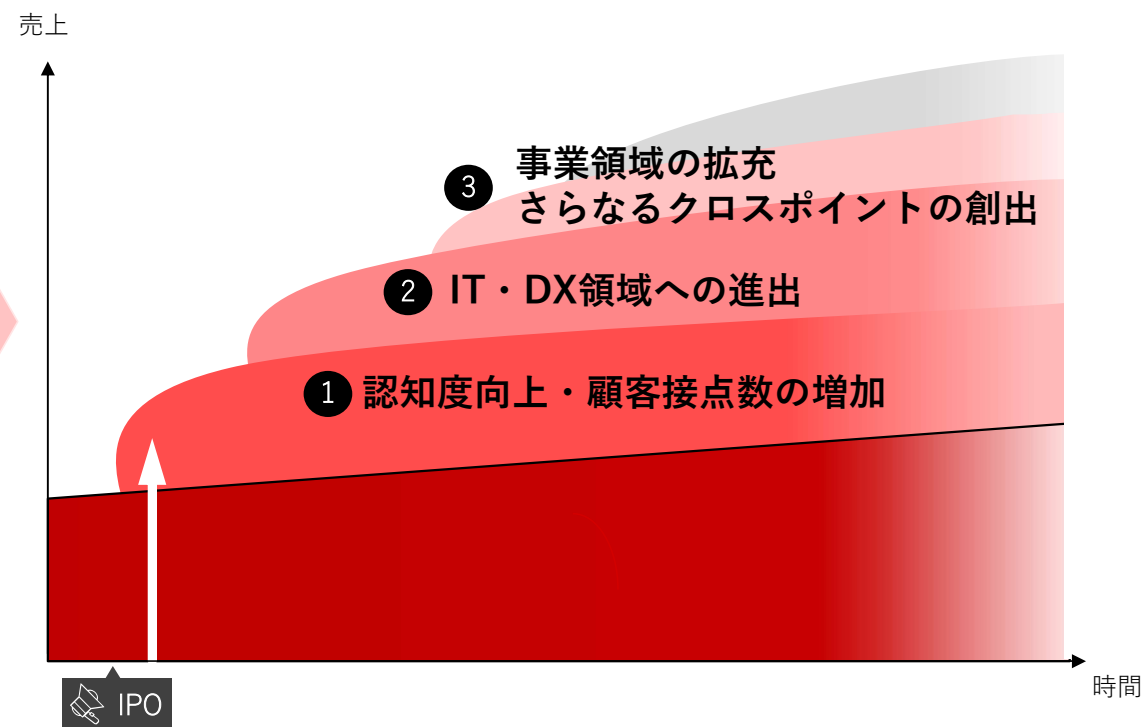
②IT・DX強化

- 採用力強化におけるIT人材の獲得
- 案件数の拡大に伴う社内ケイパビリティの向上










③M&A・外部連携

- 事業領域のさらなる拡充
- 顧客資産の連携における集合知基盤の獲得

成長戦略における売上拡大のイメージ



①マーケティング・セールス強化 ②IT/DX強化 ③M&A/外部連携 を成長戦略とし
各セグメントの成長領域に対して実施していく

| | ベンチャー | | SMB（中堅中小） | | 大企業 | |
|---------------|---|--------------------------------|---|---|---|---------------------|
| | 成長予測 | 要因 | 成長予測 | 要因 | 成長予測 | 要因 |
| エキスパート | 微増  | 現状が続く | 微増  | 現状が続く | 横ばい  | 企業数増えない中 飽和状態に到達 |
| ハンズオン | 増加  | 人材不足の深刻化と 賃金上昇により 外部活用拡大 | 増加  | 人材不足の深刻化と 賃金上昇により 外部活用拡大 | 増加  | 現状が続く |
| IT/DX コンサル | 微増  | 現状が続く | 増加  | 生成AI活用による 投資効率の向上、 ITリテラシーGAPの 解消により拡大 | 増加  | 現状が続く |

①マーケティング・
セールス強化
③M&A/外部連携

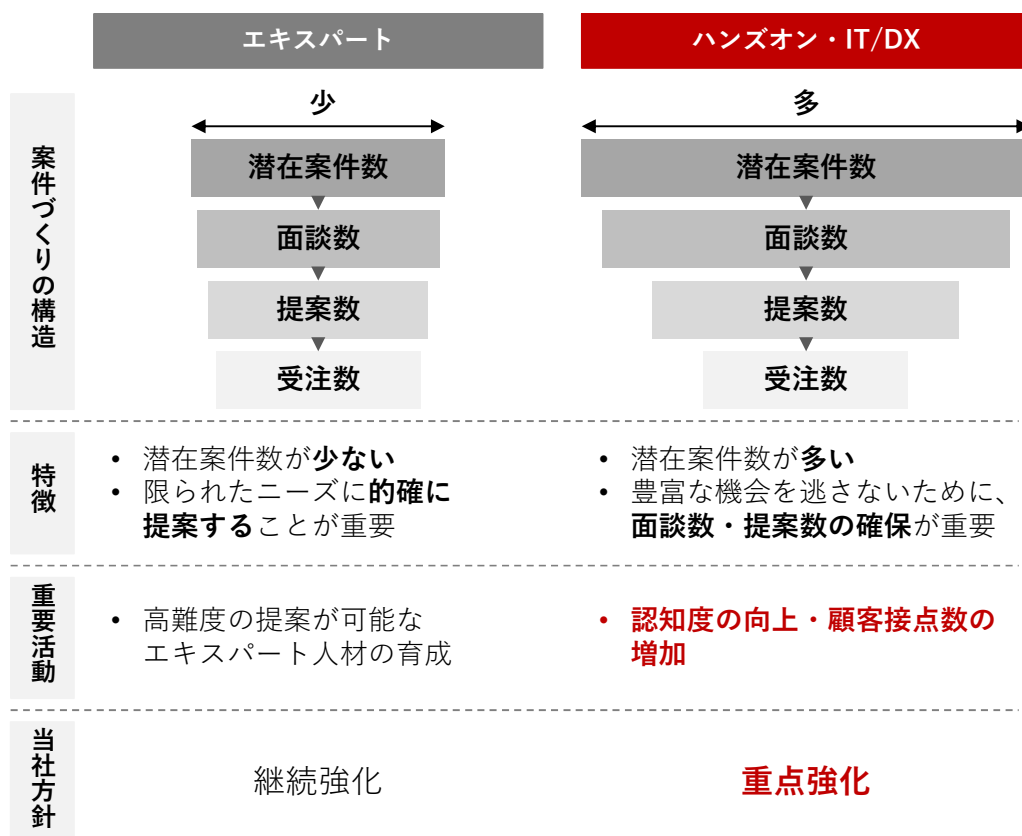
②IT/DX強化
③M&A/外部連携

①マーケティング・セールス強化 | 事業領域の特性を踏まえた施策

ハンズオン・IT/DX領域では認知度の向上・接点数の増加が中長期的な受注数に繋がる構造にあるため、クライアント候補企業に対して多方面でのマーケティング施策を実施していく

事業領域別でのマーケティング・セールス指標

具体的なマーケティング施策



生成AI領域を中心に、規模別ニーズを踏まえたIT/DXコンサルティング基盤を強化していく

方針

大企業向け

- ・ 生成AI活用に向けた企業内体制整備
- ・ 対象業務における生成AI実装
- ・ 生成AI活用強化を目的とした人材開発

SMB・ベンチャー向け

- ・ 特定業務における生成AI業務パッケージの開発と導入
- ・ 生成AI活用を目的とした人材開発

社内ケイパビリティ

例：生成AIを活用した事業開発/
事業戦略立案支援



外部連携

例：株式会社Preferred Networksとのセールス
領域での生成AIソリューションの開発*1

PFN、生成AIのソリューション・プロダクトの開発を強化

セールス向け生成AIプロダクトの共同開発をリブ・コンサルティングと開始



M&A

例：SFA/CRM領域の導入・活用支援を行う
株式会社Goofyのグループイン*2



注)*1 出典：株式会社Preferred Networks「生成AIのソリューション・プロダクトの開発を強化セールス向け生成AIプロダクトの共同開発をリブ・コンサルティングと開始」

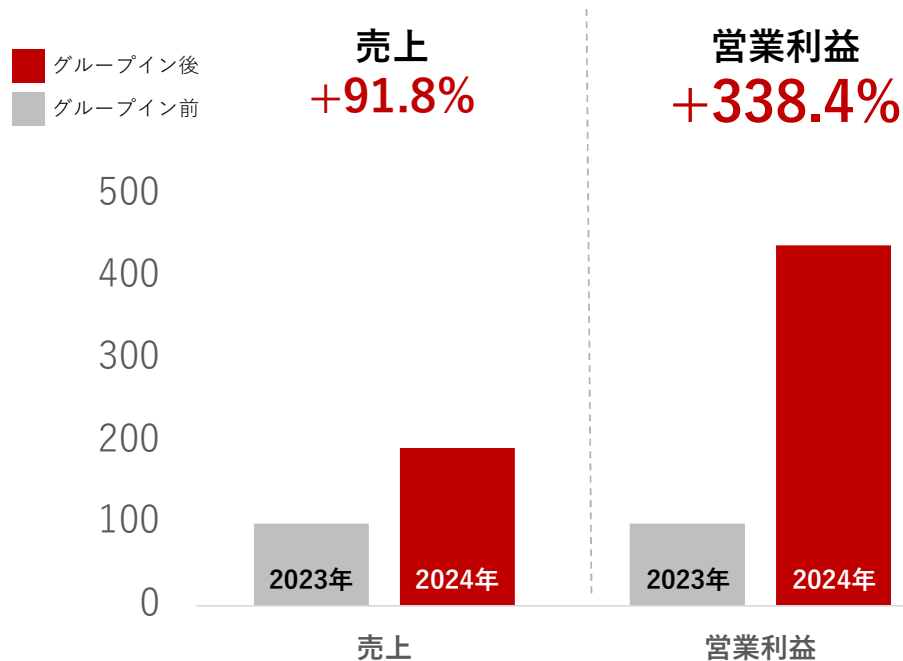
注)*2 出典：PR TIMES「株式会社Goofy『Salesforce Japan Partner Award 2025』を受賞」

③M&A/外部連携 | バリューアップ実績

過去にグループインした企業の売上・営業利益を短期間で増加させることに成功している

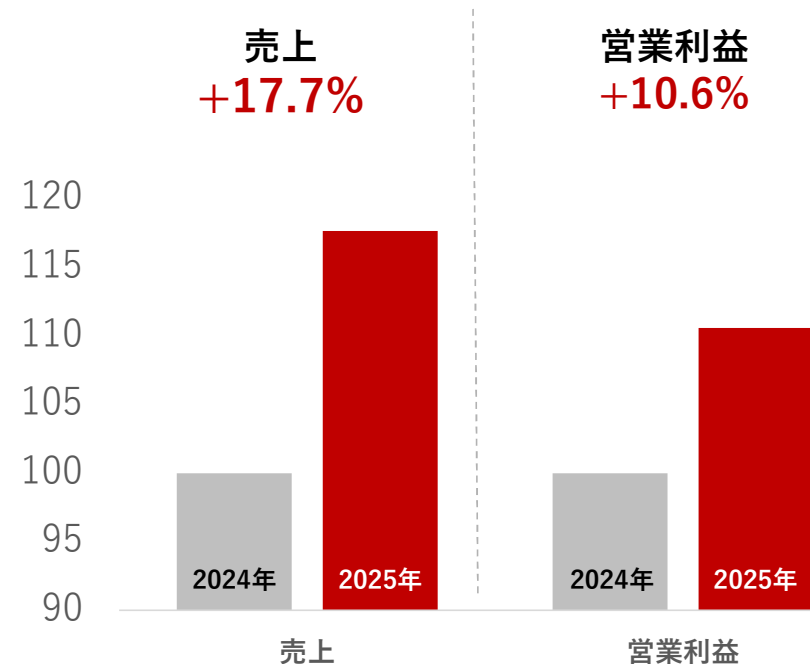
株式会社Goofy (2024年1月グループイン)

事業領域：DXコンサル・SFA/CRM/MAツールの運用定着



株式会社Flow Group (2025年6月グループイン)

事業領域：フリーコンサル紹介事業



注)株式会社Goofyのデータは「2022年10月～2023年9月」と「2024年1月～2024年12月」のデータを比較、「2022年10月～2023年9月」を100とする

株式会社Flow Groupのデータは管理会計上の数値を使った参考値、「2024年6月～2024年8月」と「2025年6月～2025年8月」のデータを比較、「2024年6月～2024年8月」を100とする

社内リソースを有効に活用しながら、今後もソーシング～デューデリジェンス～バリューアップを実施していく

M&A方針策定（社内有識者/経験者によるサポート）

投資ストーリーの策定

買収ターゲットの明確化

バリューアップシナリオ策定

全社M&A実行方針の明確化

財務ルールの設定

実行フェーズ

ソーシング

同業界で
「事業には競争力があるが以下の機能が不足している企業」を中心に開拓

ブランド機能

人事・採用機能

管理体制

今後人員の強化を検討

デューデリジェンス

対象会社の領域に関する知見を持つ
当社エキスパートが実施

事業ドメインごとの留意点把握

各種デューデリジェンスの実行

リスク評価と対策検討

バリューアップ

採用・人事機能等の組織体制構築

当社・顧客基盤からの送客連携

上場会社グループとしての信用力向上

ブランド構築サポート

05

經營指標

Performance indicators

業績数値に加え、組織としてプロジェクトデリバリーを行う力を示す「コンサルタント数」

- ・「コンサルタント一人当たり売上高」をKPIとする

| | 実績値 | | |
|-------------------------|-------|-------|-------|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 |
| 売上高 (百万円)*1 | 3,360 | 3,957 | 4,976 |
| 調整後EBITDA (百万円)*1 | 256 | 31 | 554 |
| 期中平均コンサルタント数(人)*2 | 133 | 166 | 157 |
| コンサルタント1人あたり売上高*3 (百万円) | 24.0 | 20.5 | 23.4 |

注)*1：売上高・調整後EBITDA：2022年は単体決算、2023年・2024年は連結決算を用いた数値

注)*2：リブ・コンサルティング単体の数値、期末に在籍していた社員の内、HR事業部・コーポレート本部・内部監査室・未配属（研修期間）・SaaS事業の社員を除いた社員数の期中平均値

注)*3：リブ・コンサルティング単体の数値、国内コンサルティング事業の売上高と「期中平均コンサルタント数」を使用して算出

注）「成長可能性に関する事項」および経営指標は、事業年度経過後3か月以内に1度、進捗状況を反映した最新版を開示する

06

リスク情報

Risk Factors

有価証券届出書に記載している「事業上のリスク」のうち、当社の成長の実現・事業計画の遂行に影響を及ぼし得る主要なリスクは以下の通り

| 認識するリスク | 発生可能性 | 影響度 | リスクの評価 |
|-----------------------|-------|-----|---|
| 景気変動及び業界動向の変化によるリスク | 中 | 中 | 当社グループが経営コンサルティングサービスを提供する顧客は、スタートアップのベンチャー企業から、国内を中心に展開する中堅・中小企業、海外展開も行う大企業まで多様な規模の企業を顧客としています。国内外の景気動向、外国為替相場の変動、税制及び法令等の改正により、顧客企業が事業投資やIT投資、コンサルタントへの支出などを抑制した場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。ただし当社グループは 少数の顧客に売上が集中している状況にはないため、個別企業動向の業績への影響は軽微 ですが、リーマンショックのように世界経済全体が落ち込み企業の投資意欲が冷え込むような状況においては当社の業績もその影響を受けうる可能性があります。 |
| 技術の進化によるリスク | 中 | 大 | 当社グループは経営コンサルティングサービスを提供しています。業務内容として、客観性、網羅性をベースにした情報の収集、機会や脅威に係る分析などを実施しています。昨今の生成AIなどの技術の進化は、これらの活動を顧客企業自体で実施するなど、現状の提供活動を代替する可能性があります。 |
| コンサルタントの確保及び育成に関するリスク | 中 | 中 | 企業経営者の抱える課題が多様化・複雑化している現在、コンサルタントに対するニーズは高まっております。この高まるニーズに応えて事業拡大を図るには優秀なコンサルタントの継続的な増員が不可欠と考えております。増員の為にコンサルティング経験者の採用を進めるのはもちろんですが、当社は未経験者（コンサルティング未経験だが、業界経験は持つ人材）でも早期にコンサルタントとして一人前になれるようにコンサルティングスキルを身に着ける社内教育・研修プログラムを充実させております。また新卒採用も積極的に進めており潜在能力の高い人材の獲得に努めております。今後においても優秀な人材の確保及び優秀なコンサルタントへの育成に努め、引続き増員を図る方針ですが、当社グループが求める人材の確保及び育成が進捗しない場合においては、コンサルタントへの依存が高い当社グループの事業並びに業績に影響を及ぼす可能性があります。当社は、社員のモチベーション及び帰属意識をより高めるために、適切な人事評価に基づき、個々の成果がより反映される給与体系を導入しております。しかしながら、能力の高いコンサルタントの中には独立志向が高い人材がいる可能性もあり、重要な人材の離職が続いた場合、業績において一時的な影響を受ける可能性があります。 |

注)その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

有価証券届出書に記載している「事業上のリスク」のうち、当社の成長の実現・事業計画の遂行に影響を及ぼし得る主要なリスクは以下の通り

| 認識するリスク | 発生可能性 | 影響度 | リスクの評価 |
|---------------------|-------|-----|--|
| 顧客開拓及び顧客関係継続に関するリスク | 小 | 中 | 経営コンサルティング事業は、企業経営者が抱える様々な経営上の問題に対し、業種業態ごとに対応した事業戦略、マーケティング及び組織・人事戦略等の経営に関するコンサルティングを通じ、顧客企業の育成及び発展を支援しております。顧客開拓につきましては、既存顧客からの紹介の他にも年間50件近い事業戦略、マーケティング及び組織・人事戦略等の各種経営テーマのセミナーを開催して集客を図っております。 顧客基盤におきましては、創業以来、住宅・不動産業界及び自動車関連業を主要な顧客基盤としておりましたが、現在においては、業種を問わずベンチャー企業から中堅・中小企業及び大企業と幅広い業種・企業規模に拡大してきております。 また、当社では顧客満足度を非常に重視しており、支援先には継続的に顧客満足度調査を行い、顧客満足度指標をモニタリングして人材及びサービス提供の品質向上に努めております。この顧客満足度を重視した経営が経営コンサルティングサービス提供の継続受注に繋がっております。顧客満足度調査をタイムリーに行っているため発生可能性は低いですが、こうした顧客開拓及び関係継続に向けた施策が顧客ニーズと乖離した場合には、当社の収益の拡大も限定的なものに留まる可能性があります。 |
| M&Aに冠するリスク | 中 | 中 | 当社グループが経営コンサルティングサービスを提供しています。経営コンサルティングの業界では規模の拡大が進んでいると認識しております。当社も規模を拡大すべく、新卒、中途を含め人材の採用活動を年々強化しています。一方、経営コンサルティングサービスを提供できる人材の数は限られていると認識しております。当社の事業成長と人材確保のスピードにタイムラグを発生させないために、当社の事業および関連する領域で既に活動している企業に対するM&Aは有効な選択肢であると考えております。M&Aに関しては、事業、業務などのハード領域だけでなく、文化、風土、コミュニケーションなどのソフト領域が重要です。経営コンサルティングにおいて、人材は重要な経営資源です。M&A時におけるソフト領域の判断及びPMI時におけるソフト領域の対応により人材が流出する可能性があります。 (注) 1. PMIとは当初計画したM&A後の統合効果を最大化するための統合プロセスを指します。統合の対象範囲は、経営、業務、意識など統合に関わるすべてのプロセスに及びます。 |
| 新規事業に関するリスク | 中 | 小 | 当社グループが経営コンサルティングサービスを提供しています。社会環境が変化する中、顧客の事業環境やニーズも変化しています。これらの変化を事業機会とすべく、当社のサービスも新規事業として継続的に進化させています。新規事業においては、既存の経営資源、特に既存の人材とは異なるスキルが必要なケースもあります。このようなケースでは、人材の確保、制度の改定などが適切に実施されない場合、新規事業が計画通りに進捗しない可能性があります。 |
| のれんの減損リスク | 小 | 小 | 当社は2024年1月4日に株式会社Goofyの買収を行った際にのれんを429,192千円計上しております。のれんの償却期間は8年です。株式会社Goofyの業績は好調であります。仮に市場環境の変化などにより株式会社Goofyの事業計画が目論見通りに進展しない場合はのれんの減損が発生する可能性があります。 |

注)その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、本資料のアップデートは、2026年3月頃を予定しております。

