



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

株式会社リブ・コンサルティング（証券コード：480A）

2026年3月25日

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

大企業・中堅中小・ベンチャー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



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
代表取締役	関 巖
社員数	約350名（連結）
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. 株式会社プルーセル 株式会社Goofy 株式会社Impact Venture Capital 株式会社Flow Group

当社グループ

戦略から実行まで幅広いソリューションを提供



総合コンサルティング業務

コンサルティングフィー

顧客層

大企業・中堅中小・ベンチャーの幅広い顧客層



戦略及びハンズオンを組み合わせたビジネスコンサルティングを主に提供

ビジネス コンサルティング

1 戦略

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伴走し、高品質と高スピードで実行する

主な支援内容

- ✓ 新規事業開発支援
- ✓ 事業戦略・事業計画の策定支援
- ✓ マーケティング・セールスの伴走支援

IT・DX コンサルティング

3 IT/DXコンサルティング

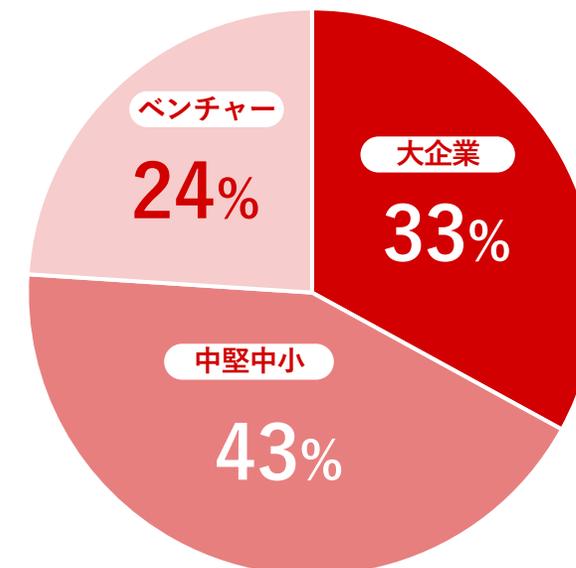
企業の課題を経営・業務観点から抽出し、IT・デジタルによる解決策を導き、場合によっては導入までをサポートする



主な支援内容

- ✓ IT・DXにおけるPM・PMO支援
- ✓ SFA・CRMの導入支援

顧客属性別売上構成比*2 (FY25)



大企業・中堅中小・ベンチャー*3の幅広い顧客層

注1：ビジネスコンサルティング、IT・DXコンサルティングの比率は連結での算出、グループ会社・部門の売上高をもとに分類・集計

注2：顧客別売上構成比はリブ・コンサルティング単体での算出、各事業部の顧客をもとに分類・集計し、一部調整

注3：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、中堅中小は上記の大企業・ベンチャーを除く企業



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・ファイナ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、ポストン・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)

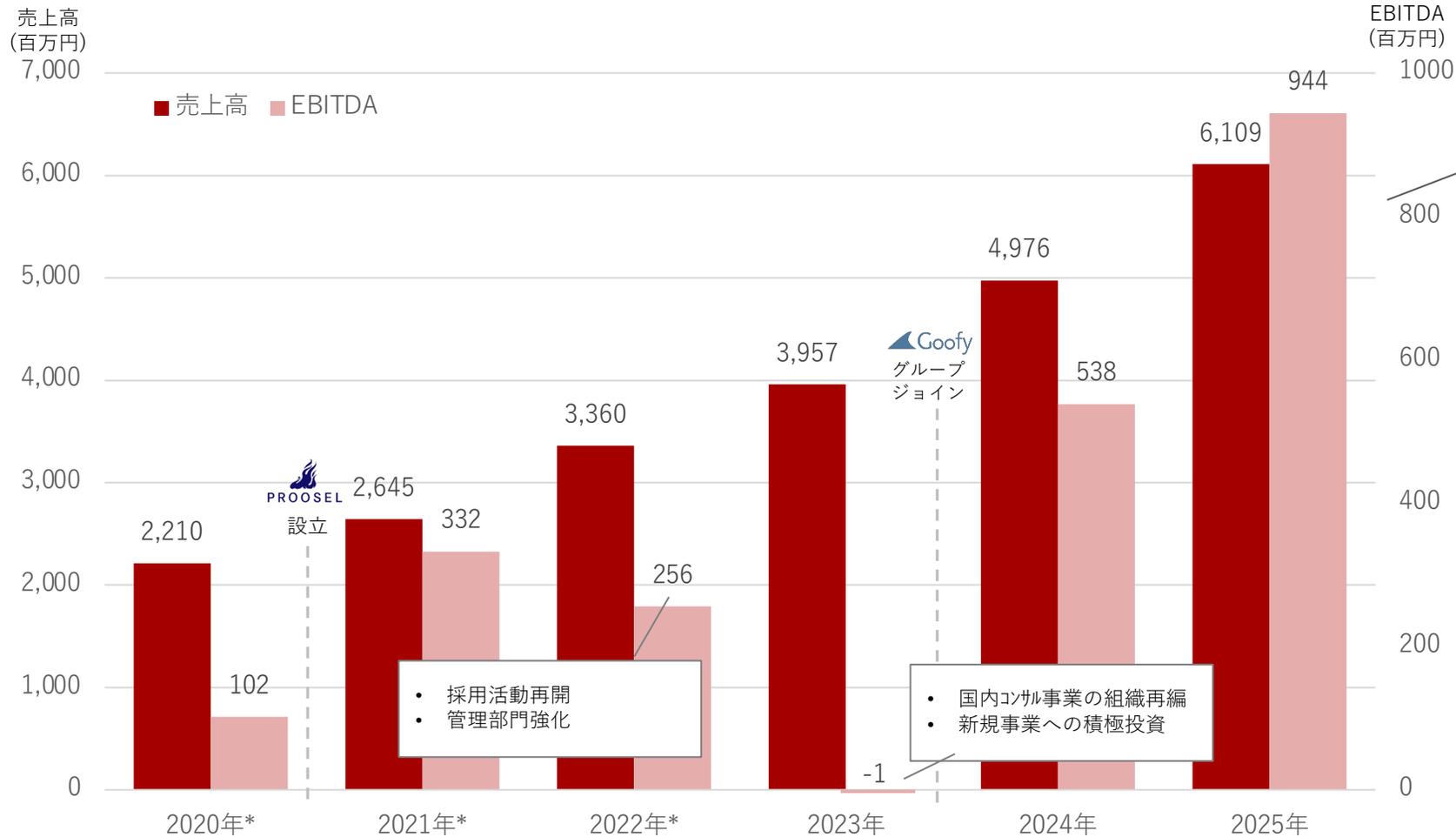
弁護士/ニューヨーク州弁護士 創・佐藤法律事務所 西村あさひ法律事務所で主に金融分野を扱う。2015年現事務所設立。専門はFinTech、ベンチャーファイナンス等。東京大学、ニューヨーク大学ロースクール卒業。

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・EBITDAは共に成長している



CAGR (2020-2025)
 売上高：23%
 EBITDA：56%

- 採用活動再開
- 管理部門強化

- 国内コンサル事業の組織再編
- 新規事業への積極投資

注1) 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。

注2) 従来、一時的な特殊要因（本店移転費用等）を除外した「調整後EBITDA」を指標としてまいりましたが、当該費用の計上が完了し、

今後は経常的な収益力の推移を評価することが適当と判断したため、通常の「EBITDA（営業利益+減価償却費+のれん償却費）」に一本化いたしました。また、同様の理由によりEBITDAの計算方法を以下の通り変更しております。

■変更後 EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

■変更前 EBITDA=営業利益+減価償却費（本店移転関連除却損を除く）+のれん償却費

◇参考 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

純利益も同様に成長している

	2020年*	2021年*	2022年*	2023年	2024年	2025年
営業利益	91	318	236	-34	408	839
+) 減価償却費	11	14	20	32	76	40
+) のれん償却費	0	0	0	0	53	64
EBITDA	102	332	256	-1	538	944
+) 一時費用① 本店移転関連除却損、仲介手数料	0	0	0	0	15	0
+) 一時費用② 取得関連費用	0	0	0	32	0	13
調整後EBITDA	102	332	256	31	554	958
純利益	14	244	147	-58	272	510

注1) 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。

注2) 従来、一時的な特殊要因（本店移転費用等）を除外した「調整後EBITDA」を指標としてまいりましたが、当該費用の計上が完了し、今後は経常的な収益力の推移を評価することが適当と判断したため、通常の「EBITDA（営業利益＋減価償却費＋のれん償却費）」に一本化いたしました。また、同様の理由によりEBITDAの計算方法を以下の通り変更しております。

■変更後 EBITDA=営業利益＋減価償却費＋のれん償却費

■変更前 EBITDA=営業利益＋減価償却費（本店移転関連除却損を除く）＋のれん償却費

◇参考 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

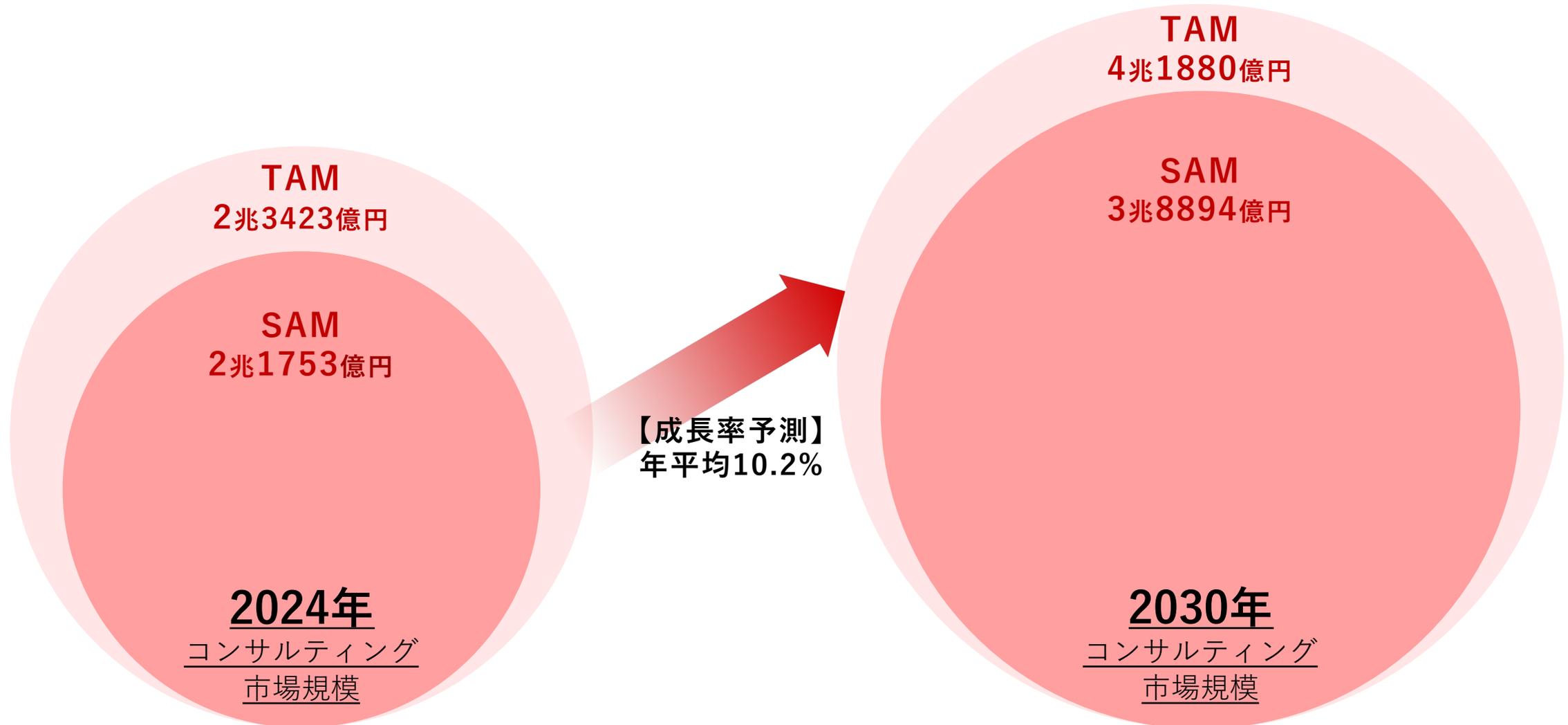
注3) 端数処理の関係で合計が一致しない場合があります

02

市場環境

Market Environment

日本国内のみでTAMが約4.2兆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」（2025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

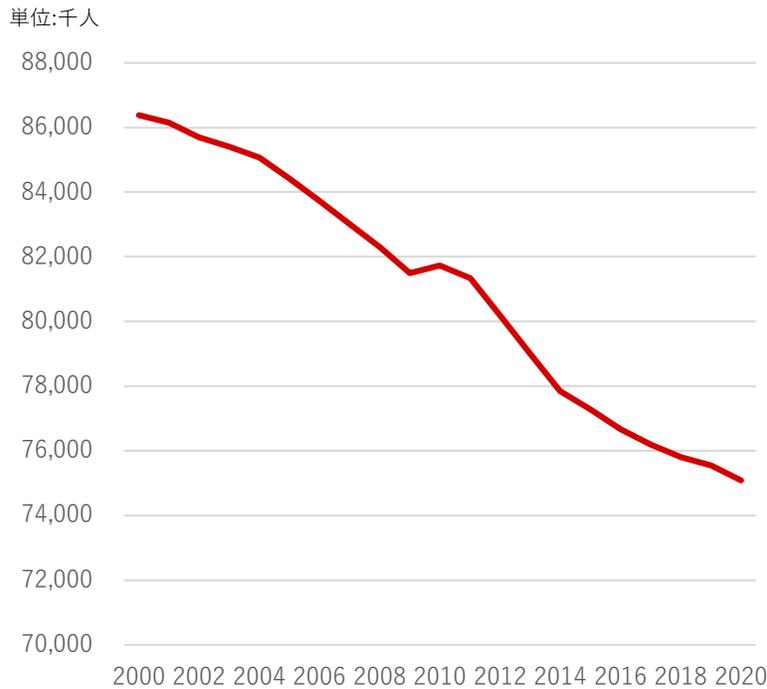
注2) 成長率予測は、参照資料よりポジティブ・ケースを引用している。

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

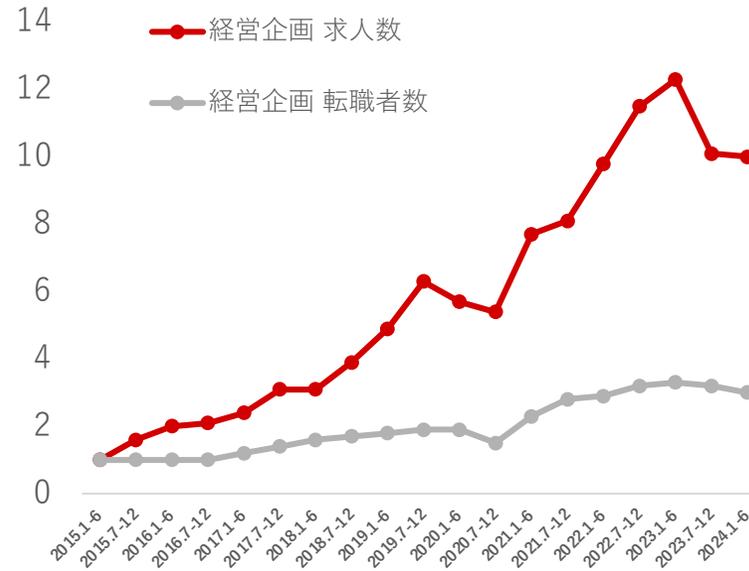
生産年齢人口が減少し
日本全体として労働力が不足している

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

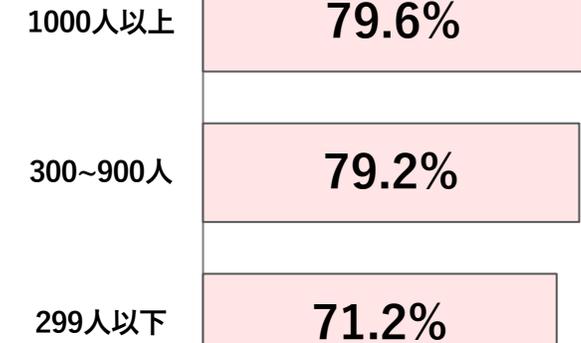
経営企画求人の求人数と転職者数推移*2



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)



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

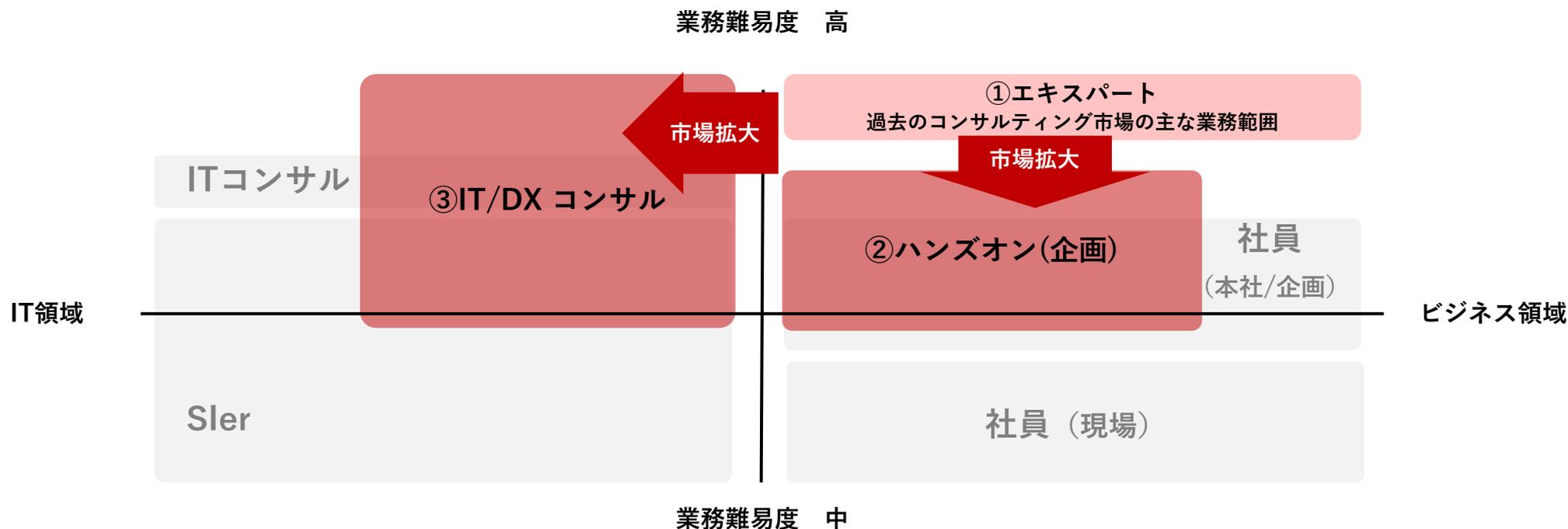
難易度の高い業務を業界、テーマに関して豊富な経験を持つ専門家であるコンサルタントが診断・助言・指導を行う。

② ハンズオン

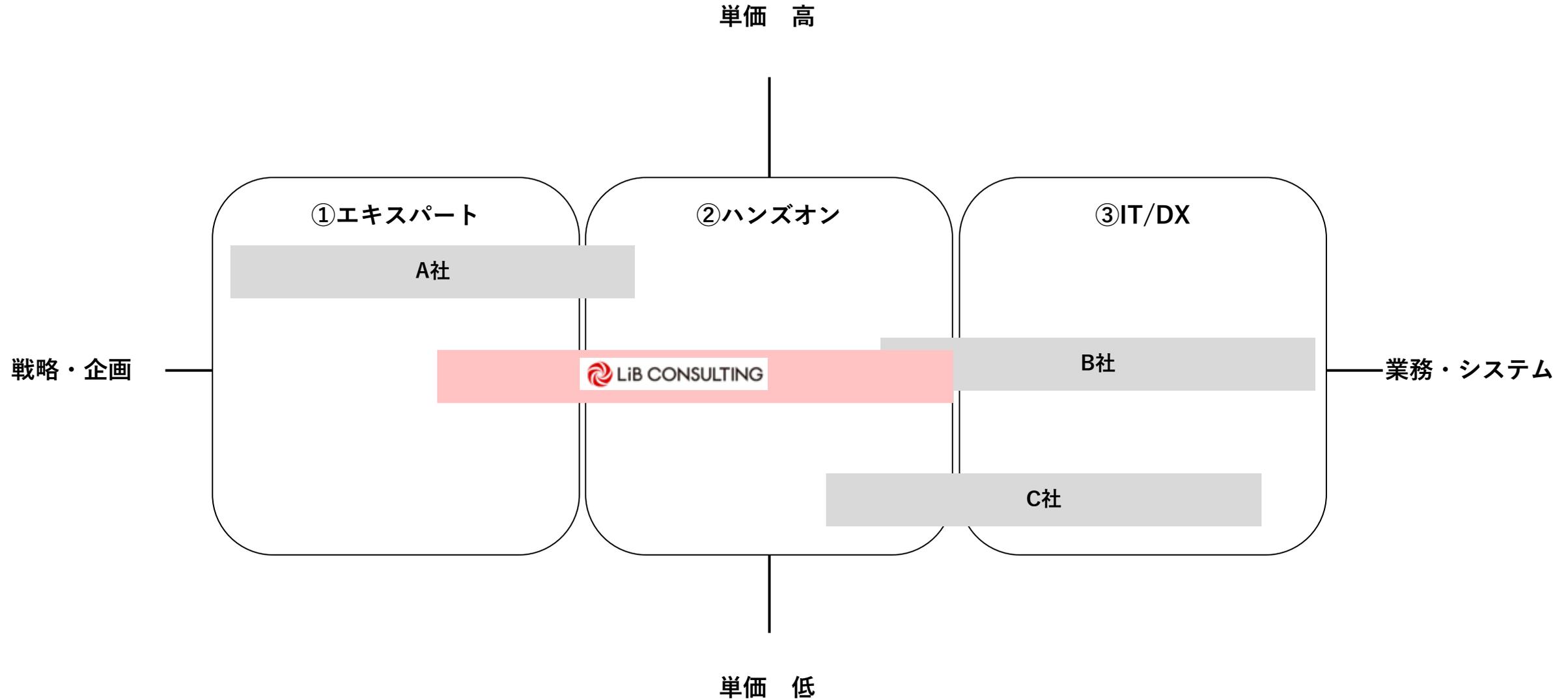
難易度の中レベル以上の業務を対象企業の社員に代わり高品質と高スピードで実行する。

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

外部環境

成熟産業の停滞

地方産業の衰退



様々なリーダーが
イノベーターとして変革を求められる



社会変革を目指す
ベンチャー経営者



地域変革を目指す
SMB の経営者



企業変革を目指す
大企業の事業開発担当者



企画人材の
不足



これまでのエキスパートニーズに加え
ハンズオン
(現場主義 / 成果主義)
ニーズの拡大

「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



競争力の源泉

集合知基盤

Collective Knowledge base

豊富なコンサルティング事例

- ✓ 現場主義スタイルで深く理解する
- ✓ 豊富な顧客支援で多く蓄積する
- ✓ 様々な規模/地域の企業を幅広く支援する

テクノロジー (AI) による最大活用



集合知の
展開

集合知の
獲得

人的資本

Human Capital

採用



熱意ある優秀人材の獲得

育成 / 活躍



変革型リーダーとの伴走による成長

評価



「コンサルスキル」だけでなく事業づくりのスキルも評価

組織文化



社会への成果創出によるやりがい醸成

外部環境

成熟産業の停滞

地方産業の衰退

様々なリーダーが
イノベーターとして変革を求められる



社会変革を目指す
ベンチャー経営者



地域変革を目指す
SMBの経営者



企業変革を目指す
大企業の事業開発担当者

企画人材の
不足

これまでのエキスパートニーズに加え
ハンズオン
(現場主義 / 成果主義)
ニーズの拡大

「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



競争力の源泉

集合知基盤

Collective Knowledge base

豊富なコンサルティング事例

- ✓ 現場主義スタイルで深く理解する
- ✓ 豊富な顧客支援で多く蓄積する
- ✓ 様々な規模/地域の企業を幅広く支援する

テクノロジー (AI) による最大活用



集合知の
展開

集合知の
獲得

人的資本

Human Capital

採用

熱意ある優秀人材の獲得

育成 / 活躍

変革型リーダーとの伴走による成長

評価

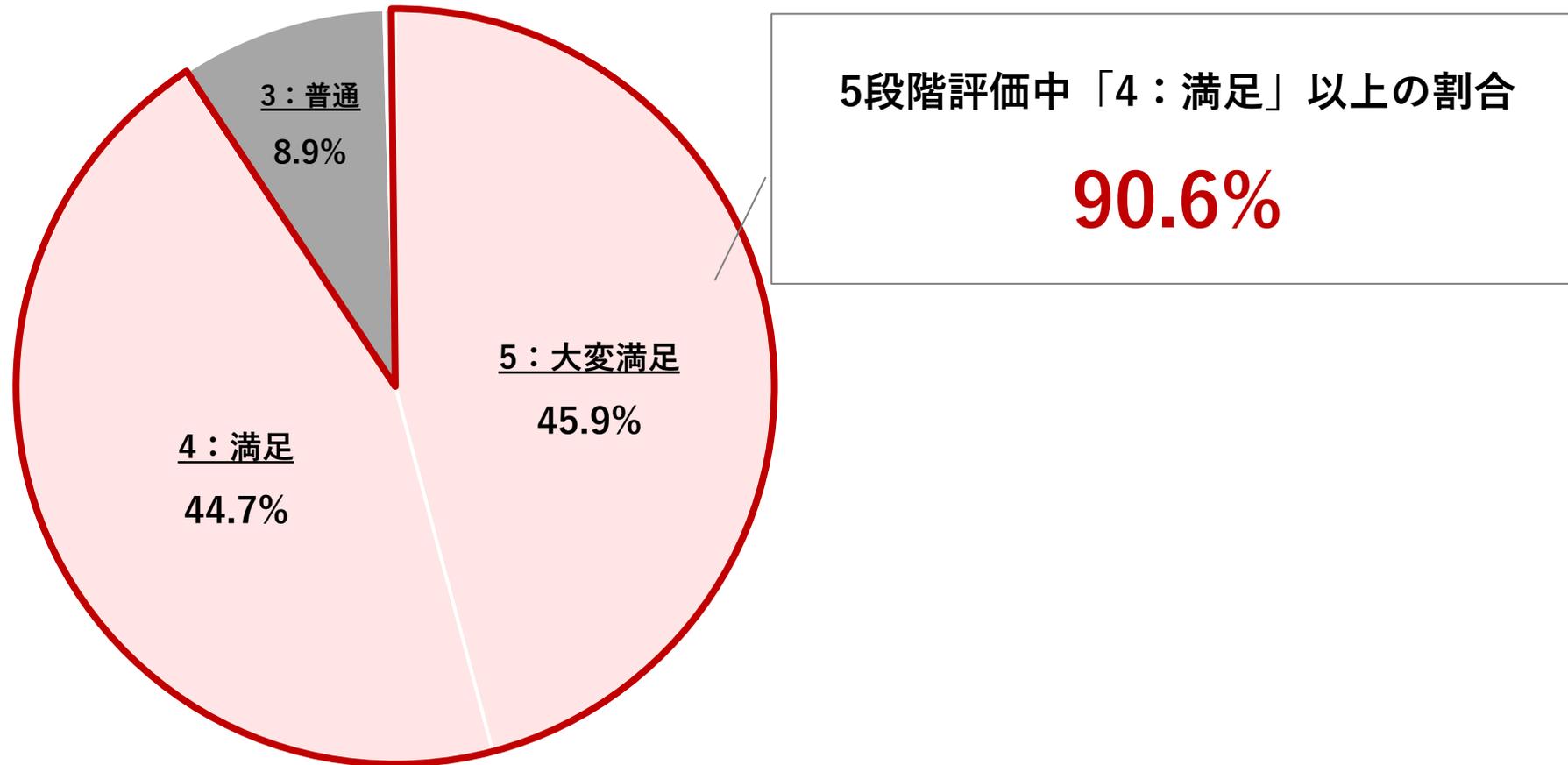
「コンサルスキル」だけでなく事業づくりのスキルも評価

組織文化

社会への成果創出によるやりがい醸成

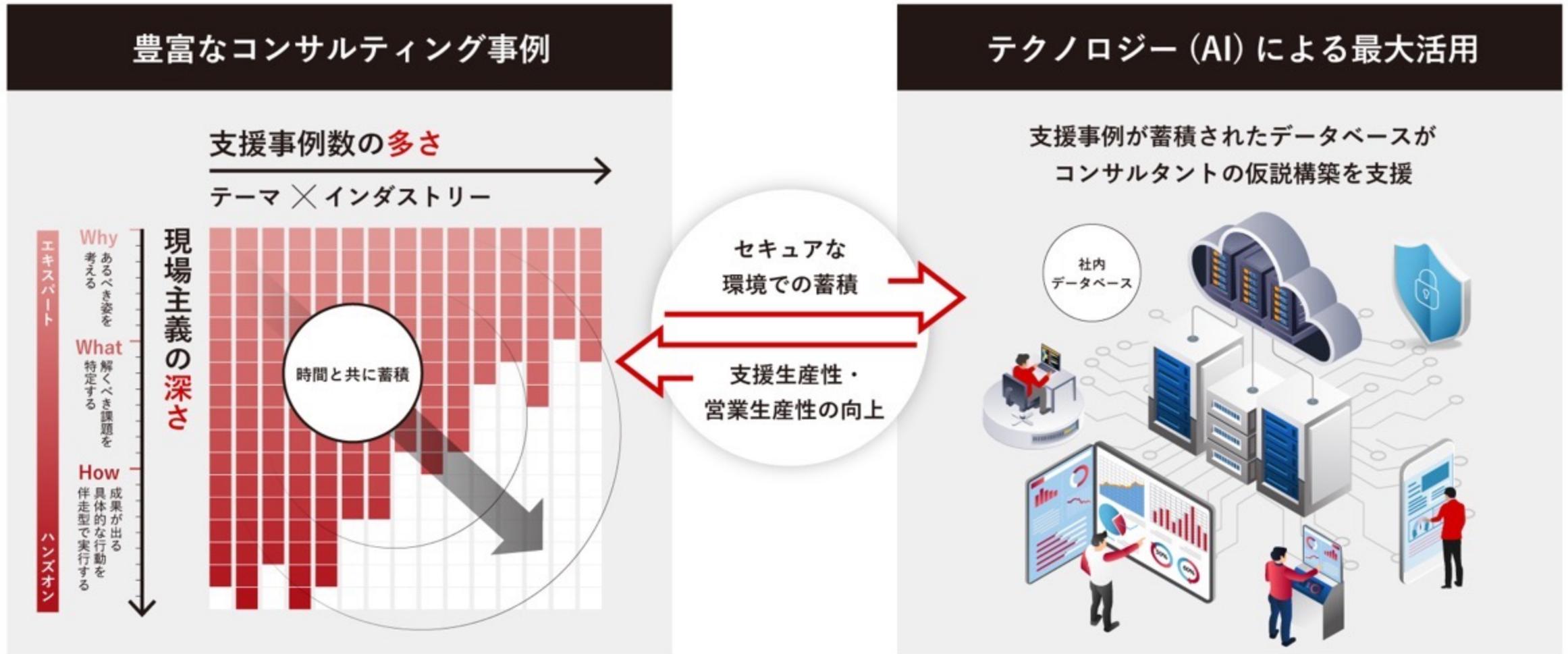
過去の支援において、高い顧客満足度を実現している

当社ご支援に対する顧客満足度 (2022年~2025年)



注) 顧客アンケートより、2022年~2025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



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

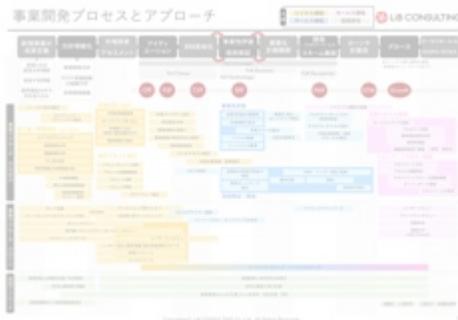
■支援内容

- ・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

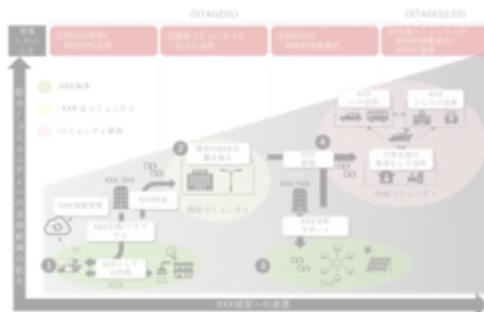


市場スクリーニング

1. 市場選定	自社技術を活かす市場を選定し、競合状況を調査する。
2. 市場調査	市場の規模、成長性、競合状況を調査する。
3. 市場評価	市場の魅力を評価し、優先順位を付ける。
4. 市場選定	最終的にターゲット市場を選定する。

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

1. オプション選定	自社技術を活かす具体的な新規事業モデルを選定する。
2. オプション評価	選定されたオプションの魅力を評価し、優先順位を付ける。
3. オプション選定	最終的にターゲットオプションを選定する。

PoCパートナー面談分析

面談相手	面談日時	面談内容	面談結果			
			自社技術の活用	市場の成長性	競合状況	パートナーの意向
面談相手A	面談日時A	面談内容A	○	○	○	○
面談相手B	面談日時B	面談内容B	○	○	○	○
面談相手C	面談日時C	面談内容C	○	○	○	○

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

カーディーラー業界×生成AIユースケース事例（一部） LiB CONSULTING

業務領域	3D/2D分析	3C分析	新規事業・企画アイデア生成	戦略実行も
マーケティング	多言語メール・SMS作成	電話トーク作成	新車種トークスクリプト作成	営業データ分析
顧客対応	点検・車検管理	AI車検アドバイザー	整備レレッジAI検定化	入庫・車検データ分析
広報	HP	SEOブログ	広告	Instagram
経理	請求書	資料作成	経費管理	検印

顧客コミュニケーションの型化

営業メール・SMS

営業マンに着手が多く、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。

プロンプト

AIが生成したメール・SMSの例

【効果】

- ・ 営業・接客業務の効率化
- ・ 顧客対応の標準化・品質向上
- ・ 営業マンの負担軽減

業務別の期待効果

営業メール・SMS

営業マンに着手が多く、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. 営業メール（標準返信）	1営業マン/100件	1/20件	約1-1.5時間
2. SMS・SNSDMメール作成	1営業マン/100件	1/10件	約1-1.5時間
3. 営業メール・SMS作成	1営業マン/100件	1/10件	約1-1.5時間

仮に1営業スタッフが月20件対応すると...

- ・ 標準返信文 × 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。

拠点別売上データの整理

営業データ分析・資料生成

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。

店舗	営業マン	売上	台数	平均単価	顧客数	来店回数	来店率	来店回数	来店率	来店回数	来店率
店舗A	営業マンA	1000	10	100	100	10	100%	10	100%	10	100%
店舗A	営業マンB	800	8	100	80	8	80%	8	80%	8	80%
店舗B	営業マンC	1200	12	100	120	12	100%	12	100%	12	100%

売上×顧客データ分析の型化

営業データ分析・資料生成

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。

プロンプト

AIが生成した分析レポートの例

【効果】

- ・ 売上・顧客データの可視化
- ・ 営業戦略の立案支援
- ・ 営業マンの業務効率化

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

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が生成した改善プランの例

【効果】

- ・ 営業戦略の立案支援
- ・ 営業マンの業務効率化
- ・ 営業マンの業務効率化

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

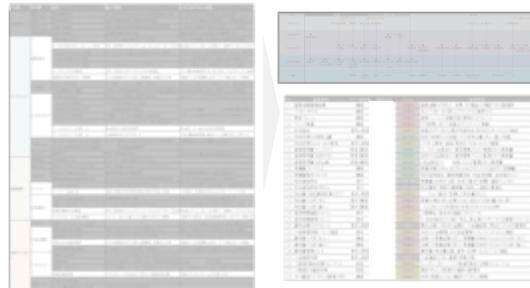
■支援内容

- 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



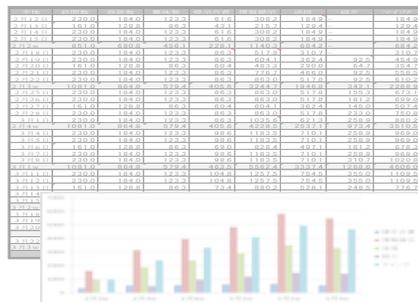
セールスオペレーション一覧



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

- 毎朝必ず営業代行30名全員を集めて朝礼を実施し、その場で日単位のMVPやチームの達成状況について触れることで承認欲求に働きかける。
- また、リーダーがレビューアとなることで活動を自分事だけに止まず相談の関係を構築させた。



累計実施プロジェクト数 **10,000**件

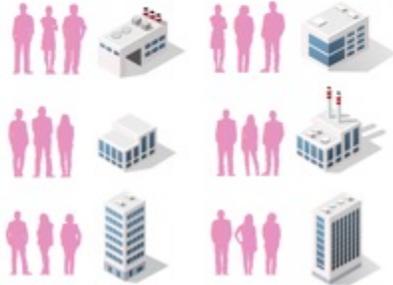
ベンチャー・SMB・大企業の全ての顧客に

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

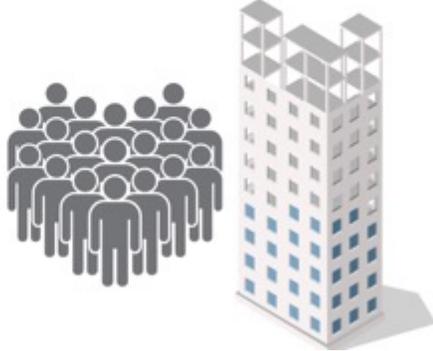
▼PJ 構成
少数精鋭



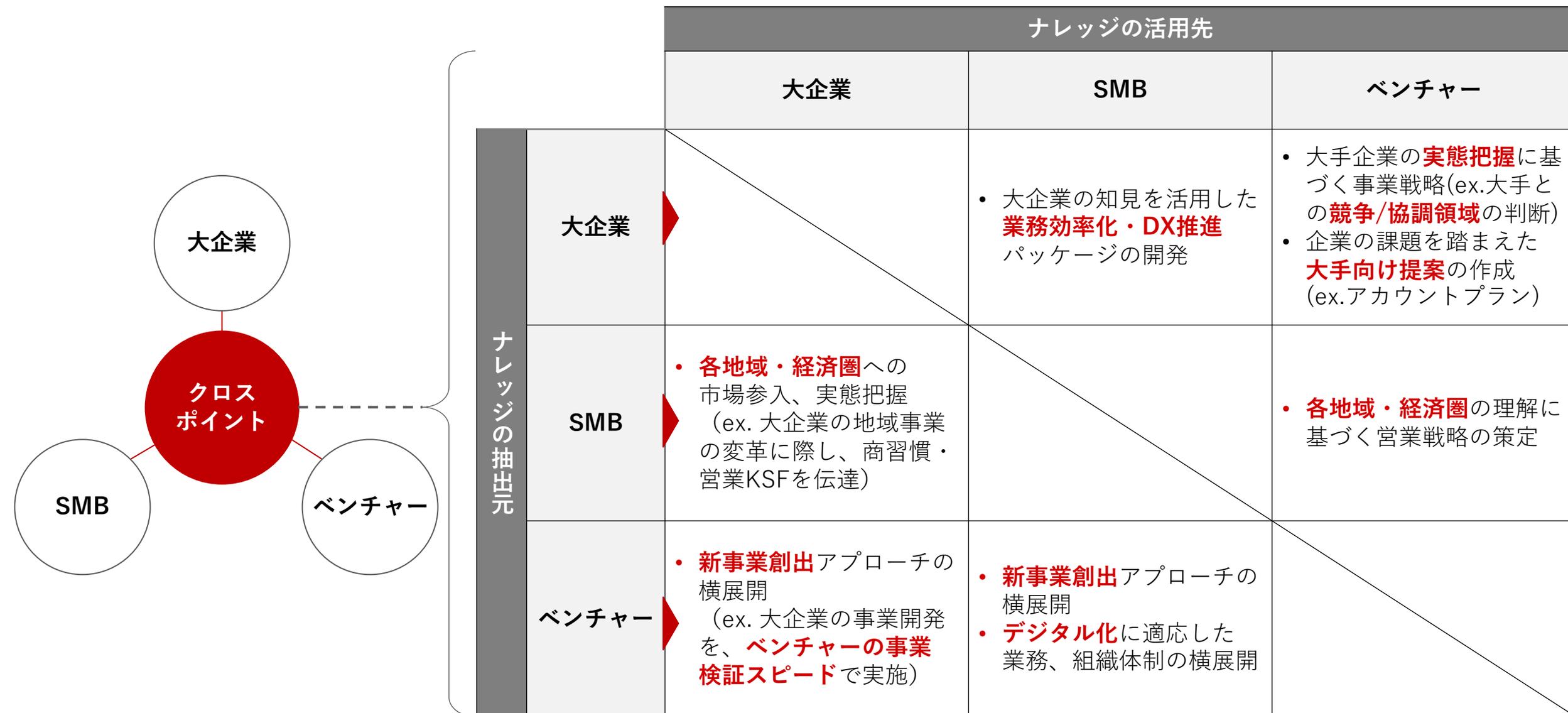
多くのコンサルティングファーム

▼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）



外部環境

成熟産業の停滞

地方産業の衰退

様々なリーダーが
イノベーターとして変革を求められる

社会変革を目指す
ベンチャー経営者

地域変革を目指す
SMBの経営者

企業変革を目指す
大企業の事業開発担当者

企画人材の
不足

これまでのエキスパートニーズに加え
ハンズオン
(現場主義 / 成果主義)
ニーズの拡大

「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



競争力の源泉

集合知基盤

Collective Knowledge base

豊富なコンサルティング事例

- 現場主義スタイルで深く理解する
- 豊富な顧客支援で多く蓄積する
- 様々な規模/地域の企業を幅広く支援する

テクノロジー (AI) による最大活用



集合知の
展開

集合知の
獲得

人的資本

Human Capital

採用

熱意ある優秀人材の獲得

育成 / 活躍

変革型リーダーとの伴走による成長

評価

「コンサルスキル」だけでなく事業づくりのスキルも評価

組織文化

社会への成果創出によるやりがい醸成

「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1&2)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 2028年卒 就活人気企業ランキングにて 総合4位 (2026年2月)

順位	企業名
1	ペイカレント
2	アクセンチュア
3	デロイトトーマツベンチャーサポート
4	リブ・コンサルティング
5	三井住友銀行
6	PwCコンサルティング/Strategy&
7	三菱商事
8	マッキンゼー・アンド・カンパニー
9	野村総合研究所 (NRI)
10	伊藤忠商事
11	アビームコンサルティング
12	デロイトトーマツ/コンサルティング
13	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

業界最大級のYouTubeチャンネルを有し（合計登録者数22,000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



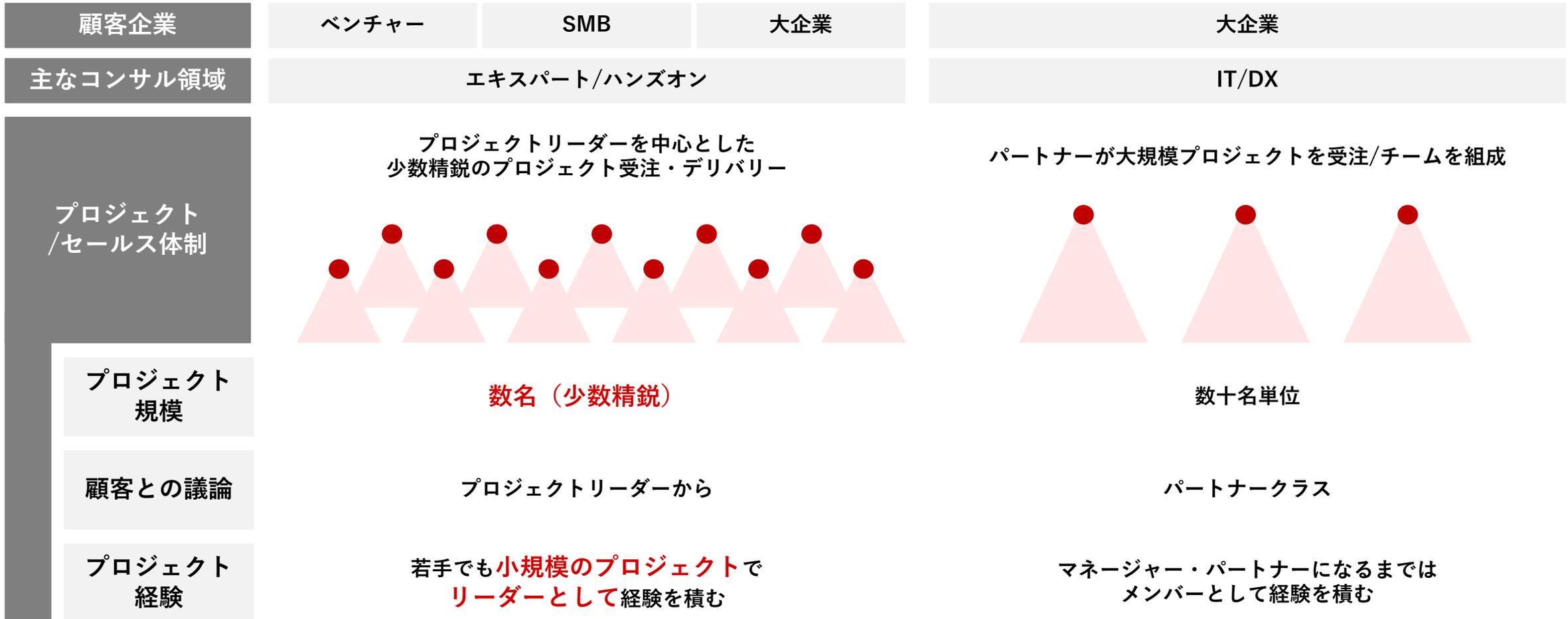
注)2026年3月13日時点

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

リブ・コンサルティング

従来型ファーム



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	リテラシー ビジネス	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				
	コンサルティング	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50%
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20%

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

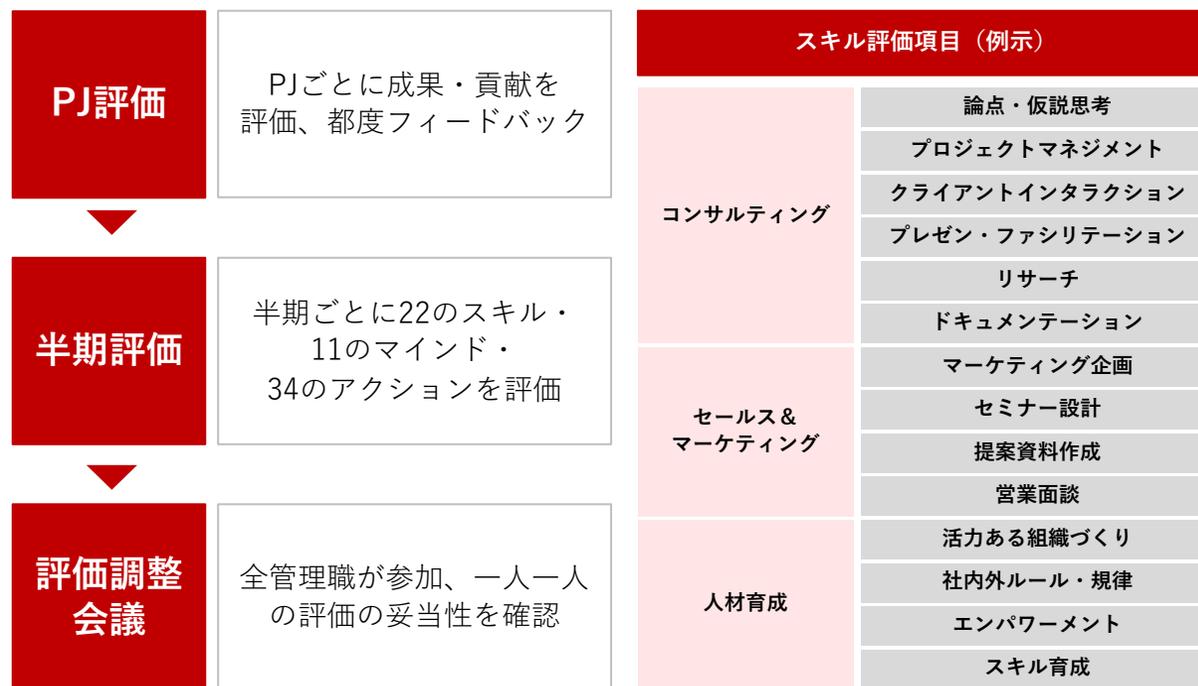
高い報酬水準

能力を適切に評価する人事制度

平均年収 約1,040万円

マネージャー平均年収 約1,340万円 + SO

平均昇給率 13.5%



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



04

成長戦略

Performance indicators

マーケティング セールス強化

- ✓ 新規上場による認知度向上の顧客や人材獲得へのポジティブインパクト
- ✓ IR・PR織り交ぜた、積極的な情報発信による顧客認知度向上
- ✓ 「B to B グロースプレイブック PMFから売上100億までに企業が超えるべき5つの試練」の書籍発刊

IT/DX強化

- ✓ 生成AI導入を絡めたITニーズ拡大とその取り込み
- ✓ 業務AIエージェント構築や生成AI活用トレーニングなど、コンサルタントの新しい働き方モデルの推進
- ✓ コンサルタントの生成AI利用率100%達成*。AI推進チームやAIエバンジェリストの設置

M&A/外部連携

- ✓ M&Aの目的、M&Aにおける当社の強み、株主価値向上を目的としたM&Aの明示と財務規律の開示
- ✓ M&Aの実績開示のアップデート
 - ✓ 株式会社Goofy：グループイン後1年で売上92%増、営業利益338%増
 - ✓ 株式会社Flow：グループイン後5か月で売上2%増、営業利益39%増

注：生成AI利用率は、1週間に生成AIを利用している人員の割合

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

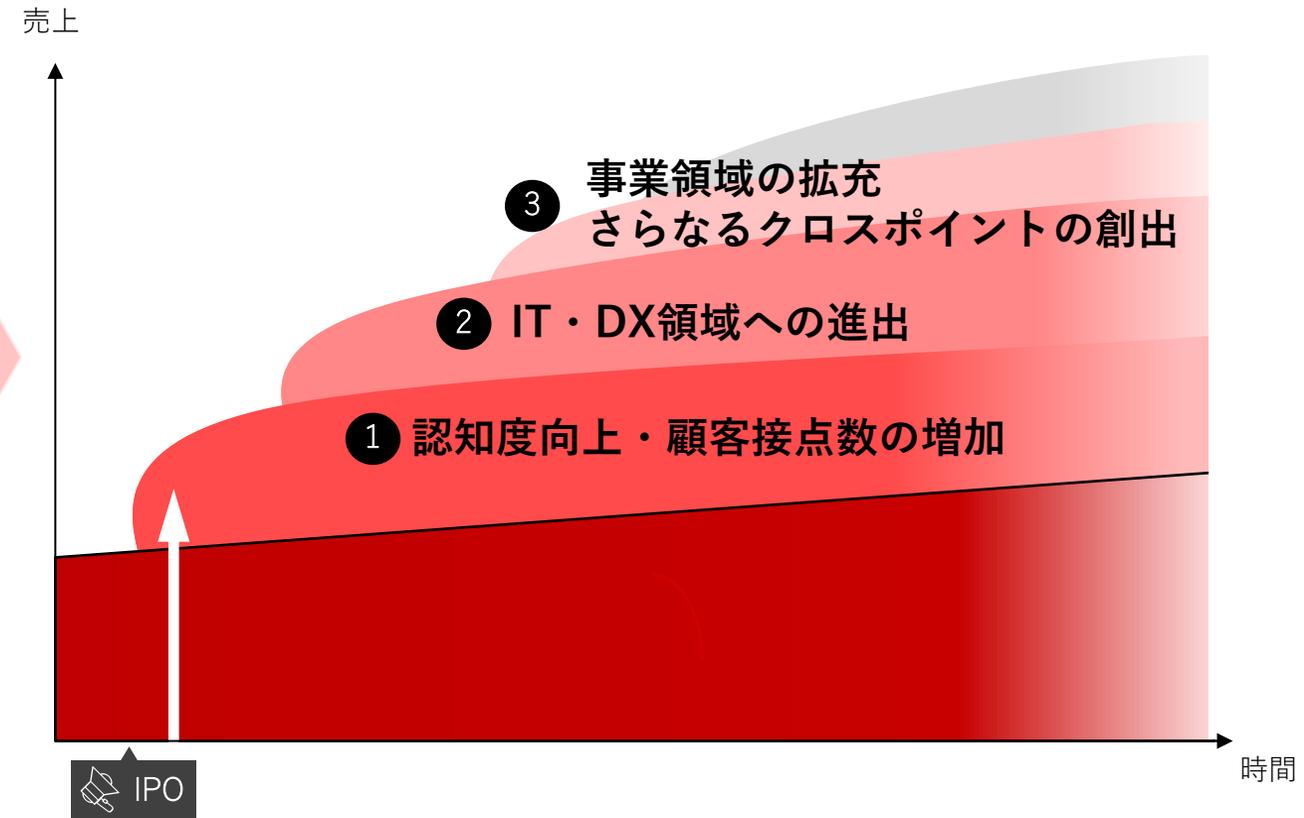
②IT・DX強化

- 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

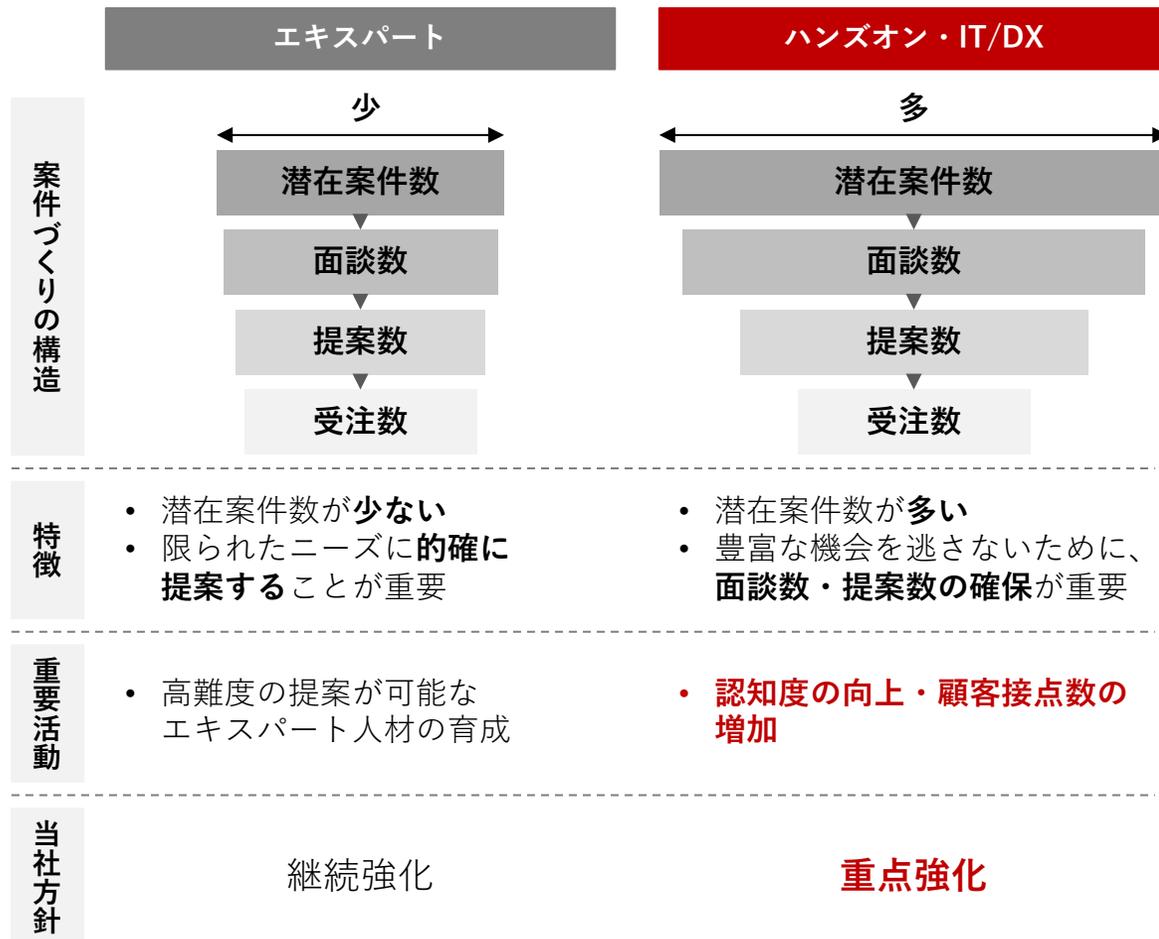
②IT/DX強化

③M&A/外部連携

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



情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 業界別のホワイトペーパーを定期配信
イベント	<ul style="list-style-type: none"> 事業開発リーダー向けイベントで、参加者数1000人を達成
デモンストレーション	<ul style="list-style-type: none"> 自社開発の経営シミュレーションゲームの参加企業数は250社を突破

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

外部連携

M&A

例：生成AIを活用した事業開発/
事業戦略立案支援



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



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」

過去のM&Aはグループイン直後から、劇的な業績改善を実現
 ビジネスデューデリジェンスやPMIノウハウを内製化しているため、バリューアップの再現性は高い

株式会社Goofy



企業名	株式会社グーフィー
業種	DX・SFAコンサルティング
グループイン年月	2024年

グループイン前後比較*1

送客連携、採用強化、管理体制の提供により
早期の増収増益を実現

売上高

91.8 %増

営業利益

338.4 %増

株式会社Flow Group



企業名	株式会社Flow Group
業種	フリーコンサルタント プラットフォーム
グループイン年月	2025年

グループイン前後比較*2

良質な管理体制の提供によるコスト削減を実施し
早期の増益を実現

売上高

1.7 %増

営業利益

38.9 %増

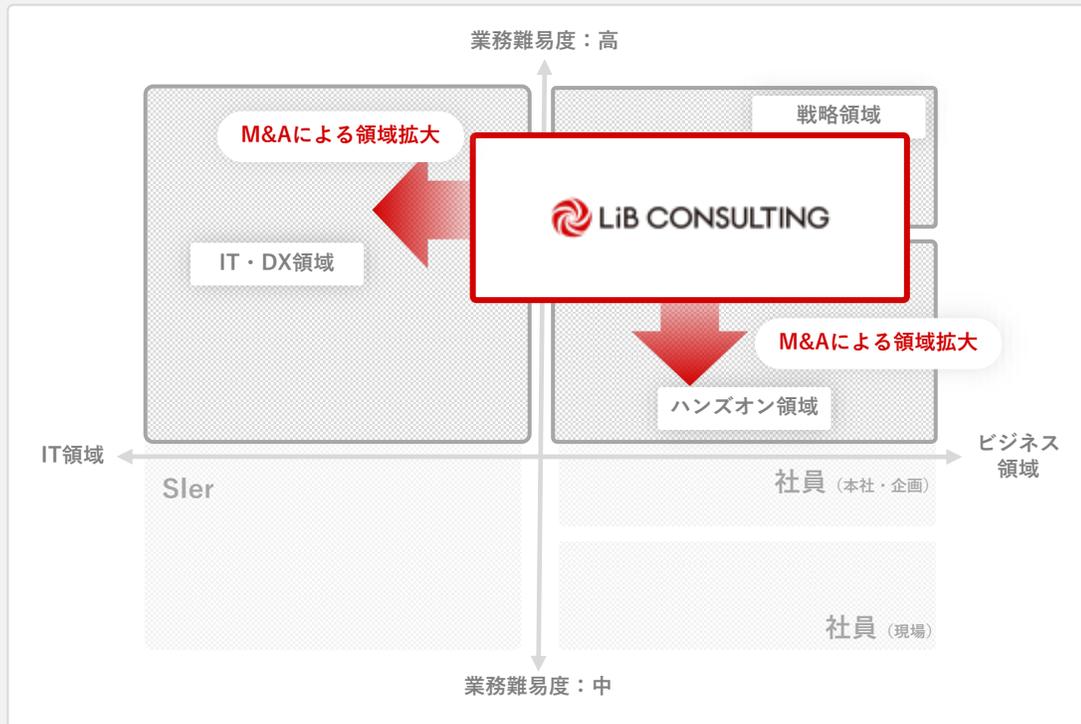
注1：FY23とFY24の年間の累積を比較

注2：FY24とFY25の8月～12月の5か月の累積を比較

IT・DX、ハンズオン領域における提供価値の拡大を目的とし、M&Aや外部連携を推進

目的とターゲット領域

市場が拡大するIT・DX、ハンズオン領域への「支援領域の拡大」をM&Aや外部連携によって加速する



シナジーの源泉

当社のリソースによりグループイン企業の売上増加、コスト削減を加速し、バリューアップを実現する

1 顧客基盤の有効活用

当社の大企業、中堅企業、ベンチャーの幅広い顧客基盤をグループイン企業に提供し、売上を拡大

2 採用力の強化

採用ブランド・ノウハウの提供により人材採用を加速

3 良質な管理体制の提供

上場水準の管理機能を提供し、管理コストを削減

M&Aの全工程において「自社コンサルタントの知見」を活用し、精度とスピードを最大化できる点が当社の強み



毀損リスクを最小化し、健全な財務体質を維持するための「4つの投資規律」を設定し、短期的な規模拡大のみを目的としたM&Aは実施しない

01 のれんコントロール < 1.0倍

純資産に対するのれん残高の比率を一定水準(1.0倍以内)に抑制し、財務の健全性を担保する

FY25実績 0.14倍 (買収余力: 約29億円)

02 EPS (1株当たり利益) Accretive

買収コストを勘案しても、統合後2年以内にEPSへのプラス寄与を実現し、既存株主の利益希薄化を防ぐ

EPS

FY24

53.4円

>>>

FY25

99.6円

03 投資効率 (ROIC) > WACC

買収後3年以内に、投下資本利益率(ROIC)が当社の資本コスト(WACC: 10%想定)を超過することを投資条件とする

04 Debt活用時の規律 健全性の維持

Net Debt / EBITDA < 3.0倍
 Net Debt / Equity < 1.0倍
 自己資本比率 > 30%

FY25実績

現預金

23億円

借入

無し

自己資本比率

76.0%

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	2025年
売上高 (百万円)*1	3,360	3,957	4,976	6,109
EBITDA (百万円)*1	256	-1	538	944
期末時点コンサルタント数(人)*2	158	169	162	188
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	26.2

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

従来、一時的な特殊要因（本店移転費用等）を除外した「調整後EBITDA」を指標としてまいりましたが、当該費用の計上が完了し、今後は経常的な収益力の推移を評価することが 適当と判断したため、通常の「EBITDA（営業利益+減価償却費+のれん償却費）」に一本化したしました。

また、同様の理由によりEBITDAの計算方法を以下の通り変更しております。

■変更後 EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費

■変更前 EBITDA=営業利益+減価償却費（本店移転関連除却損を除く）+のれん償却費

◇参考 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) 期末時点人員数は期末時点のコンサルタント数を集計、コンサルタントは単体に所属する顧客へのコンサルティング業務に従事する人員

従来、収益実績との相関を重視し「期中平均コンサルタント数」を主指標としておりましたが、採用活動の強化に伴うリソース拡充状況をよりタイムリーに示し、翌連結会計年度以降の成長ポテンシャルを予測する先行指標としての有効性を高めるため、「期末時点人員数」へと変更いたしました。なお、一人当たり売上高の算定においては、期間中の稼働実態を正確に反映するため、引き続き期中平均人員数を用いて算出しております。

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

売上高は前年比22.8%増、営業利益は105.5%増の成長を実現し、通期予想を上回る
 営業利益率は一般管理費が抑えられたことにより、8.2%から13.7%へ大きく改善

(単位：億円)

	実績			通期予想
	FY24	FY25	増減率	FY25
売上高	49.7億円	61.0億円	+ 22.8%	60.2億円
売上総利益	24.2億円	30.0億円	+ 23.7%	29.3億円
売上総利益率	48.7%	49.1%	+ 0.3pt	48.6%
一般管理費	20.1億円	21.6億円	+ 7.1%	21.7億円
一般管理費率	40.5%	35.3%	-5.1pt	36.0%
営業利益	4.0億円	8.3億円	+ 105.5%	7.5億円
営業利益率	8.2%	13.7%	+ 5.5pt	12.5%
経常利益	4.9億円	8.3億円	+ 68.2%	7.6億円
経常利益率	9.9%	13.5%	+ 3.6pt	12.7%
当期利益	2.7億円	5.1億円	+ 87.6%	4.4億円
当期利益率	5.4%	8.3%	+ 2.8pt	7.3%
EBITDA	5.3億円	9.4億円	+ 75.4%	8.5億円
EBITDA率	10.8%	15.4%	+ 4.6pt	14.2%

主要財務指標の主な変動要因

■売上高

- 単体、グループ共に拡大するコンサルティングニーズを取り込み増加

■売上総利益

- 一人当たり売上高の増加が寄与し、売上総利益率が増加

■一般管理費

- 単体での一般管理費が前年並みの水準に維持をしたために、一般管理費率が減少

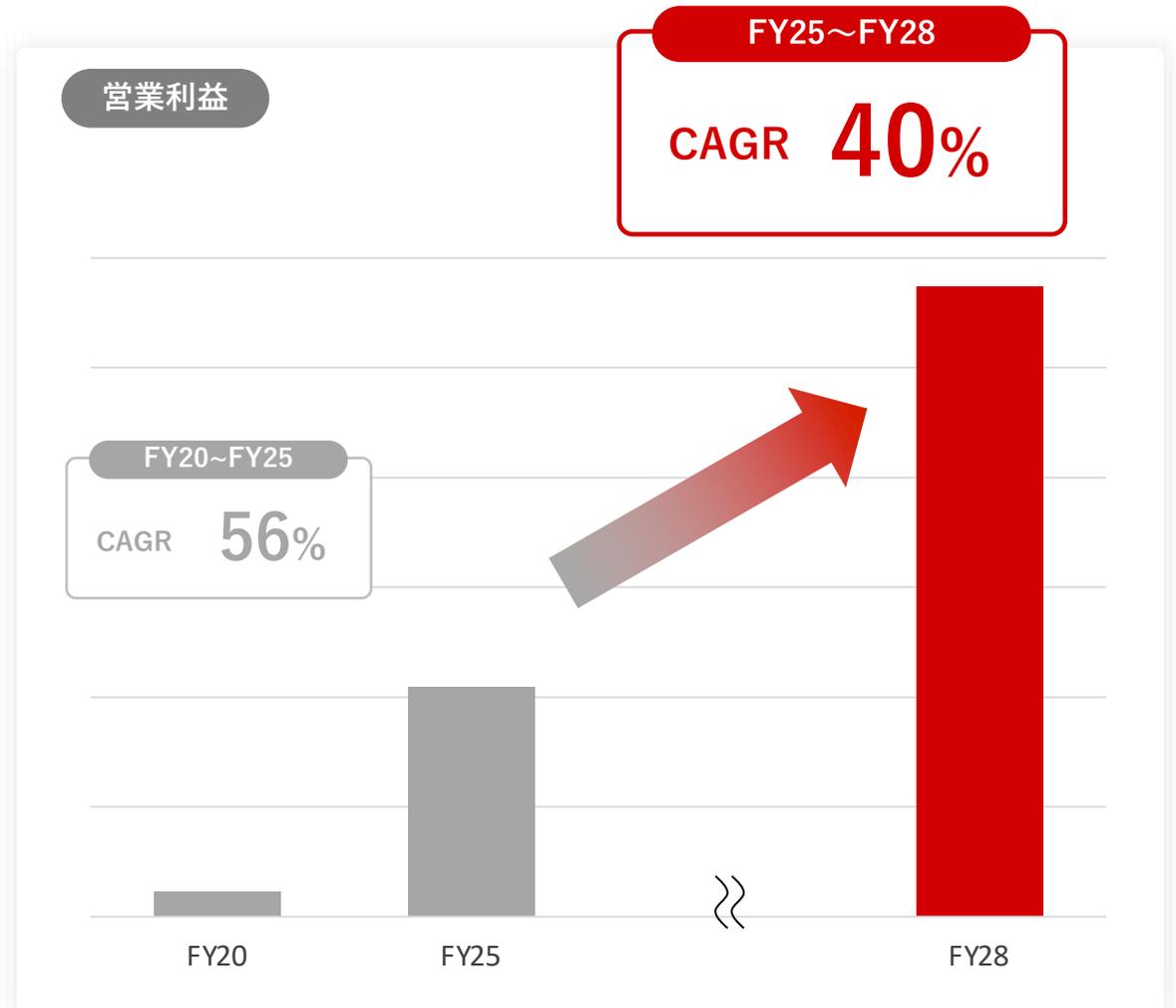
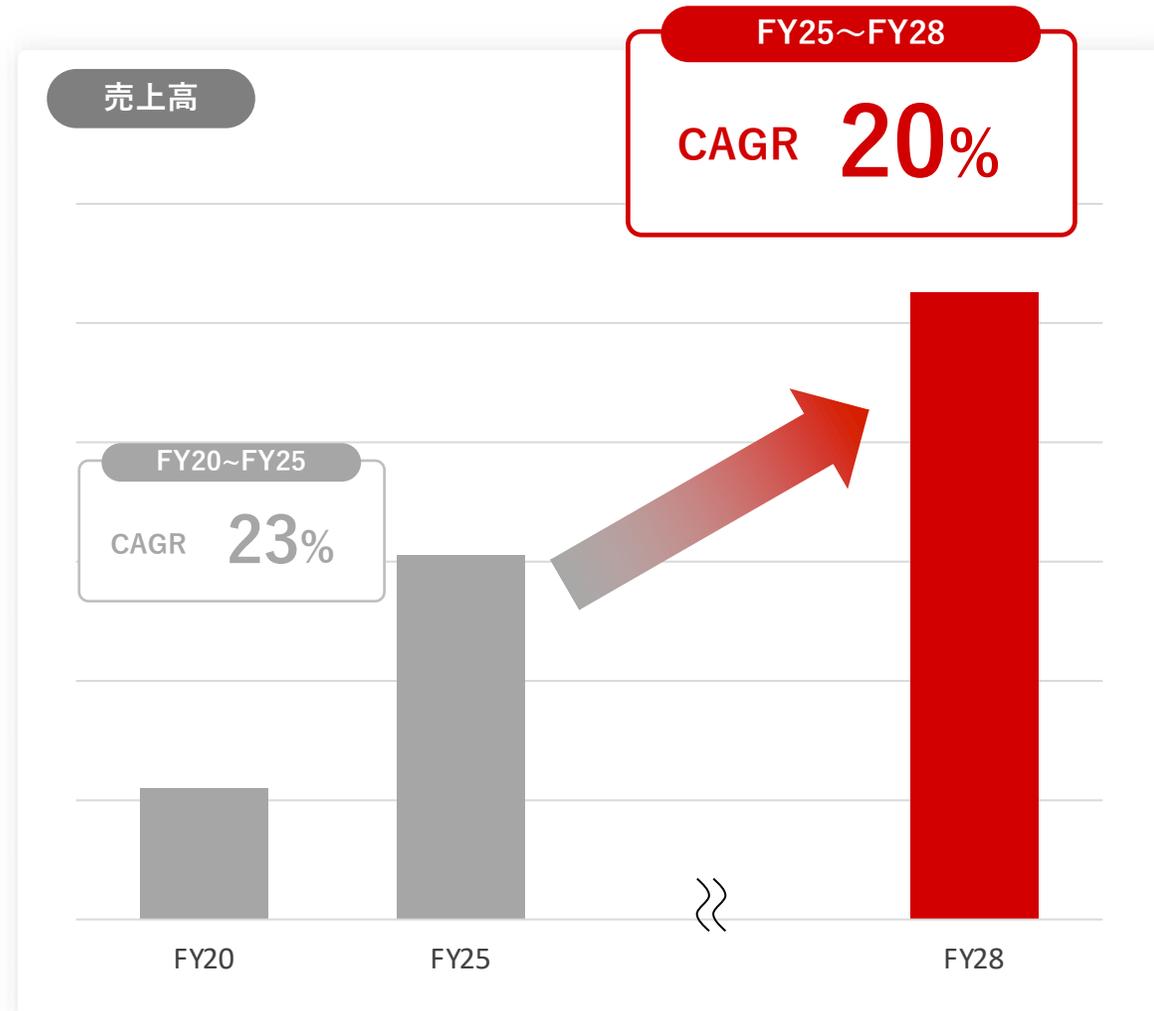
■営業利益

- 単体の売上高の増加、売上総利益率の増加、一般管理費率の減少により営業利益額、営業利益率ともに増加

■当期利益

- 留保金課税の適用に伴う、法人税の増加が影響

今後3か年のCAGRは売上高20%、営業利益40%の成長を目指す



06

リスク情報

Risk Factors

有価証券報告書に記載している「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などの技術の進化により、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、コンサルティング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の育成に努め、引続き増員を図る方針であります。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。

注)その他のリスクは、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

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	<p>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年間50件近く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。</p> <p>さらに、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。</p>
M&Aに関するリスク	中	中	<p>経営コンサルティングの業界では企業規模の拡大が進んでおります。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、高値掴みをしないための適切な買収価格の設定、事業、業務などのハード領域面でのシナジー把握だけでなく、文化、風土、コミュニケーションなどのソフト領域での相性も重要と考えております。多くの買収が企業風土の不一致により失敗することから、買収前のデューデリジェンスにおいては事業戦略や買収価値のみでなく、このソフト面での相性を十分に納得できるように実施しております。さらにPMIにおいても事業面のシナジーや管理体制面の整備だけでなく、ソフト領域の融合にも配慮して進めております。これによりM&A後の人材流出リスクの最小化を図っております。このように適正な買収価格、企業風土の相性、的確なデューデリジェンス、適切なPMIを心がけておりますが、M&Aが想定通りにいかなかった場合は当社の経営成績や財政状態に影響を及ぼす可能性があります。(注) 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。</p>
新規事業に関するリスク	中	小	<p>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。</p>
のれんの減損リスク	小	小	<p>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。また、2025年6月2日に株式会社Flow Groupの買収を行った際にのれんを152,537千円計上しております。のれんの償却期間はともに8年です。当連結会計年度末時点で、株式会社Goofyに対するのれんは321,894千円、株式会社Flow Groupに対するのれんは141,414千円です。株式会社Goofyおよび株式会社Flow Group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。</p>

注)その他のリスクは、有価証券報告書の「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、2027年2月頃を予定しております。

