

# 2021年12月期第2四半期 決算説明会資料

株式会社リブセンス（東証一部：6054）

2021年8月13日

# Agenda

1

決算概要

2

当期進捗

3

下期方針

4

補足資料

# 1. 決算概要

# 四半期エグゼクティブサマリー

COVID-19の影響が継続する一方、売上はYoY6.7%増。  
顧客開拓・集客費用の増加により、営業利益はYoY29百万円減

- 売上高 1,070百万円 ( YoY +67百万円 +6.7% )
- 営業利益 ▲306百万円 ( YoY ▲29百万円 -% )

既存事業：マッハバイトをはじめ複数事業で売上が回復基調  
新規事業：提案型マッチングサービス「knew」プレリリース版を公開

- マッハバイトは採用ニーズの高い業種の顧客開拓が進み、前年同期比、前四半期比ともに増収
- 既存事業は複数事業がQoQ増収。当期の方針である「黒字体質への再転換」には一層の収益力強化が必要
- 新規事業は当期の立ち上げに向け開発が進捗

下期は「既存事業の収益力強化」「複数の新規事業立ち上げ」に向けた取り組みを継続。新たな収益機会も模索

- 引き続き、黒字体質への再転換を目指す。既存商品に加え、新たな収益機会を積極的に模索・創造していく
- 新規事業の開発方針は変更なし。年内立ち上げに向け着実に進捗

# 四半期業績概要

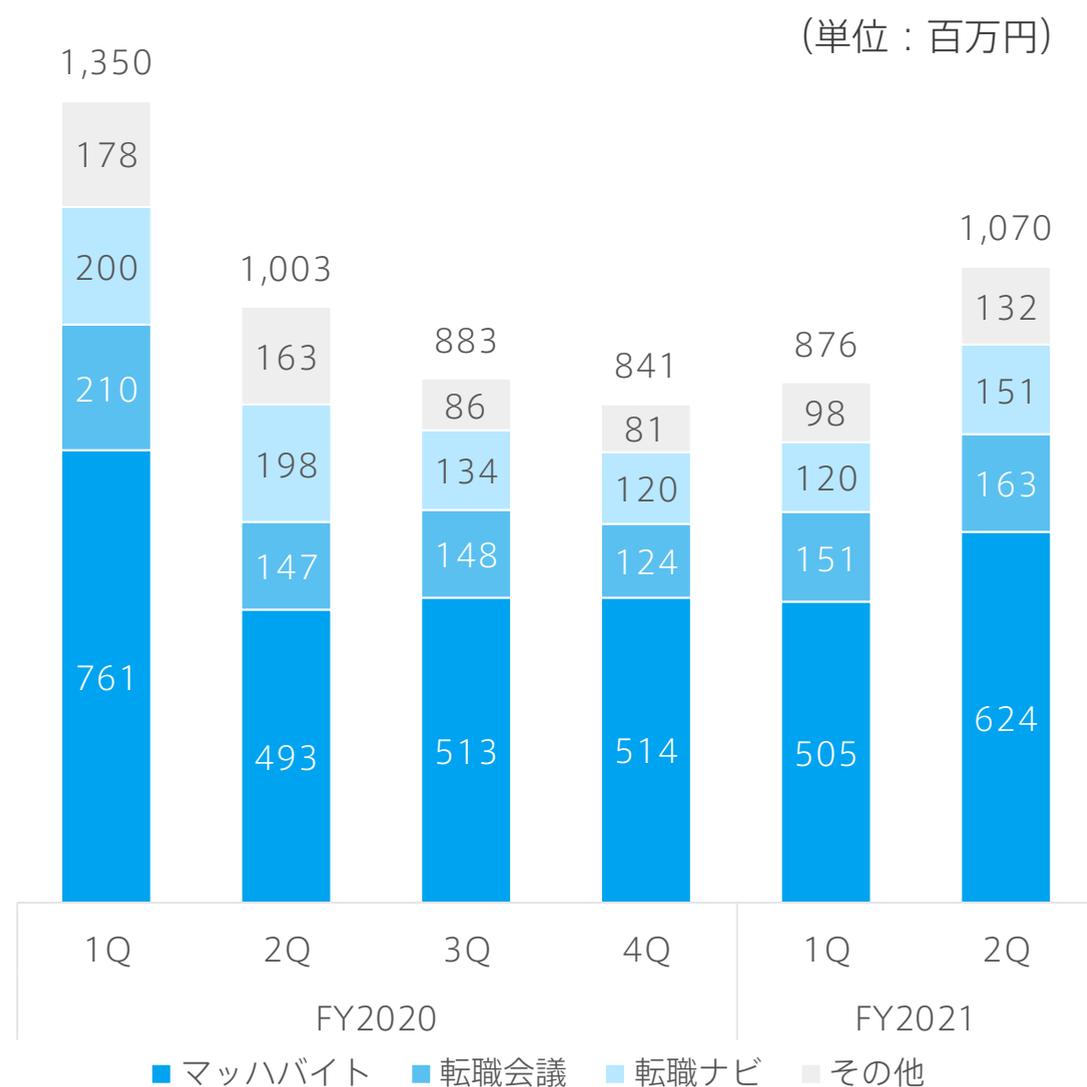
(単位：百万円)

	FY2020 2Q	FY2021 2Q	YoY
売上高	1,003	1,070	+6.7%
営業利益	▲ 276	▲ 306	—
営業利益率(%)	—	—	—
経常利益	▲ 274	▲ 258	—
親会社株主に帰属する 四半期純利益	▲ 274	▲ 258	—

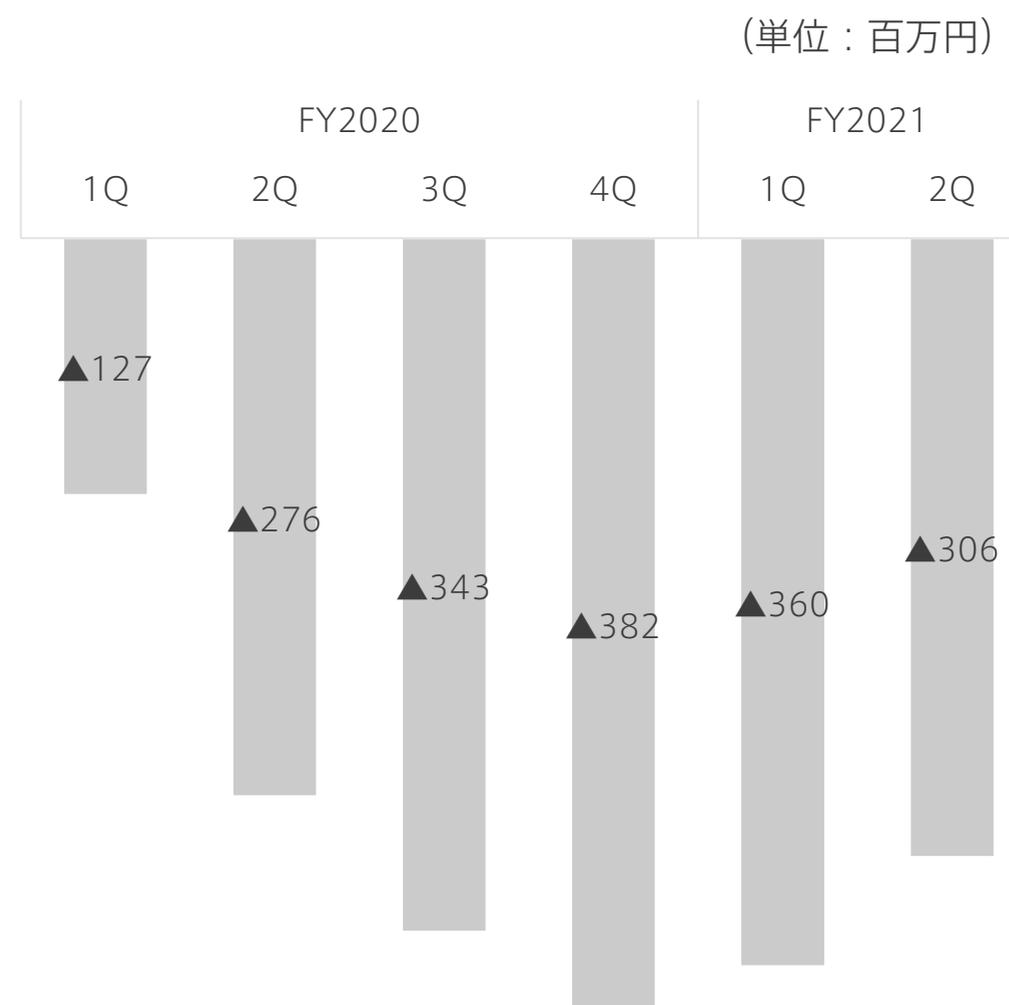
# 四半期売上高・営業利益の推移

事業ポートフォリオの最適化に伴う就活会議の譲渡、転職ナビの減収影響があるものの、マッハバイト、転職会議等が伸長し、YoY6.7%増収

## 売上高



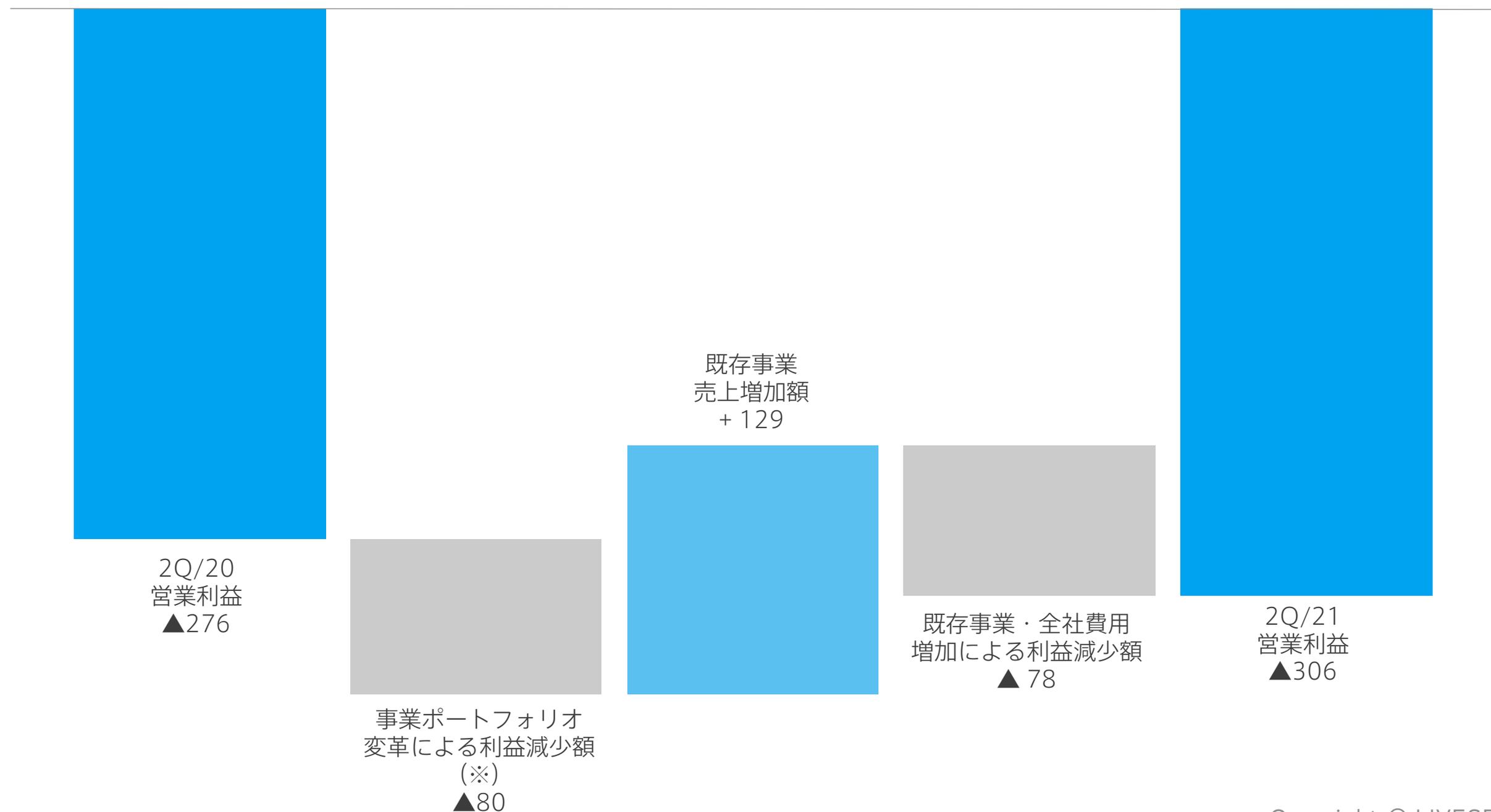
## 営業利益



# 営業利益の推移 増減分析

事業ポートフォリオ変革の推進による利益影響額▲80百万円。  
既存事業売上高は増加したものの、顧客開拓・集客費用増により減益

(単位：百万円)

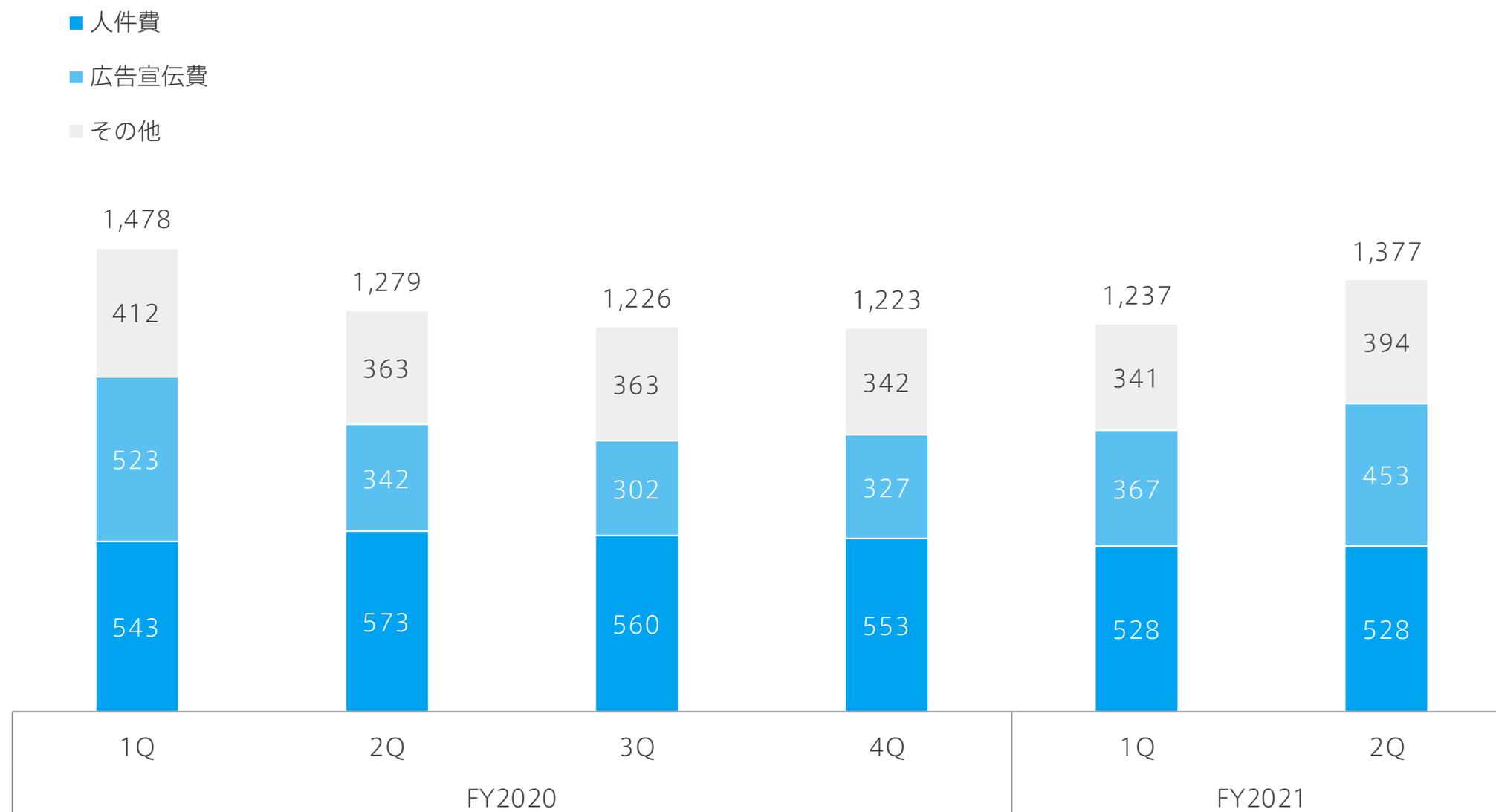


※就活会議譲渡影響額+新規事業投資額

# 費用の推移

再成長のための投資により顧客獲得費用と集客費用が増加。  
総費用はYoY7.6%増

(単位：百万円)



## 2.当期進捗

## 2. 当期進捗

全社方針

## 2021年12月期全社方針

コーポレートビジョン「あたりまえを、発明しよう。」追求に向け、黒字体質への再転換と将来の柱となる新規事業立ち上げの両立

### 注力ポイント

### 第2四半期進捗

#### 既存事業の収益力強化

- 採用ニーズの高い業種の顧客開拓等により、売上は回復基調
- マッハバイトのナレッジ展開が進捗。事業特性に応じ戦術の調整を実施
- 黒字体質への再転換にはさらなる収益力の強化が必要

#### 新規事業の立ち上げ

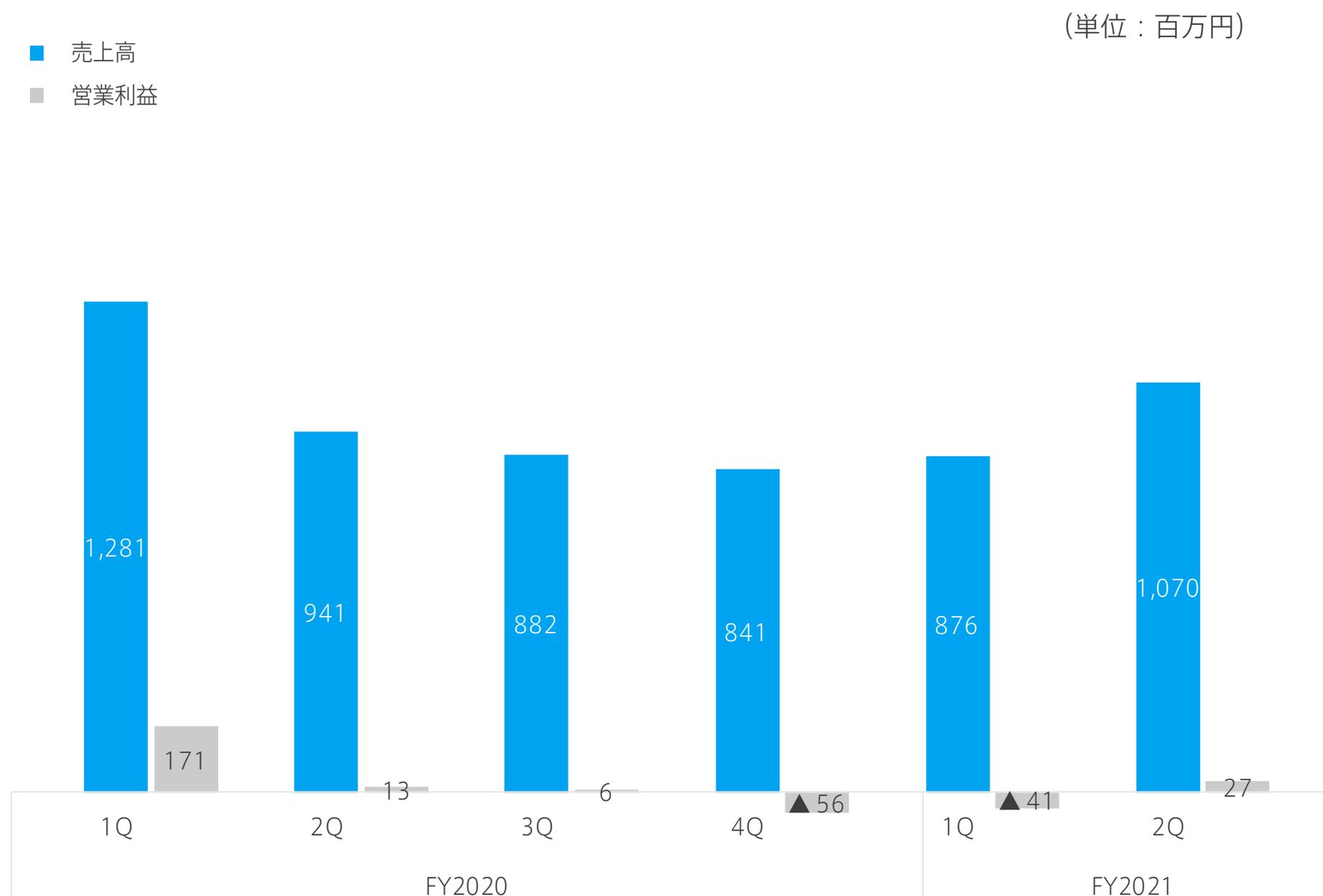
- 「knew」プレリリース版を公開。本格立ち上げに向けた検証が進捗
- 年内立ち上げを視野に、複数案の開発を継続中

## 2. 当期進捗

既存事業

# 既存事業の四半期売上高・営業利益推移

積極的な顧客獲得と集客により、既存事業の売上高及び営業利益は着実に回復

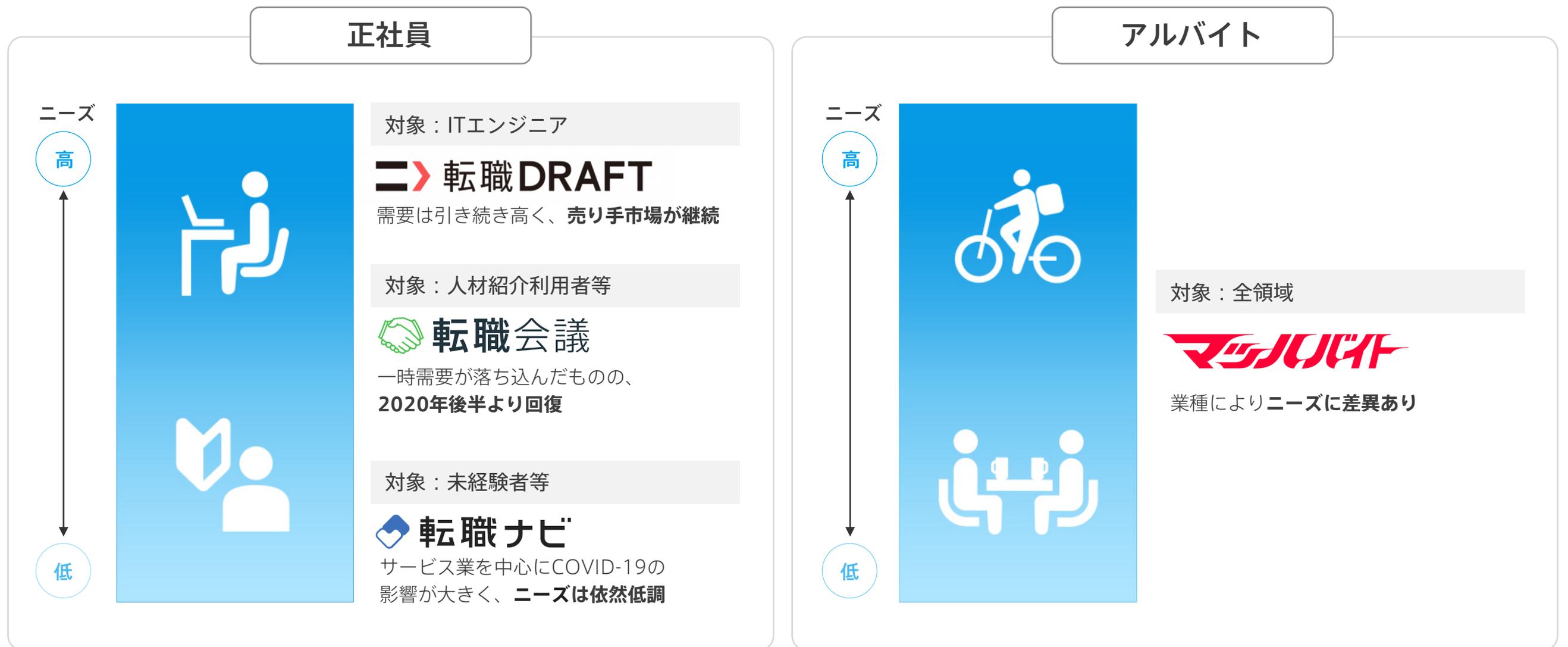


※譲渡事業、新規事業および全社費用を除く既存事業の売上高・営業利益

雇用形態・業種・経験等により、企業の求人ニーズに差異あり

アルバイト、未経験者等は求人ニーズが弱い。当社メディアにおいても、主要ターゲットにより環境が異なる

## 求人ニーズの差異



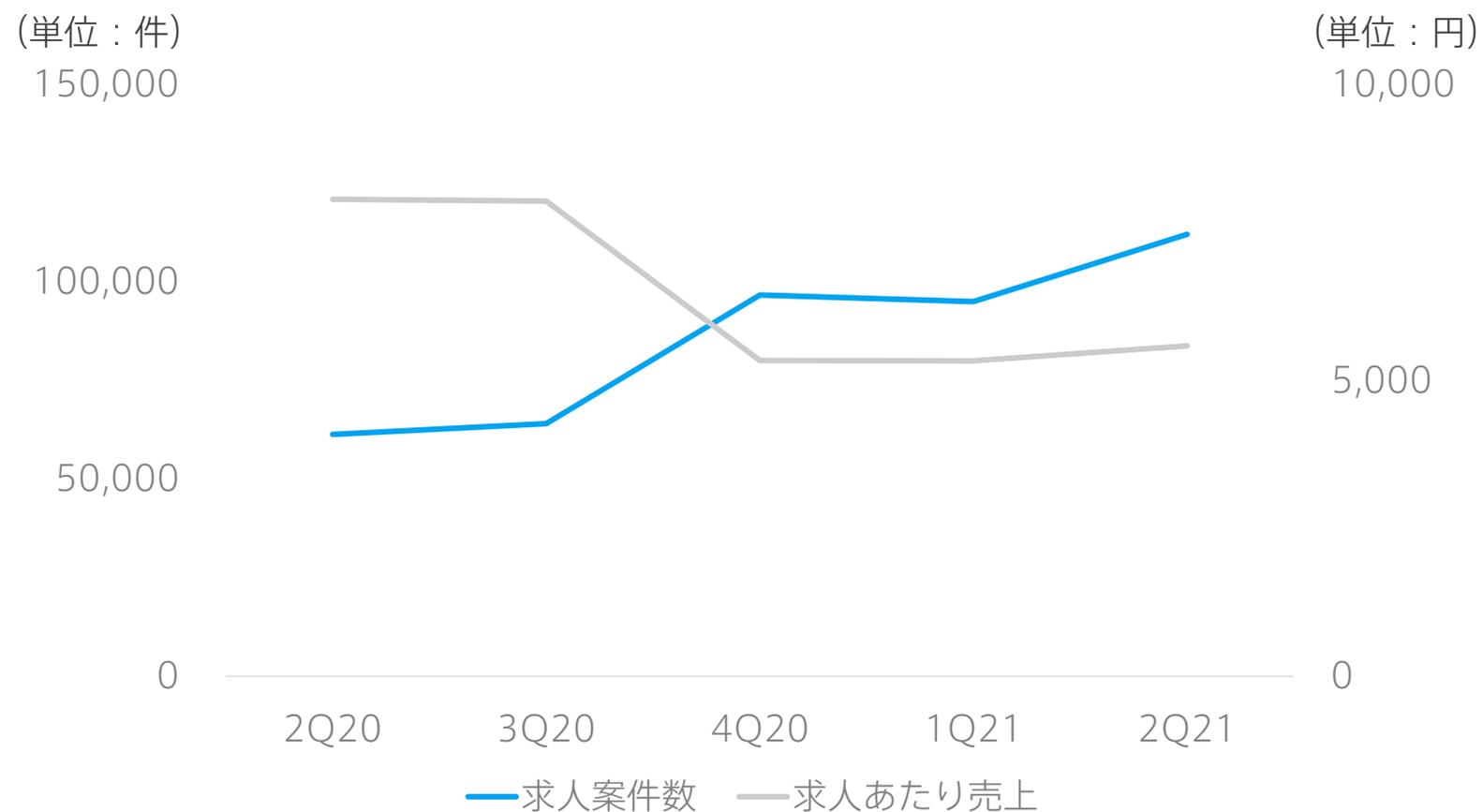
# 主要メディアトピックス

## マッハバイト

| 現環境においても採用ニーズのある企業の開拓が進捗

| 市場環境の変化に伴う営業戦略の修正等により、1求人あたりの収益性は低下。マッチング効率・単価の向上を図る

### 求人案件数・求人あたり売上推移



※求人あたり売上：四半期売上高÷期末求人数

# 主要メディアトピックス

## マッハバイト

- 主婦・主夫に特化したスマートフォンアプリ「マッハバイトしゅふ」をリリース
- 求職者層にマッチした流入チャネル・UXにより、利用拡大を目指す

### マッハバイトしゅふ

主婦・主夫に特化した  
パート求人検索アプリ



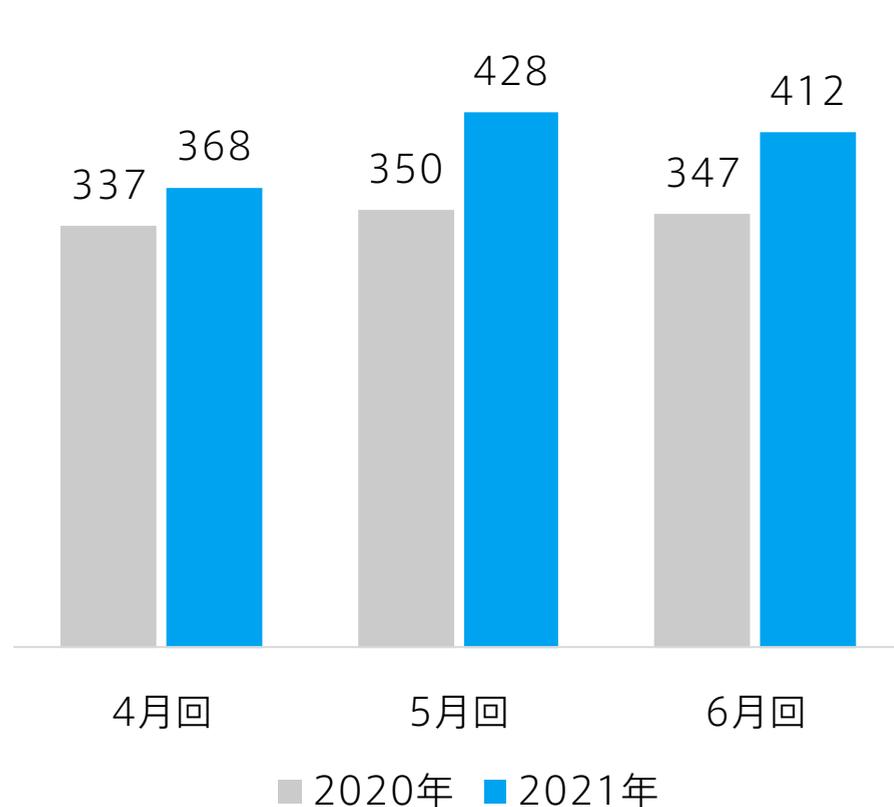
# 主要メディアトピックス

## 転職ドラフト

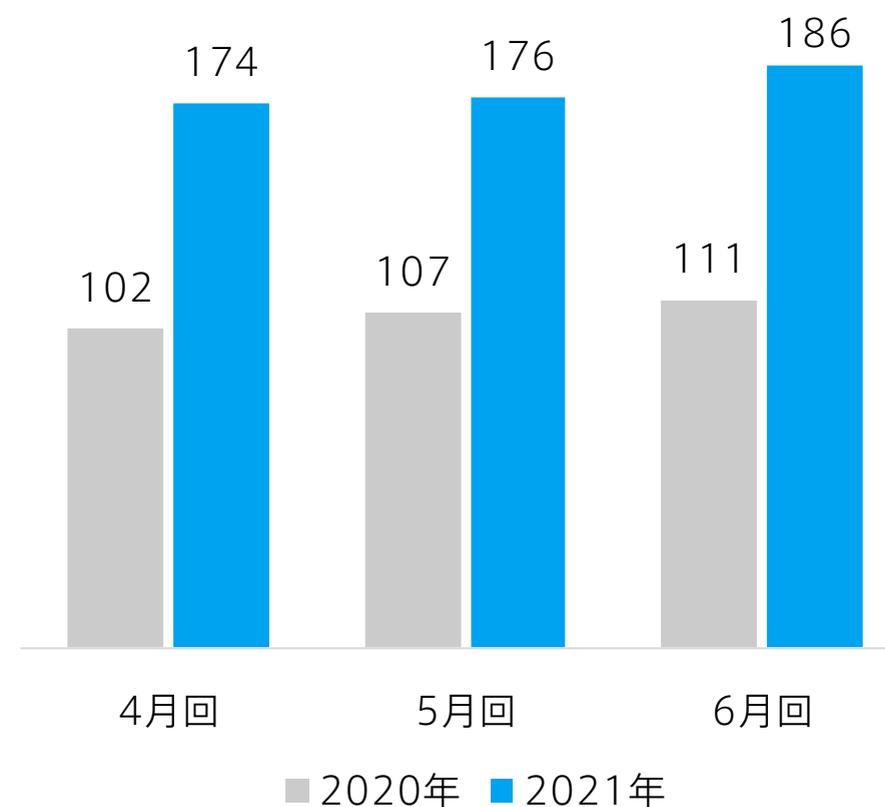
入札制、レジューメ審査といった特徴の認知拡大により、ユーザー数増加

優秀なエンジニアの採用ニーズは依然高く、参加企業数も順調に増加

参加ユーザー数



参加企業数



## 2. 当期進捗

新規事業

## knew

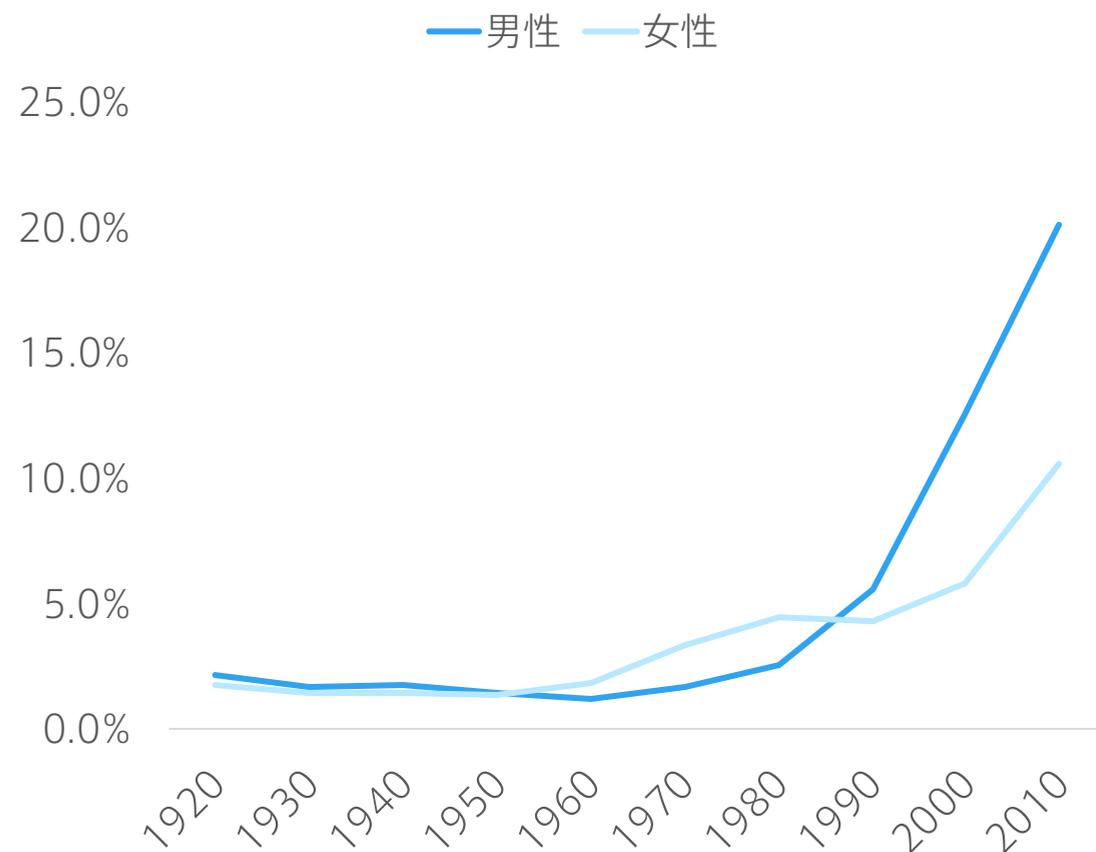
### 提案型マッチングサービス「knew」プレリリース版を公開



## knew : 解決すべき課題と市場環境

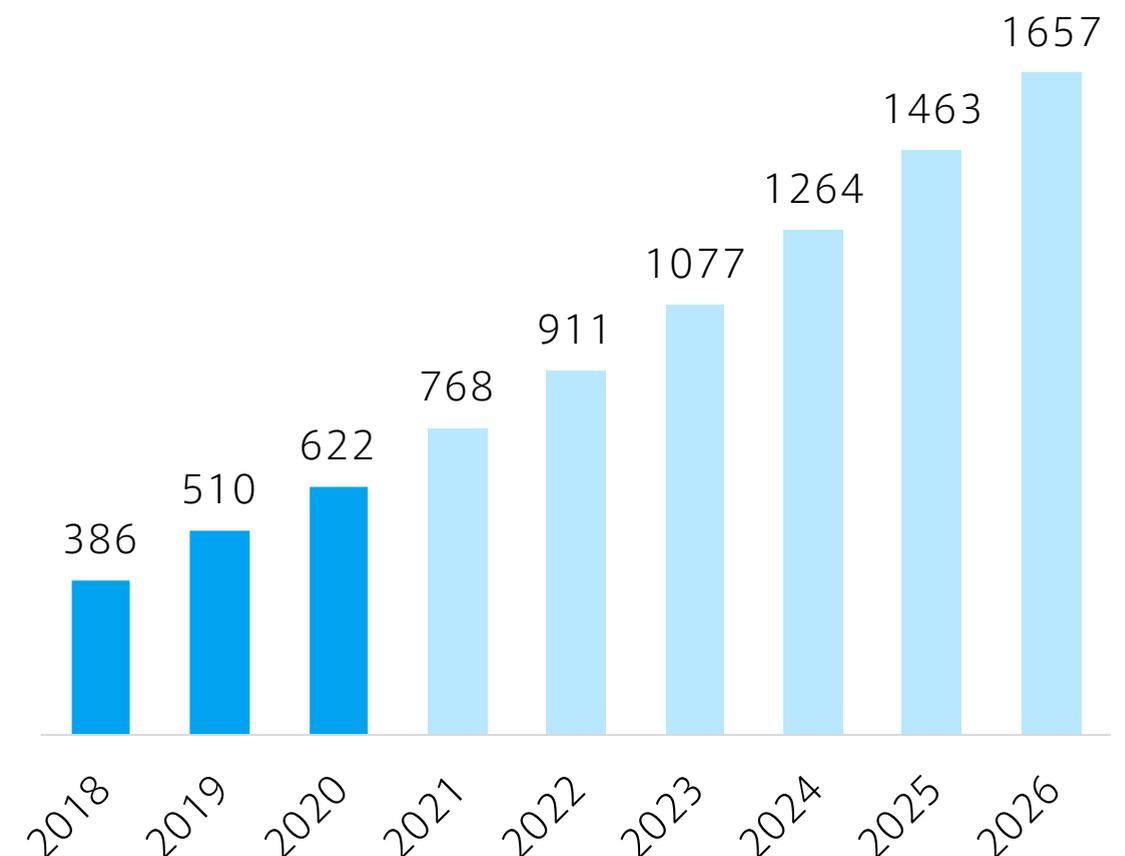
- | 未婚率の上昇・COVID-19による出会いの機会の減少など、恋愛・結婚分野の課題は大きい
- | オンライン恋活・婚活マッチングサービス市場は年率約20%成長、1,500億円超が見込まれる高成長市場

### 未婚率推移



出典：人口統計資料集(2021) (国立社会保障・人口問題研究所) 「50歳時の未婚割合」より当社作成

### 市場規模



出典：オンライン恋活・婚活マッチングサービスの国内市場調査 (株式会社マッチングエージェント) より当社作成  
<https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=25710>

# 新規事業の取り組み状況

## knew : 参入機会と当社の強み

- オンラインマッチングサービスは急速に成長しているものの、必ずしも効率やユーザー体験が良いとは言えない
- 当社のデータ基盤やマッチングノウハウにより、より良いユーザー体験を実現し事業成長を目指す

### 参入機会

#### 非効率なマッチングプロセス

「マッチングアプリ疲れ」の経験者割合 **80.6%**

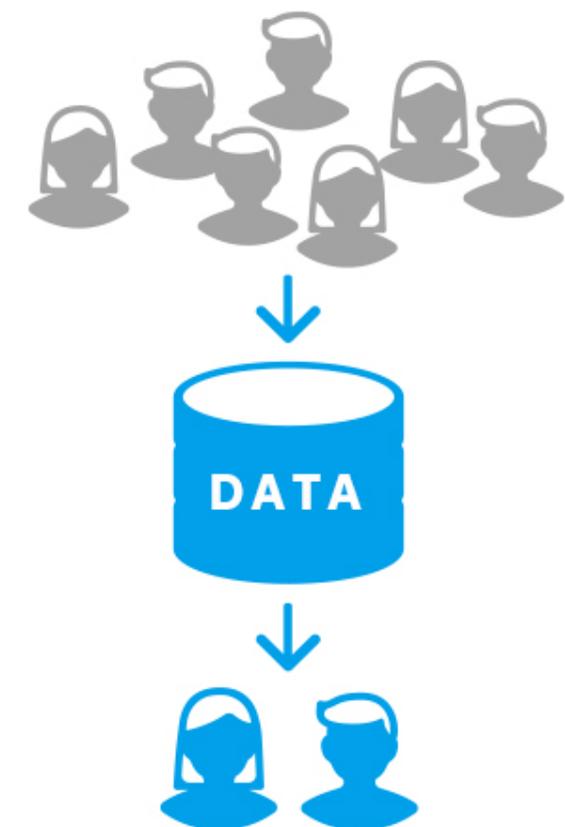
- ・好みの相手が見つからない、マッチングしない
- ・マッチングがうまくいかず、自信を喪失する etc...

#### 検索・判断軸の偏り

	マッチングアプリ利用者が お相手探しで重要視するポイント	配偶者や恋人のいる人が パートナーと付き合った理由
1位	年齢	内面や雰囲気が好みだと思った
2位	顔	なんとなくしっくりきた
3位	プロフィール写真の雰囲気	相手から告白・アプローチがあった

### 当社の強み

データを用いた高効率・高精度な  
マッチングの実現



出典：当社調べ <https://www.livesense.co.jp/news/2021/05/20/3318/>

## 3.下期方針

## 方針：変更なし

コーポレートビジョン「あたりまえを、発明しよう。」追求に向け、黒字体質への再転換と将来の柱となる新規事業立ち上げの両立

### ● 既存事業の収益力強化

- ・ コロナ禍が継続しても利益創出が可能な体質への転換
- ・ 新たな収益機会の創造

### ● 新規事業の立ち上げ

- ・ 自社開発もしくはM&Aにより、今期中に複数の新規事業立ち上げを目指す

# リブセンスの目指す姿

事業ポートフォリオの最適化により、コーポレートビジョン  
「あたりまえを、発明しよう。」の追求を続ける会社に

新しい「あたりまえ」を発明し続ける会社へ

## 事業ポートフォリオの最適化



既存事業

収益力の強化と  
競争優位の確立

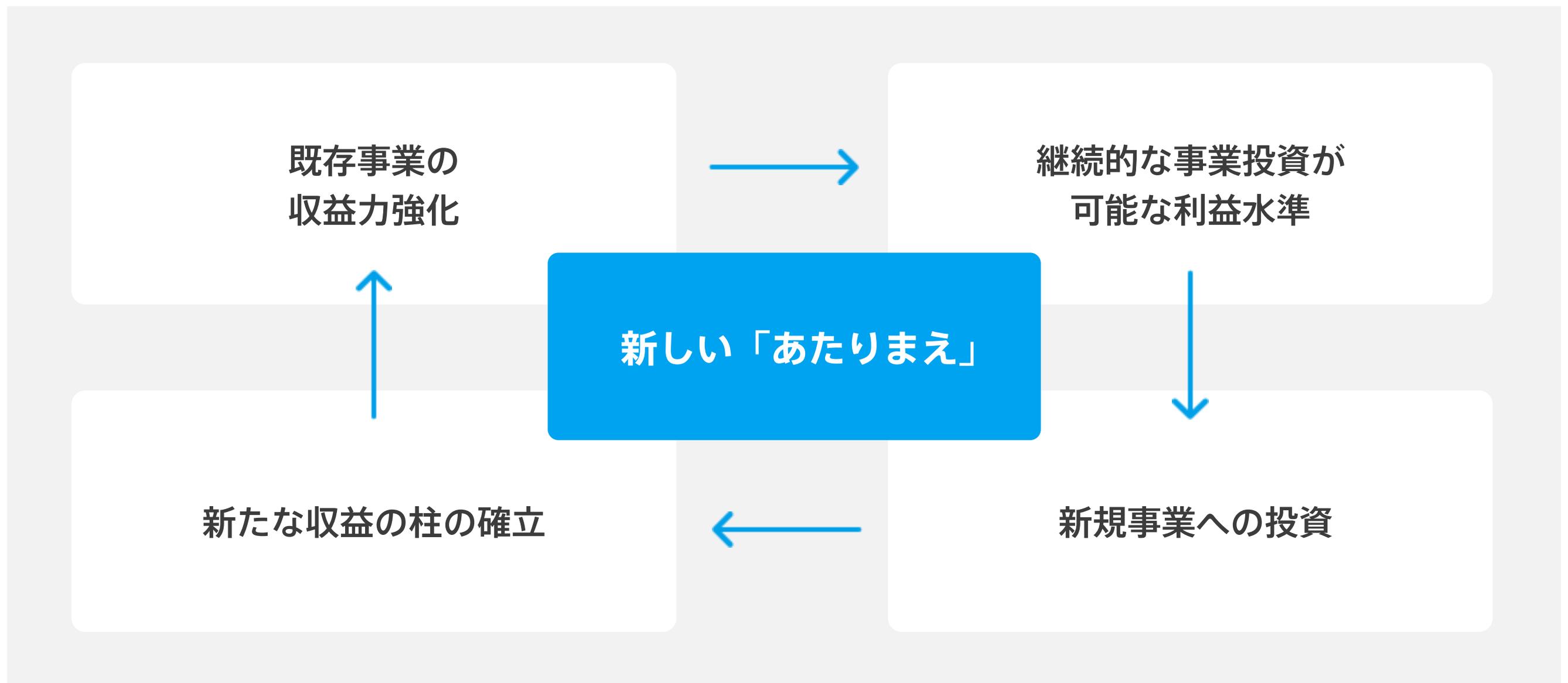


新規事業

事業モデルの多様化と  
次の柱の創出

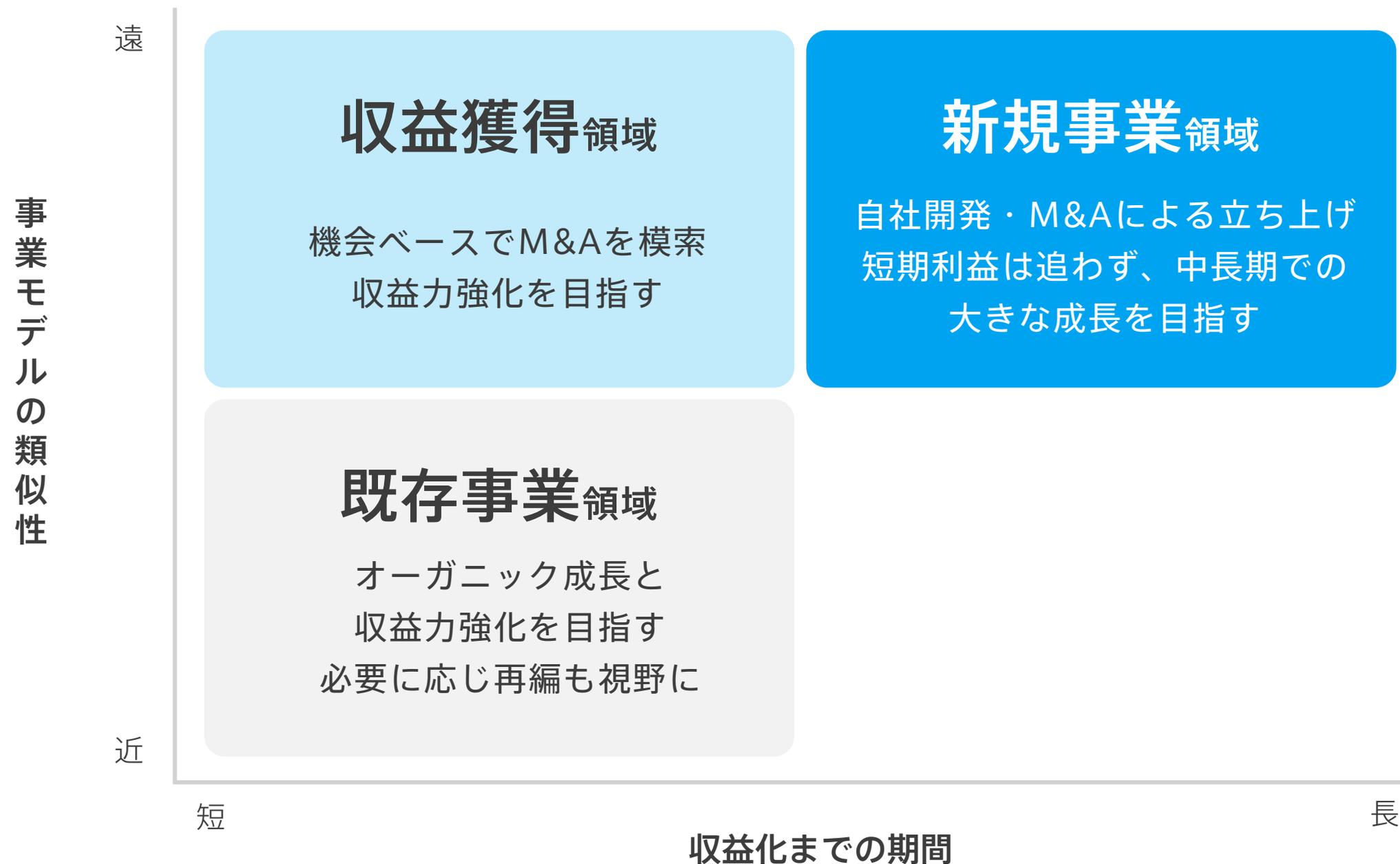
# リブセンスの目指す姿

既存事業は収益力強化に注力。既存事業で得た収益を新規事業に投資し、新たな収益の柱の確立を目指す



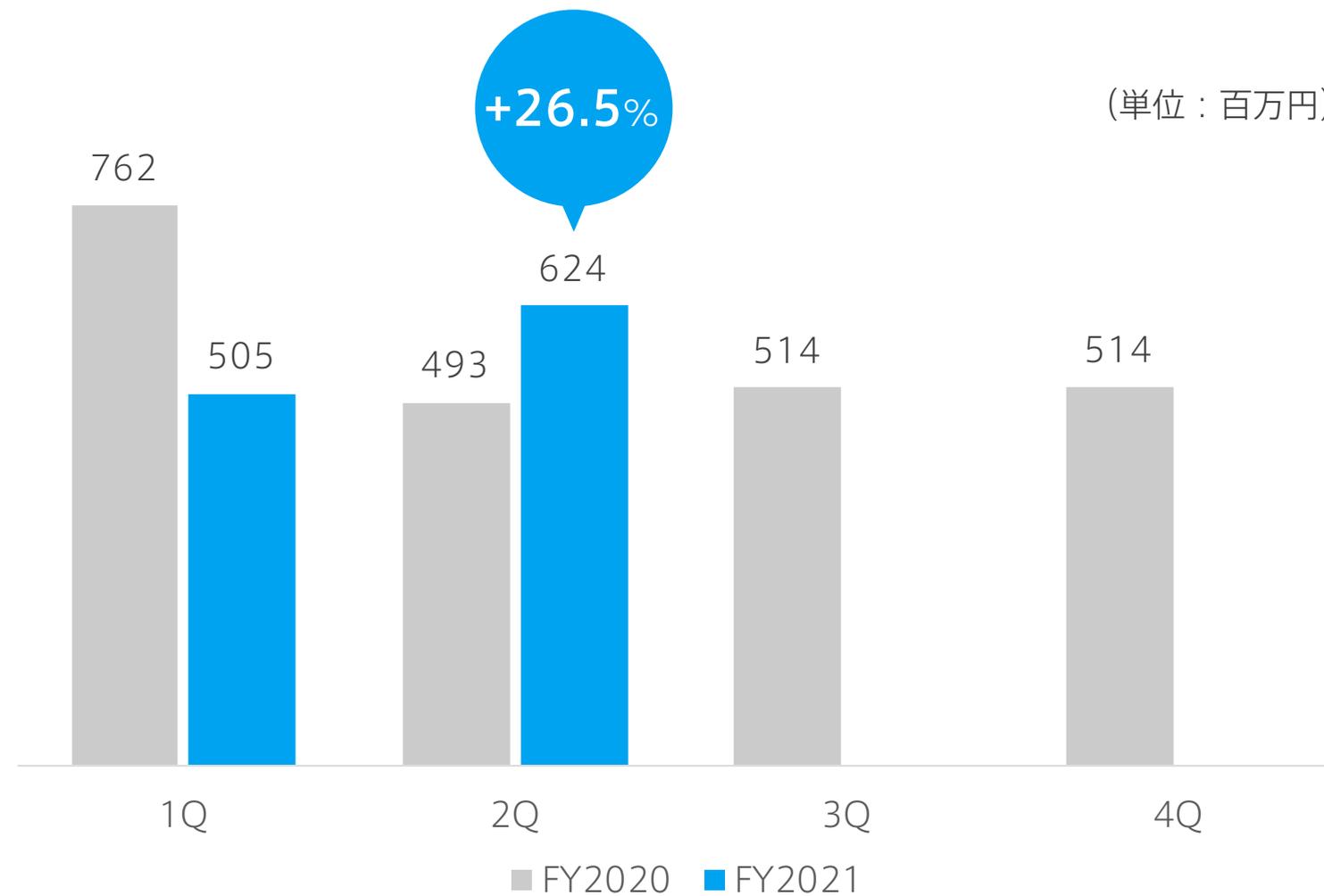
# 事業ポートフォリオの考え方

異なる事業モデル・成長速度の事業を組み合わせ、安定的な成長を目指す



事業規模・売上伸長率の大きいマッハバイトを中心に、売上拡大により収益力を強化

### マッハバイトの売上高推移



現在の戦略・施策を一層推し進め、顧客獲得・集客両面の強化を図る

早期の黒字化と再成長に向け、新たな収益機会の創造に取り組む

## 下期事業方針

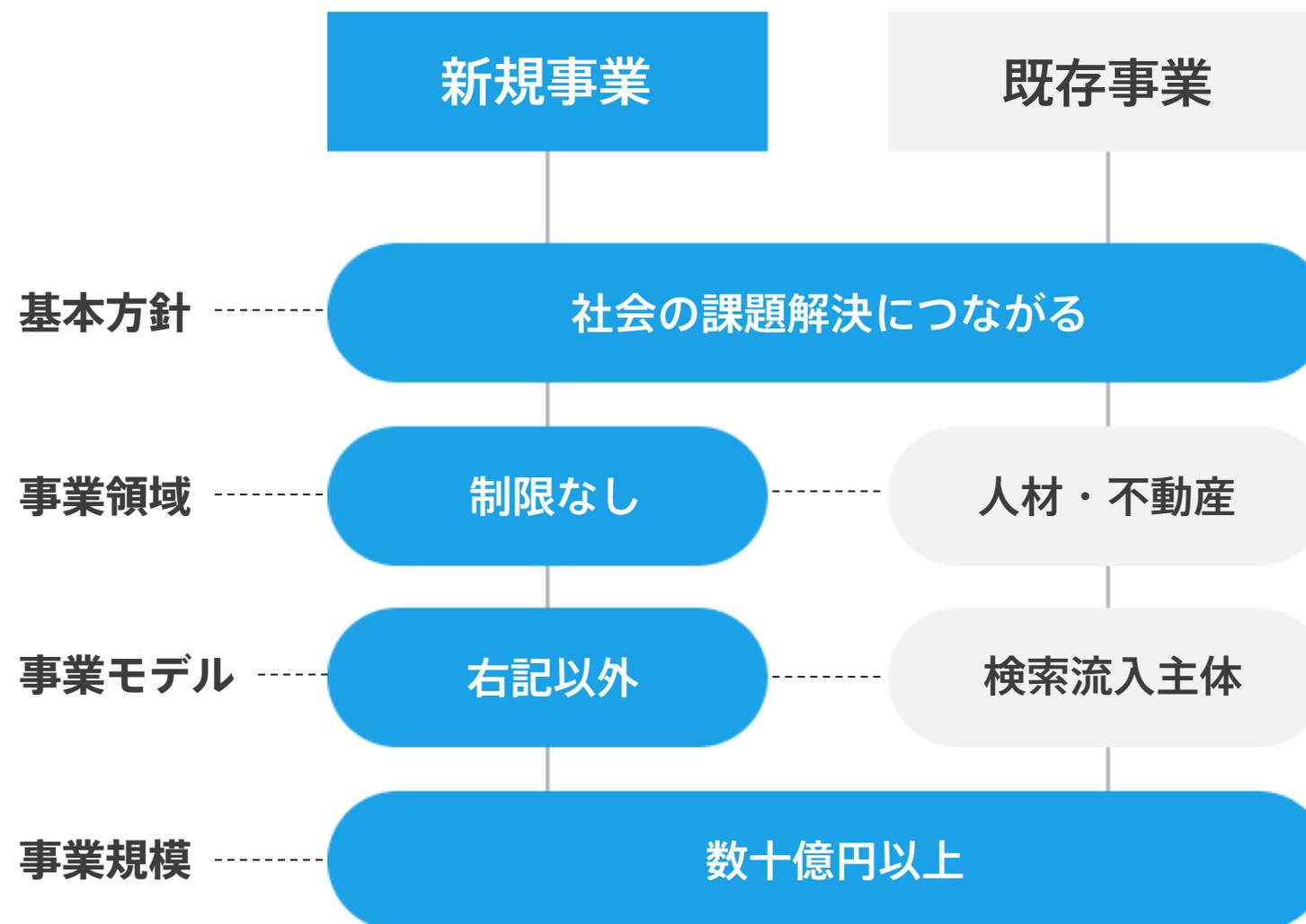
現戦略の推進	顧客獲得	<ul style="list-style-type: none"><li>市場動向に合わせ、現環境においても採用ニーズの強い顧客や当社の強みを活かせる新規顧客を開拓する</li><li>メディア・マーケティングとの連携により、既存顧客のグリップとアップセルを図る</li></ul>
	集客	<ul style="list-style-type: none"><li>当社の持つデータの知見を活かし、セールスと連携して高効率な集客を実現する</li></ul>
新たな収益機会の創造		<ul style="list-style-type: none"><li>市場環境が大きく動いている現状は変化・創造の機会</li><li>既存事業においても新たなモデル・収益機会を創造することで、早期の黒字化と再成長を実現する</li></ul>

# 新規事業の立ち上げ

| knewをはじめ、複数事業案の開発・検証が順調に進捗中

| 今期中に複数の新規事業の立ち上げを目指す

## 新規事業の方向性



# 2021年12月期 通期業績予想

- | COVID-19の影響を合理的に算出することが困難なため、業績予想は未定
- | 適正かつ合理的な予想が算出可能となった時点で公表予定

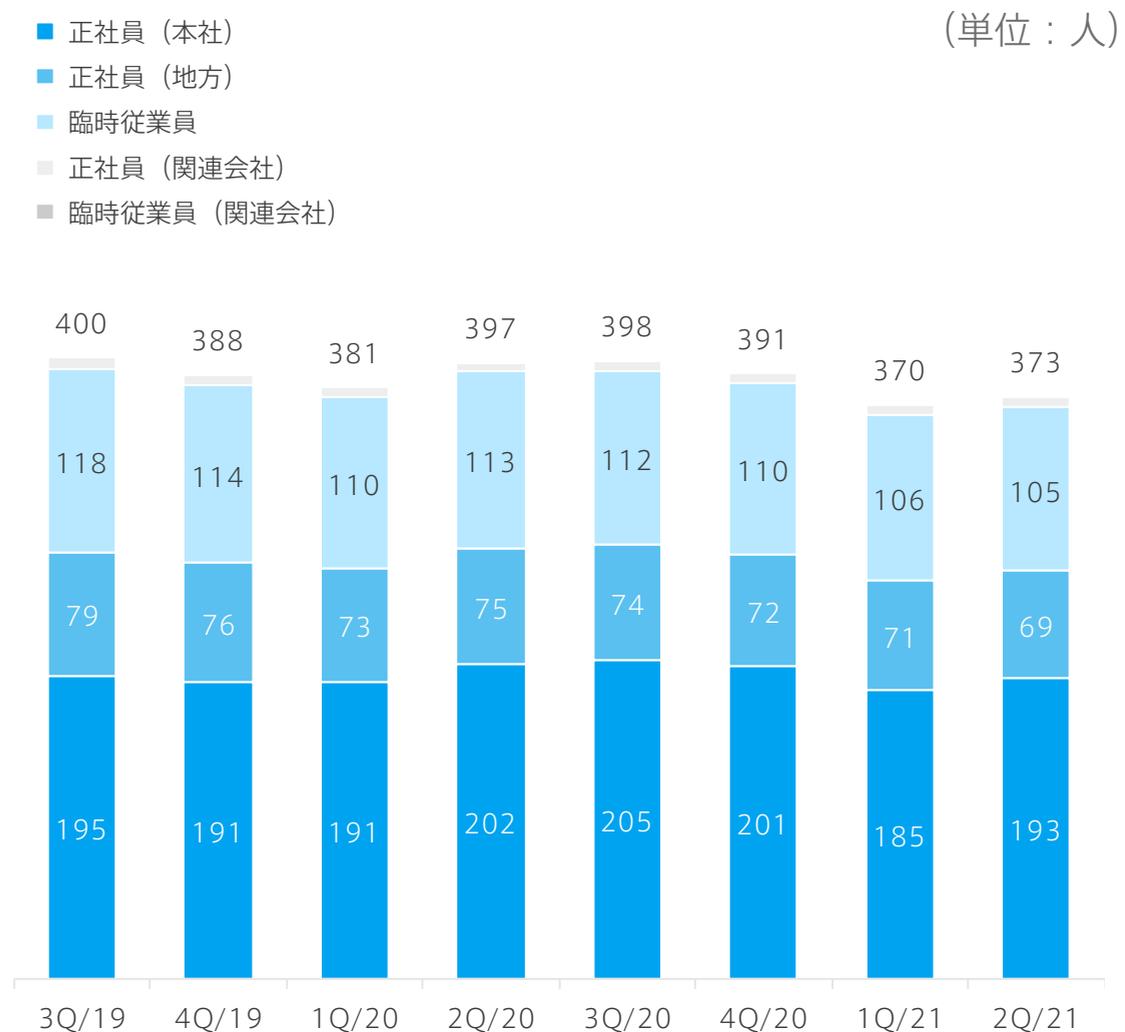
(単位：百万円)

	FY2020	FY2021	YoY
売上高	4,078	—	—
営業利益	▲ 1,129	—	—

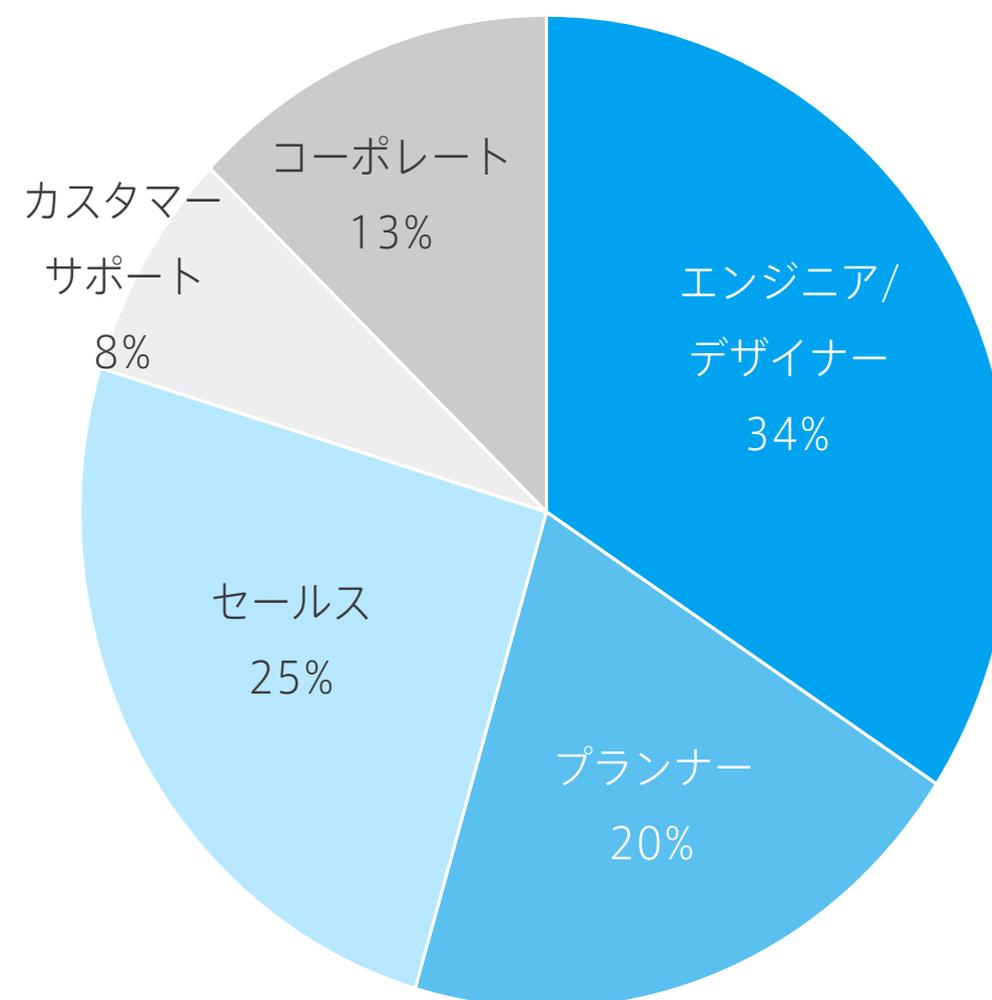
## 4.補足資料

社名	株式会社リーブセンス
代表取締役社長	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
上場日	東証1部 : 2012年10月1日 東証マザーズ : 2011年12月7日
従業員数 (単体)	正社員 : 262名 (2021年6月末現在)
連結子会社	株式会社フィルライフ

## 従業員数の推移 (連結)



## 職種別構成比



※当社単体・本社正社員のみ  
 ※地方正社員は主にカスタマーサポート・営業を担当



# LIVENSENSE

あたりまえを、発明しよう。

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。