

# 就活会議の譲渡



March 31, 2020 (令和二年)

Vol.014

## 就活会議を譲渡

### 判断基準を望む声も

3月17日、就活会議が譲渡されることが発表された。

2015年4月にスタートした就活会議は、昨年目標を大幅に達成し、通年でも黒字。会員数18万超を誇り、就活生の半分が利用するサービスとして知名度が高い。リブセンスが目指している新しい「あたりまえ」

をうみだしつつある新規事業と目されていただけに、社内の衝撃は大きい。「選択と集中」。昨年のDOR賃貸同様、事業譲渡の目的はそう語られたが、キャッシュカウの位置づけだった同事業とは譲渡の判断軸は自ずと異なるのではないか。

更なる成長には大規模な投資を必要とする中、

既存新規含めた別の事業への投資が優先されたこと、経営戦略プロジェクトの斉藤右弥氏は説明する。就活会議は多くの関連ワードで一位を獲得し、リブセンスが得手とする手法においては知名度を限界までに近くあげきっていたともいえる。

「会社は今強い危機感を抱いている」と無念そうに教えてくれたのは就活会議ユニットリーダーの渡部雄大氏だ。「就活領域の大手プレイヤーと組む方向も模索したが、短期間で結果が出なかった。また新卒領域はどうしても一年サイクルでしかチャレンジができず、成長速度が遅くなりやすいという点も、今の危機感を感じているスピード感と合わず、継続の判断を難しくした」。

では、このニュースに接したひとたちはどう感じたのだろう。あるメンバーは「正直、不信感も感じる。結局業界のトップを取れるくらいシェアを取れないと続けれられないということ」と失望を露にする。他事業部からは「次はうちか…」「この展開だと、自分の

事業も集中と選択の対象ではと思えて気が気でない」というつぶやきも漏れた。今回の譲渡がもたらした痛みと混乱は深い。メンバーからは、「事業のジャッジポイントの明確化とメンバーへの提示」が今後に向けての要望として挙げられた。「経営層と事業部メンバー間でジャッジポイントが合意できていて、それが周知されているれば、それに向けて頑張れるし、そこに到達できなかったのであれば譲渡するにしても一定納得もできるはず」。

通底していたのは今回の判断に対する納得感の薄さだ。当社の中で育て続ける事業とはどういう事業なのか。何を以て選択と集中は行われるのか、共通認識が培われていかなければ、不信や動揺が残り、今後の事業成長の足かせにもなりかねない。

「友達にもあの就活会議の会社なのかと言われていたので寂しい」。ニュースが報じられた日、新卒入社した社員がバックへの投稿だ。就活会議の強いブランド力が端的に表れている。その言葉に就活会議の成長に携わった荻原昂彦氏は返す。「そう聞かれたら、『そうです、その就活会議を生み出して、育てた会社です。今は他社に引き継いでますが』でいいかも。寂しさと同時に、生み出して育てた、過去および現在の関係のみんなを誇りに思い続けてもいいんじゃないかな」。

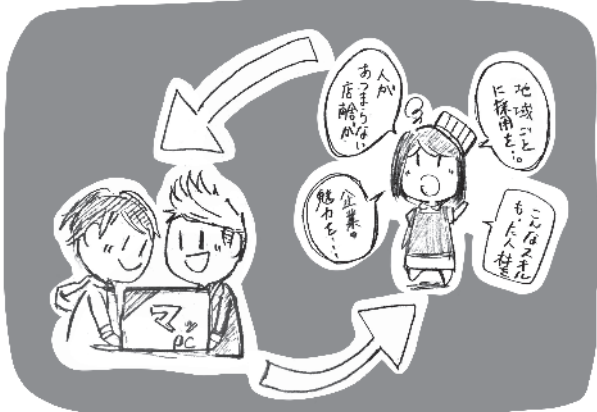
就活会議の譲渡額は15億円。年間売上高の約7年分と高く評価された。今後リソースが投下される先は、就活会議以上の事業の非連続な成長、新しい「あたりまえ」をうみだすことを求められる。就活会議を生み育てた力を、あらためてその成長の力に変えていけるか。難しい挑戦だが、それが達成されて初めてこの事業譲渡は成功したと言える。(志賀響子)

### うたかた

子供が誕生してから信号無視とか小さな違反が許せない。子どもたちの見本になりたい(菊池裕貴)

宗教画の多くのユスティア・正義の女神は目隠しされた。正義は目隠しされ判断される(浜田晃生)

NOB会議は映えの時代です。私は「小顔に見える角度」を見つけました(小松田みなみ)



## あたりまえの徹底 マッハバイト 成長の理由

ブランド名変更から約3年、iOSアプリのリリースから1年が経った今、マッハバイトの躍進が止まらない。2017年に22.2億円だった売上高は、2019年に26.4億円を記録。2020年の成長にも期待がかかっている。この成長の原動力となった戦

略と実行力について、アルバイト事業部の高橋宏平部長に話を伺った。高橋さんは一番に「プロダクトとビジネスの最適化は常に意識しているが、最も重要視していることは企業の採用目標に目線を合わせる」と語る。掲載をいただく企業の数だけ採用課題が

ある。その課題に対して一つずつ個別の解決策を提示し、実行することが成長を遂げた要因だと言う。しかし、言うは易く行うは難しである。マッハバイトの成功の秘訣は、営業から企業への提案の柔軟性、そして実行を担う連携力にありそうだ。驚かされたのは営業チームの業務の幅の広さである。営業は企業から採用目標をヒアリングするだけでなく、データ収集、仮説立案、プラン作成までを一貫して担う。それにより個々の事情にあわせた柔軟な商品メニューのカスタマイズが

可能となる。実際に応募を集めるタイミングでは、部内の連携力が際立つ。マーケティングチームは営業から伝えられた情報に基づき広告掲載、集客チャネルの調整を行い、サイト全体の応募総数だけでなく企業個々の応募予実まで追っている。こうして企業課題に事業総出で迅速に対応しているのだ。インタビューを通し、当社の掲げる理念、「あたりまえの発明」の源泉となるのは「あたりまえを徹底する力」にあるのだと改めて感じた。

(結城アンナ)

作家・平野啓一郎の著書に『私とは何か―「個人」から「分人」へ』というものがある。自己を確固たる唯一のものとして見るのではなく、重なり合う複数のものとして見る分人主義を提唱している。誰しも心当たりがあるだろう。職場と家庭の自分、居酒屋と教会の自分、旅先と実家の自分は異なっているが、どちらかが真の自分というわけではない。どれも自分の分人なのである。▼コーポレート・アイデンティティにもこの考えは援用できる。会社という法人は複数の顔をもっている。リ

ブセンスらしさは複数あり、それが重なっている。そういうふうに見ないと、画一的ならしさを押し付ける窮屈な場になってしまう。▼Discoverというイベントで、そういう描写を試みている。スーラの点描のようであり、ピカソのキュビズムのようでもある。ただし統率する画家はいないから、何が立ち上がるかはわからない。会社らしさはフラワー・アレシメントのように編成と見なすべきだ。花を束ねていくときには、当初の想定を超えた意外な姿が現れることがある。そういうときを楽しみにしている。

2020.3.31 (桂大介)





『愛GO遊GOウイーGO!!』満を辞して出版！  
**GO愛が詰まった垂涎の技術書**  
ツール・フレームワークからあみぐるみ・ぬりえまで！  
**急に歌うよ。**  
歌声喫茶ともしびライブ毎月第3水曜日19時30分  
結城アンナ Facebookより配信中！

**テキスト広告募集**  
掲載無料！お気軽にお近くの  
LivesenseTimes編集部員、また  
は桂までご連絡ください☺

往復書簡  
**成長しない  
僕ら**  
細井広太郎×平尾静  
第五回  
「生きる意味をどう選  
ぶべきか、自分と社会  
とのバランスはどこか  
が問ですね。自分と社  
会のバランスは意識し  
ない、が私の考えです。  
バランスを取ろうとす  
ると自分と社会が並列  
します。そこには真の  
自己決定はありません。  
もちろん我々は社会の  
規範の中で生きる一員  
です。でも社会を、自  
分なりに解釈して内在  
化することで、初めて  
「自分の生きる意味」を  
主体的に見出だせるの  
ではないでしょうか。  
自分で決める、社会は  
そこに間接的に影響す  
るだけです。自分は子  
供が生まれて特に感覚  
が変わりました。世代  
を繋げて、ある意味社  
会と一体化  
しやすくな  
ったのかも  
しれません。  
過去の自分  
は判断・価  
値基準に他  
者の評価の  
影響を強く受けていま  
す。今ももちろん褒  
められると嬉しいで  
す。でもだいたい薄れた  
感じがします。自然体で自  
分だけと向き合っ  
て、どうありたいかを考  
える。えいっと「気合を  
入れて選ぶ」よりも、力  
を抜いた先に見えてく  
るものが自分の生きる  
意味だったりするの  
かな。社会の側から見  
たら社会規範とは別の  
次元、むしろ退化に見  
えるかもしれません。  
自分では成長を感じて  
も、社会のもののさし  
で成長に見えないこと  
もあるでしょう。でも  
それでいい。振り返っ  
てこの辺の変化は自分  
の大きな成長だったと  
感じます。(細井広太郎)

立場を変えてみて初  
めて認識できる世界が  
ある。一人暮らしで親  
元を離れた時、社会人  
と呼ばれる立場になっ  
た時、誰かに対する責  
任が生じた時、そういつ  
た節目では、それまで  
は想像するだけだった  
誰かの立場が実感を  
もてる。

とも言える。  
自分の話をす  
ることを許して  
いただきたい。  
私がリブセン  
ス入社後に配属  
されたのは事業  
推進部という部  
署だった。私に  
とつてのリブセ  
ンスの始点と  
なった場所だ。  
アナリティクス  
グループという  
役員直轄の特異  
な部署を経て、  
テクノロジカル  
マーケティング  
部ではほぼ3年  
の時間を過ごし  
た。執行役員も  
経験させても  
らった。



集中して最適化を図る、  
この繰り返しが私の働  
き方だった。新規事  
業部では残念ながら固  
定出来る条件がとて  
少ない。不確かな諸  
件を組み合わせ、小  
さい検証を積み上げ  
ながら、時には諦める  
判断もしながら、全  
体を上げていく。

る。リブセンスを時間  
の流れの中で変わ  
っていく存在として自然に  
認識するようになった。  
未来の事業を考えると  
事なかれで当然と思わ  
れるかもしれないが、自  
分の中では新しい感覚  
である。未来予知の能  
力を得たわけではなく、  
感覚の問題なので、残  
念ながらこの真偽を他  
人に示すことは出来な  
い。あるいは、今さら  
かよ、遅いよ、という  
お叱りの声もあるかも  
しれないが、自分とし  
ては他人に説明しにく  
い自分の変化を素直に  
楽しんでいる。

谷村琢也  
新規事業部部長。  
2013年、リブセンス入社。  
1980年生まれ。今年は前厄にあた  
るが、厄除けの護摩祈祷を受けた  
ので憂いはない。

識する段階に入ってい  
る。中でも欧州はいち  
早くSDGsを掲げ、  
規模の拡大・成長とい  
うという中国、米国が  
信じる戦いの場から離  
脱し、自分たちの未来  
を描こうとしているよ  
うに思える。EUとい  
うかつての壮大な社会  
実験は綻びも見せてい  
るが、それでも歩みを  
止めていない。  
リブセンスはどのよ  
うな未来を描けるだろ  
うか。