

## Humans (Women) Who Go Tokyo

もくもく会 #4 @センタービル

12/22  
SUN

誰でもwelcome!

The Go gopher was designed  
by Renee French.



The Livesense Times

# 新領域の課題解決

December 9, 2019 (令和元年)

Vol.009

## 新領域の課題解決 新規事業 検証フェーズへ

12月1日付けでテクノロジーカルマーケティング部長、谷村琢也氏が新規事業部長へ兼務で就任する。現在検証中の事業案はまだリブセンスが手掛けたことのない新しい領域だ。「今まで全く関わったことの無い業界だが、リサーチを進める中で沢山の課題を知ることができた。その解決に

携われると思うと楽しい」と谷村氏は語る。新規事業については現在、市場調査や事業計画の構築など検証フェーズにある。年明けに取締役会から事業化の承認を受けることが最速で進んだ場合のマイルストーンとなる。

もちろん、突き進むだけではなく打ち切りのポイントも意識している。約1年前に欧州市場から撤退したメルカリは、その理由として「期待する水準の成長に至らなかったため、グループ全体のリソース配分の優先順位を総合的に判断した結果」と発表した。新規事業の立ち上げにはヒト・モノ・カネ・情報が重要だが、当社はどうかだろうか。DOOR賃貸の事業譲渡は記憶に新しいが、注力事業や新規事業へのリソース再配置の為に売却だった。事業の撤退も

譲渡も新しい道に進むための前向きな判断である。また検証フェーズであるがと前置きしつつも「事業がスケール化していけば京都や宮崎でも携われるチャンスがある」と谷村氏は語ってくれた。また、新規事業部では今回の事業案のみならず新規案を検討していくことになっている。

「経営ビジョンの実現と事業の成功はセットで進めていく。これらの両立が肝であり、どちらかが欠ければ他社にも勝てない」と谷村氏は語る。AIよりも人間が得意なのは、0から1を生み出すことである。リブセンスの向かう「新しいあたりまえ」、0から1を生む新規事業部に大きな期待を寄せた。 (黒木省后)

### 論説

外国人労働者について考えている。日本で働く外国人労働者は昨年で146万人にのぼり、ここ数年は昨対比115%と凄まじい成長を続けている。日本を悩ませる少子化の1途と、惑星規模で進む居住の流動化と、そして移民受け入れに不慣れな本邦事情を鑑みれば、ここに幾ばくかの事業立案の余地があるのは明白である。小室雄亮が発案し、調査までよくやってくれている。しかしリブセンスはこの手の事業をよく考える。既存事業や過去の事業案を見ても、教育、医療、介護、就業、住宅

といった領域の問題解決に偏っている。VAZやZIZAIやyutoriと違うのは当然にしても、アカツキやミラティブやアルとも大きく異なっている。べつだん経営が領域を制限しているわけではない。自然とそうなっていく。▼リブセンスはどこかでコンパッションを携えたのだろうか。同情や慈悲と訳されがちだが、本来コンパッションは情熱と苦難の両義性を持つ。然らばコンパッションは他者の苦難を引き受け、熱情へと切り返していくエンジンである。そんなものを積んで、さて、どんな事業ができるだろうか。 2019.12.9 (桂大介)

## 認めあう仕組みを 表彰の形に変化の兆し

### 表彰の形に変化の兆し

半期に一度開催されるLivesense Awardは、全従業員からの推薦形式の表彰制度だ。多くの人の声から様々な成果を拾いあげ、称えあう制度だが、今までは選考委員会を経て受賞したメンバーの推薦内容しか公表されなかった。表彰の有無に関わらず、称える言葉は本人へ届け

ようという思いから、2019年下半期より、すべての推薦文が対象のメンバーの元に届けられることになる。こういった「横からの評価」を送りあい、互いを承認しあう仕組みにピアボナナスがある。ピアボナナスは、従業員同士が互いに日々の仕事の感謝と共にポイントなどを

送る「少額のボナナス」を指す。日本ではUniposが著名だが、Hey!Acioなど、ピアボナナスの仕組みは複数あり、メルカリのmeitidを始めとした運用事例も数多い。米国では既に主要な人事制度のひとつだが課題もある。ピアボナナスはポイントが付与する運用が多いが、ポイントを貯めることに力点が移ってしまい、当初の様々な貢献をお互いに承認しあうという目的からズレやすい。結果、費やされたコストの87%が目的の達成に寄与せず、ポイント報酬制度の77%が最初

の2年間で失敗するというDeloitteの調査結果がある。ただポイントを付与する制度を入れれば認めあいが機能するのではない。どう活用されると「認められたという幸せな気持ち」に繋がるかという組織風土に即した設計がなされることが大事だ。 今回一歩前進したが、リブセンスの「お互いを認めあう制度」の充実は道半ばだ。今後、よりダイレクトにタイムリーに、そしてオープンに称える気持ちを伝えあえる仕組みの導入が待たれる。(志賀響子)

PHIL LIFE

え!?

あのOSDさんも使ったって本当!?

QRコードを読み込めばわかるのね!?

※フィルライフは元不動産営業マンに購入・売却の相談ができるサービスです。さらに、今までの評判が良かった不動産営業マンをご紹介します。

阿部ポリクロウ

## 待望の新連載

漫画 おっとりヘップバーン物語

noteにて連載中!

おっとりの続きはWEBで

リブセンスタイムズでは  
広告を随時募集しています。

お気軽に近所の編集部員  
または桂(@katsura)まで。  
※もちろん掲載料は無料です。

↓告知例

実家の  
パン屋を  
宣伝します。

LINE  
スタンプ  
作りました。

エンジニア  
飲み会を  
します!

個展  
やりま





PM Cafe運営の稲垣氏(左)と、参加者の大橋氏(右)(撮影=羽山慎)

## PM同士でノウハウ共有 1人で解決より相互の強みを

近頃、同一職種の人々が企業をまたいで集まり、ノウハウを共有するカンファレンスが多く開催されている。プロダクトマネージャー(以下、PM)らが運営するプロダクトマネージャーカンファレンス(以下、pm conf)では、「意見を交わし共に学ぶ場を持つことが、創造性や先進性に富んだものづくりには重要」とし、機会提供を行っている。

不動産ユニットの稲垣景子氏は、pm confへの参加をきっかけに、社内でもPM World Cafeを始動した。「組織、事業、プロダクトの方向性の変化など重大な局面に立ち、新たな知識が必要になったとき、1人で解決にあたるよりも、既にある相互の強みを生かすことで、より強い組織を目指すのではないか」。

PM間の連携強化を目的とし、5月21日に第一回が行われた。現在は各事業部のPMが一同に集まり、一ヶ月半に一回の頻度で実施。今月で五回目を迎える。これまでにチームビルディング、プロダクト運用、良いUXづくりなど、課題解決の土台になるテーマを取り上げられてきた。

参加した大橋若葉氏は職種・雇用形態関係なく発言できる場の重要性を感じ、ユニットの関係者全員で振り返り会を実施。

「肌感ですが、参加者同士の発言が活発になり、以前よりも改善案などが出るようになった」と話す。

一方で、次第に参加人数やテーマの要望が減り、形骸化の兆しが見え始めている現状に稲垣氏も課題を感じている。まずは不安や課題を相談しやすくするためにコミュニケーションの土台を構築する目的で行ってきたが、その目的も達成されつつある今、次なる課題に直面している。

(五十嵐理紗)

「うたかた」

いつかの「ほんむず」で登場した巨大将棋盤は京都の将棋道場に寄贈されました(田中祥太郎)

先日上海で小説家に出会い、好きな会社に戻ると話すという展開だと言ってくれた。(荻原昂彦)

「BOOKで「まさよふ」さん関連のスタンプが爆増していますね。(小松田みなみ)

## 広太郎が

読む

第九回

社内での新規事業の話が増えてきた。事業の核は提供価値だ。人生を費やし、提供する価値を決めることは、「生きる意味」にも繋がる。目標の一つの形として売上や利益というお金が我々の事業。どのようになあたりまえ、幸せを生み出したいかという個々人の価値観が肝となる。一方世の中では「お金」の持つ影響力が拡大しているように思える。そこに疑問を投げかけるのが、マイケル・サンデルの『それをお金で買いますか』だ。遊園地の行列回避、人の体の広告化、臓器の売買、公共施設の命

名などは現代ではお金で買える。戦争ですら現在は民間会社が請け負う。契約が成立している以上、当事者の双方にプラスがあるのも確かだ。しかし、全てが商品になりお金で買えるという状況は果たして良いものといえるのか。著者はこの状況に対して、もっと大事なもののについて考え議論すべきだと提案する。「結局のところ市場の問題は、実はわれわれがいかにして共に生きたいかという問題なのだ」という言葉にあるように、人間とはどうあるべきか、自分たちはどう生きるべきかを問うかける良書。

能登信晴が語る

## 技術の 環世界



第八回

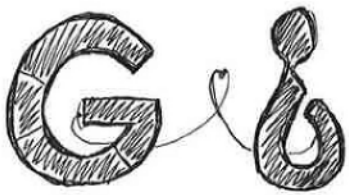
Googleのエンジニアリング・マネージャが書いた書籍『Team Geek』が2013年に日本で出版されてから、ソフトウェア・エンジニアの間で「サーバントリード」という用語が認知され支持される

「ラミングの心理学」という本にたどり着く。上層部からプレッシャーをかけるという従来のマネジメント手法でも納期は決して縮まらず、民主的なチームのほうで問題の解決がうまくいくということがこの頃から語られている。

本稿第三回で工数の見積もり精度はエンジニア自身の不断の努力でのみ向上すると述べたが、結局この領域では「手を動かすエンジニアではないか」。

マッハバイトと転職ナビが、2020年よりGoogle社とJoint Business Plan(以下、JBP)を締結することが決まった。調印式は12月14日に執り行われる。

JBPとは年間の広告出稿目標へのコミットを条件に、Googleの戦略的ビジネスパートナーとして、専門性の高いサポートを受けられる仕組みである。具体的なサポート内容は、機械学習を用いたユーザー価値予測モデルの構築、日本に2人しかいないUXNスペシャリストによるサイト改善の提案、ブラン



ディング広告の製作支援、米Google本社招待など非常に幅広い。

マッハバイトの広告出稿費は昨対比で10%、20%程度伸長しており、転職ナビも直近は同様の伸び率である。従前もGoogleからのサポートを受け、広告アカウン

ト構成の最適化を図ったり、配信ユーザーの最適化を行ったりしながら、出稿を拡大してきた。加えてJBPではGoogle社内の「スペシャリスト」と呼ばれる社員からの特別なサポートを優先的に受けることができる。広告出稿の効率はROAS(広告投資対効果)という指標で測られることが多いが、そのROASを今まで以上に向上させていくことができるだろう。

2018年の日本全体のWEB広告費は、広告市場全体が6兆5300億円なのに対して、その27%を占める1兆

4480億円と言われている。新聞広告は縮小傾向にあり、テレビ広告が伸び悩んでいる中で、WEB広告は前年比15%程度伸長し続けている。今までWEBには広告を出していなかった企業が次々とWEB広告に参入してくる中で、リブセンスはGoogleによるサポートを受けながら、さらなる出稿の拡大を目指す。一方のGoogleとしても、リブセンスからの出稿が拡大すれば、広告収入の増加が期待できる。両社にとってメリットのある座組みの中で、リブセンスの根幹を支える2プロダクトがさらに成長することを期待する。

(中垣智晴)

市場主義の限界  
それをお金で買いますか  
マイケル・サンデル  
Michael J. Sandel  
著  
What Money Can't Buy  
The Moral Limits of Markets

それをお金で買いますか  
マイケル・サンデル(著) 鬼澤忍(訳) 早川書房