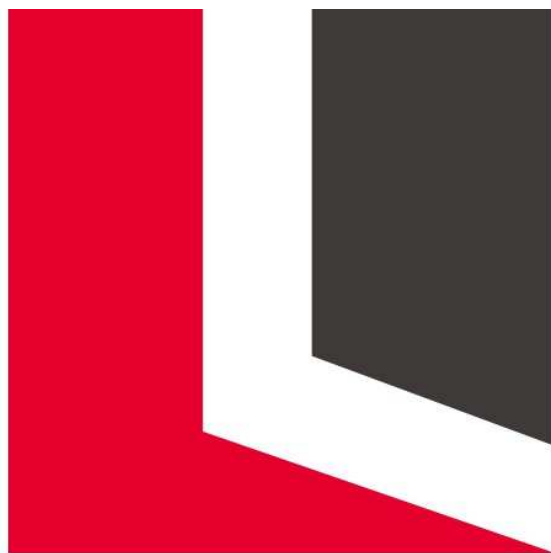




LIVERO



事業計画及び成長可能性に関する事項
株式会社リベロ
2022年3月



困った困ったを、 良かった良かったに。

当社グループは、
新生活のスタートで直面する課題に対して、
新生活サービスプラットフォームの構築と
提供を通じて解決することにより、
持続可能な社会の実現に取り組みます。

リベロのロゴマークは、「新たな扉を開く」場面をイメージしており、
新たな一歩を踏み出した新生活を迎えるすべての人を応援する企業姿勢を表現しています。



鹿島 秀俊 代表取締役社長

幼少期よりサッカーに親しみ、読売ヴェルディユース（現：東京ヴェルディユース）に所属。その後、スノーボード・ウェイクボードの選手兼インストラクターを経て、2009年リベロを設立。新生活ラクッとNAVIや転勤ラクッとNAVIなど生み出すサービスは常に「ユーザーファースト」。



横川 尚佳 常務取締役 経営管理本部長

土木系コンサルタント、建築資材メーカーを経て、2009年に鹿島とともにリベロを設立。新生活ラクッとNAVI、転勤ラクッとNAVI、引越しラクッとNAVIのサービスを立ち上げ責任者。0→1での事業構築を得意とし、引越に詳しい人としてテレビや新聞などのメディアにも出演。現在は経営管理部門を管掌。



楠 武史 取締役 事業本部長

デザイン会社の取締役を経て、2010年にリベロ入社。不動産営業部門の責任者として、常に増収を達成。入社当初の管掌領域であった新生活ラクッとNAVIに加えて、現在は転勤ラクッとNAVI、引越しラクッとNAVIなど全ての事業部門を管掌。2018年に取締役就任。



岡本 泰彦 社外取締役

銀行、旅行会社勤務を経て、パッケージ旅行の企画会社として株式会社パワーズインターナショナル（現ライク株式会社）を創業。旅行業から携帯電話販売店向け人材派遣事業にシフトし、現在は総合人材サービス事業を展開。ライク株式会社代表取締役社長のほか、保育関連サービス事業のライクキッズ株式会社の取締役会長、介護関連サービスのライクケア株式会社の取締役会長などを歴任。

商号	株式会社 リベロ (Livero Inc)	
所在地	本社	〒105-0001 東京都港区虎ノ門3-8-8 NTT虎ノ門ビル3F TEL：03-6636-0300（代表）
	大阪支店	〒531-0072 大阪府大阪市北区豊崎3-2-1 淀川5番館4F TEL：06-6485-5870（代表）
資本金	4億2000万円 (2021年12月末時点)	
代表者	代表取締役社長 鹿島 秀俊	
設立	2009年 5月	
従業員	247名 ※2021年12月末時点・臨時従業員含む	
連結子会社	株式会社 リベロビジネスサポート (LIVERO BUSINESS SUPPORT,INC)	

売上高

(2021年12月期)

2,376
百万円

売上高成長率

(2016年12月期～2021年12月期) ※1

20.7
%

売上高営業利益率

(2021年12月期)

15.1
%

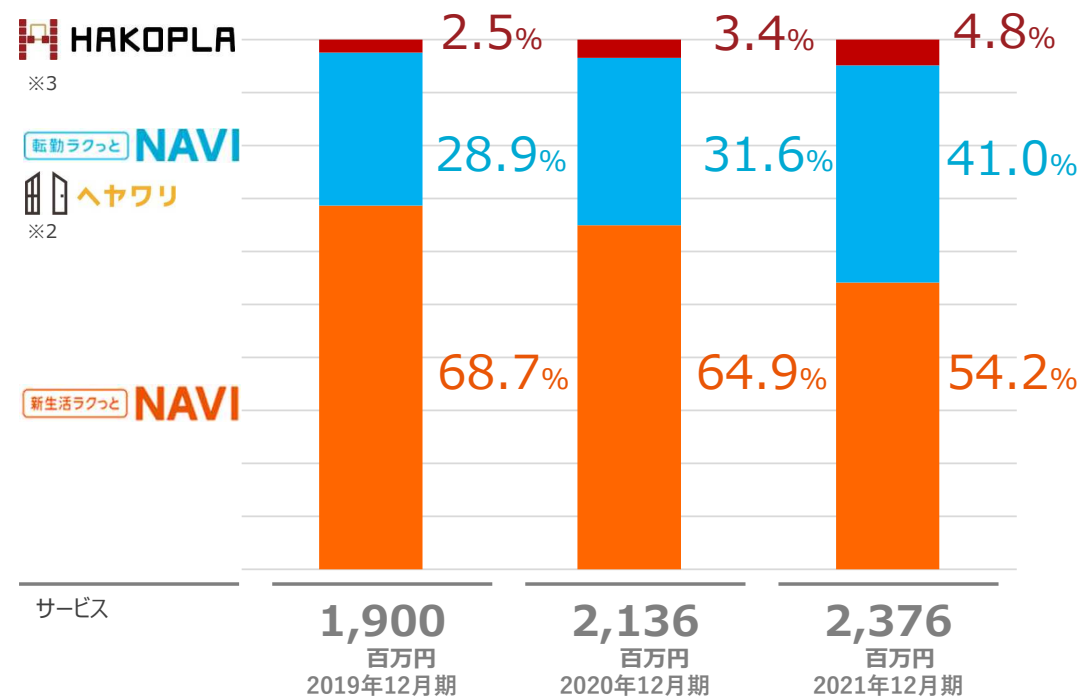
営業利益成長率

(2016年12月期～2021年12月期)

42.8
%

売上高構成比

(2019年12月期～2021年12月期)



※1 CAGRは、2016年から2021年の実績により算出しております。
2019年より、法人企業等向けである「転勤ラックとNAVI」の引越しサービスにおける売上高を、従来の計上方法(引越代金と当社が受取る手数料の総額を売上高とする方法)から、引越総額のうち当社が受取る手数料のみを売上高とする計上方法に変更しております。それに伴い、2016年～2018年の売上高を、2019年以降と同様の計上方法とした場合の売上高推移を記載しております。直近2期については、連結数値としており、それ以前は重要性を鑑みて単体としております。

※2 引越しラックとNAVIを含む。
※3 転勤ラックとNAVIのオプションサービスであるワンコイン転貸及びヘヤワリを含む。

新生活を迎える人とサービスを提供する事業者の課題を解決する 新生活サービスプラットフォーム

不動産会社向けサービス

新生活ラックと **NAVI**

不動産事業者向けサービス

不動産会社様のお客様が利用できる、顧客満足度につなげるサービス

法人企業向けサービス

転職ラックと **NAVI**

法人企業向けサービス

転職にまつわる業務負担を一気に解消するクラウド転職支援サービス

個人向けサービス

ヘヤワリ

個人向け賃貸住宅転貸サービス

家賃が2,000円割引になる企業向けの福利厚生サービス

引越会社向けサービス

「はこび」をつなぐプラットフォーム **HAKOPLA**

引越会社向けサービス

1社では実現が難しいことを、全国の引越会社が「つながる」ことで実現し、業界全体のコスト削減・利益率向上につなげる引越業界初の「プラットフォーム」サービス

ワンコイン転貸

法人企業向け社宅管理サービス

転職ラックとNAVIをプラットフォームとして社宅の期程契約から解約まで一括管理

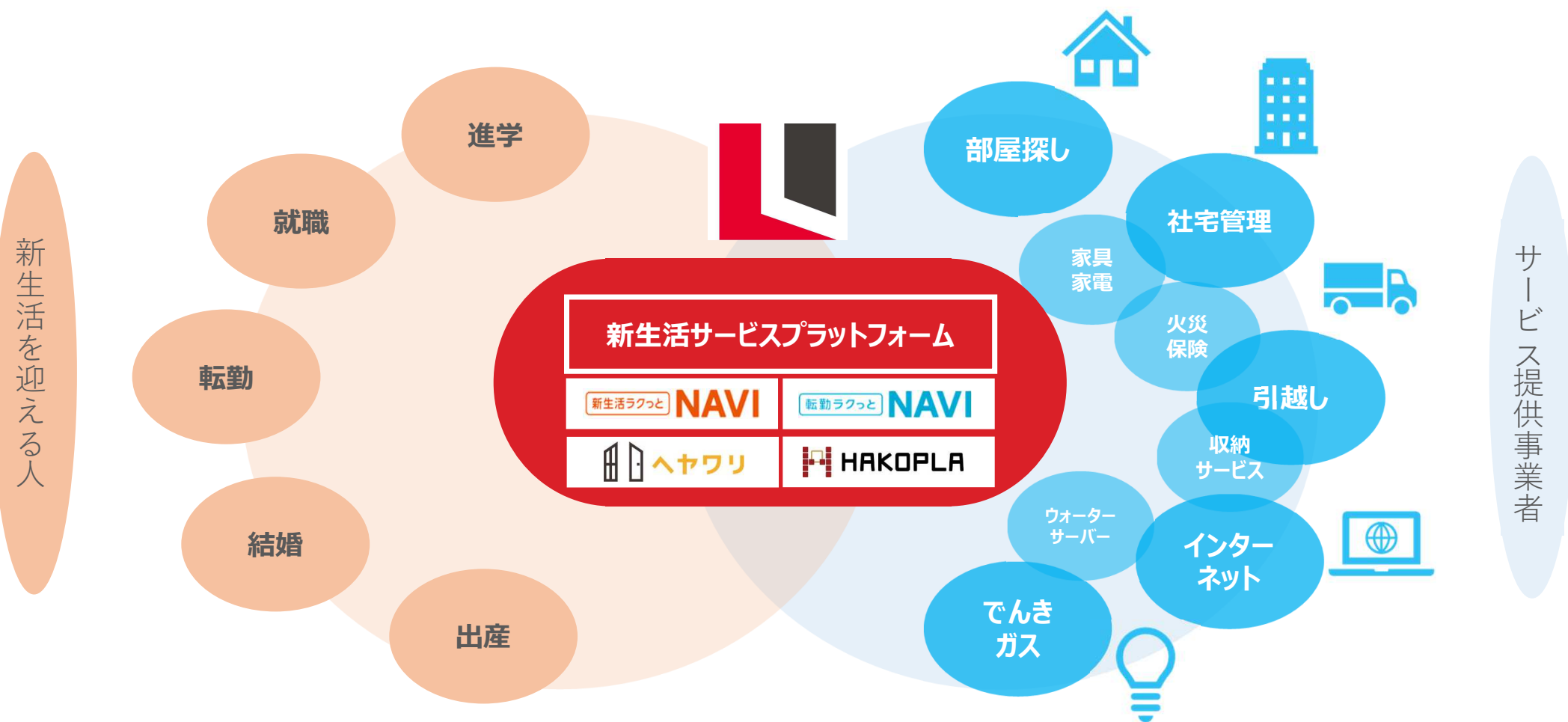
引越しラックと **NAVI**

個人向けサービス

新生活に関わるサポートを、個人のお客様がご利用できるサービス

新生活における課題の解決

新生活というライフイベント特有の面倒な手配や手続きに対する課題を、当社の新生活サービスプラットフォームを通じて解決しています。





1. 事業の概要

社会課題解決型のビジネスモデル 08

新生活ラクっとNAVI® 09

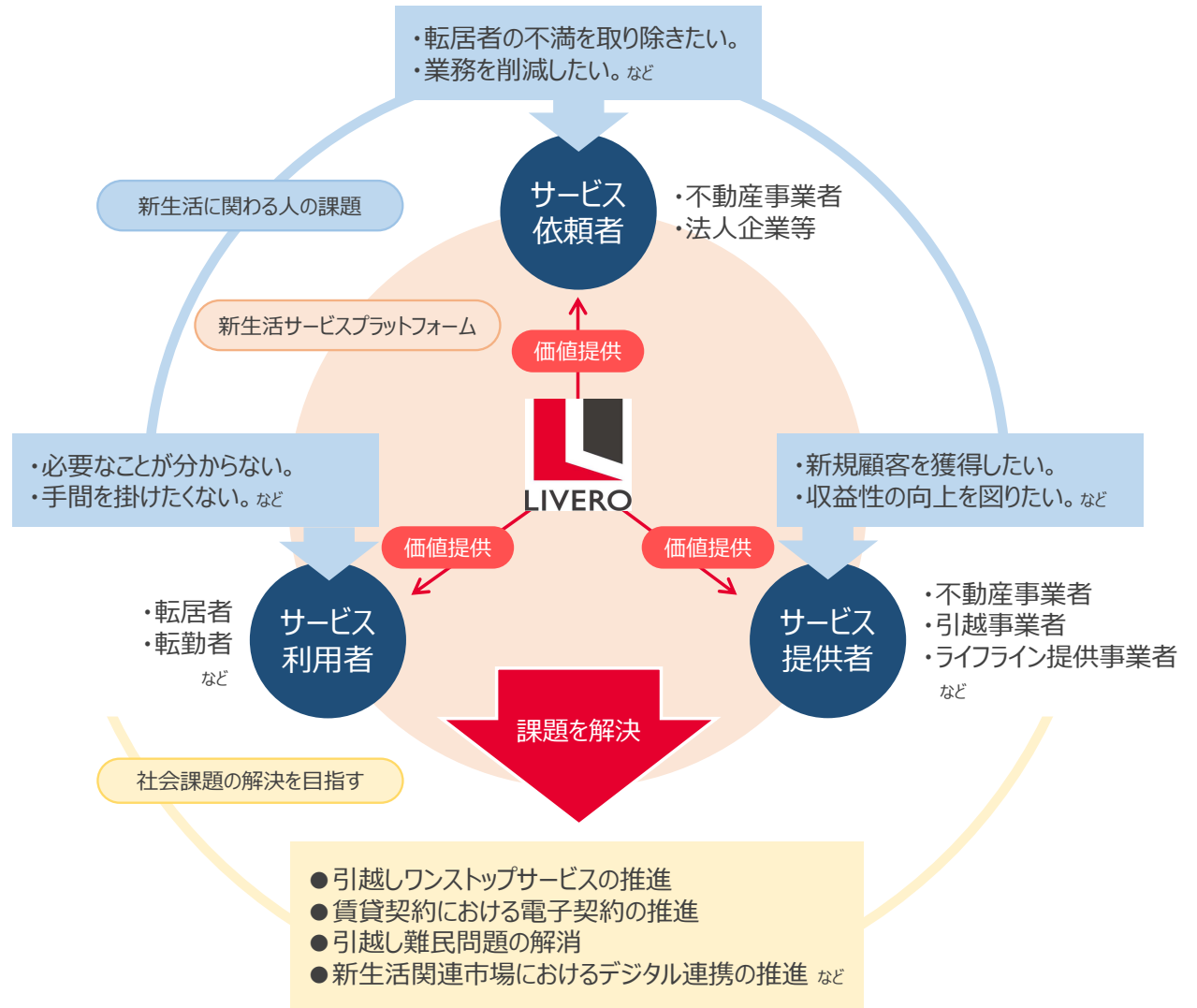
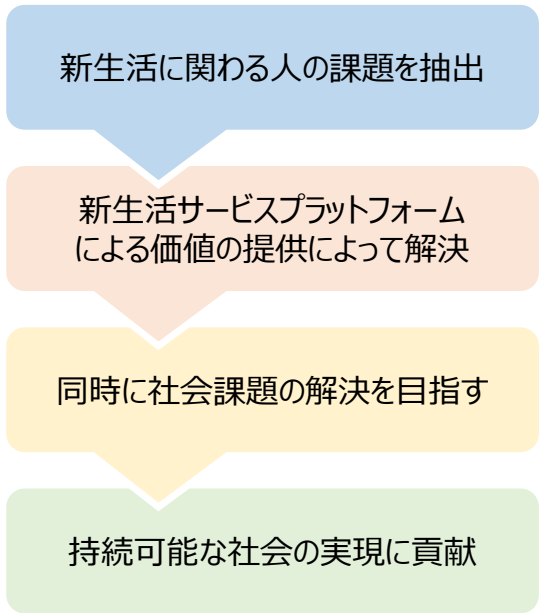
転勤ラクっとNAVI® 10

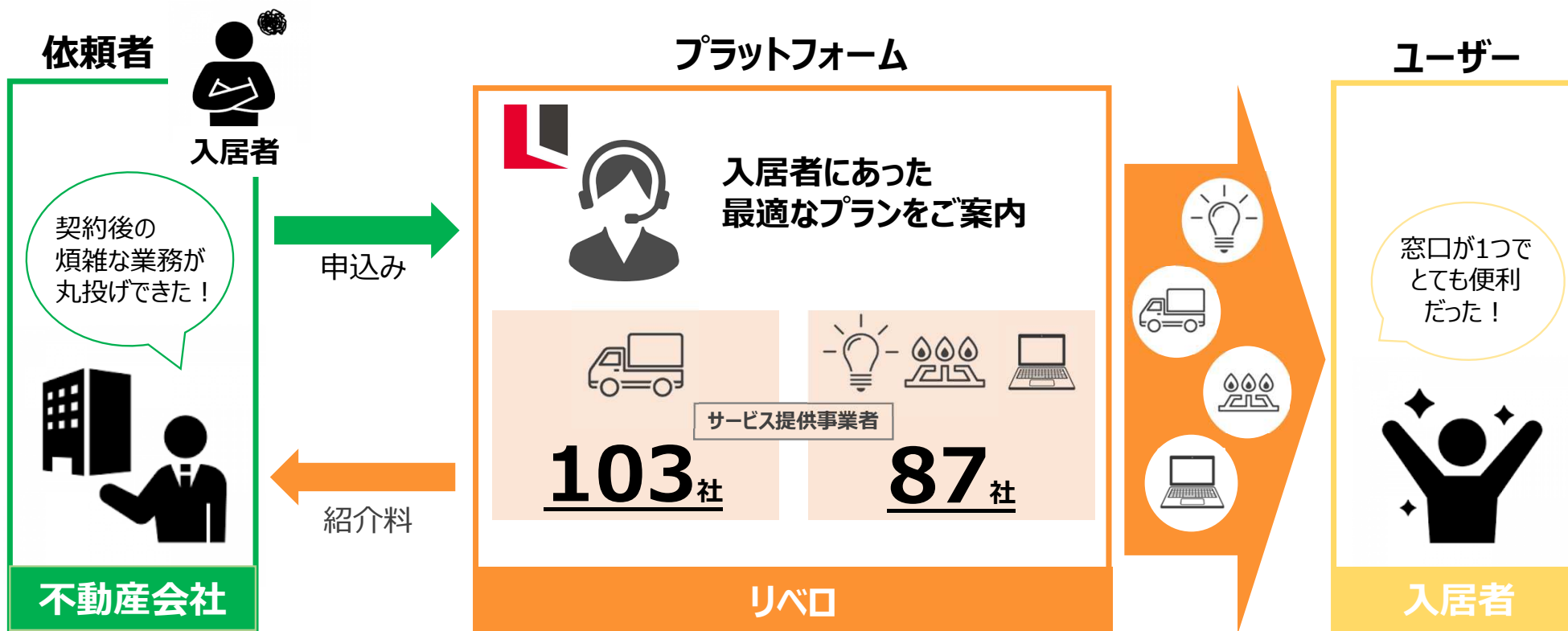
ハヤワリ® 12

ハコプラ® 13

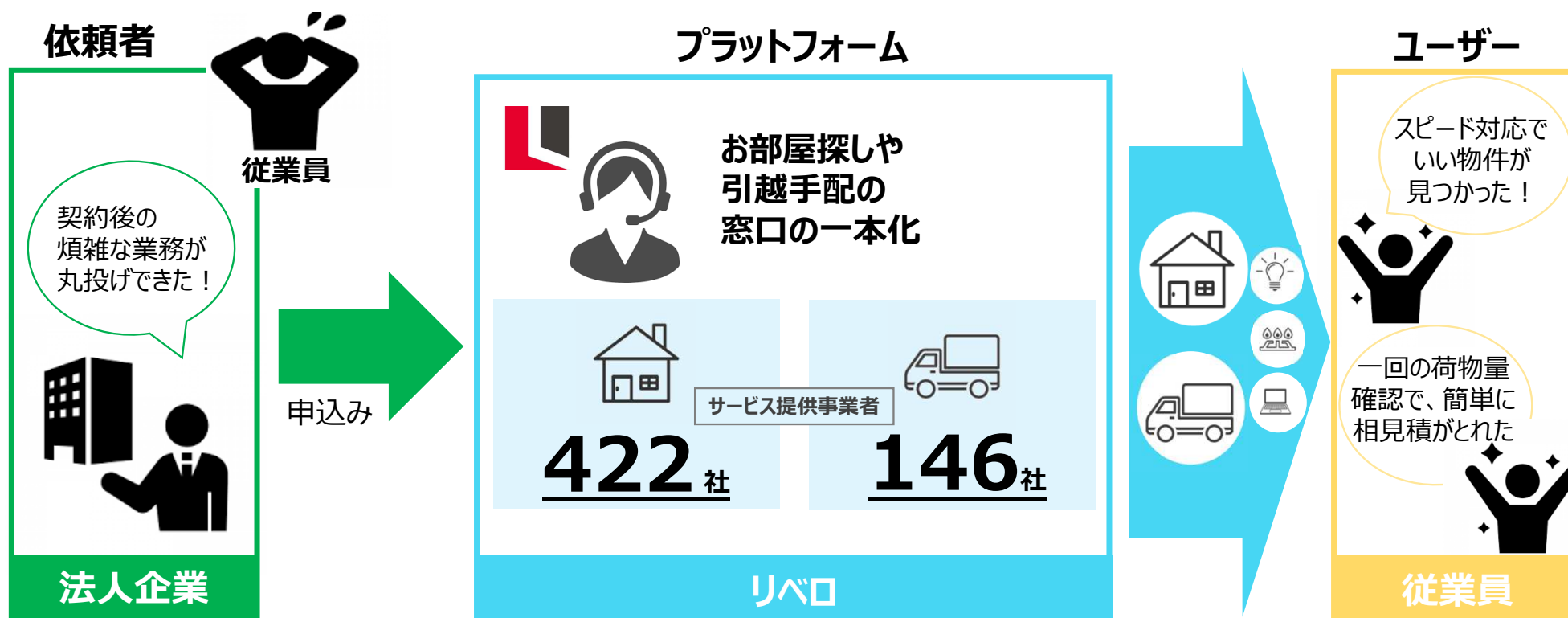
社会課題解決型のビジネスモデル

新生活を迎える際に直面する顧客および事業者の課題を、新生活サービスプラットフォームを通じて解決することと同時に、社会課題の解決を目指しております。





※ 新たな転居先となる新居を決めた顧客がサービス利用者となり、サービス依頼者である不動産事業者は顧客に当サービスの案内を行い承諾を得た上で、当社に顧客のサポートを依頼します。顧客にとって最適と考えられるサービスの提案をした上で、顧客の要望するサービスをサービス提供者である新生活関連事業者に取り次いでおります。新生活関連事業者によりサービス提供がなされた後に、当社は新生活関連事業者より成果報酬を受け取り、その上でサービス依頼者である不動産事業者に紹介手数料を支払っております。



※ 法人企業等で発令された人事異動により転勤が発生することとなる転勤者（従業員）がサービス利用者となり、総務人事担当部門は転勤者に当サービスを周知した上で、当社に転勤者のサポートを依頼します。法人企業等と事前に取り決めた契約条件の中で、転勤者の要望に合致するサービス及び最適な新生活関連事業者を選定し新生活関連事業者にサービス提供を依頼します。当社は新生活関連事業者より成果報酬を受け取っており、サービス依頼者である法人企業の紹介先となる販売代理店に対しては、代理店手数料の支払いをしております。

ワンコイン転貸のビジネスモデル





※ 法人企業等向けのコスト不要の福利厚生サービスとして、従業員である個人がサービス利用者となり本人から利用申し込みをします。顧客が希望する部屋を当社が借り上げ、当社から顧客に貸し出す転貸借方式を採用していることによって、顧客は、当サービスのマイページで電子契約及び電子データを管理することが可能となっております。さらに、貸借方式の採用によって転貸料金を当社が設定することが可能となり、入居者である顧客向けに家賃の割引を行うことを実現しております。



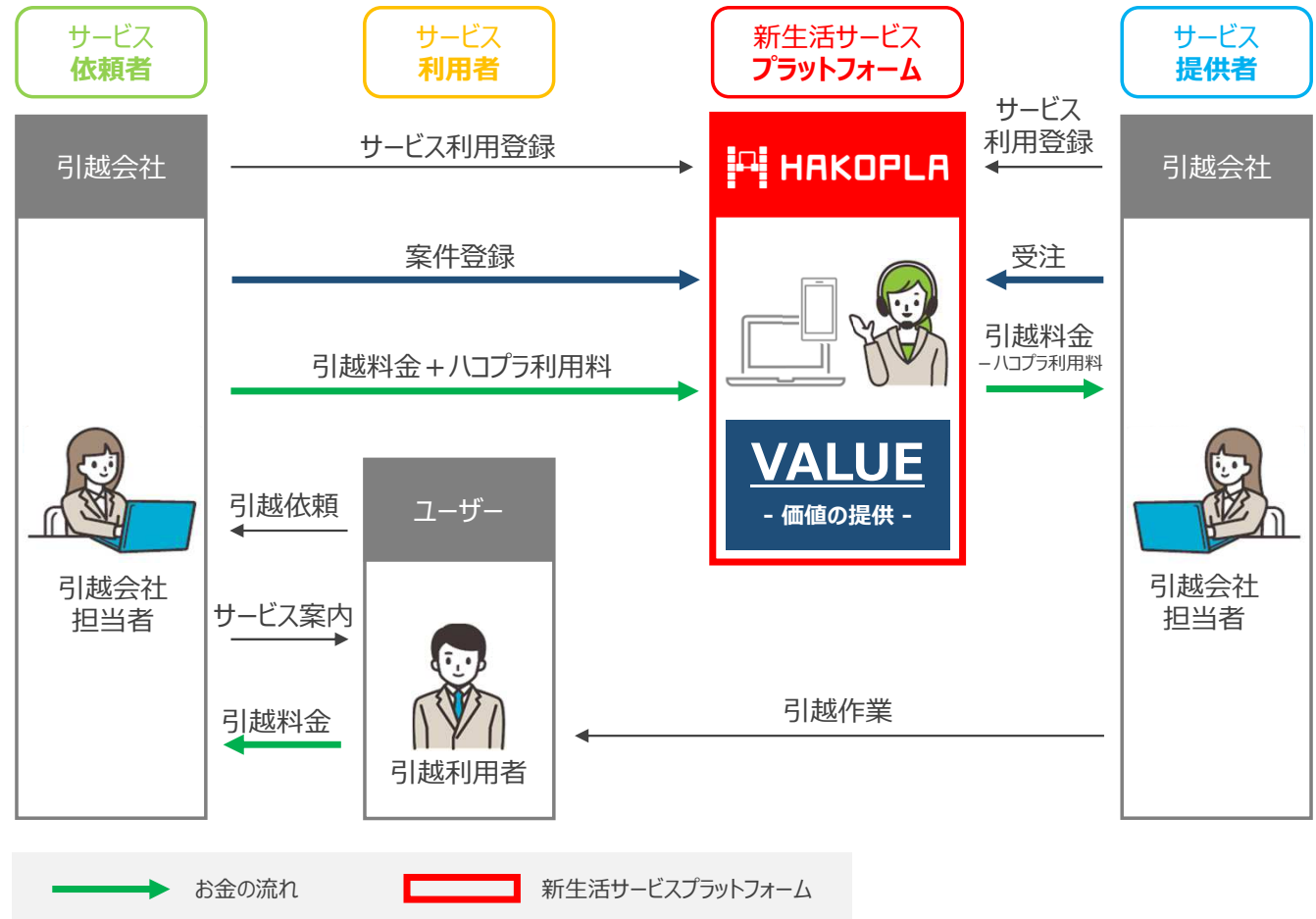
提供する価値

引越会社

- ・全国の提携引越会社
- ・豊富なサービスメニュー
- ・収益拡大の機会

ユーザー

- ・引越し難民問題の低減
- ・繁忙期料金の抑制



※ 当サービスは、引越案件のマッチングをはじめ、引越しにおける積み込みと積み下ろし、及び拠点間の配送である幹線便を分割してマッチングする仕組みにより、空きトラックの活用を可能にするなど、引越事業者の使い勝手をより高める仕様としております。加えて引越案件のマッチングだけに留まらず、資材の配送及び回収、大型家具家電運送のマッチング、人材のマッチングを開始いたしました。その後、引越しに使用する車両の燃料を共同購入することにより引越引越事業者のコストを低減させる取り組みに加えて、鉄道輸送の共同利用も開始しております。

引越会社の共通の課題を解決する プラットフォーム

① 引越し案件等のオンラインマッチングサービス



〈従来〉
A社東京→福岡 1件
B社福岡→東京 1件
合計 2件

〈HAKOPLA〉
A社東京⇄福岡 2件
B社福岡等地元で6件(2日)
合計 8件

引越難民

2022年2月末時点のマッチング率 **98.8%**

② 引越会社様と共同開発する各種新規サービス

■ 株式会社タイムー

『人材マッチングサービス』



■ S B S ロジコム株式会社

『物流プラットフォームサービス』



人材不足



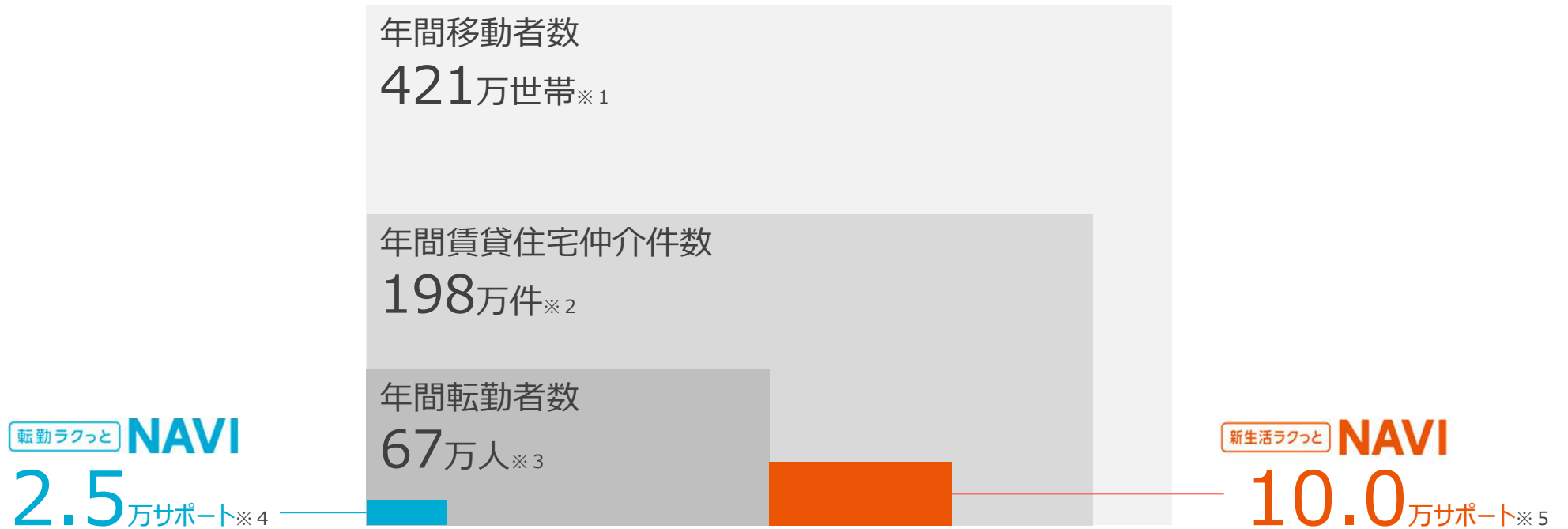
閑散期対策

2. 市場環境

移転者サポート事業の市場規模	16
移動者数の見通し	17
ユニークなポジショニングの確立	18



民間賃貸住宅仲介市場において、各サービスの推進によりシェア拡大に取り組みます。



※1 出典：移動世帯数の実績と予測による2019年実績値（出所：2020年6月9日 株式会社野村総合研究所「日本の住宅市場と課題」）

※2 出典：矢野経済研究所「2019年版 不動産仲介市場の将来展望と事業戦略」より個人向け不動産（居住用住宅）賃貸仲介件数

※3 出典：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査（JPSED）2020」より20歳から59歳までの正社員のうち、2019年1年間に転勤を経験した割合（転勤経験者の割合）と人口推計規模を算出

※4 転勤ラクっとNAVIにおける2020年12月期引越しサポート件数

※5 新生活ラクっとNAVIにおける2020年12月期ライフライン（インターネット回線）サポート件数

コロナ禍を経ても転勤・移動世帯数に対する見通しに大きな変更は出されていない。

① 2019年・2020年における「引っ越しを伴う転勤をした」割合

	単身赴任	家族帯同
2019年 (n=57,284) ※1	1.3%	0.8%
2020年 (n=56,064) ※2	1.4%	0.7%

転勤自体の大幅な変動は認められない

② 2019年・2020年・2021年の移動世帯推計値と2030年・2040年の移動世帯予測値

	2018年	2019年	2020年	...	2030年	...	2040年
2019年 推計及び予測 ※1	実績値(推計) 419万世帯				予測値 383万世帯		
2020年 推計及び予測 ※2		実績値(推計) 421万世帯			予測値 387万世帯		予測値 344万世帯
2021年 推計及び予測 ※3			実績値(推計) 418万世帯		予測値 386万世帯		予測値 343万世帯

ほぼ横ばい

大きな変更は出されていない

※1 2019年の就業実態（出所：2020年6月11日 株式会社リクルートリクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査（JPSED）2020」）

※2 2020年の就業実態（出所：2021年6月15日 株式会社リクルートリクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査（JPSED）2021」）

※1 実績値：総務省「住民基本台帳人口移動報告」国勢調査よりNRI推計 予測値：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数将来推計」よりNRI予測（出所：2019年6月20日 株式会社野村総合研究所「<2019年版>2030年の住宅市場と課題」）

※2 実績値：総務省「住民基本台帳人口移動報告」国勢調査よりNRI推計 予測値：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数将来推計」よりNRI予測（出所：2020年6月9日 株式会社野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」）

※3 実績値：総務省「住民基本台帳人口移動報告」国勢調査よりNRI推計 予測値：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数将来推計」よりNRI予測（出所：2021年6月8日 株式会社野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」）

ユニークなポジショニングの確立

新生活サービス提供者の「ネットワーク化×データ連携」を実現したプラットフォームの提供により、ユニークなポジショニングを確立しています。



3. 事業の強み

新生活サービスプラットフォームの強み	20
多様な新生活サービスメニュー	21
強固なネットワーク	22
継続性の高い顧客基盤	23
サービス提供事業者との強固なネットワーク	24
強固なネットワーク(ハコプラの取り組み)	25
テクノロジーの活用によるデジタル連携	26
ESGへの取り組み	27



当社の強み

事業環境

- 新生活関連市場という大きな市場
- デジタル化の進展余地
- ユニークなポジションの獲得

ビジネスモデル

- 業種が多様かつ裾野が広い顧客基盤
- 周辺事業領域への展開余地
- 提携会社との強固な関係

収益構造

- 継続性の高い顧客基盤
- 高い売上総利益率

移転者サポートに事業ドメインを置く意義

シナジー

- 顧客資産の共有
- デジタル技術の共有
- 事業ノウハウの共有

再現性

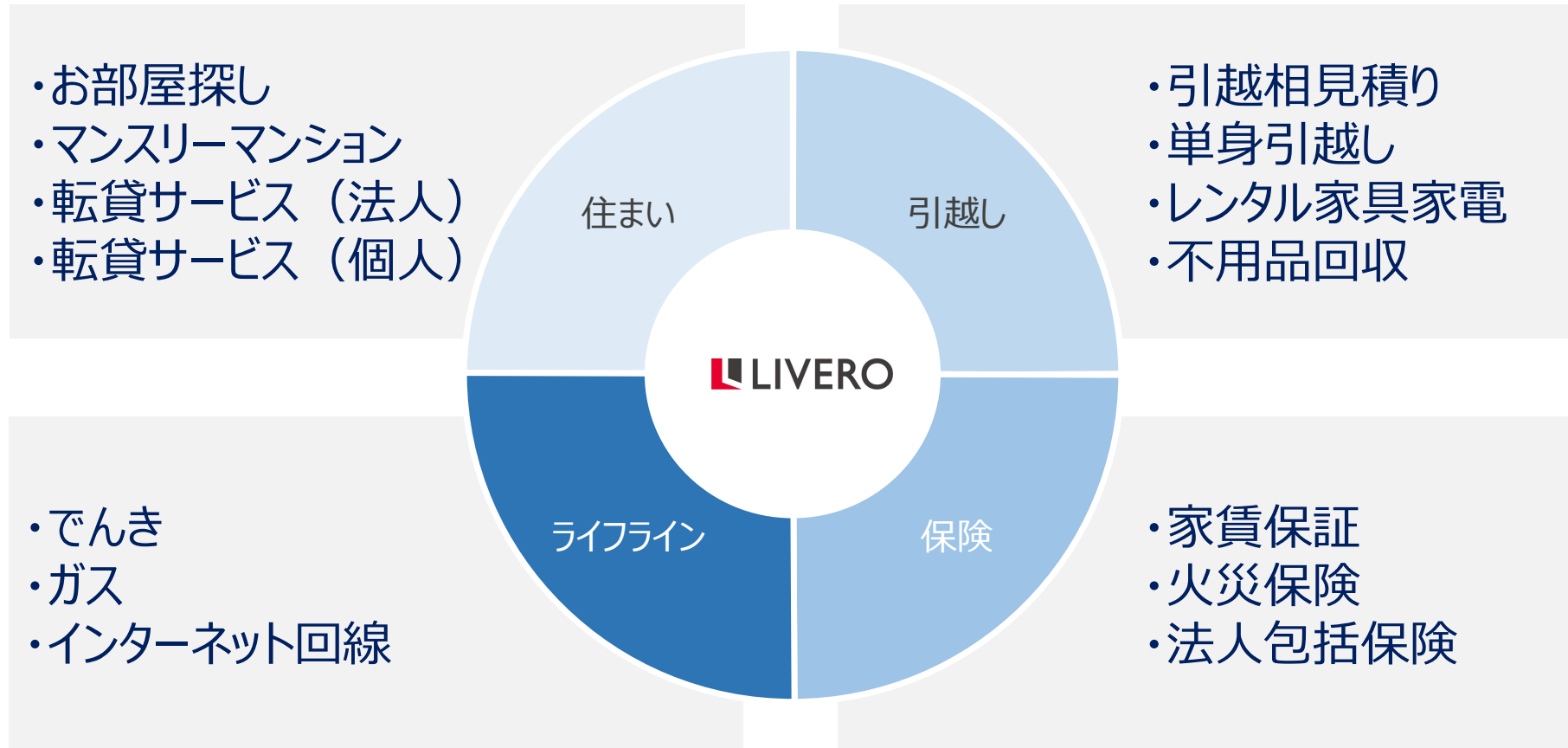
- 事業領域の拡大により、サービスメニューが追加になっても、容易に運用可能なフォーマットを開発

LTV[※]

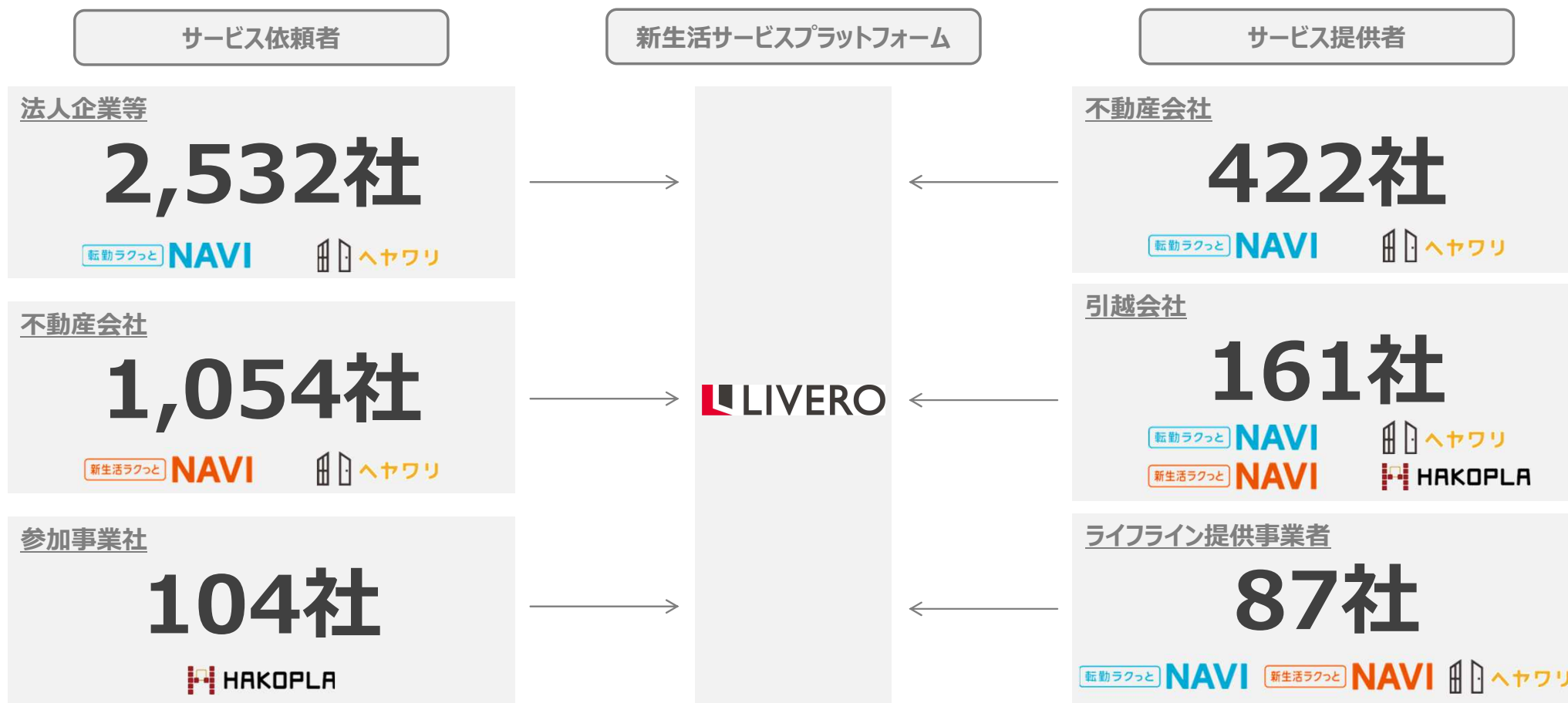
- 顧客のライフステージの変化に沿った新生活サービスを展開することによりLTVを最大化

※ LTV (Life Time Value) : 顧客生涯価値であり、1人 (1社) の顧客と企業が取引を始めてから終わりまでの期間 (顧客ライフサイクル) を通じて、その顧客が企業やブランドにもたらす損益を累計して算出したマーケティングの成果指標のことを言います。

多彩な新生活サービスメニューの拡充とワンストップでの提供により、顧客の利便性を高めると共に顧客の高い定着を目指します。



2009年の創業からサービス提供者・依頼者との強固なネットワークを構築しています。

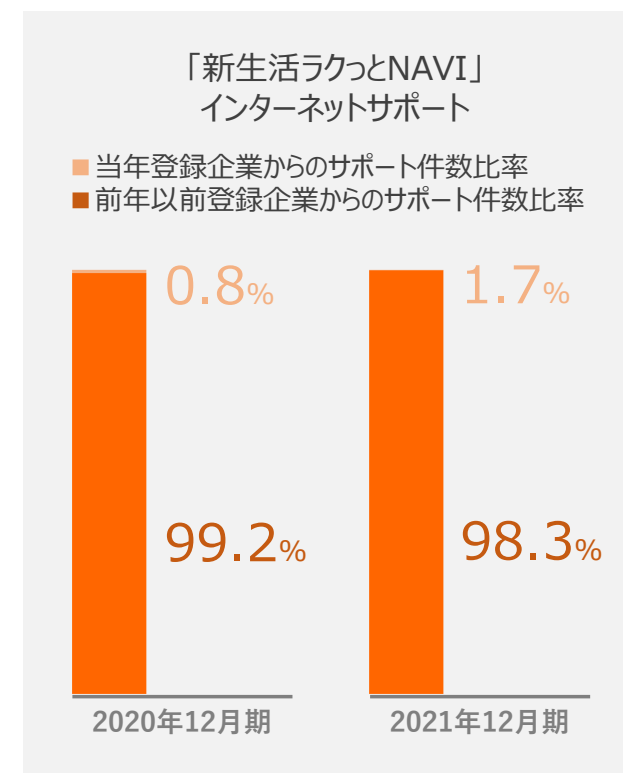
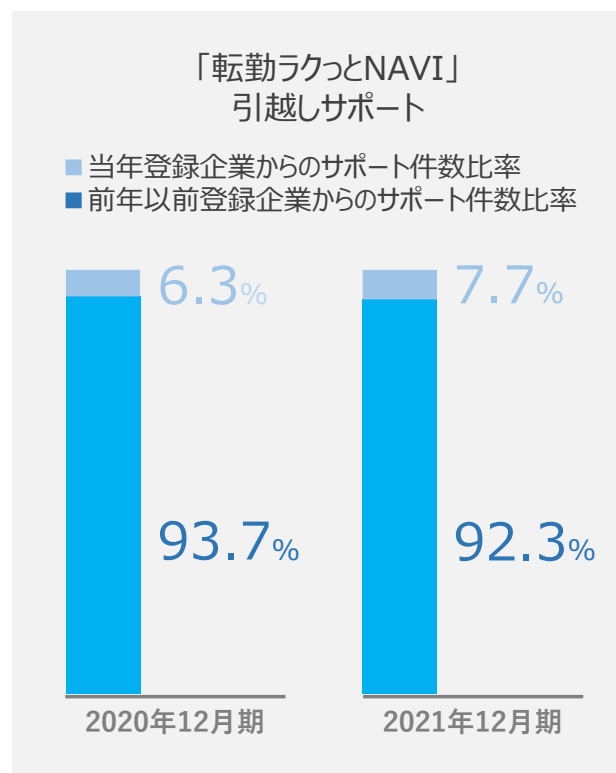
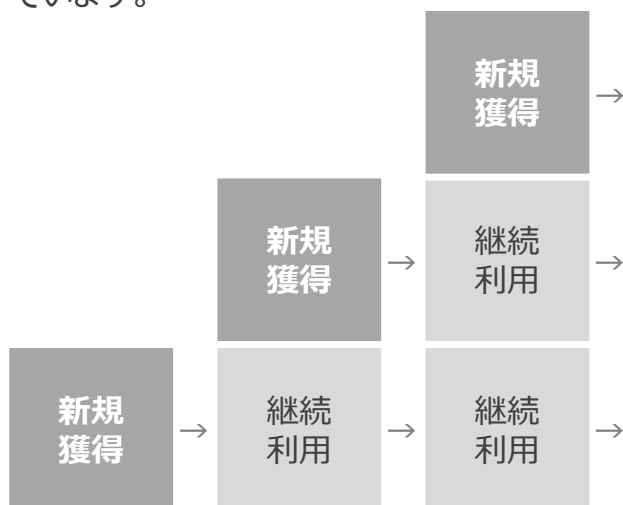


※2021年12月末現在、不動産会社及び引越会社につきましては、サービス依頼者及びサービス提供者における、それぞれの登録社数としており重複を含む延べ社数となっております。

継続性の高い顧客基盤

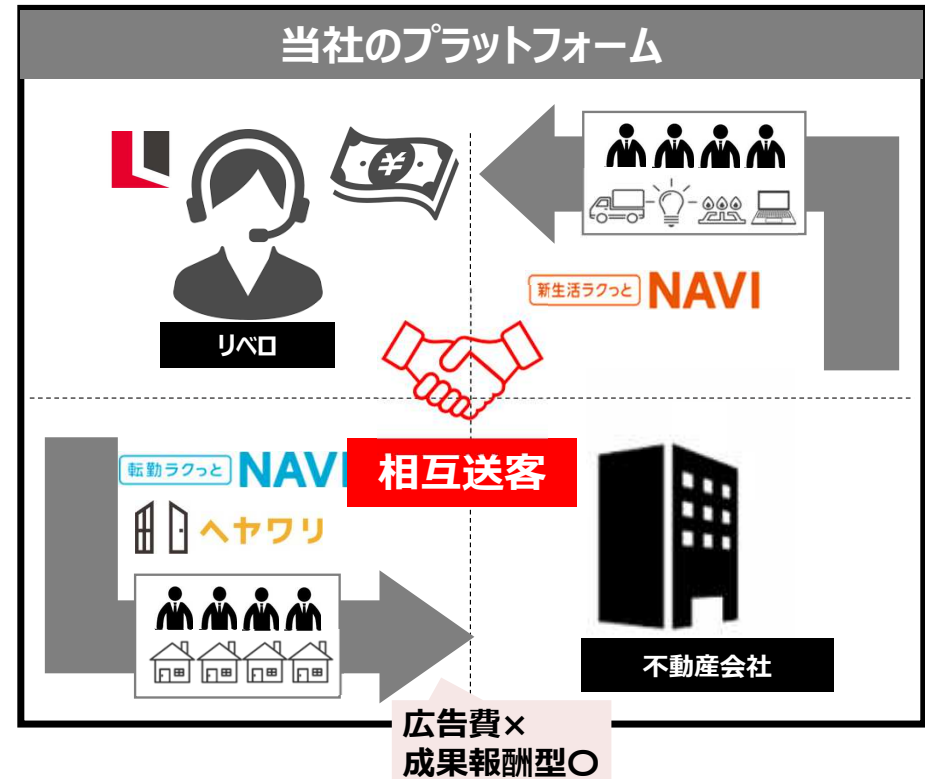
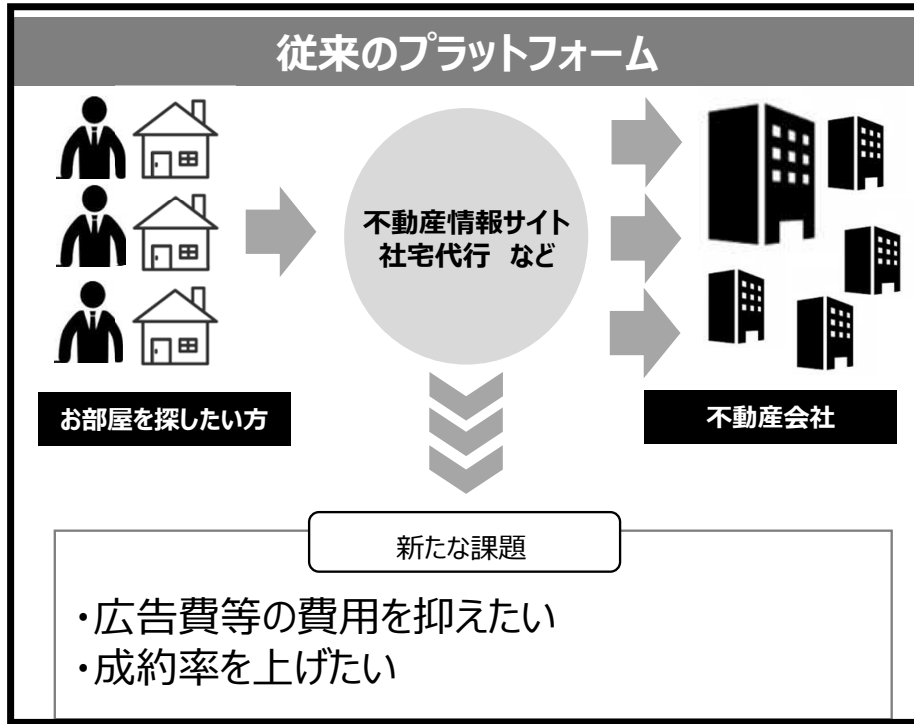
新生活ラクッとNAVI、転職ラクッとNAVIをはじめとした当社グループが提供するサービスは、高い定着性を有する顧客基盤を形成しています。

当社のサポート件数は、サービス依頼者である、新生活ラクッとNAVIにおける不動産事業者、転職ラクッとNAVIにおける法人企業等の、新規獲得後の高い定着性によって、継続的に増加するモデルとなっています。



サービス提供事業者との強固なネットワーク

各サービス間のシナジーを高めることにより、強固なネットワークの定着を図ります。



強固なネットワーク（ハコプラの取り組み）

ハコプラ参加企業の拠点数および車両数は、大手引越会社と同様の水準となっており、ネットワークとサービスメニューの活用により社会課題の解消に取り組めます。

HAKOPLA

参加社数：**104** 社

営業拠点数：**324** 拠点

引越専用車両：**1,480** 台

一般車両含む引越専用車両：**6,915** 台

HAKOPLA サービスメニュー

マッチングメニュー

案件マッチング

引越案件情報の共有により、受注数向上とお得な料金を可能とします。

人材マッチング

「タイミー」との提携により、突発的な人材不足などの解消を可能とします。

空き情報マッチング

鉄道などの幹線便の共有により、受注数向上とお得な料金を可能とします。

資材回収マッチング

回収が難しい資材情報の共有により、効率的な車両運行を可能とします。

その他メニュー

家具家電配送

大型荷物配送や商業施設等引越しにより、閑散期の収益確保を可能とします。

燃料協同購買

車両燃料を共同購入することにより、コスト削減を可能とします。

（2021年12月末現在）

AI・テクノロジーの活用により、新生活関連サービスのデジタル化およびワンストップ化の推進に取り組みます。

引越しワンストップサービス

政府や民間事業者と連携して、引越しに伴う手続きの負担を軽減し、また、手続漏れを防止するため、引越しワンストップサービスを推進しています。

内閣官房情報通信技術(IT)総合戦略室

- ・引越しワンストップサービス実証実験
(民間の手続に係る検証)
実施時期：2019年12月2日～12月24日
- ・引越しワンストップサービス実サービス検証
(民間手続に係る検証)
実施時期：2020年11月25日～12月23日

株式会社NTTデータ

- ・パーソナルデータ流通 プラットフォーム
「My Information Tracer™ (以下、mint)」
を活用した住所変更情報の連携に関する実証実験
実施時期 2021年3月22日～26日

不動産賃貸データ・手続きのクラウド化

賃貸住宅の転貸サービスである法人向け「ワンコイン転貸」、個人向けの「ヘヤワリ」における転貸借契約の電子化を起点として、不動産賃貸データのデジタル連携を推進します。

不動産賃貸データのデジタル連携

- ✓ 転借主との電子契約
- ✓ 賃貸主との電子契約
- ✓ 不動産仲介事業者へのデジタル連携
- ✓ 家賃保証事業者のデジタル連携

新生活関連サービス事業者のデジタル連携

- ✓ 不動産事業者
- ✓ 引越事業者
- ✓ ライフライン事業者

AI・DXへの新たな取り組み

AI・ディープラーニング等の新技術を活用することによって、新たな顧客体験の価値向上やデジタル連携による成長に取り組みます。

引越業界に導入する取り組み

スマートフォンを利用した画像及び映像によって、引越荷物量の算出を可能とすることにより、顧客の新たな引越体験価値の創出を目指すべく取り組みます。

不動産業界に導入する取り組み

画像認識による紙の賃貸借契約のデータ化と共に、賃貸借契約書をデジタルデータに置き換えることで、新たな不動産賃貸体験価値の創出を目指すべく取り組みます。

より良い社会の形成と企業の持続可能な発展のため、ESGの3つの要素である、環境、社会、ガバナンスに対する社会の期待や要請に取り組めます。

<p>Environment 環境</p>	<p>CO2排出削減 ハコプラのマッチングによる効率的な引越しを実現することによって、CO2の削減に貢献します。</p> <p>Environment</p>	<p>印刷物の削減 賃貸住宅の契約書を電子化することによって、印刷物の削減に貢献します。</p> <p>Environment</p>	<p>13 気候変動に具体的な対策を</p>				
<p>Society 社会</p>	<p>引越し難民問題 ハコプラのマッチングによる引越しのムリ・ムダ・ムラを削減することによって、引越し困難状況の解消に貢献します。</p> <p>Society</p>	<p>引越しワンストップサービス 政府や民間事業者と連携して、引越しワンストップサービスを推進することで、引越しに伴う手続の負担軽減、また、手続漏れの防止に貢献します。</p> <p>Society</p>	<p>不動産デジタルトランスフォーメーション 賃貸住宅の転貸サービスにおける転貸借契約の電子化を起点として、不動産賃貸データのデジタル連携に貢献します。</p> <p>Society</p>	<p>11 住み続けられるまちづくりを</p>	<p>17 パートナーシップで目標を達成しよう</p>		
<p>Governance 企業統治</p>	<p>コンプライアンス体制 当社グループの役員、従業員及びサービス利用者が、常に公正で機能的な行動をとることができるよう、グループ全体のコーポレート・ガバナンスの強化を図ります。</p> <p>Governance</p>	<p>女性の活躍推進 ※1</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>女性社員比率</p> <p>50.9%</p> <p>全国平均 約26.5% ※2</p> </td> <td> <p>女性管理職比率</p> <p>33.3%</p> <p>全国平均 約8.9% ※2</p> </td> <td> <p>女性役員比率</p> <p>28.6%</p> <p>上場企業平均 約7.5% ※3</p> </td> </tr> </table> <p>Governance</p>		<p>女性社員比率</p> <p>50.9%</p> <p>全国平均 約26.5% ※2</p>	<p>女性管理職比率</p> <p>33.3%</p> <p>全国平均 約8.9% ※2</p>	<p>女性役員比率</p> <p>28.6%</p> <p>上場企業平均 約7.5% ※3</p>	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p>
<p>女性社員比率</p> <p>50.9%</p> <p>全国平均 約26.5% ※2</p>	<p>女性管理職比率</p> <p>33.3%</p> <p>全国平均 約8.9% ※2</p>	<p>女性役員比率</p> <p>28.6%</p> <p>上場企業平均 約7.5% ※3</p>					

※1 2022年1月現在

※2 出典：帝国データバンク『特別企画：女性登用に対する企業の意識調査（2021年）』（2021年8月16日）

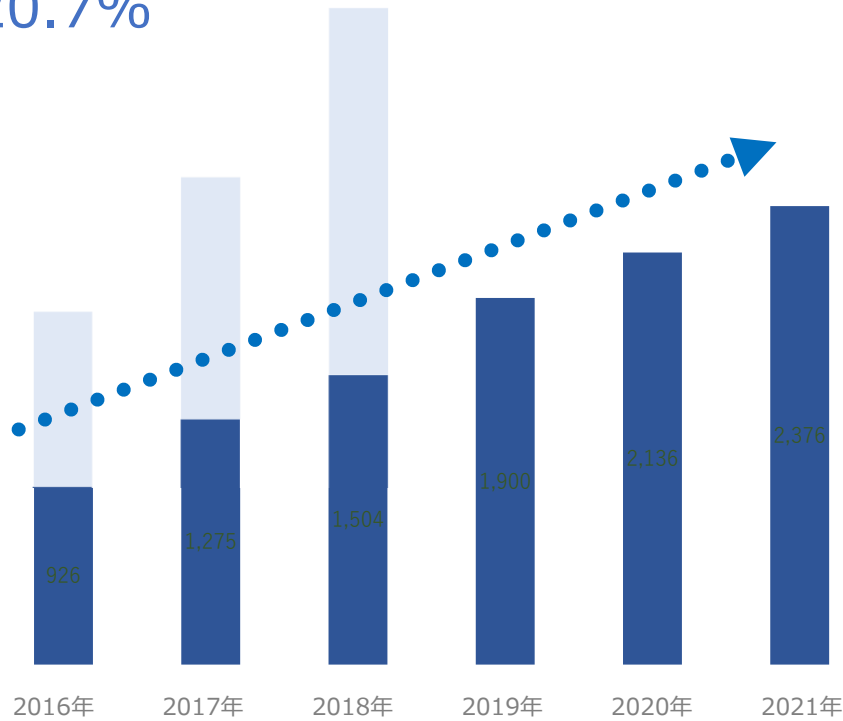
※3 出典：東洋経済新報社「役員四季報」調べ（2021年7月末時点）

4. 業績

- 業績の推移 29
- 主要KPIの推移 30
- 重視する指標 31
- PLの構造 32

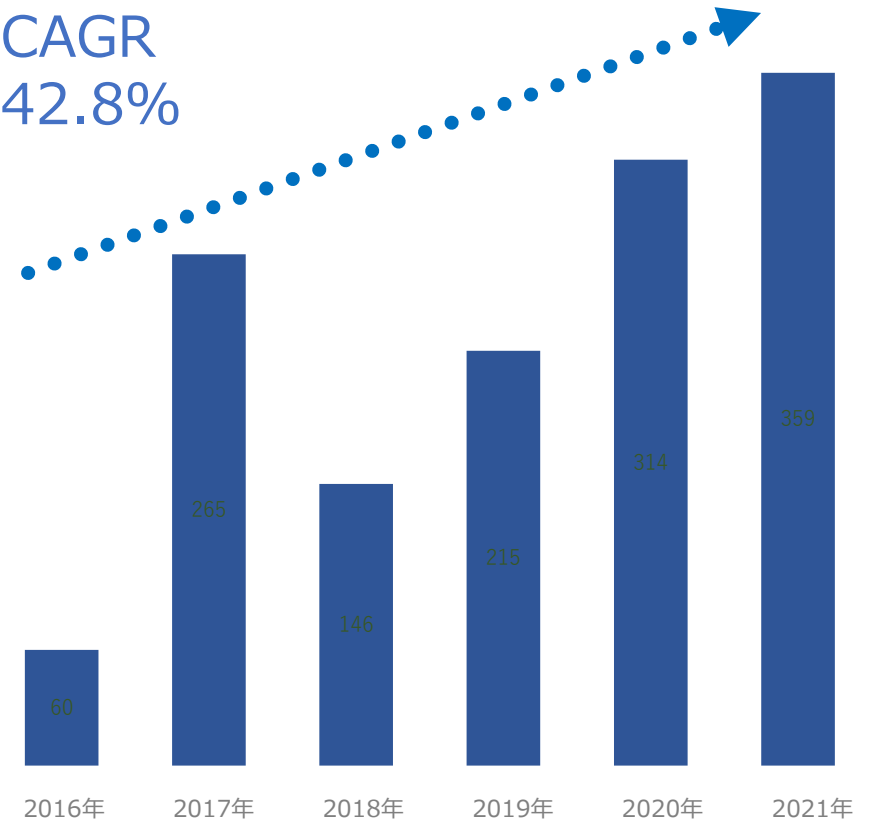


売上高 (単位：百万円)

CAGR
20.7%

CAGRは、2016年から2021年の実績により算出しております。
2019年より、法人企業等向けである「転勤らくとNAVI」の引越サービスにおける売上高を、従来の計上方法(引越代金と当社が受取る手数料の総額を売上高とする方法)から、引越総額のうち当社が受取る手数料のみを売上高とする計上方法に変更しております。それに伴い、2016年～2018年の売上高を、2019年以降と同様の計上方法とした場合の売上高推移を記載しております。直近2期については、連結数値としており、それ以前は重要性を鑑みて単体としております。

営業損益 (単位：百万円)

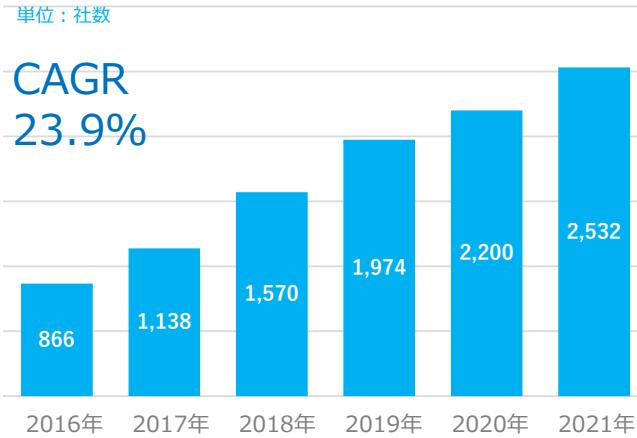
CAGR
42.8%

CAGRは、2016年から2021年の実績により算出しております。
2017年12月期における営業利益額につきましては、成果報酬平均単価の上昇によるものであり、2018年12月期以降につきましては、成果報酬平均単価につきましては大きな変動はありませんが、事業拡大を目的として主に人材に対する投資を拡大していることにより前期比減少しております。

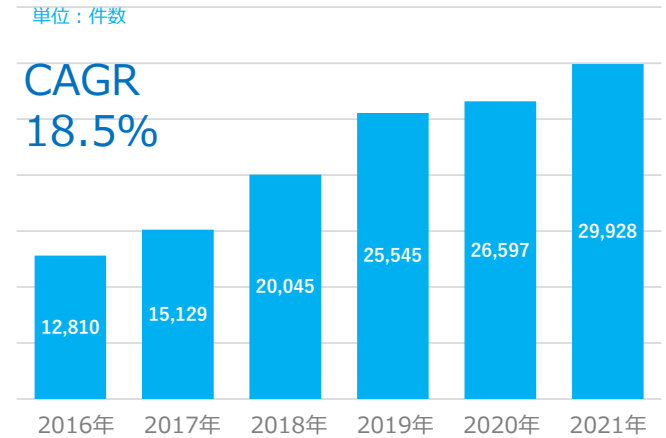
主要KPIの推移



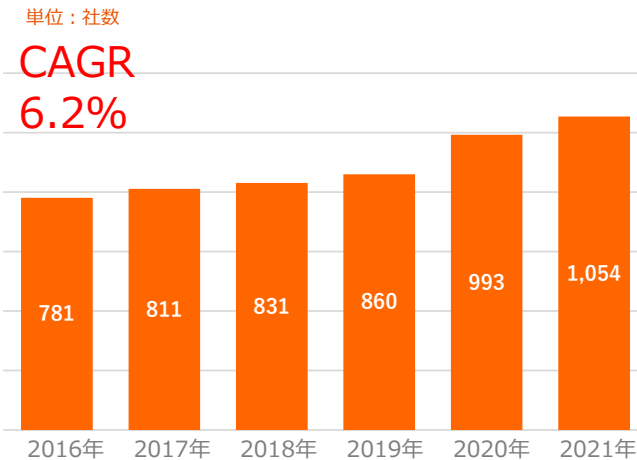
「転勤ラクっとNAVI」登録企業数



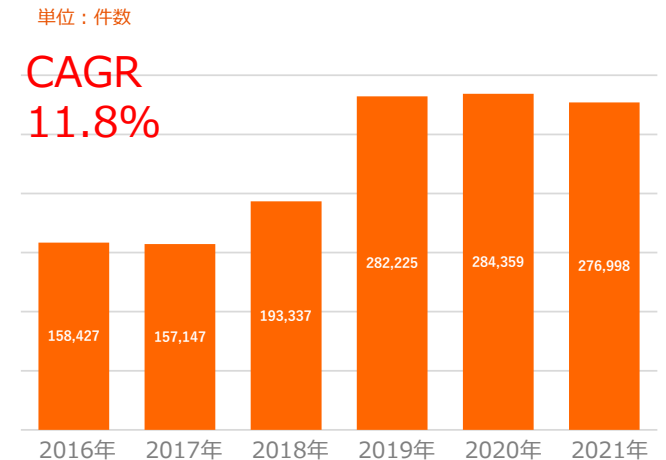
「転勤ラクっとNAVI」主要サービス



「新生活ラクっとNAVI」登録企業数



「新生活ラクっとNAVI」主要サービス



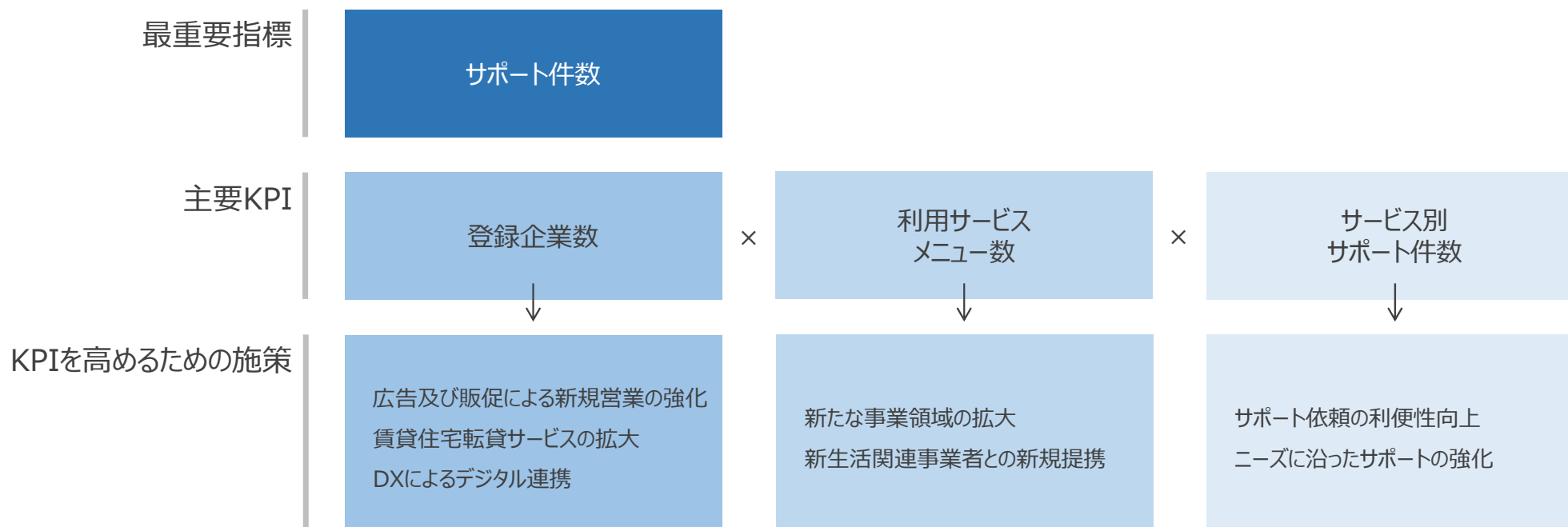
- (注) 1. CAGRは、2016年から2021年の実績から算出しております。
- (注) 2. 「新生活ラクっとNAVI」サポート件数は、主要サービスである引越し及びライフライン（でんき・ガス・インターネット）サポート件数を集計しています。
- (注) 3. 「転勤ラクっとNAVI」サポート件数は、主要サービスである引越し及び部屋探しを集計しています。

重視する指標

サービスごとに設定した最重要指標及び主要KPIにより事業成長を評価します。



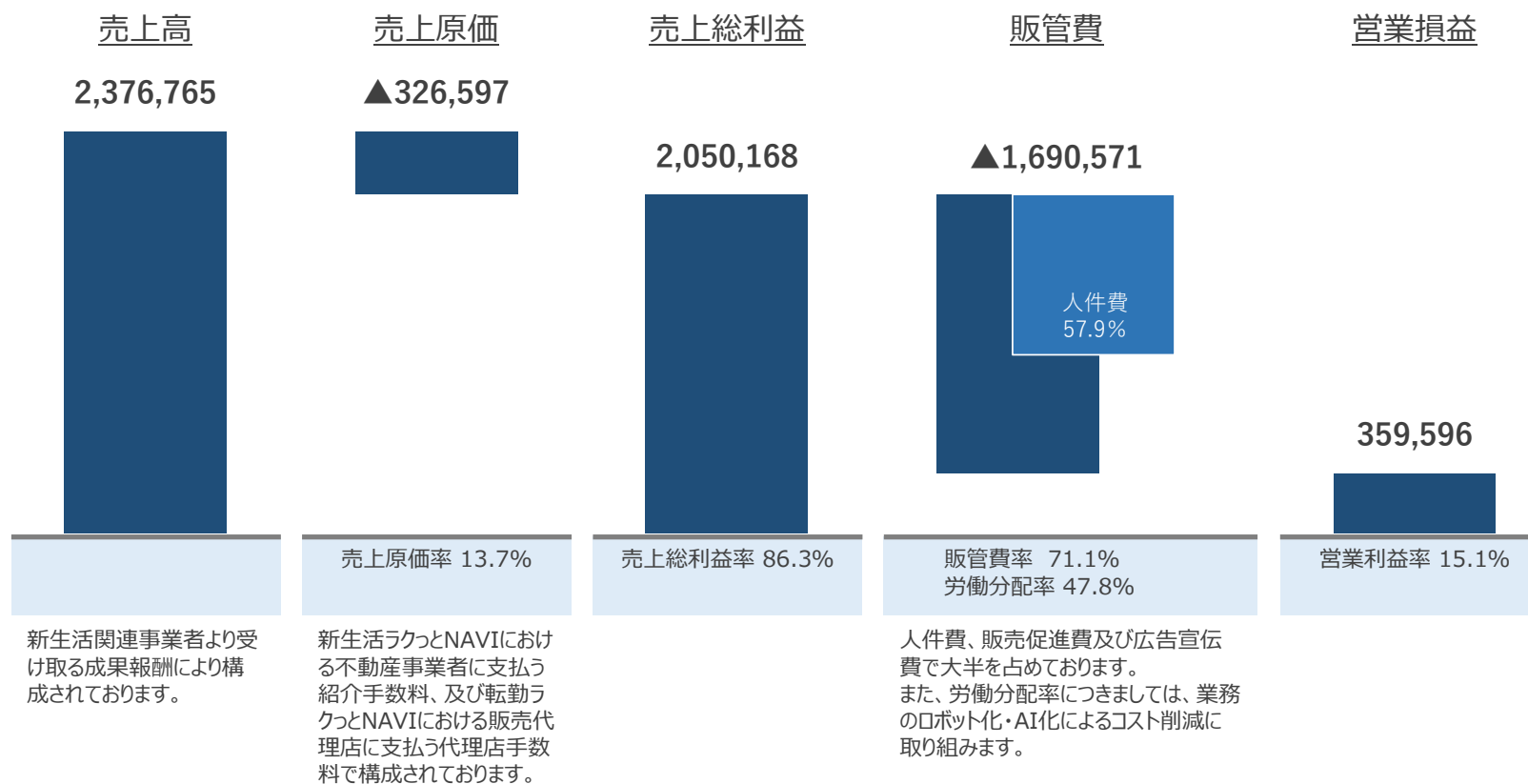
最重要指標はサポート件数としており、サービスレベルの向上、サービス提供者ネットワークの拡大により、ユーザーの利便性を高めることで主要KPIの伸長を目指します。



当社収益は、新生活関連事業者より受け取る成果報酬を中心に構成されており、売上原価は、サービス依頼者に支払う紹介手数料及び代理店手数料を中心に構成されています。

2021年12月期

(単位：千円)

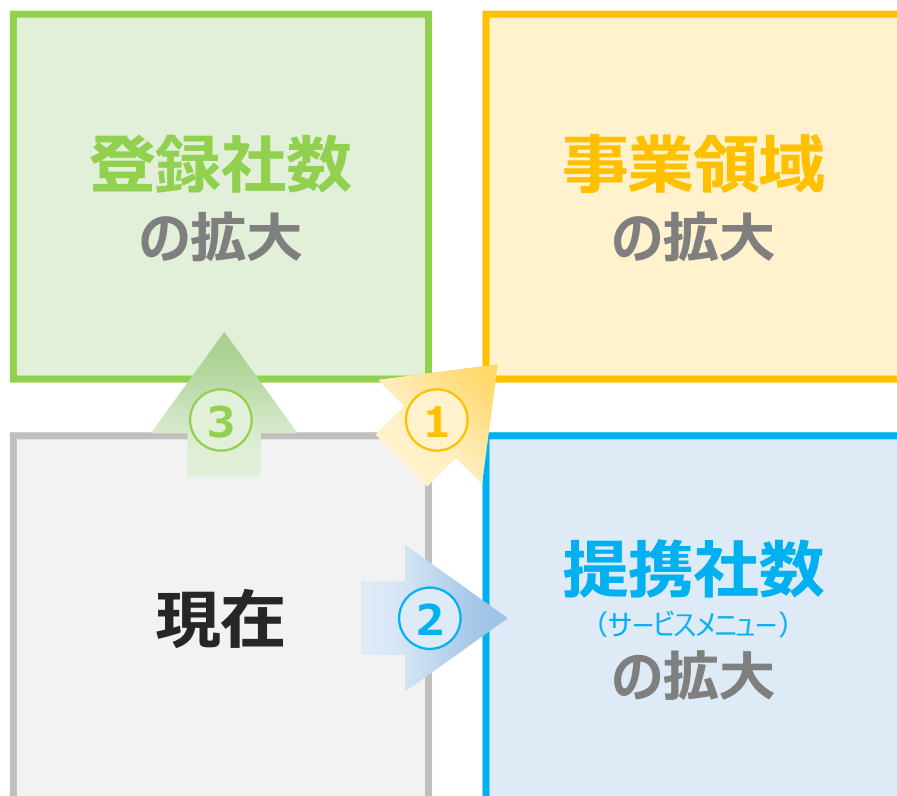


5. 今後の成長

事業領域の拡大	34
成長イメージ	35
リスク情報	36
上場時における調達資金の使途	37



サービス依頼者（登録社数）及びサービス提供者（提携社数）の拡大に加えて、新たな事業を開発することでさらなる成長機会を創出します。



1 事業領域の拡大

新生活関連市場における課題に対して、解決することができるサービスを新たに開発することによって、新生活サービスプラットフォームの事業領域を拡大。

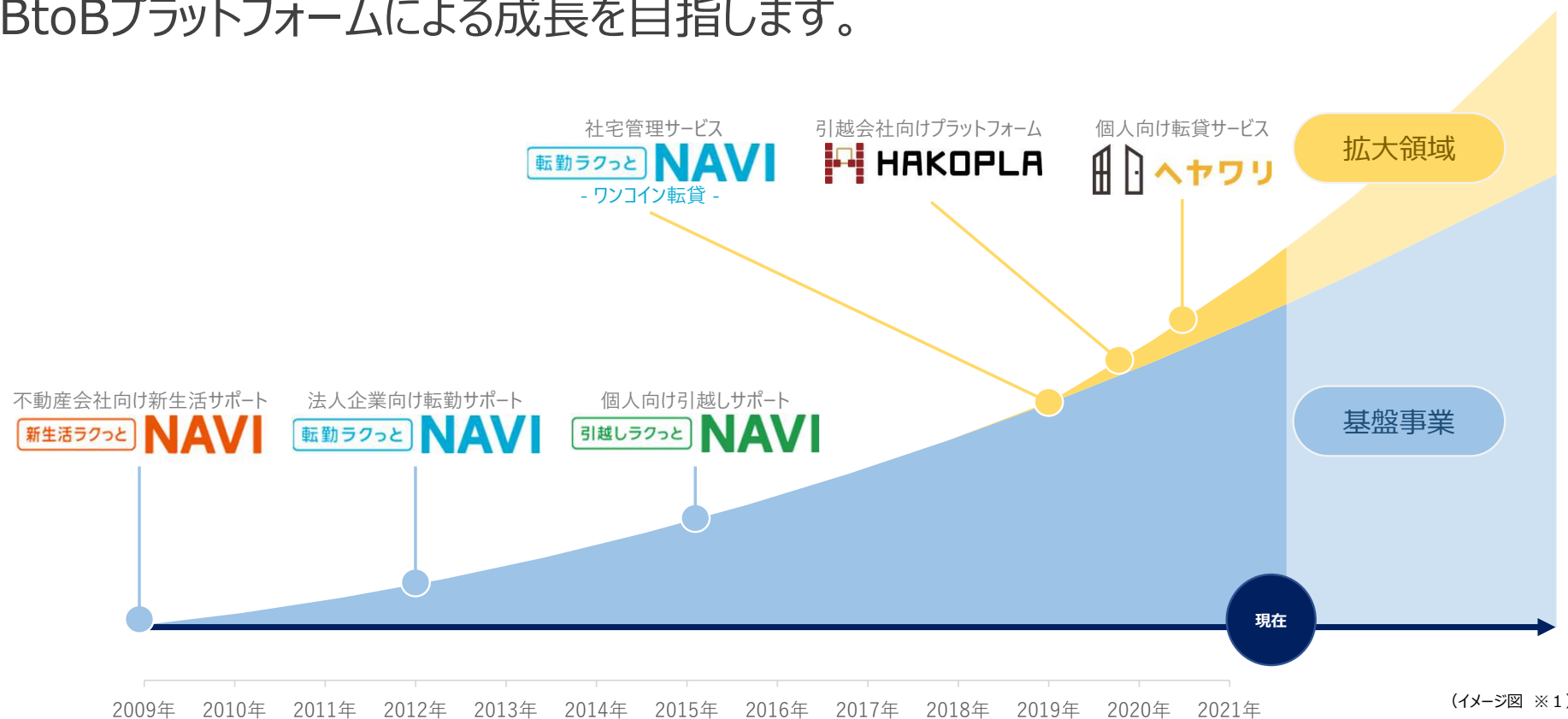
2 提携社数（サービスメニュー）の拡大

新たに開発したサービスを提供する事業者との提携を推進することによって、提携社数とサービスメニュー数の拡大を図り、サービス利用者にとっての選択肢が豊富にある新生活サービスプラットフォームを構築。

3 登録社数の拡大

サービス依頼者及びサービス利用者に対して新たな価値を示すことに加えて、広告及び販促活動によって登録社数を拡大し、高い定着性を有する顧客基盤を形成。

不動産会社・法人企業向け新生活サービスプラットフォームに加えて、デジタルトランスフォーメーション（DX）を活用した賃貸住宅転貸サービス、BtoBプラットフォームによる成長を目指します。



(イメージ図 ※1)

※1 横軸は各サービスの開始時期及び時間としており、縦軸は売上の拡大イメージとしております。

当社の成長実現や事業遂行に影響する主要なリスクは以下の通りとなります。

リスク区分	リスク概要	発生可能性	影響度	対応方針
事業・戦略リスク	引越業界の動向（引越件数の減少により当社グループ業績に影響が生じる可能性）	低	高	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客の開拓及び既存顧客の掘り起こしにより対応 サービスメニューの拡大及び提携企業の新規開拓・連携強化により対応（例：ヘヤワリ、HAKOPLA）
事業・戦略リスク	競合環境の激化（新規参入等により当社グループ業績に影響が生じる可能性）	低	高	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客の開拓及び既存顧客の掘り起こしにより対応 新規事業開発及び既存事業のサービスレベル向上により対応
事業・戦略リスク	経済情勢や法人企業等の人事異動傾向（法人企業等における転勤の減少により当社グループ業績に影響が生じる可能性）	高	高	<ul style="list-style-type: none"> 新規顧客の開拓及び既存顧客の掘り起こしにより対応 サービスメニューの拡大により対応
事業・戦略リスク	新規事業への取り組み（新規事業開発及び新規サービスの提供が計画通りに進まず、当社グループ業績に影響が生じる可能性）	低	中	<ul style="list-style-type: none"> 内閣官房との引越しワンストップサービスの実サービス検証をはじめとした社外との協業により対応 エンジニア採用を強化し、DXを推進することにより対応
業務リスク ハザードリスク	個人情報漏洩（サイバー攻撃、関係者の故意又は過失等による顧客情報の漏洩、消失、改ざん又は不正利用が行われた場合に、信用の失墜又は損害賠償による損失が生じ、当社グループ業績に影響が生じる可能性）	低	高	<ul style="list-style-type: none"> 個人情報マネジメントシステムの運用により対応
業務リスク ハザードリスク	システム障害（サイバー攻撃、自然災害等を受けて、システム障害が発生することによりサービスの提供が困難となり、当社グループ業績に影響が生じる可能性）	低	高	<ul style="list-style-type: none"> システムの安全性を確保するため、ウイルス対策、バックアップ、監視等を実施することにより対応
ハザードリスク	自然災害や新型コロナウイルスを含む感染症（新型コロナウイルス感染症の流行拡大等の影響を受けて、人の移動が減少し、当社グループ業績に影響が生じる可能性）	中	中	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍でも極端に業績悪化が生じないよう複数の事業展開を行うことにより対応

上記以外のリスクにつきましては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

上場時における調達資金の使途

上場時の新規株式発行による手取り金の充当想定額及び2021年12月期における充当実績額は、以下のとおりとなります。

資金使途	上場時の充当想定額			充当実績額
	2021年12月期 (予定)	2022年12月期 (予定)	合計	2021年12月期
移転者サポート事業拡大のための 人件費及び採用費	22百万円	444百万円	466百万円	22百万円
移転者サポート事業に係る新規契 約獲得のための販売促進費 及び広告宣伝費	13百万円	166百万円	179百万円	13百万円
移転者サポート事業に係る業務基 幹システムへの設備投資資金	11百万円	—	11百万円	10百万円
合計	48百万円	610百万円	658百万円	46百万円

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。既に知られたもしくは未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性がございます。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料進捗状況を反映した最新の内容につきましては、通期決算発表予定時期である2023年3月頃の公表を予定しております。

また、業績評価指標(KPI)の進捗状況については、四半期決算または決算補足説明資料において開示をすることを予定しております。

 **LIVERO**