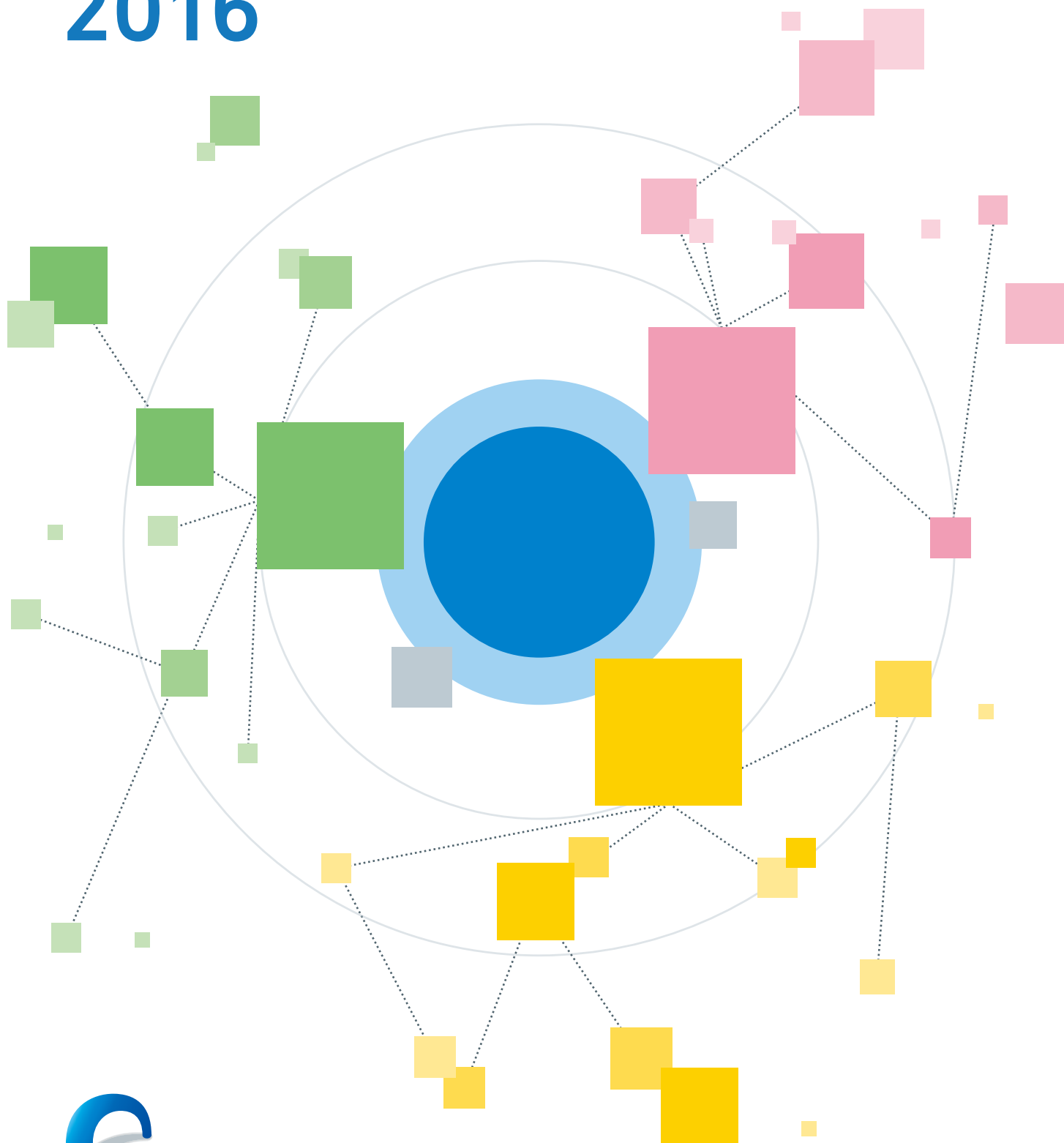


CSR Report

2016



何を信じて進むのか。

私たちは信じている。人生は、もっと、輝ける
ということ。そのためには、人生のあらゆる
局面で機会が必要だということ。機会に
よって、人は、一步を踏み出す。機会によって、
人は、新しい自分と出会う。機会によって、
人は、変わることの喜びを知る。機会はいつ
でも、人生を輝かせる。だから私たちは、耳
を傾ける。家族も、友達も、会社の同僚も、
取引先も、道ですれ違うことすらない遠く離
れた街の人も、みんな合わせた社会の声に。
注意深く、何度でも。どんなに小さな声も聞
き逃さない。きっと、そこに答えがあるから。
一人ひとりが輝く豊かな世界を目指して、
ひとつずつ、この社会から“不”を無くしていく。

Opportunities for Life.



Opportunities
for Life.

就労機会を
平等に。

寿退社をする人がいるなら、
寿入社をする人がいたって、
何も特別ではないと考えてみる。



Opportunities
for Life.

スモール
ビジネスに
もっと自由を。

やりたいことがあって始めた商いを、
やりたくないことに邪魔させない。

Opportunities
for Life.

成長の障壁を
無くす。

テストの問題は、子どもたちが解く。

社会の問題は、大人たちが解く。



Opportunities for Life.

CSR Report 2016

INDEX

OUR PROFILE	7
リクルートグループ経営理念	7
CSR方針	8
CEOメッセージ	9
社会の“不”解決の歴史	12
OUR SOCIAL STORY	13
チャレンジ2015	13
STORY 1 一人ひとりに合った就労形態の創出	15
STORY 2 スモールビジネス支援と地域魅力の創出	25
STORY 3 教育機会の提供と若者の就労支援	35
CSR委員会 社外委員メッセージ	45
OUR VALUE CREATION	49
価値創造のメカニズム	49
ビジネスモデル	50
企業文化	51
CSRマネジメント	52
人権の尊重	53
環境保全の推進	54
社会貢献活動の推進	55
社会課題の探索と研究	56
コーポレート・ガバナンス	57
コンプライアンス	59
リスクマネジメント	60
事業ポートフォリオ	61
役員紹介	63
会社概要／株式基本情報	65

編集方針

「CSRレポート2016」は、中長期の社会的な価値の創造について、リクルートグループの事業に関心をお持ちのすべてのステークホルダーの皆さまに向けて、思いや活動をお伝えします。

詳細は、当社グループWEBサイトをご覧ください。

CSR活動について <http://www.recruit.jp/company/csr/>

最新のIR活動 <http://www.recruit.jp/ir/>

報告対象期間

2015年4月1日～2016年3月31日を対象としています。

ただし、必要に応じて当期間の前後についても言及しています。

参考ガイドライン

- 国際統合報告評議会 (IIRC) 「国際統合報告フレームワーク」
- グローバル・レポーティング・イニシアティブ (GRI)
「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン (第4版 [G4])」

リクルートグループ 経営理念

ミッション (目指す姿)

私たちは、新しい価値の創造を通じ、
社会からの期待に応え、
一人ひとりが輝く豊かな世界の実現を目指す。

ウェイ (大切にしている考え方)

新しい価値の創造

私たちは、絶えず変化する時代を先取りして
果敢に挑戦していくことで、
新しい価値を生み出し
社会からの大きな期待に応える。

社会への貢献

私たちは、持続可能な豊かな世界を目指し、
全ての企業活動を通じて
社会に貢献する。

個の尊重

私たちは、個人の存在を尊重する。
従業員一人ひとりの意志と可能性に期待し
お互いを尊重し合い、
その持てるエネルギーが
最大限発揮されるよう支援する。

CSR方針

「一人ひとりが輝く豊かな世界の実現」を目指して

1960年の創業以来、私たちは一人ひとりが輝く世界を実現するという思いを大切に、事業を発展させてきました。事業の発展とともに、私たちに期待を寄せてくださる方も少しずつ現れ、私たちは、その期待に応えることでさらに事業を磨き成長してきました。

私たちはこれからも真摯に社会からの期待を受け止めながら、さらに今後、社会に求められることを自ら課題設定し、挑戦し続けます。同時に、事業の発展は社会への影響力の拡大をもたらし、私たちの企業市民としての責任も大きくなっています。

リーディングカンパニーとして応えていかねばならない要請にしっかりと応えていきます。

リクルートグループのCSR方針

私たちは持続可能な豊かな世界を目指し、すべての企業活動を通じて社会に貢献するために、長期視点で社会課題に向き合い、行動していくことを約束します。

CSR 3つの行動指針

社会の期待に応える

社会からの期待に応えるとともに、自ら社会課題を洞察しそれに挑む。



企業市民としての責任を果たす

リーディングカンパニーとしての責任を自覚し
グローバルレベルでの要請に応える。

CSR 5つの重点テーマ

私たちはグループ経営理念として掲げている一人ひとりが輝く豊かな世界の実現を目指し、次の5つをCSRの重点テーマとして掲げました。私たちができること、やるべきこと、挑戦すべきことを、ステークホルダーと連携し、実行していきます。

① 働く機会を創り、輝く人を増やす。

② 多様な生き方・暮らし方を支援する。

③ 将来を担う人材の可能性を引き出す。

④ 時代に合う働き方を自ら実践し広める。

⑤ 人権を尊重し、環境を守る。

CEOメッセージ

私たちの使命は
イノベーションにより
社会の“不”を解決すること



代表取締役社長 兼 CEO

峰岸 真澄

これまでリクルートグループは、従業員一人ひとりが、社会や顧客の不満や不便、不安などといった“不”に真摯に向き合い、さまざまなステークホルダーのみなさんとともに、新しい価値を創造してきました。

1960年という日本の高度成長期に、今でいういわば学生ベンチャーとして創業したリクルートは、日本の成長とともに社会にさまざまな機会を提供してきました。創業事業の人材メディア領域では、自分の意志で就職先を選ぶという新しい選択肢を提示、またアルバイトや派遣という正社員以外の働き方の浸透、転職や女性の社会進出など、世の中の一人ひとりに対しての多様な働く機会を生み出してきました。

販促領域においても、さまざまな情報メディアを通して、自分らしい住まい選びや結婚式の提案、レストランや美容室、旅行など豊かな日常生活を送るための情報をお届けしてきました。

私たちリクルートグループでは、十分な選択肢がなく、不透明な世界を情報によってオープン化し、多様な選択肢から一人ひとりが自分らしい選択ができる時代に少なからずお役に立ててきたのではないかという自負を持っています。これまで生み出してきたサービスは、いまや各産業界にとってのインフラともいえる役割を担っており、社会的な責任の重さを十分に認識した上で、その進化を加速させていくことの重要性を実感しています。

未来から現在をみれば、現在もひとつのスタート地点。日本だけではなく、世界の課題解決に向けてリクルートグループができることはなにか、グローバルに複雑化した世界の全体像を捉え、私たちはさらなる新しい価値の創造に取り組んでいきます。

■ 社会課題の解決に挑む

日本は、課題先進国といわれています。少子高齢化による労働力人口の減少、所得格差や地域格差、そしてそれが教育格差につながるなど、近い将来には世界各国が直面する社会課題に日本はいち早く直面しています。やがて世界が向き合うであろうさまざまな社会課題を直視し、真正面から取り組むことは重要だと考えます。リクルートグループの2016年3月期における海外売上高比率が35.9%となった今、社会からさらなる信頼と期待をいただくためにも、グローバル化とIT化がもたらす急激な社会や環境の変化をバネに、さらに果敢なチャレンジに踏み込む必要があると考えています。

中期経営方針では、海外事業のさらなる成長のため、世界60カ国以上に展開する求人サイト『Indeed』への投資を強化。そして国内事業の継続的な成長のため、業務支援サービス『Airシリーズ』と学習サービス『スタディサプリ』の進化による、ITを活用したイノベーションをとまなう新たな成長分野の創出をしていくことで、世界に機会を提供していくことに注力しています。

今後、国連で採択された持続可能な開発目標（SDGs）などの世界の課題をも見据え、長期的な事業展開を視野に入れ、複数セクターとの協働も志向しつつ、未来へ向けた取り組みを続けていきます。

■ 見えない“不”を直視し、新たな革新を

こうしたチャレンジを支えるのは、「顧客接点の強さ」をもとに、従業員一人ひとりが、カスタマー、クライアントそれぞれのインサイトに向き合い、マーケットを構造的にとらえ、本質的な課題を解決していこうと動くことにあります。

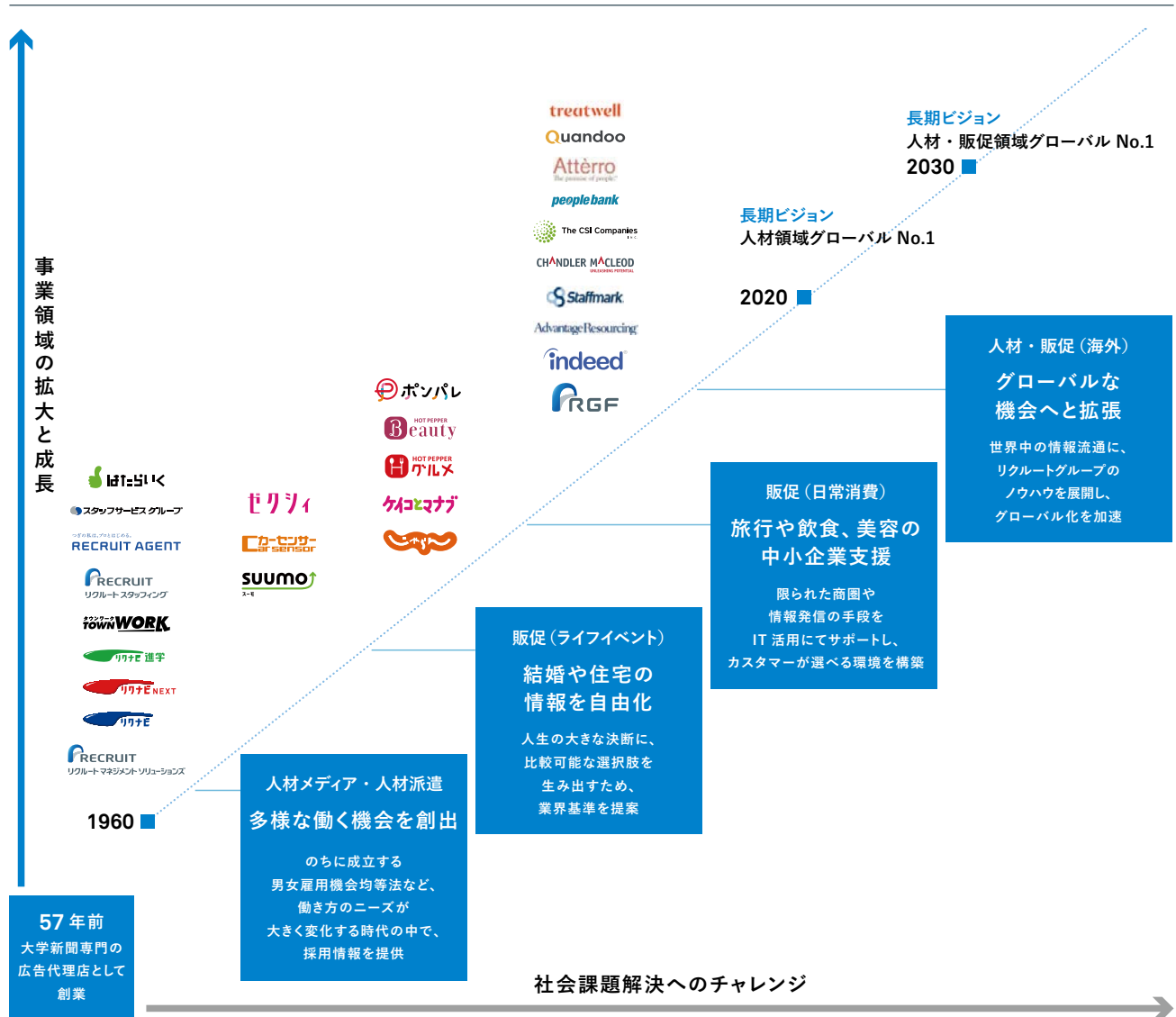
リクルートグループならではの多彩な「顧客接点」を活かし、紙メディアからネットメディアへの転換、カウンターなどリアルビジネスへの展開、情報提供から予約、クライアントの業務支援までといった、社会環境の変化に即応したイノベーションを続けてきました。この背景にあるのは、「起業家精神」と「圧倒的な当事者意識」を持つ従業員同士がお互いの可能性に期待し合い、切磋琢磨するといった「個の可能性に期待し合う場」であるリクルートグループのユニークな企業文化にあります。それは、常に自ら考え、周囲を巻き込み、行動することで新しい機会を創り出すことでもあります。私たちはカスタマーやクライアントが今直面している問題を見過ごしてはいないか。今は潜在化している“不”をいち早く見つけ、高い理想を掲げ、あるいは社会の“不”を見て見ぬふりをせず、今の社会やマーケットを変えていこうと従業員一人ひとりが意思を持ち、最善を尽くすことこそがリクルートの強さの源泉だと思っています。私たちは現状に満足することなく、自ら問いかけ、見直し、行動を起こし、そしてイノベーションによる新しい価値の創造を実現していきます。

2016年、リクルートグループは社会からの高まる期待に応えるべく、ステークホルダーの皆さまとともに挑戦していきます。

社会の“不”解決の歴史

一人ひとりが自分らしい選択をできる
豊かな社会と事業成長を目指して

リクルートグループの歴史は、社会課題の解決にチャレンジし続けてきた歴史と言い換えることができます。その取り組みの成果が、2016年3月期の1兆5,886億円という売上に結びついています。2020年から2030年に向けて高い目標を掲げ、今後も挑戦を続けていきます。



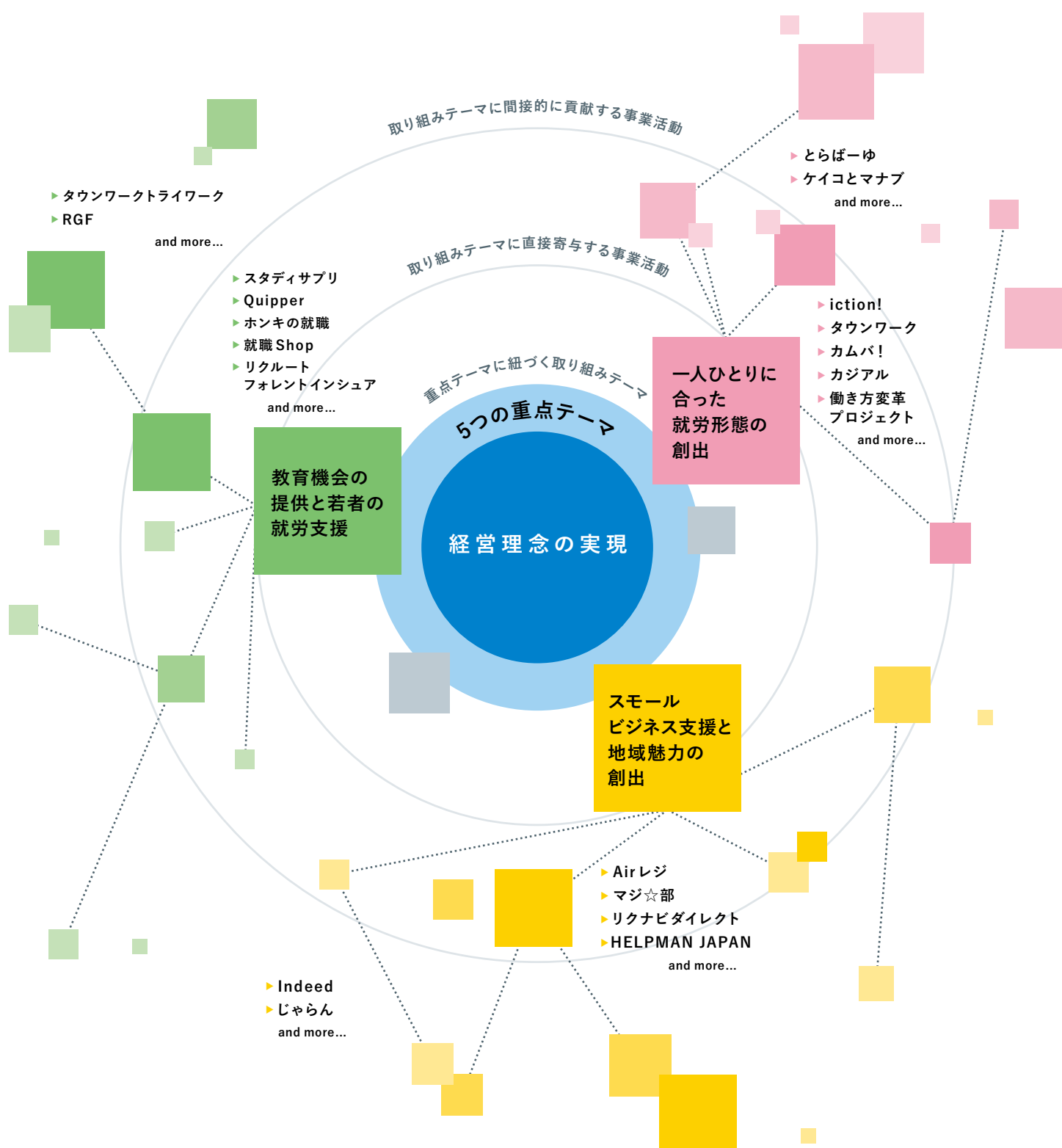
※リクルートグループでは創業以来およそ200のサービスを生みだし、社会課題に対する価値の創造に努めてまいりました。

その中の一部を、アニュアルレポート2015の事業ポートフォリオ「主なサービスブランド」にて紹介しているサービスと統一した形で抜粋し掲載しています。

価値の創造の一部を表現するものであり、事業開始等の時系列を正確に表現するものではありません。

チャレンジ 2015

ありたい社会の姿の実現に向け
重点テーマをもとに課題解決に挑む



多岐にわたる多くの社会課題と事業が向き合うなかで、従業員一人ひとりが“不”の解決にチャレンジしているのがリクルートグループの強みです。

「チャレンジ 2015」として、5つの重点テーマに特に接続される取り組みを3つのストーリーでご紹介します。これらをはじめとする事業活動が未来へ向けて連なり、世界の社会課題解決の一助となれるのではないかと、そう信じてチャレンジを続けていきます。

一人ひとりに
合った
就労形態の
創出

重点テーマ



フォーカスした
社会課題

1 働く機会を創り、輝く人を増やす。

4 時代に合う働き方を自ら実践し広める。

労働力人口の減少

スモール
ビジネス支援と
地域魅力の
創出

重点テーマ



フォーカスした
社会課題

2 多様な生き方・暮らし方を支援する。

地方経済の不活性

教育機会の
提供と若者の
就労支援

重点テーマ



フォーカスした
社会課題

3 将来を担う人材の可能性を引き出す。

教育格差と就労機会格差

※ 重点テーマ⑤「人権を尊重し、環境を守る。」については、53ページと54ページを参照

STORY 1

一人ひとりに合った
就労形態の創出

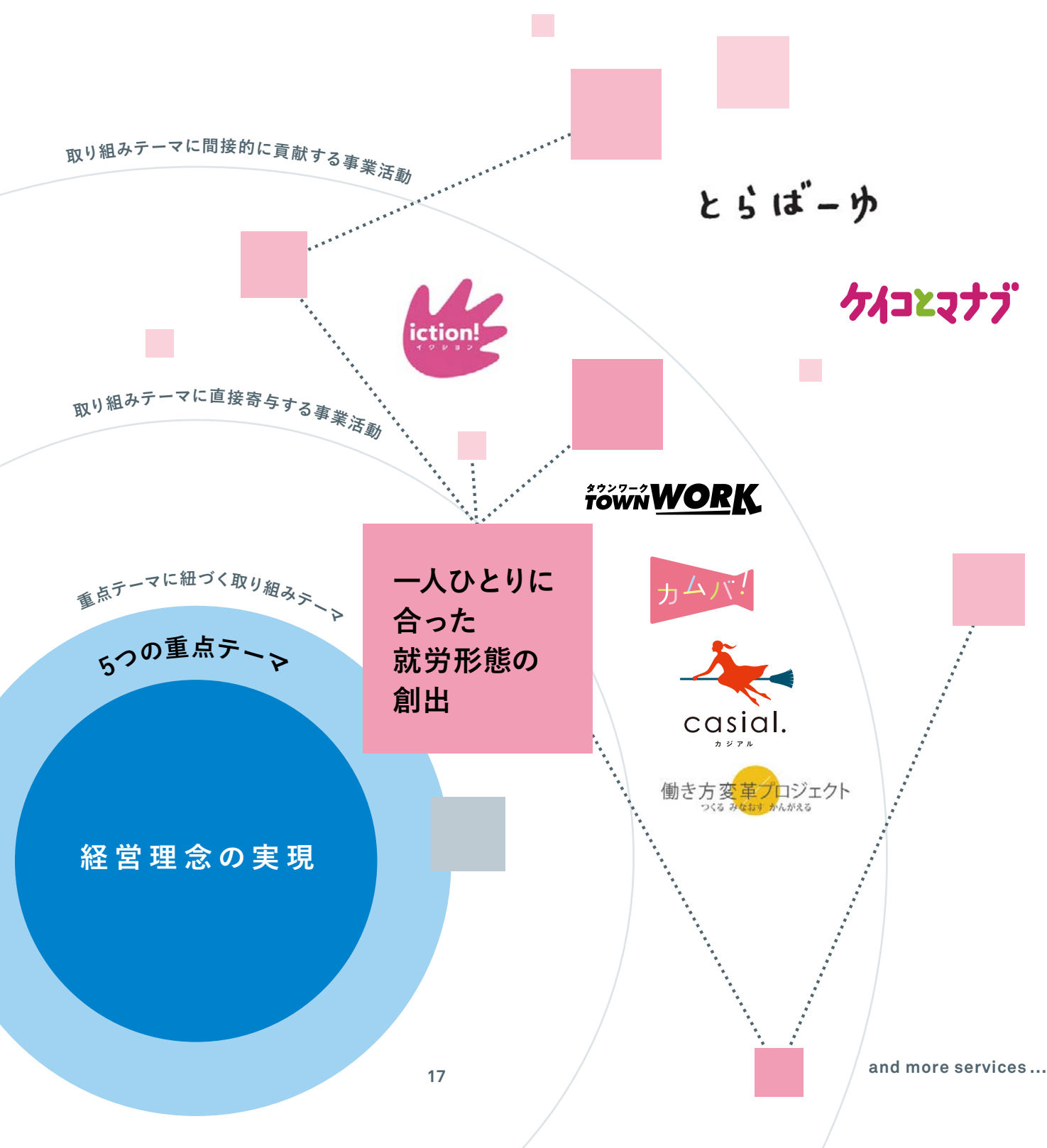


働きたい。そんな想いを抱えている人たちがいます。例えば子育て中の女性。実に170万人が、働きたいのに働けない状況にあるといわれています。彼女たちに、リクルートグループは何ができるのか。人材領域から生まれた私たちが取り組むべき課題です。

STORY 1

労働力人口の減少 解消のために

「一人ひとりに合った就労形態の創出」に
複数の事業活動のつながりで臨む



■ テーマ

一人ひとりに
合った
就労形態の
創出

子育てしながら働く女性など
一人ひとりに合った自分らしい
働き方を選ぶことができる

■ 課題：労働力人口の減少

日本の労働力人口

減少

日本の労働力人口は、
2014年の6,587万人から、
2030年に5,800万人までに減少する見込み

※出典：労働力需給の推計 ― 新たな全国推計(2015年版)を踏まえた都道府県別試算―
ゼロ成長・労働参加現状シナリオより抜粋(労働政策研究・研修機構)

働きたいのに
働けない
子育て中の女性

170万人

働きたいという意思を持ちながらも働けていない
育児中の女性の数は170万人

※出典：平成24年就業構造基本調査結果(総務省 統計局)

日本の
男女格差

101位

「ジェンダー・ギャップ指数」
調査対象145カ国のうち
日本は101位

※出典：The Global Gender Gap Report 2015(World Economic Forum)

STORY 1

きっと見つかる わたしに合った働き方



『fiction!』の一環で展開する家事代行サービス『カジアル』スタッフとして働く清水さん。
「仕事内容がお掃除なので、主婦としてのこだわりも活かして働けるので嬉しいです」

■ 労働力人口の減少の中で日本ができること

チャレンジ2015
タウンワーク
「主婦・主夫歓迎のシゴト特集」
求人掲載数

5万件

チャレンジ2015
カムバ!
アプリダウンロード数

8,800件

※2016年2月開始

世界では人口増が課題になっている一方で、日本は少子高齢化による労働力人口の減少が課題となっており、2014年の6,587万人から、2030年に5,800万人までに減少する見込みです※1。

それに関わらず、女性の労働力率は、結婚・出産期に当たる年代に一旦低下し、育児が落ち着いた時期に再び上昇するという、いわゆるM字カーブを描くことが知られています。私たちが着目したのは、働きたいという意思を持ちながらも、働けていない育児中の女性が170万人もいるという事実です※2。一人ひとりのライフスタイルに合った多様な働き方を創り出すことで、子育てしながら働きやすい社会を築いていくことができないでしょうか。

※1 出典：労働力需給の推計—新たな全国推計（2015年版）を踏まえた都道府県別試算—
ゼロ成長・労働参加現状シナリオより抜粋（労働政策研究・研修機構）

※2 出典：平成24年就業構造基本調査結果（総務省 統計局）



「子育てしながら働きやすい世の中を、共に創る」をキーワードに、「はたらく育児」を応援するプロジェクト。このプロジェクトに賛同いただける行政、企業、NPO等の方々と共働しながら働く意欲を持つ子育て世代の就業の実現を目指している。

タウンワーク

「家の近くで働きたい」「大好きなあの街で働きたい」など、勤務地を重視して働きたい方に向けた、地域密着型の求人メディア。アルバイト・パートを中心とした、多種多様な雇用形態の全国の求人情報を網羅しており、職種や給与、こだわり条件などで仕事を探すことができる。フリーペーパーをはじめ、スマートフォン・PC・ケータイでも展開しており、学生や主婦、シニアなど幅広い層のお仕事探しをサポートしている。



妊娠・出産から職場復帰まで、子育てと仕事の両立を考えている女性やそのパートナーが、スムーズに両立準備を進められるようナビゲーションする無料アプリ。2016年2月リリース。



家事・育児・仕事すべてを頑張る人に心のゆとりを届ける、リーズナブルな価格の家事代行サービス。基本のお掃除に気になる箇所のお掃除を組み合わせることができる。2016年4月より正式事業化し、東京23区全域にサービスエリアが拡大。現在では23区以外の東京都内の一部・神奈川県内の一部地域でもサービスを開始。

■ 子育てしながら働きやすい世の中を

リクルートグループでは2015年7月に「子育てしながら働きやすい世の中を、共に創る」をキーワードとした『iction!(イクション)』プロジェクトを立ち上げ、調査から導いた3つの課題「妊娠・出産で辞めなくてすむ」「育児と仕事の両立によるストレスを減らす」「無理なく始められる仕事をつくる」の解決に向け、活動を開始しました。

■ 無理なく安心して仕事を始められるように

妊娠・出産を理由に仕事を離れた女性は、再就職の際に「子どもが幼稚園にいる間だけ働きたい」「家の近くで働きたい」といった多様なニーズを持っています。

また、一度働くことを辞めて仕事から離れたがゆえに、「ブランクがあるけれど、スムーズに仕事復帰できるだろうか」と不安を抱く方が多いこともわかりました。リクルートジョブズでは、主婦の方の「働きたくても働けない」不安の声を集めながら、子育て中の方が安心して働き始められる「家の近くで短時間でも働ける」「主婦が活躍している」「扶養範囲内で働ける」など選択肢に対応した仕事を多くの企業とともに創り出し、全国の『タウンワーク』の「主婦・主夫歓迎のシゴト特集」の中で毎週紹介しています。私たちは多様な「働きたい」を叶えるアクションを創り続けていきます。

■ 不安がいっぱいの職場復帰を応援

妊娠・出産後も働き続ける女性にとって職場復帰は不安なものです。「自分が出産する時に、こんな情報が欲しかった!」という100人を超えるワーキングマザーの切実な声を集め、妊娠がわかったときから職場復帰までをナビゲーションするアプリ『カムバ!』をリリースしました。企画設計においては、中小企業の両立支援を手掛けるNPO法人Arrow Arrowと協働。先輩ママの「体験談」やパートナーと共有できる「やることリスト」など、働いているからこそ知りたい出産や両立に関する情報を多く掲載。2016年2月のリリースから2カ月間でダウンロード数は8,800件にのぼりました。

STORY 1

働き方変革と 女性活躍の推進



リクルートグループでは、女性従業員のうち5人に1人がワーキングマザーとして働いており、多くの従業員が仕事と家庭の両立に日々奮闘している。

■ 一人ひとりに合った働き方を選べるように

これからの時代に求められる一人ひとりに合った働き方は、子育てとの両立だけに限りません。介護や看護、趣味の充実、自己成長に向けた学習、さらなる新しい価値の創造…生産性を向上させようと、多様な個人に合ったニーズを両立させる働き方の型を創ることができないだろうと考え、リクルートグループでは2015年4月から『働き方変革プロジェクト』を始動し、新たなワーキングスタイルを模索、実践しています。

そして、リクルートグループで生まれたダイバーシティ推進と多様な働き方のノウハウや課題を、他社事例と合わせて社会のさまざまな層に発信し広く共有されることで、より選択肢の多い人生を創り出す一助となるよう磨き続けていきたいと考えています。

チャレンジ2015
働き方変革プロジェクト
リモートワーク対象従業員数

約2,000人
※リクルートグループ3社

チャレンジ2015
リクルートグループ
女性課長比率

24.4%
※リクルートグループ11社

働き方変革プロジェクト
つくる みんなが元気になる

労働人口減少、生産性の低さ、少子化などが代表する日本が直面する課題を解決するため、自社が抜本的な働き方変革に挑戦することで「働き方を再発明」し、社会全体で「働き方を変える」うねりを起こすことを目指す。

■ 働く場所は従業員が選ぶ

会社に限らず、首都圏に6拠点（2016年3月時点）あるサテライトオフィス、自宅など職場外のスペースを活用し、場所にとらわれずに仕事ができるリモートワーク。リクルートホールディングスは派遣社員も含む全従業員を対象として2016年1月よりこの制度を本格導入、グループ会社を合わせると約2,000人が柔軟な働き方を実践しています。

『働き方変革プロジェクト』では、よい事例も、葛藤を生んだ事例も、変革の過程と得られた気づきをすべてサイトに公開しています。例えば、出社が必要な場合の対応はどうするのかなど、従業員全員にリモートワークを許可するのは不安といった声がありました。

リモートワークの利用は上長への申請・許可制とすることも検討しましたが、個々の自律性を重視する形とするため、上長が出社を必要と判断した場合には上長が説明責任を負い、NGを出せるルールとしました。こうした試行と改善の継続により、社会に貢献できる働き方の型を模索し、提案していきます。

■ すべての従業員が活躍するための支援

リクルートグループが働き方の多様性を尊重するに至った背景には、女性従業員の活躍の推進というテーマがありました。

創業時より、性差に関わらず能力で評価される風土によって、多くの女性が活躍した一方、長時間労働によって、結婚や出産などのライフイベントを機に仕事から離れざるを得ない女性従業員が多くいたのも事実です。そこで当初は全従業員の長時間労働の改善に取り組み、2007年からは事業所内保育園『And's』の設置といった「両立支援」を進め、安定的に働ける環境整備に注力してきました。2010年からはさらに一歩進み、経営の意思決定層に女性を積極的に任用し、経営視点に多様性を取り入れる「活躍支援」にも着手しています。それを踏まえ現在では、「リクルートグループの国内主要企業11社において、女性課長比率を『2018年4月までに30%以上』とする」任用目標を掲げ、現在は24.4%と着実に進歩しています。

STORY 1

さまざまな働く機会を

一人ひとりに合った就労形態の創出に今後寄与していくであろう取り組みをご紹介します。

■ 女性のための仕事探しや転職

一人ひとりの悩みや目的別にサポート

仕事をバリバリ頑張りたいと考える人、プライベートも大切にしたいと考える人、環境を変えたいと考えている人、子育てしながら働きたいと考えている人。『とらば一ゆ』が創刊してから現在までの36年間、女性の多様な志向に対して、豊富な種類の仕事や、魅力を伝える特集などをお届けしてきました。

これからも、「好きな仕事を諦めずに選択し続けられる働き方」とともに考え、仕事や人生の選択肢を増やせるよう、女性の転職に伴うさまざまな形で「働く」を応援していきます。

■ 「学ぶ・変わる・また学びたくなる」

機会が、身近にあふれる世の中に

とらば一ゆ

女性のための求人情報サイト。1980年の創刊以来、女性が次の自分にぴったりの仕事と出会い、いきいきと生きていけることを応援し続けている求人情報メディア。

ケイコとマナブ

趣味のお稽古や資格取得のための講座を満載した、学びごとの総合サイト。通学型、通信講座型、講師派遣型、オンラインレッスンなどさまざまな講座が掲載されており、多彩な条件で検索が可能。まずはやってみたいという方にも、“学び始めるきっかけ”が見つかるサイト。

ダンスやヨガといった趣味の習い事から、資格取得・スキルアップのための学び事、そして社会人が学びやすい通信制大学や大学院まで。

学ぶことは、年齢にも性別にも職業にも関係なく、ともに学びを楽しむ仲間たちとの出会いや、好きを仕事にできる機会を創ります。

「大好きなネイルを仕事にできて幸せ！海外での活躍、コンテストで優勝、夢に向かって努力を続ける充実した毎日です」（ネイルスクール卒業 25歳女性）

「入学後約1年で在宅Webデザイナーに！もうすぐ子どもが産まれるので、仕事は好きな時間にしています」（資格とキャリアのスクール卒業 24歳女性）

『ケイコとマナブ』は、これからも一人ひとりの「学んでよかった」の声を創造し続けます。



「フリーアドレス」により好きな席で仕事ができるリクルートホールディングスのオフィス。固定席よりもコミュニケーションが活性化する傾向が見られる一方で、集中したいときは「クワイエット」という静かなスペースを利用することも可能。

STORY 2

スモール
ビジネス支援と
地域魅力の創出

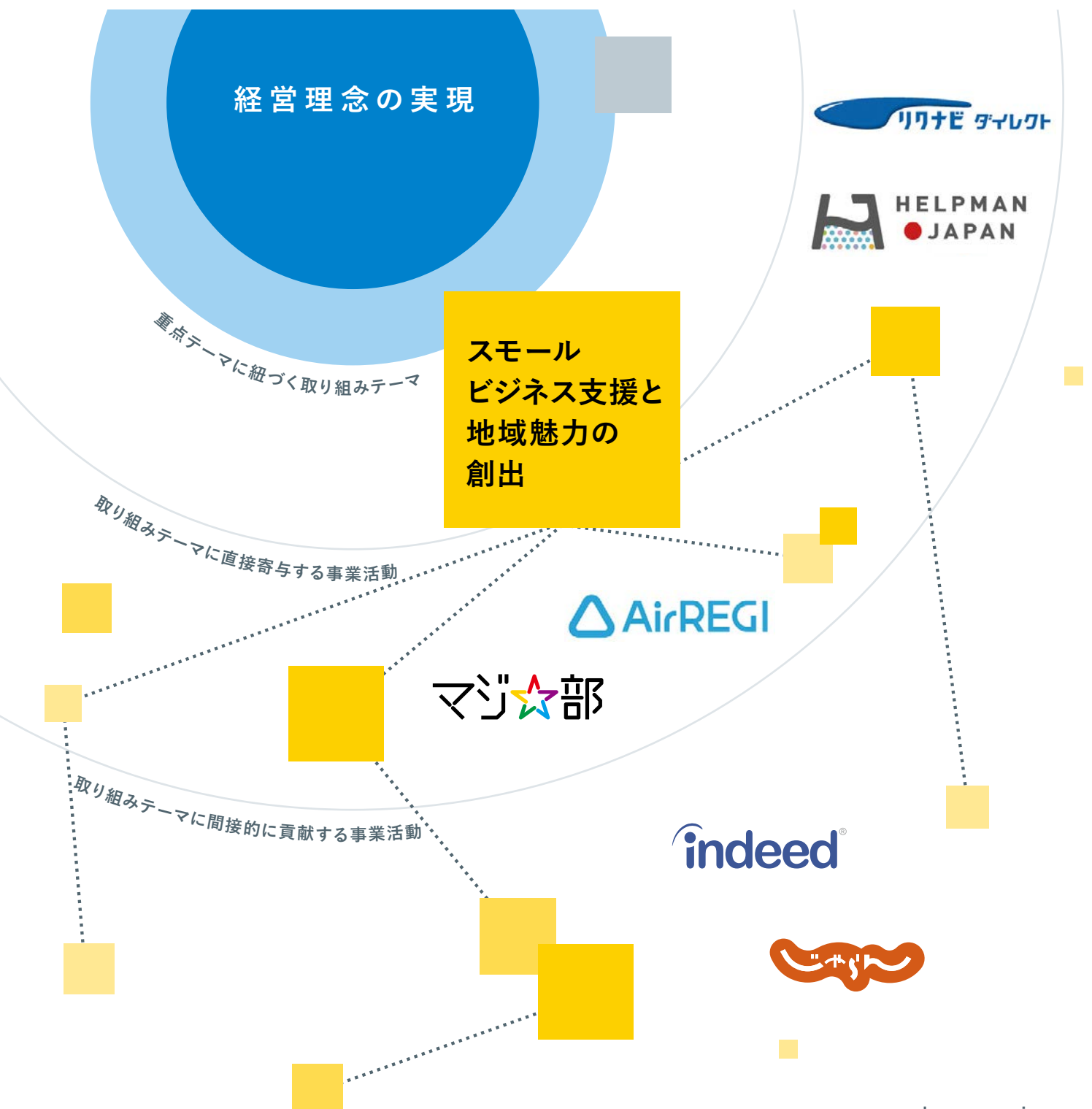


日本が元気になる。それは地域が元気になることにより実現するのではないのでしょうか。日本の企業のうち99.7%を占める中小企業への支援が地域経済の活性化、そして日本の未来につながると信じて。スモールビジネスの起業や採用、地域魅力の創出を応援します。

STORY 2

地域経済の不活性 解消のために

「スモールビジネス支援と地域魅力の創出」に
複数の事業活動のつながりで臨む



■ テーマ

スモール
ビジネス支援と
地域魅力の
創出

地域それぞれが持つ特性を活かした
起業・採用・集客を容易にすることで
地域を元気にすることができる

■ 課題：地方経済の不活性

日本の
中小企業

99.7%

日本の企業のうち、資本金3億円以下
従業員数300人以下の中小企業は
380.9万社で99.7%

※出典：2016年版 中小企業白書概要（経済産業省 中小企業庁 調査室）

中小企業の
労働生産性

低い

日本の労働力のうち約7割を占める
中小企業の労働生産性の平均値は、
大企業における労働生産性の平均値を下回っている

※出典：2016年版 中小企業白書 第2部第2節 労働生産性の現状（経済産業省 中小企業庁 調査室）

首都圏の
人口比率

約30%

日本の首都圏への人口集中を欧米諸国と比較すると、
首都圏の人口比率が高く
かつ上昇を続けている

※出典：東京一極集中の状況等について（国土交通省）

STORY 2

地域を元気に それが日本の未来へつながる



愛媛県松山市の雑貨店「ARETHA」。「雑貨や小物が好き」という店長が、「雑貨屋はとにかく商品点数が多くて細かい。『Airレジ』の在庫管理機能で、本当に助かっている」と話す。

■ 中小企業支援で地域を“元気”に

日本の中小企業は全国に380.9万社あり^{※1}、大企業は都市部に集中していることから、地域経済や地域の雇用については中小企業が担う役割も大きいとされています。また、少子高齢化により労働力人口が2014年の6,587万人から、2030年に5,800万人までに減少する見込み^{※2}であり、その影響は地域のほうがより大きく、人口分布は都心への集中と地域の減少の加速という二極化をたどっています。日本において大多数を占める中小企業のビジネスを支援することで、その地域ならではの魅力を生み出し、人の往来を増やすことで地域経済の活性化へつなげていく…日本の未来を支える解決策のひとつがここにあるのではないのでしょうか。

※1 出典：2016年版 中小企業白書概要（経済産業省 中小企業庁 調査室）

※2 出典：労働力需給の推計—新たな全国推計（2015年版）を踏まえた都道府県別試算—
ゼロ成長・労働参加現状シナリオより抜粋（労働政策研究・研修機構）

チャレンジ2015
Airレジ
導入アカウント

23.3万件

チャレンジ2015
マジ☆部『雪マジ!19』
賛同ゲレンデ数

全国191カ所

ゲレンデ延べ動員数

約200万人



お店の運営・経営に必要なさまざまな機能をスマホやタブレットなどスマートデバイス上で使えるようにした、初期費用も月額費用も不要の高機能POSレジアプリ。2015年度は、おトクでカンタンに使えるカード決済サービス『Airペイメント』や『モバイル決済 for Airレジ』も加わる。他に『Airウェイト』『Airマーケット』『Airリザーブ』も展開。



19歳はリフト券が無料になる『雪マジ!19』は、2015-2016シーズン、賛同ゲレンデ数全国191カ所、ゲレンデ延べ動員数は約200万人を達成。他に『ゴルマジ!』『お湯マジ!』なども展開。若者に知ってもらい、体験してもらうきっかけをつくり、地域の未来の経済活性化までを見通した取り組みとして全国各地に広がっている。

■ ITにより事業を興すことを容易に

『Airレジ』をはじめとするAirシリーズは、あらゆる人が自分のいる場所、つまりそれぞれの地域に適正なサイズでの起業を容易にし、ビジネスの継続へと寄与できるサービスです。

地域で個人商店を営む方、ビジネスを興そうとする方にAirシリーズを使っていただくことで、簡単にそして初期費用なしでITを使った経営・業務効率化を実現。業務負荷とコストを減らし、本来やりたかったこと、例えばお客様への「おもてなし」などに注力いただくことが可能になります。

「数あるレジアプリを比較検討した結果、扱いやすい画面配置やカスタマイズ性が魅力で『Airレジ』を導入。月ごとや曜日ごと、時間ごとに変化する商品別の売上を把握・分析できるため、新しい商品作りにも役立っています」(岐阜 酒造業)

「『Airリザーブ』で予約いただいたデータをそのまま『Airレジ』に連携して会計をしています。会計ソフトも併用しているので、すべてが一気通貫で進められるのがいいですね。導入当初は使い方がわからず困るところもあったのですが、電話で丁寧に教えていただけたので今は問題なく使うことができます」(東京 鍼灸院)

■ 地域の魅力で人の往来を促す

地域に根差したスモールビジネスが生まれたら、集客も必要です。国内外から観光客として人の往来を促す仕掛けに取り組む『じゃらん』では、調査・研究、地域振興機関「じゃらんリサーチセンター」にて、若年層の行動支援プラットフォームとして『マジ☆部』を手がけ、地域に若者を呼ぶ仕組みづくりを支援しています。

例えば、「雪マジ!19」は、19歳ならスキー場のリフト券が無料になる仕掛けにより若者を集客し、その地域の経済活性化につながっています。さらに若者に将来子どもが生まれたときなど、次世代を連れてまたその土地を訪れる可能性も紡いでいます。

まずはその地域を知ってもらい、体験してもらう。そこから地域の未来の経済活性化まで見通した取り組みとして、地域の魅力を最大化できるように協働していきます。

STORY 2

中小企業で 働く人たちへの応援



人の採用に苦労していた、東京都千代田区神田のIT企業「ネクサスウィング」社長は『リクナビダイレクト』で採用した2人は入社直後から取引先にも好評で有難い」と語る。

■ 働く人に寄り添う採用支援を

日本の企業のうち、99.7%は従業員が300人以下の中小企業が占めています※¹。また、大学生全体の求人倍率が1.74倍（2017年卒）であるのに対し、従業員数300人以下の企業は4.16倍と非常に高く※²、中小企業が抱える大きな課題の一つは、大企業と比べて会社自体の認知度が低く、人の採用が難しいことではないでしょうか。後継者がいない、事業を支える若者が採用できない、そんな理由でやむなく事業を畳まざるを得ない経営者もいます。一方で、15～24歳までの若者の完全失業率は4.8%という現実があり※³、中小企業は長年、「若手を採用したいが、知名度も条件面も大企業と比較され応募がなかなかこない」という課題に苦しみ続けてきました。

※¹ 出典：2016年版 中小企業白書概要（経済産業省 中小企業庁 調査室）

※² 出典：ワークス大卒求人倍率調査 2017年卒（リクルートワークス研究所）

※³ 出典：平成28年7月速報 労働力調査（総務省 統計局）

チャレンジ2015
リクナビダイレクト
参画社数

約1.2万社

■ 中小企業支援が就職支援につながる

中小企業の採用に向き合うことを決めた『リクナビダイレクト』は、2015年にリニューアルを実施、若者一人ひとりの特性に合った「知らなかった会社と出会える」仕組みを再構築し、中小企業と若者のマッチングを支援することにより、約1.2万社の中小企業の求人掲載するに至りました。

「自分では見つけられなかった中小企業に出会えて嬉しかった」
このような出会いを生み出し、これからも採用と就職、そしてその先にある中小企業と若者の成長実現を目指していきます。

■ 介護業界からこの国の未来を変える

人材不足や採用しても人が定着しないことで事業継続が立ちゆかなくなる構図は、介護業界においても同じです。

世界に類のない高齢化社会に入っていく日本の今後において、2025年までに必要な介護スタッフは253万人規模となり※4、約90万人増やす必要があるといわれています。介護業界に入職する人は年間で24.6万人と一定数増える一方で、全体から22.4万人が離職するため、介護スタッフの数がなかなか増えないのが現実です。

この介護人材不足を解消するため、採用や定着に向き合う取り組みとして『HELPMAN JAPAN』プロジェクトがあります。介護業界で働く若者のイキイキとした姿を紹介し、志望動機を喚起する他、高い離職率を改善するための研修プログラムを開発、展開しています。2015年は2014年に研修に参加した介護スタッフ250人のうち1年後の定着率97%と業界平均（介護正規職員の入職1年目業界平均定着率は66.1%）を大幅に上回る効果を生み出しました。

『HELPMAN JAPAN』は、情報発信・採用の支援を通して介護業界に人が集まる仕組みを創り、集まった介護スタッフへの研修プログラムによって業界への定着を促し、業界の就業人口増加に寄与していきたいと考えています。

※4 出典：2025年に向けた介護人材にかかる需給推計（確定値）について（厚生労働省）



採用・就職において中小企業と若者をつなぐサービスとして立ち上げ、1社でも多くの企業と一人でも多くの若者をつなぐために、「知らなかった会社と出会える」サービスとしてリニューアルを実施。仲間と共に自分らしく活躍するための出会いを提供。



2010年、3つのアプローチ①ブランディング（介護職の地位向上を目的とした情報発信）②採用支援（採用ノウハウセミナー、人材紹介など）③定着支援（スタッフへの研修開発、資格取得支援など）から介護業界の就業人口を増やすことを目的として始まったプロジェクト。

STORY 2

あらゆるビジネスに可能性を

都市部はもちろんのこと、スモールビジネス支援と地域活動の創出においても寄与していく取り組みをご紹介します。

■ We help people get jobs

世界中のあらゆる求人情報を収集し、
求職者に最適なマッチングを

『Indeed』は世界最大級の求人サイトで、世界60カ国以上でサービスを展開しており、世界中の求職者と求人企業の橋渡しをしています。

世界を見渡せば、“選びきれない”ほどのたくさんの仕事があります。『Indeed』は独自の技術により、そのあらゆる求人情報をワンストップで検索可能にし、最適なマッチングの提供を実現します。あらゆる求職者が自分に合った最適な仕事に出会う、また事業規模の大小に関わらず、あらゆる求人企業が最高の人材に出会うお手伝いをしています。



世界最大級のアグリゲート型求人情報専門検索エンジンサイト。企業のホームページや求人サイト等、ネット上に分散する多様な求人情報を集約し、求職者が入力した検索ワードに応じて提供。アメリカ・イギリスを中心に60カ国超の地域と28の言語に対応している。



国内最大級の旅行情報サービスを運営。全国の宿・ホテルの中から、自分好みの宿・ホテル、現地のアクティビティなどオリジナルプランを予約できる。また、全国にある「じゃらん編集部」の徹底した取材・編集力により情報誌も発行。地域の魅力を伝え続けている。

■ 地域を元気にするために

思いをともにして伴走し続けます

「愛する地元を、もっと元気にしたい」

「5年後、10年後…この街の未来を描きたい」

地域のカスタマー・クライアントの思いに寄り添い、私たちは国内最大級の宿泊予約サイト『じゃらん』を運営しています。

より地域に貢献するために「じゃらんリサーチセンター」を立ち上げ、観光・地域活性の最新事例や研究・調査ノウハウをもとに、地域の課題に向き合っています。

世界中の、他のどこでもない、その地域「ならではの」魅力を丁寧に探し、見つけ、また、地域らしさを活かしつつ、世の中の兆しをとらえ、時代に合った新しい魅力を育てることに徹底伴走します。そして、育て上げた地域の魅力を効果的に発信・伝播することで、地域ブランドを確立し、目に見える成果を実現していきます。



観光名所である道後温泉には、ゴールデンウィークやお盆休みなどのピーク時、400人を超える行列ができる。待ち時間を管理する『Airウェイト』の導入によって、「暑い中、お客様をずっと施設の前でお待たせすることがなくなった」という。

Opportunities for Life.

STORY 3

教育機会の提供と
若者の就労支援

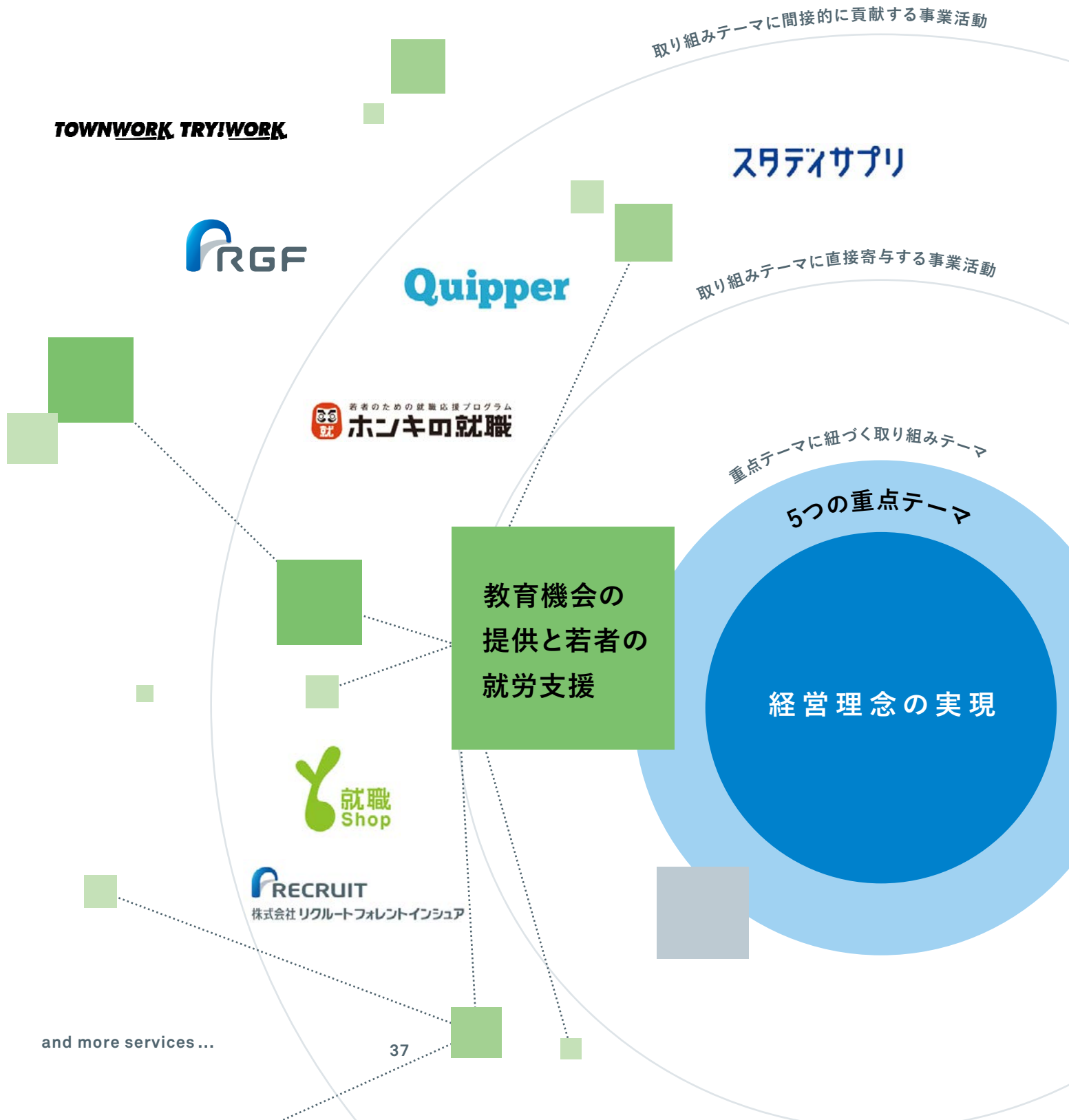


子どもたちを取り巻く環境によって、教育や就労の機会に差が生じているといわれています。学びやキャリアの機会、選択肢が豊かな人生にきつとつながる。リクルートグループは将来を担うすべての子どもたちの可能性を引き出すための取り組みを続けていきます。

STORY 3

教育格差と就労機会格差 解消のために

「教育機会の提供と若者の就労支援」に
複数の事業活動のつながりで臨む



■ テーマ

教育機会の
提供と若者の
就労支援

所得や地域などの環境を超えて
すべての人が教育や就労の機会を
得ることができる

■ 課題：教育格差と就労機会格差

保護者
年収400万円以下
大学進学率

31.4%

保護者年収と進学先との相関をみると、
400万円以下の場合の大学進学率は**31.4%**、
1,000万円を超える場合の大学進学率は**62.4%**

※出典：高校生の進路追跡調査 第1次報告書
(東京大学大学院教育学研究科 大学経営・政策研究センター)

将来に
希望がある
若者

61.6%

将来に希望があると答えた若者は**61.6%**
自分自身に満足していると答えた若者が**45.8%**
調査対象6カ国の中で日本は最も低い

※出典：平成25年度 我が国と諸外国の若者の意識に関する調査(平成26年6月 内閣府)

OECDの
GDPに占める
公的教育支出

**日本は
最下位**

国内総生産(GDP)に占める
学校など教育機関への公的支出について、
日本は**3.5%**で最下位

※出典：2012年の加盟各国のGDPに占める学校など教育機関への公的支出(OECD)

STORY 3

すべての子どもたちへ 学びとキャリアの機会を



東京都の品川女子学院では『スタディサプリ』を生徒に紹介、授業の補習として使っている生徒もいる。「動画の個人レッスンとしても使えてとても楽しい」

■ 収入や地域差による教育機会の格差

保護者の収入の差が、そのまま子どもの教育や就労機会の格差を生み出しているといわれています。例えば、大学への進学。保護者年収と進学先との相関をみると、年収400万円以下の場合の大学進学率は31.4%、1,000万円を超える場合の大学進学率は62.4%と、年収と大学進学率は連関しています^{※1}。豊かだと思われる日本においても、子どもたちの教育環境に差が生じているという現実があるのです。そして、住んでいる地域による環境の違いも関わってくるでしょう。

また、OECDによる国内総生産（GDP）に占める学校など教育機関への公的支出は、日本は3.5%で最下位^{※2}。世界から見たときの日本の子どもたちの学びの機会は、失われてはいないでしょうか。

※1 出典：高校生の進路追跡調査 第1次報告書（東京大学大学院教育学研究科 大学経営・政策研究センター）

※2 出典：2012年の加盟各国のGDPに占める学校など教育機関への公的支出（OECD）

チャレンジ2015
スタディサプリ
講義動画数

5,000講義以上

チャレンジ2015
スタディサプリ
日本国内の高校導入数

700/5,000校

チャレンジ2015
スタディサプリ
有料会員数（高校生向け）

16.7万人
※2016年3月期

チャレンジ2015
Quipper
利用者数

先生20万人
生徒300万人

スタディサプリ

学校教育のサポートツールとして、高校においては全国5,000校のうち700校、小中学校においても20の自治体、50の小中学校に導入。高校講座・大学受験講座等、5教科9科目と21世紀型教育の講義動画が5,000講義以上。

Quipper

『スタディサプリ』の海外版として、『Quipper』を展開。日本よりさらに深刻な新興国の教育格差を解消すべく、学校の先生のオンラインラーニングプラットフォームとして世界で20万人の教師、300万人の生徒に使われている。

■「世界の果てまで最高のまなびを届けよう」

教育環境の差を超えて、すべての子どもたちに最高の教育を届けられないかと開発されたのが、月額980円で一流の先生の講義動画が見放題の『スタディサプリ』。

「世界の果てまで最高のまなびを届けよう」という思いで2011年に始めたこのサービスは、2015年には小中高合わせて国内25万人の子どもたち、さらに格差の大きい新興国を中心に世界で300万人の子どもたちに使っていただけるようになりました。

日本の予備校に通えない子どもたちに低価格でサービスを提供することにより教育格差の解消に着実に貢献し始めており、また、それを新興国にも展開して世界の子どもたちの学びを支援しています。

■グローバルに活躍するキャリアを目指して

そして、今後求められていく未来の教育のあり方にも向き合っています。現代は、一つの正解を追いかけていた成長社会から、正解は一つではない成熟社会へと移り変わっているのではないかと捉え、グローバル化した社会で活躍する人材を育成するために、多様な視点を育てることを目指しています。

例えば、東京都初の民間人校長を務めた藤原和博先生の「よのなか科」では思考力を高める授業を、ハーバード大学教授のマイケル・サンデル先生の教養講座では哲学の授業など、『スタディサプリ』では従来の5教科の枠を超えた、世界を見据えた新しい授業も提供しています。

「大学に行きたい。でも、お金がなくて予備校に通えないんですけど、スタディサプリに救われました」（高3女子 自宅で活用）

「交通渋滞のせいで予備校に通うのは諦めていました。でもQuipperなら、家でもどこでもできるから安心」（インドネシアの高2女子）
オンラインの学習サービスだからこそ、世界の果てまで最高の学びを届けられると信じて、また、さまざまな学びの機会の提供が、自分で選ぶ、自分ならではの豊かな人生を実現する基盤になると信じて、これからもサービスを届けていきます。

STORY 3

若者が希望を持てる 社会を目指して



『ホンキの就職』参加者から届いた、たくさんの声。「参加前は月に1件しか応募できなかったが、プログラム期間中に12件に応募した」など、行動が変わるきっかけを生み出している。

チャレンジ2015

ホンキの就職
利用者数

19,691人

チャレンジ2015

就職shop
面談人数

88,396人

チャレンジ2015

リクルートフォレントインシュア
自治体支援窓口を案内した人数

62人

※2015年12月開始

■ 若者の就労機会と希望が失われている

教育機会を得たとしても、就労に苦労する若者はいます。

大学卒業時に進学も就職もしていない進路未決定者は、大卒者の8.7%、年間約5万人^{※1}。また、日本国内の15～24歳までの完全失業率は4.8%、34歳までの完全失業率は4.3%と若年層の失業率が上回っています^{※2}。

さらに、内閣府による日本と諸外国6カ国（アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、スウェーデン、韓国）を比較した若者の意識調査「今を生きる若者の意識～国際比較からみえてくるもの～」によると、他国の回答が7～9割のところ、日本の若者で自分自身に満足していると答えた人が45.8%と突出して低く、将来に明るい希望を持っていると答えた人も61.6%で最も低い結果でした^{※3}。

※1 出典：平成28年度速報値 学校基本調査（文部科学省）

※2 出典：平成28年7月速報 労働力調査（総務省 統計局）

※3 出典：平成25年度 我が国と諸外国の若者の意識に関する調査（平成26年6月 内閣府）

■ 仲間とともに第一歩を踏み出す自信を

日本の若者たちへの支援があれば必ず道は拓けると信じて、リクルートホールディングスでは無料の就職応援プログラム『ホンキの就職』を提供しています。自分の得意なことや可能性を再発見して仕事選びの視野を広げる「自己診断」、幅広く業界や職種について知るための「業種・職種理解」、自己PRのコツをつかむための「面接練習」を、ファシリテーターが伴走して実施。5年で19,691人の若者たちが受講し、着実に自分の道を見つけ始めています。



「すべての若者がイキイキと働ける社会」の実現を目指し、若者が積極的に就職活動に取り組めるように支援するプログラム。参加費は無料で、対象は20～30代。



「未経験から正社員で就職したい若者」と企業をつなぐ。①書類選考なし ②人物本位選考③正社員の求人の3つのこだわりでご紹介する来店型の就活支援で、2006年4月のスタート以来、88,396人（2015年実績）の若者と面談し、就職・転職をサポート。



株式会社 リクルートフォレントインシュア

日本に住む誰もが保証人探しに苦勞することなく、もっと自由に自分の意志で賃貸住居の住み換えができる社会を目指し、賃貸住居の保証人代行業務を行う。わかりやすい安心と信頼を提供することを掲げている。

■ 若者一人ひとりの人柄に合った会社を

そして、未経験からの就職を目指す若者の道のりに伴走するのが『就職shop』です。登録者全員とじっくり面談を行い、経歴からは見えないその人の持ち味を見出すことにより、9年で88,396人の若者と面談、6,254社との出会いを支援してきました。今後とも書類選考のない人物本位の選考にこだわり、若者と企業をつなぐ存在であり続けます。

■ 生活の基盤づくりを目指して

子どもや若者にとって、教育や就労機会以前に、生活の基盤の安定が必要なケースもあります。OECDによると、ひとり親が子どもを育てている世帯の相対的貧困率は加盟国のうち日本が最も高く、課題は深刻です^{※4}。この状況を受け2015年4月より施行されたのが「生活困窮者自立支援法」。自治体の窓口で、就労、住居や食料などの一時生活、子どもの学習、家計相談などの支援が行われています。賃貸住居の保証人代行を行う「リクルートフォレントインシュア」社では、家賃保証を行っている事業上、生活に何かしらの支障が生じて、家賃滞納につながっている方にいち早く気付けるという特性があり、2015年12月から62人の方を自治体の支援窓口へご案内しました。リクルートグループでは、多様な顧客接点における、それぞれが担える支援のあり方を模索していきます。

※4 Family database “Child poverty” (OECD)

STORY 3

子どもたちの未来を描く

チャレンジ2015
タウンワークトライワーク
体験者数

6校771人

教育格差の解消や若者の就労支援に今後寄与していくであろう取り組みをご紹介します。

■ 中学校のキャリア教育「職場体験」にて

「働くことはワクワクすること」をより深く学ぶ支援

全国の多くの中学校でキャリア教育の一環として実施されている「職場体験」学習。そこでリクルートグループ従業員が出前授業を行うキャリア教育支援プログラムが『タウンワークトライワーク』です。

「今回は働くことについて楽しい授業をしていただき、ありがとうございました。この授業では『働く』ことについてその人の仕事にかけた思いなどを知ることができ、自分の将来を考えるよい機会となりました」(神奈川県 中2女子)

「『働く』ということを教えてもらって学んだことを未来に活かしたいです」(千葉県 中2男子)

TOWNWORK TRY!WORK

『タウンワーク』は、地元で働きたい人のための求人情報誌。中学生が“街のシゴト調査員”として、働く人の様子を見て取材し、原稿を執筆。これを『タウンワーク 中学生編集版』として、学校ごとに冊子の形にとりまとめている。

プログラムでは、中学校の総合学習の授業で生徒が『タウンワーク 中学生編集版』を作成することをサポート。この体験が中学生たちにとって、「働くことはワクワクすること」と希望を感じ、より深い気づきを得るものとなるよう応援しています。

■ 非政府組織や非営利団体、慈善団体の人材採用を支援する

RGF Executive Search Indiaでは、自社の人材紹介業務を通じて、非政府系組織で働くにふさわしい人材を無償で紹介するプロボノ（職務上の専門的な知識や経験、技能を提供するボランティア活動）としての支援を行っています。例えば、読み書きができない子どもや英語がうまく話せない子どもが大勢いる、インドの現状の改善のため「すべての子どもたちの手に本を」との思いで活動している非政府組織Pratham Booksに、資金調達・活用責任者の採用活動が無償で支援しました。今後もこのような支援のかたちを模索していきます。



アジア11の国と地域(中国、東南アジア、インドなど)にて人材紹介事業を展開。日系企業をはじめとし、多国籍企業や現地企業に対して、若手から経営幹部層、専門職人材までローカル・グローバル採用等、幅広い人材の採用・転職をサポートしている。



「私の生まれた地域には、塾も予備校もない。最寄りの塾でも、車で1時間くらい。都会の子がどれだけ勉強しているかと、不安に思うことが多々あった」と話す田食さん。学校での補講と『スタディサプリ』を活用して、東北大学医学部に合格した。

Opportunities for Life.

CSR委員会 社外委員メッセージ

「事業で社会に貢献する」
リクルートに求められる
社会課題解決のあり方とは



■ インパクトの定量化と長期的な利益還元の明確化を

リクルートグループは経営理念に「一人ひとりが輝く豊かな世界」を謳い、CSR5つの重点テーマで注力するポイントを明示しています。今年度のレポートにおいて、リクルートグループが見つめる社会課題の焦点をよりシャープにされ、各事業・取り組みを緩やかにでも連関の中で描き出すチャレンジをされたことは高く評価できることです。IRにおいて国内事業の持続的な成長を図る上で注力することが明言されている『Airシリーズ』『スタディサプリ』、また昨期からCSR委員会でも大きなアジェンダとなっている『iction!』を柱に3つのストーリーを組み上げ、その実績の集積を開示したことは印象に残りました。

他方、焦点化した社会課題をどの程度解決しているのかの言及には物足りなさがありました。社会へのインパクトを定量的に測定し開示していくチャレンジを期待します。また、これらの事業・活動を単なる社会貢献文脈のみに終わらせることなく、いかにスケールさせ本業の利益につなげていくのか、より視野を広範かつ長期的な視点で示すことにも力点を置くことも望まれます。特にこれらの取り組みがどのような無形資産を生む投資なのか一魅力あるチャレンジですから、「人材採用力」「ブランド力」「ネットワーク」が資産として得られるでしょう。それらがいかに有形資産につながるかというストーリーが有効です。



名和 高司

リクルートグループCSR委員会 社外委員
一橋大学大学院国際企業戦略研究科 教授
株式会社ジェネシスパートナース 代表取締役
株式会社ファーストリテイリング 社外取締役
ボストン・コンサルティング・グループ
シニアアドバイザー
NECキャピタルソリューション株式会社 社外取締役
ネクストスマートリー株式会社 代表取締役
株式会社デンソー 社外取締役
味の素株式会社 社外取締役

■ 成熟社会における多様性を前提に、パーソナルに「機会」を提供する

リクルートが見つめる社会課題とその解決方法に関して、さらにリクルートらしさに磨きをかけることも重要です。リクルートのビジネスモデルである「リボンモデル」はとてもユニークです。リボンモデルは、両側が同じ形でなくてはならない。だから顕在化しているニーズをただマッチングするだけではなく、労をかけてリボンの両側に働きかけ、潜在的な需要を掘り起こしている。需要を「育てる」プロセスを大切に、マッチングするだけではない「機会」の創造と提供を行っていることこそがリクルートならではの価値創造であると言えるでしょう。だからこそ、今後の社会変化を見越してリクルートがいかなる「機会」の創造と提供を行っていくのか、社会は注目しています。2045年にはAIが人間の能力を超えるとわれています。そのシンギュラリティ（技術的特異点）の世界にあって人間に残るものは何か、人間にしかできないこと、その世界の中での幸せや豊かさとは何か。人間への深い洞察に基づき、次世代の社会が直面する課題を新たな「機会」に変換するというリクルートならではの視点が問われます。キーワードは「セレンディピティ（思いがけないものを発見する能力）」ではないでしょうか。これまで関心のなかったものとの出会い、つながりが豊かさになるということ。コンピューターのレコメンドでは絶対に出会えない、偶発性や意外性に満ちた「出会い」が需要を生む時代がくる。その「出会い」「機会」を誘発する「場」をリクルートがいかに提供できるか。また、ロジックを超えて、何が善（Wellness）なのかという価値観に立脚するような判断も人間に残るでしょう。成熟社会において、真善美にまつわる個々人の価値観、感性の広がりには実に多様です。そのことを前提に、「機会」はどのように創造、提供されるのがよいのかという視点も持つとよいかもしれません。

■ アゲインストの風も機会に変えて

未来を見据えてのリクルートへの期待を述べました。さまざまな社会課題の議論においてはリクルートのメインビジネスとの整合性が問われ、対応を迫られるシーンもあることでしょう。しかし、いきなり本業を疑う必要はありません。ただ、本業だけにとらわれず、異なる選択肢を用意することによって、社会全体のマイグレーション（進化）を後押しする丁寧なアプローチをとられるとよいと思います。自社内で複数の機会提供のあり方を試し、あえてカニバリを起こさせながら最適なものを残すことが進化のあるべき姿です。戦略的な事業展開を選択しているリクルートだからこそ、そのような進化を先取りするアプローチができるはずです。

弛まぬ「一人ひとりが輝く豊かな世界」の実現に向けたチャレンジに期待します。

※このメッセージは、本報告書が一般に公正妥当と認められる環境報告書等の作成基準に準拠して正確に測定、算定され、かつ重要な事項が漏れなく表示されているかどうかについて判断した結果を表明するものではありません。

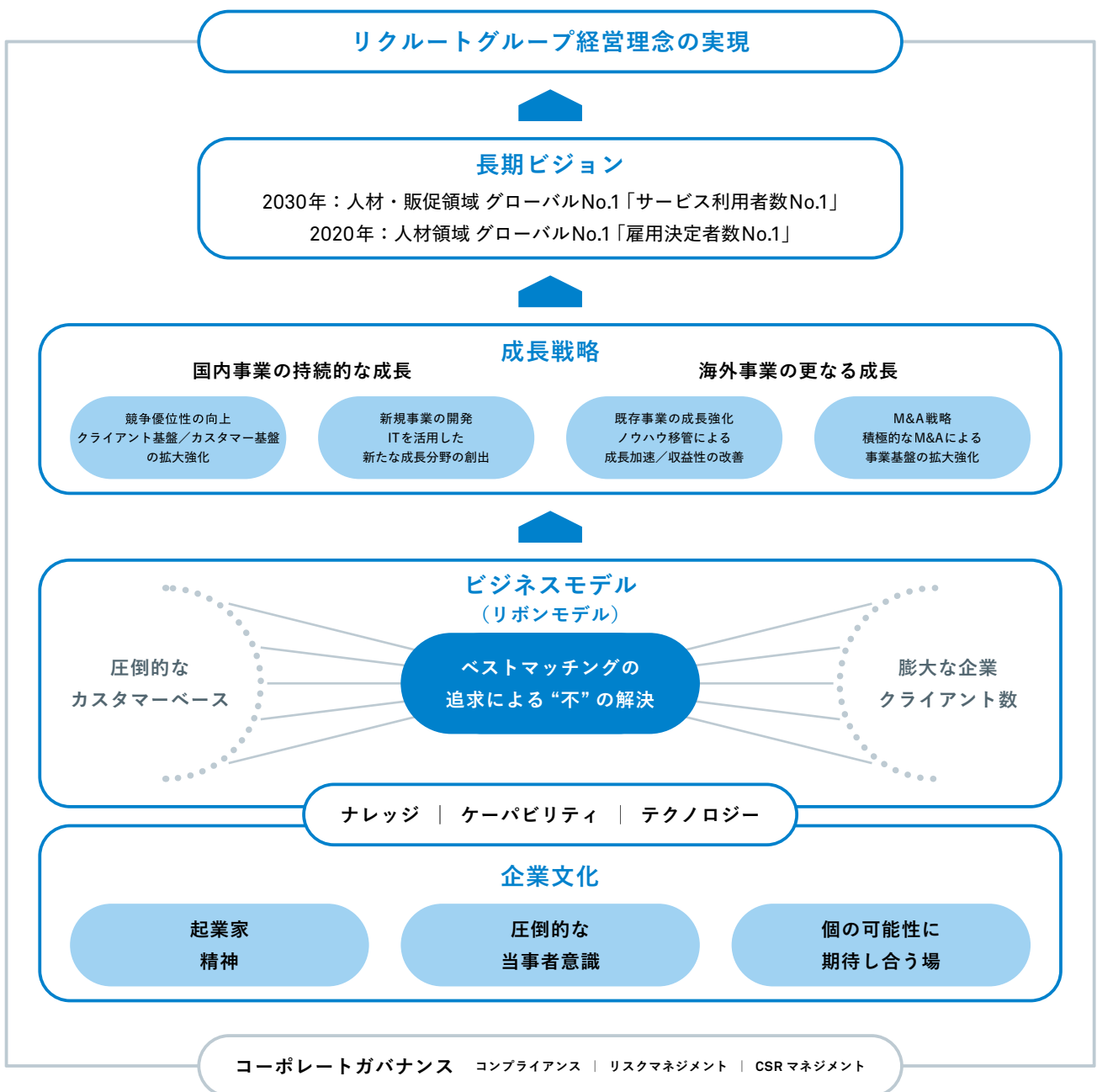
ひとつずつ、
積み重ねていく。

人生における重要な局面に、一人ひとりが輝くための機会を。この信念が私たちを突き動かしている。でも、まだまだ、足りない。私たちはつづける。積み重ねていく。社会に耳を傾け、機会を創る仕事を。まだ表面化していない、けれど、確実に存在する“不”があるかぎり。

価値創造のメカニズム

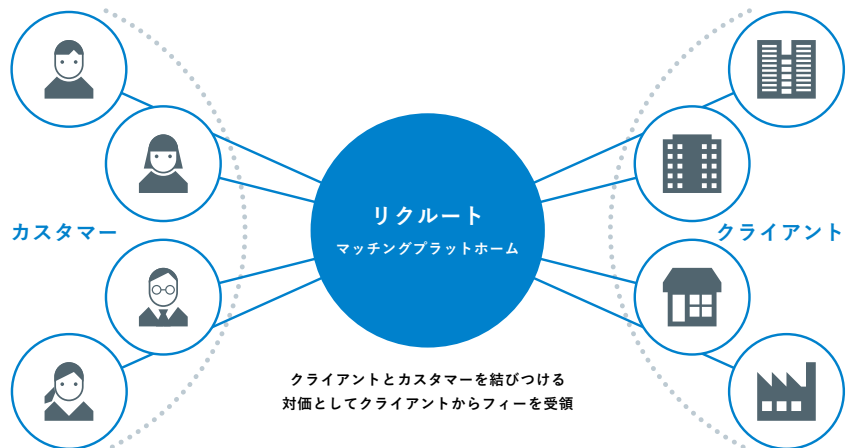
すべての人が自由で、希望を持てる
持続可能な世界を目指して

リクルートグループは、創業以来57年、「起業家精神」や「圧倒的な当事者意識」でイノベーションを起こし、社会の“不”を解消して「新しい価値」を創造し続けてきました。



ビジネスモデル

最適なマッチングで新たな価値を
クライアントとカスタマーの双方に提供



リクルートグループは、これまでプロダクトやサービスの送り手である企業（クライアント）と受け手である生活者（カスタマー）を結びつけてきました。

さらに人材メディア・派遣事業および販促メディア事業のなかで事業領域を拡張しており、今日では幅広い事業領域にわたり多様なノウハウが結集した複合プラットフォーム事業体として、他に類を見ない競争優位性を実現しています。

引き続き、クライアント基盤およびカスタマー基盤の強化を図り、国内における圧倒的なプレゼンスをさらに向上していきます。また、海外での事業展開も加速し、グローバルNo.1を目指します。

クライアント

■ 強固なクライアント基盤

国内で50年以上、さまざまな事業を展開してきた結果、大企業から中小企業まで膨大な企業と強固なリレーションを築いています。

カスタマー

■ 圧倒的なカスタマー基盤

国内の各事業領域で展開しているサービスは、それぞれが高いカスタマー認知度と圧倒的なカスタマー数を保有しています。

企業文化

リクルートグループの価値の源泉は“人”

リクルートグループは、さまざまなイノベーションを生み出すために従業員一人ひとりの「起業家精神」「圧倒的な当事者意識」を尊重し、さらに引き出し、「個の可能性に期待し合う場」を提供し続けています。この企業文化こそが私たちの価値創造の源泉です。

起業家精神

■ 自らの思いで仕事を創り、説明責任を全うする 事業創造を競う『New RING』

1981年、新規事業を創造するシステムとして創設された『RING (Recruit Innovation Group)』は、1990年に『New RING』としてリニューアルし、現在に至るまで毎年開催されています。

圧倒的な 当事者意識

■ 自ら行動することで評価・報酬、次なる仕事へつながる 一人ひとりの主体的な想いを目標に結びつける『WCM』

一人ひとりが仕事を通じて実現したいこと（Will）を明らかにし、その実現のために何ができるか、どのようなことができるようになる必要があるか（Can）を確認した上で、何をすべきか（Must）を考える面談を実施しています。

個の可能性に 期待し合う場

■ 多様な価値観を尊重し合いナレッジを形式知化する イノベーション事例を表彰する『ARINA』

全社表彰式『ARINA (All Recruit Innovation Award)』は高いレベルで新たな価値向上に貢献したイノベーション事例を表彰する場です。

CSRマネジメント

ステークホルダーとの協働で 活動を築き、磨く

リクルートグループでは「リクルートグループCSR方針」に基づき、グループ各社がCSR活動を実施しています。

リクルートグループの
ステークホルダー



■ 推進の体制・仕組み

事業環境の変化やステークホルダーの期待などをいち早く認識し、独自性のあるCSR活動を実施するために、リクルートグループ各社でCSR実務責任者、CSR実務担当者を任命しています。リクルートホールディングスにCSR推進グループを設置し、リクルートグループ全体のCSR活動を統括しており、四半期に1度、リクルートグループ各社のCSR実務責任者、担当者が集まり、活動内容や推進方法の共有を行う「グループCSR推進会」を開催しています。

■ CSR委員会

リクルートグループのCSR推進について、社外の有識者の方から幅広く助言をいただくことを目的としたCSR委員会（取締役会の諮問機関）を定期的に開催しています。2015年9月に第1回、2016年2月に第2回を実施しました。

社外の有識者からは「社会課題を現象で捉えることなく、真の背景を理解する重要性」や「CSVを推進するのは従業員一人ひとりであり、彼等がどういう気持ちを持って取り組んでいるか理解することが大事」など、忌憚のないご指摘・ご要望を頂戴し、気づきや学びの多い場となりました。いただいた示唆を今後の活動に活かしていくとともに、引き続き社外のみなさんの声をいただきながら検討する場を設けていきます。



人権の尊重

経営理念の実現を支える 一人ひとりの人権の尊重

リクルートグループのCSR重点テーマとして掲げている「⑤人権を尊重し、環境を守る」の一つである人権の尊重について、私たちは労働における基本的権利を尊重するとともに、あらゆる企業活動において差別や人権侵害を排除します。2016年3月には、「リクルートグループ人権方針」を策定しました。

■ 人権ワークショップ



2015年11月、車椅子利用者、ムスリム、日本語を話されない方をお招きし、日常において感じている不便さや、リクルートグループのビジネスに期待することを共有いただきました。その解決へ向け、リクルートグループの従業員が新たなビジネスの機会を検討するというワークショップを開催しました。

サービスの企画立案のプロセスに多様な当事者を含め、社内に多様な人材を取り込み多様性を許容する企業文化を醸成、多様性を尊重したビジネスに「投資」していくべきという意見交換がなされました。

■ 人権ステークホルダーダイアログ



2015年12月、「リクルートグループ人権方針」の検討過程にて、社外から人権領域の有識者を迎え、諮問をいただくステークホルダーダイアログを実施しました。

日本における「人権」の捉え方と、国際基準「指導原則」における「人権」とのギャップの理解やリクルートグループが人権に関して負うべき責任の範囲およびレベルの考察を行いました。

リクルートグループ社員の、人権についての正しい理解を深めることの重要性を改めて実感するとともに、各事業責任者がリスク・機会の両面から人権の取り組みを検討・深化させるため、今後さらなる検討を深めてまいります。

環境保全の推進

持続可能な社会の実現に貢献すべく 地球環境保全活動の輪を広げる

リクルートグループのCSR重点テーマとして掲げている「⑤人権を尊重し、環境を守る」の一つである環境の保全について、地球環境を持続的かつ安全に守っていくために、すべての事業活動において環境に対する配慮を徹底し、環境保全活動に取り組んでいきます。

■ リクルートグループの環境ビジョン 「more eco more smile」

4つの取り組みを約束する環境ビジョン「more eco more smile（モアエコ モア スマイル）」を2010年より定めています。



私たちリクルートグループは、
かけがえのない地球の一員であることを認識し、
従業員一人ひとりが、環境に配慮した事業活動を行います。

地球環境保全に対する思いをもっともっと大きく育て、
多くの人が笑顔になる世の中にしたい。

そのために、事業や商品・サービスを通じて、
地球環境保全活動の輪（エコ・スマイル）を広げていきます。

■ 推進の体制・仕組み

2015年7月より環境推進担当者会を開始しました。グループ各社とともに、環境に関する世界の動きや他社の活動内容を理解し、リクルートグループが環境保全活動に取り組む目的の理解を深めました。また、「環境」を軸に、CSR方針に掲げる「事業で社会に貢献する」をどのように実現するかを論点としたディスカッションも行いました。リクルートグループでは、これからも事業・サービスを通じた環境保全の推進や、情報誌・ネットサービス・オフィスなどでの環境負荷低減、リサイクルや生物多様性の推進、従業員の意識啓発を通じて、継続的に地球環境の改善に努めてまいります。



社会貢献活動の推進

地域・社会への貢献・還元を推進

リクルートグループは「事業で社会に貢献する」をCSRの中心に置いています。それだけでは解決できない社会課題や私たちに対する期待も数多くあることを認識しています。事業の発展とともに、企業市民としての責任も大きくなっていることを自覚し、リーディングカンパニーとして地域・社会への貢献・還元を推進していきます。

■ リクルートの2つのギャラリー



銀座8丁目のビル1階で、「クリエイションギャラリー G8」を30年間運営しています。グラフィックデザインを主軸とし、「デザインとコミュニケーション」をテーマに企画展を開催。デザインを通じて、豊かな生活の提案や、さまざまな出会いをつくる場所を目指して、活動を続けています。

また、銀座7丁目ビルの地下1階では、「ガーディアン・ガーデン」を25年間運営しています。活動の中心となるのは、ガーディアン・ガーデンでの個展開催の権利をかけて競い合う公募展「1_WALL」。グラフィック、写真の2部門でそれぞれ年に2回作品を募集しています。2015年度は2つのギャラリーで合計20回の企画展が実施され、たくさんのお客様にご来場いただきました。

■ 奨学金給付・助成事業



公益財団法人 江副記念財団は、株式会社日本リクルートセンター創業10周年の際に「社会への貢献」を目的に検討され、1971年に「リーダーシップのある人・向学心旺盛な人・将来何かやりそうな人」を応援しようと奨学金制度が発足しました（財団法人設立は1976年）。制度発足以来、579名に対して奨学金の給付を行っており、各界で活躍する人材を多数輩出しています。近年力を入れてきた音楽、芸術、スポーツの分野に加えて、2015年には「海外大学に留学する学術系学生」への奨学金事業を再開しました。

2015年度に支援した奨学生は29人、助成件数は8事業でした。

社会課題の探索と研究

長期的な視点の調査・研究で 社会課題を捉える

社会課題を実際に解決していくために、従業員一人ひとりが社会の“不”を見据えた事業を通じた価値の創造に努めることが重要です。しかし、日常的な業務の観点からだけでは、これから社会で課題となっていくであろうテーマを先取りしたり、長期的に課題の推移を検討するといったことは時に難しいものです。

そこで、リクルートグループ各社では、事業の特性に合わせた高い専門性を持つシンクタンクを設けています。各機関では就職、結婚、住宅などのライフステージに関する分野から、旅行、飲食、美容など日常消費に関わる分野まで幅広く調査活動を行っており、その成果は事業活動に還元されるのはもちろんのこと、社会に報告する活動も積極的に行っています。

主な調査・研究専門機関

リクルートホールディングス
リクルートワークス研究所

リクルートキャリア
就職みらい研究所

リクルートジョブズ
ジョブズリサーチセンター

リクルート住まいカンパニー
リクルート住まい研究所

リクルートマーケティングパートナーズ
ブライダル総研
リクルート進学総研
リクルート自動車総研
リクルート次世代教育研究院

リクルートライフスタイル
じゃらんリサーチセンター
Beauty総研
ホットペッパーグルメ リサーチセンター

リクルートマネジメントソリューションズ
組織行動研究所

リクルートテクノロジーズ
Advanced Technology Lab

シンクタンクでの研究事例

「日本の人口が確実に減る」2025年に向けて、 私たちが実現したい「多様な働き方」とは？

リクルートワークス研究所は2015年に、『「2025年の働く」予測』を発表しました。2025年、日本において、確実に予測できることは「人口減少」です。若年層が減少し、就業者数は6,274万人(2015年)から、6,091万人まで減少すると予測されています。しかも、介護等の理由で女性の働き方が今以上に制限されるなど、多様な働き方ができなくなることも考えられます。そうした「悲観シナリオ」を描くと、就業人口は実に5,717万人にまで下がってしまうと予測できるのです。一方で、就業人口が増え、経済成長につながるサイクルを生み出せる可能性もあります。そうした「楽観シナリオ」では、就業人口はむしろ6,389万人に増加する予測がたてられます。それを実現するキーになるのが「多様な人材の就労」だと私たちは考えます。介護等の「制約」を抱えても働き続けられる、就労のプランクがあっても働き出すことができる、失職後でも容易に転職や起業ができる——。日本が「活力を持った2025年」を迎えるには、多様な個人が時間や場所の制約にとらわれず活躍できるような働き方を開発することが、必須条件になります。

※出典：2025年「働く」を再発明する時代がやってくる（リクルートワークス研究所）

コーポレート・ガバナンス

コーポレートガバナンス・コードの5原則に基づく開示

当社は、コーポレートガバナンス・コードの5原則について、下記の方針を採用しています（コーポレートガバナンス報告書より抜粋）。

1. 株主の権利・平等性の確保

株主総会における議決権をはじめとする株主の権利が実質的に確保されるよう、適切な対応を行う。

2. 株主以外のステークホルダーとの適切な協働

リクルートグループ経営理念に基づいて、長期的かつ安定的に発展し、ユーザー、クライアント、株主、従業員、取引先、NPO・NGO、国・行政、地域社会等当社が重要と位置づけている全てのステークホルダーにとって魅力的な企業として継続的に企業価値を向上させていく。

3. 適切な情報開示と透明性の確保

法令に基づく開示を適切に行うことに加え、会社の意思決定の透明性・公正性を確保し、実効的なコーポレート・ガバナンスを実現するとの観点から、コーポレートガバナンス・コードの各原則において開示を求められている事項等について、主体的に開示を行う。

4. 取締役会等の責務

取締役会は、経営の基本方針を決定するとともに、経営監督機能を担う。また、法令で定められた専決事項に加え、経営理念、コーポレート・ガバナンス体制、連結業績やグループのレピュテーションに大きな影響を与えうる業務執行の決定を行う。一方で、迅速な意思決定の重要性に鑑み、代表取締役社長に業務執行権限を一定の範囲において委譲し、その執行状況を監督する。

取締役は、株主により選任された経営の受託者として、その職務の執行について忠実義務・善管注意義務を負い、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に貢献する。

5. 株主との対話

IR業務を専任で担う部署及びIR担当役員を設置し、株主との対話を促進する。機関投資家からの面談依頼に対して合理的な範囲で応じるとともに、個人株主からの問い合わせについても対応できる体制を整備する。

■ 業務執行

当社は、経営戦略や業務執行上の重要課題を、取締役会および経営戦略会議にて決定しています。取締役会は原則として月1回および四半期ごとに実施しており、全ての取締役（6名）と監査役（4名）を構成員としています。経営戦略会議は代表取締役社長の諮問機関であり、原則として毎月2回開催しています。執行役員を兼ねる取締役（4名）、コーポレート担当執行役員（2名）、常勤監査役（2名）を構成員としています。

加えて、戦略的なマネジメント単位としてStrategic Business Unit（戦略ビジネスユニット、以下「SBU」という。）及び各SBU配下のカンパニーを設置し、経営戦略会議からSBU及びカンパニーに一部権限移譲を行っています。

また当社は、業務執行機能の強化を目的に、執行役員制度および取締役兼執行役員制度を導入しています。

■ 監査・監督

当社はコンプライアンスを重視したガバナンス体制の構築のため、社外取締役を選任するとともに、取締役会および取締役を監査役が監査する監査役設置会社形態を採用しています。

コンプライアンス

法令を遵守し社会的な期待・要請に応える

リクルートグループでは、コンプライアンスを「法令遵守の枠を超え、企業・個人が適正な行動を行うことで社会的な期待・要請に応えていくこと」と位置づけています。

1990年4月に「株式会社リクルート倫理綱領」を制定、経営体制変更後の2012年9月に「リクルートグループ倫理綱領」を定めたほか、各種社内規程を制定し、企業活動を営む上で自らを律する指針とし続けています。

■ 推進の体制・仕組み

各グループ会社の内部統制推進所管部署が、各社のコンプライアンス教育・浸透を行っています。また、リクルートホールディングスの内部統制推進所管部署が、グループ会社の内部統制推進所管部署と連携してグループ全体のコンプライアンス教育・浸透を行っています。

リクルートグループの従業員・派遣社員、常駐するパートナーが、仕事や職場に関して、自分自身が「不当に扱われている」と感じたとき、また第三者として「不正や不当なことが起こっている」、「その予兆がある」というときに、通報・相談ができる窓口を設置しています。グループ内窓口への通報・相談に抵抗がある場合に配慮し、外部の窓口も設けています。

相談窓口の運営にあたっては、「企業倫理ヘルプライン規程」を遵守し、関係する個人のプライバシーを十分に尊重。また、相談によって社内で不利益を被ることは一切ないことを保証しています。

■ 贈収賄・インサイダー取引の禁止

リクルートグループでは社会的および倫理的責任を考慮し、「リクルートグループ政治家および公務員との距離の置き方に関する規程」を定めています。政治家・公務員等と適正な関係を保つことで贈収賄を未然に防ぐことを目指します。また、グループおよびグループの全ての役職員を対象とした「リクルートグループインサイダー取引防止規程」を定め、インサイダー取引を行うことを未然に防止しています。

リスクマネジメント

さまざまなリスクに 的確な管理・対応をするために

リクルートグループにおけるリスクマネジメントの基本方針および推進体制に関する基本的事項を定め、事業を取り巻くさまざまなリスクに対して的確な管理および対応を実施することを目的に、「リクルートグループリスクマネジメント規程」を策定しています。

■ 推進の体制・仕組み

リクルートグループ各社の内部統制推進所管部署が、リクルートグループ各社のリスクマネジメントを推進しています。具体的には、各グループ会社にて優先的に取り組むべき優先リスクテーマを設定し、リスク低減策を推進しています。また、トラブルなど発生の際には、各グループ会社の内部統制推進所管部署が中心となり、適切な対応を行っています。グループ全体としては、リクルートホールディングスの内部統制推進所管部署が、リクルートグループ各社の内部統制推進所管部署およびリクルートホールディングスの各専門部署と連携の上、グループ全体のリスクマネジメントを推進しています。グループに大きく影響する事案の場合は、グループ危機対策本部を立ち上げ、リクルートホールディングス主導で対応します。

■ リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント委員会は、リクルートホールディングス取締役会の諮問機関として、リクルートグループを取り巻くリスクについての審議、グループ重点リスクテーマやリスクオーナーの取締役会への起案や、対策のモニタリングを行います。リクルートホールディングスのリスク統括所管部署担当取締役が委員長を務め、リクルートグループのリスク統括所管部署担当執行役員、経営企画所管部署長、法務所管部署長、リスク統括所管部署長などが委員として参加します。

事業ポートフォリオ

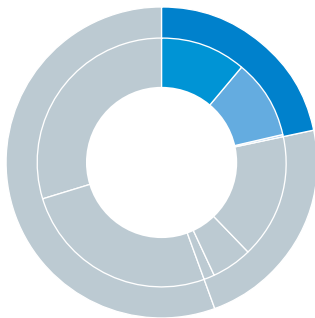
主要事業セグメント

売上高 15,886億円 EBITDA 2,022億円

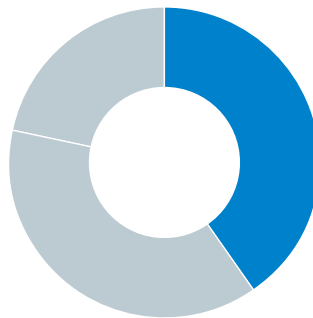
領域別売上高

販促メディア

売上高
22.0%
3,493億円



EBITDA
46.1%
932億円



ライフイベント
51.2%
1,790億円

日常消費
47.9%
1,672億円

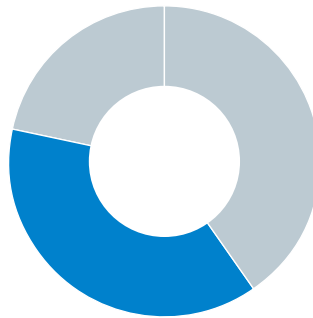
その他
1.1%
38億円

人材メディア

売上高
22.6%
3,592億円



EBITDA
43.5%
880億円



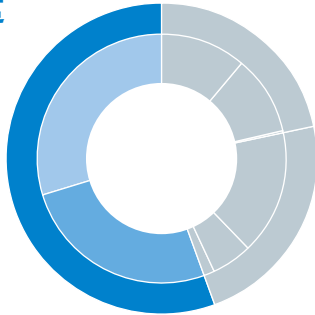
国内人材募集
71.2%
2,559億円

海外人材募集
23.5%
843億円

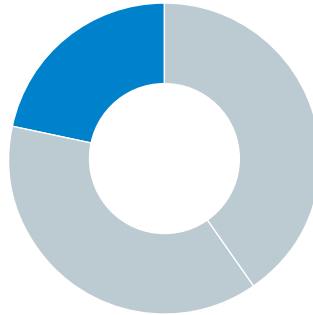
その他
6.1%
219億円

人材派遣

売上高
56.0%
8,900億円



EBITDA
24.5%
496億円



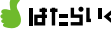
国内派遣
46.5%
4,141億円

海外派遣
53.5%
4,758億円

EBITDA = 「営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額」

* 売上高およびEBITDAの構成比は調整額およびその他事業の数値を考慮せずに算出しており、セグメント間の内部売上高または振替を含んでいます。そのため、構成比の合計は100%を超える場合があります。

PORTFOLIO

主なサービスブランド	主な類似企業	
	国内	海外
住宅、結婚、自動車、進学    	ネクスト みんなの ウェディング	Zillow Group (Zillow, Trulia) XO Group (The Knot)
旅行、飲食、美容     	楽天 ぐるなび カカコム	Expedia Groupon The Priceline Group (OpenTable) Yelp
海外飲食、海外美容  		
正社員、パート・アルバイト     		Monster Worldwide CareerBuilder SEEK LinkedIn Michael Page International Hays Korn Ferry
アグリゲート型求人検索サイト 	マイナビ インテリジェンス エン・ジャパン ジェイエイシー リクルートメント ディップ	
エグゼクティブサーチ、人材育成・研修  		
総合人材派遣(国内)  		Adecco Manpower Group Randstad Holding
総合人材派遣(海外)      	テンブ ホールディングス パソナグループ	

役員紹介

取締役



峰岸 真澄 代表取締役社長 兼 CEO

1987年 4月 株式会社リクルート(現 株式会社リクルートホールディングス) 入社
 1992年10月 新規事業準備室(ゼクシィ)配属
 2002年 4月 ゼクシィ事業部 事業部長
 2003年 4月 執行役員(IMCディビジョンカンパニー)
 * IMC:インテグレートマーケティングコミュニケーション=ブライダル、旅行、自動車などの販促領域
 2004年 4月 常務執行役員(IMCディビジョンカンパニー、住宅ディビジョンカンパニー)
 2009年 6月 取締役常務執行役員(経営企画、事業開発、住宅領域)
 2011年 4月 取締役専務執行役員(経営企画、全社WEB戦略室、事業統括本部)
 2012年 4月 代表取締役社長 兼 CEO(現任)

池内 省五 取締役 兼 専務執行役員

1988年 4月 株式会社リクルート(現 株式会社リクルートホールディングス) 入社
 1999年10月 経営企画室・人事部 エグゼクティブプランナー
 2002年 4月 G-HR企画室 エグゼクティブマネジャー * G-HR:グループの人材関連事業領域の横断組織
 2004年 4月 経営企画室・事業統括室 エグゼクティブ
 2005年 4月 執行役員
 2012年 6月 取締役 兼 執行役員
 2012年10月 株式会社リクルートホールディングス 取締役 兼 執行役員
 2013年 4月 取締役 兼 常務執行役員
 2016年 4月 取締役 兼 専務執行役員(現任)



草原 繁 取締役 兼 専務執行役員

1988年 4月 株式会社リクルート(現 株式会社リクルートホールディングス) 入社
 2000年 4月 HR-DC HRディビジョン首都圏統括部 エグゼクティブプランナー
 2002年 4月 経営企画室 エグゼクティブマネジャー
 2004年 4月 執行役員
 2006年 6月 取締役 兼 執行役員
 2007年 6月 執行役員
 2012年10月 株式会社リクルートホールディングス 執行役員
 2013年 4月 常務執行役員
 2013年 6月 取締役 兼 常務執行役員
 2016年 4月 取締役 兼 専務執行役員(現任)

佐川 恵一 取締役 兼 専務執行役員

1988年 4月 株式会社リクルート(現 株式会社リクルートホールディングス) 入社
 2000年10月 HR-DC HRディビジョン 首都圏統括部代理店部 エグゼクティブプランナー
 2002年 7月 HR-DC 代理店統括部 エグゼクティブマネジャー
 2003年 4月 HR-DC HR首都圏 MP3部 エグゼクティブマネジャー * MP:メディアプロデュース
 2004年 4月 HR-DC HR東海ディビジョン ディビジョン長
 2006年 4月 株式会社リクルート 執行役員
 2011年 6月 取締役 兼 執行役員
 2012年10月 株式会社リクルートホールディングス 取締役 兼 執行役員
 2013年 4月 取締役 兼 常務執行役員
 2016年 4月 取締役 兼 専務執行役員(現任)



LEADERSHIP



大八木 成男 社外取締役

1971年 3月 帝人株式会社 入社
1992年 2月 医薬営業企画部長
1999年 6月 執行役員(東京支店長)
2001年 6月 常務執行役員(医薬営業部門長補佐)
2002年 6月 専務執行役員(医薬事業本部長)
2005年 6月 常務取締役(CIO)
2006年 6月 専務取締役(CIO)
2007年 4月 専務取締役(CSO)
2008年 6月 代表取締役社長 CEO
2014年 4月 取締役会長(現任)
2014年 6月 株式会社リクルートホールディングス 社外取締役(現任)

新貝 康司 社外取締役

1980年 4月 日本専売公社(現 日本たばこ産業株式会社)入社
2001年 7月 財務企画部長
2004年 6月 執行役員 財務グループリーダー
2004年 7月 執行役員 財務責任者
2005年 6月 取締役 執行役員 財務責任者
2006年 6月 取締役 兼 JT International S.A. Executive Vice President
2011年 6月 代表取締役副社長(現任)
2014年 6月 株式会社リクルートホールディングス 社外取締役(現任)



■ 監査役

長嶋 由紀子 常勤監査役

1985年 4月 株式会社リクルート
(現 株式会社リクルートホールディングス)入社
2001年 4月 経営スタッフユニット 人材マネジメント室
エグゼクティブプランナー
2002年10月 IMC-DC B&Bディビジョン 関東ブライダル部
エグゼクティブマネジャー
* IMC:インテグレートマーケティング
コミュニケーション=ブライダル、旅行、自動車等の販促領域
* B&B:ブライダル&ベビー
2004年 4月 IMC-DC ブライダルディビジョン ディビジョン長
2006年 4月 執行役員
2008年 1月 株式会社リクルートスタッフィング 代表取締役社長
2012年10月 株式会社リクルートホールディングス 執行役員
2016年 7月 株式会社リクルートホールディングス 常勤監査役(現任)



藤原 章一 常勤監査役

1986年 8月 株式会社リクルート
(現 株式会社リクルートホールディングス)入社
2000年 4月 事業スタッフグループ FIT1部 エグゼクティブマネジャー
* FIT:Federation of IT=全社横断の情報システム部門
2004年 4月 FIT フェデレーション エグゼクティブオフィサー
2006年 4月 執行役員
2012年10月 株式会社リクルートマーケティングパートナーズ 執行役員
2014年 6月 株式会社リクルートホールディングス 常勤監査役(現任)



井上 広樹 監査役(非常勤)

1990年 4月 第一東京弁護士会登録
長島・大野法律事務所(現 長島・大野・常松法律事務所) 入所
1996年 7月 長島・大野法律事務所アセアン・オフィス(シンガポール)勤務
1998年 1月 長島・大野法律事務所 パートナー
2000年 1月 長島・大野・常松法律事務所 パートナー(現任)
2015年 1月 長島・大野・常松法律事務所 マネージング・パートナー(現任)
2015年 6月 株式会社リクルートホールディングス 監査役(非常勤)(現任)



西浦 泰明 監査役(非常勤)

1975年11月 等松・青木監査法人(現 有限責任監査法人トーマツ) 入所
1984年 3月 米国公認会計士登録
1985年 6月 米国ゴールデンゲート大学MBA(税務)取得
1987年 6月 デロイトトウシュ トーマツ パートナー
2011年 6月 デロイト トウシュ トーマツ
日本企業サービスグループ 西部地域統括代表
2016年 7月 株式会社リクルートホールディングス 監査役(非常勤)(現任)



会社概要

社名:

株式会社リクルートホールディングス

創業:

1960年3月31日(設立 1963年8月26日)

2012年10月1日「株式会社リクルート」より商号変更

本社所在地:

〒100-6640 東京都千代田区丸の内1-9-2

URL:

<http://www.recruit.jp/>

従業員数:

456名(2016年3月31日時点)

グループ従業員数:

38,451名(2016年3月31日時点)

グループ企業数:

287社(連結対象子会社、2016年3月31日時点)

資本金:

100億円(2014年10月15日より)

株式基本情報

証券コード:

6098

上場証券取引所:

東京証券取引所 市場第一部

決算期:

3月31日

基準日:

剰余金の配当 中間配当 9月30日／期末配当 3月31日

*剰余金の配当につきましては中間配当を行うことができる旨を定款で定めていますが、中間配当は行わず年1回の期末配当のみとすることを、現時点の当社の方針としています。

単元株式数:

100株

定時株主総会:

毎年6月中

株主名簿管理人:

三菱UFJ信託銀行株式会社

公告方法:

電子公告により行います。

(ただし、事故そのほかやむを得ない事由によって電子公告による公告をすることができない場合は、日本経済新聞に掲載して行います)

一人の人生を変える機会は、
社会を変える機会になる。

オール
リクルートで
進む。

Opportunities
for Life.

[リクルートグループ CSRに関するお問い合わせ]

<http://www.recruit.jp/support/csr/>

[発行元]

株式会社リクルートホールディングス

ソーシャルエンタープライズ推進室 CSR推進グループ

TEL : 03-6835-5128

FAX : 03-6834-8877

Mail : r_csr@r.recruit.co.jp