

2017年3月期 第4四半期決算説明会

2017年5月12日(金)



じげん

ZIGExN OVER the DIMENSION



1. 四半期決算概要

2. 2017年3月期の振り返り

3. 2018年3月期以降の方向性

4. 参考資料





1. 四半期決算概要

2017年1月～2017年3月



1. 四半期決算概要

四半期業績



- 4Qは前年比売上高+60%、営業利益+58%を達成。
 領域別売上高の前年比増収率は人材+68%、不動産+26%、生活+102%。
- 一過性費用を吸収して過去最高益を更新し、上場来13四半期連続の前年比増収増益を達成。

(百万円)	FY2016/3				FY2017/3			
	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績
売上高	1,059	1,109	1,282	1,580	1,602	1,669	1,740	2,544
前年比	85.3%	91.4%	52.9%	40.3%	51.3%	50.5%	35.7%	60.9%
人材領域	846	836	914	1,083	1,180	1,199	1,230	1,826
不動産領域	122	179	280	381	308	330	339	481
生活領域	89	93	88	116	112	140	170	236
営業利益	334	390	442	442	484	540	552	699
前年比	28.4%	57.6%	44.6%	11.3%	44.8%	38.4%	24.9%	58.1%
経常利益	325	389	442	446	496	547	555	705
当期純利益	181	196	246	275	271	309	325	377

注：求人領域を人材領域に名称変更。対象サービス範囲に変更はなし。





1. 四半期決算概要

KPIについて

- 主力のメディア事業の売上高はUU数、CVR、コンバージョンあたり単価に分解される。
- コンバージョンあたり単価への寄与度が大きいKPIとして顧客数を管理。

KPIの計算式

売上高

||

UU数

(ユニークユーザー数)

×

CVR

(コンバージョンレート)

×

顧客数

(顧客ミックス)

コンバージョン
あたり単価UU
当たり
売上高

KPIごとの成長施策例

UU

(ユニークユーザー数)

- 検索エンジンの最適化
- 検索連動型広告の運用最適化
- メディアアライアンスの強化
- データベース数拡大による掲載情報の増加
- データベースの内製化による集客最適化
- マス広告

CVR

(コンバージョンレート)

- サイトデザインの変更等による
ユーザーインターフェースの改善
- サイト内検索ロジックの改善
- ニーズに応じた掲載情報の整理・改善

コンバージョン
あたり単価

- 顧客管理の改善による
リピーター数の向上
- 高単価商材への送客強化
- 高単価顧客の増加によるミックスの改善



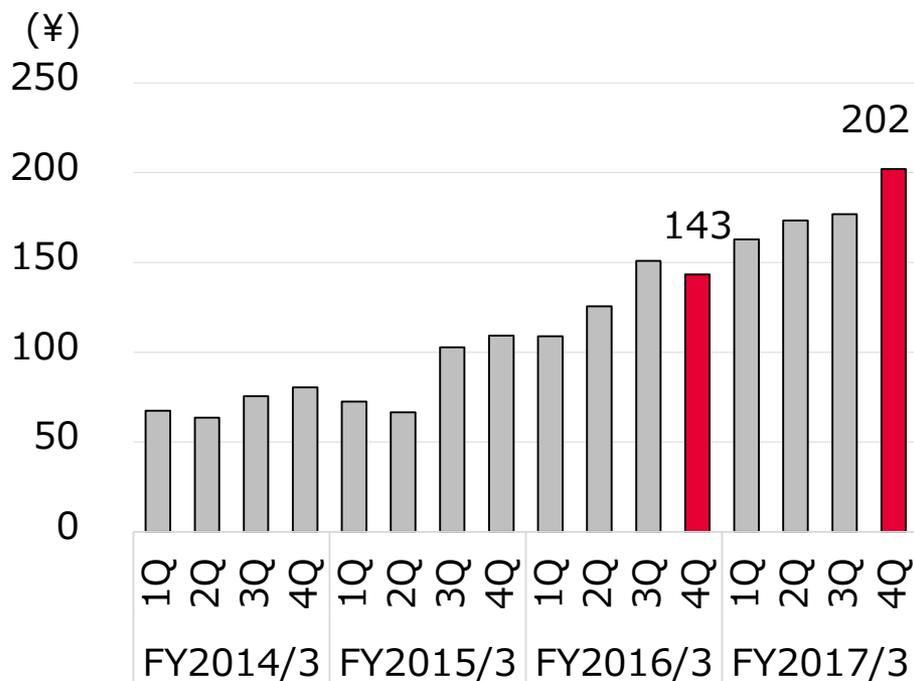
1. 四半期決算概要

KPIの推移: UU当たり売上高

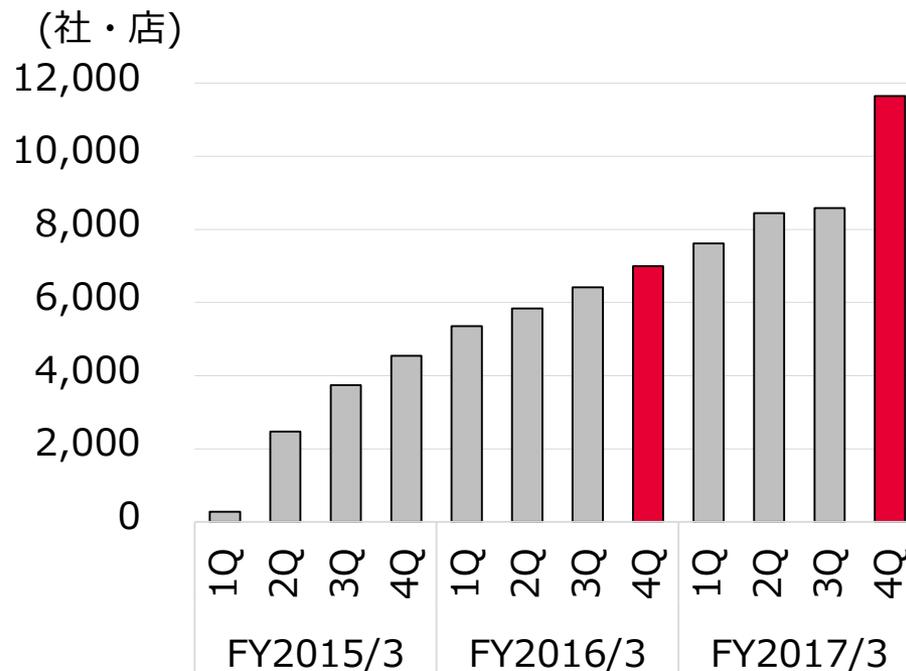


- UU当たり売上高: 4Qは前年比+41%と大幅に増加。顧客基盤拡大による単価上昇が主に貢献。
- 顧客数: 「リジョブ」や「三光アド」、「ABM」、「ブレイン・ラボ」といった顧客資産を有する事業の拡大により、全社的に顧客数は大幅に増加。

UU当たり売上高の推移 (円)



顧客数の推移 (社・店)

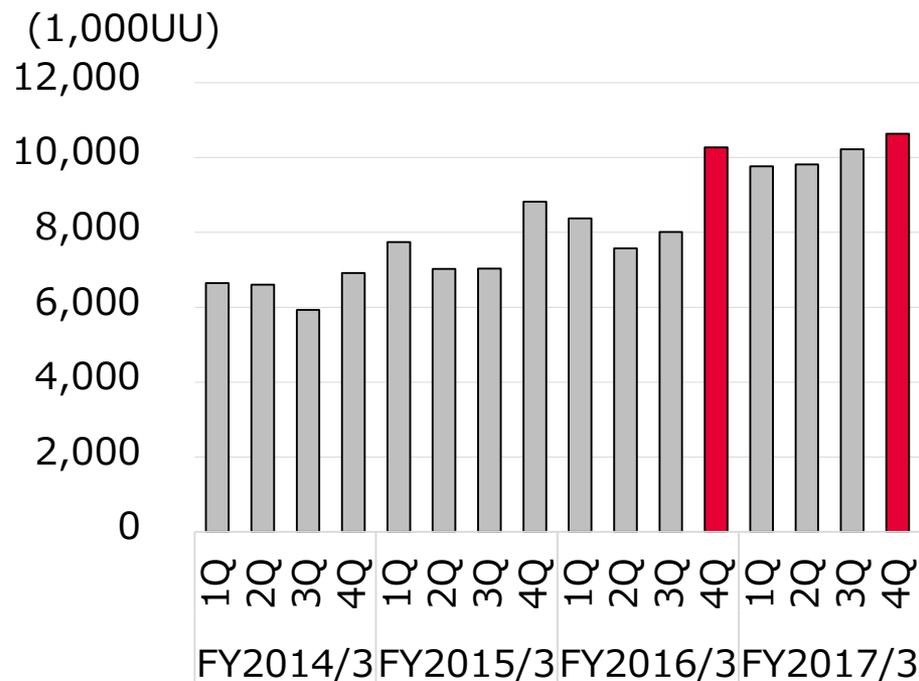


注: UU当たり売上高: UUを集計していないブレイン・ラボ、三光アド、ABM、及び新規メディアを運営するにじげんを除く。
顧客数: 各四半期末から1年以内に売上の発生したアクティブ顧客の企業、店舗数の合計。

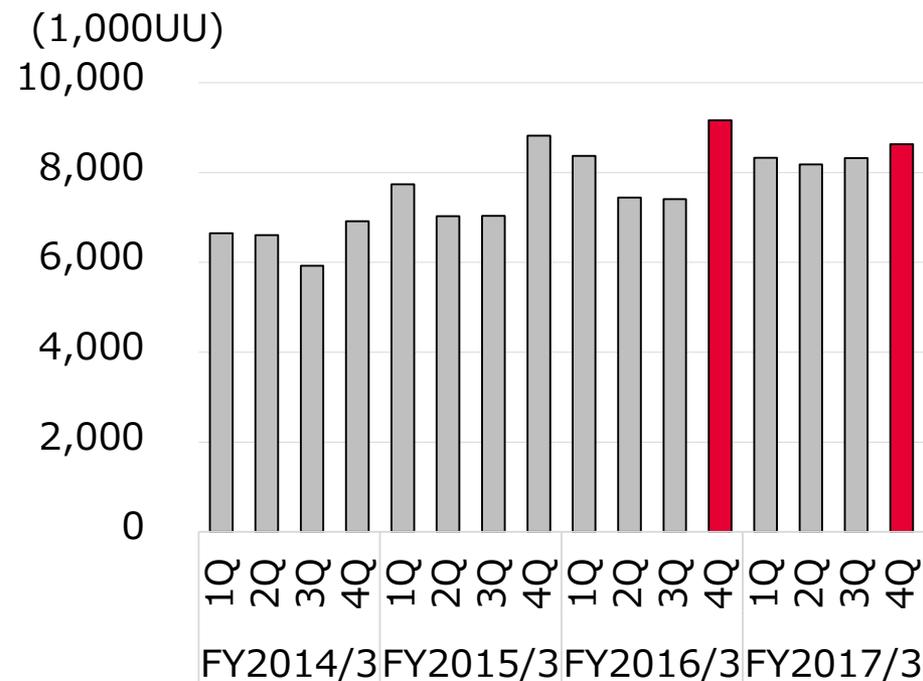


- UU: 4Qは連結全体で前年比+3%、新規メディアを手掛けるにじげんを除くと同▲6%。前年同期の人材領域、不動産領域におけるマス広告影響の反動、及び既存事業においてはサプライチェーンの垂直統合によるUU当たり単価を重視する経営方針が背景。一方で、ユーザー基盤の拡張を重視するフェーズにある自動車分野(生活領域)は順調にUU数が増加。

UU/月の推移 (にじげん含む)



UU/月の推移 (にじげん除く)



注: ブレイン・ラボ、三光アド、ABMではUUを集計していない。



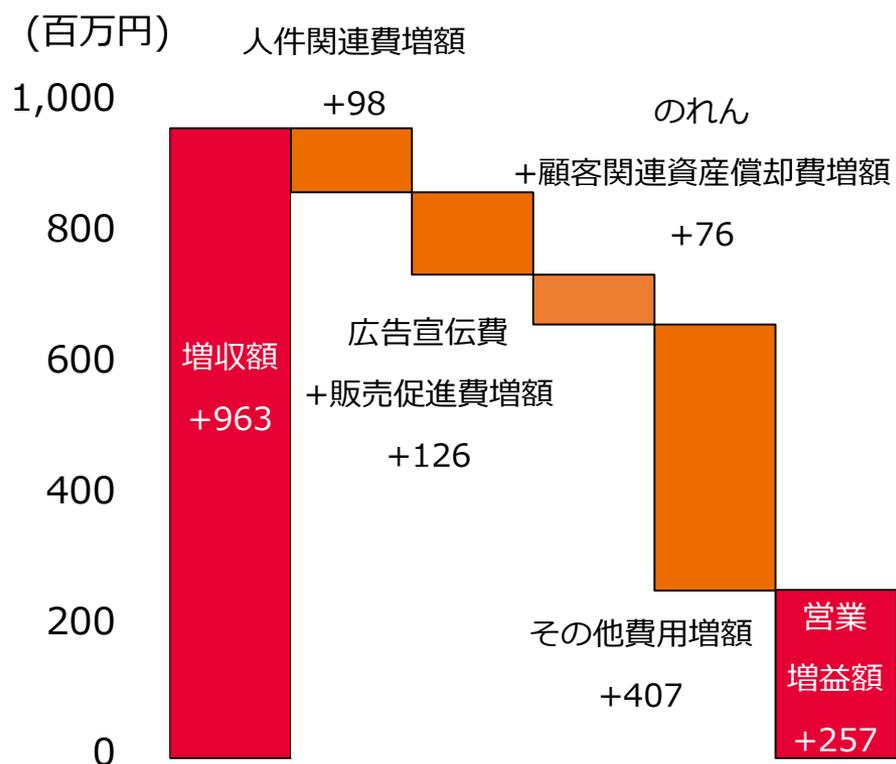
1. 四半期決算概要

前年比、前四半期比要因分析

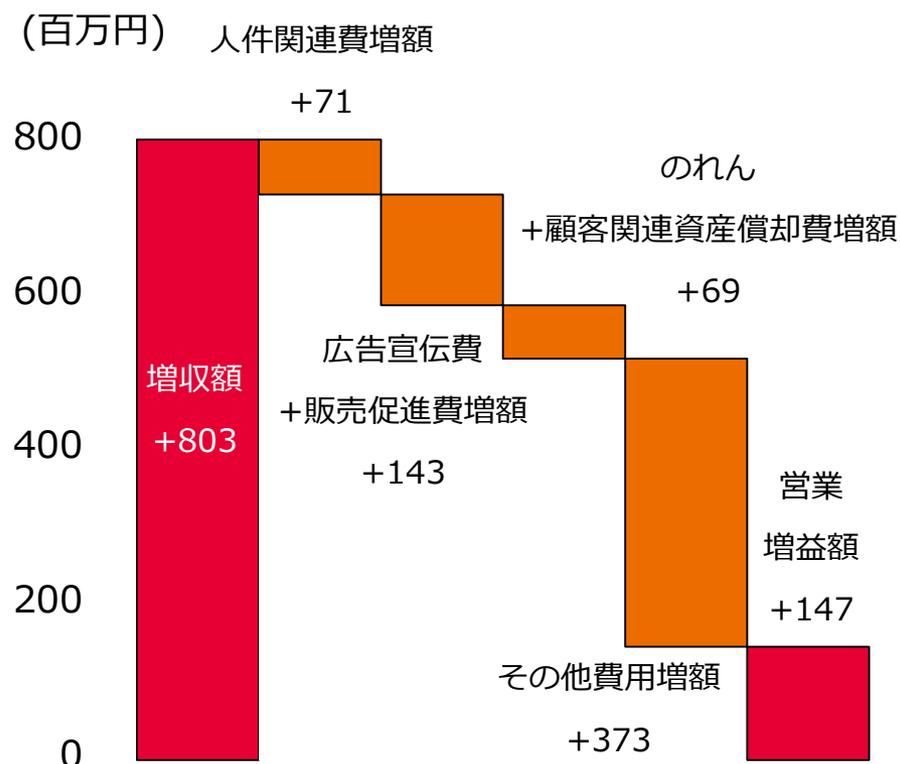


- 前年比、前四半期比ともに、本社移転関連やM&A関連、IFRS導入関連といった一過性費用、及び三光アドのグループ入りに伴う紙媒体費用の発生により、その他費用が増額。

前年比



前四半期比



1. 四半期決算概要

四半期費用推移



- 効率重視の運用により広告宣伝費及び販売促進費比率は低下。
- 三光アドのグループ入りに伴い、その他費用(原価)の構成比が上昇。
- 本社移転関連やM&A関連の費用計上により、その他費用(販管)の構成比が一時的に上昇。

(百万円)	FY2016/3				FY2017/3			
	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績
金額								
人件関連費(制作)	68	73	90	140	106	98	112	123
その他費用(原価)	26	27	33	55	33	37	43	310
人件関連費(非制作)	172	183	193	191	210	224	246	306
広告宣伝費+販売促進費	225	240	317	527	518	538	510	653
のれん+顧客関連資産償却費	42	42	44	46	51	52	52	121
その他費用(販管)	189	151	161	177	197	177	223	328
対売上高比率								
人件関連費(制作)	6.4%	6.6%	7.0%	8.9%	6.6%	5.9%	6.4%	4.9%
その他費用(原価)	2.5%	2.5%	2.6%	3.5%	2.1%	2.2%	2.5%	12.2%
人件関連費(非制作)	16.3%	16.6%	15.1%	12.1%	13.1%	13.4%	14.2%	12.0%
広告宣伝費+販売促進費	21.3%	21.7%	24.7%	33.4%	32.4%	32.3%	29.3%	25.7%
のれん+顧客関連資産償却費	4.0%	3.8%	3.5%	2.9%	3.2%	3.1%	3.0%	4.8%
その他費用(販管)	17.9%	13.6%	12.6%	11.2%	12.3%	10.6%	12.8%	12.9%

注1: 当四半期より人件費を人件関連費として定義変更(機能子会社への業務委託費やクラウドサービスへの発注費を含む)し、過去分についても遡及修正。

注2: 当四半期よりIFRSの任意適用により発生した顧客関連資産の償却費とのれん償却費を合計してのれん+顧客関連資産償却費とし、過去分についても遡及修正。





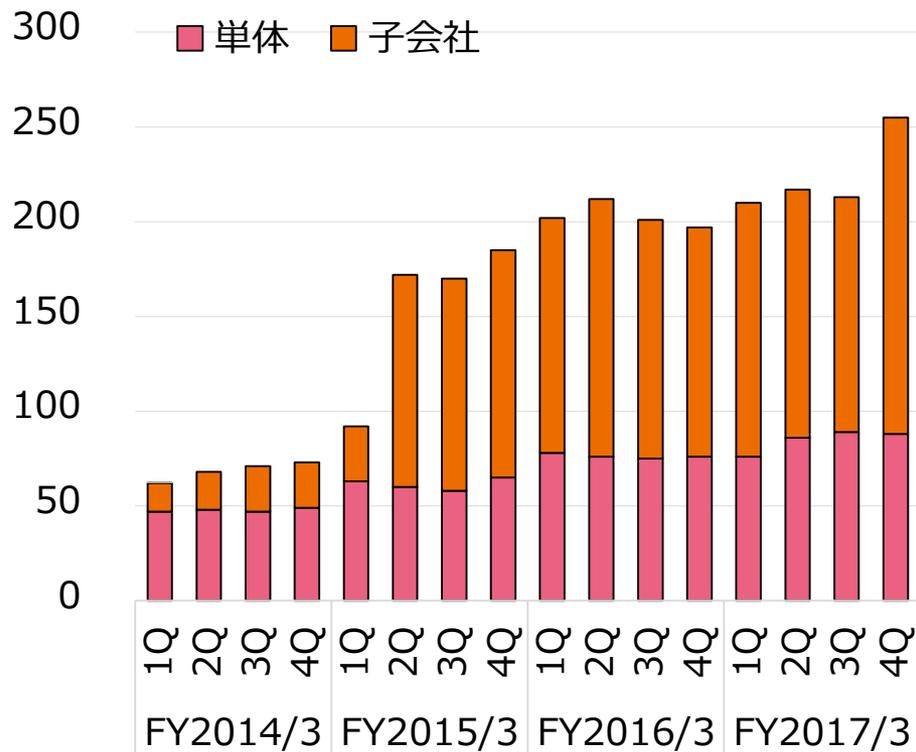
1. 四半期決算概要

四半期末従業員数推移

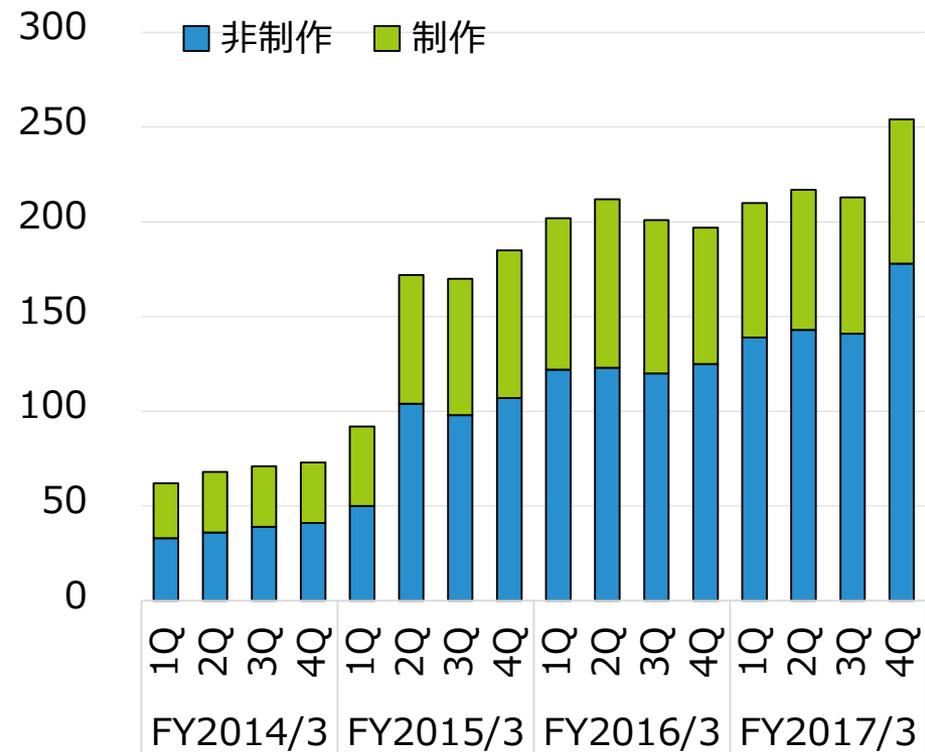


■ 従業員数は単体の採用加速及び三光アドのグループ入りに伴って増加。

単体/子会社別従業員数 (人)



職種別従業員数 (人)





2.2017年3月期の振り返り



- ✓ **業績: 前年実績、期首計画、トリプル25を全て超過達成**
- ✓ **人材: 構造的な成長市場の中で着実にシェアを向上**
- ✓ **不動産: 賃貸分野の高成長持続、売買分野への進出**
- ✓ **生活: 第3の柱としての自動車分野の急拡大**
- ✓ **財務: M&A実施後も目標範囲内の健全水準を維持**





2.2017年3月期の振り返り

創業来10期連続増収増益達成



(百万円)

8,000

7,000

6,000

5,000

4,000

3,000

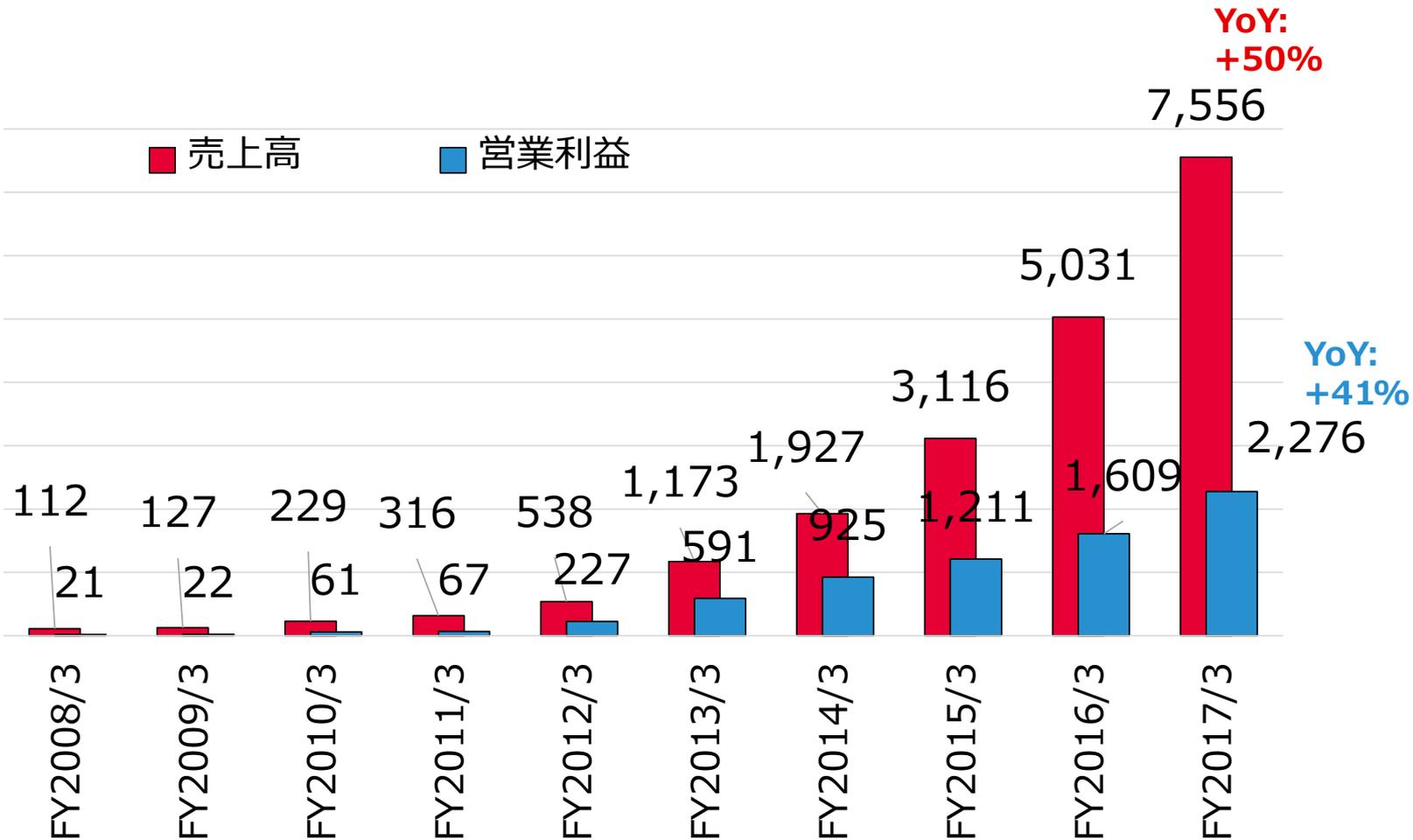
2,000

1,000

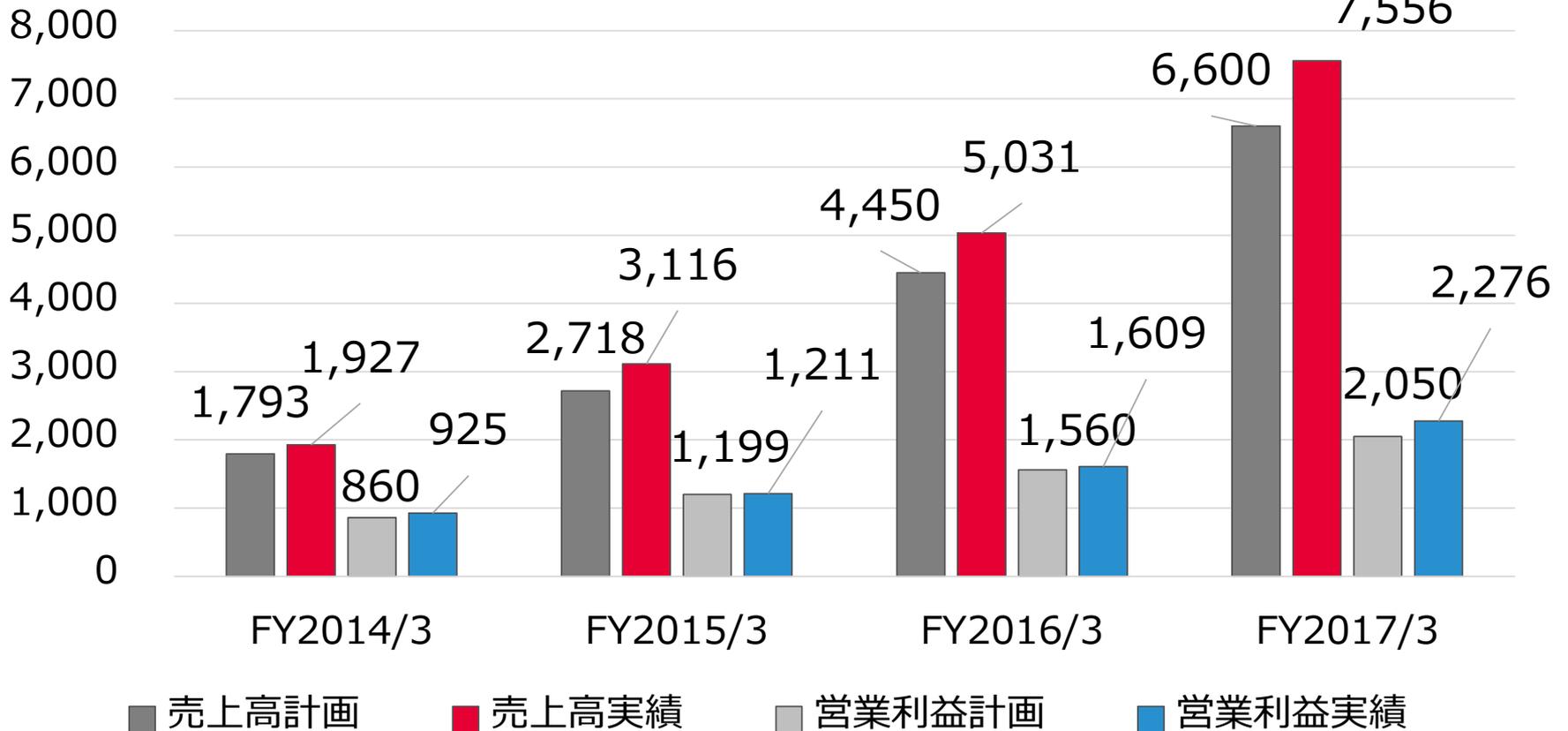
0

■ 売上高

■ 営業利益

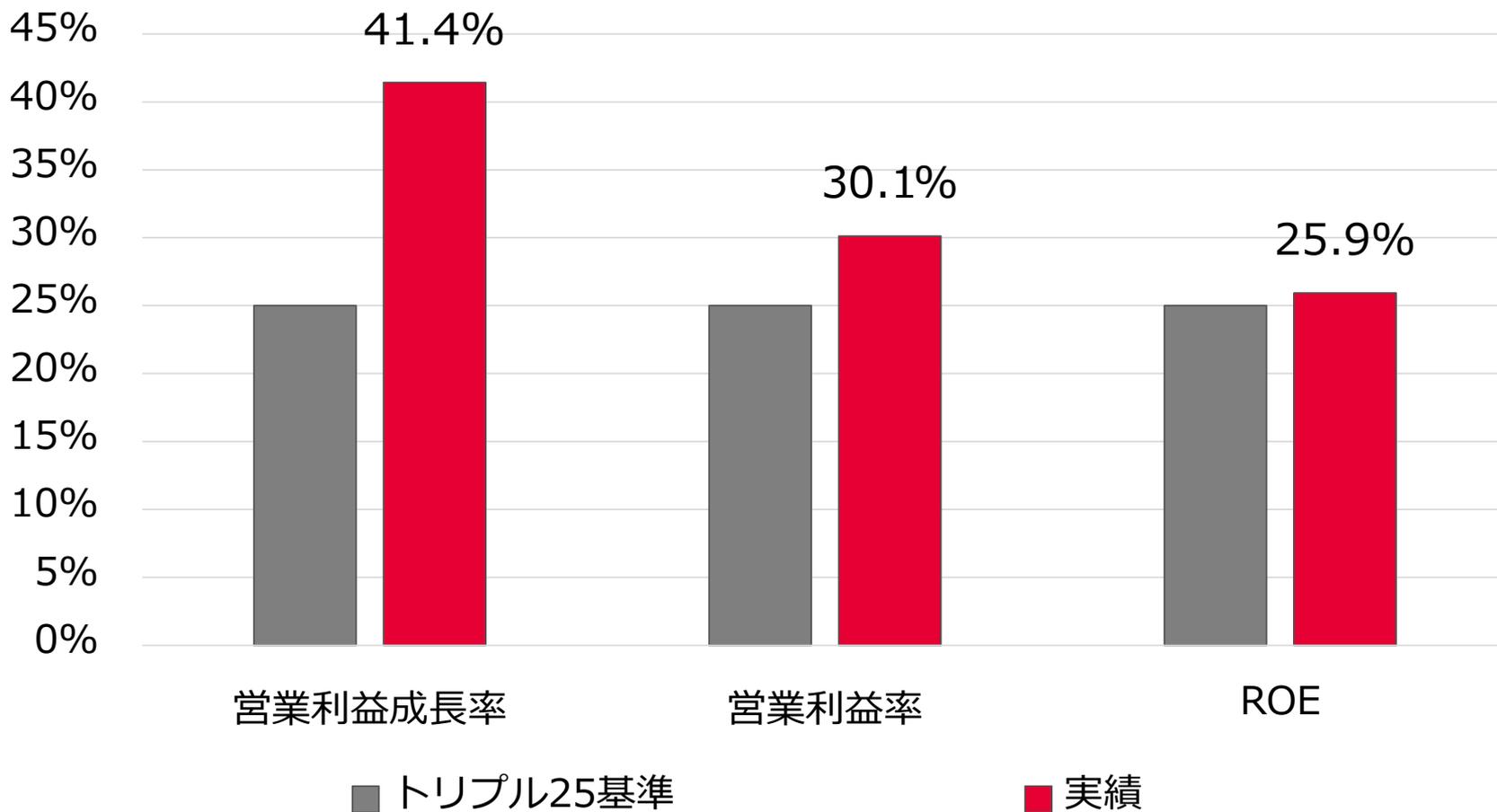


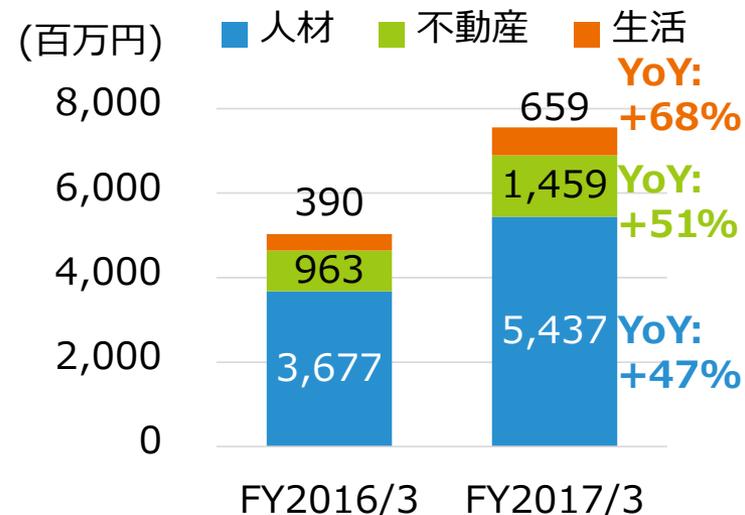
(百万円)





トリプル25(営業利益成長率、営業利益率、ROE)達成





	人材	不動産	生活	備考
UU	○	○	△	生活領域では一部ノンコアサービス停止の影響があったものの、主力事業では高CVRを活かした効果的な有料集客運用により増加。
CVR	○	◎	◎	マッチングテクノロジーを活用したアルゴリズム改善や新たな販売促進策が奏功し大幅に上昇。
単価	○	○	◎	提携メディアとの戦略的な関係性強化、コンバージョン数増加に伴う媒体価値向上、顧客ミックスの改善によって上昇。

注: ◎: 大幅増加 ○: 増加 △: 現状維持(微増、微減) ×: 大幅減少





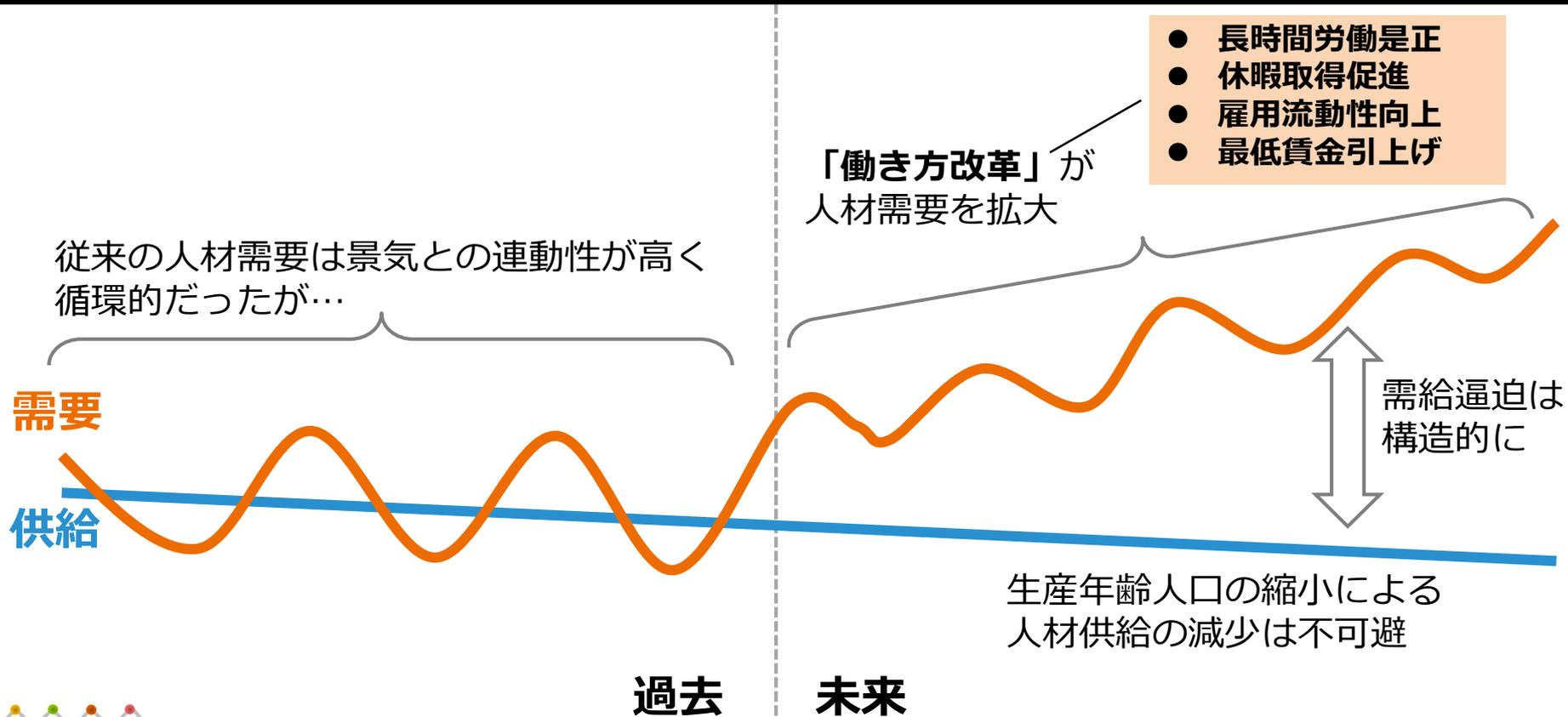
2.2017年3月期の振り返り

人材: 構造変化がもたらす市場機会



- 「働き方改革」による需要増、生産年齢人口減による供給減が寄与し、日本の求人市場は更なる需給の逼迫が見込まれる。これにより、**求人広告市場は循環的ではなく構造的な拡大局面へ。**
- 多様な働き方の広がりにより、各企業はより多くの採用数確保が求められる。

求人市場の需要と供給のイメージ





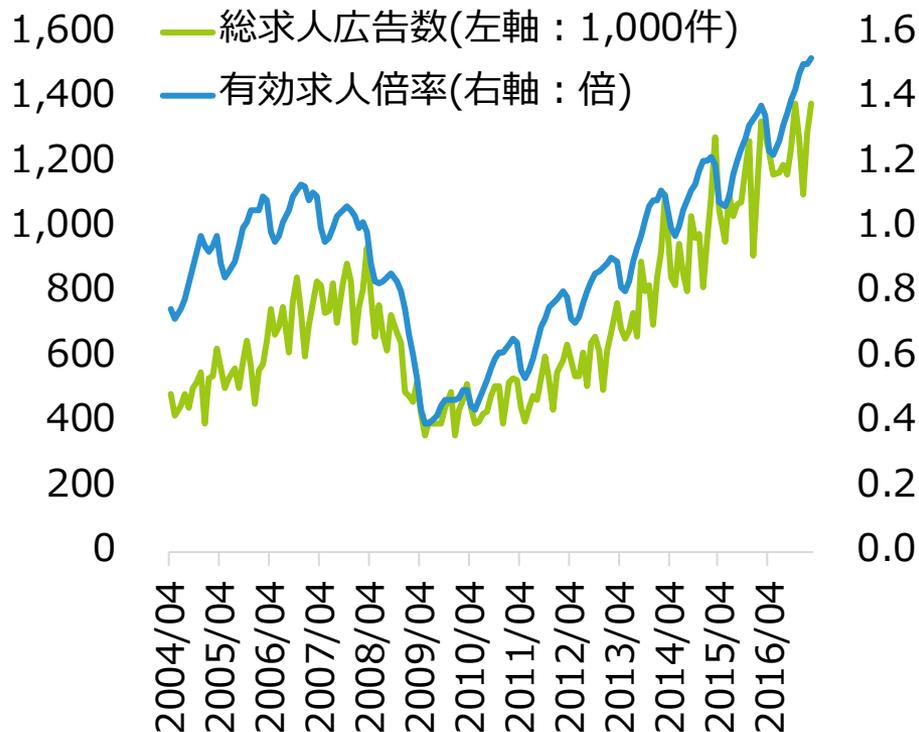
2.2017年3月期の振り返り

人材: 働き方改革の影響もあり市場が拡大

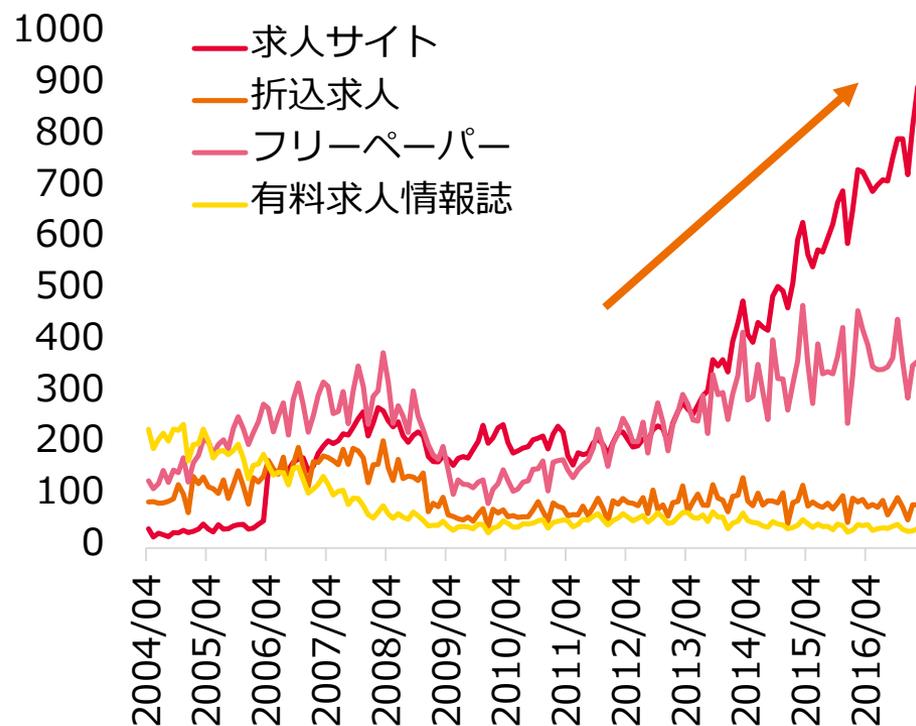


- 有効求人倍率と総求人広告数は過去最高水準が継続。
- 生産年齢人口の減少だけではなく、「働き方改革」による需要増が構造的な逼迫要因として既に顕在化している可能性も。

総求人広告数と有効求人倍率



媒体別求人広告掲載案件数 (1,000件)



出所: 厚生労働省、全国求人情報協会



2.2017年3月期の振り返り

人材: アルバイトEX、ブレイン・ラボでマッチングテクノロジーが進化



- 「アルバイトEX」ではアルゴリズム改善によるCVR向上を実施、「ブレイン・ラボ」ではAI技術を有する企業との業務提携等によるアップセル商品の開発を実施。
- 広く深く求人データベースやユーザーデータベースを集積するメディアプラットフォームとしてマッチングテクノロジーを最大限に活用し、構造的な成長市場の中で着実にシェアを向上。

マッチングテクノロジーの進化

内部改善

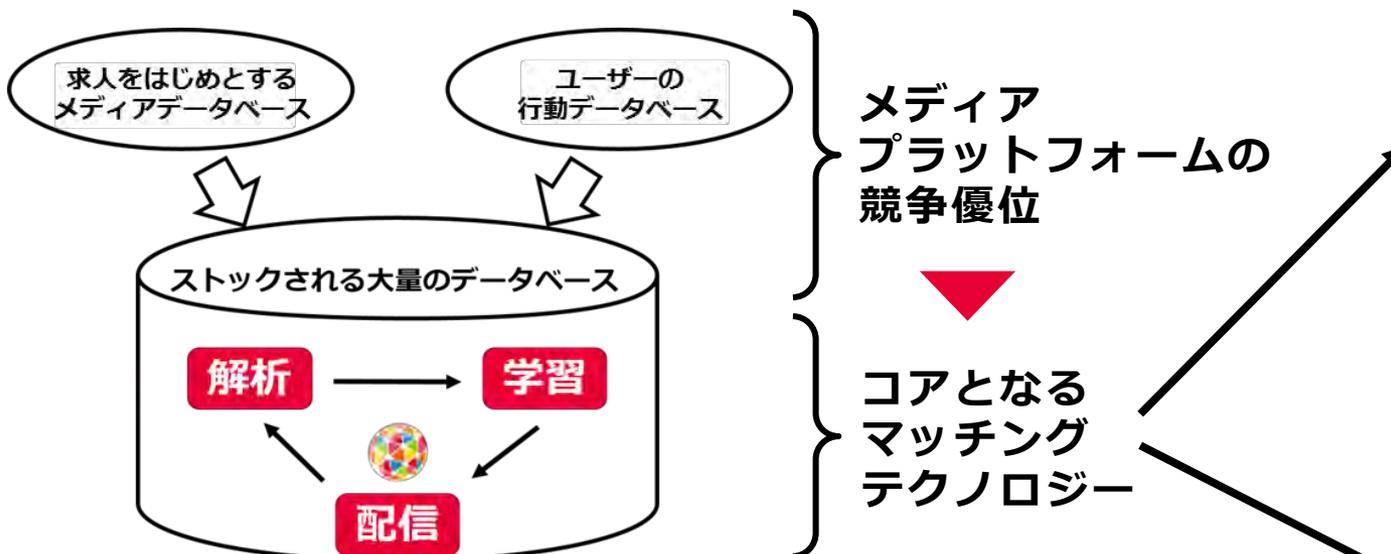
バイト探しは
アルバイトEX

- ✓ 自製アルゴリズム改善によるCVR向上
- ✓ 最適効率を追求した広告運用自動化によるユーザー獲得コスト抑制

外部提携

brainlab

- ✓ AI技術を有する企業との提携
- ✓ じげんグループと提携先の技術優位を融合させたアップセル商品の開発





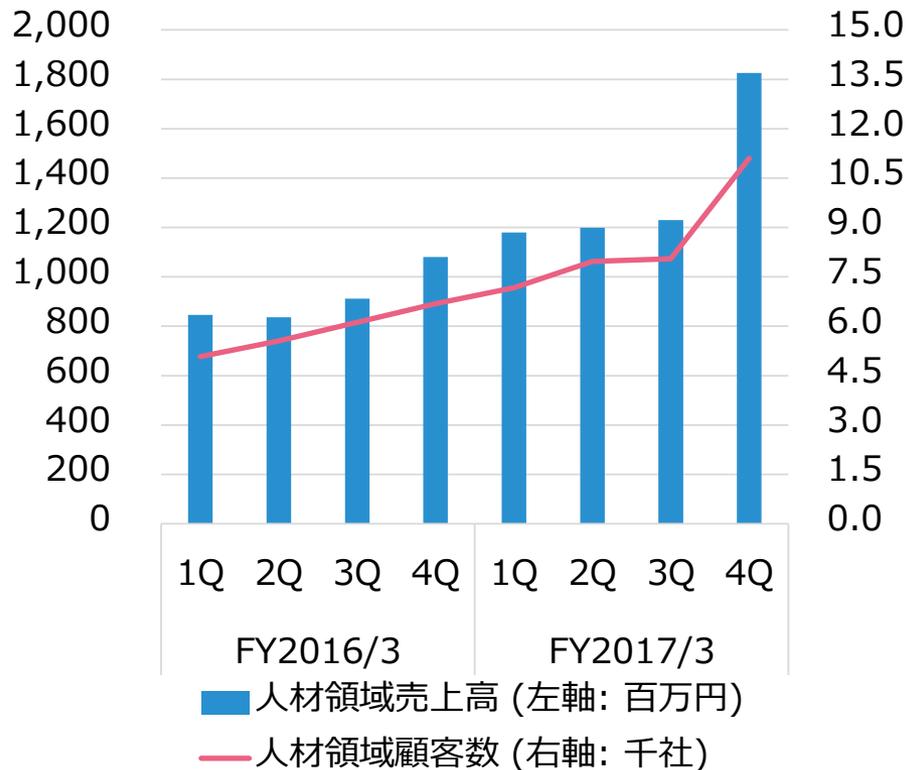
2.2017年3月期の振り返り

人材: サプライチェーン統合が進捗、リジョブは投資額を早期回収

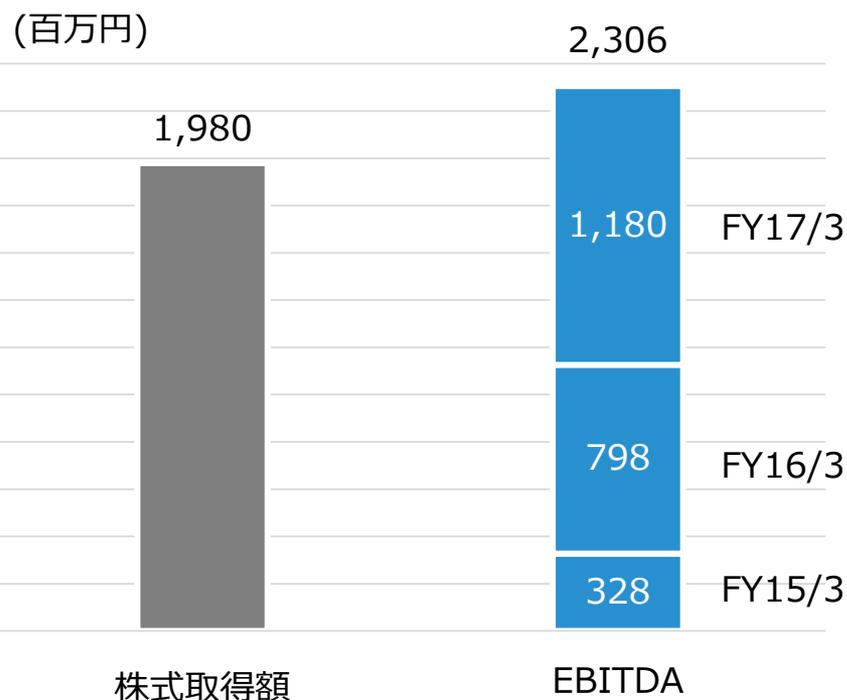


- サプライチェーンの垂直統合に伴う特化型メディアの好調が、顧客基盤拡大と単価上昇に結実。
- リジョブはじげんグループにとってPMIの成功事例となり、株式取得後2年強で投資額を回収 (EBITDAベース)。マッチングテクノロジーの活用により顧客基盤の収益最大化を達成。

人材: 売上高と顧客数推移



リジョブ: 株式取得額と累計EBITDA



注: 2015年3月期は2014年9月26日より連結。

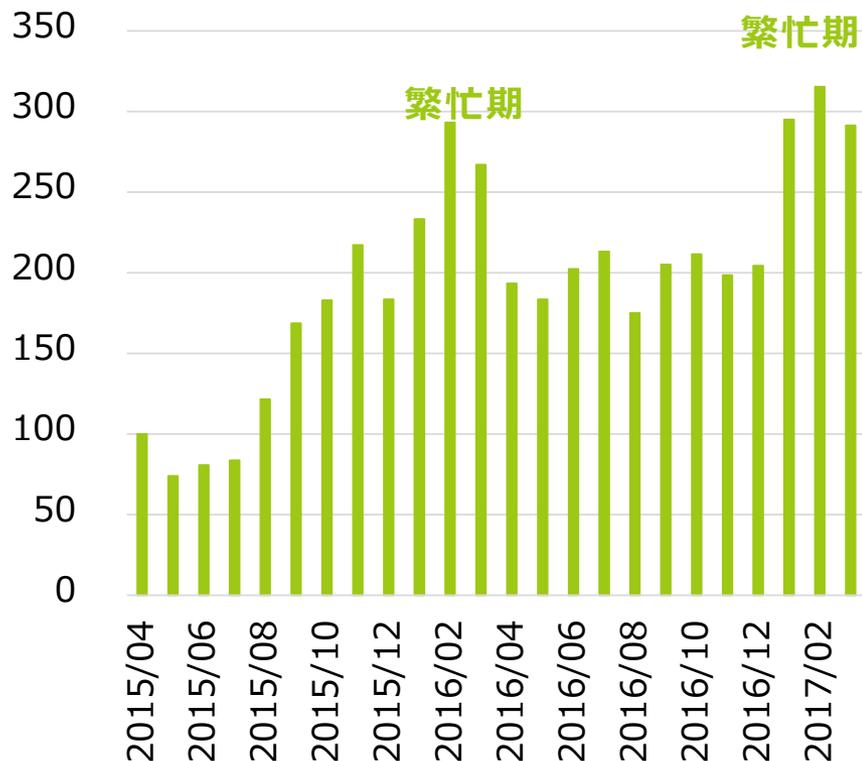


2.2017年3月期の振り返り

不動産：賃貸分野は高成長持続、売買分野はABMのPMI好調

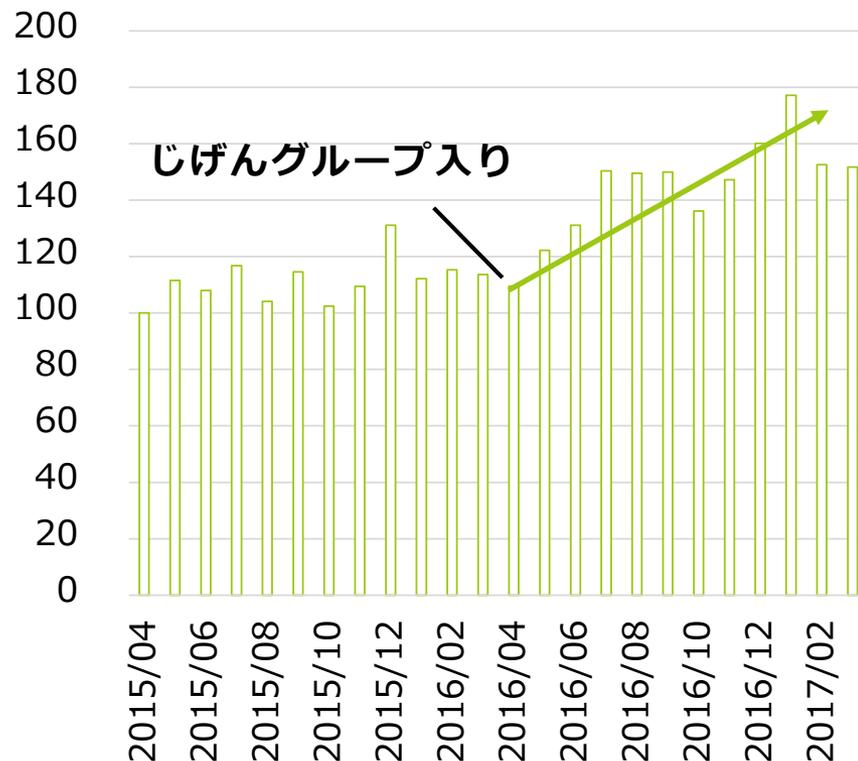
- 賃貸分野はCVRの改善や顧客数、UU数の増加によって高い成長率が持続。
- 売買分野はウェブマーケティングや大手企業への営業力の強化によりABMのPMIが好調。
株式会社ハウストウや株式会社センチュリー21・ジャパンとの業務提携も締結。

不動産賃貸分野：月次売上高推移



注：2015年4月=100として指数化

ABM：月次売上高推移



注：2015年4月=100として指数化



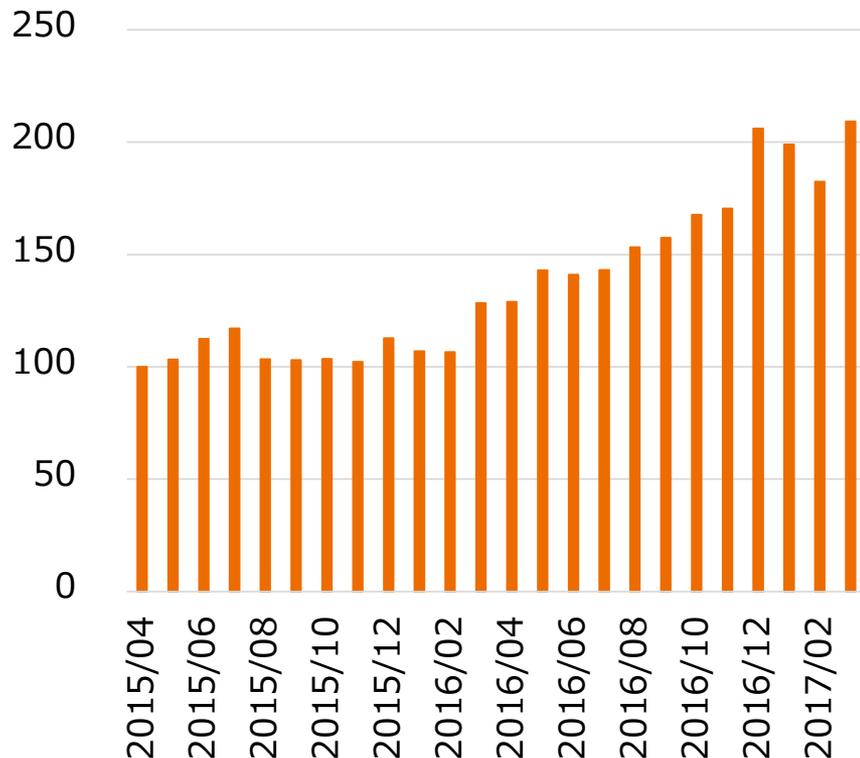
2.2017年3月期の振り返り

生活: にじげんのPDCA、自動車の戦略的意思決定で大幅業績拡大



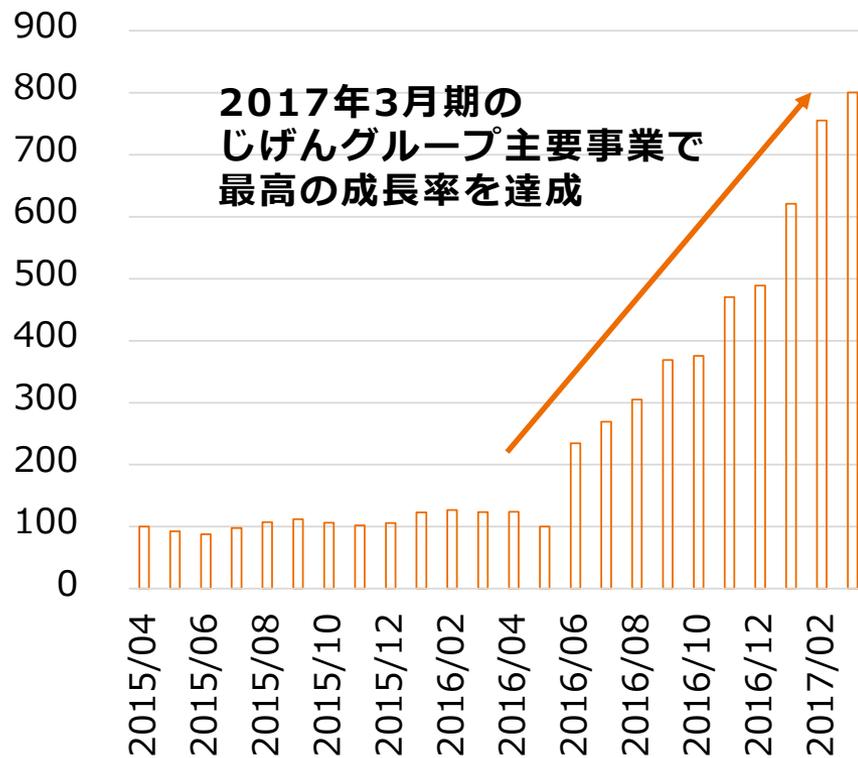
- 個人向けエンタメコンテンツを提供するにじげんはBtoCモデルのPDCAを高速回転させ、業績が大幅に伸張。
- 中古車アグリゲーションメディアを運営する自動車分野は提携メディアとの戦略的関係性の強化により、2017年3月期のじげんグループ主要事業で最高の成長率を達成。

にじげん: 月次売上高推移



注: 2015年4月=100として指数化

自動車分野: 月次売上高推移



注: 2015年4月=100として指数化



2.2017年3月期の振り返り

財務: 四半期末貸借対照表推移



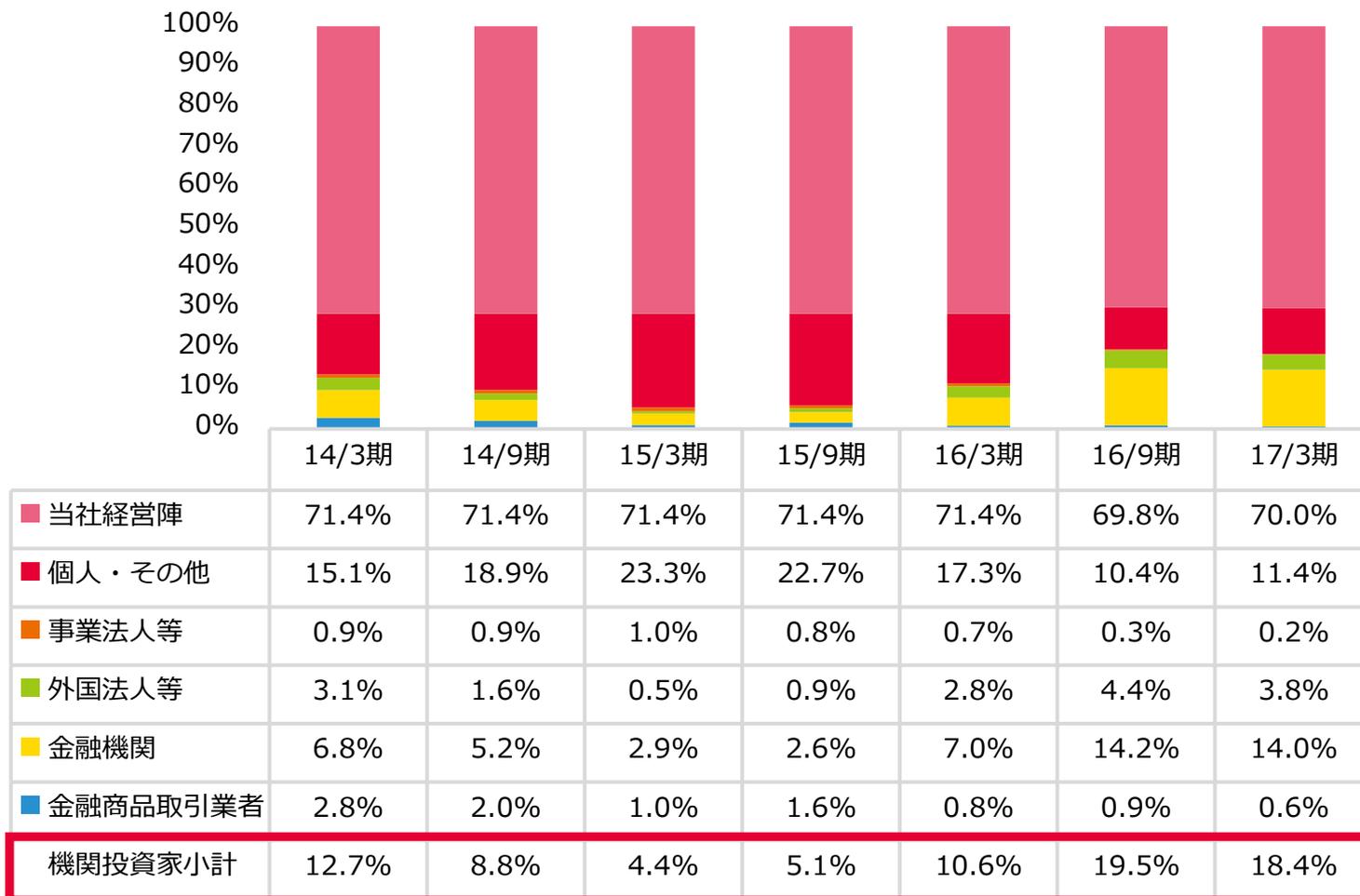
- 株価・業績を達成条件とした日本初のスキームによる株式調達や低金利での負債調達を実施。
- 期末自己資本比率は45%、のれん対純資産倍率は約0.8倍と、財務目標の範囲内の健全水準。

(百万円)	FY2016/3				FY2017/3			
	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績	1Q 実績	2Q 実績	3Q 実績	4Q 実績
現預金+金銭信託	3,714	3,981	3,732	3,987	3,690	5,307	6,875	5,872
流動資産	4,503	4,849	4,590	4,978	4,648	6,318	7,926	7,564
有形固定資産	109	107	106	102	100	89	59	158
のれん	2,949	2,906	3,116	3,070	3,277	3,225	3,164	5,012
固定資産	3,131	3,695	3,907	3,869	3,749	3,849	3,450	6,107
総資産	8,225	8,545	8,498	8,847	8,398	10,182	11,720	13,686
短期有利子負債	2,580	1,355	1,355	1,355	855	855	1,355	1,804
流動負債	3,819	2,406	2,327	2,620	2,114	2,474	2,892	4,057
長期有利子負債	1,445	2,984	2,770	2,556	2,342	2,128	2,914	3,170
固定負債	1,476	3,015	2,801	2,584	2,373	2,138	2,924	3,348
負債	5,295	5,421	5,128	5,204	4,487	4,612	5,816	7,405
純資産	2,929	3,123	3,369	3,643	3,910	5,569	5,903	6,281
負債・純資産合計	8,225	8,545	8,498	8,847	8,398	10,182	11,720	13,686
自己資本比率	35.6%	36.6%	39.7%	41.2%	46.6%	54.6%	50.2%	45.8%
有利子負債	4,025	4,340	4,126	3,912	3,198	2,984	4,270	4,975
ネット有利子負債	310	358	393	-75	-491	-2,323	-2,604	-897
ネットD/Eレシオ(倍)	0.11	0.11	0.12	-0.02	-0.13	-0.42	-0.44	-0.14





- IR体制の強化により、機関投資家比率は上場来最高水準が持続。
- 上場前に発行した第3回新株予約権の行使によって経営陣の持分が上昇。





3.2018年3月期以降の方向性

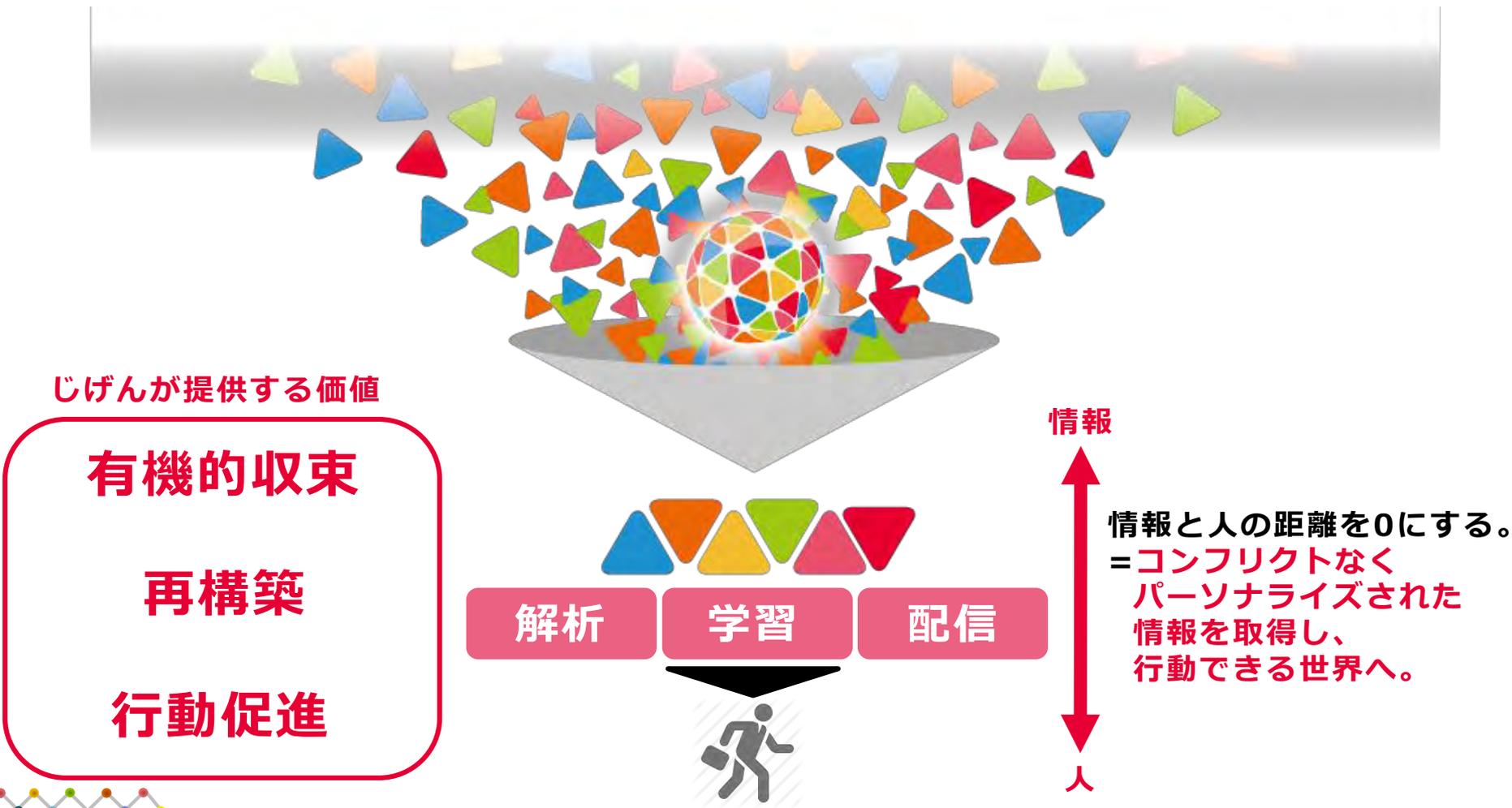


- ✓ **2018年3月期を含む中期業績目標を従前計画比上方修正**
- ✓ **求人市場における量から質への構造変化を予想**
- ✓ **既存事業では効果的・効率的な顧客基盤拡大策を実施**
- ✓ **行動促進プラットフォーム拡張へ複数新規事業を予定**
- ✓ **IFRS導入、東証1部市場変更で財務・投資戦略を強化**





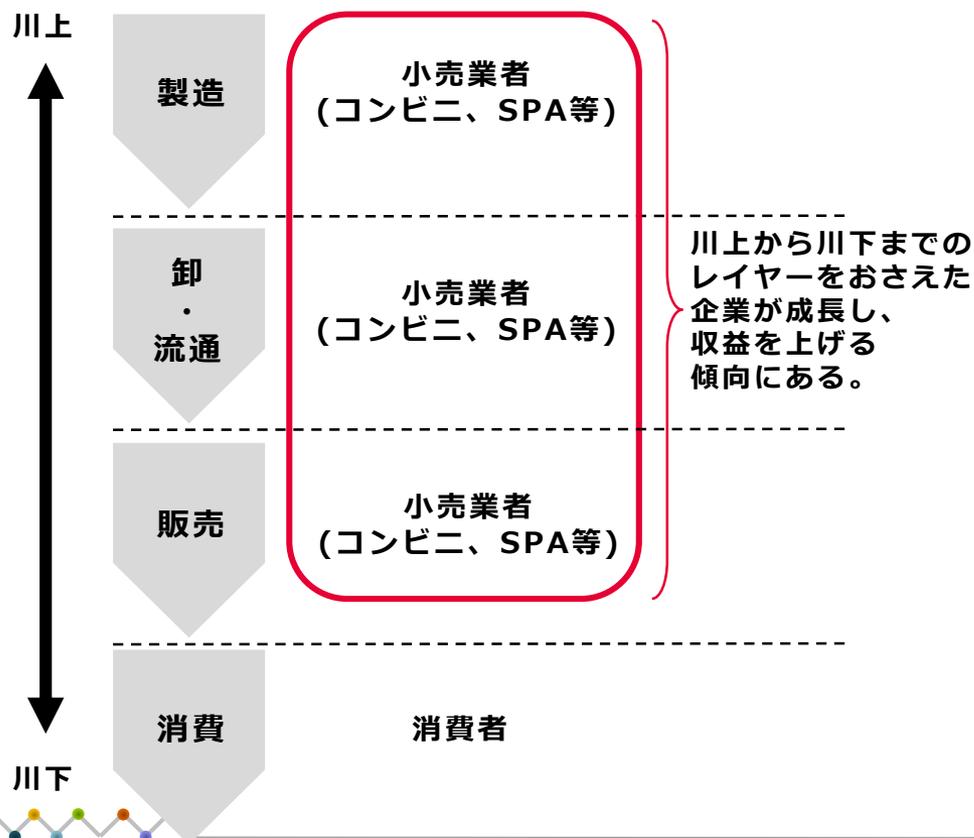
- 情報量が爆発的に増加し、情報と人の距離がゼロに近づく環境下において、大量の情報を有機的に収束、再構築し、パーソナライズして届けることで、ユーザーの行動を促進するプラットフォームを創出する。



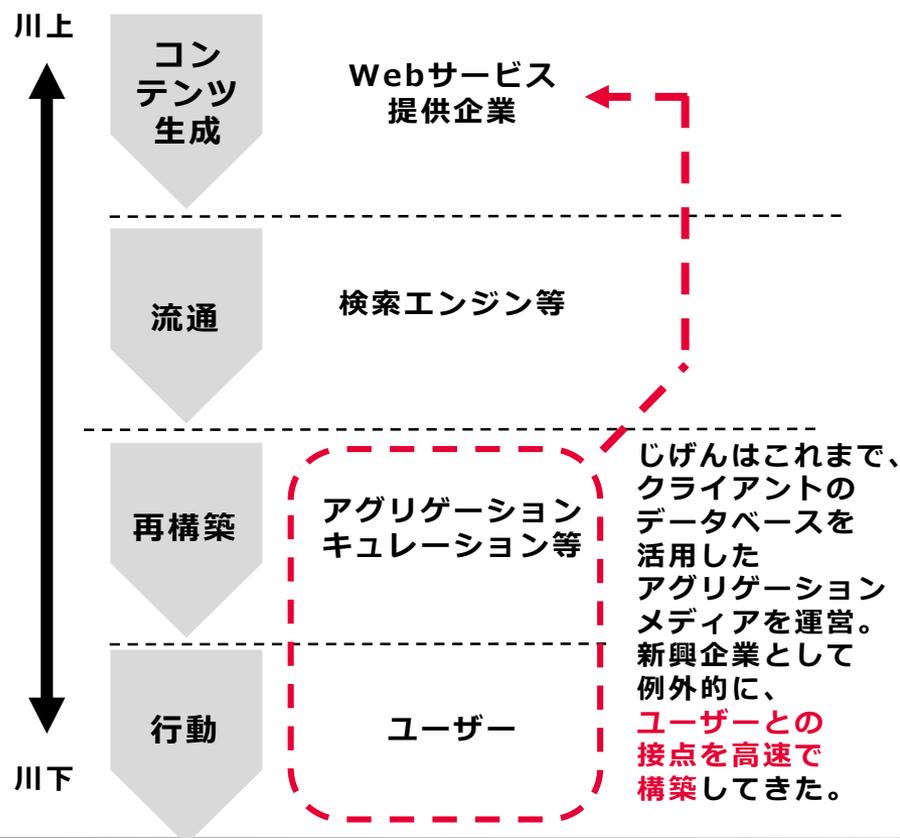


- 小売業界においては、消費者と直接接点を持ち大資本のコンビニやSPAが製造レイヤーから販売レイヤーまでを一気通貫で担うことで業績を伸ばしている。
- 一方、情報産業においては、**ユーザーとの接点が多い再構築レイヤー**からコンテンツ生成に進出できている企業は少なく、**拡張可能性が大きい**。

小売業界のサプライチェーン



情報産業のサプライチェーン





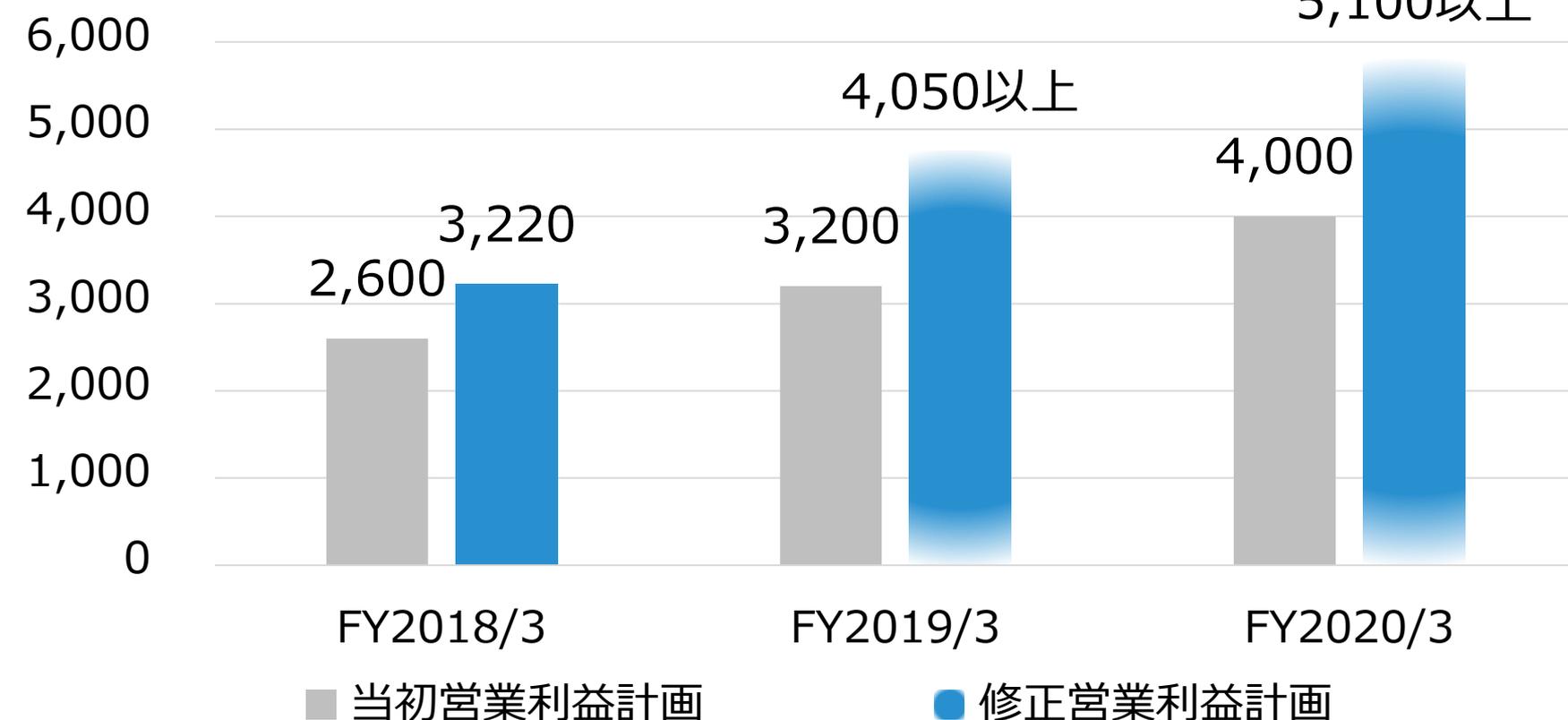
3.2018年3月期以降の方向性

業績目標：中期経営計画を上方修正



- 既存事業の好調や三光アドのM&Aを反映して**連結営業利益目標を上方修正**。
2018年3月期32.2億円、2019年3月期40.5億円以上、2020年3月期51.0億円以上を目指す。
- M&Aや新規事業からの貢献は織り込まず、顕在化した場合には**更なる利益積み増し**を狙う。

(百万円)



注：当初営業利益計画は2016年5月13日公表分、修正営業利益計画は2017年5月12日公表分。





3.2018年3月期以降の方向性

業績目標：修正中期経営計画

- 2018年3月期～2020年3月期までの3ヶ年を修正中期経営計画の対象とする。
- 引き続き、トリプル25(営業利益成長率、営業利益率、ROE)の達成を目指す。

(百万円)	FY2017/3 実績	FY2018/3 計画	FY2019/3 計画	FY2020/3 計画	FY2017/3 対FY2020/3
売上収益	7,556	10,500	13,200以上	16,600以上	9,044
前年比	50.2%	39.0%	25%以上	25%以上	--
EBITDA	2,709	3,460	4,290以上	5,340以上	2,631
営業利益	2,276	3,220	4,050以上	5,100以上	2,824
前年比	41.4%	41.5%	25%以上	25%以上	--
当期利益	1,284	1,930	2,430以上	3,060以上	1,776
ROE	25.9%	25%以上を目指す			--

注1: 2017年3月期実績は日本基準、2018年3月期以降はIFRSのため、2018年3月期の前年比は参考値。

注2: EBITDA = 営業利益 + のれん償却費 + 減価償却費





- 人材、不動産、生活の全てで25%以上の年率増収率を計画。
- 投資と回収のバランスに鑑み、費用構造及び利益率は安定推移を想定。

(百万円)	FY2017/3 実績	FY2018/3 計画	FY2019/3 計画	FY2020/3 計画	FY2017/3 対FY2020/3
売上収益	7,556	10,500	13,200以上	16,600以上	9,044
人材領域	5,437	7,700	9,650	12,100	6,663
不動産領域	1,459	1,900	2,400	3,000	1,541
生活領域	659	900	1,150	1,500	841
営業費用	5,280	7,280	9,150	11,500	6,220
人件費	1,428	2,100	2,660	3,360	1,932
広宣費+販促費	2,221	2,600	3,290	4,160	1,939
償却費	433	240	240	240	-193
その他	1,196	2,340	2,960	3,740	2,544
営業利益	2,276	3,220	4,050以上	5,100以上	2,824

注1：2017年3月期実績は日本基準、2018年3月期以降はIFRS。領域別売上高と営業費用は計画下限を前提に算出。

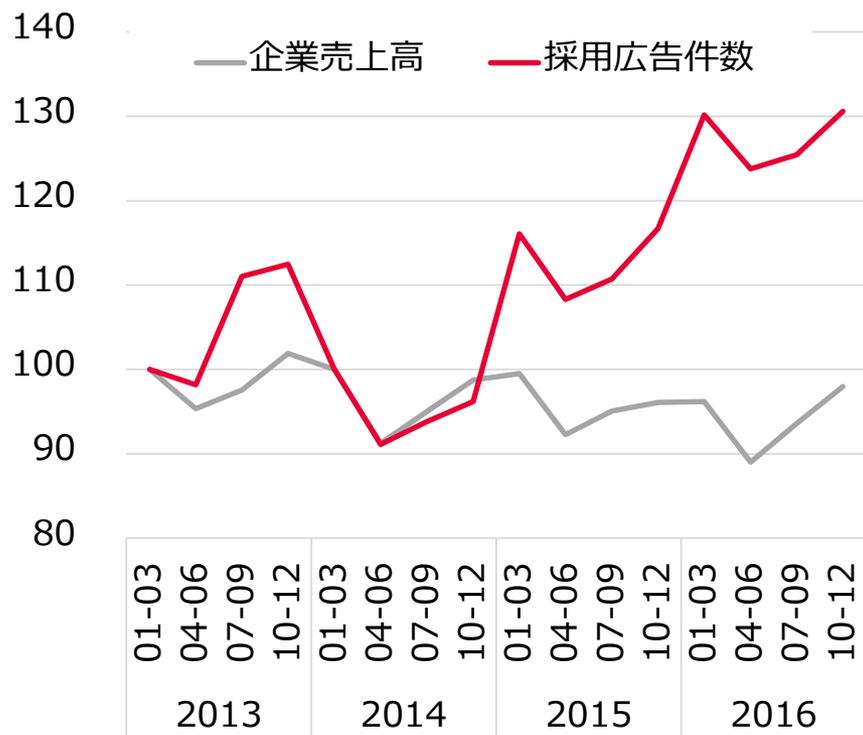
注2：償却費 = のれん償却費 + 減価償却費





- 企業の売上高を上回る勢いで採用市場は拡大しており、採用広告は量から質への転換を予想。
- 広告主の応募効果、採用効果を重視する姿勢が強まることで、成果報酬型媒体の更なる拡大、企業と求職者を繋ぐ**マッチングテクノロジーの相対優位性の向上**が見込まれる。

企業売上高と採用広告件数



注：2013年1～3月=100として指数化
出所：財務省、全国求人情報協会。

予想される求人市場の変化

- 深刻な働き手不足
- 総採用費の大幅な増額
- 企業による「量」を重視した広告出稿
- 非成果連動・高単価の従来型媒体の成長に牽引による求人広告市場の拡大



- 構造要因による更に深刻な働き手不足
- 総採用費の伸び率鈍化
- 企業による広告出稿の「質」の見直し
- 成果報酬型・費用効率重視型媒体の相対優位性向上

3.2018年3月期以降の方向性 事業戦略：人材領域の成長施策



- 三光アドではじげんグループのコアの競争優位であるマッチングテクノロジーを活用し、東海地方に特化したインターネット求人メディア「求人情報ビズ」を立ち上げ。
- リジオブではサプライチェーンの垂直統合加速のため、採用サイトの無料作成ツールである「REACH-JOB」をリリースし、顧客基盤の効率的な拡大を狙う。

三光アド：求人情報ビズ

- ✓ 東海地方における最大級の求人案件数、顧客基盤とじげんが有するマッチングテクノロジーを活用した、インターネット×リアル媒体。



リジオブ：REACH-JOB(リーチジョブ)

- ✓ カスタマイズされた採用サイト作成や応募・採用管理が完全無料で可能な美容・ヘルスケア業界初のサービス
- ✓ リジオブへの有料掲載によって求職者へのリーチを強めることもできるプレミアムモデル



専門スキルがなくても、簡単に自社の採用サイトを作成できるサービスです。

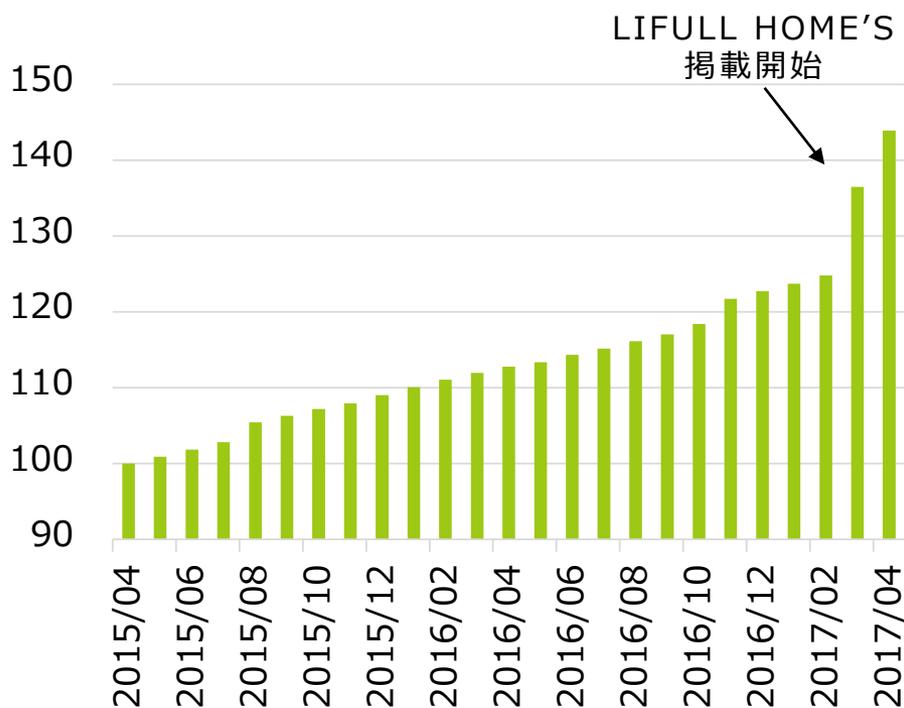
REACH-JOBでは、すべてのサービスが完全無料。採用の成功報酬なども一切いただきません。

無料でアカウント作成



- 主力の「スモッカ」ではSUUMO、LIFULL HOME'Sの2大メディアとの連携を開始。メディア顧客、データベースの拡充によって賃貸市場でのプレゼンスを大幅に向上。
- 簡単・無料で高機能な、不動産売買ウェブサイト制作をはじめとするマーケティング支援ツール「smaRE」をリリース。賃貸市場だけではなく売買市場へも本格参入を企図。

スモッカ：累計不動産仲介店舗掲載数



注：2015年4月=100として指数化

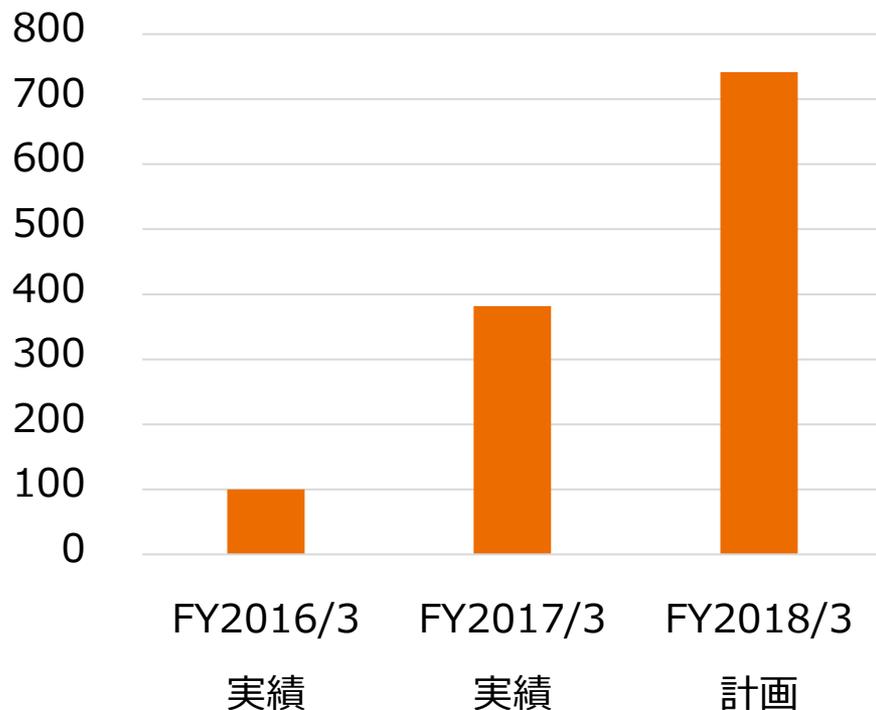
smaRE(スマーレ)

- ✓ 簡単・無料で高機能な不動産売買ウェブサイトの制作をはじめとしたマーケティング支援ツール
- ✓ 有料プランへのアップグレードによって掲載物件数の増加や詳細機能の追加が可能



- メディア顧客との提携関係が良好な自動車分野では業界プレゼンスが向上。
- 本格的な海外事業として中古車輸出プラットフォームメディア「Car-Tana」をリリース予定。

自動車分野の収益実績及び収益計画

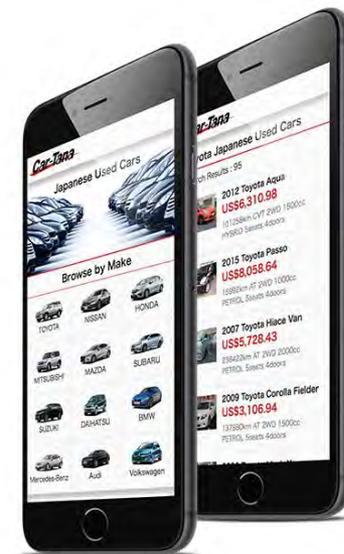


注：2016年3月期=100として指数化

Car-Tana(カタナ)

- ✓ 海外ユーザーに対して日本の良質な中古車データベースを提供するプラットフォームメディア
- ✓ IoTの活用によって利便性の高いファイナンスサービスを提供し、効率的な輸出オペレーション体制を構築予定

Car-Tana
Japanese Used Cars



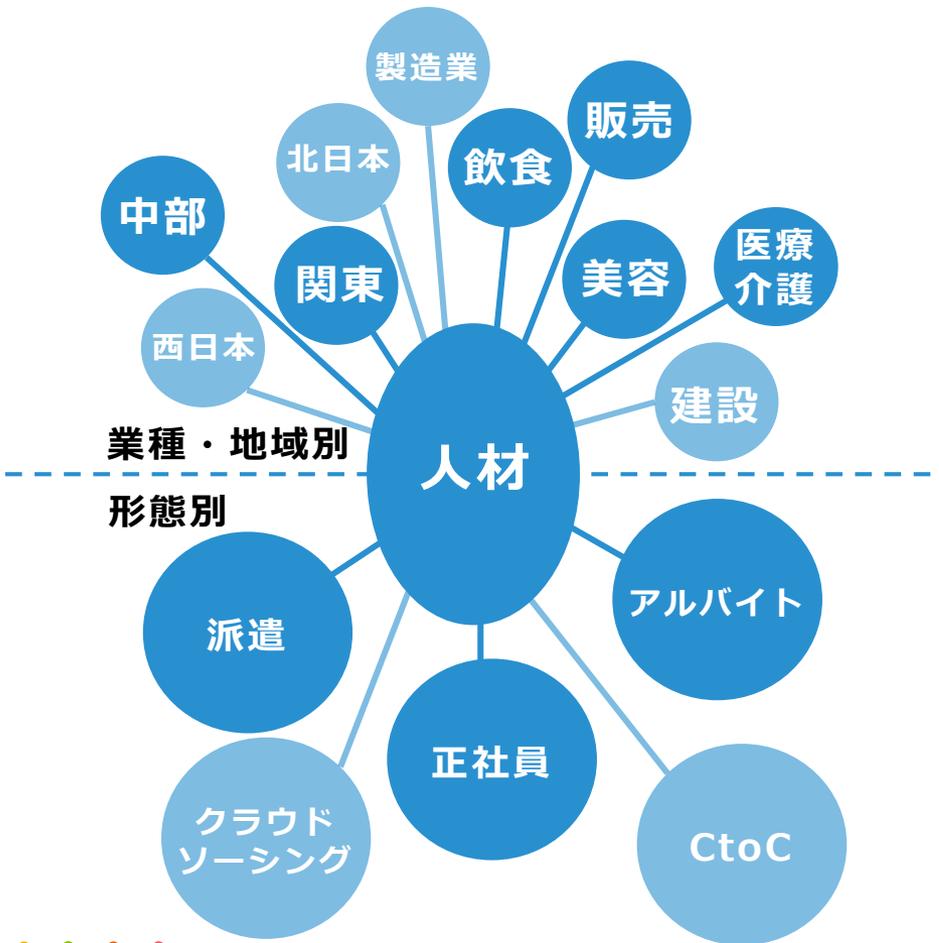


3.2018年3月期以降の方向性

事業戦略：複数の新規事業立ち上げを予定



- じげんグループの展開領域は市場規模が大きく、テクノロジー企業が未進出の白地が残る。
- 事業家集団として**新規事業の創出**を図り、最大の競争優位であるマッチングテクノロジーを活用した**行動促進プラットフォームの更なる拡張**を企図。





- より厳密な投資効果測定、海外事業への展開、市場参加者の比較検討性向上を目的に、**国際財務報告基準(IFRS)**を導入。IFRSでの開示は2017年3月期有価証券報告書から開始。
- 現時点の試算では、日本基準とIFRSでは2017年3月期の営業利益実績に244百万円の差額が生じる見込み。

(百万円)	FY2017/3 実績	FY2018/3 計画	FY2017/3 実績	FY2018/3 計画	
会計基準	日本基準		IFRS		差異の主因
売上高	7,556	10,500	7,532	10,500	掲載課金収益計上基準
営業費用	5,280	7,600	4,974	7,270	のれん償却費減少
その他収益・費用	--	--	38	10	採用課金違約金収入
営業利益	2,276	2,900	2,520	3,220	
当期純利益	1,284	1,620	1,496	1,930	

注: IFRSの数値は会計監査前の見込み値であり、今後変動する可能性がある。



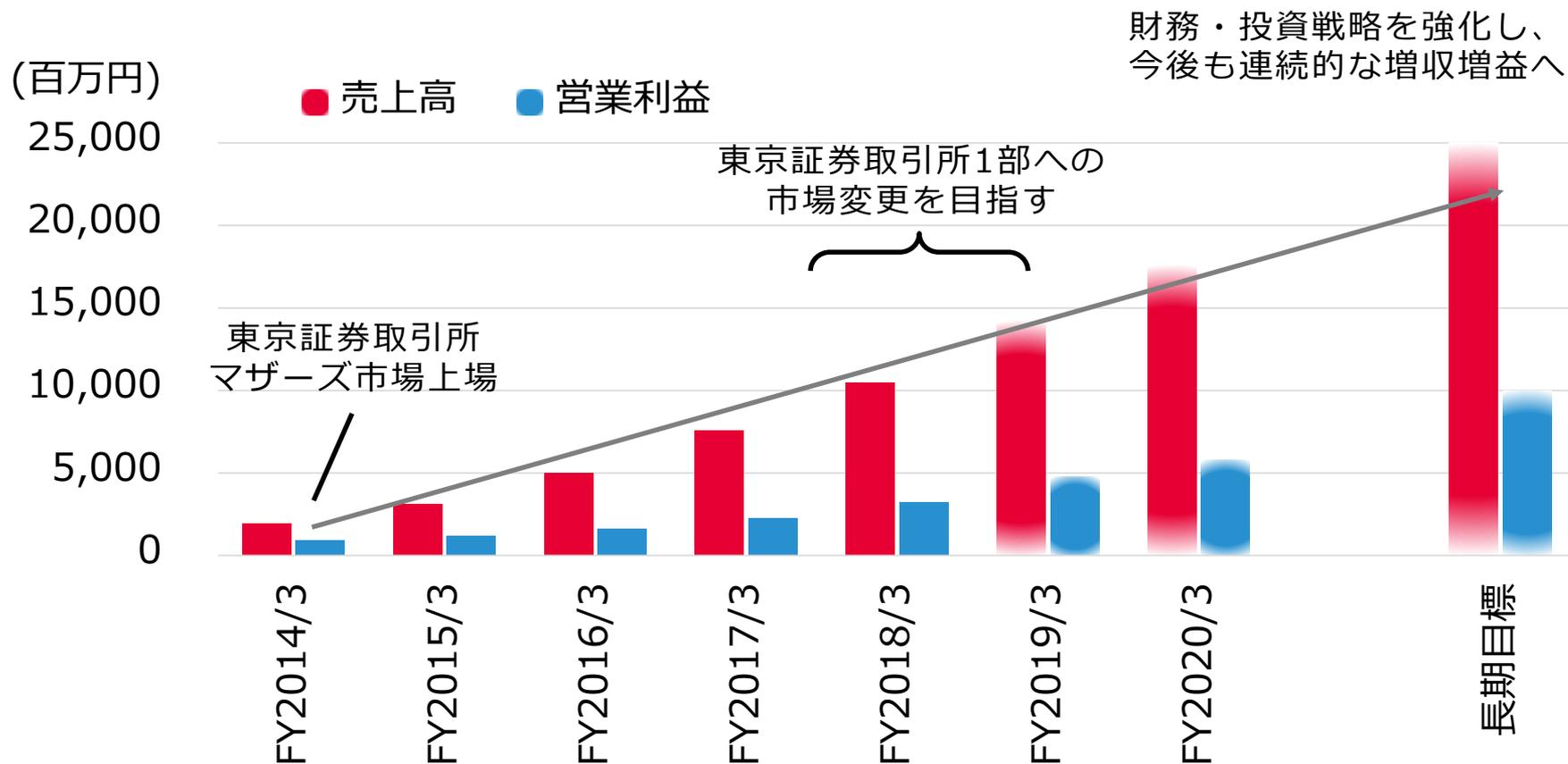


3.2018年3月期以降の方向性

財務・投資戦略: 東証1部への市場変更目標



- 投資家層の拡大や資金調達コストの低下、及びそれに伴う財務・投資戦略の柔軟性確保のため、修正中期経営計画期間内の前半に**東京証券取引所1部への市場変更**を目指す。
- 財務・投資戦略の強化により、市場変更後も**連続的な増収増益を遂げる基盤の確立**を狙う。





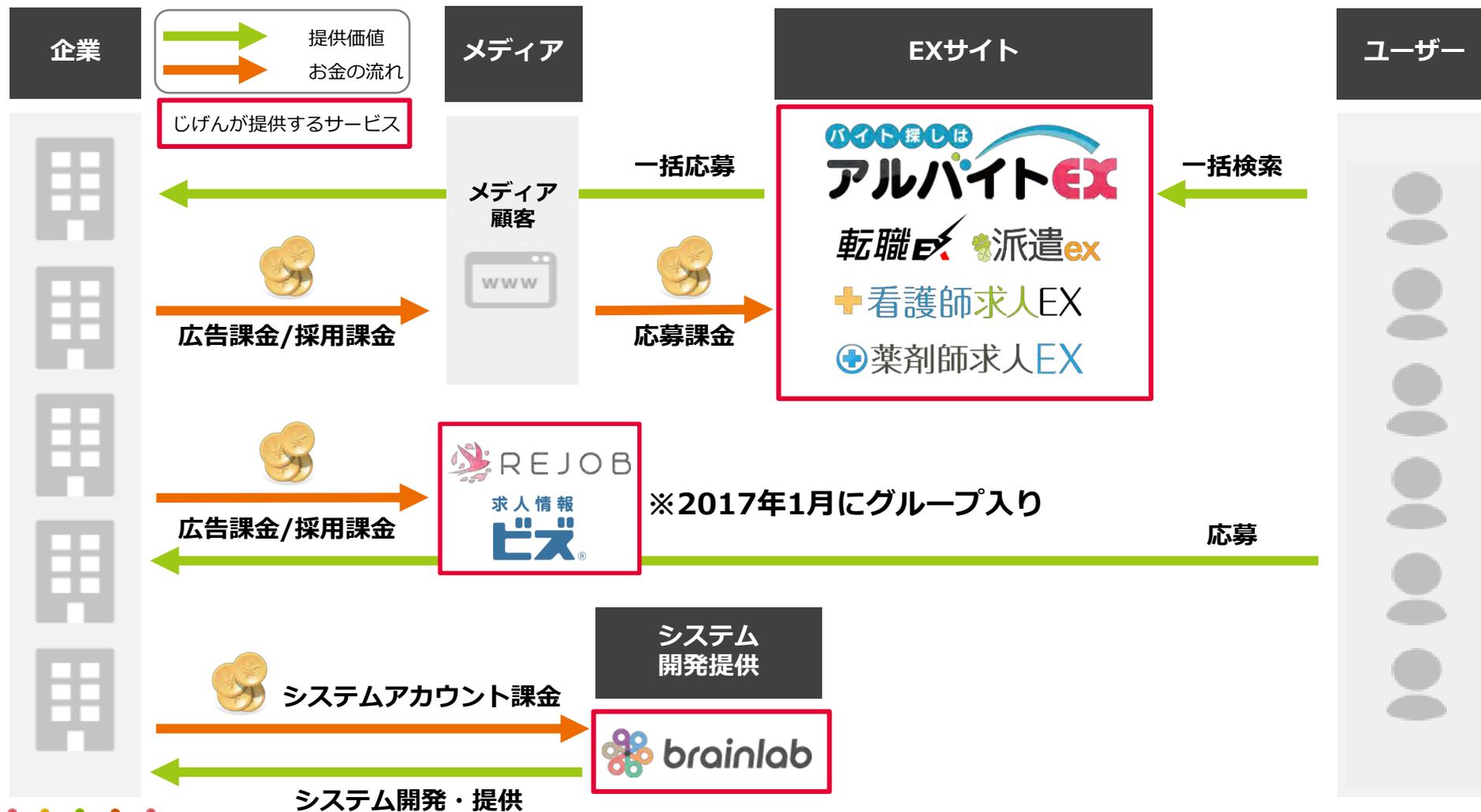
4. 参考資料



事業概要：人材領域のビジネスモデル

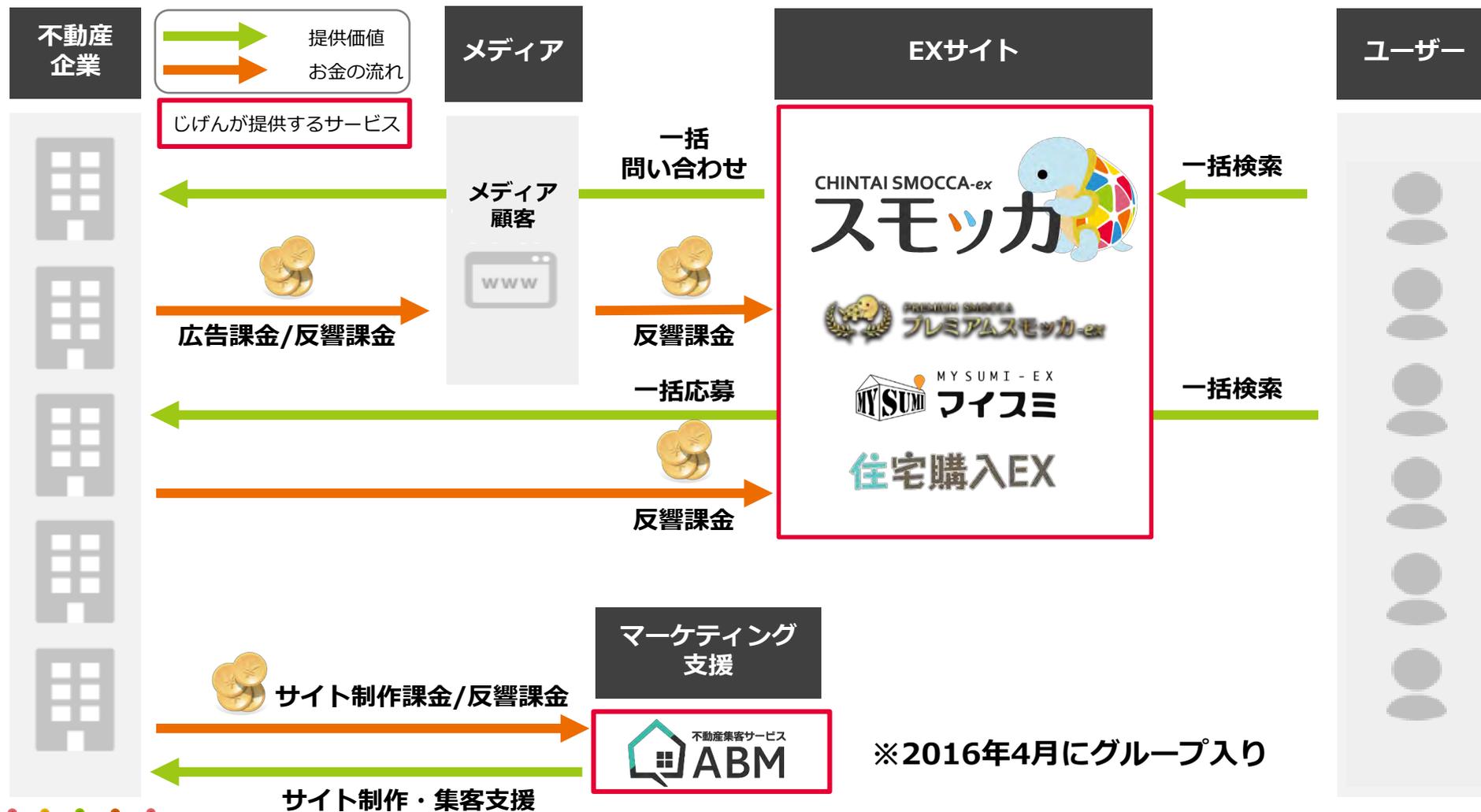


- 人材領域は、「EXサイト」、「特化型メディア」、「ブレイン・ラボ」で構成される。



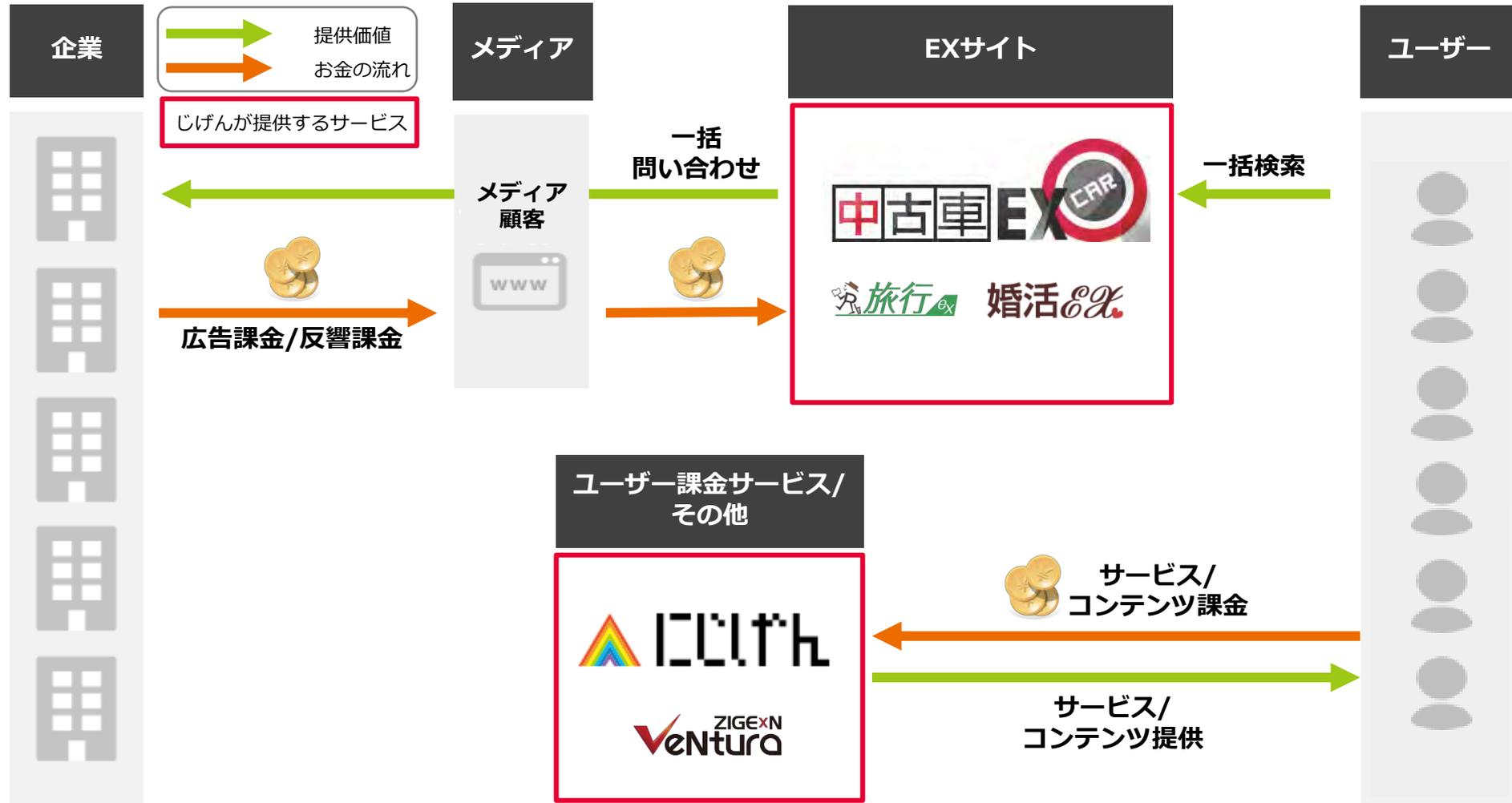


■ 不動産領域は、「不動産関連EXサイト」、「ABM」で構成される。





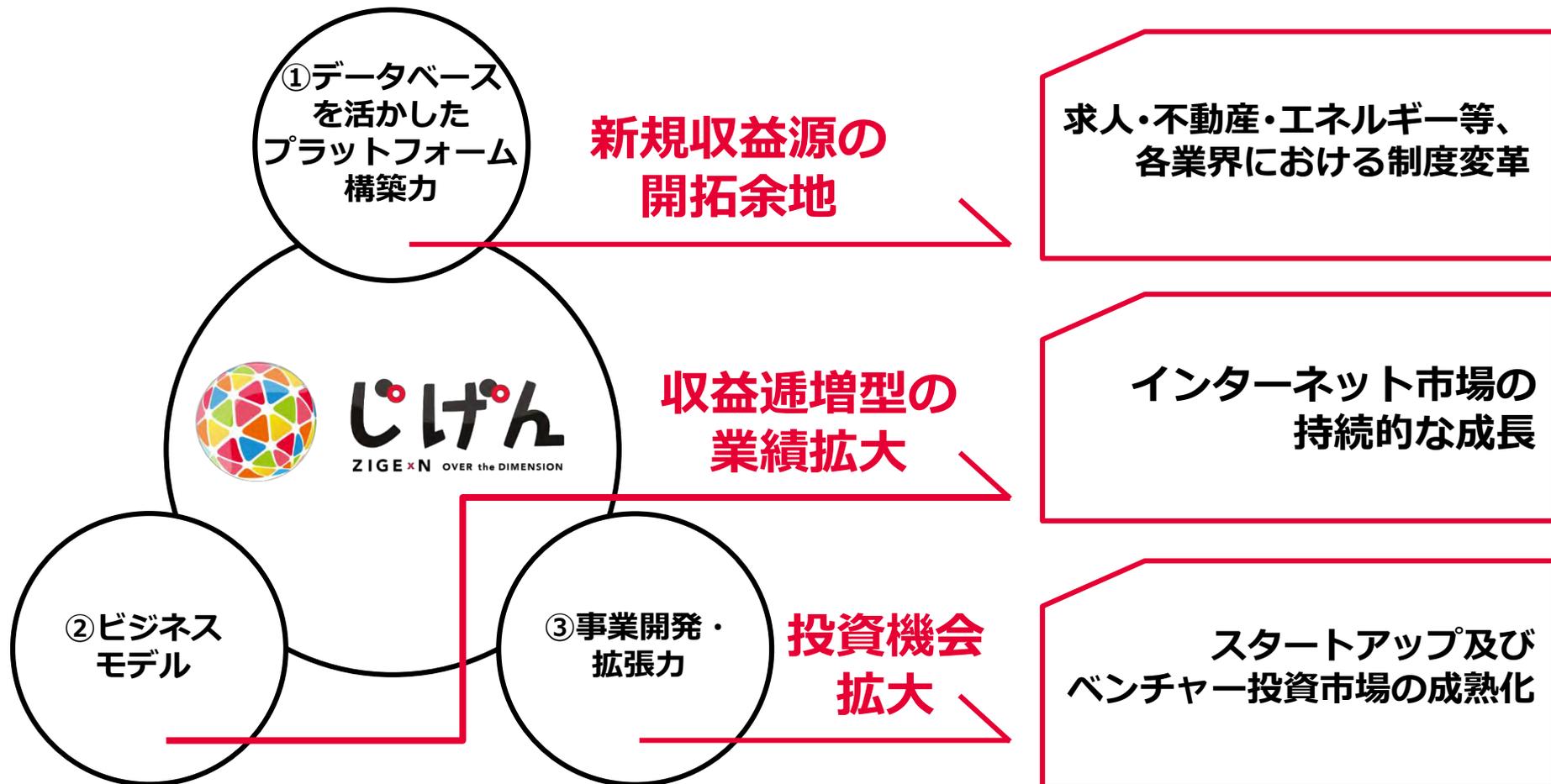
- 生活領域は、「自動車関連EXサイト」、「にじげん」、その他で構成される。





じげんの3つの強み

市場機会





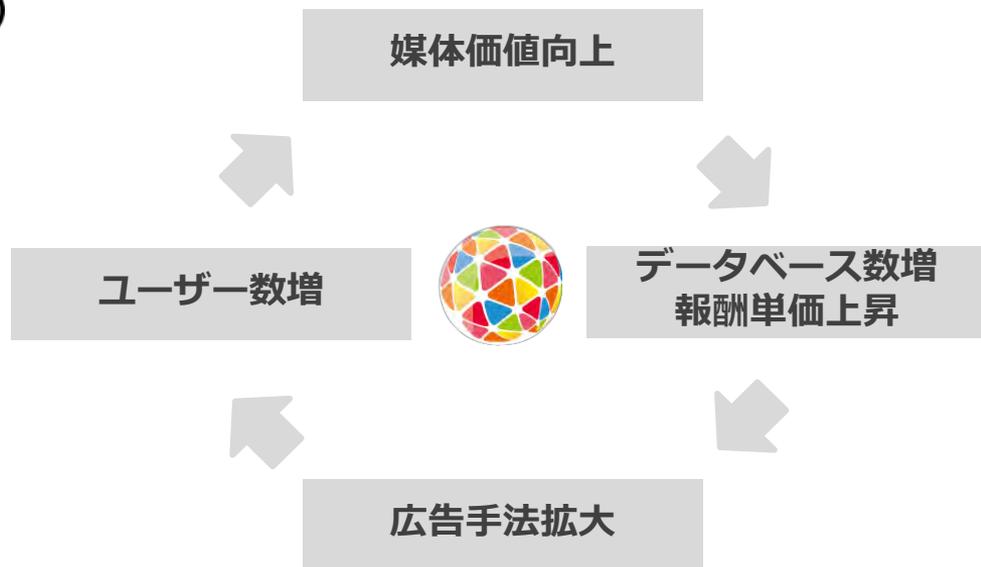
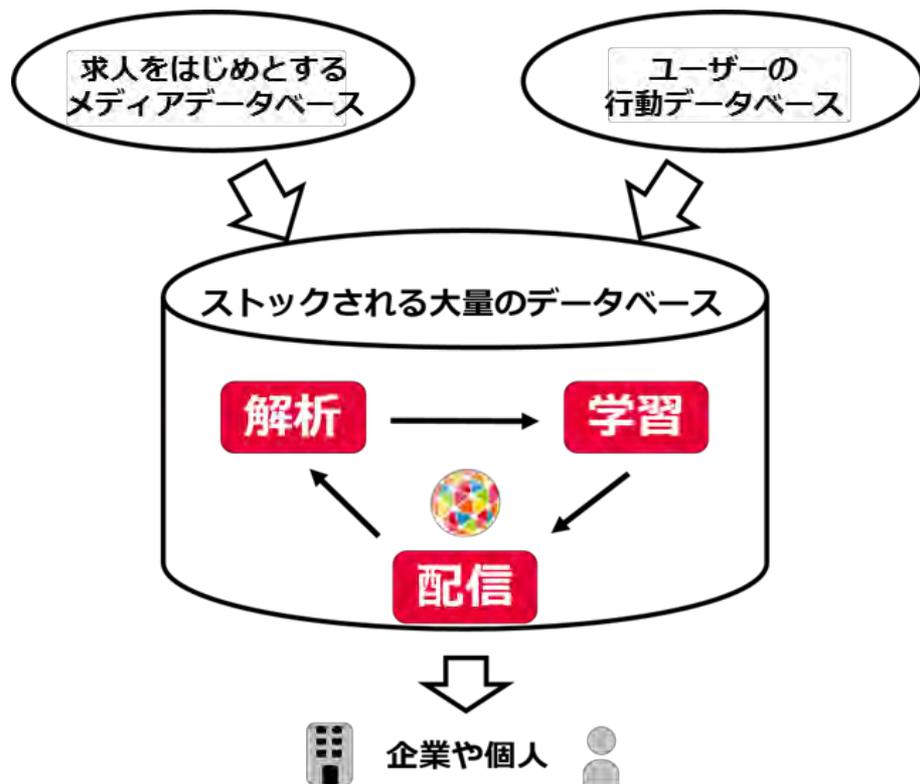
4. 参考資料

事業戦略：じげんの強みと市場機会

- 案件情報、ユーザー行動情報の**大量のデータベース**を保持し、最適なマッチングを提供。
- 媒体価値向上による単価上昇、それを原資とする広告手法拡大、それに伴うユーザー数増、及び媒体価値向上、という**正の成長スパイラル**をビジネスモデルに内包。

プラットフォーム構築力

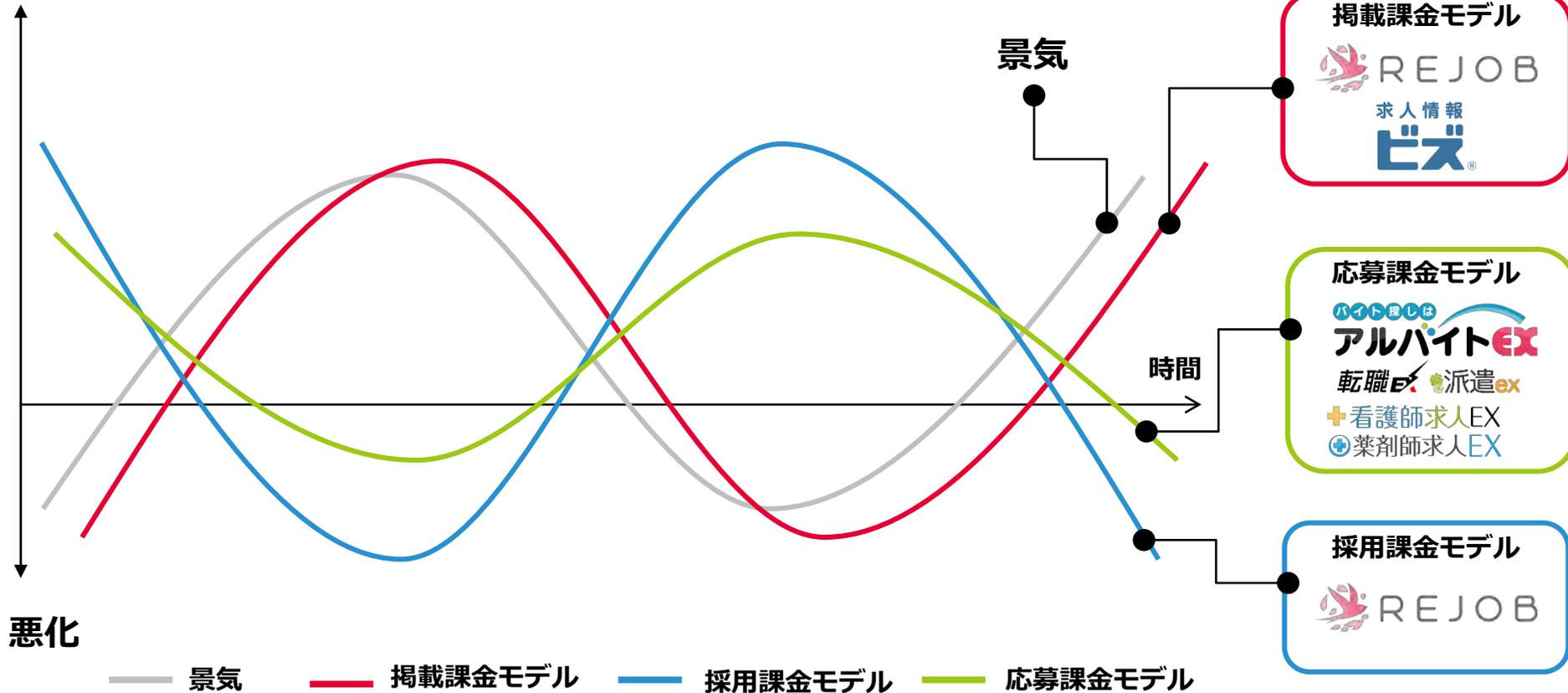
収益遞増性





- 景気連動する求人広告市場において、景気と相関する掲載課金モデルと景気に逆行する成功報酬課金の双方を有し、じげんは**安定的な収益を生み出すプラットフォーム**を確立。

改善





- 当社はカテゴリキラーではなく複数領域でのプラットフォームを目指しているが、人材や不動産といった分野に限定しても、シェア拡大余地は大きい。

求人広告市場と人材領域売上高

不動産広告市場と不動産領域売上高

求人広告市場
約 1.2兆円

17/3期
人材売上高
54.3億円

不動産広告市場
約 1.1兆円

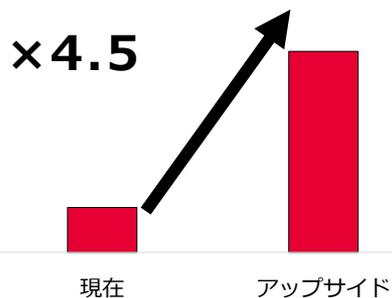
17/3期
不動産売上高
14.5億円

出所：電通、リクルートワークス研究所、財務省資料等を参考に、じげん推計

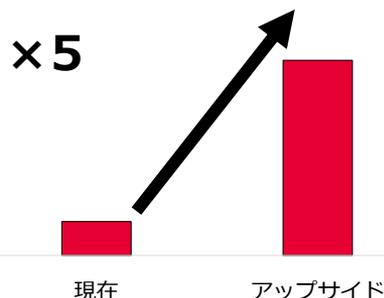


■ KPIのそれぞれが、業界の大手プレイヤーと比べて大幅な成長余地を有している。

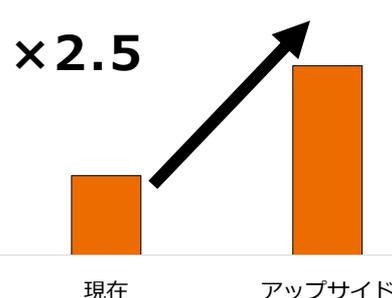
UU/月
(アルバイトEX)



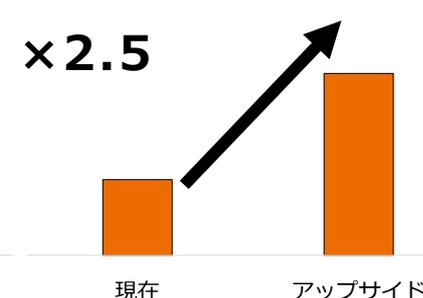
UU/月
(スモッカ)



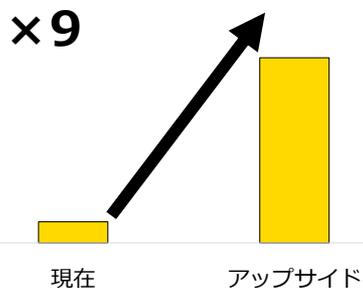
CVR
(アルバイトEX)



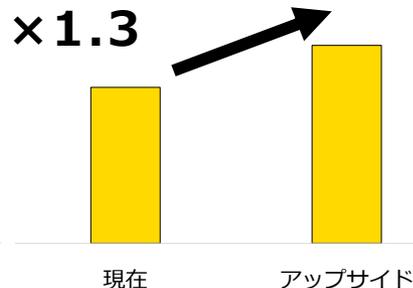
CVR
(スモッカ)



単価
(アルバイトEX)



単価
(スモッカ)

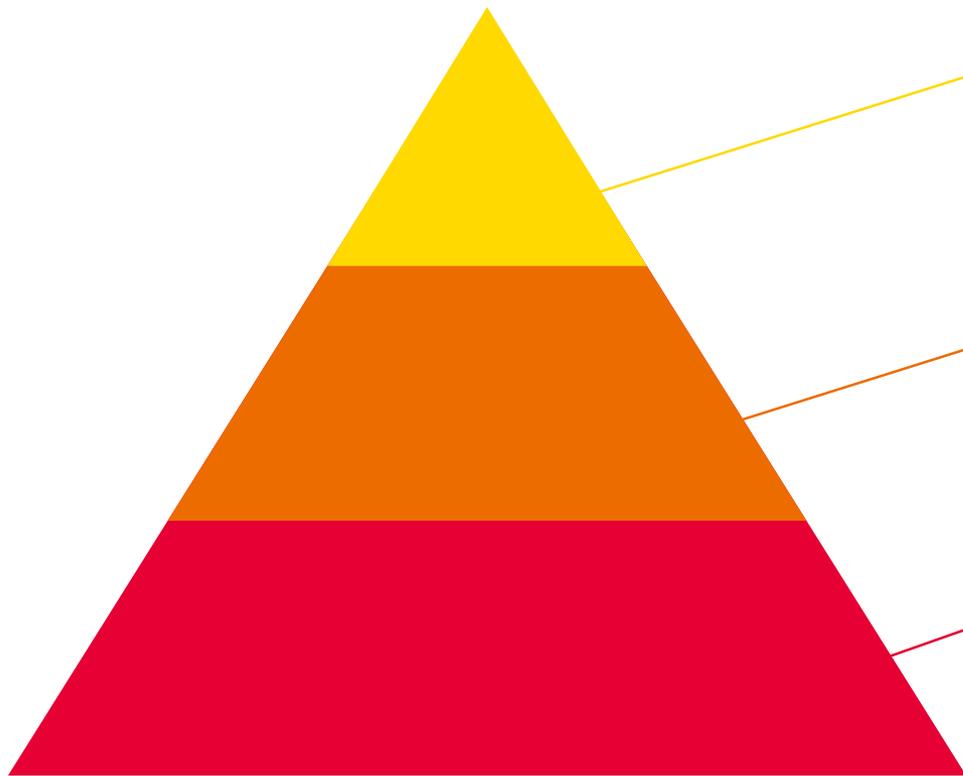


注: アップサイドは当社にて推測した大手求人メディア・大手不動産メディアの数値が基準





- 幅広い領域でビジネスを展開しているため、候補案件は豊富。
- 金融機関やファンド、仲介会社からの紹介に加え、経営陣やオーナーからの持ち込み、弊社からのダイレクトオファーも多く、**割高なバリュエーションを回避**。
- 上場以来2017年4月末までに、約420件のソーシングを実施し、8件、総額約70億円(取得価額)のM&A案件を厳選。



M&A実施：**8件**

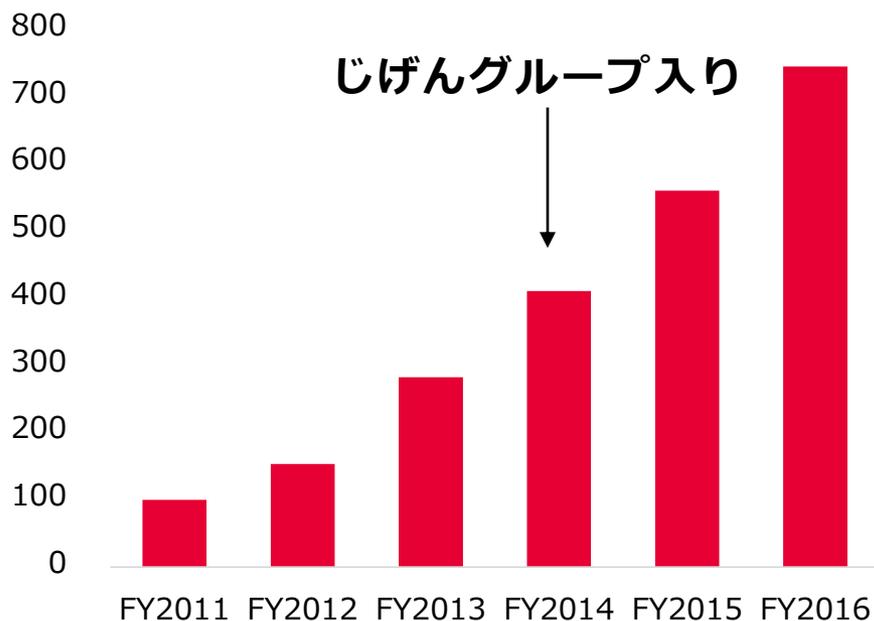
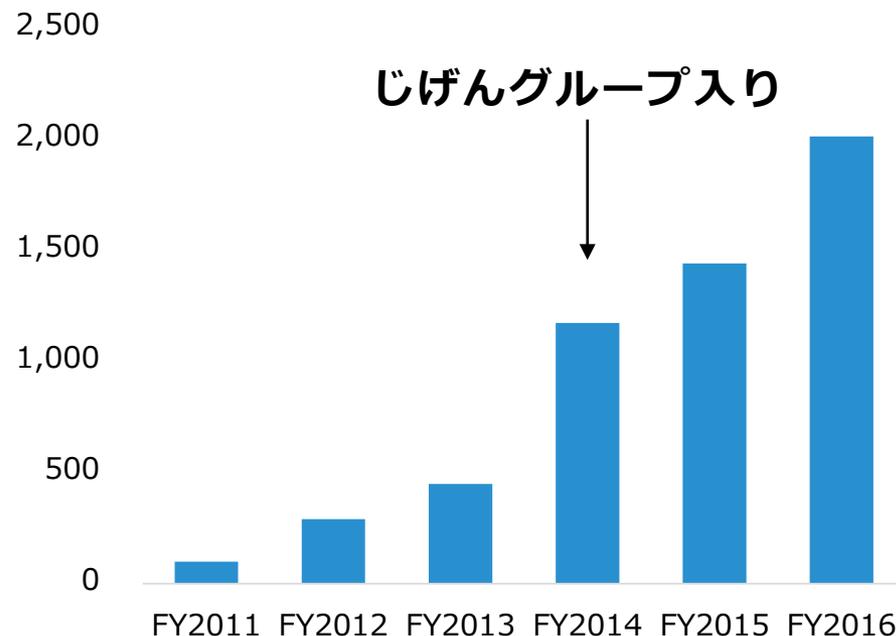
コンタクトを取ってDDを行った件数：**約120件**

ソーシング総数：**約420件**





- 社内の経営人材、経営ノウハウを活用し、グループ会社のPMIを実施。
- 2015年3月期取得3社の営業利益は、買収前の2013年度と比較して直近で約4.5倍に増加。

 2015年3月期取得3社
合計売上高指数

 2015年3月期取得3社
合計営業利益(のれん償却後)指数


注1: 2015年3月期に株式取得したリジョブ、ブレイン・ラボ、エアロノーツの合計値

注2: 取得前の決算期はリジョブ9月期、ブレイン・ラボ10月期、エアロノーツ3月期、取得後はいずれも3月期

注3: FY2011=100として指数化





4. 参考資料

財務戦略：財務基盤・キャッシュフローについて



- ビジネスモデルの安定性から、適正な自己資本比率は40%以上、のれん/純資産倍率は1.0倍程度と認識。財務余力を更なる戦略投資に充当し、ROE25%以上の確保により高い資本効率をコミット。

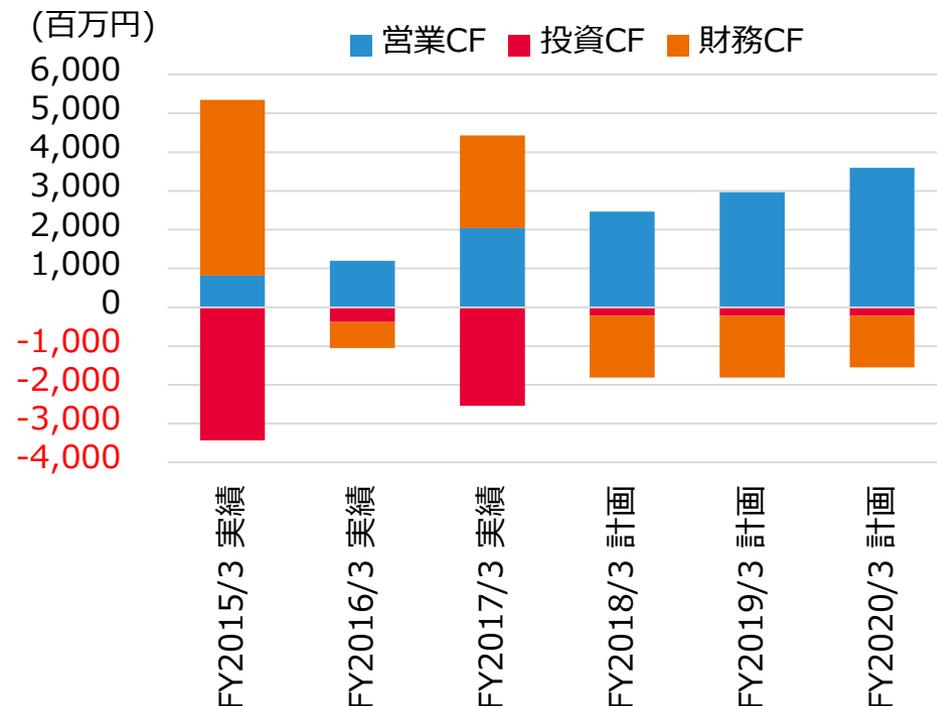
財務目標

ROE25%以上

自己資本比率40%以上

のれん/純資産倍率1.0倍程度

キャッシュフロー計画



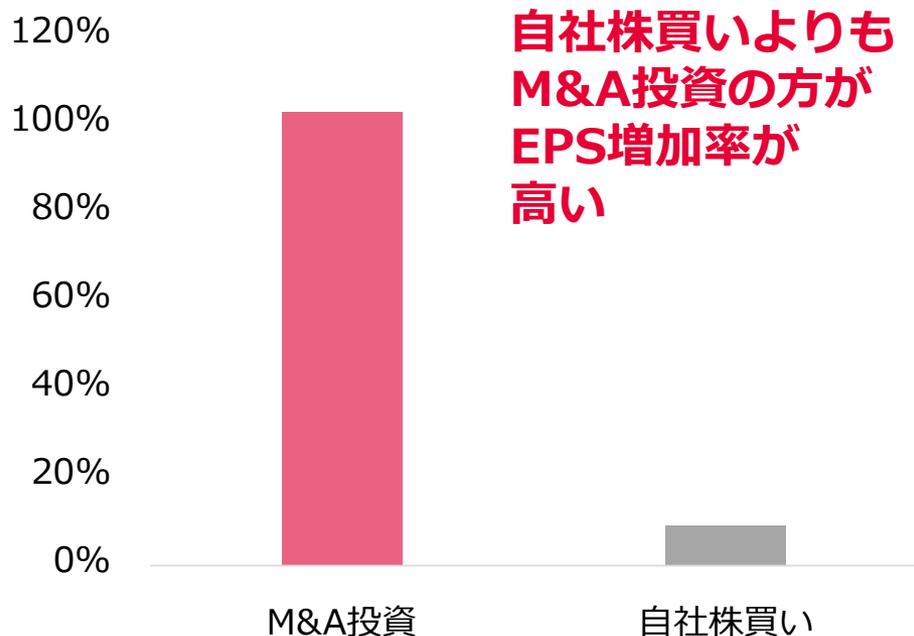
注：2018年3月期以降、M&Aによる投資CFや株式調達による財務CFの発生は織り込んでいない。



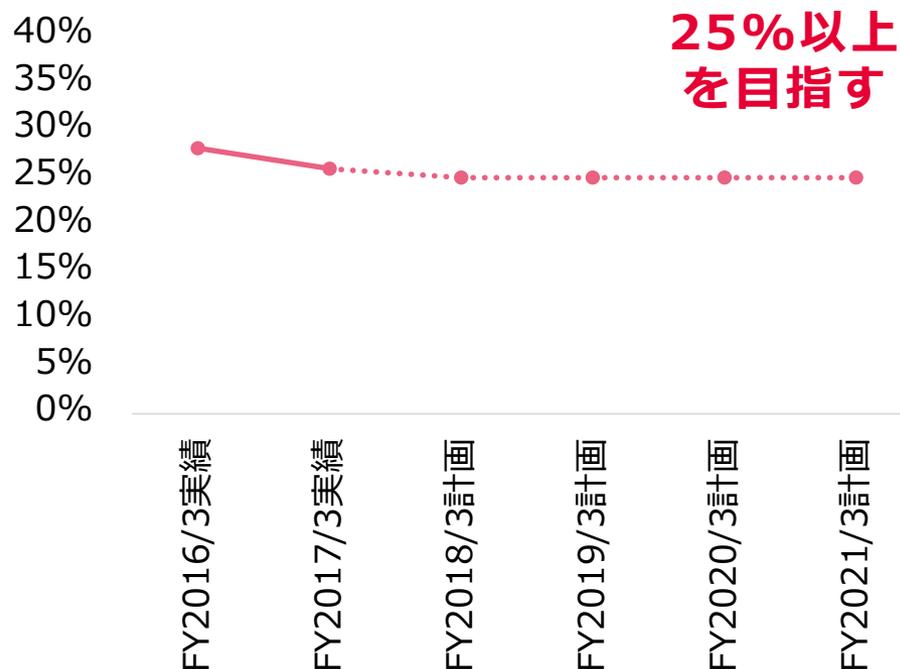


- 当社のビジネスモデルの最大の強みは事業拡張性と収益遞増性であり、現段階では**成長投資が株主還元を超過**するリターンをあげ、**株主価値最大化**に繋がると認識。
- 投資機会が限定的かつROEが25%を下回る場合には、機動的な株主還元の検討も開始。

M&A投資と自社株買いのリターン比較



ROE見通し



注：2015年3月期実施M&A3案件(ブレイン・ラボ、リジオブ、エアロノーツ)を基準に計測。

M&A投資リターン=2017年3月期3社合計純利益÷2015年3月期連結純利益、

自社株買いリターン=3社株式取得総額を自社株買いに充当していた場合の対2015年3月期比EPS増加率。

自社株買いの取得単価は2015年3月期平均株価861円の前提。



4. 参考資料

財務戦略：「株価・トリプル25」達成条件型新株予約権の概要



- M&A、資本業務提携投資の資金として新株予約権による約100億円の調達を発表(7月5日)。
- 既存株主の利益に十分配慮するため、「株価」及び中期経営計画で掲げた業績目標である「トリプル25」を達成条件とする、**日本初のスキームを当社より発案。**

	第4回	第5回	第6回
新株予約権の発行方法	第三者割当により野村證券に割当		
手取概算額	10,250百万円		
調達予定金額	1,328百万円以上	2,596百万円以上	6,322百万円以上
発行株数(株)	1,200,000	1,850,000	1,850,000
新株予約権期間	約3年5か月		
発行価額合計	28百万円		
当初行使価額	1,215円	1,400円	3,420円
下限行使価額	1,093円	1,398.5円	3,416.4円
対発行済み株式数	2.32%	3.58%	3.58%
合計潜在希薄化率	9.48%		
「トリプル25」 達成条件	前期実績ROE、営業利益率、及び 営業利益の対前年比成長率が全て 25%以上の場合のみ、行使可能	前期実績ROE、営業利益率、及び 営業利益の対前年比成長率が全て 25%以上の場合のみ、行使可能	前期実績ROE、営業利益率、及び 営業利益の対前年比成長率が全て 25%以上の場合のみ、行使可能
指標判定日	達成条件の判定は本契約の発表日及び新株予約権行使期間中の各通期決算発表日に行う。 じげんが行使を停止しない限り、各判定日から次の判定日までの期間に、行使が可能。		

注：「トリプル25」の算出にあたり、1%未満の数値は小数点第1位を四捨五入して判定。





財務戦略：「株価・トリプル25」達成条件型新株予約権の背景と特徴



- 本新株予約権の背景：M&A資金の確保、財務基盤の充足。
- 本新株予約権の特徴：現状株価を上回る行使価額設定、固定された発行株式数、業績を達成条件とする日本初の第三者割当新株予約権、資金使途順守のための取り組み。

背景

- 当社は約2年間で7件、総額約40億円(取得価額)のM&Aを実施しており、企業規模の拡大に鑑みれば、今後の資金拠出は加速する可能性があり、年間20億円以上の投資も想定される
- 2016年3月期末におけるのれんは3,070百万円、純資産は3,643百万円。財務目標として掲げるのれん対純資産倍率1.0倍程度を順守しながら企業価値を迅速かつ適切に最大化させるには、純資産の充足を伴う資金調達が必要と判断

特徴

- 第5回、第6回は下限行使価額を、現状株価を大幅に上回る1,398.5円と3,416.4円に設定
- いずれの回号でも発行株式数は固定されており、株価が下限行使価額を下回る場合、新株は発行されず、希薄化も発生しない
- 前期実績営業利益率、営業利益成長率、ROEが全て25%以上の場合に限り、割当先による新株予約権の行使が可能
- 調達資金は払戻条件の付きの信託口座にて保管し、当初公表以外の使途への資金の転用を制限

注：第5回、第6回の下限行使価額の1,398.5円、3,416.4円はそれぞれ、発行決議日である7月5日までの直近1ヶ月の平均株価約1,100円に+27%(2017年3月期計画の前年比営業増益率と同等)、+211%(中期経営計画最終年度の営業利益50億円の2016年3月期実績比と同等)のプレミアムを乗せた水準から、第7回新株予約権の発行に伴い調整。



4.参考資料

組織戦略：経営チームプロフィール

- 各分野のスペシャリスト、多様な経営人材への権限移譲を進めて体制を一層強化するため、CHRO(最高人事責任者)、CFO(最高財務責任者)職を2017年5月より設置。
- グループ会社のマネジメントに当社の経営人材を投入し、PMIを加速。

氏名	主な役職	事業管掌・コーポレート部長	略歴
平尾丈	じげん代表取締役社長 三光アド代表取締役社長	グループ全社 三光アド・よじげん・VeNtura	学生起業家、リクルートを経て、 2008年当社代表取締役社長就任
松浦晃久	じげん取締役	経営管理部	2008年当社入社
須藤実和	じげん社外取締役	--	公認会計士、ベイン・アンド・カンパニー等 を経て、プラネットプラン代表取締役(現任)、 2012年当社社外取締役就任
須崎和延	じげん執行役員 にじげん代表取締役社長	じげん求人・住まい・自動車Div. にじげん	ネクスト(現・Lifull)営業グループ責任者等 を経て、2010年当社入社
翠勇樹	じげん執行役員CHRO ブレイン・ラボ代表取締役社長	経営推進部 ブレイン・ラボ	リクルートグループ等を経て、2010年当社入社
鈴木一平	じげん執行役員 リジョブ代表取締役社長	リジョブ	ヴォラーレ(現・ナイル)取締役等を経て、 2011年当社入社
寺田修輔	じげんCFO	経営戦略部	シティグループ証券ディレクターを経て、 2016年当社入社
海野慧	ZIGExN VeNtura代表取締役社長	--	2009年当社入社
高島祐亮	よじげん代表取締役社長	--	比較.com 執行役員等を経て、2009年当社入社

注：じげん取締役、執行役員、CxO、及びグループ会社代表取締役を記載。





概要

会社名：株式会社じげん（英文ZIGExN.co.,Ltd）

本社所在地：東京都港区虎ノ門3-4-8

公開市場：東証マザーズ(証券コード:3679)

設立年月日：2006(平成18)年6月1日

資本金：1,202,636,200円

従業員数：254名（連結、契約社員以外の非正規除く）

役員構成 ：代表取締役社長	平尾 丈
取締役	松浦 晃久
社外取締役	須藤 実和
常勤監査役	尾上 正二
社外監査役	木村 忠昭
社外監査役	宮崎 隆

アワード実績



Technology Fast 50
2016 JAPAN
Deloitte.



Technology Fast 500
2016 APAC WINNER
Deloitte.

「デロイト トウシュ トーマツ リミテッド日本テクノロジー Fast50」
6年連続受賞
「デロイト・アジア太平洋地域 テクノロジー Fast500」 6年連続受賞



「2013 RED HERRING ASIA 100 WINNER」受賞
「2013 RED HERRING GLOBAL 100 WINNER」受賞



「働きがいのある会社」ランキング 6年連続ベストカンパニー選出





C O S M O L O G Y

基本理念

ZIGExNは、**生活機会の最大化**を目指し、インターネットを通じて宇宙（せかい）を繋ぐ「場」を提供することで、社会との調和を図り、共に持続的発展を追求していく。

経営理念

OVER the DIMENSION — 次元を超えよ！

圧倒的に突き抜けたサービスに、圧倒的に突き抜けた会社を創り、世の中の常識や価値観を覆す





株式会社じげん 代表取締役社長 平尾 丈 (ひらお じょう)

IT第4世代 1982年11月生まれ



東京都出身。慶応義塾大学環境情報学部卒。
学生時代に**2社起業**。リクルートの競合企業を経営したまま
リクルートに新卒入社。
事業開発・経営企画・マーケティング・人事を経験後、
ドリコム社とリクルート社のJVへ出向。孫正義氏の
後継者プログラム『ソフトバンクアカデミア』最終合格。

- 2001年 学生起業
- 2003年 東京都学生起業家選手権 優勝
- 2006年 リクルートグループ**最年少取締役**に就任
- 2008年 リクルートグループ**最年少代表取締役社長**に就任
- 2010年 同社株式を**MBO**
- 2013年 **東証マザーズ**上場
- 2013年 「EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー・ジャパン 2013」
Challenging Spirit部門大賞受賞
- 2014年 AERA「日本を突破する100人」に選出





AI: Artificial Intelligenceの略。人工知能。人間の脳が行っている知的な作業をコンピュータで模倣したソフトウェアやシステムの総称。

AR: Augmented Realityの略。拡張現実。現実の環境から視覚や聴覚、触覚などの知覚に与えられる情報を、コンピュータによる処理で追加あるいは削減、変化させる技術の総称。

CPA: Cost Per Acquisitionの略。成果あたりの支払額を指す。

CSR: Corporate Social Responsibilityの略。主に企業が社会に対して責任を果たし、社会とともに発展していくための活動を指す。

CSV: Creating Shared Valueの略。CSR（企業の社会的責任）の観点だけではなく、社会課題の解決と企業の利益、競争力向上を両立させ、社会と企業の両方に価値を生み出す取組みを指す。

CVR: ConVersion Rate(コンバージョンレート)の略。Webサイトへのアクセス数(当社ではユニークユーザー数)のうち、コンバージョン(当社では会員登録、採用等)に到った比率。

DB: DataBase(データベース)の略。当社ではメディア顧客から提供される求人情報や不動産情報を指す。





EXサイト: 当社が運営するアグリゲートサイトを指す当社独自の呼び名。転職EXやアルバイトEXなど。

IoT: Internet of Thingsの略。「モノのインターネット」と言われ、様々な「物」がインターネットに接続され、情報交換することにより相互に制御する仕組みの総称。

KPI: Key Performance Indicatorの略。主要業績評価指標といい、組織や事業、業務の目標の達成度合いを計る定量的な指標のことを指す。

PMI: Post Merger Integrationの略。M&A（企業の合併・買収）成立後の統合プロセスのことを指す。

SEM: Search Engine Marketing(検索エンジンマーケティング)の略。主に有料のリスティング広告等によって、ユーザーを集客し、ログ解析や効果測定等のツールを利用して効果検証を行う。

SEO: Search Engine Optimization(検索エンジン最適化)の略。特定の検索エンジンを対象に、検索結果でより上位に現れるようにWebページを調整する。

UI: User Interface(ユーザーインターフェース)の略。ユーザーとPCやスマホが情報をやり取りする際に接する、PCやスマホの操作画面及び操作方法。





UU: Unique User(ユニークユーザー)の略。一定の期間内にWebサイトに訪問したユーザーの数。集計期間内であれば、同じWebサイトに同じユーザーが複数回訪問しても、1UUとしてカウント。

VR: Virtual Realityの略。「仮想現実」のことで、コンピュータなどによって作り出された3次元仮想空間をあたかも現実のように体験する技術の総称。

アップセル：営業手法の一つで、同一系統上位商材の購入を顧客に促すことを指す。

アグリゲーション：複数の企業が提供するサービスやインターネット上の分散している情報を集積し、1つのサービスとして利用できるようにしたサービス形態。

アルゴリズム：プログラミング言語を使って、問題の解決手順を記述したものを指す。

ウェアラブルデバイス：腕や頭部など、身体に装着して利用することが想定された端末（デバイス）の総称。

機械学習：人工知能における研究課題の一つで、人間が自然に行っている学習能力と同様の機能をコンピュータで実現しようとする技術・手法の総称。





クロスセル: 営業手法の一つで、関連商材の購入を顧客に促すことを指す。

スマートデバイス: 情報処理端末（デバイス）のうち、単なる計算処理だけではなく、あらゆる用途に使用可能な多機能端末の総称。スマホやタブレットなども含まれる。

トリプル25: 営業利益率、営業利益年率成長率、ROEの3指標のいずれについても25%以上の数値となることを指す。

ネイティブアプリ: デバイス内の演算装置が直接に演算処理を行うタイプのアプリを指す。

パーソナライズ: 顧客やユーザ全員に同じサービスやコンテンツを提供するのではなく、一人一人の属性や購買/行動履歴に基づいて最適化されたものを提供する手法。

マッチングテクノロジー: 種類の異なるデータを組合せる技術を指す。

リアーキテクト: じげんが定義する情報要素の再構築によるサイト設計のことを指す。



次元を超える事業家集団



ZIGEXN

ご清聴ありがとうございました。



- 本説明会及び説明資料の内容は、発表日時点で入手可能な情報や判断に基づくものです。将来発生する事象等により内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。
- また、本説明会及び説明資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、多分に不確定な要素を含んでいるため、実際の業績等は、さまざまな要因の変化等により、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承ください。



じげん

ZIGExN OVER the DIMENSION

