



2018年3月期 第2四半期決算説明会  
2017年11月10日



じげん  
ZIGEXN OVER the DIMENSION



# 1. 四半期決算概要と外部環境

# 2. 財務・投資戦略

# 3. 事業戦略と今後の方向性

# 4. 参考資料





# 1. 四半期決算概要と外部環境

2017年7月～2017年9月





## 1. 四半期決算概要と外部環境

## 四半期業績



- 2Qは前年比売上収益+46%、営業利益+46%を達成(IFRS)。
- 人材領域が閑散期(※)のためQoQは減収も、足元の業績は通期計画に対して堅調な進捗。
- ※ 人材領域は1Q、不動産領域は4Qが繁忙期。

(百万円)	FY2017/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q
会計基準	日本基準			
売上高	1,602	1,670	1,741	2,544
前年比	51.3%	50.5%	35.7%	60.9%
人材領域	1,180	1,200	1,231	1,827
不動産領域	309	330	340	481
生活領域	113	140	170	236
営業利益	484	541	552	699
前年比	44.8%	38.4%	24.9%	58.1%
経常利益	497	548	556	706
当期純利益	271	310	326	377

(百万円)	FY2017/3		FY2018/3	
	1Q	2Q	1Q	2Q
会計基準	IFRS			
売上収益	1,593	1,662	2,502	2,435
前年比	NA	NA	57.1%	46.5%
人材領域	1,171	1,192	1,868	1,762
不動産領域	309	330	417	459
生活領域	113	140	217	214
営業利益	524	571	847	835
前年比	NA	NA	61.5%	46.3%
税引前四半期利益	522	571	844	822
四半期利益	310	327	499	463

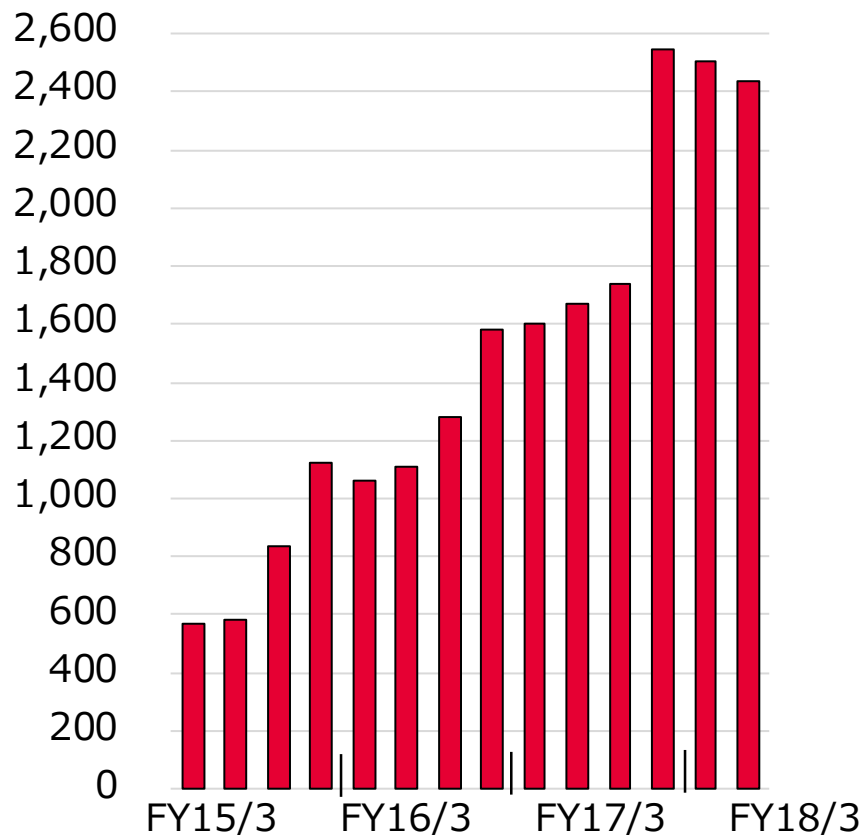




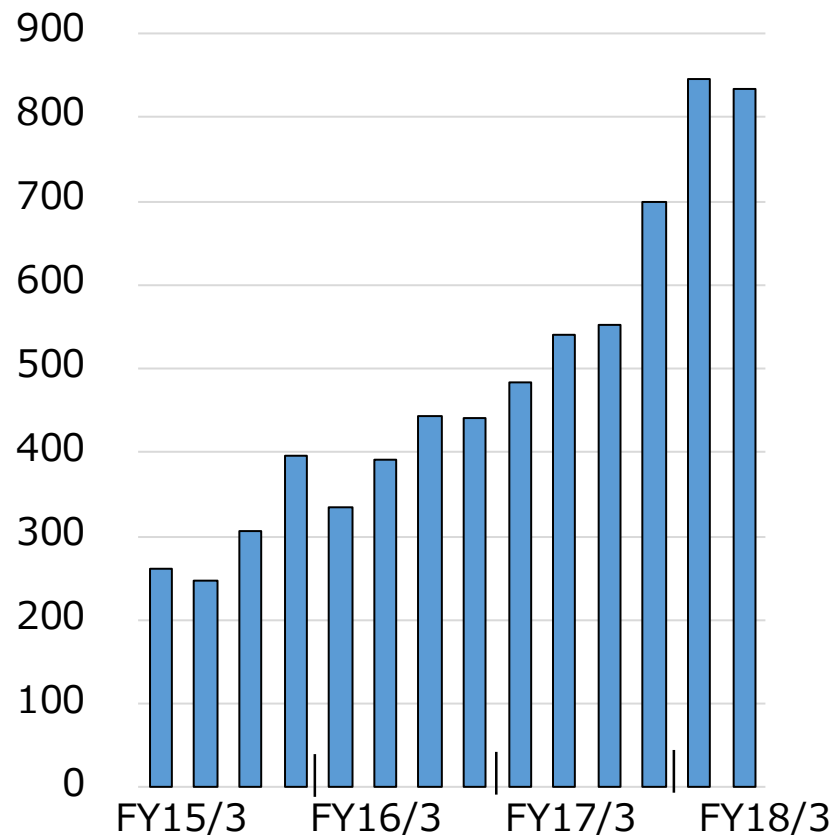
## 四半期業績

■ 2Qとして過去最高益を更新し、上場来15四半期連続の前年比増収増益を達成。

四半期連結売上高・売上収益推移 (百万円)



四半期連結営業利益推移 (百万円)



注：2017年3月期以前は日本基準、2018年3月期以降はIFRS。





- 主力のメディア事業の売上収益は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

売上収益

||

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  
売上収益

## 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イスの改善
- 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



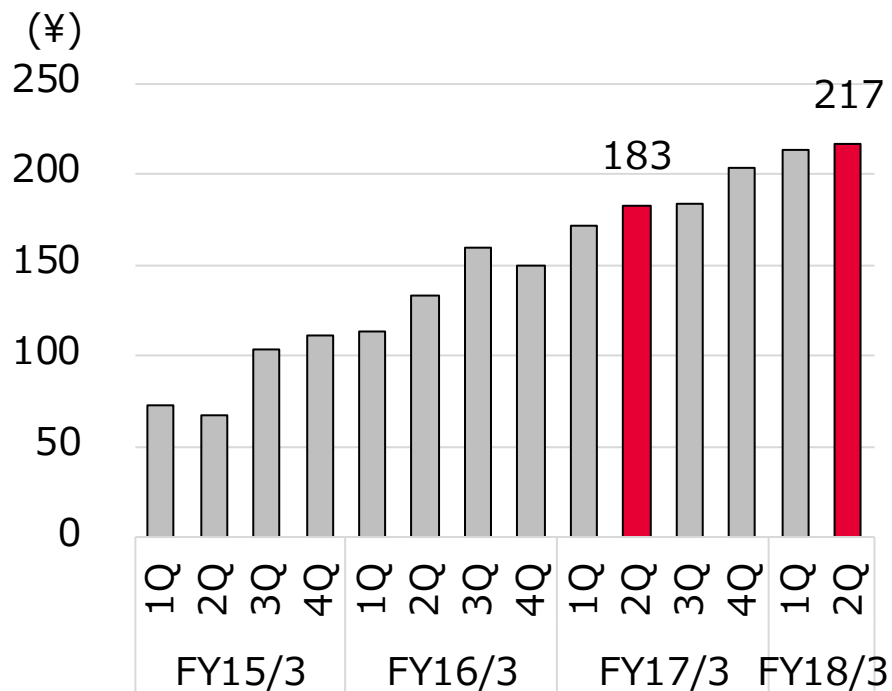


## KPIの推移: UU当たり売上収益

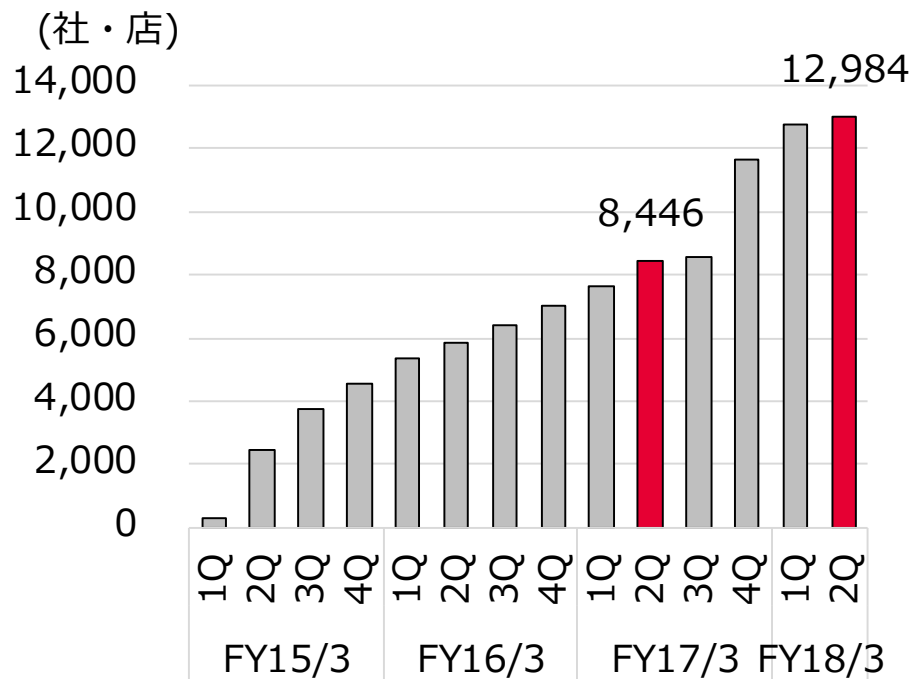


- UU当たり売上収益: 2Qは前年比+19%と大幅増。顧客基盤拡大による単価上昇が主に貢献。
- 顧客数: 全社的に顧客数は増加傾向。

UU当たり売上収益の推移 (円)



顧客数の推移 (社・店)



注: UU当たり売上収益: UUを集計していないブレイン・ラボ、三光アド(折込)、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。

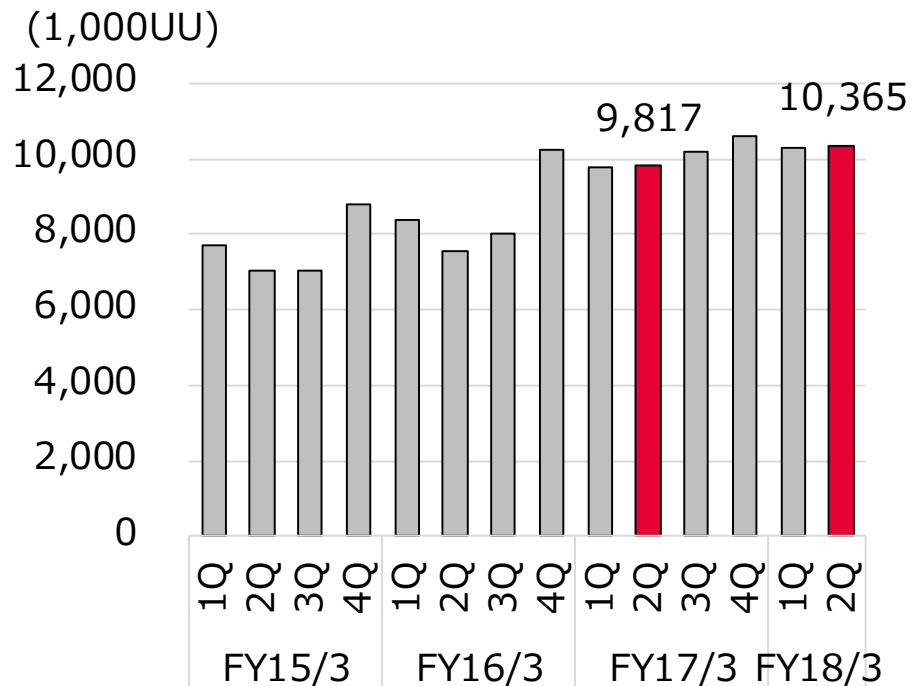


## 1. 四半期決算概要と外部環境

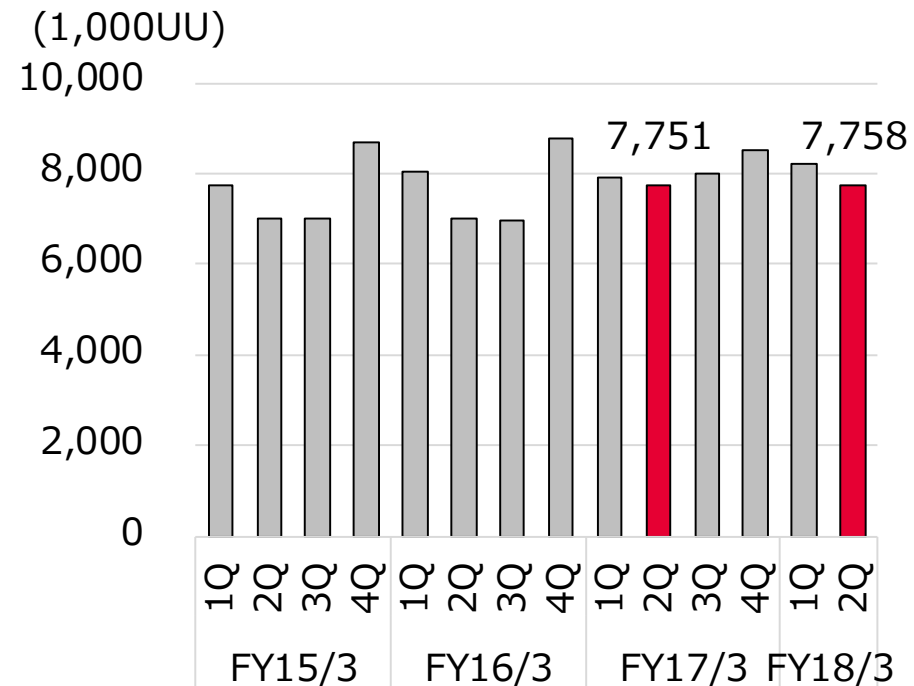
## KPIの推移: UU

- UU: 2Qは連結全体で前年比+5%、新規メディアを手掛けるにじげんを除くと+0%。  
一部の収益貢献僅少メディアでUU数が減少したものの、**主カメディアのUU数は増加傾向。**

UU/月の推移 (にじげん含む)



UU/月の推移 (にじげん除く)



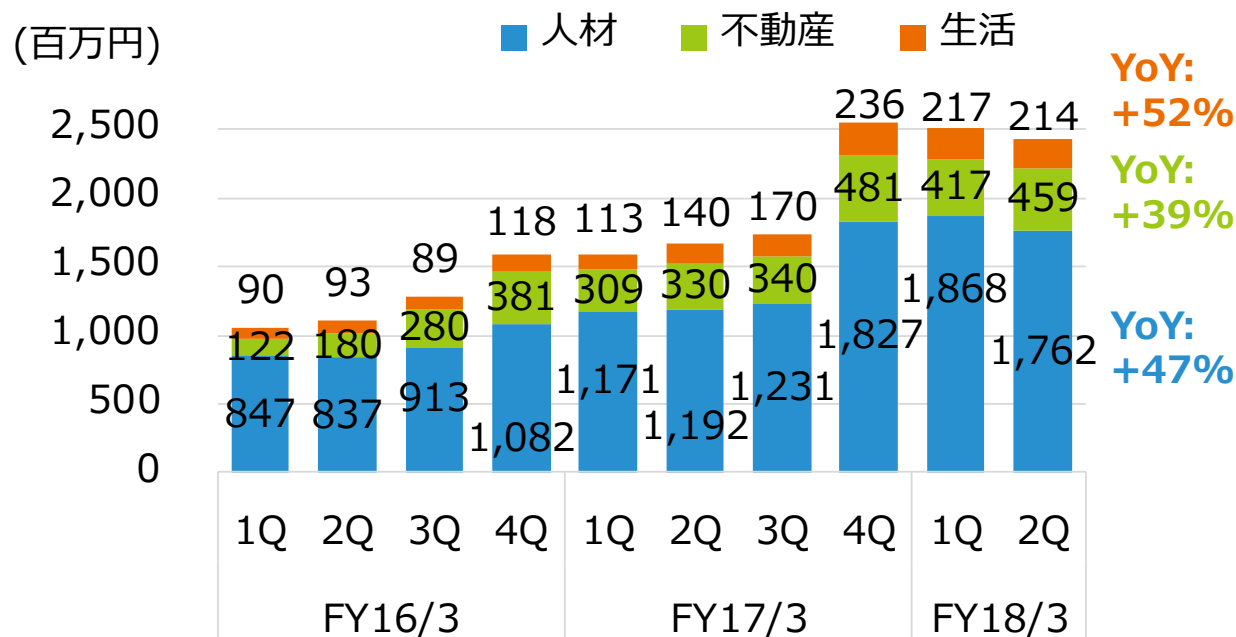
注: ブレイン・ラボ、三光アド(折込)、ABMではUUを集計していない。





# 1. 四半期決算概要と外部環境

## 領域別売上収益推移とKPI評価



注: 2017年3月期1Q,2Qと2018年3月期1Q,2QはIFRS、それ以外は日本基準。

	人材	不動産	生活	備考
UU	△	○	○	人材では収益への寄与度が高いメディアへ経営資源を集中。不動産、生活の主要メディアは高CVRを活かした効果的な有料集客運用で増加。
CVR	○	◎	◎	人材、特にリジオブではユーザー向け機能強化による再帰性が改善し上昇。不動産、生活ではマッチングテクノロジーの活用、販売促進策が奏功し上昇。
単価	○	△	△	人材ではサプライチェーンの垂直統合による顧客ミックス改善により上昇。不動産、生活では前期より単価の上昇が続いていたが、足元では高止まり。

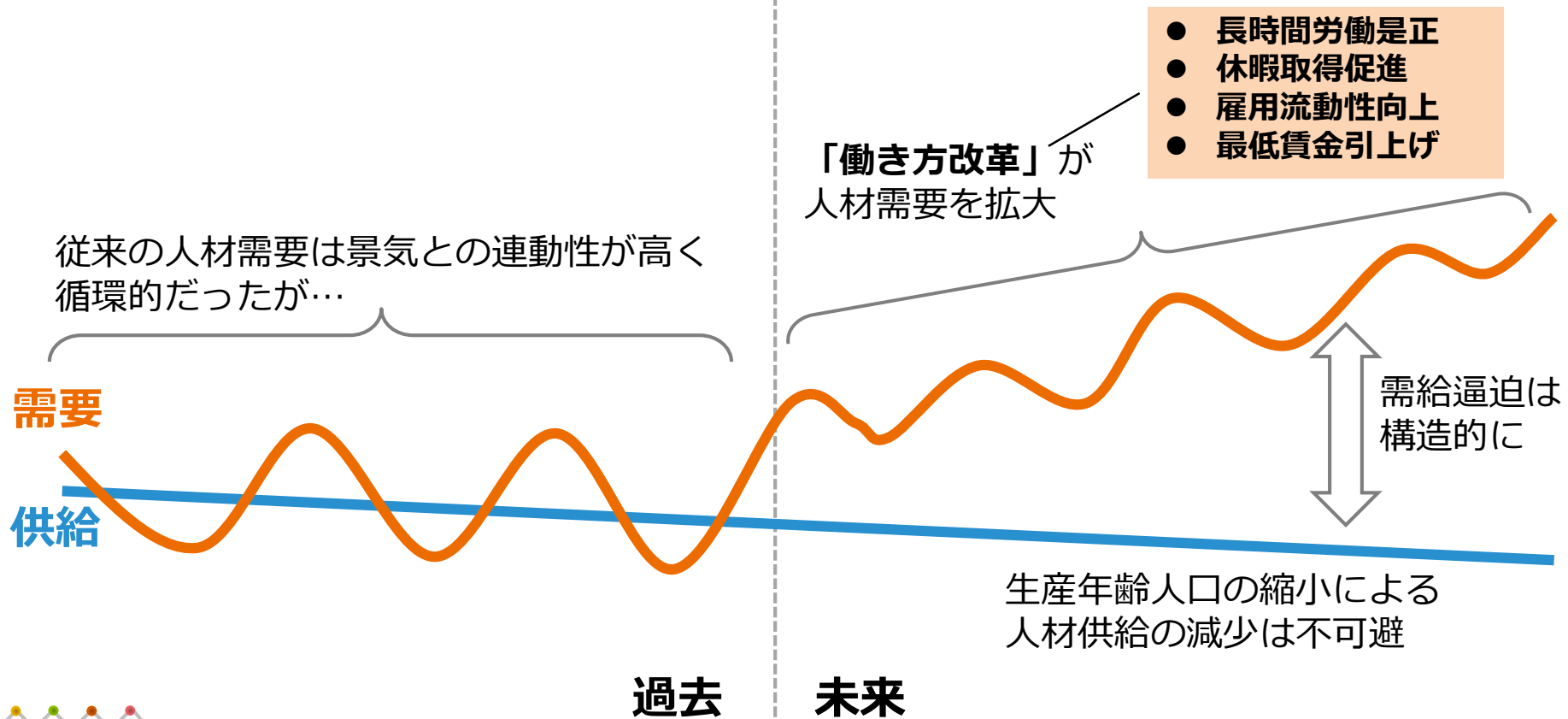
注: ◎: 大幅増加 ○: 増加 △: 現状維持(微増、微減) ×: 大幅減少。いずれも前年同期に対する比較数値。

# 1. 四半期決算概要と外部環境 人材市場の構造変化



- 「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



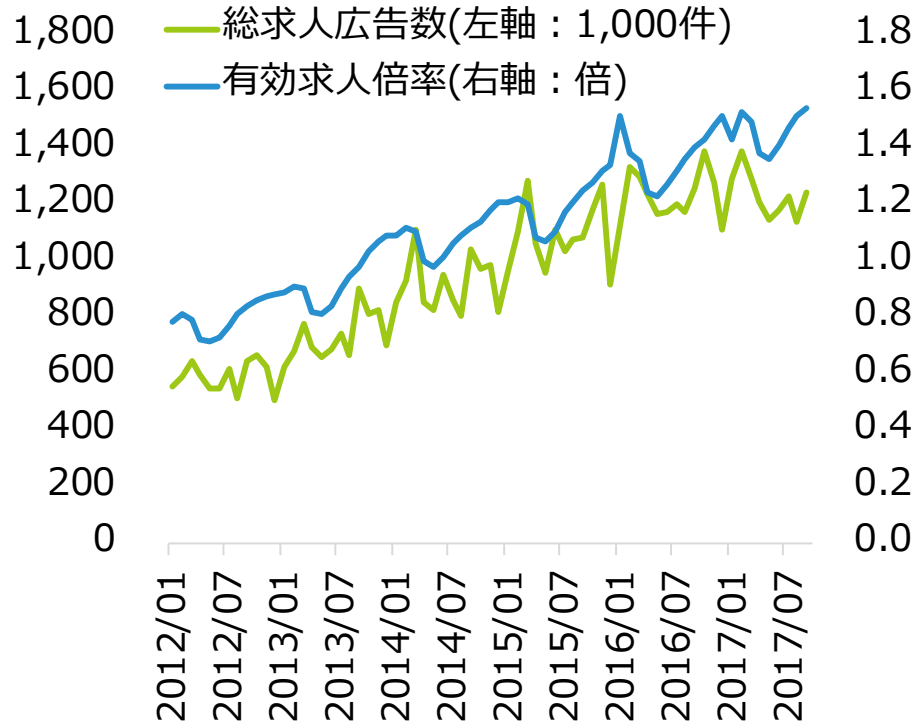


# 1. 四半期決算概要と外部環境 人材市場の直近動向

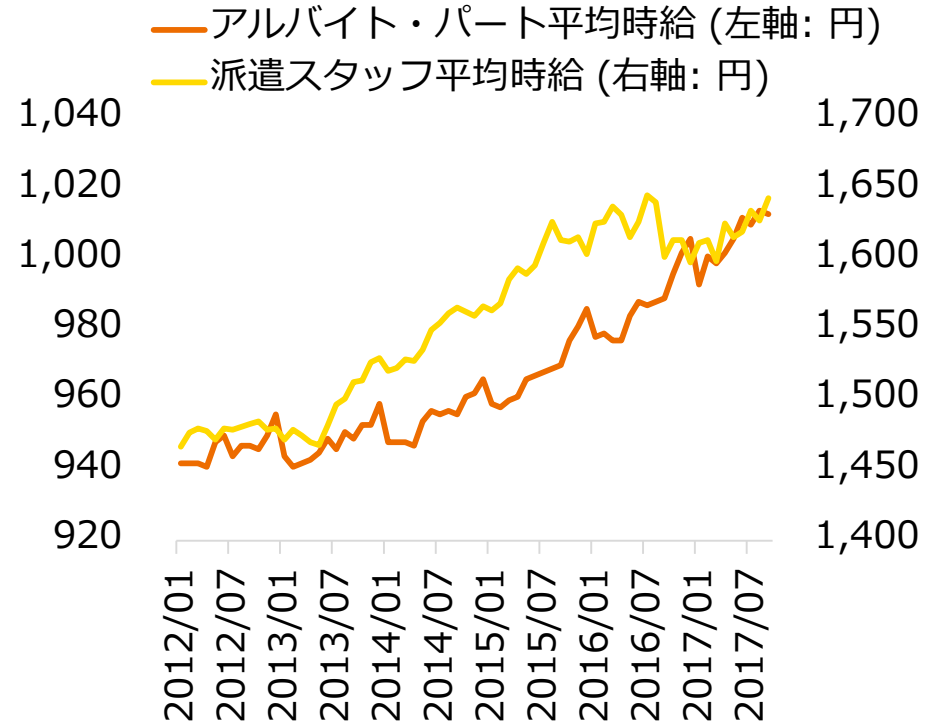


- 総求人広告数は4月以降前年比横ばいで推移する一方、有効求人倍率は過去最高水準を継続し、アルバイト時給や派遣単価も上昇を続ける等、労務需給の逼迫に解消の兆しは見られない。
- 深刻な人手不足の中で効果的に採用を進めるため、**成果報酬型サービスや廉価なサービスへの求人企業による出稿ニーズが高まっている可能性。**

### 総求人広告数と有効求人倍率



### アルバイト時給と派遣単価(三大都市圏)



出所: 厚生労働省、全国求人情報協会、リクルートジョブズ



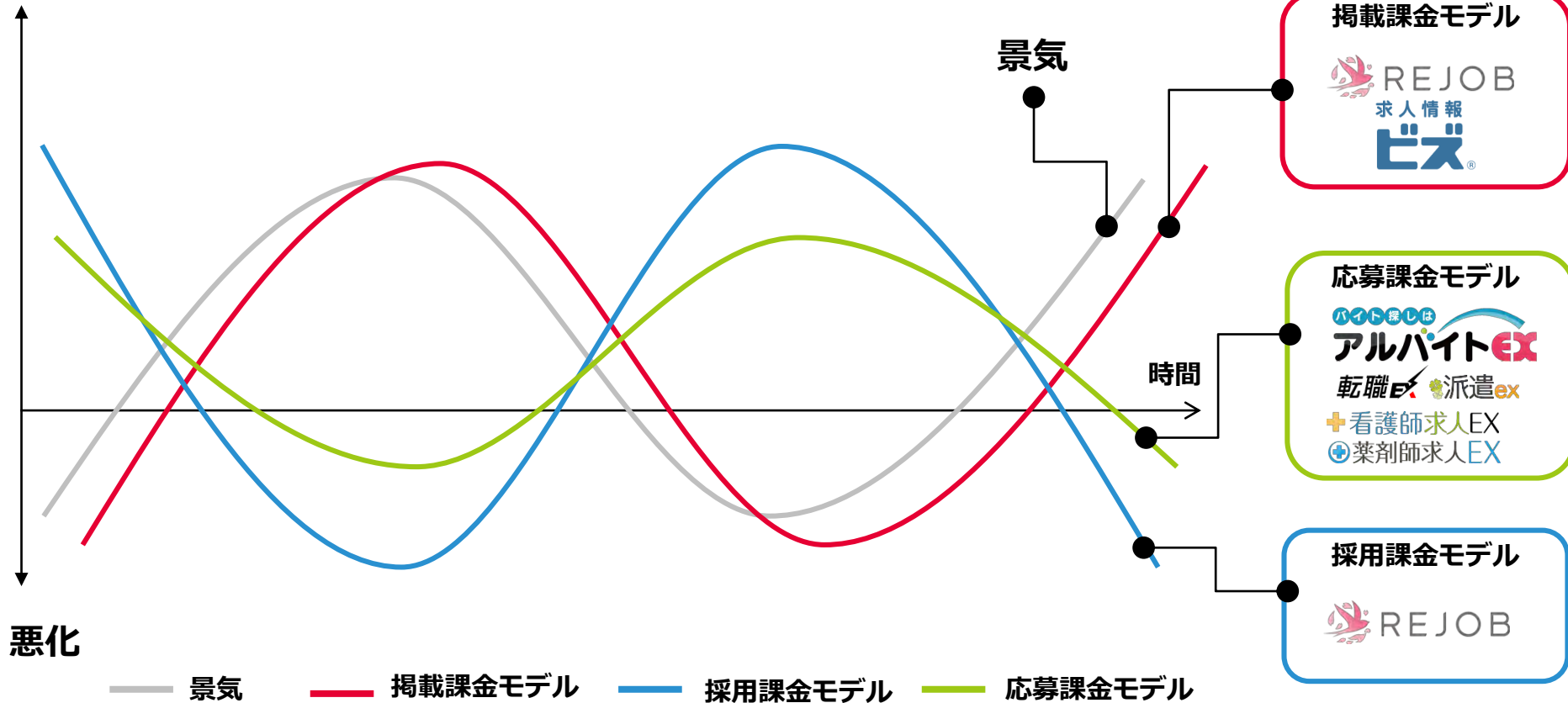
## 1. 四半期決算概要と外部環境

## 人材市場の変動に柔軟に対応できる収益構造



- 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



悪化





# 1. 四半期決算概要と外部環境

## 四半期費用推移

- 1Qに引き続き広告宣伝費や販売促進費の効率化を促進。
- 三光アドの連結化によるリアル媒体原価の発生により、その他売上原価が前年比で増加。
- IFRSへの移行に伴い、のれん償却費は非計上に。

(百万円)	FY2017/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q
会計基準	日本基準			
金額				
人件関連費(制作)	106	99	112	124
その他売上原価	34	37	43	311
人件関連費(非制作)	210	224	247	306
広告宣伝費+販売促進費	519	539	510	654
のれん+顧客資産償却費	51	52	53	122
その他販管費+その他収益・費用	198	178	223	329
対売上高・売上収益比率				
人件関連費(制作)	6.6%	5.9%	6.4%	4.9%
その他売上原価	2.1%	2.2%	2.5%	12.2%
人件関連費(非制作)	13.1%	13.4%	14.2%	12.0%
広告宣伝費+販売促進費	32.4%	32.3%	29.3%	25.7%
のれん+顧客資産償却費	3.2%	3.1%	3.0%	4.8%
その他販管費+その他収益・費用	12.3%	10.6%	12.8%	12.9%

FY2017/3	2Q	FY2018/3	
		1Q	2Q
IFRS			
107	99	116	122
48	53	311	277
217	228	315	312
519	539	597	637
5	6	22	22
172	166	294	230
6.7%	6.0%	4.6%	5.0%
3.0%	3.2%	12.4%	11.4%
13.6%	13.7%	12.6%	12.8%
32.6%	32.4%	23.9%	26.2%
0.3%	0.4%	0.9%	0.9%
10.8%	10.0%	11.8%	9.4%

注：人件関連費には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。





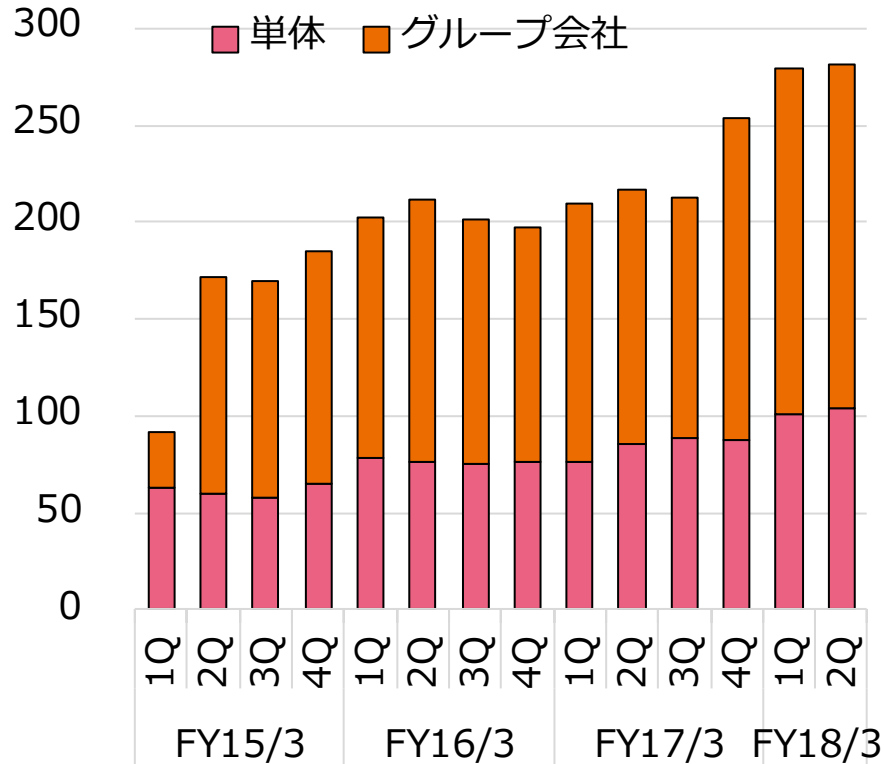
# 1. 四半期決算概要と外部環境

## 四半期末従業員数推移

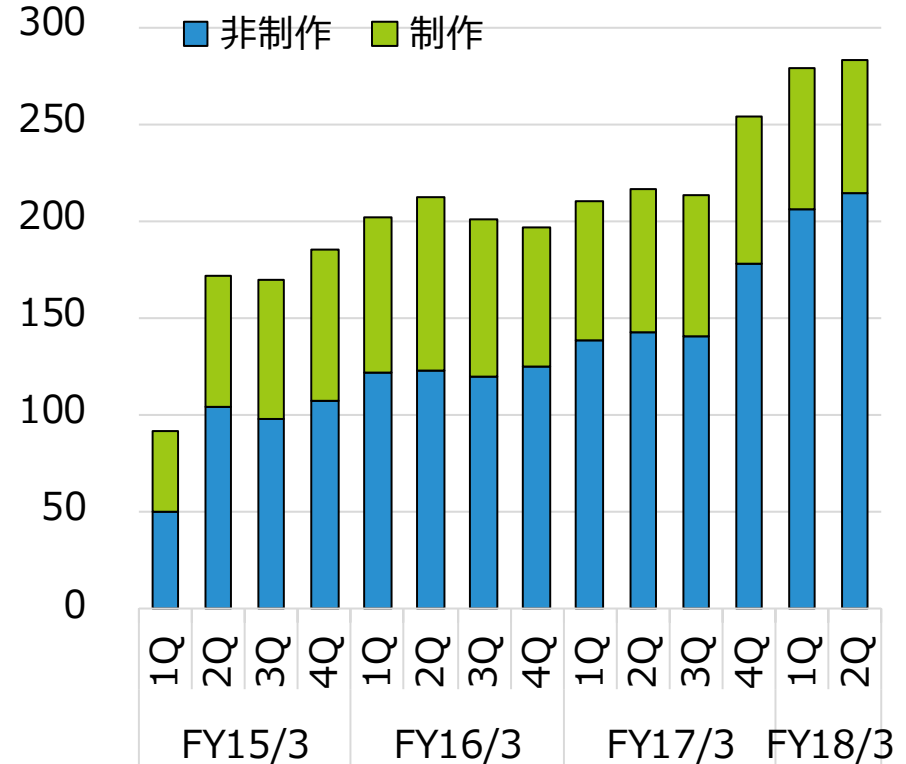


- 従業員数はQoQで緩やかに増加。
- 事業部長やグループ会社経営陣といったミドル層の育成、採用を強化。

### 単体/グループ会社別従業員数 (人)



### 職種別従業員数 (人)





## 2.財務・投資戦略の進捗







- 2017年8月7日公表の定期入替により、8月31日より「JPX日経中小型株指数」に組み入れ。
- 「JPX日経中小型株指数」は「JPX日経インデックス400」と同様に、資本の効率的活用や投資者を意識した経営を行っている企業を「投資者にとって投資魅力の高い会社」として選定。



# JPX-NIKKEI Mid Small

## 主な選定基準

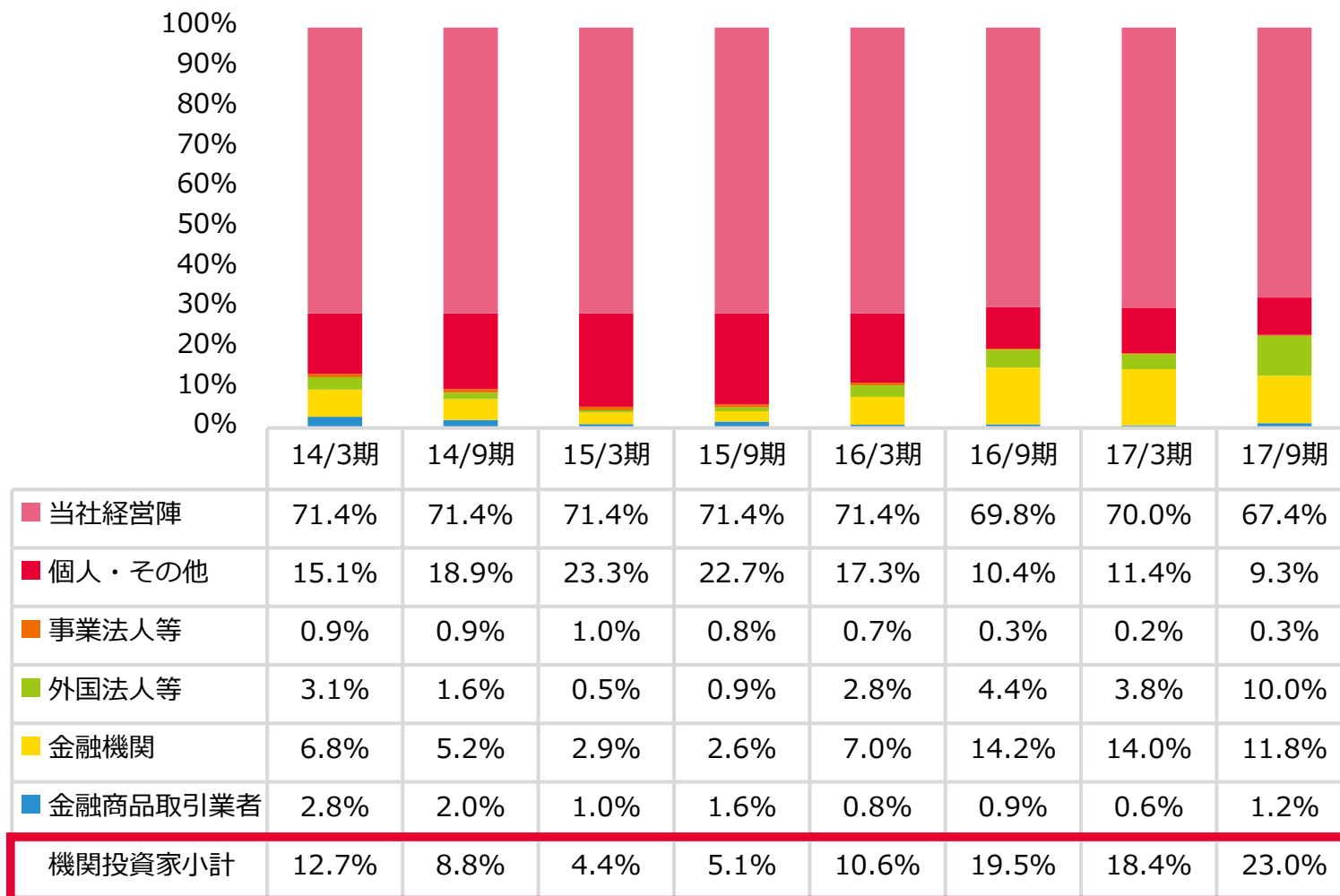
- ✓ 基準日における時価総額順位が上位20%以内となる大型銘柄を除外
- ✓ 基準日から起算して直近1年間の売買代金合計額が150億円以下の銘柄及び基準日における時価総額が100億円以下の銘柄を除外
- ✓ 3年平均ROE：70%、3年累積営業利益：30%、の比率で合算して順位スコアを算出
- ✓ 下記の定性3項目を勘案してスコア加点
  - ・ 独立した社外取締役の選任（2人以上）
  - ・ IFRS採用または採用の決定を公表
  - ・ 決算情報英文資料のTDnet（英文資料配信サービス）を通じた開示

出所：東京証券取引所





- 海外IRの強化によって外国法人等持分が増加し、**機関投資家比率は上場来最高水準に。**
- 当社経営陣の持分低下は、第5回新株予約権の行使による発行済株式総数の増加に起因。





- 2018年1月1日を効力発生日とする1:2の株式分割を発表。
- 2018年3月期に入ってから当社株価は公募価格の倍である1,200円を超えて安定推移。  
上場当初に設定した1単元当たり購入代金近傍への引き下げにより、**流動性向上を企図**。

じげん：株価推移(円)





- 親会社所有者帰属持分比率(日本基準の自己資本比率)は60%、のれん対資本倍率は0.5倍と、財務目標の範囲内の健全水準。

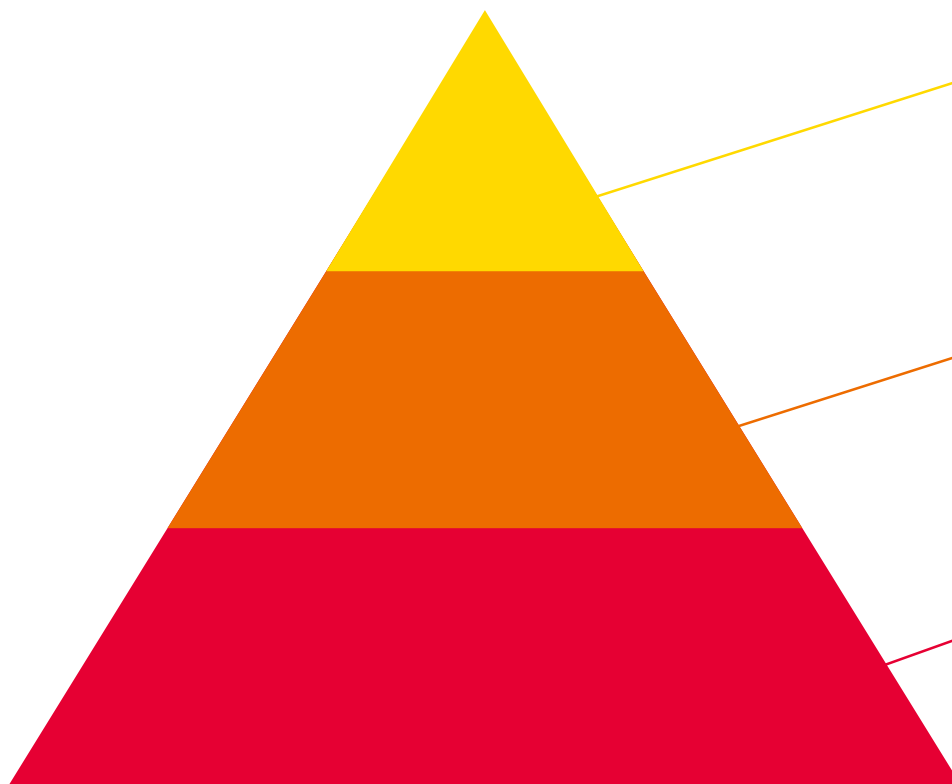
(百万円)	FY2017/3 4Q
会計基準	日本基準
現預金+金銭信託	5,873
流動資産	7,564
有形固定資産	158
のれん	5,012
固定資産	6,108
総資産	13,687
短期有利子負債	1,805
流動負債	4,057
長期有利子負債	3,171
固定負債	3,348
負債	7,406
純資産	6,281
負債・純資産合計	13,687
自己資本比率	45.9%
有利子負債	4,975

(百万円)	FY2017/3 4Q	FY2018/3 1Q	2Q
会計基準	IFRS		
現金・現金同等物	5,873	5,666	6,058
流動資産	7,455	6,972	7,415
金銭信託	15	2,609	2,609
のれん	5,426	5,426	5,460
無形資産	726	740	893
非流動資産	6,661	9,234	9,456
資産合計	14,116	16,206	16,872
短期有利子負債	1,805	1,680	1,680
流動負債	4,191	3,625	4,262
長期有利子負債	3,171	2,751	2,331
非流動負債	3,330	2,874	2,441
負債	7,521	6,499	6,703
資本	6,596	9,707	10,169
負債・資本合計	14,116	16,206	16,872
親会社所有者帰属持分比率	46.7%	59.9%	60.3%
有利子負債	4,976	4,431	4,011





- 上場以来2017年10月末までに、約510件のソーシングを実施し、9件、総額約70億円(取得価額)のM&A案件を厳選。
- 負債調達による財務レバレッジを考慮すれば最大で約100億円の投資余力を有するが、引き続き厳格な投資基準と投資プロセスを運用し、慎重に対象を選定する方針。



M&A実施 : 9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510件





# 3.事業戦略と今後の方向性





### 3.事業戦略と今後の方向性

## メディアプラットフォームとしての成長施策



- 広く深くデータベースを集積して培ったマッチングテクノロジーに加え、**送客力強化**、**顧客基盤拡大**、**領域拡張**といった成長戦略によってプラットフォームの価値拡大を目指す。

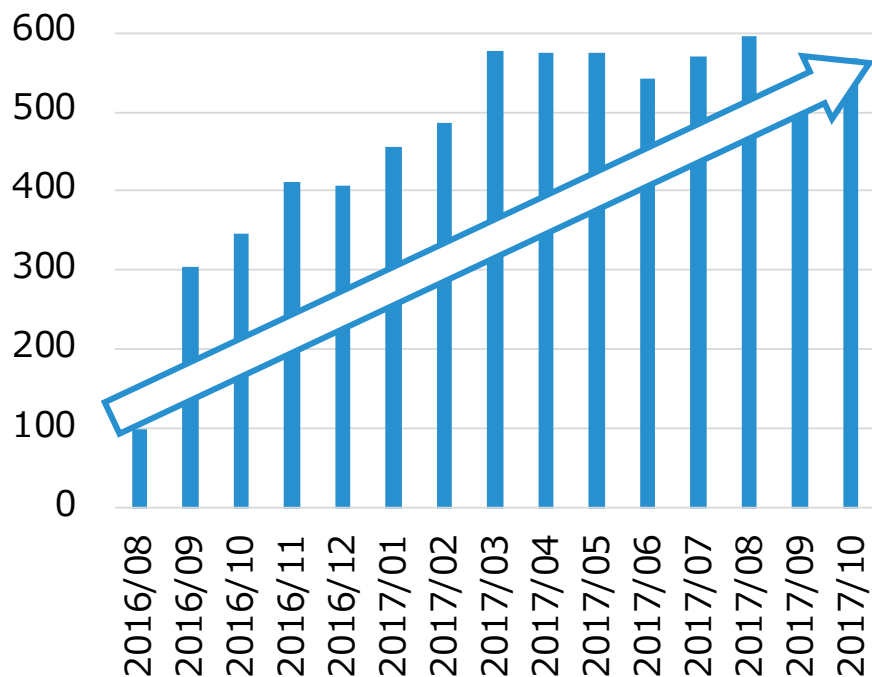






- リジョブではアプリ経由応募数が増加傾向にあり、接触頻度が高くない人材領域にありながら特化型メディアとしての特徴を活かし、**ユーザーの資産化が進展**。
- 9月27日にサービスを開始した「dジョブ」では「dジョブ スマホワーク」の提供により、ユーザーとの更なる接触頻度の向上を企図。

リジョブ: アプリ経由応募数



注: 2016年8月=100として指数化

dジョブ: スマホワーク



- ✓ライティングやアンケートへの回答といった、ネット完結型の仕事情報である「スマホワーク」を集約して掲載。
- ✓電車等の移動時間/家事・育児のスキマ時間を有効に活用することが可能。
- ✓報酬はdポイントまたは現金を選択可能。

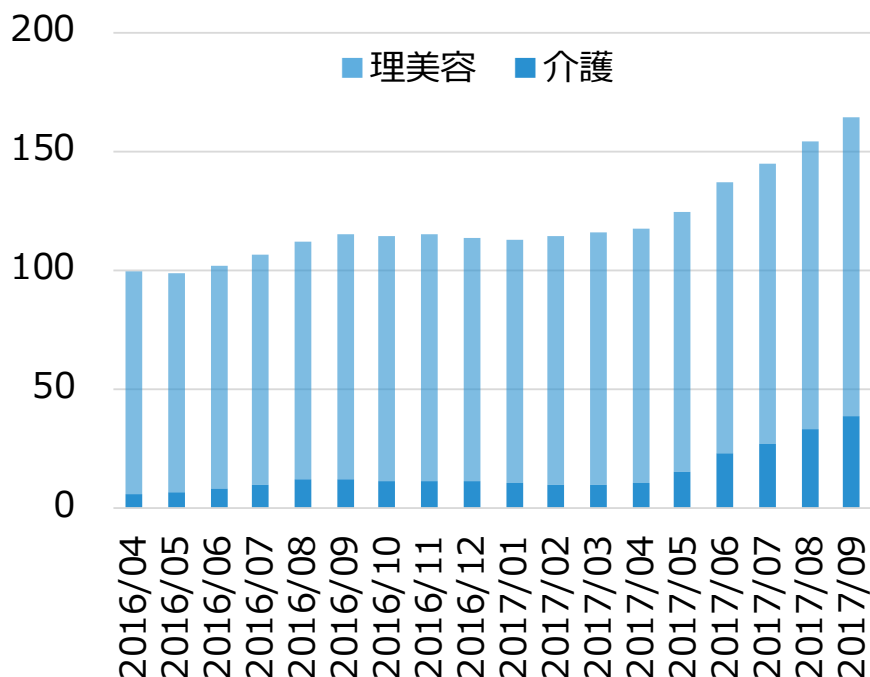
## 3.事業戦略と今後の方向性

## 人材：新分野の寄与もあり、顧客基盤は拡大傾向



- リジョブではじげんグループのマッチングテクノロジーを活かして着実に採用効果を提供し、費用対効果の高いサービスとして**顧客数が増加**。
- リジョブでは理美容業界だけではなく介護業界、三光アドではパート、アルバイト、派遣といった非正規社員だけではなく正社員へも注力を開始。新分野への展開が顧客基盤拡大に寄与。

リジョブ：月間掲載顧客数



三光アド：正社員版求人情報ビズ



- ✓ 正社員または正社員登用あり契約社員の求人情報のみに特化した新メディアを10月より展開。
- ✓ 大型枠、連続週掲載により求職者への訴求効果を高め、正社員求人企業特有のニーズに対応。
- ✓ 非正規社員を中心とする通常版求人情報ビズと同様に、じげんグループが運営するWEB媒体との連携も予定。

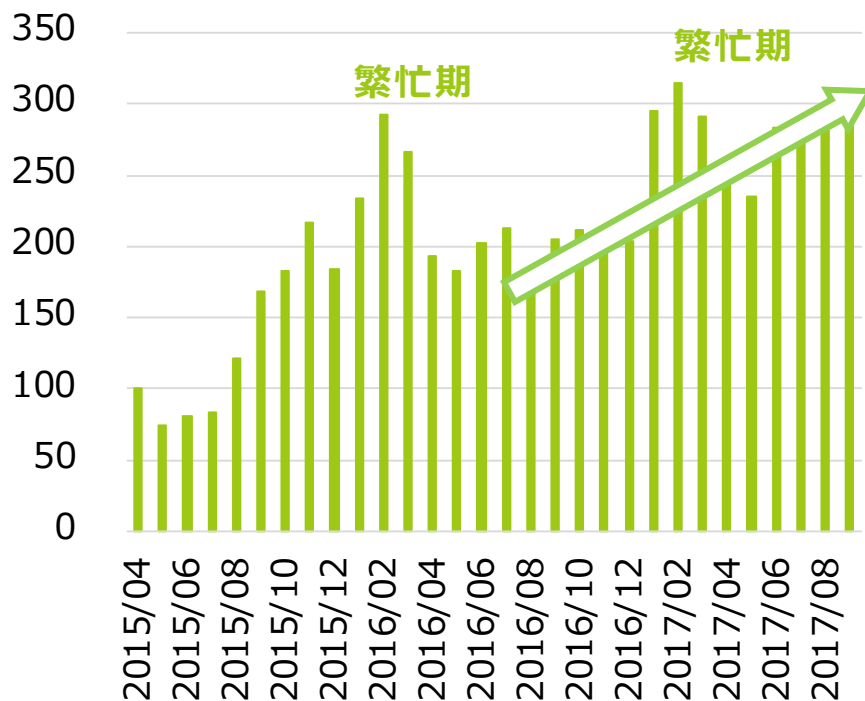
注：2016年4月=100として指数化

## 不動産：賃貸は増収率拡大、売買は立ち上がり順調



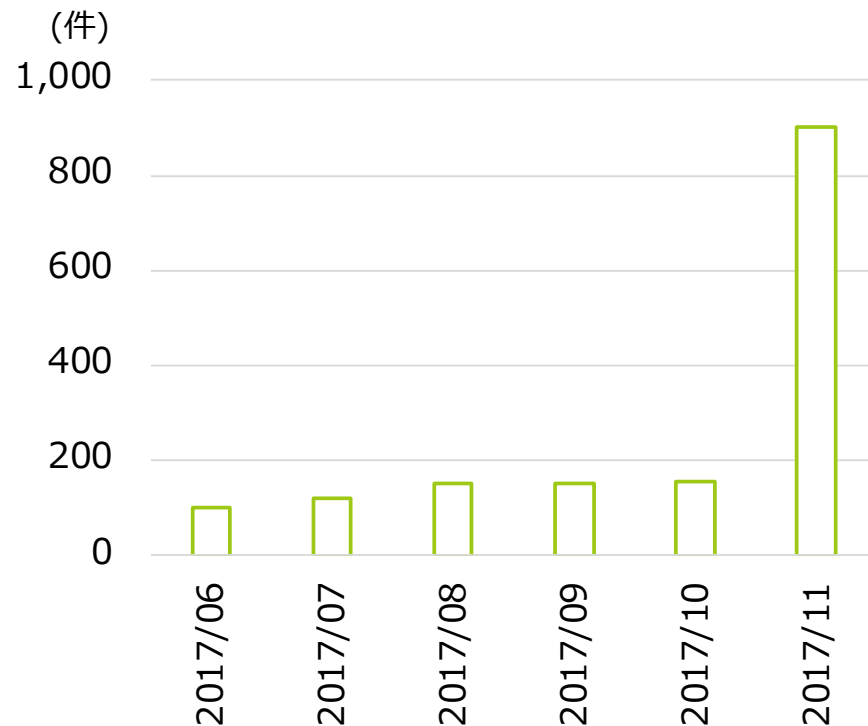
- 主力の「スモッカ」ではSUUMO、LIFULL HOME'Sの2大メディアとの連携が深化し、**前年比増収率は拡大傾向。**
- リノベーションに特化した中古マンション売買ポータルサイト「ミノリノ」では不動産企業との連携が拡大し、掲載案件数が順調に増加。

### 不動産賃貸分野：月次売上高・売上収益推移



注：2015年4月=100として指数化

### 不動産売買分野：掲載案件数推移



注：2017年11月は見込数値



- 2017年9月より、中古車輸出プラットフォーム「Car-Tana(カタナ)」に新機能を追加。
- 中古車販売会社、輸出代行会社、現地ディーラー、ファイナンスサービス提供会社と連携し、海外ユーザーが日本の中古車購入に際して自動車ローンを組成可能なプラットフォームを構築。

## 自動車分野：Car-Tanaのビジネスモデル



## 自動車分野：海外ユーザーの日本の中古車購入方法比較

	品質		価格		自動車ローン有無	
従来の中古車ECサイト	○	日本国内の中古車販売情報が閲覧可能	○	現地で買うよりリーズナブル	×	一括購入のみ対応
現地ディーラー	△	流通量が少なく時に品質に問題アリ	△	流通量が少なく品質に対して割高	○	分割払い対応
<b>Car-Tana</b>	○	最新の中古車販売情報が豊富に掲載	○	現地で買うよりリーズナブル	○	分割払い対応





- 2017年10月より、自動車分野にて株式会社リクルートマーケティングパートナーズの運営する中古車情報サイト「カーセンサー」と提携を開始。
- 経営資源を提携交渉から提携深化へとシフトさせ、3Q以降の売上収益積み増しを狙う。

## 自動車分野：カーセンサーと連携



どんなクルマと、どんな時間を。

カーセンサー





- 2018年3月期を含む修正中期経営計画を据え置き。
- 第2四半期の業績は期首計画に対して順調に進捗。

(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	7,557	10,500	13,200以上	16,600以上	9,043
前年比	50.2%	39.0%	25%以上	25%以上	--
EBITDA	2,710	3,460	4,290以上	5,340以上	2,630
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







- 2018年3月期を含む修正中期経営計画を据え置き。
- 第2四半期の業績は期首計画に対して順調に進捗。

(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	7,557	10,500	13,200以上	16,600以上	9,043
人材領域	5,438	7,700	9,650	12,100	6,662
不動産領域	1,460	1,900	2,400	3,000	1,540
生活領域	659	900	1,150	1,500	841
営業費用	5,281	7,280	9,150	11,500	6,219
人件費	1,429	2,100	2,660	3,360	1,931
広宣費+販促費	2,221	2,600	3,290	4,160	1,939
償却費	434	240	240	240	-194
その他	1,197	2,340	2,960	3,740	2,543
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





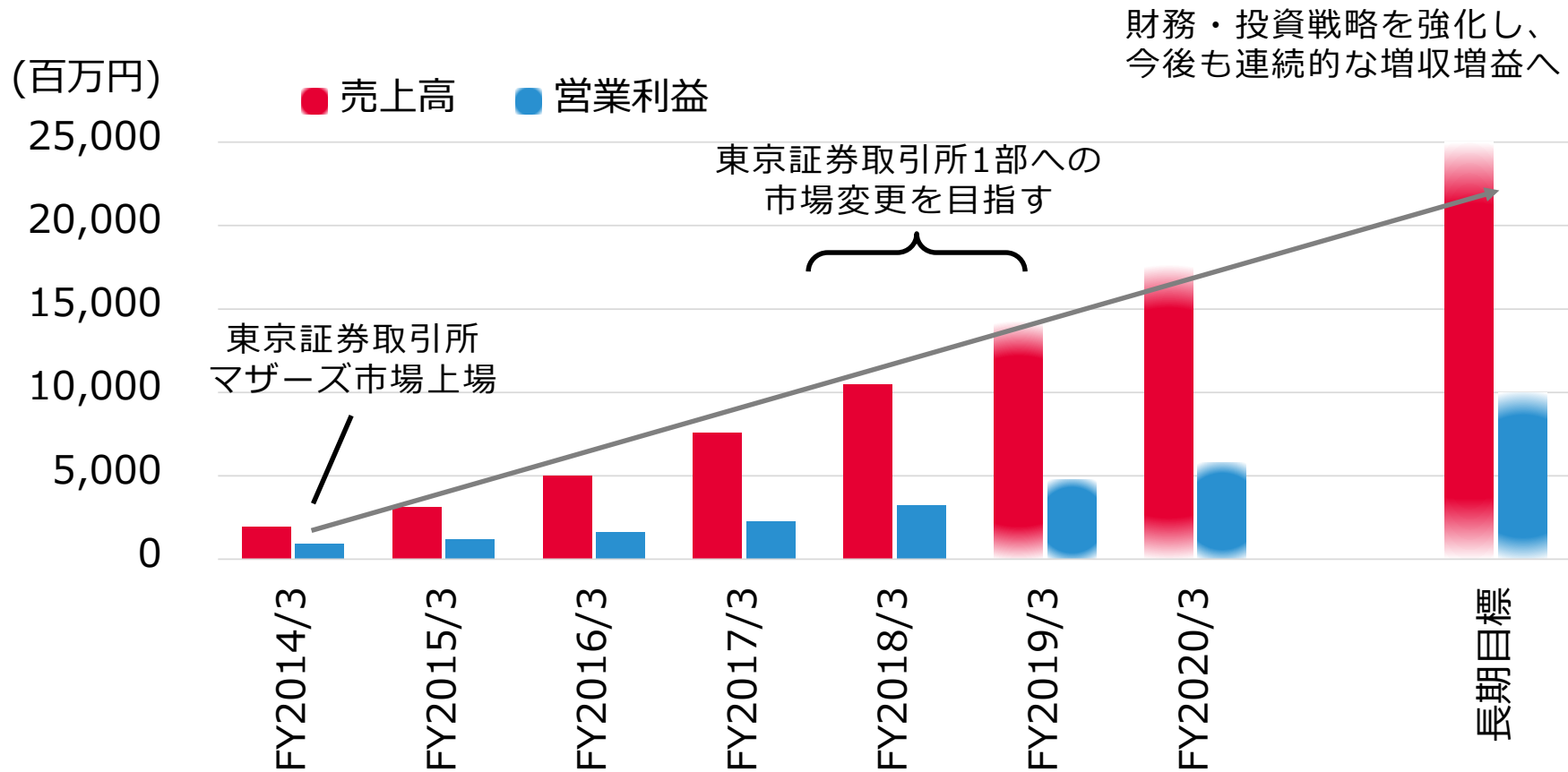


## 3.事業戦略と今後の方向性

## 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

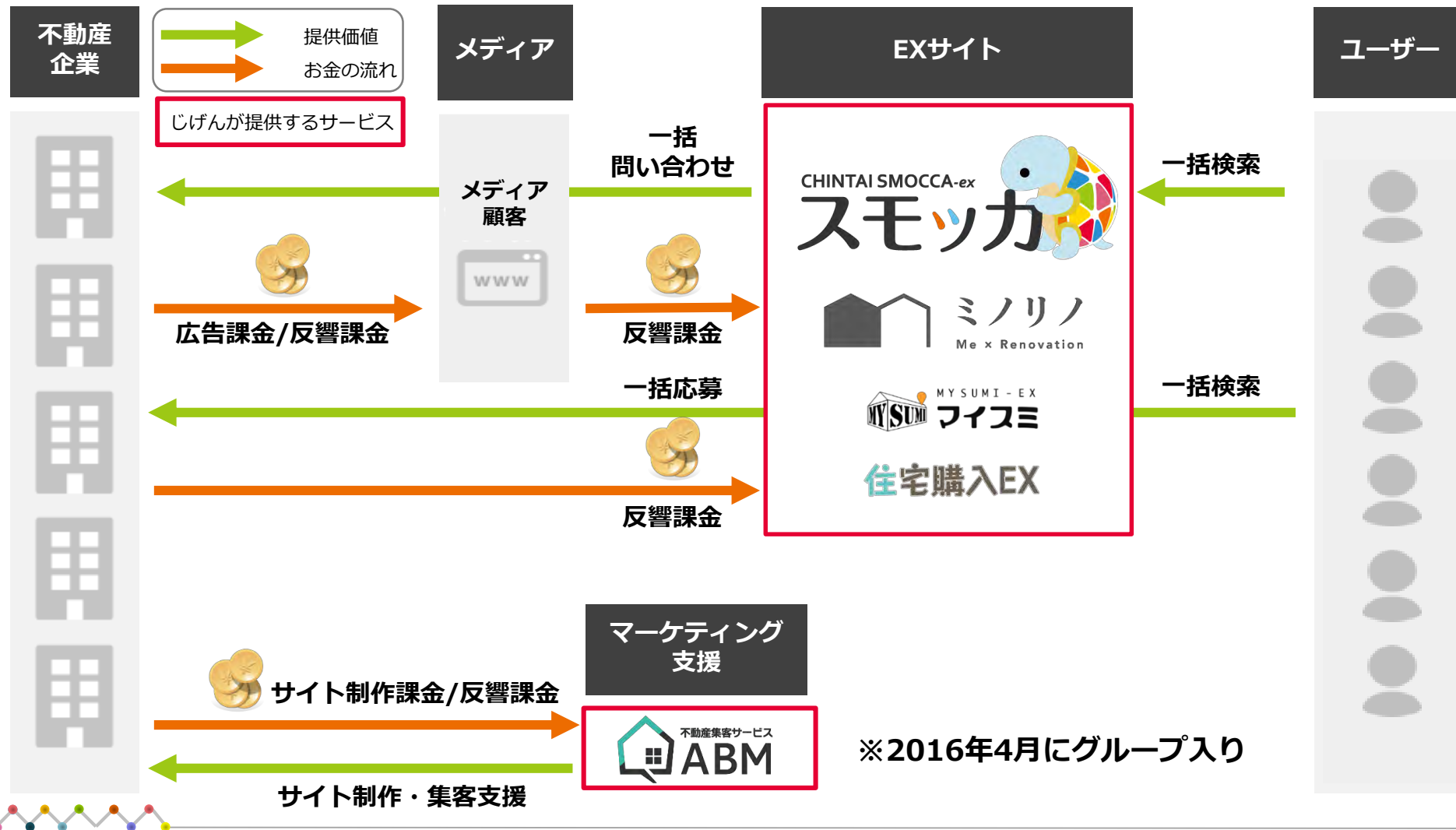


- 人材領域は、「EXサイト」、「特化型メディア」、「ブレイン・ラボ」で構成される。





## ■ 不動産領域は、「不動産関連EXサイト」、「ABM」で構成される。





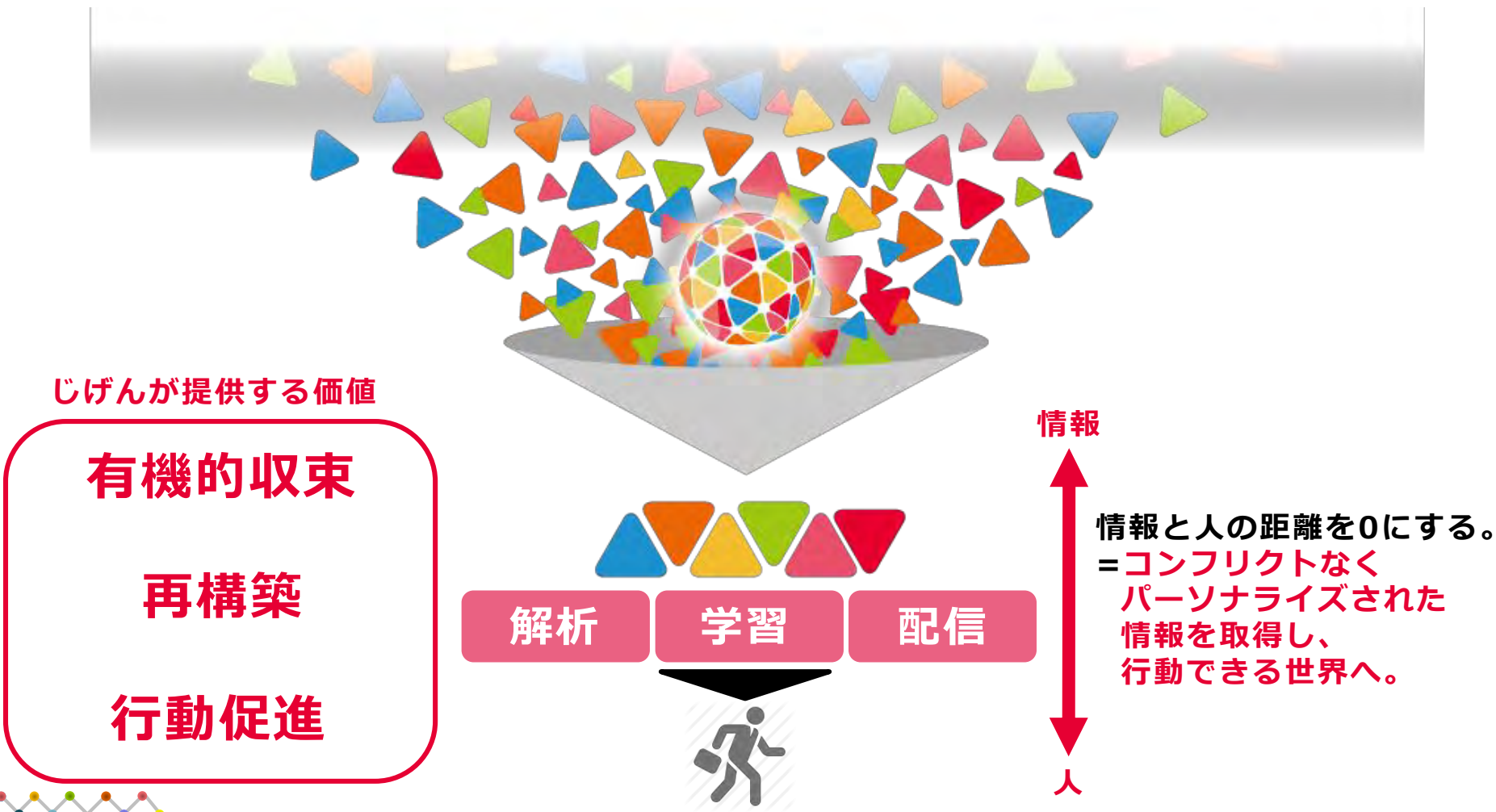
- 生活領域は、「自動車関連EXサイト」、「にじげん」、その他で構成される。



# 経営戦略: じげんが目指す方向性



- 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。

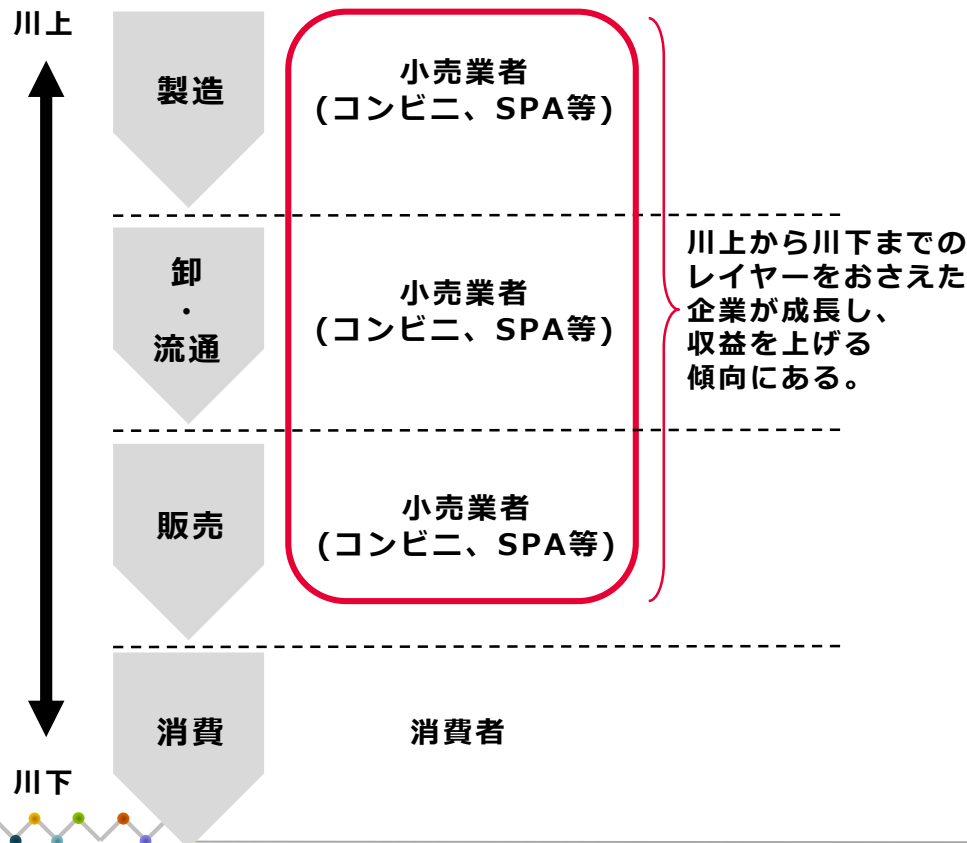


# 経営戦略: じげんが目指す方向性

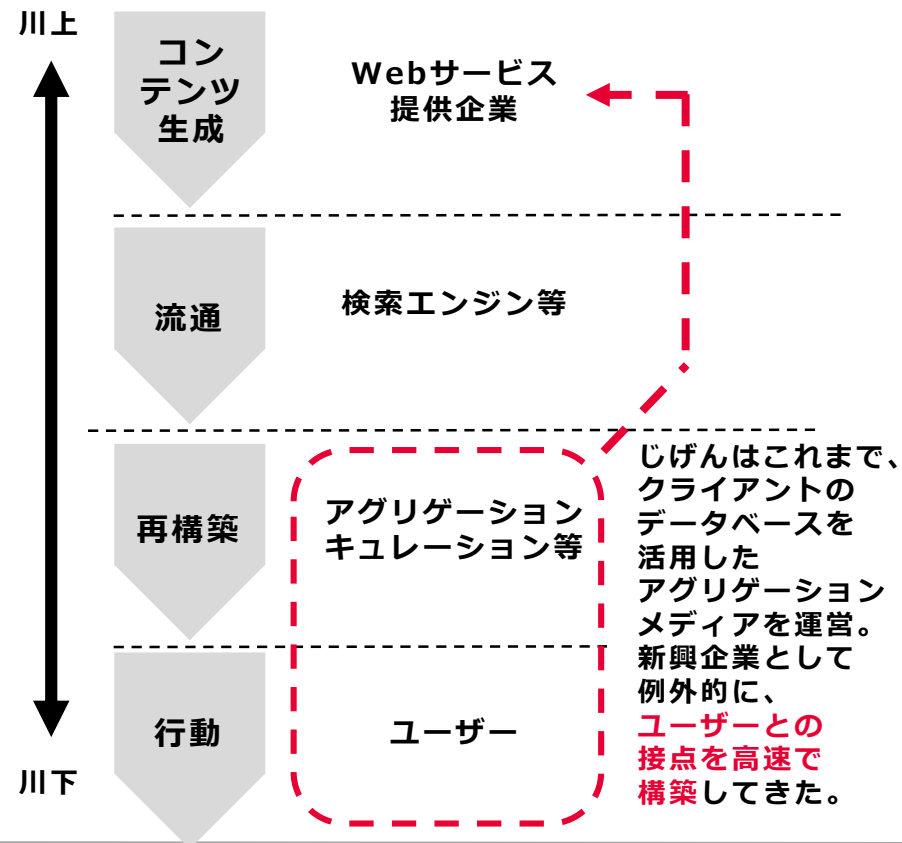


- 小売業界においては、消費者と直接接点を持ち大資本のコンビニやSPAが製造レイヤーから販売レイヤーまでを一気通貫で担うことで業績を伸ばしている。
- 一方、情報産業においては、**ユーザーとの接点が多い再構築レイヤー**からコンテンツ生成に進出できている企業は少なく、**拡張可能性が大きい**。

### 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



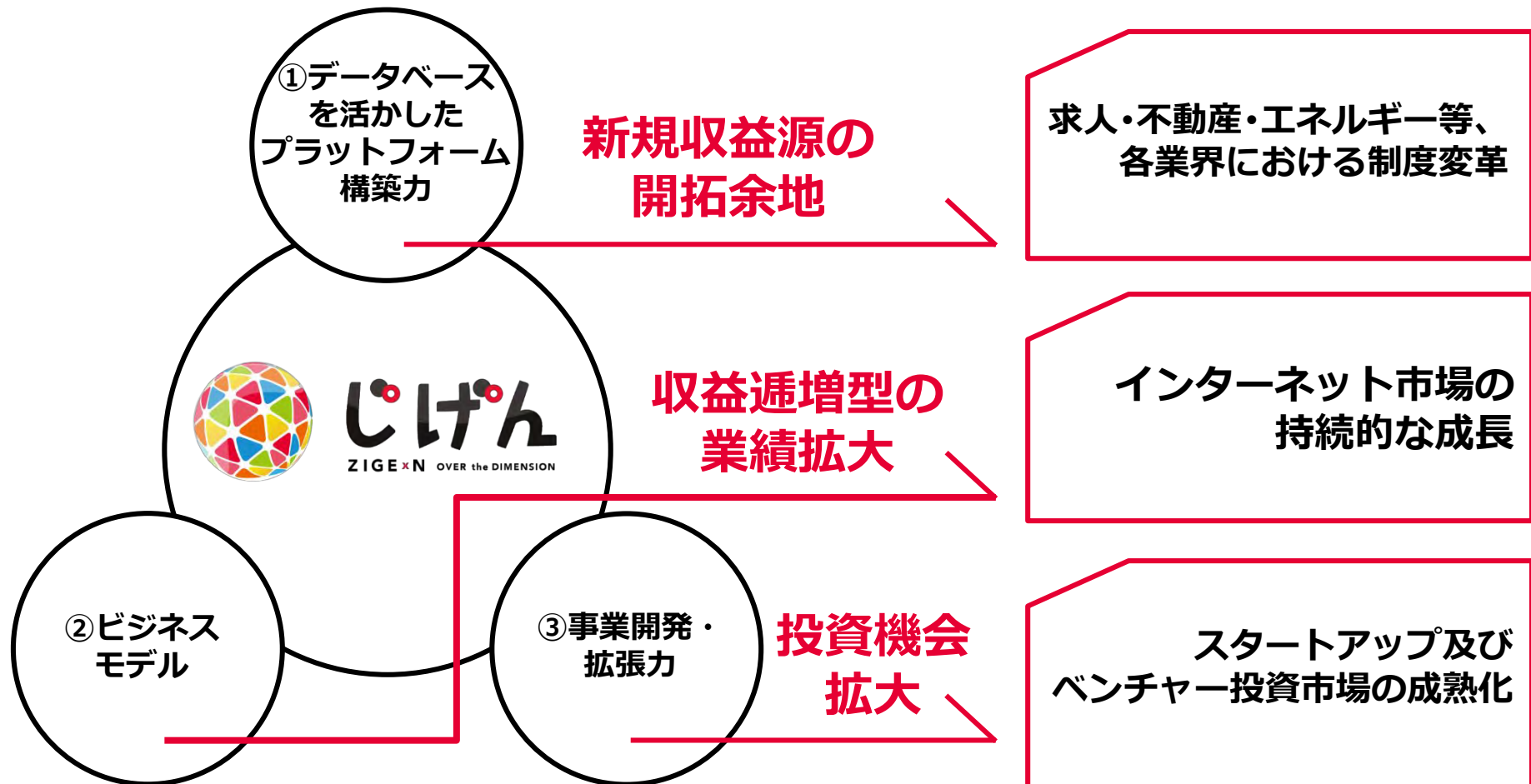


## 4. 参考資料

## 事業戦略：じげんの強みと市場機会

## じげんの3つの強み

## 市場機会







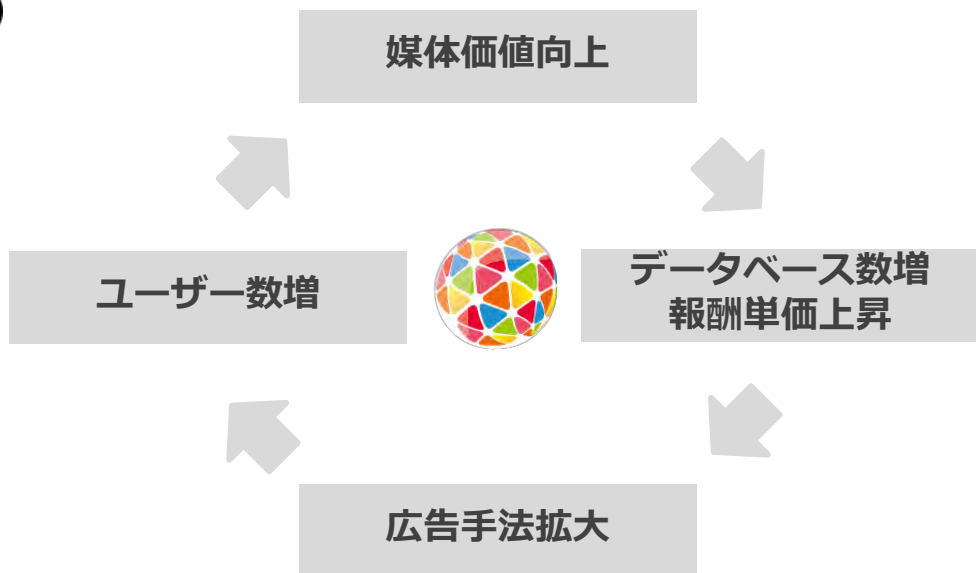
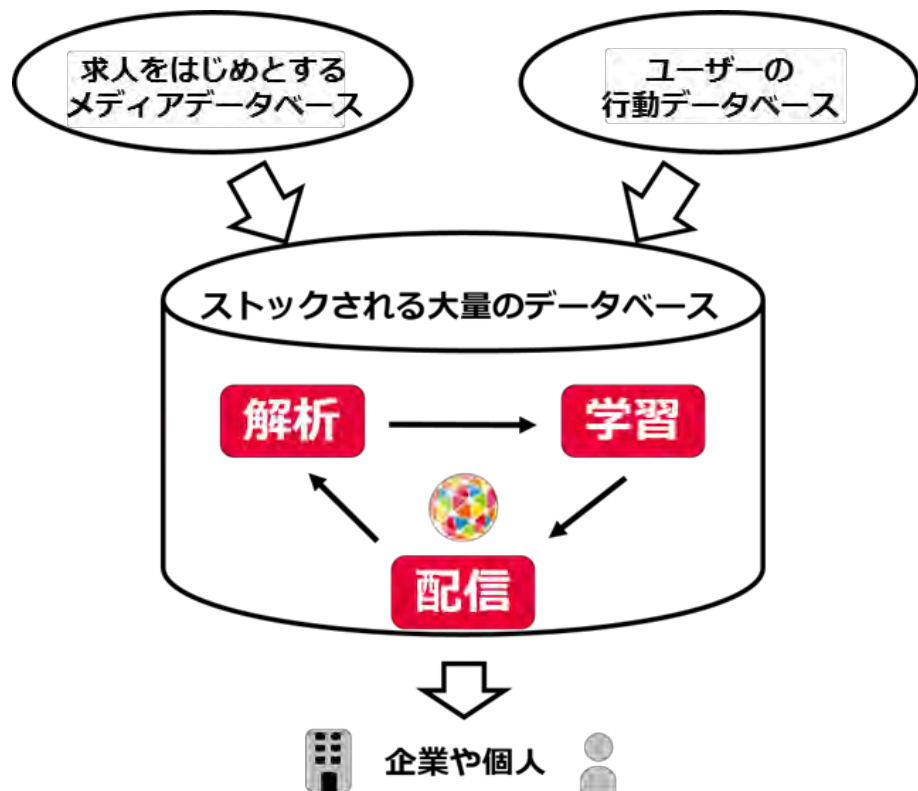
## 4. 参考資料

## 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





- 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マーを目指しているが、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収益

## 不動産広告市場と不動産領域売上収益

求人広告市場  
約 1.2兆円

不動産広告市場  
約 1.1兆円

17/3期  
人材売上収益  
54.1億円

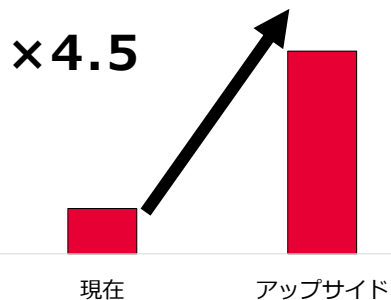
17/3期  
不動産売上収益  
14.5億円

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

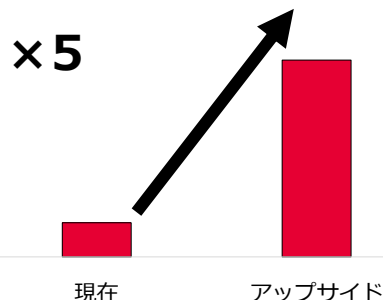


■ KPIのそれぞれが、業界の大手プレイヤーと比べて大幅な成長余地を有している。

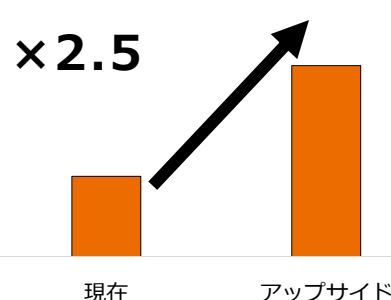
UU/月  
(アルバイトEX)



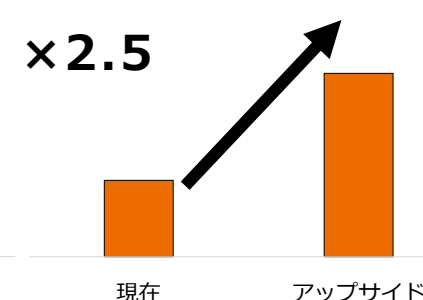
UU/月  
(スモッカ)



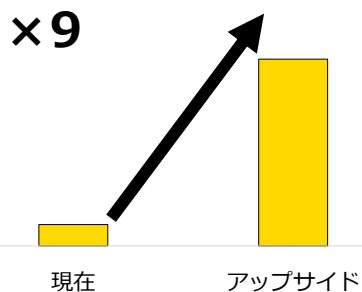
CVR  
(アルバイトEX)



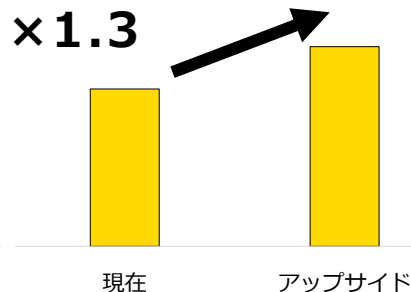
CVR  
(スモッカ)



単価  
(アルバイトEX)



単価  
(スモッカ)



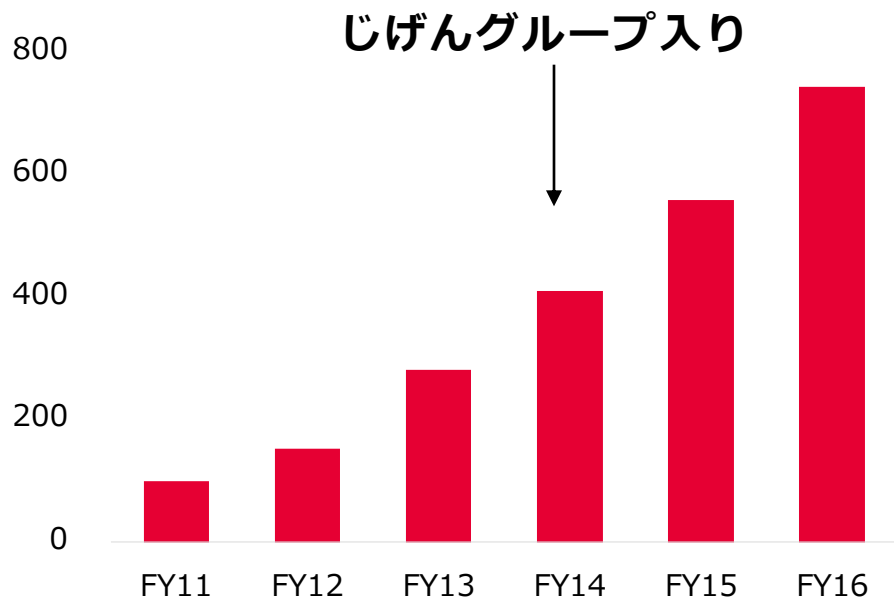
注: アップサイドは当社にて推測した大手求人メディア・大手不動産メディアの数値が基準



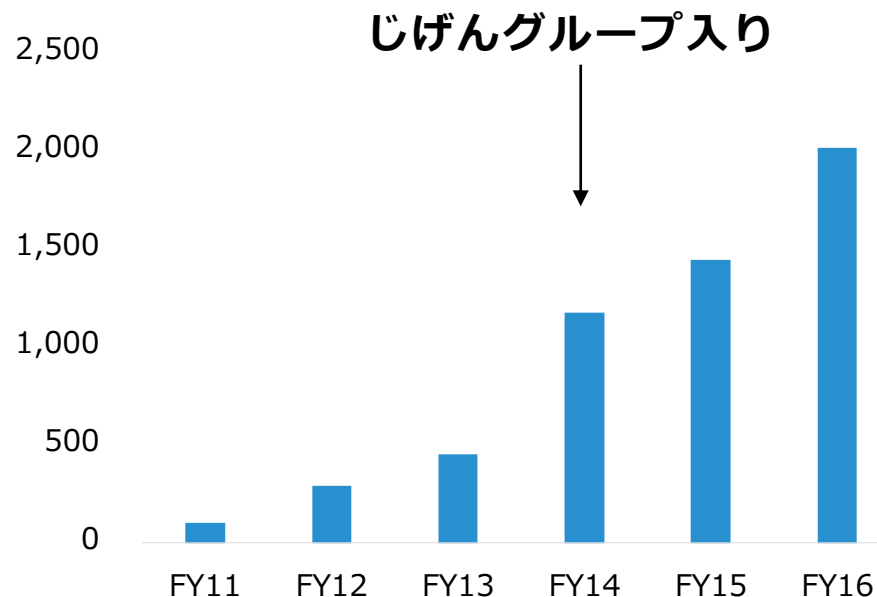


- 社内の経営人材、経営ノウハウを活用し、グループ会社のPMIを実施。
- 2015年3月期取得3社の営業利益は、買収前の2013年度と比較して直近で約4.5倍に増加。

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、いずれも日本基準  
 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



# 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。**

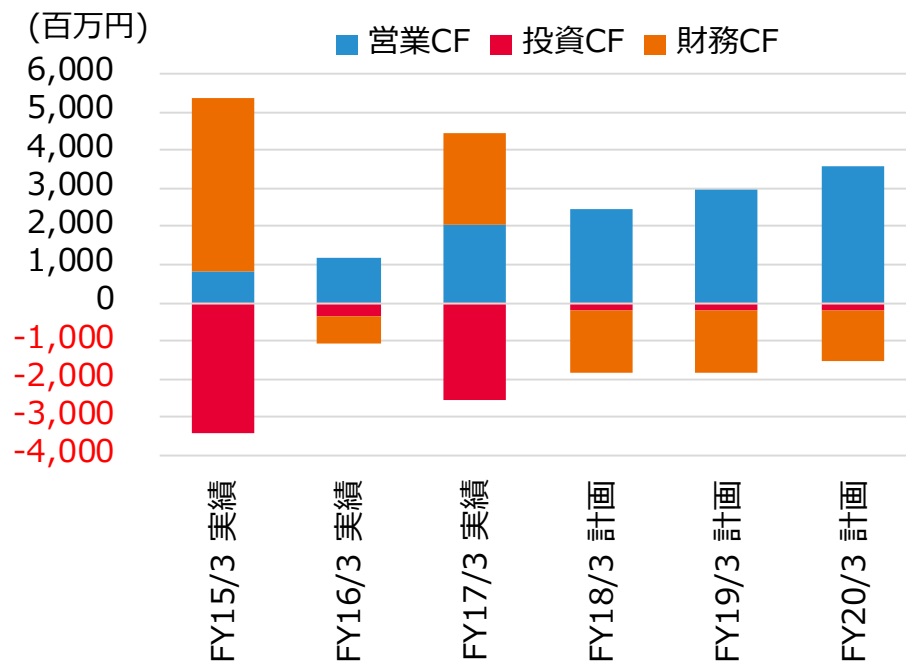
## 財務目標

**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。

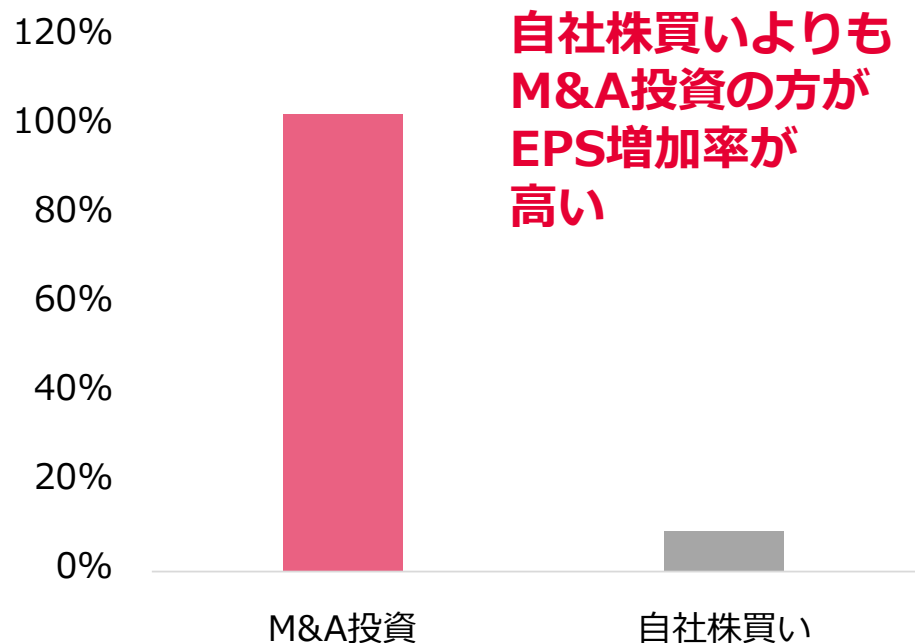




## 財務戦略：株主価値について

- 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&amp;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、リジョブ、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円的前提。



# 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証券に割当		
手取概算額	10,235百万円		
調達予定金額	1,322百万円	2,594百万円	6,320百万円
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。





- 2017年5月31日、第5回新株予約権の行使が全て完了。
- 第5回新株予約権の行使完了により、約26億円の資金を調達。

	第4回	第5回	第6回	合計
調達済金額	1,322百万円	2,594百万円	0百万円	3,915百万円
新株予約権による発行株数 (株)	1,200,000	1,850,000	1,850,000	4,900,000
交付株数 (株)	1,200,000	1,850,000	0	3,050,000
未交付株数 (株)	0	0	1,850,000	1,850,000
交付株数÷発行株数	100.0%	100.0%	0.0%	62.2%
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	--
平均行使価額	1,101円	1,402円	--	--

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。





## 4.参考資料

## 組織戦略：経営チームプロフィール

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	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	--	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	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 経営管理部	シティグループ証券ディレクターを経て、 2016年当社入社
天野孝則	ブレイン・ラボ代表取締役社長	--	リクルートグループを経て、2016年当社入社

注：じげん取締役、執行役員、CxO、及び主要なグループ会社の代表取締役を記載。





## 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**：2,523百万円（連結）

**従業員数**：283名（連結、契約社員以外の非正規除く）

<b>役員構成</b> ：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
常勤社外監査役	尾上 正二
社外監査役	宮崎 隆
社外監査役	和田 健吾

## 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 7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。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)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、  
ドリコムとリクルートグループの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
- 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 ドリコムとリクルートグループのJV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

