



じげん

ZIGE N OVER the DIMENSION

2019年3月期 第2四半期決算説明会
2018年11月14日



1. 四半期決算概要

2. 事業戦略と今後の方向性

3. 参考資料





1. 四半期決算概要

2018年7月～2018年9月





1. 四半期決算概要

四半期業績



- 2Qは前年比**売上収益+24%**、**営業利益+14%**を達成(IFRS)。2Q、3Qは例年閑散期だが、不動産領域や生活領域が牽引して**前四半期比でも増収**を確保。
- 留保金課税解消の影響により、**四半期利益は前年比+37%**と大幅増。

(百万円)	FY2018/3				FY2019/3	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
会計基準	IFRS					
売上収益	2,502	2,435	2,477	2,853	3,010	3,013
前年比	57.1%	46.5%	42.4%	12.3%	20.3%	23.8%
人材領域	1,868	1,762	1,828	1,930	2,111	2,024
不動産領域	417	459	455	565	474	528
生活領域	217	214	193	358	425	461
営業利益	847	835	811	830	975	952
前年比	61.5%	46.3%	35.0%	5.4%	15.1%	14.0%
税引前四半期利益	844	822	809	842	973	950
四半期利益	499	463	484	723	674	632

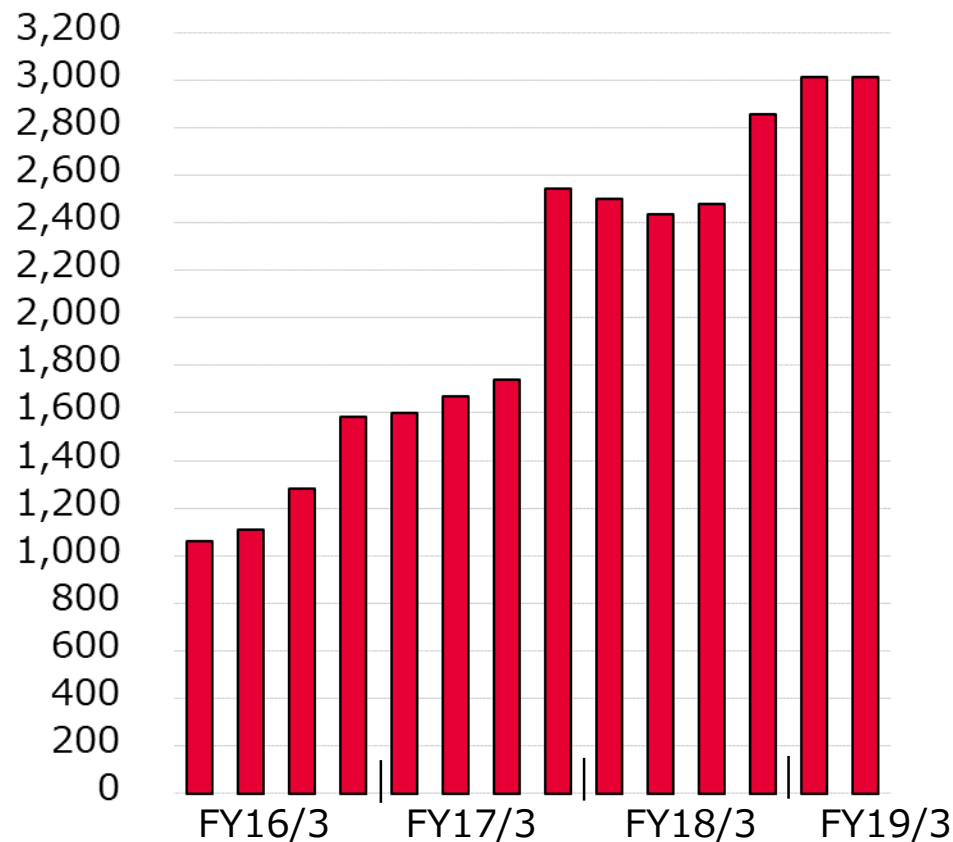
APWの
新規連結影響
あり

注: 2019年3月期より引越しメディアを生活領域から不動産領域に移行。

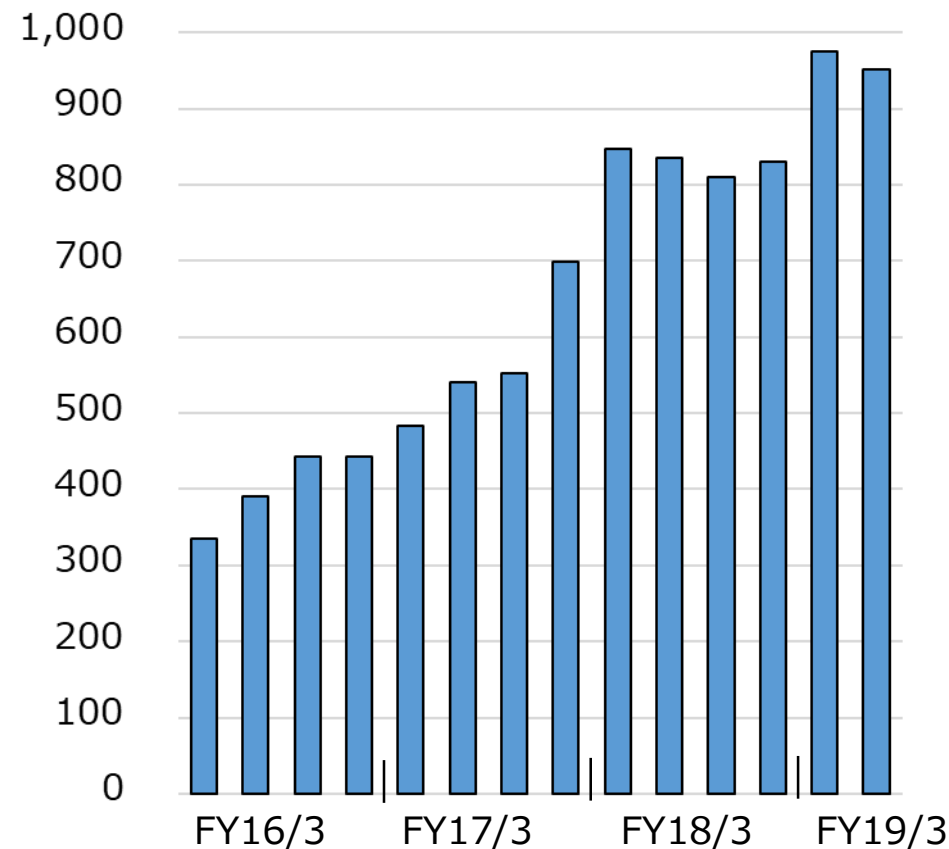


- **2Qとして過去最高の売上収益と営業利益を更新。**
- **上場来19四半期連続の前年比増収増益を達成。**

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。





1. 四半期決算概要

インターネットメディア事業のKPIについて

- 主力のインターネットメディア事業の売上をUU数、CVR、コンバージョンあたり単価に分解。
- 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



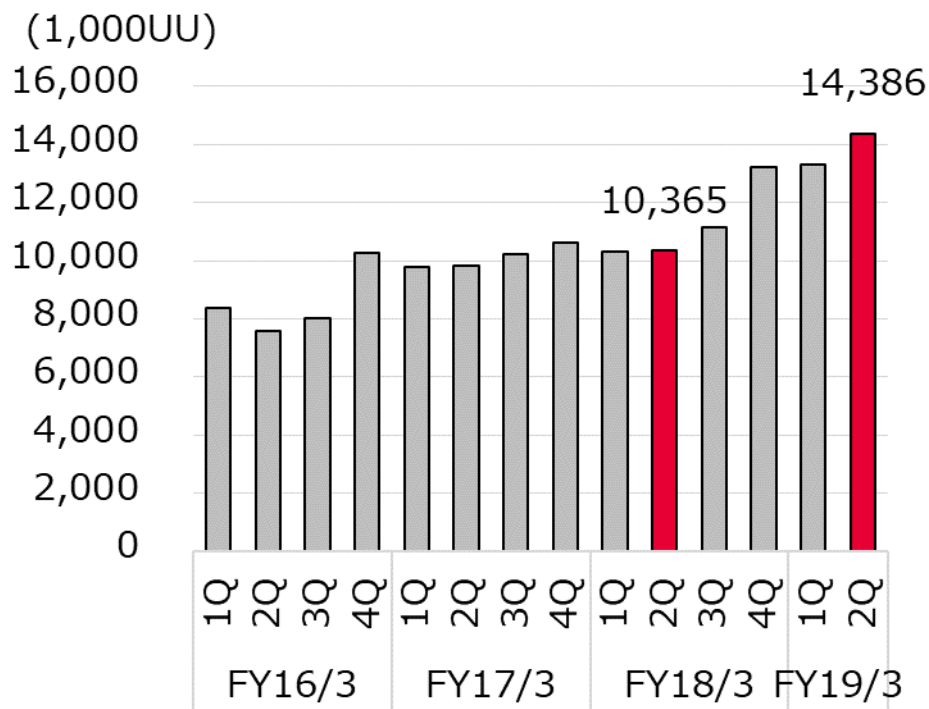


1. 四半期決算概要

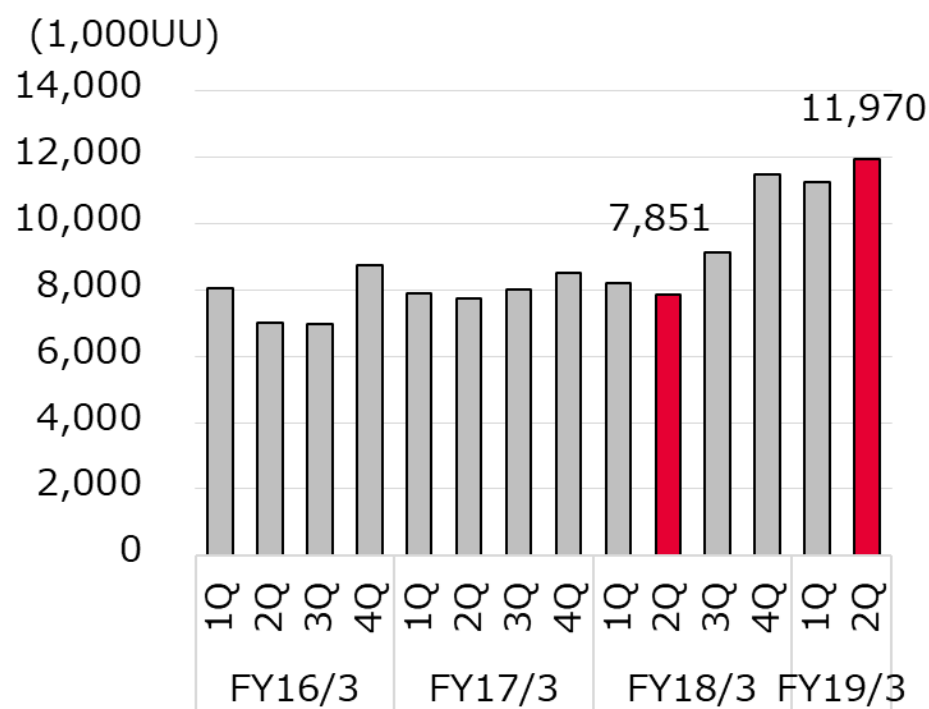
インターネットメディア事業のKPI推移: UU

- UU: 2Qは連結全体で前年比+39%、新規メディアを手掛けるにじげんを除くと+53%。
「アルバイトEX」、「リジヨブ」、「スモッカ」、「中古車EX」といった主カメディアが大幅増に寄与。

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。



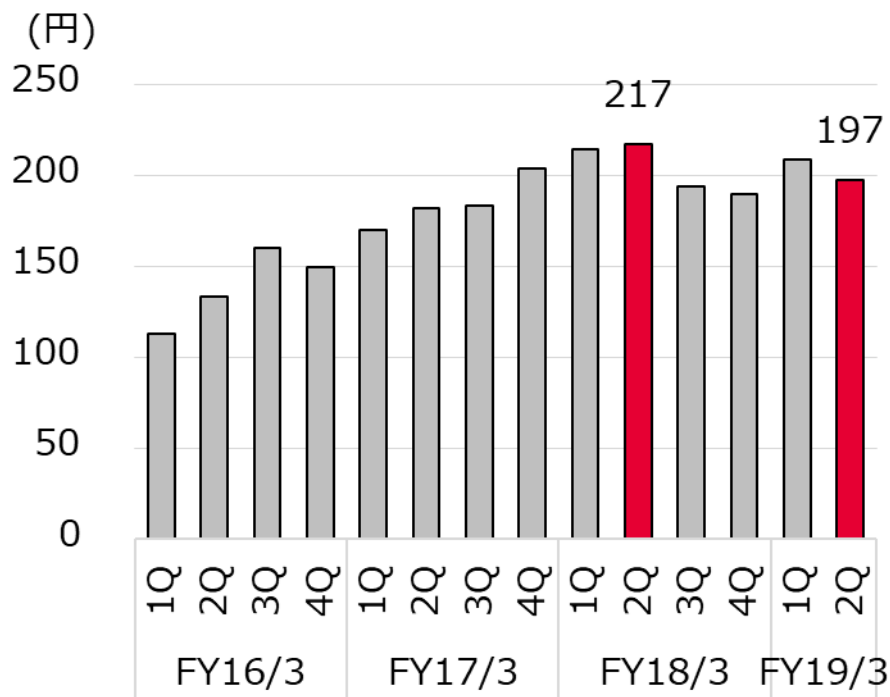
1. 四半期決算概要

インターネットメディア事業のKPI推移: UU当たり売上収益

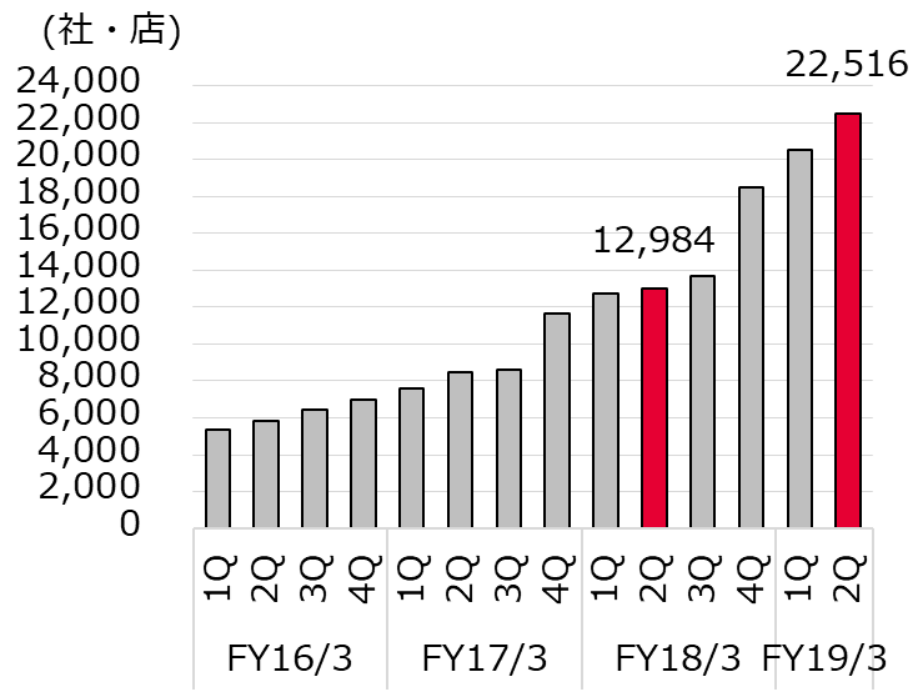


- UU当たり売上収益: 2Qは前年比▲9%。前年比では各領域のアグリゲーションメディアにおける提携メディアの状況、前四半期比では人材領域の季節性が影響。
- 顧客数: 中期的な単価上昇に不可欠な顧客基盤は順調に拡大傾向。

UU当たり売上収益の推移 (円)



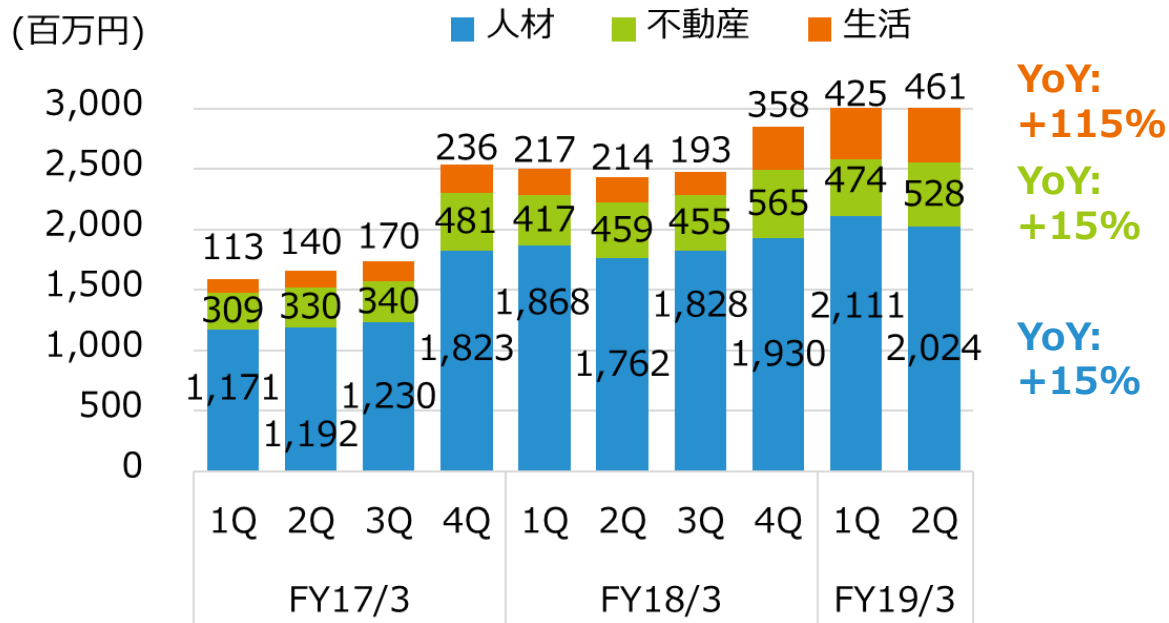
顧客数の推移 (社・店)



注: UU当たり売上収益では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。顧客数は各四半期末から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

領域別売上収益推移とインターネットメディア事業のKPI評価



注: 2019年3月期より引越しメディアを生活領域から不動産領域に移行。

	人材	不動産	生活	備考
UU	◎	○	◎	掲載データベースの拡張に加え、SEOをはじめとする内部施策や高CVRを生かした効果的な有料集客が奏功し、全領域の増加に寄与。
CVR	△	○	○	人材領域ではUU数の大幅な増加に伴い横ばい圏。不動産領域や生活領域ではマッチングテクノロジーの活用による送客力向上施策が奏功し上昇。
単価	○	△	△	人材領域ではサプライチェーンの垂直統合に伴う顧客ミックスの改善により向上。不動産領域、生活領域は横ばい圏。

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

四半期費用推移

- 三光アドやブレイン・ラボといった、広告宣伝を伴わないグループ会社の増収率が全体に対して低位なことから、前年対比でその他売上原価比率は低下、広告宣伝費比率は上昇。

(百万円)	FY2018/3				FY2019/3	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
会計基準	IFRS					
<u>金額</u>						
人件関連費(制作)	116	122	120	142	119	114
その他売上原価	311	277	299	313	299	290
人件関連費(非制作)	315	312	352	419	461	453
広告宣伝費+販売促進費	597	637	661	888	816	880
顧客資産償却費	22	22	22	22	22	22
その他販管費+その他収益・費用	294	230	212	239	318	303
<u>対売上高・売上収益比率</u>						
人件関連費(制作)	4.6%	5.0%	4.8%	5.0%	3.9%	3.8%
その他売上原価	12.4%	11.4%	12.1%	11.0%	9.9%	9.6%
人件関連費(非制作)	12.6%	12.8%	14.2%	14.7%	15.3%	15.0%
広告宣伝費+販売促進費	23.9%	26.2%	26.7%	31.1%	27.1%	29.2%
顧客資産償却費	0.9%	0.9%	0.9%	0.8%	0.7%	0.7%
その他販管費+その他収益・費用	11.8%	9.4%	8.6%	8.4%	10.6%	10.0%

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。





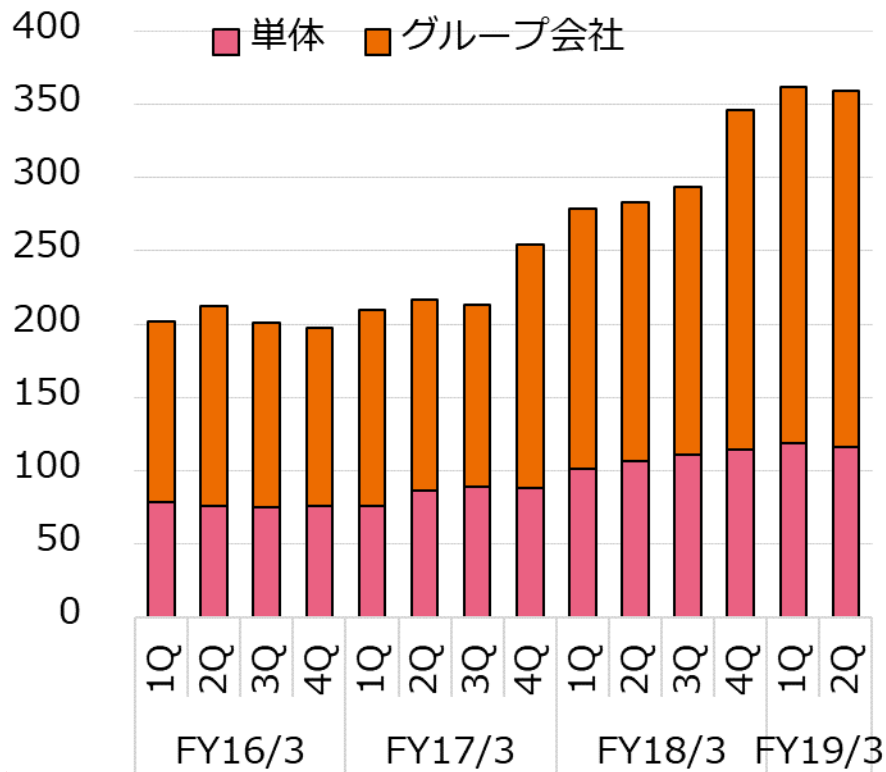
1. 四半期決算概要

四半期末従業員数推移

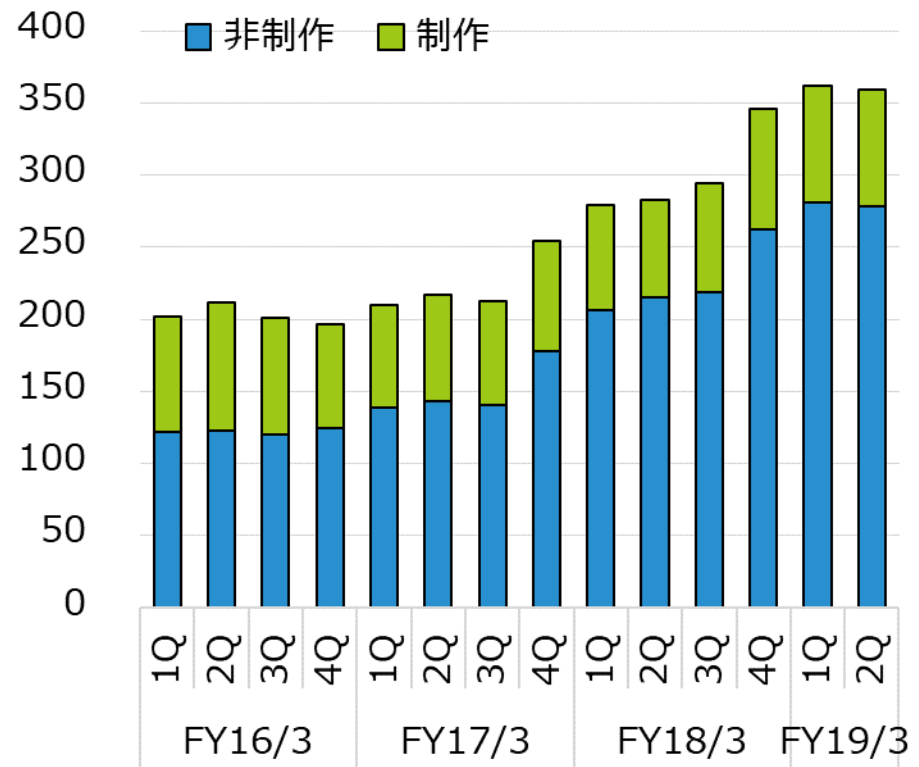


■ 2018年9月末従業員数は359名。前四半期比ではほぼ横ばい。

単体/グループ会社別従業員数 (人)



職種別従業員数 (人)



1. 四半期決算概要

四半期末貸借対照表推移



- 親会社所有者帰属持分比率(日本基準の自己資本比率)は66.8%、のれん対資本倍率は0.6倍と、財務目標の範囲内の健全水準。

(百万円)	FY2018/3				FY2019/3	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
会計基準	IFRS					
現金・現金同等物	5,666	6,058	6,052	6,936	6,746	7,341
流動資産	6,972	7,415	7,343	8,882	8,661	9,386
金銭信託	2,609	2,609	2,609	370	370	370
のれん	5,426	5,460	5,460	7,555	7,555	7,555
無形資産	740	893	902	948	988	1,050
非流動資産	9,234	9,456	9,456	9,495	9,521	9,613
資産合計	16,206	16,872	16,798	18,378	18,182	18,999
短期有利子負債	1,680	1,680	1,680	1,680	1,680	1,680
流動負債	3,625	4,262	4,168	5,310	4,860	5,445
長期有利子負債	2,751	2,331	1,911	1,491	1,071	651
非流動負債	2,874	2,441	1,976	1,690	1,269	854
負債	6,499	6,703	6,143	7,000	6,129	6,299
資本	9,707	10,169	10,655	11,378	12,053	12,700
負債・資本合計	16,206	16,872	16,798	18,378	18,182	18,999
親会社所有者帰属持分比率	59.9%	60.3%	63.4%	61.9%	66.3%	66.8%
有利子負債	4,431	4,011	3,591	3,171	2,751	2,331



2.事業戦略と今後の方向性

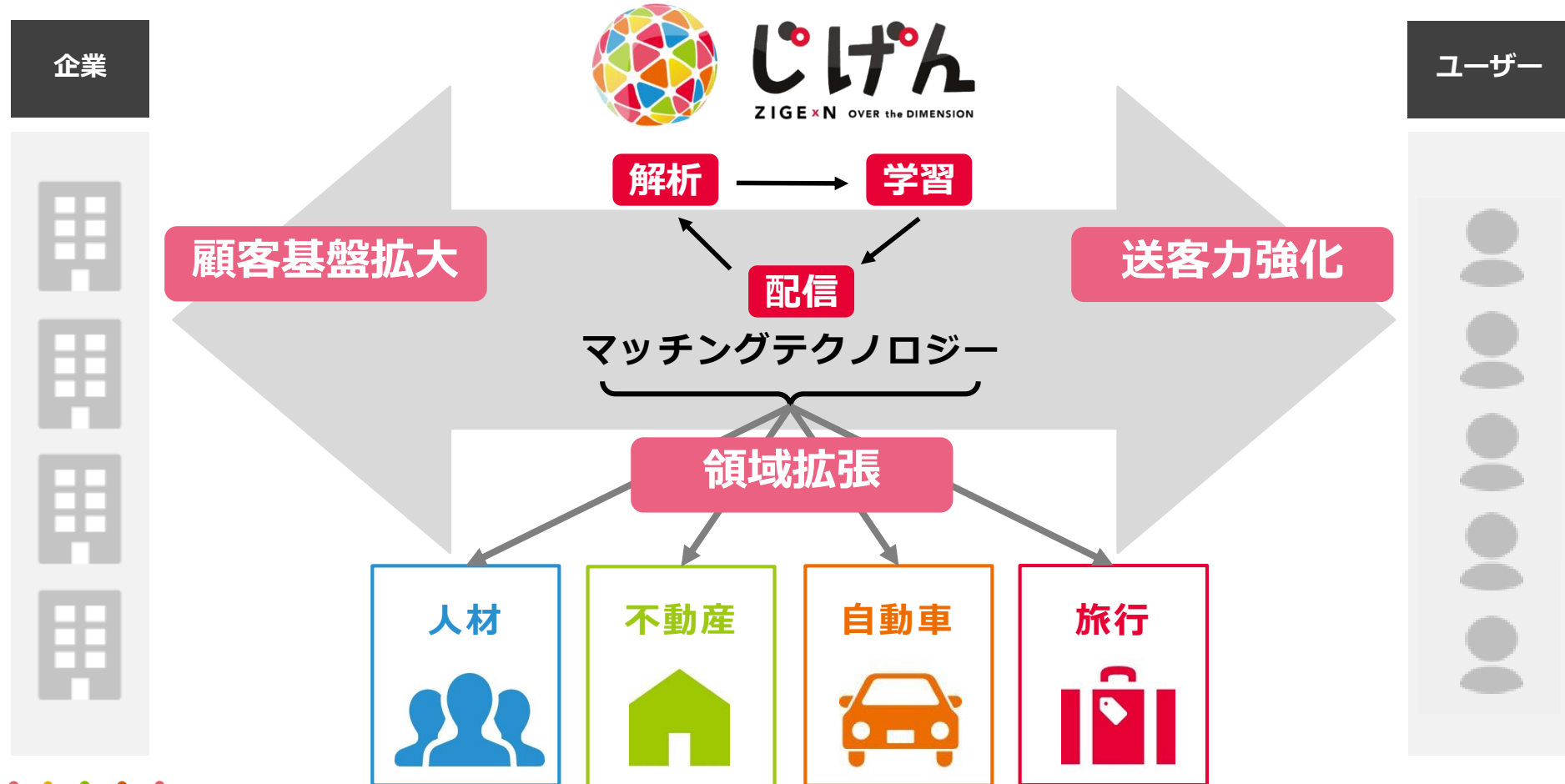




メディアプラットフォームとしての成長施策



- 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。

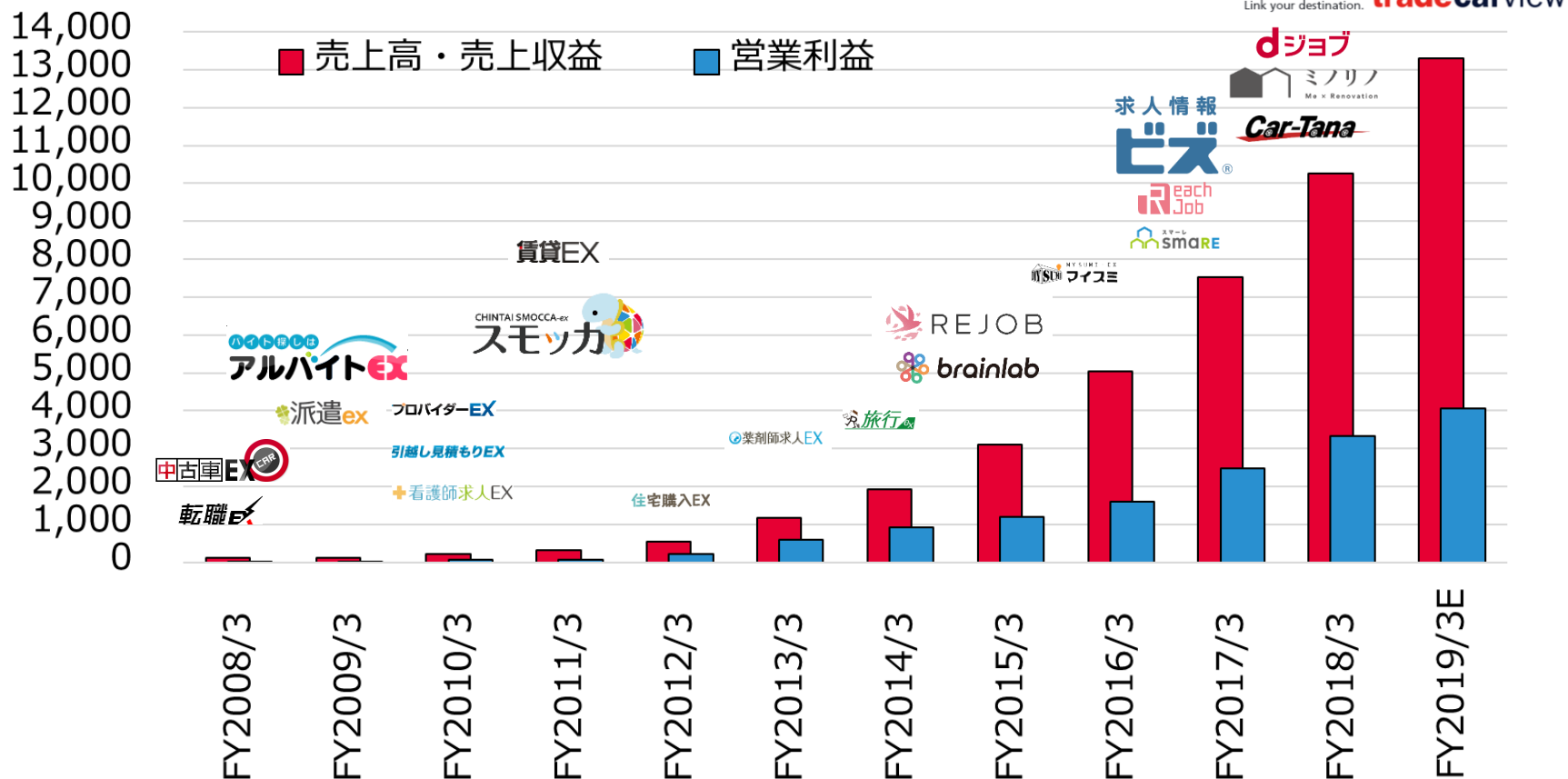


創業以来毎年度実施してきた新規事業創出を今後も継続



- マatchingテクノロジーやプラットフォーム構築力といった強みを活かし、創業以来毎年度、新規事業、新規サービスを立ち上げ、業績拡大を伴う展開領域の拡張を実現。
- 今後もM&Aやアライアンスを含む新規事業創出の継続を志向。

(百万円)





2.事業戦略と今後の方向性

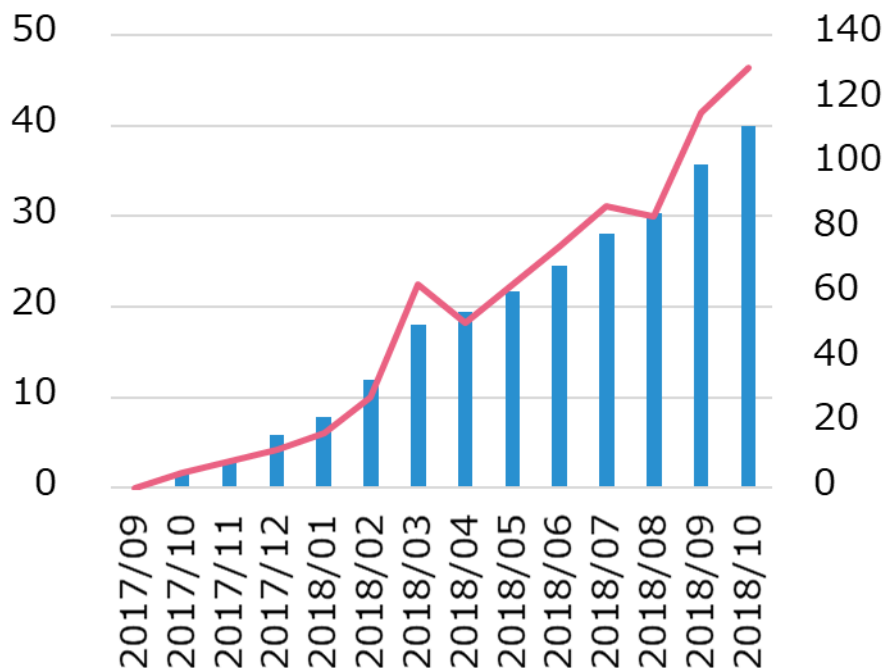
dジョブスマホワーク会員40万人突破、リジョブのアプリ応募も増加傾向



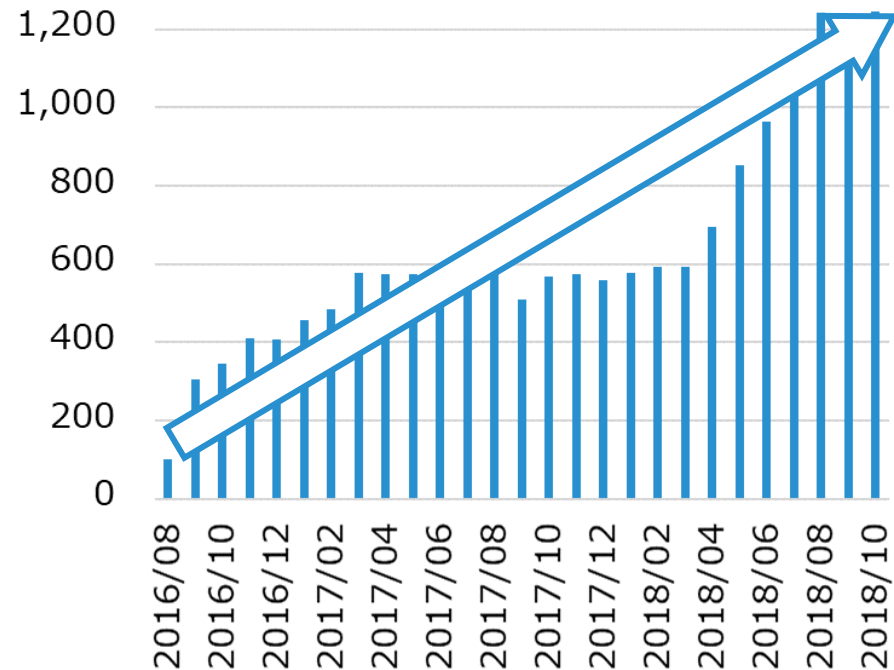
- 株式会社NTTドコモとの提携事業である「dジョブスマホワーク」では、会員登録数が40万人を突破。リジョブでもアプリ経由応募数が増加傾向にあり、人材領域においてユーザーの資産化が進展。
- 応募効果・採用効果の維持改善のため、SEOやSEMの環境変化への抵抗力を高める。

dジョブスマホワーク：月次推移

■ 会員数（左軸：万人）
■ 仕事実施数（右軸：万件）



リジョブ：アプリ経由応募数



注：2016年8月=100として指数化。



トレードカービューの事業取得を決定、自動車分野は国内も好調

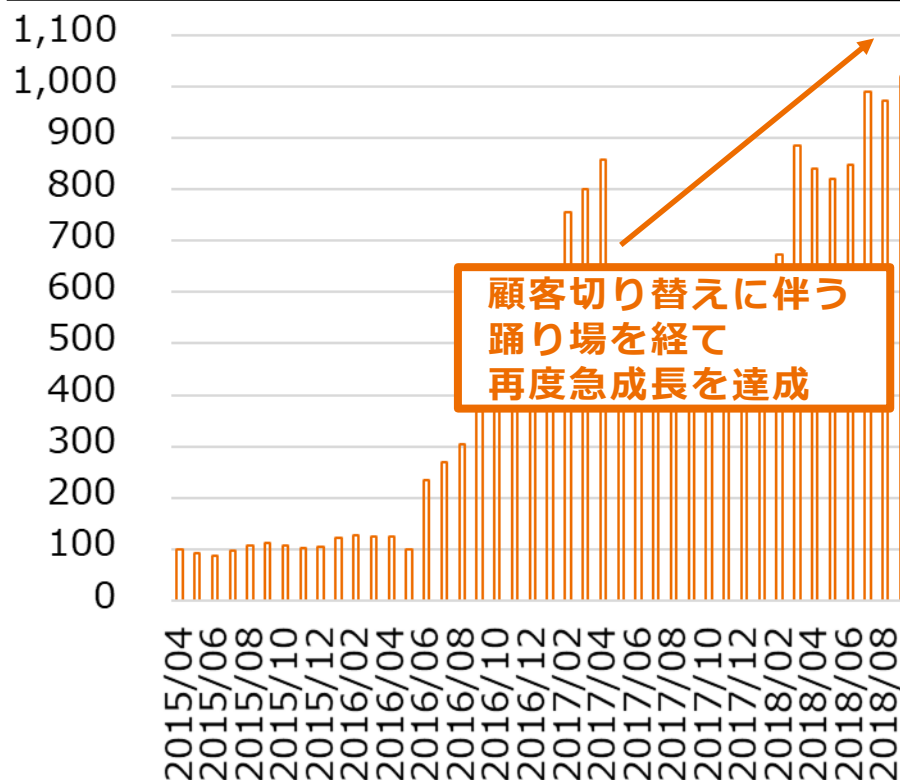


- 中古車輸出支援サイト「トレードカービュー」の株式会社カービューからの取得を決定。アフリカ地域を中心とする海外ユーザー向けの事業基盤を強化。
- 自動車分野は「カーセンサー」との提携開始から1年が経過し、国内事業も順調に収益を拡大。マッチングテクノロジーの活用や事業再構築を通じて、国内外での更なる成長を企図。

トレードカービュー：事業取得概要

事業名	tradecarview.com(トレードカービュー)
取得スキーム	新設分割会社の100%株式を取得
株式取得先	株式会社カービュー (ヤフー株式会社の完全子会社)
直近の業績	売上高758百万円 営業利益47百万円 (2018年3月期)
主な事業数値	掲載中古車情報：約9万台 国内取引自動車関連業者：約300社 海外ユーザー成約実績：30カ国以上
スケジュール	取締役会決議：2018年10月31日 契約締結日：2018年10月31日 株式譲渡実行日：2018年12月4日(予定)

自動車分野：月次売上収益推移



注：2015年4月=100として指数化。



アップルワールドにてメタサーチサービスをローンチ

- 生活領域旅行分野の「アップルワールド」では、2018年10月に国内外のホテル検索サイト「Travery(トラベリー)」を個人ユーザー向けにローンチ。来期以降の収益化を目指す。

APW: Travery(トラベリー)

- ✓ アグリゲーションメディアの運営で培ったマッチングテクノロジーを活かし、旅行者の最適な意思決定を支援。将来的には取り扱い商材の拡大も想定。



APW: PMI(トップラインシナジー)の進捗

- 2018年2月
 - ・ 株式取得
- 2018年3月
 - ・ 世界最大級OTAエクスぺディアの法人ブランドであるエクスぺディア・アフィリエイト・ネットワークと、ホテル手配予約の提携を開始
 - ・ 日本初となるランドオペレーター、OTAの双方からのハイブリッド仕入体制を開始
- 2018年6月
 - ・ 中国の大手ホールセラーであるDIDAとの提携を開始
- 2018年10月
 - ・ 「Travery(トラベリー)」をローンチ





■ 創業来12期連続の前年比増収増益を目指す。

(百万円)	FY2018/3 実績	FY2019/3 計画	前年比
売上収益	10,267	13,300	+ 30%
人材領域	7,389	8,930	+ 21%
不動産領域	1,896	2,410	+ 27%
生活領域	982	1,960	+ 100%
営業費用	6,945	9,230	+ 33%
人件関連費	1,898	2,740	+ 44%
広宣費+販促費	2,784	3,600	+ 29%
償却費	268	300	+ 12%
その他	1,995	2,590	+ 30%
営業利益	3,322	4,070	+ 23%
当期利益	2,170	2,610	+ 20%

注1: 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。

注2: 償却費 = 無形資産償却費 + 減価償却費





3. 参考資料





3. 参考資料

事業概要：人材領域のビジネスモデル

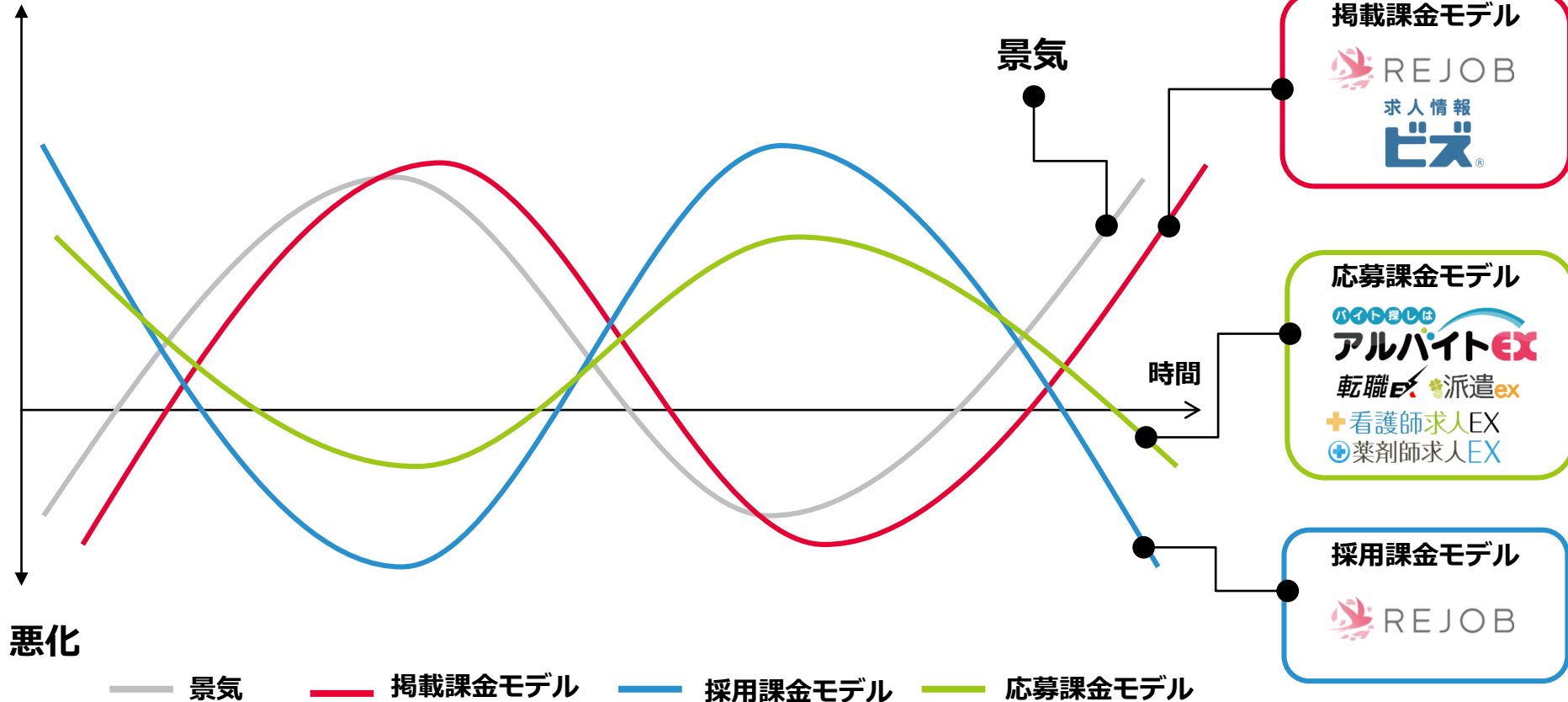
■ 人材領域は、「EXサイト」、「特化型メディア」、「ブレイン・ラボ」で構成される。





- 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

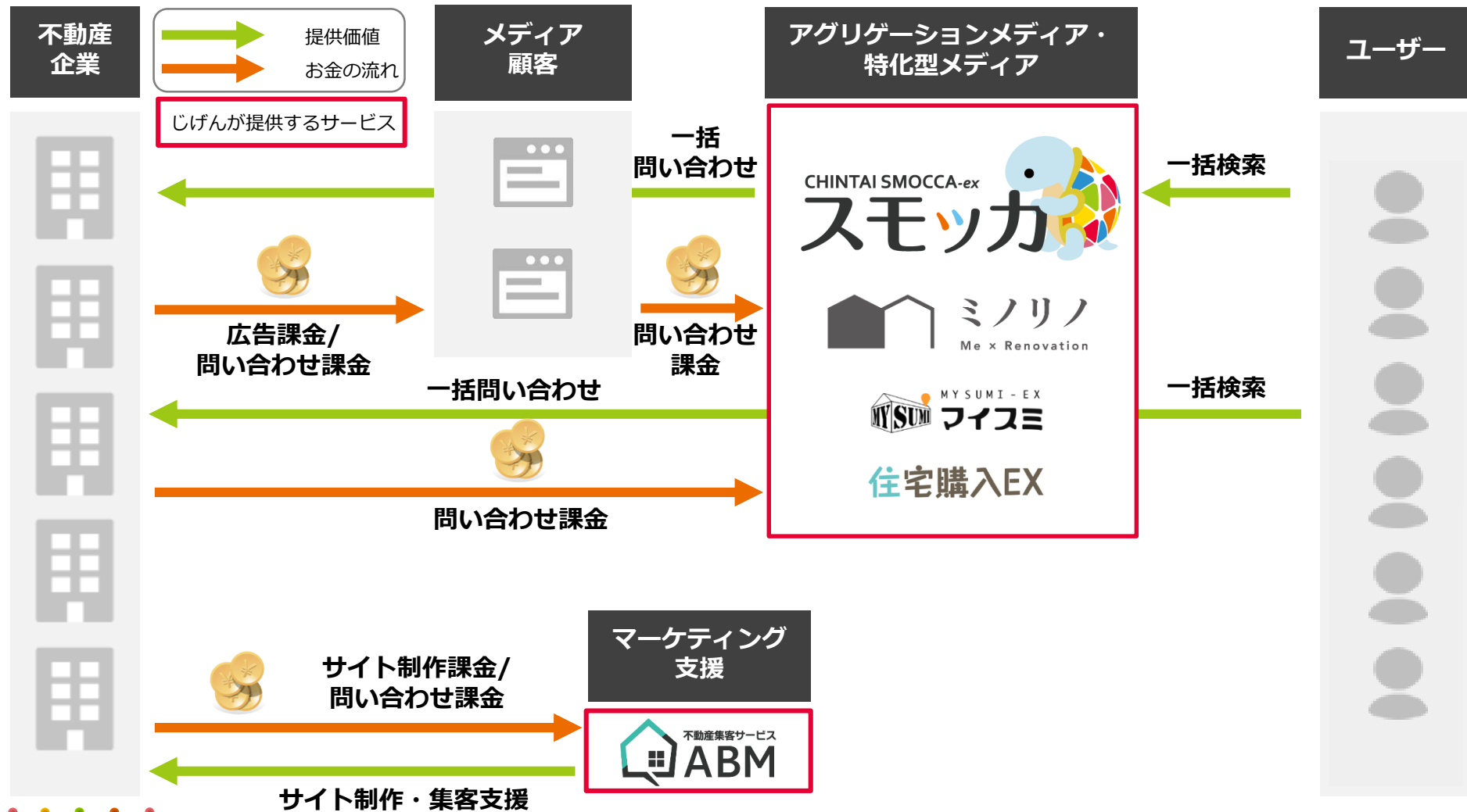




3. 参考資料

事業概要：不動産領域のビジネスモデル

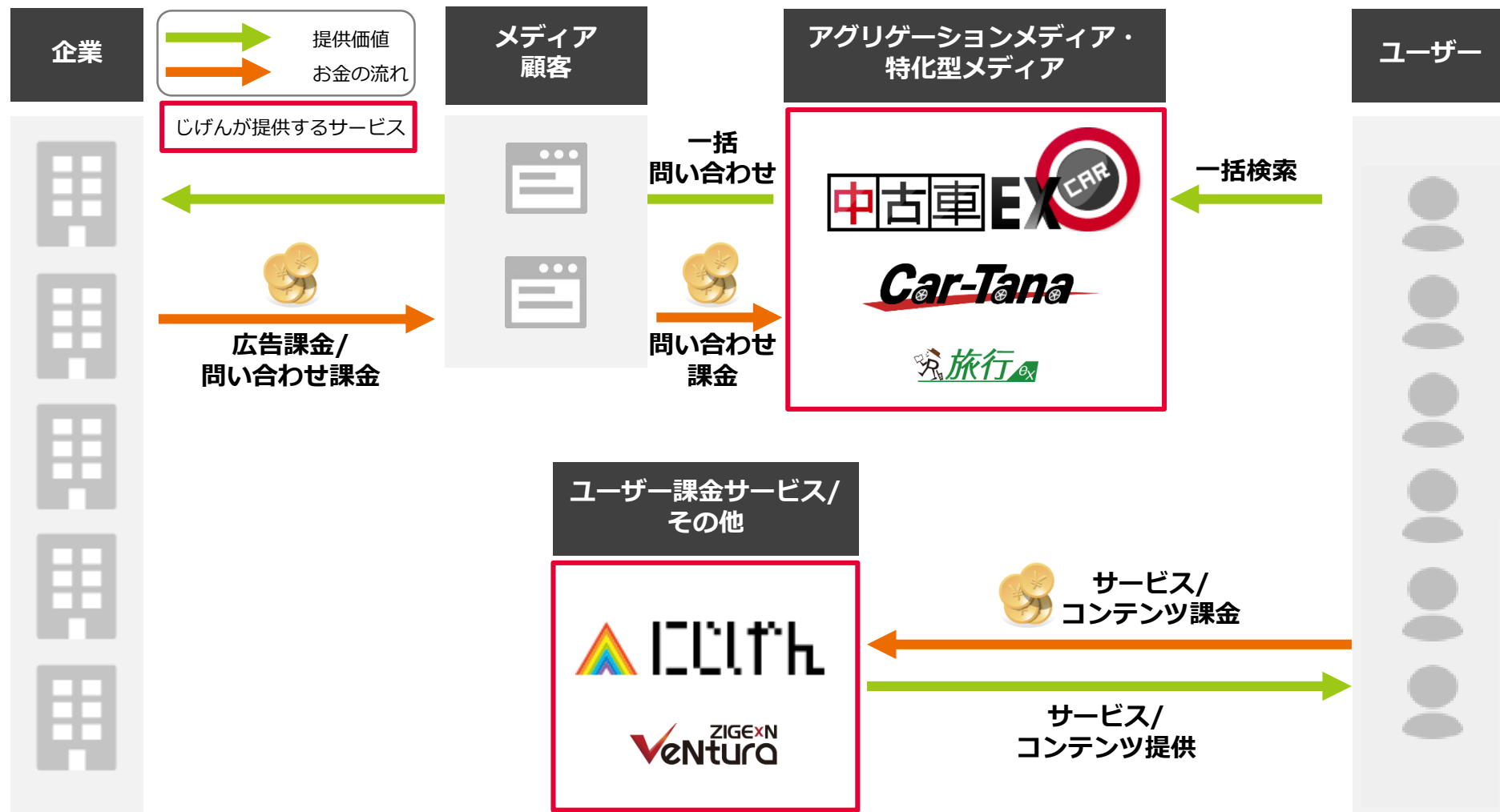
■ 不動産領域は、「不動産関連EXサイト」、「ABM」で構成される。





事業概要：生活領域のビジネスモデル①

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

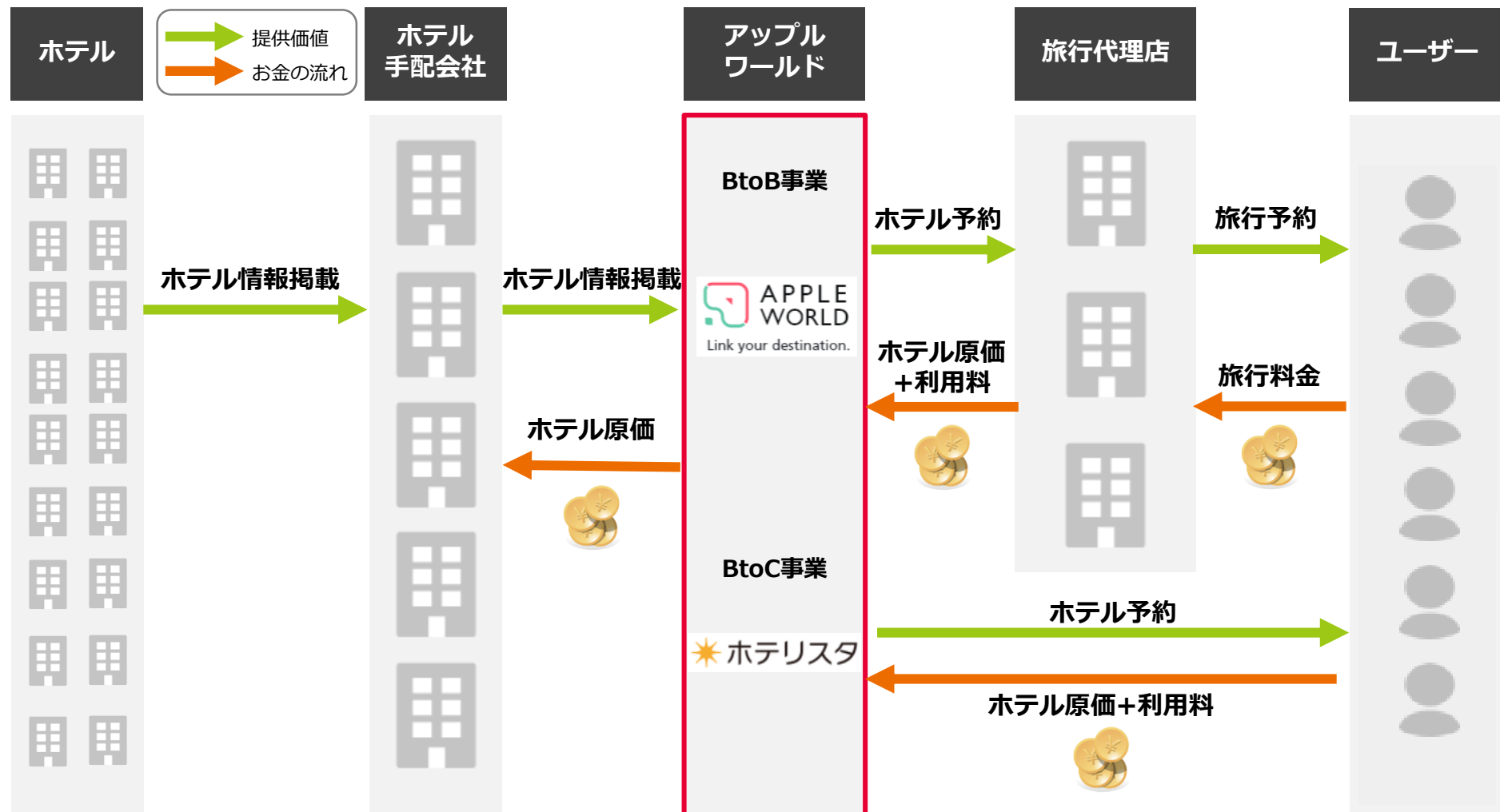




3.参考資料

事業概要：生活領域のビジネスモデル②

■生活領域は、「自動車関連EXサイト」、「APW」、「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。



じげんが提供する価値

有機的収束

再構築

行動促進

解析

学習

配信



情報



情報と人の距離を0にする。
= コンフリクトなく
パーソナライズされた
情報を取得し、
行動できる世界へ。

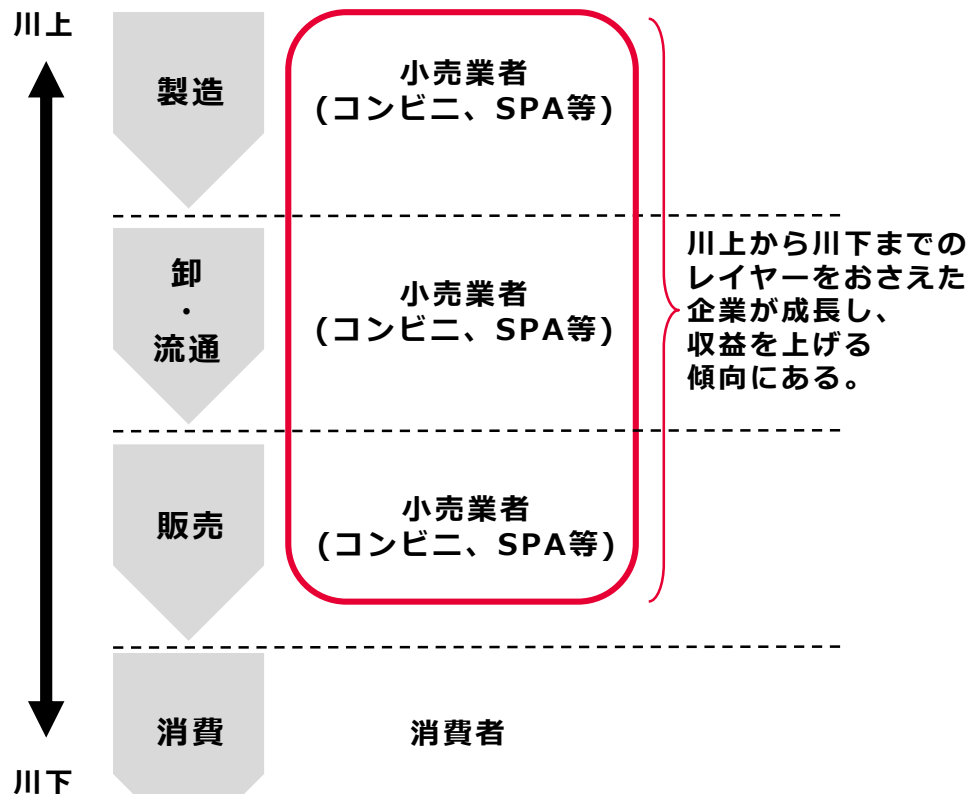


経営戦略: じげんが目指す方向性

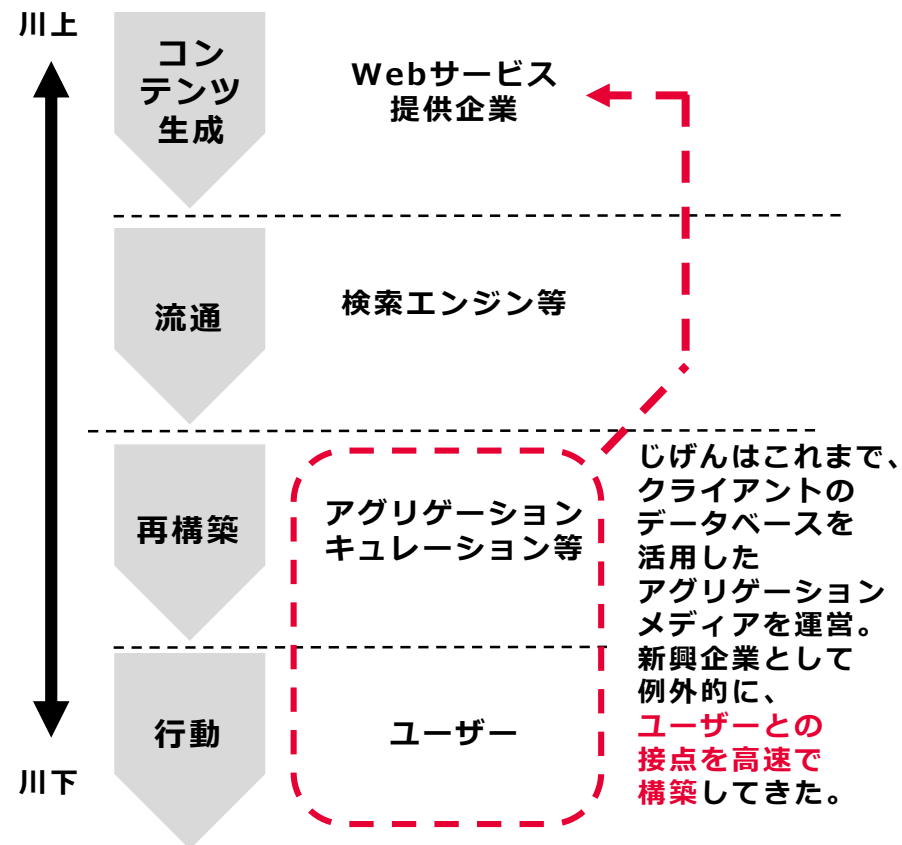


- 小売業界においては、消費者と直接接点を持ち大資本のコンビニやSPAが製造レイヤーから販売レイヤーまでを一気通貫で担うことで業績を伸ばしている。
- 一方、情報産業においては、**ユーザーとの接点が多い再構築レイヤー**からコンテンツ生成に進出できている企業は少なく、**拡張可能性が大きい**。

小売業界のサプライチェーン



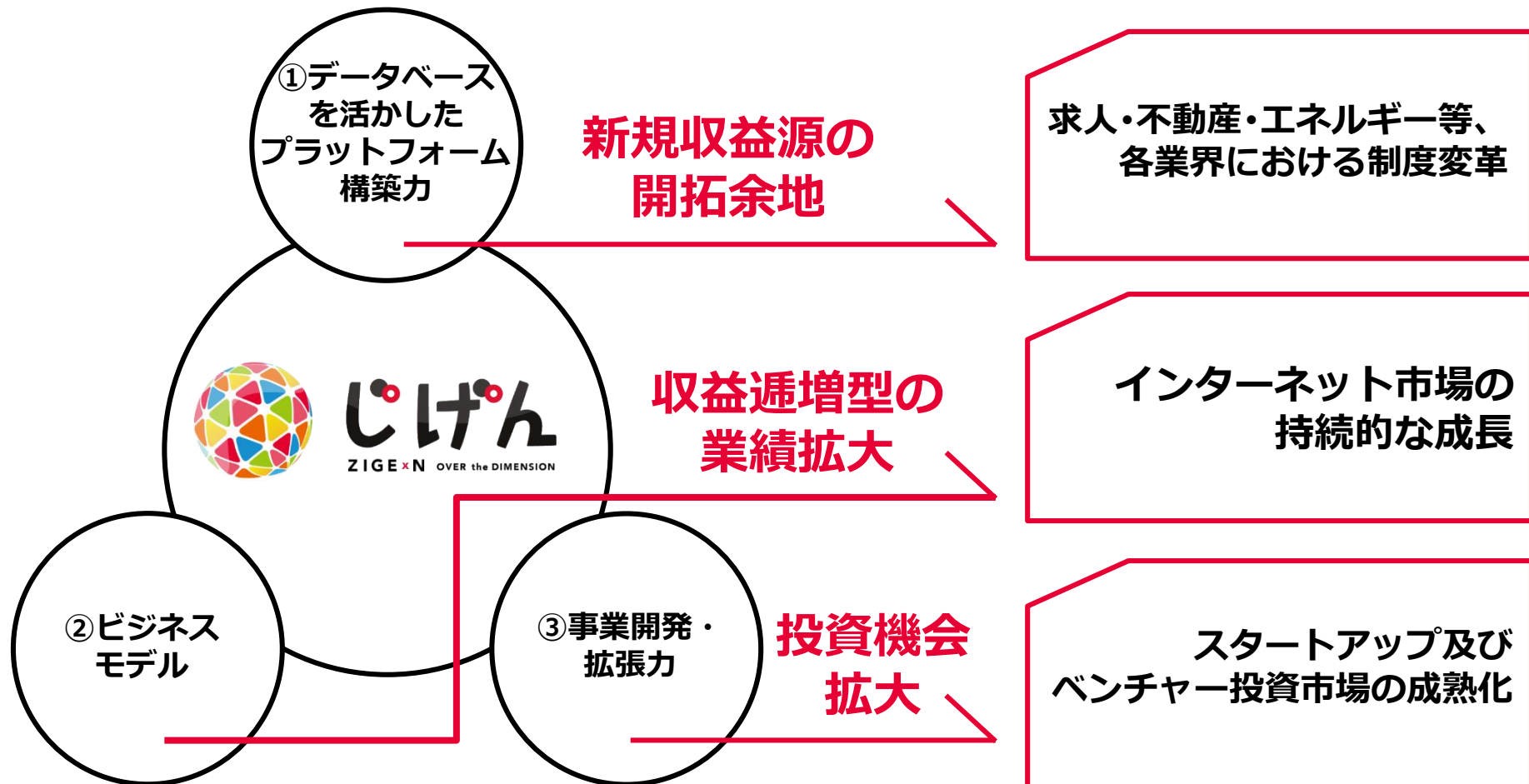
情報産業のサプライチェーン





じげんの3つの強み

市場機会





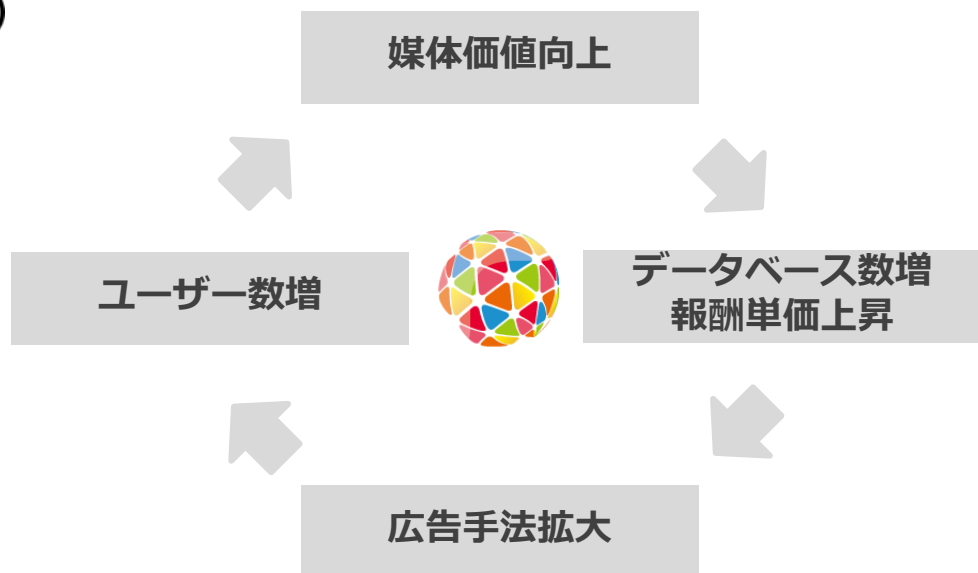
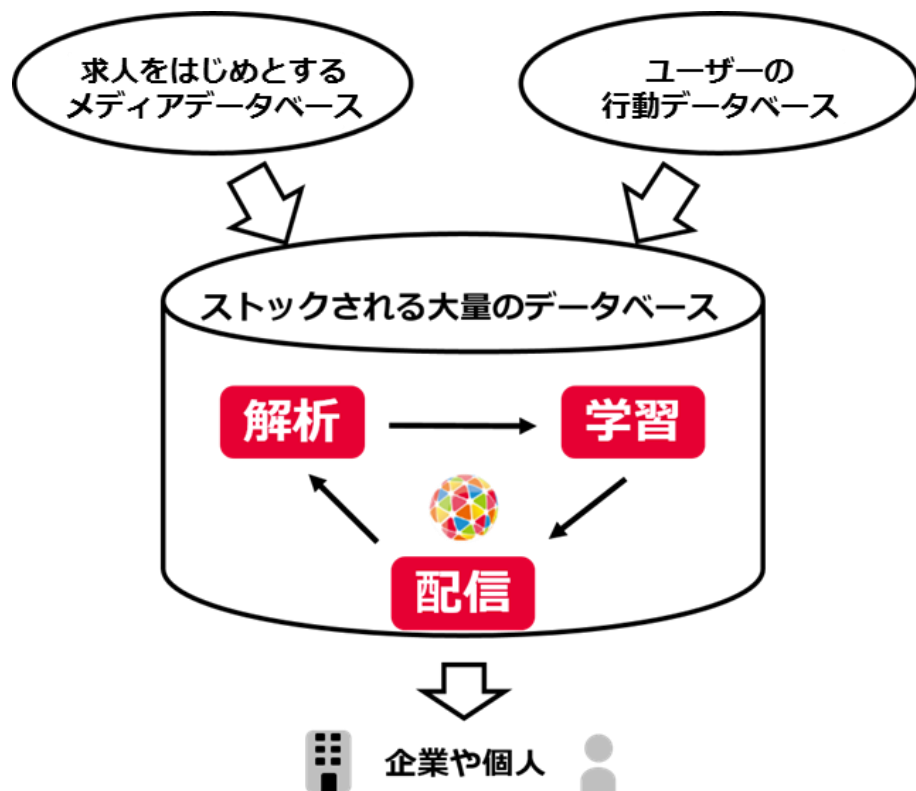
3. 参考資料

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 1.3兆円

18/3期
人材売上収益
73.8億円

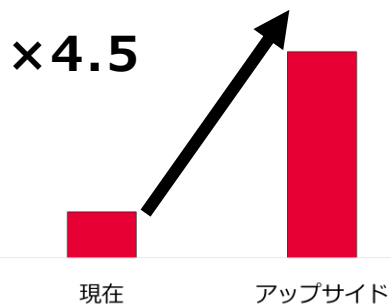
18/3期
不動産売上収益
18.9億円

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

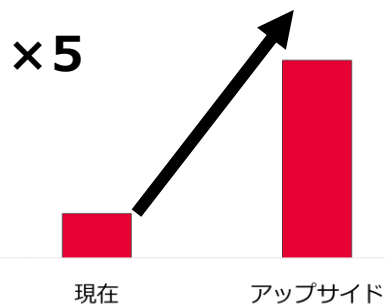


■ KPIのそれぞれが、業界の大手プレイヤーと比べて大幅な成長余地を有している。

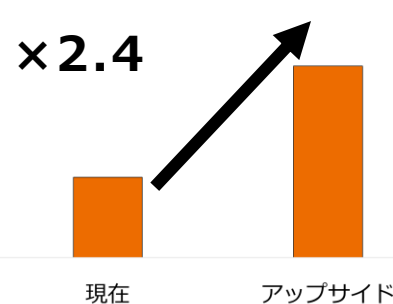
UU/月
(アルバイトEX)



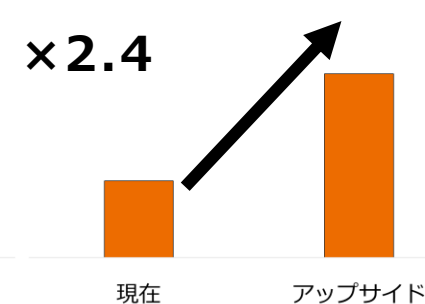
UU/月
(スモッカ)



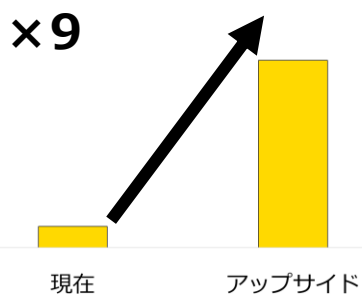
CVR
(アルバイトEX)



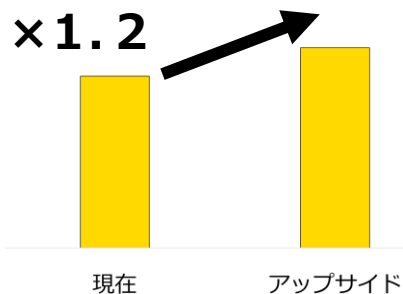
CVR
(スモッカ)



単価
(アルバイトEX)



単価
(スモッカ)



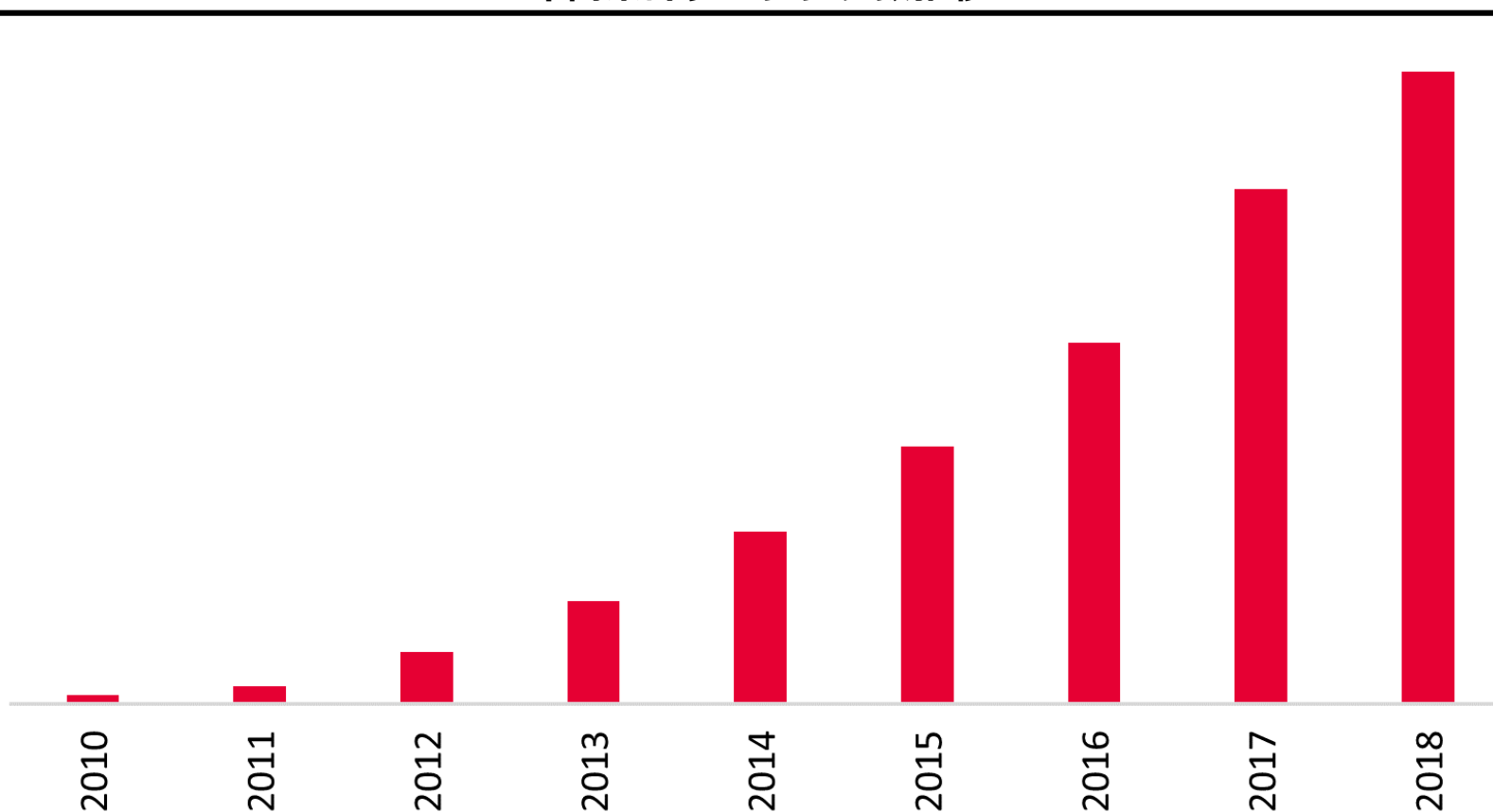
注: アップサイドは当社にて推測した大手求人メディア・大手不動産メディアの数値が基準





■ 上場以来2018年10月末までに、11件、総額約90億円(取得価額)のM&Aを意思決定。

年間累計ソーシング数推移



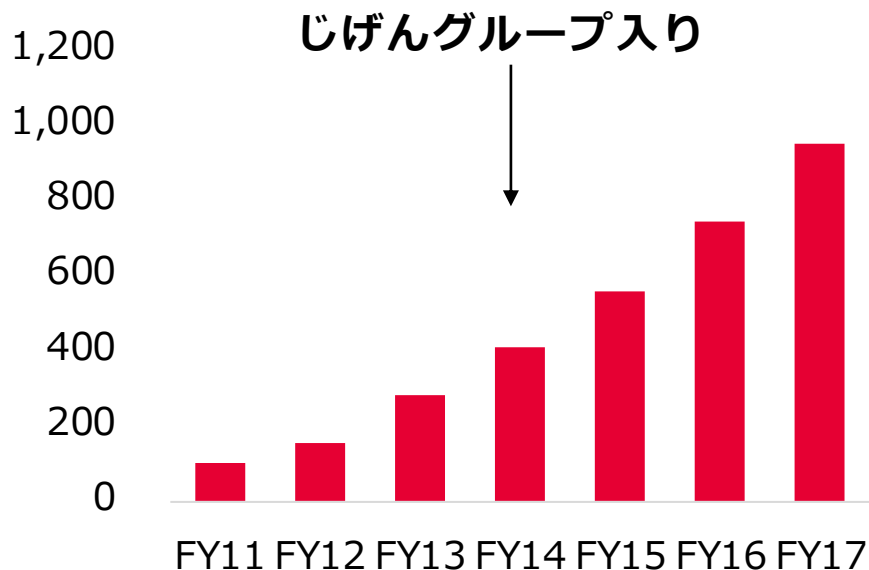
注:2018年のソーシング数は1~10月分のみを反映。



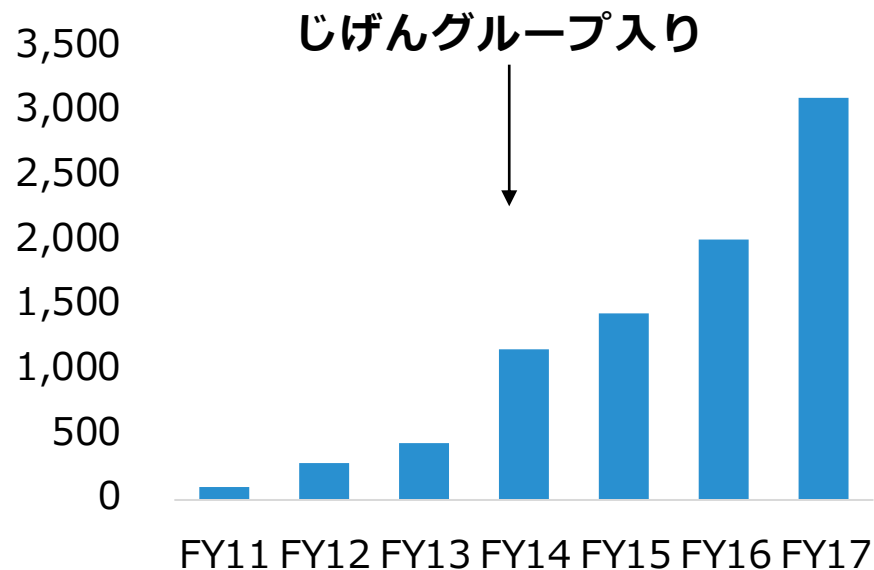


- 社内の経営人材、経営ノウハウを活用し、グループ会社のPMIを実施。
- 2015年3月期取得3社の営業利益は、買収前の2013年度と比較して直近で約10倍に増加。

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/無形資産償却後)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、2017年3月期以降はIFRS

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

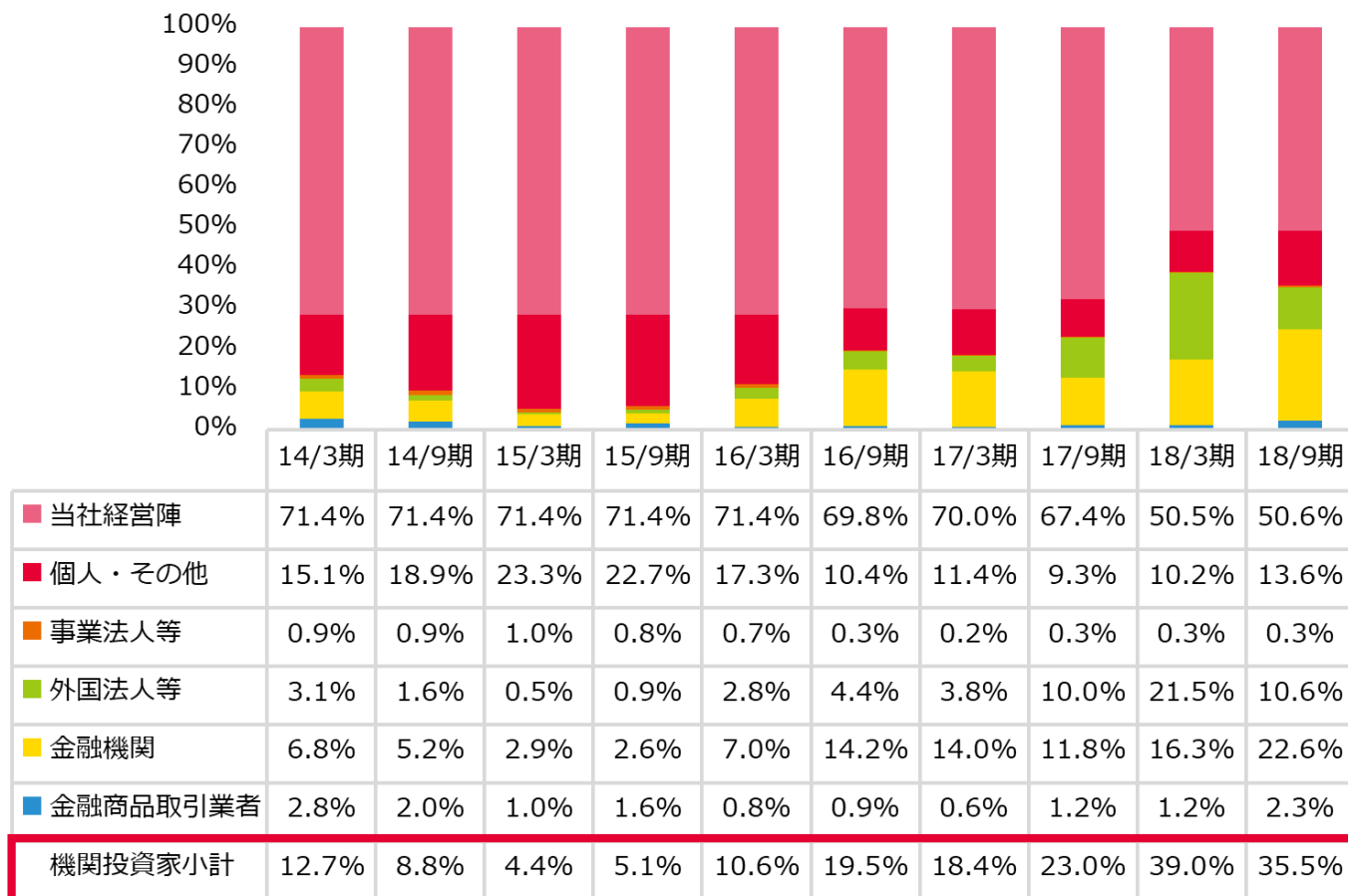




財務戦略：株主構成(2018年9月期末)



- 2018年3月における主要株主の株式売出しの影響で一時的に増加していた外国法人等の持分が国内金融機関や個人に移行。
- 新株予約権の行使影響により、経営陣持分比率は2018年3月期末比で僅かに上昇。

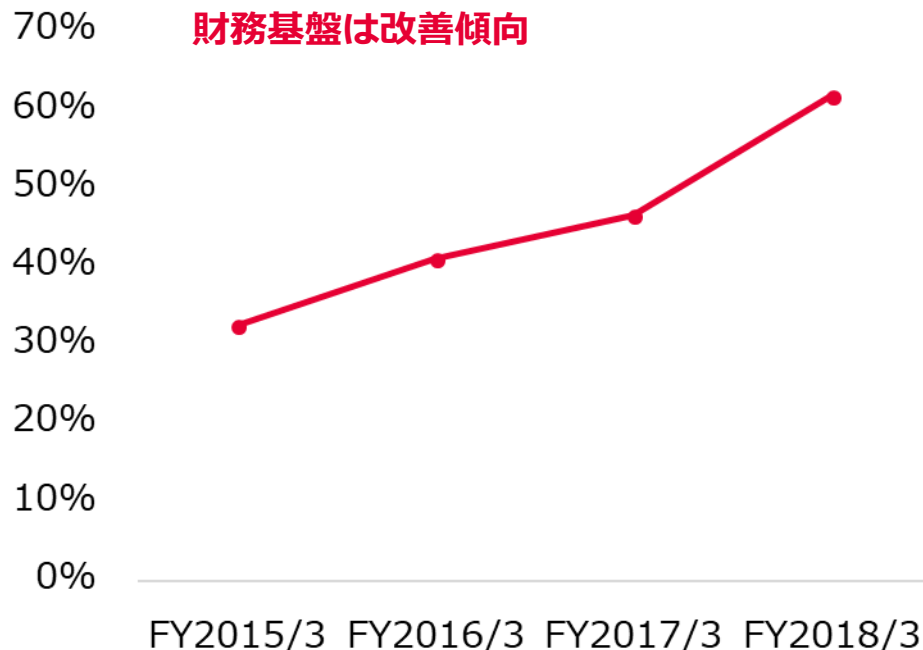


財務戦略：株主還元(配当)の開始



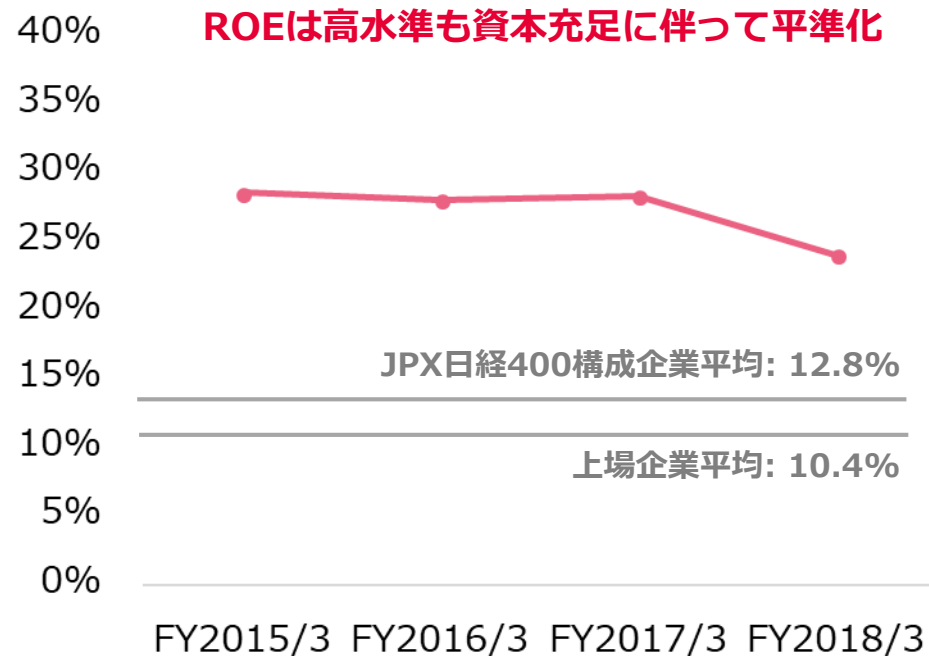
- 財務基盤や資本効率の状況に鑑み、2019年3月期より**1株当たり2円の期末配当を開始**。
配当原資には主に留保金課税解消による法人税負担額軽減分を充当予定。
- 当社のビジネスモデルの最大の強みは事業拡張性と収益逡増性であり、成長投資が株主価値の最大化に繋がるとの基本認識は変更なし。今後も**M&Aを含む投資戦略を積極的に進める方針**。

親会社所有者帰属持分比率推移



注：2016年3月期以前は日本基準の自己資本比率。

ROE推移



注：2016年3月期以前は日本基準。
出所：日本経済新聞、東京証券取引所



3. 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 社長執行役員 CEO	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
寺田修輔	じげん取締役 執行役員 CFO	経営戦略部 情報システム室	シティグループ証券ディレクターを経て、2016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
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
須崎和延	じげん執行役員 アップルワールド代表取締役社長 にじげん代表取締役社長	じげん求人・住まい・自動車Div. アップルワールド 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
前田貴司	三光アド代表取締役社長	--	神栄石野証券(現・SMBC日興証券)、リクルートグループ代表取締役 を経て、2017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
波多野佐知子	じげん経営管理部部長	経営管理部	公認会計士、ライフネット生命経理部長を経て、2018年当社入社
松浦晃久	じげん内部監査室室長	--	2008年当社入社

注：じげん取締役、執行役員、コーポレート長、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：東証一部(証券コード:3679)

設立年月日：2006(平成18)年6月1日

資本金：2,527百万円（連結）

従業員数：359名（連結、契約社員以外の非正規除く）

役員構成 ：代表取締役	平尾 丈
取締役	寺田 修輔
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

50 | Technology **Fast 50**
2018 Japan **WINNER**
Deloitte.

500 | Technology **Fast 500**
2017 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」8年連続受賞

「デロイト・アジア太平洋地域 テクノロジー Fast500」7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



「FT1000 High-Growth Companies Asia-Pacific」選出



COSMOLOGY

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 しょう)

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。

- 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
- 2018年 東証1部上場





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。

OTA: Online Travel Agentの略。インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

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。

ランドオペレーター: 旅行会社の依頼を受け、旅行先のホテルやレストラン、ガイドやバス・鉄道などの手配・予約を専門に行う会社。

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。



- 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