

株式会社じげん

2024年3月期 通期決算説明会資料

2024年5月9日

Contents

1. 決算概要
2. 業績予想と経営戦略
3. SDGs・ESG
4. 参考資料

1

決算概要



エグゼクティブサマリ

**FY24/3
通期方針**

第2次中計で掲げている「Z CORE」(売上収益100億円超の主力事業)の創出に向けて、プロダクトの強化、PMI、新規M&Aを推進。顧客提供価値の引き上げを目指す。

(単位: 百万円)

**FY24/3 通期
実績サマリ**
売上収益
23,249
YoY +24%
達成率: 100%
EBITDA
6,781
YoY +27%
達成率: 104%
営業利益
5,394
YoY +29%
達成率: 102%
当期利益
3,800
YoY +30%
達成率: 104%
EPS
36.53円
YoY +31%
達成率: 104%

- ✓ 業績(FY24/3): 大型M&Aの実施がない中、売上収益・各利益ともにガイダンスに対して想定の範囲内で着地。
- ✓ 業績(FY25/3): 売上収益・各利益ともに創業以来過去最高を見込む。第2次中計の経営計画に向けても順調に進捗中。
- ✓ M&A: PMIはタイズを中心として順調に進捗中。大型案件を含め、ソーシングは積極的に実施中。
- ✓ 株主還元: 過去最大の自社株取得額28億円(対発行済株式総数(自己株式を除く): 4.04%)を予定。記念配当も実施。来期も増配を見込む。

Vertical HR

- ✓ タイズではPMIが順調であり、4Q売上収益(入職ベース)は期ズレ影響が一部あるものの、YoY+59%(成約ベース: YoY +29%)と大幅に伸長(詳細: P.23)。
- ✓ 他の前期M&A事業のPMIも着実に進捗中。
- ✓ リジョブは想定通り、安定的に成長。

Living Tech

- ✓ スモッカではマクロ環境の落ち着きや競争環境の変化もあり、成長率にはやや課題が残る。
- ✓ リフォーム分野では資材価格の高騰や巣ごもり需要の反動等が影響するも、エネルギー分野は電力切替サービスの提供開始により、安定的に推移。

Life Service

- ✓ 海外渡航分野ではマクロの復調に加えて、プロダクト改善や顧客開拓を推進したことで高い成長率を維持。
- ✓ 国内旅行分野ではリピート施策や商材拡充が着実に進捗。

四半期業績推移

売上収益

6,329百万円

(YoY +13.2%)

EBITDA

1,979百万円

(YoY +13.8%)

営業利益

1,534百万円

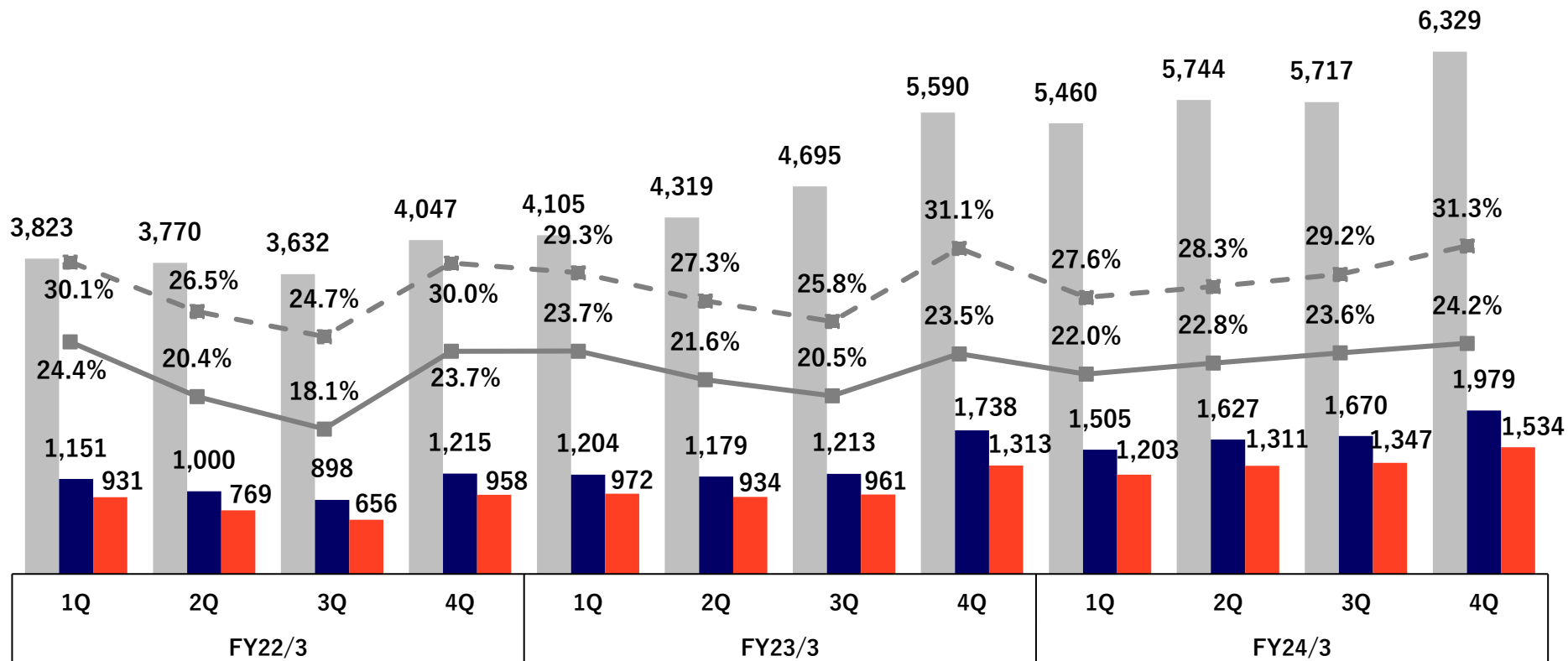
(YoY +16.8%)

- 売上収益と利益指標は**四半期過去最高を更新**。
- APWの回復や高利益率のTSDのグループイン、広告宣伝費の投資対効果の見極め等により、**利益率は改善傾向**。
- 営業利益率は課題と認識。広宣費の投資対効果と労働生産性の引き上げにより、将来的には営業利益率30%を目指す。

四半期業績推移

■ 売上収益 ■ EBITDA ■ 営業利益 EBITDAマージン — 営業利益率

(単位: 百万円)



年次業績推移 - 売上収益推移 -

連結売上収益

23,249百万円

(YoY +24.3%)

積み上げ型収益

13,000百万円

(YoY +18.4%)

非積み上げ型収益

10,249百万円

(YoY +32.6%)

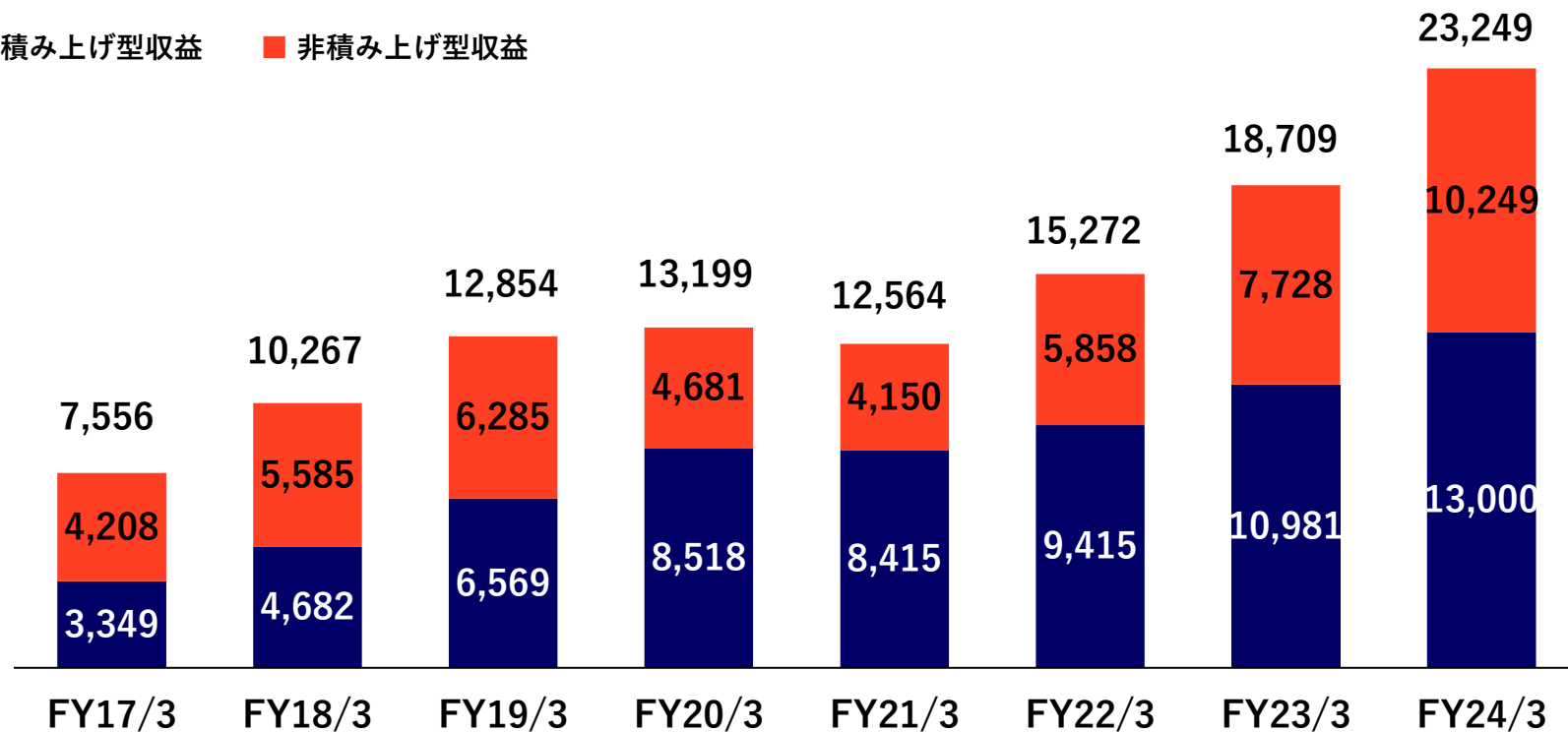
- 積み上げ型収益：主にリジョブの安定成長や、旅行事業の回復及び成長が貢献し、着実に伸長。
- 非積み上げ型収益：主にタイズを中心とする人材紹介事業の成長が寄与し、大幅に伸長。

連結売上収益

(単位: 百万円)

■ 積み上げ型収益

■ 非積み上げ型収益



注: 国際会計基準(IFRS)導入以降の年次推移を記載。

年次業績推移 -利益推移-

EBITDA

6,781百万円

(YoY + 27.1%)

営業利益

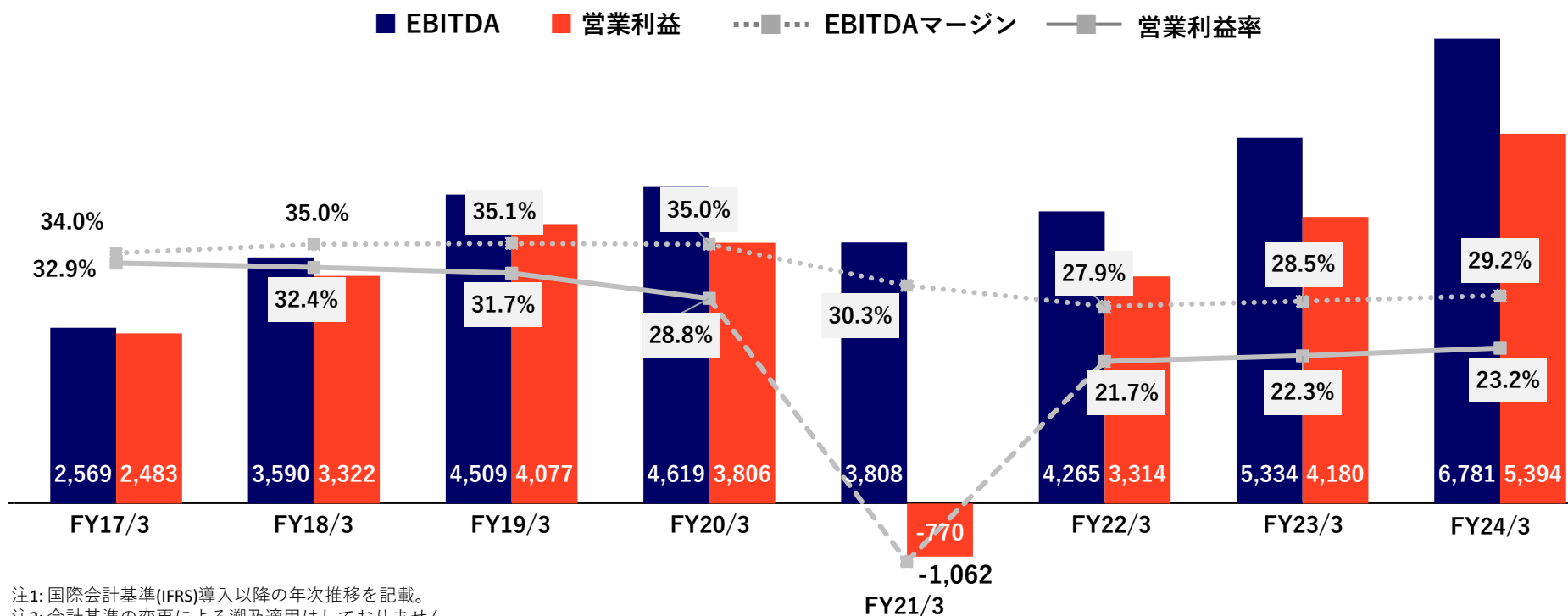
5,394百万円

(YoY + 29.1%)

- 旅行事業の復調やタイズ等を中心とする順調なPMIの貢献もあり、EBITDAおよび営業利益は**過去最高で着地**。
- 旅行事業の復調や広告宣伝費の投資対効果の見直し等により、コロナ禍以降の**利益率は改善傾向**。

連結EBITDA・営業利益

(単位: 百万円)



注1: 国際会計基準(IFRS)導入以降の年次推移を記載。

注2: 会計基準の変更による遡及適用はしていません。

年次業績推移 -利益増減分析-

営業利益

5,394百万円

(YoY +29.1%)

営業利益率

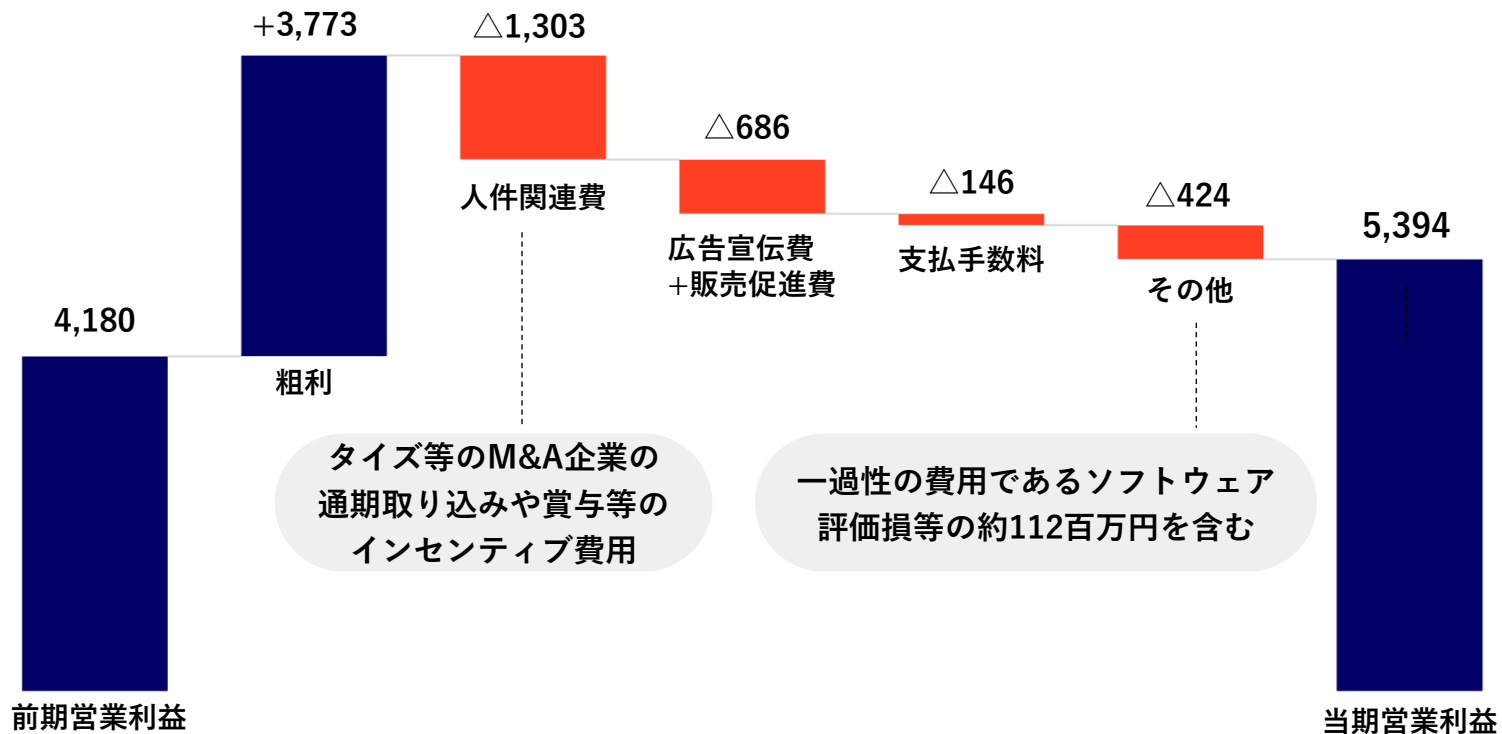
23.2%

(前期: 22.3%)

- 人件関連費は新規M&A企業におけるPMIを通じたオペレーション改善や生産性の向上、及び新卒の早期戦力化等によって最適化を図る。
- 広告費+販促費は無料集客比率の引き上げ等により最適化を図る。
- **一過性費用を調整した営業利益は5,507百万円(利益率23.7%)。**

連結営業利益 増減分析

(単位: 百万円)



年次業績推移 -CF推移-

営業CF

6,841百万円

(前期: 5,706百万円)

投資CF

-961百万円

(前期: -4,601百万円)

財務CF

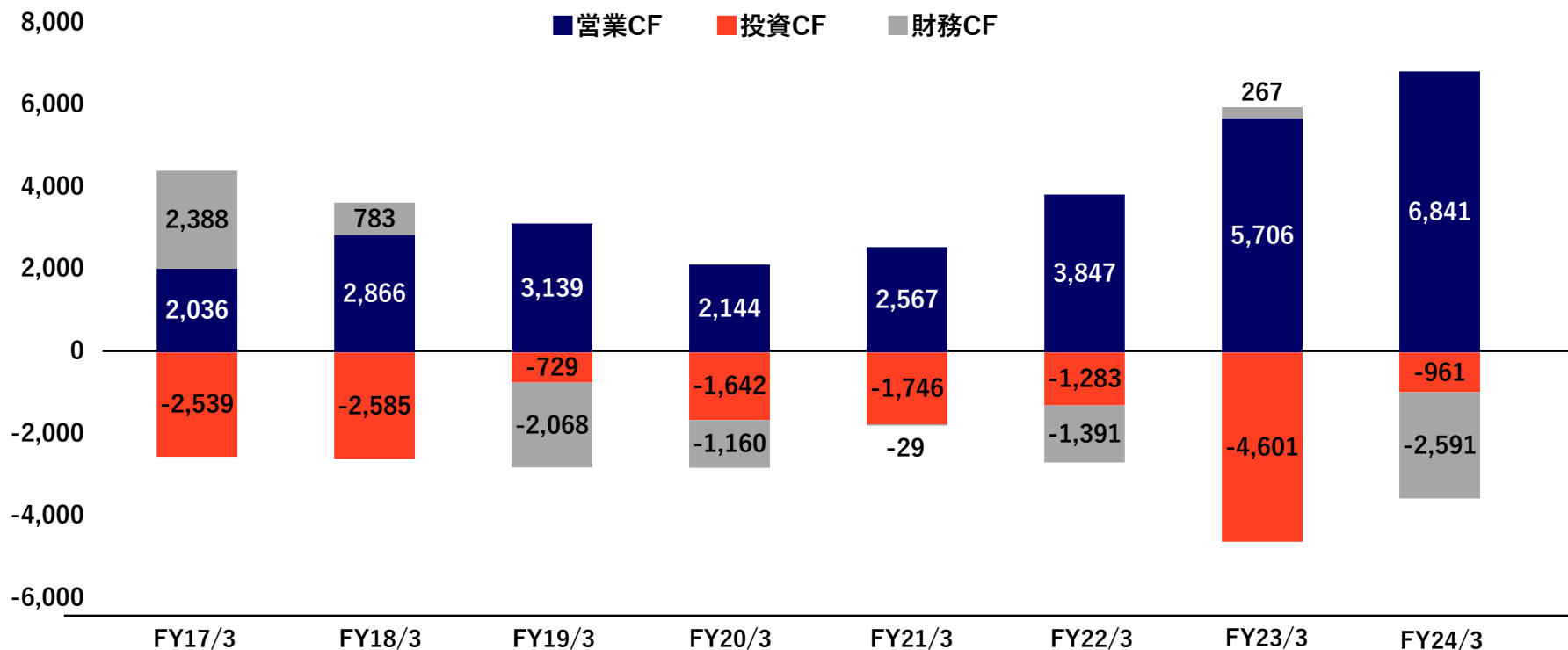
-2,591百万円

(前期: 267百万円)

- 営業CF：既存事業の着実な伸長や、タイズを中心とした好調なPMIを反映して、過去最高を大幅に更新。
- 投資CF：将来成長に向けて、計3件の戦略投資やソフトウェア開発投資を遂行。
- 財務CF：借入金の返済により、財務健全性を強化。

連結キャッシュ・フロー

(単位: 百万円)



2024年3月期業績予想に対する達成率

- グループ全体として見ると、売上収益、各利益ともにガイダンスに対して想定の範囲内で着地。
- 特に、Vertical HRとLife Serviceが好調に進捗し、過去最高値を更新。

売上収益

23,249百万円
(達成率: 100%)

EBITDA

6,781百万円
(達成率: 104%)

営業利益

5,394百万円
(達成率: 102%)

EPS

36.53円
(達成率: 104%)

(百万円)	FY2023/3 通期実績	FY2024/3 通期実績	前年比(%)	FY2024/3 業績予想	達成率(%)
売上収益	18,709	23,249	+24%	23,300	100%
● Vertical HR	7,181	9,580	+33%	9,300	103%
● Living Tech	4,819	5,155	+7%	5,800	89%
● Life Service	6,709	8,514	+27%	8,200	104%
EBITDA(注1)	5,334	6,781	+27%	6,500	104%
営業利益	4,180	5,394	+29%	5,300	102%
親会社所有者 帰属当期利益	2,930	3,800	+30%	3,650	104%
基本的1株当たり 当期利益(EPS)	27.85	36.53	+31%	35.10	104%

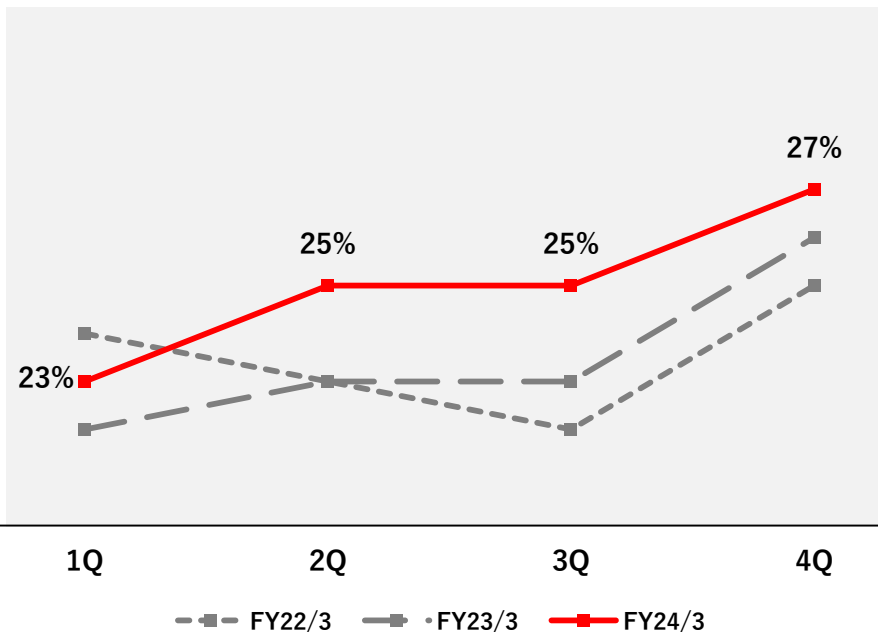
注: EBITDA=営業利益(損失)+減価償却費及び償却費+減損損失+固定資産除却損及び評価損-負ののれん発生益

2024年3月期業績予想に対する四半期達成率

- 売上収益(期中M&Aを除く)の四半期達成率：季節性やサイズを中心とする順調なPMIにより、4Qの達成率は想定の範囲内で着地。
- 営業利益(期中M&Aを除く)の四半期達成率：売上収益と同様に、4Q単体と累計の達成率は直近3年間で過去最高で着地。
- 結果として、売上収益および営業利益の双方において、期中M&Aによる業績貢献を除いても、FY2024/3の通期業績予想に対しては、**おおむね想定の範囲内で着地。**

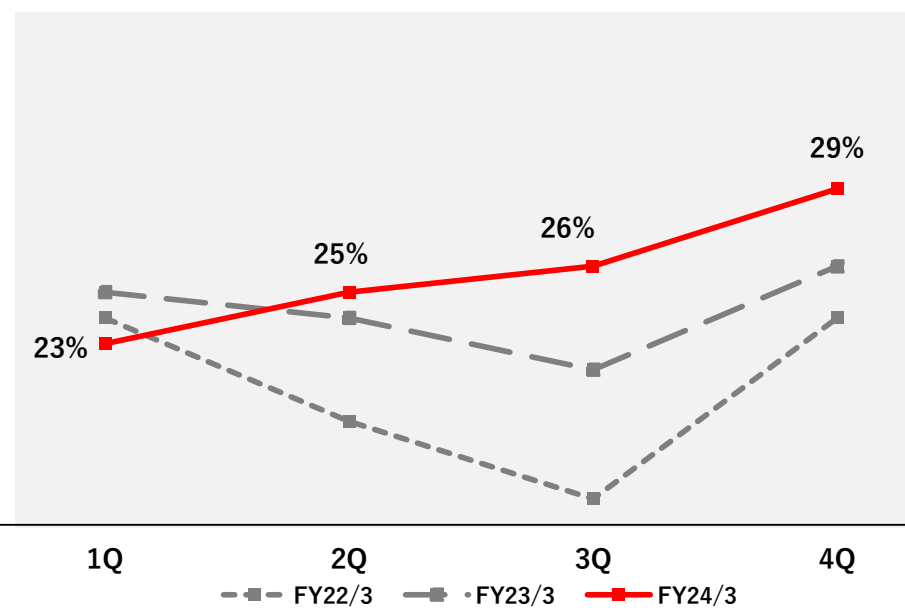
売上収益(期中M&Aを除く)の四半期達成率

(単位: %)



営業利益(期中M&Aを除く)の四半期達成率

(単位: %)



法人顧客数と法人顧客単価

法人顧客数

22,273社

(YoY +3.2%)

法人顧客単価

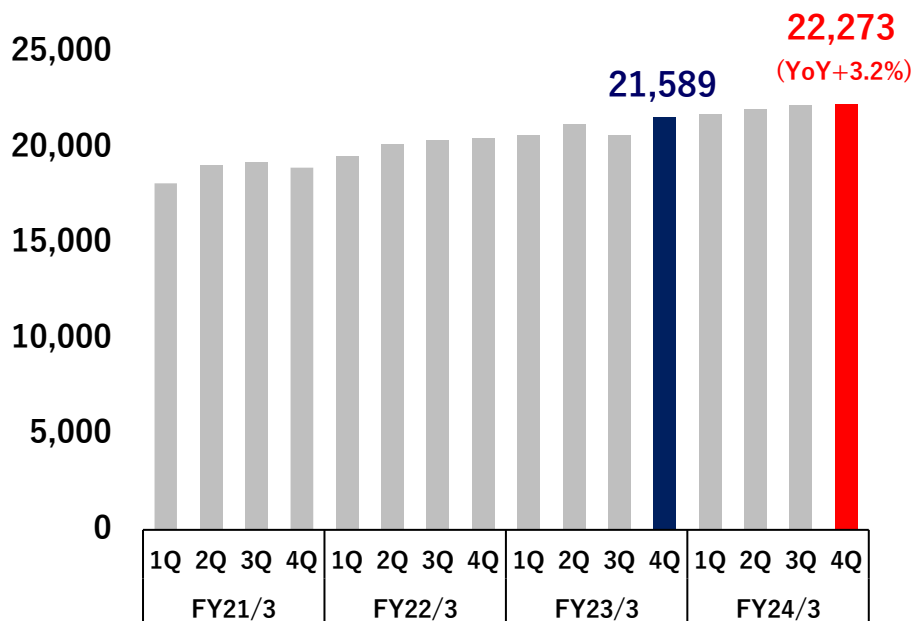
104万円

(YoY +20.5%)

- 法人顧客数は主にリジョブ、旅行事業のAPW/TSD、及び前期・当期グループイン事業の貢献により、過去最高値を更新。
- 法人顧客単価は高単価事業のグループインに伴うプロダクトミックスの変化や一部事業の値上げ等により着実に伸長。
- FY26/3期の業績目標達成に向けて、法人顧客の着実な積み上げ、及び顧客当たり単価の引き上げを図る。

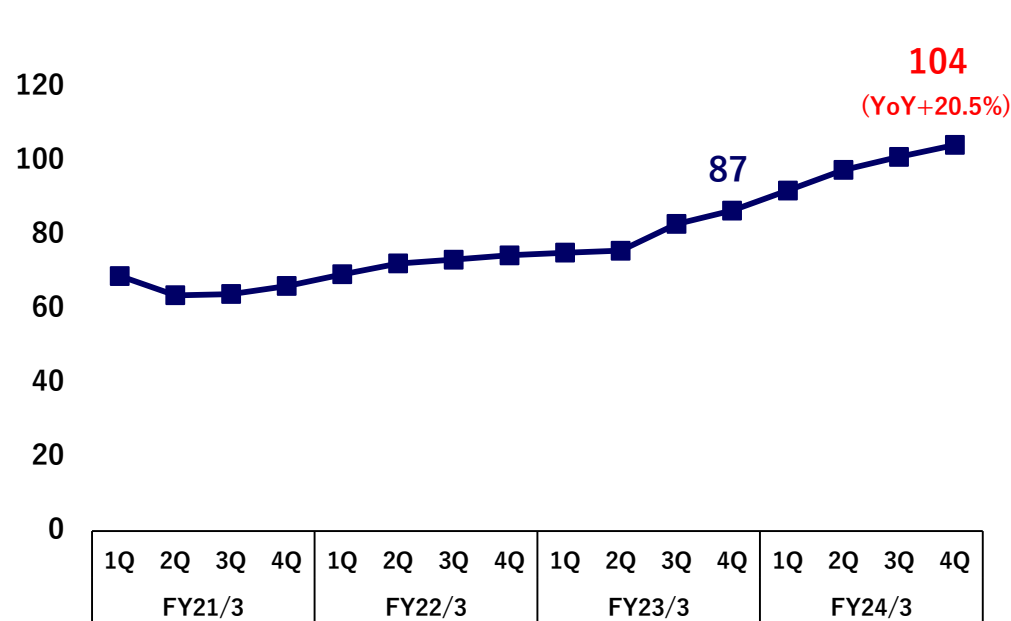
法人顧客数

(単位: 社)



法人顧客単価

(単位: 万円)



注1: 各四半期末より一年以内に売上収益が発生した企業を法人顧客として集計。

注2: 法人顧客単価は連結売上収益÷法人顧客数にて算定。

積み上げ型収益 vs 非積み上げ型収益

積み上げ型収益

3,432百万円

(YoY +12.1%)

非積み上げ型収益

2,897百万円

(YoY +14.6%)

- 積み上げ型収益はリジョブを中心とする自社メディア等から主に構成。
- 非積み上げ型収益はタイズを中心とする人材紹介事業等から主に構成。
- 盤石な収益創出基盤のもと、顧客単価を重視する非積み上げ型収益にも注力することで、安定性と成長性の両方を追求。

収益分類

積み上げ型収益(顧客数重視型)

Vertical HR：リジョブ、ミラクス(派遣)、オーサムエージェント

Living Tech：スモッカ(自社メディア)、リフォーム事業

Life Service：ブレインラボ(ID, オプション)、APW(ホールセール)、TSD 等

非積み上げ型収益(単価重視型)

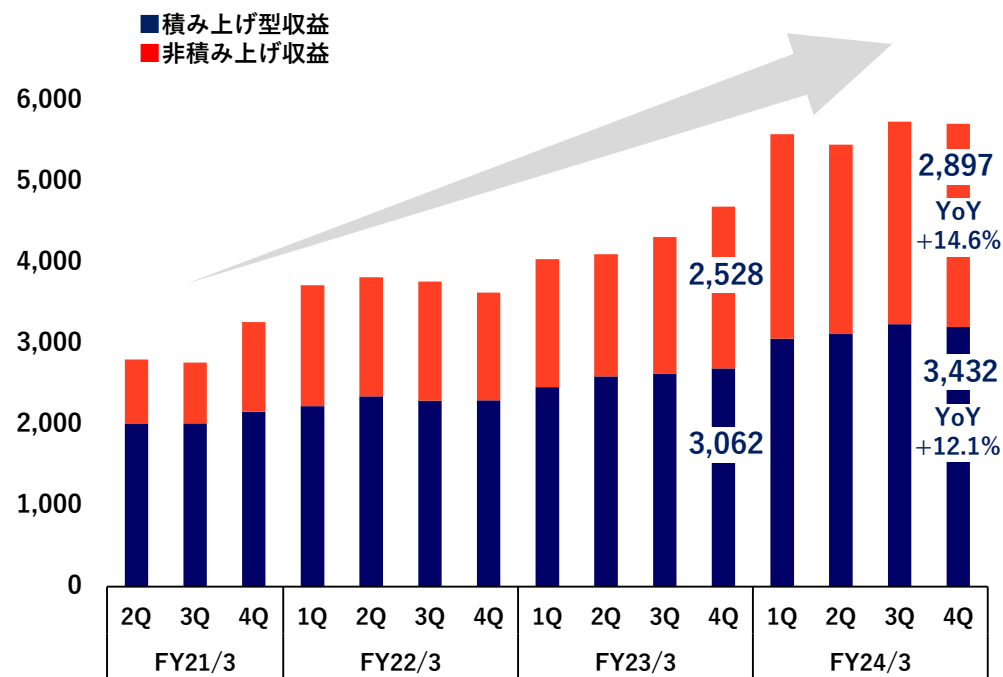
Vertical HR：タイズ、ミラクス(紹介)、ストラクト、リアルエステートWORKS

Living Tech：スモッカ(アグリゲーション)

Life Service：ブレインラボ(SI)、比較メディア(FC, 結婚等)、APW(トラベリスト)、
求人アグリゲーションメディア 等

積み上げ型収益と非積み上げ型収益

(単位: 百万円)



積み上げ型収益(顧客数重視型)

積み上げ型収益

13,000百万円

(YoY +18.4%)

法人顧客数

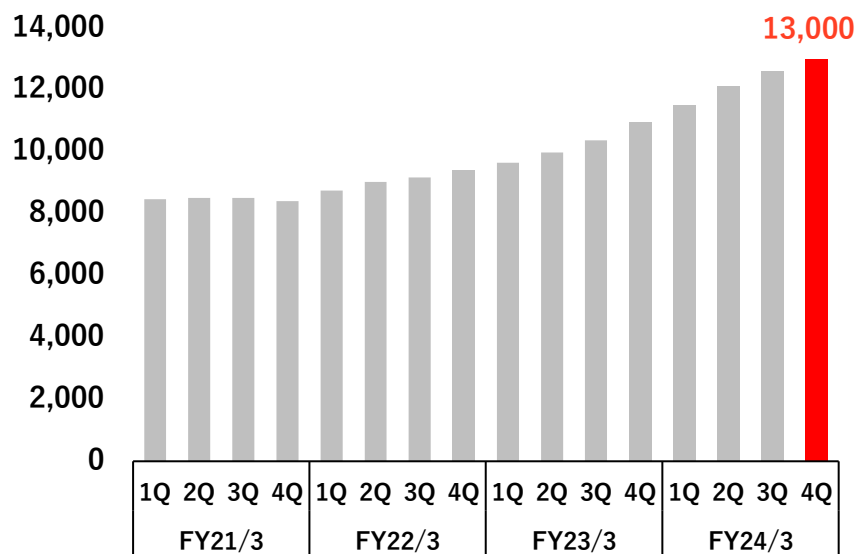
18,600社

(YoY +4.8%)

- 積み上げ型収益は、中小法人を中心とする分散された顧客基盤から主に構成されており、法人顧客数の積み上げを重視。
- リジョブの着実な積み上げや旅行事業の貢献により過去最高収益を記録。
- 今後は単価向上も目指しつつも、プロダクトの磨き込みや営業強化により顧客開拓のスピードを上げていくことで持続的な成長を目指す。

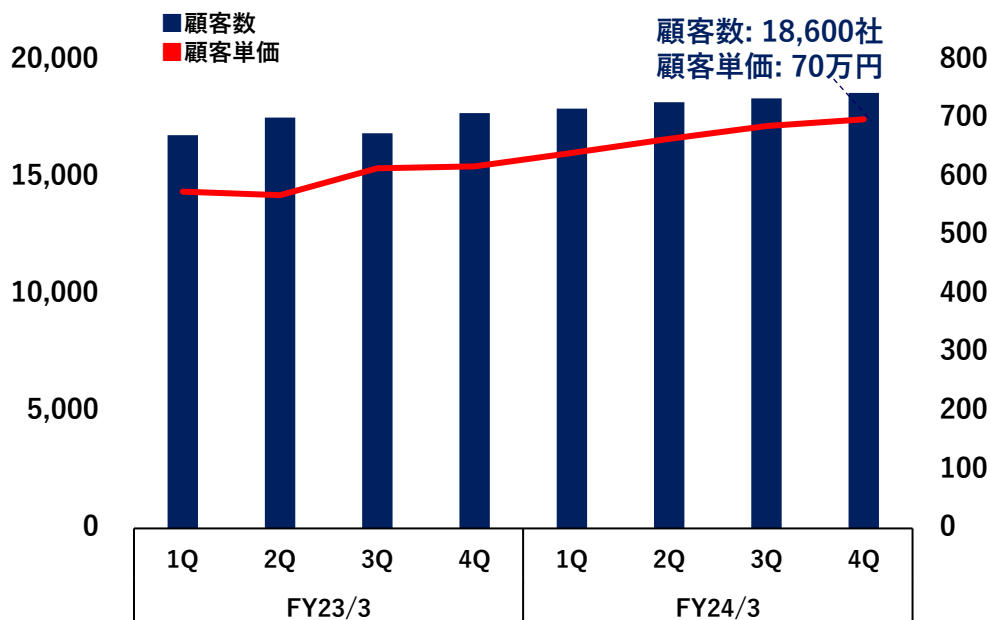
積み上げ型収益(顧客数重視型)

(単位: 百万円)



法人顧客数と顧客単価

(単位: 社)
(単位: 千円)



注1: LTMベースにて算定。LTM=Last Twelve Monthsの略。直近12ヵ月を指す。

注2: 法人顧客数は「積み上げ型収益」の顧客数を指す。

注3: 顧客単価=積み上げ型収益(LTMベース)÷顧客数にて算定。

注4: FY23/3 3QからFY24/3 2Qの法人顧客数の集計に一部誤りがあり遡及修正。

修正後の数値は、顧客数(社): FY23/3 3Q: 16,874, 4Q: 17,743, FY24/3 1Q: 17,931, 2Q: 18,209、顧客単価(万円): FY23/3 3Q: 62, 4Q: 62, FY24/3 1Q: 64, 2Q: 67。

非積み上げ型収益(顧客単価重視型)

非積み上げ型収益

10,249百万円

(YoY +32.6%)

顧客単価

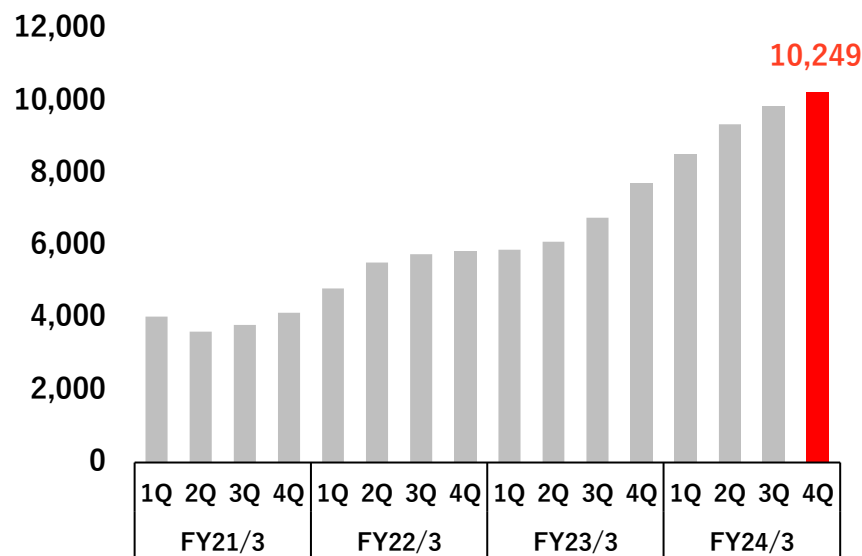
279万円

(YoY +38.9%)

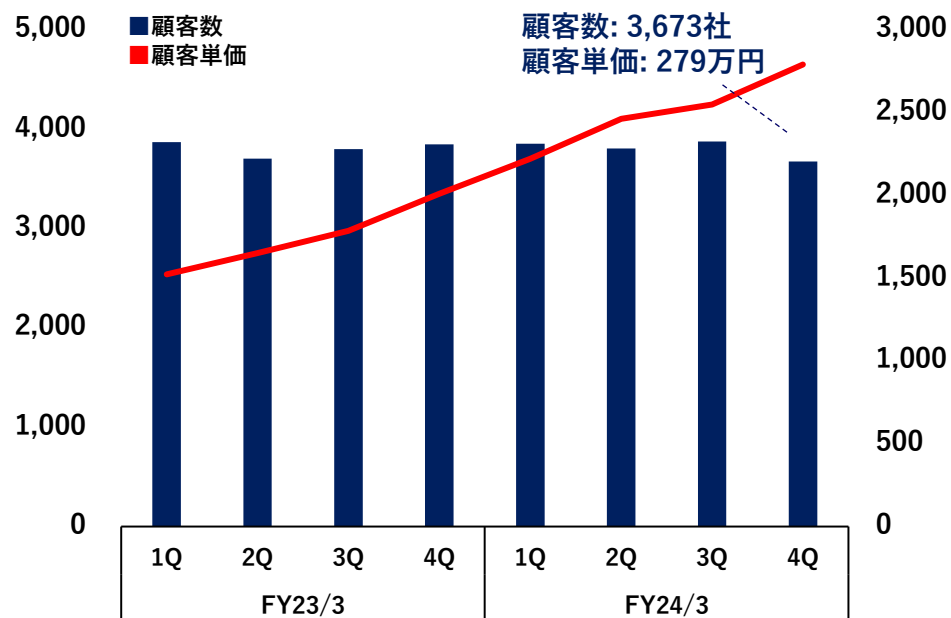
- 非積み上げ型収益は、タイズ等の人材紹介業のが主な構成要素で、顧客単価を重視。
- 前期に実施したM&Aによる高単価事業のグループインによって大幅増収。
- プロダクトミックスの変化により顧客単価は増加基調であり、今後の伸びしろも大きい。

非積み上げ型収益(顧客単価重視型)

(単位: 百万円)



法人顧客数と顧客単価

(単位: 社)
(単位: 千円)

注1: LTMベースにて算定。LTM=Last Twelve Monthsの略。直近12ヵ月を指す。

注2: 法人顧客数は「非積み上げ型収益」の顧客数を指す。

注3: 顧客単価=非積み上げ型収益(LTMベース)÷顧客数にて算定。

注4: FY23/3 3QからFY24/3 2Qの法人顧客数の集計に一部誤りがあり遡及修正。

修正後の数値は、顧客数(社): FY23/3 3Q: 3,799, 4Q: 3,846, FY24/3 1Q: 3,853, 2Q: 3,805、顧客単価(万円): FY23/3 3Q: 179, 4Q: 201, FY24/3 1Q: 222, 2Q: 246。

領域別売上収益推移

Vertical HR

2,637百万円
(YoY +19.6%)

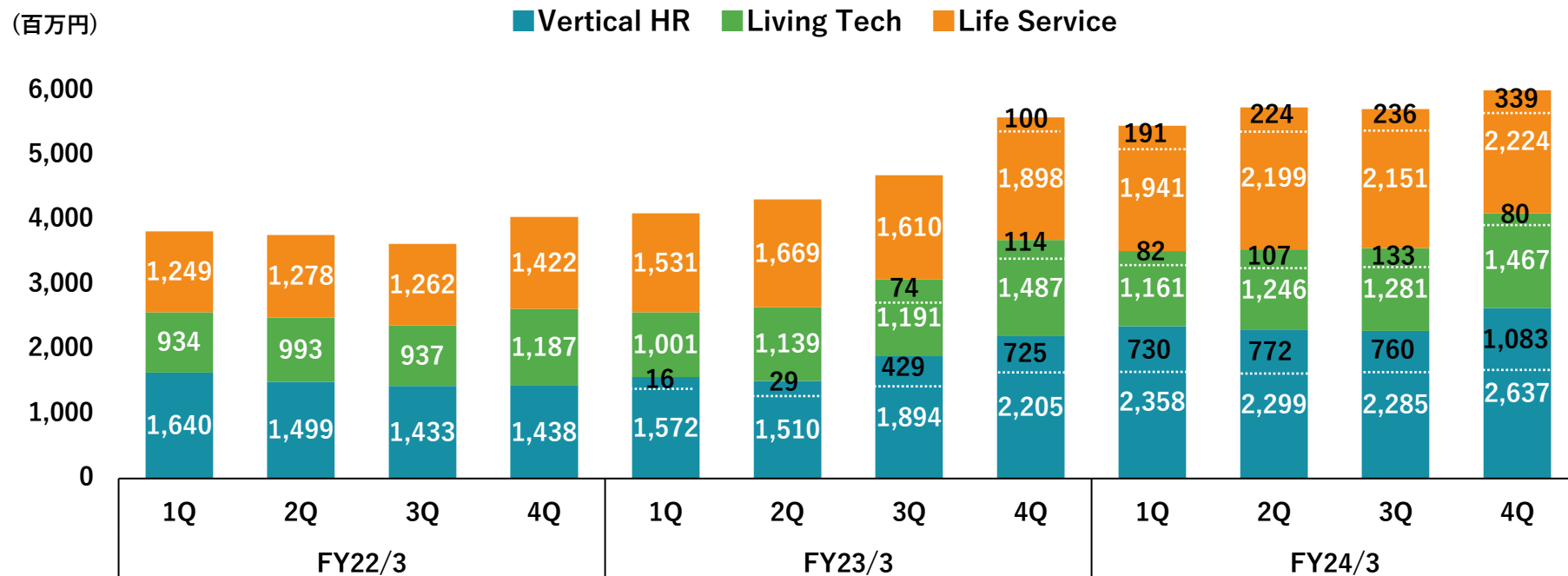
Living Tech

1,467百万円
(YoY -1.3%)

Life Service

2,224百万円
(YoY +17.2%)

- Vertical HR：リジョブの安定成長によるオーガニック成長とタイズ等の前期M&A事業の成長が貢献。
- Living Tech：スモッカとリフォーム事業はマクロ鎮静化等の影響により前年比横ばいで推移。セカイプロパティはPMI初期段階のため、収益のボラティリティが大きく、今後は安定的な収益確保を目指す。
- Life Service：渡航需要の回復によってAPW・TSDが成長を牽引。



注1: FY23/3以降の黒字数字は、FY23/3のM&Aグループイン事業の売上収益寄与を示す。

注2: FY24/3 1Qは一部数値に誤りがあったため、正しい値に修正済み。

貸借対照表の状況

のれん対資本倍率

0.5倍

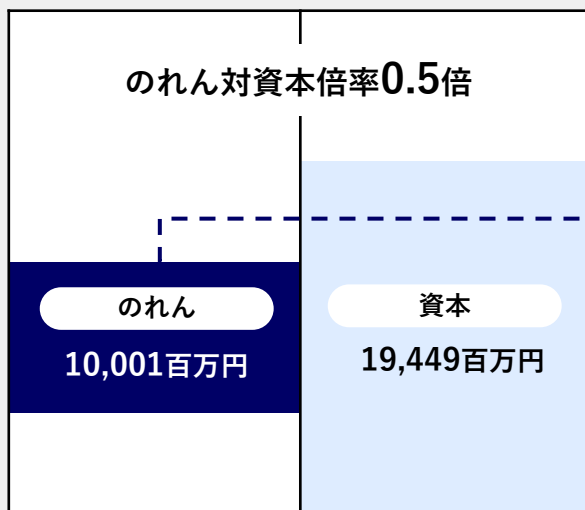
のれん金額

10,001百万円

- のれん対資本倍率は0.5倍、親会社所有者帰属持分比率は56.3%といずれにおいても当社財務基準の範囲内であり、安全性に問題なし。

財政状態計算書(B/S)

資産合計(負債及び資本) 34,535百万円



CGU別のれん内訳

10,001百万円

リジョブ	1,756百万円
タイズ	1,393百万円
ライフサポート	1,108百万円
ブレインラボ(CP)	988百万円
パートナーソリューション	782百万円
TSD	668百万円
その他	3,306百万円

注1: のれんの減損テストと同一のCGU(資金生成単位)単位の記載。

注2: ライフサポートは旧IACC等のリフォーム・エネルギー事業を指す。旧IACCは2020年7月付でじげんと吸収合併済み。

注3: ブレインラボ(CP)は人材紹介会社向けシステム事業のキャリアプラス(CAREER PLUS)を指す。

注4: パートナーソリューションはベーシックより事業譲受により取得した比較メディア事業を指す。

のれん減損テスト

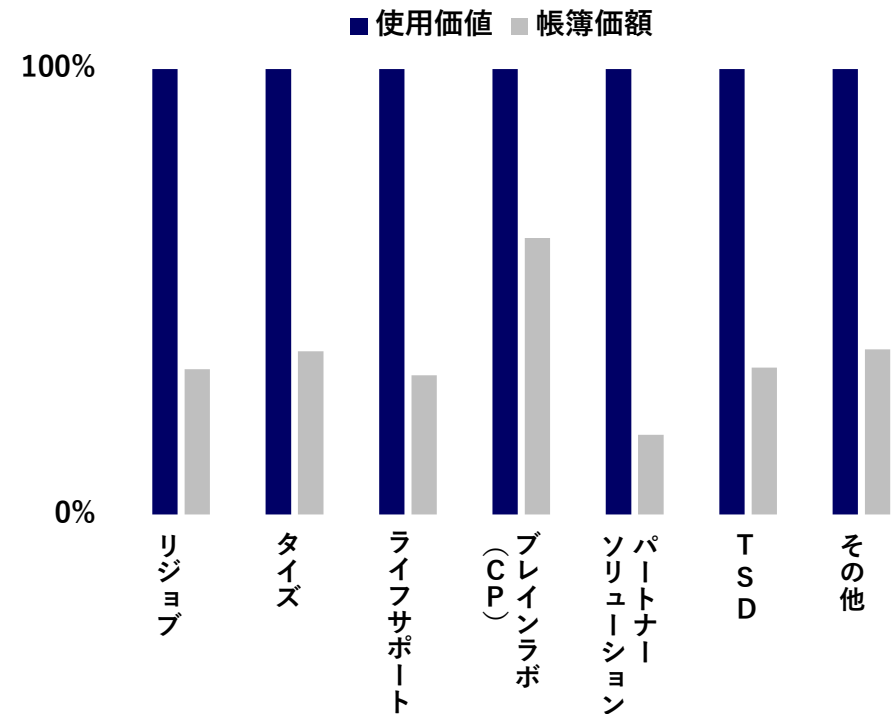
- のれんを構成する計17のCGUにおいて、IFRSに則り、帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- のれんの金額が大きい主要CGUでは、回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。

のれん

のれん合計：10,001百万円

リジョブ	1,756百万円
タイズ	1,393百万円
ライフサポート	1,108百万円
ブレインラボ(CP)	988百万円
パートナーソリューション	782百万円
TSD	668百万円
その他	3,306百万円

減損テスト



注1: 減損テストでは、使用価値と処分コスト控除後の公正価値の高い方を回収可能価額とするが、事業計画に基づいた将来キャッシュ・フローをベースに算定する使用価値と帳簿価額の比較を記載。

注2: 各CGU(資金生成単位)において、使用価値を1とした場合の帳簿価額との比率を示す。

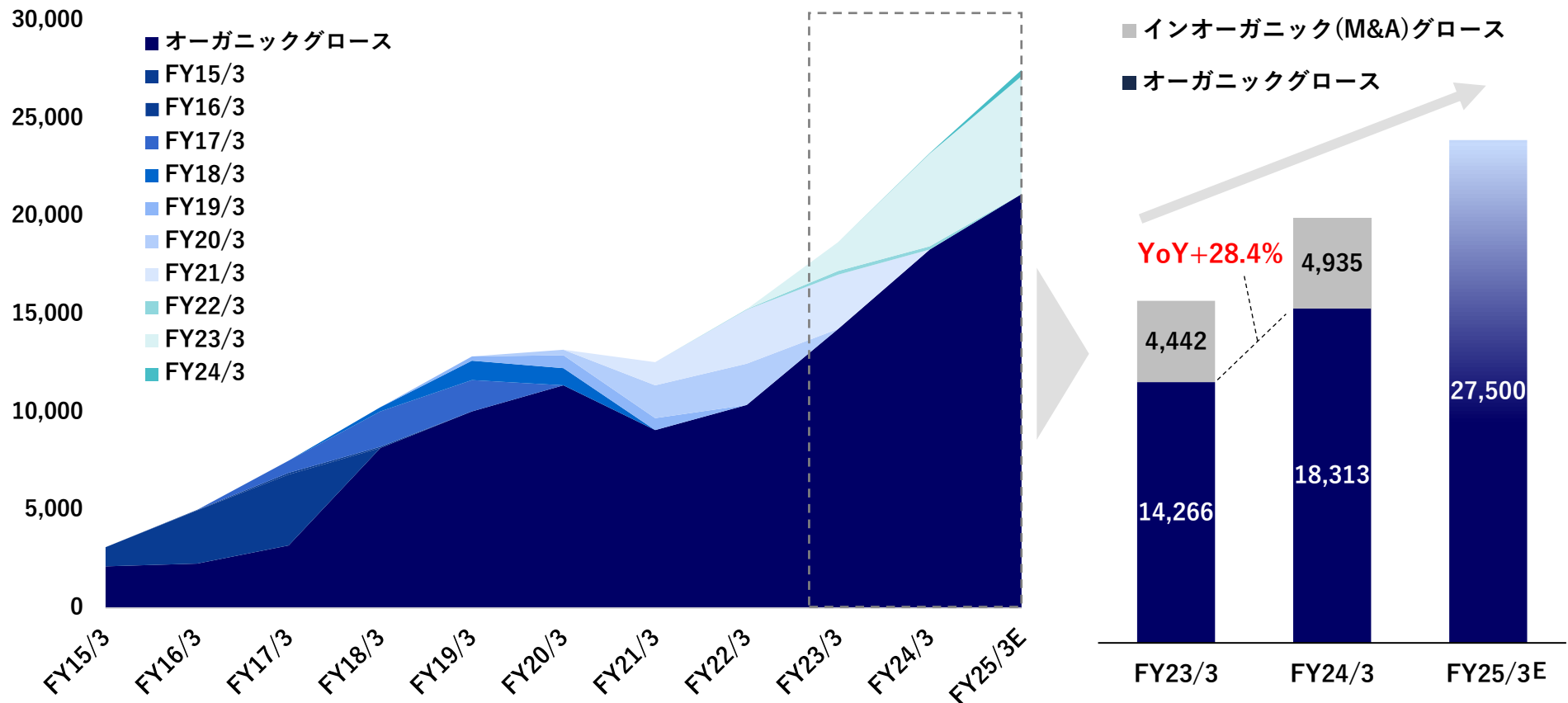
注3: 減損テストの基準日は2023年12月末。

オーガニックグロースとインオーガニック(M&A)グロース

- これまで積極的なM&Aにより、非連続的な成長を実現。今後も中長期の成長に向けたM&Aの実行を志向。

オーガニック/インオーガニック売上収益

(単位: 百万円)



注: 基本的に3年程度以内でPMI効果は一巡すると想定されるため、M&A実施から4年目以降の事業の売上収益を自社立ち上げ事業と合算して、オーガニックグロースと定義。

財務戦略と戦略投資（M&A）の状況

戦略投資額

244百万円

(前期: 43.2億円)

配当予想

7.5円

(前期: 6.5円)

- FY2025/3の自己株式取得は、取得金額上限28億円(上限420万株、対発行済株式総数(自己株式を除く)4.04%)に設定。
- FY2024/3における1株当たり配当金は、普通配当5.0円+記念配当1.5円の合計6.5円に設定。FY2025/3は増収増益を見込み、7.5円へ増配を計画。
- 原則として当該年度の当期利益から、戦略投資額と配当総額を除いた金額を翌年度の自己株式取得枠の上限とする財務方針を継続。
- その上限の範囲内で流通株式比率等を考慮し最終的な金額を決定する。

キャッシュフローと株主還元

(百万円)	FY2023/3	FY2024/3	FY2025/3
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,930	3,800	
- 戦略投資額	4,323	244	
- 配当総額	416	676	
1株当たり配当	4.0円	6.5円	7.5円
自己株式取得枠	1,400	0	2,800

注1: 戦略投資額は、M&Aや資本提携といった、資産性の高い経営資源を獲得するために当社が拠出した投資額を指す。

注2: 財務水準や市場前提が現況から大きく変動する場合、本財務方針を柔軟に変更する可能性がある。

注3: FY2023/3の戦略投資額は、2022年12月16日に実施したRettyへの出資額を含む。

注4: FY2024/3の戦略投資額には当該期に成約には至らなかった案件の専門家費用や、FY2025/3における上場会社株式への投資金額を含む。

足元の外部環境

- Vertical HRの外部環境は全体的に好調であり、Life Serviceにおいては海外渡航需要が徐々に回復傾向。

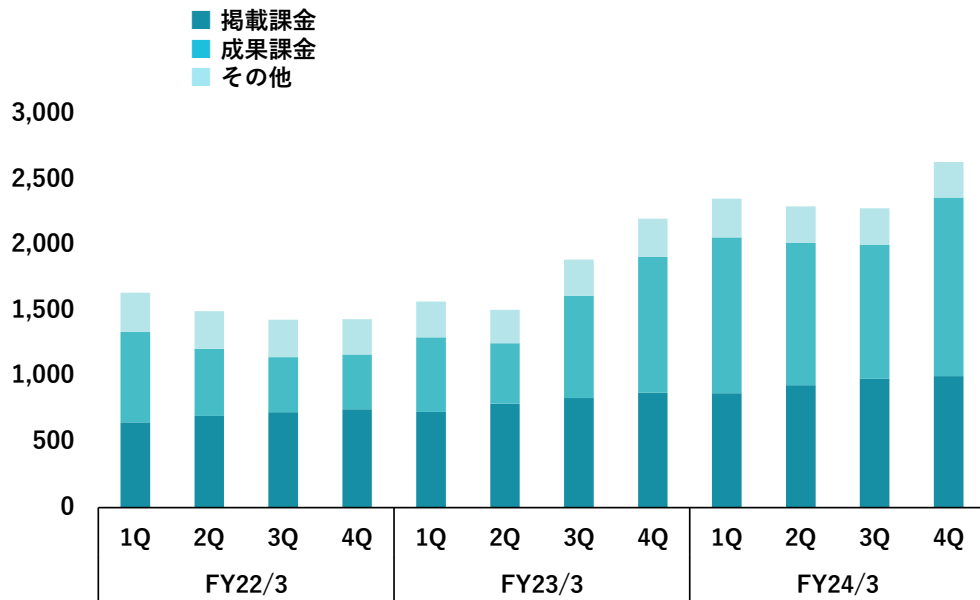
サービス	クライアントサイド	状況	ユーザーサイド	状況	
Vertical HR	リジョブ	<ul style="list-style-type: none"> 採用ニーズは高い水準で推移。 	○	<ul style="list-style-type: none"> 求職者ニーズは引き続き堅調。 	○
	タイズ	<ul style="list-style-type: none"> 採用ニーズは高い水準で推移。 	○	<ul style="list-style-type: none"> 求職者ニーズは引き続き堅調。 	○
	その他 <ul style="list-style-type: none"> ミラクス Struct リアルエステートWORKS オーサムエージェント 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年問題の影響もあり、建設やドライバー等の領域では需要が高い水準で継続。 介護領域も同様に採用ニーズは高い水準で推移。 	○	<ul style="list-style-type: none"> 求職者ニーズは引き続き堅調。 	○
Living Tech	不動産 <ul style="list-style-type: none"> スモッカ セカイプロパティ 	<ul style="list-style-type: none"> ネット広告への出稿需要は引き続き堅調。 東南アジア諸国のマクロ環境に特段問題はなく、物件の仕入状況は良好。 	○	<ul style="list-style-type: none"> インフレ影響により引越し需要はやや減退。 海外不動産需要は増加傾向。 	△
	ライフサポート <ul style="list-style-type: none"> リショップナビ エネビ 	<ul style="list-style-type: none"> ネット広告への出稿需要は引き続き堅調。 	○	<ul style="list-style-type: none"> リフォーム需要は資材価格高騰や巣ごもり需要の反動等により減退。 電気の切替領域に参入。需要は堅調に推移。 	△
Life Service	比較サイト	<ul style="list-style-type: none"> フランチャイズ領域の広告需要は堅調に推移。 	○	<ul style="list-style-type: none"> 独立/開業におけるユーザーの動きは堅調に推移。 	○
	<ul style="list-style-type: none"> APW TSD 	<ul style="list-style-type: none"> 業務渡航は円安の影響がみられるも堅調に推移。 レジャー渡航は底這いは脱却したものの円安影響により需要回復は緩やか。 	◎	<ul style="list-style-type: none"> 国内の移動需要は好調に推移。 海外の移動需要も緩やかな回復傾向が継続。 	○

主力事業における事業状況 -Vertical HR-

- 掲載課金：リジョブとオーサムエージェントの両社の着実な積み上げにより、過去最高を更新。
- 成果課金：主にリジョブの安定成長やタイズの順調なPMIにより前年同期比増収で着地。

売上収益

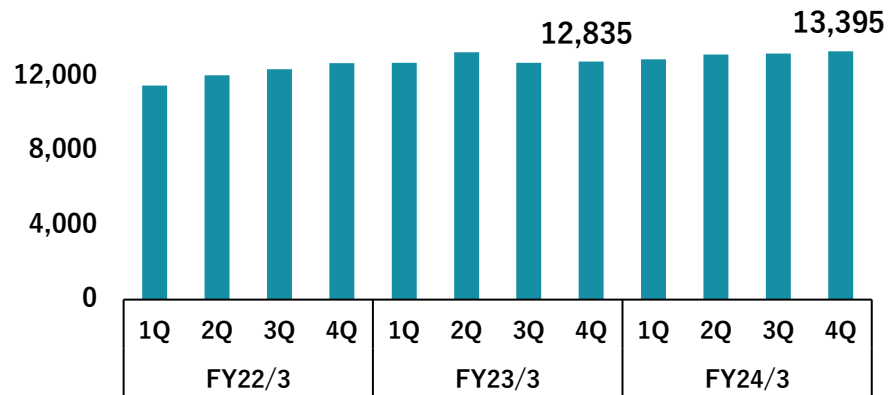
(単位：百万円)



注1: 顧客数は各四半期末より1年以内(=LTMベース)に売上収益が発生した法人顧客数をカウント。
 注2: 会員数は累計数値。
 注3: 掲載課金はリジョブとオーサムエージェントの掲載課金型の売上収益を指す。
 注4: 成果課金はリジョブの成果課金型の売上収益やタイズ等の人材紹介事業の売上収益から構成。

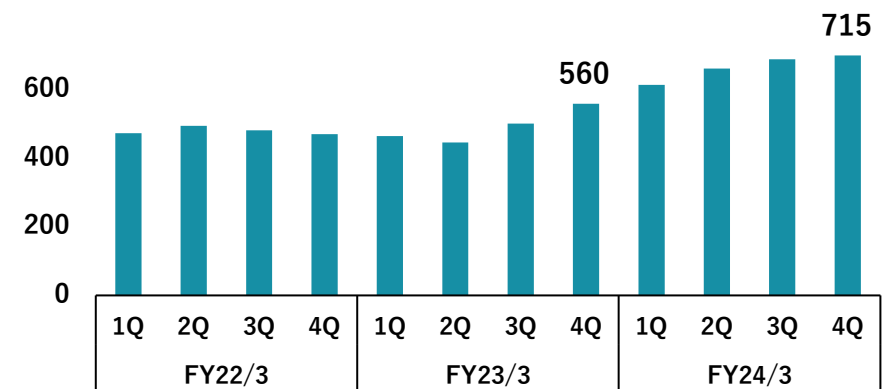
顧客数

(社)



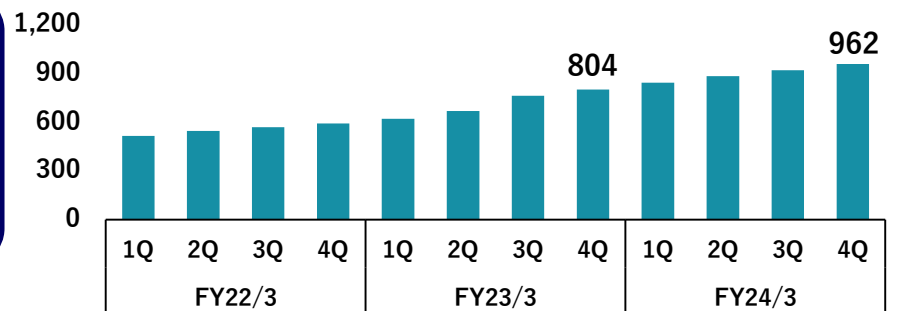
顧客単価

(千円)



会員数

(千名)



Vertical HR -タイズ社-

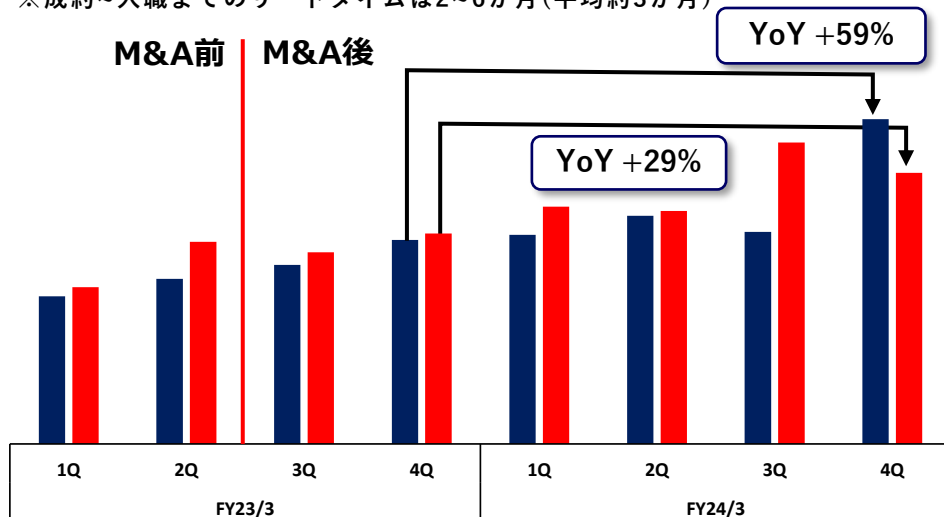
- 関東エリアへの進出、ハイフォーマーのナレッジ平準化や新規育成等といった着実なPMI進捗により、高成長を実現。リピート顧客のロイヤルティの引き上げとじげんグループジョイン後の新規開拓が成長に貢献。
- 売上収益の約80%を時価総額1,000億円以上のリピート顧客(主に大手製造メーカー)が占める。
- 先行指標である成約ベースの売上収益は順調なPMIにより引き続き高い成長率を維持。なお、入職ベースの売上収益は期ズレの影響が一部あるも、前年比+59%と高成長率で着地。

入職/成約ベース 売上収益

PMIの着実な進捗により高成長を実現

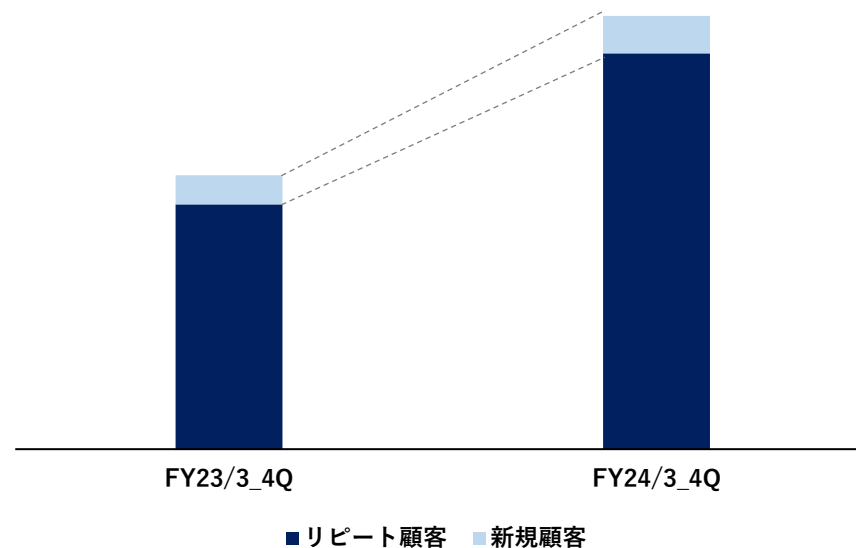
■ 入職ベース(=P/L上の売上収益) ■ 成約ベース

※成約~入職までのリードタイムは2~6か月(平均約3か月)



顧客分類別 売上収益

顧客ロイヤルティの引き上げと新規顧客開拓が貢献



注: リピート顧客は1年以上前から売上有り、直近12か月で1度でも売上が発生した会社。新規顧客は直近12か月で初めて売上が発生した会社。

Vertical HR -タイズ社-

- 顧客カルチャーを踏まえた上でのマッチ度の高い人材紹介や人事戦略のサポート等といった顧客に寄り添った人材紹介の実現により、関西大手メーカーとの良好な関係値を構築し、高い採用シェアを実現。
- リピート顧客への更なる付加価値強化によるロイヤルティの引き上げと新規顧客開拓を推進し、更なる業績伸長を図る。

強み -大手メーカー顧客の実際の声-

パナソニックグループ 様



(株)クボタ 様



オムロン(株) 様



オークラ輸送機(株) 様

(株)樫本チェーン 様



大手メーカー 採用ご担当者様の声

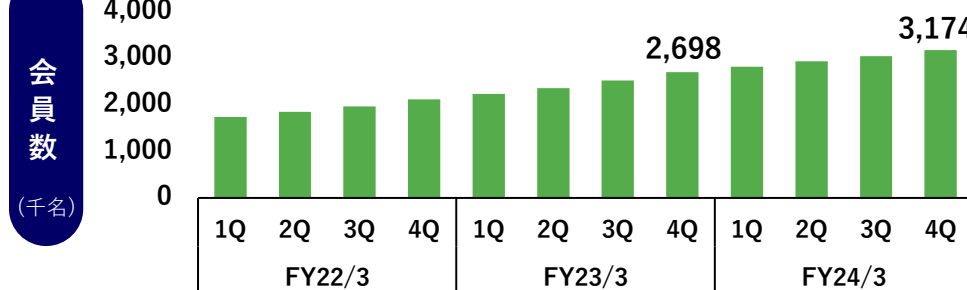
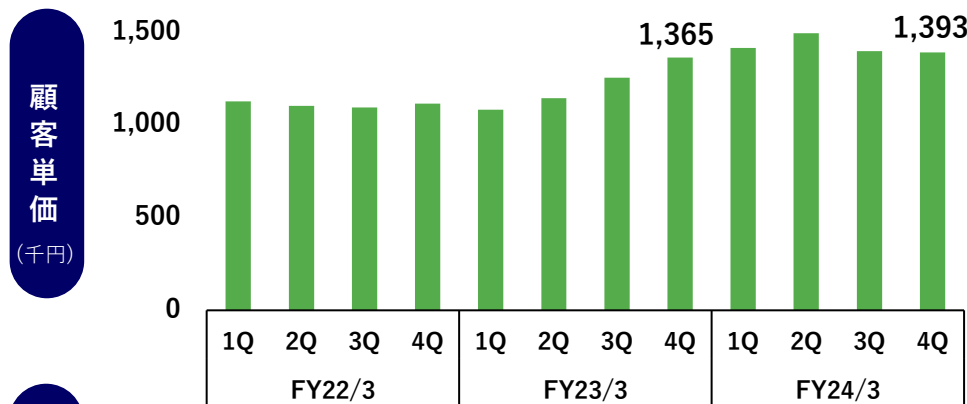
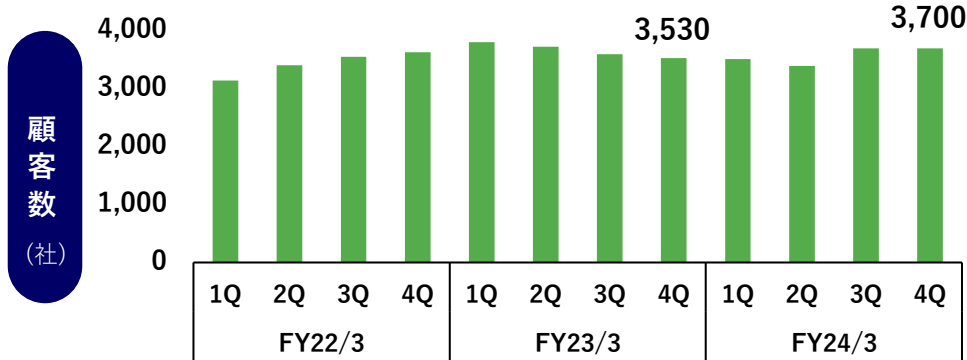
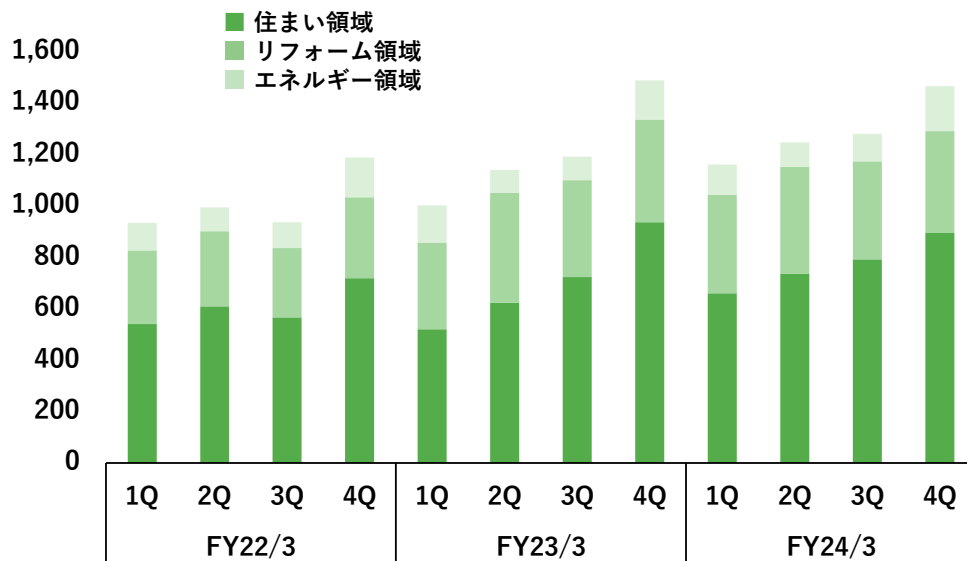
- ・ 目に見えるスキルや経験だけでなく、ベストマッチングに拘っている
- ・ 多面的なサポート（業界求人/求職者動向等の情報提供、オファーレターや面接対応等のアドバイス、採用手法の提案、未顕在ポジションへの採用提案、候補者の退職交渉サポート、入社前後のフォロー等）
- ・ 対応がスピーディーで柔軟性が高いのに加えて、会社側だけでなく、求職者の理解も深く、情報が正確でミスマッチが少ない

主力事業における事業状況 -Living Tech-

- 新規M&Aによるミックスの変化の結果、顧客数は上昇、顧客単価は概ね横這いで推移。
- リフォーム・住まい領域はマクロ鎮静化や競争環境の影響もあり、前年比で横這い推移。
- エネルギー領域は電力切替領域への参入等により増収基調。

売上収益

(単位：百万円)

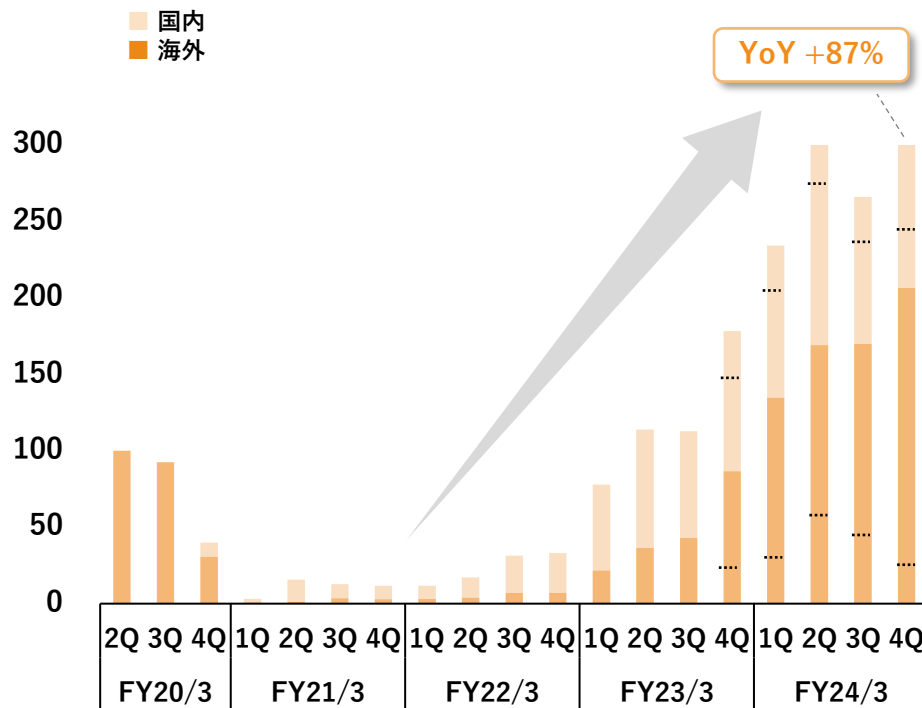


注1: 住まい領域は主にスモックとセカイプロパティ、リフォーム領域はリショップナビを指す。
 注2: 会員数は累計の数値を使用。
 注3: FY23/3 4Qの会員数に一部誤りがあり遡及修正。
 注4: FY23/3 3QからFY24/3 2Qの法人顧客数の集計に一部誤りがあり遡及修正。
 修正後の数値は、顧客数(社): FY23/3 3Q: 3,595, 4Q: 3,530, FY24/3 1Q: 3,512, 2Q: 3,397、顧客単価(千円): FY23/3 3Q: 1,257, 4Q: 1,365, FY24/3 1Q: 1,418, 2Q: 1,497。

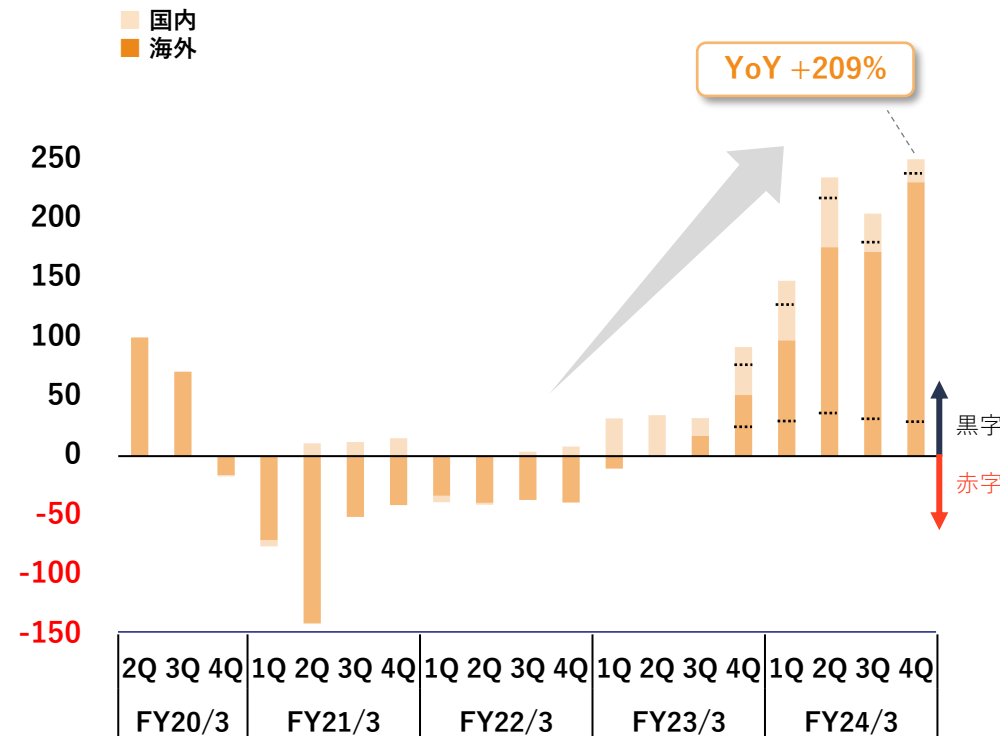
その他事業状況 -Life Service: 旅行領域-

- 海外：マクロ環境の回復や顧客数の着実な積み上げにより、安定的な増加基調を維持。
- 国内：マーケティング改善の安定化が進み、QoQで増収増益基調に回帰。今後は新規商材のクロスセルやアプリによるリピート施策の強化により、収益性の早期安定化を図る。
- マクロ環境を適切に捉えた施策や新規商材のリリース等により、成長角度の引き上げを目指す。

売上収益



営業損益



注1: コロナ前の過去最高値であるFY20/3 2Qを100とし、売上収益及び営業損益を指数化。

注2: 国内に関わるサービスはFY20/3 4Qに株式取得。

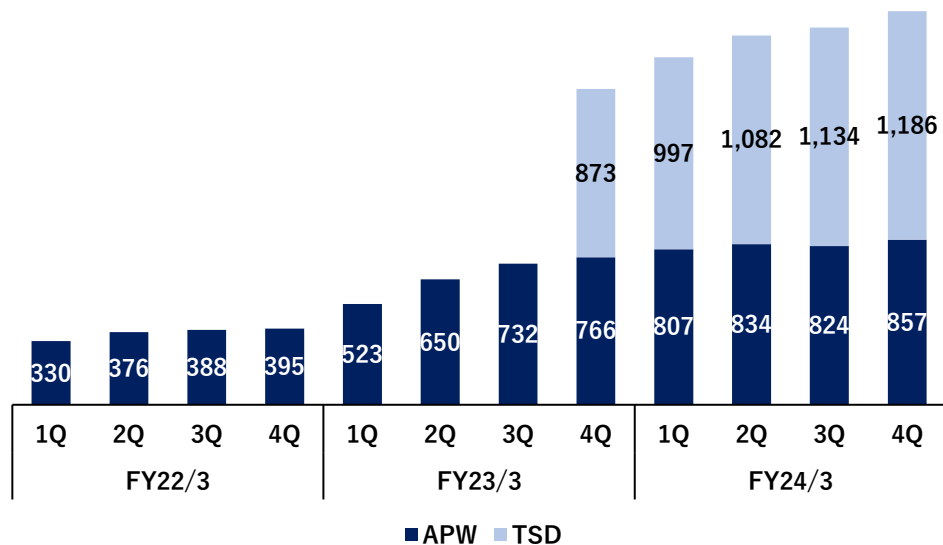
注3: 棒グラフにおける点線の上部は2023/2に株式取得したTSDによる寄与を示す。

旅行領域-施策の進捗-

- マクロ環境の回復及びミクロの打ち手により、旅行事業全体の顧客数は増加傾向。
- 海外航空券予約サービスをリニューアルオープン。最安値の海外航空券を一括で比較検索・予約・発行が可能に。
- 国内ホテル・旅館の宿泊予約サービスを新規リリース。検索機能や絞り込み機能が大きくアップデートされ、航空券に加えて約14,000件の国内ホテル・旅館をワンストップで比較・予約することが可能に。

顧客数推移

(単位：社)



注1: 顧客数は直近1年間に於いて売上収益が発生したアクティブ法人顧客を指す。

注2: FY23/3 4QにTSD社がグループイン。

海外航空券予約サービスのリニューアルオープン




2

業績予想と経営戦略

2025年3月期業績予想

- 第2次中期経営計画の業績目標の達成に向けて、2025年3月期は**増収増益を計画**。

売上収益

27,500百万円
(前年比: 118%)

EBITDA

7,700百万円
(前年比: 114%)

営業利益

6,300百万円
(前年比: 117%)

(百万円)	FY2024/3 通期実績	FY2025/3 通期予測	前年比
売上収益	23,249	27,500	118%
● Vertical HR	9,580	11,100	116%
● Living Tech	5,155	6,000	116%
● Life Service	8,514	10,400	122%
EBITDA(注1)	6,781	7,700	114%
営業利益	5,394	6,300	117%
親会社所有者 帰属当期利益	3,800	4,300	113%
基本的1株当たり 当期利益(EPS)	36.53	41.90	115%

Vertical HR

既存事業の安定成長や、タイズ等を中心とする順調なPMIにより高成長を見込む。

Living Tech

既存事業のプロダクト改善や新規グループイン事業のPMIの推進により着実な業績伸長を見込む。

Life Service

旅行領域のマクロ回復に伴う需要の取り込みにより高い業績伸長を見込む。

注: EBITDA=営業利益(損失)+減価償却費及び償却費+減損損失+固定資産除却損及び評価損-負ののれん発生益

第2次中期経営計画 Z CORE

Purpose - 存在意義 -

Update Your Story —あなたを、未来に。

人生の岐路に立つ、すべての人の未来をアップデートする。

経営計画

FY2026/3において

- 売上収益**350億円超** EBITDA**100億円超**
- Z CORE（売上収益**100億円超**の主力事業）を創出

最重視指標

主力事業全体における5年間（FY2022/3~FY2026/3）の
売上収益の年平均成長率**30%**

第2次中期経営計画の進捗評価

- FY2026/3における経営計画(売上収益350億超 EBITDA 100億円超)の達成に向けては、リジョブ、タイズが好調なVertical HRや旅行事業が好調なLife Serviceに支えられ順調な進捗。
- Living TechにおけるZ CORE(売上収益100億円超)の達成や主力事業の年平均成長率30%の達成については一定規模のM&Aを要する状況も、それらの達成がなくとも売上収益及びEBITDA目標は達成可能な水準のため、規律を持った取り組みを優先。

戦略目標	進捗状況	見通し
売上収益 350億超 EBITDA 100億超	FY2026/3における達成に向け順調に進捗	引き続き既存事業のオーガニック成長とM&Aによるインオーガニック成長を継続
Z CORE創出 (Vertical HR)	リジョブ、タイズを中心にFY2025/3において売上収益100億円超を前倒しで達成見込み	主力事業として中期経営計画期間の成長を継続
Z CORE創出 (Living Tech)	FY2026/3までに既存事業の成長のみによって売上収益100億円超の達成することは難しく、達成に向けては一定規模のM&Aを要する	既存事業の成長に加え、引き続きM&Aを検討。一方で、売上収益350億超 EBITDA 100億超の達成にはLiving Techの売上収益100億超は必須ではない
主力事業 (VHR, LT) 年平均成長率 30%	Living Techの下振れにより年平均成長率は30%に満たない状況も、好調なLife Serviceが全体業績をサポート	Vertical HR, Living Tech のみの成長に拘らず多方面での成長を意識

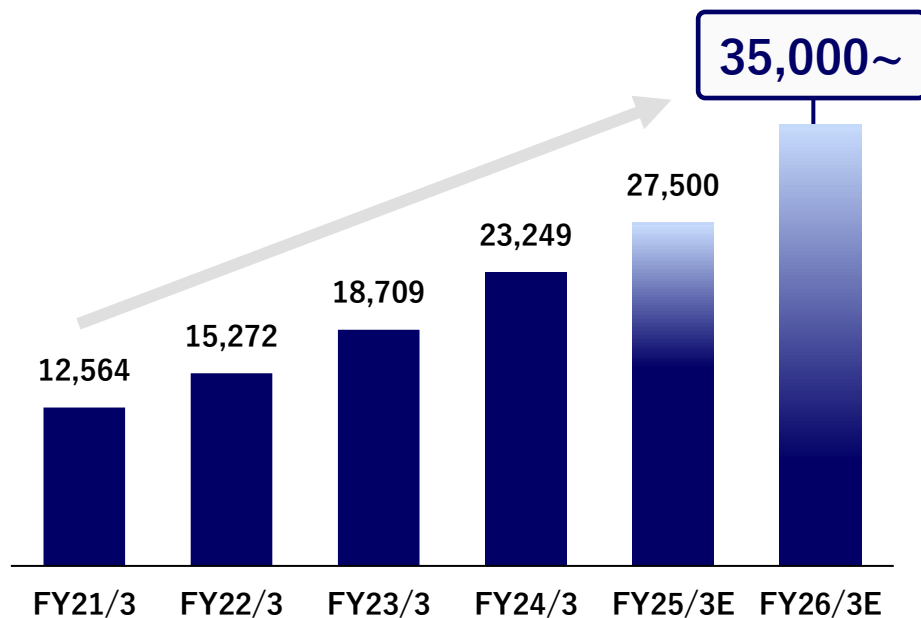
第2次中期経営計画の進捗と達成イメージ

- ①高単価事業のM&Aや一部事業の値上げ等により、顧客当たり単価が上振れる想定であること、
- ②今後、更なる顧客単価の向上を目指し、エンタープライズ顧客等の大手開拓や顧客ロイヤルティの向上に注力予定であること、
- 以上を踏まえ、中小法人基盤の安定拡大は引き続き継続しつつも、顧客当たり単価の引き上げを図ることによって、売上収益350億円超の達成を目指す。

連結売上収益の推移イメージ

(単位: 百万円)

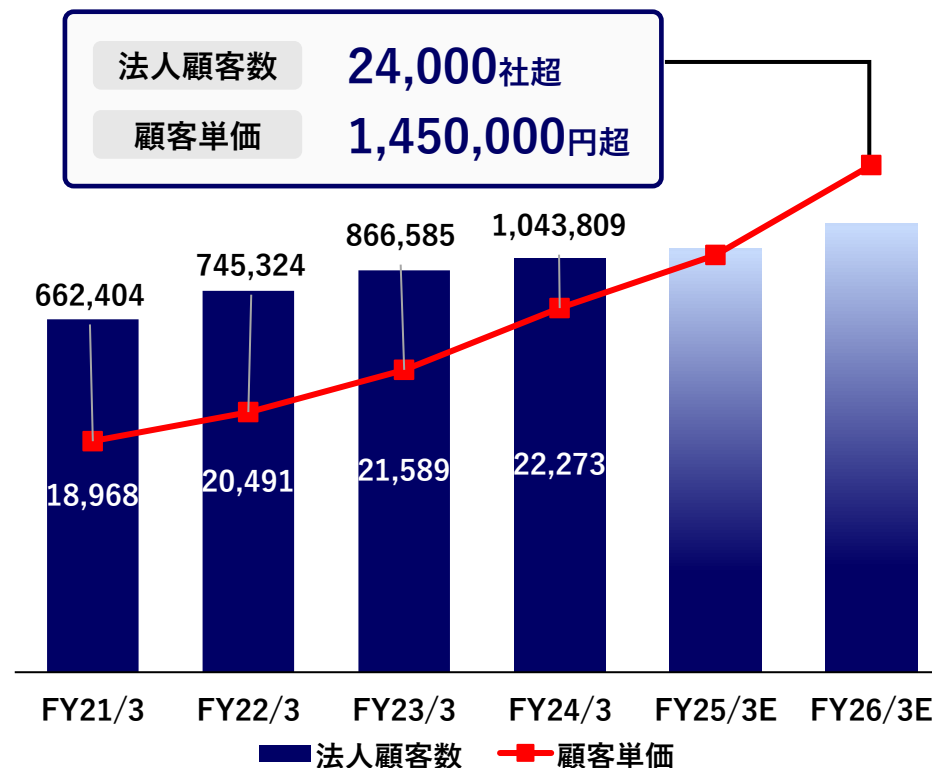
Z CORE(売上収益100億円超の主力事業)の創出により中計達成を目指す



法人顧客数・顧客単価の推移イメージ

(単位: 社)

(単位: 円)



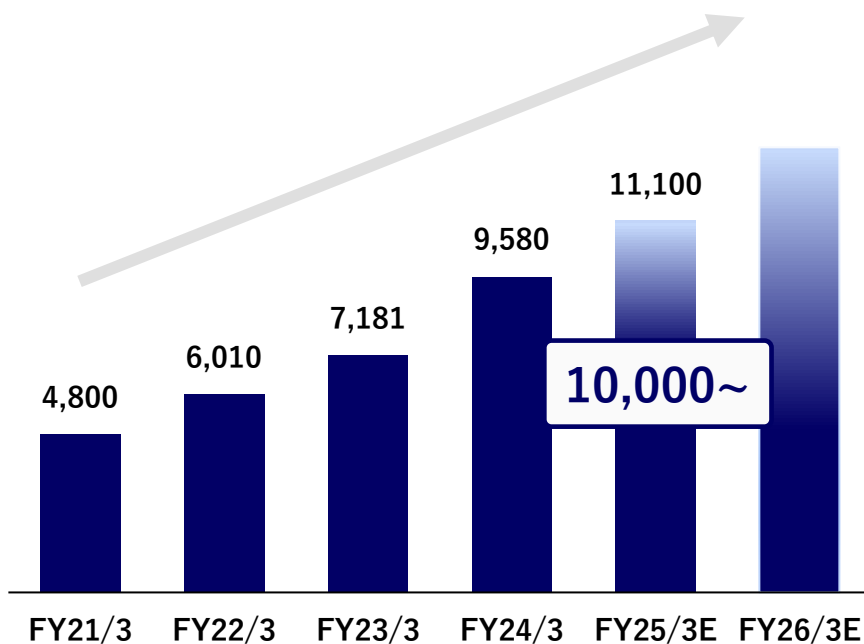
第2次中期経営計画の進捗と達成イメージ -Vertical HR-

- Vertical HRでは、FY26/3の目標である売上収益100億円超に対して順調に進捗しており、前倒し達成を目指す。
- 特にタイズを中心として、領域特化型人材事業のPMIノウハウの蓄積や、ナレッジ標準化に向けた準備が進捗。
- 今後はVertical HRとしての横の連携を強化し、ビジネスモデルの発展やグループ会社間のシナジー実現に繋げる。

VHR売上収益の推移イメージ

(単位: 百万円)

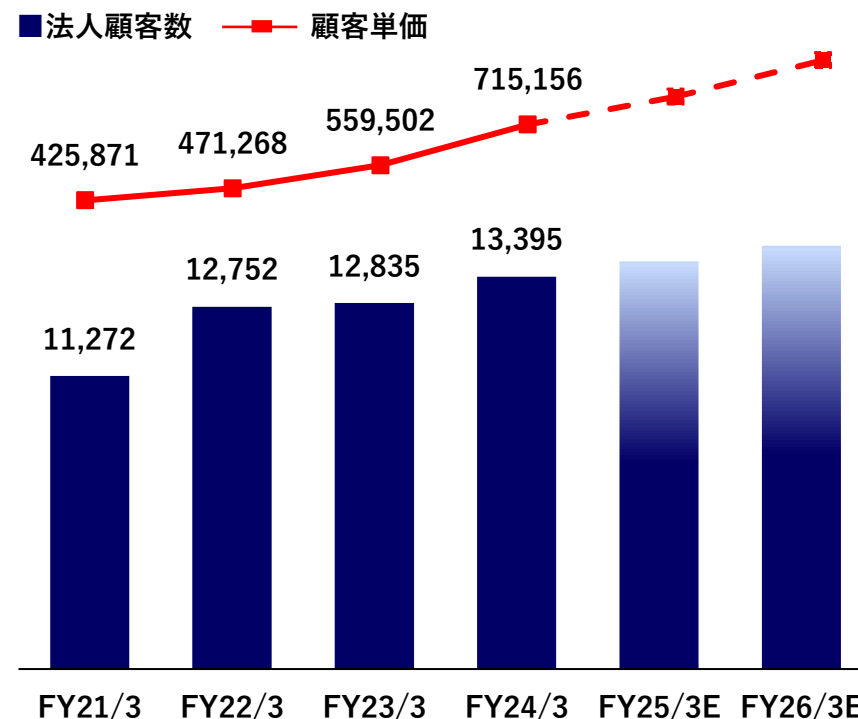
Z CORE(売上収益100億円超の主力事業)を前倒しで達成予定



顧客数・単価推移イメージ (VHR)

(単位: 社)

(単位: 円)



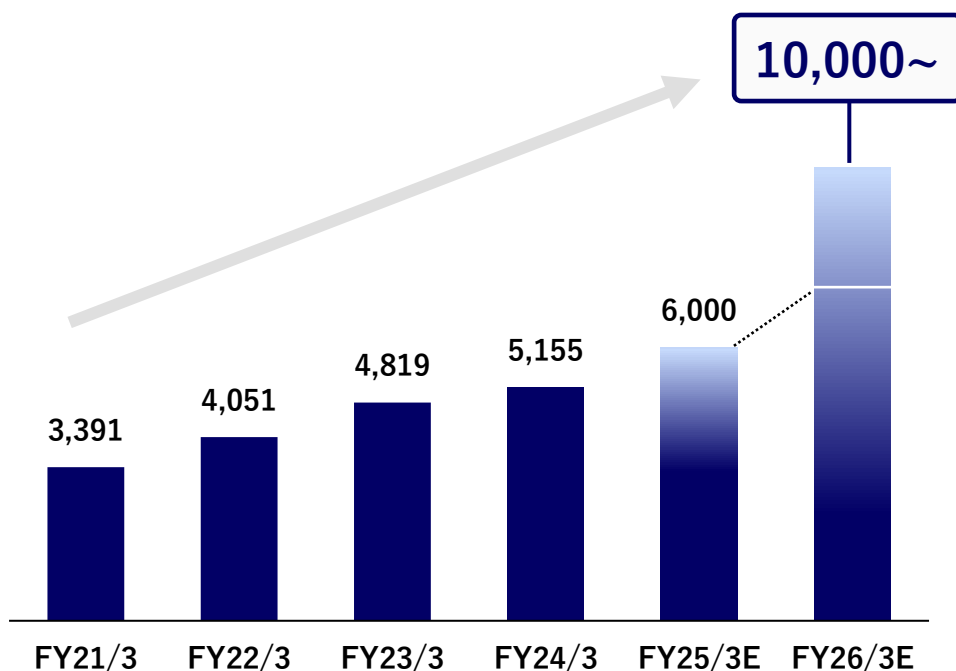
注: グラフはあくまでイメージを示したものであり、将来の推移を保証するものではありません。

第2次中期経営計画の進捗と達成イメージ -Living Tech-

- Living Techでは、前年比増収は達成できたものの、FY26/3の目標である売上収益100億円に向けては課題が残る状況。
- M&Aでは、小規模案件のイエイ事業の1件に留まったものの、賃貸領域より市場規模の大きい売買領域に本格参入。
- FY26/3の売上収益100億円超の目標は維持し、既存事業の改善とM&Aの推進により、オーガニックとインオーガニックの組み合わせで達成を目指す。

LT売上収益の推移イメージ

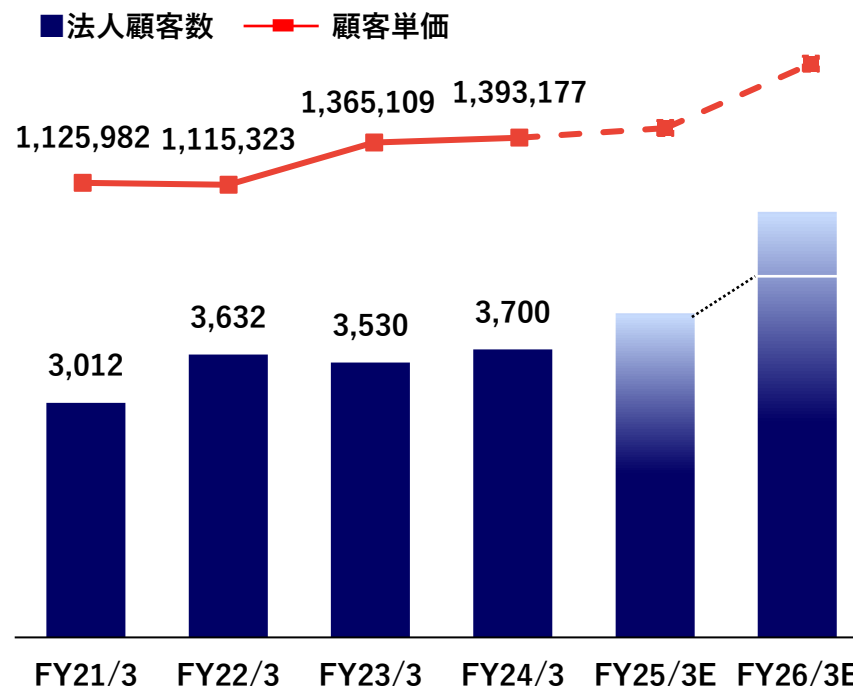
(単位: 百万円)



顧客数・単価推移イメージ (LT)

(単位: 社)

(単位: 円)



注: グラフはあくまでイメージを示したものであり、将来の推移を保証するものではありません。

セグメント別の戦略ハイライト

- 第2次中期経営計画にて掲げている売上収益100億円超の主力事業「Z CORE」の創出およびFY26/3の業績目標の達成に向けて、オーガニック成長ならびにM&A戦略の両面から施策を実行。

セグメント別戦略詳細

Vertical HR

特定領域特化による提供価値の引き上げ、
ビジネスモデル最適化、及び新規領域へ
の拡張

- 業界/業種、ユーザー動向や需給ギャップ等をもとに当社独自のターゲット領域を選定
- 領域特化による独自性の高いデータベース/コンテンツを構築し、マッチング力を強化
- 領域ごとの需要にあわせた提供価値（ビジネスモデル）の複層化

Living Tech

顧客・ユーザー基盤を活用したプロダク
ト改善と住まい領域のカテゴリ拡張

- 役務提供の奥行きを広げるプロダクト/サービス改築による顧客提供価値の引き上げ、及びそれに伴う単価向上
- 隣接領域を含む新規カテゴリへの参入

Life Service




個々のサービス領域での集客力の
向上と付帯するサービス機能の強化

- 旅行領域における商材拡充等による提供価値の向上
- 個々の領域における独自性の高いデータベース/コンテンツを構築し、集客力を強化

Vertical HRの展開領域

- 各事業の強み・成功要因を科学し事業モデルを総合的に強化しつつ、営業/マーケティング/システム等のノウハウ集約を行うことで各事業の成長スピードを加速。
- 同時に、エコノミクスの成り立つ領域の選定力を向上させ、新規参入に向けた戦略投資を継続。

Vertical HR: 各事業の強み

領域	 リジオブ 美容/ヘルスケア	 ミラクス 介護	建設JOBS 建設	リアルエステートWORKS 不動産	 Ties 製造	AwesomeAgent 物流
強み	<ul style="list-style-type: none"> ・高い継続率の強固な顧客基盤を保有。 ・DB価値が高く、最適なUXを展開し、リピーターユーザーを多く保有。 	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ内で唯一の派遣事業を保有。 ・ノウハウの蓄積を継続。 	<ul style="list-style-type: none"> ・建設領域において、顧客満足度の高い紹介力を有する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・不動産領域の大手顧客を保有。 	<ul style="list-style-type: none"> ・大手顧客を保有、高い中途採用シェア率を獲得。 ・優秀なコンサルタントを保有しており、ベストマッチングを実現。 	<ul style="list-style-type: none"> ・東海/関東地域を中心にドライバー領域において全国トップクラスの求人掲載数を保有。
市場	市場規模(成長率)： 約260-300億 (約1～3%)	市場規模(成長率)： 約240-300億 (約16%)	市場規模(成長率)： 約210-270億 (約14%)	市場規模(成長率)： 約140-200億 (約13%)	市場規模(成長率)： 約530-560億 (約5%)	市場規模(成長率)： 約170-200億 (約10%)

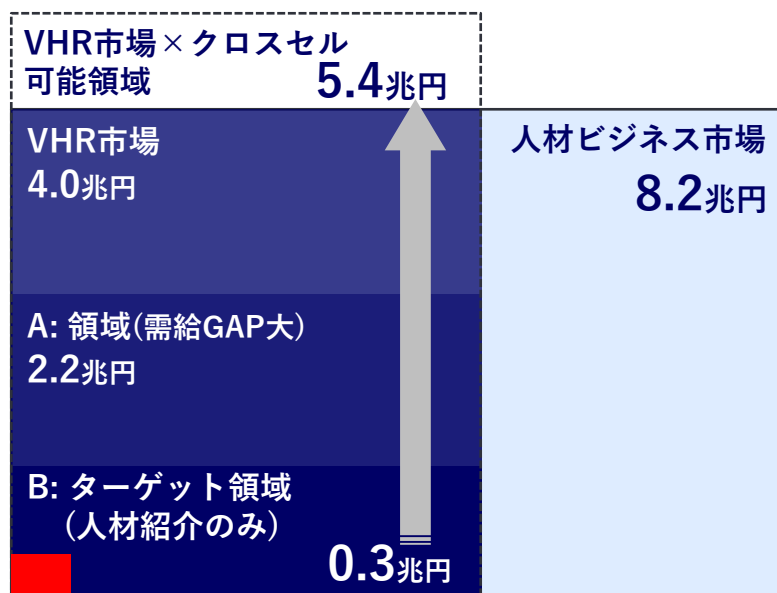
営業/マーケティング/システム等のノウハウ集約し、各事業の強みや成功要因を共通化

注: 市場規模は厚生労働省「衛生行政報告」「職業紹介事業報告書」「雇用動向調査結果」、総務省「サービス産業動向調査」「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」、国税庁「民間給与実態統計調査」等を参考のうえ、当社推計。

Vertical HRの市場規模と戦略

- 「Vertical HR」のターゲットとして、エコノミクスが成り立つ領域を当社基準に基づき選定及び新規進出し、タイズでの成功事例や、その他の人材紹介業の運営ノウハウをもとに、領域の横展開を図る。

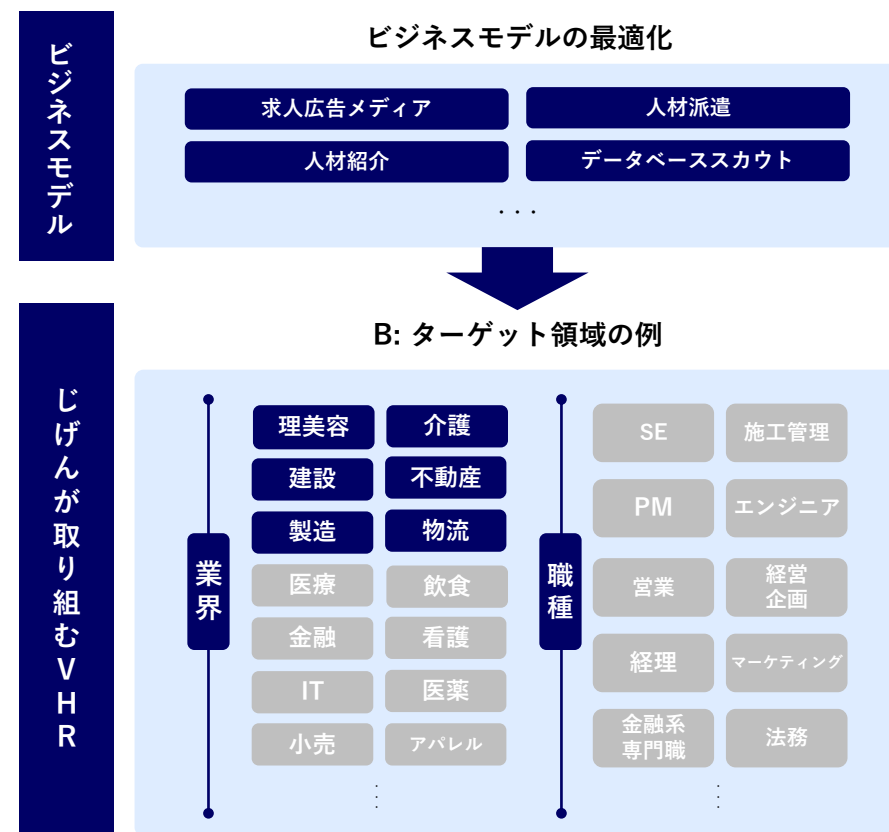
市場の拡張余地



じげんVHR売上収益 約96億円

- 注1: 人材ビジネス市場は主に派遣業・人材紹介業における市場規模。VHR市場は人材ビジネス市場の内、派遣業界の専門職以外(事務職・運搬清掃包装業)を除き算出。
注2: 株式会社矢野経済研究所 調査内容、総務省 労働力調査基本集計、厚生労働省「雇用動向調査」を参考。

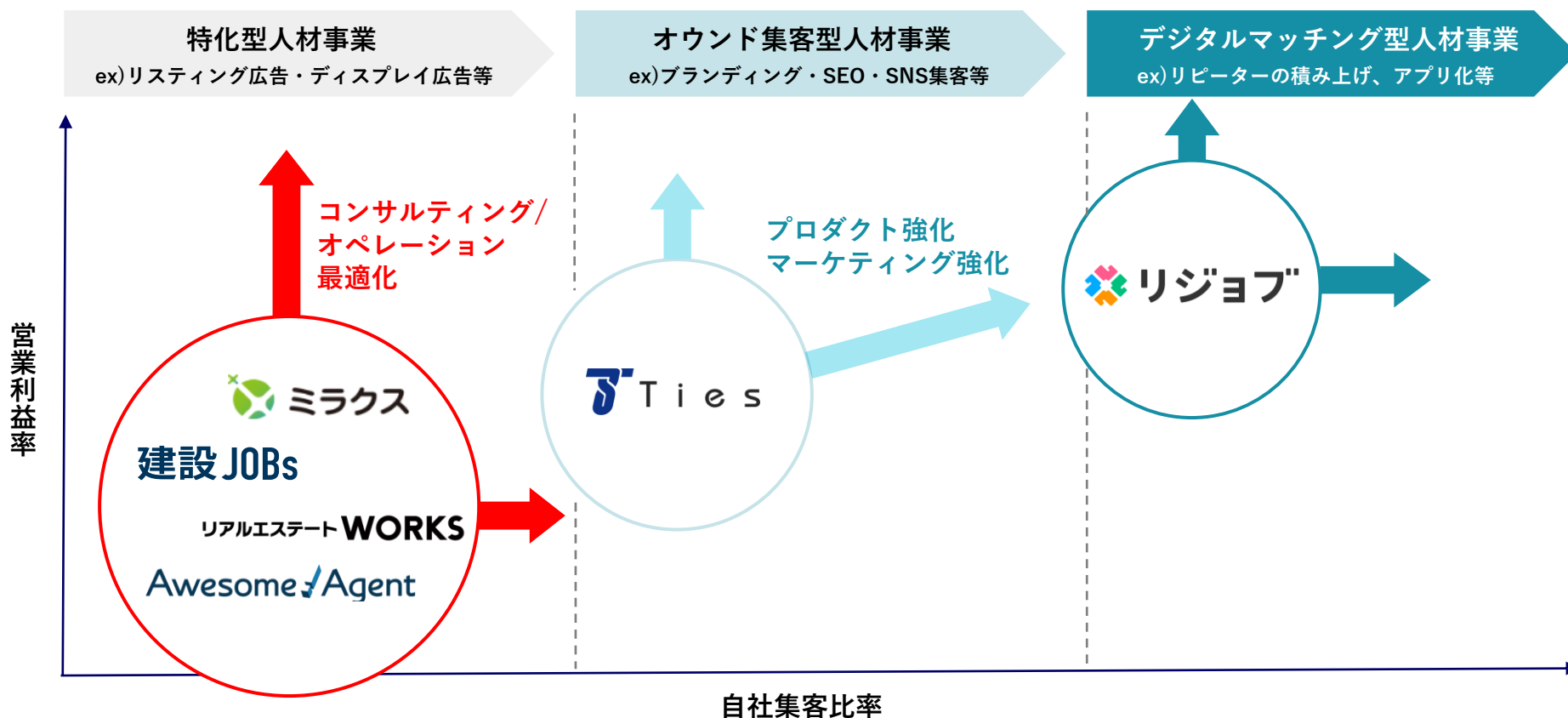
成長戦略



Vertical HRの成長戦略

- 人材領域は分断されたマーケットであり、共通化することが必ずしも最適とは限らず、領域特化型の介入価値は大きい。
- 人材領域のなかでも、需給ギャップの大きさや競争環境、業界の特徴などを踏まえたうえで進出領域を選定。
- 一般的な領域特化型人材事業からオウンド集客型人材事業、デジタルマッチング型人材事業と事業モデルの先鋭化を推進。

Vertical HR フェーズ



Living Techの成長戦略

- メディアを起点とした領域拡張、ビジネスモデルの拡張及びクロスセルを通じた提供価値の向上により成長を目指す。
- マーケティングやDXに関するノウハウ、法人顧客・ユーザー基盤を活用し、高利益率を維持しながら、より付加価値の大きいビジネスモデルへの拡張機会を模索。
- 小規模案件ではあるものの、10/1に不動産売却査定サービス「イエイ」をM&Aし、商材拡充を実現。

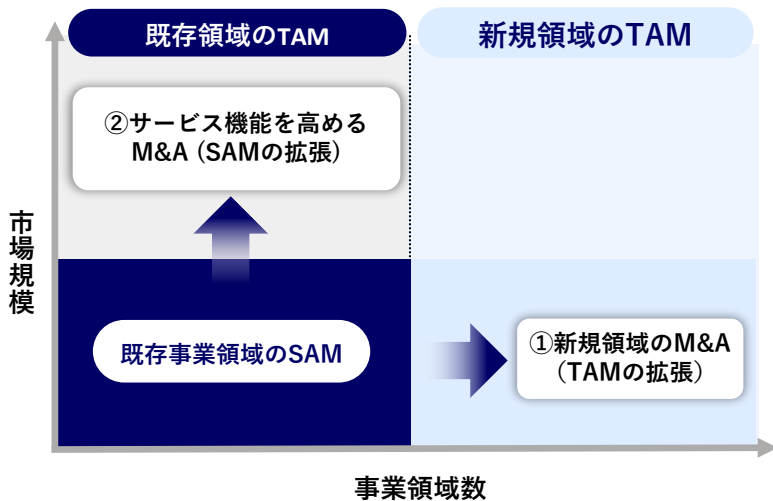
Living Techの成長戦略



M&A戦略 -全体像-

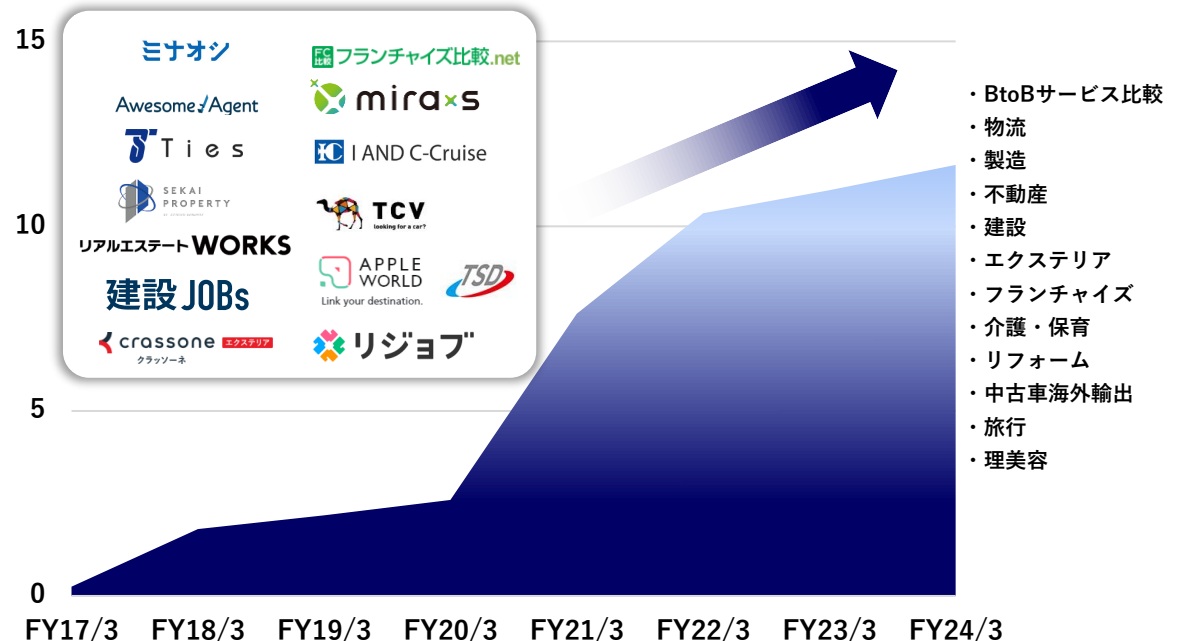
- ①集客メディアを主軸とし、隣接/新規領域への横展開を狙ったM&AによりTAMを拡張。
- ②集客メディア展開によって保有しているユーザー及び顧客との接点を活かし、クロスセル・アップセル機会を狙ったM&AによりSAMを拡張。
- ①・②の包括的な投資戦略により、ソーシング先は豊富にあり、M&Aによる再現性の高い非連続成長が可能。

投資戦略の全体像



M&AによるTAMの拡張

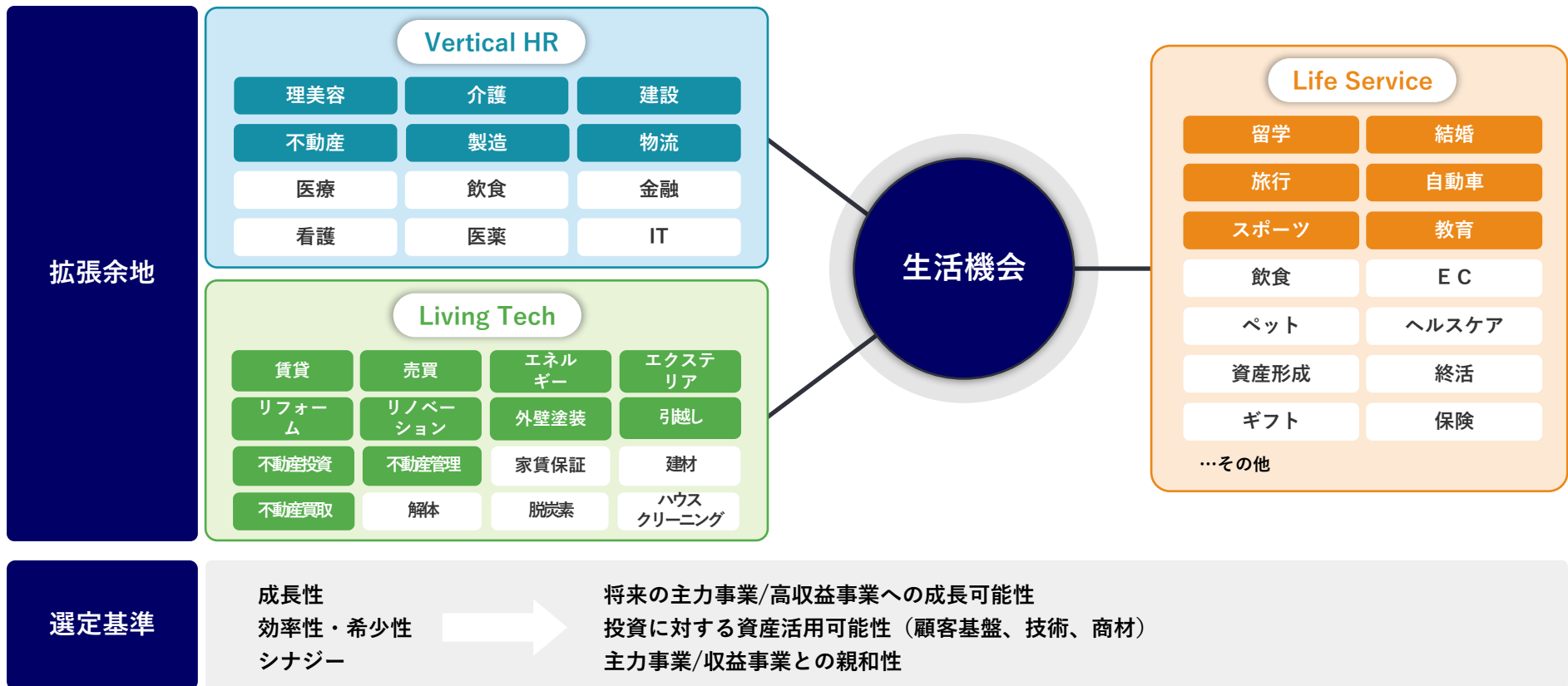
(単位: 兆円)



注1: TAMはTotal Addressable Marketの略で、ある事業が獲得できる可能性のある全体の市場規模を指す。SAMはServiceable Available Marketの略で、TAMの中でターゲティングした部分の需要のことを指す。
 注2: 当該年度にM&Aをした主要事業の累計のTAMを記載。
 注3: 矢野経済研究所、国土交通省、観光庁、日本中古車輸出業協同組合の調査データを参考。
 注4: 市場は、各業界の販促費市場のみで算出。

M&A戦略 -新規領域への展開イメージ-

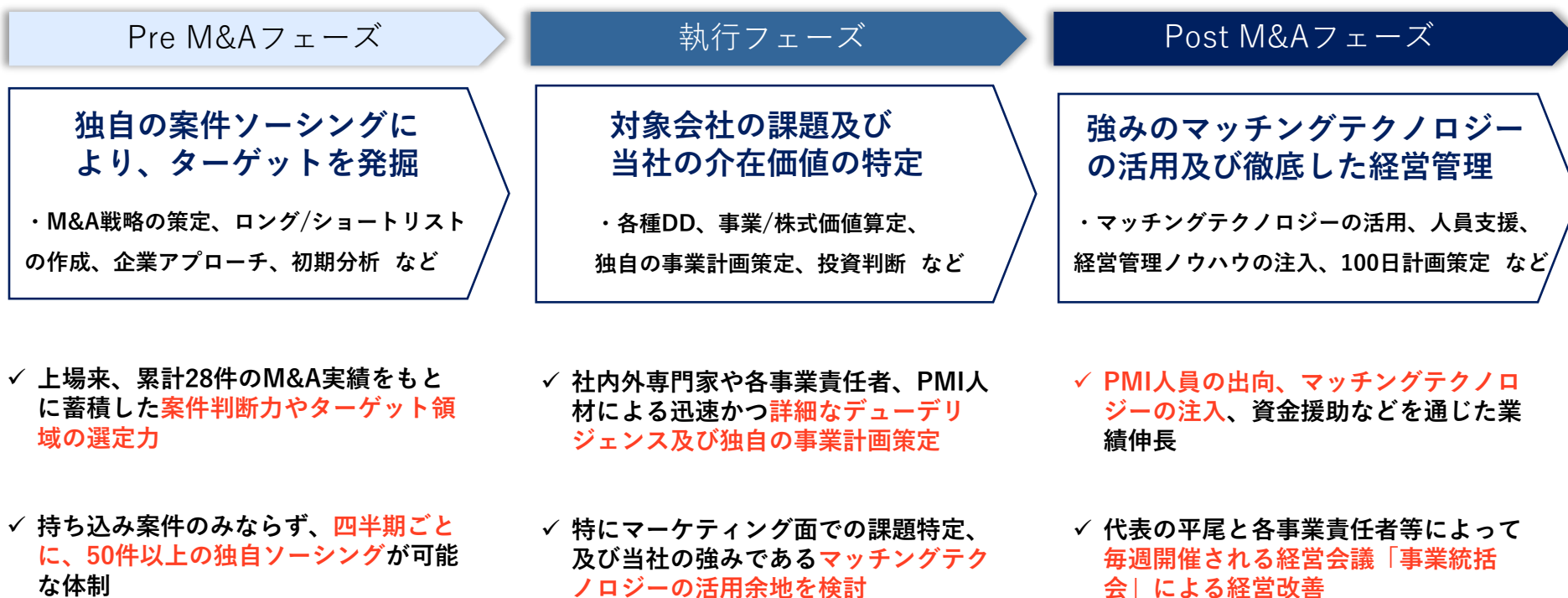
- 非連続な成長を更に促進するために、積み上げるキャッシュフローを原資とする戦略投資方針は維持。
- 当社PMI手法であるZVIを用いた情報の非対称性改善が求められる領域は十分にあると認識。
- その中でも顧客基盤を中心とした資産性の高いアセットの有無を最重要指標に、
将来の主力事業になり得る成長可能性の高い事業や高収益事業に重点を置き、戦略投資を実行予定。



強みの源泉 -ZIGExN Value Integration (ZVI)-

- 豊富なM&A実績をベースとした各種ナレッジやPMI人材を含む経営資源によって、再現性の高い当社独自のPMI手法である「ZVI (ZIGExN Value Integration)」を確立。
- 独自ソーシングによる案件発掘から、対象会社の課題及び当社の介在価値の特定、そして、強みのマッチングテクノロジーの活用や経営管理ノウハウの注入、人員支援によって対象会社の業績改善を実現。

ZVI (ZIGExN Value Integration) プロセス

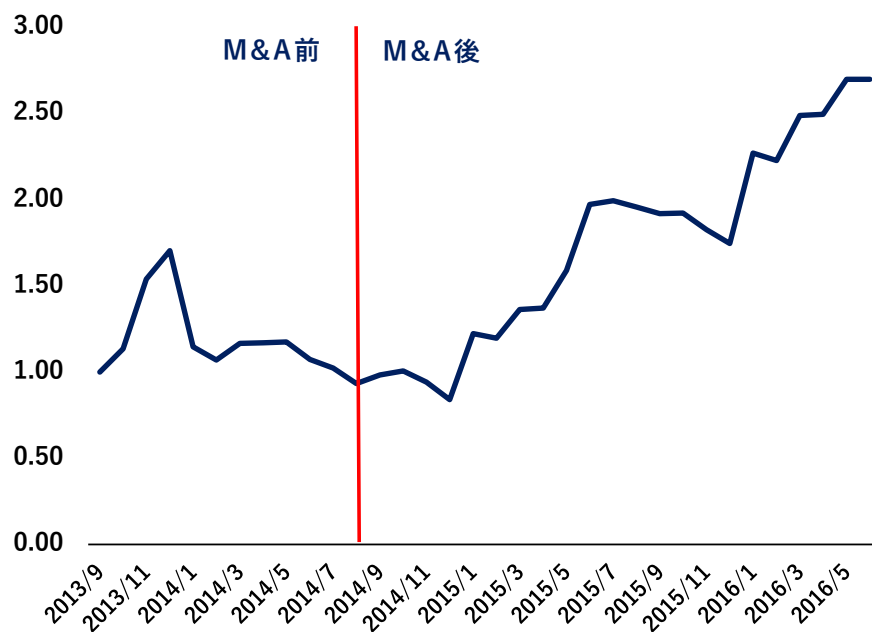


強みの源泉 - ZIGExN Value Integration(ZVI)による改善例-

- M&A対象会社における集客力やCVR(コンバージョンレート)といったマーケティング面の改善余地を特定し、
当社の強みであるマッチングテクノロジーを活用することによって、グループイン企業の業績改善を実現。

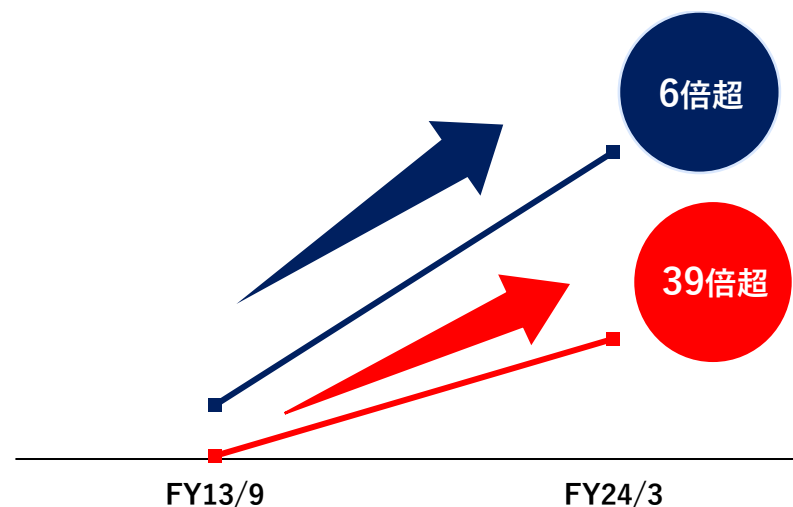
ZVIによる改善例：Vertical HR リジヨブ

セッション数(訪問数)



業績推移

■ 売上収益
■ 営業損益

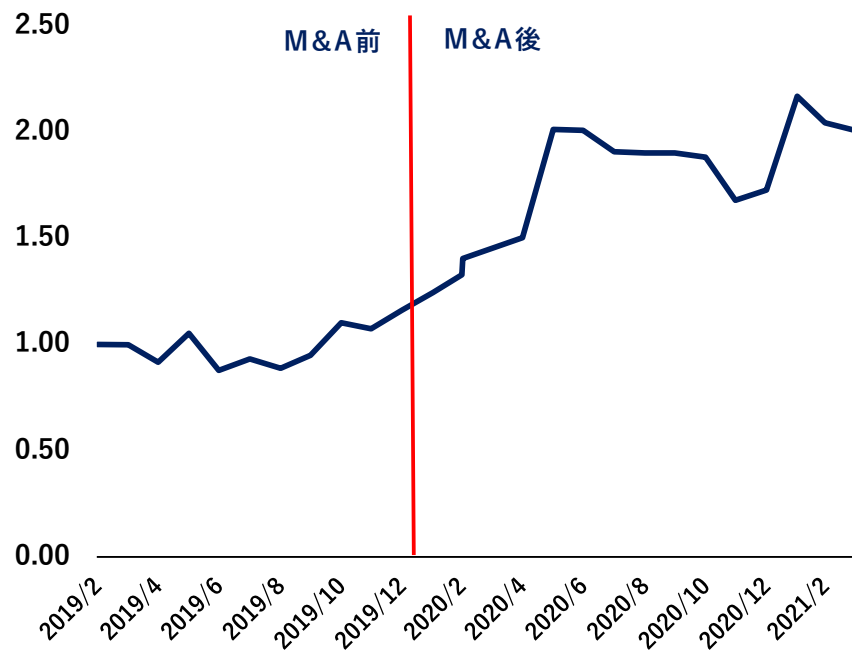


強みの源泉 - ZIGExN Value Integration(ZVI)による改善例-

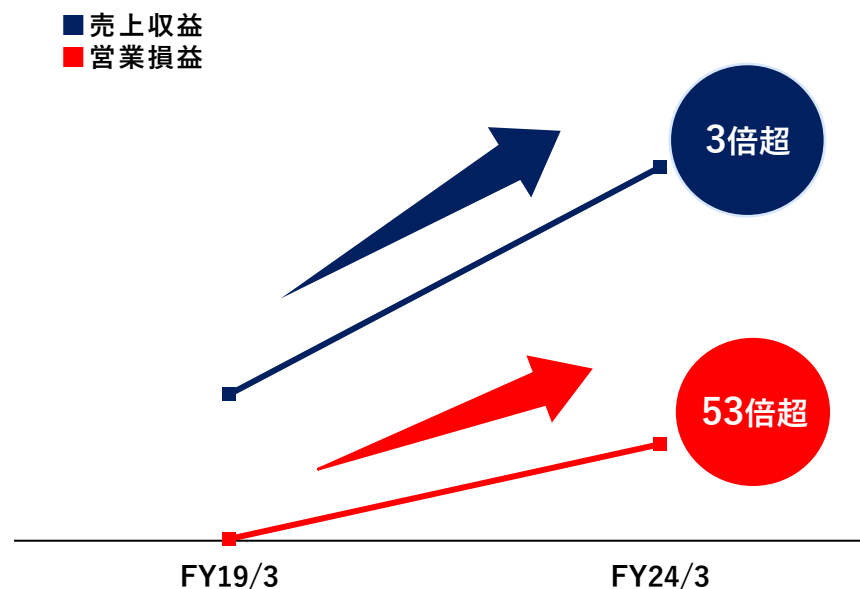
- M&A対象会社における集客力やCVR(コンバージョンレート)といったマーケティング面の改善余地を特定し、
当社の強みであるマッチングテクノロジーを活用することによって、グループイン企業の業績改善を実現。

ZVIによる改善例：Living Tech リフォーム事業

セッション数(訪問数)



業績推移



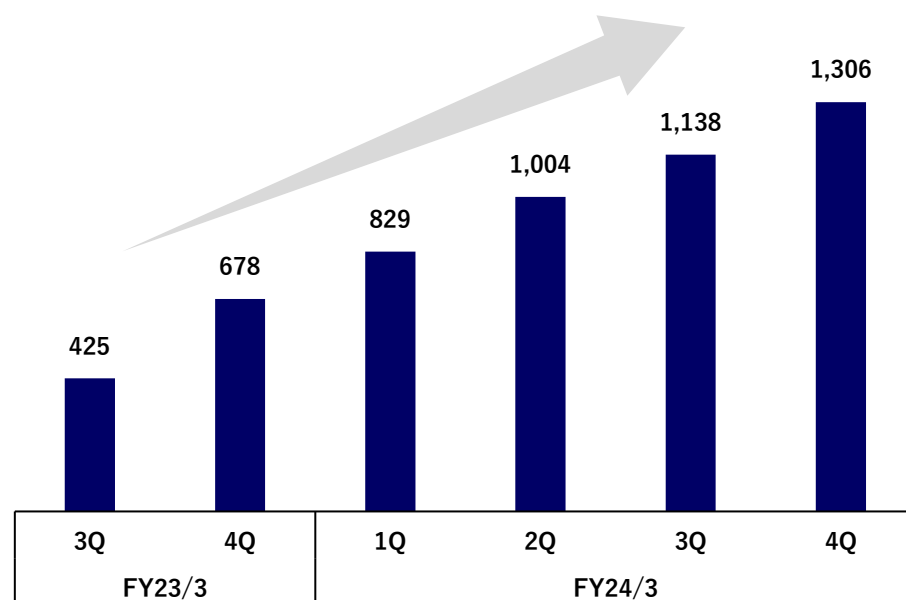
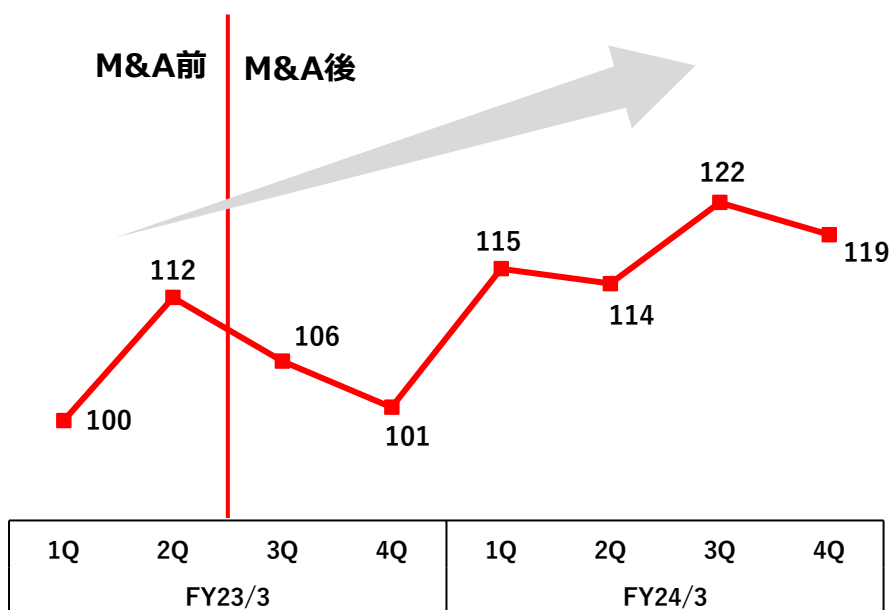
Vertical HR - タイズ社による成功事例-

- 元々の強みであるマッチングテクノロジーを活用したPMIに加えて、**コンサルタントを介在するタイズ社のビジネスモデルにおいても、労働生産性の向上や、顧客ロイヤルティの引き上げに伴う顧客内シェアおよび顧客当たり単価の向上を実現。**
- 今後は他領域でタイズ社と同様のビジネスモデルで展開する事業や、ビジネスモデルの発展が可能な事業に対し、タイズ社のPMIで培ったノウハウ転用や新規M&Aによる横展開を通して成長率の更なる引き上げを目指す。

労働生産性 - コンサルタント1人当たり売上収益

1顧客当たり単価

(単位：万円)



—■— コンサルタント1人当たり売上収益 (指数)

注1: 売上収益は成約ベースの売上収益を指す。

注2: コンサルタント1人当たり売上収益はプレコンサルタント (≒新人コンサルタント) を除く数値。また、グラフはFY23/3 1Qを100とした指数を示す。

注3: 1顧客当たり単価 = 売上収益 ÷ 顧客数

M&A戦略 - FY24/3のM&A

- FY24/3は不動産売却査定サービス「イエイ」、採用から離職防止までを一気通貫で支援可能なツールを提供するテイチャク社、BtoBサービスのリードジェネレーションサイト「ミナオシ」の計3件のM&Aを実施。
- イエイ事業：売買領域というより広大な市場において、顧客基盤の拡大とプロダクトの改善、及び集客力の強化を推進予定。
- テイチャク社：ブレイン・ラボとの協業を進め、商材ラインナップの拡充や既存顧客へのクロスセル等を推進予定。
- ミナオシ事業：マッチングテクノロジーの活用による送客力の強化やコンテンツの更なる拡充等を推進予定。

FY24/3のM&A概要



(URL: <https://sell.yeay.jp/>)



(URL: <https://www.teichack.com/>)



(URL: <https://3naoshi.com/>)

会社名	イエイ事業	株式会社テイチャク	ミナオシ事業
概要	<p>不動産売却査定サイト「イエイ」では、東京や大阪エリアなど、全国の一軒家やマンションの一括査定が可能。</p> <p>特徴：国内主要大手や、地元密着の有力不動産会社で、人気の厳選1,000社から最大6社までを選択し、最短60秒で査定価格を比較することが可能。</p>	<p>採用（マーケティングオートメーション）から離職防止までを一気通貫で支援可能なLINE公式アカウントの拡張ツール「+one step」の企画・開発・運営。</p> <p>特徴：過去に接点のある求職者への効率的なアプローチと、従業員の離職率引き下げを一つのツールで対応が可能。主な顧客層は、人材紹介/派遣会社、従業員定着率を引き上げたい企業全般。</p>	<p>BtoBサービスのリードジェネレーションサイト「ミナオシ」では、企業運営に欠かせないサービスを、様々な職種・役職を持つユーザーがレビューすることで有効リードを創出。</p> <p>特徴：匿名レビューが主流である一般的なBtoBサービス比較サイトとは異なり、実名レビューを特徴としており、信頼性の高さを確保。</p>
取得額	46百万円	67百万円	50百万円
取得日	2023年10月1日	2024年3月28日	2024年3月29日

M&A戦略 - FY24/3 振り返り

- 組織体制の強化が進み、メディア事業などといった得意分野の案件の検討及び実行と、大型案件や新規領域案件といったチャレンジ案件の検討を並行して推進。
- 結果として、得意分野における3件のM&Aを遂行。今期はチャレンジ案件の成約にはいたらなかったものの、今後も積極的に検討する方針。

M&Aに関するFAQ

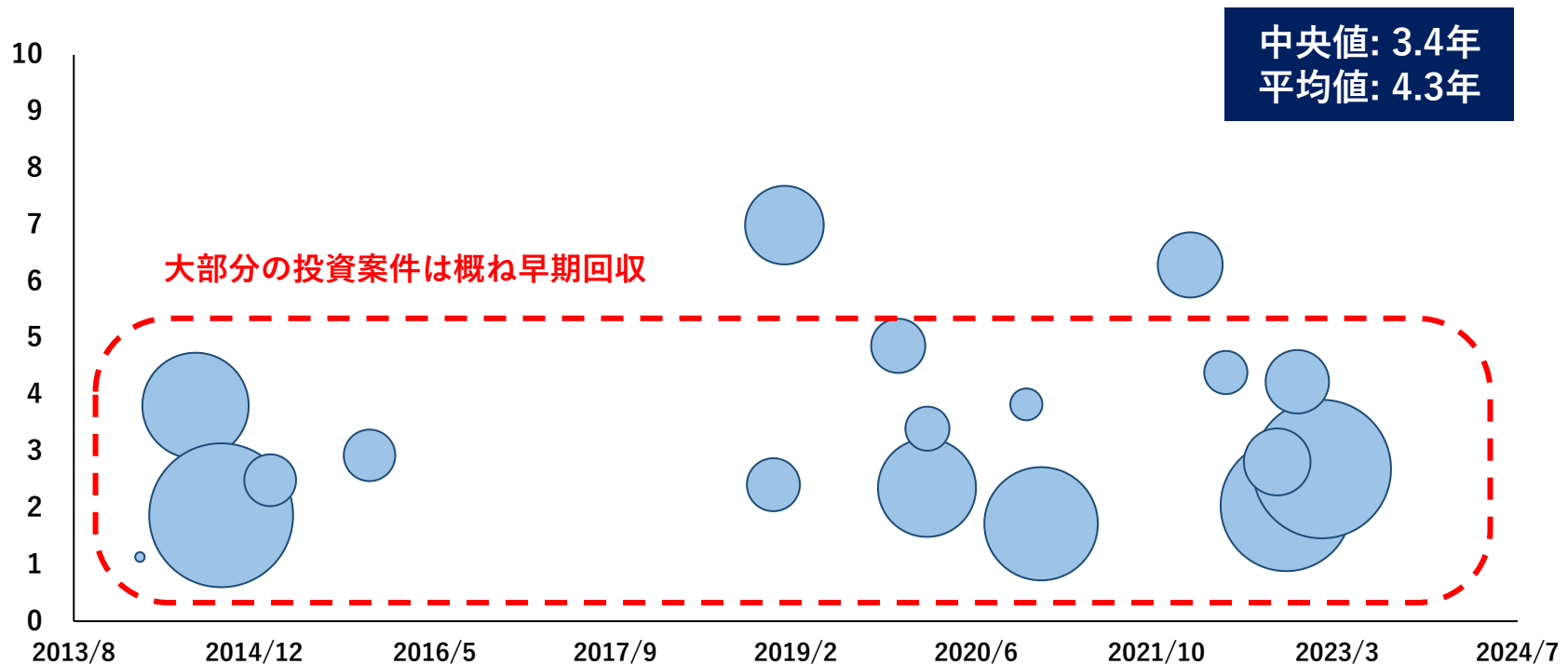
よくある質問	回答
FY24/3のM&Aの評価は？	<ul style="list-style-type: none"> ・メディア事業やクロスセル商材といった得意分野のM&Aを3件実施。 ・大型案件や新規領域案件といったチャレンジ案件はDD等の結果を踏まえ、成約には繋がらなかったものの、成長率の更なる引き上げに向けて、積極的に検討する方針。
M&A環境に変化は？	<ul style="list-style-type: none"> ・パイプラインの数やバリュエーション水準について、当社においては大きな変化はなし。 ・事業承継案件やスタートアップのExit案件等といったM&A機会は今後も増えていくと想定。
M&Aの社内体制の状況は？	<ul style="list-style-type: none"> ・人員増強やナレッジの標準化、オペレーションの仕組み化等により、プロセスの改善や組織体制の強化が進んでおり、よりシステマティックに案件を検討できる体制を構築。 ・M&Aに対するケイパビリティの向上により、組織的に対応可能な案件も増加想定。

M&A実績 -投資回収期間-

- 投資回収期間については、適正価格での取得に加えて、当社の強みを活かしたPMIが奏功していることで、事業成長が加速し、結果として、約3~5年とおおむね早期回収を実現。

案件別投資回収期間(Payback Period, EBITDAベース)

(単位：年)



注1: グラフ上は投資回収済み案件のみならず、保守的な前提により算出した回収予定案件も含む。またのれんに係る減損損失を計上した三光アド及びAPW等を除外。

注2: 投資回収期間はM&A時のEV(事業価値)÷累計EBITDAベースにて算定。

注3: バブルの大きさはM&A時のEV(事業価値)の大きさを示す。

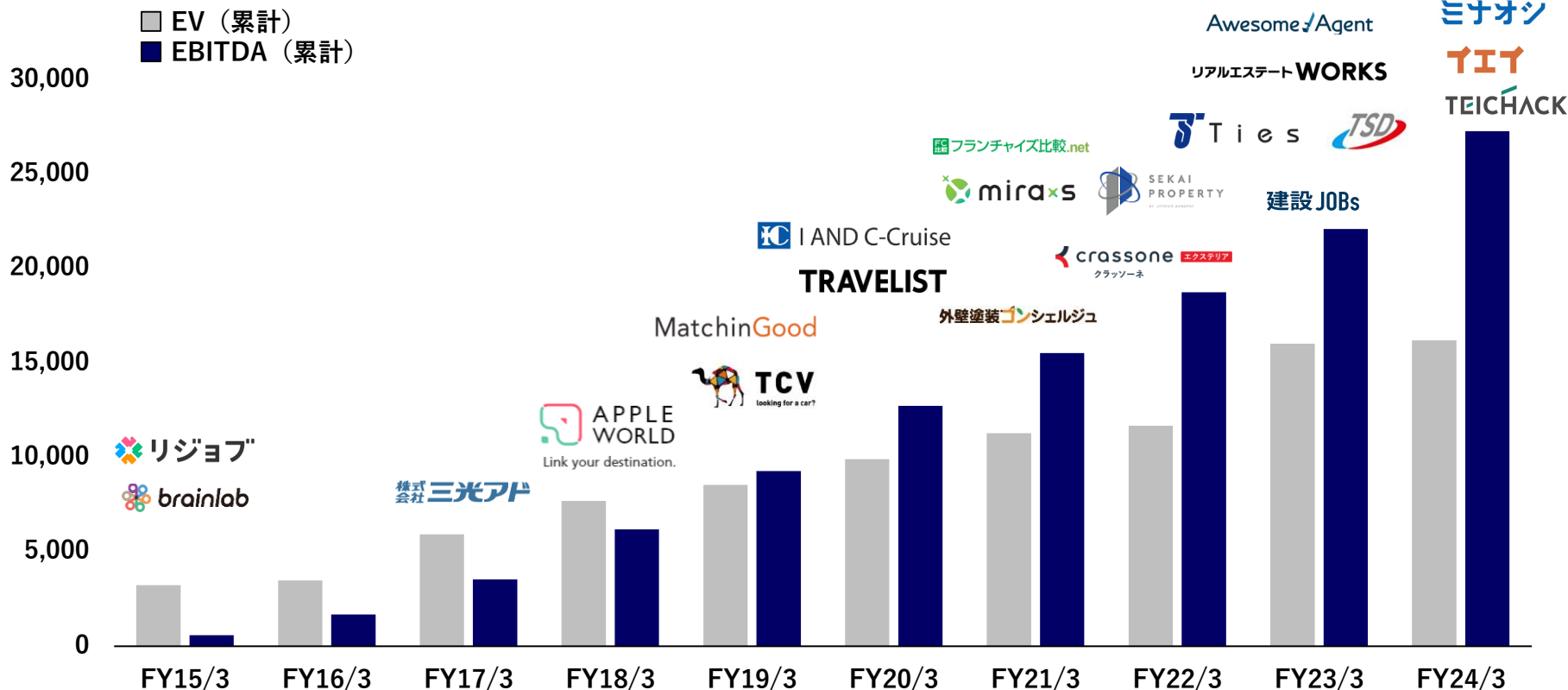
注4: 直近1年以内のM&A案件は除外。

M&Aと投資成果

- FY2024/3までの累計28件のM&Aのうち、直近1年以内の取得3件・売却済み1件を除く24件について、EV160億円に対する当期EBITDA実績は52億円。
- 年間リターンは32.4%、累計リターン172.3%。

M&Aによる投資成果推移

(単位: 百万円)



注: 当該年度にM&Aした主要事業のロゴのみを記載

Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

執行体制 -役員・コーポレート-

- 事業成長とコーポレート機能拡充の両軸から業務執行機能の高度化を推進。
- プロパー、中途、M&Aによるグループジョインと多岐のルートで多様なスキルを持つ豊富な執行体制。

氏名	主な役職	略歴
平尾丈	社長執行役員CEO	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
鈴木一平	執行役員 リジョブ代表取締役社長	ヴォラーレ（現・ナイル）取締役等を経て、2011年当社入社
波多野佐知子	執行役員 経営管理部部長	あずさ監査法人（現・有限責任 あずさ監査法人）、ライフネット生命保険を経て、2018年当社入社
佐藤真治	執行役員 経営推進部部長 ライフメディアプラットフォーム本部長	アイアンドシー・クルーズ創業、同社取締役COO等を経て、2020年当社入社
今井良祐	執行役員 タイズ 代表取締役社長 ストラクト 代表取締役社長	新卒社員として、2013年当社入社
深田健史	執行役員 アップルワールド 代表取締役社長 ティ・エス・ディ 代表取締役社長	SAPジャパン、KPMG FAS、ネクソン、DeNA トラベルを経て、2018年当社入社
早川翔	経営戦略部部長 and A company 代表取締役社長	森・濱田松本法律事務所を経て、2020年当社入社
杉原麻裕子	広報・サステナビリティ推進室室長	ボルテージ執行役員等を経て、2019年当社入社
鷹野勇二	情報システム室室長	SE ホールディングス・アンド・インキュベーションズ、エアトリ等を経て、2018年当社入社
武谷遼太	内部監査室室長	ヤフー、PwCあらた有限責任監査法人・ディー・エヌ・エー等を経て、2020年当社入社

注: 2024年6月27日以降の予定

執行体制 -事業責任者・スペシャリスト-

- 多様なバックグラウンド・スキルを持つ豊富な事業責任者・スペシャリストが事業を牽引、M&AのPMIを実行。

氏名	主な管掌事業、領域	略歴
鈴木一平	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
青木良太	タイズ	Struct創業、同社代表取締役社長等を経て、2022年当社入社
岩谷啓佑	Struct	Struct創業、同社取締役等を経て、2022年当社入社
天野孝則	ミラクス	リクルートグループを経て、2016年当社入社
代田晴久	オーサムエージェント、三光アド	太陽企画（リクルート代理店）営業グループ責任者を経て、2019年当社入社
遠藤忠義	ビヨンドボーダーズ	エス・エム・エス等を経て、ビヨンドボーダーズ創業、2022年当社入社
小倉未来	住まい	新卒社員として、2018年当社入社
石塚雄	ライフサポート	2017年アイアンドシー・クルーズ（現ライフサポートDiv.）に新卒入社、2020年当社入社
中江典博	ブレイン・ラボ	スタッフサービス、アスタリスク、テックファームを経て、2014年当社入社
深田健史	アップルワールド、ティ・エス・ディ	SAPジャパン、KPMG FAS、DeNAトラベル等を経て、2018年当社入社
幸哲史	パートナーソリューション、CORDA	ベネッセグループ等を経て、2019年当社子会社に入社、2021年当社転籍
佐藤真治	自動車、TCV	アイアンドシー・クルーズ創業、同社取締役COO等を経て、2020年当社入社
今井良祐	求人	新卒社員として、2013年当社入社
西尾大笑	マーケティング	新卒社員として、2017年当社入社
永井達也	エンジニア、プロダクト	Web制作会社を経て、2017年当社入社
石黒大地	エンジニア（ベトナムオフショア拠点）	新卒社員として、2018年当社入社

取締役会・監査役会メンバー

- 株主総会による承認を条件に、豊富な経験や専門性を有するメンバー(候補者)から構成。
- 取締役会は、業務執行の監督及び重要な意思決定機関と位置づけ。

氏名	主な役職	略歴
平尾丈	代表取締役	学生起業家、リクルートを経て、2008年当社代表取締役社長（現任）。
波多野佐知子	取締役	あずさ監査法人（現・有限責任 あずさ監査法人）、ライフネット生命保険を経て、2018年当社入社。公認会計士。現在は、当社取締役 執行役員 経営管理部部長、他当社グループ会社取締役。
佐藤真治	取締役	アイアンドシー・クルーズ創業、同社取締役COO等を経て、2020年当社入社。現在は、当社ライフメディアプラットフォーム事業本部 本部長、経営推進部部長、他当社グループ会社取締役。
薄葉康生	社外取締役	リクルート、日本IBM、GEコンシューマー・ファイナンス、グーグルチャネルセールス事業本部長等を経て、LocationMind取締役COO。2021年6月より当社社外取締役。
榊淳	社外取締役	第一勧業銀行（現みずほ銀行）を経て、スタンフォード大学修士課程修了。ボストンコンサルティンググループ、アリックスパートナーズを経て、現在は、株式会社一休代表取締役、LINEヤフー株式会社コマースカンパニートラベル統括本部 統括本部長。2022年6月より当社社外取締役。
矢島茉莉	社外常勤監査役	新日本監査法人（現・EY新日本有限責任監査法人）、アクサ生命保険、アクサダイレクト生命保険内部監査部長等を経験。公認会計士。
宮崎隆	社外監査役	長島・大野・常松法律事務所パートナー。弁護士。2016年6月より当社社外監査役。
和田健吾	社外監査役	朝日監査法人（現：有限責任あずさ監査法人）、G C A等を経て、株式会社エイ・アイ・パートナーズ設立 代表取締役。公認会計士、税理士。2017年6月より当社社外監査役。

注: 2024年6月27日株主総会決議を以て就任予定

取締役会構成

- 社外取締役候補者が保有する他社での事業運営経験、戦略遂行経験を注入し、攻守バランスを兼ね備えた経営陣により主力事業の成長と拡張される事業のマネジメントを目指す。

取締役のスキルマトリクス

取締役	企業経営	経営戦略	マーケティング・テクノロジー	組織・人事労務	会計・ファイナンス	M&A・PMI	SDGs・ESG
平尾	●	●	●	●		●	●
波多野				●	●	●	●
佐藤	●	●		●		●	●
薄葉	●	●	●	●	●		
榊	●	●	●	●		●	

取締役のダイバーシティマトリクス

取締役	独立性	性別	年齢
平尾	社内	男性	41歳
波多野	社内	女性	41歳
佐藤	社内	男性	40歳
薄葉	独立	男性	61歳
榊	独立	男性	51歳

注: 年齢は2024年6月27日株主総会時点で記載。また、同日の株主総会決議を以て就任予定。



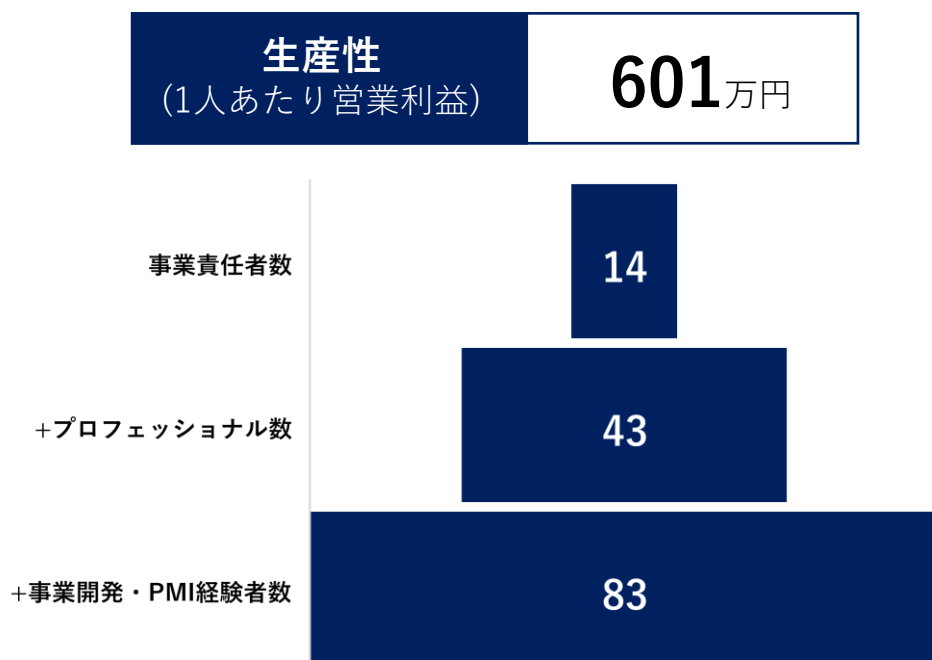
3

SDGs · ESG

人的資本経営のKPI

- 事業家精神に加えて、高度な専門性と個性をもって社会を変革する集団「UPDATERS」を目指す
- その実現に向けた当社の独自指標として、チャレンジアサイン率と成長実感率を中心KPIに設定
- 「実戦の機会」の提供により、中心KPIの引き上げを図り、持続的な成長を繋げる

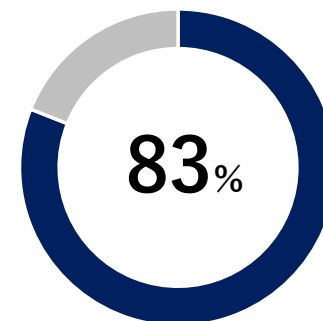
Outcome/Output指標



中心KPI

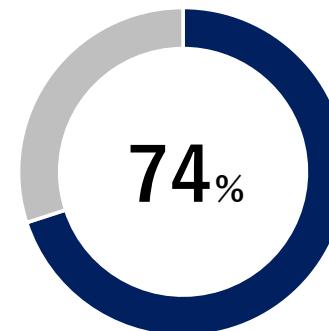
チャレンジアサイン率

「現在の目標/ミッションは、ご自身にとってチャレンジングなものになっていますか」という質問に対して、「やや/とてもなっている」と回答した数。前期より微増。



成長実感率

「この3ヶ月のクォーターで、ご自身のできる事/能力は向上していると感じますか」にやや/とても感じると回答した数。前期より微増。



注1: 「+プロフェッショナル数」には事業責任者数を含み、「+事業開発・PMI経験者数」には事業責任者とプロフェッショナル数を含む。

注2: 「+プロフェッショナル数」は専門職として、事業責任者と同等以上の評価/等級を得ているもの。

注3: 中心KPIはFY2024/3期末時点の数値。

注4: 1人あたり営業利益は、日本基準ベースのじげん単体の営業利益（非経常費用除く）÷出向及び休職中を除くじげん正社員で算出。

じげんが掲げるSDGsマテリアリティ

- DXによる社会・産業のUpdate・メディアによるSDGsエンゲージメントの醸成等の事業を通じた取り組みから、社員の働きがいの向上に関する取り組み等を行い、あらゆるステークホルダーに対して価値創出を行う。

じげんのマテリアリティ	主要な取り組み	関連するSDGs項目
DXによる社会・産業のUpdate	<ul style="list-style-type: none"> ● 中小企業におけるDX支援 ● 「リードクラウド」やBLの「キャリアプラス」等による業務支援 ● メディアプラットフォームによる集客支援 	 
メディアによるSDGsエンゲージメントの醸成	<ul style="list-style-type: none"> ● じげんメディア×SDGsの推進（SDGsアワードなどの実施） 	
働きがいのある環境	<ul style="list-style-type: none"> ● 次世代事業責任者候補の選抜、計画的な育成 ● ネクストリーダープロジェクト等の実施 ● エンゲージメント可視化のためのサーベイ実施 	
地域社会の創生	<ul style="list-style-type: none"> ● 大分オフィスにおける雇用創出・IT、グローバル人材の育成 ● おおいた産業人財センターとの連携 ● 京都におけるインターン採用やイベントの開催 	 
就業機会の均等性	<ul style="list-style-type: none"> ● 大学や教育機関と連携し、代表講演を実施するなど職業教育の推進 ● 慶應義塾大学 湘南藤沢キャンパスでの特別講義、立命館アジア太平洋大学との産学連携プロジェクトの実施 	
多様な人材の活躍	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性の活躍を推進、女性管理職比率の向上 ● 海外拠点との交流促進 	
環境に配慮した企業・事業活動	<ul style="list-style-type: none"> ● サステナビリティに関するリスクの管理体制 ● CDPへの回答、TCFD提言に基づいた情報開示 ● 環境に配慮した経営の推進 	  
ガバナンスの強化、透明性確保	<ul style="list-style-type: none"> ● 国内外機関投資家/個人投資家向けのIRを実施 ● 報酬委員会・指名委員会等、機関設計の検討 ● 新社外取締役の参画 	

SDGs/ESG の主要な取り組み①

- 人的資本経営やサステナビリティに関する取り組みをより重要な経営課題と位置づけ、経営戦略との融合を推進。

働き甲斐のある環境

「UPDATERS」の創出を目指した人材育成

オンボーディングに注力した中長期の研修体制を整え、社員の活躍とスキルアップを支援する育成環境をアップデート。

新卒社員向けの年間プログラムを終え、新卒MVPを表彰。OJTとメンターに支えられ成長した姿を称える制度です。



全社コミュニケーションを推進する組織ZNOWによるイベントを毎月実施。年度末には全社納会をオフラインで開催し社員の活躍を労いました。



環境に配慮した企業・事業活動

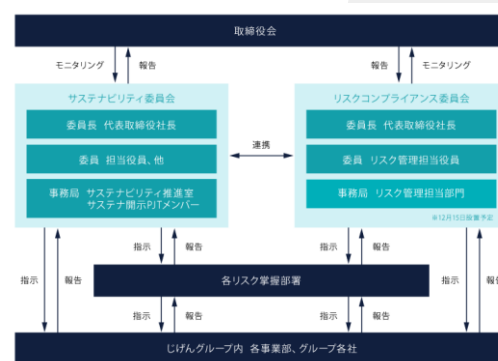
CDPへの回答

2023年度より、国際的な環境NGOである「CDP」への回答を開始。



サステナビリティ委員会の新設

じげん取締役会のモニタリングのもと、リスク・コンプラ委員会と環境・サステナビリティに関わるリスクを連携。当社グループのサステナビリティに関して経営層への報告・相談の場、及び必要な方針・施策の意思決定とレビュー等を担う。
(4月19日に第一回サステナビリティ委員会も実施)



TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言の枠組みに基づいた、将来の気候変動が事業活動に与えるリスクと機会・インパクトの把握、及びコーポレートサイトにおける情報開示も実施。

SDGs/ESG の主要な取り組み②

- 当社のパーパス「UPDATE YOUR STORY～あなたを未来に」に込められた、「じげんとの関わりをきっかけとして人生を進化させてほしい」という想いを体現するため、様々な場面で繋がり場を提供。

多様な人材の活躍

アルムナイの実施

組織の継続的な成長と価値創造の促進を目指し、当社初となるアルムナイの会合を実施。

現社員へのキャリアやビジネスに関する講演の実施、じげんを介した多様な人材を相互に紹介し合いビジネス機会を創出するなど、イノベーションの活性化・新たな繋がり場を提供。



地域社会の創生

京都府での取り組み

当社は、2022年に京都府京都市にオフィスを構え、3x3のプロチーム「ZIGExN UPDATERS.EXE」を運営しています。2023年9月には「3x3UNITED Area Final KYOTO Round.」を自社開催し、京都オフィスのインターン生や選手たちがイベントの企画・運営に携わり大変な賑わいをみせました。



また、「ZIGExN UPDATERS.EXE」や京都オフィスでの取組みがメディアに多数取り上げられています。



4

參考資料



セグメント別主要サービス概要

Vertical HR

人材領域における
特定領域特化型の
主力事業から構成

- | | | | |
|------------|---------------|---------------------|---|
| ● 美容/ヘルスケア | リジョブ | 美容/ヘルスケア業界特化型求人メディア | https://relax-job.com/ |
| ● 製造 | タイズ | 製造業界特化型人材紹介 | https://www.ee-ties.com/ |
| ● 介護 | ミラクス | 介護業界特化型人材紹介/派遣 | https://miraxs.co.jp/service/ |
| ● 建設 | 建設JOBS | 建設業界特化型人材紹介 | https://kensetsu-jobs.struct-inc.co.jp/ |
| ● 不動産 | リアルエステートWORKS | 不動産業界特化型人材紹介 | https://realestateworks.jp/ |
| ● 物流 | オーサムエージェント | 運送業界特化型求人メディア | https://awesomegroup.co.jp/service/ |

Living Tech

不動産関連の
主力事業から構成

- | | | | |
|---------|----------|----------------------|---|
| ● 賃貸 | スモッカ | 賃貸ポータルメディア | https://smocca.jp/ |
| ● 海外不動産 | セカイプロパティ | 海外不動産エージェント | https://ja.sekaiproperty.com/ |
| ● リフォーム | リショップナビ | リフォーム料金比較メディア | https://rehome-navi.com/ |
| ● エネルギー | enepi | プロパンガス(LPガス)料金比較メディア | https://enepi.jp/ |

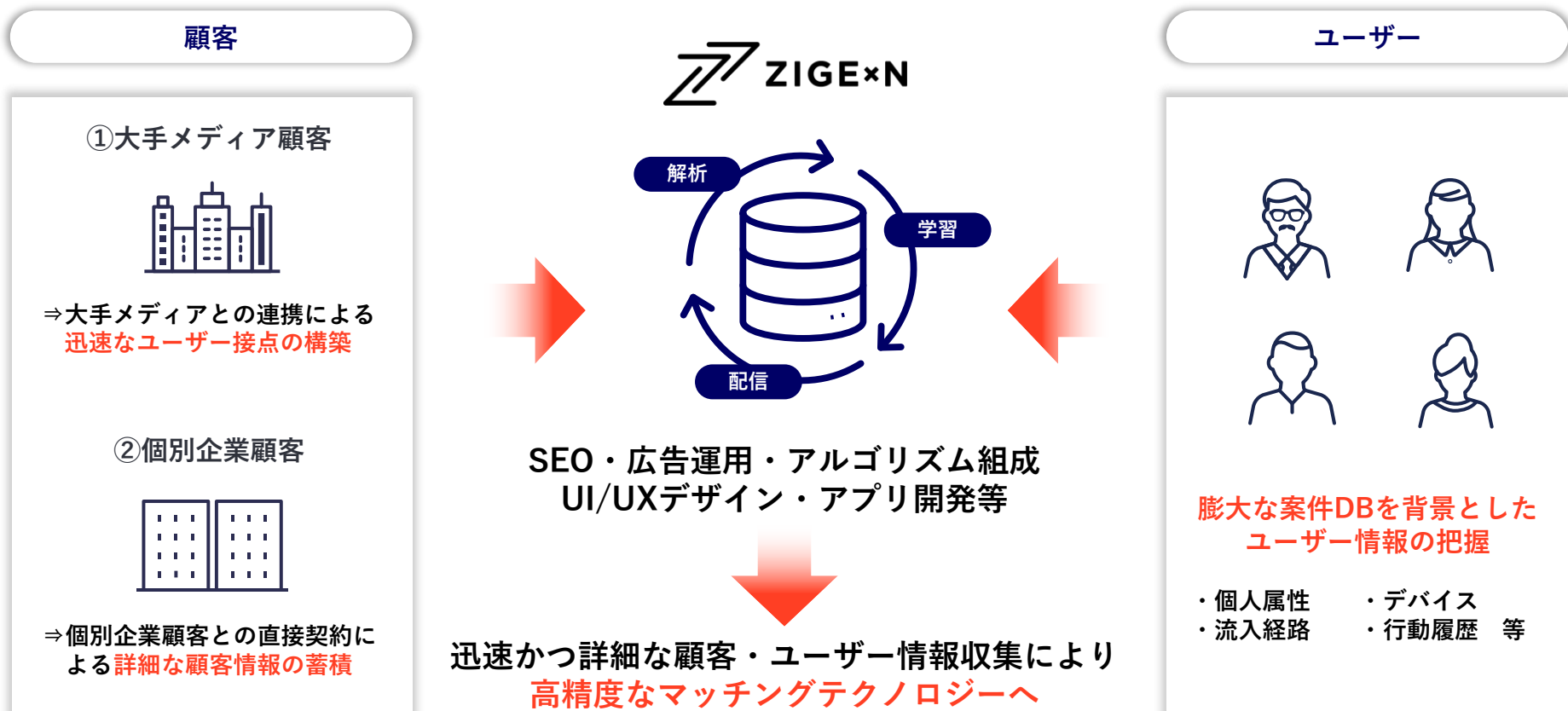
Life Service

安定的な
キャッシュフローを
創出する事業から
構成

- | | | | |
|-----------|---------------|-----------------|---|
| ● フランチャイズ | フランチャイズ比較.net | フランチャイズ比較メディア | https://www.fc-hikaku.net/ |
| ● システム | ブレインラボ | 人材派遣管理システム開発 | https://www.brainlab.co.jp/ |
| ● 自動車 | TCV | 中古車輸出ポータルメディア | https://biz.tc-v.com/ |
| | アップルワールド | 旅行会社向けホテル手配システム | https://appleworld.com/agt/ |
| ● 旅行 | TRAVELIST | 総合旅行EC | https://travelist.jp/ |
| | TSD (リキシャ) | 旅行会社向けホテル手配システム | https://www.rikisha-easyrez.jp/ |

強みの源泉 - マッチングテクノロジー -

- 顧客及びユーザー接点を迅速に構築し、10年以上にわたって双方の情報を解析・学習・配信。
- 個別企業との提携にも注力し、詳細な情報も蓄積。その結果、データベースドリブンでユーザーの行動を促進する（集めて動かす）高精度なマッチングテクノロジーを実現。

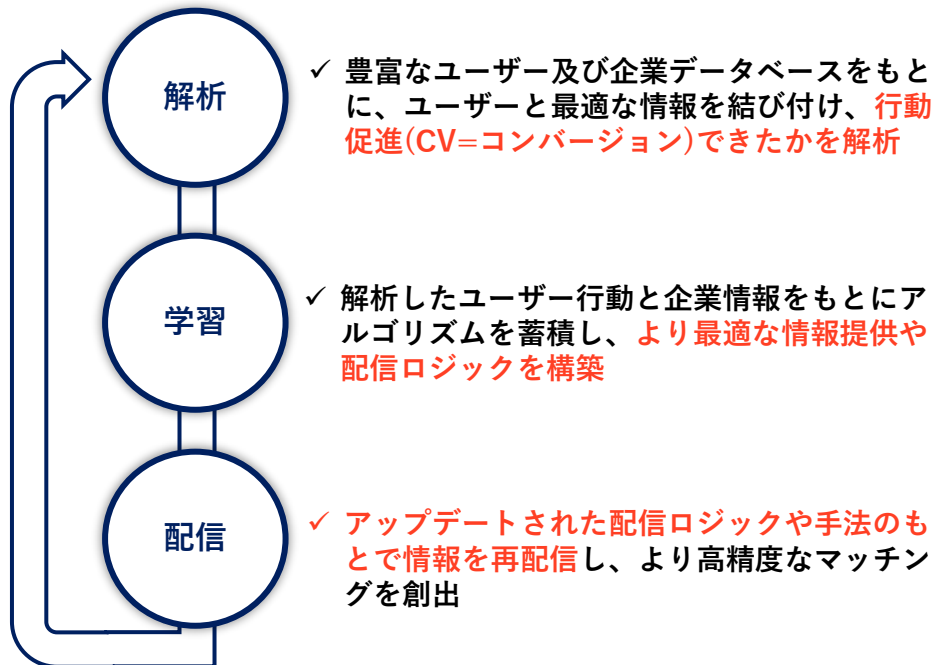


強みの源泉 - マatchingテクノロジーの具体例 -

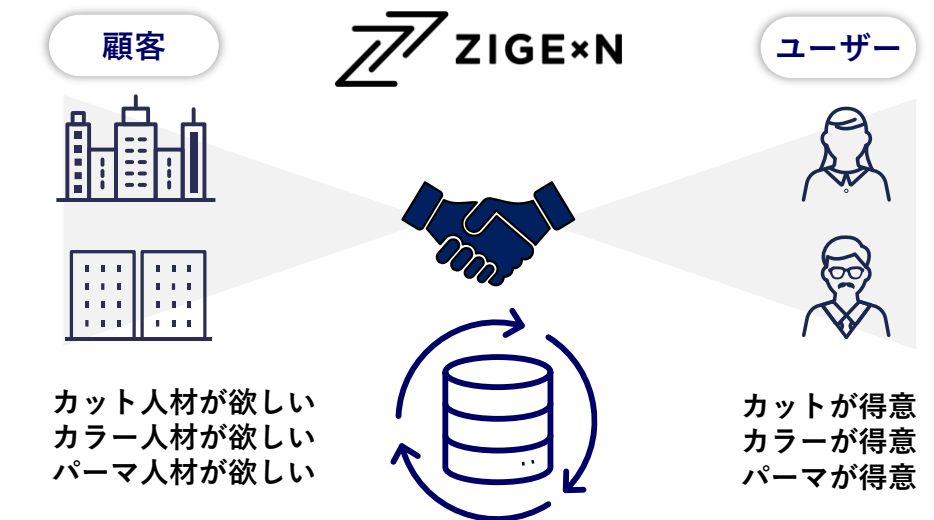
- Matchingテクノロジーとは情報を求めるユーザーに、最適な情報を提供し、**行動を促進させ動かす力**。
- 豊富かつ独自性のあるデータベースをもとに、**解析→学習→配信というサイクルを回し、高精度なMatchingを創出**。
- 多数のメディアを運営しているからこそ、施策のベストプラクティスや各種ナレッジの迅速な横展開が可能。

Matchingテクノロジーの具体例

具体例① 解析→学習→配信のサイクル



具体例② 美容業界



領域特化だからこそその独自性と豊富なデータベースからユーザーと顧客のニーズを解析し、高精度なMatchingを実現

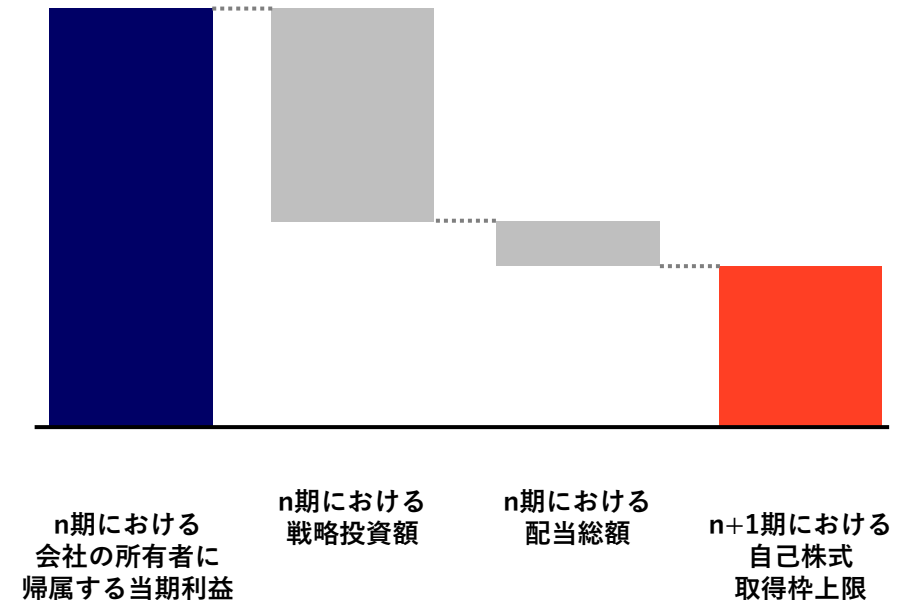
財務方針

- 原則として当該年度の当期利益から戦略投資額と配当総額を除いた金額を翌年度の自己株式取得枠の上限とする財務方針を継続。
- 取得済み自己株式は将来のM&A対価等に充当する予定。

中期的な株主還元方針

配当性向	12～20%
自己株式取得	自己株式取得枠 上限設定による実施

自己株式取得枠



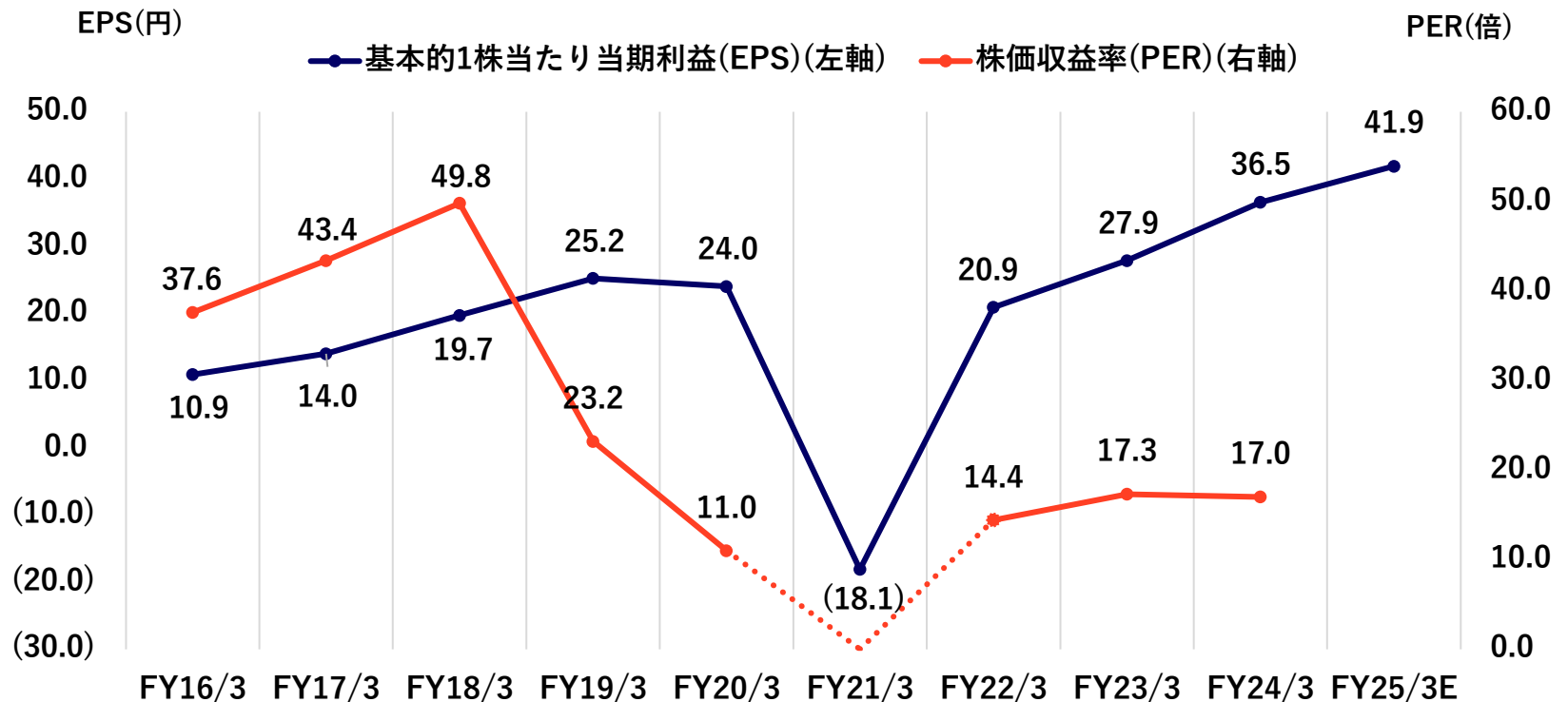
注1: 戦略投資額は、M&Aや資本提携といった、資産性の高い経営資源を獲得するために当社が拠出した投資額を指す。

注2: 財務水準や市場前提が現況から大きく変動する場合、本財務方針を柔軟に変更する可能性がある。

EPS & PER推移

- EPSは既存事業の堅調な業績伸長や新規M&A企業の順調なPMIにより、過去最高値を更新。
- FY25/3はタイズ等を中心としたPMIの更なる推進や戦略投資の実行、及び自己株式取得により、EPSの更なる伸長を図る。

EPS & PER 推移



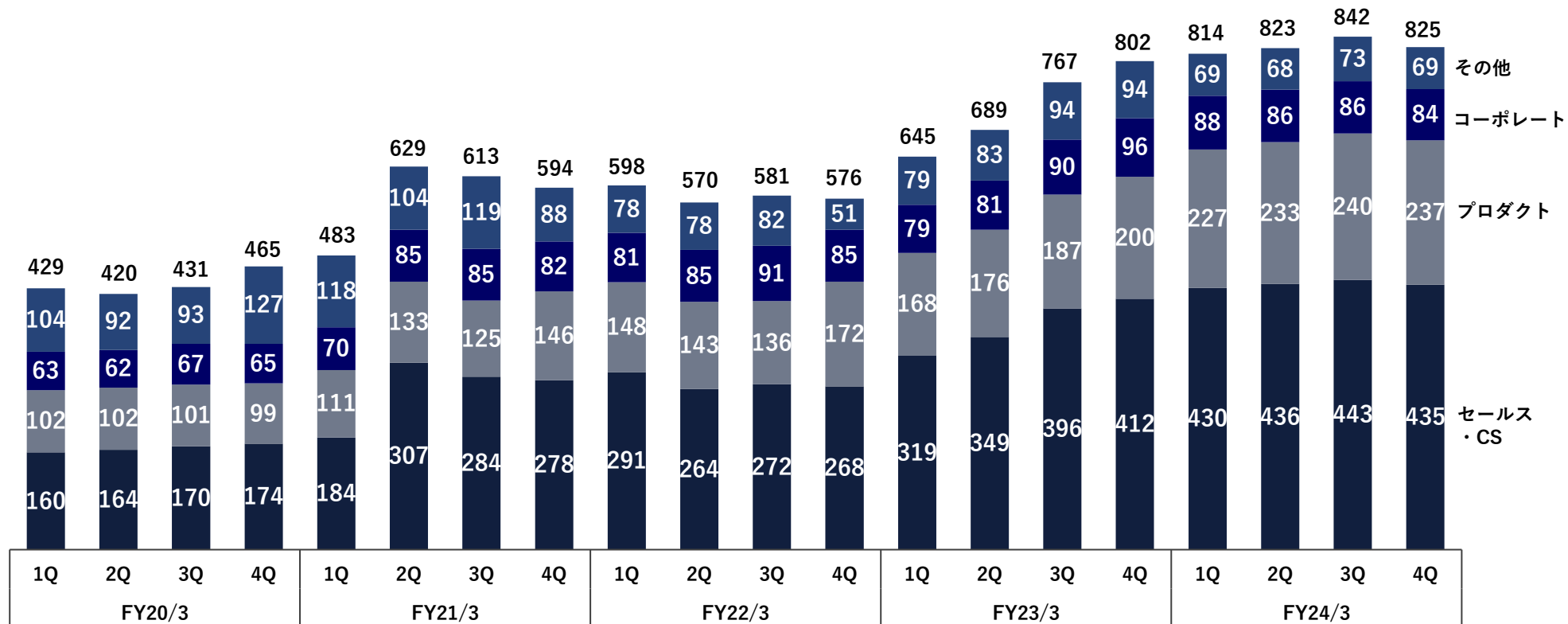
注1: FY25/3は業績予想値。

注2: FY21/3は当期純損失を計上。

四半期末従業員数推移

- 連結従業員数は825名。採用ポジションは厳選しながらも、事業拡大に伴い継続的に組織を強化。

グループ全体 職能別従業員数



注1: ミラクスの派遣事業の派遣社員は除外。

注2: プロダクトはマーケティング、エンジニア、デザイナー、その他は事業責任者やマネージャー等で構成。セールス・CSは営業管理を含む。

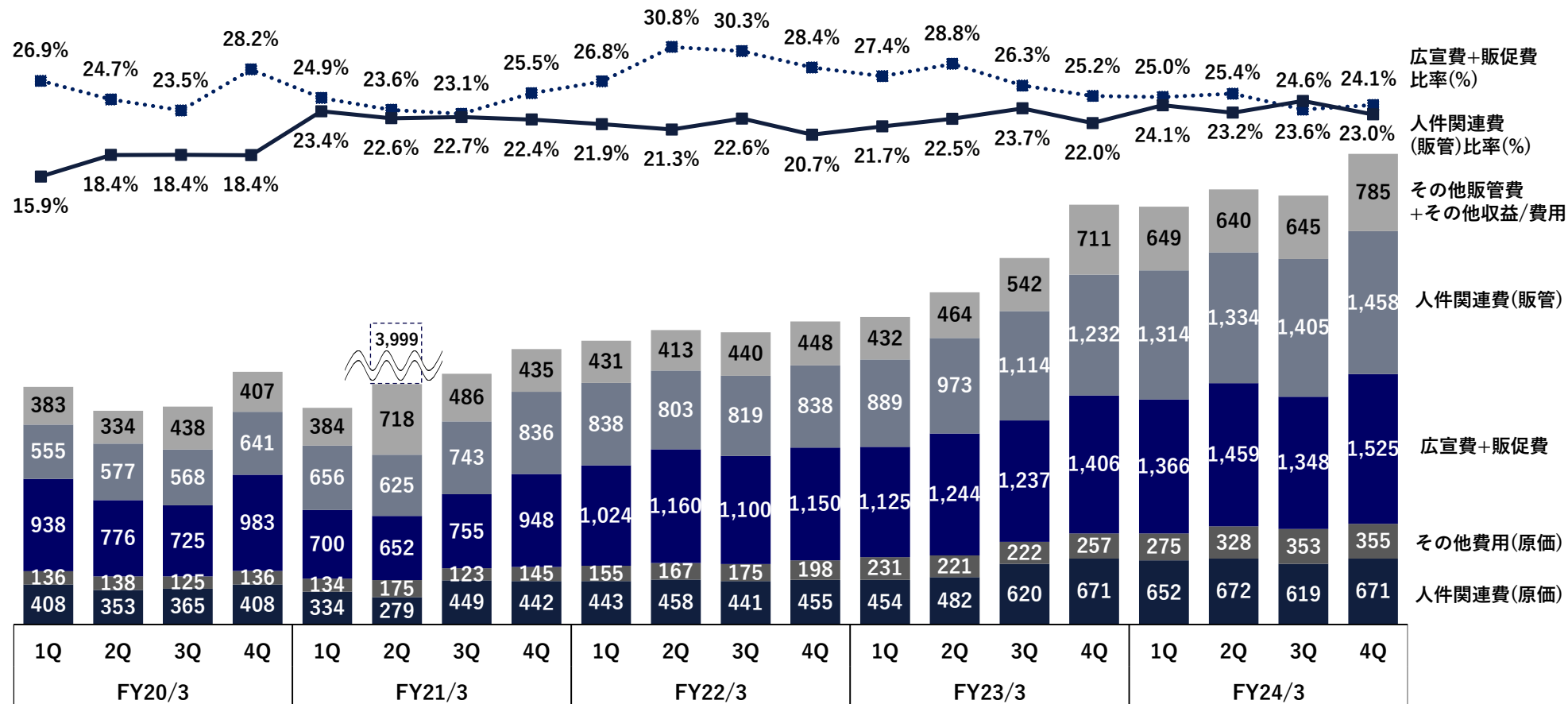
注3: FY23/3以降において、営業管理をその他からセールス・CSに移管し精緻化。

四半期費用推移

- 広告宣伝費+販売促進費および人件関連費は適切なコストコントロールにより安定的に推移。
- 今後も大規模投資等は予定しておらず、現状と概ね同等水準を維持する方針。

四半期費用推移

(単位：百万円)



注: FY21/3 2Qの点線のはれん等の減損損失等を示す。

四半期末貸借対照表推移

親会社所有者帰属持分比率

56.3%

のれん対資本倍率

0.5倍

- 親会社所有者帰属持分比率(日本基準の自己資本比率)は56.3%、のれん対資本倍率は0.5倍であり、引き続き財務基盤は健全で安全性に問題なし。

(百万円)	FY2023/3				FY2024/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
流動資産	11,152	11,380	11,026	14,308	14,248	15,436	13,376	18,879
現金・現金同等物	8,186	8,155	7,815	9,953	9,776	10,579	8,934	13,241
非流動資産	11,034	11,548	13,657	16,086	16,062	16,068	15,905	15,656
のれん	7,107	7,556	9,227	9,911	9,911	9,911	9,955	10,001
無形資産	1,713	1,836	2,004	2,419	2,434	2,456	2,466	2,441
資産合計	22,186	22,928	24,683	30,393	30,310	31,504	29,281	34,535
負債	7,504	8,269	9,494	14,320	13,801	14,054	10,875	15,086
流動負債	6,522	7,366	7,572	11,037	10,309	11,023	8,396	13,087
短期有利子負債	2,040	2,057	2,632	3,051	2,296	2,140	2,071	2,255
非流動負債	983	903	1,922	3,283	3,493	3,031	2,479	1,999
長期有利子負債	448	415	1,461	2,178	2,486	2,118	1,663	1,299
資本	14,682	14,659	15,189	16,073	16,509	17,450	18,406	19,449
負債・資本合計	22,186	22,928	24,683	30,393	30,310	31,504	29,281	34,535
親会社所有者帰属持分比率	66.2%	63.9%	61.5%	52.9%	54.5%	55.4%	62.9%	56.3%
有利子負債 合計	2,488	2,472	4,093	5,229	4,782	4,258	3,734	3,554

主力事業の掲載事業所数

Vertical HR
 掲載事業所数

83,084

(YoY: +9.1%)

Living Tech
 掲載事業所数

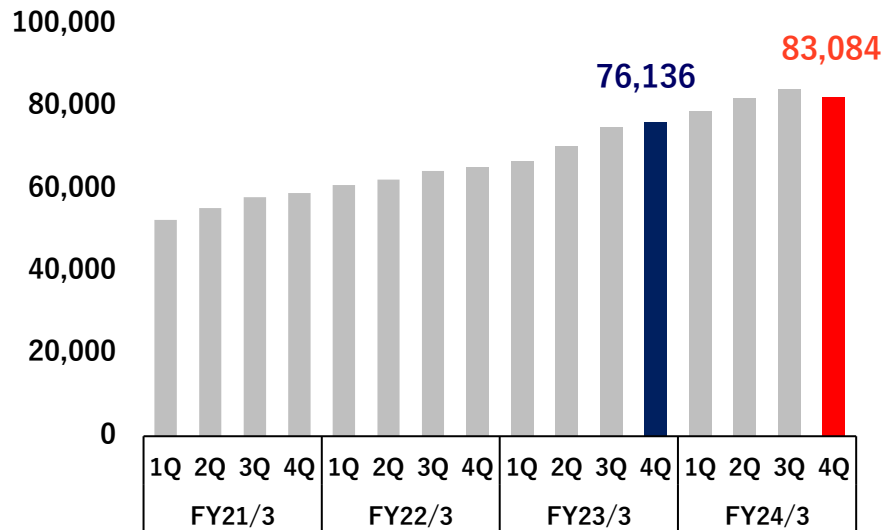
28,647

(YoY: +8.3%)

- Vertical HR：1顧客当たりのサービスの質の向上に優先注力したことにより、QoQでは微減するも、リジョブの安定拡大や前期M&A事業の貢献により、YoYでは安定的に増加。
- Living Tech：リフォーム領域と賃貸領域で安定的に推移。更なる拡大に向けて、営業強化を推進。

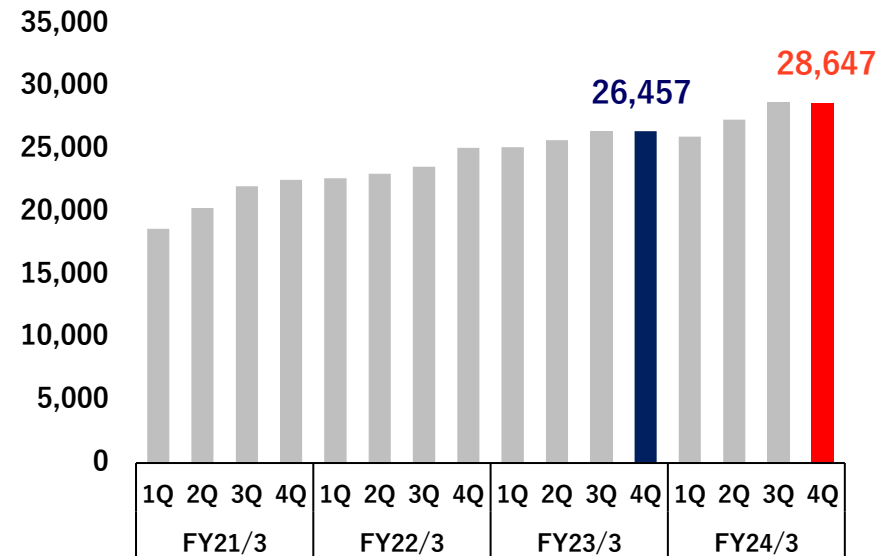
Vertical HR 掲載事業所数

(単位: 事業所)



Living Tech 掲載事業所数

(単位: 事業所)



注1: Vertical HRにおける掲載事業所数は今後課金可能性のある無料掲載を行っている事業所数を含む。

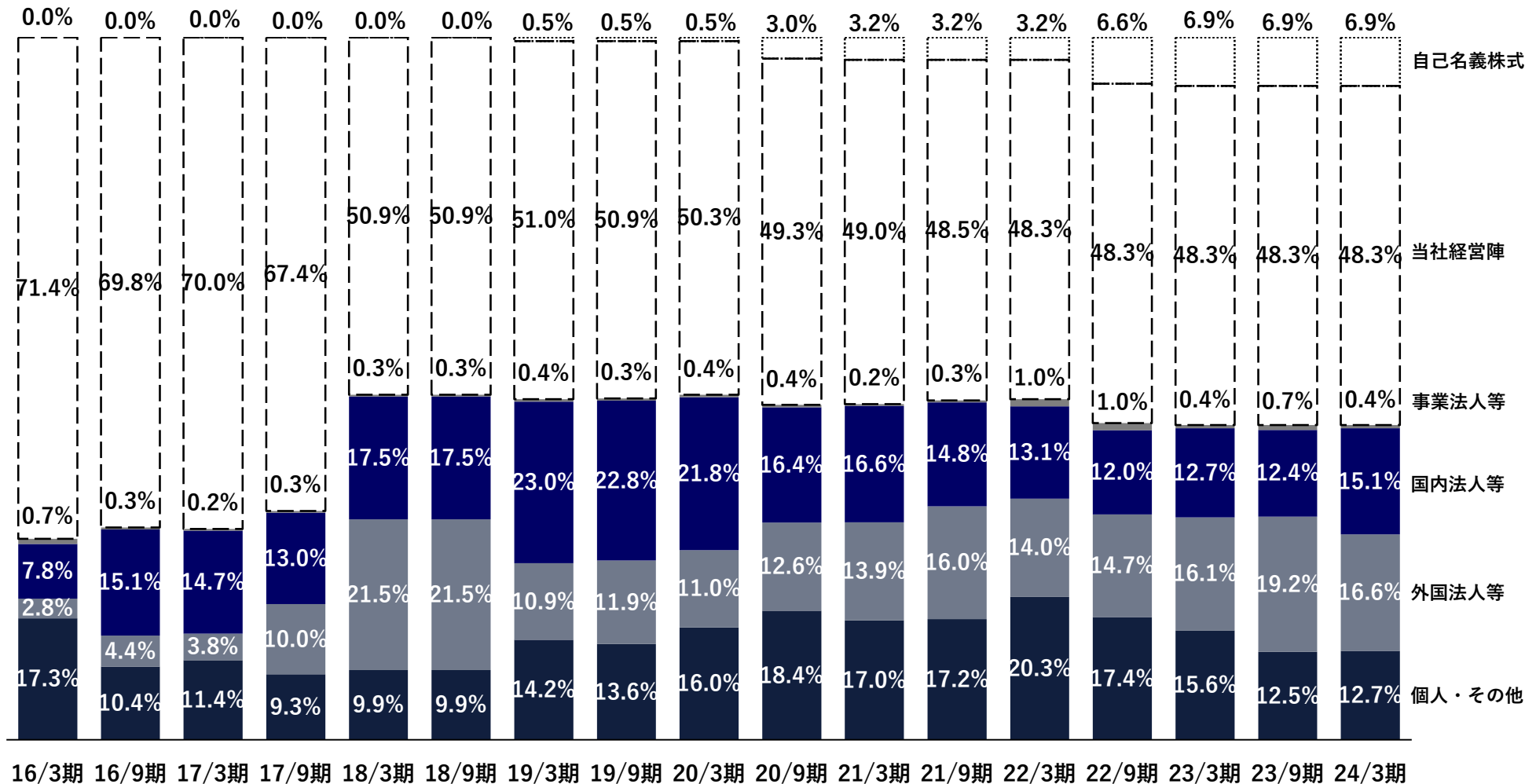
注2: Living Techにおける掲載事業所数は、無料掲載が継続している事業所を除き、各四半期の末月中に1掲載以上を行った事業所数のみを集計。

注3: 上記事業所数の推移のグラフは、ミラクス(旧HITOWAキャリアサポート)・ライフサポートDiv.(旧アイアンドシー・クルーズ)の株式取得以前の事業所数の推移を含む。

注4: Vertical HRの掲載事業所数において、一部集計の誤りがあり遡及修正。

財務戦略: 株主構成

- FY24/3期末の機関投資家比率(国内法人等+外国法人等)は31.7%と、FY23/3期末より2.9%増加。



基礎資料

- 基本情報(ビジネスモデル、業績推移、成長戦略等)については、下記基礎資料をご参照ください。

-
- ✓ 新規投資家向け資料：https://zigexn.co.jp/ir/new_investor/
内容：会社/事業紹介、競争優位性、成長戦略、直近年度の業績、財務方針 等
 - ✓ データブック（ファクトシート）：<https://zigexn.co.jp/ir/>
内容：各種指標、B/S、P/L、CFS等の推移 等
 - ✓ 統合報告書：https://zigexn.co.jp/ir/integrated_report/
内容：各種戦略、ESG/SDGs等のサステナビリティ情報 等
 - ✓ 決算説明会関連：https://zigexn.co.jp/ir/earnings_release/
内容：過去決算説明会資料、決算説明会動画、決算説明会書き起こし 等
 - ✓ 第2次中期経営計画：https://zigexn.co.jp/ir/management_plan/
内容：中期経営戦略 等



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。