



じげん
ZIGE × N OVER the DIMENSION

2018年3月期 第3四半期決算説明会
2018年2月13日



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10月～2017年12月



1. 四半期決算概要と外部環境

四半期業績



- 3Qは前年比**売上収益+42%**、**営業利益+35%**を達成(IFRS)。
- 3Qは新規事業やM&A関連の費用抛出が発生。中長期的な成長のための積極投資は4Qも継続する予定で、足元の業績は**ほぼ通期計画通りの進捗**。

(百万円)	FY2017/3				FY2018/3		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
会計基準	IFRS						
売上収益	1,593	1,662	1,740	2,540	2,502	2,435	2,477
前年比	NA	NA	NA	NA	57.1%	46.5%	42.4%
人材領域	1,171	1,192	1,230	1,823	1,868	1,762	1,828
不動産領域	309	330	340	481	417	459	455
生活領域	113	140	170	236	217	214	193
営業利益	524	571	600	788	847	835	811
前年比	NA	NA	NA	NA	61.5%	46.3%	35.0%
税引前四半期利益	522	571	606	775	844	822	809
四半期利益	310	327	379	458	499	463	484



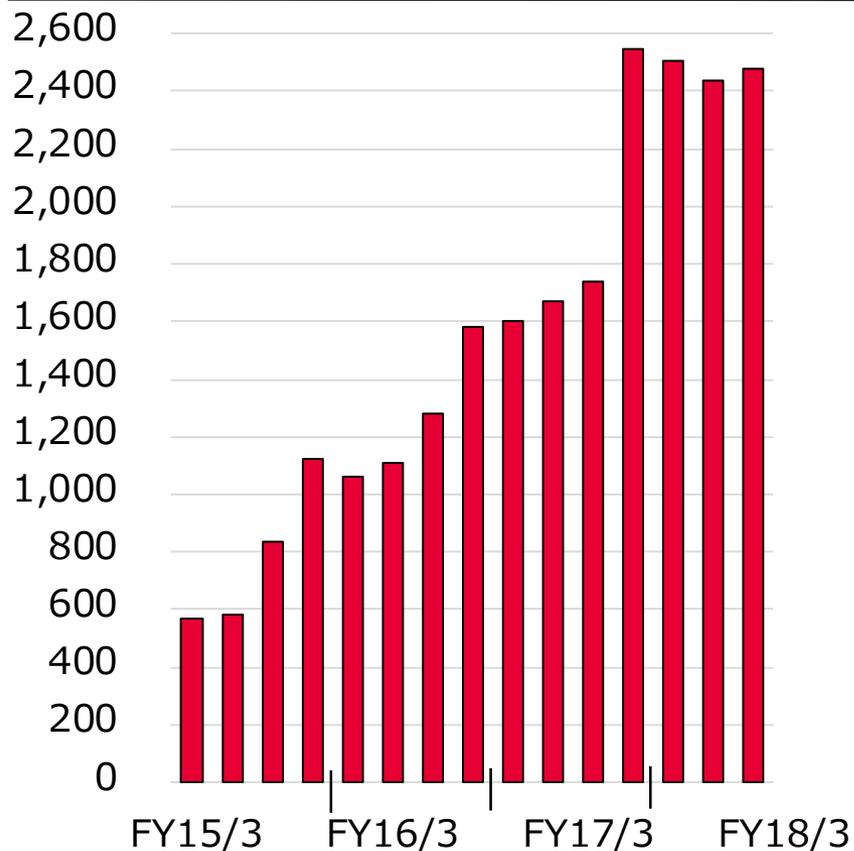


1. 四半期決算概要と外部環境

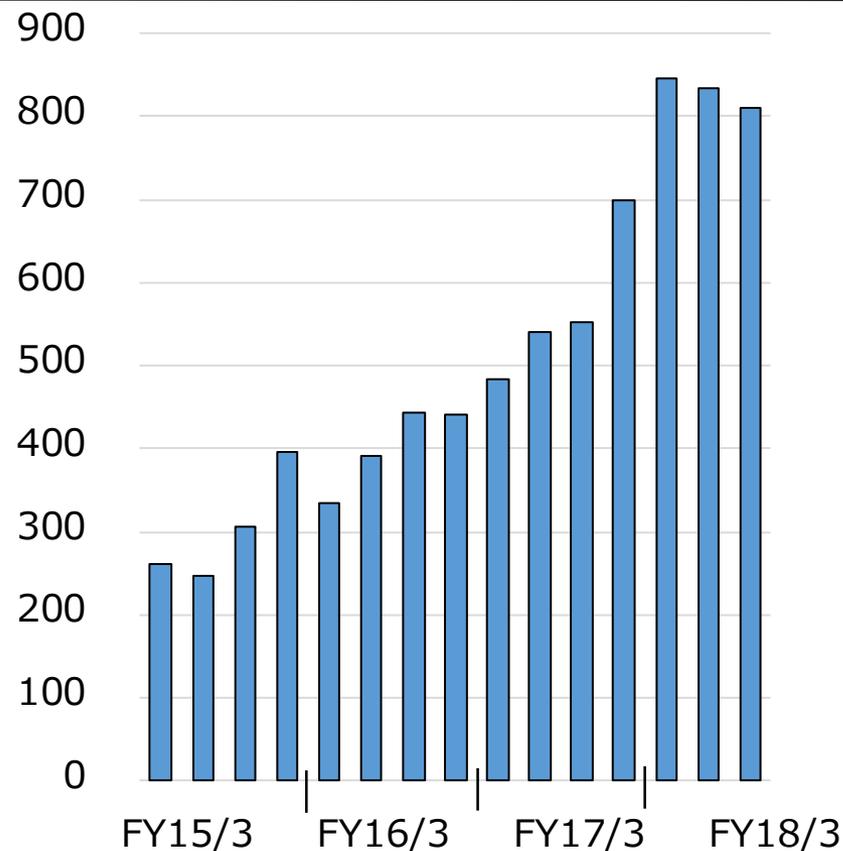
四半期業績

- 3Qとして過去最高益を更新し、上場来16四半期連続の前年比増収増益を達成。
- 2Q、3Qは1Q、4Qに比して閑散期。今期下期は新規事業やM&A関連で積極的に費用を抛出。

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. 四半期決算概要と外部環境

KPIについて

- 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



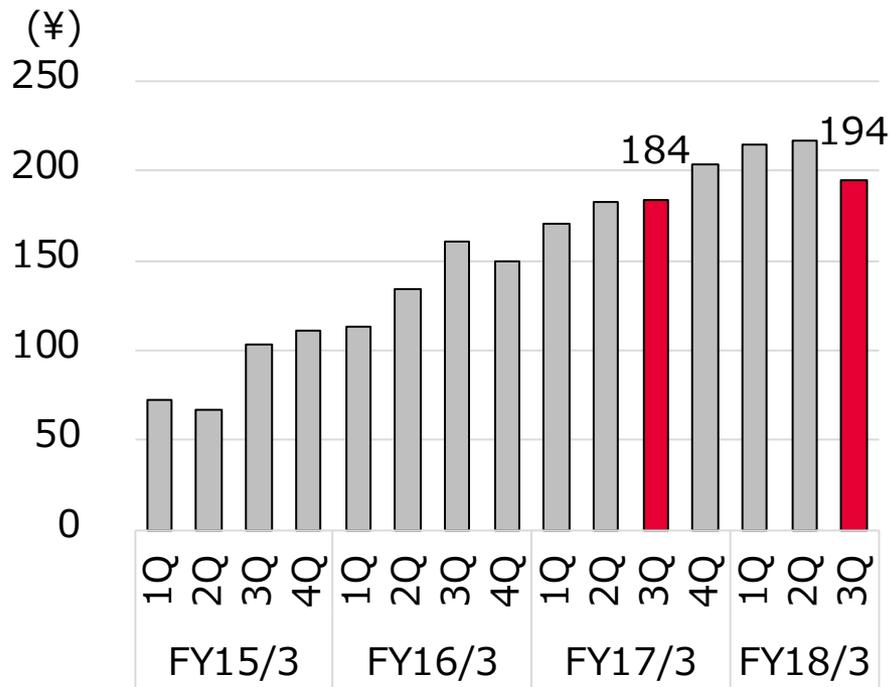


1. 四半期決算概要と外部環境

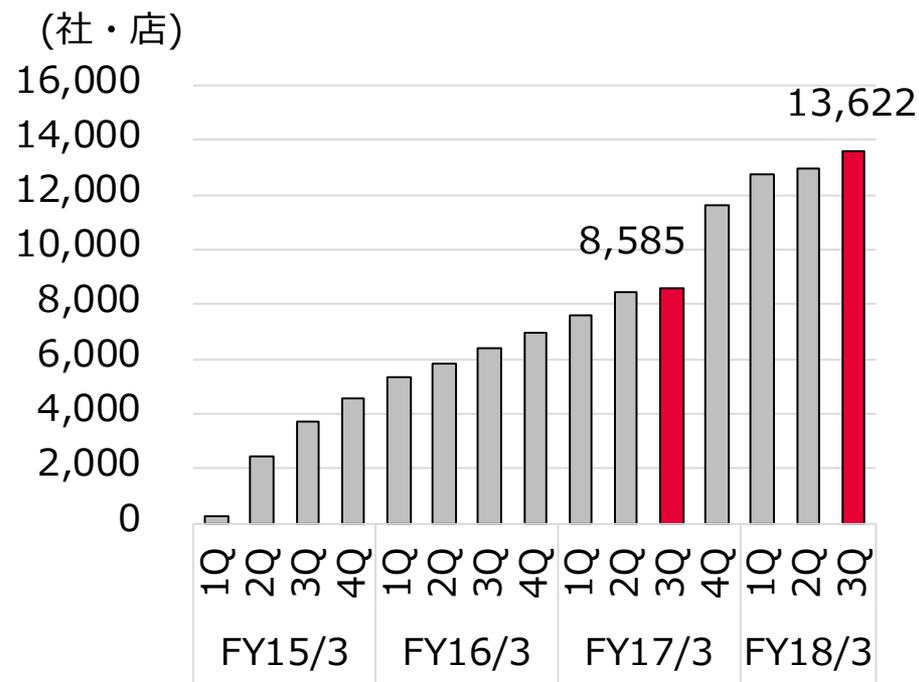
KPIの推移: UU当たり売上収益

- UU当たり売上収益: 3Qは前年比+5%と増加。前四半期比では生活領域での提携先変更等から一時的に低下も、リジオブや不動産領域は増加傾向を維持。
- 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)

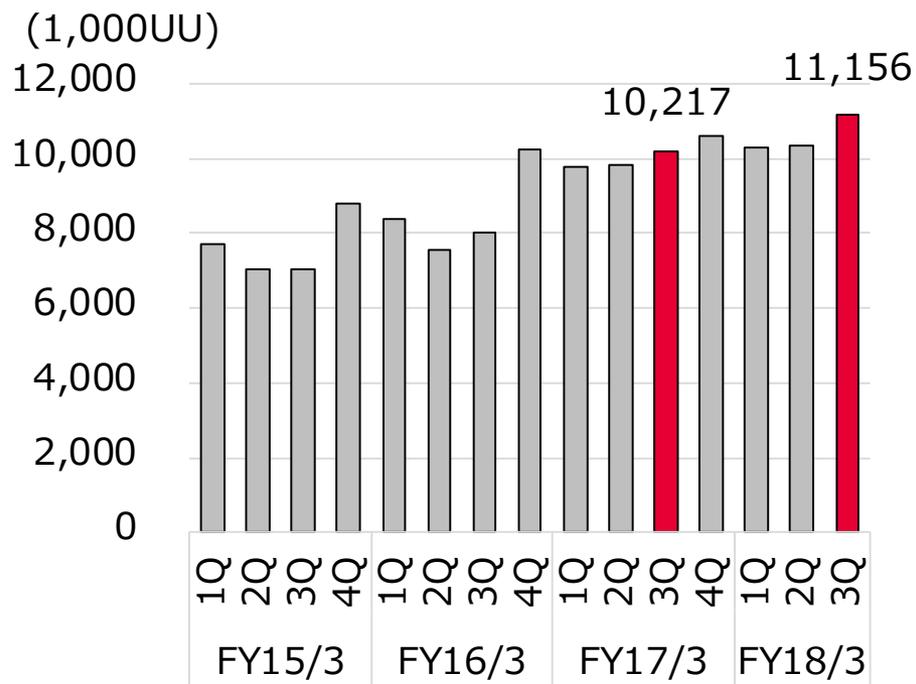


注: UU当たり売上収益ではUUを集計していないブレイン・ラボ、三光アド(折込)、ABM、及び新規メディアを運営するにじげんを除く。顧客数は各四半期末から1年以内に売上の発生したアクティブ顧客の企業、店舗数の合計。

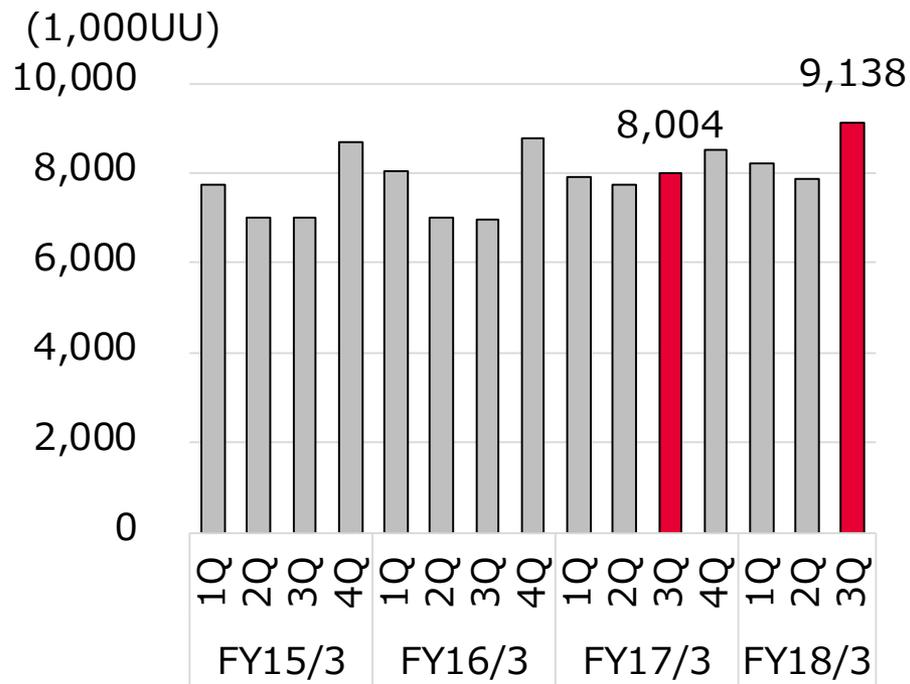


- UU: 3Qは連結全体で前年比+9%、新規メディアを手掛けるにじげんを除くと+14%。
非注カメディアのUU剥落影響が一巡し、主カメディアを中心に増加傾向。

UU/月の推移 (にじげん含む)



UU/月の推移 (にじげん除く)



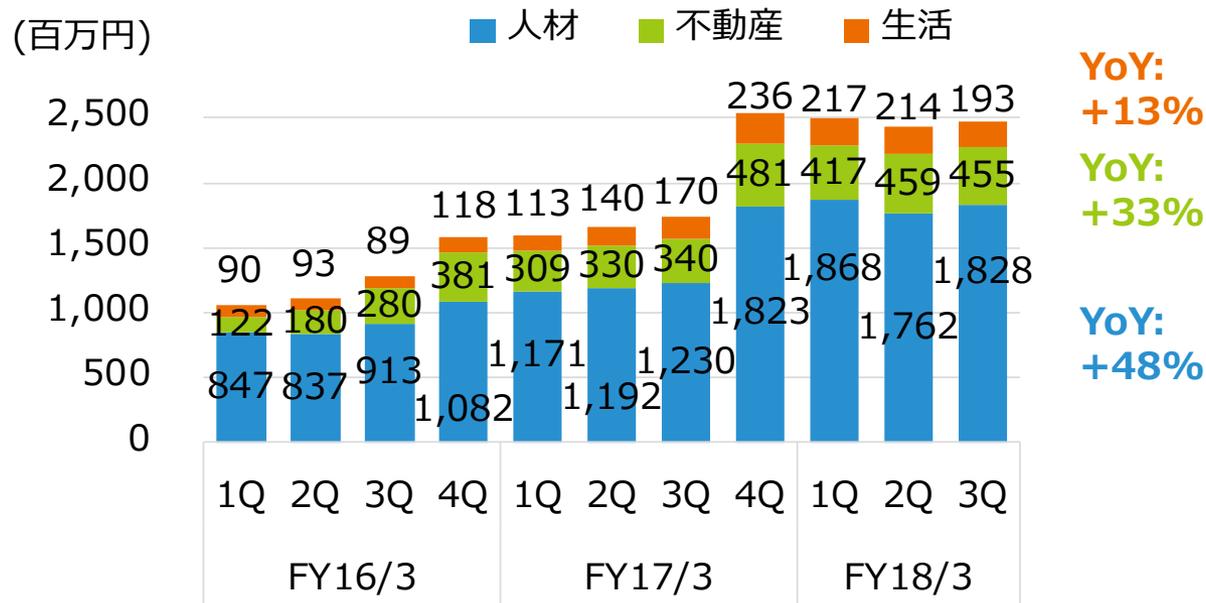
注: ブレイン・ラボ、三光アド(折込)、ABMではUUを集計していない。





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: 2016年3月期は日本基準、2017年3月期以降はIFRS。

	人材	不動産	生活	備考
UU	○	◎	○	人材、不動産では、サイトの表示速度向上がUU数増加に寄与。 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		○	○	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、生活では、アルゴリズム改善や顧客ミックスの改善により上昇。 不動産では、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。

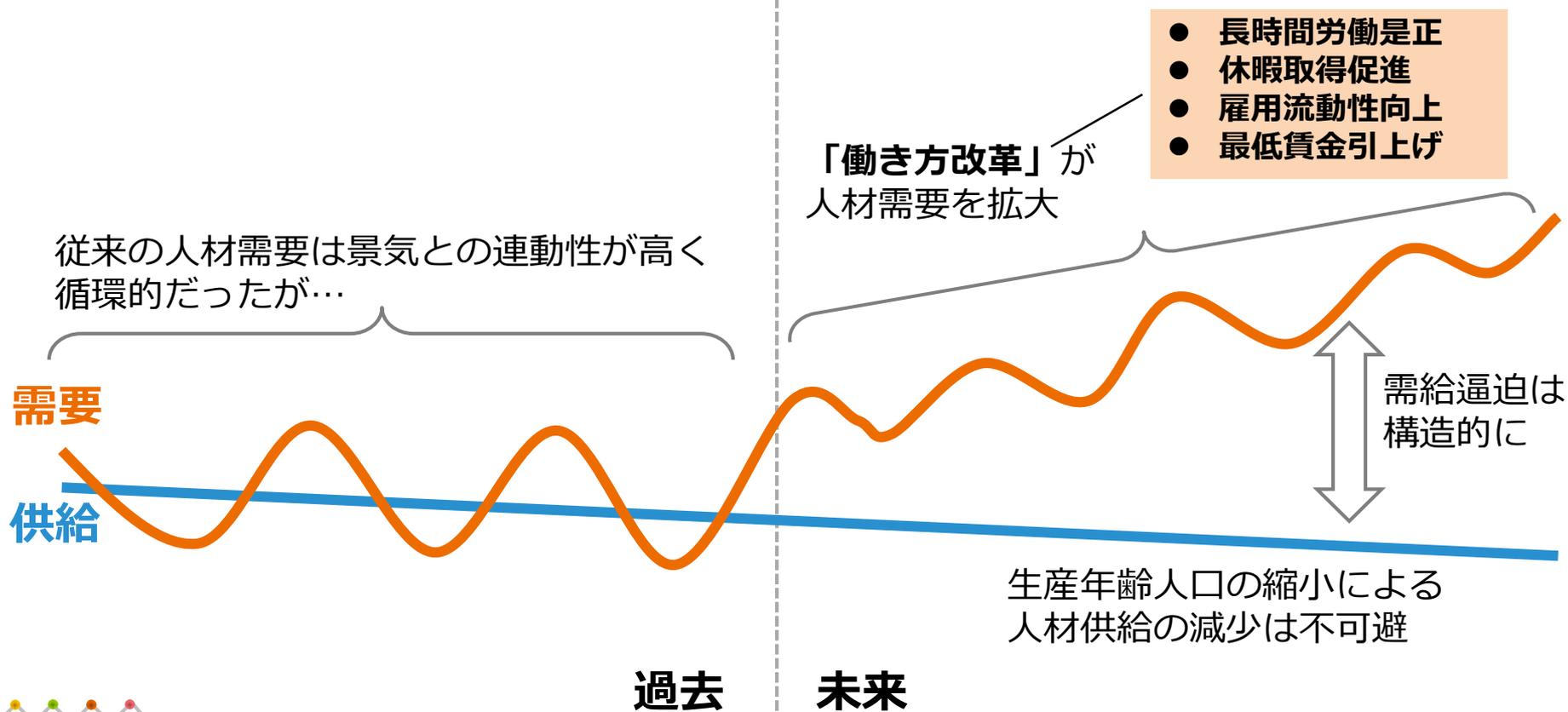


1. 四半期決算概要と外部環境 人材市場の構造変化



- 「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



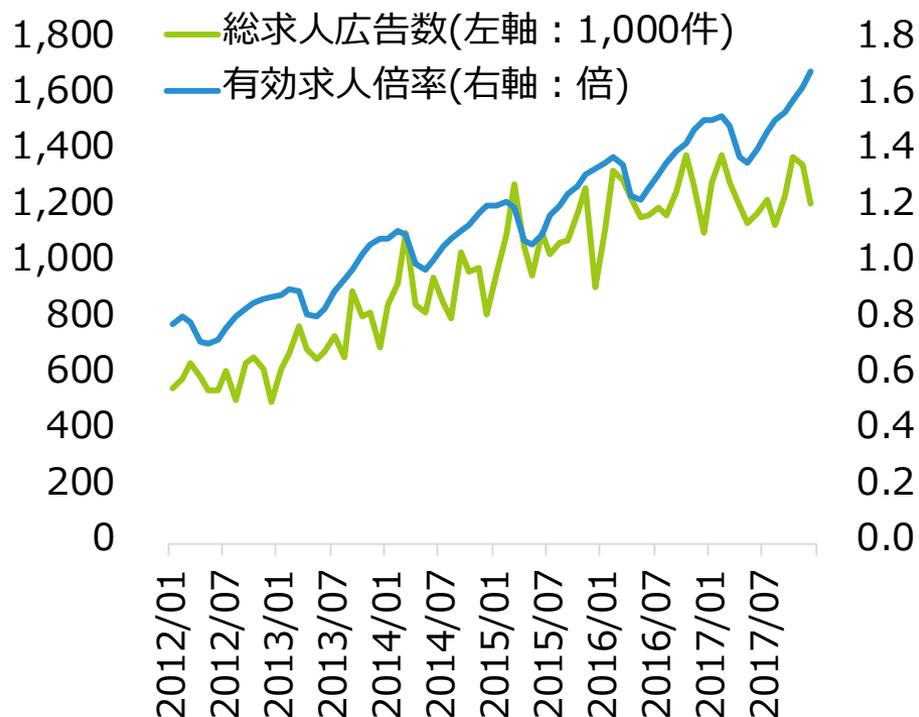
1. 四半期決算概要と外部環境

人材市場の直近動向

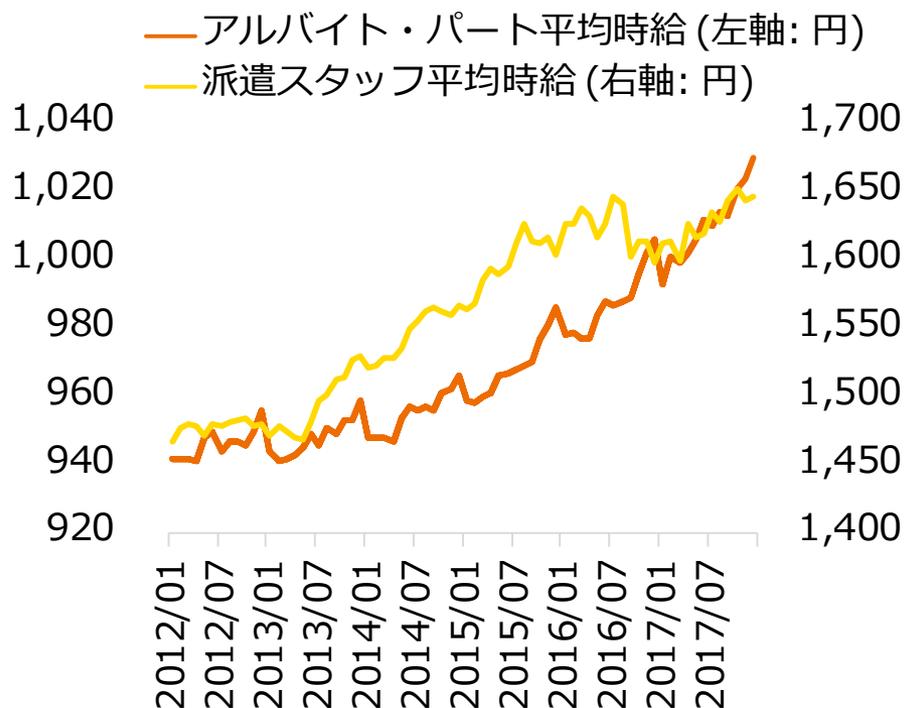


- 総求人広告数は4月以降前年比横ばいで推移する一方、有効求人倍率は過去最高水準を継続し、アルバイト時給や派遣単価も上昇を続ける等、労務需給の逼迫に解消の兆しは見られない。
- 深刻な人手不足の中で効果的に採用を進めるため、**成果報酬型サービスや廉価なサービスへの求人企業による出稿ニーズが高まっている可能性。**

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

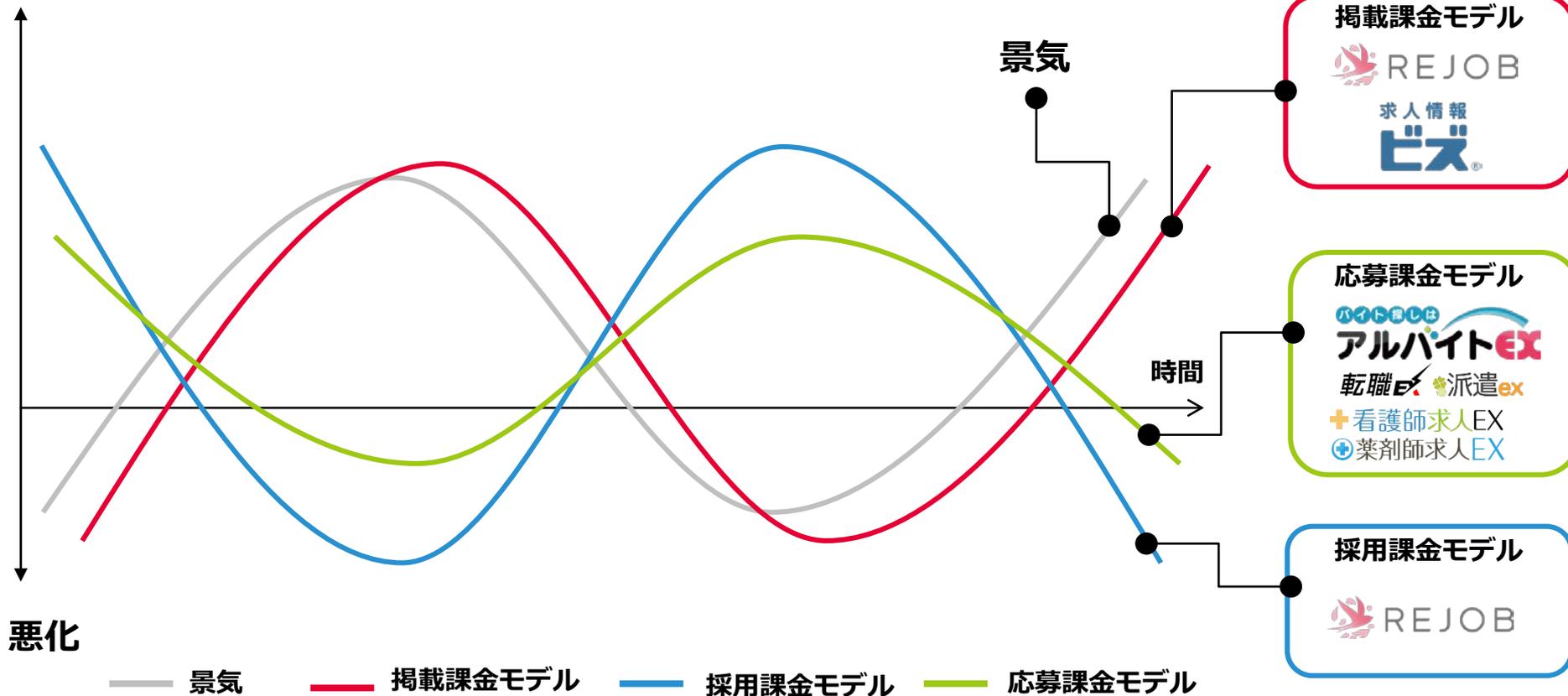


人材市場の変動に柔軟に対応できる収益構造



- 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





1. 四半期決算概要と外部環境

四半期費用推移

- 新規事業への積極投資に伴い、人件関連費やソフトウェア償却費(その他販管費)がQoQで増加。
- 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				FY2018/3		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
会計基準	IFRS						
金額							
人件関連費(制作)	107	99	112	125	116	122	120
その他売上原価	48	53	60	345	311	277	299
人件関連費(非制作)	217	228	250	215	315	312	352
広告宣伝費+販売促進費	519	539	510	654	597	637	661
顧客資産償却費	5	5	5	11	22	22	22
その他販管費+その他収益・費用	172	167	202	403	294	230	212
対売上高・売上収益比率							
人件関連費(制作)	6.7%	6.0%	6.4%	4.9%	4.6%	5.0%	4.8%
その他売上原価	3.0%	3.2%	3.5%	13.6%	12.4%	11.4%	12.1%
人件関連費(非制作)	13.6%	13.7%	14.4%	8.5%	12.6%	12.8%	14.2%
広告宣伝費+販売促進費	32.6%	32.4%	29.3%	25.7%	23.9%	26.2%	26.7%
顧客資産償却費	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.9%	0.9%	0.9%
その他販管費+その他収益・費用	10.8%	10.1%	11.6%	15.9%	11.8%	9.4%	8.6%

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。



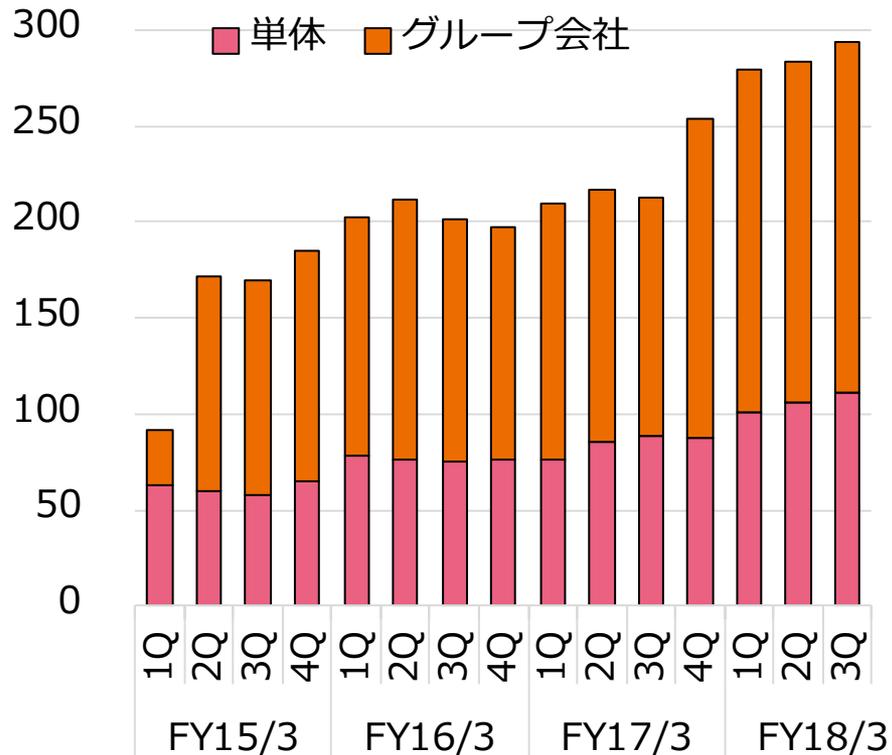


1. 四半期決算概要と外部環境

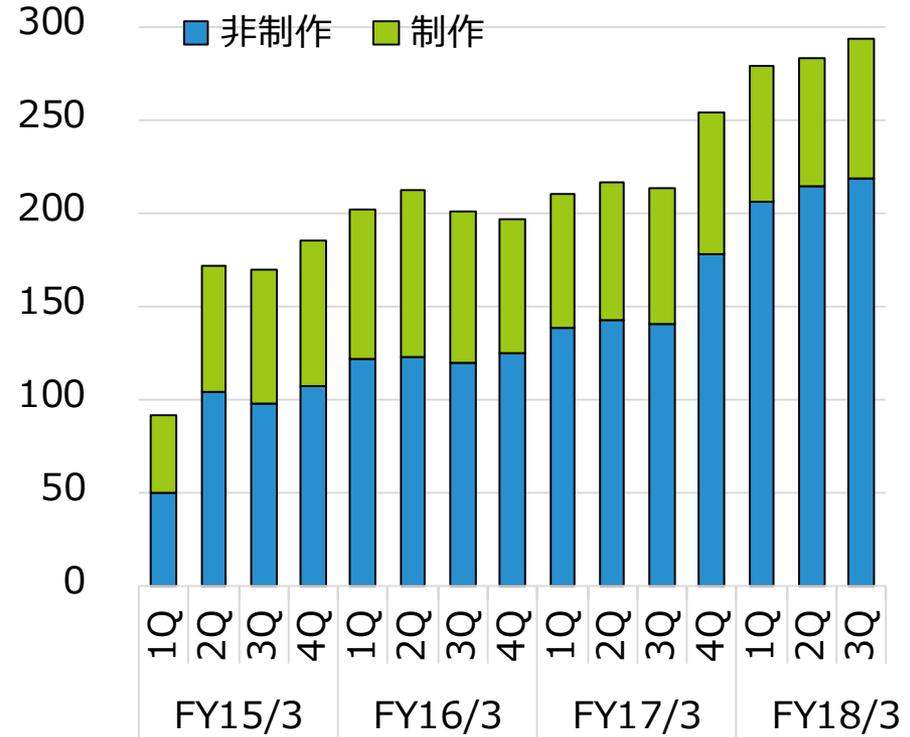
四半期末従業員数推移

- 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





- 親会社所有者帰属持分比率(日本基準の自己資本比率)は63%、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	FY2018/3		
	4Q	1Q	2Q	3Q
会計基準	IFRS			
現金・現金同等物	5,873	5,666	6,058	6,052
流動資産	7,455	6,972	7,415	7,343
金銭信託	15	2,609	2,609	2,609
のれん	5,426	5,426	5,460	5,460
無形資産	726	740	893	902
非流動資産	6,661	9,234	9,456	9,456
資産合計	14,116	16,206	16,872	16,798
短期有利子負債	1,805	1,680	1,680	1,680
流動負債	4,191	3,625	4,262	4,168
長期有利子負債	3,171	2,751	2,331	1,911
非流動負債	3,330	2,874	2,441	1,976
負債	7,521	6,499	6,703	6,143
資本	6,596	9,707	10,169	10,655
負債・資本合計	14,116	16,206	16,872	16,798
親会社所有者帰属持分比率	46.7%	59.9%	60.3%	63.4%
有利子負債	4,976	4,431	4,011	3,591





APWHD: 会社概要と簡易連結財務諸表



- アップルワールド・ホールディングス株式会社(APWHD)の100%株式を2月9日に取得。
- 世界約150カ国約11万件のホテル情報を、日本国内を主とする旅行代理店約3,000社や提携企業、個人ユーザーに提供するランドオペレーションアグリゲーター。
- 成長戦略の見直しと経営資源の再配分により、2018年3月期のEBITDAは改善傾向。

APWHD: 会社概要

会社名	アップルワールド・ホールディングス株式会社
関連会社	株式会社アップルワールド(100%子会社)
事業内容	旅行業(主に海外ホテル予約サイトを運営)
設立	2014年6月 (株式会社アップルワールドは1991年12月)
本店	東京都豊島区
代表者	代表取締役 小木尊人
主要サービス	アップルワールド(旅行会社向けメディア) ホテルスタ(個人ユーザー向けメディア)
主要販売先	JTBグループ、株式会社エイチ・アイ・エス、 近畿日本ツーリスト株式会社、株式会社日本 旅行、株式会社阪急交通社、他約3,000社
従業員数	38名(2017年12月時点)

APWHD: 簡易連結財務諸表

(百万円)	FY2015/3 実績	FY2016/3 実績	FY2017/3 実績	FY2018/3 計画
純資産	791	682	558	--
総資産	2,493	2,440	2,245	--
取扱高	5,265	5,542	5,597	5,200
営業収益	768	785	719	730
営業損益	114	△53	△101	△8
経常損益	36	△74	△107	△14
当期純損益	△223	△109	△122	△20
EBITDA	229	138	94	180

注1: 日本の会計基準に基づく。当社連結後はIFRS適用下でのれん償却費が非計上となり、APWHDの営業損益は黒字となる見込み。

注2: 2015年3月期は株式会社アップルワールドの約9ヶ月分と株式会社アップルワールドの12ヶ月分とを合算して調整した簡易連結数値。

注3: EBITDA=営業利益+のれん償却費+減価償却費



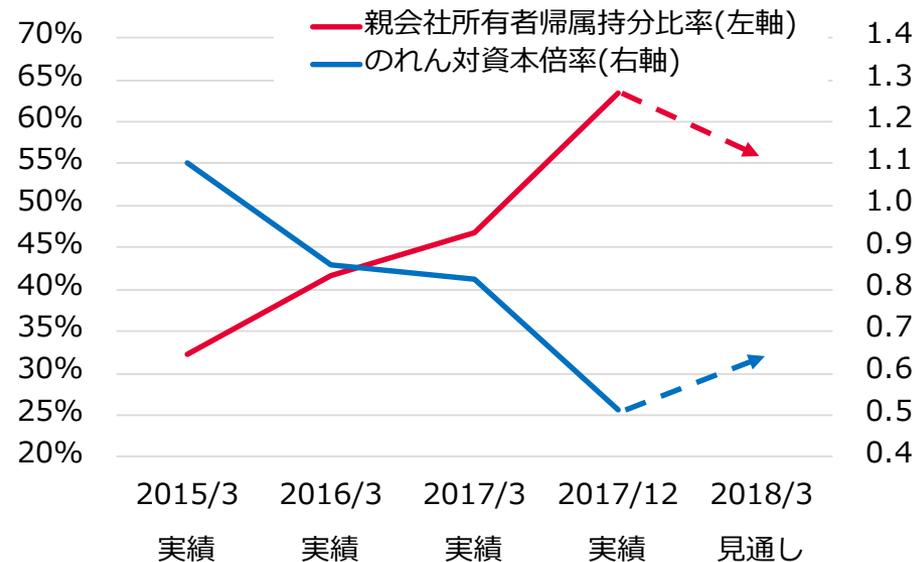


- APWHDの2018年3月期計画EBITDA約180百万円に対して株式取得額は1,434百万円。
- 株式取得金額の全額を、金銭信託として有している第5回新株予約権の行使による調達額で充当。
- じげん連結の2018年3月期末親会社所有者帰属持分比率は約55%、のれん対資本倍率は約0.7倍と、それぞれ40%以上、1.0倍程度の**財務目標の範囲内**となる見通し。

APWHD: 株式取得概要

株式取得額	1,434百万円
異動株式割合	100%
主要株式取得先	アント・カタライザー4号投資事業有限責任組合等 (アント・キャピタル・パートナーズ株式会社が運営)
資金調達	第5回新株予約権の行使によって調達した手元現預金を充当
取締役会決議日	2018年1月15日
契約締結日	2018年1月18日
株式譲渡実行日	2018年2月9日

じげん: 連結財務見通し





「株価・トリプル25」達成条件型新株予約権の状況

- 2016年7月に発行した新株予約権は第4回、第5回の行使が完了しており、**調達資金の用途は全額M&A・資本提携との当初想定に変更なし。**
- 調達済み未使用分は専用の信託銀行にて管理。引き続きM&A・資本提携の待機資金とする。

じげん：「株価・トリプル25」達成条件型新株予約権の状況

全額を三光アドの
株式取得資金へ充当

一部をAPWHDの
株式取得資金へ充当

	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)	2,400,000	3,700,000	3,700,000	9,800,000
交付株数(株)	2,400,000	3,700,000	0	6,100,000
未交付株数(株)	0	0	3,700,000	3,700,000
交付株数÷発行株数	100.0%	100.0%	0.0%	62.2%
当初行使価額	608円	700円	1,710円	--
下限行使価額	547円	699円	1,708円	--
平均行使価額	551円	701円	--	--

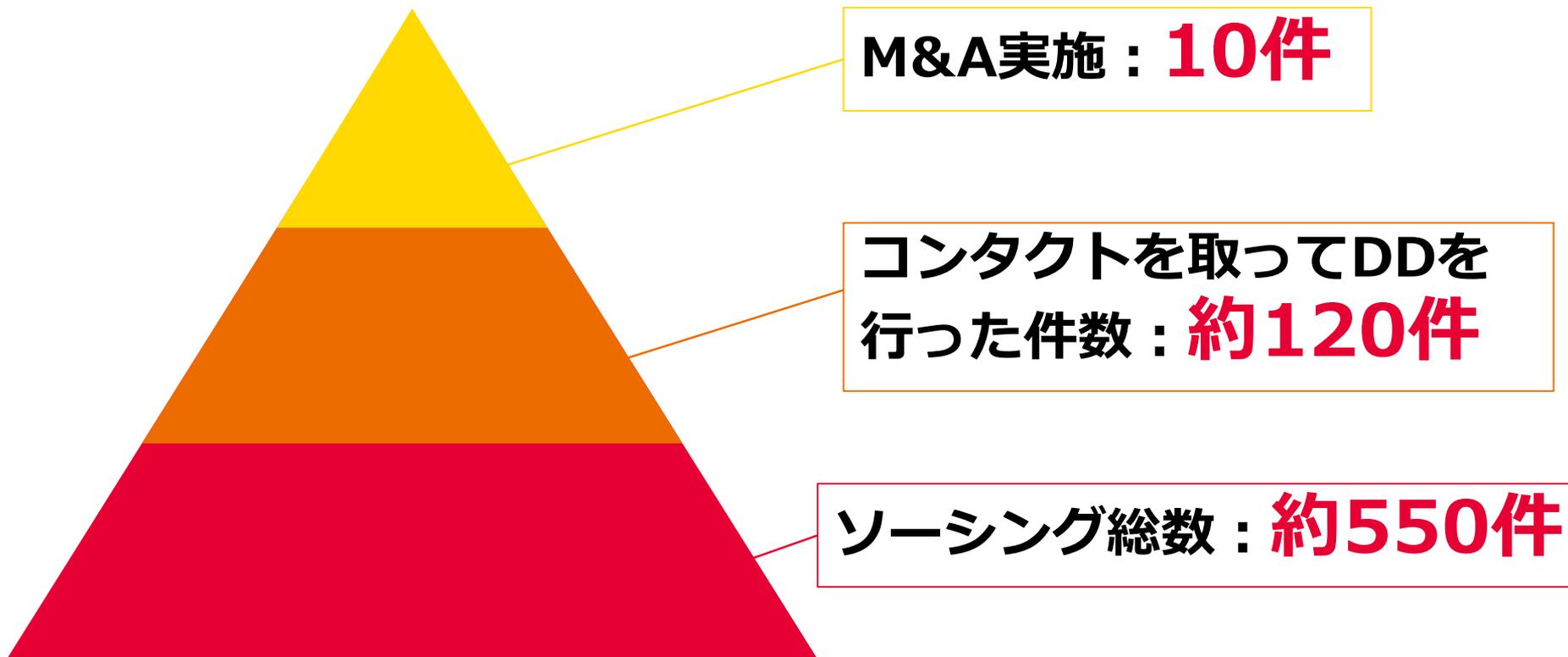
注：「トリプル25」の算出にあたり、1%未満の数値は小数点第1位を四捨五入して判定。

注：株数、行使価額は株式分割の影響考慮後。





- 上場以来2018年2月9日までに、約550件のソーシングを実施し、10件、総額約90億円(取得価額)のM&A案件を厳選。
- 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。





3.事業戦略と今後の方向性

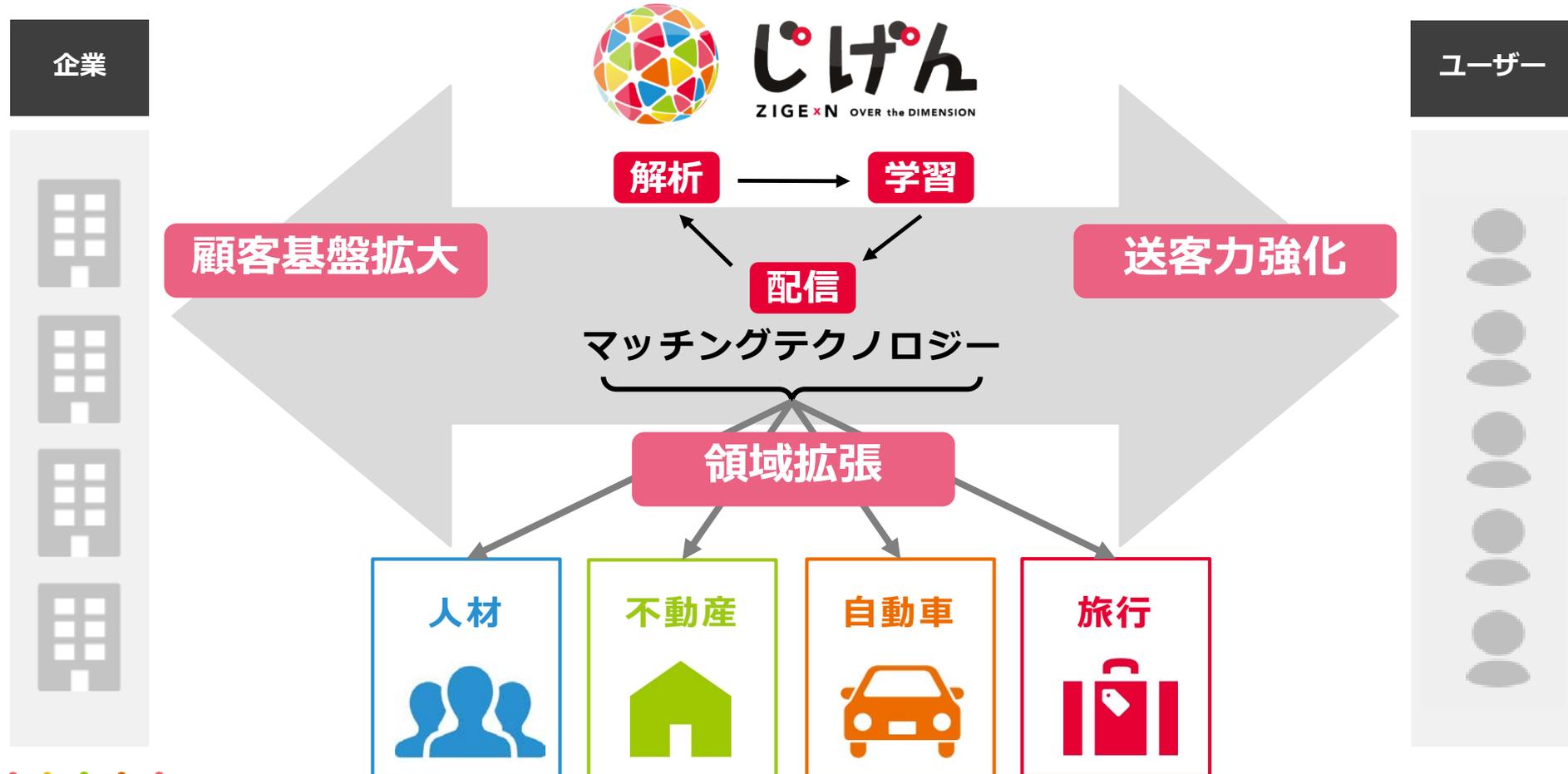




メディアプラットフォームとしての成長施策



- 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。





3.事業戦略と今後の方向性

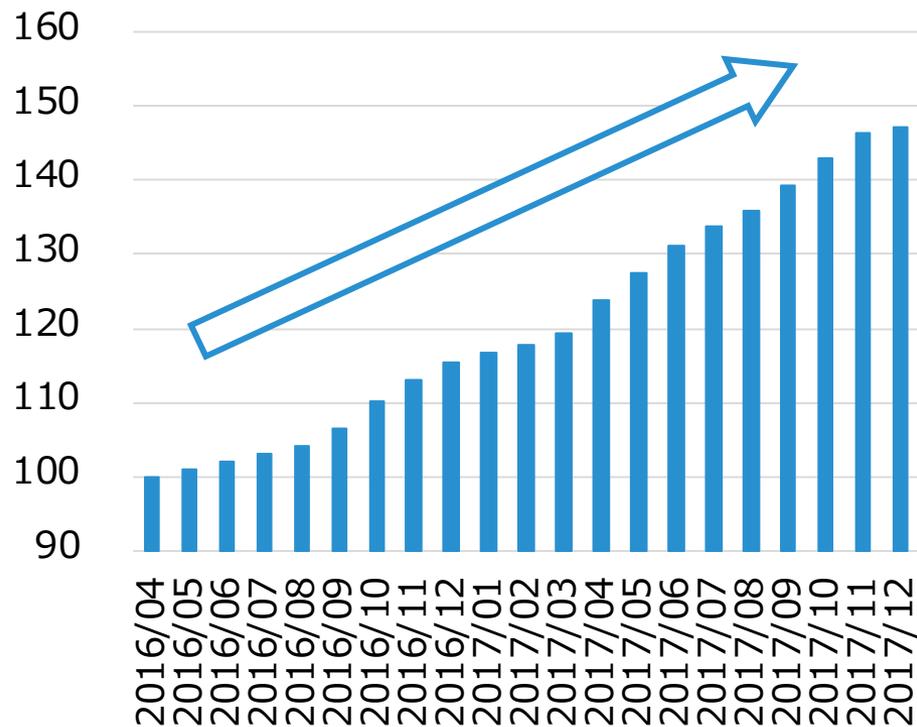
成長施策(1): 送客力強化

- ユーザーを「集めて動かす」**マッチングテクノロジー**を更に強化し、複数領域で施策を展開。
- 採用決定数連動の成果報酬型課金体系を有するリジョブでは、送客力が収益に直結。
応募者数、採用決定数は大幅な増加傾向にあり、全社業績を力強く牽引。

3Q以降に実施した主なユーザー向け施策

リジョブ
コンテンツ
マーケティング
の強化ミノリノ
iOSアプリの
リリース

リジョブ: 採用決定数推移(12カ月移動平均)



注: 2016年4月=100として指数化。

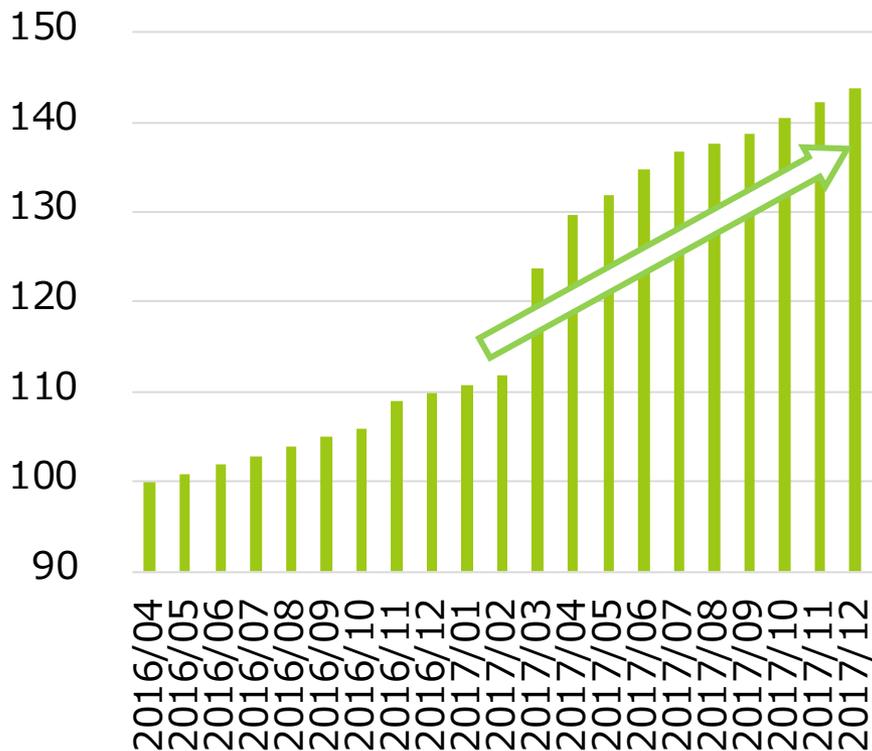


成長施策(2): 顧客基盤拡大



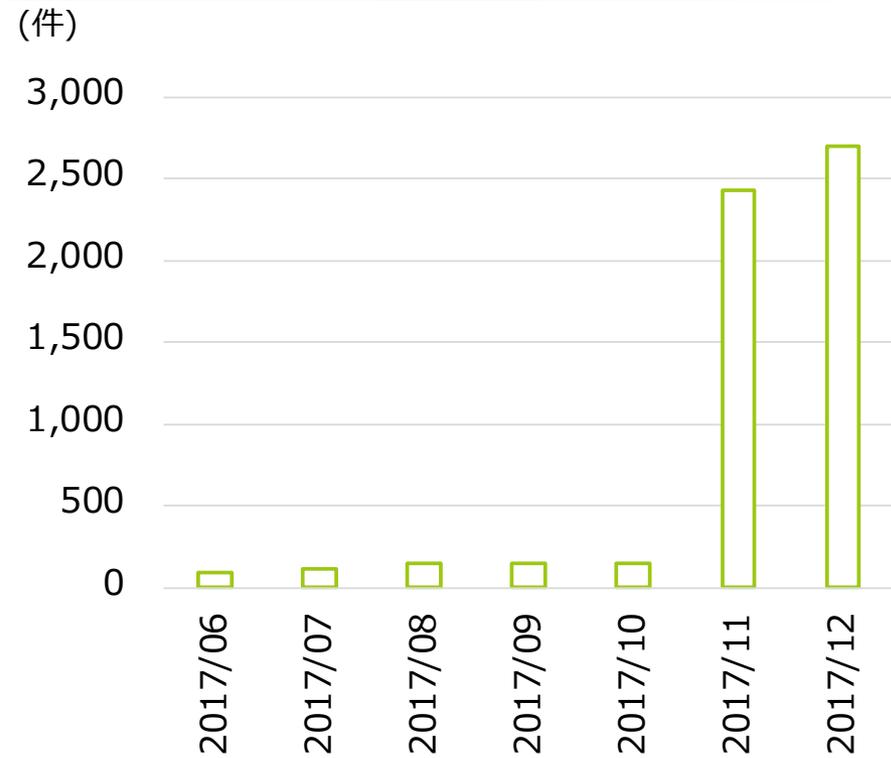
- 不動産賃貸分野の「スモッカ」ではSUUMO、LIFULL HOME'Sの2大メディアとの連携強化に努め、**店舗掲載数を順調に拡大**。
- 不動産売買分野の「ミノリノ」では首都圏の中古リノベマンションデータベースが拡大。今後は全国へと展開地域を広げ、**新規特化型メディアとして早期の収益貢献を目指す**。

スモッカ: 累計不動産仲介店舗掲載数推移



注: 2016年4月=100として指数化

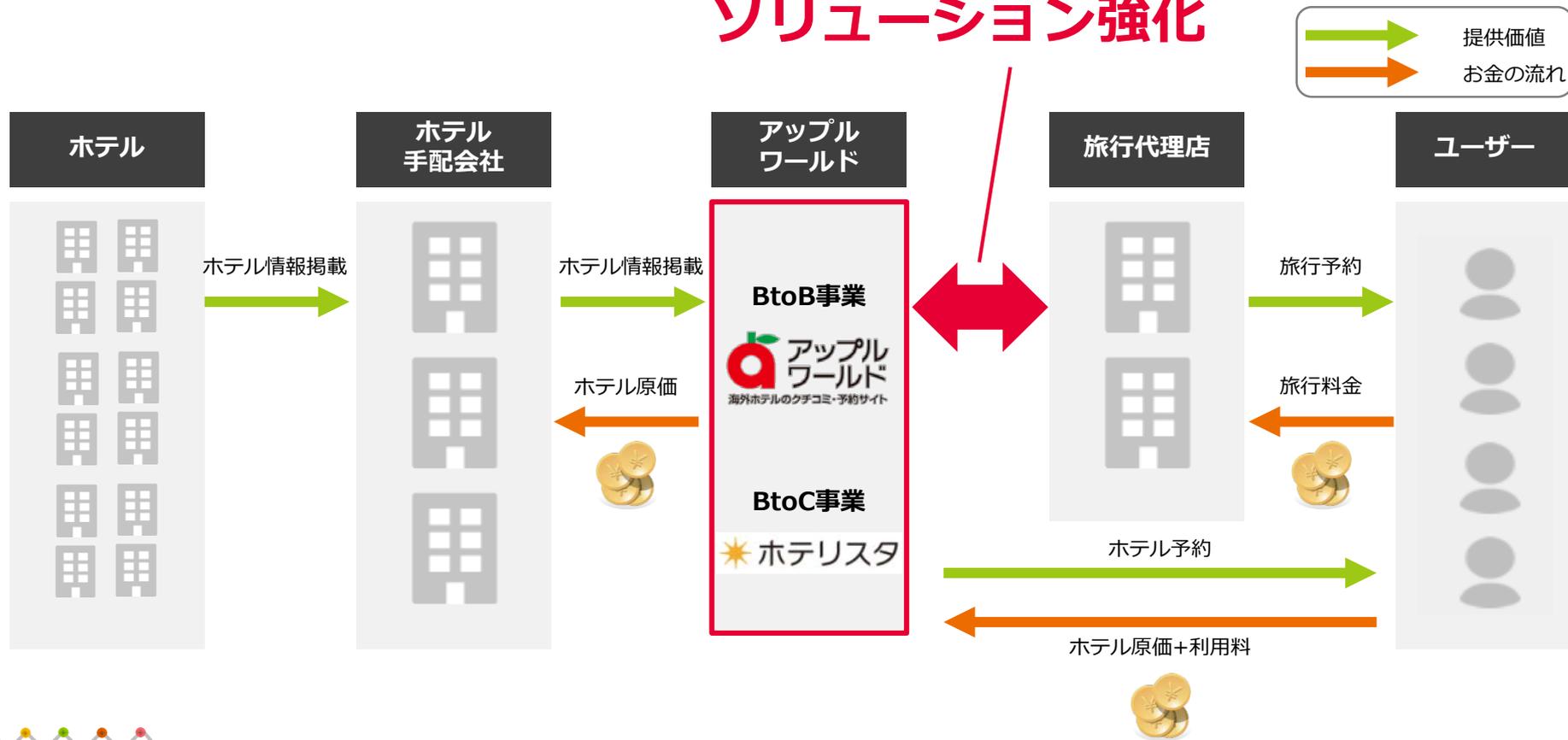
ミノリノ: 掲載案件数推移





- APWHDでは当社の強みである大量のデータベース解析や最適なマッチングノウハウを活用し、**旅行代理店、OTA向けのソリューション強化**を主に企図。
- 取扱高の増加と販売チャネル及び費用適正化によるマージンコントロール等により、短期的に**EBITDA200百万円以上を目指す**。(EBITDA=営業利益+無形資産償却費を含む減価償却費)

ソリューション強化





- 2018年3月期を含む修正中期経営計画を据え置き。
- 第3四半期累計の業績は**ほぼ通期計画通りの進捗**。

(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3四半期累計の業績は**ほぼ通期計画通りの進捗**。

(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

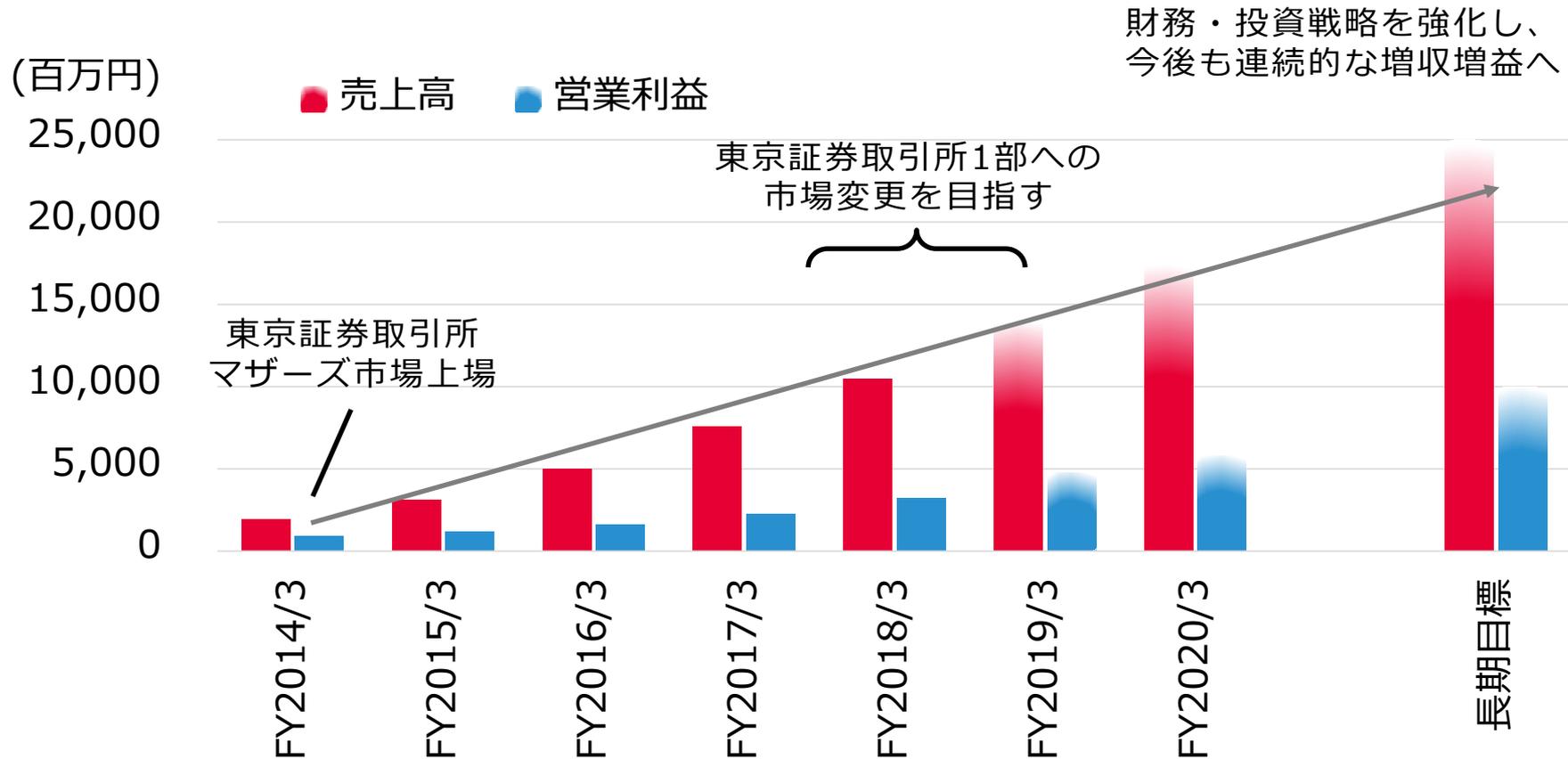




東証1部への市場変更目標



- 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、**東京証券取引所1部への市場変更**を目指す。
- **APWHDの株式取得による市場変更スケジュールへの影響は、現在精査中。**



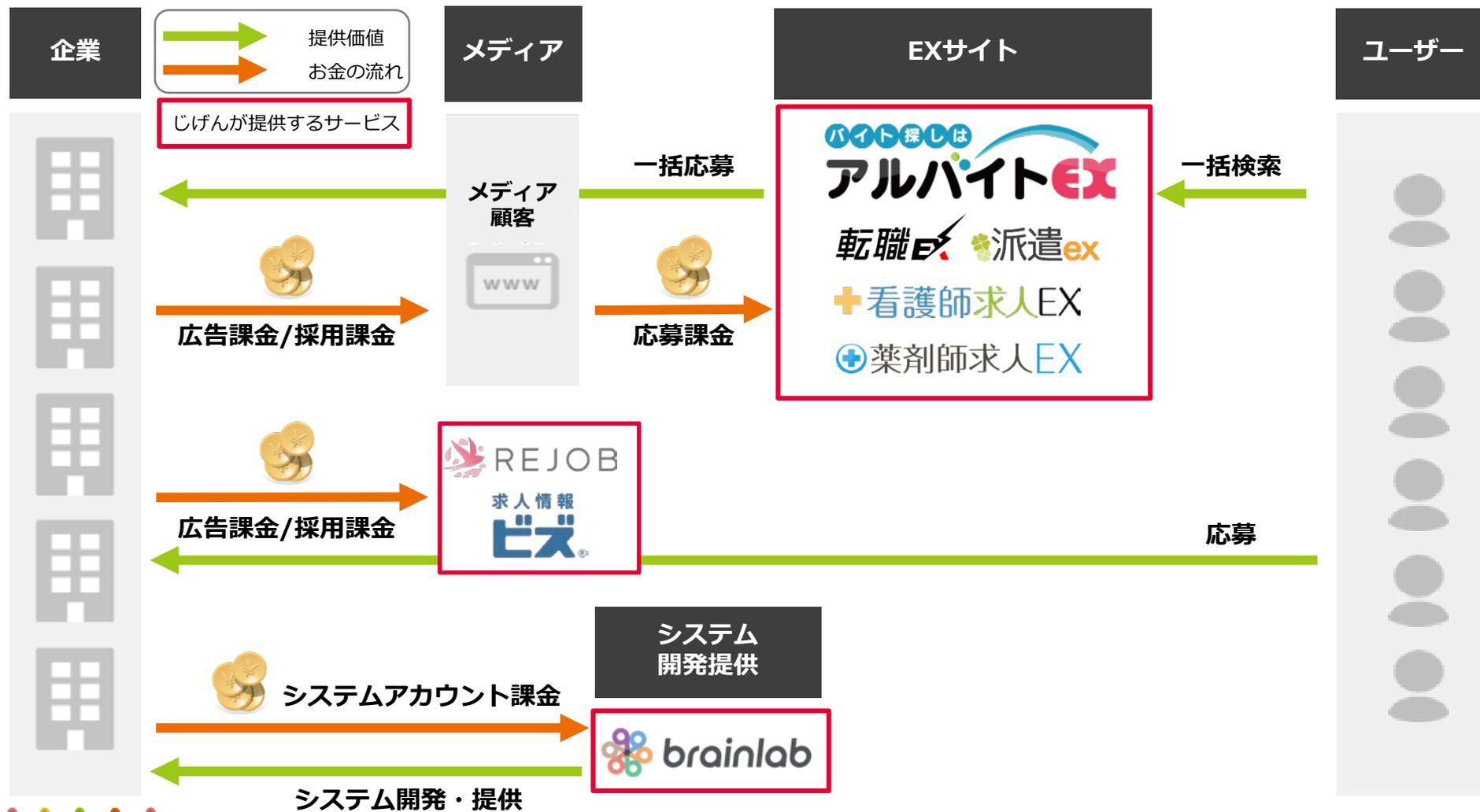


4. 参考資料





- 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。

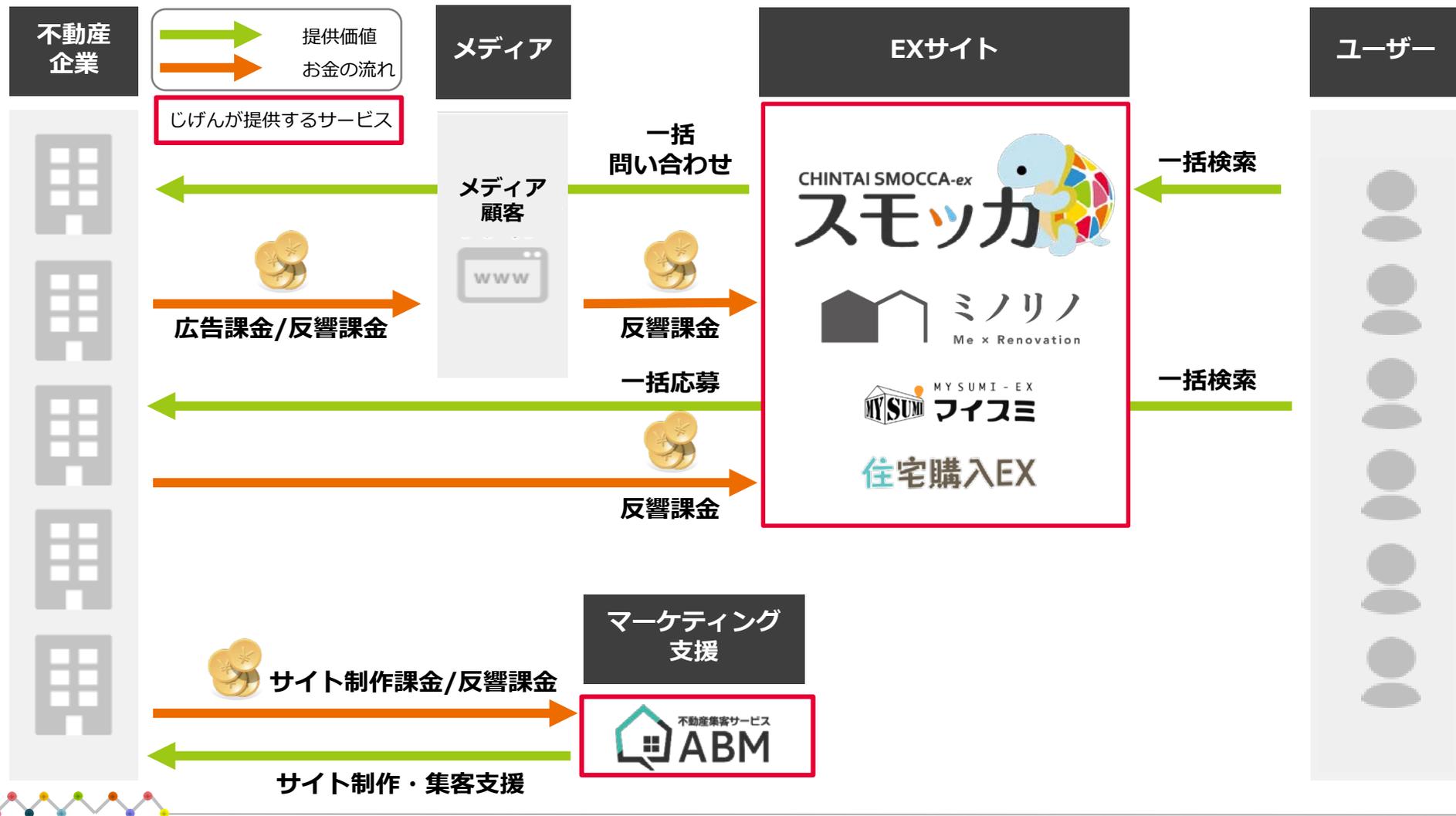




4. 参考資料

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。

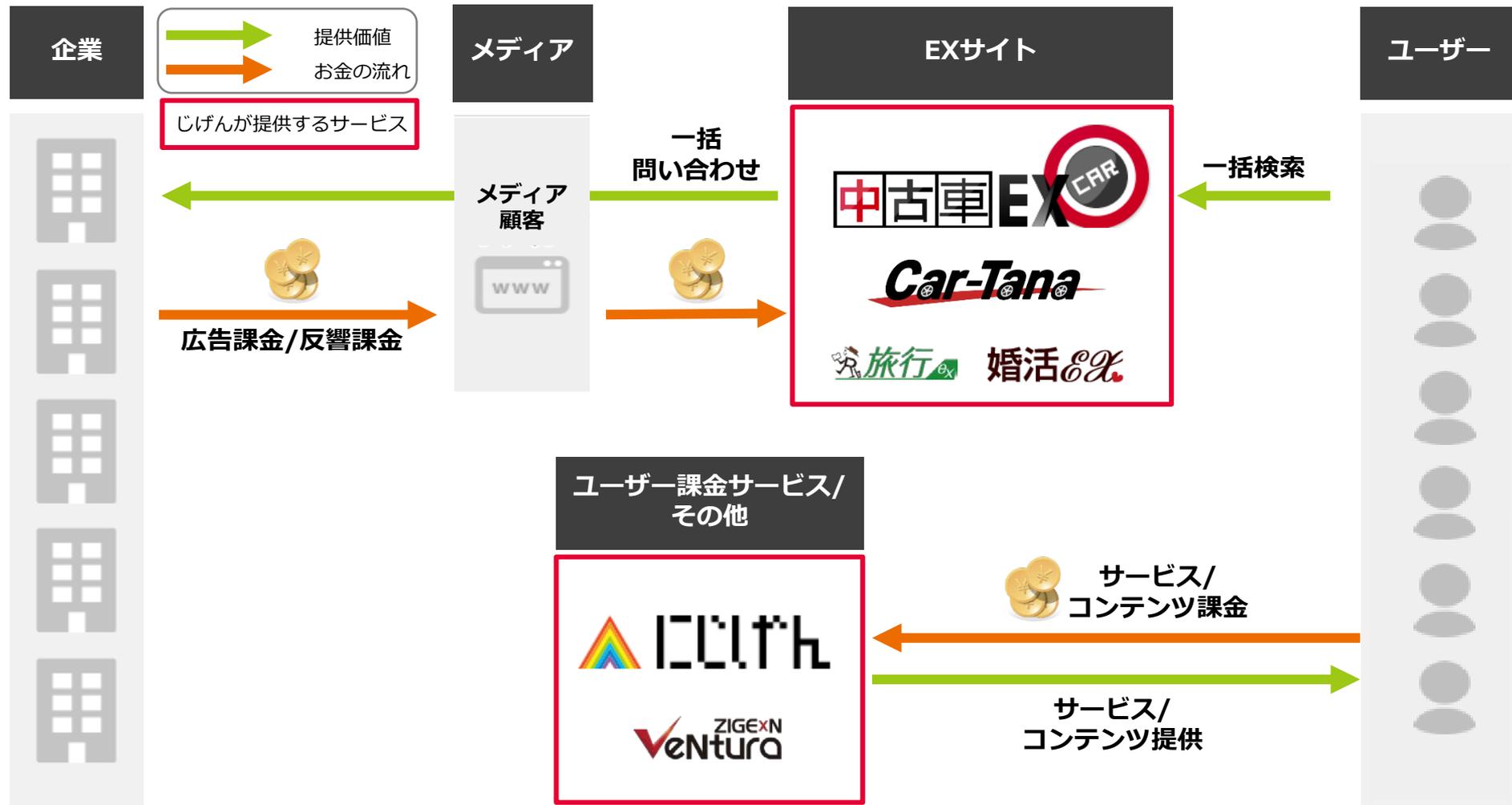




4. 参考資料

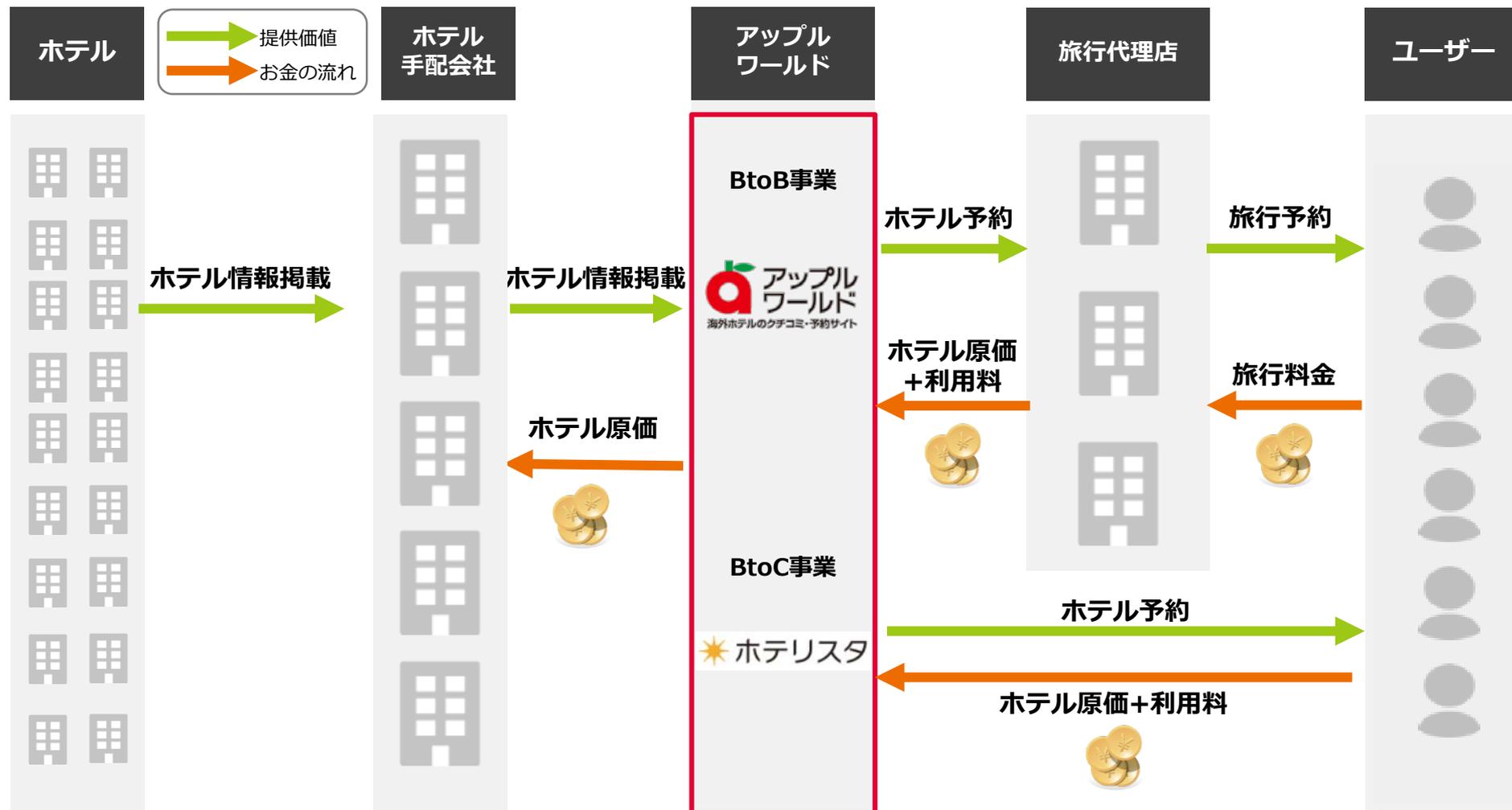
事業概要：生活領域のビジネスモデル①

■ 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。





■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。



注: APWHDは2018年2月グループ入り予定。

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



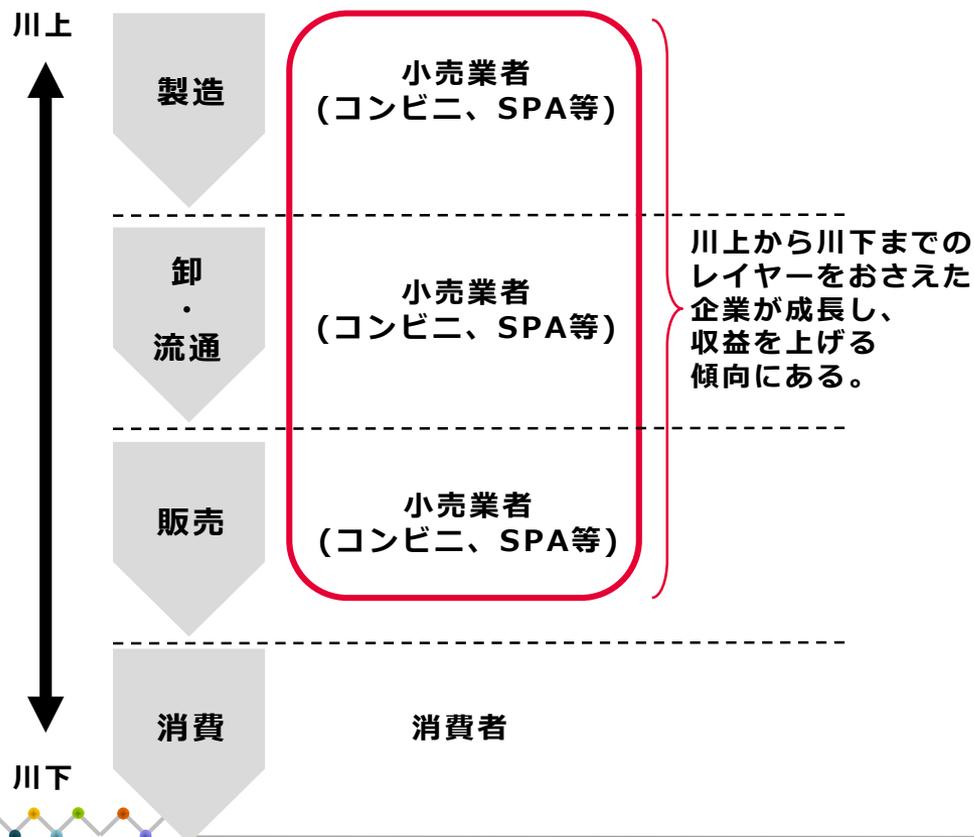
情報と人の距離を0にする。
= コンフリクトなく
パーソナライズされた
情報を取得し、
行動できる世界へ。



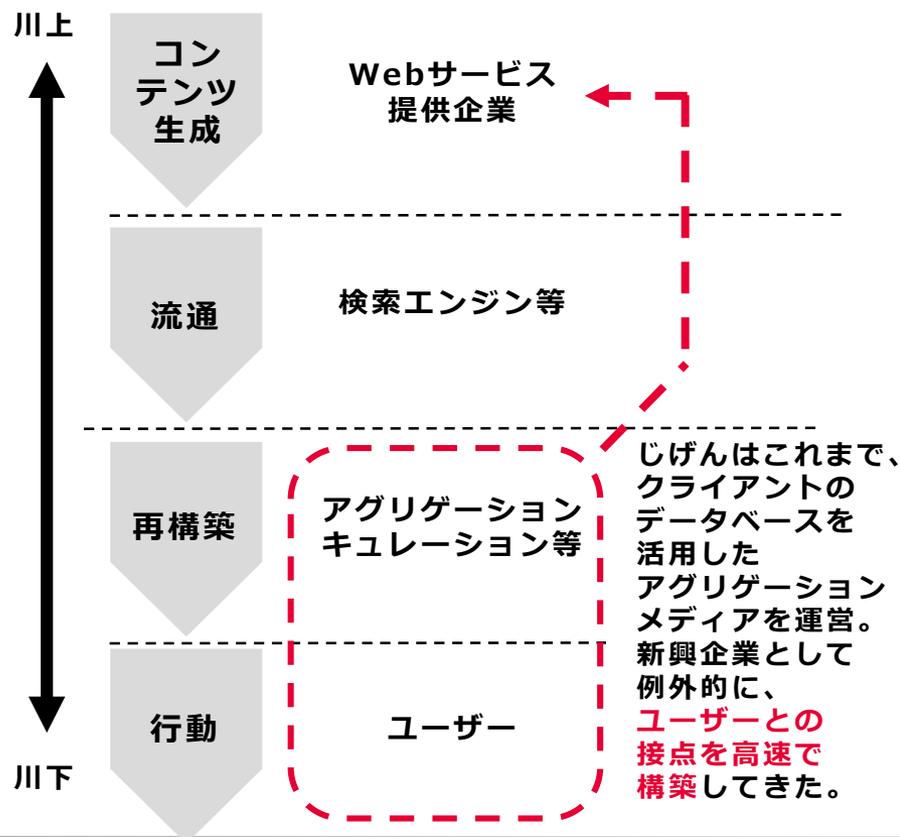
経営戦略: じげんが目指す方向性

- 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



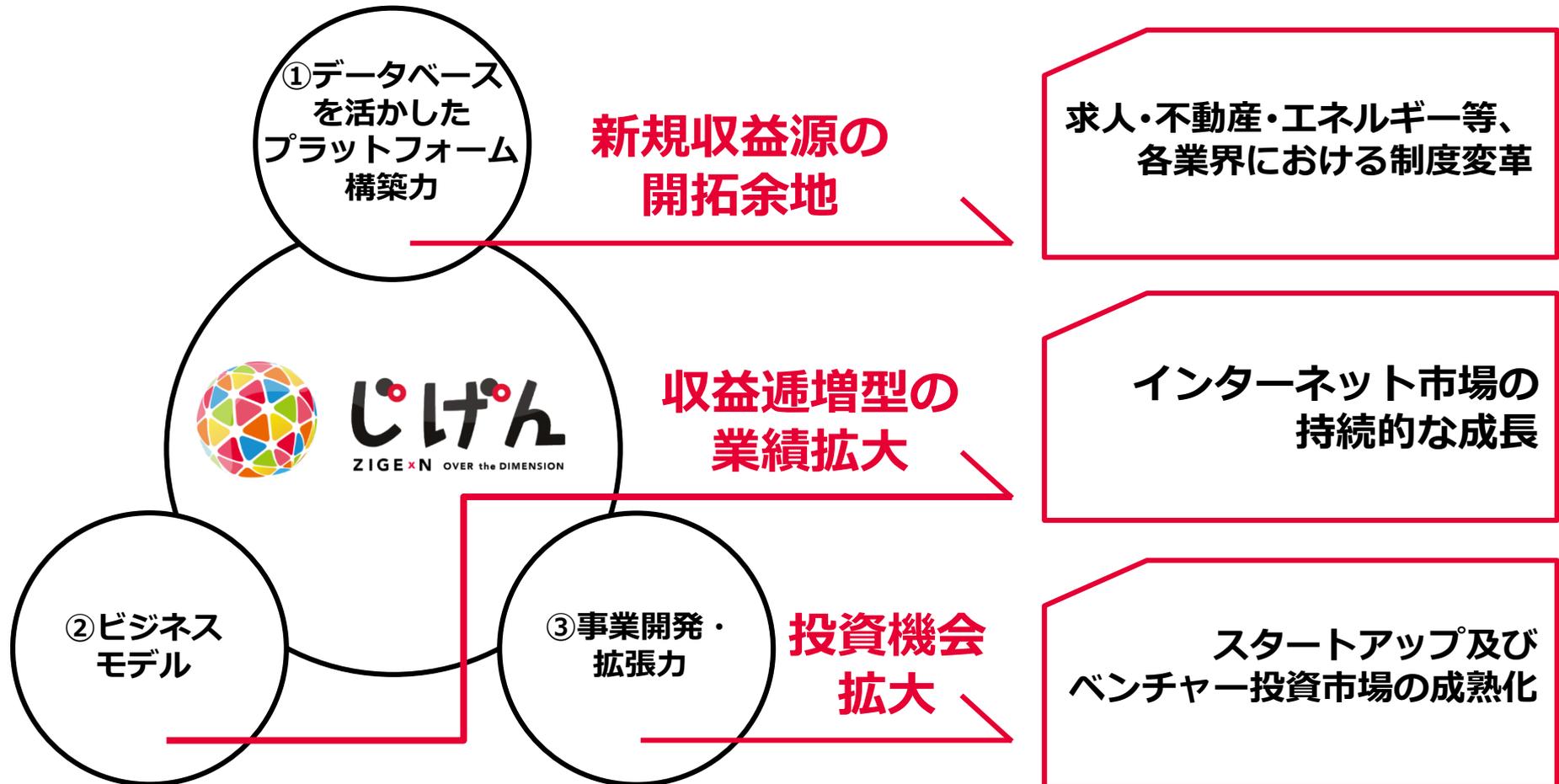
情報産業のサプライチェーン





じげんの3つの強み

市場機会





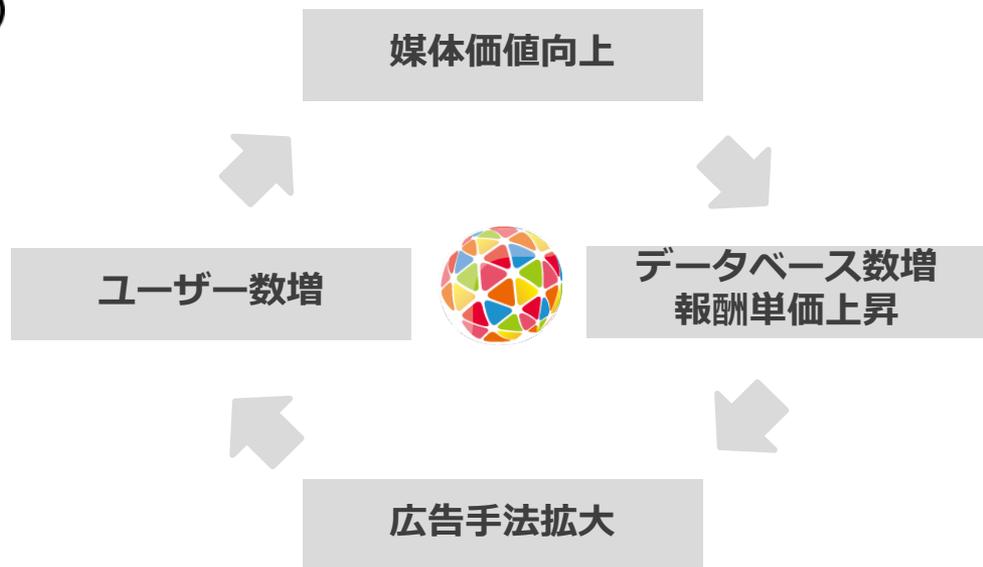
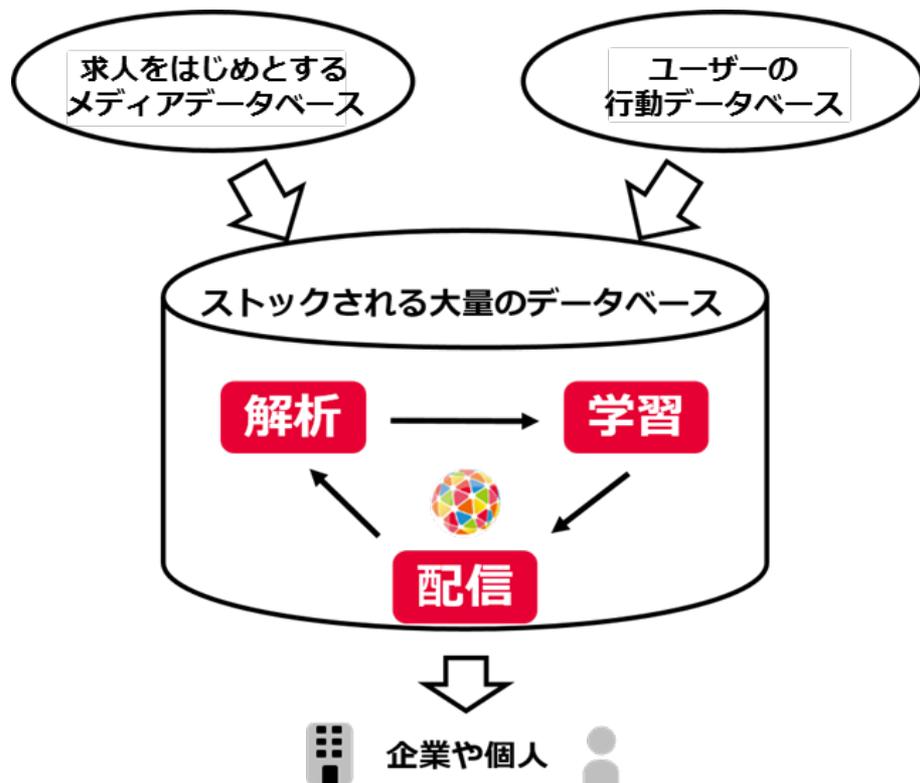
4.参考資料

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 1.1兆円

17/3期
人材売上収益
54.1億円

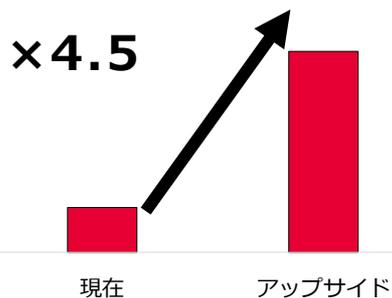
17/3期
不動産売上収益
14.5億円

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

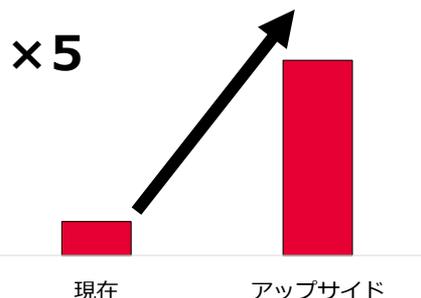


■ KPIのそれぞれが、業界の大手プレイヤーと比べて大幅な成長余地を有している。

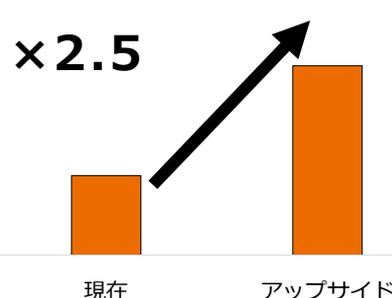
UU/月
(アルバイトEX)



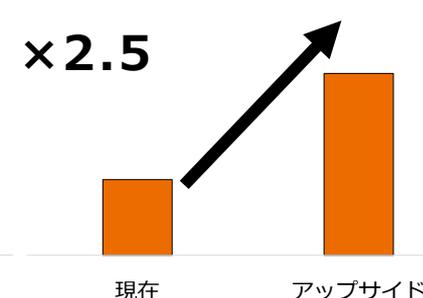
UU/月
(スモッカ)



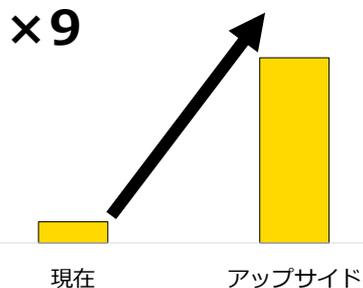
CVR
(アルバイトEX)



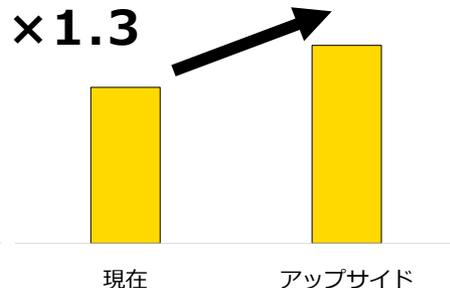
CVR
(スモッカ)



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



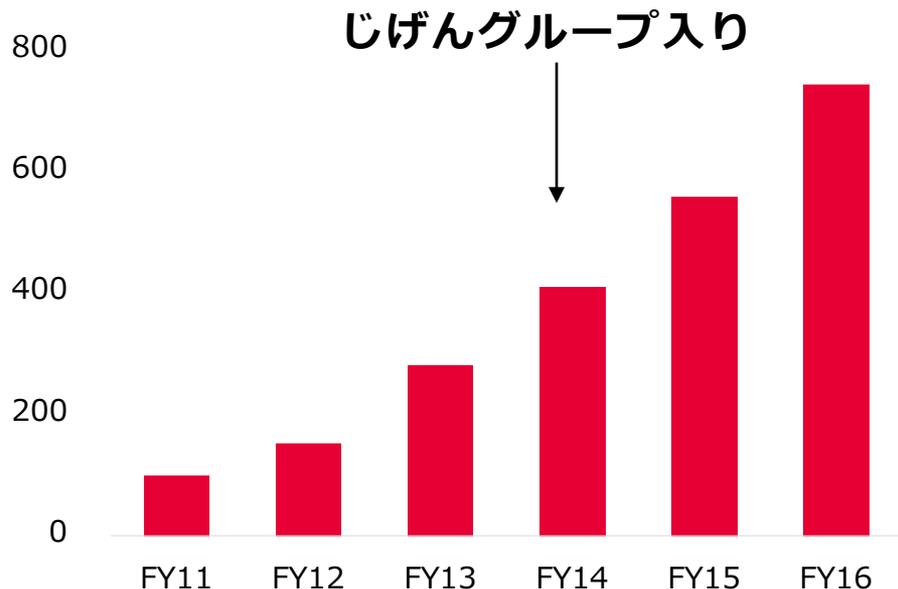


4.参考資料

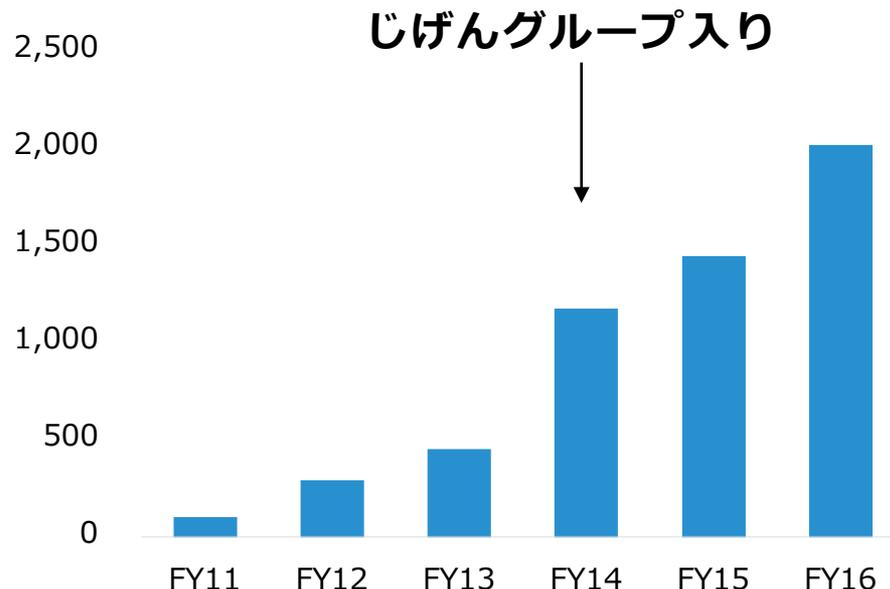
投資戦略: PMIの実績

- 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。**

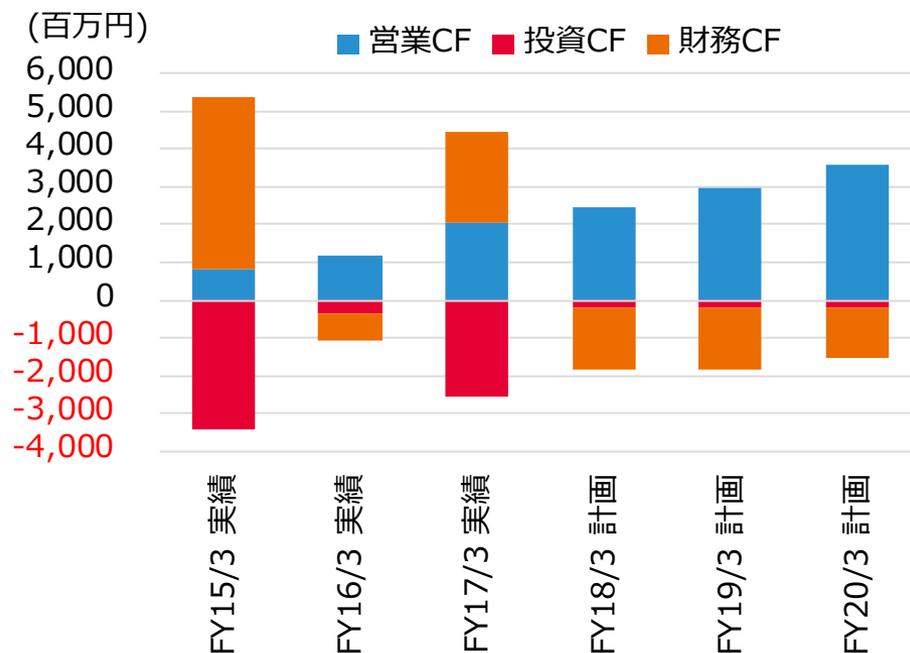
財務目標

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。



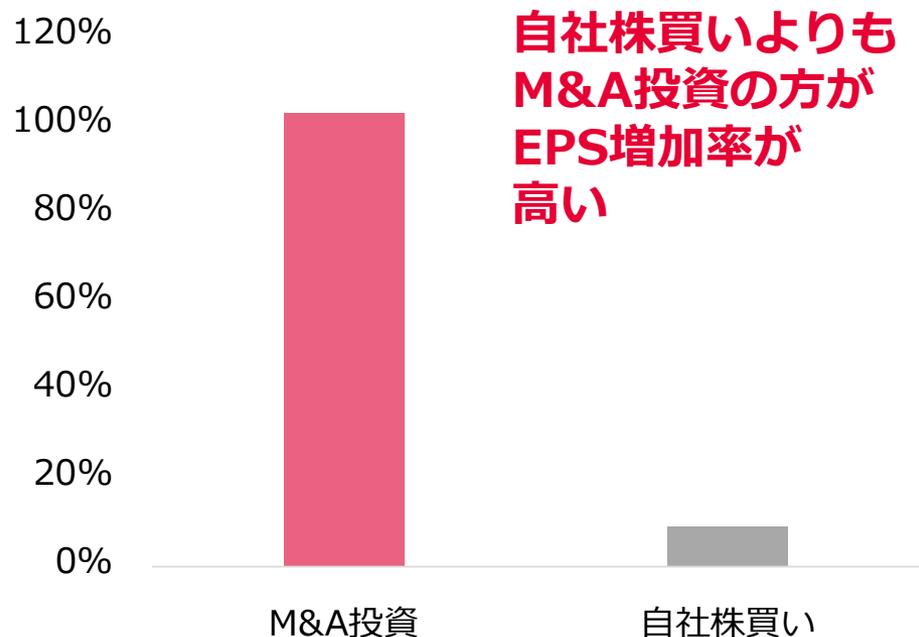


4. 参考資料

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逡増性であり、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)	2,400,000	3,700,000	3,700,000
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	608円	700円	1,710円
下限行使価額	547円	699円	1,708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。

注：株数、行使価額は株式分割の影響考慮後。





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	ZIGExN VeNtura よじげん	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 アップルワールドHD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HD 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：2,527百万円（連結）

従業員数：294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**
2017 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」
7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





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 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





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。



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

