



じげん

ZIGEN OVER the DIMENSION

2019年3月期 第1四半期決算説明会
2018年8月10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4月～2018年6月

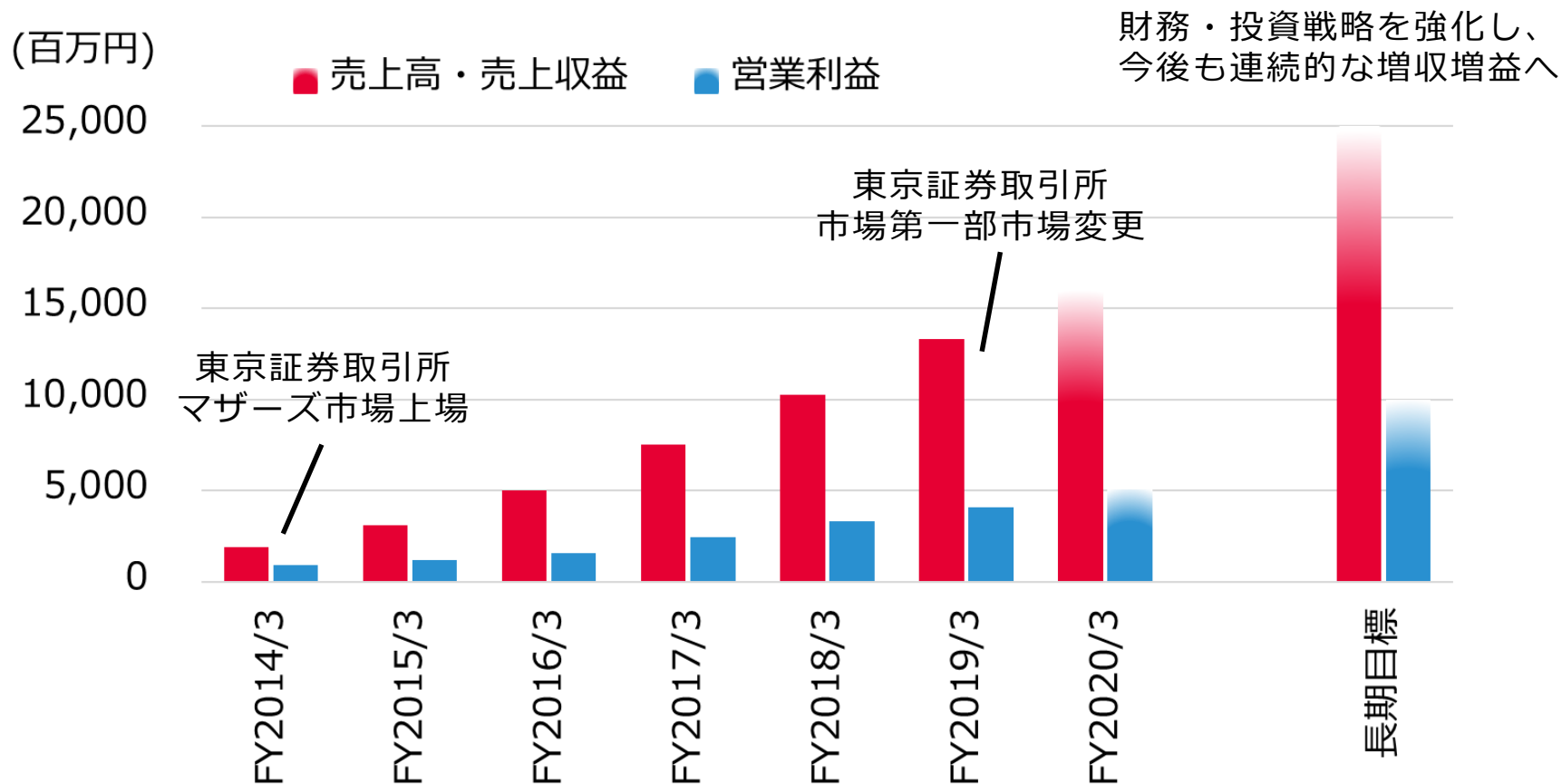


1. 四半期決算概要

東京証券取引所市場第一部への上場市場変更承認



- 2018年6月27日、東京証券取引所市場第一部に市場変更。
- 社会的な認知度や信用力を高め、さらなる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により、連続的な増収増益を遂げる基盤の一層の確立を目指す。



注：2019年3月期は計画値。2020年3月期及び長期目標はイメージ。

1. 四半期決算概要

四半期業績



- 1Qは前年比**売上収益+20%**、**営業利益+15%**を達成(IFRS)。主に人材領域における主力インターネットメディア事業の好調により、**前四半期から前年比増収増益率が拡大**。
- 今期の前年比増益率は上期<下期の期首想定。**通期計画達成に向けて1Q進捗は堅調に推移**。
- 留保金課税解消や所得拡大税制適用の影響により、**四半期利益は前年比+35%**と大幅増。期首想定よりも**負担税率は低位で推移**。

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

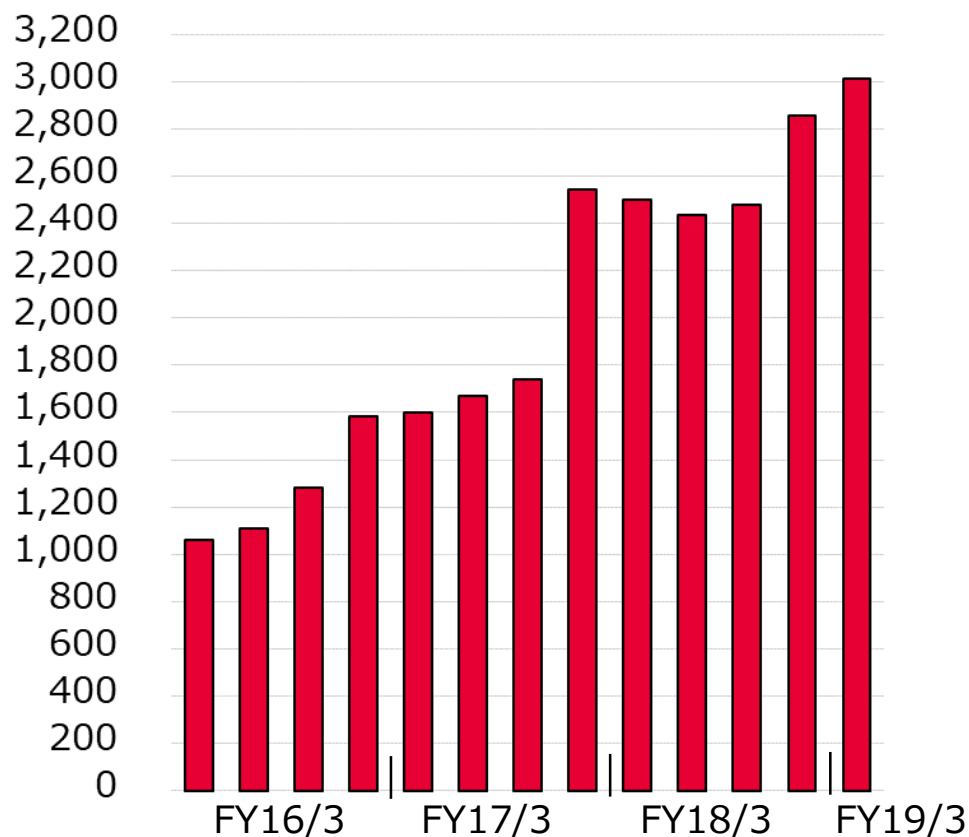
APWの
新規連結影響あり

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。

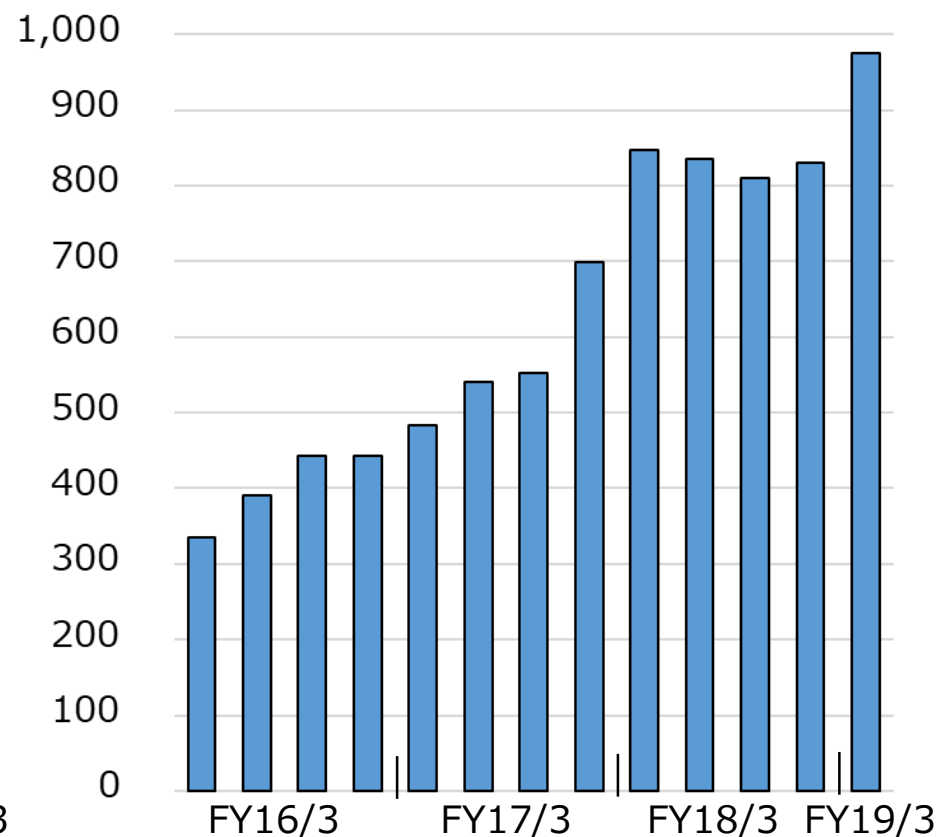


■ 過去最高の売上収益と営業利益を更新し、上場来18四半期連続の前年比増収増益を達成。

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





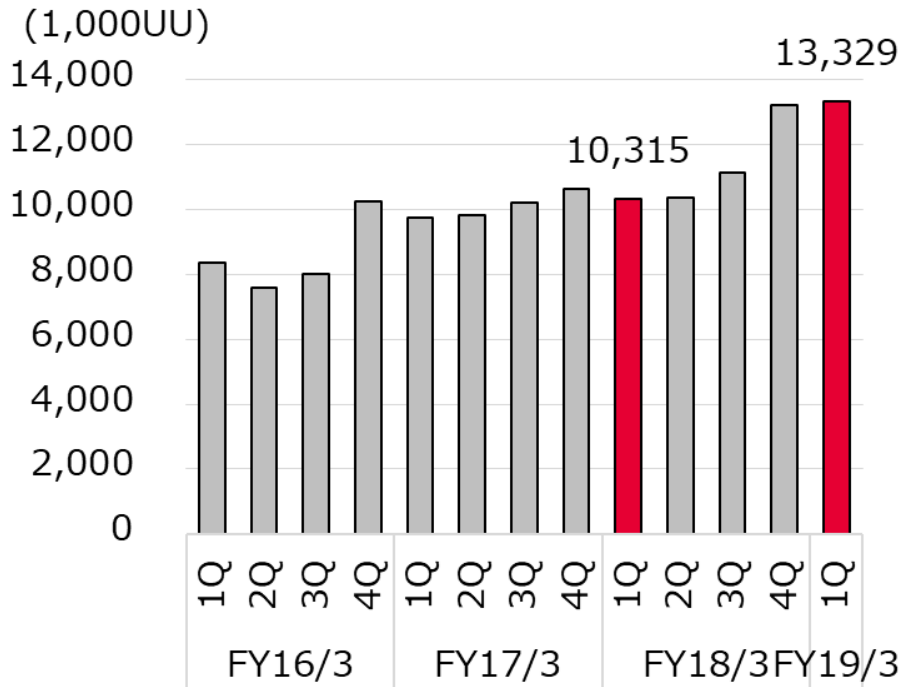
1. 四半期決算概要

インターネットメディア事業のKPI推移: UU

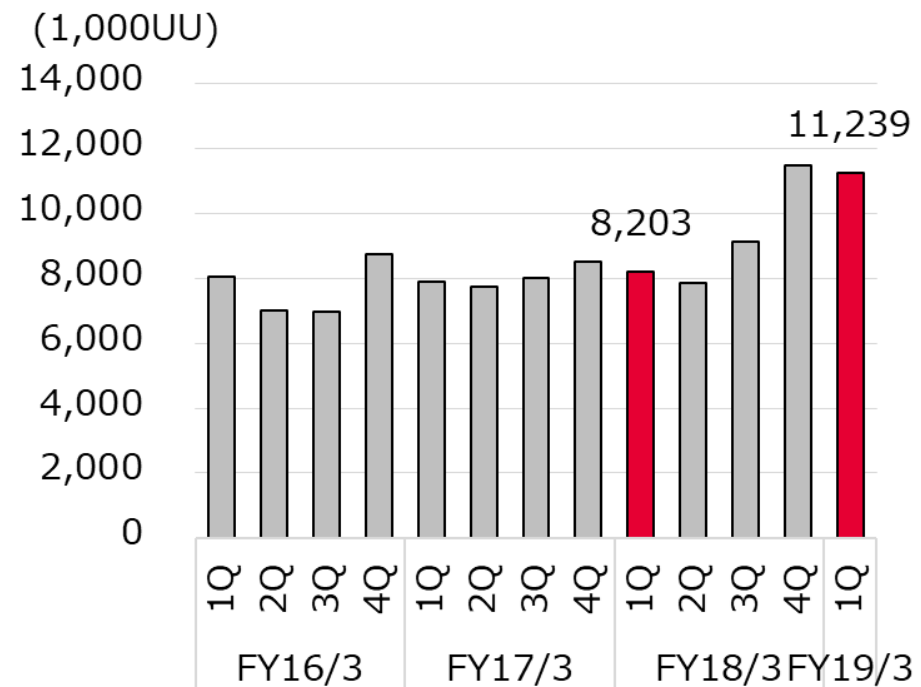


- UU: 1Qは連結全体で**前年比+29%**、新規メディアを手掛けるにじげんを除くと**+37%**。
「アルバイトEX」、「リジョブ」、「スモッカ」といった主カメディアが大幅増に寄与。

UU/月の推移 (にじげん含む)



UU/月の推移 (にじげん除く)



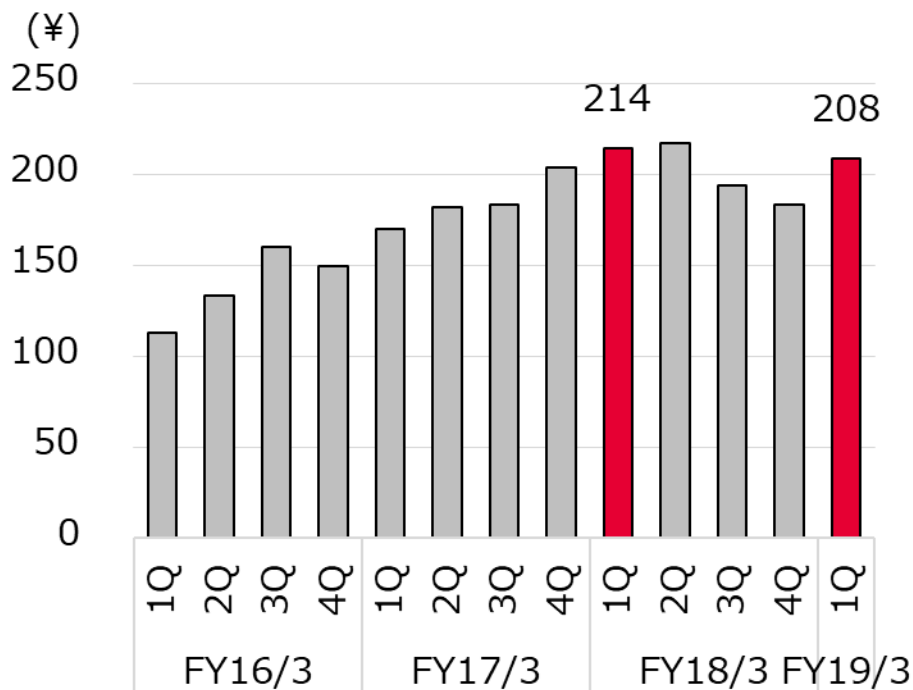
注: ブレイン・ラボ、三光アド (折込)、ABMではUUを集計していない。



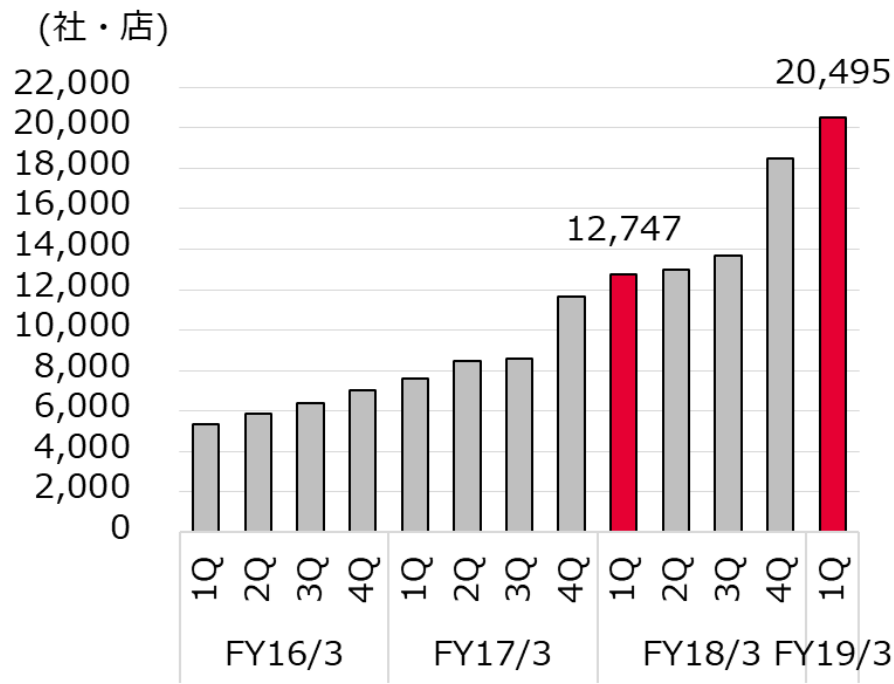


- UU当たり売上収益: 1Qは前年比▲3%。短期的な売上収益を伴わないUU数が急激に増加して一時的に落ち込んだ前4Q対比では大幅に改善。
- 顧客数: 中期的な単価上昇に不可欠な顧客基盤は順調に拡大傾向。

UU当たり売上収益の推移 (円)



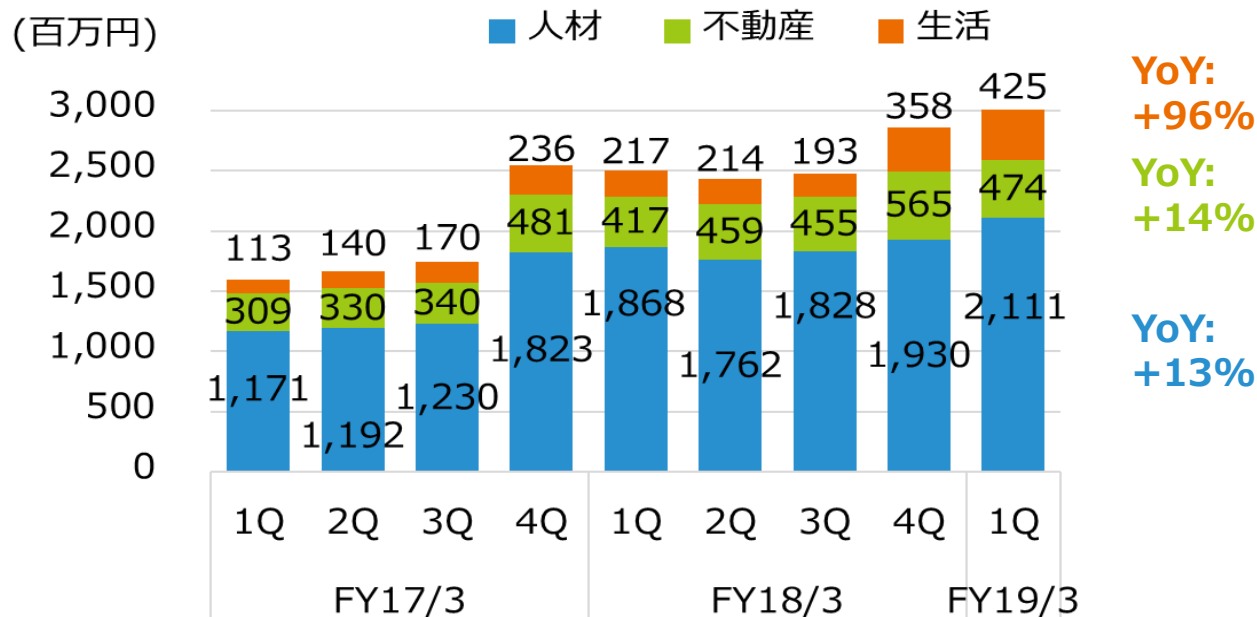
顧客数の推移 (社・店)



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	◎	○	◎	メディア顧客との提携強化による掲載データベースの拡張が全領域の増加に寄与。
CVR	△	○	△	人材領域、生活領域ではUU数の増加に伴い短期的なCVRは横ばい圏。不動産領域では送客力向上施策が奏功し上昇。
単価	◎	△	△	人材領域ではマッチングテクノロジーの活用により上昇。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。



- 前年比では売上収益に対して広告宣伝費比率が上昇。インターネットメディアの広告運用は効率化が進展している一方で、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が主因。
- 三光アドやブレイン・ラボといった非インターネットメディア事業では、短期的にはトップラインの拡大よりも利益率の維持改善を重視。

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

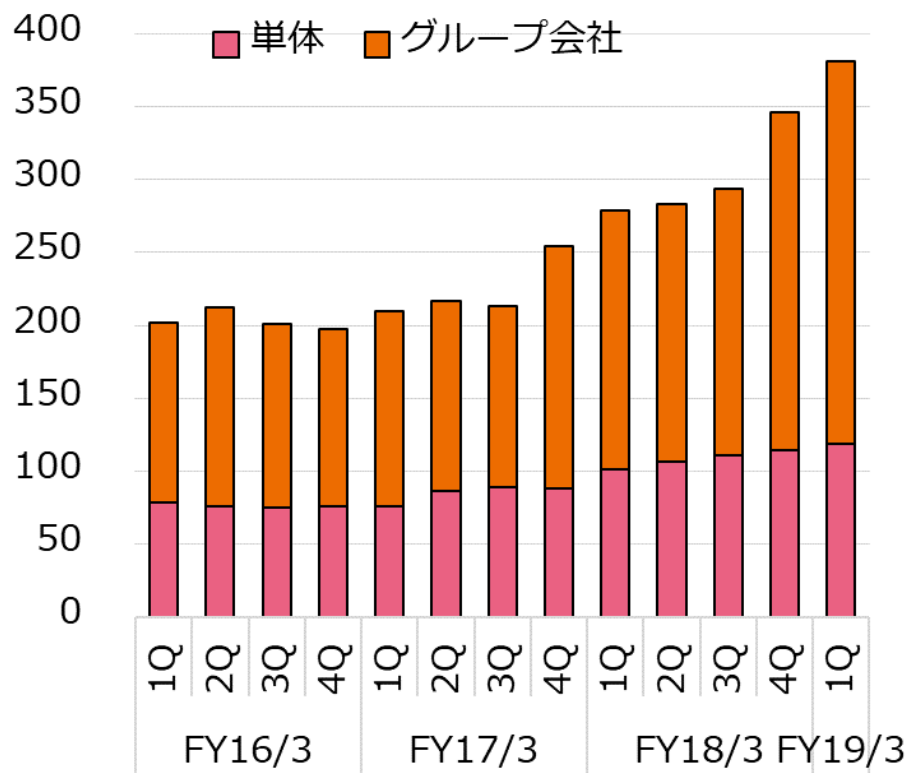
注：人件関連費には機能子会社への業務委託費やクラウドサービスへの発注費を含む。



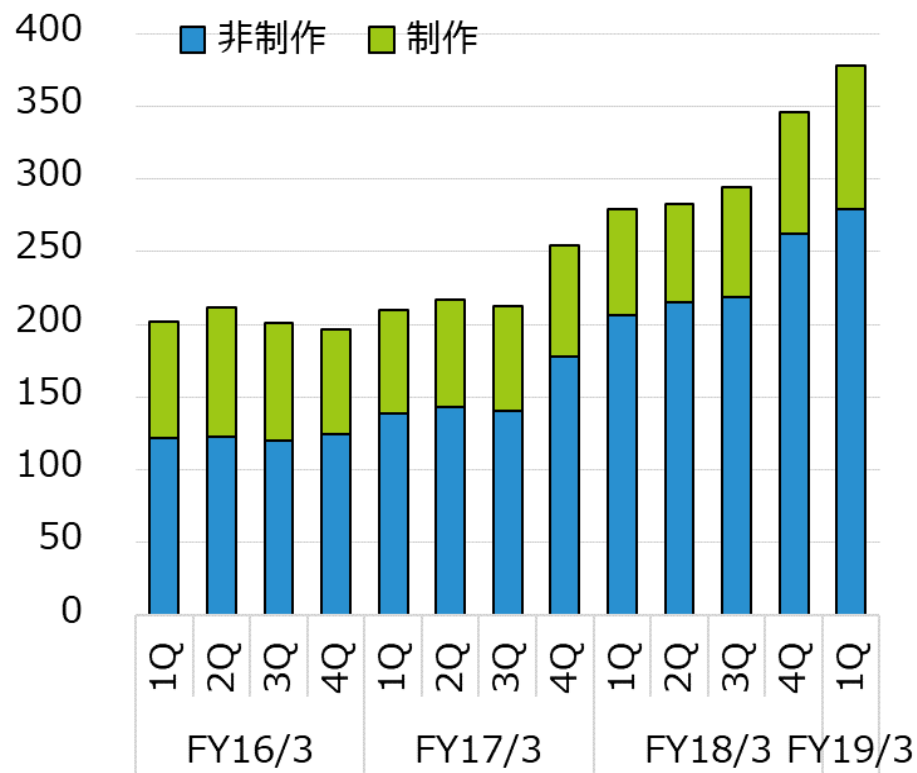


■ 従業員数はQoQで増加。4月入社の新卒社員が影響。

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66.3%、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
会計基準	IFRS				
現金・現金同等物	5,666	6,058	6,052	6,936	6,746
流動資産	6,972	7,415	7,343	8,882	8,685
金銭信託	2,609	2,609	2,609	370	370
のれん	5,426	5,460	5,460	7,555	7,555
無形資産	740	893	902	948	988
非流動資産	9,234	9,456	9,456	9,495	9,497
資産合計	16,206	16,872	16,798	18,378	18,182
短期有利子負債	1,680	1,680	1,680	1,680	1,680
流動負債	3,625	4,262	4,168	5,310	4,860
長期有利子負債	2,751	2,331	1,911	1,491	1,071
非流動負債	2,874	2,441	1,976	1,690	1,269
負債	6,499	6,703	6,143	7,000	6,129
資本	9,707	10,169	10,655	11,378	12,053
負債・資本合計	16,206	16,872	16,798	18,378	18,182
親会社所有者帰属持分比率	59.9%	60.3%	63.4%	61.9%	66.3%
有利子負債	4,431	4,011	3,591	3,171	2,751





2.事業戦略と今後の方向性

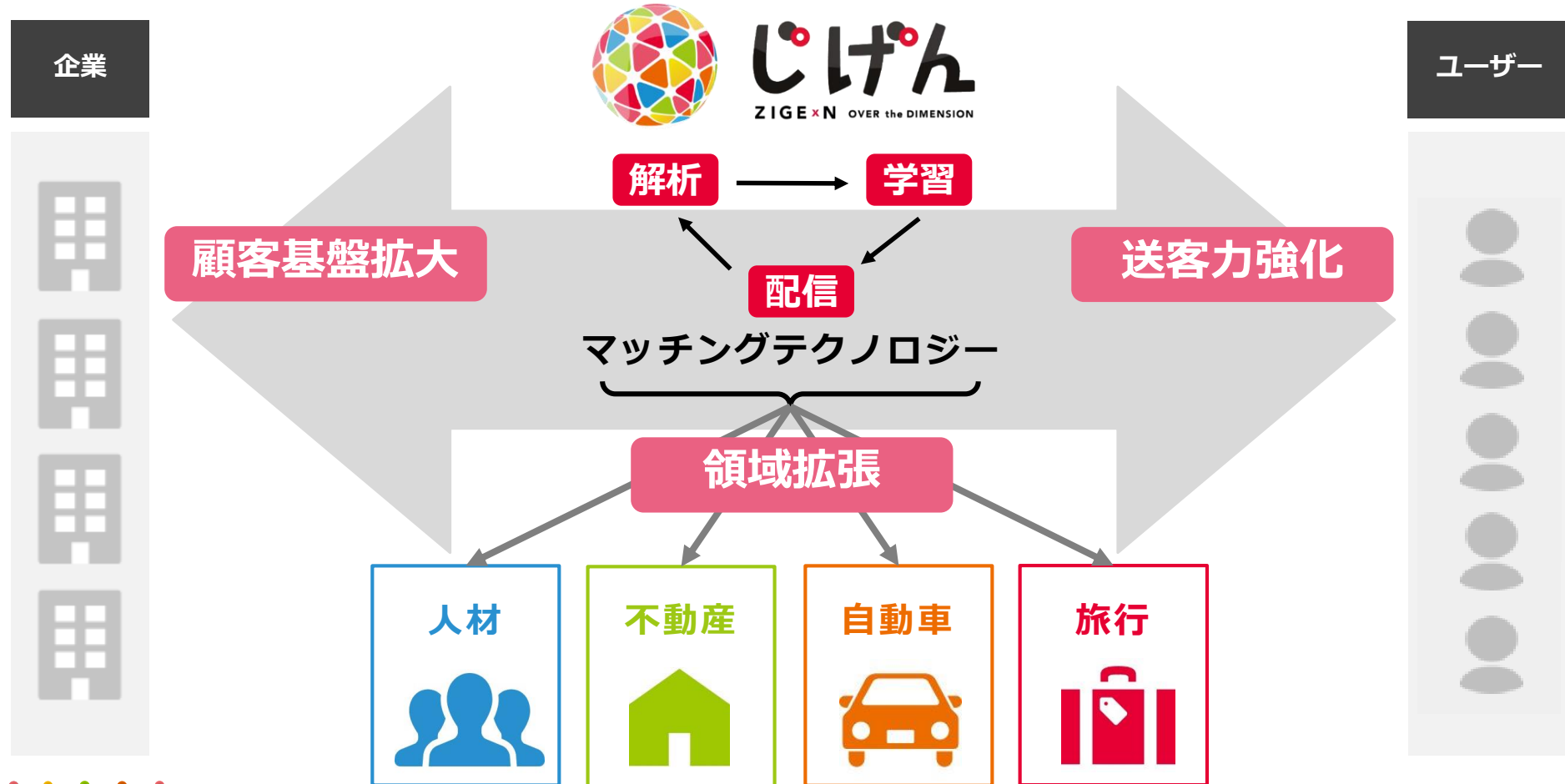




メディアプラットフォームとしての成長施策



- 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。

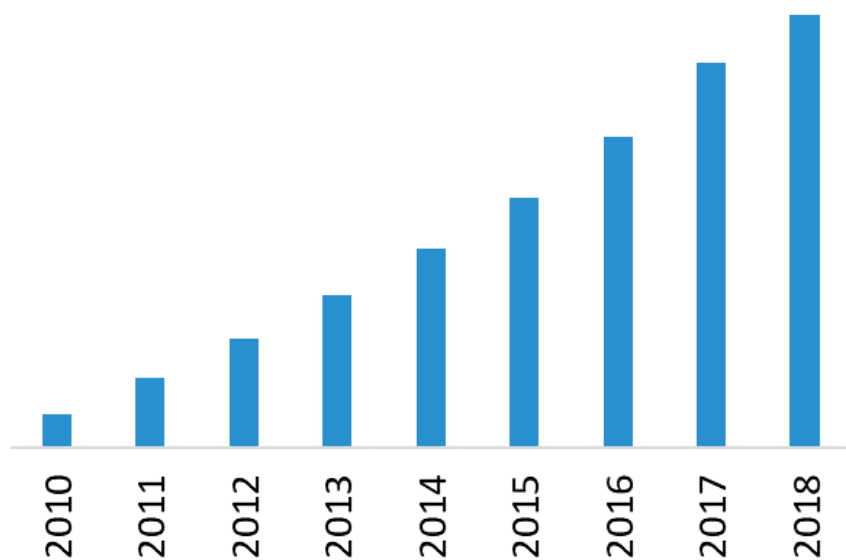




- 人材領域では応募効果や採用効果を重視する広告主の要望が強まっており、マッチングテクノロジーの強化を推進中。「リジョブ」ではサービス開始以来の**応募数が100万件を突破**。
- 2018年8月10日、株式会社NTTドコモとの提携事業である「dジョブ」が経済産業省ら後「**第3回 HRテクノロジー大賞**」業務変革サービス部門優秀賞を受賞。

リジョブ：年間累計応募数推移

累計100万応募を突破



注：2018年の年間応募数は1～7月分のみを反映。

dジョブ：HRテクノロジー大賞



dジョブ

(NTTドコモ提供)

【授賞理由】

勤務地が特定されている求人情報だけでなく、働きたい人のスキマ時間を有効活用し、スマホで簡単に仕事ができる新しいクラウドソーシング案件情報をも提供することで、レイトマジョリティ層へ新しい働き方を提案している点が評価されました。





- 「アルバイトEX」では成果報酬型媒体として積極的な提携提案を進め、メディア顧客として**新規に4社を獲得**。今後も、応募効果・採用効果の改善を起点とした顧客基盤拡大を目指す。

アルバイトEX: メディア顧客一覧

! 全国のアルバイト求人検索メディア23サイトと提携、ぴったりの案件が見つかる！



出所:アルバイトEXトップページキャプチャ(2018年7月31日時点)



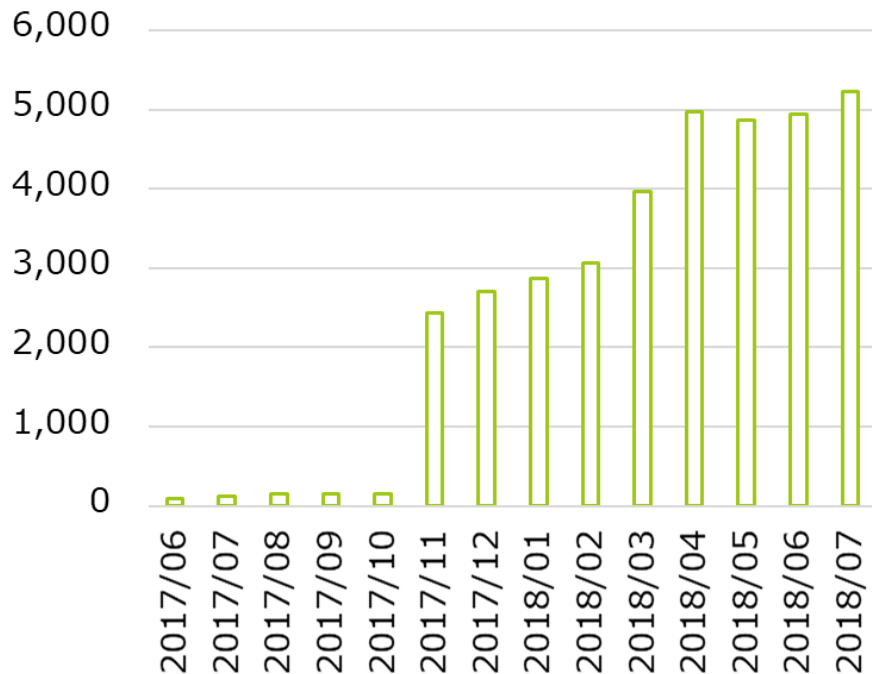


新規事業はミノリノが単月黒字化、旅行分野でもローンチを予定



- 不動産領域売買分野の「ミノリノ」は掲載案件数が5,000件を突破し、ローンチから1年で**単月営業損益の黒字化を達成**(2018年7月度)。
- 生活領域旅行分野の「アップルワールド」では、従来のBtoB事業のアセットを活用した新規事業としてBtoCのメタサーチサービスのローンチを予定。

ミノリノ：掲載案件数推移



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エクスペディアの法人ブランドであるエクスペディア・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年秋～冬頃
 - ・メタサーチサービスのローンチを予定

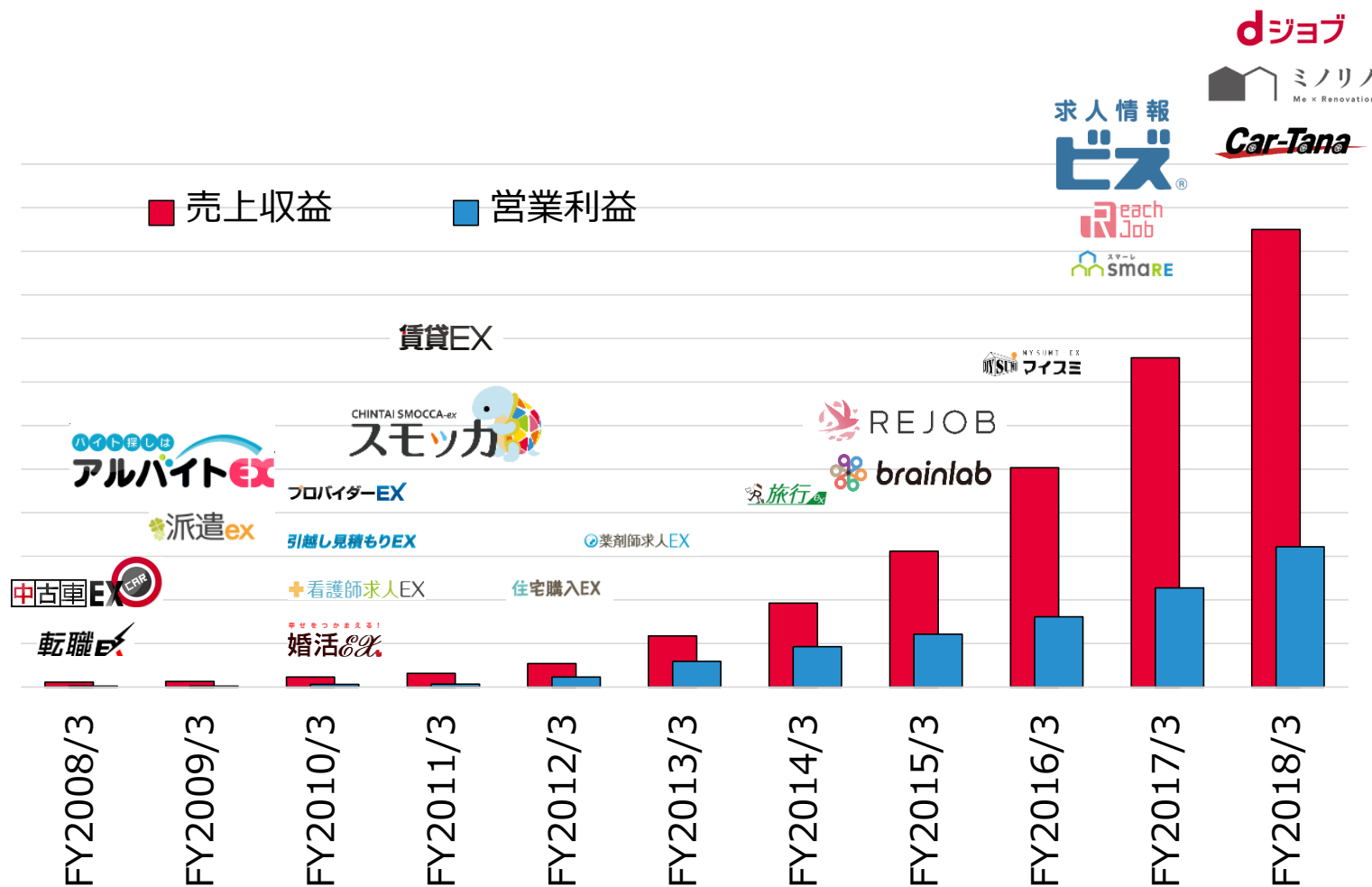


創業以来毎年度実施してきた新規事業創出を今後も継続



- 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)
12,000
11,000
10,000
9,000
8,000
7,000
6,000
5,000
4,000
3,000
2,000
1,000
0





- 創業来12期連続の前年比増収増益を目指す通期計画達成に向けて、1Q進捗は堅調に推移。
- 前期3Q、4Qにおける投資増の影響で、今期の前年比増益率は上期 < 下期の期首想定。

(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。





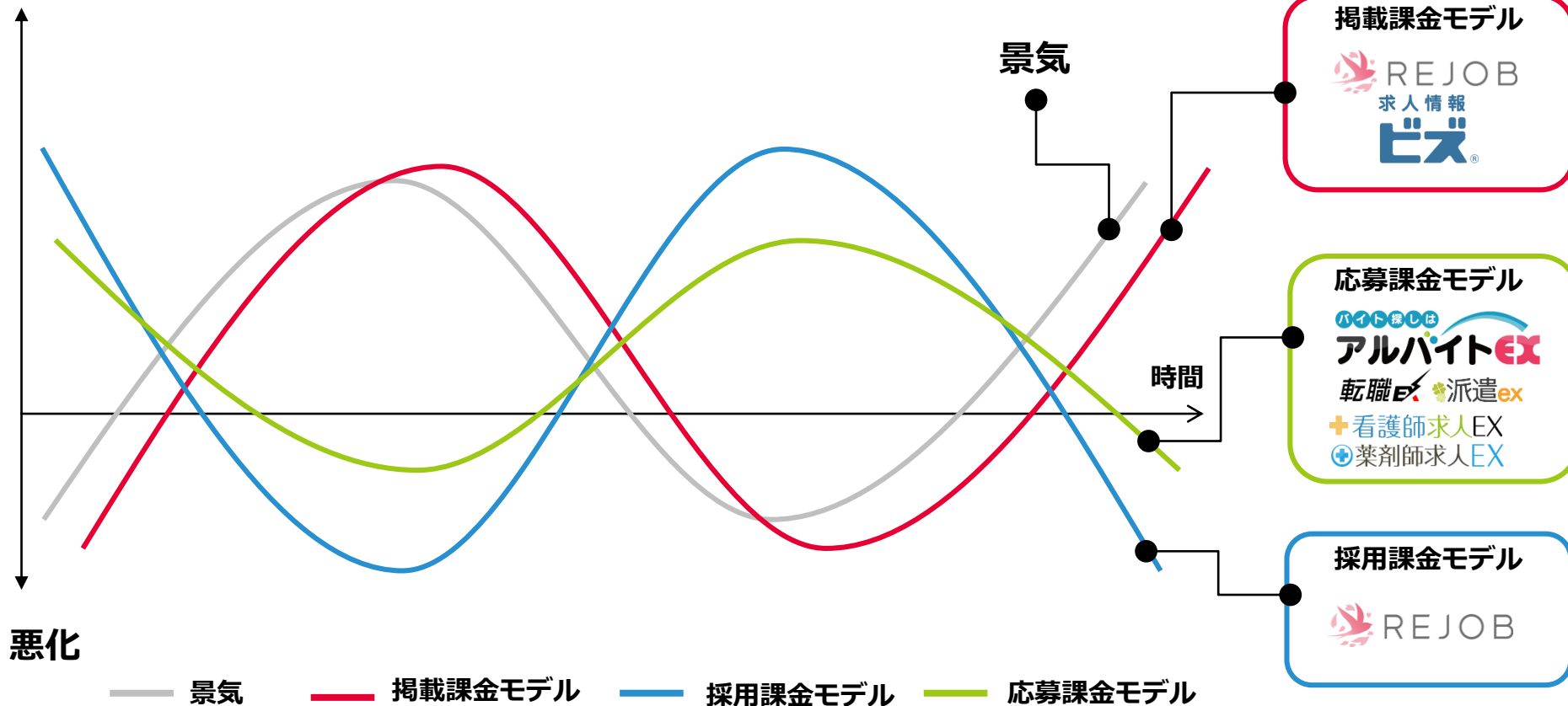
3. 参考資料

事業概要：人材領域の収益構造



- 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

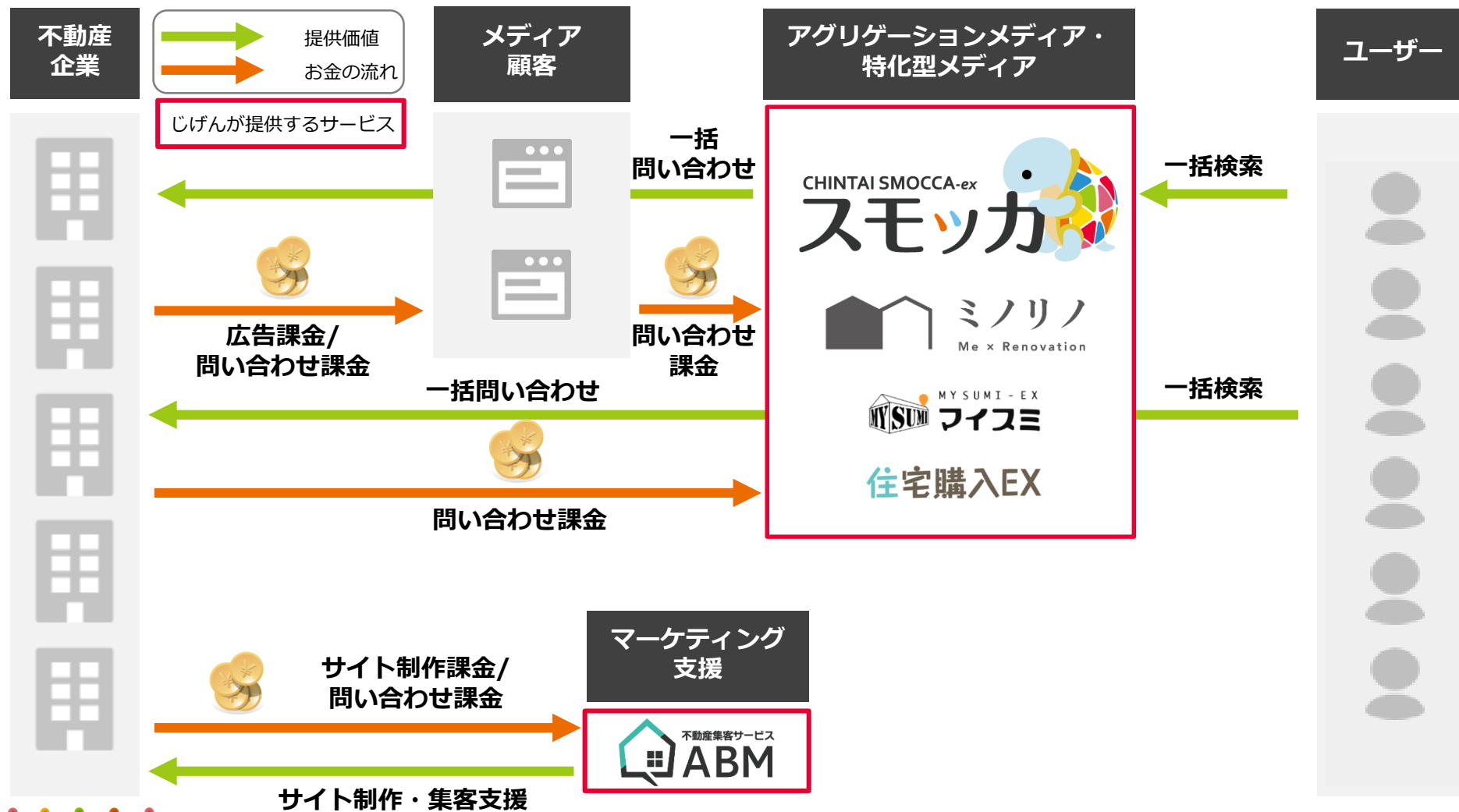




3.参考資料

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。

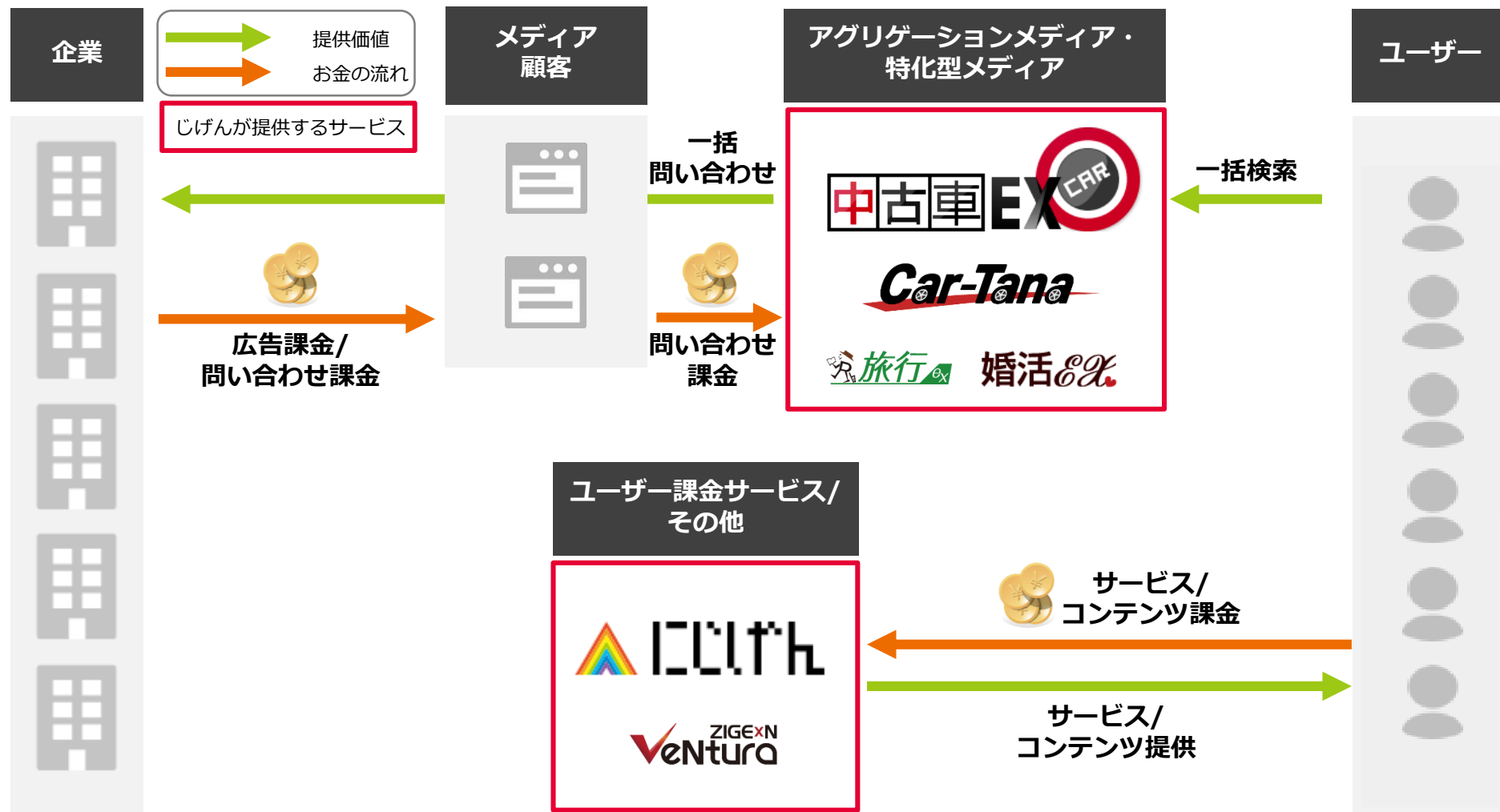




3. 参考資料

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。

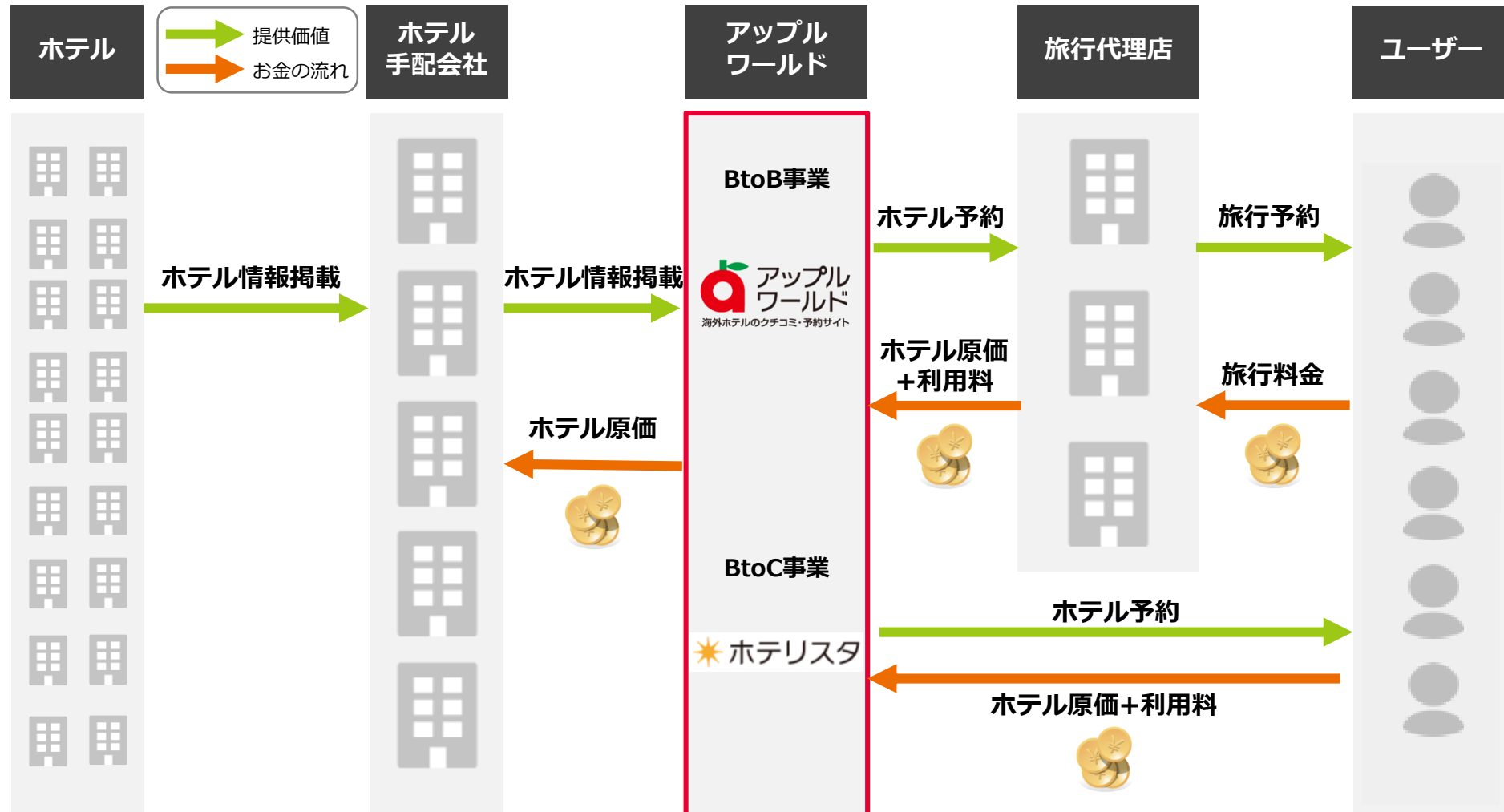




3.参考資料

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。



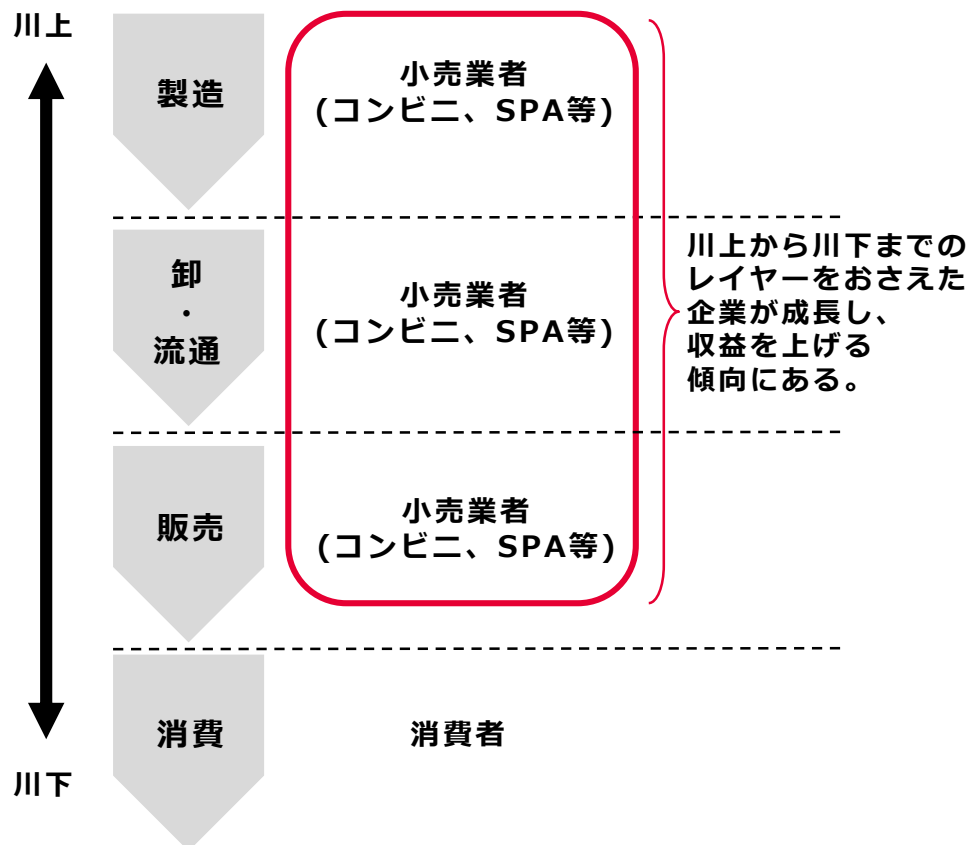
3. 参考資料

経営戦略: じげんが目指す方向性

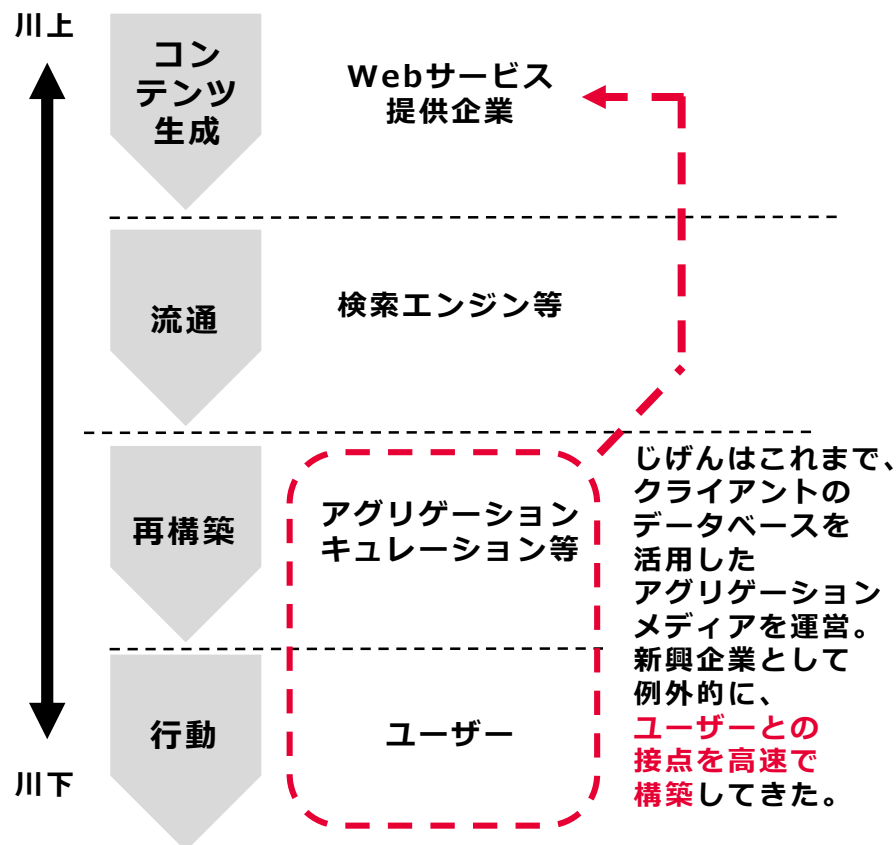


- 小売業界においては、消費者と直接接点を持ち大資本のコンビニやSPAが製造レイヤーから販売レイヤーまでを一気通貫で担うことで業績を伸ばしている。
- 一方、情報産業においては、**ユーザーとの接点が多い再構築レイヤー**からコンテンツ生成に進出できている企業は少なく、**拡張可能性が大きい**。

小売業界のサプライチェーン



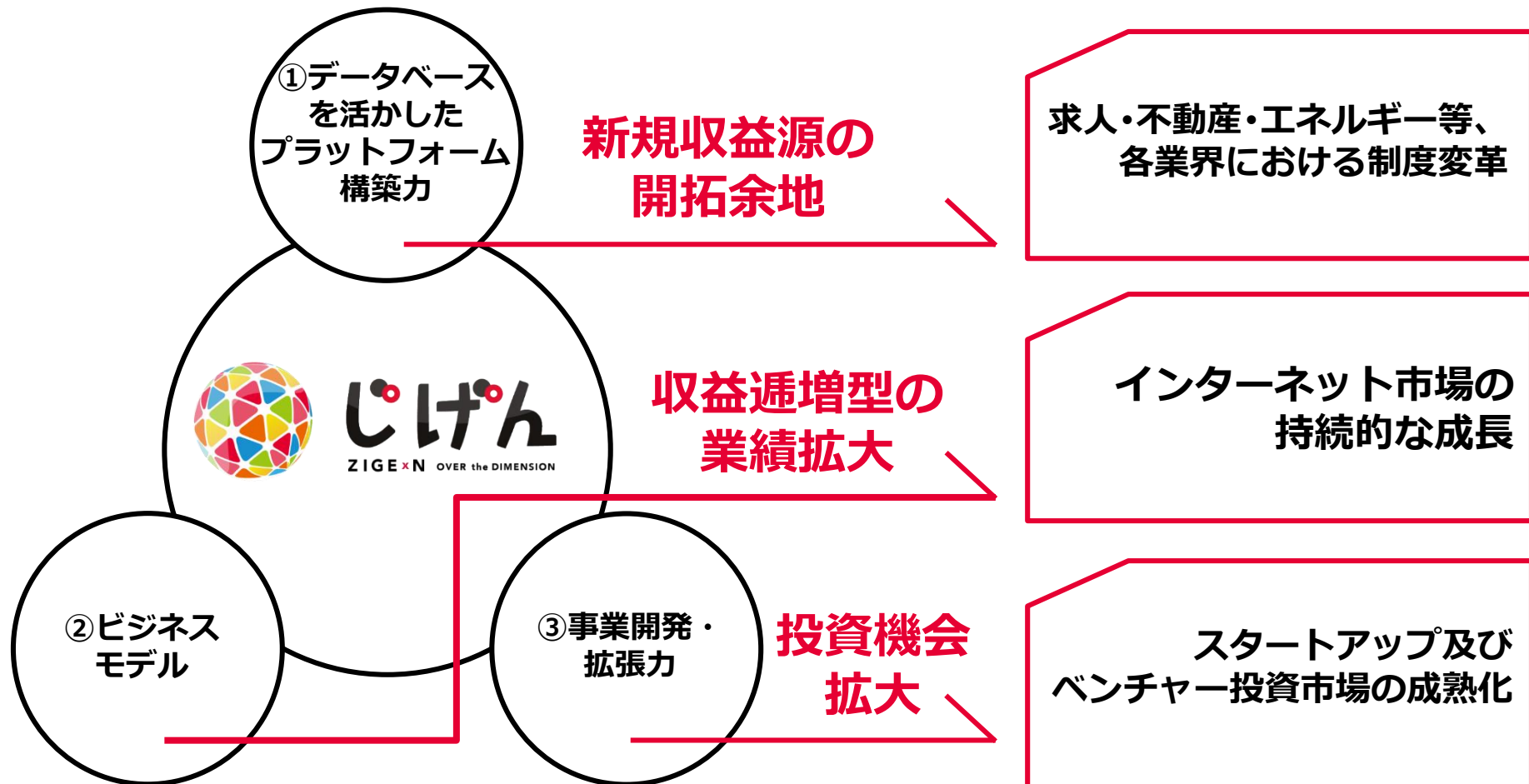
情報産業のサプライチェーン





じげんの3つの強み

市場機会

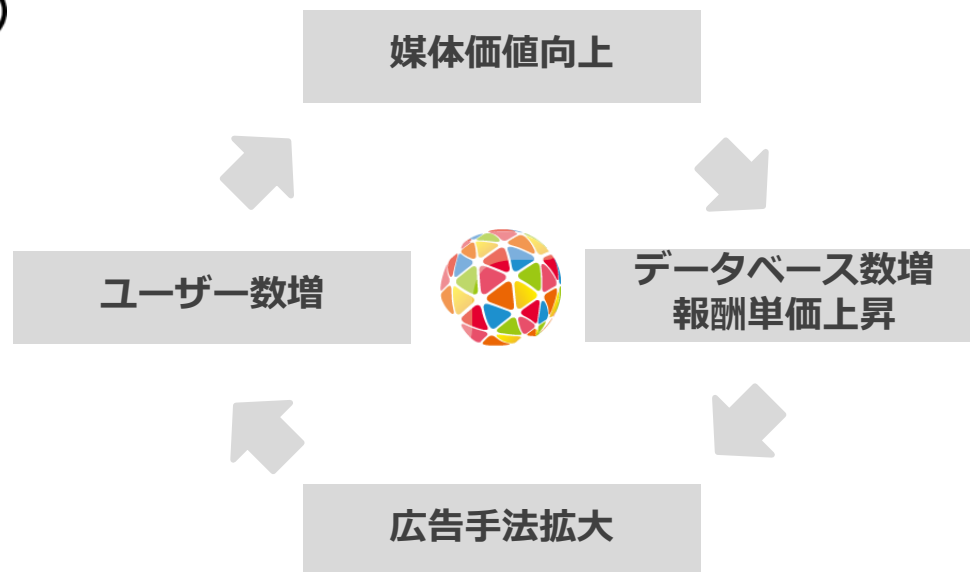
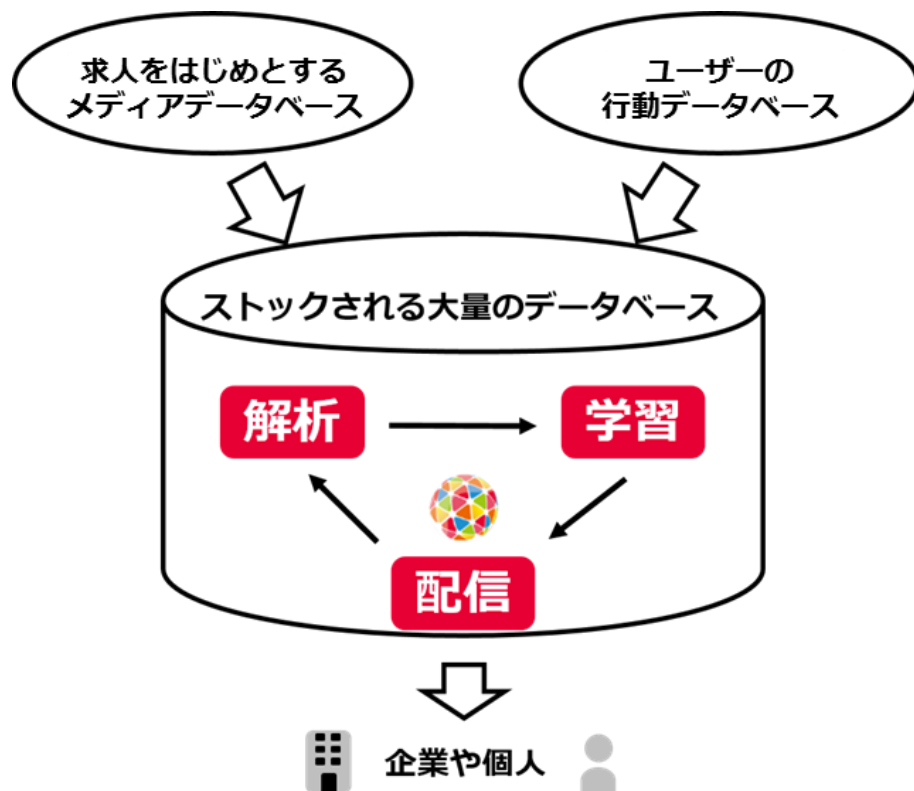




- 案件情報、ユーザー行動情報の**大量のデータベース**を保持し、最適なマッチングを提供。
- 媒体価値向上による単価上昇、それを原資とする広告手法拡大、それに伴うユーザー数増、及び媒体価値向上、という**正の成長スパイラル**をビジネスモデルに内包。

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

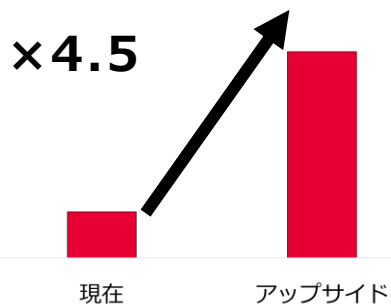
18/3期
不動産売上収益
18.9億円

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

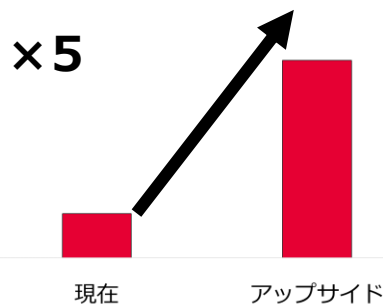


■ KPIのそれぞれが、業界の大手プレイヤーと比べて大幅な成長余地を有している。

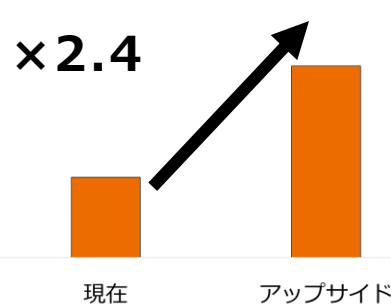
UU/月
(アルバイトEX)



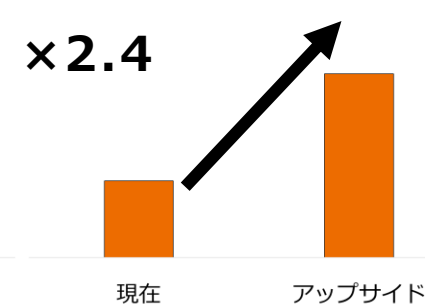
UU/月
(スモッカ)



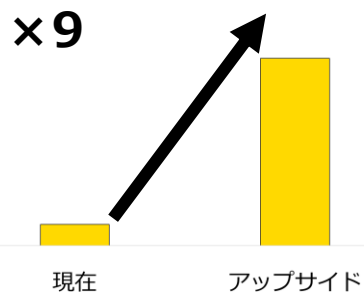
CVR
(アルバイトEX)



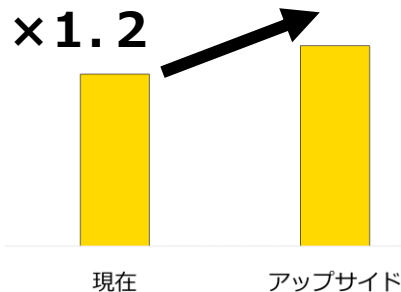
CVR
(スモッカ)



単価
(アルバイトEX)



単価
(スモッカ)

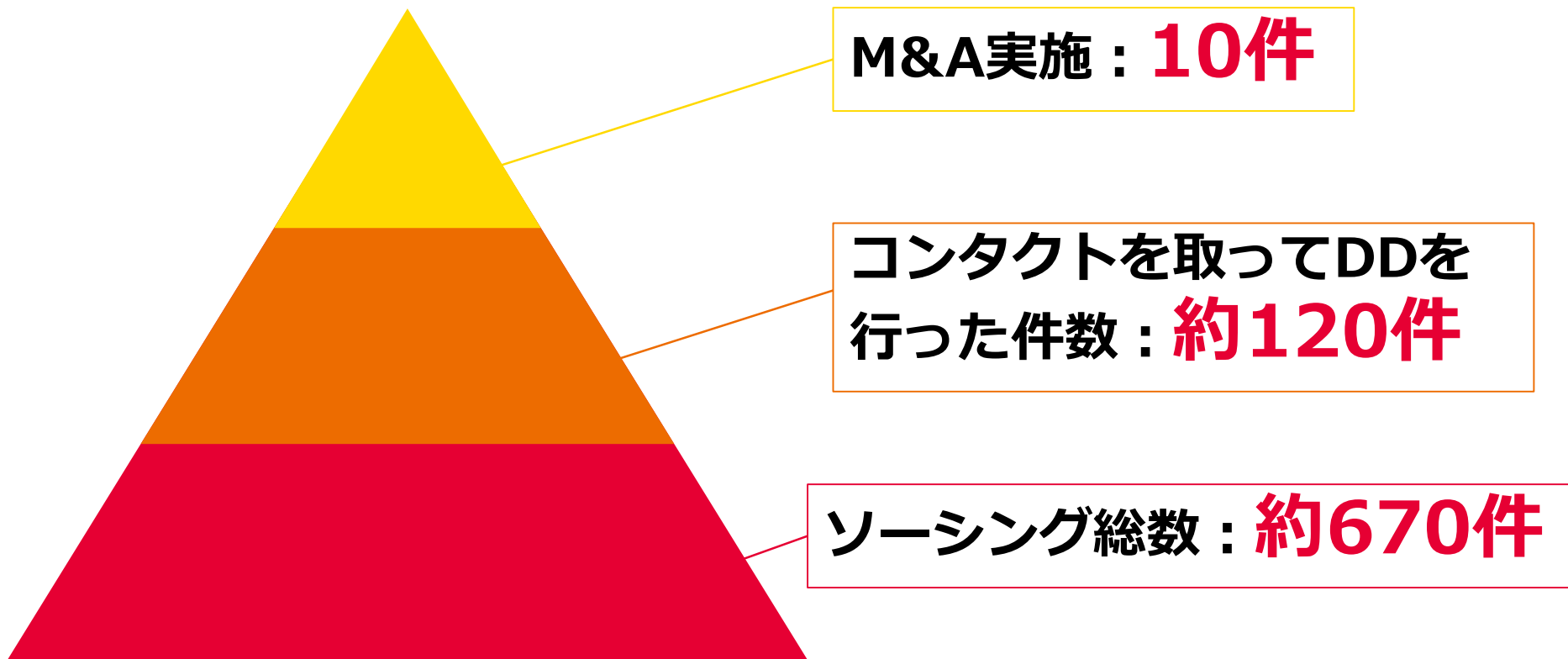


注: アップサイドは当社にて推測した大手求人メディア・大手不動産メディアの数値が基準





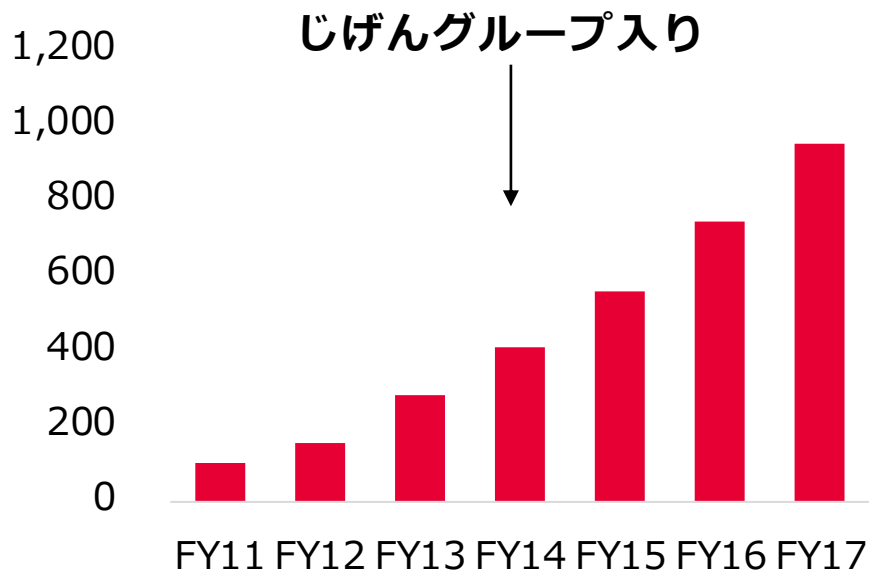
- 上場以来2018年7月末までに、約670件のソーシングを実施し、10件、総額約90億円(取得価額)のM&A案件を厳選。



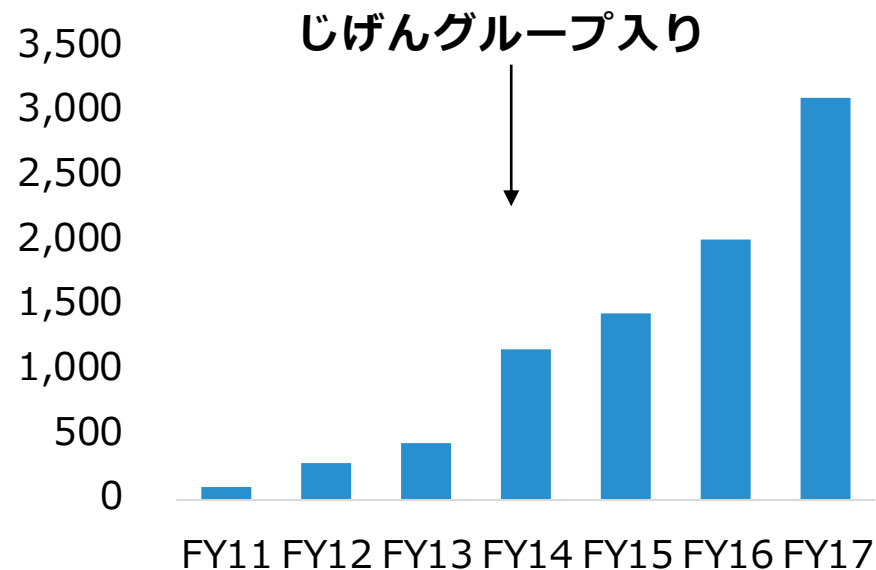


- 社内の経営人材、経営ノウハウを活用し、グループ会社のPMIを実施。
- 2015年3月期取得3社の営業利益は、買収前の2013年度と比較して直近で約10倍に増加。

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

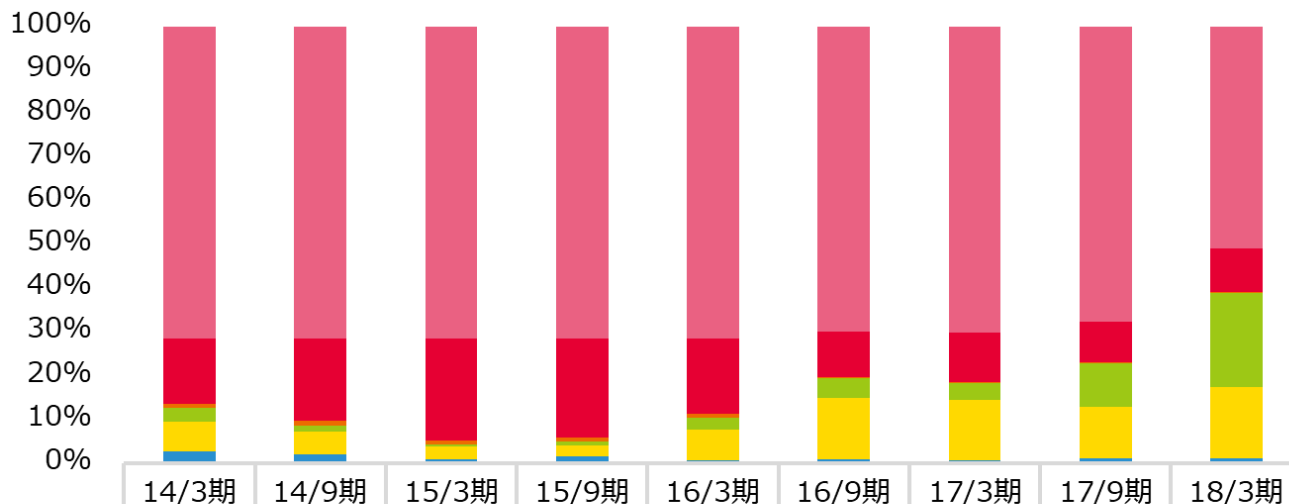




財務戦略：株主構成(2018年3月期末)



- 株式売出しにより経営陣の持分が低下。
- 主要株主の売出しに海外投資家が応じ、機関投資家比率は上場来最高を記録。



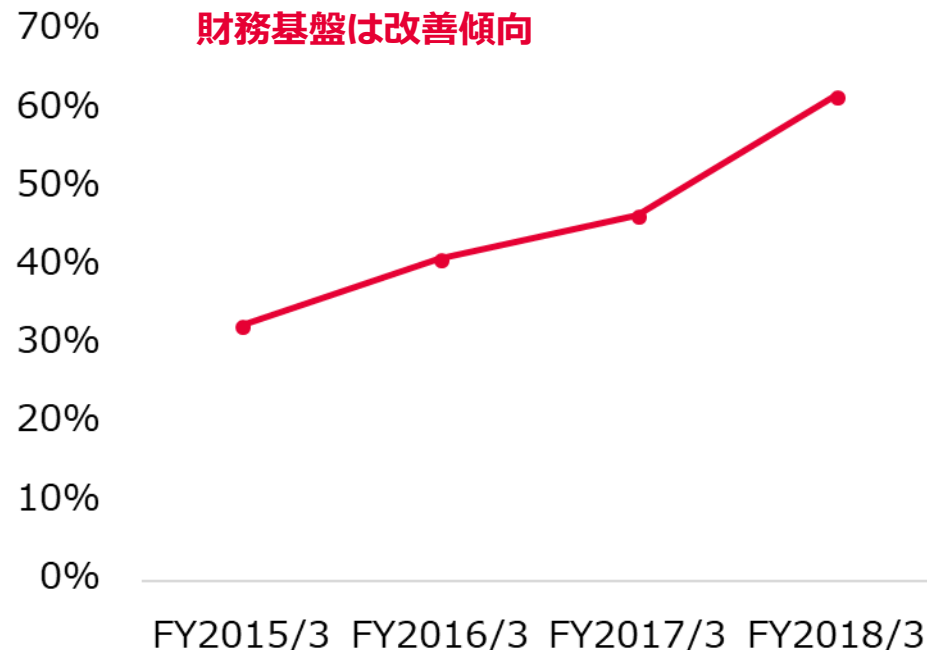
	14/3期	14/9期	15/3期	15/9期	16/3期	16/9期	17/3期	17/9期	18/3期
■ 当社経営陣	71.4%	71.4%	71.4%	71.4%	71.4%	69.8%	70.0%	67.4%	50.7%
■ 個人・その他	15.1%	18.9%	23.3%	22.7%	17.3%	10.4%	11.4%	9.3%	10.1%
■ 事業法人等	0.9%	0.9%	1.0%	0.8%	0.7%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%
■ 外国法人等	3.1%	1.6%	0.5%	0.9%	2.8%	4.4%	3.8%	10.0%	21.5%
■ 金融機関	6.8%	5.2%	2.9%	2.6%	7.0%	14.2%	14.0%	11.8%	16.3%
■ 金融商品取引業者	2.8%	2.0%	1.0%	1.6%	0.8%	0.9%	0.6%	1.2%	1.2%
機関投資家小計	12.7%	8.8%	4.4%	5.1%	10.6%	19.5%	18.4%	23.0%	39.0%

財務戦略：株主還元(配当)の開始



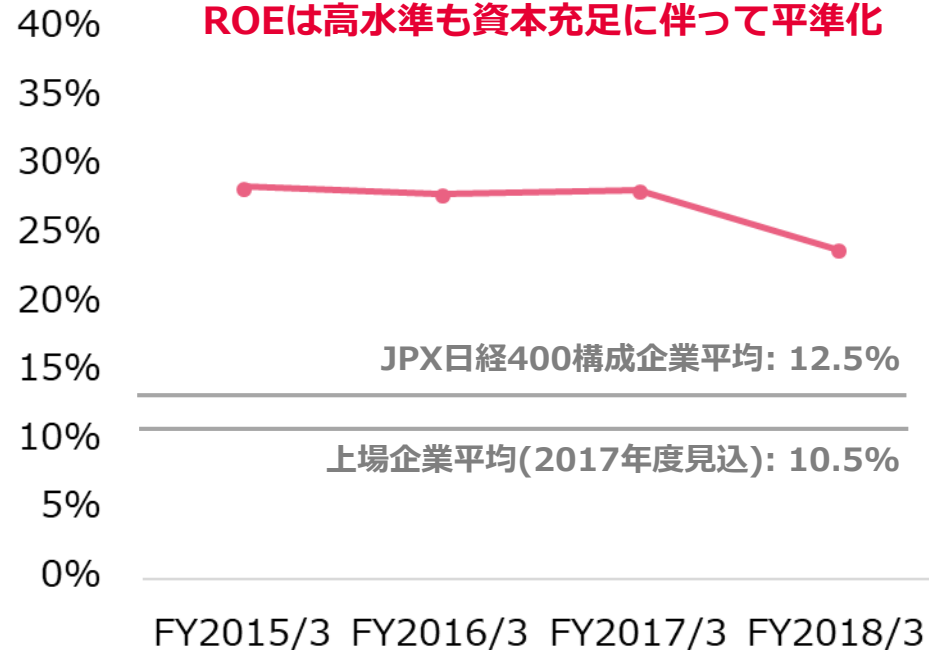
- 財務基盤や資本効率の状況に鑑み、2019年3月期より**1株当たり2円の期末配当を開始**。
配当原資には主に留保金課税解消による法人税負担額軽減分を充当予定。
- 当社のビジネスモデルの最大の強みは事業拡張性と収益逡増性であり、成長投資が株主価値の最大化に繋がるとの基本認識は変更なし。今後も**M&Aを含む投資戦略を積極的に進める方針**。

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



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 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
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
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、CxO、内部監査室室長、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：381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**
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



「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