



じげん

ZIGEN OVER the DIMENSION

2019年3月期 第3四半期決算説明会
2019年2月13日



1. 四半期決算概要

2. 外部環境に対する認識と対応

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

2018年10月～2018年12月



1. 四半期決算概要

四半期業績



- 3Qは前年比売上収益+31%、営業利益+28%を達成(IFRS)。
- 初の四半期営業利益10億円超えを達成し、1Q、2Qと比べて前年比増収増益率も拡大。
- 戦略的なタックスマネジメントにより、四半期利益は前年比+44%と大幅増。

(百万円)	FY2018/3				FY2019/3		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
会計基準	IFRS						
売上収益	2,502	2,435	2,477	2,853	3,010	3,013	3,234
前年比	57.1%	46.5%	42.4%	12.3%	20.3%	23.8%	30.6%
人材領域	1,868	1,762	1,828	1,930	2,111	2,024	2,206
不動産領域	417	459	455	565	474	528	539
生活領域	217	214	193	358	425	461	489
営業利益	847	835	811	830	975	952	1,036
前年比	61.5%	46.3%	35.0%	5.4%	15.1%	14.0%	27.8%
税引前四半期利益	844	822	809	842	973	950	1,037
四半期利益	499	463	484	723	674	632	696

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。

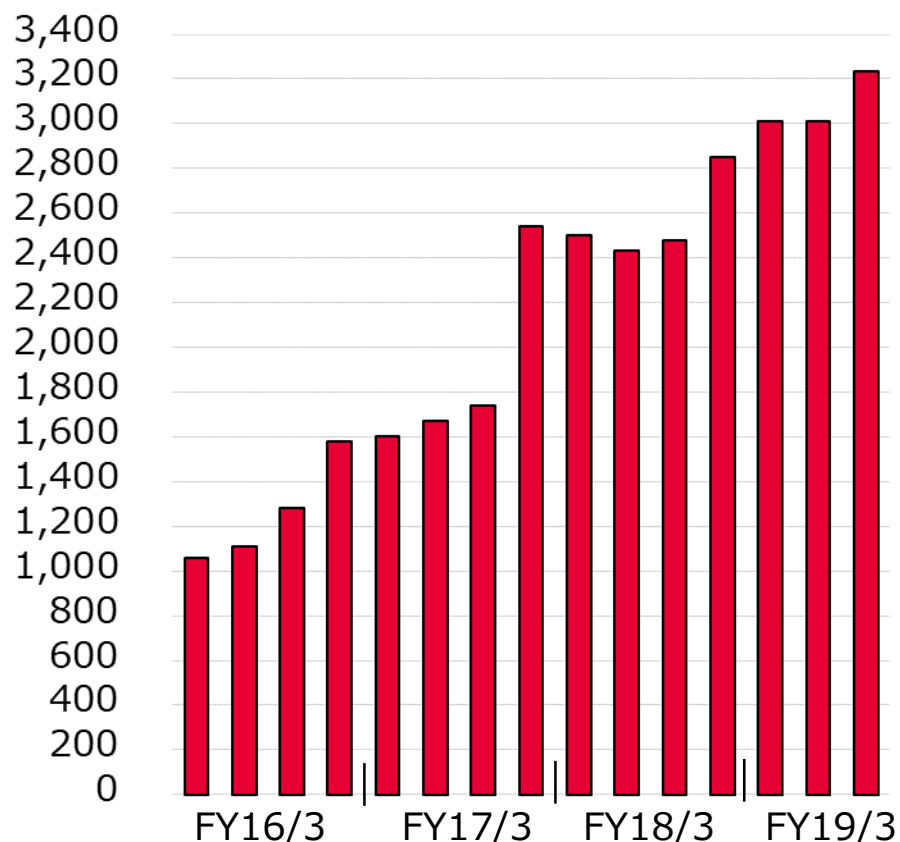


1. 四半期決算概要

四半期業績

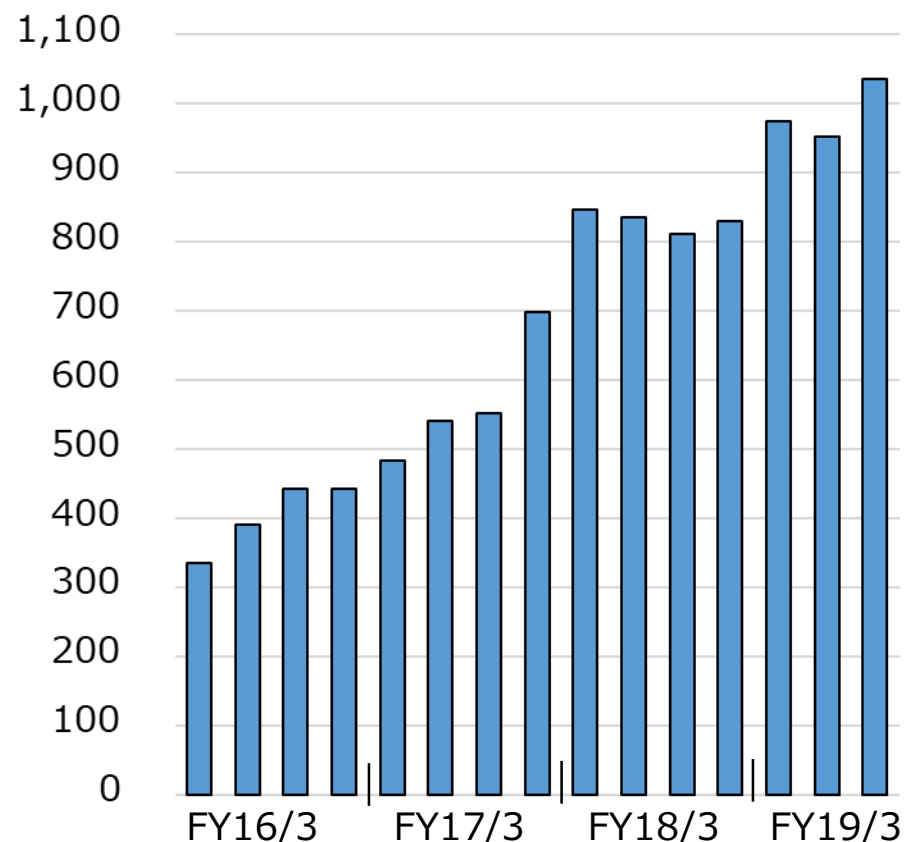
- 過去最高の売上収益と営業利益を更新。
- 上場来20四半期連続の前年比増収増益を達成。

四半期連結売上高・売上収益推移 (百万円)



注: 2017年3月期以前は日本基準、2018年3月期以降はIFRS。

四半期連結営業利益推移 (百万円)





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



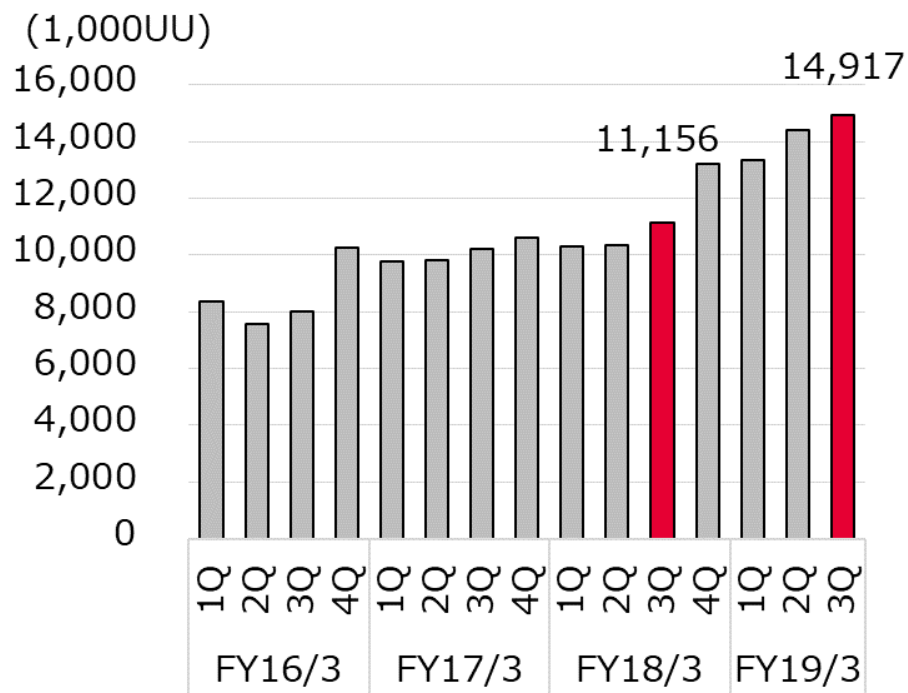


1. 四半期決算概要

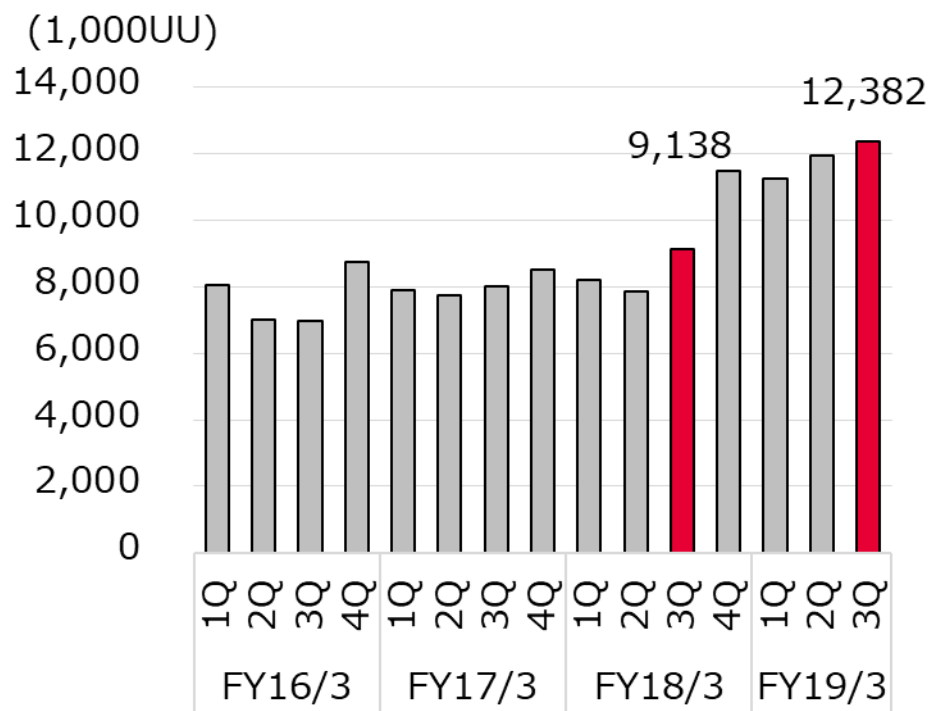
インターネットメディア事業のKPI推移: UU

- UU: 3Qは連結全体で前年比+34%、新規メディアを手掛けるにじげんを除くと+36%。
前期末より注力してきた集客施策の効果が発現し、「アルバイトEX」、「スモッカ」、「中古車EX」といった主力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。



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

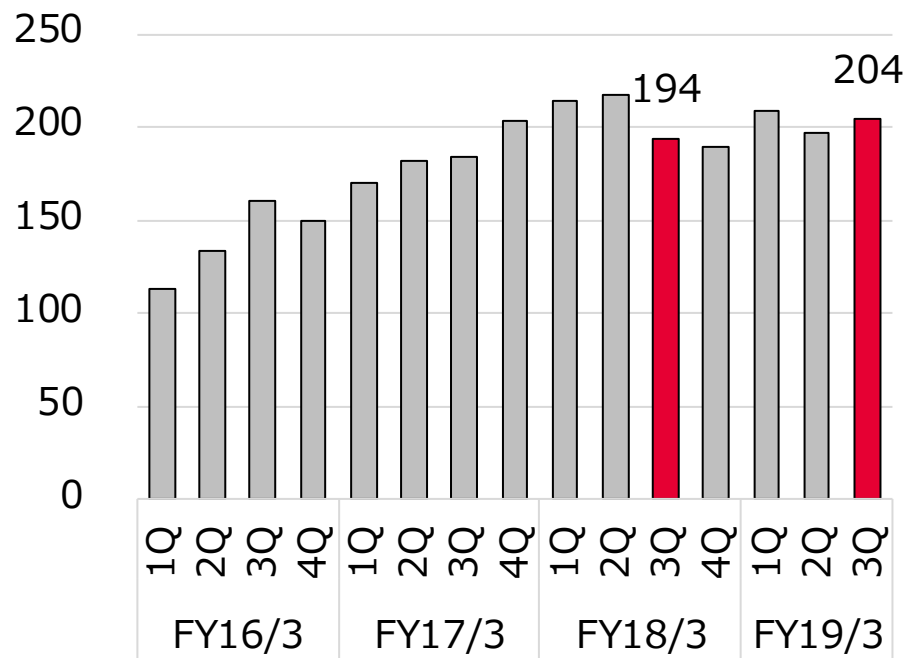


■ UU当たり売上収益: 3Qは前年比+5%。主に人材領域における顧客予算拡大が寄与。

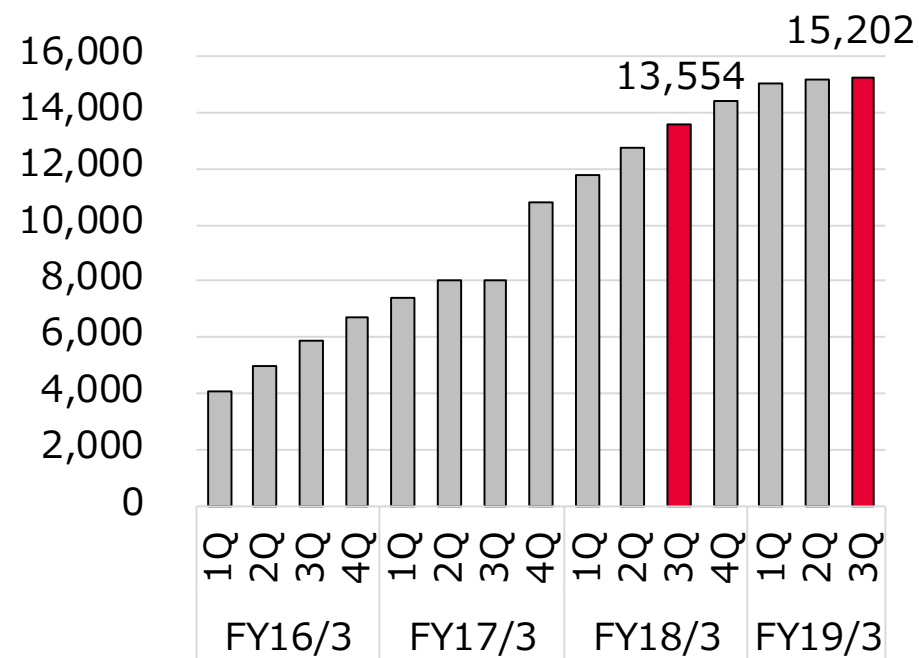
■ 顧客数: 中期的な単価上昇に不可欠な顧客基盤は15,000社超まで拡大。

※従来は企業数と店舗数を計測していたが、企業数のみの計測へ定義変更。

UU当たり売上収益の推移 (円)



顧客数の推移 (社)

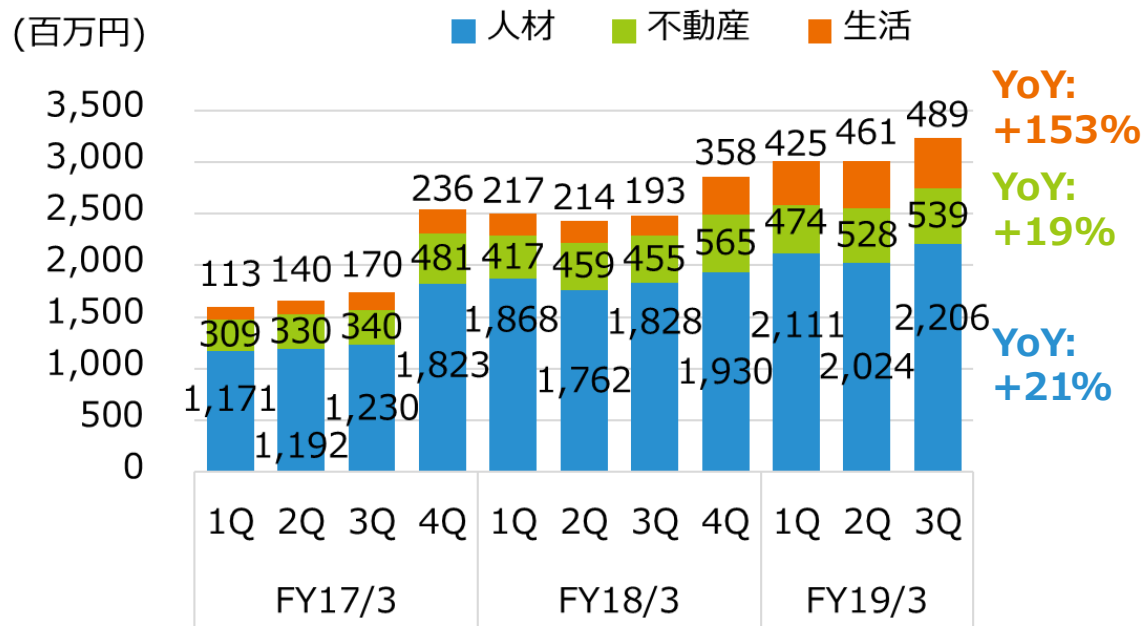


注: UU当たり売上収益ではUUを集計していないブレイン・ラボ、三光アド(折込)、ABM、及び新規メディアを運営するにじげんを除く。顧客数は各四半期末から1年以内に売上の発生したアクティブ顧客の企業の合計。



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	○	◎	◎	掲載顧客との関係性強化によるDB数増加に加え、SEOのてこ入れや効率的な広告運用によって無料集客、有料集客がそれぞれ伸長し、全領域で増加。
CVR	○	△	◎	人材領域、生活領域では、コンバージョンしやすい優良DBの増加やUI/UXを中心としたマッチングテクノロジーの活用が奏功し上昇。
単価	△	○	△	不動産領域では、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。人材領域、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

- 全体的な費用構造に大きな変化はなし。
- ユーザー集客のための広告宣伝費+販売促進費が最大で、人件関連費がそれに次ぐ構成比。

(百万円)	FY2018/3				FY2019/3		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
会計基準	IFRS						
金額							
人件関連費(制作)	116	122	120	142	119	114	159
その他売上原価	311	277	299	313	299	290	283
人件関連費(非制作)	315	312	352	419	461	453	454
広告宣伝費+販売促進費	597	637	661	888	816	880	948
顧客資産償却費	22	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	332
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%	3.8%	4.9%
その他売上原価	12.4%	11.4%	12.1%	11.0%	9.9%	9.6%	8.7%
人件関連費(非制作)	12.6%	12.8%	14.2%	14.7%	15.3%	15.0%	14.1%
広告宣伝費+販売促進費	23.9%	26.2%	26.7%	31.1%	27.1%	29.2%	29.3%
顧客資産償却費	0.9%	0.9%	0.9%	0.8%	0.7%	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%	10.3%

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。





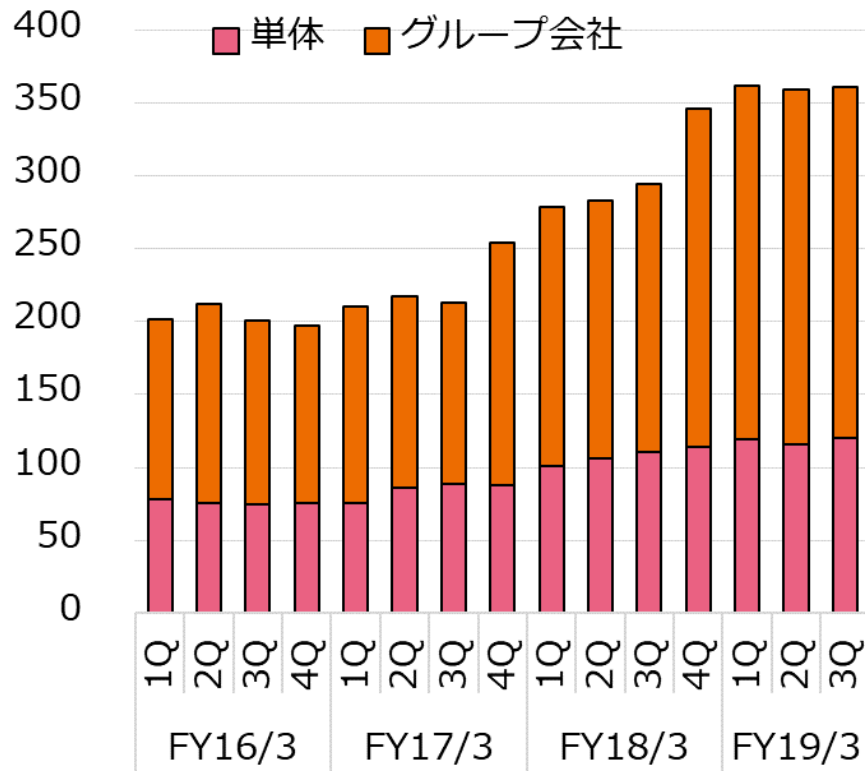
1. 四半期決算概要

四半期末従業員数推移

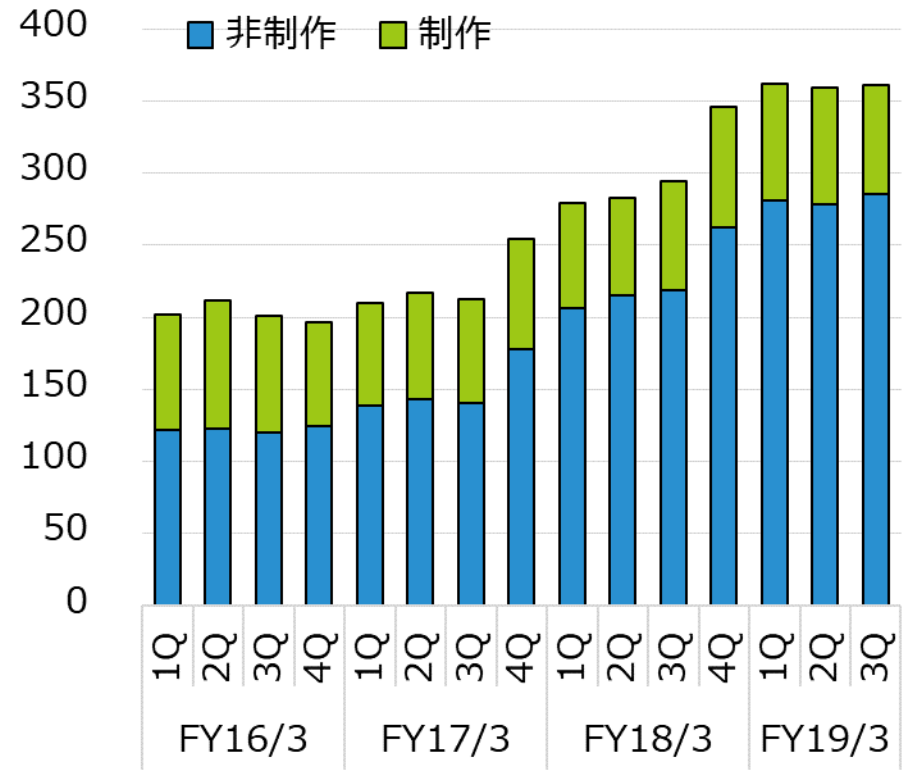


■ 2018年12月末従業員数は361名。前四半期比ではほぼ横ばい。

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68.9%、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	3Q
会計基準	IFRS						
現金・現金同等物	5,666	6,058	6,052	6,936	6,746	7,341	7,643
流動資産	6,972	7,415	7,343	8,882	8,661	9,386	9,788
金銭信託	2,609	2,609	2,609	370	370	370	90
のれん	5,426	5,460	5,460	7,555	7,555	7,555	7,762
無形資産	740	893	902	948	988	1,050	1,132
非流動資産	9,234	9,456	9,456	9,495	9,521	9,613	9,654
資産合計	16,206	16,872	16,798	18,378	18,182	18,999	19,442
短期有利子負債	1,680	1,680	1,680	1,680	1,680	1,680	1,570
流動負債	3,625	4,262	4,168	5,310	4,860	5,445	5,512
長期有利子負債	2,751	2,331	1,911	1,491	1,071	651	341
非流動負債	2,874	2,441	1,976	1,690	1,269	854	534
負債	6,499	6,703	6,143	7,000	6,129	6,299	6,046
資本	9,707	10,169	10,655	11,378	12,053	12,700	13,395
負債・資本合計	16,206	16,872	16,798	18,378	18,182	18,999	19,442
親会社所有者帰属持分比率	59.9%	60.3%	63.4%	61.9%	66.3%	66.8%	68.9%
有利子負債	4,431	4,011	3,591	3,171	2,751	2,331	1,911

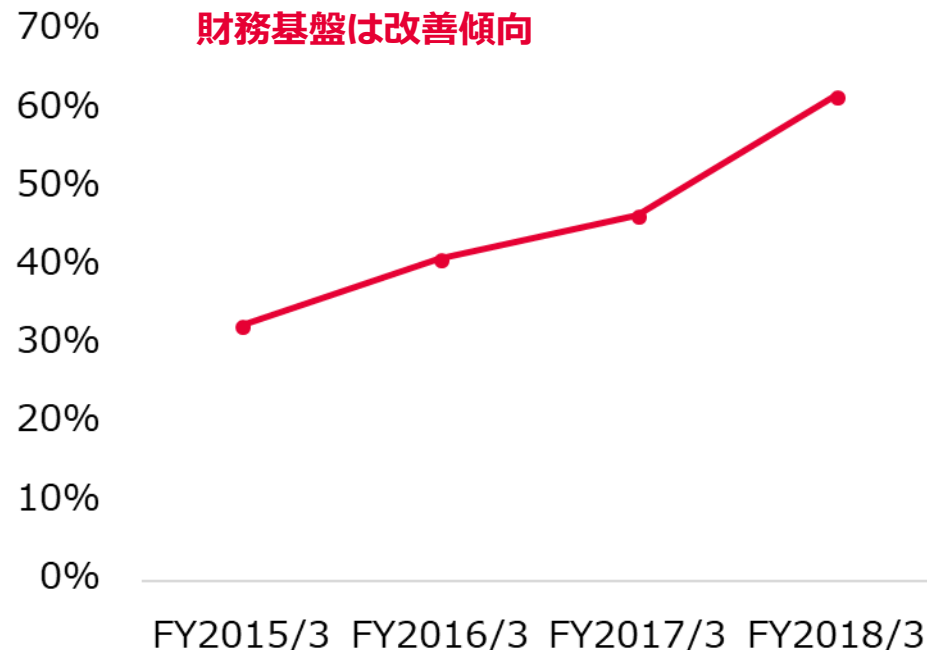


1. 四半期決算概要

自己株式取得を決定

- 足元の株価水準や改善傾向が続く財務基盤に鑑み、上限4億円の自己株式取得を決定。
- 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。

自己株式取得の概要

取得株式の種類	普通株式
取得株式の総数	670千株 (上限) (発行済株式総数の0.6%)
取得価額の総額	400百万円 (上限)
取得期間	2019年2月14日～2019年5月13日



2.外部環境に対する認識と対応

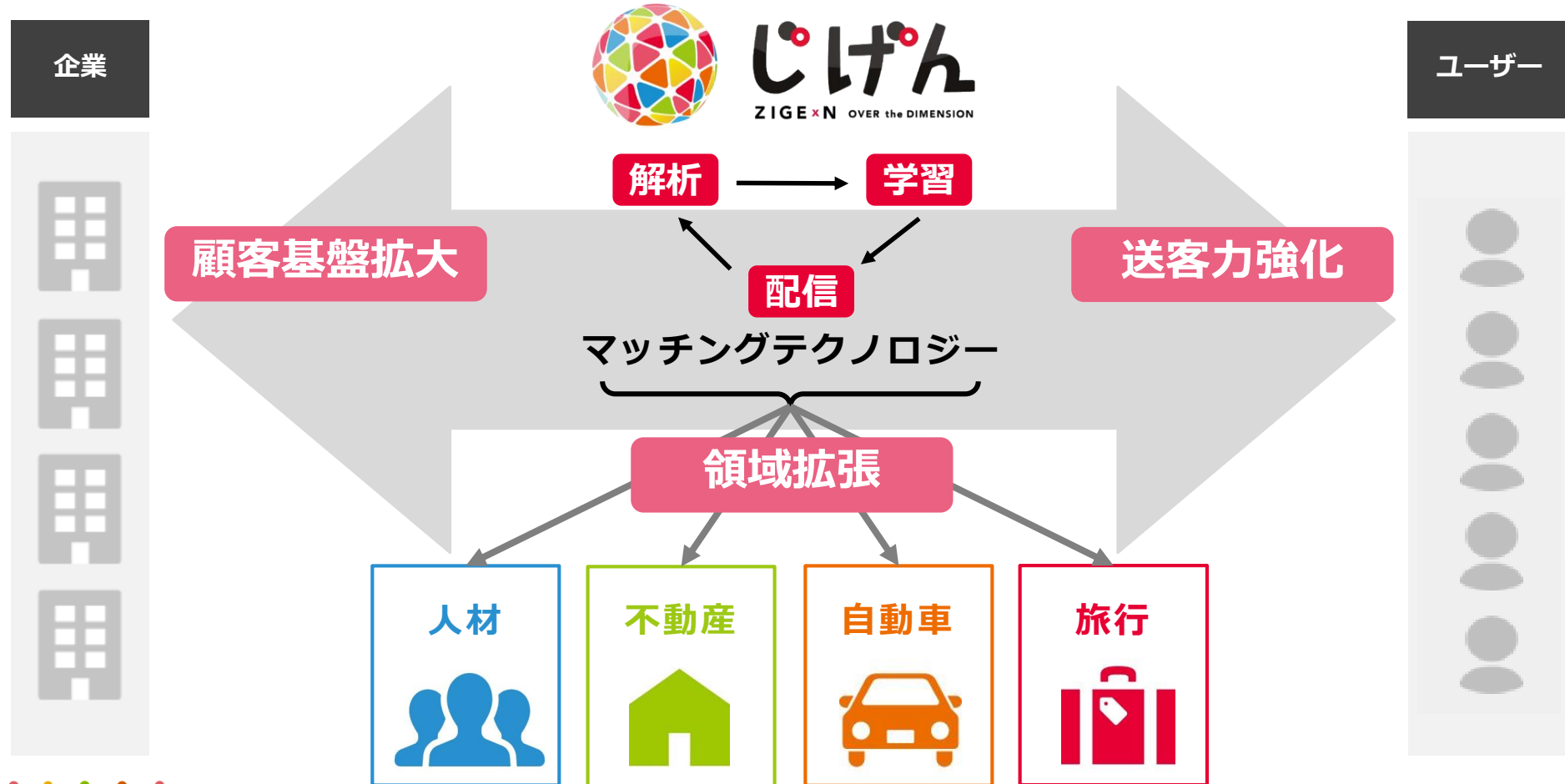




メディアプラットフォームとしての成長施策



- 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。





2. 外部環境に対する認識と対応

持続性の高い収益基盤の構築を継続



- 当社グループの事業は順調に拡大しているが、外部環境には不透明要因が存在しており、資本市場をはじめとするステークホルダーからの関心も高いと認識。
- 景気循環、集客環境、投資環境それぞれでディフェンシビリティ (defensibility: 防御可能性) を重視し、**持続性の高い収益基盤の構築を続ける。**

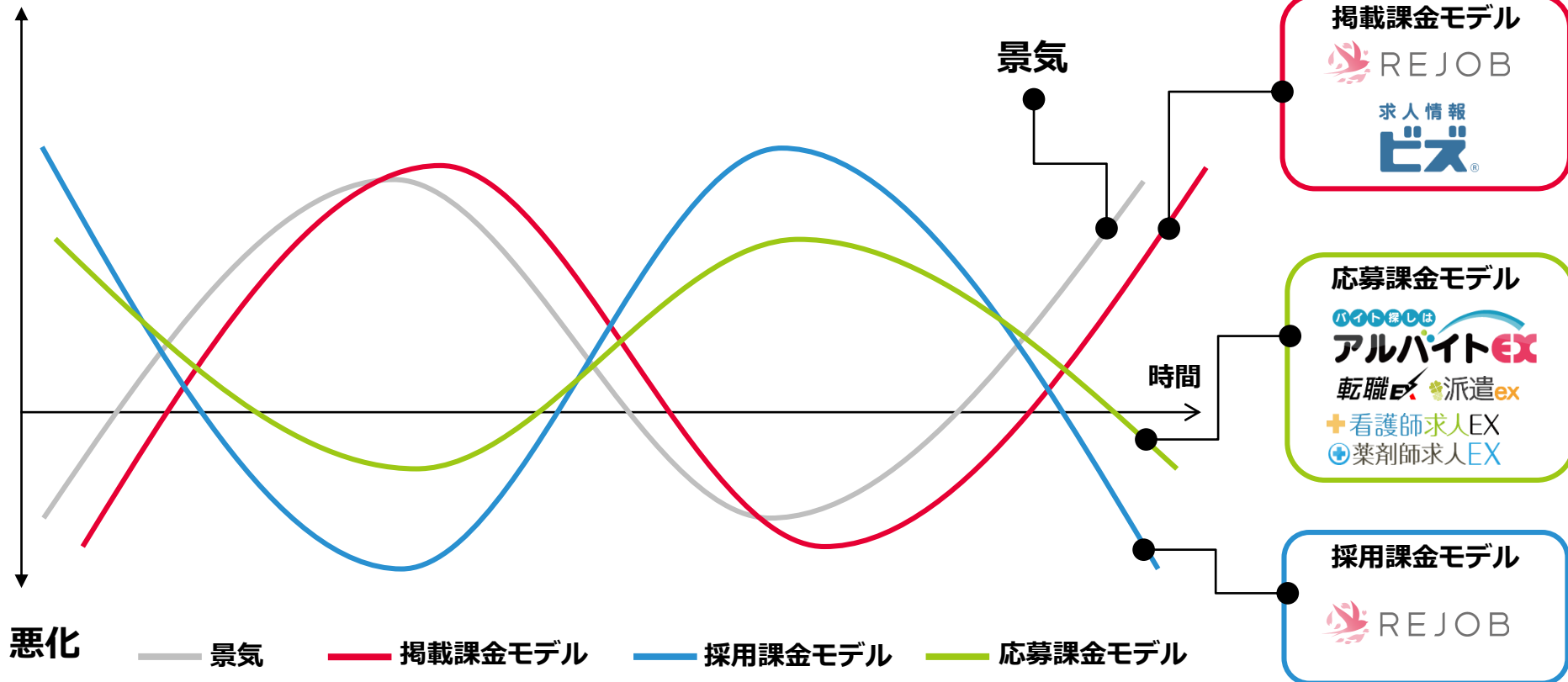


ディフェンシビリティ：景気循環に対して



- 主力の人材領域においては、景気に相関する掲載課金モデルと景気に相関しづらい成果報酬課金モデルを両有し、景気に連動せず**安定的な収益を生み出すプラットフォーム**を確立。
- 住宅賃貸向けを中心とする不動産領域や各事業の市場占有率が高くない生活領域においても、マクロ景気による事業影響は一定程度の抑制や吸収が可能。

改善

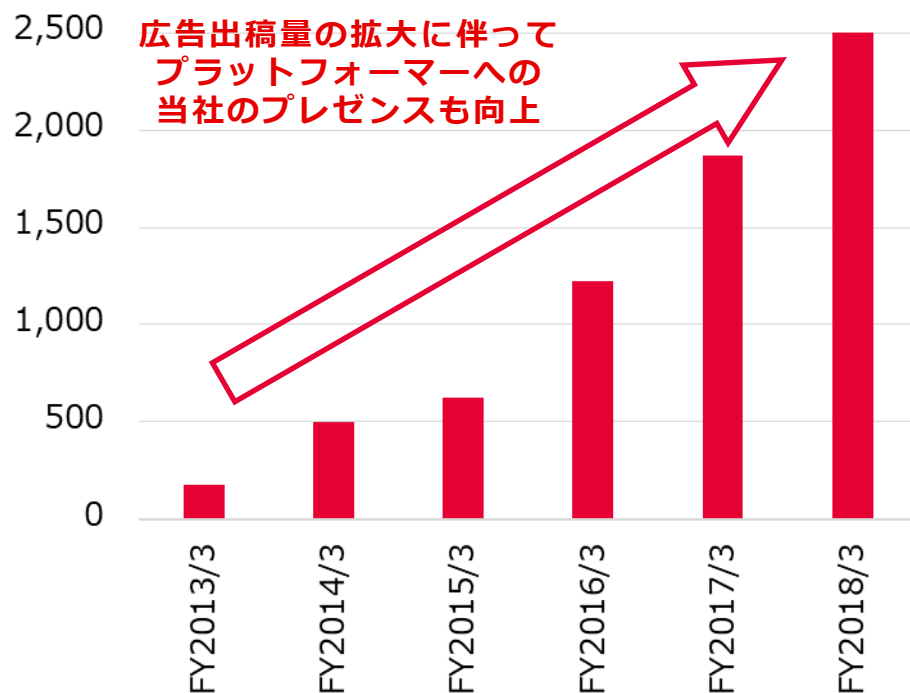


ディフェンシビリティ：集客環境に対して

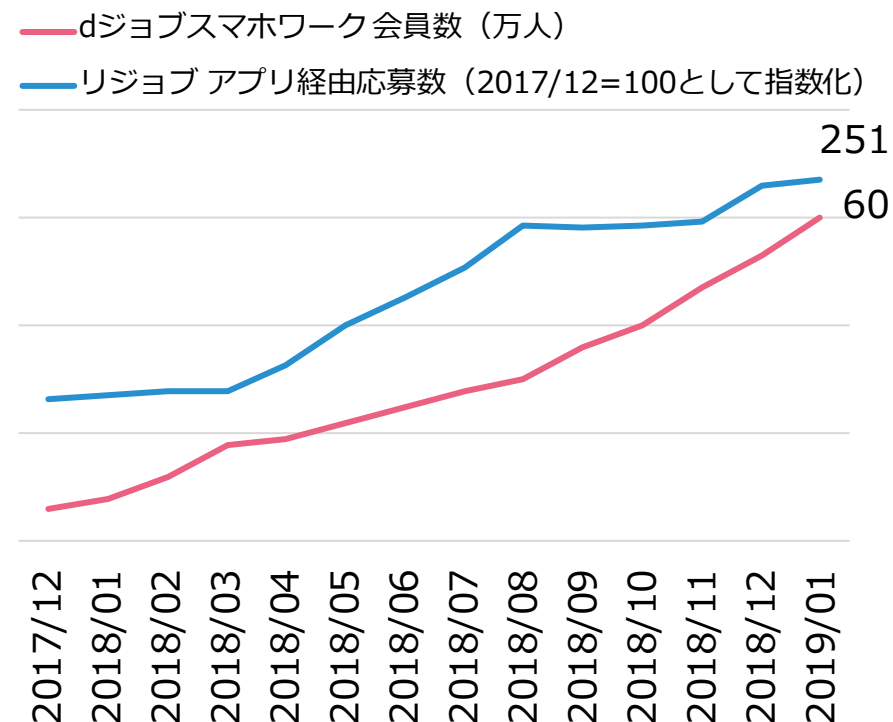


- 当社による積極的な広告出稿を背景にグローバルプラットフォームとの関係性を強化し、集客環境の変化に迅速にキャッチアップできる体制の構築を目指す。
- 並行して、人材領域における新たなプレイヤーの台頭やアルゴリズム変更等への抵抗力を高めるため、アプリや外部提携によるユーザー集客経路の多様化を推進。

連結広告宣伝費推移 (百万円)



集客経路の多様化



ディフェンシビリティ：投資環境に対して

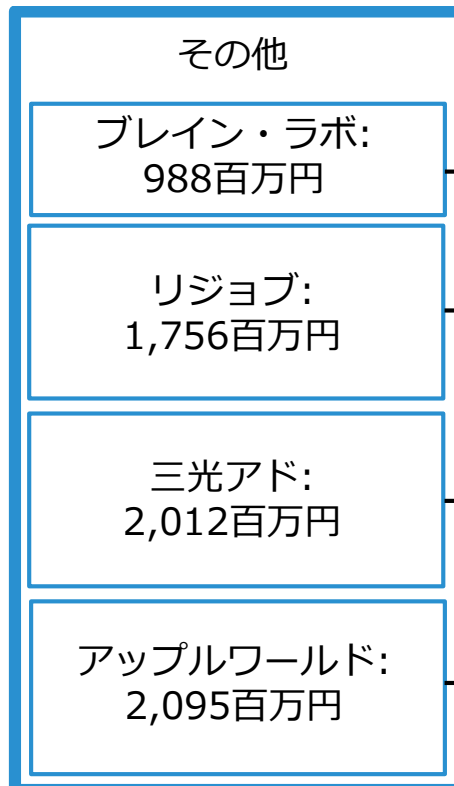
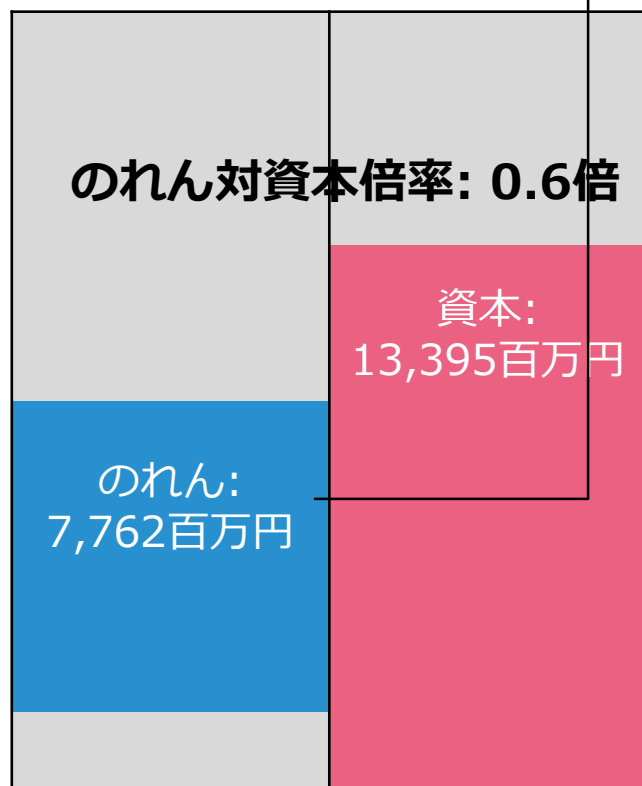


- 2018年12月末時点ののれん金額は7,762百万円。資本に対する倍率は0.6倍と健全水準。
- 主な構成要素はアップルワールド、三光アド、リジョブ、ブレイン・ラボ。いずれも2019年3月期の売上高営業利益率は20~40%以上が見込まれ、**公正価値(時価)がのれんの簿価を大きく上回る**。現時点で減損リスクはなし。

資産・負債及び資本：
19,442百万円

のれん：7,762百万円

19/3期売上高
営業利益率見込み



20%以上

40%以上

20%以上

20%以上



3.事業戦略と今後の方向性



マッチングッドを株式取得、人材領域の収益機会を更に拡大



- 採用管理業務支援クラウドシステムを提供するマッチングッド株式会社の100%株式を取得。当社グループによる上場以来のM&A累計実施件数は12件、株式取得総額は約100億円に。
- 人材紹介会社、人材派遣会社を中心に約260社の顧客基盤を獲得。SaaS型ストックビジネスの回収期に入る**2019年2月期は大幅な増収増益となる見込み**。

マッチングッド：株式取得概要

マッチングッド：簡易財務諸表

MatchinGood

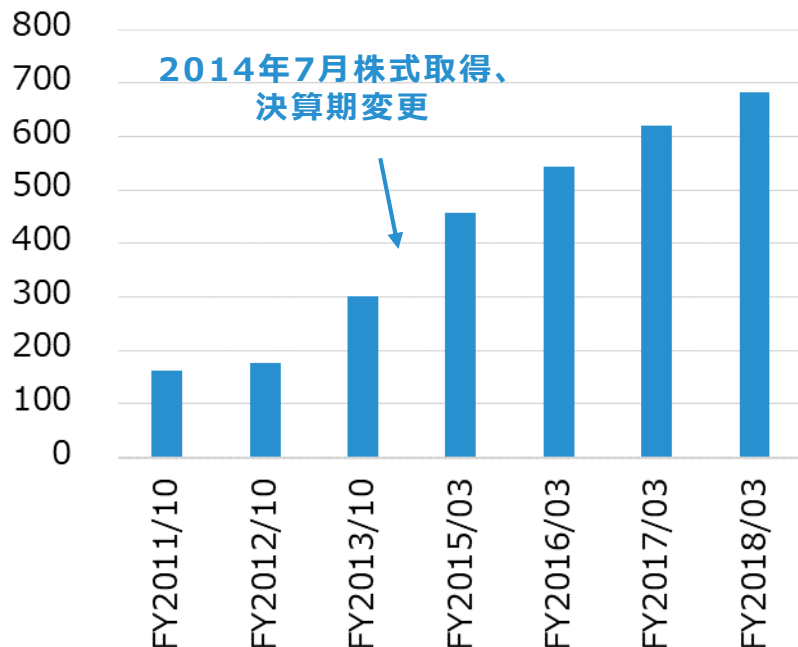
会社名	マッチングッド株式会社
事業内容	人材紹介会社、人材派遣会社向けの業務支援システムの開発・提供
設立	2007年3月
従業員数	22名(2018年12月時点)
株式取得先	個人(詳細は非開示)
株式取得額	当社投資基準の範囲内(金額は非開示)
スケジュール	取締役会決議：2018年12月17日 契約締結日：2018年12月17日 株式譲渡実行日：2019年1月4日

(百万円)	FY2016/2 実績	FY2017/2 実績	FY2018/2 実績	FY2019/2 計画
純資産	98	106	113	--
総資産	112	126	146	--
売上高	124	137	174	220
営業利益	15	14	8	50
経常利益	15	11	8	50
当期純利益	11	8	6	32



- マatchingグッドの同業であるブレイン・ラボの売上高は、2014年7月の当社による株式取得前と比べて倍増し、人材紹介会社向け基幹システムのトッププレイヤーに。
- 当社グループ入り以来の累計EBITDAは2019年3月期末時点で約11億円と株式取得額のほぼ同額に達する見込みで、**投資資金は5年以下で回収予定**。

ブレイン・ラボ: 売上高推移(百万円)



ブレイン・ラボ: 主なPMI施策

- ◆ 主要顧客へのクロスセル
 - ・ じげんの人材メディアの顧客グループに販売チャネルを拡張
- ◆ HR TECHの積極活用
 - ・ HEROZ(AI技術)やDaxtra Technologies(構文解析技術)といった外部企業との提携により技術力を強化
- ◆ 経営体制の強化
 - ・ 株式取得先でもある創業経営陣の退任後、じげんグループより代表取締役社長、技術管掌取締役を派遣し組織体制を再構築
- ◆ 主力商材の大規模リニューアル
 - ・ 「CareePlus2」について、2019年春における大規模リニューアルを予定





- 東海地方を中心に求人広告媒体「DOMO」等を運営する株式会社アルバイトタイムスと三光アドが合併契約を2月13日に締結。三光アドの合併会社への出資比率は80%。
- 商材のクロスセルによる売上拡大や競争環境の最適化、原価の見直しによるコストコントロールを通じて、両社の企業価値向上を目指す。

三光アド：合併会社概要



会社名	未定
出資比率	三光アド：80% アルバイトタイムス：20%
役員構成	代表取締役：三光アドから指名 取締役：アルバイトタイムスから指名 取締役：三光アドから指名 監査役：三光アドから指名
本店所在地	愛知県名古屋市
事業内容	主に愛知県、岐阜県における求人広告媒体を含む人材サービス関連商材の販売
スケジュール	合併契約締結：2019年2月13日 合併会社設立：2019年6月（予定）

三光アド：アルバイトタイムスとの協業内容

- ◆ 集客効果の改善
 - ・ リアル媒体(新聞折込、フリーペーパー、ポスティング)とWEB媒体での網羅的な訴求による、求職者へのリーチ向上
- ◆ 販売力の強化
 - ・ 重複顧客の限定的な地域におけるクロスセル
 - ・ 求人広告媒体以外の商材取り扱いの検討
- ◆ コストコントロール
 - ・ 展開地域の棲み分けによる競争環境の最適化
 - ・ リアル媒体の関連原価の見直し検討

注：両社の協議により内容は変更となる可能性がある。



人材領域のサプライチェーンを一気通貫でカバー



- 3つのビジネスモデルを通じて、求人企業開拓から集客、採用、管理支援までを**一気通貫で実施**。
- 市場規模の巨大な人材領域において、今後もアグリゲーションメディアの就労形態の拡大や特化型メディアの業種拡張によって持続的な成長を目指す。

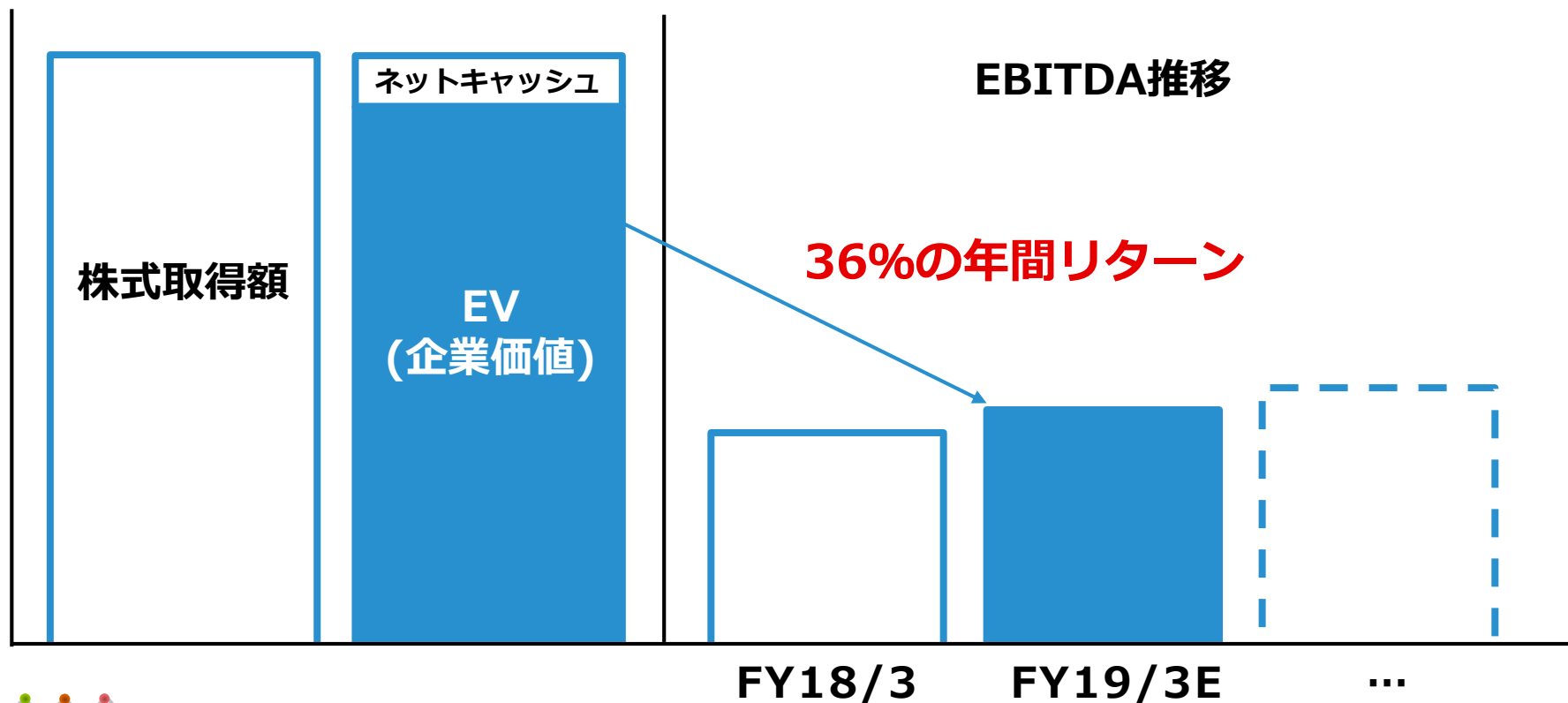
人材領域のサプライチェーンと当社ビジネスモデルによる主な提供価値





- 累計12件のM&Aのうち、直近取得2社や売却済み1社を除く9件について、EV77億円に対する2019年3月期EBITDA見込みは約28億円。**年間リターン(≠累計リターン)は36%。**
- 今後も、一過性の収益上乘せではなくマッチングテクノロジーや事業構築力を活用した**持続性、再現性のあるM&A及びPMI戦略の実行**により、プラットフォームの非連続的な拡大を志向する。

9件のM&Aの投資成果イメージ





■ 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





- 売上収益や営業利益の着地見通しは事業進捗や企業行動の影響によってやや流動的な一方、**当期利益やEPS(1株当たり当期利益)** は計画達成ペースで順調に推移。

期首通期計画に対する変動要因	各財務指標への影響(計画比)		
	売上収益	営業利益	当期利益
人材及び生活領域のインターネットメディア事業の好調	➡	➡	➡
人材領域の非インターネットメディア事業の伸び悩み	⬇	➡	➡
トレードカービュー、マッチンググッドの新規連結(注1)	➡	➡	➡
戦略的なタックスマネジメント(注2)	➡	精査中	➡

注1: トレードカービューは2018年12月4日、マッチンググッドは2019年1月4日から連結開始。連結初年度はM&Aの関連費用計上により利益への影響は限定的も、一過性費用が一巡する翌期からは増益寄与見通し。

注2: 所得拡大税制の適用や連結納税体制の見直しにより、一部税金関連費用が減少または販管費計上へと移行する見通し。当該タックスマネジメントにより、全社的なキャッシュフローは改善を見込む。





4. 参考資料





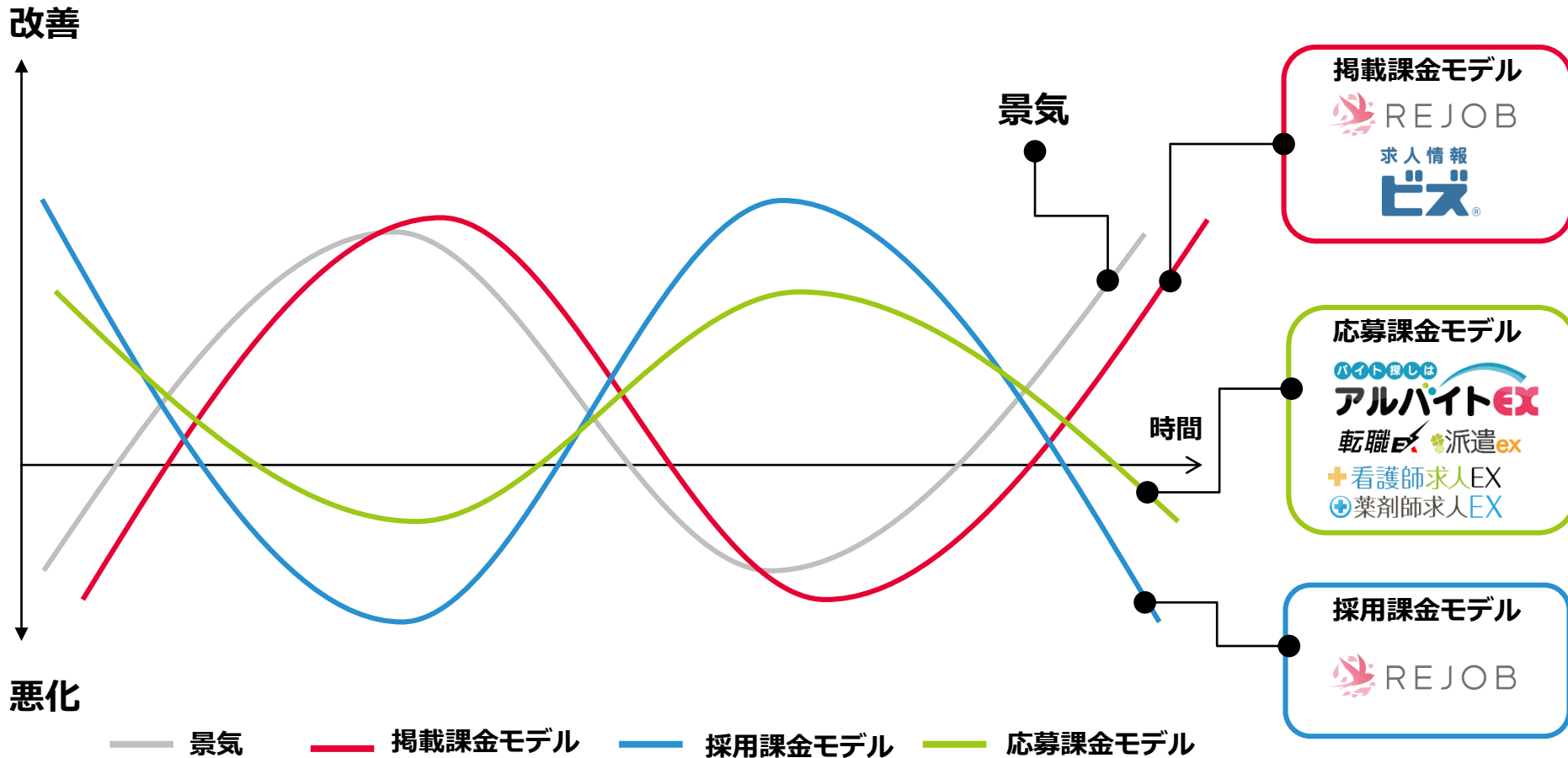
4. 参考資料

事業概要：人材領域のビジネスモデル





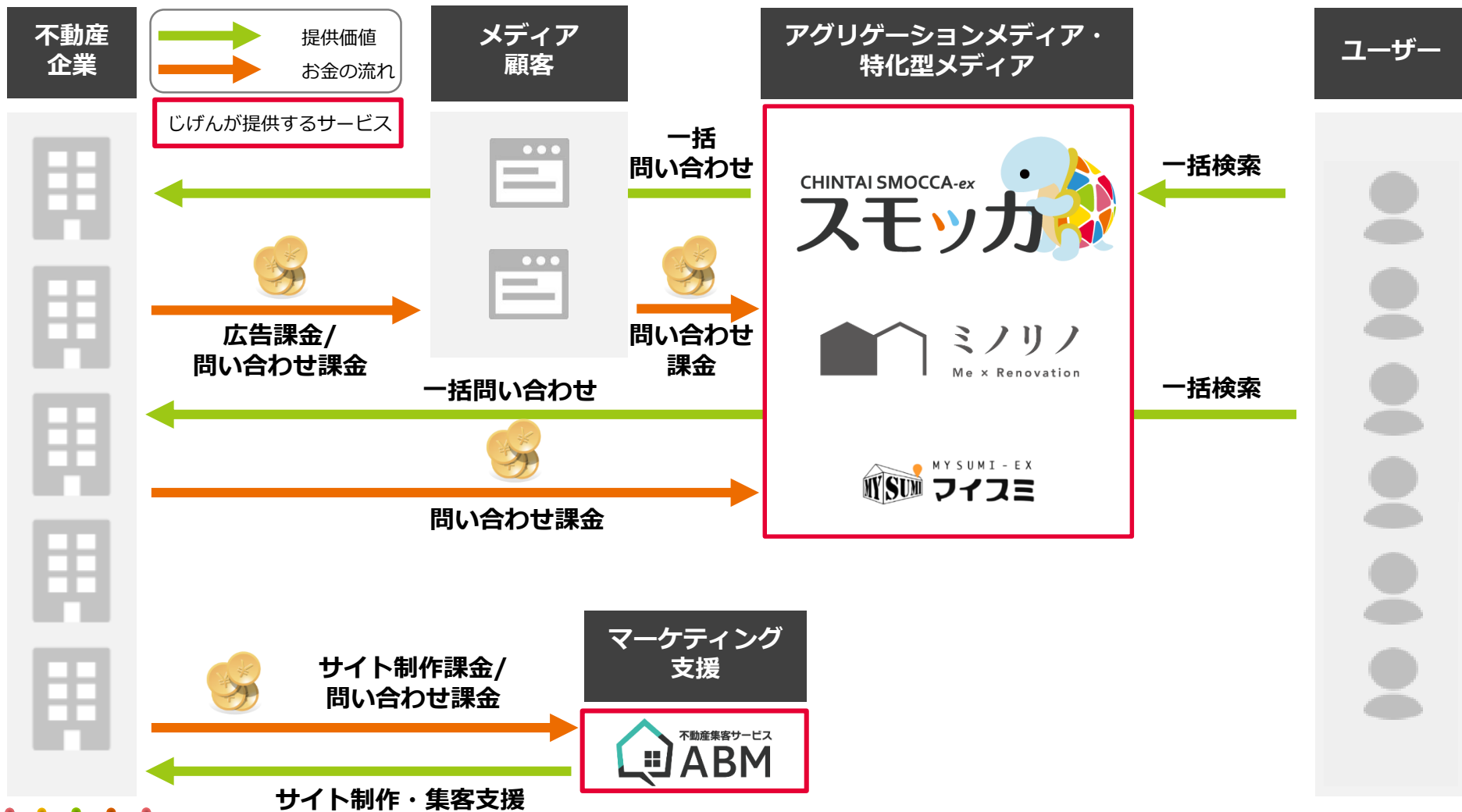
■ 景気連動する求人広告市場において、景気に相関する掲載課金モデルと景気に相関しづらい成果報酬課金モデルを両有し、じげんは**安定的な収益を生み出すプラットフォーム**を確立。





4. 参考資料

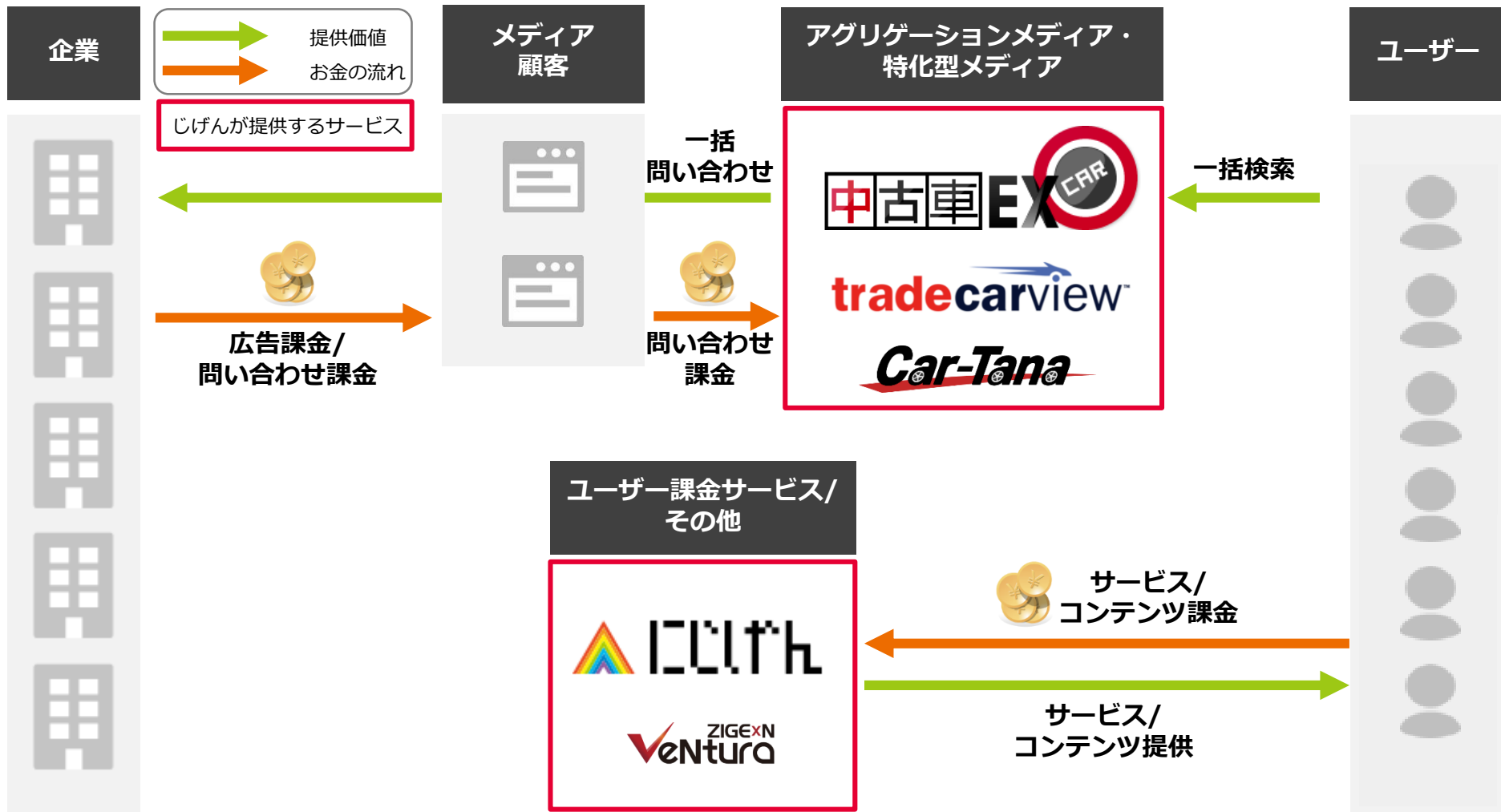
事業概要：不動産領域のビジネスモデル





4. 参考資料

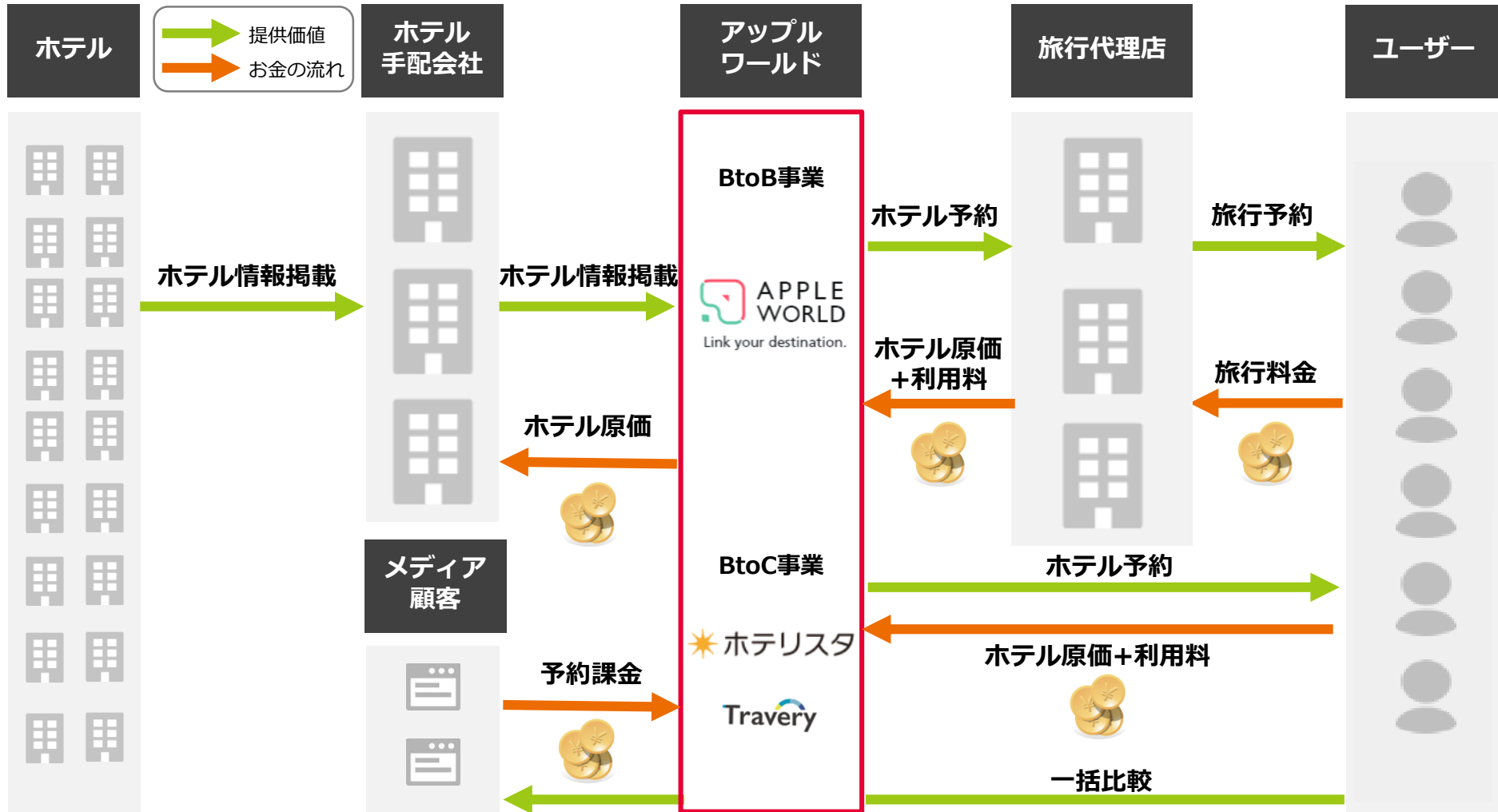
事業概要：生活領域のビジネスモデル①





4. 参考資料

事業概要：生活領域のビジネスモデル②



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



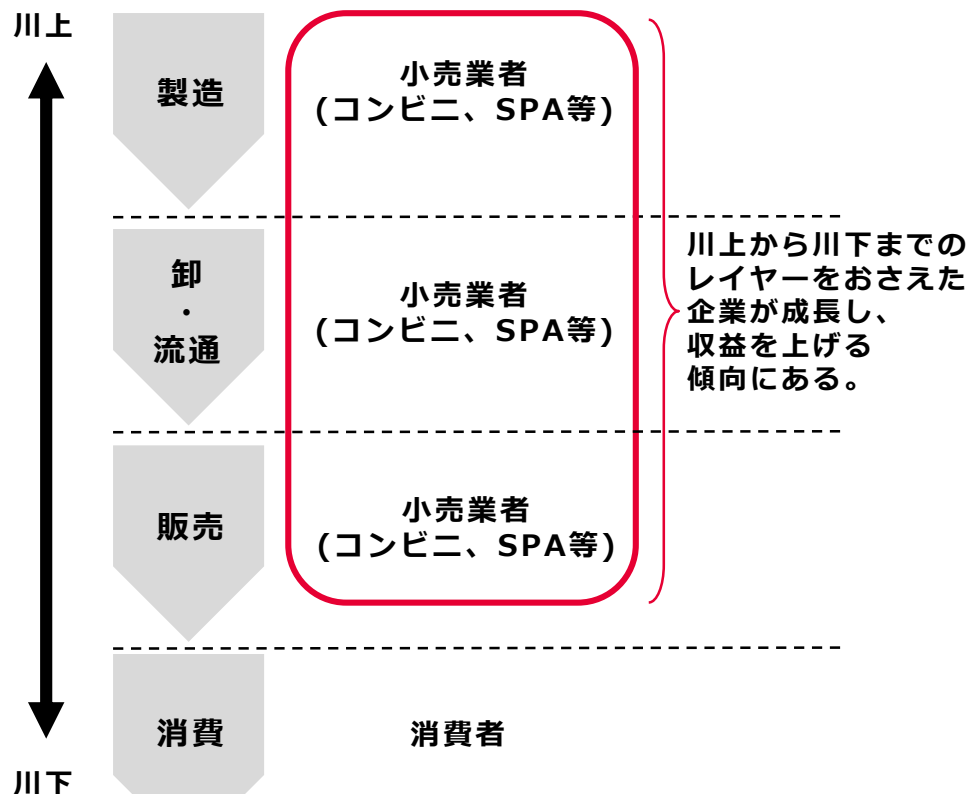
情報と人の距離を0にする。
= コンフリクトなく
パーソナライズされた
情報を取得し、
行動できる世界へ。

経営戦略: じげんが目指す方向性

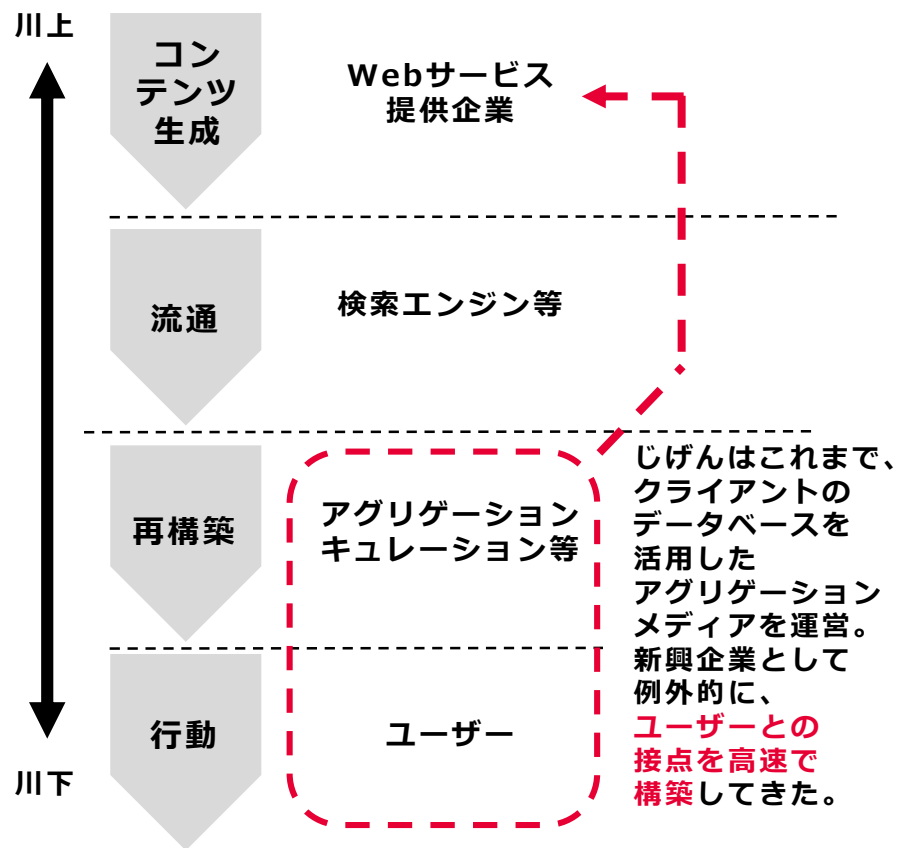


- 小売業界においては、消費者と直接接点を持ち大資本のコンビニやSPAが製造レイヤーから販売レイヤーまでを一気通貫で担うことで業績を伸ばしている。
- 一方、情報産業においては、**ユーザーとの接点が多い再構築レイヤー**からコンテンツ生成に進出できている企業は少なく、**拡張可能性が大きい**。

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





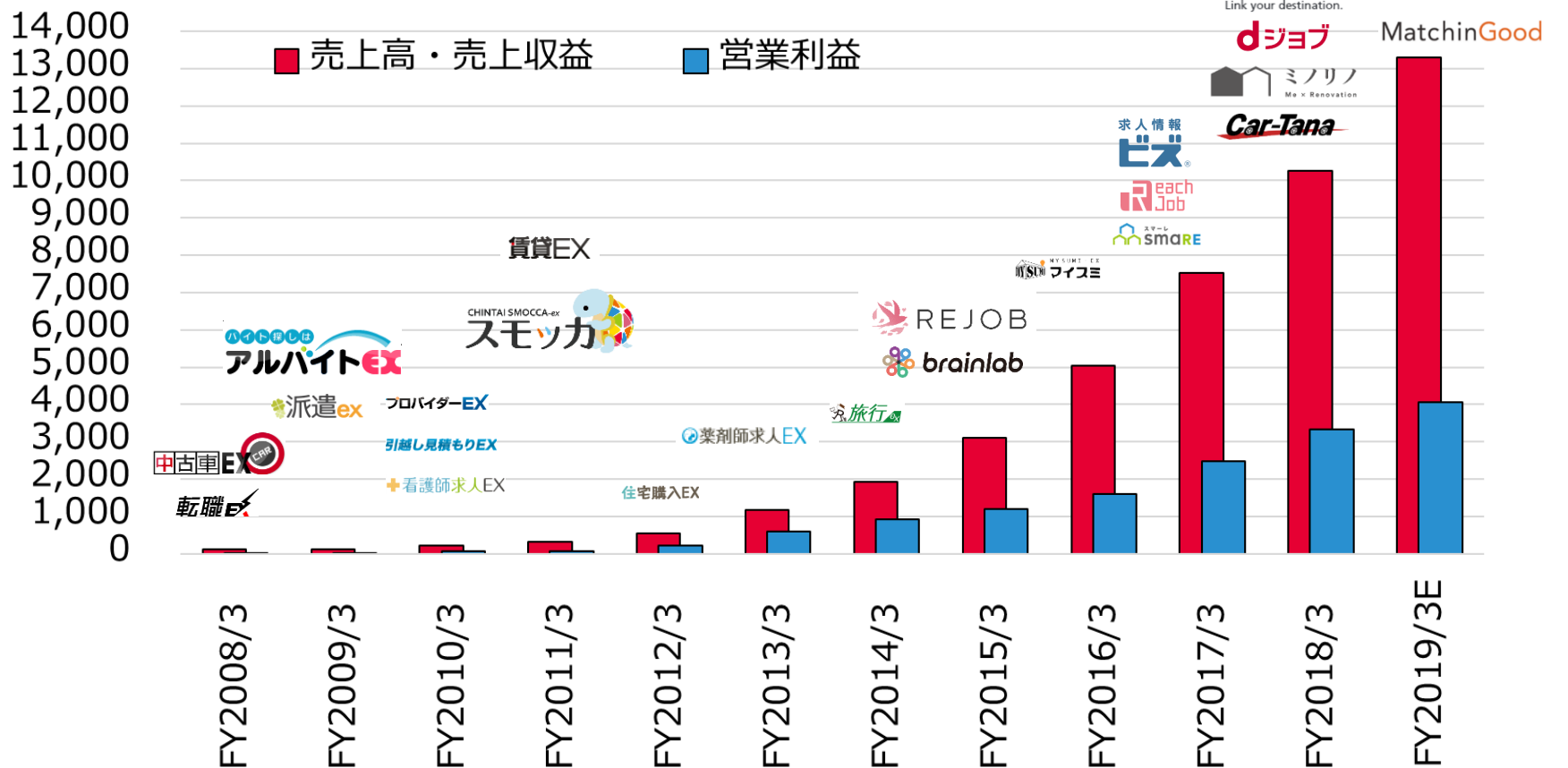
4. 参考資料

経営戦略：業績推移と新規事業創出実績



- 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。

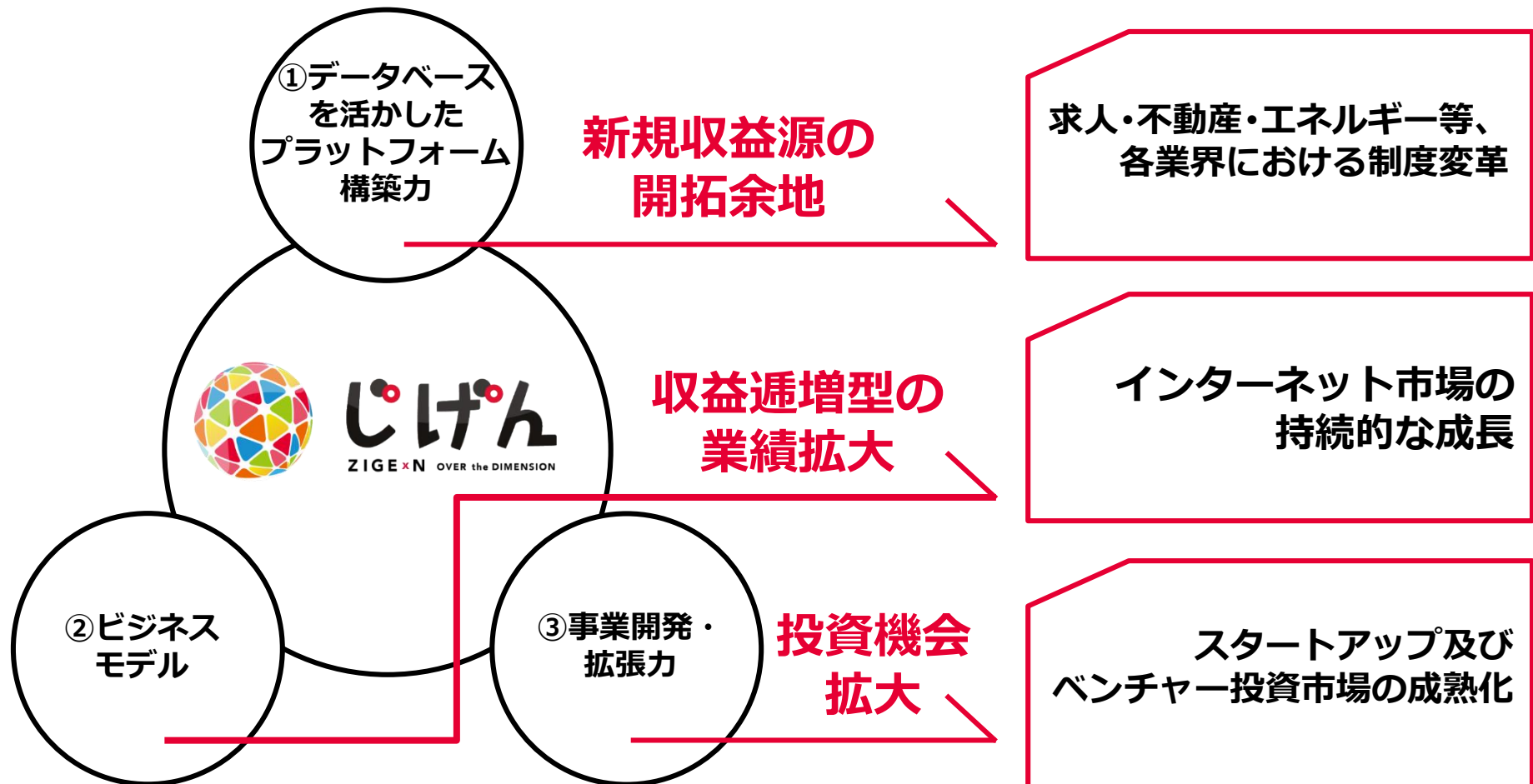
(百万円)





じげんの3つの強み

市場機会





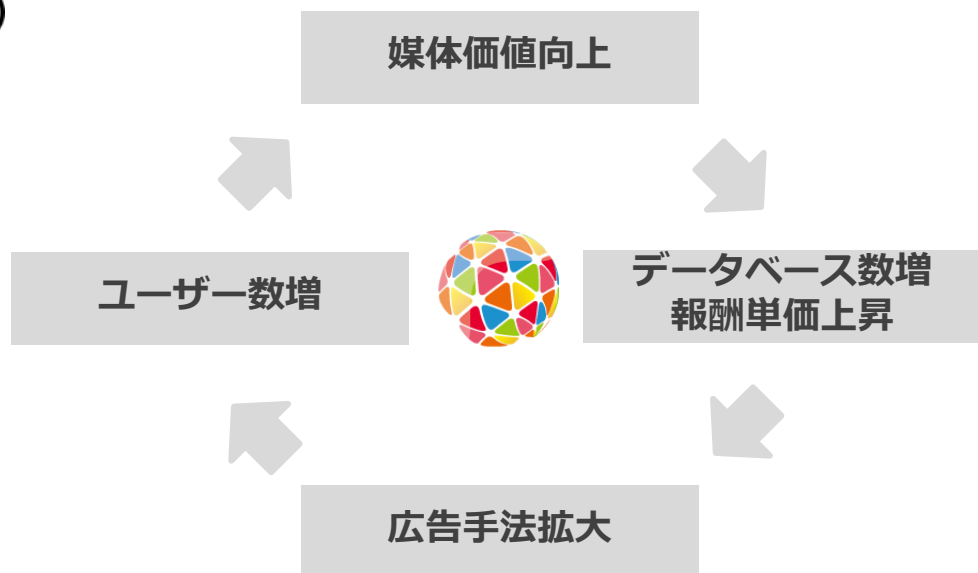
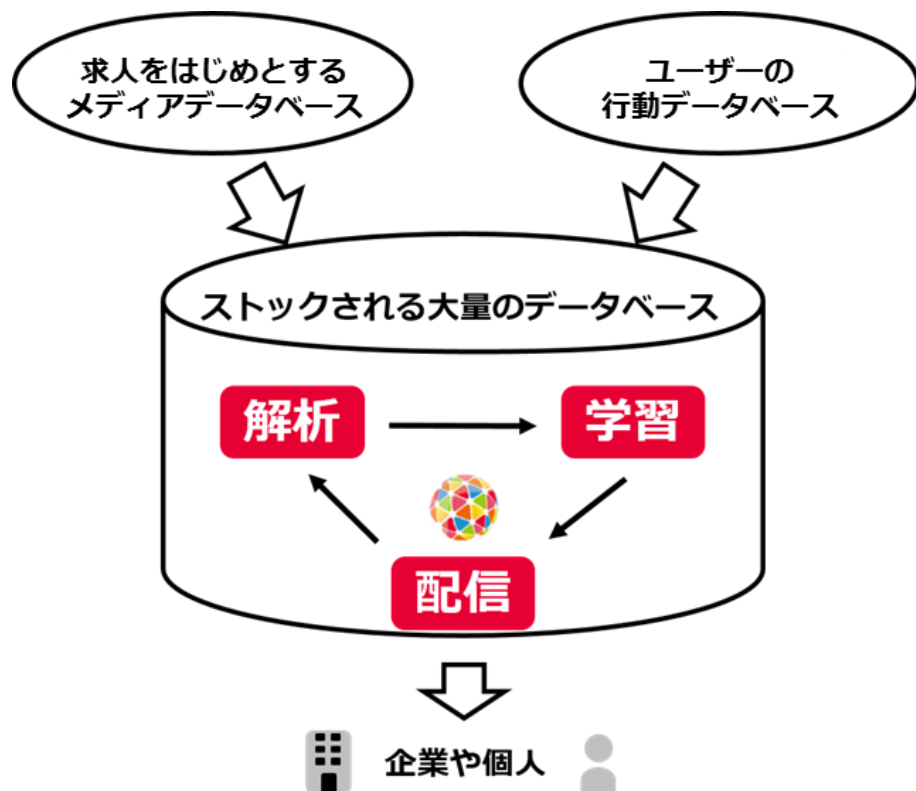
4. 参考資料

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 1.3兆円

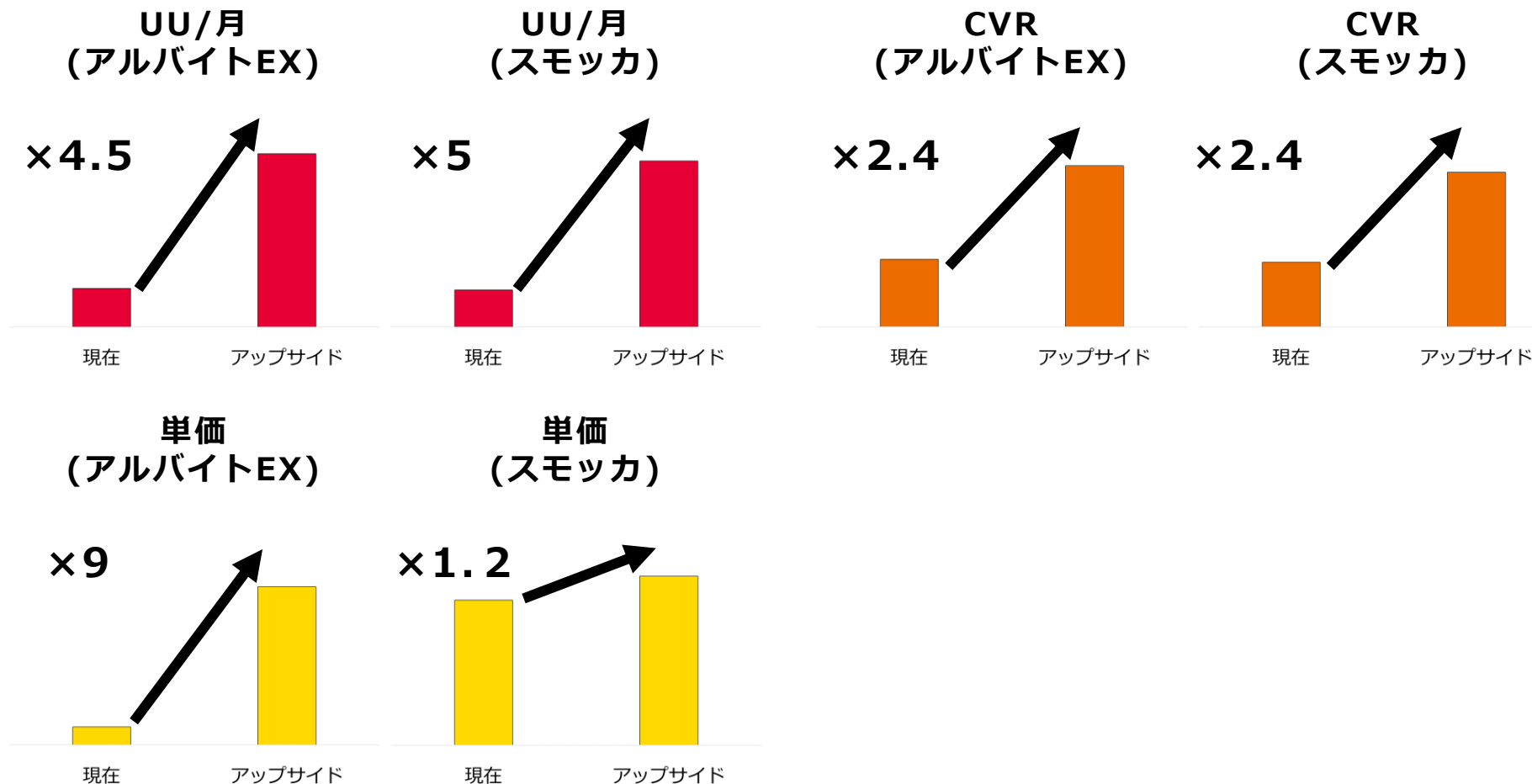
18/3期
人材売上収益
73.8億円

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。



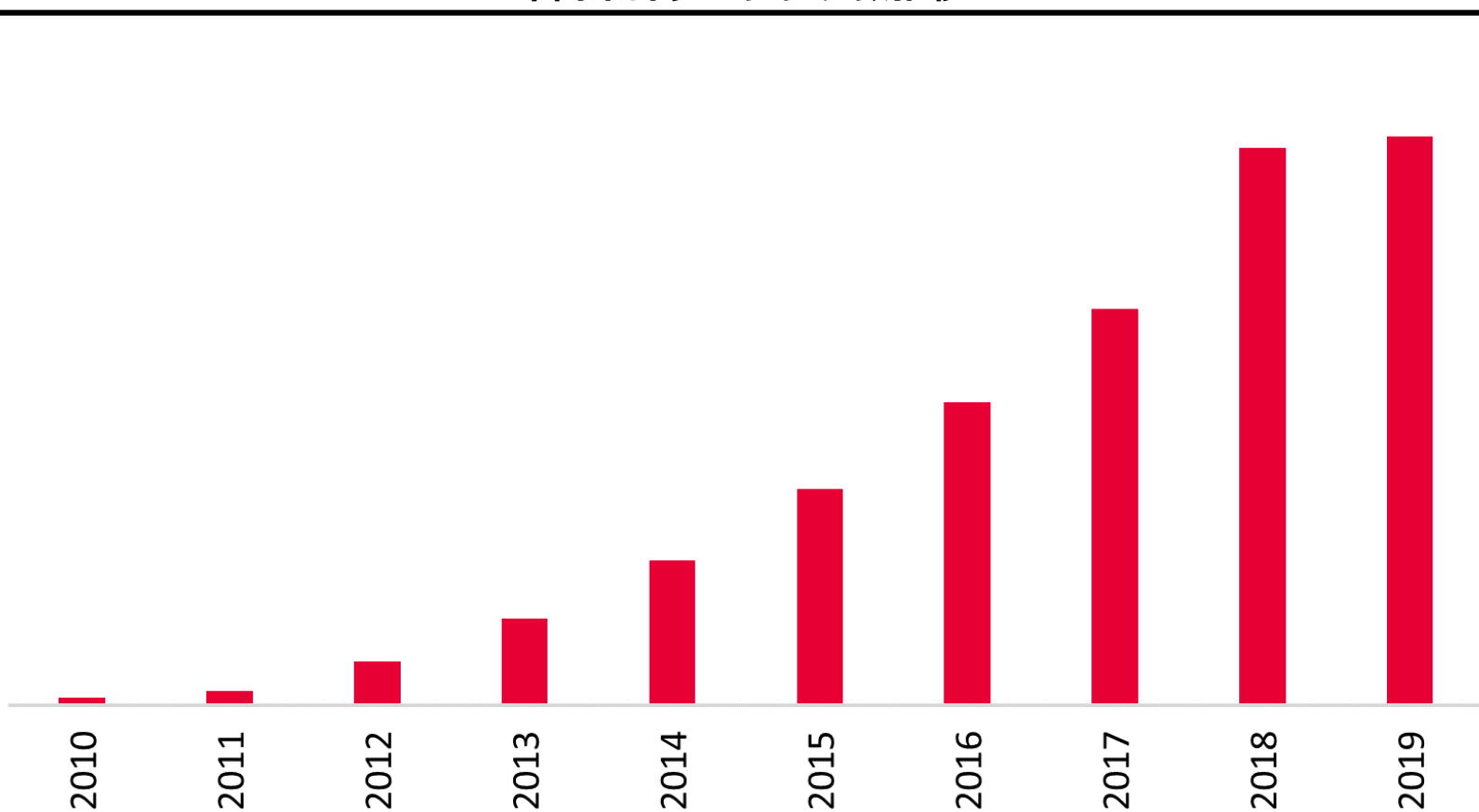
注: アップサイドは当社にて推測した大手求人メディア・大手不動産メディアの数値が基準





■ 上場以来2019年1月末までに、12件、総額約100億円(株式取得価額)のM&Aを実施。

年間累計ソーシング数推移



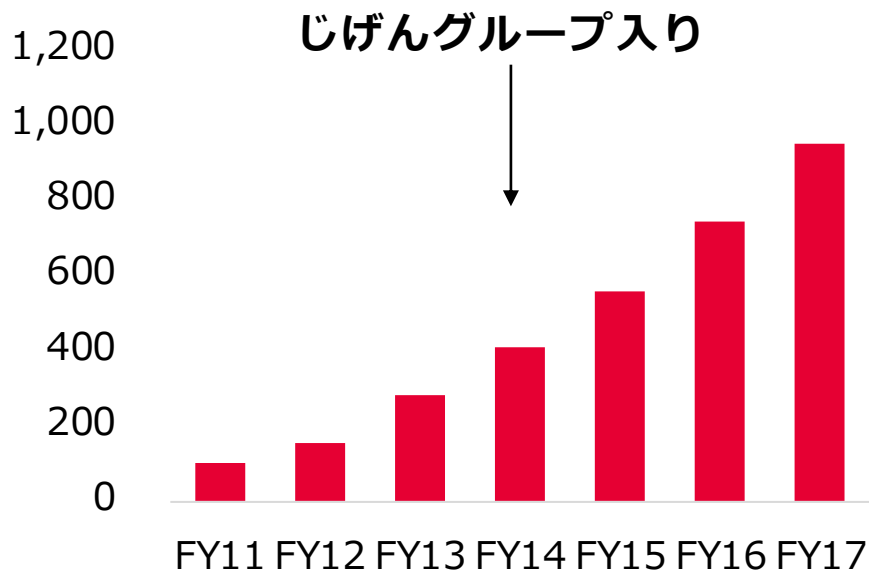
注:2019年のソーシング数は1月分のみを反映。



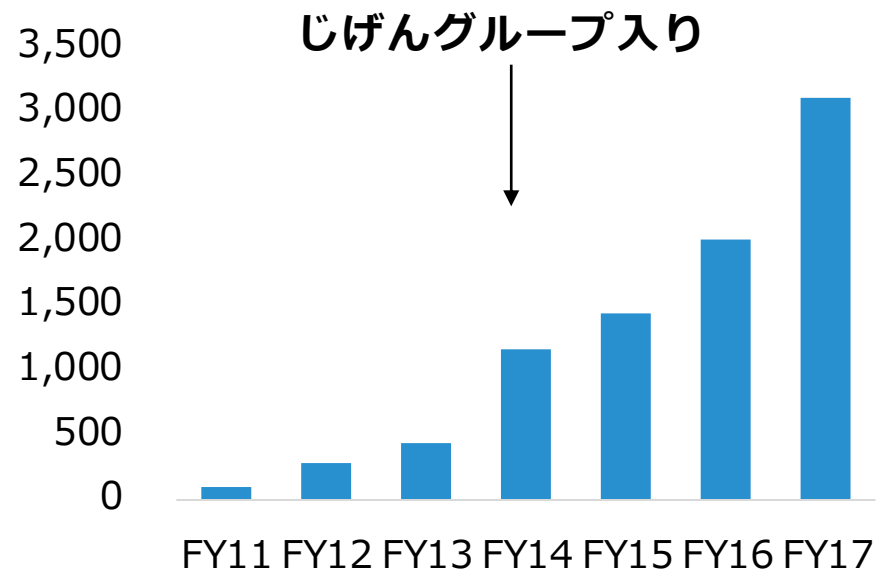


- 社内の経営人材、経営ノウハウを活用し、グループ会社のPMIを実施。
- 2015年3月期取得3社の営業利益は、買収前の2013年度と比較して直近で約10倍に増加。

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



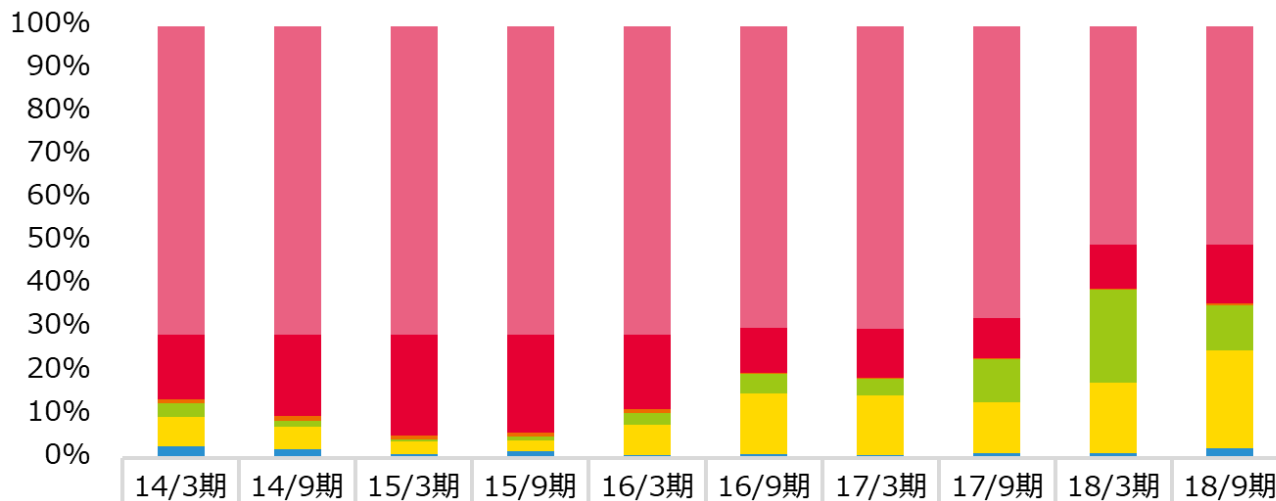


4. 参考資料

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。



■ 当社経営陣	71.4%	71.4%	71.4%	71.4%	71.4%	69.8%	70.0%	67.4%	50.5%	50.6%
■ 個人・その他	15.1%	18.9%	23.3%	22.7%	17.3%	10.4%	11.4%	9.3%	10.2%	13.6%
■ 事業法人等	0.9%	0.9%	1.0%	0.8%	0.7%	0.3%	0.2%	0.3%	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%	10.6%
■ 金融機関	6.8%	5.2%	2.9%	2.6%	7.0%	14.2%	14.0%	11.8%	16.3%	22.6%
■ 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%	2.3%
■ 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%	35.5%



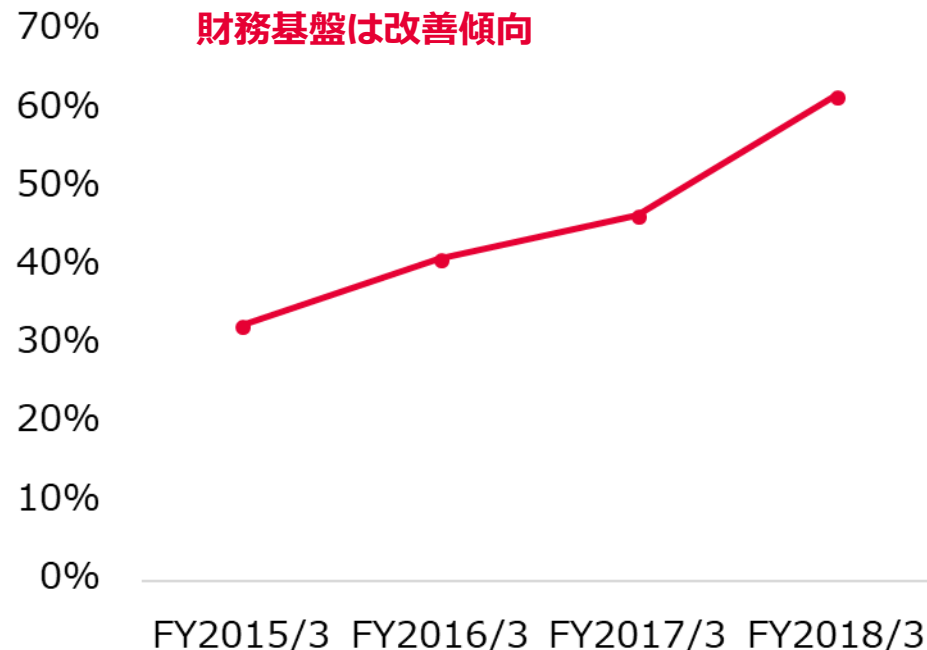
4. 参考資料

財務戦略：株主還元(配当)の開始



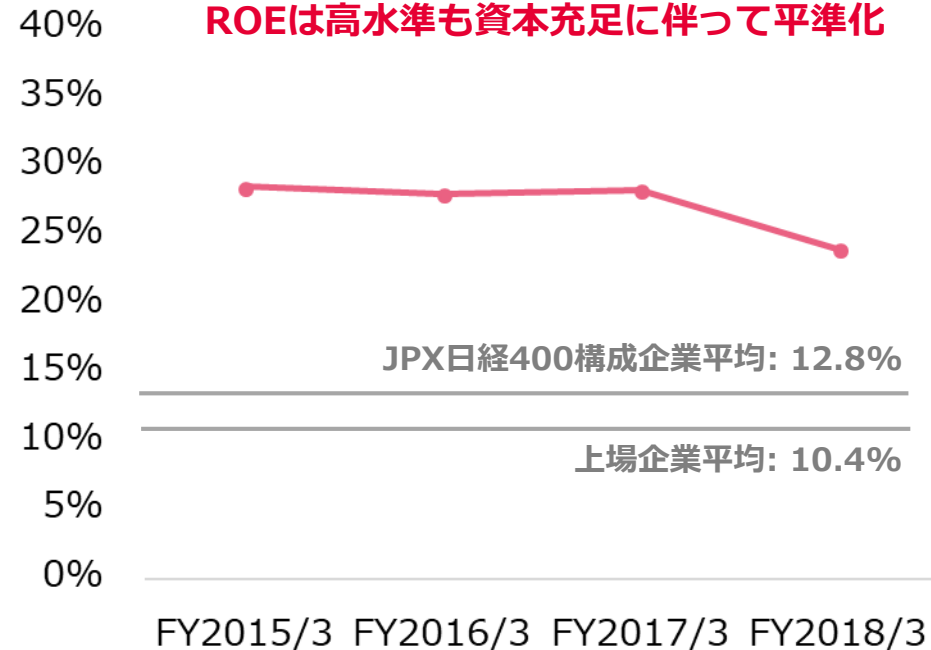
- 財務基盤や資本効率の状況に鑑み、2019年3月期より**1株当たり2円の期末配当を開始**。
配当原資には主に留保金課税解消による法人税負担額軽減分を充当予定。
- 当社のビジネスモデルの最大の強みは事業拡張性と収益逡増性であり、成長投資が株主価値の最大化に繋がるとの基本認識は変更なし。今後も**M&Aを含む投資戦略を積極的に進める方針**。

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 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 トレードカービュー取締役社長	じげん求人・住まい・自動車Div. アップルワールド にじげん トレードカービュー	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 マッチングッド	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 マッチングッド代表取締役社長	--	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：361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 2018 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」8年連続受賞

Forbes JAPAN

「Forbes Asia's 200 Best Under A Billion 2018」選出



「働きがいのある会社」ランキング8年連続ベストカンパニー選出



「FT1000 High-Growth Companies Asia-Pacific」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 ー次元を超えよ！

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。

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。

EBITDA: Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortizationの略。税引前利益に支払利息、減価償却費を加えて算出される利益を指す。

EV: Enterprise Valueの略。会社が生み出す将来のフリーキャッシュフローを割引いた現在価値のことを指す。

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を指す。

PMI: Post Merger Integrationの略。M&A（企業の合併・買収）成立後の統合プロセスのことを指す。

SaaS: Software as a Serviceの略。クラウド上で提供されるソフトウェアのことを指す。





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。

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。





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。

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。



- 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