



ZIGEXN
Update Your Story

株式会社じげん

2021年3月期 第4四半期決算説明

2021年5月14日

1.決算概要

2.業績予想と今後の戦略

3.参考資料

1.決算概要

- 積み上げ型収益の拡大やミラクス(注1)の株式取得(人材領域)、比較メディア事業の譲受(人材・生活領域)により、厳しい外部環境下においても経営努力により通期業績予想レンジ中央値に対して売上収益は101%、EBITDAは98%達成。
- 第2四半期に計上した負ののれん及び減損損失等は非資金性のため、EBITDAへの影響は軽微。

(百万円)	FY2020/3 実績	FY2021/3 業績予想	FY2021/3 実績	達成率(注3)
売上収益	13,199	11,500~13,500	12,564	101%
人材領域	8,684	6,600~7,300	7,685	111%
不動産領域	2,512	3,400~4,300	3,391	88%
生活領域	2,003	1,500~1,900	1,488	88%
EBITDA	4,619	3,300~4,500	3,808	98%
営業利益	3,806	--	-1,062	--
親会社所有者帰属 当期利益	2,669	--	-1,964	--

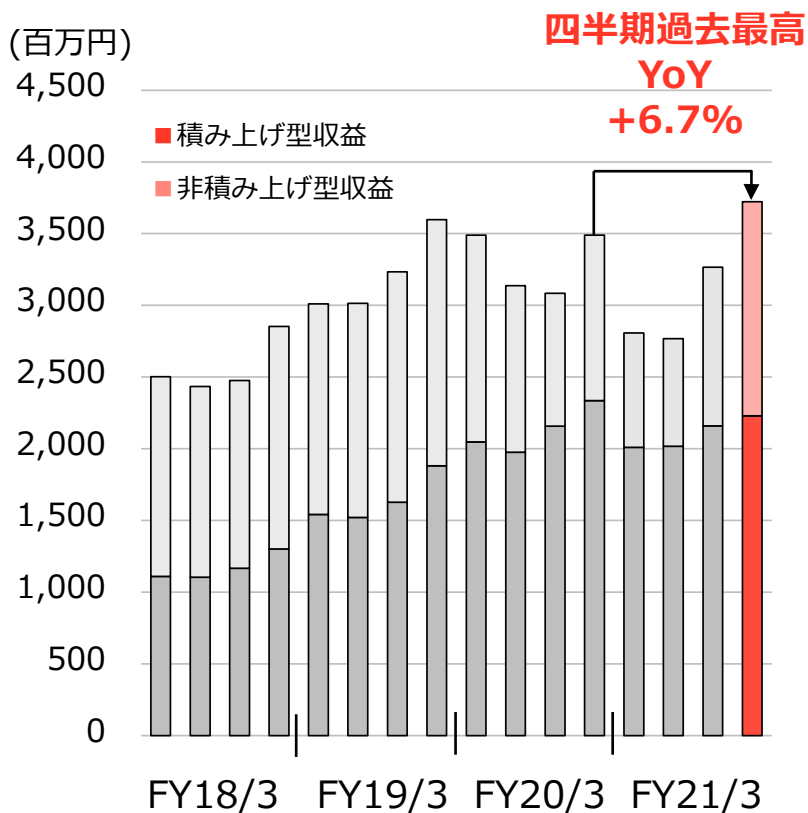
注1: 2021年1月にHITOWAキャリアサポートより社名変更

注2: 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

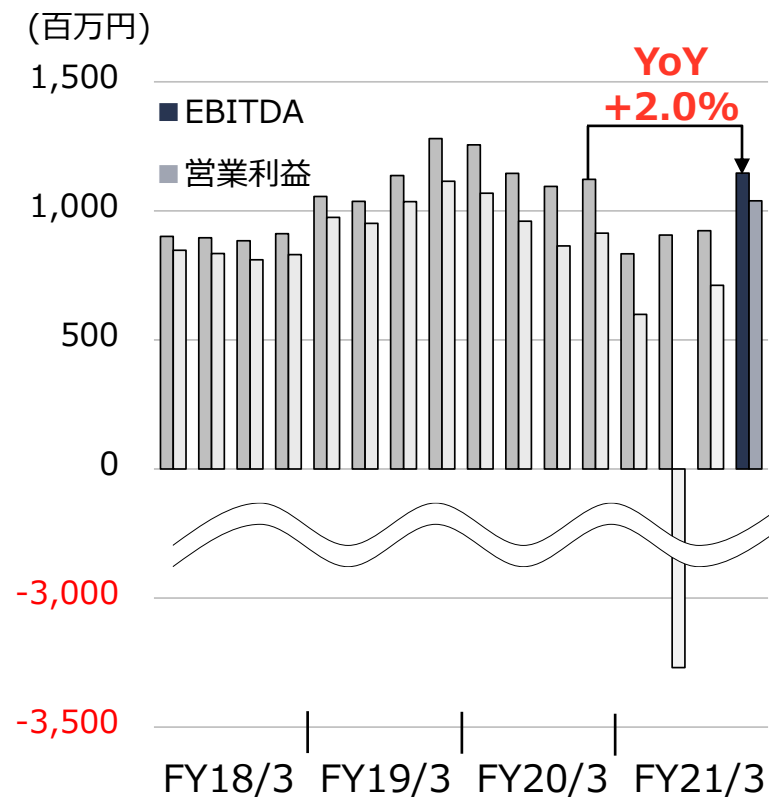
注3: 達成率は通期業績予想レンジの中央値を基準に算出。

- 第4四半期の売上収益及びEBITDAは共にYoY増収増益を達成。売上収益はYoY+6.7%と**四半期過去最高を更新**。積み上げ型中心への収益構造転換とコロナ禍からの底打ちを実現。
- EBITDAも前年比+2.0%と1Qを底に2Q、3Q、4QとQoQでも増益し改善傾向が持続。

四半期連結売上高・売上収益推移

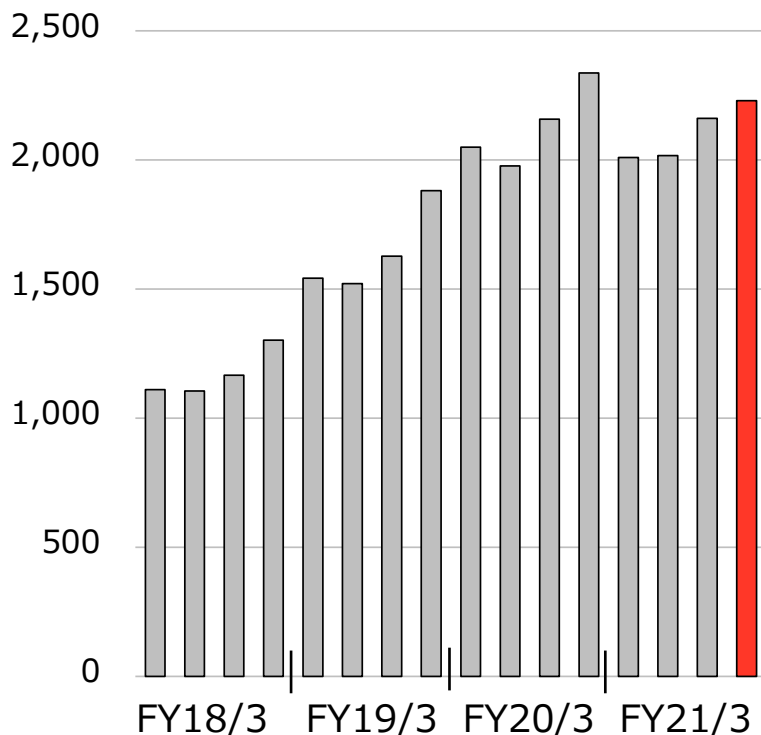


四半期連結EBITDA・営業損益推移



- 事業環境が変化した2021年3月期においては、営業リソースの量的投入よりも顧客への提供価値の質的向上によるLTV改善に注力した結果、当社が最重要視する積み上げ型収益は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けるも1Q<2Q<3Q<4Qと順調に回復。リジョブ、スモッカ、ミラクス等を中心とした積み上げ型収益の再拡大を引き続き優先。

積み上げ型収益推移（百万円）



LTV改善に向けた施策例

- ✓ リジョブにおける顧客状況の精緻なモニタリングによる採用率改善、長期掲載プランの営業提案積極化等。
- ✓ スモッカにおける集客品質向上のためのオプション商材の開発、拡販等。
- ✓ ブレイン・ラボにおけるCS体制の効率化、契約プランの多様化、オプション商材の拡充による解約率抑制、提供価値拡大等。

1.決算概要

四半期業績

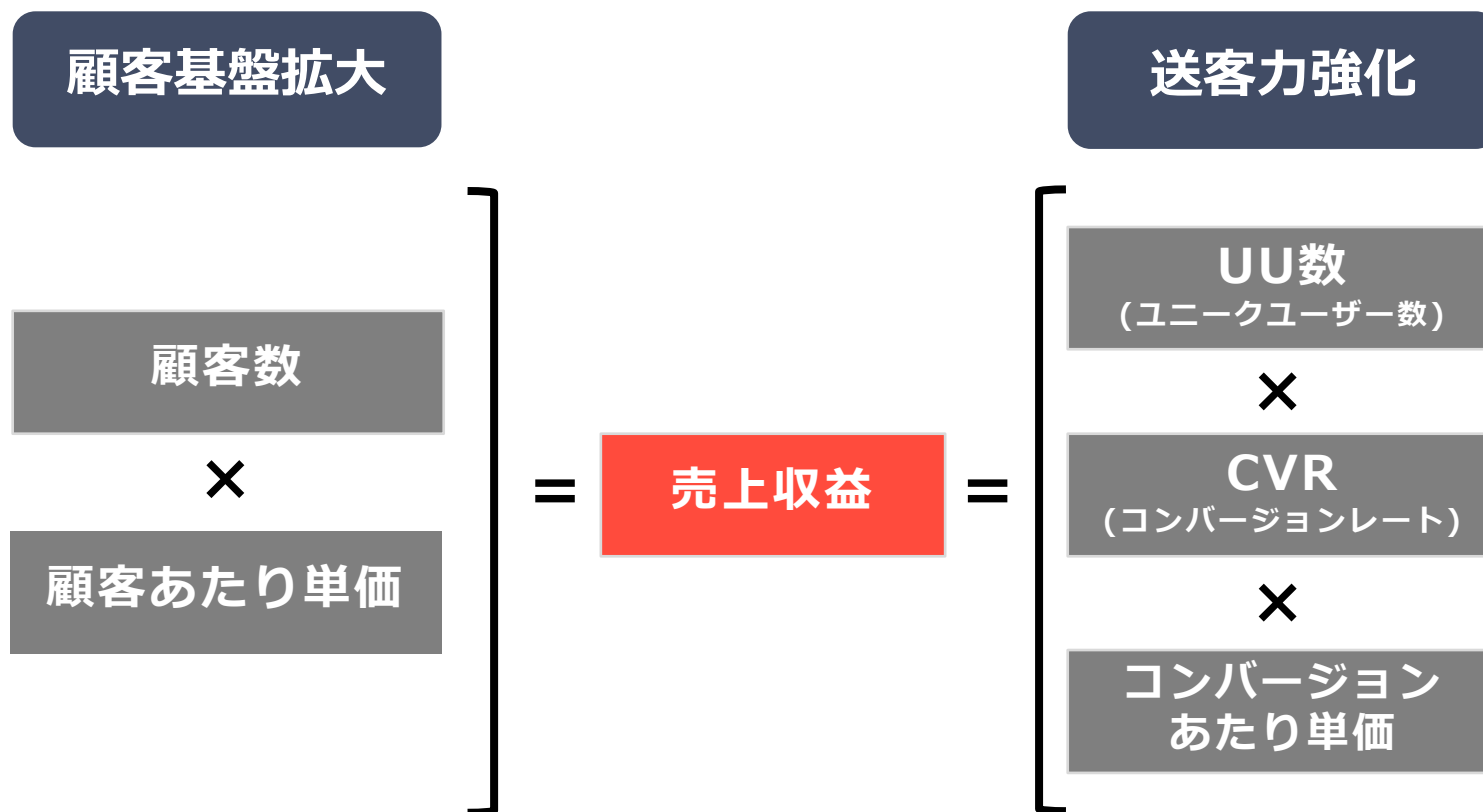
- 4Qは前年比で売上収益+7%、EBITDA+2%(IFRS)と増収増益。
- 適切なコストコントロールにより、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済活動の制限下においても20%超の営業利益率、約30%の売上収益EBITDAマージンを継続確保。

(百万円)	FY2020/3				FY2021/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上収益	3,489	3,137	3,084	3,489	2,807	2,768	3,267	3,723
前年比	15.9%	4.1%	-4.6%	-3.0%	-19.6%	-11.8%	5.9%	6.7%
人材領域	2,367	2,034	2,091	2,192	1,714	1,621	2,116	2,234
不動産領域	589	568	490	865	780	780	806	1,025
生活領域	533	535	503	432	313	367	345	464
EBITDA	1,256	1,145	1,095	1,123	834	906	923	1,146
前年比	18.9%	10.5%	-3.6%	-12.2%	-33.6%	-20.9%	-15.7%	2.0%
EBITDAマージン	36.0%	36.5%	35.5%	32.2%	29.7%	32.7%	28.3%	30.8%
営業利益	1,069	960	864	914	599	-3,290	711	918
前年比	9.6%	0.8%	-16.6%	-18.0%	-44.0%	-	-17.7%	0.4%
税引前四半期利益	1,067	959	863	911	597	-3,291	709	916
親会社所有者帰属 四半期利益	733	653	590	693	423	-3,437	438	612

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

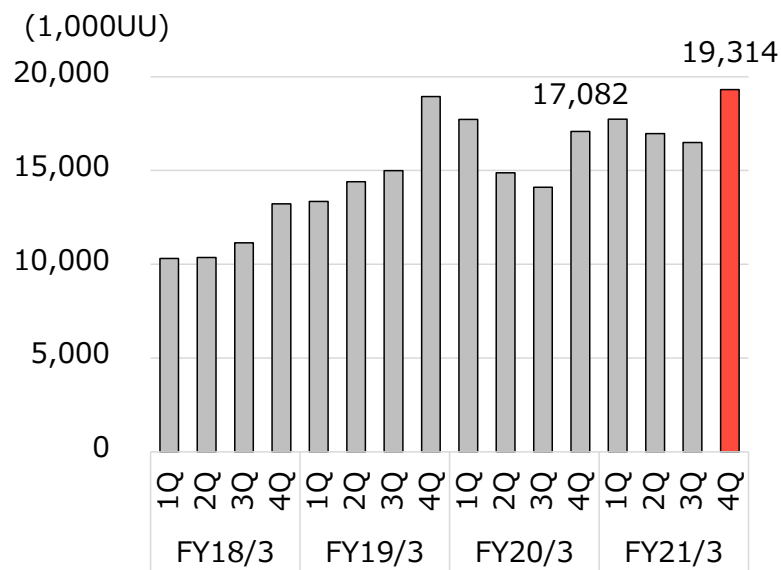
インターネットメディア事業のKPI

- 主力のインターネットメディア事業の売上は、送客力(ユーザーサイド)の観点からはUU数、CVR、コンバージョンあたり単価、顧客基盤(クライアントサイド)の観点からは顧客数、顧客あたり単価に分解される。



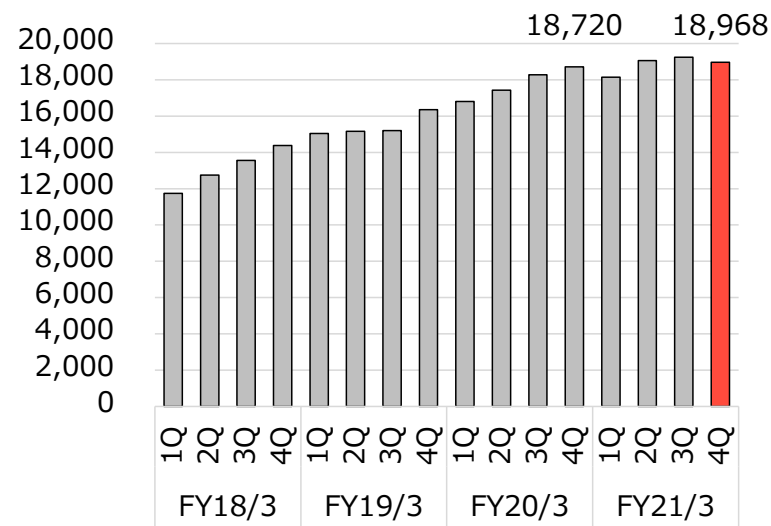
- UU数: 4Qは前年比+13%。
- 顧客数: 4Qの顧客社数は18,968社。新型コロナウイルスの影響が特に大きかった旅行領域の顧客数が著しく減少するも、グループ全体としては前年比で堅調に増加。

UU/月の推移



注: UUを集計していないサービスの数値は除く。

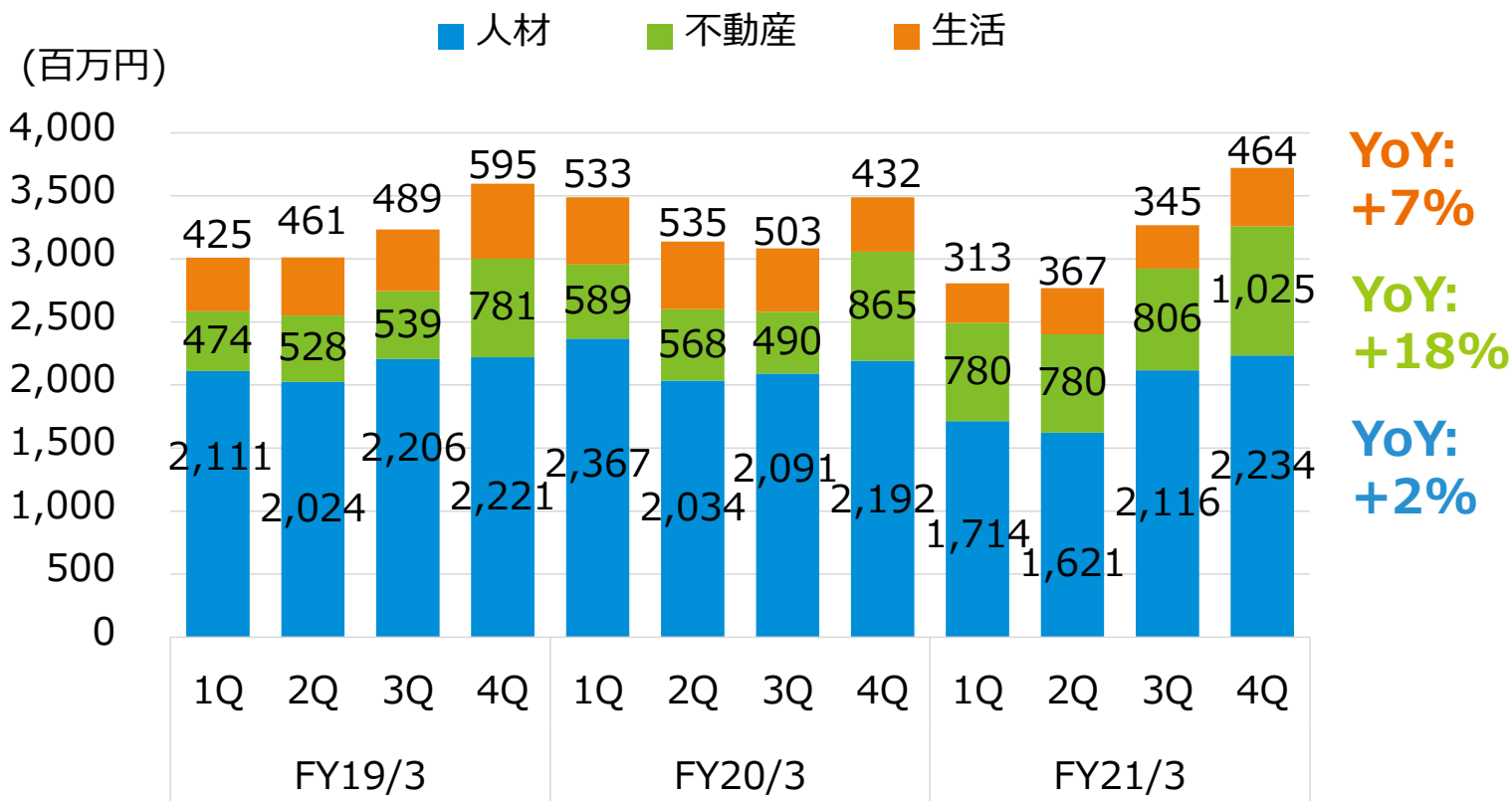
顧客数の推移 (社)



注: 各四半期末から1年以内に売上の発生した顧客企業の合計。

領域別売上収益推移

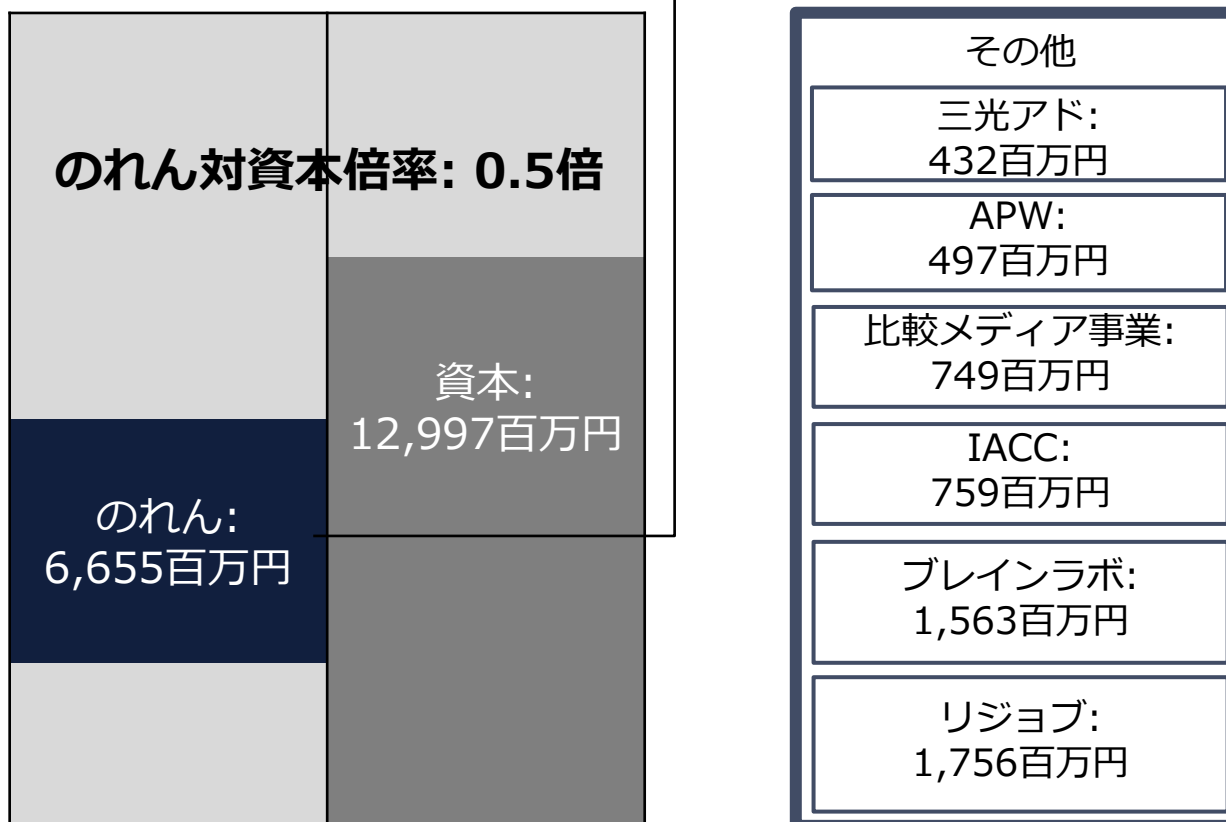
- 全領域で前年比増収を達成。
- 人材領域は2020年9月に株式取得したミラクス及び同年12月譲受の比較メディア事業（FC）の貢献で前年比増収。
- 不動産領域は顧客社数拡大や2020年2月にグループ入りしたアイアンドシー・クルーズ（以下「IACC」、2020年7月にじげんと合併）の貢献で大幅増収。
- 生活領域の旅行領域では引き続き新型コロナウイルス感染症拡大に伴う経済活動の制限の影響を受けるも、2020年12月譲受の比較メディア事業（結婚相談所・家庭教師・留学）の貢献で前年比増収。



- 2021年3月末時点ののれん金額は66.6億円。
- 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64.6%と高い財務健全性を維持。

資産・負債及び資本:
20,101百万円

のれん: 6,655百万円



注: IACCは2020年7月時点でじげんと吸収合併済み。

- 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とする財務方針を継続。2020年5月には10億円取得枠を設け、全額を実施済み。
- のれん減損損失等により親会社所有者帰属当期利益がマイナスであり、財務状態に鑑みて総合的に判断し、2022年3月期の自己株式取得は行わない。
- 2021年3月期配当は1株当たり3円に設定。2022年3月期配当は、増収増益を見込み3.5円を計画。

キャッシュフローと株主還元

(百万円)	FY2020/3	FY2021/3	FY2022/3
親会社の所有者に帰属する当期利益	2,669	▲1,964	
戦略投資額	1,330	1,498	
配当総額	333	324	
1株当たり配当	3円	3円	3.5円
自己株式取得枠	0	1,000	0

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。

	顧客基盤(クライアントサイド)	送客力(ユーザーサイド)
人材	<ul style="list-style-type: none"> ・理美容業においては、一部店舗では引き続き採用ニーズが減退している一方で、利用者が回復している店舗を中心に採用意欲が緩やかに復調。 ・契約事業所数は第2四半期より順調に増加しており、前年同四半期水準に回復。 	<ul style="list-style-type: none"> ・求職者の動きは引き続き堅調。求職者による応募数は前年を上回るペースで推移。 ・緊急事態宣言が再発出された4月以降も活発なユーザーアクティビティに変化はなし。
不動産	<ul style="list-style-type: none"> ・不動産仲介業者やリフォーム工事業者はインターネットメディアへの広告効率重視の姿勢を強めるも、出稿需要は堅調。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ユーザーによる家探し需要は相対的に堅調。 ・巣ごもり需要の一環として住宅リフォームへの意欲は緩やかに拡大傾向。
生活	<ul style="list-style-type: none"> ・旅行代理店は国内旅行需要の取り込みに優先的に経営資源を配分。 ・中古車輸出会社の出稿意欲は復調傾向もペースは緩やか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内旅行需要は前年比では緩やかに復調も、緊急事態宣言が発令された1月以降はやや減退。海外渡航需要は底ばい。 ・海外の中古車購買希望者の需要は復調傾向もペースは緩やか。

- 第4四半期より再度原則在宅勤務に切り替えも、当社主力のインターネットメディア事業やシステム事業はテレマーケティング、ウェブマーケティングとの親和性が高く、営業活動や従業員生産性への影響は限定的。

事業運営の状況	
2020年 3月	<ul style="list-style-type: none"> ・一部従業員の在宅勤務 ・不要不急の出張制限、商談や面談、当社主催イベントの原則オンライン化
4～5 月	<ul style="list-style-type: none"> ・原則として全従業員の在宅勤務 ・不要不急の出張制限、商談や面談、当社主催イベントの原則オンライン化
6 月	<ul style="list-style-type: none"> ・一部従業員の在宅勤務 ・不要不急の出張制限、商談や面談、当社主催イベントの原則オンライン化
7～12 月	<ul style="list-style-type: none"> ・定常的な在宅勤務やオフィスにおける感染対策を含む新勤務制度を導入、全社的に従業員の出勤頻度を一定に設定
2021年 1月～5月	<ul style="list-style-type: none"> ・緊急事態宣言時期に合わせ、原則として全従業員の在宅勤務 ・不要不急の出張制限、商談や面談、当社主催イベントの原則オンライン化

2.業績予想と今後の戦略

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

経営 戦略

Z CORE創出のため、

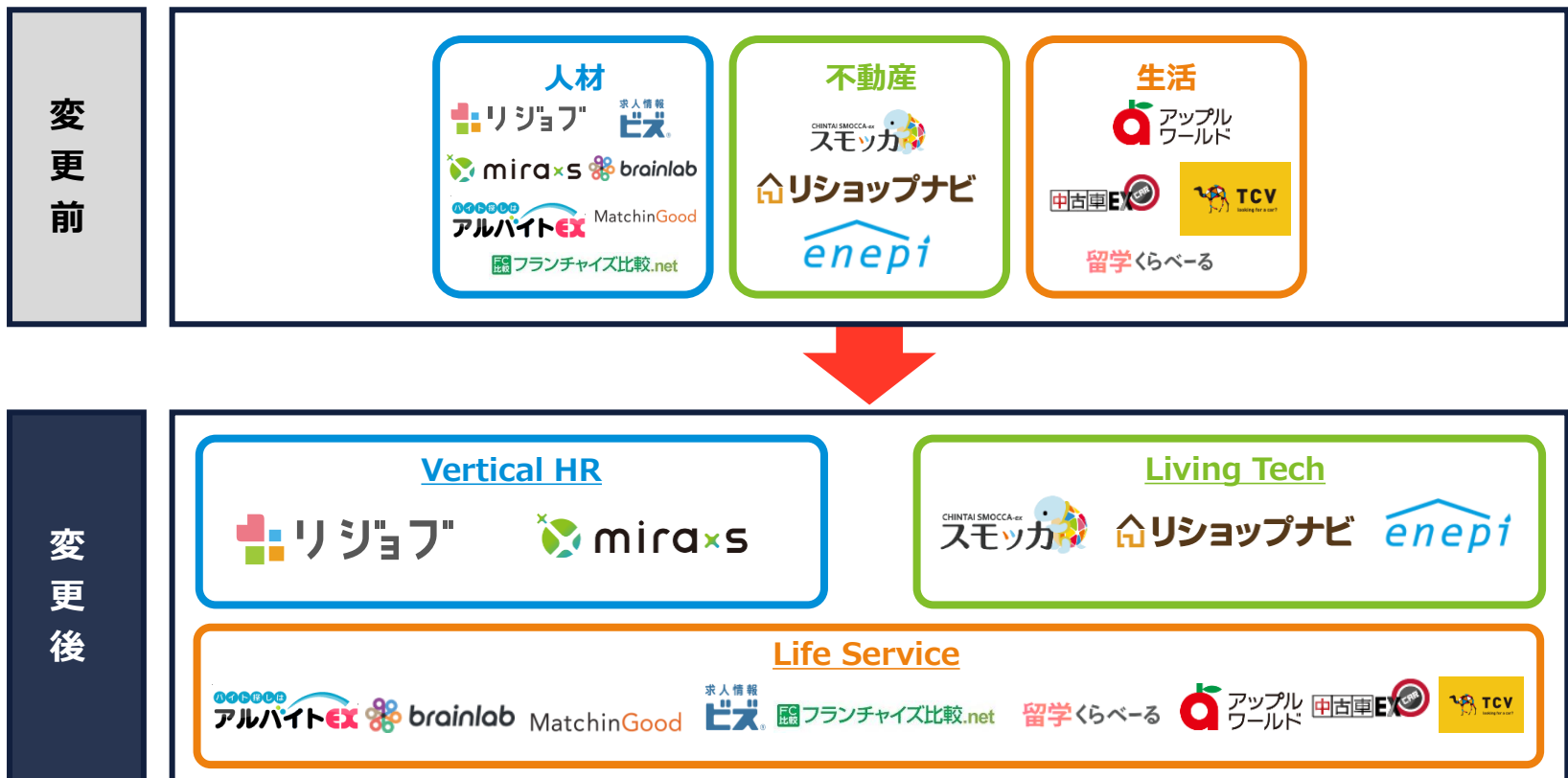
**選択と集中（マーケット選定と経営資源配分）を図り、
強み（マッチングテクノロジー）の拡張と、顧客基盤
拡大を加速させる先行投資を実行**

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%

2.業績予想と今後の戦略 事業セグメントの変更

- 経営戦略の転換に伴い、事業セグメントの変更を実施。主力として認識する事業を「**Vertical HR**」「**Living Tech**」としてそれぞれ区分する。
- その他の事業は「**Life Service**」として区分。主力事業と同じく多くのDBを保有し当社のマッチングテクノロジーの源泉となっていることや業績状態を踏まえて、**経営資源の土台として認識**。



注1: 主に決算短信内にて使用している区分。

注2: 有価証券報告書上の「ライフメディアプラットフォーム事業」は「ライフサービスプラットフォーム事業」に名称変更。

- 不透明な外部環境に鑑み、2022年3月期の業績予想はレンジ形式で開示。
- 第2次中期経営計画の初年度は先行投資期間と位置づけ、Z CORE育成のための広告宣伝費等投資を行い、更なる収益拡大を目指す。
- EBITDAは、過去最高益水準を目指す。

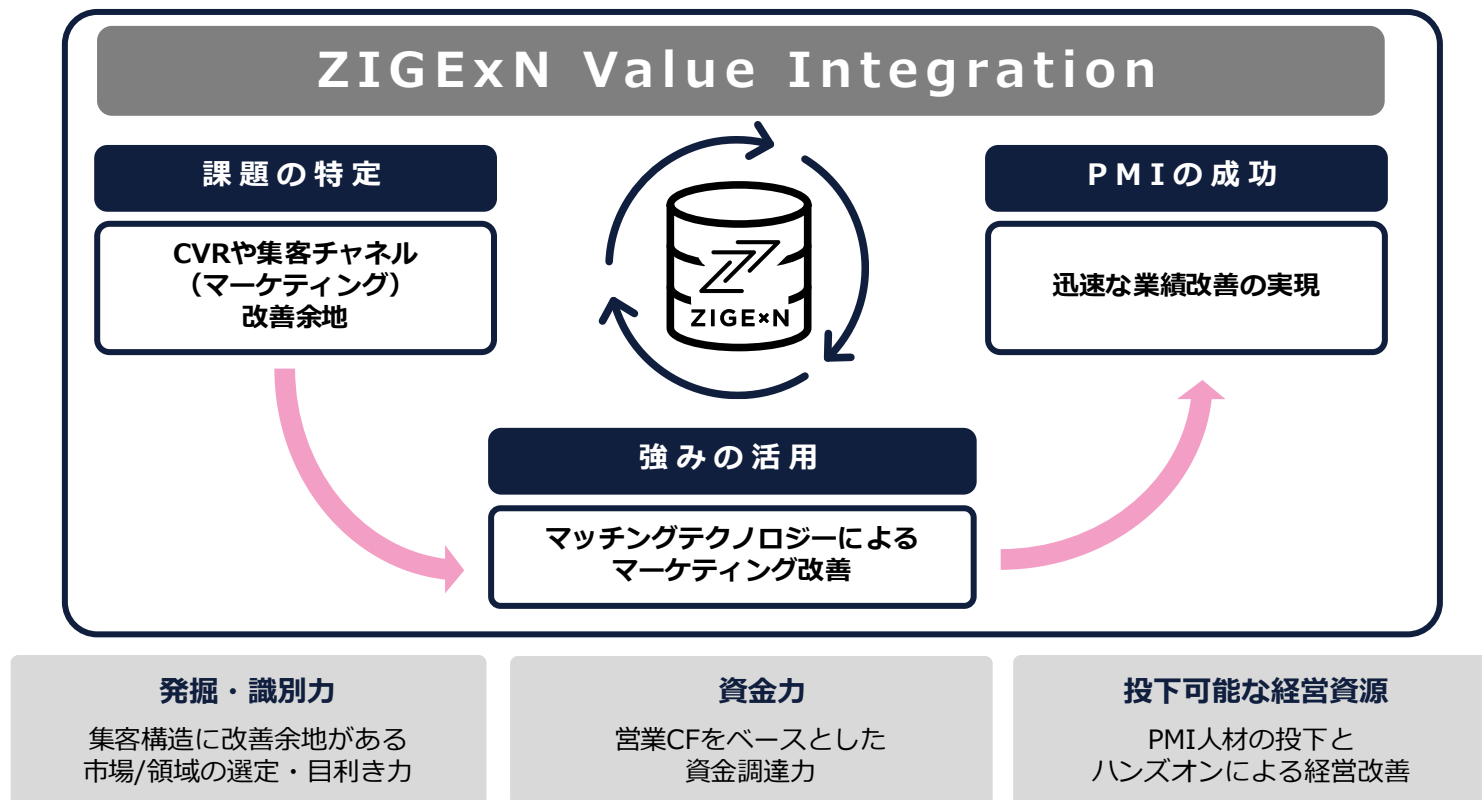
(百万円)	FY2021/3 通期実績	FY2022/3 通期予想	前年比
売上収益	12,564	15,500~17,000	+23%~+35%
Vertical HR	4,800	5,900~6,500	+23%~+35%
Living Tech	3,391	4,300~4,700	+27%~+39%
Life Service	4,373	5,300~5,800	+21%~+33%
EBITDA	3,808	4,400~5,100	+16%~+34%
営業利益	-1,062	--	--
親会社所有者 帰属当期利益	-1,964	--	--

注1: 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

注2: 2022年3月期の減価償却費及び償却費は現時点では900百万円程度を想定。

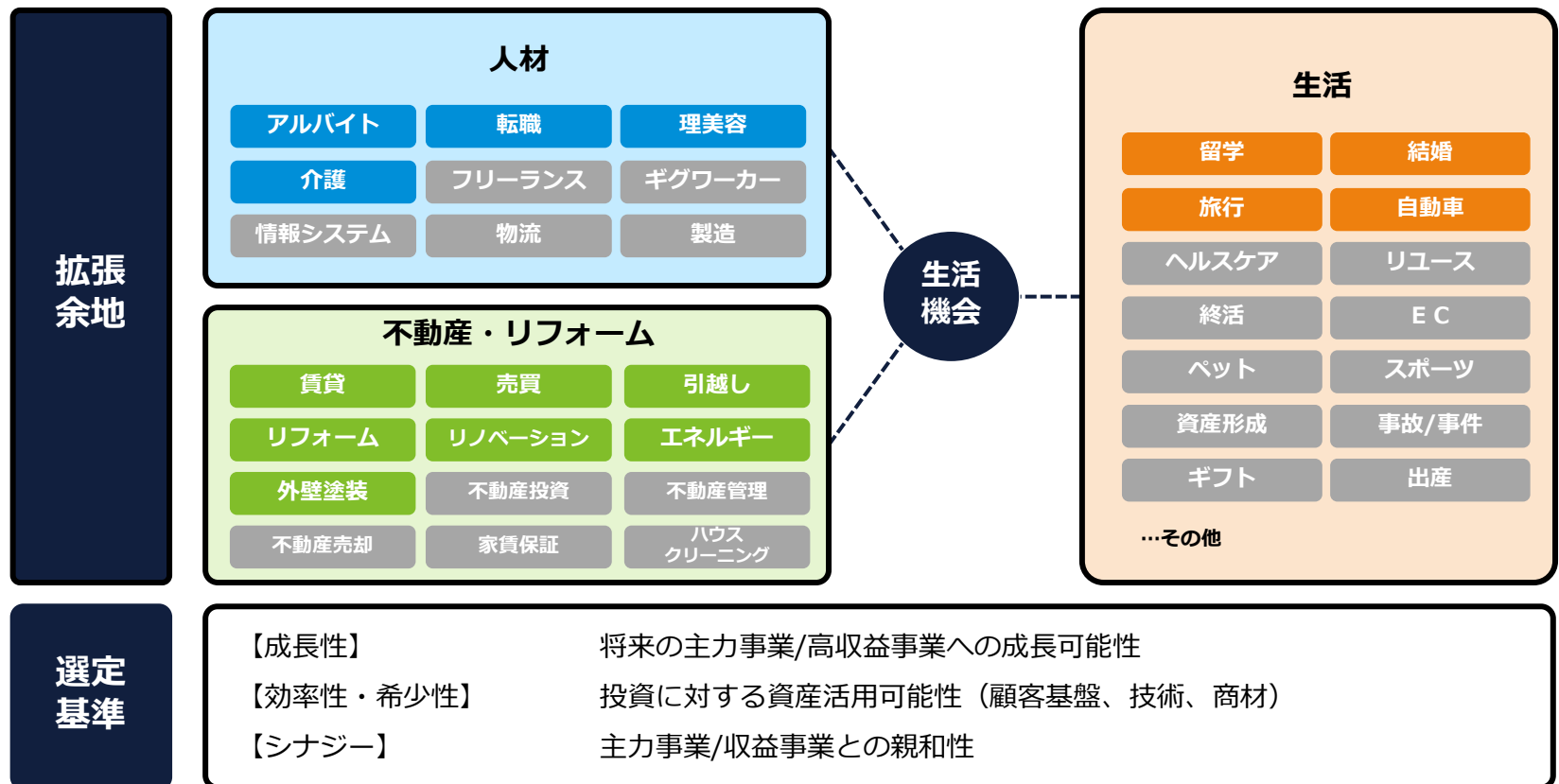
- 発掘・識別力、資金力、投下可能な経営資源を土台に、サービス・事業の**CVR改善余地を特定**し、**マッチングテクノロジーの活用**により、迅速な業績改善を実現（リジョブ・IACC等）。
- 当社ノウハウを凝縮した確度の高いPMI手法である「ZVI」につき今後も磨きをかけていく。

ZVI活用によるM&A戦略



注: IACC=旧アイアンドシー・クルーズ株式会社。現在の当社リフォーム事業に当たる。

- 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。

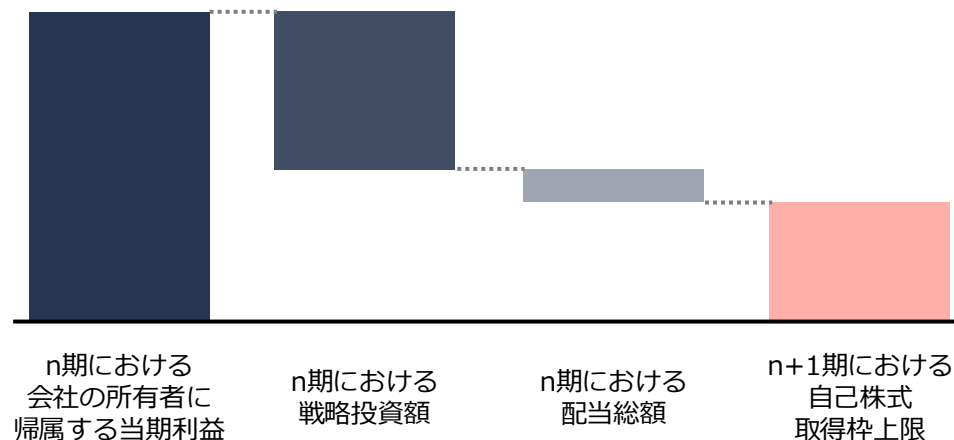


- FY2020/3以降採用する、当該年度の親会社の所有者に帰属する当期純利益から戦略投資額と配当総額を除いた金額を翌年度の自己株式取得枠上限とする方針は原則として継続。ただし、ROEが株主資本コストを大きく上回る状況やBSの状況等を総合的に鑑み、次年度の自己株式取得実施/不実施を柔軟に検討。
- 取得済み自己株式は将来のM&A対価等に充当する予定。

中期的な株主還元方針

配当性向の目安	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抛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。

- 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、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
天野孝則	執行役員 経営推進部部长 サステナビリティ推進室室長 ミラクス代表取締役社長	リクルートグループを経て、2016年当社入社
波多野佐知子	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	アイアンドシー・クルーズ創業、取締役COOを経て、2020年当社入社
今井良祐	執行役員 にじげん代表取締役社長	新卒社員として、2013年当社入社
代田晴久	三光アド代表取締役社長 BizMo代表取締役社長	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
中江典博	ブレイン・ラボ代表取締役社長	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	APW代表取締役社長	SAPジャパン、KPMG FAS、DeNAトラベル等を経て、2018年当社入社
小澤直樹	TCV取締役社長	カーチスホールディングス、アガスタ代表取締役社長を経て、2016年当社入社
早川翔	経営戦略部部长	森・濱田松本法律事務所を経て、2020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1: にじげん執行役員、主要なグループ会社の代表取締役、コーポレート責任者を記載。

注2: いずれも2021年6月28日又は2021年7月1日以降予定している役職を記載。

- （次期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	役職	略歴及び主な地位
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）
天野孝則	取締役	リクルートグループを経て、2016年当社入社。 当社グループ会社であるブレイン・ラボ代表取締役社長をつとめ、 現在は、ミラクス代表取締役社長、 当社執行役員 経営推進部部长、サステナビリティ推進室室長。
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、当社執行役員 経営管理部部长、他当社グループ会社取締役。
守安功	社外取締役	日本オラクル、 ディー・エヌ・エー取締役兼執行役員COO、代表取締役社長兼執行役員CEOを経て、 現在は、同社取締役。
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、 現在は、LocationMind取締役COO。
尾上正二	社外常勤監査役	三井金属鉱業執行役員、常勤監査役、 カルチュア・コンビニエンス・クラブ常勤社外監査役等を経て、 2013年より当社社外監査役、他当社グループ会社監査役。
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）、GCA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：2021年6月28日株主総会決議を以て就任予定

2.業績予想と今後の戦略

取締役会構成の変更

- 経営戦略のUpdateに向け、当社取締役会の構成を変更予定。
- 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、これまでの経営陣により蓄積された迅速性、攻守バランスを引き継ぎながら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	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	●	●	●	●		●	●
天野	●			●		●	●
波多野				●	●	●	●
守安	●	●	●	●			●
薄葉	●	●	●	●	●		

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	38歳
天野	社内	男性	41歳
波多野	社内	女性	38歳
守安	独立	男性	47歳
薄葉	独立	男性	58歳

注：2021年6月28日株主総会決議を以て就任予定。



守安 功 (もりやす いさお)

1973年9月生まれ

大阪府出身。東京大学大学院卒。
日本オラクル株式会社に新卒入社。
その後株式会社ディー・エヌ・エーに入社後、モバイル事業
部長、取締役を経て、代表取締役社長を歴任。



薄葉 康生 (うすば やすお)

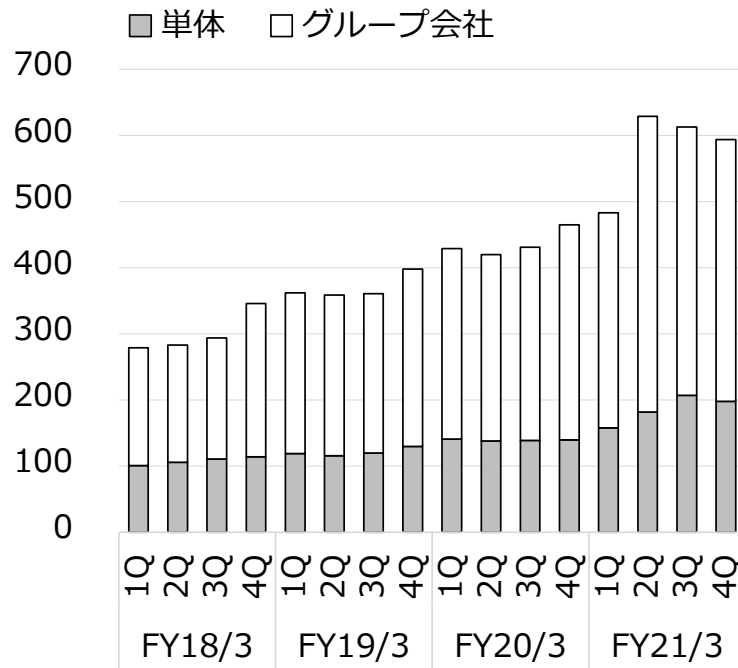
1963年4月生まれ

東京都出身。東京大学卒。
株式会社リクルートに新卒入社。
その後日本アイ・ビー・エム株式会社、GEコンシューマー・
ファイナンス株式会社（現新生フィナンシャル株式会社）、
グーグル合同会社を経て、
LocationMind株式会社取締役COOに就任。

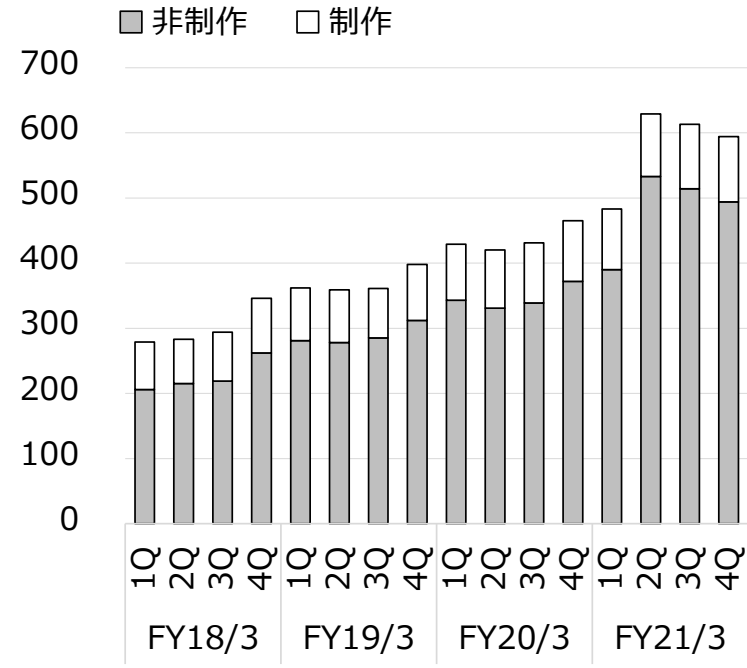
3. 参考資料

- 2021年3月末連結従業員数は594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。

単体/グループ会社別従業員数（人）



職種別従業員数（人）



注: ミラクスにおける派遣事業の派遣社員は含まない。

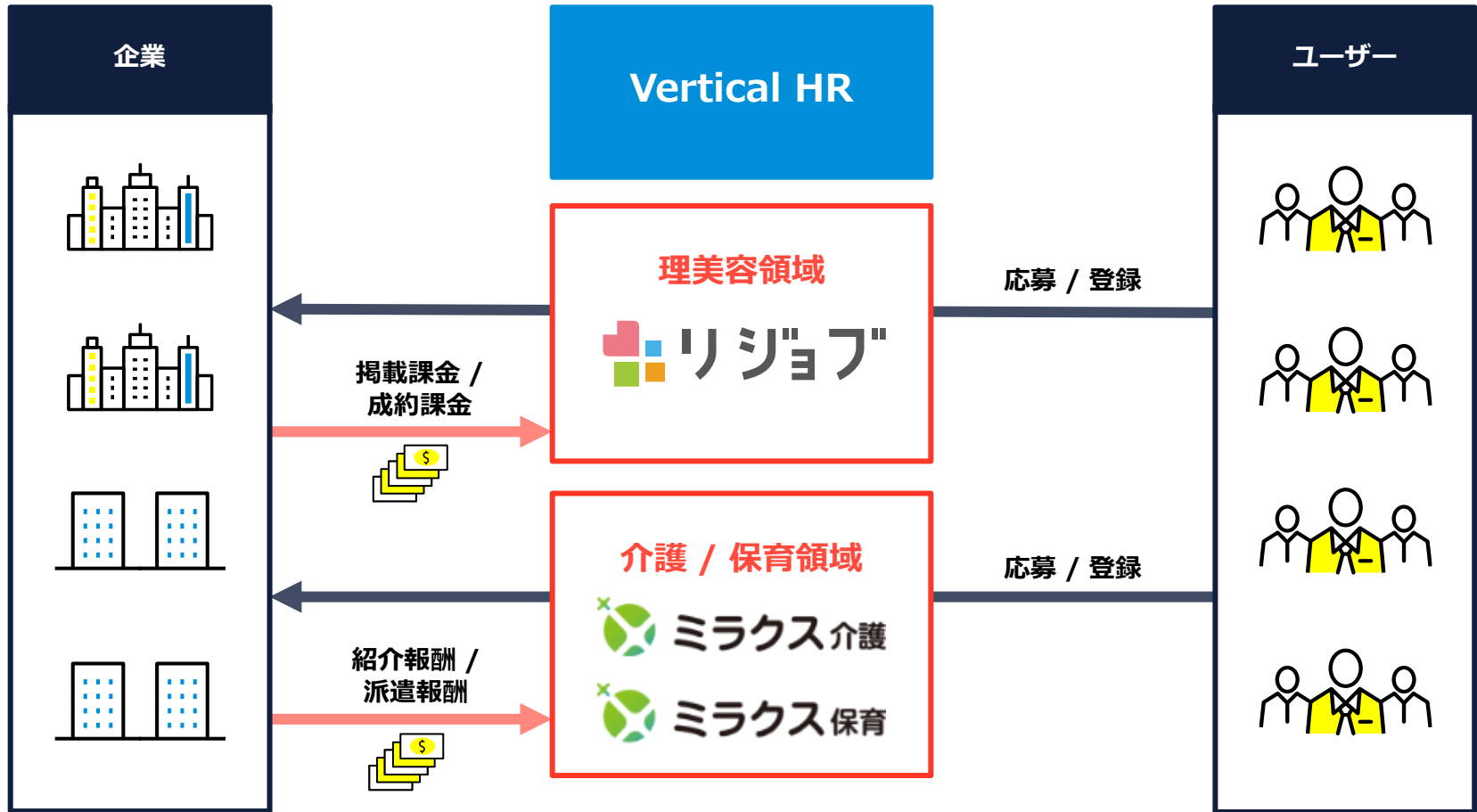
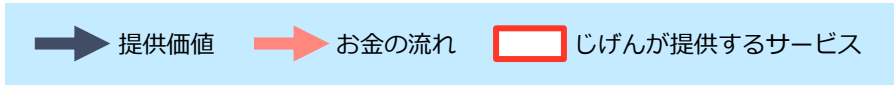
- 2020年9月末にミラクスがグループ入りしたことにより、3Q、4Qにおいて制作・非制作人員ともに人件費が前年比で増加。
- IACCやミラクスのグループ入りによりその他販管費が前年比で増加。

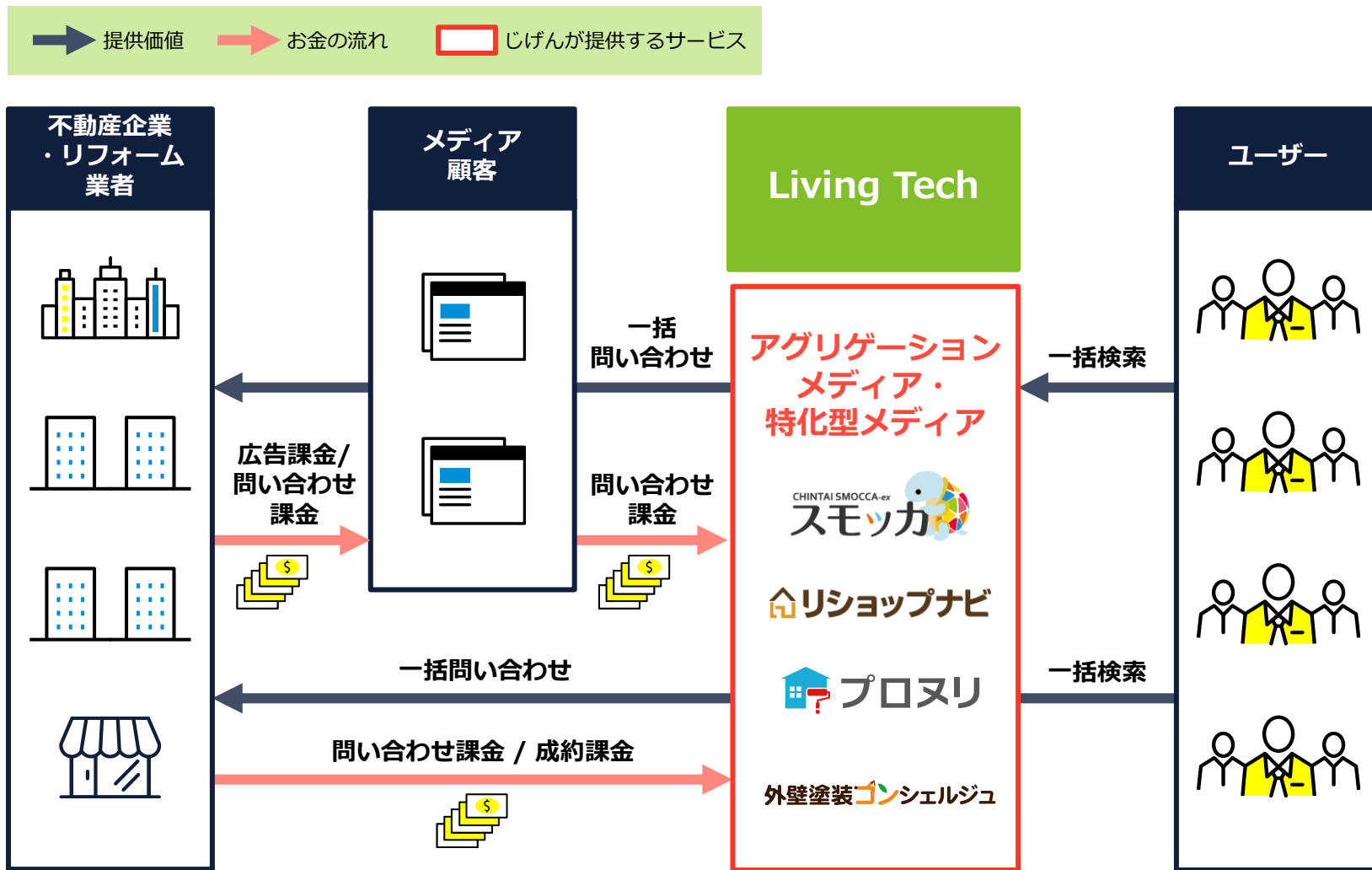
(百万円)	FY2020/3				FY2021/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
金額								
人件関連費(制作)	200	168	177	148	222	208	366	349
その他売上原価	344	323	313	396	243	240	199	222
人件関連費(非制作)	516	537	526	585	607	594	697	790
広告宣伝費+販売促進費	938	776	725	983	703	648	755	948
顧客資産償却費	27	27	27	29	30	30	32	37
その他販管費+その他収益・費用	396	347	453	433	405	3,999	499	450
対売上高・売上収益比率								
人件関連費(制作)	5.7%	5.3%	5.7%	4.2%	7.9%	7.5%	11.2%	9.4%
その他売上原価	9.9%	10.3%	10.2%	11.4%	8.7%	8.7%	6.1%	6.0%
人件関連費(非制作)	14.8%	17.1%	17.1%	16.8%	21.6%	21.5%	21.3%	21.2%
広告宣伝費+販売促進費	26.9%	24.7%	23.5%	28.2%	25.0%	23.4%	23.1%	25.5%
顧客資産償却費	0.8%	0.8%	0.9%	0.8%	1.1%	1.1%	1.0%	1.0%
その他販管費+その他収益・費用	11.3%	11.1%	14.7%	12.4%	14.4%	144.5%	15.3%	12.1%

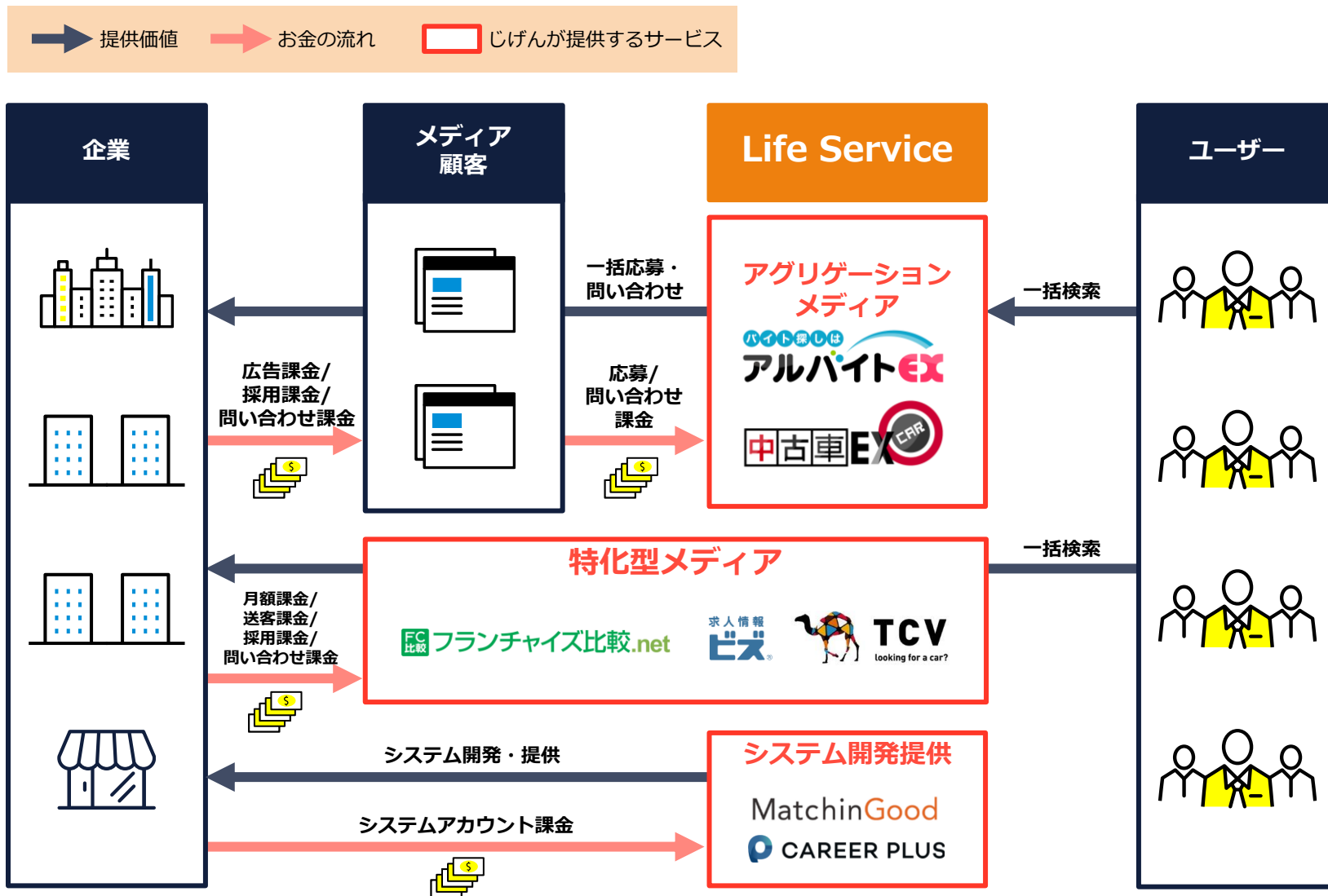
注: 人件関連費には機能子会社への業務委託費やクラウドサービスへの発注費を含む。

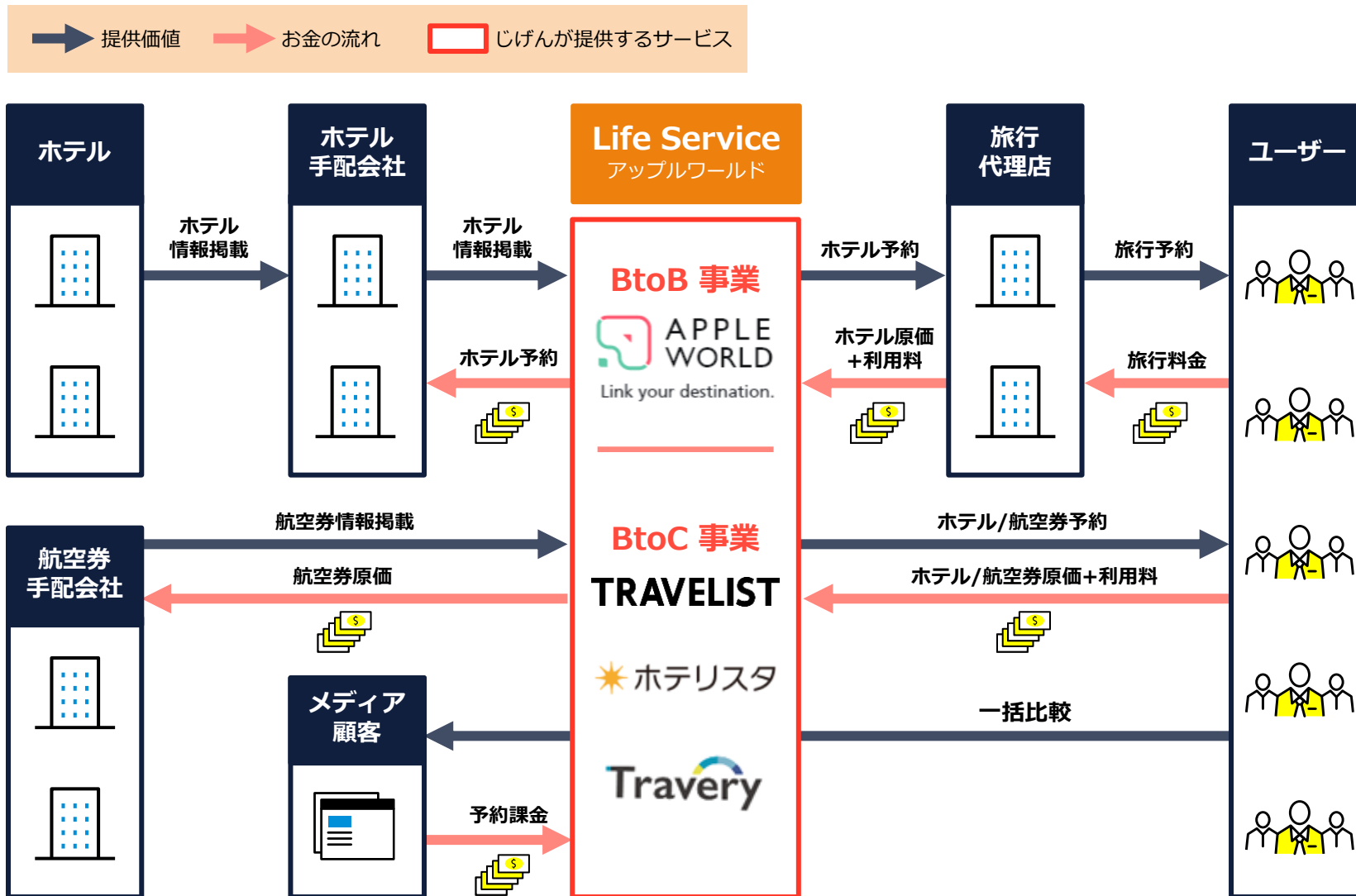
■ 親会社所有者帰属持分比率(日本基準の自己資本比率)は64.6%、のれん対資本倍率は0.5倍。

(百万円)	FY2020/3				FY2021/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
現金・現金同等物	7,079	7,459	6,759	6,631	6,324	7,062	6,924	7,420
流動資産	9,109	9,526	9,035	9,430	8,559	9,148	9,156	9,960
金銭信託	0	0	0	0	0	0	0	0
のれん	8,263	8,263	8,539	9,428	9,428	5,815	6,655	6,655
無形資産	1,219	1,225	1,258	1,348	1,384	1,023	1,206	1,251
非流動資産	11,678	11,686	11,829	12,977	12,960	8,999	10,273	10,141
資産合計	20,787	21,211	20,865	22,406	21,519	18,147	19,429	20,101
短期有利子負債	985	671	382	431	337	231	647	637
流動負債	5,221	5,104	4,284	4,560	3,473	3,832	4,049	4,271
長期有利子負債	106	0	0	622	1,467	1,412	2,191	2,132
非流動負債	1,236	1,123	1,006	1,582	2,354	2,304	3,009	2,834
負債	6,456	6,228	5,290	6,142	5,827	6,136	7,058	7,105
資本	14,330	14,983	15,575	16,264	15,693	12,011	12,371	12,997
負債・資本合計	20,787	21,211	20,865	22,406	21,519	18,147	19,429	20,101
親会社所有者帰属持分比率	68.9%	70.6%	74.6%	72.6%	72.9%	66.2%	63.6%	64.6%
有利子負債	1,091	671	382	1,053	1,804	1,643	2,838	2,768









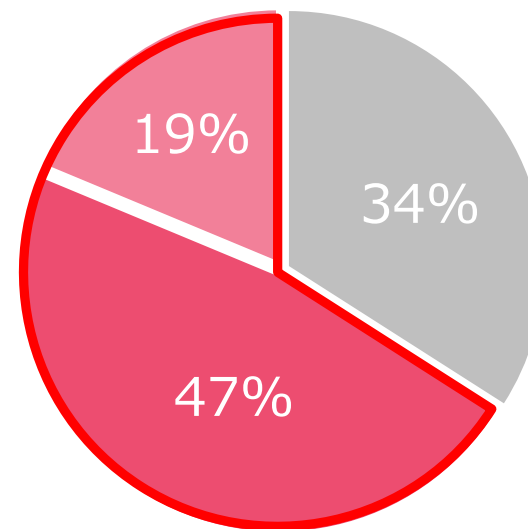
- 掲載課金型メディアでは顧客企業からの需要が収益に直接影響するため、全般的な景況感との連動性が強い。一方、成果課金型メディアでは顧客企業とユーザーとのマッチング数が収益を決定するため、相対的には景況感との連動性は緩やか。
- 当社では成果課金型メディア・その他が連結売上収益の66%を占める。

課金体系別影響

掲載課金	
売上構成要素	掲載顧客企業社数×掲載単価
景況感が売上に与える影響	顧客企業の出稿需要増減に直結して売上も変動

成果課金	
売上構成要素	掲載顧客企業とユーザーとのマッチング成果数×成果単価
景況感が売上に与える影響	顧客企業の出稿需要増に加えてユーザーの行動意欲等の要素も複合的に作用

当社連結売上収益の課金体系別構成比



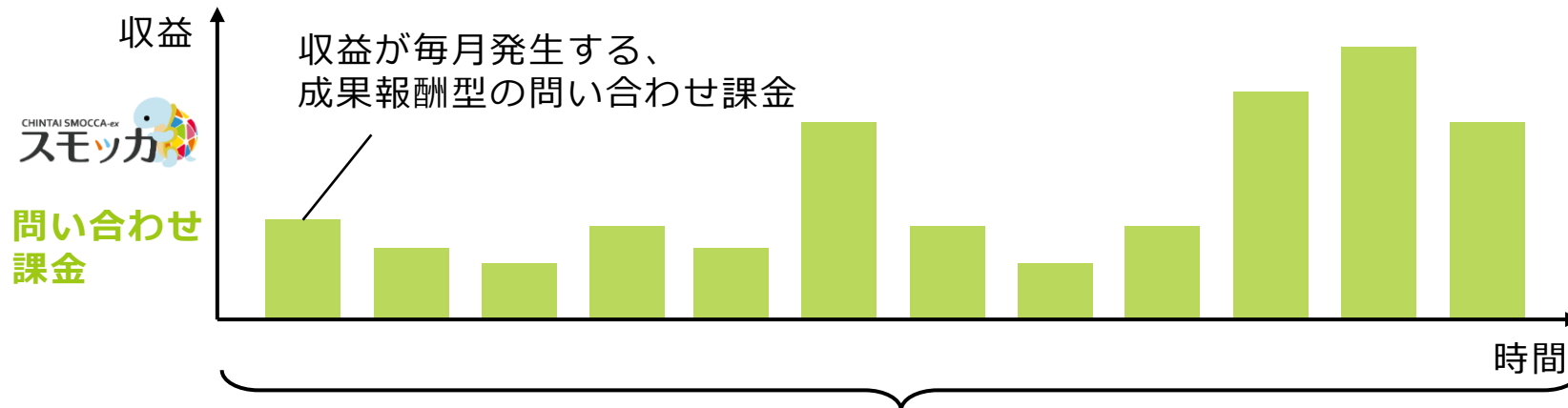
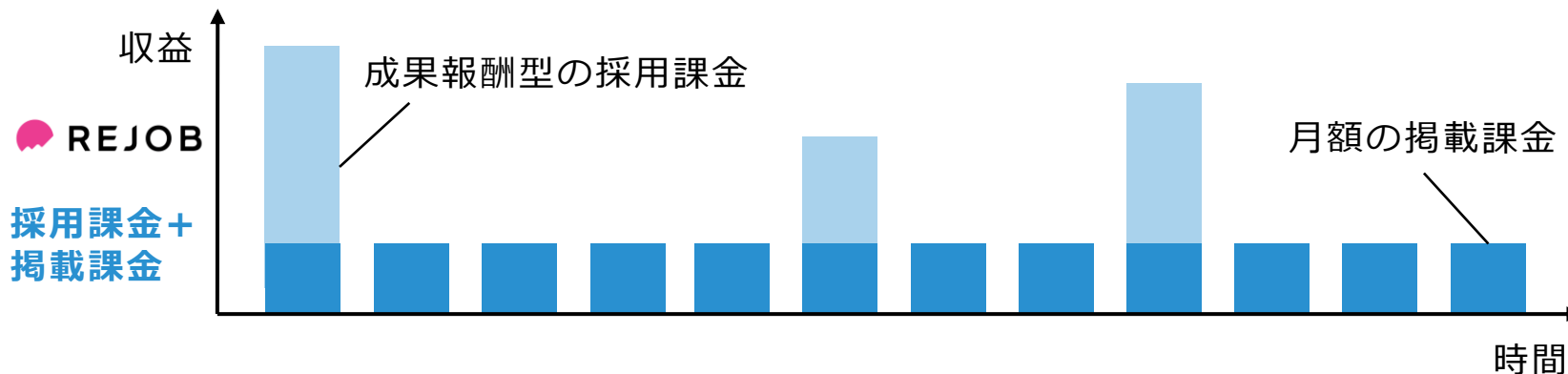
■ 掲載課金 ■ 成果課金 ■ その他

注1: 2021年3月期実績値。

注2: その他にはシステム事業等を含む。

- アグリゲーション以外のメディア事業では、月額掲載料金や、採用及び問い合わせといった成果に応じた料金を顧客企業から收受。

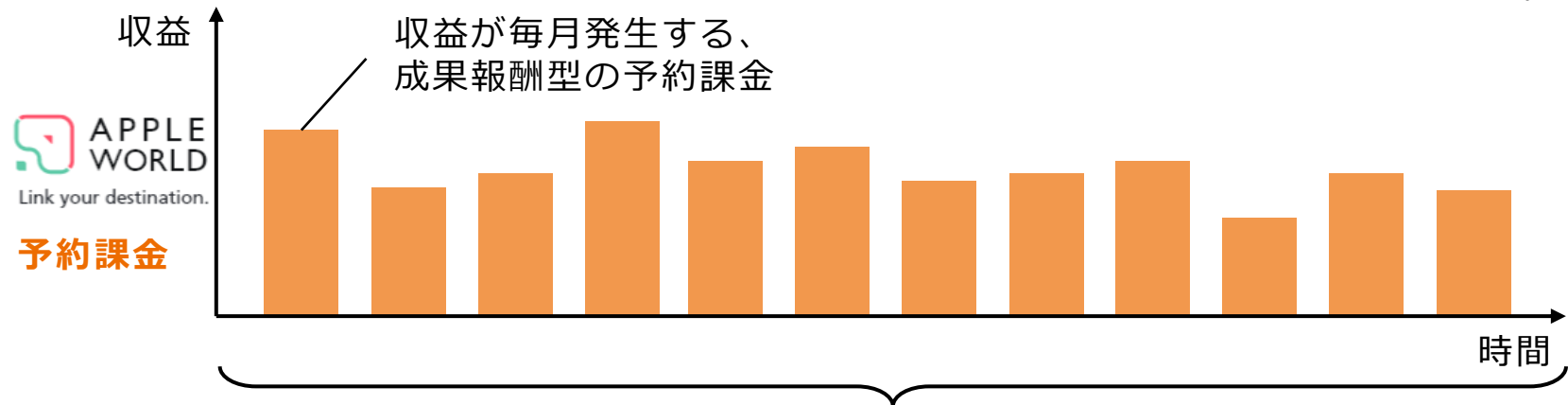
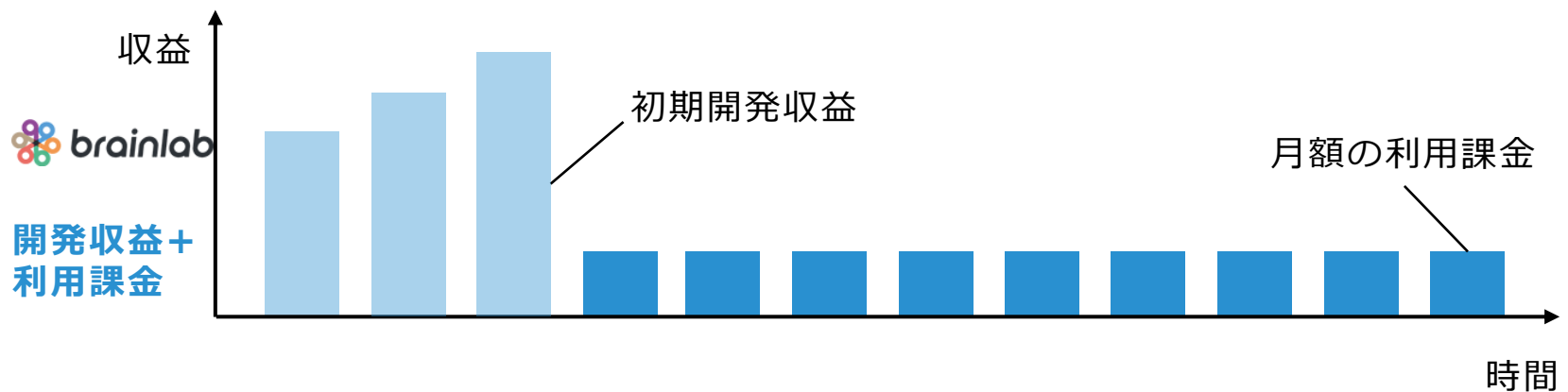
同一の顧客企業から收受する積み上げ型収益のイメージ：メディア事業



継続期間の目安は12~24ヶ月、一時離脱後の再契約顧客も多い

- ブレイン・ラボやアップルワールドといったシステム事業では、月額の利用料金や、初期開発及び旅行予約といった成果に応じた料金を顧客企業から收受。

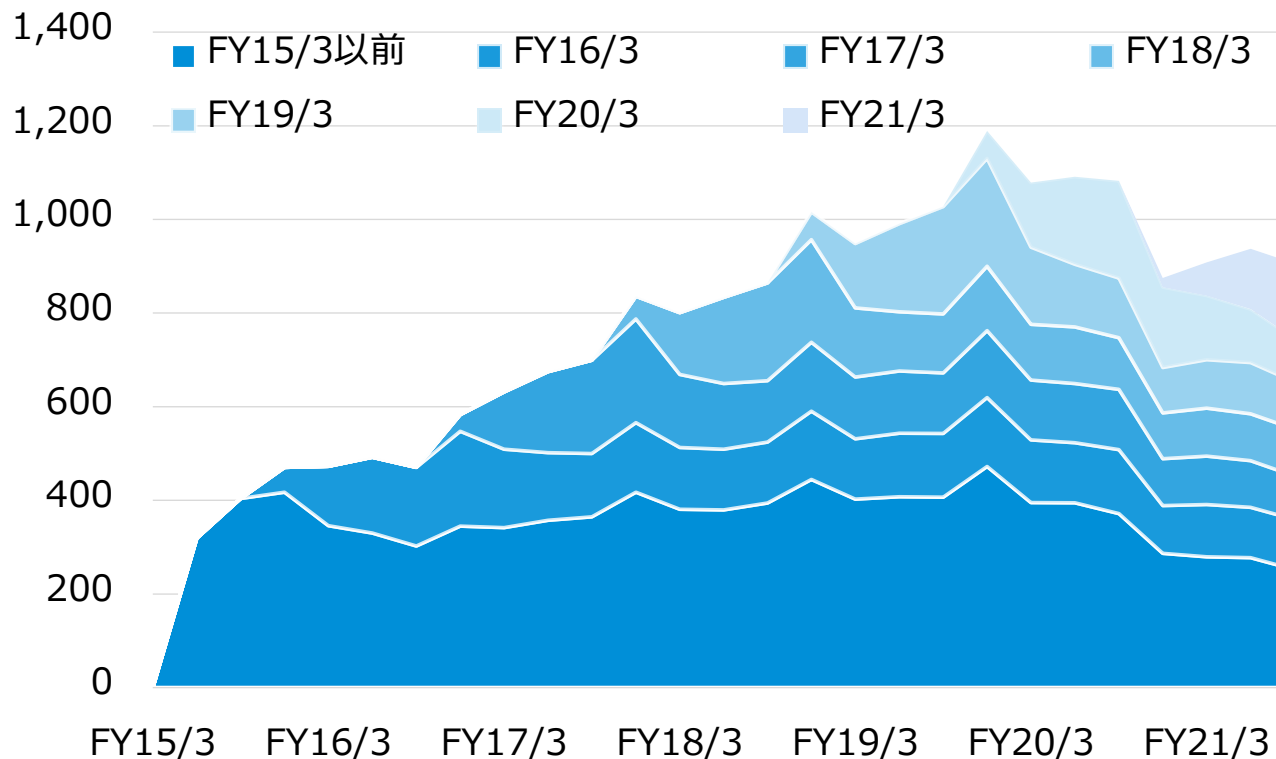
同一の顧客企業から收受する積み上げ型収益のイメージ: システム事業



継続期間の目安は36ヶ月以上

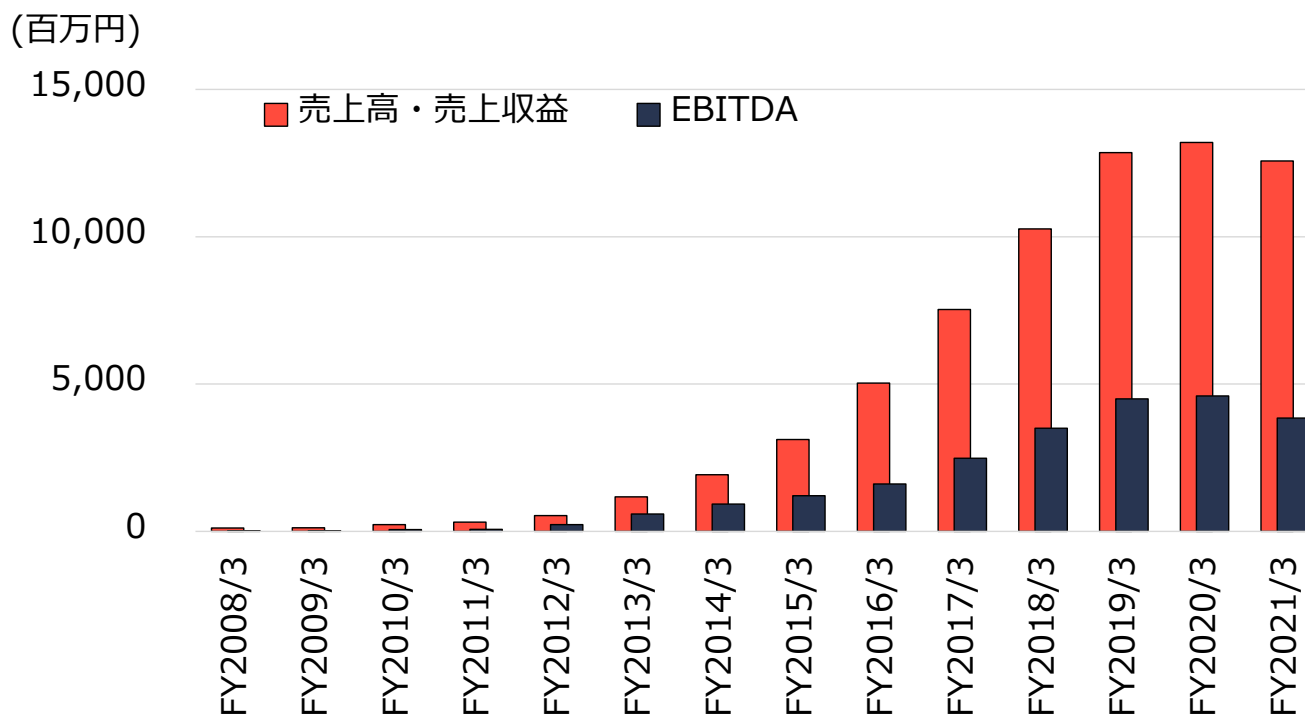
- 積み上げ型インターネットメディア事業を営むリジョブでは、主に中小企業で構成される法人顧客からの売上が継続的に蓄積。
- マッチングテクノロジーの活用によって送客力を強化し、媒体価値を高めることで、顧客あたり売上についても拡大を図る。

リジョブ：顧客獲得時期別四半期売上推移（百万円）



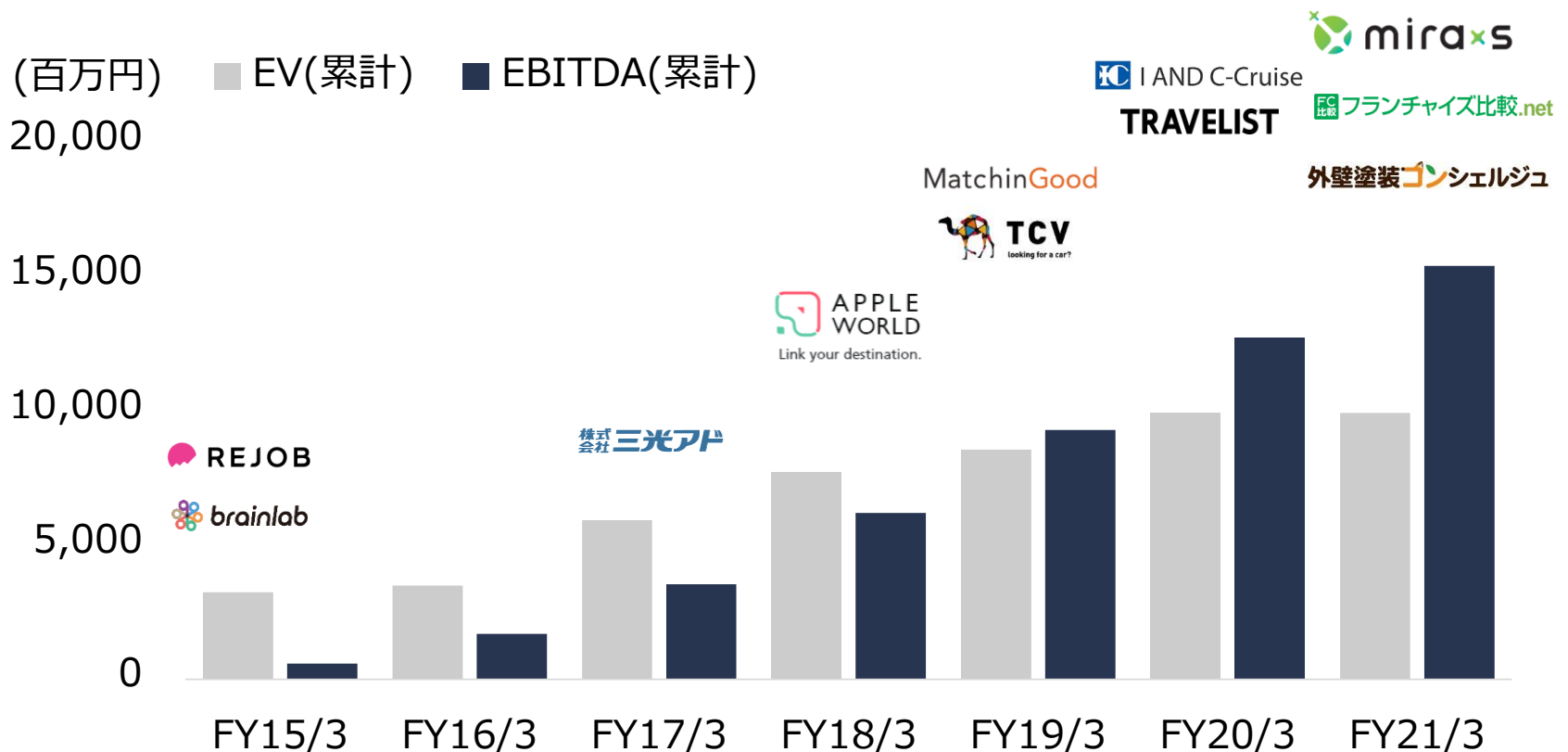
- 創業以来FY2020/3まで13期連続で増収を達成。
- 第1次中期経営計画Protostar（FY2017/3～FY2021/3）は、FY2019/3にFY2020/3計画を過達。
- FY2020/3下半期より旅行・人材領域においてコロナの影響を強く受けるも、他事業の業績拡張もありFY2021/3 4Qを境に前年対比増収増益に回帰。人材領域においては足元で需要も回復基調。

売上・EBITDA推移



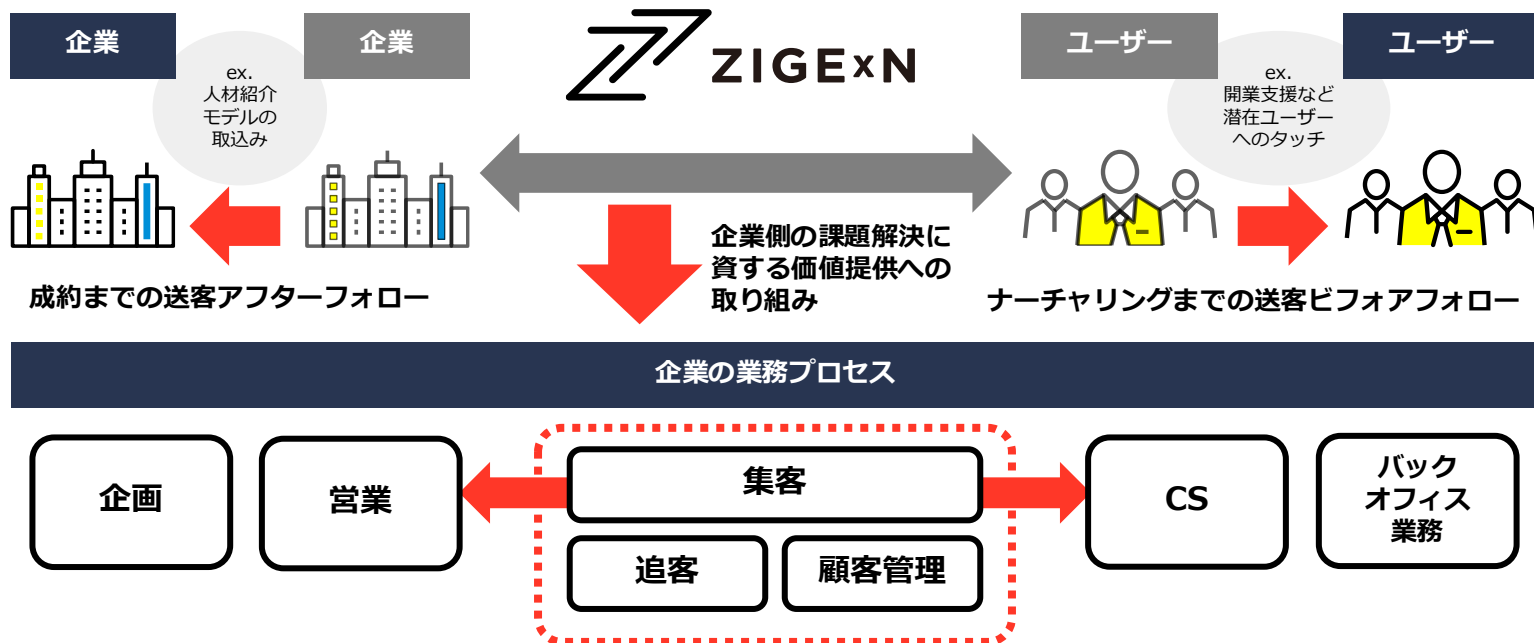
- 累計19件のM&Aのうち、売却済み1社及び直近1年間で実施したものを除く14件について、EV99億円に対するFY2021/3EBITDA実績は26.6億円。
- **年間リターンは27%、累計リターン155%。**

M&Aによる投資成果推移



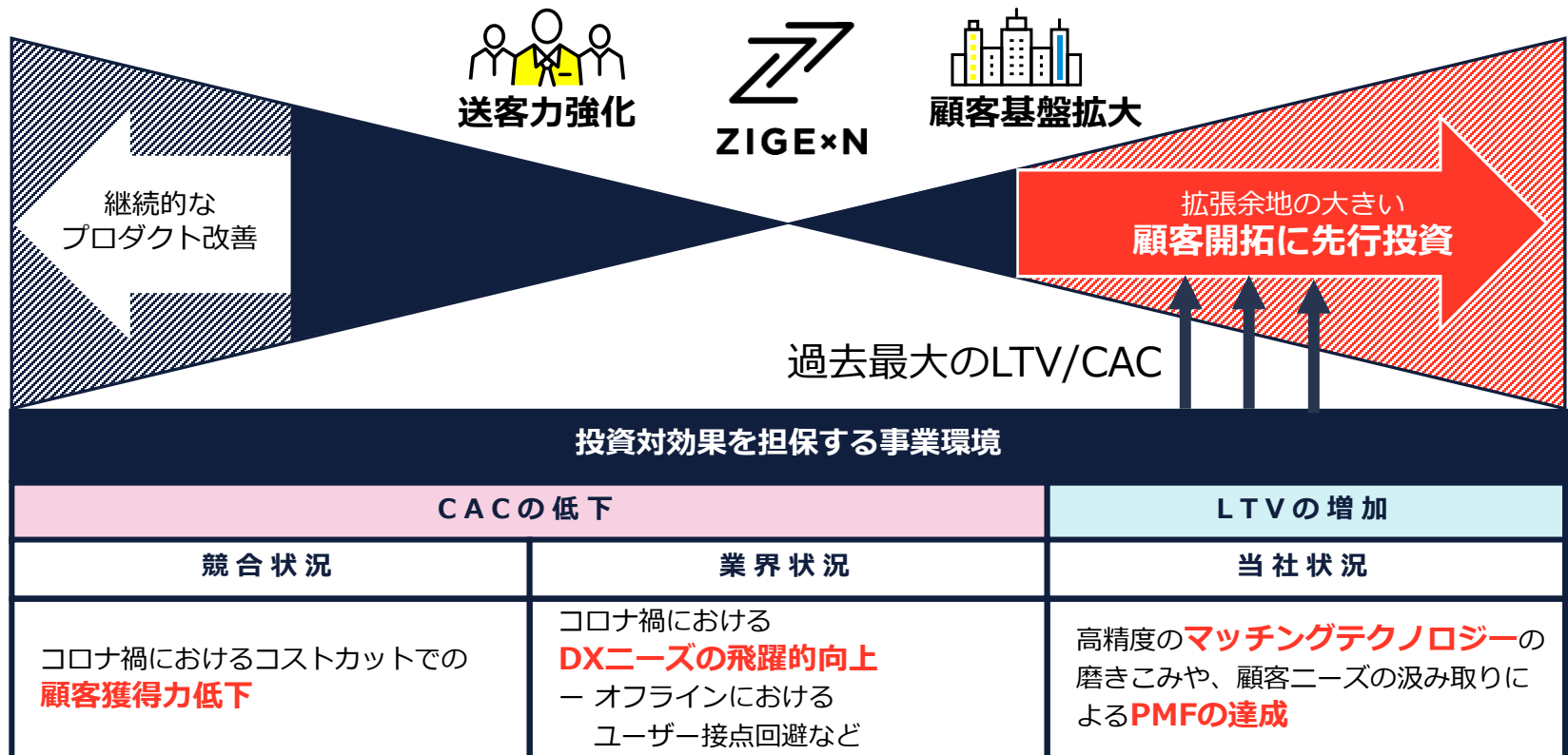
注: 当該年度にM&Aした主要事業のロゴのみを記載

- 当社のサービス拡張として、マッチングモデルにおける**ユーザー・企業へのタッチポイント**を「前後」に拡張し、当社の強みであるマッチングテクノロジーの拡張を志向。
 （前：見込みユーザー・顧客へのアクセス、後：成約までのアフターフォロー）。
- また、顧客のニーズを汲み**集客以外の領域においても支援**していくことで、提供価値の最大化を図る。



集客のみならず業務全体の効率化を図ることができる選択肢を提供することで、生活機会の最大化を図る。初期的には集客の周辺領域の着手を優先的に取り組む。

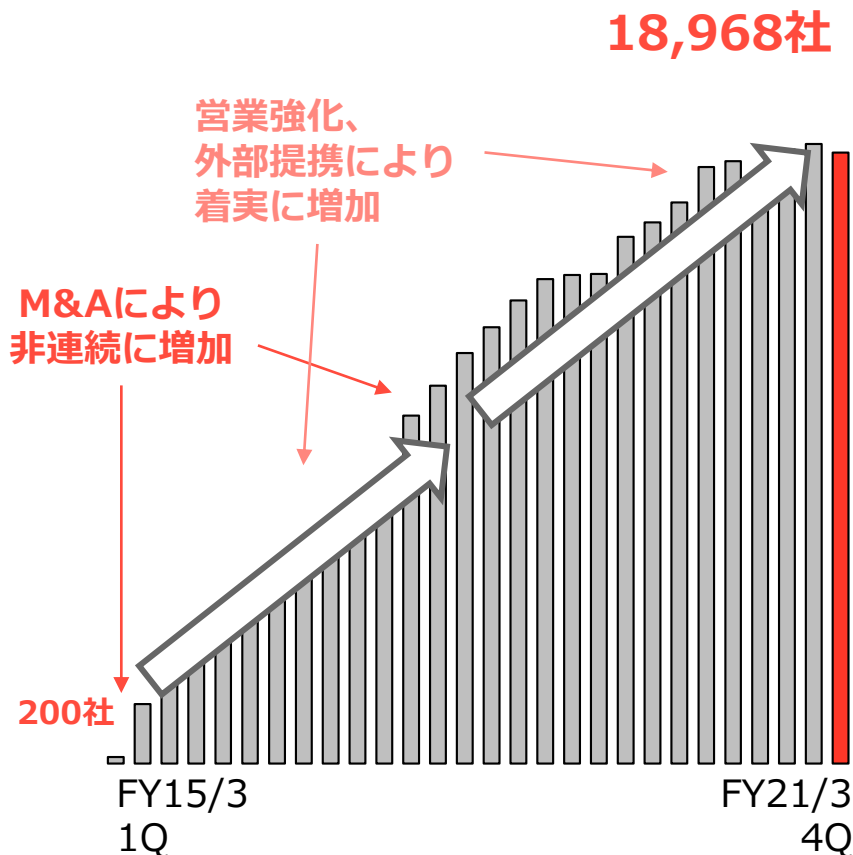
- Z CORE創出を目的として、売上収益拡大に直結し、拡張余地の大きい**顧客基盤の早期拡張を図るために重点的に投資**する体制へと移行。
- 外部環境の変化とPMFの達成をうけて**効果の最大化が想定できる絶好の投資タイミング**と判断。
- 投資対効果を社内指標を規定の上で定期確認し、規律ある投資実行を推進。



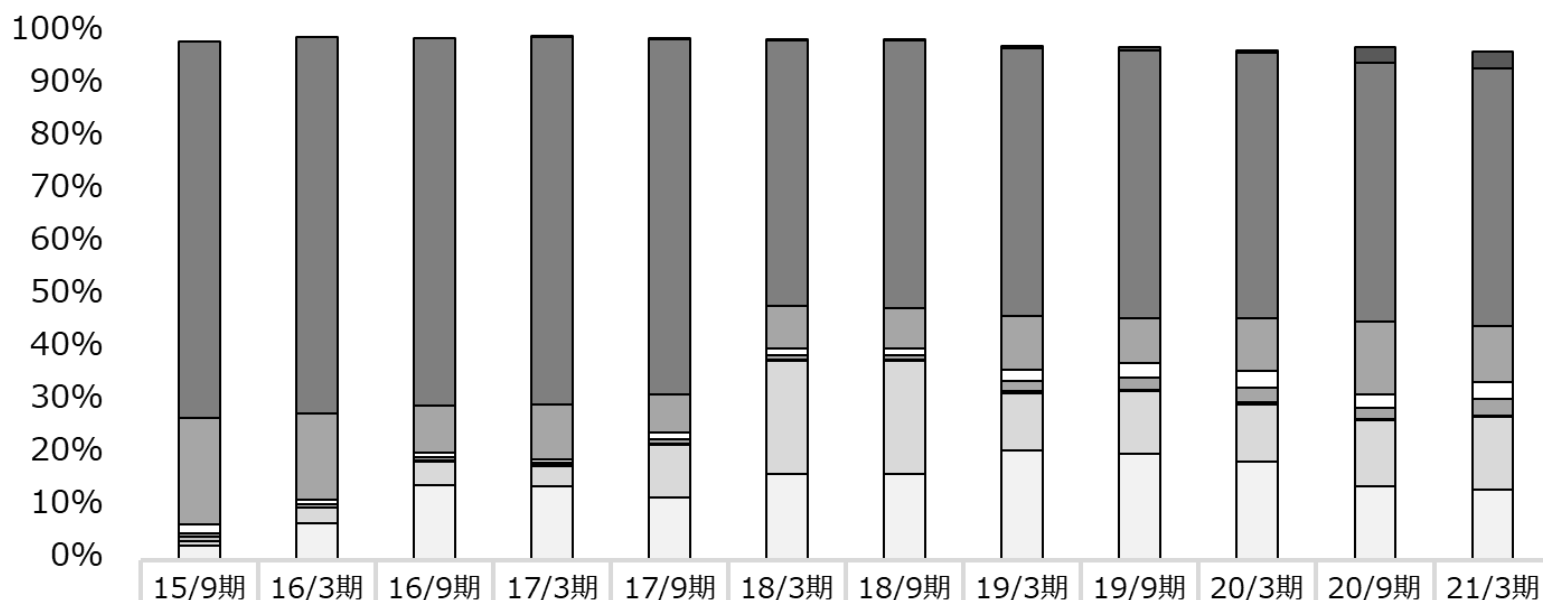
注: 社内指標はLTV/CACやPayback Periodなどを指標とする想定。

- 自社営業体制の強化や外部企業との提携に加えて、M&Aも有効活用して顧客基盤を拡大。
- 主に法人顧客との商流を持続性の高い障壁として維持しつつ、ハンズオンのPMIによってM&A対象事業の収益を拡大。

法人顧客数



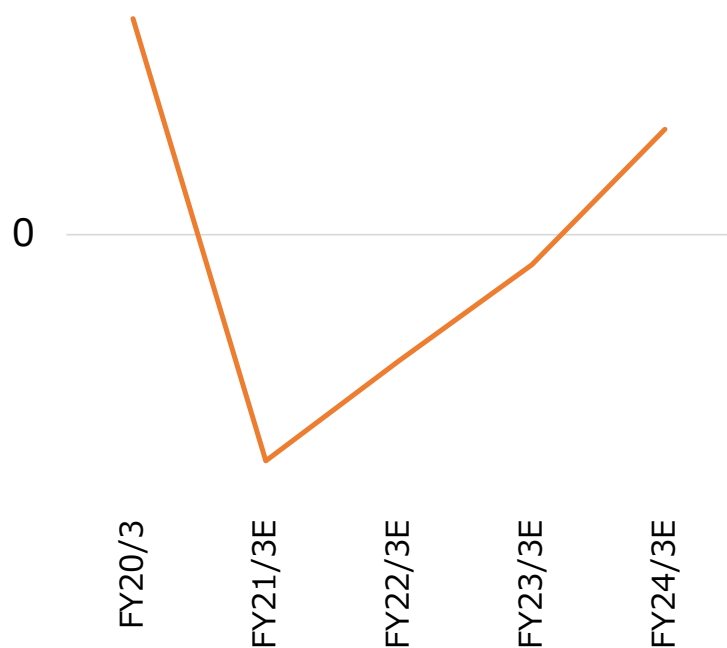
- ✓ 上場以来19件のM&Aを実施
- ✓ 総株式取得額は約128億円
- ✓ 19件中18件で100%取得、当社より役員従業員を派遣
- ✓ 顧客基盤をはじめとする持続性の高い資産を取得
- ✓ 直近取得・売却済み5件を除く14件の投資額対EBITDA比率は27%(2021年3月期実績)



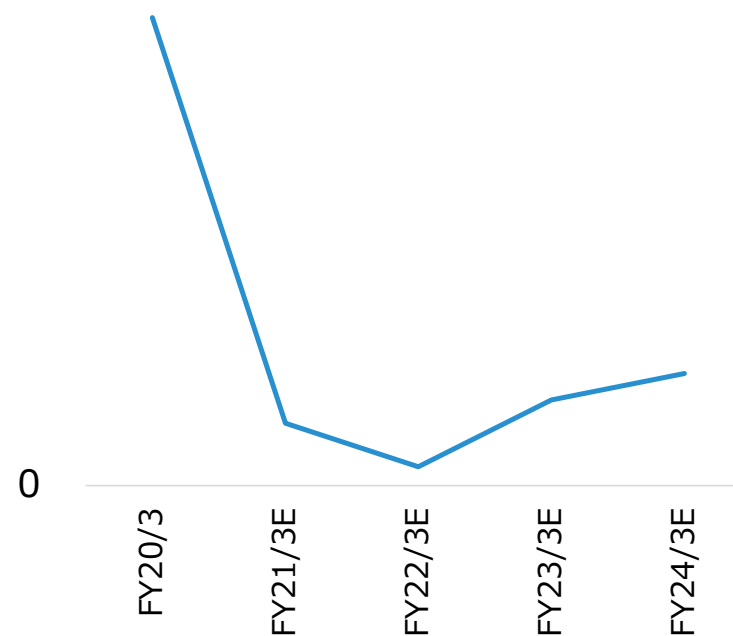
	15/9期	16/3期	16/9期	17/3期	17/9期	18/3期	18/9期	19/3期	19/9期	20/3期	20/9期	21/3期
■ 自己名義株式	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.5%	3.0%	3.2%
■ 当社経営陣	71.4%	71.4%	69.8%	70.0%	67.4%	50.5%	50.9%	51.0%	50.9%	50.3%	49.3%	49.0%
■ 個人・その他	22.7%	17.3%	10.4%	11.4%	9.3%	10.2%	9.9%	14.2%	13.6%	16.0%	18.4%	17.0%
■ 事業法人等	0.8%	0.7%	0.3%	0.2%	0.3%	0.3%	0.3%	0.4%	0.3%	0.4%	0.4%	0.2%
□ 外国法人等	0.9%	2.8%	4.4%	3.8%	10.0%	21.5%	21.5%	10.9%	11.9%	11.0%	12.6%	13.9%
□ 金融機関	2.6%	7.0%	14.2%	14.0%	11.8%	16.3%	16.3%	20.7%	20.2%	18.6%	13.9%	13.2%
□ 金融商品取引業者	1.6%	0.8%	0.9%	0.6%	1.2%	1.2%	1.2%	2.3%	2.6%	3.2%	2.5%	3.3%
機関投資家小計	5.1%	10.6%	19.5%	18.4%	23.0%	39.0%	39.0%	33.9%	34.7%	32.8%	28.9%	30.5%

- 新型コロナウイルス感染症影響の長期化に伴い、2020年9月末時点で生活領域旅行分野のアップルワールドや人材領域の三光アドに係るのれん、他固定資産の減損・除却等計40.3億円を計上。
- アップルワールドでは2022年3月期においても海外渡航需要が底ばいとなる前提、三光アドでは中期的にリアルメディアの売上が漸減する前提でのれん公正価値を保守的に算出。

アップルワールド：のれん公正価値の前提損益



三光アド：のれん公正価値の前提損益



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年6月1日

資本金：2,552百万円（連結）

従業員数：594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	須崎 和延
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
2019 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」9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

JAPAN
Forbes

「Forbes Asia's 200 Best Under A Billion 2019」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



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）をつなぐプラットフォームを提供することで、社会との調和を図り、共に持続的発展を追求してまいります。

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、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。

Purpose 私たちの存在意義

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。



株式会社じげん 代表取締役社長
平尾 丈 (ひらお じょう)

1982年11月生まれ

東京都出身。慶應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

CAC: Customer Acquisition Costの略。1顧客獲得に係るコスト(=獲得コスト)を指す。

CVR: Conversion Rateの略。Webサイトなどにおける総アクセス数のうち、サイトが定義する最終的な目的となるアクションに転換した率を指す。

DX: Digital Transformationの略。外部環境のデジタル化に応じて、企業がデータやデジタル技術を活用した形へ、商材やビジネスモデルの変革を図ることを指す。

EXサイト: 当社が運営するアグリゲーションサイトを指す当社独自の呼び名。

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し、ネット有利子負債に株式価値を加えて求められる。

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。

LTV: Life Time Valueの略。1顧客における平均継続期間から算出する顧客生涯価値を指す。

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を指す。

SaaS: Software as a Serviceの略。サーバー上で稼働しているソフトウェアをネットワーク経由で利用者に提供することを指す。

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。

SPA: Specialty Store Retailer of Private Label Apparel(製造小売業)の略。独自のブランドを持ちそれに特化した専門店を営む衣料品販売業のことを指す。

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。

UX: User Experienceの略。ユーザーが製品・サービスを通じて得る体験そのものを指す。

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。

コンバージョン: Webサイトなどにおいて、訪問者がサイトの定義する最終的な目的となるアクションを起こすことを指す。

テレマーケティング: 電話を利用することで顧客に直接コンタクトをとり、販売活動を行うマーケティング形態のことを指す。

データベース: 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。

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。

ユニットエコノミクス: 1顧客あたりの採算性を示す指標を指す。



- ・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。