

株式会社じげん

2023年3月期 通期決算説明会資料

2023年5月10日

Contents

1. 決算概要
2. 業績予想と今後の戦略
3. SDGs・ESG
4. 参考資料

1

決算概要



2023年3月期業績予想に対する達成率

- 売上収益、EBITDA、営業利益などの**全ての項目で連結業績予想を達成**。

売上収益

18,709百万円
(達成率: 102%)

EBITDA

5,334百万円
(達成率: 110%)

営業利益

4,180百万円
(達成率: 107%)

| (百万円) | FY2022/3 通期実績 | FY2023/3 業績予想 | FY2023/3 通期実績 | 達成率(注2) |
|-----------------------|------------------|------------------|------------------|---------|
| 売上収益 | 15,272 | 18,255 | 18,709 | 102% |
| ● Vertical HR | 6,010 | 6,585 | 7,181 | 109% |
| ● Living Tech | 4,051 | 5,145 | 4,819 | 94% |
| ● Life Service | 5,212 | 6,525 | 6,709 | 103% |
| EBITDA(注1) | 4,265 | 4,850 | 5,334 | 110% |
| 営業利益 | 3,314 | 3,900 | 4,180 | 107% |
| 親会社所有者 帰属当期利益 | 2,262 | 2,650 | 2,930 | 111% |
| 基本的1株当たり 当期利益(EPS) | 20.92 | 25.18 | 27.85 | 111% |

Vertical HR

タイズ等の新規M&A、及び
リジョブの安定成長。

Living Tech

リフォーム領域は堅調で
あるものの、賃貸領域に
おける顧客数獲得が遅延。

Life Service

主に旅行領域における新規
M&Aと既存事業の急回復
が寄与。

主に旅行領域における力強い
業績復調、及び高収益性
体質のタイズの利益貢献等
により上振れ。

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: 達成率は通期業績予想を基準に算出

四半期業績推移

売上収益

5,590百万円

(YoY +38.1%)

EBITDA

1,738百万円

(YoY +43.0%)

営業利益

1,313百万円

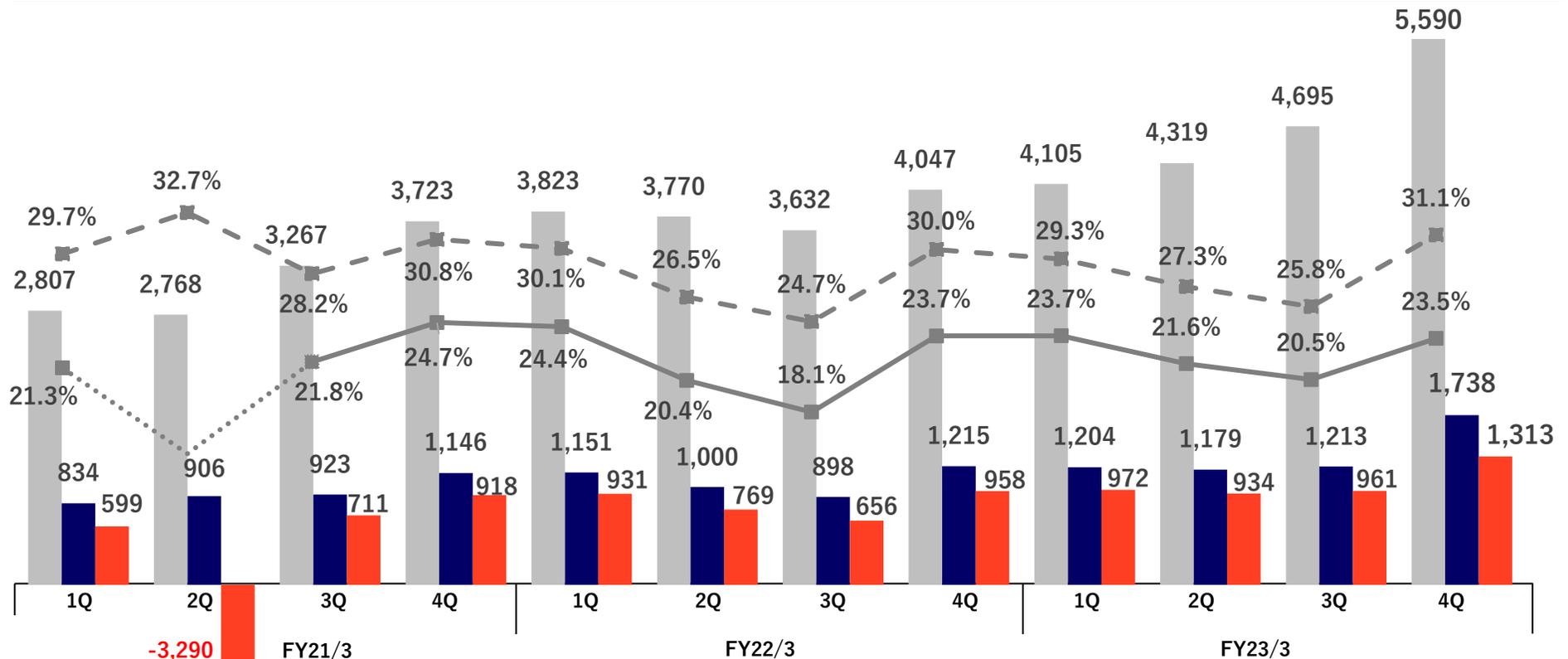
(YoY +37.0%)

- 第4四半期は売上収益、EBITDA、営業利益のすべてにおいて、**四半期として過去最高を大幅に更新**。
- 第4四半期のEBITDAマージンは31.1%と、約2年ぶりの高水準で着地し、コロナ禍以降において**最高値を記録**。

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)



注: FY21/3 2Qの営業損益はのれん等の減損損失等4,030百万円計上により一時的に悪化。

年次業績推移 - 売上収益推移 -

連結売上収益

18,709百万円

(YoY +22.5%)

積み上げ型収益

10,881百万円

(YoY +15.6%)

非積み上げ型収益

7,827百万円

(YoY +33.6%)

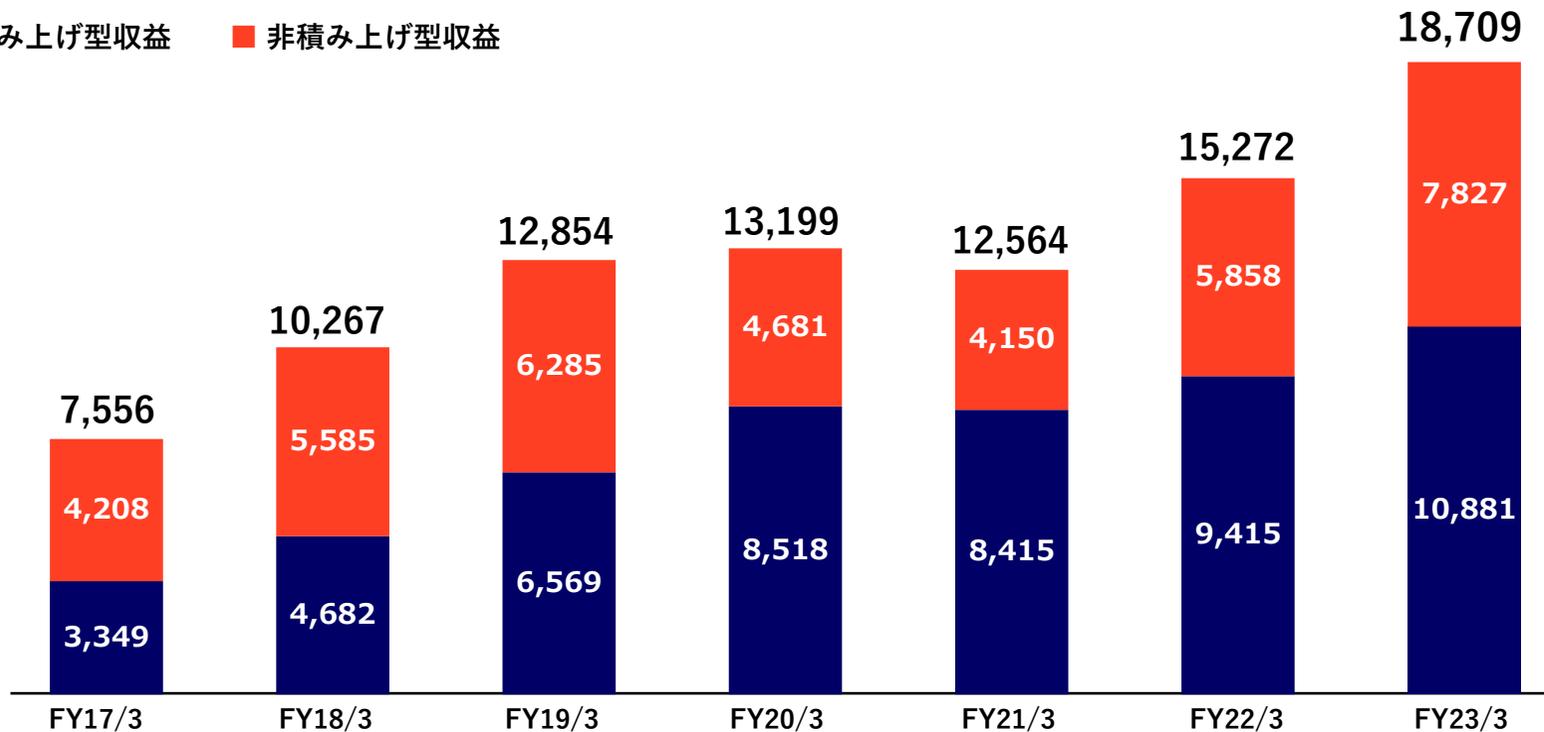
- 積み上げ型収益はM&Aにより当期グループインしたセカイプロパティ等の貢献や、旅行事業の回復等が成長を牽引。
- 非積み上げ型収益はタイズを中心とする人材紹介事業の新規M&A等が寄与し、大幅に伸長。

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

5,334百万円

(YoY + 25.1%)

営業利益

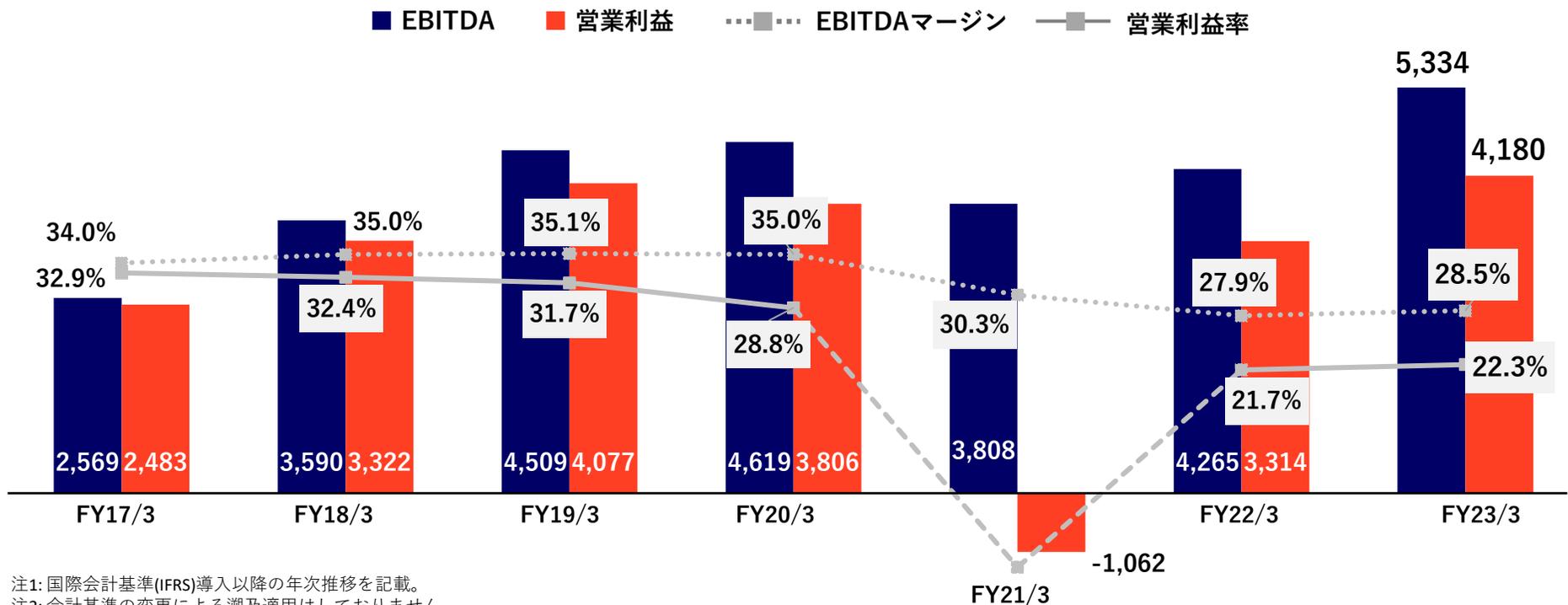
4,180百万円

(YoY + 26.1%)

- 旅行事業の復調やタイズ等を中心とする新規M&Aの寄与により、連結EBITDAは50億円超を達成し、**過去最高で着地**。
- 連結営業利益も同様に**過去最高を記録**。

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

4,180百万円

(YoY +26.1%)

営業利益率

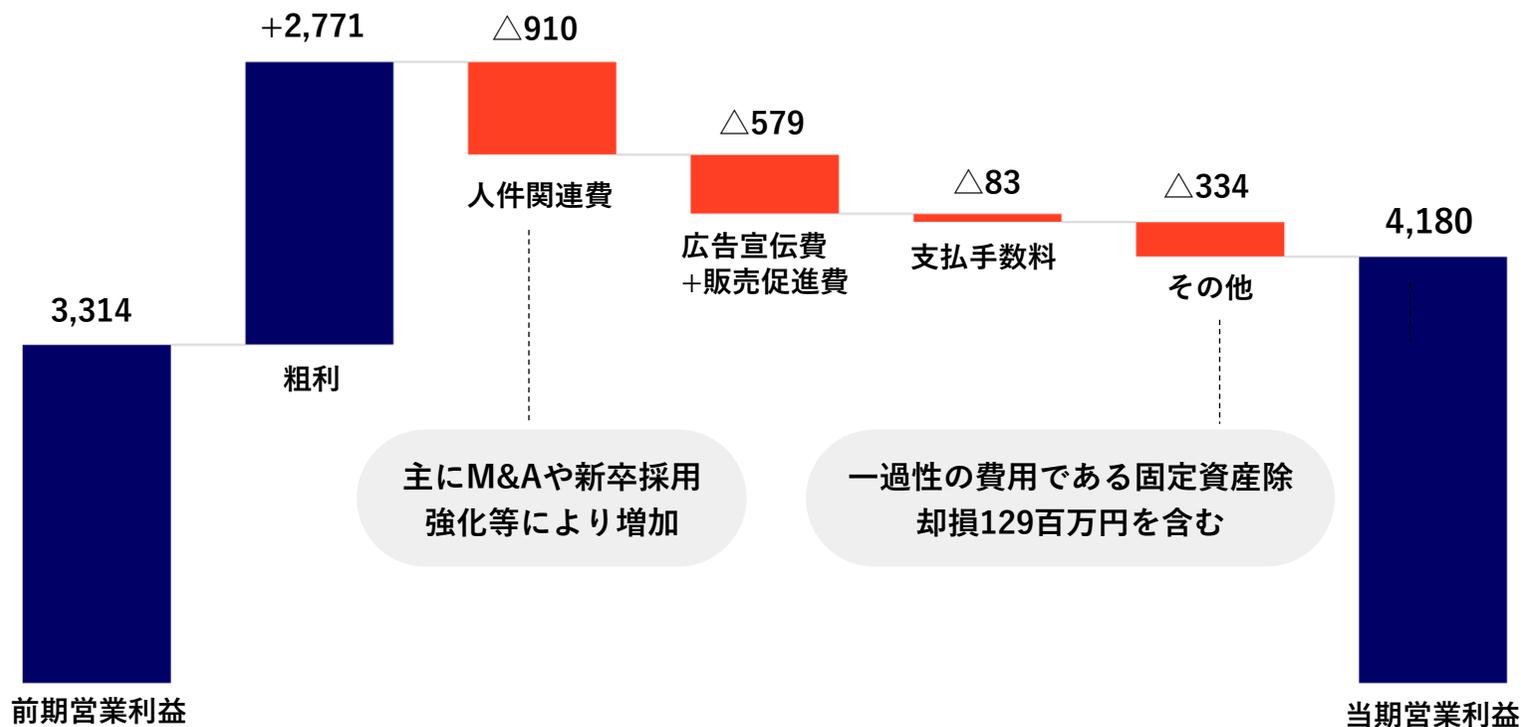
22.3%

(前期: 21.7%)

- 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+販促費は新規グループイン企業における広告手法や運用の見直し及び改善によって最適化を図る。
- 一過性費用の固定資産除却損を調整した営業利益は4,309百万円(利益率23.0%)。

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

5,706百万円

(前期: 3,847百万円)

投資CF

-4,601百万円

(前期: -1,283百万円)

財務CF

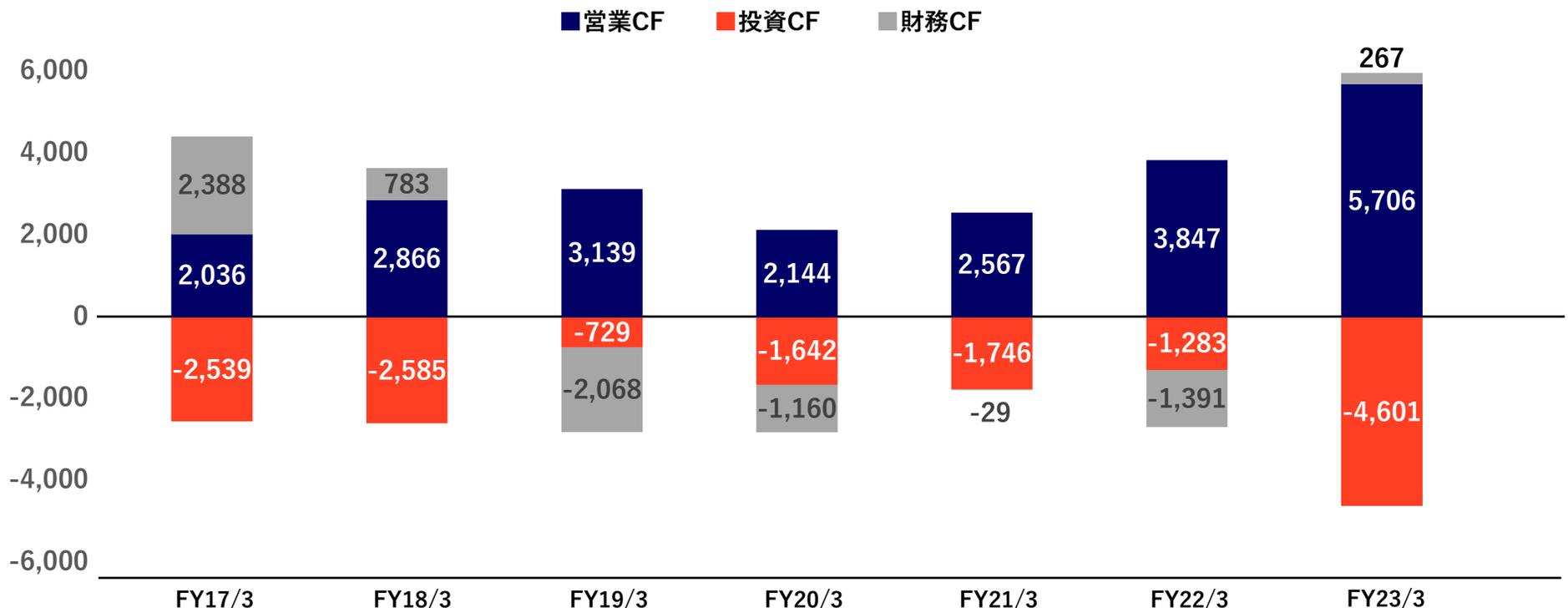
267百万円

(前期: -1,391百万円)

- 営業CF：既存事業の着実な伸長や、早期の業績貢献が期待できるM&Aの実施により、過去最高を大幅に更新。
- 投資CF：資本業務提携を含む計6件の戦略投資を遂行したことで、投資総額は過去最大規模に至る。
- 財務CF：約40億円の新規借入を実施。安全性を大きく損なわない範囲でレバレッジを活用。

連結キャッシュ・フロー

(単位: 百万円)



法人顧客数と積み上げ型収益

法人顧客数

21,589社

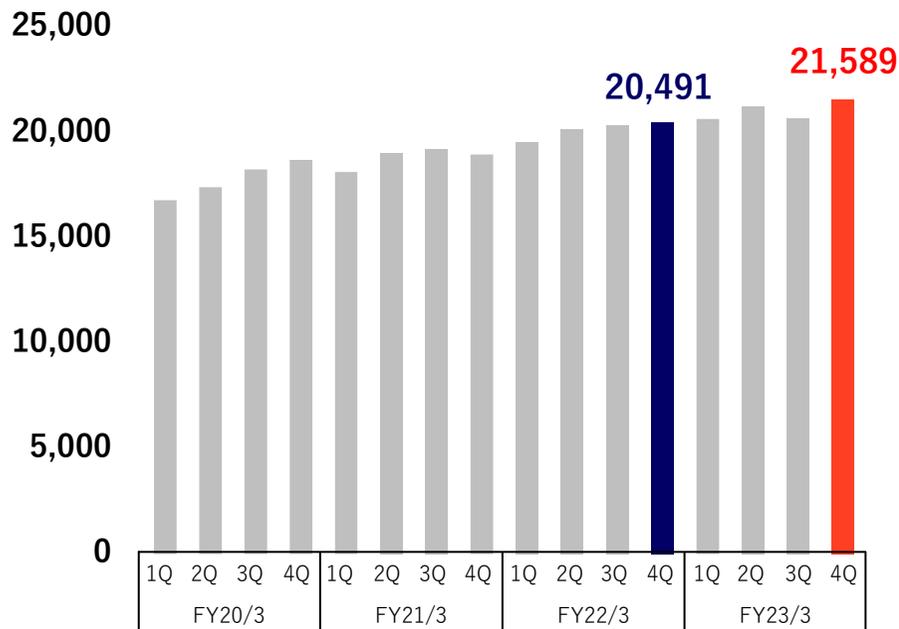
積み上げ型収益

2,962百万円

- 法人顧客数は主にリジョブを中心とする既存事業の着実な成長、及びTSD等の新規グループイン企業の貢献により、過去最高値を更新。
- 積み上げ型収益は主にセカイプロパティやTSD等の新規グループイン企業の貢献やリフォーム事業の伸長により、過去最高水準で着地。
- FY26/3期の業績目標達成に向けて、法人顧客の積み上げ、及び顧客当たり単価の引き上げを図る。

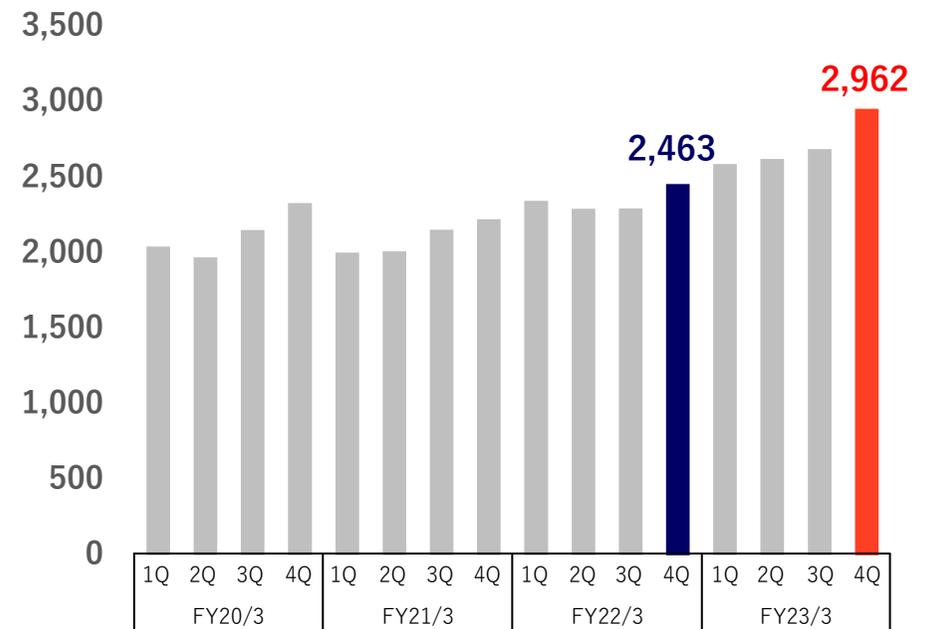
法人顧客数

(単位: 社)



積み上げ型収益

(単位: 百万円)



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: 積み上げ型収益は、主に中小規模の法人顧客の商流に組み込まれ、拡張性、制御性、持続性が高い収益と定義。

積み上げ型収益 vs 非積み上げ型収益

積み上げ型収益

10,881百万円

(YoY +15.6%)

非積み上げ型収益

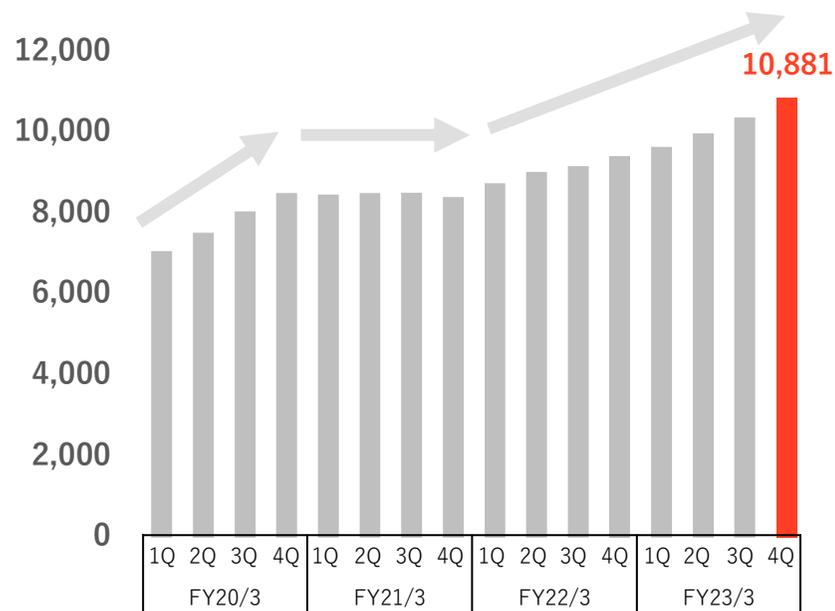
7,827百万円

(YoY +33.6%)

- 拡張性、制御性、持続性の高い積み上げ型収益は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、FY21/3において一時的に横ばいで推移したものの、FY22/3以降においては順調な拡大基調に回帰。
- 非積み上げ型収益は人材紹介業を中心とする高単価事業のグループイン等により大幅に伸長。

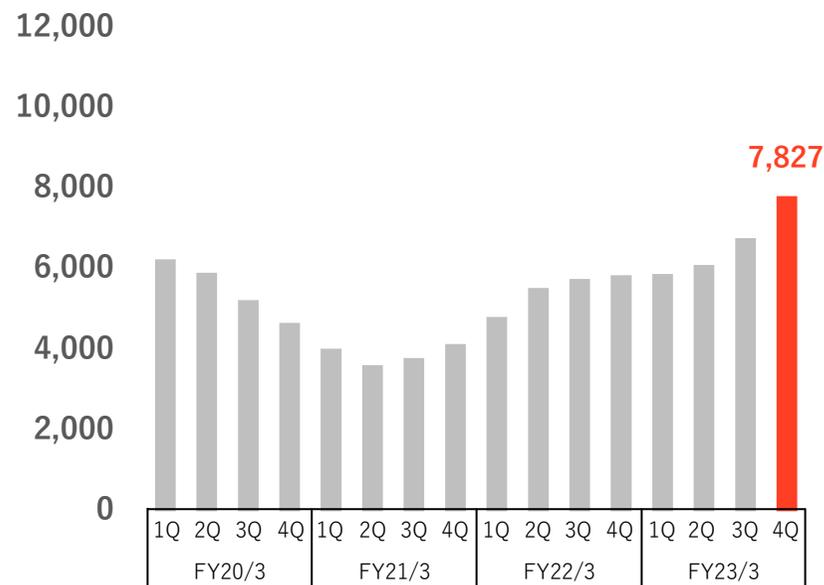
積み上げ型収益(LTMベース)

(単位: 百万円)



非積み上げ型収益(LTMベース)

(単位: 百万円)



注1: 積み上げ型収益は、主に中小規模の法人顧客の商流に組み込まれ、拡張性、制御性、持続性が高い収益と定義。

注2: LTM=Last Twelve Monthsの略。直近12ヵ月を指す。

主力事業の掲載事業所数

Vertical HR
 掲載事業所数

76,173

(YoY: +16.6%)

Living Tech
 掲載事業所数

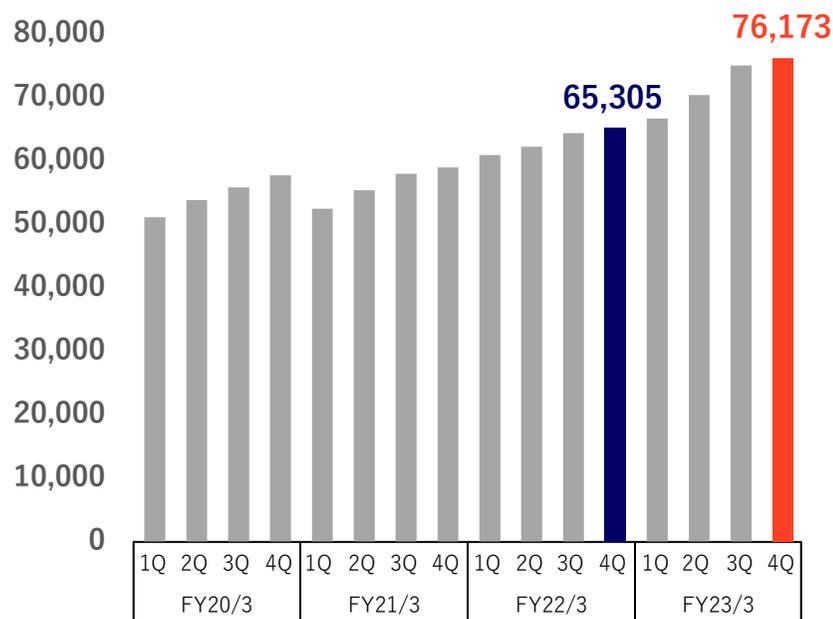
26,457

(YoY: +5.3%)

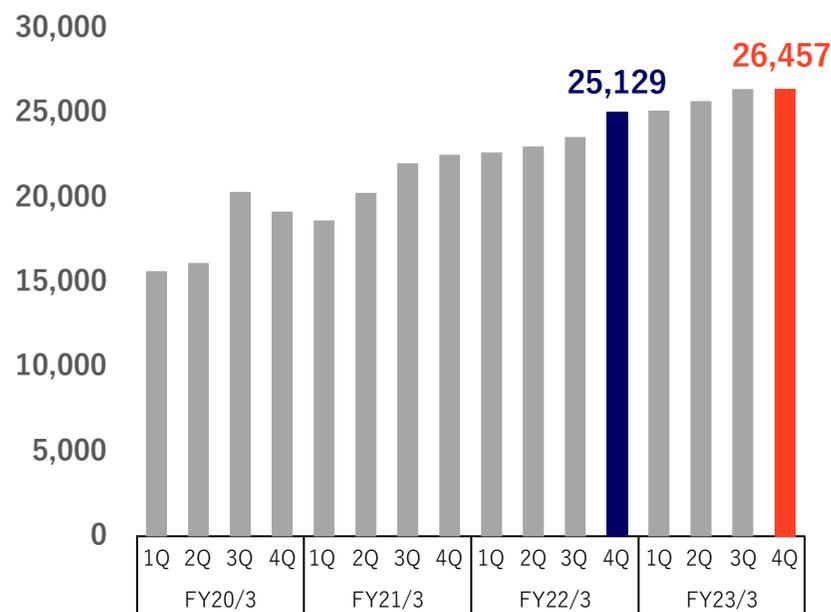
- Vertical HRの掲載事業所数は既存事業の安定拡大、及び新規グループイン事業の寄与により着実に増加。
- Living Techの掲載事業所数はリフォーム領域で安定的に拡大しているものの、賃貸領域の獲得がやや遅延。セールス人員の拡充により挽回を図る。

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。

領域別売上収益推移

Vertical HR

2,205百万円
(YoY +53.4%)

Living Tech

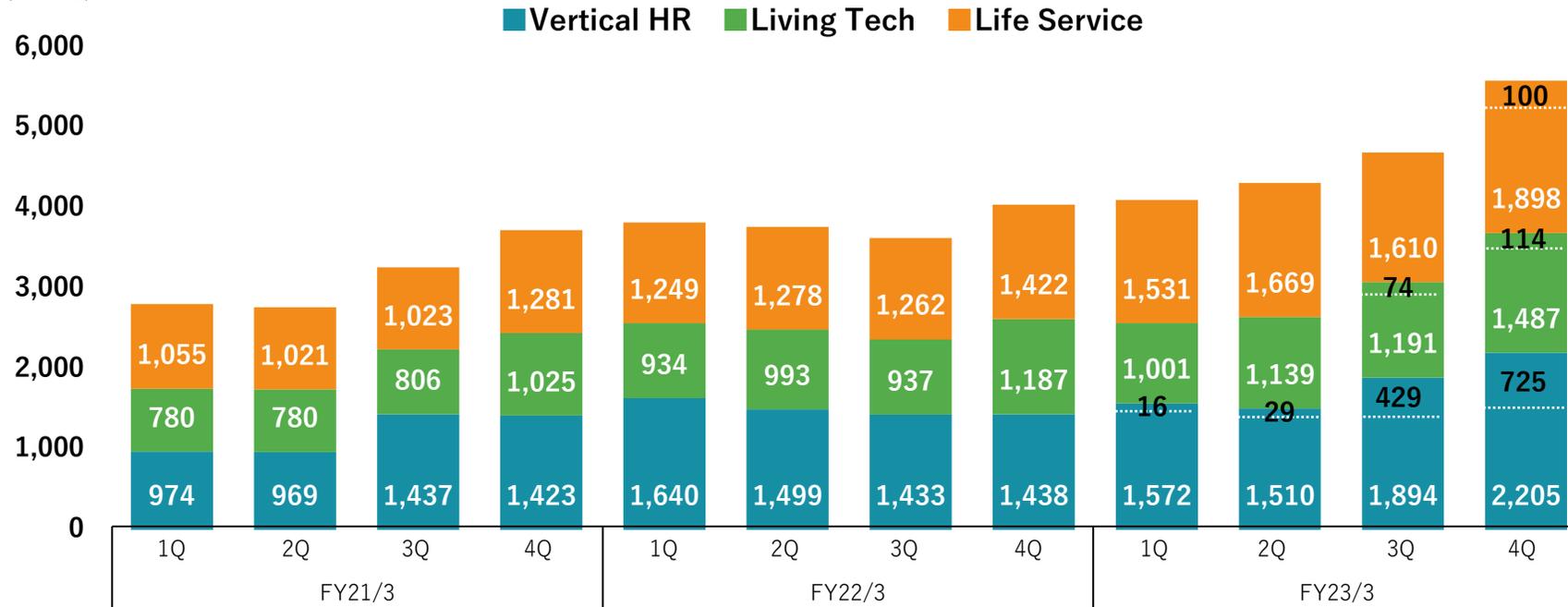
1,487百万円
(YoY +25.3%)

Life Service

1,898百万円
(YoY +33.4%)

- Vertical HRにおいてはリジョブの安定成長ならびに、タイズ等の新規M&Aの貢献により大幅増収で着地。
- Living Techにおいては主にリフォーム事業の伸長とセカイプロパティの連結効果により着実な成長を実現。
- Life Serviceは旅行領域におけるAPWの急回復およびTSDのグループイン、比較メディア事業のPMI進捗が寄与し、高成長率を実現。

(百万円)



注: FY23/3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。

貸借対照表の状況

のれん対資本倍率

0.6倍

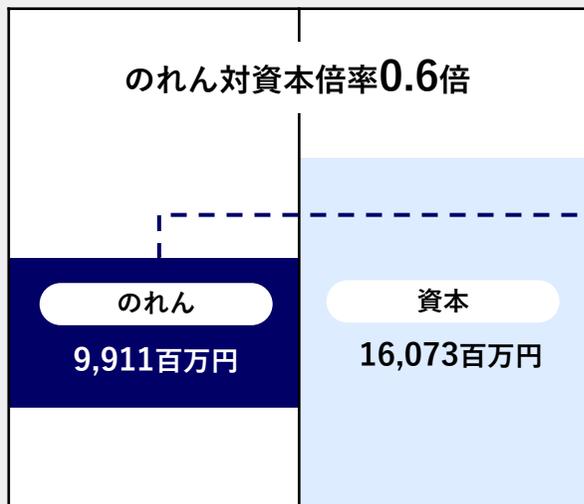
のれん金額

9,911百万円

- のれん対資本倍率は0.6倍、親会社所有者帰属持分比率は52.9%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) 30,393百万円



CGU別のれん内訳

9,911百万円

| | |
|--------------|----------|
| 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 | 749百万円 |
| TSD | 668百万円 |
| その他 | 3,248百万円 |

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月付け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

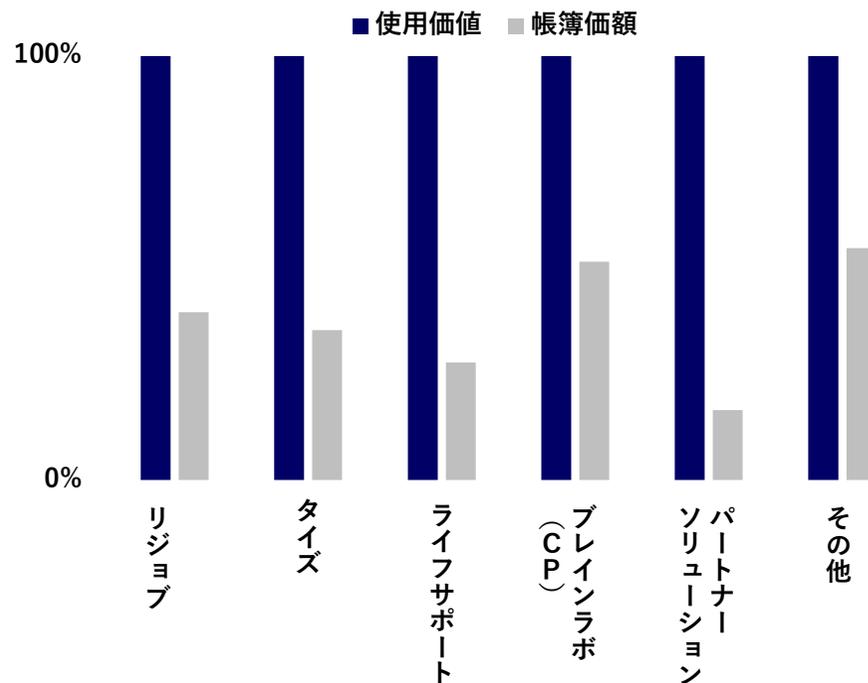
- のれんを構成する計16のCGUにおいて、IFRSに則り帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- FY2023/3において、各CGUで回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。

のれん

のれん合計：9,911百万円

| | |
|--------------|----------|
| 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 | 749百万円 |
| TSD | 668百万円 |
| その他 | 3,248百万円 |

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2022年12月末であり、TSDの株式取得は2023年2月であるため、当該テストの対象外であることからグラフ上も除外されている。

財務戦略と戦略投資（M&A）の状況

戦略投資額

43.2億円

(前期: 4億円)

配当予想

5.0円

(前期: 4.0円)

- FY2024/3の自己株式取得は当期利益を戦略投資額と配当総額の合計が上回ったため、当社財務方針に則り、不実施とする。
- FY2023/3において、約43.2億円の戦略投資を実施済み。
- FY2024/3における1株当たり配当金は増収増益を見込み5.0円に設定。
- 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。

キャッシュフローと株主還元

| (百万円) | FY2022/3 | FY2023/3 | FY2024/3 |
|------------------|----------|----------|----------|
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 2,262 | 2,930 | |
| - 戦略投資額 | 400 | 4,323 | |
| - 配当総額 | 378 | 416 | |
| 1株当たり配当 | 3.5円 | 4.0円 | 5.0円 |
| 自己株式取得枠 | 0 | 1,400 | 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。

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。

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においては旅行の本格回復が進展。

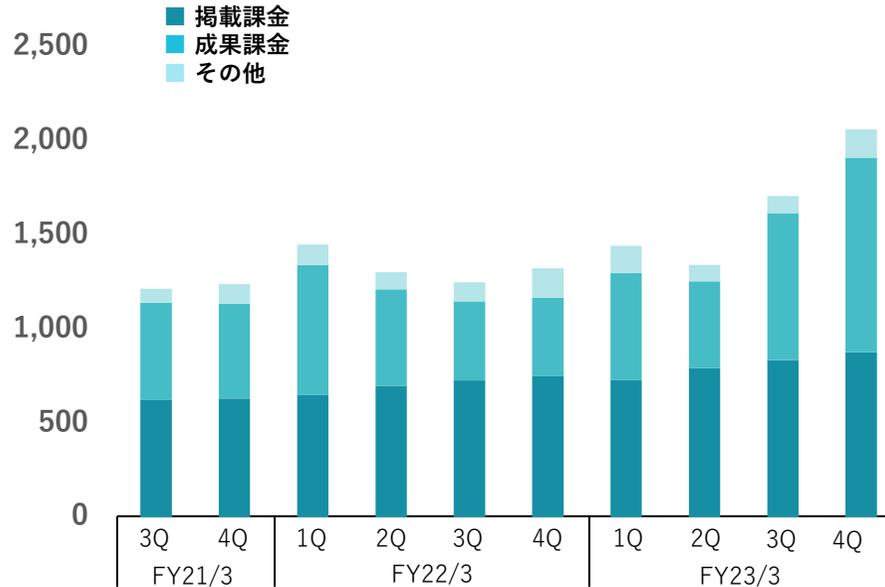
| サービス | クライアントサイド | 状況 | ユーザーサイド | 状況 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Vertical HR リジョブ タイズ その他 ● 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"> サロン利用者の増加に伴い、事業所の採用ニーズは高い状況が継続。 | ○ | <ul style="list-style-type: none"> 顧客の採用ニーズ復調に伴い、求職者の動きは堅調。 | ○ |
| | <ul style="list-style-type: none"> 電気・半導体業界の採用ニーズは堅調に推移。 | ◎ | <ul style="list-style-type: none"> 求職者ニーズは引き続き堅調。 | ○ |
| | <ul style="list-style-type: none"> 採用ニーズは全体として堅調であり、建設やドライバー等の領域では高い水準を継続。 | ○ | <ul style="list-style-type: none"> 求職者ニーズは引き続き堅調。 | ○ |
| Living Tech 不動産 ● スモック ● セカブプロパティ ライフサポート ● リショップナビ ● エネピ | <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"> ユーザーの家探し需要は堅調に推移。 為替影響は限定的であり、富裕層の投資需要は堅調。 | ○ |
| | <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"> リフォーム需要は堅調に推移。 ガスのスイッチング需要は安定的。 | ○ |
| Life Service 比較サイト ● APW ● TSD | <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"> 業務渡航需要は堅調に回復するも、海外レジャーに関しては円安が影響し、市場回復は緩やか。 | △ | <ul style="list-style-type: none"> 国内の移動需要は底堅く推移。 | ○ |

主力事業における事業状況 -Vertical HR-

- 掲載課金は求人ニーズ増加に伴い過去最高収益を更新。
- 成果課金は新規M&Aにより大幅な増収を達成。

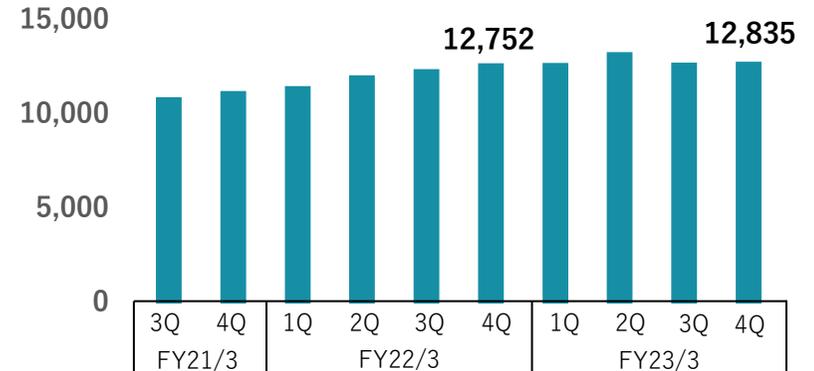
売上収益

(単位：百万円)

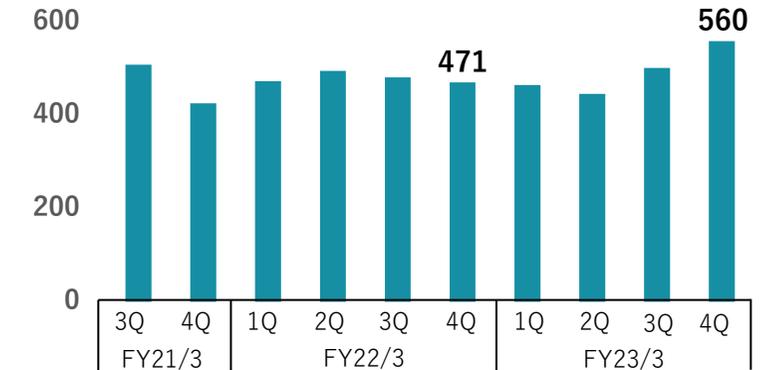


注1: FY21/3はミラックスのグループイン以降を記載。
 注2: 顧客数は各四半期末より1年以内(=LTMベース)に売上収益が発生した法人顧客数をカウント。
 注3: 会員数は累計数値。
 注4: 掲載課金はリジョブとオーサムエージェントの掲載課金型の売上収益を指す。
 注5: 成果課金はリジョブの成果課金型の売上収益やタイズ等の人材紹介事業の売上収益から構成。

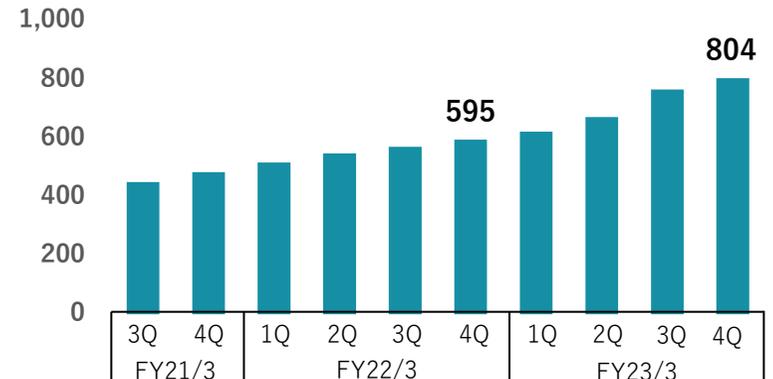
顧客数 (社)



顧客単価 (千円)



会員数 (千名)

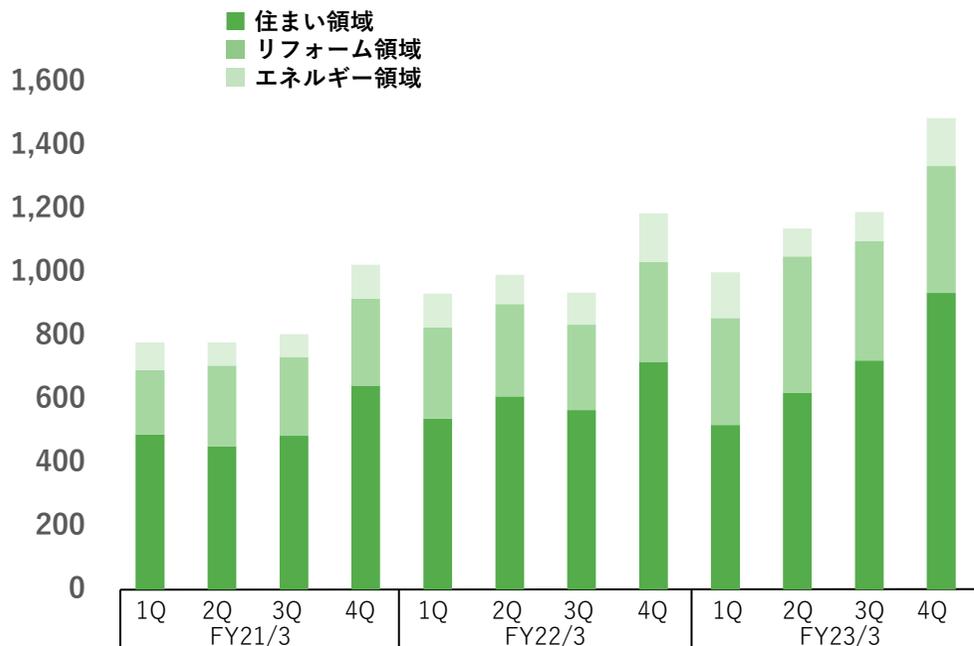


主力事業における事業状況 -Living Tech-

- 会員数は堅調に推移、法人顧客数も前年比で着実に伸長。
- 顧客単価は海外不動産投資事業を展開するセカイプロパティの新規グループインが寄与し上昇。

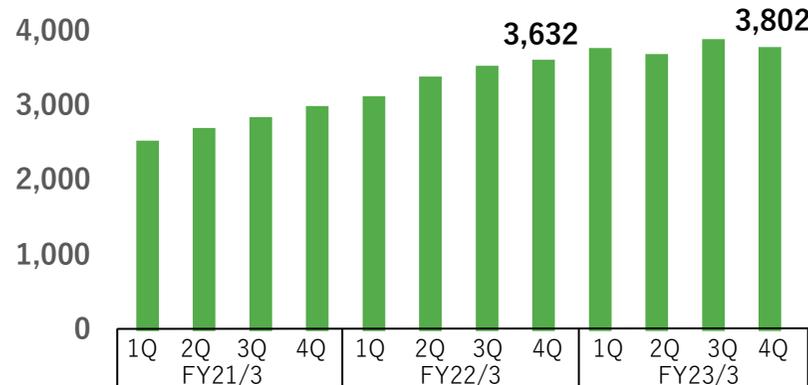
売上収益

(単位：百万円)

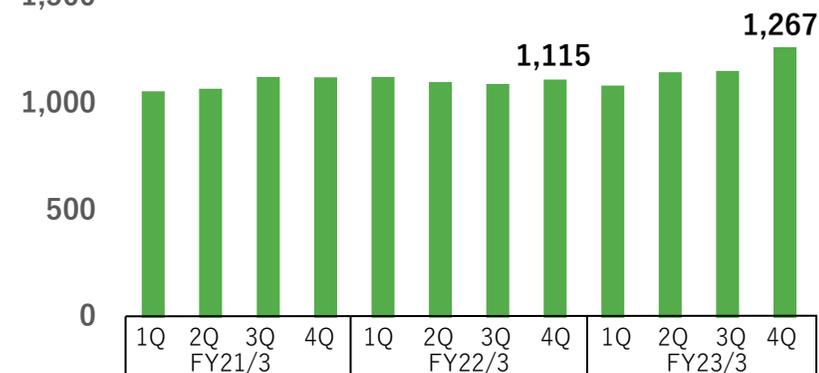


注1: 住まい領域は主にスモッカとセカイプロパティを指す。
 注2: セカイプロパティはFY23/3 2Qに株式取得。
 注3: リフォーム領域は主にリショップナビを指す。
 注4: 会員数は累計の数値を使用。

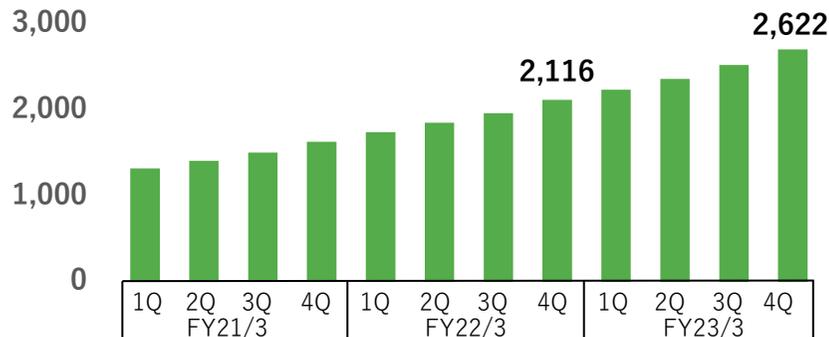
顧客数 (社)



顧客単価 (千円)



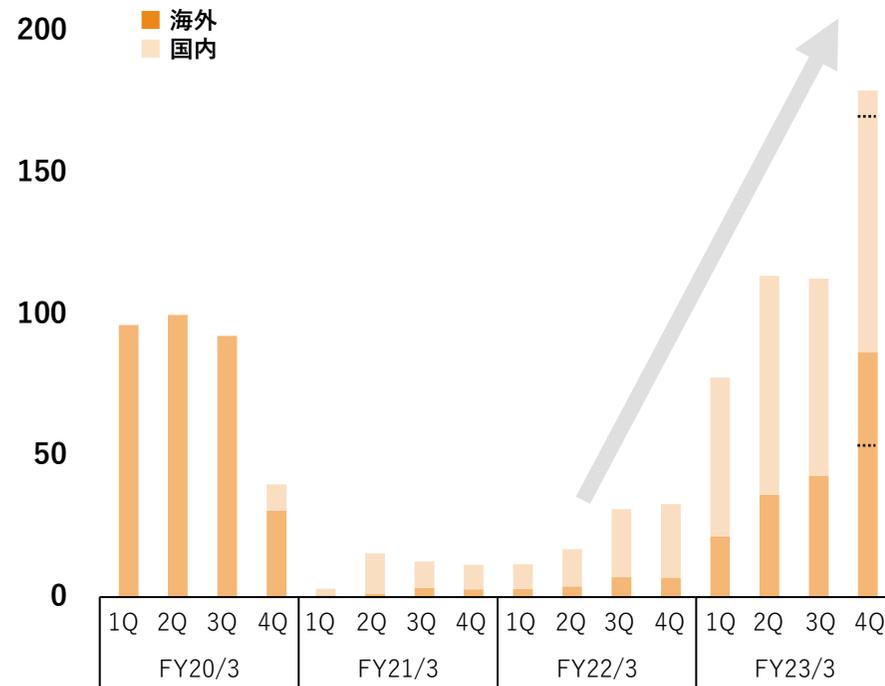
会員数 (千名)



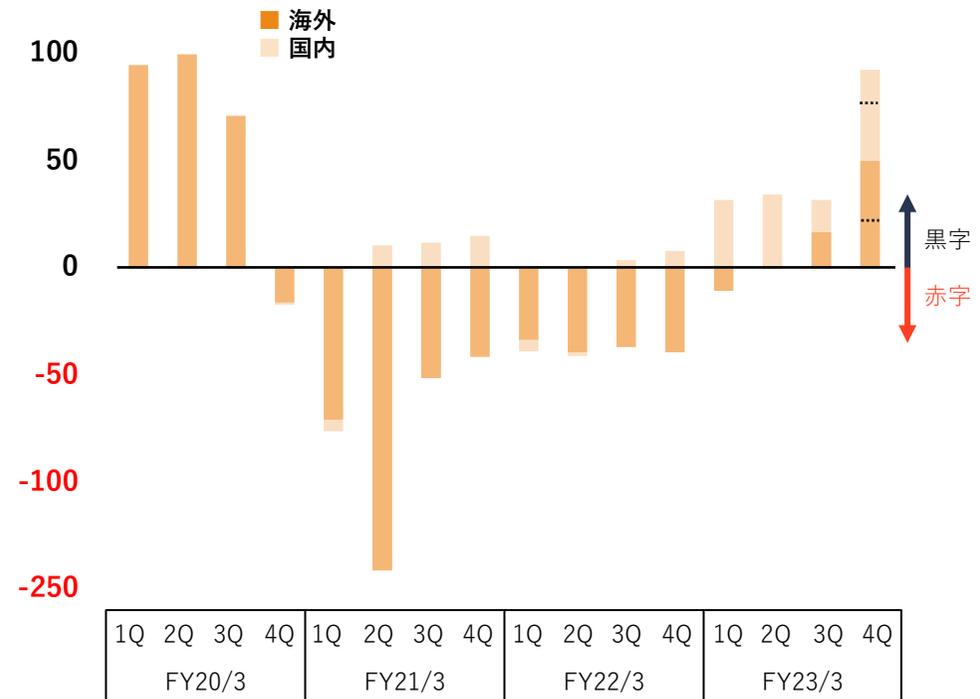
その他事業状況 -Life Service: 旅行領域-

- 海外は、需要の緩やかな回復に伴う、APWの業績回復及び新規グループインしたTSDの貢献により、売上収益はコロナ前と同等水準、営業損益は着実な黒字幅の拡大を実現。
- 国内においては、旅行需要は底堅く推移しており、売上収益及び営業損益は過去最高で着地。
- 今後は国内外ともにペントアップ需要や残存者利益の獲得による更なる業績伸長を想定。

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。

2

業績予想と今後の戦略

2024年3月期業績予想

- 売上収益、EBITDA、営業利益などの**全ての項目において20%超の成長を目指す。**

売上収益

23,300百万円
(前年比: 125%)

EBITDA

6,500百万円
(前年比: 122%)

営業利益

5,300百万円
(前年比: 127%)

| (百万円) | FY2023/3 通期実績 | FY2024/3 通期予測 | 前年比 |
|-----------------------|------------------|------------------|------|
| 売上収益 | 18,709 | 23,300 | 125% |
| ● Vertical HR | 7,181 | 9,300 | 130% |
| ● Living Tech | 4,819 | 5,800 | 120% |
| ● Life Service | 6,709 | 8,200 | 122% |
| EBITDA(注1) | 5,334 | 6,500 | 122% |
| 営業利益 | 4,180 | 5,300 | 127% |
| 親会社所有者 帰属当期利益 | 2,930 | 3,650 | 125% |
| 基本的1株当たり 当期利益(EPS) | 27.85 | 35.10 | 126% |

Vertical HR

既存事業の安定成長や、タイズ等を中心とする新規グループイン企業の通期貢献により高成長を見込む。

Living Tech

セカイプロパティの通期寄与や既存事業の着実な業績伸長を見込む。

Life Service

新規グループインしたTSDを含め、旅行領域におけるマクロ復調に伴う業績伸長を見込む。

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-負のれん発生益

注2: セカイプロパティは2022/9に株式取得した(株)ビヨンドボーダーズの不動産投資事業、TSDは2023/2に株式取得した(株)ティ・エス・ディを指す。

第2次中期経営計画 Z CORE

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

最重要指標

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%**

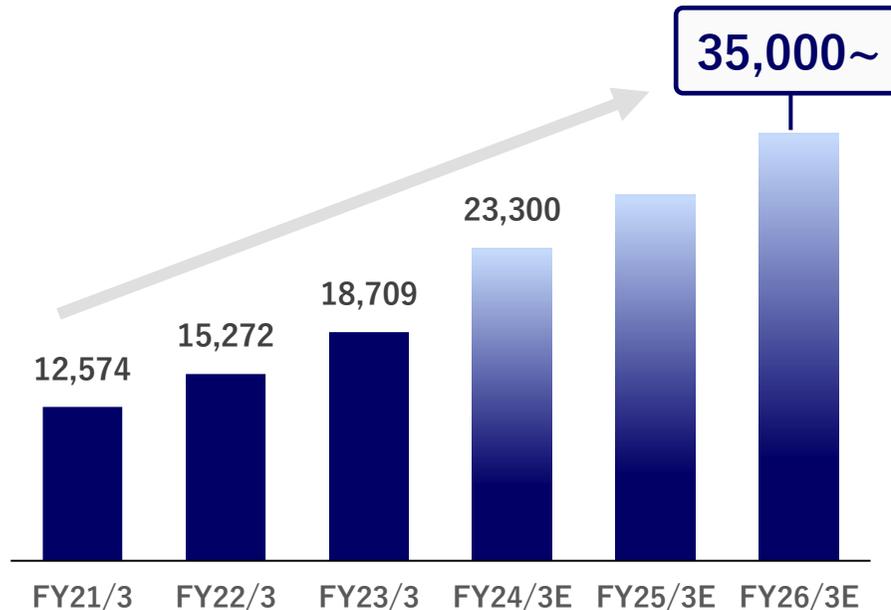
第2次中期経営計画の進捗と達成イメージ

- ①M&Aによる高単価事業のグループインや一部事業における値上げ等により、当初想定していた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

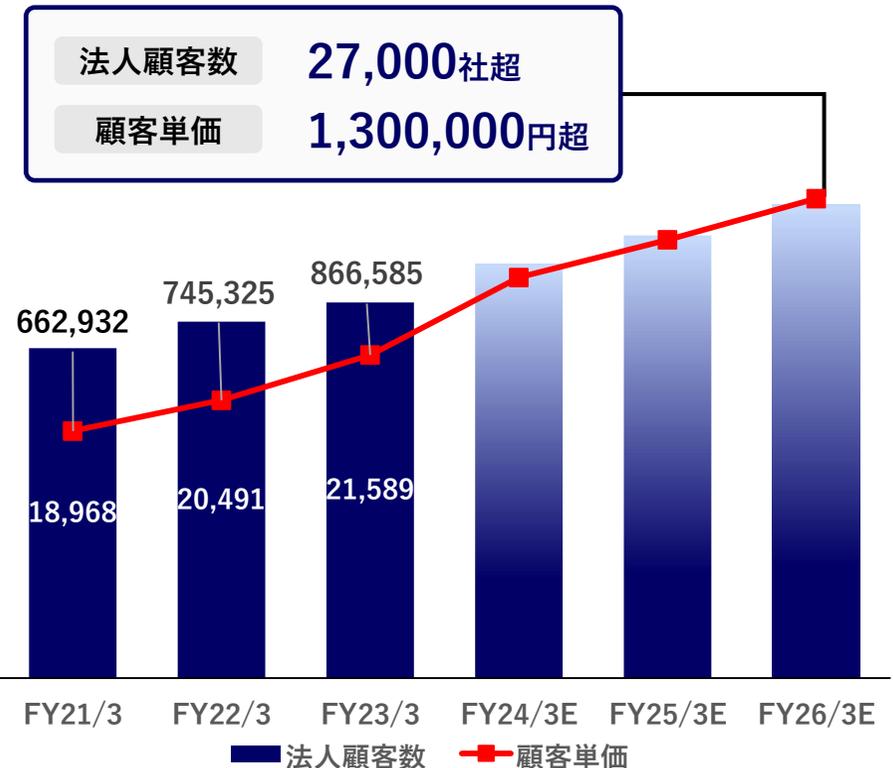
(単位: 百万円)

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: 百万円)

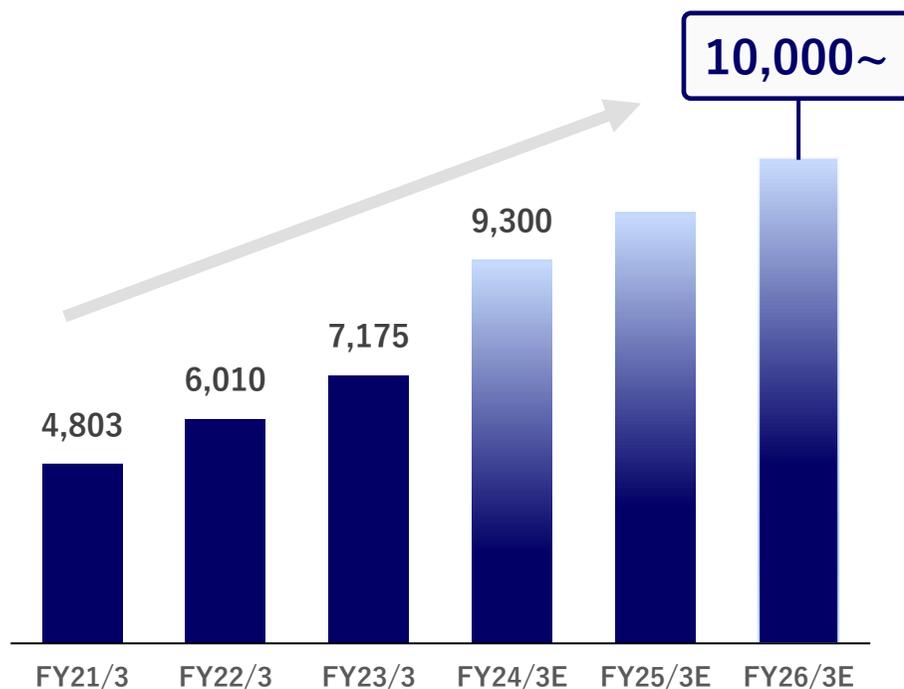


第2次中期経営計画の進捗と達成イメージ -Vertical HR-

- Vertical HRにおいて、FY26/3の目標である売上収益100億円に対する進捗率は72%。
- FY24/3は売上収益9,300百万円(進捗率: 93%)、FY26/3までには100億円の前倒し達成を目指す。
- 特化型人材事業の新規M&Aを複数件実施したことで、当該事業モデルのPMIノウハウが更に蓄積。
- 今後は当該事業モデル間に共通するナレッジ共有や横の連携を図り、各企業の強みや成功要因の詳細分析、および事業モデルの発展を推進することで、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

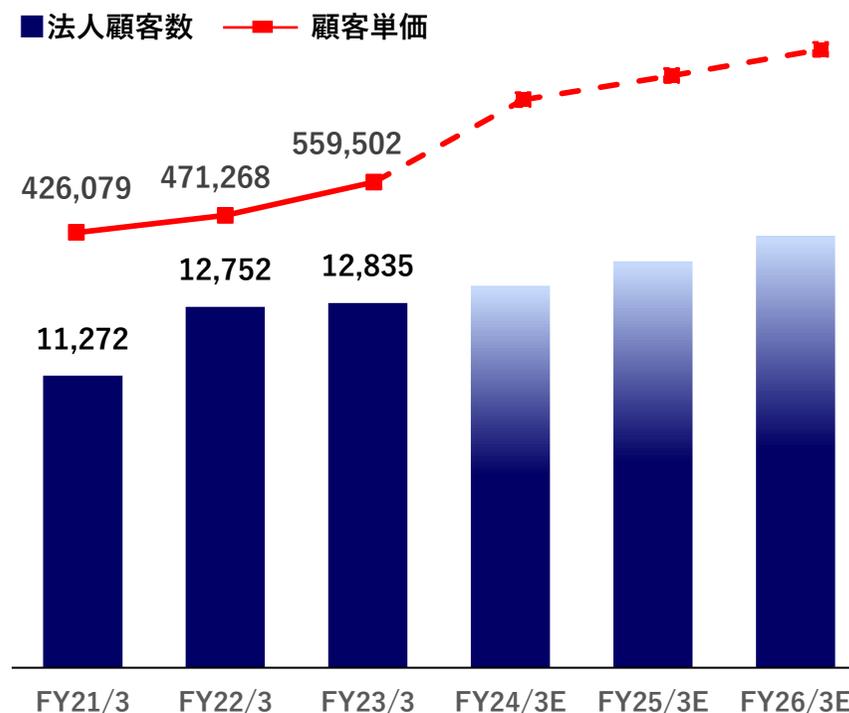
(単位: 百万円)



顧客数・単価推移イメージ (VHR)

(単位: 社)

(単位: 百万円)

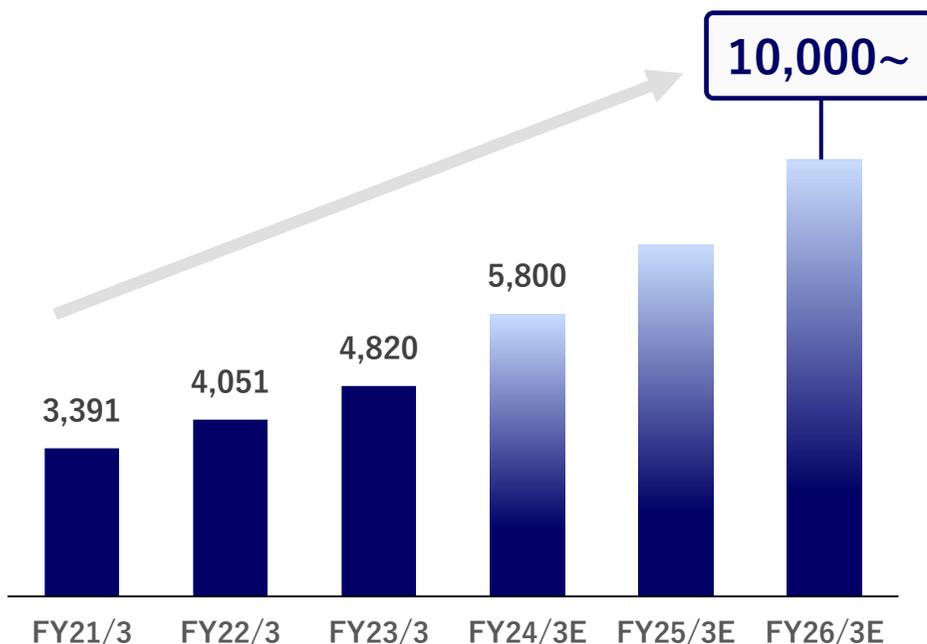


第2次中期経営計画の進捗と達成イメージ -Living Tech-

- Living Techにおいて、FY26/3の目標である売上収益100億円に対する進捗率は48%。
- FY24/3は売上収益5,800百万円(進捗率: 58%)、FY26/3における売上収益100億円の達成を目指す。
- FY23/3のM&Aはビヨンドボーダーズの1件に留まったものの、領域拡張余地は大きいため、引き続きソーシングを推進。
- 今後においては新規機能の追加等による顧客への提供価値の向上及び顧客数の拡大を図る。また、2022年9月にグループインしたセカイプロパティのPMI推進により業績及び単価の引き上げに繋げる。

LT売上収益の推移イメージ

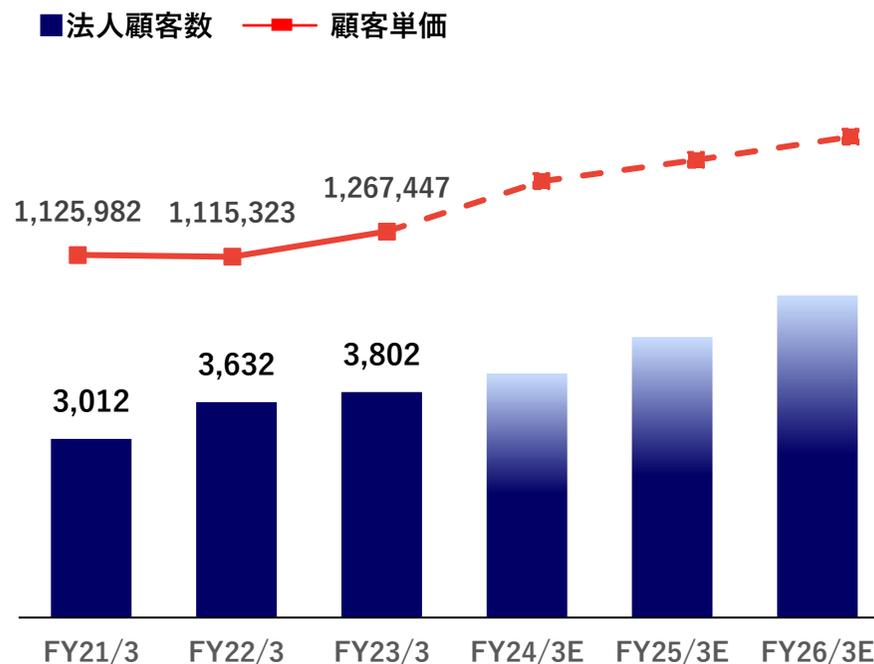
(単位: 百万円)



顧客数・単価推移イメージ (LT)

(単位: 社)

(単位: 百万円)



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

- 各セグメントにおいて、中期的戦略のさらなる精緻化を推進。
- Z COREにて定める目標達成に向け、オーガニック・提携/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

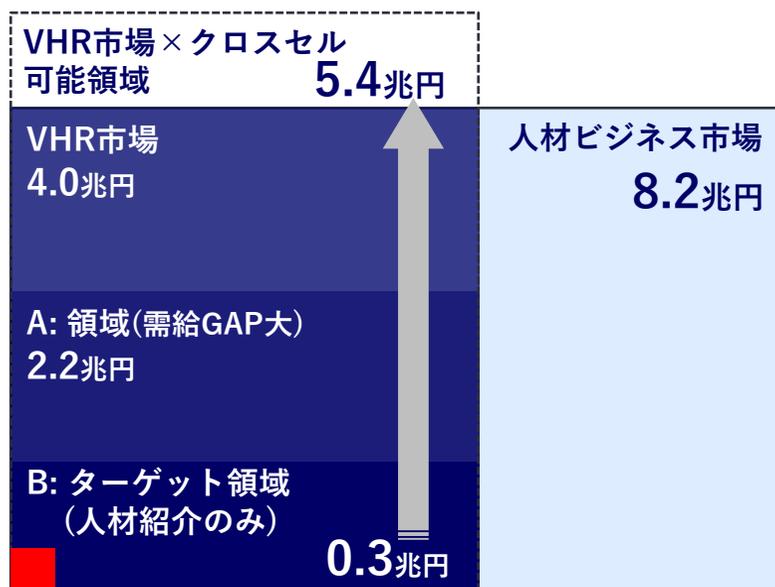
個々のサービス領域での集客力の
向上と付帯するサービス機能の強化

- 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の市場規模と戦略

- 「Vertical HR」のターゲットを当社基準に基づき選定。
- 最適なエコノミクスが成り立つ領域へ拡張し、横展開・拡大再生産を図る。

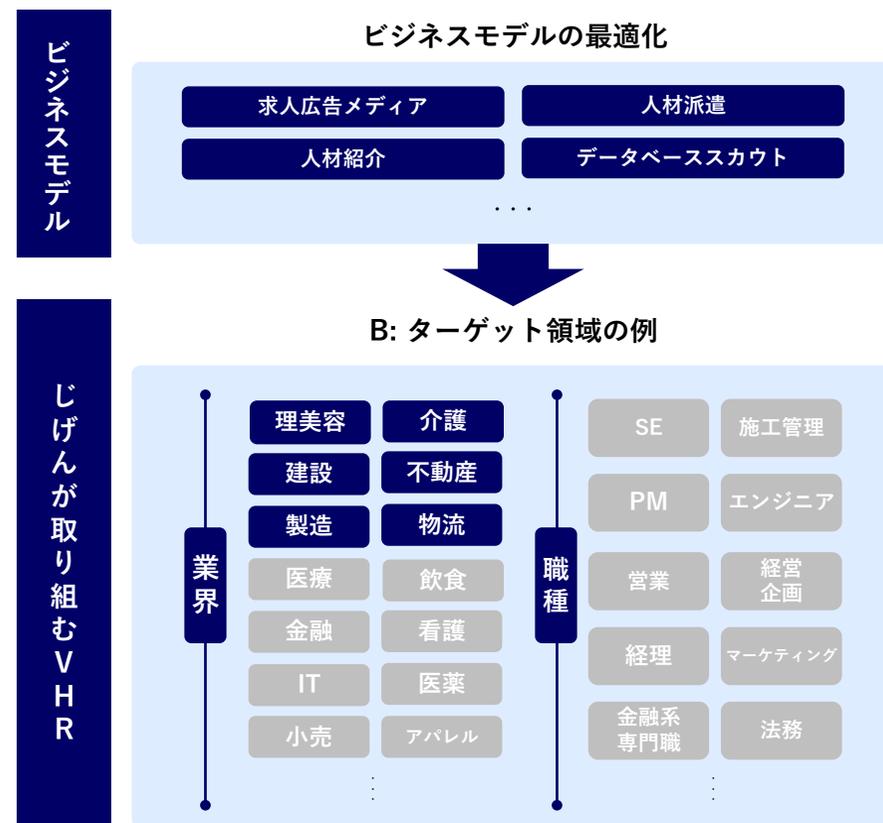
市場の拡張余地



じげんVHR売上収益 約70億円

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。

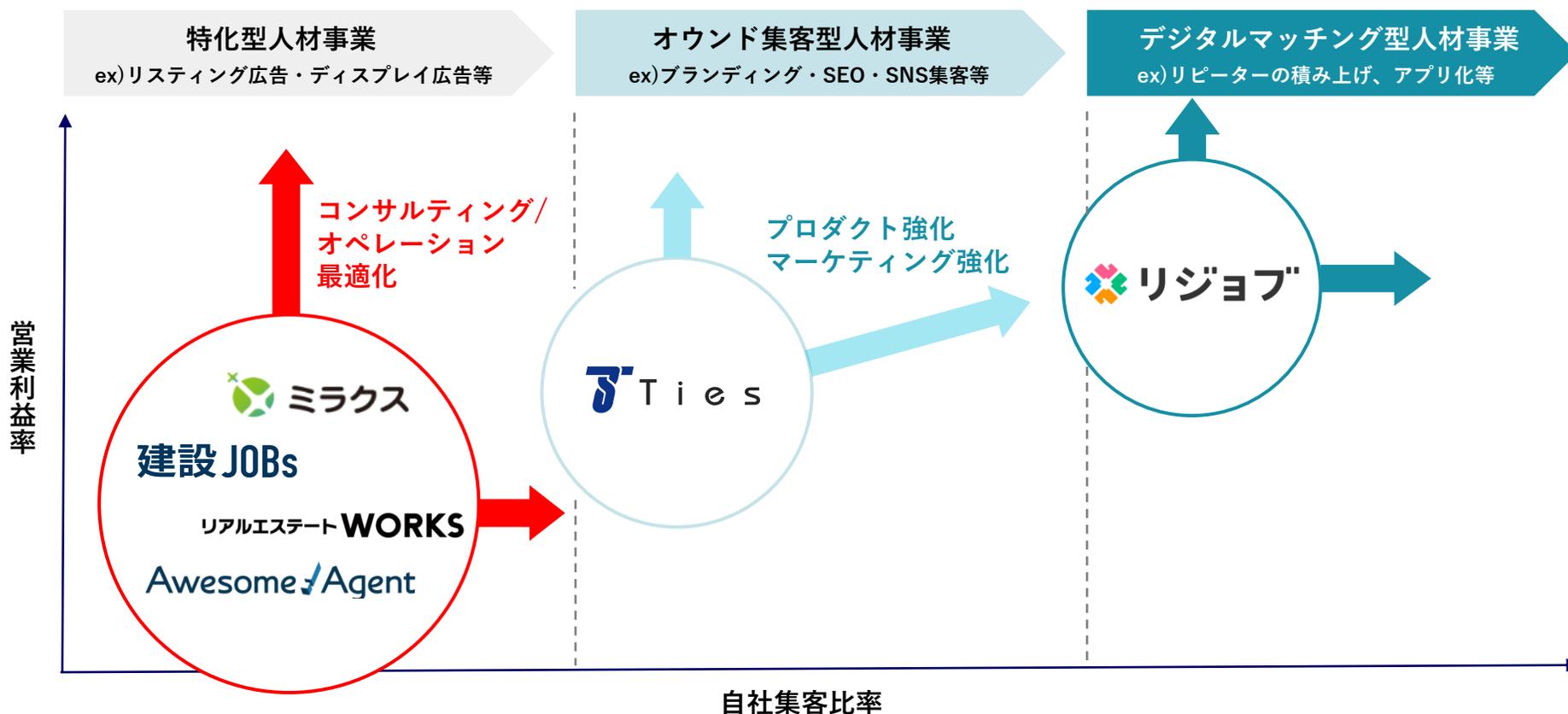
成長戦略



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



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 | ミラクス | 建設 JOBS | リアルエステート WORKS | T i e s | Awesome Agent |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| | 理美容 | 介護 | 建設 | 不動産 | 製造 | 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。 |

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

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。
- ビヨンドボーダーズが展開する越境不動産事業はエージェントモデルだが、高付加価値サービスの提供により高利益率を実現。

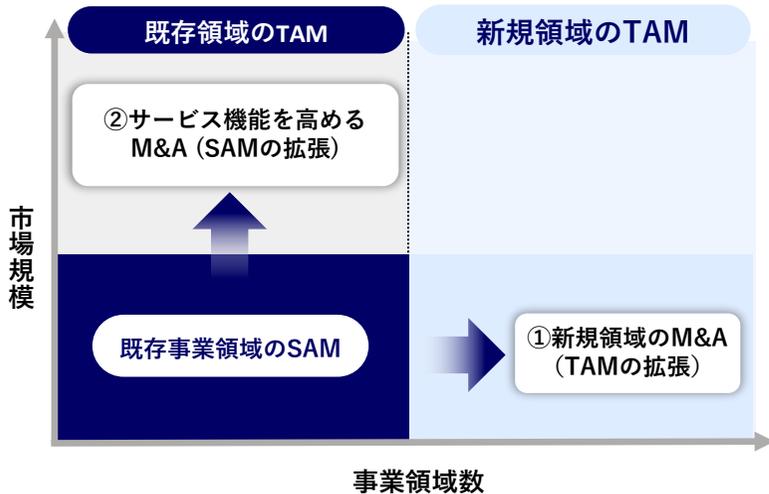
Living Techの成長戦略



M&A戦略 -全体像-

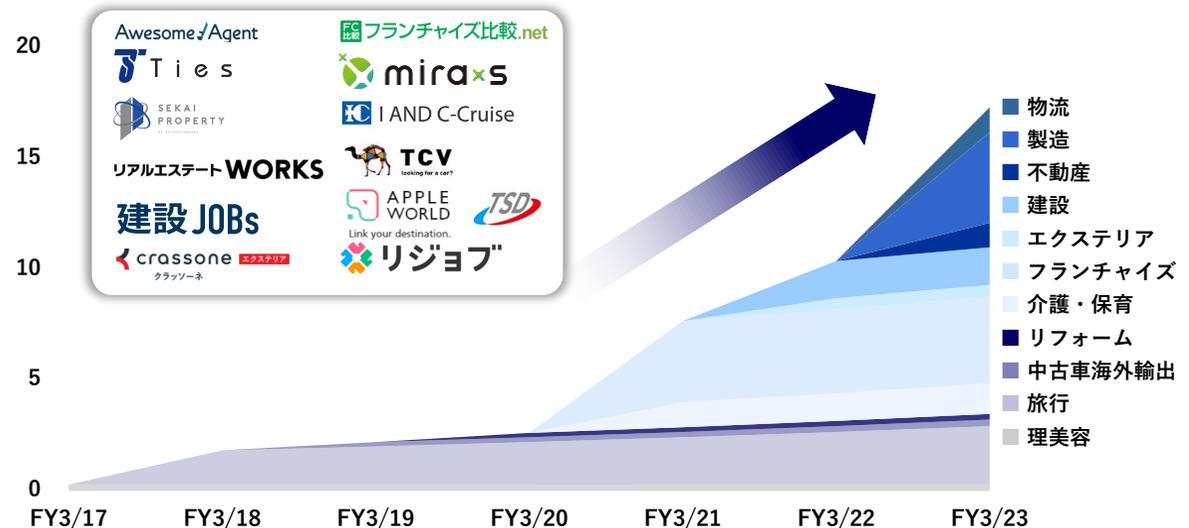
- ①集客メディアを主軸とし、隣接/新規領域への横展開を狙ったM&AによりTAMを拡張。
- ②集客メディア展開によって保有しているユーザー及び顧客との接点を活かし、クロスセル・アップセル機会を狙ったM&AによりSAMを拡張。
- ①・②の包括的な投資戦略により、ソーシング先は豊富にあり、M&Aによる再現性の高い非連続成長が可能。

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。

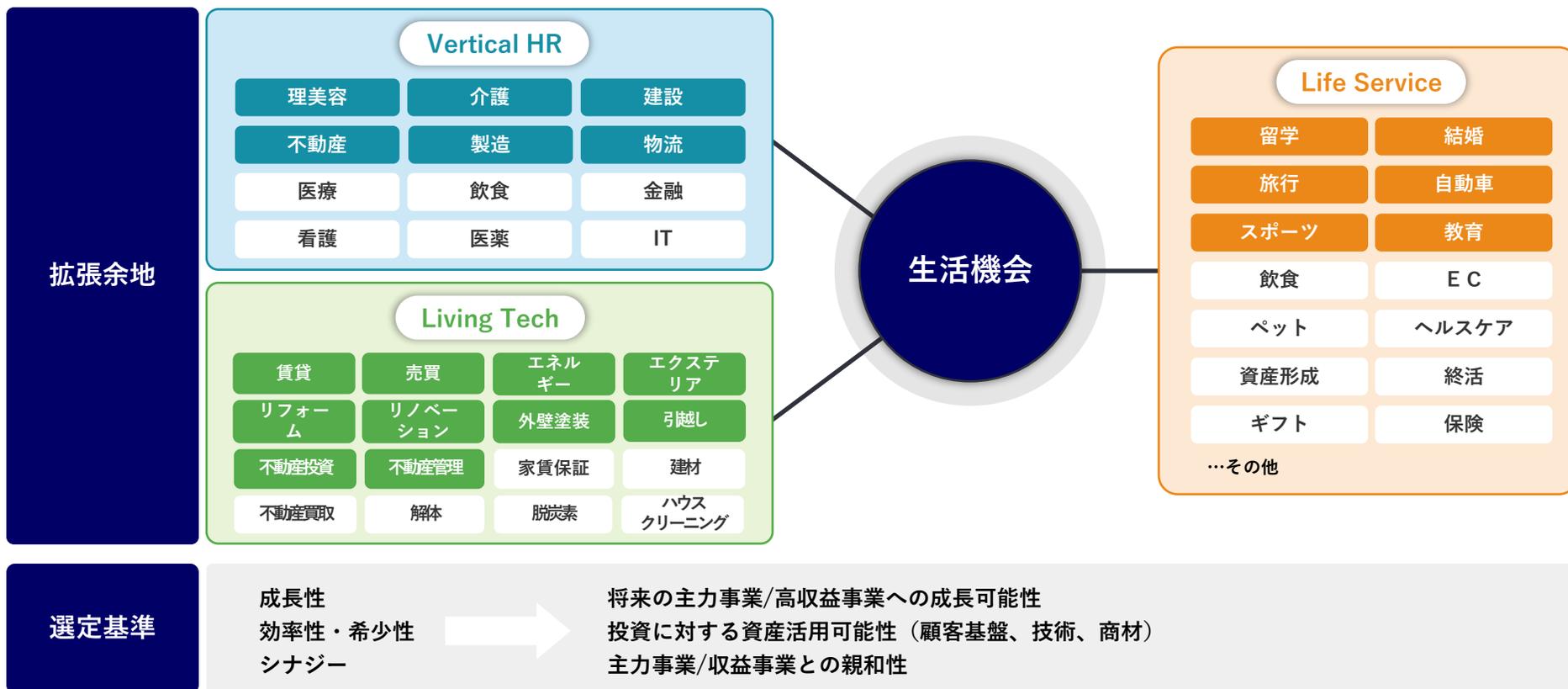
注2: 当該年度にM&Aをした主要事業の累計のTAMを記載。

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。



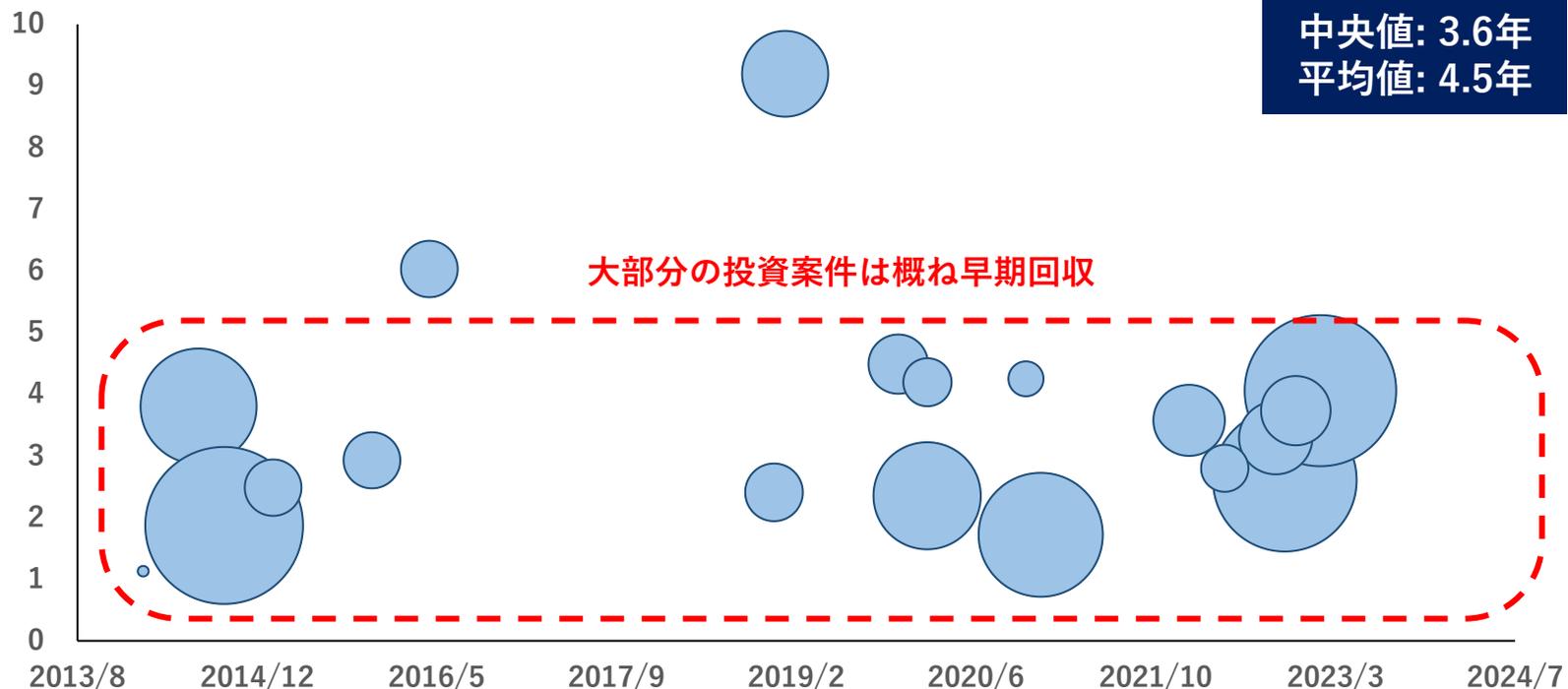
M&A実績 –投資回収期間–

- 投資回収期間は回収予定案件を含む大部分の投資案件はPMIが奏功し、約3-5年と概ね早期回収を実現。
- 投資案件回収率は調整後案件数(※)の約8割弱が累計EBITDA>投資時EVとなっている。

※調整後案件数とは、M&A実施案件のうち、人的リソースの共有や事業特性等の観点から過去取得事業との関連性が非常に高く、一つの経済主体として捉えた方が実態に即していると判断した事業を一つの事業体と見なして算出。

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。

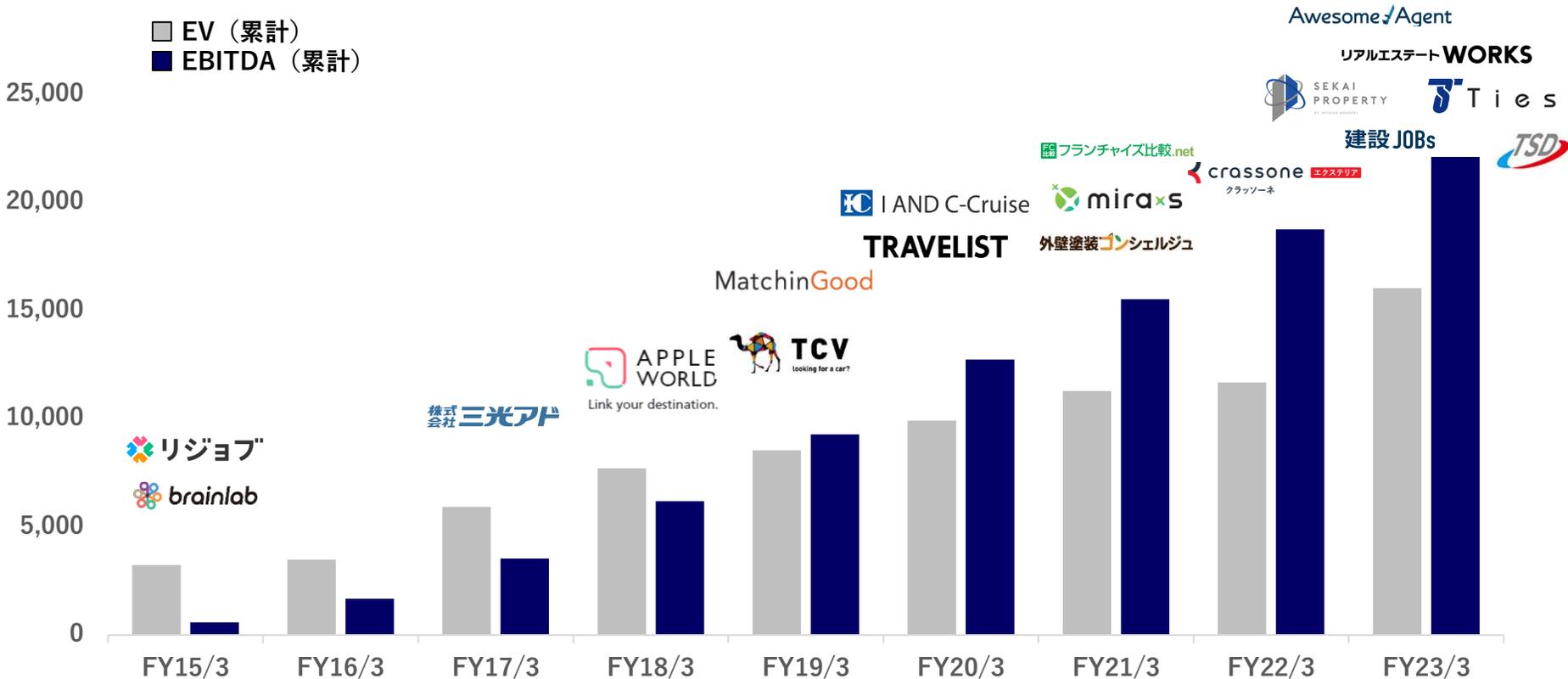
注3: バブルの大きさはM&A時のEV(事業価値)の大きさを示す。

M&Aと投資成果

- FY2023/3までの累計25件のM&Aのうち、直近1年内の取得・売却済み6件を除く19件について、EV117億円に対する当期EBITDA実績は33億円。
- 年間リターンは28.6%、累計リターン189.2%。

M&Aによる投資成果推移

(単位: 百万円)



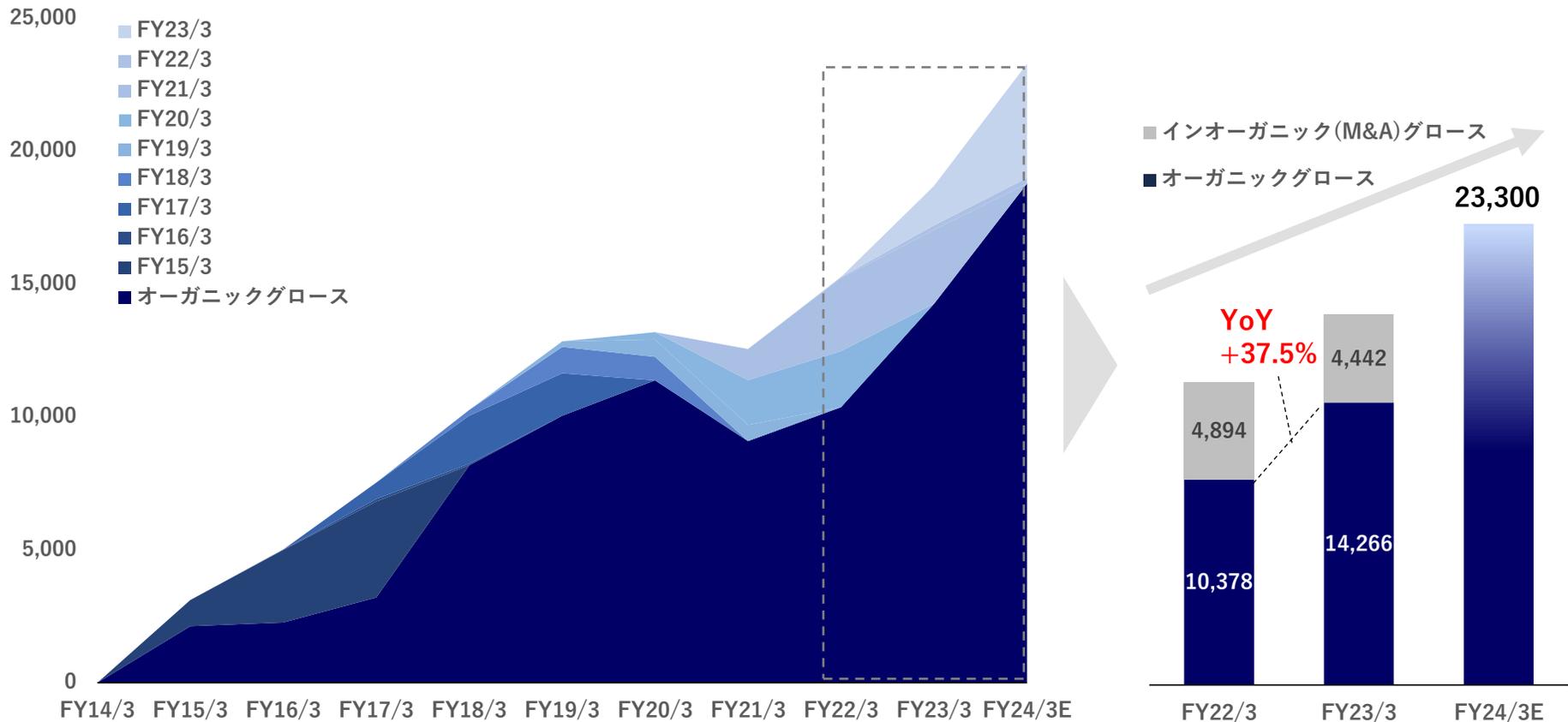
注: 当該年度にM&Aした主要事業のロゴのみを記載

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

- 積極的なM&Aにより非連続的な成長を実現。
- オーガニックグロースにおける成長率は前年比+37.5%。

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。

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 | 新卒社員として、2013年当社入社 |
| 天野孝則 | 執行役員 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 |
| 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 |

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 | Structを創業、同社代表取締役社長等を経て、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、にじげん | 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 |
| 小澤直樹 | 自動車、TCV | 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 |
| 今井良祐 | 求人、事業企画 | 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、ヤフー株式会社執行役員トラベル統括本部長。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: 2023年6月26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

注: 年齢は2023年6月26日株主総会時点で記載。

| 取締役 | 独立性 | 性別 | 年齢 | 独立性 |
|-----|-----|----|-----|-----|
| 平尾 | 社内 | 男性 | 40歳 | 社内 |
| 波多野 | 社内 | 女性 | 40歳 | 社内 |
| 佐藤 | 社内 | 男性 | 39歳 | 社内 |
| 薄葉 | 独立 | 男性 | 60歳 | 独立 |
| 榊 | 独立 | 男性 | 50歳 | 独立 |

注: 2023年6月26日株主総会決議を以て就任予定



3

SDGs · ESG

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"> CO2排出量の公開 ペットボトル、キャップ回収、紙コップ廃止、コピー用紙の削減、電子契約比率の向上 |    |
| 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

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

| 実施 | サービス | 内容 |
|------------|---------|-----------------|
| 2022年6月14日 | リショップナビ | リショップナビアワード2022 |
| 2022年8月23日 | リジョブ | リジョブアワード2022 |
| 2023年2月8日 | TCV | ベストセラーアワード |
| 2023年2月-3月 | リショップナビ | グッドリフォームコンテスト |

働きがいのある環境

ネクストリーダープロジェクト

新卒メンバーなどが中心となり、過去から現在の新卒メンバーの入退社データや活躍状況などを分析し、組織課題の抽出から施策立案を実施。「じげんで活躍できる人材」の言語化を実施し、研修をはじめ、新卒キャリア開発を大幅にアップデート。

施策例)

新卒研修の大幅改善、研修プログラム(3年)の企画、育成方針の策定、スキルマップの構築 など

就業機会の均等性

平尾代表による特別講義

立命館アジア太平洋大学にて、平尾代表による「Entrepreneurship」の授業を開催。学生約200名が参加。インターンシップの応募や新卒採用等の採用活動にも貢献。



SDGs/ESG の主要な取り組み②

地域社会の創生

京都府での取り組み①



ZIGExN UPDATERS.EXEによる初の主催試合「3x3 WEST」を実施。学生と選手達がイベントの企画・運営に携わり、約200人が来場。その他にも地元イベントへの参加等によって、地域社会の創生に貢献。

また京都拠点にてインターン採用を実施することで、地方において、上場IT企業で働ける場を提供。

京都府での取り組み②

京都市をはじめとする地元メディアを中心に露出

例) 京都新聞、KBS京都、JCOM、日本経済新聞、3x3.EXE PREMIER、ラサンカ など



大分県での取り組み



大分県移住・交流ポータルサイト
おおいた暮らし

ビジネスモデルを生かした取り組みとして、リジョブの媒体で大分県の移住プロジェクトを紹介。

移住・交流ポータルサイト「おおいた暮らし」：
<https://www.iju-oita.jp/>



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

| | | | |
|-------|---------------|-------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| ● 理美容 | リジョブ | 美容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・保育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 | 賃貸ポータルサイト | https://smocca.jp/ |
| ● 海外不動産 | セカイプロパティ | 海外不動産ポータルサイト | 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サイト | https://rehome-navi.com/ |
| ● エネルギー | enepi | プロパンガス(LPガス)料金比較サイト | https://enepi.jp/ |

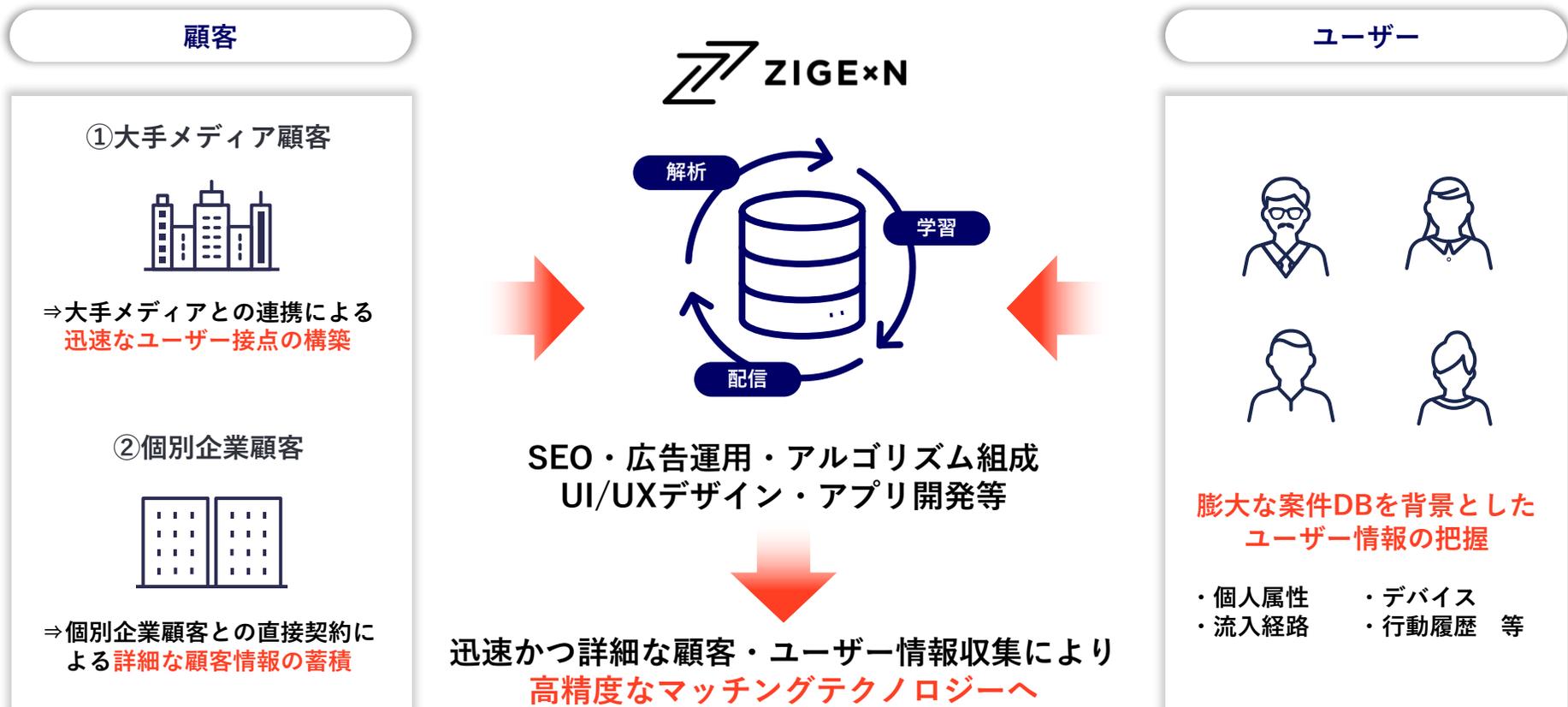
Life Service

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サイト | https://biz.tc-v.com/ |
| ● 旅行 | アップルワールド TRAVELIST | ホテルのホールセール事業 個人ユーザー向け国内航空券販売 | https://appleworld.com/agt/ https://travelist.jp/ |

強みの源泉① - マatchingテクノロジー -

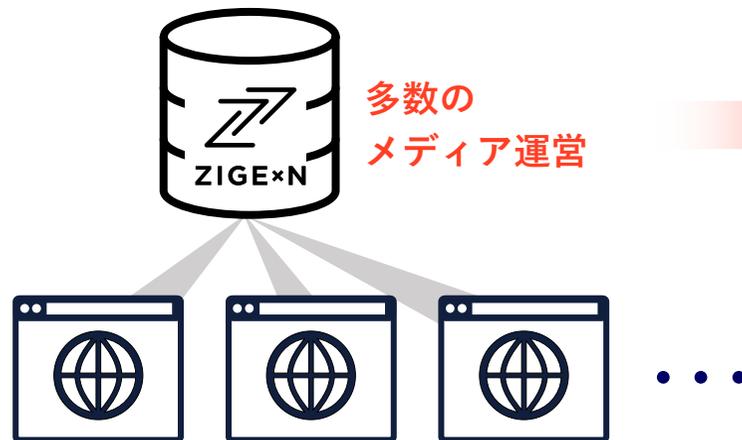
- 顧客及びユーザー接点を迅速に構築し、10年以上にわたって双方の情報を解析・学習・配信。
- 個別企業との提携にも注力し、詳細な情報も蓄積。その結果、データベースドリブンでユーザーの行動を促進する（集めて動かす）高精度なMatchingテクノロジーを実現。



マッチングテクノロジーの概要

- マatching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**。
- 約30以上のメディアを運営することによるデータの蓄積、高度な解析・学習・配信できる場所（メディア）の保有がマッチングテクノロジーの強化を加速させる。

マッチングテクノロジーの具体例と多数のメディアプラットフォーム運営の効果



複数展開しているからこそできること

- 投下検索連動型広告出稿費用は業界上位
- 刻々変化するSEOアップデートへの迅速対応
- 多種多様なユーザー情報・企業情報の蓄積
- 分析データの蓄積、アルゴリズムの蓄積
- 分析結果に基づき配信できる面が広い

例1

PV(page view)から、応募・エントリー（行動促進）につながる情報や構造、つながらない情報や構造を解析

- ・ 応募やエントリーにつながる情報を独自のスコアリングで順位付け
- ・ 順位に基づき上位配信
- ・ スコアリングが高まるロジックのもとに情報を整理

例2

散在する情報を整理し、ユーザー検索条件に合った独自のスコアリングを行い、最適な情報を上位配信

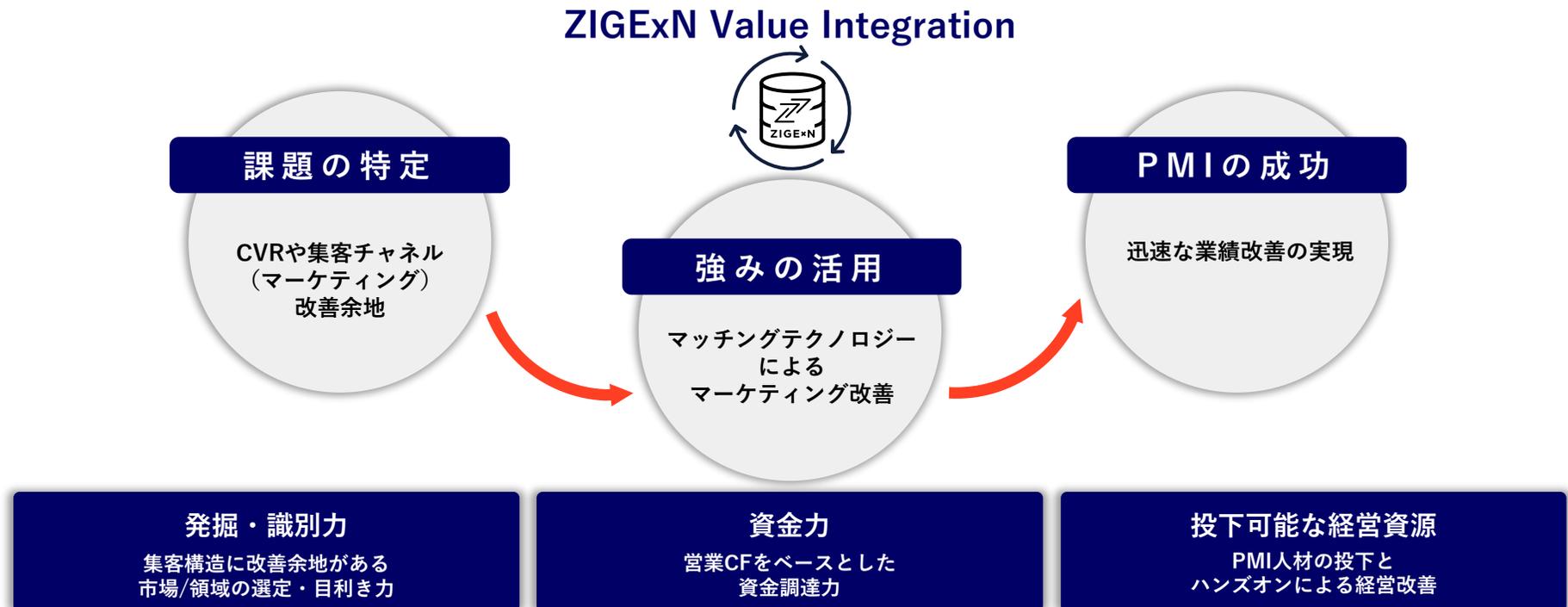
（スコアリング要素の例【スモッカの例】）

- ・ 物件の価格相場
- ・ 駅からの距離、居住環境、周辺環境などの条件
- ・ 物件の新着性
- ・ 物件情報の充実性（図面、写真、情報の量）

強みの源泉② -ZIGExN Value Integration (ZVI)-

- 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・ライフサポート事業等）。
- 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

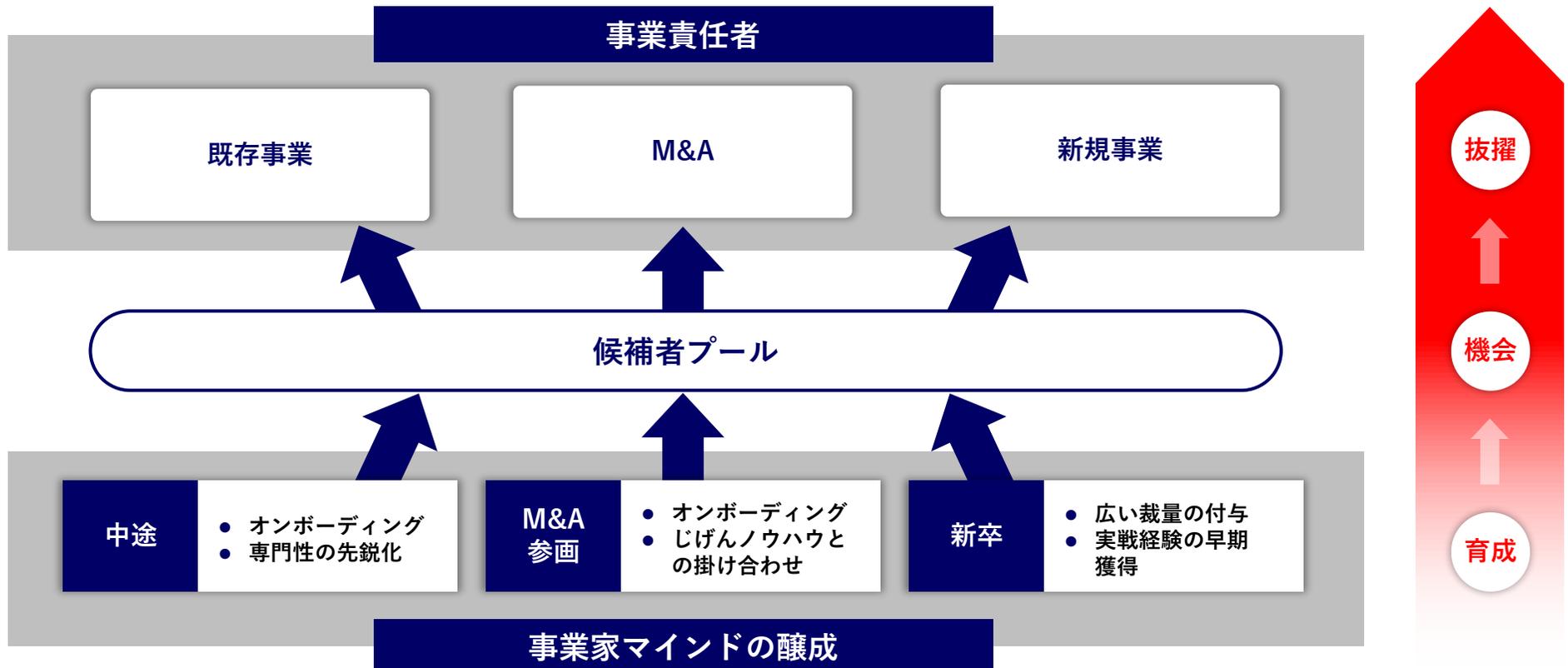


注: ライフサポートは旧IACC等のリフォーム・エネルギー事業を指す。旧IACCは2020年7月付けでじげんと吸収合併済み。

強みの源泉③ - 事業責任者の創出サイクル-

- 責任者ポジションの機会創出と多様なルートによる事業責任者増強施策を実行。
- 事業責任者による事業の自律的運営と事業間連携がじげんグループの成長を牽引。

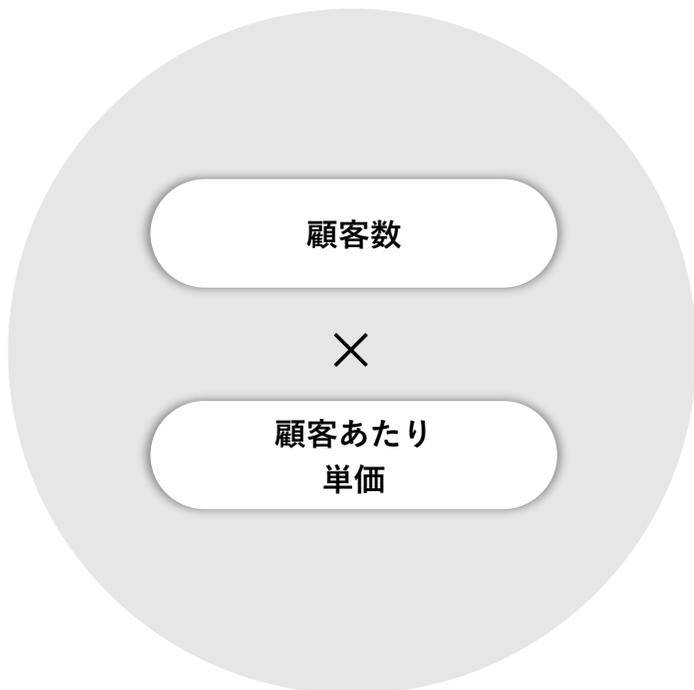
事業責任者創出サイクル



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収益は、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。

顧客基盤拡大

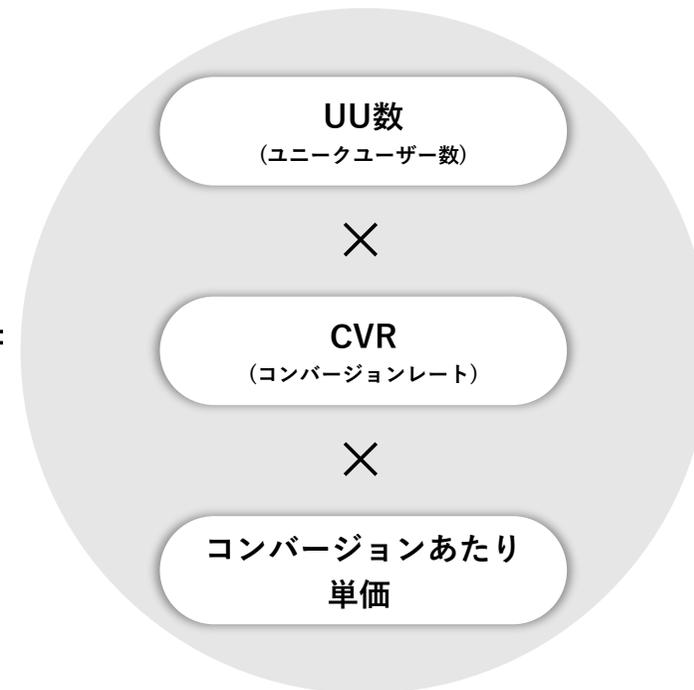


=

売上収益

=

送客力強化



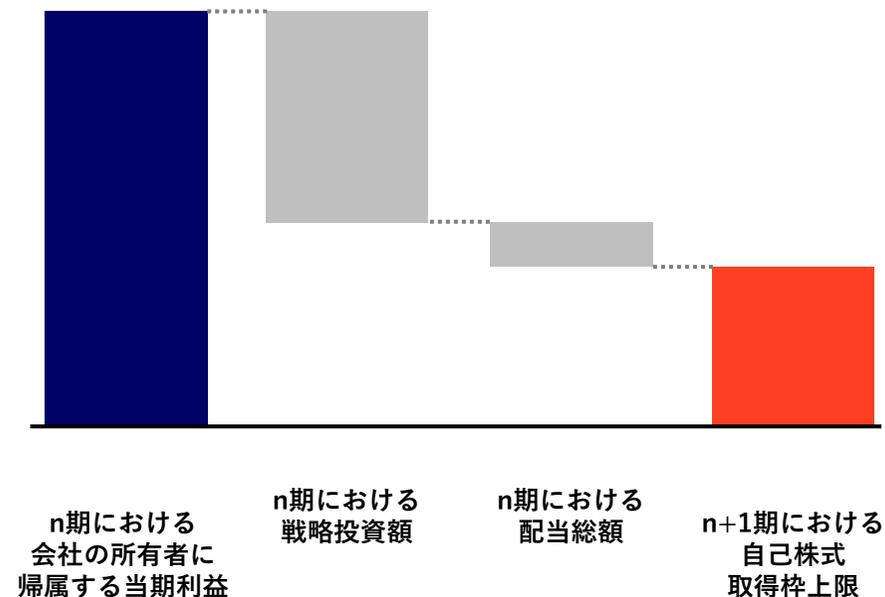
財務方針

- 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

| | |
|--------|----------------------|
| 最重視指標 | 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



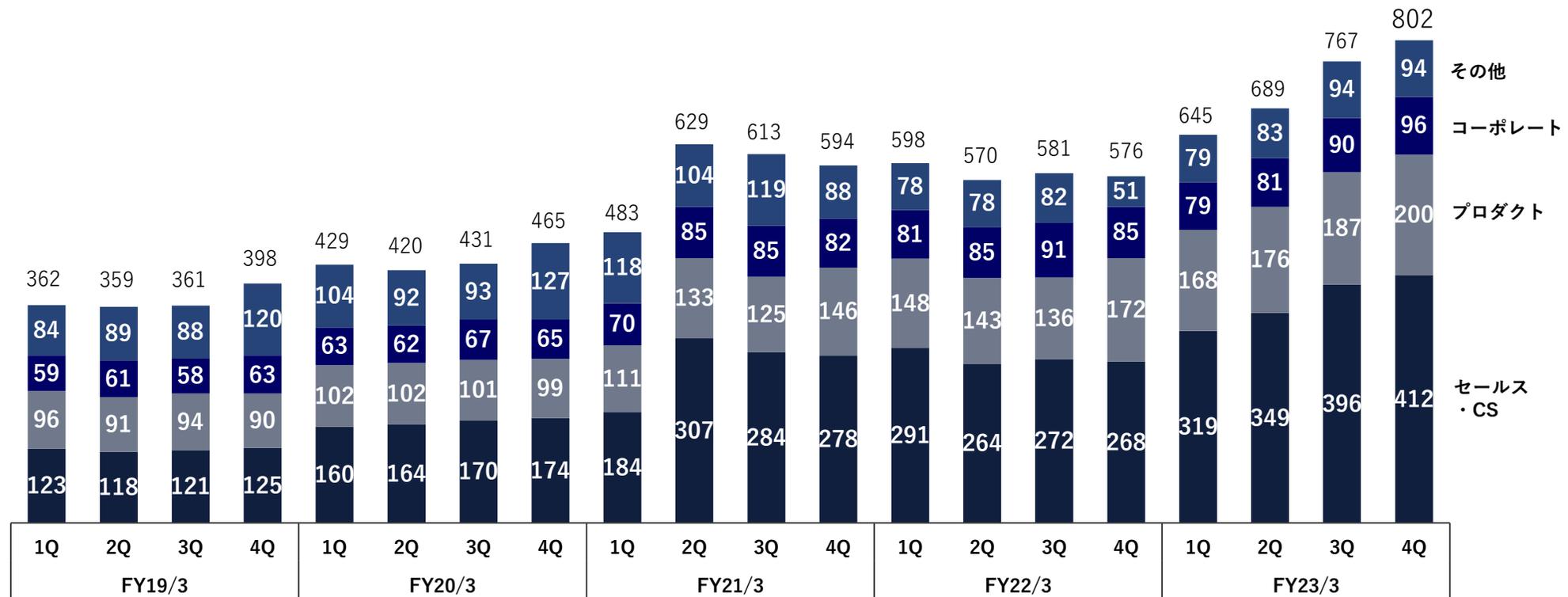
注1: 戦略投資額は、M&Aや資本提携といった、資産性の高い経営資源を獲得するために当社が拠出した投資額を指す。

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。

四半期末従業員数推移

- 2023年3月末連結従業員数は802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。
- 今後においては、プロダクトやセールス・CS人員の増強に向けた人材投資を行う。

グループ全体 職能別従業員数推移



注1: ミラッ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。

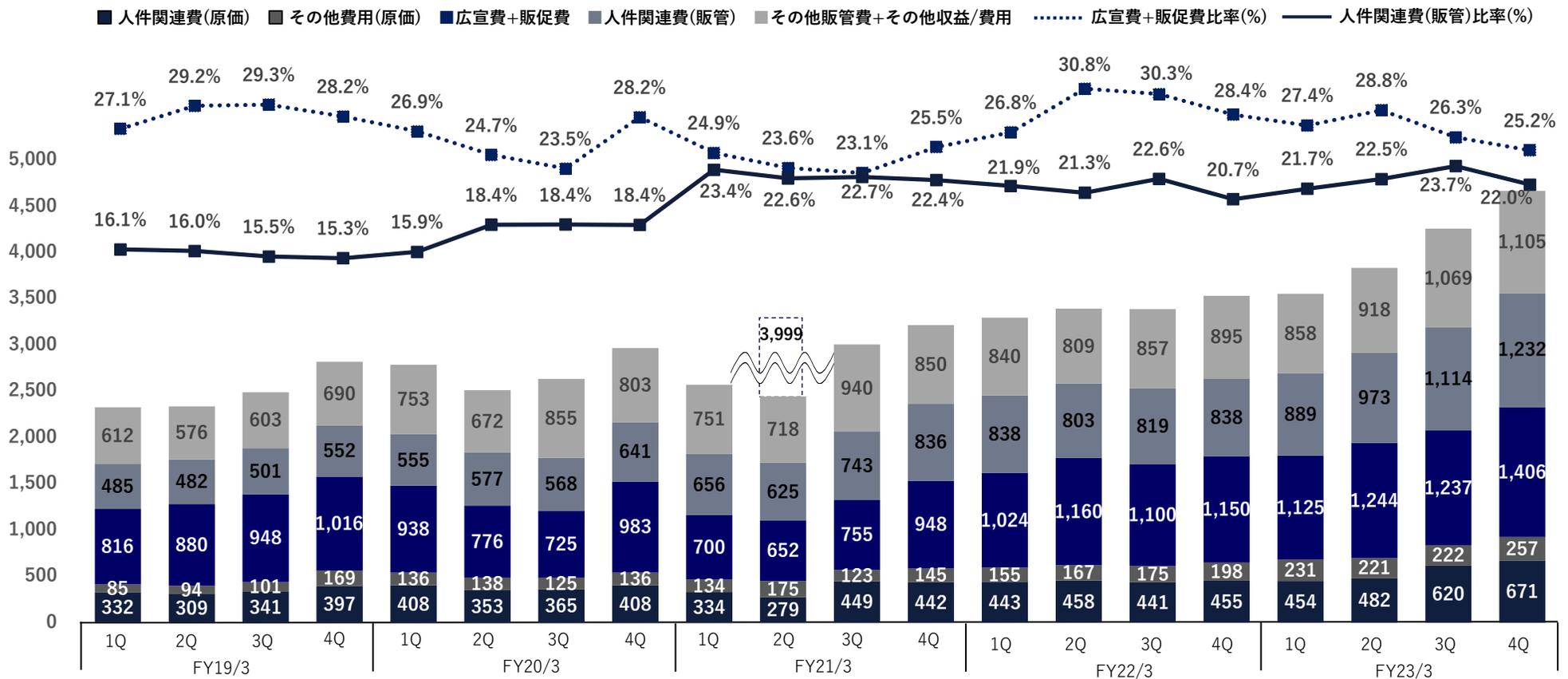
注3: FY23/3以降において、営業管理をその他からセールス・CSに移管し精緻化。

四半期費用推移

- 広告宣伝費+販売促進費は、投資対効果を適切に見極めながら実施していることから安定的に推移。
- M&Aによる人員増加に伴い、人件関連費は微増傾向であるものの、直近においては概ね横這いで推移。

四半期費用推移

(単位：百万円)



注: FY21/3 2Qはのれん等の減損損失等を計上。

四半期末貸借対照表推移

親会社所有者帰属持分比率

52.9%

のれん対資本倍率

0.6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52.9%、のれん対資本倍率は0.6倍であり、引き続き財務基盤は健全で安全性に問題なし。

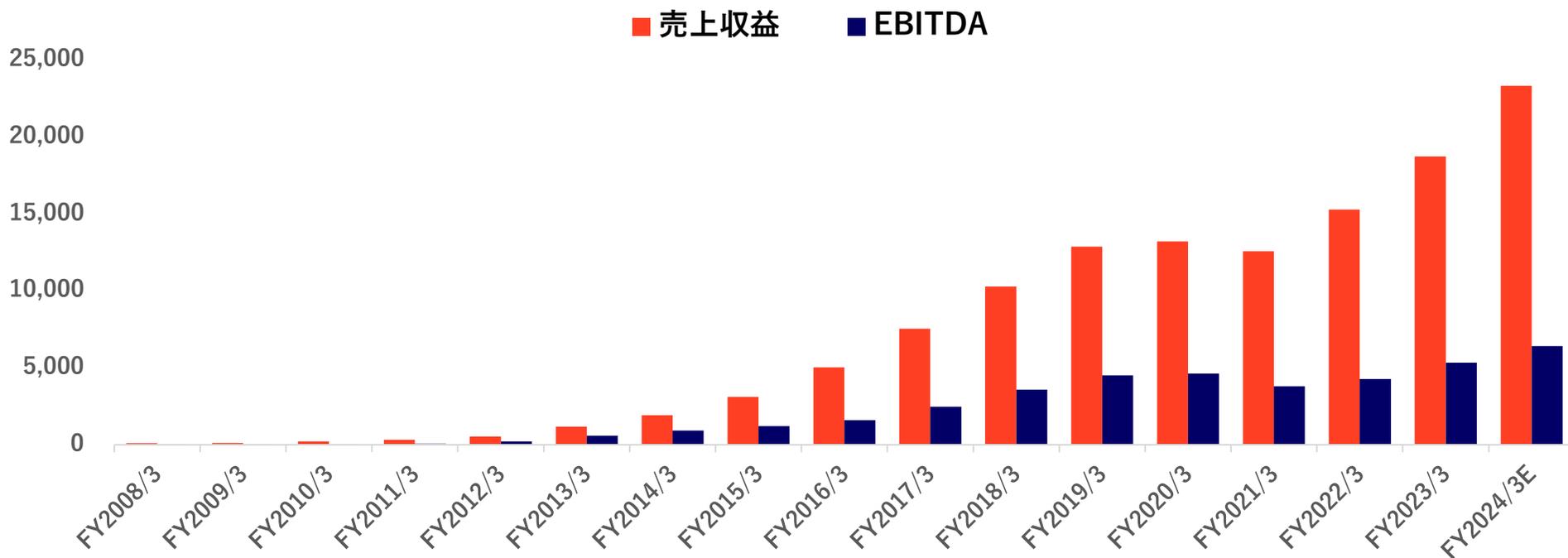
| (百万円) | FY2022/3 | | | | FY2023/3 | | | |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q |
| 流動資産 | 10,219 | 10,783 | 10,619 | 10,897 | 11,152 | 11,380 | 11,026 | 14,308 |
| 現金・現金同等物 | 7,910 | 8,650 | 8,630 | 8,588 | 8,186 | 8,155 | 7,815 | 9,953 |
| 非流動資産 | 10,152 | 10,207 | 10,183 | 10,707 | 11,034 | 11,548 | 13,657 | 16,086 |
| のれん | 6,655 | 6,655 | 6,655 | 6,934 | 7,107 | 7,556 | 9,227 | 9,911 |
| 無形資産 | 1,334 | 1,447 | 1,530 | 1,600 | 1,713 | 1,836 | 2,004 | 2,419 |
| 資産合計 | 20,371 | 20,989 | 20,802 | 21,604 | 22,186 | 22,928 | 24,683 | 30,393 |
| 負債 | 7,051 | 7,130 | 6,490 | 6,675 | 7,504 | 8,269 | 9,494 | 14,320 |
| 流動負債 | 4,473 | 4,807 | 4,419 | 4,627 | 6,522 | 7,366 | 7,572 | 11,037 |
| 短期有利子負債 | 637 | 637 | 637 | 637 | 2,040 | 2,057 | 2,632 | 3,051 |
| 非流動負債 | 2,578 | 2,324 | 2,071 | 2,047 | 983 | 903 | 1,922 | 3,283 |
| 長期有利子負債 | 1,972 | 1,813 | 1,654 | 1,495 | 448 | 415 | 1,461 | 2,178 |
| 資本 | 13,320 | 13,859 | 14,312 | 14,929 | 14,682 | 14,659 | 15,189 | 16,073 |
| 負債・資本合計 | 20,371 | 20,989 | 20,802 | 21,604 | 22,186 | 22,928 | 24,683 | 30,393 |
| 親会社所有者帰属持分比率 | 65.3% | 66.0% | 68.8% | 69.1% | 66.2% | 63.9% | 61.5% | 52.9% |
| 有利子負債 合計 | 2,609 | 2,450 | 2,291 | 2,132 | 2,488 | 2,472 | 4,093 | 5,229 |

業績サマリー

- 創業以来FY2020/3まで13期連続で増収を達成。
- FY2021/3は下半期より旅行・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。

連結売上収益・EBITDA推移

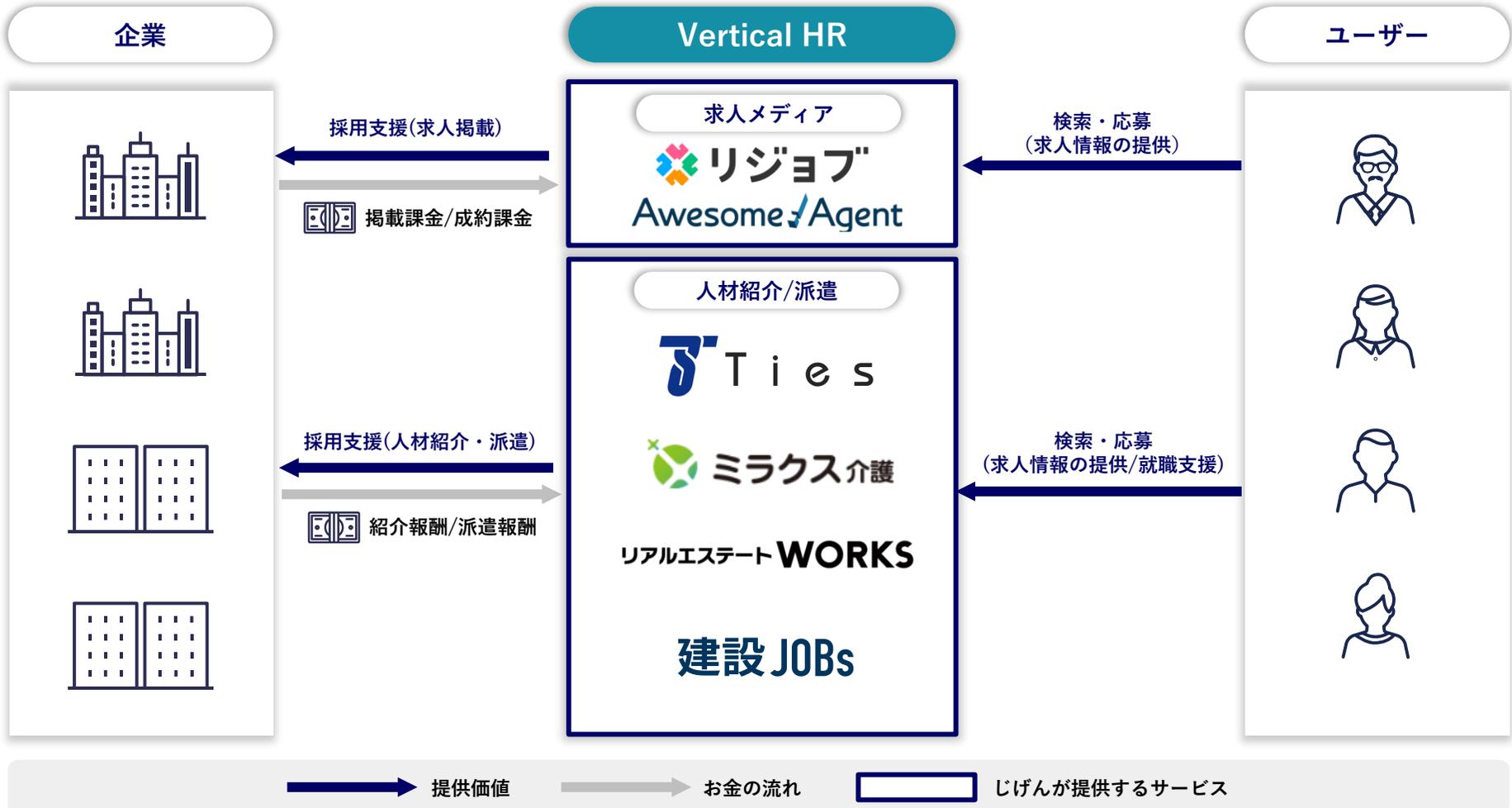
(単位: 百万円)



注: FY2024/3Eは業績予想値。

事業概要: Vertical HRのビジネスモデル

- 「Vertical HR」セグメントは特定領域に特化した人材サービス(求人メディア・人材紹介/派遣)から構成。



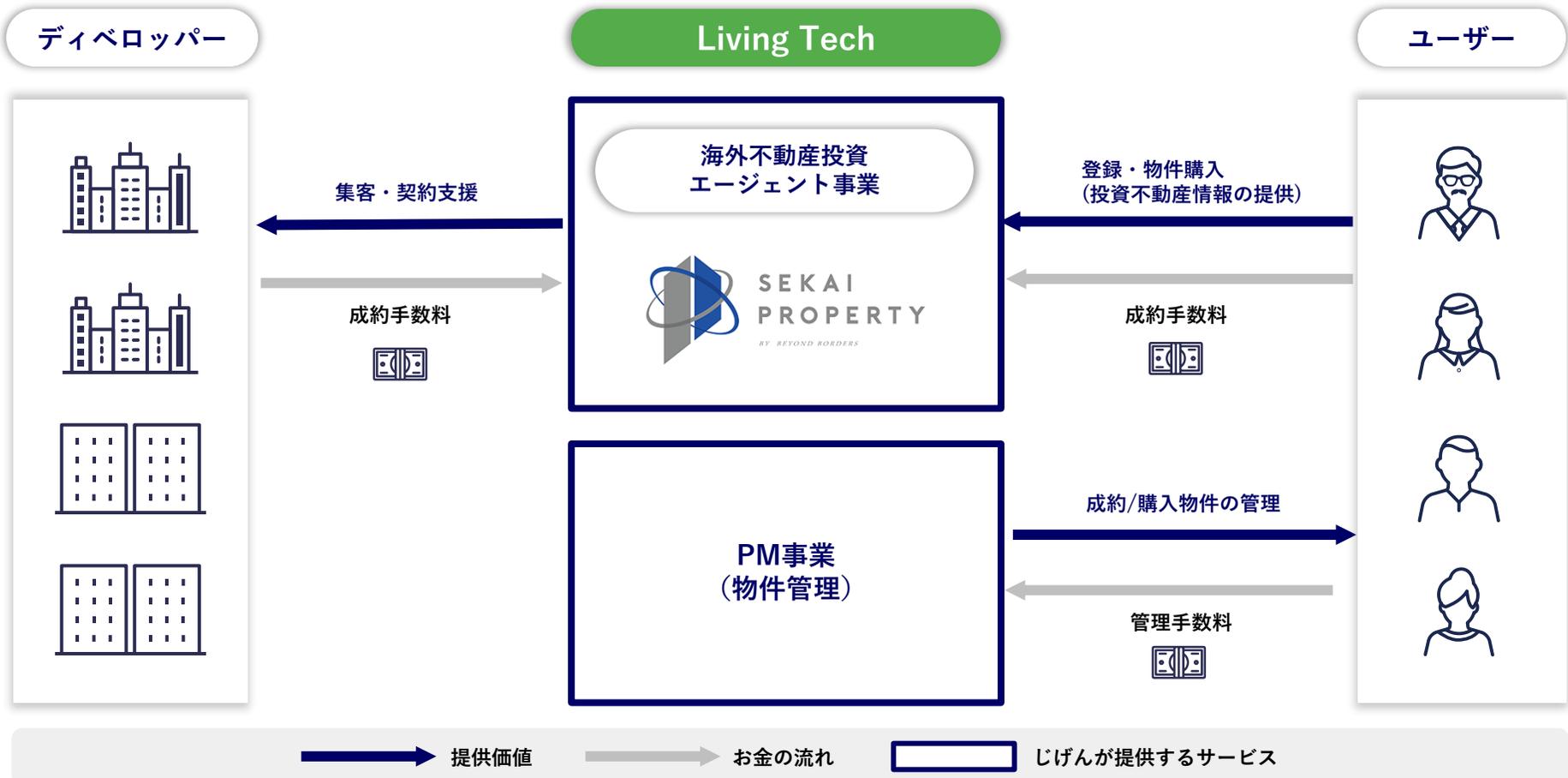
事業概要: Living Techのビジネスモデル①

- 「Living Tech」セグメントは、①複数メディアの情報を一括で検索・応募可能な「アグリゲーションメディア」、自社で直接顧客を持つ「特化型メディア」や「業務支援ツール」、及び②主に東南アジアの物件を国内富裕層へ紹介する不動産投資エージェント事業から構成。



事業概要: Living Techのビジネスモデル②

- 「Living Tech」セグメントは、①複数メディアの情報を一括で検索・応募可能な「アグリゲーションメディア」、自社で直接顧客を持つ「特化型メディア」や「業務支援ツール」、及び②主に東南アジアの物件を国内富裕層へ紹介する不動産投資エージェント事業から構成。

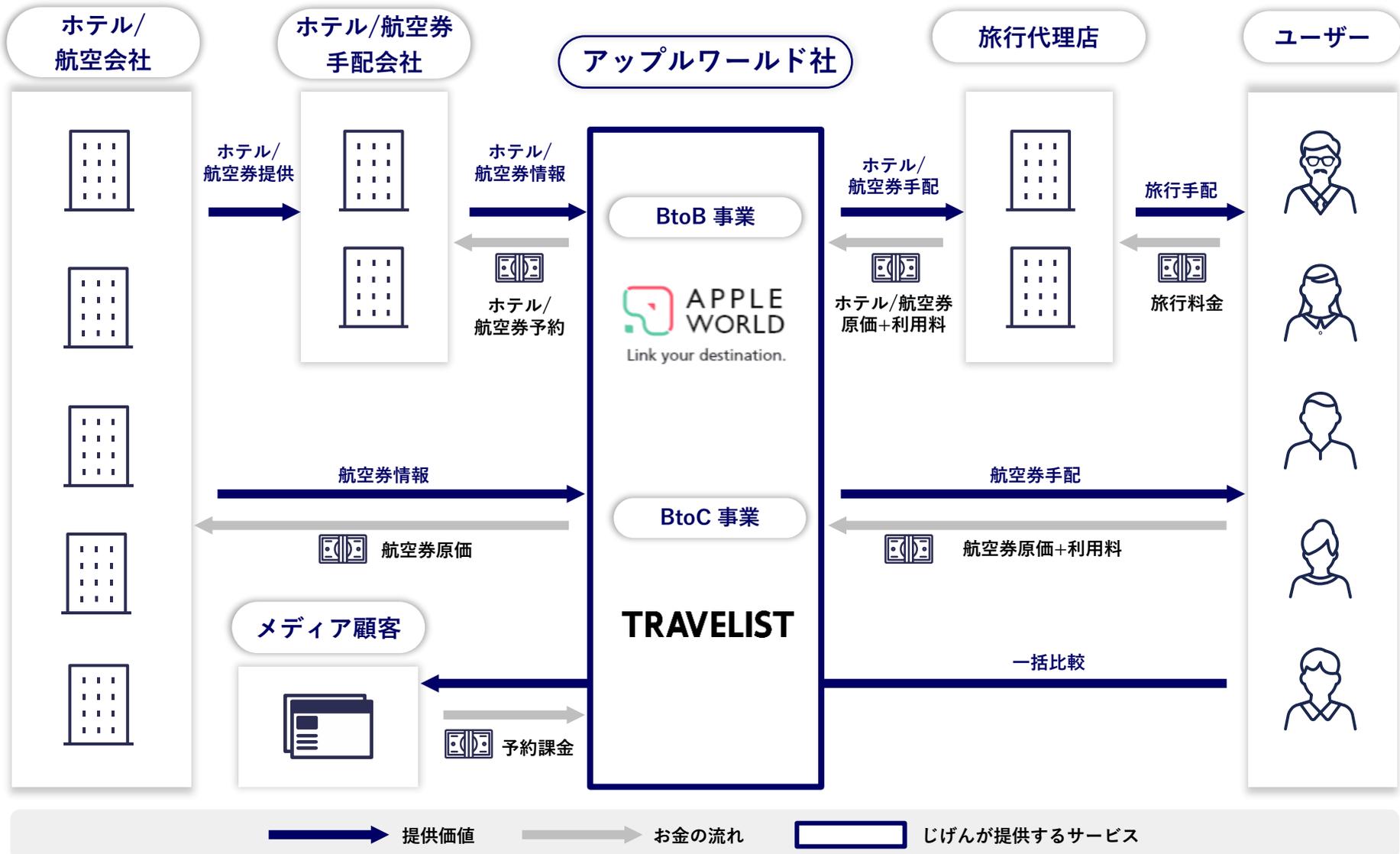


事業概要: Life Serviceのビジネスモデル①

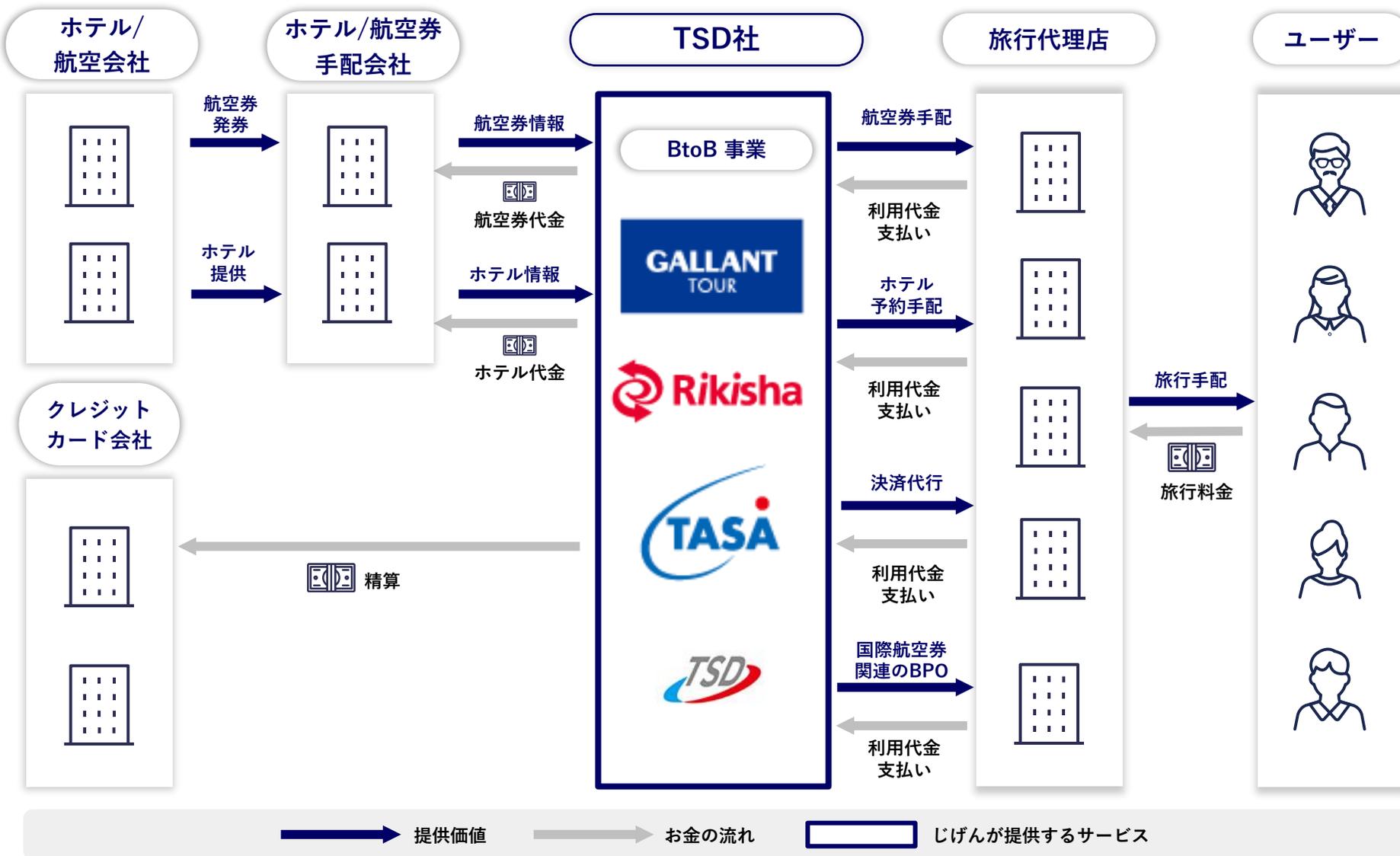
- 「Life Service」セグメントは、主力事業と同じく多くのDBを保有し、安定的なCFを生み出すもしくはそのポテンシャルを有する事業群から構成されており、将来の主力事業の候補や経営資源の土台として位置づけ。
- 「アグリゲーションメディア」、「特化型メディア」、システム開発やマーケティング支援等の「システム開発提供」の3種類のビジネスモデルで構成。



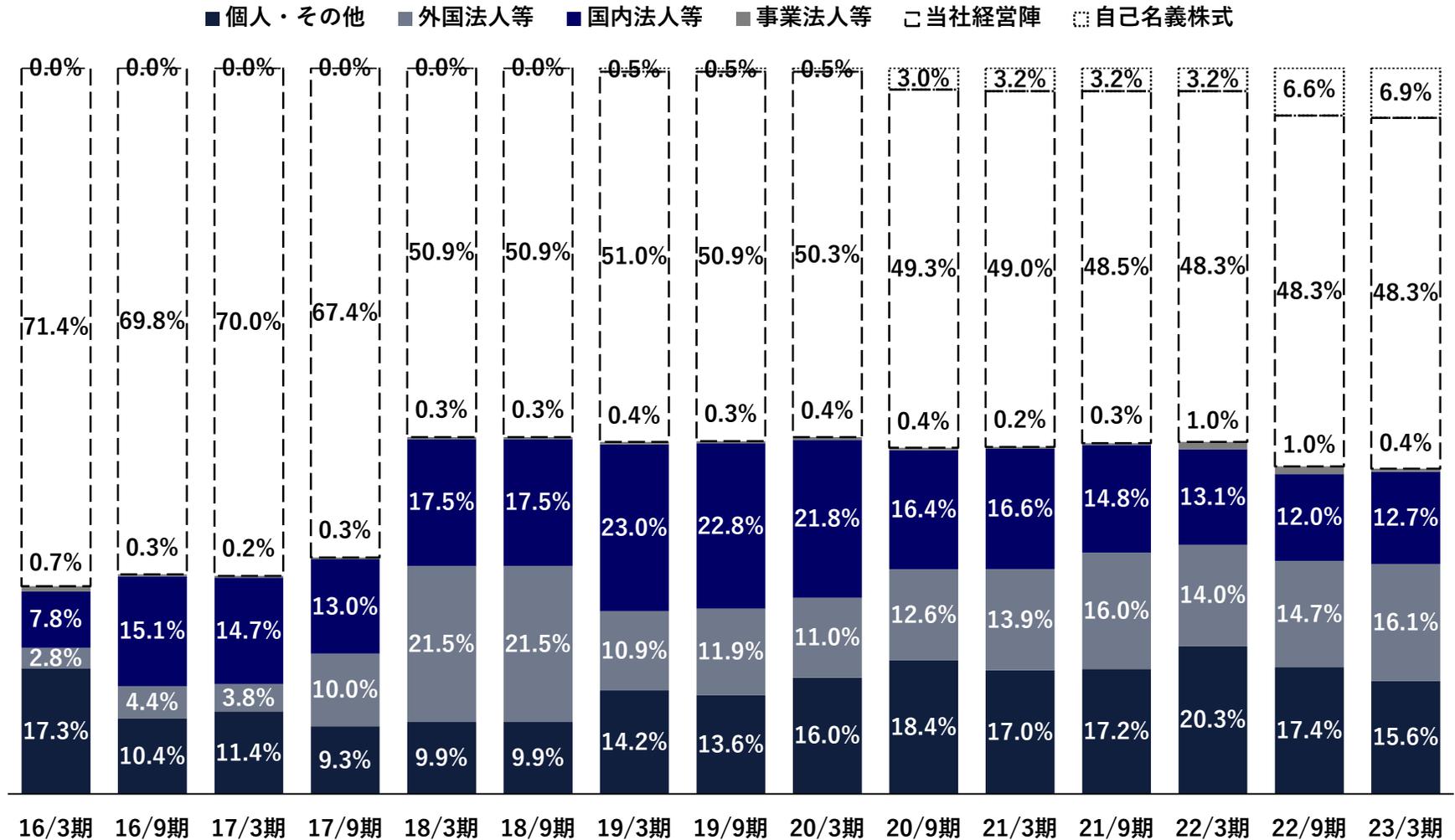
事業概要: Life Serviceのビジネスモデル② (旅行)



事業概要: Life Serviceのビジネスモデル② (旅行)



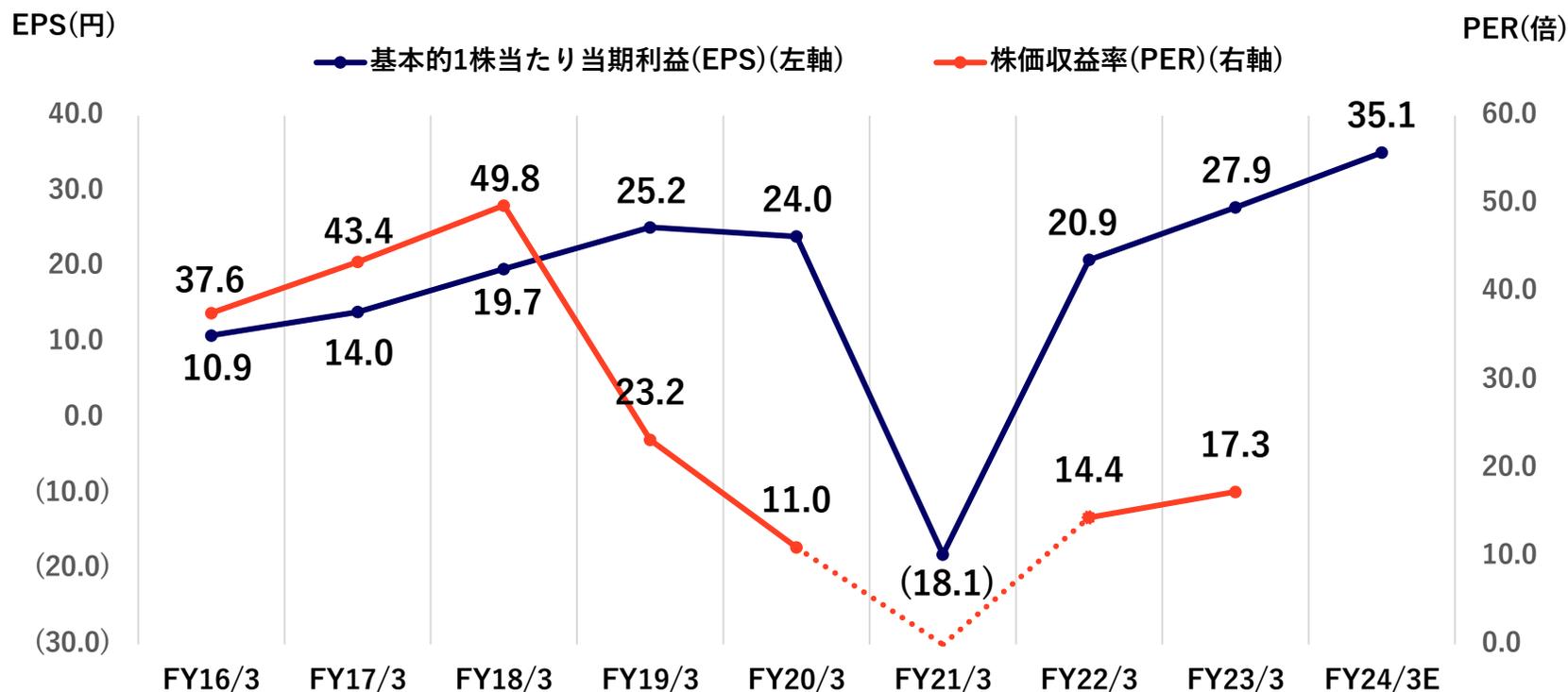
財務戦略: 株主構成



EPS & PER推移

- EPSは総額約14億円の自己株式取得、既存事業の堅調な業績伸長、及び新規M&Aの寄与により、過去最高値を更新。
- FY24/3は新規M&Aの通期の業績寄与、既存事業の業績拡大、及び積極的な投資戦略の継続によって、EPSの更なる伸長を図る。

EPS & PER 推移



注1: FY24/3は業績予想値。

注2: FY21/3は当期純損失を計上。

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 | 東証プライム（証券コード:3679） |
| 設立年月日 | 2006年6月1日 |
| 連結資本金 | 125百万円（2023年3月31日時点） |
| 連結従業員数 | 911名（2023年3月31日時点） |

| | | |
|------|---------|---------|
| 役員構成 | 代表取締役 | 平尾 丈 |
| | 取締役 | 天野 孝則 |
| | 取締役 | 波多野 佐知子 |
| | 社外取締役 | 薄葉 康生 |
| | 社外取締役 | 榊 淳 |
| | 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



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



Forbes Asia's 200
Best Under A Billion 2019 選出



**FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index**

FTSE Blossom Japan Sector
Relative Index構成銘柄に選定



D&Iアワード 2021
スタンダード受賞



WOMAN's VALUE AWARD 2021
特別賞受賞

企業理念 -Philosophy-

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。



代表プロフィール



代表取締役 社長執行役員 CEO 平尾 丈 Joe Hirao

略歴

1982年生まれ。2005年慶應義塾大学環境情報学部卒業。

東京都中小企業振興公社主催、学生起業家選手権で優秀賞受賞。

大学在学中に2社を創業し、1社を経営したまま、2005年リクルート入社。新人として参加した新規事業コンテストNew RINGで複数入賞。インターネットマーケティング局にて、New Value Creationを受賞。

2006年じげんの前身となる企業を設立し、23歳で取締役となる。

25歳で代表取締役社長に就任、27歳でMBOを経て独立。

2013年30歳で東証マザーズ上場、2018年には35歳で東証一部へ市場変更。2022年に東証プライム市場へ移行。

2022年3月に初の著書となる『起業家の思考法「別解力」で圧倒的成果を生む問題発見・解決・実践の技法』を出版。



書籍の出版

起業家の思考法

**「別解力」で圧倒的成果を生む
問題発見・解決・実践の技法**

従業員をはじめとする様々なステークホルダーに向けて、自分自身の考えを伝播し、エンゲージメントの強化や意識変革のきっかけを作ることを目的に出版。

本書に関わる著者印税は、社会起業家の発掘・支援のほか、一般社団法人アショカ・ジャパンや世界61か国のネットワークを活かし、独自の教員養成を主事業に捉えて公教育の変革に挑む認定NPO法人Teach For Japanへ寄付される。



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。