

株式会社じげん

新規投資家向け資料 (2025/5/13時点)

Contents

1. 会社/事業紹介
2. 競争優位性
3. 成長戦略
4. 直近事業年度の業績
5. 財務方針
6. 参考資料



1

会社/事業紹介

会社概要

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
連結売上収益	25,450百万円（FY2025/3）
連結資本金	125百万円（2025/3/31時点）
連結従業員数	898名（2025/3/31時点）

役員構成	代表取締役 社長執行役員CEO	平尾 丈
	取締役 執行役員	今井 良祐
	取締役 執行役員	波多野 佐知子
	社外取締役	薄葉 康生
	社外取締役	榊 淳
	社外常勤監査役	矢島 茉莉
	社外監査役	宮崎 隆
	社外監査役	和田 健吾

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。

注1: 連結従業員は正社員・契約社員を含み、臨時雇用者（派遣社員及びアルバイト）・人材派遣事業の派遣従業員を除外。

注2: 役員構成は2025年6月25日株主総会決議を以て以降の体制。

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。



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。

じげんグループの歴史



本社を東京都港区虎ノ門に移転。

東京証券取引所市場第一部
よりプライム市場へ移行。

設立15周年。
第2次中期経営計画「Z CORE」を公表

過去最大の自社株買い
上限28億円を公表。

URGを完全子会社化



Awesome Agent



リアルエステートWORKS



建設JOBs

現リフォーム事業がグループイン。



タイズ、オーサムエージェント、ストラクト
(現:アップベース)、ビヨンドボーダーズ、
TSD(現:アップルワールド)を完全子会社化。

東京都渋谷区
恵比寿にて設立。

2006

2008

ライフメディアプラットフォーム事業を開始。

2009

CHINTAI SMOCCA-ex



賃貸不動産情報サイト
「賃貸スモッカ」を提供開始。

2010

東京証券取引所
マザーズに上場。

2013

2014

株式会社リジョブを完全子会社化。



2017

東京証券取引所市場第一部に市場変更。

2018

2020

2021

2022

2023

2024

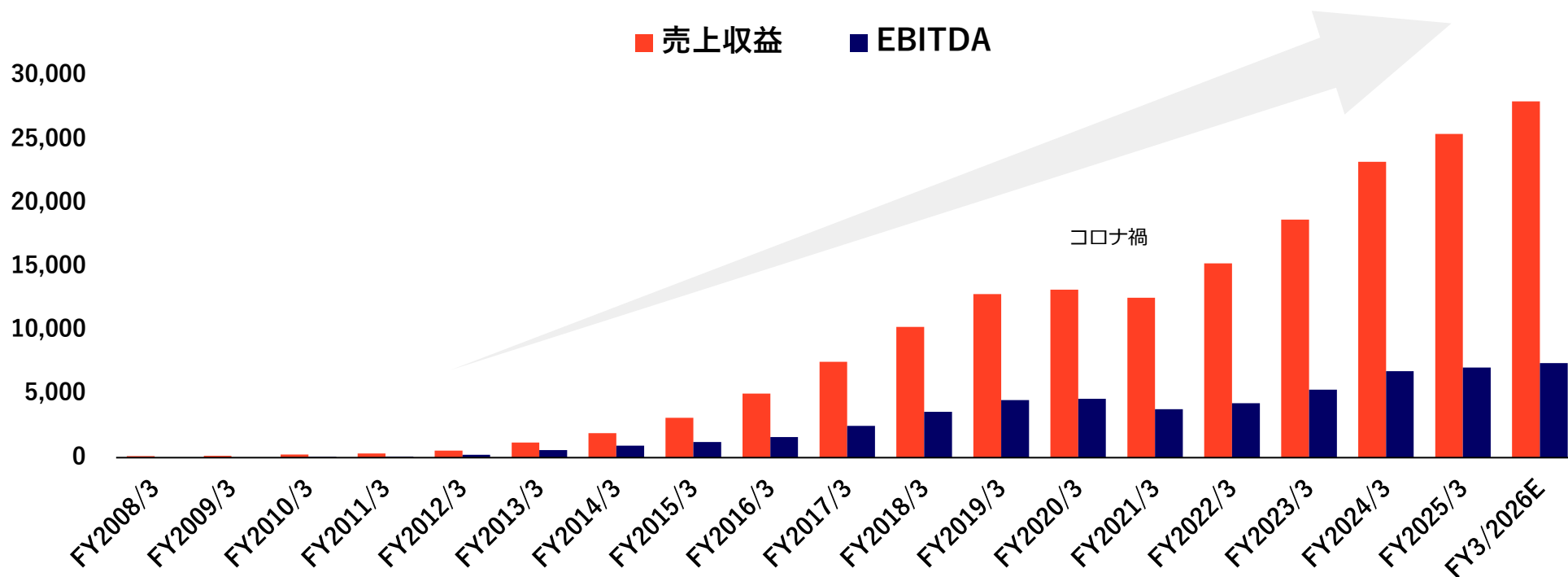
2025

業績サマリー

- FY2021/3は旅行・人材領域においてコロナの影響を強く受けるも、分散された事業ポートフォリオにより、他領域の事業拡張が貢献し、4Qを境に前年対比増収増益に回帰。
- **FY2025/3には売上収益・EBITDAともに過去最高を達成。**
- 進行期のFY2026/3においても、前年比増収増益および創業以来、過去最高の売上収益・EBITDAを目指す。

連結売上収益・EBITDA推移

(単位: 百万円)



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

- | | | | |
|------------|---------------|---------------------|---|
| ● 美容/ヘルスケア | リジョブ | 美容/ヘルスケア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/ |
| ● コンサル | URG | コンサル業界特化型人材紹介 | https://urgroup.co.jp/ |
| ● 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 | 賃貸ポータルメディア | https://smocca.jp/ |
| ● 海外不動産 | セカイプロパティ | 海外不動産エージェント | 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メディア | https://rehome-navi.com/ |
| ● エネルギー | enepi | プロパンガス(LPガス)料金比較メディア | https://enepi.jp/ |

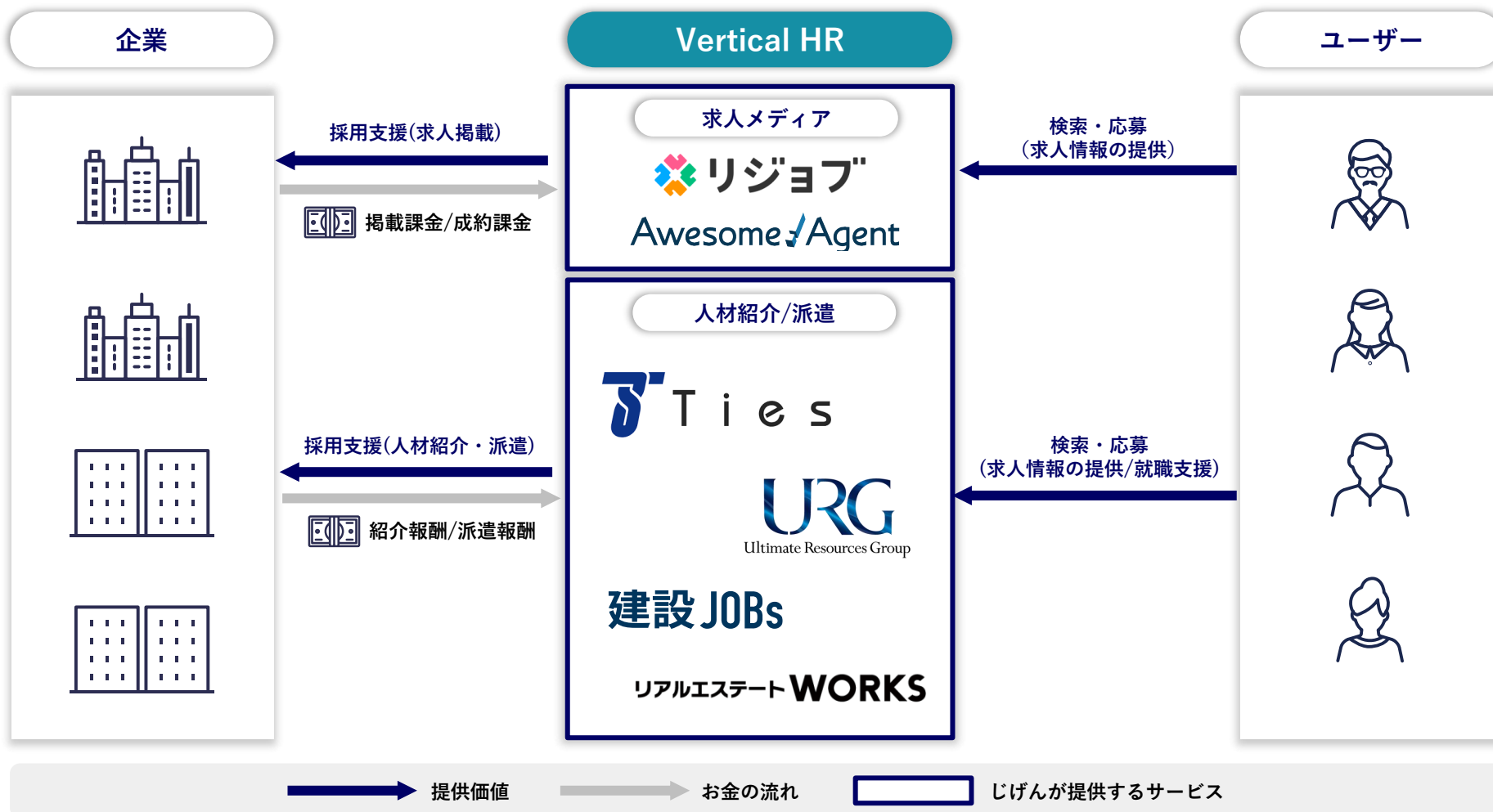
Life Service

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/ |
| ● 旅行 | アップルワールド | 旅行会社向けホテル手配システム | https://appleworld.com/agt/ |
| | TRAVELIST | 総合旅行EC | https://travelist.jp/ |
| | リキシャ | 旅行会社向けホテル手配システム | https://www.rikisha-easyrez.jp/ |

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)から構成。



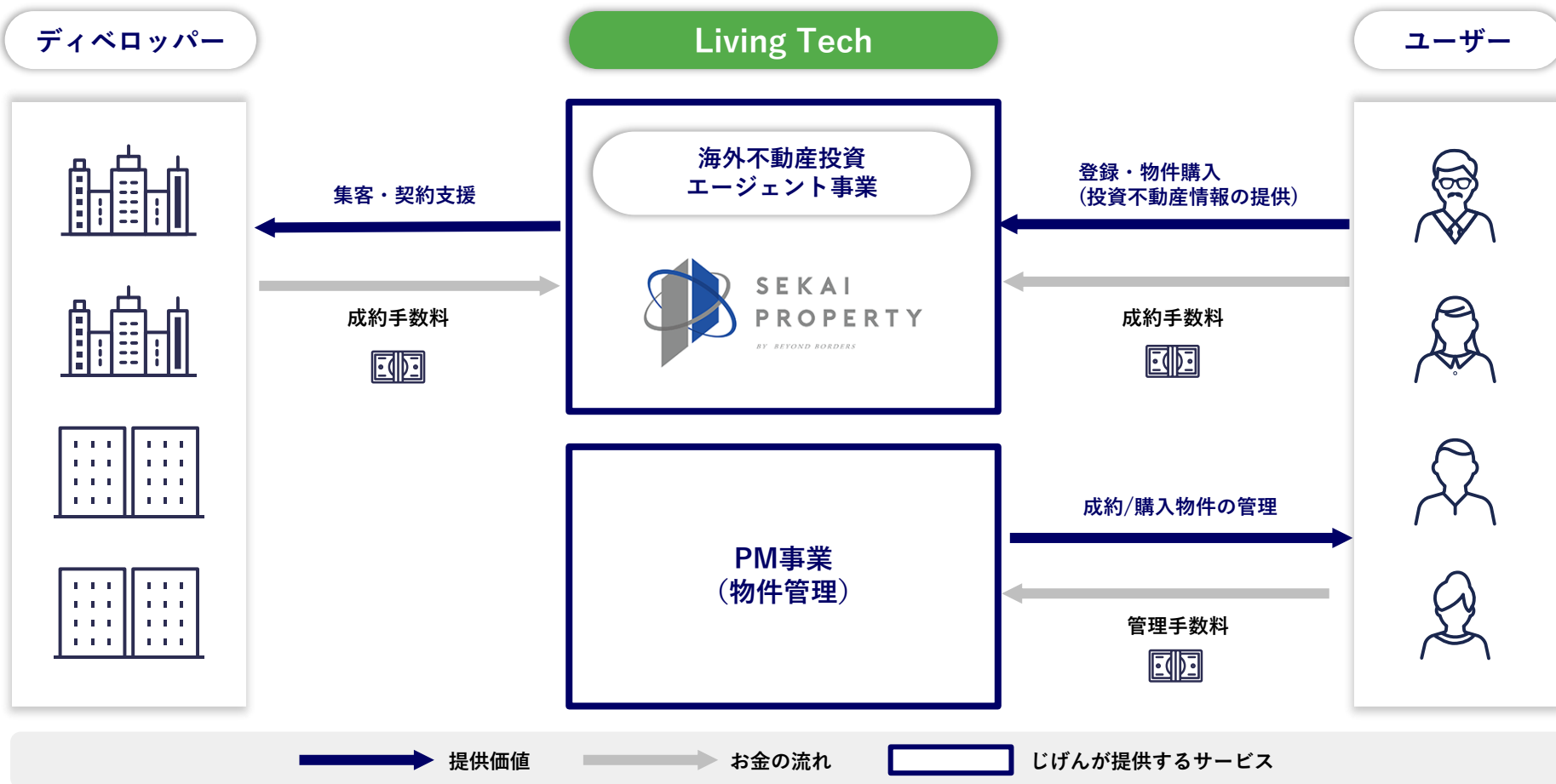
Living Techのビジネスモデル①

- 「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」、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。



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。

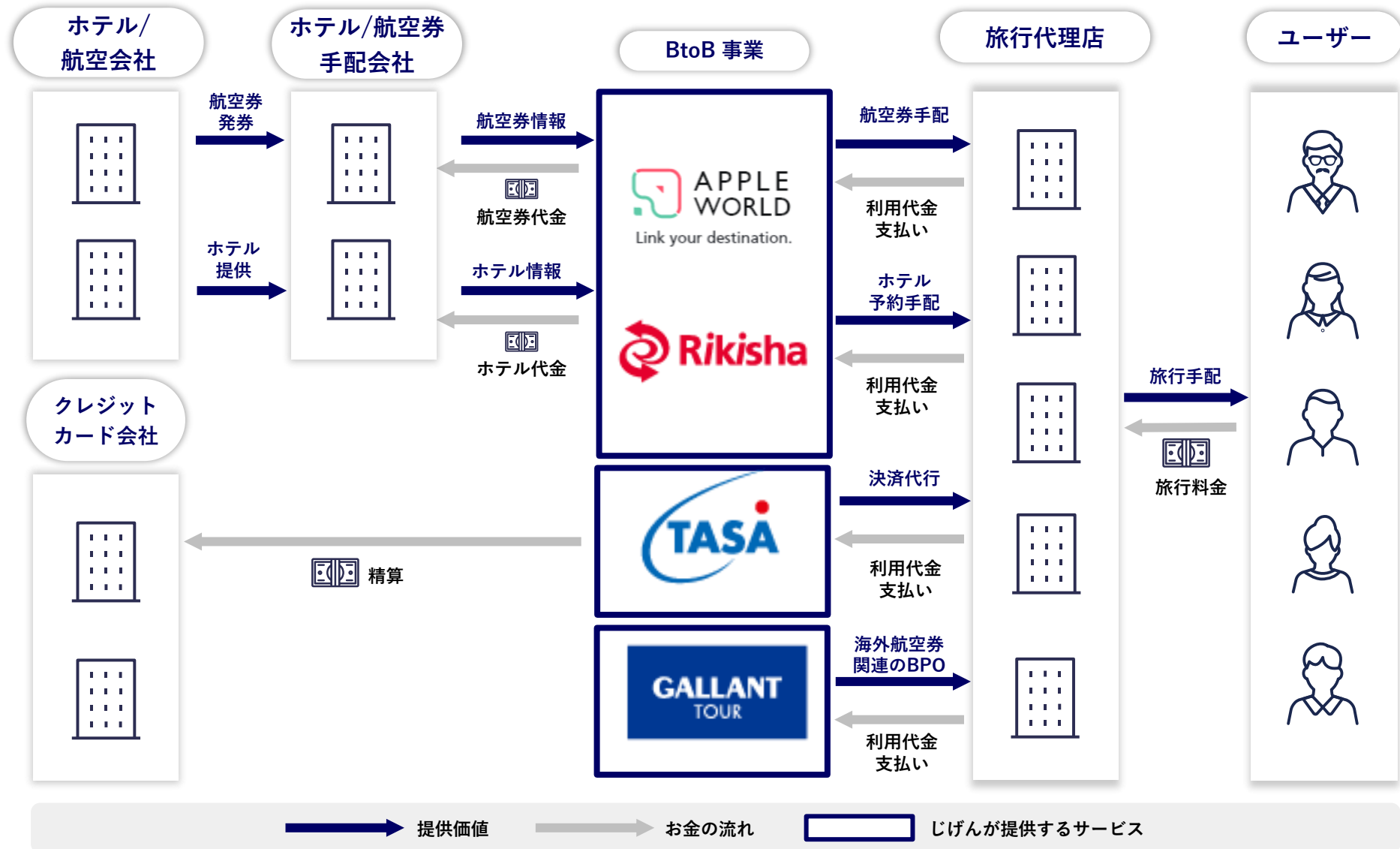


Life Serviceのビジネスモデル①

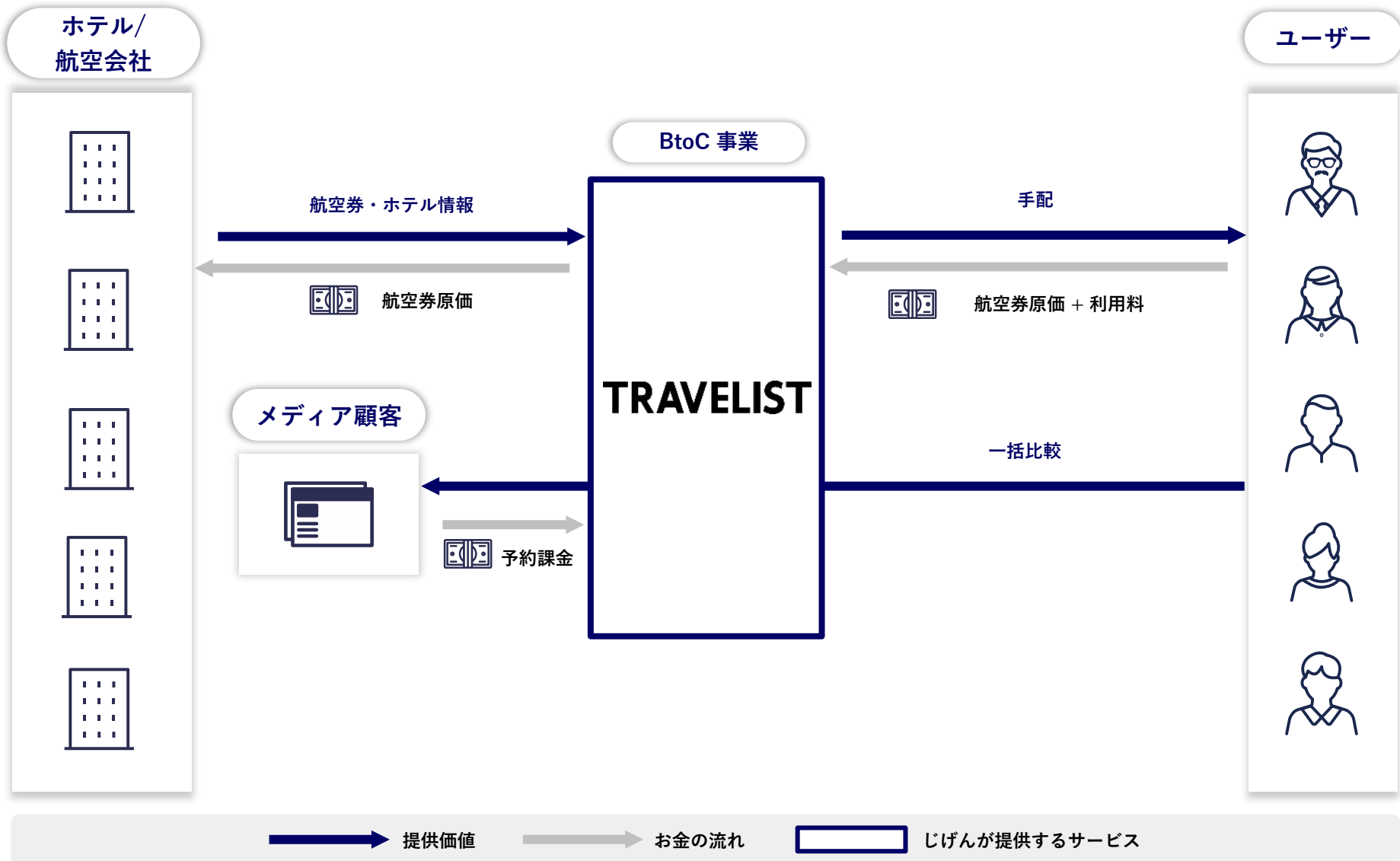
- 「Life Service」セグメントは、主力事業と同じく多くのDBを保有し、安定的なCFを生み出すもしくはそのポテンシャルを有する事業群から構成されており、将来の主力事業の候補や経営資源の土台として位置づけ。
- 「アグリゲーションメディア」、「特化型メディア」、「システム開発/提供」の3種類のビジネスモデルで構成。

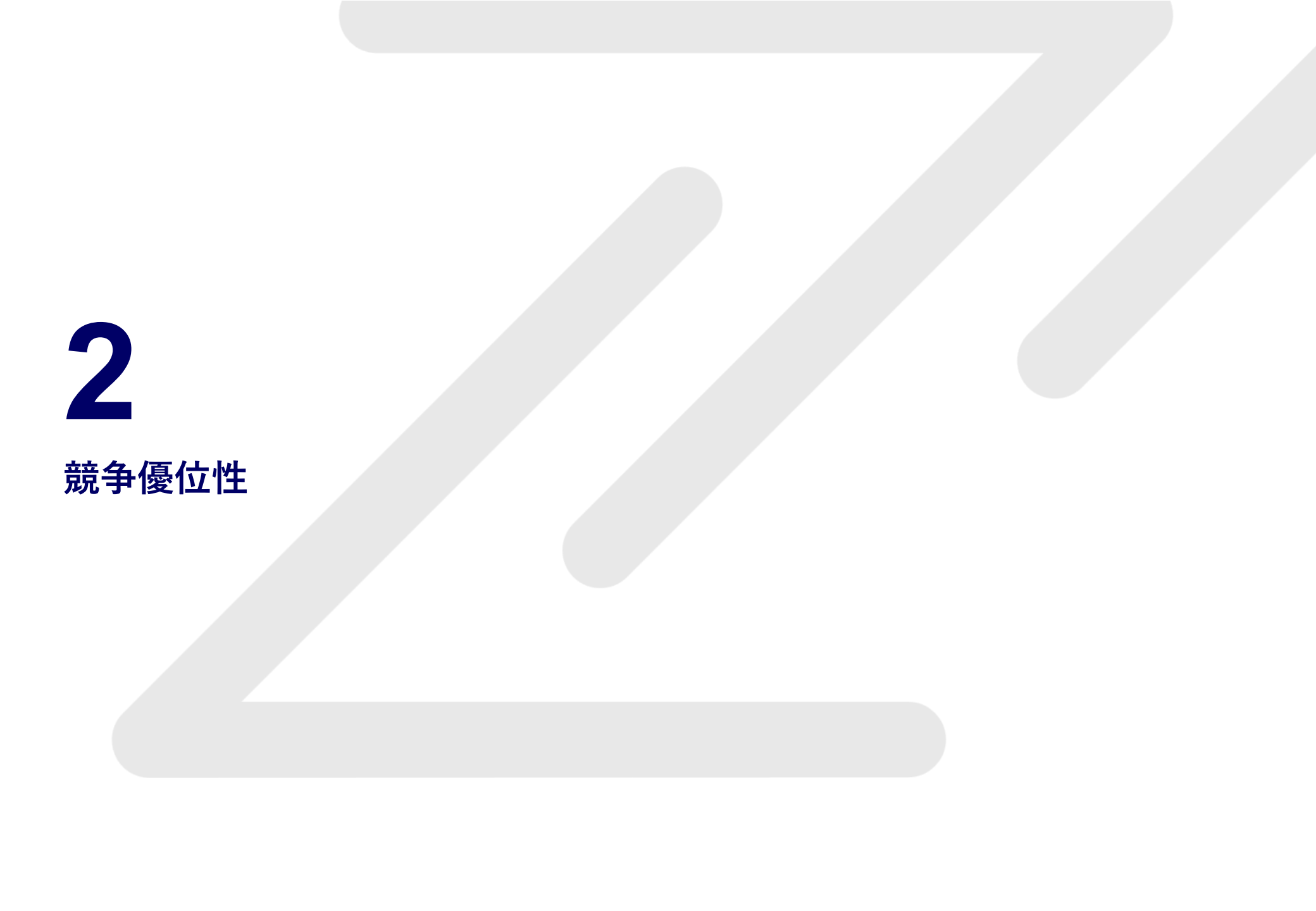


Life Serviceのビジネスモデル -旅行・B2B-



Life Serviceのビジネスモデル -旅行・B2C-



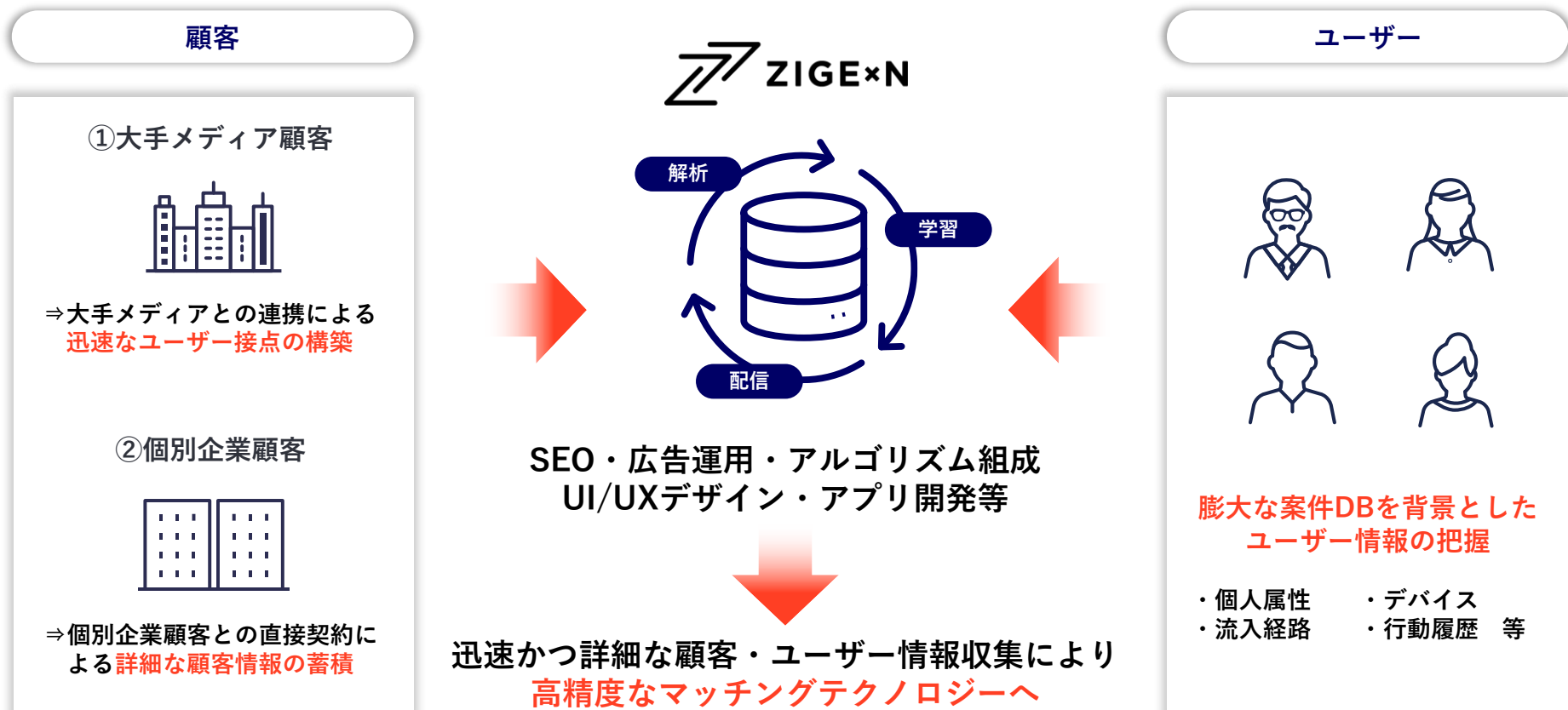


2

競争優位性

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）高精度なマatchingテクノロジーを実現。

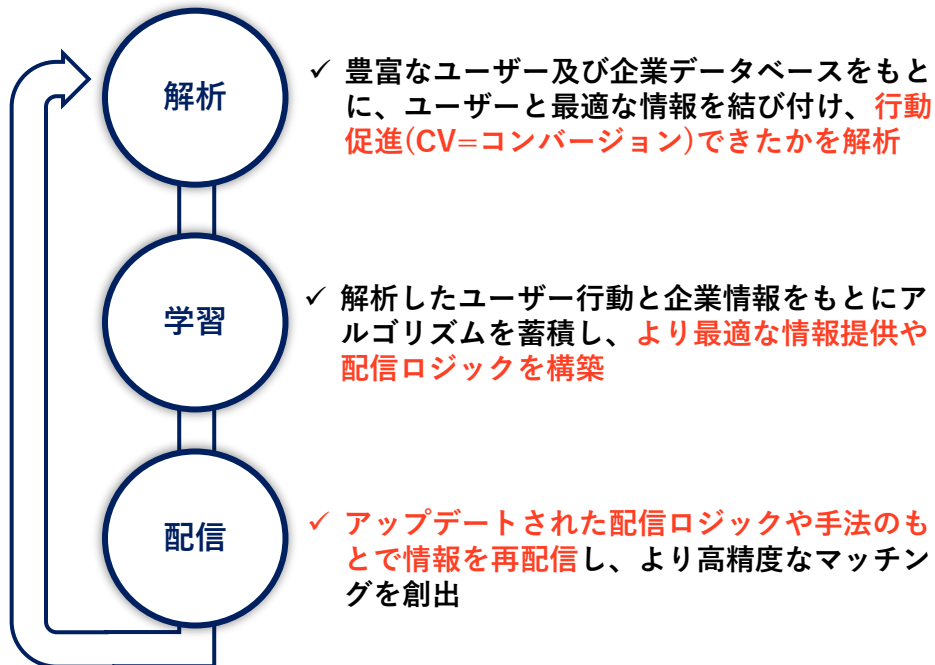


強みの源泉① - マatchingテクノロジーの具体例 -

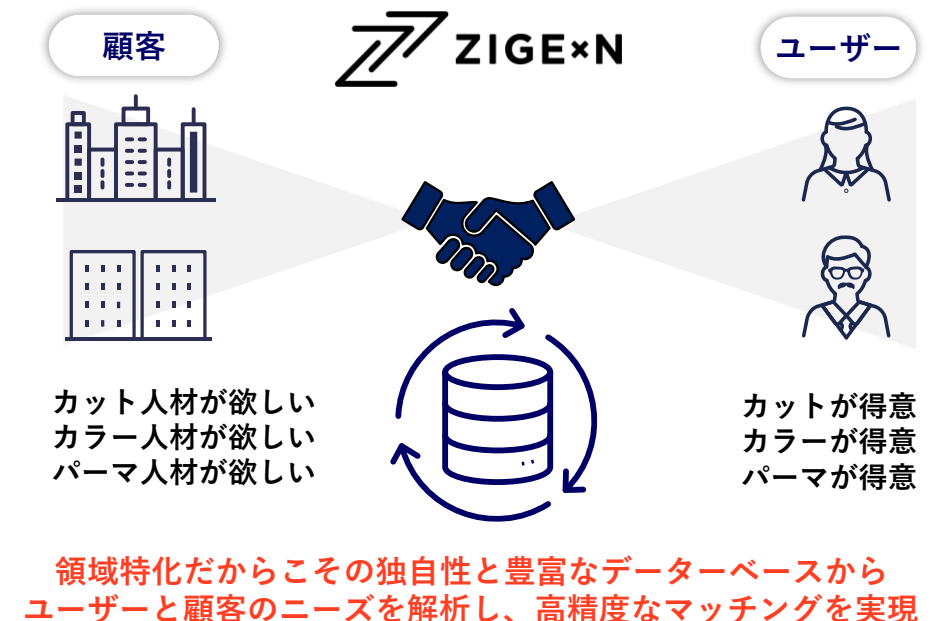
- マatchingテクノロジーとは情報を求めるユーザーに、最適な情報を提供し、**行動を促進させ動かす力**。
- 豊富かつ独自性のあるデータベースをもとに、**解析→学習→配信というサイクルを回し、高精度なマatchingを創出**。
- 多数のメディアを運営しているからこそ、施策のベストプラクティスや各種ナレッジの迅速な横展開が可能。

マatchingテクノロジーの具体例

具体例① 解析→学習→配信のサイクル



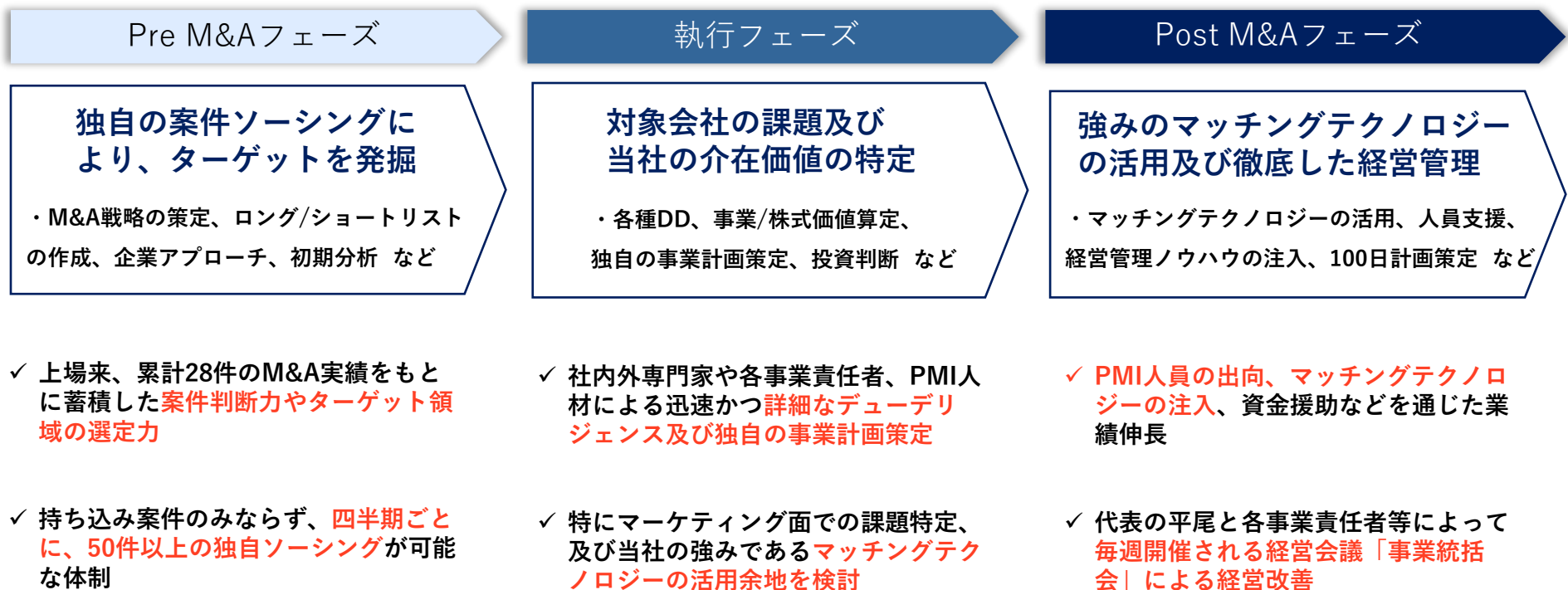
具体例② 美容業界



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

- 豊富なM&A実績をベースとした各種ナレッジやPMI人材を含む経営資源によって、再現性の高い当社独自のPMI手法である「ZVI (ZIGExN Value Integration)」を確立。
- 独自ソーシングによる案件発掘から、対象会社の課題及び当社の介在価値の特定、そして、強みのマッチングテクノロジーの活用や経営管理ノウハウの注入、人員支援によって対象会社の業績改善を実現。

ZVI (ZIGExN Value Integration) プロセス

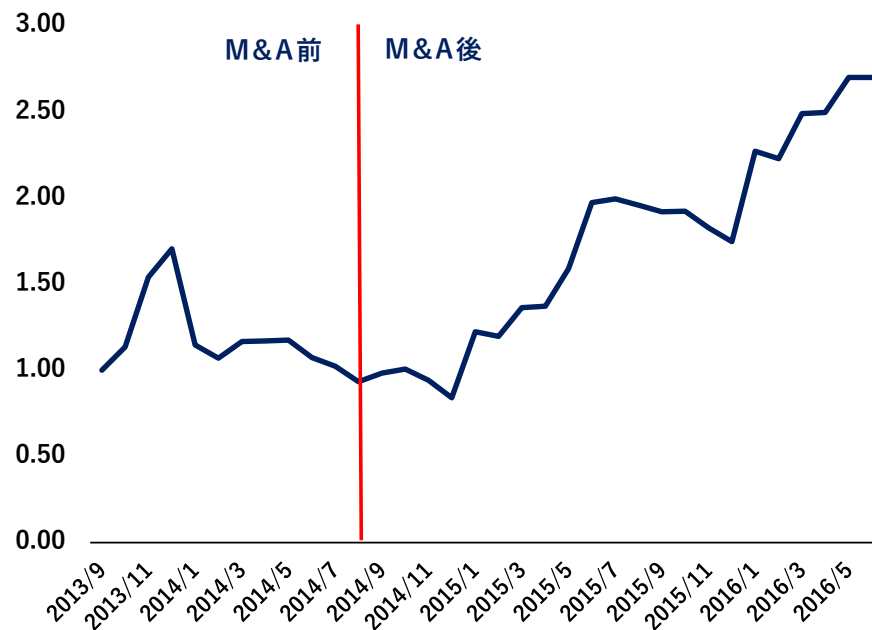


強みの源泉② - ZIGExN Value Integration(ZVI)による改善例-

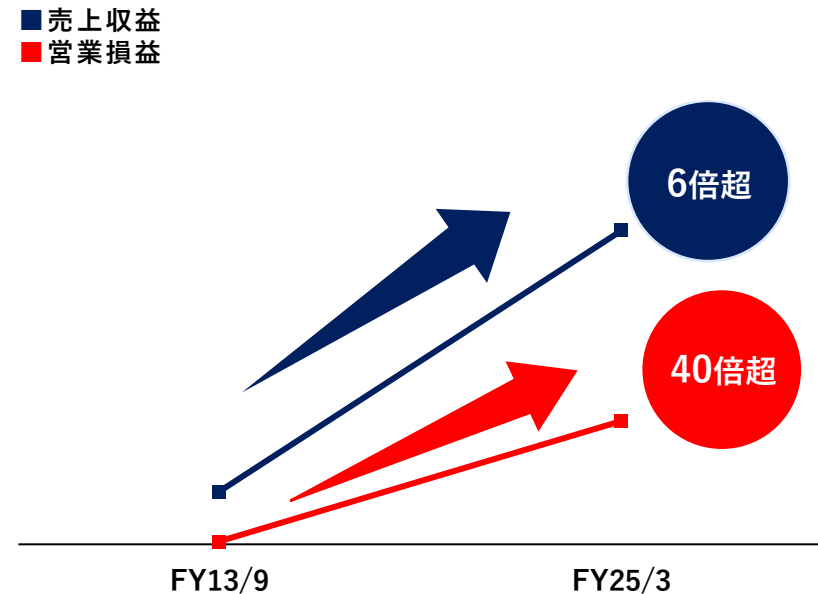
- M&A対象会社における集客力やCVR(コンバージョンレート)といったマーケティング面の改善余地を特定し、
当社の強みであるマッチングテクノロジーを活用することによって、グループイン企業の業績改善を実現。

ZVIによる改善例：Vertical HR リジヨブ

セッション数(訪問数)



業績推移

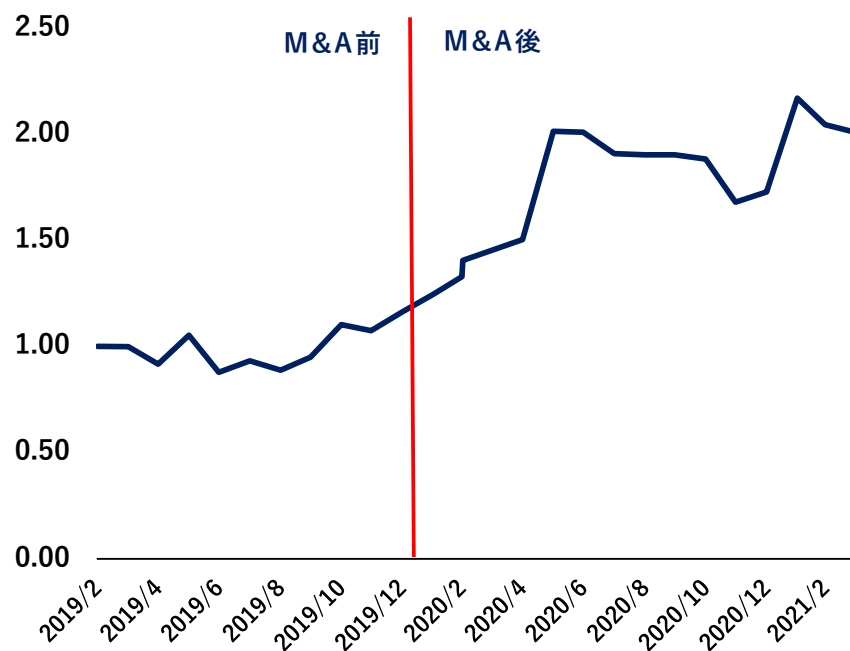


強みの源泉② - ZIGExN Value Integration(ZVI)による改善例-

- M&A対象会社における集客力やCVR(コンバージョンレート)といったマーケティング面の改善余地を特定し、
当社の強みであるマッチングテクノロジーを活用することによって、グループイン企業の業績改善を実現。

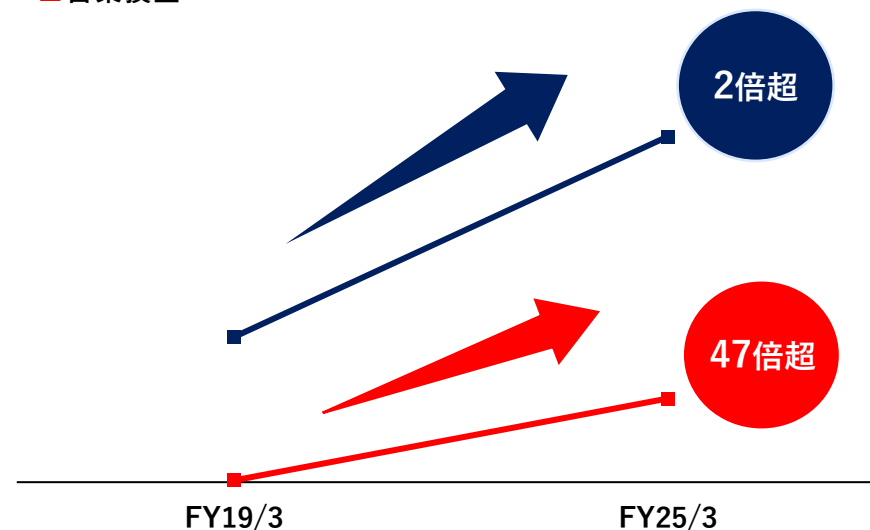
ZVIによる改善例：Living Tech リフォーム事業

セッション数(訪問数)



業績推移

■ 売上収益
■ 営業損益



強みの源泉② - 豊富なM&Aの実績-

- 上場以来、合計32件のM&Aを実施。業界とビジネスモデルの幅を超えて、連続してM&Aを実行。
- 32件中30件が100%取得のM&Aであり、サービスは40以上。

M&A実施企業一覧（非開示・事業クローズした案件を除き主要な案件を記載）

HR システム  2014年7月 株式取得(100%)	理美容 求人メディア  2014年9月 株式取得(100%)	総合 求人誌  2017年1月 株式取得(100%)	旅行 bedbank  2018年1月 株式取得(100%)	自動車 マーケット プレイス  2018年12月 株式取得(100%)	HR システム  2019年1月 株式取得(100%)
理美容 システム  2019年11月 株式取得(100%)	リフォーム/ エネルギー メディア  2020年2月 株式取得(100%)	旅行 マーケット プレイス  2020年2月 事業譲渡	リフォーム メディア  2020年11月 事業譲渡	FC/結婚/ 留学/塾 メディア  結婚相談所 比較ネット 2020年12月 事業譲渡(4事業)	リフォーム メディア  クラッソーネ 2022年2月 事業譲渡
建設 人材紹介  2022年5月 株式取得(100%)	不動産 人材紹介/ 不動産販売  2022年9月 株式取得(100%)	製造 人材紹介  2022年10月 株式取得(100%)	運送 求人メディア  2022年11月 株式取得(100%)	旅行 bedbank  2023年2月 株式取得(100%)	不動産 メディア  2023年9月 事業譲渡 (2事業)
HR システム  2024年3月 株式取得(100%)	ツール メディア  2024年3月 事業譲渡	保険 メディア  2024年8月 株式取得(66.6%)	リユース メディア  2024年10月 株式取得(100%)	旅行 システム  2025年6月 予定 株式取得(100%)	コンサル RPO/ 人材紹介  Ultimate Resources Group 2025年5月 予定 株式取得(100%)

■ 接続している業界

■ Vertical HR

■ Living Tech

■ Life Service

注: クロージング日を記載。

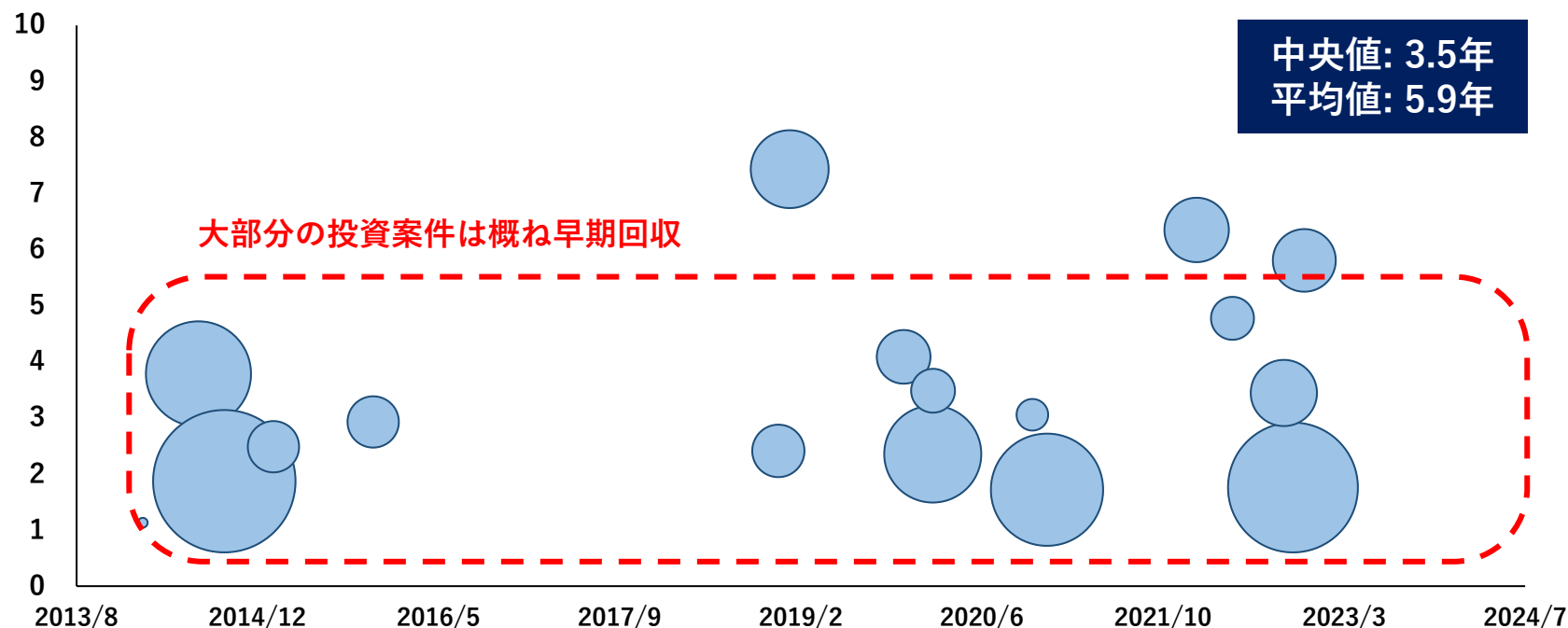
32件目

強みの源泉② - M&A実績（投資回収期間） -

- 投資回収期間については、適正価格での取得に加えて、当社の強みを活かしたPMIが奏功していることで、事業成長が加速し、結果として、約3～6年とおおむね早期回収を実現。

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等を除外。

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。

注4: 直近1年以内のM&A案件は除外。



3

成長戦略

2026年3月期業績予想

- 2026年3月期はVertical HRを中心とした安定成長を見込み、**増収増益を計画**。
- 事業撤退費用や事業投資、M&A関連費用の発生、ならびに非注力事業の影響等を考慮し、保守的に利益率を見込む。

売上収益

28,000百万円
(前年比: 110%)

EBITDA

7,430百万円
(前年比: 105%)

営業利益

5,880百万円
(前年比: 104%)

(百万円)	FY2025/3 通期実績	FY2026/3 通期予測	前年比
売上収益	25,450	28,000	110%
● Vertical HR	10,575	12,000	114%
● Living Tech	6,089	7,000	115%
● Life Service	8,786	9,000	102%
EBITDA(注1)	7,084	7,430	105%
営業利益	5,657	5,880	104%
親会社所有者 帰属当期利益	3,872	4,020	104%
基本的1株当たり 当期利益(EPS)	38.13	40.20	105%

Vertical HR

既存事業の安定成長や、タイズ等を中心とする順調なPMIにより高成長を見込む。

Living Tech

既存事業のプロダクト改善や新規グループイン事業のPMIの推進により着実な業績伸長を見込む。

Life Service

旅行領域の安定成長や、低採算事業のターンアラウンドを見込む。

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

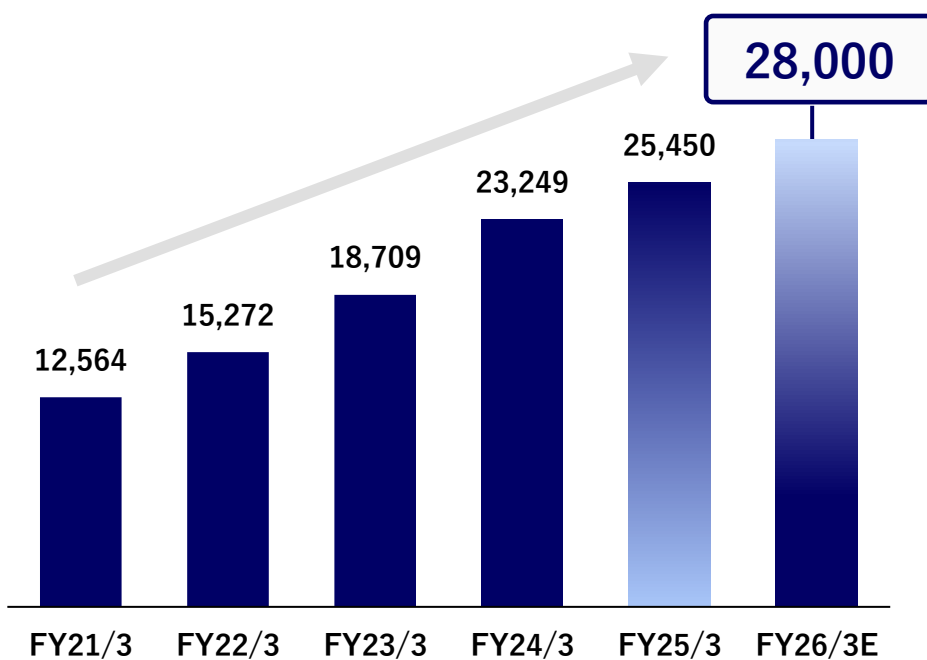
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

第2次中期経営計画 -連結業績・指標推移-

- プロダクトミックスの変化は一巡したものの、特に人材紹介業を中心とする高単価事業の業績拡大が顧客単価の向上に貢献。一方で、新規顧客開拓の進展により平均が押し下げられ、目標には未達。今後は提供価値の向上に伴う顧客単価の上昇を目指す。
- 法人顧客数においても、新規顧客の開拓や新規M&Aが貢献。今後も引き続き中小法人基盤の安定拡大を維持しつつ、新規M&Aによる非連続成長を目指す。

連結売上収益の推移イメージ

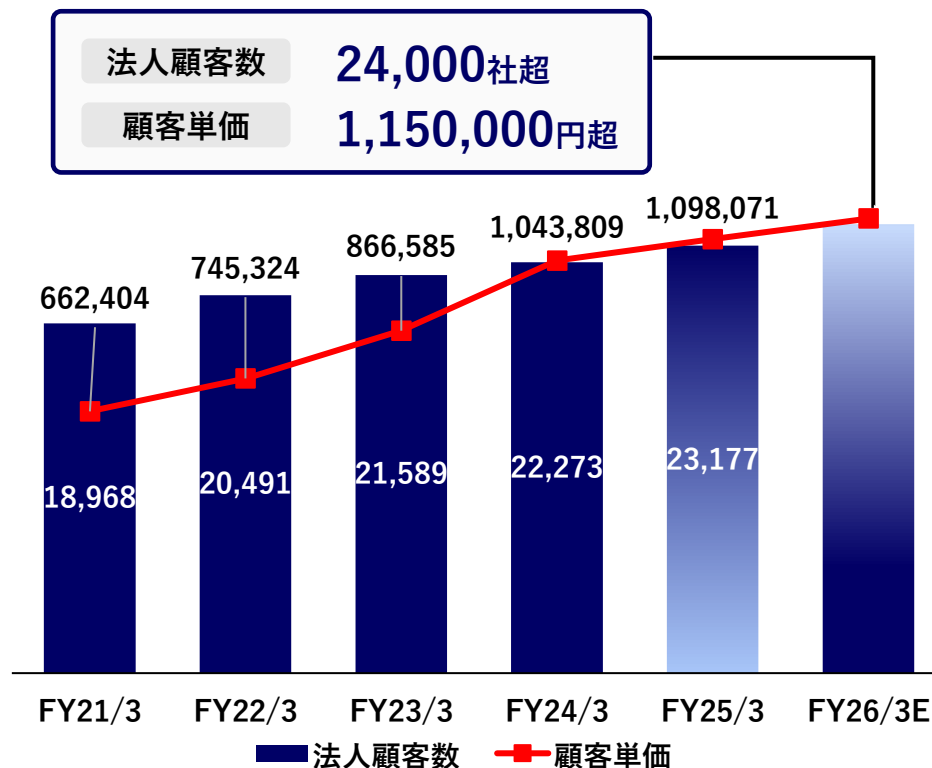
(単位: 百万円)



法人顧客数・顧客単価の推移イメージ

(単位: 社)

(単位: 円)



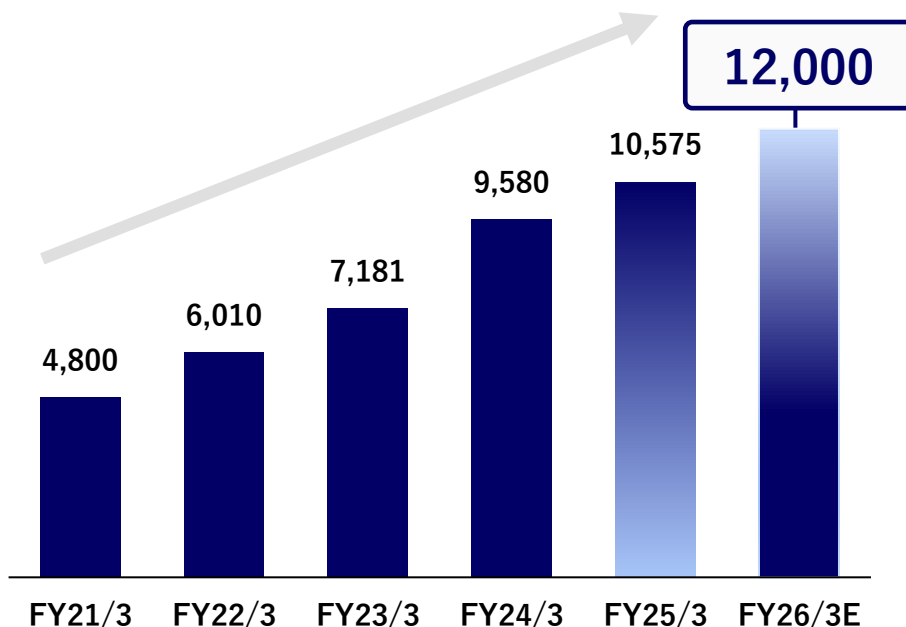
第2次中期経営計画 -Vertical HR 業績・指標推移-

- Vertical HRでは、第2次中計の主目的である**Z CORE(売上収益100億円超の主力事業)化を前倒して実現。**
- 特にタイズを中心として、領域特化型HR事業のPMIノウハウやオペレーションナレッジの蓄積が進展。
- 今後はVertical HRとしての横の連携を一層強化し、ビジネスモデルの最適化や、グループ会社間のシナジー実現を目指す。

VHR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)を前倒して達成

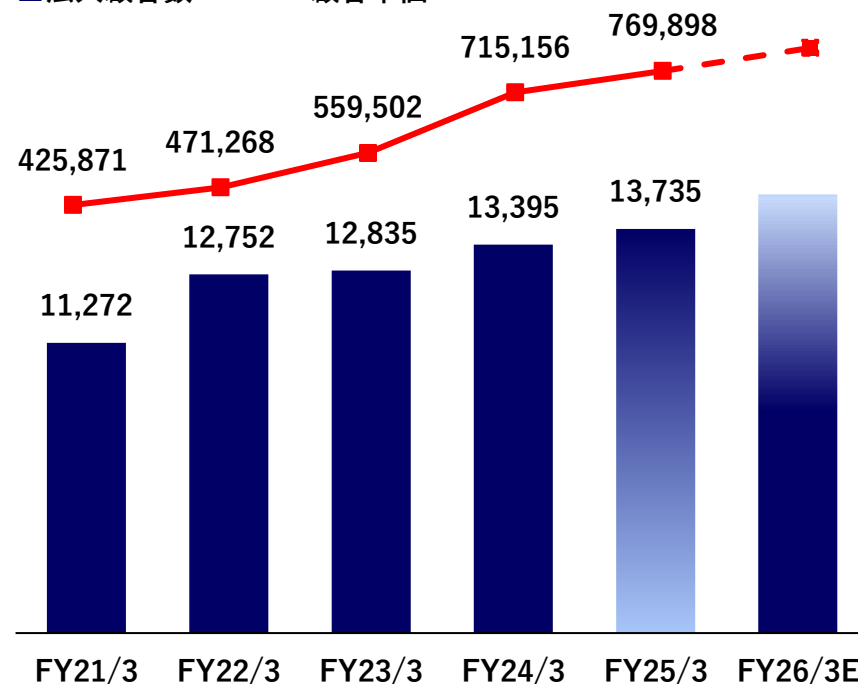


顧客数・単価推移イメージ (VHR)

(単位: 社)

(単位: 円)

■法人顧客数 ■顧客単価



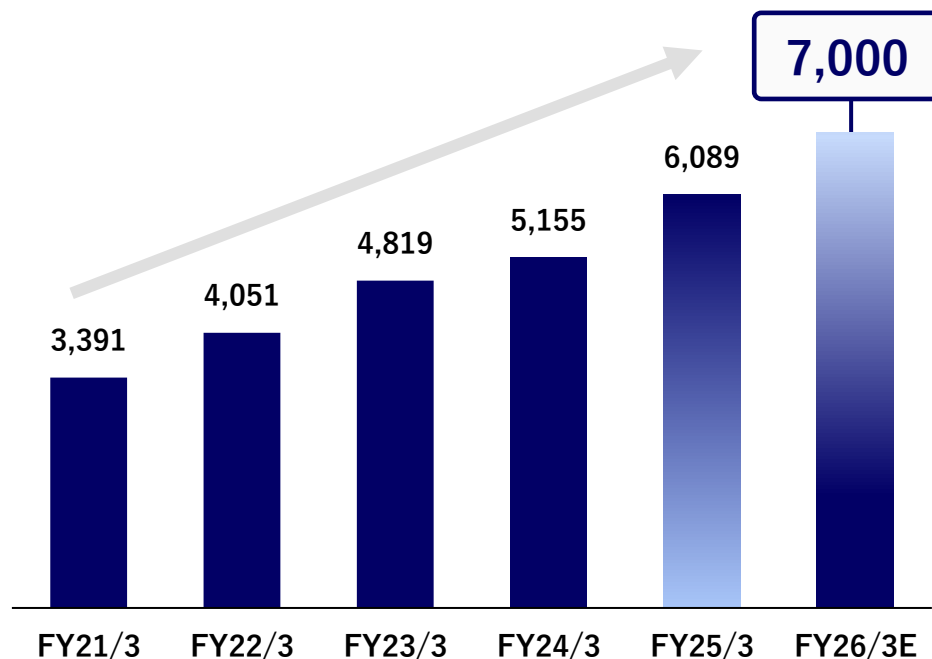
注: グラフはあくまでイメージを示したものであり、将来の推移を保証するものではありません。

第2次中期経営計画 -Living Tech 業績・指標推移-

- Living Techでは、前年比増収は達成できたものの、売上収益100億円の達成に向けては課題が残る状況で着地。
- 既存事業の製品改善や提供価値の多様化、ならびにM&Aの推進により、オーガニックとインオーガニックの組み合わせで成長率の向上を目指す。

LT売上収益の推移イメージ

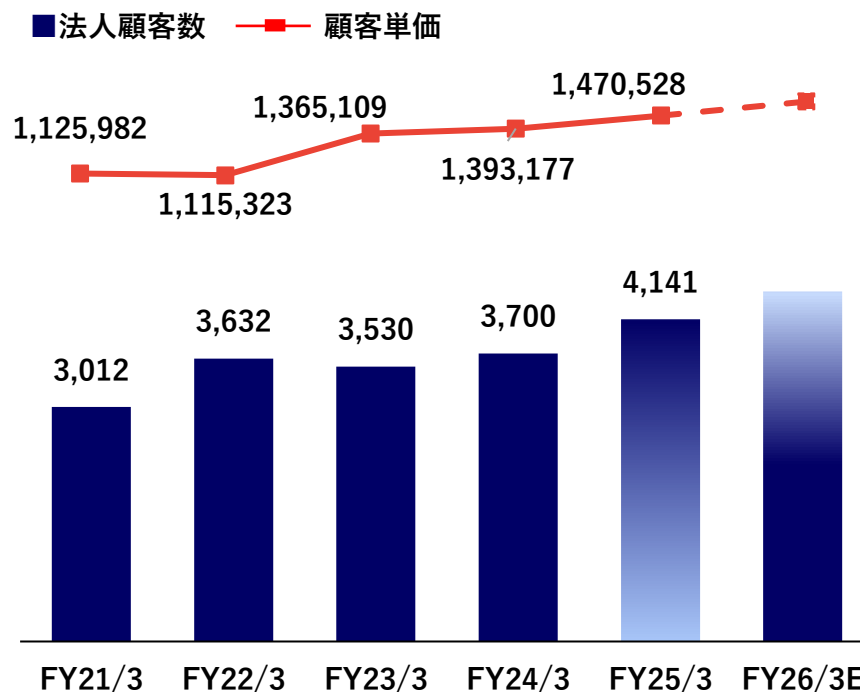
(単位: 百万円)



顧客数・単価推移イメージ (LT)

(単位: 社)

(単位: 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。

第2次中期経営計画の進捗評価と今後の戦略

- 内外要因によるLiving Techの苦戦や、Life Serviceにおける非注力事業の影響などが大きく影響し、**第2次中期経営計画の業績目標（売上収益350億超・EBITDA 100億円超）は未達想定。**
- 一方で、M&Aによるロールアップ戦略や独自PMIの奏功により、**Vertical HRのZ Core化の前倒し達成や、マクロ動向を見据えた旅行分野への戦略投資の実行により、今後の成長を牽引する事業基盤の構築を実現。**

進捗評価

△	第2次中計 業績目標の達成	➢ 売上収益350億超、EBITDA100億超は未達想定 ➢ 複数の戦略投資により、Vertical HRのZ Core化の前倒し達成や、将来成長に向けた種まきを遂行
	Vertical HR	➢ タイズを中心とした多数のM&Aの実行により、売上収益100億円超を前倒しで達成 ➢ 新規参入した人材紹介事業の成長が大きく貢献
○	Z COREの創出	
	Living Tech	➢ インフレといった外部環境の変化や、一定規模のM&Aの実行できていないことにより、Z Coreの実現には苦戦
△	Z COREの創出	
	Life Service	➢ 非注力事業で苦戦するも、旅行領域では旧TSDのM&A等、追加投資の実行により攻勢を示す
×	Z CORE 候補の創出	

今後の戦略

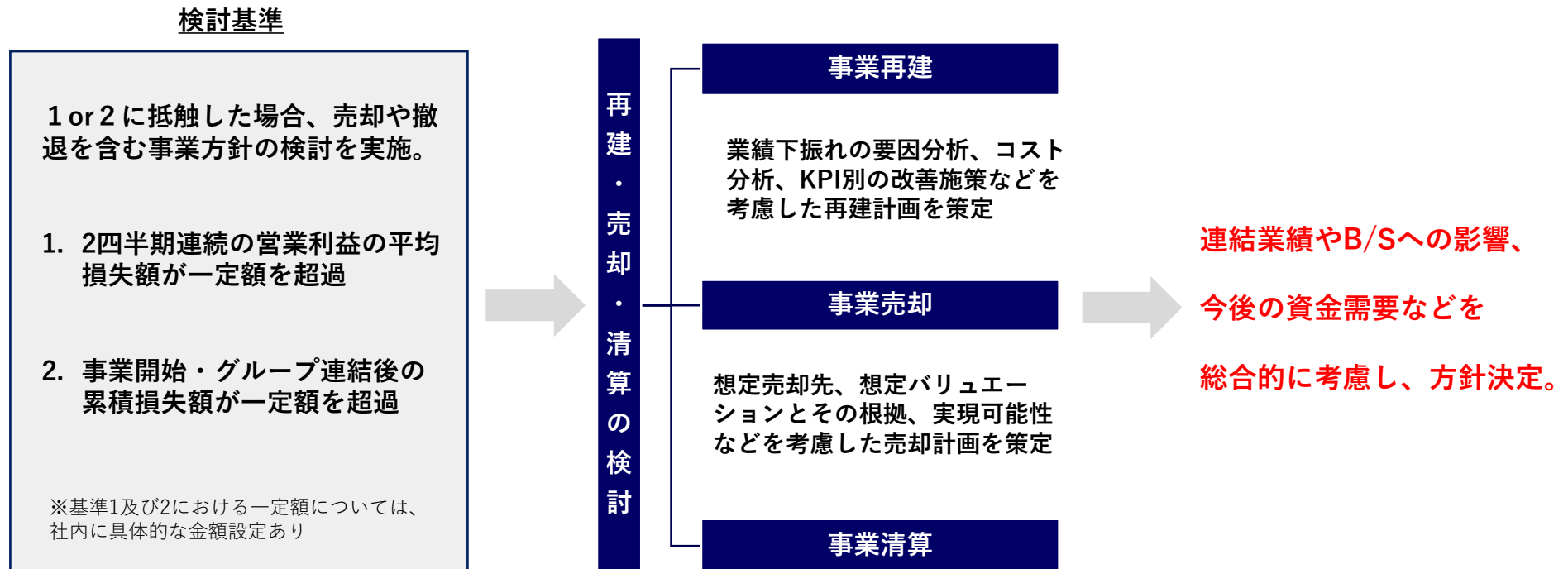
- 引き続き既存事業のオーガニック成長とM&Aによるインオーガニック成長を目指す
- 領域の横展開とタイズを中心に更なる成長を目指す
 ➢ M&Aによるロールアップの実行
- 狭義の不動産領域のみならず、住生活領域を含めて、事業展開の加速を目指す
- 注力領域である旅行事業への成長投資の実行
 ➢ 非注力事業の収益性改善やポートフォリオの合理化

注: Z Coreとは、売上収益100億超の主力事業を指す。

ダイベストメント方針

- 具体的な定量基準に基づき、基準に抵触したSBUは事業再建・売却・清算の検討を進める。
- まず事業責任者が再建計画・売却計画を策定し、連結業績やB/Sへの影響、今後の資金需要等を総合的に踏まえて、事業方針を決定。
- 介護領域の縮小：ミラクス社は初の人材紹介事業かつターンアラウンド案件のため苦戦するも、**ノウハウ蓄積に繋がり、その後の人材紹介業の事業運営やロールアップ戦略に貢献**。経済的リターンとは別の成果を十分に享受できたため、**今後は縮小予定。減損リスクは無し**。

ダイベストメント方針

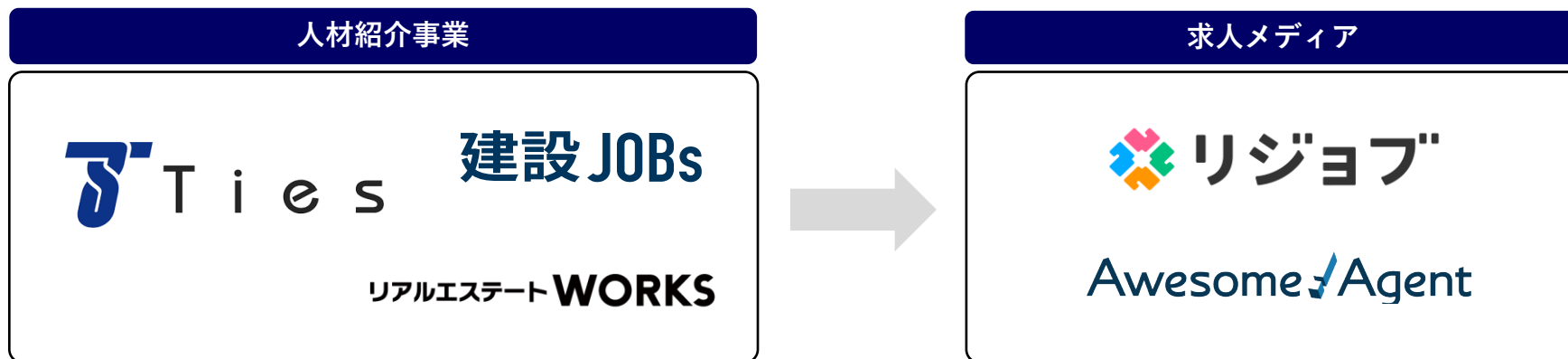


Vertical HR：進捗評価と今後の戦略①

- 従来の強みであるメディア運営やデジタルマーケティングに加えて、**人材紹介業の運営ノウハウという新たなケイパビリティの獲得を踏まえ、既存のメディア事業において、人材紹介モデルの導入を推進予定。**
- 課金モデルについては、**顧客にとっての「成果」をより意識したモデルへのシフトを進める。**

ビジネスモデルの最適化

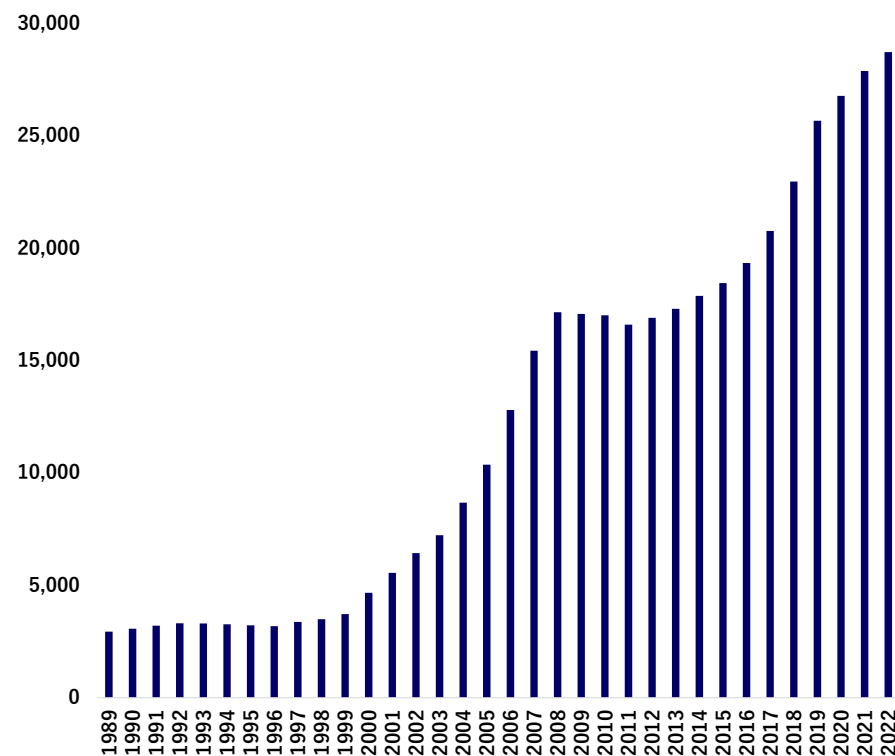
**人材紹介事業の運営ノウハウの蓄積に伴い、
求人メディア事業に対して、人材紹介モデルの導入を推進。**



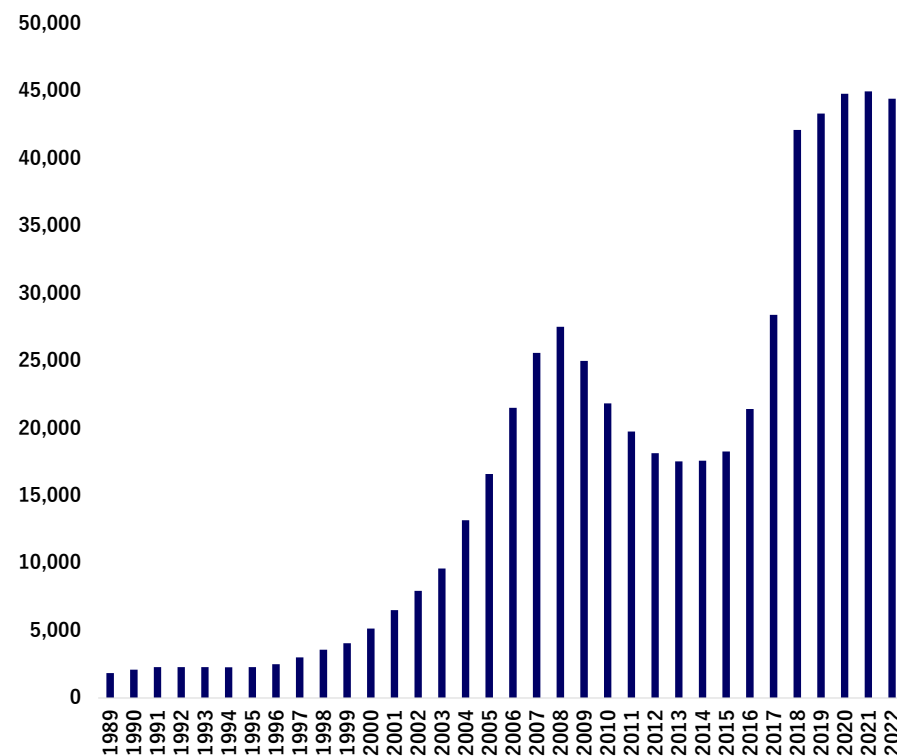
Vertical HR：進捗評価と今後の戦略② -ロールアップ戦略-

- 人材関連企業数は増え続けており、人材獲得及びリソース確保の需要増加から今後も増え続ける見立て。
- 成功確度が高いVHR領域のM&Aと事業成長のノウハウをもとに、領域拡張や支援機能の拡張を実現するロールアップM&Aをさらに加速させていく。

有料職業紹介事業所数の推移



労働者派遣事業所数の推移



注: 資料出所 厚生労働省「職業紹介事業報告」、厚生労働省職業安定局需給調整事業課調べ

Vertical HR：進捗評価と今後の戦略③

- 主に大手メーカーやコンサルティング会社などを主な顧客として、**人材紹介事業やRPO(採用代行)事業を運営するURG社をM&A。**
- 人員増強・育成強化により、RPO事業の顧客基盤の拡張、及びタイズ社のノウハウ転用による人材紹介事業の拡大を目指す。
- タイズ社では、**労働生産性の引き上げや領域拡張、及びURG社のRPO機能の強化により、成長加速を目指す。**

タイズ社によるM&A -URG社-



会社名	アルティメイトリソースズグループ株式会社
概要	人材紹介事業とRPO事業を運営 特徴：大手メーカーや外資系コンサルティング会社などを主な顧客とし、良好な関係値を構築。
業績	FY2025/4（見込み） 売上高: 655百万円、営業利益: 42百万円
取得額	400百万円
取得日	2025年5月22日

タイズ社の成長戦略



戦略①：生産性の引き上げ

AI活用によるオペレーション改善により、一人当たりの労働生産性の改善や、自社集客強化を図る

戦略②：領域拡張

既存の製造領域に加えて、求職者の属性を踏まえ、親和性の高い領域にM&Aなどを通じて参入、及び新規エリアに進出

戦略③：提供価値の拡張

既存の人材紹介モデルに加えて、RPOなど、新たなソリューション提供を目指す

Living Tech : 進捗評価と今後の戦略①

- Living Techでは、**バリューチェーンの拡張による提供価値の向上**、及びメディアを起点とした領域拡張やクロスセルが主な成長戦略。
- 提供価値の向上という点では、一部の事業において、新規機能の実装などにより、従来の「集客」機能以外の付加価値の提供を実現。
- 領域拡張への拡張やクロスセルという観点では、**リフォームカテゴリの拡張や、不動産売買領域、リユース領域、保険領域への参入を実施し、商材拡充を実現。**

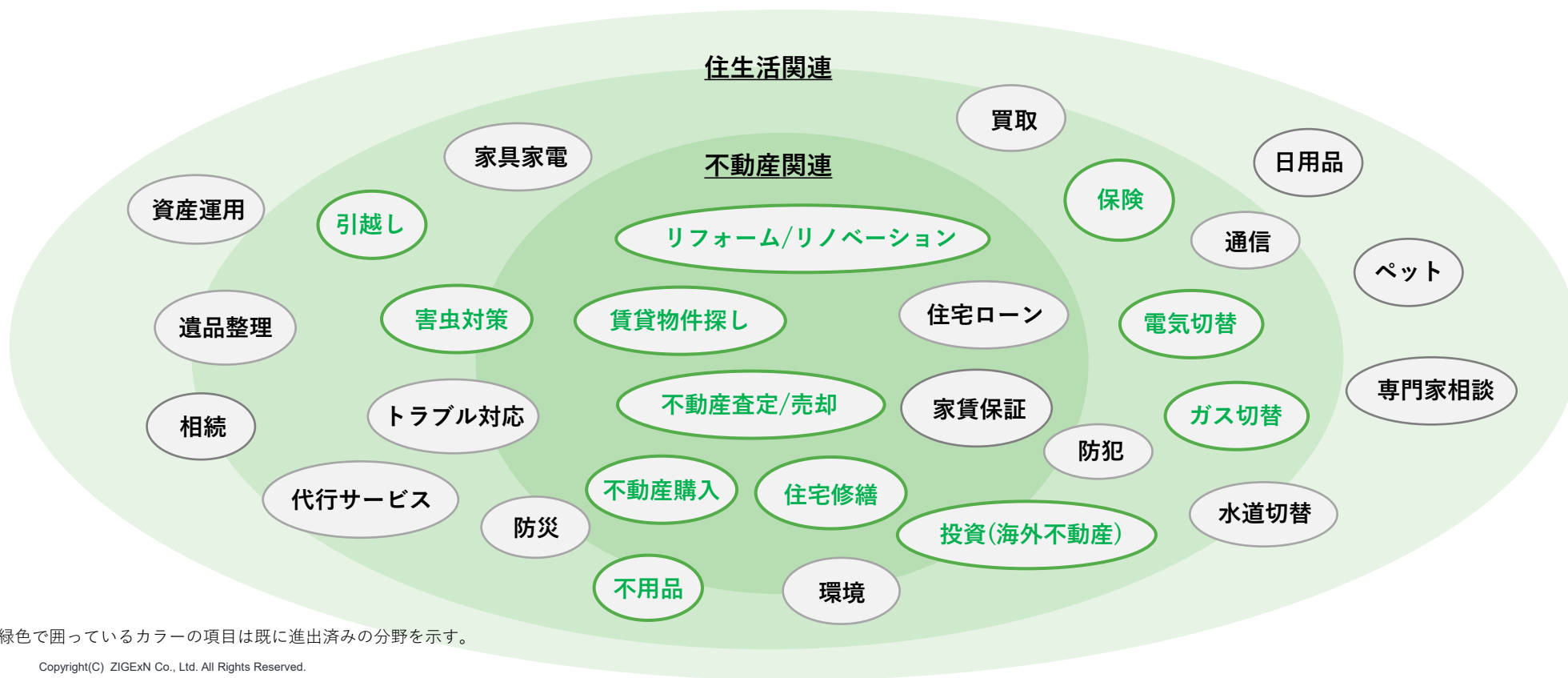
クライアントサイドにおける提供価値の引き上げ



Living Tech : 進捗評価と今後の戦略②

- 当社のサービスユーザーは多種多様なニーズを抱えており、当該ニーズに対応する形で新規サービスを提供することで、クロスセルを通じた収益性及び利益率の向上を目指す方針。
- エネルギー領域におけるガス切替と電気切替サービス間のクロスセル施策を始め、不用品売買や保険といった商材拡充を実現。
- 今後も、**狭義の不動産領域のみならず、より広い視点でユーザーニーズを捉え、成長率の底上げを目指す。**

ユーザーサイドにおける提供価値の引き上げ



Life Service : 進捗評価と今後の戦略

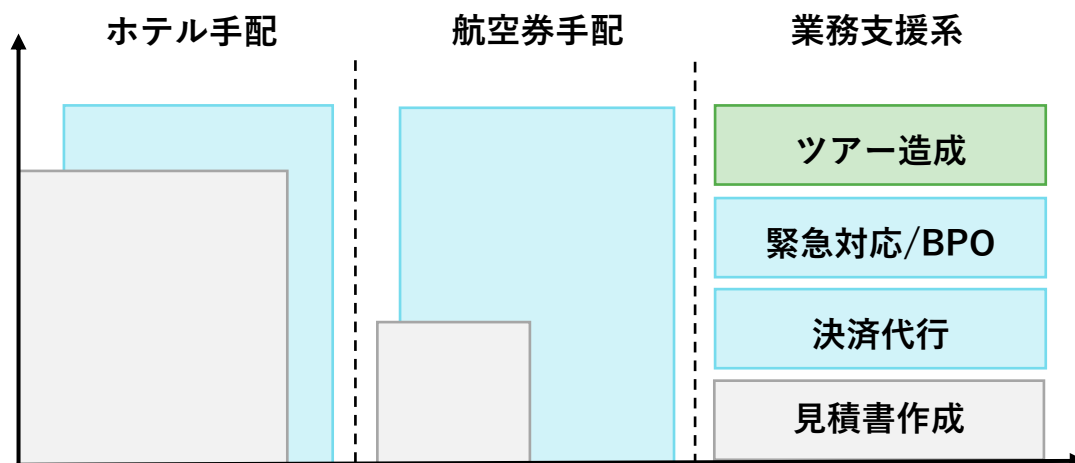
- コロナ禍から始まった第2次中計期間において、旅行業界におけるマクロ動向を見据え、2023/2に**旧TSD社のM&Aを実行し、航空券手配の強化、BPOや決済代行業業といった商材拡充を実現。**
- これに続く戦略投資として、**ツアー造成を強みとする旅行業界向けDX支援システムを提供するUSAEL社の新規M&Aを公表。**
- 今後も旅行分野の更なる成長に向けて、オーガニックとインオーガニックの両面から投資を実行する方針。

新規M&A概要 -USAEL社-



会社名	株式会社USAEL
概要	旅行業界向けDX支援システムを提供 特徴：ツアー造成を強みとするシステムで仕入れから販売まで一気通貫で管理・実行可能。
業績	FY2025/3 売上高: 100百万円、営業利益: 45百万円
取得額	325百万円
取得日	2025年6月中

旅行分野における戦略投資 -M&Aによるサービス拡充-



M&Aの振り返りと今後の戦略①

- 第2次中計公表以降の**投資件数は14件、投資総額は約66億円**。件数としては、10億円未満の中小型の案件が中心であるものの、順調なPMIを背景として、**10億円以上の投資案件（タイズ社、旧TSD社）の業績貢献は特に大きい状況**。
- M&Aに投じた金額相当額を自己株式取得に充当した場合の想定EPSとEPS実績値を比較した場合、後者の方がEPSが高いことなどを踏まえると、**自己株式取得よりも、成長企業としてM&Aに注力した方が株主価値の向上に繋がる**と認識。
- 今後も引き続きM&Aに積極的な姿勢で取り組み、中長期的な株主価値の向上に努める。

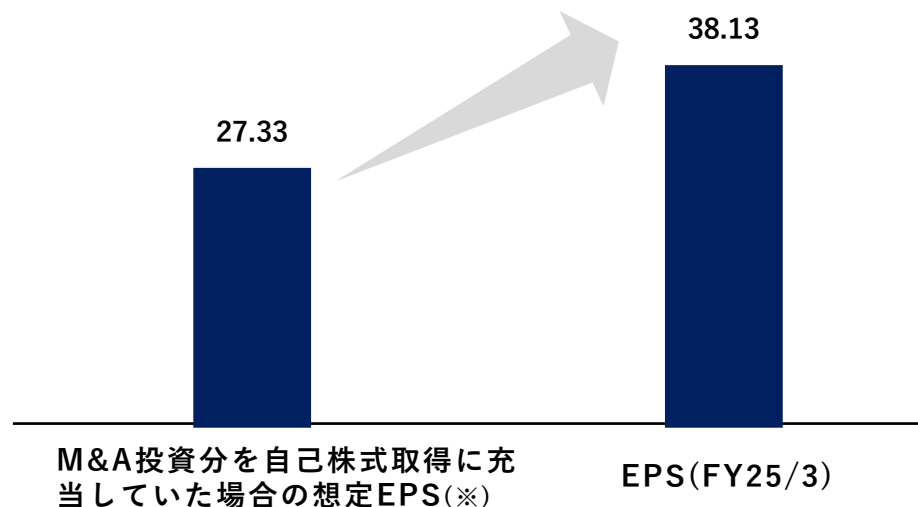
M&A件数・規模

- ✓ 期間：2021/4 ～ 2025/5/13 までに公表
- ✓ 投資総額：約**66億円**
- ✓ 投資件数：**14件**
 - ✓ 10億円以上：2件
 - ✓ 5億円以上～10億円未満：1件
 - ✓ 5億円未満：11件

⇒ **中小型の案件を中心として、年平均3件のM&Aを実行。**
2桁億円以上の投資（タイズ社、旧TSD社）も実行しており、これらの業績貢献度合いは特に大きい。

第2次中計期間のM&Aによる株主価値への貢献（単位: 円）

**自己株式取得よりも、成長企業として
M&Aに注力した方が株主価値の創造に繋がる**



注: 第2次中計公表以降(2021/4-2025/3)の株価平均値464円で、直近1年以内のM&A及び一部の合併済み事業を除いた投資額分の自己株式取得したと仮定した場合の想定EPSを示す。

M&Aの振り返りと今後の戦略②

- 財務方針のアップデートにも関連するが、**検討案件数および規模の拡大に伴い、機動的なM&A資金の確保が一層重要**となっている。
- 当社のM&Aの強みや特徴、独自性を引き続き活かしつつ、既存の当社M&A部門の人員強化やオペレーション改善に加えて、**主要グループ会社にM&A機能を設けることにより、多領域で継続的にM&Aを実行できる体制を整備し、非連続的な成長の実現を目指す。**

M&Aに関する内外環境の整理

規律的なM&Aの実行を前提としつつも、M&Aの質・量を担保するために、機動的なM&A待機資金の確保が重要

- ✓ 以下を主な背景として、**検討案件数は増加傾向**
 - ✓ M&A仲介業者の増加
 - ✓ 当社のM&Aスコープの拡大
 - ✓ 当社のM&A担当部門の増強 など
- ✓ グローバル案件や上場企業案件などを含め、幅広く検討しており、**検討案件規模は拡大傾向。**
- ✓ 一方で、**M&Aの買い手の増加や、それに伴うバリュエーションの上昇**も一部で見られる状況

当社のM&Aの特徴と今後の組織方針

主な特徴

- ✓ 単一 or 少数領域ではなく、「多領域」で実行
- ✓ 規律的な基準により、「適正価格」を意識
- ✓ 「独自PMI (=ZVI)」によるグループイン後の成長を実現
- ✓ 「投資回収速度」と「投資回収率」を意識
- ✓ 「多数の案件」を「連続的」に実行

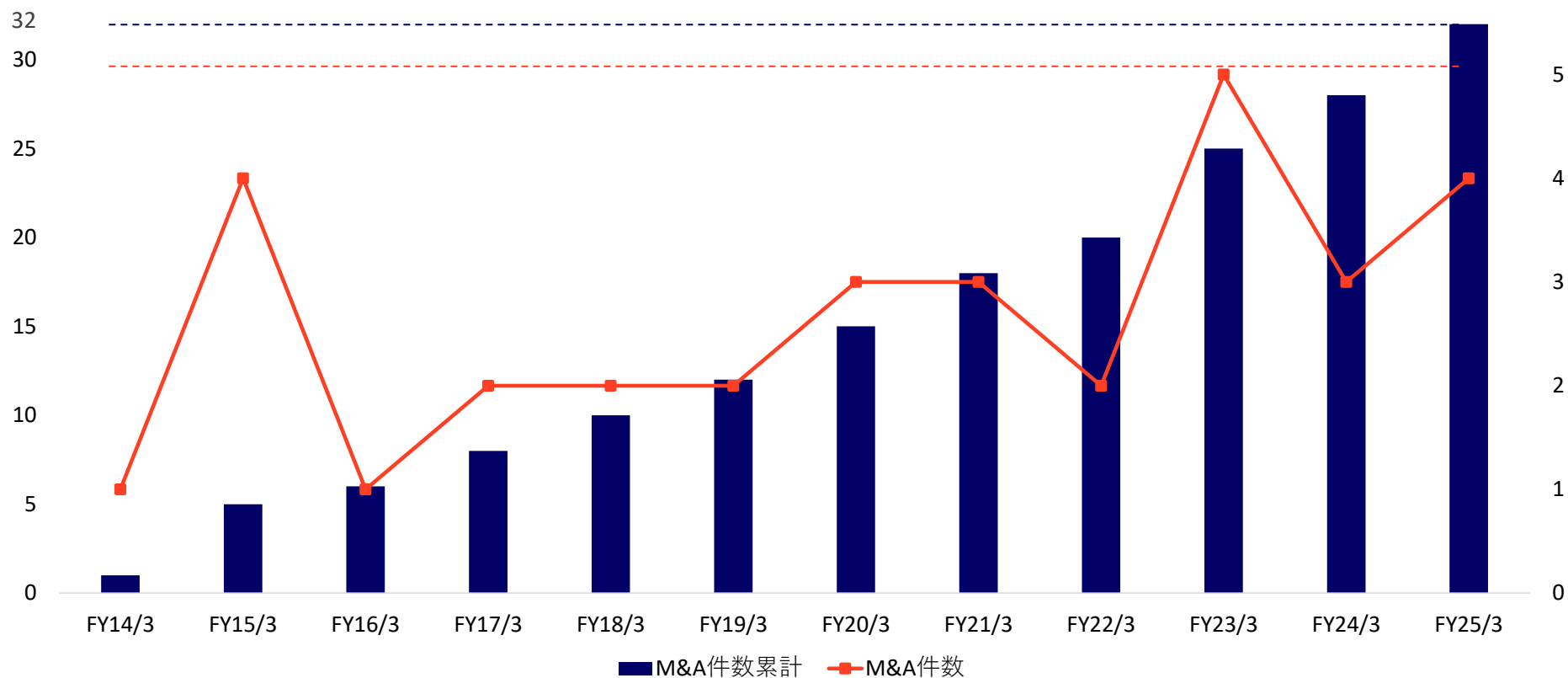
⇒ 既存の当社M&A部門の強化に加えて、
**主要子会社にM&A機能を設けることにより、
多領域で継続的にM&Aを実行できる体制を整備**

M&Aの振り返りと今後の戦略③ -M&Aの実績(1)-

- 上場以来11年間、年間平均3件以上のペースで連続買収。累計件数は32件に進捗。

M&Aの実施件数の推移

(単位: 社)



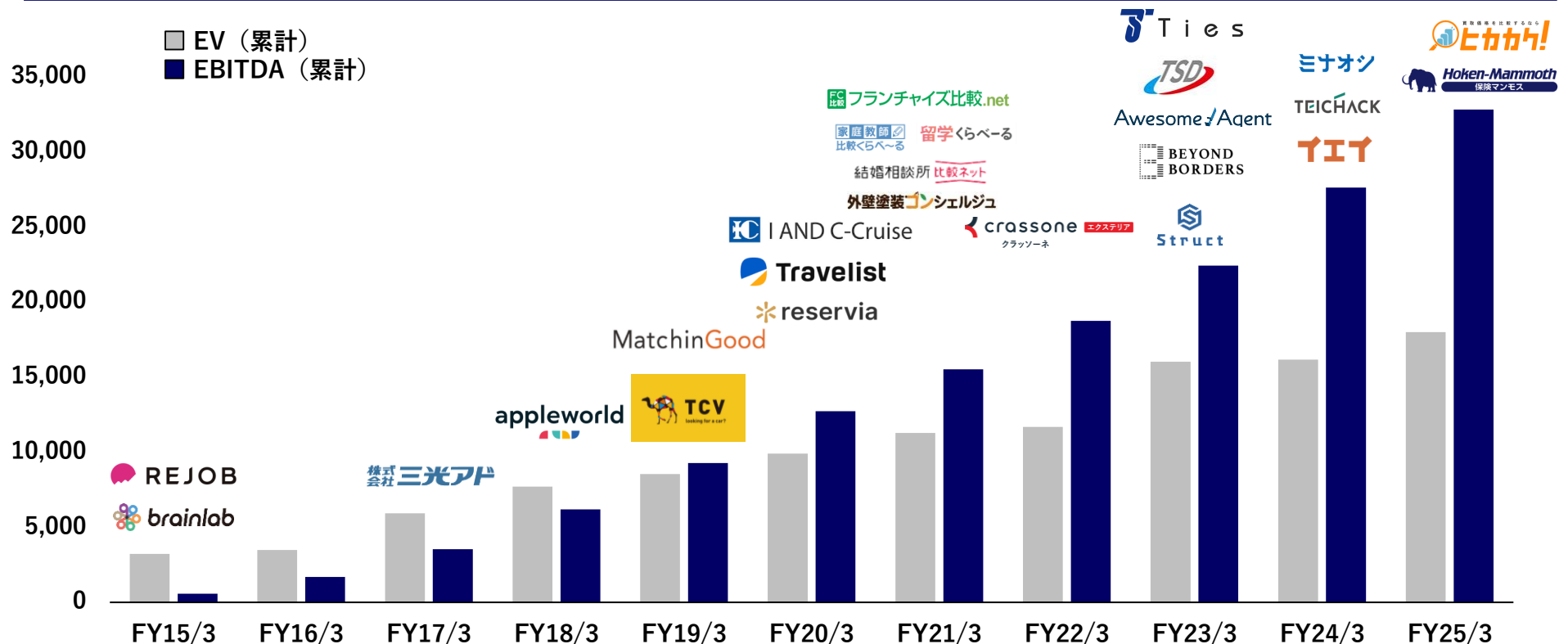
注: USAEL社・アルティメイトリソーシズグループ社の2案件はFY25/3の戦略投資額に含まれるため、FY25/3の実施案件としてカウント。

M&Aの振り返りと今後の戦略③ -M&Aの実績(2)-

- 当社のM&Aは、PMIによるEBITDA成長率が高く、事業会社として保有し続けるのが基本方針のため、FCFが積みあがる構造(複利による継続投資)。さらに、接続するTAM、及び隣接するTAMが広がり続けるため、成長余地が継続的に拡大。
- 過去のM&A案件が稼ぎ出すFCFを原資とし、今後は各子会社が主導的にM&Aを実施する体制を構築し、M&Aの件数・規模を共に増加させる方針。

M&Aの成果 累計EV対累計EBITDA

(単位: 百万円)



注1: EVは事業価値を指す。

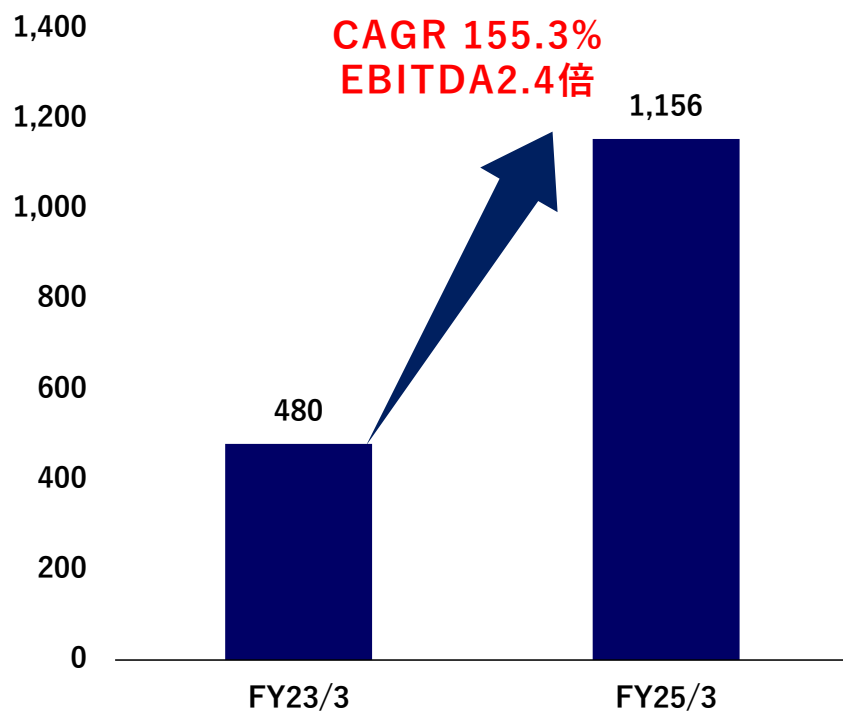
注2: 当該年度にM&Aした主要事業のロゴのみを記載。

M&Aの振り返りと今後の戦略④ -PMIの進捗-

- FY23/3に取得した全5社(VHR領域は4事業・その他領域は2事業)において、PMI効果として**取得後2年間のEBITDAの平均成長率 VHR領域: 155.3%・その他事業: 160.5%**を記録。
- 取得年度のFY23/3から**2年間でEBITDA平均2.5倍**成長のペースで進捗。
- VHR・販促メディア・旅行領域においては、PMIの型が確立している状況。

FY23/3に取得したVHR事業
EBITDA平均成長率(注1)

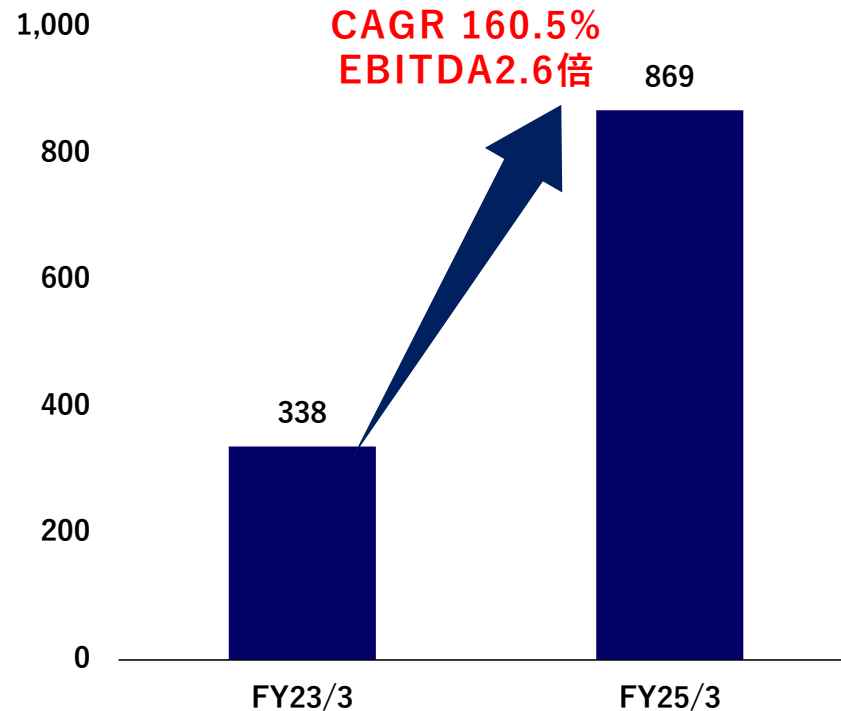
(単位: 百万円)



注1: FY23/3に取得した建設JOBS・株式会社ビヨンドボーダーズ(リアルエステートワークス)・株式会社オーサムエージェント・株式会社タイズの合計4事業。

FY23/3に取得した
その他事業のEBITDA 平均成長率(注2)

(単位: 百万円)



注2: FY23/3に取得した株式会社ビヨンドボーダーズ(セカイプロパティ)・株式会社TSDの合計2事業。

4

直近事業年度の業績

2025年3月期業績予想に対する達成率

- 売上収益および各利益面において、2025年3月期の修正後業績予想の達成、ならびに前年比増収増益を達成。

売上収益

25,450百万円
(達成率: 102%)

EBITDA

7,084百万円
(達成率: 101%)

営業利益

5,657百万円
(達成率: 101%)

EPS

38.13円
(達成率: 101%)

(百万円)	FY2024/3 通期実績	FY2025/3 通期実績	前年比(%)	FY2025/3 業績予想(※2)	達成率(%)
売上収益	23,249	25,450	+9%	25,000	102%
● Vertical HR	9,580	10,575	+10%	10,400	102%
● Living Tech	5,155	6,089	+18%	6,000	101%
● Life Service	8,514	8,786	+3%	8,600	102%
EBITDA(注1)	6,781	7,084	+4%	7,000	101%
営業利益	5,394	5,657	+5%	5,600	101%
親会社所有者 帰属当期利益	3,800	3,872	+2%	3,820	101%
基本的1株当たり 当期利益(EPS)	36.53	38.13	+4%	37.62	101%

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: FY2025/3 業績予想は、2025/2/7付で公表した修正後業績予想値を示す。

Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

年次業績推移 -売上収益推移-

連結売上収益

25,450百万円

(YoY +9.5%)

積み上げ型収益

14,436百万円

(YoY +11.0%)

非積み上げ型収益

11,014百万円

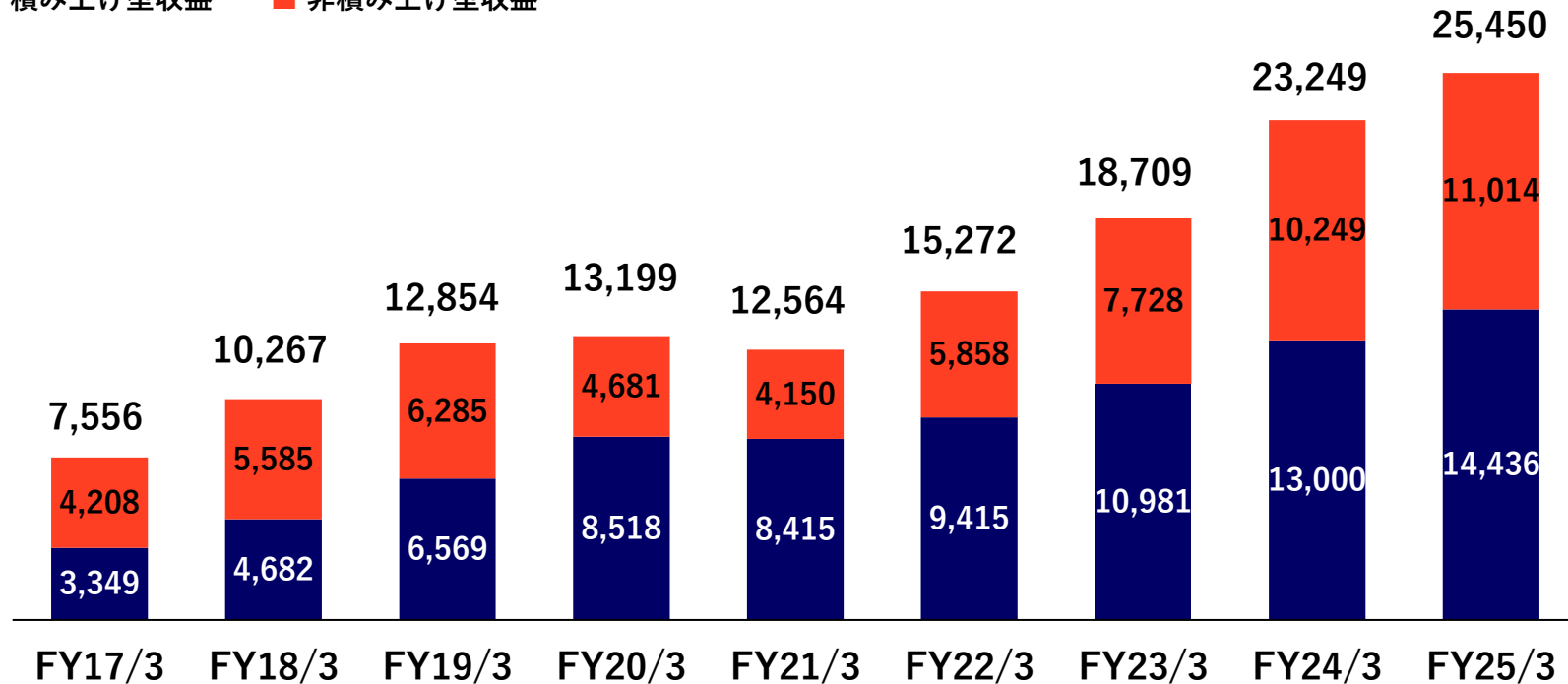
(YoY +7.5%)

- 積み上げ型収益：主にオーサムエージェントの積み上げや、新規M&Aが貢献し、着実に伸長。
- 非積み上げ型収益：主にタイズを中心とする人材紹介事業の成長が寄与し、着実に伸長。

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。

積み上げ型収益 vs 非積み上げ型収益

積み上げ型収益

3,720百万円

(YoY +8.4%)

非積み上げ型収益

3,194百万円

(YoY +10.2%)

- 積み上げ型収益はリジョブを中心とする自社メディア等から主に構成。
- 非積み上げ型収益はタイズを中心とする人材紹介事業等から主に構成。
- 非積み上げ型収益は**非注力事業の影響を受けるも、タイズ等の成長により、着実に伸長。積み上げ型収益は新規M&Aの貢献により、着実に拡大。**
- 盤石な収益創出基盤のもと、顧客単価を重視する非積み上げ型収益にも注力することで、安定性と成長性の両立を目指す。

収益分類

積み上げ型収益(顧客数重視型)

Vertical HR：リジョブ、オーサムエージェント

Living Tech：スモッカ(自社メディア)、リフォーム事業、保険マンモス

Life Service：ブレインラボ(ID, オプション)、APW(ホールセール) 等

非積み上げ型収益(単価重視型)

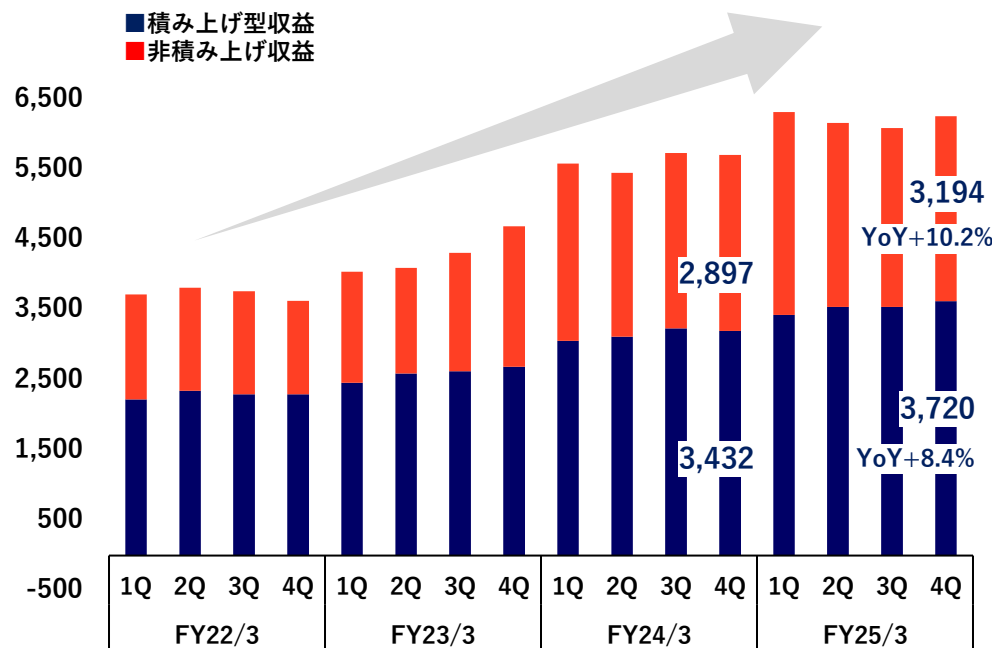
Vertical HR：タイズ、建設JOBS、リアルエステートWORKS

Living Tech：スモッカ(アグリゲーション)

Life Service：ブレインラボ(SI)、比較メディア(FC, 結婚等)、APW(トラベリスト)、求人アグリゲーションメディア 等

積み上げ型収益と非積み上げ型収益

(単位: 百万円)



注: FY24/3 3Qの数値に一部誤りがあり、正しい値に修正済。

法人顧客数と法人顧客単価

法人顧客数

23,177社

(YoY +4.1%)

法人顧客単価

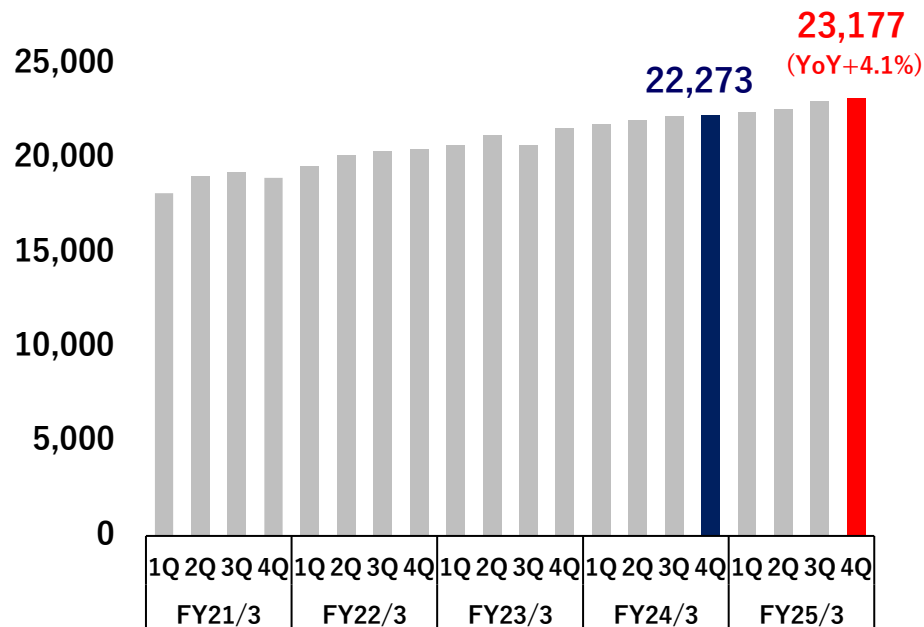
110万円

(YoY +5.2%)

- 法人顧客数：主にオーサムエージェントの伸長、保険領域や不用品買取領域の新規M&Aの貢献により、着実に伸長。
- 法人顧客単価：高単価事業の業績拡大に伴うプロダクトミックスの変化等により、着実に伸長。
- 引き続き法人顧客の着実な積み上げ、及び顧客当たり単価の引き上げを図る。

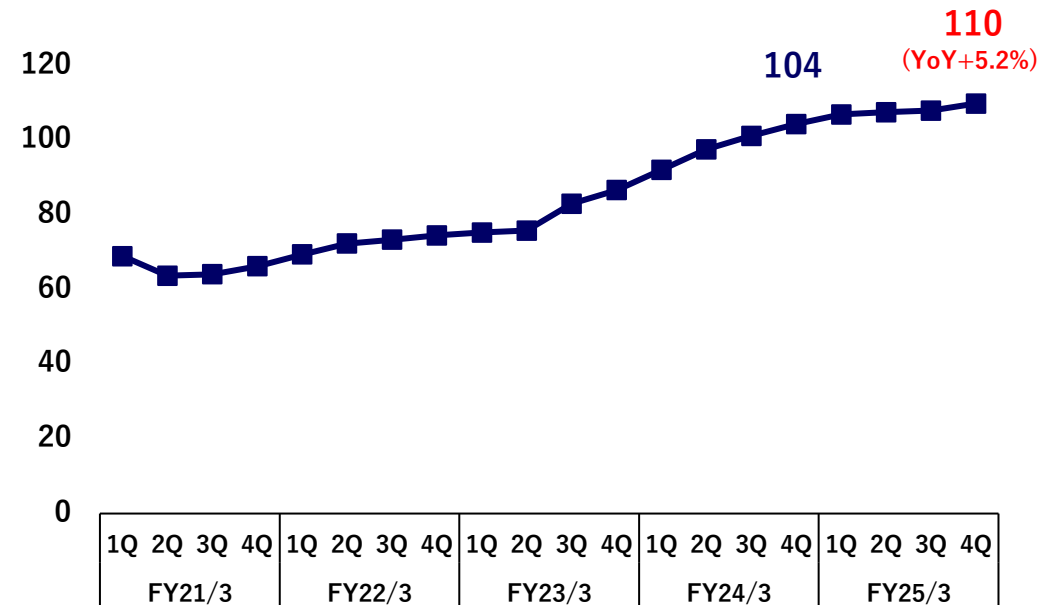
法人顧客数

(単位: 社)



法人顧客単価

(単位: 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: 法人顧客単価は連結売上収益÷法人顧客数にて算定。

年次業績推移 -利益推移-

EBITDA

7,084百万円

(YoY + 4.5%)

営業利益

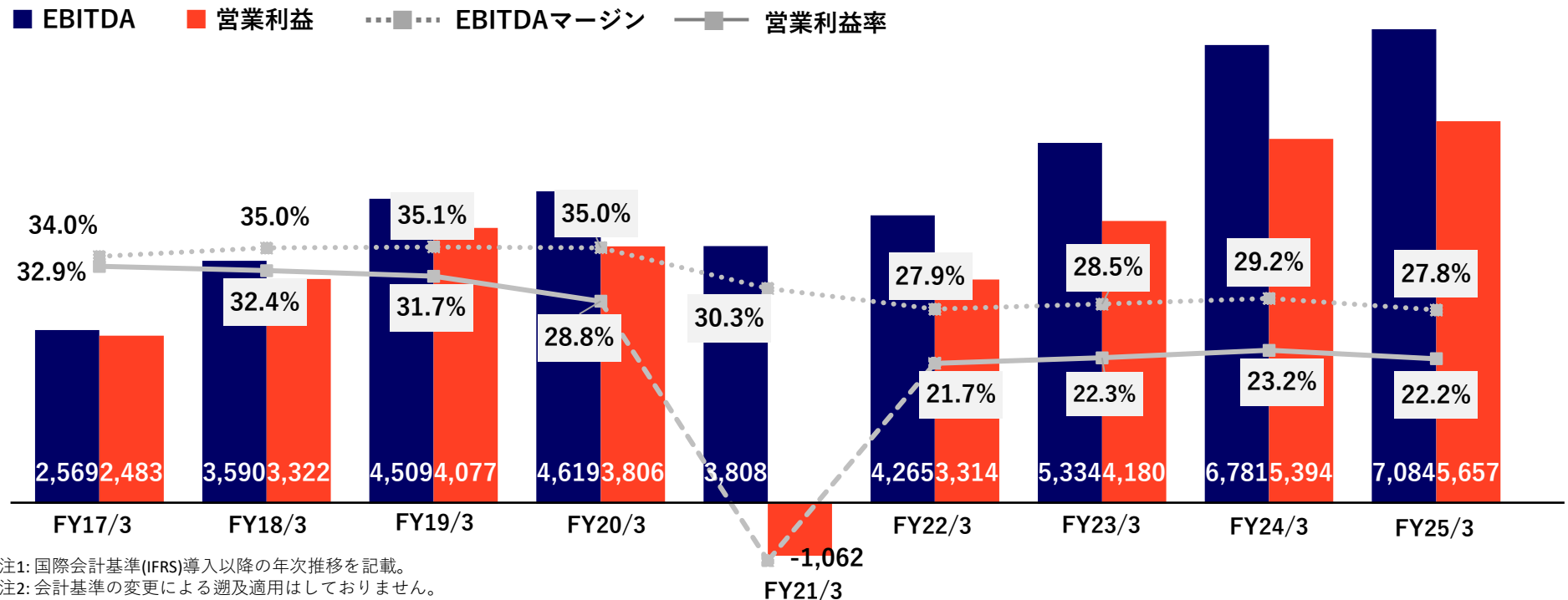
5,657百万円

(YoY + 4.9%)

- EBITDAおよび営業利益は過去最高で着地。
- Vertical HRは順調なPMIを背景として、全体的に収益性が改善。
- 一方で、Life Serviceの非注力かつ高利益率のキャッシュカウ事業における顧客予算の減少等が全体の利益率に影響。

連結EBITDA・営業利益

(単位: 百万円)



四半期業績推移

売上収益

6,913 百万円

(YoY +9.2%)

EBITDA

1,941 百万円

(YoY -1.9%)

営業利益

1,539 百万円

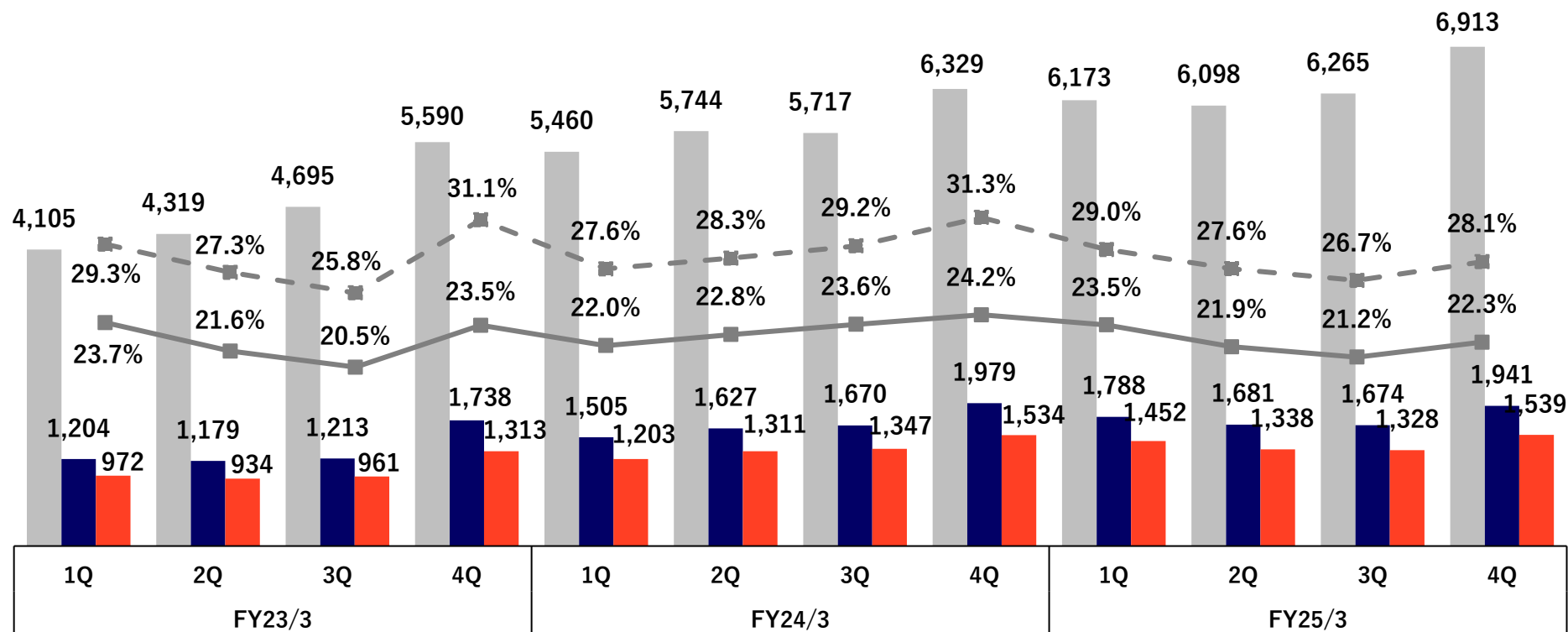
(YoY +0.3%)

- 売上収益はQ4として過去最高で着地するも、利益指標は事業面における課題や一過性費用の発生等により、前年比で概ね横這いで推移。
- 営業利益率は課題と認識。広宣費の投資対効果と労働生産性の引き上げにより、将来的には営業利益率30%を目指す。

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)



年次業績推移 -CF推移-

営業CF

7,331百万円

(前期: 6,841百万円)

投資CF

-2,449百万円

(前期: -961百万円)

財務CF

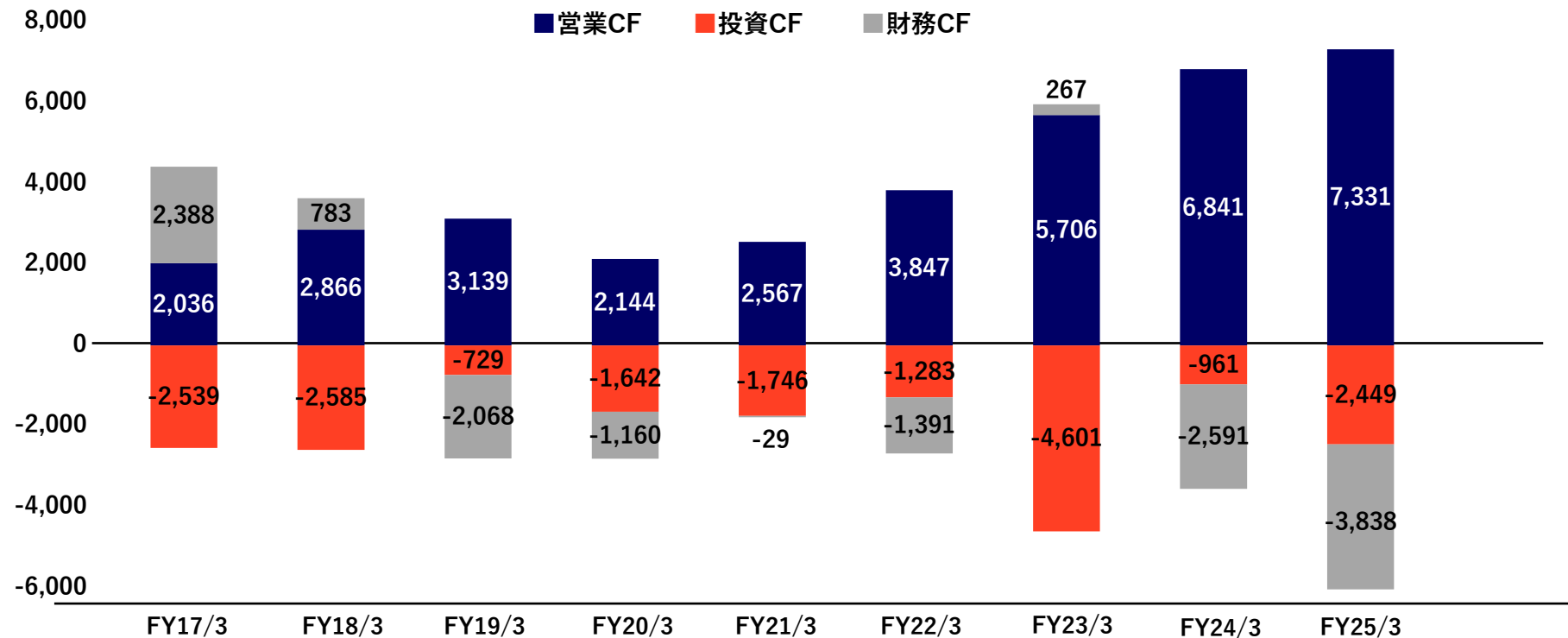
-3,838百万円

(前期: -2,591百万円)

- 営業CF：既存事業の着実な伸長や、タイズを中心とした好調なPMIを反映して、**過去最高を更新**。
- 投資CF：M&Aやソフトウェア開発等の成長投資を遂行。
- 財務CF：配当や自己株式取得による株主還元を実行。

連結キャッシュ・フロー

(単位: 百万円)



領域別売上収益推移

Vertical HR

2,871百万円
(YoY +8.9%)

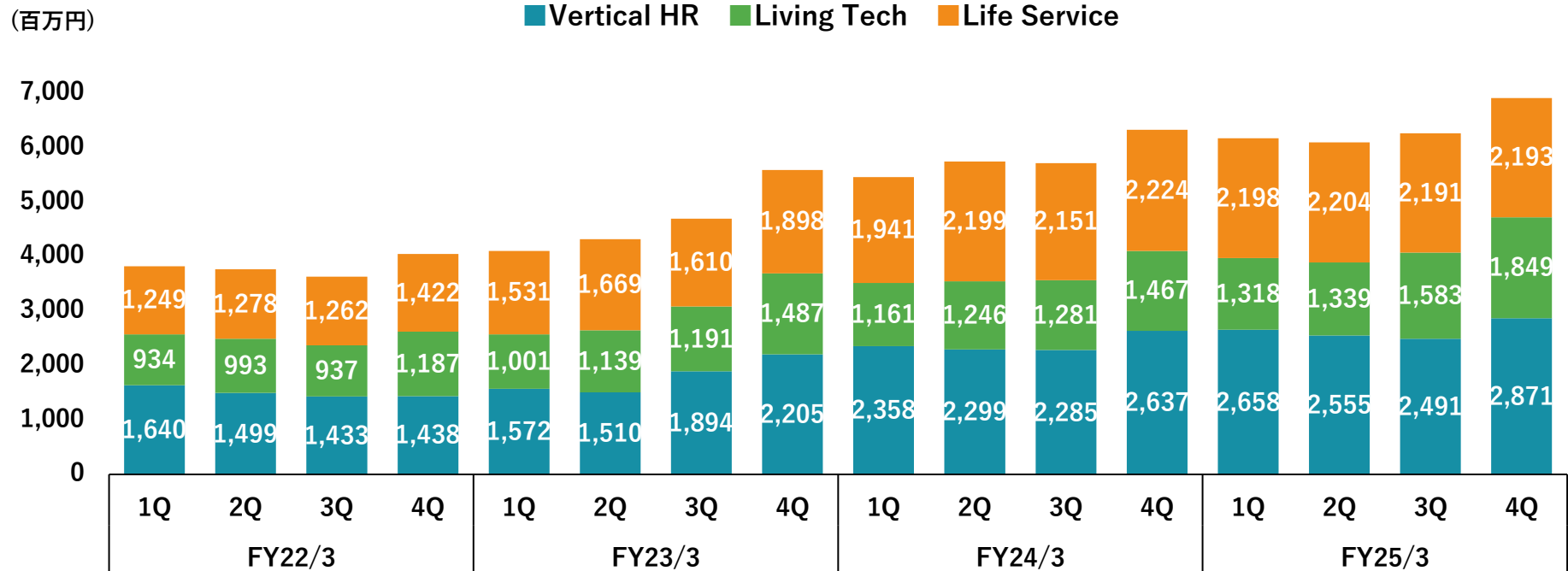
Living Tech

1,849百万円
(YoY +26.0%)

Life Service

2,193百万円
(YoY -1.4%)

- Vertical HR：製造領域特化のタイズや、運送領域特化のオーサムエージェントにおける順調なPMIの貢献により、安定的に成長。
- Living Tech：リフォーム事業は苦戦するも、保険領域や不用品売買領域の新規M&Aが貢献し、大幅伸長。
- Life Service：旅行事業は円安の向かい風の中、安定成長を実現するも、一部の非注力メディア事業の業績悪化が影響。

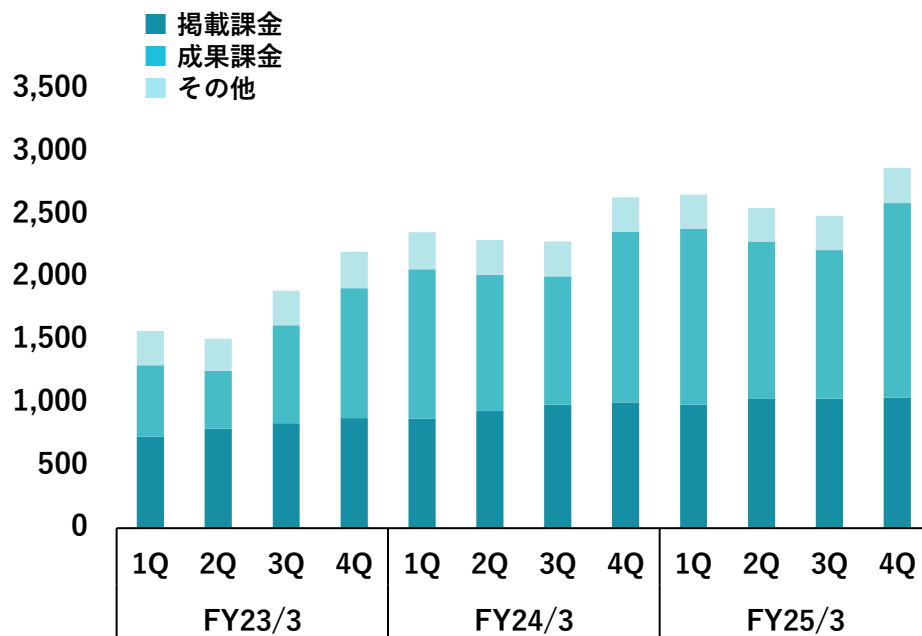


主力事業における事業状況 -Vertical HR-

- 掲載課金：既存事業の成長により、安定的に推移。
- 成果課金：主に製造領域特化型のタイズや、建設/不動産領域特化型HR事業の貢献により、**Q4として過去最高を更新**。

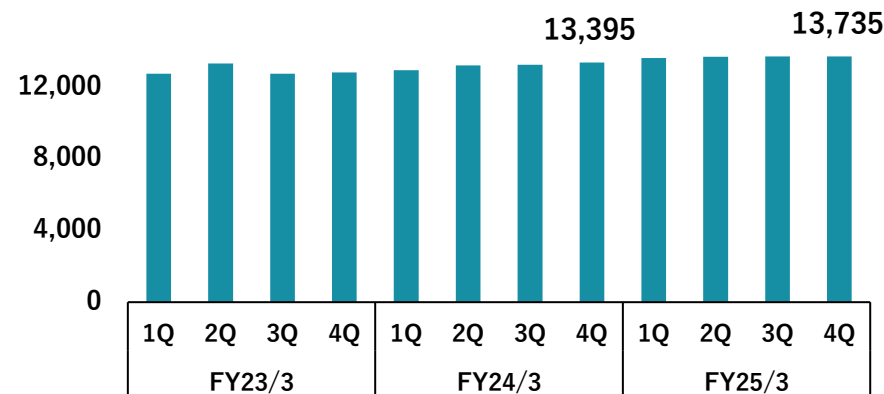
売上収益

(単位：百万円)

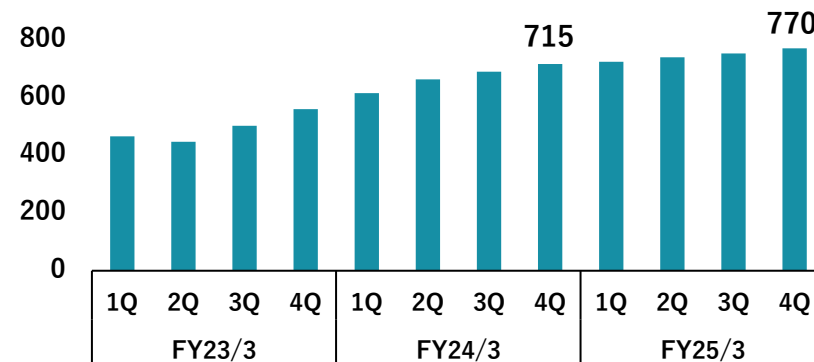


注1: 顧客数は各四半期末より1年以内(=LTMベース)に売上収益が発生した法人顧客数をカウント。
 注2: 会員数は累計数値。
 注3: 掲載課金はリジョブとオーサムエージェントの掲載課金型の売上収益を指す。
 注4: 成果課金はリジョブの成果課金型の売上収益やタイズ等の人材紹介事業の売上収益から構成。

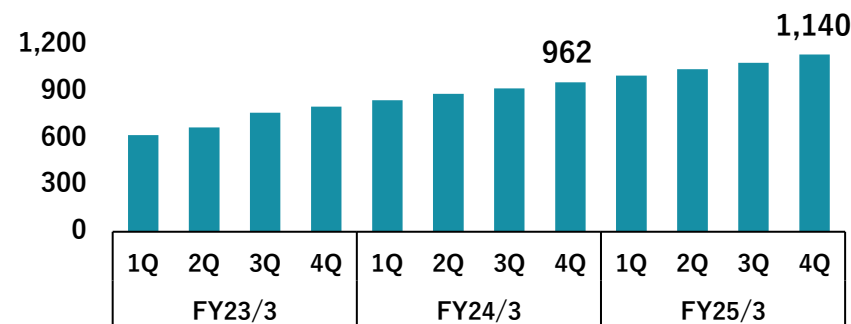
顧客数 (社)



顧客単価 (千円)



会員数 (千名)

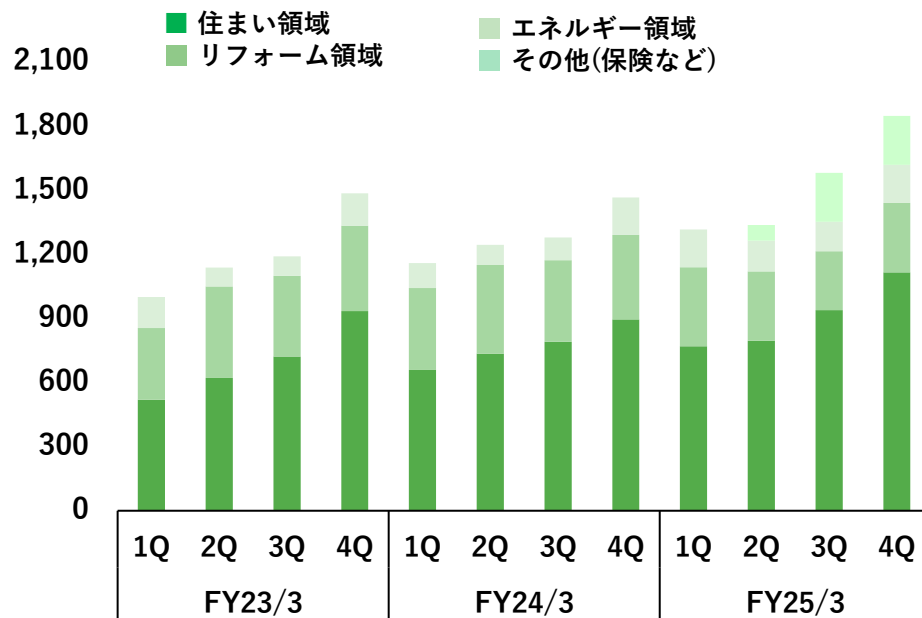


主力事業における事業状況 -Living Tech-

- リフォーム領域は苦戦を強いられるも、**越境不動産事業や保険マンモスなどの新規M&Aが業績拡大に貢献。**
- 顧客数は、保険領域やリユース領域の新規M&Aが貢献し、大きく伸長。

売上収益

(単位：百万円)



注1: 住まい領域は主にスモックとセカイプロパティ、リフォーム領域はリショップナビを指す。

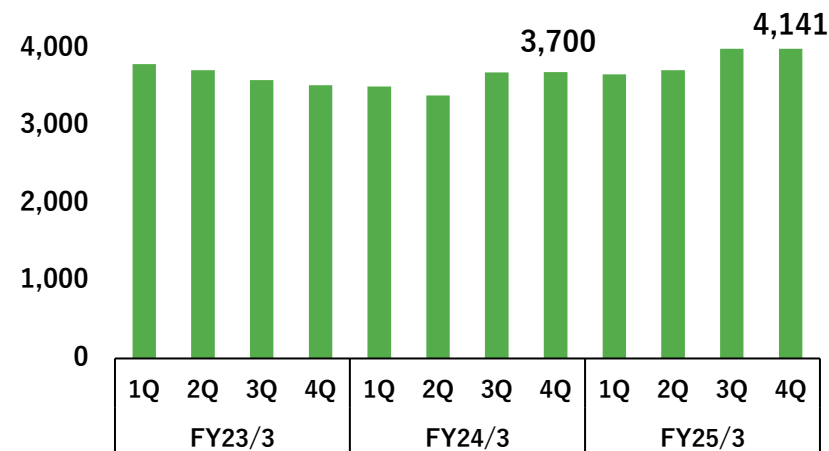
注2: 会員数は累計の数値を使用。

注3: 会員数において、FY23/3 4Q、FY24/3に一部誤りがあり遡及修正。

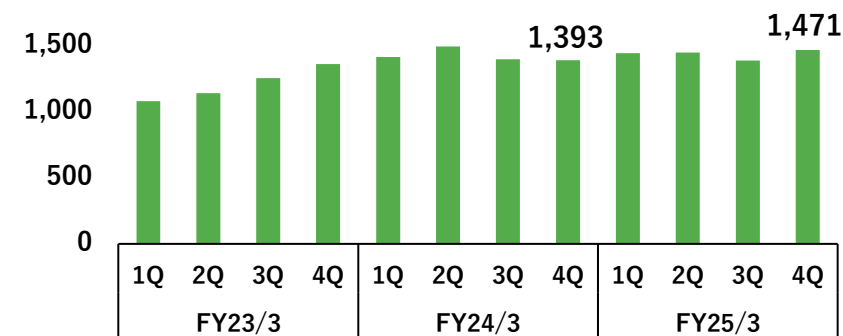
注4: FY23/3 3QからFY24/3 2Q、FY25/3 3Qの法人顧客数の集計に一部誤りがあり遡及修正。

修正後の数値は、顧客数(社): FY23/3 3Q: 3,595, 4Q: 3,530, FY24/3 1Q: 3,512, 2Q: 3,397、顧客単価(千円): FY23/3 3Q: 1,257, 4Q: 1,365, FY24/3 1Q: 1,418, 2Q: 1,497。

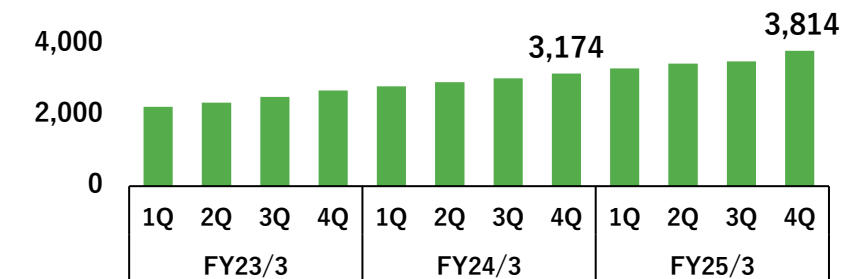
顧客数 (社)



顧客単価 (千円)



会員数 (千名)

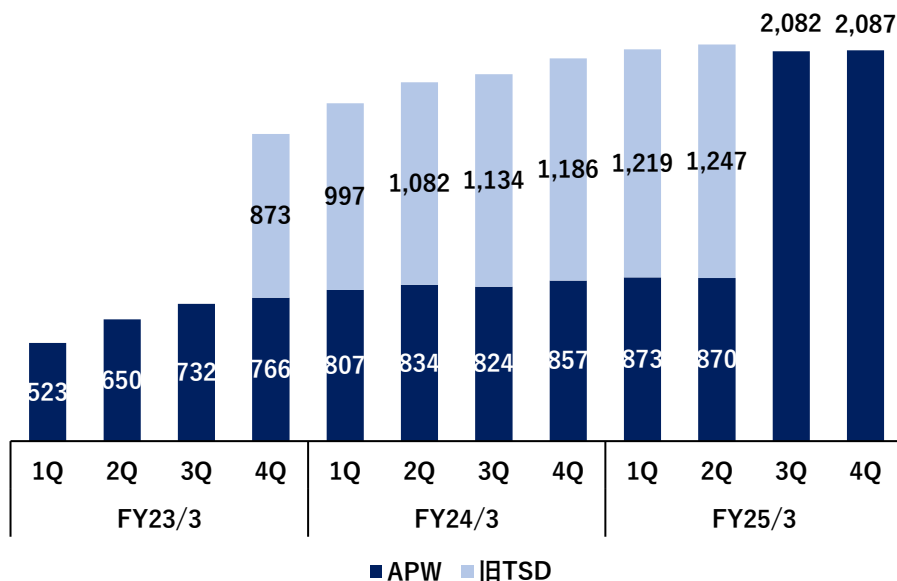


その他事業状況 -Life Service: 旅行領域-

- マクロ環境：レジャー渡航需要は円安の影響等により、緩やかな改善に留まるも、海外業務渡航需要は引き続き堅調に推移。
- ミクロ施策：前期にリリースしたホテルや海外航空券などの新規商材の販売強化に加えて、**空港送迎や団体手配サービスなどといった新規商材の拡充、非関東圏を中心とした新規顧客開拓、及びプロダクトの継続的なUI/UXの改善**により、更なる業績伸長を目指す。
- 国内シェアの高まりを踏まえて、海外展開を推進するため、海外支社を立ち上げ。

顧客数推移

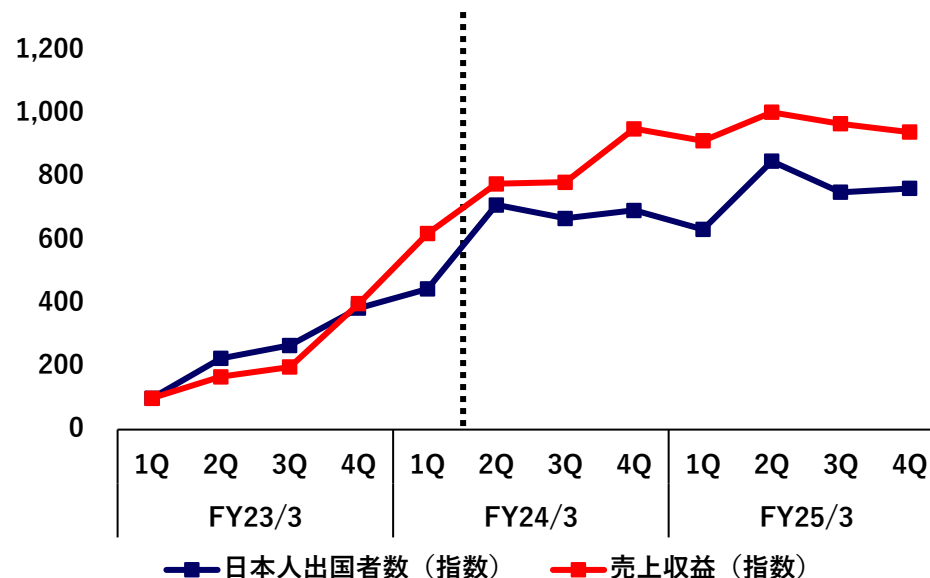
(単位：社)



売上収益・日本人出国者数の推移（指数）

ミクロ施策の仕込みに加えて、
マクロ環境が急速に改善

マクロ環境は安定化するも、
ミクロ施策で持続的に成長



注1: 顧客数は直近1年間に於いて売上収益が発生したアクティブ法人顧客を指す。

注2: FY23/3 4QにTSD社がグループイン。同社は2024年10月付けでAPW社と吸収合併済み。

注3: 売上収益・日本人出国者数の推移（指数）では、旅行領域において、アウトバウンドとの連動性の高いホールセール事業の売上収益との比較を指数化。

注4: 日本人出国者数は、出入国在留管理庁「出入国管理統計」やJTB総合研究所「アウトバウンド日本人海外旅行動向」を参照。



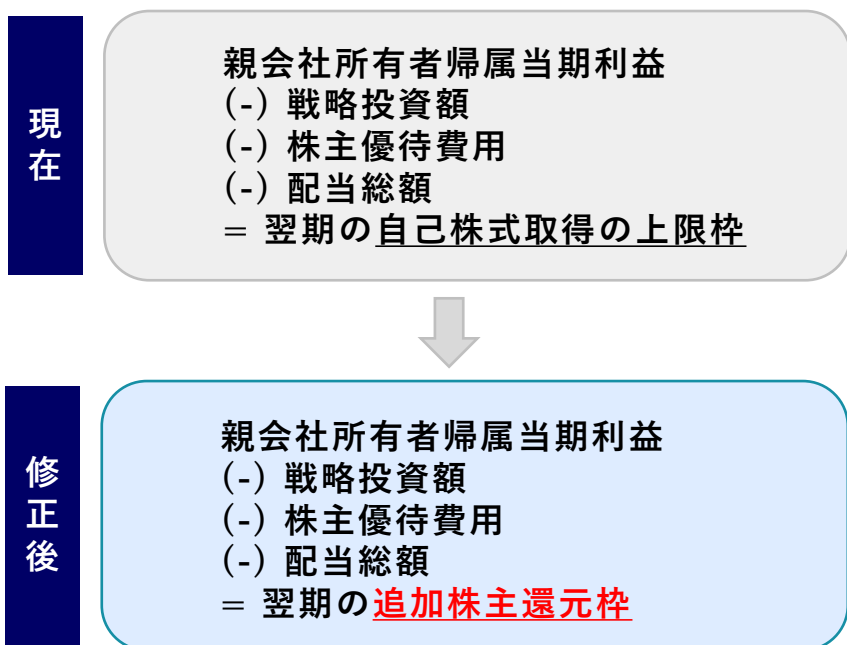
5

財務方針

財務方針の変更①

- 変更背景：①プライム市場では上場維持基準として流通株式比率35%以上が求められており、十分な水準を維持する必要があるため、
②会社規模の拡大、国内外の大型M&Aの検討、借入金利の上昇、及びM&Aの発生タイミングの不確実性やコントロールの難しさ
- 変更点：①翌期の「自己株式取得の上限枠」を「追加株主還元枠」とすることで、自己株式取得”以外”の選択肢を確保すること、
②最適現預金水準等を考慮したうえで最終的な還元額を決定すること。
- 当該方針変更により、株主還元手法の柔軟性の確保、過剰な現預金保有の回避、そして、成長投資に向けた機動的な資金源の安定確保を同時実現することで、中長期的な企業価値の向上を目指す。

財務方針の変更



最適現預金水準の考え方

計算式

$$\text{最適現預金水準} = (\text{M\&A待機資金} + \text{運転資金}) - \text{借入余力}$$

- (1) M&A待機資金：約200億円(変更背景②を参照)
- (2) 運転資金：月商2か月分と預り金の合計(約90億円)
- (3) 借入余力：親会社所有者帰属持分比率(≒自己資本比率)40%以上から逆算(約130億円)

⇒手元現預金が最適現預金水準に満たない場合は、全額を株主還元に充当するのではなく、一部を手許現金として留保

財務方針の変更②

- 自己株式数が発行済株式総数比で10%を超過する場合には、**約10%程度となるまで自己株式の消却**を実行する新規方針を導入。
- 保有する自己株式の全てを消却するのではなく、**一部はインセンティブ関連や、M&A対価としての活用を見込む。**
- 当該方針に則り、**1,700,000株（発行済株式総数に対する割合：1.52%）の自己株式の消却を公表。**

自己株式の消却方針

消却方針

自己株式数が発行済株式総数比で
約10%程度となるまで消却

自己株式の消却（2025/5/13公表）

消却日	2025/5/23（金）
消却する株式の種類	普通株式
消却する自己株式数	1,700,000株 （発行済株式総数に対する割合: 1.52%）

自己株式の活用方針

M&A関連

- ✓ 株式交換や株式交付

インセンティブ関連

- ✓ 役員やキーパーソンに対する株式報酬や、新株予約権の権利行使への対応
- ✓ 従業員持株会への奨励金

資金調達

- ✓ 大型の資金ニーズが発生した場合や、資本増強による財務基盤の強化の必要性が生じた場合の売出し

財務戦略と戦略投資（M&A）の状況

戦略投資額

20.2億円

(前期: 2.4億円)

配当予想

11.0円

(前期: 10.5円)

- 当該年度の当期利益から、戦略投資額と配当総額と株主優待費用の合計を除いた金額を翌期の追加株主還元枠とし、最適現預金水準を考慮の上、金額決定する方針。
- 自己株式取得： **上限7億円(上限150万株、対発行済株式総数(自己株式を除く)1.49%)**に設定。
- 自己株式消却： **170万株(対発行済株式総数1.52%)**に設定。
- 配当金：増収増益を見込み、**11.0円へ増配**を計画。

財務方針

(百万円)	FY2024/3	FY2025/3	FY2026/3
親会社の所有者に帰属する当期利益	3,800	3,872	
- 戦略投資額	244	2,019	
- 株主優待費用	NA	39	
- 配当総額	676	1,054	
1株当たり配当(普通配当)	5.0円	7.5円	11.0円
追加還元枠(特別配当)	1.5円	3.0円	未確定
追加還元枠(自己株式取得)	0	2,800	700

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: 戦略投資額には当該期に成約には至らなかった案件の専門家費用を含む。FY2024/3の戦略投資額には、2024/5/8までの上場会社株式への投資金額を含む。また、FY2025/3の戦略投資額には2025/5/13までに公表済みの案件を含む。

貸借対照表の状況

のれん対資本倍率

0.5倍

のれん金額

10,872百万円

- 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53.2%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) 37,573百万円

のれん対資本倍率0.5倍	
のれん	資本
10,872百万円	19,951百万円

CGU別のれん内訳

10,872百万円

リジョブ	1,756百万円
タイズ	1,393百万円
APW	1,165百万円
ライフサポート	1,108百万円
ブレインラボ(CP)	1,042百万円
パートナーソリューション	1,011百万円
その他	3,397百万円

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。また、TSD社は2024年10月付けでAPW社と吸収合併済み。

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

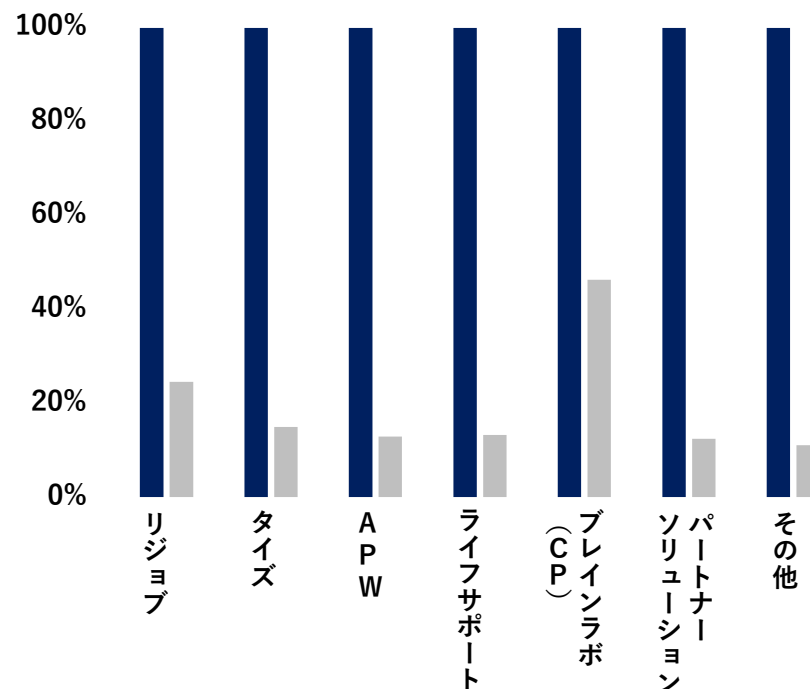
- のれんを構成する計17のCGUにおいて、IFRSに則り、帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- **のれんの金額が大きい主要CGUでは、回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。**
- 2024/12末を基準日として、当期の減損テストを実施。主要CGUは問題ないが、「その他」に内包される非注力かつ小規模CGUについて評価の見直しを実施。

のれん

のれん合計：10,872百万円

リジョブ	1,756百万円
タイズ	1,393百万円
APW	1,165百万円
ライフサポート	1,108百万円
ブレインラボ(CP)	1,042百万円
パートナーソリューション	1,011百万円
その他	3,397百万円

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: 2024年12月末を基準日とする減損テストの結果を示す。



6

参考資料

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 経営戦略部部長	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
今井良祐	執行役員 タイズ 代表取締役社長 アップベース代表取締役社長	新卒社員として、2013年当社入社
波多野佐知子	執行役員 経営管理部部長 内部監査室室長	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
深田健史	執行役員 アップルワールド 代表取締役社長	SAPジャパン、KPMG FAS、ネクソン、DeNA トラベルを経て、2018 年当社入社
大貫祐輝	執行役員 リジョブ 代表取締役社長	新卒社員として、2013年当社入社。2014年株式会社リジョブ出向
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
森山 海渡	法務・リスクマネジメント部部長	GMOメディアを経て、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

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
大貫祐輝	リジョブ	新卒社員として、2013年当社入社
今井良祐	タイズ	新卒社員として、2013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
本間陽介	アップベース、ビヨンドボーダーズ	リクルートホールディングス、StayList 代表取締役を経て、2024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、保険マンモス	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	SAPジャパン、KPMG FAS、DeNAトラベル等を経て、2018年当社入社
幕内翔篤	パートナーソリューション、自動車、TCV	テラモーターズグループを経て、2017年当社子会社に入社、2021年当社転籍
斉藤旭	CORDA	新卒社員として、2020年当社入社
重堂佑樹	事業企画	株式会社リクルートを経て、2025年当社入社
西尾大笑	マーケティング、求人	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）。
今井良祐	取締役	新卒社員として、2013年当社入社
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。
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、LINEヤフー株式会社コマースカンパニートラベル統括本部 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(現：アクサ生命保険)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。

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	●	●	●	●		●	●
今井	●	●	●			●	
波多野				●	●	●	●
薄葉	●	●	●	●	●		
榊	●	●	●	●		●	

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	42歳
今井	社内	男性	36歳
波多野	社内	女性	42歳
薄葉	独立	男性	62歳
榊	独立	男性	52歳

注: 年齢は2025年6月25日株主総会時点で記載。

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	- 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	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	- 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	- 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	- 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	- 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	- サステナビリティに関するリスクの管理体制 - CDPへの回答、TCFD提言に基づいた情報開示 - 環境に配慮した経営の推進	  
ガバナンスの強化、透明性確保	- 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

- 人的資本経営やサステナビリティに関する取り組みをより重要な経営課題と位置づけ、経営戦略との融合を推進。

働き甲斐のある環境

「UPDATERS」の創出を目指した人材育成

オンボーディングに注力した中長期の研修体制を整え、社員の活躍とスキルアップを支援する育成環境をアップデート。

新卒社員向けの年間プログラムを終え、新卒MVPを表彰。OJTとメンターに支えられ成長した姿を称える制度です。



全社コミュニケーションを推進する組織ZNOWによるイベントを毎月実施。年度末には全社納会をオフラインで開催し社員の活躍を労いました。



環境に配慮した企業・事業活動

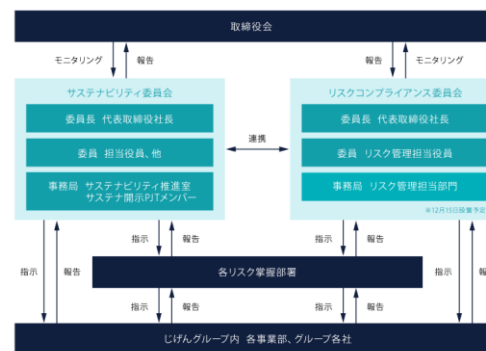
CDPへの回答

2023年度より、国際的な環境NGOである「CDP」への回答を開始。



サステナビリティ委員会の新設

じげん取締役会のモニタリングのもと、リスク・コンプラ委員会と環境・サステナビリティに関わるリスクを連携。当社グループのサステナビリティに関して経営層への報告・相談の場、及び必要な方針・施策の意思決定とレビュー等を担う。



TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言の枠組みに基づいた、事業活動における気候関連のリスクと機会の評価・情報開示を実施。

また今年度より、非化石証書を活用したカーボンニュートラルに向けた取組を開始しています。

SDGs/ESG の主要な取り組み②

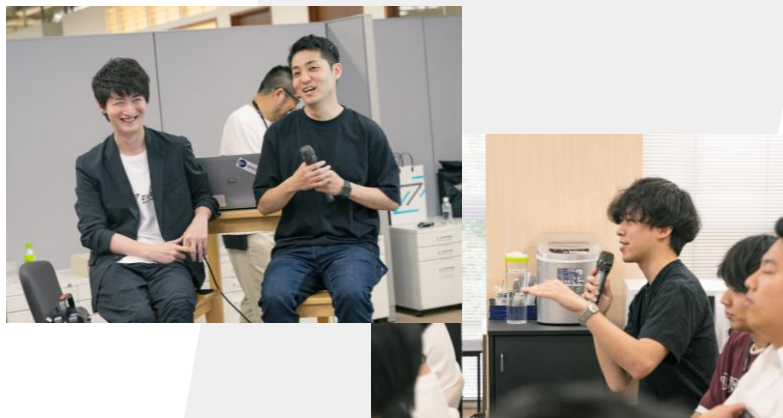
- 当社のパーパス「UPDATE YOUR STORY～あなたを未来に」に込められた、「じげんととの関わりをきっかけとして人生を進化させてほしい」という想いを体現するため、様々な場面で繋がり場を提供。

多様な人材の活躍

アルムナイの実施

組織の継続的な成長と価値創造の促進を目指し、当社初となるアルムナイの会合を実施。

現社員へのキャリアやビジネスに関する講演の実施、じげんを介した多様な人材を相互に紹介し合いビジネス機会を創出するなど、イノベーションの活性化・新たな繋がり場を提供。



地域社会の創生

京都府での取り組み

当社は、2022年に京都府京都市にオフィスを構え、3x3のプロチーム「ZIGExN UPDATERS.EXE」を運営しています。2025年1月には3x3のプロアマ混合大会「3x3.EXE TOURNAMENT KYOTO ROUND」を誘致。京都市内にある5大学から大学生チームも参加し、関西における3x3の盛り上がりを感じが主導する形で発信しました。



また、「ZIGExN UPDATERS.EXE」や京都オフィスでの取り組みがメディアに多数取り上げられています。



主力事業の掲載事業所数

Vertical HR
掲載事業所数

88,172

(YoY: +6.1%)

Living Tech
掲載事業所数

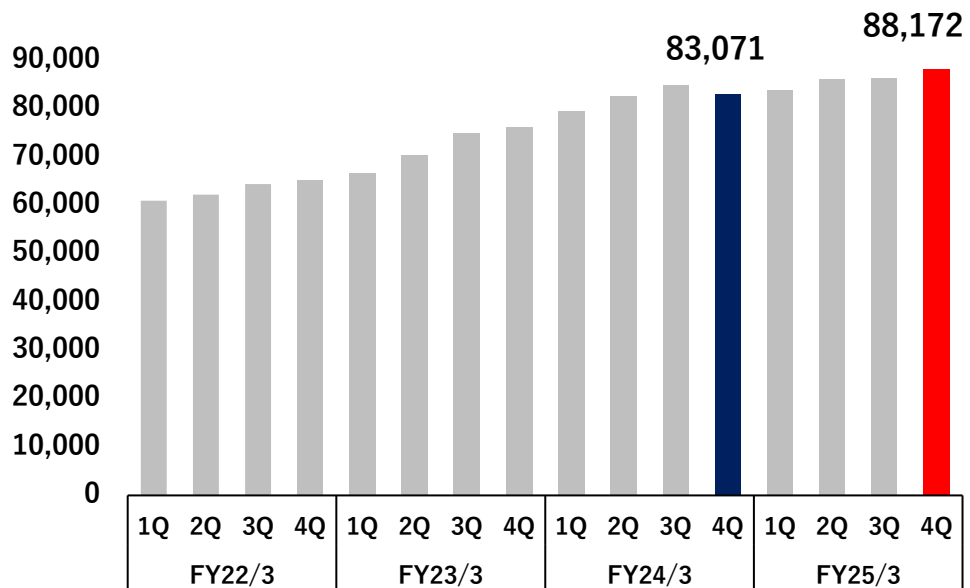
37,270

(YoY: +30.1%)

- Vertical HR：リジョブを中心に着実に伸長。
- Living Tech：保険マンモス及びリユース事業の新規グループインにより大幅増。
- 更なる拡大に向けて、新規顧客の開拓や営業強化を推進。

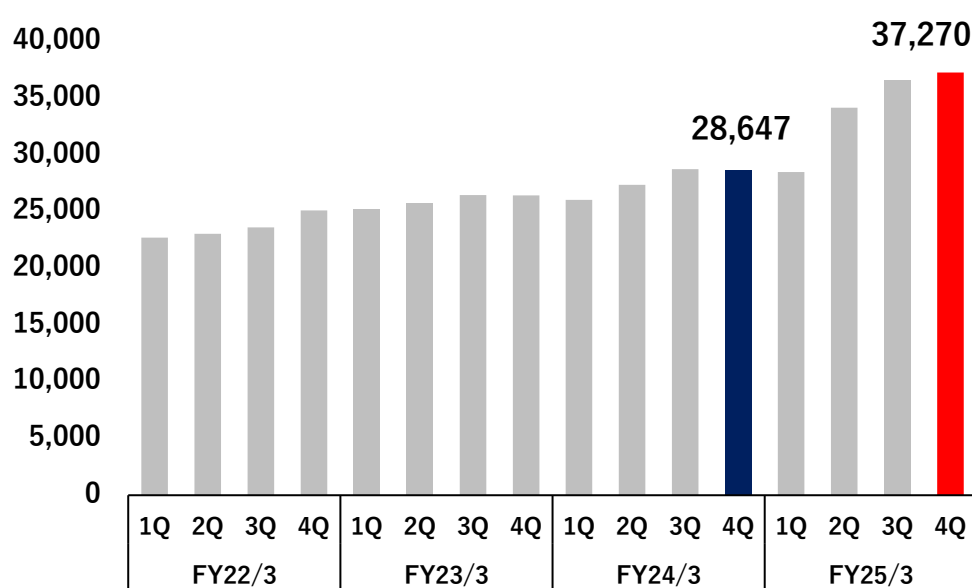
Vertical HR 掲載事業所数

(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。

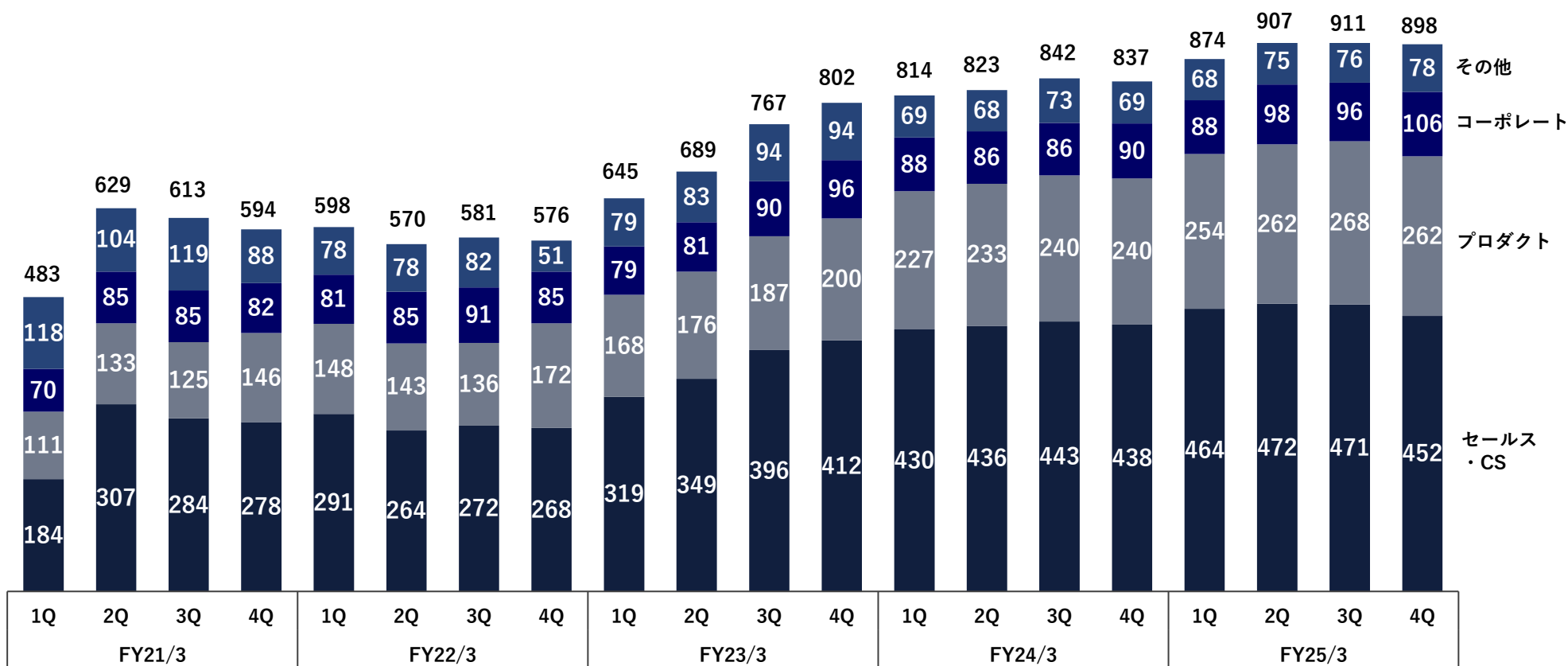
注3: 上記事業所数の推移のグラフは、ミラクス（旧HITOWAキャリアサポート）・ライフサポートDiv.(旧アイアンドシー・クルーズ)の株式取得以前の事業所数の推移を含む。

注4: Vertical HRの掲載事業所数において、一部集計の誤りがあり遡及修正。

四半期末従業員数推移

- 連結従業員数は898名。タイズ等では積極採用を進めるも、非注力事業における人員適正化もあり、全体としては安定的に推移。

グループ全体 職能別従業員数



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。

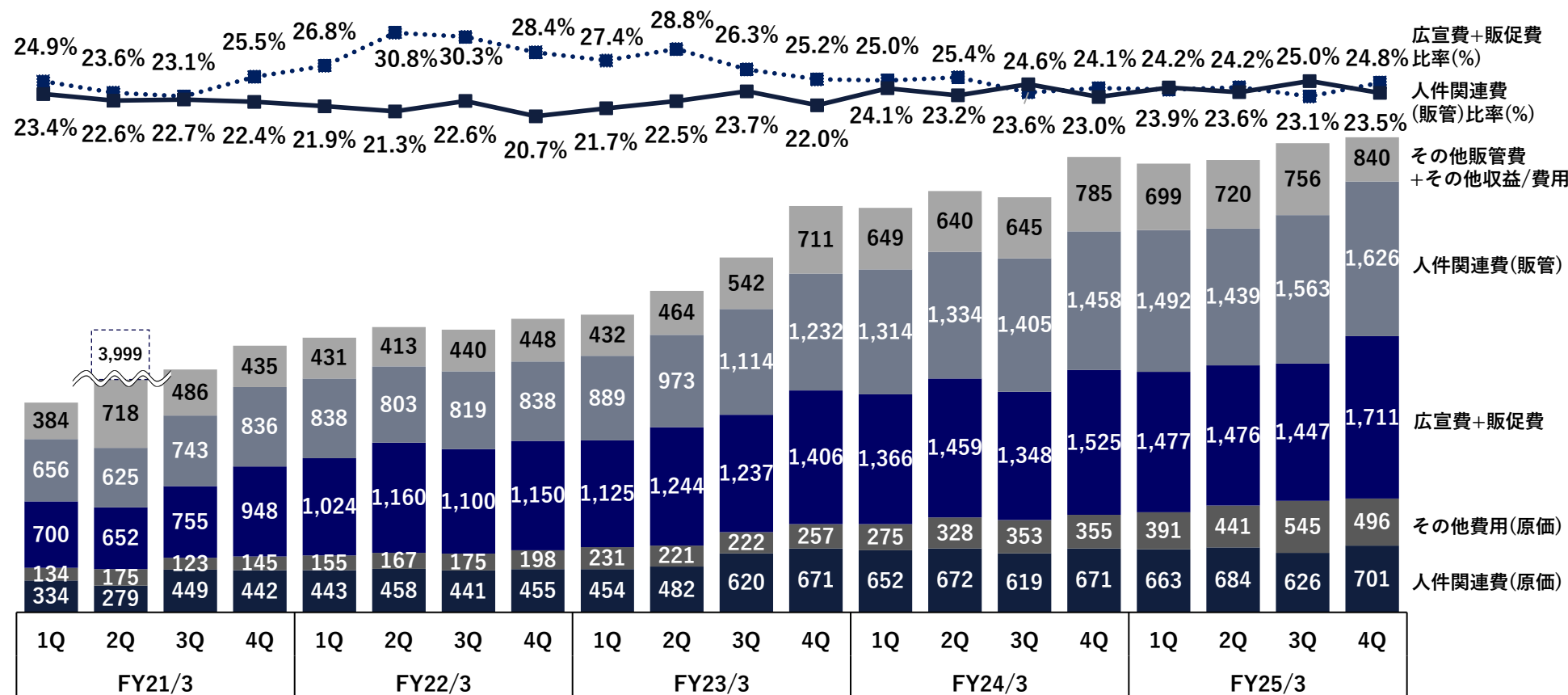
注3: FY23/3以降において、営業管理をその他からセールス・CSに移管し精緻化。

四半期費用推移

- 全体的に広告宣伝費+販売促進費・人件関連費は適切なコストコントロールにより安定的に推移。今後も現状と概ね同等水準を維持する見込み。

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

53.2%

のれん対資本倍率

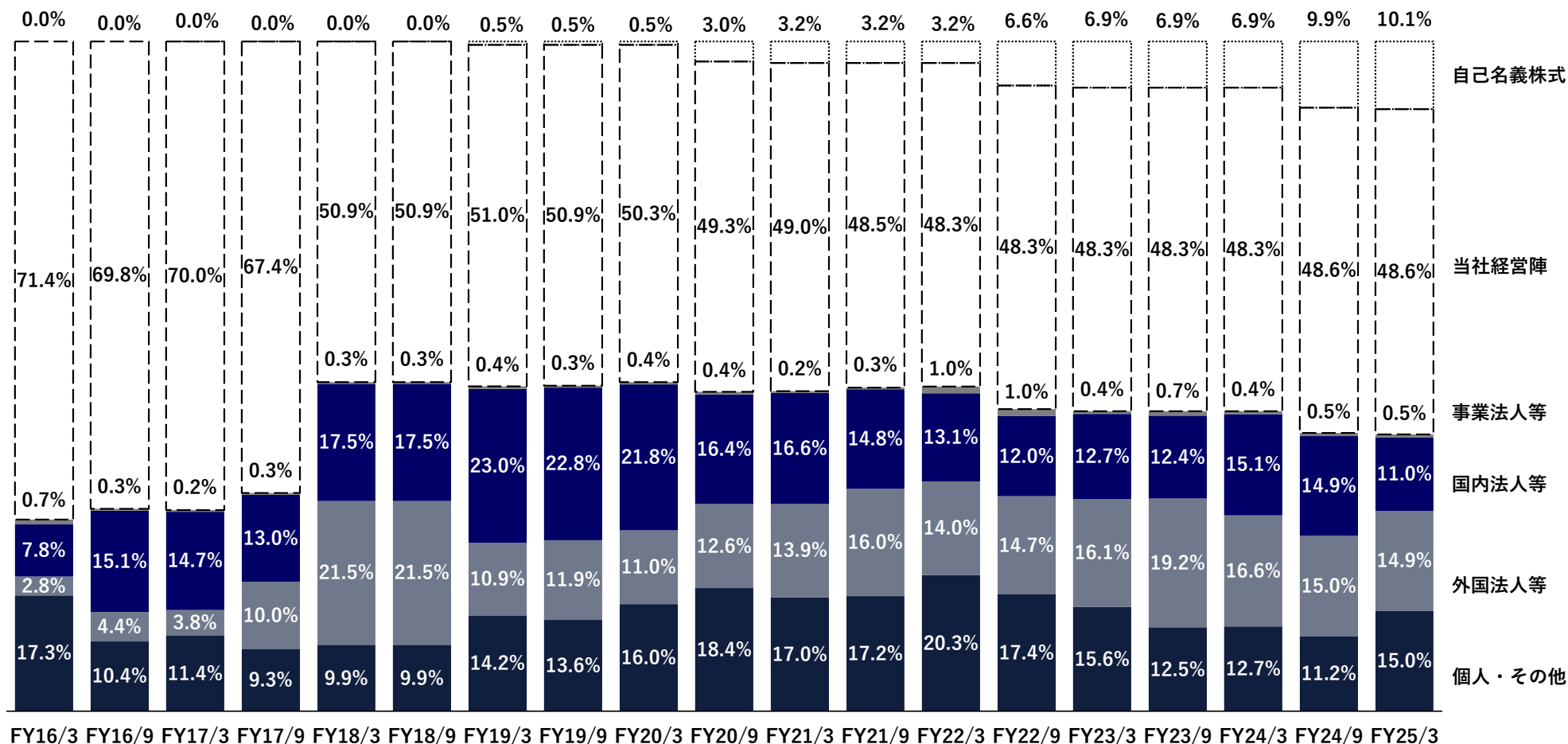
0.5倍

- 親会社所有者帰属持分比率(≡自己資本比率)は53.2%、のれん対資本倍率は0.5倍であり、財務基盤は健全。
- 預り金は主に旅行領域の決済代行業業に起因。

(百万円)	FY2024/3				FY2025/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
流動資産	14,248	15,436	13,376	18,879	19,523	18,557	17,224	19,952
現金・現金同等物	9,776	10,579	8,934	13,241	13,930	13,057	11,820	14,295
非流動資産	16,062	16,068	15,905	15,656	15,983	17,165	17,222	17,621
のれん	9,911	9,911	9,955	10,001	10,001	10,693	10,898	10,872
無形資産	2,434	2,456	2,466	2,441	2,498	2,610	2,779	2,893
資産合計	30,310	31,504	29,281	34,535	35,506	35,722	34,447	37,573
負債	13,801	14,054	10,875	15,086	16,521	17,635	15,565	17,622
流動負債	10,309	11,023	8,396	13,087	13,803	14,827	13,314	15,426
短期有利子負債	2,296	2,140	2,071	2,255	2,689	2,889	2,897	2,657
預り金	3,332	3,439	1,252	4,593	5,007	5,375	4,808	5,791
非流動負債	3,493	3,031	2,479	1,999	2,718	2,808	2,251	2,195
長期有利子負債	2,486	2,118	1,663	1,299	1,802	1,329	849	617
資本	16,509	17,450	18,406	19,449	18,985	18,087	18,881	19,951
負債・資本合計	30,310	31,504	29,281	34,535	35,506	35,722	34,447	37,573
親会社所有者帰属持分比率	54.5%	55.4%	62.9%	56.3%	53.5%	50.7%	54.9%	53.2%
有利子負債 合計	4,782	4,258	3,734	3,554	4,490	4,218	3,746	3,274

財務戦略: 株主構成

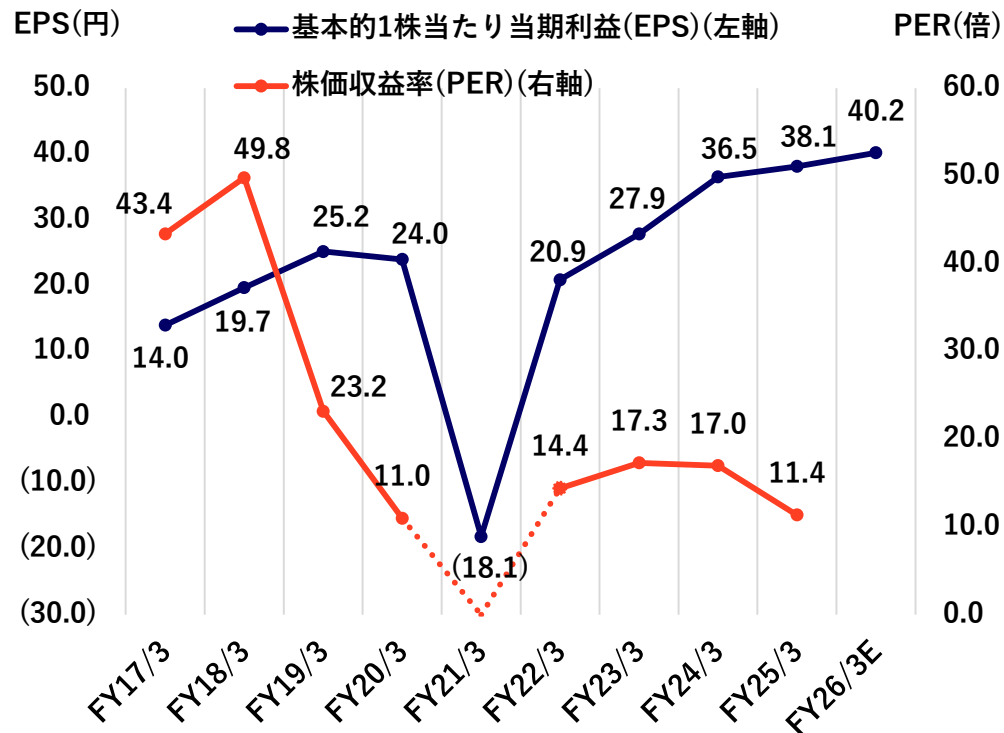
- 株主優待の導入もあり、個人投資家比率が上昇。



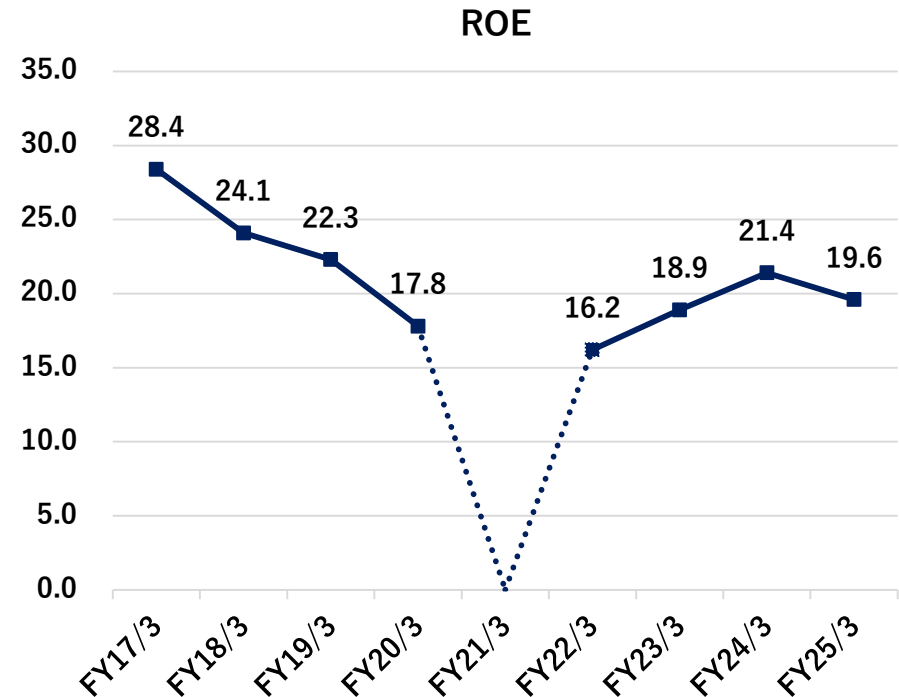
指標推移

- EPS：FY25/3はタイズを中心とするVertical HRの順調なPMIや、自己株式取得により、過去最高値を更新。
- ROE：FY25/3は約20%のROEを維持。今後も中長期的な視点からROE 20%以上の維持及び持続的な改善に努める。

EPS & PER 推移



ROE推移



注: FY21/3は当期純損失を計上。



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。