ZIGE×N
Update Your Story

株式会社じげん

新規投資家向け資料（2026/11/12時点）

Contents

1. 会社/事業紹介

2. 直近事業年度（FY2026/3）の業績

3. 成長戦略（FY2027/3以降）

4. 財務方針

5. 参考資料

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

1

会社/事業紹介

会社概要

概要

会社名	株式会社じげん
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	29,221百万円（FY2026/3）
連結EBITDA	7,592百万円（FY2026/3）
連結従業員	1,036名（2026/3/31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

ZIGE x N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。

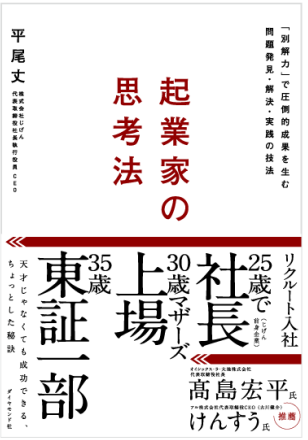
人生の岐路に立つ、すべての人の未来を
アップデートする。

注: 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。

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

代表プロフィール





略歴

代表取締役 社長執行役員CEO　平尾 丈

2005年	慶應義塾大学環境情報学部 卒業。大学在学中に2社を創業。 リクルート入社（新人として新規事業コンテストで複数入賞）。
2006年	【創業】じげんの前身となる企業を設立し、23歳で取締役に就任。
2008年	【社長就任】 25歳で代表取締役社長に就任。
2010年	【MBO】 27歳でMBO（マネジメント・バイアウト）を経て独立。
2013年	【上場】 30歳で東証マザーズ上場。
2018年	35歳で東証一部へ市場変更。
2022年	東証プライム市場へ移行。

社会貢献活動 -書籍の出版-

書籍名：『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

- 出版の目的：

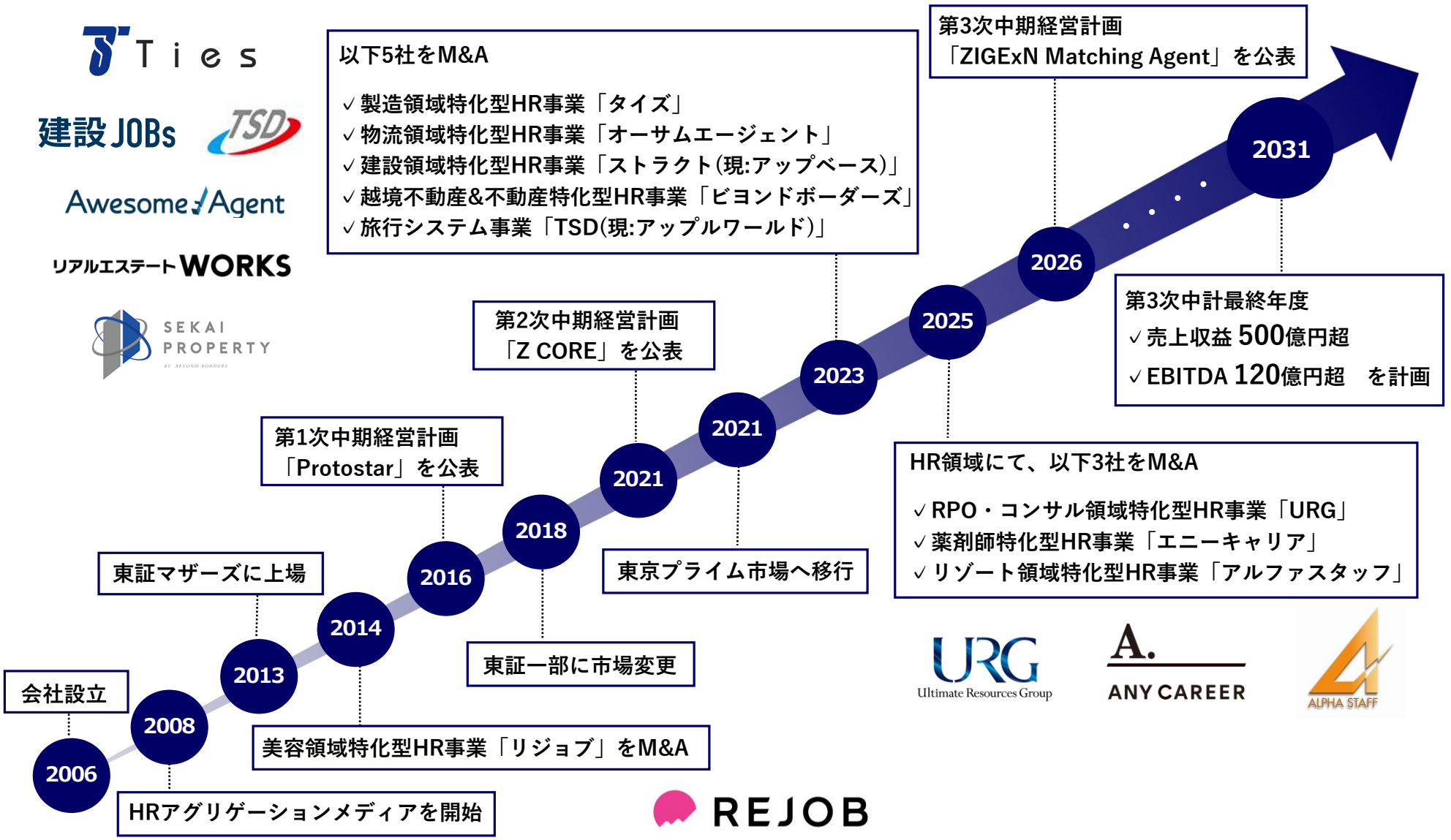
従業員をはじめとするステークホルダーへの理念浸透、
エンゲージメント強化および意識変革の推進。

- 印税の寄付：

本書に関わる著者印税は、社会起業家の発掘・支援、および認定
NPO法人「Teach For Japan」へ全額寄付され、
公教育の変革・教員養成に活かされています。

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

じげんグループの歴史

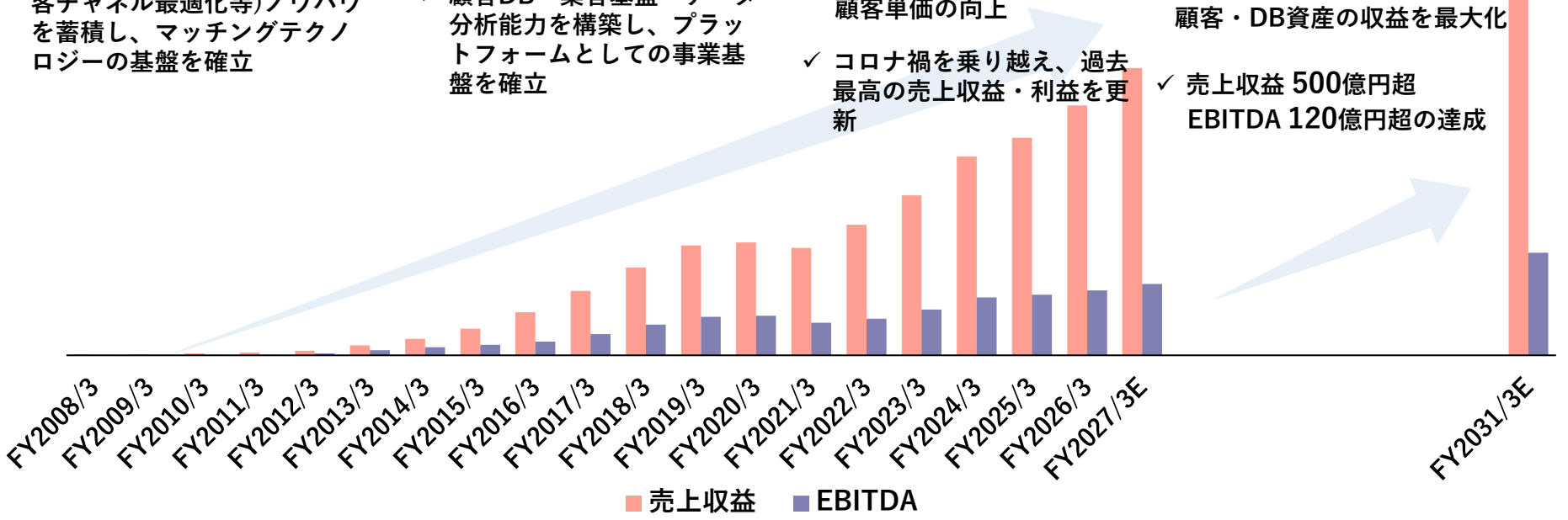


Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

業績推移

- これまで連続的M&Aを通じて、接続業界・顧客基盤・TAM拡張（接続業界: 20以上、M&Aにより獲得したサービス: 40個超、法人顧客数 約2万社超、平均顧客単価 約125万円）を実現。FY2026/3では売上収益 292億円、EBITDA 76億円と過去最高を更新。
- 蓄積した顧客資産や業界特化型のデータを基盤に、人とAIの最適配置によるマッチングを実現する「ZIGExN Matching Agent（ZMA）」、及びM&Aによる非連続成長を両輪とし、FY2031/3において、売上収益 500億円超・EBITDA120億円超を目指す。

創業期	第1次中計	第2次中計	第3次中計
	第1次中計”Protostar”	第2次中計”Z CORE”	第3次中計”ZMA”
			ZMAによる持続的成長へ
✓ 企業と個人のマッチングプラットフォームを展開 ✓ マーケティング（CVR改善や集客チャネル最適化等）ノウハウを蓄積し、マッチングテクノロジーの基盤を確立	✓ M&Aによる接続業界の拡張を本格化 ✓ 顧客DB・集客基盤・データ分析能力を構築し、プラットフォームとしての事業基盤を確立	✓ 成約介在モデル（人材紹介・RPO等）を展開 ✓ 顧客数の積み上げ、顧客単価の向上 ✓ コロナ禍を乗り越え、過去最高の売上収益・利益を更新	✓ 蓄積した顧客資産をベースに、人×AIの最適配置により、業務プロセス全体へ深く入り込み、TAM拡張と提供価値向上で顧客・DB資産の収益を最大化 ✓ 売上収益 500億円超 EBITDA 120億円超の達成



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

事業セグメントの再設計

- FY2027/3より、セグメントを再設計。Vertical HRは主力セグメントとして継続、Life ServiceとLiving Techは統合。
- 第3次中計では、両セグメントともにZMAモデルにより、集客から成約・BPOまでバリューチェーンの垂直統合を推進。

Vertical HR

ヘルスケア	リジョブ エニーキャリア	ヘルスケア業界特化型求人メディア 薬剤師特化型人材紹介
製造	タイズ	製造業界特化型人材紹介
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
リゾートバイト	アルファスタッフ	リゾート業界特化型人材派遣
コンサルティング	URG	コンサルティング業界特化型RPO
不動産	リアルエステートWORKS	不動産業界特化型人材紹介
建設	建設JOBs	建設業界特化型人材紹介

Living Tech

賃貸	スモッカ	賃貸ポータルメディア
リフォーム	リショップナビ	リフォーム会社マッチングサービス
エネルギー	enepi	電気・ガス料金比較サービス
海外不動産	セカイプロパティ	海外不動産エージェント
保険	保険マンモス	保険情報メディア・保険相談サービス
不動産査定	イエイ	不動産売却査定サービス

Life Service

旅行	アップルワールド、リキシャ TRAVELIST	旅行会社向けホテル手配システム 総合旅行EC
システム	ブレインラボ	人材紹介・派遣管理システム開発
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

継続

統合

新セグメント

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

Life Service

安定的なキャッシュフローの基盤となる事業群。生活に関わる幅広い領域の事業から構成

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

ビジネスモデル

- ビジネスモデル：主に転職など、様々な領域でユーザーの**意思決定をサポートするマッチングサービス**を提供。
- 約20年にわたり蓄積した独自データベースやマッチングノウハウを活用し、高精度なマッチングを実現。

顧客

①大手メディア顧客

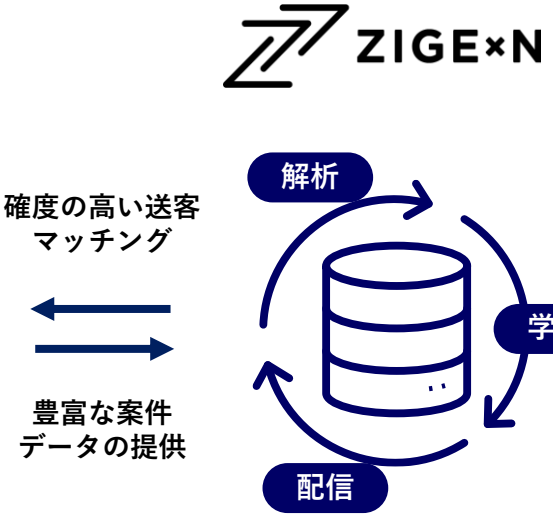


大手メディア連携による
迅速なデータベースの確保

②個別企業顧客



個別企業との直接取引によって、
業界特化データを複数領域で蓄積



SEO・広告運用・アルゴリズム組成
UI/UXデザイン・アプリ開発等

ユーザー



ユーザー情報の把握

・個人属性　・デバイス
・流入経路　・行動履歴　等

詳細な顧客・ユーザーデータの蓄積により、高精度なマッチングテクノロジーへ

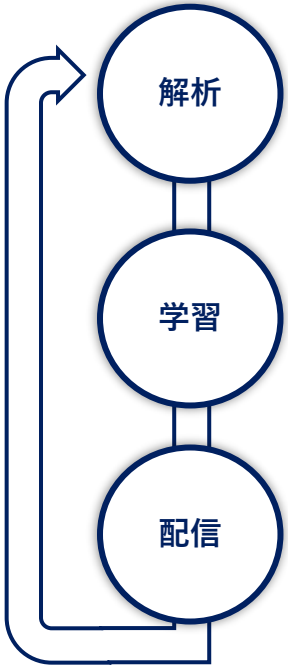
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

強みの源泉①：マッチングテクノロジー

- 独自の豊富なデータベースを活用し、「解析 ⇒ 学習 ⇒ 配信」の高速サイクルにより、単純に情報を届けるだけでなく、ユーザーの意思決定と次の行動(コンバージョン)を促し、高精度なマッチングを実現。

マッチングテクノロジー

仕組み：解析⇒学習⇒配信のサイクル



- ✓ 豊富なユーザー及び企業データベースをもとに、ユーザーと最適な情報を結び付け、行動促進(CV=コンバージョン)できたかを解析
- ✓ 解析したデータをもとに、より最適な情報提供や配信ロジックを構築
- ✓ アップデートされた配信ロジックや手法のもとで情報を再配信し、より高精度なマッチングを創出

実例：領域特化によるマッチング



業界特化データの例

美容
- ✓ カット、カラー、パーマ
- ✓ サロンの雰囲気、施術スタイル
- ✓ 使用する薬剤、機材 など

物流
- ✓ 保有免許（中型・大型、フォーク等）
- ✓ 車の形状（ウィング、平ボディ等）
- ✓ 輸送品目（精密機械、冷凍食品等）など

領域特化だからこその独自性や豊富なデータベースから
ユーザーと顧客のニーズを解析し、高精度なマッチングを実現

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

強みの源泉①：AIによるマッチングテクノロジーの進化と労働生産性の向上

ZIGE×N Update Your Story

- 多数メディアにおいて、AIによるマッチング技術の高度化を通じた、CVR（コンバージョンレート）の向上を実現。
- 管理・開発オペレーションの自律化と自動化により、労働生産性を向上。

AI活用によるマッチングテクノロジーの進化の例

中古車 / 売買査定メディア：対話型AI検索と査定最適化

中古車メディア UUCV	売買査定メディア 共通費配賦前営利
YoY+158%	YoY+1,044%
AIエージェント「クルマAI」導入	AI査定でCV最大化

UI改善	チャットフォーム作成と高速改善	CVR	約390%
入力最適化	AI査定フォーム導入	CVR 通常フォーム比	約160%
接客対話	対話型レコメンド提案	CVR 全体平均比	約220%
アルゴリズム	LTR (Learning to Rank) 検索最適化	UUCVR +6.6% ARPPU +6.3%	

労働生産性の向上・体制革新の例

管理業務のAI自律化と「複数事業の兼務・横断マネジメント体制」

管理業務	稼働シフト
AI自律化	複数兼務可能へ
議事録・タスク起票を全自動化	大手商談・意思決定へ集中

開発刷新	開発体制見直し（ベトナム拠点連携最適化）	開発コスト	▲61%
開発速度	AI活用による機能開発	リリース数 QoQ	+22%
開発工数	ClaudeCodeによる開発効率化	開発工数の削減	▲33%
オペレーション	問い合わせ対応自動化・求人広告制作短縮	対応時間 制作時間	▲88% ▲50%

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

強みの源泉②：豊富なM&Aの実績

- じげんは、FY26/3時点において、上場以降累計35件のM&Aを実施。業界とビジネスモデルの幅を超え、連続的にM&Aを実行。
- 35件中33件が100%M&A。M&Aにより取得したサービスは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 brainlab 2014年7月 株式取得(100%)	理美容 / 求人メディア REJOB 2014年9月 株式取得(100%)	総合 / 求人誌 株式会社 三光アド 2017年1月 株式取得(100%)	旅行 / bedbank appleworld 2018年1月 株式取得(100%)	自動車 / マーケットプレイス TCV 2018年12月 株式取得(100%)	HR / システム MatchinGood 2019年1月 株式取得(100%)
理美容 / システム reservia 2019年11月 株式取得(100%)	リフォーム/エネルギー / メディア I AND C-Cruise 2020年2月 株式取得(100%)	旅行 / マーケットプレイス Travelist 2020年2月 事業譲渡	FC/結婚/留学/塾 / メディア フランチャイズ比較.net 結婚相談所 比較ネット 2020年12月 事業譲渡(4事業)	建設 / 人材紹介 Struct 2022年5月 株式取得(100%)	不動産 / 人材紹介/不動産販売 BEYOND BORDERS 2022年9月 株式取得(100%)
製造 / 人材紹介 Ties 2022年10月 株式取得(100%)	運送 / 求人メディア Awesome Agent 2022年11月 株式取得(100%)	旅行 / bedbank TSD 2023年2月 株式取得(100%)	不動産 / メディア イエイ　リノコ 2023年9月 事業譲渡（2事業）	ツール / メディア ミナオシ 2024年3月 事業譲渡	保険 / メディア Hoken-Mammoth 保険マンモス 2024年8月 株式取得(66.6%)
リユース / メディア ヒカカク! 2024年10月 株式取得(100%)	旅行 / システム USAEL 2025年6月 株式取得(100%)	コンサル / RPO/人材紹介 URG Ultimate Resources Group 2025年5月 株式取得(100%)	薬局 / 人材紹介 A. ANY CAREER 2025年9月 株式取得(100%)	リゾート / 人材派遣/人材紹介 株式会社 アルファスタッフ 2025年11月 株式取得(100%)	旅行 / bedbank QUANTUM RESERVATION 2025年12月 株式取得(100%)

接続している業界　Vertical HR　Living Tech　Life Service

35件目

注: クロージング日を記載。

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

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

Pre M&Aフェーズ	執行フェーズ	Post M&Aフェーズ
独自の案件ソーシングにより、ターゲットを発掘 ・M&A戦略の策定、ロング/ショートリストの作成、企業アプローチ、初期分析　など	**対象会社の課題及び当社の介在価値の特定** ・各種DD、事業/株式価値算定、独自の事業計画策定、投資判断　など	**強みのマッチングテクノロジーの活用及び徹底した経営管理** ・マッチングテクノロジーの活用、人員支援、経営管理ノウハウの注入、100日計画策定　など
✓ 上場来、累計30件以上のM&A実績をもとに蓄積した案件判断力やターゲット領域の選定力	✓ 社内外専門家や各事業責任者、PMI人材による迅速かつ詳細なデューデリジェンス及び独自の事業計画策定	✓ PMI人員の出向、マッチングテクノロジーの注入、資金援助などを通じた業績伸長
✓ 持ち込み案件のみならず、四半期ごとに、50件以上の独自ソーシングが可能な体制	✓ 特にマーケティング面での課題特定、及び当社の強みであるマッチングテクノロジーの活用余地を検討	✓ 代表の平尾と各事業責任者等によって毎週開催される経営会議「事業統括会」による経営改善

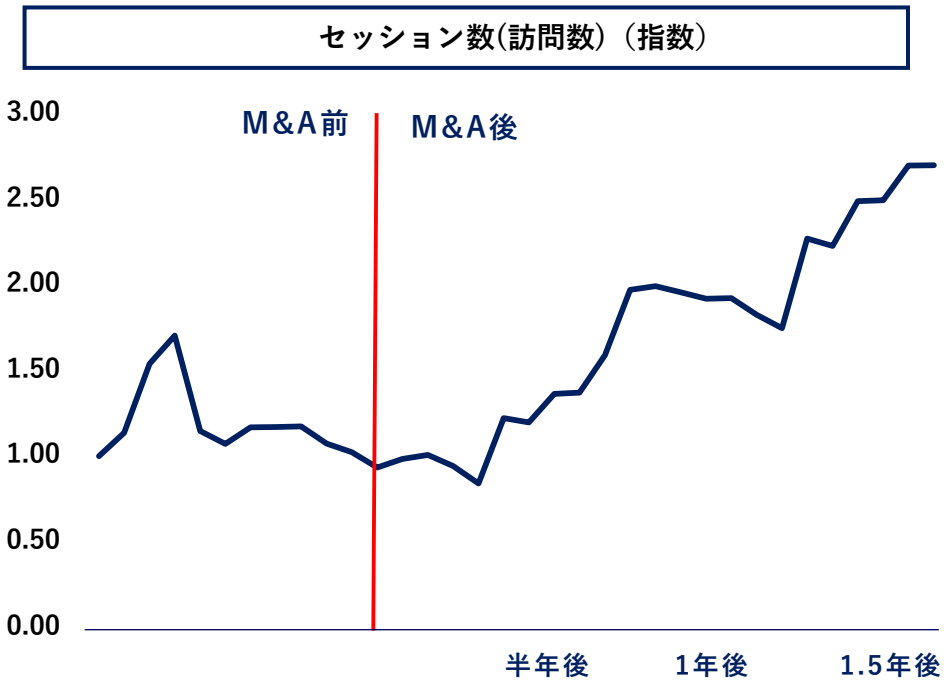
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

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。

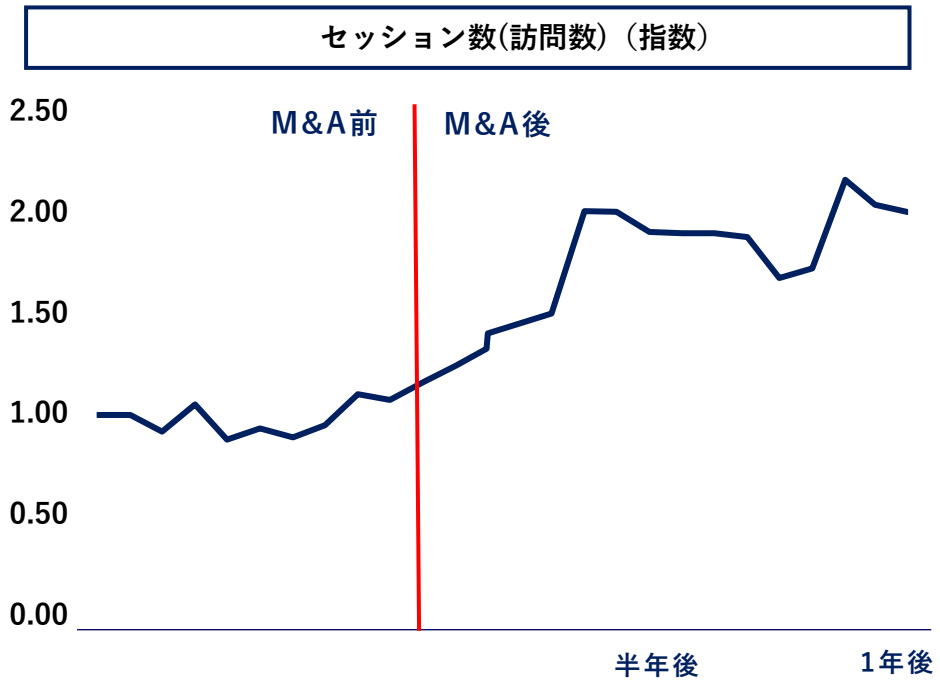
ZVIによる改善例①：Vertical HR リジョブ

FY2026/3において、M&A時(FY2013/9)から
売上収益：約5倍超、営業利益：約36倍超に拡大



ZVIによる改善例②：Life Service リフォーム事業

FY2026/3において、M&A時(FY2019/3)から
売上収益：約3倍超、営業利益：約51倍超に拡大



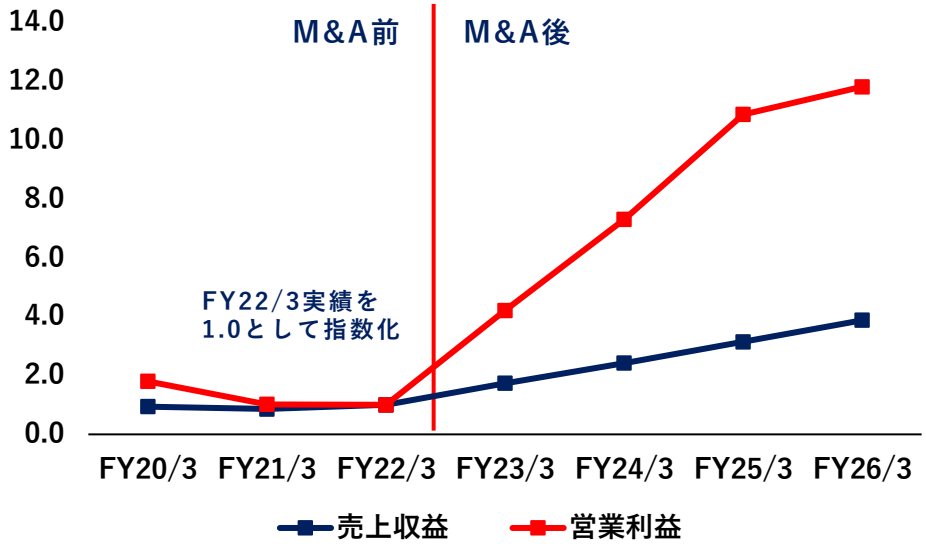
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

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

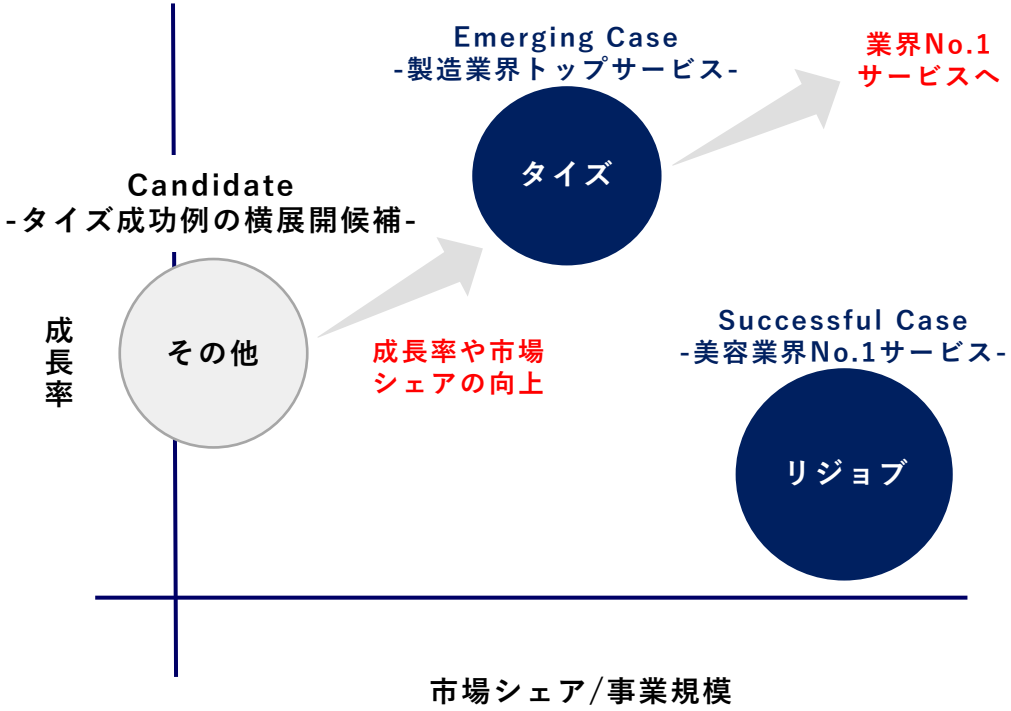
- タイズでは、当社のマッチングテクノロジーを通じた集客面の改善やエリア拡張等といった事業戦略の加速により、M&A前後で売上収益・利益ともに大幅な成長を実現。
- 表面的な条件照合を超えた高品質なアライメントなど、タイズの強みや成功施策を他領域へ横展開することで、ニッチトップサービスの拡大再生産を目指す。

Vertical HR タイズ - 売上収益・営業利益 (指数) -

FY2026/3において、M&A直前期(FY2022/3)から
売上収益：約4倍、営業利益：約12倍に拡大



Vertical HRのポジショニング



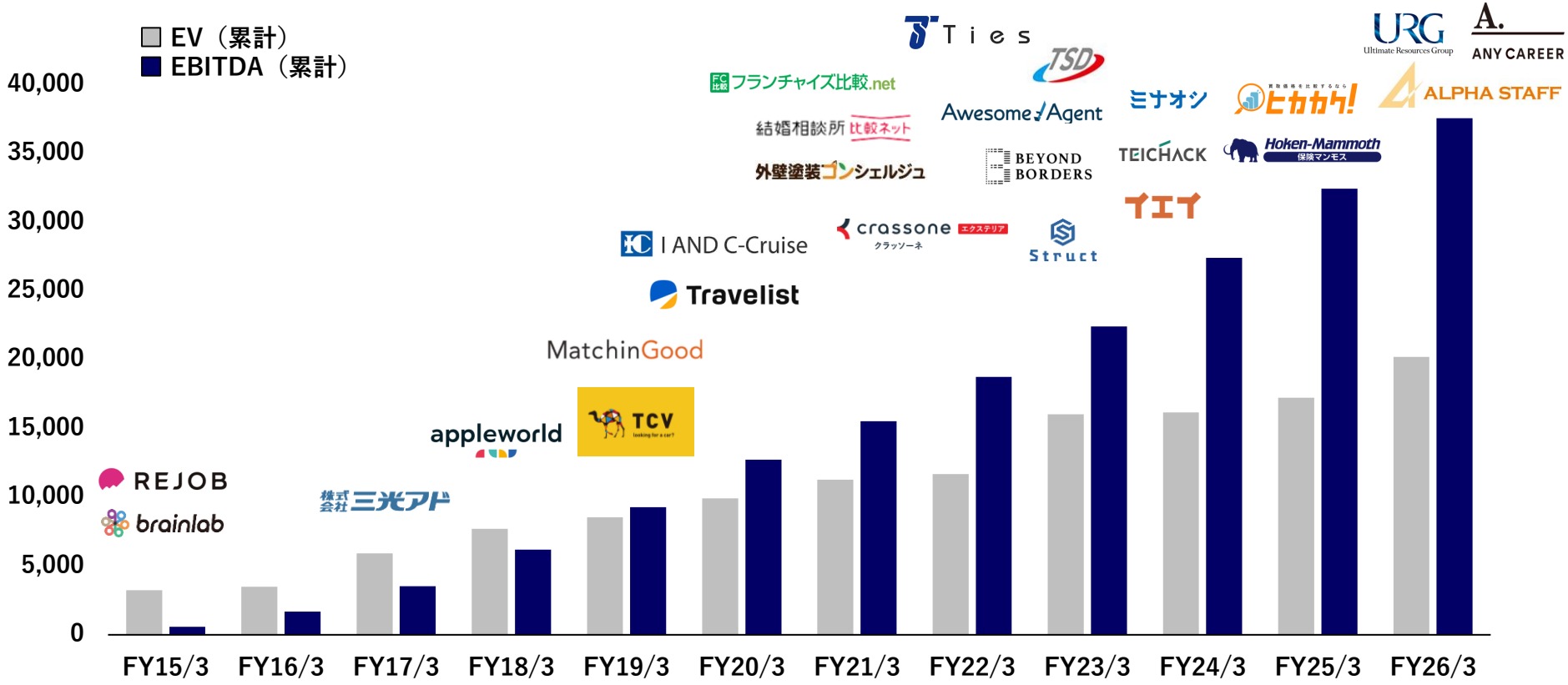
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

強みの源泉②：M&Aの投資リターン

- PMI（買収後の統合プロセス）を通じた業績改善により、継続的にキャッシュフローが積み上がる構造を確立。
- 創出されたキャッシュフローを更なるM&A投資へ再投資することで、フリーキャッシュフロー（FCF）を複利的に拡大。

M&A実績：累計EV対累計EBITDA

（単位: 百万円）



注1: EVはM&A時における「EV = 株式取得額 + ネットデット」から算定されるEV(事業価値)を示す。
注2: ロゴは各年度にM&Aした主要事業のみを記載。

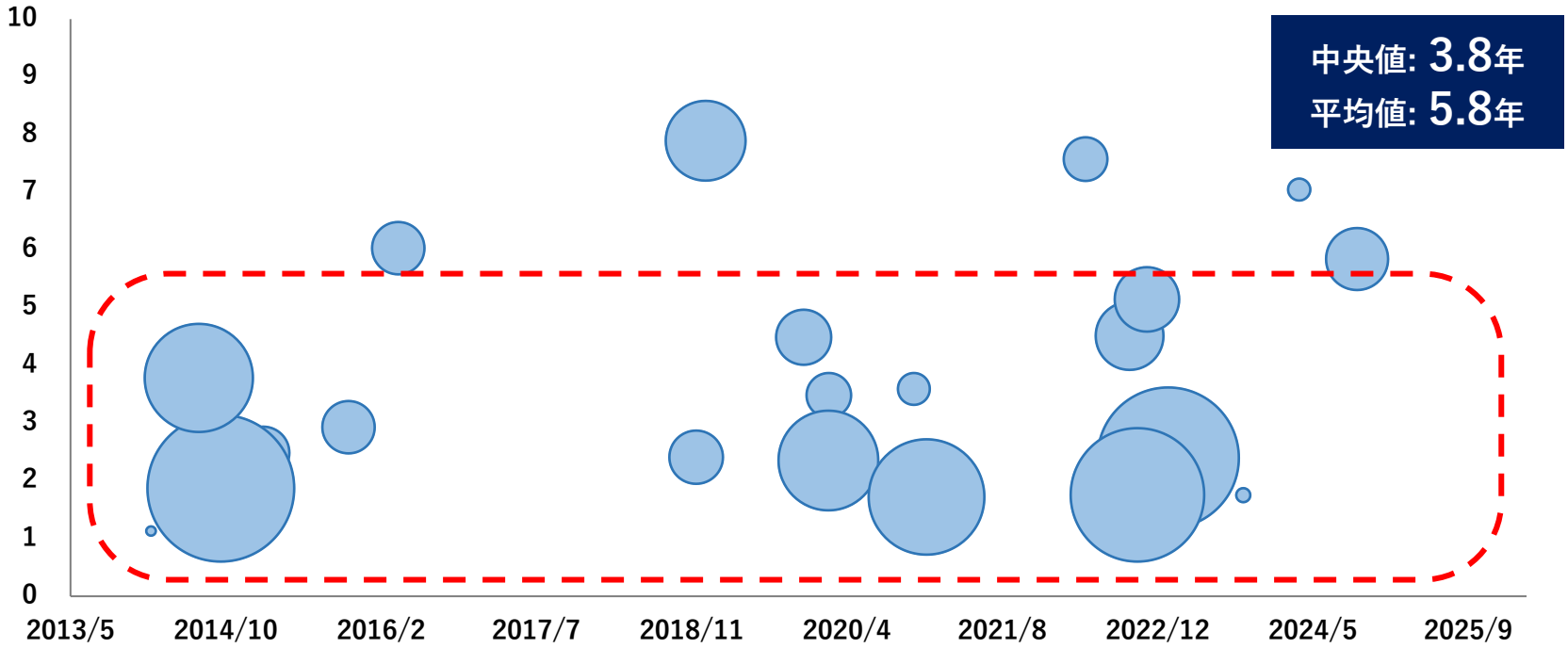
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

強みの源泉②：M&Aの投資回収期間

- 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: バブルの大きさはM&A時のEV(事業価値)の大きさを示す。投資回収期間はM&A時の累計EV(事業価値)÷累計EBITDAベースにて算定。
注2: 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。
注3: 直近1年以内のM&A案件、売却案件、経営統合等により個別把握が困難な案件、のれんに係る減損損失を計上した三光アド及びAPWは除外。
注4: 視認性確保・ボリュームゾーンを示すことを目的とし、グラフ上は投資回収期間 10年以下の案件のみを表示。

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

2

直近事業年度（FY2026/3）の業績

2026年3月期業績予想に対する達成率

- 売上収益は主にタイズを中心とするVertical HRが牽引し業績予想を達成。
- 利益面では、Vertical HRにおける先行投資や一部低採算事業の整理などにより成長率はやや課題が残るも、業績予想は達成。

売上収益	EBITDA	営業利益	EPS
29,221百万円	7,592百万円	5,913百万円	41.66円
(達成率: 104%)	(達成率: 102%)	(達成率: 101%)	(達成率: 104%)

(百万円)	FY2025/3 Q4 実績	FY2026/3 Q4 実績	前年比(%)	FY2026/3 業績予想	達成率(%)
売上収益	25,450	**29,221**	**+15%**	28,000	104%
Vertical HR	10,575	**13,328**	**+26%**	12,000	111%
Living Tech	6,089	**6,933**	**+14%**	7,000	99%
Life Service	8,786	**8,960**	**+2%**	9,000	100%
EBITDA(注1)	7,084	**7,592**	**+7%**	7,430	102%
営業利益	5,657	**5,913**	**+5%**	5,880	101%
親会社所有者帰属当期利益	3,872	**4,157**	**+7%**	4,020	103%
基本的1株当たり当期利益(EPS)	38.13	**41.66**	**+9%**	40.20	104%

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: オーサムエージェントは2025年10月 1 日付で三光アドを吸収合併済み。旧三光アドの業績貢献分は、FY26/3 Q2まではLife Service、FY26/3 Q3以降はVertical HRのオーサムエージェントに包含。

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

法人顧客数と法人顧客単価

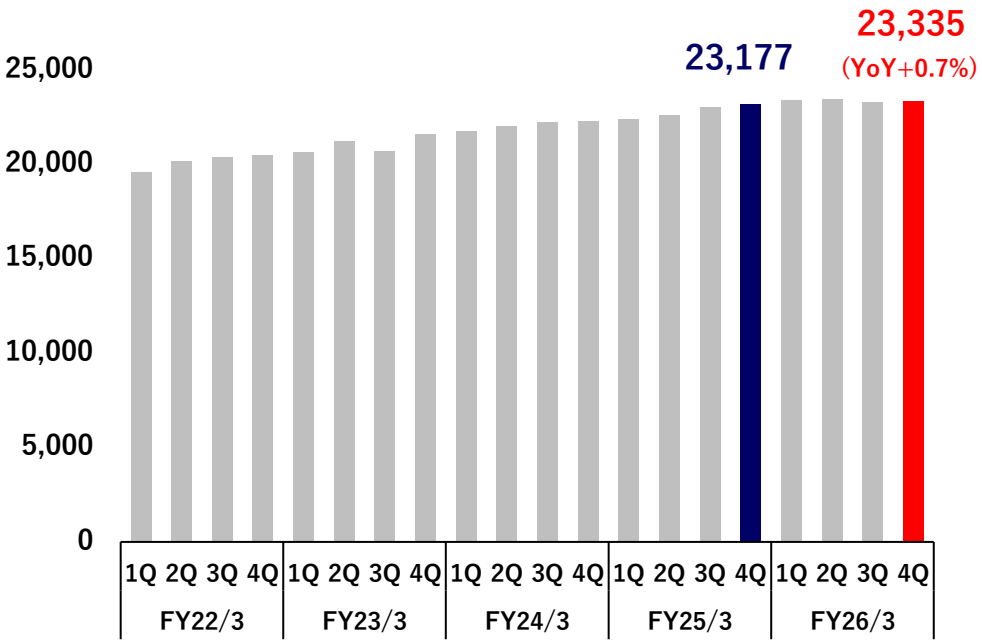
法人顧客数
23,335社
(YoY +0.7%)

法人顧客単価
125万円
(YoY +14.0%)

- 法人顧客数：既存事業の顧客開拓の進展と新規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。

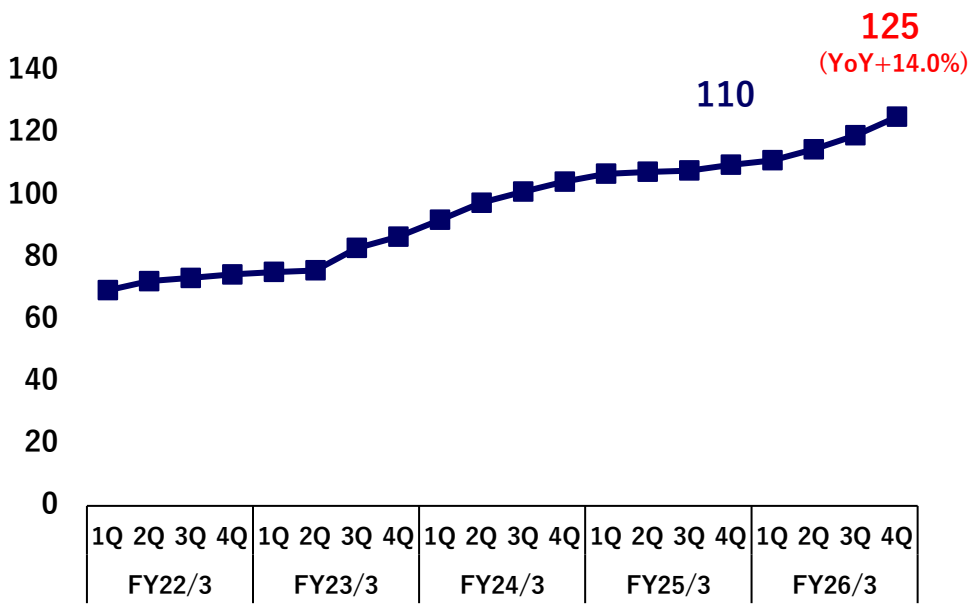
法人顧客数

(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。
注3: FY26/3 3Qの顧客数に一部誤りがあったため、正値(23,310)に修正済み。

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

年次業績推移 -利益推移-

EBITDA

7,592百万円

(YoY + 7.2%)

営業利益

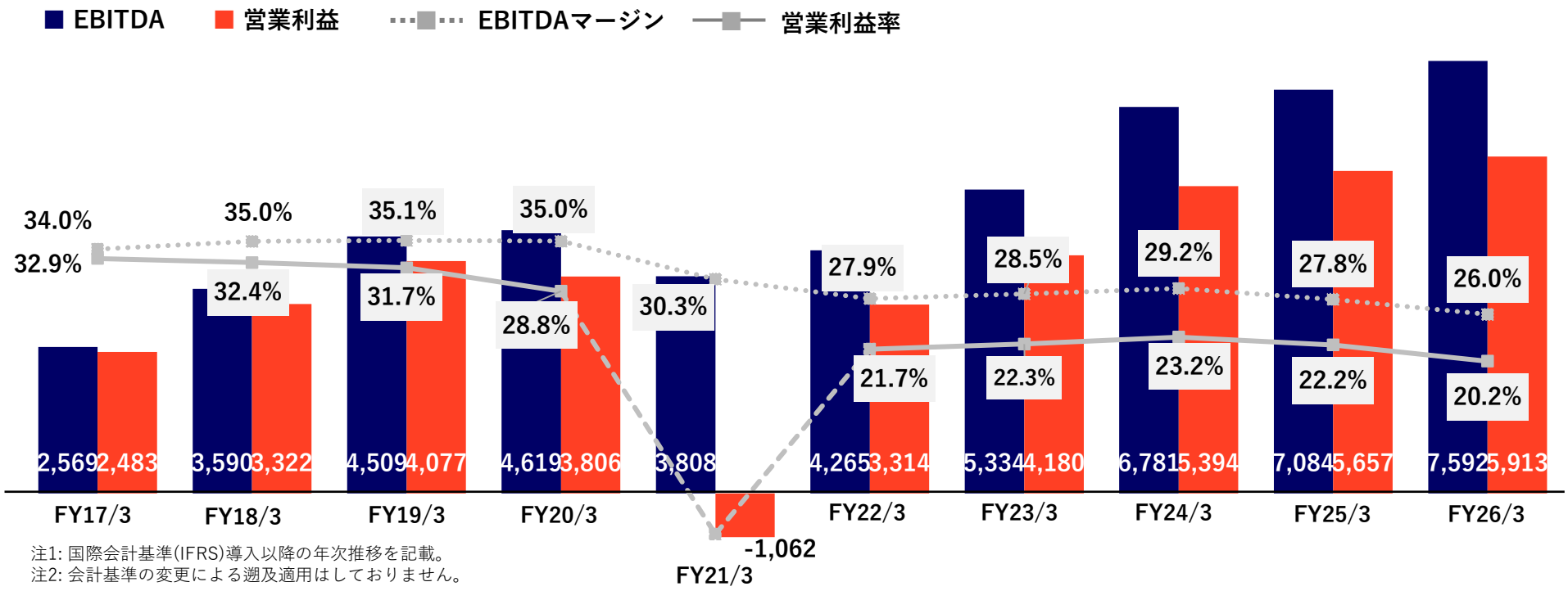
5,913百万円

(YoY + 4.5%)

- EBITDAおよび営業利益は、Vertical HRを中心とした着実な成長により、過去最高で着地。
- 一方で、M&Aによるミックスの変化、広告宣伝費や人件費等の戦略的先行投資などにより、利益面の成長率はやや課題が残る状況。

連結EBITDA・営業利益

(単位: 百万円)



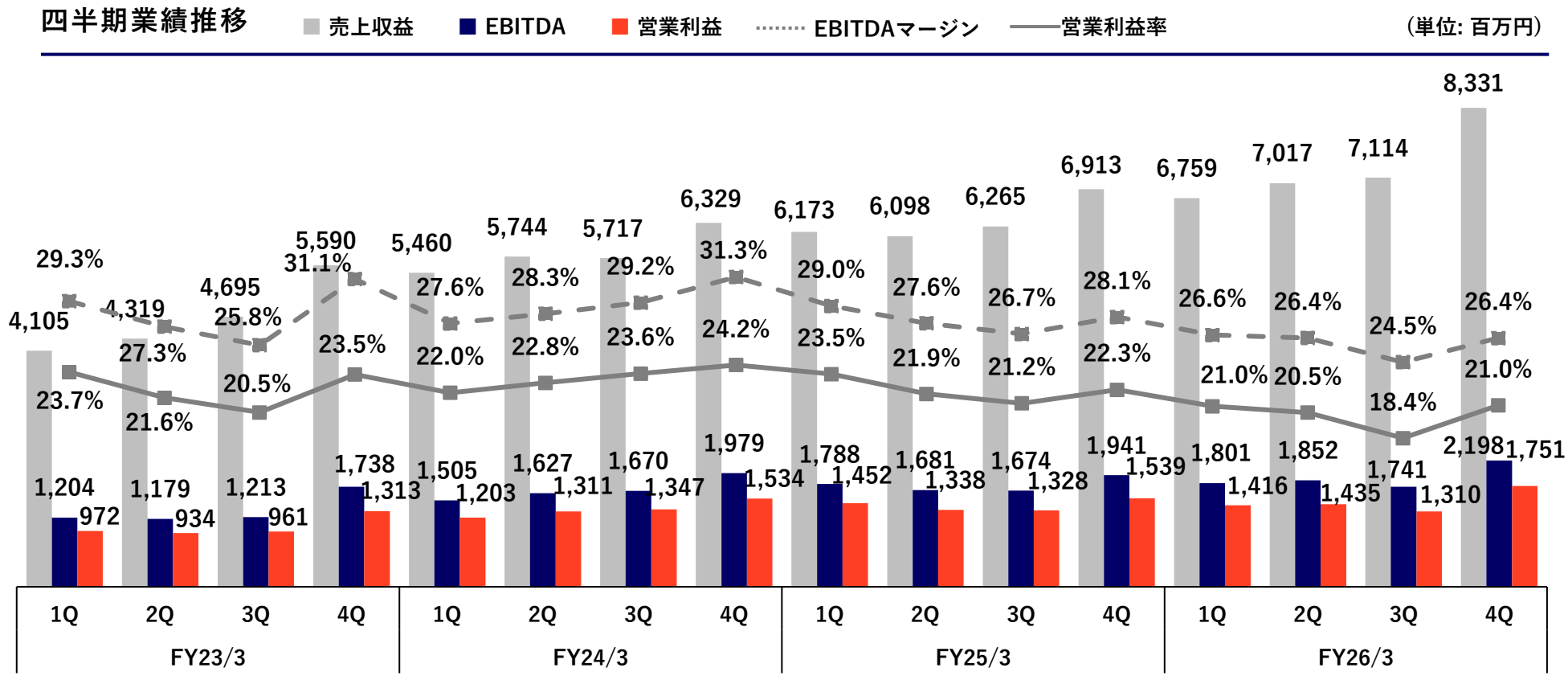
注1: 国際会計基準(IFRS)導入以降の年次推移を記載。
注2: 会計基準の変更による遡及適用はしておりません。

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

四半期業績推移

売上収益	EBITDA	営業利益
8,331百万円	2,198百万円	1,751百万円
(YoY +20.5%)	(YoY+13.3%)	(YoY +13.8%)

- 売上収益：Vertical HRを中心とした既存事業の成長に加えて、M&A効果もあり、**前年比・前四半期比で大きく増収**。
- 利益：新規M&Aによるポートフォリオミックスの変化や、タイズ等中心とする戦略的先行投資により、利益率はやや減少傾向であるも、**営業利益・EBITDAともに過去最高で着地**。



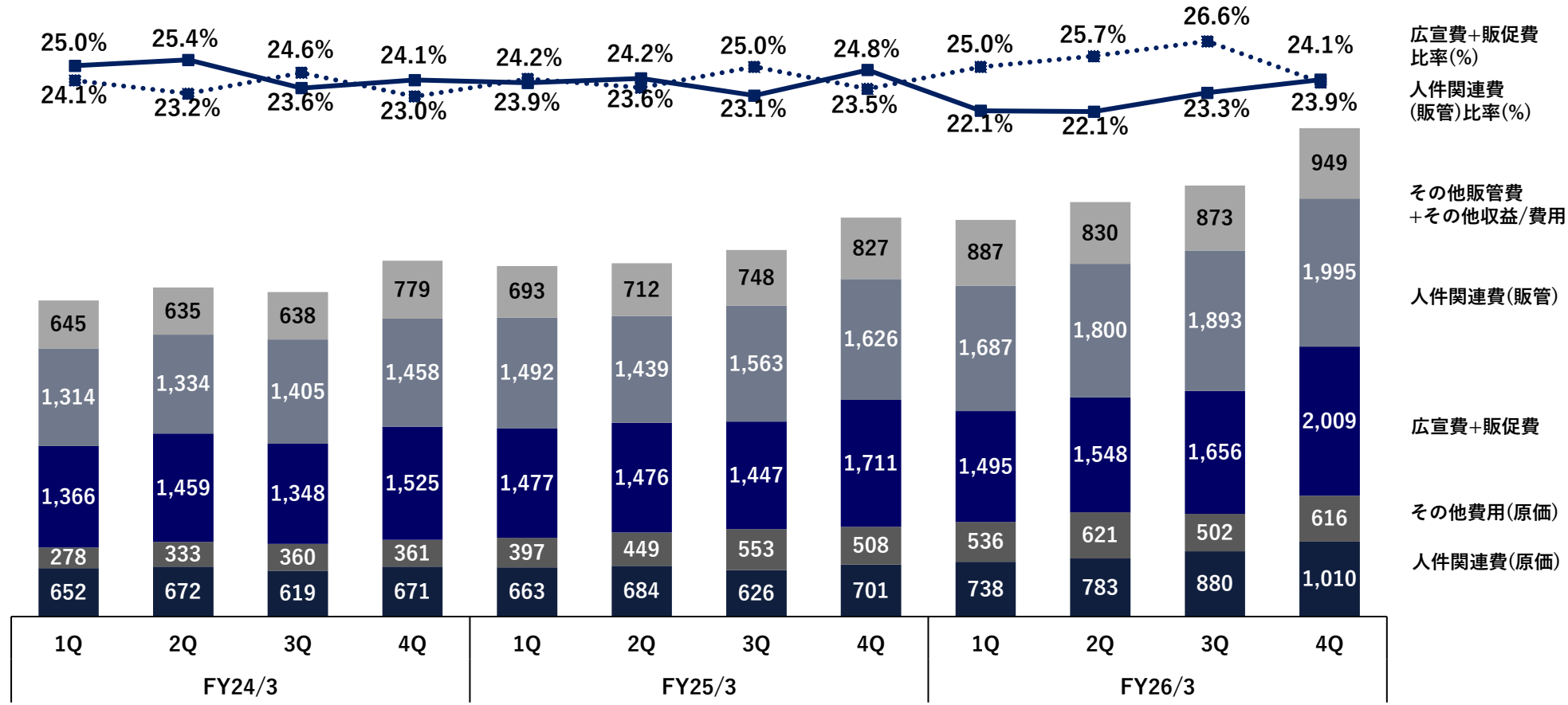
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

四半期費用推移

- 広宣費+販促費：費用対効果を意識した運用により、前年比でも安定的に推移。
- 人件関連費：派遣事業を展開するアルファスタッフ社のグループインなどにより、原価・販管費構造が変化。

四半期費用推移

（単位：百万円）



注: FY24/3 Q1からFY26/3 Q2において、費用区分の精緻化に伴い、一部の費用を「その他販管費」から「その他費用(原価)」へ遡及修正済み。

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

年次業績推移 -CF推移-

調整後営業CF
5,427百万円
（前期: 6,154百万円）

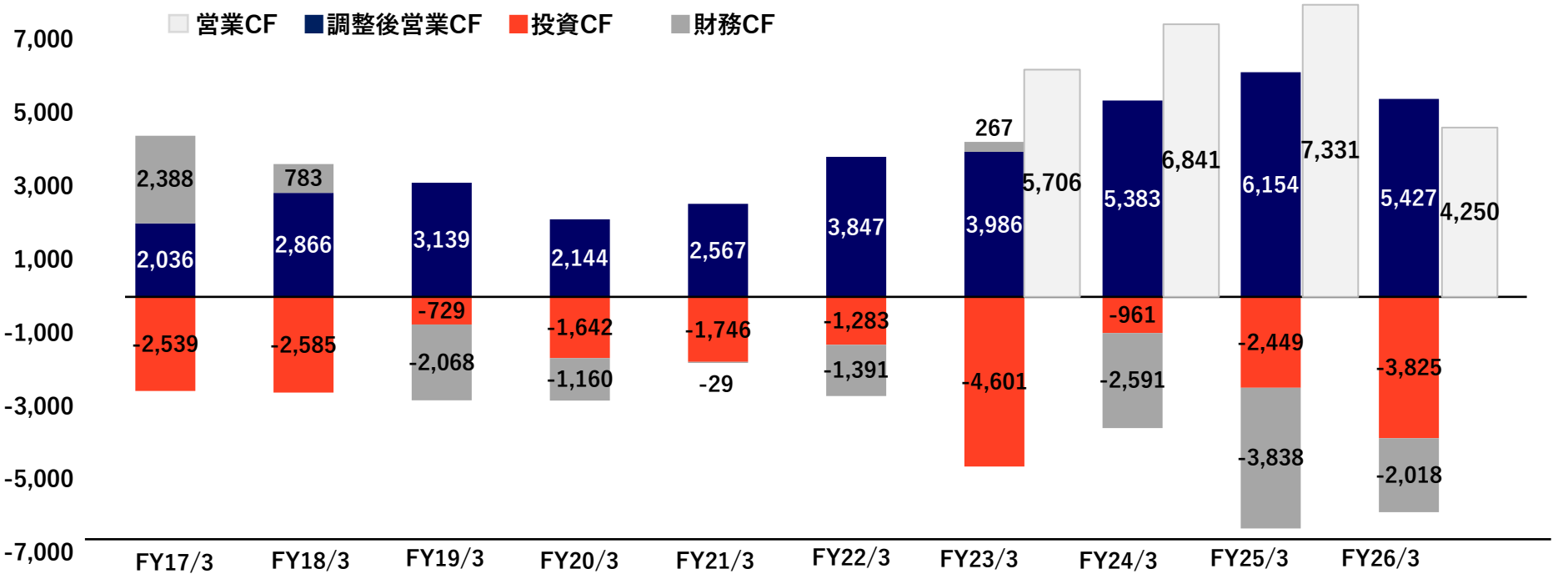
投資CF
-3,825百万円
（前期: -2,449百万円）

財務CF
-2,018百万円
（前期: -3,838百万円）

- 営業CF：支払タイミングによってボラティリティが大きい旅行決済代行事業(FY23/3より連結)の預り金の変動を調整した「調整後営業CF」を正常収益力の指標として採用。FY25/3の一過性還付金(約3.7億円)を除いた実力ベースでは、過去最高と同等のキャッシュ創出力を継続。
- 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）



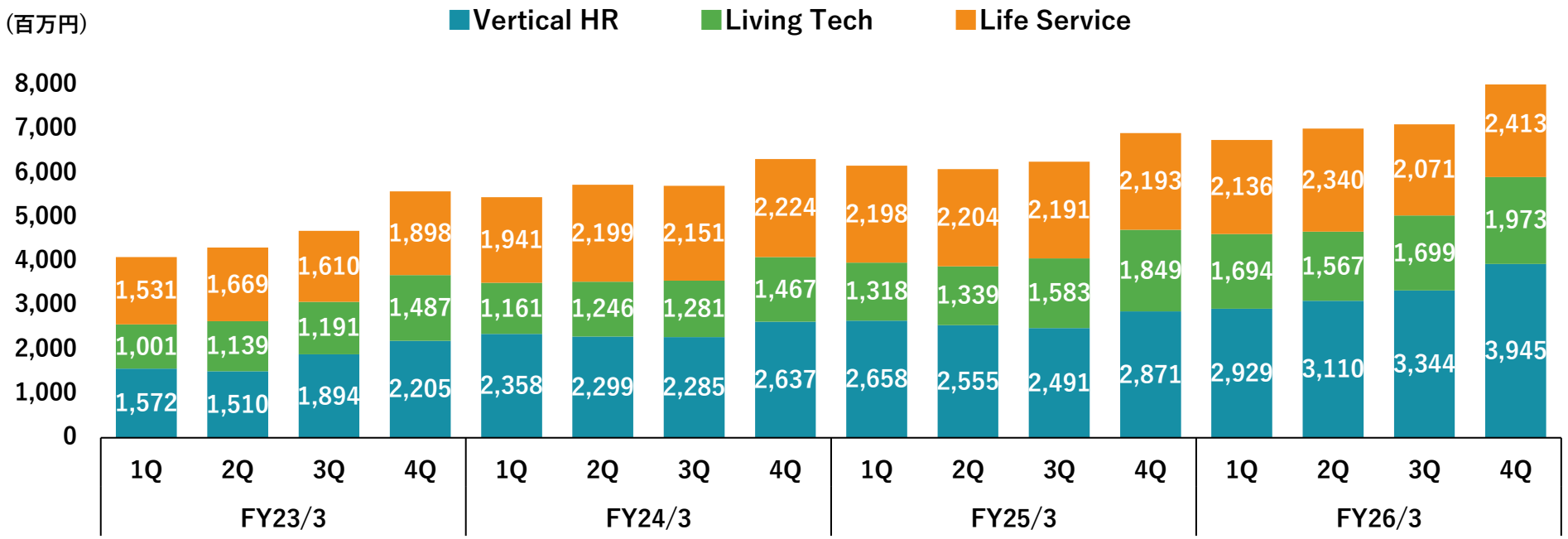
注1: 国際会計基準(IFRS)導入以降の年次推移を記載。
注2: 調整後営業CFは主に旅行決済代行事業(FY23/3より連結化)に起因する預り金の増減を調整した営業CFを指す。

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

領域別売上収益推移

Vertical HR	Living Tech	Life Service
3,945百万円	1,973百万円	2,413百万円
(YoY +37.4%)	(YoY +6.7%)	(YoY +10.0%)

- Vertical HR：製造領域などの伸長やM&A効果により、高成長を実現。
- Living Tech：エネルギー領域のクロスセル施策の奏功などが貢献し、安定的に推移。
- Life Service：収益性を意識した事業運営を推進。
- Q4ではオーサムエージェント社と三光アド社の経営統合により、Life ServiceからVertical HRに約49百万円移行。



注: オーサムエージェントは2025年10月１日付で三光アドを吸収合併済み。旧三光アドの業績貢献分は、FY26/3 Q2まではLife Service、FY26/3 Q3以降はVertical HRのオーサムエージェントに包含。

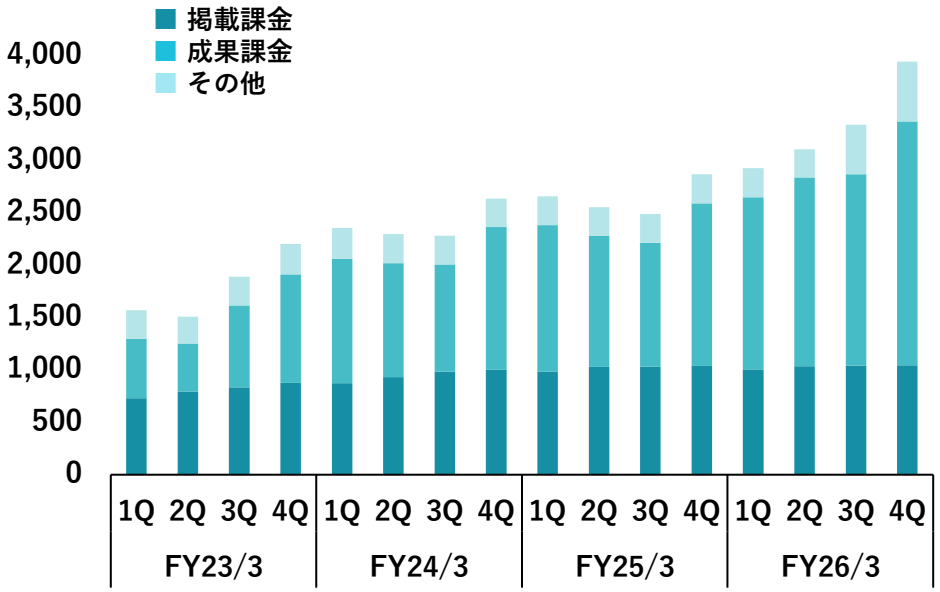
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

主力事業における事業状況 -Vertical HR-

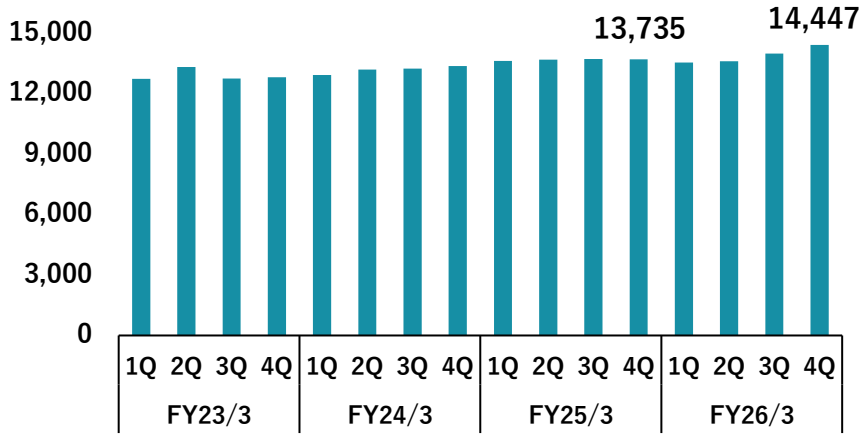
- 掲載課金：運送領域における成長により、過去最高を更新。
- 成果課金：主に製造領域における着実な成長に加え、M&A効果により、過去最高を更新。

売上収益

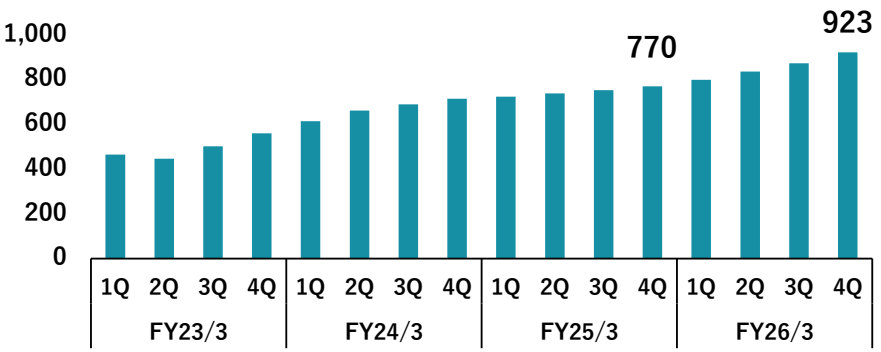
（単位：百万円）



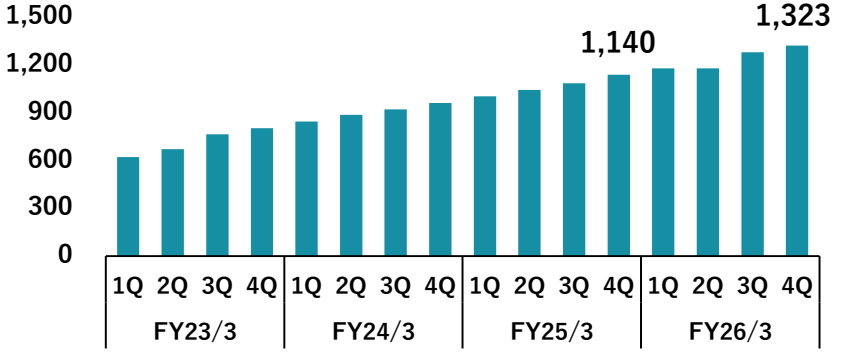
顧客数（社）



顧客単価（千円）



会員数（千名）



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。
注5: その他はミラクスやアルファスタッフの派遣事業などから構成。
注6: FY25/3 2Qの顧客数と会員数に一部誤りがあったため、正値に修正済み。

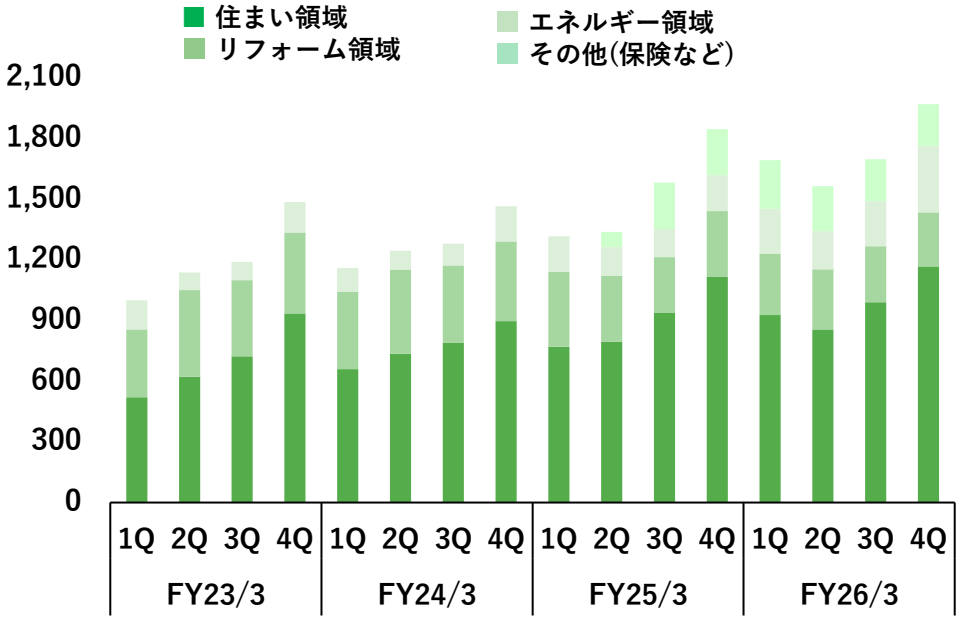
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

主力事業における事業状況 -Living Tech-

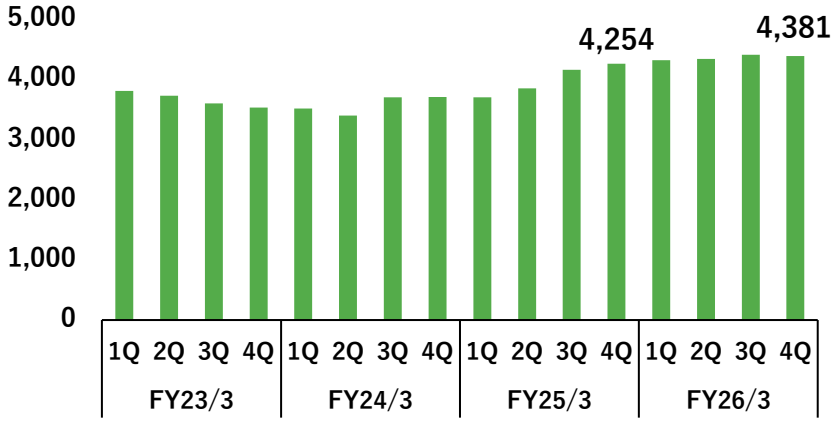
- リフォーム領域は苦戦が続くも、**エネルギー領域のクロスセル施策の奏功や、越境不動産の成長が貢献**。
- 顧客数は、前期M&Aの保険領域などが貢献し、着実に伸長。

売上収益

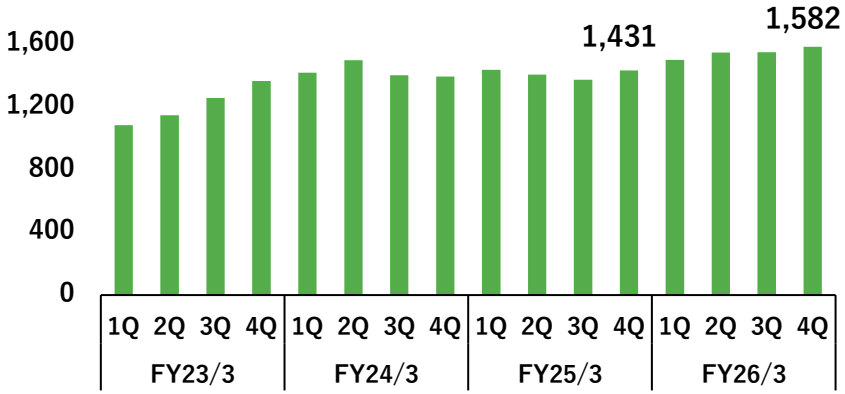
（単位：百万円）



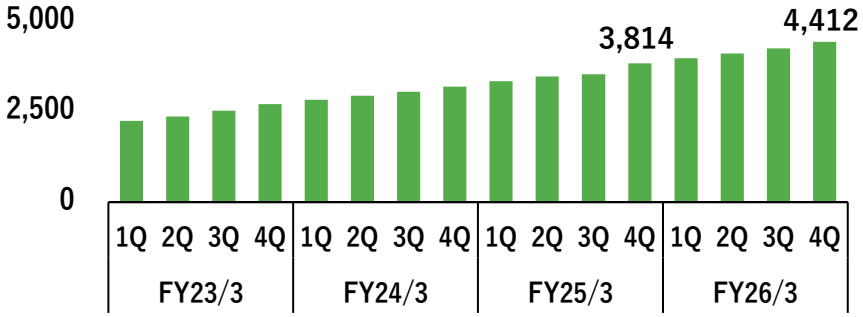
顧客数（社）



顧客単価（千円）



会員数（千名）



注1: 住まい領域は主にスモッカ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。FY23/3 4Q、FY24/3の会員数に一部誤りがあり遡及修正。
注3: FY23/3 3QからFY24/3 2Q、FY25/3 3QからFY26/3 2Q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、FY25/3 3Q: 4,156、4Q: 4,254、FY26/3 1Q: 4,315、2Q: 4,332、顧客単価(千円): FY23/3 3Q: 1,257, 4Q: 1,365, FY24/3 1Q: 1,418, 2Q: 1,497、FY25/3 3Q: 1,373、4Q: 1,431、FY26/3 1Q: 1,498、2Q: 1,545。

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

3

成長戦略

第3次中期経営計画 ～目指す方向性～

マッチングテクノロジーからマッチングエージェントへ進化

これまで「Update Your Story あなたを、未来に。」をパーパスに、
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
企業と個人のマッチングを手がけてきました。

第3次中期経営計画では、蓄積した顧客資産を基盤に
集客から成約・BPOまで、顧客の業務プロセス全体に深く入り込み、
「人とAIの最適配置」により、成約価値の最大化を目指します。

ZIGExN Matching Agent（ZMA）を成長エンジンとして、
関わるすべての人の「生活機会の最大化」を実現します。

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

第3次中期経営計画 ～エグゼクティブサマリ～

ZIGExN Update Your Story

経営計画

FY2031/3において　売上収益 500億円超　EBITDA 120億円超　ROE 20%程度

経営戦略

事業戦略

Vertical HR：成長を牽引する基軸事業

- ✓ 成約介在モデルを定着支援まで深化し、採用・オンボーディングプロセス全体をカバー
- ✓ AI活用により、コンサルタント生産性とマッチング歩留まりを向上、顧客単価を構造的に改善
- ✓ M&Aによる領域拡張を通じ、TAMと提供価値を拡大

Life Service：収益基盤＋垂直拡張

- ✓ 集客から成約・BPOまで垂直統合し、TAMを拡張
- ✓ AI自動化と成約課金転換で収益性を改善
- ✓ 既存事業の隣接領域へのM&Aにより、成約後の後工程機能を獲得

投資・財務戦略

- ✓ 事業投資を最優先としつつ、成長戦略に基づいた積極的なM&Aによって事業成長を加速
- ✓ 従来の100%株式譲渡に限定せず、多様な手法を柔軟に活用し事業ポートフォリオと資産配分を最適化
- ✓ 創出したキャッシュを再投資に回すことでCFの複利成長を実現し、中長期でROE 20%程度を目指す

組織戦略

- ✓ 「人×AIの最適配置」によるグループ人材ポートフォリオの再構築
- ✓ バーチャルカンパニー制導入によるグループシナジーの最大化・人的資本の最適配置
- ✓ M&A戦略を具現化する経営人材のパイプライン構築・アライメント強化

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

現状認識と第3次中計にて目指す方向性

- 第2次中計では過去最高業績を更新し、Vertical HRがZ COREに到達した一方、Life Serviceの業務プロセス拡張と成長率が課題。
- 第3次中計では事業・投資/財務・組織の各課題に対し、ZMAを軸とした解決策を実行し、法人顧客数と顧客単価の両軸成長により、利益率よりも利益額の成長率を最優先とする。

	第2次中計の実績と課題	第3次中計の戦略	目指す姿
事業	実績 ✓ Vertical HR：成約介在モデルへ進出し、顧客単価 2.0倍・Z COREに到達 課題 ✓ Life Service：集客・送客から成約介在モデルへのビジネスモデルの転換遅延	✓ Vertical HR：定着支援まで拡張し、採用プロセス全体をカバー ✓ Life Service：集客⇒成約⇒BPOへ垂直統合を推進 ✓ AI活用により生産性を最大化 ✓ M&Aで隣接領域へ進出し、TAM拡大	✓ Vertical HR：領域No.1の「HRパートナー」の実現 ✓ Life Service：集客から成約・BPOまで顧客の経営支援を実現
投資・財務	実績 ✓ 多数のM&Aの遂行と、PMIの順調な進展により、高い投資回収率を実現 課題 ✓ 業績貢献の大きい大型M&Aの実施不足 ✓ 資本効率性(ROEなど)の低下	✓ 領域拡張やロールアップ戦略、及び垂直統合に資するボルトオンM&Aの実施 ✓ 業績貢献の大きい大型M&Aを優先検討 ✓ 財務レバレッジの更なる活用	✓ 売上収益 500億円超、EBITDA 120億円超、ROE 20%程度 ✓ 資本利益率×成長率の4象限による事業ポートフォリオ管理を徹底 ✓ 規律ある資本効率性を維持し、積極的な戦略投資を通じて、利益・CFの絶対額を最大化
組織	実績 ✓ 経営人材の採用、次世代経営人材の育成プログラムの新設 ✓ 経営人材リテンションのための制度整備 課題 ✓ グループ拡大に伴う最適リソース配分、経営人材のパイプライン確保、及びグループガバナンスの整備	✓ 「人×AI」を踏まえたグループ人材ポートフォリオの再定義 ✓ バーチャルカンパニー制の導入による生産性の最大化・利益率の最適化 ✓ M&A戦略を具現化する次世代経営人材の輩出とアライメント強化	✓ グループ全体での事業推進人材比率の向上 ✓ バーチャルカンパニーごとの売上収益・営業利益の拡大 ✓ 次世代経営者・候補者の充足率向上

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

ZIGExN Matching Agent（ZMA）によるバーティカルAI戦略

- 各業界特化の独自データを基盤に、「人 × AIの最適配置」を通じて、業界特有の実務オペレーションに介在（ラストワンマイルの支援）し、「独自データ×実務オペレーション×バーティカルAI」の三位一体によって参入障壁を構築。

ZIGExN Vertical AI戦略

バーティカルAI（AIエージェント） → ヒューマンエージェント

競争優位の土台　独自データ（業界特化のクローズドな1st Partyデータ）

Vertical HR
選考評価・入社後早期退職データ、意思決定データ（年収分岐点・受諾理由）、職場実情（カルチャーや管理者の人柄等）、組織の暗黙知 など

Life Service
旅行・住まい・自動車等の領域におけるリアルタイムの流通・在庫データ、ユーザー行動ログ、成約履歴、現場の業務知見 など

ユーザー　高精度なマッチングの創出と深層プロセス（ラストワンマイル）への介在　顧客

業界特有の実務オペレーション

集客・認知 → 問合せ・初期対応 → スクリーニング → 条件交渉・成約 → 実務・定着支援

例）　旅行領域特化型バーティカルAI「AI quosys」　　導入効果：旅行会社の見積・予約作成時間を85%以上削減

① 独自データ（無形資産の蓄積）
世界20,600都市・30万軒のホテルネットワークと、長年培った旅行会社向け手配データ・料金動向ログを保有。

② バーティカルAI
依頼内容をAIが自動解析し、約30秒で独自データベースから最適ホテルを提案・見積書生成。
営業時間内の対応⇒24時間365日の即時対応へ。

③ 実務オペレーション（ラストワンマイルの介在）
複雑な旅程や例外対応には、画面上からCSチームへ直接相談・手配代行できる体制を完備し、取引完結を支援。

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

生成AI時代における事業優位性

- **生成AI普及に伴い検索・比較等の前工程におけるアクセス数は減少傾向にある一方、リードの質の向上により成約率（CVR）は上昇。**
- **ZMAによる競争優位：「成約データ」と「成果報酬型」をテコに後工程の成約価値を最大化し、顧客単価向上を実現。**
- **API / MCP等で外部AIと直結し、業界特化の最終成約データや動的在庫・現場実務を握るバーティカルAIインフラの地位を確立することで、エージェンティックコマース時代を追い風に。**

売上収益 ↗ ＝ **アクセス数** ↘ × **CVR** ↗ × **単価** ↗

前工程：検索・比較・発見（コモディティ化）	後工程：成約・実行・代行（高付加価値化）
検索AIや対話AIの浸透により、スペック比較や単なるメディア送客はコモディティ化。トラフィックの獲得難易度も上昇。	顧客企業は「質の高い顧客獲得や業務生産性」をより重視。ZMA戦略によって、送客後の決定力(CVR)と成約単価が上昇。

ZMA（ZIGExN Matching Agent）による価値創出

成果報酬型（アウトカム型）

- 掲載/PV課金と異なり、アクセス数減少が減収に直結しない課金モデル
- 高精度マッチングにより、**CVR向上と成約単価拡大**を実現

「バーティカルAI × 人」によるラストワンマイルの介在

- 業界特有のオペレーションに特化した**バーティカルAI**を実装
- AI単体では対応困難な現場実務にはヒューマンエージェントが介在

AI時代に合致したビジネスモデルへアップデート

代替困難な事業基盤

業界特化のクローズドな「最終成約データ」

Web表層のクローリングや汎用AIでは取得困難な成約実績を蓄積
表層情報を超えた**質のラベリング**により、高精度マッチングを実現

×

長年の蓄積による強固な顧客基盤

顧客企業の実務・業務フローに深く介在することで、
顧客との強固なリレーションを構築

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

バーティカルAIの市場環境

- 日本の強みである「現場力」を活かしたバーティカルAIは国家戦略の中核に位置づけ。
- 単なるITツール導入を超え、人手不足を補う『労働力代替市場』の獲得により2040年には約35.0兆円（約10倍超）へ拡大見込み。

国家戦略におけるバーティカルAIの位置づけ

官民のリソースを集中的に投じる「重点支援3領域（全19領域）」

① 国際競争力の確立（市場性領域：製造・創薬・物流など）

現場力をデータ化・集積し領域特化型モデルを開発。
産業構造を変革し、世界市場の獲得とプラットフォーム創出を牽引。

② 人手不足の抜本解決（公共性領域：医療・建設・教育など）

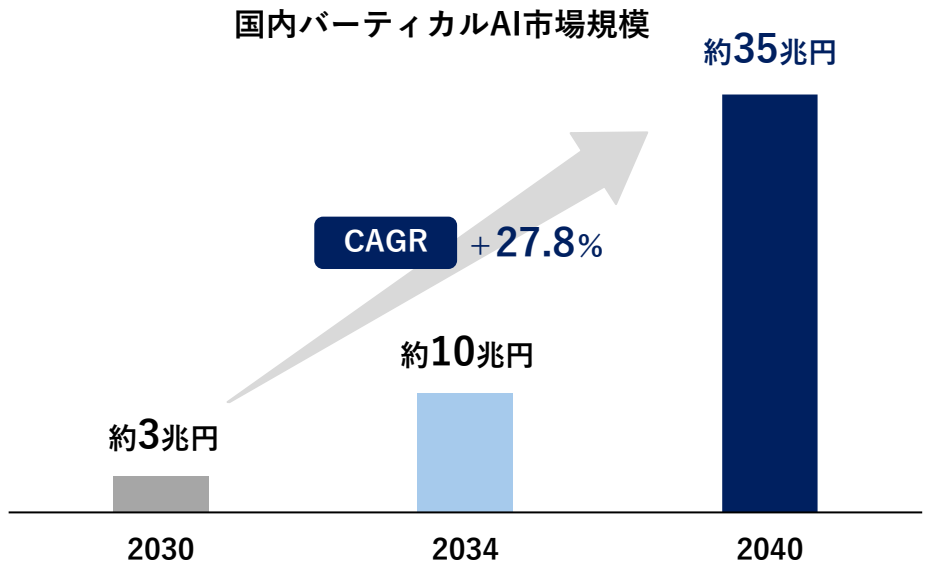
深刻な担い手不足に直面する現場へAIを徹底実装。
業務プロセスを自律化・省人化し、持続可能な社会基盤を維持。

③ 経済安全保障と主権確保（戦略性領域：防衛・サイバー・防災など）

海外依存によるデータ流出（デジタル赤字）を回避。自律性・耐遮断性を備えた国内基盤を整備し、国家レジリエンスを強化。

バーティカルAIの市場規模

2040年度までバーティカルAIへの官民投資総額：約23兆円
（想定される経済波及効果：約222兆円）



注: 官民投資総額・経済波及効果は内閣官房「官民投資ロードマップ」、市場規模は同資料及び内閣府・経済産業省「第1回AI・半導体WG事務局説明資料」を参照。

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

バーティカルAI事例

- 自動車・旅行等の複数領域において、『独自データ × AI』という共通フレームワークでの成果を確認。
- 各業界特有の業務オペレーションへの介在や無形資産を基盤として、バーティカルAIの実装により、成約促進型プラットフォームへの進化を実証。

バーティカルAI事例

自動車領域：中古車探しAIエージェント「クルマAI」

「AIによる自然言語対話力」と
「リアルタイム在庫連携」



中古車メディア UUCV
YoY+158%

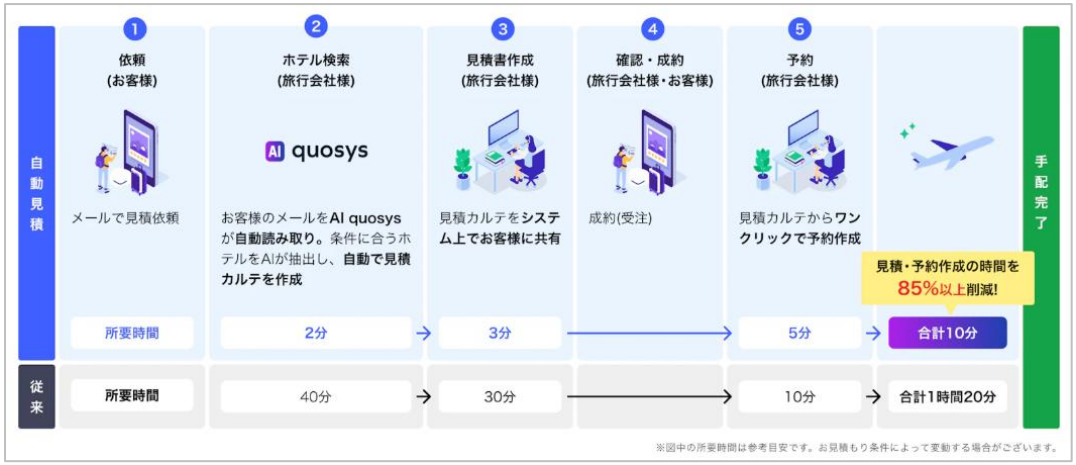
総評

平均価格はプリウスが198万円、アクアが128万円と、アクアの方が約70万円安く購入可能です。燃費面でもアクアが33.6km/Lと、プリウスの28.6km/Lを上回る優れた数値を実現しています。一方でプリウスは全長4600mm、排気量1800ccと車格が大きく、高速道路での走行安定性や静粛性においてアクアをリードしています。長距離移動の快適性を重視するならプリウス、街乗りでの取り回しとコストを重視するならアクアがおすすめです。

旅行領域：AI自動見積もり機能「AI quosys」

「AIによるニーズ自動解析」と
「独自データベースに基づいたワンクリック予約連携」

旅行会社の見積・予約作成時間を85%以上削減



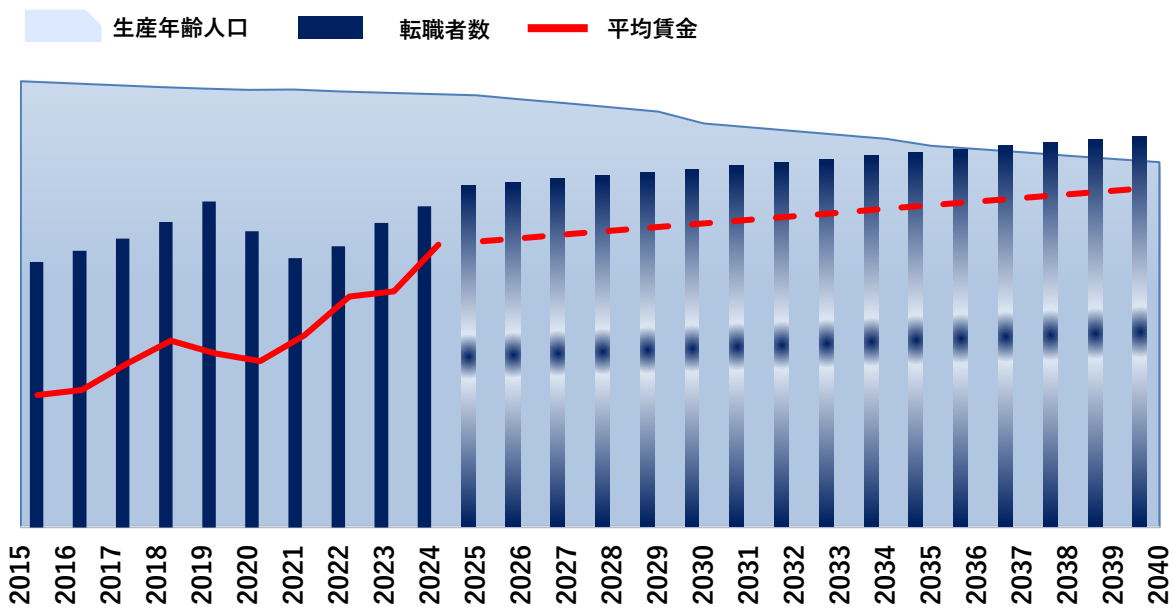
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

構造的成長を支える産業構造

- **国内HR市場は人手不足の深刻化、転職の常態化、賃上げの加速という3つの不可逆なトレンドが重なり、企業の採用・定着コストは構造的な上昇が見込まれ、中長期的に市場が拡大。**

構造的成長を支える産業構造

人手不足・転職増加・賃上げの同時進行による中長期的な市場拡大



人手不足の深刻化

生産年齢人口は2040年までに約1,200万人減少。エッセンシャルワーカー領域は有効求人倍率が恒常的に2倍超。採用難は景気後退局面でも緩和しにくく、外部人材サービスへの依存度は構造的に高まる。

転職の常態化

転職者数は2024年に346万人と過去最高水準を更新。終身雇用の前提が崩れ、転職はキャリア形成の標準手段へ移行。企業側も中途採用比率を引き上げており、人材紹介・RPOへの需要が拡大。

賃上げの加速

春闘賃上げ率は2024年に5.10%、2025年に5.25%、2026年も5%超で推移し、3年連続の高水準が継続。年収上昇は人材紹介フィー（年収の30〜35%）の単価を自動的に引き上げるため、決定数が横ばいでも売上は成長する構造。

注: 生産年齢人口（実績）総務省「人口推計」各年10月1日現在・生産年齢人口（推計）国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」出生中位・死亡中位
転職者数（実績）総務省「労働力調査（詳細集計）」各年平均・春闘賃上げ率（実績）連合「春季生活闘争 回答集計結果」各年最終集計・平均賃金（実績）国税庁「民間給与実態統計調査」各年分・転職者数（推計）・平均賃金（推計）は当社予測。

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

ZMA戦略によるTAM拡張

- 競争環境がアウトカム（成果価値）ベースへ移行するなか、当社も集客から成約・実務代行（BPO）まで介在を深化させることで、**TAMを「採用費⇒人件費」「販促広宣費⇒成約・BPO」へと構造的に拡大**。
- 重要なのはTAMの大きさそのものではなく、そこから実際に獲得しうる利益の上限。各領域のTAMに対し、AIを活用したサービス提供単価（テイクレート）と営業利益率から算出した「TAM利益」とFY31/3目標との乖離から、市場天井リスクは極めて限定的であり、中計期間を超えた長期の成長余地を有する。

Vertical HR: 採用費　⇒　人件費マーケットへ

人件費最適化市場（雇用者報酬の約10%）

TAM：約30兆円

TAM利益：0.9 ~ 1.5兆円

（計算式：TAM 30兆×テイクレート 15~20%×営業利益率 20~25%）

Life Service: 販促広宣費　⇒　成約・BPOマーケットへ

成約・BPO市場（広告費＋営業接客BPO＋成約課金取引額）

TAM：約20兆円

TAM利益：0.15 ~ 0.4兆円

（計算式：TAM 20兆×テイクレート 5~10%×営業利益率 15~20%）

FY31/3 営業利益目標はTAM利益合計の1%未満であり、市場天井による成長制約は中計期間中に発生しない

注: TAMの金額は以下の前提のもと算定。
Vertical HR（人件費最適化市場）：雇用者報酬約314兆円のうち、採用・定着育成・再配置の3層で約10%にアドレス可能(当社推計)として算定。 内閣府「国民経済計算」名目雇用者報酬を参照。

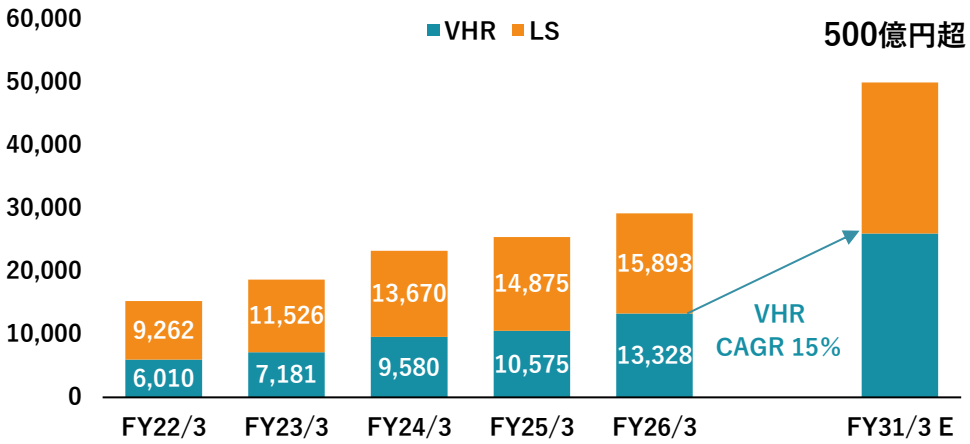
Life Service(成約BPO市場)：①広告費全体 約6兆円 ＋ ②営業・接客BPO 約5~6兆円 ＋ ③成約課金モデルによる取引額ベース拡張 約5~8兆円として算定。矢野経済「BPO市場調査」5.1兆円を参照。関連領域・取引額拡張は当社推計。また、営業利益率は当社展開領域の事業実績に基づく推計レンジ。

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

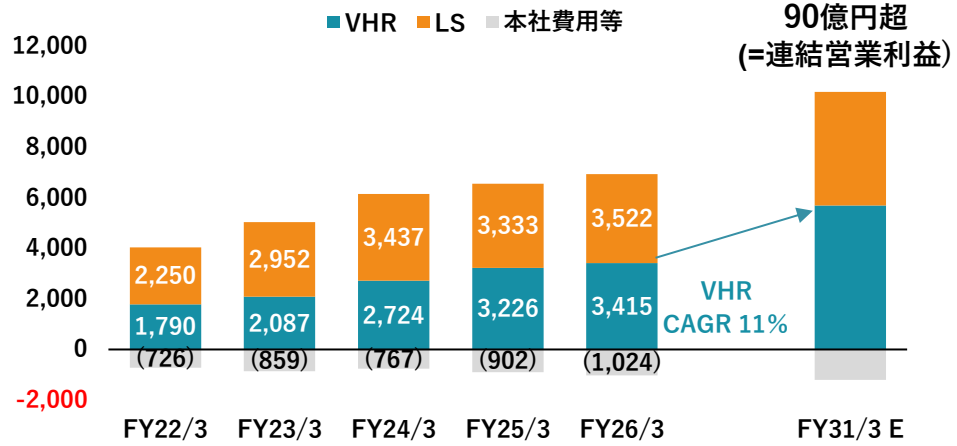
セグメント別 売上収益/営業利益推移、及び成長戦略方針

- Vertical HR：人手不足の深刻化・転職の常態化・賃上げの加速という構造的な市場拡大を追い風に、成約介在モデルと領域拡張で利益成長を目指す（目標：売上収益 CAGR 15%、営業利益 CAGR 11%）。
- Life Service：集客から成約・BPOまで提供価値を拡大し、ZMAモデルによる収益構造の転換により安定的な収益基盤を目指す。

新セグメント別 売上収益



新セグメント別 共通費配賦前 営業利益



成長戦略方針		Vertical HR	Life Service
	TAM 拡張	採用費から人件費市場へ対象を拡大。 M&Aを軸に隣接領域へ進出。	販促広宣費から成約BPOマーケットへ対象を拡大。
	バリューチェーン拡張	人材紹介にとどまらず、RPO・定着支援まで介在範囲を拡大。顧客の採用プロセス全体をカバー。	集客から見積・成約・実務BPOまで垂直統合。 顧客への価値提供範囲を拡大。
	テイクレート拡大	成約介在モデル（紹介/RPO）への転換で顧客単価を引上げ。AIによる生産性向上で収益力を強化。	AIエージェント導入で成約プロセスを自動化。 成約課金モデルへの転換で収益性を構造的に改善。

注: FY26/3以前の数値は旧セグメント区分(Vertical HR, Living Tech, Life Service)の定義に基づく実績値を記載。なお、FY27/3以降において、旧区分でVertical HRであったミラクス社は新区分ではLife Serviceに移行。

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

じげんグループのM&A戦略 -戦略方針-

- これまでロールアップや領域拡張のM&Aを中心に、累計35件以上の投資を実行。主要子会社においては個別にM&A機能を設けており、各SBUのM&Aテーマに基づいて、グループ全体として連続的M&Aを推進し、非連続な利益成長を目指す。
- 従来の戦略方針は継続しつつも、経営資源の最適活用の観点から、規律的かつ投資基準の範囲内において、大型案件を積極検討。

M&A戦略方針

	Vertical HR	Life Service
SBU（戦略的事業単位）	REJOB / Ties（メーカー転職ならタイズ） / Awesome Agent / UPBase	BEYOND BORDERS / appleworld / 株式会社アルファスタッフ（～すべての人にプラスα～） / Hoken-Mammoth 保険ショップマンモス / TCV looking for a car?

戦略方針	
大型案件の積極検討	約160億円以上の戦略投資枠をもとに、PMIの効果が最大化する大規模案件を優先検討
領域拡張	市場環境や競合状況等を踏まえ、参入余地が大きい新規領域に進出し、TAMを拡大
ロールアップ	同業/類似企業等の連続的M&Aにより、獲得可能市場(SAM)、実獲得市場(SOM)を拡大
ボルトオン	バリューチェーンの垂直統合による顧客単価の引き上げ及びLTV最大化

共通アセット	
	システム/マーケティングの内製化やマッチングシステムを通じて積み上げた顧客アセットの活用 オフショア拠点の提供・経営人材の派遣・資金力のサポート・豊富な投資実績

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

M&A戦略 -投資規律のアップデート-

- 利益成長ポテンシャルの大きい優良案件への投資機会を最大化するため、投資基準を改定。
- 対象会社の「高い利益成長率」を条件にエントリーマルチプルの許容範囲を柔軟化しつつ、厳格な投資規律は維持。

アップデート背景

足元での利益水準をベースにエントリーマルチプルを厳格にしすぎると、
将来的に高い利益成長が見込まれる優良案件を取り込むことができない可能性があるため

改訂方針

「高い利益成長率」を条件にエントリーマルチプルの許容範囲を柔軟化しつつ、厳格な投資規律は維持

① 機会損失の回避と投資機会の最大化

● 高い利益成長ポテンシャルに応じた柔軟な評価

Point：単純な入口の緩和ではなく、「高い利益成長」を条件としたうえで、従来よりも柔軟なマルチプル（EV/EBITDA等）での投資を許容

● ソーシング機会の最大化

Point：成長市場に属する、もしくは成長フェーズにある有望ターゲットを対象とし、利益成長ポテンシャルの大きい優良M&Aの獲得機会を最大化

② 投資規律の維持（回収目安の維持）

● マルチプル連動型のハードルレート設定

Point：許容マルチプルの水準に連動して、必要とされる「利益成長率（ハードルレート）」を厳格に設定。

● 回収期間の堅持（目安：約3～6年）

Point：表面上は高いマルチプルでも、過去実績と同等水準の投資回収期間（3～6年目安）を維持する利益成長率を設定。

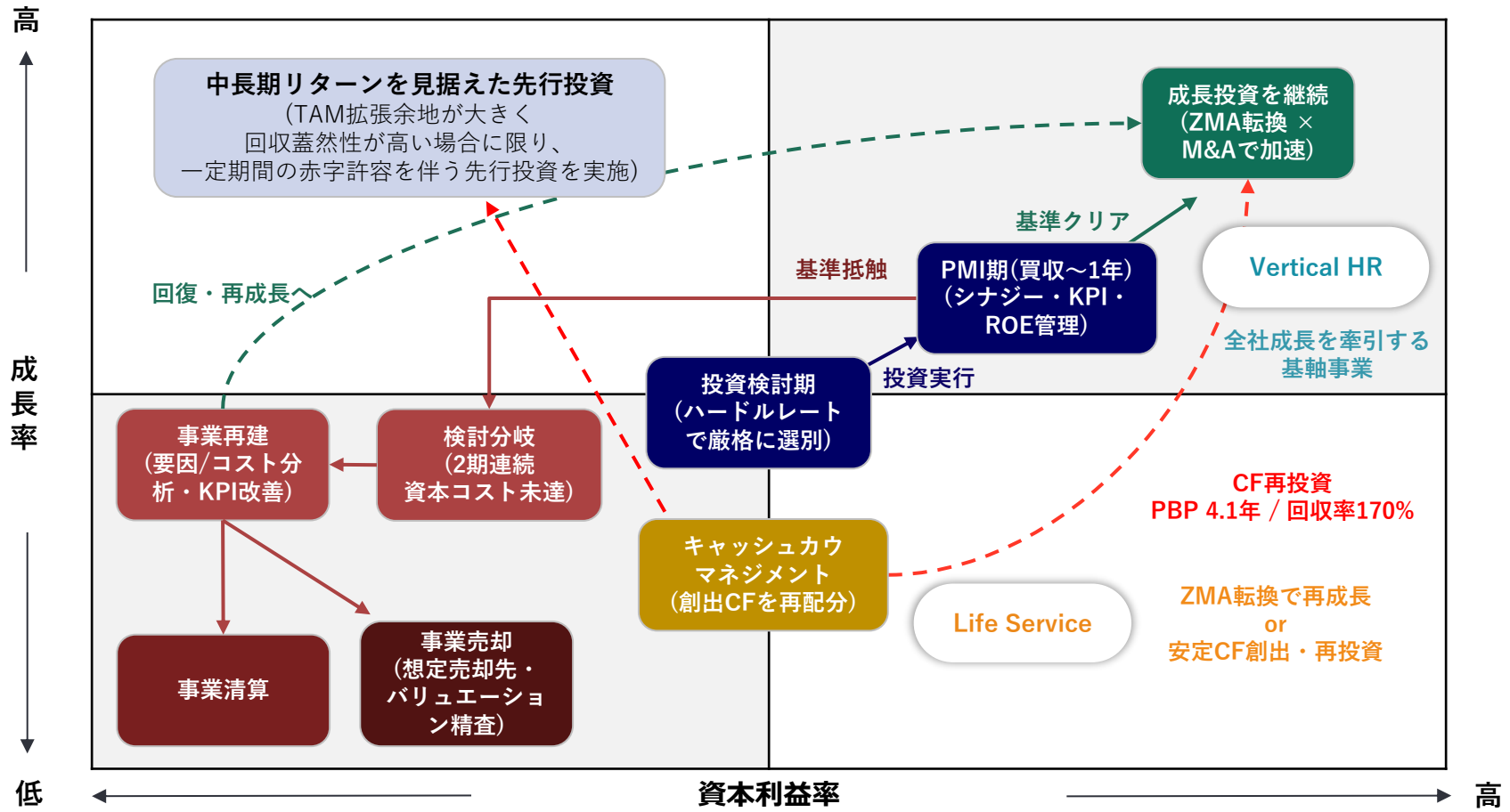
● 高値掴みを防ぐ堅実な事業計画の採用

Point：過度な期待の織り込みによる高値掴みを避けるために、中立的なベース計画（楽観・悲観シナリオの間）を採用。

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

ZPM（ZIGExN Portfolio Matrix）モデル

- M&Aエントリーはハードルレートで厳格に選別し、実行後はPMI基準で資本効率を管理。基準抵触時は再建/売却/清算を遂行。
- キャッシュカウ事業はROICが資本コストを安定的に上回る限り保有を継続し、創出CFを高成長事業およびM&Aに再配分。再投資先のIRR・ROICが資本コストを上回ることを前提条件とし、CF創出⇒再投資⇒CF拡大の複利サイクルで企業価値を最大化する。
- 第2次中計期間において、Vertical HRでは成約介在モデルへの転換推進により顧客単価2.0倍・Z COREを達成、Life Serviceでは5期連続増収により安定的なCF創出基盤を確立。



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

2027年3月期業績予想

- 2027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**。
- 事業投資やポートフォリオミックスの変化、PMI初期段階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
33,500百万円
（前年比: 115%）

EBITDA
8,320百万円
（前年比: 110%）

営業利益
6,430百万円
（前年比: 109%）

（百万円）	FY2026/3 通期実績	FY2027/3 通期予測	前年比
売上収益	29,221	**33,500**	115%
Vertical HR	12,616	**15,500**	123%
Life Service	16,605	**18,000**	108%
EBITDA(注1)	7,592	**8,320**	110%
営業利益	5,913	**6,430**	109%
親会社所有者帰属当期利益	4,157	**4,390**	106%
基本的1株当たり当期利益(EPS)	41.66	**44.09**	106%

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: セグメントは旧区分(Vertical HR, Living Tech, Life Service)ではなく、新区分(Vertical HR, Life Service)で表示。なお、ミラクス社は旧区分ではVertical HRであったが、新区分ではLife Serviceに移行。

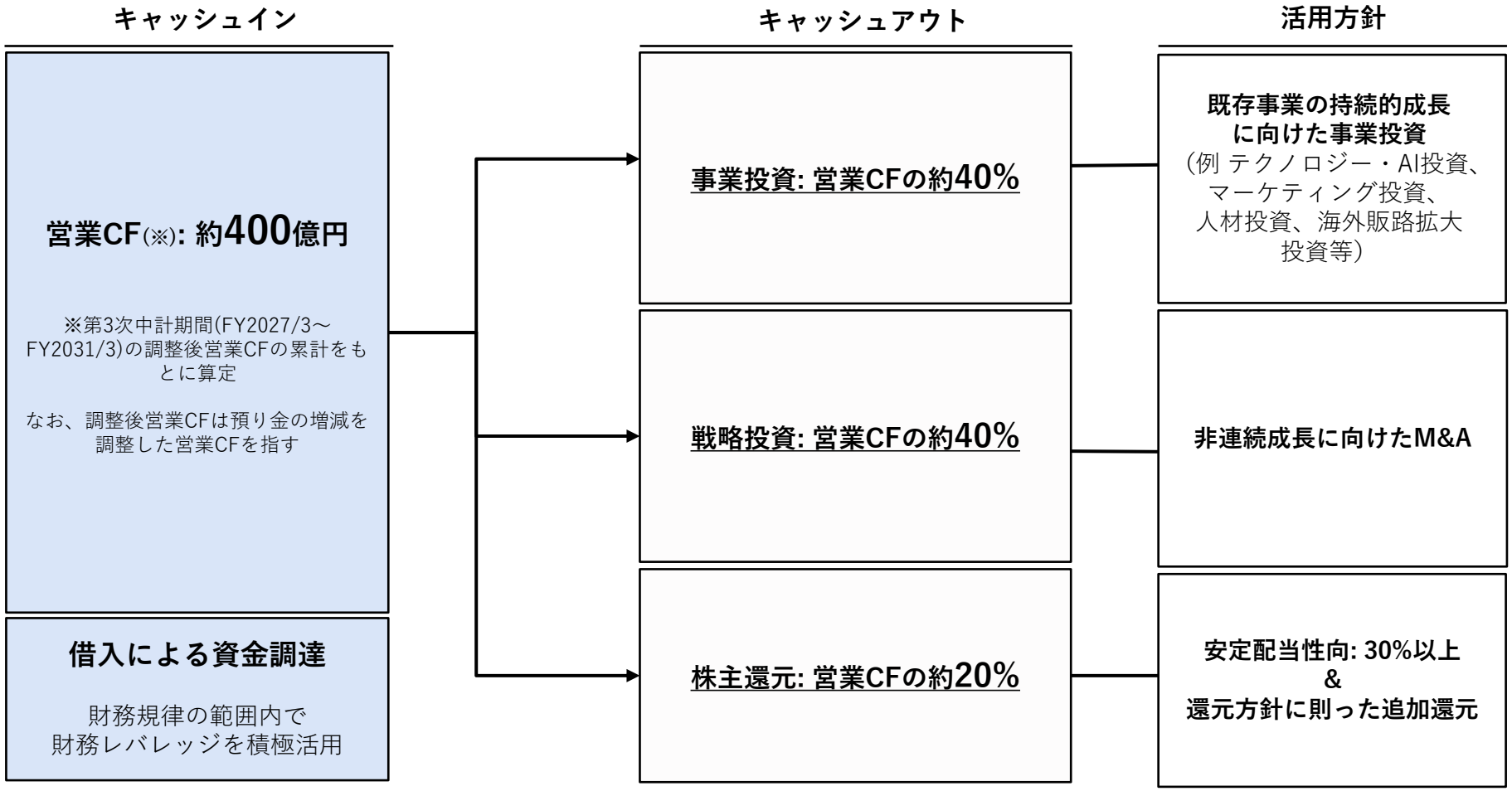
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

4

財務方針

キャピタルアロケーション方針

- 第3次中計期間においては、事業から創出される営業CFをベースに、事業投資 ≧ 戦略投資 ＞ 株主還元の優先順位でキャピタルアロケーションを実行予定。
- 成長投資(事業投資 & 戦略投資)を最優先としつつも、強固なCF創出力を基に、余剰資金は株主還元に機動的に充当する方針。
- また、成長投資においては、財務規律の範囲内で借入による財務レバレッジの活用も想定し、資本構成の最適化を推進。



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

財務方針

- 戦略投資遂行の基盤となる規律ある財務水準を維持しつつ、透明性の高い還元方針により、財務安全性の確保、ならびに株主価値の最大化を図る。

財務規律

		FY26/3
① Net D/Eレシオ：	1.0倍程度	Net Cash
自己資本の範囲内での財務レバレッジ水準の維持		
② Net Debt/EBITDA倍率：	2.0倍程度	Net Cash
高いCF創出力に基づいたレバレッジ水準		
③ のれん対資本倍率：	1.0倍程度	0.6倍
減損による債務超過リスクの限定化		
④ 親会社所有者帰属持分比率：	30%以上	55.5%
財務健全性を維持しつつ、 これまでより攻めの財務戦略も可能な水準		

還元方針

配当方針

普通配当：配当性向 30%以上

特別配当：戦略投資や余剰資金の状況等を考慮のうえ、機動的に実行

自己株式取得・消却方針

親会社所有者帰属当期利益
(-) 戦略投資額
(-) 株主優待費用
(-) 配当総額（普通配当 + 特別配当）
= 翌期の追加還元枠（自己株式取得）

自己株式数が発行済株式総数比で約10%となるまで消却

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

財務戦略と戦略投資（M&A）の状況

戦略投資額

30.8億円

（前期: 20.2億円）

配当予想

13.5円

（前期: 11.0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。約150万株、約6.9億円相当の自社株買いを実施済み。
- 自己株式消却：5/23付けで170万株(対発行済株式総数1.52%)を消却済み。
- 配当金：当期は増収増益を見込み、配当性向30%程度となる13.5円へ増配を計画。

財務方針

(百万円)	FY2025/3	FY2026/3	FY2027/3
親会社の所有者に帰属する当期利益	3,872	4,157	
- 戦略投資額	2,019	3,077	
- 株主優待費用	39	38	
- 配当総額	1,054	1,091	
1株当たり配当(普通配当)	7.5円	11.0円	13.5円
追加還元枠(特別配当)	3.0円	NA	未確定
追加還元枠(自己株式取得)	2,800	700	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: 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。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。

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

貸借対照表の状況

のれん対資本倍率

0.6倍

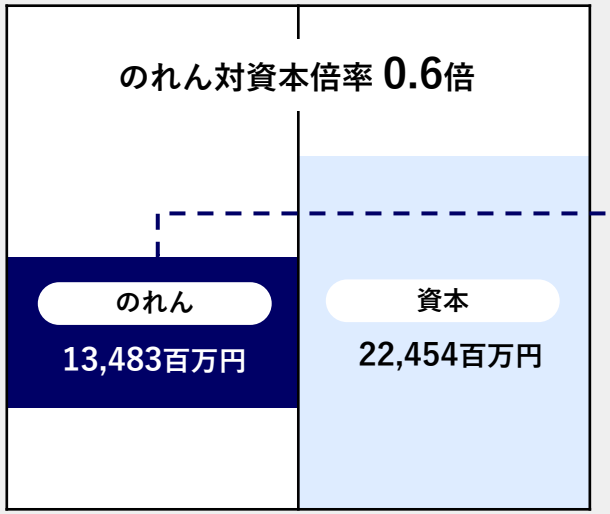
のれん金額

13,483百万円

- 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55.5%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)　40,554百万円



CGU別のれん内訳

13,483百万円

リジョブ	1,756百万円
エニーキャリア	1,621百万円
APW	1,486百万円
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)	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	4,066百万円

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: CGUごとののれん金額は2026/5/12時点の暫定値を示す。

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

のれん減損テスト（基準日: 2026/3末時点）

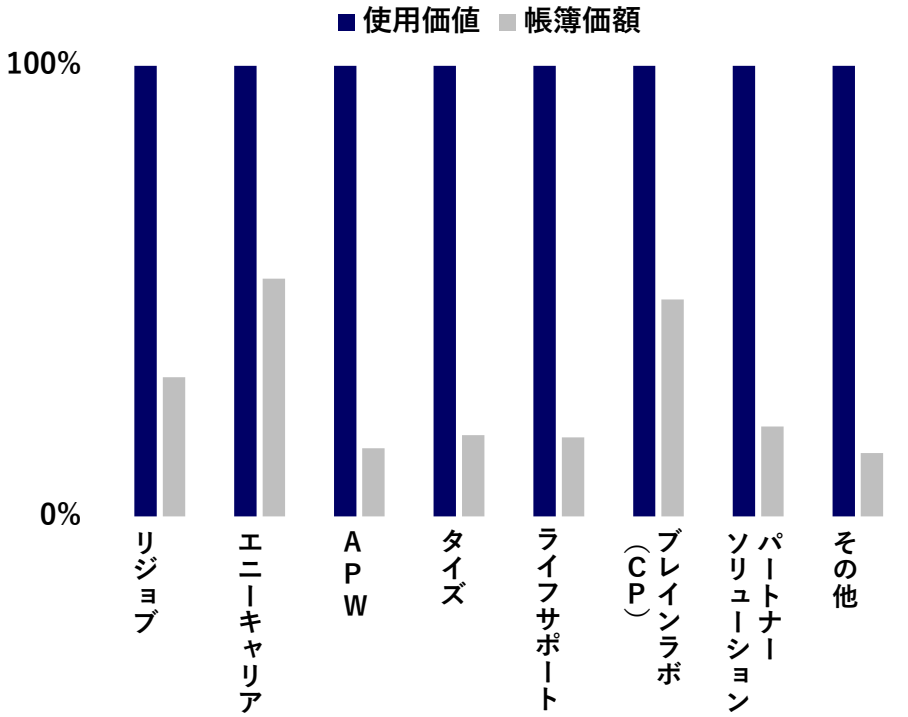
- のれんを構成する各CGUにおいて、IFRSに則り、帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- のれんの金額が大きい主要CGUでは、回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。

のれん

のれん合計：13,483百万円

リジョブ	1,756百万円
エニーキャリア	1,621百万円
APW	1,486百万円
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)	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	4,066百万円

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: 2026年3月末を基準日とする減損テストの結果を示す。

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

5

参考資料

人事組織戦略

- 第3次中計の実現に向けた組織戦略として「人×AIの最適配置実現に向けたグループ人材ポートフォリオ再定義」、「バーチャルカンパニー制の導入によるグループシナジーの最大化・人的資本の最適配置」、「M&A戦略を具現化する経営人材のパイプライン構築・アライメント強化」、の3点を推進。組織の生産性ならびに企業価値向上を目指す。

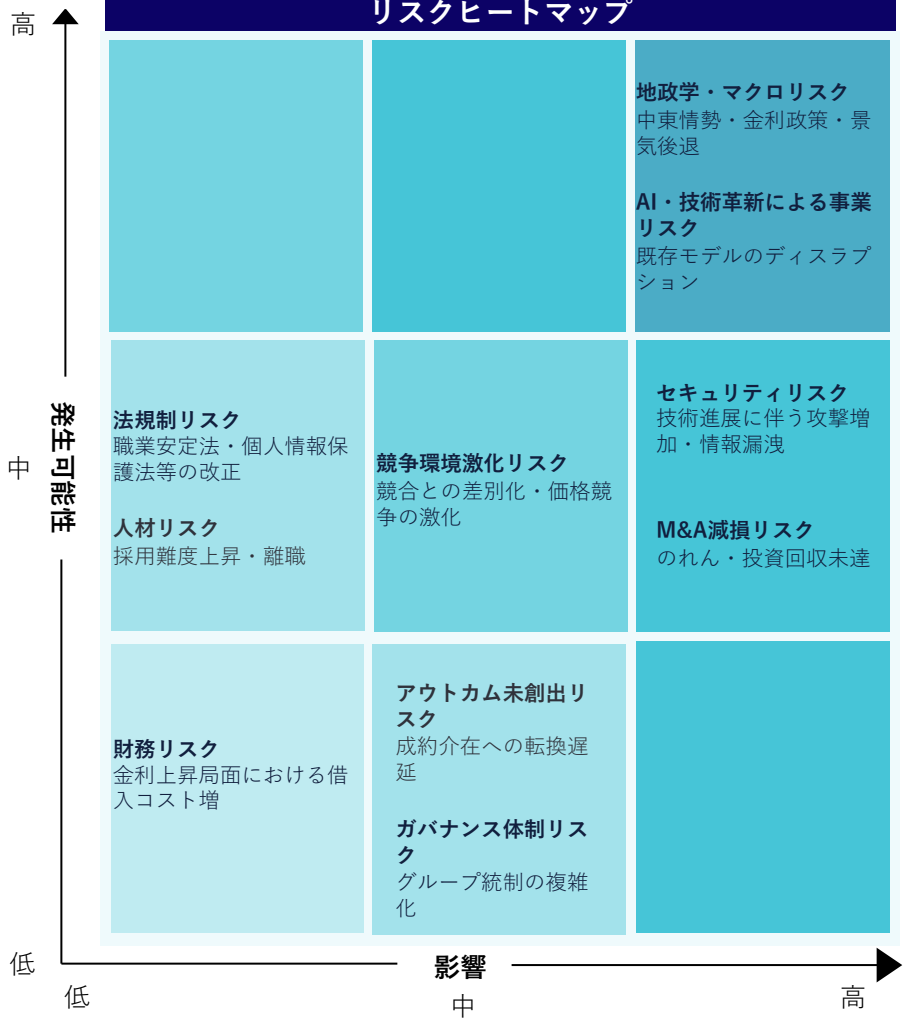
経営戦略	FY2031/3における経営計画の達成、M&Aによる非連続成長の実現、ZIGExN Matching Agent（ZMA）による成長戦略の実現		
組織戦略	「人×AI」の最適配置実現に向けたグループ人材ポートフォリオ再定義	バーチャルカンパニー制の導入によるグループシナジーの最大化・人的資本の最適配置	M&A戦略を具現化する経営人材のパイプライン構築・アライメント強化
概要	・AI人材への投資拡大： 採用・リスキリングを含む育成を強化し、グループ内AI人材比率向上（AIツール利用率100%）、グループ横断の組織構築による開発力強化。またAI推進室の設置。 ・ヒューマンエージェントにおけるセールス関連職比率向上： 第2次中計期間でセールス関連職数が2倍へ、更なる強化のため採用・リテンションの強化。 ・達成指標： 事業推進人材比率 、(AIエージェント)AIによるアウトカムおよびAI売上、(ヒューマンエージェント)1人あたり営業利益	・戦略と資源共通化： グループ各社による個別展開からドメイン起点での統合的アプローチへ移行、事業戦略の共有を図り、グループ内の人材流動性を高め、人的資本の価値を最大化。 ・次世代リーダー抜擢機会の創出と優秀な外部人材の獲得： 各ドメインの成長を推進する責任者を配置、社内の次世代リーダーの抜擢機会、優秀な外部経営人材の獲得に寄与。 ・達成指標： カンパニーごと売上収益・営業利益、カンパニー内次世代リーダー輩出数	・M&A戦略を牽引する経営人材のパイプライン構築： 次世代経営人材・候補者の戦略的採用とグループ横断での次世代経営人材育成強化 ・株主価値と役員報酬のアライメント ： 株主報酬と企業価値向上へのコミットメント最大化のため、報酬における業績連動比率の向上 ・達成指標： 経営者・事業責任者またその候補者の充足率・エンゲージメントスコア、PMI経験者数

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

グループリスクアセスメントと対応

- **当社グループの主要リスクを発生可能性と影響度の2軸で可視化し、優先度の高い5項目について対策方針を定めた。ZPMと連動し、リスクの顕在化防止と、顕在化時の迅速な判断・対応体制を構築する。**

リスクヒートマップ



対策方針

1. 地政学・マクロ経済リスク
中東情勢の不安定化・各国金融引き締めにより、クライアントの採用・投資需要が縮小する可能性。
⇒ ZPMによるポートフォリオ分散で景気感応度を低減。
キャッシュカウ事業の確保により下方耐性を維持。

2. AI・技術革新による事業リスク
生成AIの急速な進化により、既存のマッチングモデルが陳腐化するリスク。
⇒ ZMAとしてAIを事業の中核に内製化。
脅威ではなくTAM拡張の手段として取り込み、先行者優位を構築。

3. セキュリティリスク
サイバー攻撃の高度化とグループ会社増加により、情報漏洩リスクが拡大。
⇒ グループ統一セキュリティポリシーの運用・定期脆弱性診断と、PMI初期フェーズでのIT統合標準化で対応。

4. M&A減損リスク
積極的なM&A推進に伴い、のれん・投資の回収未達リスクが増大。
⇒ハードルレートの厳格運用。
PMI期の基準未達時は再建・売却・清算を含む規律ある対応を実行。

5. 競争環境激化・アウトカム未創出リスク
成約介在モデルへの転換が遅れた事業は、集客・送客のみの低付加価値モデルに留まり収益性が悪化。
⇒ 事業別に転換KPIと期限を設定。
ZPM基準に基づき、未達事業はキャッシュカウ化または撤退を判断。

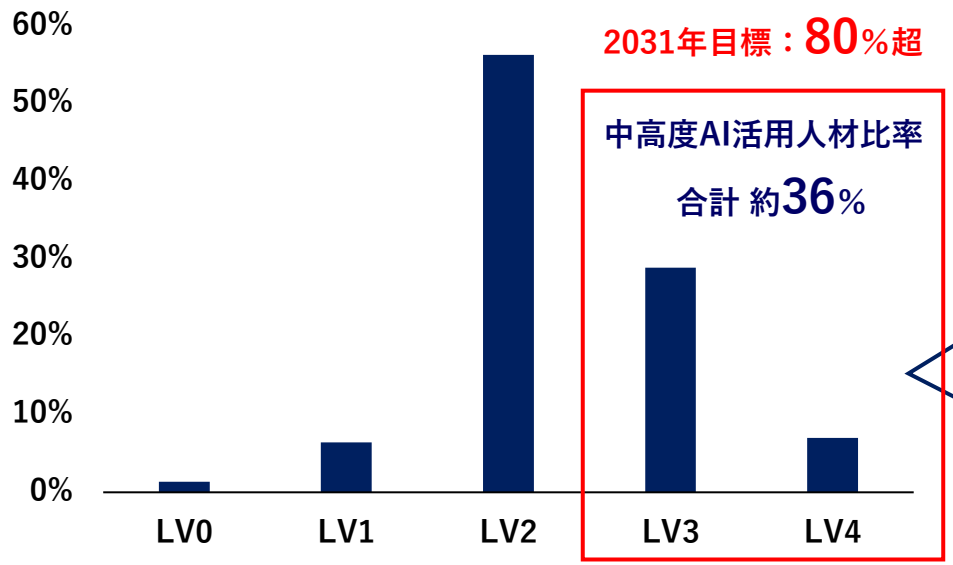
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

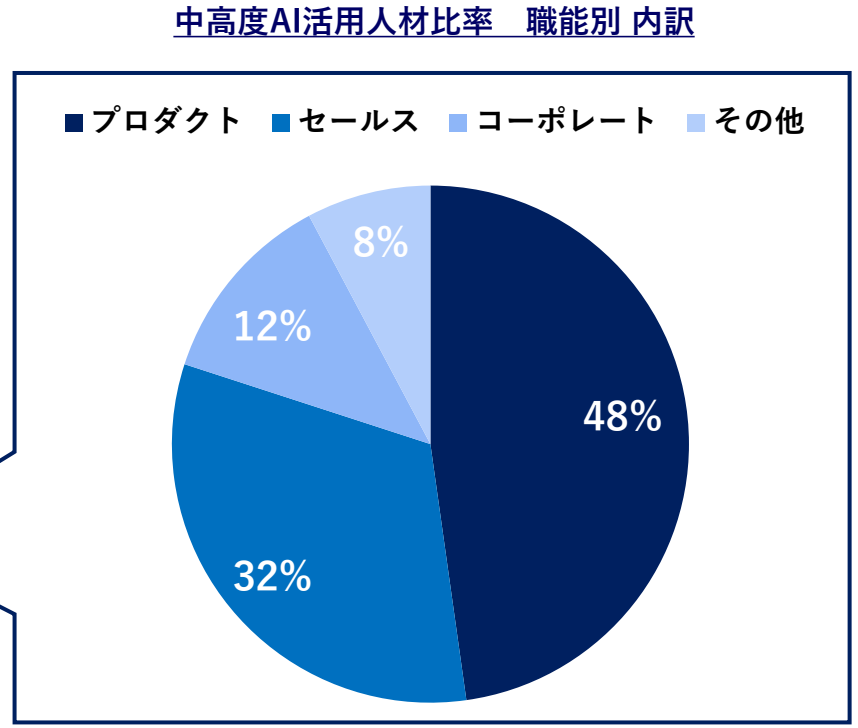
グループ全社におけるAI活用の状況

- 全社AI利用率は約96%と、職種にかかわらず、AIは日常業務で必要不可欠なインフラとなっており、組織全体で定着。
- AI活用レベルを5段階(LV0: 未関心&未活用、LV1: 関心あり&未活用、LV2: 補助的利用、LV3: 実務実装/標準化、LV4: AI推進/開発等)に分けた場合、”補助的な利用”が最も多く、AIリテラシーにはまだバラつきがある状況。
- AI活用の更なる推進により、LV3以上の「中高度AI活用人材比率」の向上を通じて、生産性や収益性の改善を目指す。

AI活用の状況

全社AI利用率	毎日利用率
約96%	約75%





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

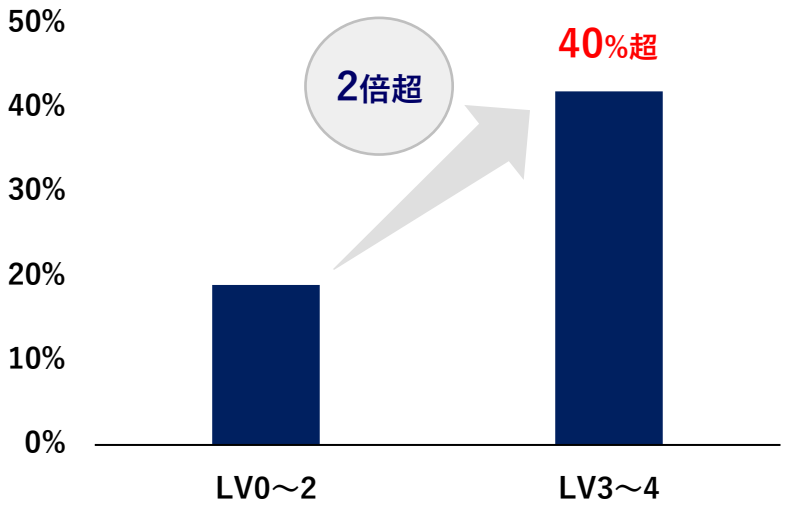
AI活用による生産性向上と高付加価値業務へのシフト

- AI活用レベルが高いほど、AIのポテンシャルの高さを正しく評価しており、業務効率化の可能性を大きく感じている状況。
- 従業員数 約1,000名×1人あたり年間所定労働時間1,920時間×業務効率化割合 40%(中高度AI活用人材が見込む水準)とした場合、全体で約80万時間（従業員約400名分相当）の労働力の追加的創出を示唆。
- AI活用により生み出された余力時間を売上収益などに直結する業務や、中長期の成長を支える新サービスの検討等に投じたいと考える従業員も多数存在している状況であり、中高度AI活用人材の早期育成と高付加価値業務へのシフト促進を目指す。

今後の生産性向上余地

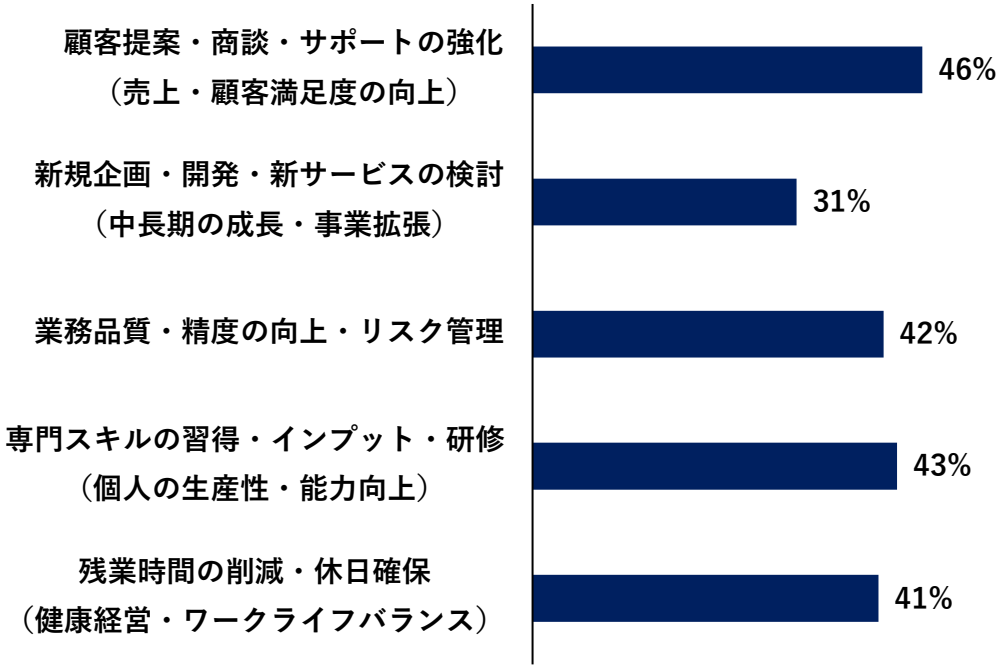
Q. AIツールを理想的な形で利用できた場合、現在の業務時間を何%程度を追加的に効率化・短縮できる可能性があるか？

30%以上の業務効率化が見込めると回答した割合



高付加価値業務へのシフト

Q. 仮にAI活用によって業務時間に余力が生まれた場合、その時間をどのような業務にシフトさせたいか？(最大3つまで複数回答可)



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

第2次中期経営計画（FY2022/3～FY2026/3）の全体像

- 第2次中計では、①不透明な外部環境を踏まえた「選択と集中」、②強みである「マッチングテクノロジーの拡張」、
  ③「顧客基盤の拡大を加速させる投資実行」を経営戦略として掲げ、当社グループの将来成長の柱となるZ COREの創出を推進。

第２次中期経営計画

パーパス

「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
アップデートする会社を目指す

第2次中計 目標数値

Z CORE（売上収益 100億円超の主力事業）の創出

売上収益 350億円超　　EBITDA 100億円超

経営戦略

内容	詳細
選択と集中（マーケット選定と経営資源の最適配分）	中計公表時(2021年5月)の外部環境の不透明性を踏まえ、当該環境下においても、堅調な需要が見込める市場として、Vertical HRとLiving TechをZ Core候補として選定
マッチングテクノロジーの拡張	当社の得意とする集客支援は引き続き継続しつつも、集客以外の業務プロセスにも拡張し、業務全体を支援
顧客基盤の拡大を加速させる投資実行	コロナ禍という厳しい経営環境下における競合状況や、DX需要の追い風などを背景として、顧客数の早期拡大を志向

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

第2次中期経営計画の振り返り -業績目標・経営指標の状況-

- 第2次中計の全社目標値は未達となったものの、**中計公表直前期と比較して、主要な経営指標の多くで過去最高を更新**。
- 一方で、資本市場からの評価は厳しい状況であり、投資家からの信頼性の回復および企業価値の更なる向上に努める。

経営指標	2021年3月期 （中計公表直前期）		2026年3月期		中計目標値
売上収益	12,564百万円	→ 約2.3倍	29,221百万円	（過去最高）	35,000百万円超
EBITDA	3,808百万円	→ 約2.0倍	7,592百万円	（過去最高）	10,000百万円超
営業利益	△1,062百万円 (2,929百万円※)	→ +約70億円	5,913百万円	（過去最高）	―
親会社の所有者に帰属する当期利益	△1,964百万円 (806百万円※)	→ +約61億円	4,157百万円	（過去最高）	―
基本的1株当たり当期利益（EPS）	△18.05円 (7.41円※)	→ +約60円	41.66円	（過去最高）	―
1株当たり配当額（DPS）	3.0円	→ 約3.7倍	11.0円	（過去最高）	―

注: 括弧の数値は減損損失調整後の数値を示す。営業利益は実績値+減損損失、親会社の所有者に帰属する当期利益は実績値+減損損失×(1-法定実効税率)、EPSは調整後当期利益÷期中平均株式数で算定。

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

第2次中期経営計画の振り返り -Z COREの創出-

- コロナの収束やインフレの定着など、中計公表時とは異なる外部環境の変化もあり、Living Techでは当初想定していたZ CORE化が未実現となったものの、Vertical HRでは戦略投資や人材紹介事業を中心とする堅調なオーガニック成長を背景として前倒しで達成。
- 中長期的な人手不足の深刻化や、労働市場における流動性向上および賃金上昇など、マクロ環境も追い風となり、今後もVertical HRにおける中期的なアップサイドは大きい。

第2次中計の振り返り -Z CORE（売上収益 100億円超の主力事業）の創出-

選択と集中によるZ CORE候補

◆ Vertical HR

売上収益（FY21/3 ⇒ FY26/3）

- 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

4,800 百万円 ⇒ 13,328 百万円　約2.8倍

◆ Living Tech

- 外部環境の変化や、一定規模以上のM&Aが実施できず、Z Coreの実現には苦戦
- 一方で、着実なオーガニック成長や戦略投資の実行により、業績拡大を実現

3,391 百万円 ⇒ 6,933 百万円　約2.0倍

◆ Life Service

- 低採算事業の経営統合やポートフォリオ合理化を推進
- マクロ環境の急速な変化を踏まえ、旧TSD(旅行)のM&A等、攻めの投資も実行

4,373 百万円 ⇒ 8,960 百万円　約2.0倍

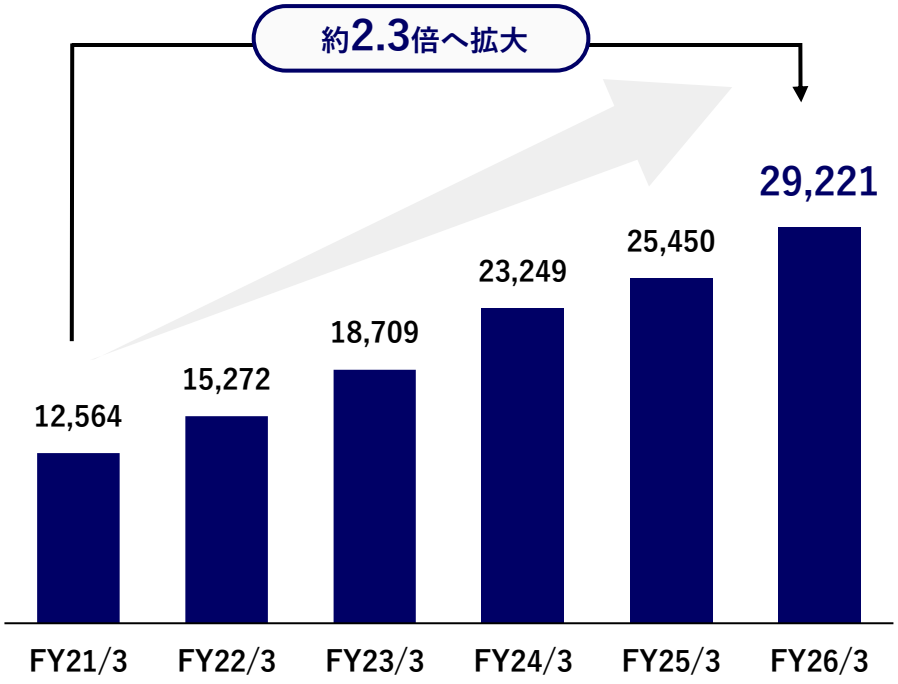
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

第2次中期経営計画の振り返り -連結業績・指標推移-

- 連結売上収益は、法人顧客数と法人顧客単価の両方の伸長により、**中計公表直前期から2.3倍の規模に成長**。
- 法人顧客数は、経営戦略として掲げていた投資の効果や新規M&Aの貢献などにより、**中計期間において4,300社超増加**。
- 法人顧客単価は、人材紹介事業の拡大や高単価事業のグループインなどに伴うプロダクトミックスの変化により大幅拡大。

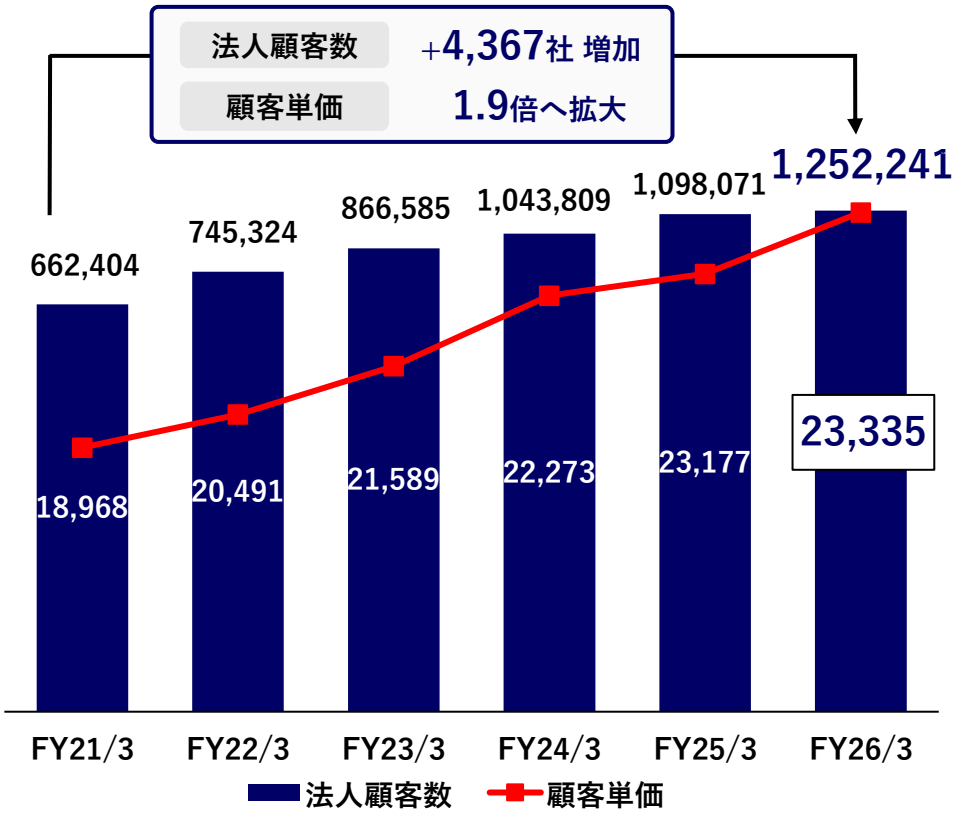
連結売上収益

(単位: 百万円)



法人顧客数・顧客単価

(単位: 社)
(単位: 円)



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

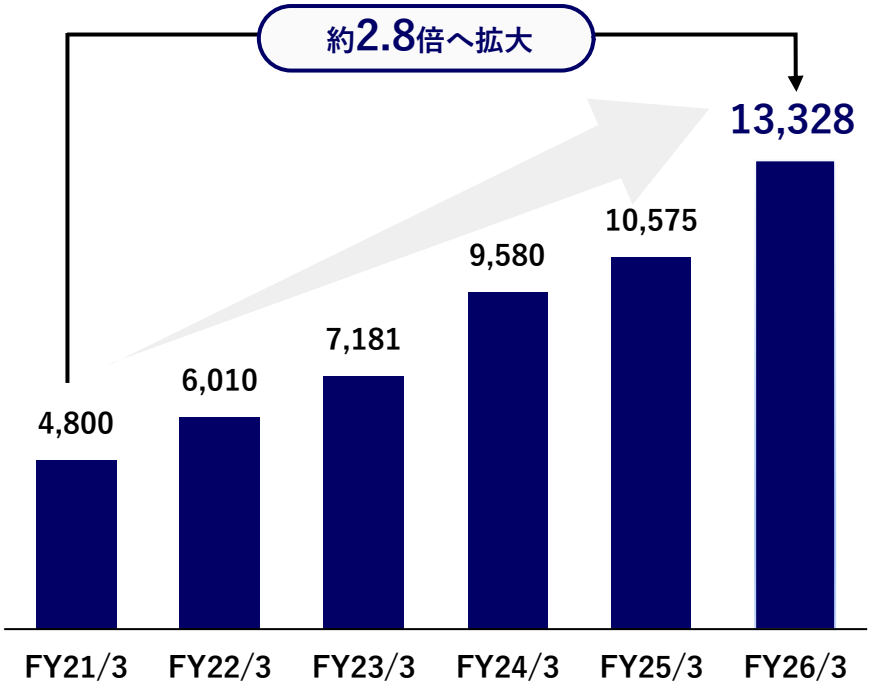
第2次中期経営計画の振り返り -Vertical HR 業績・指標推移-

- 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)化を前倒しで実現。
- 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。

売上収益 -Vertical HR-

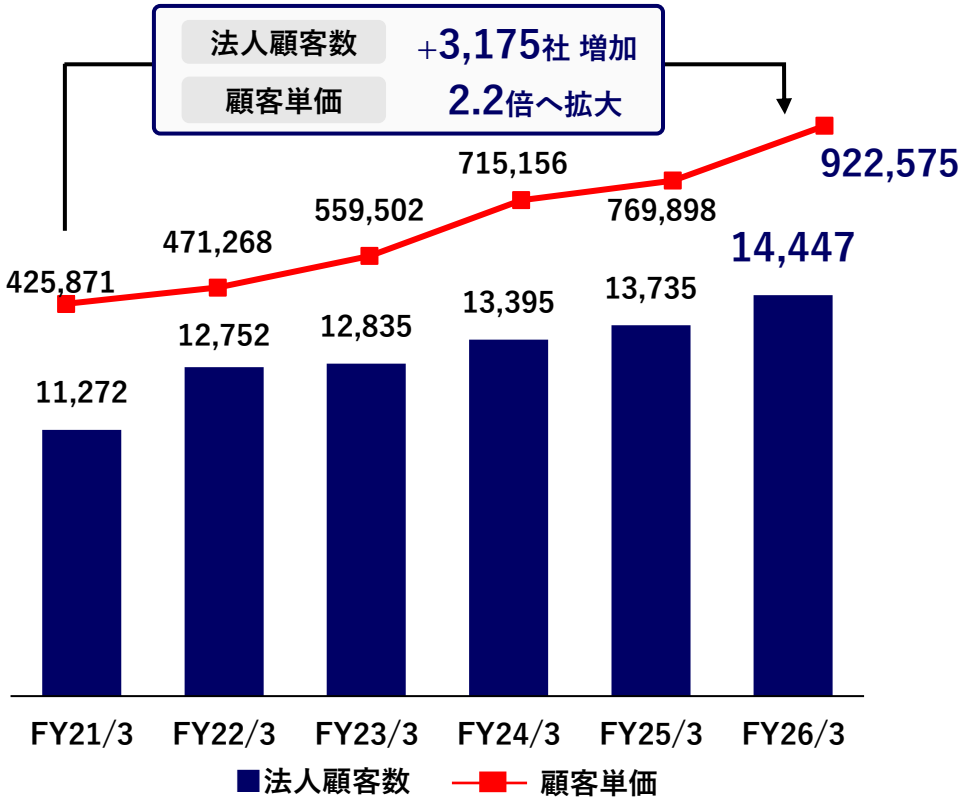
(単位: 百万円)

Z CORE(売上収益100億円超の主力事業)を前倒しで達成



顧客数・単価推移 -Vertical HR-

(単位: 社)
(単位: 円)



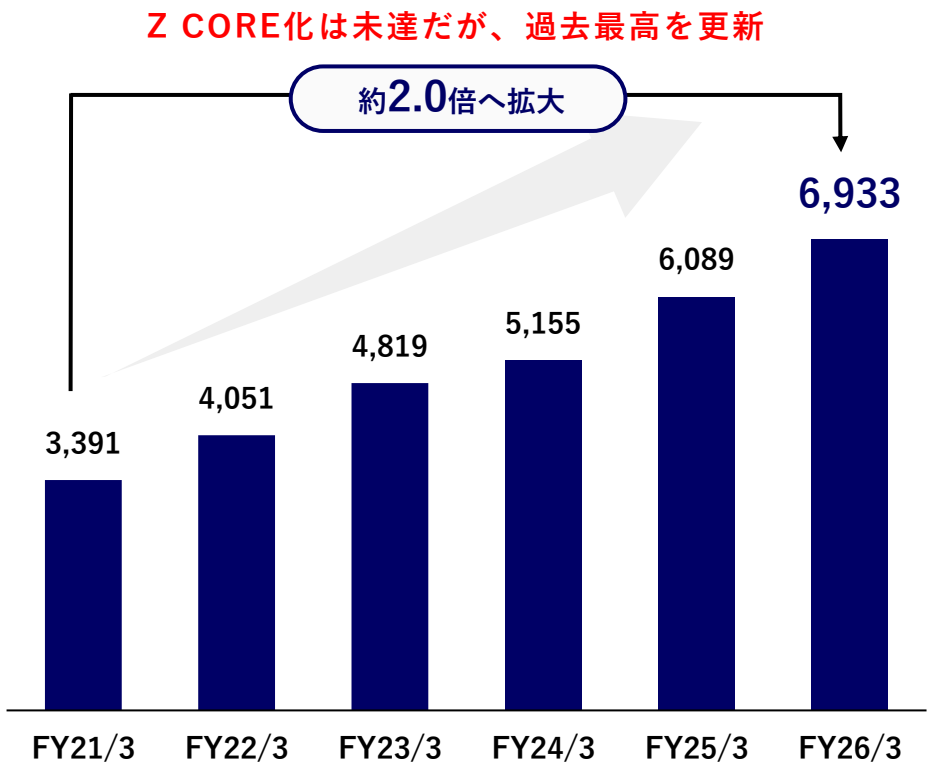
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

第2次中期経営計画の振り返り -Living Tech 業績・指標推移-

- Living Techでは、Z CORE化は未達となったものの、売上収益は中計公表直前期から約2.0倍超に成長。
- 既存事業のプロダクト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。

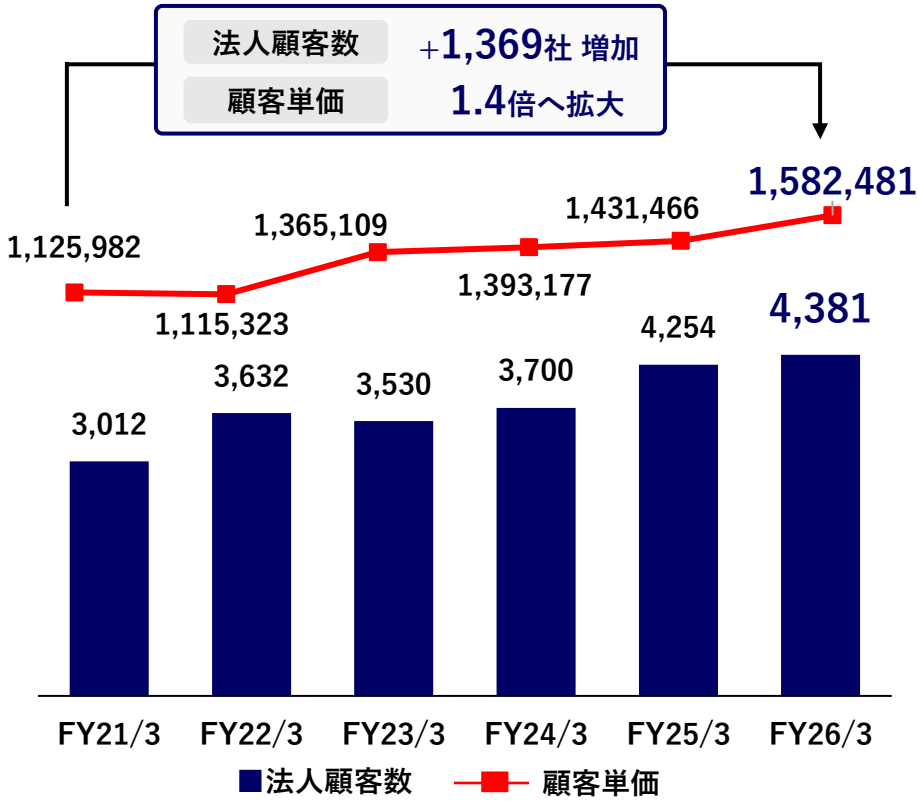
売上収益 -Living Tech-

(単位: 百万円)



顧客数・単価推移 -Living Tech-

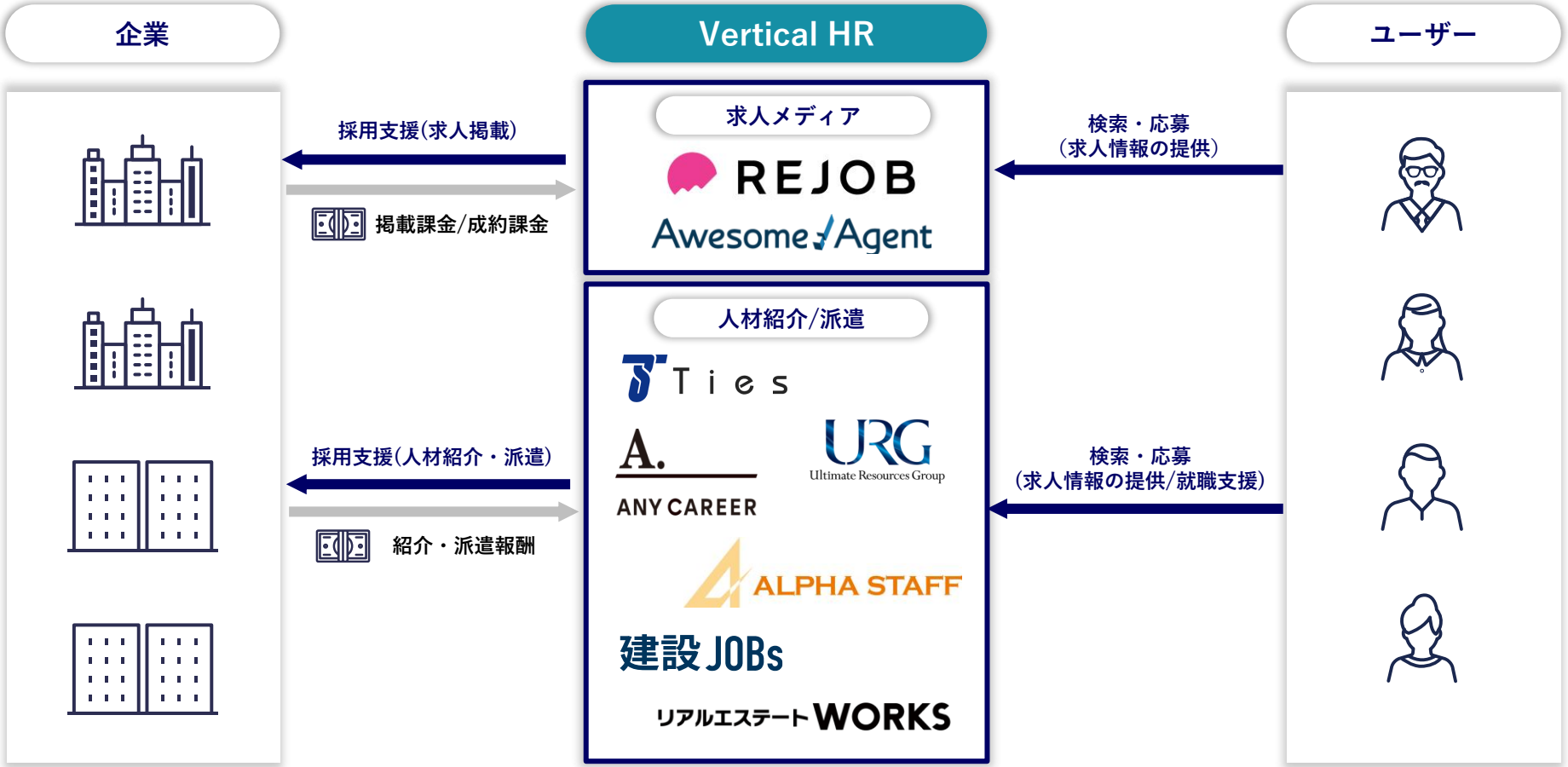
(単位: 社)
(単位: 円)



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

Vertical HRのビジネスモデル

- 特定領域に特化したHR支援サービス（求人メディア・人材紹介・人材派遣）を提供



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

Life Serviceのビジネスモデル① -不動産領域-

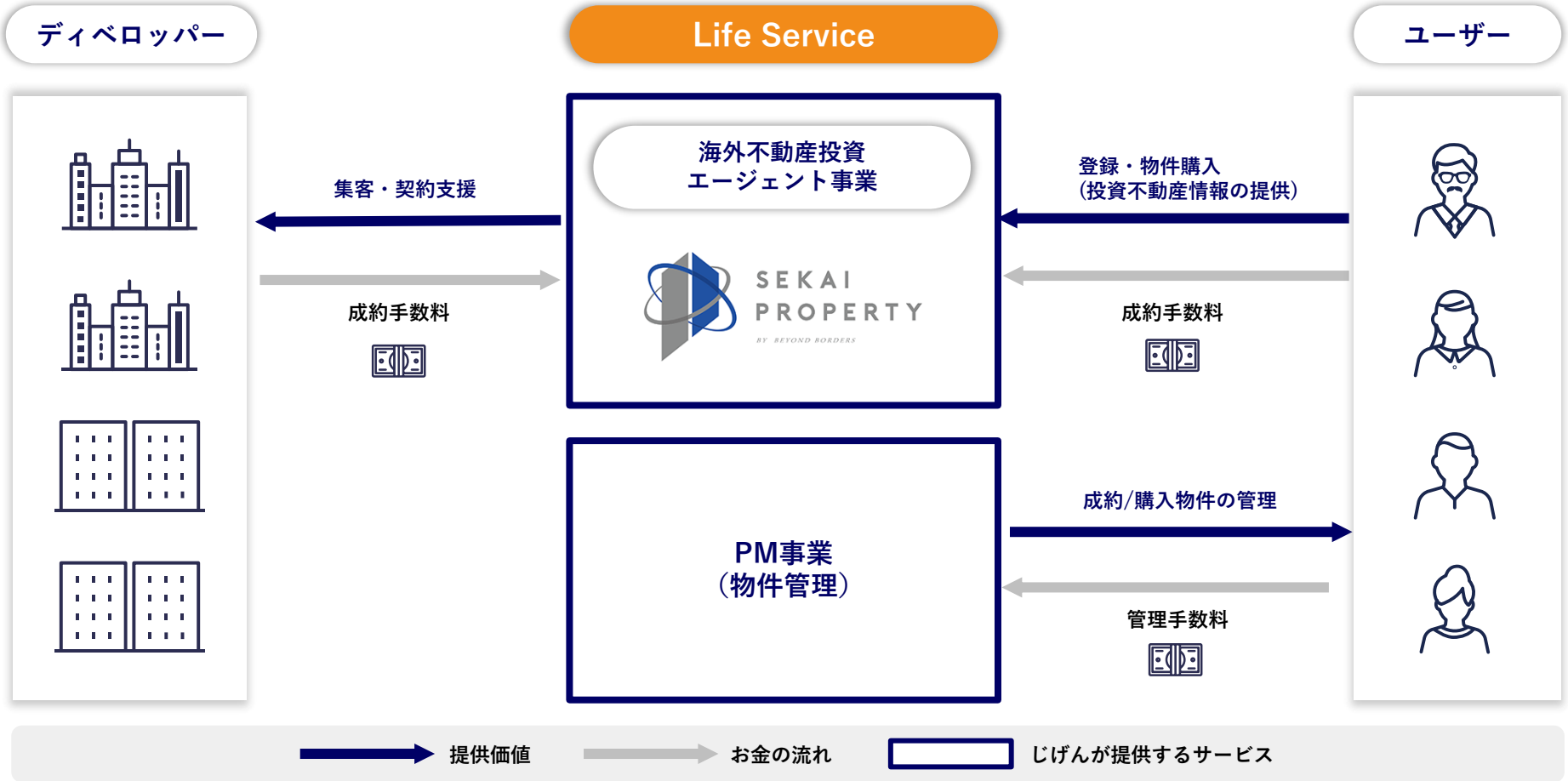
- アグリゲーションメディア：複数メディアの情報を集約することで、一括検索・応募を可能としたメディア
- 特化型メディア：顧客と直接契約し、一次情報を掲載する直接掲載型メディア



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

Life Serviceのビジネスモデル② -不動産領域-

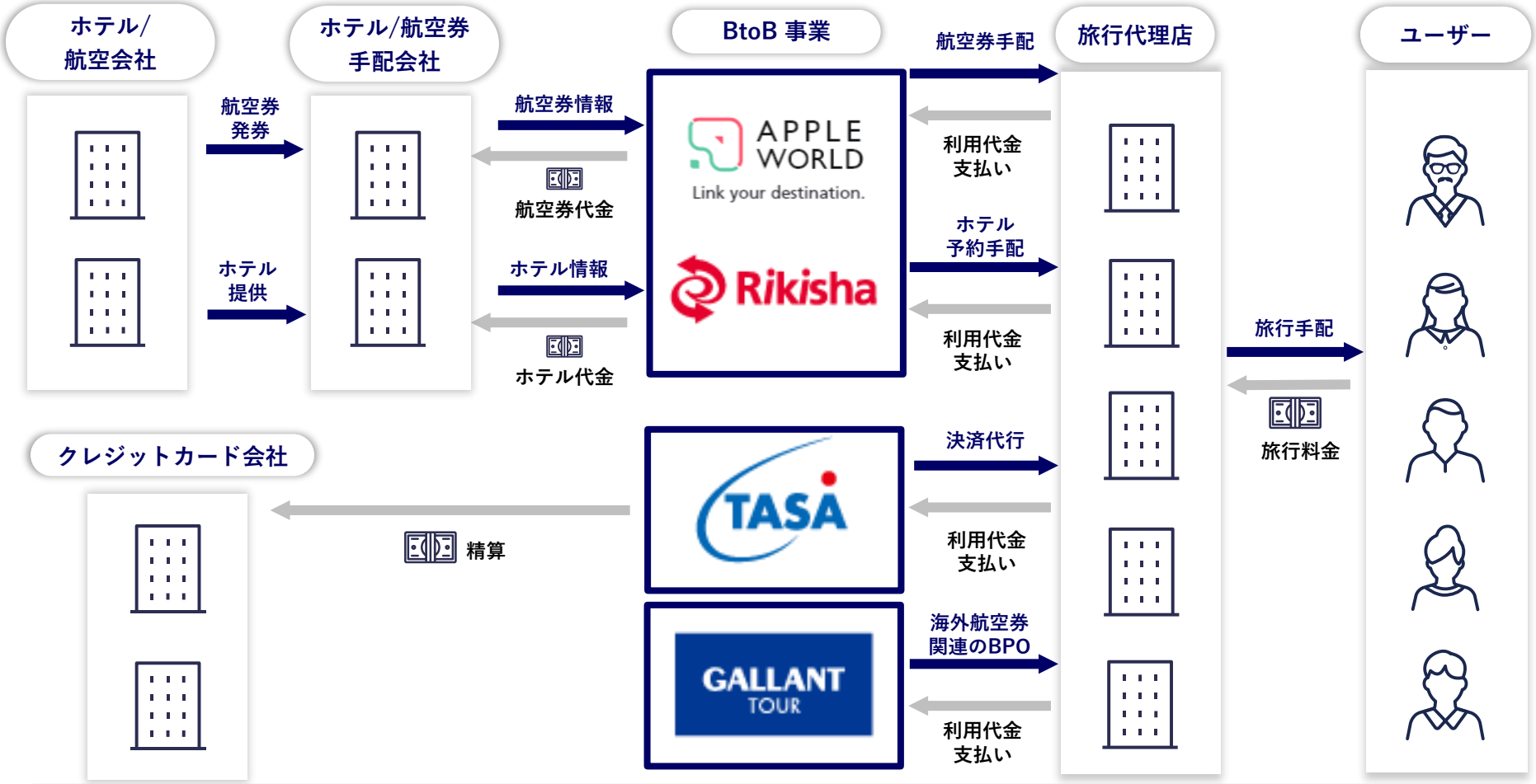
- エージェント事業：主に東南アジアなどの海外不動産を国内富裕層へ紹介する不動産投資エージェント事業



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

Life Serviceのビジネスモデル③ -旅行領域 BtoB-

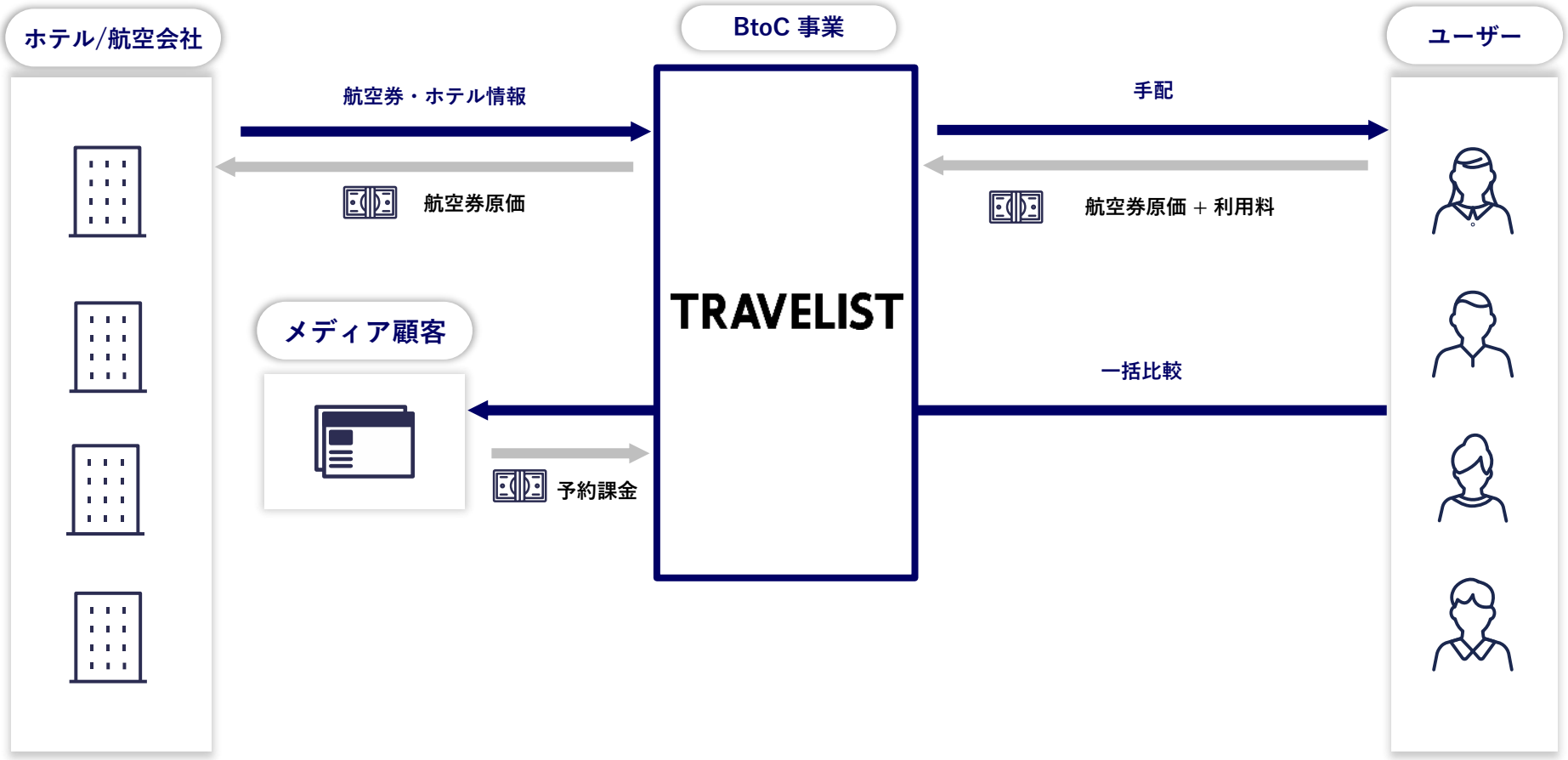
- 旅行領域のBtoB事業：旅行会社向けのホテル手配システム・決済代行・BPO等を運営



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

Life Serviceのビジネスモデル④ -旅行領域 BtoC-

- 旅行領域のBtoC事業：航空券やホテル等の予約メディア



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

Life Serviceのビジネスモデル⑤ -その他領域-

- 特化型メディア：顧客と直接契約し、一次情報を掲載する直接掲載型メディア
- システム事業：業務支援システムの開発・提供



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

取締役会・監査役会メンバー

- **取締役会は豊富な経験や専門性を有するメンバーから構成。**

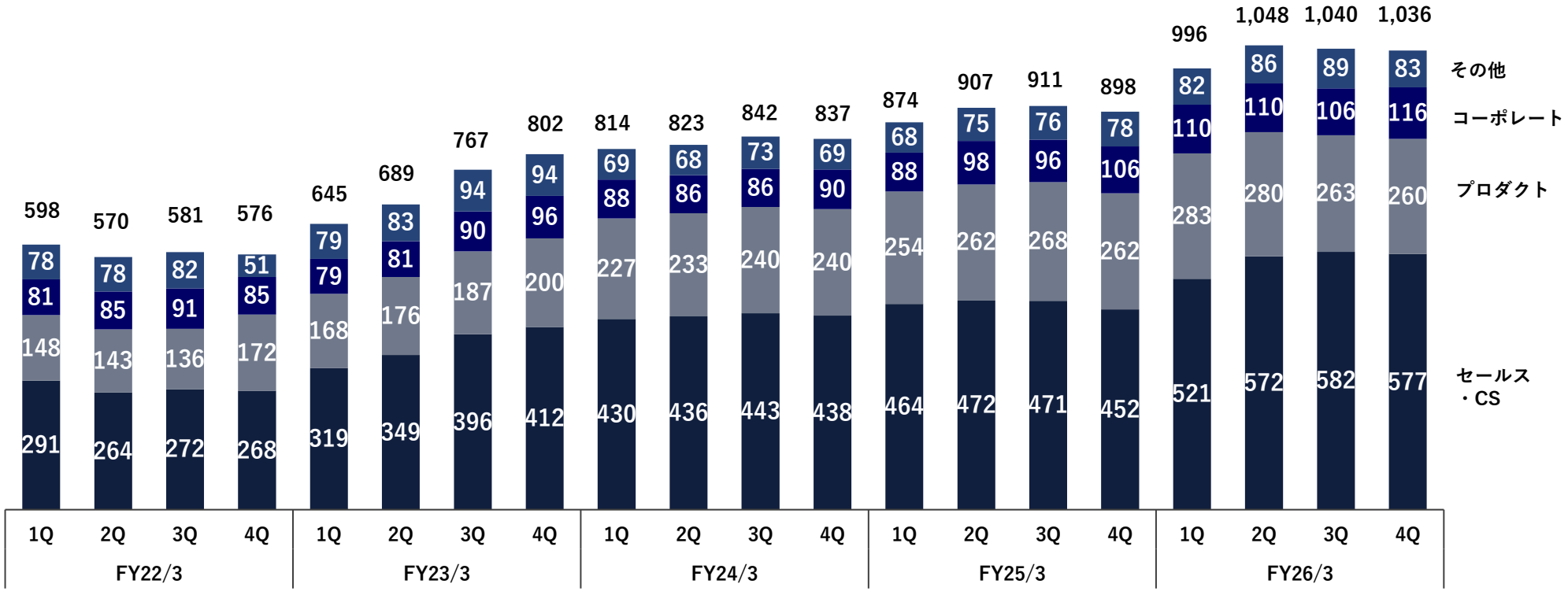
氏名	主な役職	略歴
平尾丈	代表取締役	学生起業家、リクルートを経て、2008年当社代表取締役社長（現任）。
今井良祐	取締役	新卒社員として、2013年当社入社
波多野佐知子	取締役	あずさ監査法人（現・有限責任 あずさ監査法人）、 ライフネット生命保険を経て、2018年当社入社。公認会計士。 現在は、当社取締役 執行役員 経営管理部部長、他当社グループ会社取締役。
薄葉康生	社外取締役	リクルート、日本IBM、GEコンシューマー・ファイナンス、 グーグルチャネルセールス事業本部長等を経て、LocationMind取締役CPO。2021年6月より当社社外取締役。
榊淳	社外取締役	第一勧業銀行（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）、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。

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

四半期末従業員数推移

- 連結従業員数は1,036名。前期比ではM&A戦略やタイズ社の採用強化などにより、セールス・CSが大幅増加、直近では安定推移。
- 採用拡大とAI活用による1人当たり生産性向上の最適バランスを追求。

グループ全体 職能別従業員数



注1: ミラクス及びアルファスタッフ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。
注4: FY26/3 Q1～FY26/3 Q3の「その他」と「合計値」の数値を修正(修正前:「その他」FY26/3 Q1 81 Q2 85 Q3 88 「合計値」FY26/3 Q1 995 Q2 1,047 Q3 1,039)

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

四半期末貸借対照表推移

親会社所有者帰属持分比率

55.5%

のれん対資本倍率

0.6倍

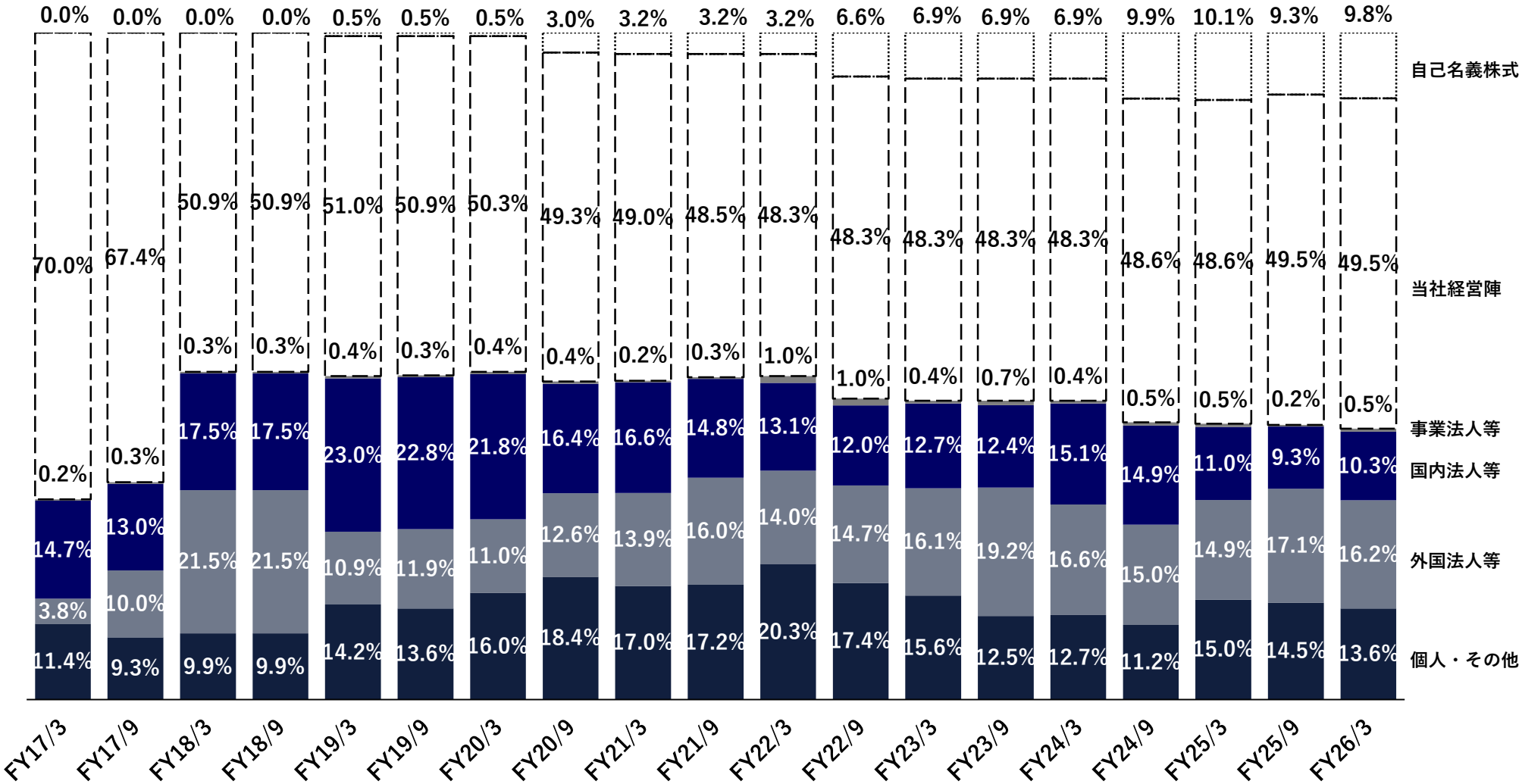
- 親会社所有者帰属持分比率(≒自己資本比率)は55.5%、のれん対資本倍率は0.6倍であり、財務基盤は健全。
- ネットキャッシュは約9,015百万円。

(百万円)	FY2025/3				FY2026/3			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
流動資産	19,523	18,557	17,224	19,952	16,504	18,689	18,651	19,727
現金・現金同等物	13,930	13,057	11,820	14,295	10,641	12,399	12,306	12,722
非流動資産	15,983	17,165	17,222	17,621	18,339	20,714	20,865	20,828
のれん	10,001	10,693	10,898	10,872	11,555	13,173	13,487	13,483
無形資産	2,498	2,610	2,779	2,893	3,062	3,539	3,594	3,659
資産合計	**35,506**	**35,722**	**34,447**	**37,573**	**34,843**	**39,403**	**39,516**	**40,556**
負債	16,521	17,635	15,565	17,622	15,182	18,795	18,153	18,103
流動負債	13,803	14,827	13,314	15,426	13,097	15,209	14,994	15,404
短期有利子負債	2,689	2,889	2,897	2,657	2,368	2,845	2,473	2,348
預り金	5,007	5,375	4,808	5,791	4,206	4,424	4,219	4,624
非流動負債	2,718	2,808	2,251	2,195	2,085	3,585	3,159	2,699
長期有利子負債	1,802	1,329	849	617	433	1,996	1,678	1,359
資本	18,985	18,087	18,881	19,951	19,660	20,609	21,363	22,453
負債・資本合計	**35,506**	**35,722**	**34,447**	**37,573**	**34,843**	**39,403**	**39,516**	**40,556**
親会社所有者帰属持分比率	**53.5%**	**50.7%**	**54.9%**	**53.2%**	**56.5%**	**52.4%**	**54.1%**	**55.5%**
有利子負債 合計	4,490	4,218	3,746	3,274	2,802	4,840	4,151	3,707

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

財務戦略: 株主構成

- 海外投資家比率は微減。一方で国内法人比率が10%超に上昇するも、全体としては概ね安定推移。

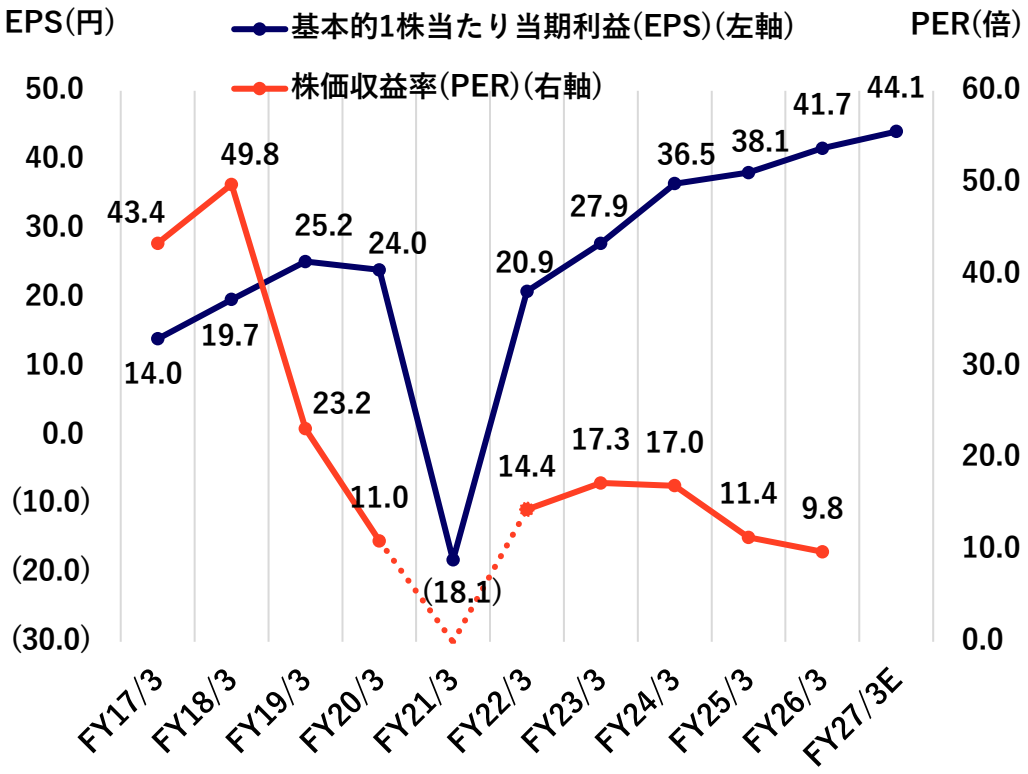


Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

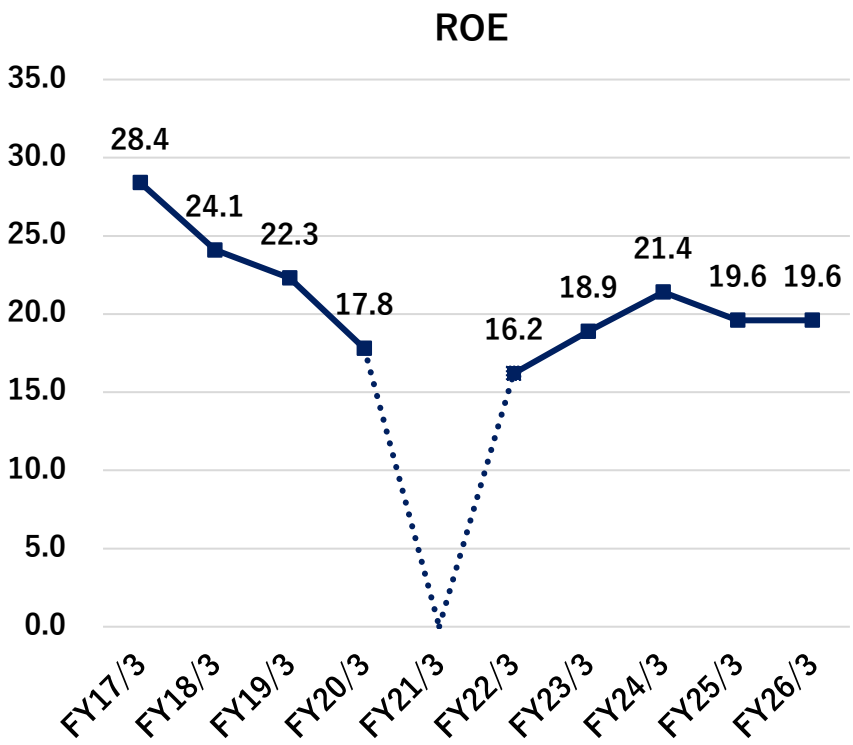
指標推移

- EPS：FY26/3はタイズを中心とするVertical HRの業績伸長や、自己株式取得により、過去最高値を更新。
- ROE：FY26/3は約20%のROEを維持。今後も中長期的な視点からROE 20%以上の維持に努める。

EPS & PER 推移



ROE推移



注: FY21/3は当期純損失を計上。

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

用語集

用語	意味
成約介在モデル	集客・送客にとどまらず、人材紹介・RPO等を通じて成約プロセスに直接介在するビジネスモデル。掲載課金型と比較し顧客単価が構造的に高い。
成約課金転換	従来の掲載課金(広告掲載時に課金)から、成約時に課金する収益モデルへの移行。テイクレートの向上と収益の安定化に寄与。
バーチャルカンパニー	複数の事業会社・事業部をカンパニー単位で束ね、リソース最適配分・ナレッジ共有・ガバナンス強化を図る。
BPO (Business Process Outsourcing)	企業の業務プロセスを外部に委託するサービス。販促領域では集客後の実務工程を含む。
CVR (Conversion Rate)	サイト訪問者のうち成約・問合せ等の目標行動に至った割合。ZVIの主要改善対象。
IRR (Internal Rate of Return)	投資によって得られる将来キャッシュフローの利回りを指す指標。
LS (Life Service)	第3次中計よりLiving TechとLife Serviceを統合した新セグメント。生活サービス関連の事業群で構成。
LTV (Life Time Value)	顧客生涯価値。1顧客から取引期間全体で得られる累計収益。クロスセル・成約課金転換により拡大を企図。
ROIC (Return on Invested Capital)	税後営業利益(NOPAT) ÷ 投下資本で算定。投下資本に対して、どれだけ効率的に利益を稼いだかを示す指標。
RPO(Recruitment Process Outsourcing)	企業の採用業務の一部または全部を外部が代行するサービス。当社では成約介在モデルの一形態として展開。
TAM利益	TAMにテイクレートと営業利益率を乗じて算出した、市場全体の利益獲得可能額。市場天井リスクの評価に使用。
VHR (Vertical HR)	人材領域における特定業界特化型の主力事業群で構成されるセグメント。
ZMA (ZIGExN Matching Agent)	第3次中計の成長エンジン。人とAIの最適配置により、集客から成約・BPOまで企業の業務プロセス全体に深く介在し、TAMと提供価値を同時に拡張するモデル。
ZPM (ZIGExN Portfolio Matrix)	M&Aのエントリーからモニタリング・撤退判断までを資本利益率×成長率の4象限で管理し、ポートフォリオ全体の資本効率を最大化する経営管理フレームワーク。キャッシュカウ事業の創出CFを高ROIC事業・M&Aに再配分し、複利的な企業価値向上を図る。
ZVI (ZIGExN Value Integration)	当社独自のPMI手法。集客再設計・CVR改善・成約課金転換等を標準パッケージとしてM&A後の全案件に適用し、迅速な収益改善と投資回収を実現する。

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

基礎資料

- 基本情報(ビジネスモデル、業績推移、成長戦略等)については、下記基礎資料をご参照ください。

✓ 新規投資家向け資料：https://zigexn.co.jp/ir/new_investor/
内容：会社/事業紹介、競争優位性、成長戦略、直近年度の業績、財務方針　等

✓ データブック（ファクトシート）：https://zigexn.co.jp/ir/
内容：各種指標、B/S、P/L、CFS等の推移　等

✓ ESGデータ & レポート：https://zigexn.co.jp/ir/integrated_report/
内容： ESGデータブック、統合報告書　等

✓ 決算説明会関連：https://zigexn.co.jp/ir/earnings_release/
内容：過去決算説明会資料、決算説明会動画、決算説明会書き起こし　等

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

免責事項



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。

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