

株式会社じげん

# 2024年3月期 第2四半期決算説明会資料

2023年11月9日

# Contents

1. 決算概要・経営戦略の進捗
2. SDGs・ESG
3. 参考資料

# 1

## 決算概要・経営戦略の進捗

# エグゼクティブサマリ

**FY24/3  
通期方針**

第2次中計で掲げている「Z CORE」(売上収益100億円超の主力事業)の創出に向けて、プロダクトの強化、PMI、新規M&Aを推進。顧客提供価値の引き上げを目指す。

(単位: 百万円)

**FY24/3 Q2  
実績サマリ**
**売上収益  
11,203**

 YoY +33%  
進捗率: 48%

**EBITDA  
3,132**

 YoY +31%  
進捗率: 48%

**営業利益  
2,513**

 YoY +32%  
進捗率: 47%

**当期利益  
1,794**

 YoY +31%  
進捗率: 49%

**EPS  
17.25円**

 YoY +34%  
進捗率: 49%

- ✓ 売上収益は四半期過去最高、利益は四半期過去最高水準で着地
- ✓ 最繁忙期を含む下期にかけて、全体として順調に進捗中
- ✓ 前期グループイン事業の費用構造の見直しや収益拡大に向けた取り組みといったPMIを引き続き推進
- ✓ M&Aソーシングは引き続き積極的に実施中

## Vertical HR

- ✓ タイズは高収益構造と高成長率を維持。
- ✓ 前期に新規グループイン事業のPMIは着実に進捗中。
- ✓ リジョブは想定通り安定的に成長。

## Living Tech

- ✓ スモッカは商材追加・強化により繁忙期に向けて進捗中。
- ✓ リフォーム分野では資材価格の高騰や巣ごもり需要の反動等が影響。

## Life Service

- ✓ 海外渡航需要の着実な回復やAPWとTSD間のシナジーにより高成長を実現。
- ✓ 国内旅行分野ではトラベリストにおいて、海外航空券やホテル予約といった新規商材をリリース。

# 四半期業績推移

売上収益

**5,744**百万円

(YoY +33.0%)

EBITDA

**1,627**百万円

(YoY +38.0%)

営業利益

**1,311**百万円

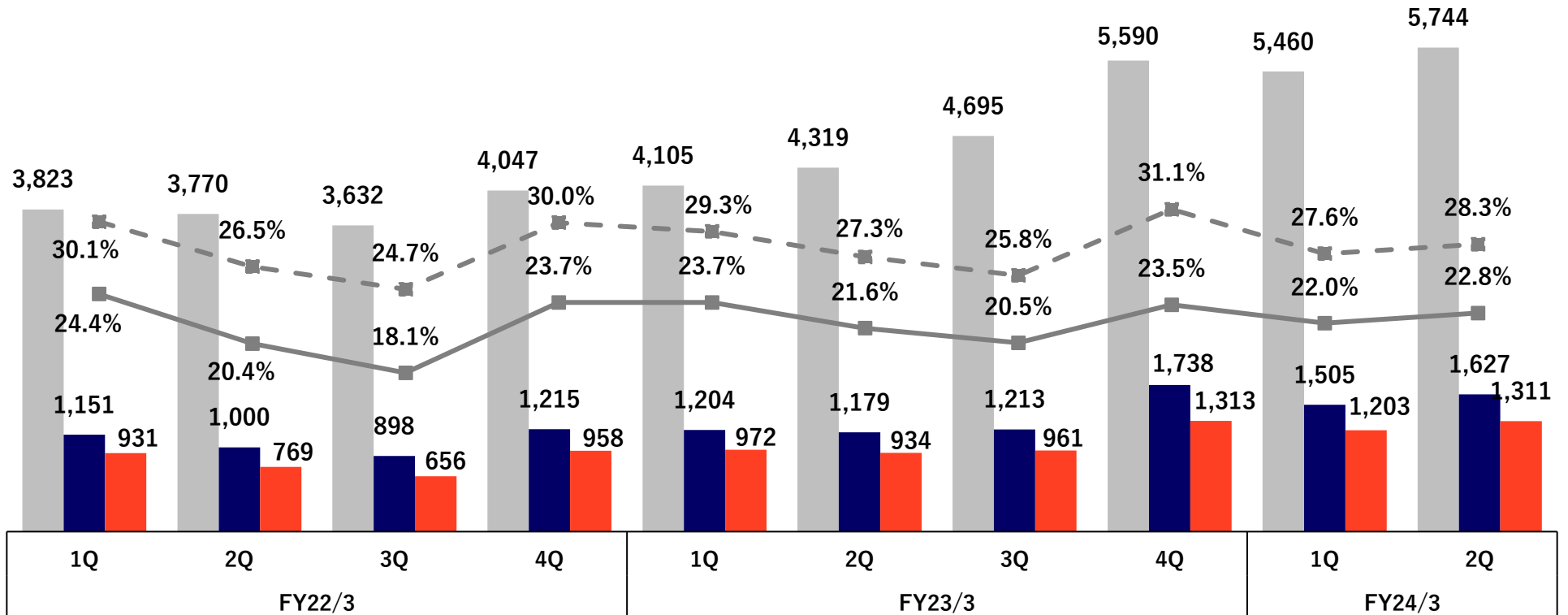
(YoY +40.4%)

- 売上収益は四半期過去最高、利益指標も過去最高水準で着地。
- 利益率はプロダクトミックスの変化、新規グループイン事業がPMI初期段階であること等により安定に推移。
- 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)



# 2024年3月期業績予想に対する進捗率

- 全セグメントにおいて、2Qとして過去最高の売上収益を更新するも、Living Techの成長率の更なる引き上げが課題。

売上収益

**11,203**百万円  
(進捗率: 48%)

EBITDA

**3,132**百万円  
(進捗率: 48%)

営業利益

**2,513**百万円  
(進捗率: 47%)

EPS

**17.25**円  
(進捗率: 49%)

| (百万円)                 | FY2023/3<br>Q2実績 | FY2024/3<br>Q2実績 | 前年比(%) | FY2024/3<br>業績予想 | 進捗率(%) |
|-----------------------|------------------|------------------|--------|------------------|--------|
| 売上収益                  | 8,423            | 11,203           | +33%   | 23,300           | 48%    |
| ● Vertical HR         | 3,083            | 4,658            | +51%   | 9,300            | 50%    |
| ● Living Tech         | 2,140            | 2,407            | +12%   | 5,800            | 41%    |
| ● Life Service        | 3,200            | 4,139            | +29%   | 8,200            | 50%    |
| EBITDA(注1)            | 2,383            | 3,132            | +31%   | 6,500            | 48%    |
| 営業利益                  | 1,906            | 2,513            | +32%   | 5,300            | 47%    |
| 親会社所有者<br>帰属当期利益      | 1,371            | 1,794            | +31%   | 3,650            | 49%    |
| 基本的1株当たり<br>当期利益(EPS) | 12.88            | 17.25            | +34%   | 35.10            | 49%    |

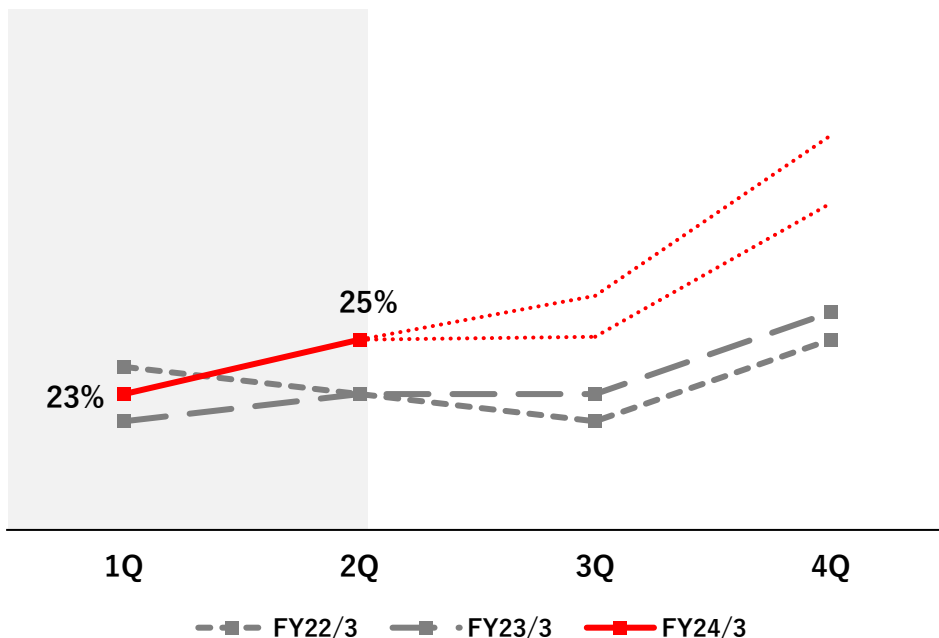
注: EBITDA=営業利益(損失)+減価償却費及び償却費+減損損失+固定資産除却損及び評価損-負ののれん発生益

# 2024年3月期業績予想に対する四半期達成率

- 売上収益(期中M&Aを除く)の四半期達成率：前期に続き1Qから2Qにかけて達成率は上昇基調。また、2Q単体及び累計の達成率は直近3年間で過去最高。
- 営業利益(期中M&Aを除く)の四半期達成率：直近3年間で初めて1Qから2Qにかけて四半期達成率が上昇。
- 通常、3Qは四半期達成率が年間で最も低いが、最繁忙期を控える下期にかけて着実に施策準備を進めることで、1Qから2Qにかけてのモメンタムを維持し、業績ガイダンス超過を目指す。

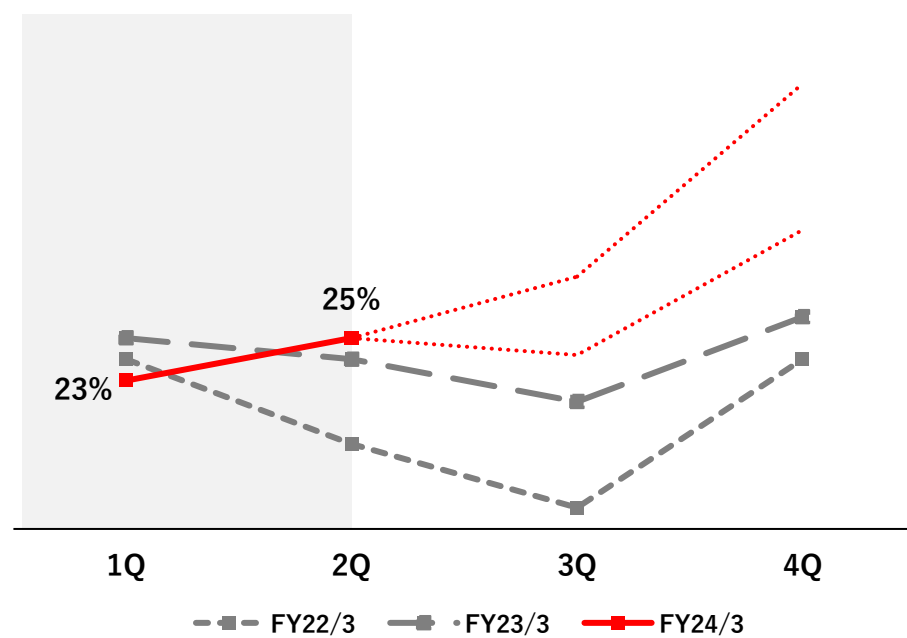
## 売上収益(期中M&Aを除く)の四半期達成率

(単位: %)



## 営業利益(期中M&Aを除く)の四半期達成率

(単位: %)



注: FY24/3の3Q, 4Qの点線は将来の業績推移を保証するものではありません。

# 法人顧客数と法人顧客単価

法人顧客数

**22,014社**

(YoY +3.6%)

法人顧客単価

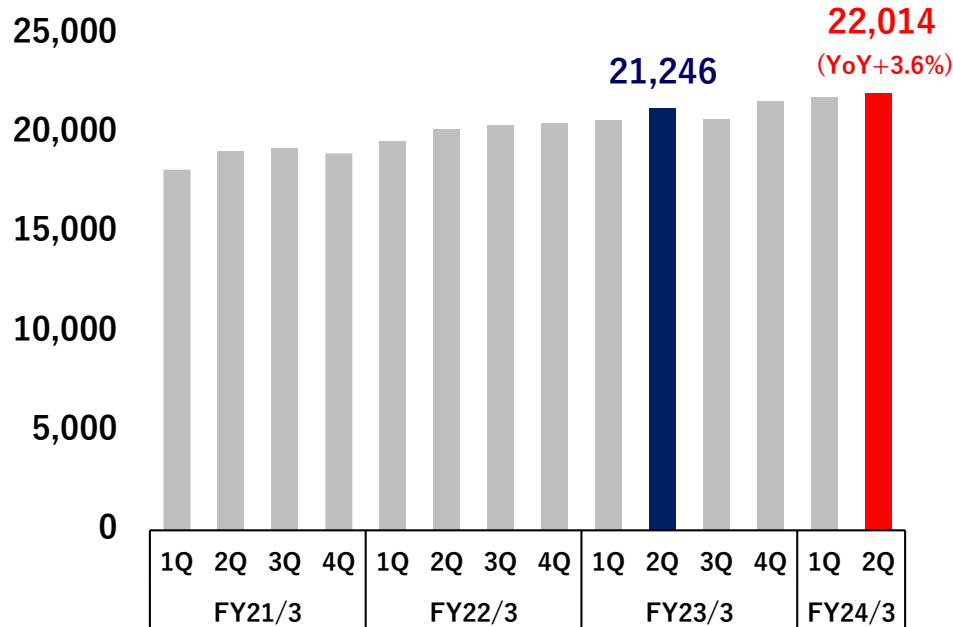
**98万円**

(YoY +28.8%)

- 法人顧客数は主にリジョブ、旅行事業のAPW/TSD、及び前期グループイン企業の貢献により、過去最高値を更新。
- 法人顧客単価は高単価事業のグループインに伴うプロダクトミックスの変化や一部事業の値上げ等により着実に伸長。
- FY26/3期の業績目標達成に向けて、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。

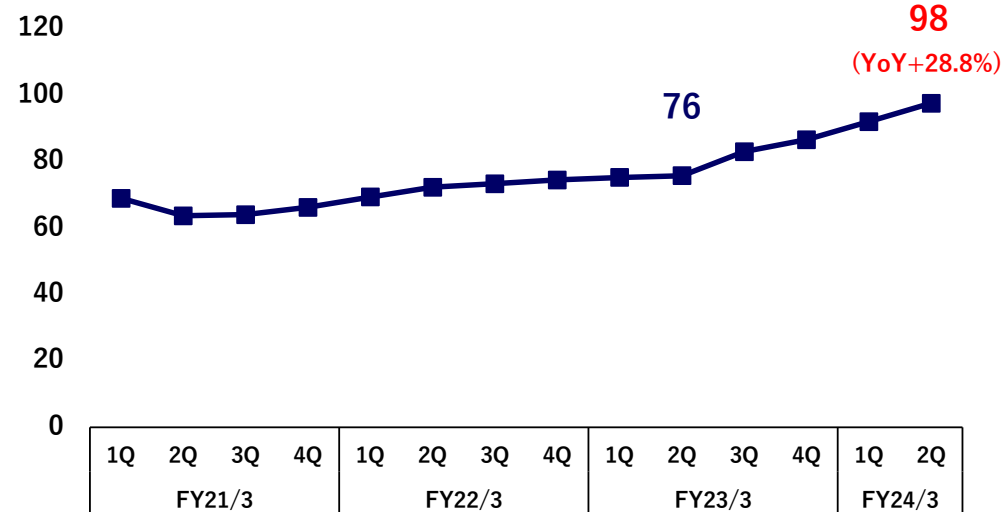
法人顧客数

(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。



# 積み上げ型収益 vs 非積み上げ型収益

## 積み上げ型収益

**3,240**百万円

(YoY +23.3%)

## 非積み上げ型収益

**2,503**百万円

(YoY +48.2%)

- 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。
- 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方を追求。

## 収益分類

### 積み上げ型収益(顧客数重視型)

Vertical HR：リジョブ、ミラクス(派遣)、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

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

### 非積み上げ型収益(単価重視型)

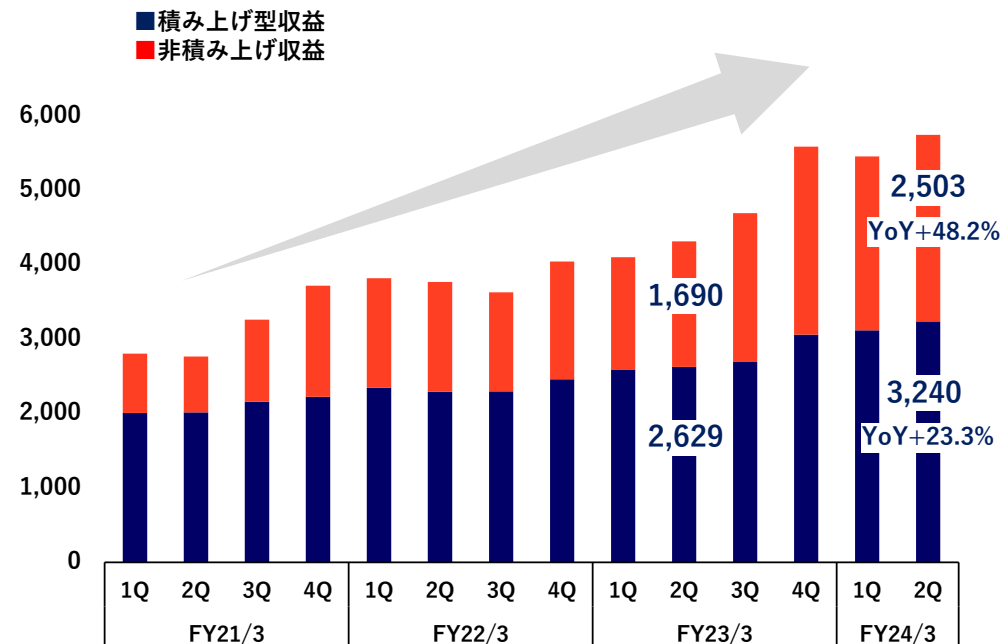
Vertical HR：タイズ、ミラクス(紹介)、ストラクト、リアルエステートWORKS

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)



# 積み上げ型収益(顧客数重視型)

積み上げ型収益

**12,118**百万円

(YoY +21.3%)

法人顧客数

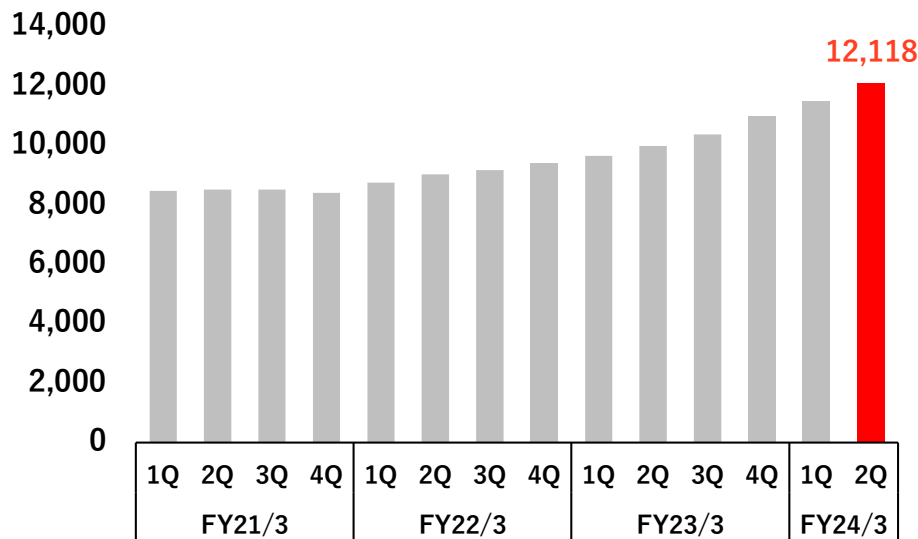
**18,501**社

(YoY +5.5%)

- 積み上げ型収益は、中小法人を中心とする分散された顧客基盤から主に構成されており、法人顧客数の積み上げを重視。
- リジョブの着実な積み上げや旅行事業の貢献により過去最高収益を記録。
- 今後は単価向上も目指しつつも、プロダクトの磨き込みや営業強化により顧客開拓のスピードを上げていくことで持続的な成長を目指す。

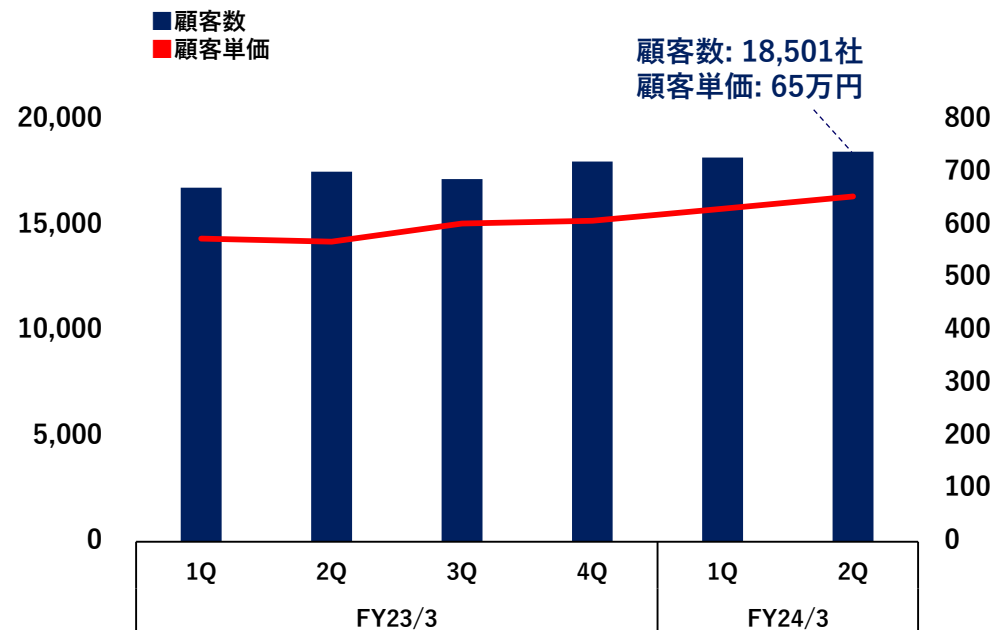
積み上げ型収益(顧客数重視型)

(単位: 百万円)



法人顧客数と顧客単価

(単位: 社)  
(単位: 千円)



注1: LTMベースにて算定。LTM=Last Twelve Monthsの略。直近12ヵ月を指す。

注2: 法人顧客数は「積み上げ型収益」の顧客数を指す。

注3: 顧客単価 = 積み上げ型収益(LTMベース) ÷ 顧客数にて算定。

# 非積み上げ型収益(顧客単価重視型)

非積み上げ型収益

**9,371**百万円

(YoY +53.3%)

顧客単価

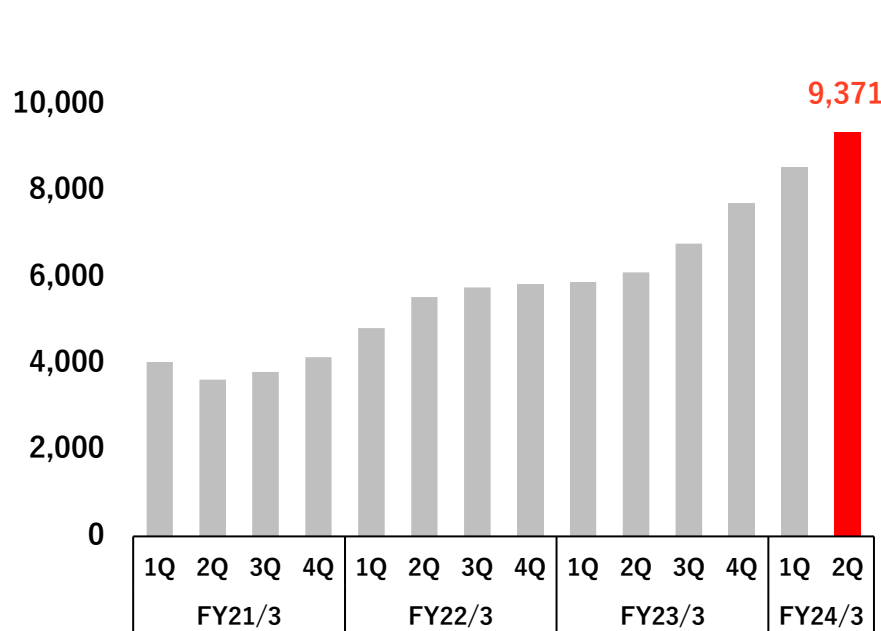
**267**万円

(YoY +61.5%)

- 非積み上げ収益は、タイズ等の人材紹介業のが主な構成要素で、顧客単価を重視。
- 前期に実施したM&Aによる高単価事業のグループインによって大幅増収。
- 法人顧客数は足元で底打ち傾向にあるミラクスの影響により、全体としても下降トレンドであるものの、プロダクトミックスの変化により顧客単価は増加基調であり、今後の伸びしろも大きい。

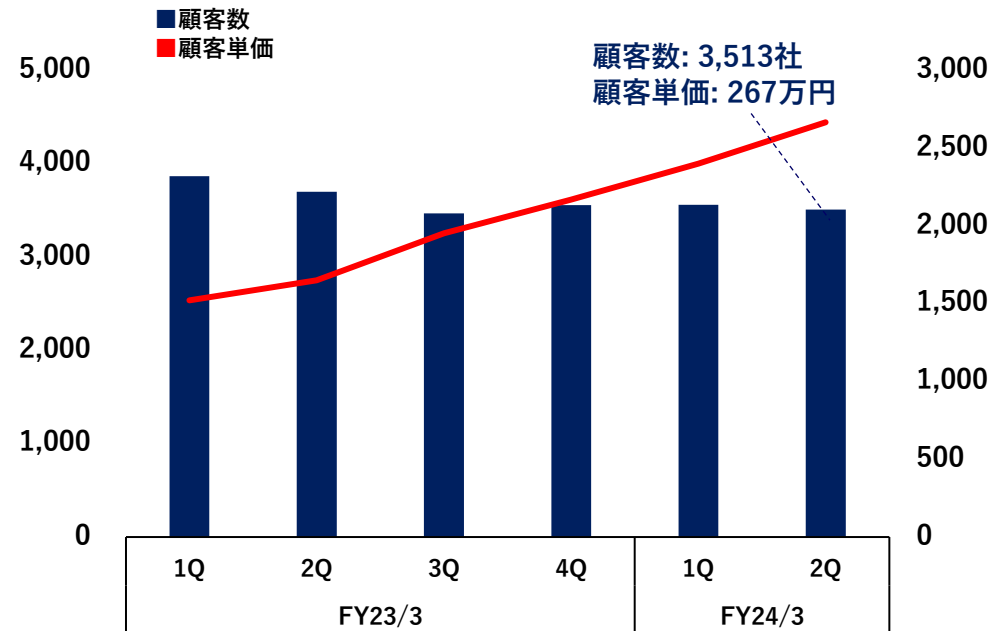
非積み上げ型収益(顧客単価重視型)

(単位: 百万円)



法人顧客数と顧客単価

(単位: 社)  
(単位: 千円)

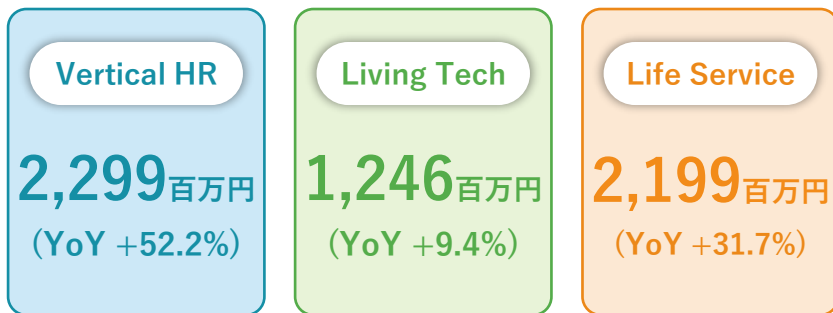


注1: LTMベースにて算定。LTM=Last Twelve Monthsの略。直近12ヵ月を指す。

注2: 法人顧客数は「非積み上げ型収益」の顧客数を指す。

注3: 顧客単価=非積み上げ型収益(LTMベース)÷顧客数にて算定。

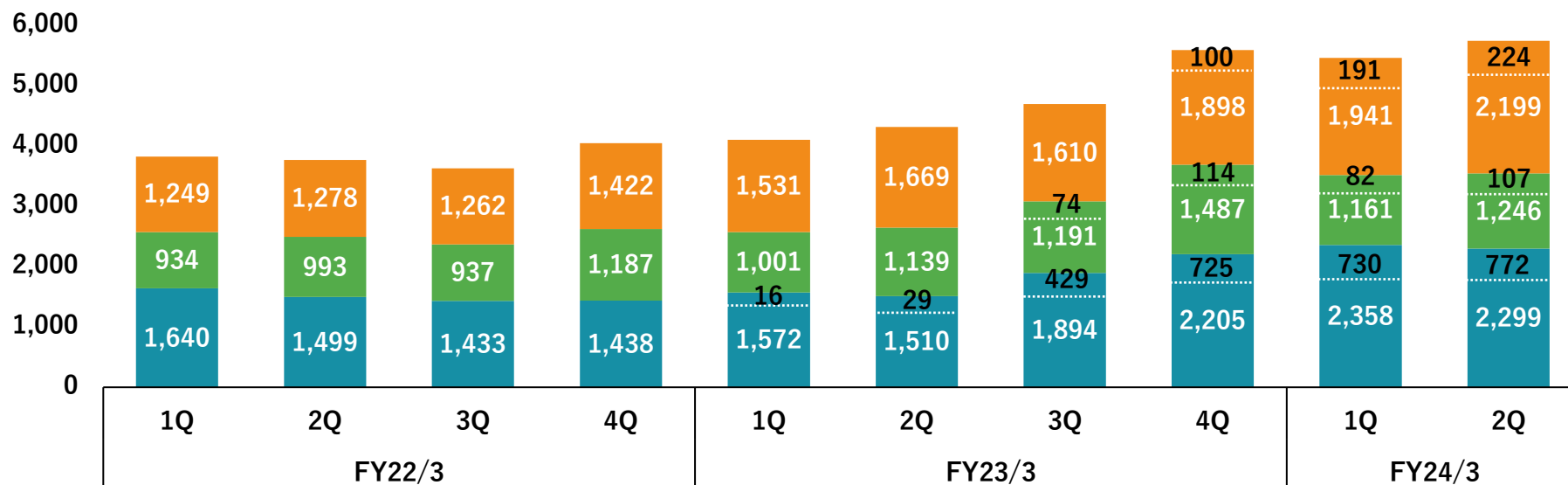
# 領域別売上収益推移



- Vertical HR：リジョブの安定成長等によるオーガニック成長、タイズ等の前期M&Aの貢献により大幅増収で着地。
- Living Tech：スモッカとリフォーム事業はマクロ鎮静化により安定推移。セカイプロパティはPMI初期段階だが着実に進捗中。
- Life Service：APWの新規商材リリースやTSDとのシナジー効果による旅行領域の伸長によって高成長を実現。

(百万円)

■ Vertical HR ■ Living Tech ■ Life Service



注1: FY23/3以降の黒字数字は、FY23/3のM&Aグループイン事業の売上収益寄与を示す。

注2: FY24/3 1Qは一部数値に誤りがあったため、正しい値に修正済み。

# 貸借対照表の状況

のれん対資本倍率

0.6倍

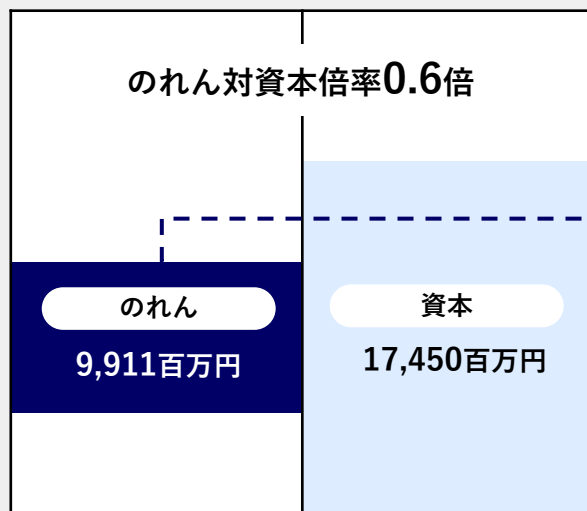
のれん金額

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55.4%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) 31,504百万円



## 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

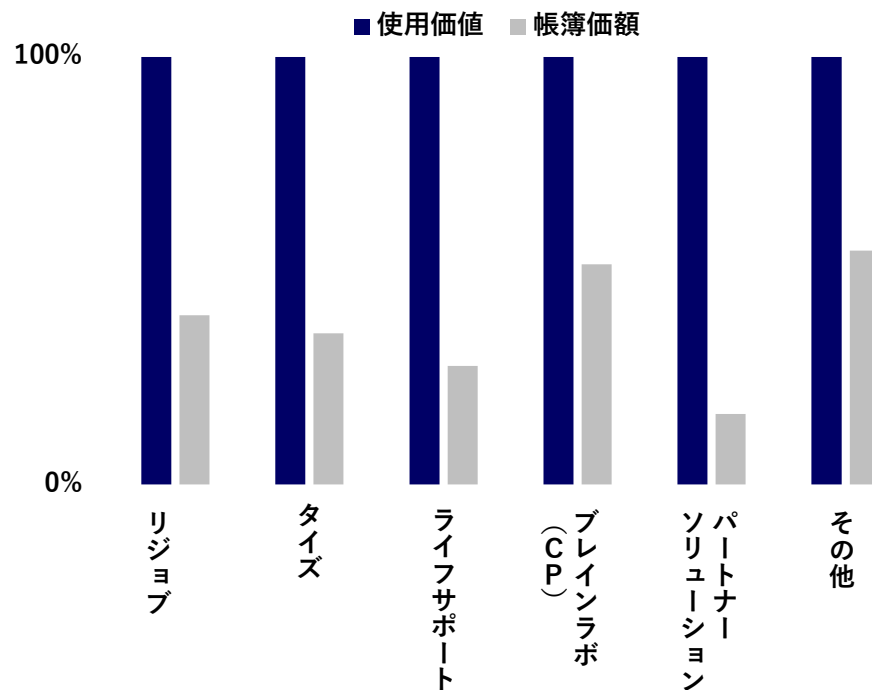
- のれんを構成する計16のCGUにおいて、IFRSに則り帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- FY2023/3において、各CGUで回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。

## 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

47百万円

(前期: 43.2億円)

## 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。
- 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)            | FY2023/3 | FY2024/3 | FY2025/3 |
|------------------|----------|----------|----------|
| 親会社の所有者に帰属する当期利益 | 2,930    | 3,650    |          |
| - 戦略投資額          | 4,323    | 47       |          |
| - 配当総額           | 416      | 520      |          |
| 1株当たり配当          | 4.0円     | 5.0円     |          |
| 自己株式取得枠          | 1,400    | 0        | 未確定      |

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。

注4: FY2024/3の親会社の所有者に帰属する当期利益は業績予想値を記載。配当総額は2023/3/31時点の発行済株式総数や自己株式数を前提に算定。

# 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においては海外渡航需要が徐々に回復傾向。

| 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  | <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>   | ○       | <ul style="list-style-type: none"> <li>求職者ニーズは引き続き堅調。</li> </ul>   | ○ |
|              | タイズ   | <ul style="list-style-type: none"> <li>採用ニーズは堅調。</li> </ul>   | ○       | <ul style="list-style-type: none"> <li>求職者ニーズは引き続き堅調。</li> </ul>   | ○ |
|              | その他 <ul style="list-style-type: none"> <li>ミラクス</li> <li>Struct</li> <li>リアルエステートWORKS</li> <li>オーサムエージェント</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>2024年問題の影響もあり、建設やドライバー等の領域では需要は高い水準を継続。</li> <li>介護領域は当Q(7-9月)は閑散期の影響もあり、採用の温度感がやや低下、競争環境も悪化。</li> </ul> | ○       | <ul style="list-style-type: none"> <li>求職者ニーズは引き続き堅調。</li> </ul>   | ○ |
| Living Tech  | 不動産 <ul style="list-style-type: none"> <li>スモッカ</li> <li>セカイプロパティ</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ネット広告への出稿需要は引き続き堅調。</li> <li>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。</li> </ul>                                | ○       | <ul style="list-style-type: none"> <li>インフレ影響により引越し需要はやや減退。</li> <li>アウトバウンドの需要が増加傾向。</li> </ul>                         | △ |
|              | ライフサポート <ul style="list-style-type: none"> <li>リショップナビ</li> <li>エネビ</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ネット広告への出稿需要は引き続き堅調。</li> </ul>   | ○       | <ul style="list-style-type: none"> <li>リフォーム需要は資材の高騰や巣もごり需要の反動等により減退。</li> <li>ガスのスイッチング領域は一時的な需要の高まりが落ち着き傾向。</li> </ul> | △ |
| Life Service | 比較サイト   | <ul style="list-style-type: none"> <li>フランチャイズ領域の広告需要は堅調に推移。</li> </ul>   | ○       | <ul style="list-style-type: none"> <li>独立/開業におけるユーザーの動きは堅調に推移。</li> </ul>  | ○ |
|              | <ul style="list-style-type: none"> <li>APW</li> <li>TSD</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>業務渡航は円安の影響がみられるも堅調に推移。</li> <li>レジャー渡航は底這いは脱却したものの円安影響により需要回復は緩やか。</li> </ul>                            | ◎       | <ul style="list-style-type: none"> <li>国内の移動需要は好調に推移。</li> <li>海外の移動需要も緩やかな回復傾向が継続。</li> </ul>                           | ○ |

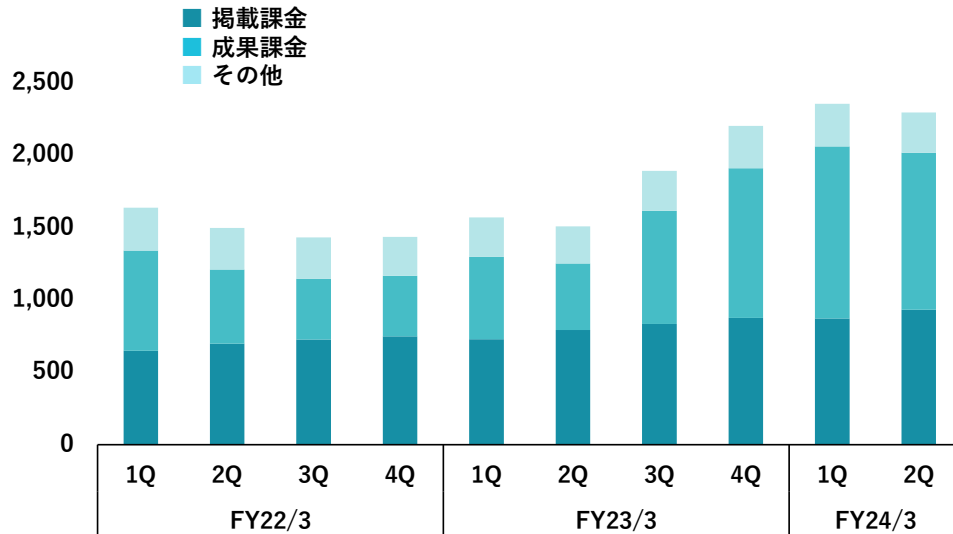


# 主力事業における事業状況 -Vertical HR-

- 掲載課金：リジョブとオーサムエージェントの両社が堅調であり、過去最高を更新。
- 成果課金：人材紹介業の前期グループインにより前年同期比で大幅増収で着地。

## 売上収益

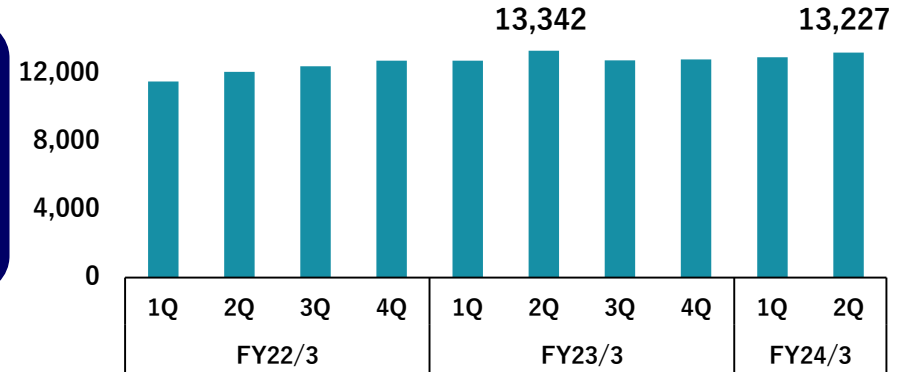
(単位：百万円)



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。

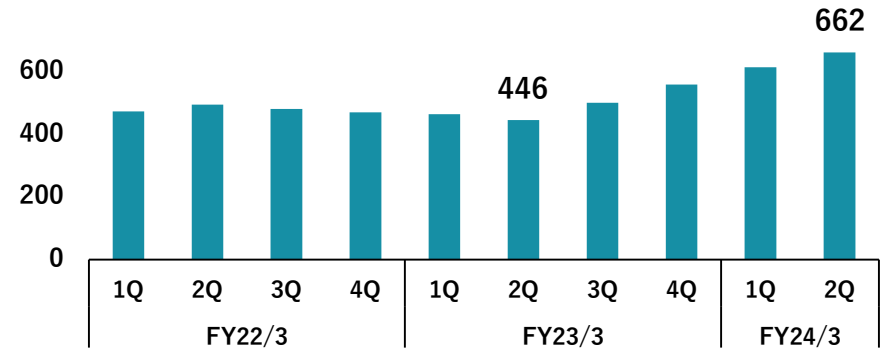
## 顧客数

(社)



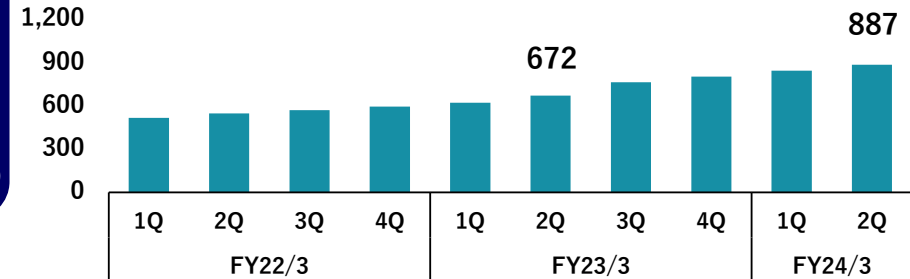
## 顧客単価

(千円)



## 会員数

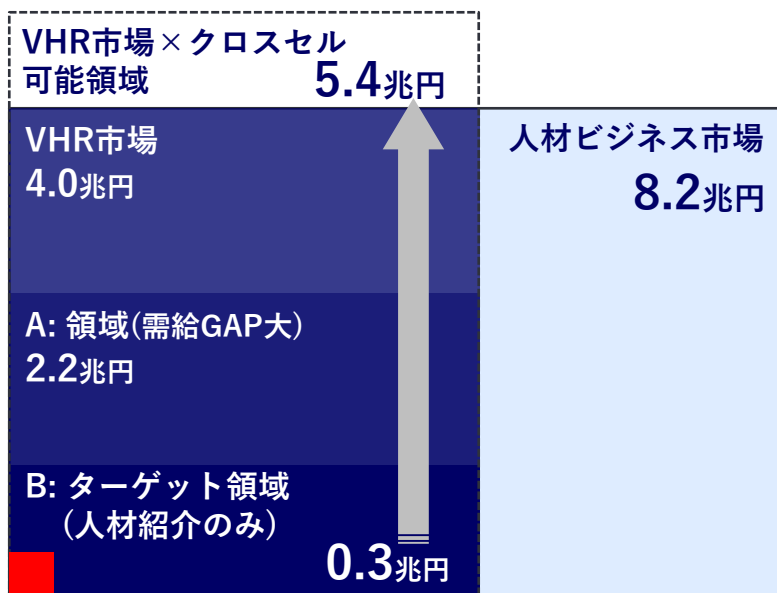
(千名)



# 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進出し、横展開・拡大再生産を図る。

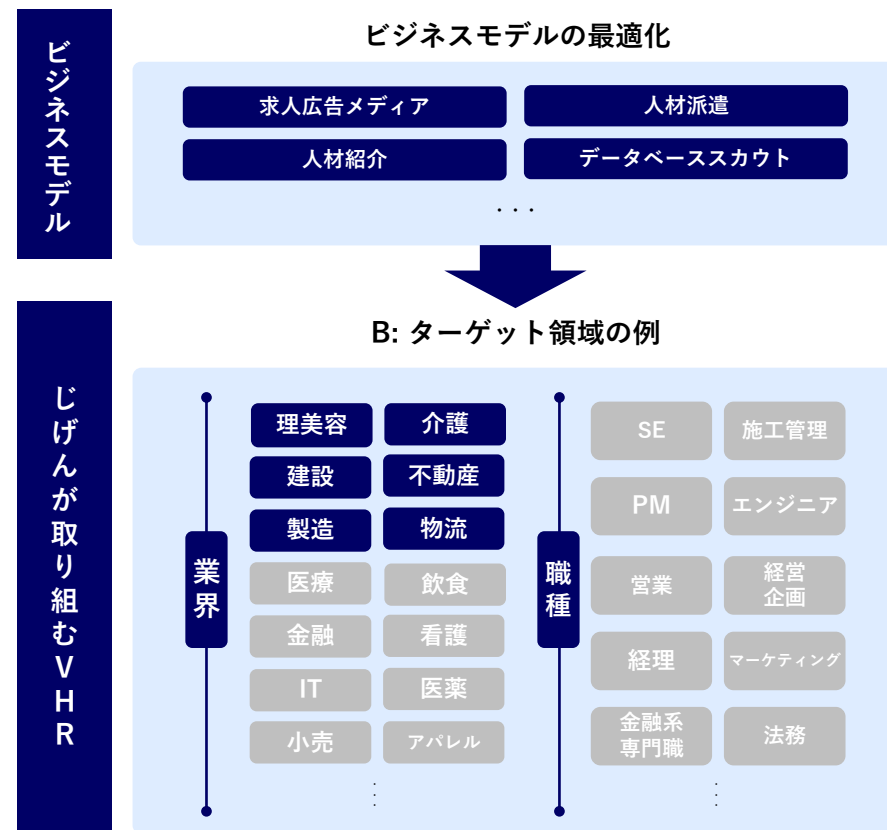
## 市場の拡張余地



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 | <br>リジオブ<br>美容/ヘルスケア            | <br>ミラクス<br>介護 | 建設JOBS<br>建設   | リアルエステートWORKS<br>不動産  | <br>Ties<br>製造                  | AwesomeAgent<br>物流  |
|----|--|---|--|---|--|---|
| 強み | <ul style="list-style-type: none"> <li>・高い継続率の強固な顧客基盤を保有。</li> <li>・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。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループ内で唯一の派遣事業を保有。</li> <li>・ノウハウの蓄積を継続。</li> </ul>      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・建設領域において、顧客満足度の高い紹介力を有する。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・不動産領域の大手顧客を保有。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・大手顧客を保有、高い中途採用シェア率を獲得。</li> <li>・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。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> </ul> |
| 市場 | 市場規模(成長率)：<br>約260-300億<br>(約1～3%)   | 市場規模(成長率)：<br>約240-300億<br>(約16%)   | 市場規模(成長率)：<br>約210-270億<br>(約14%)  | 市場規模(成長率)：<br>約140-200億<br>(約13%)                                 | 市場規模(成長率)：<br>約530-560億<br>(約5%)   | 市場規模(成長率)：<br>約170-200億<br>(約10%)   |

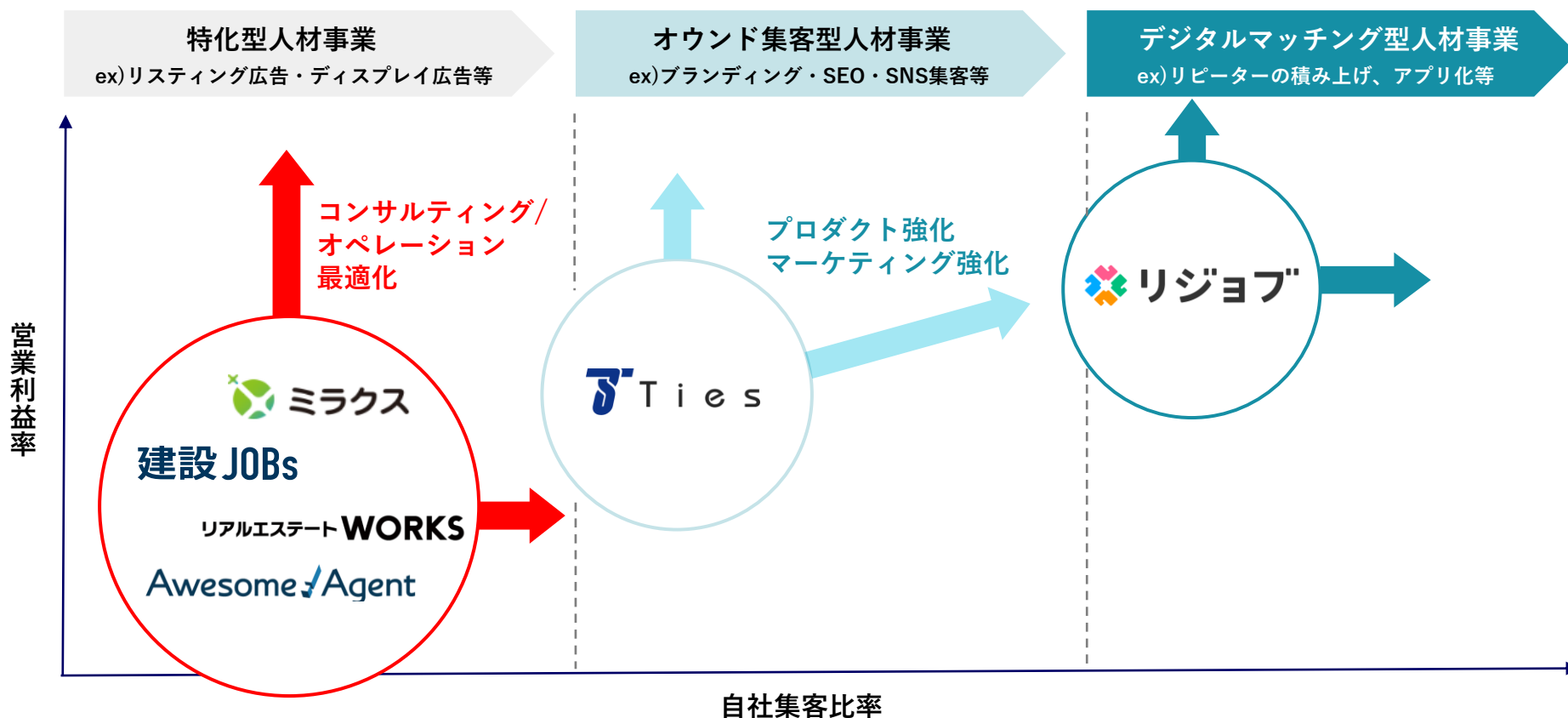
営業/マーケティング/システム等のノウハウ集約し、各事業の強みや成功要因を共通化

注: 市場規模は厚生労働省「衛生行政報告」「職業紹介事業報告書」「雇用動向調査結果」、総務省「サービス産業動向調査」「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」、国税庁「民間給与実態統計調査」等を参考のうえ、当社推計。

# 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 -タイズ社-

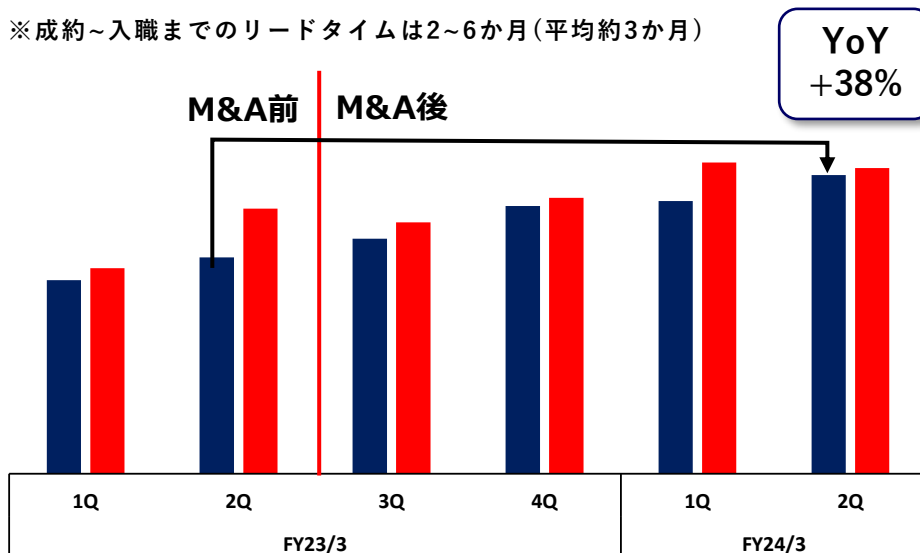
- 関東エリアへの進出、ハイフォーマーのナレッジ平準化や新規育成等といった着実なPMI進捗により、売上収益は前年比+38%の高成長を達成。リピート顧客のロイヤルティの引き上げとじげんグループジョイン後の新規開拓が成長に貢献。
- 売上収益の約80%を時価総額1,000億円以上のリピート顧客(主に大手製造メーカー)が占める。
- なお先行指標である成約ベースの売上収益も前年同期比で着実に伸長。翌四半期以降も高成長を目指す。

## 入職/成約ベース 売上収益

### PMIの着実な進捗により高成長を実現

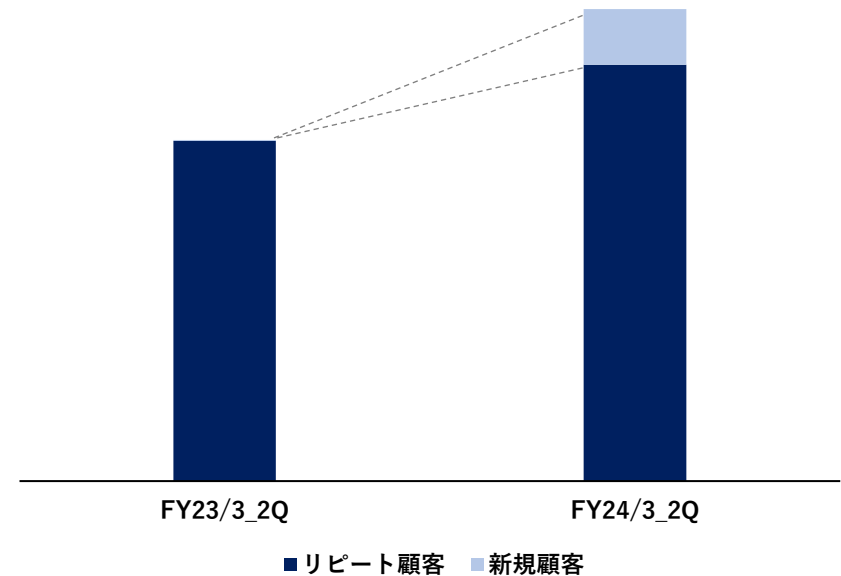
■ 入職ベース(=P/L上の売上収益) ■ 成約ベース

※成約~入職までのリードタイムは2~6か月(平均約3か月)



## 顧客分類別 売上収益

### 顧客ロイヤルティの引き上げと新規顧客開拓が貢献



注: リピート顧客は1年以上前から売上があり、直近12か月で1度でも売上が発生した会社。新規顧客は直近12か月で初めて売上が発生した会社。

# Vertical HR -タイズ社-

- 顧客カルチャーを踏まえた上でのマッチ度の高い人材紹介や人事戦略のサポート等といった顧客に寄り添った人材紹介の実現により、関西大手メーカーとの良好な関係値を構築し、高い採用シェアを実現。
- リピート顧客への更なる付加価値強化によるロイヤルティの引き上げと新規顧客開拓を推進し、更なる業績伸長を図る。

## 強み -大手メーカー顧客の実際の声-

### (株)クボタ 様



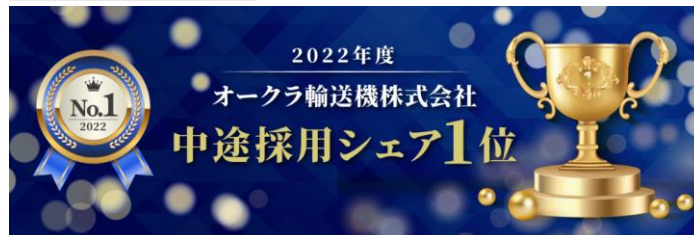
### (株)樫本チェーン 様



### オムロン(株) 様



### オークラ輸送機(株) 様



### パナソニックグループ 様



### 大手メーカー 採用ご担当者様の声

- ・ 目に見えるスキルや経験だけでなく、ベストマッチングに拘っている
- ・ 多面的なサポート（業界求人/求職者動向等の情報提供、オファーレターや面接対応等のアドバイス、採用手法の提案、未頭在ポジションへの採用提案、候補者の退職交渉サポート、入社前後のフォロー等）
- ・ 対応がスピーディーで柔軟性が高いのに加えて、会社側だけでなく、求職者の理解も深く、情報が正確でミスマッチが少ない

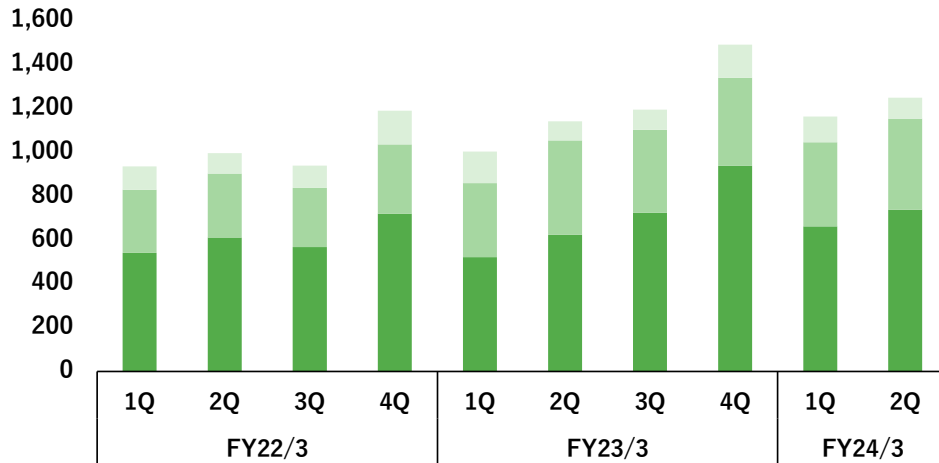
# 主力事業における事業状況 -Living Tech-

- 顧客単価は海外不動産投資事業(セカイプロパティ)の新規グループイン及びリフォーム事業の単価上昇が寄与。
- リフォーム領域はマクロ鎮静化の影響あり。

## 売上収益

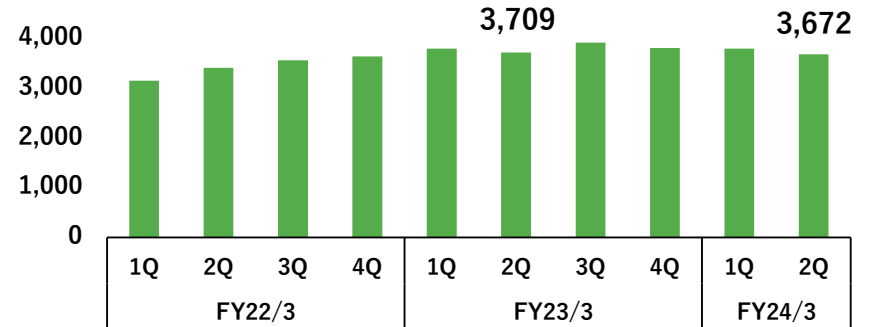
(単位：百万円)

- 住まい領域
- リフォーム領域
- エネルギー領域

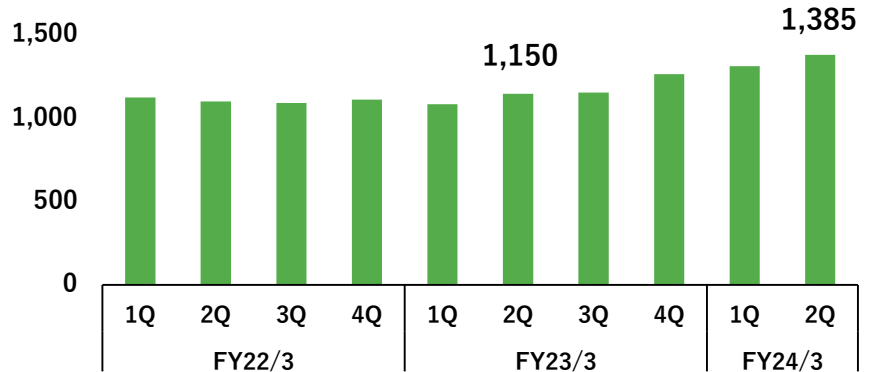


注1: 住まい領域は主にスモッカとセカイプロパティを指す。  
 注2: セカイプロパティはFY23/3 2Qに株式取得。  
 注3: リフォーム領域は主にリショップナビを指す。  
 注4: 会員数は累計の数値を使用。

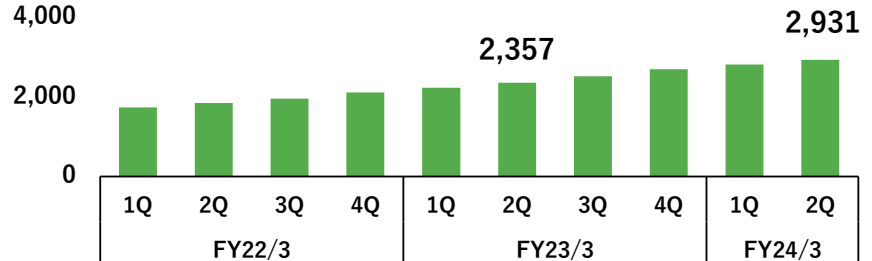
## 顧客数 (社)



## 顧客単価 (千円)



## 会員数 (千名)



# 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。
- 小規模案件ではあるものの、10/1に不動産売却査定サービス「イエイ」をM&Aし、商材拡充を実現。

## Living Techの成長戦略

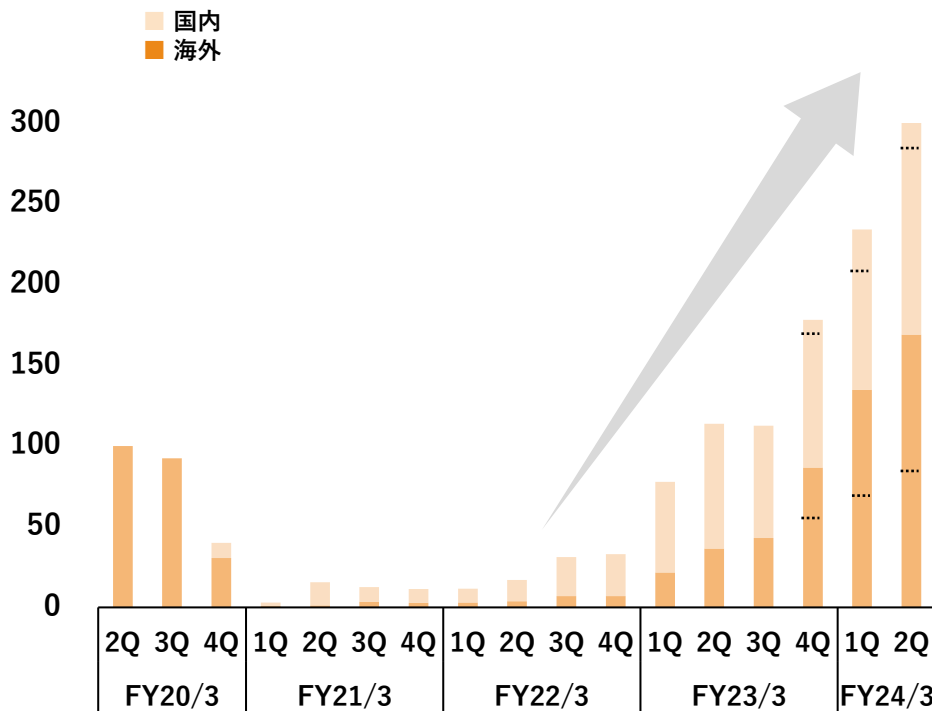




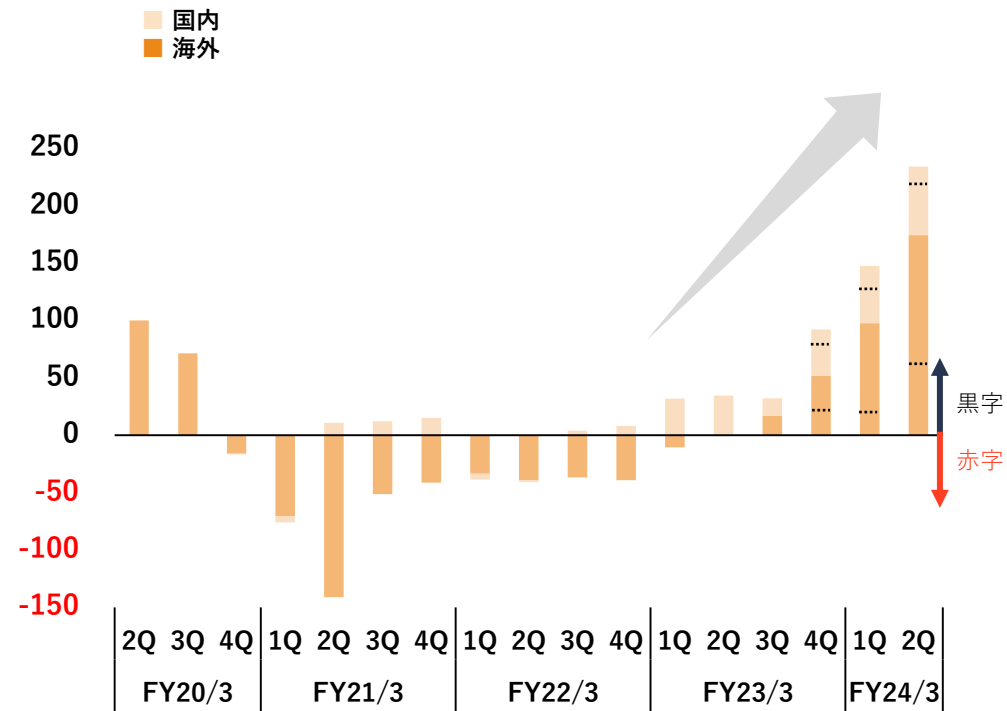
## その他事業状況 -Life Service: 旅行領域-

- 海外：売上収益は主に夏休み期間のレジャー渡航需要等によるAPWの業績伸長、及び新規グループインしたTSDの貢献により、コロナ前を上回る水準で着地。営業損益は一部円安の影響を受けるも、着実な黒字幅の拡大を実現。
- 国内：マーケティング面でのテコ入れを実施中のため、売上収益及び営業損益は安定推移。  
2Qにおいて新規商材をリリース。今後も新規機能の追加やアプリ利用の促進により成長加速を目指す。

### 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。

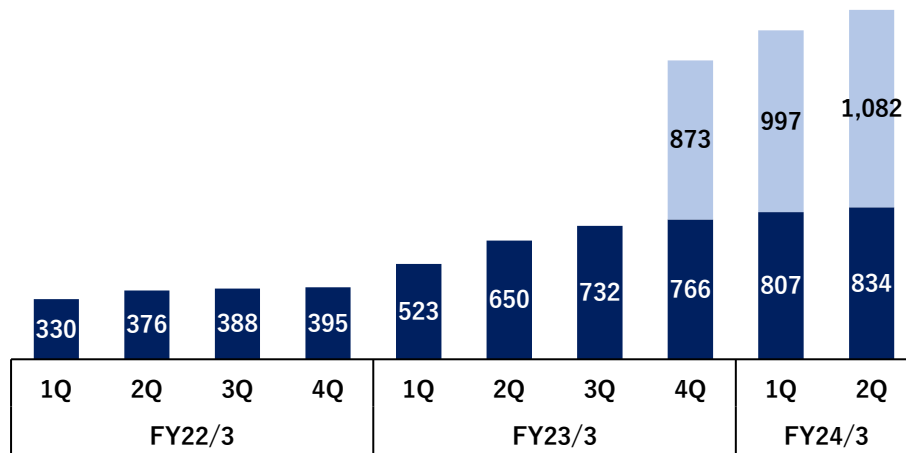
# 旅行領域-施策の進捗-

- マクロ環境の回復及びミクロの打ち手により、APWとTSDの顧客数は増加傾向。
- 海外航空券予約サービスをリニューアルオープン。最安値の海外航空券を一括で比較検索・予約・発行が可能に。
- 国内ホテル・旅館の宿泊予約サービスを新規リリース。検索機能や絞り込み機能が大きくアップデートされ、航空券に加えて約14,000件の国内ホテル・旅館をワンストップで比較・予約することが可能に。

## 顧客数推移

(単位：社)

## 海外航空券予約サービスのリニューアルオープン



■ APW ■ TSD

注1: 顧客数は直近1年間にお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。





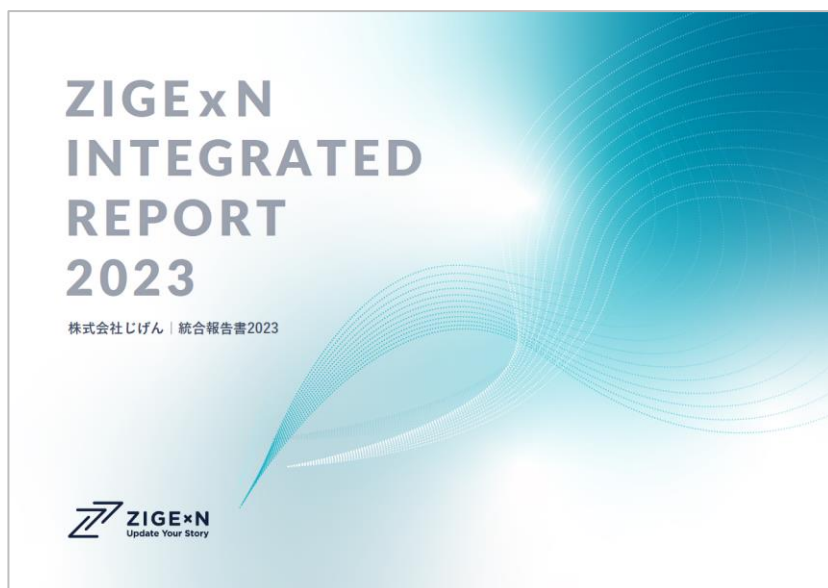
**2**

**SDGs · ESG**

# 統合報告書2023のリリース

- 「顧客への提供価値」と「人材の価値」という2大テーマを踏まえて、じげんとして、3回目の統合報告書を発行。
- 顧客への提供価値については、当社サービスの利用顧客・ユーザーの実際の声や、各事業責任者のインタビューなどを掲載。
- 人材の価値については、人材に対する当社独自の考え方や、経営戦略を支える人材戦略などを紹介。

## 株式会社じげん 統合報告書2023



「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～

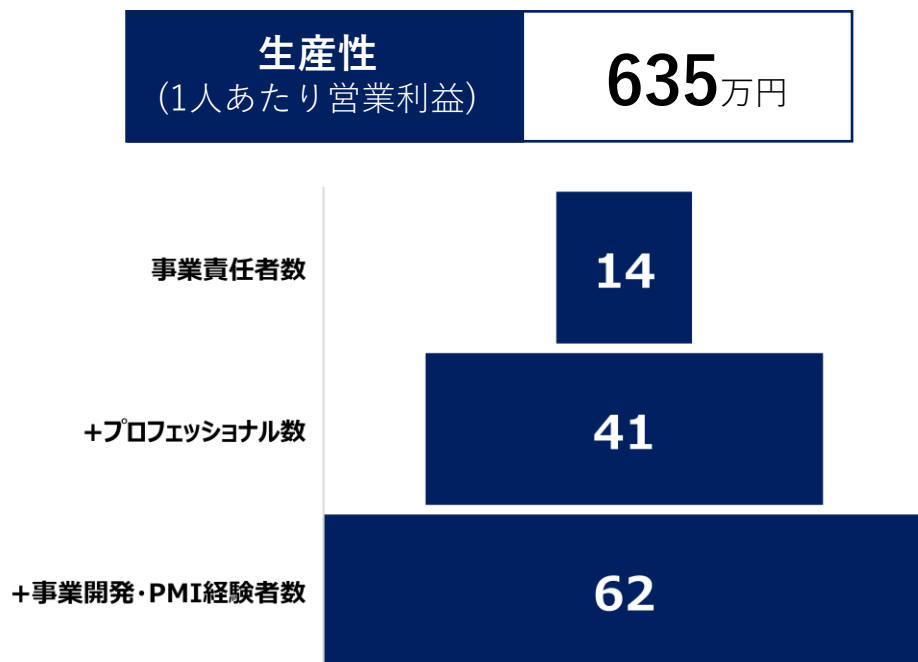


統合報告書：[https://zigexn.co.jp/ir/integrated\\_report/](https://zigexn.co.jp/ir/integrated_report/)

# 人的資本経営のKPI

- 事業家精神に加えて、高度な専門性と個性をもって社会を変革する集団「UPDATERS」を目指す
- その実現に向けた当社の独自指標として、チャレンジアサイン率と成長実感率を中心KPIに設定
- 「実戦の機会」の提供により、中心KPIの引き上げを図り、持続的な成長を繋げる

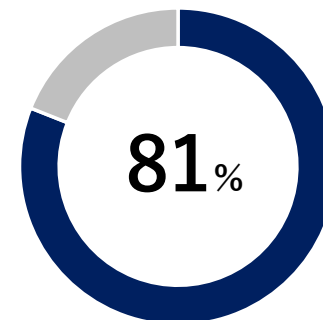
## Outcome/Output指標



## 中心KPI

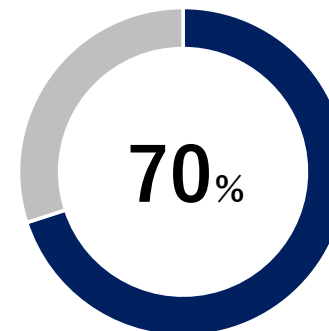
### チャレンジアサイン率

「現在の目標/ミッションは、ご自身にとってチャレンジングなものになっていますか」という質問に対して、「やや/とてもなっている」と回答した数



### 成長実感率

「この3ヶ月のクォーターで、ご自身のできる事/能力は向上していると感じますか」にやや/とても感じると回答した数



注1: 「+プロフェッショナル数」には事業責任者数を含み、「+事業開発・PMI経験者数」には事業責任者とプロフェッショナル数を含む。








注2: 「+プロフェッショナル数」は専門職として、事業責任者と同等以上の評価/等級を得ているもの。

注3: 中心KPIは前期末時点の数値。

注4: 1人あたり営業利益は出向及び休職中を除く正社員で算出。

# 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"> <li>● 中小企業におけるDX支援</li> <li>● 「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</li> <li>● メディアプラットフォームによる集客支援</li> </ul>       |     |
| 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"> <li>● じげんメディア×SDGsの推進（SDGsアワードなどの実施）</li> </ul>  |    |
| 働きがいのある環境              | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 次世代事業責任者候補の選抜、計画的な育成</li> <li>● ネクストリーダープロジェクト等の実施</li> <li>● エンゲージメント可視化のためのサーベイ実施</li> </ul>         |    |
| 地域社会の創生                | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● おおいた産業人財センターとの連携</li> <li>● 京都におけるインターン採用やイベントの開催</li> </ul>   |     |
| 就業機会の均等性               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 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</li> <li>● 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</li> </ul> |   |
| 多様な人材の活躍               | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 女性の活躍を推進、女性管理職比率の向上</li> <li>● 海外拠点との交流促進</li> </ul>   |    |
| 環境に配慮した企業・事業活動         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● CO2排出量の公開</li> <li>● 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</li> </ul>                                |    |
| ガバナンスの強化、透明性確保         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内外機関投資家/個人投資家向けのIRを実施</li> <li>● 報酬委員会・指名委員会等、機関設計の検討</li> <li>● 新社外取締役の参画</li> </ul>                 |    |

# SDGs/ESG の主要な取り組み①

- 「事業」を通じたSDGsへの取り組みや、新卒による新卒キャリア開発PJTの実施により、働きがいのある環境の確保に注力。

## 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              |
|------------|---------|-----------------|
| 2023年7月14日 | リショップナビ | リショップナビアワード2022 |
| 2023年8月10日 | リジョブ    | リジョブアワード2023    |
| 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

- 地方拠点やサービスを活かし、当社独自の手法で「地方創生」にも注力することで、採用活動や知名度向上等にも貢献。

## 地域社会の創生

### 京都府での取り組み①



ZIGExN UPDATERS.EXEによる主催試合「3x3 United」を実施。学生と選手達がイベントの企画・運営に携わり、約750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/>





# 3

參考資料

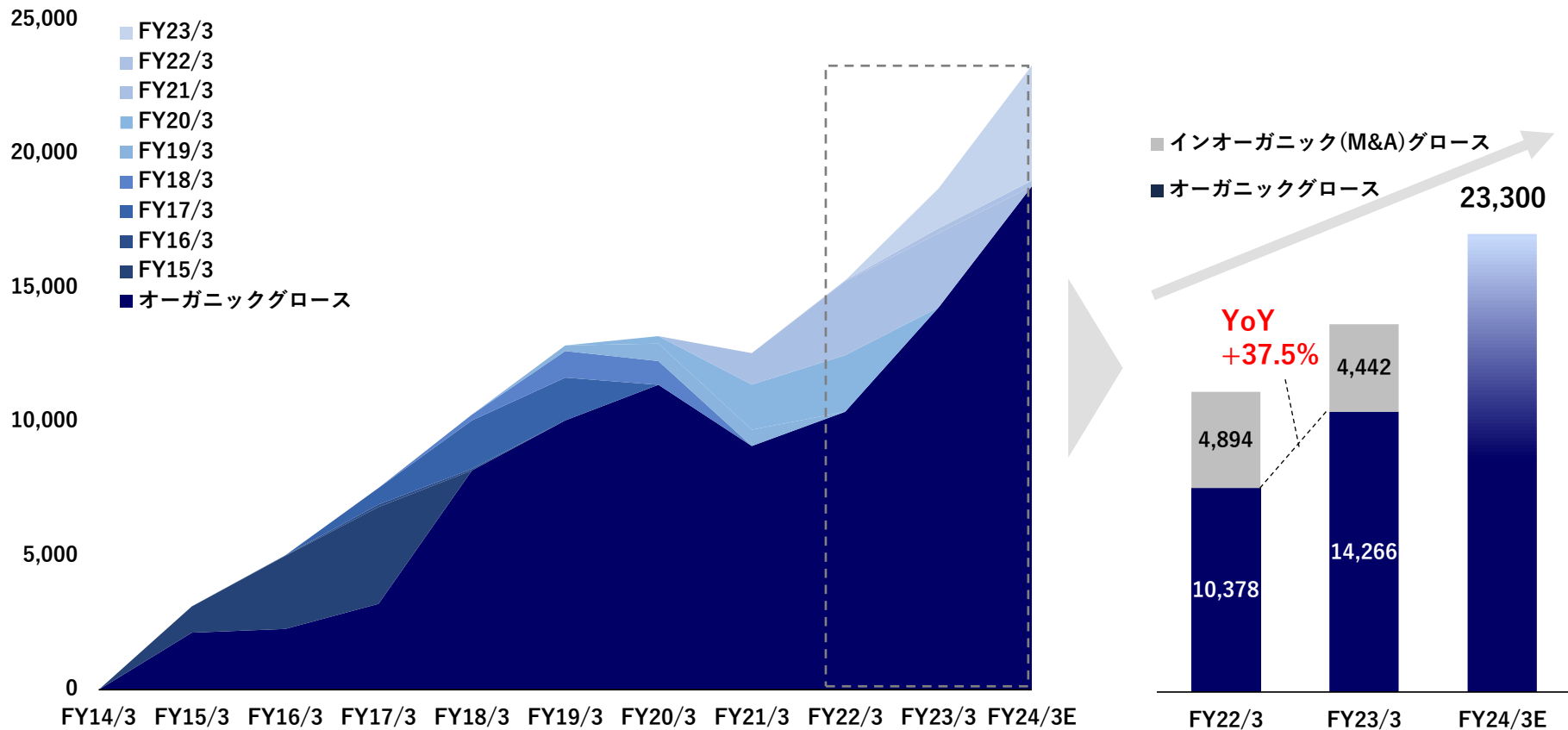


# オーガニックグロスとインオーガニック(M&A)グロス

- 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)

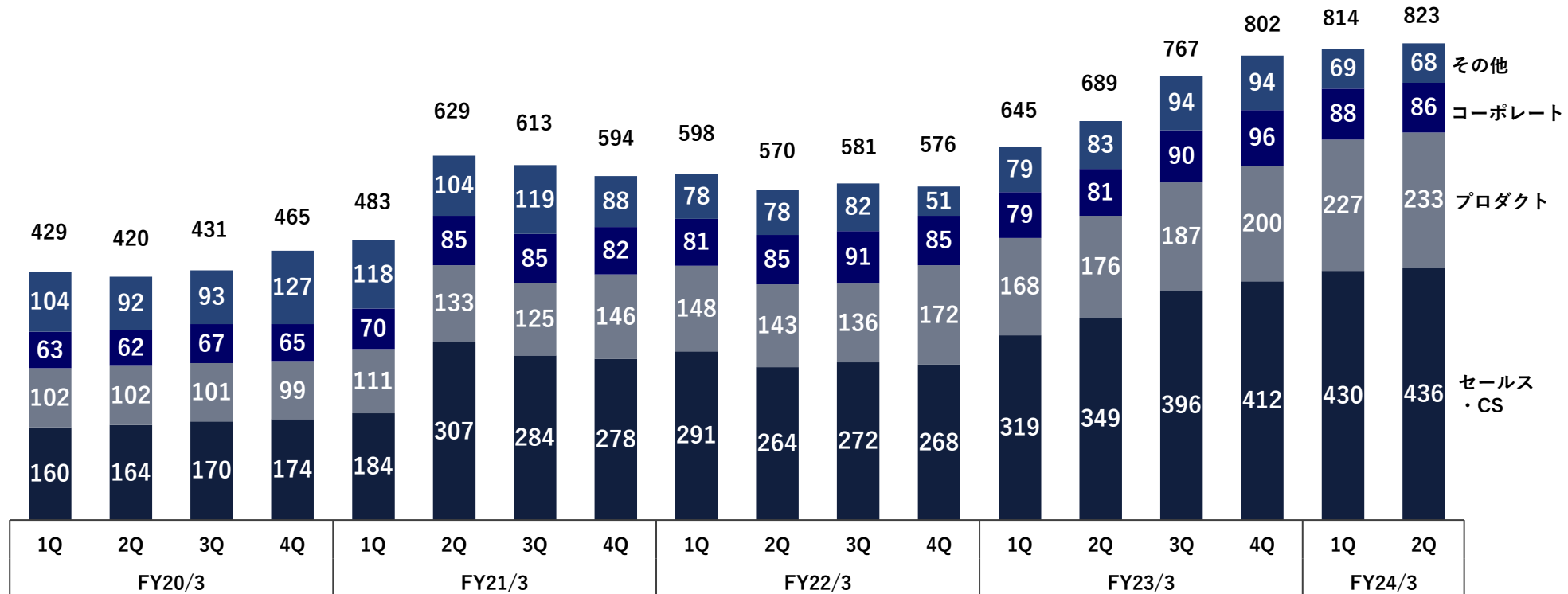


注: 基本的に3年程度以内でPMI効果は一巡すると想定されるため、M&A実施から4年目以降の事業の売上収益を自社立ち上げ事業と合算して、オーガニックグロスと定義。

## 四半期末従業員数推移

- 連結従業員数は823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



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。

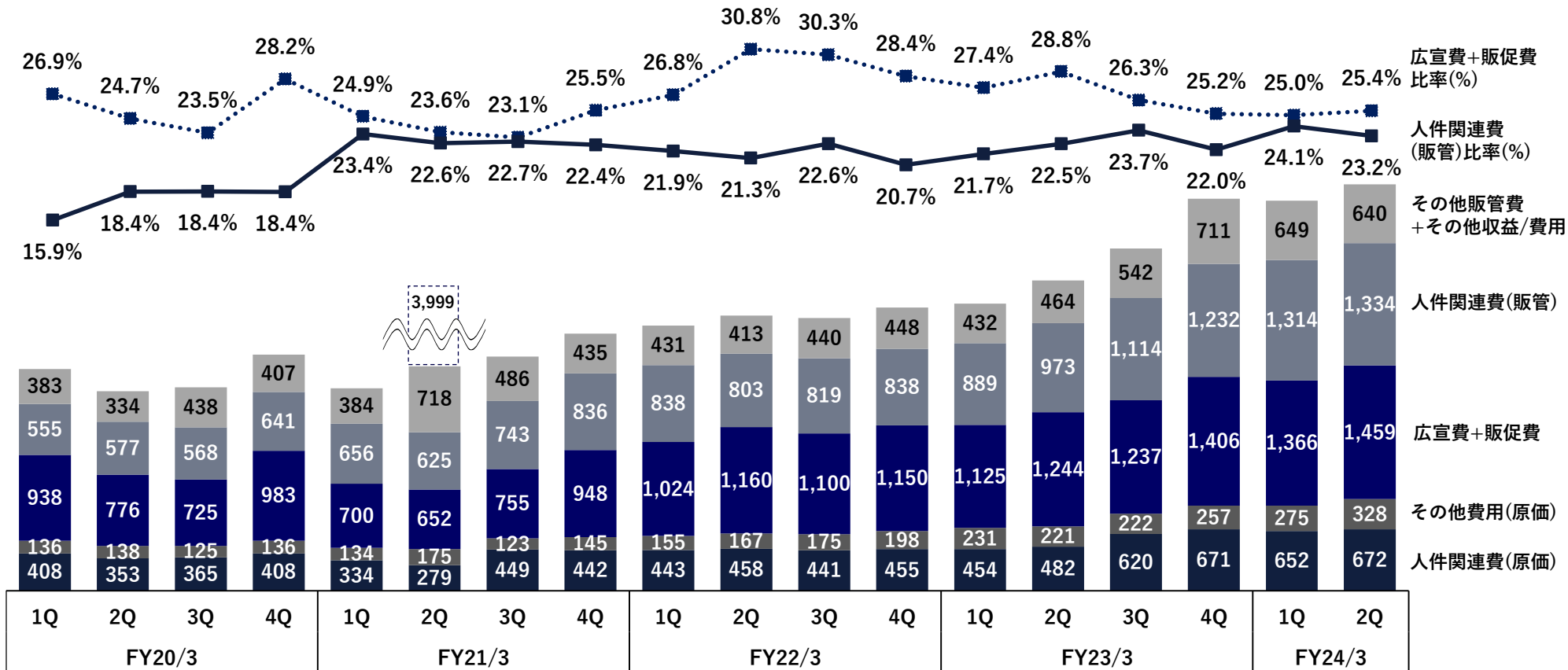
注3: FY23/3以降において、営業管理をその他からセールス・CSに移管し精緻化。FY24/3以降において、契約社員はカウントから除外。

# 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

## 55.4%

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55.4%、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)               | FY2023/3      |               |               |               | FY2024/3      |               |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
|                     | 1Q            | 2Q            | 3Q            | 4Q            | 1Q            | 2Q            |
| 流動資産                | 11,152        | 11,380        | 11,026        | 14,308        | 14,248        | 15,436        |
| 現金・現金同等物            | 8,186         | 8,155         | 7,815         | 9,953         | 9,776         | 10,579        |
| 非流動資産               | 11,034        | 11,548        | 13,657        | 16,086        | 16,062        | 16,068        |
| のれん                 | 7,107         | 7,556         | 9,227         | 9,911         | 9,911         | 9,911         |
| 無形資産                | 1,713         | 1,836         | 2,004         | 2,419         | 2,434         | 2,456         |
| <b>資産合計</b>         | <b>22,186</b> | <b>22,928</b> | <b>24,683</b> | <b>30,393</b> | <b>30,310</b> | <b>31,504</b> |
| 負債                  | 7,504         | 8,269         | 9,494         | 14,320        | 13,801        | 14,054        |
| 流動負債                | 6,522         | 7,366         | 7,572         | 11,037        | 10,309        | 11,023        |
| 短期有利子負債             | 2,040         | 2,057         | 2,632         | 3,051         | 2,296         | 2,140         |
| 非流動負債               | 983           | 903           | 1,922         | 3,283         | 3,493         | 3,031         |
| 長期有利子負債             | 448           | 415           | 1,461         | 2,178         | 2,486         | 2,118         |
| 資本                  | 14,682        | 14,659        | 15,189        | 16,073        | 16,509        | 17,450        |
| <b>負債・資本合計</b>      | <b>22,186</b> | <b>22,928</b> | <b>24,683</b> | <b>30,393</b> | <b>30,310</b> | <b>31,504</b> |
| <b>親会社所有者帰属持分比率</b> | <b>66.2%</b>  | <b>63.9%</b>  | <b>61.5%</b>  | <b>52.9%</b>  | <b>54.5%</b>  | <b>55.4%</b>  |
| 有利子負債 合計            | 2,488         | 2,472         | 4,093         | 5,229         | 4,782         | 4,258         |

# 主力事業の掲載事業所数

Vertical HR  
掲載事業所数

**81,033**

(YoY: +15.1%)

Living Tech  
掲載事業所数

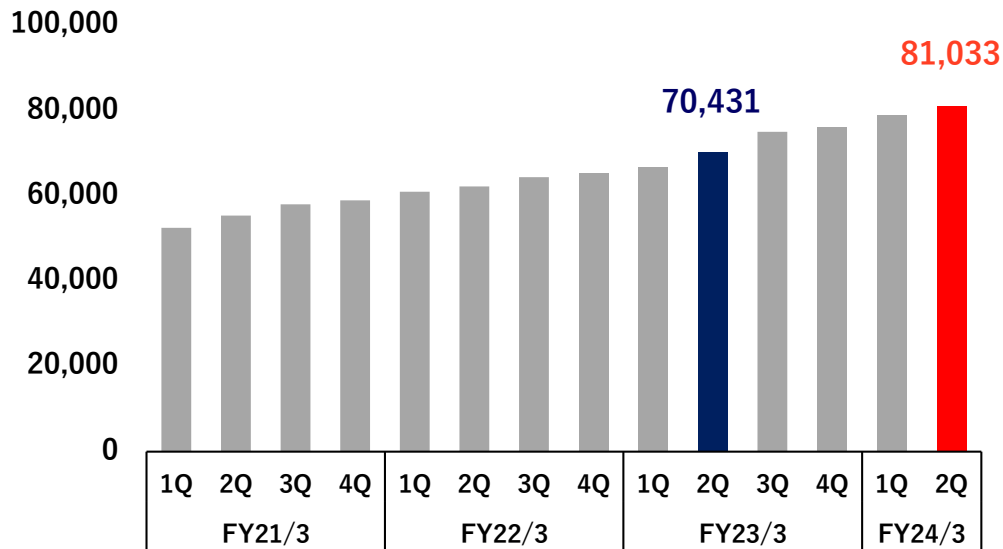
**27,384**

(YoY: +6.4%)

- Vertical HR：リジョブの安定拡大、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：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。営業強化により挽回を図る。

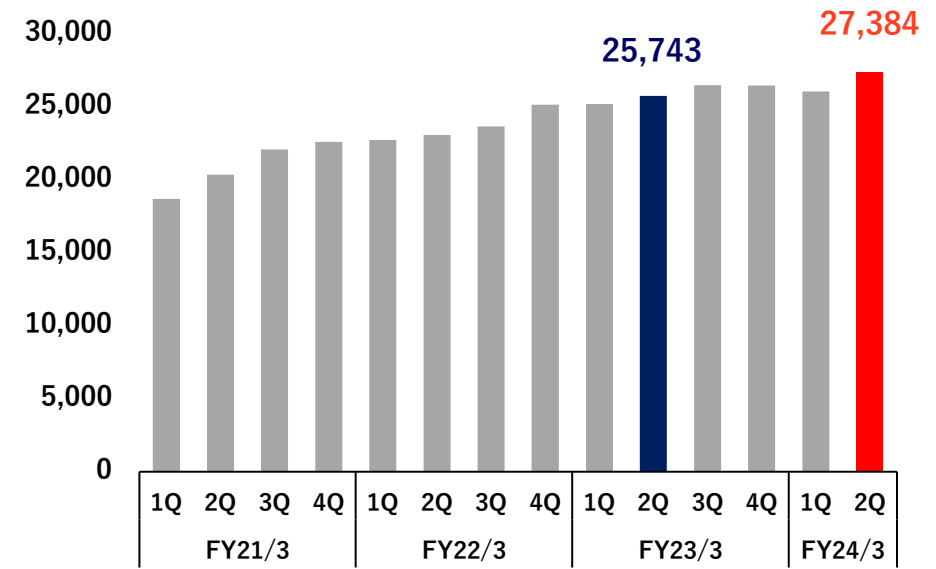
Vertical HR 掲載事業所数

(単位: 事業所)



Living Tech 掲載事業所数

(単位: 事業所)



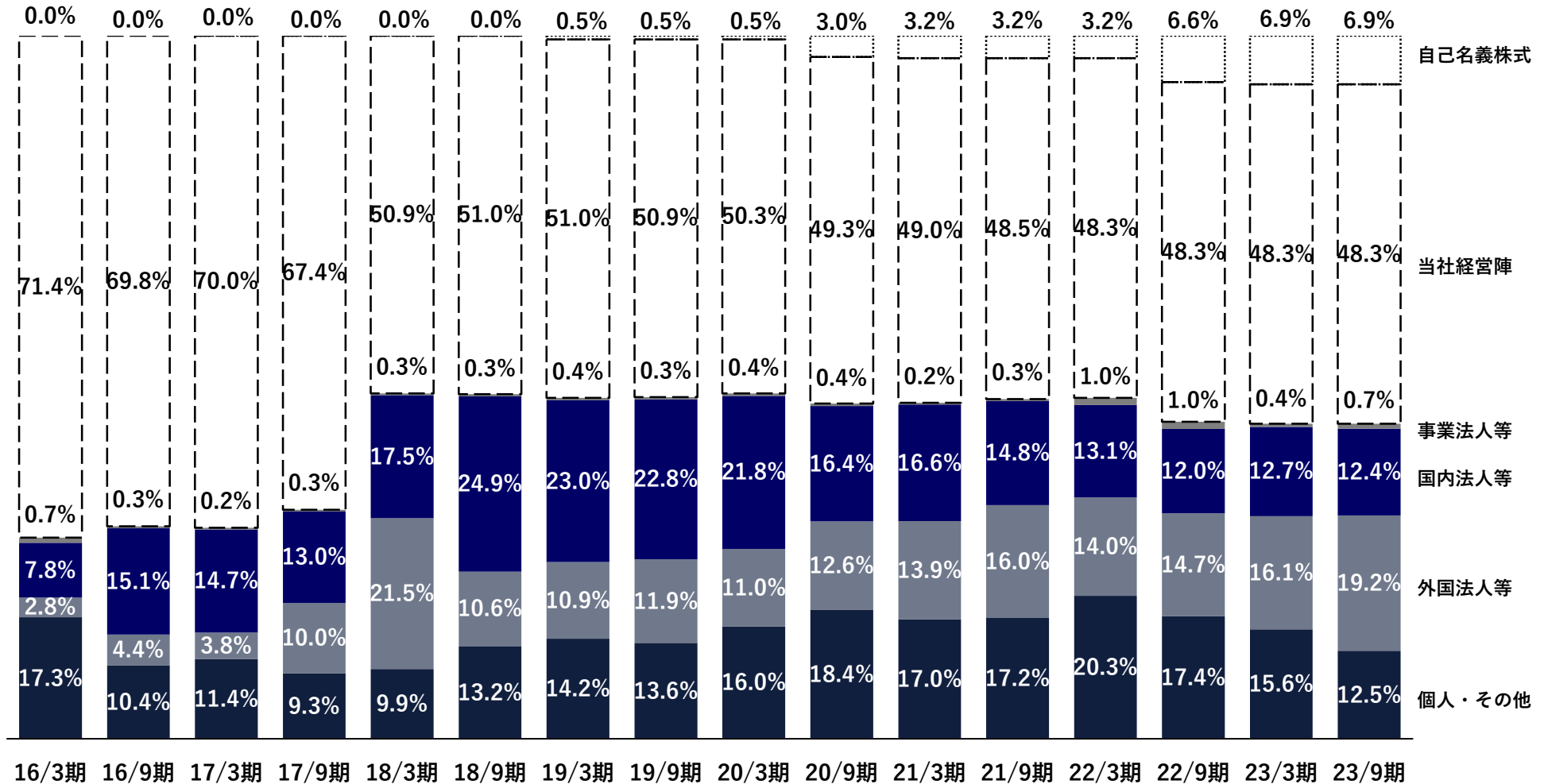
注1: Vertical HRにおける掲載事業所数は今後課金可能性のある無料掲載を行っている事業所数を含む。

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。

# 財務戦略: 株主構成

- 海外投資家比率は19.2%と前期末から+3.1%増加し、FY18/3以降において過去最高水準に拡大。



## 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/](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
  - ✓ 統合報告書：[https://zigexn.co.jp/ir/integrated\\_report/](https://zigexn.co.jp/ir/integrated_report/)  
内容：各種戦略、ESG/SDGs等のサステナビリティ情報 等
  - ✓ 決算説明会関連：[https://zigexn.co.jp/ir/earnings\\_release/](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
  - ✓ 第2次中期経営計画：[https://zigexn.co.jp/ir/management\\_plan/](https://zigexn.co.jp/ir/management_plan/)  
内容：中期経営戦略 等





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。