

株式会社じげん

2026年3月期 第2四半期決算説明会資料

2025年11月11日

Contents

1. 決算概要
2. 経営戦略/M&Aの進捗
3. 参考資料



1

決算概要

エグゼクティブサマリ

FY2026/3 2Q 実績サマリ

(単位: 百万円)

売上収益
13,776

YoY +12%
進捗率: 49%

EBITDA
3,653

YoY +5%
進捗率: 49%

営業利益
2,852

YoY +2%
進捗率: 49%

親会社所有者
帰属当期利益
1,982

YoY +5%
進捗率: 49%

EPS
19.82円

YoY +8%
進捗率: 49%

- ✓ 業績: タイズを中心とした既存事業の成長と、エニーキャリア等の新規M&Aの貢献により、前年比増収増益で着地。
業績予想に対しては順調に進捗中。
- ✓ M&A: Vertical HRにおいて、主にリゾート領域で人材派遣事業を展開するアルファスタッフ社を完全子会社化。
国内外や規模を問わず、引き続き積極的にM&Aに取り組む方針。
- ✓ PMI: 今期グループインしたエニーキャリア社(薬局領域)やURG社(コンサル領域)のPMIは順調に進展中。

Vertical HR

- ✓ タイズでは入職ベースと成約ベースの売上収益は引き続き高成長を維持。
- ✓ リジョブでは新規顧客の獲得ペースは拡大。
- ✓ エニーキャリア社とURG社のPMIは順調に進捗中。

Living Tech

- ✓ マクロ影響により、引越し・リフォーム領域では需要が減退。
- ✓ 家計の費用の見直し機運の高まりもあり、電力切替サービスのクロスセルは好調。
- ✓ 保険領域やリユース領域のM&Aも増収貢献。

Life Service

- ✓ 旅行領域では、レジャー渡航需要が円安影響により緩やかな推移だが、業務渡航需要は堅調。
- ✓ 一部の低採算事業の経営統合を推進。

四半期業績推移

売上収益

7,017 百万円

(YoY +15.1%)

EBITDA

1,852 百万円

(YoY+10.2%)

営業利益

1,435 百万円

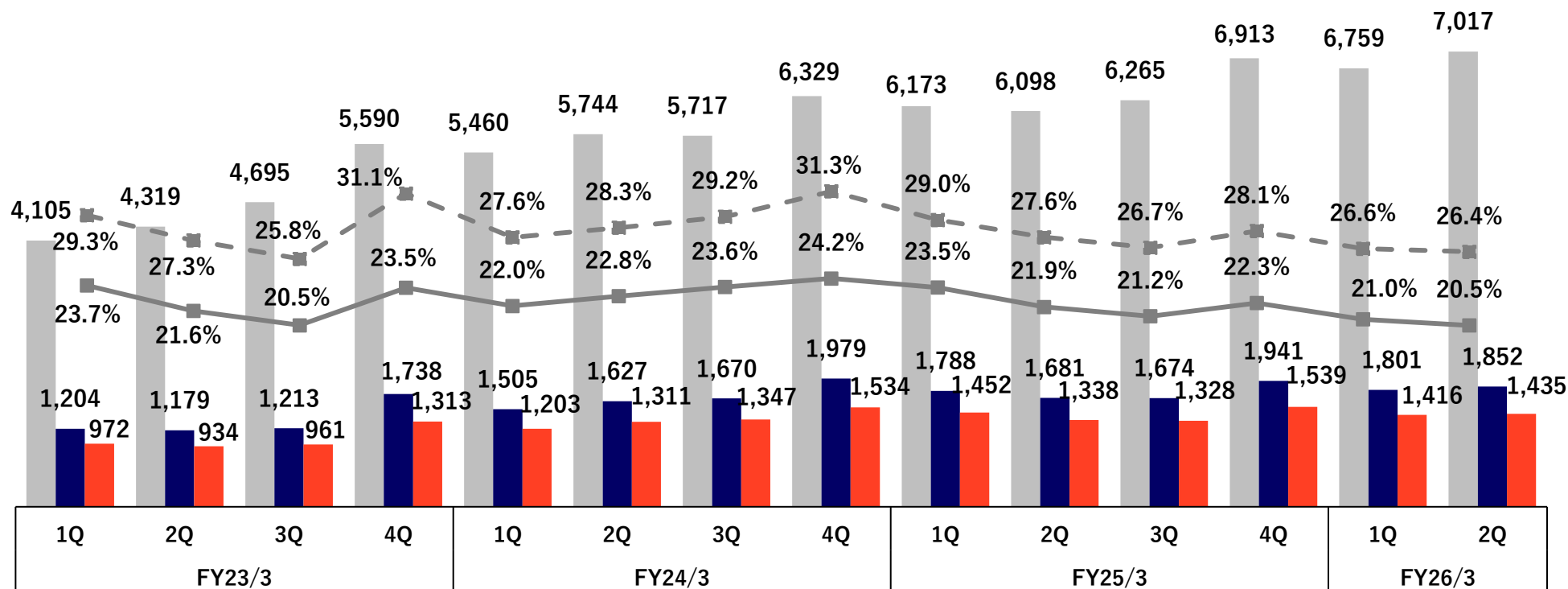
(YoY +7.3%)

- 売上収益：M&Aの連結効果もあり、**前年比・前四半期比で増収**。
- 利益：ポートフォリオミックスの変化もあり、利益率はやや減少傾向であるも、**営業利益・EBITDAともにQ2として過去最高で着地**。

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)



2026年3月期業績予想に対する進捗率

- 売上収益・各利益において、業績予想に対して順調に進捗中。
- Vertical HRとLiving Techは新規M&Aも貢献し、前年比2桁増収で着地。Life Serviceも前年比増収に回帰。

売上収益

13,776百万円
(進捗率: 49%)

EBITDA

3,653百万円
(進捗率: 49%)

営業利益

2,852百万円
(進捗率: 49%)

EPS

19.82円
(進捗率: 49%)

(百万円)	FY2025/3 Q2 実績	FY2026/3 Q2 実績	前年比(%)	FY2026/3 業績予想	進捗率(%)
売上収益	12,272	13,776	+12%	28,000	49%
● Vertical HR	5,213	6,039	+16%	12,000	50%
● Living Tech	2,657	3,261	+23%	7,000	47%
● Life Service	4,402	4,476	+2%	9,000	50%
EBITDA(注1)	3,469	3,653	+5%	7,430	49%
営業利益	2,790	2,852	+2%	5,880	49%
親会社所有者 帰属当期利益	1,886	1,982	+5%	4,020	49%
基本的1株当たり 当期利益(EPS)	18.37	19.82	+8%	40.20	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

法人顧客数と法人顧客単価

法人顧客数

23,477社

(YoY +3.9%)

法人顧客単価

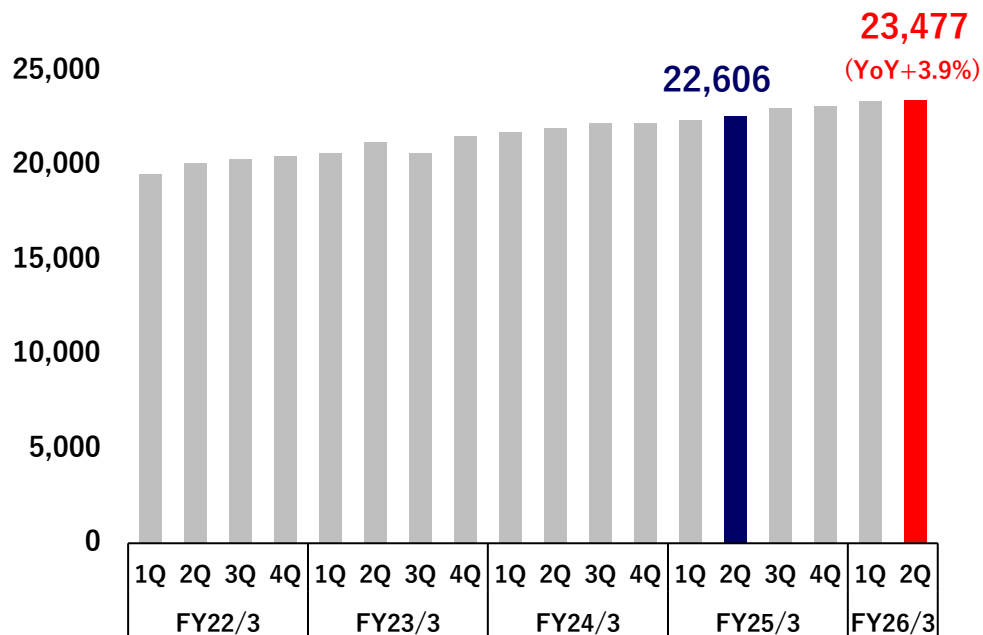
115万円

(YoY +6.7%)

- 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。

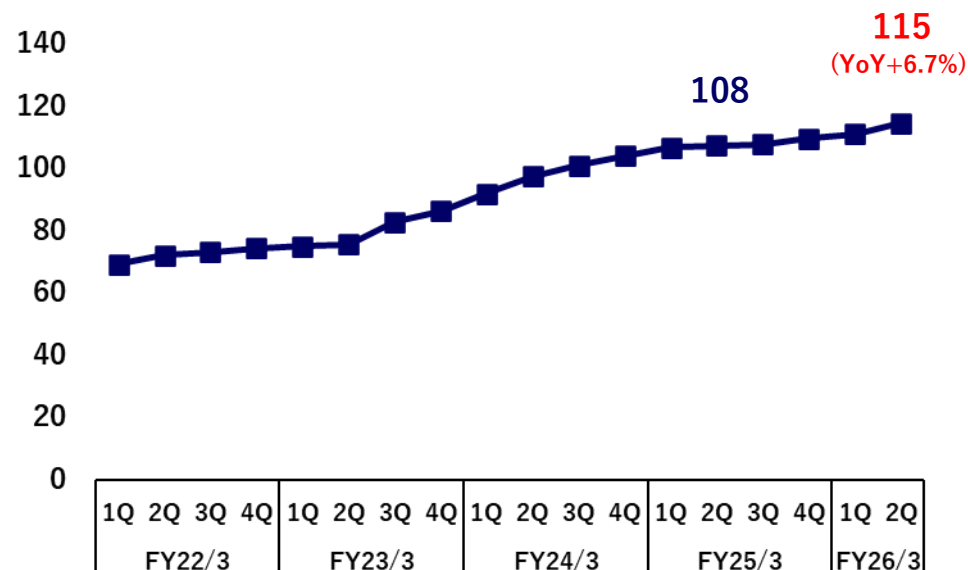
法人顧客数

(単位: 社)



法人顧客単価

(単位: 万円)



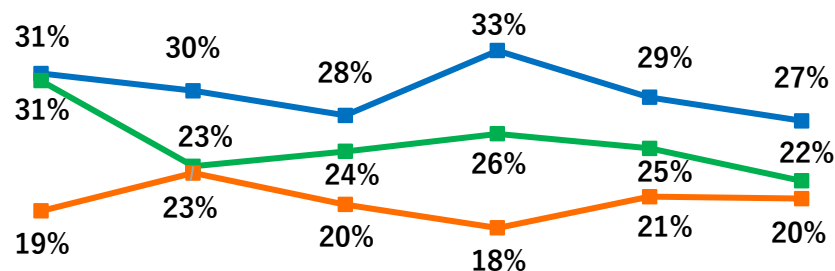
注1: 各四半期末より一年以内に売上収益が発生した企業を法人顧客として集計。

注2: 法人顧客単価は連結売上収益÷法人顧客数にて算定。

利益推移 -セグメント別の収益性-

- Vertical HR：タイズやリジョブの事業投資、新規M&Aによる事業ポートフォリオの変化があるも、高収益性を維持。
 今後は後述の派遣事業への本格参入による利益「率」への影響が部分的に想定されるも、利益「額」の拡大を目指す。
- Living Tech：プロダクトミックスの変化などがあるも、前年比で同等水準を維持。
- Life Service：収益性を意識した事業運営や低採算事業の経営効率化により、利益率は安定推移。

セグメント別 共通費配賦前営業利益率(※) 推移



セグメント別 戦略ハイライト -利益率向上-

全体：事業ポートフォリオの見直し（合併、売却等）

Vertical HR：

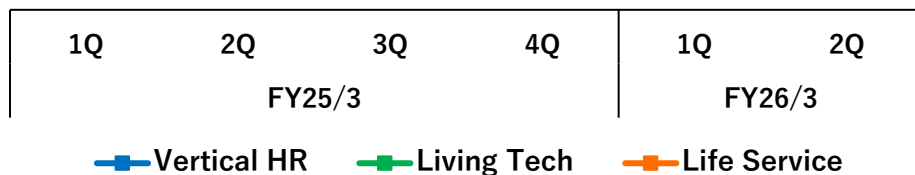
- ①人材紹介事業の生産性向上（オペレーション改善）
- ②ビジネスモデルの最適化

Living Tech：

- ①価値提供の多様化（多様なユーザーニーズに対するクロスセル）
- ②付加価値の拡張（顧客に対する価値提供の強化）

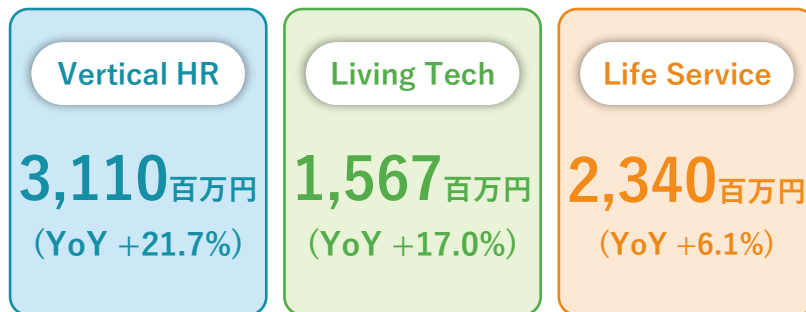
Life Service：

- ①低採算事業における事業運営の効率化、合理化
- ②主力事業候補の優先的注力

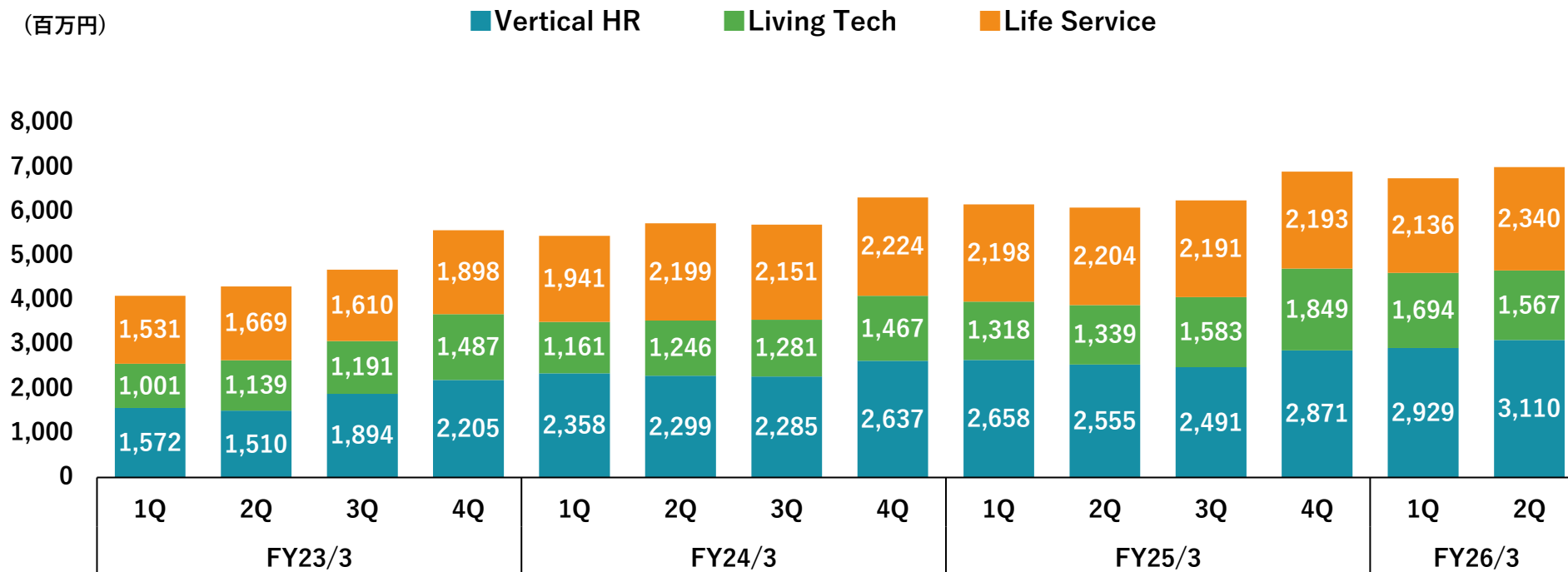


注: セグメント別の共通費配賦前営業利益率は、本社費用等の間接費配賦前の営業利益の利益率を示す。

領域別売上収益推移



- Vertical HR：製造領域や建設・不動産領域を中心に高成長を維持。また、新規M&Aの連結効果もあり、前年比で大幅増収。
- Living Tech：保険領域やリユース領域の連結効果もあり、大幅伸長。
- Life Service：安定的な事業運営の推進により、前年比で微増収。



足元の外部環境

- Vertical HRは全体的に好調である一方で、Living TechやLife Serviceでは、一部の事業環境において向かい風が見られる。

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 - エニーキャリア	採用ニーズは高い水準で継続し、新規顧客の獲得ペースも向上	○	求職者ニーズは引き続き堅調	○	
	- タイズ - URG	採用ニーズは高い水準で推移	○	求職者ニーズは引き続き堅調	○	
	その他 - 建設JOBS - リアルエステートWORKS - オーサムエージェント	全体的に高い採用ニーズが継続	○	求職者ニーズは引き続き堅調	○	
Living Tech	不動産 - スモッカ - セカイプロパティ	- ネット広告への出稿需要は引き続き堅調 - 物件の仕入状況は良好	○	- インフレ影響により引越し需要はやや減退(△) - 海外不動産需要は好調(○)	△	
	ライフサポート - リショップナビ - エネピ	ネット広告への出稿需要は引き続き堅調	○	- インフレ影響により、リフォーム需要は減退(×) - 節約需要の高まりにより、光熱費の代替需要は増加(○)	△	
Life Service	比較メディア(FC, 結婚等)	広告出稿需要はFC領域は安定推移するも、結婚領域で鈍化	△	FC領域や結婚領域のユーザーの動きは鈍化	△	
	APW	- 円安影響があるも、業務渡航は堅調に推移 - レジャー渡航需要は緩やかに推移	△	- 国内の移動需要は好調に推移 - 海外の移動需要は伸び悩む	△	

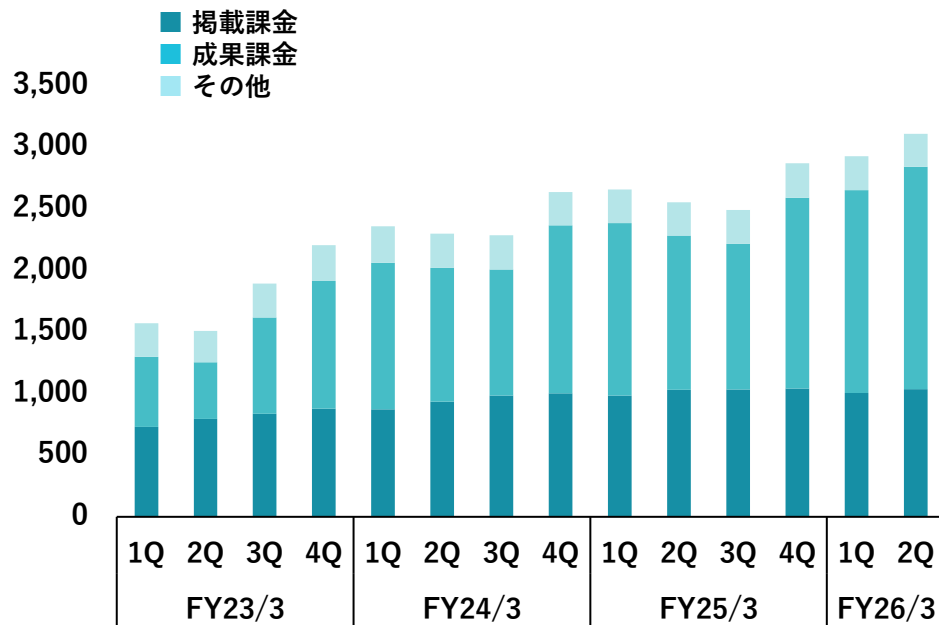
注: TSD社は2024年10月付けでAPW社と吸収合併済み。

主力事業における事業状況 -Vertical HR-

- 掲載課金：物流領域における伸長もあり、安定的に推移。
- 成果課金：主に製造領域における成長や、新規M&Aの連結効果により、**過去最高を更新**。

売上収益

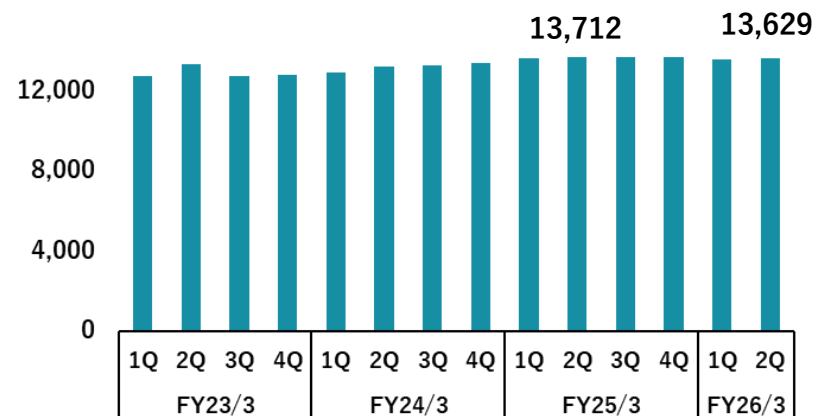
(単位：百万円)



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ツ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: 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。

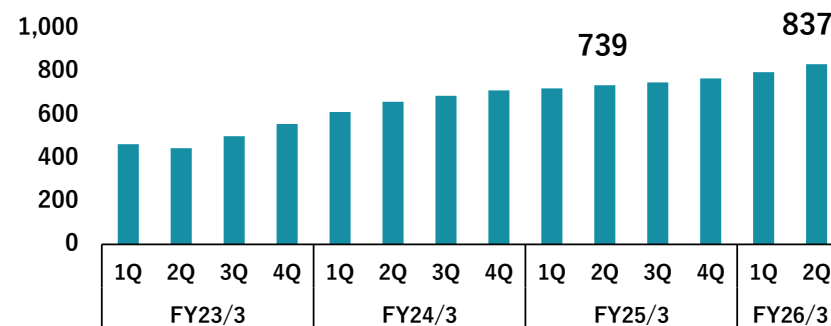
顧客数

(社)



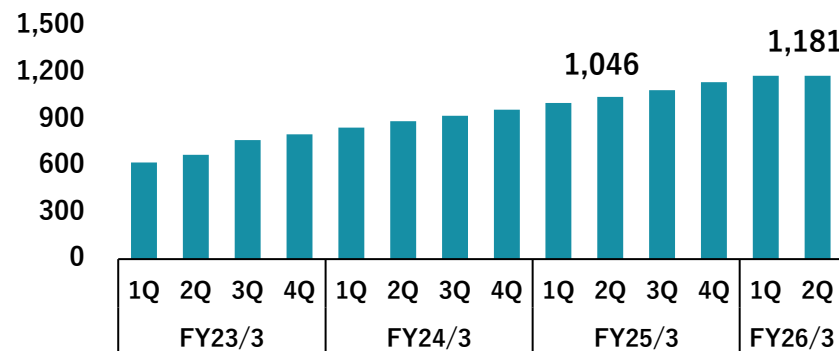
顧客単価

(千円)



会員数

(千名)



Vertical HR -タイズ社の業績-

- 関東エリアへの進出、ハイパフォーマーのナレッジ平準化や新規育成等といったPMIの着実な進捗により、**リピート顧客のロイヤリティの向上と新規顧客の開拓が進展し、高成長を維持**。新たに東海エリアでも拠点を開設。
- 1顧客当たり単価は、エリア拡張に伴う新規顧客の増加が影響するも、既存顧客の採用シェア拡大により、安定的に推移。
- 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。
- コンサルタントの採用及び育成体制の強化により、収益性は維持しつつも、成長率の引き上げを目指す。

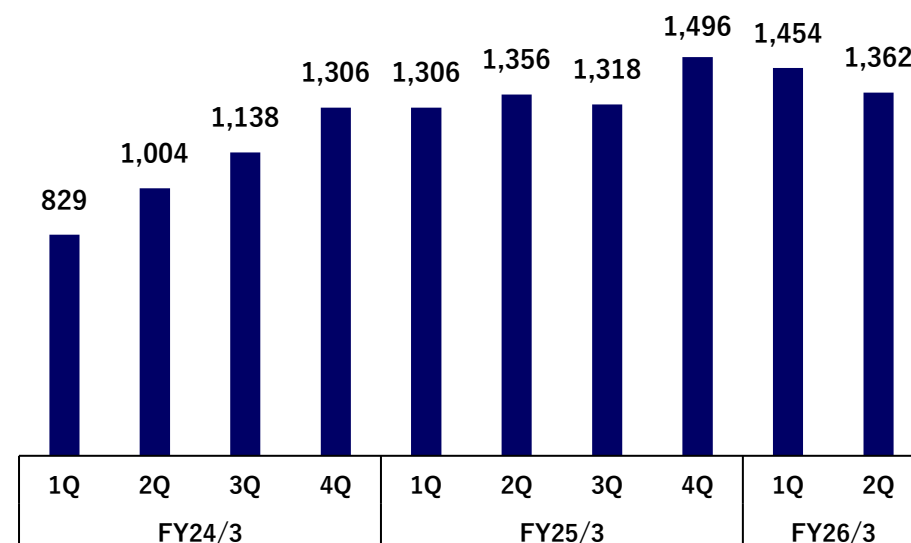
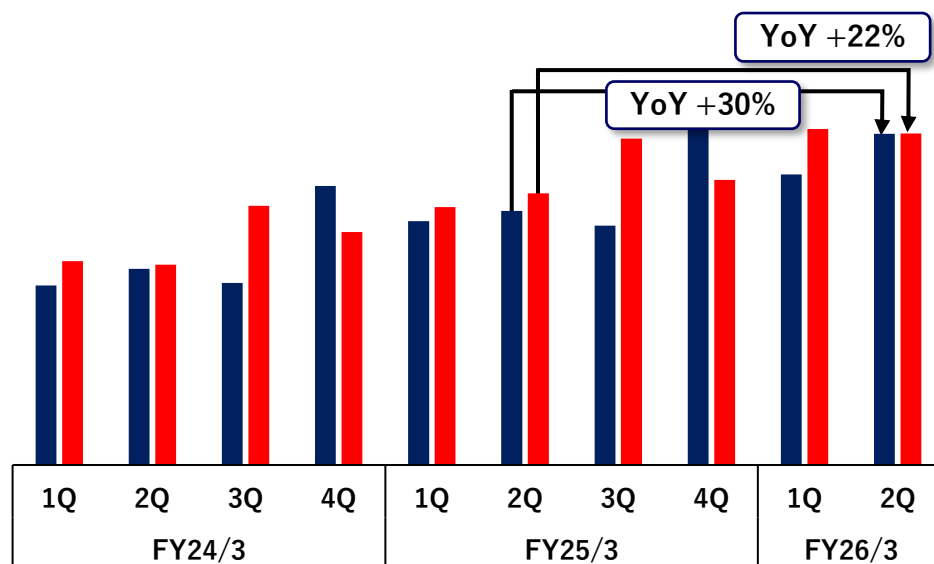
入職/成約ベース 売上収益

1顧客当たり単価

(単位：万円)

■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)



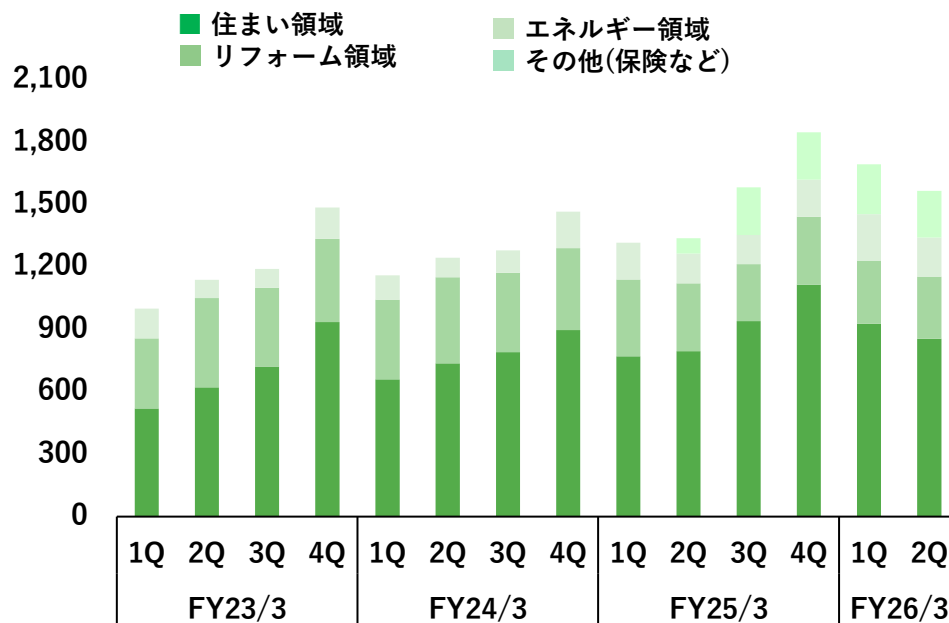
注: リピート顧客は1年以上前から売上があり、直近12か月で1度でも売上が発生した会社。新規顧客は直近12か月で初めて売上が発生した会社。

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、**越境不動産事業の伸長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。

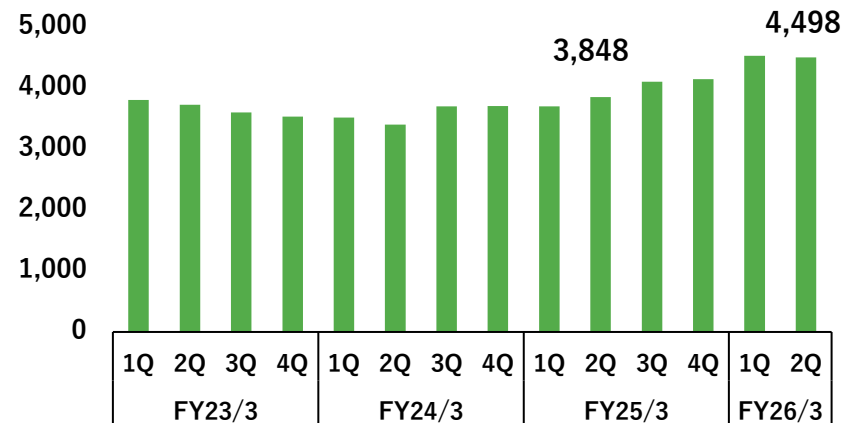
売上収益

(単位：百万円)

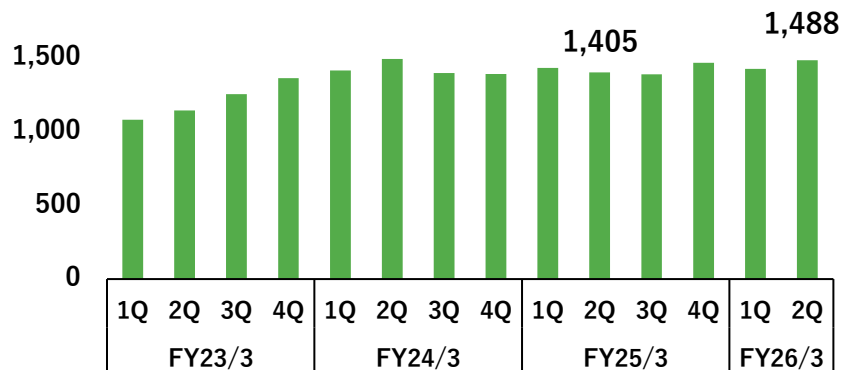


注1: 住まい領域は主にスモッカとセカイプロパティ、リフォーム領域はリショップナビを指す。
 注2: 会員数は累計の数値を使用。FY23/3 4Q、FY24/3の会員数に一部誤りがあり遡及修正。
 注3: FY23/3 3QからFY24/3 2Q、FY25/3 3Q、FY26/3 1Qの法人顧客数の集計に一部誤りがあり遡及修正。
 修正後の数値は、顧客数(社): FY23/3 3Q: 3,595, 4Q: 3,530, FY24/3 1Q: 3,512, 2Q: 3,397, FY25/3 3Q: 4,102, FY26/3 1Q: 4,527、顧客単価(千円): FY23/3 3Q: 1,257, 4Q: 1,365, FY24/3 1Q: 1,418, 2Q: 1,497、FY25/3 3Q: 1,391、FY26/3 1Q: 1,428。

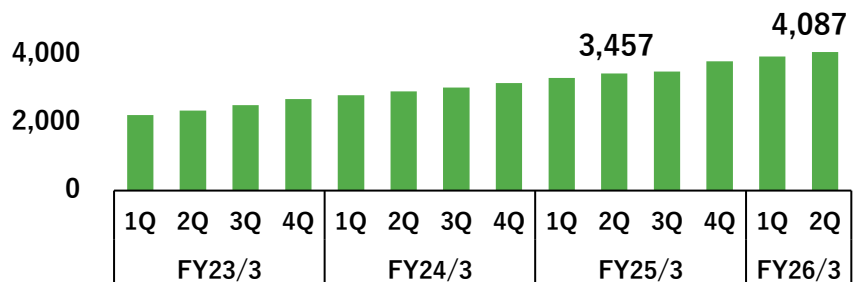
顧客数 (社)



顧客単価 (千円)



会員数 (千名)



2

経営戦略/M&Aの進捗

第2次中期経営計画の評価と今後の戦略

- 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、FY2025/3は**過去最高の売上収益および利益を達成**。

第2次中計の評価

△	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が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
- 収益性改善やポートフォリオの合理化

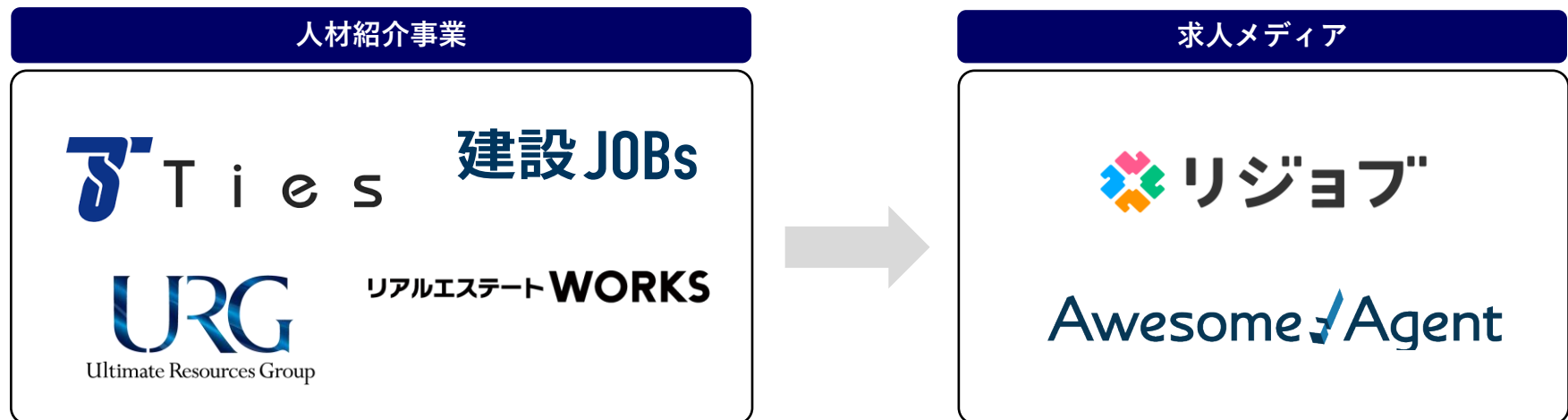
注: Z Coreとは、売上収益100億超の主力事業を指す。

Vertical HR : 今後の戦略① -ビジネスモデルの最適化-

- 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**。
- 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。
- リジョブ社では、後述のエニーキャリア社のオペレーションノウハウの共有により、人材紹介モデルの本格展開を推進。

ビジネスモデルの最適化

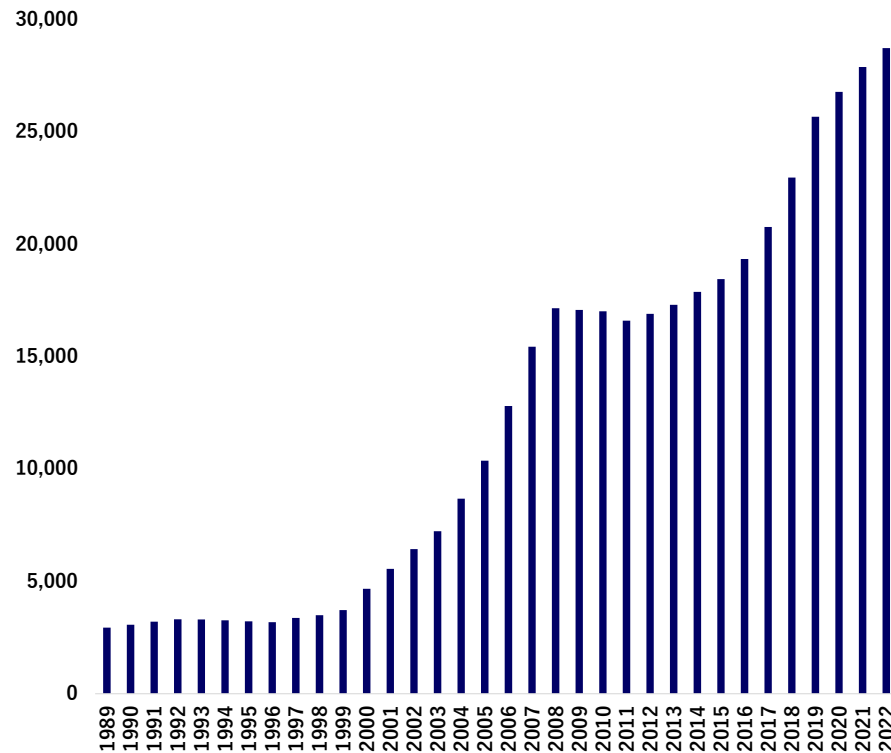
人材紹介事業の運営ノウハウの蓄積に伴い、
求人メディア事業に対して、人材紹介モデルの導入を推進。



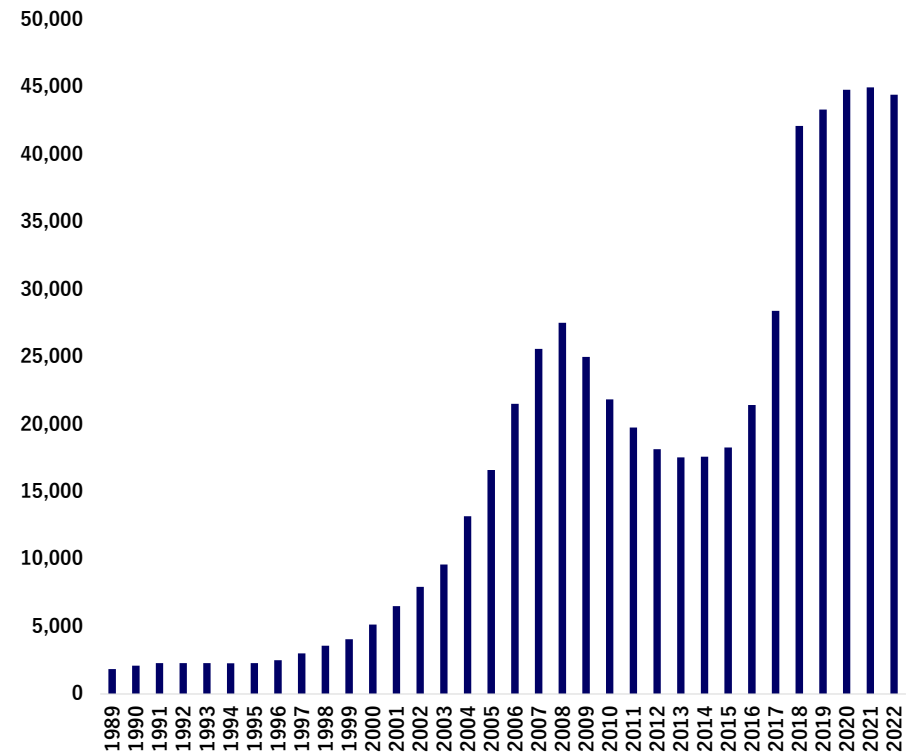
Vertical HR：今後の戦略② -ロールアップ戦略-

- 人材関連企業数は増え続けており、今後も人手不足等を背景として、増加が続く見通し。
- 事業運営ノウハウ蓄積により成功確度が高いVertical HRにおいて、**領域拡張やプロダクト強化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

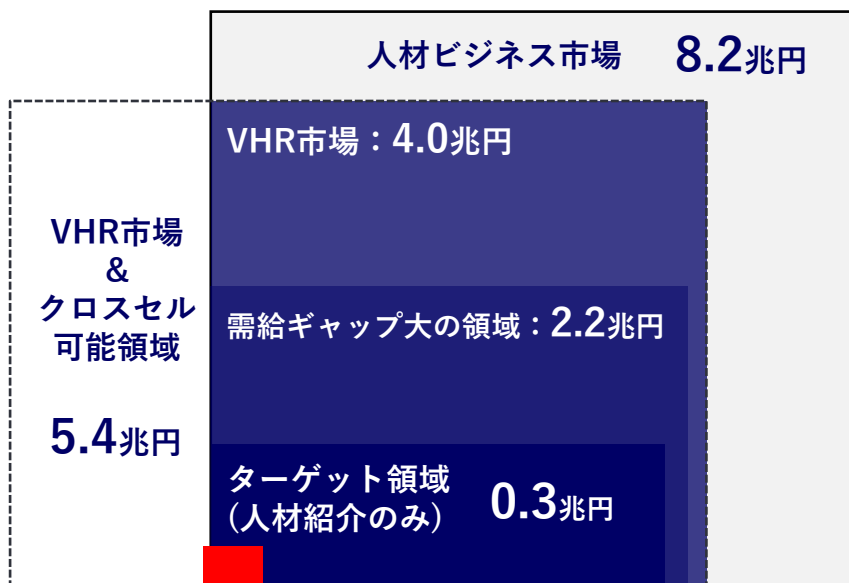


注: 資料出所 厚生労働省「職業紹介事業報告」、厚生労働省職業安定局需給調整事業課調べ

Vertical HR : 市場規模と成長戦略

- HR業界では中長期的な労働人口の減少が見込まれるものの、労働市場の流動化やその市場規模の大きさ、分散化された市場構造などを踏まえると、**各領域に対して最適なアプローチを推進**することによる中長期的な拡大余地は大きい。

市場シェアの拡張余地



じげんVertical HR 売上収益 約106億円

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

ビジネスモデルの例

ビジネスモデルの最適化

求人広告メディア

人材派遣

人材紹介

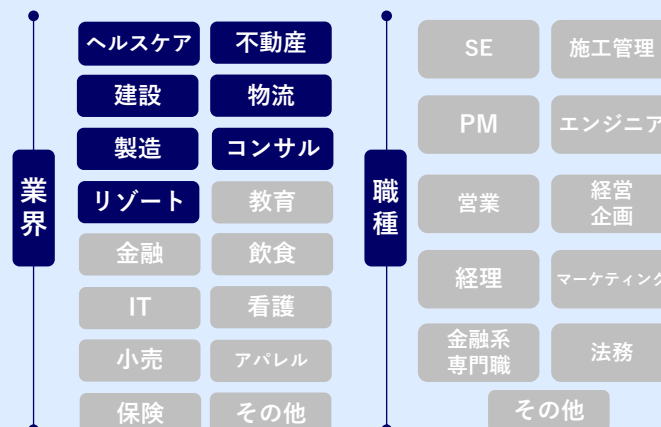
データベーススカウト

RPO

その他

ターゲット領域の例

領域の横展開



Vertical HR : エニーキャリア社のM&A

- リジヨブ社によって、薬剤師領域で人材紹介事業を展開するエニーキャリア社を子会社化。
- 取得目的は、①優れたオペレーションエクセレンスの獲得、②豊富な顧客基盤の獲得、③リジヨブ社とのシナジーの実現。
- タイズ社によるURG社のM&Aに続く、子会社によるM&Aであり、今後もグループを総じて、積極的にM&Aに注力。

対象会社の概要

A. ANY CAREER

会社名	エニーキャリア株式会社
概要	薬剤師の職業紹介事業 -ファーマキャリア- 薬剤師の求人サイト事業 -ファーマボックス-
業績	FY2025/3 売上高: 1,375百万円、営業利益: 323百万円
取得額	2,920百万円 ※ネットキャッシュ: 約920百万円
取得日	2025年9月1日

取得目的

(1) オペレーションノウハウの獲得

→登録数に対して、高採用率を誇るオペレーションエクセレンスの獲得

(2) 顧客資産の獲得

→薬局領域における約7,000社の顧客基盤を獲得

(3) リジヨブ社とのシナジーの実現

→相互連携により、成長加速を目指す

Vertical HR：アルファスタッフ社のM&A

- リゾート領域における人材派遣・人材紹介事業や、製造業向け外国人派遣事業を行うアルファスタッフ社を子会社化。
- 取得目的は、①市場成長が見込まれる新規領域への参入、②人材派遣領域への本格進出、③当社の強みであるマッチングテクノロジー活用による成長実現。

対象会社の概要



会社名	株式会社アルファスタッフ
概要	リゾート領域における人材派遣・人材紹介事業 製造業向け外国人派遣事業
業績	FY2025/3 売上高: 1,925百万円、営業利益: △53百万円 FY2026/3 (見込み) 売上高: 1,334百万円、営業利益: 24百万円
取得額	80百万円
取得日	2025年11月10日

取得目的

(1) 新規領域への参入

→訪日外国人や外国人労働者の増加等を背景として、市場成長が見込まれるリゾート領域へ新規参入

(2) 人材派遣事業への進出

→既存の求人メディアや人材紹介業に加え、人材派遣領域にも本格進出。派遣事業における成功モデルの確立を目指す。

(3) マッチングテクノロジーによる成長実現

→当社の強みであるマッチングテクノロジーの活用により、集客改善を図る

Vertical HRの展開領域と横の連携

- 各事業の強みや営業/マーケティング/システムなどにおける事業運営ノウハウの転用により、**Vertical HRとして横の連携を図り、成長スピードを加速。**

Vertical HRの展開領域

異なるビジネスモデル間で事業運営ノウハウの転用（例：求人メディアに人材紹介モデルを導入）



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。

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、連結業績やバランスシートへの影響、今後の資金需要等を総合的に踏まえて、事業方針を決定。

ダイベストメント方針

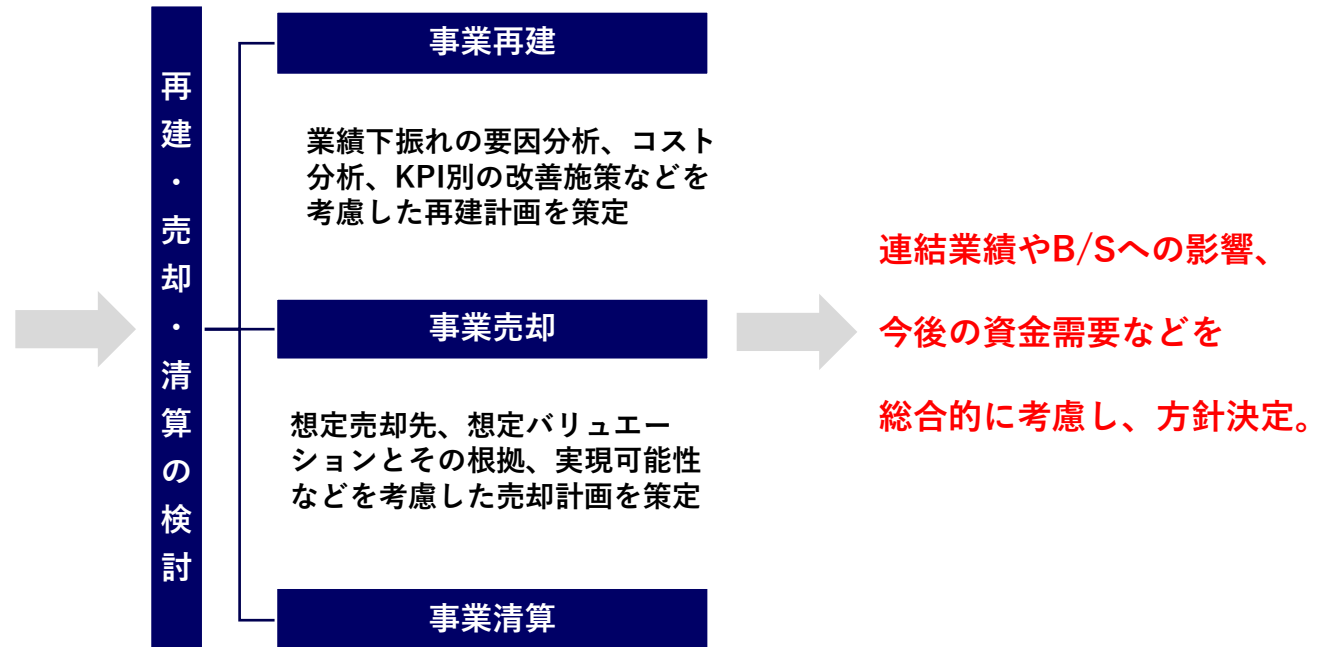
検討基準

1 or 2 に抵触した場合、売却や撤退を含む事業方針の検討を実施。

1. 2四半期連続の営業利益の平均損失額が一定額を超過

2. 事業開始・グループ連結後の累積損失額が一定額を超過

※基準1及び2における一定額については、社内に具体的な金額設定あり



ポートフォリオの効率化

- 三光アド社：低採算事業である紙メディア事業の縮小を決定。物流領域との親和性が比較的高いことを考慮し、オーサムエージェントとの経営統合を推進。当該統合により、Q3以降は赤字幅が縮小見込み。
- ミラクス社：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、人材紹介・派遣事業を縮小。減損リスクは無し。
- 経営統合やダイベストメント、子会社による株式取得などを通じたコーポレート機能の共通化やコスト効率化を推進することで、利益率の改善を図る。

ポートフォリオの効率化

◆ Vertical HR：オーサムエージェント



物流領域特化型の求人プラットフォームを運営。

◆ Life Service：三光アド



東海地方を中心に紙メディアを展開。



経営統合

◆ Vertical HR：ミラクス



介護領域特化型の人材紹介・派遣事業を運営。



事業縮小

AI活用事例

- 各部門でAI活用を通じたBPRを推進しており、業務効率の改善事例も多数あり。好事例についてはグループ横展開を推進。
- エンジニアサイドでは、各開発プロセス（要件定義・設計・テスト・実装等）に**AIエージェントを導入し、生産性の向上を実現**。
- 既存事業において、AIを活用した新規サービス開発も検討中であり、中長期的な顧客価値の創造を通じて、業績向上に繋げる。

全社的なAI活用例

顧客価値の創造

取組み：マッチングにおけるAI活用など

成果：スカウト受諾率の向上など

生産性の向上

取組み：開発プロセスにおけるAIエージェントの導入など

成果：エンジニアがより付加価値の高い業務へ注力できる環境の実現など

部門別の事例

- ◆ マーケティング部：顧客分析の高度化 → ターゲット精度向上
- ◆ 開発部：生成AIによる開発支援 → 開発工数の削減
- ◆ CS部：問い合わせ自動応答 → 対応時間の短縮
- ◆ 人事部：採用業務の効率化 → 書類選考時間の削減

具体例

Vertical HR

- ✓ 書類作成や求人票の最適化：履歴書や求人票等をAIで自動作成及びリライト。業務の効率化と品質の平準化を実現。
- ✓ スカウト業務の効率化：AIでプレミアムスカウト文章を自動生成し、マッチング効率を向上。

Living Tech

- ✓ コールセンター業務の自動化：架電発信業務をAIが自動化し、工数削減を実現。
- ✓ クリエイティブ制作の効率化：インハウス広告運用において、広告クリエイティブの制作を効率化。

Life Service

- ✓ AI見積もり：旅行領域において、ホテルや航空券予約の見積もりを自動化。

財務戦略と戦略投資（M&A）の状況

戦略投資額

30.1億円

(前期: 20.2億円)

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。10月末時点で約88万株、4億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、**11.0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	4,020	
- 戦略投資額	2,019	3,013	
- 株主優待費用	39	NA	
- 配当総額	1,054	1,088	
1株当たり配当(普通配当)	7.5円	11.0円	
追加還元枠(特別配当)	3.0円	NA	
追加還元枠(自己株式取得)	2,800	700	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: 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。

注4: FY2026/3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。

貸借対照表の状況

のれん対資本倍率

0.6倍

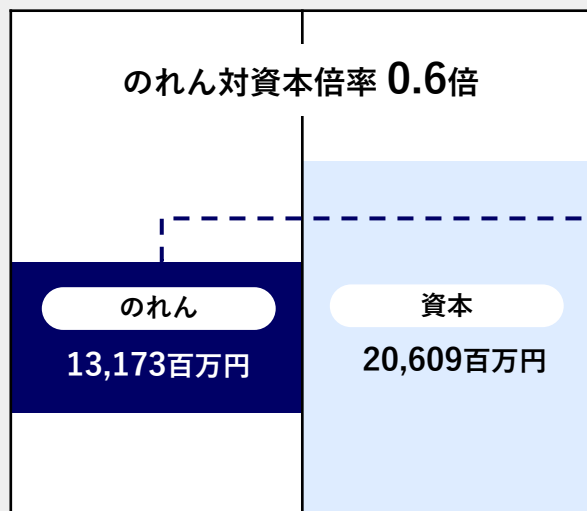
のれん金額

13,173百万円

- のれん対資本倍率は0.6倍、親会社所有者帰属持分比率は52.4%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) 39,403百万円



CGU別ののれん内訳

13,173万円

タイズ	1,814百万円
リジョブ	1,756百万円
エニーキャリア	1,617百万円
APW	1,428百万円
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: 暫定処理として、USAEL社とURG社に係るのれん相当額は、それぞれAPW社とタイズ社に統合。USAEL社に係るのれん相当額は暫定値から確定値に修正済み。

株主優待

- 当社株式への投資魅力の向上だけでなく、マーケティングや業績貢献などの観点も踏まえて、株主優待を導入。
- 優待内容は、保有株式数に応じた年2回の株主優待ポイントの付与。同ポイントは、アップルワールド社運営の航空券等の予約サイト「トラベリスト」のトラベリストポイントと交換可能な設計とし、中期的には交換対象の内容（サービス）を拡充していく方針。

株主優待の概要



優待内容

航空券等の予約サイト/アプリ「Travelist」における
トラベリストポイントと交換可能な株主優待ポイント

(トラベリストサイト: <https://travelist.jp/>)

導入目的

- ① 株主還元 & 当社株式への投資魅力の向上
- ② 当社の事業内容/ビジネスモデルの理解促進の機会提供
- ③ サービス集客力の強化、ひいては業績拡大への貢献

⇒増配や自己株式取得では、①は実現可能であるものの、

②③も同時に実現可能という観点から株主優待を導入

優待のアップデート

変更点：株主優待ポイントの有効期限の延長

従来

基準日(3月末、9月末)を一度繰越可能
(= 2回分をまとめて交換申請可能)

変更後

基準日(3月末、9月末)を二度繰越可能
(= 3回分をまとめて交換申請可能)

(株主様専用サイト「じげんプレミアム優待倶楽部」URL: <https://zigexn.premium-yutaiclub.jp/>)

3

参考資料



積み上げ型収益 & 非積み上げ型収益

積み上げ型収益

3,760 百万円

(YoY +6.1%)

非積み上げ型収益

3,256 百万円

(YoY +27.5%)

- 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。新規M&Aの貢献により、安定的に拡大。
- 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。
タイズ等の既存事業の成長や新規M&Aの連結効果により、大幅伸長。
- 積み上げ型収益による安定的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、エニーキャリア、URG、

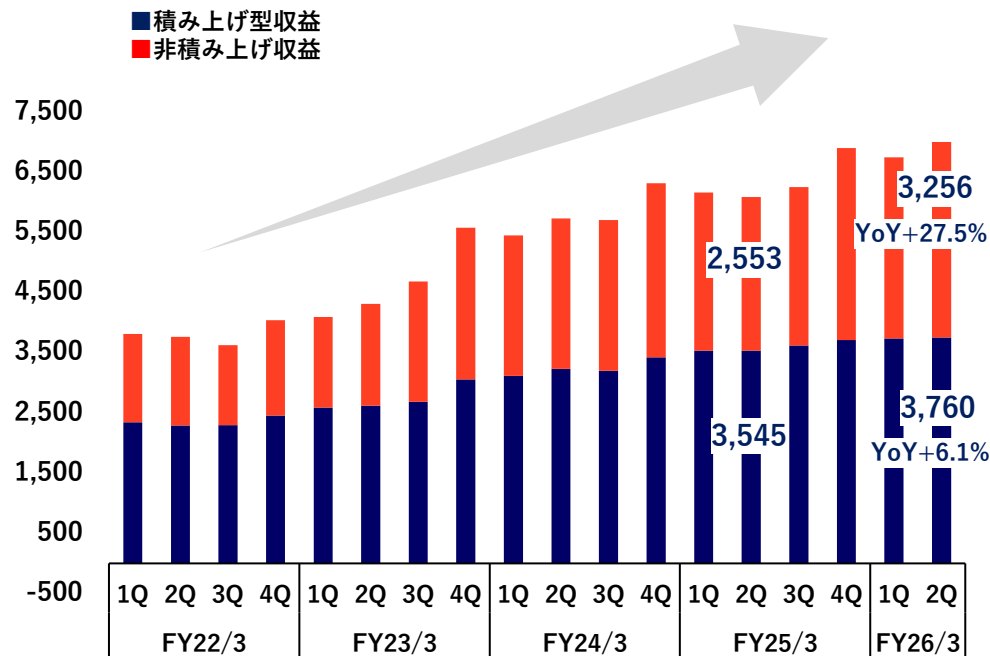
建設JOBS、リアルエステートWORKS

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。

積み上げ型収益(顧客数重視型)

積み上げ型収益

14,850百万円

(YoY +8.2%)

法人顧客数

19,640社

(YoY +2.7%)

- 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。
- 顧客数は介護事業撤退等の影響を一部受けるも、既存事業の着実な拡大や新規M&Aの貢献により、**過去最高を記録**。
- 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。

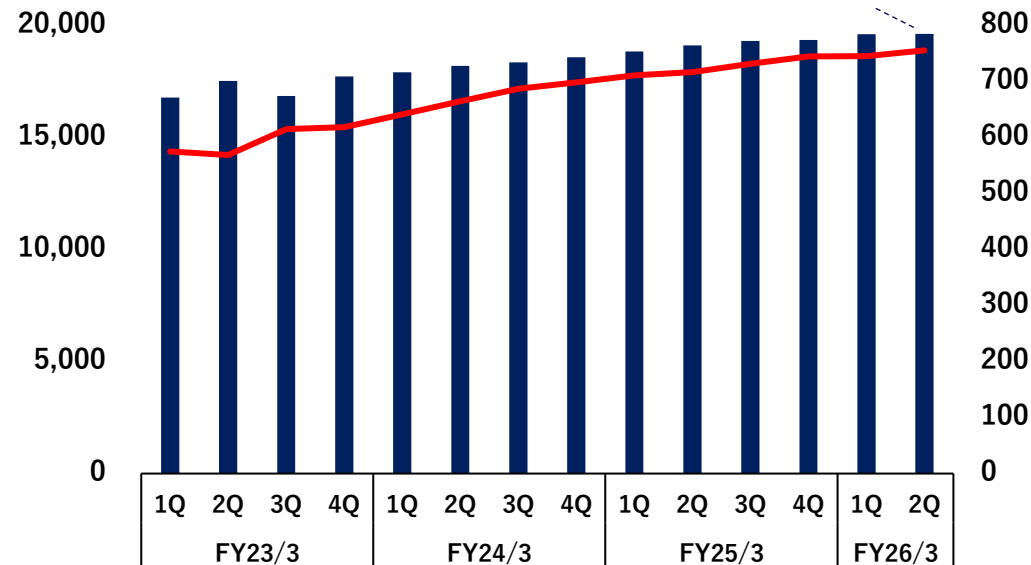
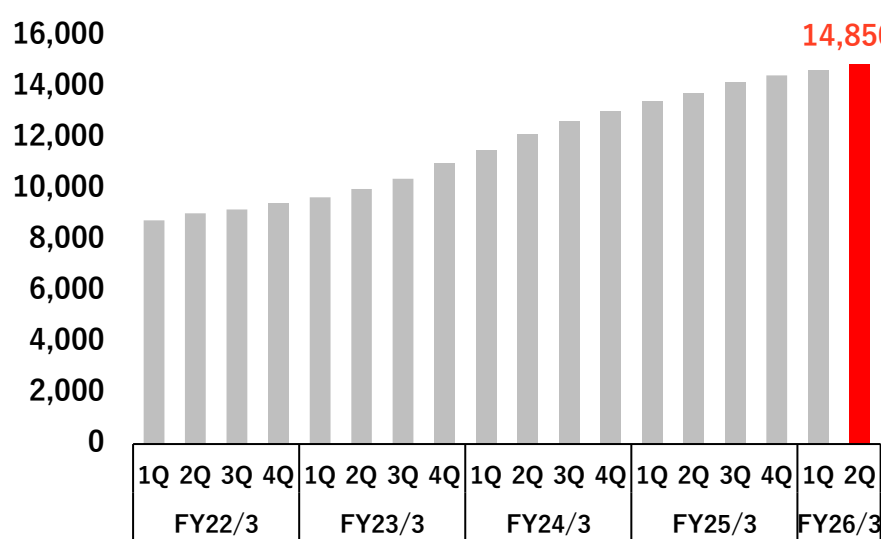
積み上げ型収益(顧客数重視型)

(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

12,104百万円

(YoY +14.3%)

顧客単価

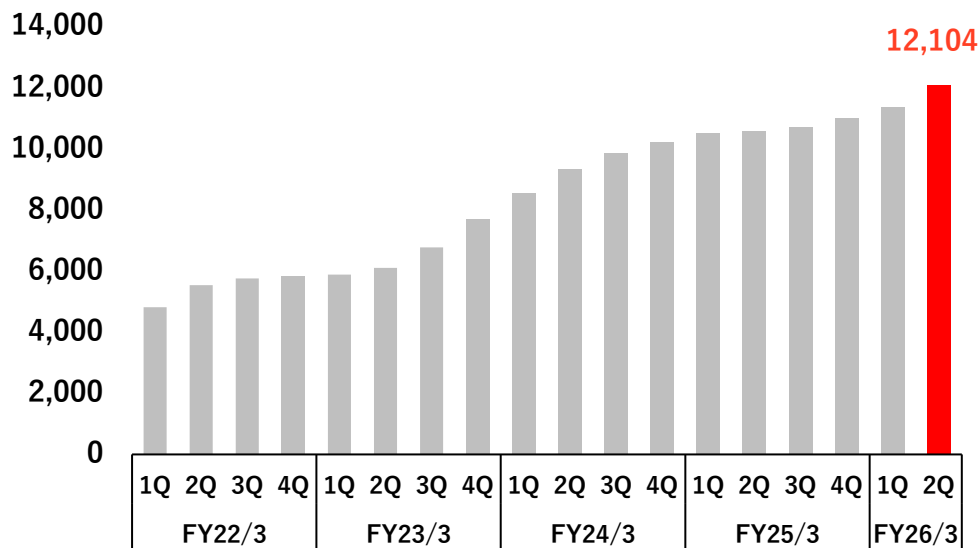
315万円

(YoY +3.5%)

- 非積み上げ型収益は、タイズ等の人材紹介業が主な構成要素で、顧客単価を重視。
- 非積み上げ型収益は、**タイズや新規M&A等の貢献により、大幅伸長。**
- 既存顧客のロイヤリティ向上を通じて、顧客単価の維持・向上を目指す。

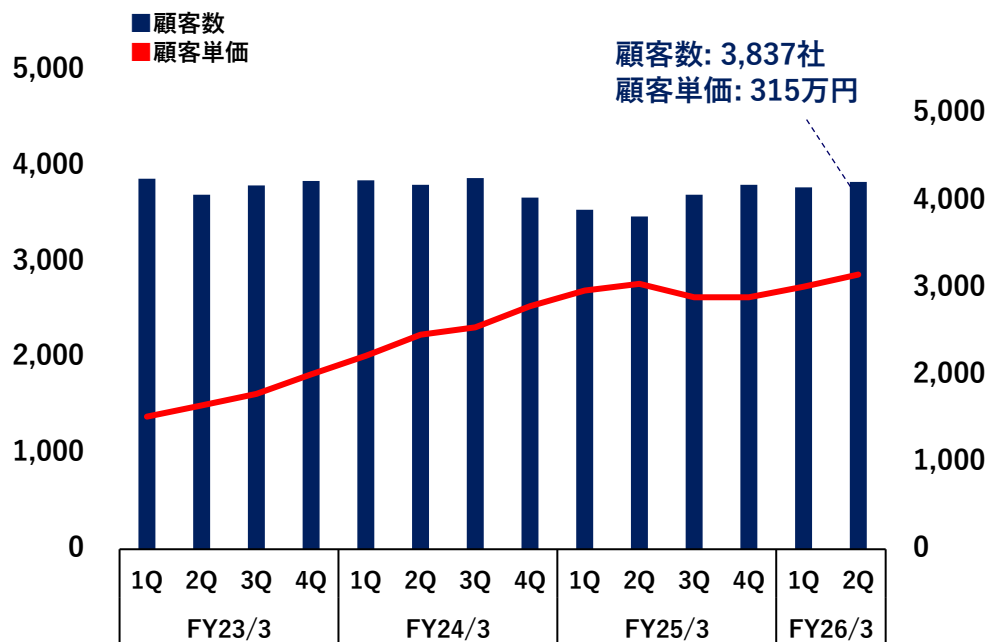
非積み上げ型収益(顧客単価重視型)

(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。

のれん減損テスト

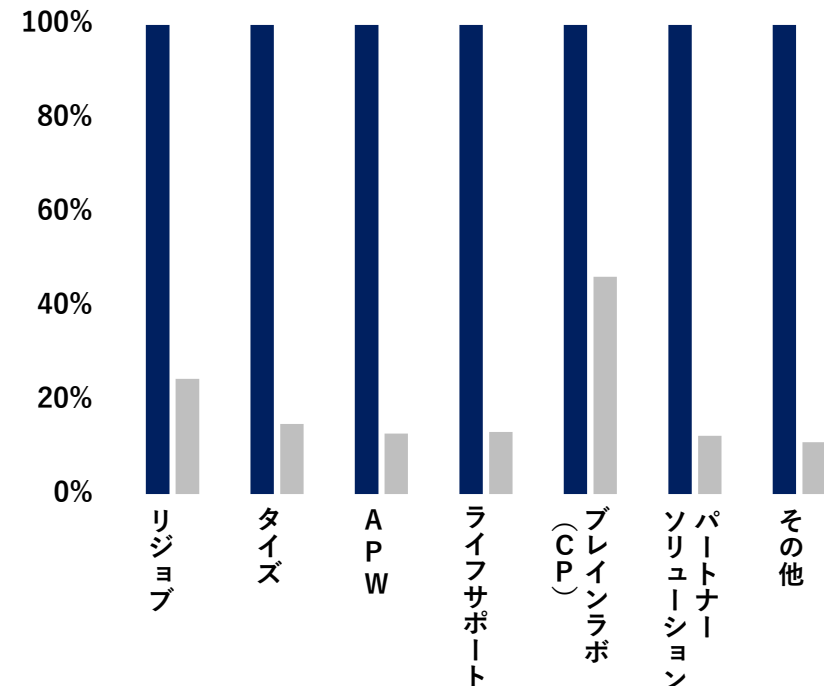
- のれんを構成する計17のCGUにおいて、IFRSに則り、帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- **のれんの金額が大きい主要CGUでは、回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。**

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。

Living Tech : -バリューチェーン拡張-

- 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

提供価値

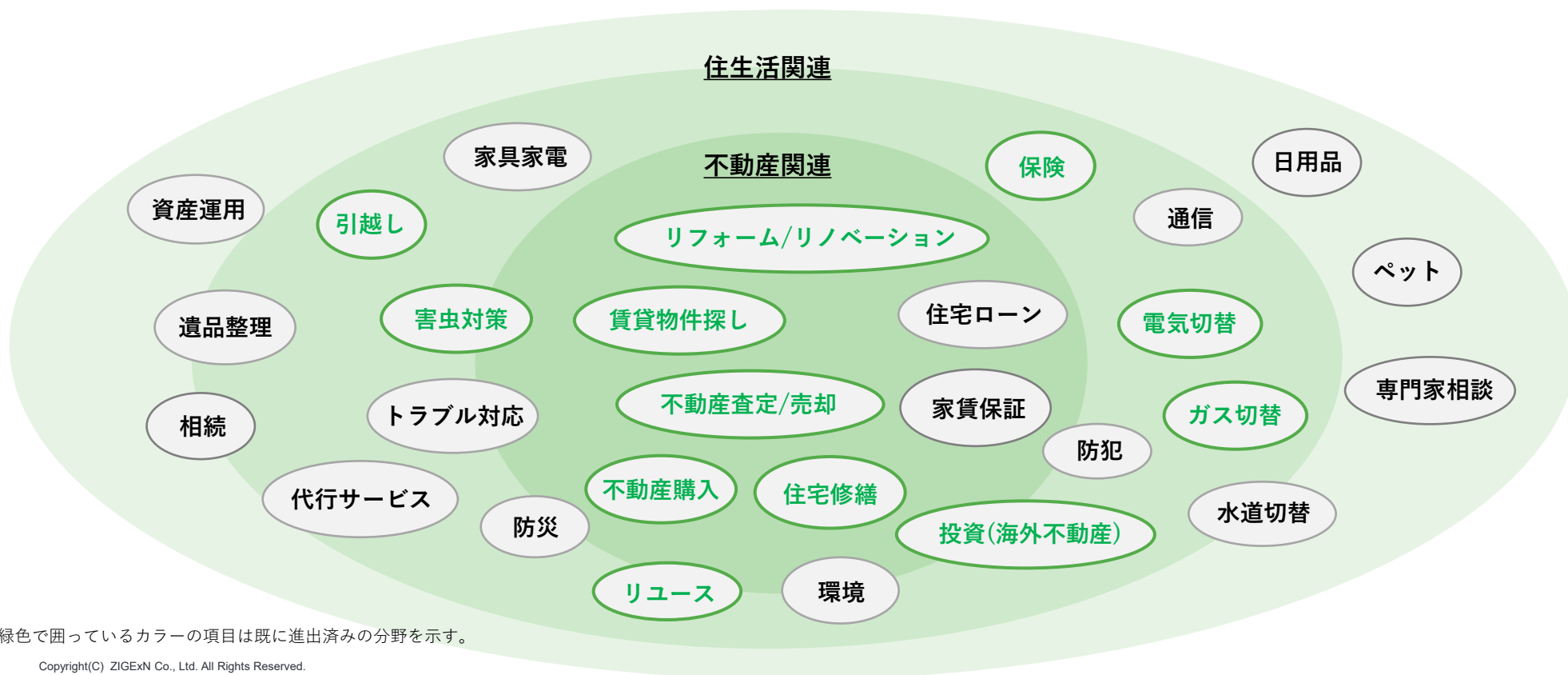
提供価値の拡大による単価向上



Living Tech : -領域拡張-

- 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



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。

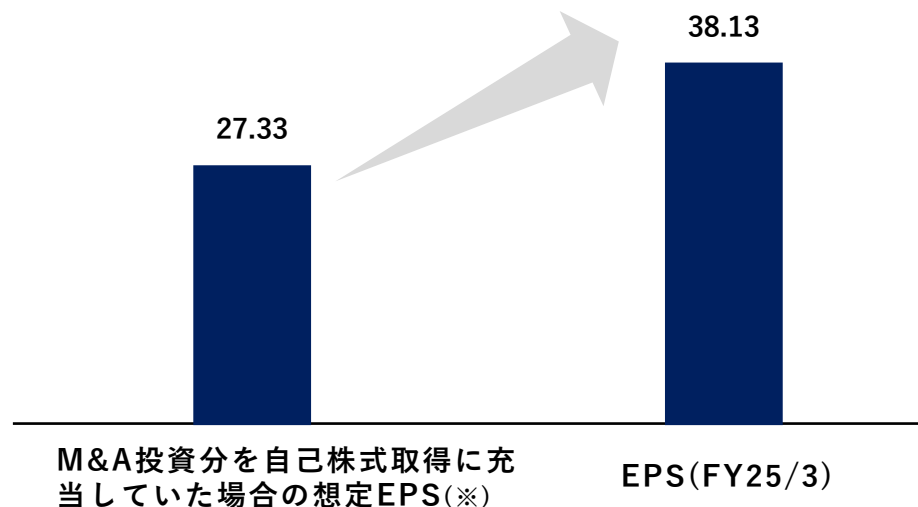
M&A件数・規模

- ✓ 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を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)-

- じげんは、上場以降、累計34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を行っている。
- 34件中32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  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  2020年12月 事業譲渡(4事業)	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)	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 株式取得(100%)	コンサル RPO/ 人材紹介  2025年5月 株式取得(100%)	薬局 人材紹介  2025年9月 株式取得(100%)	リゾート 人材派遣/ 人材紹介  2025年11月 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。

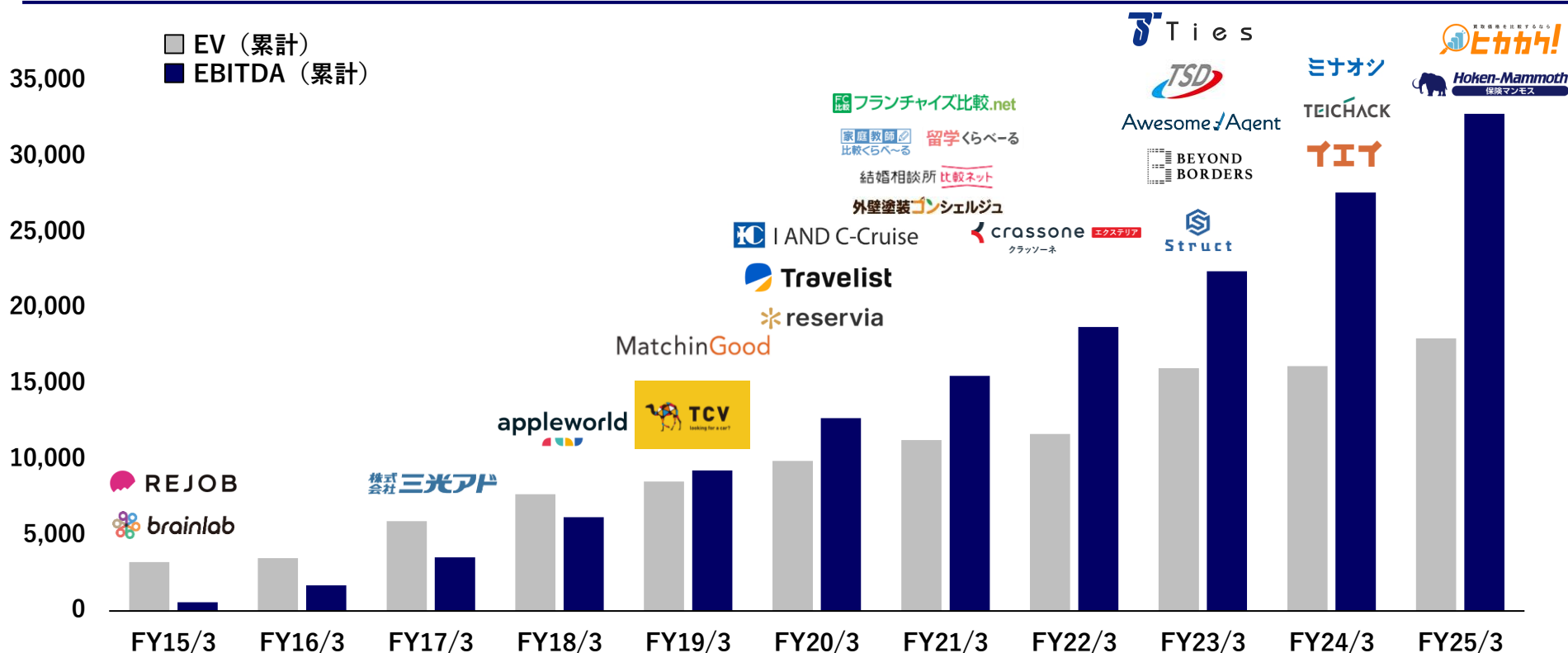
34件目

M&Aの振り返りと今後の戦略④ -M&Aの実績(2)-

- じげんのM&AはPMIによるEBITDA成長率が高く、基本的には事業会社として保有し続けるモデル(複利での継続投資)であるため、累積FCFが積みあがるモデル。さらに、接続するTAM及び隣接するTAMが広がり続け、成長余地の拡張が継続。
- 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)



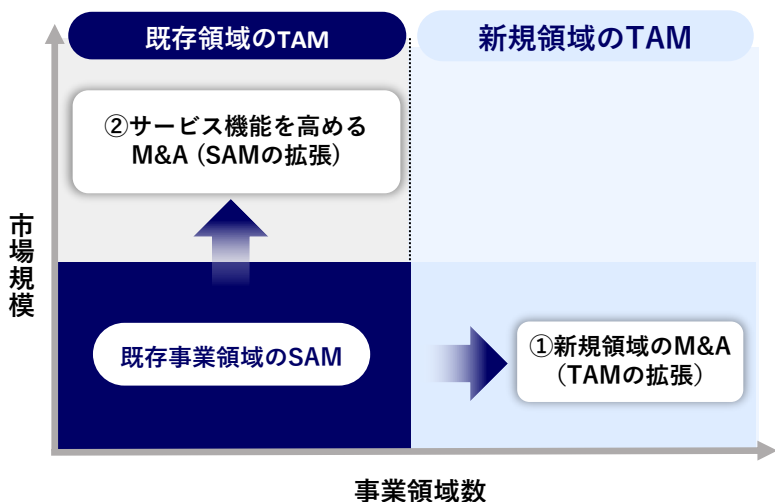
注1: EVは事業価値を指す。

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による市場規模の拡張

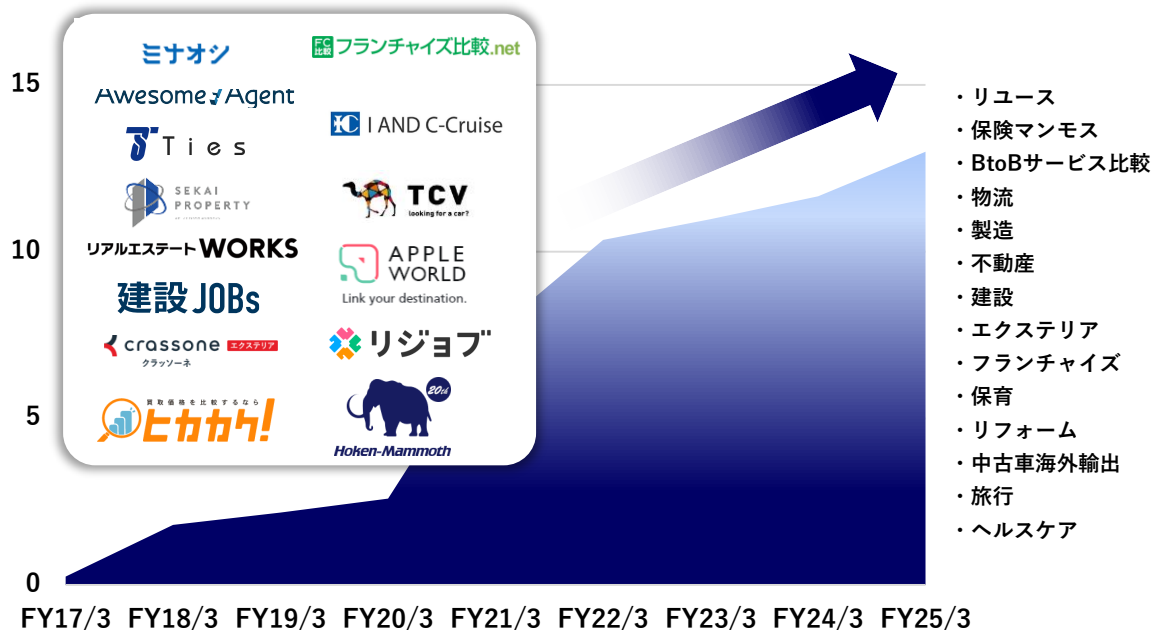
- ①集客メディアを主軸とし、隣接/新規領域への横展開を狙ったM&AによりTAMを拡張。
- ②既存事業におけるユーザー及び顧客との接点を活かし、クロスセル・アップセル機会を狙ったM&AによりSAMを拡張。
- ①・②の包括的な投資戦略により、M&Aによる再現性の高い非連続成長が可能。

投資戦略の全体像



M&AによるTAMの拡張

(単位: 兆円)



注1: TAMはTotal Addressable Marketの略で、ある事業が獲得できる可能性のある全体の市場規模を指す。SAMはServiceable Available Marketの略で、TAMの中でターゲティングした部分の需要のことを指す。

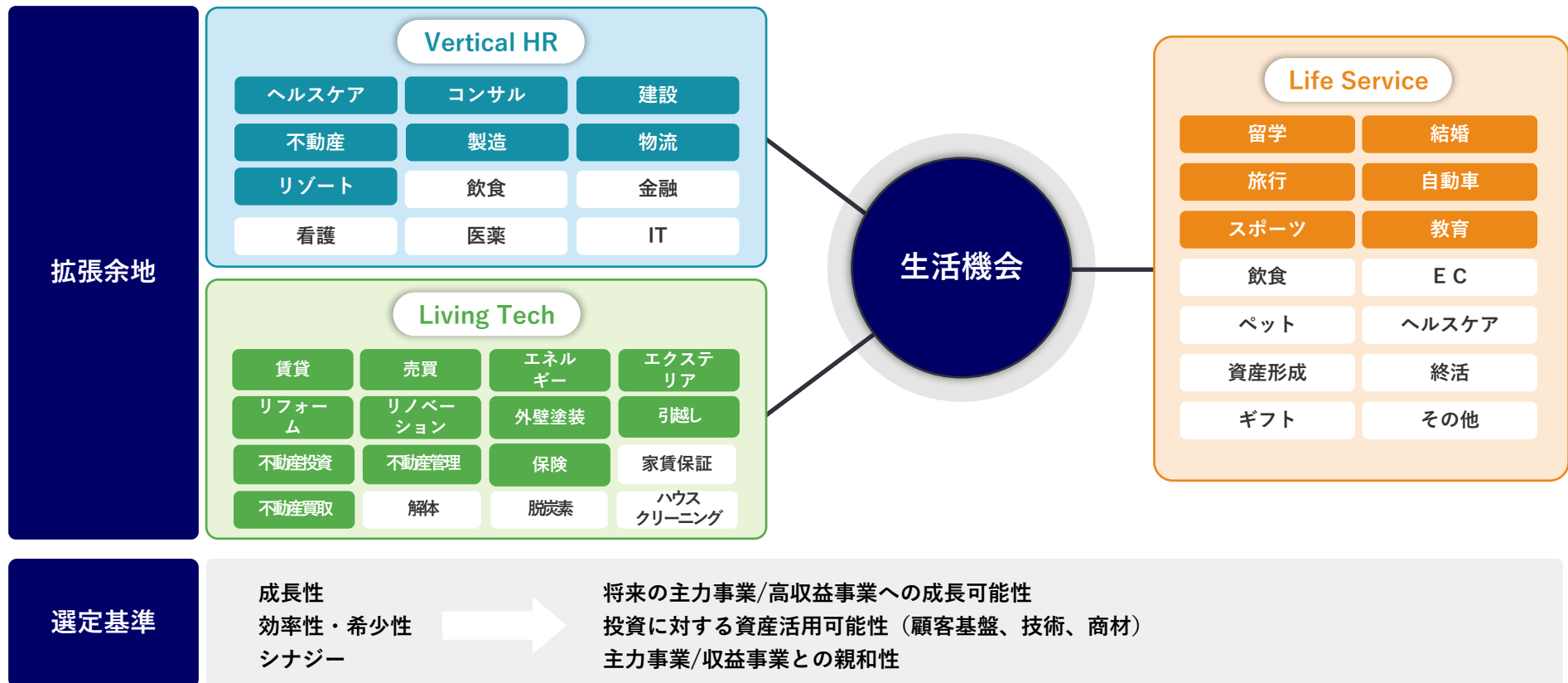
注2: 当該年度にM&Aをした主要事業の累計のTAMを記載。

注3: 矢野経済研究所、国土交通省、観光庁、日本中古車輸出業協同組合の調査データを参考。

注4: 市場は、各業界の販促費市場のみで算出。

M&Aによる領域拡張

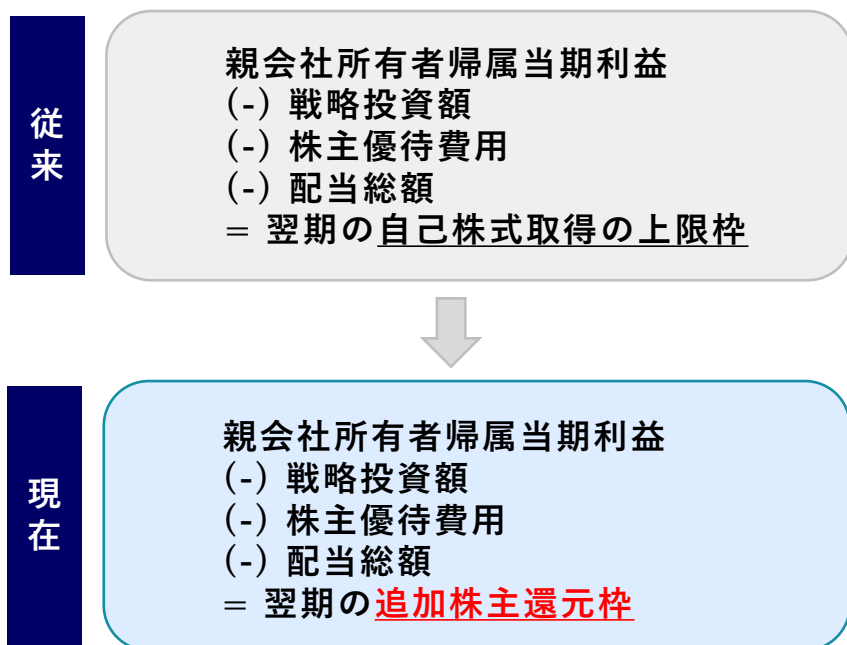
- 非連続成長を実現するために、積み上がるキャッシュフローを原資とする戦略投資方針は維持。
- 当社の独自PMI手法であるZVIを用いた情報の非対称性の改善が可能な領域は十分にあると認識。
- 特に顧客基盤を中心とした資産性の高いアセットの有無を最重要指標として、
将来の主力事業になり得る成長可能性の高い事業や高収益性の事業に重点を置き、戦略投資を実行予定。



財務方針の変更

- 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 - 自己株式の消却-

- 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）
消却対象の株式の種類	普通株式
消却対象自己株式数	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

投資家FAQ - マクロ関連 -

- 直近の外部環境の変化を受けて、投資家からいただくマクロ関連の質問事項を以下のとおり整理。

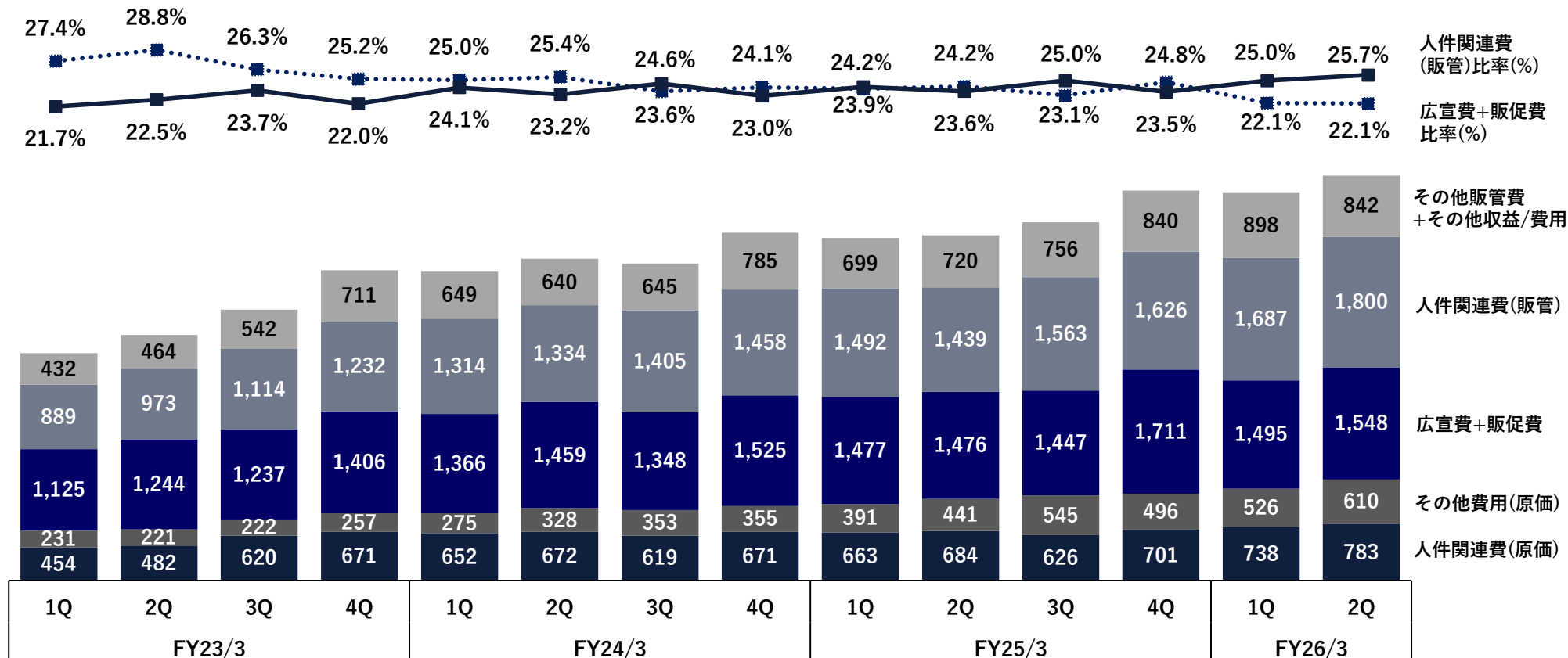
質問	回答
関税問題の影響は？	・ タイズでは、大手顧客を中心に関税問題による地政学リスクの顕在化は懸念事項となっており、一部の企業では採用活動の中断も生じていることから、短期的には少し影響を受ける可能性があるも、ミクロ施策で十分カバーできる範囲内であり、今後の成長見通しに大きな変更は無し。 ・ その他の事業においては、関税問題による直接的な影響を受ける事業は無し。
直近では為替の変動幅が大きいですが、これが御社の業績に与える影響はあるか？	・ 為替変動が直接的に当社グループの業績に与える影響は限定的。 ・ 一方で、旅行事業ではアウトバウンドと連動性が高く、その点で過度な円安は海外渡航需要の減退に繋がる可能性がある。 ・ 同様に、越境不動産事業でも、過度な円安は海外不動産需要の減退に繋がる可能性がある。
金利の上昇の影響はあるか？	・ 固定金利で借りているため既存借入には影響なし ・ 現状程度の上昇であれば、新規借入やWACC上昇による減損テスト、M&Aへの影響も限定的だが、昨年度よりは上昇基調
生成AIによる影響は？	・ 検索エンジンと同様に、よりコンテンツ価値の高い事業への投資が求められている状況。 ・ 各業界のAIエージェント導入を検討。 ・ 各事業のビジネスプロセスにおいて、生成AIを用いたBPR(Business Process Re-engineering)によって、労働生産性や利益率の改善を見込む。
Googleのコアアップデート影響はあるか？	・ サービスによってはSEO面の多少の変動はあるものの、それに合わせて最適化していくため、影響は軽微

四半期費用推移

- 人件関連費は新規M&A等により微増するも、全体としては広告宣伝費+販売促進費・人件関連費ともに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)



四半期末貸借対照表推移

親会社所有者帰属持分比率

52.4%

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52.4%、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7,558百万円。

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

四半期末キャッシュ・フロー推移

- 預り金は主に旅行領域の決済代行業に起因。精算タイミングによっては、営業CFのボラティリティが大きくなる傾向。

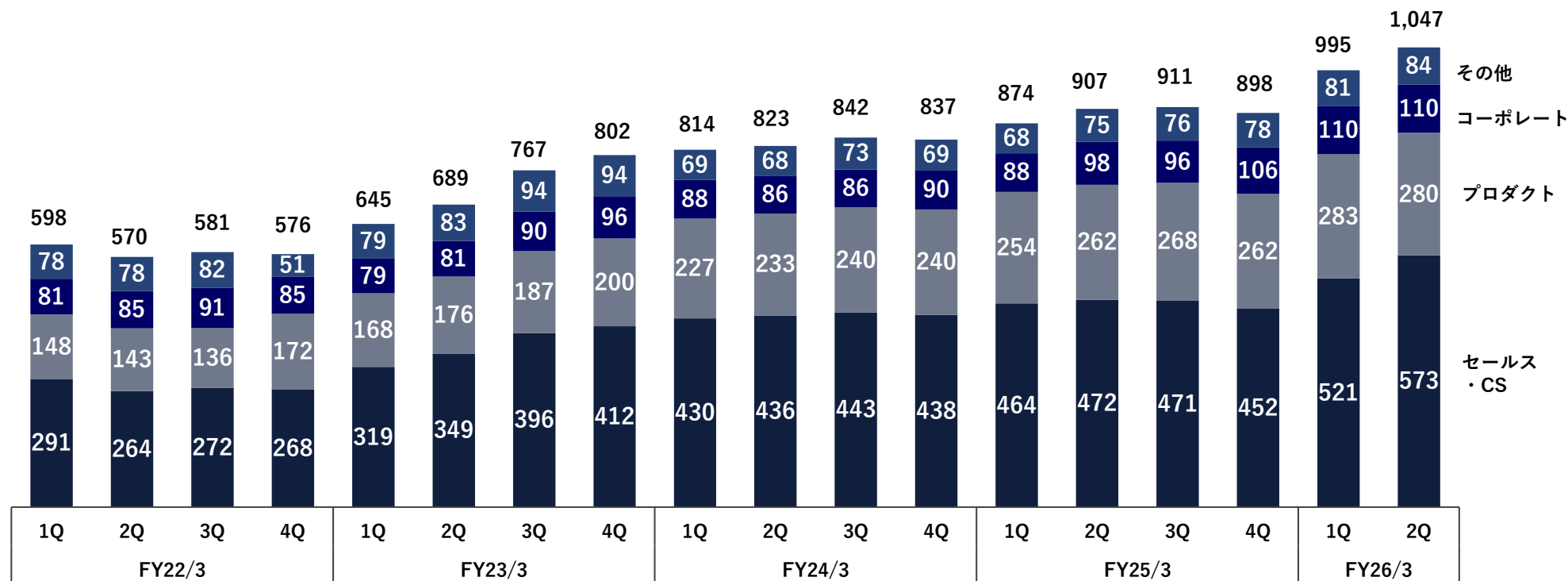
(百万円)	FY2025/3				FY2026/3	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
税引前当期利益	1,444	1,316	1,346	1,551	1,409	1,471
減価償却費及び償却費	334	340	346	375	379	415
営業債権及びその他の債権の減少額(増加)	△3	△425	81	△276	△136	△405
営業債務及びその他の債務の増加額(減少)	389	71	△402	602	△109	450
預り金の増減額(減少)	393	365	△566	985	△1,584	214
法人所得税等の支払額	△702	4	△642	△3	△875	6
その他	△71	318	△28	189	119	93
営業活動によるCF	1,783	1,989	135	3,423	△796	2,243
(預り金調整後)営業活動によるCF	1,390	1,625	702	2,438	787	2,030
有形固定資産の取得による支出	△83	△31	△21	△25	△53	△40
無形資産の取得による支出	△236	△294	△299	△318	△275	△265
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	0	△645	△382	0	△563	△1,760
その他	△148	15	16	2	△61	△60
投資活動によるCF	△466	△955	△686	△341	△952	△2,124
配当金の支払額	△671	△4	△0	0	△1,049	△4
自己株式の取得による支出	△998	△1,341	△141	0	△312	△92
その他(借入金による収入/返済による支出等)	1,030	△549	△546	△617	△545	1,730
財務活動によるCF	△639	△1,895	△687	△617	△1,905	1,634

注: 数値は累積ではなく、四半期（3か月間）を示す。

四半期末従業員数推移

- 連結従業員数は1,047名。エニーキャリア社やURG社のグループインにより、セールス・CSが大幅増。

グループ全体 職能別従業員数



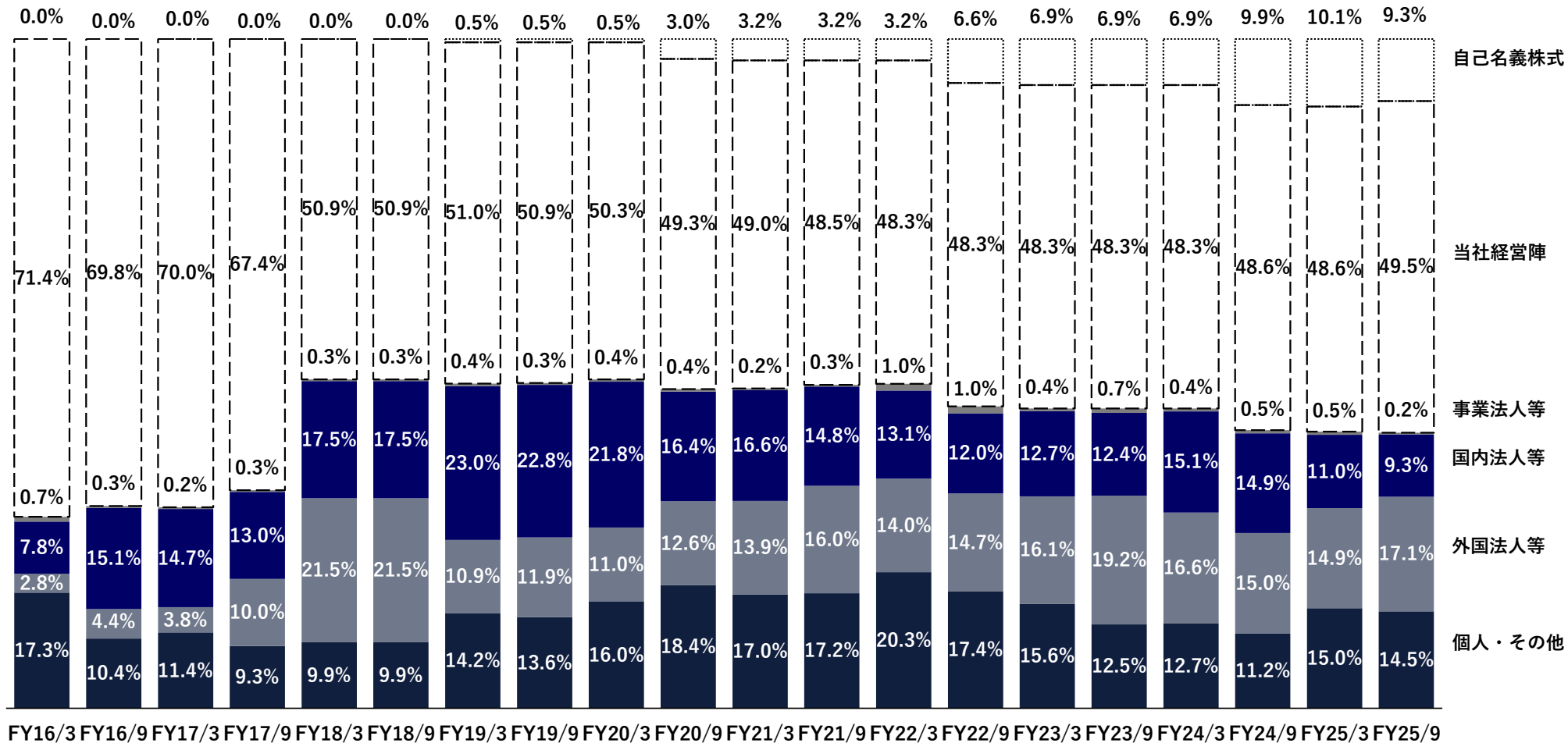
注1: ミラックスの派遣事業の派遣社員は除外。

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。

財務戦略: 株主構成

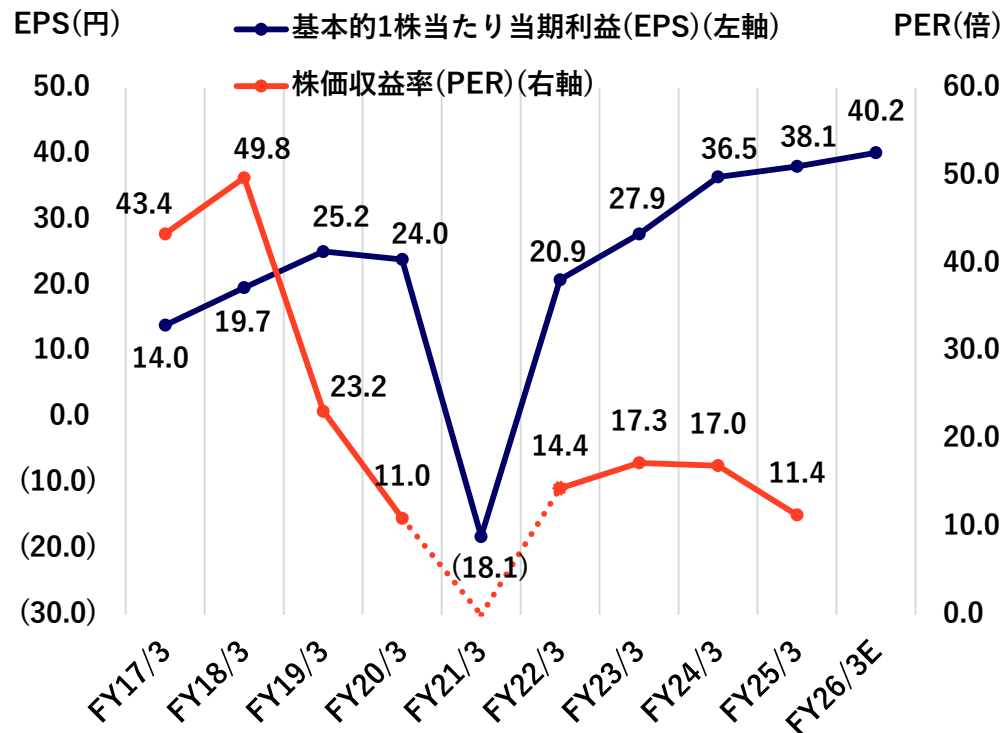
- 海外投資家比率が17%超に拡大。株主優待リリース以降、個人投資家比率も若干増。
- 2025年5月に自己株式消却をしたことにより、FY25/9の株主構成比率は発行済株式総数の変動を反映。



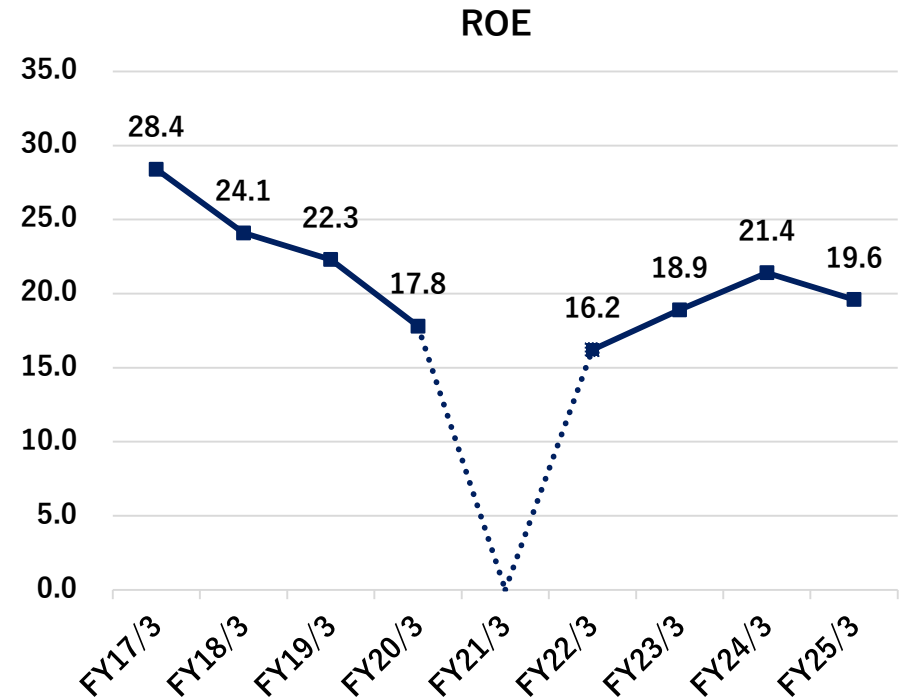
指標推移

- 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。

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
 - ✓ 第2次中期経営計画：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。