

株式会社じげん

2026年3月期 第3四半期決算説明会資料

2026年2月9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 3Q 実績サマリ

(単位: 百万円)

売上収益
20,891

YoY +13%
進捗率: 75%

EBITDA
5,394

YoY +5%
進捗率: 73%

営業利益
4,161

YoY +1%
進捗率: 71%

親会社所有者
帰属当期利益
2,893

YoY +3%
進捗率: 72%

EPS
28.95円

YoY +5%
進捗率: 72%

- ✓ 業績: タイズを中心とした既存事業の成長や新規M&Aの貢献により、前年比増収増益で着地。
Q4の繁忙期を踏まえると、業績予想に対しては想定の範囲内で進捗中。
- ✓ 経営効率化: 物流業界の採用支援強化や経営効率化を目的に、2025/10/1付で、オーサムエージェントが三光アドを吸収合併。
- ✓ M&A: Life Serviceにおいて、シンガポール等を中心とした東南アジアで旅行会社に対するホテルの卸売事業（ベッドバンク事業）を展開するQuantum Reservation Pte. Ltd.を完全子会社化。今後も国内外や規模を問わず、積極的にM&Aに取り組む方針。

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が拡大。
- ✓ 新規M&AのPMIは概ね順調に進捗中。

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、エネルギー領域のクロスセルは好調。

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。
- ✓ Quantum社のM&Aを実行。
- ✓ 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

7,114百万円

(YoY +13.6%)

EBITDA

1,741百万円

(YoY +4.0%)

営業利益

1,310百万円

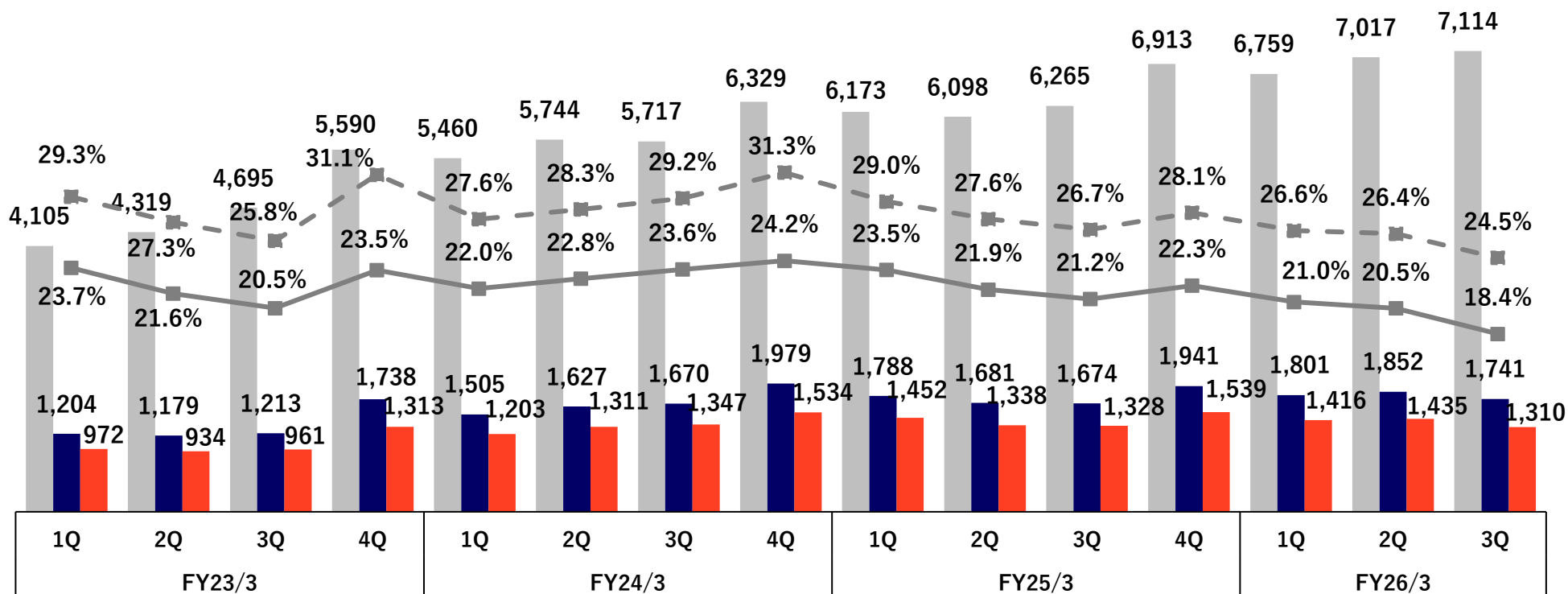
(YoY -1.4%)

- 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：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先行投資により、利益率はやや減少傾向であるも、**EBITDAはQ3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

- 売上収益は既存事業の成長や新規M&Aによる連結効果もあり、業績予想に対して順調に進捗中。
- 利益面では、Vertical HRにおける先行投資などにより、成長率はやや課題が残るも、業績予想に対しては想定の範囲内で進捗中。

売上収益

20,891百万円
(進捗率: 75%)

EBITDA

5,394百万円
(進捗率: 73%)

営業利益

4,161百万円
(進捗率: 71%)

EPS

28.95円
(進捗率: 72%)

(百万円)	FY2025/3 Q3 実績	FY2026/3 Q3 実績	前年比(%)	FY2026/3 業績予想	進捗率(%)
売上収益	18,537	20,891	+13%	28,000	75%
● Vertical HR	7,703	9,383	+22%	12,000	78%
● Living Tech	4,240	4,960	+17%	7,000	71%
● Life Service	6,593	6,547	-1%	9,000	73%
EBITDA(注1)	5,143	5,394	+5%	7,430	73%
営業利益	4,118	4,161	+1%	5,880	71%
親会社所有者 帰属当期利益	2,800	2,893	+3%	4,020	72%
基本的1株当たり 当期利益(EPS)	27.47	28.95	+5%	40.20	72%

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。

法人顧客数と法人顧客単価

法人顧客数

24,179社

(YoY +5.0%)

法人顧客単価

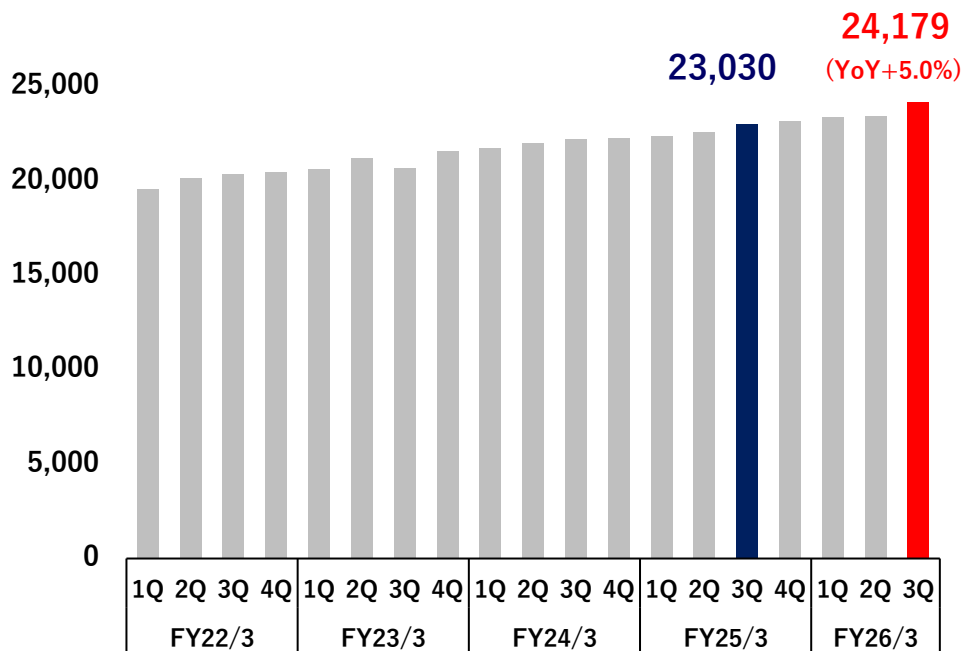
115万円

(YoY +6.5%)

- 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。

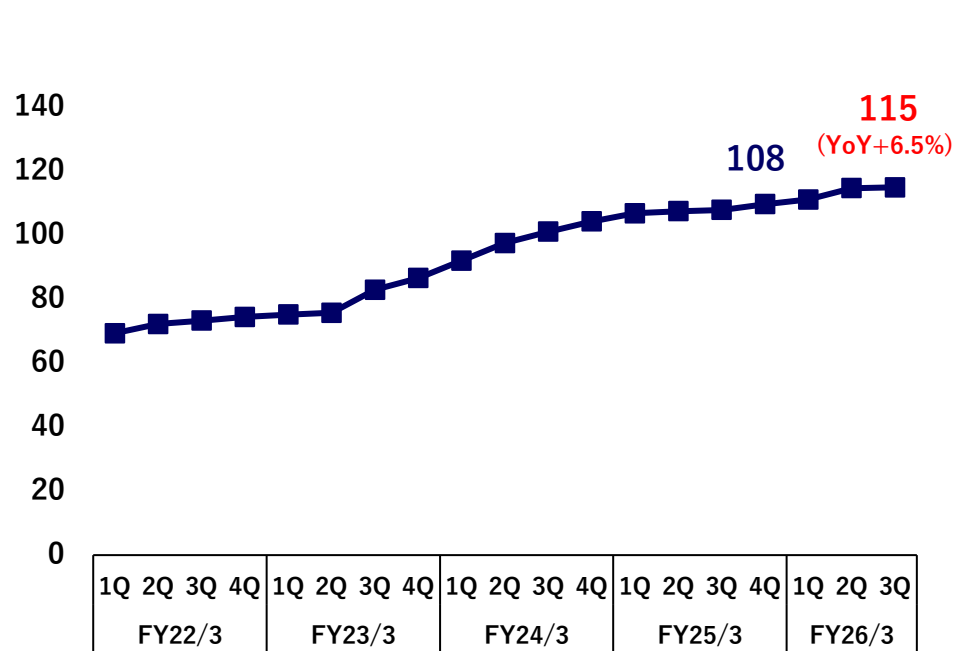
法人顧客数

(単位: 社)



法人顧客単価

(単位: 万円)



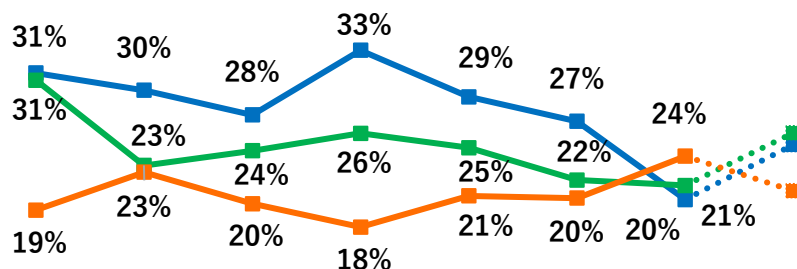
注1: 各四半期末より一年以内に売上収益が発生した企業を法人顧客として集計。

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：季節性による人件費率の増加(タイズ: QoQ利益率減への影響 約3.5%)、新規M&Aによるセールスマックスの変動(エニーキャリア・アルファスタッフ: QoQ利益率減への影響 約2.7%)などを背景として、Q3の利益率は減少。**Q4はタイズ等の繁忙期に伴い、約5%前後の利益率改善を見込む。**
- Living Tech：PMI中の事業があるも、前年比で同等水準を維持。**Q4は繁忙期であり、約5%前後の利益率改善を見込む。**
- Life Service：収益性を意識した事業運営による**旅行や比較メディア事業の利益率改善**が貢献。低採算事業の経営効率化も実行。これらの取り組みにより、前年同期比・前四半期比で減収であるものの、**増益で着地。**

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1: 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。

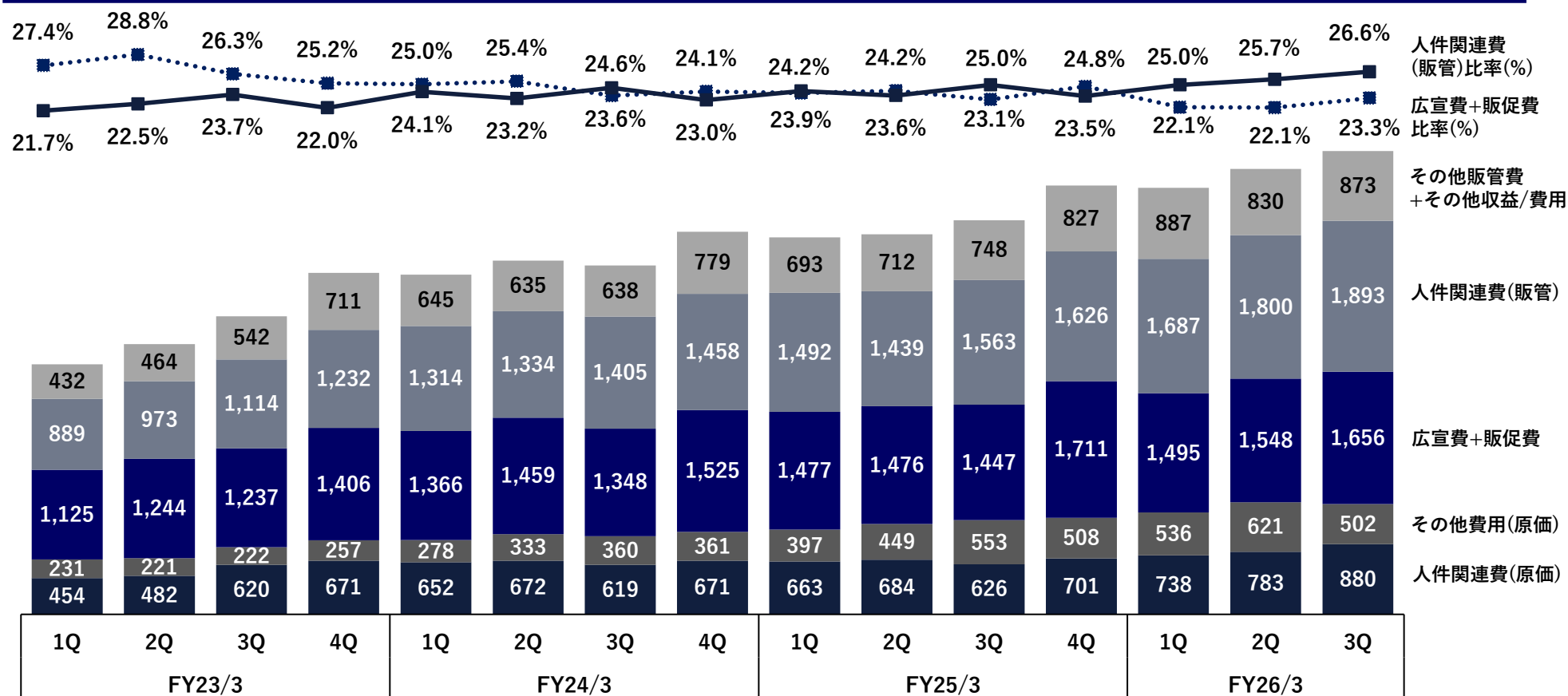
注2: オーサムエージェントは2025年10月1日付で三光アドを吸収合併済み。旧三光アドの業績貢献分は、FY26/3 Q2まではLife Service、FY26/3 Q3以降はVertical HRのオーサムエージェントに包含。

四半期費用推移

- 人件関連費と広宣費+販促費：タイズ社における事業投資の影響や、アルファスタッフ社などの新規グループイン会社の影響により、増加基調。事業投資やPMIの状況などを踏まえながら緩やかに適正化を図る。

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。

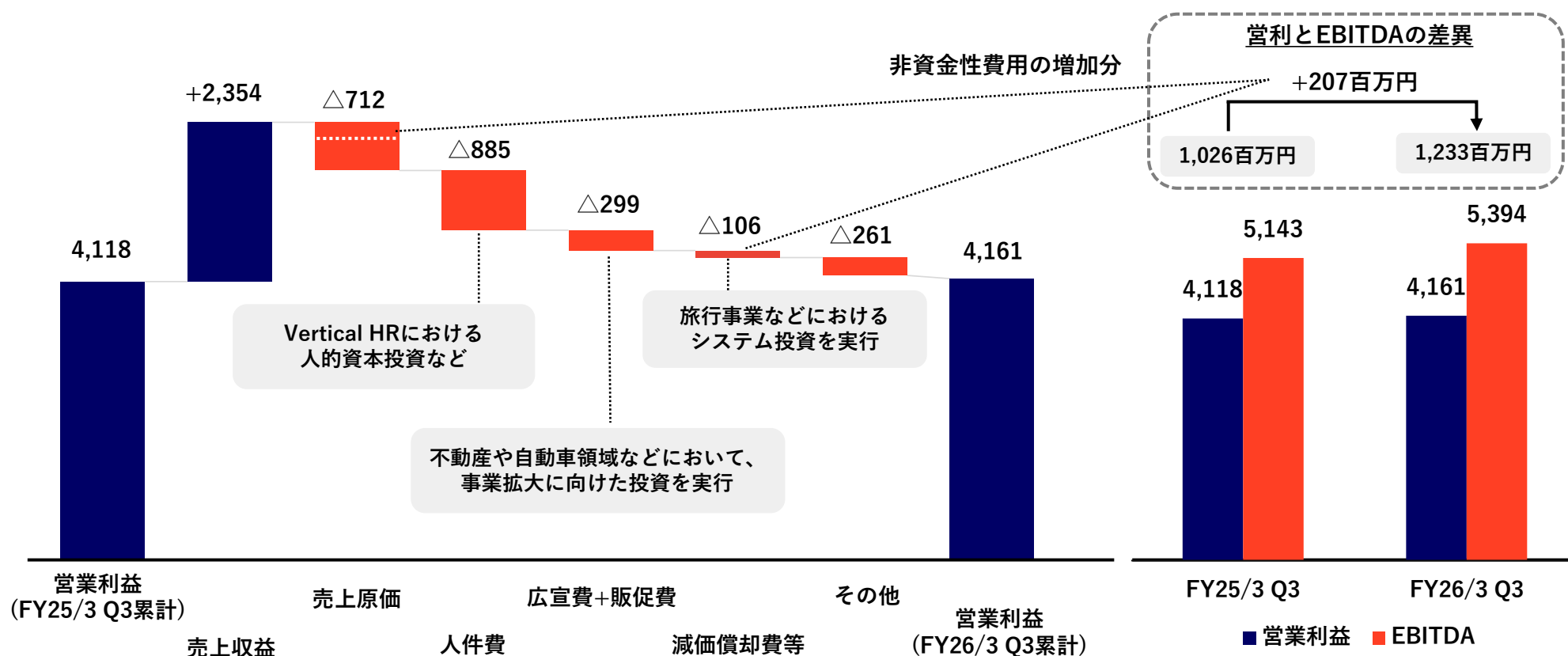
利益指標 増減分析

- 主に人材紹介事業のコンサル人員拡充や事業拡大に向けたマーケティング投資、ソフトウェア開発等を含むシステム投資などの影響により、営業利益は前年同期比で微増益に留まる。
- EBITDAと営業利益の差異：主に非資金性費用であるソフトウェア償却費(売上原価)や減価償却費(販管費)の増加により拡大。

営業利益 増減分析 -前年同期比との比較-

(単位：百万円)

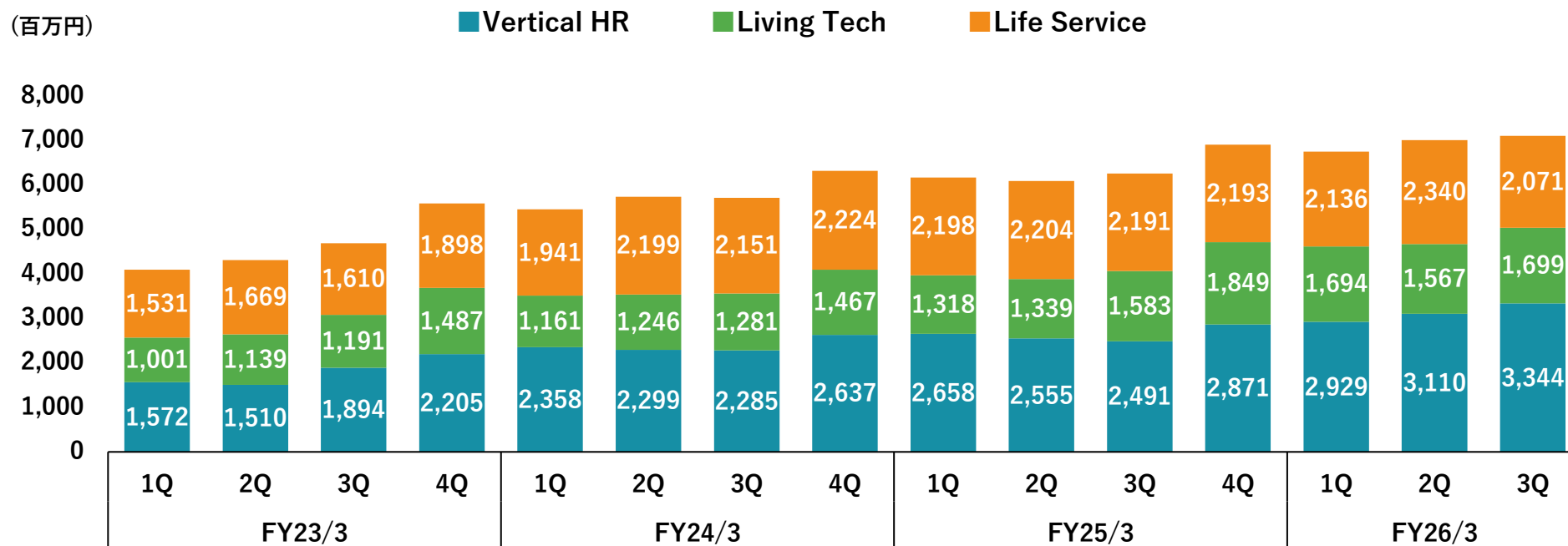
営業利益とEBITDA (単位：百万円)



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：エネルギー領域のクロスセル施策の奏功や、越境不動産事業の成長などにより、着実に伸長。
- Life Service：収益性を意識した事業運営を推進。
- Q3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60百万円移行。



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。

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。

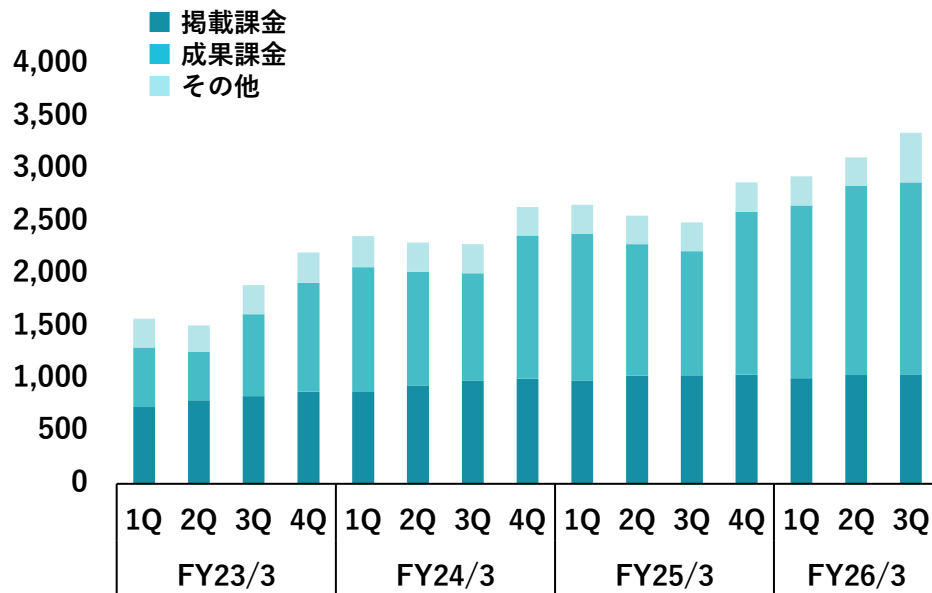
サービス	クライアントサイド	状況	ユーザーサイド	状況
Vertical HR	<ul style="list-style-type: none">リジョブエニーキャリア	<ul style="list-style-type: none">採用ニーズは高い水準で継続し、新規顧客の獲得ペースも向上	<ul style="list-style-type: none">求職者ニーズは引き続き堅調	
	<ul style="list-style-type: none">タイズURG	<ul style="list-style-type: none">採用ニーズは高い水準で推移	<ul style="list-style-type: none">求職者ニーズは引き続き堅調	
	その他 <ul style="list-style-type: none">建設JOBSリアルエステートWORKSオーサムエージェントアルファスタッフ	<ul style="list-style-type: none">全体的に高い採用ニーズが継続	<ul style="list-style-type: none">求職者ニーズは引き続き堅調	
Living Tech	不動産 <ul style="list-style-type: none">スモッカセカイプロパティ	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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 <ul style="list-style-type: none">リショップナビエネピ	<ul style="list-style-type: none">ネット広告への出稿需要は引き続き堅調	<ul style="list-style-type: none">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、光熱費の切替需要は増加(○)	
Life Service	比較メディア(FC, 結婚等)	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">FC領域や結婚領域のユーザーの動きは鈍化	
	<ul style="list-style-type: none">APW	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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	

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

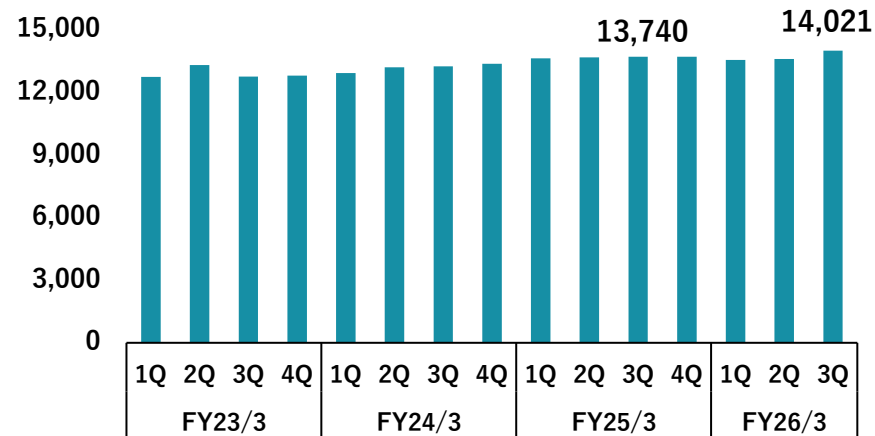
(単位：百万円)



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。

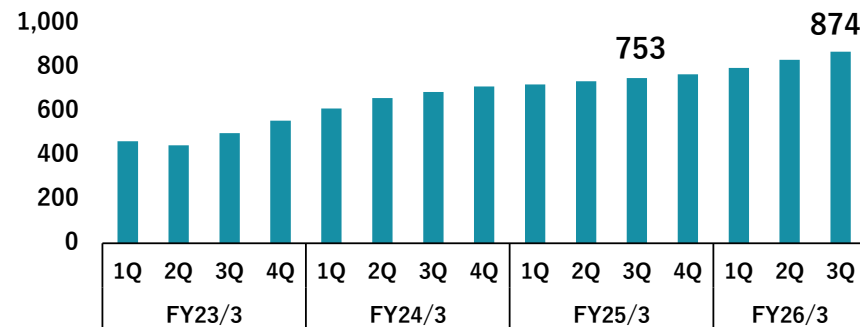
顧客数

(社)



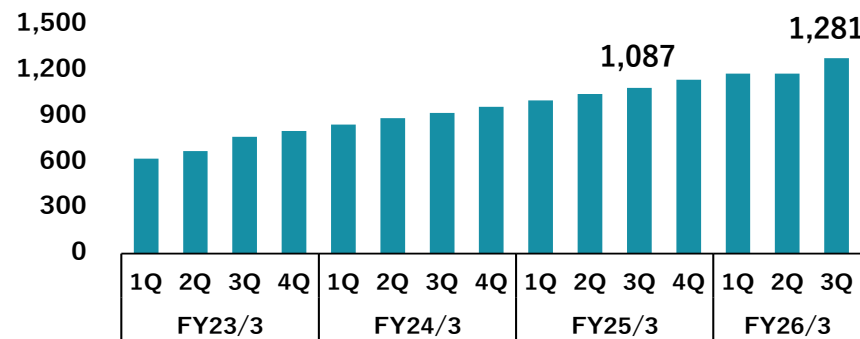
顧客単価

(千円)



会員数

(千名)



Vertical HR - タイズ社の業績-

- 関東や東海エリアへの進出、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向上と顧客開拓が進展**。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。
- 1顧客当たり単価は、エリア拡張に伴う新規顧客の増加により微減傾向であるも、中期的な採用シェア拡大により、改善を見込む。
- 昨年度のQ3は成約が寄っていたため、成長率は前年同期比+15%に留まるも、Q4は事業投資の効果や繁忙期を控えていることなどから、入職/成約ベースともに**前年同期比 約30%前後の売上成長率を見込む**。来期も当期と同等程度の成長率を見込む。

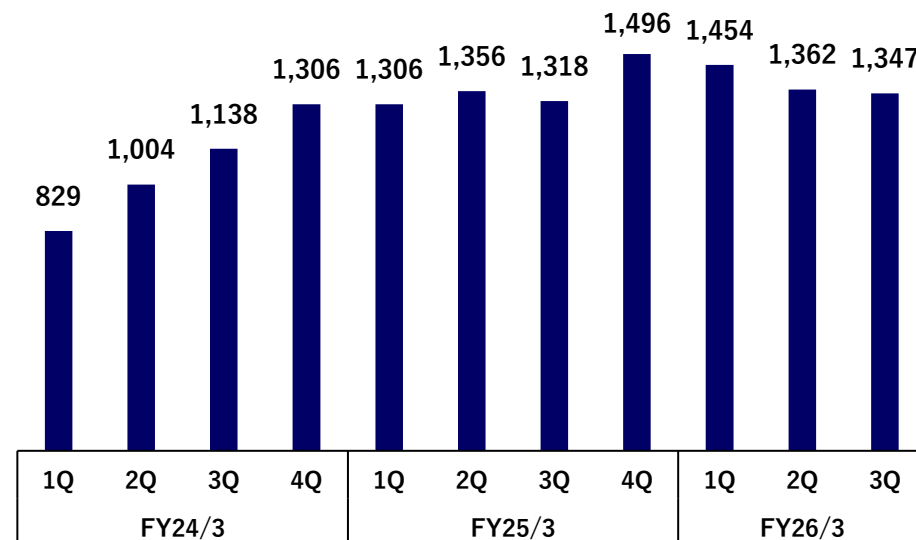
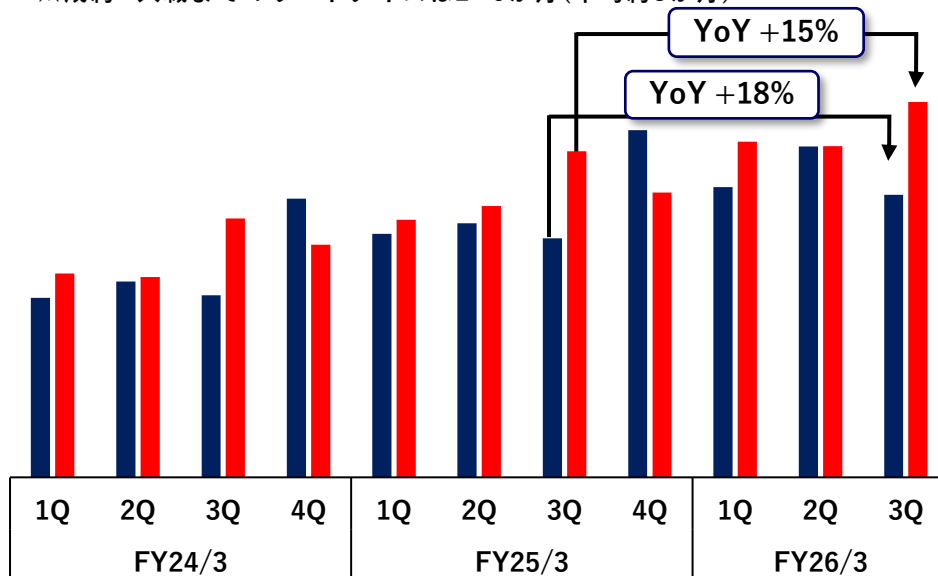
入職/成約ベース 売上収益

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)

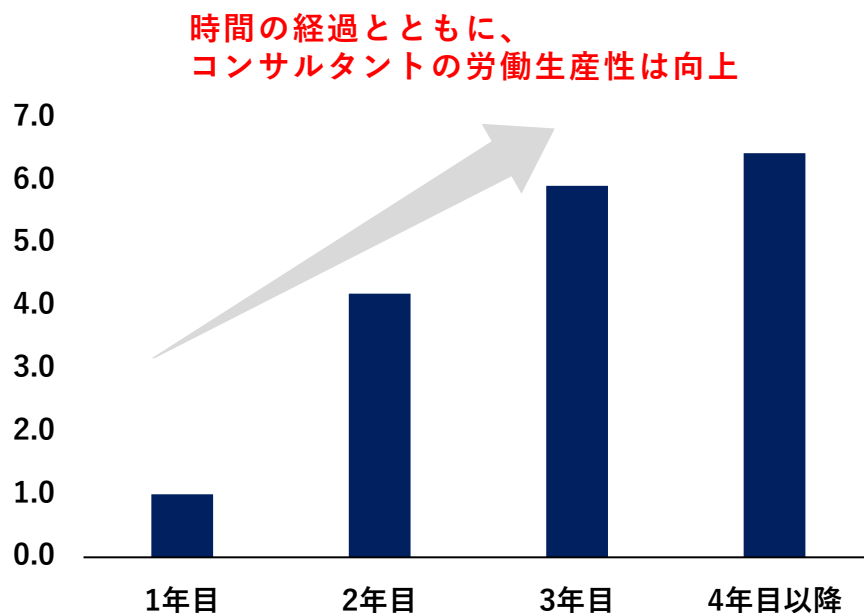


注: リピート顧客は1年以上前から売上があり、直近12か月で1度でも売が発生した会社。新規顧客は直近12か月で初めて売が発生した会社。

人的資本投資 - タイズの事例 -

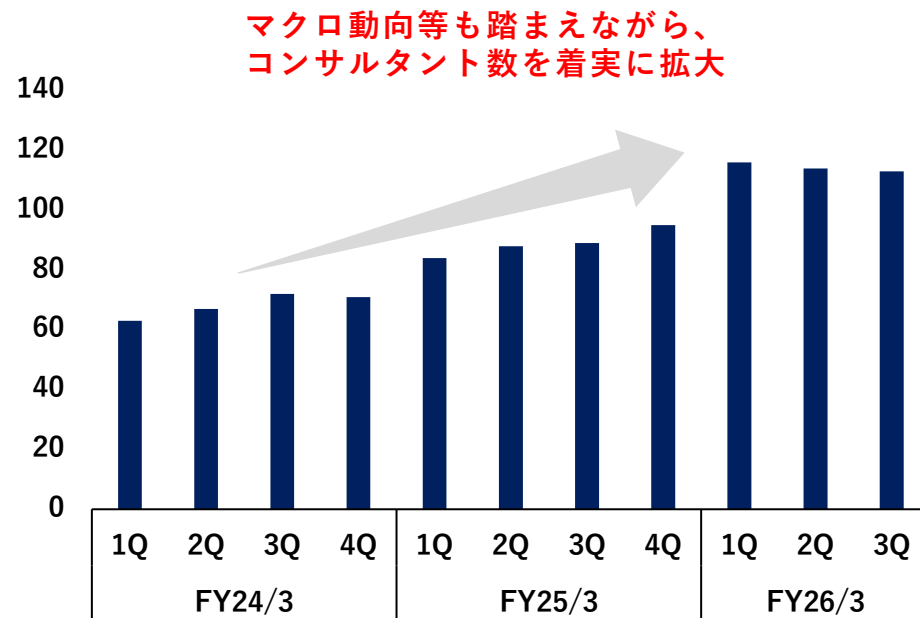
- コンサルタントの1人当たり売上収益は、習熟度とともに拡大する傾向であり、人員拡充/育成の初期段階では人件費比率が高くなる一方で、中長期的には、労働生産性の向上に伴う売上収益の拡大ならびに利益率の改善を見込む。
- キャリアアドバイザー（CA）とリクルーティングアドバイザー（RA）の両面型コンサルタントでも高い生産性を維持。
- コンサルタントLTV = コンサルタント数 × 在籍期間 × 個の価値創造力とし、コンサルタントの定着率・生産性向上のための施策を実行。
- マクロ環境を注視した柔軟な採用戦略と、AI活用による生産性向上を同時並行で推進。足元の先行投資を将来成長へと還元し、中長期的な収益性を担保した、着実な人員拡充の実現。

新卒コンサルタント 1人当たり売上収益（指数）



コンサルタント人員推移

（単位：人）



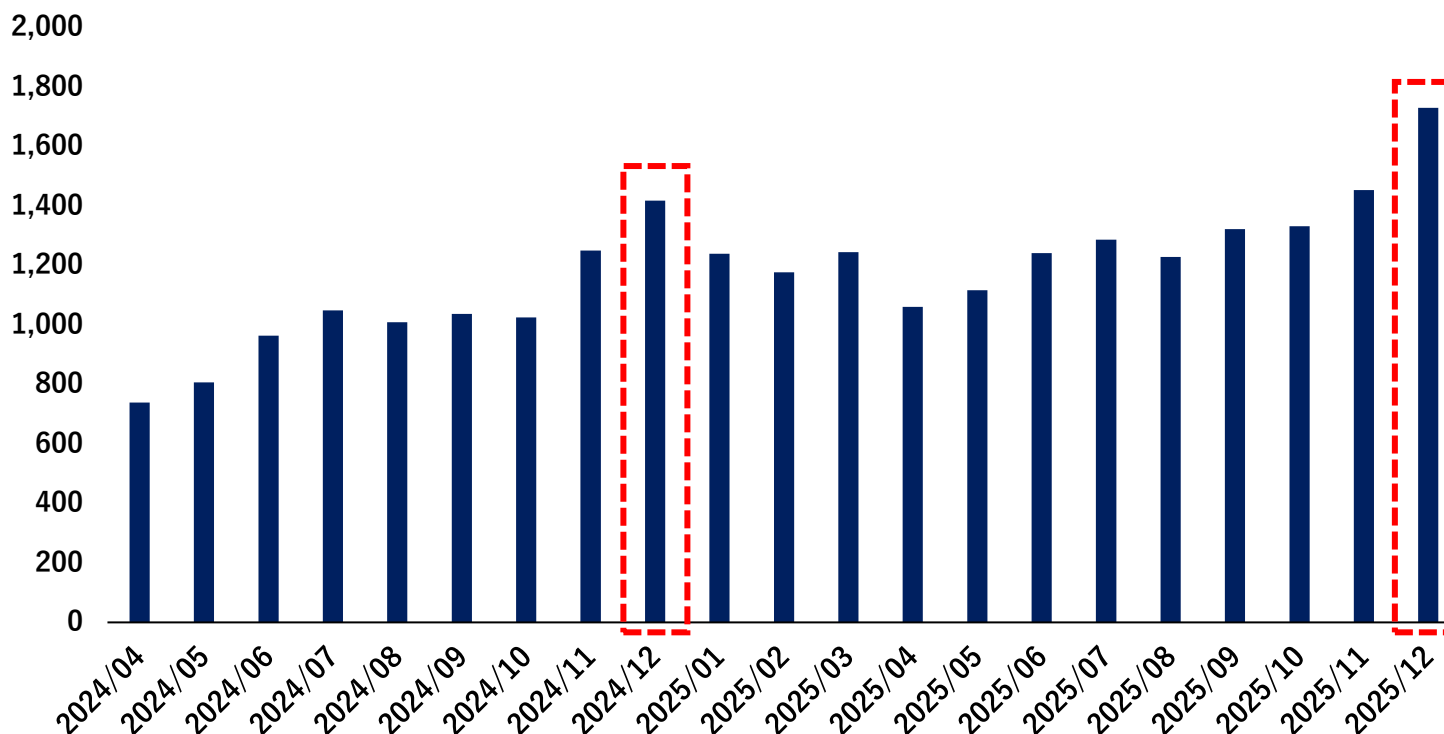
注: 新卒コンサルタント1人当たり売上収益は、2025年12月時点を基準日とした直近12か月の平均値を示し、「1年目」を1.0として指数化。

Vertical HR -先行指標-

- 受注残高とは、各月における入社決定済かつ入社日未到来の成約案件から生じる将来計上予定の売上収益。
- 季節性として、例年12月は受注残高が積み上がる傾向。タイズ、アップベース、エニーキャリア各社とも着実な拡大基調を維持。
- 成約から入職までのリードタイムは2~6か月(平均約3か月)であるため、**2025/12末時点の受注残高は、当期Q4~来期Q1にかけて、求職者の入社に伴い、売上収益として計上予定。**

人材紹介事業 受注残高合計

(単位：百万円)

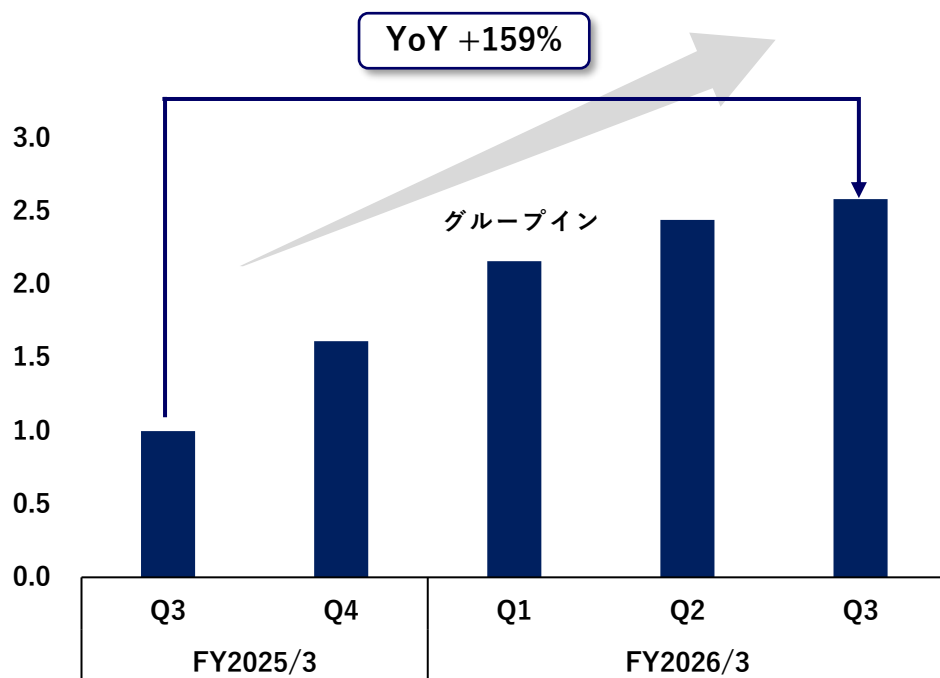


注: 数値は人材紹介事業のうち、データの継続性・正確性を担保している主要3社（タイズ、アップベース、エニーキャリア）の受注残高合計を算出。

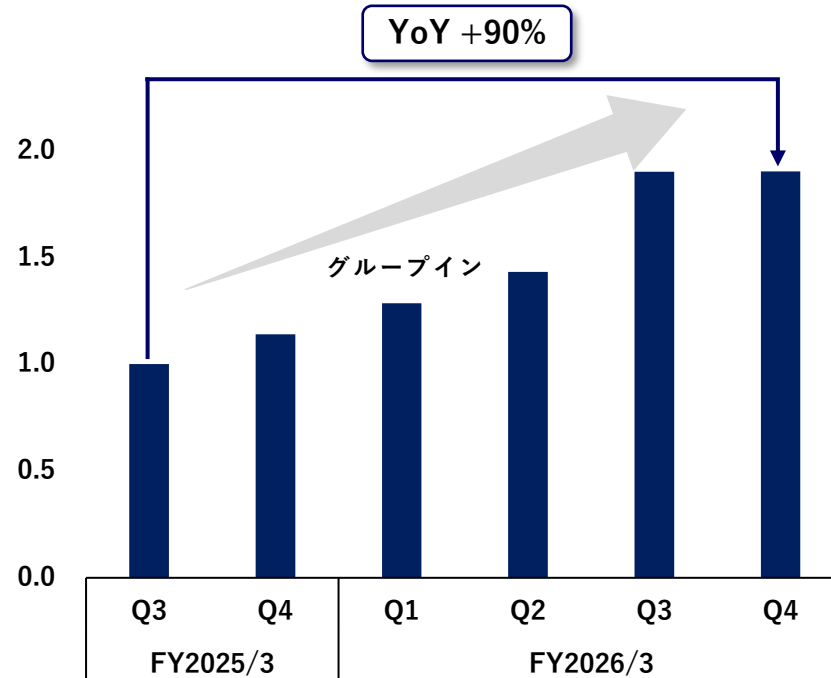
Vertical HR -URG社のPMI-

- URG社は、主にコンサルティング領域において、人材紹介事業およびRPO（採用代行）事業を展開。人材紹介のみならず、顧客の採用戦略から採用オペレーションの構築まで伴走型支援を行う点に強みを有する。
- タイズ社によるM&Aを通じて2025/5にグループイン後、PMIが順調に進捗しており、**人材紹介・RPOともに高い成長率を達成**。今後も継続的な成長を目指す。

売上収益 -人材紹介-（指数）



売上収益 -採用代行（RPO）-（指数）



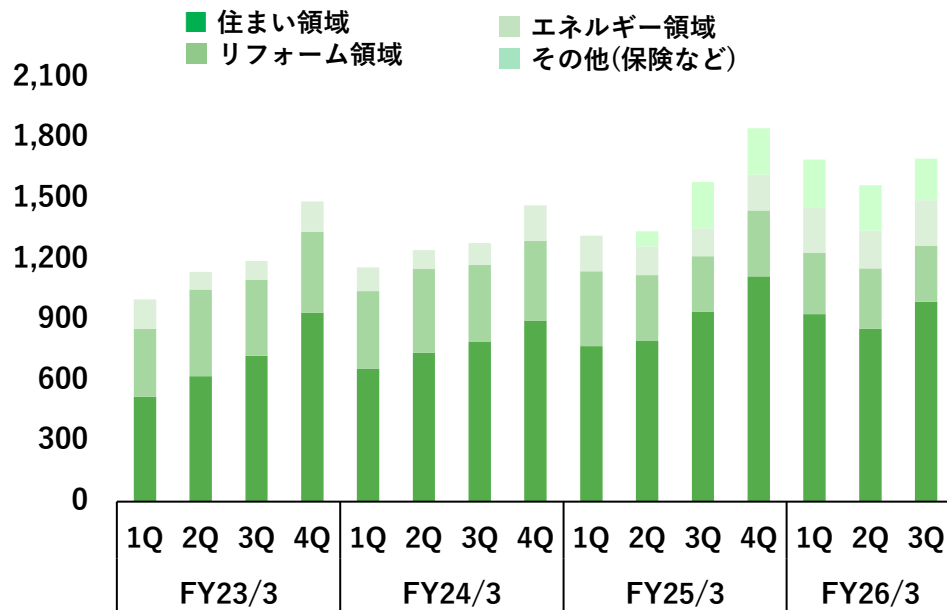
注: グラフはいずれもFY2025/3 Q3を1.0として指数化。

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。

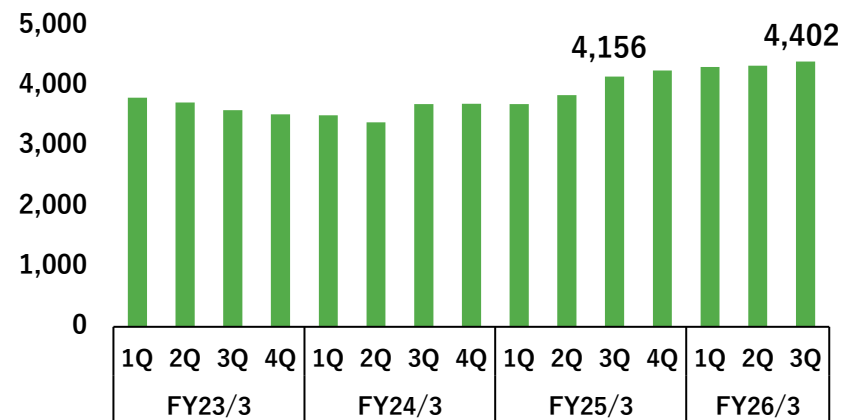
売上収益

(単位：百万円)

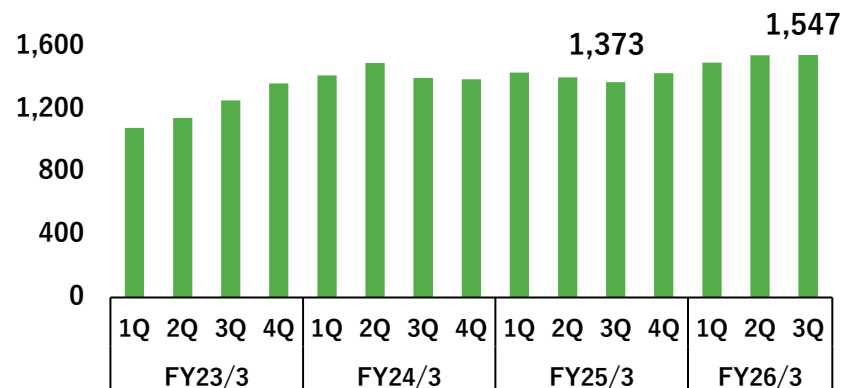


注1: 住まい領域は主にスモックとセカイプロパティ、リフォーム領域はリショップナビを指す。
 注2: 会員数は累計の数値を使用。FY23/3 4Q、FY24/3の会員数に一部誤りがあり遡及修正。
 注3: FY23/3 3QからFY24/3 2Q、FY25/3 3QからFY26/3 2Qの法人顧客数の集計に一部誤りがあり遡及修正。
 修正後の数値は、顧客数(社): FY23/3 3Q: 3,595, 4Q: 3,530, FY24/3 1Q: 3,512, 2Q: 3,397, FY25/3 3Q: 4,156、
 4Q: 4,254、FY26/3 1Q: 4,315、2Q: 4,332、顧客単価(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。

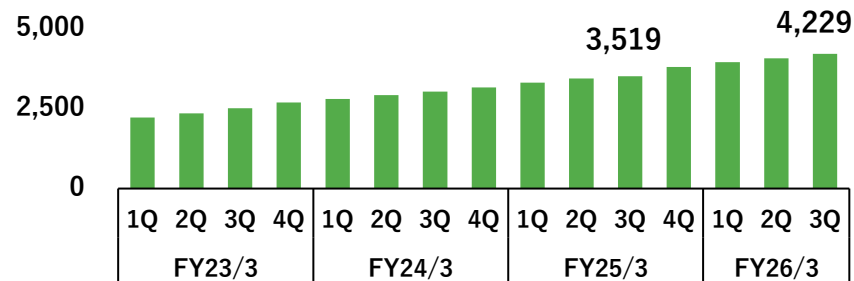
顧客数 (社)



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。
- 次期中計については、マクロ環境の変化やそれに伴う各種戦略の検討状況などを踏まえて、慎重に協議中。

第2次中計の評価

△	第2次中計 業績目標の達成	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 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	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 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	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 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	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 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

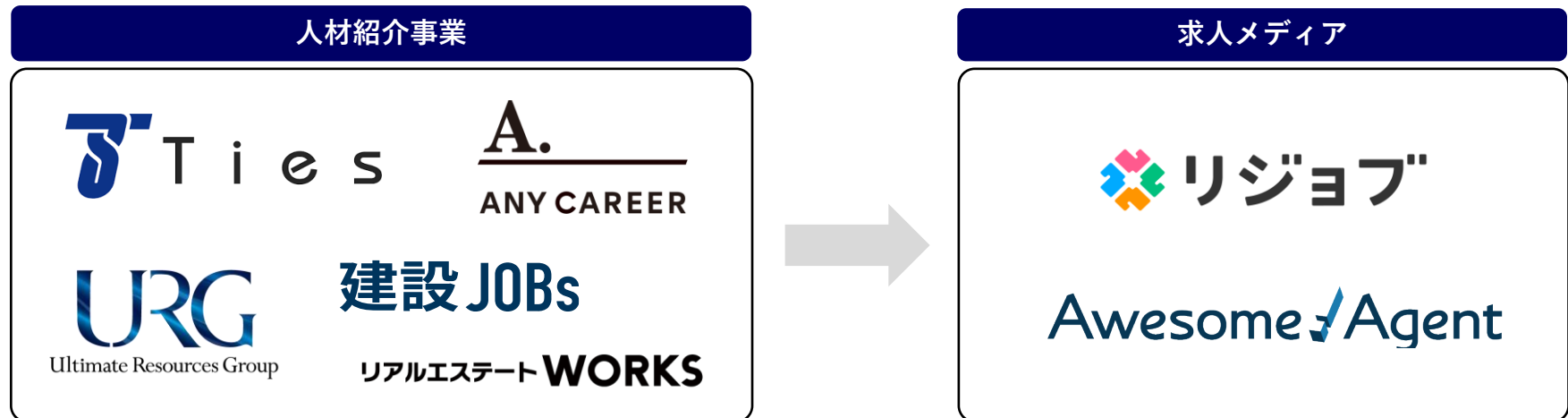
注: Z Coreとは、売上収益100億超の主力事業を指す。

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

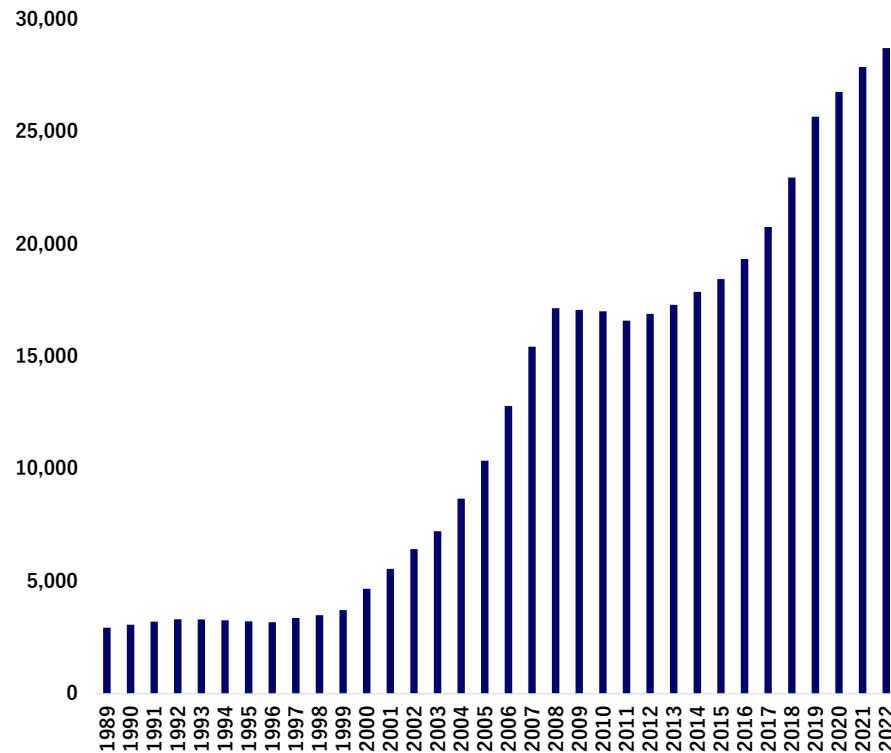
人材紹介事業の運営ノウハウの蓄積に伴い、
求人メディア事業に対して、人材紹介モデルの導入を推進。



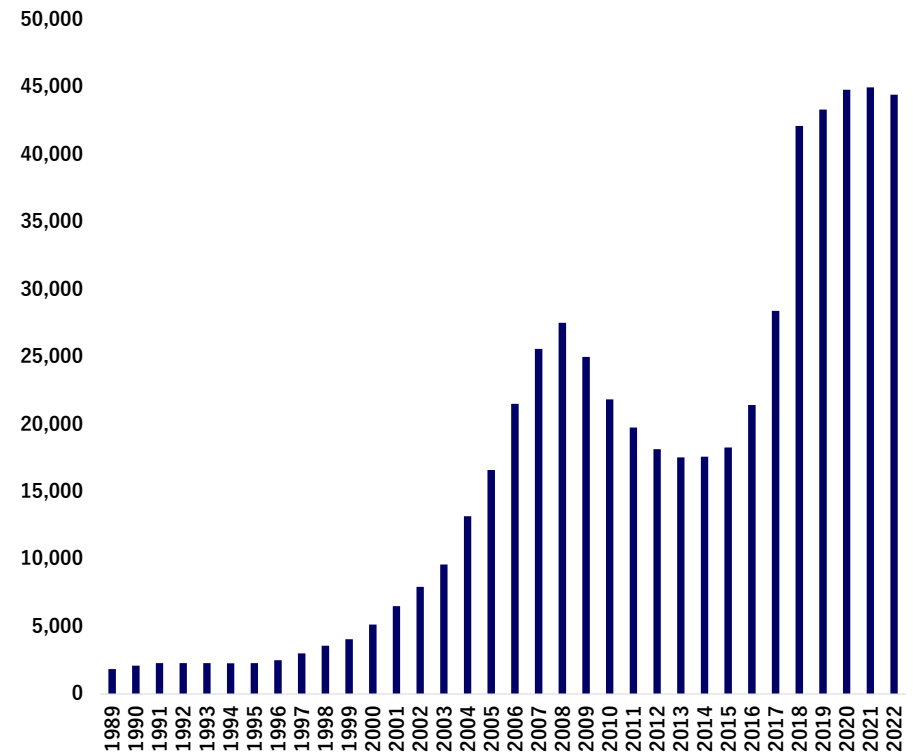
Vertical HR：今後の戦略② -ロールアップ戦略-

- 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



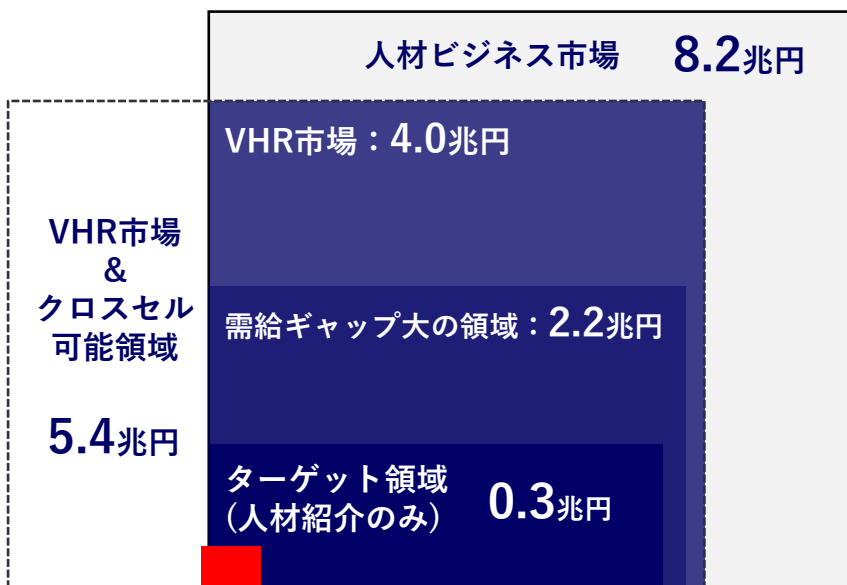
注: 資料出所 厚生労働省「職業紹介事業報告」、厚生労働省職業安定局需給調整事業課調べ

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

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

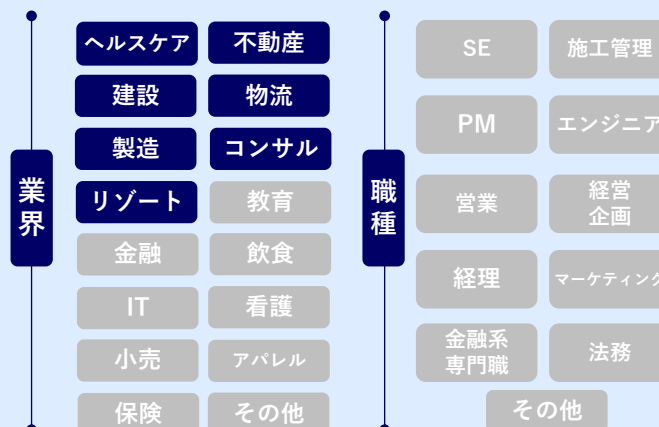
データベーススカウト

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。

Life Service: Quantum Reservation社のM&A

- アップルワールド社による、シンガポール等を中心とする東南アジアで旅行会社に対するホテルの卸売事業（ベッドバンク事業）を展開するQuantum Reservation社の子会社化。
- 取得目的は、①仕入れコストの削減及びそれに伴う収益性の向上、②グローバル展開の加速、③M&Aのケイパビリティの拡張。
- リジョブ社に続く、子会社によるM&Aであり、初の完全なグローバル M&A。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



会社名	Quantum Reservation Pte. Ltd.
概要	シンガポール等を中心とした東南アジアにおける旅行会社に対するホテルの卸売事業（ベッドバンク事業）
業績	FY2023/12 売上高:3,546千SGD（約43百万円） FY2024/12 売上高: 2,801千SGD（約34百万円）
取得額	SGD 300,000（約36百万円）
取得日	2025年12月30日

取得目的

(1) 仕入れコストの削減及び収益性の向上

→東南アジアのホテル販売に係る仕入れ先をQuantum社経由の直仕入れに切り替えることにより、アップルワールド社の売上収益率向上を目指す

(2) グローバル展開の加速

→東南アジアにおけるホテル開拓ならびに顧客基盤の拡張をスピードアップ

(3) M&Aのケイパビリティの拡張

→今後、さらなる海外M&Aを推進するための組織的な能力値向上を見据えた「経験値の獲得」

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。

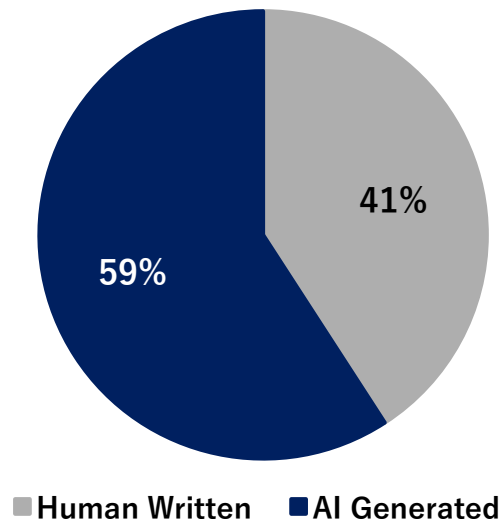
Life Service

- ✓ 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。

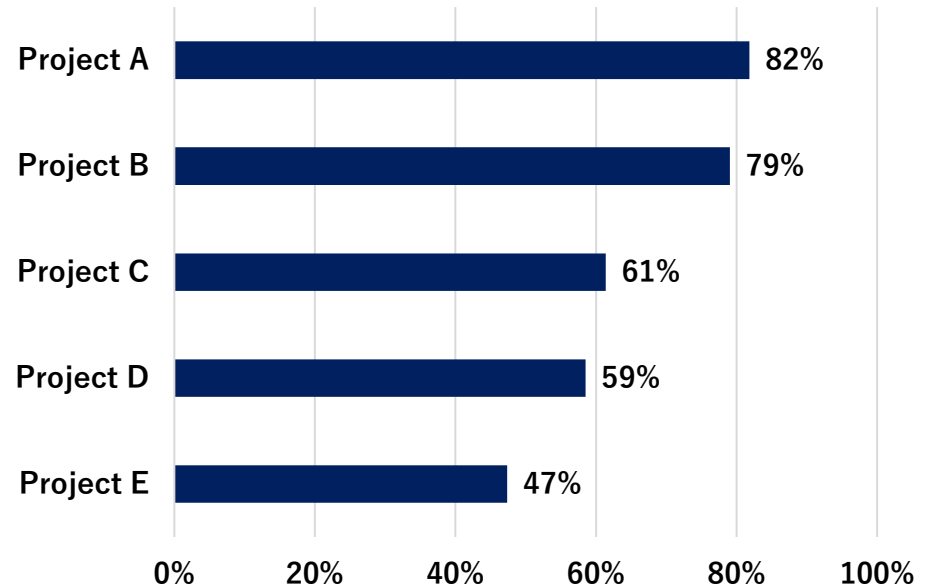
AIによる生産性向上

- じげん社における開発工程では、生成AIの本格導入により、コーディングプロセスの約6割を自動化。
- プロジェクトによっては、80%超の生成比率を達成し、**開発リードタイムを大幅に短縮**。
- 今後も「AI×エンジニア」の相乗効果により、圧倒的なプロダクト改善スピードを追求。

AIコード生成比率



プロジェクト別 AIコード生成比率



注: グラフはじげん社における2025年12月の結果を示す。

財務戦略と戦略投資（M&A）の状況

戦略投資額

30.5億円

(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。1月末時点で約120万株、5.5億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	3,051	
- 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

13,487百万円

- 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54.1%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) 39,516百万円

のれん対資本倍率 0.6倍	
のれん	資本
13,487百万円	21,363百万円

CGU別のれん内訳

13,487万円

リジョブ	1,756百万円
エニーキャリア	1,621百万円
APW	1,428百万円
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	4,128百万円

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、URG社に係るのれん金額は、タイズ社とは独立したCGUとして「その他」に内包。同様に、Quantum Reservation社に係るのれん相当額は、APW社とは独立したCGUとして「その他」に内包。USAEL社に係るのれん金額はAPW社に統合。

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

3,719 百万円

(YoY +2.5%)

非積み上げ型収益

3,396 百万円

(YoY +28.7%)

- 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エニーキャリア社の連結効果などにより、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、アルファスタッフ(派遣)

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、アルファスタッフ(人材紹介)

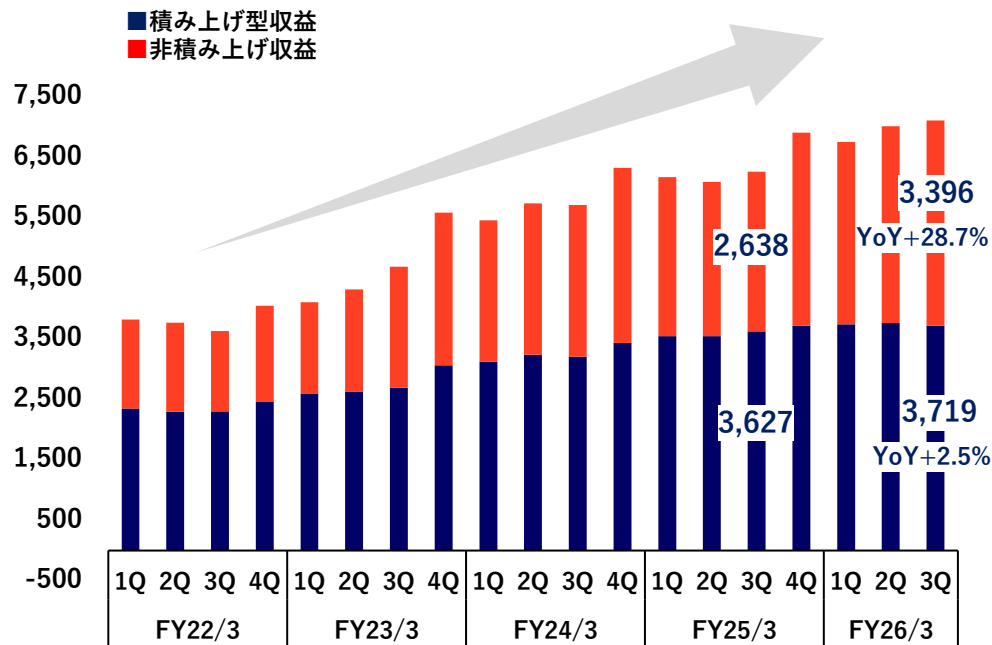
建設JOBS、リアルエステートWORKS

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)



積み上げ型収益(顧客数重視型)

積み上げ型収益

14,942百万円

(YoY +5.6%)

法人顧客数

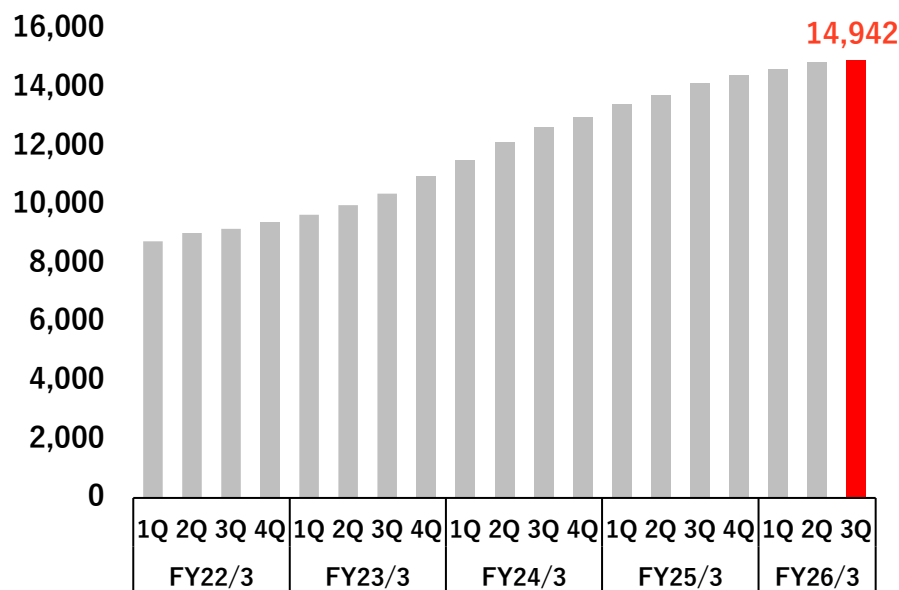
19,690社

(YoY +1.6%)

- 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、安定推移。
- 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)

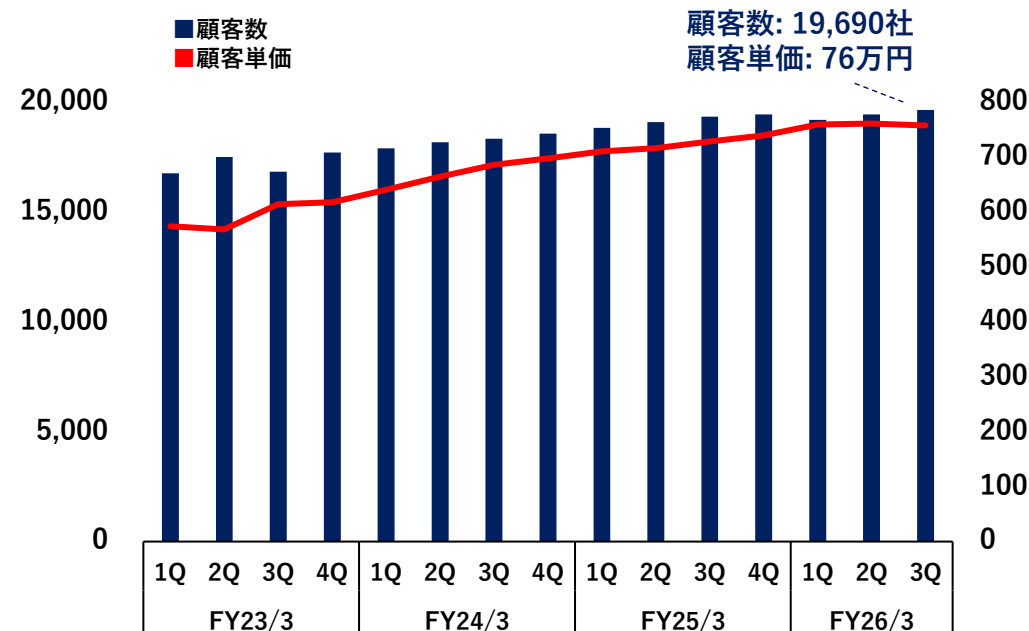
(単位: 百万円)



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

12,861 百万円

(YoY +20.0%)

顧客単価

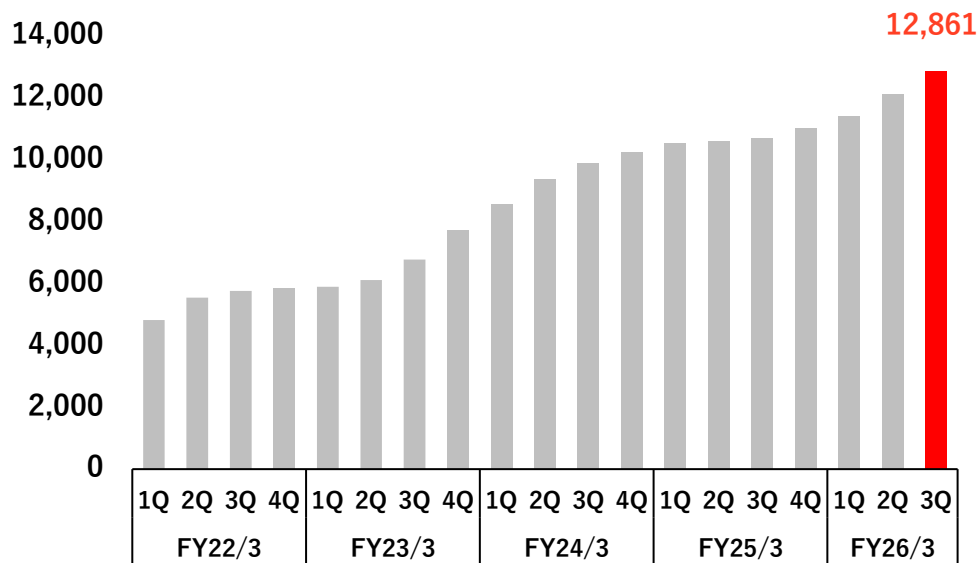
287 万円

(YoY -2.4%)

- 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、**タイズ社の伸長やエニーキャリア社の連結効果等の貢献により、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。

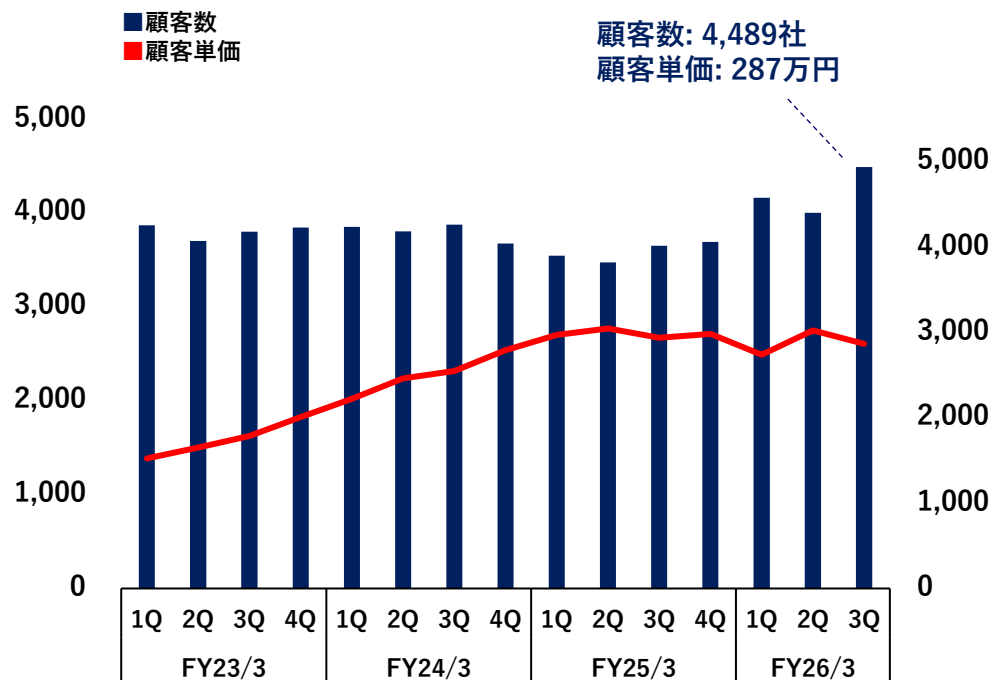
非積み上げ型収益(顧客単価重視型)

(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

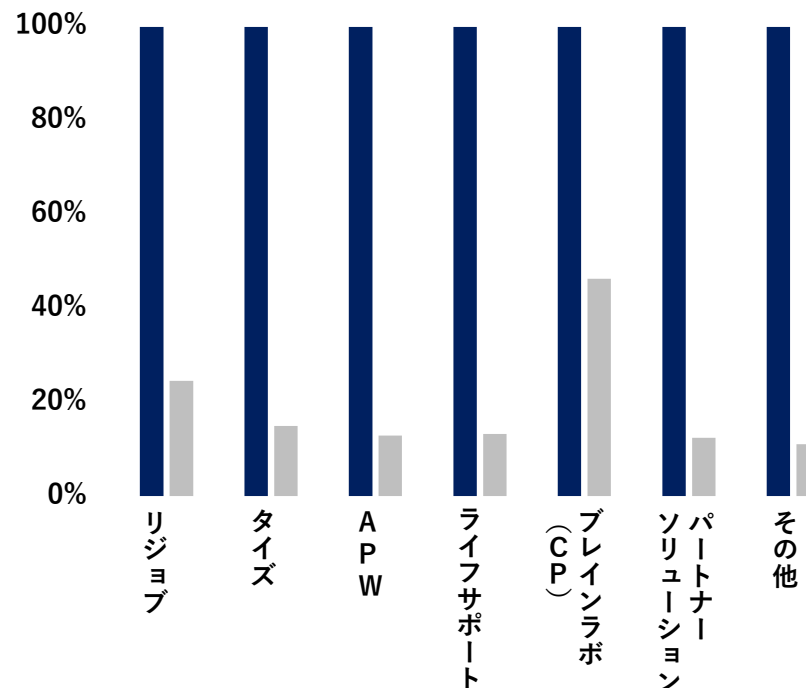
- のれんを構成する計17のCGUにおいて、IFRSに則り、帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- **のれんの金額が大きい主要CGUでは、回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。**

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。

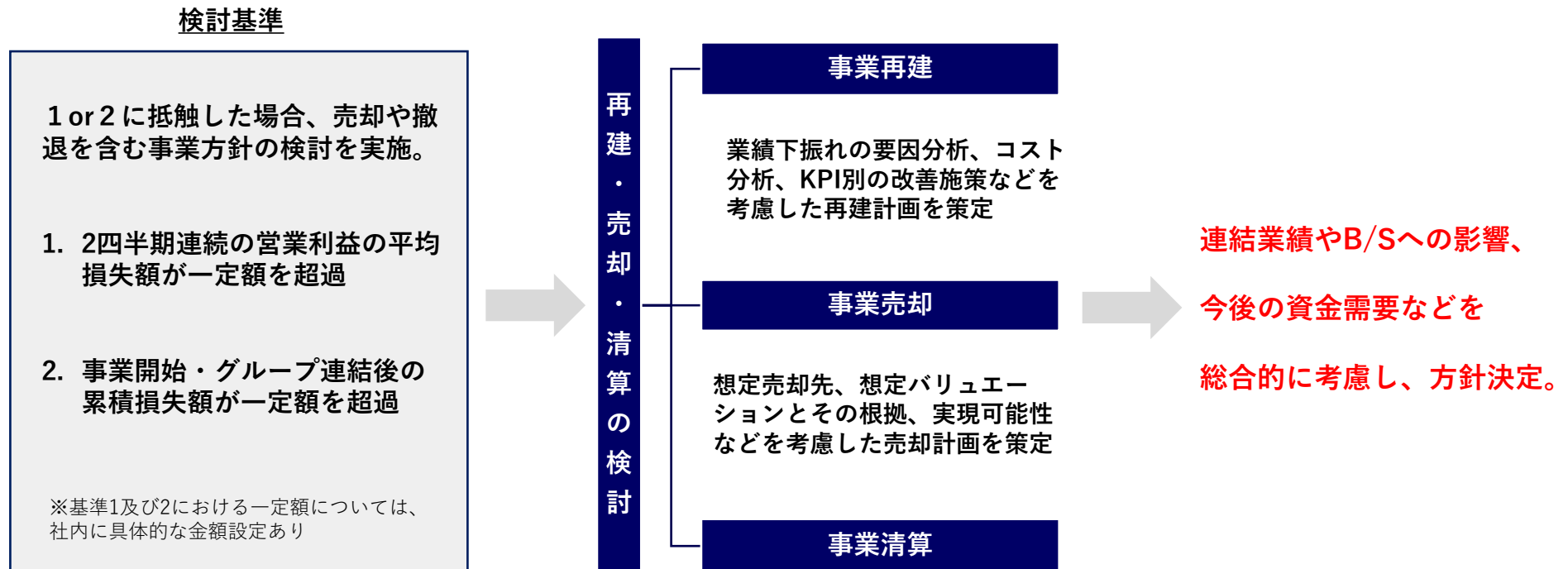
注2: 各CGU(資金生成単位)において、使用価値を1とした場合の帳簿価額との比率を示す。

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。

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



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

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。

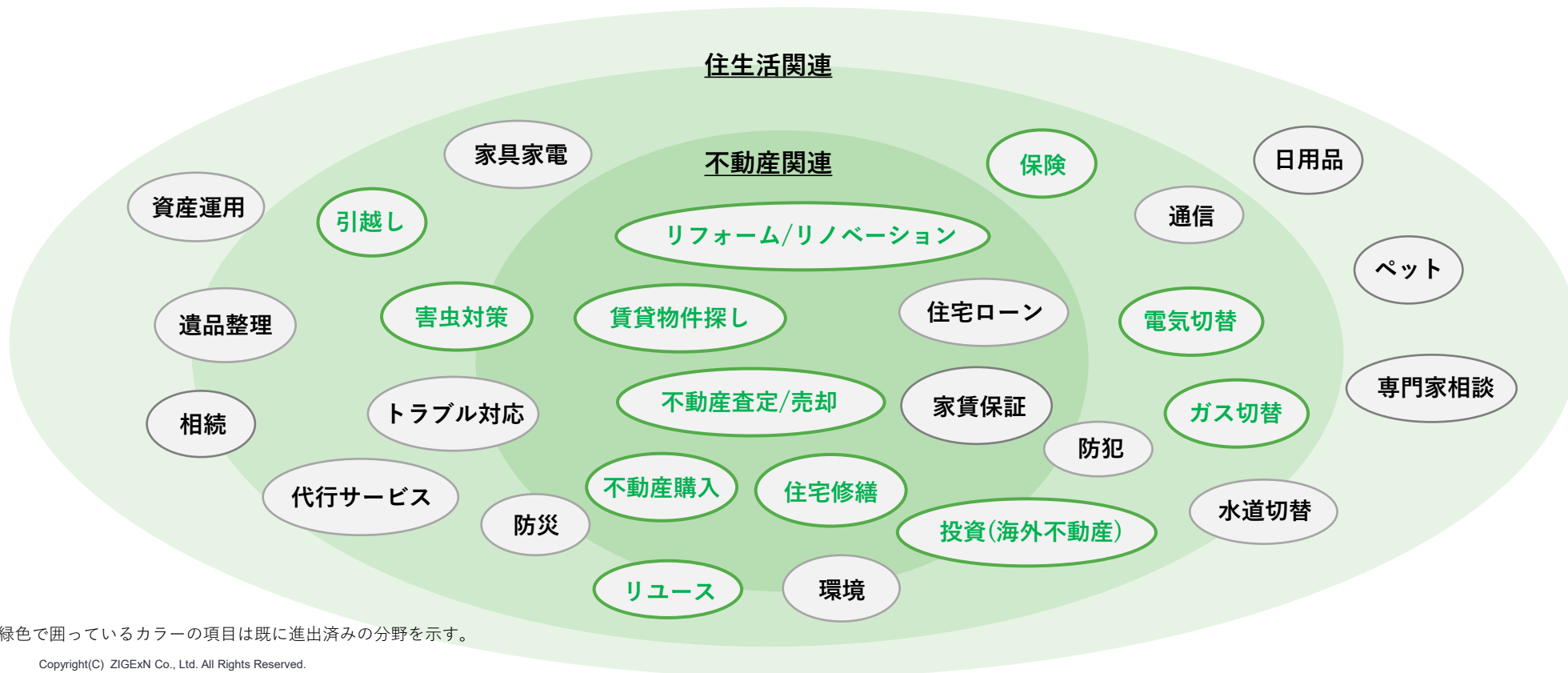
クライアントサイドにおける提供価値の引き上げ



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。

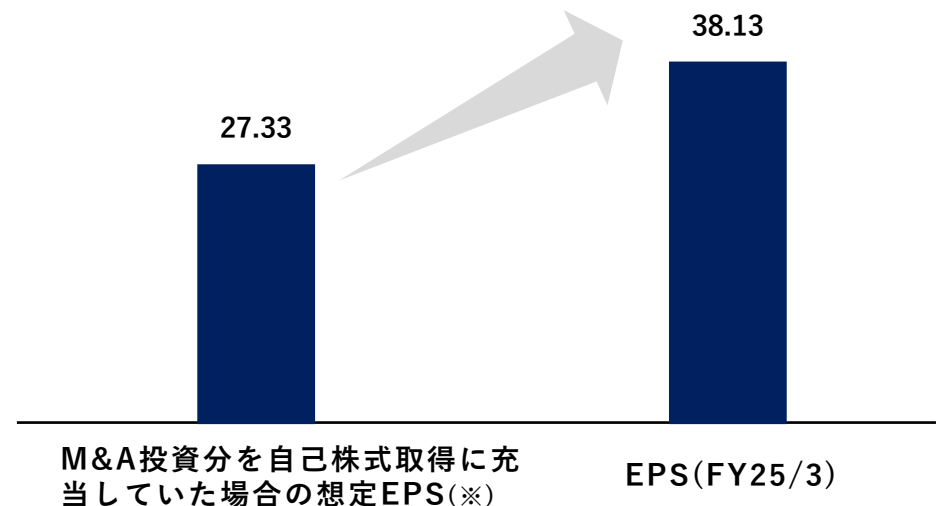
M&A件数・規模

- ✓ 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35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。
- 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  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	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%)	旅行 bedbank  2025年12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。

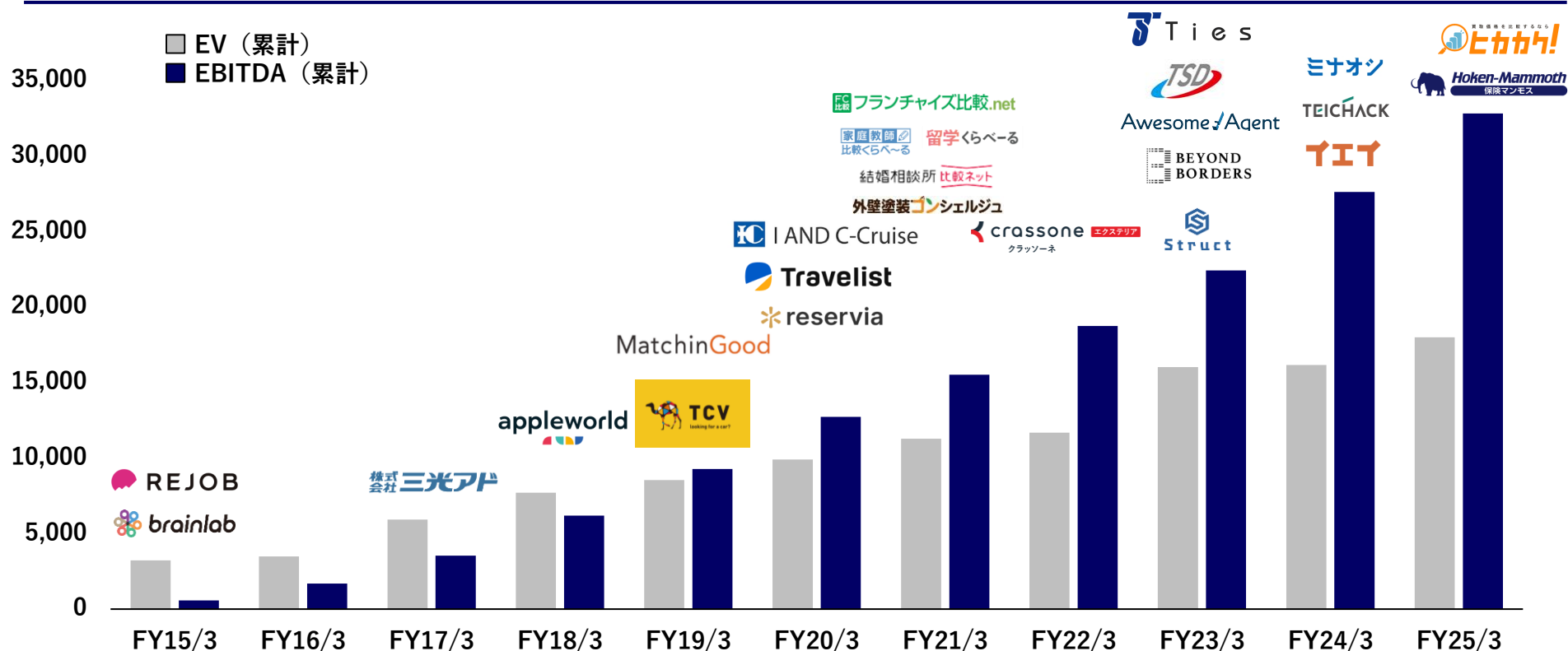
35件目

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)



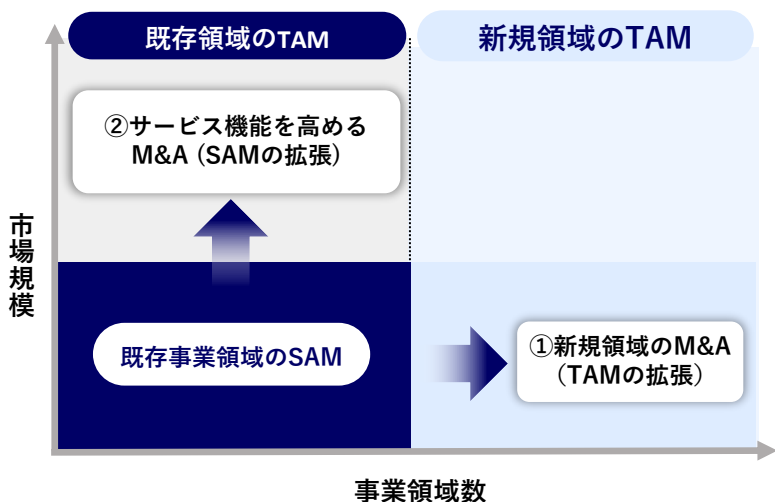
注1: EVは事業価値を指す。

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

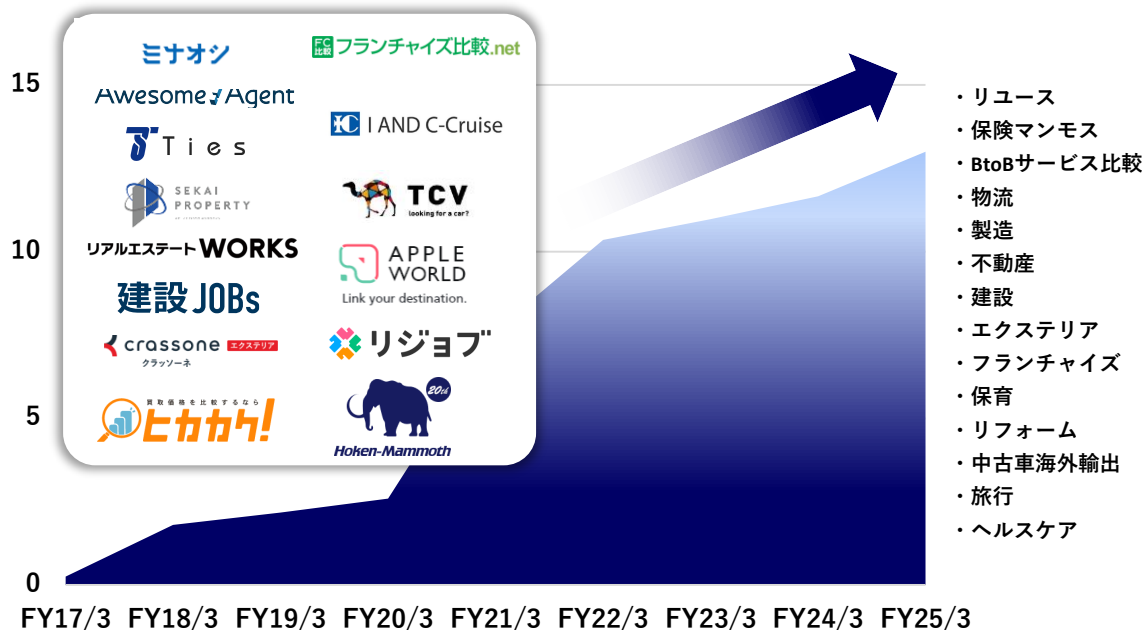
- ①集客メディアを主軸とし、隣接/新規領域への横展開を狙ったM&AによりTAMを拡張。
- ②既存事業におけるユーザー及び顧客との接点を活かし、クロスセル・アップセル機会を狙ったM&AによりSAMを拡張。
- ①・②の包括的な投資戦略により、M&Aによる再現性の高い非連続成長が可能。

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。

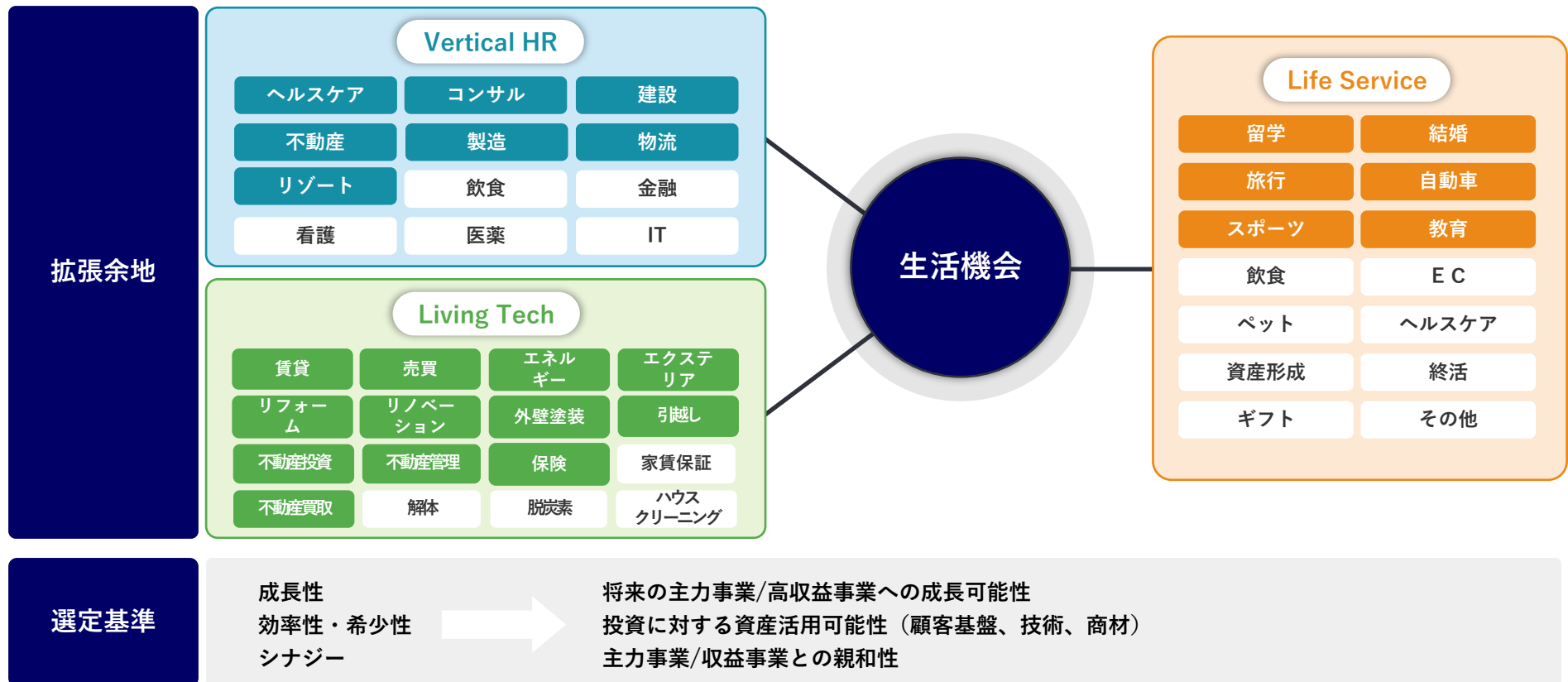
注2: 当該年度にM&Aをした主要事業の累計のTAMを記載。

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

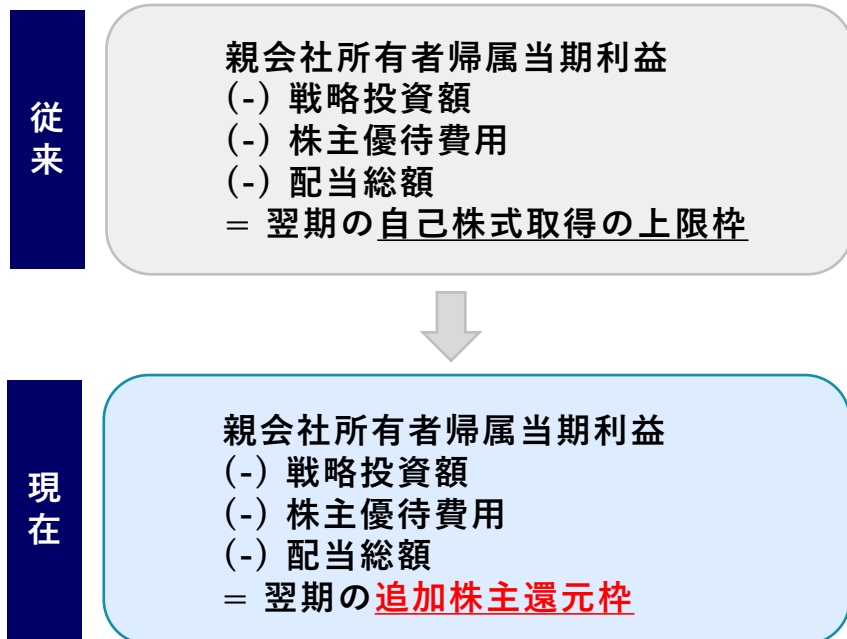
- 非連続成長を実現するために、積み上がるキャッシュフローを原資とする戦略投資方針は維持。
- 当社の独自PMI手法であるZVIを用いた情報の非対称性の改善が可能な領域は十分にあると認識。
- 特に顧客基盤を中心とした資産性の高いアセットの有無を最重要指標として、
将来の主力事業になり得る成長可能性の高い事業や高収益性の事業に重点を置き、戦略投資を実行予定。



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

四半期末貸借対照表推移

親会社所有者帰属持分比率

54.1%

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54.1%、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8,155百万円。

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

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	3Q
税引前当期利益	1,444	1,316	1,346	1,551	1,409	1,471	1,312
減価償却費及び償却費	334	340	346	375	379	415	431
営業債権及びその他の債権の減少額(増加)	△3	△425	81	△276	△136	△405	179
営業債務及びその他の債務の増加額(減少)	389	71	△402	602	△109	450	746
預り金の増減額(減少)	393	365	△566	985	△1,584	214	△210
法人所得税等の支払額	△702	4	△642	△3	△875	6	△765
その他	△71	318	△28	189	119	93	△144
営業活動によるCF	1,783	1,989	135	3,423	△796	2,243	1,550
(預り金調整後)営業活動によるCF	1,390	1,625	702	2,438	787	2,030	1,760
有形固定資産の取得による支出	△83	△31	△21	△25	△53	△40	△16
無形資産の取得による支出	△236	△294	△299	△318	△275	△265	△276
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	△378
その他	△148	15	16	2	△61	△60	△3
投資活動によるCF	△466	△955	△686	△341	△952	△2,124	△673
配当金の支払額	△671	△4	△0	0	△1,049	△4	△0
自己株式の取得による支出	△998	△1,341	△141	0	△312	△92	△130
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	△840
財務活動によるCF	△639	△1,895	△687	△617	△1,905	1,634	△971

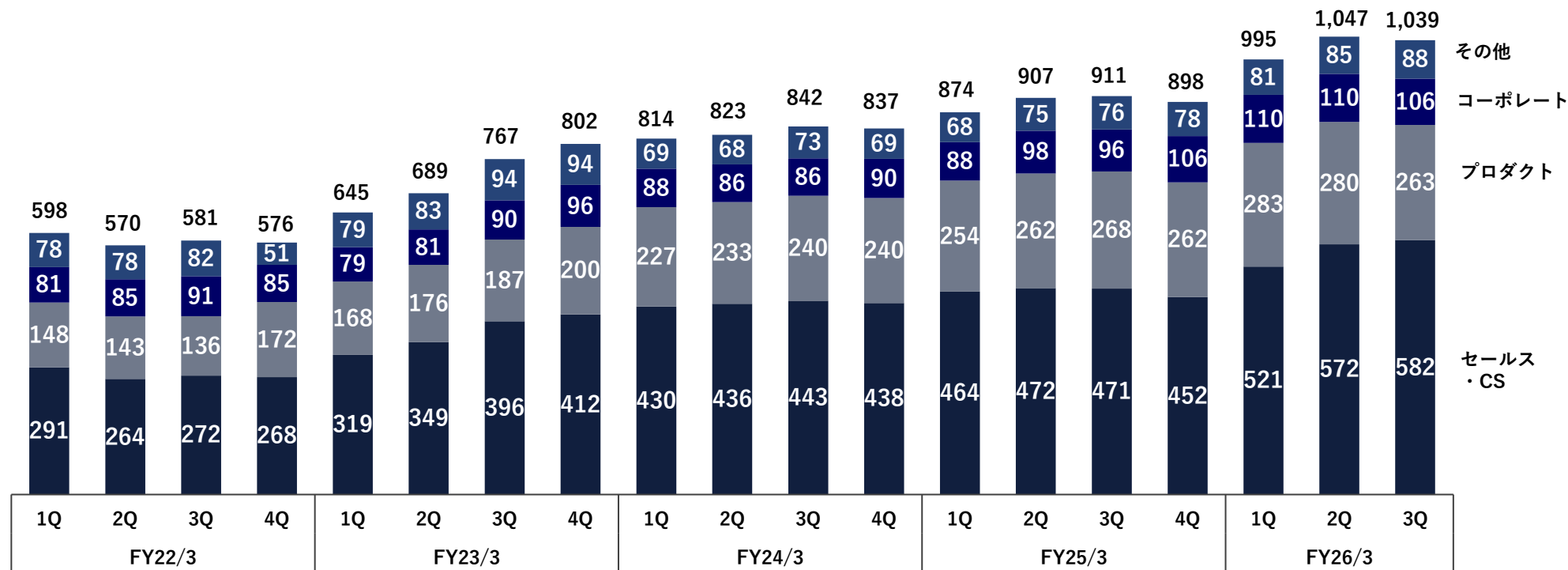
注: 数値は累積ではなく、四半期（3か月間）を示す。

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1,039名。アルファスタッフ社のグループインにより、セールス・CSが微増。
- 採用拡大と生成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。

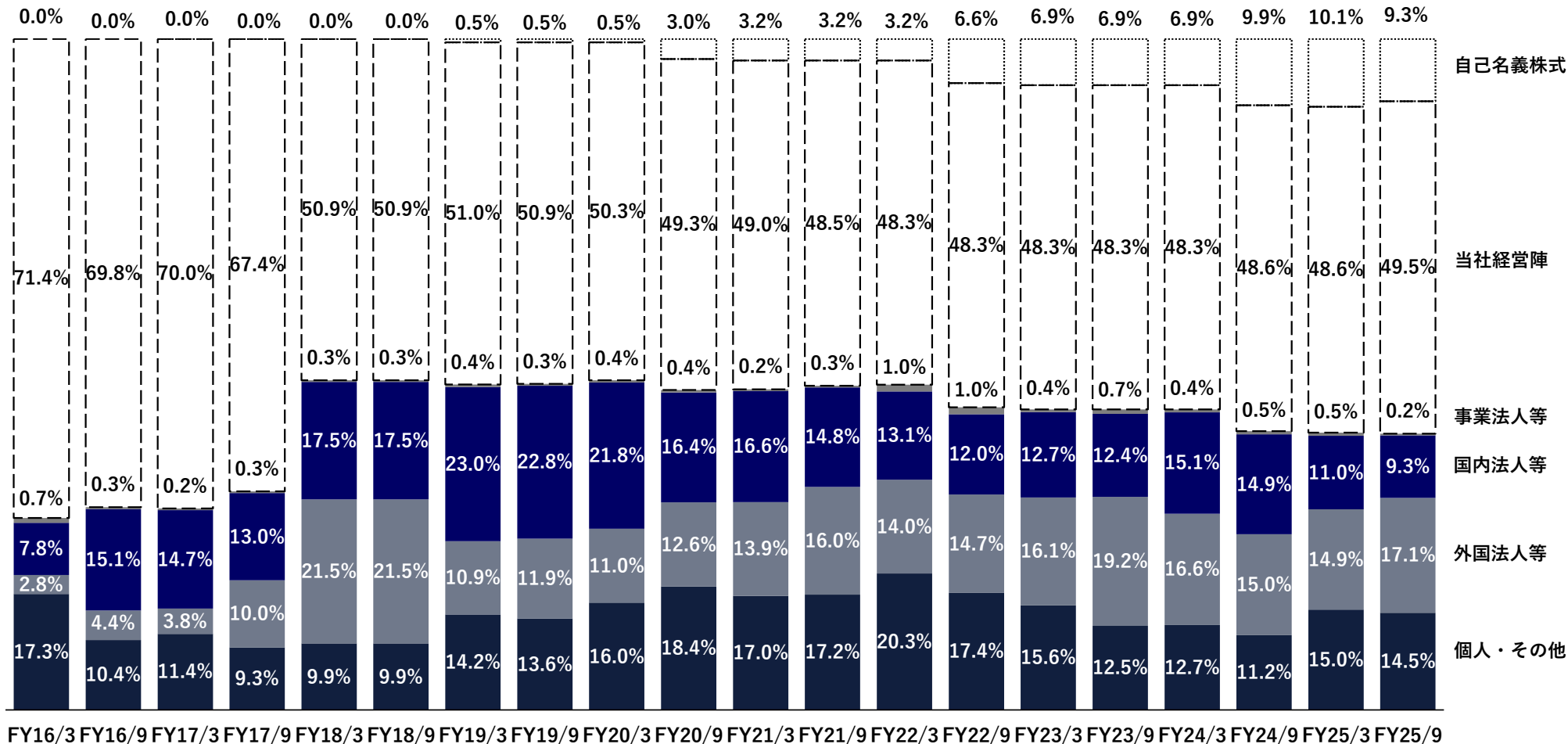
注2: プロダクトはマーケティング、エンジニア、デザイナー、その他は事業責任者やマネージャー等で構成。セールス・CSは営業管理を含む。

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 Q2の内訳を一部修正 (修正前: セールス・CS (573)、その他 (84))。合計値は変更無し。

財務戦略: 株主構成

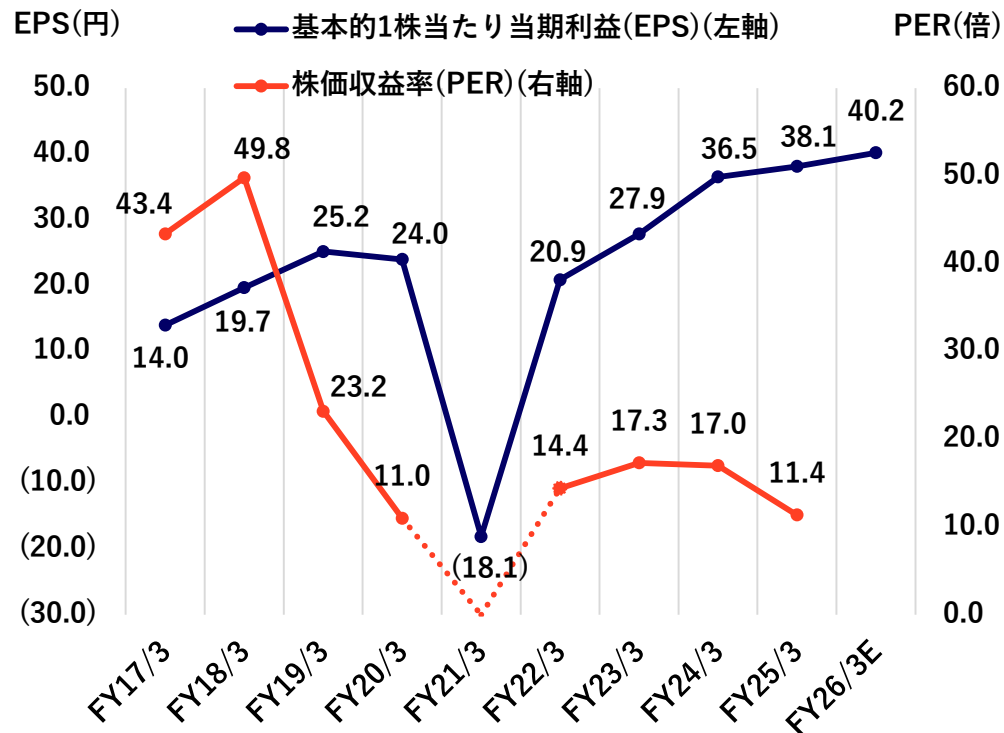
- 海外投資家比率が17%超に拡大。株主優待リリース以降、個人投資家比率も若干増。
- 2025年5月に自己株式消却をしたことにより、FY25/9の株主構成比率は発行済株式総数の変動を反映。



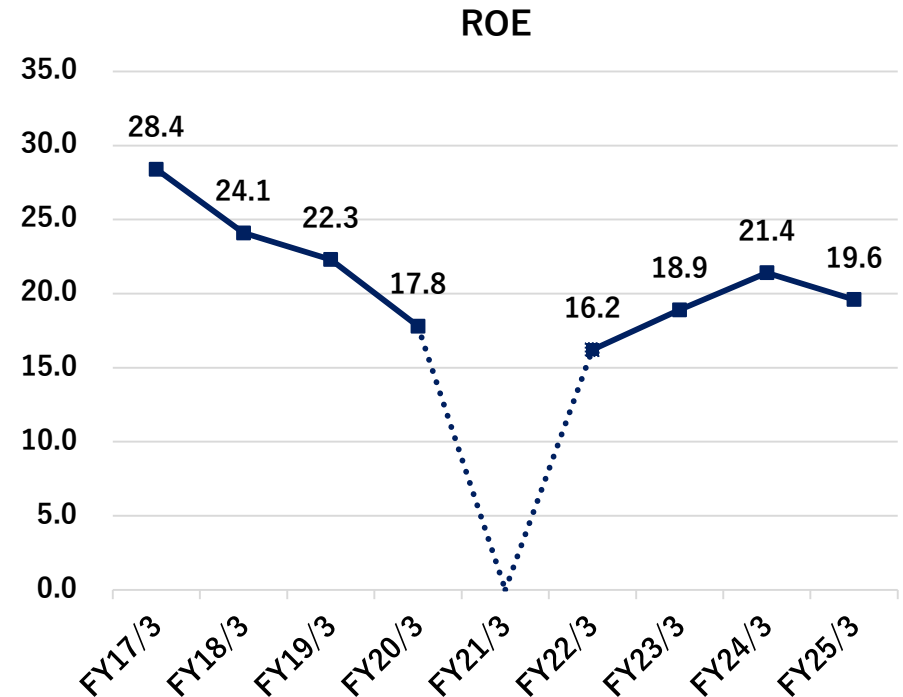
指標推移

- 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。