株式会社じげん

2027年3月期　第2四半期決算説明会資料

2026年11月12日

Contents

1. 生成AIによる影響、及びバーティカルAI戦略

2. 2027年3月期 第2四半期 決算概要

3. 経営戦略の進捗

4. 参考資料

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

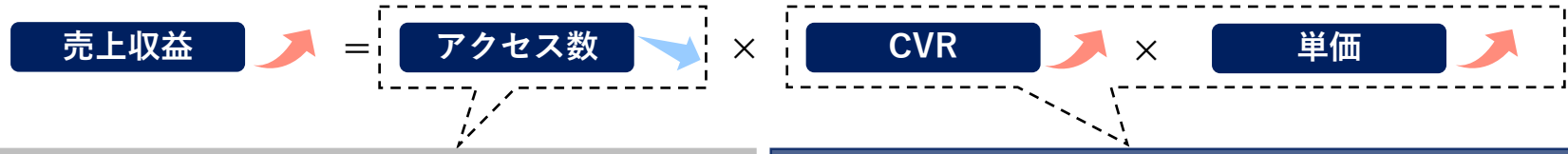
1

生成AIによる影響、及びバーティカルAI戦略

AI

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。**



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.

AI

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）

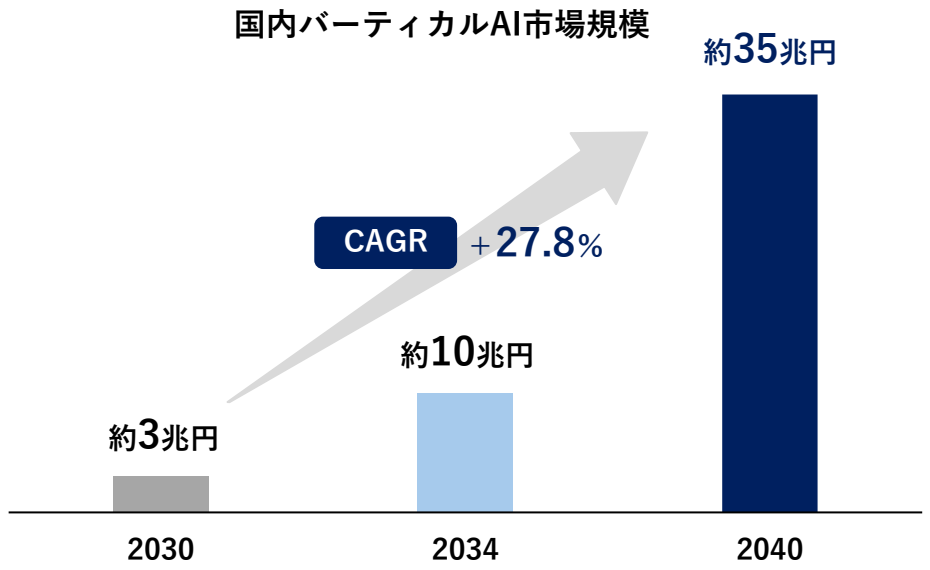
深刻な担い手不足に直面する現場へAIを徹底実装。
業務プロセスを自律化・省人化し、持続可能な社会基盤を維持。

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.

AI

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

ヒューマンエージェント

バーティカルAI（AI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.

2

2027年3月期 第2四半期 決算概要

エグゼクティブサマリ

FY2027/3 2Q 実績サマリ

売上収益	EBITDA	営業利益	親会社所有者帰属当期利益	EPS
16,001百万円	4,020百万円	3,181百万円	2,125百万円	21.40円
YoY +16%	YoY +10%	YoY +12%	YoY +7%	YoY +8%
進捗率: 48%	進捗率: 48%	進捗率: 49%	進捗率: 48%	進捗率: 49%

- ✓ 業績：売上収益や各利益指標は2Qとして過去最高で着地。季節性を踏まえると、業績予想に対して、順調に進捗中。Vertical HRにて先行投資を実行するも、旅行や自動車領域の高成長、ならびにAI活用によるCVR・業務生産性の向上等により、収益性を維持。
- ✓ M&A：第3次中期経営計画の投資戦略に則り、中・大規模の案件も積極的に検討中。
- ✓ 組織戦略：バーチャルカンパニー制の本格運用により組織間のシナジー創出を加速させるとともに、「AX/AI・セキュリティ推進室」を中心としたグループ全社での業務プロセス効率化を継続推進。

Vertical HR

- ✓ タイズはQ2(3ヵ月)において前年比+32%増収と高成長を維持。
- ✓ 建設・不動産領域は一部マクロ影響が見られる一方で、その他領域では採用・求職ニーズは全体的に堅調
- ✓ M&Aのソーシングや売り手との面談も引き続き実行中。

Life Service

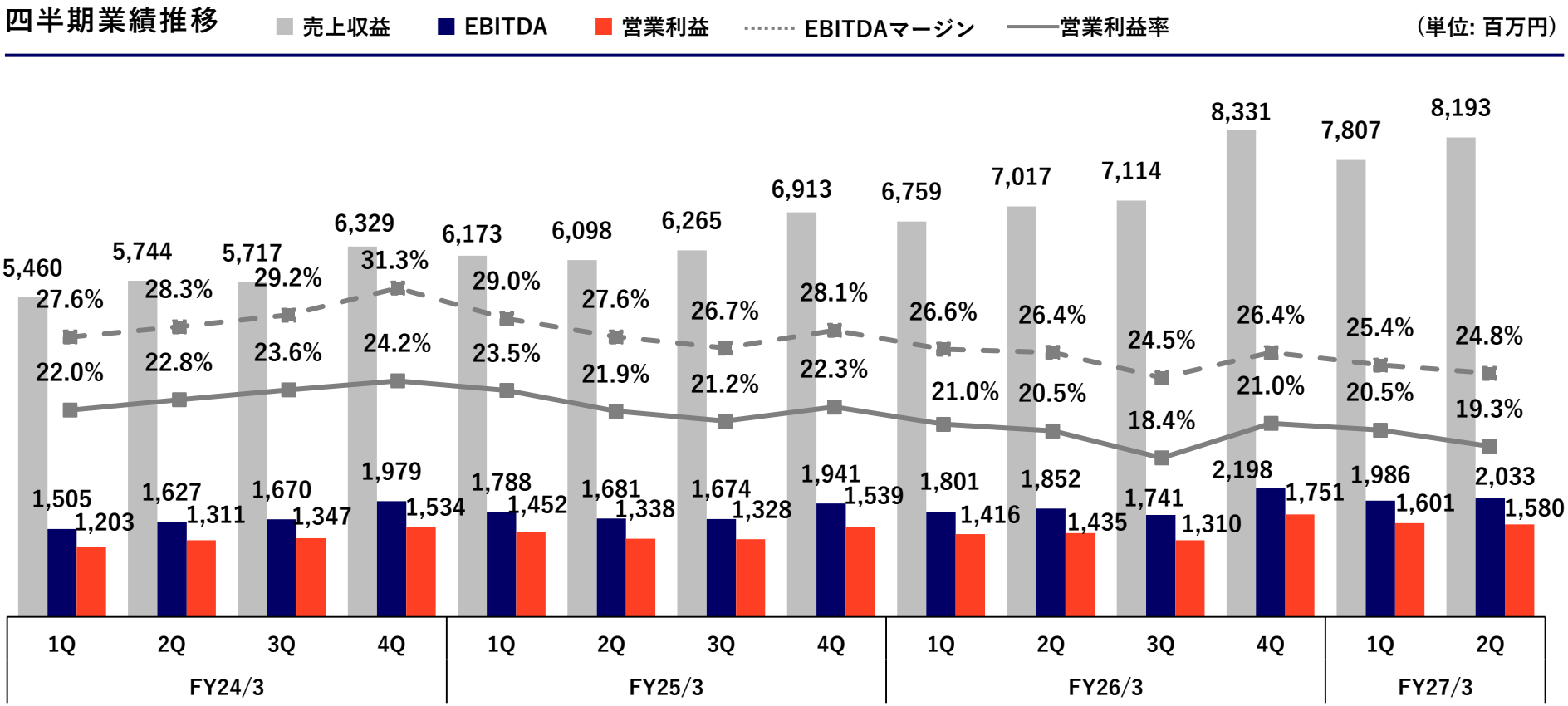
- ✓ 住関連領域では、マクロ影響により、需要は底這いで推移。
- ✓ 新車価格高騰を背景に、中古車需要や売却ニーズが増加傾向。
- ✓ 旅行領域では、レジャー渡航需要が円安影響により緩やかな推移だが、業務渡航需要は堅調。

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

四半期業績推移

売上収益	EBITDA	営業利益
8,193百万円	2,033百万円	1,580百万円
(YoY +17%)	(YoY+10%)	(YoY +10%)

- 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、**前年同期比で大きく増収**。
- 利益：タイズ等を中心とする戦略的先行投資を実行しつつも、営業利益率は約20%、EBITDAマージン約25%を維持し、2Qとして**営業利益・EBITDAともに過去最高で着地**。



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

2027年3月期業績予想に対する進捗率

- 売上収益及び各利益において、季節性を考慮すると、**業績予想に対して、順調に進捗中**。
- Vertical HRはタイズを中心とするオーガニック成長とM&A効果により、前年比+36%と高成長を継続。
  Life Serviceは旅行・自動車分野の力強い伸長等により、前年比増収基調に回帰。

売上収益	EBITDA	営業利益	EPS
16,001百万円	4,020百万円	3,181百万円	21.40円
(進捗率: 48%)	(進捗率: 48%)	(進捗率: 49%)	(進捗率: 49%)

(百万円)	FY2026/3 2Q 実績	FY2027/3 2Q 実績	前年比(%)	FY2027/3 業績予想	進捗率(%)
売上収益	13,776	**16,001**	+16%	33,500	48%
Vertical HR	5,645	**7,695**	+36%	15,500	50%
Life Service	8,131	**8,306**	+2%	18,000	46%
EBITDA(注1)	3,653	**4,020**	+10%	8,320	48%
営業利益	2,852	**3,181**	+12%	6,430	49%
親会社所有者帰属当期利益	1,982	**2,125**	+7%	4,390	48%
基本的1株当たり当期利益(EPS)	19.82	**21.40**	+8%	44.09	49%

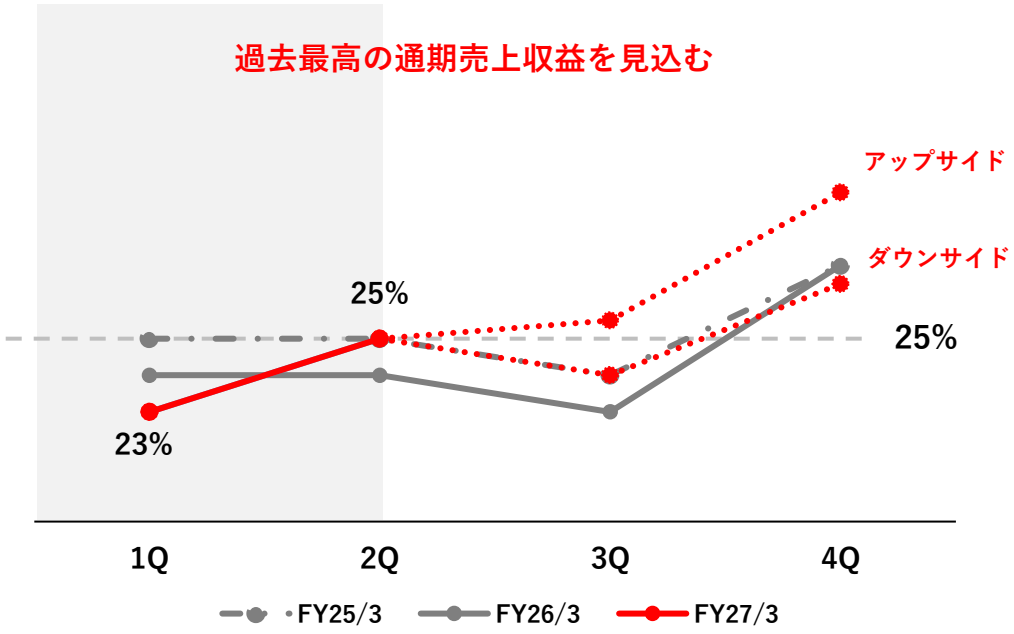
注1: EBITDA=営業利益(損失)+減価償却費及び償却費+減損損失+固定資産除却損及び評価損－負ののれん発生益
注2: FY27/3からの新領域区分に基づき、FY26/3以前を遡及修正済み。なお、新旧Vertical HRの差異としては、新領域においてミラクスをLife Serviceに移管。
FY2026/3 2Q(累計)の修正前は旧Vertical HR: 6,039百万円、旧Living Tech: 3,261百万円、旧Life Service: 4,476百万円。
注3: 過年度会計処理の修正により、営業利益＋47百万円、税金費用＋49百万円に伴い当期利益 ▲2百万円が一過性影響として発生。
注4: 一過性の過年度会計処理の修正に加えて、防衛特別法人税導入や賃上げ促進税制厳格化等により税負担率が上昇。

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

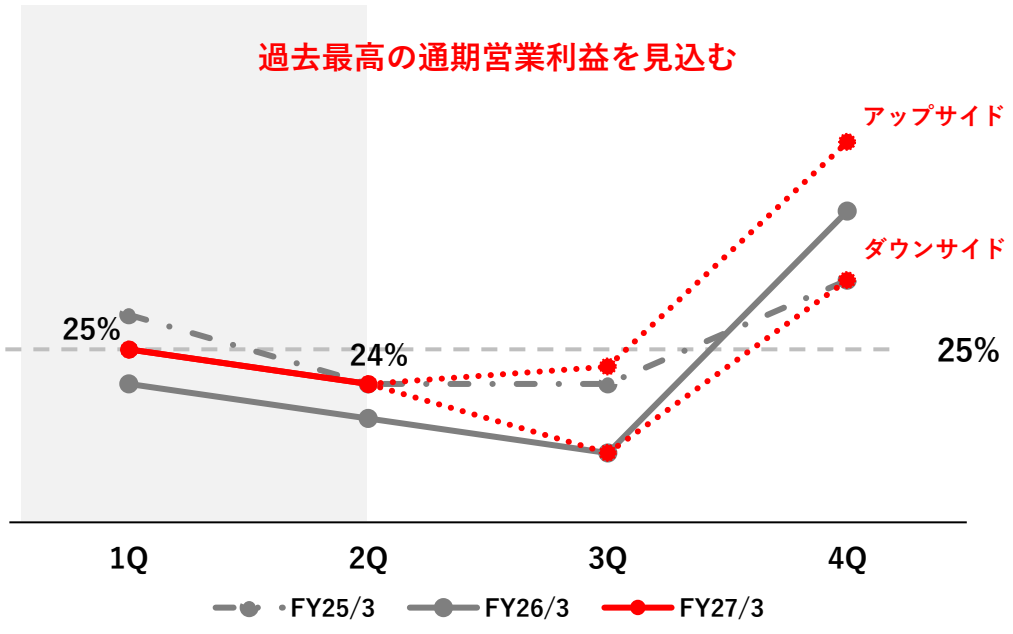
2027年3月期業績予想に対する四半期毎の達成率

- Vertical HRにて先行投資を実施するも、Life Serviceにおける旅行や自動車分野の伸長により、グループ全体の収益性は維持。
  売上収益および営業利益ともに業績予想に対して順調に進捗中。
- 最繁忙期を控える下期に向けて、各種施策の遂行や、M&Aを中心とする戦略投資の検討を進め、業績ガイダンス超過を目指す。

売上収益(期中M&Aを除く)の四半期毎の達成率 (%)



営業利益(期中M&Aを除く)の四半期毎の達成率 (%)



注: FY27/3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。

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

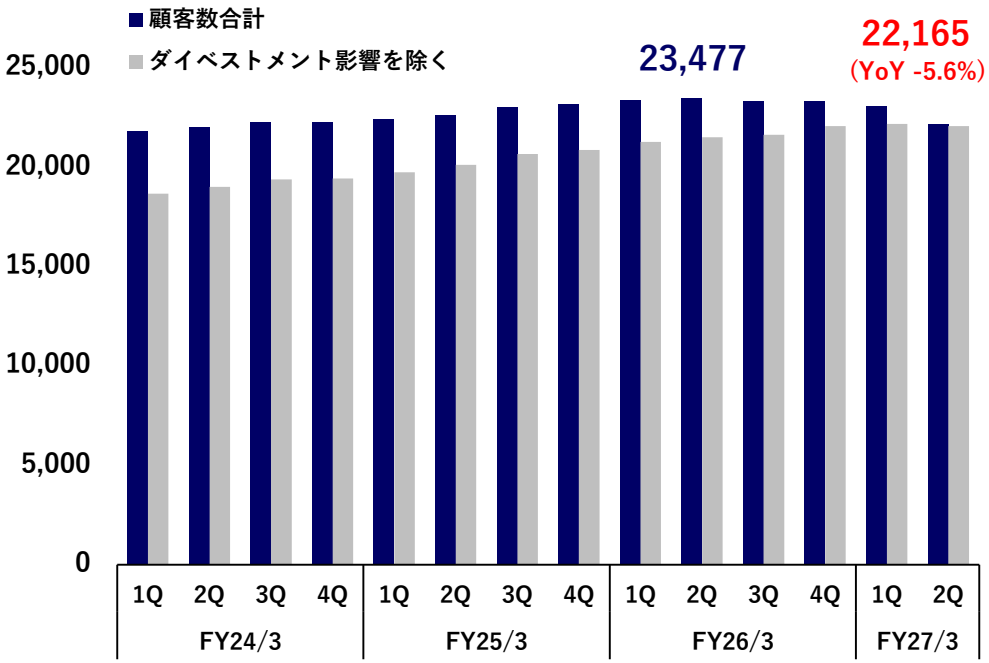
法人顧客数と法人顧客単価

法人顧客数	法人顧客単価
22,165社	142万円
(YoY -5.6%)	(YoY +23.6%)

- 法人顧客数：ミラクス派遣事業からの撤退や、三光アドの統合といったダイベストメントによる一時的な影響により、前年同期比で減少。
  一方、当該ダイベストメント影響を除いた顧客数はYoY+2.7%増と着実に増加。
- 法人顧客単価：低単価事業からの撤退や、高単価事業の業績伸長に伴うプロダクトミックスの変化等により、大幅に伸長。
- 引き続き、中長期的な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。

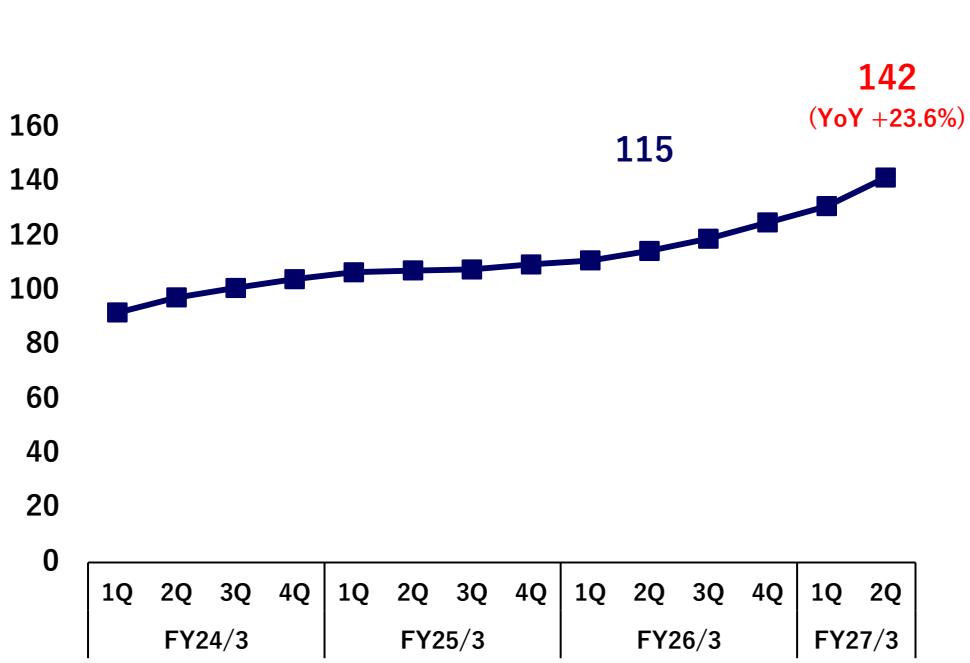
法人顧客数

(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: 「ダイベストメント影響を除く」は三光アド(2025年10月1日付でオーサムエージェントに吸収合併済み)、ミラクスの顧客数を除外

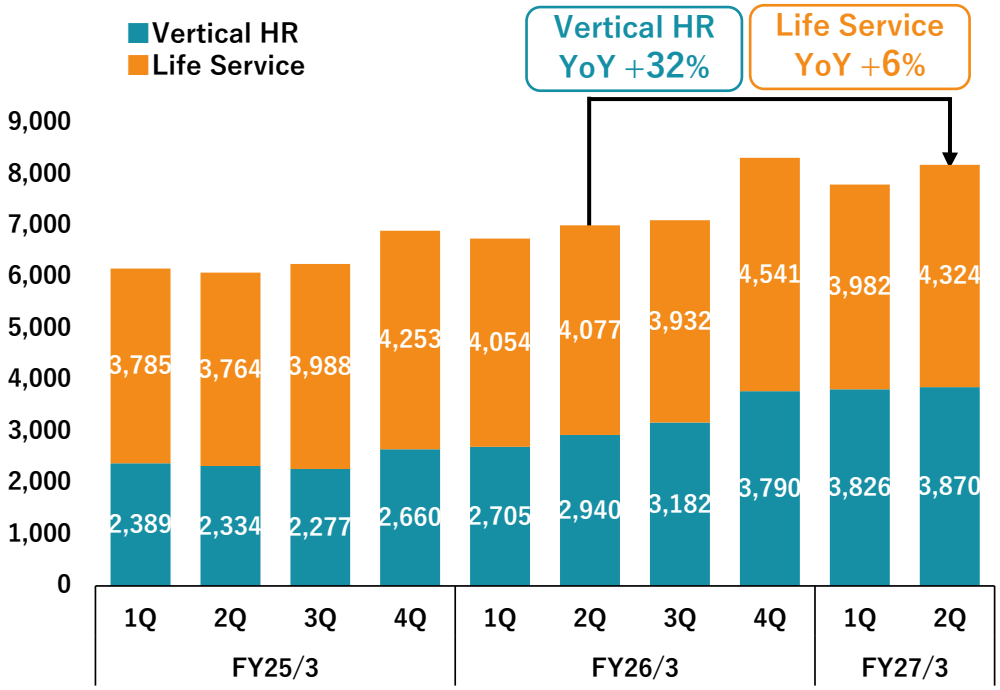
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

領域別 売上収益・利益推移

- Vertical HR：タイズなど既存事業の伸長やM&Aによる連結効果が引き続き寄与し、**売上収益は高成長を継続**。
  タイズにおける同社初となるテレビCMの実施(主に関西エリア)など、先行投資を強化しつつも、前年比増益を確保。
- Life Service：旅行や中古車領域の好調が牽引し、売上収益・営業利益ともに前年同期比でプラスに転換。
  利益面においても、旅行・自動車分野の伸長やポートフォリオ効率化などにより、**二桁増益を達成**。

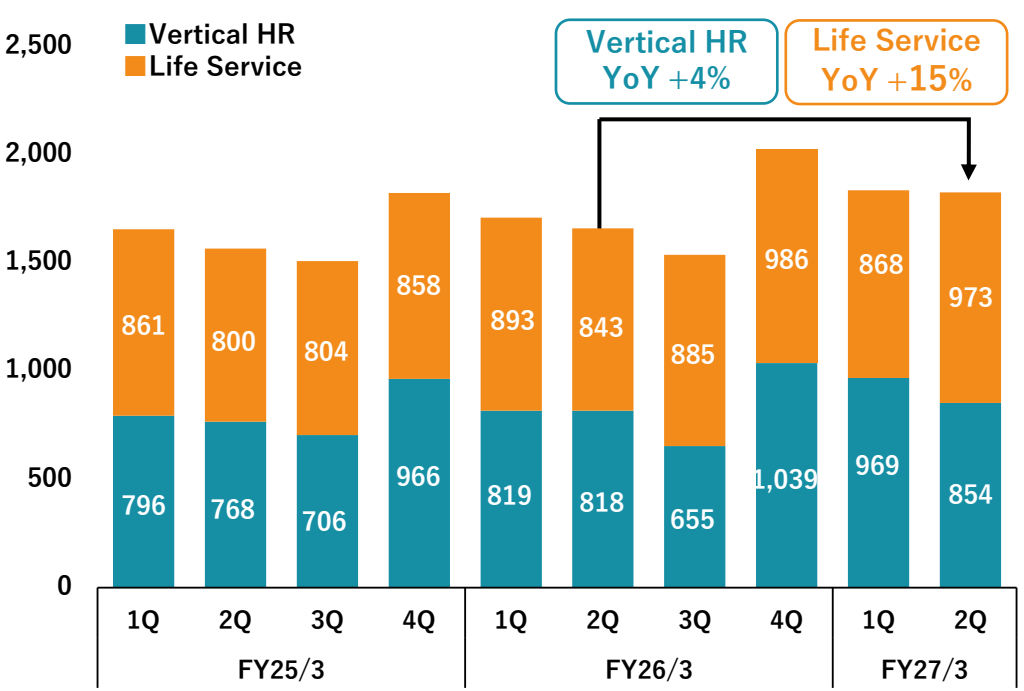
領域別 売上収益

(単位: 百万円)



領域別 共通費配賦前営業利益額(※)

(単位: 百万円)



注1: 領域別の共通費配賦前営業利益額は、本社費用等の間接費配賦前の営業利益の利益額を示す。
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 2QまではLife Service、FY26/3 3Q以降はVertical HRのオーサムエージェントに包含。
注3: FY27/3からの新領域区分に基づき、FY26/3以前を遡及修正済み。なお、新旧Vertical HRの差異としては、新領域においてミラクスをLife Serviceに移管。

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

0.4億円

（前期: 30.8億円）

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する方針。
- 自己株式取得：戦略投資額等の合計が当期利益を上回ったため、還元方針に則り、今期は自己株式取得を実施しない予定。
- 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）	FY2026/3	FY2027/3	FY2028/3
親会社の所有者に帰属する当期利益	**4,157**	**4,390**	
- 戦略投資額	**3,077**	**36**	
- 株主優待費用	**38**	**NA**	
- 配当総額	**1,091**	**1,339**	
1株当たり配当(普通配当)	**11.0円**	**13.5円**	
追加還元枠(特別配当)	**NA**	**未確定**	
追加還元枠(自己株式取得)	**700**	**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: 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や過去案件に関する条件付対価等を含む。
注4: FY2027/3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。

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

貸借対照表の状況（2026/9末時点）

ZIGExN Update Your Story

のれん対資本倍率

0.6倍

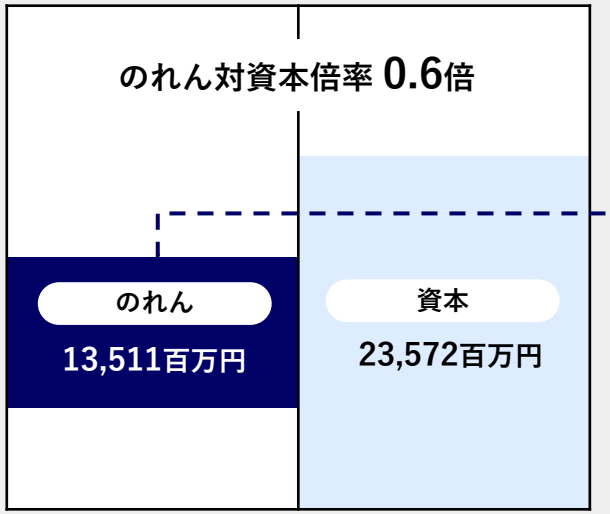
のれん金額

13,511百万円

- 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55.8%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）　41,924百万円



CGU別のれん内訳

13,511百万円

リジョブ	1,756百万円
エニーキャリア	1,621百万円
APW	1,503百万円
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	4,077百万円

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。

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

足元の外部環境

- Vertical HR：全体としては採用・求職者ニーズは堅調に推移し、建設・不動産領域を除き、良好な外部環境が継続。
- Life Service：一部マクロ環境でやや向かい風が残るも、AI活用やポートフォリオ効率化等により、着実な業績成長を実現。

	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推移	○	● 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 ● アルファスタッフ	● 建設・不動産領域は、資材価格高騰や金利上昇による影響が一部見られる一方で、その他は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であるものの、求職者の獲得競争の高まりが見られる	△
Life Service	住関連 ● スモッカ ● セカイプロパティ ● リショップナビ ● エネピ　等	● ネット広告への出稿需要は引き続き堅調 ● 地政学リスクが一部影響	△	● インフレ影響により引越しやリフォーム需要がやや減退（△） ● 金利上昇や地政学リスク等が海外不動産需要に影響(△)	△
	旅行 ● アップルワールド　等	● 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 ● 海外の移動需要は地政学的影響により一時的に鈍化	△
	その他 ● 中古車　等	● 新車価格の高騰により中古車需要が拡大しネット広告の出稿需要も堅調	○	● 中古車の購入需要や売却ニーズは拡大傾向にあるも、物流コストは上昇基調	△

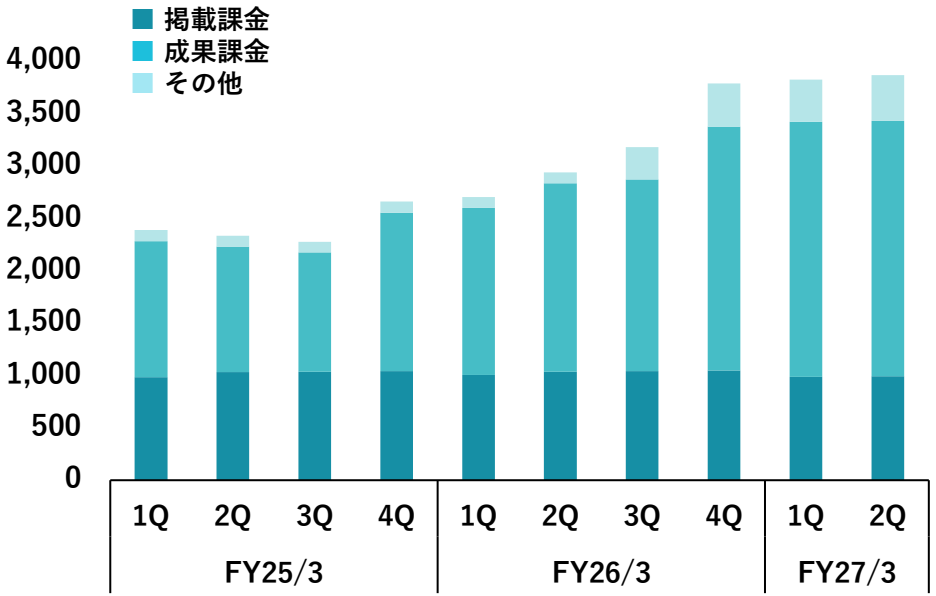
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

主力事業における事業状況 -Vertical HR-

- 掲載課金：オーサムエージェントの着実な成長により、安定的に推移。
- 成果課金：主にタイズ等を中心とする着実な成長により、過去最高を更新。

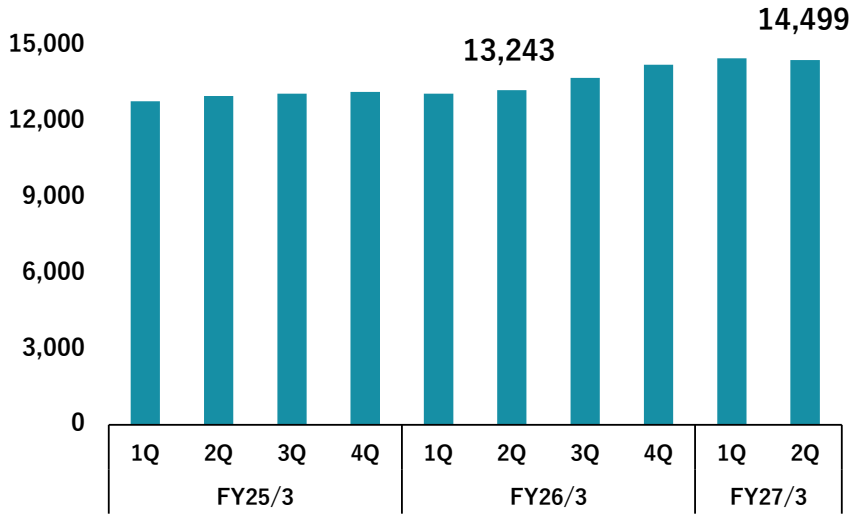
売上収益

（単位：百万円）



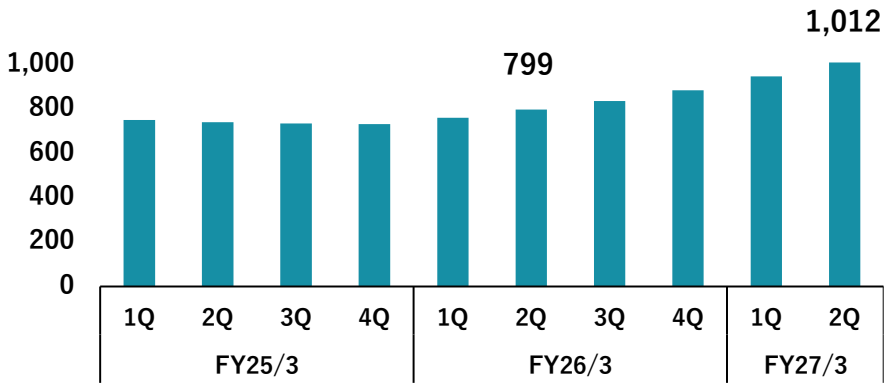
顧客数

（単位：社）



顧客単価

（単位：千円）



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: 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3: 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4: その他はアルファスタッフの派遣事業などから構成。
注5: FY27/3からの新領域区分に基づき、FY26/3以前を遡及修正済み。なお、新旧Vertical HRの差異としては、新領域においてミラクスをLife Serviceに移管。

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

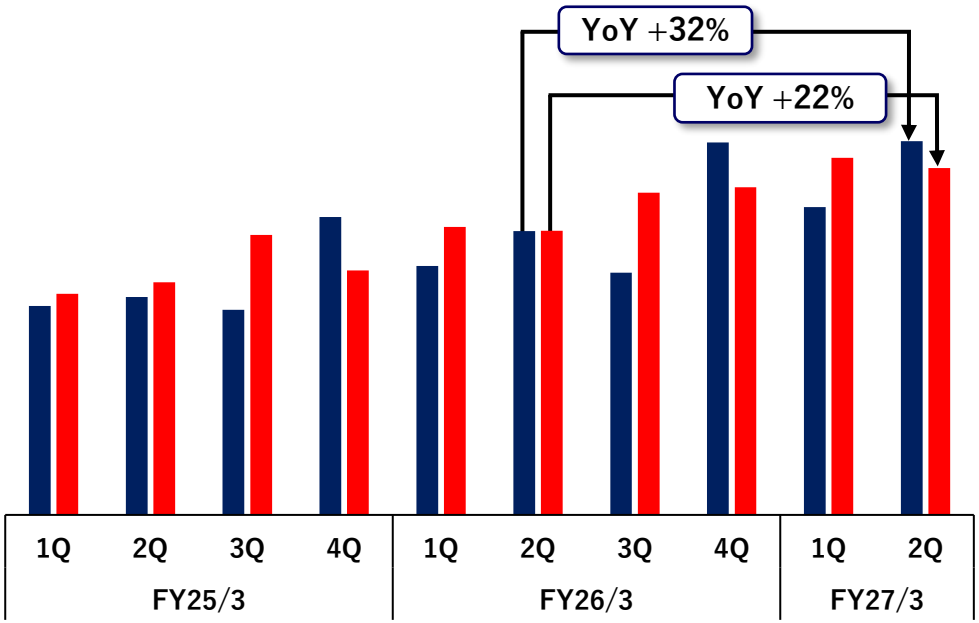
Vertical HR -タイズの業績-

- 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1,000億円以上の大手顧客(主に大手製造メーカー)が占める。
- 住友電気工業㈱の2025年度キャリア採用(年間144名の採用)のうち、約3割(46名)の入社決定を支援し、**全エージェント中1位の成約数を達成**するなど、その他にも多数の大手メーカーでの採用支援実績を誇る。
- 足元の成長率に対して、下期は上期で拡大した人員体制の早期戦力化・育成へ中堅リソースを重点配分し、安定的な伸長を見込む。利益面では外部媒体経由の集客コスト増などへの対応も兼ねて、中長期の認知拡大に向けた戦略的先行投資を並行して推進中。

入職/成約ベース 売上収益

■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)



大手メーカーの採用実績の一例

住友電気工業㈱



コニカミノルタ㈱



㈱日立製作所



関西電力㈱

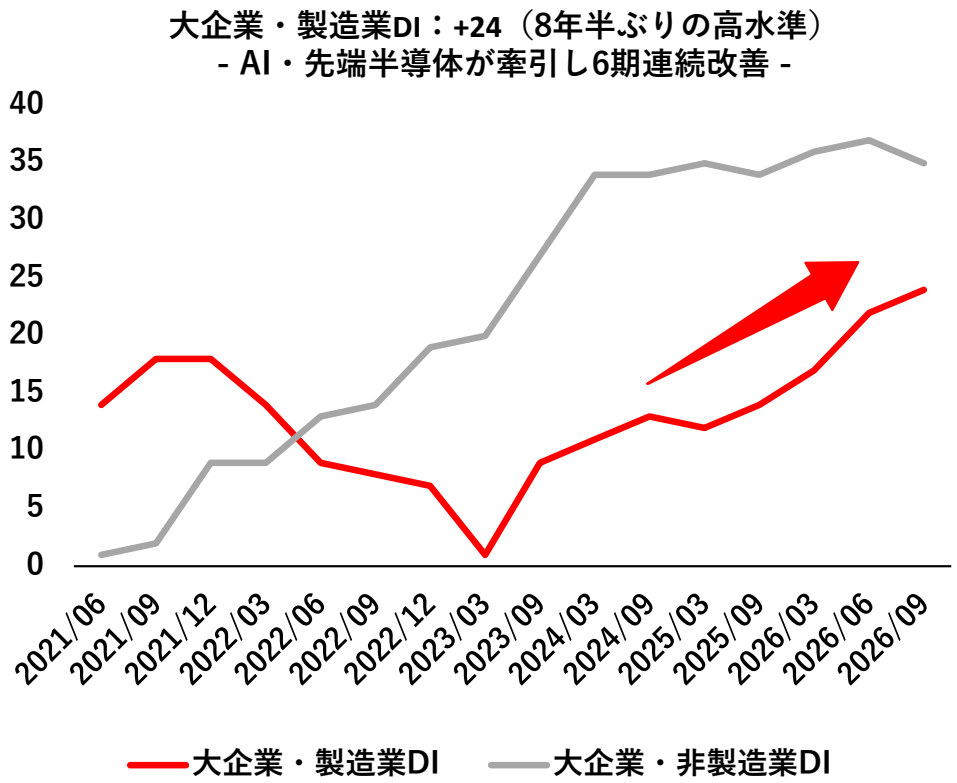


Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

Vertical HR -タイズの外部環境-

- 特にAI・半導体関連需要の増加などもあり、日銀短観の大企業・製造業の業況判断DIは+24と8年半ぶりの高水準を記録。
- タイズにおいても、特に防衛・重工業、エネルギー・インフラ関連、半導体関連企業などの採用ニーズは上昇基調。

日銀短観（2026年9月調査）-大企業製造業の動向-



タイズ -業種別 顧客例-

業種セクター区分	顧客例
電機・精密・空調	オムロン、日立製作所、ダイキン工業、三菱電機、パナソニック
産業機械・FA・重工業	三菱重工業、川崎重工業、ダイフク、IHI、クボタ、キーエンス
化学・素材・エネルギー	住友電気工業、関西電力、日東電工、古河電工、神戸製鋼所、東レ
自動車・輸送用機器	ダイハツ工業、デンソー、本田技研工業、豊田自動織機、ジェイテクト
IT・コンサル・その他	ベイカレント、アクセンチュア、テクノプロ、食品・消費財メーカー等
半導体・電子部品・製造装置	村田製作所、ディスコ、ニューフレア、SCREEN、キオクシア、TDK、東京エレクトロン

注: 業況判断DIとは日銀による「全国企業短期経済観測調査」において、企業が自社の景況感・ビジネス環境をどう捉えているかを数値化した景気指標。

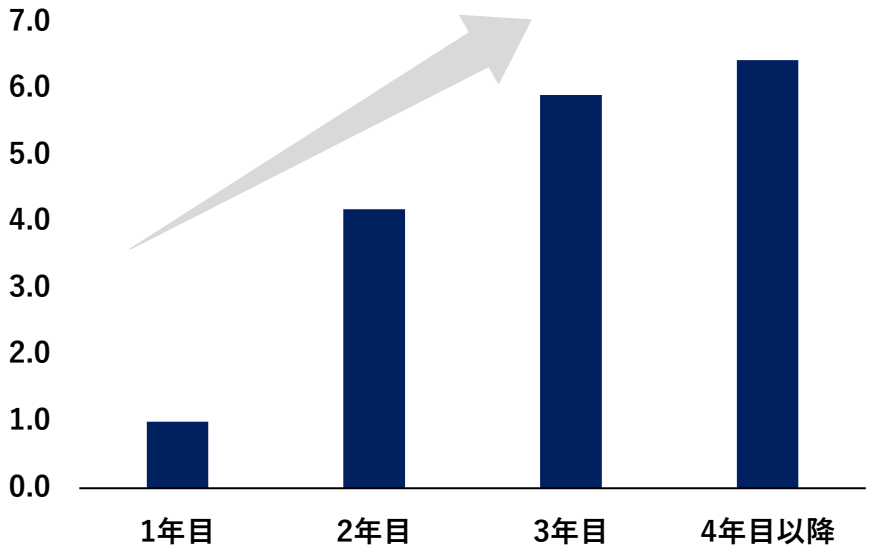
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

「ヒューマンエージェント」先行事例 -タイズ-

- 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にあり、上期での大幅な人員拡充に伴い一時的に育成コストが先行するものの、中長期的には労働生産性の向上に伴う売上収益の拡大と利益率改善を見込む。
- 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。
- 中長期の事業規模拡大を見据えた戦略的増員を推進し、AI活用や育成プログラムによる1人当たり生産性向上を同時並行で推進。

新卒コンサルタント 1人当たり売上収益（指数）

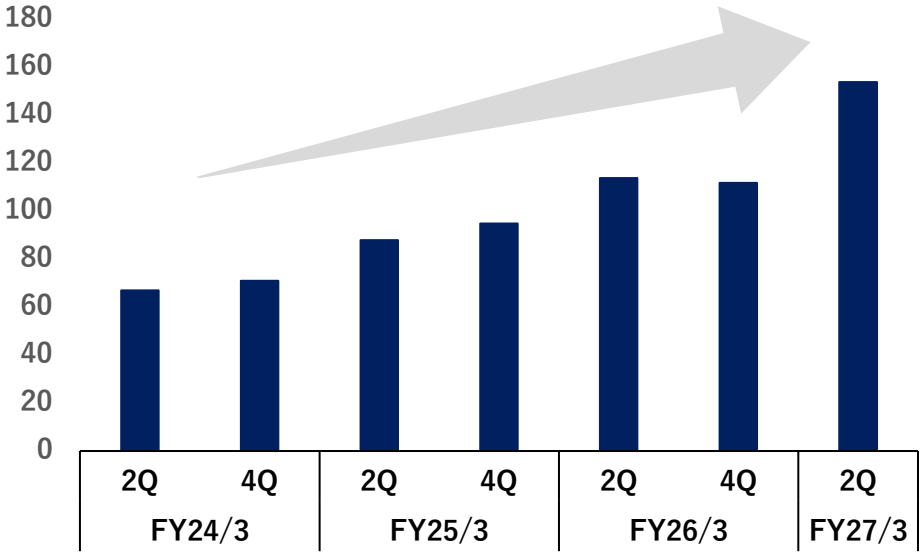
時間の経過とともに、
コンサルタントの労働生産性は向上



コンサルタント人員推移

（単位：人）

マクロ動向等も踏まえながら、
コンサルタント数を着実に拡大



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。

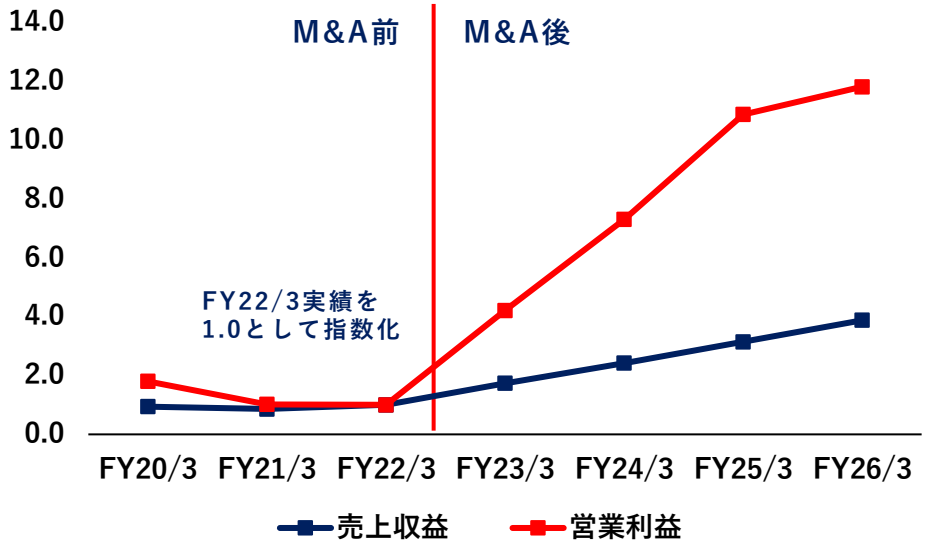
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

タイズの成功例と他HR事業への横展開

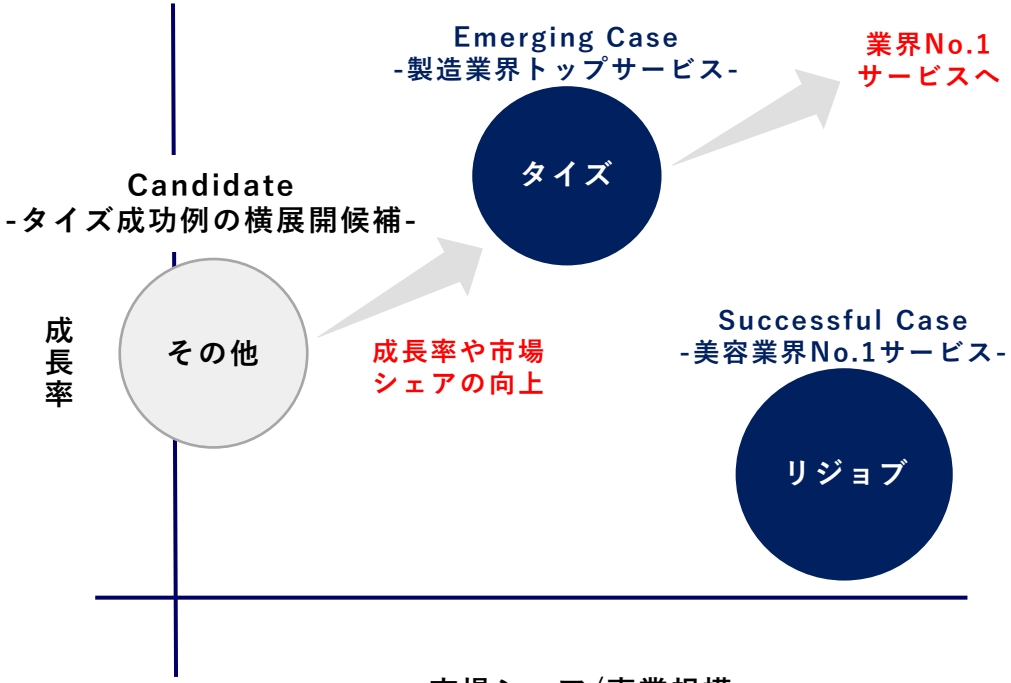
- タイズでは、当社のマッチングテクノロジーを通じた集客面の改善やエリア拡張等といった事業戦略の加速により、M&A前後で売上収益・利益ともに大幅な成長を実現。
- 表面的な条件照合を超えた高品質なアライメントなど、タイズの強みや成功施策を他領域へ横展開することで、ニッチトップサービスの拡大再生産を目指す。

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



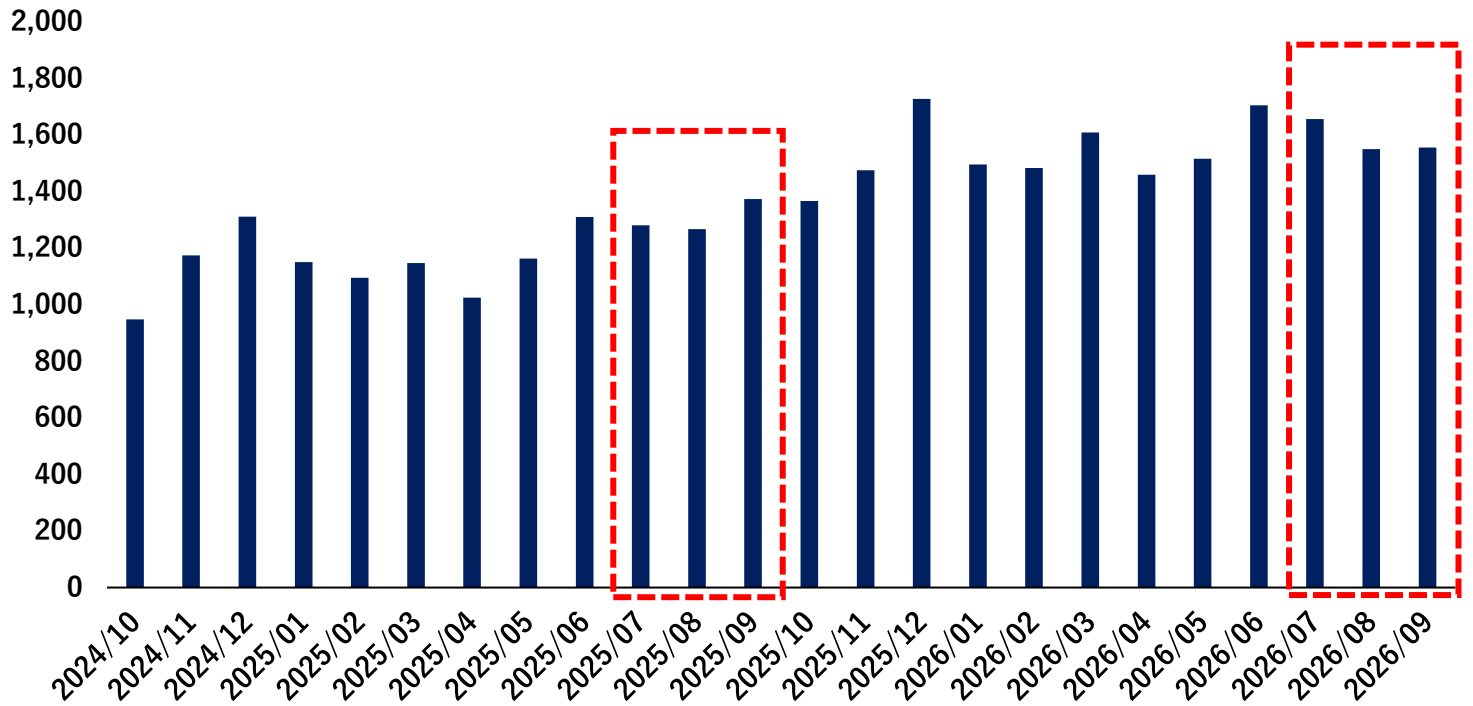
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

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。
- 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、当該四半期の受注残高は、翌四半期から翌々四半期にかけて、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: 数値は主な人材紹介事業（タイズ、アップベース、エニーキャリア、オーサムエージェント）の受注残高合計。2026/06以前の集計対象（タイズ、アップベース、エニーキャリア）に対し、オーサムエージェントおよび2026年7月よりタイズに統合した旧アルティメイトリソーシズの人材紹介事業分も含めて遡及修正。

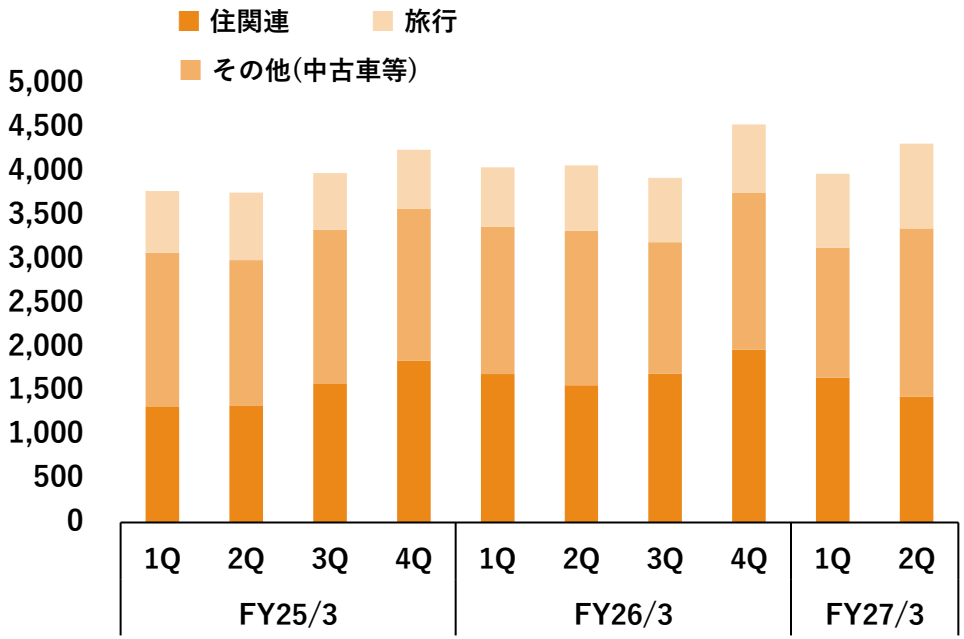
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

事業状況 -Life Service-

- 売上収益は旅行領域や中古車領域の成長が牽引し、前年比増収。
- 顧客数はノンコア事業のダイベストメントに伴い減少するも、安定的な収益基盤を維持。

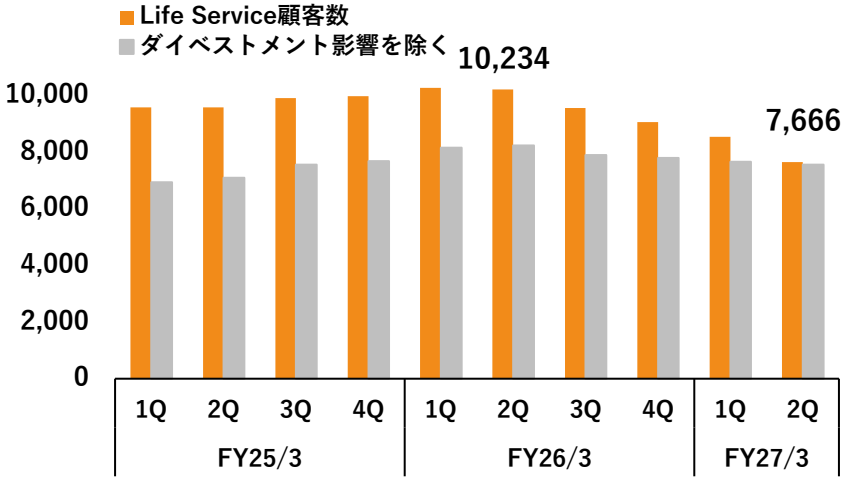
売上収益

（単位：百万円）



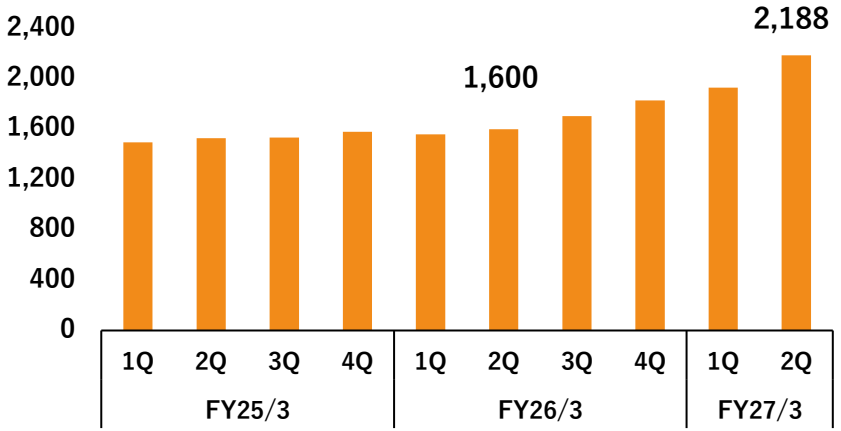
顧客数

（単位：社）



顧客単価

（単位：千円）



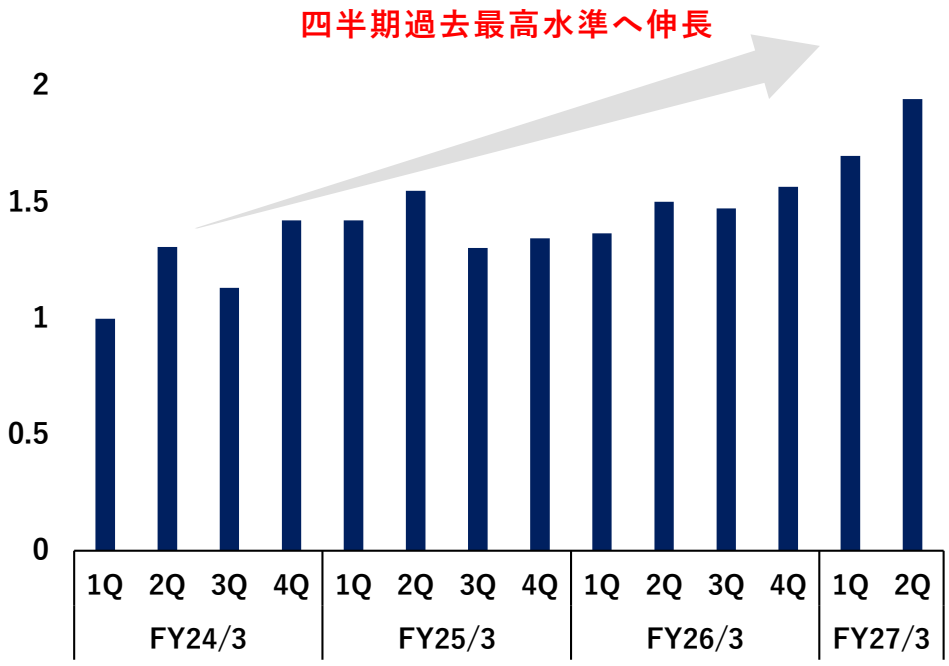
注1: 住関連は主にスモッカやセカイプロパティ、リショップナビ、エネピ等、旅行はアップルワールドを指す。
注2: FY27/3からの新領域区分に基づき、FY26/3以前を遡及修正済み。なお、新旧Vertical HRの差異としては、新領域においてミラクスをLife Serviceに移管。
注3: 「ダイベストメント影響を除く」は三光アド(2025年10月1日付でオーサムエージェントに吸収合併済み)、ミラクスの顧客数を除外

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

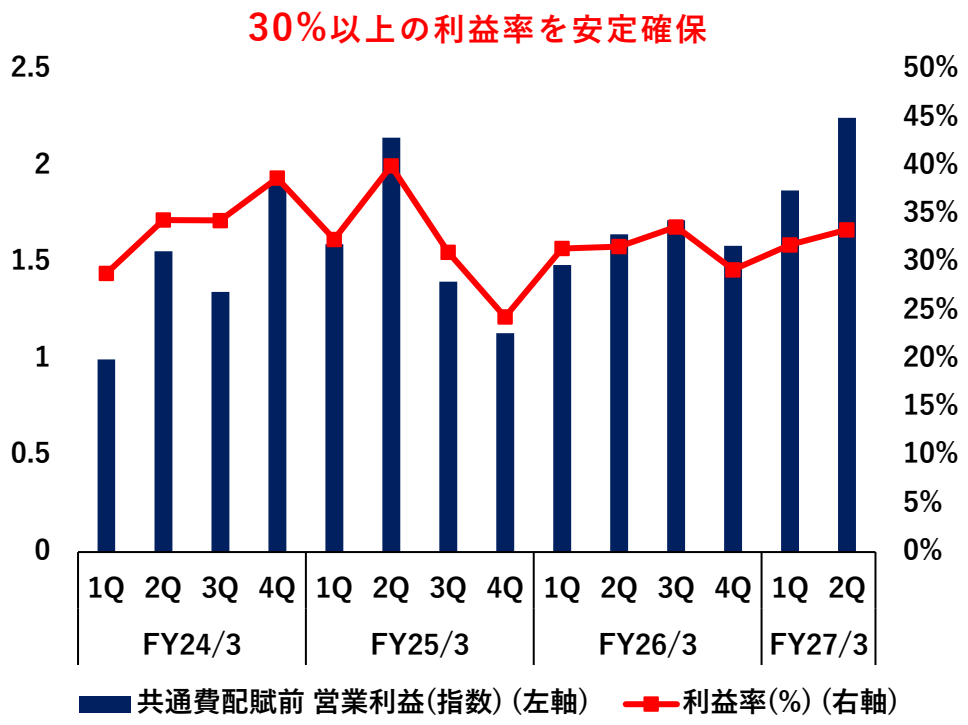
Life Service -旅行領域-

- 売上収益は着実な成長を継続し、足元の四半期では過去最高水準まで拡大。
- Q2においては、共通費配賦前営業利益は30%超を維持しつつ、YoY+37%と高成長を実現。
- 新規事業の先行投資の影響を踏まえても、旅行領域全体としては高収益性を確保しており、将来的には更なる改善を見込む。

売上収益 (指数)



共通費配賦前 営業利益 (指数)



注1: 共通費配賦前営業利益額は、本社費用等の間接費配賦前の営業利益の利益額を示す。

注2: 売上収益、共通費配賦前営業利益はFY24/3_Q1を基準として指数化。

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

Life Service -旅行領域-

- 欧州手配に強みを持つ老舗ミキ・ツーリスト、韓国大手のNOL Universeとの戦略提携を締結し、国内トップのBtoBホテル流通プラットフォーマーとして、グローバル仕入れ網・販路の更なる拡充を推進。
- グローバルのホテル仲介市場は数十兆円規模に上る一方、トッププレイヤーによる寡占が進んでいないフラグメンテッドな市場であり、今後は**グローバルでの戦略提携や戦略投資の機会をより積極的に模索**。

旅行領域における戦略提携

戦略提携①：㈱ミキ・ツーリスト
ヨーロッパを中心に世界各国で現地の宿泊・交通・観光などを手配する、日本の老舗海外旅行ツアーオペレーター

MIKI TOURIST × appleworld

戦略提携②：NOL Universe
韓国最大手の旅行・レジャー・カルチャーに特化した総合プラットフォーム企業

NOL UNIVERSE × appleworld

ホテルBtoB（Bedbank）市場規模と成長機会

市場規模（総取扱高、TTVベース）



✓ BtoBのグローバルトッププレイヤー（TBO Tek, HBX, Web Travel等）の総取扱高を合算してもシェアは10%台に留まり、市場の断片化が起きている市場環境。

✓ 世界のホテルの6割以上は独立系や中小であり、特定地域に強いローカル事業者がグローバルトッププレイヤー以上の優遇レートや独自在庫を持っており、市場の分散化に拍車。

⇒グローバル市場でのシェア獲得には、ローカルプレイヤーとの業務提携や資本提携、M&Aが有力な戦略オプション

注: 市場規模はPhocuswright、Euromonitor等の旅行市場レポートにおける宿泊市場規模および直販/仲介比率（約50%）の一般的な統計データに基づき推計。1ユーロ＝160円換算。国内市場は観光庁「宿泊旅行統計調査」等の市場規模をベースに推計。

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

Life Service -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%

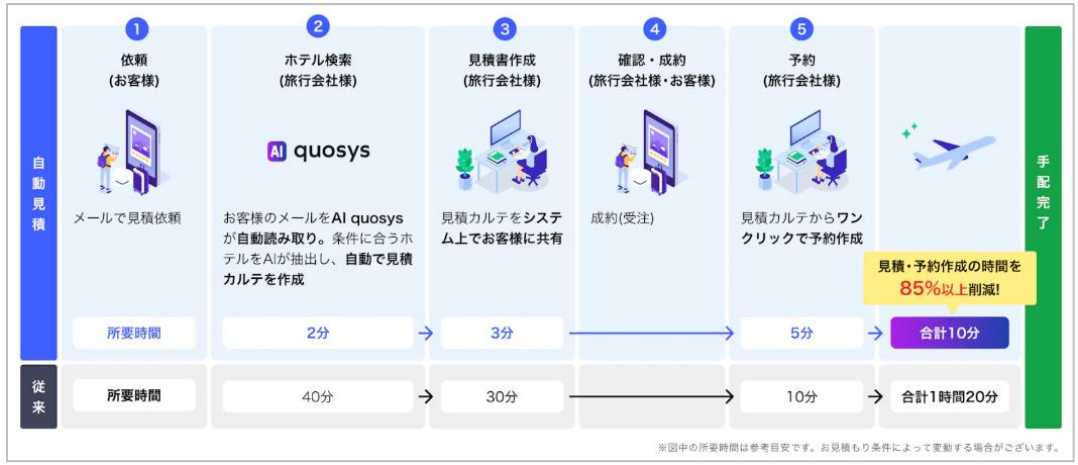
総評

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.

3

経営戦略の進捗

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.

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

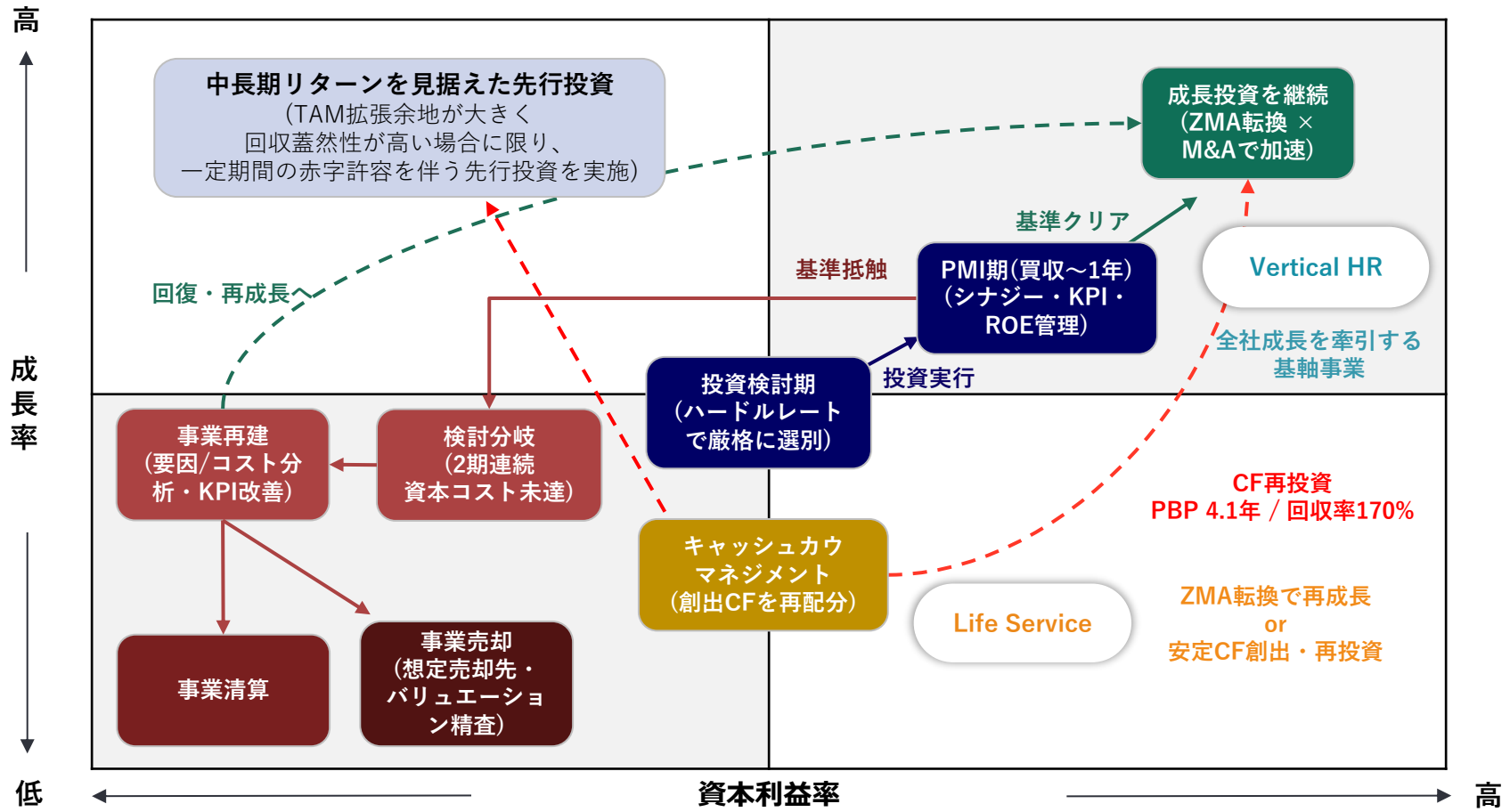
- 第2次中計では過去最高業績を更新し、Vertical HRがZ COREに到達した一方、Life Serviceの業務プロセス拡張と成長率が課題。
- 第3次中計では事業・投資/財務・組織の各課題に対し、ZMAを軸とした解決策を実行し、法人顧客数と顧客単価の両軸成長により、利益率よりも利益額の成長率を最優先とする。

	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.

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.

組織戦略の進捗：事業成長とガバナンスの加速

- 経営の意思決定スピード向上を目指す「バーチャルカンパニー制」と、グループ会社全体のAX化(AI Transformation)をけん引する「AX/AI・セキュリティ推進室」を新設。

バーチャルカンパニー(VC)制の導入

1. 5つのカンパニー制への再編による経営効率化

事業ドメイン毎に事業戦略と人的リソースを最適化。
カンパニー間のシナジー創出と経営効率化を同時に推進。

Vertical HR / 第1 Life Service / 第2 Life Service / トラベル / インキュベーション

2. 権限委譲による意思決定の迅速化

各VCにCEO/CXOを配置。採用・人事異動・事業戦略立案の権限をVC単位へ大幅委譲し、市場変化への即応力を強化。

3. 経営人材・サクセッションプランの強化

グループ全体のタレントを可視化。戦略的な人材交流と重要ポスト登用を通じ、次世代経営人材の発掘・育成を加速。

AX/AI・セキュリティ推進室の設立

1. 攻めのAX/AI推進（事業・業務革新）

収益直結のAX企画（AIコールセンター等）と、社内業務プロセスの自動化・効率化（マーケティング改革等）を主導。

2. 守りのセキュリティ＆AIガバナンス

従来型ITセキュリティ強化に加え、AI活用の安全性を担保するガバナンスルール・ポリシーを策定・統一運用。

3. 横展開を支える専門4チーム体制

パイロットPJで得た成功知見を再現可能な「型」へと昇華させ、全社事業部・グループ会社へ迅速に横展開。

事業グロース / 業務改革 / データ&AI基盤 / セキュリティガバナンス

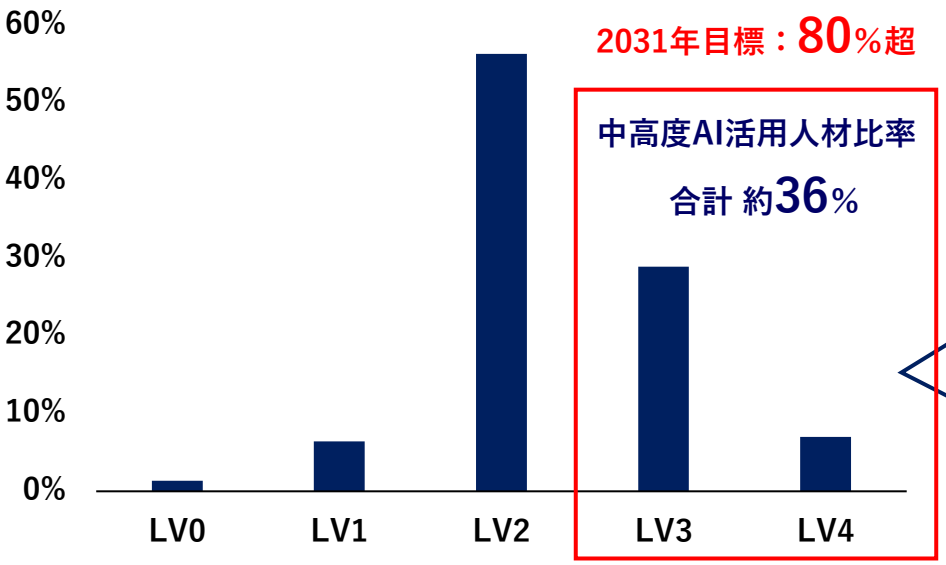
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

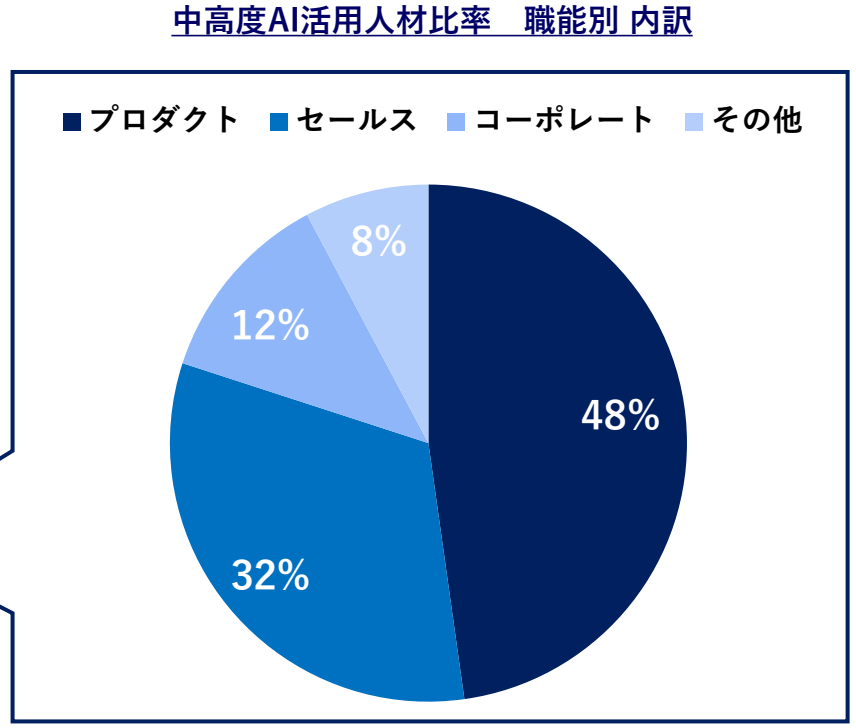
グループ全社におけるAI活用の状況

- 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.

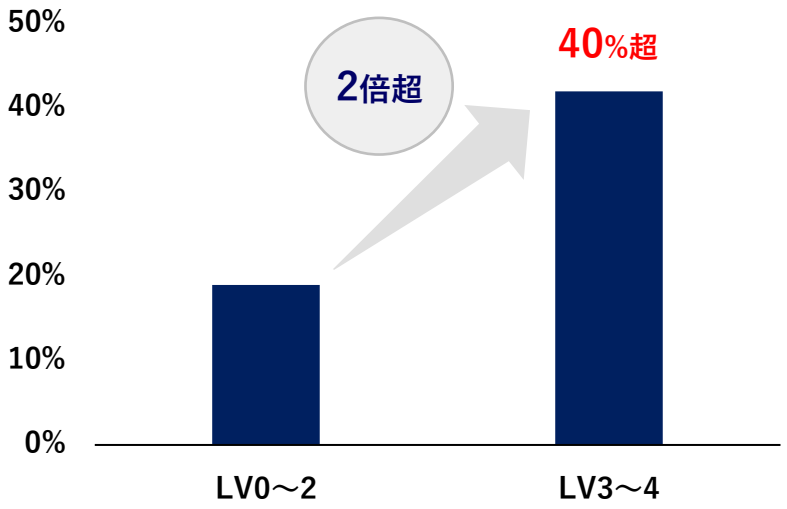
AI活用による生産性向上と高付加価値業務へのシフト

- 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

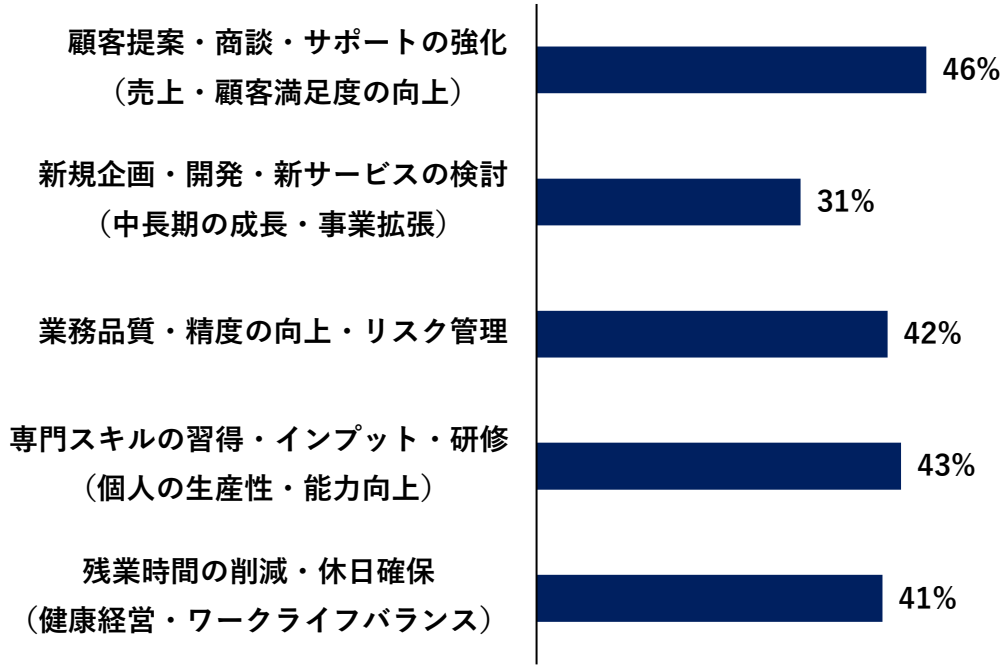
Q. AIツールを理想的な形で利用できた場合、現在の業務時間を何%程度を追加的に効率化・短縮できる可能性があるか？

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.

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

- 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	▲88% 制作時間 ▲50%

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

4

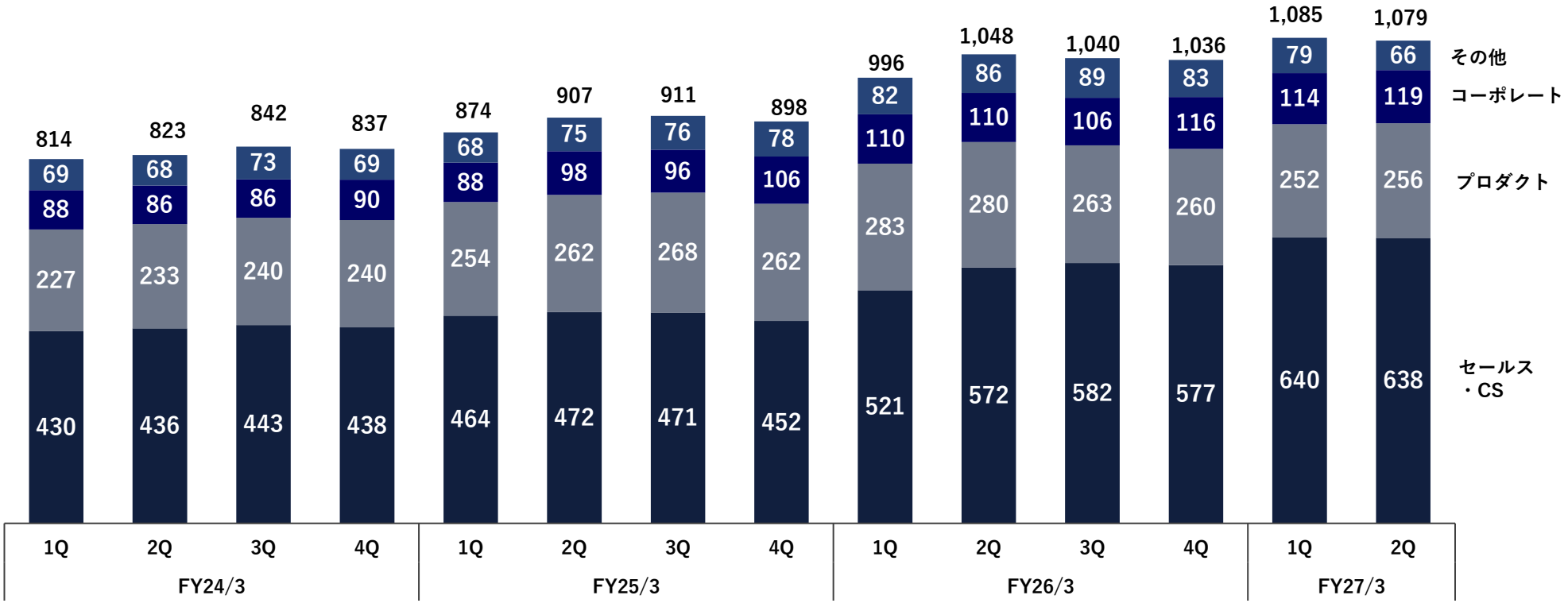
参考資料

参考資料

四半期末従業員数推移

- 連結従業員数は1,079名。M&A戦略やタイズの採用強化などにより、昨年同時期と比較してセールス・CSが大幅増加。
- 採用拡大と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。

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

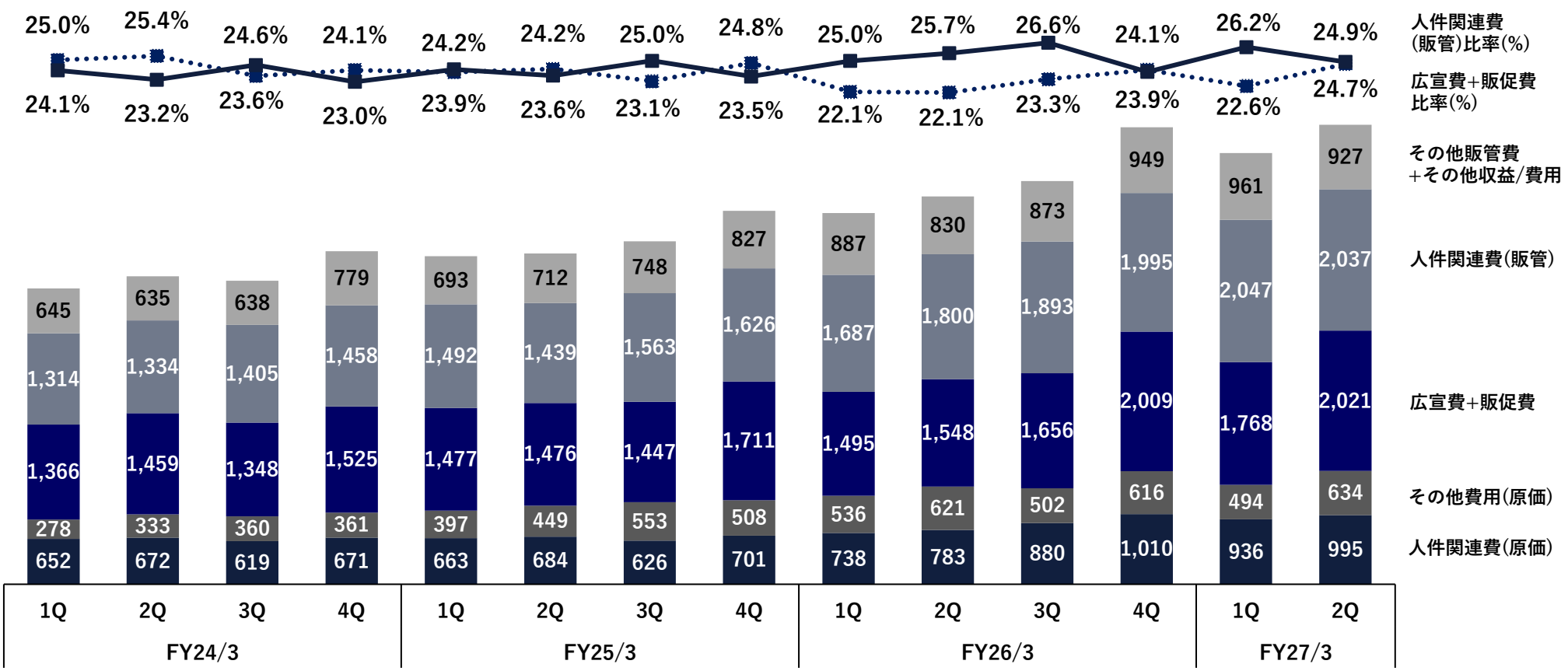
参考資料

四半期費用推移

- 広宣費+販促費：費用対効果を重視しつつ、事業拡大に向けたマーケティング投資を積極的に実施。
- 人件関連費：新規グループインなどに伴う構造変化が定着し、売上規模の拡大とともに安定的に推移。

四半期費用推移

（単位：百万円）



注1: FY24/3 1QからFY26/3 2Q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。

注2: 過年度会計処理の修正により、FY27/3 1Qにおいて「その他費用(原価)」が一過性として47百万円減少。

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

参考資料

四半期末貸借対照表推移

親会社所有者帰属持分比率

55.8%

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55.8%、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10,501百万円。

(百万円)	FY2026/3				FY2027/3	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
流動資産	16,504	18,689	18,651	19,727	19,123	21,328
現金・現金同等物	10,641	12,399	12,306	12,722	12,579	14,498
非流動資産	18,339	20,714	20,865	20,828	20,679	20,597
のれん	11,555	13,173	13,487	13,483	13,511	13,511
無形資産	3,062	3,539	3,594	3,659	3,725	3,680
資産合計	**34,843**	**39,403**	**39,516**	**40,556**	**39,802**	**41,924**
負債	15,182	18,795	18,153	18,103	17,318	18,352
流動負債	13,097	15,209	14,994	15,404	14,989	16,094
短期有利子負債	2,368	2,845	2,473	2,348	3,275	3,166
預り金	4,206	4,424	4,219	4,624	4,478	4,708
非流動負債	2,085	3,585	3,159	2,699	2,329	2,259
長期有利子負債	433	1,996	1,678	1,359	1,043	831
資本	19,660	20,609	21,363	22,453	22,484	23,572
負債・資本合計	**34,843**	**39,403**	**39,516**	**40,556**	**39,802**	**41,924**
親会社所有者帰属持分比率	**56.5%**	**52.4%**	**54.1%**	**55.5%**	**56.0%**	**55.8%**
有利子負債 合計	2,802	4,840	4,151	3,707	4,318	3,996

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

参考資料

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事業に起因。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)	FY2026/3				FY2027/3	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
税引前当期利益	1,409	1,471	1,312	1,755	1,598	1,564
減価償却費及び償却費	379	415	431	446	385	451
営業債権及びその他の債権の減少額(増加)	△136	△405	179	△648	582	△147
営業債務及びその他の債務の増加額(減少)	△109	450	746	△510	△505	127
預り金の増減額(減少)	△1,584	214	△210	403	△147	220
法人所得税等の支払額	△875	6	△765	△2	△922	△2
その他	119	93	△144	△190	△80	81
営業活動によるCF	△796	2,243	1,550	1,254	911	2,295
(預り金調整後)営業活動によるCF	787	2,030	1,760	850	1,058	2,075
有形固定資産の取得による支出	△53	△40	△16	△23	△29	△25
無形資産の取得による支出	△275	△265	△276	△311	△257	△205
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出	△563	△1,760	△378	263	△2	0
その他	△61	△60	△3	△4	△152	351
投資活動によるCF	△952	△2,124	△673	△75	△440	120
配当金の支払額	△1,049	△4	△0	△1	△1,087	△4
自己株式の取得による支出	△312	△92	△130	△154	0	0
その他(借入金による収入/返済による支出等)	△545	1,730	△840	△621	476	△493
財務活動によるCF	△1,905	1,634	△971	△776	△611	△496

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.

参考資料

のれん減損テスト（基準日: 2026/3末時点）

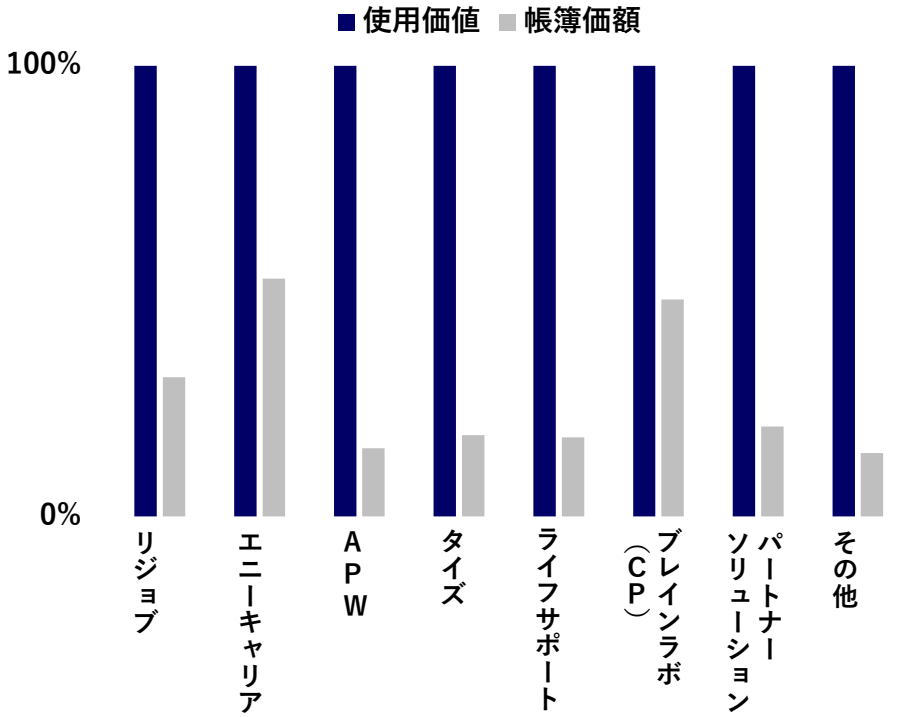
- のれんを構成する各CGUにおいて、IFRSに則り、帳簿価額と回収可能価額を比較する減損テストを実施。
- のれんの金額が大きい主要CGUでは、回収可能価額が帳簿価額を大幅に上回っているため、減損損失の計上はなし。

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



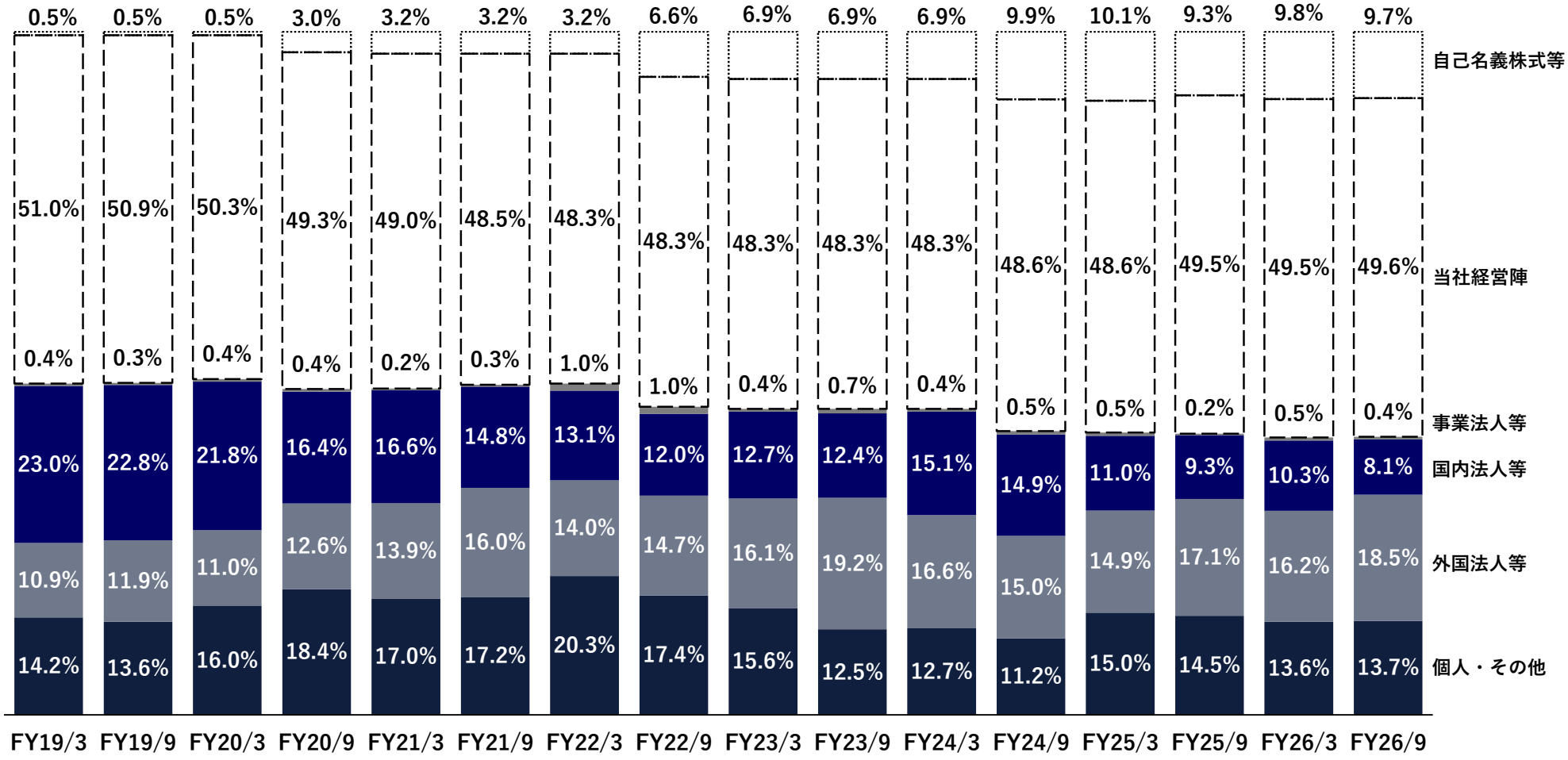
注1: 減損テストでは、使用価値と処分コスト控除後の公正価値の高い方を回収可能価額とするが、事業計画に基づいた将来キャッシュ・フローをベースに算定する使用価値と帳簿価額の比較を記載。
注2: 各CGU(資金生成単位)において、使用価値を1とした場合の帳簿価額との比率を示す。
注3: 2026年3月末を基準日とする減損テストの結果を示す。

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

参考資料

財務戦略: 株主構成

- 国内法人等の比率は微減するも、外国法人等の比率が18%超に上昇。個人・その他の比率も上昇し、全体としては概ね安定推移。



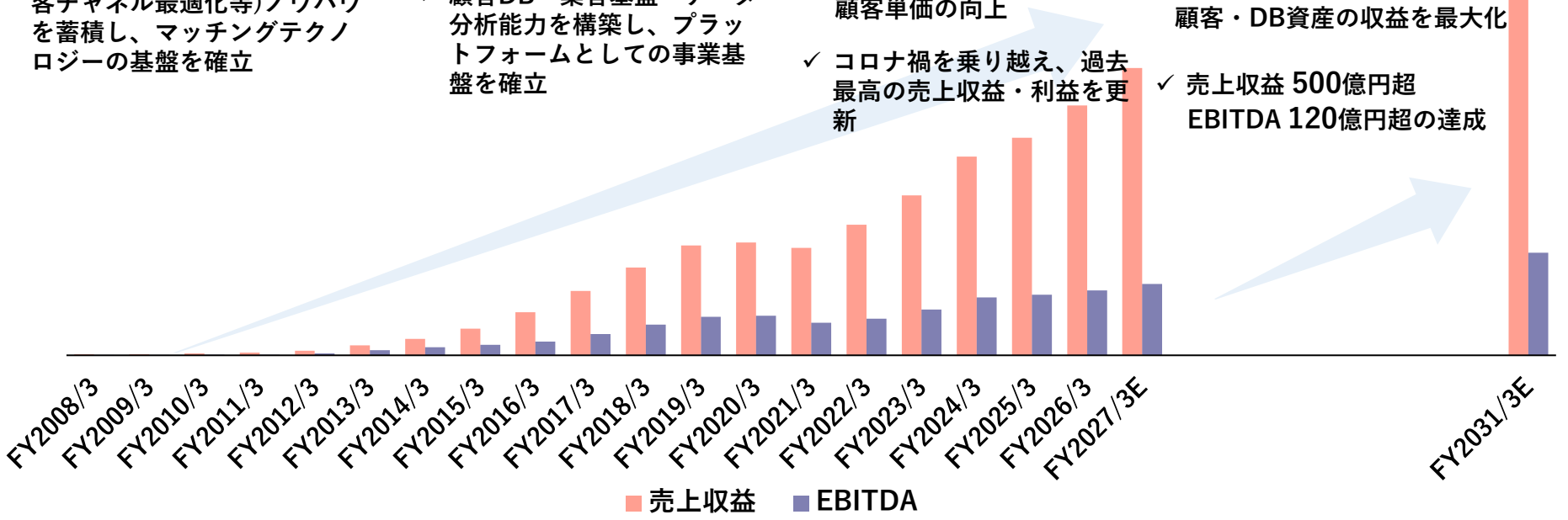
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

参考資料

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2.2万社、平均顧客単価 約125万円）を実現。
- 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、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	✓ M&Aによる接続業界の拡張を本格化	✓ 成約介在モデル（人材紹介・RPO等）を展開	✓ 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
✓ 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	✓ 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	✓ 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	✓ 売上収益 500億円超 EBITDA 120億円超の達成



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

参考資料

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.

参考資料

事業セグメント区分の再設定

- Vertical HRは主力セグメントとして継続し、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

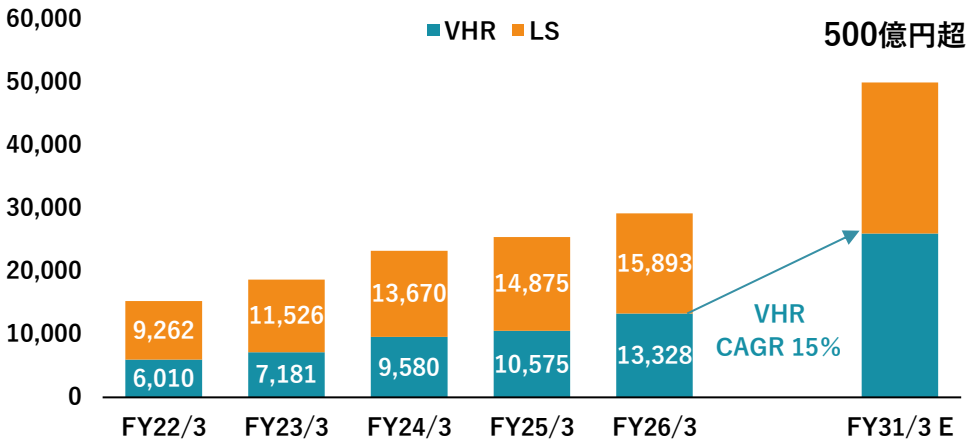
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

参考資料

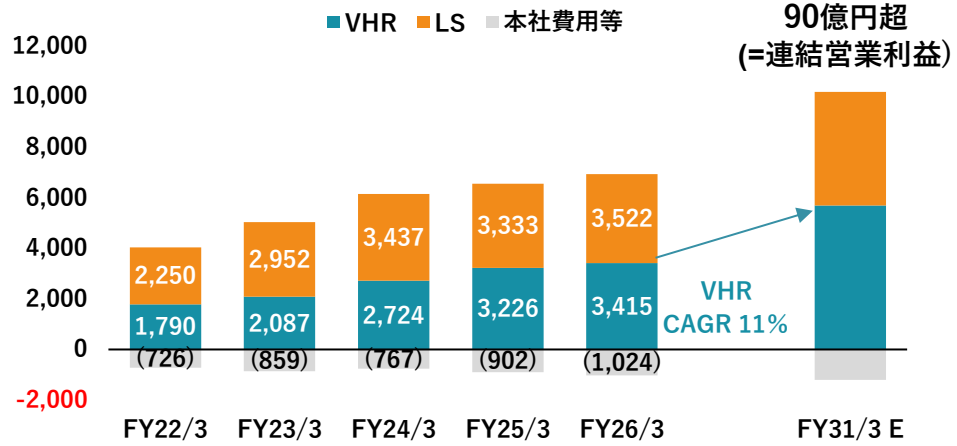
セグメント別 売上収益/営業利益推移、及び成長戦略方針

- 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であったミラクスは新区分ではLife Serviceに移行。

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

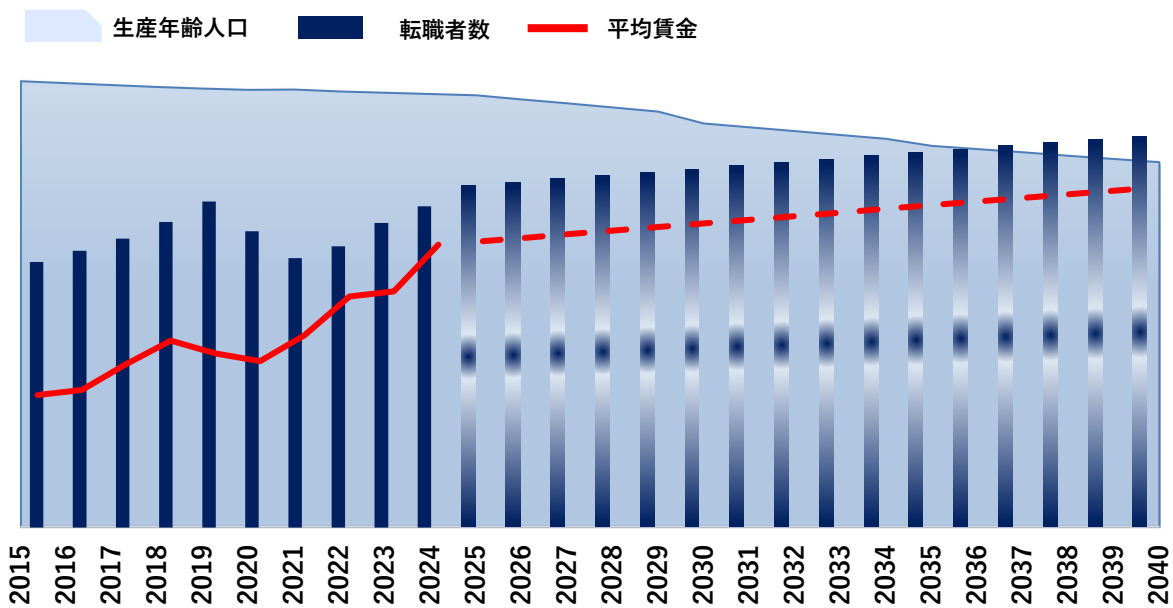
参考資料

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。

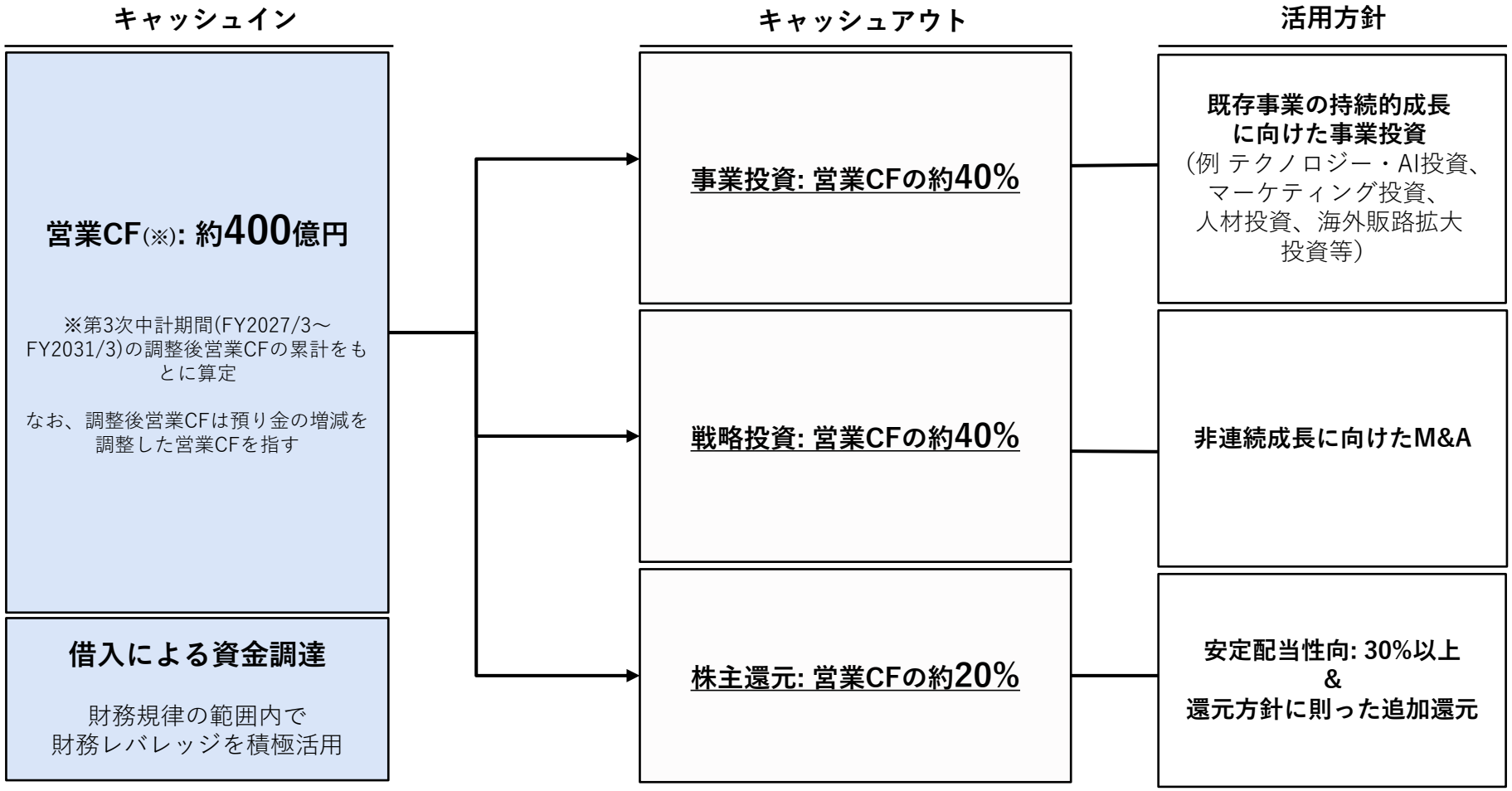
注: 生産年齢人口（実績）総務省「人口推計」各年10月1日現在・生産年齢人口（推計）国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（令和5年推計）」出生中位・死亡中位
転職者数（実績）総務省「労働力調査（詳細集計）」各年平均・春闘賃上げ率（実績）連合「春季生活闘争 回答集計結果」各年最終集計・平均賃金（実績）国税庁「民間給与実態統計調査」各年分・転職者数（推計）・平均賃金（推計）は当社予測。

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

参考資料

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.

参考資料

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.

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： カンパニー別売上収益・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・事業責任者または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

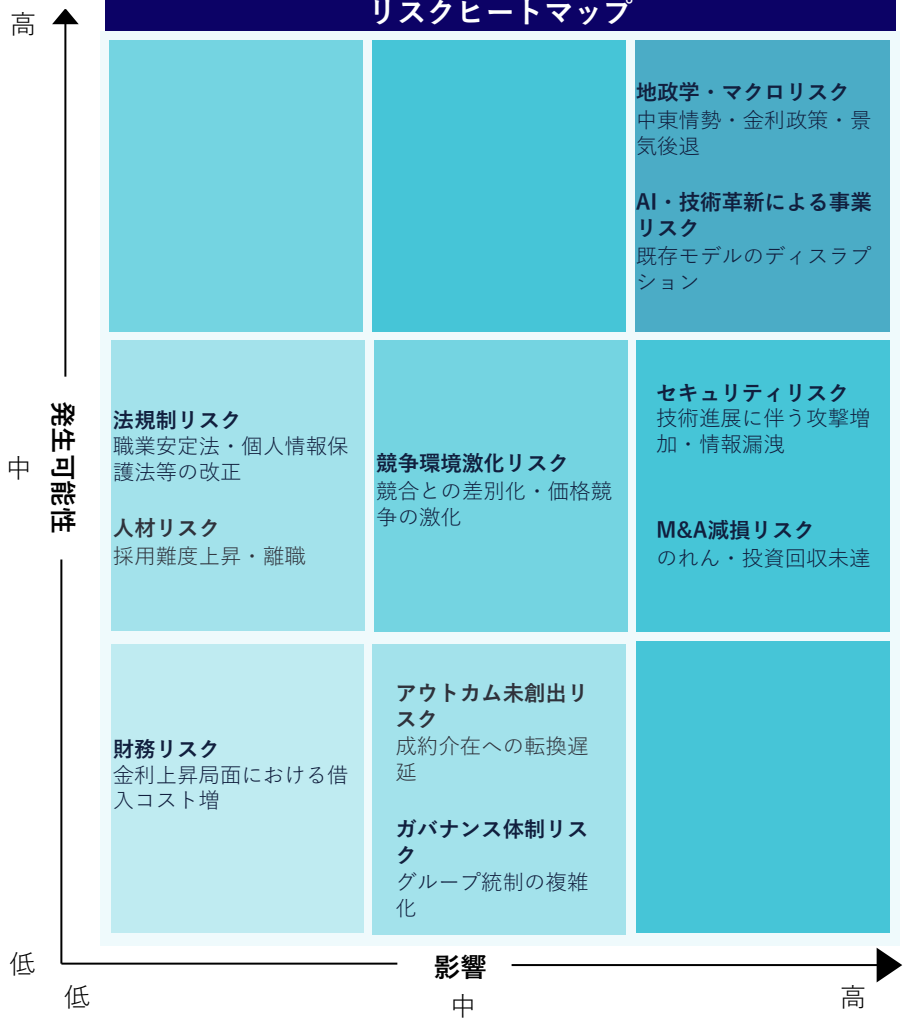
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

参考資料

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.

参考資料

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。

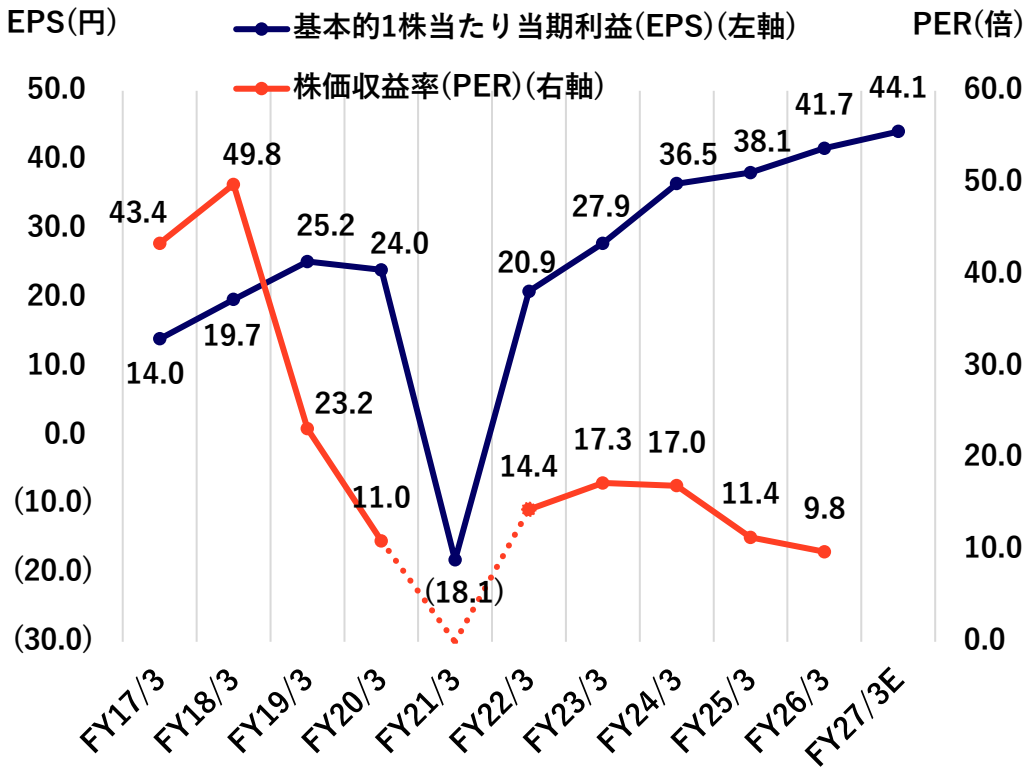
Copyright(C) ZIGExN Co., Ltd. All Rights Reserved.

参考資料

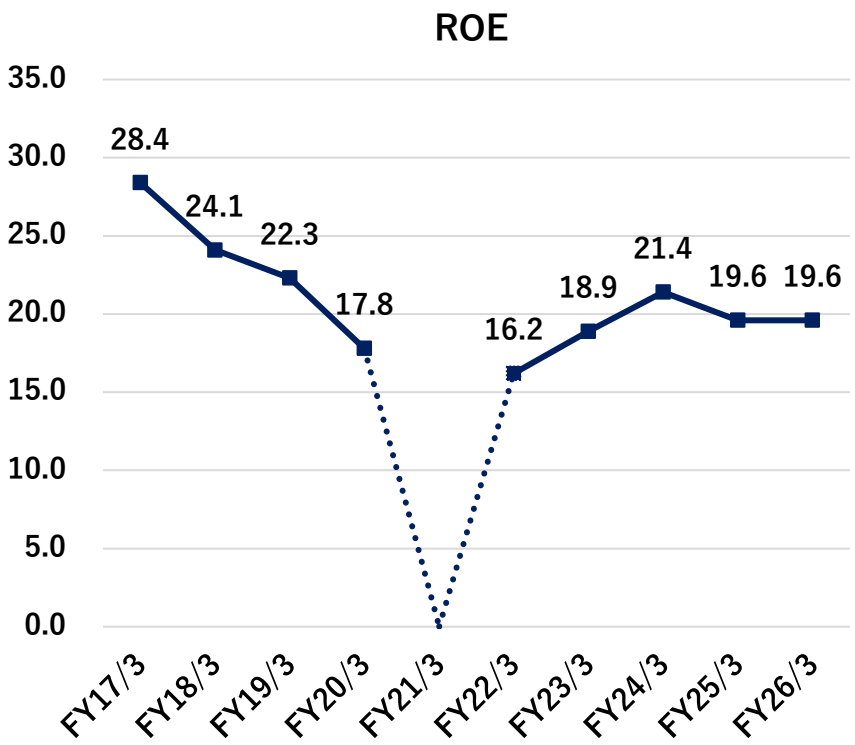
指標推移

- 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.