



事業計画及び成長可能性に関する事項

2023年12月22日

株式会社デジタルリフト
(東証グロース:9244)

目次

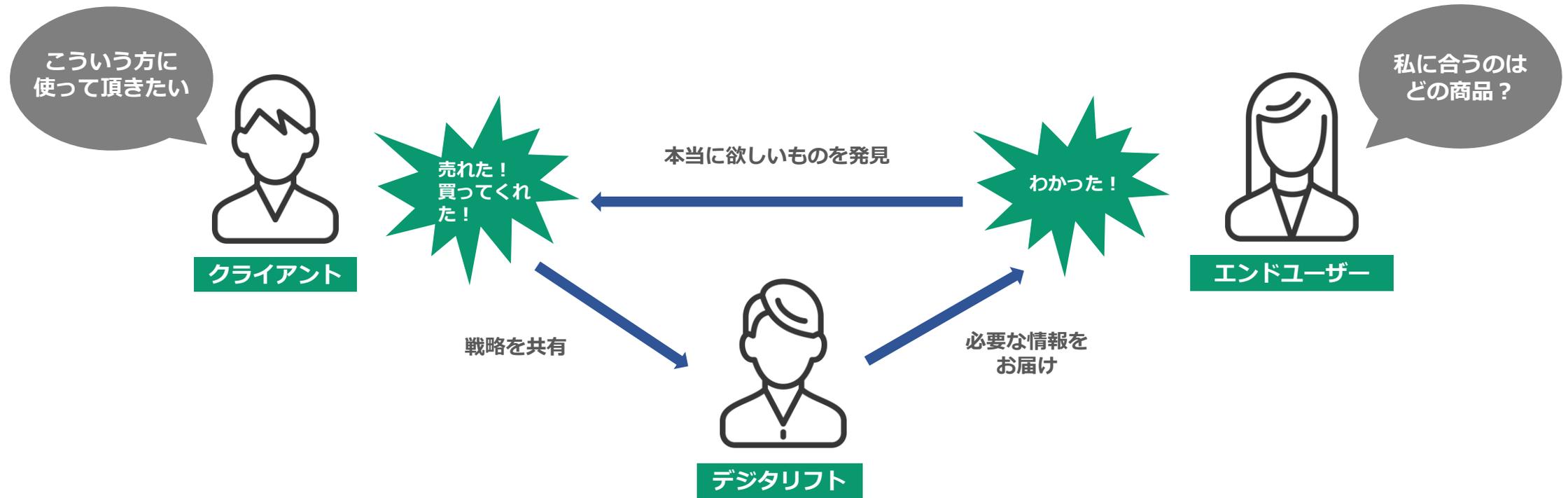
1. 会社概要
2. 当社グループ事業領域
3. 当社グループの強み
4. 市場と事業の収益性
5. 成長戦略
6. リスク情報
7. Appendix

1. 会社概要



カスタマーの意思決定を円滑に

デジタルの力でクライアントとエンドユーザー双方の利益をLIFTします



User Experienceをデジタル技術で最適化する

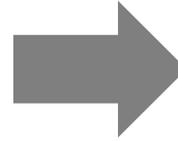
デジタル上のエンドユーザーの顧客体験



我々のミッションは、エンドユーザーの顧客体験そのものをデジタル技術で最適化する事にあります。集客からサービス利用までの全体コミュニケーション最適化の為、サービス領域を拡大してまいります。

※User Experience = 顧客体験

TD企業
(インターネット広告領域)



統合デジタル
マーケティング企業

運用型広告の「取引(Trade)」を
広告主に代わって行う
TD(Trading Desk)事業者

あらゆるデジタル領域の
マーケティング施策を統合的に
提供・最適化する
デジタルマーケ集団

私たちのミッション「User Experience をデジタル技術で最適化する」を全うするために、
事業ドメインを拡張します。

デジタル領域の手段を増やし、実行力を大幅に強化

既存サービス領域

(= 広告・コンサルティングサービス領域)

広告運用を核とした最適化推進

コンサル
ティング

マーケティングの上流部分から下流への接続を行う。全体設計や、データ基盤構築。広告に囚われないソリューションを実現

広告運用

圧倒的高品質、高レベルな広告運用を提供。時代のトレンドに合わせた媒体も積極活用し、費用対効果を最適化

拡張サービス領域

(= ブランド・メディアサービス領域)

集客手段、メッセージ強化などデジタル施策の幅を拡張

SEO

Webサイト上位表示のための徹底した分析・戦略設計を提案するSEOサービス。必要に応じてオウンドメディアの提案も

インフル
エンサー

目的に応じた最適なキャスティングから企画立案、実際のディレクションやレポートまでを一気通貫でご提供

アフィリ
エイト

人の介在が多く煩雑になりがちな運用をサポート！初期段階や少額予算からでも配信可能

SNSアカウント
運用

明確な戦略設計・高品質なクリエイティブ・徹底した分析でSNSの特性に応じた効果的な運用を実現

制作

商品・サービスの特性を深く理解し訴求要素から構成まで情報を効果的に整理。クリエイティブ・WEBサイト作成で効果的な訴求を実現

ECモール支援

Amazon・楽天など主要ECモール広告についてもサポート可能。運用広告のノウハウも生かして費用対効果を高める

業績ハイライト（単体・連結実績）

□ 連結売上高

- ・単発の大口取引の受注による増加
- ・meyco社の連結子会社化による増加

□ 連結売上総利益

- ・単体の売上総利益率の高い案件が減少したことにより成長率が鈍化
- ・meyco社の連結子会社化による増加

□ 営業利益

- ・人件費が増加（M&Aや投資実行の為のバックオフィス部門強化）
- ・meyco社のM&Aは、**FY2023 4Qからのれん償却含めて利益貢献**（のれん費用、株式取得関連費用の回収フェーズ）
- ・ウェブコル社のM&A（株式取得関連費用）により一時的費用発生（FY2024にのれん費用含めて回収フェーズ予定）

単位：百万円

	FY2022 通期単体 累計実績	FY2023 通期単体 累計実績	FY2023 通期連結 累計実績	連結on単体 増減額	YonY 累計増減額	YonY 累計増減率
売上高	2,633	3,422	3,560	138	927	35.2%
売上総利益	736	775	832	57	95	13.0%
売上総利益率	28.0%	22.6%	23.4%	—	—	△4.6Pt
販売管理費	551	668	731	63	180	32.7%
営業利益	185	106	100	△6	△84	△45.8%
営業利益率	7.0%	3.1%	2.8%	—	—	△4.2Pt
経常利益	198	108	108	0	△89	△45.0%
当期純利益	147	58	54	△4	△93	△63.2%

YonY 通期累計期間増減分析

売上高

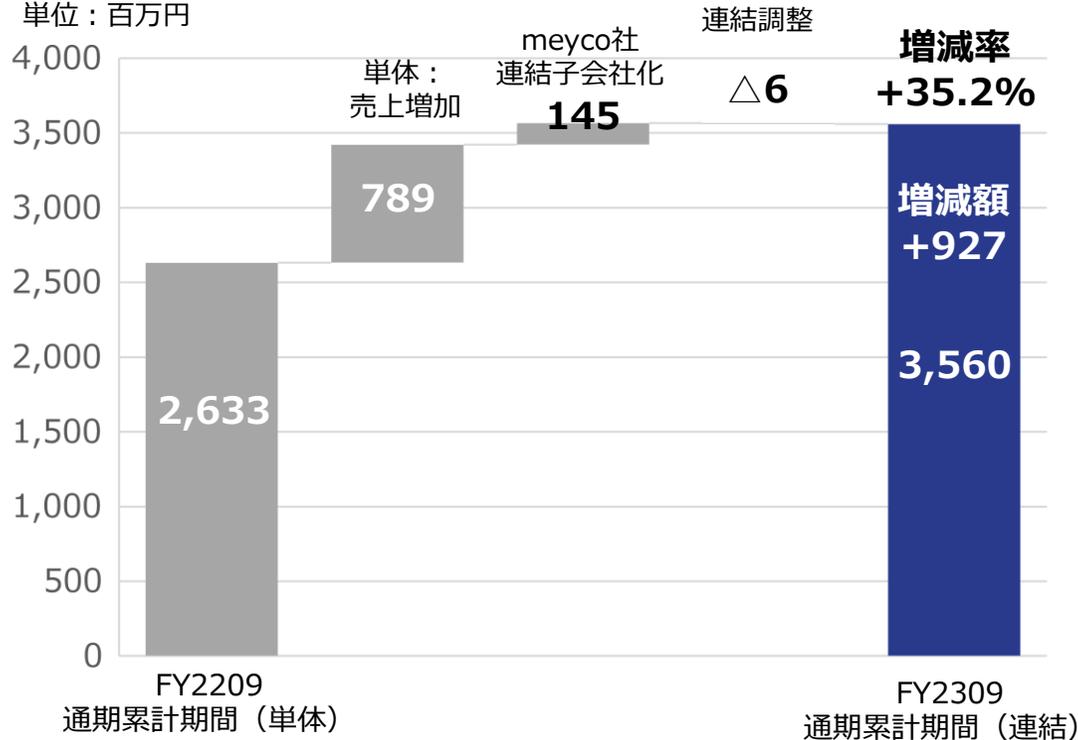
- +主に単発の大口取引の受注により大幅増加
- +meyco社連結子会社化がプラスに寄与

営業利益

- +デジタリフト単体の売上総利益の増加がプラスに寄与
- 人件費が増加 (M&Aや投資実行の為のバックオフィス部門強化)
- meyco社M&A費用 (のれん費用、株式取得関連費用) ただし、FY2023 4Qからのれん償却含めて利益貢献 (回収フェーズ転換)
- ウェブコル社M&A費用 (株式取得関連費用) が一時的費用発生 (FY2024にのれん費用含めて回収フェーズ予定)

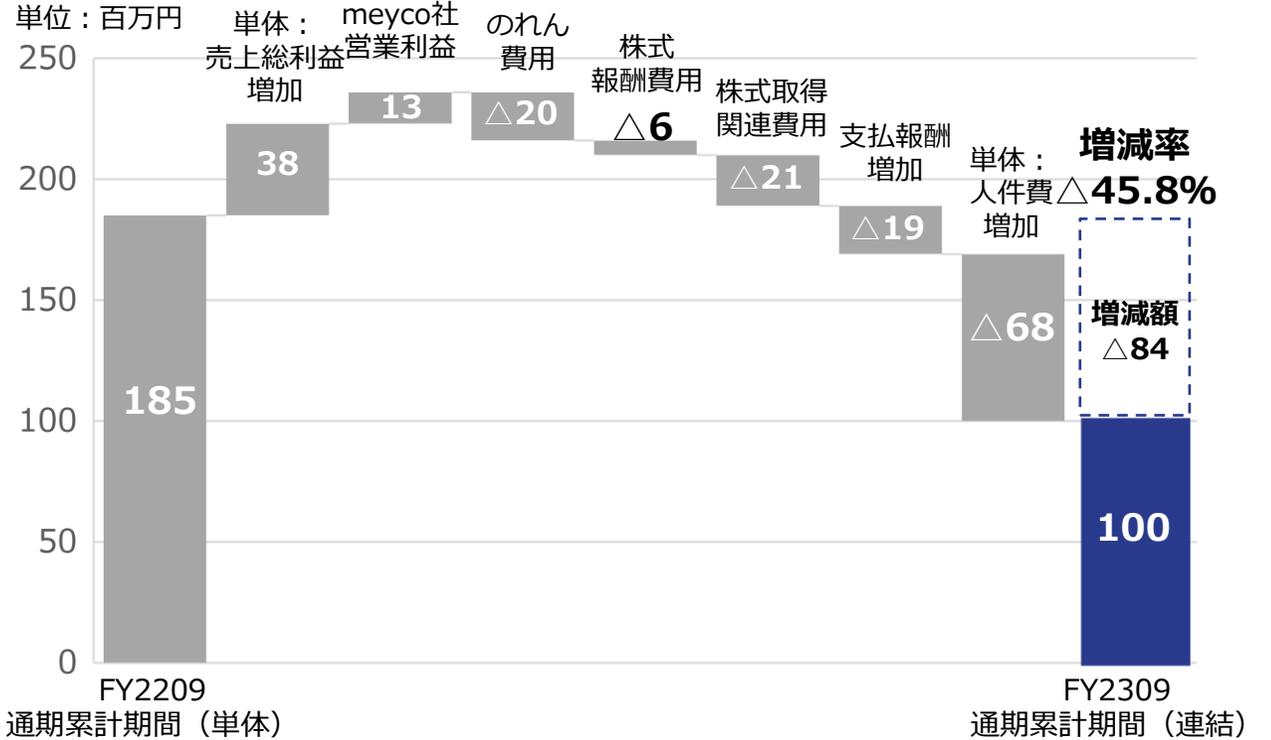
売上高

単位：百万円



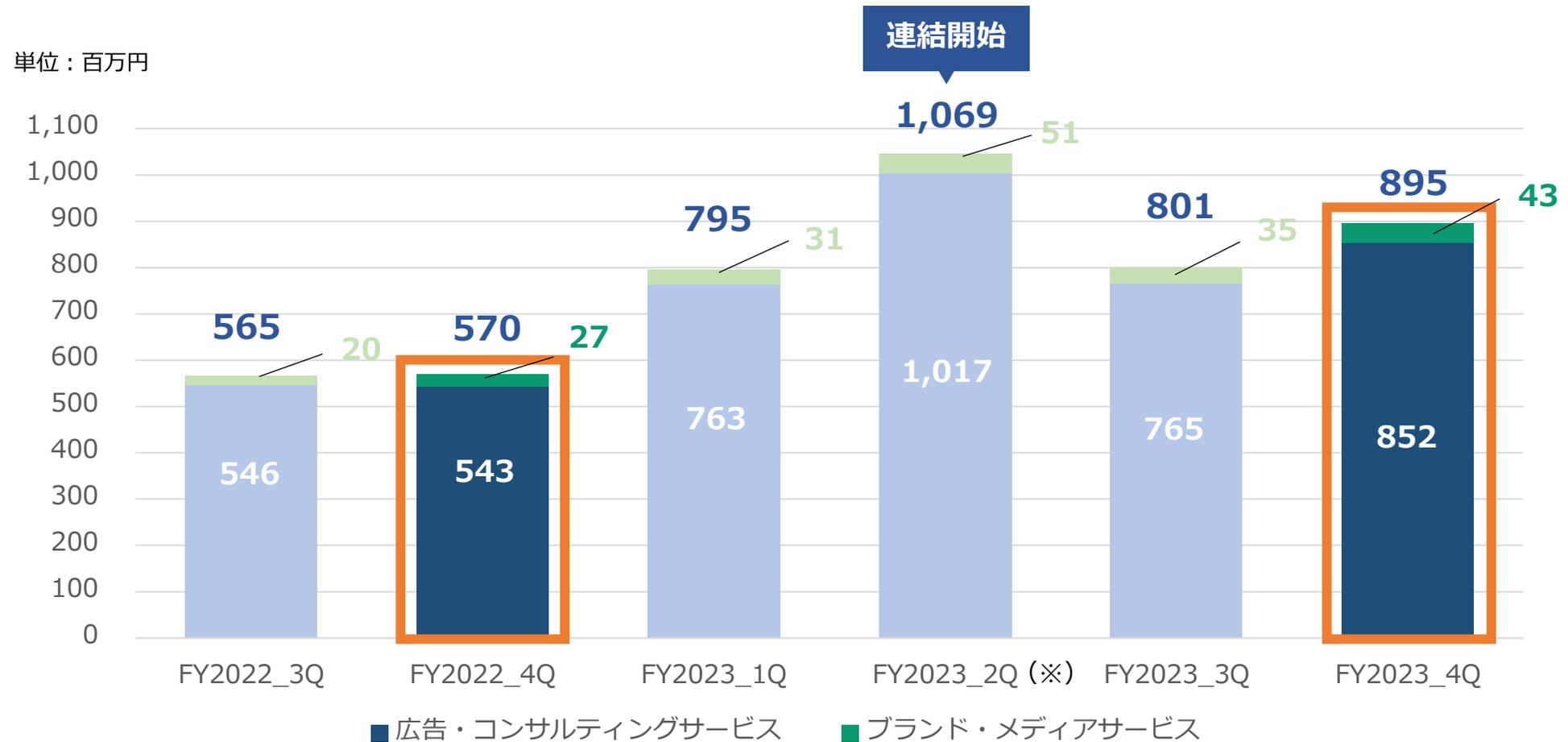
営業利益

単位：百万円



サービス別売上高推移

- 広告・コンサルティングサービスは、大口取引の受注により大幅増加（YonY 56.9%）
- ブランド・メディアサービスは、単体ではFY2022での投資効果で収益化に寄与、今期中でM&Aにより強化できたことにより大幅増加（YonY 55.3%増）

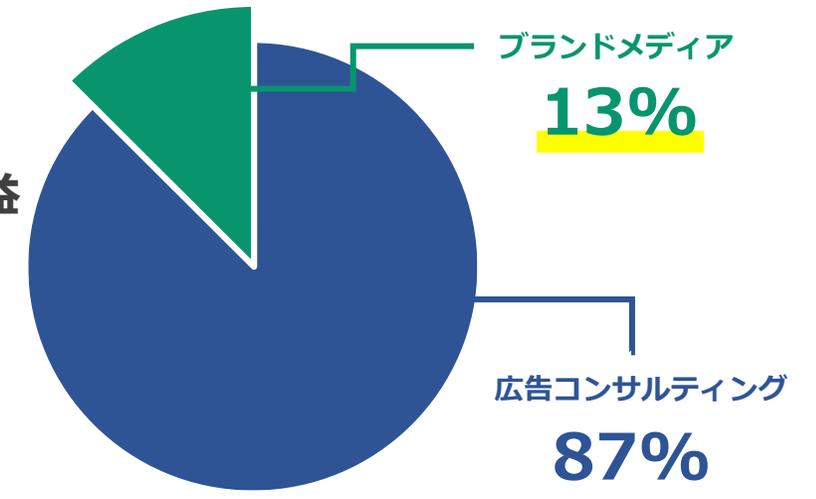
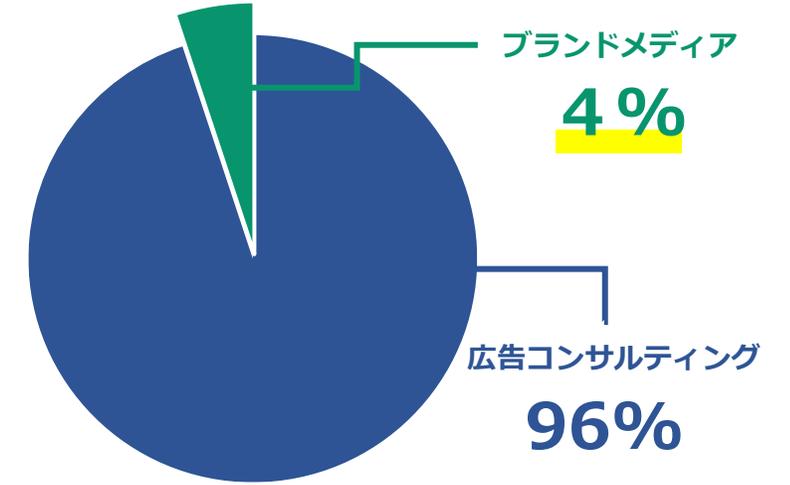
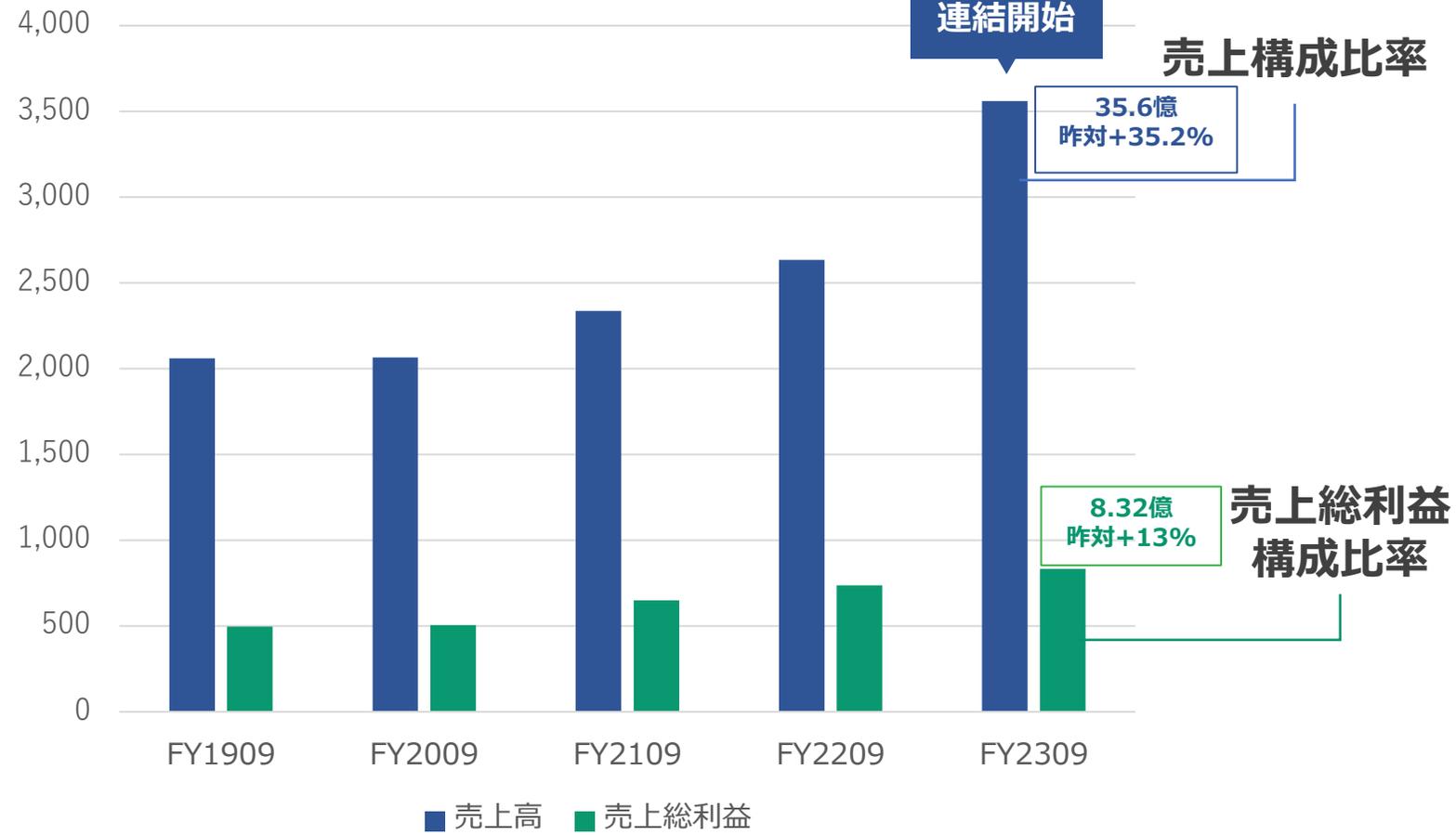


(※) FY2023_2Q以降は連結会計の数値

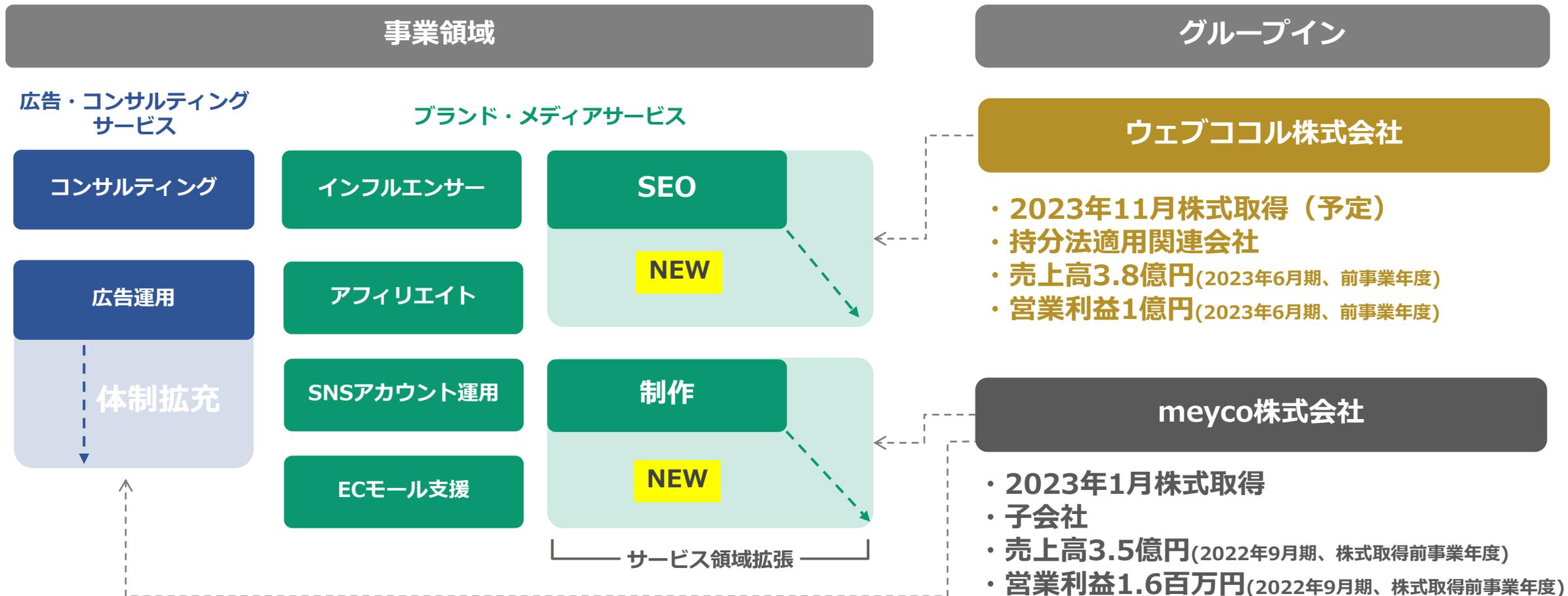
売上総利益推移

- 売上・売上総利益額は、着実に成長を実施
- ブランド・メディアが売上総利益への寄与度が大きくなり業績貢献

単位：百万円

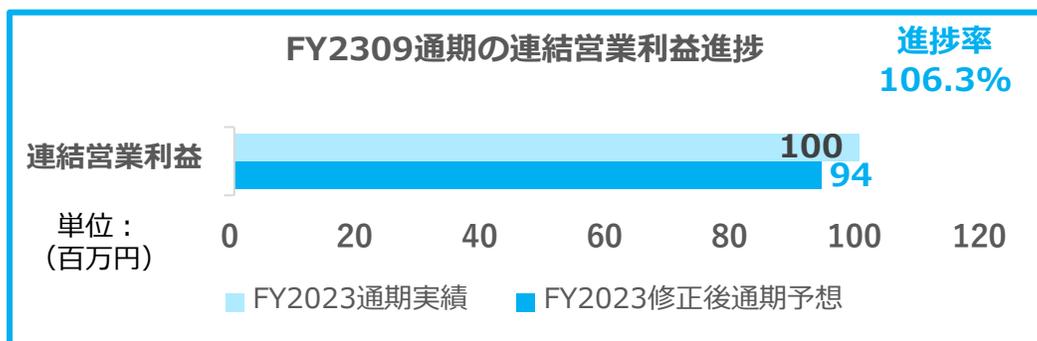
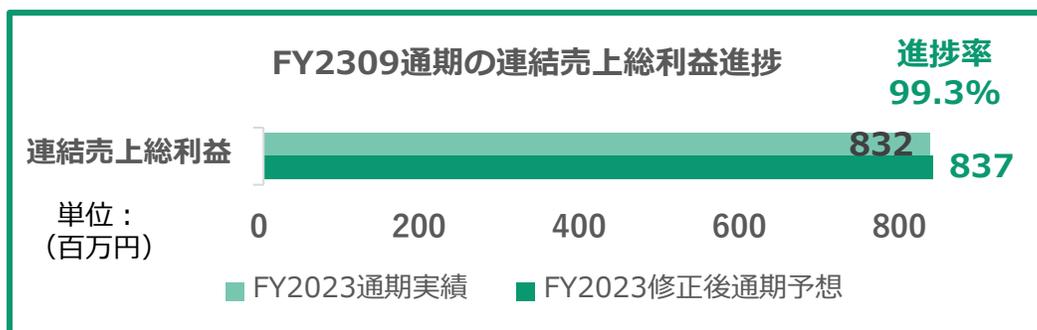


M&Aプロセスにより、効果的に事業領域を拡張しつつある



2023年9月期 通期連結業績進捗

2023年9月期 通期連結業績進捗は以下のとおりです。



2024年9月期 通期連結業績予想

□ 連結売上高/連結売上総利益：

- ・（子会社も含む）ブランド・メディアサービス領域の強化・収益化により、売上総利益率の改善。下げ止まり予想

□ 連結営業利益/連結経常利益

- ・営業利益は、子会社（meyco社）のM&A関連費用回収フェーズにより増益見込みの一方で、移転関連（二重家賃・退去費用・移転工事関連等）費用の増加、人件費増加（M&Aや投資実行の為にバックオフィス部門強化）やグループ会社の追加でのれん償却費増加により減少予想

- ・新たにウェブコロール社を持分法適用関連会社化し、営業外収益として取込み（のれん償却を上回る回収を予想）

単位：百万円

	FY2023 通期連結 累計実績（※）	FY2024 通期連結 業績予想	YonY 累計増減額	YonY 累計増減率
売上高	3,560	3,702	+141	4.0%
売上総利益	832	894	+61	7.4%
売上総利益率	23.4%	24.2%	—	+0.8Pt
販売管理費	731	808	+76	10.4%
営業利益	100	86	△14	△14.3%
営業利益率	2.8%	2.3%	—	△0.5Pt
経常利益	108	95	△13	△12.4%
経常利益率	3.1%	2.6%	—	△0.5Pt
親会社に帰属する 当期純利益	52	50	△2	△4.3%

（※）FY2023の連結会計期間が、8か月となっております。

2. 当社グループ事業領域



デジタル領域の手段を増やし、実行力を大幅に強化

既存サービス領域

(=広告・コンサルティングサービス領域)

広告運用を核とした最適化推進

コンサル
ティング

マーケティングの上流部分から下流への接続を行う。全体設計や、データ基盤構築。広告に囚われないソリューションを実現

広告運用

圧倒的高品質、高レベルな広告運用を提供。時代のトレンドに合わせた媒体も積極活用し、費用対効果を最適化

拡張サービス領域

(=ブランド・メディアサービス領域)

集客手段、メッセージ強化などデジタル施策の幅を拡張

SEO

Webサイト上位表示のための徹底した分析・戦略設計を提案するSEOサービス。必要に応じてオウンドメディアの提案も

インフル
エンサー

目的に応じた最適なキャスティングから企画立案、実際のディレクションやレポートまでを一気通貫でご提供

アフィリ
エイト

人の介在が多く煩雑になりがちな運用をサポート！初期段階や少額予算からでも配信可能

SNSアカウント
運用

明確な戦略設計・高品質なクリエイティブ・徹底した分析でSNSの特性に応じた効果的な運用を実現

制作

商品・サービスの特性を深く理解し訴求要素から構成まで情報を効果的に整理。クリエイティブ・WEBサイト作成で効果的な訴求を実現

ECモール支援

Amazon・楽天など主要ECモール広告についてもサポート可能。運用広告のノウハウも生かして費用対効果を高める

成長戦略の手段としてM&A戦略を掲げ着実に実行 FY2023は、2件のM&Aを実施しブランド・メディア領域強化

meyco株式会社

- 2023年1月株式取得
- 子会社
- 売上高3.5億円(2022年9月期、株式取得前事業年度)
- 営業利益1.6百万円(2022年9月期、株式取得前事業年度)

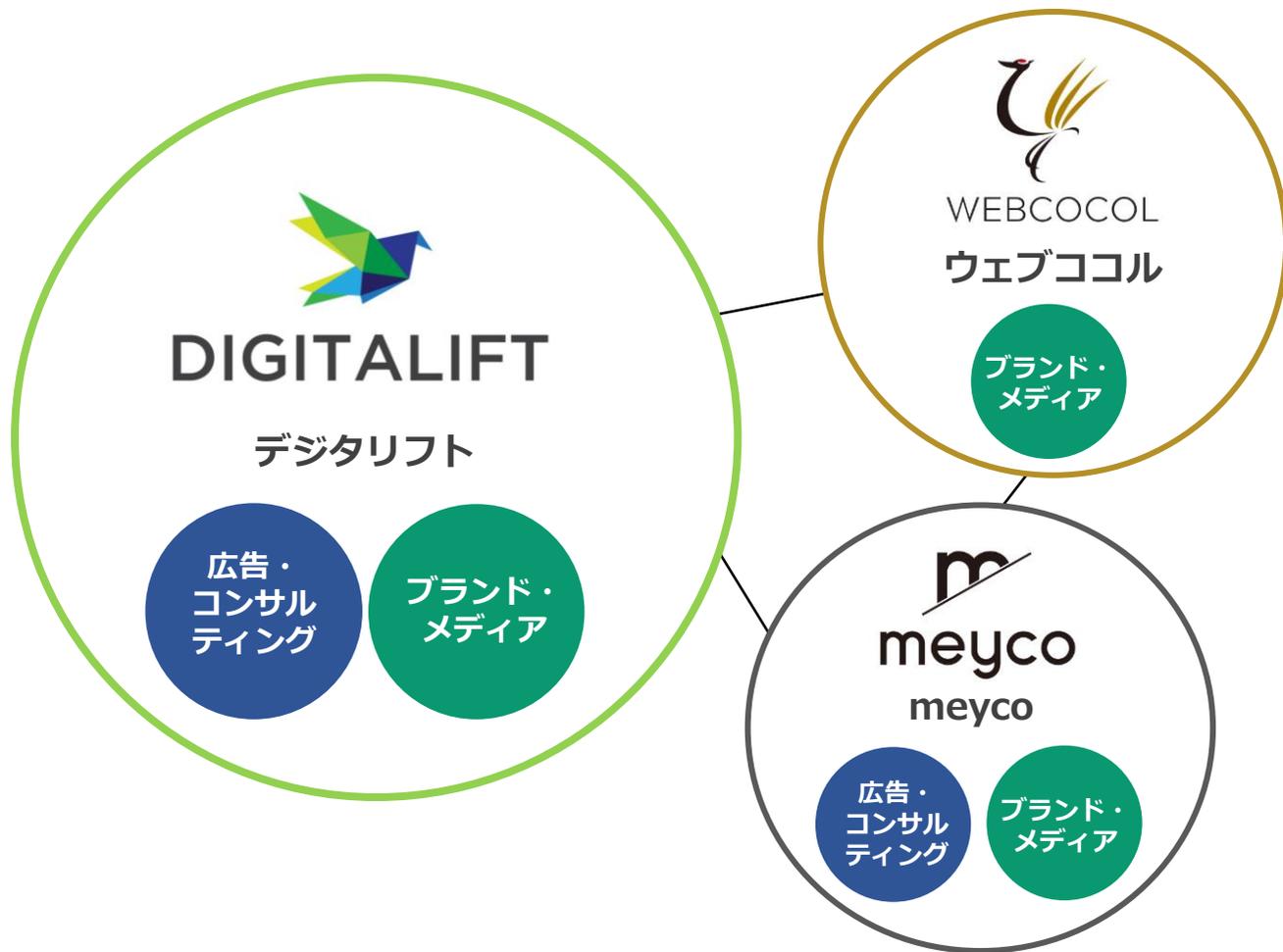


ウェブコロール株式会社

- 2023年11月株式取得（予定）
- 持分法適用関連会社
- 売上高3.8億円(2023年6月期、前事業年度)
- 営業利益1億円(2023年6月期、前事業年度)



各社の特徴を活かし、会社を横断したクロスセルを実施 グループ会社同士の協業も積極的に行い、グループ利益最大化を目指す



例

- スタートアップ・地方企業に強い
デジタルリフトのLIFT+をセット販売
- SEOを目的としたメディア構築
- 広告を出稿を目的としたLP構築

3. 当社グループの強み



グループ経営に舵を切るうえで根幹となる強みを再認識

グループの強み（改定）

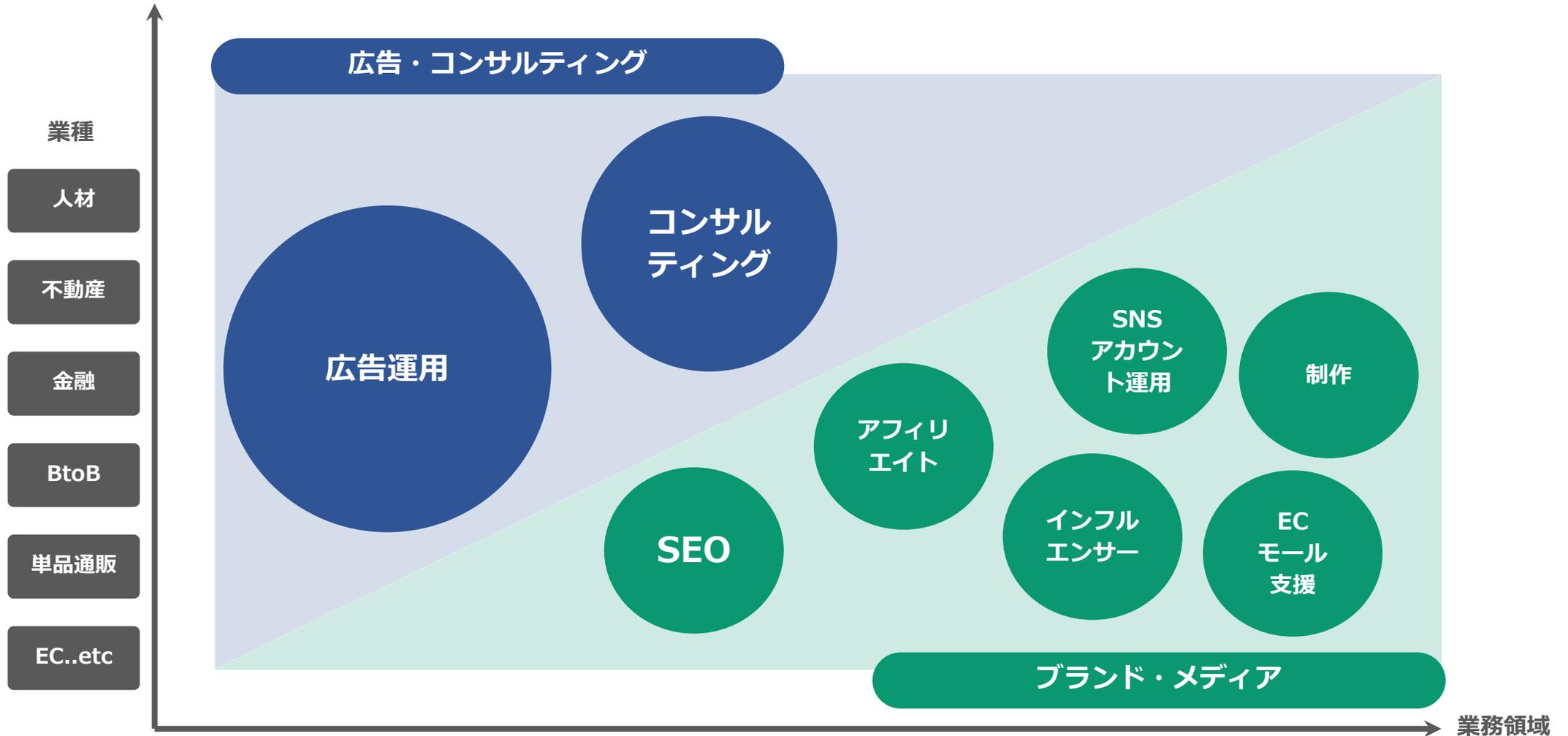
- ① 各領域の専門性
- ② 総合的なコンサルティング力
- ③ 異分野融合の組織風土 **NEW**

過去に提示している強みを内包

- 予算規模の柔軟性とノウハウ
- 本質的予算管理
- 業種の広さxサービスの広さ
- 高品質なスピードの速さ
- 業務効率化と仕組化
- 幅広い媒体の取り扱いと 認定代理店の取得
- トレンド対応力

①各領域の専門性

幅広い業種に対し、専門知見を持って複数サービスを提供

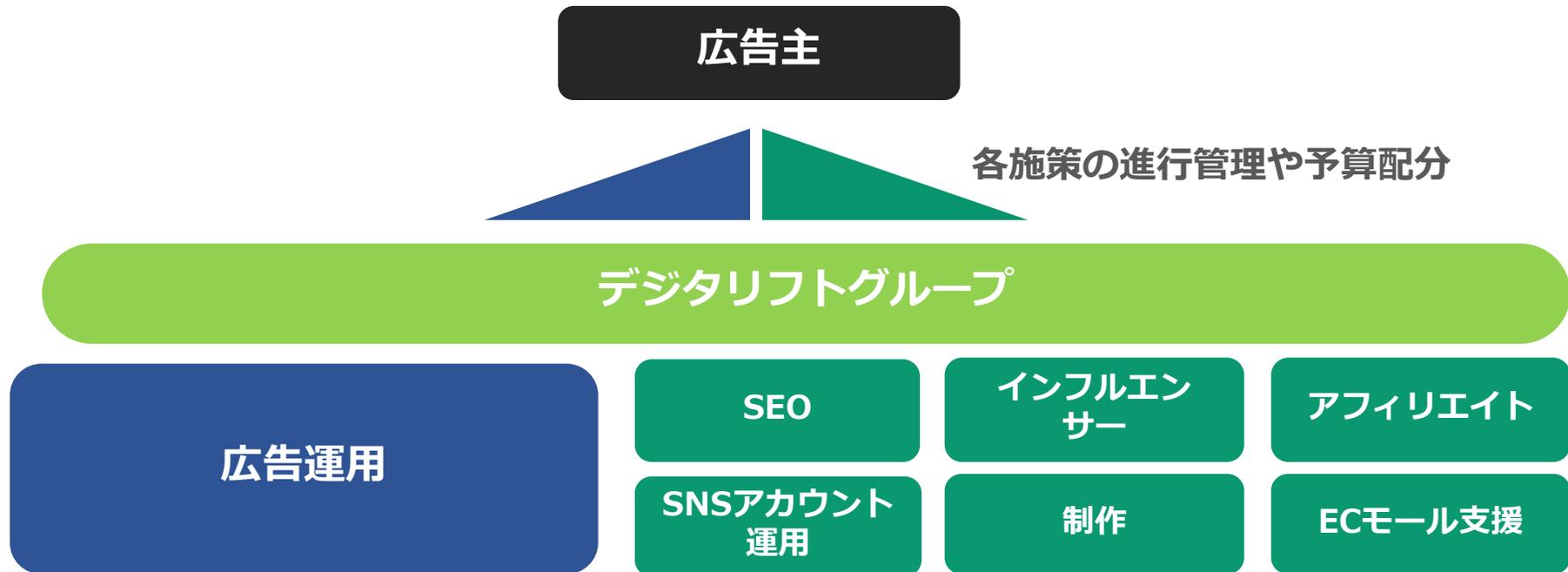


②総合的なコンサルティングカ

施策実行にとどまらず、クライアントの事業成長を後押しするため
予算を振り向けるべきサービスの選定・使い方の企画・設計から伴走

デジタルリフトグループのビジネスモデル

総合的なコンサルティングが可能&実行部隊が社内にいるため、適切な予算配分最適化ができる

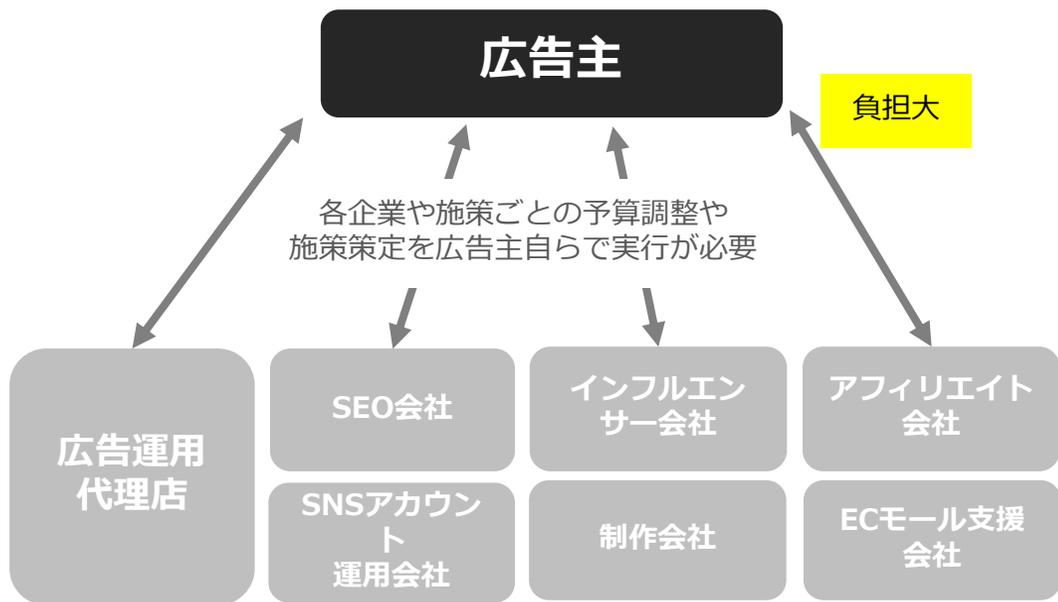


②総合的なコンサルティングカ

各領域の専門家をグループ内で完結しているため、
素早い施策進行と本質的な予算管理が可能

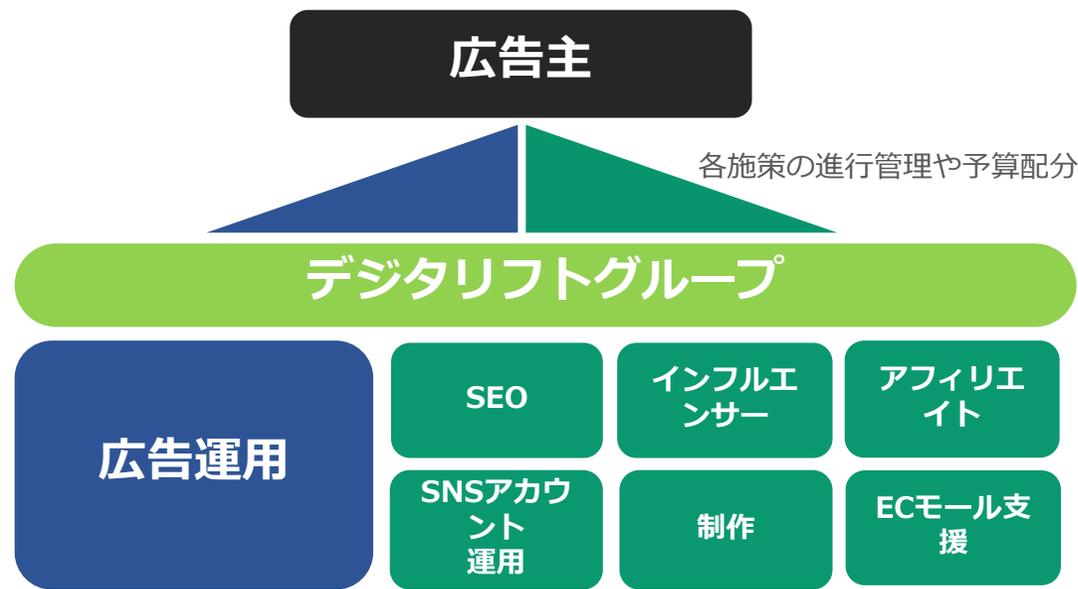
従来のAgencyのビジネスモデル

各施策実行会社がお互いに予算を取り合う状態。
本来重要なはずの予算配分は
広告主自らやらなくてはならない



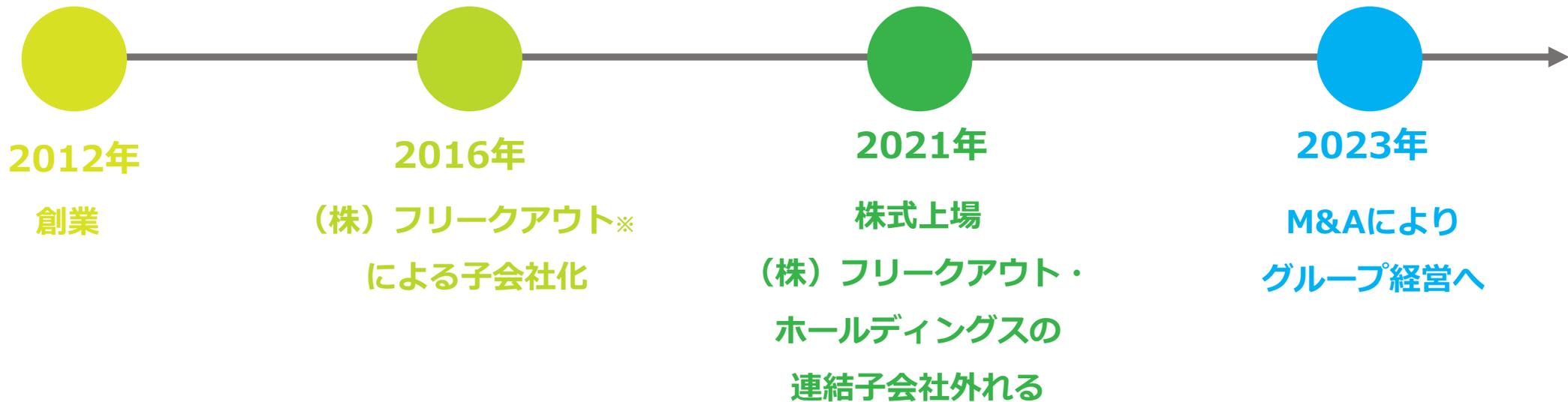
デジタルリフトグループの
ビジネスモデル

総合的なコンサルティングが可能 & 実行部隊が社内にいるため、
適切な予算配分最適化ができる



③異分野融合の組織風土

創業から10年間で、被子公司化、上場企業として自立成長を進める
当社には、ベンチャー企業の異分野を融合、グループ経営の勘所を実感



※現 (株) フリークアウト・ホールディングス

4. 市場環境と取引構造



現在の当社グループがターゲットとしている市場（2022年のTAM）

広告・コンサルティング

運用型広告費
2.1兆円※1

デジタルマーケティング
関連市場
4,947億円※2

2.68兆円

ブランド・メディア

アフィリエイト広告市場
3,846億円※3

SEO市場
500億円以上※4

インフルエンサーマーケティング
市場
615億円※5

SNSアカウント運用市場
373億円以上※6

その他(制作等の市場)
1.6兆※7

1.68兆円

合計：TAM4.3兆円

※1出典：電通「2022年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」※2出典：IDC Japan 株式会社『国内デジタルマーケティング関連サービス市場予測』※3出典：株式会社矢野経済研究所「アフィリエイト市場に関する調査(2021年)」※4出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ ※5出典：2016年度版国内SEO市場予測(2014-2018) ※6出典：サイバー・バズ/デジタルインファクト調べ ※7出典：電通「2022年 日本の広告費」※7出典：経済産業省 特定サービス産業動態統計調査 情報サービス業(2022年)

広告・コンサルティング

市場

魅力的で大きい市場で、今後も着実な拡大が期待される。

利益率

業界が飽和しつつあるので、ある程度割合の利益率であるが、コンサルティング（CdMO）も組み合わせ引き続き利益体質の事業展開を実施。

ブランド・メディア

市場

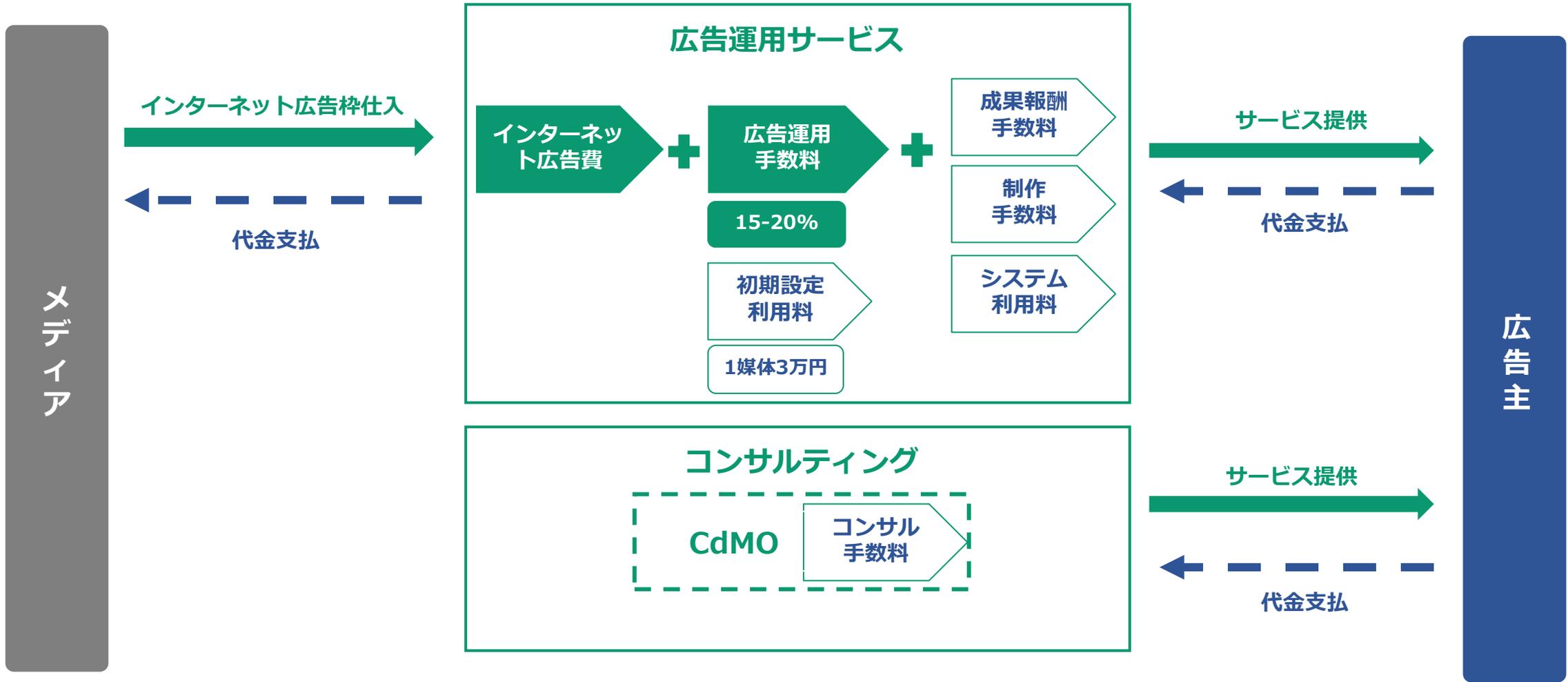
現在は当社内及び市場内での事業規模は小さいが今後伸びしろの大きな分野。

利益率

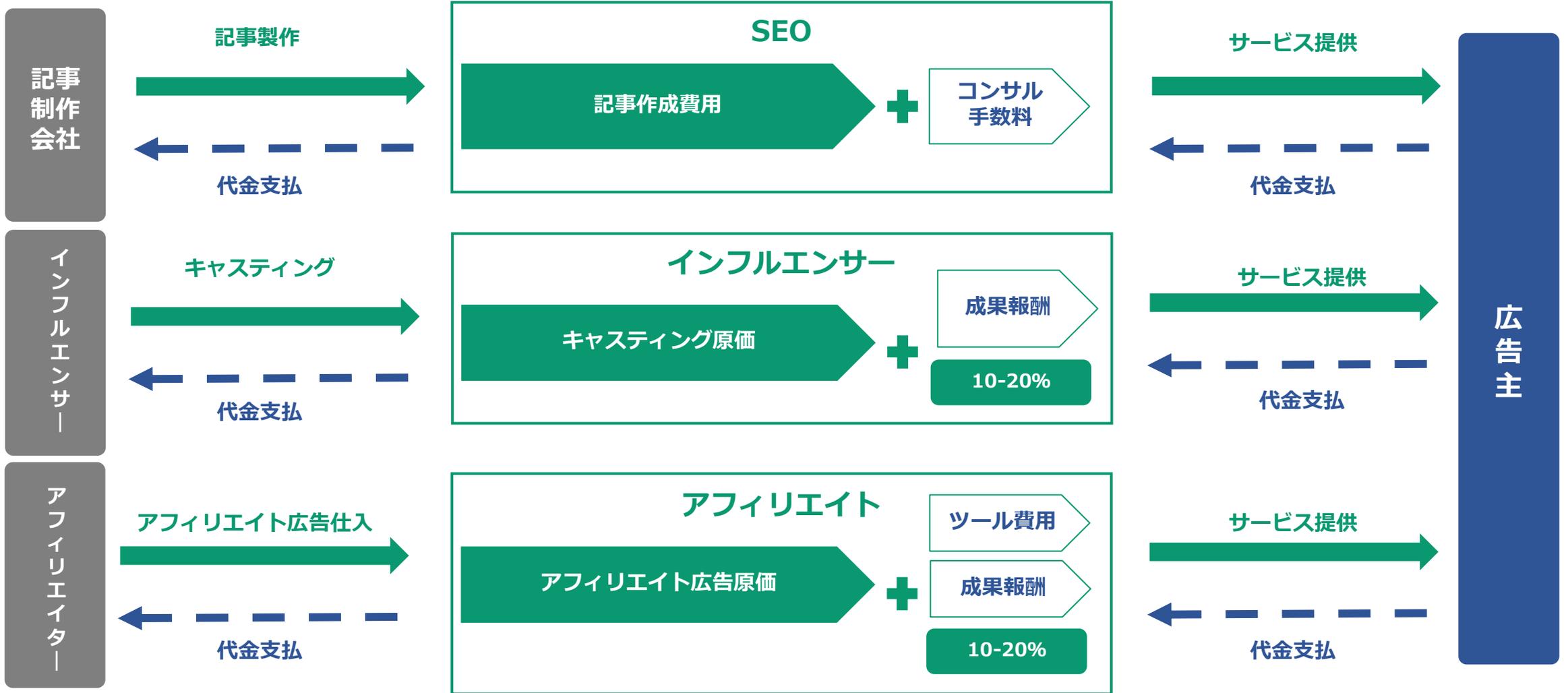
高利益率の事業セグメントで多くを構成。採用及び積極的な投資活動により、成長を狙うステージ。将来的に規模拡大し、グループ全体の利益率確保に貢献。

広告・コンサルティングセグメントでしっかりと基盤を拡大しつつ、ブランド・メディア事業の積極的投資で、事業育成に努め、新たな収益基盤を確立。また、グループ全体で各サービスのクロスセルにより、クライアント内シェアを拡大し、解約率の低下と受注単価向上を狙う。

広告・コンサルティングセグメントにおける取引構造



ブランド・メディアセグメントにおける取引構造



5. 成長戦略



成長戦略

進捗

広告・コンサル
ディング
(進捗)

- ・引き続き、基盤事業として着実な成長を実現
- ・自社での規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大

- ◎大口取引の受注で着実な成長寄与
- ◎meyco社を買収し広告・コンサルティングサービス領域強化
- △採算性が一時的に低下した。

ブランド・
メディア
(進捗)

- ・引き続き、基盤事業として着実な成長を実現
- ・自社での規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大

- ◎デジタルフトの先行投資の回収が進み利益貢献
- ◎meyco社を買収し制作サービス強化と各サービス領域のシナジー創出
- ◎新たなサービス創出（サービスラインナップ増加）

成長戦略

進捗

投資・育成
(進捗)

- ・引き続き、基盤事業として着実な成長を実現
- ・自社での規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大

M&A
(進捗)

- ・引き続き、基盤事業として着実な成長を実現
- ・自社での規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大

○2023年9月期 1社投資実行（累計2社）
 ○投資資金を事業で回収（事業シナジー）
 △有価証券の評価損のため、適正な管理体制の強化が課題

◎1年間で2社M&Aを実施（meyco社・ウェブコル社）
 ◎ブランド・メディアと広告・コンサルティングの各領域強化と今後利益貢献予定

位置づけ/成長方針

広告・コンサルティング

- ・ 基盤事業の収益構造の改革実施する
- ・ 自社の規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大する

ブランド・メディア

- ・ 新たなサービスや提供範囲の拡充する
- ・ 事業成長のための人的投資を実施する
- ・ 規模より種類でのサービスラインナップの強化する
- ・ 自社での規模拡大のみならず、M&Aも積極的に活用し拡大する

投資・育成

- ・ スタートアップへの出資を通し、（中長期的に）2セグメントへの寄与させる
- ・ 投資単体でのパフォーマンスの実現する
- ・ M&Aの基盤作りする

M&Aによる
規模拡大

▶ 詳細は次ページ

2セグメント
への寄与育成先も
M&A候補に

高い視野での
経営支援

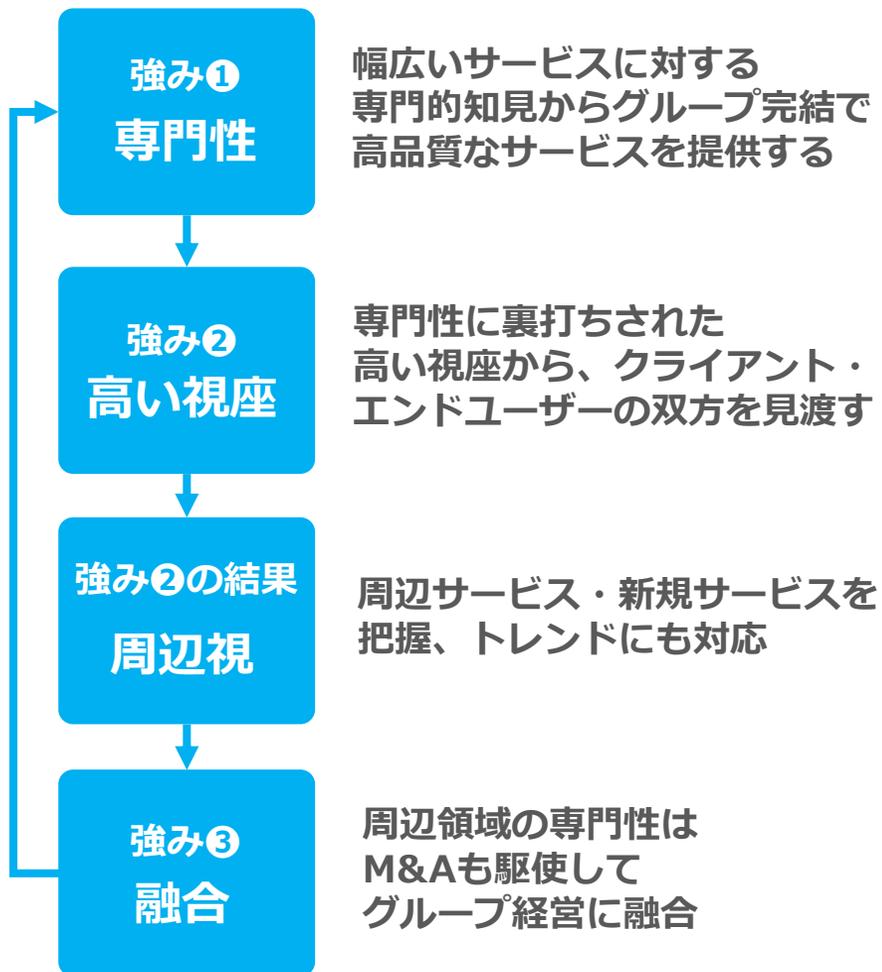
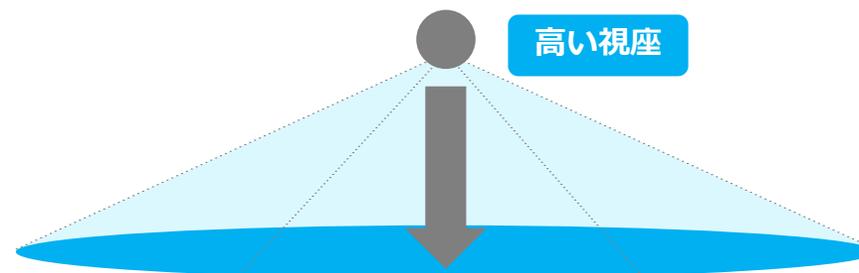
- 経営ミッション -

User Experienceを
デジタル技術で最適化する

積極的な買収を
実行する

専門性の高いベン
チャー企業群とと
もに大きな成長を
遂げる

専門性と高い視座から 周辺領域の融合を継続することで 顧客ニーズを当グループで充足していく



投資・育成

中長期的な重点戦略

探索

- 将来に向けて、事業領域を広げていくうえで、幅広い事業機会の探索・経営人材とのコミュニケーションは欠かせない

キャピタル
ゲイン

- 国策としてスタートアップ支援に資金が向けられているマーケット環境をうまく取り込み、純投資でもパフォーマンスをあげる（事業投資への還元サイクルを創る）

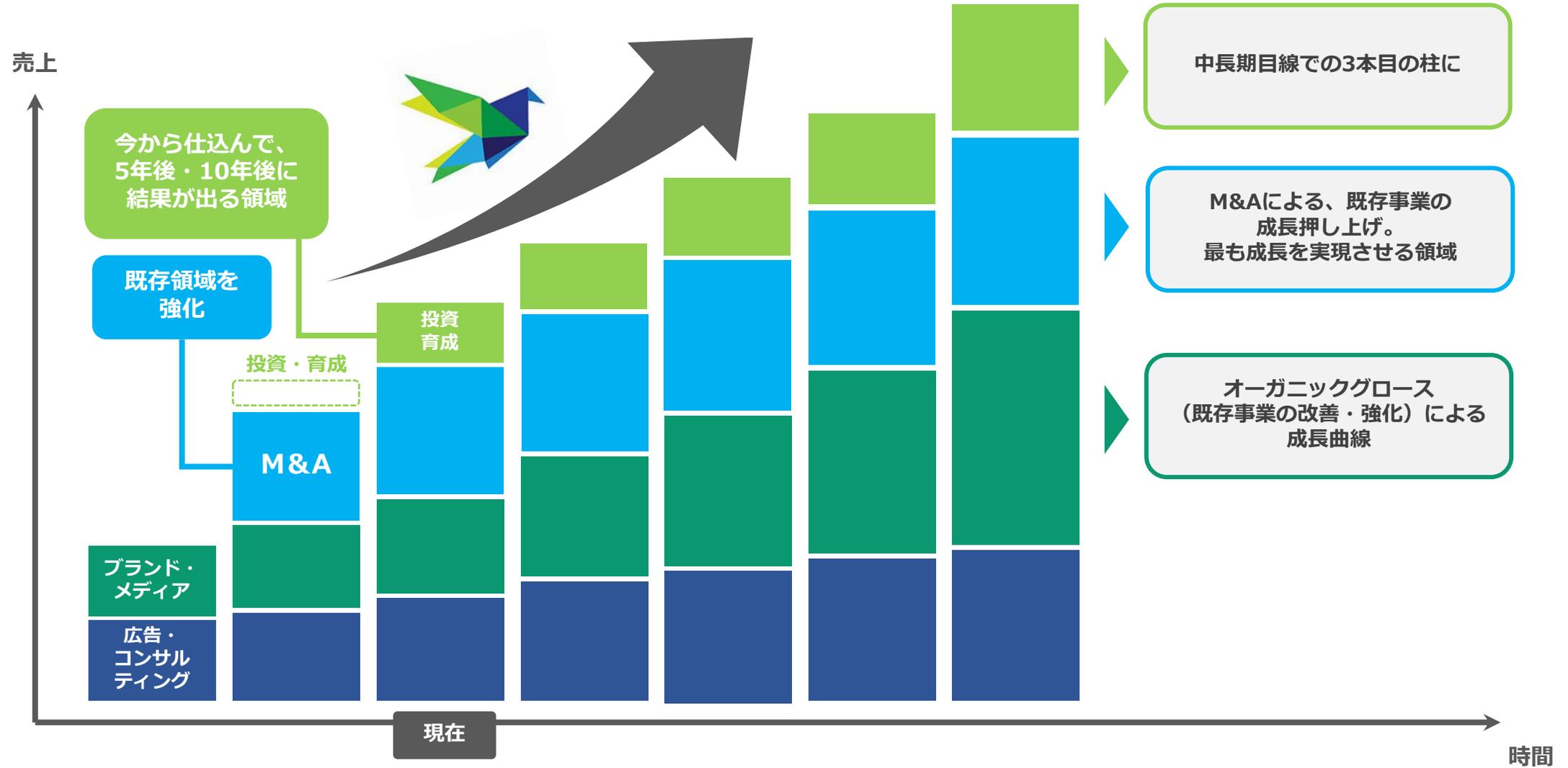
M&A
補完

- 経営レベルでの関与により、より一層のグループレベルでのシナジーが見込まれる場合には、投資・育成案件のM&Aも視野にいれる

投資
絶好期

- ベンチャーへの資金提供が渋い時期で割安時期
- ファンド設立額等の動向から、2023年上期から資金調達環境が悪化市況が投資絶好機会

M&A及び、投資育成事業により成長を加速



6. リスク情報



リスクの対応

● リスク分類	● 主要なリスク	● 頻度	● 影響度	● デジタルリフトの対応方針
スタートアップ各社に共通する事業推進の不確実性	技術革新へのキャッチアップ (他社に後れを取る/投資が高む)	低	高	人材採用に注力、および 研究開発費の見積もり適正化
	新規事業の成長の遅れ、 発生費用が高むことによる採算悪化	中	高	参入する事業領域の見極めに際して 市場性、採算性、実現性を勘案
広告業界固有の影響因子	景気の影響を受けやすい	中	高	多様な業界・業種のクライアントとの お取引で、業界間の景気差を吸収
	発生費用（媒体料金等）の回収漏れや 書面のない役務の代金回収リスク	中	低	取引先への与信強化および、 顧客に対する「発注書」提出要請
法規制等の不可避の制約	個人情報保護の観点での規制強化	中	中	リスク・コンプライアンス規定の整備 および、新たな規制等への注視体制
一般的なリスク	システム障害	中	中	定期的なバックアップ、冗長性の確保、 稼働状況の監視
	コロナによる景気変動	低	高	特定業界に依存しない多様な顧客基盤を構築
その他のリスク	買収先の業績の著しい下落による株式価値の 減損リスク	中	中	綿密なデューデリジェンス、投資審議する体 制及び買収後の経営管理体制の強化

上記に記載のないリスクおよび、上記リスクの詳細は「有価証券報告書」の「事業等のリスク」をご参照ください。

【免責事項】

■本資料において記載された情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

■それらのリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

【開示タイミング】

■当資料のアップデートは、年次決算の発表時期(2024年12月頃)を目途として開示を行う予定です。

7. Appendix



	単体	連結	単位：百万円
	2022年9月末	2023年9月末	増減額
流動資産	1,404	1,749	+345
固定資産			
有形固定資産	7	6	▲1
無形固定資産	—	132	+132
投資その他の資産	45	38	▲7
資産合計	1,457	1,927	+469
負債			
流動負債	603	1,057	+454
固定負債	81	177	+95
負債合計	685	1,235	+550
純資産合計	772	691	▲80
負債純資産合計	1,457	1,927	+469

企業情報

社名 株式会社デジタルリフト

設立 2012年11月

所在地

本社
東京都港区西麻布4-12-24

宮崎支社
宮崎県宮崎市橘通東4-1-2

千葉支社
千葉県千葉市中央区新千葉1-7-2

沖縄支社
沖縄県那覇市久茂地2-14-12

資本金 1億3,746万円

株主構成

百本正博	34.9%
株式会社フリークアウト・ホールディングス	33.9%
株式会社SBI証券	2.4%
楽天証券株式会社	1.9%

※2023年9月末株主名簿より
※小数点第2位は四捨五入

経営メンバー

取締役

百本 正博 代表取締役

鹿熊 亮甫 取締役

輿石 雅志 社外取締役

金山 藍子 社外取締役※

※社外取締役 金山藍子の戸籍上の氏名は、玉村藍子であります。

監査役

鈴木 順子 常勤監査役

久保 聖 非常勤監査役

水野 祐 非常勤監査役