



事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年12月20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. 市場環境と事業内容
3. 当社グループの強み
4. 成長戦略
5. リスク情報
6. Appendix

1. 会社概要



株式会社デジタルリフト 会社概要

社名 株式会社デジタルリフト

設立 2012年11月

事業内容 インターネット広告代理店業・コンサルティング業

上場取引所 東京証券取引所グロース市場(証券コード：9244)

グループ会社 meyco株式会社 ウェブコロール株式会社

本社 東京都渋谷区神宮前6-17-11 JPR原宿ビル

支社 宮崎支社（宮崎市）・千葉支社（千葉市）・沖縄支社（那覇市）

取締役

百本 正博 代表取締役
田中 友幸 取締役
興石 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

久保 聖 常勤監査役
水野 祐 非常勤監査役
大谷 はるみ 非常勤監査役

沿革

2012年11月 創業

2014年 4月 本社を港区六本木に移転

2016年 8月 株式会社フリークアウト（現 株式会社フリークアウト・ホールディングス）による当社株式7,500株の取得が完了し、株式会社フリークアウトの連結子会社となる

2017年 9月 業務拡大に付き、本社を港区西麻布に移転

2019年 9月 業務拡大に付き、本社を港区西麻布に移転

2019年10月 宮崎オフィス・千葉オフィスを設立

2020年 3月 株式会社デジタルリフトへ社名変更

2021年 9月 東京証券取引所グロース市場（旧：マザーズ）に上場

2022年 2月 Google「2022 Premier Partner」に認定

2022年 8月 沖縄オフィスを設立

2023年 1月 meyco株式会社を子会社化

2023年11月 ウェブコロール株式会社を持分法適用関連会社化

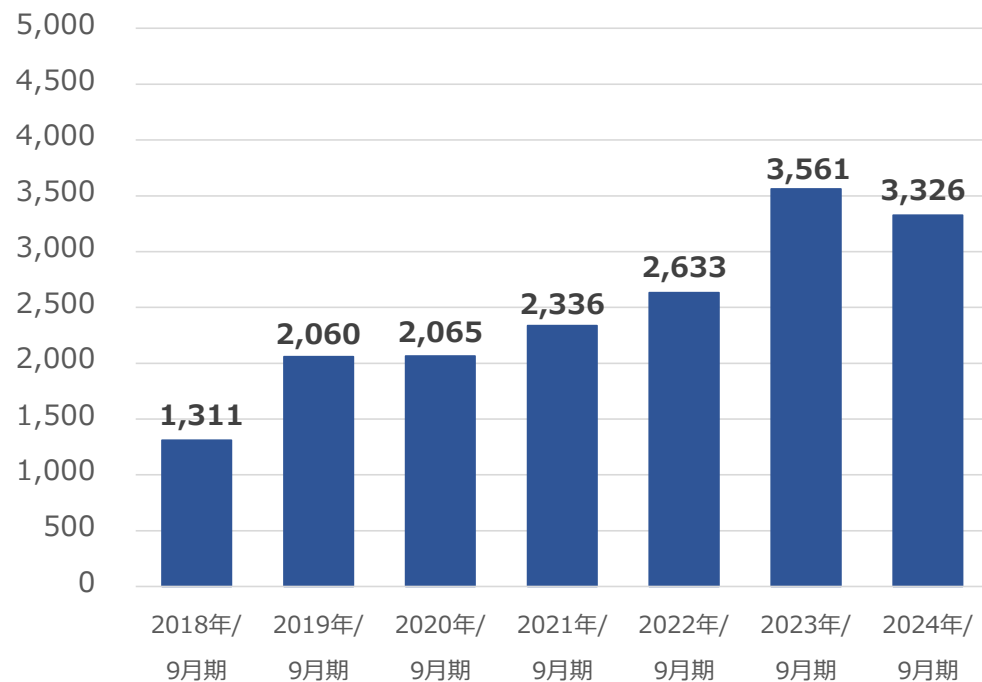
2024年 3月 業務拡大に付き、本社を渋谷区神宮前に移転

2024年11月 「Meta Agency First Awards Japan 2024」にて「Best SMB Partner」を受賞

2020年以降、利益成長を課題とするものの、 サービスラインナップの拡充に伴った堅調な売上高成長

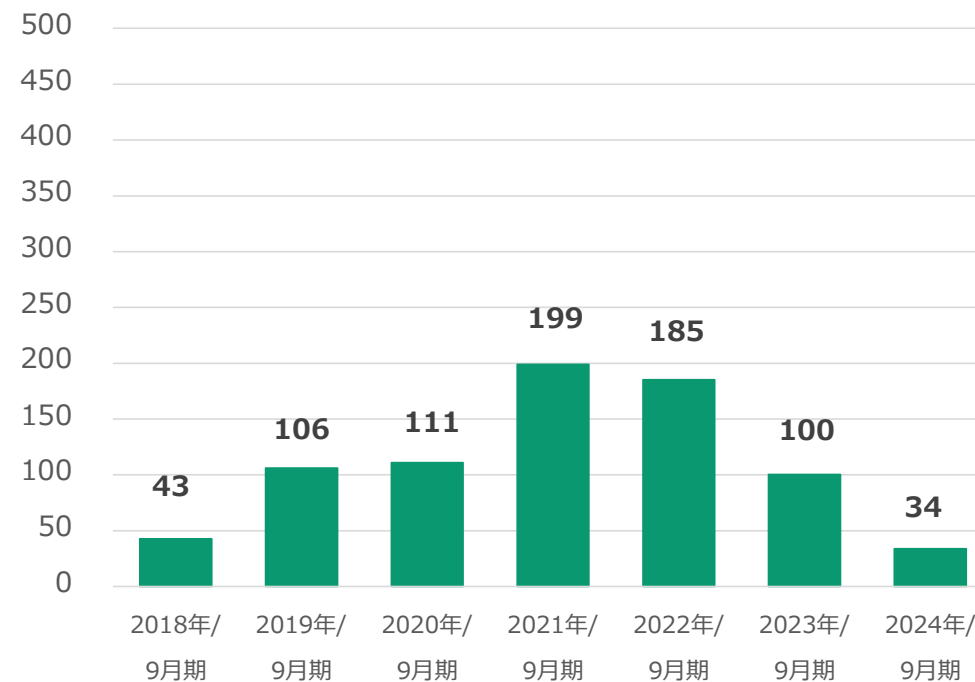
売上高

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



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

『CdMO』として、クライアントの「経営課題を共に解決するパートナー」となり、CMOやマーケティング担当の悩みに向き合い、デジタルマーケティングの活用方法・施策を共に考え、ご支援をすることが当社の役割です。

エンドユーザーは、商品・サービスの良さを知って、
良い商品・サービスはより多くのエンドユーザーの消費体験を豊かにすることができます

※ 『CdMO』とは、チーフ・デジタル・マーケティング・オフィサーの略。
クライアントに対し「広告運用に限らず、総合的なデジタルマーケティングを展開する」役割を担い、デジタル周りはもちろん、マーケティング全般領域に知見を持ったコンサルタントを有する会社を目指します。

User Experienceをデジタル技術で最適化する

創業期より積み重ねてきた集客ノウハウを起点にして、マーケティング領域を一貫してカバーしています。
CdMOとして、クライアントのビジネス課題全般に向き合えるからこそ、
最適なアプローチでエンドユーザーに豊かな消費体験を届け、クライアントのビジネスを成功に導くことができます。

デジタルにおけるエンドユーザーの消費体験を一貫して最適化



我々のミッションは、単一の施策実行やシステム改修にとどまらず、消費体験の最適化を実現することによる、クライアントのビジネスの成功にあります。

2. 市場環境と事業内容



現在の当社グループがターゲットとしている市場（2023年のTAM）

広告・コンサルティング

運用型広告費
2.3兆円※1

デジタルマーケティング
関連市場
5,303億円 ※2

2.83兆円

ブランド・メディア

アフィリエイト広告市場
4,116億円 ※3

SEO市場
500億円以上※5

インフルエンサーマーケティング
市場
741億円※4

SNSアカウント運用市場
433億円以上※6

その他(制作等の市場)
1.6兆 ※7

2.17兆円

合計：TAM 5兆円

※1 出典：電通「2023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(2024年)」※4 出典：サイバー・パス/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・パス/デジタルインファクト調べ ※7 出典：電通「2023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(2024年)

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

マーケティング戦略 コンサルティング

企業の持続可能な成長を実現するためには、データとインサイトに基づく先見的な戦略が不可欠。デジタルマーケティングの課題に、柔軟なソリューションを提供

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

テクニカル ソリューション

高度化する計測・分析・可視化関連ツール（GA4・コンバージョンAPI・LookerStudio・BIツール）の導入コンサル及び実装

デジタルマーケティング インハウス支援

デジタルマーケティングのプロとして携わってきたからこそそのノウハウをオリジナル教育プログラムとしてご提供。OJT頼みだったデジタルマーケティング人材の育成を支援

マーケティング ツール導入支援

マーケティングオートメーション、各種計測ツールの導入から、その後のシナリオ設計まで対応

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

ブランド マーケティング

短期的な売上だけでなく、長期的なブランド価値の向上や顧客ロイヤルティの向上を目指す戦略と戦術を伴走支援

SEO

Webサイト上位表示のための徹底した分析・戦路設計を提案。オウンドメディアの提案も

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

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

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ティングまでを一気通貫でご提供

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

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

新規サービスについて

デジタルマーケティング戦略の実行と、そのために人材育成し、マーケティング組織づくりを支援するサービスです

顧客ニーズ

1. デジタルマーケター不足

そもそもの採用市場に、「デジタル」と「マーケティング」のどちらも兼ね備えている即戦力人材が少ない

2. 社内人材のスキル・リテラシー不足

分析スキルの高度化が進み、ツール導入だけをしていても運用できない

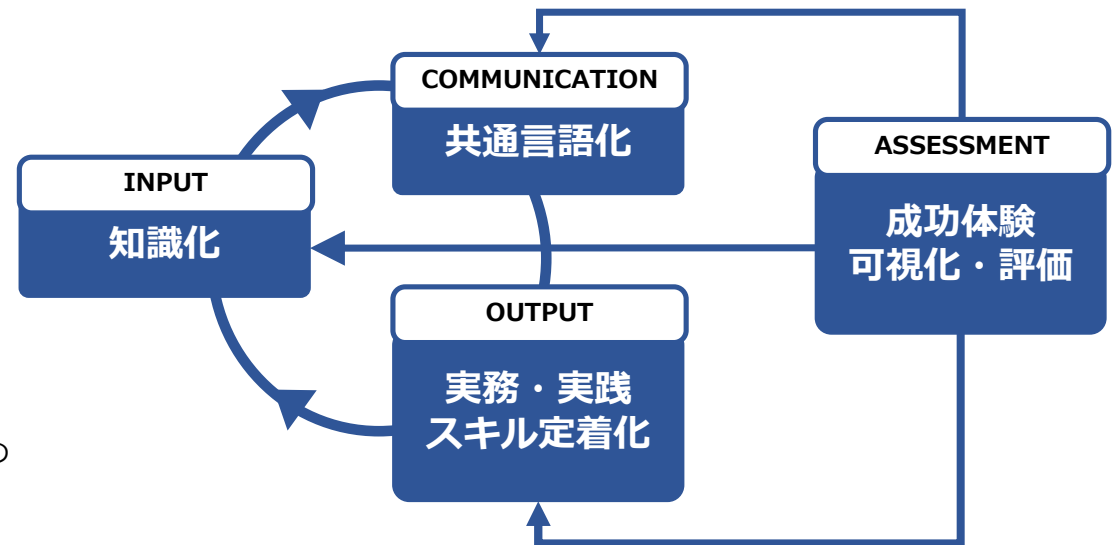
3. 社内体制が不十分

OJTで既存実務を運用するのみで、教育できる人材が不在
新しい業務への対応が進まない

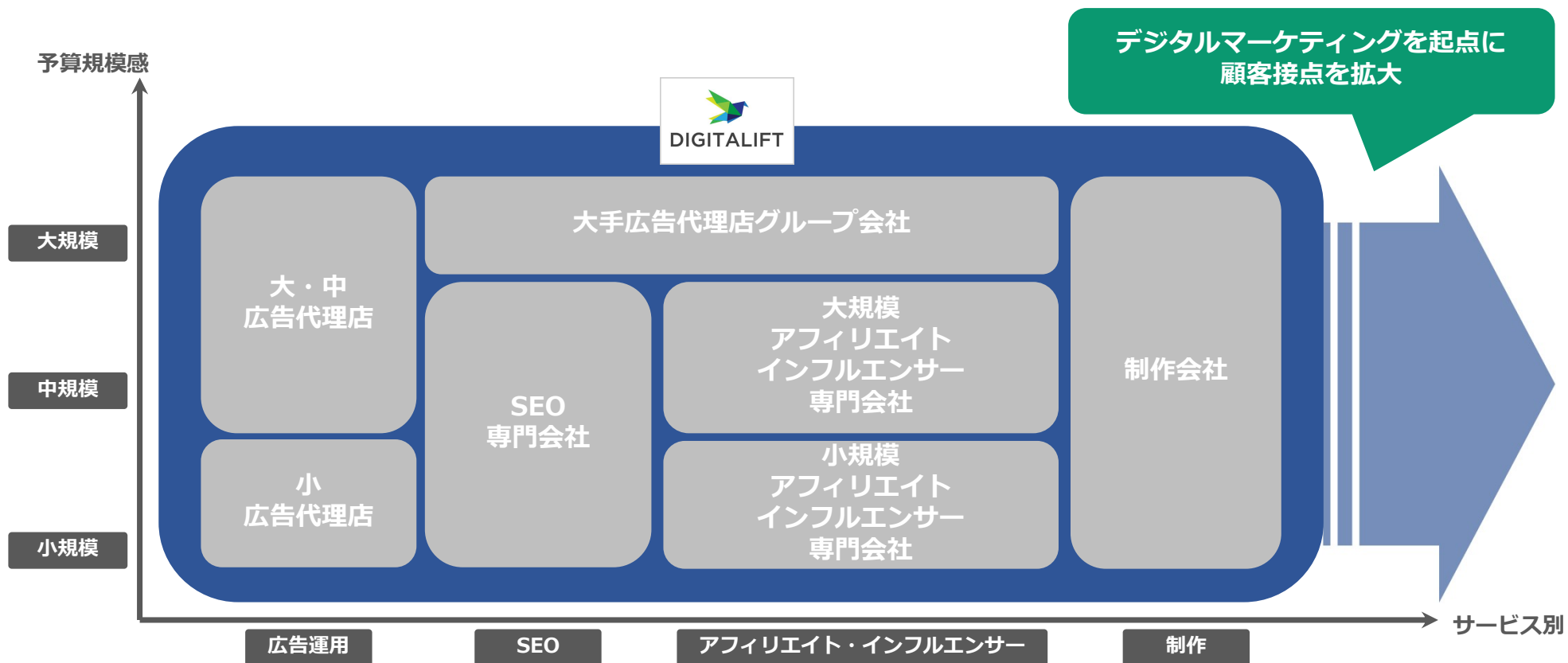
ポイント

- チーム及び部内でスキル・知識を定着化
- 組織内で共通言語化を推進
- 実務経験を積むことで、スキル定着化
- 成功体験の可視化を通じて、客観的に評価実施

これらをローテーションすることで、デジタルマーケティング施策の
自社展開・自社運用、組織基盤の構築を進めて頂きます



あらゆる顧客ニーズに応えられる営業基盤を備え 事業機会を最大化



ビジネスモデル

当社からクライアントへのサービス提供・情報の配信に伴って、その手数料として対価を頂くビジネスモデル



3. 当社グループの強み



グループの強み

幅広いサービスを、自社一貫で実行できる顧客ニーズ対応力
そのニーズを深耕・展開できる顧客との近い関係性

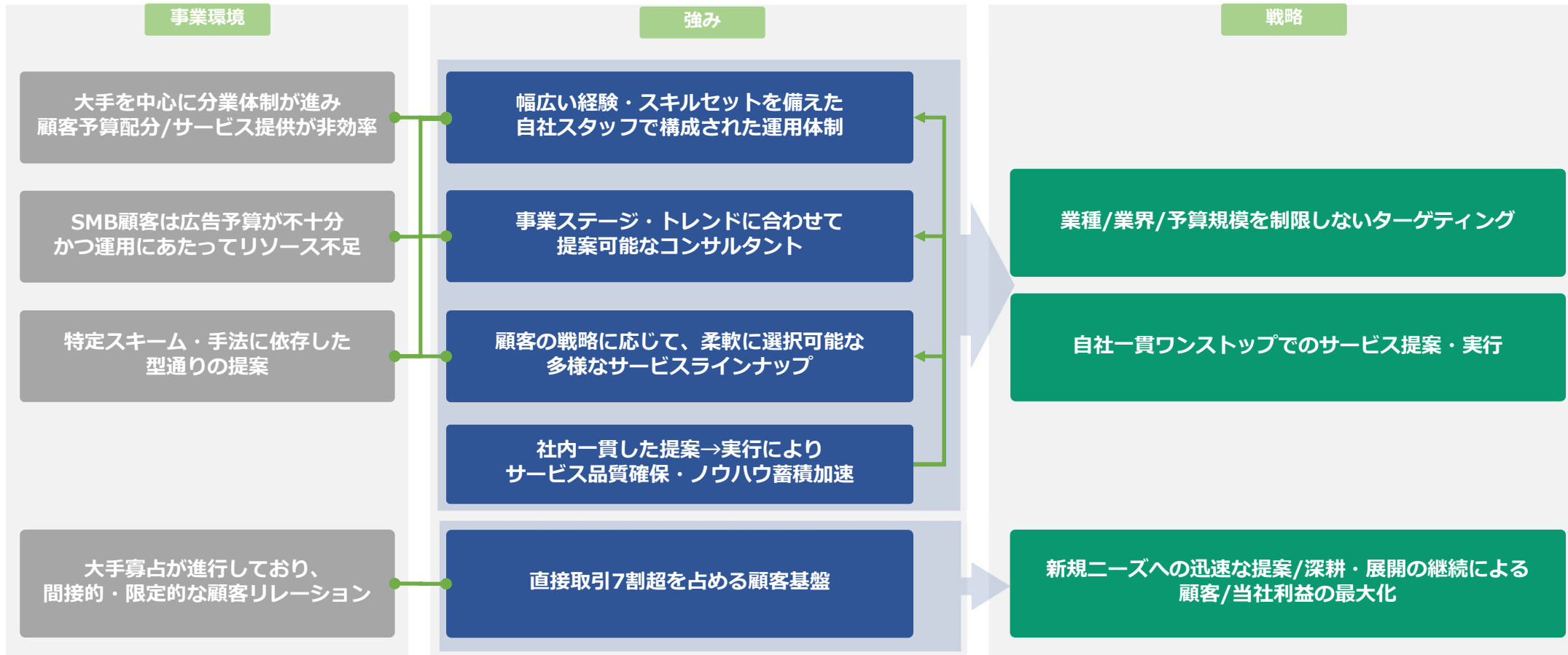
① 自社一貫のニーズ対応力

多様なマーケティング施策を
一気通貫にて実行することが可能

② 利益を最大化できる顧客関係

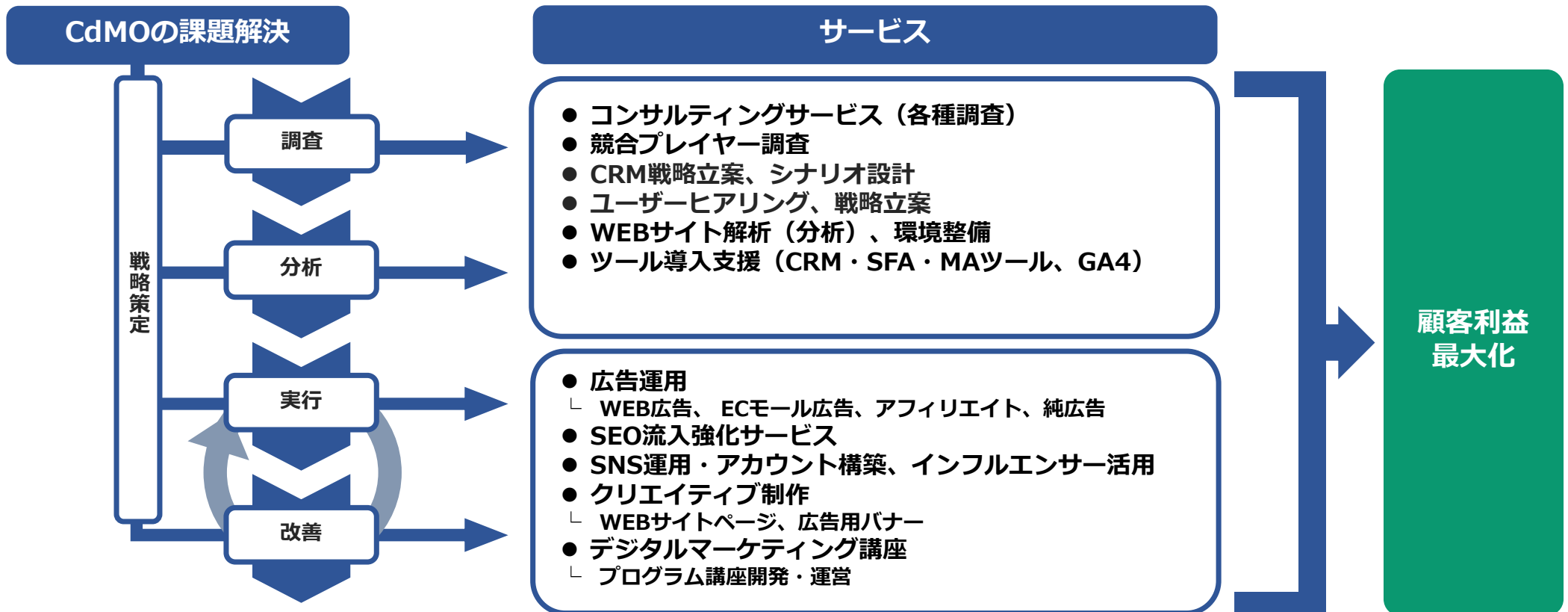
広告主との直接取引が7割超を占める
顧客の身近なパートナーだからこそ、
新しいニーズへのファーストアプローチが可能

自社一貫したニーズ対応力 顧客/当社利益を最大化できる顧客リレーション



① 自社一貫のニーズ対応力

ワンストップで提案→提供できるからこそ、顧客利益の最大化につながる



① 自社一貫のニーズ対応力

顧客ニーズに合わせて柔軟な計画を策定、
全体最適なマーケティング施策を展開できる

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&施策実行が可能であるため、顧客にとって最適な打ち手を選択できる

広告主

各施策の進行管理や予算配分

デジタルリフトグループ

マーケティング戦略
コンサルティング

ブランドマーケティング

広告運用

テクニカル
ソリューション

SEO

制作

デジタルマーケティング
インハウス支援

マーケティング
ツール導入支援

アフィリエイト

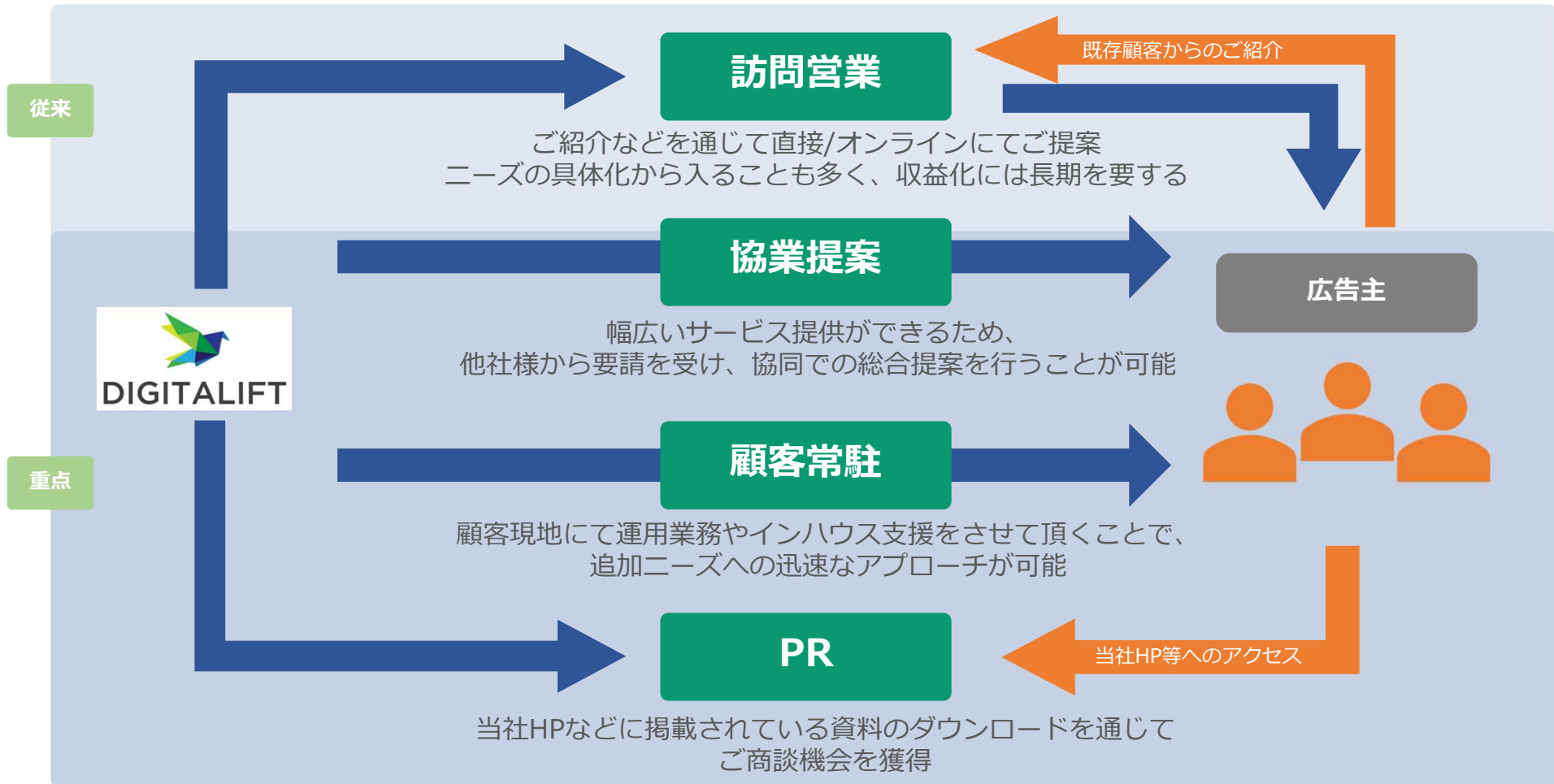
インフルエンサー

SNSアカウント運用

ECモール支援

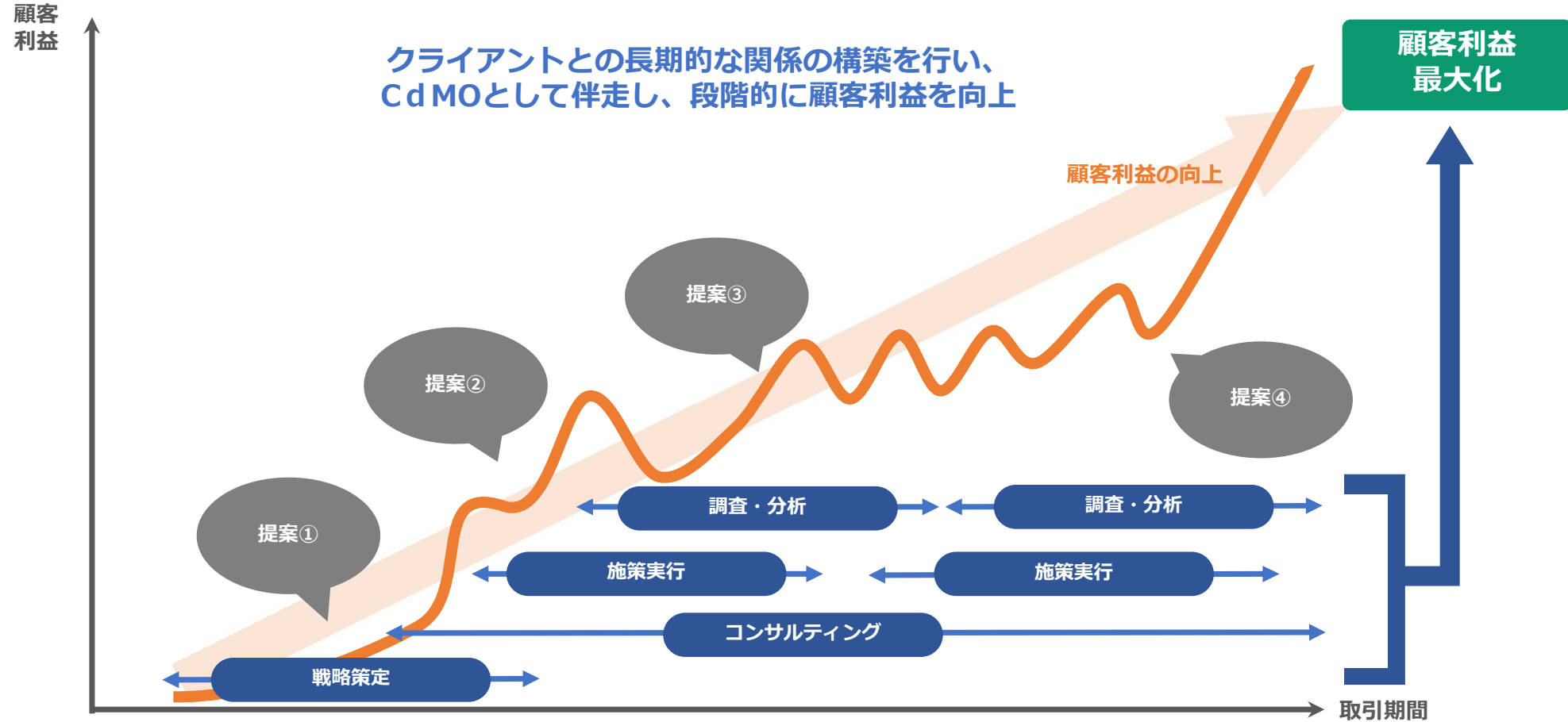
②顧客との関係性

多角的な顧客アプローチにより、提案機会を拡大



②顧客との関係性

幅広いサービスにより、経営課題に合わせた柔軟な提案が可能



4. 成長戦略



成長戦略の振り返り

事業領域

広告・コンサルティングサービス

マーケティング戦略
コンサルティング

広告運用

テクニカル
ソリューション

デジタルマーケティング
インハウス支援

マーケティング
ツール導入支援

付加価値を
拡大させるサービス

ブランド・メディアサービス

ブランドマーケティング

インフルエンサー

アフィリエイト

SEO

SNSアカウント
運用

ECモール支援

制作

サービス領域
拡張

グループシナジー

進捗

グループ経営（M&A、投資育成含む）

- ▲ 買収企業の事業運営
- グループシナジー拡大推進

広告・コンサルティングサービス

- ▲ 既存事業の収益力立て直し
- ▲ 業務フロー改善による生産性向上
- 顧客ニーズに沿ったサービス提供

ブランド・メディアサービス

- ▲ 安定した営業リード獲得の仕組み化
- ▲ SEO事業の拡大・成長
- ◎ 事業成長のため人的投資を実施

課題

グループ経営（M&A、投資育成含む）

- 買収企業の事業運営
- グループシナジー拡大推進

広告・コンサルティングサービス

- 既存事業の収益力立て直し
- 業務フロー改善による生産性向上
- 顧客ニーズに沿ったサービス提供

ブランド・メディアサービス

- 安定した営業リード獲得の仕組み化
- SEO事業の拡大・成長
- 事業成長のため人的投資を実施

施策・取組

● グループ経営の強化

- ・ グループ会社の業績向上のための支援、予実管理強化
- ・ グループ会社のケイパビリティ相互補完による、全社での成長を加速

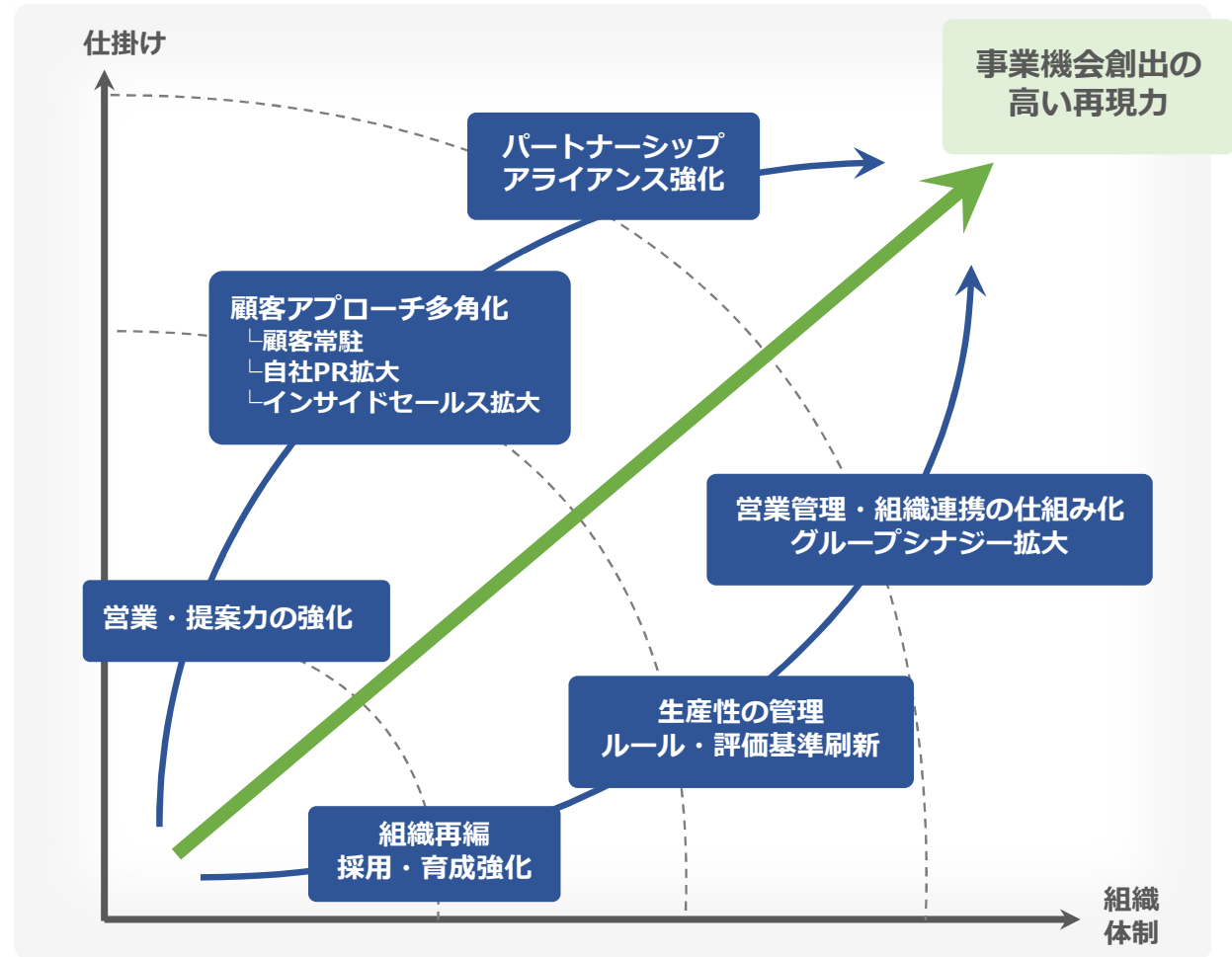
● 営業収益力の強化

- ・ リード獲得の仕組み化
- ・ 採用強化による組織拡大
- ・ 社内外の連携を活用した、総合提案力・ディレクション機能の強化

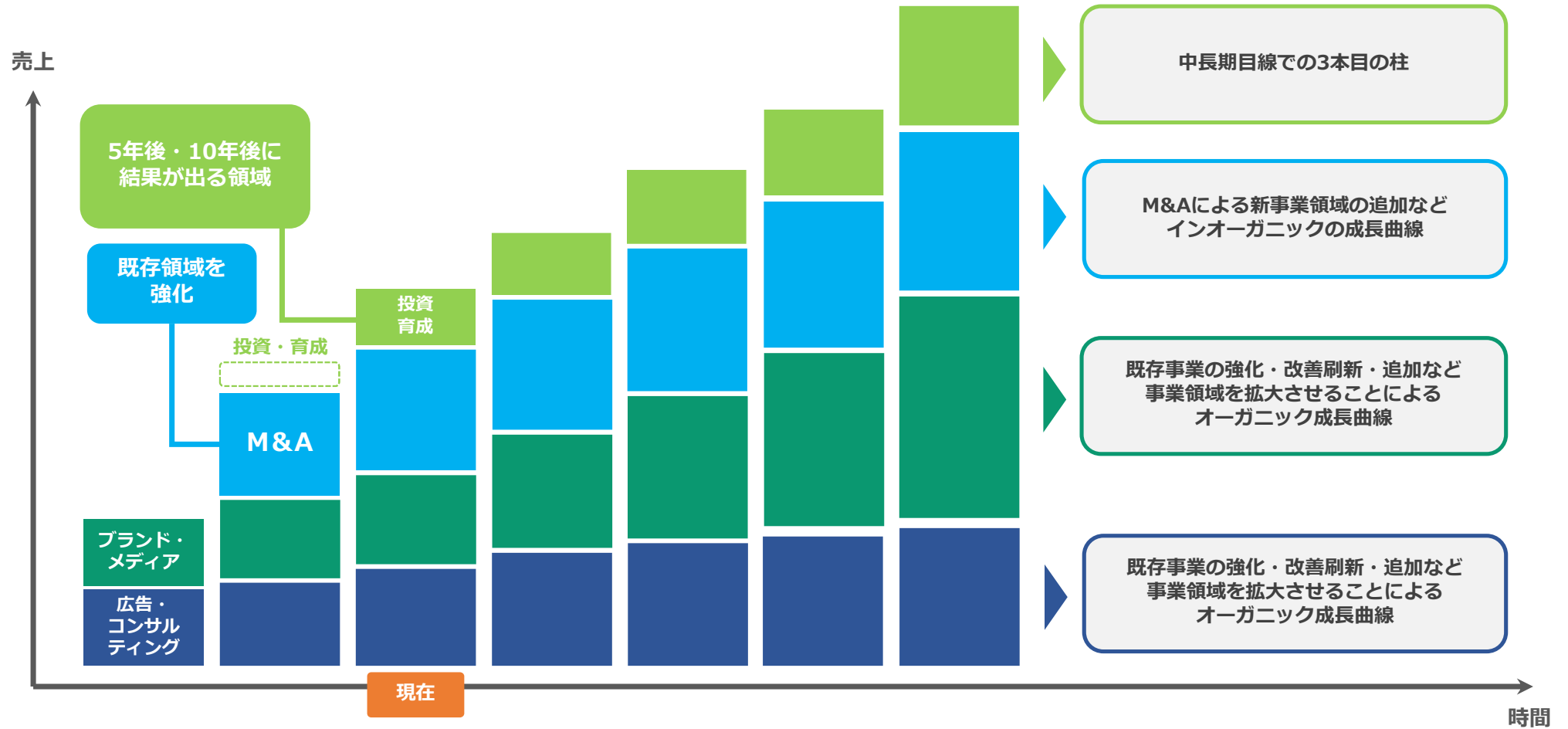
● 営業生産性の改善

- ・ 体制の見直し、既存業務の仕組み化を通じた、本業への集中

「専門領域の拡充×継続的な事業機会の創出」による事業成長



M&A及び、投資育成により成長を加速



M&Aは基本的な成長戦略のうちの1つ。 M&Aを2件実施しブランド・メディア領域を強化

meycos株式会社

- 2023年1月株式取得
- 連結子会社
- 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
- 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)



5. リスク情報



リスクへの対応

●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	中	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
	セキュリティ事故	低	高	セキュリティソフト導入や対応手順を予め定め、顧客情報の流出等のリスク抑止を図る
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。

6. Appendix



業績ハイライト（単体・連結実績）

- 2Q以降の営業進捗遅れの未解消の影響による減収
- 子会社・グループ会社のPMIが進んだことによる、コスト合理化
- 持分法適用会社であるウェブココル社株式の減損に伴い、持分法の投資損失を計上

単位：百万円

	FY2023 通期連結 実績	FY2024 通期単体 実績	FY2024 通期連結 実績	連結on単体 増減額	YonY 増減額	YonY 増減率
売上高	3,560	2,995	3,326	331	▲234	▲6.6%
売上総利益	832	678	762	84	▲69	▲8.3%
売上総利益率	23.4%	22.6%	22.9%	—	—	▲0.5Pt
販売管理費	731	643	728	85	▲2	▲0.4%
営業利益	100	34	33	▲1	▲66	▲66.3%
営業利益率	2.8%	1.2%	1.0%	—	—	▲1.8Pt
経常利益	108	32	▲48	▲80	▲157	—
親会社に帰属する当期利益	52	▲60	▲74	▲14	▲126	—

2024年9月期 通期連結業績（対 業績予想）

2024年9月期 通期連結業績の予想に対する達成状況は下記の通り。

販管費の抑制などで営業利益は確保したものの、

広告・コンサルティングサービス領域の売上高が計画未達となる見通しを受けて、期中に計画修正。

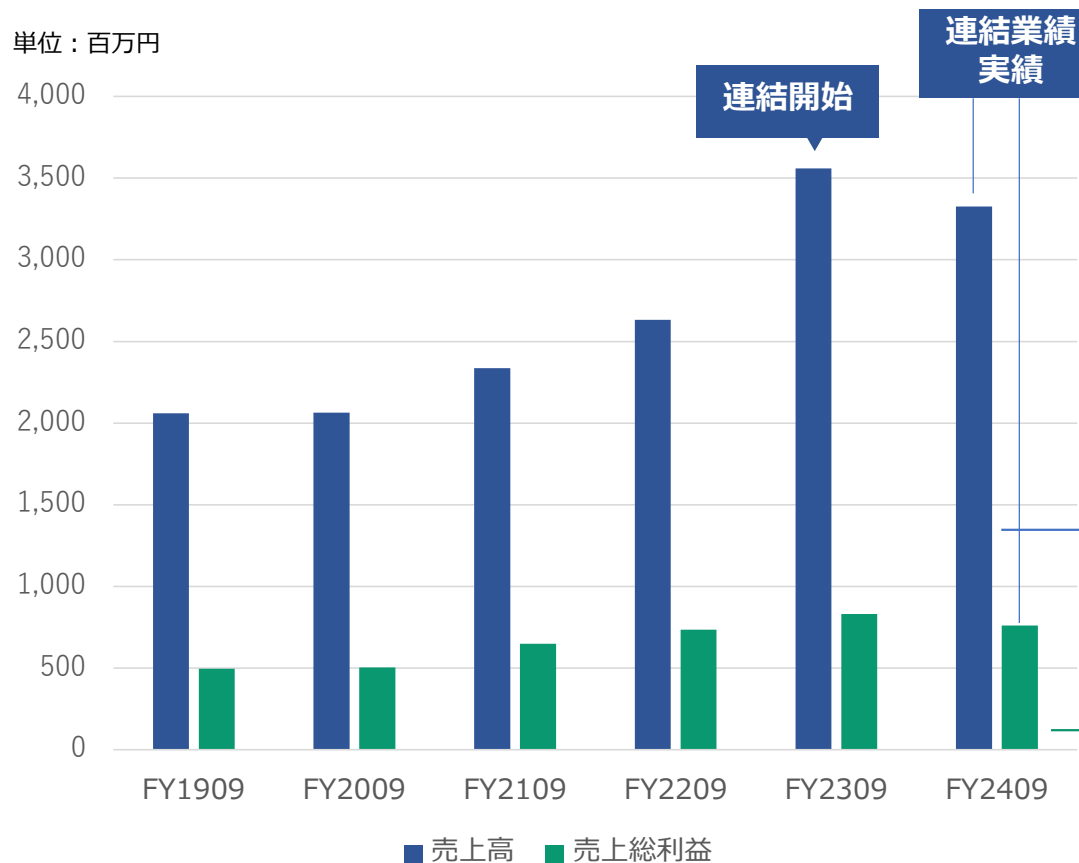
また、SEO事業の事業環境の変化により、グループ会社の業績悪化を受けて関係会社株式の評価損を計上。

	FY2024 通期連結 当初計画	FY2024 通期連結 業績予想	FY2024 通期連結 業績実績	予想対比	予想対比 達成率
売上高	3,702	3,380	3,326	▲54	98.4%
営業利益	86	27	33	+6	122.2%
営業利益率	2.3%	0.7%	1.0%	+0.3Pt	—
経常利益	95	29	▲48	▲77	—
経常利益率	2.5%	0.8%	▲1.4%	▲0.6Pt	—

売上・売上総利益推移

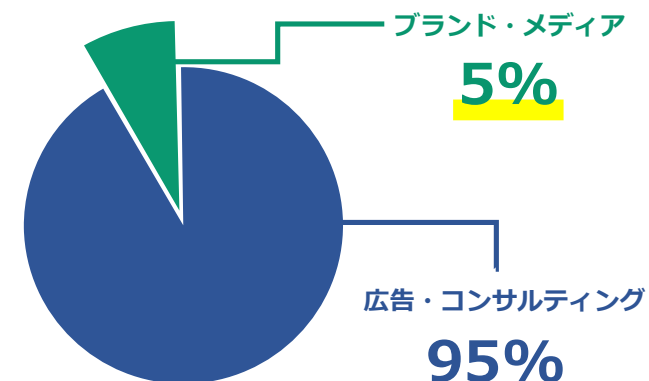
- 広告・コンサルティングサービスが、売上・売上総利益額を全体的に牽引
- ブランド・メディアの、売上総利益に占める比重は拡大基調。
特にSEOについてはグループ連携を進め、成長拡大を推進継続

単位：百万円



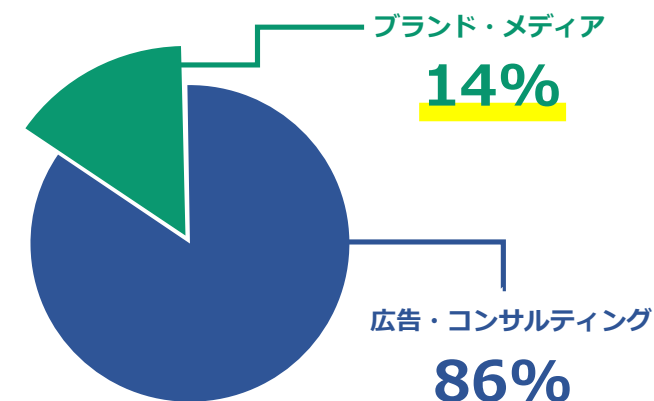
33.2億
昨対▲6.6%

売上
構成比率



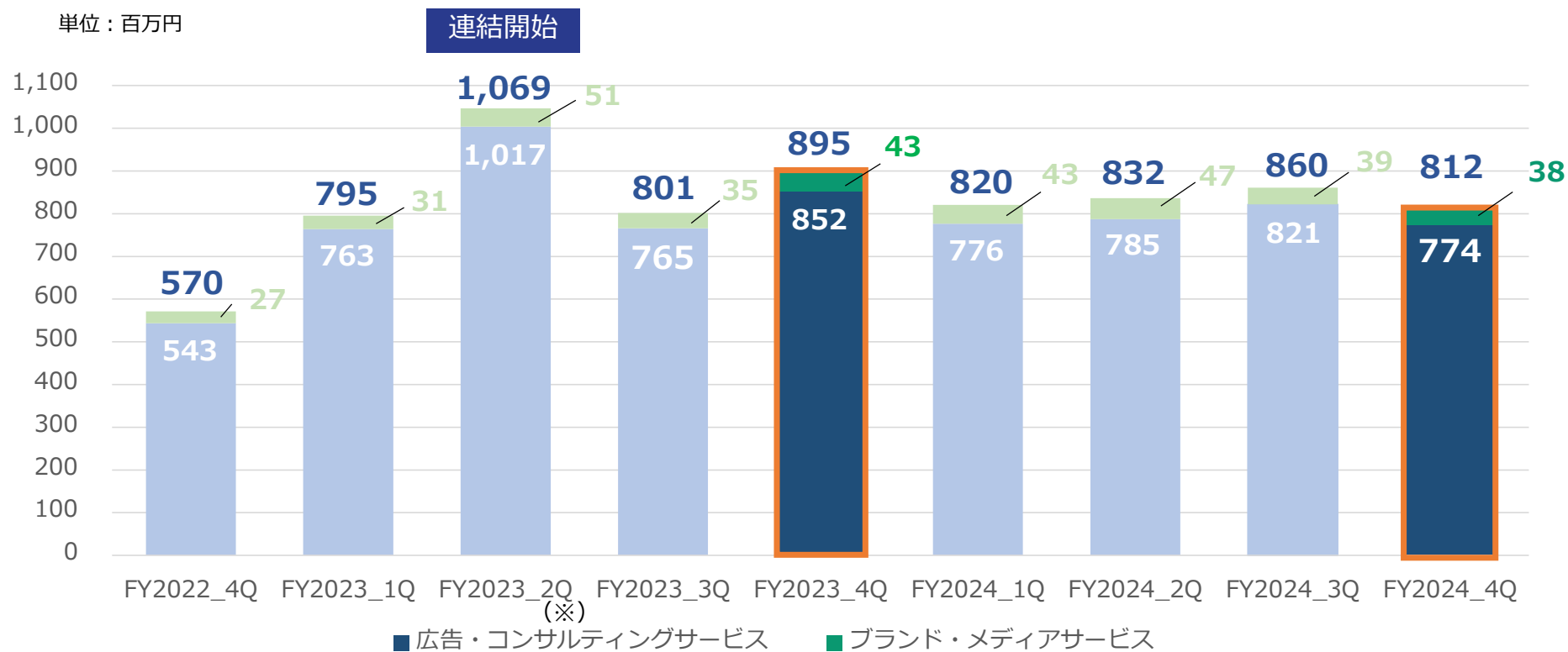
7.6億
昨対▲8.3%

売上総利益
構成比率



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、大型案件の予算縮小の影響により減収（YoY ▲10.0%）
- ブランド・メディアサービスは、クリエイティブ制作の案件獲得が進んだものの、SEOの大型案件剥落分を補いきれず減収。引き続きSEOは拡大推進（YoY ▲11.6%）



(※) FY2023_2Q以降は連結会計の数値

2025年9月期 通期連結業績予想

□ 連結売上高/連結売上総利益

・2024年9月期中から継続している営業体制強化の結果、案件獲得が進むことにより増収見込

□ 連結営業利益

・組織体制の強化のため、採用費/人件費を中心に販管費の増加を見込むものの、営業強化により増益見込

・引き続きM&A実行のための関連費用を見込む

単位：百万円

	FY2024 通期連結 累計実績	FY2025 通期連結 業績予想	YonY 累計増減額	YonY 累計増減率
売上高	3,326	4,119	+793	+23.8%
売上総利益	762	1,000	+238	+31.2%
売上総利益率	22.9%	24.2%	—	+1.3Pt
販売管理費	728	912	+184	+25.2%
営業利益	33	87	+54	+163.6%
営業利益率	1.0%	2.1%	—	+1.1Pt
経常利益	▲48	78	+126	—
経常利益率	▲1.5%	1.8%	—	+3.3Pt
親会社に帰属する 当期純利益	▲74	38	+112	—

【将来の見通しに関する注意事項】

【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(2025年12月頃)を目途として開示を行う予定です。