



# 2025年9月期 第1四半期決算補足説明資料

2025年2月14日

株式会社デジタルリフト  
(東証グロース:9244)

# 目次

- 1. 決算概要
- 2. 通期業績見通し
- 3. 今後の成長戦略
- 4. Appendix
  - i. 補足資料
  - ii. 当社グループ概要

# 1. 決算概要



## エグゼクティブサマリ

業績 サマリ	売上高 営業利益	売上高 : 811百万円 (YonY : ▲1.0%) 営業利益 : ▲8百万円 (YonY - %)
	主な背景	【売上高】 ■ ブランドメディア領域におけるSEO案件剥落が影響し減収  【営業利益】 ■ 組織再編・拡大に伴う採用経費・人件費の増加により減益
今期 予想	売上高 営業利益	売上高 : 4,119百万円 (YonY +23.9%) 営業利益 : 87百万円 (YonY +159.2%) ※期初予想を据え置き

## ブランド・メディア領域強化を果たすため、 ウェブコロール株式の追加取得を決定いたしました

### ウェブコロール株式会社

- ・ 2025年1月株式取得（予定）
- ・ 持分法適用 ⇒ 連結子会社
- ・ 売上高2.7億円(2024年6月期、前事業年度)
- ・ 営業利益33百万円(2024年6月期、前事業年度)



### 狙い

SEO事業の強化

SEOを起点とした他施策への展開強化により  
グループ収益拡大

グループ連携の強化による両社組織の成長促進  
に至るシナジー期待

- ※ 取得日は2025/1/31となるため、今回の決算内容に結果は反映されておりません。影響額は未定です。今後精査を進め、適示開示が必要となる事象が生じた場合には速やかに開示いたします。
- ※ 詳細については、「持分法適用関連会社の異動（連結子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。

## 業績ハイライト（連結実績）

### □ 売上高

- ・ SEO案件の剥落分が影響したことにより減収

### □ 売上総利益

- ・ 案件単位の採算性の改善により増益

### □ 営業利益

- ・ 組織再編・拡大に伴う採用経費・人件費増加により減益

### □ 経常利益

- ・ 営業利益減少による減益

単位：百万円

	FY2024 1Q連結実績	FY2025 1Q連結実績	YoY 増減額	YoY 増減率
売上高	820	811	▲8	▲1.0%
売上総利益	189	191	+2	+1.5%
売上総利益率	23.0%	23.6%	—	+0.6Pt
販売管理費	184	200	+15	+8.4%
営業利益	4	▲8	▲12	-%
営業利益率	0.5%	▲1.0%	—	▲1.5Pt
経常利益	3	▲8	▲11	—
親会社に帰属する当期利益	▲1	▲6	▲5	—

## 会計期間増減分析

### □ 売上高

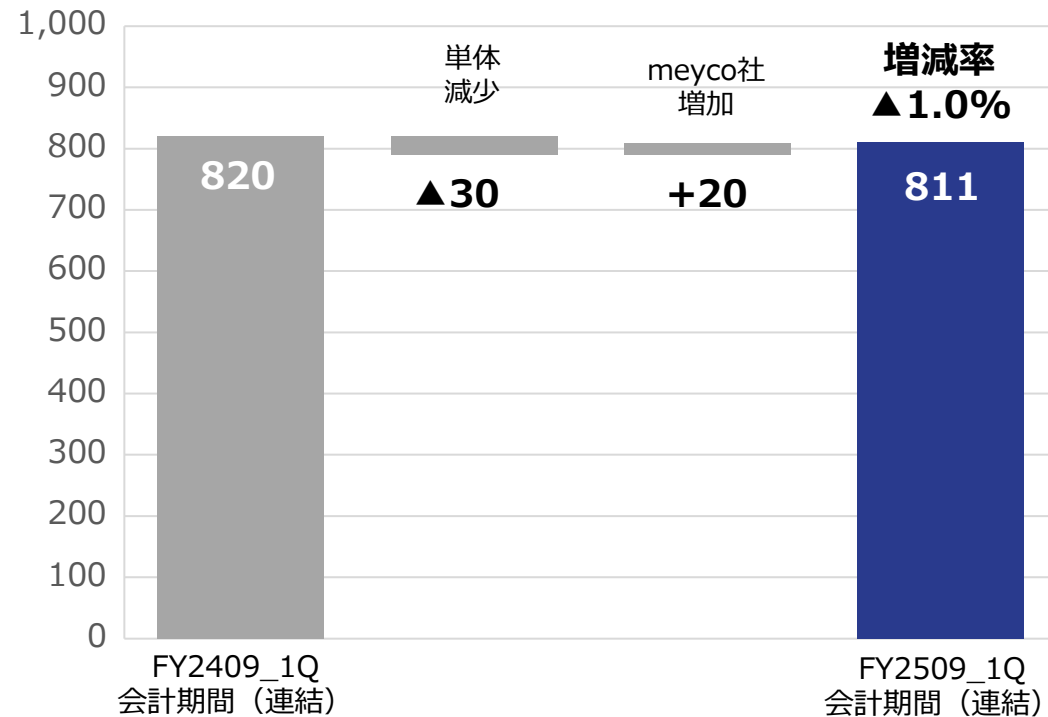
- 当社の売上減少
- + meyco社の売上増加

### □ 営業利益

- + 当社の売上総利益増加
- meyco社の売上総利益減少
- 組織再編・拡大に伴う人件費・業務委託費を中心とした販管費増加

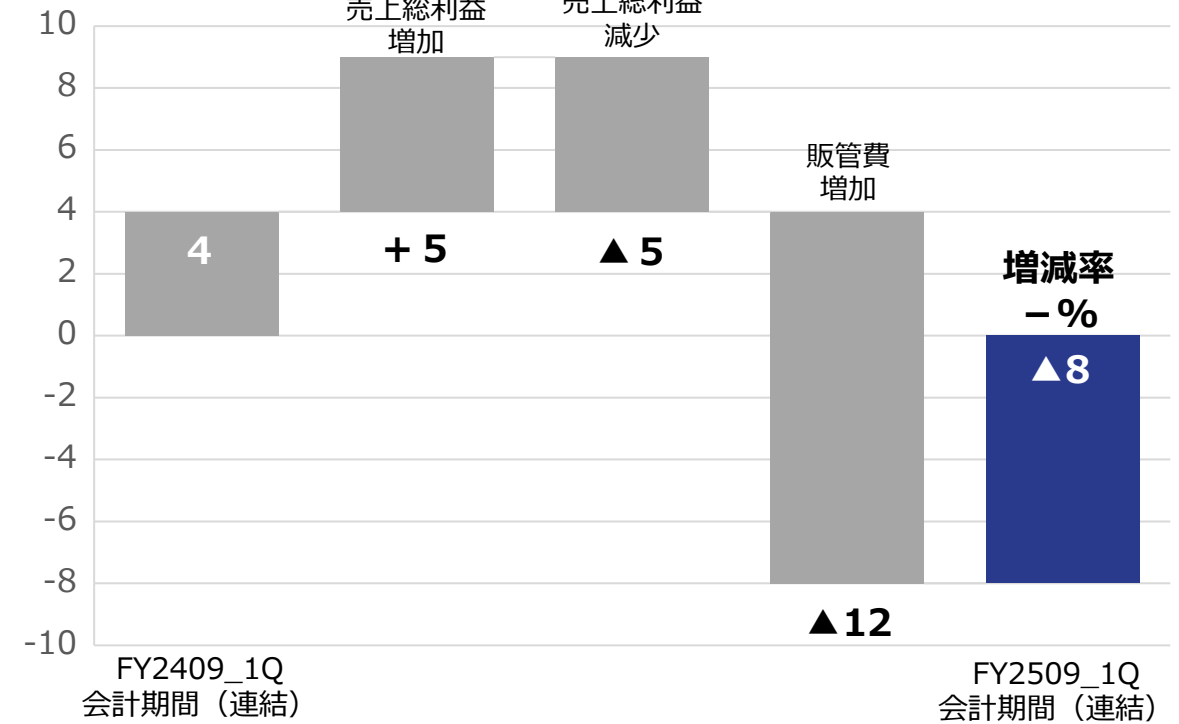
### 売上高

単位：百万円



### 営業利益

単位：百万円



## 2. 通期業績見通し

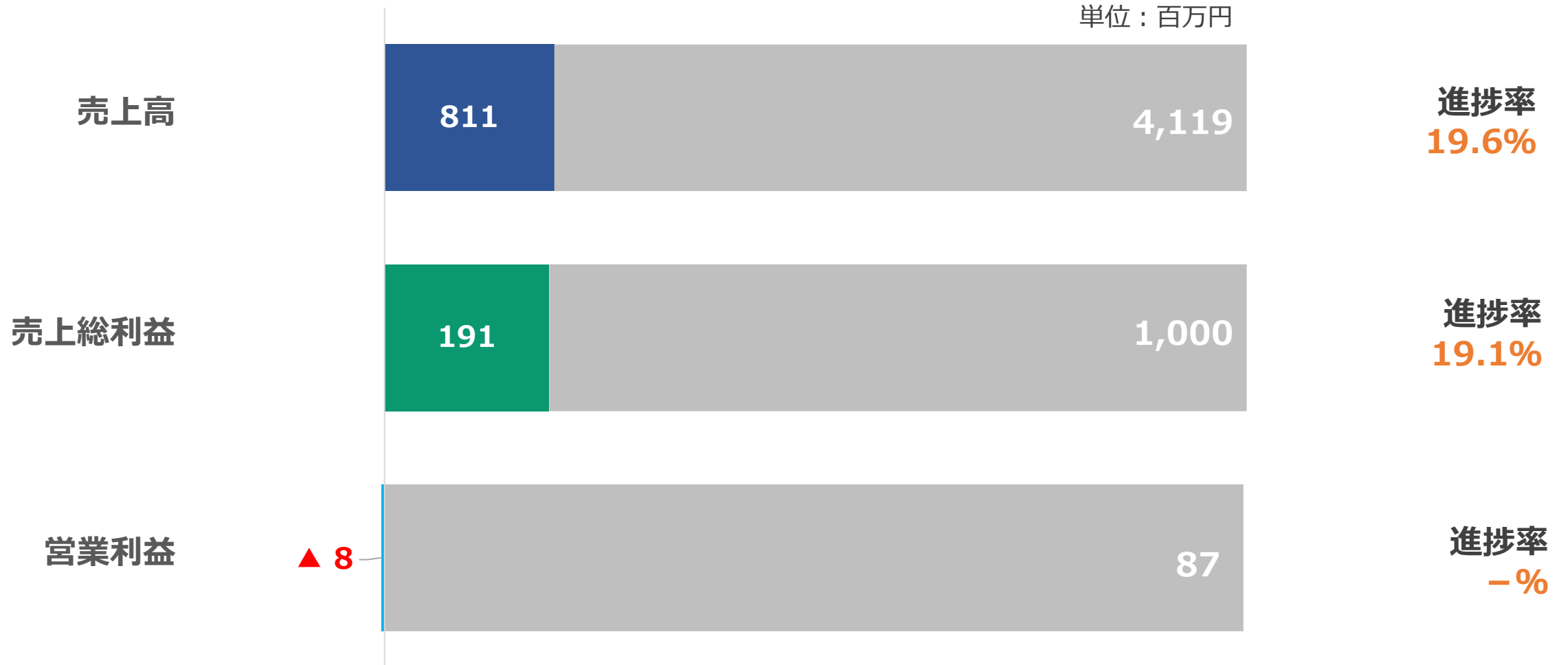




## 業績進捗状況について

## 2025年9月期第1四半期は、業績予想の通り進捗中

- 組織再編・拡大に伴う人件費・業務委託費を中心とした販管費増加分は当初より見込み済
- 第2四半期以降における、ウェブコロール社を連結子会社とすることによる影響分は精査中



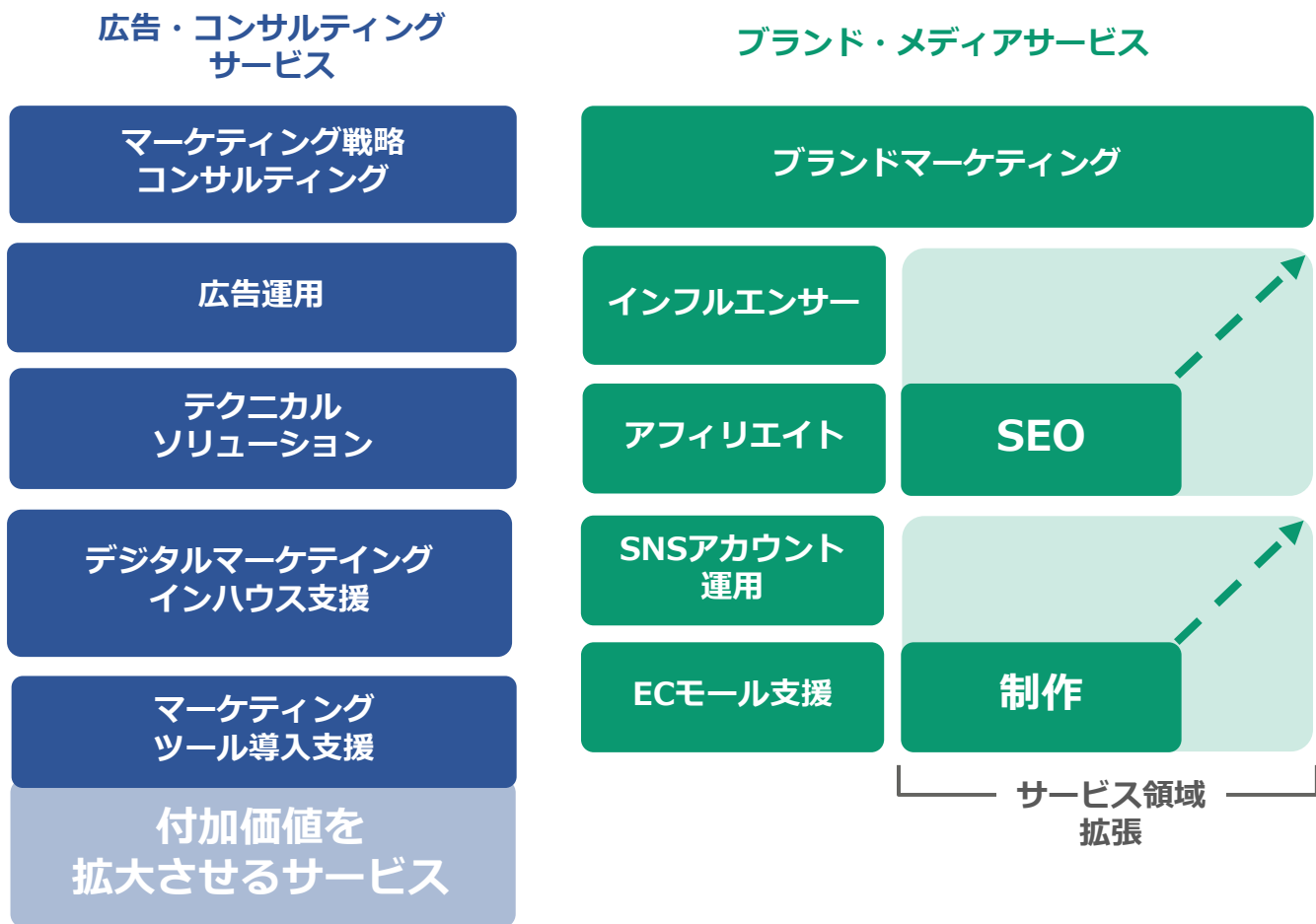
# 3. 今後の成長戦略



# 成長戦略の振り返り

## 事業領域

## 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

# グループシナジー

## 課題

## グループ経営（M&amp;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

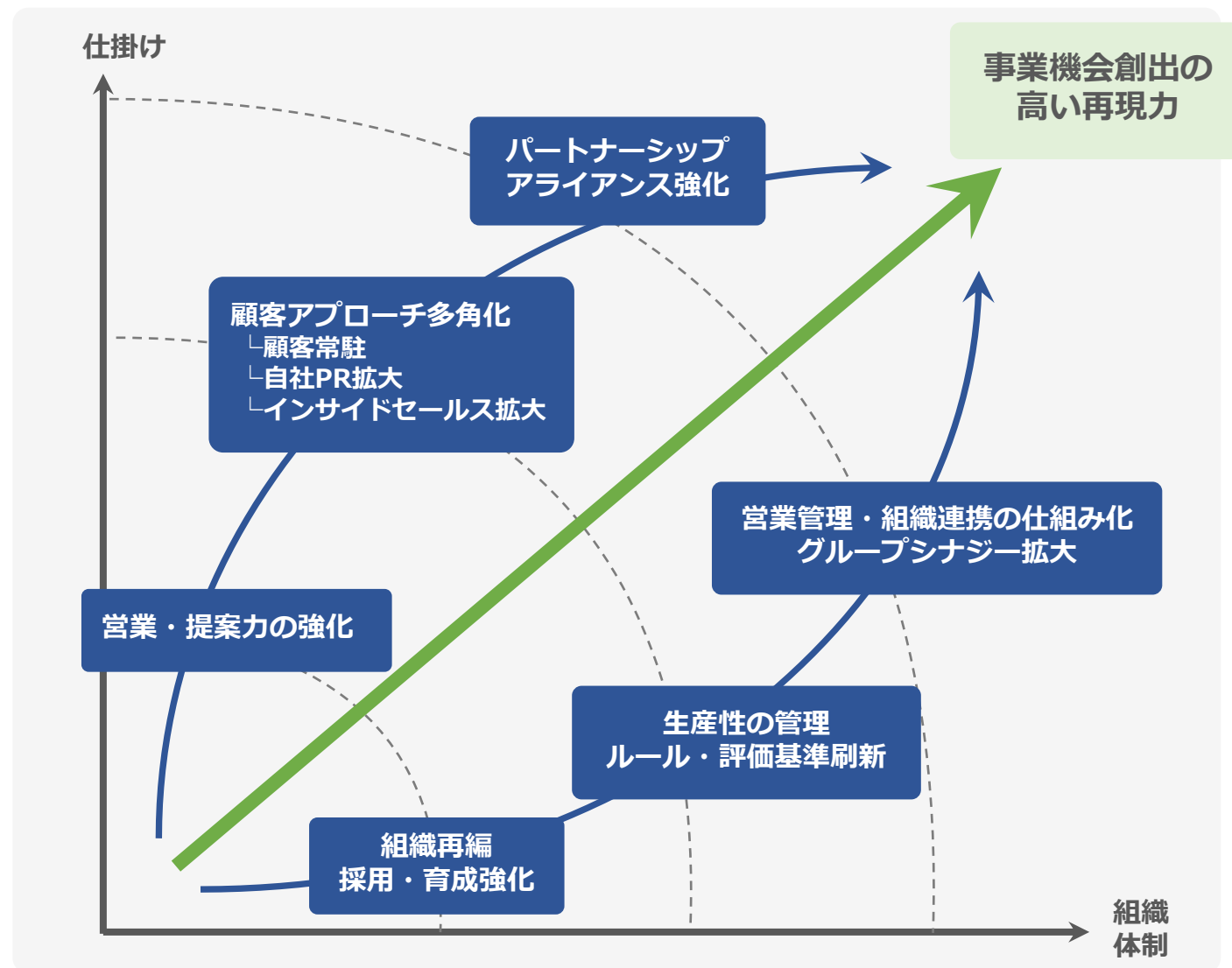
## ● 営業収益力の強化

- ・ 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

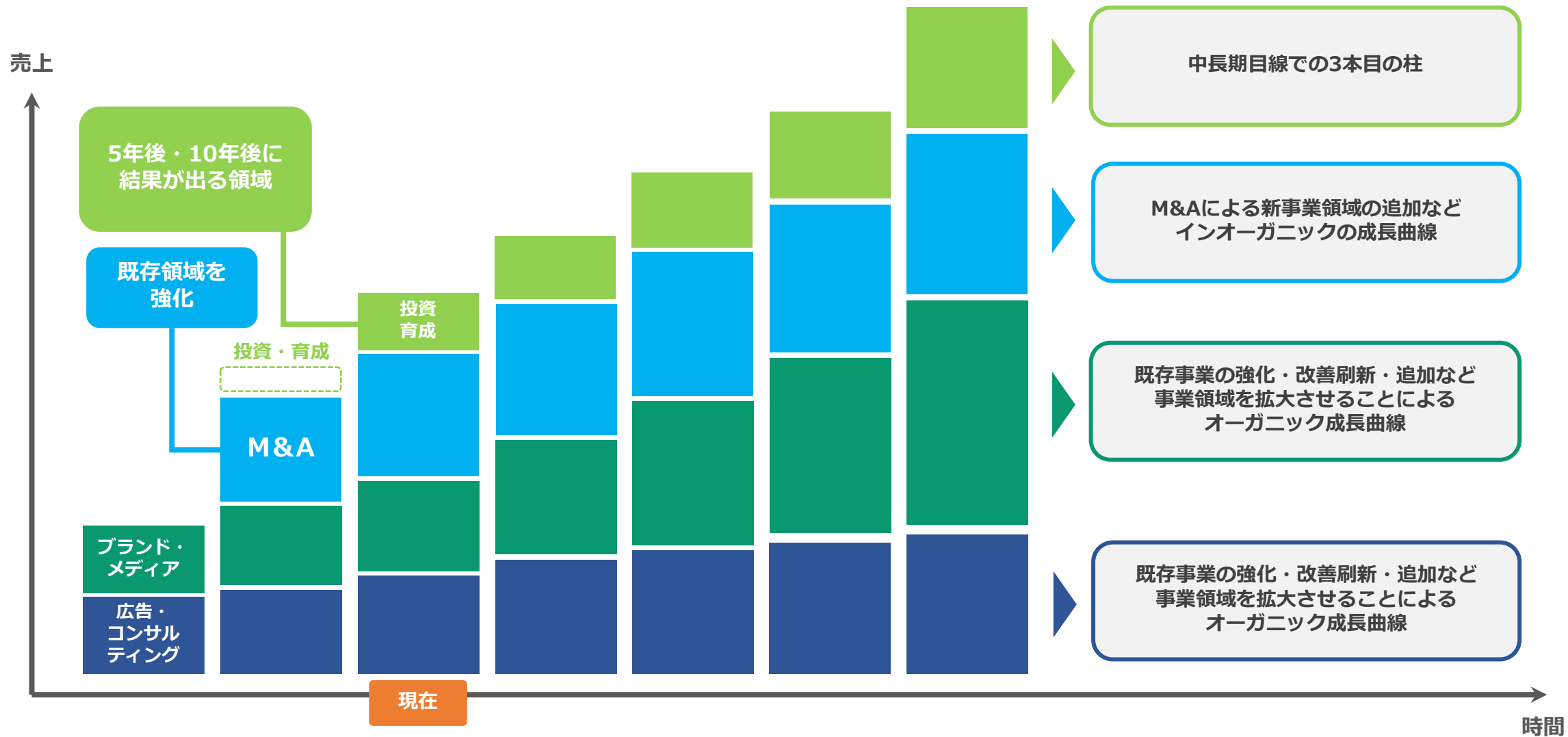
## ● 営業生産性の改善

- ・ 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



# 4. Appendix



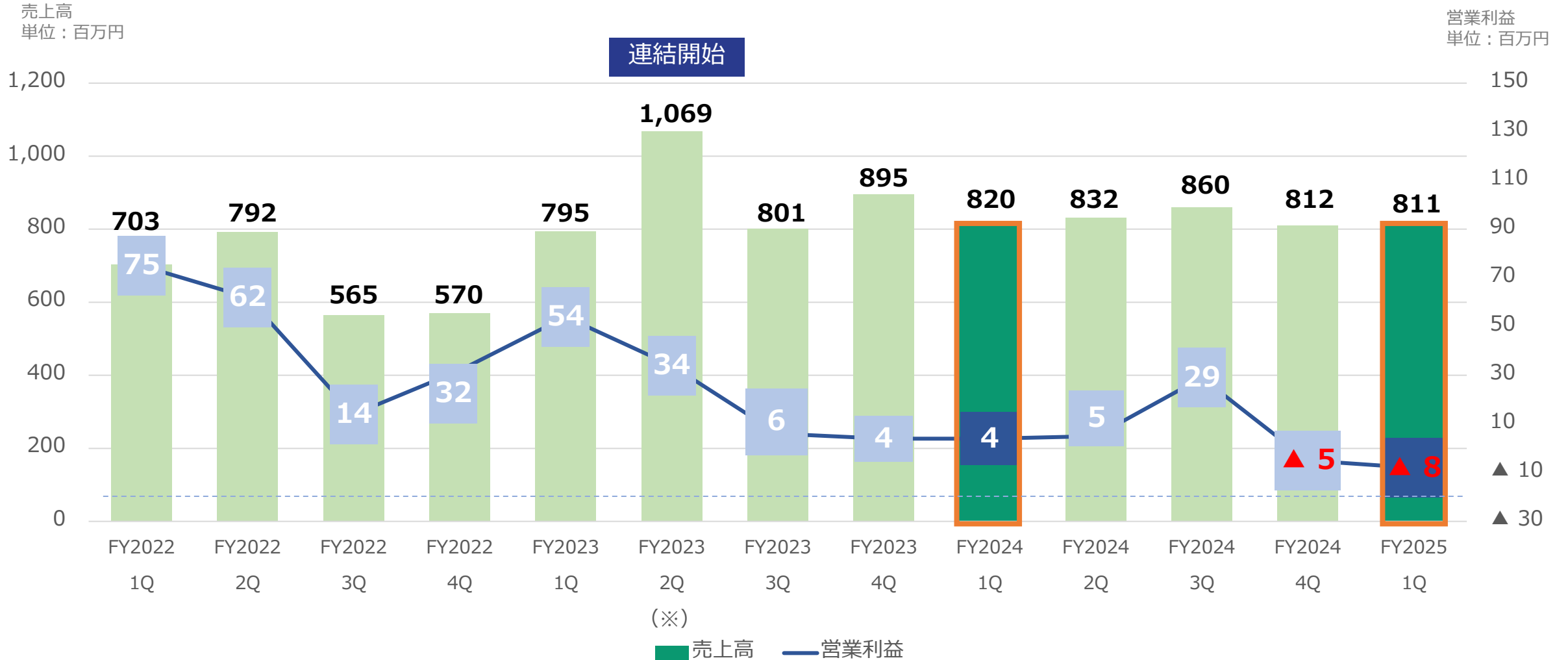
# i. 補足資料





# 連結売上高/連結営業利益推移

売上高および営業利益の増減内容については、業績ハイライト（連結実績）のページをご参照



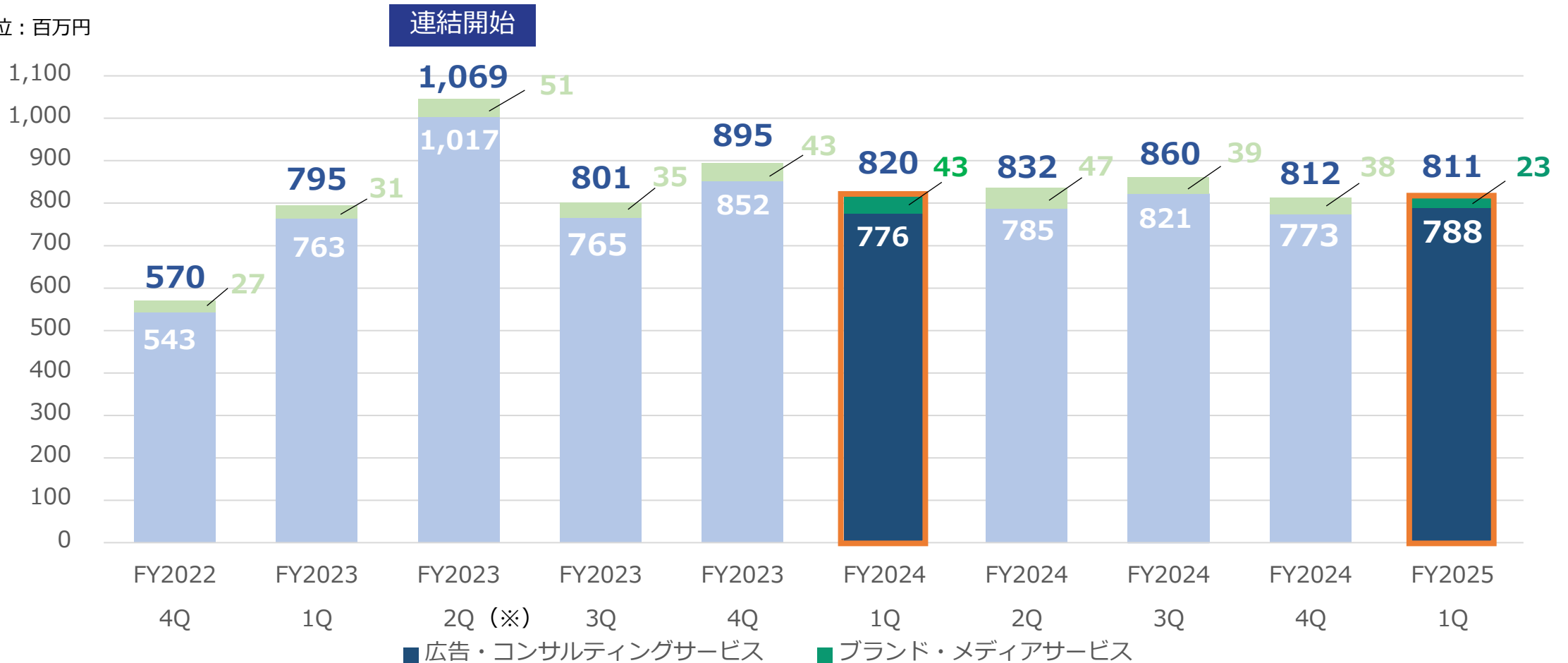
(※) FY2023\_2Q以降は連結会計の数値

## 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、前年並みの収益を維持。全体を牽引 (YoY +1.5%)

□ ブランド・メディアサービスは、事業環境の変化に伴うSEO案件の剥落分が大きく影響し減収 (YoY ▲47.2%)

単位：百万円



(※) FY2023\_2Q以降は連結会計の数値

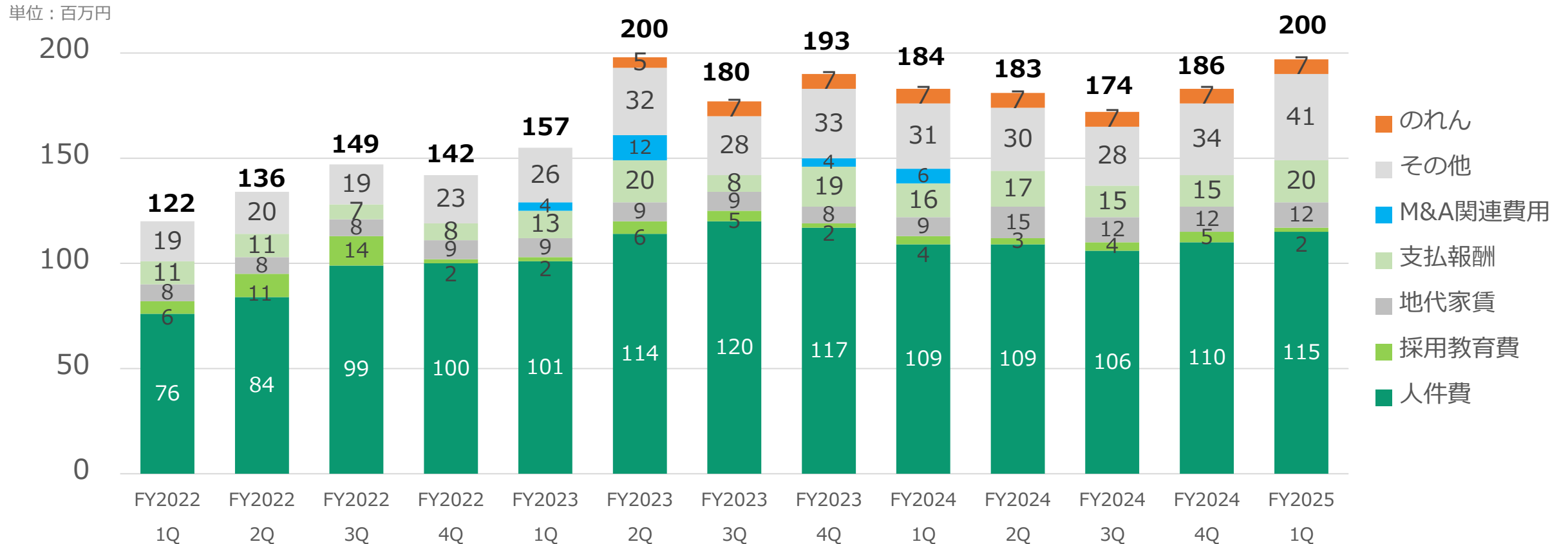
## 販売管理費推移

### □ 前期比 (QonQ)

- FY2024\_4Qとの比較において、採用推進・組織強化の結果として人件費が増加  
また、社外リソースの活用により業務委託費が増加

### □ 前年同期比 (YonY)

- FY2024\_1Qとの比較においても、同様に人件費の増加、業務委託費が増加している他、  
本社移転により地代家賃増加



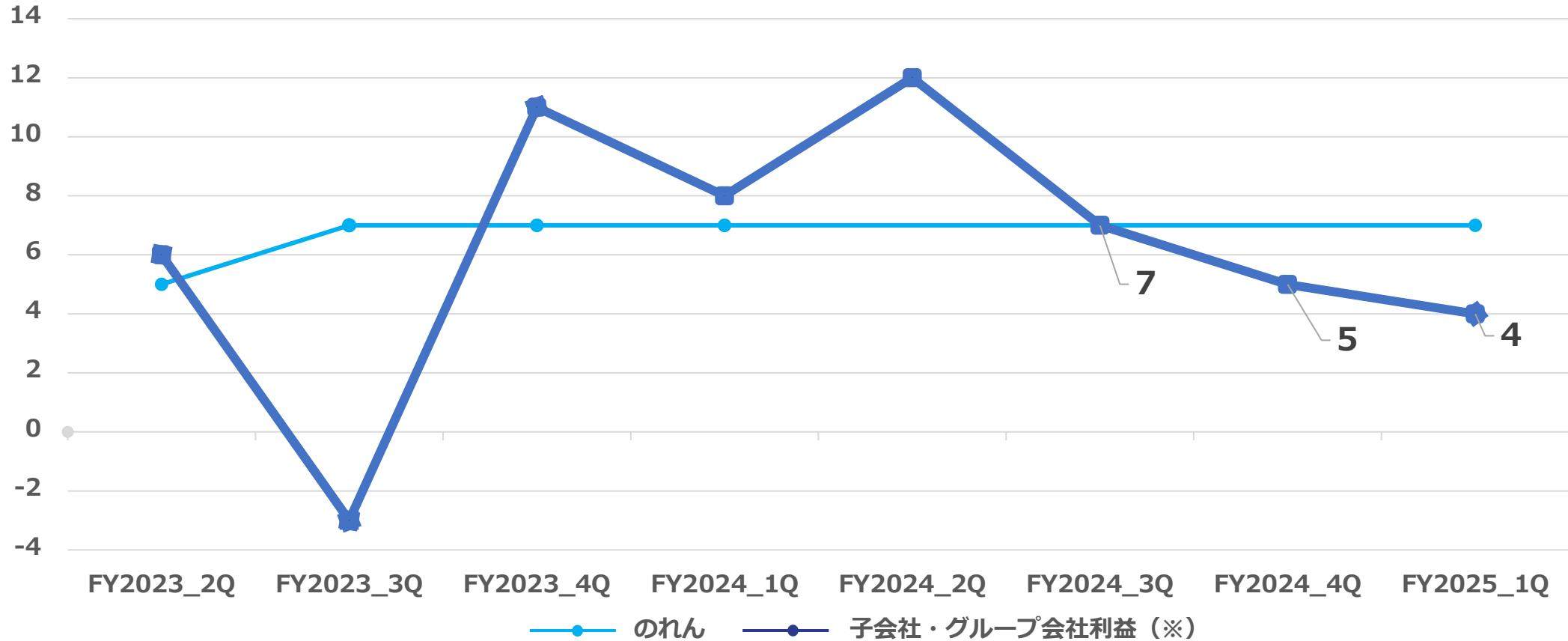
連結開始

※ FY2023\_2Q以降は連結会計の数値

## 子会社・グループ会社業績推移

- meyco社、ウェブコロール社の業績がFY2024 2Qまで好調であり、のれん償却額を上回る収支推移であったものの、FY25 1Qではmeyco社の業績低調により、のれん額を下回っている。  
事業環境の変化があったものの、ウェブコロール社は収益を立て直し、グループ貢献を果たしている。

単位：百万円



(※) 子会社・グループ会社利益の考え方  
FY2023\_4Qまではmeyco社営業利益、  
FY2024\_1Q以降はmeyco社営業利益+ウェブコロール社当期純利益×40% (持分法損益)

## BSハイライト

単位：百万円

	2024年9月末 (前期末)	2024年12月末 (当期末)	増減額
流動資産	2,047	1,956	▲91
固定資産			
有形固定資産	24	23	0
無形固定資産	102	94	▲7
投資その他の資産	112	117	▲4
資産合計	2,286	2,192	▲94
負債			
流動負債	1,269	1,227	▲41
固定負債	391	345	▲46
負債合計	1,661	1,573	▲88
純資産合計	625	619	▲6
負債純資産合計	2,286	2,192	▲94

## 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	YoY 累計増減額	YoY 累計増減率
売上高	3,326	4,119	+793	+23.9%
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	+159.2%
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	—

## ii. 当社グループ概要



# 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

『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。

## 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・戦略設計を提案。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ト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

# 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 ウェブココル株式会社

**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 ウェブココ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
- 2025年 1月 ウェブココル株式会社を子会社化

## 【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。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。