

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2025年6月30日
ニフティライフスタイル株式会社
(証券コード：4262)



CONTENTS

1. 会社概要 ー 事業内容とビジネスモデル、競争優位性について
2. 進捗状況 ー 前中期経営計画の振り返り
3. 成長戦略 ー 新中期経営計画における経営戦略、事業戦略、財務戦略
4. Appendix

CHAPTER

会社概要



会社概要

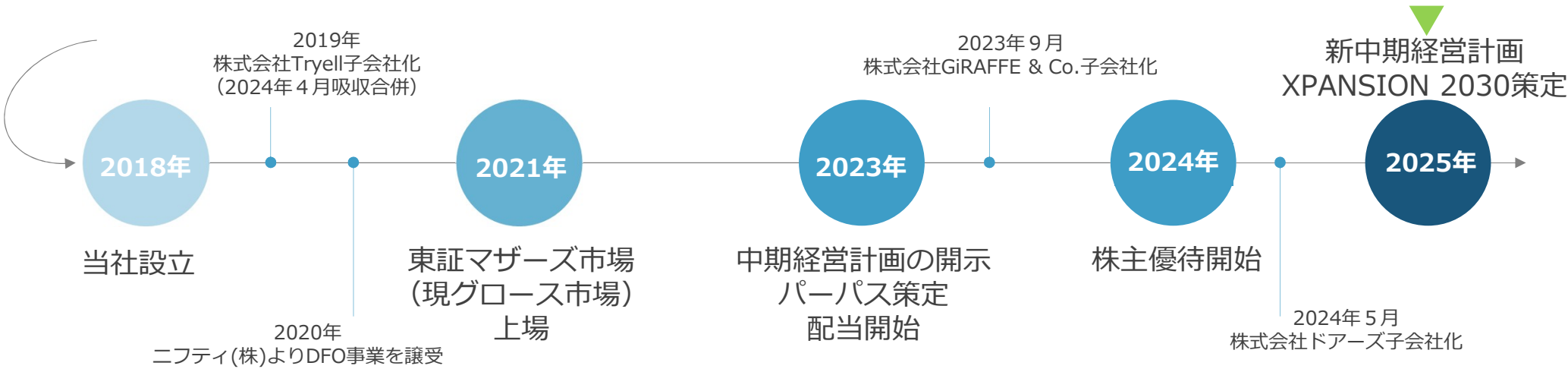
■ 会社名	ニフティライフスタイル株式会社
■ 所在地	東京都新宿区北新宿二丁目21番 1 号 新宿フロントタワー
■ 代表者	代表取締役社長 成田 隆志
■ 設立日	2018年 2 月23日
■ 資本金	12億6,256万円
■ 従業員数	109名（31名）
■ 証券コード	4262（東証グロース）
■ 子会社	株式会社ドアーズ、株式会社GiRAFFE & Co.

※2025年3月末時点

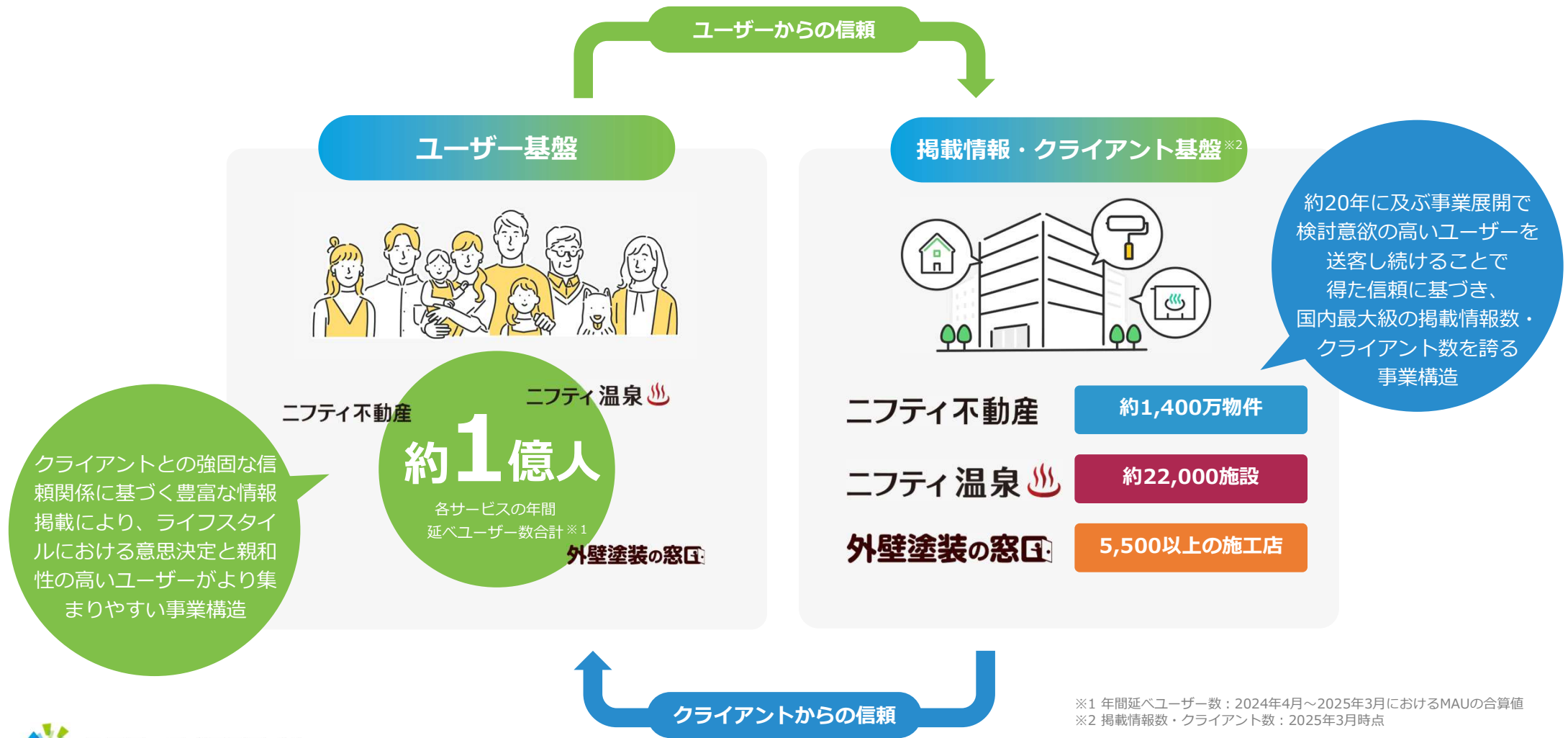
※連結/2025年3月末時点の正社員・契約社員数
括弧内は臨時従業員（アルバイト）数

当社の歩み

□1986年	株式会社エヌ・アイ・エフ設立 (現富士通クラウドテクノロジーズ株式会社)	■2003年	ニフティ温泉サービス開始
□1987年	NIFTY-Serveサービス開始	■2008年	DFOサービス開始
□1991年	社名をニフティ株式会社に改称	■2014年	オンライン内見サービス開始 (株式会社Tryell)
□1999年	@niftyサービス開始	□2017年	ニフティ(株)、 富士通クラウドテクノロジーズ(株)とニフティ(株)に分社化 ニフティ(株) ※現当社親会社はノジマグループ傘下へ
■2000年	ニフティ不動産、ニフティ求人サービス開始 (2024年12月サービス終了)		



当社の強み：ユーザー基盤 × 掲載情報数・クライアント基盤



※1 年間延べユーザー数：2024年4月～2025年3月におけるMAUの合算値
※2 掲載情報数・クライアント数：2025年3月時点

当社の強み：データ基盤 × テクノロジー基盤 × マーケティング基盤

データ基盤



- クライアントとの強固な信頼関係に基づく、国内最大級を誇る掲載データ
- ライフスタイルにおける意思決定と親和性の高いユーザー属性データ

テクノロジー基盤



- 重複物件の名寄せ処理の実現、独自検索システムによるデータ高速処理
- データを活用したUX向上に向けたレコメンド技術
- これらを可能にする自社開発組織

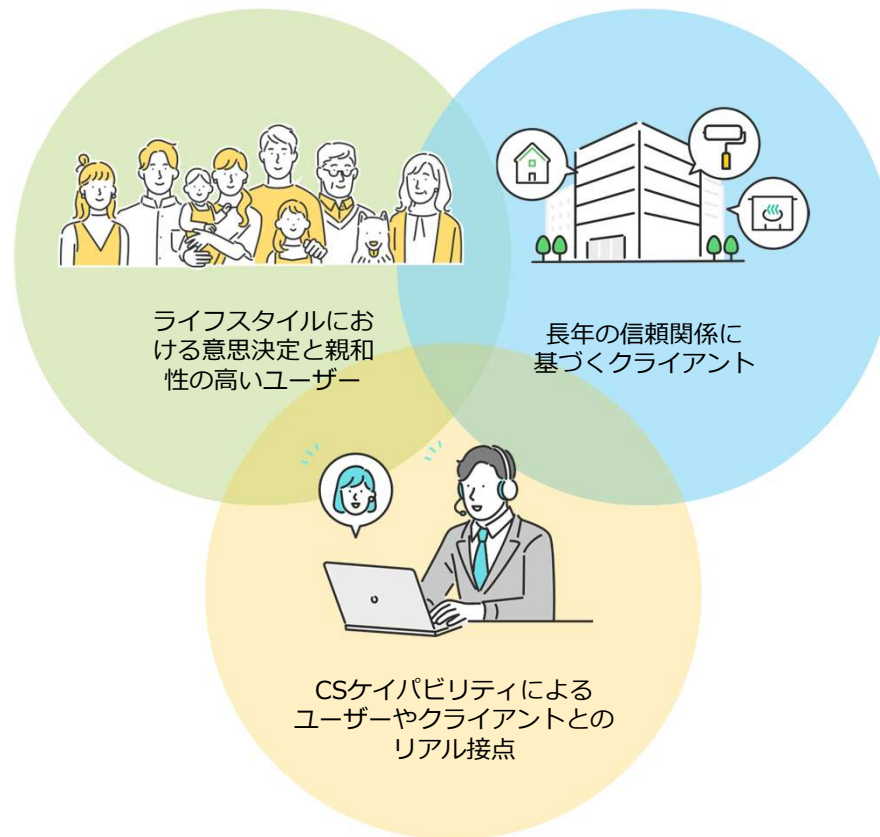
マーケティング基盤



- WEB広告に関するノウハウやテクニカルSEO等、デジタルマーケティングに関する対応力
- オーガニック集客力、成約確度の高いユーザーの獲得・送客

当社の強み：カスタマーエンゲージメント基盤

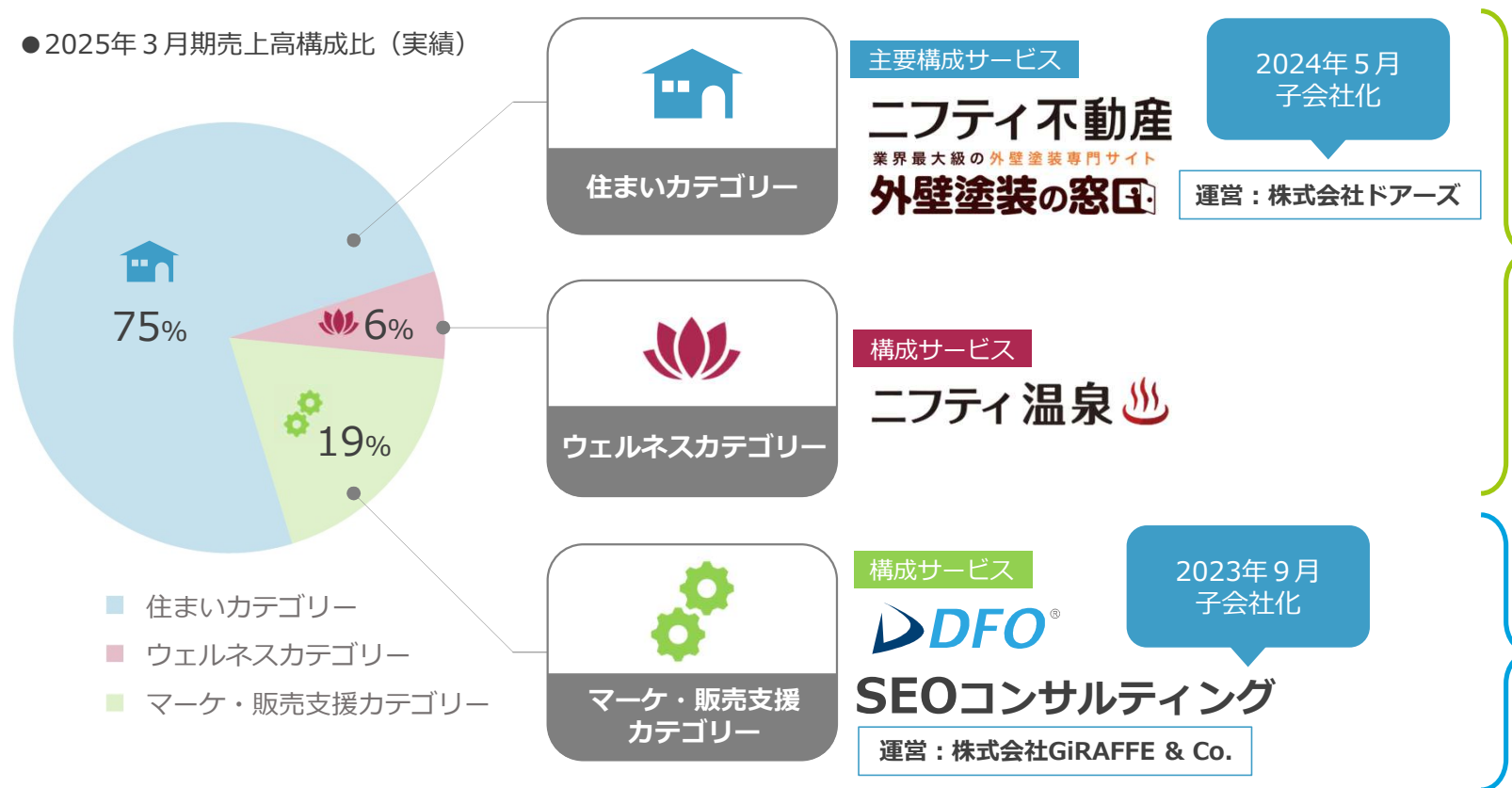
テクノロジー活用×リアル接点によるカスタマーエンゲージメント基盤



事業とサービスについて

- 行動支援サービス事業として、LIFE STYLE及びWORK STYLEの2領域を展開。
LIFE STYLE領域の住まいカテゴリーが売上高の8割弱を構成

● 2025年3月期売上高構成比（実績）



LIFE STYLE 領域

多様なライフスタイルに伴う
「意思決定」を支援し、
人々の豊かな生活に貢献します。

WORK STYLE 領域

企業や働く人の「意思決定」
を支援し、生産性の向上や
企業競争力の向上に貢献します。

■ 国内最大級の不動産物件情報を網羅する「お部屋探しアプリ」

効率

掲載物件情報数は国内NO.1！
複数サイトからまとめて探せて効率的

便利

膨大なデータを高速処理できる技術力が強み！
ユーザビリティを追求した物件探し



●掲載物件情報数

1,376 万件

●MAU (※)

446 万MAU

※MAU：Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数、※いずれも2025年3月末時点



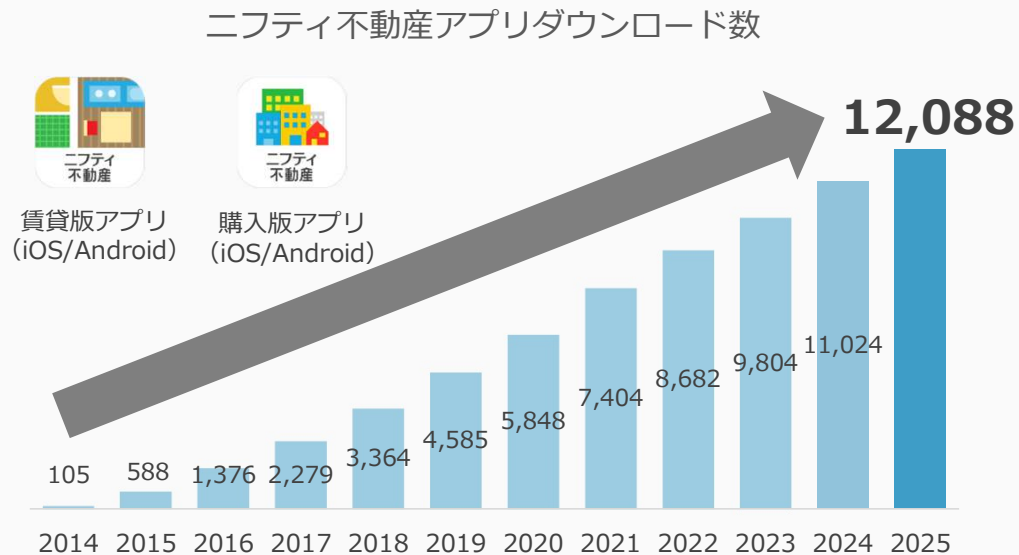
ニフティ不動産の特長のひとつとして、**多様な検索条件を設定できて便利**なことが挙げられます。

ユーザーが設定した複数の検索条件の高速処理→即時反映や、重複物件の名寄せ処理の実現等、強みの技術力を駆使することで、**検索体験の質の向上**に努めています。

LIFE STYLE領域 住まいカテゴリー：ニフティ不動産

アプリDL数の成長が継続

不動産関連キーワードを中心とするASO強化により、累計ダウンロード数は2025年3月に1,200万DLを突破する順調な推移



※各年3月末時点の累計アプリDL数。ニフティ不動産アプリシリーズ合計

(単位：千件)

「選ばれるサービス」への強みの強化が進展

掲載物件情報数No.1、こだわり条件数No.1の二冠を達成。継続的なUI/UX改善を進めることで、ニフティ不動産が選ばれる理由をより確かなものに



ビジネスモデル：LIFE STYLE領域 住まいカテゴリー ニフティ不動産



- 子会社の株式会社ドアーズが手掛ける。
ユーザーと外壁塗装事業者を結ぶ日本最大級のプラットフォームで、以下の2つのサービスを展開



マッチングサービス

全国のリフォーム店や塗装専門会社等との強固なネットワークを基盤に、外壁塗装を希望するユーザーに対し、要望に沿った優良施工店をご紹介しますサービス



リフォームサービス

2024年7月に本格開始した元請型事業。
地元の実績豊富な職人と提携して「外壁塗装の窓口」の店舗を展開、直接ご相談をお受けして施工までを一貫してサポートする、地域密着型のサービス

LIFE STYLE領域 住まいカテゴリー 主力サービス：外壁塗装の窓口

- マッチングサービスにおいては、加盟店数国内最大規模で全国5,570社が登録。
情報掲載に留まらず、オペレーターがユーザーの外壁塗装の優良施工店の選択を支援



DOORS の強みとは？

- ・ 加盟店数国内最大規模！

全国5,570社※の施工事業者が登録している
国内最大級のプラットフォーム。
最適な事業者とマッチしやすいことが特長

- ・ CS部隊が最後まで伴走！

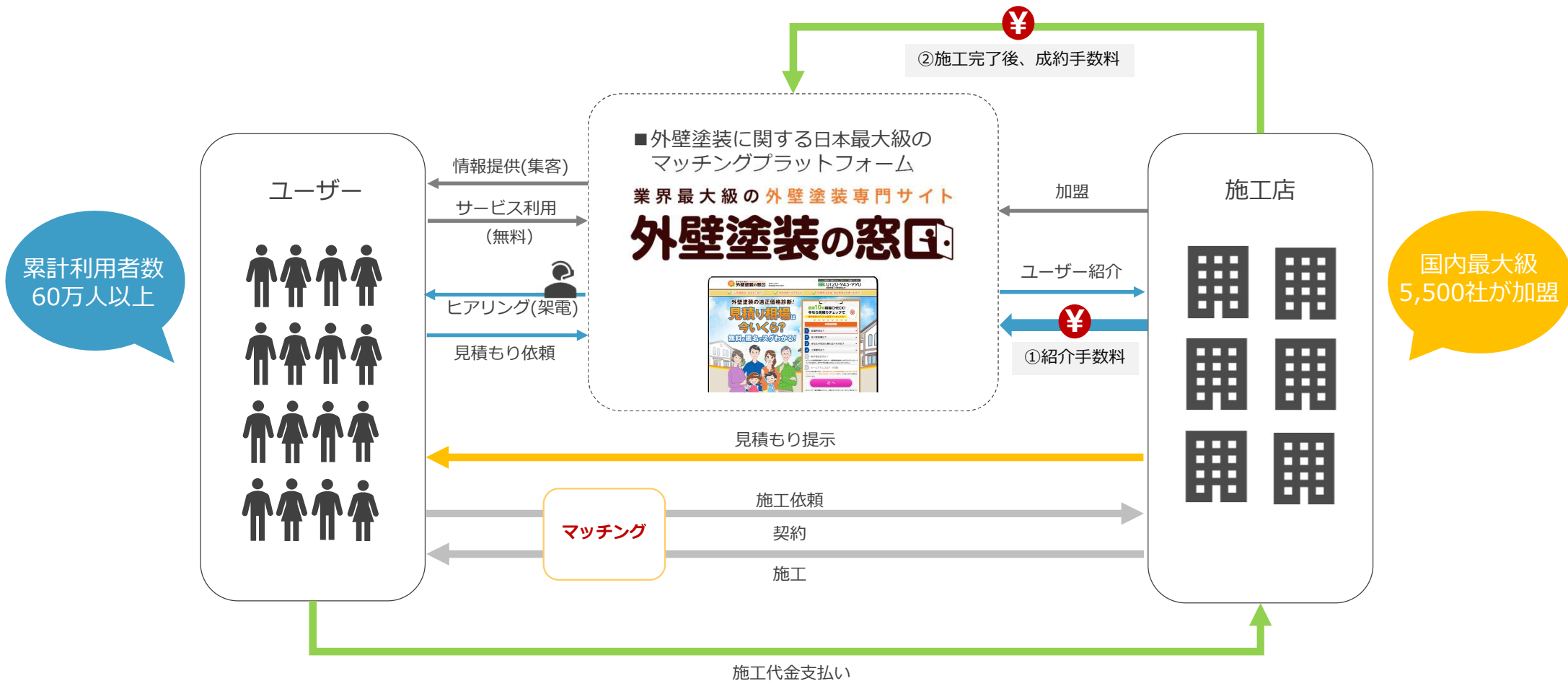
オペレーターがニーズに応じた提案からフォローアップまで伴走。ユーザーの意思決定を強力にサポートする体制が整っている

全国のリフォーム店や塗装専門会社等との強固なネットワークを基盤に、外壁塗装を希望するユーザーに対し、要望に沿った優良施工店をご紹介します
マッチングサービスを主力として手掛ける

※累計加盟店数：外壁塗装の窓口に参加した延べ社数、2025年3月末時点

ビジネスモデル：LIFE STYLE領域 住まいカテゴリー 外壁塗装の窓口

■ 問い合わせ時（ユーザー紹介時）と成約時の2段階でマネタイズポイントが訪れる独自モデル



- 日本最大級の温浴施設総合情報検索プラットフォーム。全国の日帰り温浴施設やスパなどに関する情報やお得なクーポン、口コミ等を掲載する独自メディアで、電子チケットサービスも提供中
- 各種ランキングや記事などのコンテンツ提供のほか、温浴施設と連携した広告プランの提案も実施

掲載温浴施設数

22,662施設

※2025年3月末時点

月間ユーザー数

約393万ユーザー

※2024年度平均

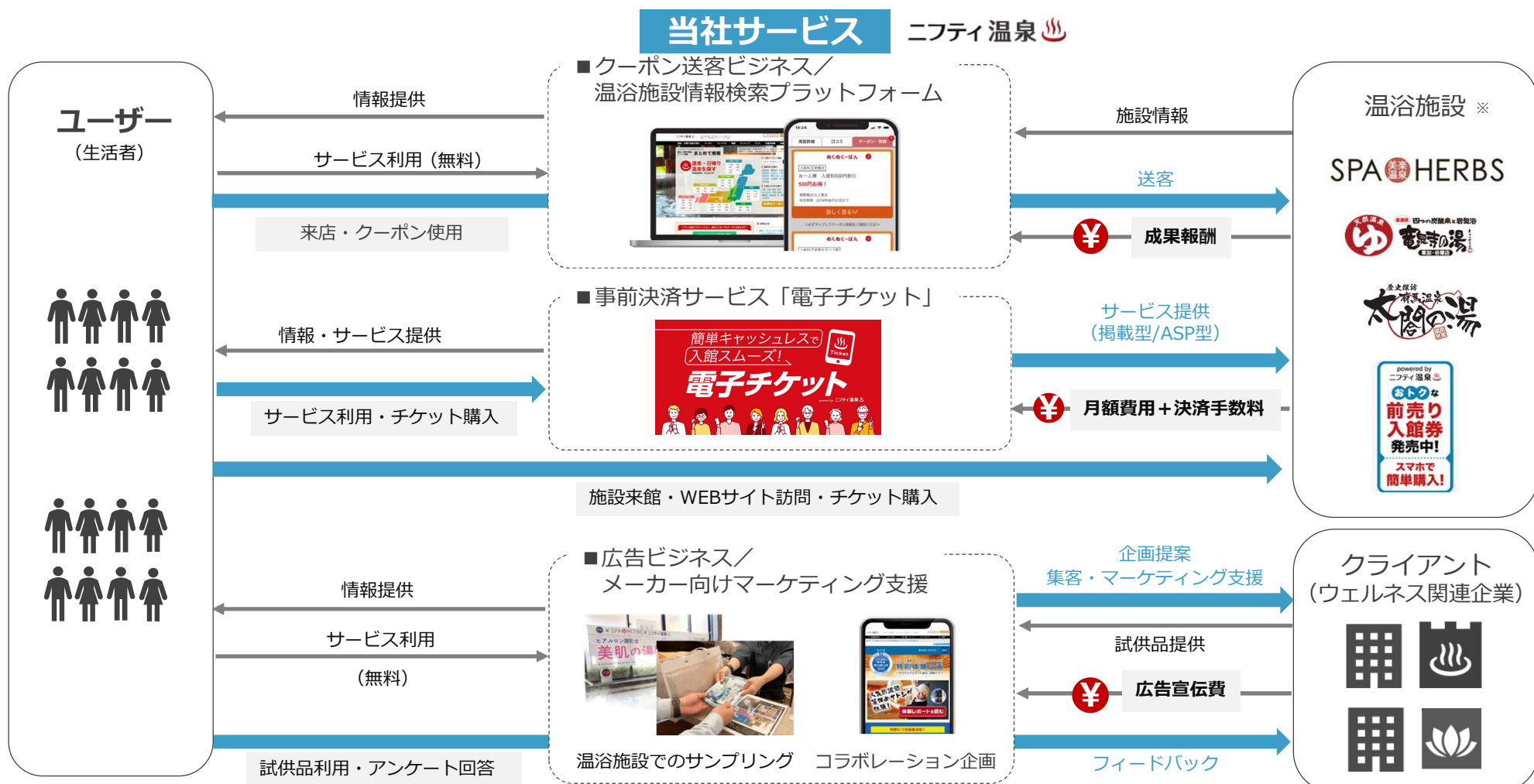
会 員 数

全国約100万人

※2025年3月末時点



ビジネスモデル：LIFE STYLE領域 ウェルネスカテゴリー



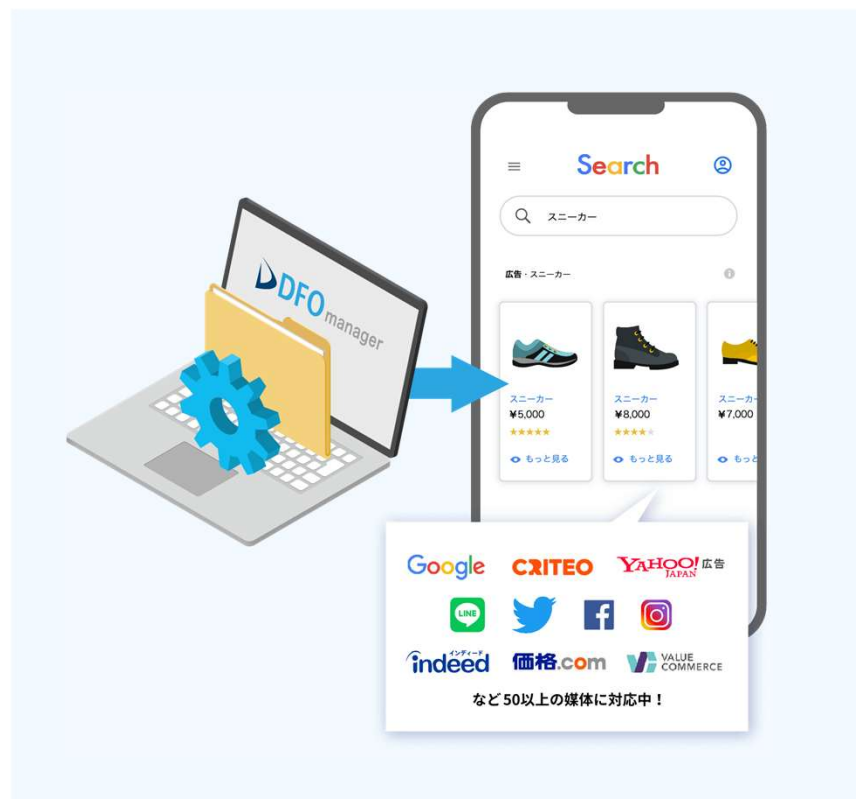
LIFE STYLE領域 ウェルネスカテゴリ：電子チケットサービス 市場規模イメージ

- ニフティ温泉は国内の日帰り温浴施設 約22,000の情報を掲載しているものの、クーポン(電子チケット)導入施設は未だ一握りであり、開拓・成長余地は十分



➡ ユーザー、温浴施設双方のニーズを汲んだ魅力的な内容にするための商品力強化と開発推進
既存クーポン導入施設から切り替え営業実施、体制強化による新規導入店舗開拓に注力

- インターネット広告等の出稿時に、商品データを最適な広告配信フォーマットへ自動変換する
広告入稿支援ツール「DFO(Data Feed Optimization)」をSaaS型ビジネスとして提供



導入実績※



※一部抜粋（2025年3月末時点）

- 子会社の株式会社GIRAFFE & Co.が手掛ける。
テクニカルSEO支援をはじめとするWEBマーケティングの課題に対応する
コンサルティングサービスを展開

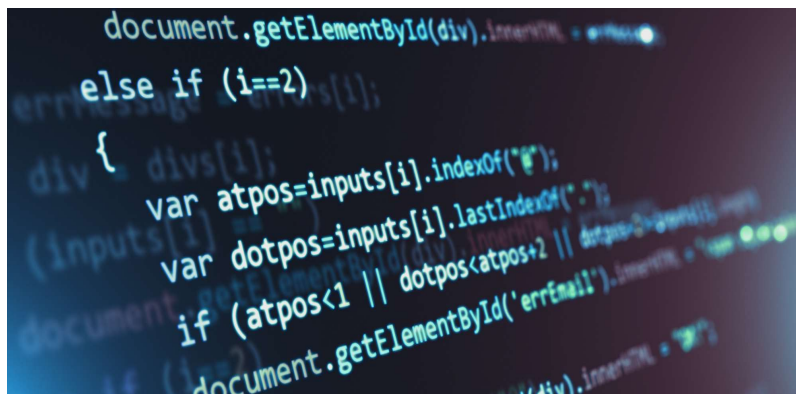
外部対策SEO

コンテンツSEO

テクニカルSEO

ジラフが得意とする **【テクニカルSEOとは】**

検索エンジン向けのSEOのこと。検索エンジンから正しい評価を受け、検索上位を獲得できるようにするため、**サイト構築の際に技術的な部分を改修する手法**



テクニカルSEO支援をベースにしたジラフ社のコンサルサービス

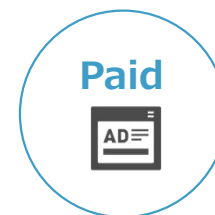
- ▶ リニューアルSEO
WEBサイトリニューアル時のSEOトータルケアサービス
- ▶ WEBグロース
SEO・解析・打ち手の実装・効果検証を一気通貫で提供する
「成果をあげることに特化したサイト運用サービス

WORK STYLE領域 マーケ・販売支援カテゴリ：デジタルマーケティング支援のしくみ解説

■ デジタルマーケティング支援における集客のしくみは主に2つ。両輪で顧客の集客をサポート



利用者による検索行為で
「選ばれる」ための施策



利用者を選んでもらえるように
「誘導」するための施策

SEOコンサルティング

テクニカルSEO（検索エンジンからの
評価を上げるためのSEO）**を実施**

サイト構築の段階から、技術的な面で検索エンジンにアプローチすることで、検索上位表示を獲得しやすくなり、ユーザーからより見つけられやすくする

= 自然流入（オーガニック集客）を増やす仕組みを整えることでコスト抑制につながる

当社サービス



膨大な物件情報のなかから、一人ひとりに合わせて最適化された広告を効率的に配信

広告配信会社のフォーマットに合わせてデータを自動的に最適化、大量のデータを日々自動更新することが可能

= 最新の情報を効率的にユーザーへ届けることができるので、成約機会を高められる

ビジネスモデル：WORK STYLE領域 マーケ・販売支援カテゴリー

当社サービス



■ SaaSツール販売



■ DFO運用コンサルティング



■ 広告運用サービス

データフィードのプロフェッショナルによる広告運用サービス。データフィードと広告運用の窓口のワンストップサービスを行うことで、効率良く広告効果の最大化を図ることが可能

SEOコンサルティング

■ コンサルティングサービス

テクニカルSEOに関するコンサルティングに強みを有する株式会社GIRAFFE & Co.が手掛ける、テクニカルSEOをはじめとしたデジタルマーケティングコンサルティングサービス

ツール（SaaS型）、コンサルティングサービス提供



月額利用料

広告運用支援



運用手数料

コンサルティングサービス提供



コンサルティングフィー

クライアント

EC企業・広告代理店等



クライアント

EC企業・広告代理店等



クライアント



CHAPTER

進捗状況

前中期経営計画振り返り



前中期経営計画振り返り：計画骨子(2023年5月開示)

事業基盤の強化

当社グループが持つ強みやアセットを活かし、事業ドメインを不動産テック、ウェルネス
テック、クロステックの3領域へ再定義
将来に向けた第2第3の事業の柱を創出し、事業基盤強化を図る

事業拡大による 収益源の多様化

既存事業の着実な成長と新規事業の創出の2軸に注力
事業投資、戦略投資の推進により、周辺領域での事業を強化・拡大し、
収益源の多様化を図る

新たな価値が生まれる 組織環境整備

当社ミッションの実現に向かって、新たな価値やイノベーションが生まれる
組織への進化を目指す

定量目標 (26年3月期)

売上高 45.5 億円 (CAGR15%) 営業利益 10 億円 (CAGR20%)

※CAGR：2023年3月期実績に対しての年平均成長率

既存主力事業の 着実な成長



- 既存主力事業のニフティ不動産が当社業績をけん引。掲載物件情報数、こだわり条件数No.1の実績に加え、アプリDL数は累計1,200万を突破と着実な成長

戦略投資の推進及び グループシナジー創出



- インオーガニック成長としてGiRAFFE&Co.社及びドアーズ社の2件のM&Aを実行。既存事業とのグループシナジー創出のトラックレコードを構築

既存 × 周辺による 事業領域拡大



- ニフティ不動産×ドアーズ社により、不動産テック領域での事業展開が、これまでのお部屋探し支援から「住まい全般支援へ」と進化

経営理念の再定義



PURPOSE (存在意義)

思いやりとテクノロジーで、
一人ひとりの「幸せな暮らしの意思決定」を支え続ける。



- パーパス「思いやりとテクノロジーで、一人ひとりの『幸せな暮らしの意思決定』を支え続ける。」のほか、ビジョン及びバリューを策定

人材採用の継続強化



採用優先度の設定



リードタイム短縮

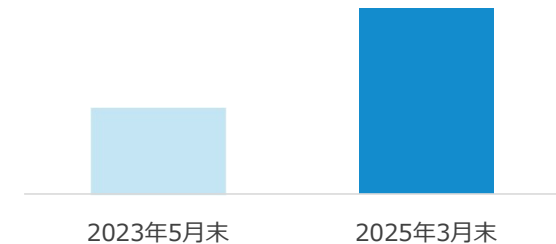


クロージング強化

- 全社横断での採用優先度を常に更新、採用リードタイムを短縮。また、クロージング強化として候補者に対するきめ細かなフォローを実施

グループ人員数の増加

グループ人員数
(業務委託等含む)

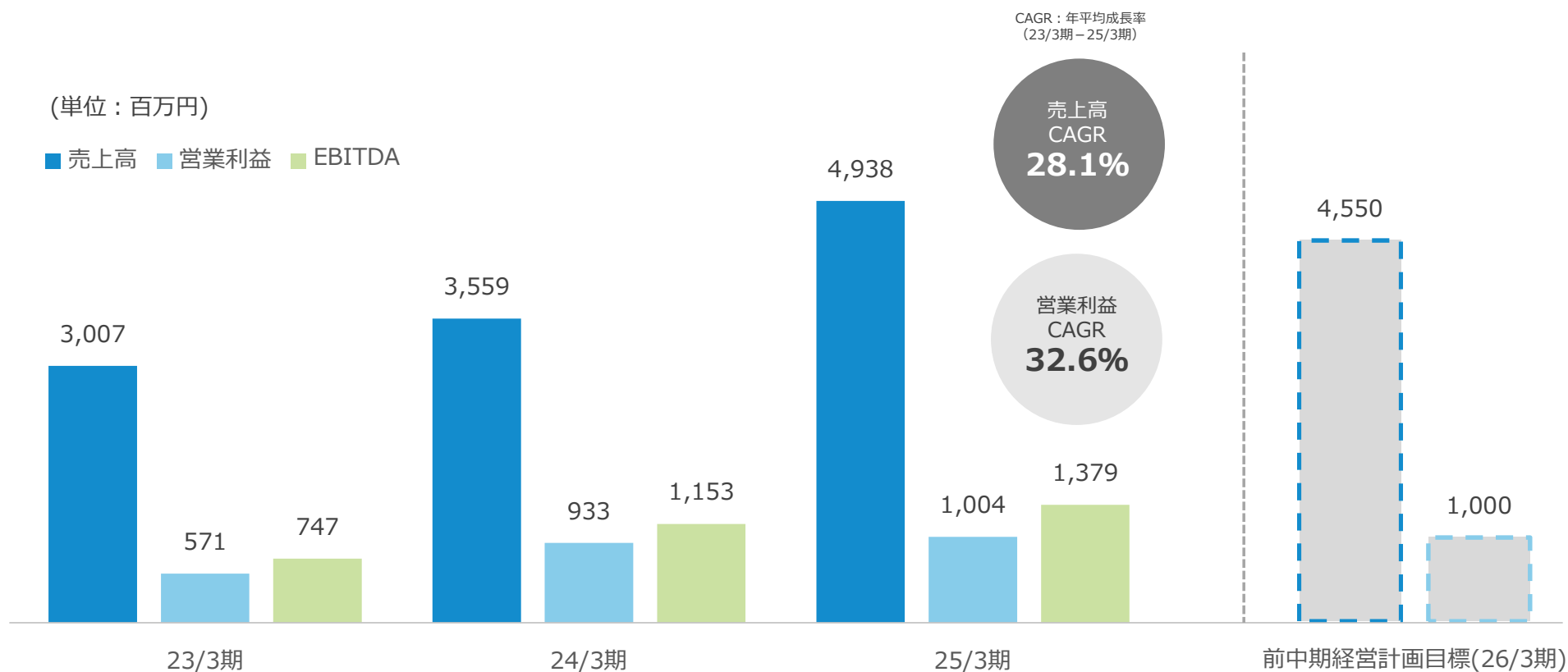


- 新たな価値やイノベーションが生まれる組織への進化を目指した結果、中期経営計画を発表した2023年5月からグループ人員数は一定の増加



前中期経営計画振り返り

- 売上高45.5億円、営業利益10.0億円の定量目標を一年前倒しで達成(いずれも設立以降最高を更新)
- キャッシュフロー創出力を示すEBITDAは13.8億円の水準へと成長



CHAPTER

成長戦略① 経営戦略



外部環境

- 2030年問題、人生100年時代、テクノロジーの変化の3つの潮流により、価値提供の余地が拡大

2030年問題

少子高齢化による社会問題

2030年には国内総人口の約1/3を高齢者が占める

人生100年時代

新たなライフステージの誕生

平均寿命の伸びにより100歳まで生きるのが当たり前になる時代へ

テクノロジーの変化

生成AI等の進化・浸透

生成AIの急速な進化と普及、ディープラーニングの基盤技術により、AIの性能が飛躍的に向上

既存

既存ドメイン（住まい・ウェルネス）から隣接領域への拡大機会



人材支援、アウトソース需要の高まり



生成AIをはじめとする省人化の普及



中長期的資産・キャリア形成の必要性の増加



新しい住まいの提案機会の増加

新規

価値提供方法の拡大機会



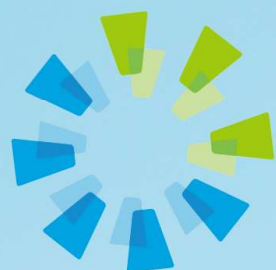
Web行動におけるより良いUXの提供機会の増加



データ活用余地の拡大

PURPOSE

思いやりとテクノロジーで、一人ひとりの「幸せな暮らしの意思決定」を支え続ける。



ニフティライフスタイル

LIFE
STYLE

一人ひとりの
幸せな暮らし

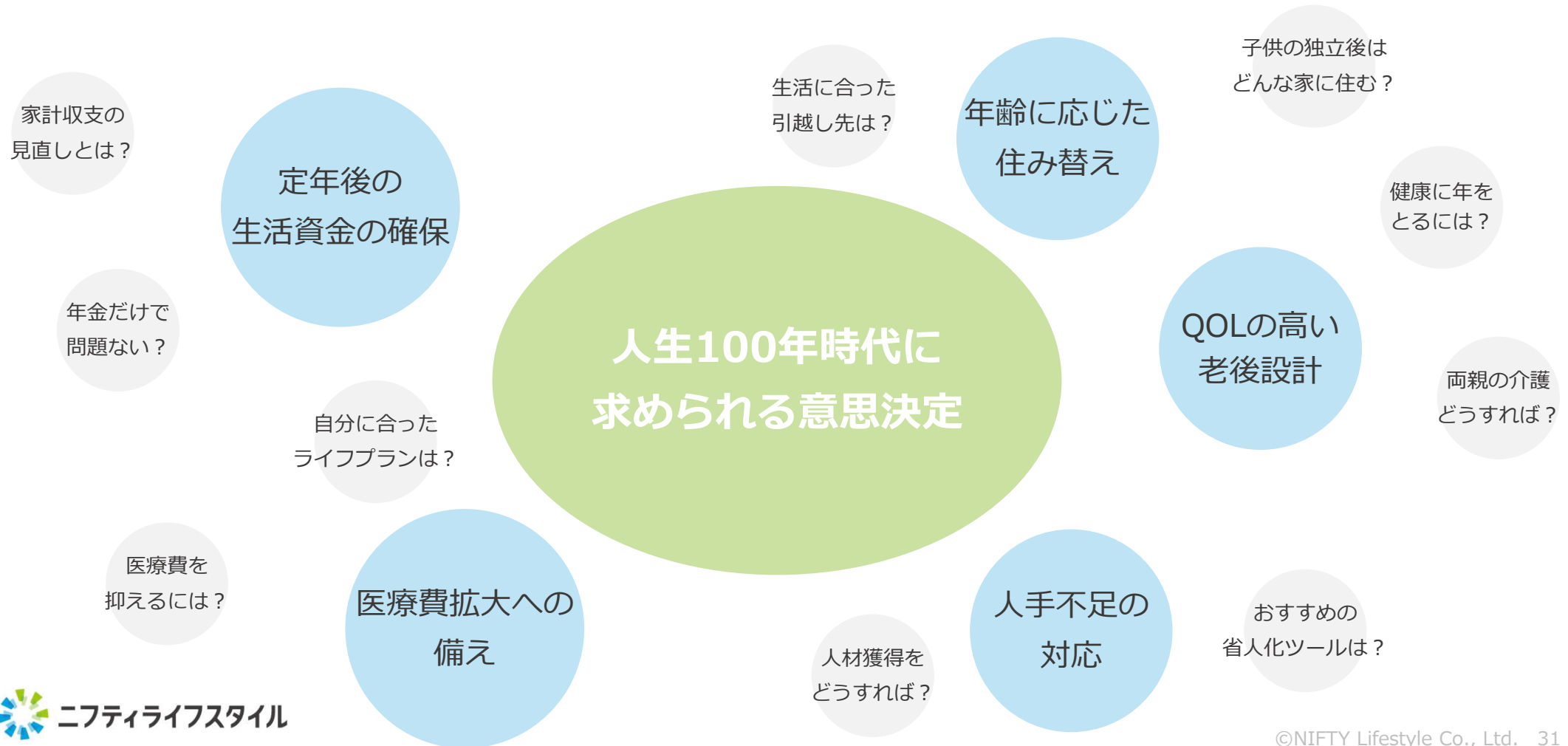
WORK
STYLE

人生100年時代の意思決定をLIFE STYLE & WORK STYLEの両方から支えていく企業へ



人生100年時代に起こる変化と当社の変化

- 人生100年時代に起こる変化に合わせて、多くの人の意思決定を支え続ける当社も変化する必要がある



幸せな暮らしについて

- 人生100年時代においては、「LIFE STYLE」と「WORK STYLE」の双方の充実が幸福度に大きな影響を与える

家族・仕事の満足度と幸福度

幸福度が8点（10点満点）以上の人の割合は、仕事と家庭で満足しているほど高い。

		仕事		
		とても満足	満足	非満足
家庭	とても満足	80.5%	66.9%	47.0%
	満足	60.0%	41.6%	20.8%
	非満足	41.7%	12.2%	2.2%

働きがいと幸福度

やりがいや成長を感じられるといった「働きがい」を重視する考えに肯定的な人の方が、今の仕事に満足している人の割合が高い傾向。

働きがい肯定派 **約6割**が今の仕事に満足

- 仕事にやりがいがあれば、待遇や労働条件が多少悪くてもよい（61.5%）
- 出世や昇進のためには、多少つらいことでも我慢したい（58.3%）

働きやすさ肯定派 **約4割**が今の仕事に満足

- 仕事は収入を得る手段に他ならない（41.4%）
- 人並み程度の仕事をすればよい（43.1%）

PURPOSE

思いやりとテクノロジーで、一人ひとりの「幸せな暮らしの意思決定」を支え続ける。

VISION 2030



X P A N S I O N 2 0 3 0

「人生100年時代の意思決定」を支える企業へ

LIFE STYLE 領域

多様なライフスタイルに伴う
「意思決定」を支援し、
人々の豊かな生活に貢献します。

BUSINESS
DOMAIN

WORK STYLE 領域

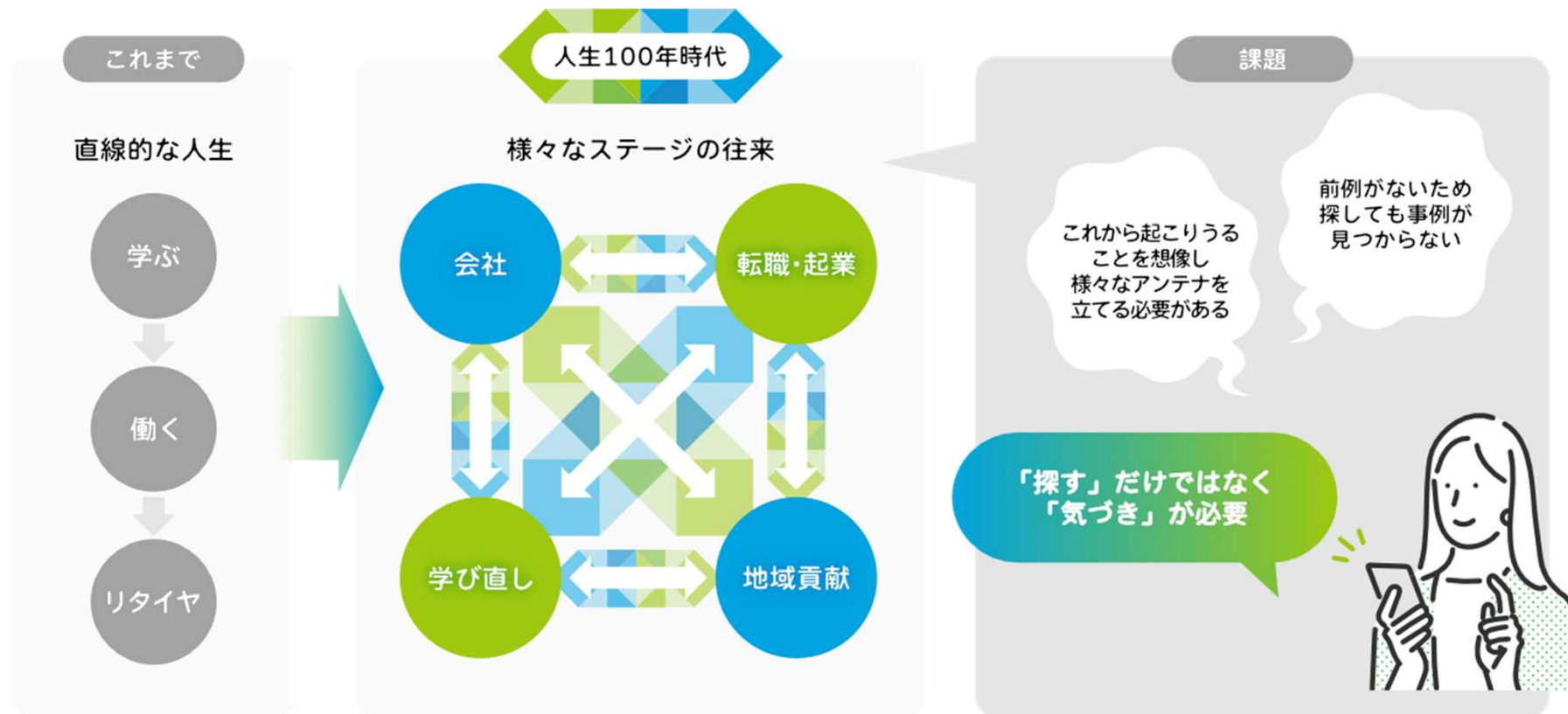
企業や働く人の「意思決定」
を支援し、生産性の向上や
企業競争力の向上に貢献します。



人生100年時代の暮らし方における意思決定の要素

X P A N S I O N 2030

- 人生100年時代を想定すると、働く期間・生きる時間が長くなり、暮らしの意思決定の仕方にも従来と変化が訪れるため、新しい生き方に対する“気づき”が重要な要素となる



人生100年時代の意思決定に必要な「相談」という提供価値

X P A N S I O N 2030

- 自身で考えるのみではなく、他者の意見を取り入れることにより意思決定の質を高めることができる。
さらに今後は生成AIの登場により、「相談する」環境の整備がより進むと考えられる

意思決定で陥りやすいバイアス例

自己奉仕
バイアス

確証
バイアス

同調性
バイアス

特徴
肯定性
効果

自信過剰
バイアス

他者への相談により客観性を
高められ、質の高い意思決定に繋がる

自分で探す



相談する



「探す」だけでは気づかない多様な”気づき”や、「人生100年時代」に必要な”気づき”を与えることで意思決定を支える



CHAPTER

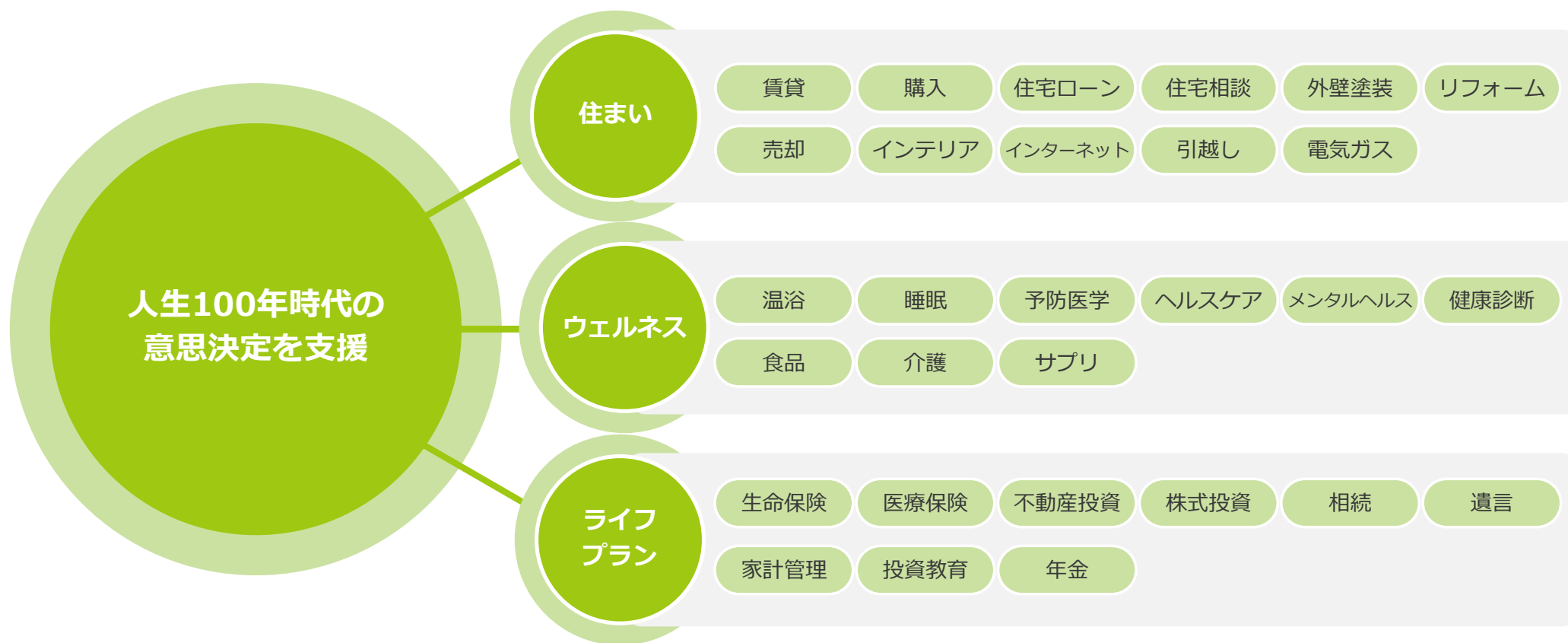
成長戦略② 事業戦略



LIFE STYLE 領域

多様なライフスタイルに伴う
「意思決定」を支援し、
人々の豊かな生活に貢献します。

- 人生100年時代において、意思決定の支援が最も重要な領域は以下と定義



LIFE STYLE領域ポートフォリオ

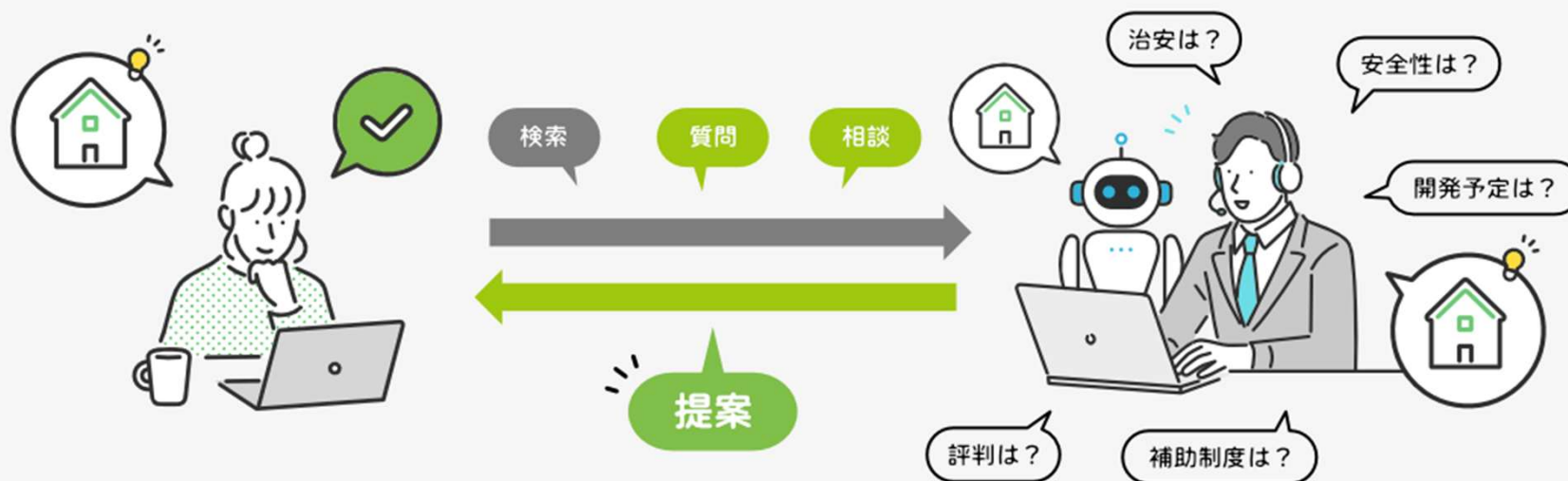
X P A N S I O N 2030

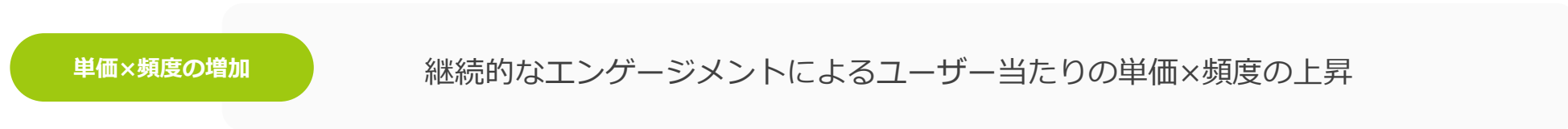
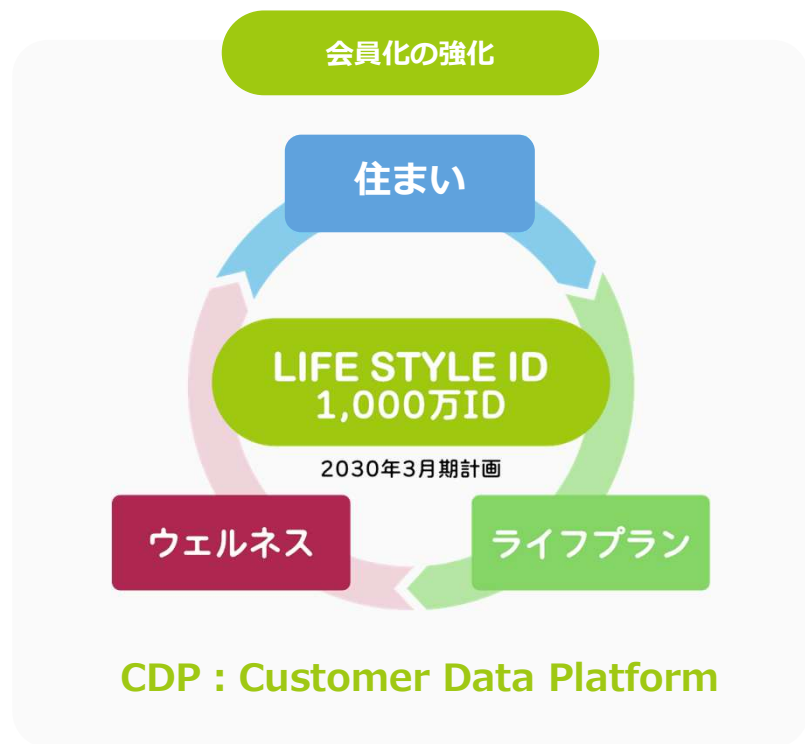
- 提供価値：サーチ(探す)からアドバイス(相談する)への価値拡大へ
- 事業領域：住まい + ウェルネスから、中期的にはライフプラン領域へ



相談サービスの進化で、より幅広い住まい全般のサポートができるようになる

「探す」から「相談する」へアドバイザーサービス化

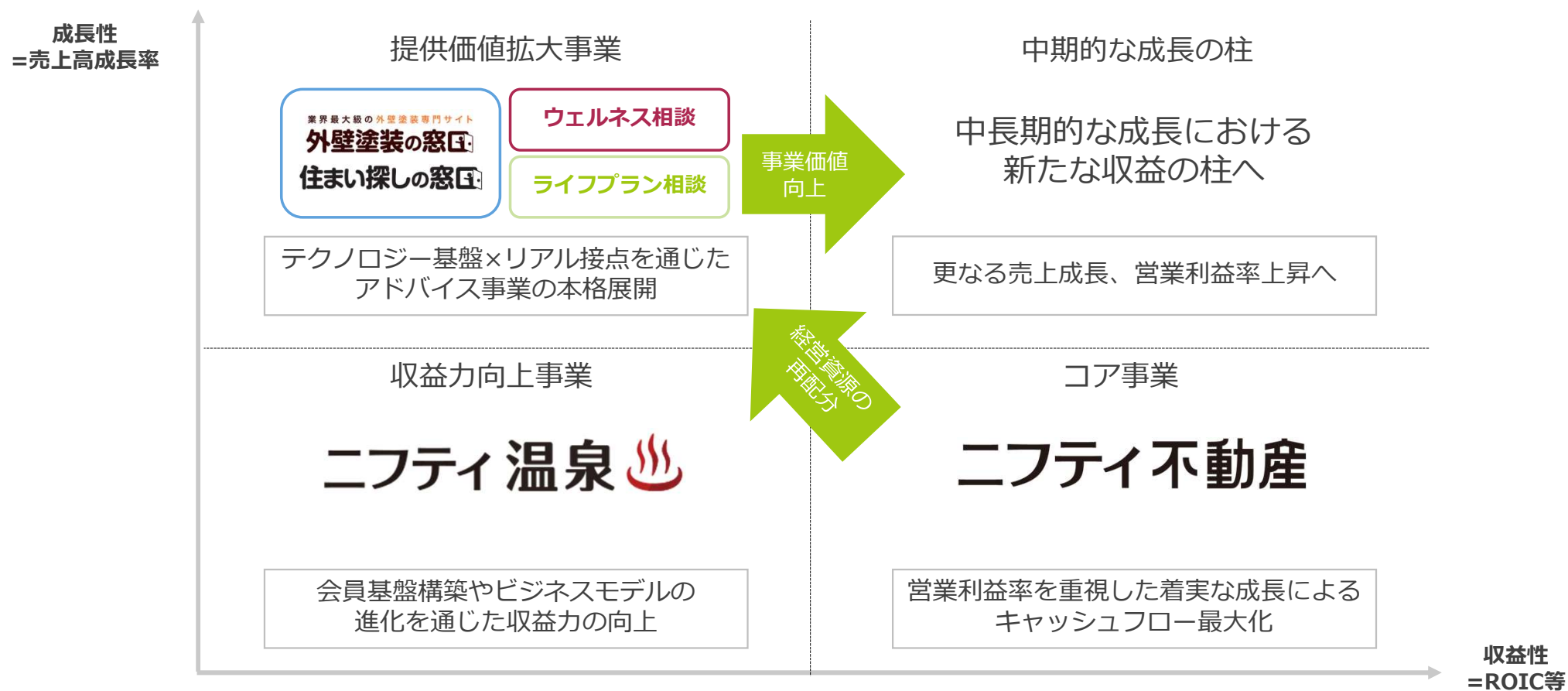




事業位置づけ及び経営資源配分

X P A N S I O N 2030

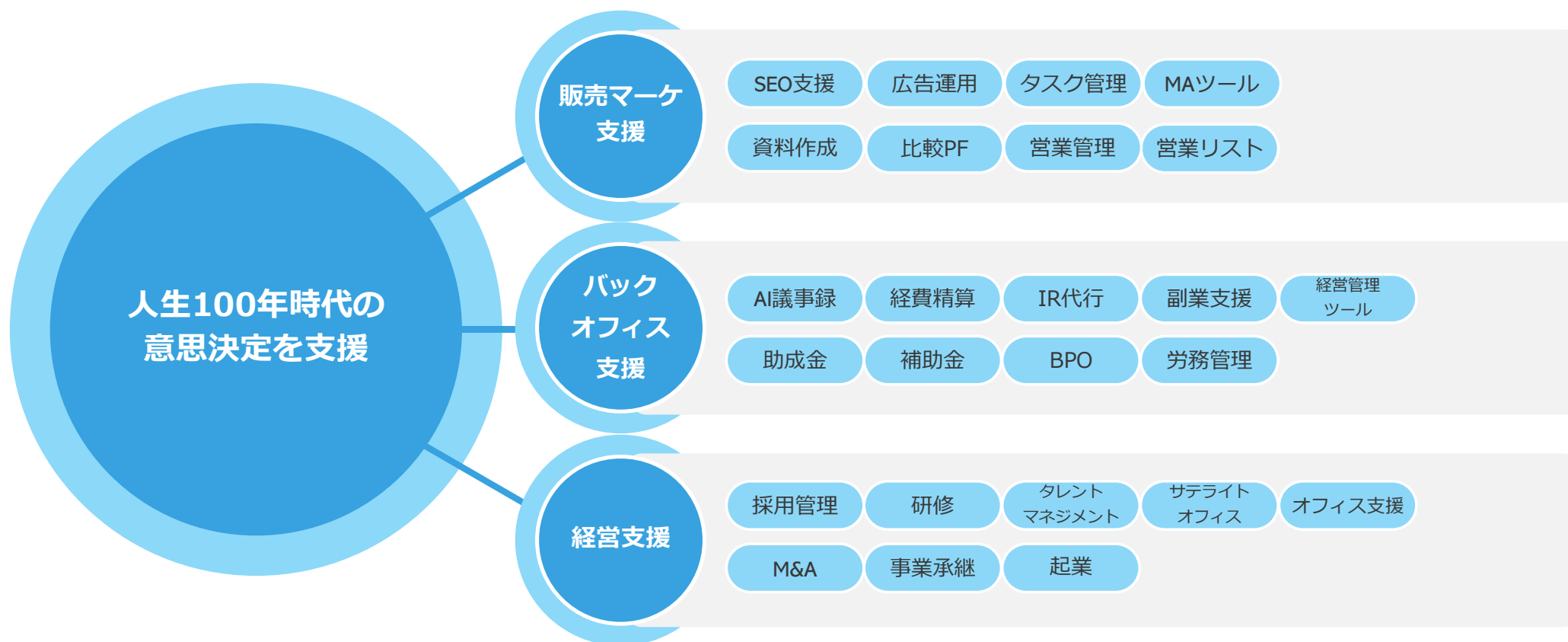
- 既存コア事業の安定的なキャッシュフローを、次なる成長の柱の創出に向けて投資



WORK STYLE 領域

企業や働く人の「意思決定」
を支援し、生産性の向上や
企業競争力の向上に貢献します。

- 人生100年時代において、意思決定の支援が最も重要な領域は以下と定義



WORK STYLE領域ポートフォリオ

 X P A N S I O N 2030

- 人手不足が進む販売・マーケティング、バックオフィス、経営領域で、業務改善や効率化に向けて、スペシャリストやAIを活用したアドバイスと、様々な業務改善プロダクトの紹介で業務支援



事業位置づけ及び経営資源配分

X P A N S I O N 2 0 3 0

■ WORK STYLE領域における中期的な成長の軸の創出を目指す



CHAPTER

成長戦略③ 財務戦略



中期経営計画 最終年度 (2030年3月期)	
売上高	120.0 億円
営業利益	20.0 億円
株主還元	配当性向目標 50% 計画期間中(26/3期～)
ROE	15% 以上

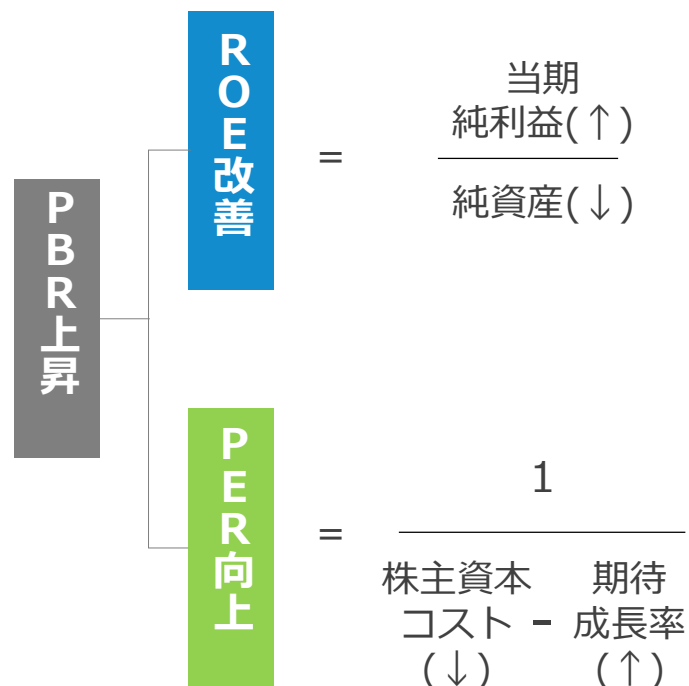
中期経営計画 売上高目標

X P A N S I O N 2 0 3 0

- 2030/3期における売上高目標120.0億円の内訳としては、
LIFE STYLE領域売上高が84.0億円、WORK STYLE領域売上高が36.0億円となる



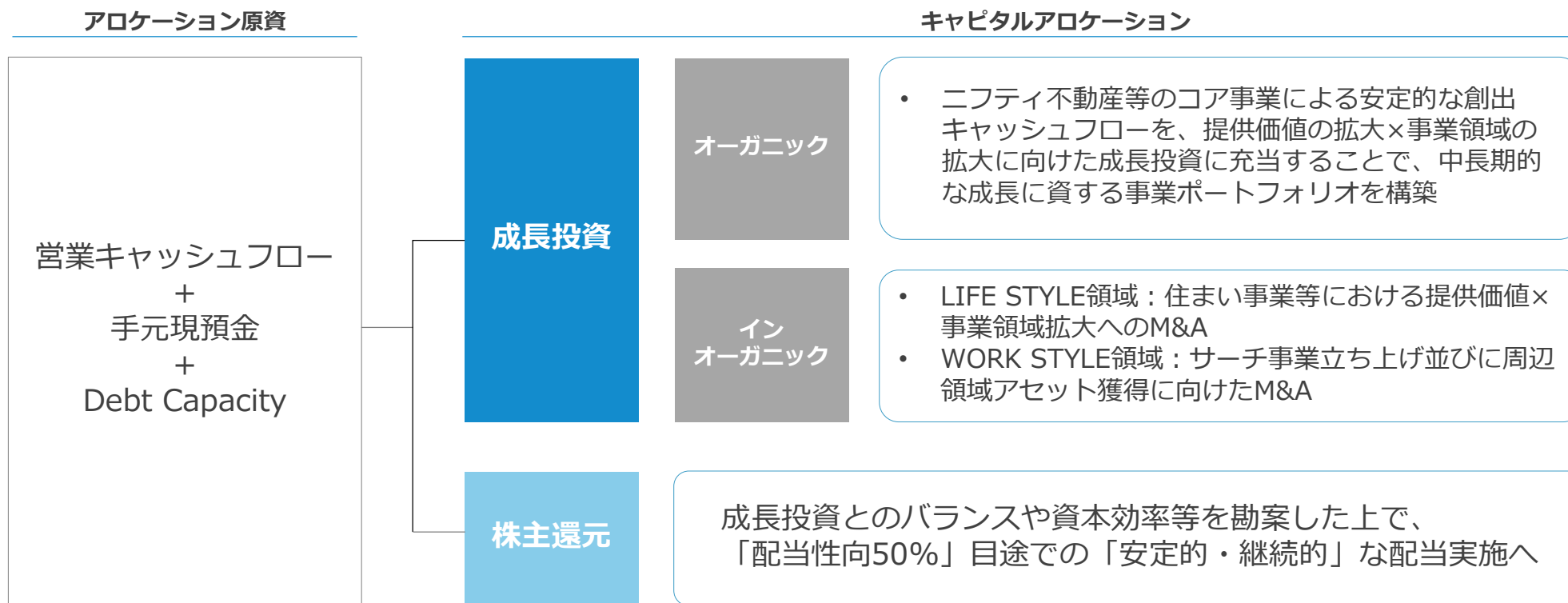
- 中長期的な経営/事業戦略に基づく成長投資を推進するとともに、株主還元の充実や最適資本構成の実現等により、 $ROE \times PER = PBR$ 上昇に取り組む



- ・ 中期経営計画に基づく各種施策による当期純利益成長
- ・ 株主還元を通じた純資産水準の適正化

- ・ 成長戦略の明確化、M&A活用等を通じた期待成長率上昇
- ・ 情報開示の充実・株主や投資家との積極的な対話や最適資本構成実現等による株主資本コストの引き下げ

- 手元現預金の活用やバランスシート最適化を通じ、成長投資と株主還元を両立させる



XPANSION 2030におけるインオーガニック成長のメインをM&Aが担うため、
戦略的なM&A実現に向けた規律を設定

事業観点

経営戦略/事業戦略との整合性

アセット/ケイパビリティの相互補完関係
(PMIの進めやすさにも寄与)

人材確保・技術獲得の影響度合い

財務観点

社内ハードルレートを上回るIRRの創出

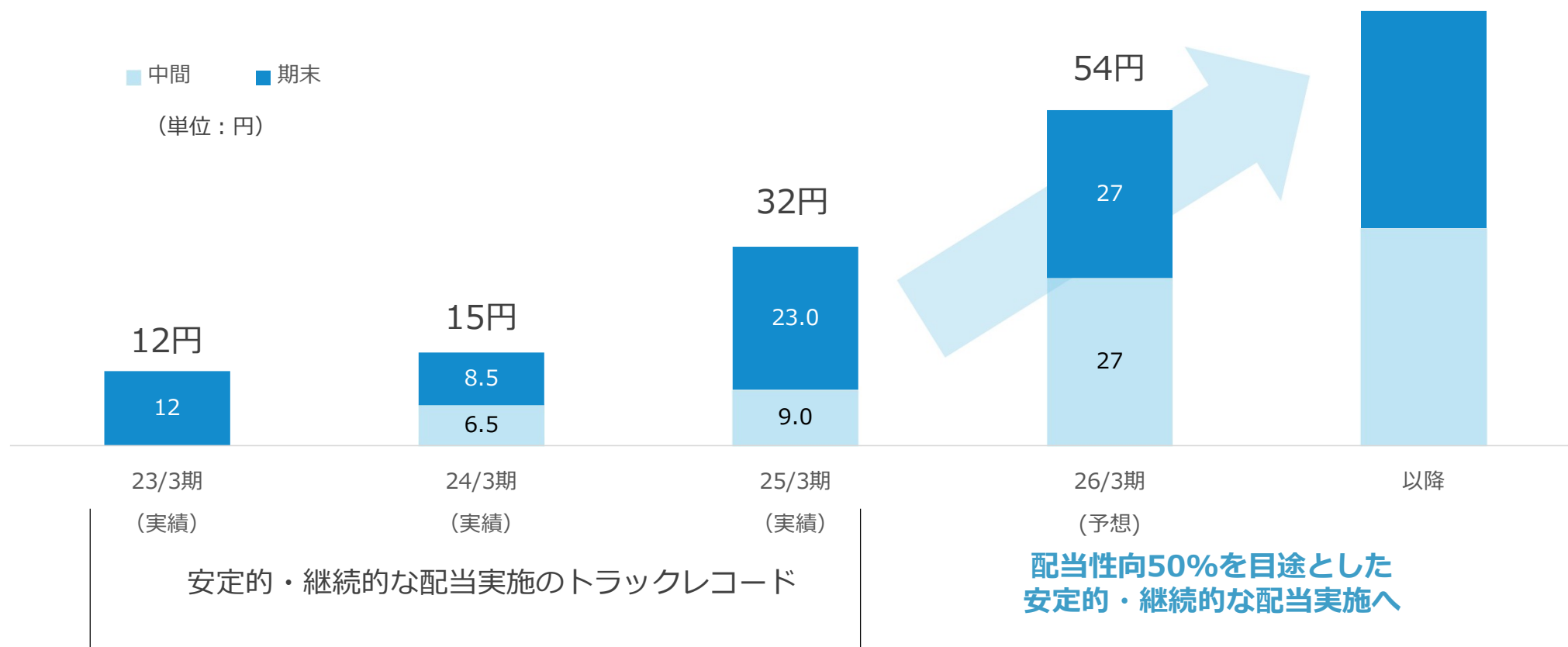
原則としての単年EPS低下回避

のれん対純資産比率等の
適性水準維持

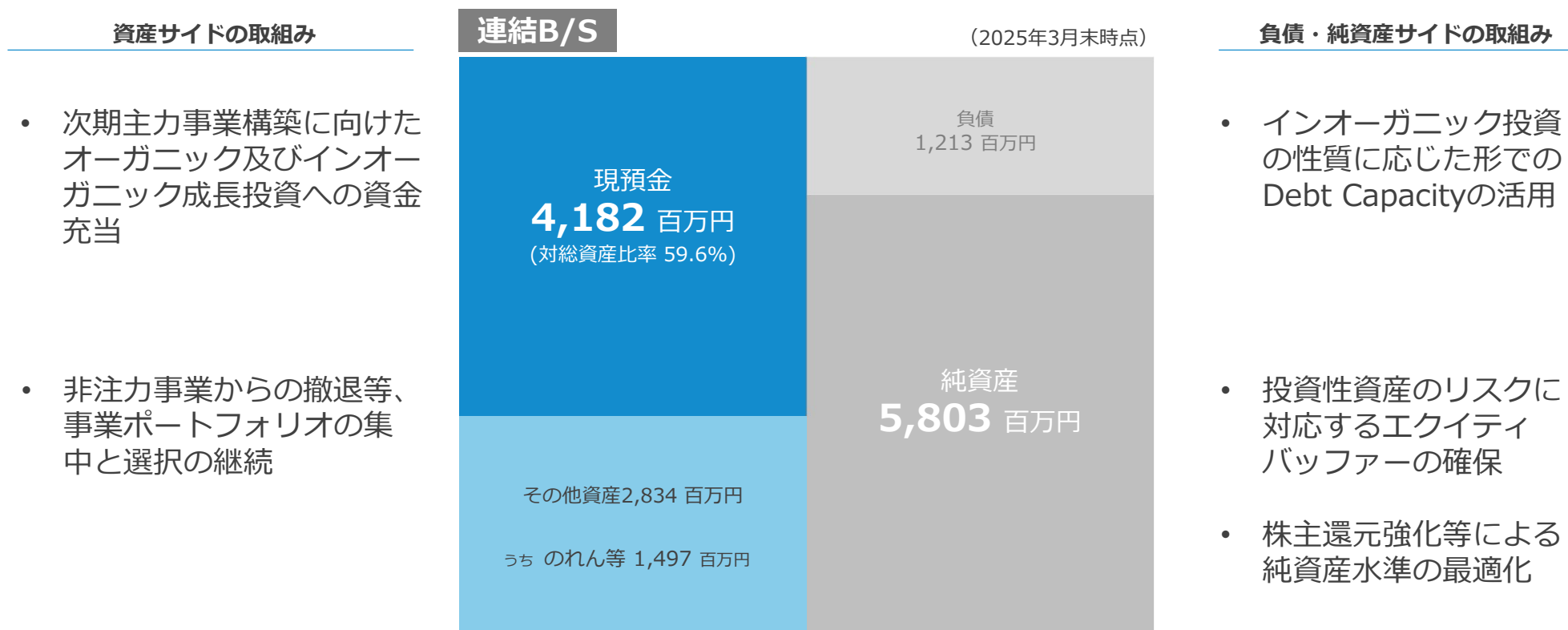
株主還元

X P A N S I O N 2 0 3 0

- 中期経営計画期間においては、配当性向50%を目途とする安定的・継続的な配当を実施
計画初年度である26/3期の配当予想額は54円/株へ



■ 適切なキャピタルアロケーション等を通じ、連結バランスシートの最適化を目指す



事業収益力の向上 × 加重平均資本コストの抑制を意識した連結B/Sへ

■ 四半期決算ごとの情報開示

毎四半期の決算開示の際には、説明資料/説明動画/書き起こしをセットで公開しています。

<https://niftylifestyle.co.jp/ir/presentations/>（資料と動画は決算公表日に開示）

当社の現状を知っていただくため、代表による分かりやすい説明を心がけています。

■ 個人投資家向け説明会への登壇

認知拡大、理解促進を目的に、個人投資家のみなさま向けの説明会に随時参加しています。
（リアル/WEB）

■ IR note で情報発信中！！
<https://note.com/niftylifestyle/>
ぜひご覧ください。



CHAPTER

Appendix



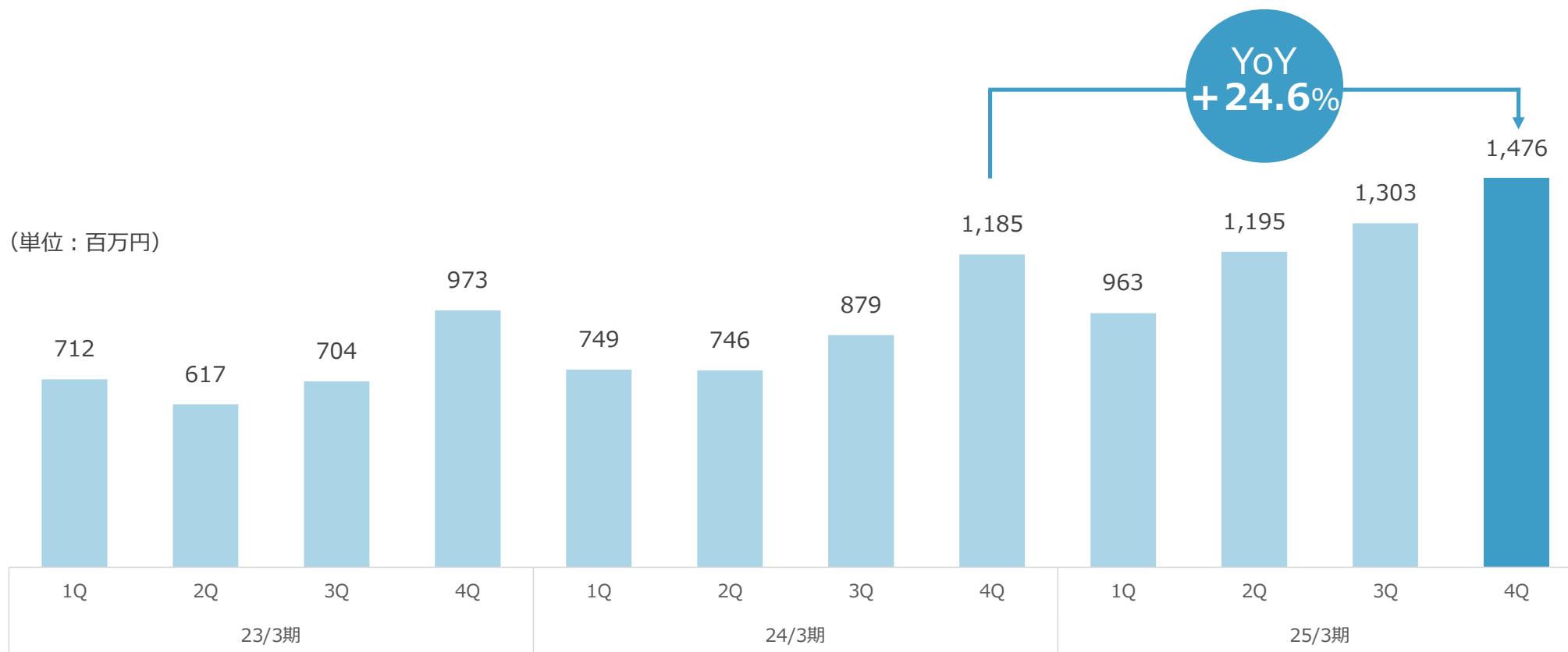
2025年3月期 通期：連結損益計算書

■ 売上高及び各段階利益において、通期業績予想を上回る実績で着地

(単位：百万円)	2025年3月期 通期実績	予想値	予想差	2024年3月期 通期	YoY
売上高	4,938	4,764	+174	3,559	+38.8%
売上総利益	3,497	—	—	2,602	+34.4%
営業利益	1,004	958	+46	933	+7.5%
EBITDA	1,379	1,324	+55	1,153	+19.6%
経常利益	995	946	+49	937	+6.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	617	598	+19	631	-2.2%

2025年3月期 通期：四半期別売上高

- ドアーズ社の連結に加え、ジラフ社における既存クライアントからの大型案件受注や主力のニフティ不動産における安定的な売上増加により、大幅な増収を達成

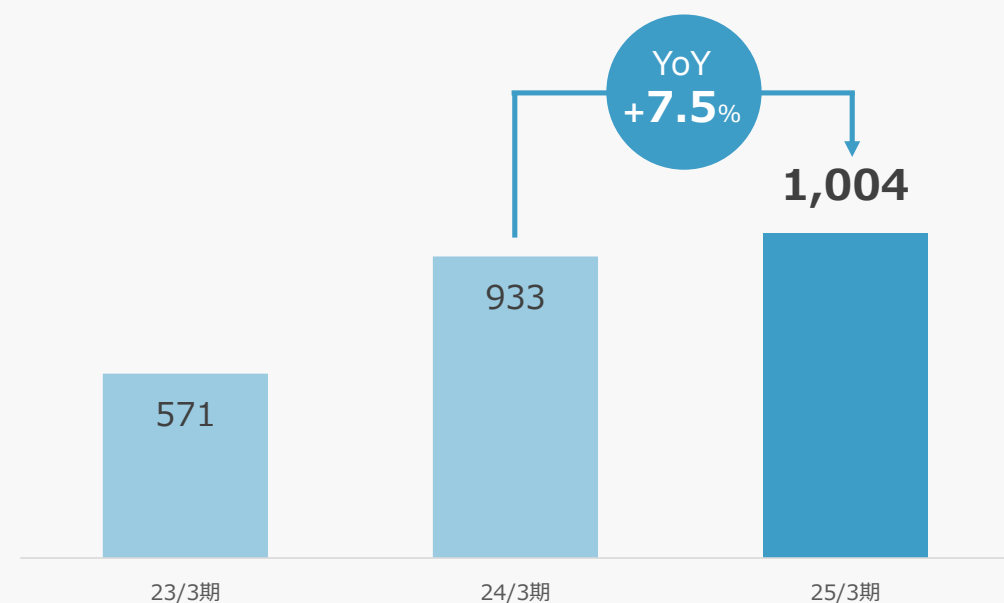


2025年3月期 通期：営業利益及びEBITDA推移

- 営業利益：1QでのM&A費用負担をこなしつつ、通期ではYoY+7.5%と着実な成長
- EBITDA：キャッシュフロー創出力の向上により、通期ではYoY+19.6%にて着地

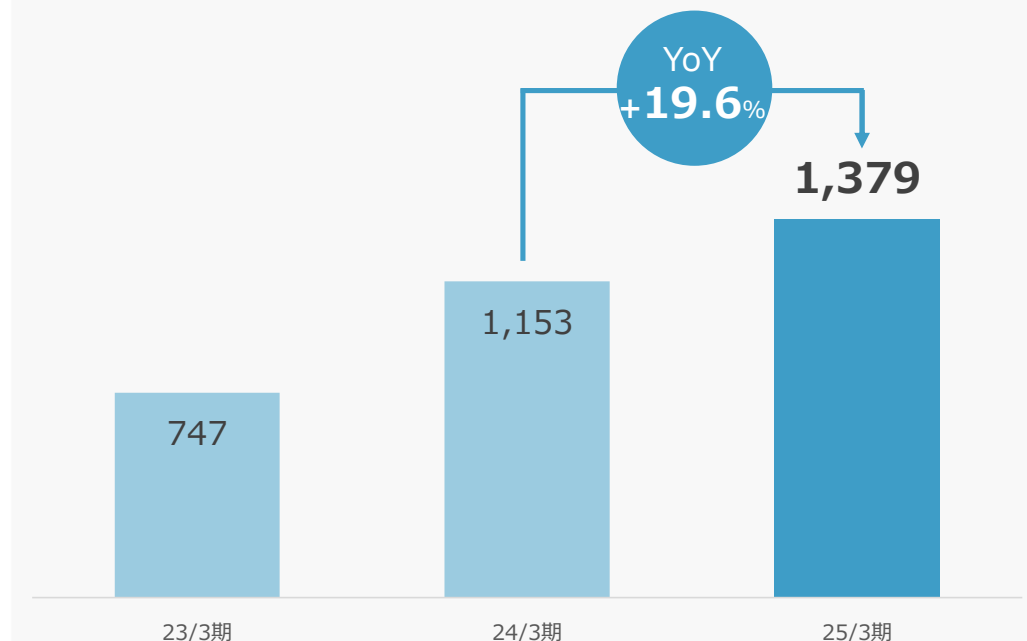
営業利益

(単位：百万円)



EBITDA

(単位：百万円)



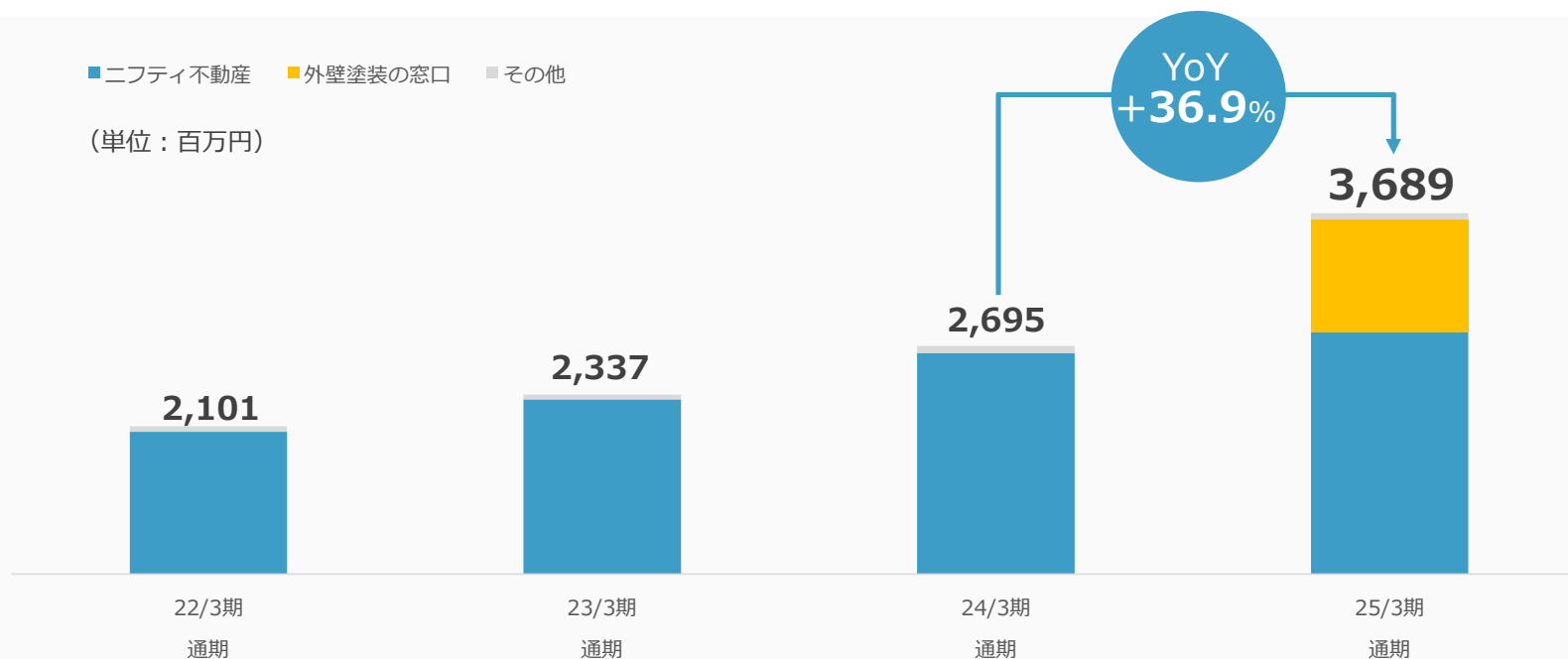
2025年3月期 通期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

		25/3期 期末	24/3期 期末	増減額
流動資産	合計	4,956	5,565	▲609
	現預金	4,182	4,945	▲763
	売掛金	741	597	144
	その他	32	21	10
固定資産	合計	2,060	735	1,325
	ソフトウェア	284	313	▲28
	のれん	1,013	191	821
	顧客関連無形資産	483	-	483
	その他	279	230	48
資産	合計	7,016	6,301	715
負債	合計	1,213	1,019	194
純資産	合計	5,803	5,281	521
	資本金	1,262	1,261	1
	資本剰余金	1,179	1,177	1
	利益剰余金	3,333	2,827	506
	新株予約権	28	15	12
負債・純資産	合計	7,016	6,301	715

2025年3月期 通期：住まいカテゴリー売上高

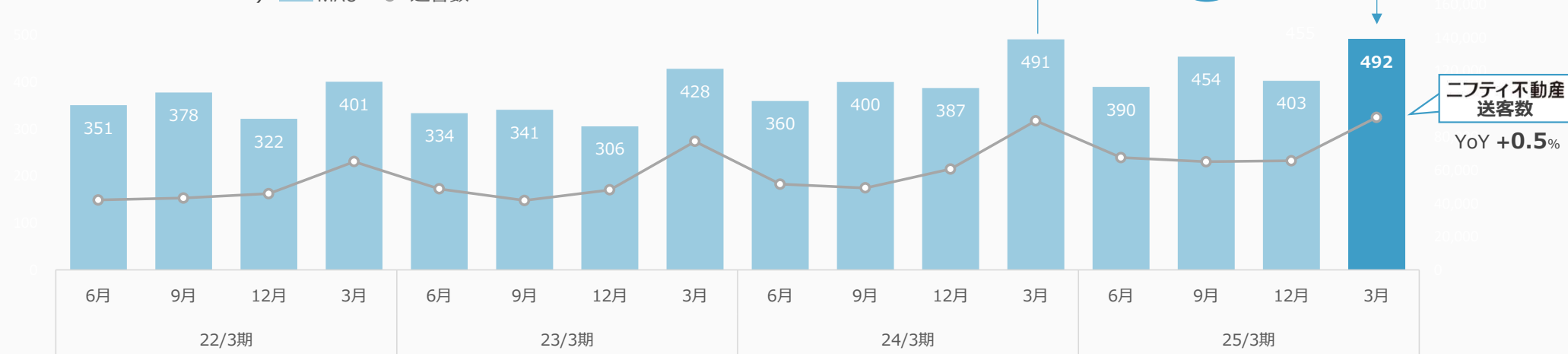
- ドアーズ社の連結効果もありYoY+36.9%で着地。通期として過去最高を更新。
 - ・ ニフティ不動産：UI/UXの継続的な改善により、アプリユーザーの利便性が向上。
送客数上昇につながったことから、売上高は堅調に推移
 - ・ 外壁塗装の窓口：塗装施工時に認識される成約売上を中心に、売上高成長に寄与



住まいカテゴリー 主要KPI

MAU ニフティ不動産 外壁塗装の窓口

(MAU単位：万MAU) MAU 送客数



掲載物件情報数

ニフティ
不動産


1,376 万件

累計アプリDL数

ニフティ
不動産


1,208 万DL

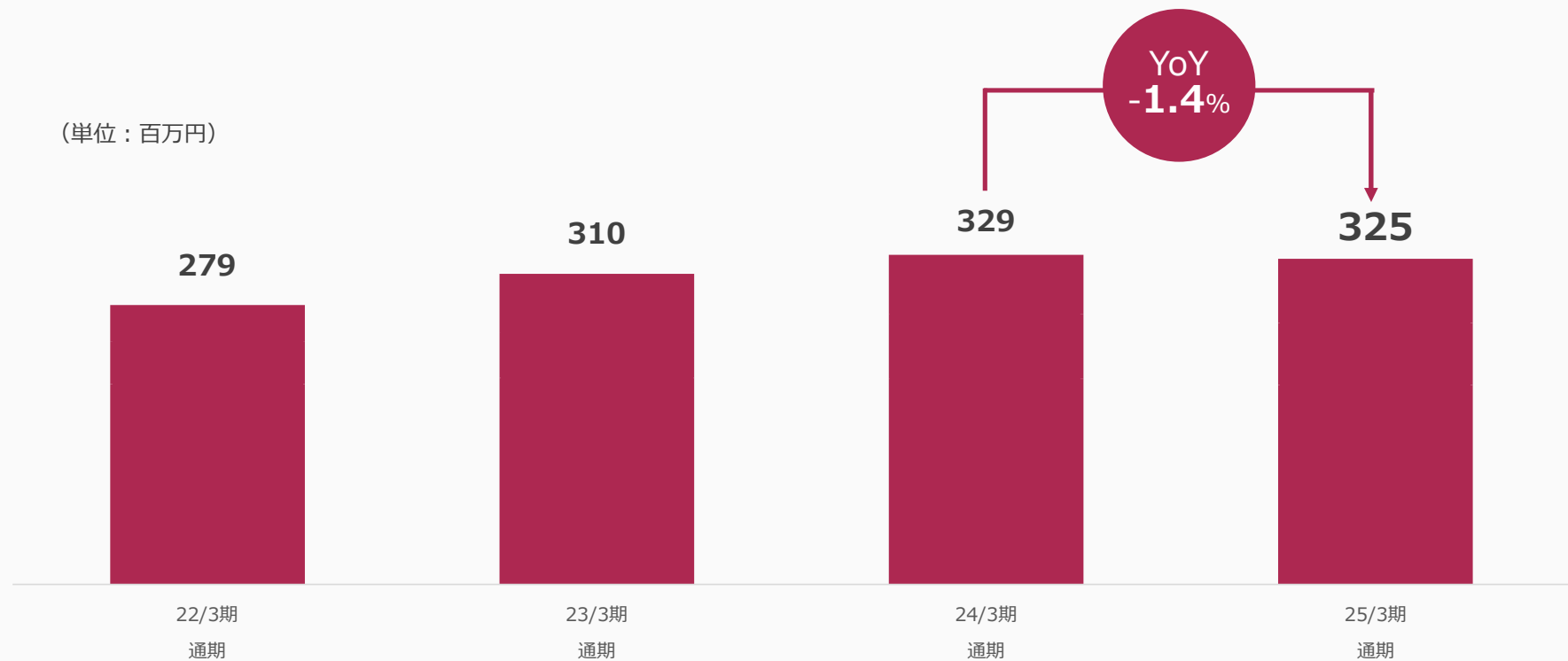
累計加盟店数

外壁塗装の窓口


5,570 社

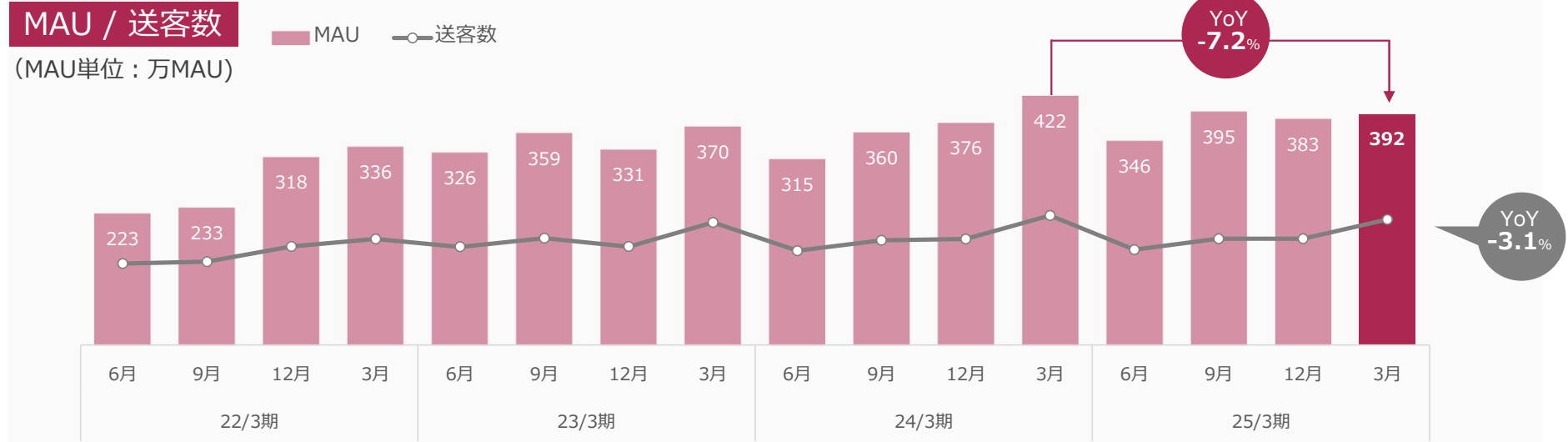
2025年3月期 通期：ウェルネスカテゴリ売上高

- ニフティ温泉売上高は前年度サンプリング売上高の反動減等の要因からYoY -1.4%で着地



ウェルネスカテゴリー 主要KPI

ニフティ温泉



総掲載施設数



22,662 件

クーポン/ 電子チケット掲載施設数



642 件

※ 1 MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数) : 各期末の月間の各デバイスユーザーの合算値 ※ 2 送客数 : 月間平均値 (各四半期ごと)
※ 3 総掲載施設数 : 2025年3月末時点 ※ 4 クーポン掲載施設数 : 2025年3月末時点

LIFE STYLE領域 市場規模

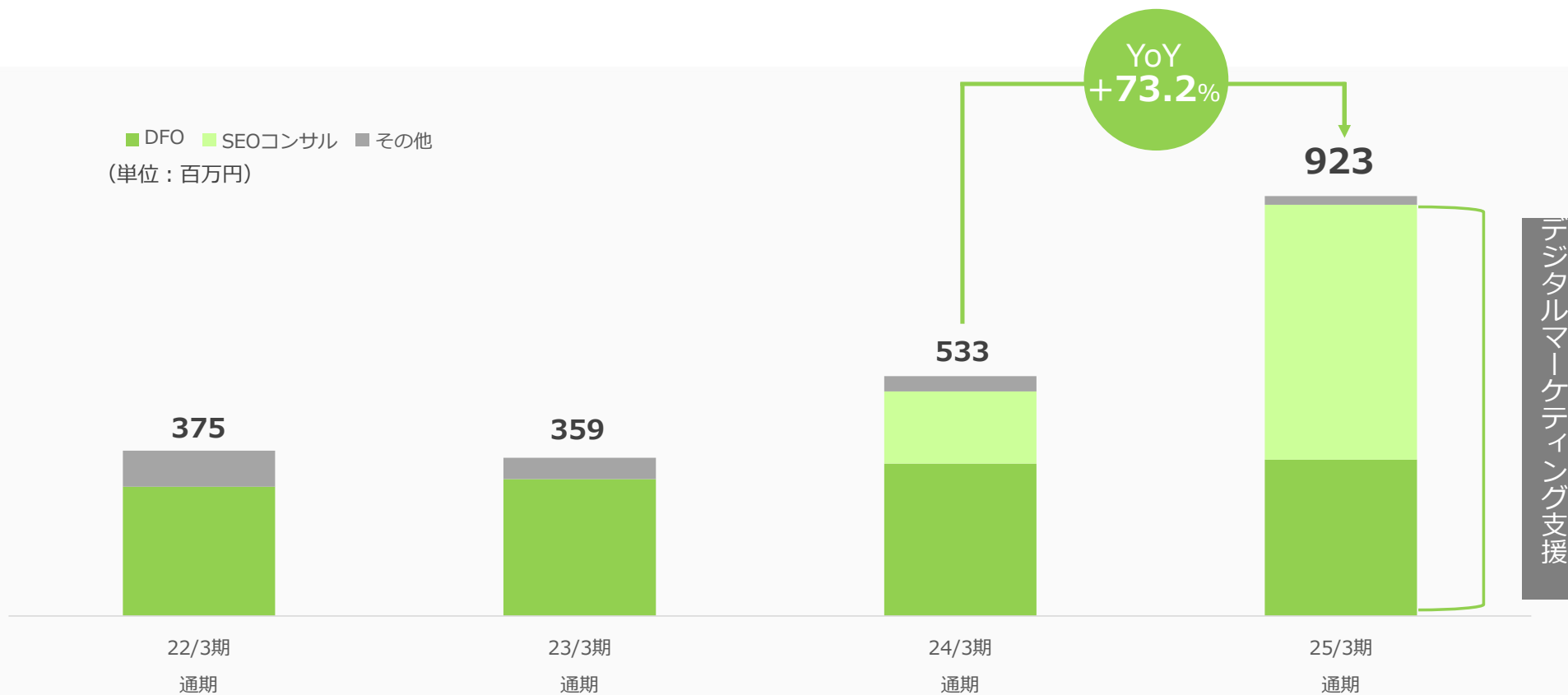
■ 売上構成比が大きいLIFE STYLE領域の主要市場規模は以下の通り



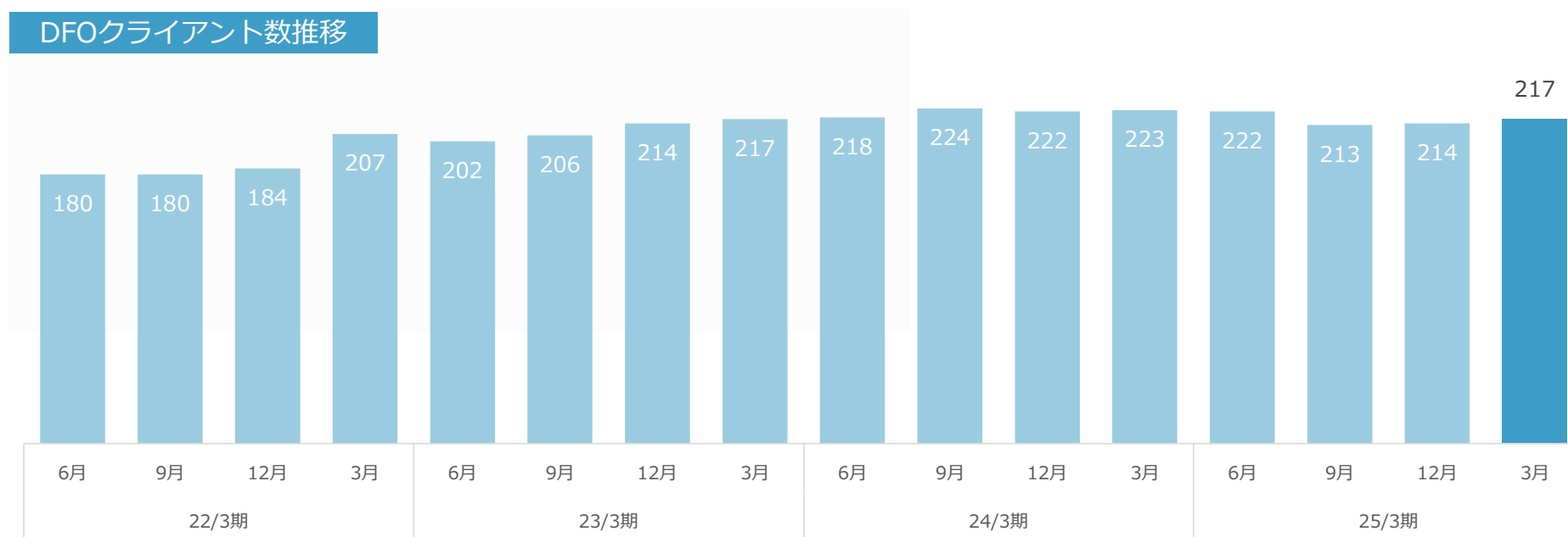
※1:2025年3月時点 当社実績 ※2:電通社「2024年 日本の広告費」をベースに当社試算
※3:総務省統計局「サービス産業動向調査」より当社試算
※4:矢野経済研究所「住宅リフォーム市場に関する調査を実施（2024年）」
※実際の市場規模は推計値と異なる可能性があります

2025年3月期 通期：マーケ・販売支援カテゴリ売上高

- DFOは安定。SEOコンサルティングは、大型案件を受注したことから好調に推移。通期でYoY + 73.2%と大幅に増加し、923百万円で着地



■ DFOクライアント数について、過去4年で下記の通り堅調に推移を継続している状況

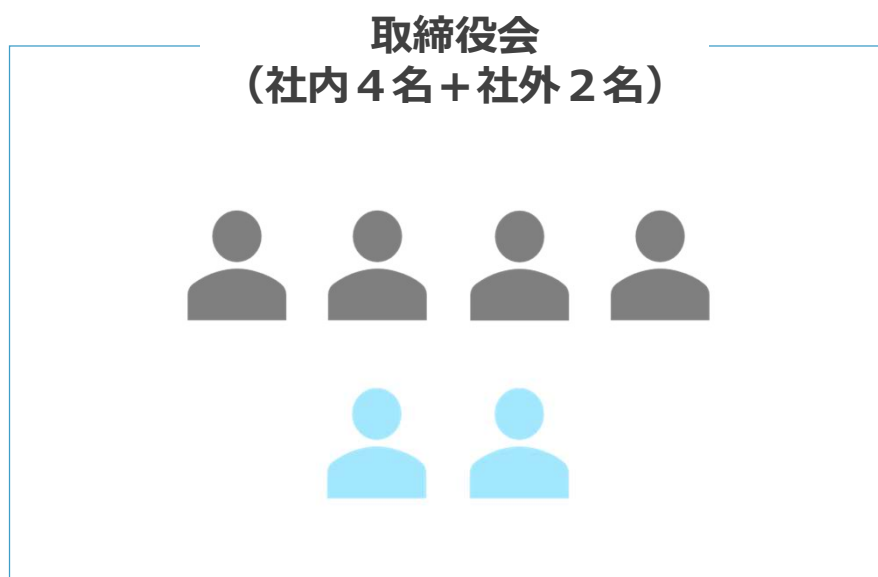


※各期末の月間数値（DFOのSaaSツールのみ、サイトごとの月間クライアント数）

コーポレート・ガバナンス体制

■ 2023年3月期より社外取締役を増員し、ガバナンス体制の強化を実現

- 独立社外取締役が取締役会の1/3以上を占める取締役会構成
- 独立社外役員が委員長及び過半数を占める指名報酬委員会(任意)



 = 独立社外役員 * = 女性役員



上場調達資金充当状況

(単位：百万円)

資金使途	充当済資金			充当予定資金	
	23 /3期 (実績)	24/3期 (実績)	25/3期 (実績)	26/3期 (予定)	27/3期 (予定)
広告宣伝 利便性/優位性の理解度向上を重視する 長期的なブランディングへの深化	278	80	26	50	—
人材投資 事業領域拡大に向けた人材採用や体制強化	150	150	350	350	—
開発投資 開発強化に伴う外注費や償却費	150	150	150	150	150

※当社は2021年12月24日の上場時に2,285百万円を調達しております。

主なリスク

本書提出日現在において、当社グループにおける成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応方針は以下の通りです。その他のリスクは、有価証券報告書の【事業等のリスク】をご参照ください。

項目	主要なリスク	可能性	影響度	リスク対応策
市場について	広告・インターネット市場において、景気が急激に悪化して取引先の広告予算全体が縮小される、あるいは不動産・人材・レジャー市場において、参入市場の成長が鈍化し取引先の広告予算全体が縮小される場合は当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	大	業務提携やM&Aの推進等、事業拡大に努め、収益源の多様化を図ってまいります。
プラットフォームについて	アプリケーションストアや、Google等の検索事業提供先において、配布方法やルール・規約及び検索ロジックの変更があった場合や、検索エンジン経由の集客力が低下しユーザー数や収益が減少した場合に、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	大	集客チャネルの複層化やアプリ利用の拡大促進を図ることや製品の差別化を強めること等により、特定の集客チャネルやロジックに依存しない集客力を高めてまいります。
競合について	競合との価格・スペック競争による市場差別化・競争力維持が厳しい環境と考えられ、市場差別化・競争力維持ができなくなった場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	小	クライアントとのパートナーシップ強化、競合他社の動向確認等の対応に努めてまいります。
取引先について	取引先側ビジネス並びに経営環境の変化、取引先間の関係やビジネススキーム変更等が生じる場合があり、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	新規取引先追加及び特定取引先への依存度を下げる等の対応に努めてまいります。
新規事業について	新規サービスへの先行投資を実施し、計画どおりに開発が進捗しなかった場合、想定し得ないような技術革新が起きた場合、あるいは当初期待したとおりの成果を上げることができなかった場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	小	適切な意思決定による投資判断、モニタリング等の対応に努めてまいります。
技術革新について	最新技術動向への対応遅延や他社・競合状態への対応遅延により、サービス投入、改善機会・収益機会が損失する可能性があり、当社を取り巻く業界の最新技術動向への対応が遅延し競合から取り残された場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	高	中	IT投資の最適化、開発・品質管理の徹底等の対応に努めてまいります。

本資料の取扱いについて

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれていますが、これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。そのため、将来の結果や業績を保証するものではありません。
- 本資料の記述に記載された結果に影響を与える要因には、国内外の経済情勢や、当社の関連する業界動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。
- 本資料において当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性、適切性等については何ら検証しておらず、またこれを保証するものではありません。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は2026年6月を予定しております。



ニフティライフスタイル

■ IRに関するお問い合わせ先 : https://niftylifestyle.co.jp/ir/ir_contact/