



# 2024年9月期 第2四半期決算補足資料

2024年5月14日

株式会社デジタルリフト  
(東証グロース:9244)

# 目次

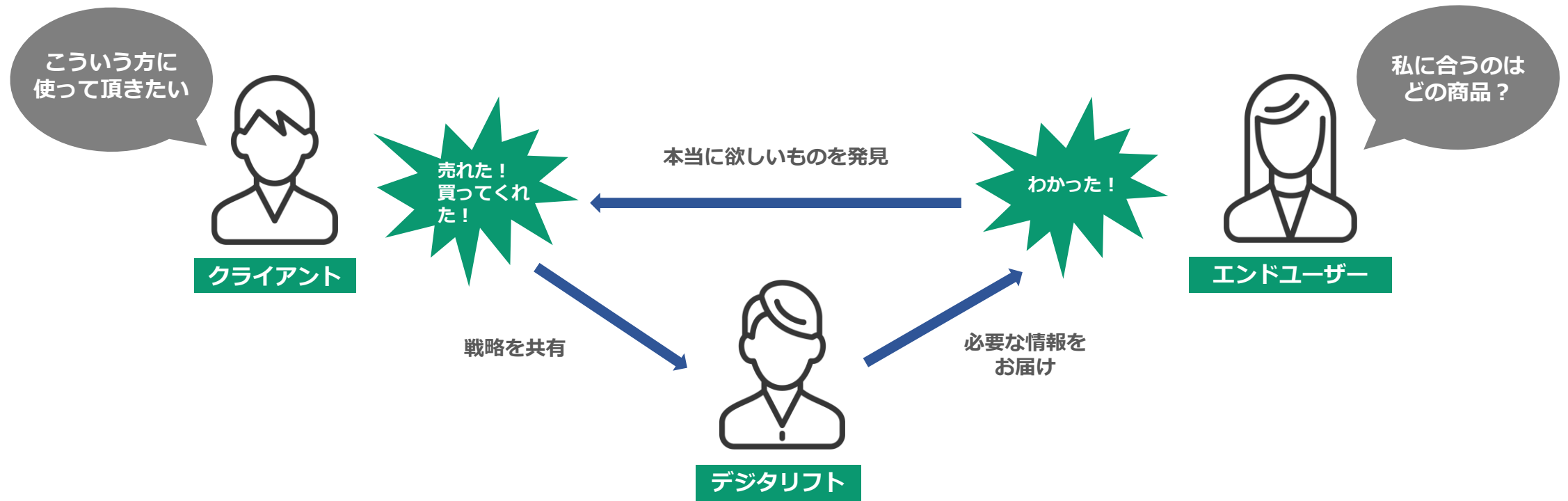
- 1. 当社グループ事業内容
- 2. 2024年9月期 第2四半期連結決算概要
- 3. 2024年9月期 通期連結業績見込進捗
- 4. 今後の成長戦略
- 5. Appendix

# 1. 当社グループ事業内容



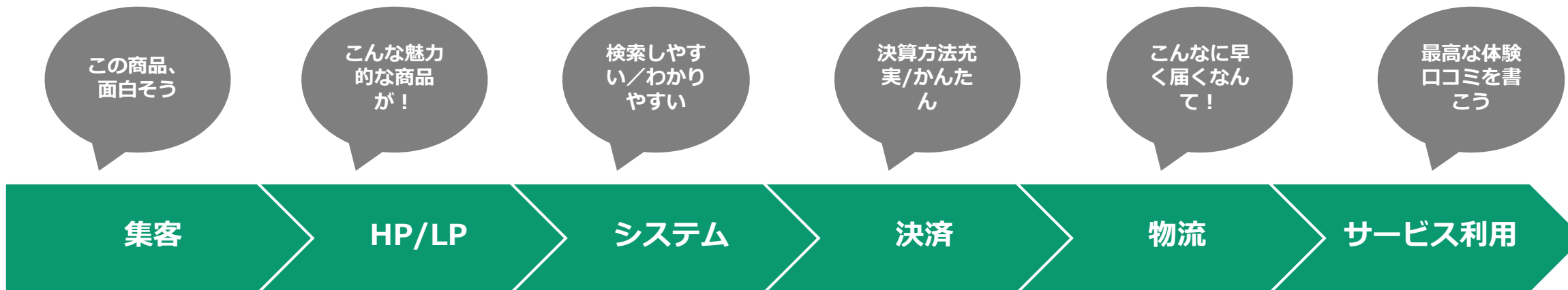
# カスタマーの意思決定を円滑に

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

## 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

##### 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

### 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ティング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

## 2. 2024年9月期 第2四半期連結決算概要



## 業績ハイライト（連結実績）

### □ 売上高

- ・一部大口取引先のマーケティング予算抑制の影響及び受注状況の鈍化により売上が減少

### □ 売上総利益

- ・売上総利益率の高い案件が減少したことによりYonY成長率が鈍化

### □ 営業利益

- ・meyco社のFY2023取込期間2か月に対してFY2024は6か月のため、のれんを含めた販売管理費が増加
- ・FY2024では、移転に伴う二重家賃発生（FY2024\_2Qまで）や関連コストにより販売管理費の増加
- ・単体固定費の適切なコストコントロールや業務運営体制の効率化により、販売管理費の増加抑制

単位：百万円

	FY2023 2Q連結実績※	FY2024 2Q連結実績	YonY 増減額	YonY 増減率
売上高	1,864	1,652	△211	△11.4%
売上総利益	447	377	△70	△15.7%
売上総利益率	24.0%	22.8%	—	△1.2Pt
販売管理費	358	367	9	2.6%
営業利益	88	9	△79	△89.4%
営業利益率	4.8%	0.6%	—	△4.2Pt
経常利益	89	11	△78	△87.3%
親会社に帰属する四半期純利益	59	1	△58	△97.2%

（※）FY2023\_2Qは子会社の取込期間が、2か月となっております。



# YonY 会計期間増減分析

## 売上高

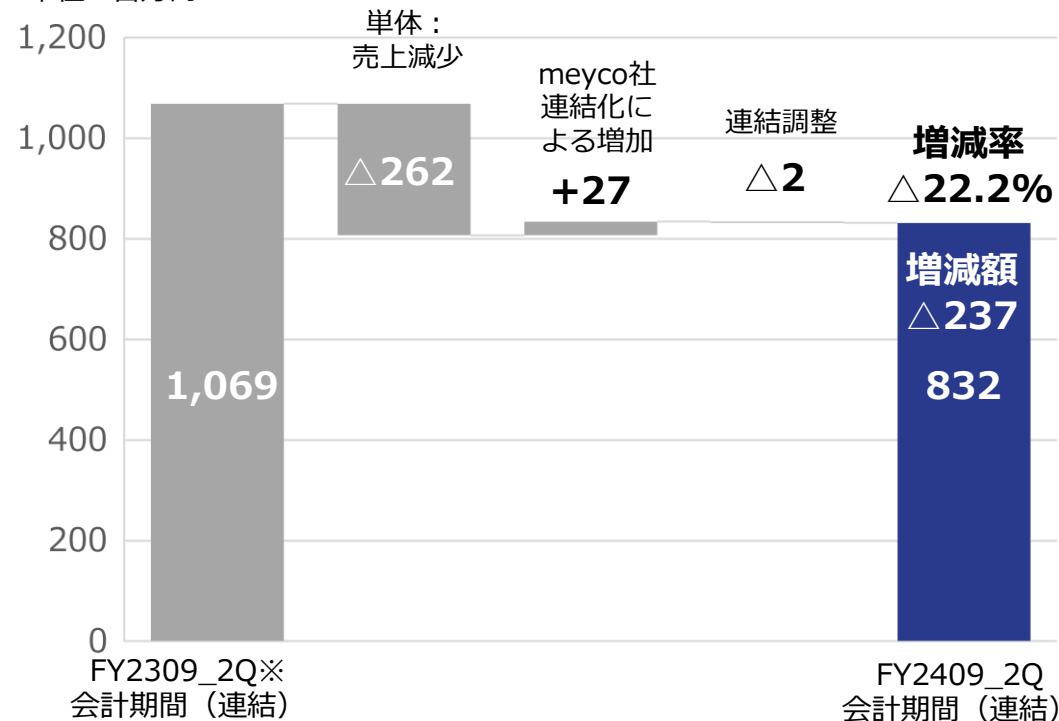
- +meyco社連結子会社化による増加
- 単体で一部大口取引先のマーケティング予算抑制の影響により売上が減少

## 営業利益

- +meyco社連結子会社化による増加（FY2023の取込期間が2か月に対して、FY2024は6か月）がプラスに寄与
- +単体のコスト削減および株式取得費用が前期対比で減少し、プラスに寄与
- 単体で、売上総利益率の高い案件の減少や貸倒リスクの対応によるマイナスの影響
- 単体で、移転に伴う二重家賃や関連コストの発生により、マイナスの影響

## 売上高

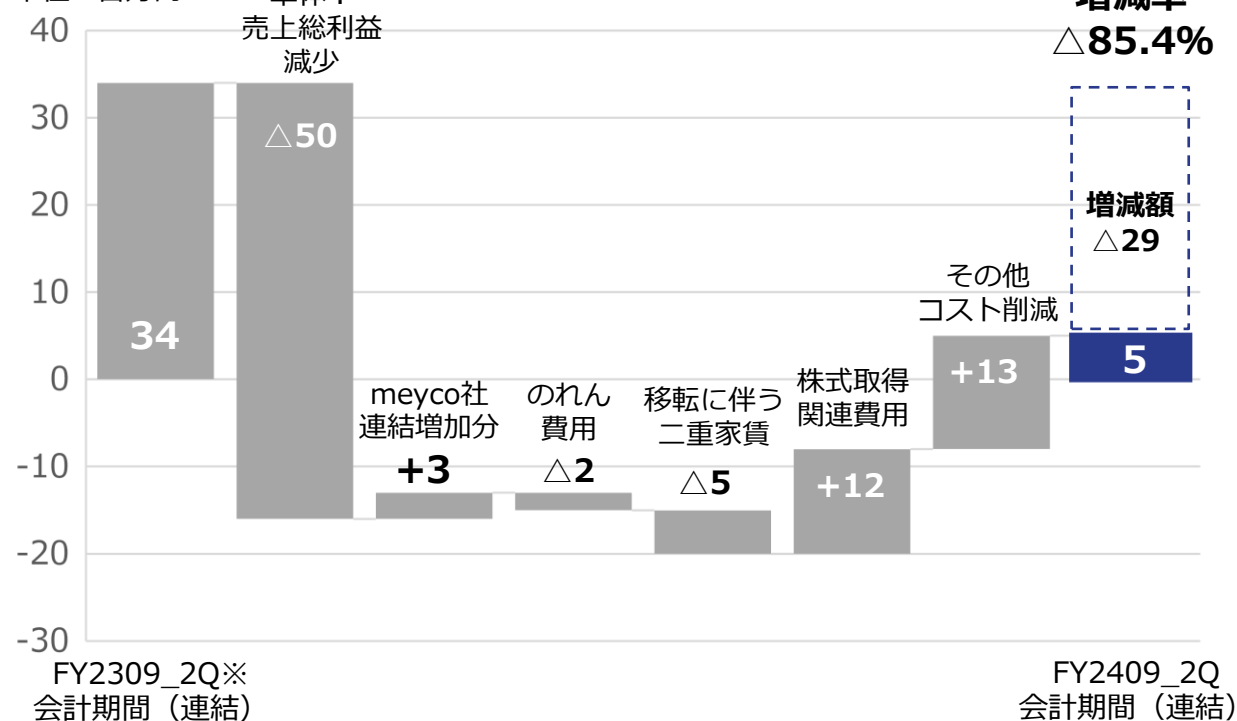
単位：百万円



(※) FY2023\_2Qは子会社の取込期間が、2か月となっております。

## 営業利益

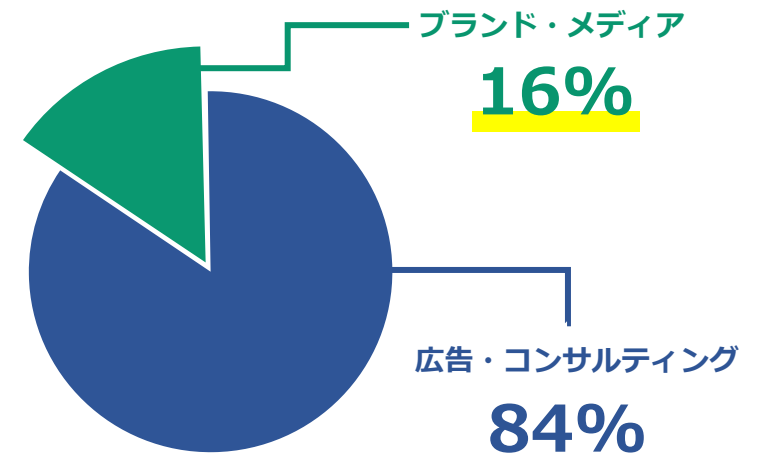
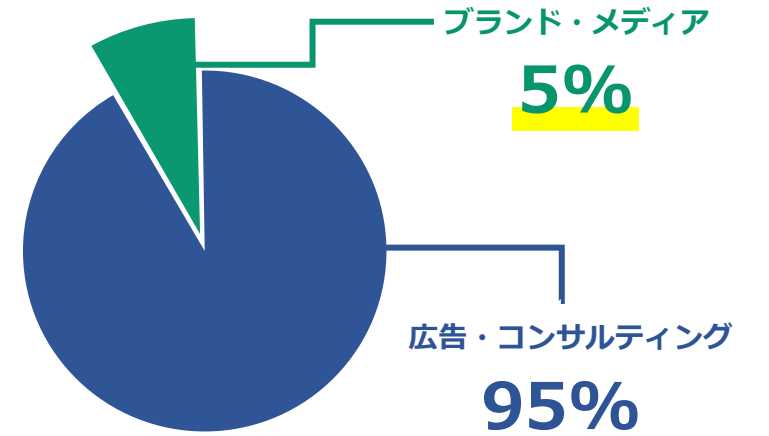
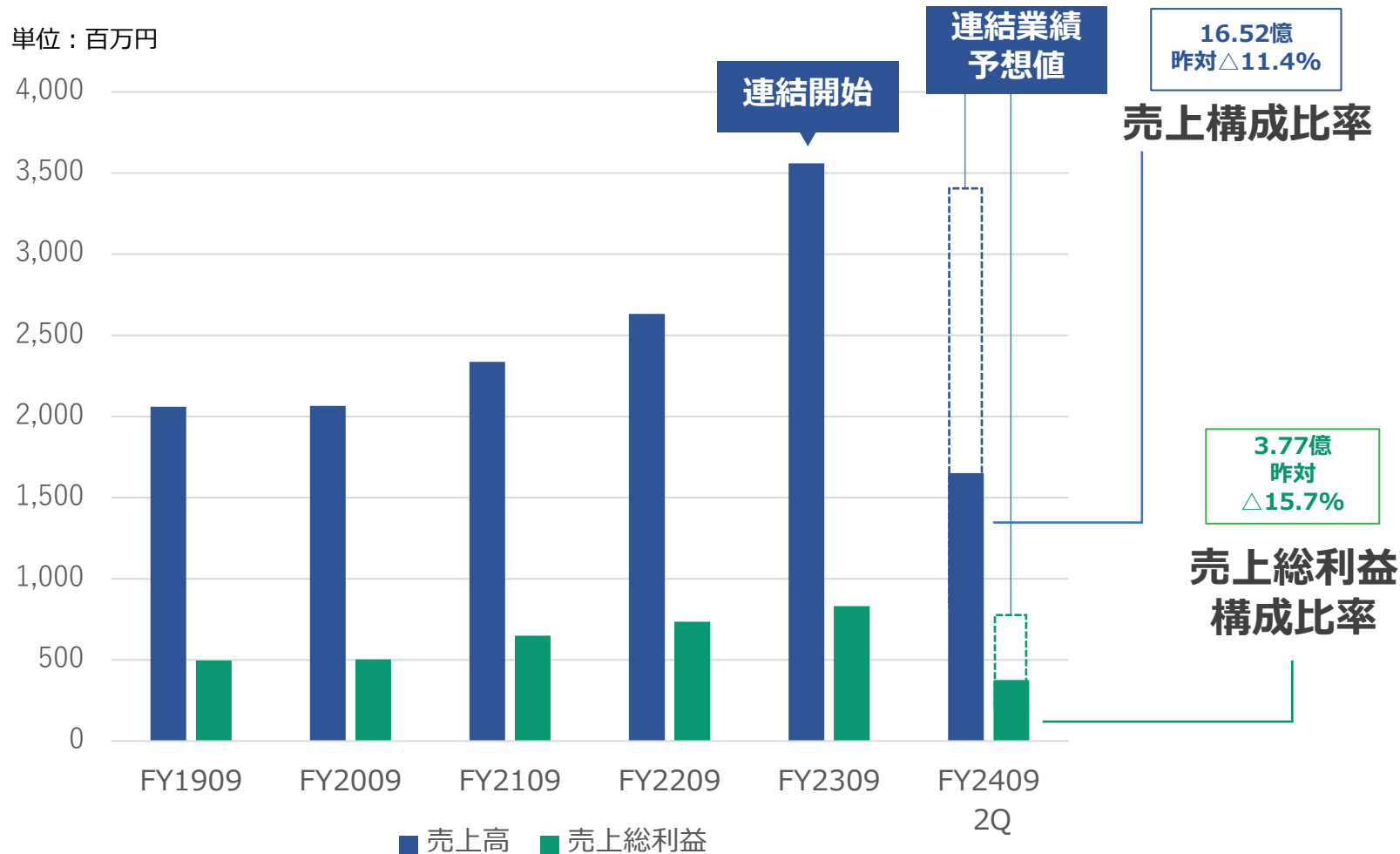
単位：百万円



(※) FY2023\_2Qは子会社の取込期間が、2か月となっております。

# 売上総利益推移

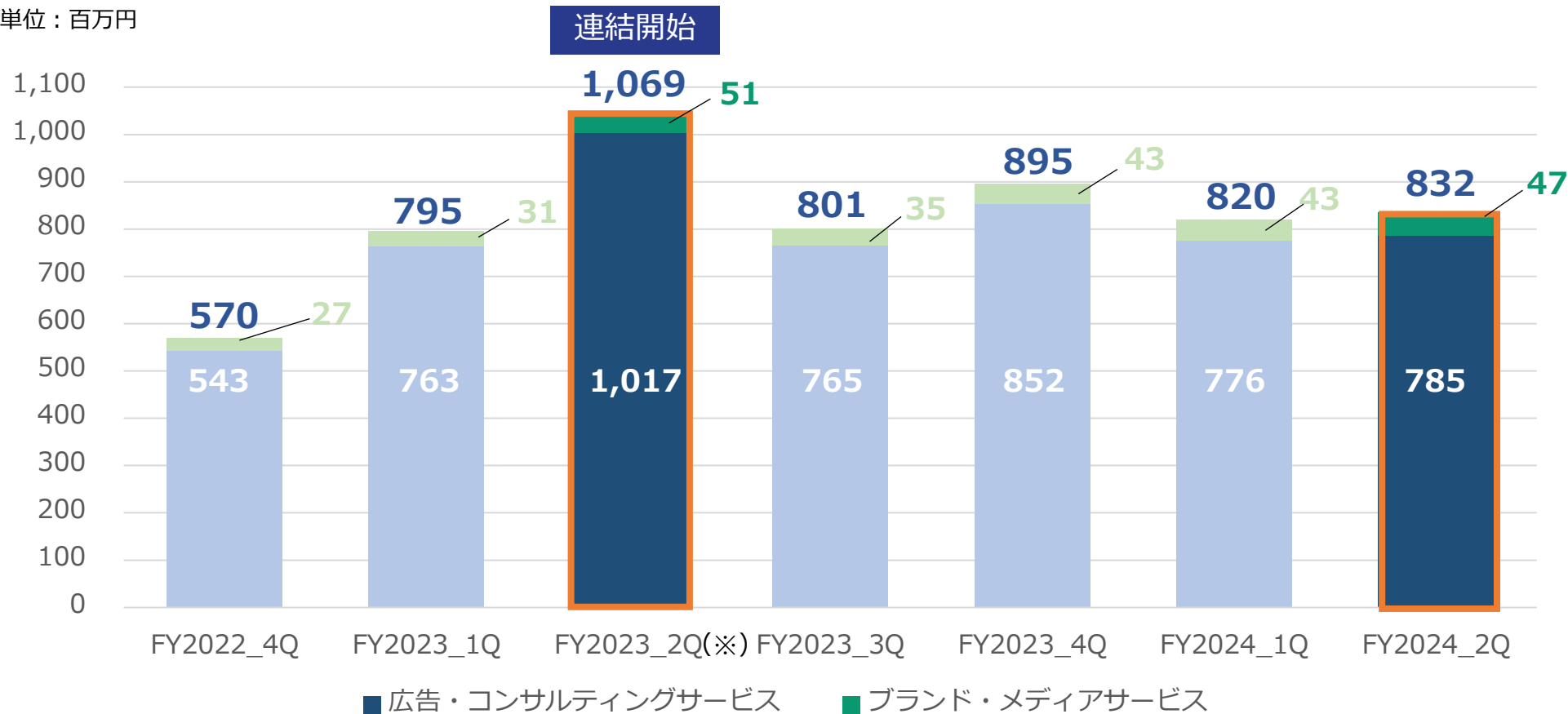
- 売上・売上総利益額は、広告・コンサルティングサービスの成長が鈍化
- ブランド・メディアの売上総利益寄与度が増大し業績貢献



## 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、デジタルフトの一部大口取引先のマーケティング予算抑制の影響により売上が減少 (YonY  $\Delta$ 22.9%)
- ブランド・メディアサービスは、主にSEO・アフィリエイトが順調に増加したものの、前年の大口取引受注に関連する制作サービスが減少 (YonY  $\Delta$ 8.6%)

単位：百万円



(※) FY2023\_2Q以降は連結会計の数値

### 3. 2024年9月期 通期連結業績見込進捗



## 業績予想修正の概要

### □ 売上高

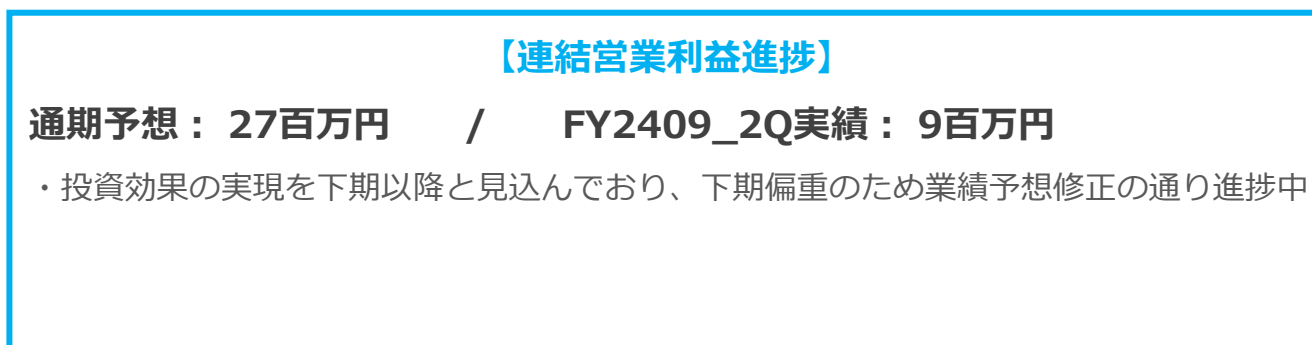
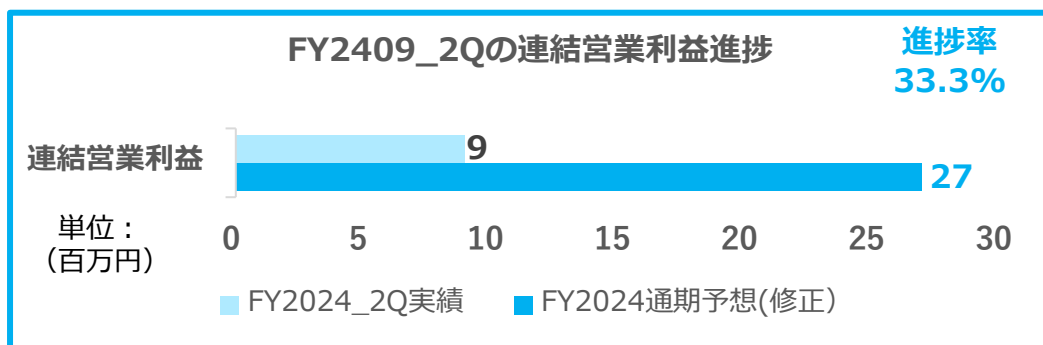
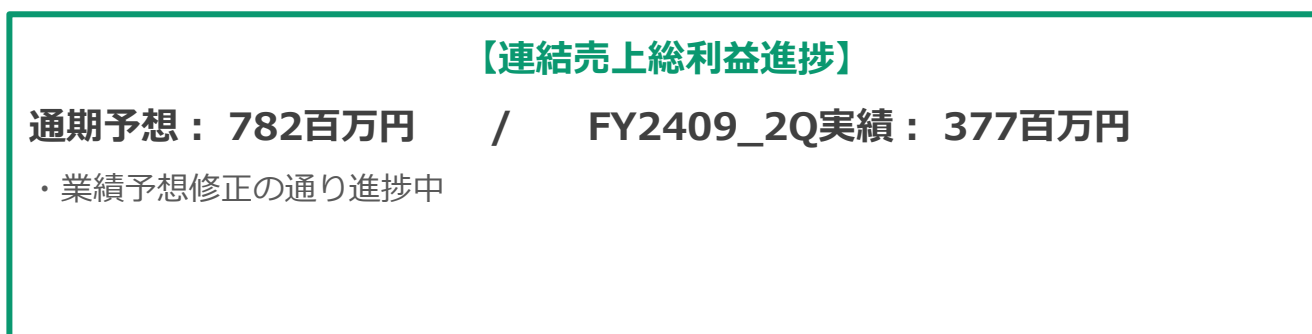
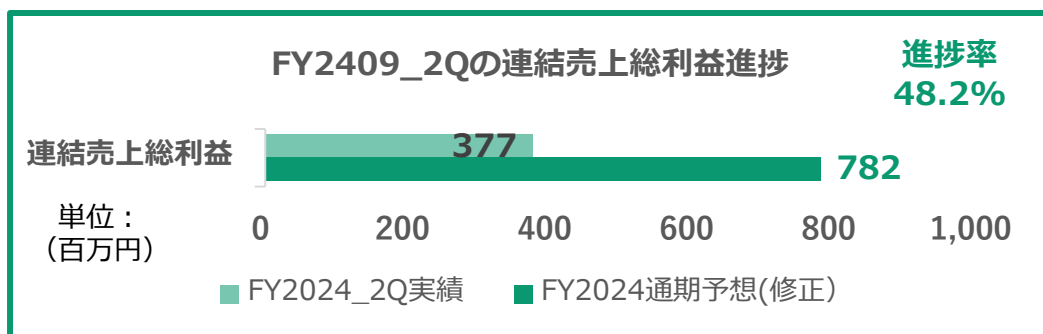
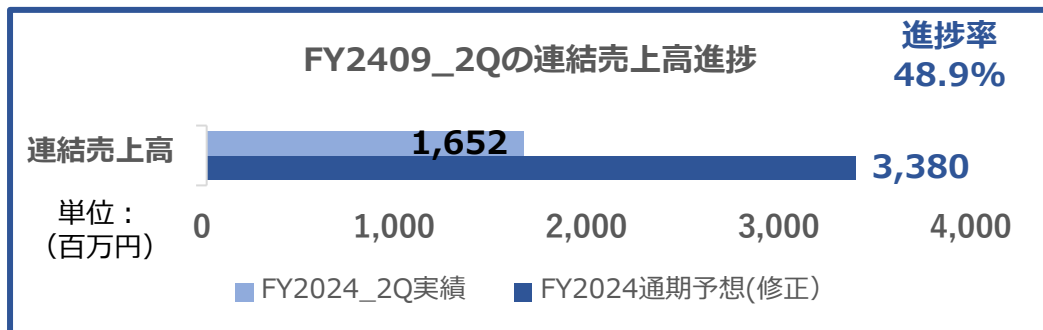
- ・ブランド・メディアサービスは、おおむね計画通りの業績進捗見込み。
- ・広告・コンサルティングサービスは、一部大口取引先のマーケティング予算抑制の影響および受注状況鈍化により当初計画を下回る見込みとなり、下半期にかけて営業体制強化を図り、新規受注獲得に向けた注力を行う。

□ 営業利益は、販売管理費削減を行ったものの売上高減少をカバーできず、営業利益を当初より減少見込みとしております。

	前回発表予想 2023年 11月14日発表	今回発表予想 2024年 4月26日発表	YonY 増減額	YonY 増減率
売上高	3,702	3,380	△321	△8.7%
売上総利益	894	782	△112	△12.5%
売上総利益率	24.2%	23.1%	—	△1.1Pt
販売管理費	808	754	△53	△6.6%
営業利益	86	27	△58	△68.2%
営業利益率	2.3%	0.8%	—	△1.5Pt
経常利益	95	29	△65	△68.9%
親会社に帰属する純利益	50	8	△41	△82.7%

## 業績進捗状況について

## 2024年9月期第2四半期は、業績予想修正の通り進捗中



# 成長戦略の進捗

## 事業領域

### 広告・コンサルティングサービス

コンサルティング

広告運用

テクニカルソリューション

さらなる利益創出のため収益構造見直し

### ブランド・メディアサービス

インフルエンサー

アフィリエイト

SNSアカウント運用

ECモール支援

SEO

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



グループ会社の専門性を周辺領域と融合することでグループシナジー拡大

### 広告・コンサルティングサービス



営業体制強化を図り、新規受注獲得へ注力



テクニカルソリューションの強化

### ブランド・メディアサービス



新たなサービスや提供範囲の拡大



事業成長のため人的投資を実施



サービスラインナップの強化

## 収益改善リカバリープラン

## FY2024下期のリカバリープラン

対応項目	対応施策	具体的なアクション
グループ経営	グループシナジー	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ グループ会社の強みを最大化する企業融合をさらに推進（各社サービスの取扱高増加）</li> </ul>
営業（受注）	営業プロセスおよび体制強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ コンサルタント経験者の採用強化（下期増加）</li> <li>✓ 営業チャネル拡大</li> <li>✓ 高利益率のコンサルティングサービスの強化</li> <li>✓ 営業組織および営業プロセスの見直し</li> <li>✓ 中小規模顧客の深耕による予算増額</li> </ul>
デリバリー（運用）	デリバリー品質強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 多数の広告媒体社の認定パートナーとして品質担保</li> <li>✓ テクニカルソリューションサービスの強化</li> <li>✓ 貸倒リスクの早期検知とリスク回避</li> </ul>



## 4. 今後の成長戦略



位置づけ/成長方針

広告・コンサルティング

- ・新たなサービスや提供範囲の拡充をする
- ・基盤事業の収益構造の改革を実施する
- ・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をする
- ・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をする
- ・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を実現する
- ・M&Aの基盤作りをする

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

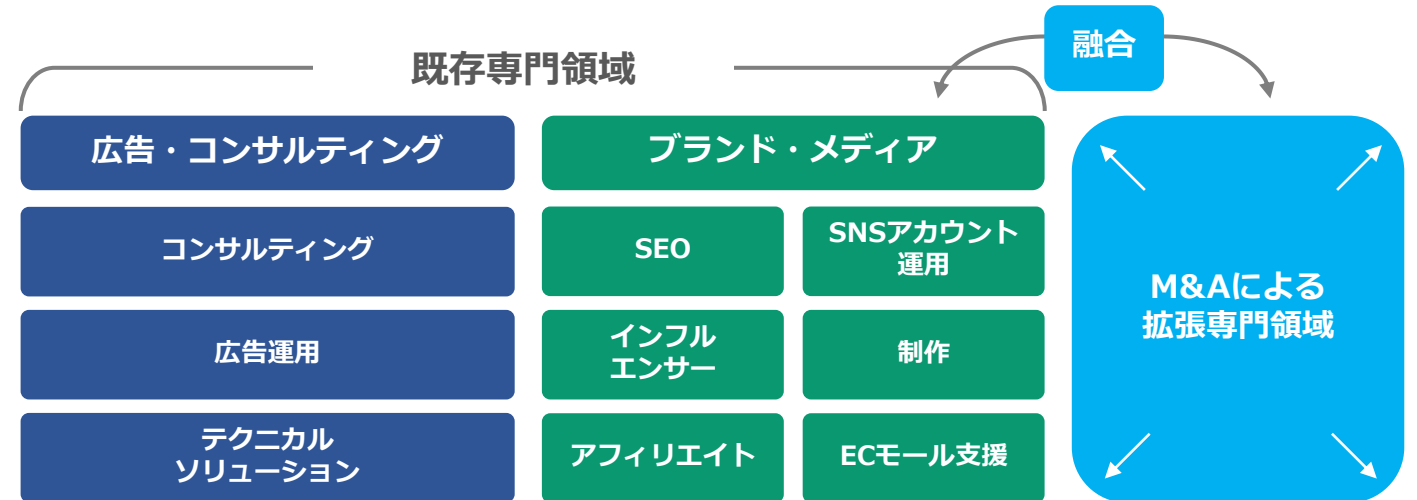
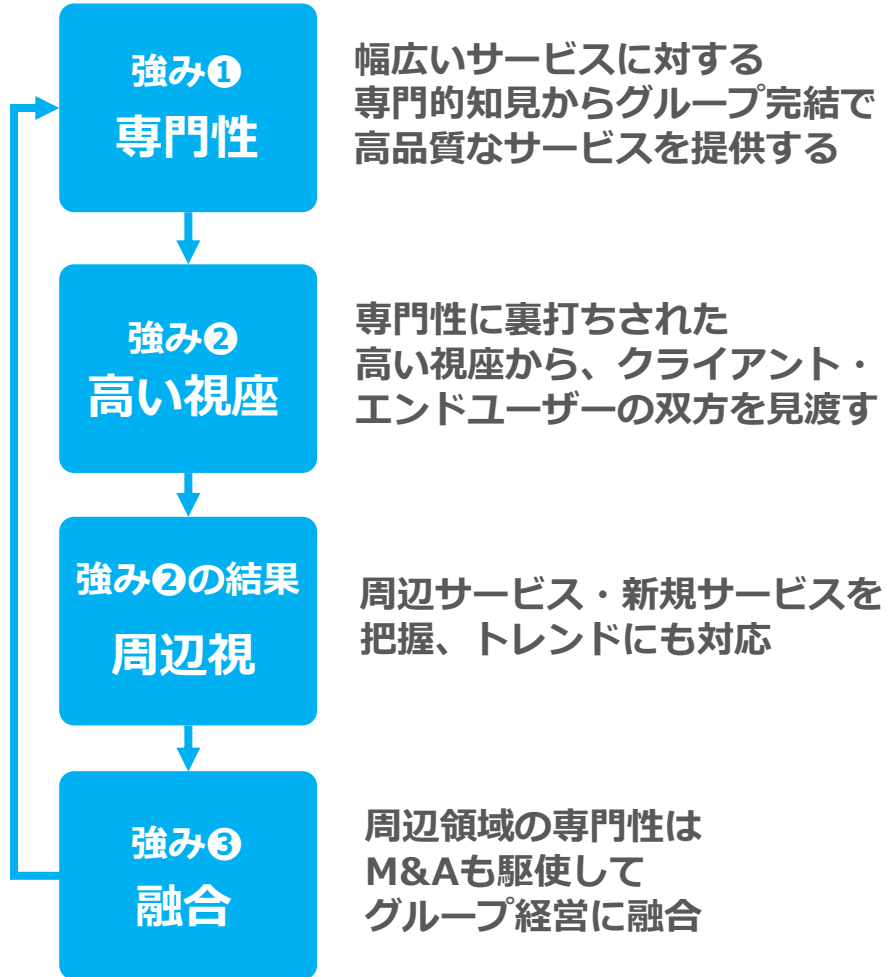
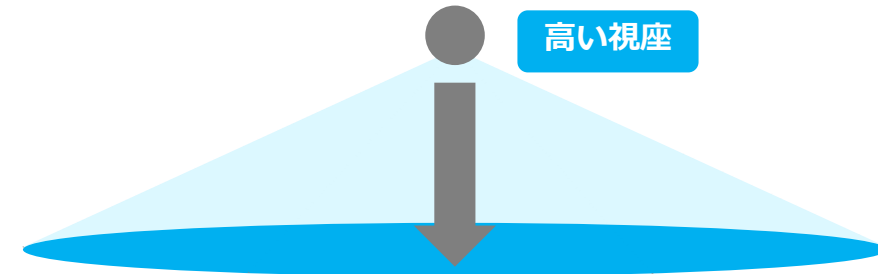
- 経営ミッション -

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）

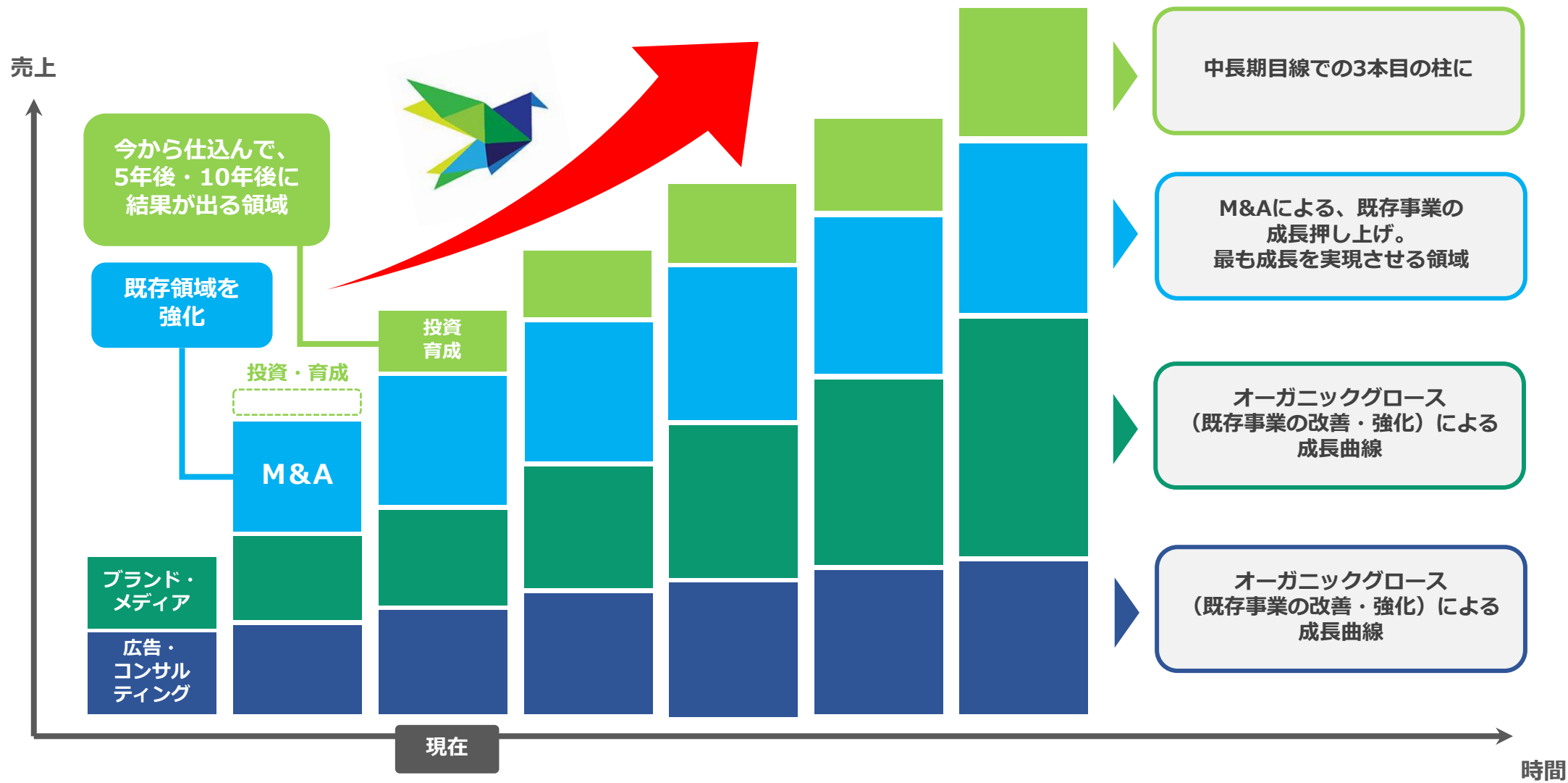
M&A  
補完

- 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も視野に入れる

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



## 【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に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。

# 5. Appendix





## 業績ハイライト（単体・連結実績）

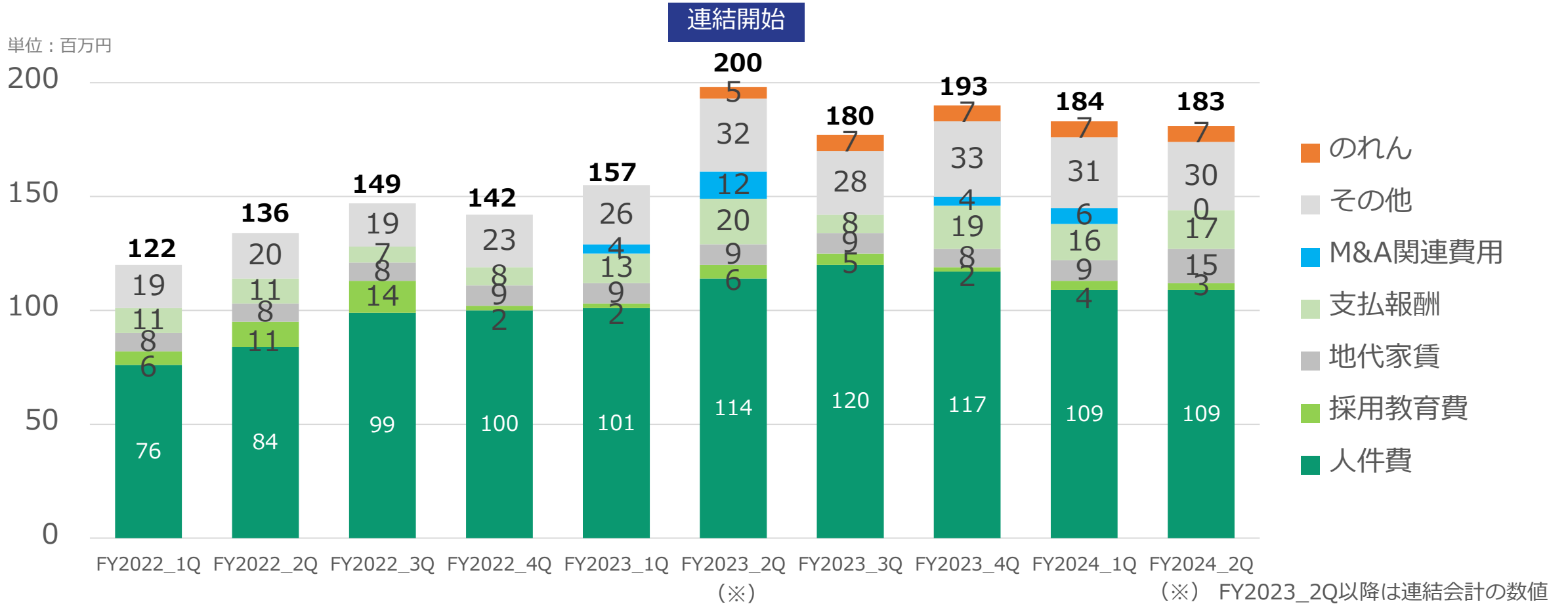
- YonYの増減額及び増減率は、業績ハイライト（連結実績）のページをご参照
- 子会社・グループ会社の業績貢献は、のれんを上回るものの軽微

単位：百万円

	FY2023 2Q連結 実績	FY2024 2Q単体 実績	FY2024 2Q連結 実績	連結on単体 増減額	YonY 増減額	YonY 増減率
売上高	1,864	1,519	1,652	133	△211	△11.4%
売上総利益	447	336	377	40	△70	△15.7%
売上総利益率	24.0%	22.2%	22.8%	—	—	△1.2Pt
販売管理費	358	327	367	40	9	2.6%
営業利益	88	9	9	0	△79	△89.4%
営業利益率	4.8%	0.6%	0.6%	—	—	△4.2Pt
経常利益	89	9	11	1	△78	△87.3%
親会社に帰属する四半期純利益 (単体：四半期純利益)	59	5	1	△4	△58	△97.2%

## 販売管理費推移

- FY2024\_1Q (QonQ) と比べて、地代家賃が増加（二重家賃の計上はFY2024\_2Qまで）したが、M&A関連費用の減少のため、QonQで同水準で推移
- FY2023\_2Q (YonY) と比べて、地代家賃が増加したが、人件費とM&A関連費用の減少のため、YonYで大幅に減少

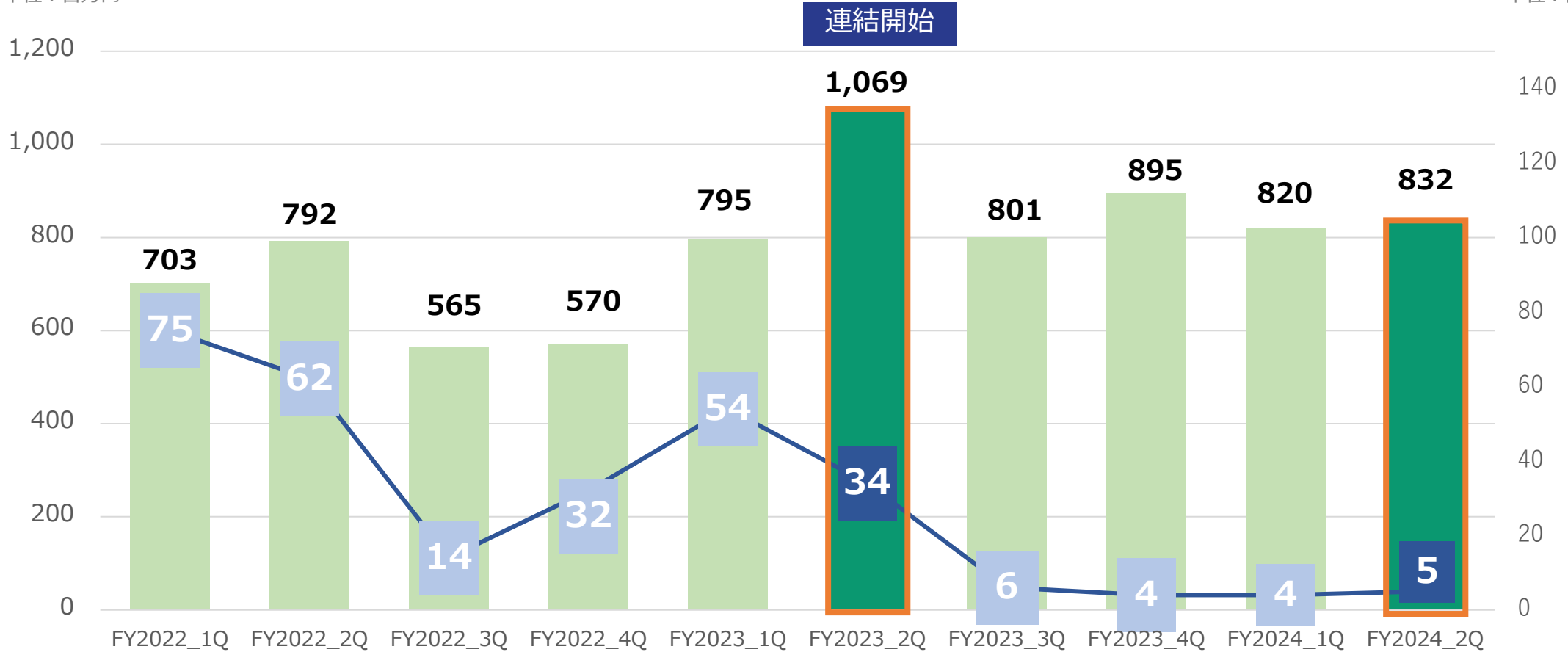


## 連結売上高/連結営業利益推移

□ 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

売上高  
単位：百万円

営業利益  
単位：百万円



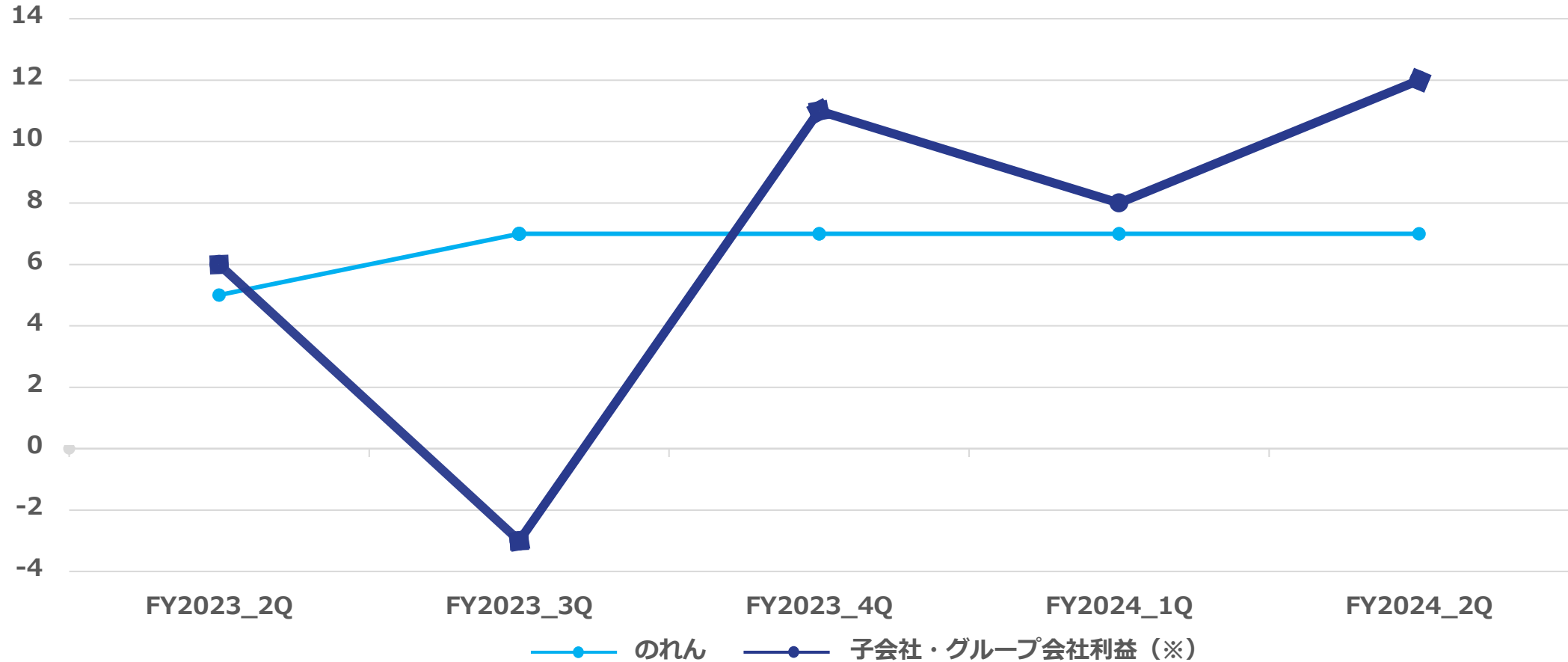
■ 売上高 — 営業利益 (※)

(※) 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のれん償却費を上回り利益貢献フェーズへ

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)

単位：百万円

	2023年9月末 (前期末)	2024年3月末 (当第2四半期末)	増減額
流動資産	1,749	1,995	+245
固定資産			
有形固定資産	6	25	+19
無形固定資産	132	117	▲15
投資その他の資産	38	195	+157
資産合計	1,927	2,334	+407
負債			
流動負債	1,057	1,277	+219
固定負債	177	358	+180
負債合計	1,235	1,635	+400
純資産合計	691	699	+7
負債純資産合計	1,927	2,334	+407

## 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  
東京都渋谷区神宮前6-17-11  
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** 1億3,801万円

## 株主構成

百本正博	34.8%
株式会社フリークアウト・ホールディングス	33.8%
株式会社SBI証券	2.4%
楽天証券株式会社	2.4%

※2024年3月末株主名簿より  
※小数点第2位は四捨五入  
※持株比率の値は分母から自己名義株式を除いた値を表示

## 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