



2025年9月期 第3四半期決算補足説明資料

2025年8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 : 2,585百万円 (YonY : + 2.9%)
営業利益 : 121百万円 (YonY +211.3%)

主な背景

【売上高】

- meyco社の増収
- ウェブコル社の連結子会社化の影響

【営業利益】

- 当社の営業生産性改善
- 事業ポートフォリオのシフトによる収益性向上

今期 予想

売上高 営業利益

売上高 : 3,800百万円 (YonY + 14.3%) ▼**下方修正**

営業利益 : 180百万円 (YonY + 431.6%) ▲**上方修正**

※期初予想から業績見通しを修正

売上高は下方修正したものの昨対増収、営業利益は大幅に上方修正

GROWTH VERSE社との資本業務提携

6/18付けにて「株式会社GROWTH VERSEとの資本業務提携に関するお知らせ」を開示させて頂いております。



営業強化、サービス開発・運営に係る連携を強化

- より高度な顧客利益への貢献を実現するための営業連携
- AI技術開発によるサービス・ソリューションの付加価値向上・進化の推進
- AIを中心とした新たな応用領域やビジネスモデル創出に向けた事業開発の展開

株主優待制度の新設

7/23付けにて「株主優待制度の導入に関するお知らせ」を開示させて頂いております。

- 対象株主様
2025年9月末日より基準日（9月末日）における当社株主名簿に記載または記録された500株（5 単元）以上を保有されている株主様を対象といたします。
- 株主優待の内容
対象株主様の保有単元数に応じて、以下のとおりデジタルギフト®を贈呈いたします。
- 贈呈時期
9月末日を基準日として、基準日から3ヶ月以内を目途にご案内を発送いたします。

対象株主様	優待内容
500株（5単元）以上保有の株主様	デジタルギフト®20,000円分

対象となる交換先は次の予定です。なお、交換先につきましては今後変更の可能性があります。

Amazonギフトカード / Google Play ギフトコード / PayPayマネーライト / QUOカードPay / dポイント / au PAY ギフトカード / Uber Taxi ギフトカード / Uber Eats ギフトカード / Visa eギフト vanilla / DMMプリペイドカード / すかいらーくご優待券 / 図書カードNEXT / ブックライブ デジタルプリペイド / Robloxギフトカード / U-NEXTギフトコード（ポイント） / ビットコイン by bitFlyer / ビットコイン by CoinTrade / ビットコインキャッシュ by CoinTrade / リップル by CoinTrade / イーサリアム by CoinTrade / ライトコイン by CoinTrade

業績ハイライト（連結実績）

□ 売上高

- ・ meyco社の売上増加による増収
- ・ ウェブコシル社の連結子会社化による影響

□ 売上総利益

- ・ 営業生産性の改善
- ・ ウェブコシル社の連結子会社化による影響

□ 営業利益

- ・ 事業ポートフォリオのシフトによる収益性向上の影響

□ 経常利益

- ・ 営業利益の増加による増益

単位：百万円

	FY2024 3Q連結実績	FY2025 3Q連結実績	YonY 増減額	YonY 増減率
売上高	2,513	2,585	+71	+2.9%
売上総利益	581	795	+213	+36.8%
売上総利益率	23.1%	30.8%	—	+7.6Pt
販売管理費	542	673	+131	+24.2%
営業利益	39	121	+82	+211.3%
営業利益率	1.6%	4.7%	—	+3.1Pt
経常利益	36	121	+85	+235.8%
親会社に帰属する当期利益	14	69	+55	+397.1%

会計期間増減分析

□ 売上高

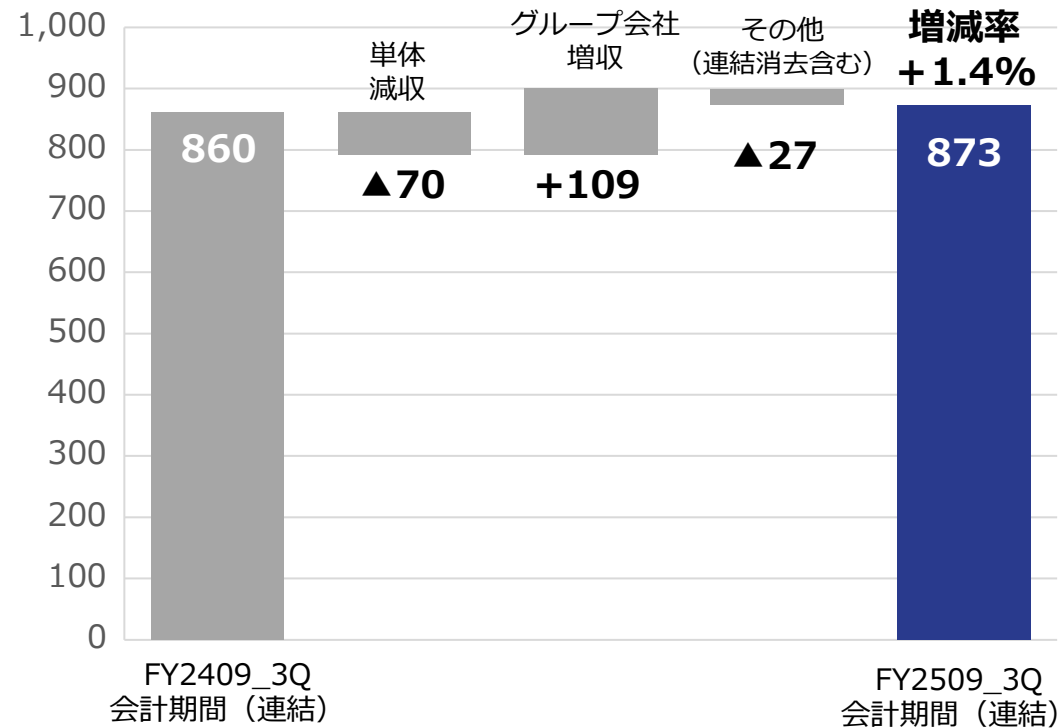
- 当社の売上減少
- + グループ会社の売上増加（ウェブコドル社連結化の影響含む）

□ 営業利益

- + 当社の売上総利益増加
- + グループ会社の売上総利益増加（ウェブコドル社連結化の影響含む）
- + その他（内部取引に係る連結消去含む）の減少 ※meyco社との内部取引が昨対比微減しております
- 営業強化に伴う人件費の増加、および業務委託費を中心とした販管費増加（一過性含む）

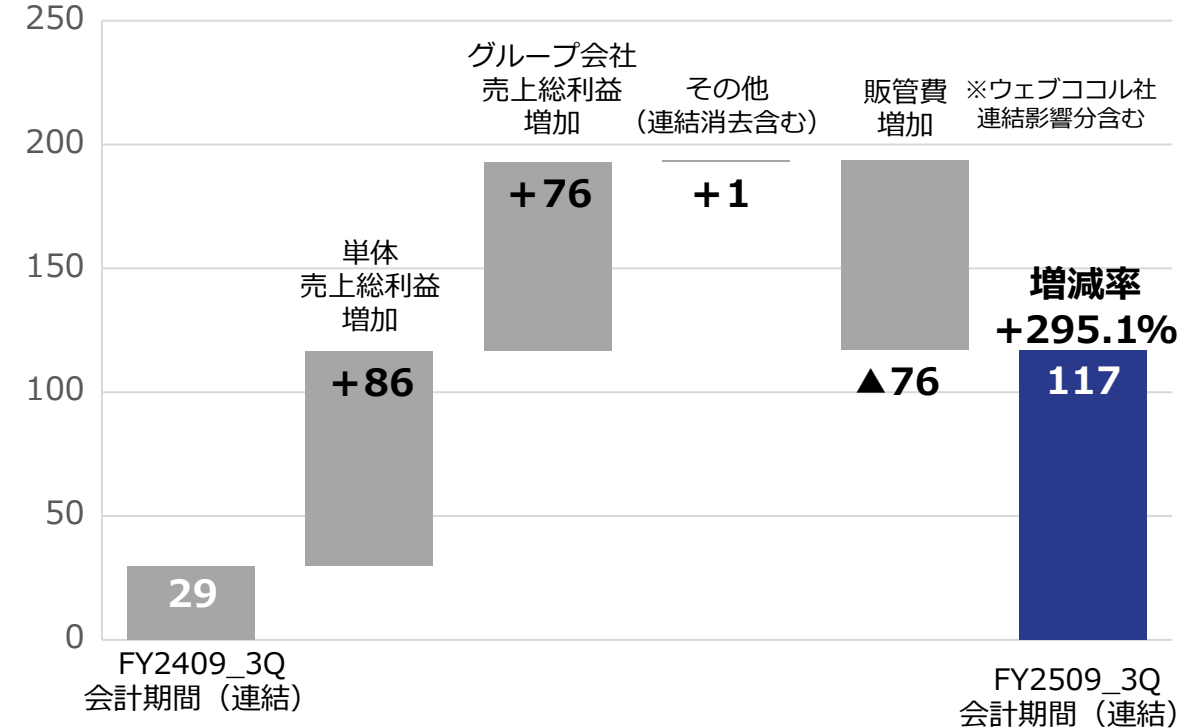
売上高

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



2. 通期業績見通し



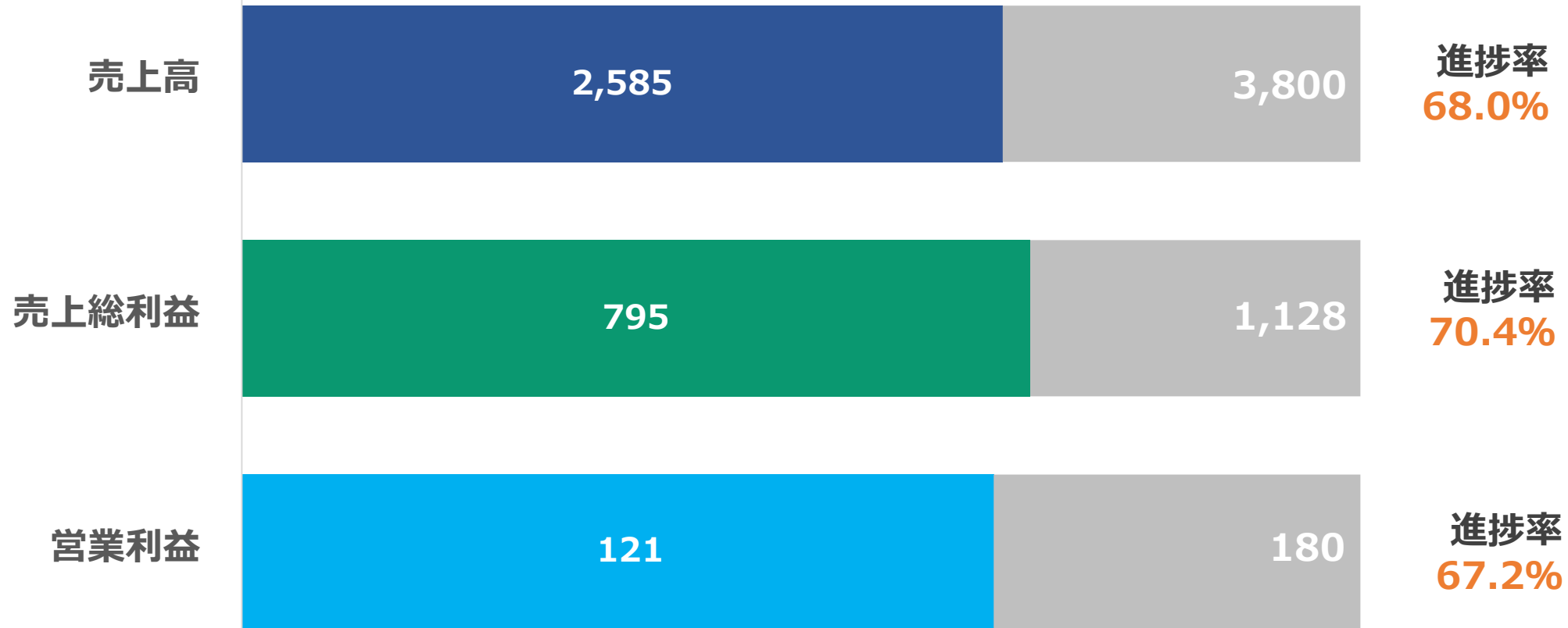
業績進捗状況について

2025年9月期第3四半期において、業績見通しの修正を行いました

- ・ 事業ポートフォリオのシフトが進行することにより、収益性が向上
- ・ 組織再編・拡大を経て、生産性の向上、グループ会社の再成長を実現。営業利益拡大に寄与
- ・ 採用強化・戦力化については課題残。更なる成長実現を図り、組織強化を推進。

この点の課題解消が出来れば、更に売上規模拡大が可能

単位：百万円



3. 今後の成長戦略



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

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

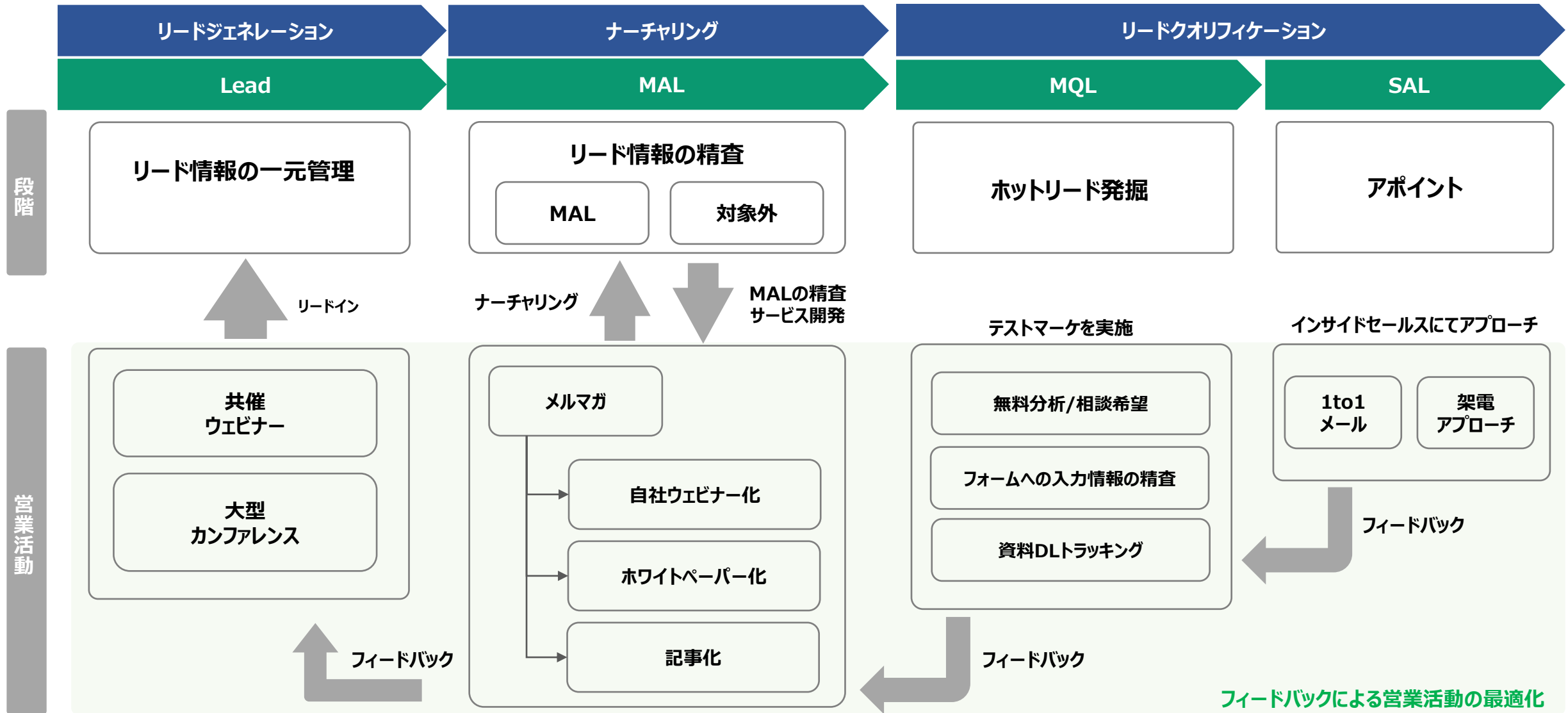
- ・ 体制の見直し、既存業務の仕組み化を通じた、本業への集中

進捗

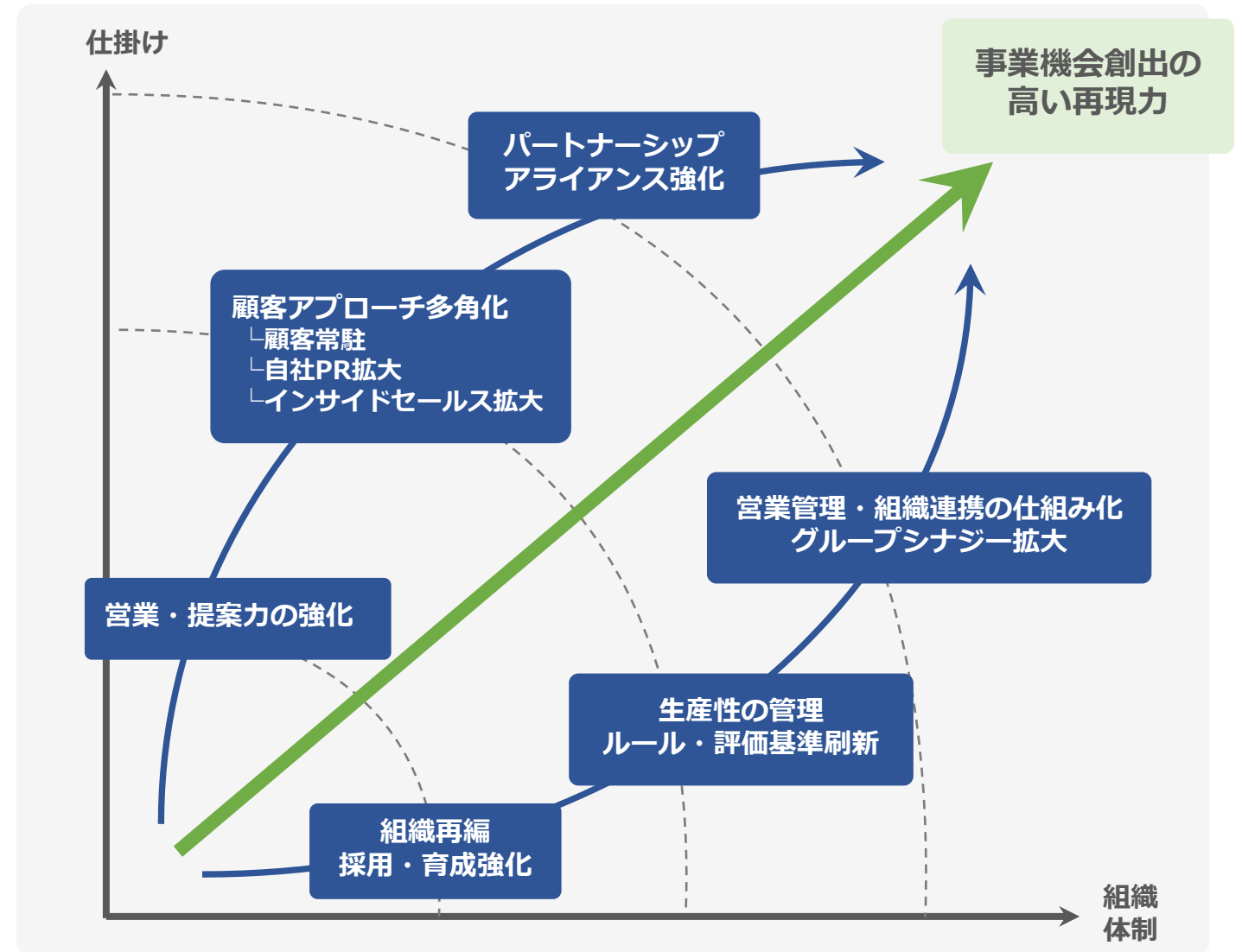
- ・ 営業フローに沿った収益ドライバー設計を進め、月次収益を蓋然性高く予測可能にする管理会計体制の構築を推進
- ・ グループ会社の連携強化のため、meyco社との連携強化、ウェブココル社を連結子会社化

- ・ 営業活動のフロー設計から、仕組みのトライアルを実施中
- ・ 採用強化を進めており、2025年度16名採用確定（昨年度実績12名）
- ・ 営業活動強化による顧客獲得が先行しているものの、社外リソースを活用することで、安定したサービス提供を担保
- ・ 組織再編を進め、各組織の役割の明確化/間接業務の効率化により、各社員の付加価値の最大化を図る

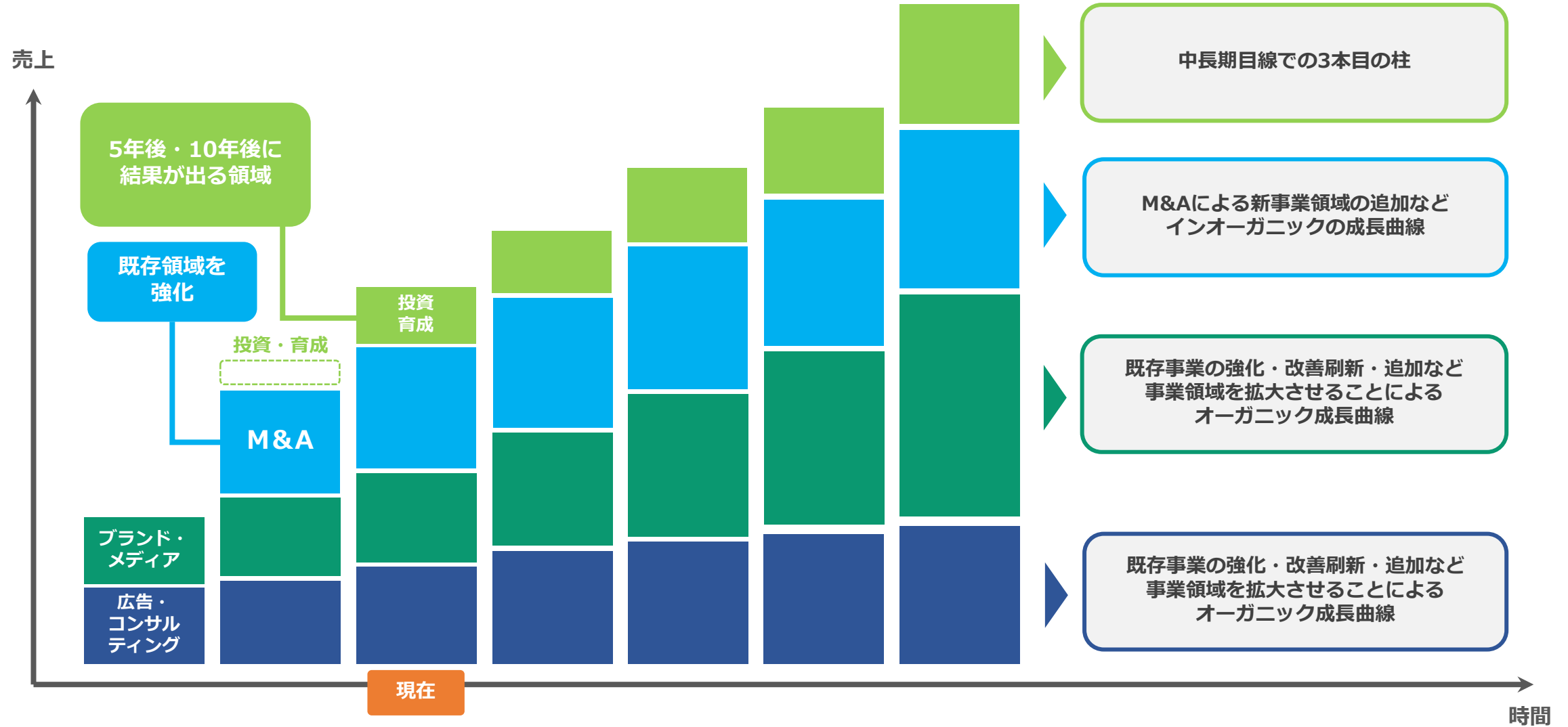
リード獲得の仕組み化およびその継続的な最適化



「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

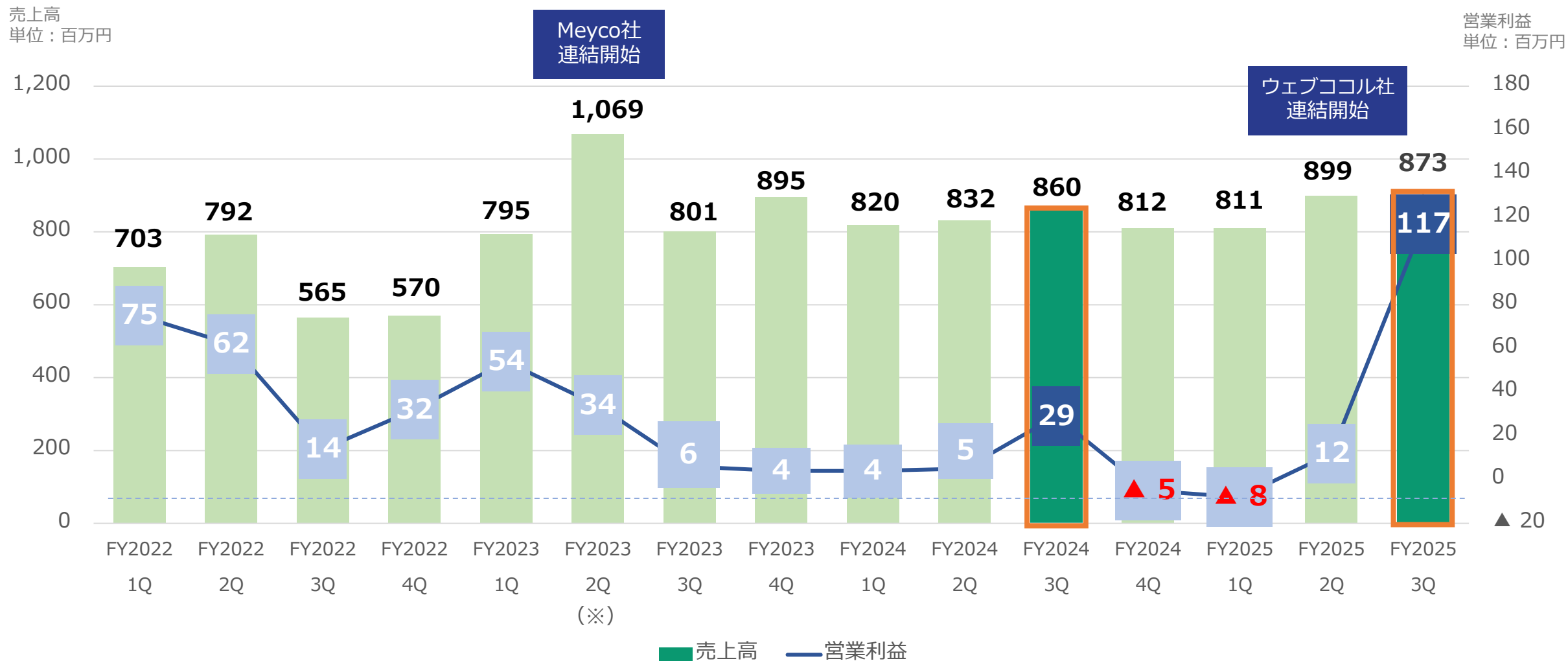


i. 補足資料



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



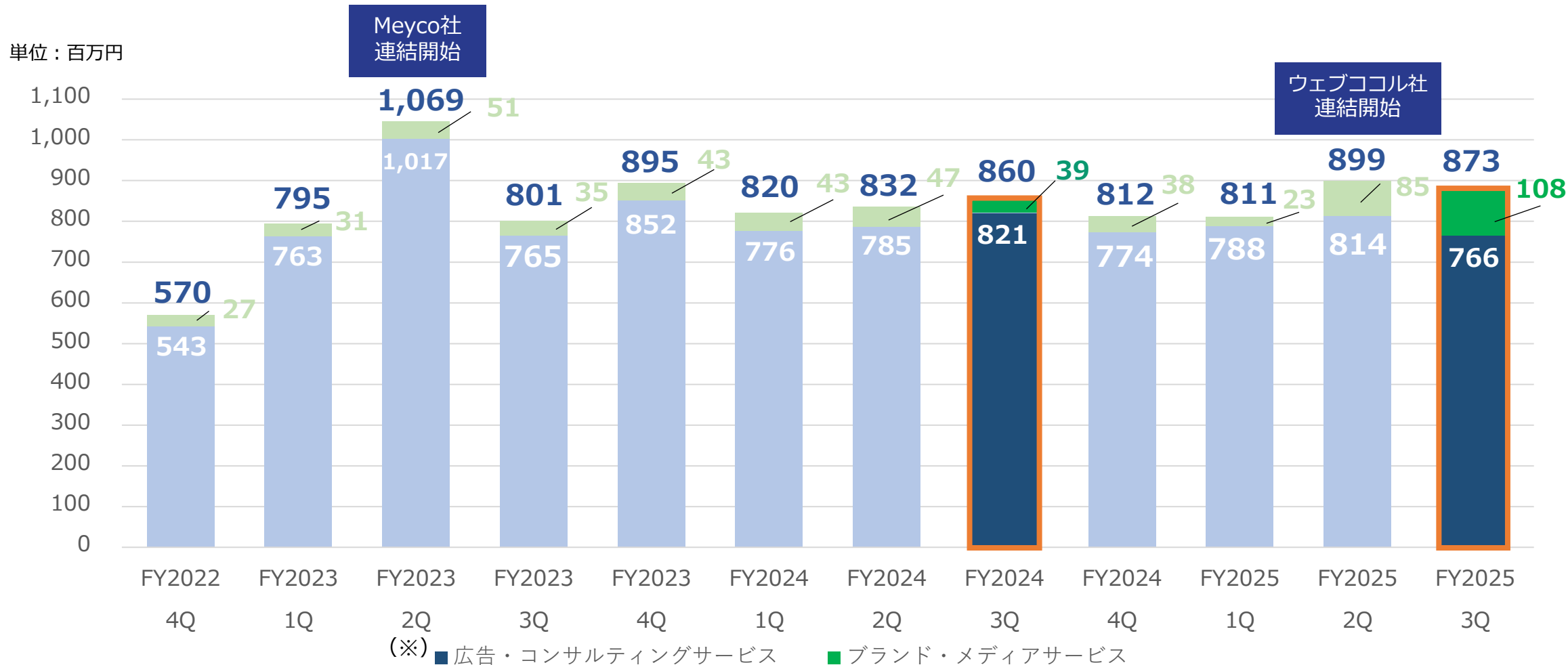
(※) FY2023_2Q以降は連結会計の数値

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、案件数減により減少 (YonY ▲6.7%)

※案件数は減少しているものの、収益性の高さを確保しており、事業ポートフォリオのシフト過程にあります

□ ブランド・メディアサービスは、ウェブコボル連結化の影響により増加 (YonY +176.7%)

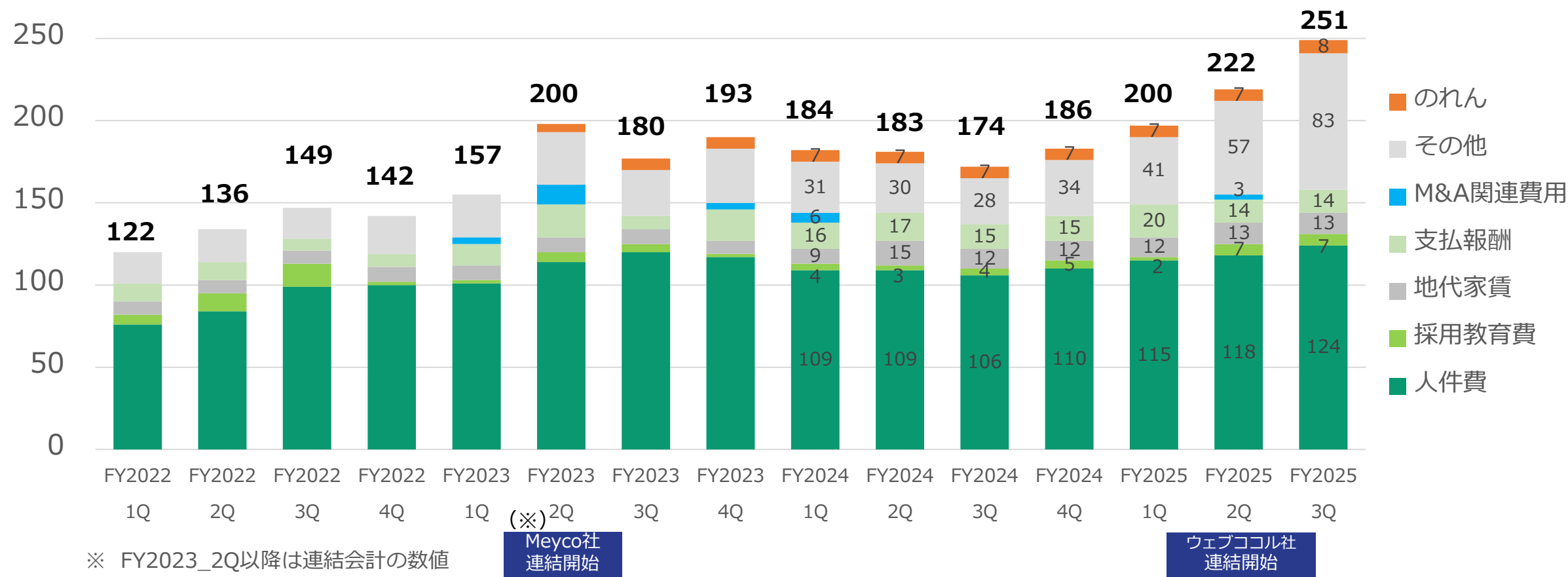


(※) FY2023_2Q以降は連結会計の数値

販売管理費推移

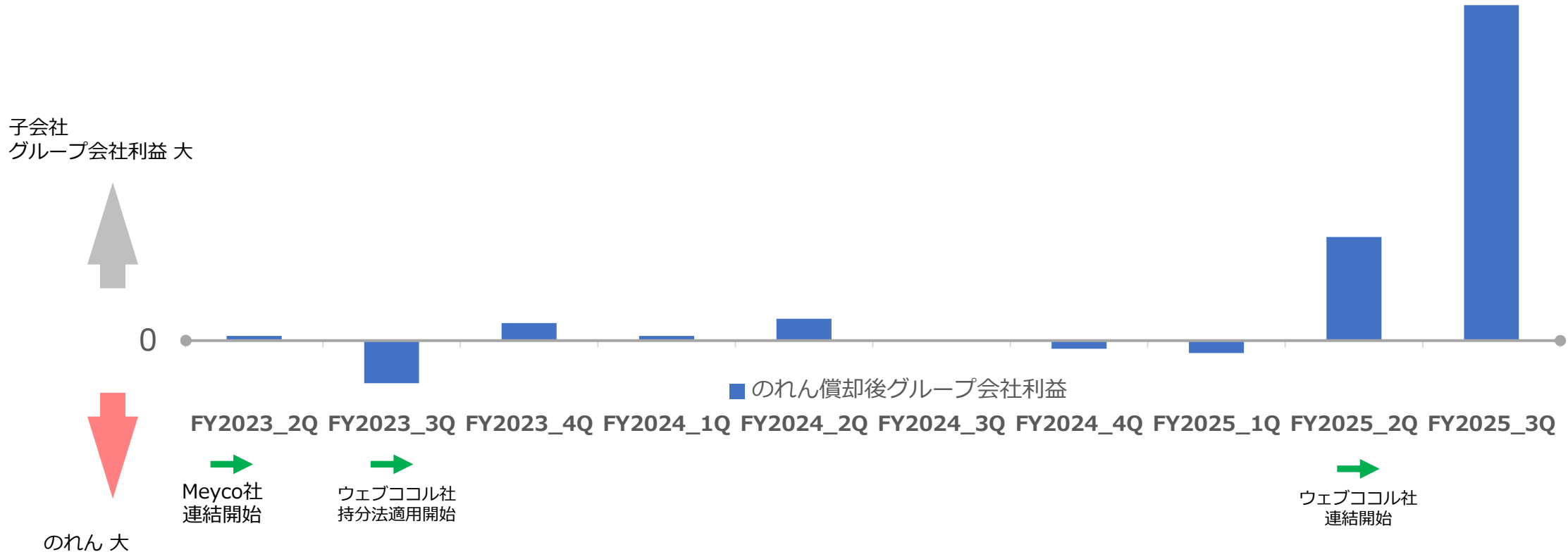
- 前期比（QonQ）
 - ・ 前期に引き続き、採用推進・組織強化の結果として人件費が増加
また、社外リソースの活用により業務委託費が増加
- 前年同期比（YonY）
 - ・ FY2024_3Qとの比較において、引き続き人件費・業務委託費が増加（ウェブコロール社連結化の影響含む）

単位：百万円



子会社・グループ会社業績推移

- FY2025 3Qにおいて、meyco社、ウェブココル社ともに引き続きのれん額を上回り、グループ貢献を果たしている
- 2025年2月度にウェブココル社を連結化した影響により、利益貢献幅が拡大
- FY2025 3Qは、前四半期よりもウェブココル社の連結期間が伸長したことにより、利益幅が拡大



(※) 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、

FY2025_1Qまではmeyco社営業利益+ウェブココル社当期純利益×40%（持分法損益）

FY2025_2Q以降はmeyco社営業利益+ウェブココル社営業利益 ※ウェブココル社は1月末まで持分法損益含む

BSハイライト

単位：百万円

	2024年9月末 (前期末)	2025年6月末 (当期末)	増減額
流動資産	2,047	1,934	▲113
固定資産			
有形固定資産	24	25	1
無形固定資産	102	88	▲13
投資その他の資産	112	162	50
資産合計	2,286	2,211	▲75
負債			
流動負債	1,269	1,212	▲57
固定負債	391	262	▲129
負債合計	1,661	1,474	▲186
純資産合計	625	736	110
負債純資産合計	2,286	2,211	▲75

2025年9月期 通期連結業績予想

□ 連結売上高

・採用強化・戦力化について課題を残しており、その影響から売上高を下方修正しております

□ 連結売上総利益/連結営業利益

- ・当社の営業生産性の向上、ならびに事業ポートフォリオのシフトの影響から一部収益性向上を果たしており、上方修正しております
- ・グループ会社の再成長・ウェブコル社連結化の影響により上方修正しております

修正後

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	3,800	+474	+14.3%
売上総利益	762	1,128	+366	+48.0%
売上総利益率	22.9%	29.6%	—	+6.7Pt
販売管理費	728	948	+220	+30.2%
営業利益	33	180	+147	+431.6%
営業利益率	1.0%	4.7%	—	+3.7Pt
経常利益	▲48	176	+224	—
経常利益率	▲1.5%	4.6%	—	+6.1Pt
親会社に帰属する 当期純利益	▲74	85	+159	—

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、メッセージ力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

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）
ベトナムオフィス（ホーチミン市）

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

2025年 6月 株式会社GROWTH VERSEとの資本業務提携契約を締結

2025年 8月 ベトナムオフィスを設立

【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。