



事業計画及び成長可能性に関する事項

2025年12月10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. 中期経営計画
- 4. リスク情報
- 5. 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

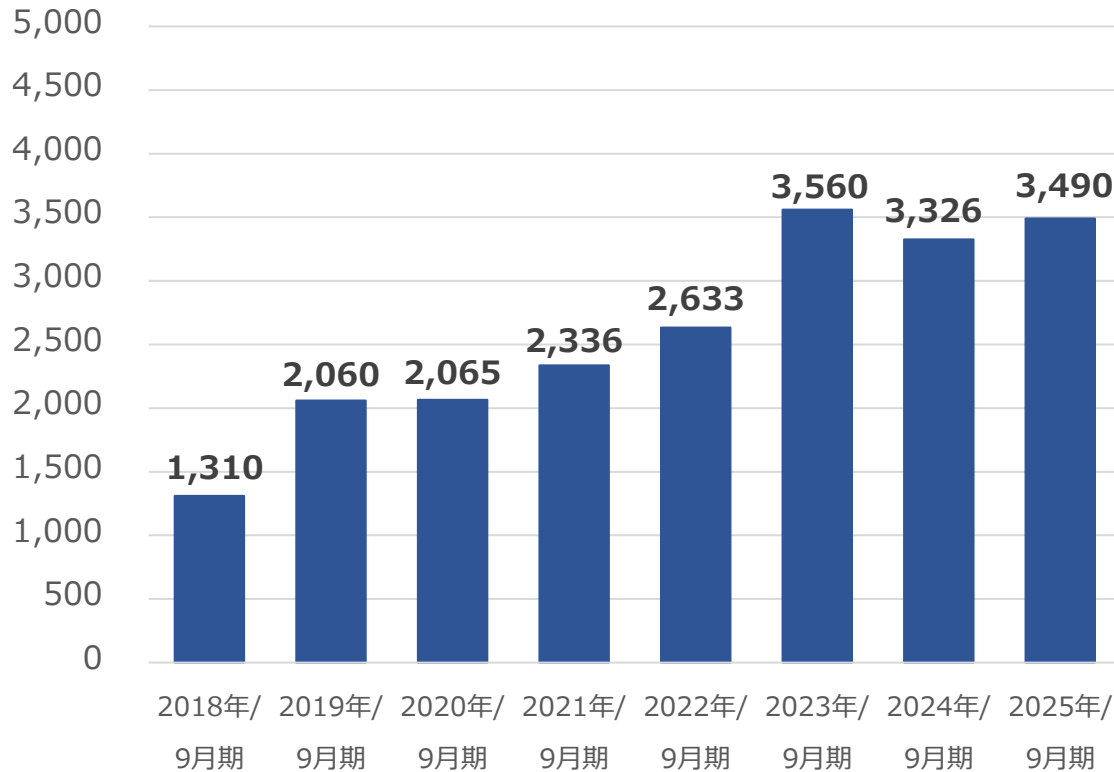
2025年 6月 株式会社GROWTH VERSEとの資本業務提携契約を締結

2025年 8月 ベトナムオフィスを設立

売上高の成長回帰・利益拡大 組織成長を伴った高い生産性を実現

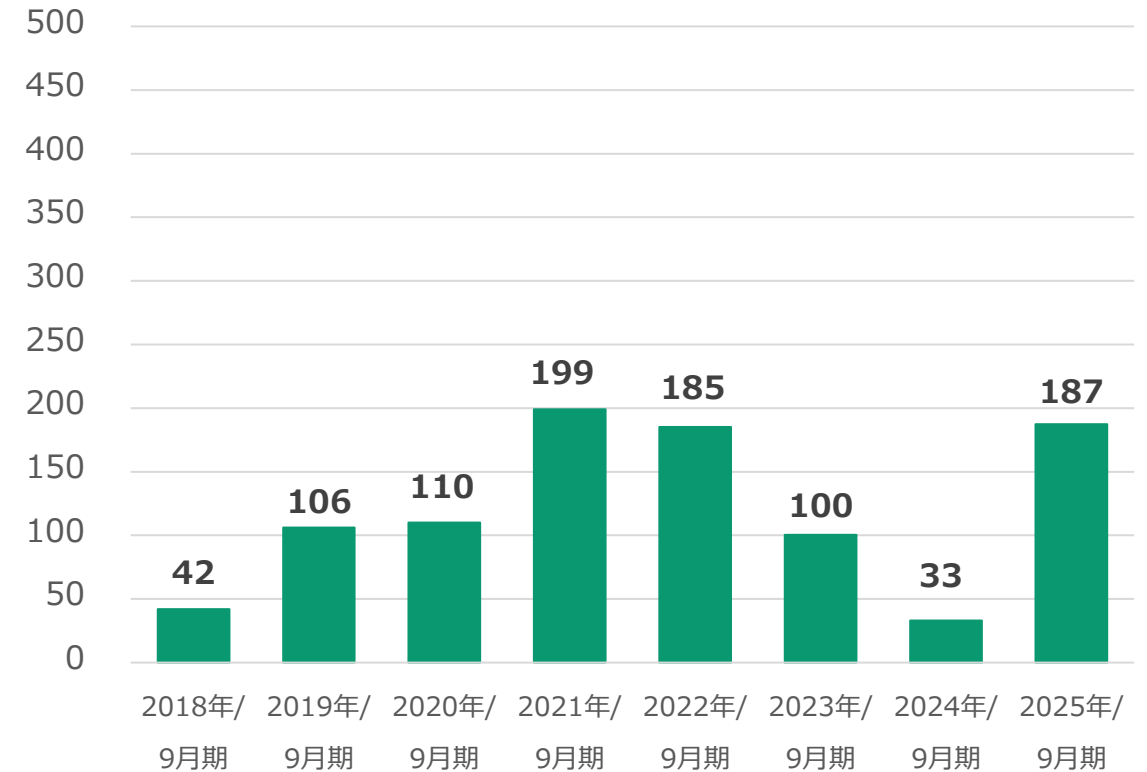
売上高

単位：百万円



営業利益

単位：百万円



(※) FY2023_2Q以降は連結会計の数値

USER
EXPERIENCE
×
DIGITAL Tech.

User Experienceをデジタル技術で最適化する



クライアントと共に走りながら、
デジタルの力で、
事業と未来を動かすパートナーである。

デジタルリフトの更なる成長の指針となる <Mission> <Vission> <Value>

< Mission >

動かそう、事業も、その先も。

< Vission >

共挑型マーケティングパートナーへ。

< Value >

Run bold. Hit hard.

共に走り、共に仕掛けろ。

Ignite ideas. Enable growth

広告で終わるな、成長を促せ。

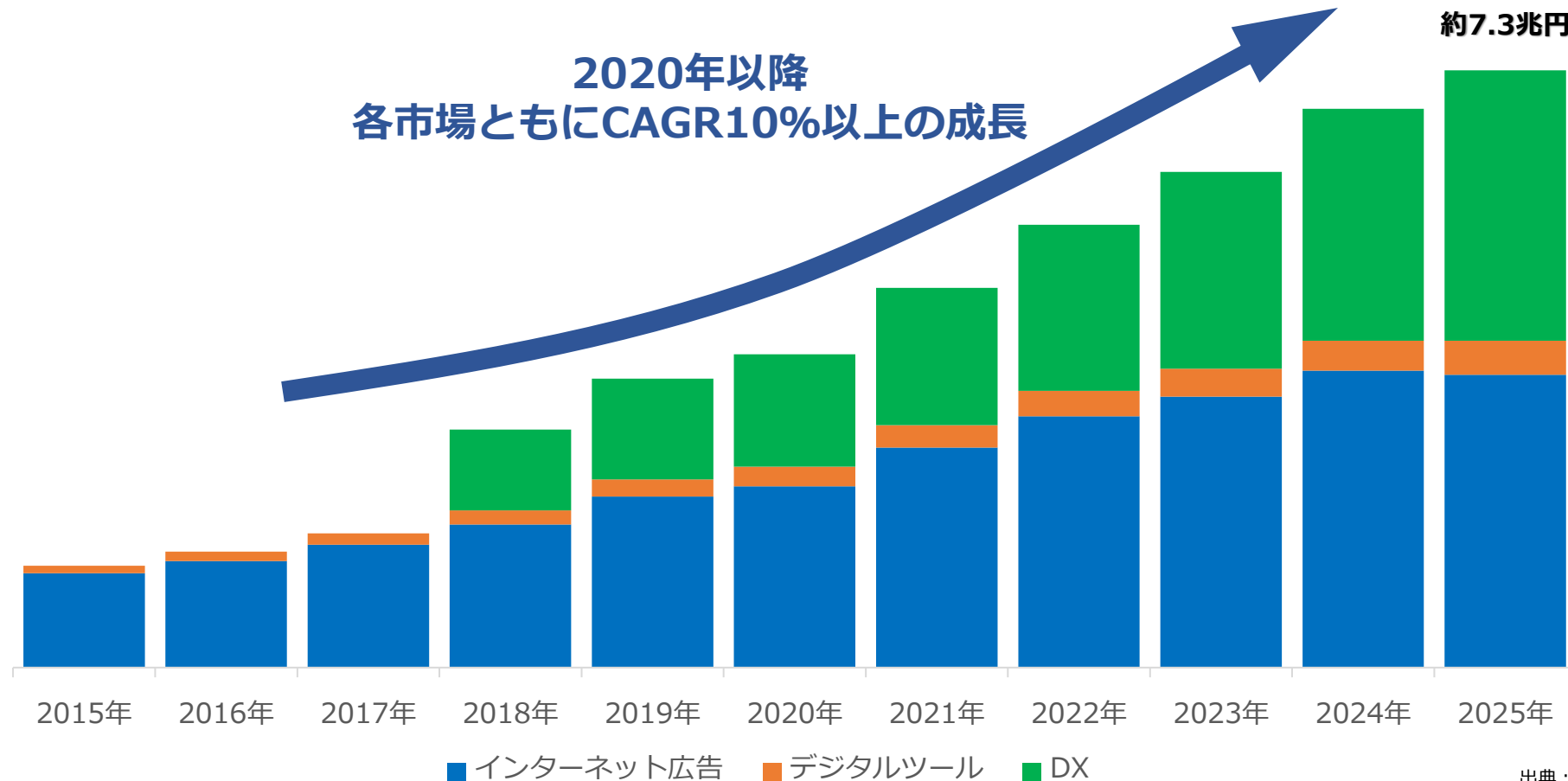
Move first. Learn fast.

完璧な計画より、一歩の行動。

2.市場環境と事業内容



当社祖業の展開するインターネット広告市場はもとより DXニーズの高まりも相まって、当社事業のTAMは高い成長が続く



出典：
矢野経済研究所 調査データ
電通「2024年 日本の広告費」に基づき作成



クライアントのCxOとして各種業務支援を行うデジタルマーケティングファームです。

ブランド価値を高め、セールスアップを支援
Marketing Growth Design

デジタルマーケティング
デジタル広告運用



自社アセットを強化し、企業価値向上を目指す
Contents Equity Enhancement

SEO / LPO / サイト構築支援
インハウス化支援

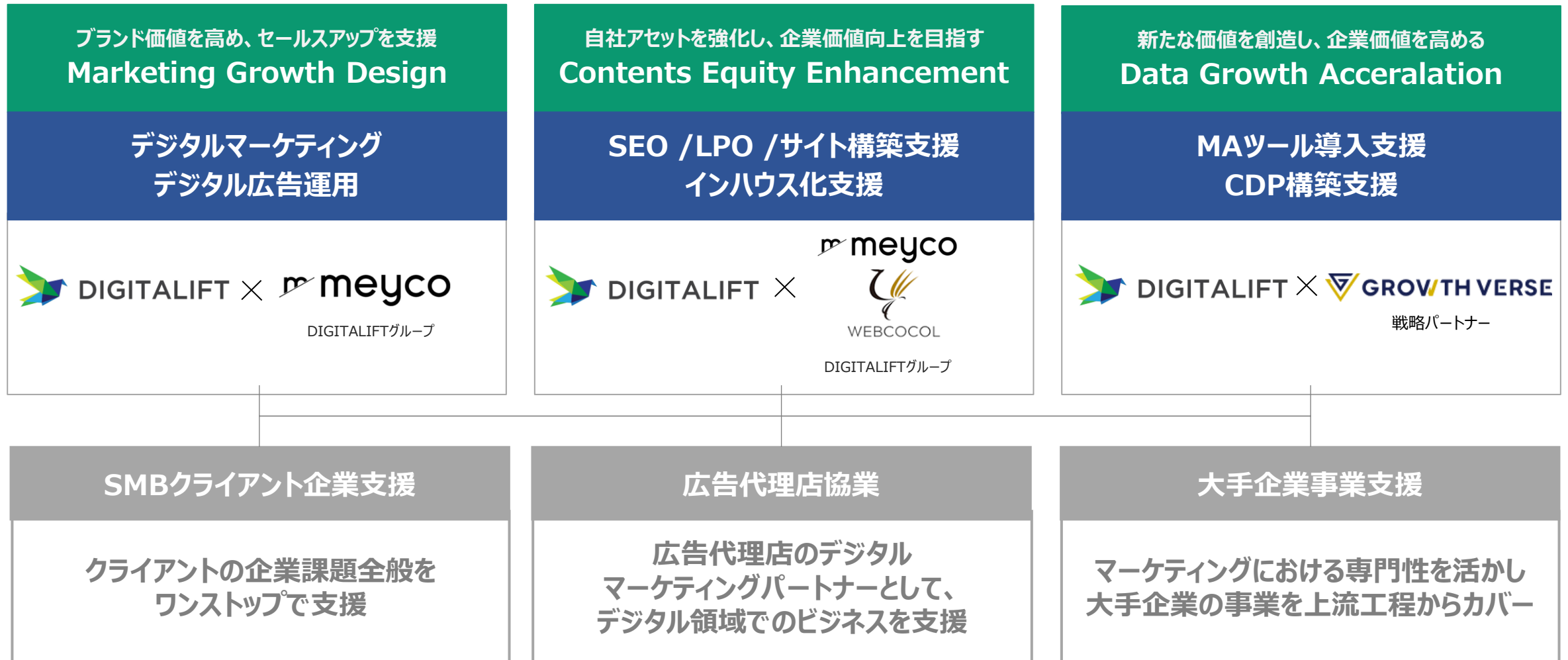


新たな価値を創造し、企業価値を高める
Data Growth Acceralation

MAツール導入支援
CDP構築支援



幅広いサービスアセットを最大限活用 領域・規模を問わないマルチターゲット戦略



ブランド価値を高め、セールスアップを支援
Marketing Growth Design



 DIGITALIFT

 meyco

自社アセットを強化し、企業価値向上を目指す
Contents Equity Enhancement



 DIGITALIFT

 meyco

 WEBCOCOL

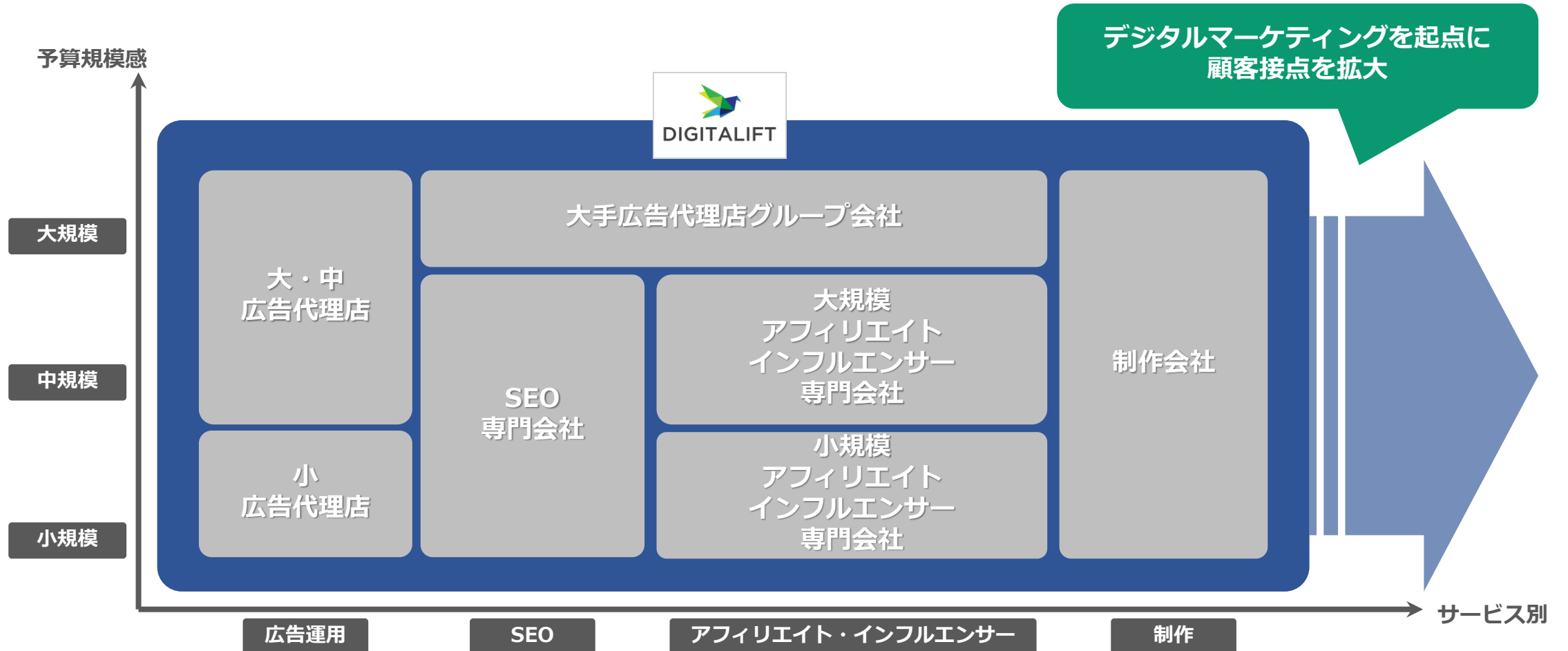
新たな価値を創造し、企業価値を高める
Data Growth Accerlation



 DIGITALIFT

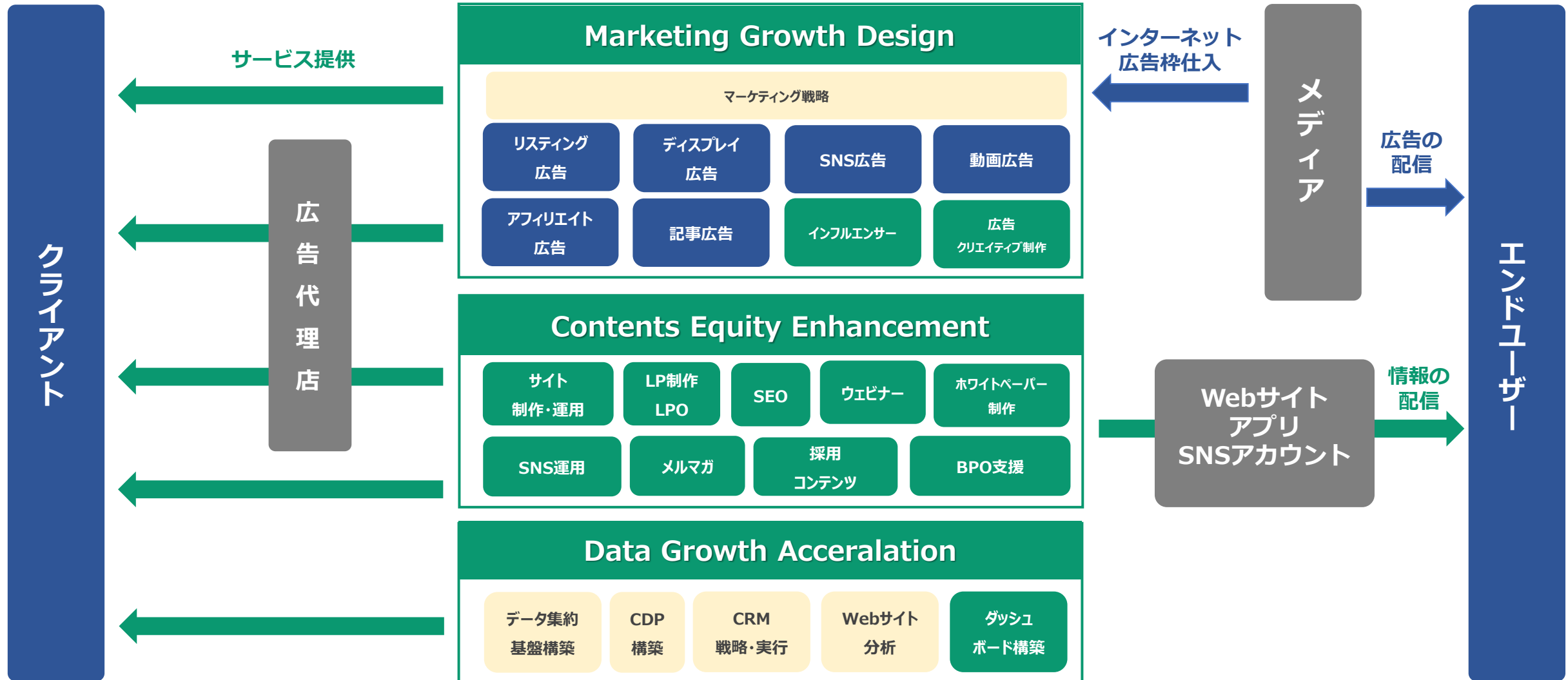
 GROWTH VERSE

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



M&Aは基本的な成長戦略のうちの1つ。 2社ともに連結子会社とし、ブランド・メディア領域を強化

meyco株式会社

- ・ 連結子会社
- ・ 売上高 4.6億円(2025年9月期)
- ・ 営業利益50百万円(2025年9月期)



ウェブコロール株式会社

- ・ 連結子会社
- ・ 売上高 2.8億円(2024年10月～2025年9月の期間)
- ・ 営業利益75百万円(2024年10月～2025年9月の期間)



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

M&A/投資実績

6/18付けにて開示させて頂いております株式会社GROWTH VERSEとの資本業務提携に関しまして、その狙いや提携の背景についての対談記事をリリースしております



DIGITALIFT



GROWTH VERSE

のぞきめ
デジタルフト

Digitalift's
Story #04



マーケティングに「科学的再現性」を。

DIGITALIFT×GROWTH VERSEが仕掛ける、

業界の変革

株式会社GROWTH VERSEとの資本業務提携にともない、取締役COO田中とGROWTH VERSE代表取締役会長 兼 CTOの南野氏が対談いたしました。

マーケティングの「科学的再現性」をテーマに、提携の裏側から業界の未来について語ります。

[当社NEWSページ](#)よりご覧いただけます

ここから当社HPにアクセスできます



3. 中期経営計画



中期経営計画 DL100 -2030- 策定の背景



クライアントと共に走りながら、
デジタルの力で、
事業と未来を動かすパートナーである。

クライアントと共に走り、デジタルの力で事業と未来を動かす。
これが2012年の創業以来の原点です。

広告・DX・データ活用環境が急速に変わるなか、いま問われているのはデジタルアド運用にとどまらず、
「事業成長にどこまでコミットできるか」だと考えています。

この変化に正面から応えるため、
Mission「動かそう、事業も、その先も。」
Vision「共挑型マーケティングパートナーへ。」
Value「共に走り、共に仕掛けろ。／広告で終わるな、成長を促せ。／完璧な計画より、一歩の行動。」
を、私たちの約束として再定義しました。

「中期経営計画 DL100 -2030-」は、その約束を実行に移すロードマップです。グループの総合力でクライアントの成長と当社の企業価値向上を同時に追求し、変化を味方にしながら株主・顧客の皆さまと次のステージに挑んでいく。そのためのチャレンジ宣言です。

デジタリフトの更なる成長の指針となる ＜Mission＞ ＜Vission＞ ＜Value＞

＜Mission＞

動かそう、事業も、その先も。

＜Vission＞

共挑型マーケティングパートナーへ。

＜Value＞

Run bold. Hit hard.

共に走り、共に仕掛けろ。

Ignite ideas. Enable growth

広告で終わるな、成長を促せ。

Move first. Learn fast.

完璧な計画より、一歩の行動。

中期経営計画 DL100 -2030-

経営計画

2030年度 売上高100億円 営業利益7億円

戦略・事業方向性

- ・ マルチターゲット/共挑型パートナー

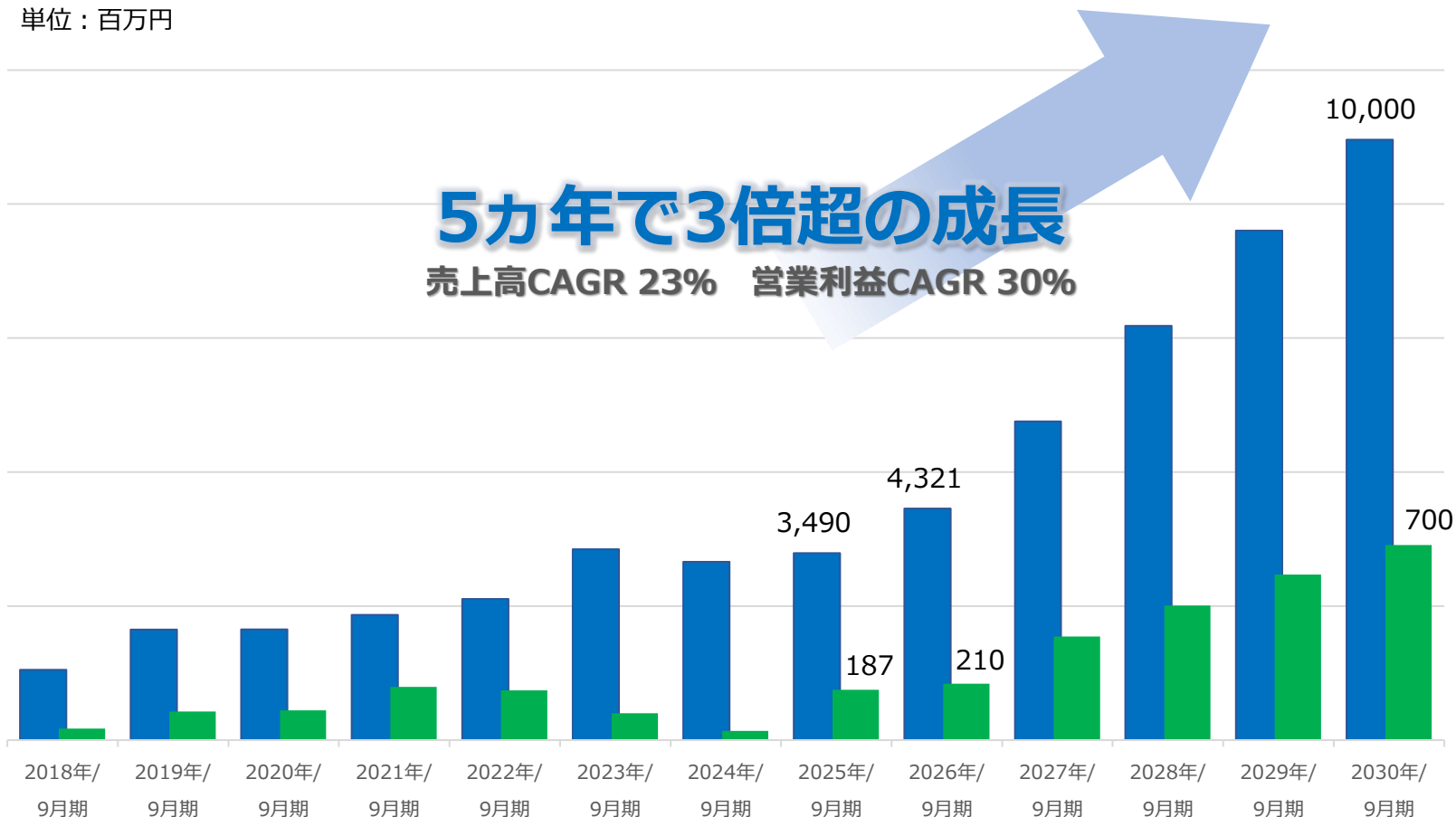
主な課題

- ・ 事業の成長 – 売上高100億円規模の成長実現 –
- ・ 生産性の向上 – AI・先端技術の活用 –
- ・ 組織体制の強化 – 風土醸成/組織戦力の強化 –
- ・ 2030年度 グロース市場上場基準（時価総額100億円）への適合

デジタリフトの業績推移と成長方向性

売上高100億円 営業利益7億円を目指す

単位：百万円



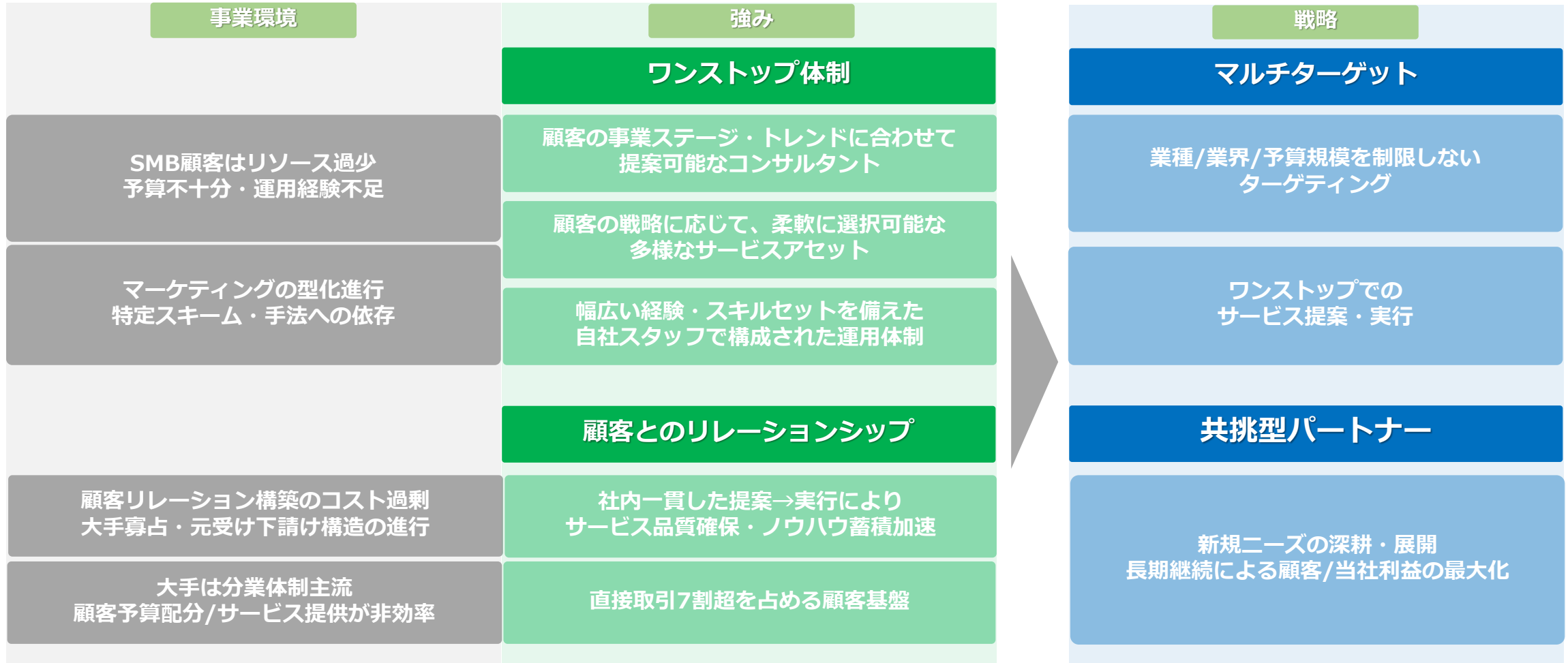
売上高100億円
営業利益7億円

2030年9月期

売上高34億円
営業利益1.8億円

2025年9月期

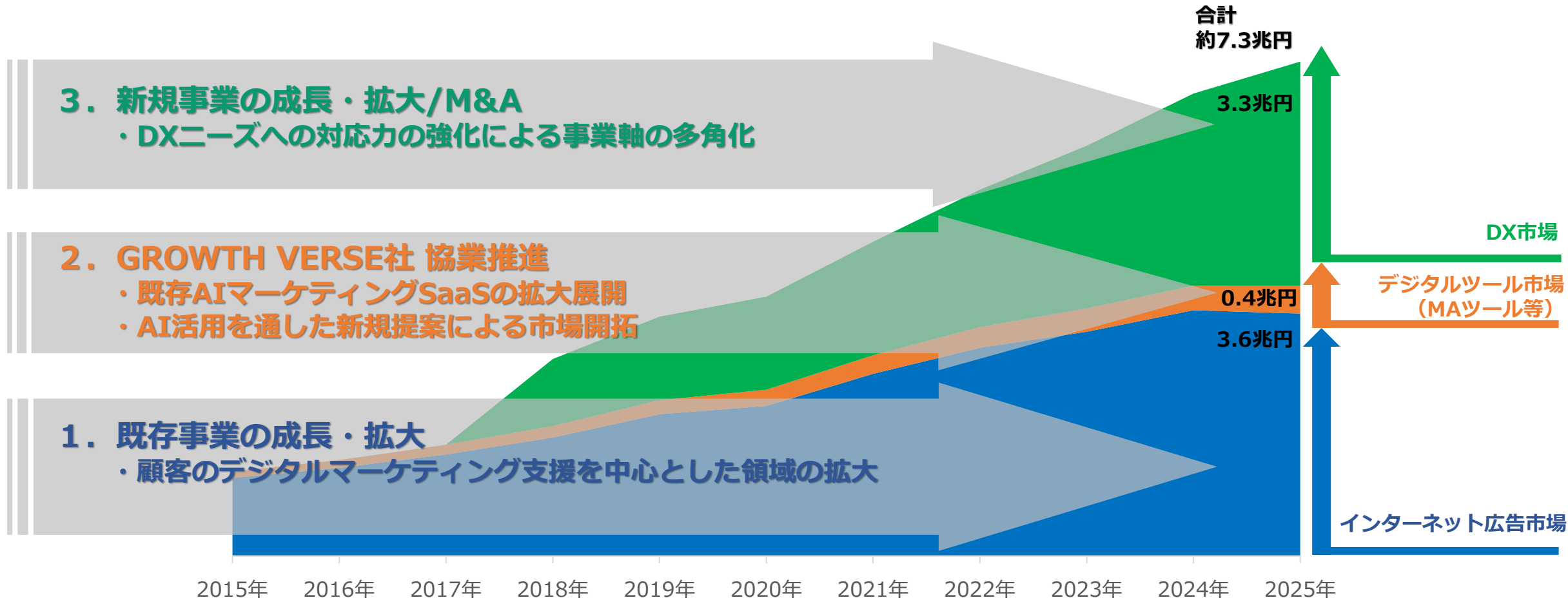
事業環境・強みを活かした事業展開により 顧客と共に成長するマーケティングパートナーへ



課題と施策・取組

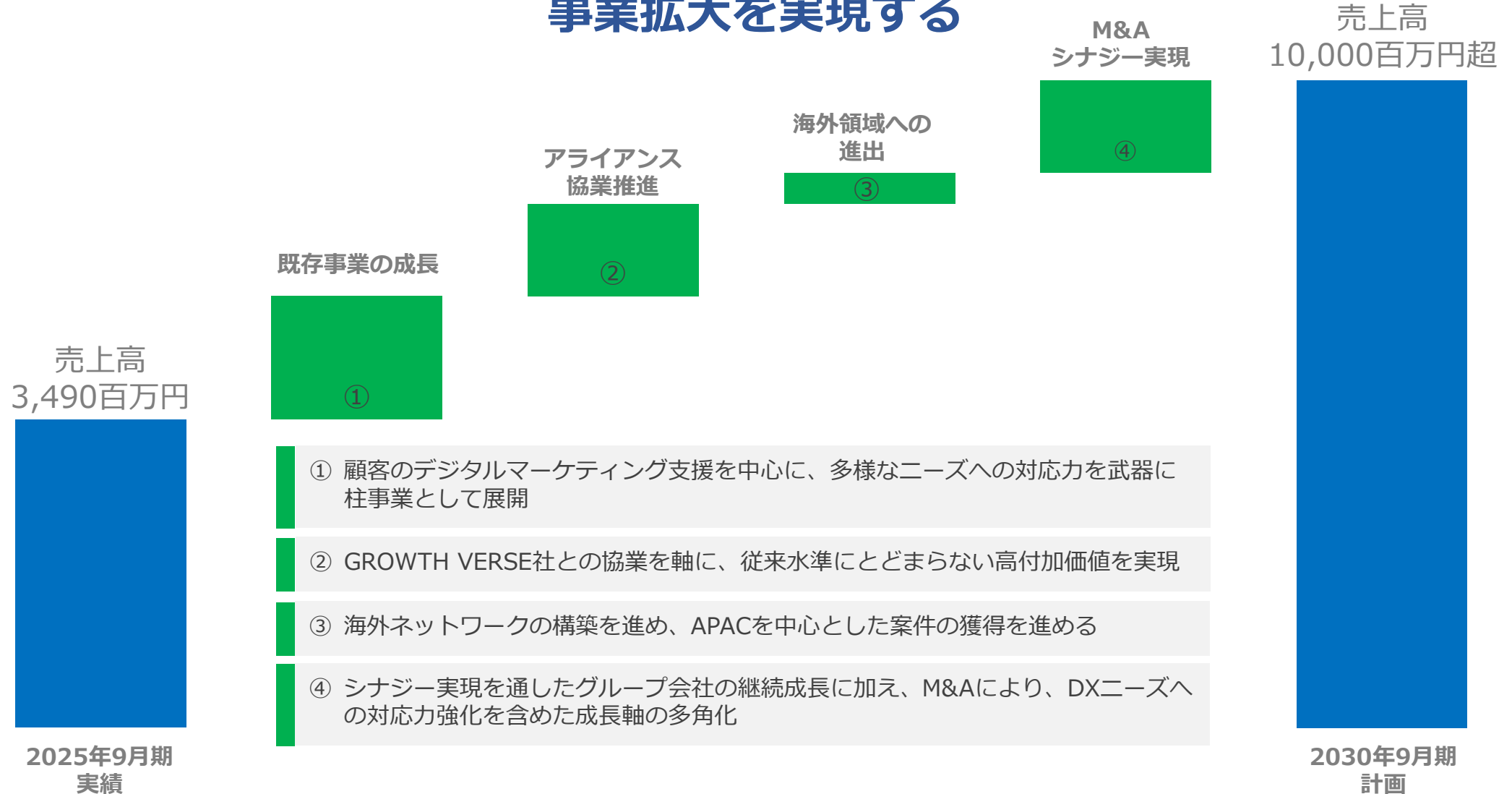
課題	戦略・方針	施策・取組
事業の拡大	既存事業の成長	SMBクライアント企業支援
	アライアンス 協業推進	広告代理店協業
	海外領域への進出	大手企業事業支援
	M&A シナジー実現	APACを中心としたマーケティングニーズへの対応
生産性の向上	業務効率の改善による マージン向上	グループ会社の更なる成長推進
		新たなケイパビリティの獲得
組織体制の強化	採用強化 ロイヤリティ向上	AI・先端技術の活用
		採用増・定着改善による組織戦力の拡大
		組織風土の醸成

成長著しい市場のポテンシャルを事業成長につなげるべく 体制拡大・アライアンスを進める



出典：
矢野経済研究所 調査データ
電通「2024年 日本の広告費」に基づき作成

成長マーケットのニーズを追い風に、 事業拡大を実現する



サービスアセット最大活用による マルチターゲット戦略

広告代理店協業
30%程度

直接取引
70%以上

高い付加価値に繋げることが可能

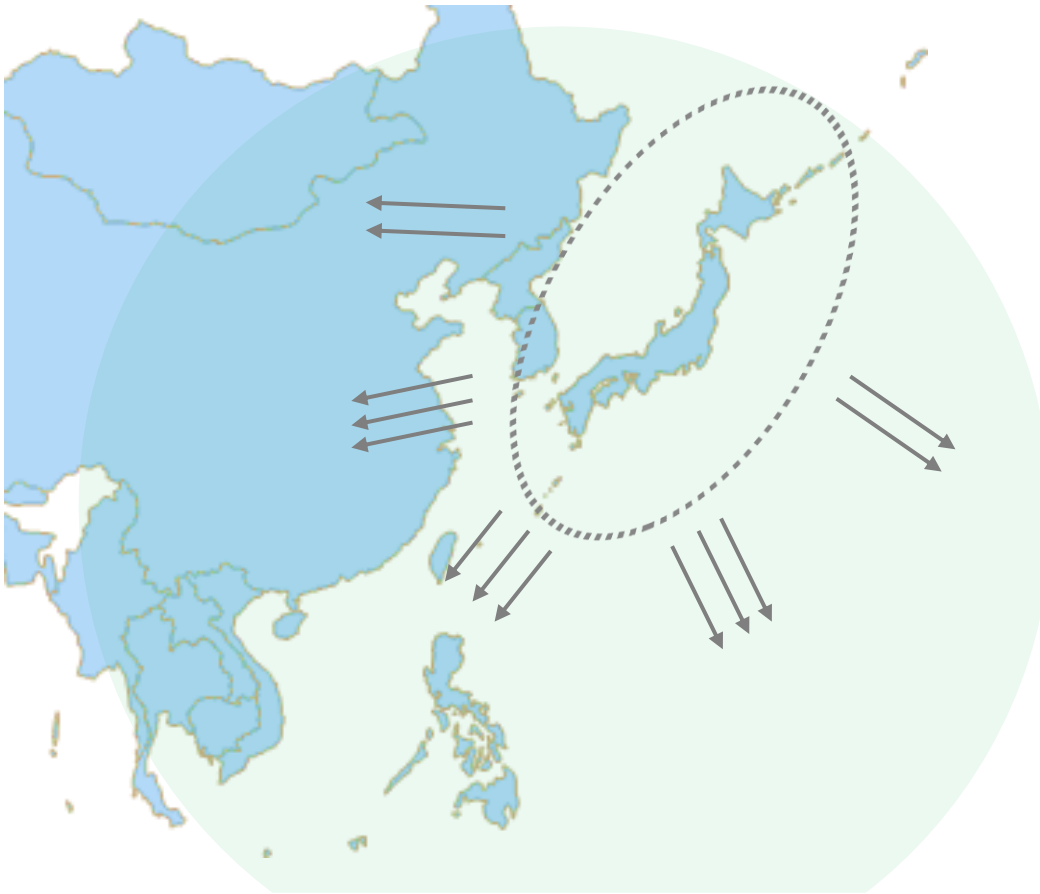
大手企業事業支援

- ・ 大規模予算による広告運用が多い
- ・ 競合からの切り替えもあるものの、価格競争力を要求される場合も多く、採算が合わないこともある
- ・ 繁忙期を中心に代理店からの紹介により対応
- ・ インハウス対応している企業もごく一部あり、季節要因により一部を委託しているケースもある

SMBクライアント企業支援

- ・ 予算規模に応じた提案が可能
- ・ 上流工程から、マーケティングフロー全域に関与することが可能なケースが多いため、当社アセットのフル活用により、サービス種別に制限なく対応できたほうが双方にメリットがある
- ・ マーケティング対応が基本的に不足しており、ニーズ開拓余地が多分に残されている
- ・ インハウス対応している企業はごく一部

国内からAPAC域に及ぶ 海外マーケティングにおけるプレゼンス確立



海外事業の展開方針

【短中期】

- ・ FY25に開設しているベトナムオフィスの、オフショア運用拠点としての最大活用。段階的な海外リソースの拡充
- ・ 海外広告代理店との協業推進によるネットワーク拡大を通し、営業強化。APACにおけるプレゼンス拡大
- ・ Greater China、South Koreaにおけるデジタルマーケティング提供網の確立

【中長期】

- ・ 海外顧客の日本向け広告/既存顧客の海外案件の獲得
- ・ 海外の最先端テクノロジートレンドを、既存事業の提案へ活用。提案力の強化を図る

グループ総合力の強化 デジタルマーケティング事業のデータ武装



グループの更なるシナジー強化

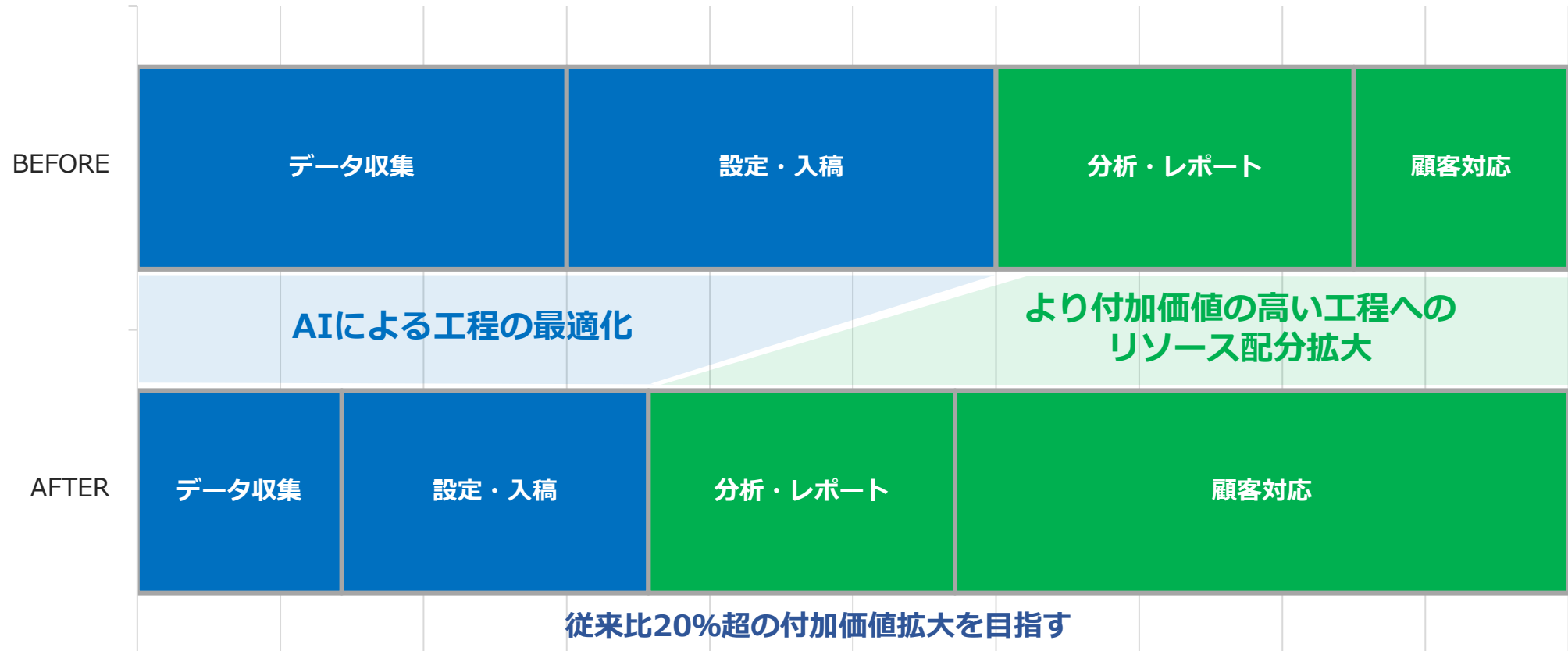
- ・ 各社の強みを活かした協働営業、クロスセルの推進
- ・ 情報連携、ネットワーク強化を通じたサービス開発
- ・ 各社相互のリソース補完
- ・ グループ会社のケイパビリティ補完による提案力の強化

M&Aによるデータ武装

- ・ 既存事業の強化・差別化を実現するためのアライアンス構築
- ・ 先端技術の最大活用を図るケイパビリティの獲得
- ・ データプロセッシング/インテグレーションを通じた付加価値の向上
- ・ 更なる事業スケールアップ

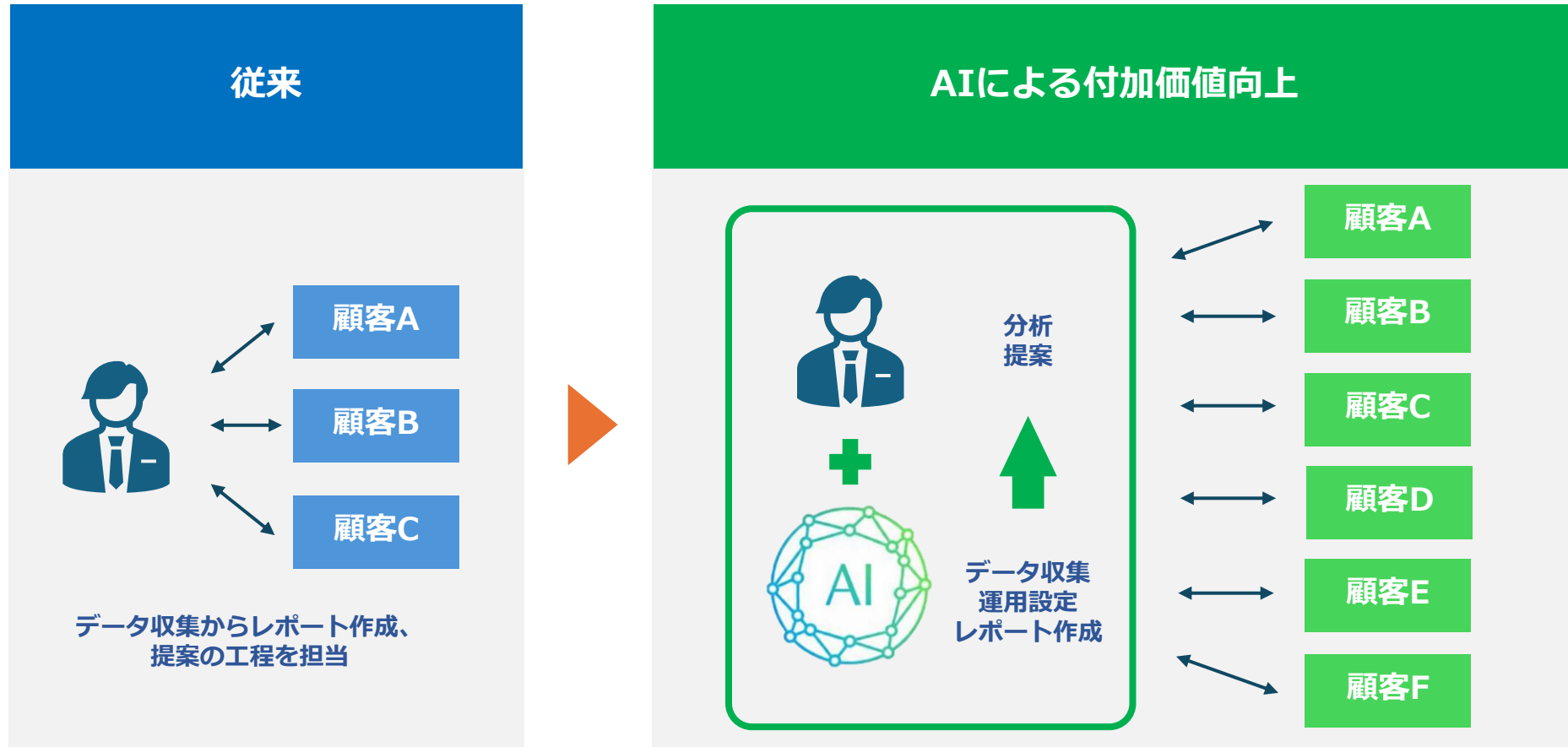
リソース最適化を通じた総合的な付加価値の向上

AI活用を中心に、業務改善を進め、機械的な工程に割くリソースを圧縮
より顧客価値に寄与する工程を充実させることで、既存案件の拡大・新規顧客の獲得につなげる

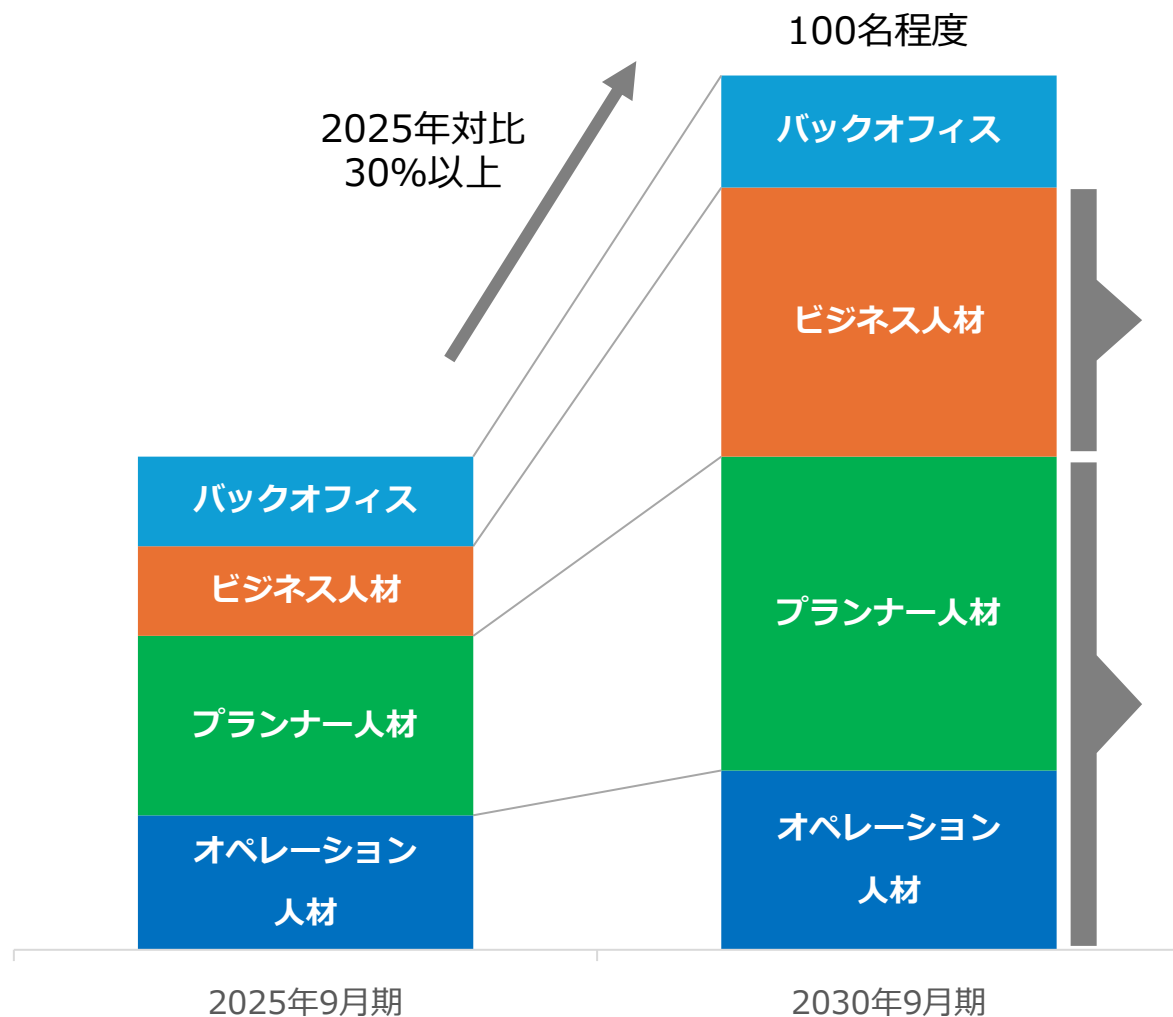


デジタル広告運用業務におけるAI活用

付加価値向上に直結する工程へのリソース集中



既存体制の拡充に加え、 デジタル領域のニーズ対応力の拡大を推進



アライアンス等を通じたビジネス開発に関わる人材

【役割】

- ・ DXをはじめとするデジタル領域のサービス開発
- ・ 協業先との連携を通して、戦略の実行を担う

【求められる適性・経験】

- ・ 戦略的思考力と問題解決能力
- ・ コミュニケーション能力と交渉力
- ・ 先端技術に対する学習意欲
- ・ 法人を対象とした（B2B）新規事業立ち上げ、または事業開発の実務経験

既存のデジタルマーケティング事業に関わる人材

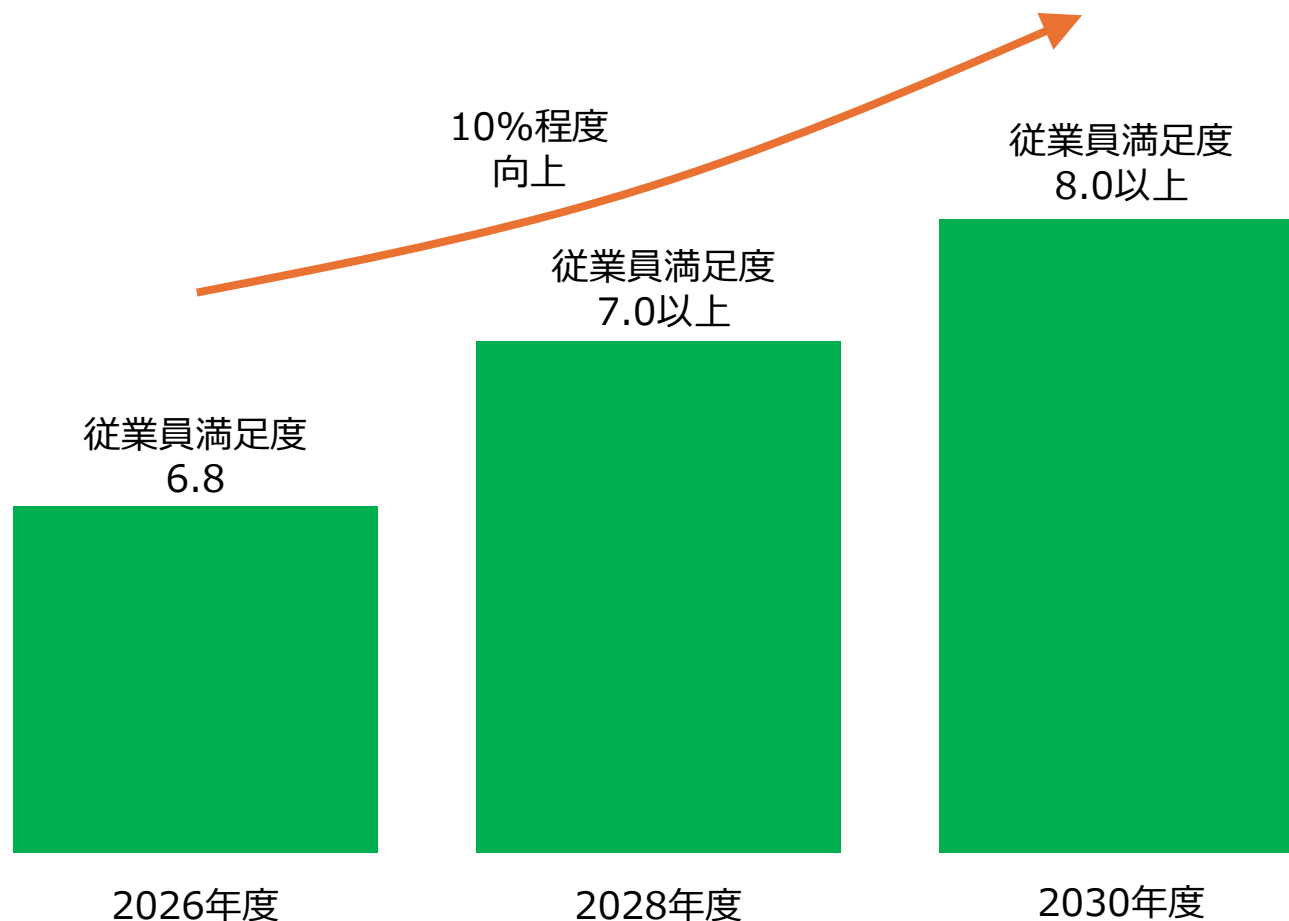
【役割】

- ・ 既存事業である広告運用、制作に関わるサービスの推進を担当
- ・ 適性に応じてビジネス人材へ配置転換

【求められる適性・経験】

- ・ 定量的な分析力と論理的思考力
- ・ プラニング、またその実行力と検証へのこだわり
- ・ データ分析ツール/広告プラットフォームの運用経験

MVVを指針とした ロイヤリティの高い組織風土を構築



ロイヤリティ向上に向けて

【共挑する風土の醸成】

✓ 2026年度から

- ・ 新MVVを体現するための評価・報酬制度の刷新
- ・ 次世代を担う新卒採用の本格始動
- ・ 永年勤続の表彰・支援

✓ 2028年度から

- ・ 次世代マネジメント層の登用・育成につなげる新規事業コンテストの開催
- ・ 本人の意思を起点としたジョブローテーション開始

✓ 2030年度から


- ・ 多様な人材が活躍できる環境整備（海外・シニア）

□ 従業員満足度について

就業環境についての社内アンケート調査の集計結果による
(10点満点)

時価総額100億円の実現に向けて
中期経営計画 DL100 -2030- を策定

単位：百万円

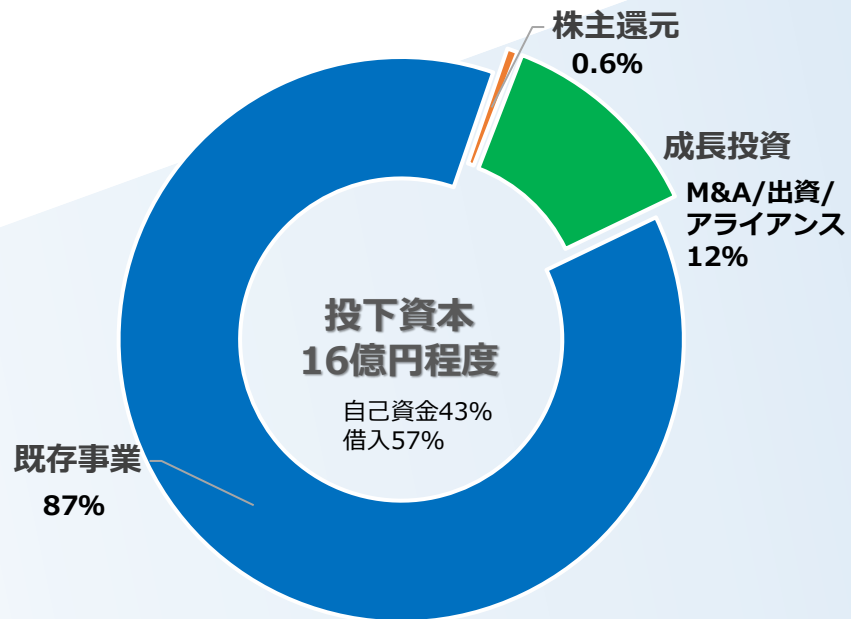
	2024年9月期	2025年9月期	前年 対比		2026年9月期	2030年9月期	2025年9月期 対比
	実績	実績			計画	計画	
売上高	3,326	3,490	4.9%		4,321	10,000	186.5%
営業利益	33	187	453.7%		210	700	274.3%
営業利益率	1.0%	5.4%	+4.4pt		4.8%	7.0%	+1.7pt
ROE	—	16.3%	—		16%以上	10%以上	—
ROA	—	4.7%	—		5%以上	5%以上	—
ROIC	3.2%	16.7%	+13.5pt		WACC以上の水準を維持		—
WACC	—	約9.3%	—		ROIC未満の水準を維持		—

・ 高い成長性/生産性の両立させ、資本コストを意識した経営の実現

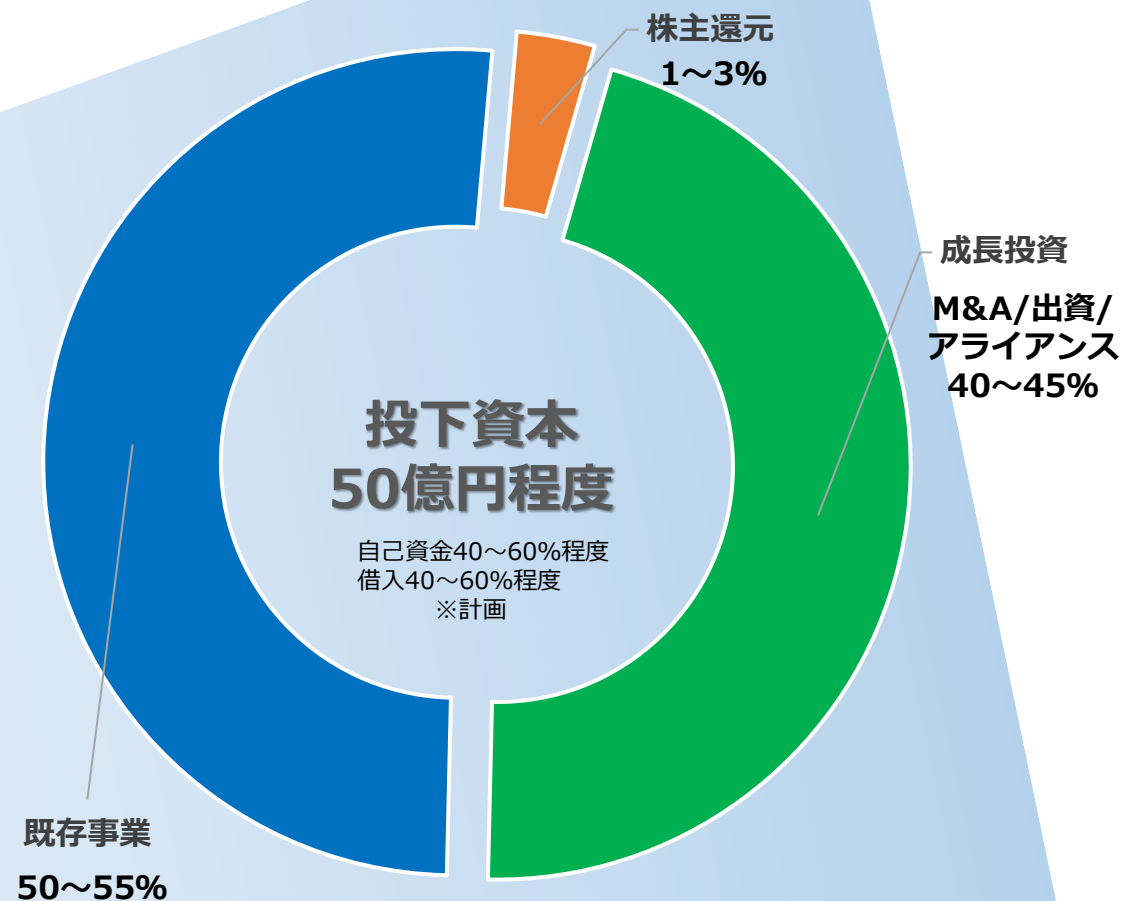
【ご参考】

- ・ ROIC：投下資本＝総資産－現金および現金同等物
- ・ WACC:リスクフリーレート：1.8%（2025年11月時点の日本国債10年物利回り）、市場リスクプレミアム：6.0%、β値：1.25（グロース市場想定）

投資を3倍超拡大 本格的な成長投資を進め、事業成長を加速



2025年度



2030年度

4. 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、 <u>新たな規制等への注視体制</u>
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。



5. Appendix



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、月次収益見通し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 ○
- ・ グループ会社とのシナジー創出のため、meyco社との連携強化、ウェブ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17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 ○
- ・ GROWTH VERSE社との資本関係の確立により、営業ネットワークおよびサービス開発力・提案力強化 ▲
- ・ 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 ○

※ 2025年9月期通期決算説明資料より再掲

2025年9月期 通期連結業績（対 業績予想）

2025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。

- 期中における業績見通し修正および通期業績の背景

売上高（下方修正/目標未達）：組織強化・戦力化の目標未達、高収益案件への社内リソース集中（新規案件の獲得数減）

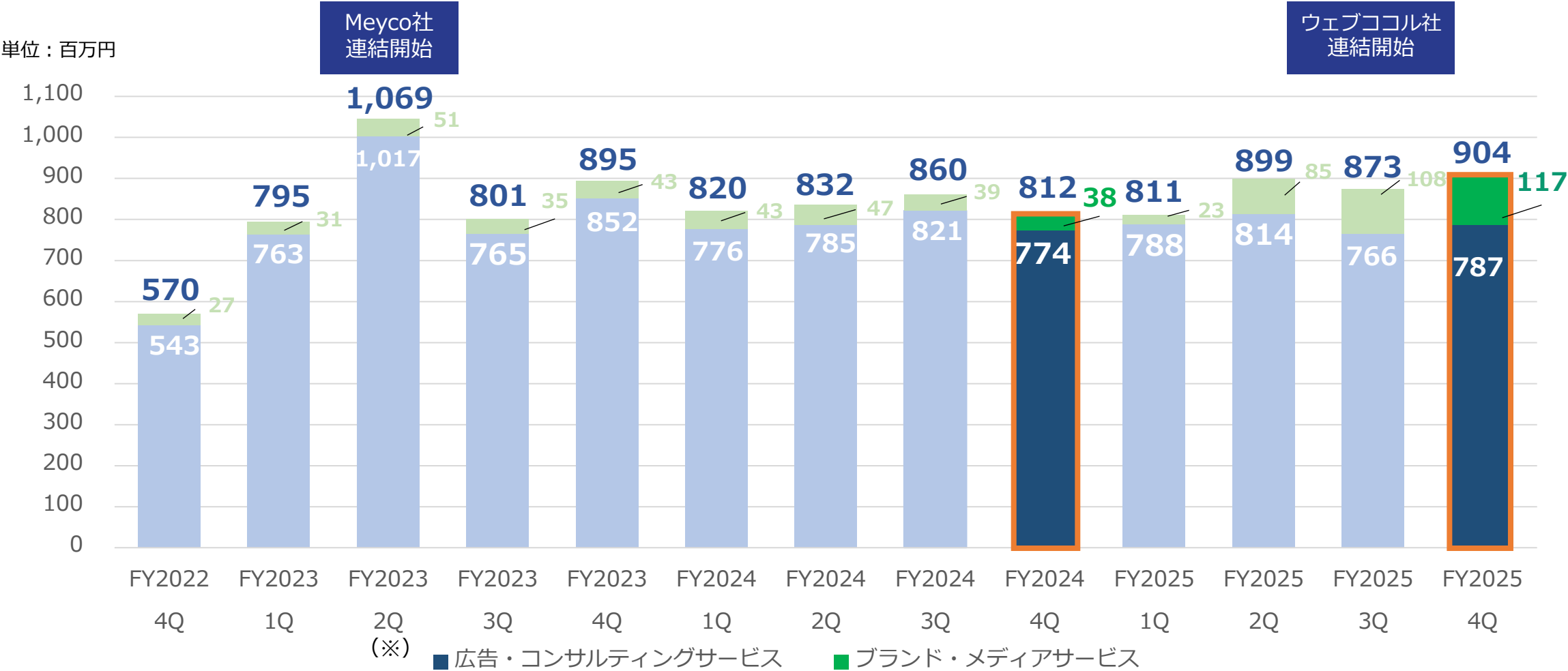
営業利益（上方修正/目標達成）：採算管理の徹底、事業ポートフォリオのシフトによる収益性向上、グループ会社の業績好調・連結化の影響

課題を残している組織強化・戦力化について、目標水準の達成により、更なる事業規模拡大が実現可能。

	FY2025 通期連結 当初計画	FY2025 通期連結 業績予想	FY2025 通期連結 業績実績	予想対比	予想対比 達成率
売上高	4,119	3,800	3,490	▲310	91.8%
営業利益	87	180	187	+7	103.9%
営業利益率	2.1%	4.7%	5.4%	+0.7Pt	—
経常利益	78	176	185	+9	105.1%
経常利益率	1.8%	4.6%	5.3%	+0.7Pt	—

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 ▲1.9%)
※案件数は減少しているものの、収益性の高さを優先確保。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 +207.8%)



(※) FY2023_2Q以降は連結会計の数値

BSハイライト

単位：百万円

	2024年9月末	2025年9月末	増減額
流動資産	2,047	1,954	▲92
固定資産			
有形固定資産	24	22	▲1
無形固定資産	102	81	▲21
投資その他の資産	112	184	72
資産合計	2,286	2,243	▲43
負債			
流動負債	1,269	1,251	▲17
固定負債	391	212	▲179
負債合計	1,661	1,464	▲197
純資産合計	625	778	153
負債純資産合計	2,286	2,243	▲43

2026年9月期 通期連結業績予想

□ 連結売上高/連結売上総利益

- ・営業体制強化を継続しており、既存案件の拡大・新規案件獲得が進むことにより増収見込

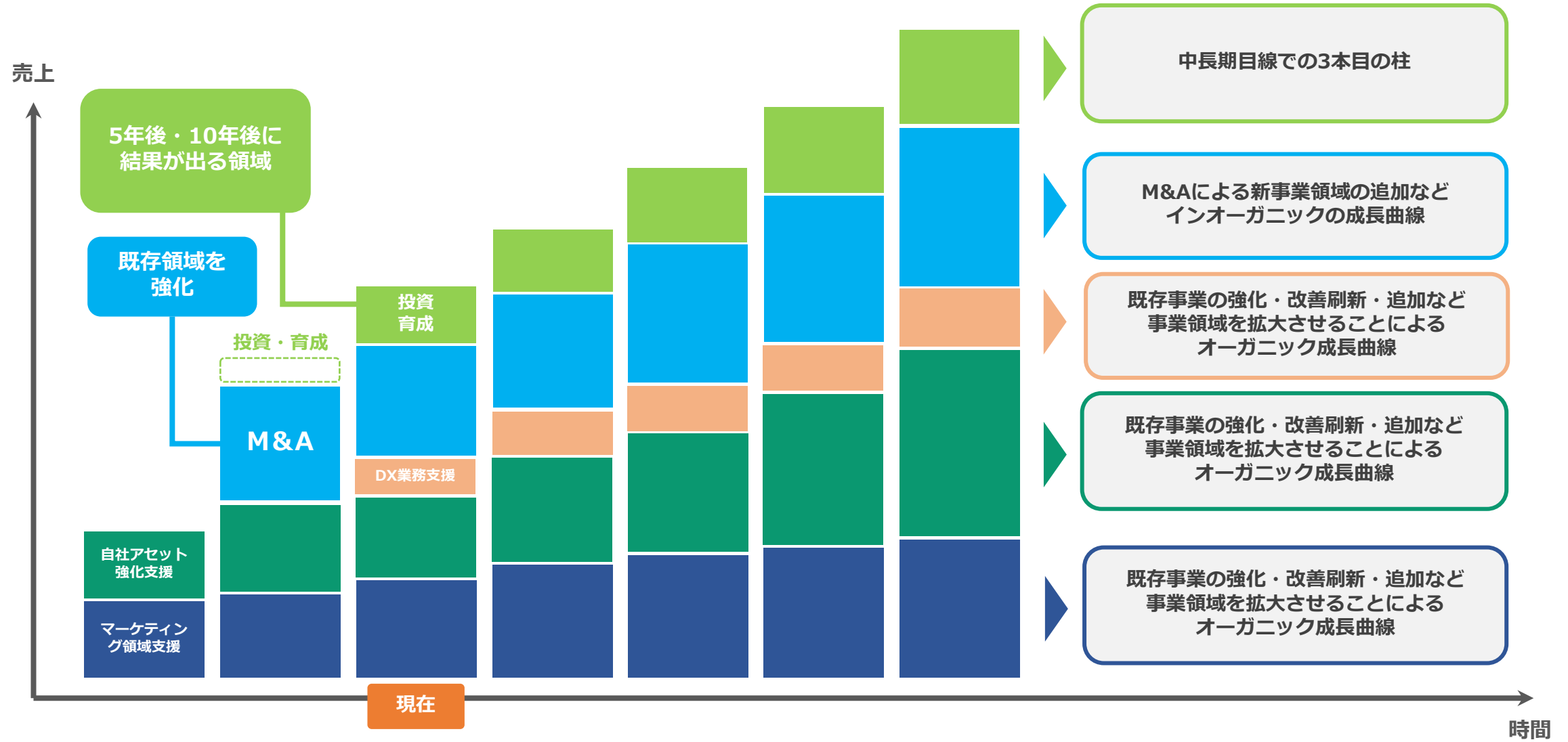
□ 連結営業利益

- ・継続している体制強化の結果、人件費の増加を見込むものの、増収の結果により増益見込
- ・事業ポートフォリオのシフトについては、引き続き注力。現行水準の収益性を見込む

単位：百万円

	FY2025 通期連結 累計実績	FY2026 通期連結 業績予想	YonY 累計増減額	YonY 累計増減率
売上高	3,490	4,321	+831	+23.8%
売上総利益	1,131	1,407	+276	+24.4%
売上総利益率	32.4%	32.6%	—	+0.2Pt
営業利益	187	210	+23	+12.0%
営業利益率	5.4%	4.9%	—	▲0.5Pt
経常利益	185	196	+11	+5.9%
経常利益率	5.3%	4.6%	—	▲0.8Pt
親会社に帰属する 当期純利益	108	111	+3	+2.8%

M & A及び、投資育成により成長を加速



【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（2026年12月頃）を目途として開示を行う予定です。