

事業計画及び成長可能性に関する事項



2024年6月28日
ニフティライフスタイル株式会社
(証券コード：4262)

1. 会社概要 — 事業内容とビジネスモデル、競争優位性について
2. 成長戦略 — 中期経営計画 進捗状況と2年目における重点施策
3. appendix

1. 会社概要

事業内容とビジネスモデル、競争優位性について

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	12億6,134万円
■ 従業員数	95名（30名） <small>※連結/正社員・契約社員数、括弧内は臨時従業員（アルバイト）数</small>
■ 証券コード	4262（東証グロース）
■ 子会社	株式会社GiRAFFE & Co. 株式会社ドアーズ

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		



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。

当社を取り巻く外部環境

ライフスタイルの多様化



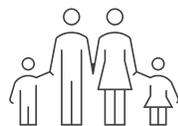
テレワークやフリーランス等、新しい働き方が定着しつつある中、地方移住への関心が高まる等、暮らし方・働き方・価値観が多様化

情報流通構造の変化



デジタルデバイスが進化。受け手のニーズに合ったツール（スマートフォンやタブレット等）やコンテンツ（SNSや動画等）が台頭

人口減少社会



少子高齢化の加速による労働力不足への懸念
健康志向の高まりでウェルネス領域への
注目集まる

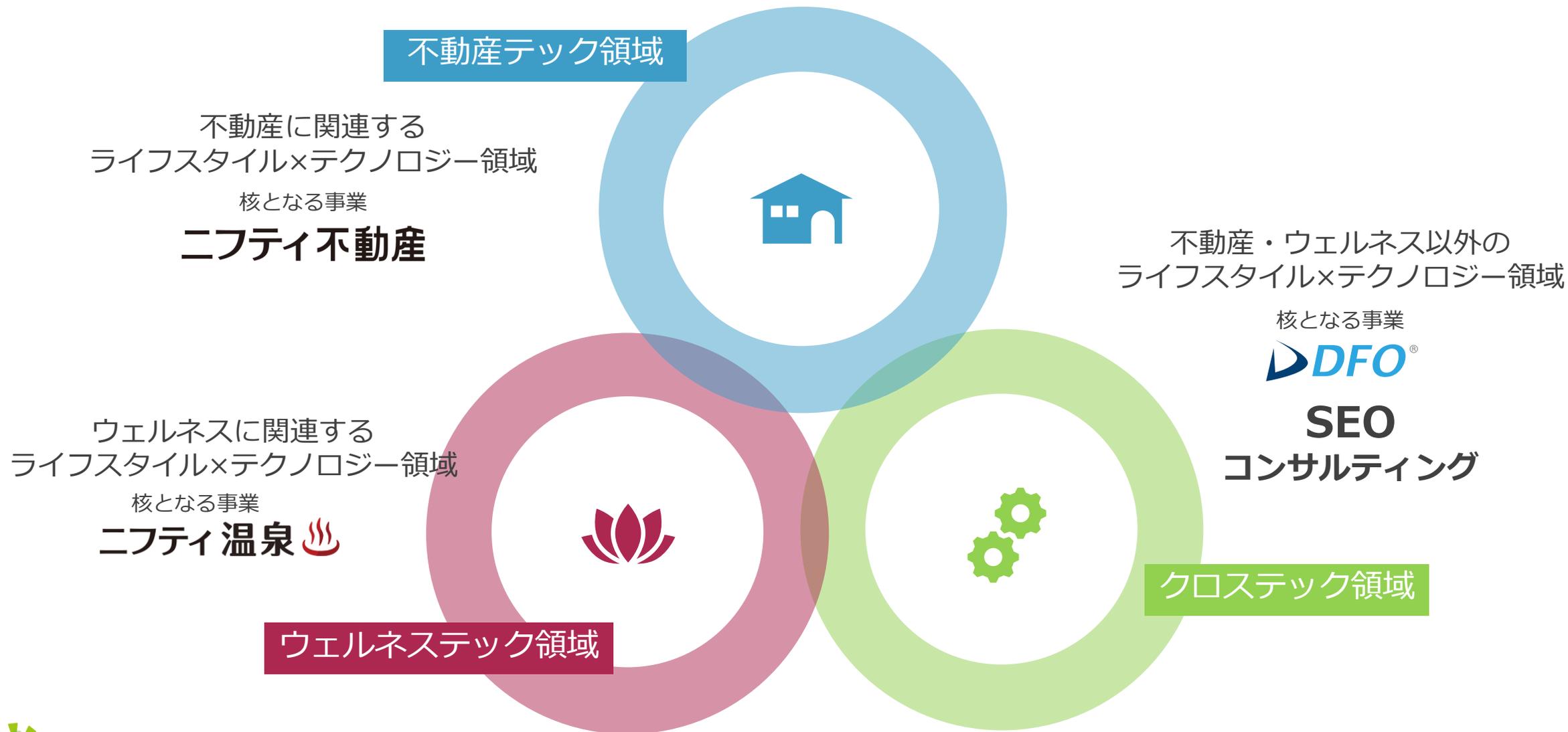
DX化の加速



コロナ禍を契機に取り組みが加速。会議や電子契約等リモート環境整備のほか、ビッグデータやAIの活用、自動化領域の拡大も進む

事業ドメイン：行動支援サービス事業

- 「ライフスタイル×テクノロジー」の3領域にて、ユーザーの意思決定をサポート





膨大な情報量

いずれのサービスも提供開始から約20年と歴史があり、取引先との強固な信頼関係を構築しており、国内最大級の情報を束ねて掲載することが可能となっている

ニフティ不動産

掲載物件数1,300万件

※2024年3月末現在

ニフティ温泉

掲載施設数約17,000件

※2024年3月末現在



デジタルマーケティング 対応力

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を強みとしている。

デジタルマーケティングの効果的な活用等もあり、オーガニック集客向上、成約確度の高いユーザーの獲得・送客につなげている



情報処理分野における 技術とノウハウ

膨大なデータを瞬時に加工できる情報処理を得意とする。重複物件の名寄せ処理の実現や、独自の検索システムによるデータの高速処理を実施



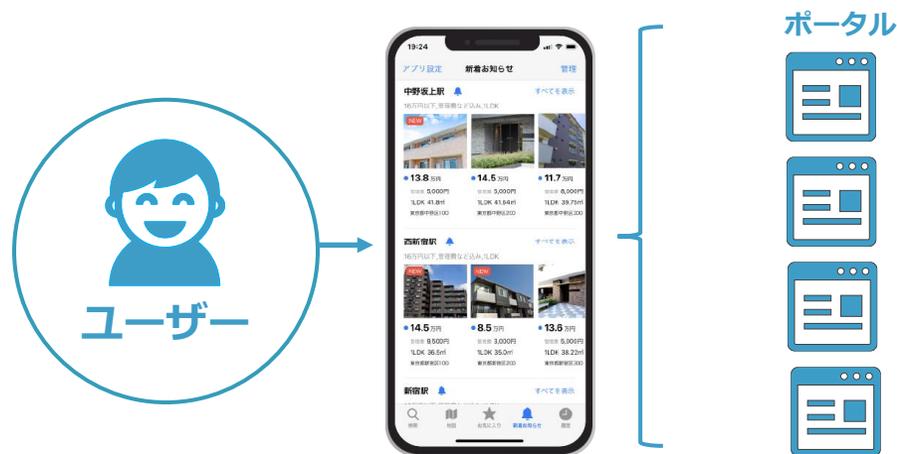
名寄せによる一覧性



130超のこだわり条件

ニフティ不動産 大手不動産ポータルサイトの物件情報をまとめて比較・検討できるお部屋探しサービス

掲載物件情報数は1,300万件 (2024年3月末時点)



膨大な情報をまとめて検索できて 時短・便利

あなたの代わりに
新着物件を
探してお知らせ

理想の物件を見逃さない！

ニーズに合わせて
物件の探し方
色々ご用意！

★理想を叶える
130以上の
こだわり条件

バス・トイレ別で宅配ボックスあり、
角部屋だと嬉しい！

★毎日が便利に！
通勤通学時間から
物件検索

Aタワーまで30分以内の物件を検索！

「こうやって探したい」が叶う！

気になる物件の
すべての写真を
まとめてチェック

一気に見られる！

A社の
掲載写真

B社の
掲載写真

C社の
掲載写真

写真・動画・パノラマが豊富！

App Storeでの評価
(2024年3月31日時点)

4.3 / 5

6.4万件の評価

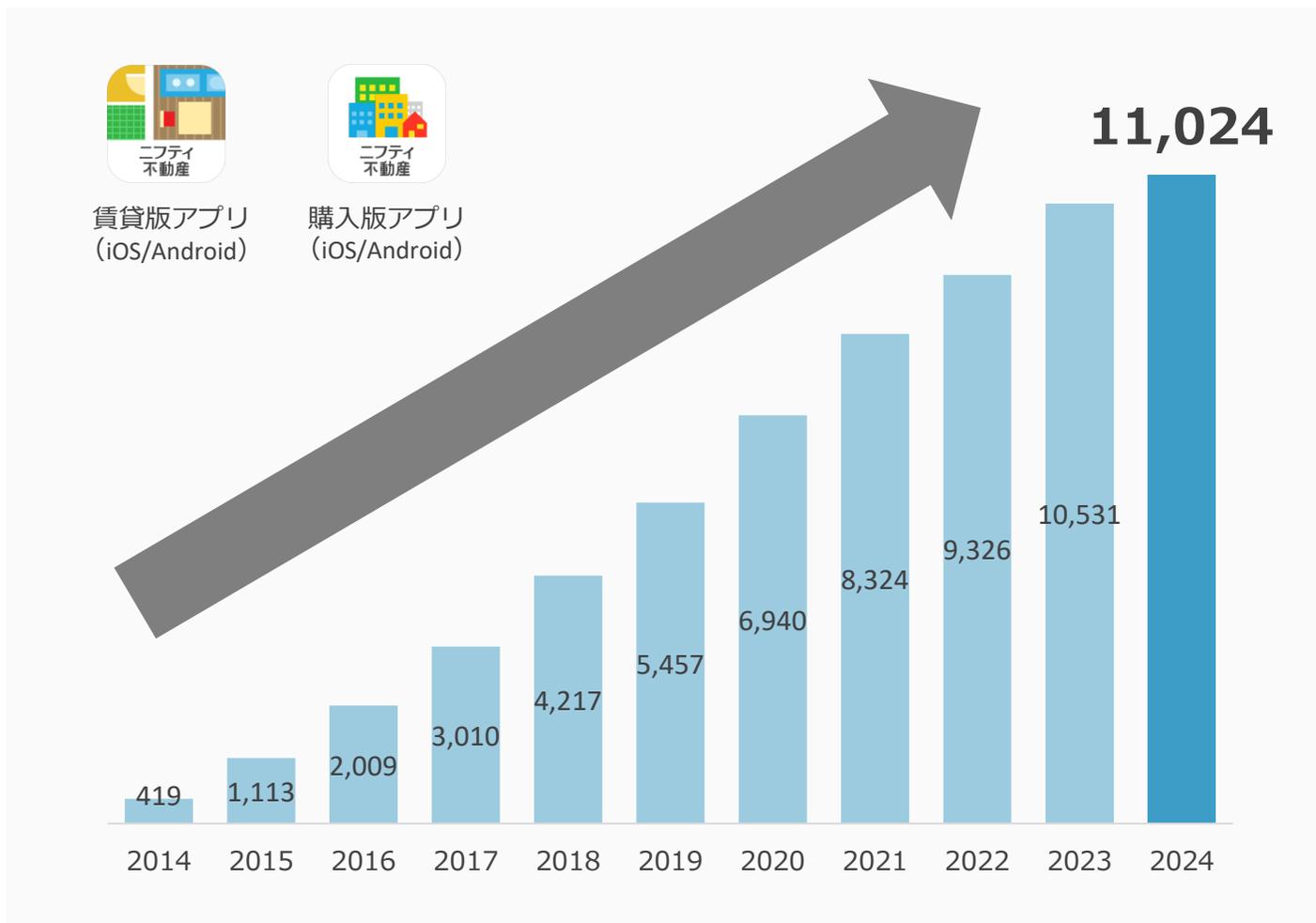
アプリひとつでまとめて物件を見ることが出来るのでとっても便利だな～と感じました！

他の部屋探しのアプリに比べて検索条件の数の多さに驚きました。

不動産テック領域：アプリ強化の現状と背景

■ニフティ不動産アプリダウンロード数は2023年6月に1,000万DL、2024年3月に1,100万DLを突破

(単位：千DL)



■アプリでの集客に注力する理由

アプリユーザーは
問い合わせ行動意欲が高い傾向

||
アプリからの送客率 (CVR)は
WEBと比較し**5~10倍**

↓
アプリの利便性向上と
ダウンロード獲得に注力

ニフティ不動産

SUUMO HOMES at home

No.1 1000万ダウンロード突破

15の不動産サイトをまとめて家探し!

サービス紹介動画公開中!

ニフティ不動産

賃貸アプリ 購入アプリ

※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

ビジネスモデル：不動産テック領域

当社サービス



M&Aで不動産テック領域の周辺領域へ新規参入

- 2024年5月31日付で株式会社ドアーズを連結子会社化（詳細は2024年5月13日付公表の「株式会社ドアーズの株式の取得（子会社化）に関するお知らせ」をご参照ください。）

・ 対象会社	株式会社ドアーズ（以下「ドアーズ社」）
・ 取得価額	17億5,000万円（全額自己資金より充当）
・ 取得持分	100%（完全子会社化）
・ 株式譲受日	2024年5月31日
・ 連結業績への影響	2025年3月期 第1四半期より財務諸表を連結開始

ドアーズ社の概要



設立	2014年6月2日
代表者	代表取締役社長 輿石 雅志
所在地	東京都港区三田 1 - 2 - 18
事業内容	外壁塗装専門サイト 「外壁塗装の窓口」の運営
資本金	1億円

■業績規模

(単位：百万円)

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益
24/3期	1,049	173	173	116

■サービス

業界最大級の外壁塗装専門サイト

外壁塗装の窓口

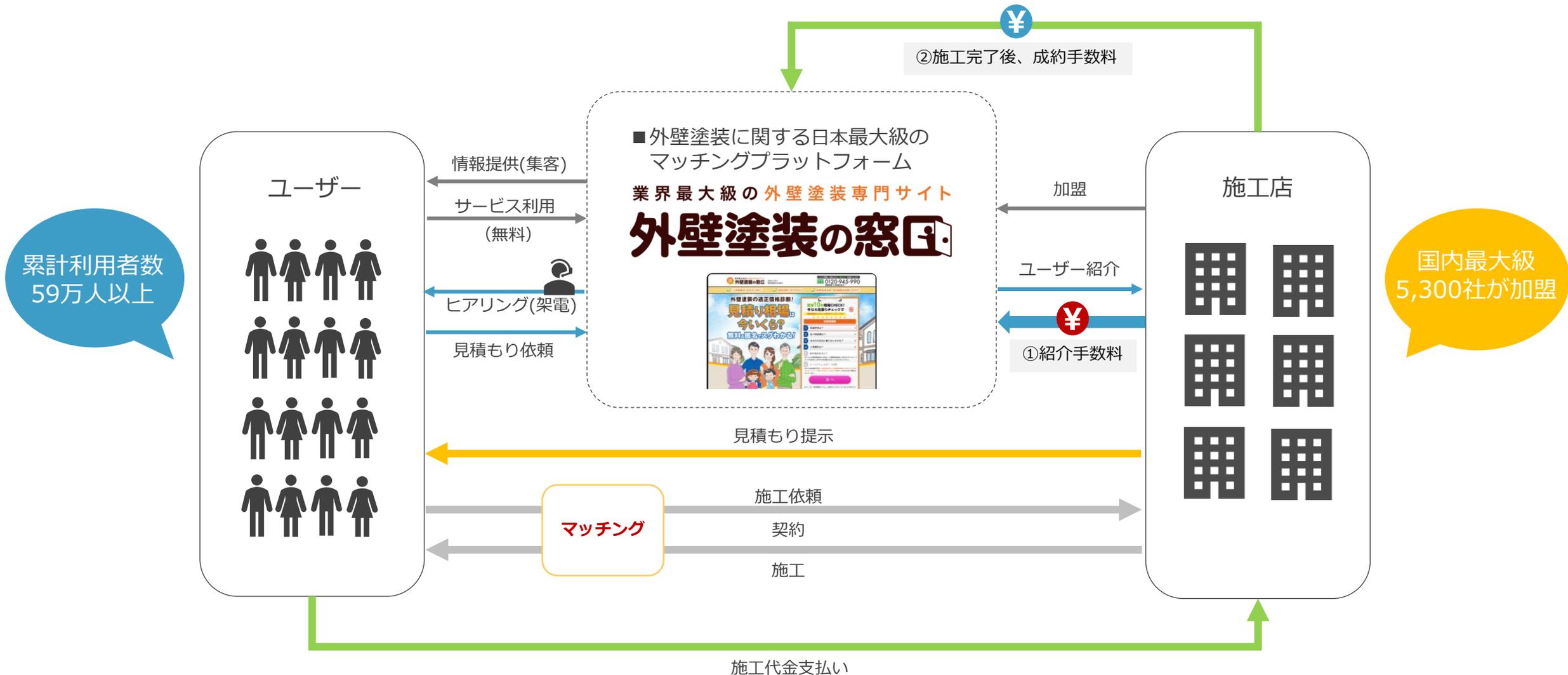
ユーザーと外壁塗装事業者を結ぶ
マッチングプラットフォーム

加盟店数：約5,300社（国内最大級）
強み：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紹介可能

※加盟店数：2024年4月末時点

「外壁塗装の窓口」ビジネスモデル

■ 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



ドアーズ社の特長と当社パーパスとの親和性

- ドアーズ社の理念や「外壁塗装の窓口」のサービスの特長は当社パーパスとの親和性が高く、ビジネスの成長に向けた取り組みを、今後より一体的に推進できると期待

ドアーズ社の理念

リフォーム産業のデジタル化で、
安心できる暮らしを

業界最大級の外壁塗装専門サイト

外壁塗装の窓口の特長

- インターネットを通じた情報提供
- 自動マッチングではなく、オペレーターがユーザーニーズに沿った提案や紹介を1件ずつ実施。また、紹介後のフォローアップまでをきめ細かに行うことで、ユーザーの意思決定をサポート

当社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。

ニフティ温泉 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。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

16,950施設

※2024年3月末時点

月間ユーザー数

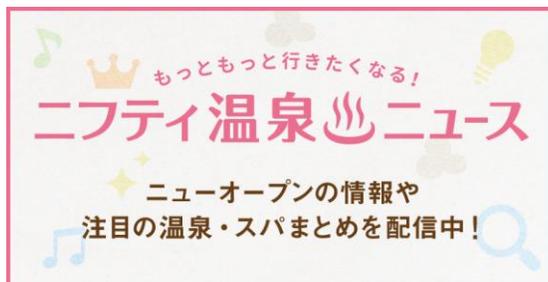
約386万ユーザー

※2023年度平均

会員数

全国約80万人

※2024年3月末時点



ニフティ温泉掲載施設は全国約17,000！

温泉・日帰り温泉を探す

掲載施設数：16,998件

北海道・東北

北陸・甲信越

中国・四国

関東

東海

九州・沖縄

関西(近畿)

キーワードで検索

温泉名、温泉地を入力

検索

お得なクーポンで検索

お得なクーポン 利用できる温泉を探す

クーポン (ぬくぬく～ぽん) 加盟店一覧

※一部抜粋、順不同



ビジネスモデル：ウェルネステック領域

当社サービス

ニフティ温泉 



クロステック領域

- デジタルマーケティング分野におけるサービスを中心に展開



- WEB広告入稿を支援するマーケティングツール。WEB広告出稿時、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)の販売。SaaS型ビジネスとして提供

SEOコンサルティング

- 2023年9月に上場と初のM&Aとして子会社化した株式会社GiRAFFE & Co.が手掛ける。テクニカルSEOやWEBサイト解析など、独自視点のソリューションを提供するデジタルマーケティングコンサルティングサービス

クロステック領域 主力サービス：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



Organic

利用者による検索行為で
「選ばれる」ための施策



Paid

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：クロステック領域（デジタルマーケティング支援）

当社サービス



■ SaaSツール販売



ツール（SaaS型）、コンサルティングサービス提供



■ DFO運用コンサルティング



広告運用支援



■ 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



運用手数料



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



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

コンサルティングサービス提供



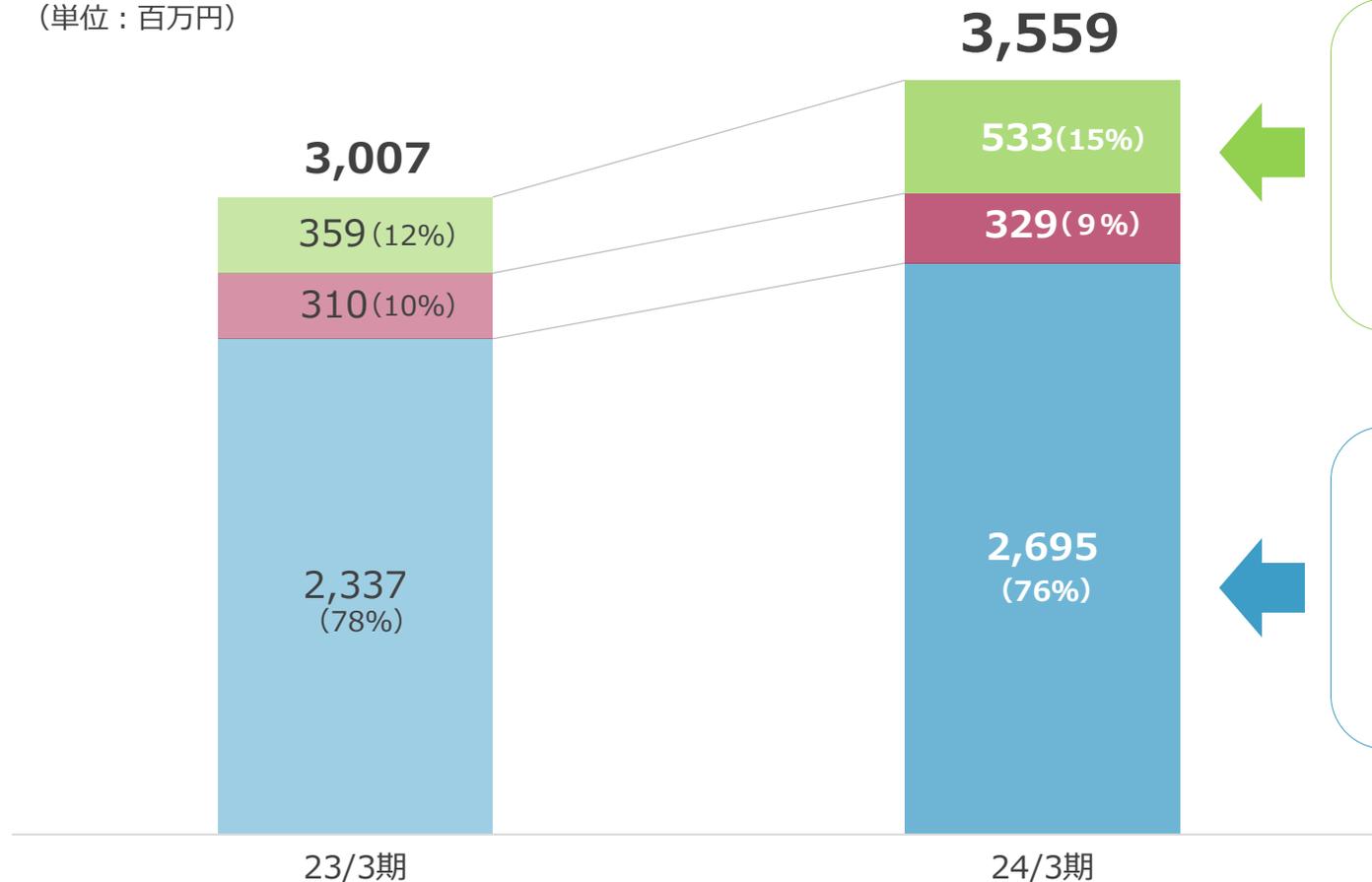
コンサルティングフィー



事業ドメイン別売上高構成比

- 不動産テック領域が売上高全体の約7割を占める構成。M&Aによる領域拡大効果もあり、クロステック領域の比率が増加

■ 不動産テック ■ ウェルネステック ■ クロステック
(単位：百万円)



■ クロステック領域

24/3期に上場後初となるM&Aとして、株式会社GiRAFFE & Co.を連結子会社化したことにより売上高は前期比+48.6%、構成比も12%から15%に拡大

■ 不動産テック領域

主カビジネスであるニフティ不動産が過去最高の売上高を更新するなどして牽引。構成比は前期より若干縮小したものの、全体の76%を占める

2. 成長戦略

中期経営計画 進捗状況と2年目における重点施策

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月期実績に対する年平均成長率

事業基盤の強化



- 収益の柱であるニフティ不動産サービスは**MAU増加**の影響もあり伸長
- **電子チケットサービス開始**。温浴施設向けDX支援の深化、ユーザーの利便性向上へ
- **上場後初のM&A**で株式会社GiRAFFE & Co.を子会社化。PMI推進によるグループシナジー拡大も加速

事業拡大による 収益源の多様化



- **クロステック領域にてM&A 1件を実行**



- 不動産テック領域／ウェルネステック領域ではM&A等の検討を進めたものの、実行には至らず。**周辺領域への事業展開に向けた取り組みに課題**

新たな価値が生まれる 組織環境整備

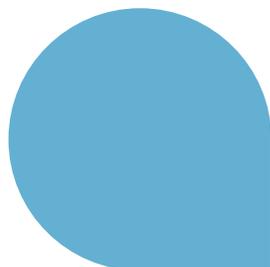


- パーパス「思いやりとテクノロジーで、一人ひとりの『幸せな暮らしの意思決定』を支え続ける。」のほか、ミッション/ビジョン/バリューを策定し、会社が進むべき指針を決定
- 積極的な採用活動を行っているものの純増につながっておらず、人材の**採用育成体制に課題**

お部屋探しから住まい全般の支援へ



・賃貸/購入領域



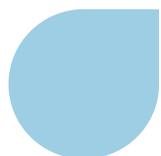
・売却やリフォーム等
周辺領域への展開
・CRM活用強化



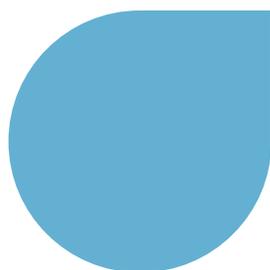
ビジネスモデル
多様化、
価値提供拡大

2023年3月期
(通期実績)

2026年3月期
(中計目標)



・売上高23.4億円^{※1}
・KPI/428万MAU^{※2}

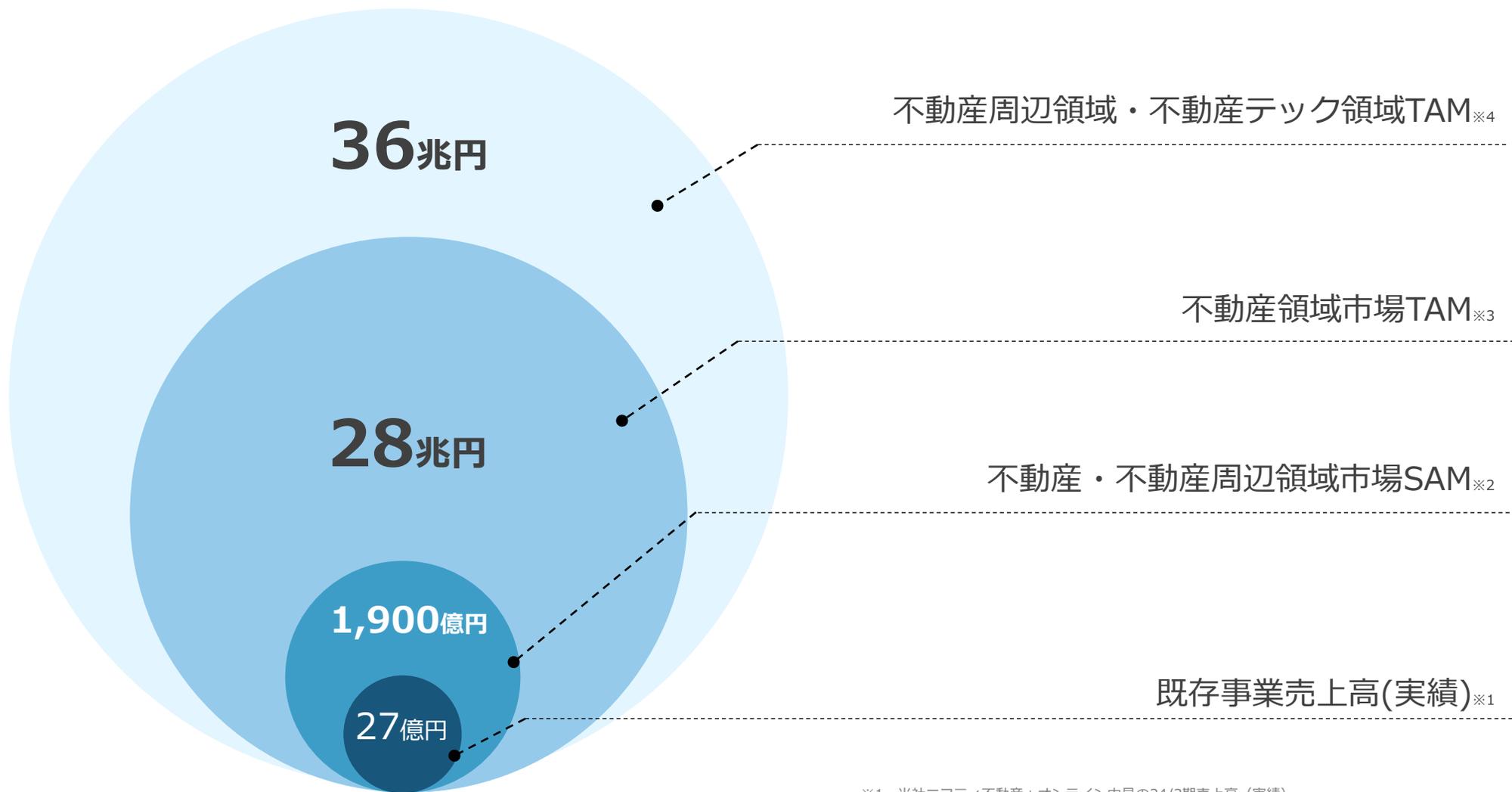


・不動産事業者向け
送客支援の拡充
・M&A等の積極活用



売上高32.5億円
(CAGR11.7%)^{※3}
目標KPI
600万MAU

市場規模：不動産テック領域



- ※1 当社ニフティ不動産+オンライン内見の24/3期売上高（実績）
- ※2 Serviceable Available Marketの略称、国内不動産ポータル財務情報をベースに当社試算
- ※3 Total Addressable Marketの略称、総務省統計局「サービス産業動向調査2022年(令和4年)5月分(速報)」より当社試算
- ※4 矢野経済研究所「住宅リフォーム市場規模推移と予測」、「不動産テック市場規模推移と予測」
SPEEDA総研「引越業界の現状と課題をみる」のデータをベースに当社試算
- ※5 実際の市場規模は推計値と異なる可能性があります

重点施策：ニフティ不動産 既存事業の強化と周辺領域への展開による提供価値拡大

ニフティ不動産

既存事業
(お部屋探し)



賃貸

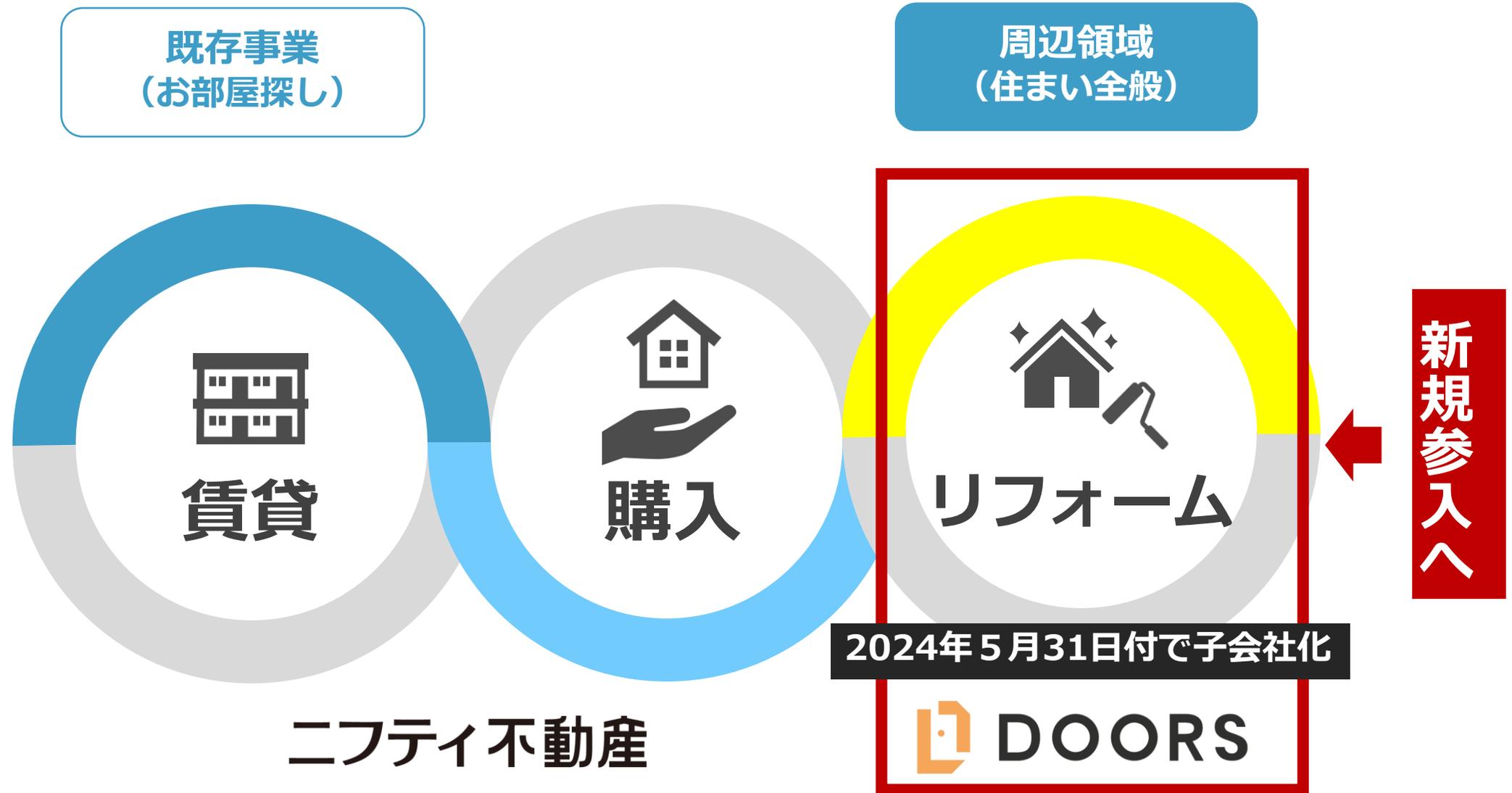


購入

4月1日付で吸収合併した株式会社Tryellのノウハウ等も活用することにより、不動産事業者向けビジネスを拡大・強化

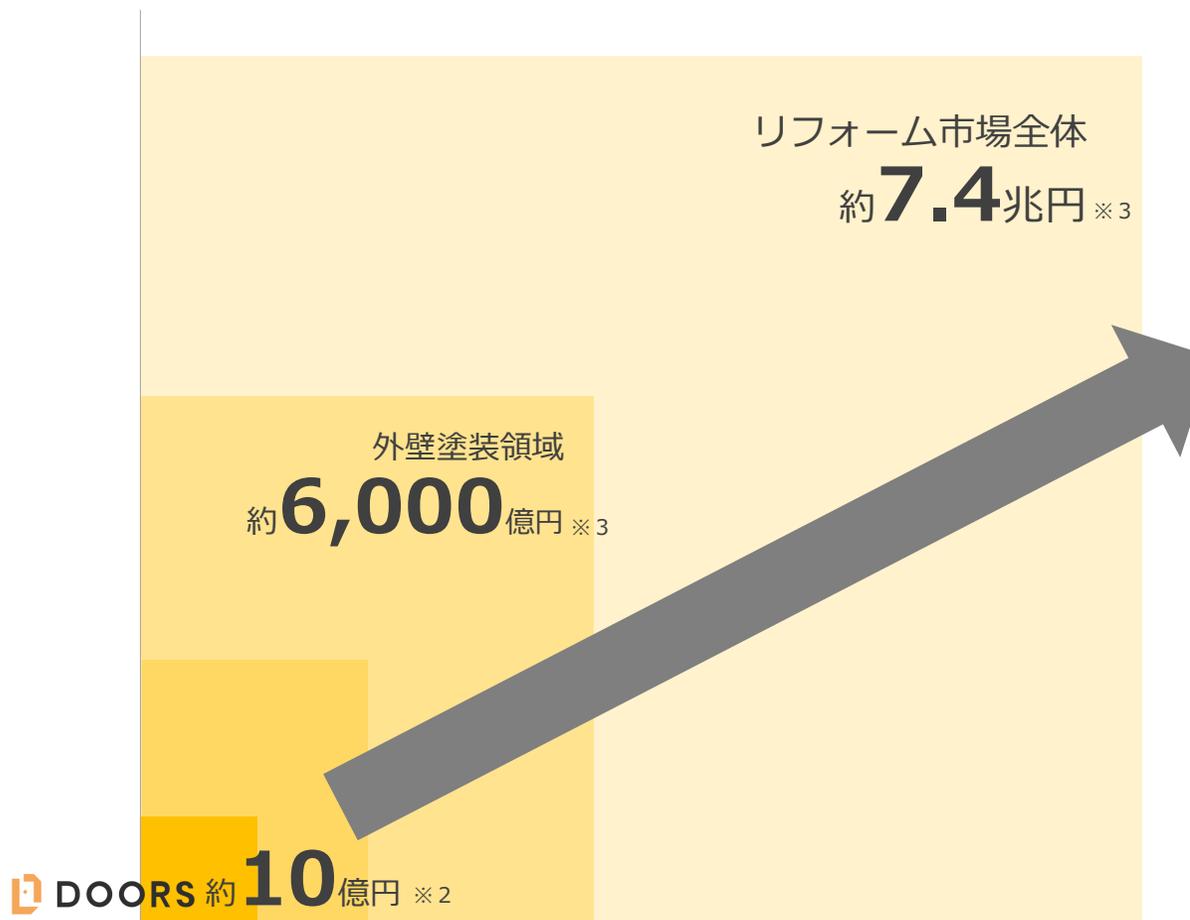
前期において賃貸領域で成果のあったSEO施策を購入領域でも継続。
パートナー開拓等にも注力することで、集客支援を強化

重点施策：ニフティ不動産 既存事業の強化と周辺領域への展開による提供価値拡大



成長ポテンシャル：リフォーム市場

- リフォーム領域市場規模は約7.4兆円。団塊ジュニア世代の持家がリフォーム適齢期にあることや、不動産取引価格の上昇を受け、ライフスタイルの変化に伴い住み替えを予定していた人が持家のリフォームにシフトする動きがみられるなど、リフォームの需要増加に繋がる動きもある ※1



外壁塗装領域参入のポイント

顧客接点 獲得

- ・ リフォーム項目の中で最も発生タイミングが早いため、ユーザーニーズの早期把握が可能

リフォームの中 でも高需要

- ・ 戸建て住宅の場合、重要性が高い。
- ・ 10年間隔での定期メンテナンスが必要とされ、リフォーム工事においては最も件数が多い

WEB活用に 伸びしろ

- ・ ネットリテラシーの高い世代が今後メインユーザーになってくるため、ネット経由率上昇が見込まれる

※1：矢野経済研究所 2023年7月13日「住宅リフォーム市場に関する調査を実施（2023年）」を参考に記載

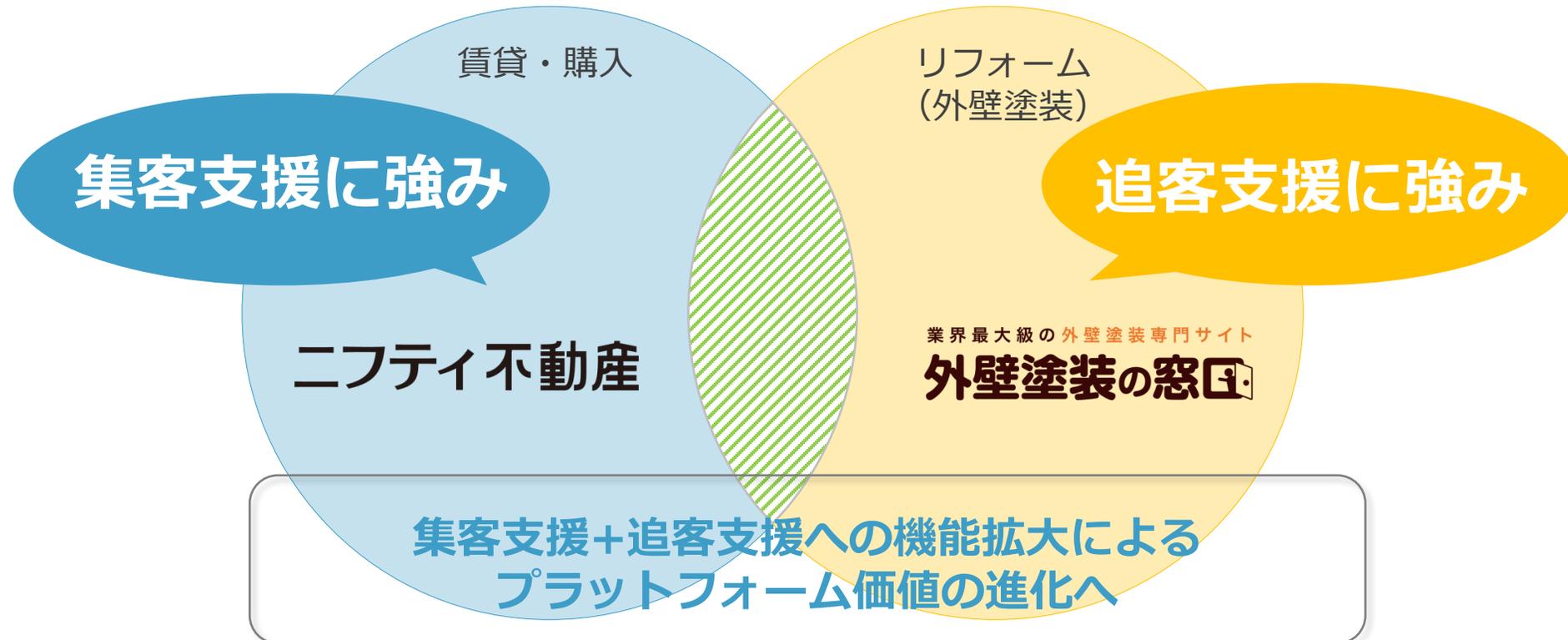
※2：ドアーズ社23/3期売上高（実績）

※3：矢野経済研究所「住宅リフォーム市場規模推移と予測」、国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査」をベースに当社試算

※4：実際の市場規模は推計値と異なる可能性があります

不動産テック領域 今後の方向性

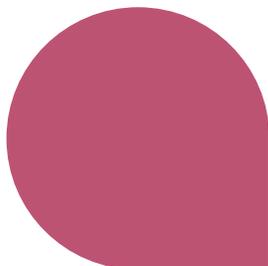
1. 事業戦略「お部屋探しから住まい全般の支援へ」の実現に向けて、「賃貸」・「購入」に加えて「リフォーム（外壁塗装）」領域へ参入し、事業を強化
2. 現在の強力なアセットであるニフティ不動産の「集客支援」に加え、外壁塗装の窓口の強みである「追客機能」を活用・拡充することで、確実な顧客獲得まで寄り添う



温浴からウェルネス全般へ支援拡大



- ・クーポン送客
- ・体験型広告



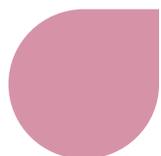
- ・温浴施設向けビジネス深化
- ・メーカー向けマーケティング支援強化



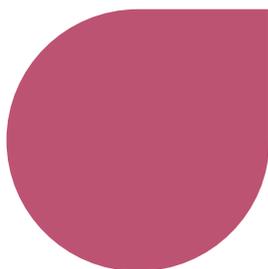
ウェルネス領域
への進出
新たな価値提供

2023年3月期
(通期実績)

2026年3月期
(中計目標)



- ・売上高3.1億円
- ・KPI/367万MAU^{※1}



- ・美容や健康に関する支援へ領域拡大
- ・ブランディング強化
- ・M&A等も積極活用



売上高7.5億円
(CAGR33.7%)^{※2}
目標KPI
1,000万MAU

重点戦略：ニフティ温泉 電子チケットサービスの普及・拡大

- 2024年1月に温浴施設のDX支援及び集客力向上、ユーザーの利便性向上に向けた新サービスとして、事前決済サービス「電子チケット」を開始。ニフティ温泉への「掲載型」に加え、ASP型でもサービス提供することで、対象温浴施設の総来館者に対する当社関与率が増加し、接点強化・提供価値拡大につながる見込み

→目標KPIである利用者1,000万人達成のための顧客基盤整備の第一歩とする



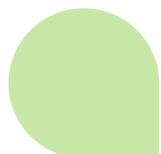
重点戦略：ニフティ温泉 電子チケットサービス 市場規模と施策

【電子チケット市場規模】

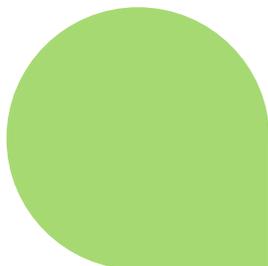


➡ ユーザー、顧客施設双方のニーズを汲んだ魅力的な内容にするための商品力強化と開発推進
既存クーポン導入施設から切り替え営業実施、体制強化による新規導入店舗開拓に注力

グループ第3の事業の柱の創出



- ・ SaaSツール販売
- ・ 広告運用



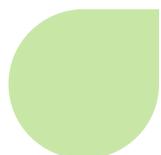
- ・ デジタルマーケティング分野の伸長



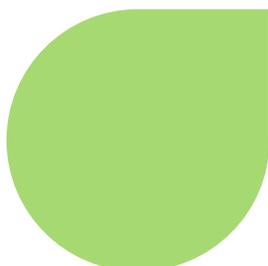
ライフスタイル
×
テクノロジーの
新たな可能性

2023年3月期
(通期実績)

2026年3月期
(中計目標)



- ・ 売上高3.5億円※1



- ・ 新規事業の創出
- ・ M&A等を引き続き検討

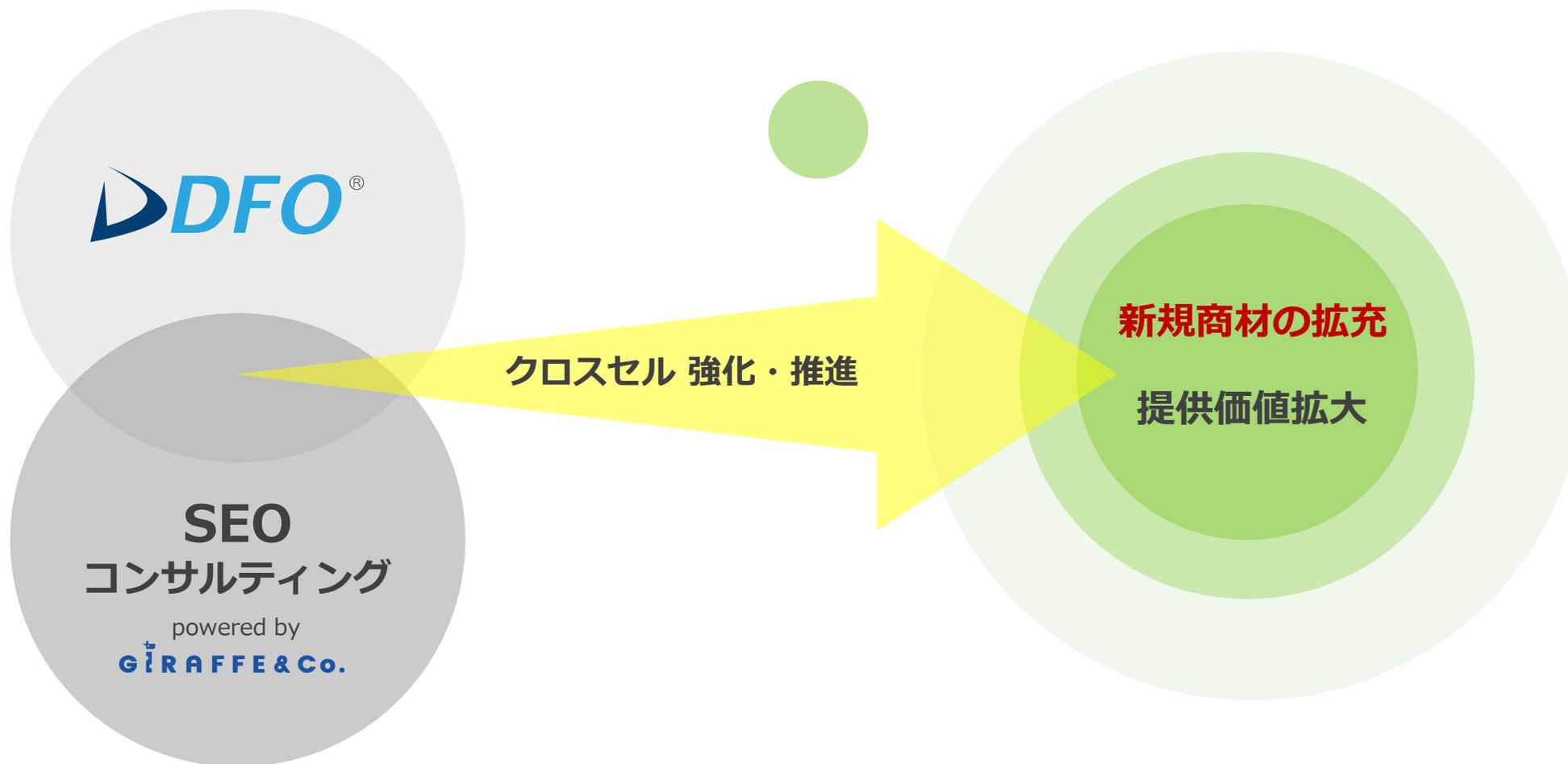


売上高5.5億円
(CAGR15.8%)※2
目標KPI
新しい軸となる事業を
期間内に創出

重点施策：クロスセック領域 デジタルマーケティング支援サービスの商材拡充による提供価値拡大

- DFOとSEOコンサルティングのクロスセル強化・推進
- 自社開発の商材のほか、アライアンス等により新たな商材を拡充することで提供価値を向上させ、ARPU向上を目指す

※ARPU（Average Revenue Per Use）：顧客1社あたりの平均売上を指す指標



クロスセック領域と事業ポートフォリオ全体とのシナジーについて

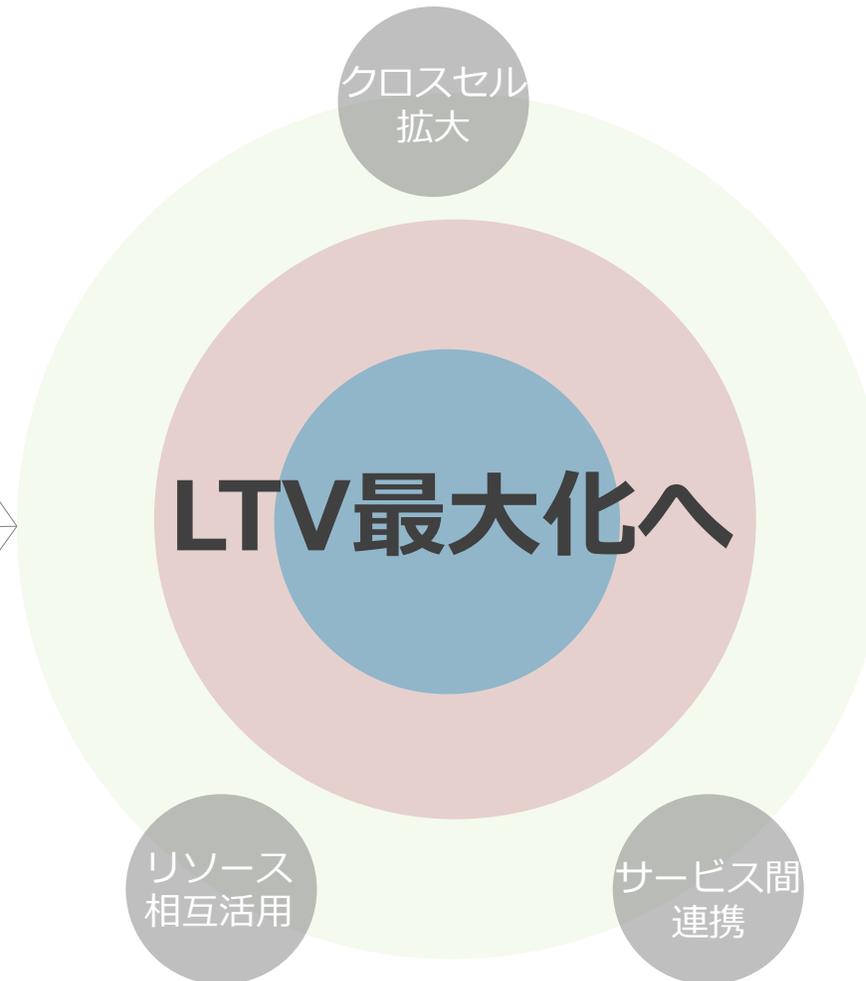
- デジタルマーケティング支援機能と不動産テック・ウェルネステック領域とのシナジー創出により、グループユーザーのLTV(ライフタイムバリュー)最大化を目指す

ニフティライフスタイル

ニフティ不動産 圧倒的な
ニフティ温泉  情報量

 オーガニック
SEOコンサルティング 集客
GIRAFFE&Co.

 プロモーション
DFO 施策最適化



DOORS

 施工店
ネットワーク

業界最大級の外壁塗装専門サイト
外壁塗装の窓

 営業/追客
(コールセンター機能)

重点施策：中期成長に向けたM&Aの着実な実行

- 既存事業の着実な成長を推進するとともに、周辺領域での事業強化・拡大に向けて、手段としてのM&Aやアライアンスの積極的な活用推進に注力
- 社内推進体制の整備や社外協業先の拡充による案件ソーシング強化を進める

【M&Aで目指すもの】



対象企業／事業

- ・ ウェルネス領域×テクノロジーによる新規事業創出
- ・ ライフスタイル領域×テクノロジーによる新規事業創出

- ・ 不動産売却やリフォーム、引越し等、不動産周辺領域にて事業展開する企業、WEBプロダクト
- ・ 温浴施設の業務改善支援につながるサービスを手掛ける企業、ツール、WEBプロダクト

- ・ 当社プロダクトとのシナジーや業態の親和性があり、強固な営業体制/開発人材を有する企業

重点施策：人材戦略

- 会社の持続的な成長に向けた仕組みを整備するため、2024年4月1日付で「人材組織開発部」を新設。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



組織活性
(人材育成)



採用強化

- パーパスに共感し、会社の成長を支える人材を増やすため、社内における従業員エンゲージメントの向上に取り組む
- 戦略的な人材育成のための研修制度等の充実
- 組織力の底上げ及び向上のための採用強化
- 優秀な人材を集めるため、プロセスの質を高める等採用力向上を図る

2025年3月期 通期業績予想（期初予想から修正）

- 株式会社ドアーズの連結子会社化に伴う影響を精査したところ、売上高につきましては大きな貢献が見込まれることから、期初予想値と比較して8億円程度上回り、中期経営計画目標を1年前倒しで達成する見通し。EBITDAも二桁成長を見込む

	2025年3月期 今回修正予想	2025年3月期 期初予想	2024年3月期 通期（実績）	YoY（%）
売上高	4,764	3,946	3,559	+33.9
営業利益	958	958	933	+2.7
EBITDA	1,324	1,222	1,153	+14.8
経常利益	946	946	937	+1.0
親会社株主に帰属する 当期純利益	598	625	631	△5.2

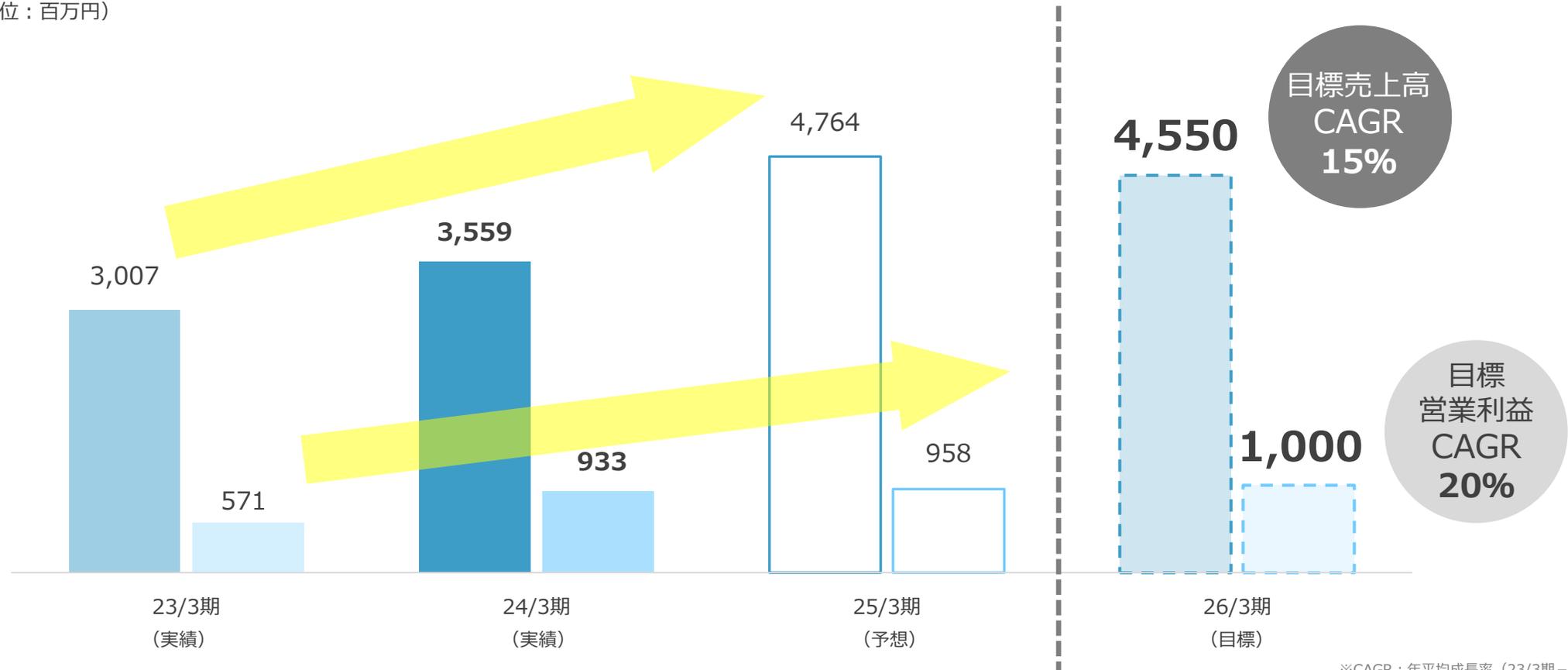
※詳細は2024年6月28日付公表の「業績予想の修正及び新たな項目の開示に関するお知らせ」をご覧ください。※2024年5月7日付で開示したEBITDAの25/3期の期初予想値に誤りがあったため、数値を修正しました。

※ドアーズ社の連結対象期間は、2024年6月から2025年3月の10カ月間です。

業績予想修正後の中期経営計画 進捗確認

- 売上高は25/3期に4,764百万円という予想で、中期経営計画の目標値を1年前倒して達成できる見込み。営業利益は26/3期の達成を目指して引き続き各種取り組みに注力

■ 売上高 ■ 営業利益
(単位：百万円)



※CAGR：年平均成長率（23/3期－26/3期）

配当予想

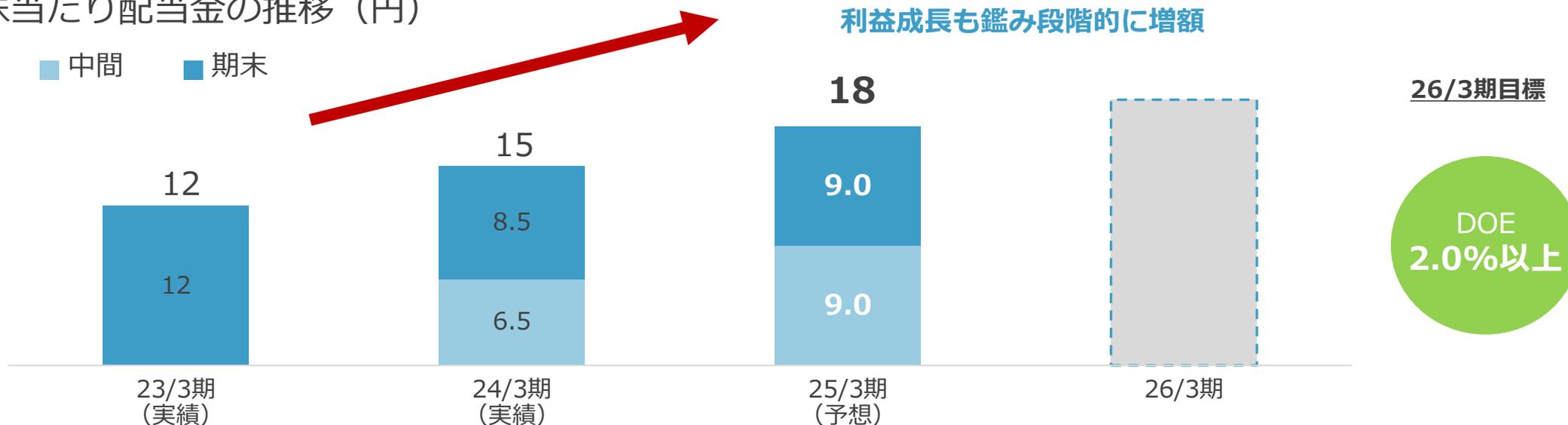
- 配当方針に則り、2025年3月期の配当予想は**中間9円、期末9円の年間18円**と増配予想

配当方針

- 安定的な配当実施 × 資本効率の継続的な向上を目的に、引き続きDOEを配当関連指標に設定
- DOE2.0%以上を目標とし、年間配当額を維持又は段階的に増額

■ 1株当たり配当金の推移（円）

■ 中間 ■ 期末



株主優待制度

■ 株主のみみなさまの日ごろのご支援に感謝し、当社サービスへの理解を深めていただくとともにファンになっていただきたいという思いも込め、2024年3月期から株主優待制度を導入

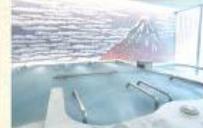
優待品 貴客施設ご優待券・寄付・電子ギフトから好きな優待品をお選びいただけます。

申込期限 2024. 7/31

温浴施設ご優待券 毎月下旬以降順次発送 詳細は各温泉サイトでご確認ください。

「ニフティ温泉 年間ランキング2023」 上位入賞温泉施設の中から厳選した施設ご優待券です。

ニフティ温泉 <https://www.nifty.com/>

<p>商品コード *****</p> <p>美奈温泉 SPA-HERBS 埼玉県</p>  <p>天然温泉をはじめとした好湯の湯が、豊富なパリエーションも豊富。ホスピタリティの高さでも定評があり、ワンランク上のクオリティを感じられるリゾートも人気。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>熊谷天然温泉 花湯スパリゾート 埼玉県</p>  <p>湧き出したお湯の温度が心地よいお湯。温泉施設が眺望や地下湯かけ流しの水風呂など魅力的な設備が多数。設備の充実が楽しめる温泉cafeも人気。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>両国湯屋江戸遊 東京都</p>  <p>4種類のお風呂に3つのサウナ、4つのお湯みどろ完備したサービスを提供。湯船ワークスペースやサウナも備えが充実された「workスペース」も完備。</p>
<p>商品コード *****</p> <p>横浜天然温泉 SPA EAS 神奈川県</p>  <p>横浜駅西口につづ、15階以上を俯瞰とした大人の癒し空間。地下1,500mから湧き出る緑色の天然温泉が豊富な温泉施設が楽しめる温泉の湯が、眺望も完備。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>天然温泉 満天の湯 神奈川県</p>  <p>絶景温泉 星川川の緑豊かな土地。お風呂が心地よいお湯。天然温泉メインに「和風旅館」の落ち着いた雰囲気もあり、新しいファンに支持されています。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>さかの温泉 天山の湯 京都府</p>  <p>京都市内で珍しい湯水に包まれた天然温泉を堪能。天然温泉メインに「和風旅館」の落ち着いた雰囲気もあり、新しいファンに支持されています。</p>

<p>商品コード *****</p> <p>八尾温泉 喜多の湯 大阪府</p>  <p>高麗度温泉施設や水風呂が並ぶ露天風呂、人工のアルカリ硫酸温泉もメインとした内風呂と、合わせて10種類の温泉とサウナを堪能。設備も充実。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>有馬温泉 太閤の湯 兵庫県</p>  <p>兵庫、有馬温泉の企業、温泉の湯が、異色を醸成した「天下の湯」もラインアップ。設備も充実。温泉サウナなども充実。温泉施設も充実。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>有馬街道温泉 すずらの湯 兵庫県</p>  <p>神戸灘大森を誇る露天風呂には紅葉と竹林をテーマにした5つの湯があり、温泉が楽しめる。天然温泉を楽しむことが可能。サウナも充実。</p>
<p>商品コード *****</p> <p>神戸みなと温泉 蓮 兵庫県</p>  <p>兵庫県で人気の天然温泉やサウナ、湯を望むオーシャンズスパなど、上質な入浴タイムを提供。温泉も充実。サウナも充実。温泉施設も充実。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>伊子の湯治場 喜助の湯 愛知県</p>  <p>2つの源泉が楽しめる天然温泉の湯が、日本最大級の温泉施設や温泉の湯が、温泉施設も充実。</p>	<p>商品コード *****</p> <p>南道後温泉 ていげの湯 愛知県</p>  <p>温泉にもこだわっている「温泉」、ナトリウムとミネラルも豊富に含んだ「温泉」、2つの天然温泉の湯が、温泉施設も充実。サウナも充実。</p>

寄付 商品コード *****  **WWFジャパン** 商品コード ***** 

日本赤十字社 公益財団法人 世界自然保護基金ジャパン

電子ギフト



nanacoギフト



WAOONポイント



amazon



Google Play
ギフトコード



Edy



QUO Pay



Apple Gift Card



ポイント



Ponta

【対象】

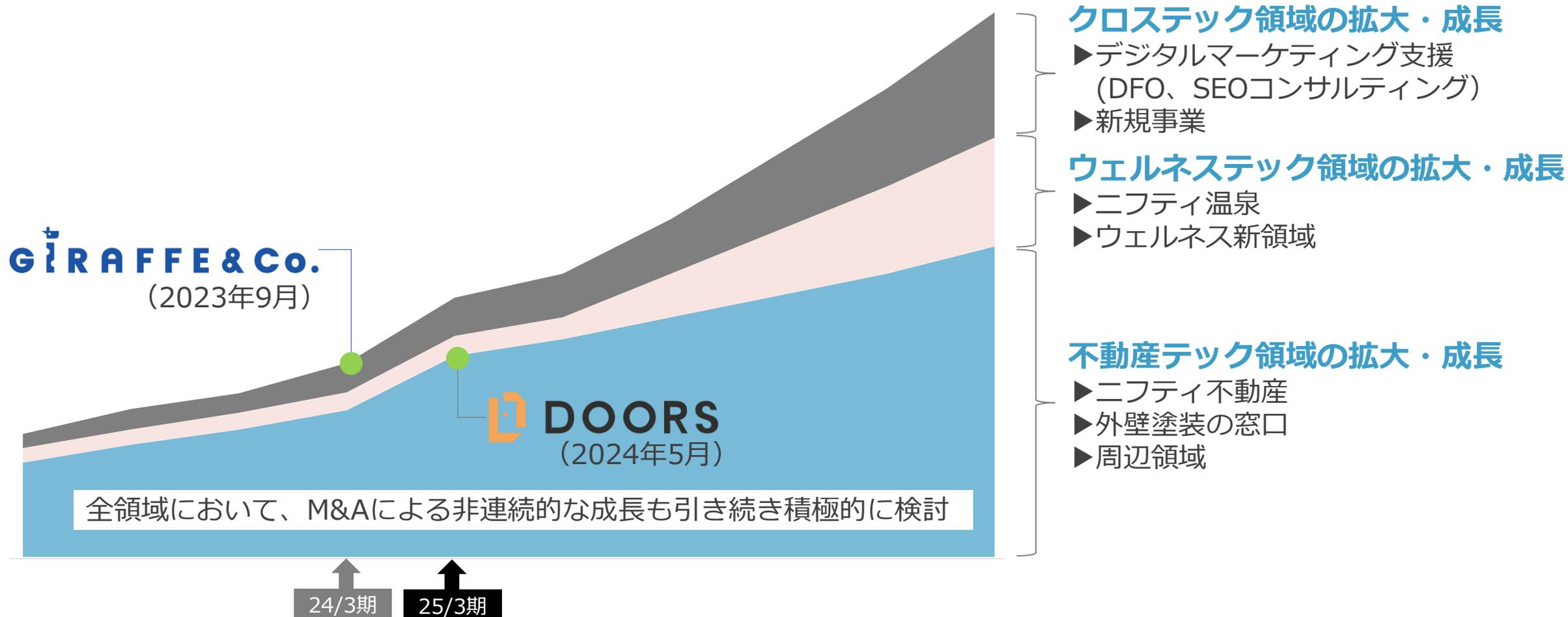
決算期である毎年3月末現在の株主名簿に記載または記録された、当社普通株式1単元(100株)以上保有の株主さま

【優待内容】

- 100~500株未満**
 温浴施設ご優待券(2,000円相当)
 または
 電子ギフト/社会貢献団体への寄付
 (1,000円分)
- 500株以上**
 温浴施設ご優待券(4,000円相当)
 または
 電子ギフト/社会貢献団体への寄付
 (2,000円分)

中長期ビジョンのイメージ

中長期的には売上高 **100** 億円規模の企業成長を目指す



企業価値向上に向けたIR活動の実施

■ 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。

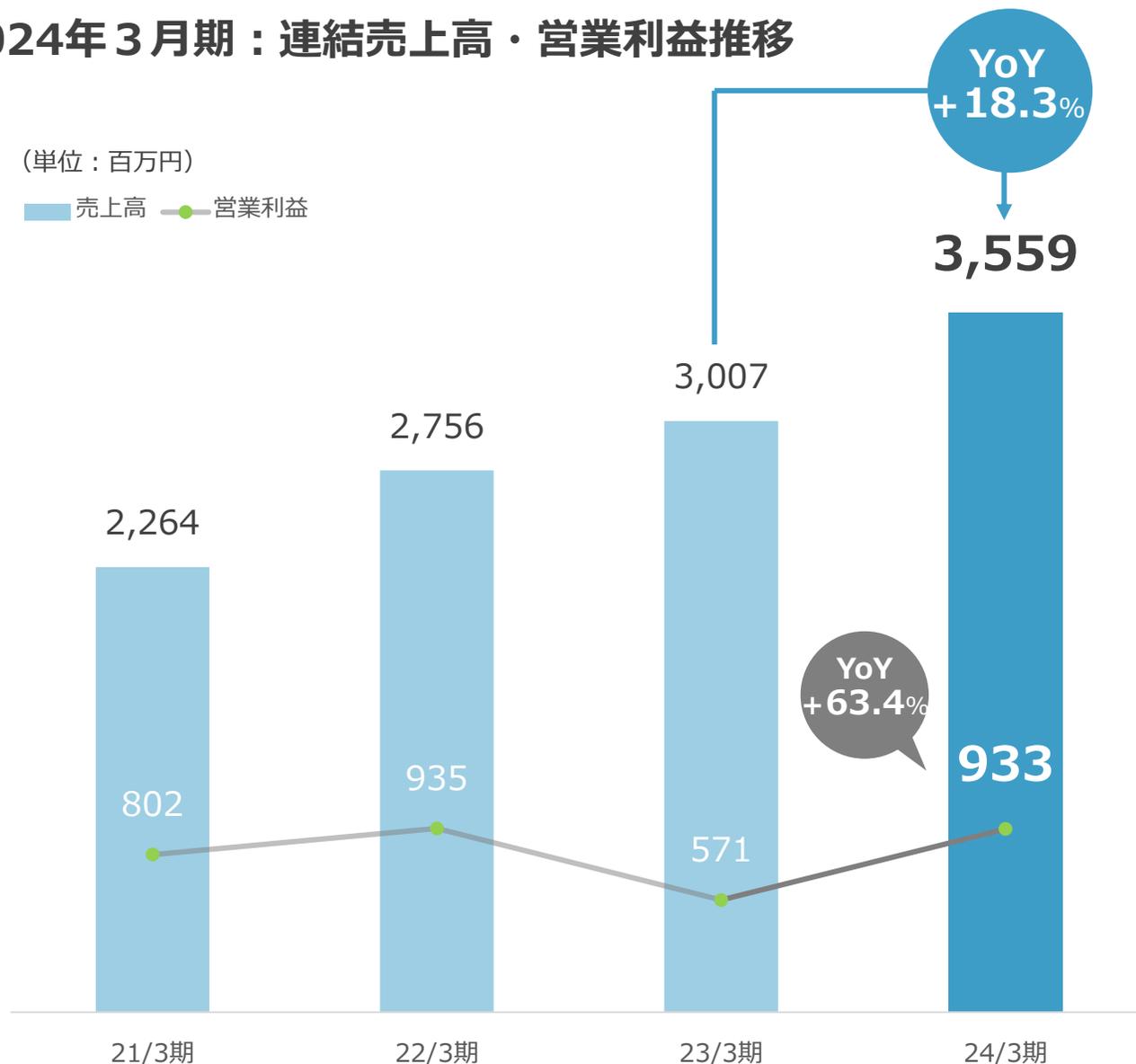


3. appendix

2024年3月期：連結売上高・営業利益推移

(単位：百万円)

売上高 ● 営業利益



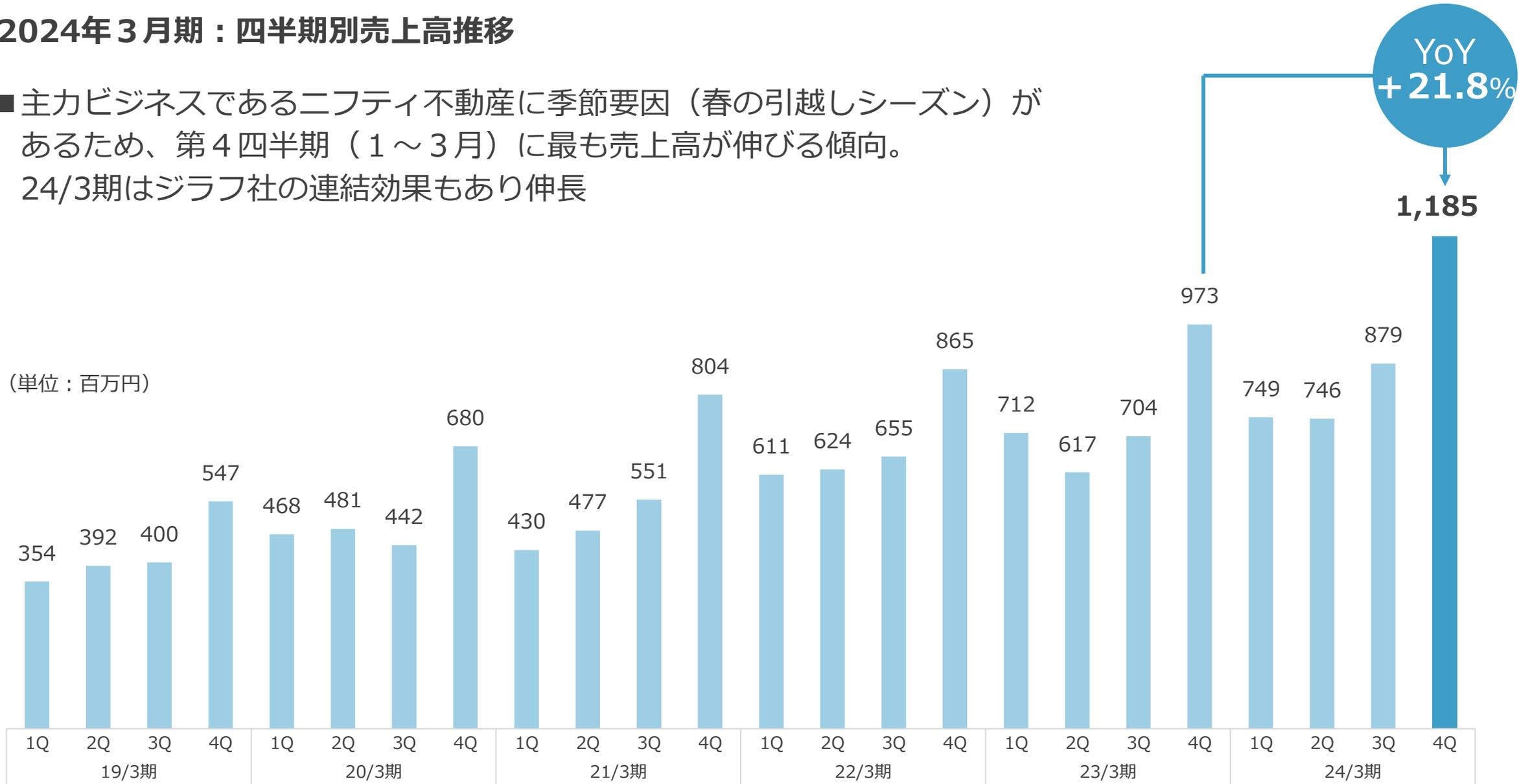
売上高・営業利益ともに 前年度対比で大幅に成長

24/3期はニフティ不動産のMAU（※）が年間を通して順調に推移したことから、業績全体を牽引。売上高は2018年の設立以降、6期連続で**過去最高を更新**。営業利益は売上高の堅調な伸びに加え、集客効率の最適化により大幅に増加し、過去最高水準へ

※MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数)

2024年3月期：四半期別売上高推移

- 主カビジネスであるニフティ不動産に季節要因（春の引越しシーズン）があるため、第4四半期（1～3月）に最も売上高が伸びる傾向。
24/3期はジラフ社の連結効果もあり伸長

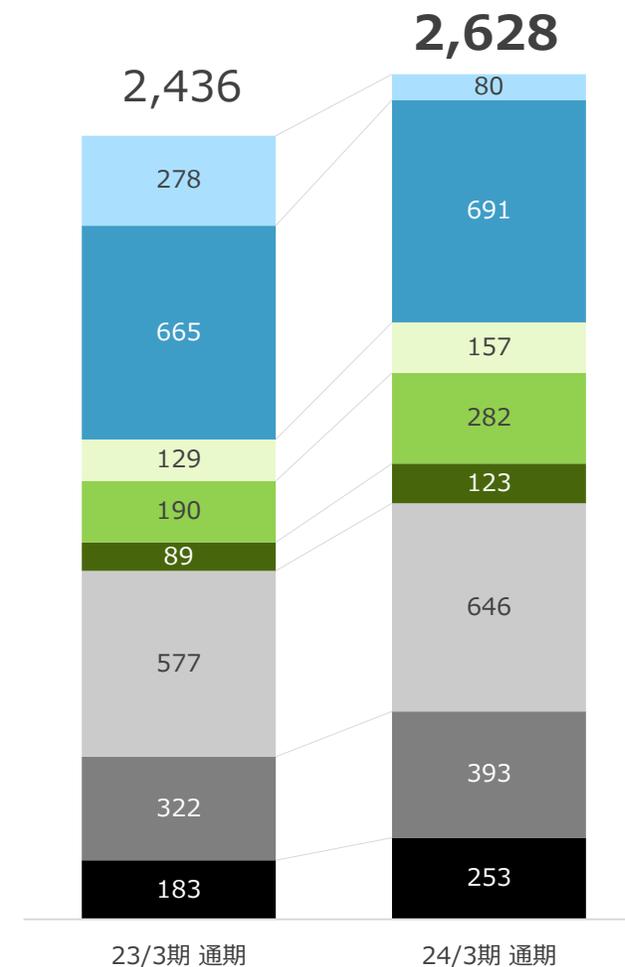


2024年3月期：コスト総括

■ 24/3期はコストマネジメント方針に則って、期初想定通りの運用を実施

開発	<ul style="list-style-type: none"> ウェルネステック領域の電子チケットサービスに係る新規開発等に注力 既存サービスは外注等も活用しながら、開発効率向上に向けた取り組みを実施
広告宣伝	<ul style="list-style-type: none"> テレビCMからWEB動画の活用へデジタルシフトし、利便性訴求によるブランディング戦略を実施 売上高比率は23/3期9.2%→24/3期2.3%
販売促進	<ul style="list-style-type: none"> SEO施策の実施効果で、オーガニック集客が改善 売上高比率を23/3期19.1%→24/3期18.2%と前年並みに抑え、販促コスト最適化
人材	<ul style="list-style-type: none"> 採用強化に努めたものの、人材獲得は難航。 25/3期はさらに踏み込んで採用・育成に努める方針

(単位：百万円)



2024年3月期：不動産テック領域売上高

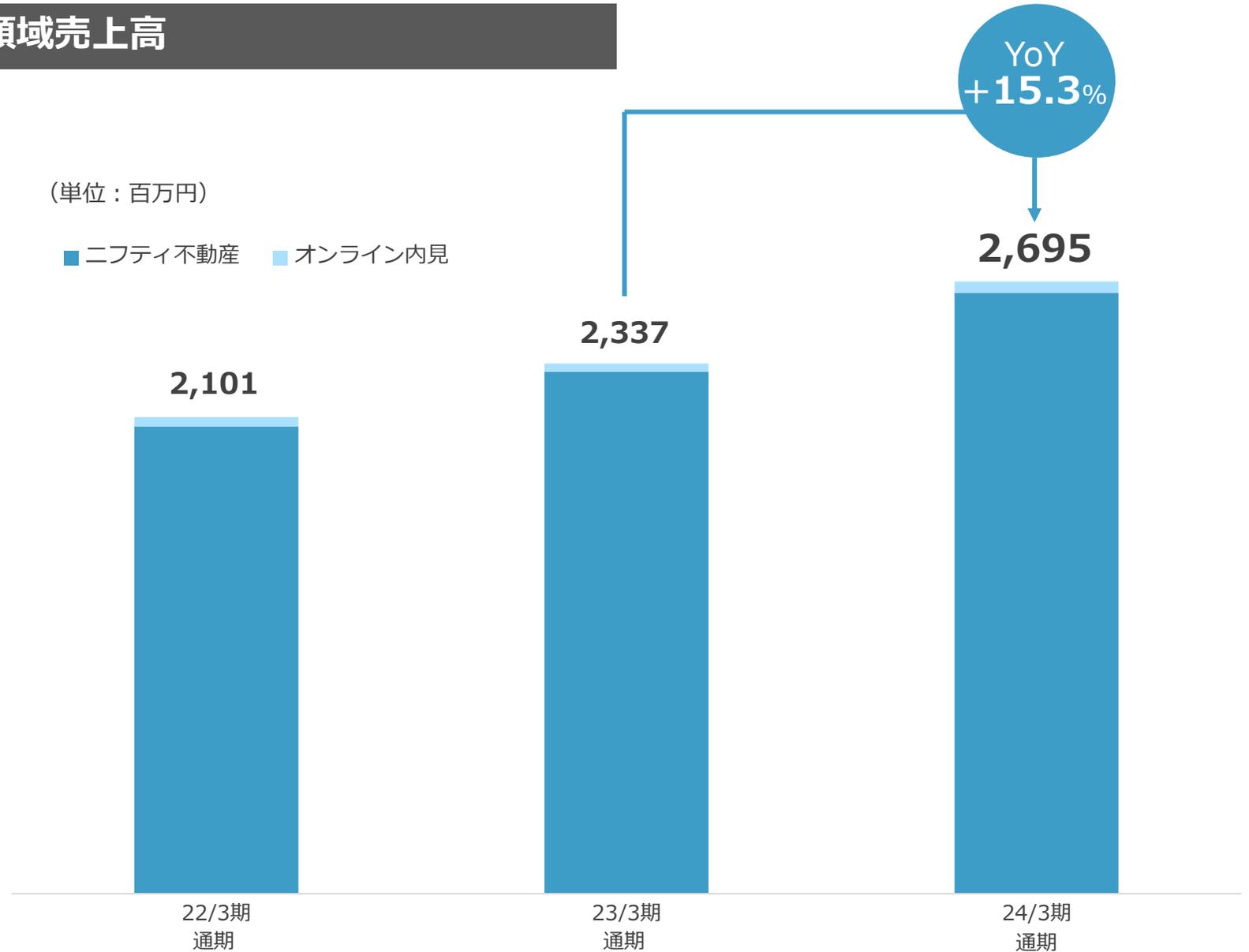
■ 通期総括 ■

2,695百万円
(YoY + 15.3%)

主力ビジネスであるニフティ不動産が全体を牽引。年間を通してオーガニック流入増加に向けたSEO施策に取り組んだほか、アプリのユーザビリティ向上を目指して継続的なUI/UX改善も実施。結果、利用者が増加し、売上高は過去最高を更新

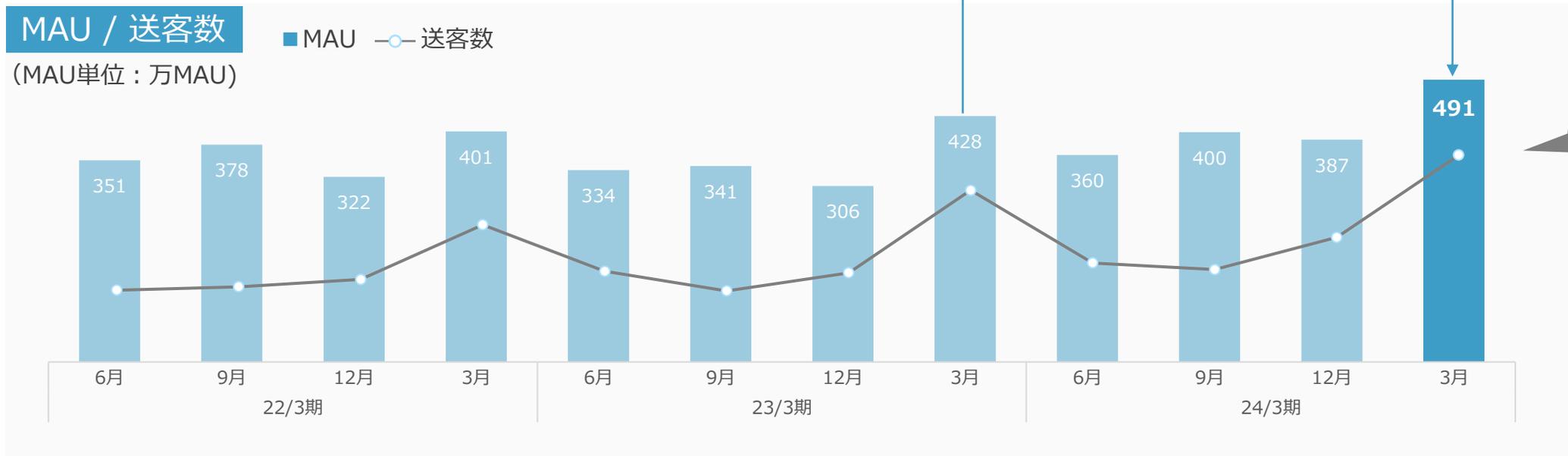
(単位：百万円)

■ ニフティ不動産 ■ オンライン内見



不動産テック領域 主要KPI

ニフティ不動産



掲載物件情報数

1,373 万件

アプリダウンロード数

1,102 万DL

※ 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: 掲載物件情報数 : 2024年3月末時点 ※ 4: アプリダウンロード数 : 2024年3月末時点の累計DL数、ニフティ不動産アプリシリーズ合計
 ※ 5: 2023年6月30日「事業計画及び成長可能性に関する事項」では、行動支援プラットフォームサービスKPIとして、「ニフティ不動産」、現ウェルネステック領域の「ニフティ温泉」及び現クロステック領域「ニフティ求人」3サービスの単価の対前年比を開示しておりましたが、事業ドメインを再定義している関係から、当該指標の開示は現在行っておりません。

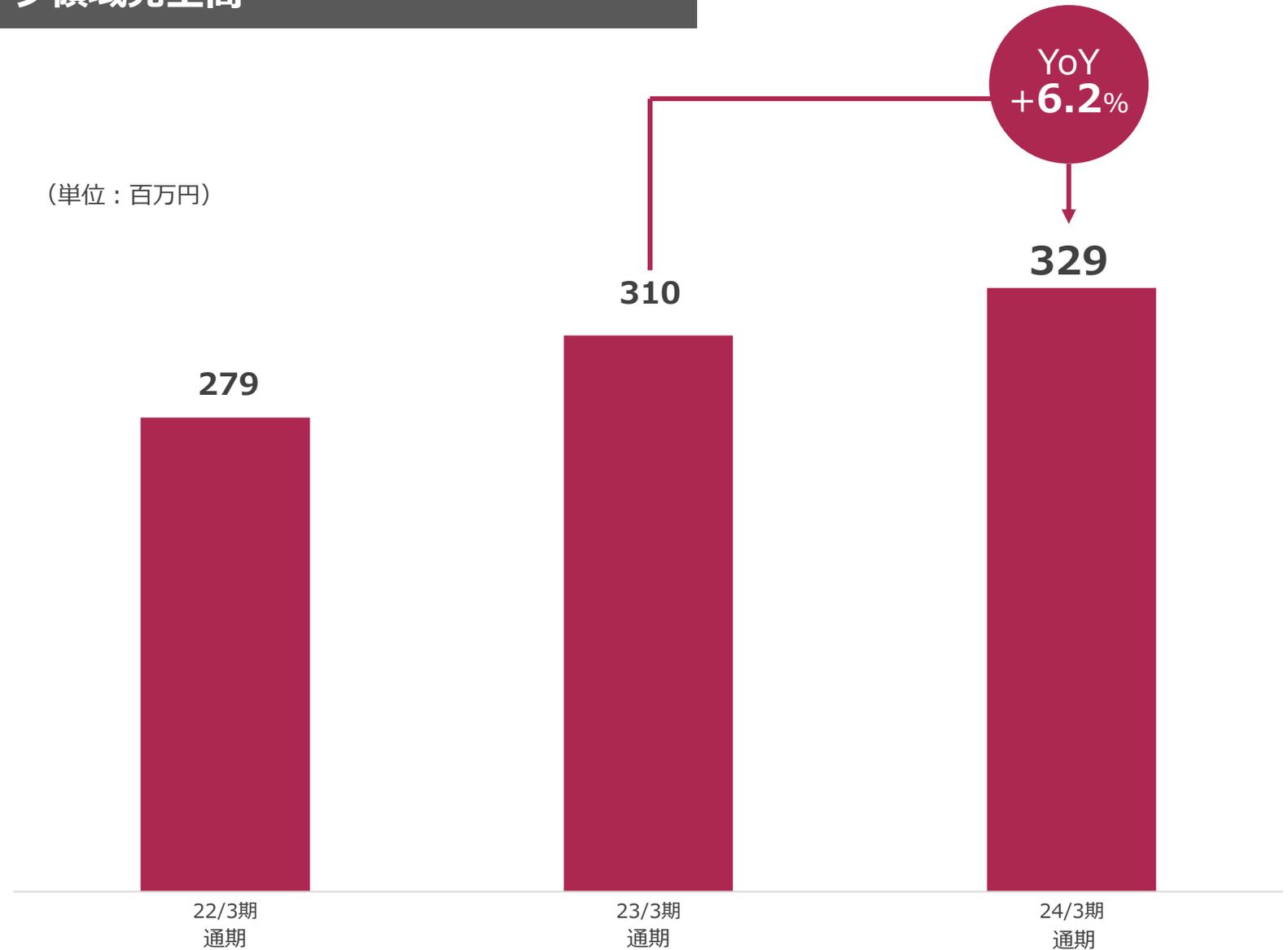
2024年3月期：ウェルネステック領域売上高

■ 通期総括 ■

329百万円
(YoY + 6.2%)

レジャー需要回復に伴う利用者増により、クーポン送客は安定的に推移。加えて、体験型広告でナショナルクライアントからのリピート利用が増え、受注の単価アップが実現したこと等もあり、通期ではプラス成長に。4Q単独でも3Qに続きYoY + 24.1%と大幅増。

(単位：百万円)



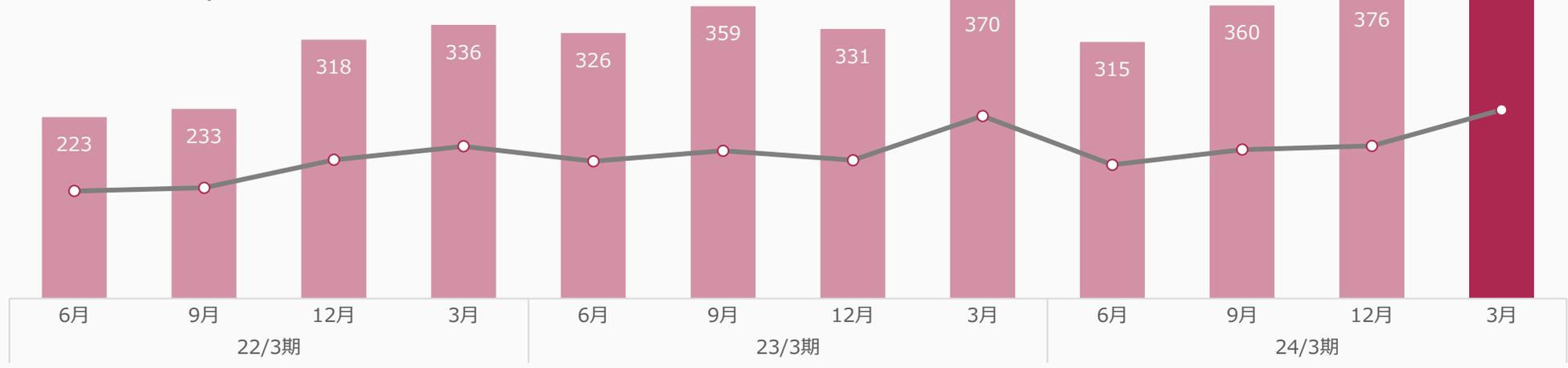
ウェルネステック領域 主要KPI

ニフティ温泉

MAU / 送客数

■ MAU ○ 送客数

(MAU単位：万MAU)



YoY +2.7%

総掲載施設数



16,950 件

クーポン掲載施設数



476 件

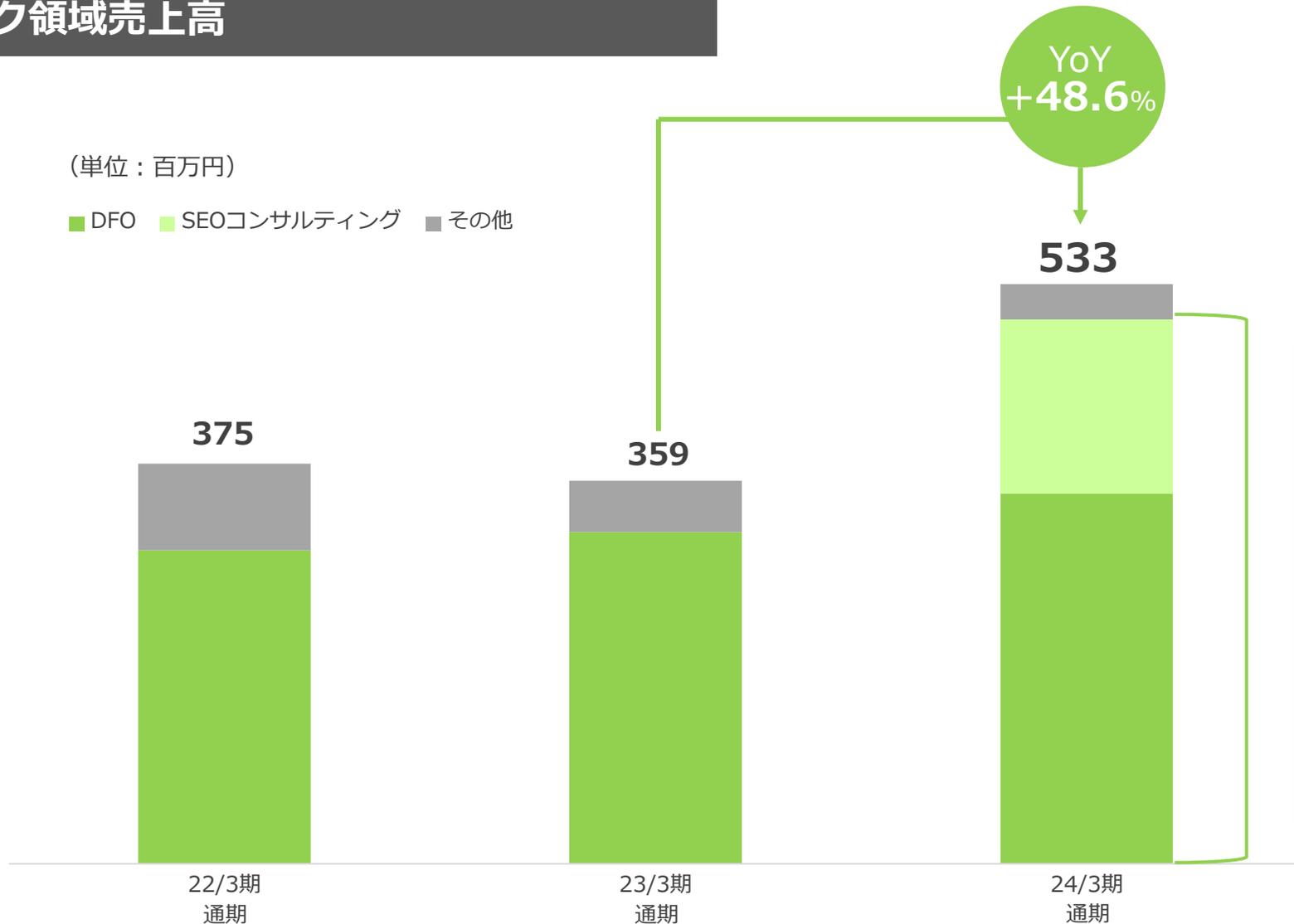
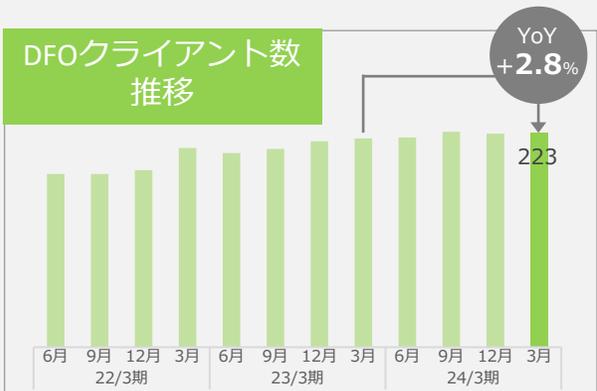
※ 1 MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数) : 各期末の月間の各デバイスユーザーの合算値 ※ 2 送客数 : 月間平均値 (各四半期ごと)
 ※ 3 総掲載施設数 : 2024年3月末時点 ※ 4 クーポン掲載施設数 : 2024年3月末時点

2024年3月期：クロステック領域売上高

■ 通期総括 ■

533百万円
(YoY + 48.6%)

ジラフ社連結効果もあり、YoY + 48.6%と大幅増加で着地。ストック型の要素が強いクロステック領域の売上高は、中計目標値5.5億円に近い水準まで成長



デジタルマーケティング支援
(主にストック型で安定的)

※クロステック領域の売上高構成サービスは、デジタルマーケティング支援（「DFO」、ジラフ社が手掛ける「SEOコンサルティング」とその他（「ニフティ求人」、「ジラフ社自社サービス」）です。
 ※24/3期からの事業ドメイン再定義にあわせて、23/3期以前のデータも合わせて組み替えています。
 ※クライアント数（DFOのSaaSツールのみ、サイトごとの月間クライアント数）：各期末の月間数値
 ※2023年6月30日「事業計画及び成長可能性に関する事項」では、行動支援ソリューションサービスKPIとして、DFOクライアント数と現不動産テック領域「オンライン内見」クライアント数の合計値及び両サービスの単価の対前年比の2つを開示しておりましたが、事業ドメインを再定義している関係から、当該指標の開示は現在行っておりません。

連結貸借対照表（2024年3月末時点）

（単位：百万円）

		24/3期 3月末	23/3期 期末	増減額
流動資産	合計	5,565	4,736	828
	現預金	4,945	4,206	738
	売掛金	597	504	93
	その他	21	25	△3
固定資産	合計	735	563	171
	ソフトウェア	313	292	20
	のれん	191	92	99
	その他	230	178	51
資産	合計	6,301	5,300	1,000
負債	合計	1,019	547	472
純資産	合計	5,281	4,753	528
	資本金	1,261	1,259	2
	資本剰余金	1,177	1,175	2
	利益剰余金	2,827	2,313	513
	新株予約権	15	5	9
負債・純資産	合計	6,301	5,300	1,000

上場調達資金充当状況

- 中期経営計画に基づき、コストマネジメントに注力し集客効率の最適化を図る取り組みを推進していることから、24/3期の広告宣伝は80百万円を充当いたしました。今後もこの方針を継続することから、このたび上場調達資金の使途及び充当予定時期を変更いたします。

(詳細は2024年6月28日付で公表の「上場調達資金使途変更に関するお知らせ」をご覧ください。)

(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 (予定)	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	<u>80</u>	<u>50</u>	<u>50</u>	—
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	<u>350</u>	<u>350</u>	—
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。

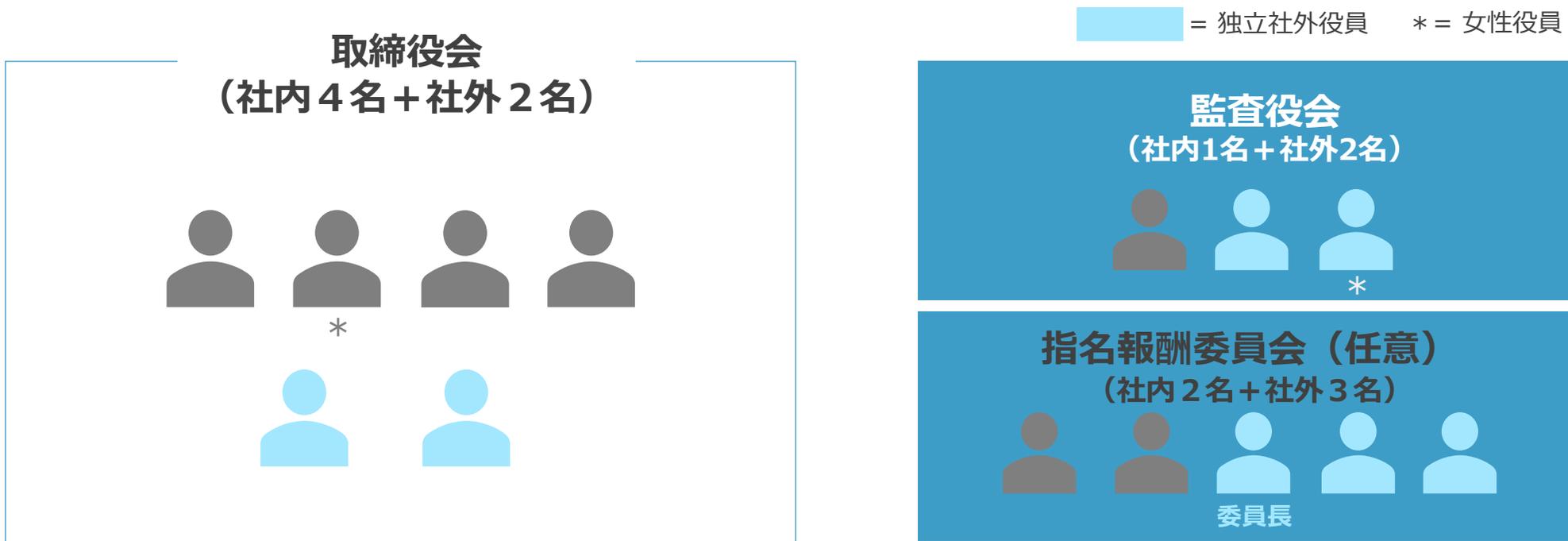
※上場時の計画における資金使途及び金額、充当予定期間は次のとおりでした。

・ 広告宣伝350百万円/年（23/3～25/3期）、人材投資150百万円/年（23/3～25/3期）、開発費100～200百万円/年（23/3～27/3期）

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)
- ダイバーシティ推進を踏まえた女性役員比率



サステナビリティ基本方針

■ サステナビリティを巡る課題認識の取り組みの一環として、基本方針を策定

■ 事業活動を通じた社会課題の解決

・ より良いサービスの提供・創出により、事業を通じた社会課題の解決に取り組みます

■ 人材の多様性の尊重と働きがいの向上

・ 多様性の尊重と共に、一人ひとりの成長・活躍や働きやすさを促進する環境整備に取り組みます

■ 公正かつ透明性の高い経営の実現

・ 社会課題の解決と企業価値向上に向けて、公正かつ透明性の高い経営を目指します

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。

用語集

ASO(App Store Optimization)

アプリストアにおいて、自社アプリの表示率を向上させることにより、アプリダウンロード数や利用ユーザー数を拡大する集客施策のこと

ARPU(Average Revenue Per Use)

顧客1社あたりの平均売上を指す指標のこと

CRM(Customer Relationship Management)

顧客との関係を管理しながら、その関係を長期的に深めていく手法や施策のこと

CX (Customer Experience)

カスタマー・エクスペリエンス、「顧客体験」の意

DFO(Data Feed Optimization)

ECサイトなど多商材のWEBサイトで、WEB広告用の商品データを広告媒体ごとに最適化するための手法や取り組みのこと

DX(Digital Transformation)

デジタルテクノロジーにより企業の収益構造の転換や新たな事業創造等を図る取り組みのこと

LTV(Life Time Value)

顧客生涯価値の意。ある顧客が自社の利用を開始してから終了するまでの期間に、自社がその顧客からどれだけの利益を得ることができるのかを表す指標

MAU(Monthly Active Users)

WEBサイトやアプリ等において、月あたり1回以上の利用や活動があったユーザー数のこと

SEO(Search Engine Optimization)

検索エンジンの検索結果において、自社サイトの表示順位を向上させることにより、サイト利用ユーザー数を拡大する集客施策のこと

SaaS(Software as a Service)

提供者側のサーバーで稼働するソフトウェアをインターネット等を経由して、ユーザーが必要な機能のみを選択して利用できるサービスのこと

UI(User Interface)

アプリケーションソフトウェアをユーザーが操作する方法のこと

UX(User Experience)

サービス等の利用を通じてユーザーが得る体験のこと

■ 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2025年6月を予定しております。



ニフティライフスタイル