



2024 年 5 月 7 日

各 位

会 社 名 ニフティライフスタイル株式会社
代表者名 代表取締役社長 成田 隆志
(コード：4262、東証グロース)

問合せ先 取締役経営管理部長 浅野 雄太
(TEL：03-5937-3567)

<https://niftylifestyle.co.jp/>

(訂正)「2024 年 3 月期 通期決算説明資料」の一部訂正について

2024 年 5 月 7 日に公表いたしました「2024 年 3 月期 通期決算説明資料」において、記載内容の一部に誤りがございましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 訂正の理由

「2024 年 3 月期 通期決算説明資料」の公表後、記載内容の一部に誤りがあることが判明したため、提出後の「2024 年 3 月期 通期決算説明資料」の訂正を行うものであります。

2. 訂正の内容等

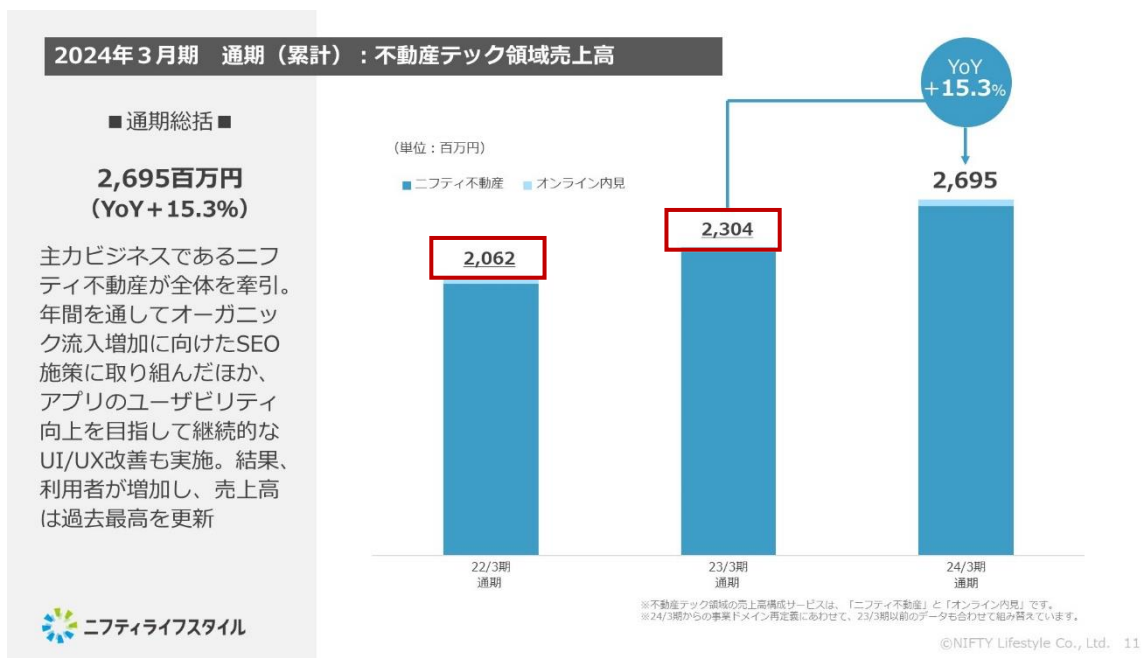
別紙をご参照ください。訂正箇所は赤枠で示しております。

以 上

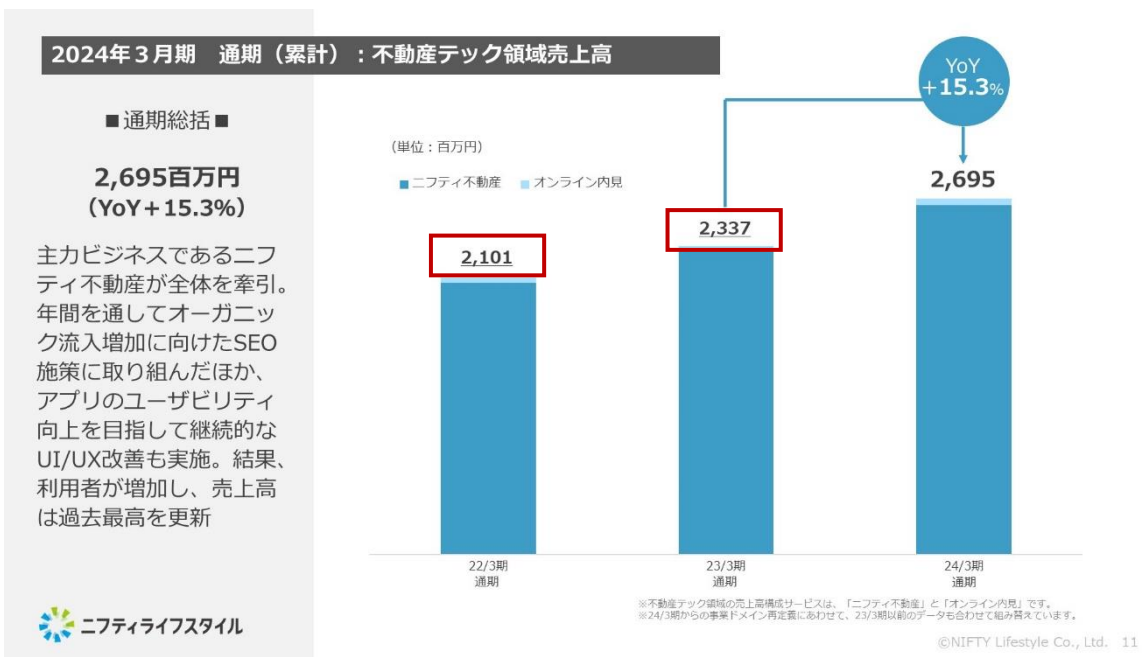
<別紙>

P.11 不動産テック領域売上高 22/3期、23/3期の合計値

修正前



修正後



※ご参考として、上記訂正を反映した「2024年3月期 通期決算説明資料」を添付いたします。なお、当社HPには訂正反映版の資料を掲載いたします。



ニフティライフスタイル

2024年3月期 通期決算説明資料

2024年5月7日
ニフティライフスタイル株式会社
証券コード 4262

1. 2024年3月期 通期決算概要
2. 2024年3月期 通期 各事業領域の概況
3. 中期経営計画進捗状況と2年目における重点施策
4. 2025年3月期 業績予想及び配当予想
5. Appendix

1. 2024年3月期 通期決算概要

売上高
3,559 百万円

YoY+ **18.3%**

営業利益
933 百万円

YoY+ **63.4%**

通期決算ポイント

■ 売上高・営業利益ともに前年度対比で大幅に成長

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

■ M&A後のPMIが進み、グループシナジーが加速

2023年9月に子会社化した株式会社GiRAFFE & Co.（以下「ジラフ社」）は、PMIが円滑に進んでおり、スタンドアローンでの成長に加え、ニフティ不動産とSEO施策での連携やDFOとのクロスセル推進等のグループシナジーを通じて収益拡大に貢献

2024年3月期 通期（累計）：連結損益計算書

- ニフティ不動産が4Q繁忙期も順調に推移したほか、ジラフ社の売上が好調に推移したこともあり、売上高は設立以来初の35億円を突破。営業利益は売上増に伴う伸びのほか、M&A関連費用の未発生や後ろ倒し等の影響もあり、修正予想値を大幅に上回り着地

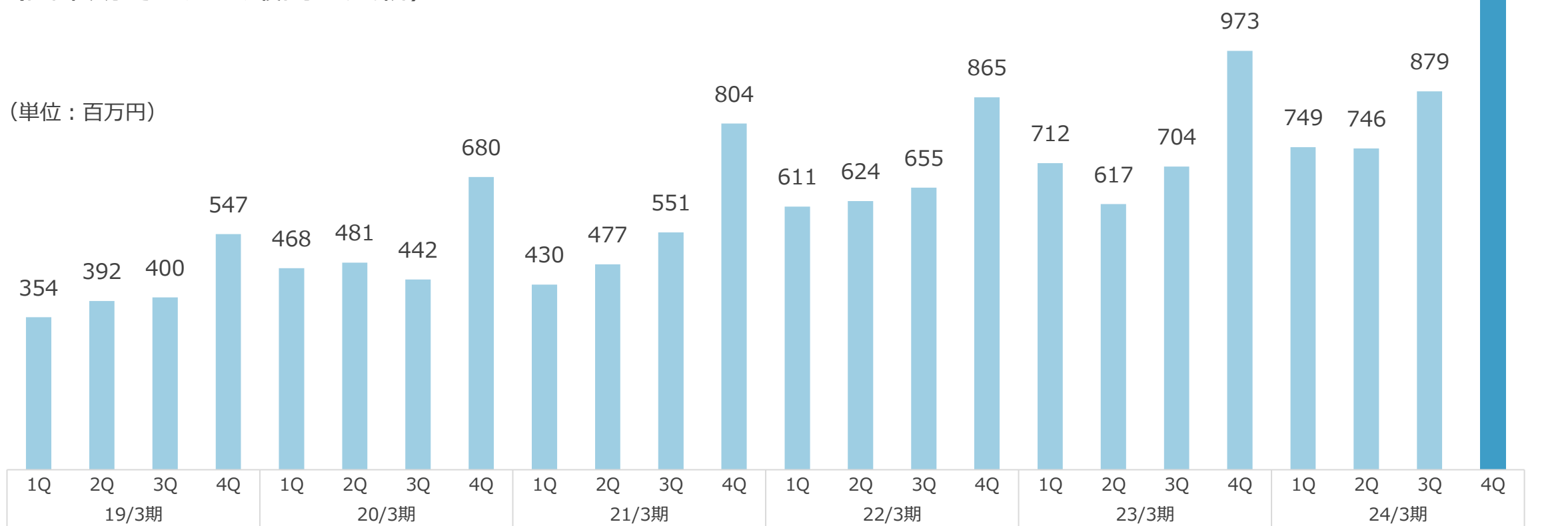
(単位：百万円)	2024年3月期 通期実績	修正予想値	修正予想差	2023年3月期 通期	YoY
売上高	3,559	3,504	+55	3,007	18.3%
売上総利益	2,602	—	—	2,276	14.3%
営業利益	933	810	+123	571	63.4%
経常利益	937	813	+124	570	64.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	631	537	+94	339	86.2%
EBITDA	1,153	1,014	+139	747	154.3%

※当期純利益の増加要因

2024年4月1日付で株式会社Tryellを吸収合併したことに伴う法人税等の減少（約13百万円）の影響あり

2024年3月期 通期：四半期別売上高

- ニフティ不動産でオーガニック集客の強化やUI/UXの継続的な改善により、繁忙期の問い合わせ数が増加し、売上が拡大。
また、ジラフ社によるSEOコンサルティングやWEBサイトのデザイン制作案件の貢献等もあり、**四半期で初の10億円超**となる大幅な増収を達成
(四半期でも過去最高を更新)

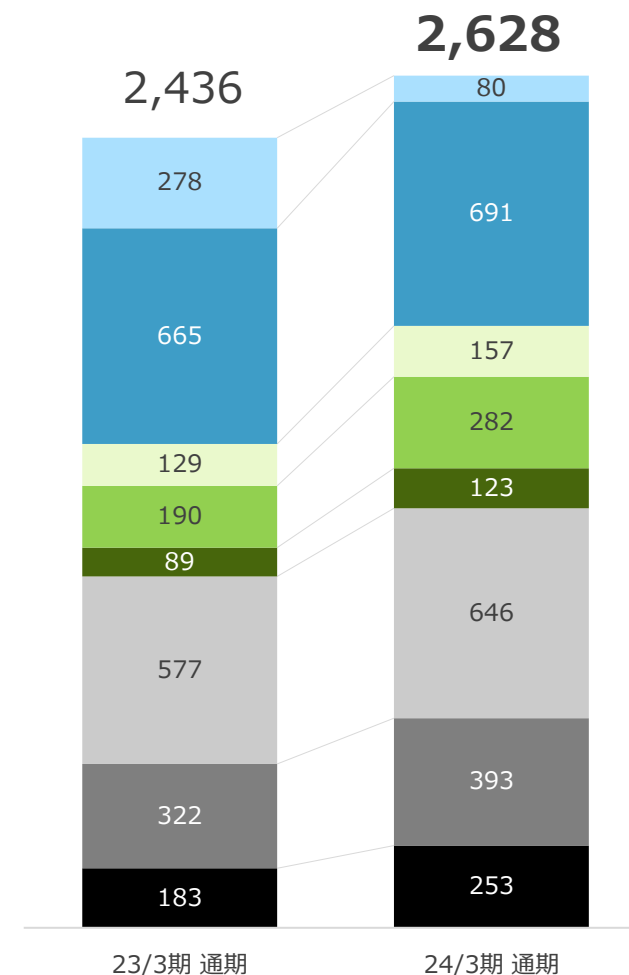


2024年3月期 通期（累計）：コスト総括

■ 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

(単位：百万円)

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



2024年3月期 通期（累計）：主なトピックス

① 株主還元施策の強化

利益成長に伴い、前期実績**+3円の増配**を決定。2024年3月期の**年間配当額は15円**に。また、株主のみなさまの日ごろのご愛顧に感謝し、今期より**株主優待制度を新設**

② 上場後初となるM&Aを実施

2023年9月に、テクニカルSEOを得意とする**ジラフ社を完全子会社化**。PMIの進捗は順調で、売上高の増加に加え、各サービスとのシナジーや連携も拡大、M&Aによる非連続的成長への土台作りが進む

③ ニフティ不動産 事業成長を牽引

年間を通じて行ってきたSEO施策にジラフ社のノウハウが加わり、効果が最大化。**オーガニック集客が好調に推移したことでMAUが増加し、過去最高の売上高を更新**。集客効率向上により利益拡大にも大きく貢献

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

④ ニフティ温泉、新サービス開始

中期経営計画におけるウェルネステック領域の成長戦略のひとつである「**温浴施設向けビジネスの深化**」に沿ったDX支援の取り組みとして、2024年1月より**事前決済サービス「電子チケット」を開始**

2. 2024年3月期 通期 各事業領域の概況

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

不動産テック領域

不動産に関連する
ライフスタイル×テクノロジー領域

核となる事業

ニフティ不動産



不動産・ウェルネス以外の
ライフスタイル×テクノロジー領域

核となる事業



**SEO
コンサルティング**

powered by



ウェルネスに関連する
ライフスタイル×テクノロジー領域

核となる事業

ニフティ温泉 



クロステック領域

ウェルネステック領域

2024年3月期 通期（累計）：不動産テック領域売上高

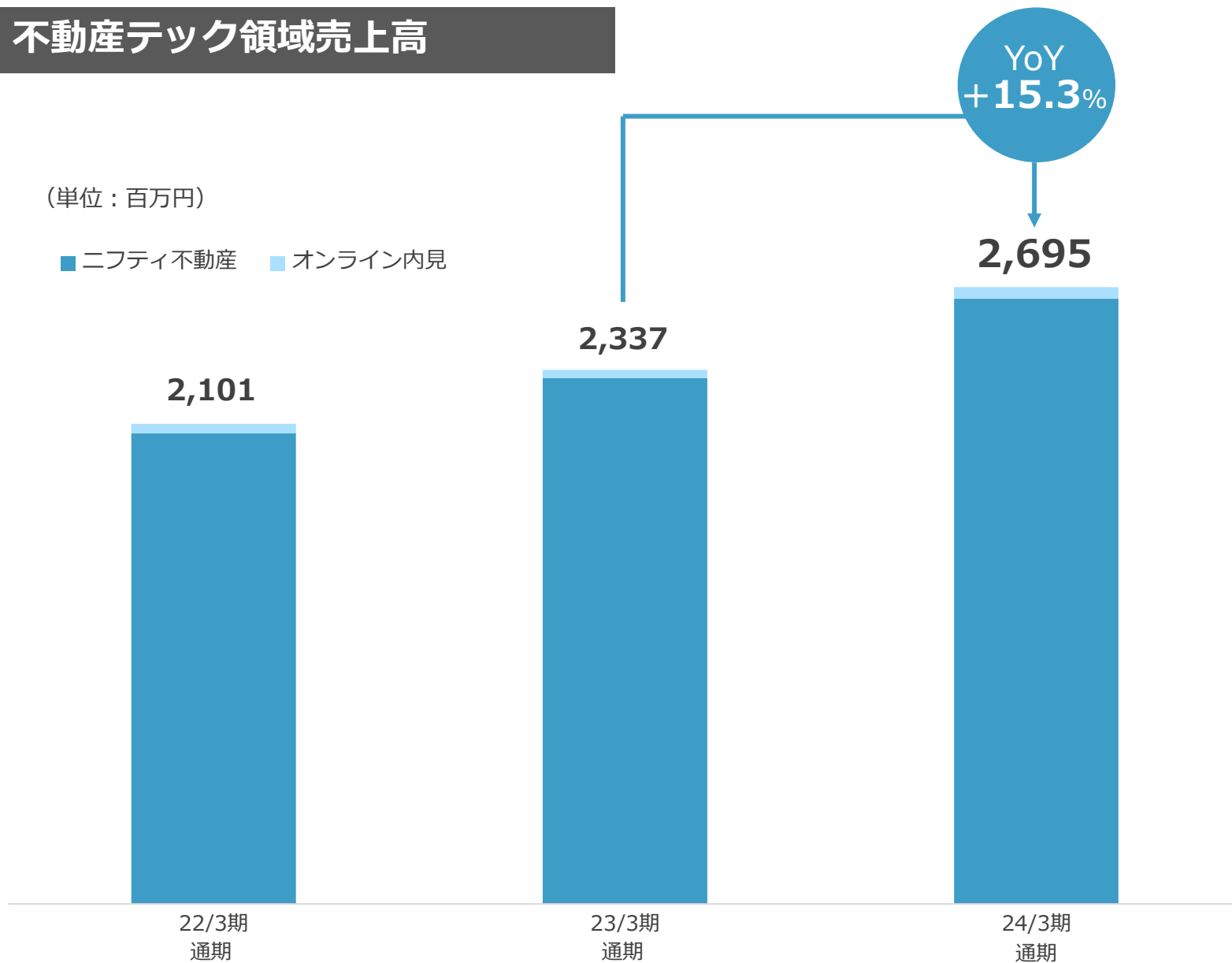
■ 通期総括 ■

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)

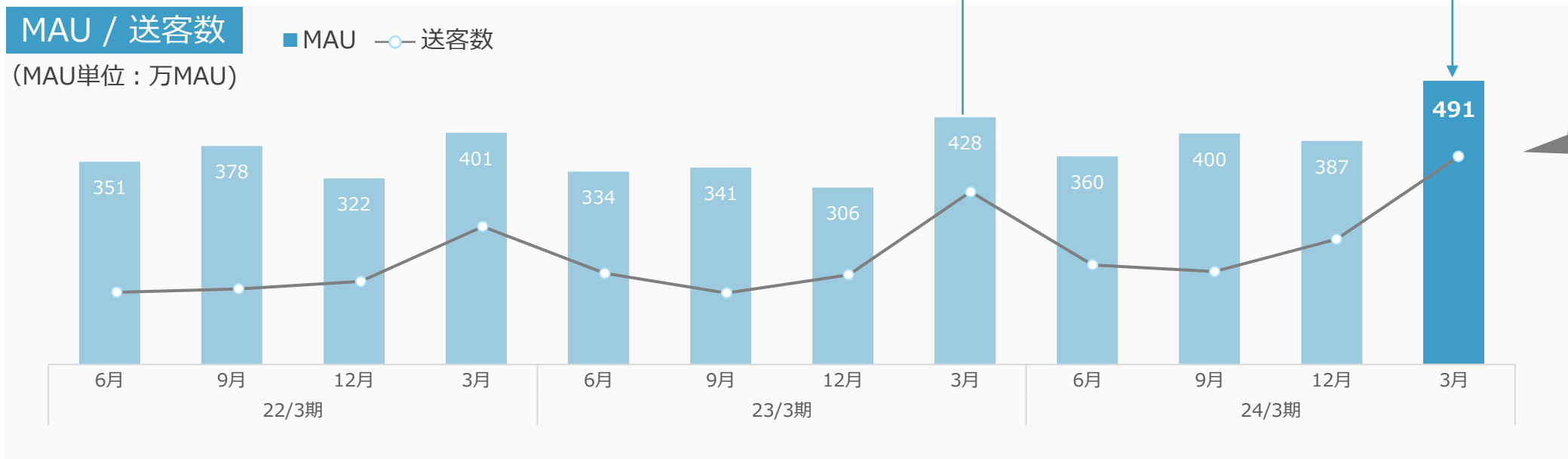
■ ニフティ不動産 ■ オンライン内見



※不動産テック領域の売上高構成サービスは、「ニフティ不動産」と「オンライン内見」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。

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)
 ※ 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

ニフティ不動産、新キャッチコピーを策定 お部屋探しアプリとしての認知度向上に寄与

**\Because/
ニフティ不動産**
選ばれるだけの理由があります。

有名不動産サイト
まとめて一括検索

こだわり条件数
130以上

いつでもどこでも
アプリでサクサク検索

Amazon
ギフトカード
Amazonプライム
5,000円
が当たる!

**こだわりの
お部屋探し
ストーリー**

投票キャンペーン

開催期間
2024.1.16 (tue) 14:00
3.31 (sun) 23:59

リポストア
当選確率
アップ!

お願い!
ニフティ
不動産!

これが東京けな?

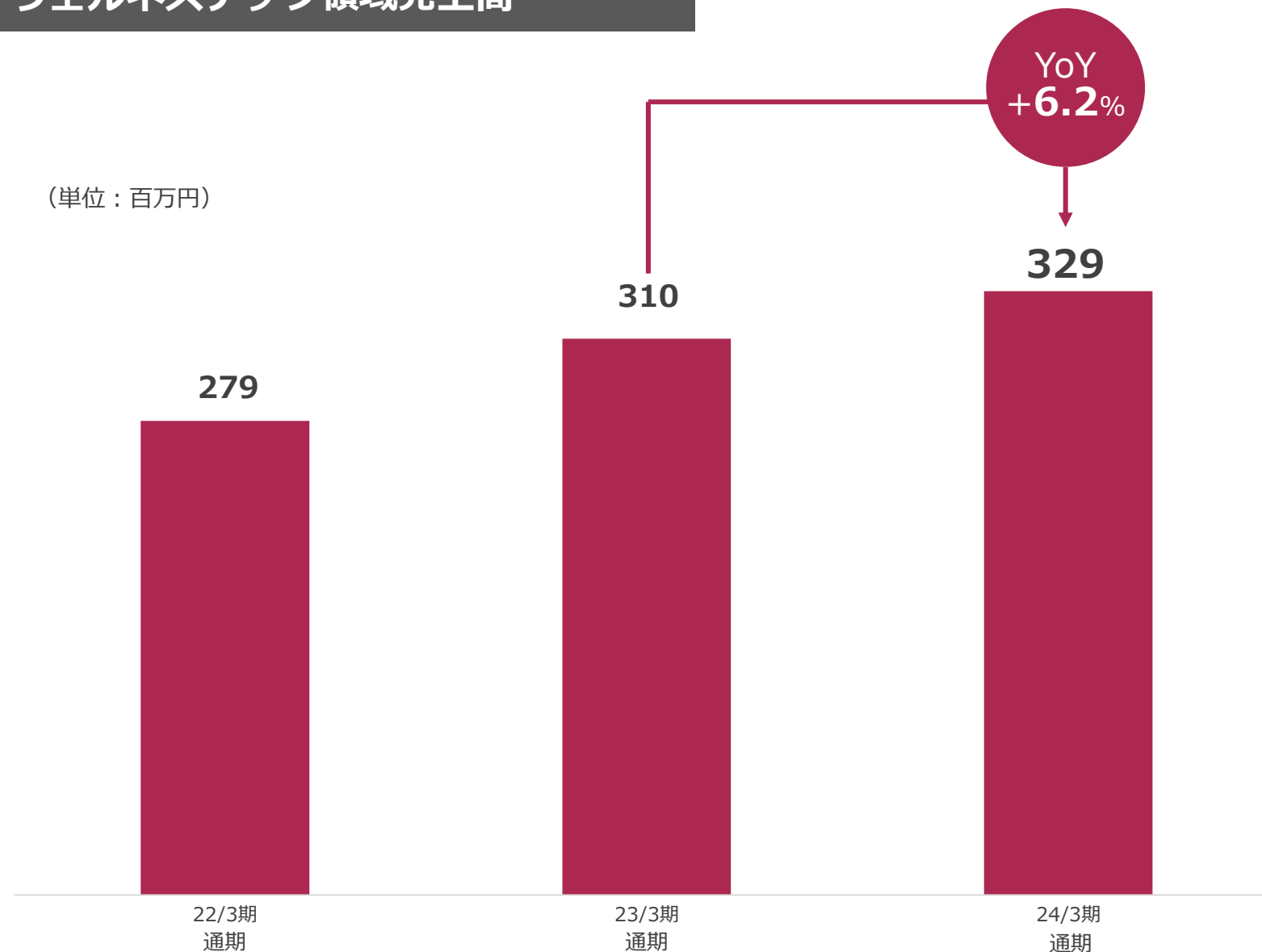
- 「Because」 =なぜなら、という印象的なフレーズで使い勝手や選ばれる理由を訴求する新キャッチコピー『\Because / ニフティ不動産』を軸に、交通広告を展開
- ブランディングは前期のテレビCMでの認知獲得から、動画を活用することで、ポイントを絞りながら利便性や機能訴求によるプロモーションヘシフト。下期には、こだわりのお部屋探いをストーリー仕立てで見せるショート動画を複数製作し、繁忙期にSNSでのキャンペーンを実施

2024年3月期 通期（累計）：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。



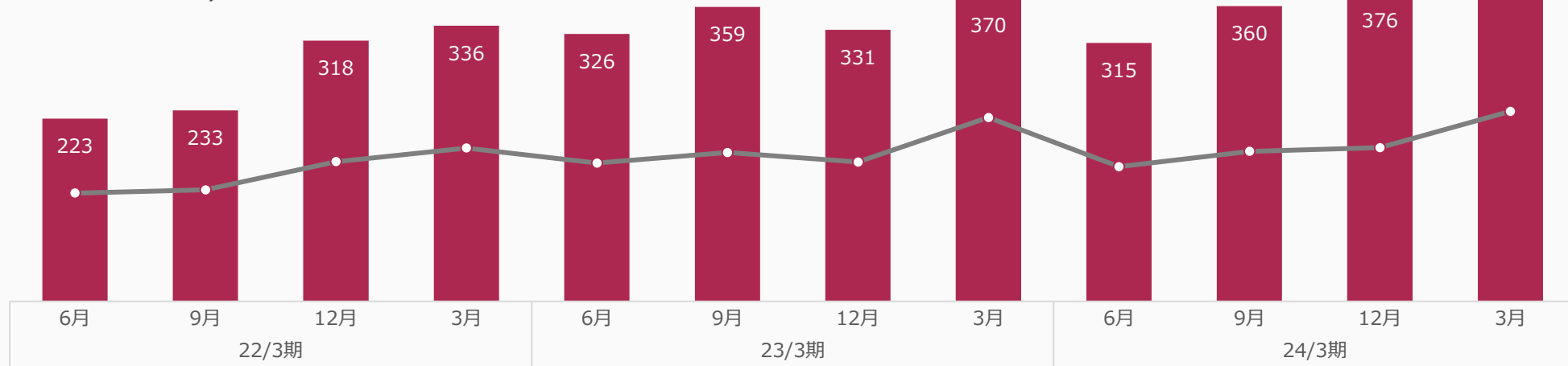
ウェルネステック領域 主要KPI

ニフティ温泉

MAU / 送客数

■ MAU ○ 送客数

(MAU単位：万MAU)



YoY +2.7%

YoY +14.1%

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

ニフティ温泉で事前決済サービス「電子チケット」の提供開始

- 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

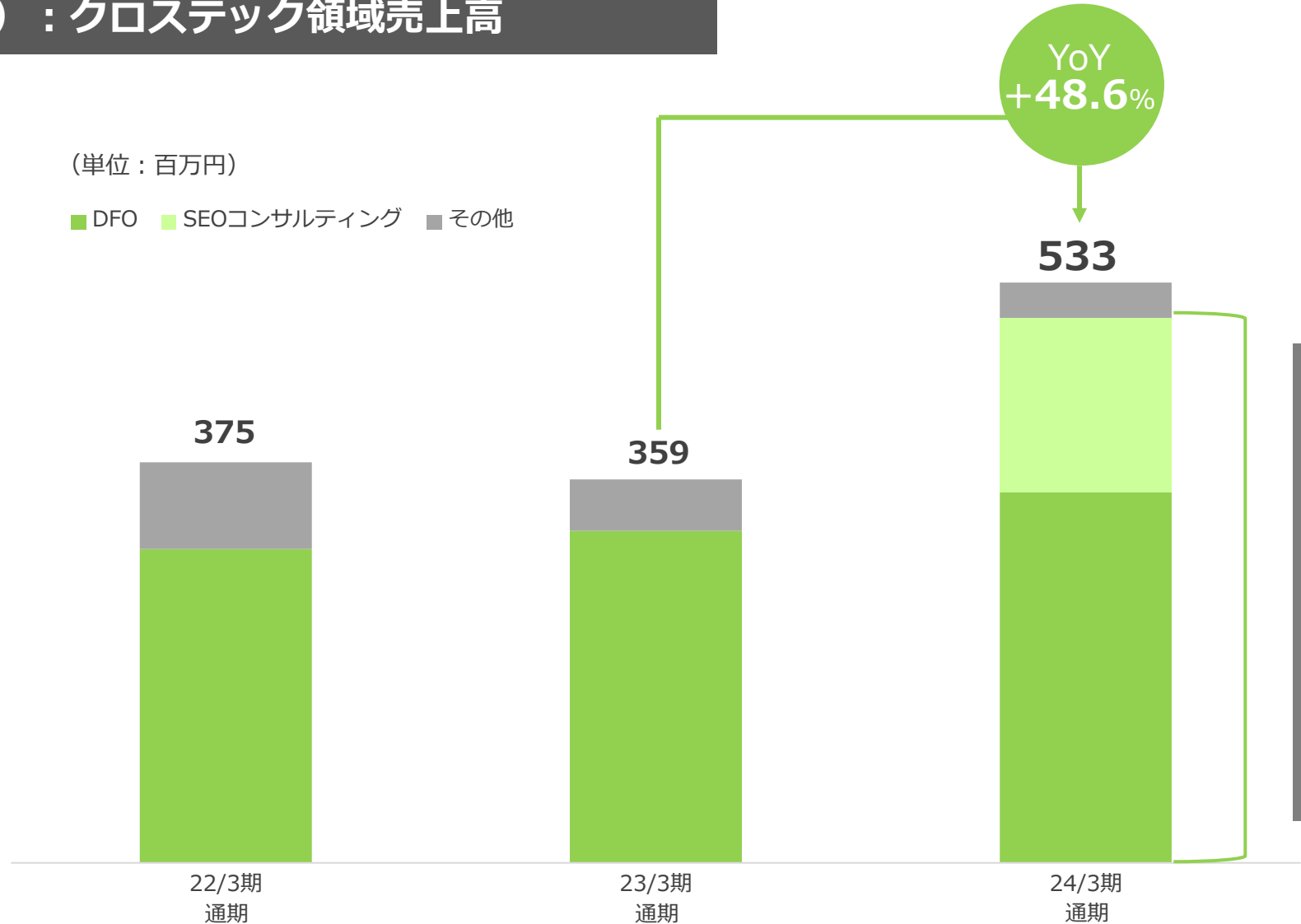
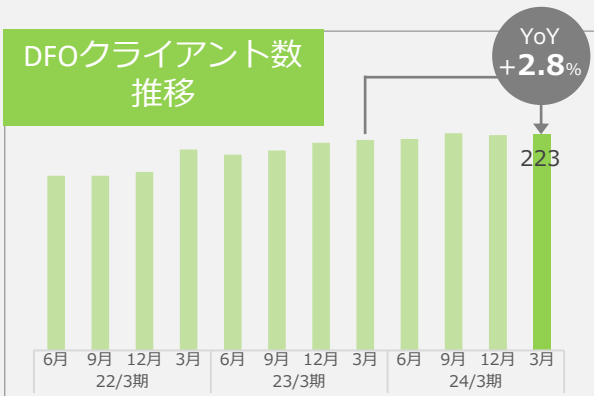


2024年3月期 通期（累計）：クロステック領域売上高

■ 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

DFOとSEOコンサルティング、 デジタルマーケティング支援での連携強化を促進



- DFOとSEOコンサルティングが連携し、展示会出展をはじめとする積極的な営業活動を実施。

デジタルマーケティング分野における提供価値拡大をアピールすることで受注獲得につなげる

2024年2月、マーケティング・テクノロジーフェア東京に出展時の様子

3. 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月期実績に対しての年平均成長率

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**

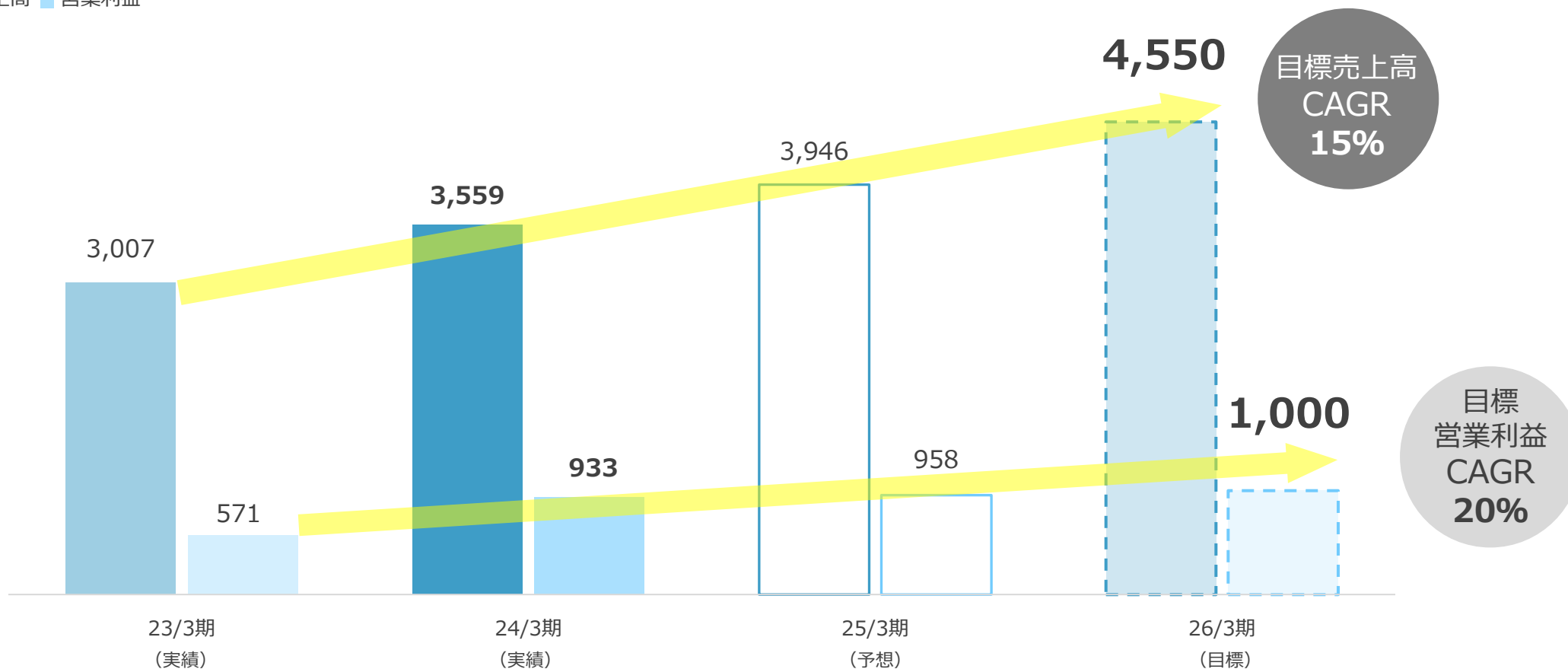
中期経営計画 定量目標

- 26/3期の目標は売上高45.5億円（CAGR 15%） 営業利益10億円（CAGR 20%）
初年度は業績の上方修正を実施する等、順調に進捗

※CAGR：年平均成長率（23/3期－26/3期）

（単位：百万円）

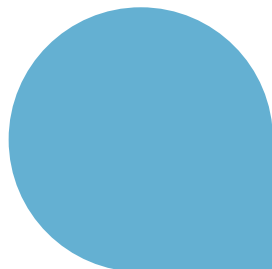
■ 売上高 ■ 営業利益



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



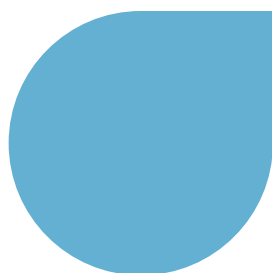
ビジネスモデル
多様化、
価値提供拡大

2023年3月期
(通期実績)

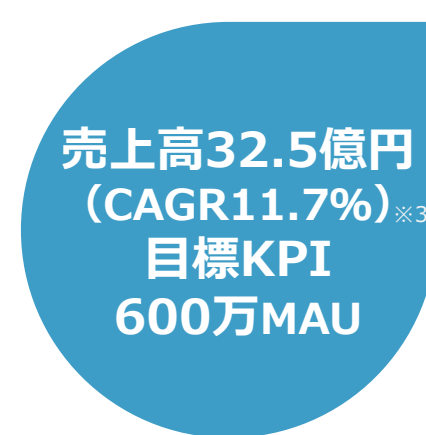
2026年3月期
(中計目標)



・ 売上高23.4億円 ※1
・ KPI/428万MAU ※2

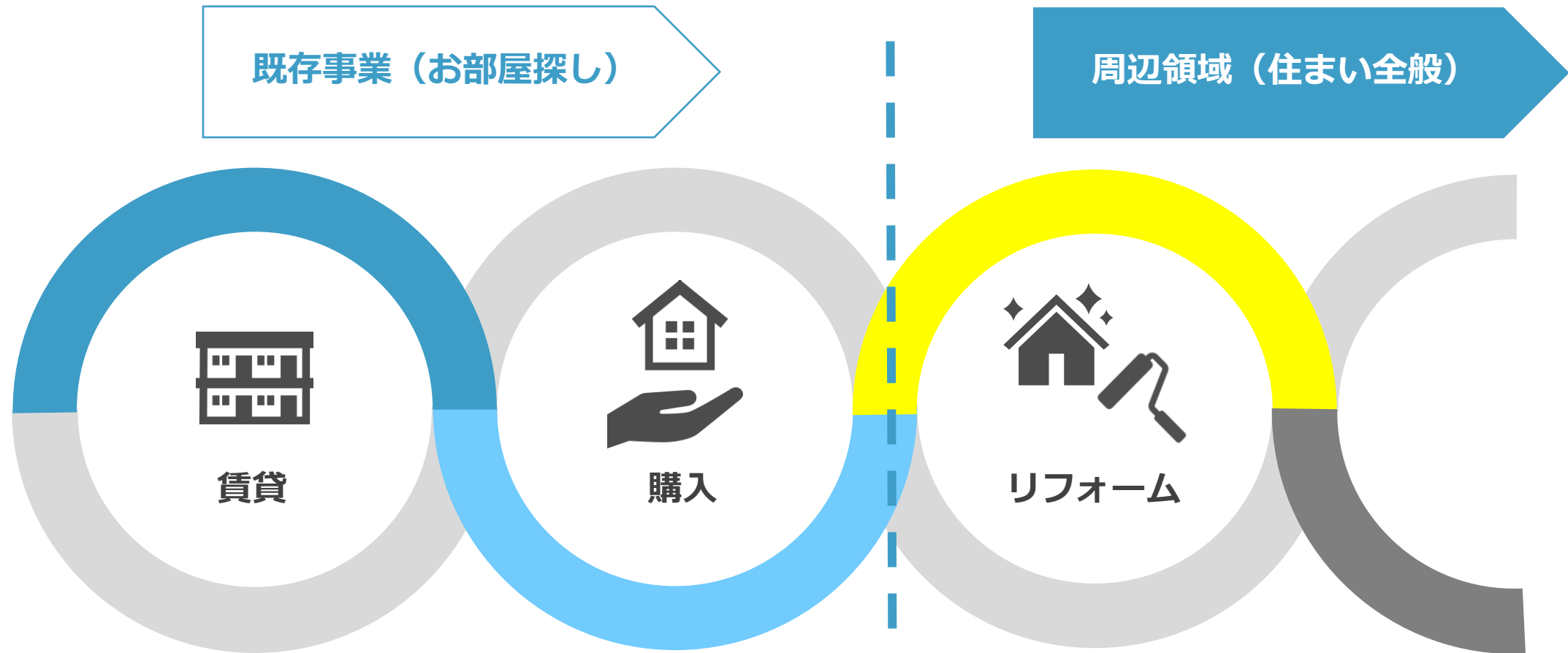


・ 不動産事業者向け
送客支援の拡充
・ M&A等の積極活用



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

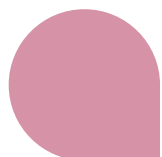
重点施策① 不動産テック領域：既存事業の強化と周辺領域への展開による提供価値拡大



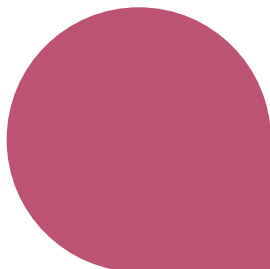
- SEO対策やパートナー開拓等に注力し、**購入領域での集客を強化**

- **リフォーム領域への参入を本格推進。**
物件購入後の支援へ着手

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



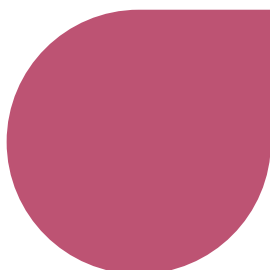
ウェルネス領域
への進出
新たな価値提供

2023年3月期
(通期実績)

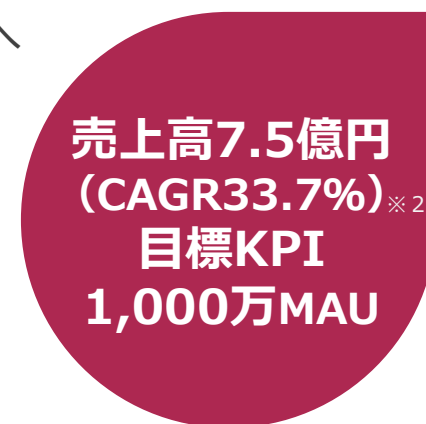
2026年3月期
(中計目標)



- ・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

重点施策② ウェルネステック領域：顧客基盤の整備・拡大を目指した施策を展開



電子チケットの利便性向上

- 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
- 営業体制強化による新規導入店舗開拓に注力

電子チケットの利便性を向上させることで、当社関与率を高め、利用者拡大と顧客基盤の整備を目指す



ウェルネス新領域参入に向けた取り組み検討

- ニフティ温泉の顧客基盤を活用し、ウェルネス領域での新規プラットフォーム構築を目指す
- 事業提携やM&A等を活用したインオーガニックでの成長も視野

温浴からウェルネスへのサービスの広がりを目指し、認知拡大を目指す

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



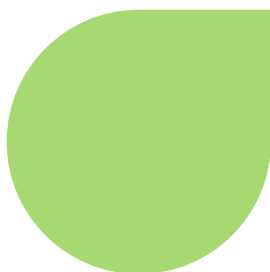
ライフスタイル
×
テクノロジーの
新たな可能性

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

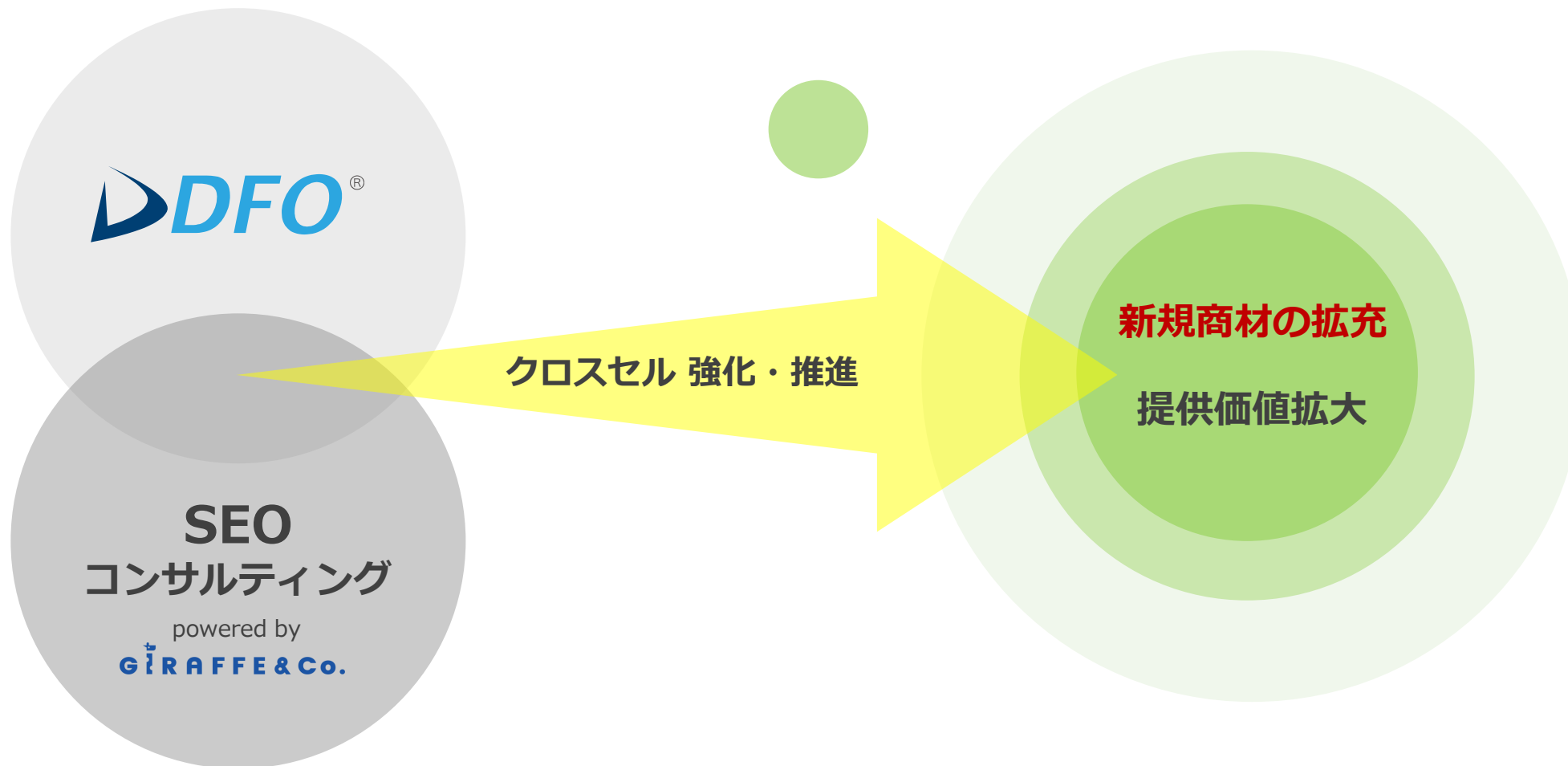


売上高5.5億円
(CAGR15.8%) ※2

重点施策③：クロステック領域 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



重点施策④：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⑤：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

4. 2025年3月期 業績予想及び配当予想

2025年3月期 通期業績予想の考え方について

	考え方
不動産テック領域	ニフティ不動産は賃貸領域に加え、購入領域での集客強化による安定成長を想定
ウェルネステック領域	クーポン送客や体験型広告の売上成長を見込む
クロステック領域	デジタルマーケティング支援サービスのストック性の高い売上の安定成長を想定
成長投資	<ul style="list-style-type: none">■ M&A関連費 : ソーシング及びDD関連費用を見込む■ 新規事業開発 : 電子チケットについては加盟店獲得に向けた費用のほか、機能強化に伴う先行投資を実施予定■ 人件費 : 組織活性化に向けた費用や採用・育成に係る費用等を見込む

2025年3月期 通期業績予想

- 売上高、EBITDAは二桁成長、営業利益は成長投資を織り込みながらも、中期経営計画目標に迫る水準を想定

	2025年3月期 通期予想	2024年3月期 通期（実績）	YoY
売上高	3,946	3,559	+10.9%
営業利益	958	933	+2.6%
EBITDA	1,283	1,153	+11.3%
経常利益	946	937	+1.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	625	631(※)	△1.0%

※24/3期の当期純利益の増加要因

2024年4月1日付で株式会社Tryellを吸収合併したことに伴う法人税等の減少（約13百万円）の影響あり

配当予想

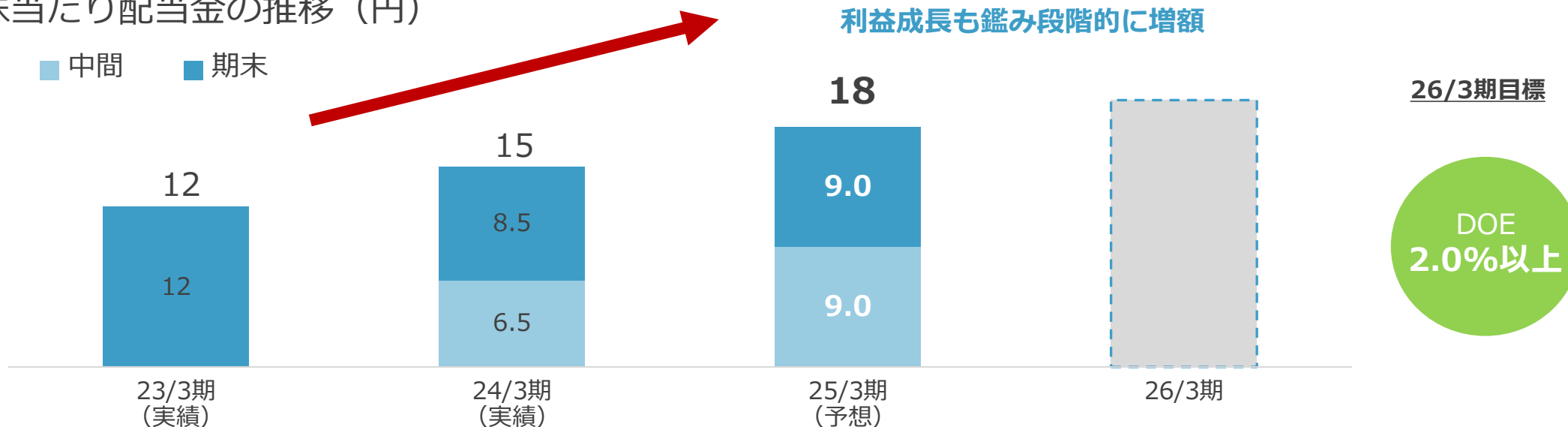
- 配当方針に則り、2025年3月期の配当予想は**中間9円、期末9円の年間18円**と増配予想

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

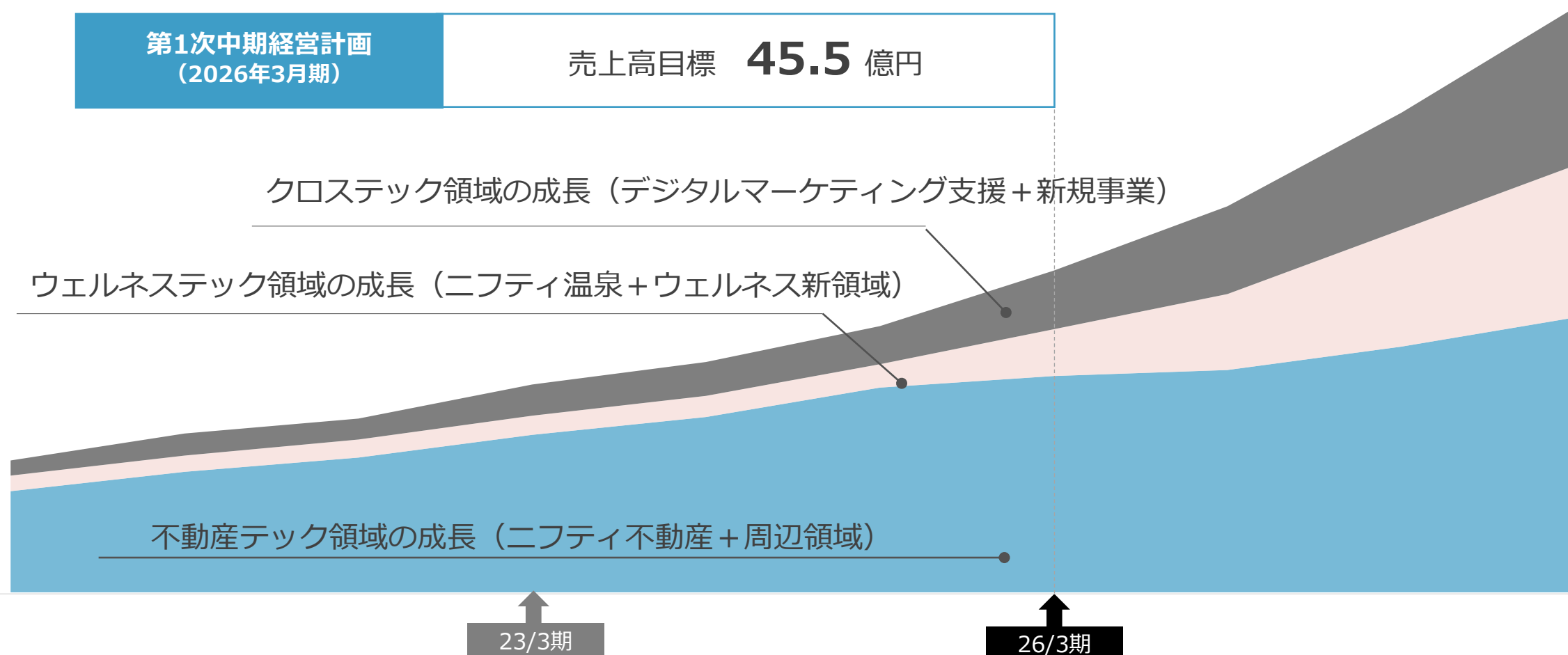


中長期ビジョンのイメージ

中長期的には売上高 **100** 億円規模の企業成長を目指す

第1次中期経営計画
(2026年3月期)

売上高目標 **45.5** 億円



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）

直近参加予定のセミナー

■ Kabu Berry Lab IRセミナー

日時：2024年5月7日（火）20時～（LIVE）

<https://kabuberry.com/lab206/>

■ブリッジサロン IRセミナー

日時：2024年6月15日（土）15時35分～（対面/YouTube）

■ IR note で情報発信中！！

<https://note.com/niftylifestyle/>

ぜひご覧ください。



appendix

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 12億6,127万円 ※2024年3月末時点

■ 従業員数 81名（8名） ※連結/2024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

■ 証券コード 4262（東証グロース）

■ 子会社 株式会社GiRAFFE & Co.

※当社100%子会社であった株式会社Tryellは、
2024年4月1日付で当社が吸収合併いたしました。

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。

Our MISSION & VISION

私たちが実現したい世界、
それは
誰もが「暮らしの主人公」になる世界です。

その世界を実現する第一歩として、
私たちは「暮らしのこだわり」を届け、
毎日をよりよくすることにチャレンジします。

Mission (わたしたちが目指す姿)

誰もが「暮らしの主人公」になる世界を
実現する。

Vision (マイルストーン)

「暮らしのこだわり」を届ける。

中期経営計画 (2024年3月期～2026年3月期)

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3月期 通期：連結貸借対照表

(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

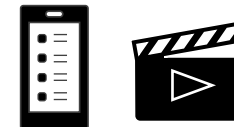
当社を取り巻く外部環境

ライフスタイルの多様化



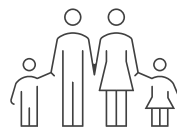
テレワークやフリーランス等、新しい働き方が定着しつつある中、地方移住への関心が高まる等、暮らし方・働き方・価値観が多様化

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



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

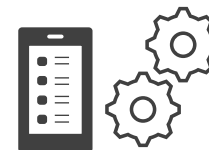
※2024年3月末現在



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

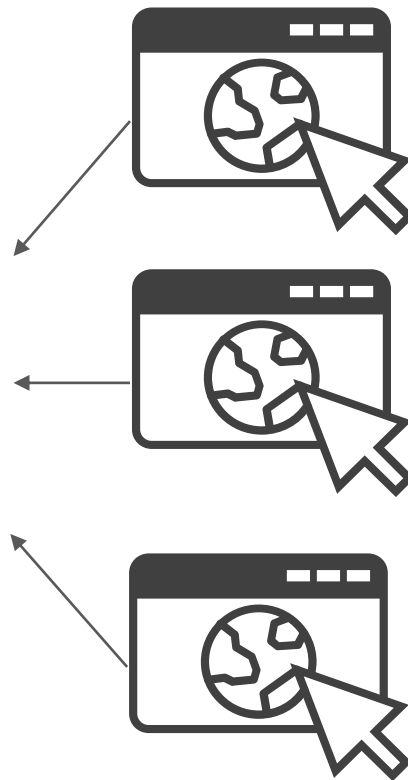


130超のこだわり条件

ニフティ不動産 物件数国内最大級の不動産物件情報検索プラットフォーム

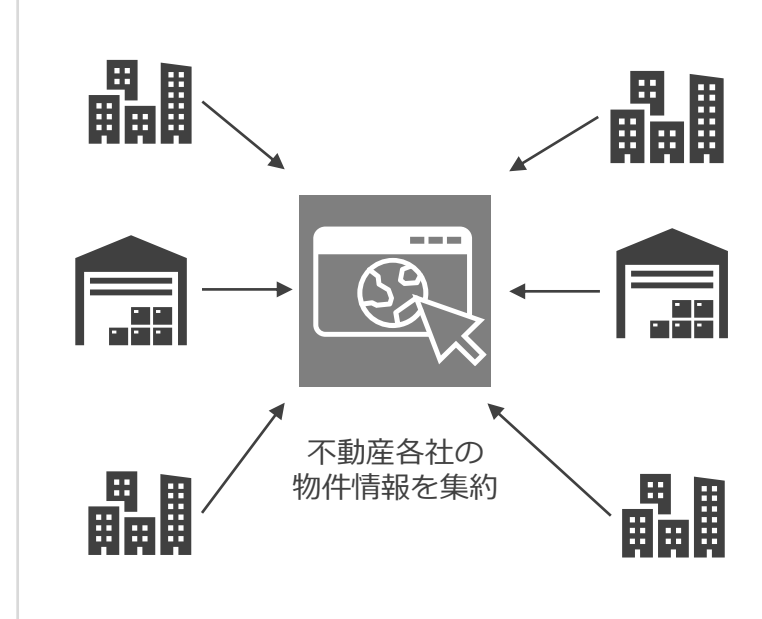


不動産ポータル各社



不動産ポータルとは...

不動産情報に特化した専門サイト



- 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）と国内最大級で、アプリを中心に展開

不動産テック領域：ニフティ不動産の強み

■ 世の中の膨大な情報を収集・最適化し「まとめて検索できる」プラットフォームとして提供

当社サービスを使うと…

手間も時間も
短縮！

もれなく
探せる！

1つの
サービスで完結



ポータル



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

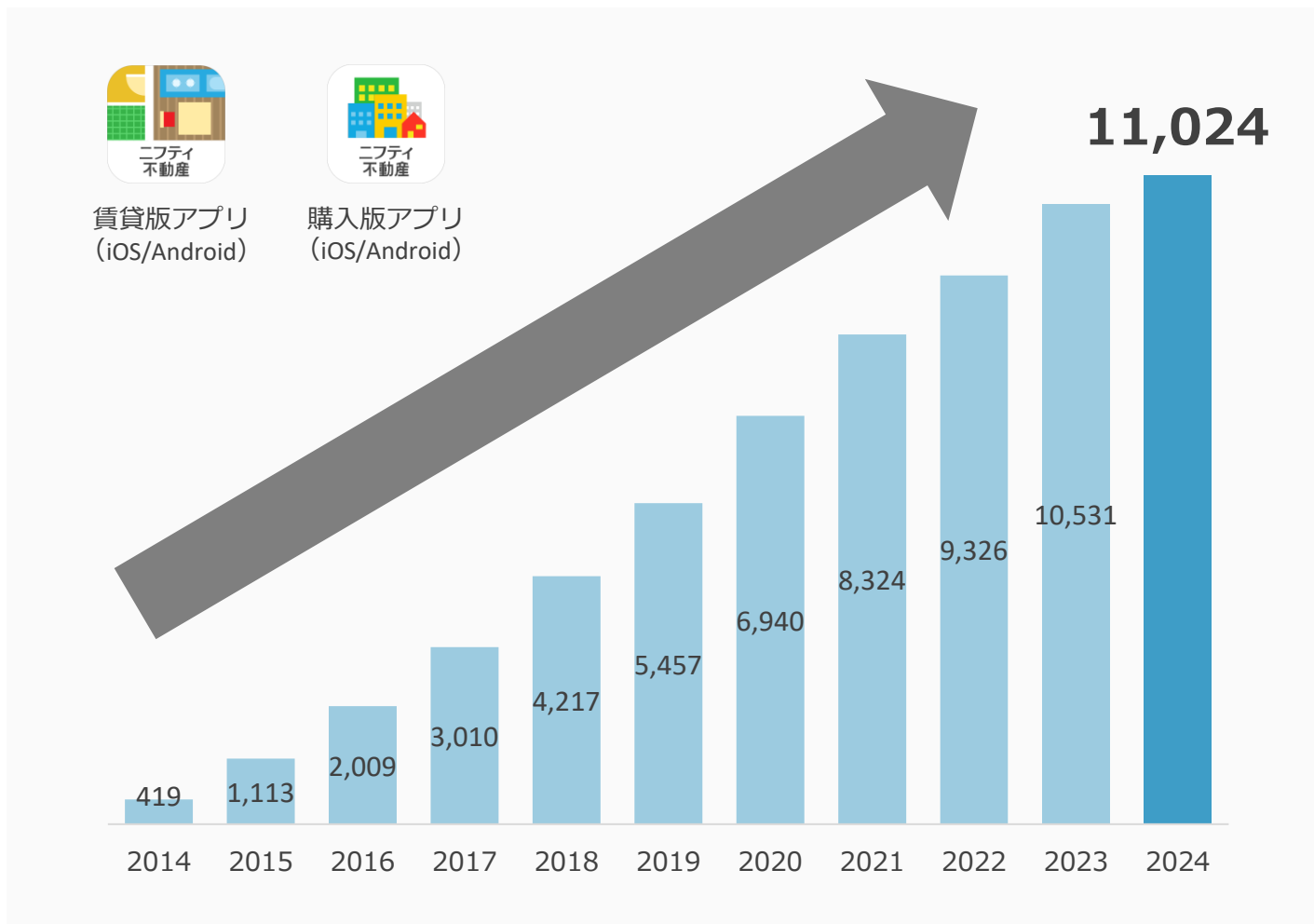
アプリひとつでまとめて物件を見る事が出来るのでとっても便利だな～と感じました！

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

※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



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

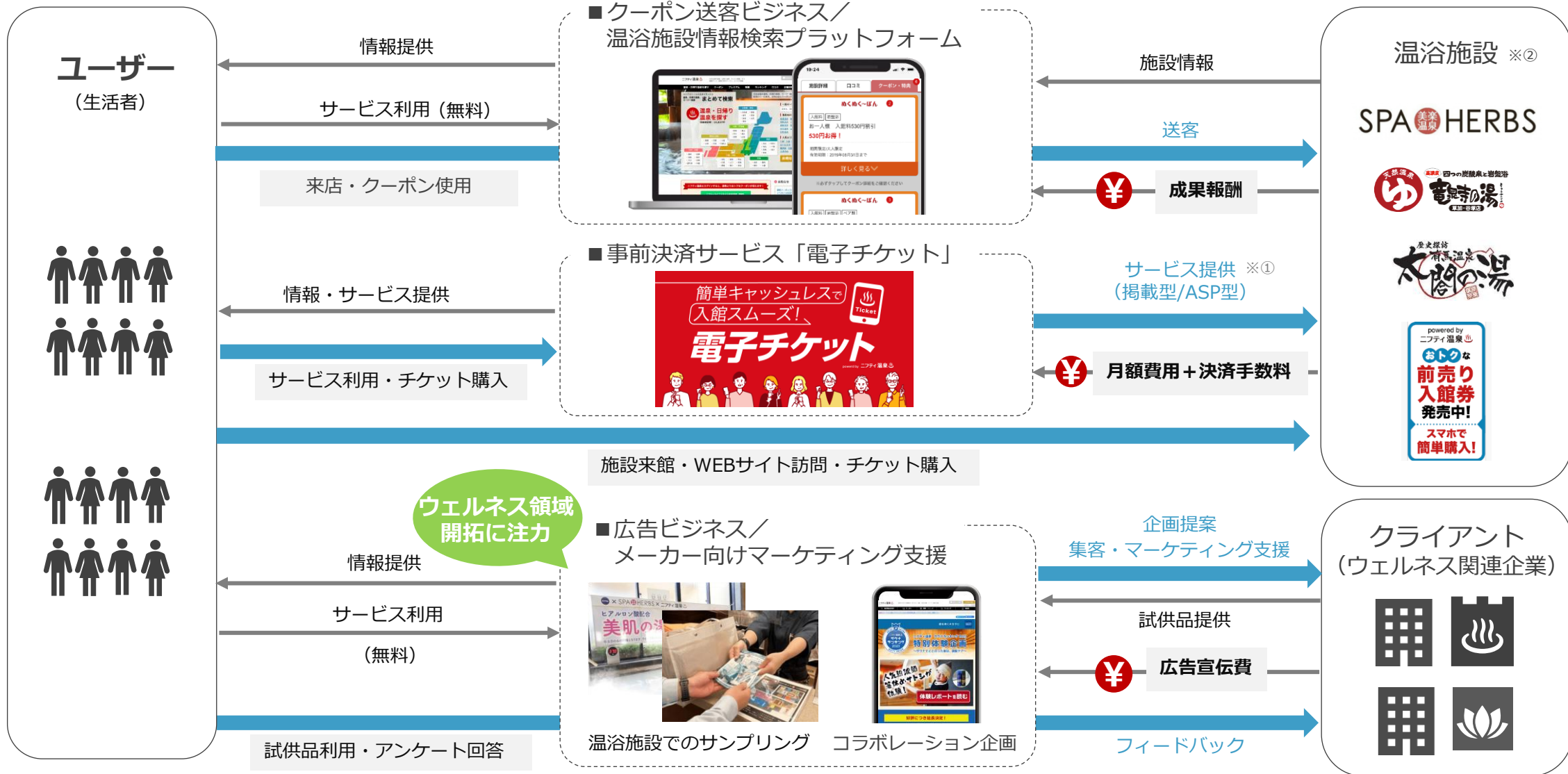
※一部抜粋、順不同



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



SaaS型 インターネット広告入稿支援 マーケティングツール



- インターネット広告出稿時に、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※



※導入実績は一部抜粋 (2024年3月末時点)

テクニカルSEOをベース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

SEOコンサルティング powered by GIRAFFE & Co.

- 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

<https://giraffe-co.jp/service/>

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



DFO[®]

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



■ 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



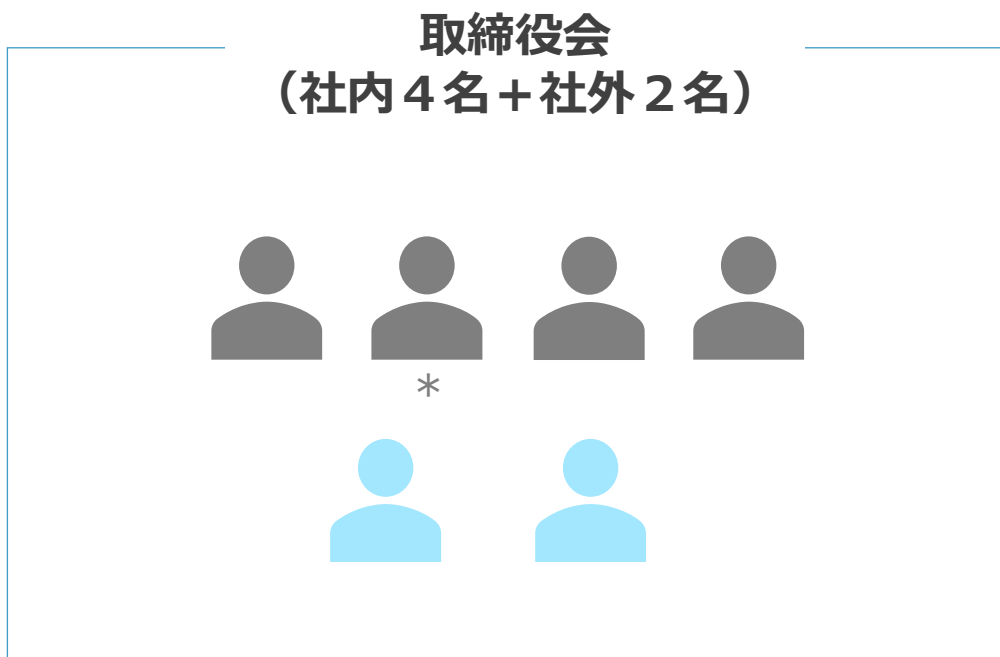
クライアント



コーポレート・ガバナンス体制の強化

■ 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

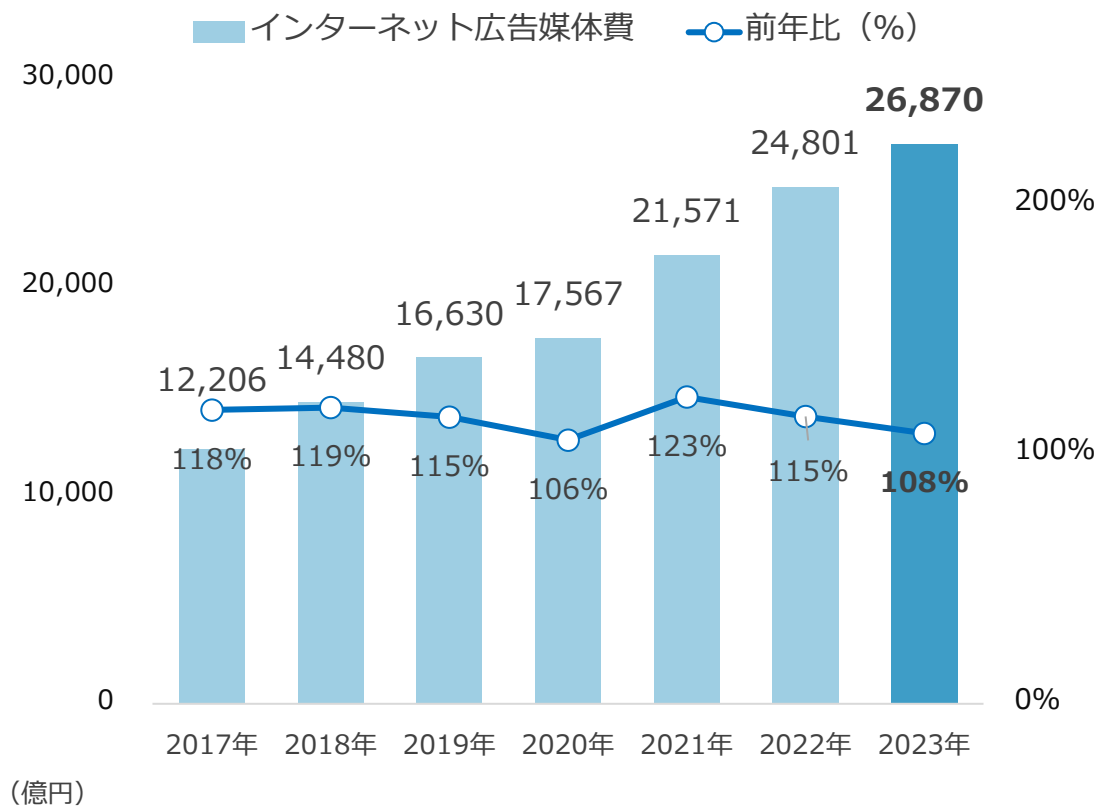


■ = 独立社外役員 * = 女性役員



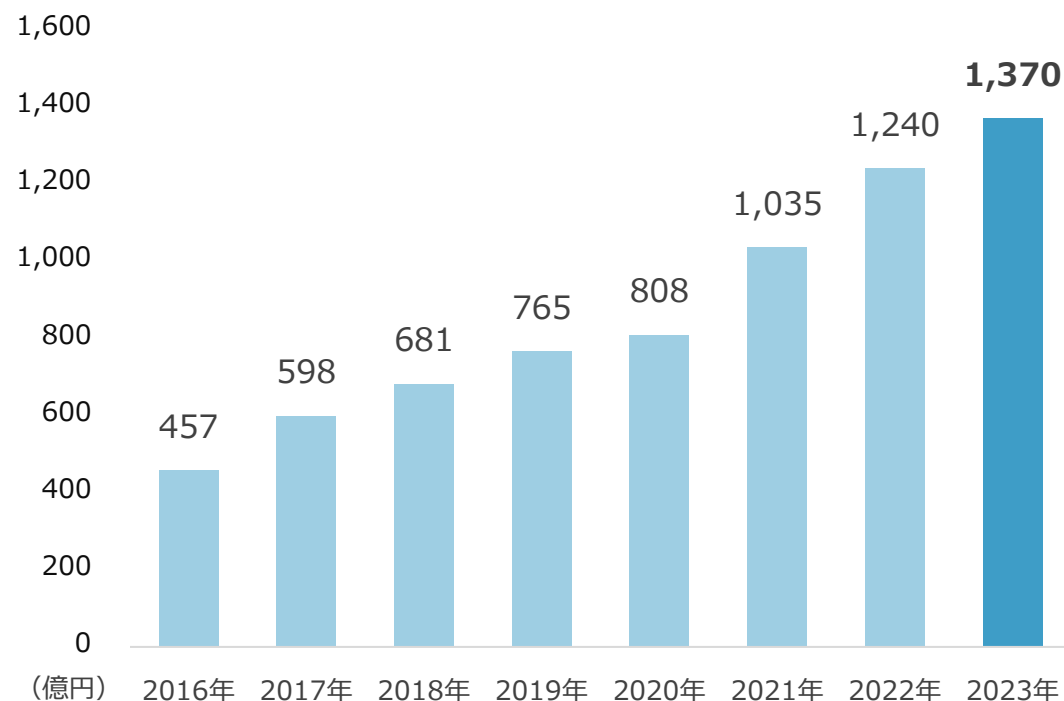
■ インターネット広告市場の拡大に伴い、不動産関連インターネット広告媒体費も成長

インターネット広告媒体費



※出典：(株)電通「2023年 日本の広告費」インターネット広告媒体費総額の推移

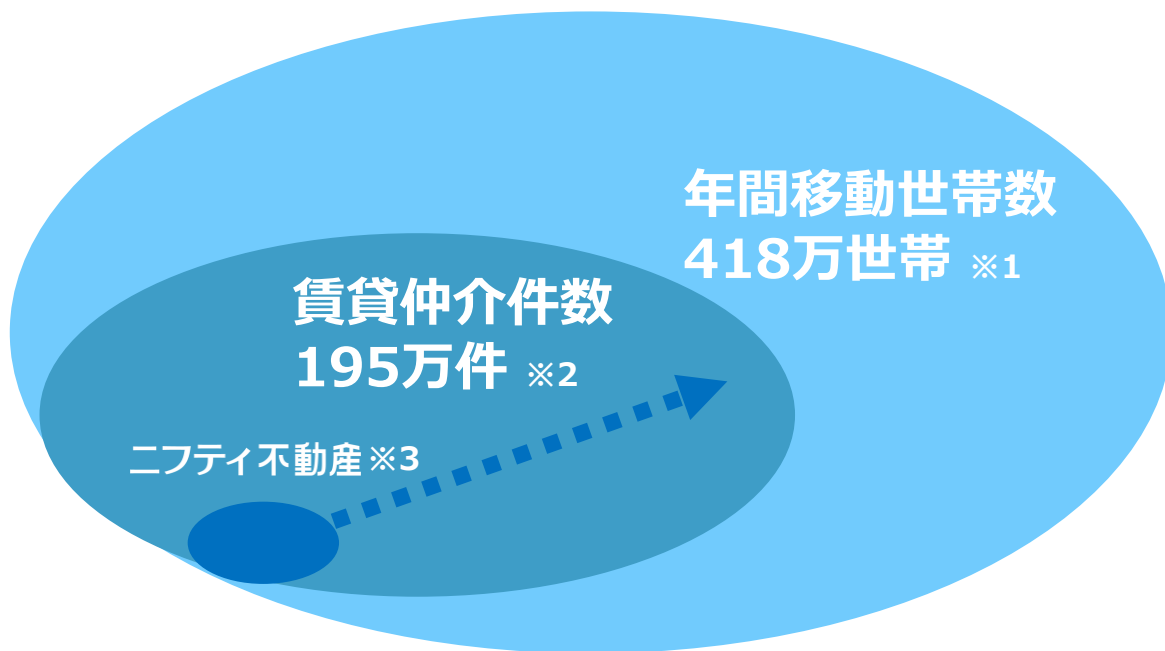
不動産・住宅設備 インターネット広告媒体費（推定）



※(株)電通「2023年 日本の広告費」をベースに当社試算

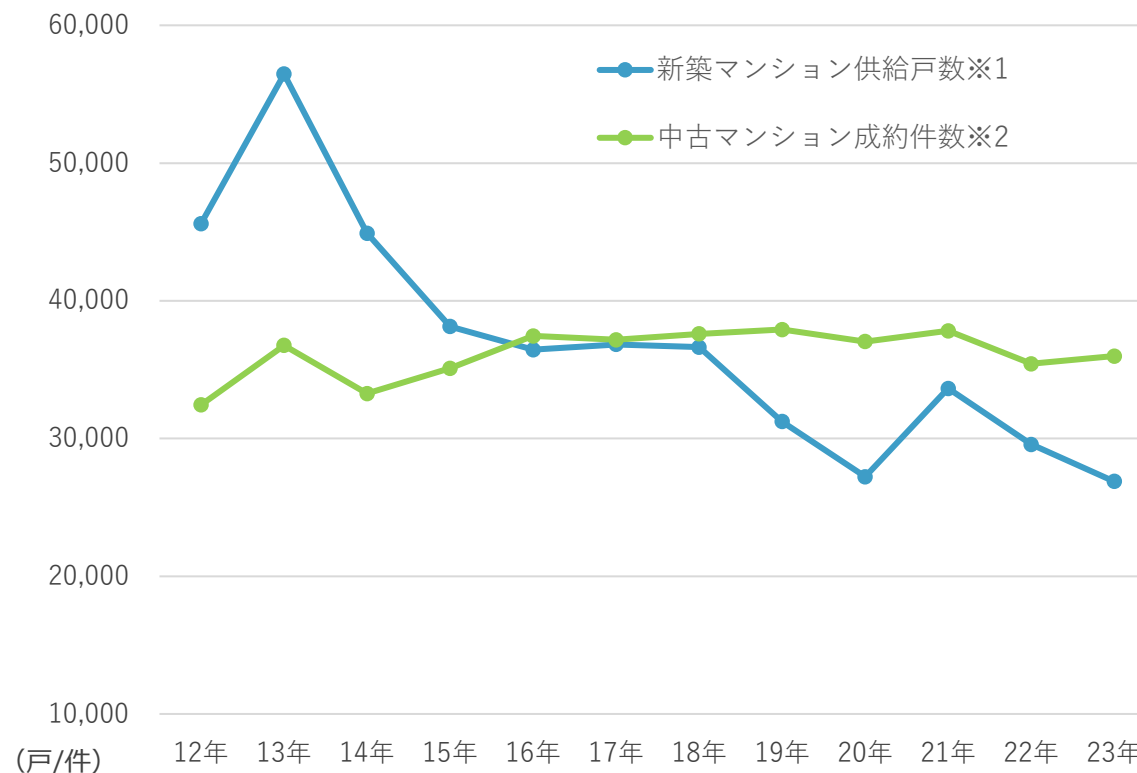
- 賃貸市場における移動世帯数及び仲介件数は、年間数百万件の規模にてニーズ安定
- 売買市場における中古マンションの成約件数は、新築戸数の供給減も受けて堅調推移

賃貸市場（仲介件数）



- ※1 野村総合研究所「2040年の住宅市場と課題」のデータを元に当社試算
- ※2 出典：矢野経済研究所 個人向け不動産仲介市場に関する調査（2019年）2019年8月20日発表
2020年予測値、個人向け居住用賃貸物件の仲介件数ベース
- ※3 ニフティ不動産からの送客数実績より当社試算

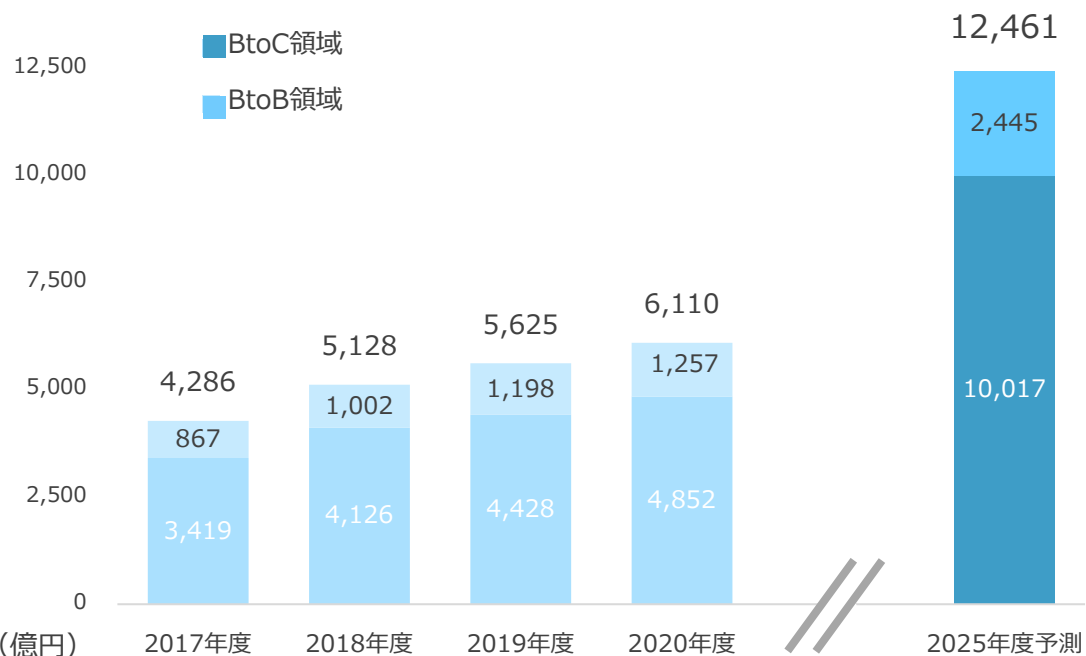
売買市場（首都圏新築・中古マンション流通件数）



- ※1 出典：株式会社不動産経済研究所 首都圏 新築分譲マンション市場動向 2023年のまとめ
- ※2 出典：公益財団法人東日本不動産流通機構 首都圏不動産流通市場の動向（2023）

- 不動産テック市場については、2025年度にて1兆円規模まで拡大予測
- 宅地建物取引業法の改正により、不動産取引書面の電子化等のDXが促進

不動産テック市場



※出典：矢野経済研究所 不動産テック市場に関する調査を実施（2021年）2021年8月17日発表

BtoC領域として ①物件探し等のメディア ②マッチングサービス ③設計・施工サービス ④住宅ローン ⑤クラウドファンディング（不動産型）⑥物件利用（シェアリング）仲介を、BtoB領域として ⑦マッチングサービス ⑧不動産情報提供サービス ⑨不動産仲介・管理業務支援/価格査定系 ⑩VR（仮想現実）/AR（拡張現実）技術を活用した支援サービス ⑪IoT（クラウド型監視カメラ/画像解析/スマートロック）を対象として、事業者売上高ベースで算出

宅地建物取引業法の改正

2022年5月18日 宅地建物取引業法の改正

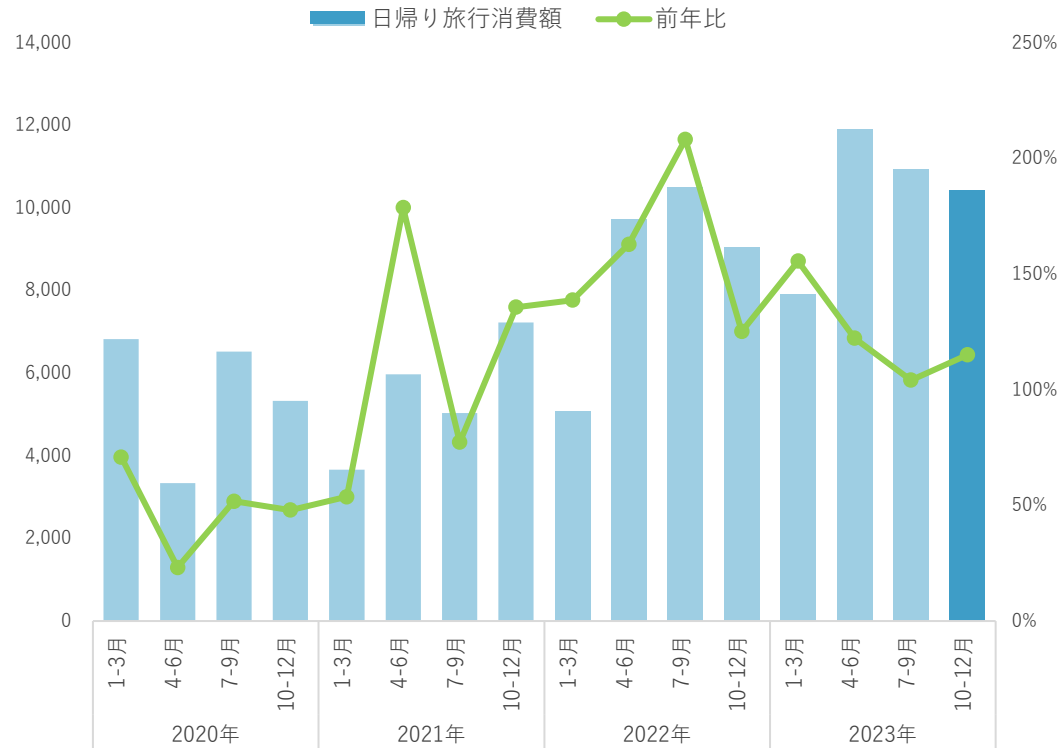


市場環境（4）日帰り旅行関連 動向

- 国内の日帰り旅行の消費動向は実施の状況はコロナ禍以前の状況に戻りつつある。
この先1年以内の国内旅行意向調査では、4分の3が「行きたい」と回答

日帰り旅行消費動向

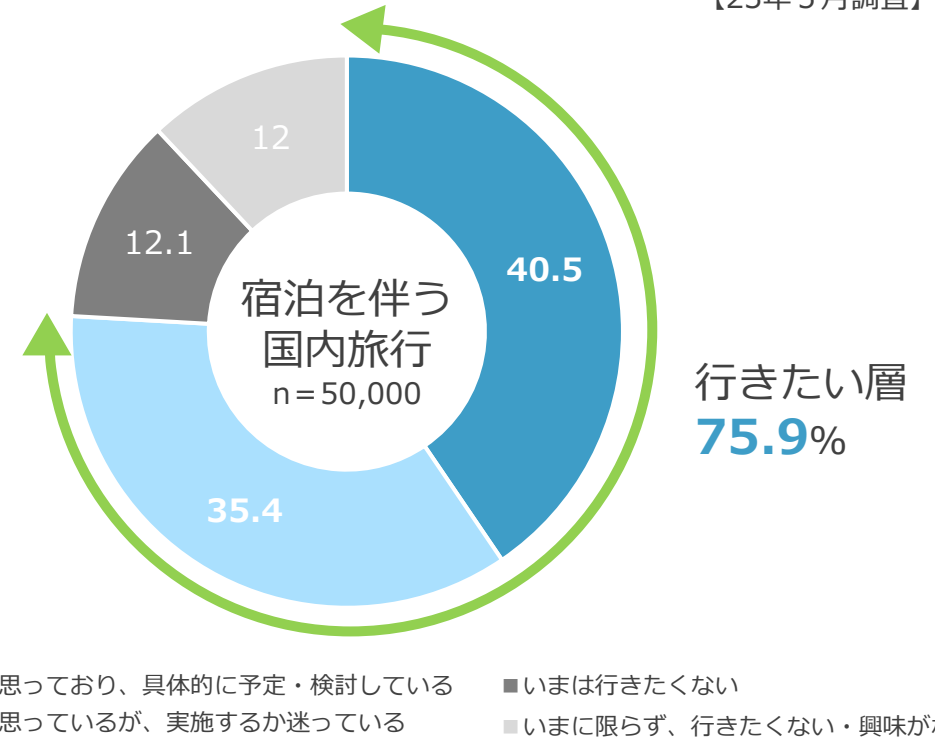
(単位：億円)



※出典：国土交通省 観光庁 日帰り旅行消費動向 2023年10-12月期（速報）

この先1年以内の国内旅行意向

Q. この先1年以内に観光・レクリエーション旅行に行きたいと思いますか？
【23年5月調査】



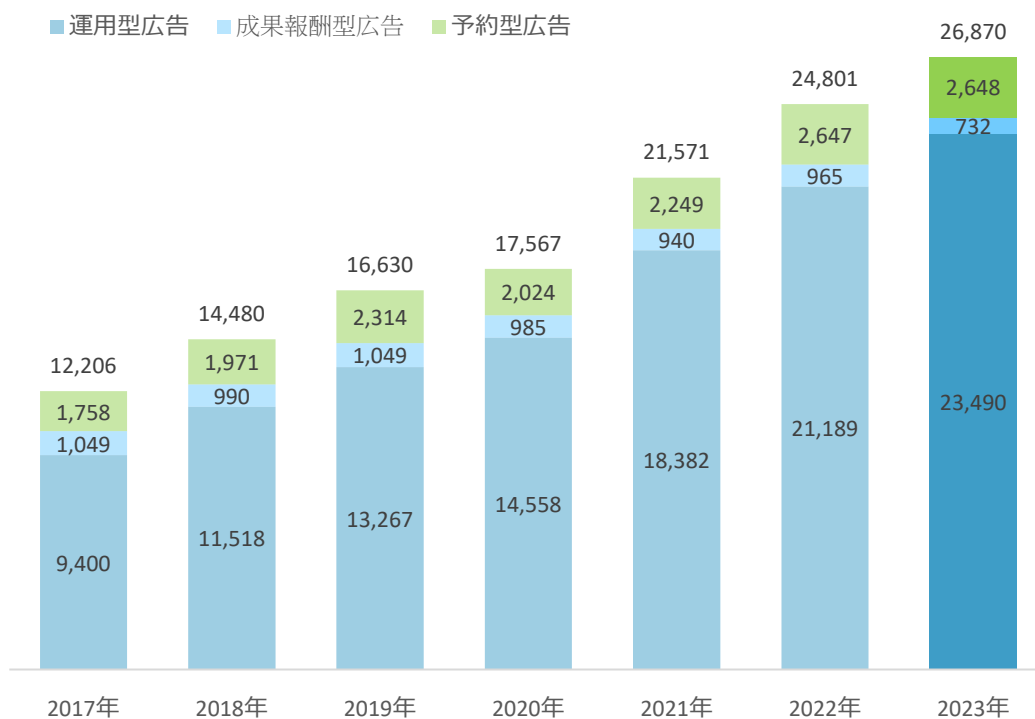
※出典：公益財団法人日本交通公社 新型コロナウイルス感染症影響下の日本人旅行者の動向（その23）

市場環境（5）運用型広告、EC関連動向

- インターネット広告媒体費は社会のデジタル化を背景に堅調に伸長
- 電子商取引市場（EC市場）の物販分野は、コロナ下での需要も追い風に拡大加速

インターネット広告媒体費 取引手法別構成

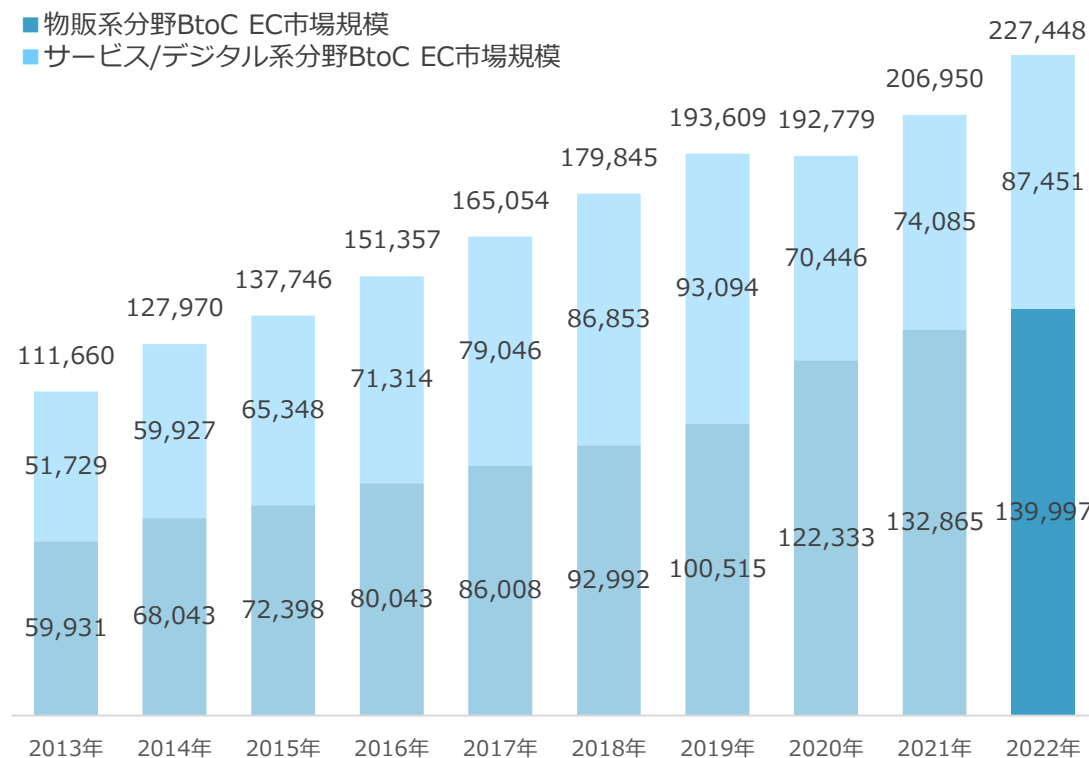
(単位：億円)



※出典：(株)電通「2023年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

電子商取引市場（EC市場）

(単位：億円)



※出典：経済産業省「令和4年度 電子商取引に関する市場調査 報告書」
国内電子商取引市場規模 (BtoC)

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。



ニフティライフスタイル