



2023年3月期 通期決算説明資料

2023年5月9日
ニフティライフスタイル株式会社
証券コード 4262

1. 2023年3月期 通期決算概要
2. 2023年3月期 通期 各サービスの業績概況
3. 2024年3月期 通期業績予想
4. appendix

1. 2023年3月期 通期決算概要

■ **売上高：3,007百万円 YoY+9.1%**

初めて通期で3,000百万円を突破し、設立以来最高を更新
不動産の最繁忙期である4Q単独でも過去最高を更新し、YoY+9.1%で着地

■ **営業利益：571百万円 YoY△38.9%**

ブランディング強化やアプリ開発等、成長投資に注力した結果、YoY△38.9%で着地
修正後業績予想を93百万円上回る

■ **トピックス**

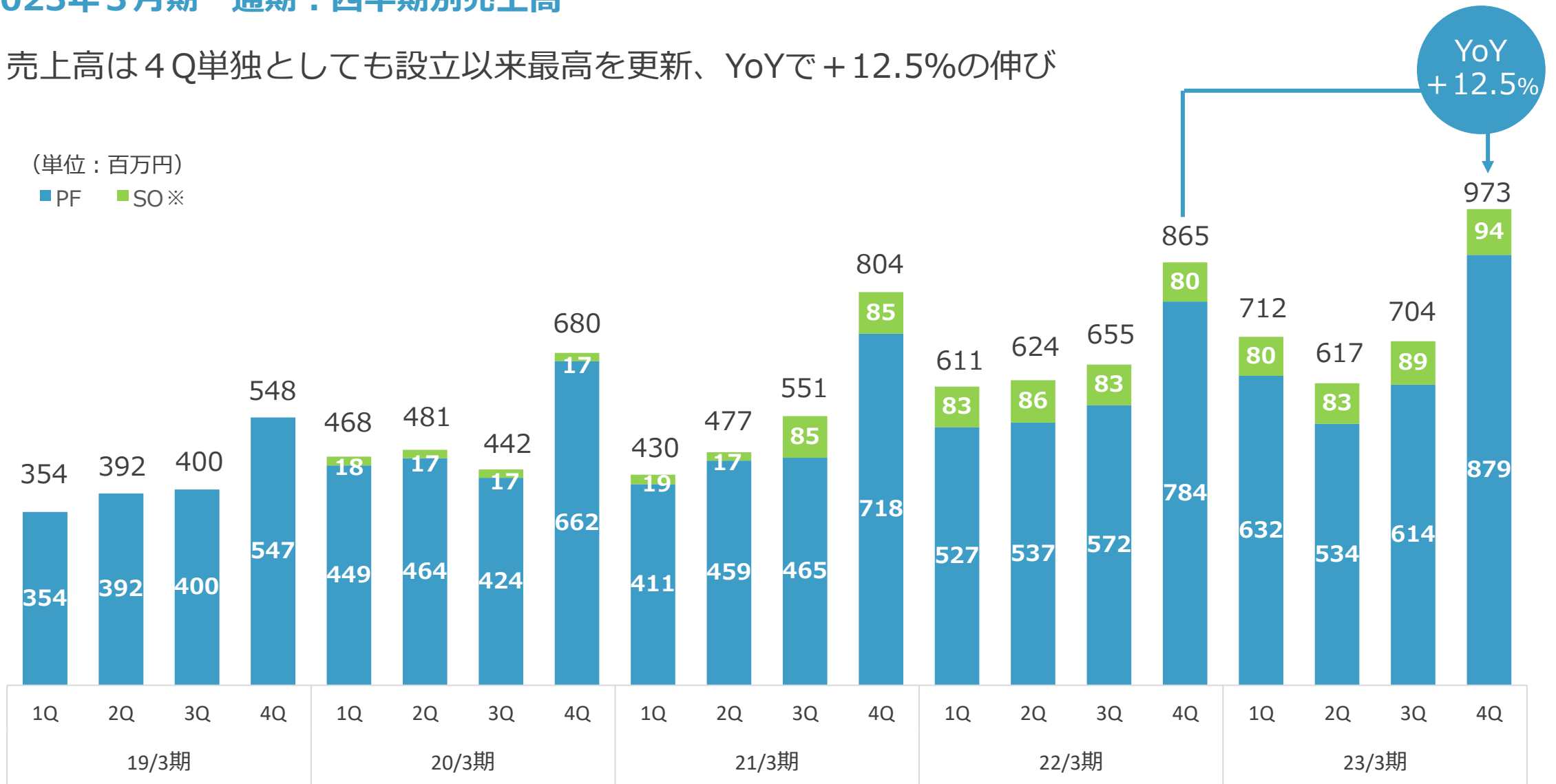
- ・ニフティ不動産アプリDL数は3月末時点で980万DL、目標としていた期内での1,000万DLにはあと一步届かず
- ・2023年3月31日を基準日とする配当金について、1株当たり12円に決定（初配）
今後も引き続き中長期的な企業価値向上を目指し、安定的・継続的な配当を実施

2023年3月期 通期：四半期別売上高

■売上高は4Q単独としても設立以来最高を更新、YoYで+12.5%の伸び

(単位：百万円)

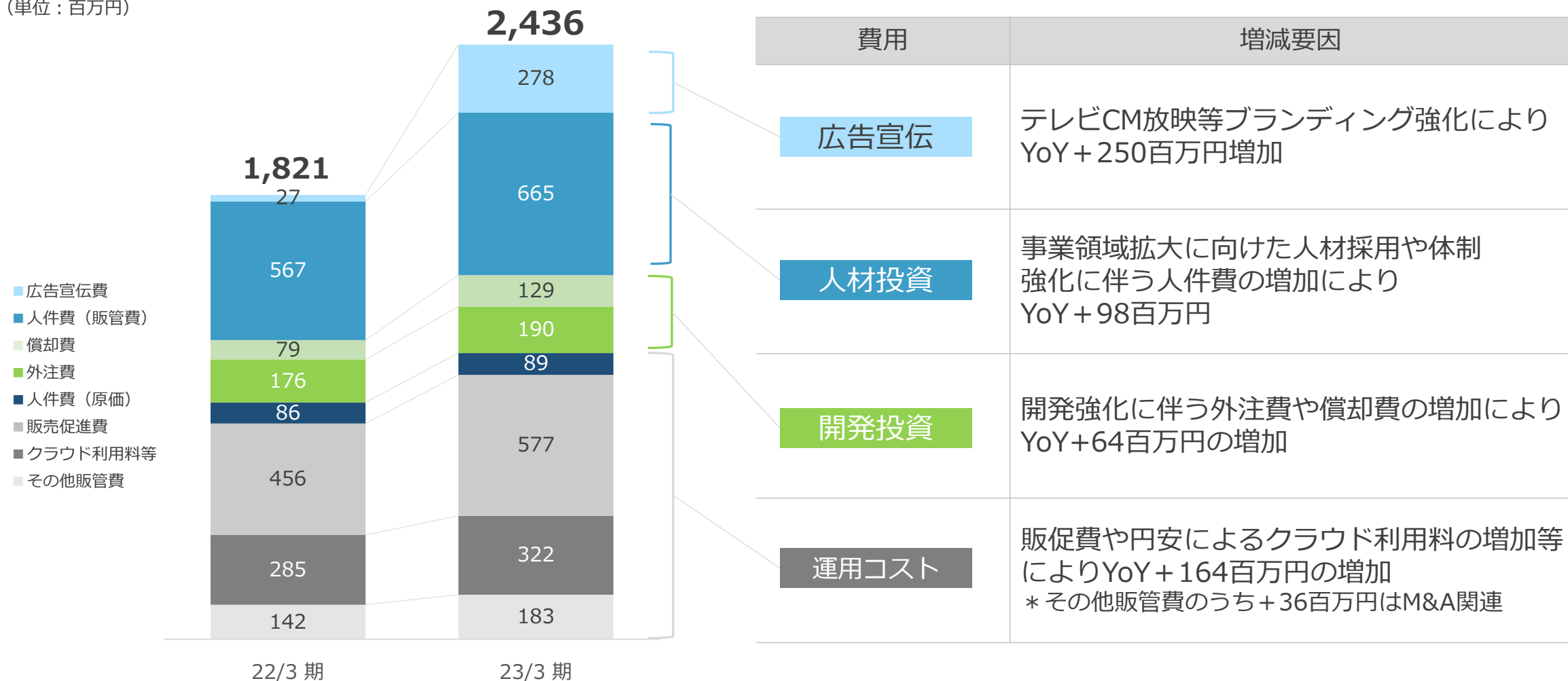
■ PF ■ SO※



2023年3月期 通期：費用（売上原価・販売費及び一般管理費）内訳

■ 中期成長に向けた先行投資（広告宣伝費、人材投資、開発投資）を中心に、YoYで費用が増加

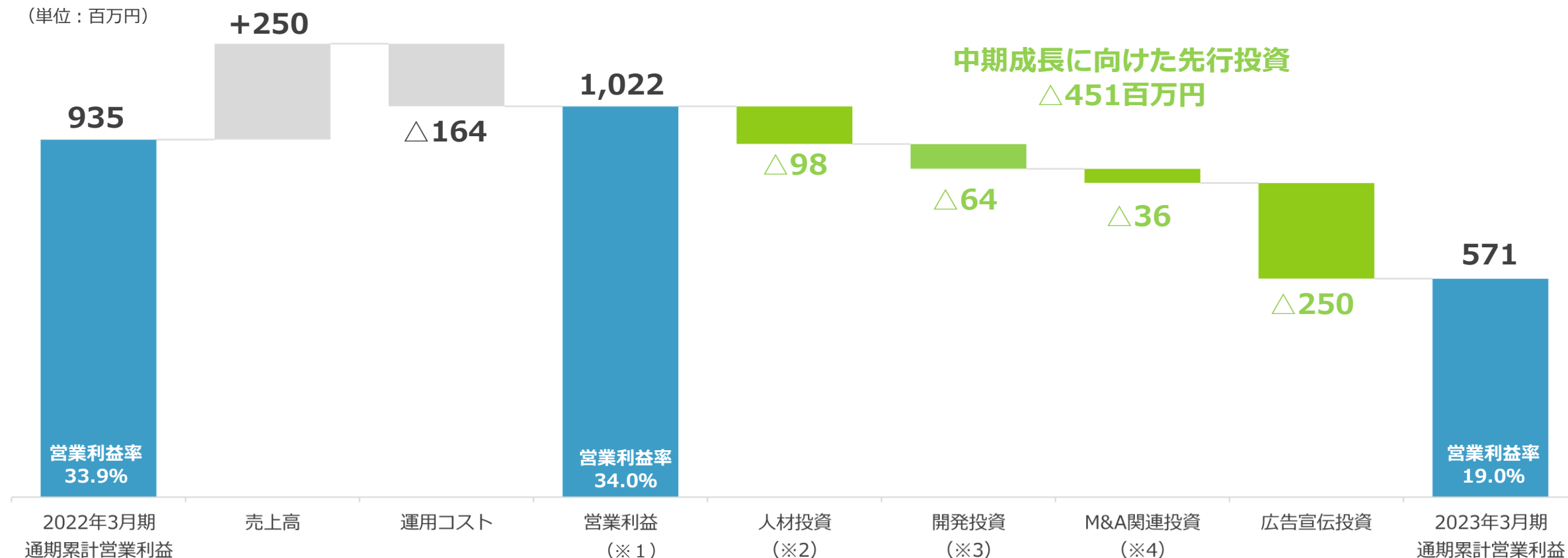
(単位：百万円)



2023年3月期 通期：YoY営業利益差異分析

■ 中期成長に向けた先行投資を積極的に実施。一方、短期的な売上貢献は当初想定を下回り着地

(単位：百万円)



中期成長に向けた先行投資
△451百万円

- ※1 営業利益：中期成長に向けた先行投資を除く
- ※2 人材投資：人件費・採用費
- ※3 開発投資：償却費・外注費
- ※4 M&A関連投資：M&Aに関わるプロフェッショナル費

2023年3月期 通期決算概要：連結損益計算書

■売上高及び各段階利益は、1月に修正・発表した業績予想を上回り着地

(単位：百万円)	修正後 業績予想 (2023年1月発表)	2023年3月期 通期（実績）	計画比	2022年3月期 通期	YoY
売上高	2,942	3,007	+65	2,756	+9.1%
売上総利益	—	2,276	—	2,129	+6.9%
営業利益	478	571	+93	935	△38.9%
経常利益	475	570	+94	913	△37.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	309	339	+30	603	△43.8%
EBITDA	654	747	+93	1,073	△30.4%

2. 2023年3月期 通期 各サービスの業績概況

事業セグメント「行動支援サービス事業」概要

- 「行動支援プラットフォームサービス」「行動支援ソリューションサービス」の2サービスを展開

プラットフォームサービス

ユーザーの情報検討と企業の集客を支援するサービス

不動産物件情報
検索プラットフォームサービス
ニフティ不動産

温浴施設の総合情報
検索プラットフォームサービス

ニフティ温泉 

求人情報
検索プラットフォームサービス
ニフティ求人 



ソリューションサービス

企業のWEBマーケティング業務をSaaS型のDX
ツール提供で支援するサービス

WEB広告入稿のための
データフィード最適化ツール
「DFO」の提供



不動産事業者向け
不動産取引業務のDXツール
「オンライン内見」の提供

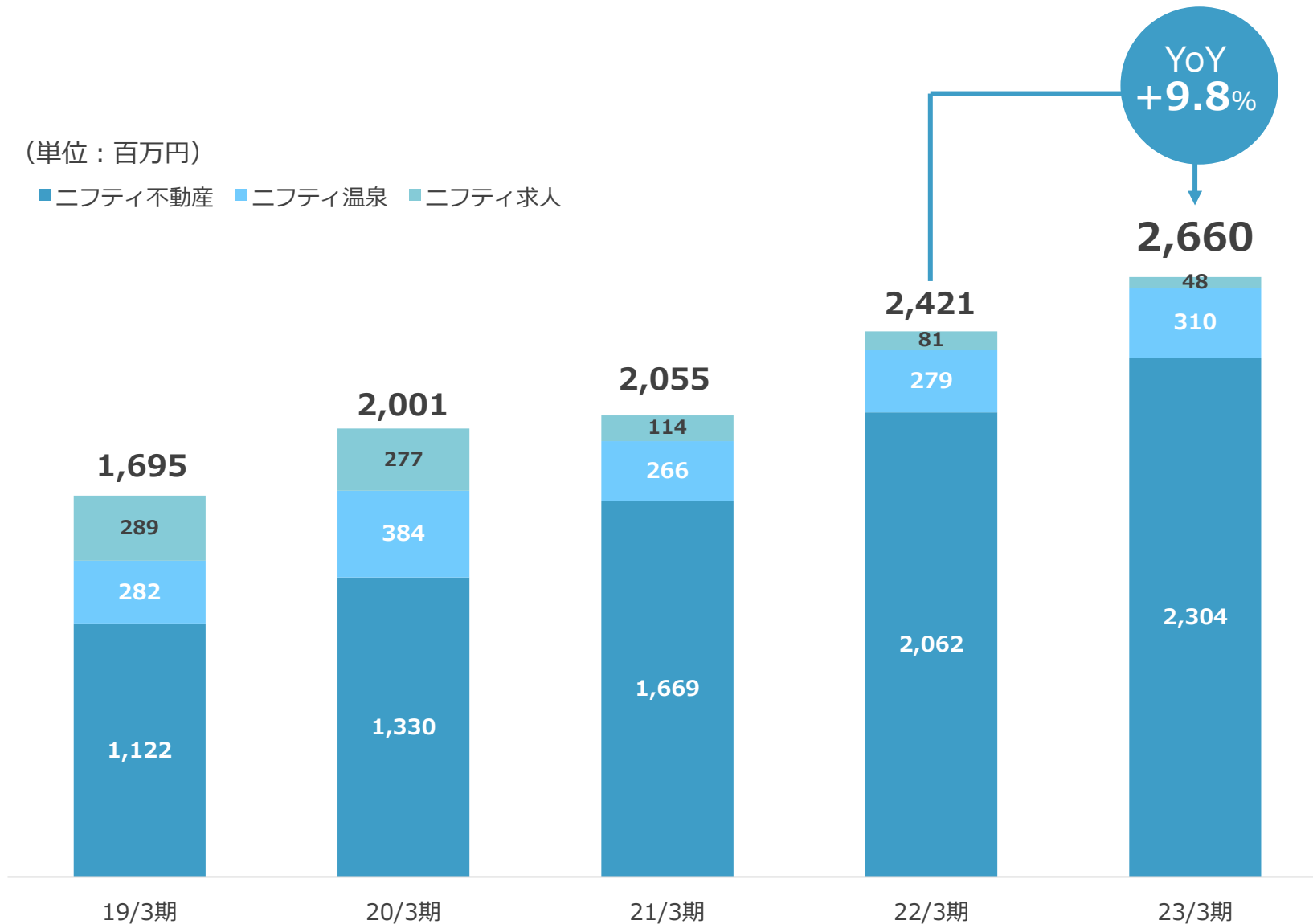
オンライン内見



2023年3月期 通期：行動支援プラットフォームサービス売上高

(単位：百万円)

■ニフティ不動産 ■ニフティ温泉 ■ニフティ求人



■通期 累計売上高■

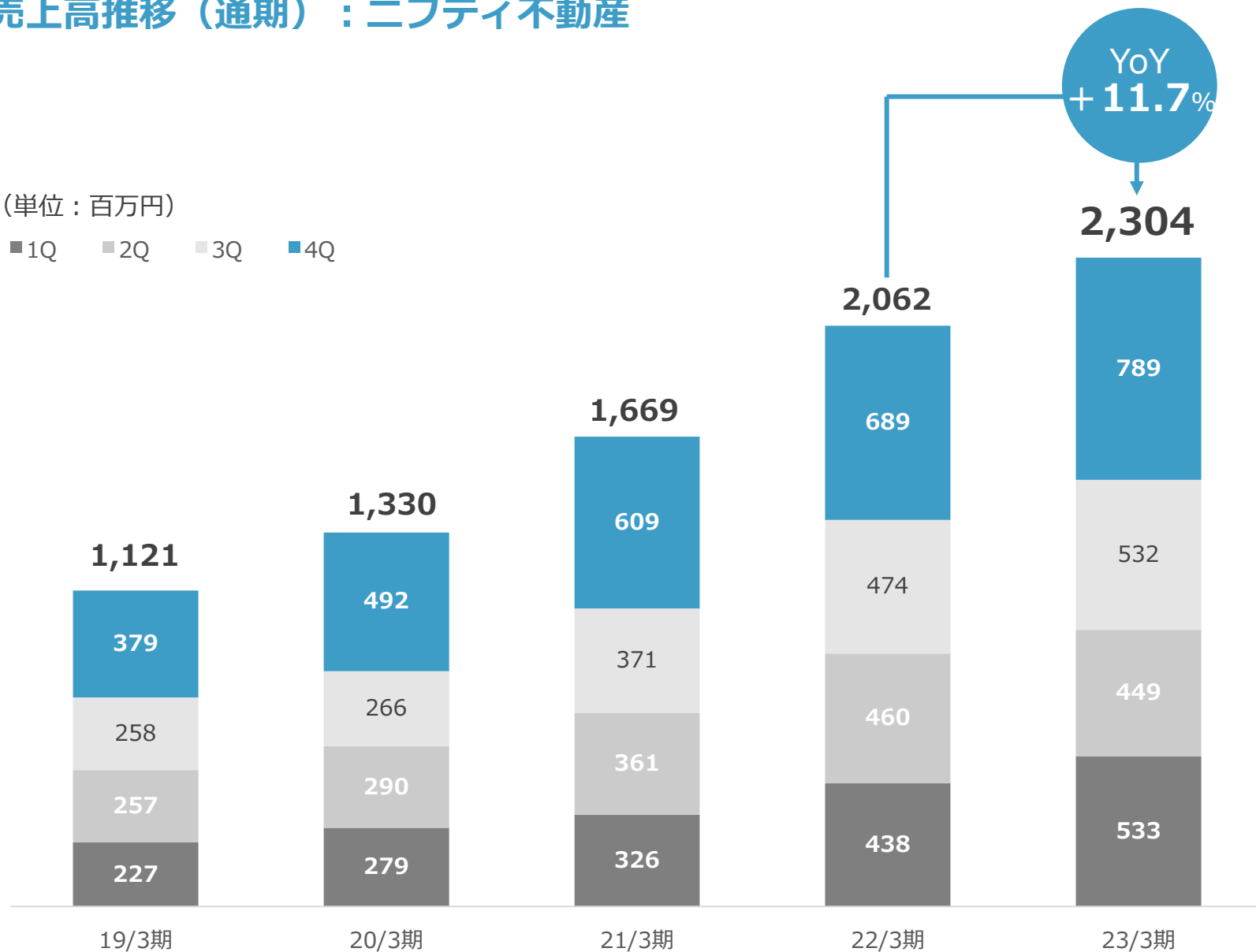
2,660百万円
(YoY+9.8%)

主カビジネスである
ニフティ不動産が
全体を牽引
YoY約10%の成長により
設立以来最高を更新

売上高推移（通期）：ニフティ不動産

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



ニフティ不動産

■ 通期売上高 ■

2,304百万円
(YoY + 11.7%)

設立以来5期連続で、過去最高の売上高を更新
 年末年始のCM放映を含めた認知度向上のためのブランディング強化や効率的なデジタルマーケティング等が奏功し、4Q単独で見てもYoY + 14.5%と過去最高を更新

ブランディング強化

テレビCMによる効果

(CM放映期間：2022/12/25～2023/1/15、関東/青森圏)



- ✓ 旬なタレント（王林さん）の起用や、繰り返しサービス名を伝える訴求により、ブランド認知は向上、サービス名による検索流入も増加

CM放映前18% ⇒ CM放映後 **25%** ※

- ✓ CMと連動させたSNSや動画配信にも注力
- ✓ サービス内容の訴求にまでは至らず、アプリDL数のボリュームは想定よりも下振れ、短期的な利用効果は限定的

開発強化

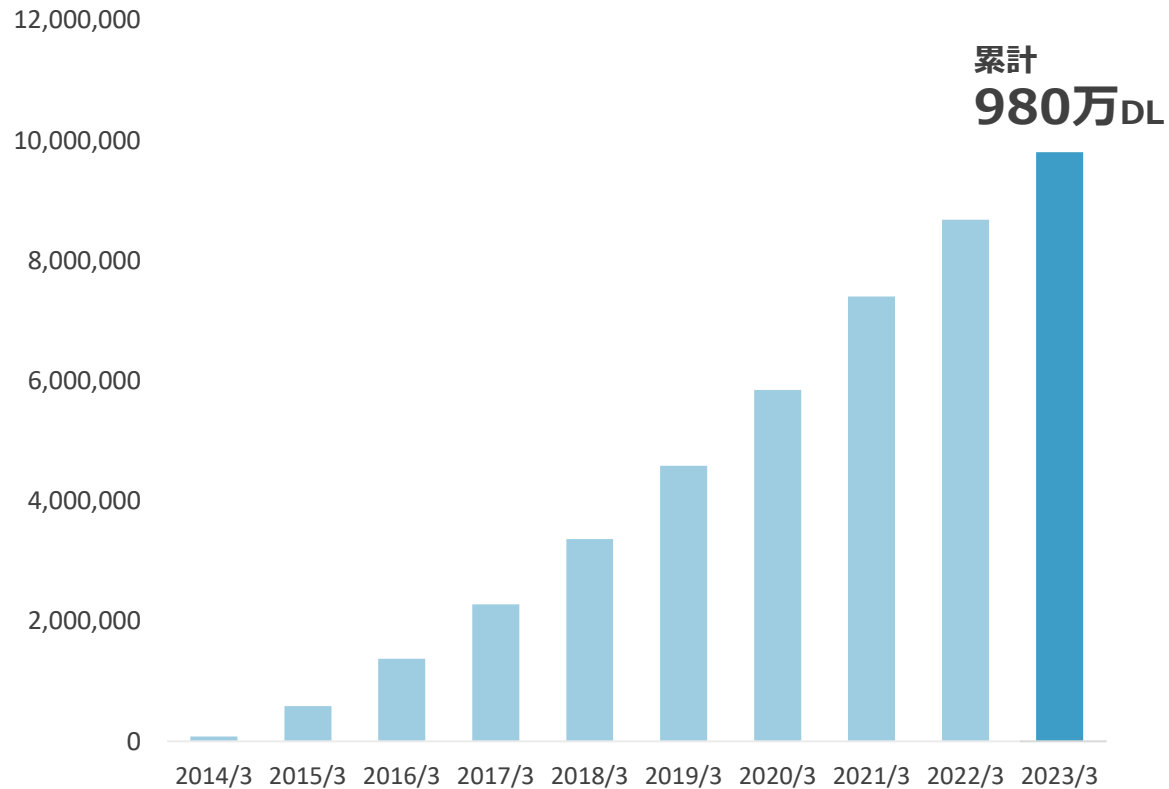
「使ってみたくなる」アプリ開発



- ✓ 他社サービスとの差別化を図り、物件の情報量を活かした当社ならではのアプリ機能をリリース
- ✓ 機能改善や新機能リリース件数は年度内で約100件
- ✓ 成長戦略としての開発投資に注力する一方、エンジニアの採用には課題が残る

■ アプリDL数は3月末時点で累計980万DLと、目標としていた1,000万DLには届かず

■ ニフティ不動産 累計アプリDL数推移



■ 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**

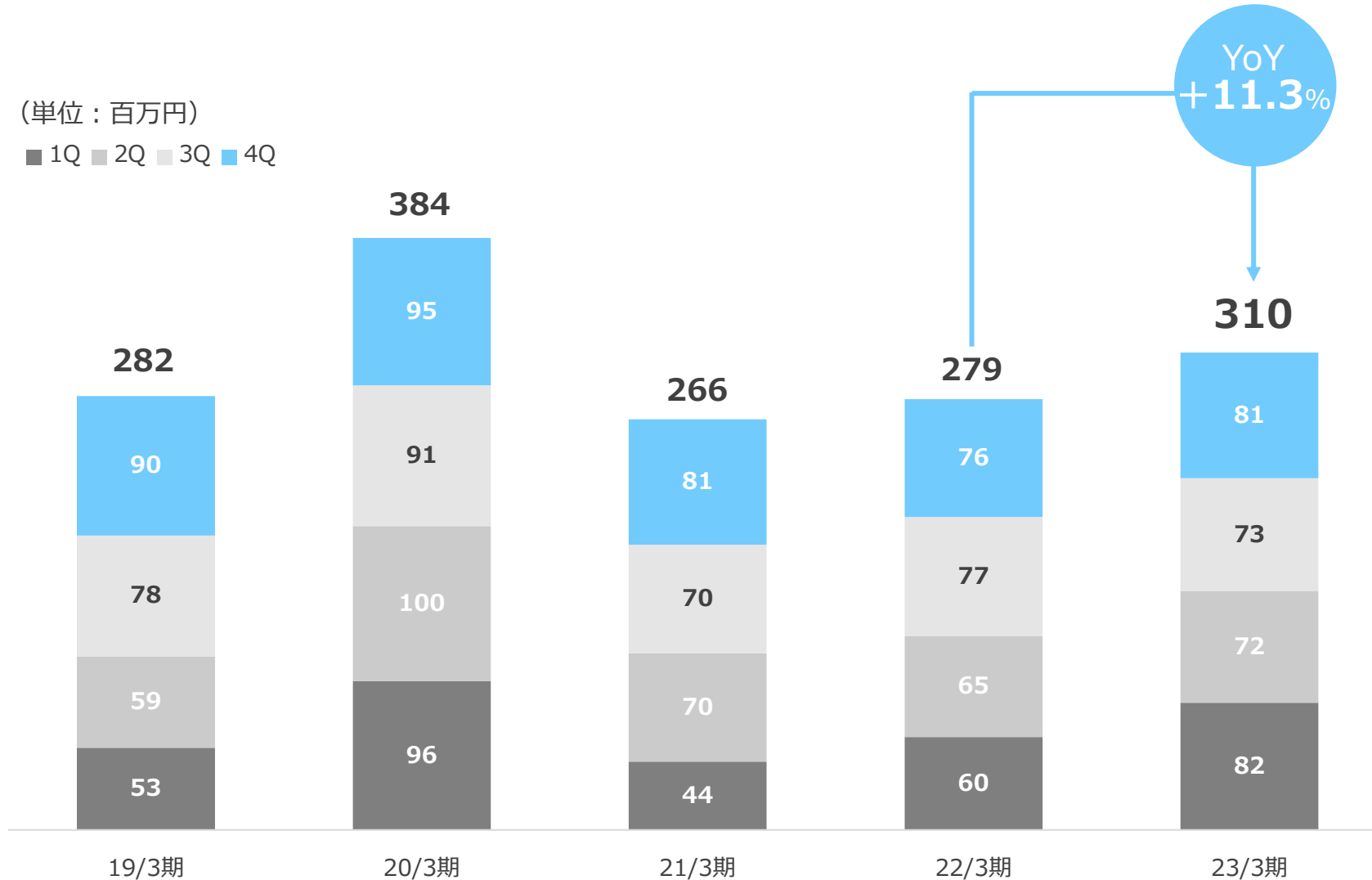


売上高推移（通期）：ニフティ温泉

ニフティ温泉 

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



■ 通期売上高 ■

310百万円
(YoY + 11.3%)

当期もたびたびコロナウイルス流行の影響を受けるも、人流の戻りに伴い回復傾向

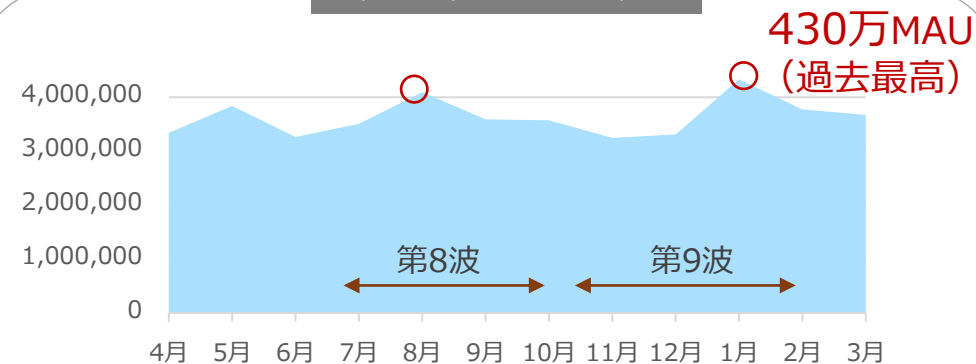
毎年恒例の年間ランキングやサウナブームをフックとしたクーポン需要も堅調に推移し、2023年1月には過去最高のユーザー数を達成

PR強化



- ✓ 年間ランキングでは過去最高となるユーザ投票を獲得 また、初となる記者発表会を実施し、ネットメディアを中心に記事化・拡散
- ✓ ユーザーとのタッチポイントを増やす取り組みとして、定期的に各種ランキングを発表 温浴施設とのリレーション向上にも寄与
- ✓ ブームが続くサウナ関連の記事も好評 ランキングや特集の発信により、クーポンを使ってサウナに行く新たな層の開拓も進む

アフターコロナ



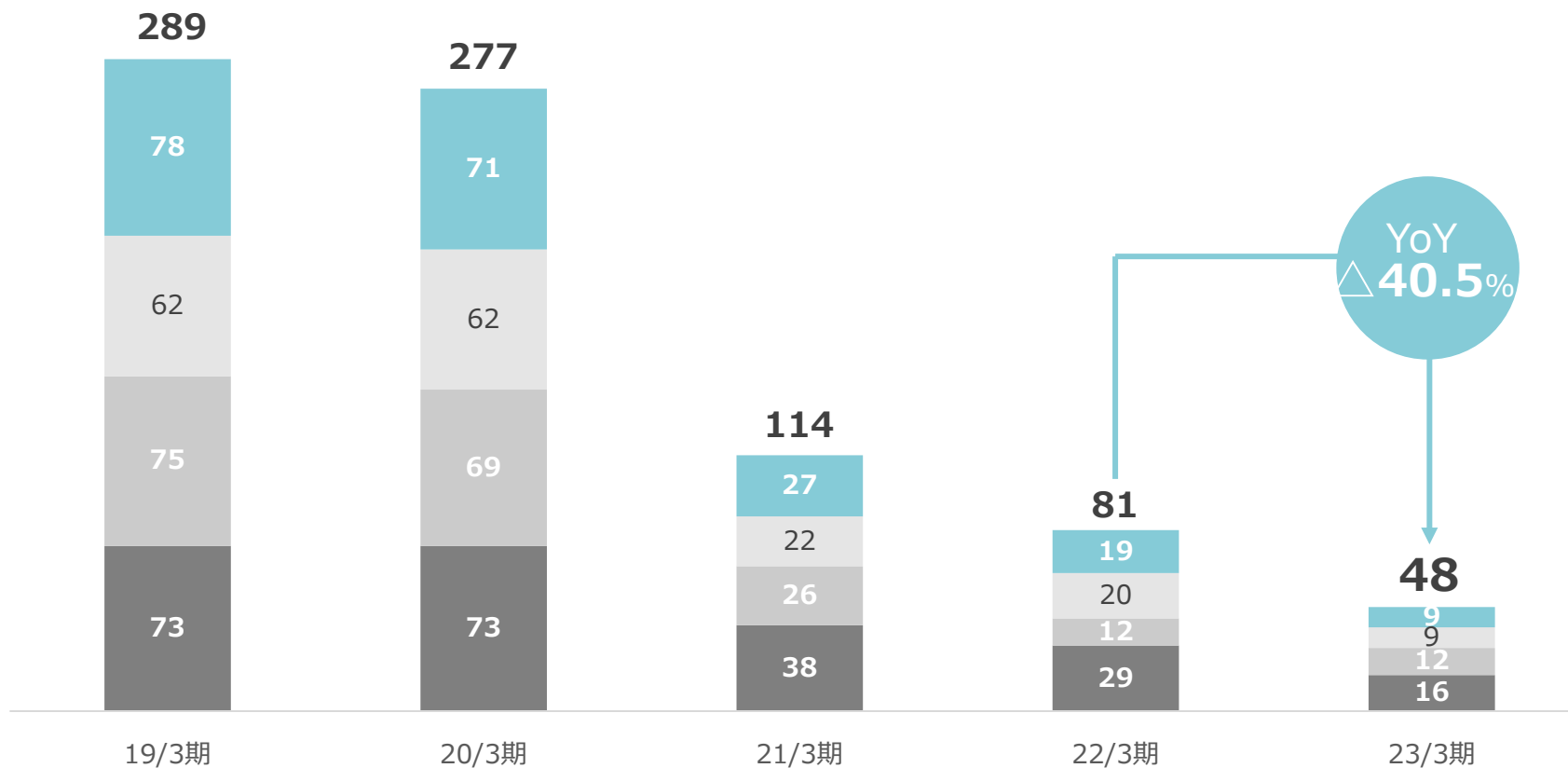
23/3期 ニフティ温泉利用者数推移 (MAU)

- ✓ 原油高や新型コロナウイルス感染拡大の影響が続いていたが、年度後半にかけて人流が回復、多様な集客提案が可能に
- ✓ コロナ禍でクーポン停止した施設への復活掲載は当初難航していたものの、情勢や社内体制の整備等も奏功し、徐々に上向き
- ✓ 繁忙期には月間利用者数が400万越えに復帰 2023年1月は年間ランキング受賞施設の記念クーポン好評により、過去最高の430万MAU

売上高推移（通期）：ニフティ求人

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



■ 通期売上高 ■

48百万円
(YoY△40.5%)

SEO評価の低下によりユーザーの減少傾向に歯止めがかからず、売上高は低調に推移

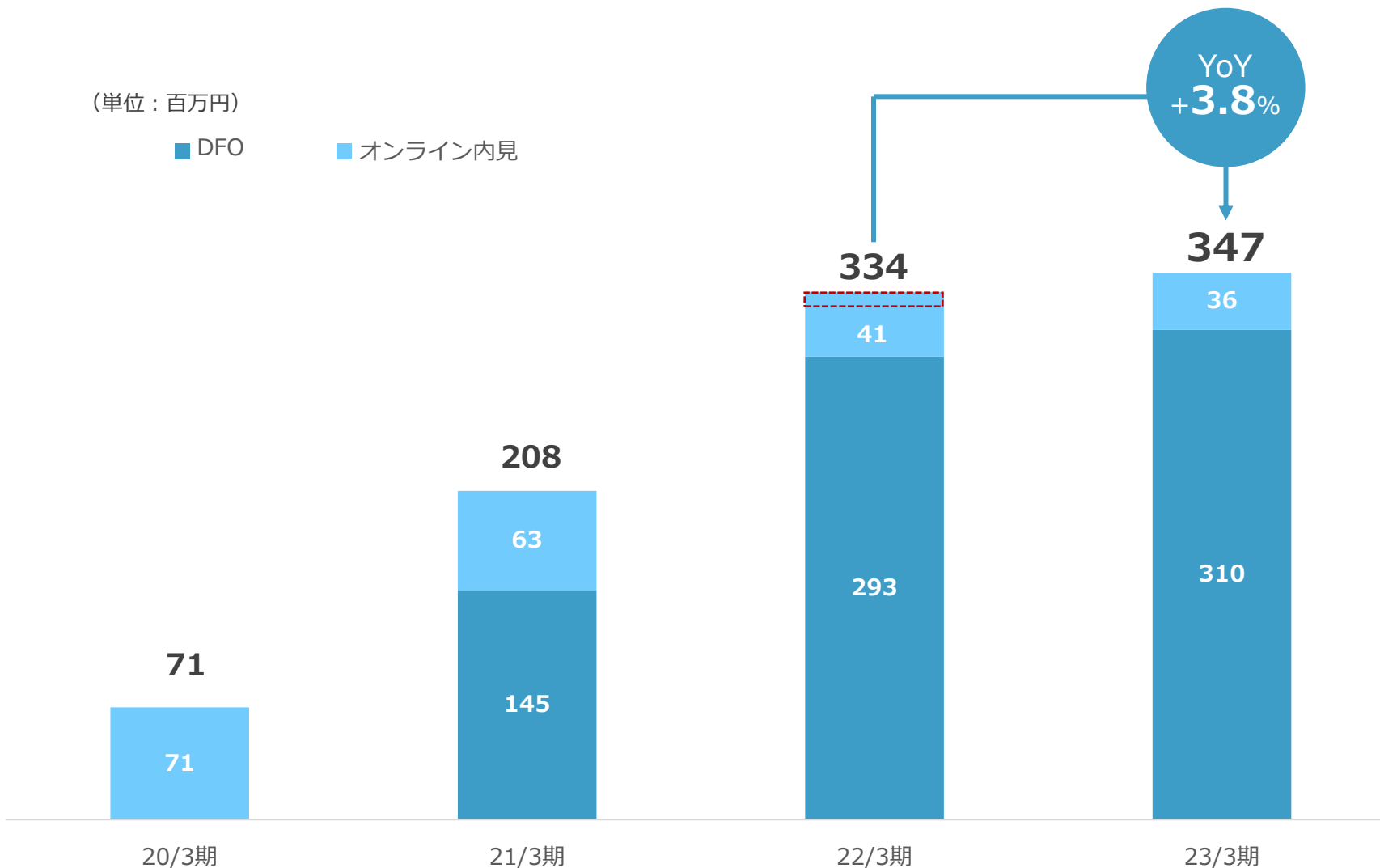
事業ポートフォリオ見直しの一環として、事業の位置付けを再検討

2023年3月期（通期）：行動支援ソリューションサービス売上高

(単位：百万円)

■ DFO

■ オンライン内見



※受託事業終了影響分
9百万円

■ 通期売上高 ■

347百万円
(YoY+3.8%)

DFOは年度末の繁忙期に合わせて好調に推移
安定的なストック型収益を確保できる体制が整ってきており、YoYで+6.0%の成長

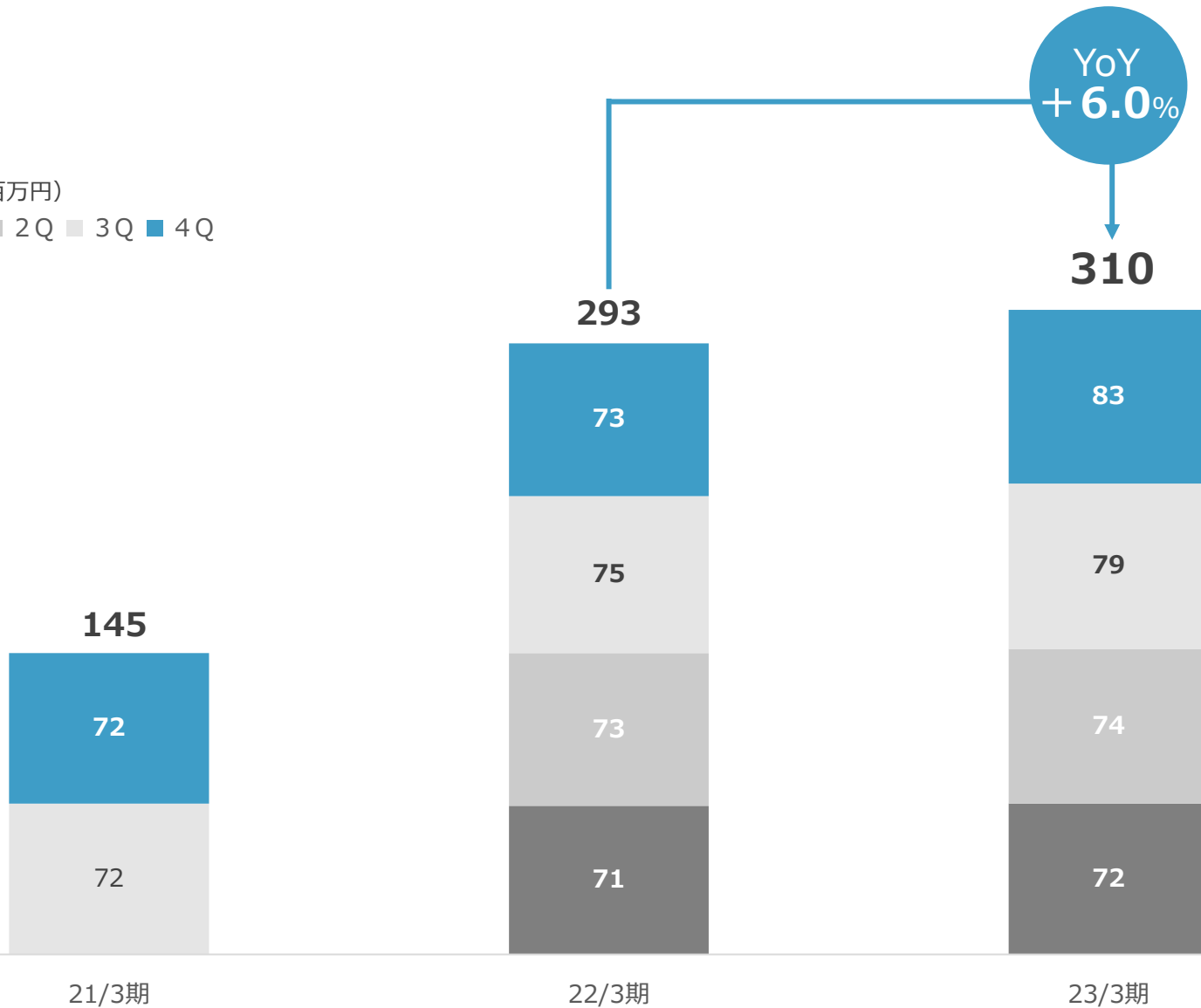
オンライン内見は受託事業終了分の影響を除けば実質はプラス

売上高推移（通期）：DFO



(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



■ 通期売上高 ■

310百万円
(YoY+6.0%)

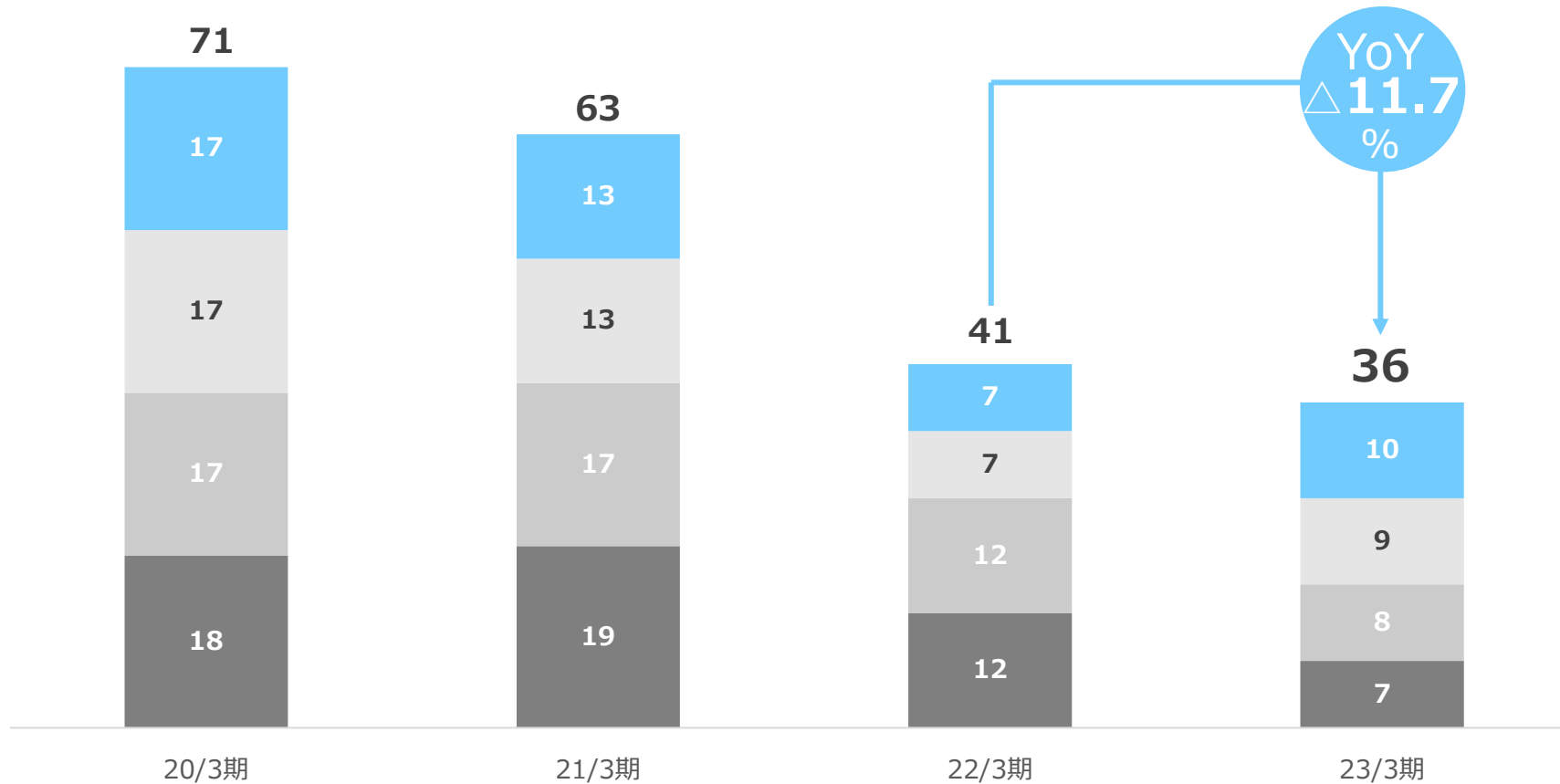
ストック型で安定的な収益確保により、順調に成長

引き続き広告メディアのパートナーとのオンラインセミナーや営業連携に注力するとともに、クライアントの新規獲得を強化

売上高推移（通期）：オンライン内見

(単位：百万円)

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

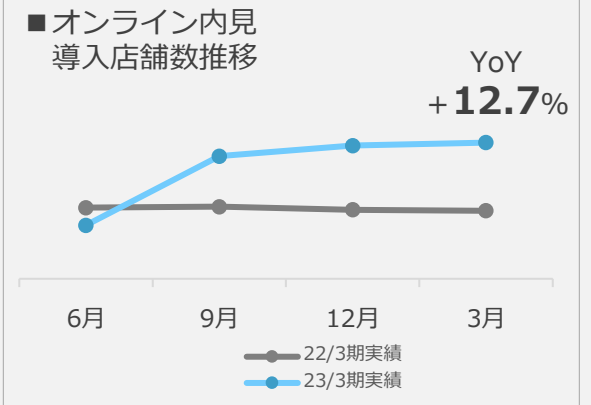


オンライン内見

■ 通期売上高 ■

36百万円
(YoY Δ 11.7%)

4Q単独ではYoYで増加
不動産DX企業と業務提携し、営業活動を強化



3. 2024年3月期 通期業績予想

中期経営計画に基づき、選択と集中及び適切なコストマネジメントで筋肉質な経営基盤を構築

1

ユーザー数拡大に加え、ブランド訴求精査やデータ活用強化等による集客効率の最大化と、各事業領域での既存事業の着実な成長を推進

2

自社リソースやM&A・アライアンス等を活用した各事業領域における周辺領域での事業開発の推進

3

23/3期の事業課題を踏まえ、売上高の着実な成長に加えて規律あるコストマネジメントによる営業利益成長を計画

■ 短期的な認知向上から、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深化

23/3期

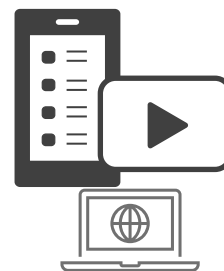
- ・ニフティ不動産のテレビCMを年末年始の短期間にて実施
- ・タレント起用の効果もあり、サービス名の認知進む

24/3期

- ・年間通したブランディング展開により、潜在層へのアプローチも強化
- ・情報量や機能性等、利便性への理解度向上につながる戦略へシフト



サービスの特長や機能にフォーカスした訴求発信へシフト
情報量やアプリ利用数、機能等の利便性や優位性の理解促進を重視したブランディングへ



動画形式でのわかりやすい発信
継続。利用シーンやニーズ別に利便性を伝え訴求喚起
記事コンテンツ拡充やデータ活用で潜在層へもアプローチ強化

- クーポン送客ビジネスに加えて、一人ひとりに向けた「ライフスタイルの提案型メディア」へ



従前の
サービス

- ・ 温浴好きのための温浴レジャー情報データベース提供
- ・ クーポンや施設情報、ランキング情報等の定番ニーズへの対応主軸

これからの
サービス

- ・ 美容や健康習慣に関する支援へ領域を広げることで、幅広いジャンルにおける潜在ニーズを掘り起こす
- ・ 自社編集員等のアンバサダー化による共感醸成も推進



ユーザーの興味関心データを分析し、美容や健康の提案情報を発信
温浴レジャーに限らない、心身の健康に関する支援を開始



自社編集員等のアンバサダー化により当社起点で情報発信
口コミ等ユーザーの声の活用により情報への共感も醸成

2024年3月期 重点施策③データ活用によるライフタイムバリュー最大化

- データ分析活用強化に向けたシステム投資を実施、集客効率の向上・既存ビジネスの発展を目指す



データ活用による
新規ユーザーの効率的な獲得推進

ユーザーのナーチャリングによる
既存事業のリピートユース強化

周辺領域事業でのユーザー活用による
グループでのライフタイムバリュー最大化へ

対応方針

開発

- 重点テーマ/デバイスの取捨選択により既存サービスの開発効率を向上
- 不動産周辺領域やウェルネス等の新規開発を推進

広告宣伝

- 顕在層に対する短期集中のテレビCMによる、サービス名の認知拡大戦略から、利便性訴求による顕在/潜在層への長期的なブランディングを実施
- 効率を重視し、売上高比率を5%未満へ

販売促進

- CRMやコンテンツ強化によりオーガニック集客の改善を図るとともに、販売促進コストの最適化を行い、売上高比率を前年並みにて効率向上

2024年3月期 通期業績予想

(単位：百万円)	2024年3月期 通期予想	2023年3月期 通期	YoY
売上高	3,323	3,007	+ 10.5%
営業利益	694	571	+ 21.5%
経常利益	692	570	+ 21.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	457	339	+ 34.9%
EBITDA	892	747	+ 19.4%

配当予想

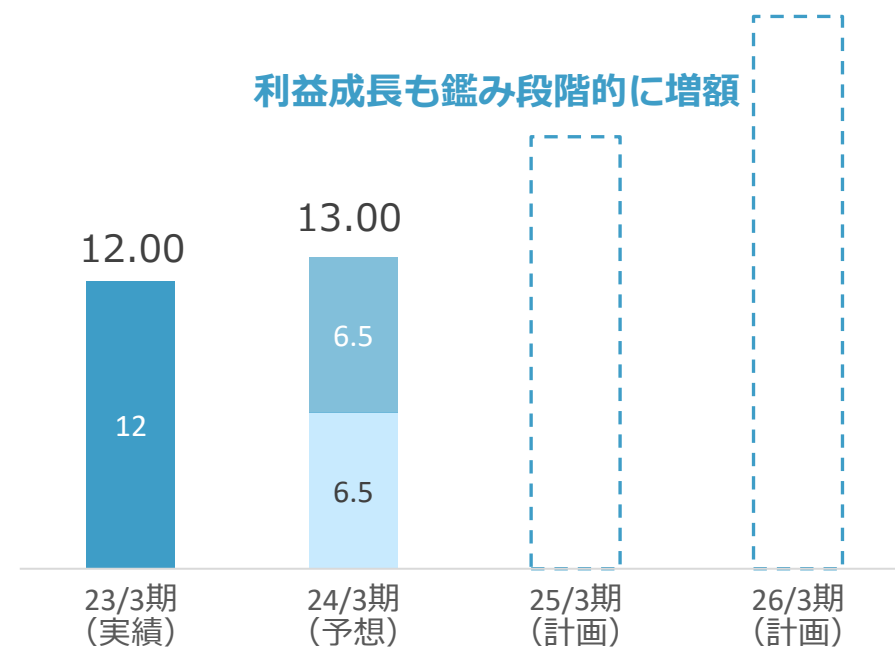
利益配分に関する基本方針

- 中長期的な企業価値の向上に必要な投資を推進しつつ、安定的・継続的な株主還元を実施

2023年3月期 配当開始（初配）	2024年3月期 配当予想
1株当たり 12円	1株当たり 13円 (中間6.5円/期末6.5円)

■ 1株当たり配当金の推移（円）

■ 中間 ■ 期末



中期経営計画につきましては当社WEBサイトにて公開しております。
こちらをあわせてご覧ください。



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

4. 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	12億5,920万円※ <small>※2023年3月末時点</small>
■ 従業員数	64名（6名）※ <small>※2023年3月末時点 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Tryell

ビジネスモデル

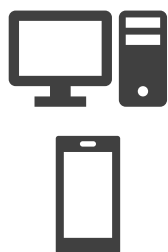
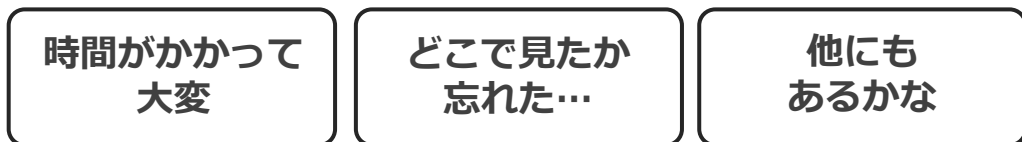
■ ライフスタイル領域×テクノロジーで、生活者と企業の支援を行い、世の中をより便利に



行動支援プラットフォームサービスのユーザー価値

- 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

ユーザーが抱える課題…

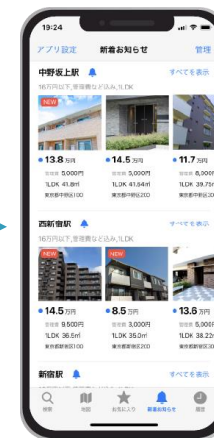
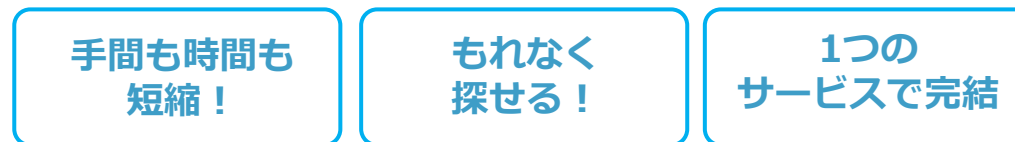


ポータル・温浴施設



複数のサービスを見るのが大変

当社サービスを使うと…



ポータル・温浴施設



まとめて検索できて便利

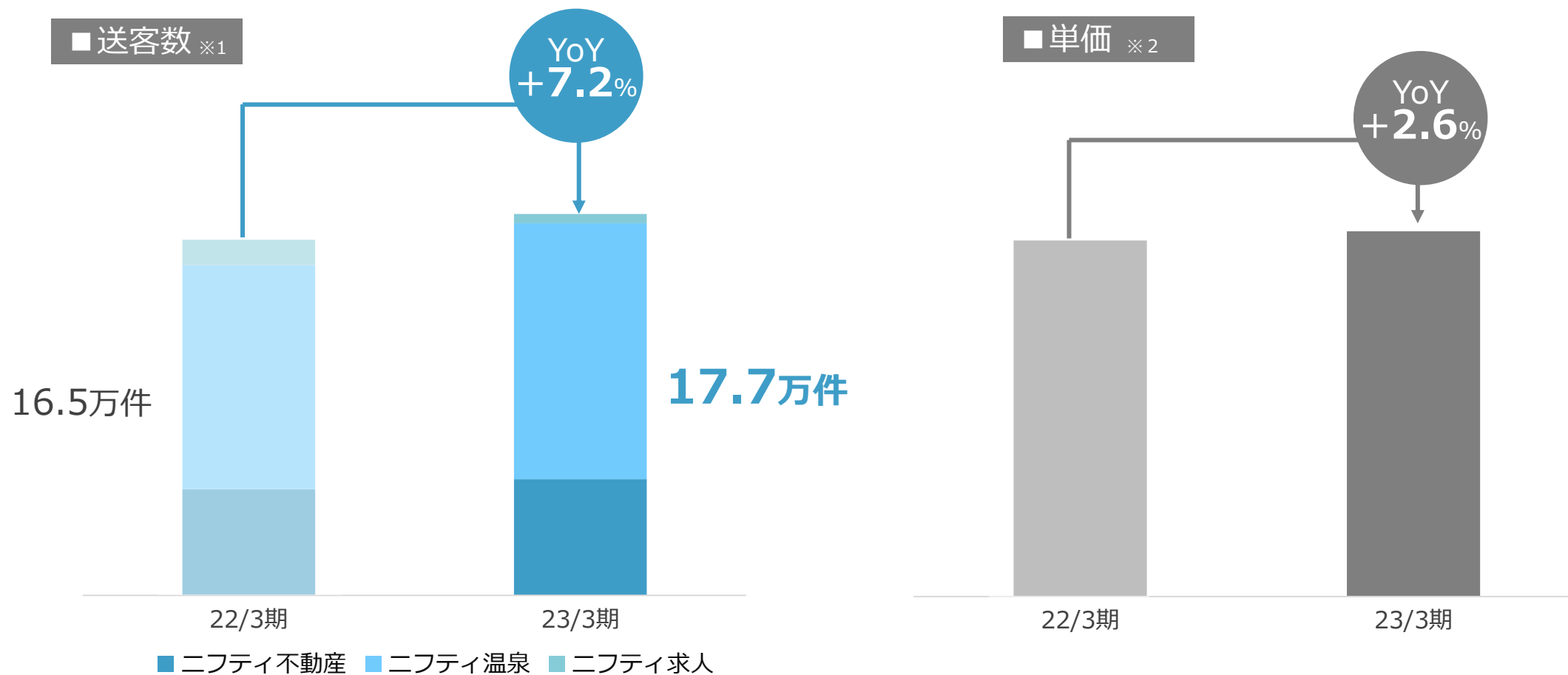
売上構成及び主要KPI

- 行動支援プラットフォームサービスの主要KPI：送客数（ユーザー数×送客率）×単価
- 行動支援ソリューションサービスの主要KPI：クライアント数×単価



行動支援プラットフォームサービスKPI：送客数／単価

- 行動支援プラットフォームの送客数は、月間平均17.7万件、YoY+7.2%の成長
レジャー意欲の回復等を背景に、ニフティ温泉の伸長が牽引

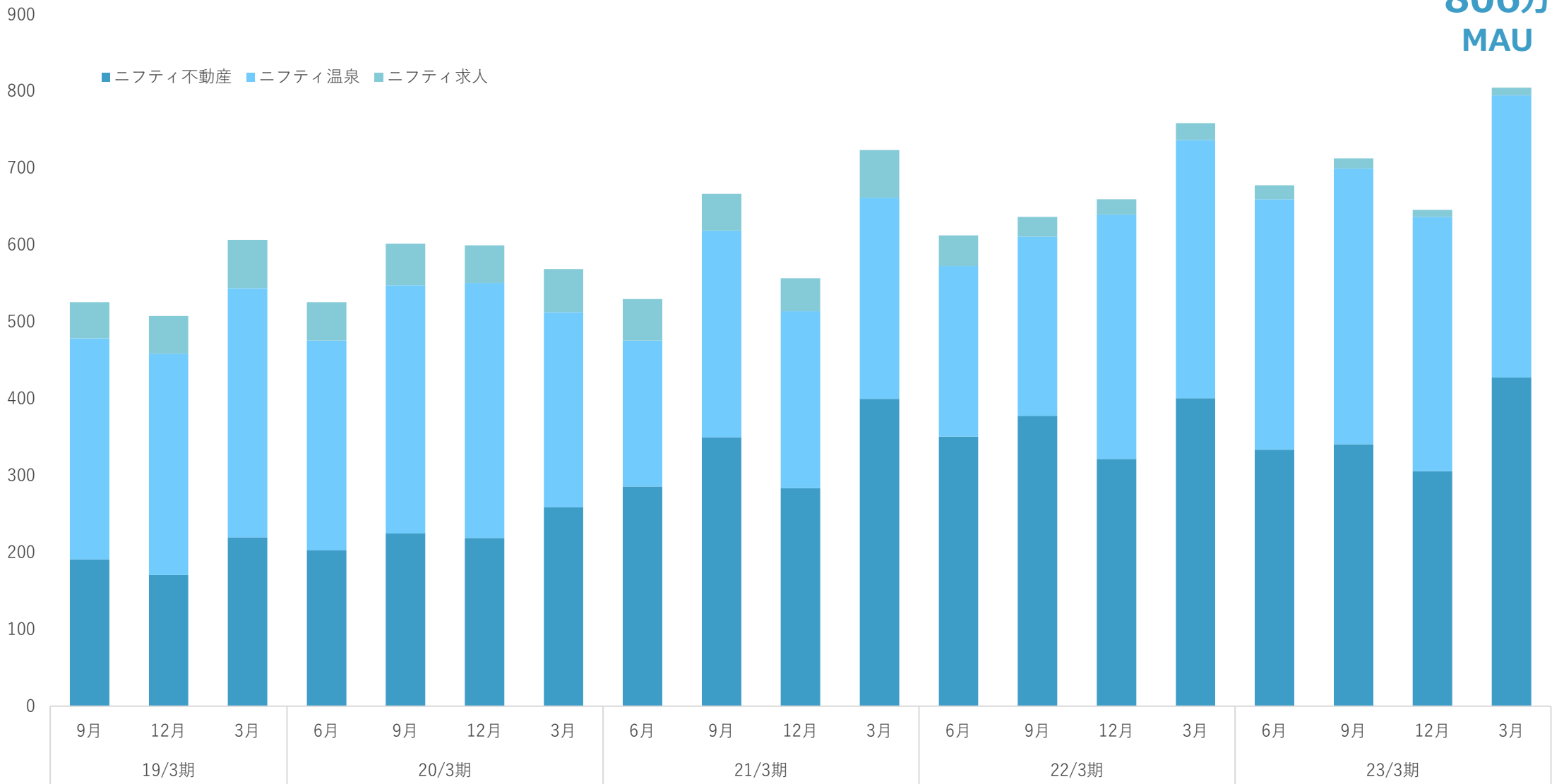


※1 送客数は、ニフティ不動産／ニフティ温泉／ニフティ求人送客数の月間平均値合算（2022年4月1日～2023年3月31日）

※2 単価は、2023年3月期の成果報酬売上高÷送客数で算出（2022年3月期を100として表示）

行動支援プラットフォームサービスKPI：ユーザー数（MAU）推移

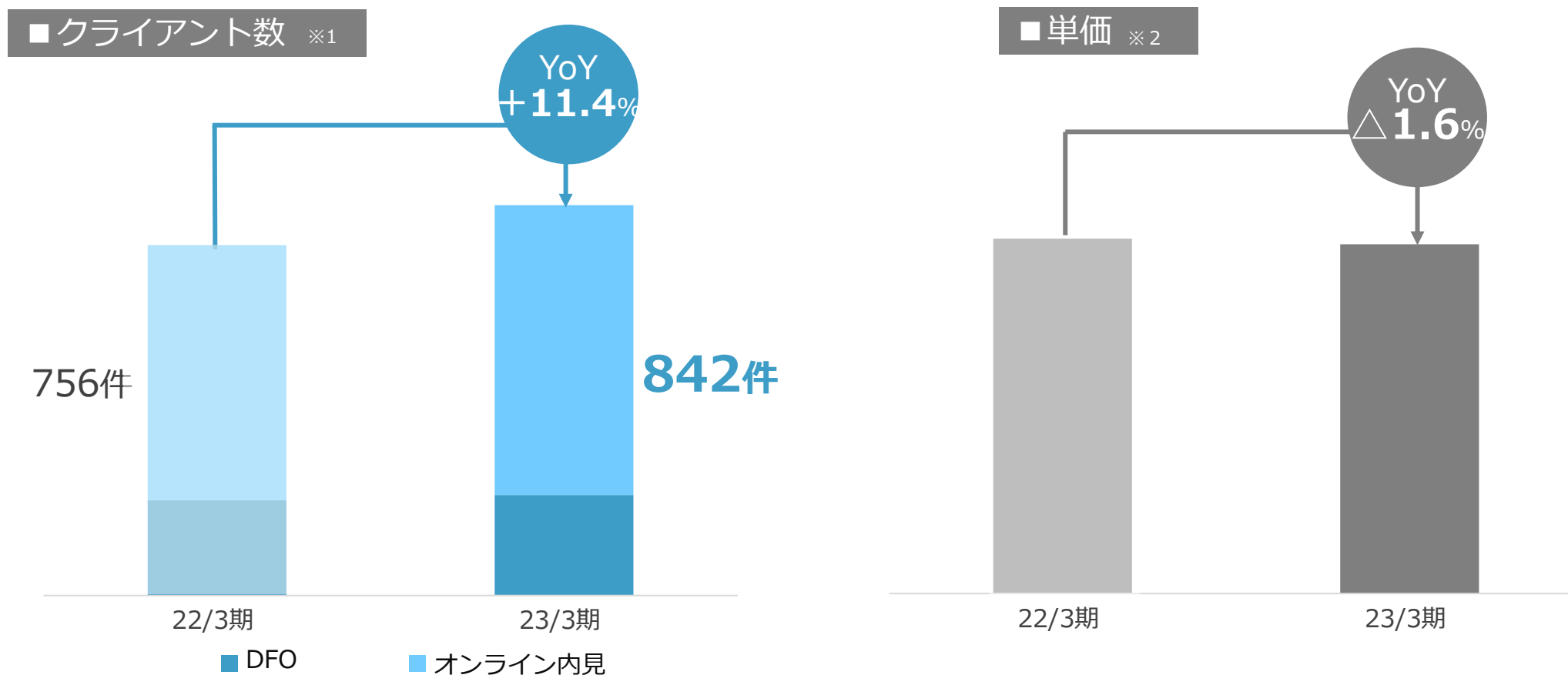
(単位：万人)



806万
MAU

行動支援ソリューションサービスKPI：クライアント数／単価

- 行動支援ソリューションは、オンライン内見の顧客増加によりクライアント数は842件（YoY+11.4%）
DFOに比べてオンライン内見のほうが単価が低いことから、単価はYoY△1.6%にて推移



※1 「DFO」クライアント数は、DFOの商品メニューである「DFO-M」「DFO-P」を利用しているサイト数の合計（各期末時点）

※1 「オンライン内見」クライアント数は、「オンライン内見LIVE」「オンライン内見VIDEO」を利用している店舗数の合計（各期末時点）

※2 単価は、「行動支援ソリューション」のSaaS型サービス合計売上÷合計クライアント数にて算出（2022年3月期を100として表示）

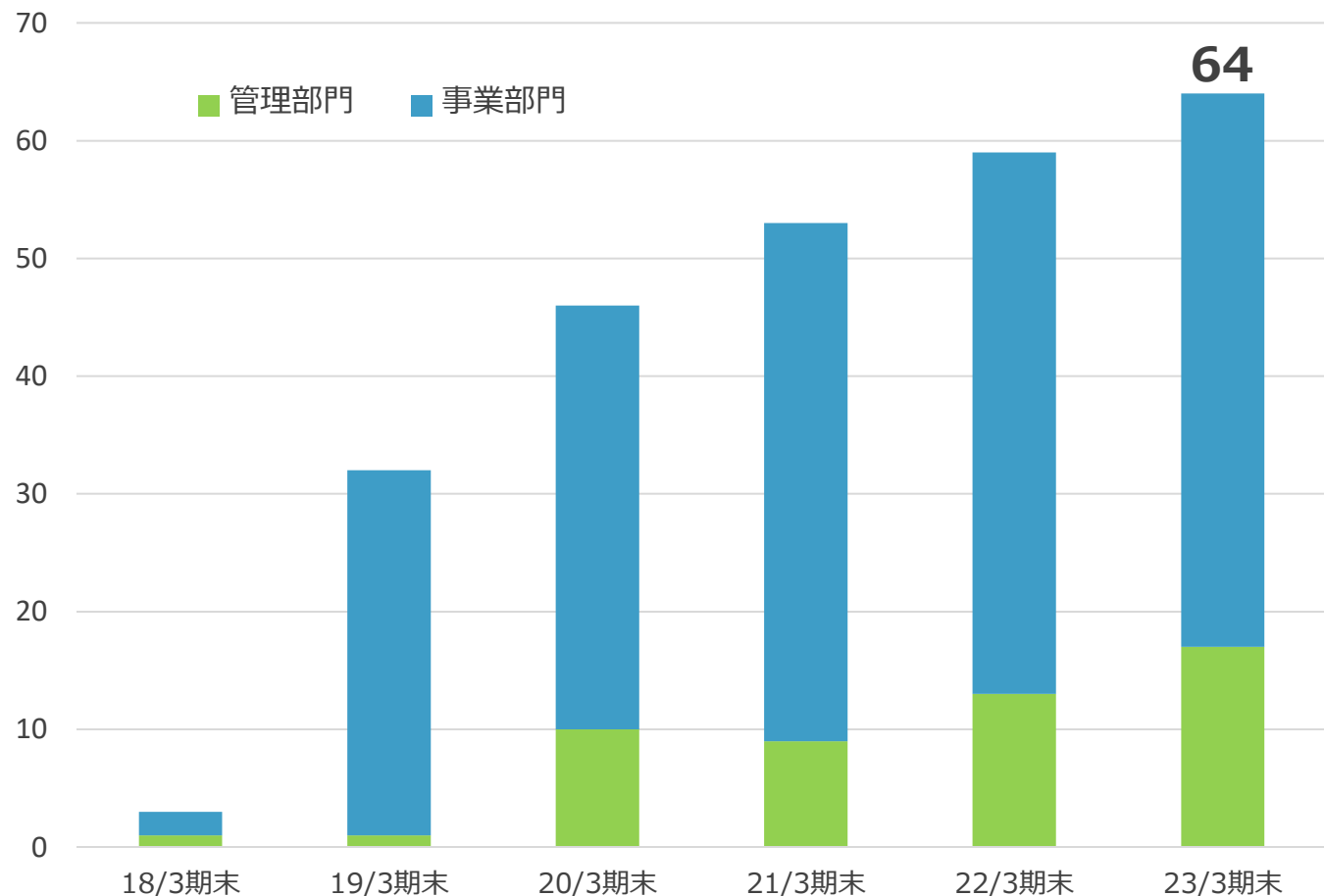
2023年3月期：連結貸借対照表

(単位：百万円)

		23/3期 期末	22/3 期末	増減額
流動資産	合計	4,736	4,382	354
	現預金	4,206	3,891	315
	売掛金	504	477	26
	その他	26	13	12
固定資産	合計	563	585	△21
	ソフトウェア	292	264	28
	のれん	92	135	△43
	その他	178	185	△6
資産	合計	5,300	4,967	332
負債	合計	547	577	△29
純資産	合計	4,753	4,390	362
	資本金	1,259	1,250	9
	資本剰余金	1,175	1,166	9
	利益剰余金	2,313	1,974	339
	新株予約権	5	—	5
負債・純資産	合計	5,300	4,967	332

新たな価値創造のための人員推移

(単位：人)



※正社員・契約社員数推移（アルバイトは除く）

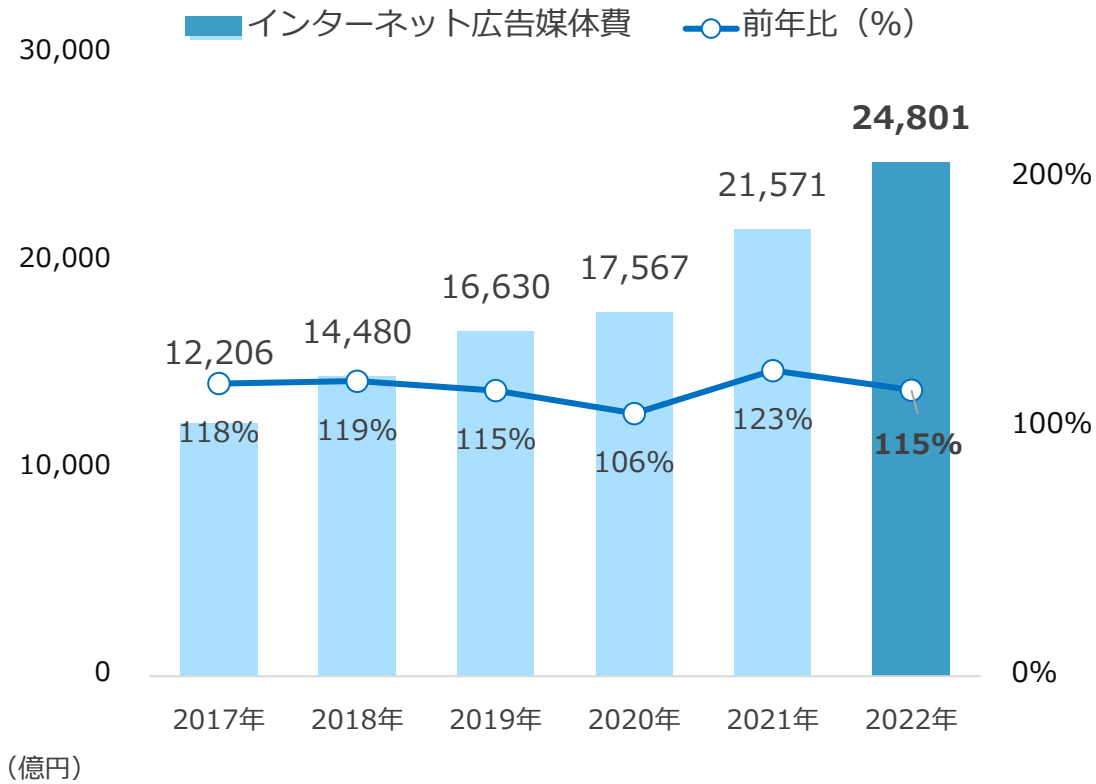
人員推移状況

- ・管理部門のほか、事業部門における企画・マーケティング関連の価値創造系スキルを持つ従業員の数が増加

- ・開発強化にむけ、引き続きエンジニアの積極採用、育成を推進
- ・周辺領域拡大のための営業力強化にも注力

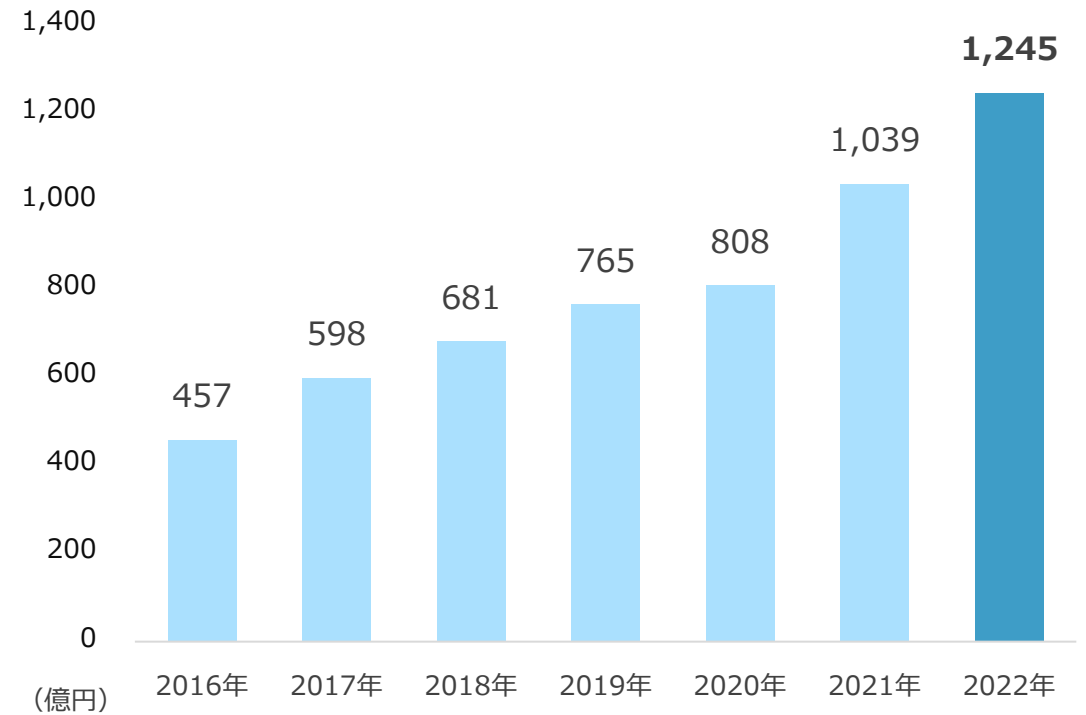
■ インターネット広告市場の拡大に伴い、不動産関連インターネット広告費も、2ケタ成長見込み

インターネット広告媒体費



※出典：(株)電通「2022年日本の広告費」インターネット広告媒体費総額の推移

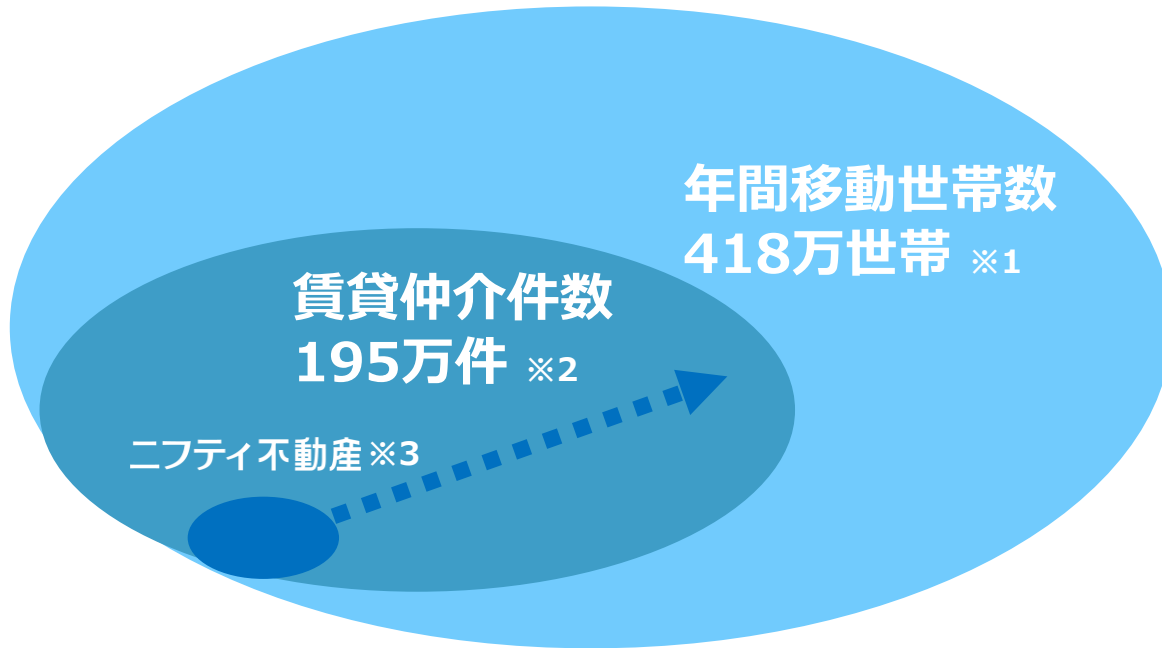
不動産・住宅設備 インターネット広告費（推定）



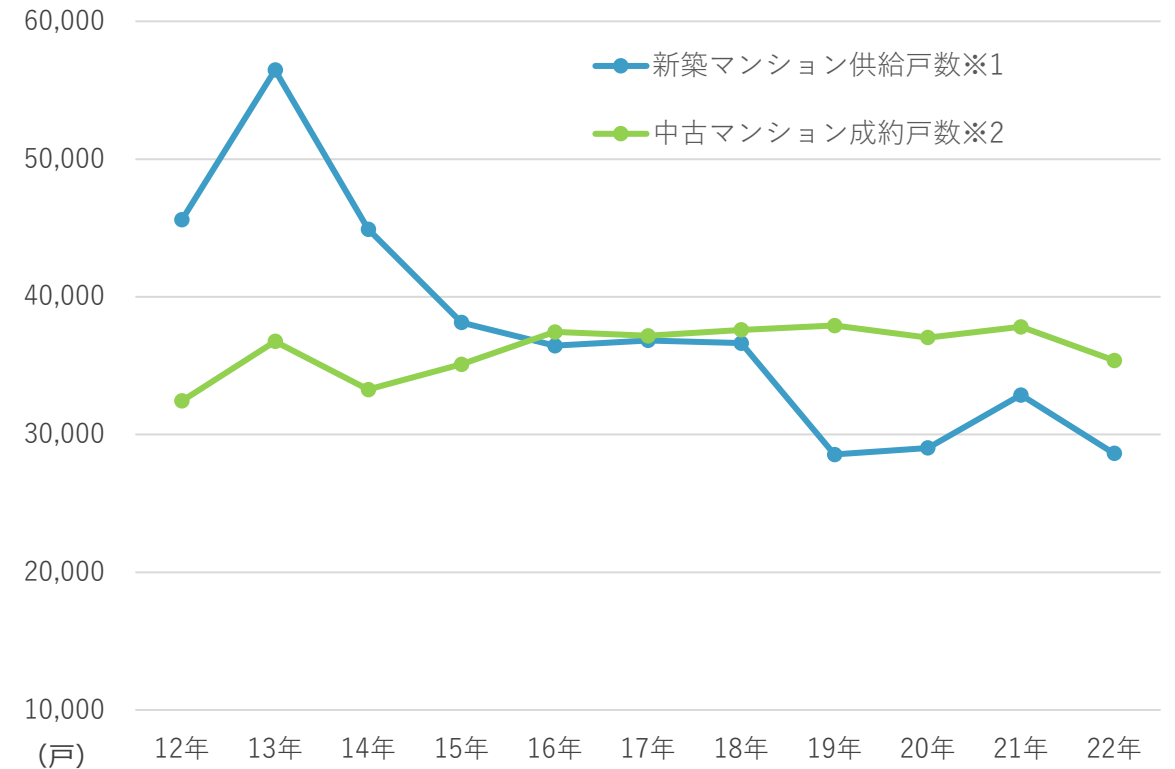
※(株)電通「2022年日本の広告費」をベースに当社試算

- 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戸数は、新築戸数の供給減も受けて堅調推移

賃貸市場（仲介件数）



売買市場（首都圏新築・中古マンション流通件数）

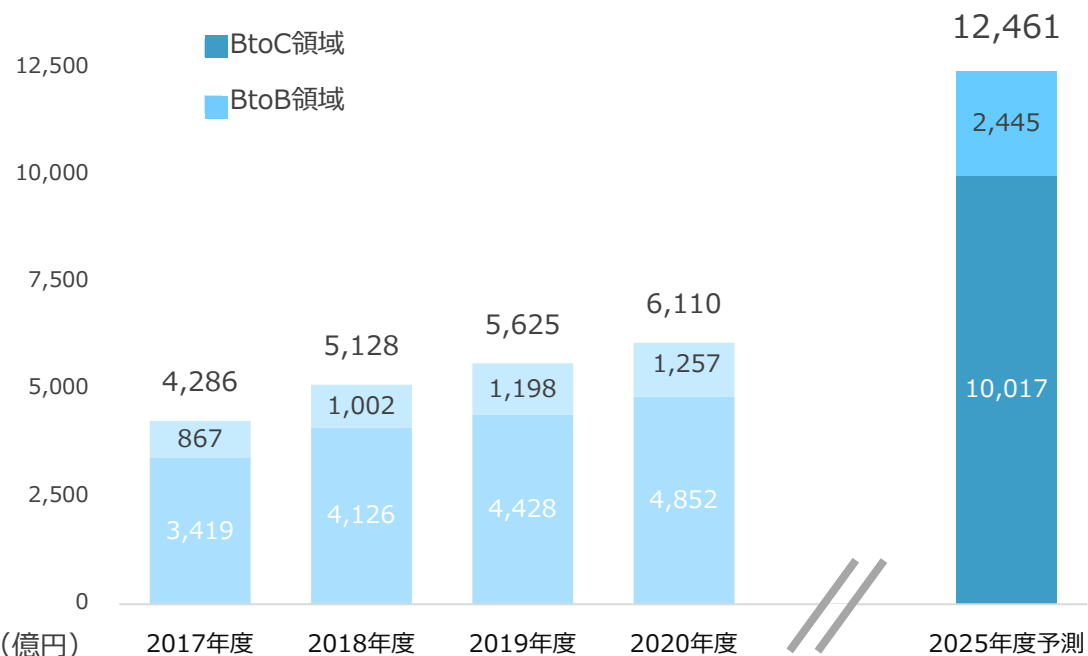


※1 出典：株式会社不動産経済研究所 首都圏 新築分譲マンション市場動向
 ※2 出典：公益財団法人東日本不動産流通機構 首都圏不動産流通市場の動向

※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

- 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

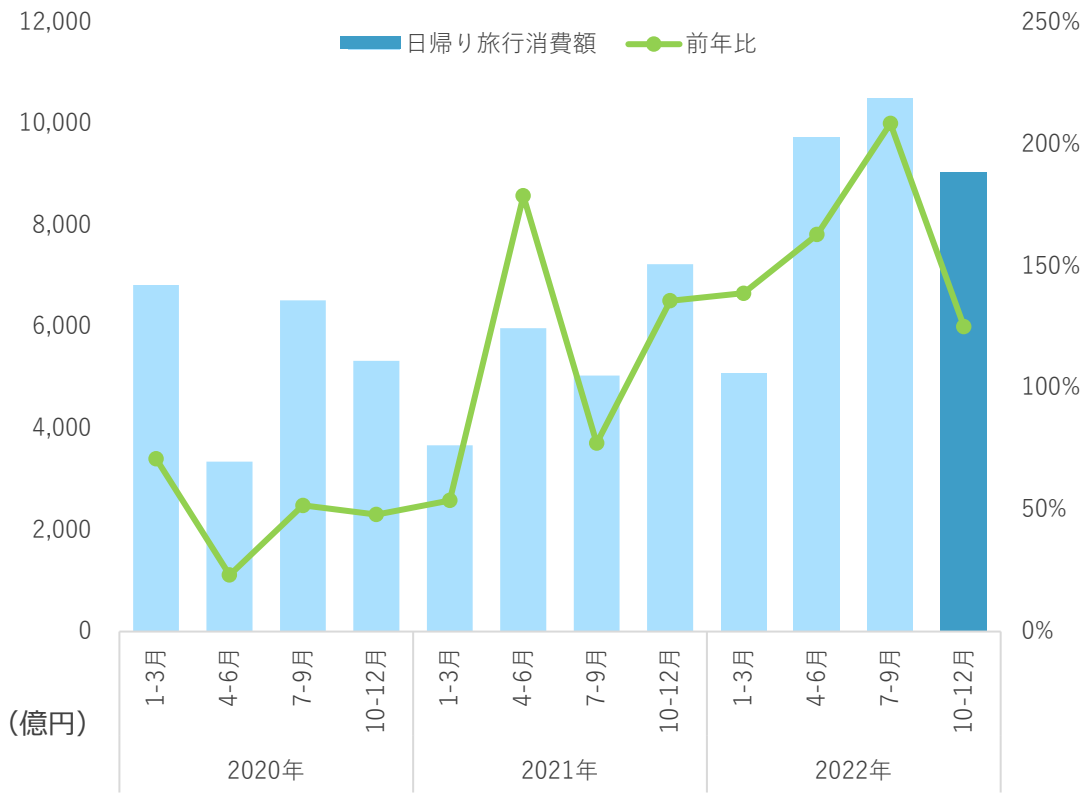
宅地建物取引業法の改正

2022年5月18日 宅地建物取引業法の改正



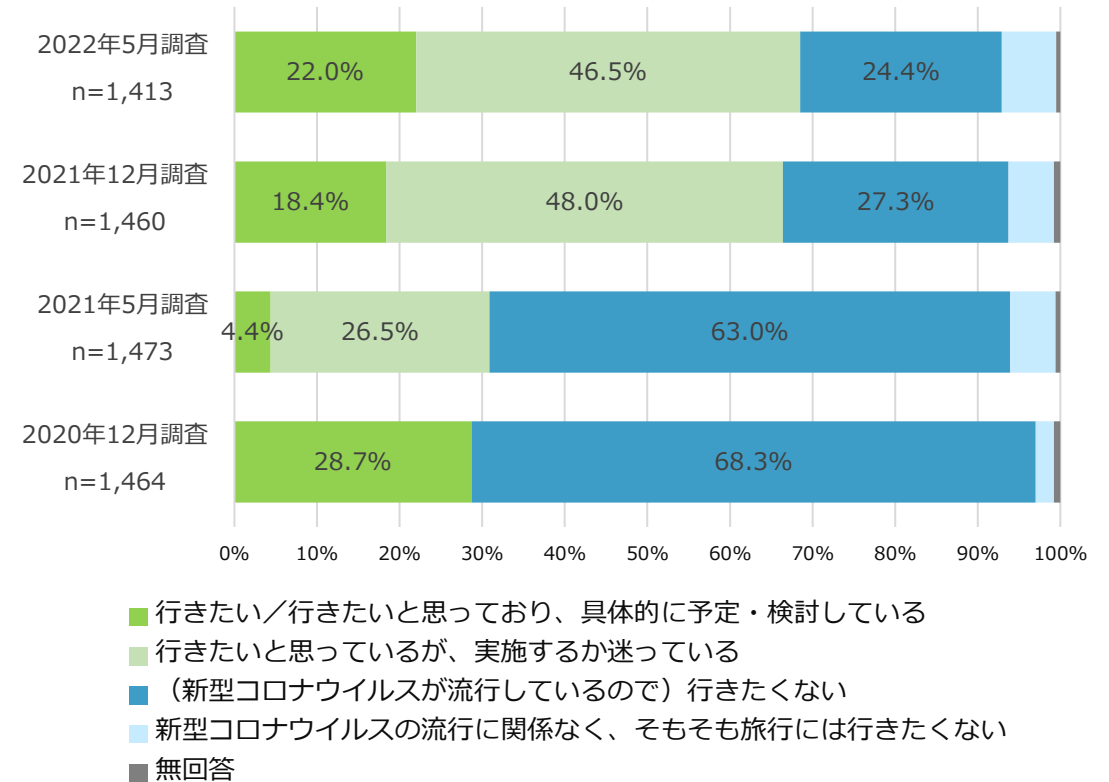
- 日帰り旅行の消費動向は、コロナ影響による落ち込みから増加傾向
- コロナ禍における国内旅行意欲は、2021年末を転機として回復傾向

日帰り旅行消費動向



※出典：国土交通省 観光庁 日帰り旅行消費動向 2022年10-12月期（速報）

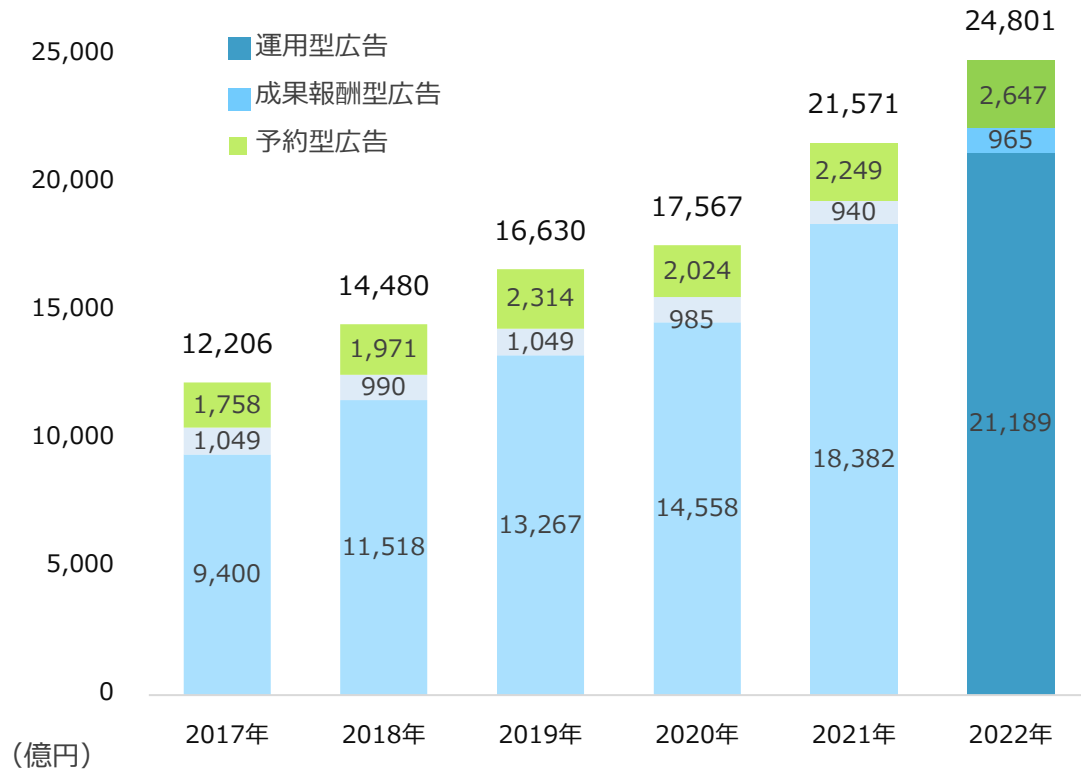
コロナ禍における国内旅行意欲



※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流行下の日本人旅行者の動向

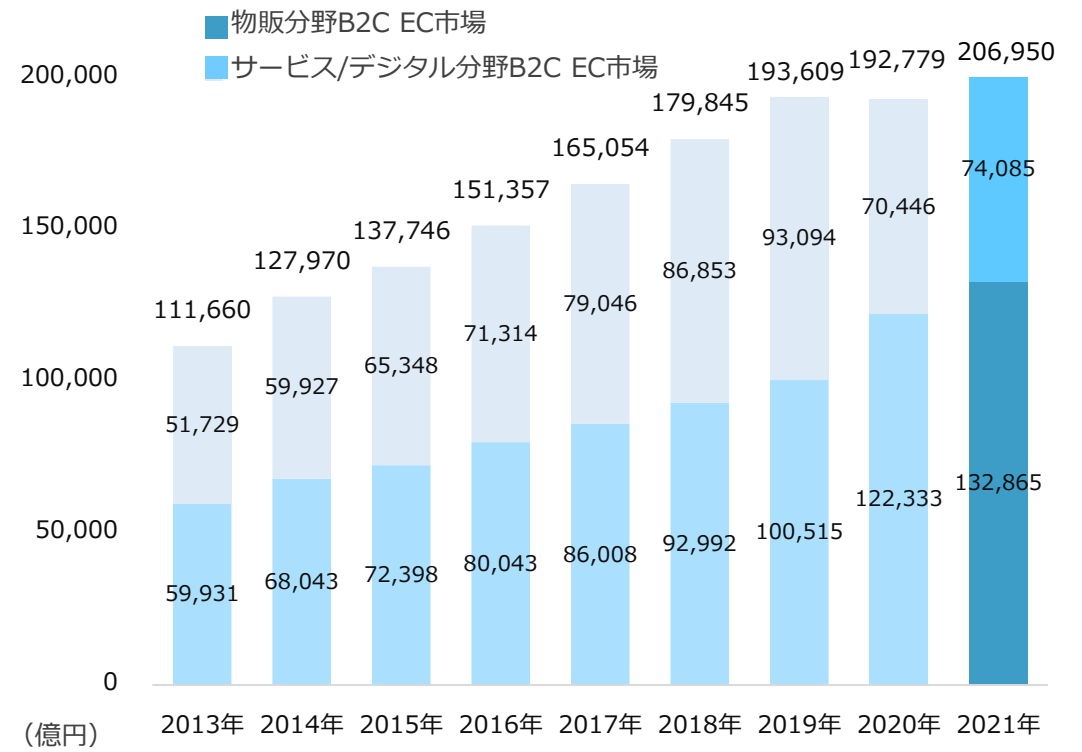
- インターネット広告媒体費の取引手法別構成比は、運用型広告を中心に2ケタ成長継続
- 電子商取引市場（EC市場）の物販分野は、コロナ下での需要も追い風に拡大加速

インターネット広告媒体費 取引手法別構成



※出典：(株)電通「日本の広告費」インターネット広告媒体費 取引手法別構成比

電子商取引市場（EC市場）



※出典：経済産業省「2022年8月12日 電子商取引に関する市場調査の結果」国内電子商取引市場規模（BtoC及びBtoB）

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

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

CAGR(Compound Annual Growth Rate)

複数年にわたる成長率から1年あたりの平均を求めた年平均成長率のこと

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

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。

想像以上を、みつけよう。



ニフティライフスタイル