

# 2027年3月期 第2四半期（中間期）決算説明資料

2026年10月29日  
ニフティライフスタイル株式会社  
（証券コード：4262）



# CONTENTS

1. 決算概要
2. 2027年3月期経営戦略に対する進捗
3. 財務戦略及び株主還元方針
4. Appendix

CHAPTER

# 決算概要



売上高（累計）

2,617 百万円

YoY +6.7%

営業利益（累計）

341 百万円

YoY ▲28.0%

EBITDA（累計）

527 百万円

YoY ▲23.4%

## 第2四半期のポイント

住まい全体での成長に向けて「提供価値の拡大」と「事業領域の拡大」が進展。  
ニフティ不動産の購入領域不調により減益となるも、2Qは1Qから改善

- ① **住まいカテゴリーの売上高は2Q YoY +14.1%。お部屋探しから住まい全般へ、カテゴリー全体で成長**
  - ・ ドアーズ社のリフォームサービスの伸長が貢献し、住まいカテゴリーの売上高が成長
  - ・ レプリス社の株式取得により、お部屋探しから入居時のライフラインの手配、入居後のサポート、住まいの維持・メンテナンスまで、住まいを一気通貫で支える体制へ進展
- ② **四半期推移での営業利益の改善**
  - ・ 第2四半期累計の営業利益の減少要因は、ニフティ不動産の購入領域の減収とレプリス社のM&Aに関する取得関連費用が影響
  - ・ 一方で、四半期別推移では改善傾向にある。ニフティ不動産の売上高は、賃貸領域が好調に推移し、状況は下げ止まり。また、レプリス社の新規連結効果も寄与
- ③ **資本効率を意識した経営への進展**
  - ・ レプリス社の株式取得を手元資金で実行。これにより現預金が投資性資産に置換
  - ・ 中間配当は予想通りの32円で実施。期末配当の32円と合わせ通期64円の配当を予想

※EBITDA：連結営業利益に減価償却費及びのれん等償却費を足し戻して算出

## 2027年3月期 第2四半期（累計）：連結損益計算書

- 住まいカテゴリーの牽引により、売上高はYoY +6.7%。一方で、ニフティ不動産の購入領域の減収による売上総利益の減少と、M&Aの取得関連費用の影響により営業利益は減益

| (百万円)           | 27/3期 累計 | 26/3期 累計 | 前年比    |
|-----------------|----------|----------|--------|
| 売上高             | 2,617    | 2,454    | +6.7%  |
| 売上総利益           | 1,768    | 1,879    | ▲5.9%  |
| 営業利益            | 341      | 473      | ▲28.0% |
| EBITDA          | 527      | 688      | ▲23.4% |
| 経常利益            | 351      | 475      | ▲26.0% |
| 親会社株主に帰属する中間純利益 | 184      | 300      | ▲38.4% |
|                 |          |          |        |
| 調整後営業利益         | 400      | 473      | ▲15.4% |
| 調整後EBITDA       | 586      | 688      | ▲14.7% |

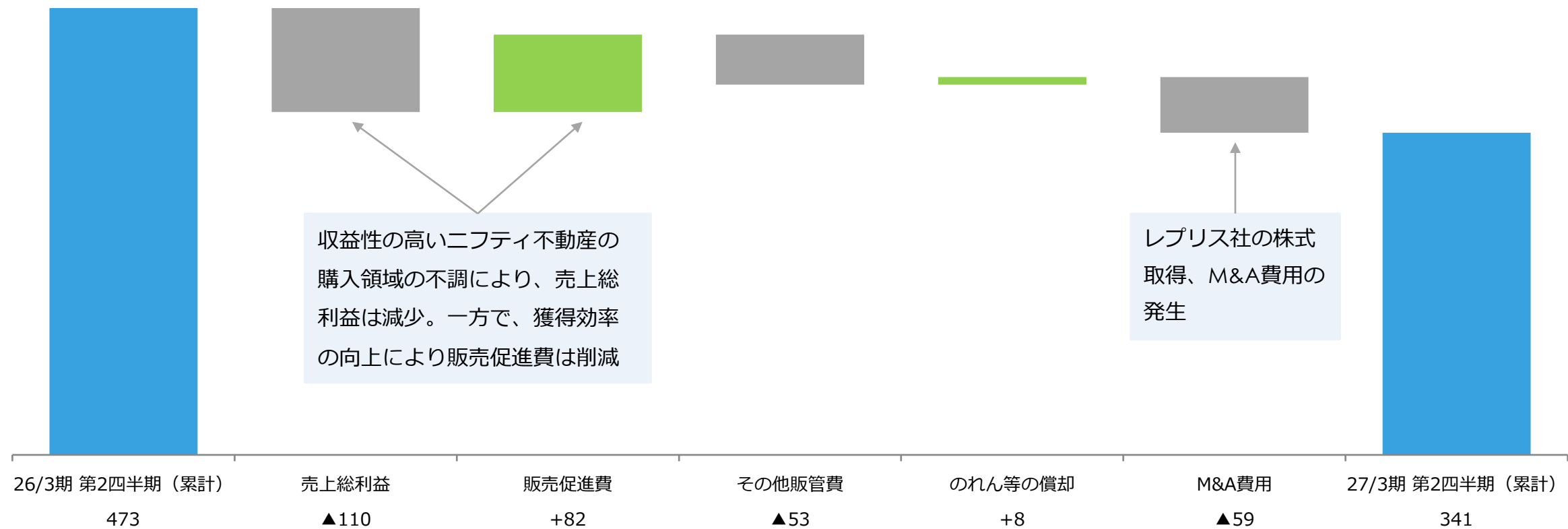
※調整後営業利益＝営業利益にM&A等の取得関連費用を足し戻して算出

※調整後EBITDA＝EBITDAにM&A等の取得関連費用を足し戻して算出

# 2027年3月期 第2四半期（累計）：営業利益の増減要因

- ニフティ不動産の購入領域とM&Aの取得関連費用が減益に影響
- 一方で販売促進費は抑制し、柔軟なコストコントロールを実施

(単位：百万円)



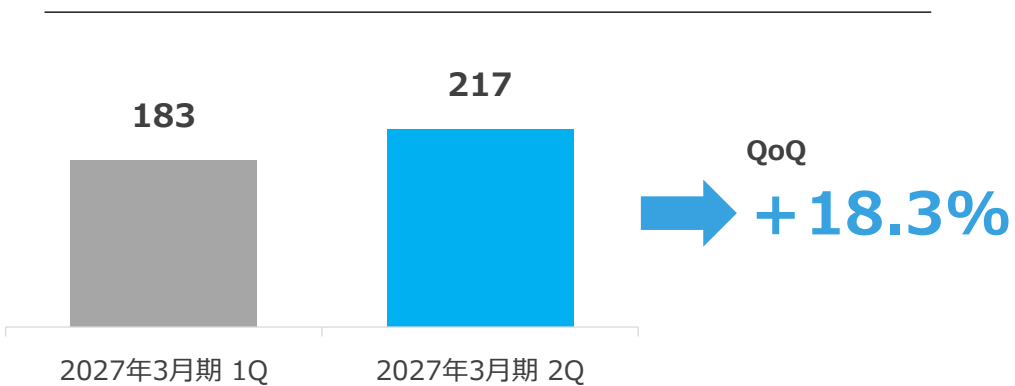
※その他販管費は販管費の増減から販売促進費・のれん等の償却・M&A費用を除いた額  
※のれん等の償却＝のれん償却＋顧客関連無形資産の償却

# 四半期別調整後利益の推移

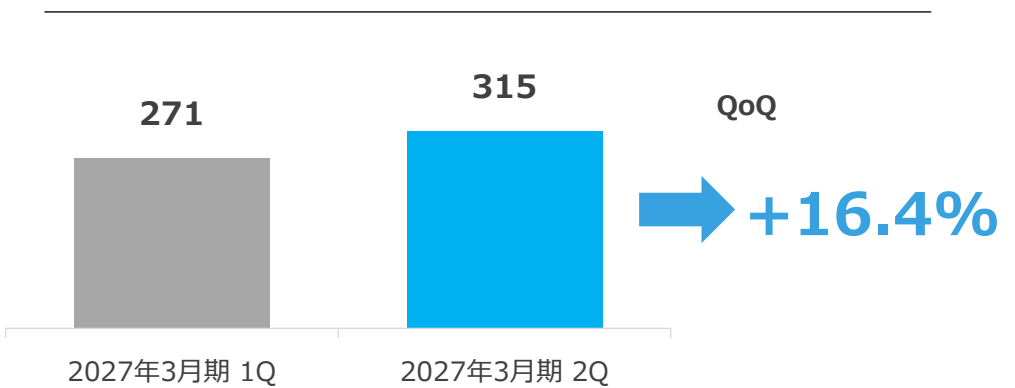
■ 実質的な収益力を示す調整後営業利益及び調整後EBITDAはQoQで改善

| (百万円)     | 1Q    | 2Q    | QoQ    |
|-----------|-------|-------|--------|
| 売上高       | 1,265 | 1,352 | +6.8%  |
| 売上総利益     | 864   | 904   | +4.6%  |
| 営業利益      | 183   | 157   | ▲14.1% |
| EBITDA    | 271   | 256   | ▲5.5%  |
| 調整後営業利益   | 183   | 217   | +18.3% |
| 調整後EBITDA | 271   | 315   | +16.4% |

調整後営業利益の推移



調整後EBITDAの推移

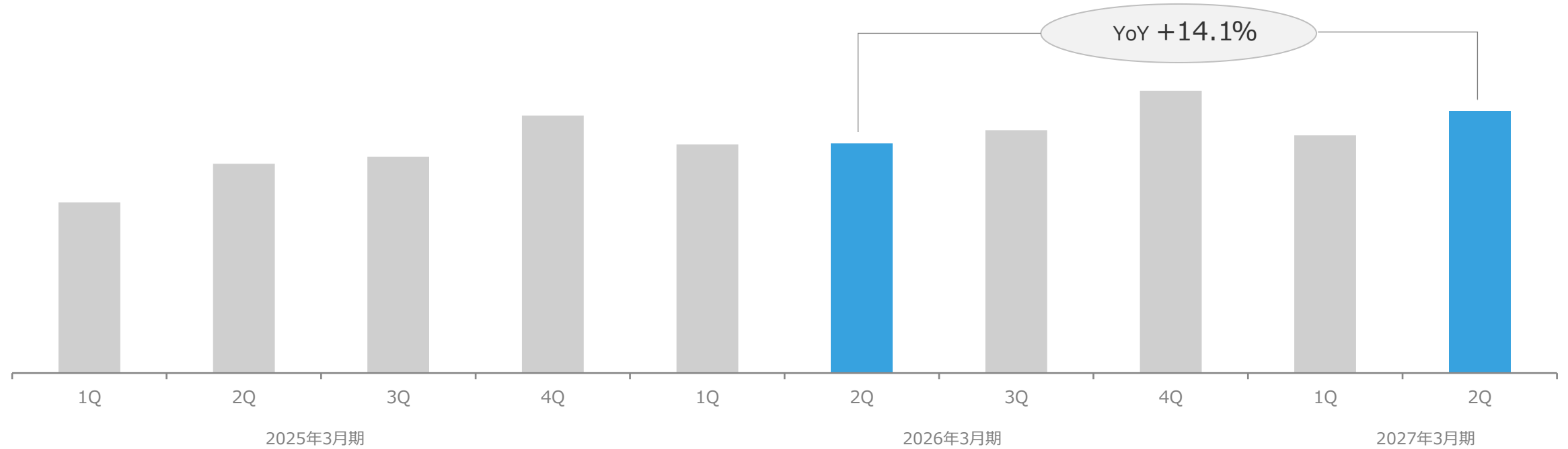


# 増収のポイント：住まいカテゴリーの成長

- 連結の増収を牽引したのはコアドメインの住まいカテゴリー。2Q単独でYoY +14.1%と成長が加速
- 要因としては、ドアーズ社のリフォームサービスの成長と、ニフティ不動産の回復、レプリス社の連結効果によるもの

(単位：百万円)

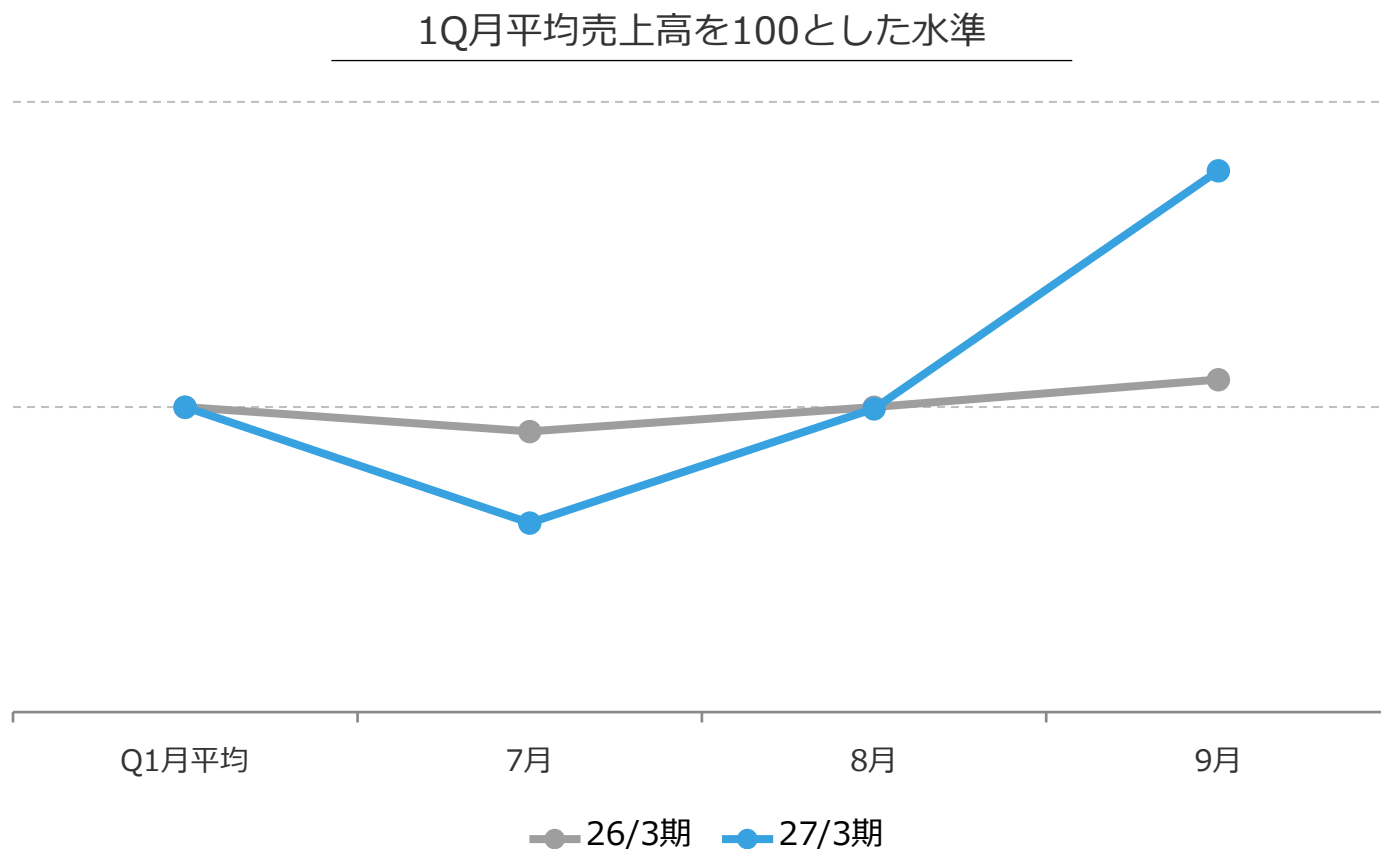
|                 | 2025年3月期 |     |     |       | 2026年3月期 |     |       |       | 2027年3月期 |       |
|-----------------|----------|-----|-----|-------|----------|-----|-------|-------|----------|-------|
|                 | 1Q       | 2Q  | 3Q  | 4Q    | 1Q       | 2Q  | 3Q    | 4Q    | 1Q       | 2Q    |
| 住まいカテゴリー<br>売上高 | 737      | 904 | 934 | 1,112 | 987      | 991 | 1,049 | 1,219 | 1,026    | 1,131 |



※「ニフティ不動産」「ドアーズ社」「住まい探しの窓口」の売上高合計。2027年3月期2Qより「レプリス社」（2026年9月～）を含む

## 住まいカテゴリーにおける増収のポイント①：ニフティ不動産の回復状況

- 例年は1Qと比較して横ばい・減収となる2Qにおいて増収。9月の売上高はYoY +6.3%となり、1Qを底に持ち直しの動き



### 回復に向けた施策状況（一例）

- ・ 購入検討層に対し、お気に入り物件の継続的なリマインドによる購買意欲の喚起
- ・ 希望条件および検索履歴等から精度の高いレコメンドを幅広く提案し、潜在的なニーズの掘り起こし

→他施策も含め機動的な改善を実施予定

※ニフティ不動産の1Q月平均売上高を100として指数化

## 住まいカテゴリーにおける増収のポイント②：ドアーズ社 リフォームサービスの成長

- リフォームサービスの「外壁塗装の窓口 リフォーム工房」と「外壁塗装の窓口 PRO」が伸長。特に「外壁塗装の窓口 PRO」はマンションの大規模修繕（BtoB）を受注したことが要因
- また、「外壁塗装の窓口 リフォーム工房」の出店数は150店舗を突破し、エリアカバレッジが拡大

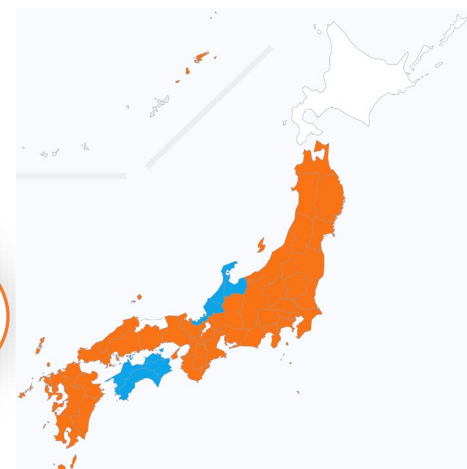
### リフォームサービス 売上高の推移



### リフォーム工房 出店数の増加

#### 外壁塗装の窓口 リフォーム工房

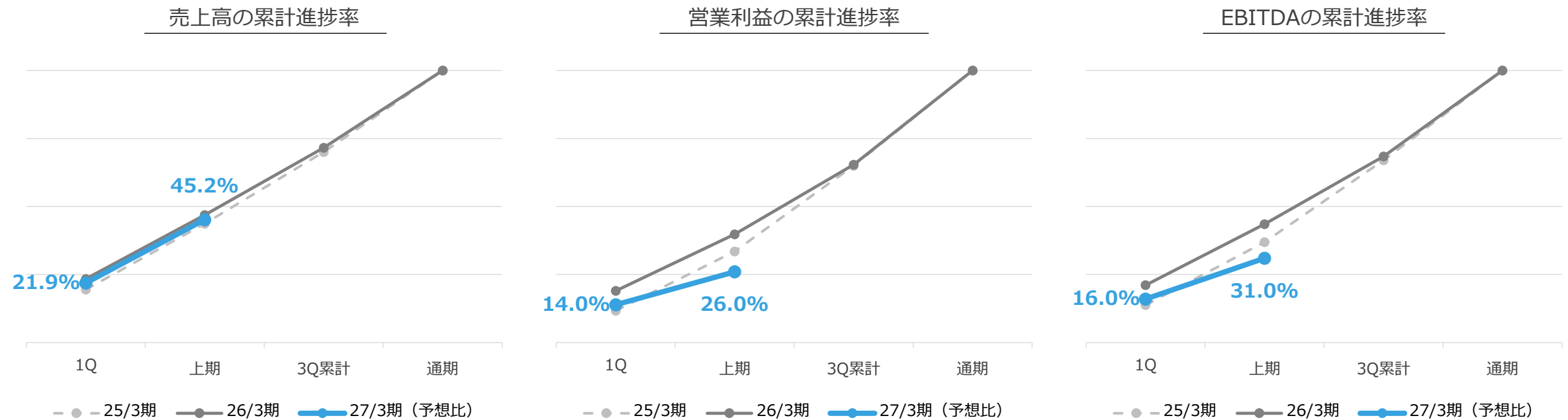
出店数  
150店舗を突破！



地域密着型の「元請け」モデルにより、  
小規模事業者の多い地方の課題解決を推進

# 通期業績予想に対する進捗：下期偏重の季節性

- 当社は引っ越しの繁忙期である下期に業績が偏重する季節性があり、例年、上期の売上高進捗は通期の4割強にとどまる
- ニフティ不動産の回復とレプリス社の新規連結効果により、下期の進捗率は改善する見通し



| (単位：百万円) | 通期予想  | 上期実績  | 上期進捗率 |
|----------|-------|-------|-------|
| 売上高      | 5,790 | 2,617 | 45.2% |
| 営業利益     | 1,313 | 341   | 26.0% |
| EBITDA   | 1,699 | 527   | 31.0% |

CHAPTER

## 2027年3月期 経営戦略に対する進捗



## 経営戦略

提供価値・領域の拡大に向けた ①コアドメイン強化 ②経営共通基盤整備

### ①コアドメインの強化

住まいカテゴリーの提供価値×領域拡大

- ① プラットフォーム集客力の継続的な強化
- ② 「探す」から「相談する」「解決する」への提供価値拡大
- ③ 「お部屋探し支援」から「住まい全般支援」への領域拡大

### ②経営共通基盤の整備

XPANSION(拡がり)に向けた基盤整備

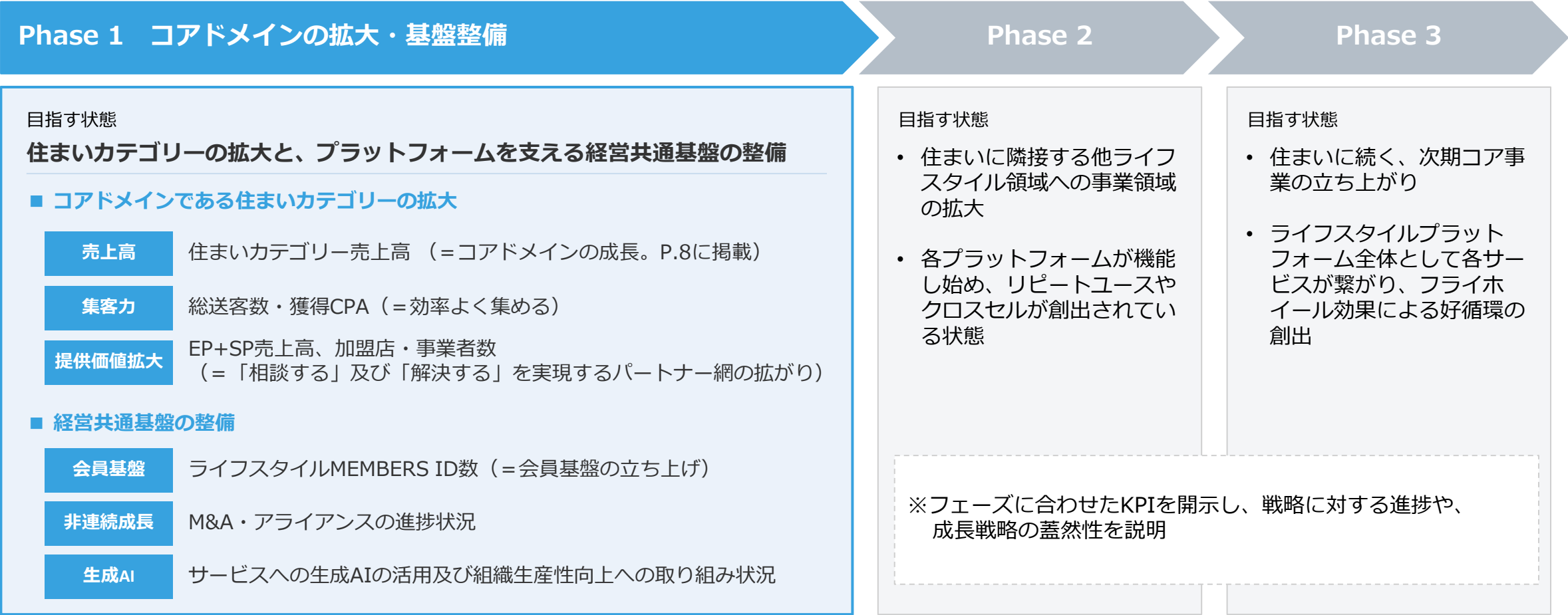
- ① 非連続的成長への取り組みの推進
- ② 生成AI等テクノロジーの活用加速
- ③ ID基盤整備とメンバーシップビジネスの開始

VISION 2030 「人生100年時代の意思決定」を支える企業へ

# 経営戦略の進捗を測る主要指標

■ 2027年3月期の経営戦略の進捗を測る主要指標は以下の通り

## ▼ 現在地（2027年3月期）

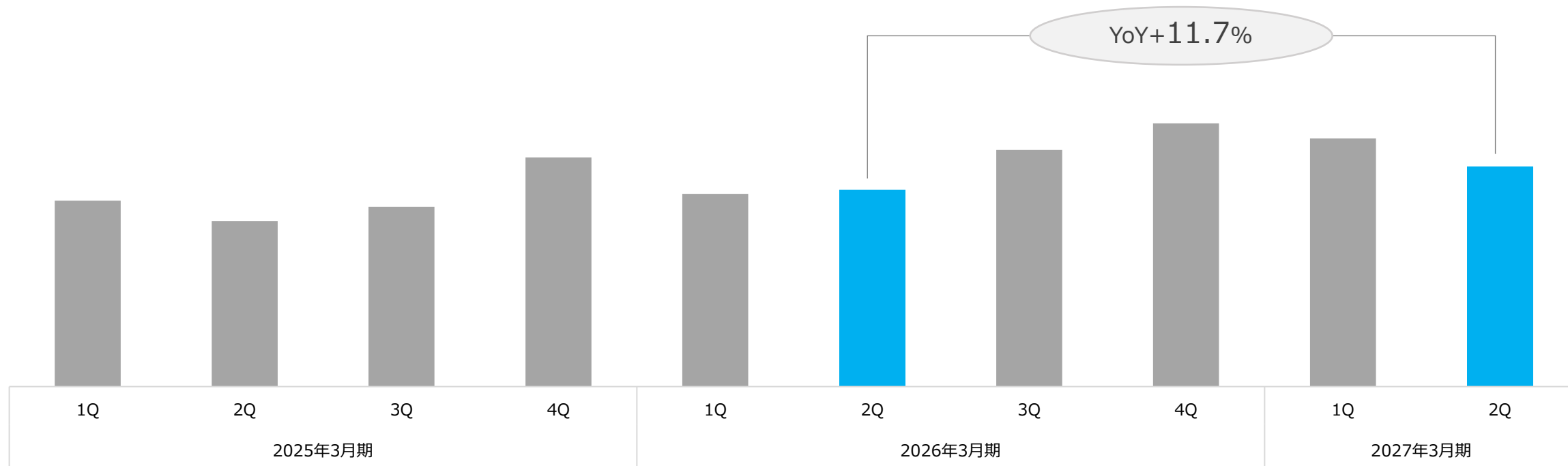


※EP+SP売上高＝エンゲージメントプラットフォーム（EP）とソリューションプラットフォーム（SP）の売上高合計

- 住まいカテゴリーの集客力を示す総送客数については、YoY +11.7%で増加
- ニフティ不動産のアプリダウンロード数の伸長やユーザーエンゲージメントの向上が総送客数の増加に寄与

(単位：件)

|      | 2025年3月期 |         |         |         | 2026年3月期 |         |         |         | 2027年3月期 |         |
|------|----------|---------|---------|---------|----------|---------|---------|---------|----------|---------|
|      | 1Q       | 2Q      | 3Q      | 4Q      | 1Q       | 2Q      | 3Q      | 4Q      | 1Q       | 2Q      |
| 総送客数 | 225,631  | 200,694 | 218,233 | 277,914 | 233,741  | 238,874 | 286,839 | 319,349 | 301,086  | 266,791 |



- 生成AIの影響を比較的受けにくいアプリにおいて、想定よりも早い進捗でダウンロード数が伸長し1,400万件を突破。アプリユーザーのコンバージョンは高いため、下期への回復にも繋がる予材となる

## ニフティ不動産



2026年9月16日PRリリース

### アプリDL増加の要因と業績への影響見込み

- SEOの知見を活かし、ASO (App Store Optimization) による集客を強化した結果、想定よりも早いペースでDL数が加速
- パーソナルレコメンドなど生成AI技術をアプリに掛け合わせることで、ユーザーエクスペリエンスの向上に繋げる
- アプリユーザーはWebユーザーと比較して、CVRが約19倍高いため、今後の送客数増加にも貢献する予材となる

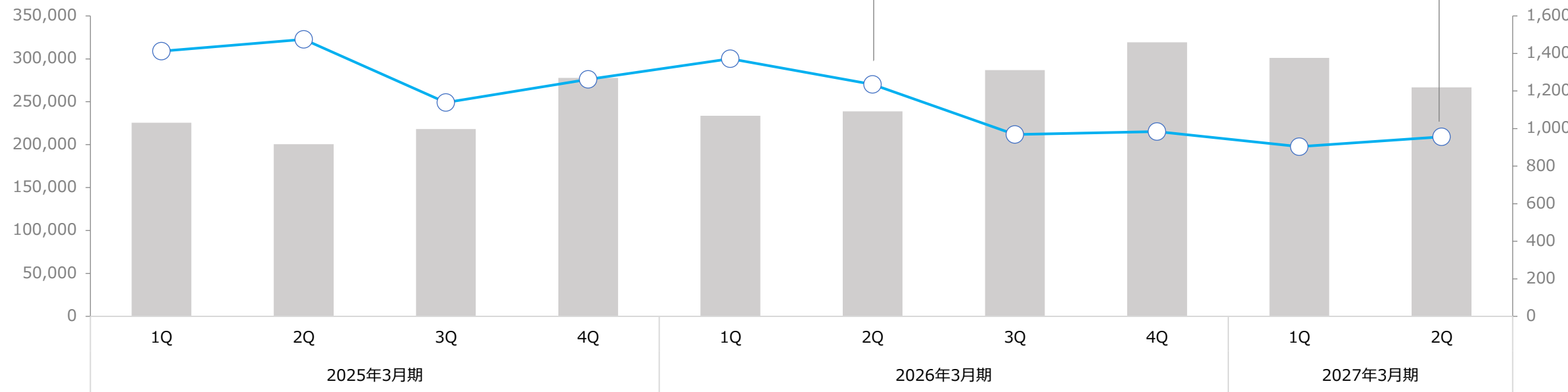
※CVR (Conversion Rate) = 送客数 ÷ MAUで算出

■ 集客における効率性を測る獲得CPA（=Cost per Acquisition）は、総送客数のボリュームは伸長しながらも低下しており、獲得効率の高い集客を実施

(単位：円)

|       | 2025年3月期 |       |       |       | 2026年3月期 |       |     |     | 2027年3月期 |     |
|-------|----------|-------|-------|-------|----------|-------|-----|-----|----------|-----|
|       | 1Q       | 2Q    | 3Q    | 4Q    | 1Q       | 2Q    | 3Q  | 4Q  | 1Q       | 2Q  |
| 獲得CPA | 1,412    | 1,475 | 1,139 | 1,262 | 1,372    | 1,236 | 968 | 984 | 904      | 956 |

(単位：件)



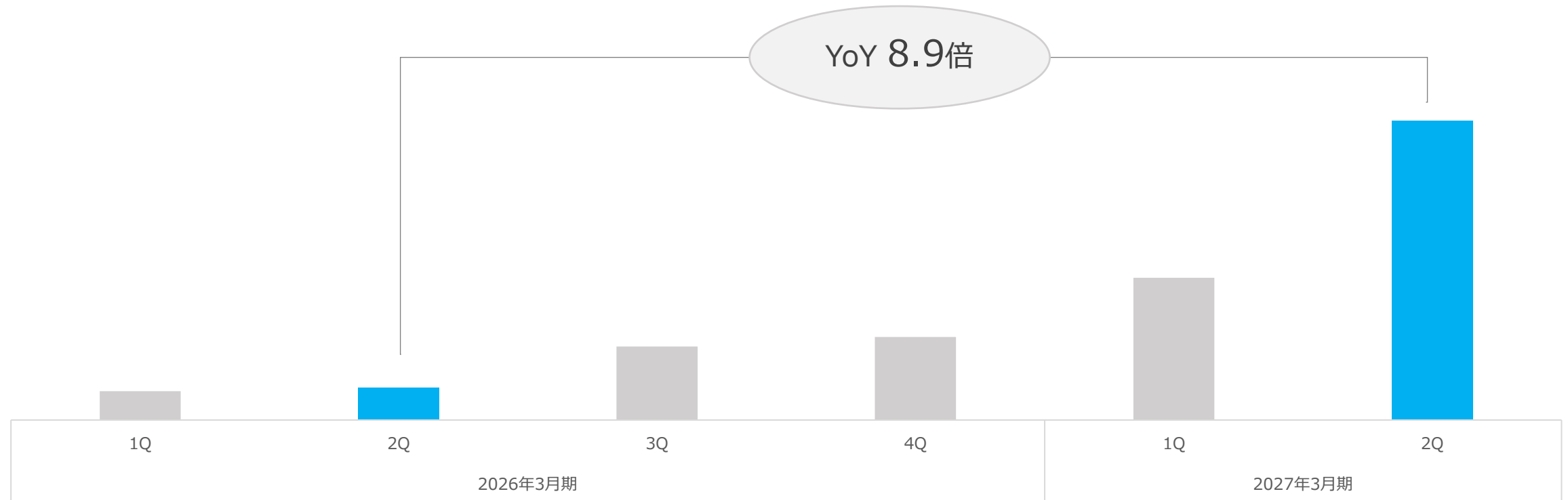
(単位：円)

総送客数 獲得CPA

※獲得CPA = 「ニフティ不動産」「外壁塗装の窓口」「ライフライン取次」の販売促進費及び宣伝広告費を足し上げたものを総送客数で除して算出

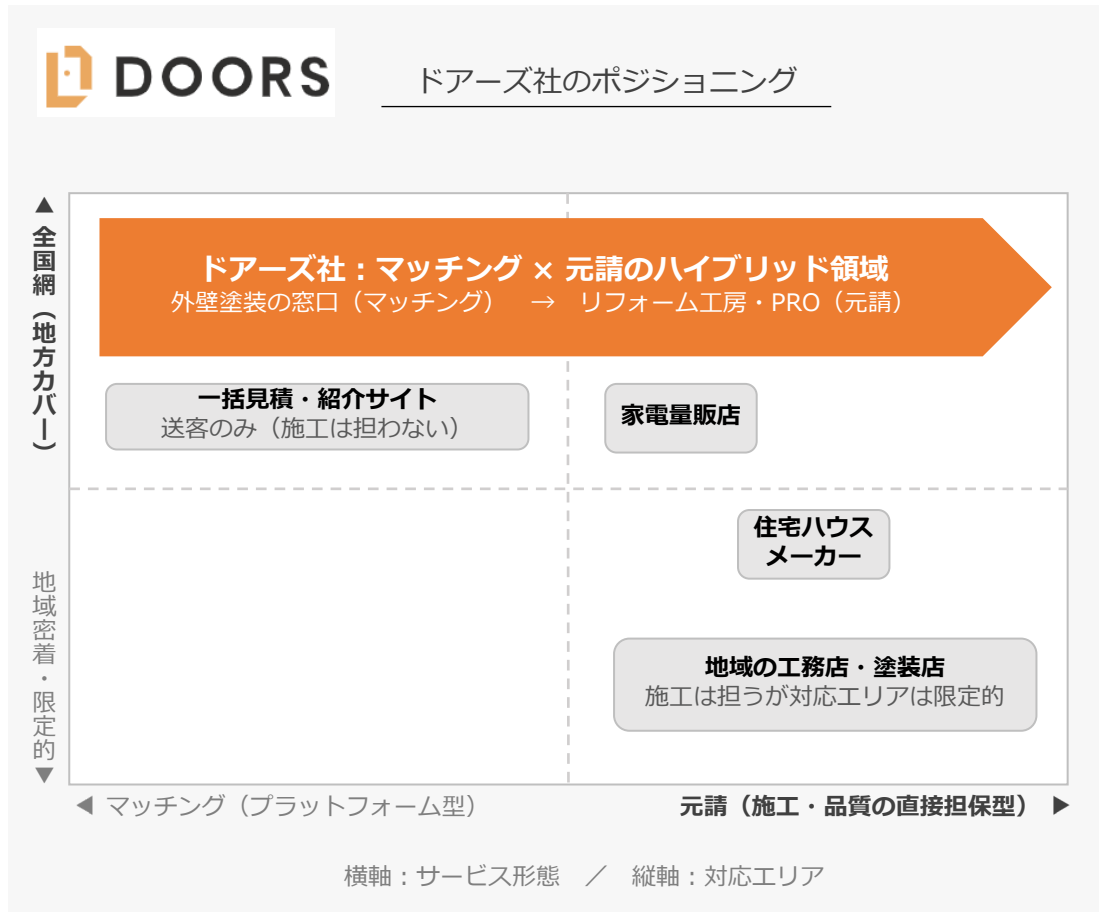
- 「相談する」「解決する」を提供するエンゲージメントプラットフォーム・ソリューションプラットフォームの売上高合計はYoY 8.9倍に成長。ドアーズ社のリフォームサービスの成長が大きく寄与

エンゲージメント・ソリューションプラットフォーム売上高合計の推移



※エンゲージメントプラットフォームとソリューションプラットフォームの売上高合計：「外壁塗装の窓口 リフォーム工房・PRO」、「住まい探しの窓口」、「ライフスタイルMEMBERS」、レプリス社「ライフライン」「駆け付け」（2026年9月～）の売上高合計

- 国内最大級のマッチング基盤を原資に、地方の「リフォーム難民」を救う独自の元請モデルを展開。職人とのDX共生と契約窓口の一本化が強みであり、大手企業とのアライアンスを通じて住まいカテゴリーの非連続な成長を牽引



1

## エリアカバレッジ 地方の「家守り」を担う全国ネットワーク

約6,000の加盟店を持つ「外壁塗装の窓口」に加え、自社元請の「外壁塗装の窓口 リフォーム工房」は150店舗を突破。ハウスメーカーの対応が手薄になりがちな地方圏の受け皿として、施工空白地帯の解消を進める

2

## 提供形態 職人との「DX共生」で実現する適正価格と高品質

2025年の一般建設業許可取得を機に、元請リフォーム事業を本格化。ドアーズ社のDX・集客力と職人の専門施工・現場営業力を組み合わせ、高い施工品質と安心の保証を両立

3

## 集客とBtoB展開 FCとは異なる「単一窓口」が強みのアライアンス力

ドアーズ社が単一の契約窓口としてサービス品質を直接担保。この信頼性を強みに、大手企業との提携による一般住宅へのアプローチと、法人・投資家から工事を直接請け負うBtoB市場の開拓を加速

- 2026年8月14日にグループインしたレプリス社も、住まいカテゴリーの提供価値の拡大を牽引する重要な役割を担う
- 同社は、ライフライン取次、24時間駆けつけという2つの主力サービス展開



電気 ガス 水道 インターネット

## 不動産仲介・管理会社様のための ライフライン取次サービス

全国 8,000 事業所  
が採用

不動産会社の  
収益力UP

ライフライン取次  
全て対応

### ライフライン取次サービス

新生活に必要なとなるライフライン（インターネット・電気・ガス・水道）に関する手続きや手配・代行、サポート等を行うサービス



サービス実績累計 30 万人以上

## くらしあんしんサポート24 24時間 駆けつけサービス

入居者満足度向上  
24時間対応で  
入居者も安心

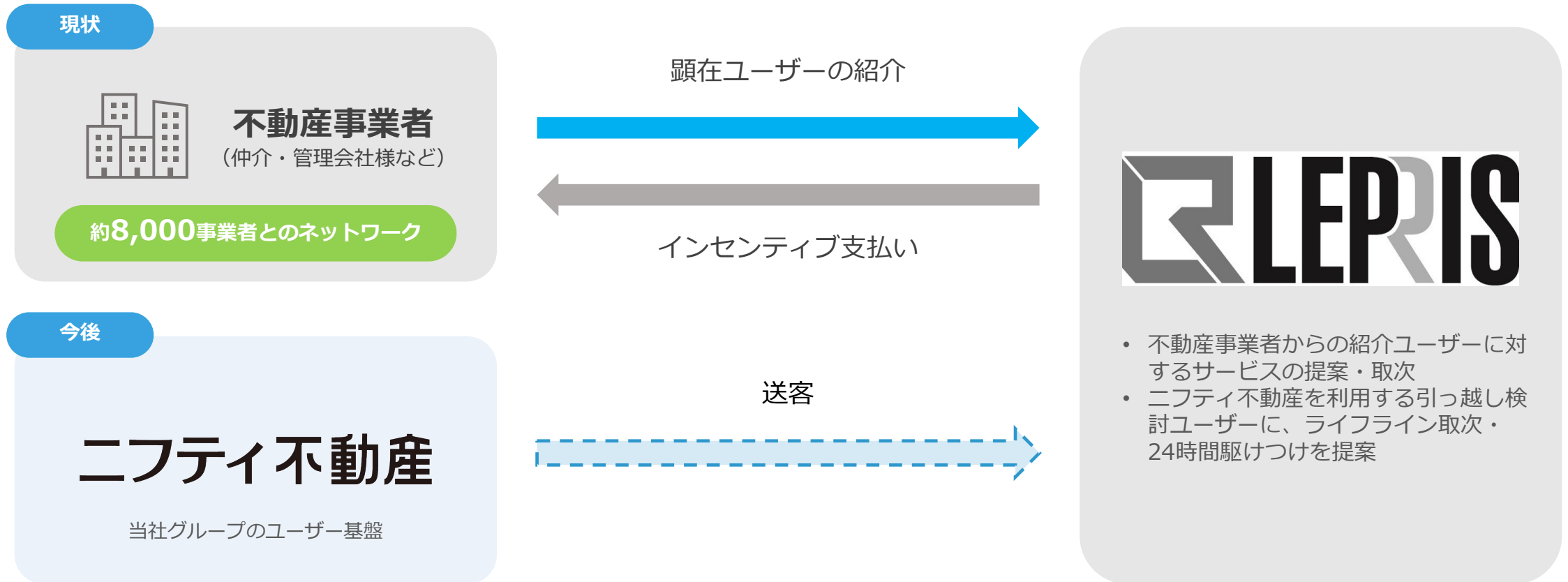
付帯収益の増加  
人気の付帯収益  
サービスです

業務効率改善  
頻度の高い一次対応は  
当社にお任せ

### 24時間駆けつけサービス

水まわり、鍵、ガス・電気設備などのトラブルに24時間365日対応する緊急かけつけサービス。  
専用フリーダイヤルは19ヶ国語で対応

- 約8,000の不動産事業者から、引っ越しが決まった顕在ユーザーをご紹介いただく集客モデルを構築しており、生成AIの影響を受けにくい安定的且つ低コストな集客を実現
- 今後はニフティ不動産のユーザーにレプリス社のサービスを提案することで、グループ内送客を推進する



- 不動産事業者からの紹介とグループ内送客で集客を強化しながら、収益構造の多様化と事業者向けソリューションの拡大を図る

1

約8,000の不動産事業者からの紹介による  
低コストでの集客と、ニフティ不動産とは異なる属性ユーザーとの接点創出

2

ニフティ不動産のユーザーにライフライン取次・24時間駆けつけを提案することによる、  
新たな集客チャネルの確立と、ニフティ不動産ユーザーのARPU向上

3

フロー収益であるライフライン取次、ストック収益である24時間駆けつけという、  
クロスセル可能且つ、性質の異なる収益構造のサービスの取り込み

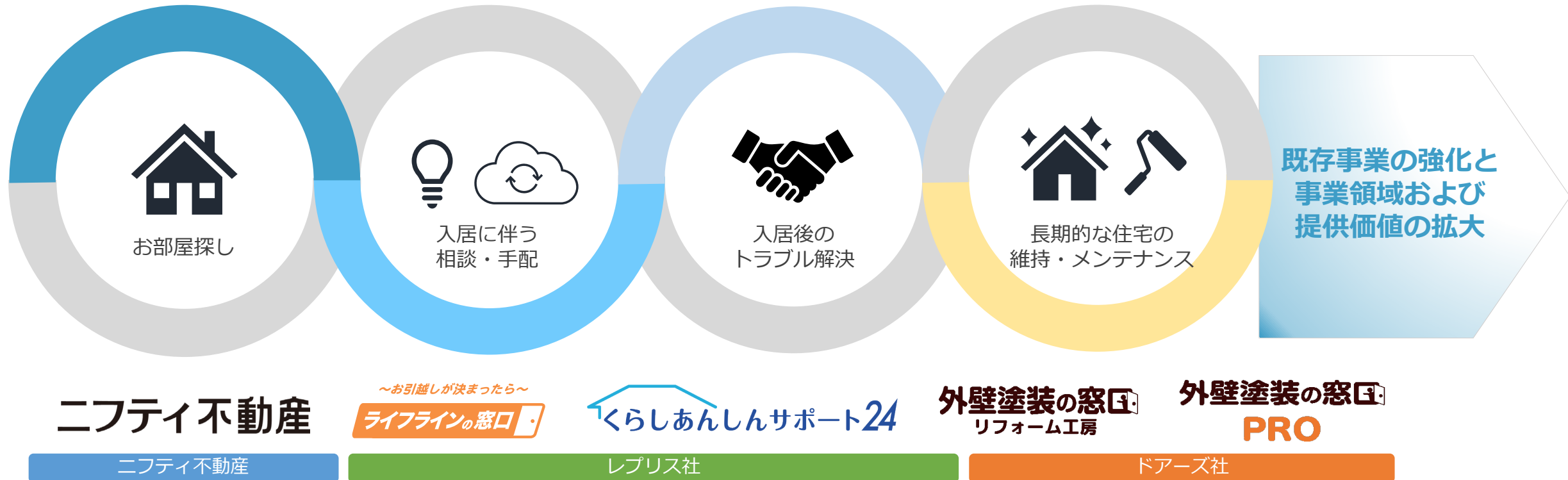
4

約8,000の事業者ネットワークの獲得と、当社既存サービスとの掛け合わせによる、  
不動産事業者に対するソリューション提供の幅の拡大

※ARPU：ユーザー1人あたりの売上高

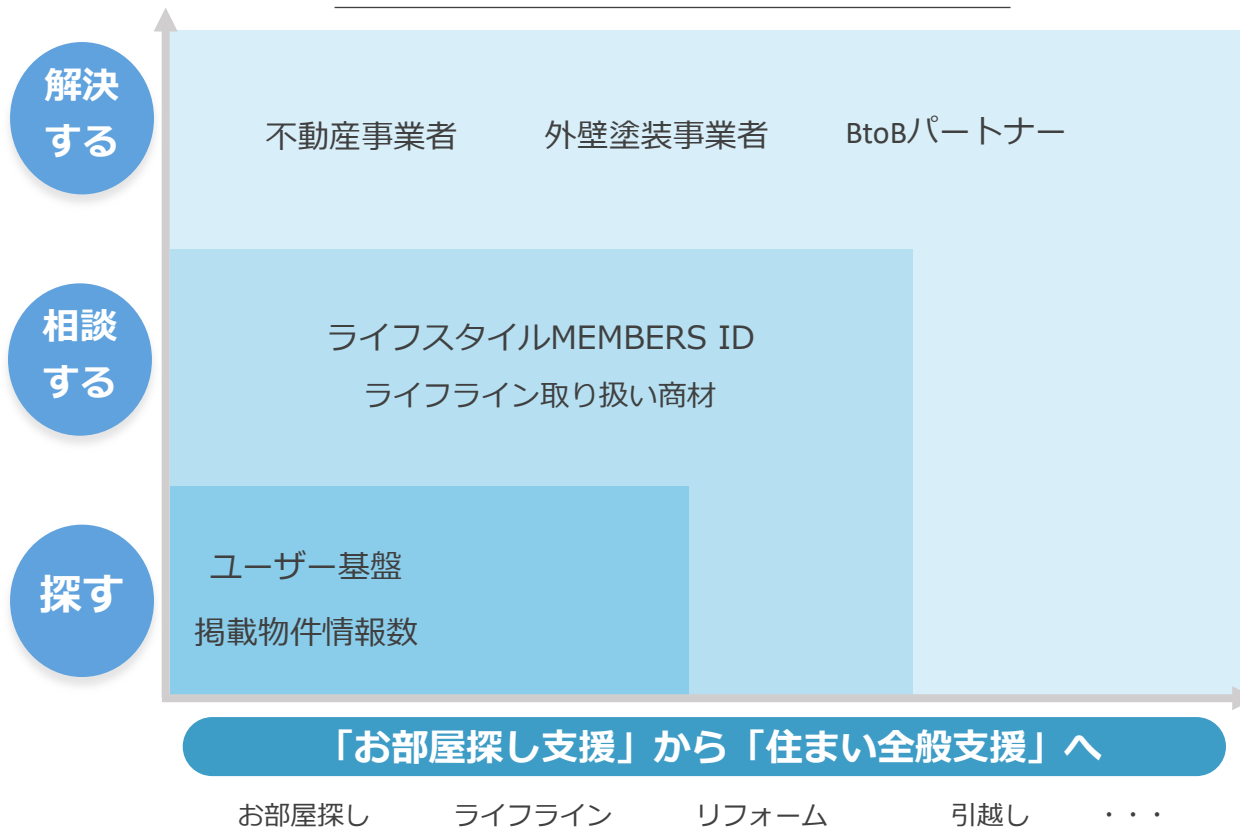
- お部屋探し（ニフティ不動産）とリフォーム（ドアーズ社）に、入居時・入居後の支援（レプリス社）が加わることで、住まいのサービスの繋がりを創出

## 「お部屋探し支援」から「住まい全般支援」への拡大



- 「探す」を支える掲載物件情報数やユーザー基盤、「相談する」を支える会員基盤、「解決する」を支える事業者ネットワークという当社ならではのアセット・ケイパビリティが揃いつつある

## アセット・ケイパビリティの広がり



### 解決する（ソリューション）

#### 解決を実現する事業者とのネットワーク網

- ✓ ドアーズ社：6,035の加盟店、150の出店数
- ✓ B2Bパートナーの広がり
- ✓ レプリス社：約8,000の不動産事業者との取引接点

### 相談する（エンゲージメント）

#### 相談を実現するエンゲージメント基盤の広がり

- ✓ ライフスタイルMEMBERS ID：約167万ID

### 探す（マッチング）

#### 探すを実現する情報量とマッチング技術

- ✓ ニフティ不動産：1,695万件の国内最大級の物件情報
- ✓ ニフティ不動産：累計アプリDL数 1,400万件

※ドアーズ社の施工加盟店数、ニフティ不動産のアプリDL数、掲載物件情報数は、2026年9月末時点の集計数値

- 住まいカテゴリー内のバリューチェーンと当社のアセット・ケイパビリティを掛け合わせ、個人・法人の両方へのクロスセルを拡大していく

## 住まいカテゴリーにおける変化



## 将来的なインパクト

### 個人顧客へのクロスセル

ニフティ不動産を通したお部屋探しのユーザーに、ライフラインやリフォーム等の関連するサービスをクロスセルする

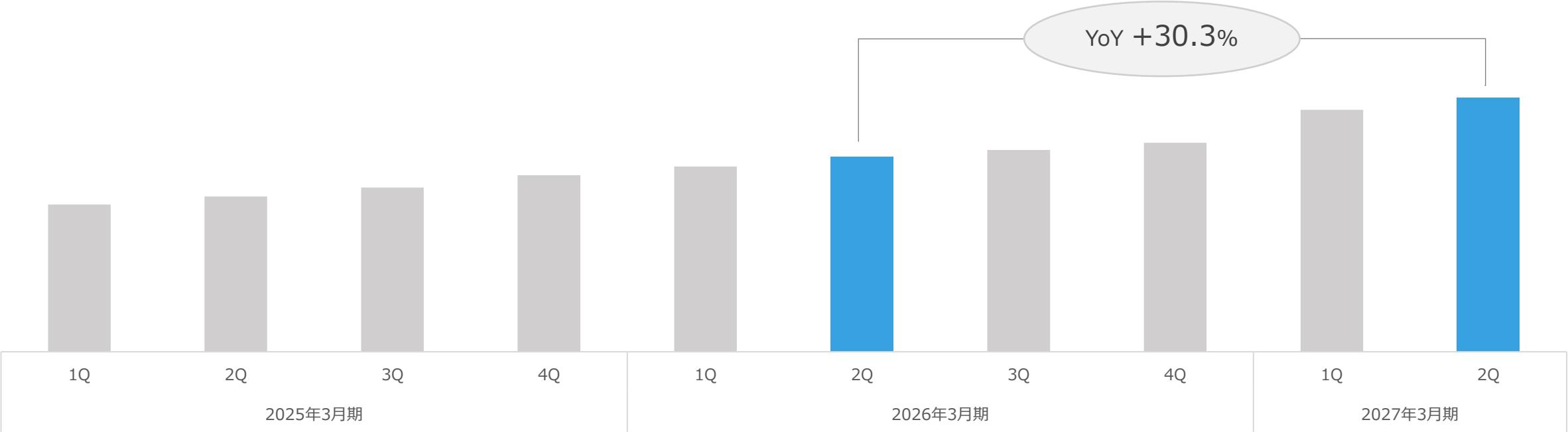
### 法人顧客へのクロスセル

レプリスが抱える不動産事業者ネットワークに、当社及びドアーズのサービスをクロスセルする

- クーポンやニフティ温泉のアプリリニューアル、おふろパス等の貢献もあり、ライフスタイルMEMBERS ID数は増加
- 提供サービスの強化による新規ID数の獲得を図る

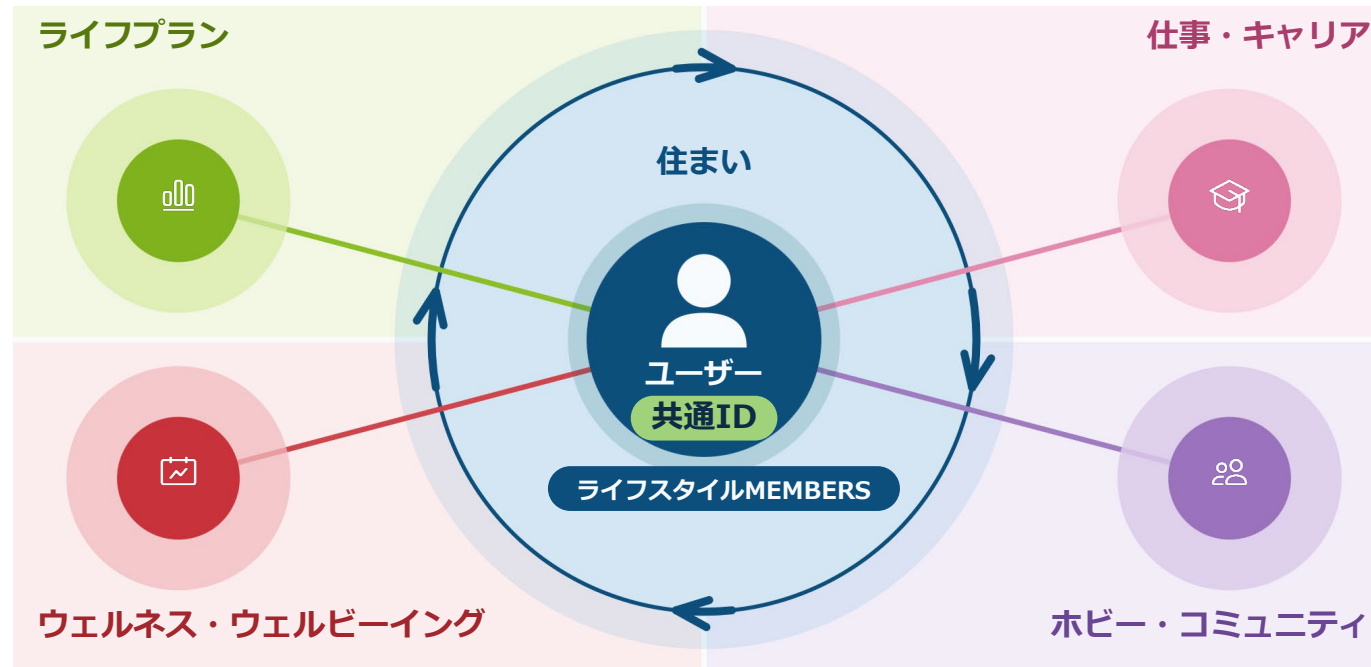
(単位：ID)

|                    | 2025年3月期 |           |           |           | 2026年3月期  |           |           |           | 2027年3月期  |           |
|--------------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
|                    | 1Q       | 2Q        | 3Q        | 4Q        | 1Q        | 2Q        | 3Q        | 4Q        | 1Q        | 2Q        |
| ライフスタイルMEMBERS ID数 | 968,355  | 1,021,093 | 1,079,756 | 1,160,857 | 1,217,692 | 1,281,168 | 1,327,001 | 1,374,397 | 1,591,050 | 1,669,755 |



※1Qにおける開示の際に、新定義にアプリブッシュ許可ユーザー数も含む旨を記載しておりましたが、アプリブッシュ許可ユーザーは含まない旨に訂正させていただきます。  
メールアドレス登録者とソーシャルログイン登録者の合計値がライフスタイルMEMBERS ID数となります。

- コアドメインである住まいを中心に、お部屋探しから入居、住まいの維持まで、バリューチェーンを広げている
- 今後は住まいカテゴリーのユーザーとの接点を共通のID基盤で繋ぎ、ライフプランやウェルネスなど他のライフスタイル領域へと拡大していく



**ユーザー × データ**

住まい・暮らしの行動を蓄積



**ライフスタイル  
MEMBERS**

共通IDで囲い、点を線でつなぐ



**ARPU・LTV の最大化**

リピート／クロスユースを生む

## 下期の具体アクション

■ 2027年3月期の経営戦略の実現に向け、下期の具体的なアクションとしては以下を実行していく

### ① 住まいカテゴリー のバリューチェーン拡大の継続

#### 下期の主な取り組み

- お部屋探しのユーザーに対し、ライフライン取次や24時間駆けつけのサービス提供を通じたクロスセルの基盤作り
- レプリス社の持つ不動産事業者ネットワークに対するドアーズ社のサービス提供の検討

### ② 提供価値の拡大 (探す→相談する→解決する)

#### 下期の主な取り組み

- 当社のアセット・ケイパビリティを活用した新たな提供価値の創出
- ドアーズ社のリフォームサービスの継続拡大

### ③ 集客力の回復

#### 下期の主な取り組み

- ニフティ不動産の購入検討層に対し、お気に入り物件の継続的なリマインドを通じた購買意欲の喚起
- 希望条件および検索履歴等から精度の高いレコメンドを幅広く提案し、潜在的なニーズを掘り起こす

### 3つの柱を支える経営共通基盤

#### ④ M&A

- 住まいのバリューチェーン拡充及び会員基盤の拡大に向け、外部リソースを活用したソーシング強化の実施

#### ⑤ 生成AI

- 既存サービスへの生成AI活用と組織生産性向上に向けた生成AI活用の推進

#### ⑥ 会員基盤

- ライフスタイルMEMBERSにおける会員数の継続的な獲得

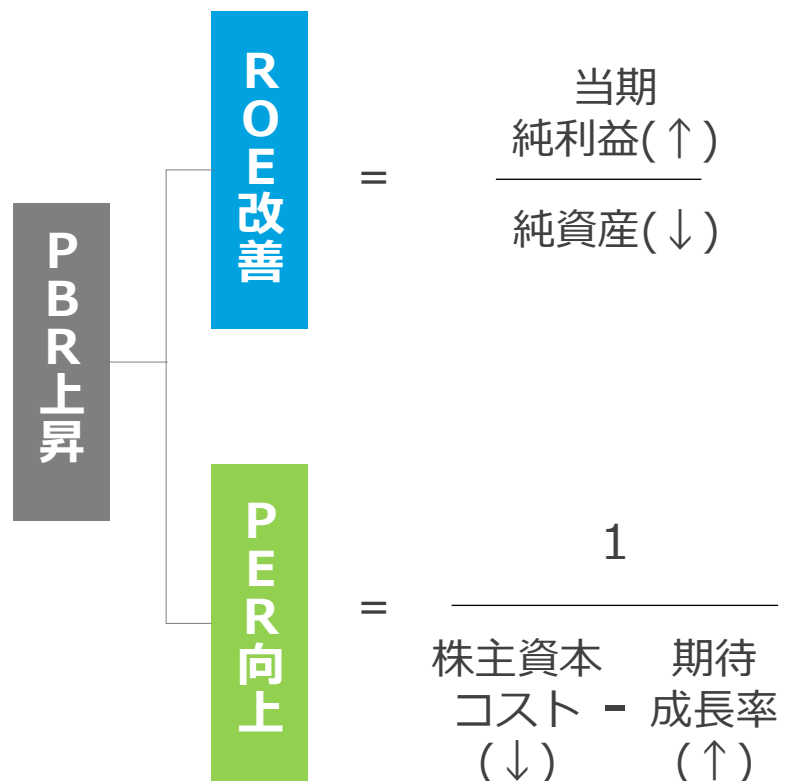
CHAPTER

## 財務戦略・株主還元方針



## 企業価値向上に向けた取り組みについて

- 中長期的な経営戦略および事業戦略に基づく成長投資を推進するとともに、株主還元の充実や最適資本構成の実現等により、 $ROE \times PER = PBR$ 上昇に取り組む

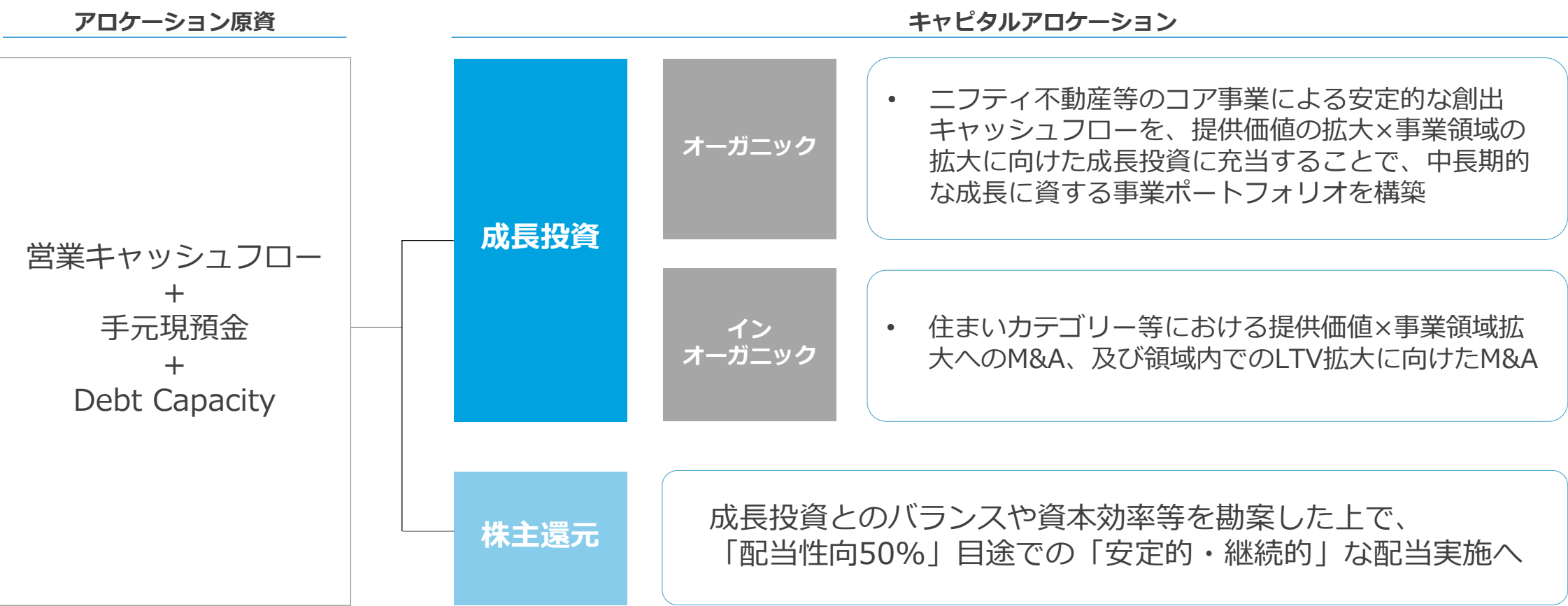


- マatchingプラットフォームの集客効率化とエンゲージメント・ソリューションプラットフォームの拡大により、LTV-CACの最大化を図る
- 手元現預金を成長投資や株主還元施策に充当し、資本効率を向上させる

- 情報開示の充実・株主や投資家との積極的な対話や最適資本構成実現等による株主資本コストの引き下げ
- 中長期的な戦略に紐づく主要KPI等の定量情報を新たに開示し、成長の蓋然性を示すことで市場における期待成長率を引き上げる

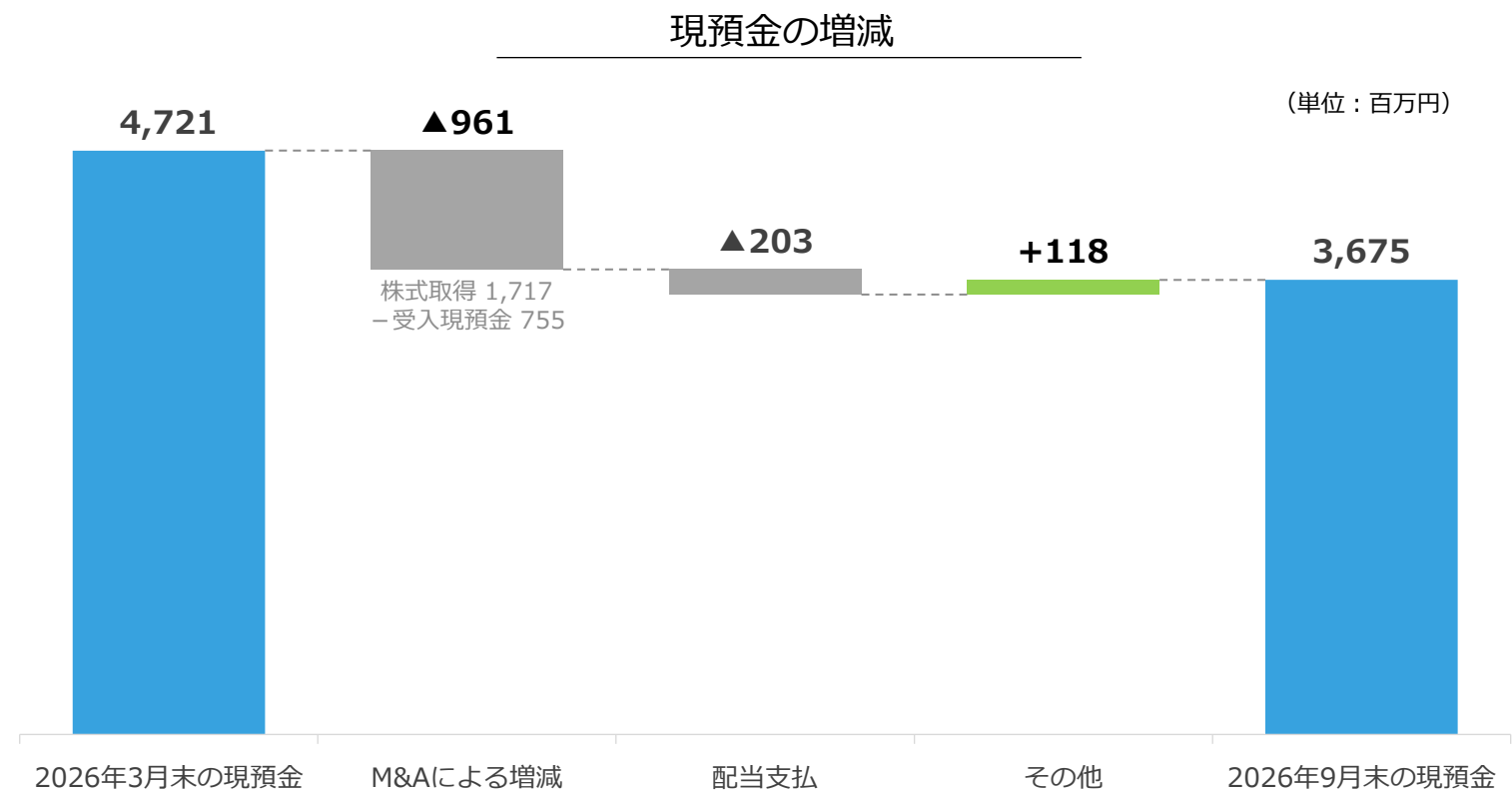
# キャピタルアロケーションの方針

■ 手元現預金の活用やバランスシート最適化を通じ、成長投資と株主還元を両立させる



# 上期における現預金の増減

■ 手元資金をM&Aや株主還元へ積極的に配分しつつ、9月末も現預金3,675百万円を確保

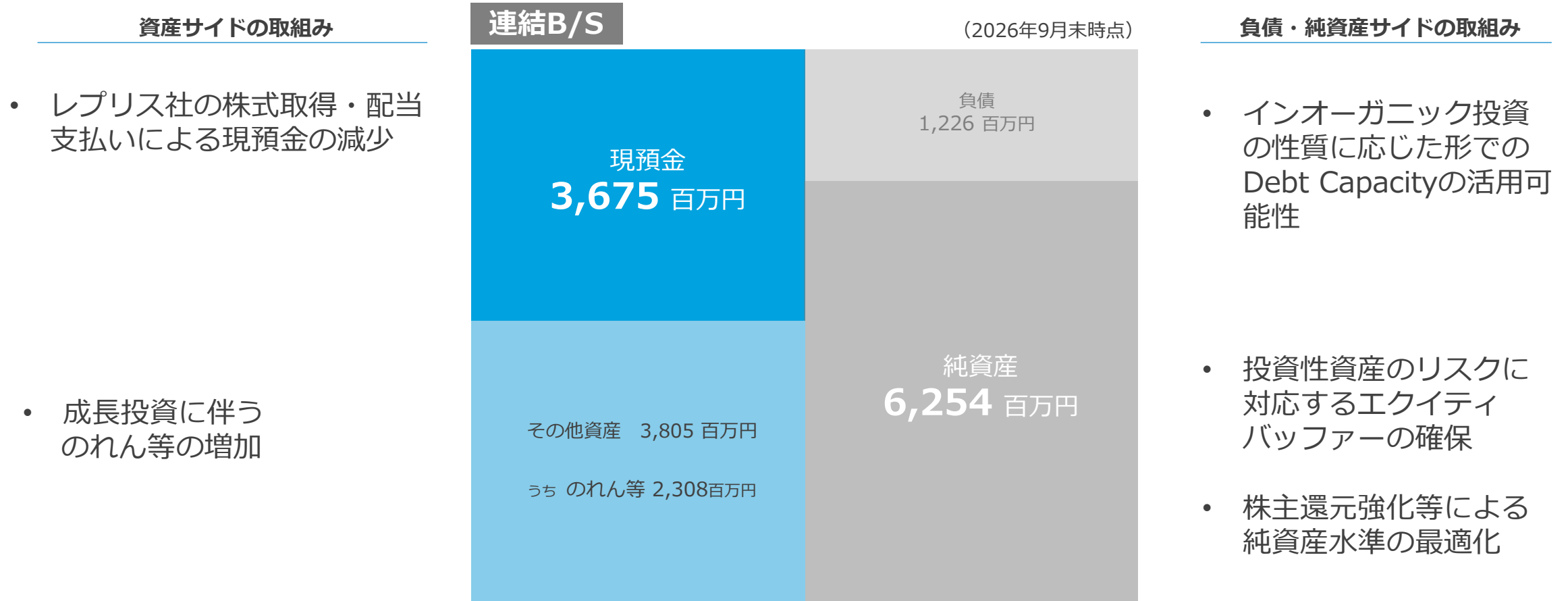


| (百万円)    |       |
|----------|-------|
| 3月末の現預金  | 4,721 |
| M&Aによる増減 | ▲961  |
| 配当支払     | ▲203  |
| その他      | +118  |
| 9月末の現預金  | 3,675 |

※その他＝4～9月の現預金の増減からM&Aによる増減・配当支払を除いた差額

# バランスシートの変化

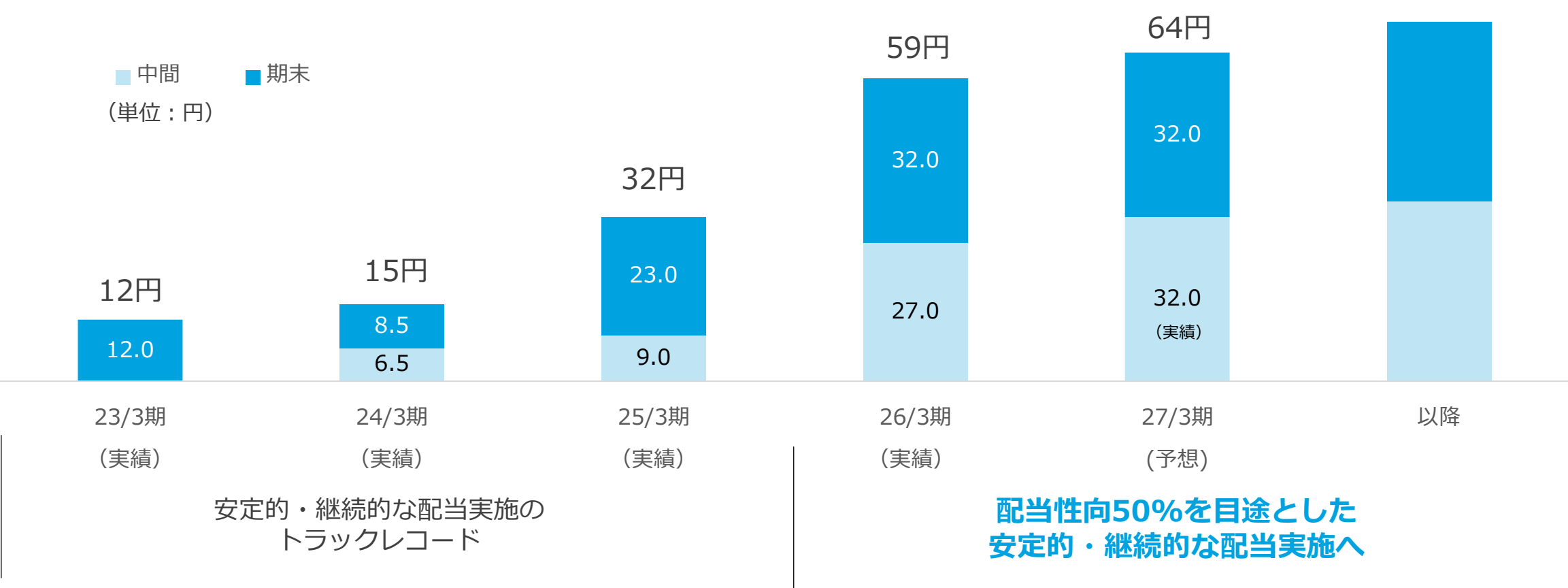
- 現預金の比率は49.1%へ低下。今後も成長投資及び株主還元を実施し、資本効率の向上を図る



事業収益力の向上 × 加重平均資本コストの抑制を意識した連結B/Sへ

# 株主還元：配当

- 中期経営計画期間においては、配当性向50%を目途とする安定的・継続的な配当を実施
- 2027年3月期の中間配当においては32円で実施



## IRにおける開示枠組みについて

- 当社の課題であるPER向上への働きかけを意識した構成へ

|                   |                                                         |
|-------------------|---------------------------------------------------------|
| エクイティストーリー<br>の設定 | 「人生100年時代の意思決定を支えるLIFESTYLE PLATFORMERへ」<br>というストーリーの提示 |
| 成長蓋然性向上への<br>働きかけ | 経営戦略および事業戦略の解像度引き上げ                                     |
| 情報開示の在り方          | 経営戦略・事業戦略により直接的にリンクし、<br>継続的な情報開示が可能な定量指標の取り扱い          |

株価 =  $EPS \times PER$ 、 $PBR = PER \times ROE$

⇒  $PER = 1/r-g$  の「 $r$ 」と「 $g$ 」により直接的に働きかけるIR開示枠組みへ

CHAPTER

# Appendix



## 当社の目指す姿

## 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。

## 中期経営計画



X P A N S I O N 2030

2026年3月期～2030年3月期（5ヵ年）

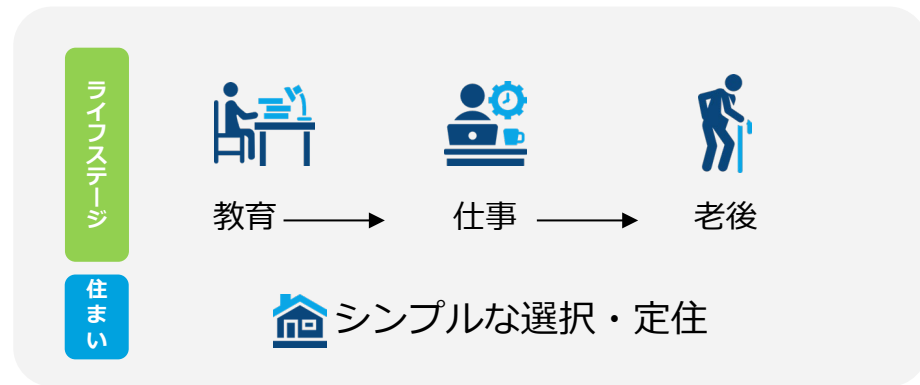
## VISION2030

「人生100年時代の意思決定」を支える企業へ

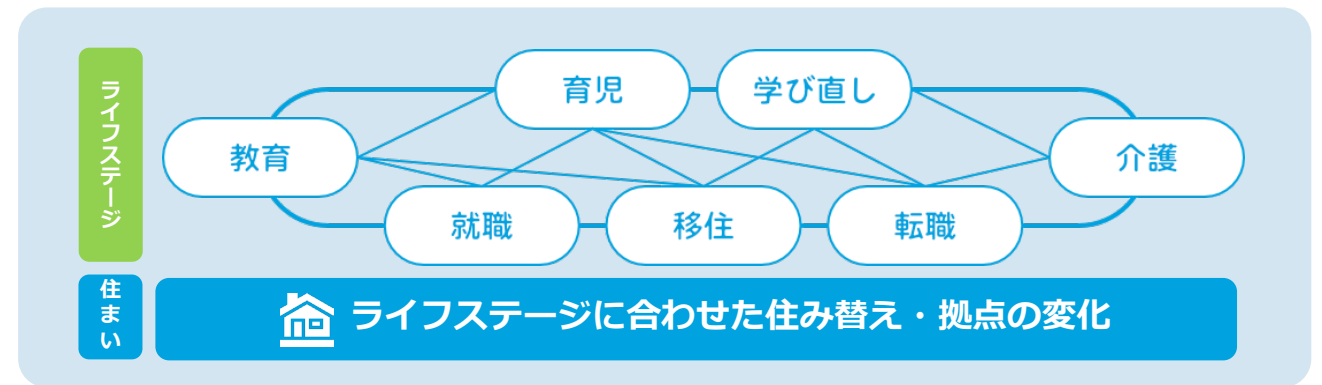
# 人生100年時代の意思決定

- 従来の「単一的」な人生から、年齢やステージに関係なく、多様な生き方を選択できる「マルチステージ」時代になり、ユーザーの人生における意思決定は複雑化。より良い意思決定を可能にするための支援を行う

【従来】単一的な人生



【現在】複雑化するマルチステージ



## 人による相談・伴走

専門知識を持つ  
担当者が親身に  
寄り添い支援



## データによる気づき

豊富なデータから  
潜在的なニーズや選択肢  
を提案



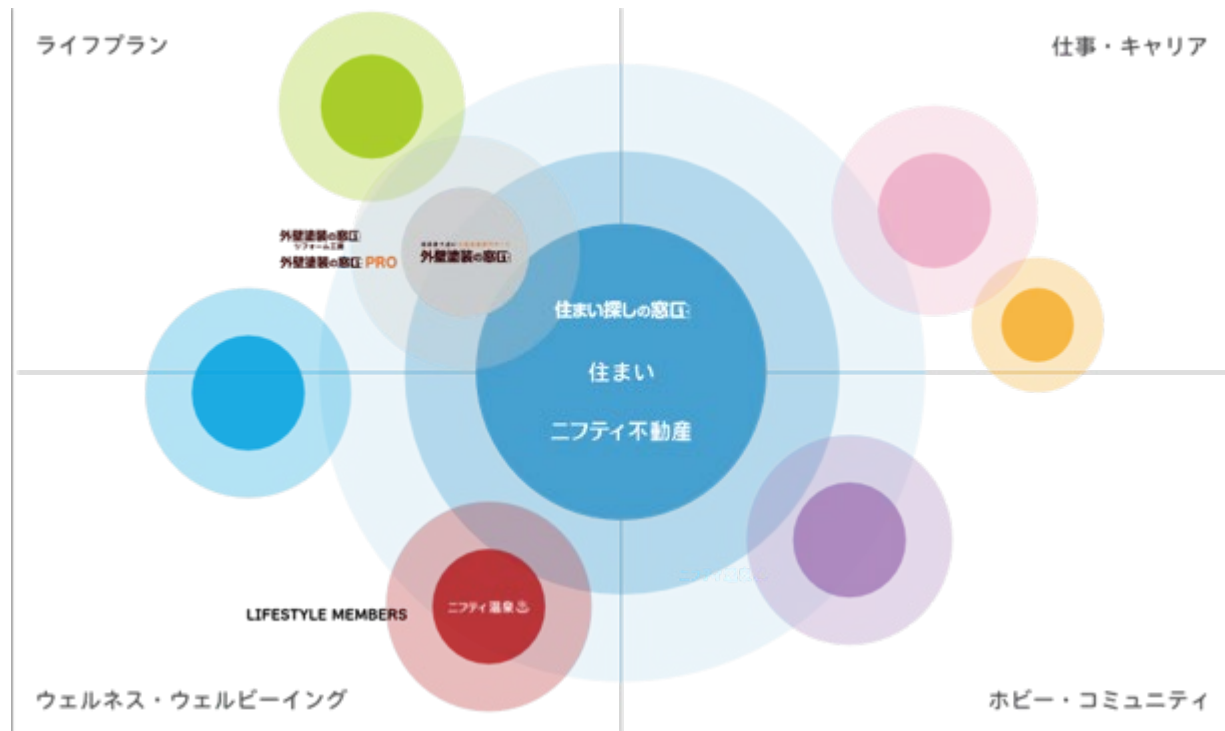
## AIによる最適化

生成AI技術で自動的に  
最適なプランを提案



## 事業領域の拡大

- 当社のコアドメインであり、「暮らし」の基盤となる「住まい」を中心としながら、幸せな暮らしを構成する他4つの重要ドメインにもサービス領域を拡大する



### 幸せな暮らしとは？

#### 幸福の経済学※1

幸福感に影響する主要因として、「家族関係」「経済状況」「仕事」「コミュニティと友人」「健康」等が挙げられている

#### 世界幸福度報告※2

幸福度の主要な変数として、「一人当たりのGDP」「健康寿命」「頼れる人の存在」「選択の自由」等が挙げられている

人生のいつの時点にも関わりがある「住まい」を中心とし、

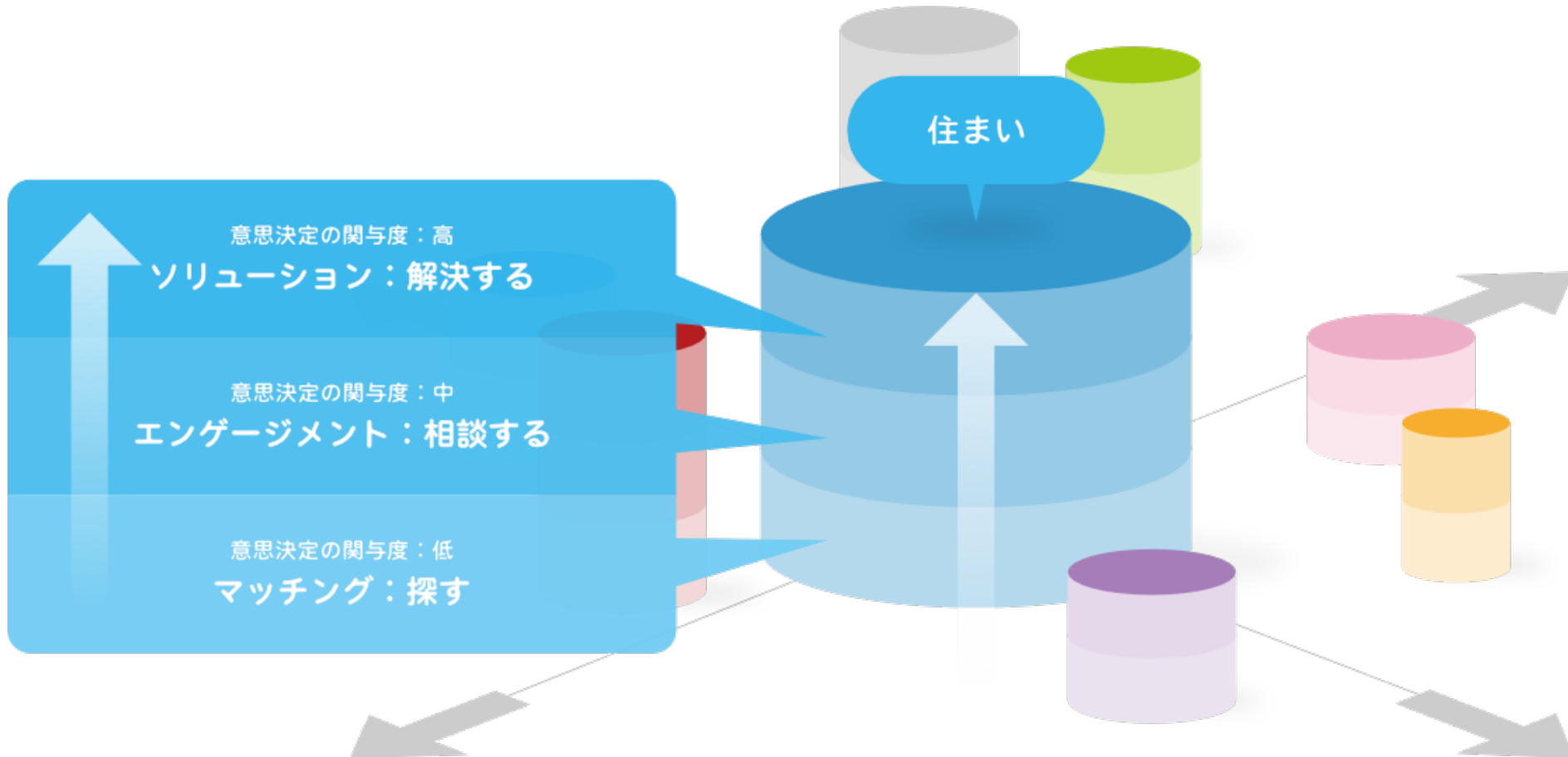
「ライフプラン」「ウェルネス・ウェルビーイング」

「仕事・キャリア」「ホビー・コミュニティ」

を幸せな暮らしを形作る重要要素と定義

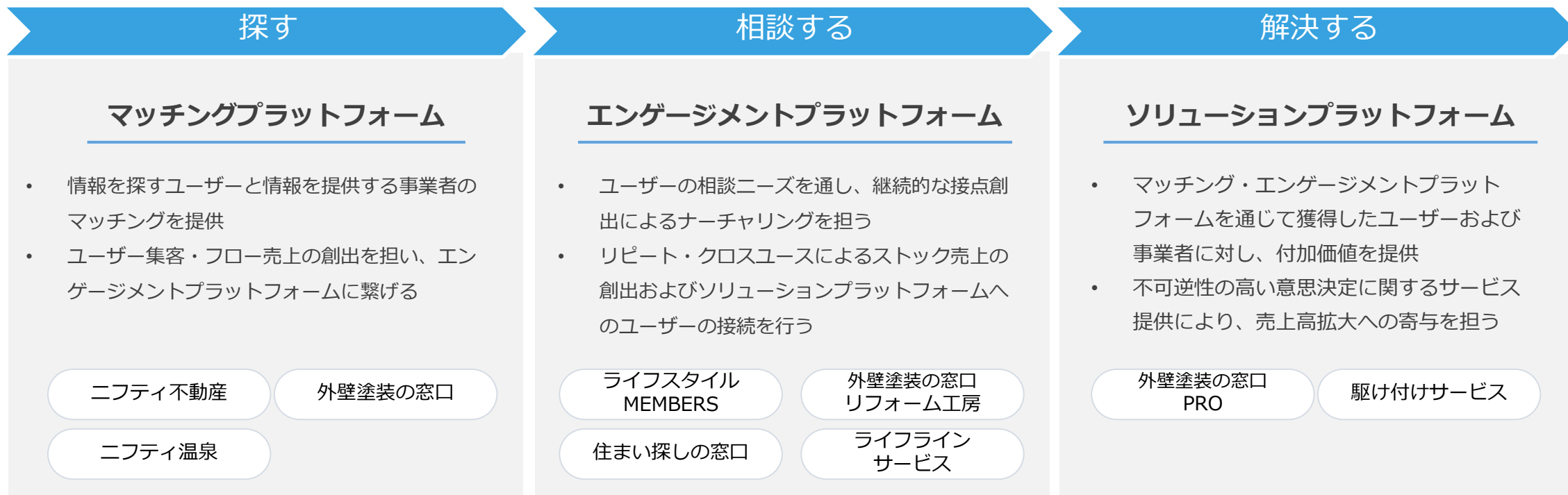
## 提供価値の拡大

- マatchingプラットフォームを通した「探す」から、エンゲージメント・ソリューションプラットフォームを通した「相談する」「解決する」まで提供価値を拡大
- ユーザーの人生における重要な選択に対して、より良い判断と行動をサポートする



# 各プラットフォームの役割

- 各プラットフォームの役割と分類される既存サービスは以下の通り



## 生成AI・テクノロジー基盤

生成AIやテクノロジー基盤を活用し、各プラットフォームの成長とエコシステム全体の発展を牽引する

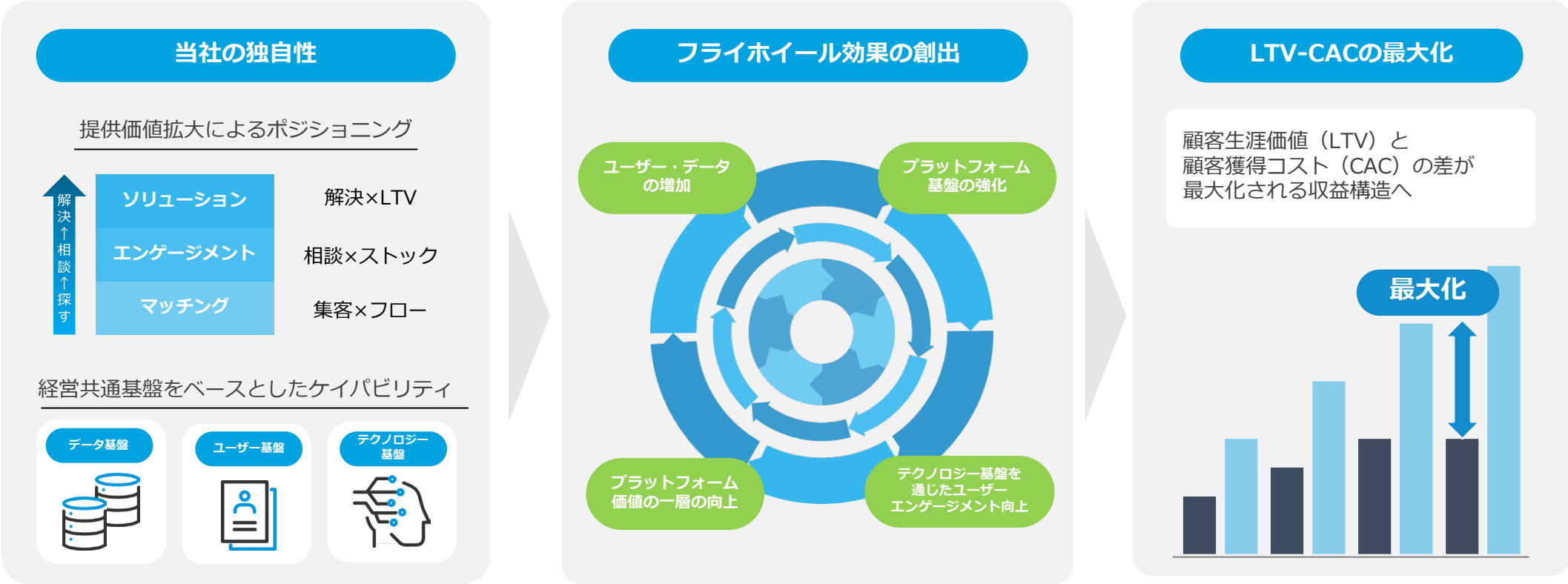
GiRAFFE & Co.

DFO

# 当社の競争優位性と目指す姿

- 経営共通基盤をベースに領域と提供価値を拡大することで、「人生100年時代の意思決定を支えるLIFESTYLE PLATFORMER」への変化を目指す

## 人生100年時代の意思決定を支える LIFESTYLE PLATFORMERへ



## 中期経営計画 定量目標（2030年3月期）

- 下記定量目標を掲げ、事業成長と株主還元のバランスを実現していく

| 中期経営計画 最終年度<br>(2030年3月期) |                             |
|---------------------------|-----------------------------|
| 売上高                       | 120.0 億円                    |
| 営業利益                      | 20.0 億円                     |
| 株主還元                      | 配当性向目途 50%<br>計画期間中(26/3期～) |
| ROE                       | 15% 以上                      |

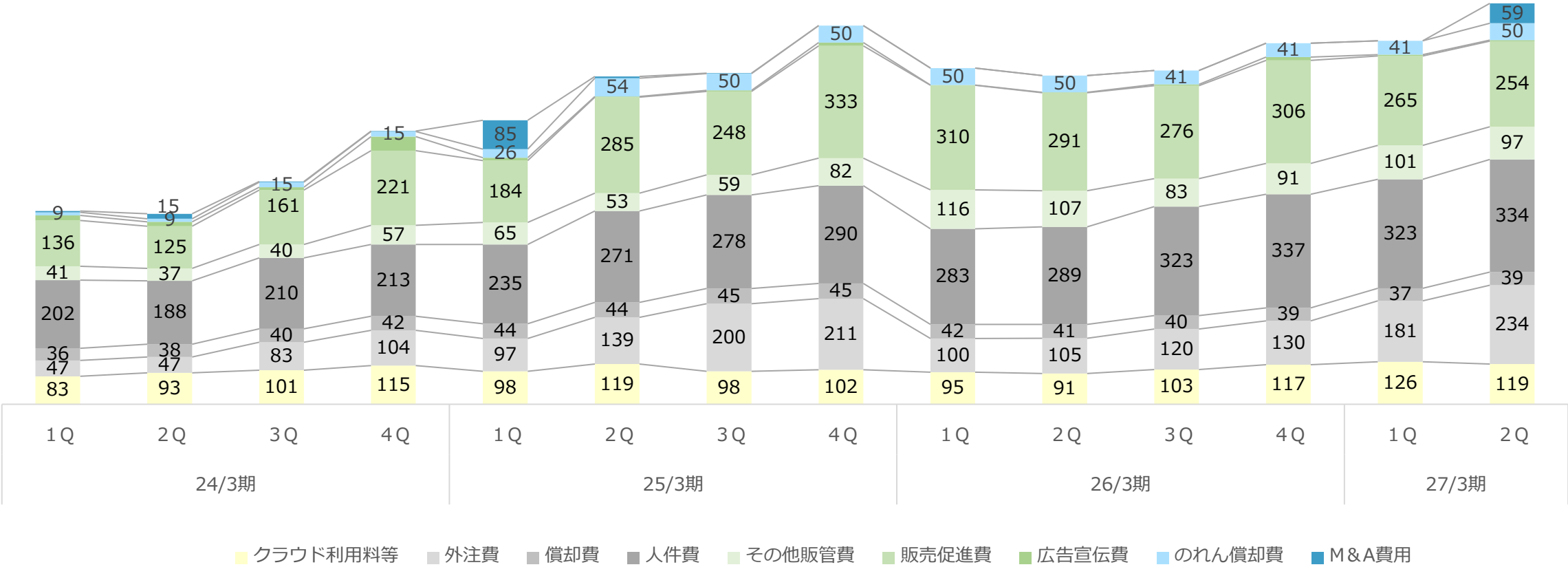
## 連結貸借対照表・コスト推移

## 2027年3月期 第2四半期：連結貸借対照表

| (単位：百万円) |          | 2027年3月期第2四半期 | 2026年3月期第4四半期 | 増減額    |
|----------|----------|---------------|---------------|--------|
| 流動資産     | 合計       | 4,554         | 5,547         | ▲993   |
|          | 現預金      | 3,675         | 4,721         | ▲1,046 |
|          | 売掛金      | 746           | 765           | ▲19    |
|          | その他      | 132           | 59            | 73     |
| 固定資産     | 合計       | 2,925         | 1,917         | 1,008  |
|          | ソフトウェア   | 318           | 299           | 19     |
|          | のれん      | 1,889         | 874           | 1,015  |
|          | 顧客関連無形資産 | 418           | 440           | ▲22    |
|          | その他      | 299           | 303           | ▲4     |
| 資産       | 合計       | 7,480         | 7,464         | 16     |
| 負債       | 合計       | 1,226         | 1,218         | 8      |
| 純資産      | 合計       | 6,254         | 6,246         | 8      |
|          | 資本金      | 1,282         | 1,271         | 11     |
|          | 資本剰余金    | 1,199         | 1,187         | 12     |
|          | 利益剰余金    | 3,775         | 3,793         | ▲18    |
|          | 自己株式     | ▲42           | ▲45           | 3      |
|          | 新株予約権    | 38            | 38            | 0      |
| 負債・純資産   | 合計       | 7,480         | 7,464         | 16     |

# 2027年3月期 第2四半期：コスト四半期別推移

- レプリス社取得に伴うM&A費用（59百万円）の発生
- 販売促進費は抑制し、柔軟なコストコントロールを実施



※人件費＝売上原価・販管費の人件費の合計、償却費＝売上原価の償却費、のれん償却費＝のれん償却＋顧客関連無形資産の償却

## 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

■ IRに関するお問い合わせ先 : [https://niftylifestyle.co.jp/ir/ir\\_contact/](https://niftylifestyle.co.jp/ir/ir_contact/)