

デジタルを、未来の 鼓動へ。**DIGITAL** HOLDINGS

株式会社デジタルホールディングス
2025年Q1決算説明会資料

Date. 2025. 5 . 9

・収益性大幅改善

連結営業利益前年比10.0%増、親会社株主に帰属する四半期純利益前年比184.1%増
特にMarketing事業とFinancial Services事業で収益性大幅改善
Investment事業は営業外収益計上により、ボトム収益性改善に大きく貢献

・期初公表ガイダンスに対して好発進

Marketing事業及びInvestment事業がガイダンス進捗に大きく寄与も、
Q2以降の事業環境を慎重に鑑み、現時点では据え置き

・Marketing事業を主軸としたグループの施策「マーケティング×AI」本格始動

グループ7社の統合により、意思決定と事業推進のスピードが大幅に向上
重点施策であるAIの全社展開も、2か月で全従業員への利用率100%を達成
外部の共創パートナーとの連携も着実に進行し、成長の基盤を一層強化

INDEX

1 | 歩みとこれから

2 | 2025年Q1決算概要

3 | 2025年通期連結業績予想の進捗

4 | Appendix

1 | 歩みとこれから

新しい価値創造を通じて 産業変革を起こし、社会課題を解決する。

私たちは、デジタルシフトを通じて、
“産業変革=IX：Industrial Transformation®”を目指しています。

当社は、創業以来、成長志向企業の発展に直結する
「独自の仕組み」を提供することで、新しい価値を創造し続けています。

グループ一丸となって産業変革を推進することで、
成長志向企業の持続的発展と、働き手の価値が正当に引き上げられる
日本社会の実現を目指します。

バリューの体現者を、私たちは**誠実な野心家**と呼びます。

「**誠実な野心家であれ。**」という理想の姿を追求し、**新たな価値を創造**してまいります。

1. 新しい価値創造

企業の永続的存在価値は、常に新しい価値を創造し、社会に提供し続ける事にある。
新しい価値を提供できなければ、減っていくのが自然の摂理。
よって、常に新しい価値を創造し、産業を変革することで、未来社会の繁栄を創造する。

2. チャレンジ（変革し続ける）

世の中のニーズ(社会)は常に変わり続けるので、我々が、提供するサービス(事業)も常に代わり続けなければならない。最大の失敗は挑戦しないことである。

3. 楽天主義（プラス思考）

新しい価値創造にチャレンジし、常に変革し続けるには、大きな既成概念の壁や抵抗勢力を乗り越えねばならない。
そんな時にできない理由を列挙するのではなく、
「どうすればできるか？」を常に自問自答し、プラス思考で道を切り開いてこそ、道は開ける。

4. 先義後利

先ず義ありて、後に利あり。貢献すれば利益は後から自然とついてくる。
まずは社会のためを考え貢献することを優先する。

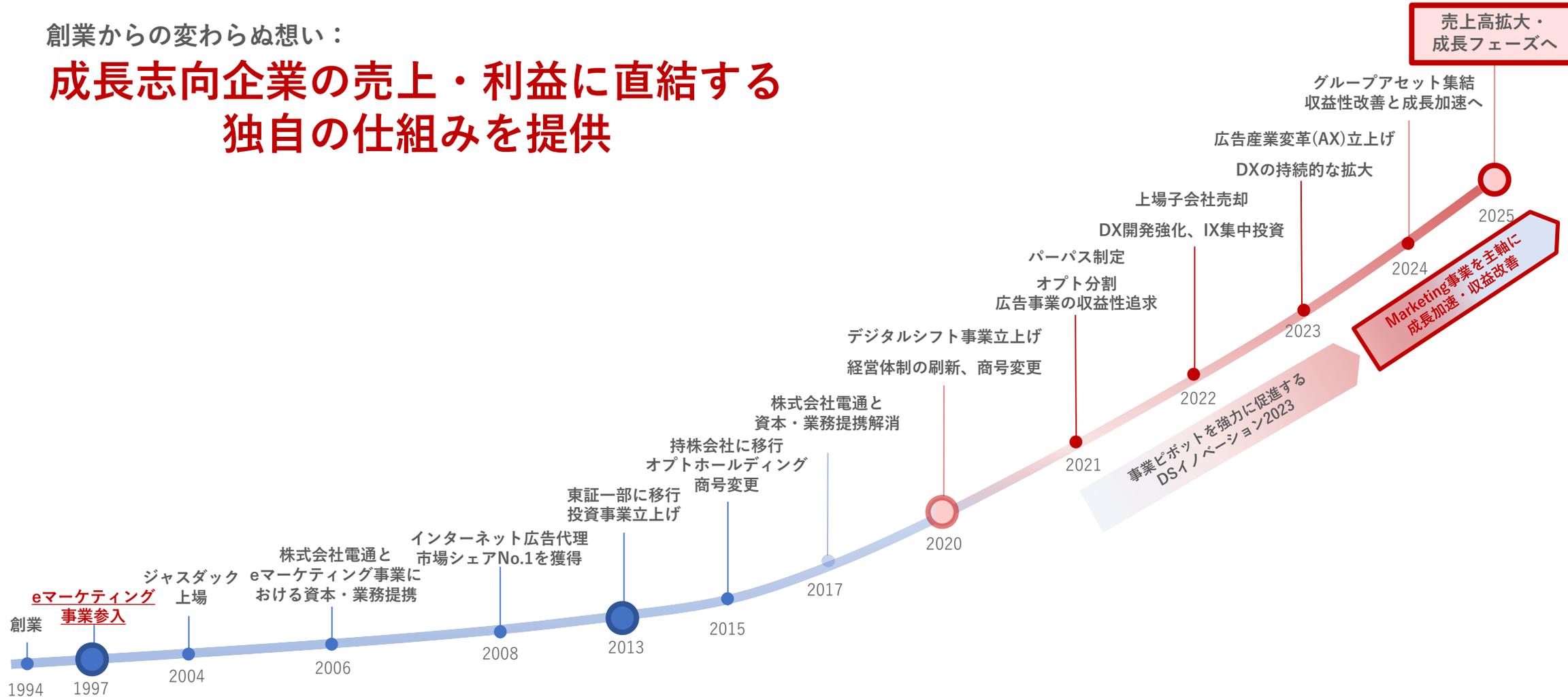
5. 一人一人が社長（社員の幸せ＝自立）

社員の幸せを定義するなら、「自立」とする。職業的にも、経済的にも、精神的にも3つの自立を持って真の自立人材となる。
社員は常に成長意欲を持ち、自己投資し続ける。自発的、能動的にイキイキ働く社員は自ずと幸せとなる。
そのような自立人材の集合体こそ、最強の組織である。会社は社員を従属させる存在ではなく、社員の成長を後押しする環境を提供するプラットフォームであり、全員がイコールパートナーでありたい。

歩みと変わらぬ想い

創業からの変わらぬ想い：

成長志向企業の売上・利益に直結する 独自の仕組みを提供



課題解決人材×ROIを追求したマーケティング関連データ×パートナー

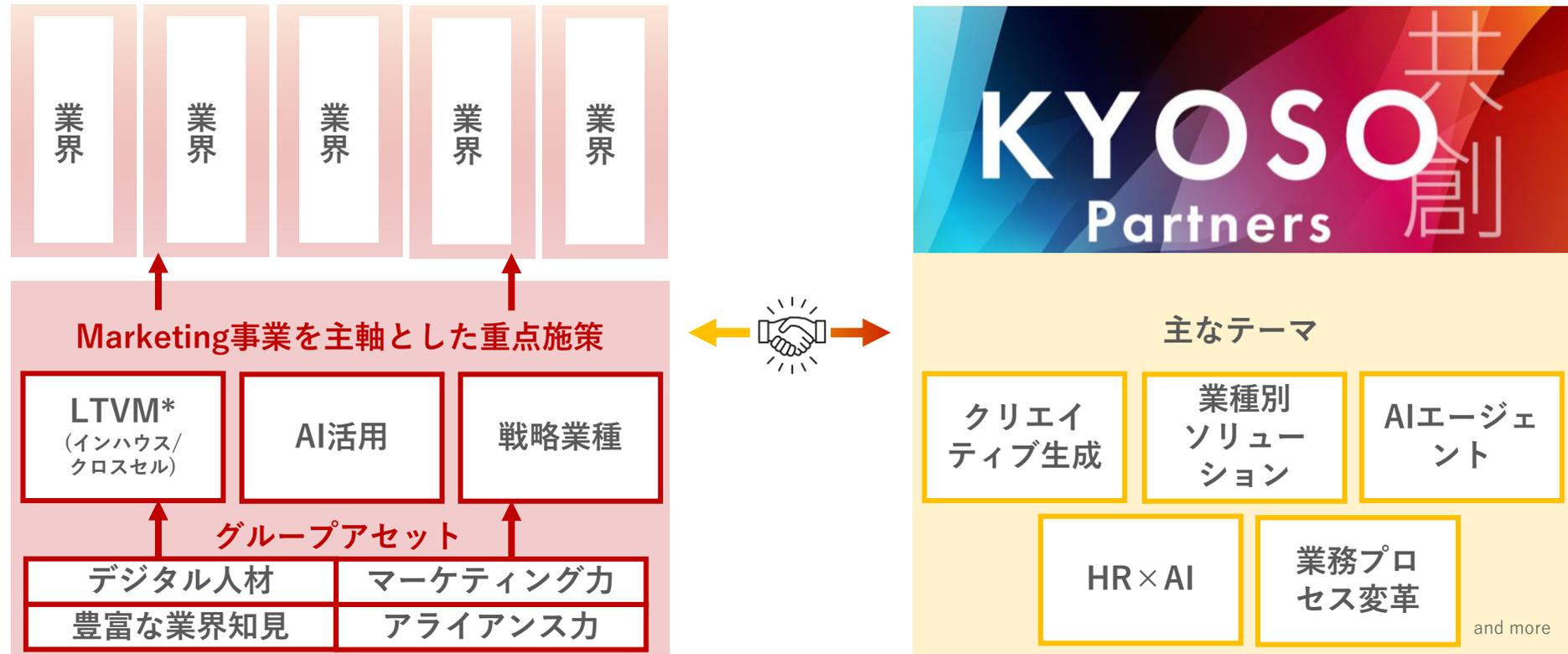
*パートナー：取引先、メディア、プラットフォーム

Marketing事業に再注力 マーケティング×AIにより新しい価値創造へ



Marketing事業を主軸とした方針

(祖業からの私たちの強み)
マーケティング×AIを基軸に、
 業種別アプローチで新しい価値創造へ



* LTVM(Life Time Value Marketing) : 当社グループにおいては、企業側が得られる利益を示す観点でのLTVではなく、これまで以上にエンドユーザーを理解し、真に顧客に寄り添った支援に注力し、エンドユーザーへの本質的な価値提供に重きを置くことで、短期利益ではなく、顧客企業の持続的な事業成長に貢献するという概念として捉え、その実現を目指す手段として、「LTVM (Life Time Value Marketing) 」と名付けました。詳細については、[OPT Service](#)をご高覧ください。

グループAI活用率は100%、今後は更なるAI取り組み打ち手を加速

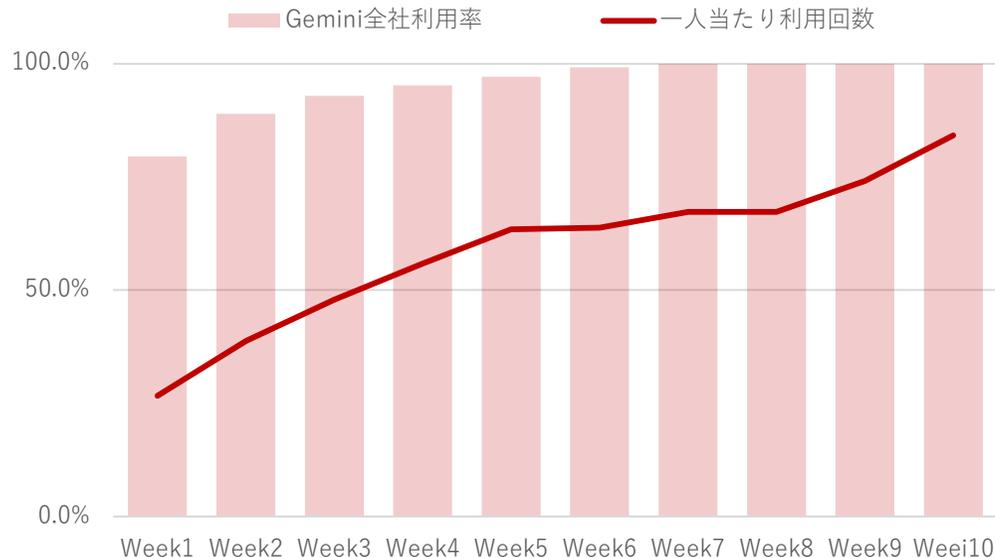
グループにおけるAI活用基盤の準備

- ✓ グループ全社に導入したGeminiは2か月で利用率100%
- ✓ 一人あたりの利用回数も遡増
- ✓ 既に月間3,000hを超える時間創出

グループにおけるAI取り組み

- ✓ アウトプットに向けたインフラ基盤の強化
- ✓ 生産性や品質の向上だけでなく、経営の意思決定スピードを速め、人的資本投資やナレッジマネジメント強化による組織力向上へ

グループにおけるGemini利用率



アウト
プット

インフラ

生産性
改善

業務品質
の向上

経営
意思決定

人的資本

ナレッジ
マネジ
メント

AIエージェント

データ環境

AI活用人材・風土

* グループにおけるGemini利用率は、AI活用(=生産性向上)の評価指標のひとつとして資料に載せております
* Gemini: Googleが開発した生成AIサービス

3つのAIを活用した広告クリエイティブ制作ソリューション *1

概要

3つのステップに対してAIを活用(赤部分)することで、高い広告効果を実現するクリエイティブ制作ソリューション

期待できる広告効果・関連指標・提供価値

Murmuration



CTR
1.4倍

Impシェア
6.6%
pt向上

CPA
29.3%
低下

制作対応 / 時
約 **10**倍

カチア度 *2
10 → **27**%

カチア度の
上昇にあわせて
**CPA改善幅
も連動**

*1: 概要については、[こちら](#)および[プレスリリース](#)をご高覧ください

*2: 新規入稿クリエイティブが既存クリエイティブに勝った割合を表す独自指標

広告効果最大化の推進と提供付加価値を創出

私たちの強み：TikTokパフォーマンス



TikTok for Business Japanが主催す「TikTok for Business Japan Agency Awards 2025」にて、専門役員 野嶋友博が個人賞である「Education Award」を受賞 *1

私たちの強み：LINEパフォーマンス



「LINEヤフー Partner Program」における「Technology Partner」コミュニケーション部門で最高位の「Premier」に3年連続で認定

国内唯一認定となるコミュニケーション部門「Measurement」に加え、新たに「Performance」のダブル取得 *2

*1：詳細は[プレスリリース](#)をご高覧ください。

*2：詳細は[プレスリリース](#)をご高覧ください。

主なパートナー認定・受賞（2025年1月以降）



「Criteo Certified Partners」において「Sapphire」に3期連続で認定



「Microsoft 広告パートナー プログラム」において「セレクト」クラスに認定



「LPO AWARD FIRST HALF OF 2025」において2期連続でゴールドを受賞



地上波テレビCMをオンラインで購入できる「スグリー」のプレミアパートナーに認定

2 | 2025年Q1業績概要

2025年Q1連結業績概要

2025年Q1連結業績概要

(単位：百万円)	2025年Q1			2024年Q1
	実績	前年比	前年差額	実績
収益	3,639	(14.6)%	(624)	4,263
売上総利益	2,673	(9.8)%	(291)	2,965
営業利益	576	+10.0%	+52	524
EBITDA	3,567	+163.3%	+2,212	1,354
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,000	+184.1%	+1,296	704
ROE(LTM) ^{*1*2}	9.0%	-	+5.0pts	4.0%
フリーキャッシュフロー	4,110	+100.8%	+2,063	2,047
EPS (円)	114.58	-	+74.25	40.33
(ご参考) 売上高	15,667	(3.0)%	(481)	16,149

*1：ROE=親会社株主に帰属する当期純利益(LTM) ÷ 算定期間中の自己資本期首期末平均

*2：LTM=Last Twelve Months(直近四半期末から過去12ヶ月)

2025年Q1事業別業績概要

事業ポートフォリオ

Marketing 事業	Financial Services 事業	Investment 事業
デジタル マーケティング事業	BNPL	経営・資金支援
広告支援 マーケティング支援 DX開発/販売	運転資金圧迫しない 広告費後払いサービス 主なプロダクト AD YELL AD YELL Vankable PRO 請求書カード払い	ハンズオン型 ベンチャーキャピタル 投資・支援

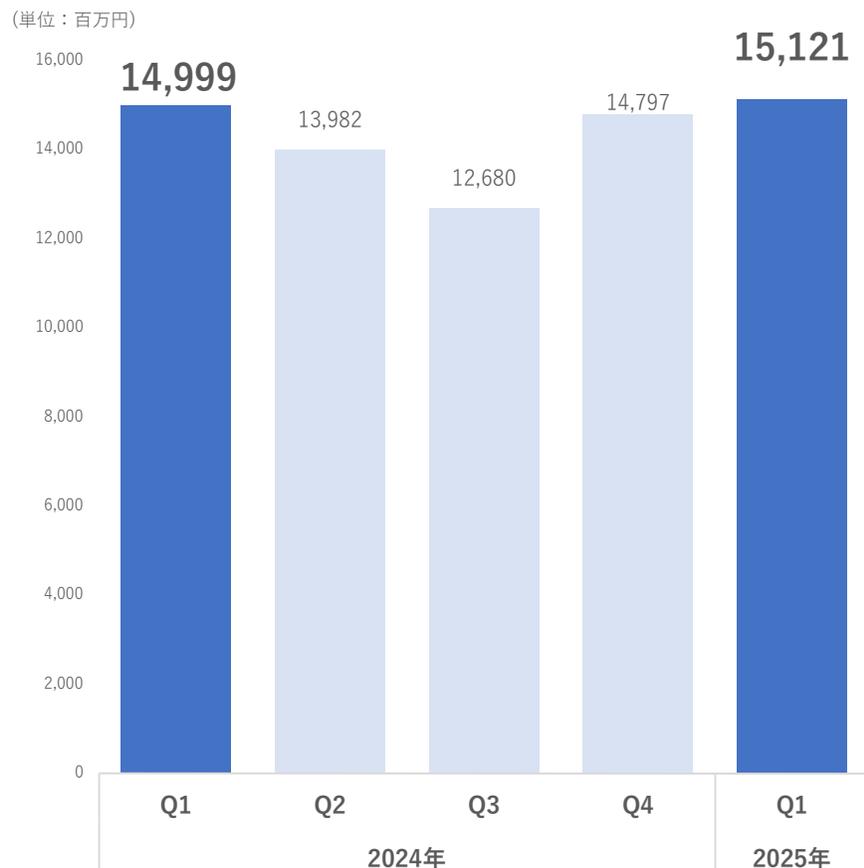
売上高プラスに好転、特定顧客の影響除くと2ケタ成長
収益性改善施策効果により、利益大幅改善

(単位：百万円)	2025年Q1			2024年Q1
	実績	前年比	前年差額	実績
収益	3,094	(0.9)%	(27)	3,122
売上総利益	2,283	+1.3%	+28	2,254
販売管理費	(1,457)	+6.7%	+104	(1,561)
営業利益	826	+19.2%	+133	693
EBITDA	987	+34.4%	+252	735
(ご参考) 売上高	15,121	+0.8%	+121	14,999

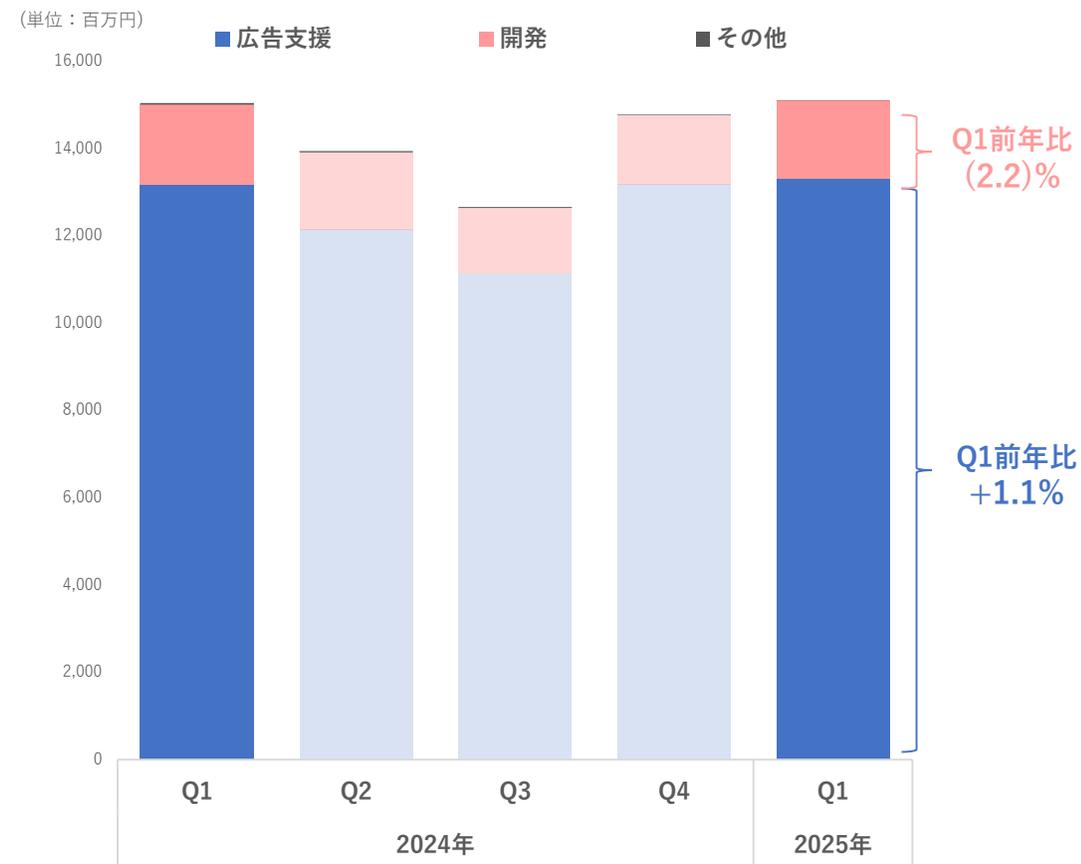
* 営業利益/EBITDA：グループ共通管理コスト配賦前数値

売上高

Q1前年比+0.8%



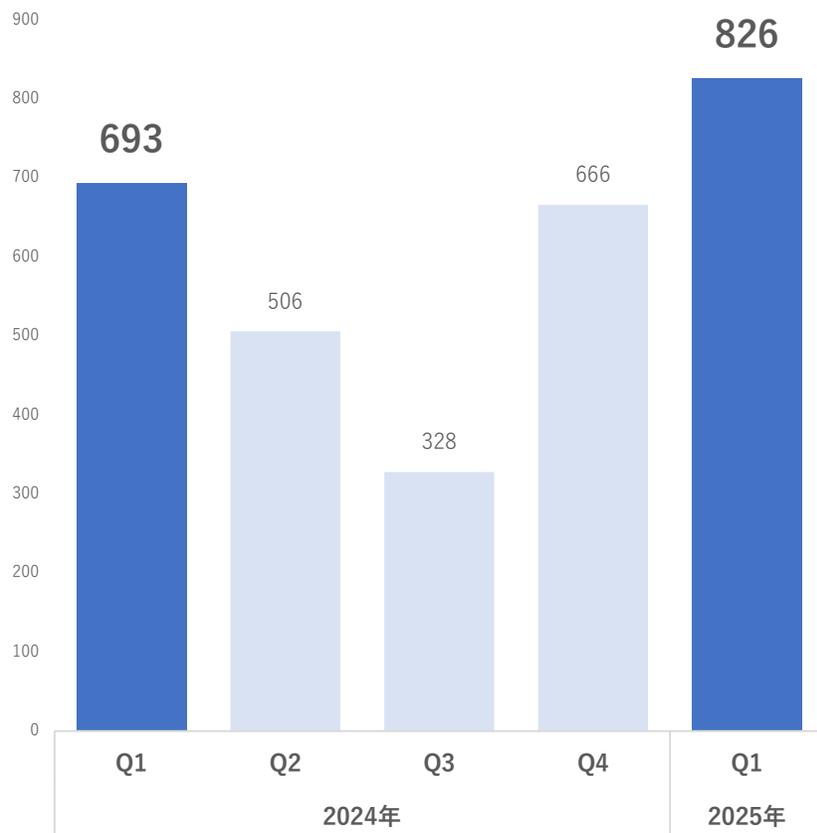
(ご参考) 売上高内訳



営業利益

Q1前年比+19.2%

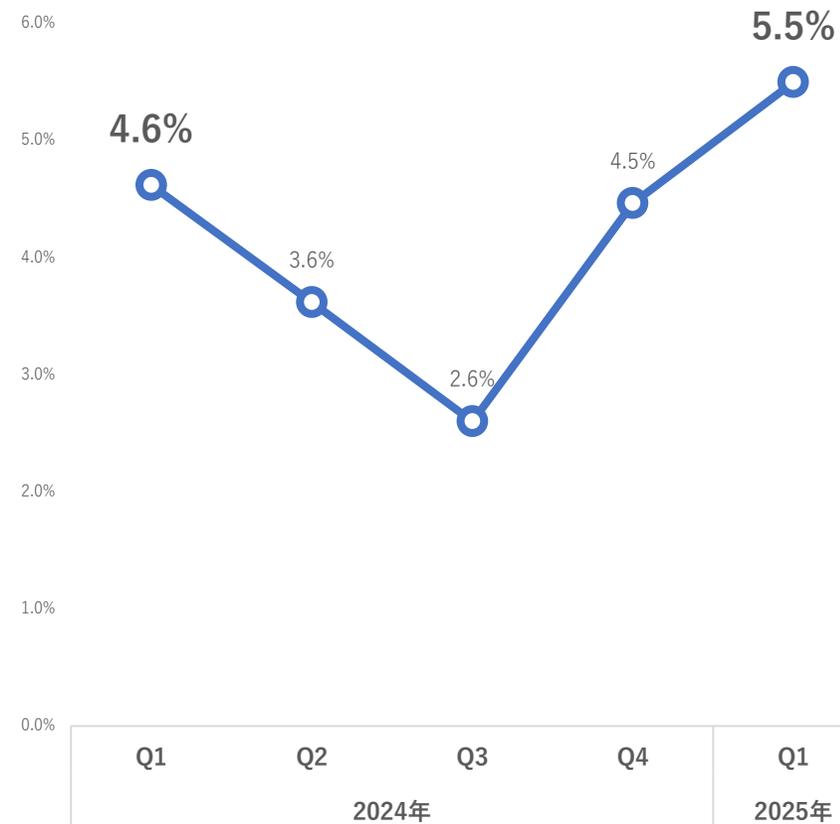
(単位：百万円)



営業利益率

Q1前年比+0.8pts

(単位：%)



* 営業利益/率：収益認識基準適用前の会計基準に基づく売上高ベースから算定

事業ポートフォリオ

Marketing 事業	Financial Services 事業	Investment 事業
デジタル マーケティング事業	BNPL	経営・資金支援
広告支援 マーケティング支援 DX開発/販売	運転資金圧迫しない 広告費後払いサービス 主なプロダクト AD YELL AD YELL Vankable PRO 請求書カード払い	ハンズオン型 ベンチャーキャピタル 投資・支援

順調に小口分散化進捗中、売上高は想定範囲内で着地
前年に貸倒引当金計上の影響もあり利益は大幅改善

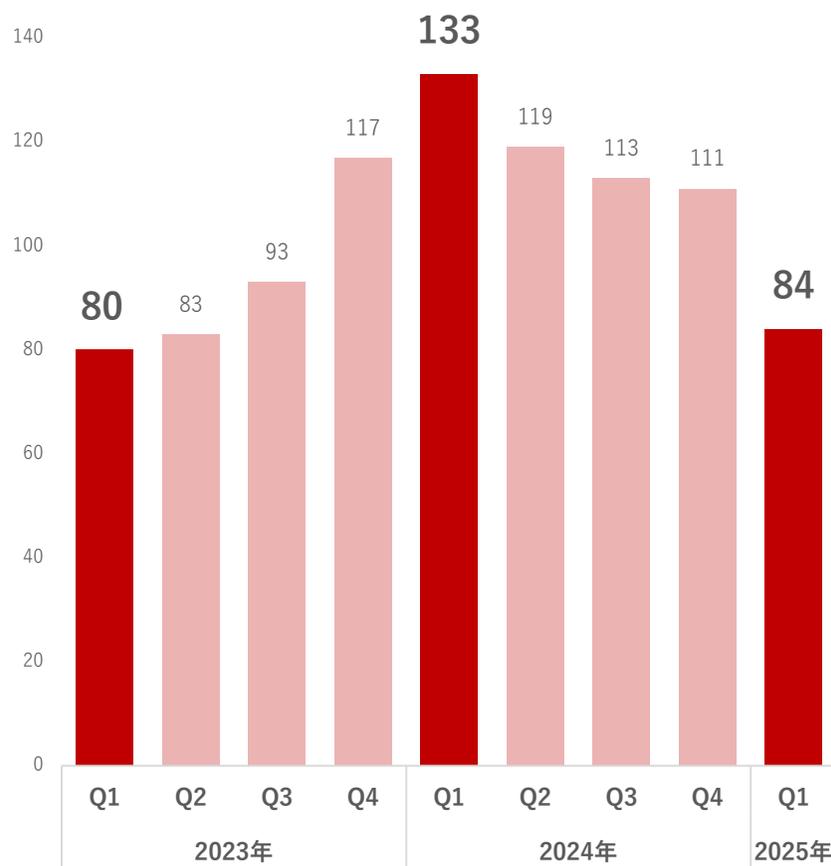
(単位：百万円)	2025年Q1			2024年Q1
	実績	前年比	前年差額	実績
収益	84	(37.2)%	(49)	133
売上総利益	75	(33.2)%	(37)	112
販売管理費	(104)	+65.4%	+197	(302)
営業利益	(29)	-	+160	(190)
EBITDA	(28)	-	+148	(176)
(ご参考) 売上高	84	(37.2)%	(49)	133

* 営業利益/EBITDA：グループ共通管理コスト配賦前数値

売上高

(単位：百万円)

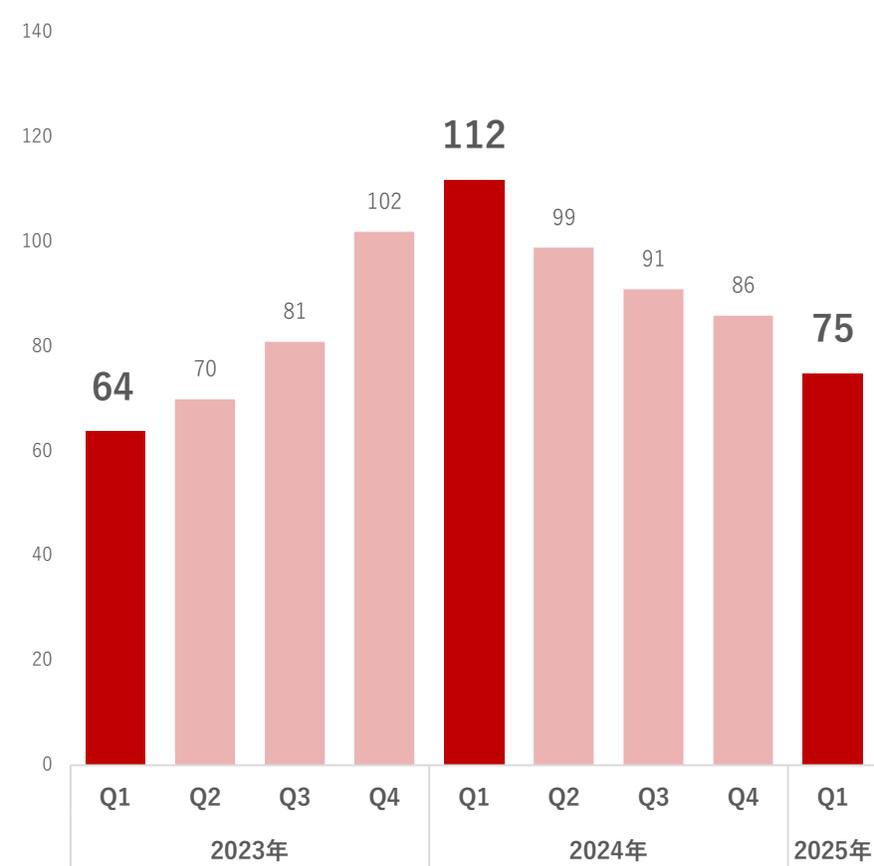
Q1前年比**(37.2)**%



売上総利益

(単位：百万円)

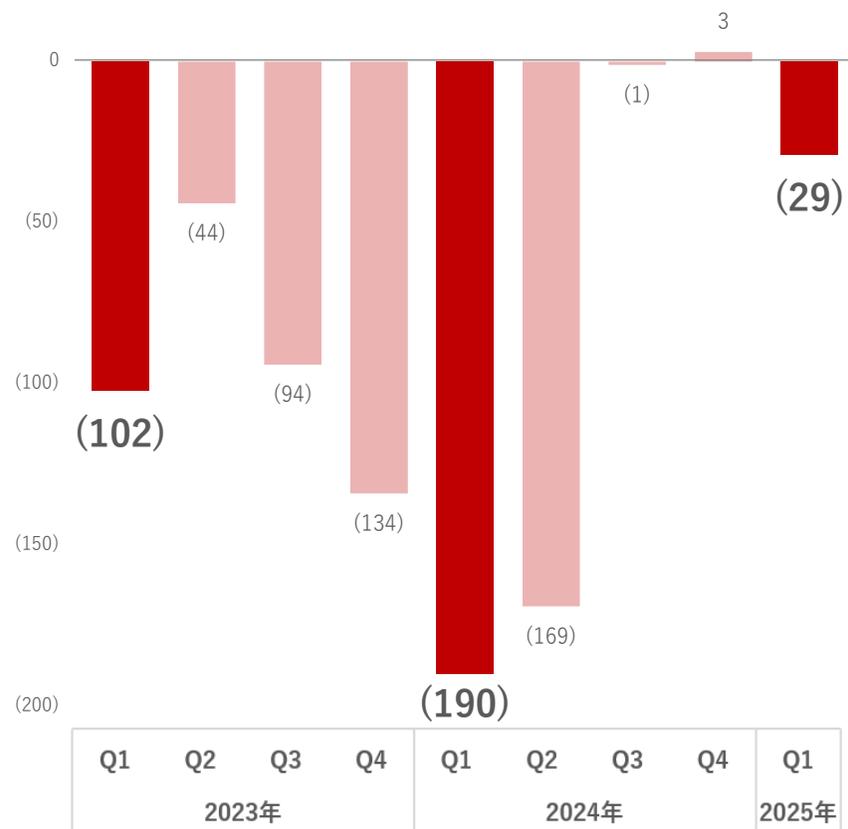
Q1前年比**(33.2)**%



営業利益

Q1前年比+160百万円

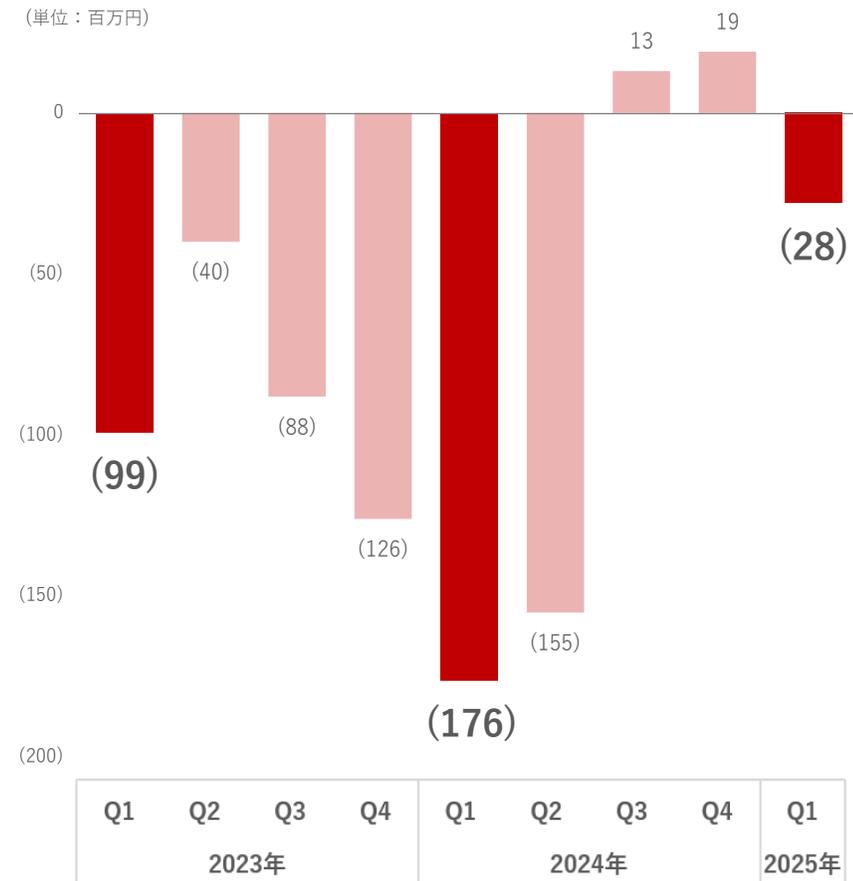
(単位：百万円)



EBITDA

Q1前年比+148百万円

(単位：百万円)

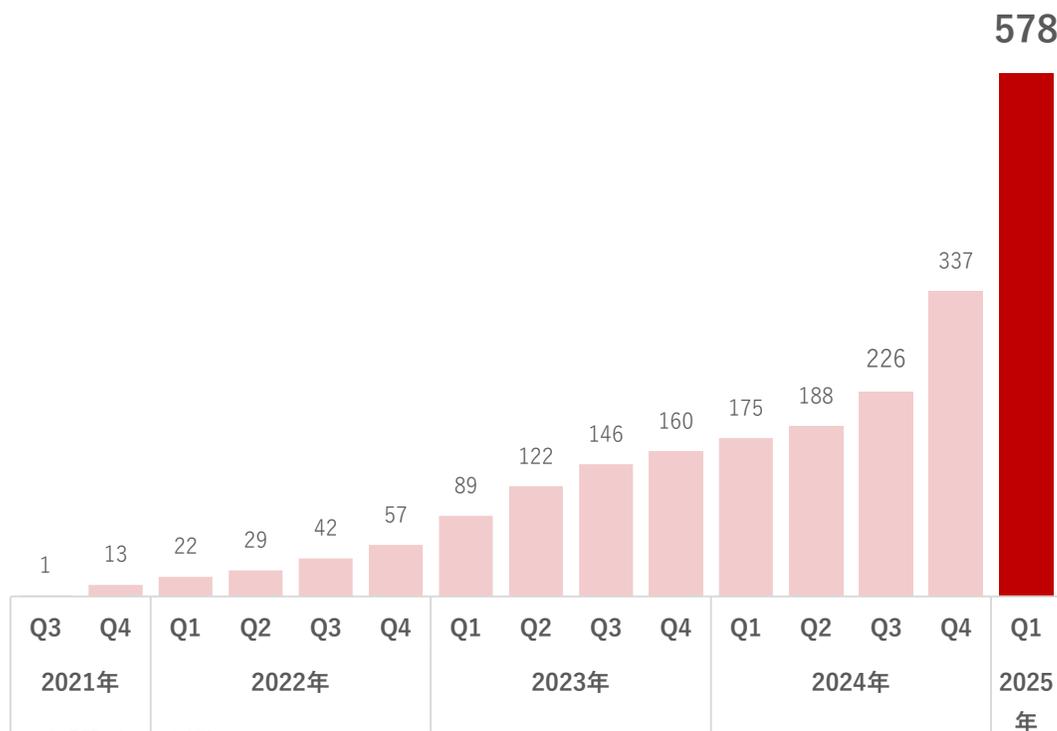


請求書カード払いの取引社数好調に増加、GMVは想定の範囲内で着地

累計取引社数 ^{*1}

(社数)

Q1前年比+**230.3%**

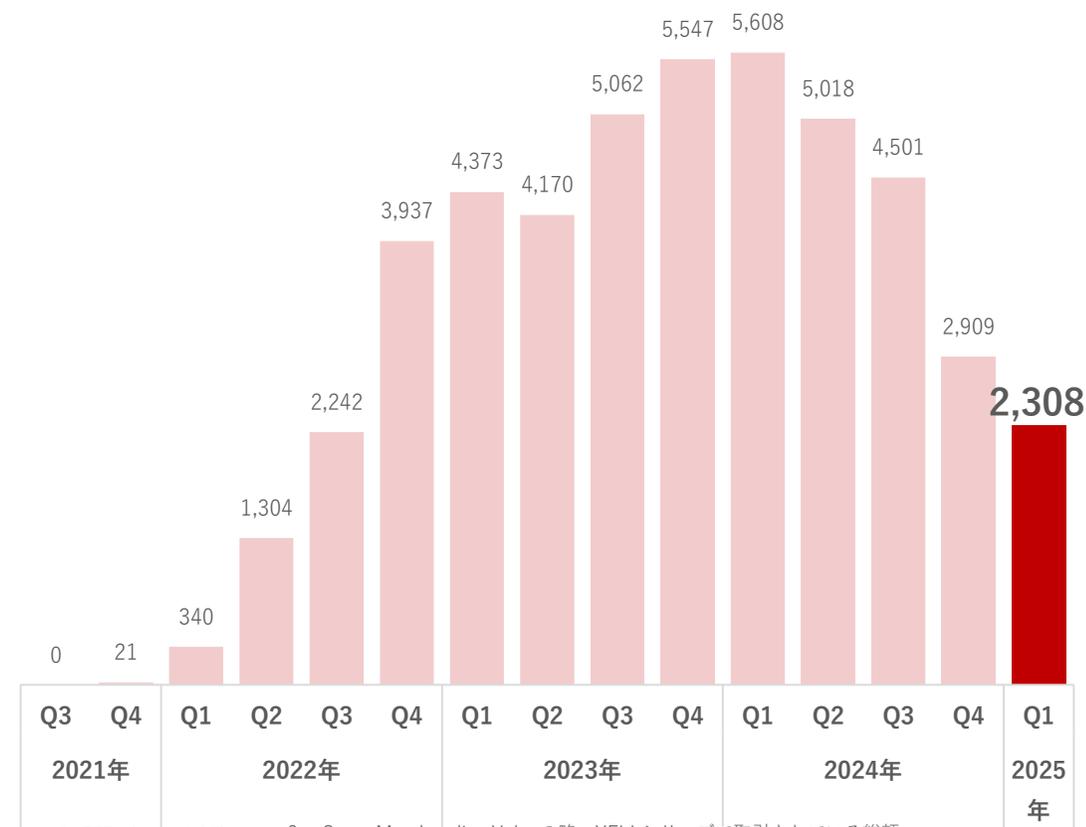


PoC期間（ベータ版） *1：申込みと枠の発行が完了している四半期末時点における累計取引社数

GMV ^{*2}

(百万円)

Q1前年比(**58.8**)%



PoC期間（ベータ版） *2：Gross Merchandise Valueの略、YELLシリーズで取引されている総額

事業ポートフォリオ

Marketing 事業	Financial Services 事業	Investment 事業
デジタル マーケティング事業	BNPL	経営・資金支援
広告支援 マーケティング支援 DX開発/販売	運転資金圧迫しない 広告費後払いサービス 主なプロダクト AD YELL AD YELL PRO Vankable 請求書カード払い	ハンズオン型 ベンチャーキャピタル 投資・支援

グループ成長資金継続確保

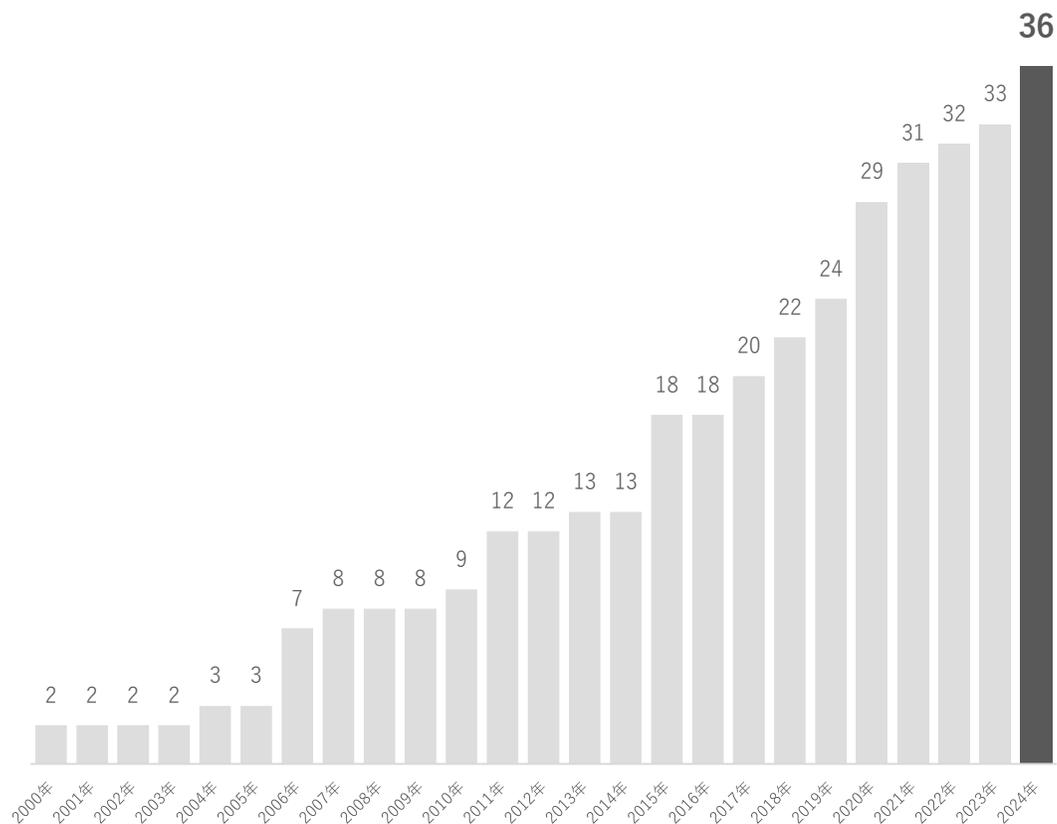
(単位：百万円)	2025年Q1			2024年Q1
	実績	前年比	前年差額	実績
収益	463	(54.8)%	(562)	1,025
売上総利益	317	(47.9)%	(291)	608
販売管理費	(40)	+18.1%	+8	(49)
営業利益	276	(50.5)%	(282)	559
EBITDA	3,106	+136.6%	+1,793	1,312
(ご参考) 売上高	463	(54.8)%	(562)	1,025

* 営業利益/EBITDA：グループ共通管理コスト配賦前数値

* 営業外収益詳細については、2025年1月15日公表「[営業外収益の計上に関するお知らせ](#)」をご高覧ください。

IPO累計実績

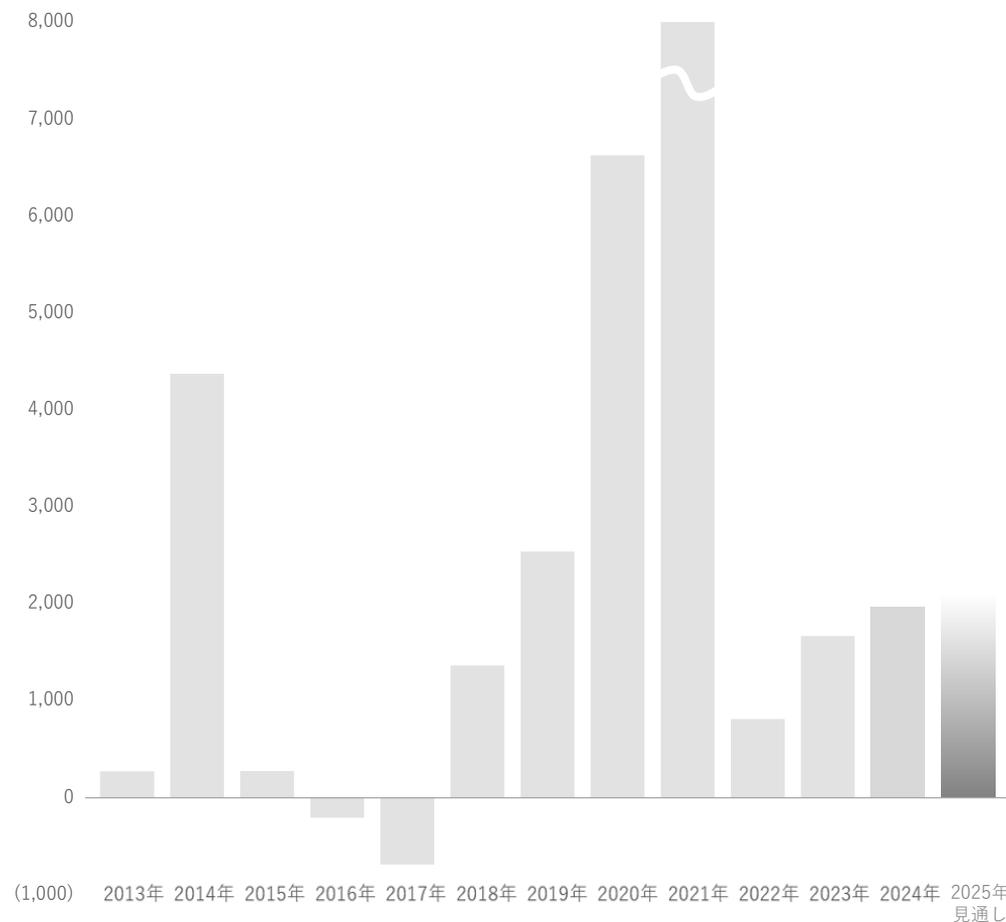
(単位：社数)



事業化後の貢献利益

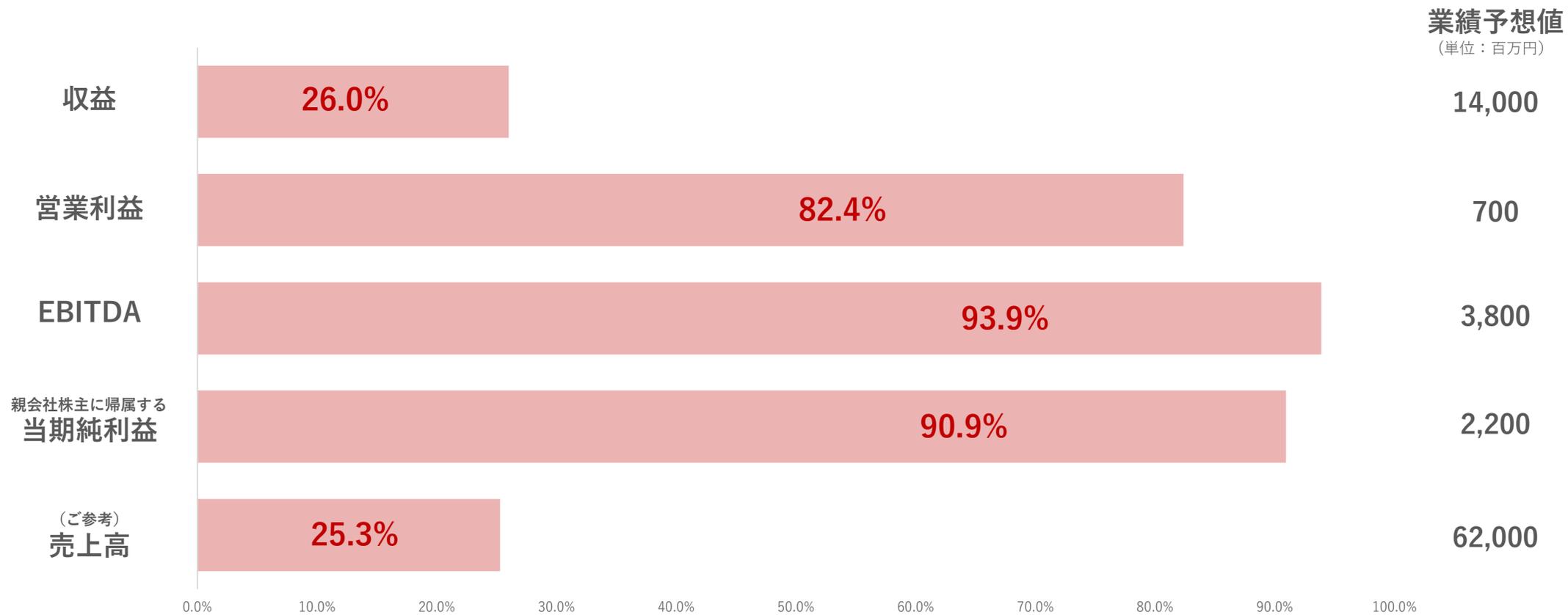
(単位：百万円)

*Investment事業の税前利益



3 | 2025年通期連結業績予想の進捗

Marketing事業およびInvestment事業が好発進 Q2以降の事業環境を慎重に注視、業績予想は据え置き



株主還元方針と2025年通期配当予想

配当方針

- 安定かつ持続的な配当と、Investment事業等による業績上振れ時にもしっかりと還元をすることで資本コストを意識した企業価値向上に繋げる
- **2024年-2026年の3ヶ年においては、原則として「のれん償却前親会社株主に帰属する当期純利益20%」または「DOE3%」のいずれか大きい金額を採用**

2025年通期1株当たり配当予想：**46円**（中間予想：23円・期末予想：23円）

・普通配当：46円（配当方針に基づきDOE3%^{*}で試算）

(単位：円)



* 株主資本配当率 (DOE : Dividend on equity ratio) : 年間配当総額 ÷ 株主資本 × 100 (%)

Marketing事業を主軸として高成長へ

1. Marketing事業：
LTVM*×AI活用×戦略業種により売上高大幅改善
2. Financial Services事業：
最適な債権ポートフォリオ確立と更なる顧客幅の拡大
3. Investment事業：
継続的な利益創出とグループ成長資金確保

*LTVM(Life Time Value Marketing)：当社グループにおいては、企業側が得られる利益を示す観点でのLTVではなく、これまで以上にエンドユーザーを理解し、真に顧客に寄り添った支援に注力し、エンドユーザーへの本質的な価値提供に重きを置くことで、短期利益ではなく、顧客企業の永続的な事業成長に貢献するという概念として捉え、その実現を目指す手段として、「LTVM (Life Time Value Marketing)」と名付けました。詳細については、[OPT Service](#)をご高覧ください。

Purposeは変えず、手段をアップデートし成長加速へ

マーケティング（祖業の強み）× AI

新しい価値創造を通じて
産業変革を起こし、社会課題を解決する。

4 | Appendix

強力なリーダーシップ・決断力・実行力で当社グループの成長を牽引
デジタル産業変革に貢献し、新しい価値を創造へ



金澤 大輔

略歴

2005年9月 (株)オプト（現在の当社）入社
2008年1月 同社 営業部部長
2013年4月 同社 執行役員
2015年4月 (株)オプト 代表取締役社長CEO
2017年4月 当社 上席執行役員
2019年4月 当社 グループ執行役員
2020年4月 (株)オプトデジタル 取締役
2020年10月 (株)RePharmacy 取締役
2021年3月 当社 取締役グループCOO
2024年3月 同社 取締役 兼 (株)オプト代表取締役社長 CEO
2025年3月 同社 代表取締役社長 兼 (株)オプト代表取締役社長 就任



野内 敦
代表取締役会長

強力なリーダーシップと決断力・実行力により、当社グループの企業価値向上を牽引



鉢嶺 登
取締役ファウンダー

長年にわたり優れたリーダーシップを発揮し、当社グループの企業価値向上を牽引



水谷 智之
取締役（社外/独立役員）

長きにわたり人材ビジネス領域に携わり、また社会起業家育成に携わるなど人材と社会貢献をテーマに幅広く活動し豊富な経験と幅広い見識を有す



柳澤 孝旨
取締役（社外/独立役員）

成長企業における CFO 経験をはじめ、経理、財務、IR、法務、コーポレート・ガバナンス等を中心に経営管理全般の幅広い見識を有す



荻野 泰弘
取締役（社外/独立役員）

成長企業における CFO 経験をはじめ、事業開発、M&A 等を中心に経営管理全般の豊富な見識を有す



時岡 真理子
取締役（社外/独立役員）

SaaS分野での起業経験やグローバル事業経営、ダイバーシティ経営等、豊富な経験と幅広い見識を有す



岡部 友紀
取締役（社外/独立役員）監査等委員

公認会計士として財務及び会計に関する相当程度の知見を有するとともに、複数の上場会社において監査役経験を有す



鍵崎 亮一
取締役（社外/独立役員）監査等委員

弁護士としての豊富な経験と専門知識を有す



山内 一英
取締役（社外/独立役員）監査等委員

金融機関における長年の業務経験があり、財務及び会計に関する相当程度の知見を有するとともに、複数社において監査役の経験を有す



石綿 純
上級執行役員：SVP
（グループ人事・法務コンプライアンス・IT領域担当）



高橋 慎治
執行役員：VP
（グループファイナンス領域担当）

持続可能な社会発展と 企業価値向上に向けて

ステークホルダーとの共創による
デジタル産業変革を通じてSDG'sに貢献



大
↑
当社グループにとっての重要性
↓
小

大	カテゴリー	マテリアリティ項目	ESGとの関係性			注目しているSDGs
			E	S	G	
	デジタルによる 産業変革	[産業・企業体の観点] 社会の持続的成長に向けて、日本の産業・企業の課題となる組織体系やビジネスモデルをデジタルシフトで変革する		○		3 すべての人に健康と福祉を 8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 17 パートナーシップで目標を達成しよう
		[働き手の観点] 働き手の物心両面の幸福の実現に向けて、デジタルの力で、人がより充実して、その人らしく働ける環境を追求する		○		
	デジタル人材の 育成と多様な 働き方ができる 環境の提供	デジタル人材の創出		○		5 ジェンダー平等を 実現しよう 8 働きがいも 経済成長も 10 人や国の不平等 をなくそう 16 平和と公正を すべての人に
		ワークスタイルイノベーション ダイバーシティインクルージョン		○		
	強固な経営基盤 の確立	全てのステークホルダーとの共存共栄			○	12 つくる責任 つかう責任 16 平和と公正を すべての人に 17 パートナーシップで 目標を達成しよう
		実効性のあるコーポレートガバナンスの構築 透明性のある適切な情報開示と対話			○	
	デジタルの力で 地球環境に貢献	脱炭素社会への貢献	○	○		7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに 11 住み続けられる まちづくりを 13 気候変動に 具体的な対策を 15 陸の豊かさも 守ろう
		循環型社会への貢献	○	○		

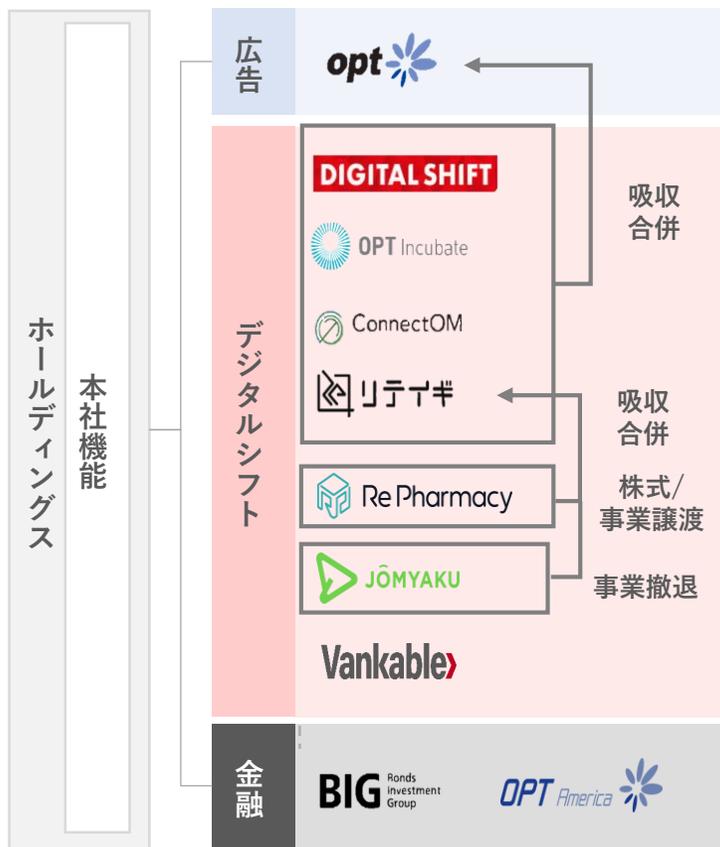
グループのマテリアリティ（リスク・機会）

マテリアリティ カテゴリー	マテリアリティ項目	リスク	機会
デジタルによる 産業変革	[産業・企業体の観点] 社会の持続的成長に向けて、日本の産業・企業の課題となる組織体系やビジネスモデルをデジタルシフトで変革する	<ul style="list-style-type: none"> 労働生産性の低下による産業/企業の収益性悪化 デジタル化による新技術の台頭に伴う既存ビジネスモデルの陳腐化と新規ビジネスチャンスの逸失 ニューノーマル・多様な働き方に伴う遠心力による人材流出 	<ul style="list-style-type: none"> 産業構造の変革により、日本企業の競争力の復活 新市場創出によるビジネス機会の拡充 ニューノーマル・多様な働き方に伴う、高い専門性と多様な得意分野を持つ個人・組織の連携・共創
	[働き手の観点] 働き手の物心両面の幸福の実現に向けて、デジタルの力で、人がより充実して、その人らしく働ける環境を追求する	<ul style="list-style-type: none"> 人手不足や、効率化が遅れている産業/企業の優秀な人材の流出 人材のモチベーション/生産性低下による消費者や利用者への提供サービスの質の低下 消費者や利用者の安全や健康問題発生時の産業/企業の信用力低下 人材/健康関連等の費用増加 	<ul style="list-style-type: none"> デジタルを活用し、人がその人らしく働ける環境の構築とその人本来の価値提供による働きがいの向上 デジタル活用による生産性向上に伴う可処分時間の充足 デジタルを活用した、産業（企業）の人材/健康関連等の費用削減支援
デジタル人材の 育成と多様な 働き方ができる 環境の提供	デジタル人材の創出	<ul style="list-style-type: none"> 労働生産性の低下 優秀な人材の流出 	<ul style="list-style-type: none"> 労働生産性の向上 健康力、モチベーションの向上
	ワークスタイルイノベーション	<ul style="list-style-type: none"> 事業創造と事業機会の逸失 健康関連費用等の増加 	<ul style="list-style-type: none"> 組織力の向上 優秀な人材の確保
	ダイバーシティインクルージョン	<ul style="list-style-type: none"> 日本産業の衰退と社会発展の鈍化 	<ul style="list-style-type: none"> 事業環境変化や事業機会の対応力強化により企業価値向上 日本産業と社会発展
強固な経営基盤 の確立	全てのステークホルダーとの共存共栄	<ul style="list-style-type: none"> 社会からの信用低下と企業価値低下 	<ul style="list-style-type: none"> 多様なステークホルダーからの中長期の応援
	実効性のあるコーポレートガバナンスの構築	<ul style="list-style-type: none"> イノベーションの停滞と人材の流出 事業の成長鈍化と継続リスク増加 	<ul style="list-style-type: none"> 社会からの信用向上、企業価値の向上 競争力の源泉となるイノベーションの創出
	透明性のある適切な情報開示と対話		
デジタルの力で 地球環境に貢献	脱炭素社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 異常気象等に伴う事業活動停止と損害増加 事業機会の逸失 	<ul style="list-style-type: none"> 企業のDX支援ニーズ高まり SXやGX等のサステナビリティ関連ニーズ増加
	循環型社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> 社会からの信用低下と企業価値低下 優秀な人材の流出 	<ul style="list-style-type: none"> 優秀な人材の確保 未来志向人材育成による更なるイノベーションの創出

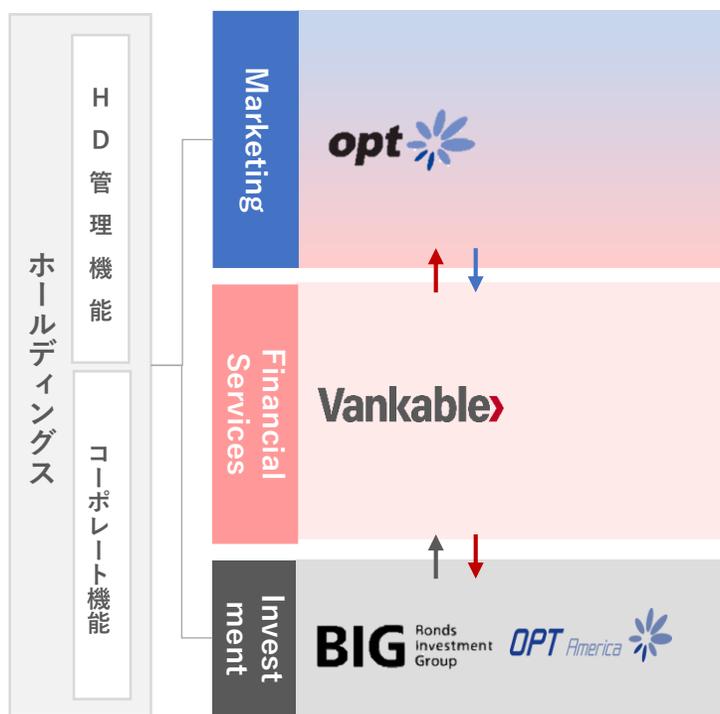
2025年Q1業績概要補足情報

組織一体化と効率的な事業運営の実現へ

2024年Q1まで (連結子会社15社*体制)

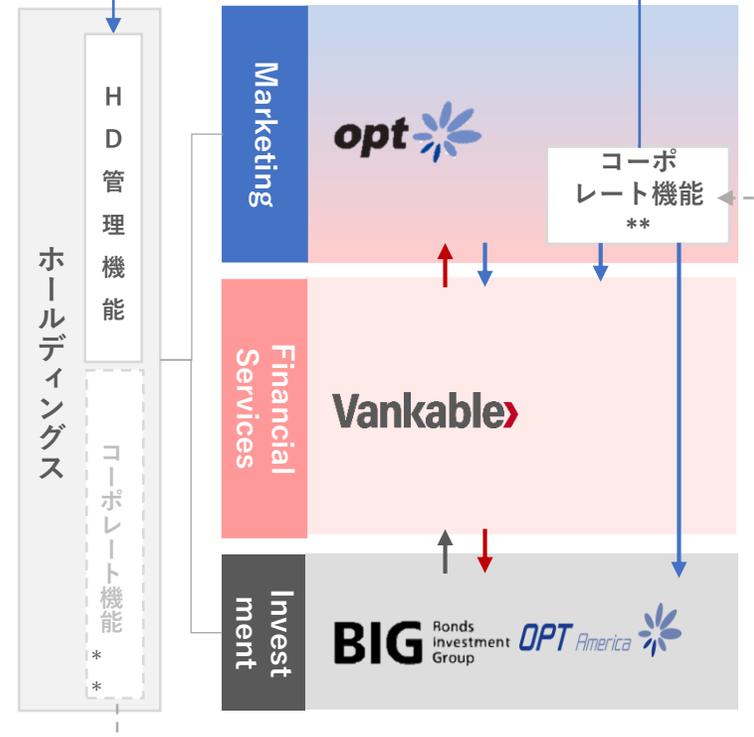


2024年Q2-Q4まで (連結子会社4社*体制)



*主要子会社を記載

2025年Q1現在 (連結子会社4社*体制)



*主要子会社を記載

**ホールディングスにあったコーポレート機能をoptへ移管

*主要子会社を記載

1. Marketing事業での売上高成長率の大幅改善

- 前期の新規取引社数^{*1}（72社）を超える新規顧客獲得に注力
- 広告支援から開発・コンサルティングサービスに繋がるクロスセル^{*2}の成功事例を新たに複数創出
- 業務改善およびAI活用等による顧客接点／向き合い時間の創出

2. Financial Services事業での社数増加＋債権小口分散化＝最適な債権ポートフォリオ実現

- 請求書カード払いのプロモーション開始
- アライアンスプログラムの見直し
- 更にご利用いただきやすくなるようなサービスのアップデート

*1：新規取引社数：当社が取引をしている広告主様の内、2023年度において取引実績がなく2024年度において戦略的に取引を開始した社数

*2：クロスセル：特定顧客に対して、広告・開発・コンサルティング等の各領域で複数領域の売上を計上している状態

セグメント別業績推移

(単位：百万円)

		2023年				2024年				2025年
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
連結	売上高	16,337	14,949	15,888	16,994	16,149	14,209	15,017	15,267	15,667
	収益	3,355	3,415	4,898	4,595	4,263	3,209	5,083	3,599	3,639
	売上総利益	2,301	2,410	3,515	2,720	2,965	2,219	3,405	1,424	2,673
	営業利益	(350)	(211)	950	227	524	(187)	1,270	(621)	576
	EBITDA	(223)	(50)	1,155	1,127	1,354	399	1,314	(71)	3,567
	親会社株主に帰属する 四半期純利益	(218)	(160)	755	(138)	704	772	315	(449)	2,000
Marketing事業	売上高	16,255	14,471	13,958	15,586	14,999	13,982	12,680	14,797	15,121
	収益	3,286	2,947	2,974	3,193	3,122	2,989	2,748	3,130	3,094
	売上総利益	2,277	2,046	1,957	2,247	2,254	2,032	1,875	2,148	2,283
	営業利益	540	298	249	626	693	506	328	666	826
	EBITDA	624	388	342	993	735	560	386	714	987
	Financial Services事業	売上高	80	83	93	117	133	119	113	111
収益		80	83	93	117	133	119	113	111	84
売上総利益		64	70	81	102	112	99	91	86	75
営業利益		(102)	(44)	(94)	(134)	(190)	(169)	(1)	3	(29)
EBITDA		(99)	(40)	(88)	(126)	(176)	(155)	13	19	(28)
Investment事業		売上高	1	393	1,837	1,296	1,025	112	2,227	360
	収益	1	393	1,837	1,296	1,025	112	2,227	360	463
	売上総利益	(40)	294	1,477	377	608	94	1,442	(808)	317
	営業利益	(84)	259	1,446	323	559	59	1,408	(840)	276
	EBITDA	(26)	266	1,532	831	1,312	553	1,361	(368)	3,106

* 事業ポートフォリオ再編に伴い、2024年Q1からセグメントを変更。2023年セグメント実績は過去遡及した数値を記載
 * 連結 = 各セグメント + セグメント間調整 (セグメント間調整は非表示)

(単位：百万円)

	2025年Q1	2024年Q1	前年比
営業キャッシュフロー	1,097	968	+128
税金等調整前当期純利益	3,491	1,256	+2,235
賞与引当金の増減	(60)	(222)	+161
投資事業組合運用損益	(2,779)	(745)	(2,033)
営業投資有価証券の増減額	(78)	416	(495)
法人税等の(支払)/還付額	(241)	(44)	(196)
未収入金の増減額	60	257	(197)
未払金の増減額	(27)	255	(282)
運転資本の増減	745	(576)	+1,321
その他	(11)	373	(384)
投資キャッシュフロー	3,013	1,078	+1,934
無形固定資産取得による支出	(16)	(59)	+43
投資有価証券の取得による支出	-	(240)	+240
投資有価証券の払戻による収入	2,952	1,375	+1,576
その他	77	3	+74
フリーキャッシュフロー	4,110	2,047	+2,063
調整額	-	-	-
調整後フリーキャッシュフロー	4,110	2,047	+2,063

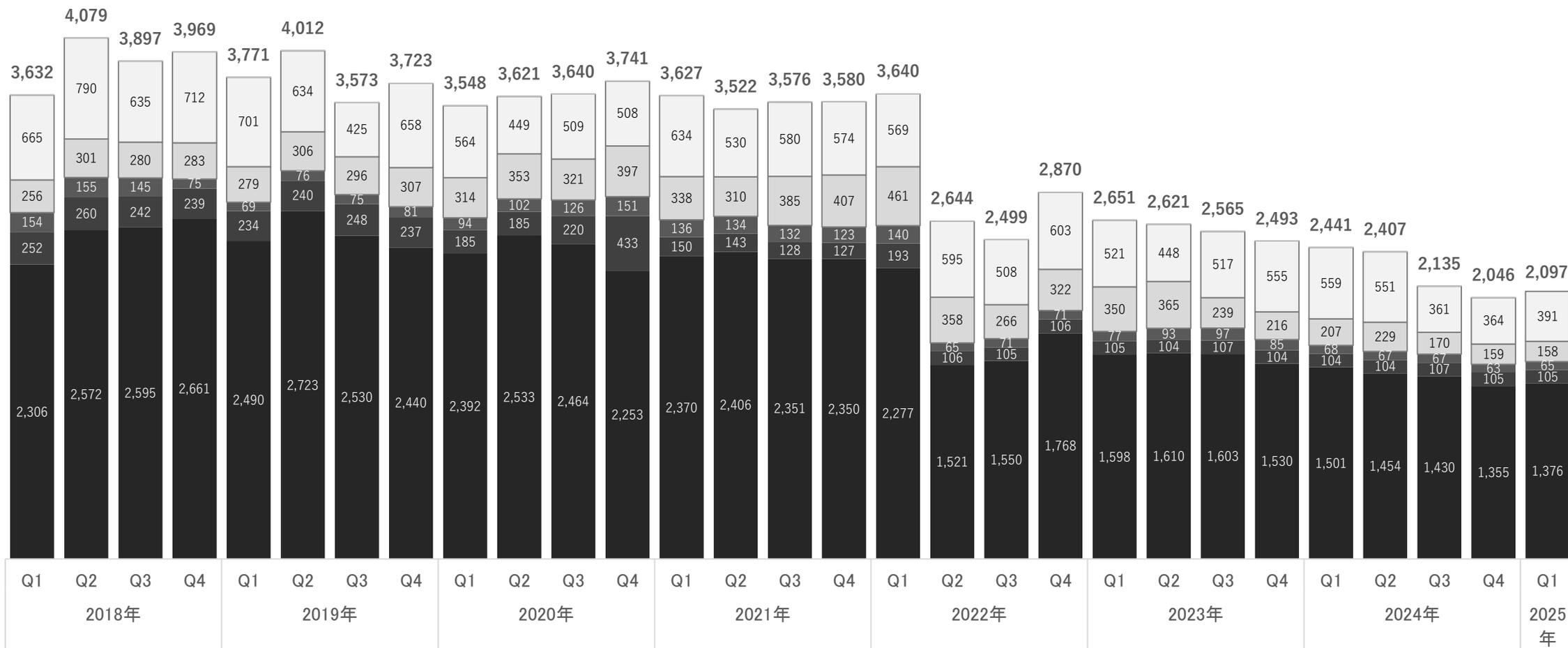
* 運転資本の増減額 = 売上債権の増減額 + たな卸資産の増減額 + 仕入債務の増減額 + 未払消費税等の増減額

* 調整額 = 一時的な調整項目

連結販売管理及び一般管理費推移

(単位：百万円)

■ 人件費等 ■ 賃料等 ■ のれん償却費+減価償却費 □ 外注費/業務委託費 □ その他



(2025年Q1末時点従業員数：936名)

創業来ROIを追求し続けたノウハウ・データをもとに独自の与信モデルを構築 運転資金を圧迫しない広告費に特化したBNPLサービス^{*1}

ビジネスモデル

三菱UFJフィナンシャル・グループと協働



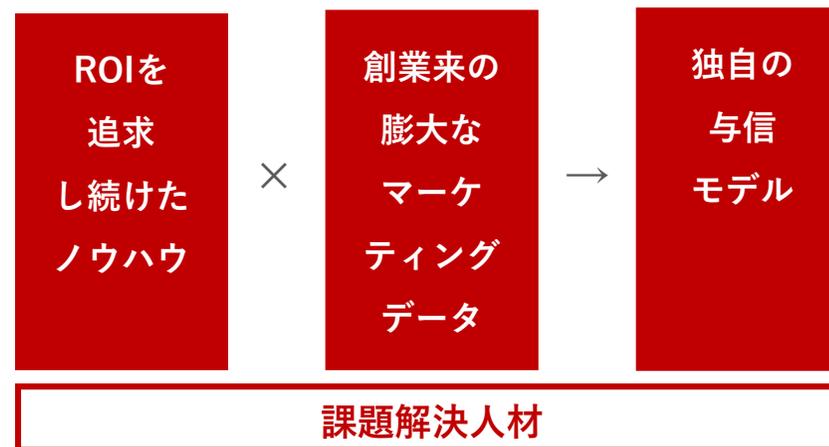
提携



* サービス提供の流れのイメージとなりますため、実際のビジネススキームとは異なります

私たちの強み

成長企業の売上・利益につながる支援

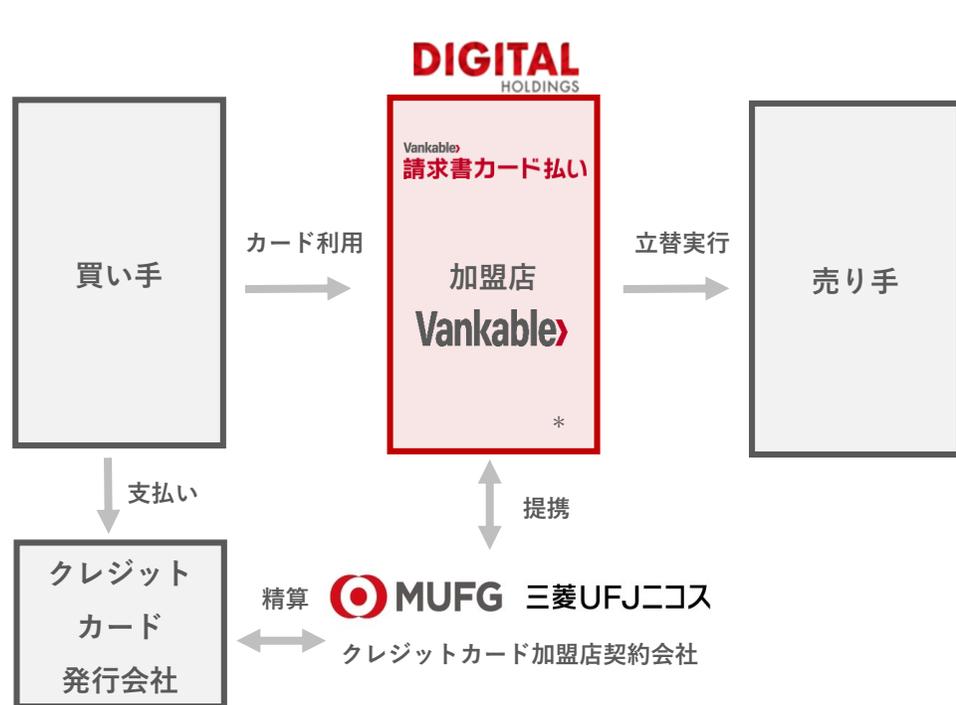


*1: 後払い式の決済手段「Buy Now, Pay Later」の略。信用調査が簡易なため、欧米・若年層を中心に市場の広がりがつづき、今後、さらなる市場規模の拡大が予測されており、BtoB向けサービスの広がりも注目を集めている
 *2: 当社100%子会社、2021年1月子会社設立
 *3: AD YELL概要 <https://vankable.co.jp/lp/>

多様なビジネスモデルを構築：『Vankable 請求書カード払い』

『Vankable 請求書カード払い』概要

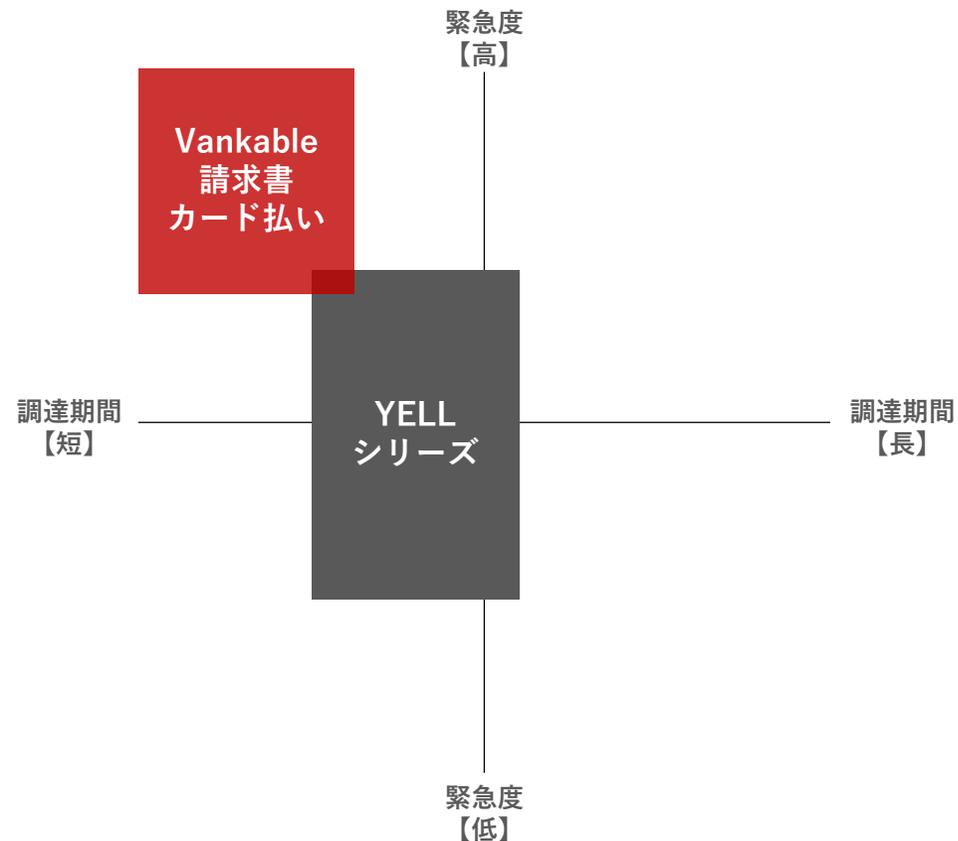
バンクブルが加盟店としてクレジットカード決済を可能に
(支払いサイトが延びる)



* 当社100%子会社、2021年1月子会社設立

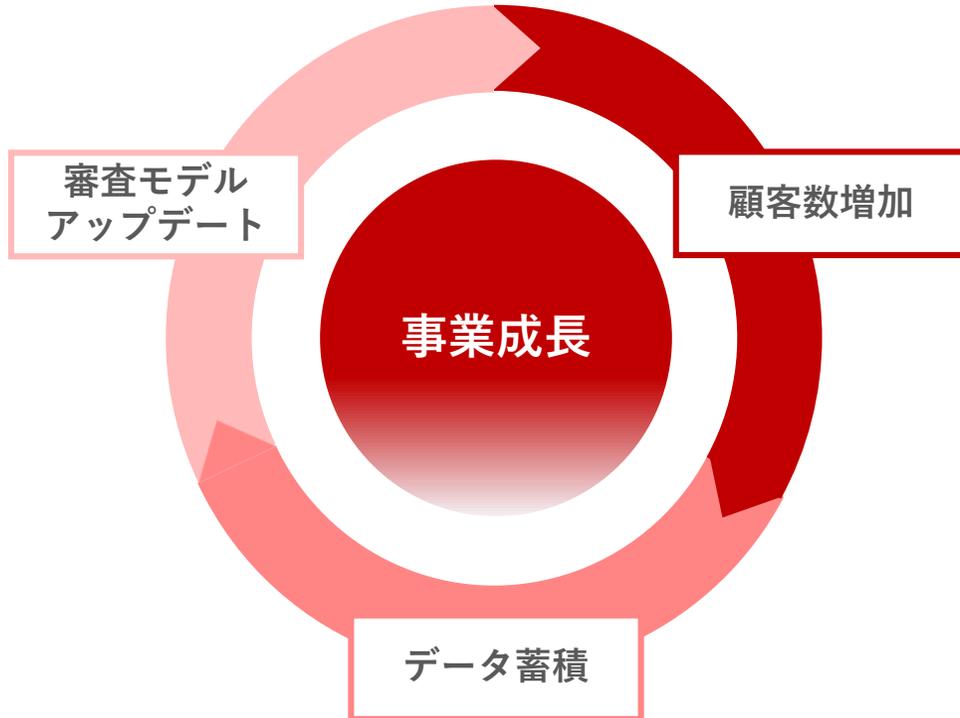
『Vankable 請求書カード払い』のポジショニング

より早期に、資金面の支援が可能、
支援範囲と事業規模ポテンシャルの更なる拡大へ

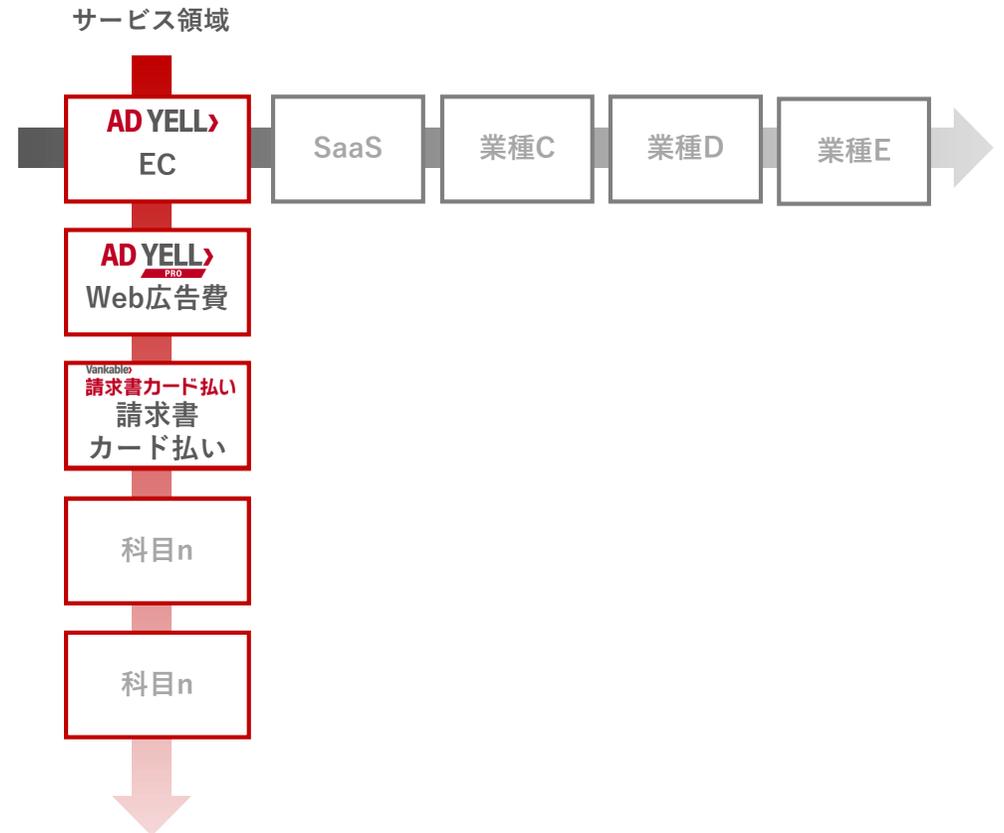


独自のサービス拡充と、データを元にした審査モデルのアップデートにより事業の拡大へ

事業成長における考え方



サービス領域の拡充と顧客層の拡大

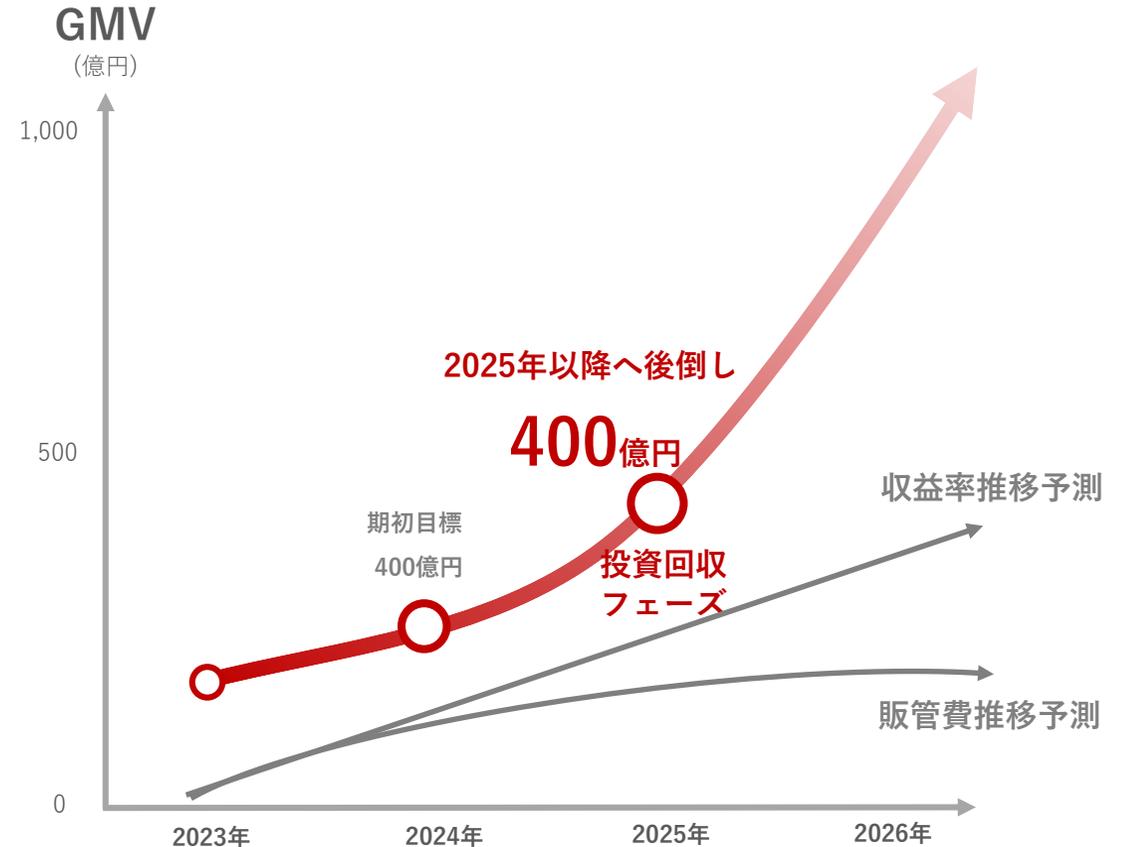


サービス拡張による市場拡大によってTAMSAMSOMも拡大
GMV目標は後倒し、今後はGMV拡大により収益率は増加、販売管理費はコントロール

中長期的な潜在ポテンシャル



年間GMV目標



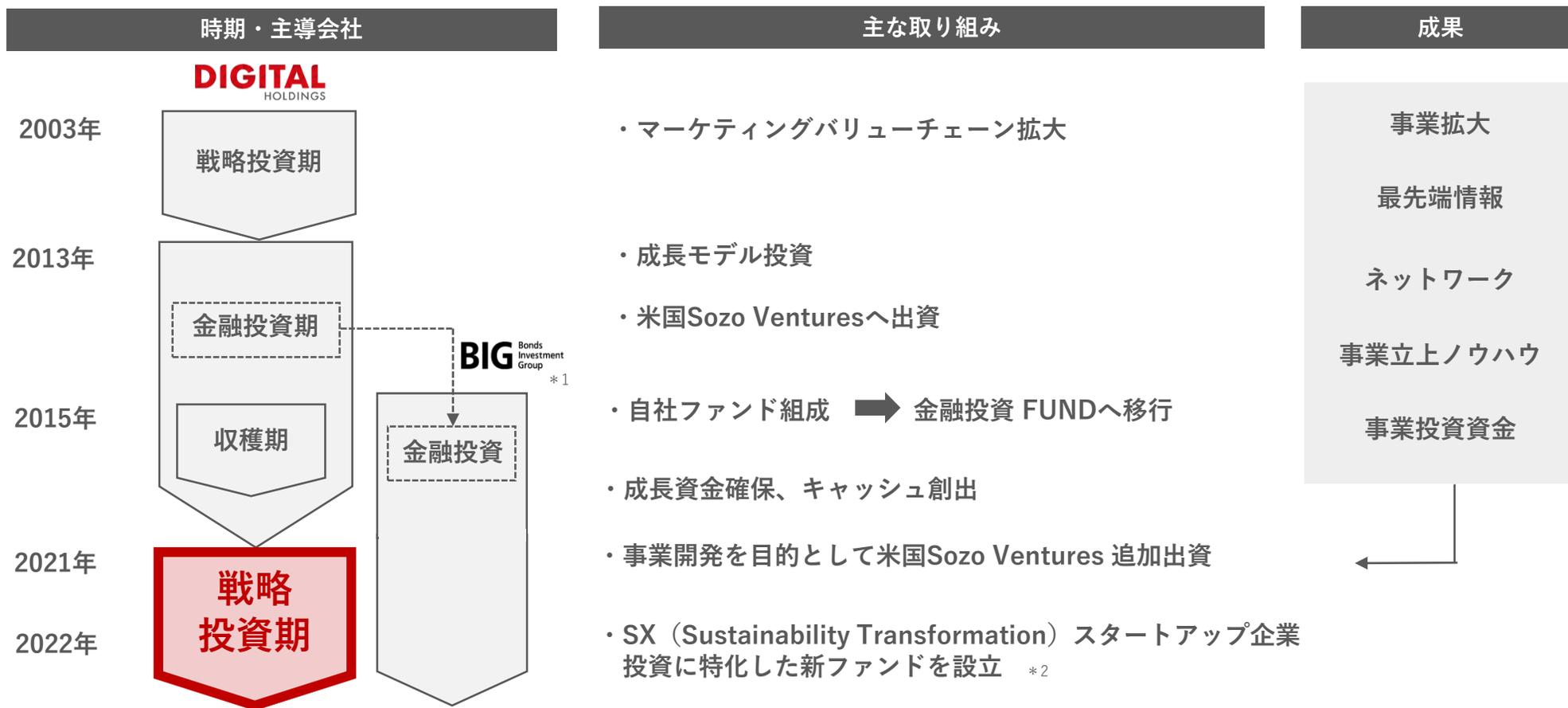
*TAMの考え方

・YELLシリーズ：インターネット広告市場、2021年EC市場（業種別）から試算

・請求書カード払い：小規模企業の販売管理費合計（人件費除く）から試算

（参照元：「経産省 規模別の売上高 - 経済産業省」「e-start:中小企業実態基本調査」「中小企業庁：財務データから見た中小企業の実態 第3章」）

企業価値の高い事業創造を目的に実施
 今後は金融投資で培ったノウハウ・ネットワークを生かし再び戦略投資へ



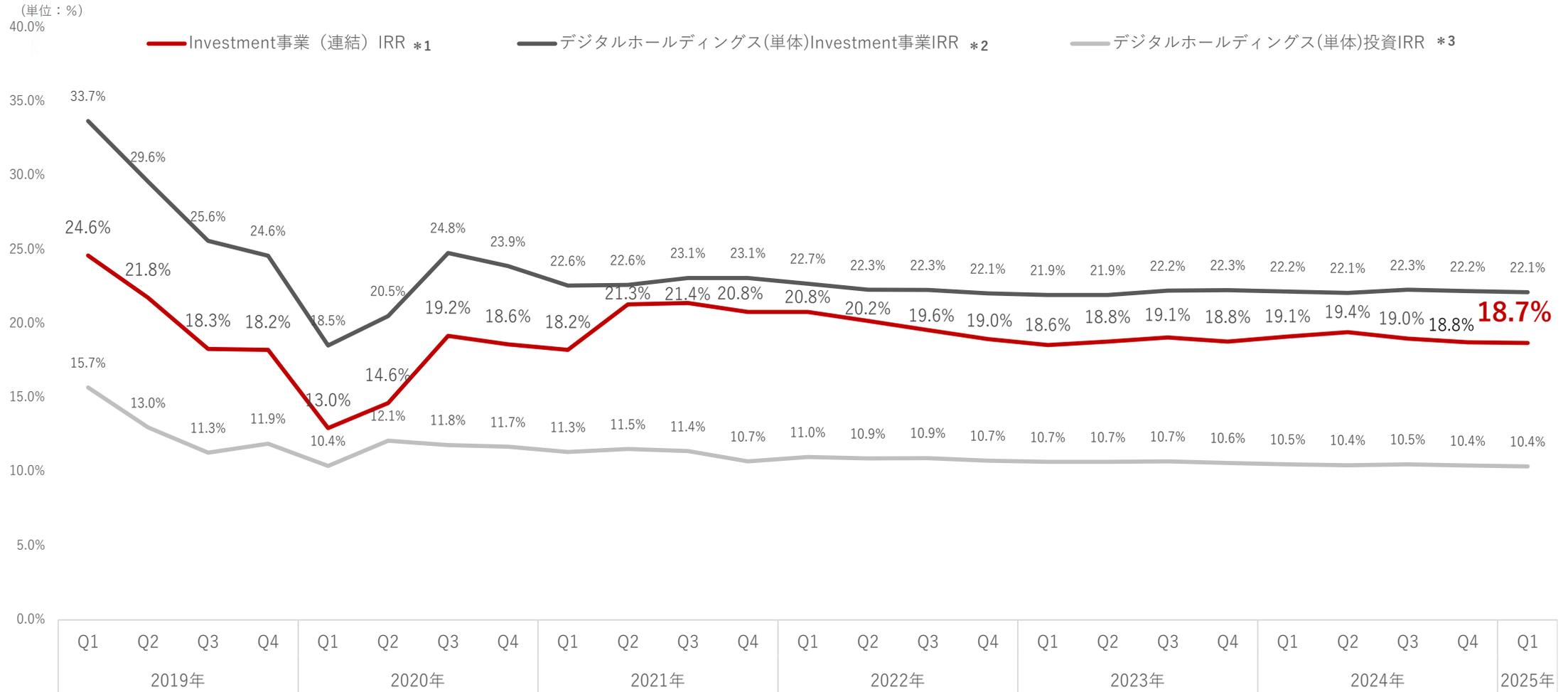
*1：100%子会社Bonds Investment Groupの組成するFUND

*2：BIG SX 1号投資事業有限責任組合 ファンド概要はこちら <https://bonds-ig.com/archives/1681>

会社	投資形式	投資時期	主な投資先例と過去のEXIT例	勘定科目
	①BS投資	①2013年～2015年		①営業投資有価証券 ②投資有価証券
	②千葉道場2号投資事業有限責任組合（LP）等	②2020年～		
 (当社100%子会社)	①BIG 1号投資事業有限責任組合（GP）	①2015年～		①②③営業投資有価証券
	②BIG 2号投資事業有限責任組合（GP）	②2018年～		
	③BIG SX 1号投資事業有限責任組合（GP）	③2022年～		
 (当社100%子会社)	①Sozoベンチャーズ1号ファンド（LP）	①2013年～		①②③投資有価証券
	②Sozoベンチャーズ2号ファンド（LP）	②2017年～		
	③Sozoベンチャーズ3号ファンド（LP）	③2021年～		

* 営業投資有価証券：Investment事業の収益として計上
 * 投資有価証券：Investment事業の営業外収益として計上

Investment事業：IRR



*1：2013年から2025年3月末までにInvestment事業(連結)で投資した営業投資有価証券、投資有価証券を対象（詳細P57）

*2：2013年から2025年3月末までに株式会社デジタルホールディングス(単体)で投資した営業投資有価証券、投資有価証券を対象

*3：(ご参考)2003年から2025年3月末までに株式会社デジタルホールディングス(単体)で投資した営業投資有価証券、投資有価証券、子会社株式、関連会社株式を対象

連結AUM

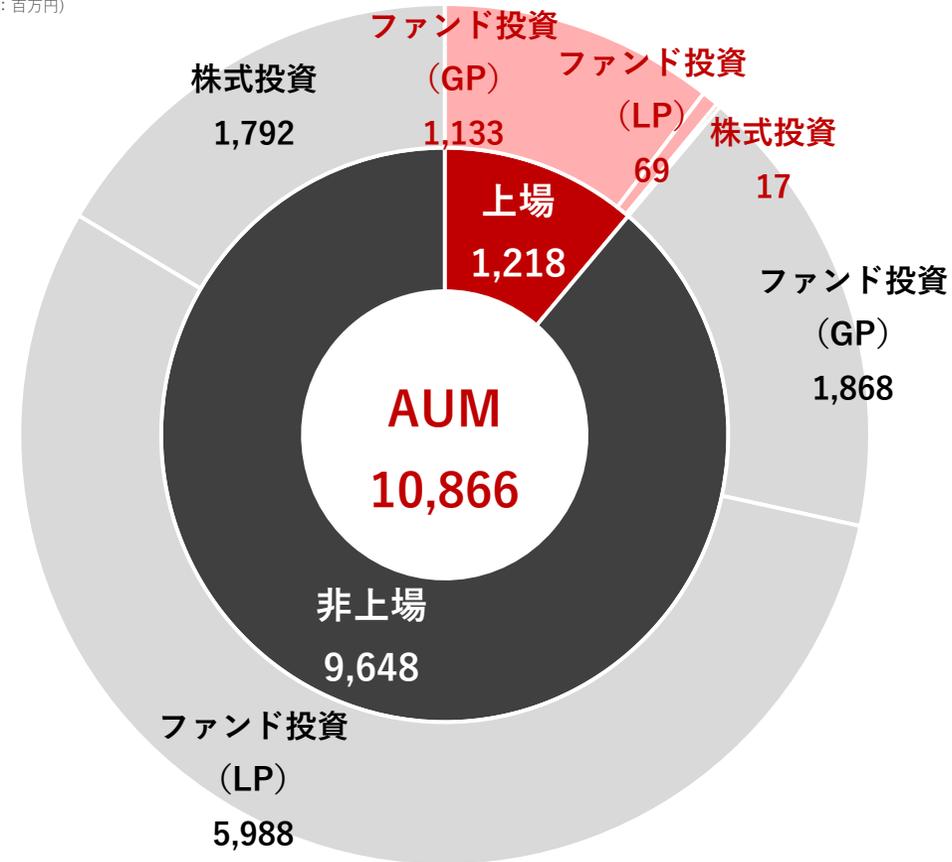
営業投資有価証券・投資有価証券の公正価値の合計額
及び関連会社株式の帳簿価額 *1

(単位：百万円)



AUM内訳 (2025年Q1末)

(単位：百万円)



*1:公正価値：取引の知識がある自発的な当事者が独立の第三者間取引において資産を交換又は負債を決済する場合の金額

* AUM算定定義詳細はP58

経営指標の定義

- 1. EBIT (Earnings before Interest and Taxes : 利息及び税金等控除前利益)**
税金等調整前当期純利益 + 支払利息 - 受取利息
- 2. EBITDA (Earnings before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization : 金利支払前、税金支払前、減価償却費及び償却費控除前利益)**
EBITDA = EBIT + その他金融関連損益 + 減価償却費 + 償却費 + 株式報酬費用 + 減損損失
- 3. FCF (Free Cash Flow : フリーキャッシュフロー)**
営業キャッシュフロー + 投資キャッシュフロー ± 一時的なキャッシュフロー項目

IRR (Internal Rate of Return/内部収益率) の算定方法

項目		内容
算定対象銘柄		2013年から2025年3月末までにInvestment事業で投資した銘柄
算定基準日		2025年3月末
算定方法	減損銘柄	減損時の純資産額で売却したと仮定して算定
	ファイナンスがある銘柄	直近1年以内にファイナンスがある銘柄は当該ファイナンス価額で売却したと仮定して算定
	上場銘柄	算定基準日の時価で売却したと仮定して算定
	ファンド銘柄	2025年3月末までの回収額と2025年3月末の簿価を用いて算定
	上記以外の銘柄	売却/減損/ファイナンス/IPO等により取得価額に変動がない銘柄は、算定基準日に取得価額で売却したと仮定して算定
法人税の取り扱い		法人税を考慮

AUM (公正価値) の算定方法

- 1) 関連会社株式は帳簿価額とする。
- 2) 営業投資有価証券及び投資有価証券は以下の区分に基づいて評価算定を行う。

区分	評価方法
① 投資額が少額な銘柄	取得価額で評価
② 上場銘柄	市場価格で評価
③ 直近でファイナンスのある銘柄(①～②を除く)	当該ファイナンス価額で評価
④ 上記以外の銘柄	事業状況によりマルチプル法※1/DCF法※2/純資産法※3に分類して評価

※1 マルチプル法

情報分析ツール等で競合他社が設定されている銘柄はマルチプル法で評価

※2 DCF法

情報分析ツール等で競合他社が設定されていない銘柄でかつ、KPI等を算定基礎とした合理的な事業計画が取得できる銘柄はDCF法で算定し、実績と事業計画に乖離がある場合は計画達成率を乗じて評価

※3 純資産法

明確な事業計画が入手できない銘柄、又は継続企業の前提に疑義ある銘柄、マルチプル法/DCF法を用いた算定結果が持分純資産を下回る銘柄は純資産法で評価

なお、2020年度より公正価値については、あずさ監査法人の助言は受けておりません。

免責事項

本資料に掲載されている情報は、当社の事業内容、経営方針・計画、財務状況等をご理解いただくことを目的として、細心の注意を払って掲載しておりますが、その正確性、完全性、有用性、安全性等について、一切保証するものではありません。

本資料に掲載されている情報は、いかなる情報も投資勧誘を目的に作成したものではありません。投資等に関する最終ご判断は、利用者ご自身の責任において行われるようお願いいたします。なお、本情報を参考・利用して行った投資等の一切の取引の結果につきましては、当社では一切責任を負いません。

本資料に掲載されている情報のうち、過去または現在の事実以外のものについては、現時点で入手可能な情報に基づいた当社の判断による将来の見通しであり、様々なリスクや不確定要素を含んでおります。

したがって、実際に公表される業績等はこれら種々の要因によって変動する可能性があることをご承知おきください。

デジタルを、未来の
鼓動へ。**DIGITAL**
HOLDINGS