

# 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Q2決算説明会資料

Date. 2025. 8. 7

## ・ Q2をボトムとして、今後成長フェーズへ

Marketing事業：AI活用等が進み収益性改善、Q2をボトムに売上高・営業利益ともに成長フェーズへ  
Financial Services事業：取引社数大幅増加、小口分散化順調に進捗、再成長に向けた準備完了

## ・ ガイダンス進捗好調

Marketing事業とInvestment事業が想定を上振れて進捗したことに加え  
生産性向上効果等によりコスト抑制で、特に利益項目が想定よりも好調に進捗

## ・ 予想のとおり中間配当 1株当たり23円を実施

現時点では年間（期末）配当予想に変更なし

## ・ AI活用加速、共創パートナーとの協業開始

LTVM実現に向け、広告運用・開発・クリエイティブ・レポーティング領域を中心にAIを実装、  
生産性と提案力の飛躍的向上を実現し、提供価値拡大

# INDEX

1 | 歩みとこれから

---

2 | 2025年Q2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、減び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。

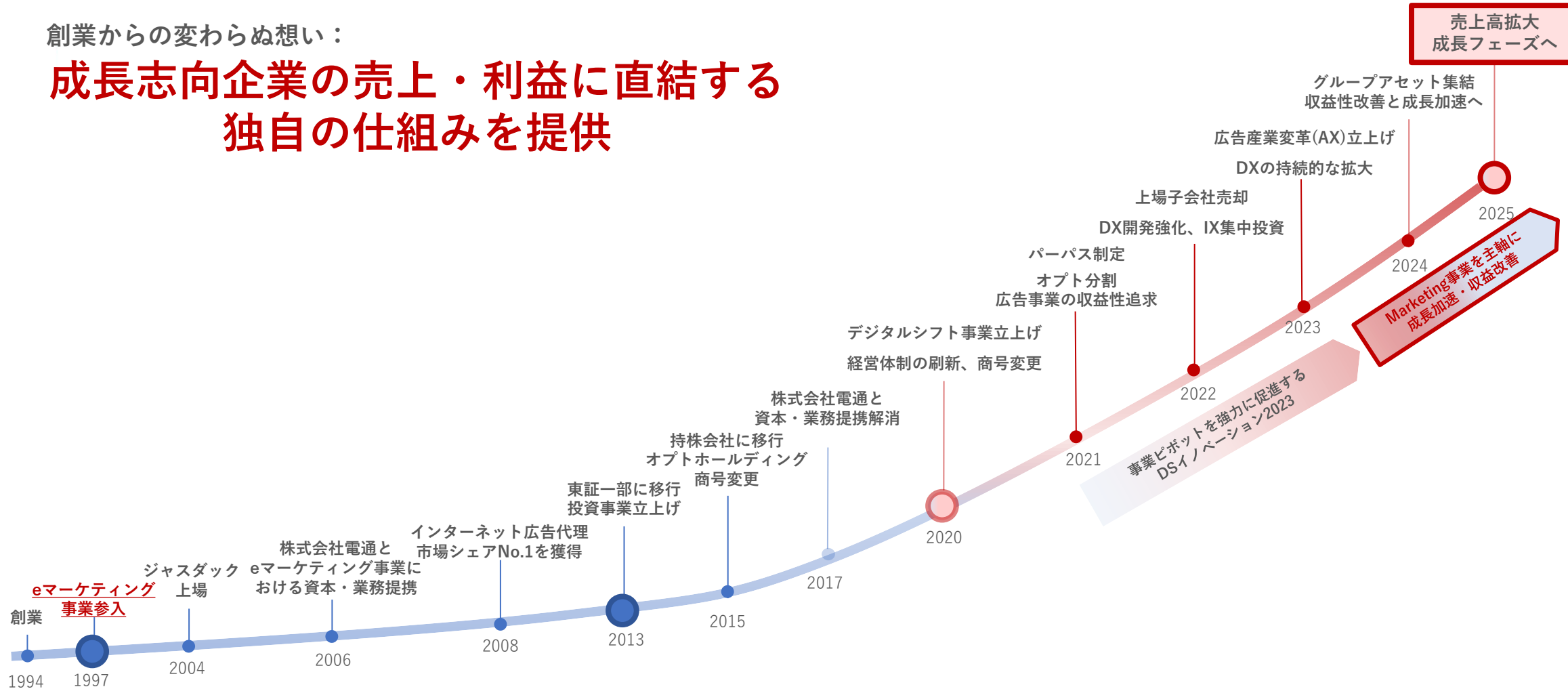
## 5. 一人一人が社長（社員の幸せ＝自立）

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

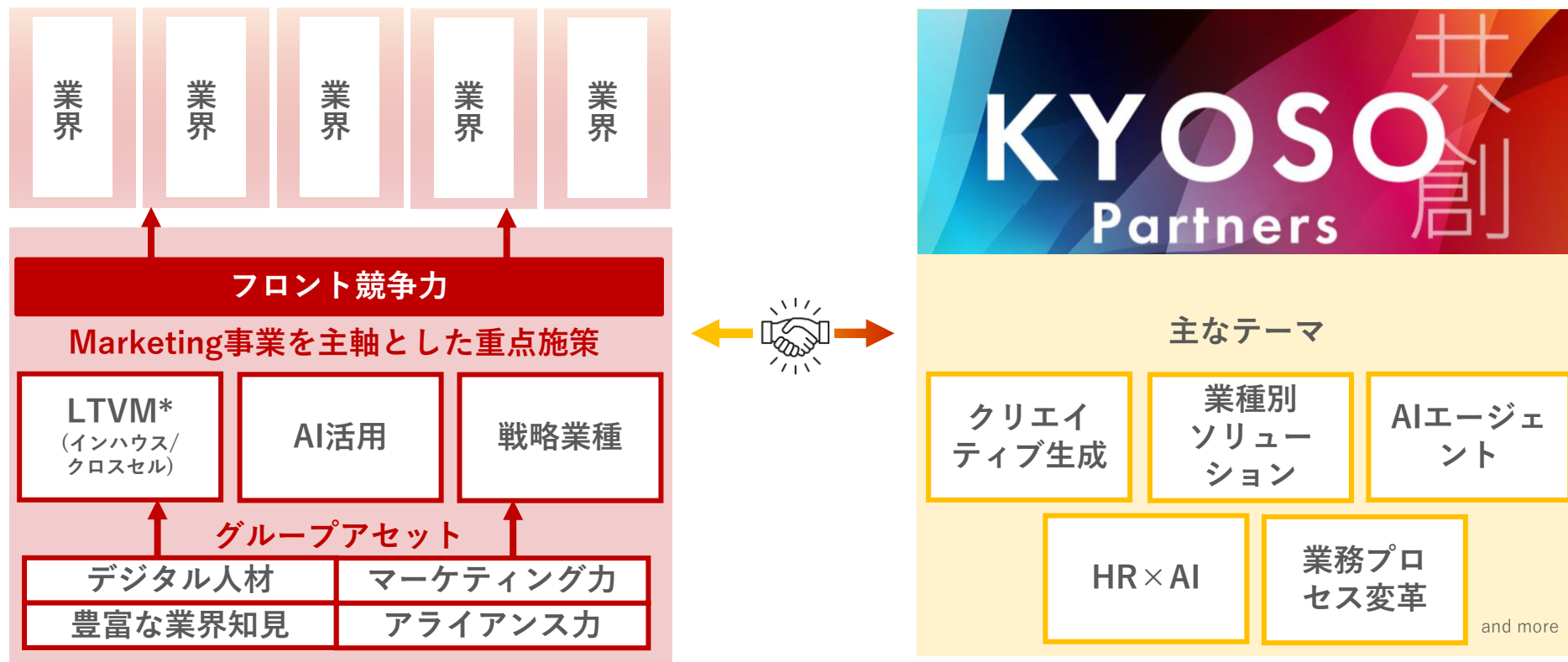
\*パートナー：取引先、メディア、プラットフォーム

## 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



(祖業からの私たちの強み)

## マーケティング×AIを基軸にフロント競争力を高め 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。

## Marketing事業を主軸として売上高・営業利益成長フェーズへ

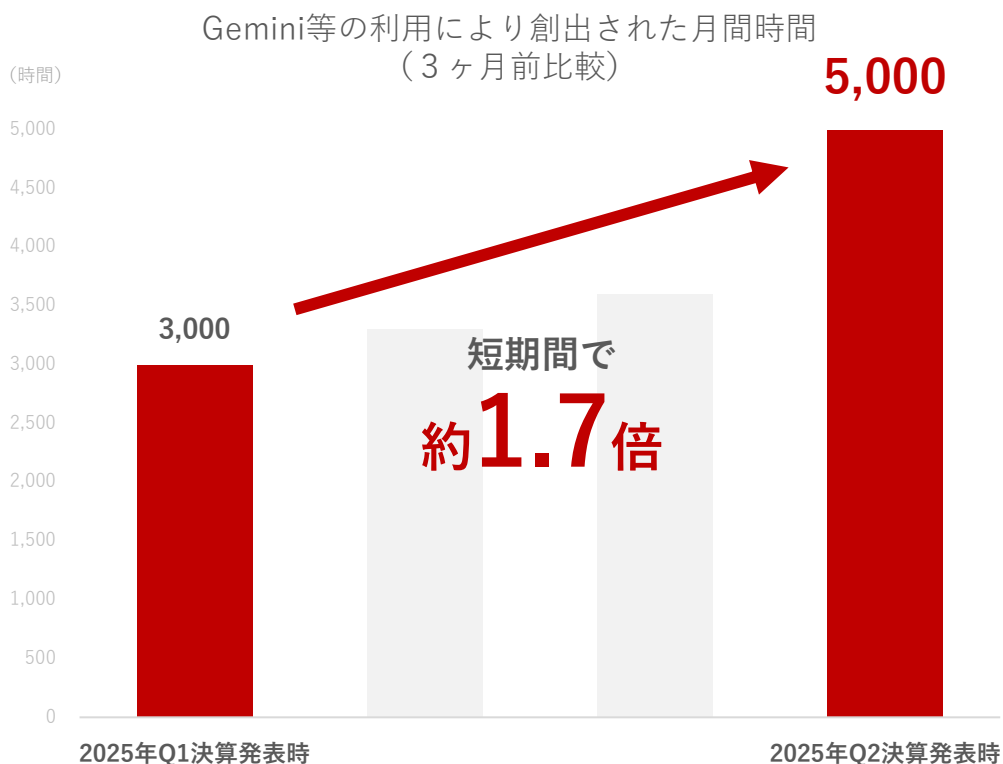
各事業の取り組み		進捗状況
1	<b>Marketing事業</b> <b>LTVM × AI活用 × 戦略業種により 売上高大幅改善</b>	<b>AI活用加速、共創パートナー協業開始 LTVM実現に向け提供価値拡大中</b>
2	<b>Financial Services事業</b> <b>最適な債権ポートフォリオ確立と 更なる顧客幅の拡大</b>	<b>取引社数大幅増加、小口分散化順調に進捗 再成長に向け準備完了</b>
3	<b>Investment事業</b> <b>継続的な利益創出と グループ成長資金確保</b>	<b>継続的に利益創出中</b>

\*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。

# AI活用で新たな価値創造とイノベーション加速へ

## AI活用により月間5,000時間を創出 グループ一丸となり付加価値向上と独自性・優位性を追求

### グループにおけるAI活用の初期準備整う



### 今後期待できる価値 (効果)

- ✓ 提供価値の拡大
- ✓ 生産性向上によるリソース有効活用・最適化
- ✓ フロント比率増加
- ✓ 意思決定の迅速化と精度向上

\* Gemini : Googleが開発した生成AIサービス

## 変化の時代を勝ち抜くための迅速なプロダクト検証 新サービスに必要な検証をスピーディーに実現

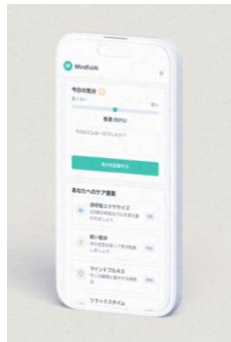
### 概要（DIGGIN' ZEROとは）

#### AI駆動型超高速プロトタイプ開発支援サービス

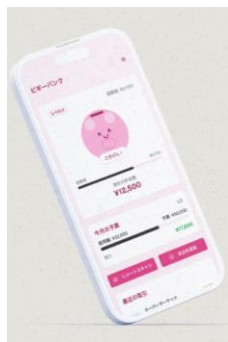
#### DIGGIN' ZEROを用いて制作したプロトタイプ例



ポイントプログラムアプリ  
(消費財メーカー系)



メンタル記録アプリ  
(メンタルヘルス系)



家計簿アプリ  
(フィンテック系)

### 3つの特徴と従来のプロダクト検証サービス比較

スピード  
**15**倍

検証スピードは従来の15倍以上

コスト  
**85%**削減

検証コストを約85%削減

AIによる分析  
**高精度**

AI駆動による高精度な検証

膨大な客観データに基づく高精度な判断が可能

	従来のサービス	DIGGIN' ZERO
期間	30日～	最短2日
金額	平均180万円～*	24万円
アサイン	人	AI

\* 弊社の過去プロダクト検証支援実績に基づく平均費用（金額はすべて税別表記）

# AI時代の検索変化に適応したサービス開始

## ～LANYと協働でAI時代の検索マーケティングをアップデート～ LLMの対応状況を多角的に分析、現状の課題と具体的な対策を提供

\*2

### 概要

#### 【背景】

AI検索の台頭により消費者の検索行動に変化

【LLMO (Large Language Model Optimization)】

ChatGPTやGeminiなどのAIが回答を生成する際に  
自社情報等を正しく反映させるための最適化手法



### 提供サービス（無料）

#### 生成AIで検索体験最適化

AI Overviews表出率や指名検索数等  
生成AI検索の現状の把握が可能

#### LLMO無料診断レポート

LANY

LLMO無料診断レポート

調査概要

以下の項目にてLLMOの影響度を体系的に調査。

項目	詳細	検出ツール	特徴	検出日
AI Overviews表出率	自社および競合のAI Overviews表出率を全体的および別業種キーワードでの表出率を調査。	Ahrefs	Ahrefsのオーガニックキーワードより抽出	2025/04/00
各LLMのサンプルプロンプトにおける検出率	貴社サービスのカテゴリにエンリッチメントとなりうるプロンプト（質問）をサンプルとして生成。回答にて貴社が検出されるかどうかを調査。	ChatGPT Gemini Perplexity	各プロンプトに対してLLMが出した回答の正確さ。 自社および競合を調査する割合。検出モデルは以下のとおり (ChatGPT: gpt-4o, Gemini: 2.5pro, Perplexity: Perplexity Pro)	2025/04/00
サイテーション数の割合比較	Web上での各取組を調査。	Ahrefs	AhrefsのBrand Radarで計測したメンション数	2025/04/00

\* 1 : 株式会社LANY : SEOコンサルティングやオウンドメディア運営代行を主軸とするデジタルマーケティングエージェンシー

\* 2 : LLM : Large Language Modelの略。ChatGPTやClaudeなどの大規模言語モデル

# 外部パートナーとの連携と強固な信頼の構築

## LTVM実現に向け提供付加価値を拡大

### お客様のLTV向上支援

\*1

#### フラグシップモデル：桂花拉麺LINEミニアプリ

##### 【独自の取り組み】

AIと公式キャラクターを組み合わせる独自の戦略エンドユーザーに情緒的な価値を提供

##### 【成果】

- ✓ アプリのアクティブ率向上
- ✓ エンゲージメントの強化
- ✓ ロイヤルユーザーによる売上高/LTV向上



\* 1：詳細については、[こちら](#)をご高覧ください

\* 2：受賞/認定を含むプレスリリースは、[こちら](#)をご高覧ください

### 主な受賞・認定（2025年5月以降）\*2

#### RTB HOUSE = 3期連続「Silver」受賞

AI ディープラーニングによるデジタルマーケティングテクノロジーを提供するRTB House Japan 主催「Top Agency Award」における代理店ランキングプログラム



#### 「ACP Safe Video Ads」認定

動画広告領域において安全・安心な広告配信に積極的な取り組みを行う広告代理店認定制度。広告主企業様のブランド保護と信頼性の高いデジタル広告配信を強化へ



SmartNews Ads

#### SmartNews Ads パートナー プログラム「Gold」に認定

スマートニュースの広告商品・サービスを取り扱い、スマートニュースと直接的な取引を行う広告代理店を対象に審査を行い「SmartNews Ads パートナー」として認定する制度

## Ridge-iとAIを活用したサービス提供開始

AIエージェントを活用したマーケティング業務の内製化と  
AIによるPDCAサイクル構築支援

## 概要

マーケティング担当者がより本質的で創造的な業務に集中できる体制を構築

## 各業務でAIエージェントが稼働

トレンド分析支援	SNSや業界ニュースをAIが常時モニタリングし、話題や競合動向をレポート
ナレッジ管理・データベースの構築	商品内容で過去の企画書などを生成AIが参照できる形でデータを蓄積。セキュアな環境下で会議内容や施策履歴をAIが要約・蓄積
クリエイティブ生成・効果予測	AIによるクリエイティブ企画、制作、効果予測、審査など、レギュレーションチェックの自動化
レポートの自動化	AIが効果測定結果を自動整形し、次回改善策や効果的な意思決定をサポート
クローンBot	企画や資料に対する上長などからのフィードバックをAIで再現

## 両社で生み出す独自の開発ポイント



## AI技術と実績

官公庁や企業の基幹業務でも使われるマルチモーダルAI技術と導入実績



## エンタテインメントのノウハウ

子会社の株式会社スターミュージック・エンタテインメントのデジタルマーケティングとプロモーションノウハウ活用  
(音楽とエンターテインメントに特化)



## マーケティングのノウハウ

祖業からの強み  
30年のマーケティング実行支援ノウハウに基づいた業務定着の支援力

\* 株式会社Ridge-i：AIとディープラーニングを活用したソリューションを提供するテクノロジー企業

\* 本件詳細については、[プレスリリース](#)をご確認ください

## 2 | 2025年Q2業績概要

# 2025年Q2連結業績概要

# 2025年Q2連結業績概要

(単位：百万円)	2025年Q2			2025年上期		
	実績	前年比	前年実績	実績	前年比	前年実績
収益	<b>2,897</b>	(9.7)%	3,209	<b>6,536</b>	(12.5)%	7,473
売上総利益	<b>2,145</b>	(3.3)%	2,219	<b>4,819</b>	(7.0)%	5,185
営業利益	<b>(42)</b>	-	(187)	<b>534</b>	+58.7%	336
EBITDA	<b>(73)</b>	-	399	<b>3,494</b>	+99.2%	1,754
親会社株主に帰属する 四半期(中間)純利益	<b>(53)</b>	-	772	<b>1,946</b>	+31.9%	1,476
ROE(LTM) <sup>*1*2</sup>	<b>6.02%</b>	(0.87)pts	6.89%	<b>6.02%</b>	(0.87)pts	6.89%
フリーキャッシュフロー	<b>-</b>	-	-	<b>6,031</b>	+1,743	4,287
EPS (円)	<b>(3.07)</b>	(47.3)	44.23	<b>111.51</b>	+27.0	84.55
(ご参考) 売上高	<b>14,085</b>	(0.9)%	14,209	<b>29,752</b>	(2.0)%	30,358

\*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Q2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 <b>AD YELL</b> <b>AD YELL</b> 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

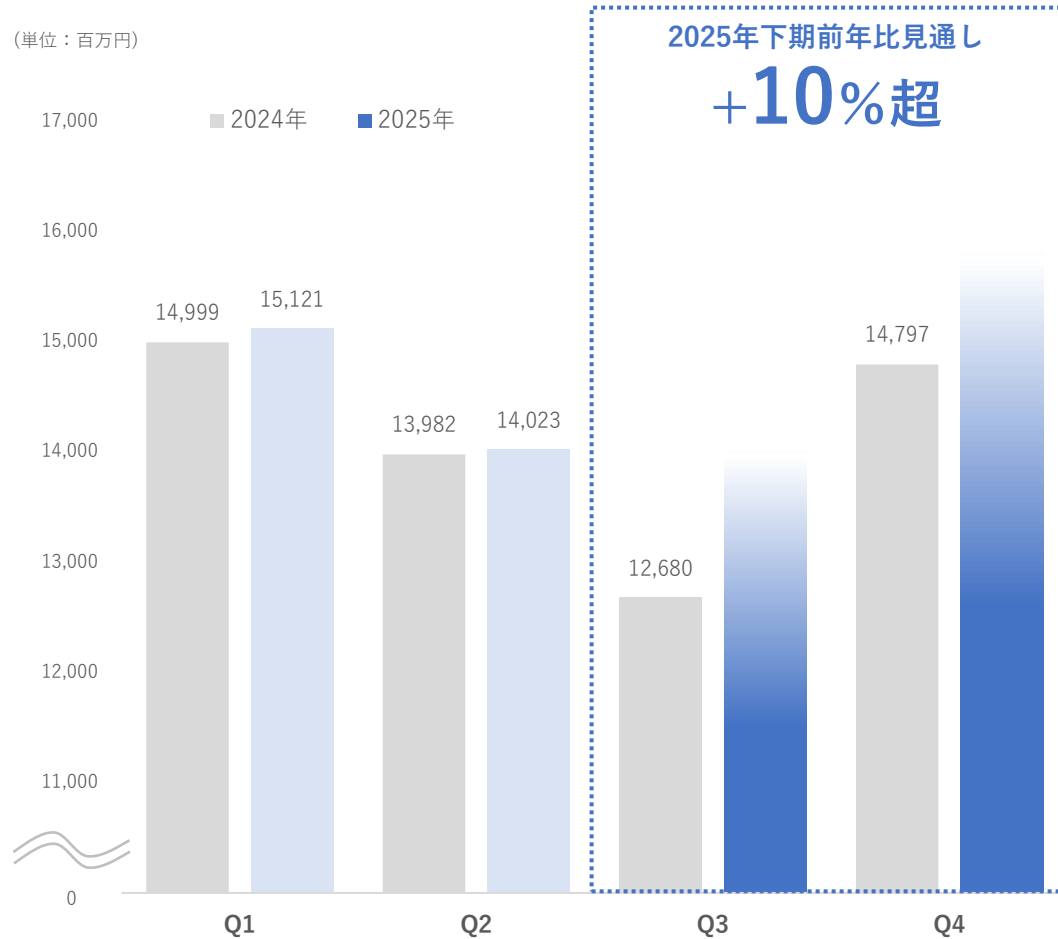
特定顧客の影響を除く上期の売上高は2ケタ成長  
AI活用等による生産性向上が進み、収益性も改善

(単位：百万円)	2025年Q2			2025年上期		
	実績	前年比	前年実績	実績	前年比	前年実績
収益	2,836	(5.1)%	2,989	5,931	(3.0)%	6,112
売上総利益	2,096	+3.2%	2,032	4,380	+2.2%	4,287
販売管理費	(1,503)	+1.5%	(1,525)	(2,960)	+4.1%	(3,087)
営業利益	593	+17.2%	506	1,419	+18.3%	1,199
EBITDA	659	+17.7%	560	1,647	+27.1%	1,295
(ご参考) 売上高	14,023	+0.3%	13,982	29,144	+0.6%	28,982

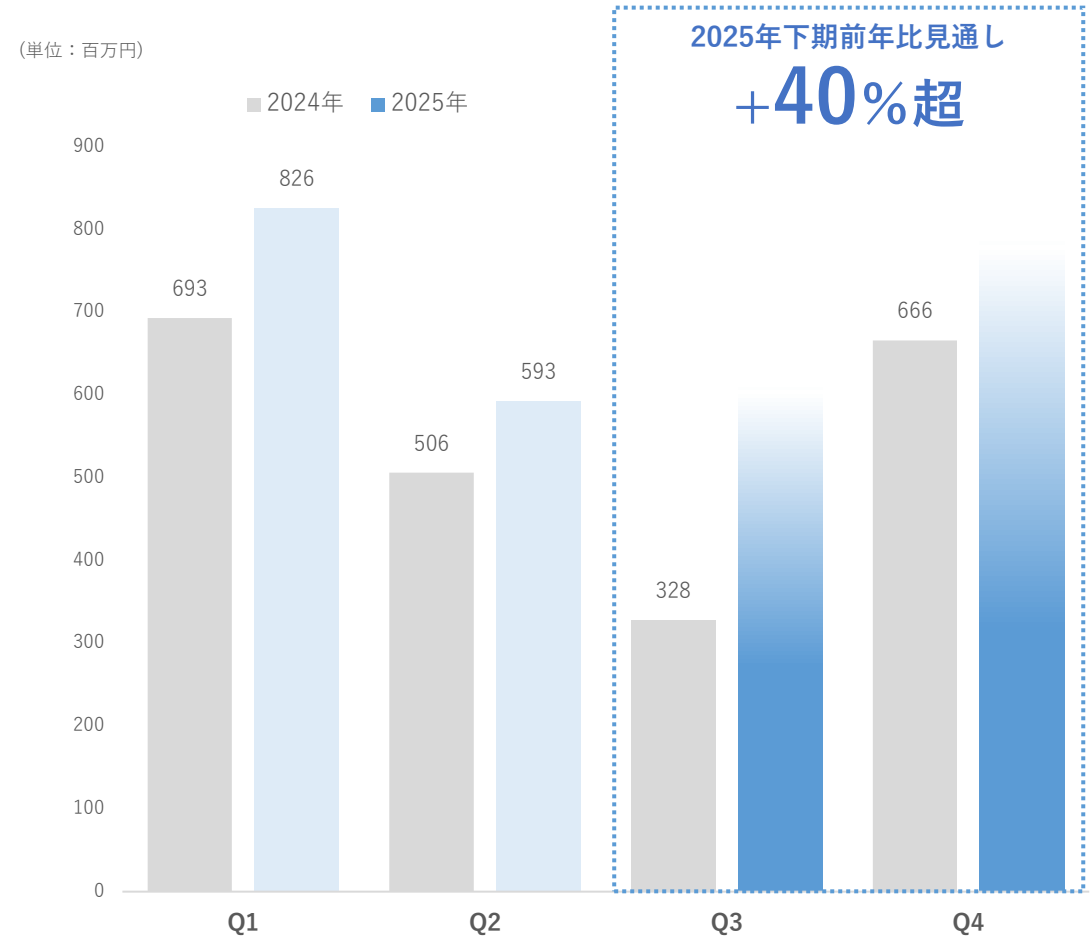
\* 営業利益/EBITDA：グループ共通管理コスト配賦前数値

## 新規取引社数・クロスセル取引(広告支援からマーケティングコンサル)順調に増加中

### 売上高



### 営業利益



# 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 <b>AD YELL</b> <b>AD YELL</b> 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

売上高減少も想定のとおり、小口分散化順調に進捗、再成長に向けた準備完了  
前年に貸倒引当金計上の影響もあり利益は大幅改善

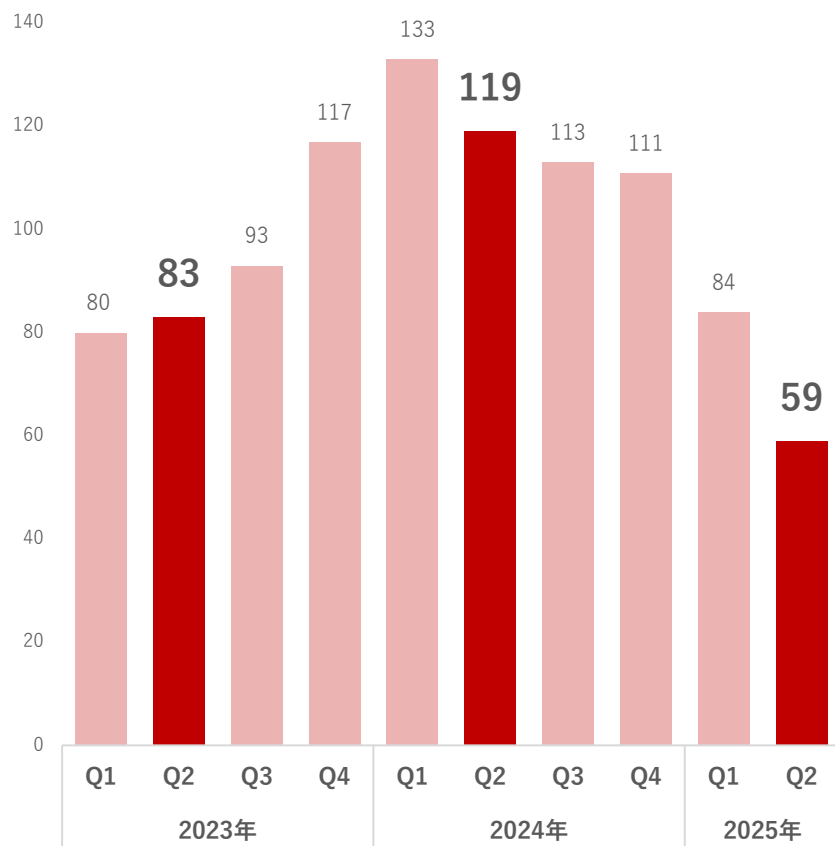
(単位：百万円)	2025年Q2			2025年上期		
	実績	前年比	前年実績	実績	前年比	前年実績
収益	59	(50.3)%	119	143	(43.4)%	253
売上総利益	50	(49.4)%	99	125	(40.8)%	212
販売管理費	(110)	+59.0%	(268)	(214)	+62.4%	(571)
営業利益	(59)	-	(169)	(89)	-	(359)
EBITDA	(59)	-	(155)	(88)	-	(332)
(ご参考) 売上高	59	(50.3)%	119	143	(43.4)%	253

\* 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)

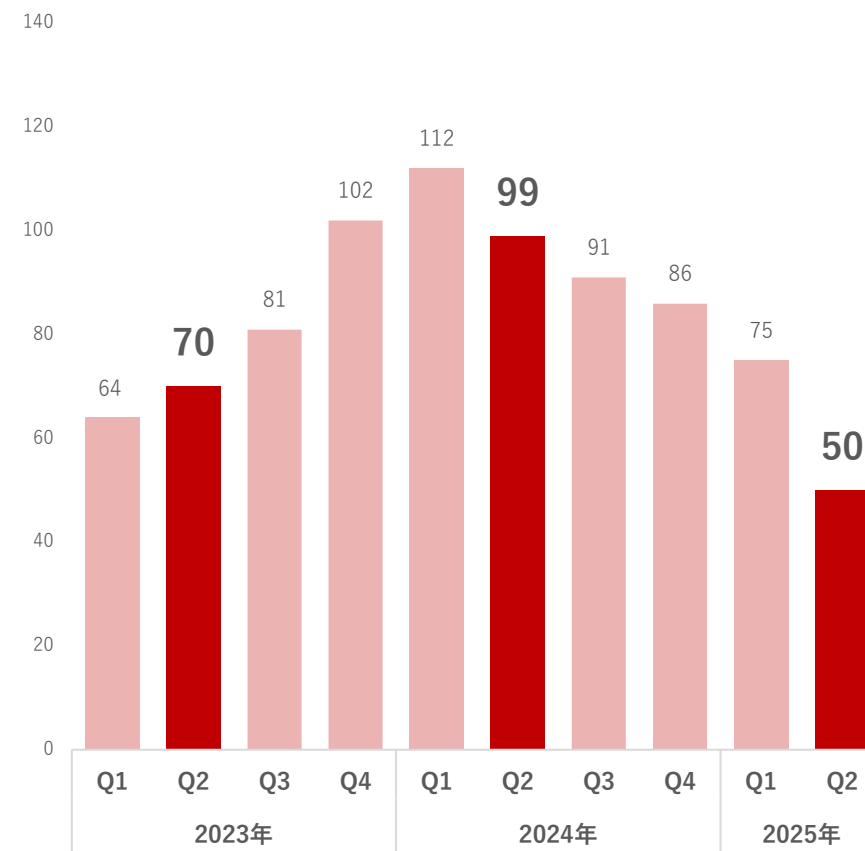
Q2前年比(50.3)%



## 売上総利益

(単位：百万円)

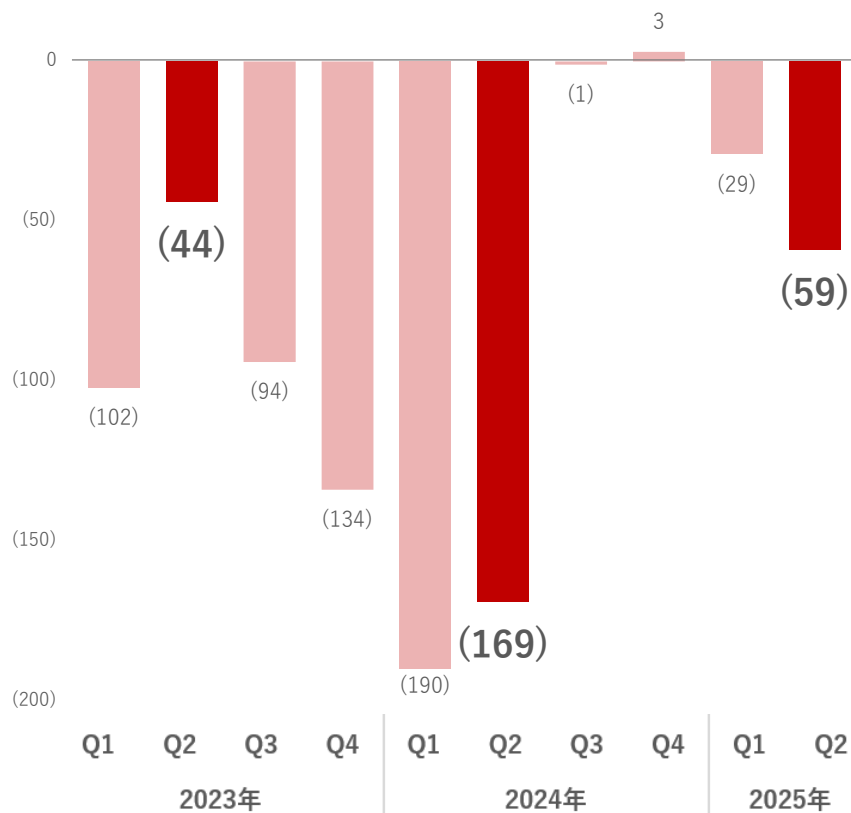
Q2前年比(49.4)%



## 営業利益

Q2前年比+109百万円

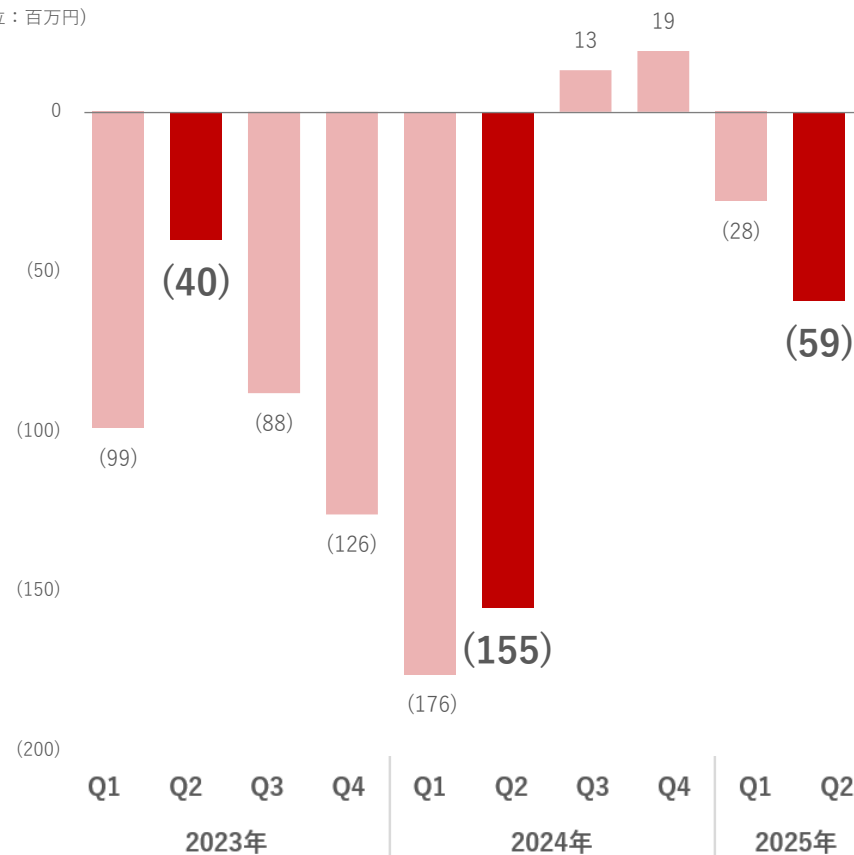
(単位：百万円)



## EBITDA

Q2前年比+95百万円

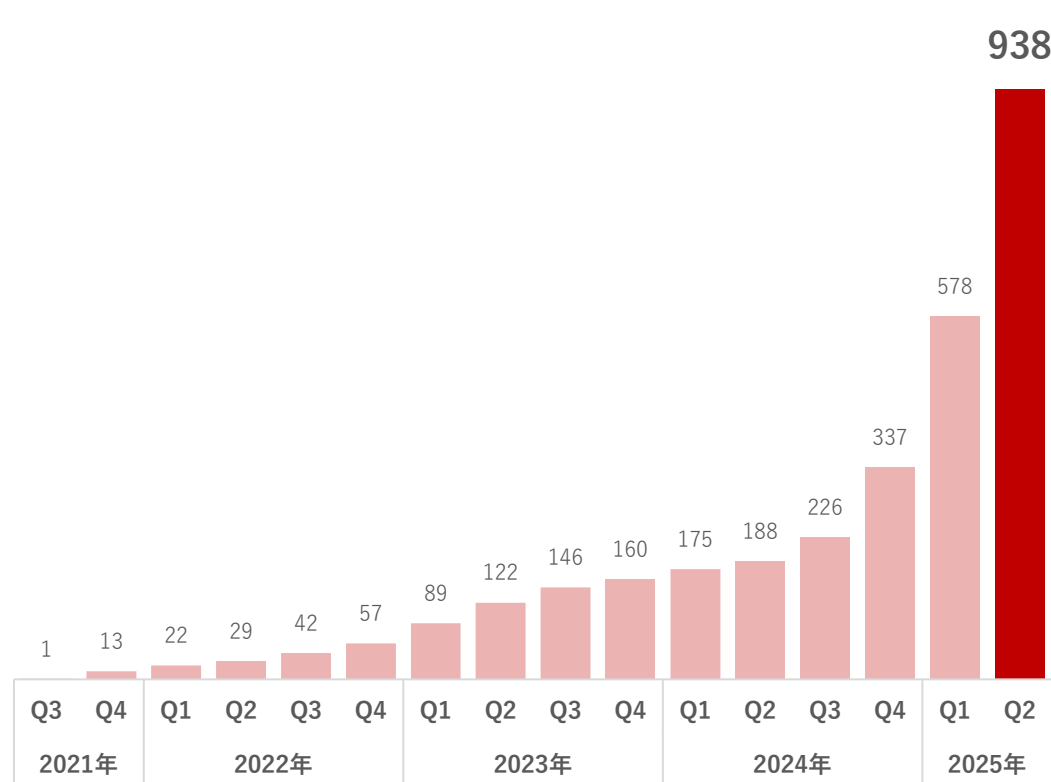
(単位：百万円)



## 取引社数大幅増加、GMVはQ2をボトムとして成長軌道へ

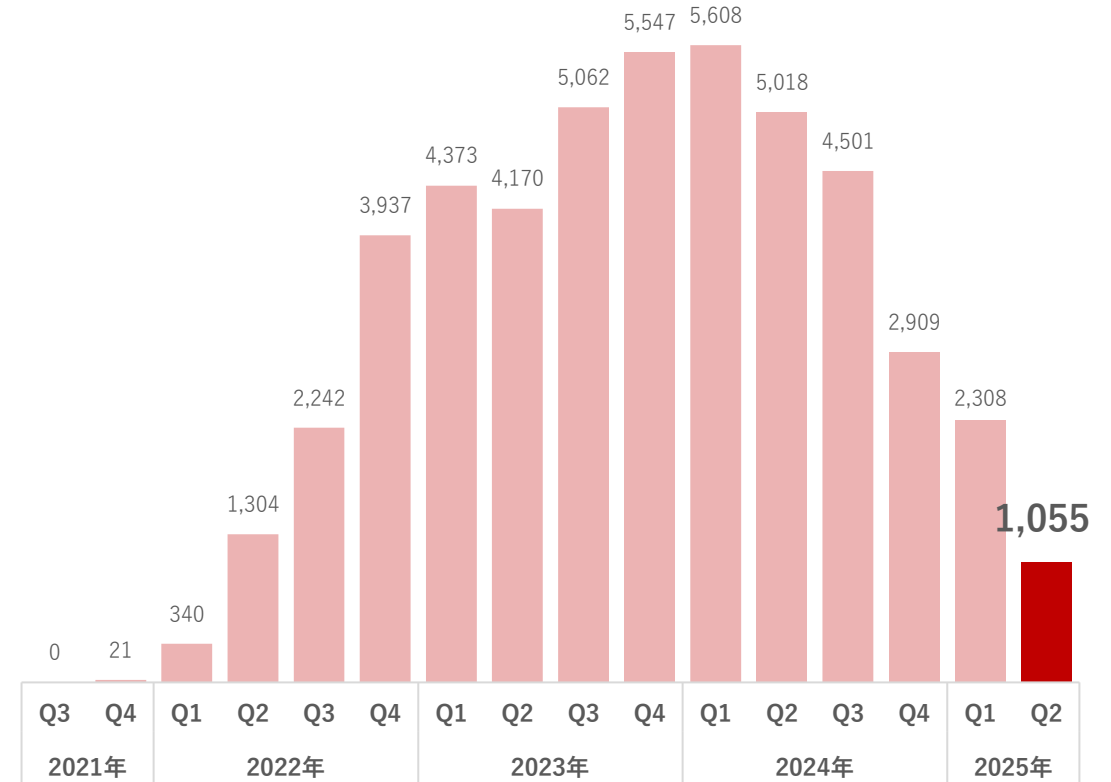
### 累計取引社数 <sup>\*1</sup>

(社数) Q2前年比+398.9%



### GMV <sup>\*2</sup>

(百万円) Q2前年比(79.0)%



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

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

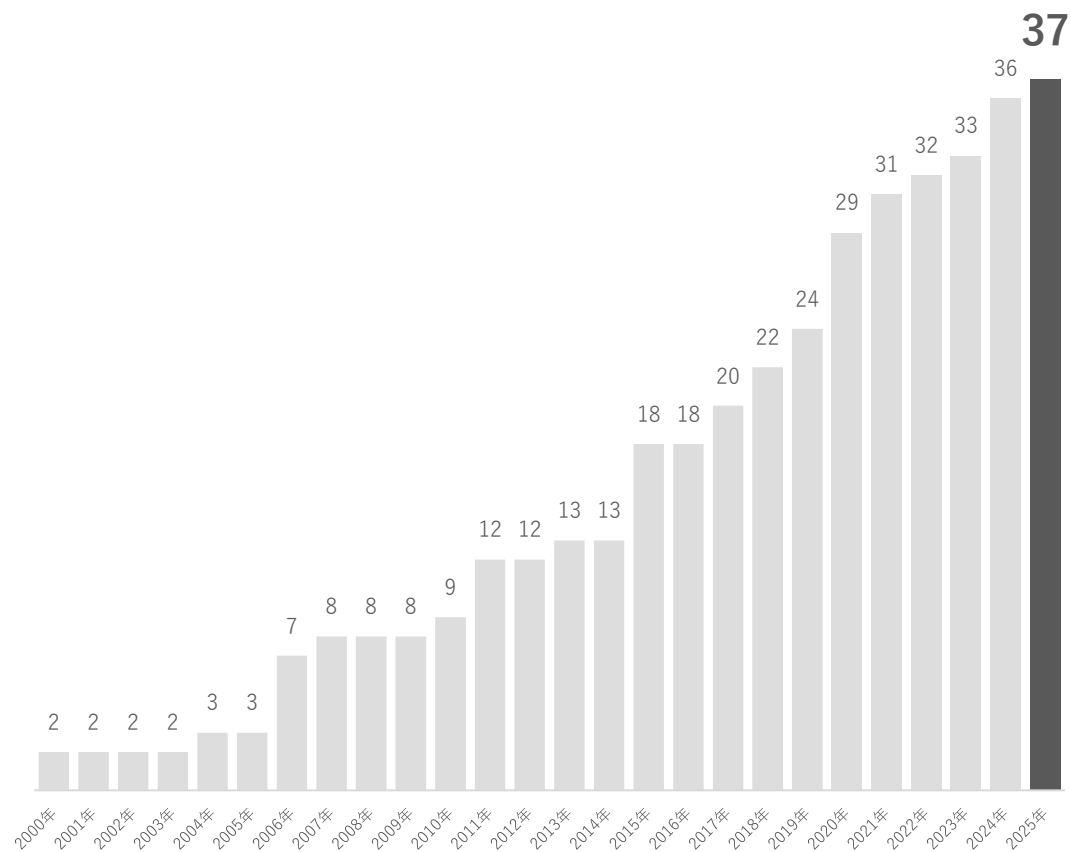
## グループ成長資金継続確保

(単位：百万円)	2025年Q2			2025年上期		
	実績	前年比	前年実績	実績	前年比	前年実績
収益	5	(95.3)%	112	468	(58.8)%	1,138
売上総利益	2	(97.6)%	94	319	(54.5)%	702
販売管理費	(35)	(2.2)%	(34)	(75)	+9.7%	(83)
営業利益	(33)	-	59	243	(60.6)%	618
EBITDA	(130)	-	553	2,975	+59.5%	1,866
(ご参考) 売上高	5	(95.3)%	112	468	(58.8)%	1,138

\* 営業利益/EBITDA：グループ共通管理コスト配賦前数値

## IPO累計実績

(単位：社数)

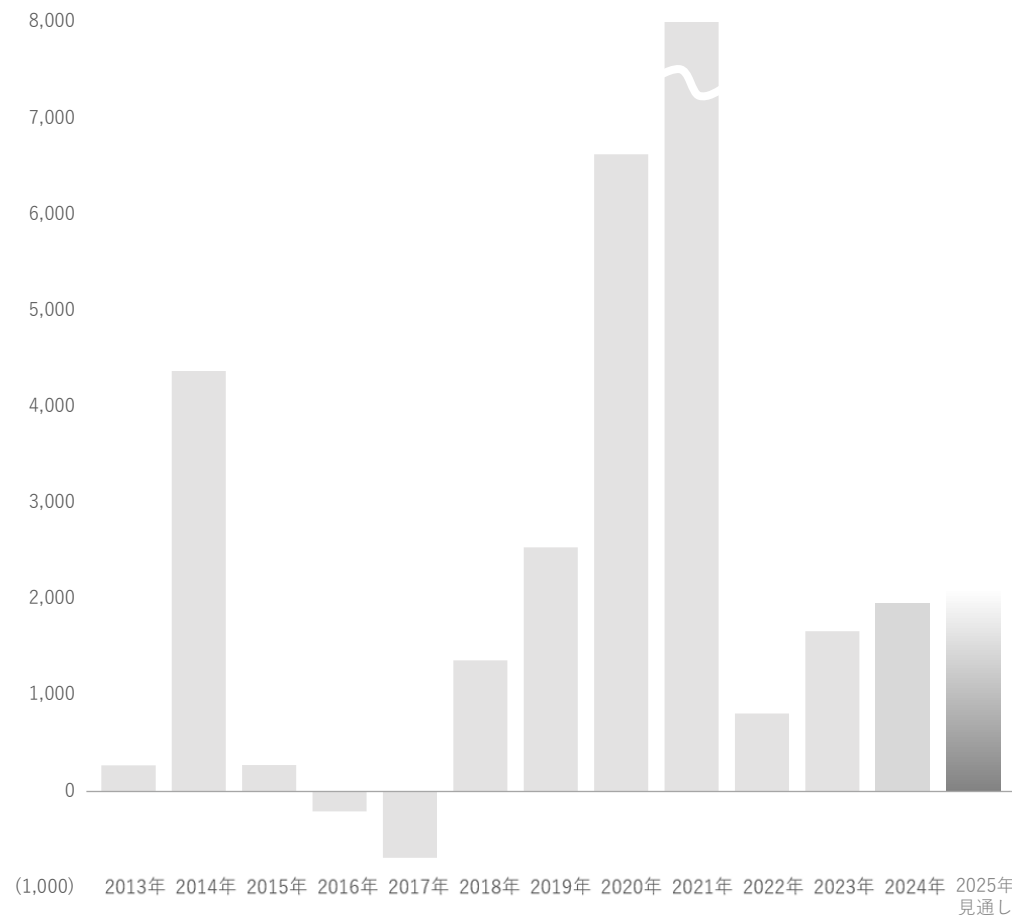


\* 2025年7月にIPOしたフラー株式会社を含む累計実績

## 事業化後の貢献利益

(単位：百万円)

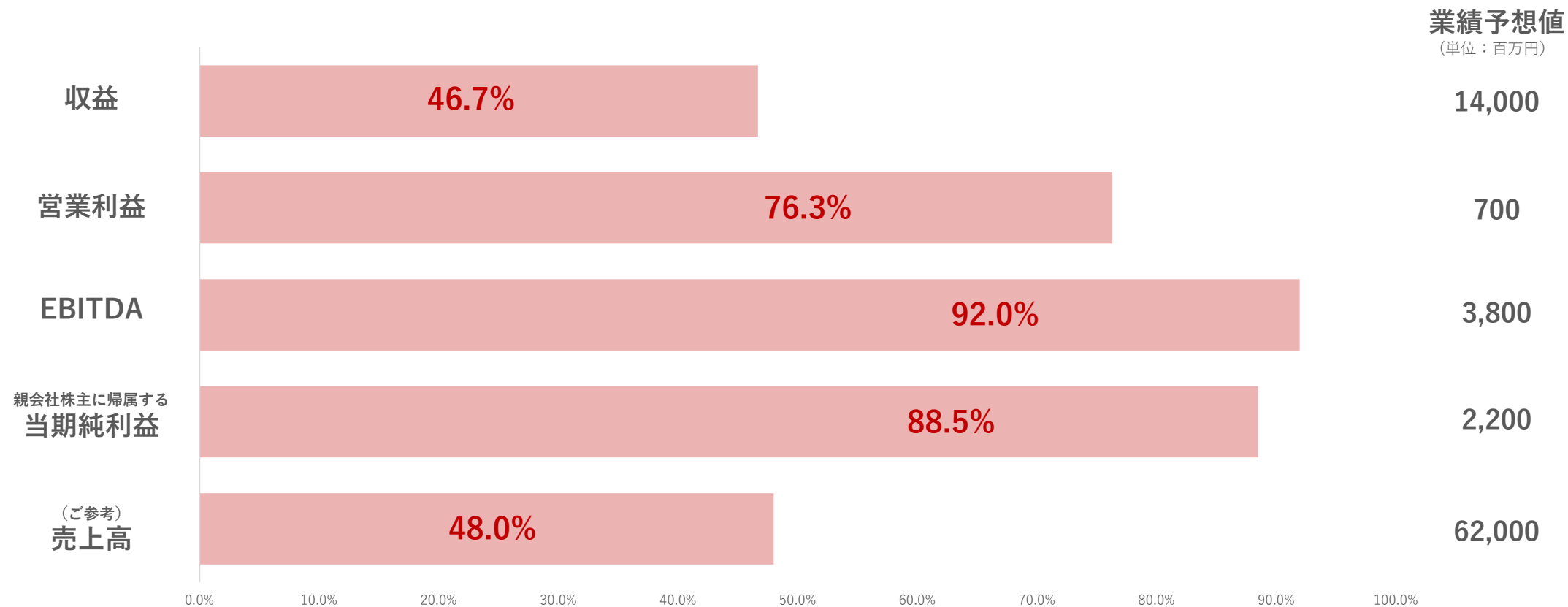
\*Investment事業の税前利益



2025年  
見通し

### 3 2025年通期連結業績予想の進捗

Marketing事業とInvestment事業が想定を上振れて進捗したことに加え  
生産性向上効果等によりコスト抑制で利益項目が想定よりも好進捗



# 2025年通期連結業績予想に対するセグメント別状況

セグメント	上期結果	下期予想
Marketing事業	広告支援が勢いを増し、成長を牽引 加えてAI活用による生産性向上等の効果で好進捗	広告支援の勢いが加速し、2桁成長へ ハードルが高い予算であるものの達成を見込む
Financial Services事業	概ね想定のとおり進捗 再成長に向けた準備完了	再成長に向けた投資を予定 上期利益水準よりも低下を見込む
Investment事業	想定よりも利益創出、好進捗	継続して利益創出を目指す (不確実性が高い)

## 業績予想に織り込まれていない要素

下期 アップサイド	現時点で想定できない有価証券売却による利益	現時点未想定 of 成長投資に 踏み込むケース
下期 ダウンサイド	外部環境の変化・悪化による顧客の予算縮小	

## 配当方針

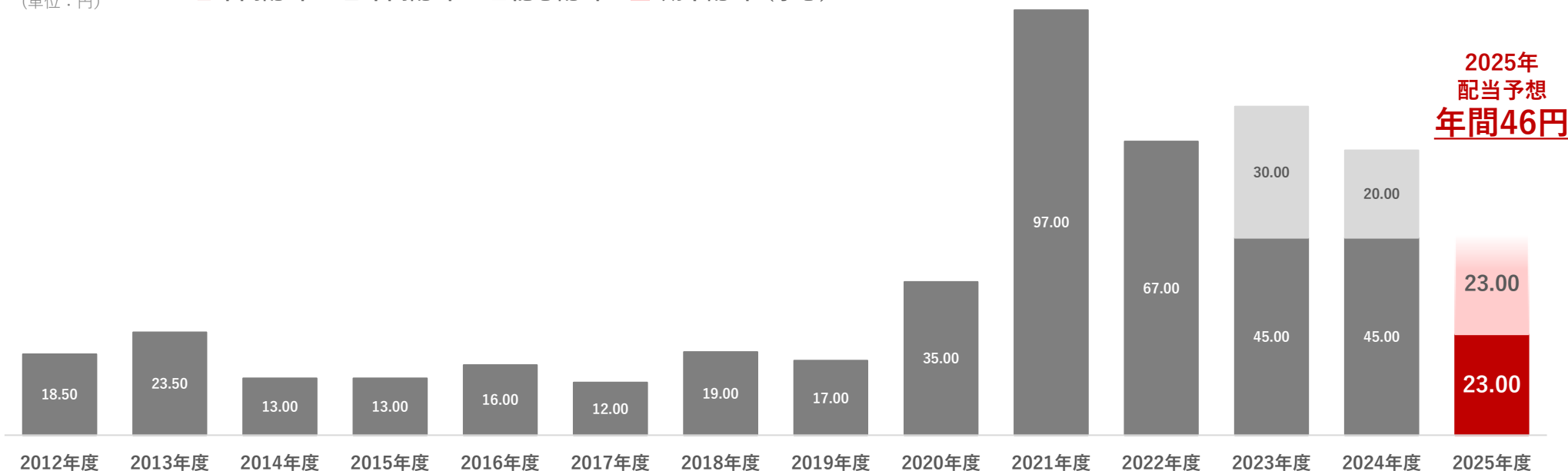
- 安定かつ持続的な配当と、Investment事業等による業績上振れ時にもしっかりと還元をすることで資本コストを意識した企業価値向上に繋げる
- 2024年-2026年の3ヶ年においては、原則として「のれん償却前親会社株主に帰属する当期純利益20%」または「DOE3%」のいずれか大きい金額を採用

## 2025年度

- 中間配当：1株当たり**23**円（配当予想のとおり）
- 年間配当：1株当たり**46**円（配当予想変更なし）

(単位：円)

■ 中間配当 ■ 年間配当 ■ 記念配当 ■ 期末配当（予想）



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

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、また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、また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



当社グループにとっての重要性

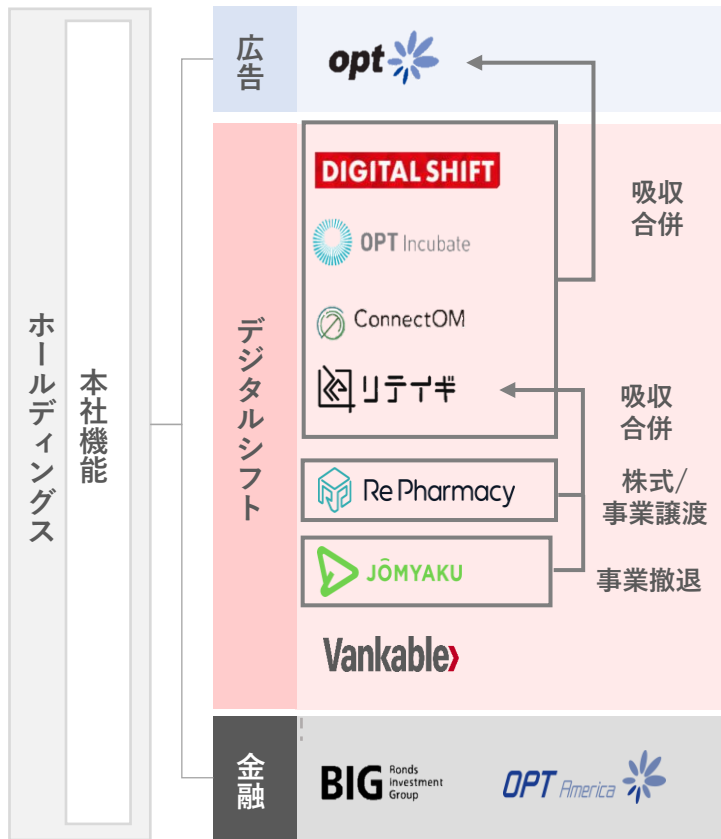
大	カテゴリー	マテリアリティ項目	ESGとの関係性			注目しているSDGs
			E	S	G	
↑	デジタルによる 産業変革	[産業・企業体の観点] 社会の持続的成長に向けて、日本の産業・企業の課題となる 組織体系やビジネスモデルをデジタルシフトで変革する		○		3 すべての人に健康と福祉を 8 働きがいも経済成長も 9 産業と技術革新の基盤をつくろう 17 パートナーシップで目標を達成しよう
		[働き手の観点] 働き手の物心両面の幸福の実現に向けて、デジタルの力で、 人がより充実して、その人らしく働ける環境を追求する		○		
	デジタル人材の 育成と多様な 働き方ができる 環境の提供	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	○	○		

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
<b>デジタルによる 産業変革</b>	[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"> <li>労働生産性の低下による産業/企業の収益性悪化</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>産業構造の変革により、日本企業の競争力の復活</li> <li>新市場創出によるビジネス機会の拡充</li> <li>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</li> </ul>
	[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"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> <li>人材/健康関連等の費用増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> <li>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</li> </ul>
<b>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</b>	デジタル人材の創出	<ul style="list-style-type: none"> <li>労働生産性の低下</li> <li>優秀な人材の流出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>労働生産性の向上</li> <li>健康力、モチベーションの向上</li> </ul>
	ワークスタイルイノベーション	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業創造と事業機会の逸失</li> <li>健康関連費用等の増加</li> <li>日本産業の衰退と社会発展の鈍化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>組織力の向上</li> <li>優秀な人材の確保</li> <li>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</li> </ul>
<b>強固な経営基盤 の確立</b>	全てのステークホルダーとの共存共栄	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会からの信用低下と企業価値低下</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多様なステークホルダーからの中長期の応援</li> </ul>
	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>イノベーションの停滞と人材の流出</li> <li>事業の成長鈍化と継続リスク増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会からの信用向上、企業価値の向上</li> <li>競争力の源泉となるイノベーションの創出</li> </ul>
<b>デジタルの力で 地球環境に貢献</b>	脱炭素社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>異常気象等に伴う事業活動停止と損害増加</li> <li>事業機会の逸失</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業のDX支援ニーズ高まり</li> <li>SXやGX等のサステナビリティ関連ニーズ増加</li> </ul>
	循環型社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会からの信用低下と企業価値低下</li> <li>優秀な人材の流出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>優秀な人材の確保</li> <li>未来志向人材育成による更なるイノベーションの創出</li> </ul>

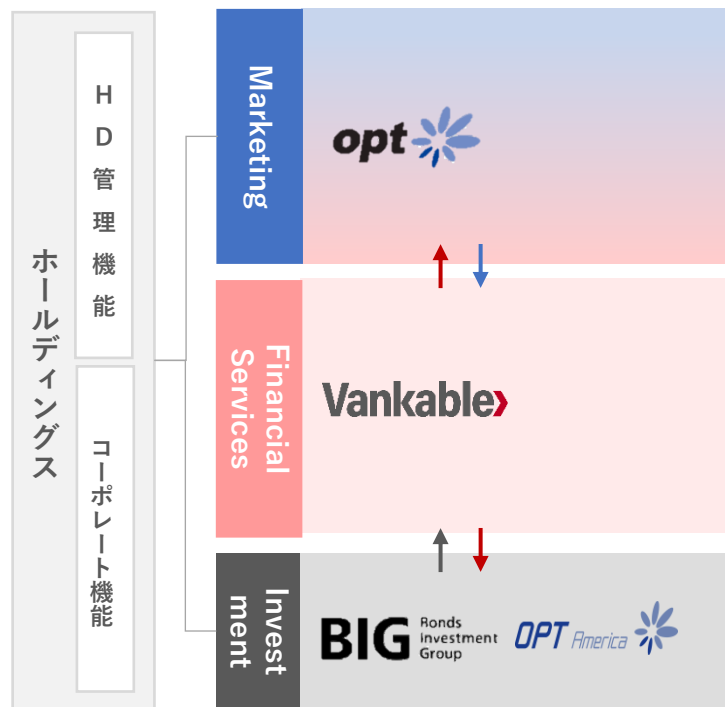
# 2025年Q2業績概要補足情報

## 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)

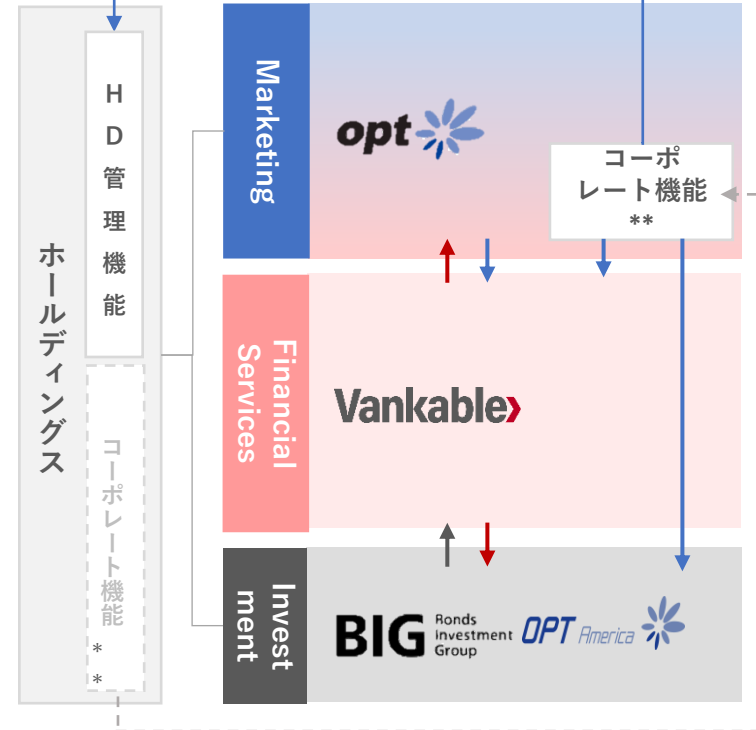


2024年Q2-Q4まで (連結子会社4社\*体制)



\*主要子会社を記載

2025年Q1から (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

# 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	Q2
連結	売上高	16,337	14,949	15,888	16,994	16,149	14,209	15,017	15,267	15,667	14,085
	収益	3,355	3,415	4,898	4,595	4,263	3,209	5,083	3,599	3,639	2,897
	売上総利益	2,301	2,410	3,515	2,720	2,965	2,219	3,405	1,424	2,673	2,145
	営業利益	(350)	(211)	950	227	524	(187)	1,270	(621)	576	(42)
	EBITDA	(223)	(50)	1,155	1,127	1,354	399	1,314	(71)	3,567	(73)
	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	(53)
Marketing事業	売上高	16,255	14,471	13,958	15,586	14,999	13,982	12,680	14,797	15,121	14,023
	収益	3,286	2,947	2,974	3,193	3,122	2,989	2,748	3,130	3,094	2,836
	売上総利益	2,277	2,046	1,957	2,247	2,254	2,032	1,875	2,148	2,283	2,096
	営業利益	540	298	249	626	693	506	328	666	826	593
	EBITDA	624	388	342	993	735	560	386	714	987	659
	Financial Services事業	売上高	80	83	93	117	133	119	113	111	84
収益		80	83	93	117	133	119	113	111	84	59
売上総利益		64	70	81	102	112	99	91	86	75	50
営業利益		(102)	(44)	(94)	(134)	(190)	(169)	(1)	3	(29)	(59)
EBITDA		(99)	(40)	(88)	(126)	(176)	(155)	13	19	(28)	(59)
Investment事業		売上高	1	393	1,837	1,296	1,025	112	2,227	360	463
	収益	1	393	1,837	1,296	1,025	112	2,227	360	463	5
	売上総利益	(40)	294	1,477	377	608	94	1,442	(808)	317	2
	営業利益	(84)	259	1,446	323	559	59	1,408	(840)	276	(33)
	EBITDA	(26)	266	1,532	831	1,312	553	1,361	(368)	3,106	(130)

\* 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Q2累計	2024年Q2累計	前年比
<b>営業キャッシュフロー</b>	<b>2,782</b>	<b>3,135</b>	<b>(352)</b>
税金等調整前当期純利益	3,338	1,564	+1,773
賞与引当金の増減	135	(103)	+239
投資事業組合運用損益	(2,693)	(746)	(1,947)
営業投資有価証券の増減額	(76)	334	(411)
法人税等の(支払)/還付額	(214)	1,472	(1,687)
未収入金の増減額	1,400	809	+591
未払金の増減額	46	(119)	+166
運転資本の増減	760	(323)	+1,084
その他	86	247	(161)
<b>投資キャッシュフロー</b>	<b>3,248</b>	<b>1,152</b>	<b>+2,095</b>
無形固定資産取得による支出	(30)	(102)	+72
投資有価証券の取得による支出	-	(262)	+262
投資有価証券の払戻による収入	3,202	1,488	+1,714
その他	75	28	+46
<b>フリーキャッシュフロー</b>	<b>6,031</b>	<b>4,287</b>	<b>+1,743</b>
調整額	-	-	-
<b>調整後フリーキャッシュフロー</b>	<b>6,031</b>	<b>4,287</b>	<b>+1,743</b>

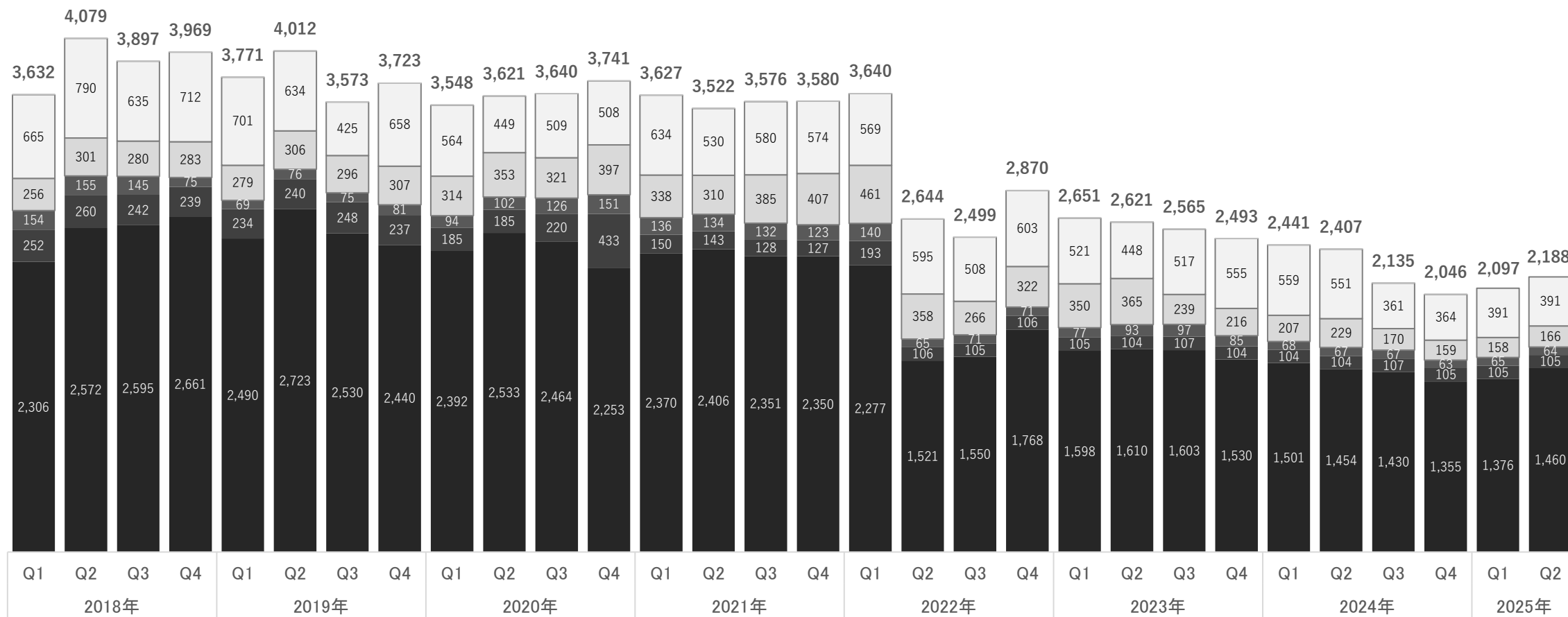
\* 運転資本の増減額 = 売上債権の増減額 + たな卸資産の増減額 + 仕入債務の増減額 + 未払消費税等の増減額

\* 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

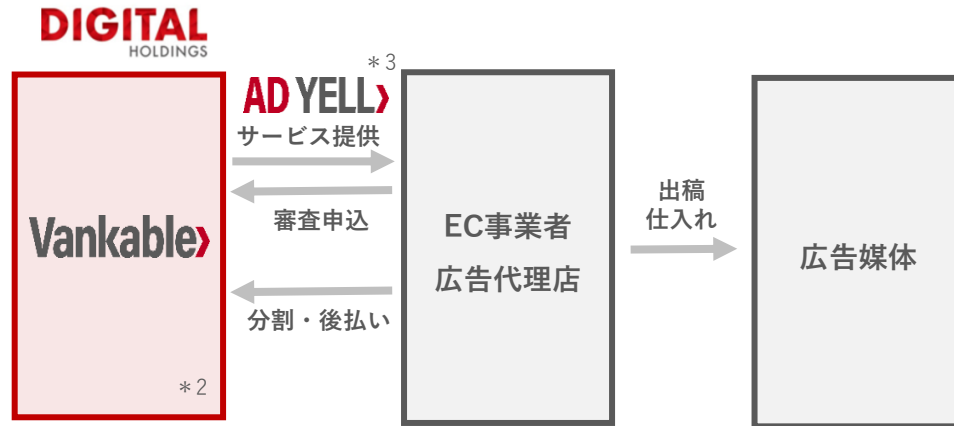


(2025年Q2末時点従業員数：948名)

## 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<sup>\*1</sup>

### ビジネスモデル

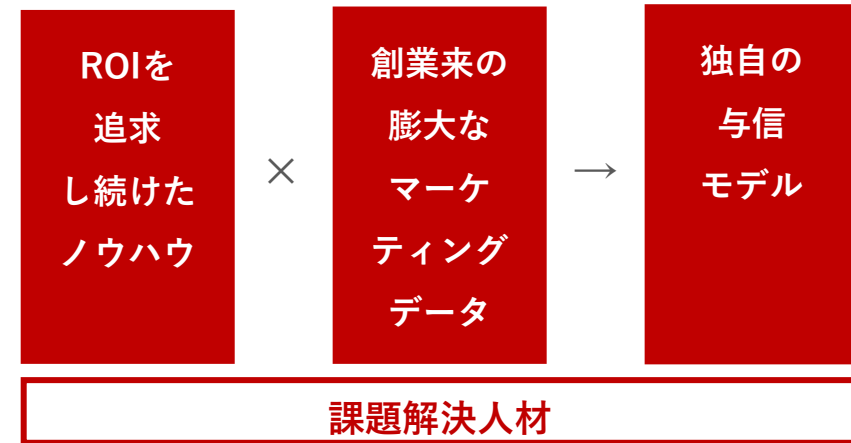
三菱UFJフィナンシャル・グループと協働



\* 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

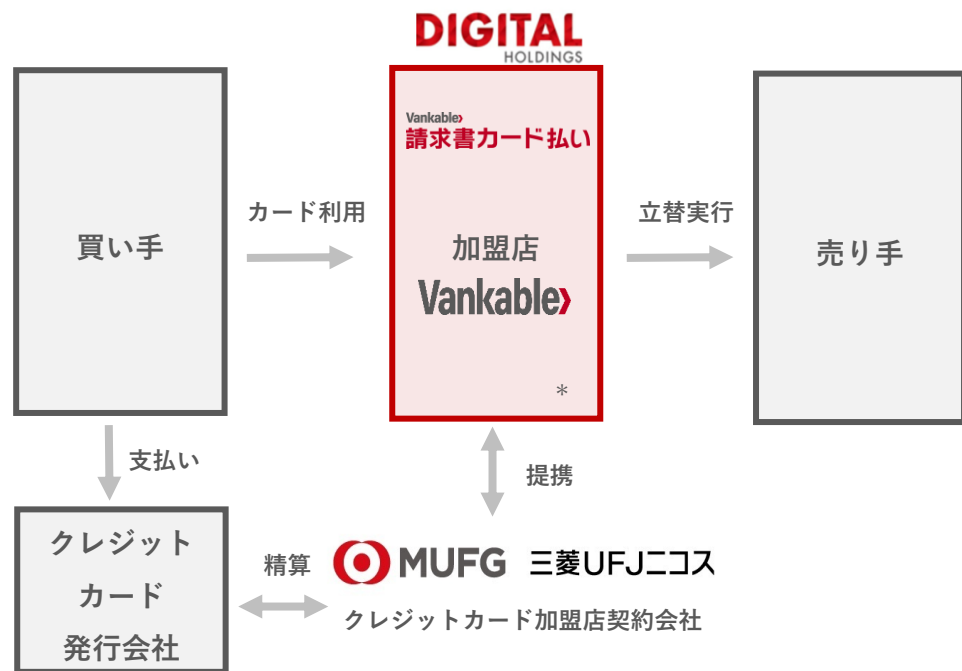


\*1: 後払い式の決済手段「Buy Now, Pay Later」の略。信用調査が簡易なため、欧米・若年層を中心に市場の広がりがつづき、今後、さらなる市場規模の拡大が予測されており、BtoB向けサービスの広がりも注目を集めている  
\*2: 当社100%子会社、2021年1月子会社設立  
\*3: AD YELL概要 <https://vankable.co.jp/lp/>

## 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

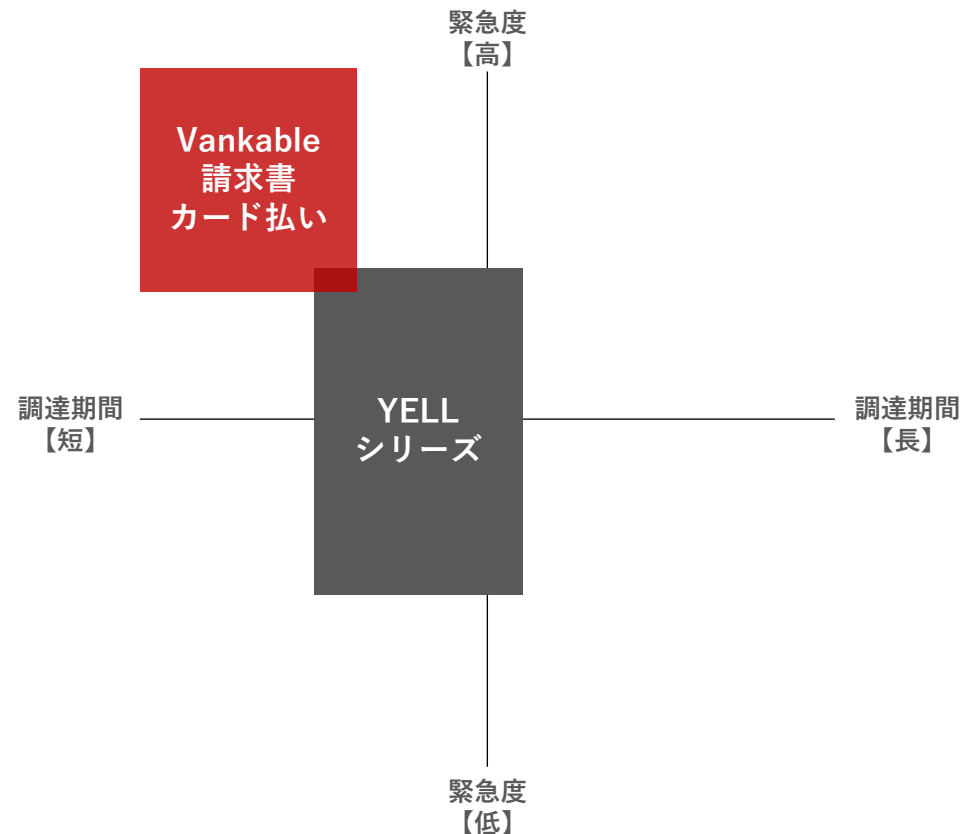
バンクブルが加盟店としてクレジットカード決済を可能に  
(支払いサイトが延びる)



\* 当社100%子会社、2021年1月子会社設立

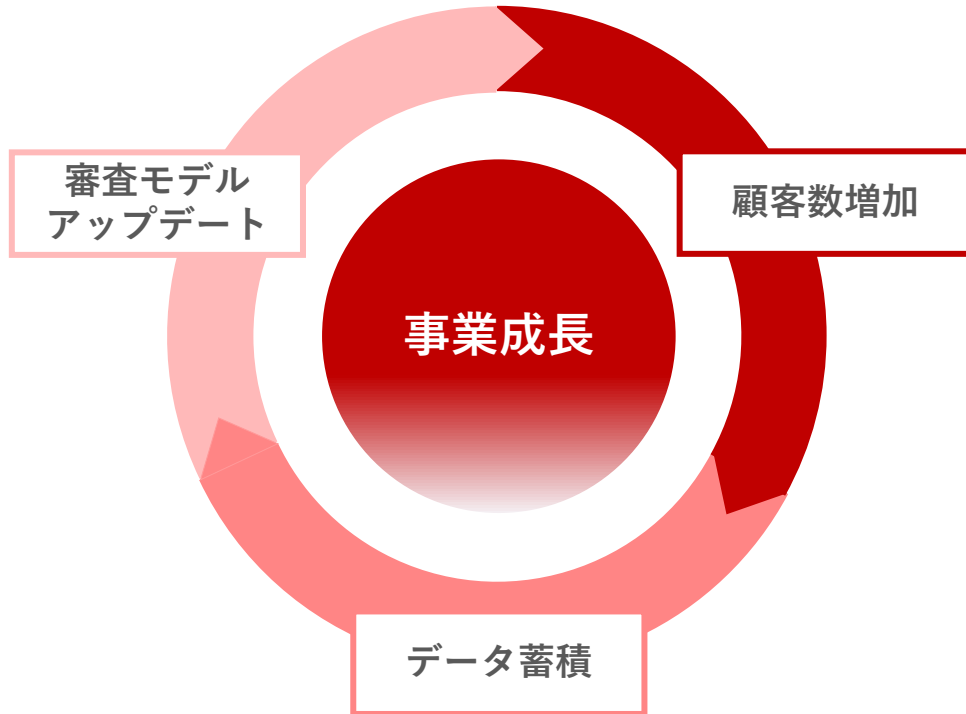
### 『Vankable 請求書カード払い』のポジショニング

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

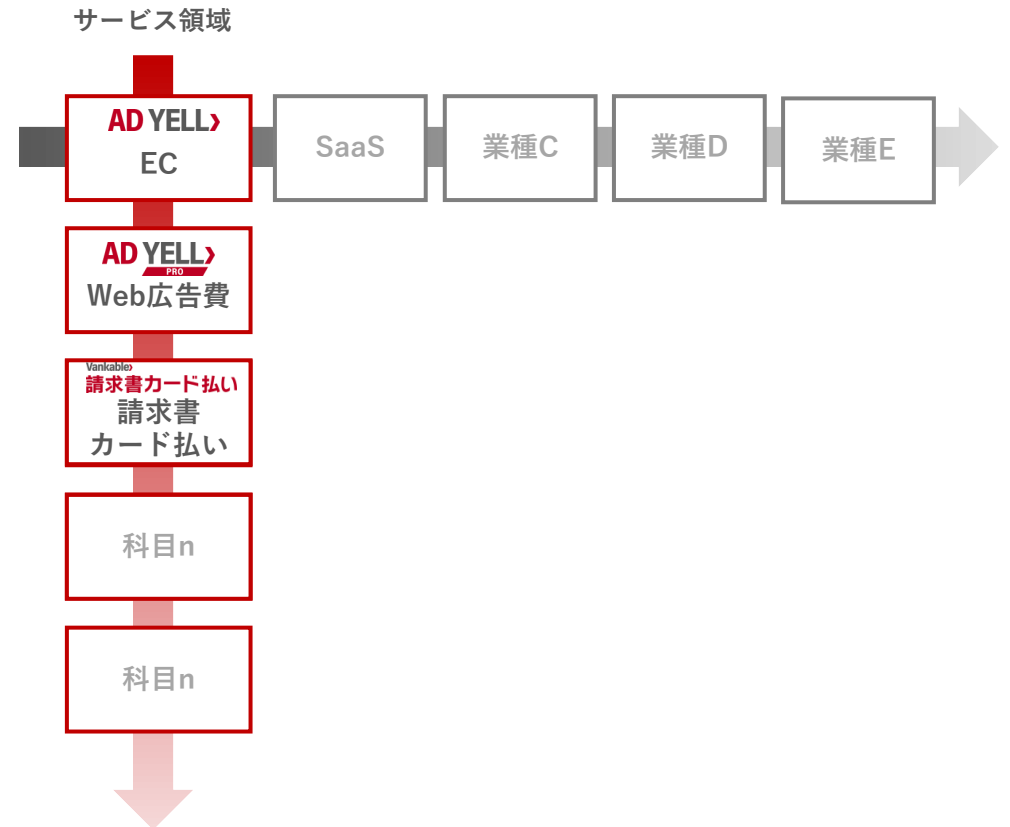


独自のサービス拡充と、データを元にした審査モデルのアップデートにより事業の拡大へ

## 事業成長における考え方

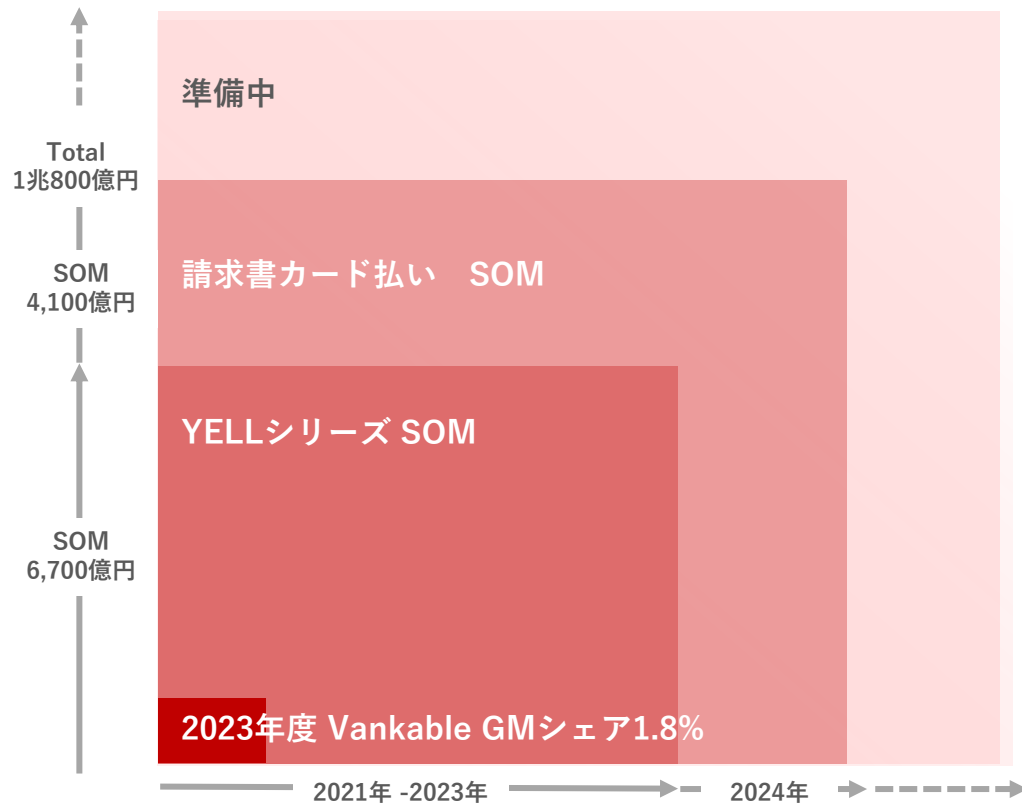


## サービス領域の拡充と顧客層の拡大

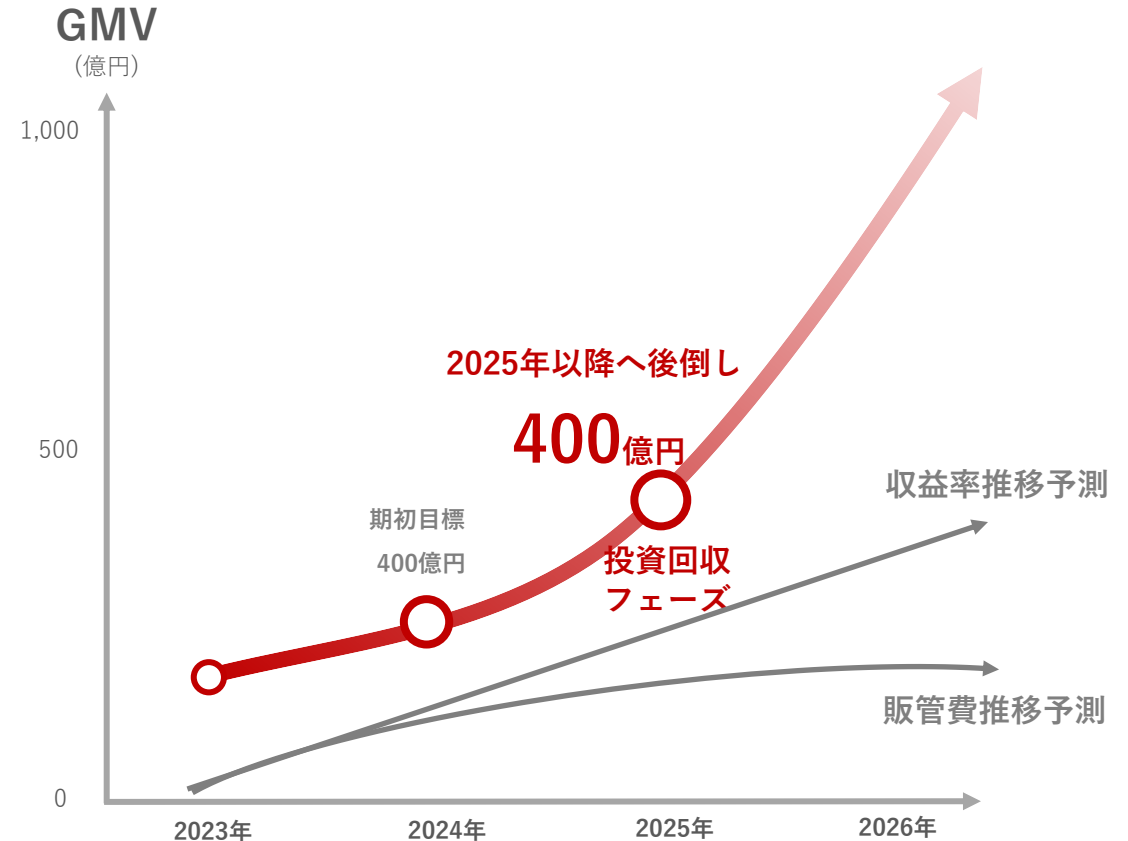


サービス拡張による市場拡大によってTAMSAMSOMも拡大  
GMV目標は後倒し、今後はGMV拡大により収益率は増加、販売管理費はコントロール

## 中長期的な潜在ポテンシャル



## 年間GMV目標



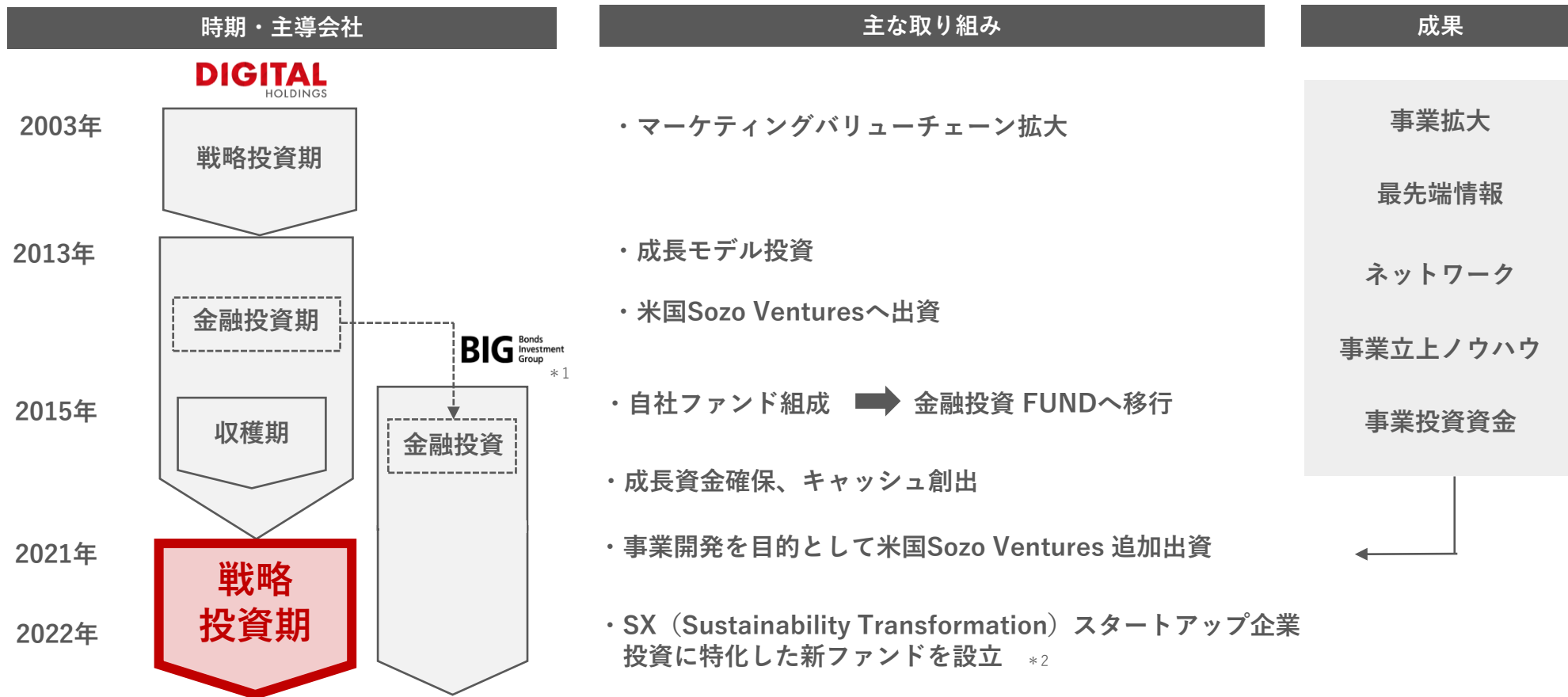
\*TAMの考え方

・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



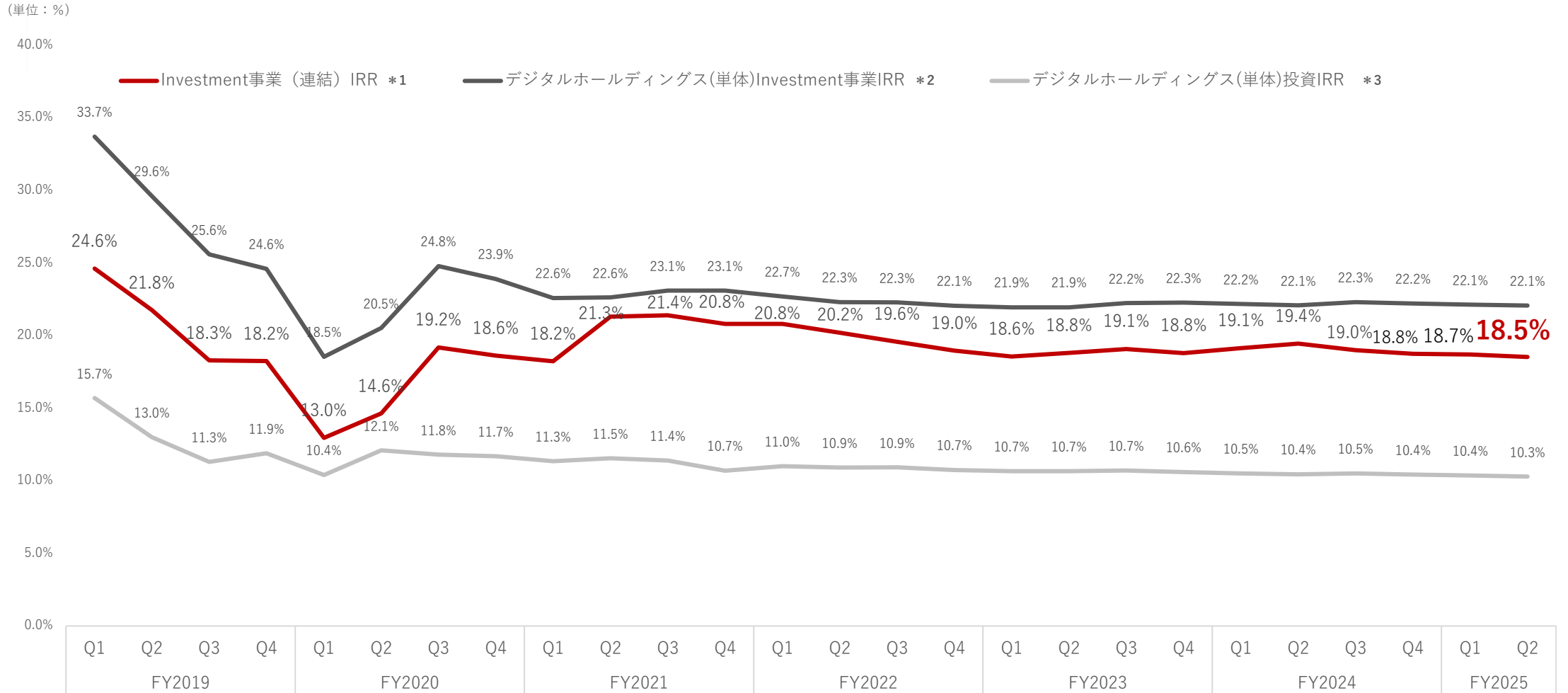
\*1：100%子会社Bonds Investment Groupの組成するFUND

\*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～2025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6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P58）  
 \*2：2013年から2025年6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6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



# 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6月末までにInvestment事業で投資した銘柄
算定基準日		2025年6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6月末までの回収額と2025年6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

- 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