



ニフティライフスタイル

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2023年6月30日

証券コード：4262

ニフティライフスタイル株式会社

1. 会社概要
2. 成長戦略
 - ①進捗状況と2024年3月期の事業方針
 - ②中期経営計画
3. Appendix

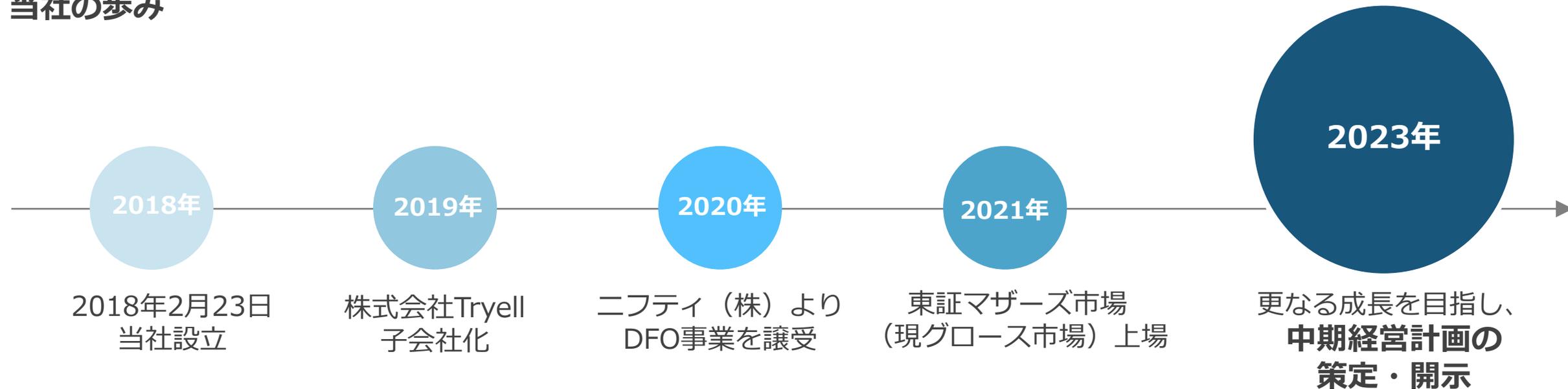
会社概要

当社について：主カサービスのビジネスモデルと競争優位性

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 ※
■ 従業員数	68名（6名）※ <small>※単体、2023年5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

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)
- 1987年
NIFTY-Serveサービス開始
- 1991年
社名をニフティ株式会社に改称
- 1999年
@niftyサービス開始
- 2000年
ニフティ不動産、ニフティ求人サービス開始

- 2003年
ニフティ温泉サービス開始
- 2008年
DFOサービス開始
- 2014年
オンライン内見サービス開始
- 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

パーパス（存在意義）、ミッション（目指す姿）、ビジョン（マイルストーン）

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。

Mission

誰もが「暮らしの主人公」になる世界を実現する。

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。

Vision 「暮らしのこだわり」を届ける。

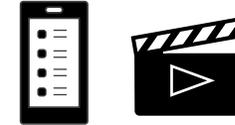
中期経営計画（2024年3月期～2026年3月期）

ライフスタイルの多様化



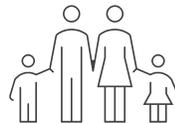
テレワークやフリーランス等、新しい働き方が定着しつつある中、地方移住への関心が高まる等、暮らし方・働き方・価値観が多様化

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

掲載物件数のべ1,300万件

※2023年3月末現在

ニフティ温泉

掲載施設数のべ16,000件

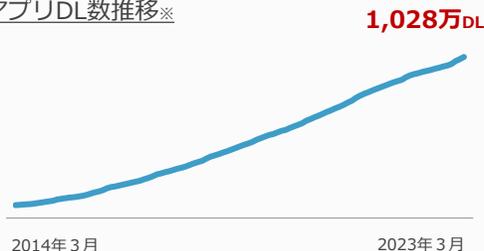
※2023年3月末現在



ユーザー集客力

ユーザー目線のアプリ開発に注力しており、各サービスのアプリDL数は堅調に推移。またWEBマーケティングの効果的な活用等もあり、成約確度の高いユーザーの獲得・送客につなげている

アプリDL数推移※



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

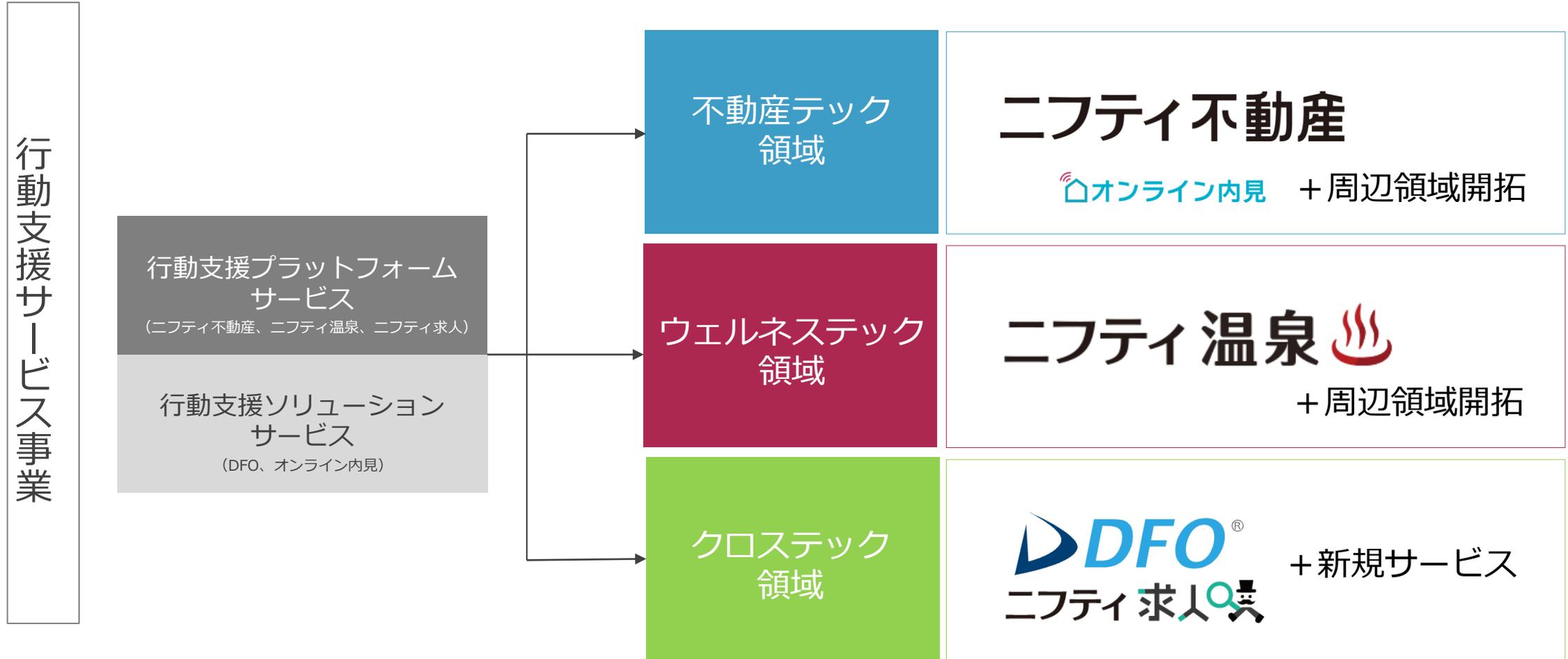


130超のこだわり条件

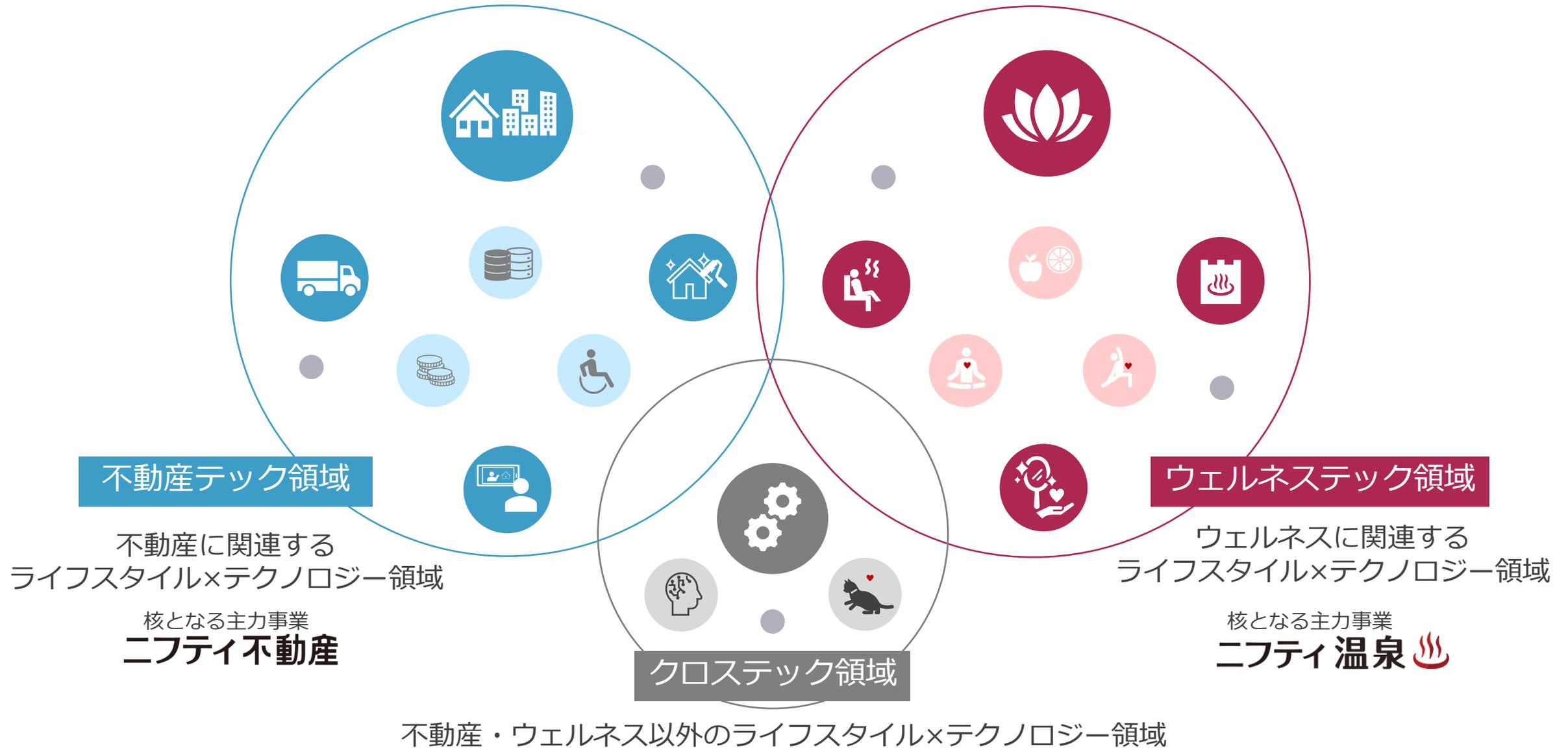
事業ドメイン：ライフスタイルテック市場3領域へと再定義（2024年3月期～）

変更前

変更後（2024年3月期～）



事業ドメインイメージ

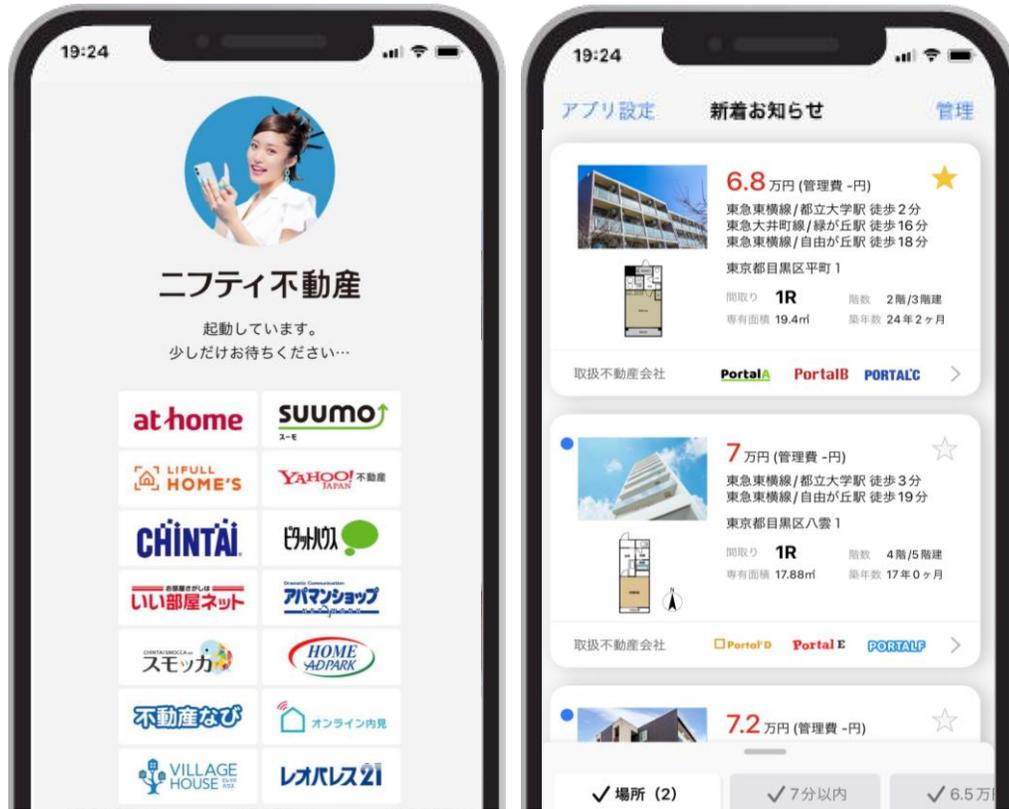


ビジネスモデル：不動産テック領域

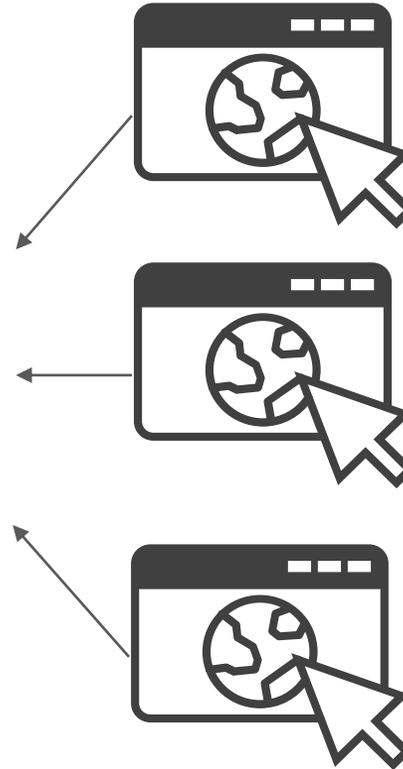
当社サービス



ニフティ不動産

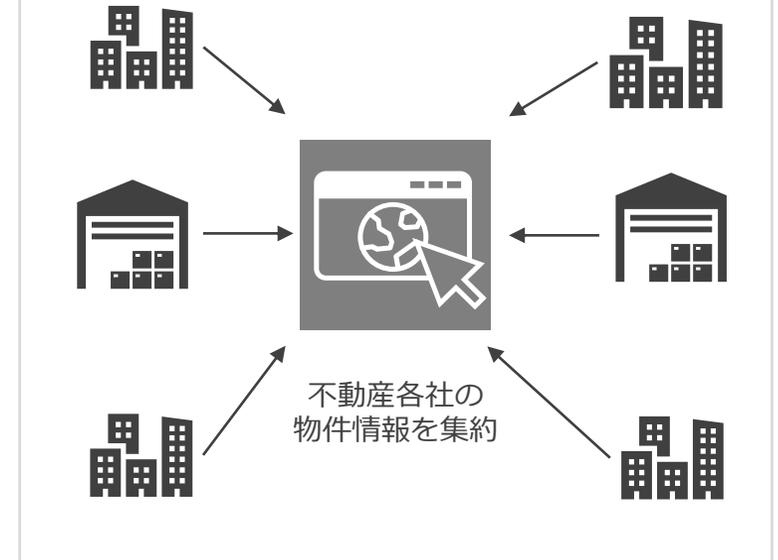


不動産ポータル



不動産ポータルとは...

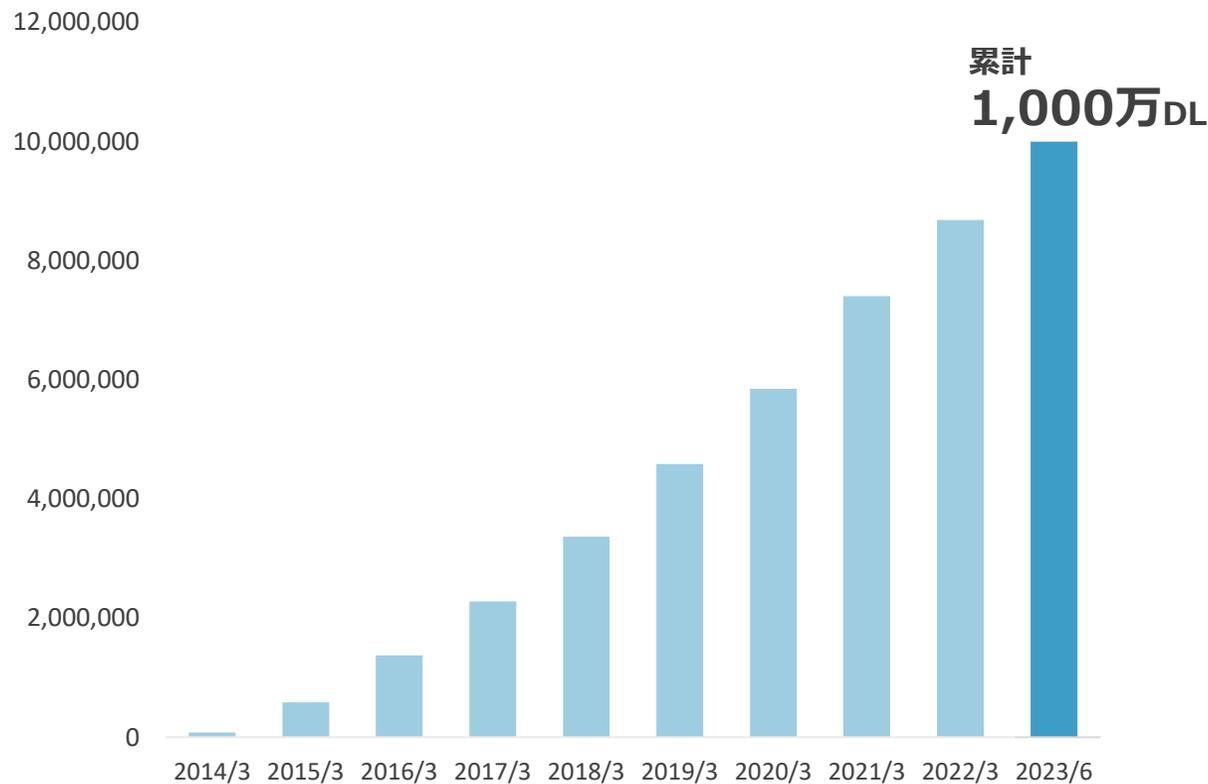
不動産情報に特化した専門サイト



- 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。
掲載物件数は延べ1,300万件（2023年3月末時点）と国内最大級で、アプリを中心に展開

- アプリとWEBでは、アプリのほうがお部屋探しのニーズが高く、こだわりが強いユーザーが多い傾向。
アプリDL数は2023年6月に累計1,000万DLを突破

■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**



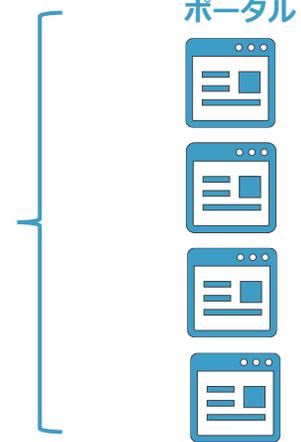
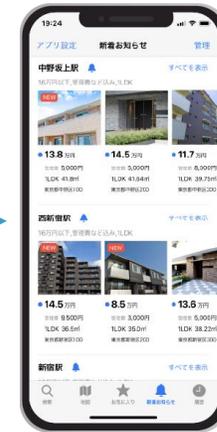
競争優位性

■ 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

	不動産テック領域主力ビジネス「ニフティ不動産」の競争優位性
情報量	ニフティ不動産の掲載物件のべ1,300万件等※ 圧倒的な情報量を誇る ※2023年3月時点「ニフティ不動産」延べ掲載物件数
比較性	大手ポータルサイトの掲載情報を横断的に一括で比較できるため、効率の良い検討が可能
利便性	130項目以上に上るユーザーの詳細な「こだわり条件」を設定でき、充実の物件情報等を比較可能
独自性	名寄せ技術により集約した膨大な情報を見やすく一覧表示。また、ユーザーの検討状況に合わせて独自ロジックによるレコメンドを実行

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



まとめて検索できて時短・便利

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 



ニフティ温泉

- 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

約**16,000施設**※

※2023年6月末時点

月間ユーザー数

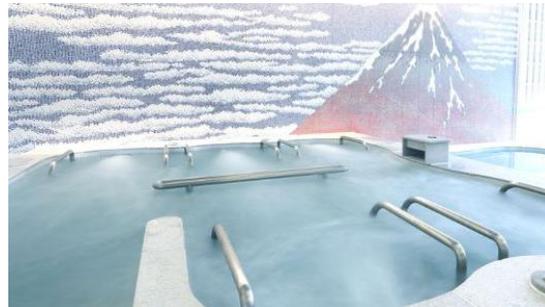
約**360万ユーザー**※

※2022年度平均

会員数

全国約**66万人**※

※2023年5月末時点



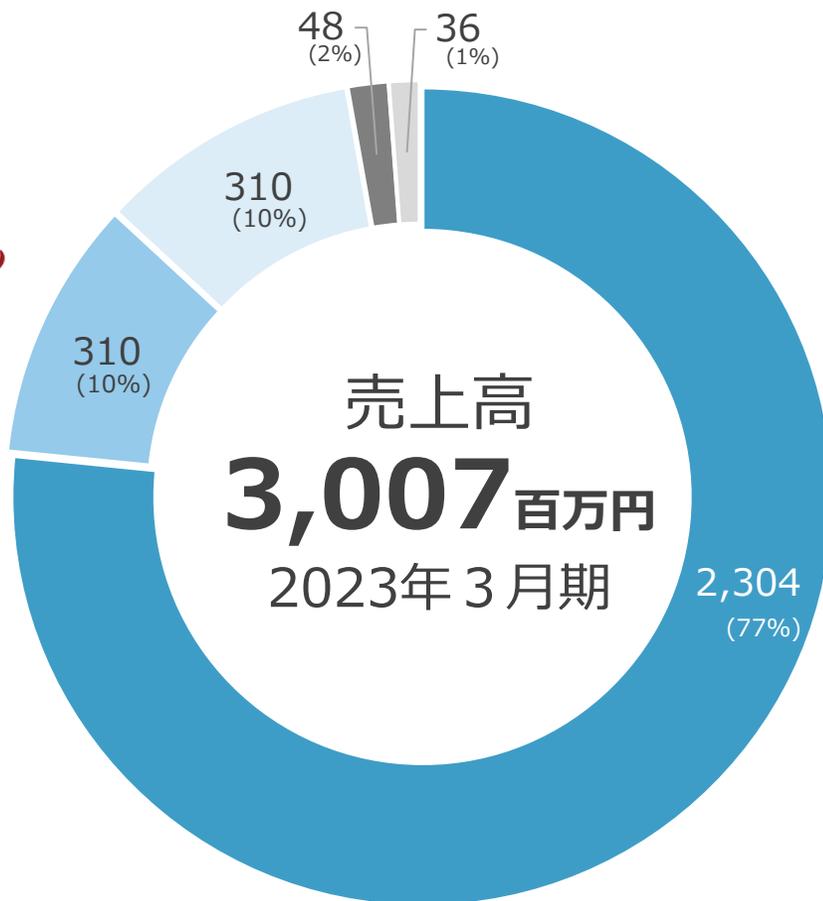
サービス別売上高構成 (2023年3月期実績)

■ 主力ビジネス「ニフティ不動産」と「ニフティ温泉」で売上高の87%を占める

ニフティ温泉 



ニフティ不動産



■ ニフティ不動産 ■ ニフティ温泉 ■ DFO ■ ニフティ求人 ■ オンライン内見

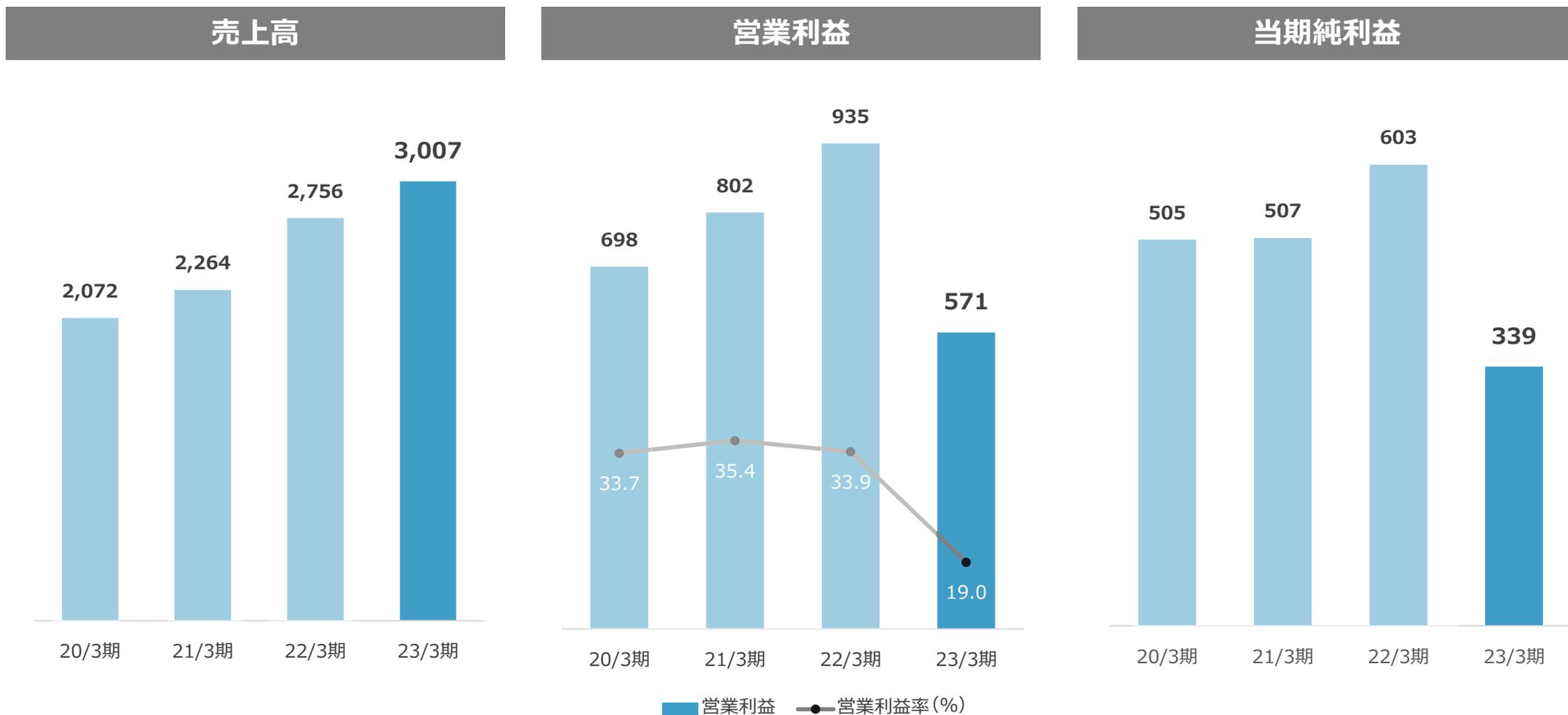
(単位：百万円)

成長戦略

①進捗状況と2024年3月期の事業方針について

業績推移

売上高は順調に成長。23/3期は成長投資を実施したこと等により増収減益



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
- ✓ サービス内容の認知や利用訴求については長期的な取り組みも必要

開発強化

「使ってみたくなる」アプリ開発



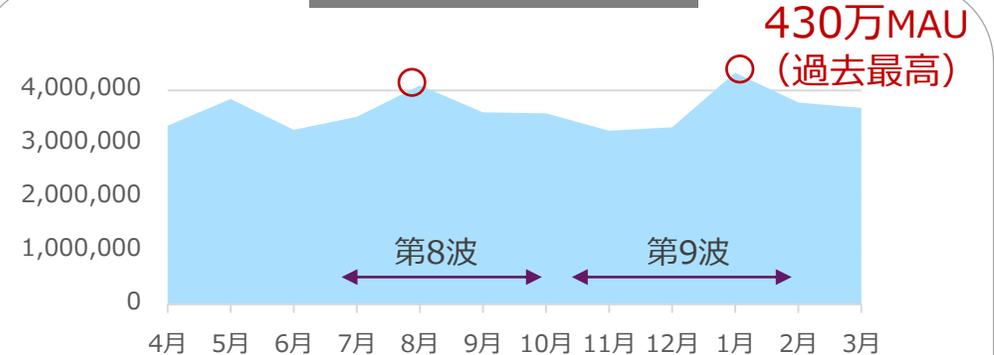
- ✓ 他社サービスとの差別化を図り、物件の情報量を活かした当社ならではのアプリ機能をリリース
- ✓ 機能改善や新機能リリース件数は年度内で約100件
- ✓ 成長戦略としての開発投資に注力する一方、エンジニアの採用には課題が残る

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

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

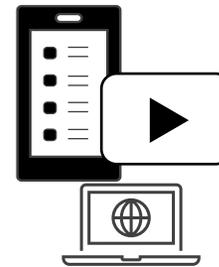
- ・ニフティ不動産のテレビCMを年末年始の短期間にて実施
- ・タレント起用の効果もあり、サービス名の認知進む

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

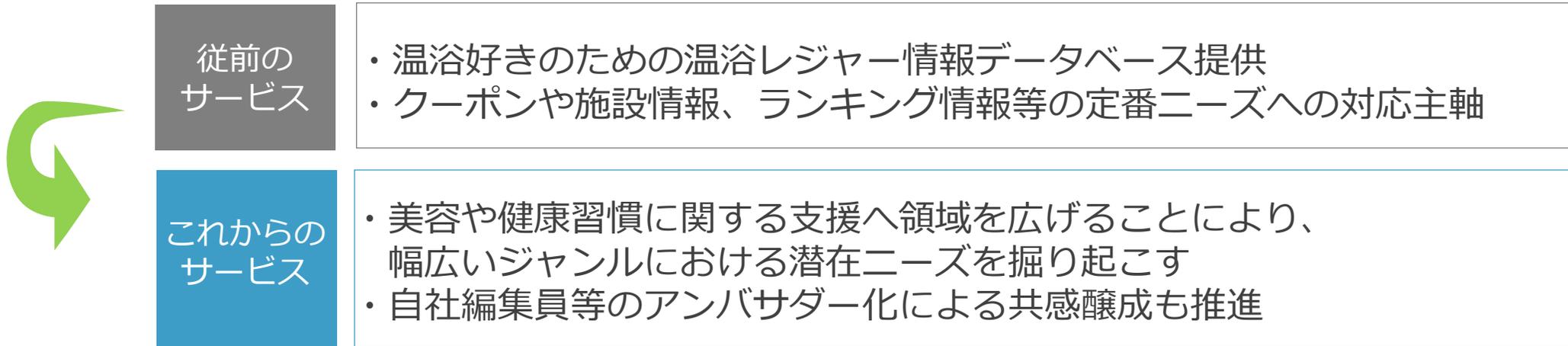


サービスの特長や機能にフォーカスした訴求発信へシフト
情報量やアプリ利用数、機能等の利便性や優位性の理解促進を重視したブランディングへ



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



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

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%

成長戦略

②中期経営計画（2024年3月期～2026年3月期）

中期経営計画骨子

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%)

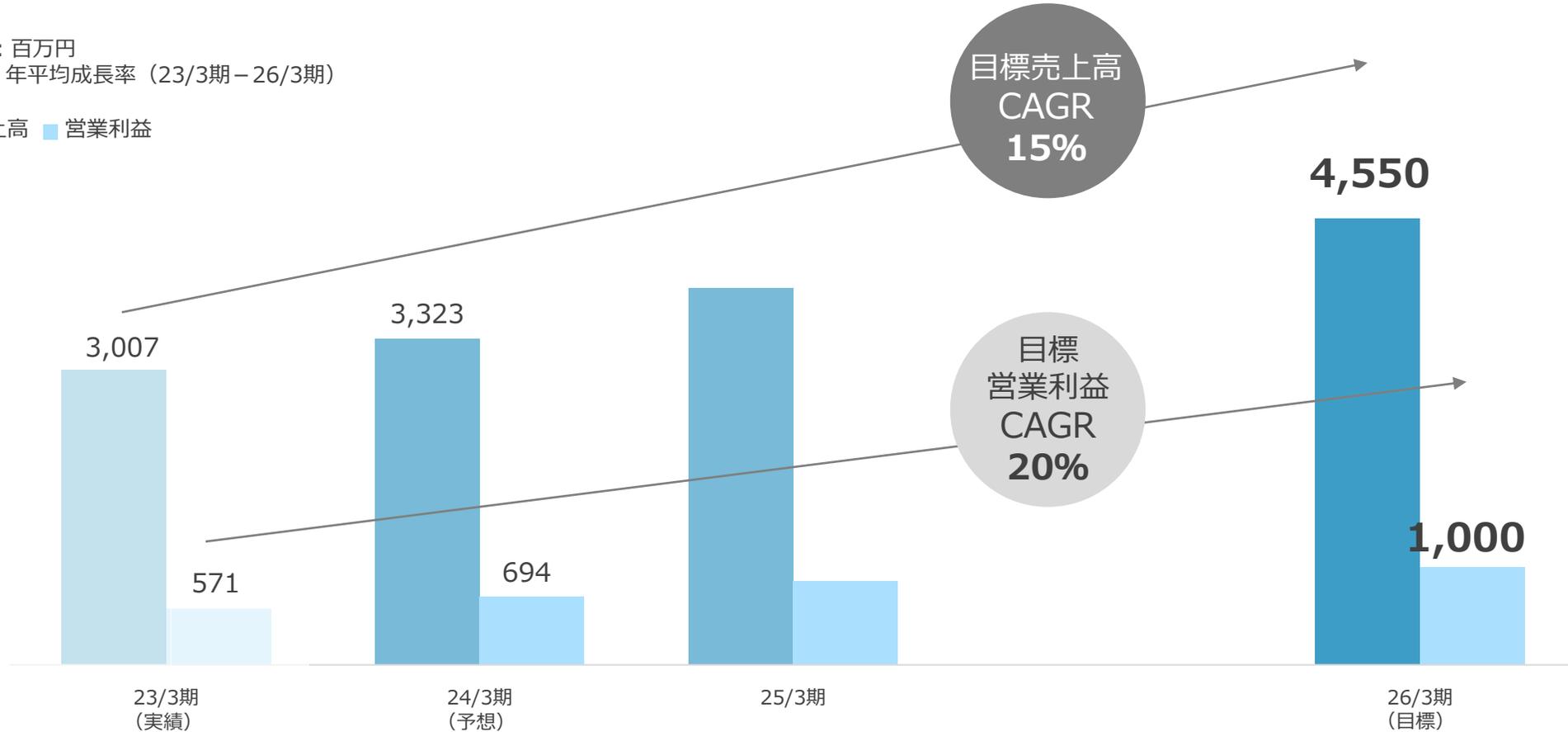
※CAGR：2023年3月期実績に対しての年平均成長率

中期経営計画 定量目標

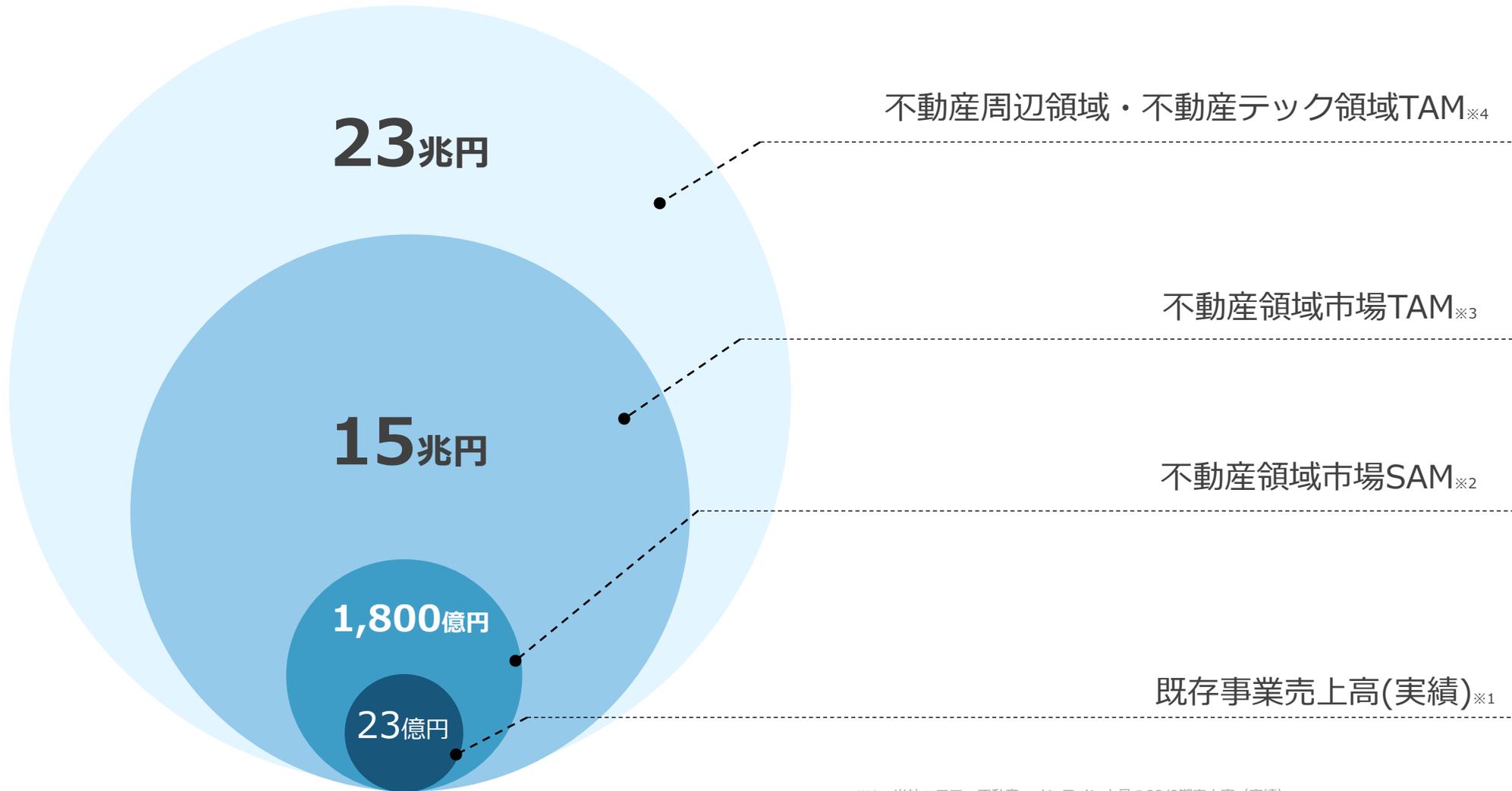
中長期的な成長に向け、既存事業の着実な成長、周辺/新規領域の取り組み強化の両輪を推進
26/3期に売上高45.5億円（CAGR 約15%） 営業利益10億円（CAGR 約20%）を目指す

単 位：百万円
CAGR：年平均成長率（23/3期－26/3期）

■ 売上高 ■ 営業利益



不動産テック領域の市場規模

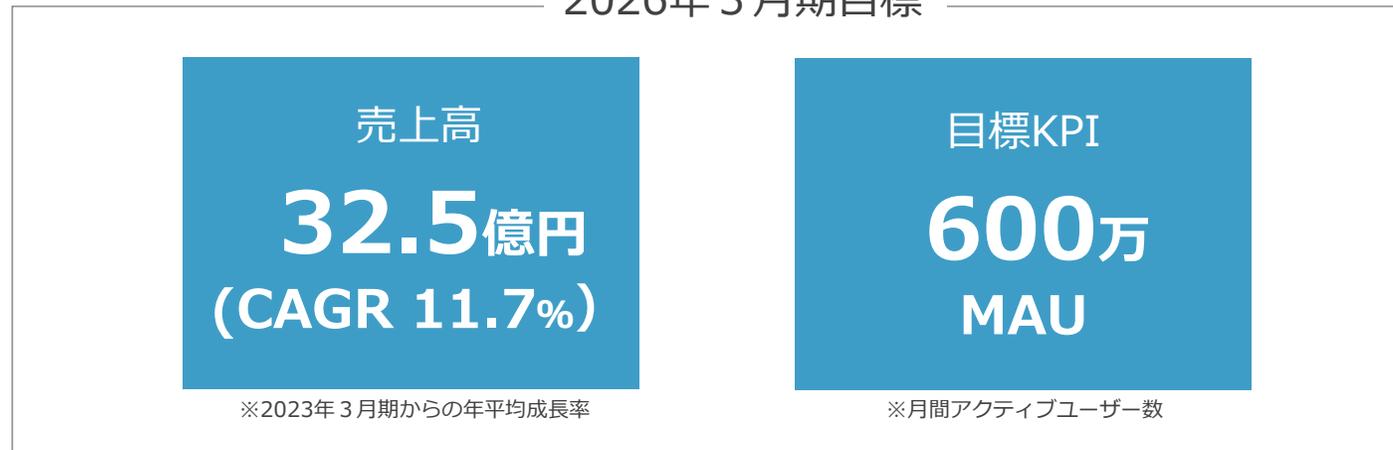


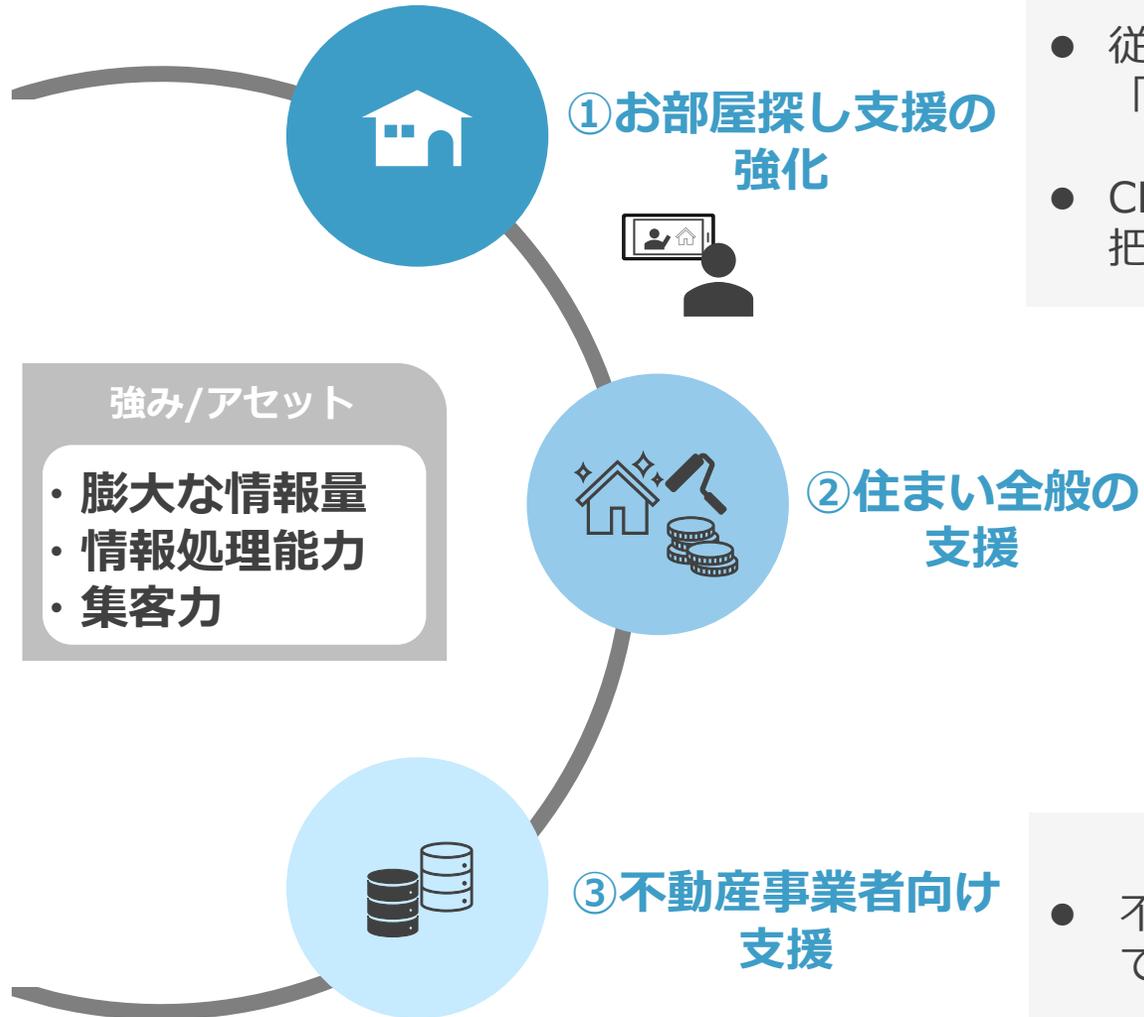
※1 当社ニフティ不動産+オンライン内見の23/3期売上高(実績)
※2 Serviceable Available Marketの略称、国内不動産ポータル財務情報をベースに当社試算
※3 Total Addressable Marketの略称、総務省統計局「サービス産業動向調査2022年(令和4年)5月分(速報)」より当社試算
※4 矢野経済研究所「住宅リフォーム市場規模推移と予測」、「不動産テック市場規模推移と予測」
SPEEDA総研「引越業界の現状と課題をみる」のデータをベースに当社試算
※5 実際の市場規模は推計値と異なる可能性があります

お部屋探しから住まい全般の支援へ

ニフティ不動産 物件情報検索サービス（賃貸、購入）の着実な成長に加え、
住み替えに関連する周辺領域での事業展開、不動産事業者向け送客サービス、データ活用強化等により、
「お部屋探し支援」から「住まい全般の支援へ」の提供付加価値拡大、
ビジネスモデルの多様化に取り組む

2026年3月期目標



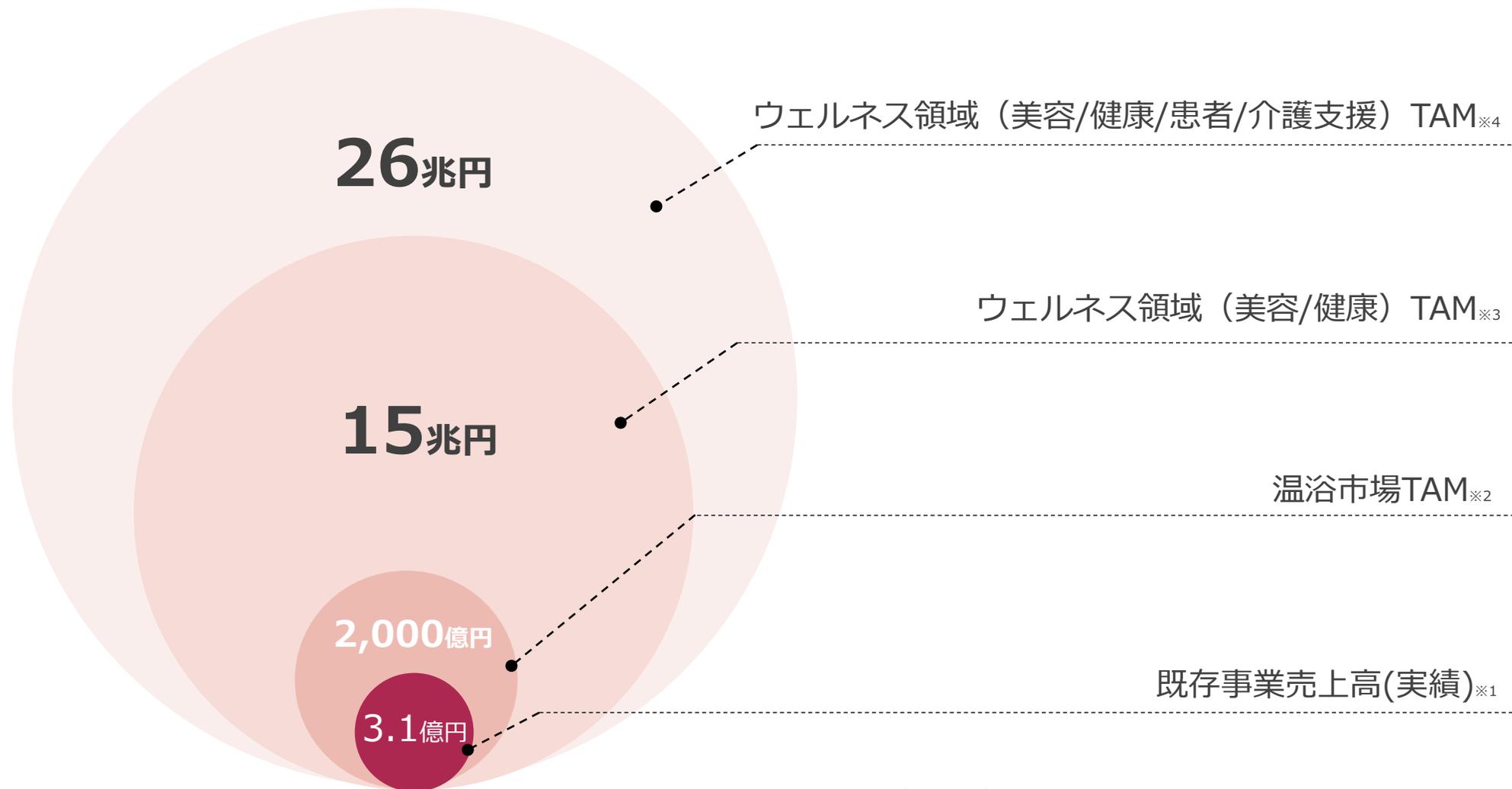


- 従来からの不動産物件検索プラットフォームサービスにおける「賃貸/購入」領域の着実な成長を目指す
- CRM活用により顧客データの管理を深化させることで、ニーズ把握や顧客体験の向上に努める

- 売却やリフォームといった不動産関連の周辺領域へ展開
自社リソースのほか、M&Aや資本業務提携等の手段も積極的に活用

- 不動産事業者向け送客/DX支援サービスを拡充。テクノロジーで不動産市場に新たな価値を提供

ウェルネステック領域の市場規模

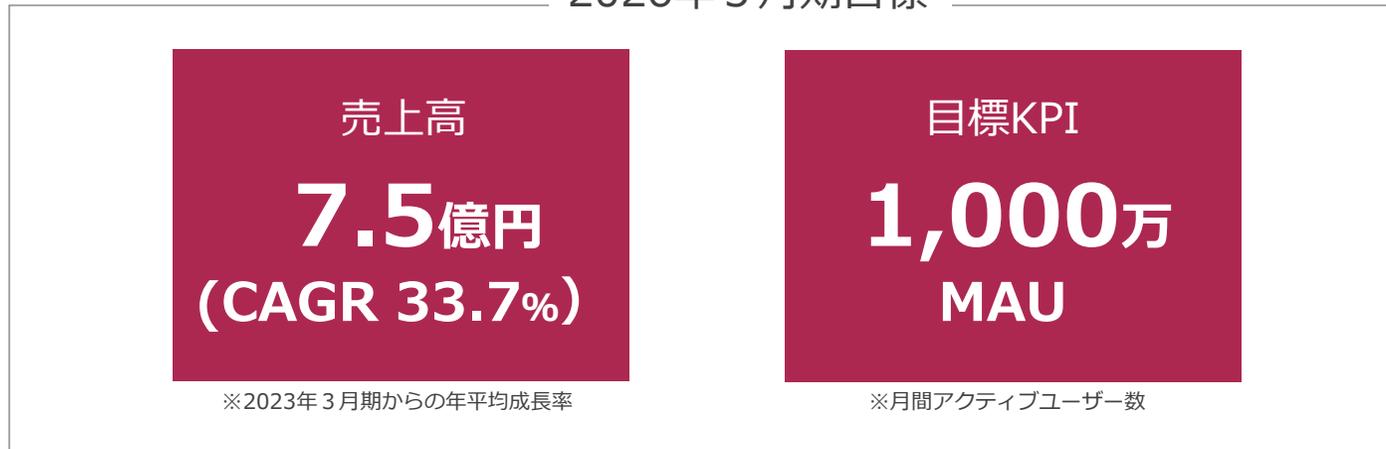


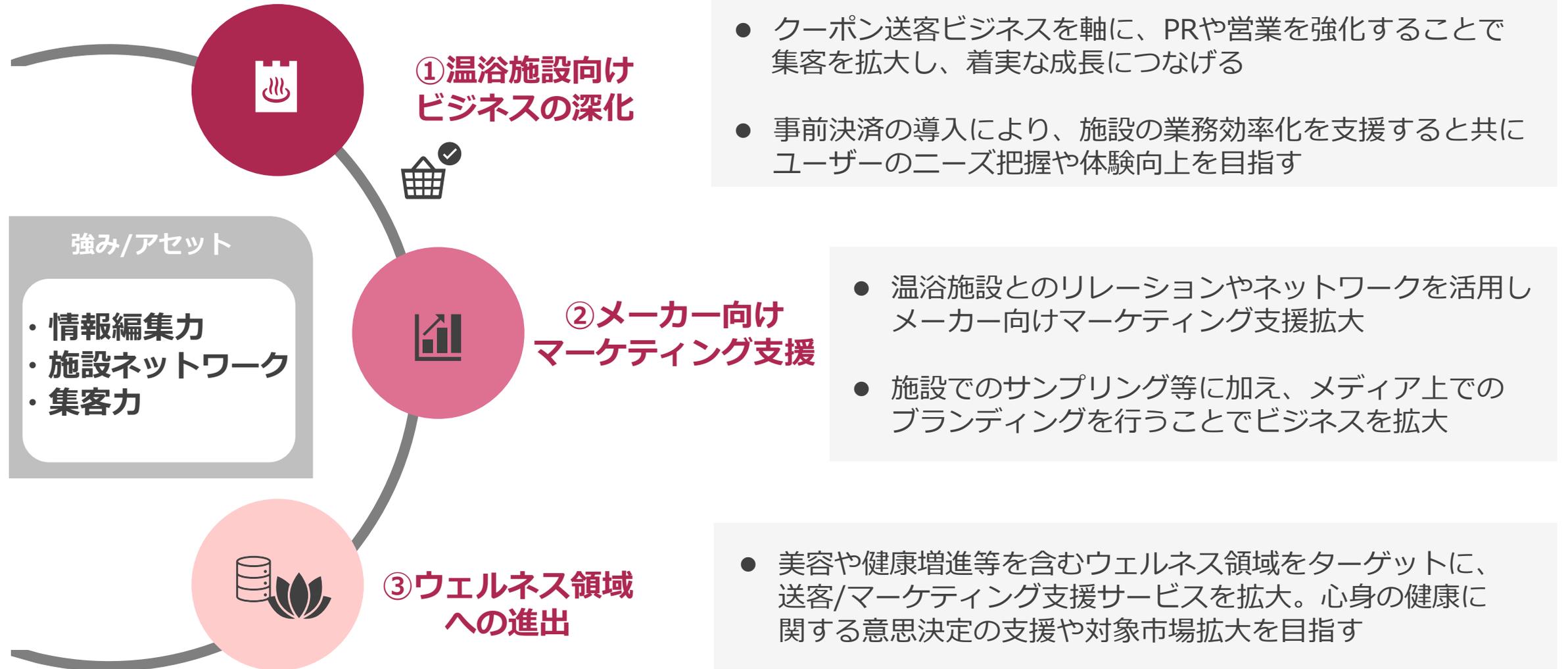
※1 当社「ニフティ温泉」23/3期売上高
※2 Total Addressable Marketの略称、矢野経済研究所「リラクゼーション・温浴ビジネス市場に関する調査」を元に当社試算
※3 矢野経済研究所「化粧品市場に関する調査」及び経済産業省「ヘルスケア産業の市場規模(推計)」を元に、美容及び健康保持・増進に働きかけるもの(健康食品・ツーリズム・スキンケア/ヘアケア・フィットネス・計測機器・リラクゼーション等)の2025年度市場規模を推計
※4 経済産業省「ヘルスケア産業の市場規模(推計)」より患者/要支援・要介護者の生活を支援するものの2025年度市場規模推計を抽出し合計
※5 実際の市場規模は推計値と異なる可能性があります

温浴からウェルネス全般へ支援拡大

軸となるクーポン送客等の温浴施設向けビジネスの深化に加え、
温浴施設ネットワークを活かしたメーカー向けマーケティング支援の強化、
ユーザーの美容や健康に対するニーズ分析と活用の強化、送客提供サービスの拡充により、
心身の健康に関する意思決定の支援と対象市場拡大に取り組む

2026年3月期目標





グループ第3の事業の柱の創出

ライフスタイル領域×テクノロジーに関連する新規事業の創出に挑戦
グループ第3の柱の創出に向け、新たな可能性を探る

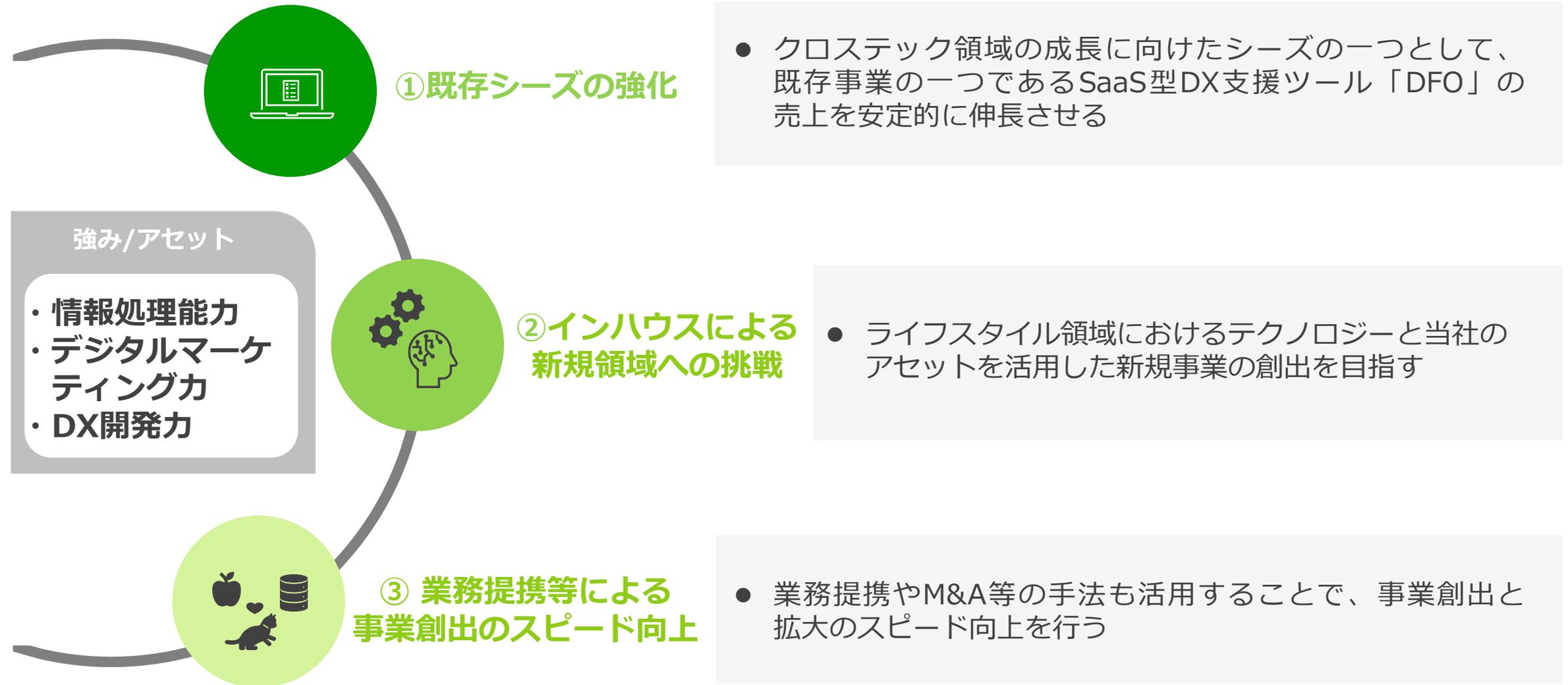
2026年3月期目標



※2023年3月期からの年平均成長率

■ 目標KPI ■

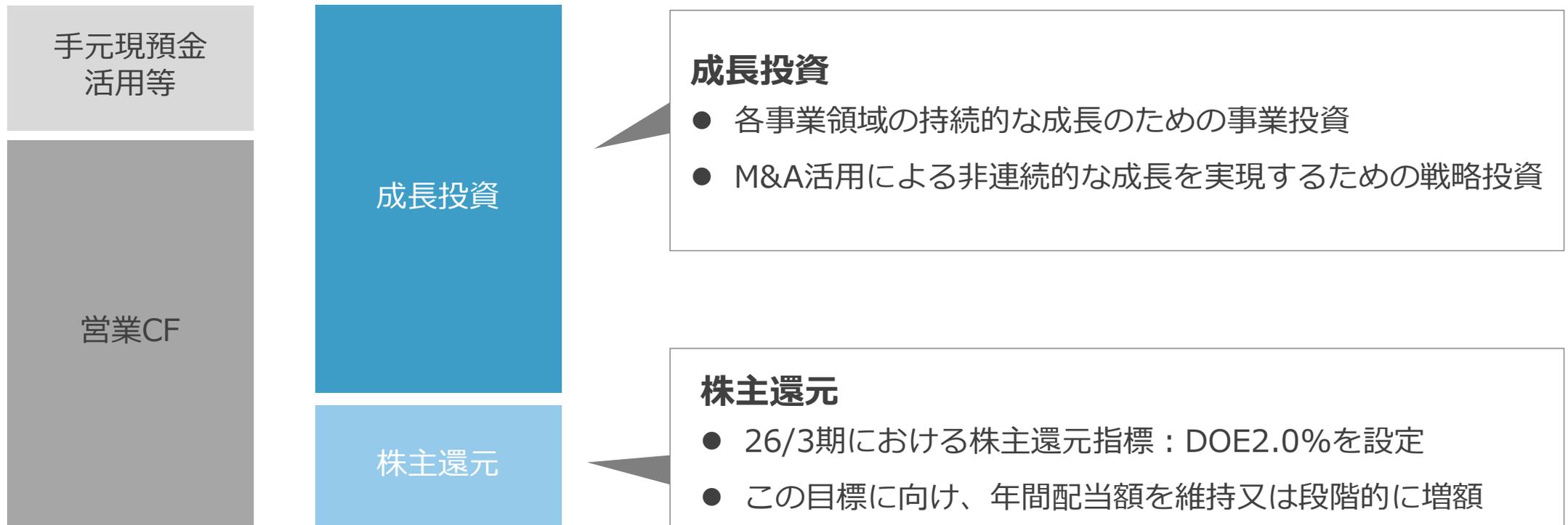
新しい軸となる事業を
クロステック領域の中から
期間内に創出



キャピタルアロケーション

企業価値向上に向けて、キャッシュフローを成長投資と株主還元へ適切に配分。
26/3期のROEは11%以上を目指す

■ 24/3期～26/3期のキャピタルアロケーション



※DOE:「株主資本配当率」Dividend on equity ratioの略

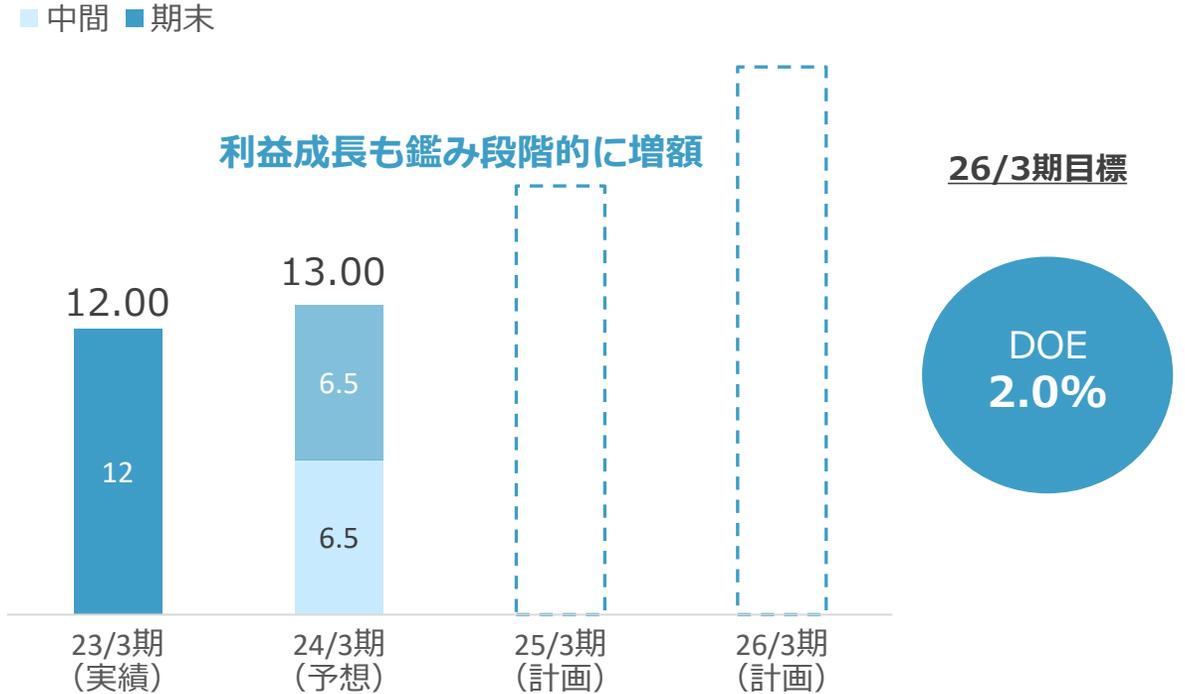
株主還元

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



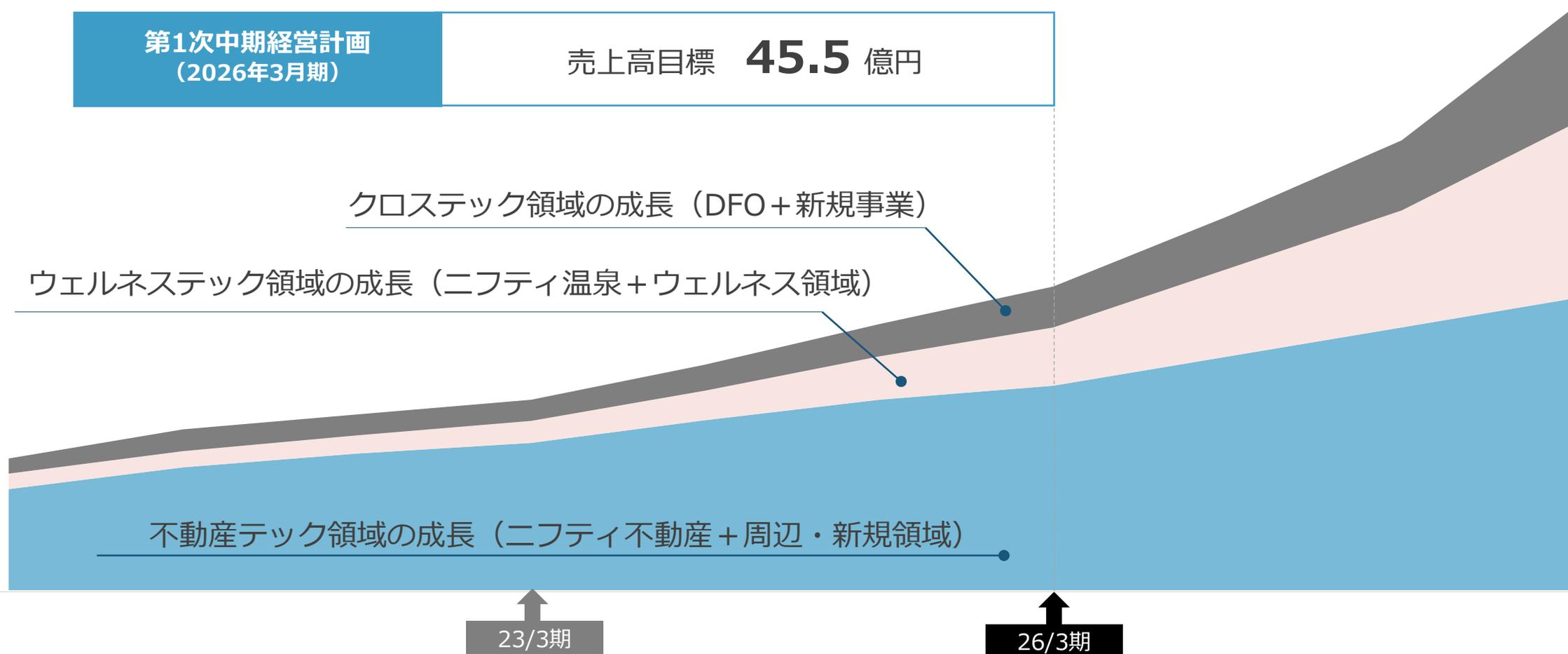
■ 1株当たり配当金の推移（円）



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



人材・組織に関する取り組み

人材・組織戦略

当社ミッションの実現を目指し、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

組織環境

中期経営計画実現に向けた組織カルチャーの醸成

働き方

ワクワクしながら楽しんで仕事ができる
職場・働き方へのシフト

採用育成

組織と個人がともに成長できるような
仕組みの構築

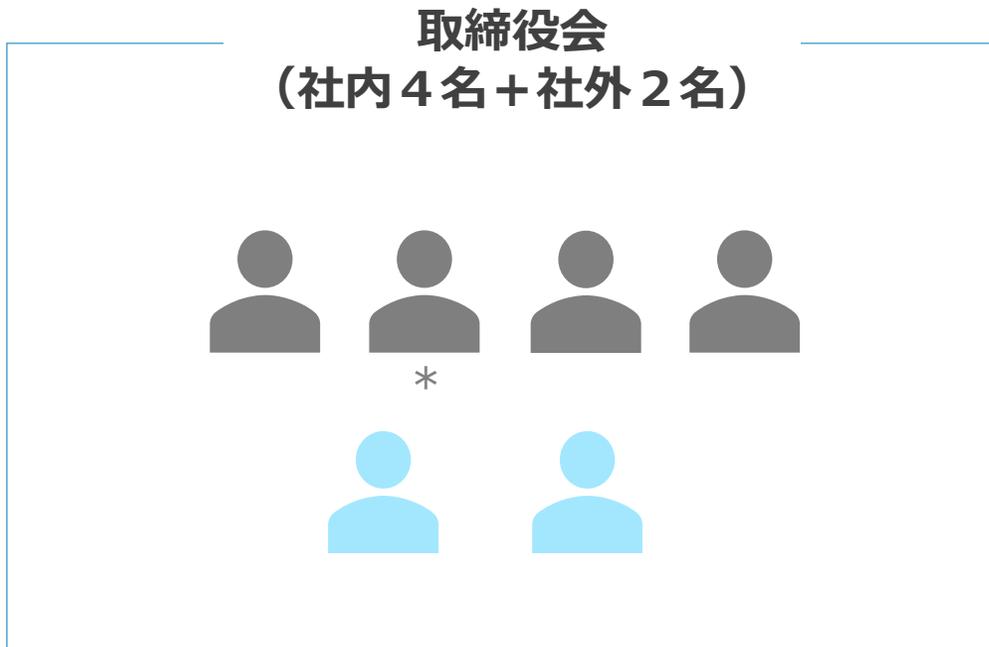
当社ミッションである

誰もが「暮らしの主人公」
になる世界を実現する。

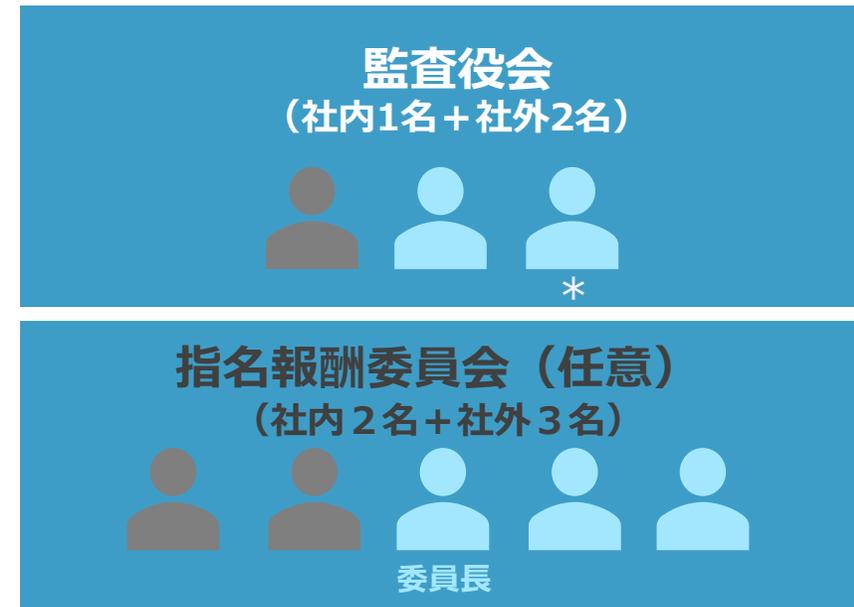
コーポレート・ガバナンス体制の強化

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



サステナビリティ基本方針

サステナビリティを巡る課題認識の取り組みの一環として、基本方針を策定

■ 事業活動を通じた社会課題の解決

- ・ より良いサービスの提供・創出により、事業を通じた社会課題の解決に取り組みます

■ 人材の多様性の尊重と働きがいの向上

- ・ 多様性の尊重と共に、一人ひとりの成長・活躍や働きやすさを促進する環境整備に取り組みます

■ 公正かつ透明性の高い経営の実現

- ・ 社会課題の解決と企業価値向上に向けて、公正かつ透明性の高い経営を目指します

Appendix

連結貸借対照表 (2023年3月期)

(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

上場調達資金充当状況

- 2023年3月期は既存事業への成長投資に資金を充当。
 広告宣伝への充当については、ブランディング強化戦略の大枠に変更はないが、
 2024年3月期はより費用対効果を見ながら実施する方針

(単位：百万円)

区分	資金使途	充当済資金 (23/3期実績)	充当予定資金 (24/3期)
広告宣伝	(23/3期) ニフティ不動産の認知度拡大推進のための テレビCM放映等、ブランディング強化 (24/3期) 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の深化	278	100 ~150
人材投資	事業領域拡大に向けた人材採用や体制強化	150	150
開発投資	開発強化に伴う外注費や償却費	150	150

※人材投資、開発投資は前回公表（2022年6月）の事業計画及び成長可能性資料から使途及び進捗に変更はありません。
 広告宣伝投資に関しては、今期の進捗を踏まえたうえで、2025年3月期以降は当初計画に基づく資金充当を予定しております。

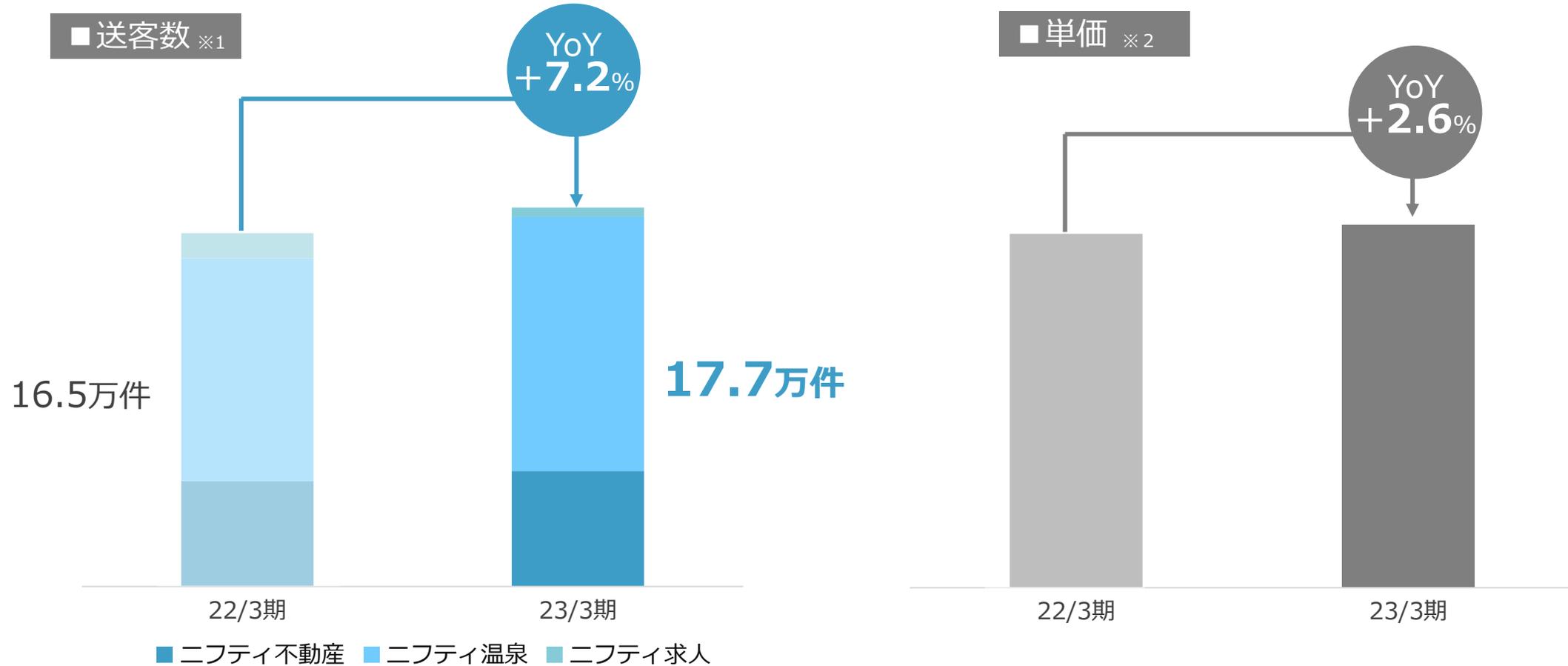
売上構成及び主要KPI (2023年3月期実績)

- 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

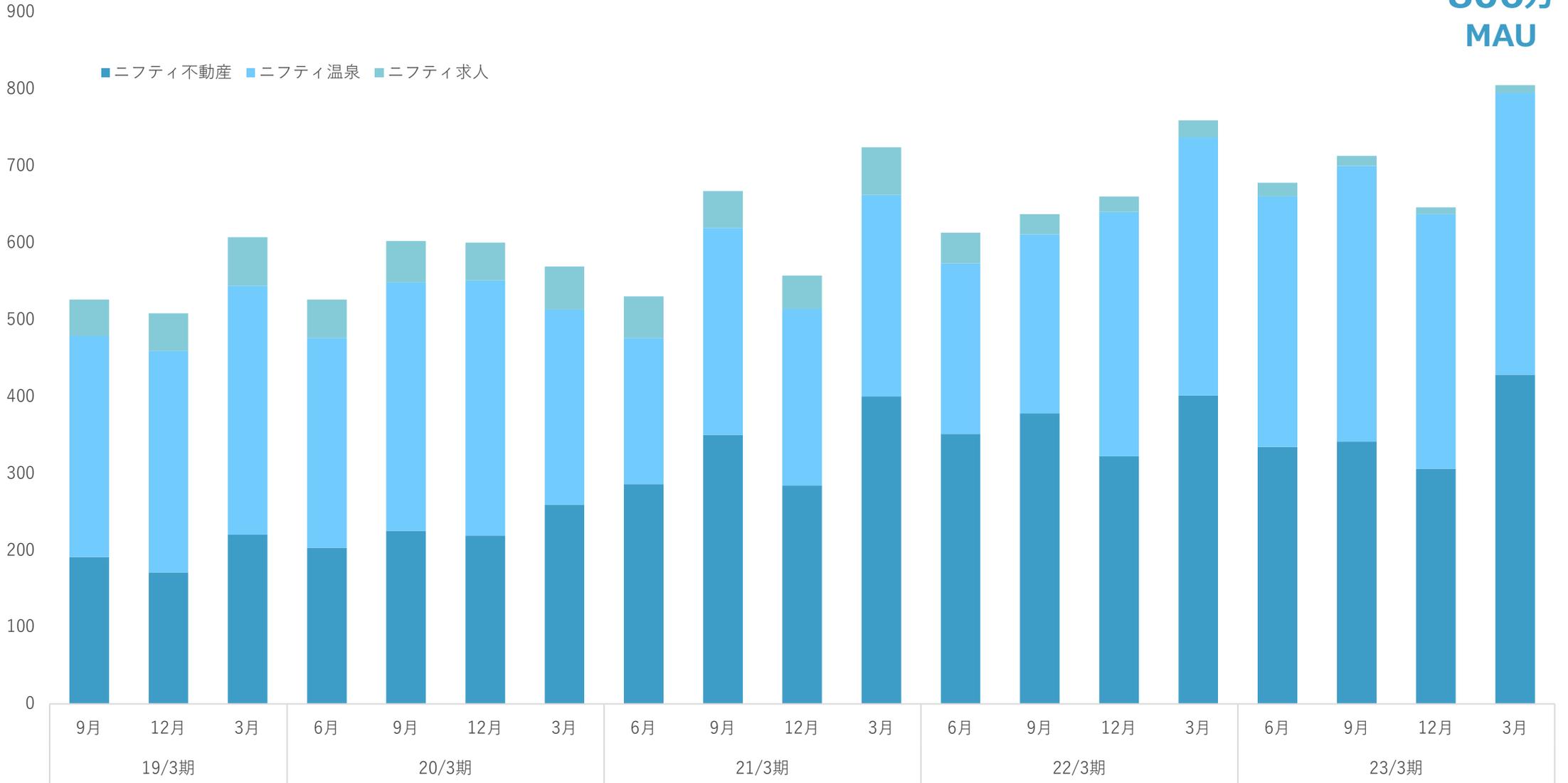


※1 送客数は、ニフティ不動産／ニフティ温泉／ニフティ求人送客数の月間平均値合算（2022年4月1日～2023年3月31日）

※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)

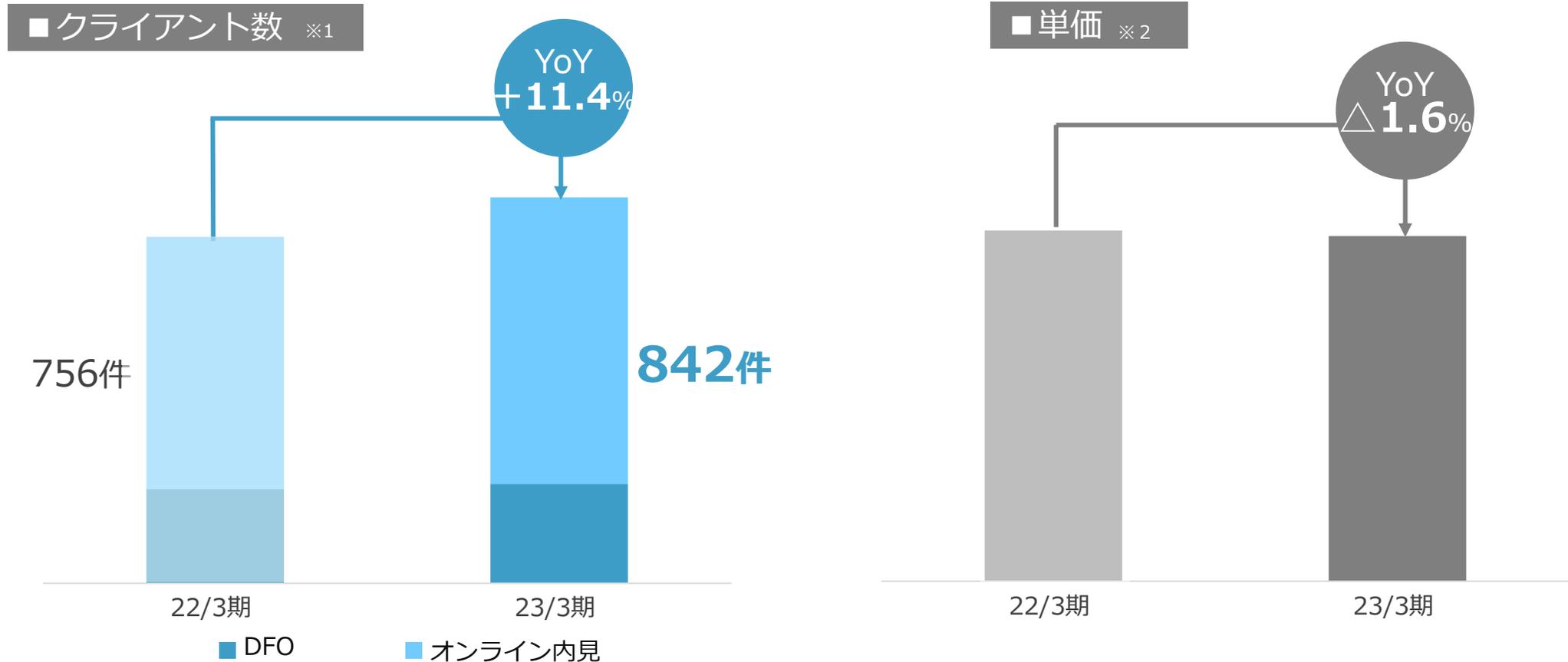


806万
MAU

※MAU (Monthly Active Users/月間アクティブユーザー数) は、月間の各デバイスユーザー数の合算数値

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）

主なリスク

本書提出日現在において、当社グループにおける成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応方針は以下の通りです。その他のリスクは、有価証券報告書の【事業等のリスク】をご参照ください。

項目	主要なリスク	可能性	影響度	リスク対応策
市場について	広告・インターネット市場において、景気が急激に悪化して取引先の広告予算全体が縮小される、あるいは不動産・人材・レジャー市場において、参入市場の成長が鈍化し取引先の広告予算全体が縮小される場合は当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	大	業務提携やM & Aの推進等事業の拡大に努めてまいります。
プラットフォームについて	アプリケーションストアや、Google等の検索事業提供先において、配布方法やルール・規約及び検索ロジックの変更があった場合や、検索エンジン経由の集客力が低下しユーザー数や収益が減少した場合に、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	大	最新ロジックへの技術的対応、リテンションやブランディングによるプラットフォームに依存しない利用者の拡大等の対応に努めてまいります。
競合について	競合との価格・スペック競争による市場差別化・競争力維持が厳しい環境と考えられ、市場差別化・競争力維持ができなくなった場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	小	クライアントとのパートナーシップ強化、競合他社の動向確認等の対応に努めてまいります。
取引先について	取引先側ビジネス並びに経営環境の変化、取引先間の関係やビジネススキーム変更等が生じる場合があり、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	新規取引先追加及び特定取引先への依存度を下げる等の対応に努めてまいります。
新規事業について	新規サービスへの先行投資を実施し、計画どおりに開発が進捗しなかった場合、想定し得ないような技術革新が起きた場合、あるいは当初期待したとおりの成果を上げることができなかった場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	小	適切な意思決定による投資判断、モニタリング等の対応に努めてまいります。
技術革新について	最新技術動向への対応遅延や他社・競合状態への対応遅延により、サービス投入、改善機会・収益機会が損失する可能性があり、当社を取り巻く業界の最新技術動向への対応が遅延し競合から取り残された場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	高	中	IT投資の最適化、開発・品質管理の徹底等の対応に努めてまいります。

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。
- 次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期は2024年6月を予定しております。



ニフティライフスタイル