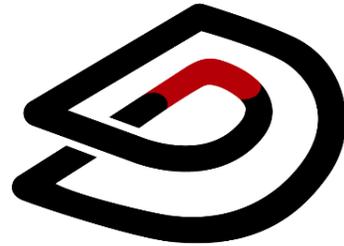


人を不幸にしないための、デジタルと



デジタルプラス

2022年9月期 通期決算説明資料

2022年9月期は、**粗利率95%・前期粗利倍増の約6億円、6年ぶりの営業利益黒字**で締めることができました。

フィンテック事業においては、取引先獲得を今期の重要テーマとしていましたが、前期100登録から**1,060登録と大幅に躍進**しました。

4Qからは取引単価向上にも動き始め、その結果、**流通総額は8.55億円、売上高は10四半期連続成長、通期では前期粗利倍増**となりました。

更に、フィンテック事業を当社の中核事業として据えることとし、**2027年流通総額1,000億円・営業利益率50%**に向けたロードマップを発表させていただきました。

それらに向け2023年9月期は、**流通総額2倍・2期連続となる粗利2倍・セグメント利益3倍**を目指します。
今後は足元の業績だけでなく、**企業価値の源泉である将来キャッシュフローにつながる流通総額の成長**にご着目頂けますと幸いです。

GAFAMEDIAにおいては、**売上前期比196%・セグメント利益2.6億円**となり、**全社利益に大きく貢献**しました。

一方で下半期に外部環境の影響を受けたため**リスクオフを敢行**、2023年9月期より、セグメント名を「GAFAMEDIA」から「**デジタルマーケティング**」に変更することとしました。

そして、2023年9月期は新たに適用になるIFRS、そして調達と事業売却によって得られた資金を最大限に活用して**積極的にM&Aも展開**して参ります。

業績予想に関しても、M&Aが確定し、しっかりとした見通しが立った段階で発表させていただきます。

引き続きのご支援・ご愛顧の程、何卒、よろしくお願い致します。

株式会社デジタルプラス
代表取締役社長CEO

菊池 誠見

INDEX

- 01** 2022年9月期 通期決算ハイライト
- 02** 2022年9月期 通期及び第4四半期 主要計数のご説明
- 03** フィンテック事業及びGAFAメディア事業 事業進捗
- 04** 2023年9月期 第1四半期コミットメント
- 05** フィンテック事業 ロードマップ2027
- 06** フィンテック事業 2023年9月期事業戦略概要
- 07** Appendix

01 2022年9月期 通期決算ハイライト

GAFAMEDIA事業においてリスクオフを敢行するなど厳しい環境にありながらも、フィンテック事業の高い成長により全社粗利の倍増及び全社粗利率95%と高水準を達成。結果として、6年ぶりの通期営業黒字となった



全社粗利倍増
かつ粗利率 **95%**
通期営業利益黒字化

前期粗利：297百万円
今期粗利：594百万円

高い成長率を達成しつつ、
高粗利率を維持

粗利率95%と
高粗利を維持
6年ぶりとなる
通期営業黒字



フィンテック粗利
前年同期比 **208%**
セグメント黒字拡大
登録数1,000件突破

前期粗利：74百万円
今期粗利：154百万円

営業力強化により
大幅に目標を達成

第4四半期に伝えた
コミットメント
3つをすべて達成
4Q流通総額8.55億円に



GAFAMEDIA売上
前年同期比 **196%**
同時に
リスクオフの敢行

前期売上：224百万円
今期売上：442百万円

外部環境の影響がありつつも
目標の1.6倍を大きく超過

目標達成と同時に不透明な外部環境を意識し、
来期以降の減損を避けるためリスクオフ



2023年9月期以降の
基盤となる
経営政策を完遂

株主優待、IFRS導入、
資金移動業の準備開始など
初めての施策が多い中
スピード感を持ち実行へ

筋肉質な経営体制を
維持しつつ、多くの
意思決定を全て実現

フィンテック事業

ギフトスタンド登録数**1,000件**(無料含)とUI/UX強化

2022年9月期取引社数1000社に向けたデジタルマーケティング投資と絶対商談数の向上



実績 **1060**件
達成率 **106%**

フィンテック事業

前Q比粗利**115%**・前期比**通期粗利**倍増

今期・来期と継続した粗利倍増に向けた布石



前Q比 **128%**
前期比 **208%**

フィンテック事業

セグメント利益黒字維持 → 通期セグメント利益**1,500万円**に目標引き上げ

粗利倍増による事業収益の拡大に加え、セグメント利益を確保できる利益構造の構築



実績 **24**百万円
達成率 **161%**

経営本部

販管費（共通費）の四半期当たり**支出70百万円**の維持により、筋肉質な経営を継続

事業面では積極的な投資を行いつつも、共通費では徹底した管理を継続（※）

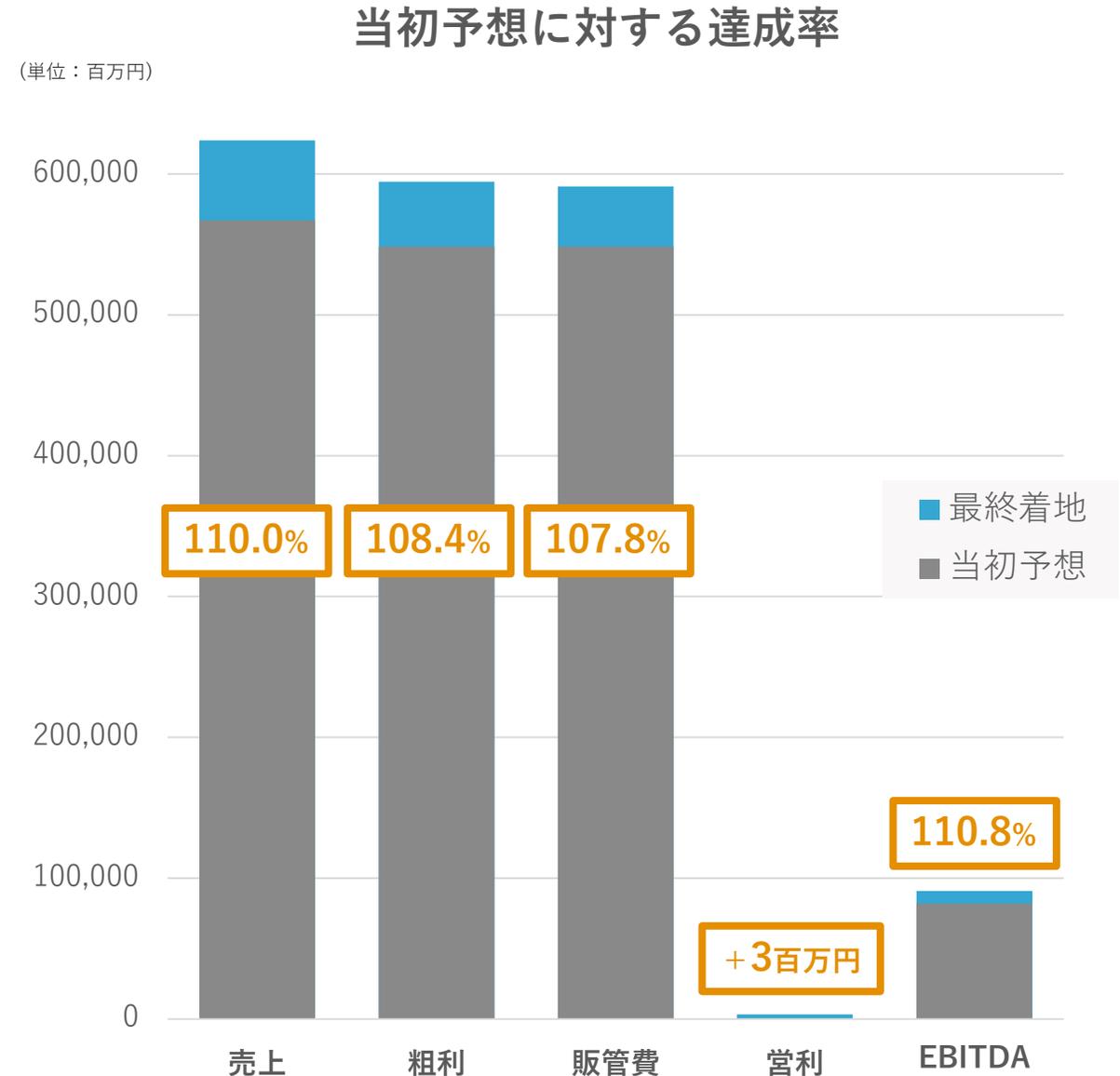


実績 **61**百万円

※: 一時費用を除く

02 2022年9月期 通期及び第4四半期 主要計数のご説明

	2022年度9月期			
	当初予想	上方修正後	最終着地	達成率
売上高	567百万円	620百万円	623百万円	110.0%
粗利	548百万円	591百万円	594百万円	108.4%
販管費	548百万円	587百万円	591百万円	107.8%
営利	0百万円	3百万円	3百万円	—%
EBITDA	82百万円	90百万円	90百万円	110.8%



連結損益計算書（P/L）：2022年9月期 通期決算概要

高い粗利率を維持しつつ、通期売上高、粗利ともに倍増を実現した結果、6年ぶりとなる通期営業黒字を達成
来期以降も引き続き粗利率を重要な指標として管理し、事業戦略及びM&A戦略の基本とする予定

単位：百万円	2022年9月期 (2021年10月～2022年9月)	2021年9月期 (2020年10月～2021年9月)	前期比
売上高	623	303	205%
売上総利益	594	297	200%
売上総利益率	95%	98%	▲3pt
販売管理費	591	431	137%
営業利益	3	▲133	—
EBITDA (※)	90	▲62	—
経常利益	▲1	▲128	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲179	33	—

当社考察

- 1 高い粗利率を維持しつつ、売上高、粗利ともに倍増。来期以降も、単に規模を追い求めるのではなく、粗利率に留意し、絶対利益成長を継続する方針
- 2 企業価値の源泉となるEBITDAは前年対比で大きく改善。来期以降はIFRSの適用により、営業利益として貢献予定。6年ぶりとなる通期営業黒字を達成し、成長トレンドへ
- 3 第4四半期の減損に加え、子会社における法人税等の支払いによりマイナス

(※)EBITDA = 営業利益 + 償却費用等

粗利率94%と高粗利率を維持しつつ、前年同期比売上・粗利において大きな成長を実現

当期純利益は、メディアの減損によりマイナスが大きくなったが、来期以降の減損リスクは排除

単位：百万円	2022年9月期 第4四半期 (2022年7月～2022年9月)	2022年9月期 第3四半期 (2022年4月～2022年6月)	前四半期比	2021年9月期 第4四半期 (2021年7月～2021年9月)	前年 同期比
売上高	161	157	102%	115	139%
売上総利益	151	150	101%	112	134%
売上総利益率	94%	95%	▲1pt	97%	▲3pt
販売管理費	153	163	93%	101	151%
営業利益	▲2	▲13	—	10	—
EBITDA (※)	20	8	235%	31	67%
経常利益	▲5	▲13	—	9	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲147	▲30	—	▲23	—

当社考察

1 売上、粗利共に前年同四半期比では大きく成長を遂げるも、前Q比では、GAFAMEDIA事業の整理により微増に留まる

2 EBITDAが大幅に改善。経常の営利との差額は、新規借入による支払利息増及び自己株式の取得に係る手数料による負担増等が要因

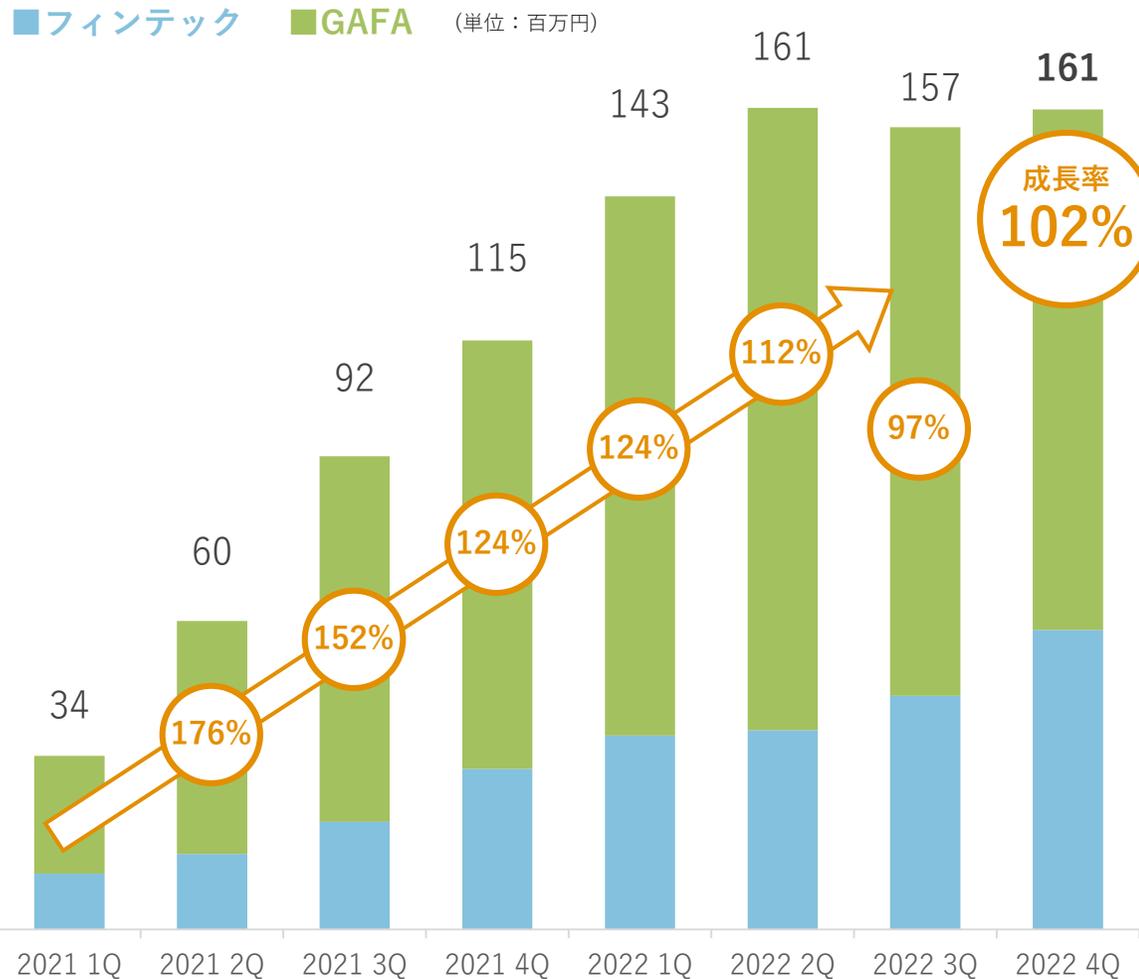
3 メディアの減損約144百万円の影響によるが、来期以降の減損リスクを排除また、すーちゃんモバイルの売却益約93百万円を来期以降に繰延

(※)EBITDA = 営業利益 + 償却費用等

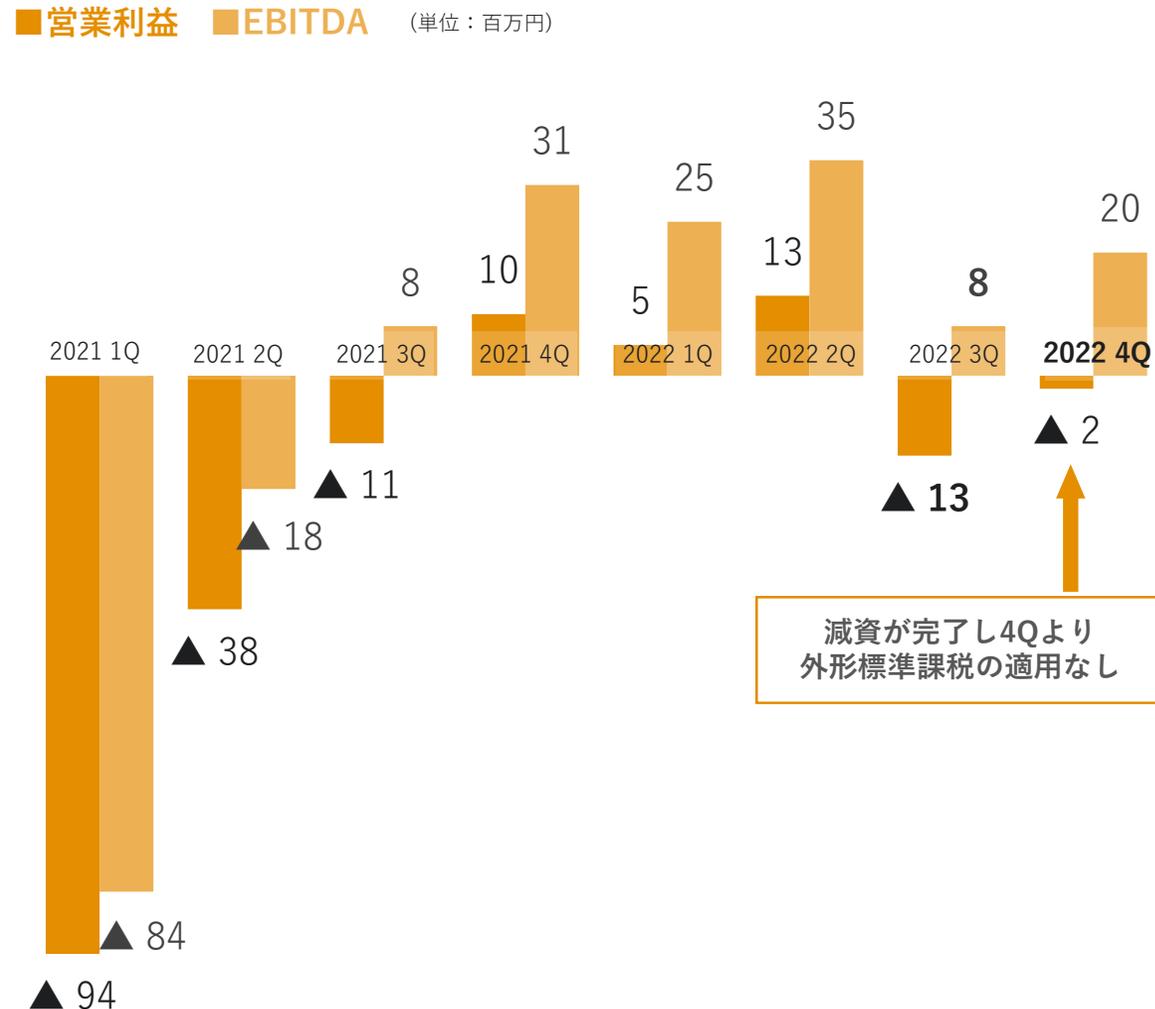
営業利益・EBITDA | 四半期毎の推移

フィンテック・セグメントの成長により、前四半期対比における売上高全体の数値を堅持
EBITDAも改善し、通期での営業黒字を確保

フィンテック・GAFAの四半期売上推移



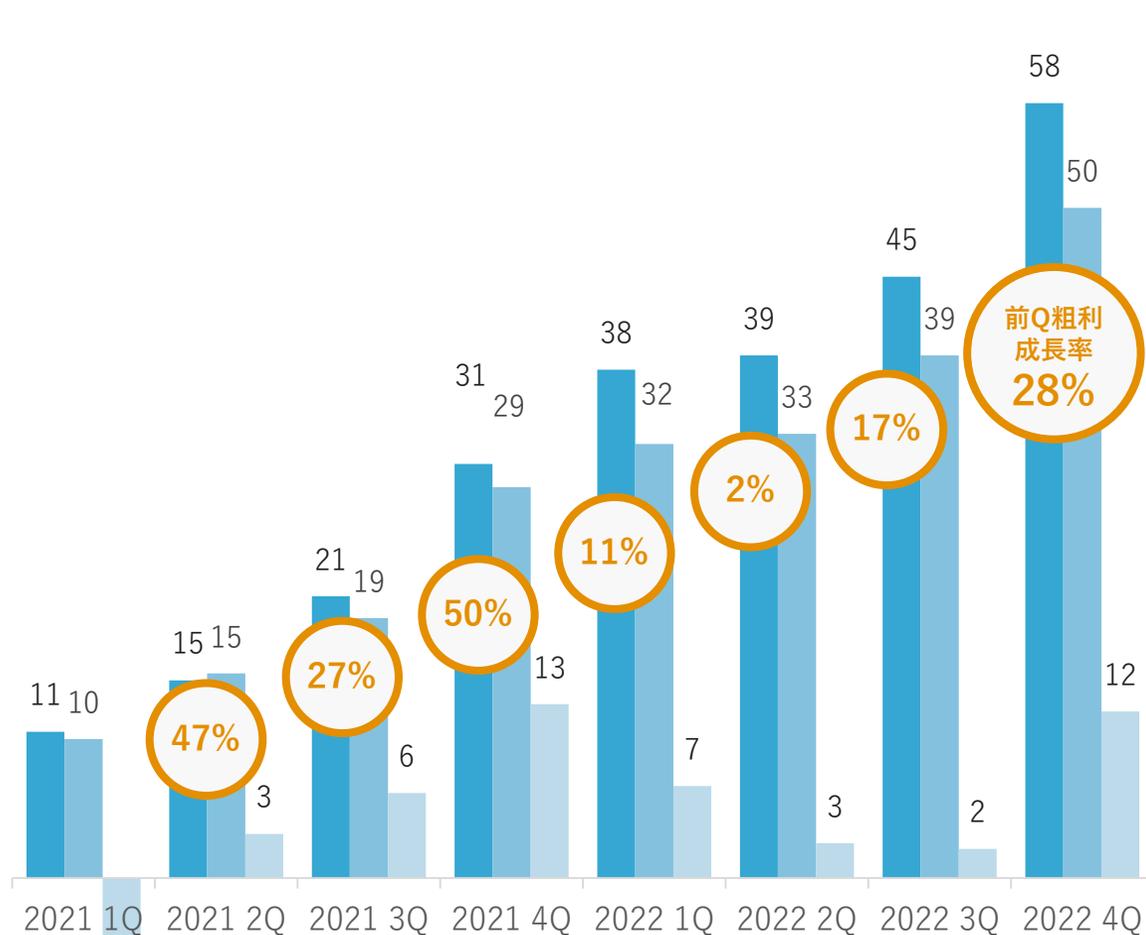
営業利益・EBITDAの四半期推移



セグメント別の主要計数：四半期毎の推移

フィンテック事業

(単位：百万円)

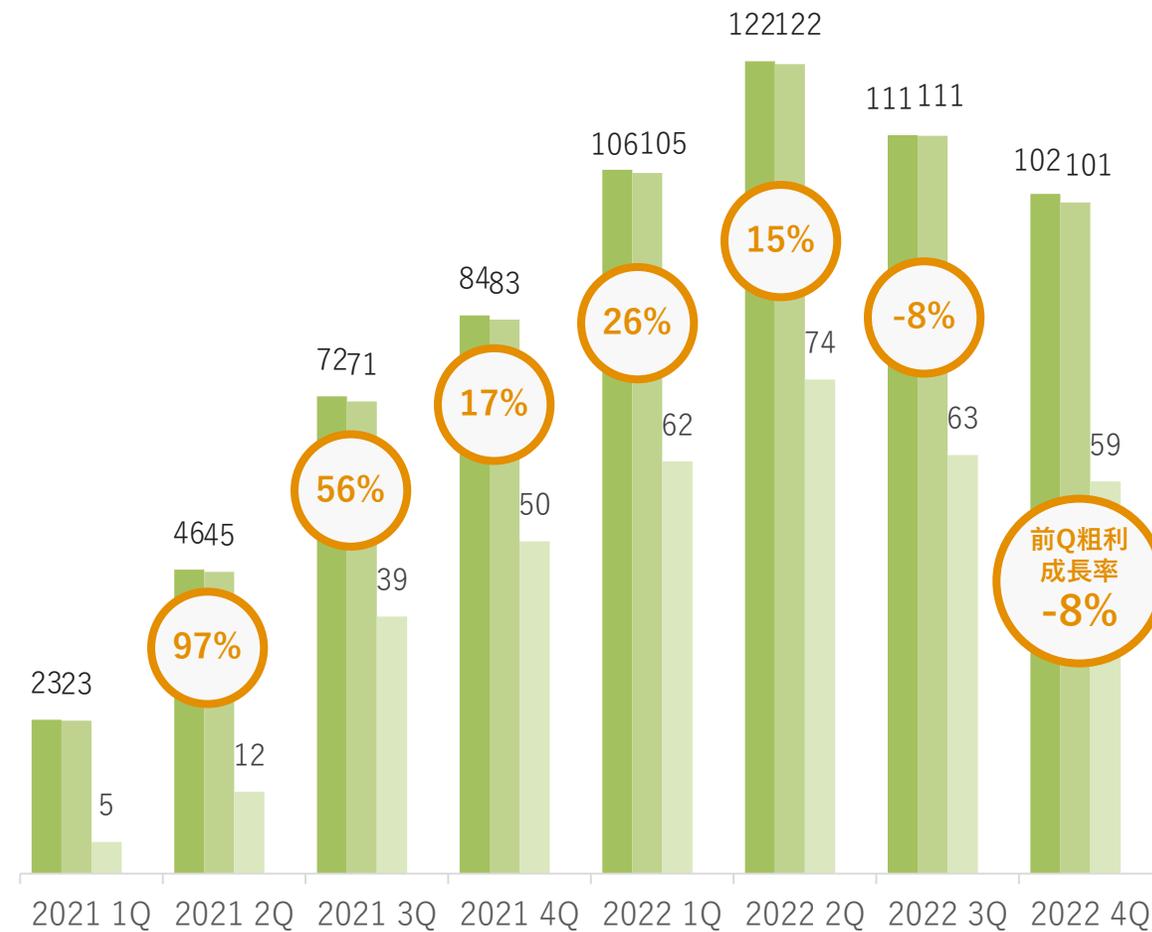


▲ 5

○ 前四半期比較 ■ 売上高 ■ セグメント粗利 ■ セグメント利益

GAFAMEDIA事業

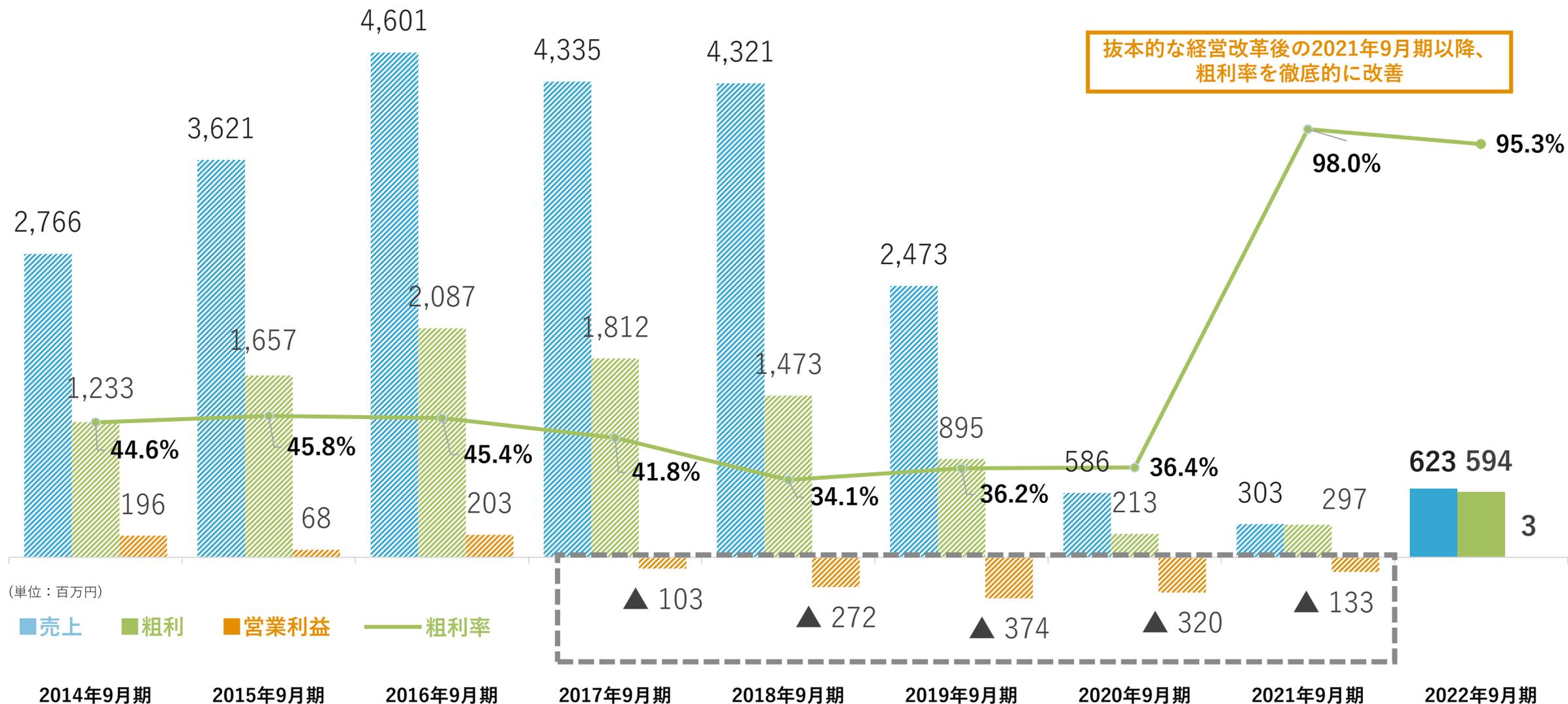
(単位：百万円)



○ 前四半期比較 ■ 売上高 ■ セグメント粗利 ■ セグメント利益

上場後の業績推移

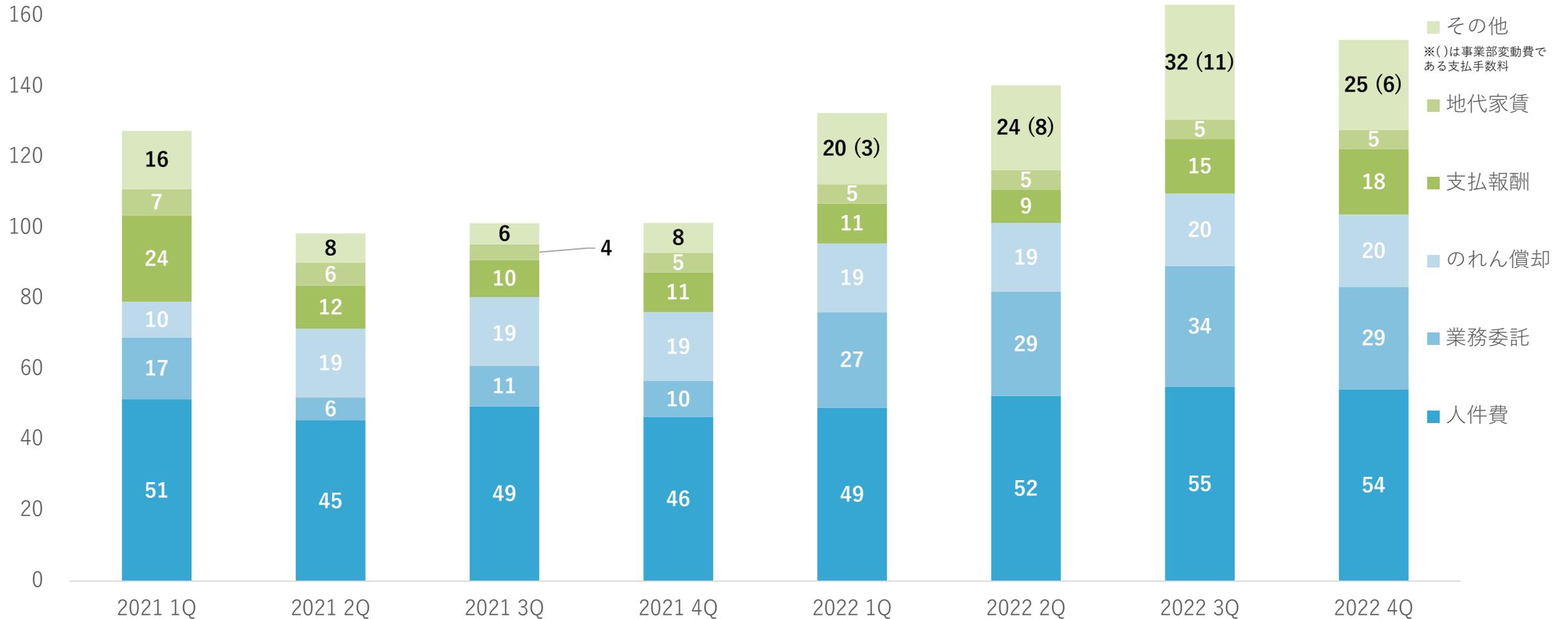
抜本的な経営改革に着手した2020年度から**粗利率の徹底的な改善**を図り、2年で6年ぶりの**営業利益黒字化を達成**
 更なる成長ステージへ向けて、2023年度以降、継続的な絶対利益の成長実現を目指していく



販管費の四半期推移分析(共通費+事業部)

GAFAMedia事業におけるメディア売上の減少及びフィンテック事業における自社営業の強化による代理店報酬の減少により、支払手数料が減少した結果、販管費全体は前四半期対比で減少

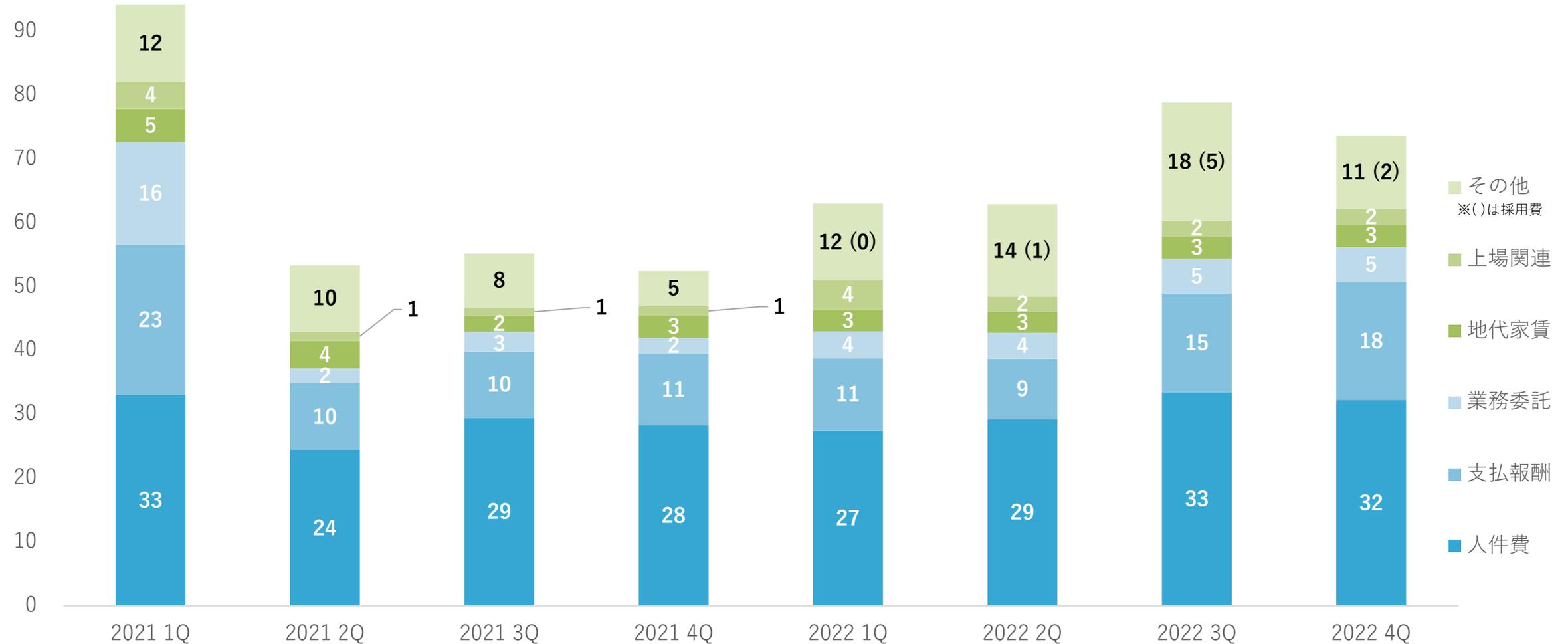
180 (単位:百万円)



販管費の四半期推移分析(共通費のみ)

2022年第4四半期における共通費は、IFRS導入に向けて支払報酬が増加したものの、減資に伴い外形標準課税の適用外になった結果、その他の費用が減少

100 (単位：百万円)



連結貸借対照表 (B/S)

既存の借入金は、2億円の預金担保となっていた借入を含め、第3四半期会計期間で返済完了、新規で借入を2.3億円を実行をした結果、**今後のフィンテック・セグメントの成長資金を確保**

単位：百万円	2022年9月期 第4四半期末 (2022年9月30日時点)	2021年9月期末 (2021年9月30日時点)	前期末比	2020年9月期末 (2020年9月30日時点)	前々 期末比
流動資産	1,318	879	149%	1,346	97%
うち現金及び預金	921	601	153%	1,086	84%
固定資産	109	418	26%	73	149%
総資産	1,428	1,298	110%	1,420	100%
流動負債	432	457	94%	571	75%
うち一年内返済 予定の長期借入金	76	37	200%	85	89%
固定負債	195	0	—	42	460%
純資産	799	840	95%	806	99%
負債及び純資産	1,428	1,298	110%	1,420	100%

当社考察

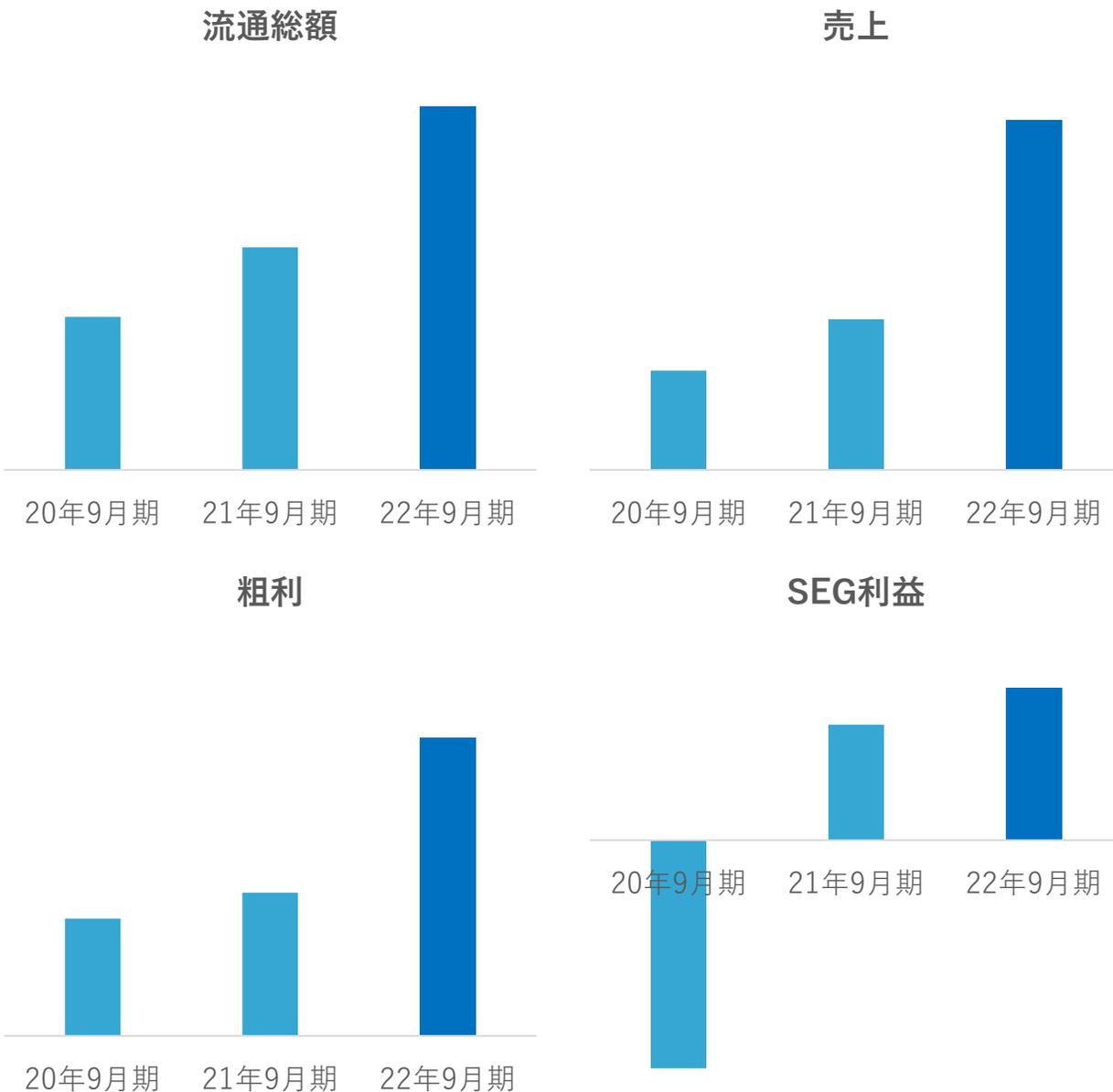
- 1 **M&Aの積極的な推進**と、**フィンテック・セグメントにおける開発資金、陣容拡大等**に対応するため新規借り入れを行い、来期以降の更なる成長に向けた足元の流動性を確保
- 2 メディアの売却及び減損により固定資産及び純資産が減少しているが、高い自己資本比率を維持加えて**上記リスクオフにより、来期以降の減損リスクを排除**

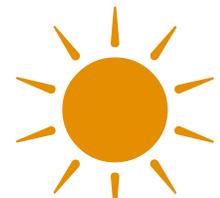
03 フィンテック事業及びGAFAメディア事業 事業進捗

売上・粗利は前期比200%以上の成長率、流通総額は162%の成長率で着地

	通期実績	前期実績	前期比
流通総額	2,834百万円	1,747百万円	162%
売上高	181百万円	78百万円	232%
粗利	154百万円	74百万円	208%
販管費	125百万円	56百万円	223%
EBITDA	29百万円	18百万円	161%
SEG利益	24百万円	18百万円	131%

SEG利益=セグメント利益





達成率

106%

登録数1,060件

登録数1,000件

サブスク収益転換後、流通総額よりもアカウント数を重視

(取引社数からサブスクアカウント数=登録数へ変更)



達成率

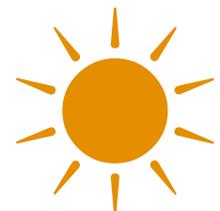
104%

前期比208%

粗利2倍

粗利率80%以上を維持・前期比2倍の粗利を目指す

(新収益認識基準適用前 粗利率90%以上維持は変更なし)



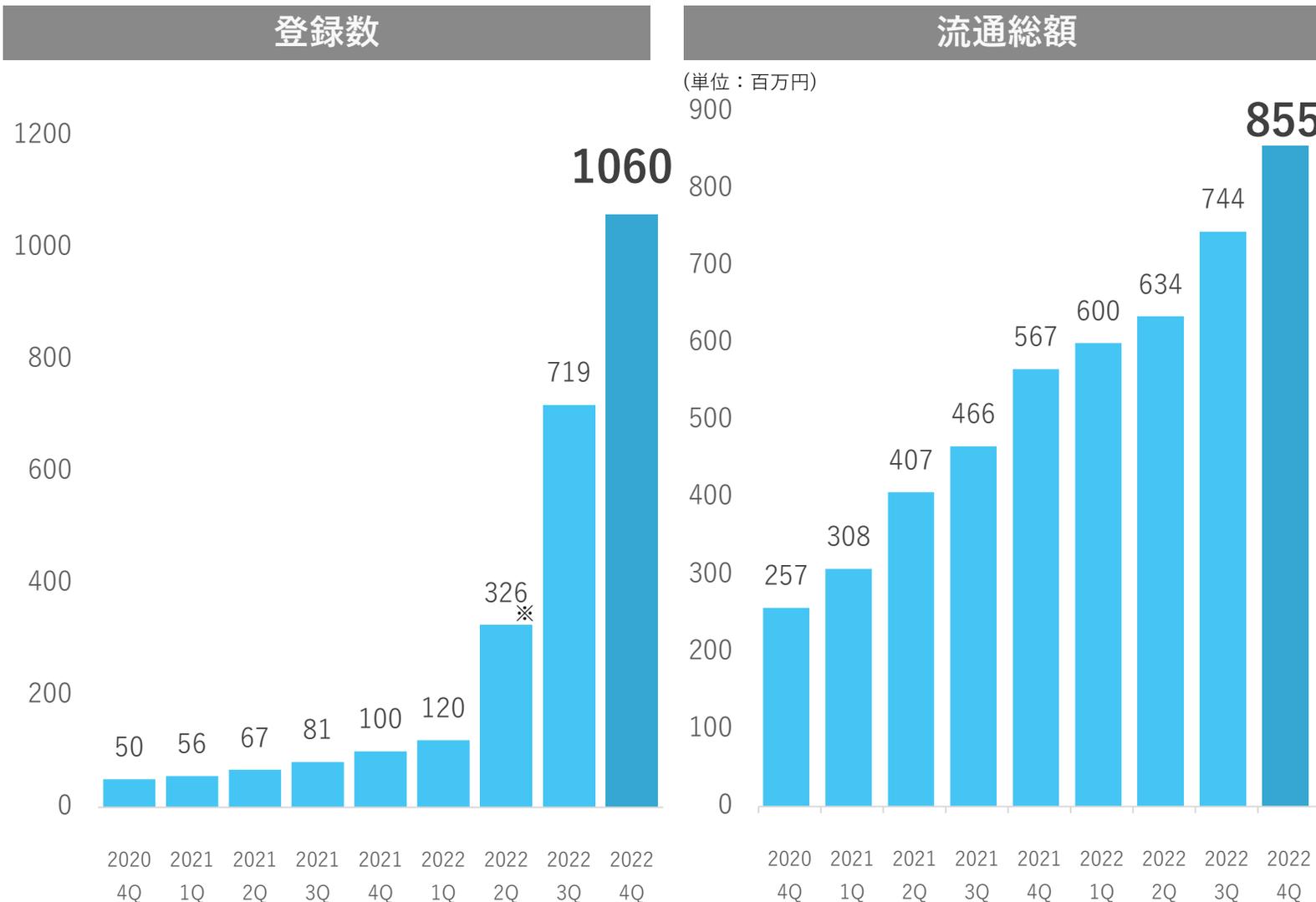
大幅達成

利益2,400万円

約1億円投資とセグメント利益黒字維持

2023年9月期における継続的粗利倍増への布石

2022年9月期は中長期計画策定のためのデータ収集を目的とした**通期登録目標**を達成し**1,060件**に。
4Qから前倒しで1社当たりの単価増加に動き、**流通単価・課金単価共に向上**、**4Q流通総額が8.55億円**に。



登録数 (無料登録含)
1,060件※

ポイント流通総額(累積)
約228億円
※2022年9月時点

最高月間交換件数
123,644件
※2022年6月時点

2022年4Q 流通総額
約8.55億円

※2Qよりサブスク収益転換のため、取引社数から登録数にKPI変更

2Qにサブスク収益転換、按分計上されながらも、**粗利率85%**を維持した**10四半期連続成長**を実現

売上・粗利額共に、前期4Q比**170%以上**

売上・粗利共に、**10四半期連続成長**

粗利額3Q比**128%**・粗利率**85%**

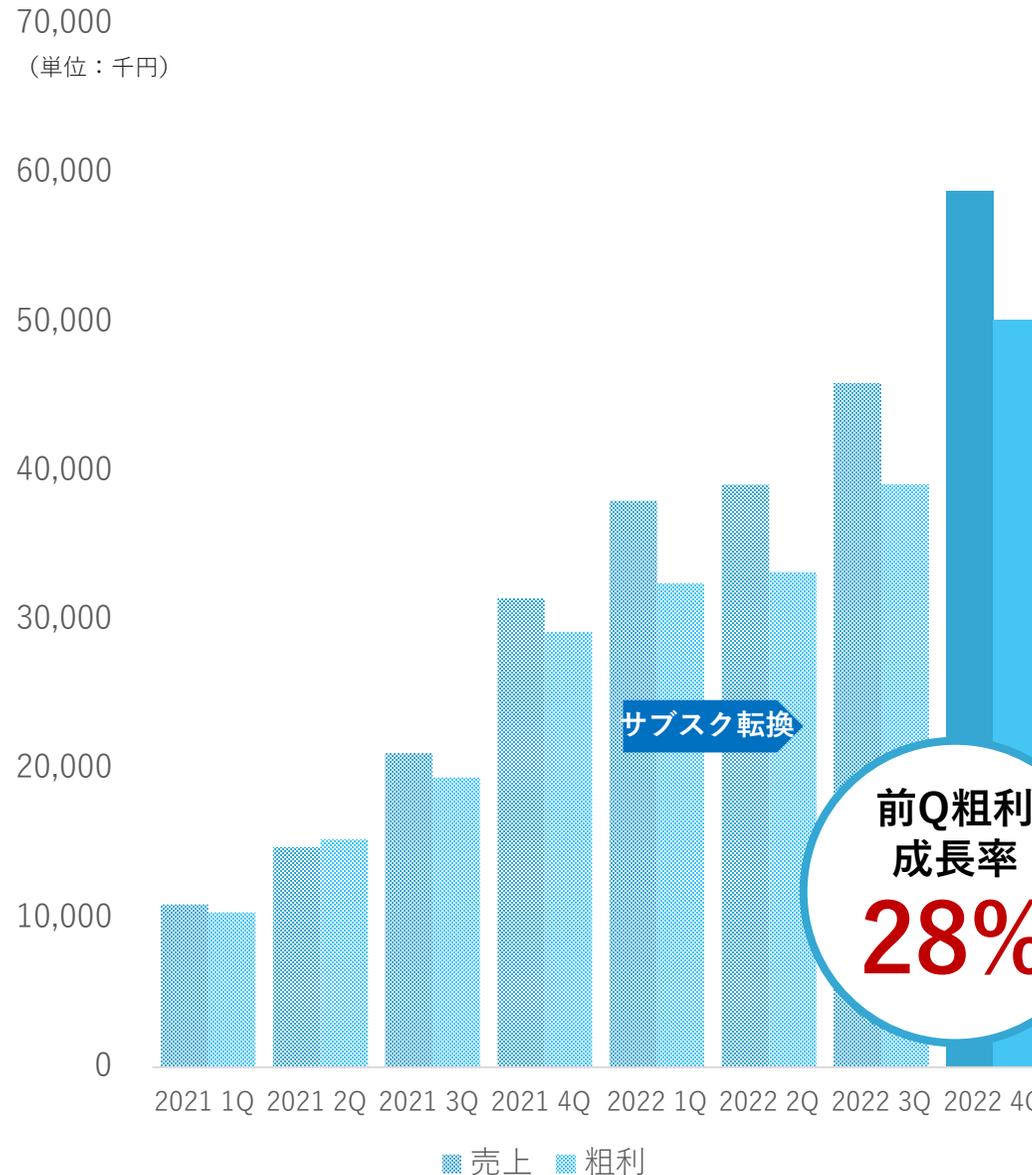
システム開発・営業組織構築に継続投資
UI/UX改善に注力

売上高(前期4Q比)

186%

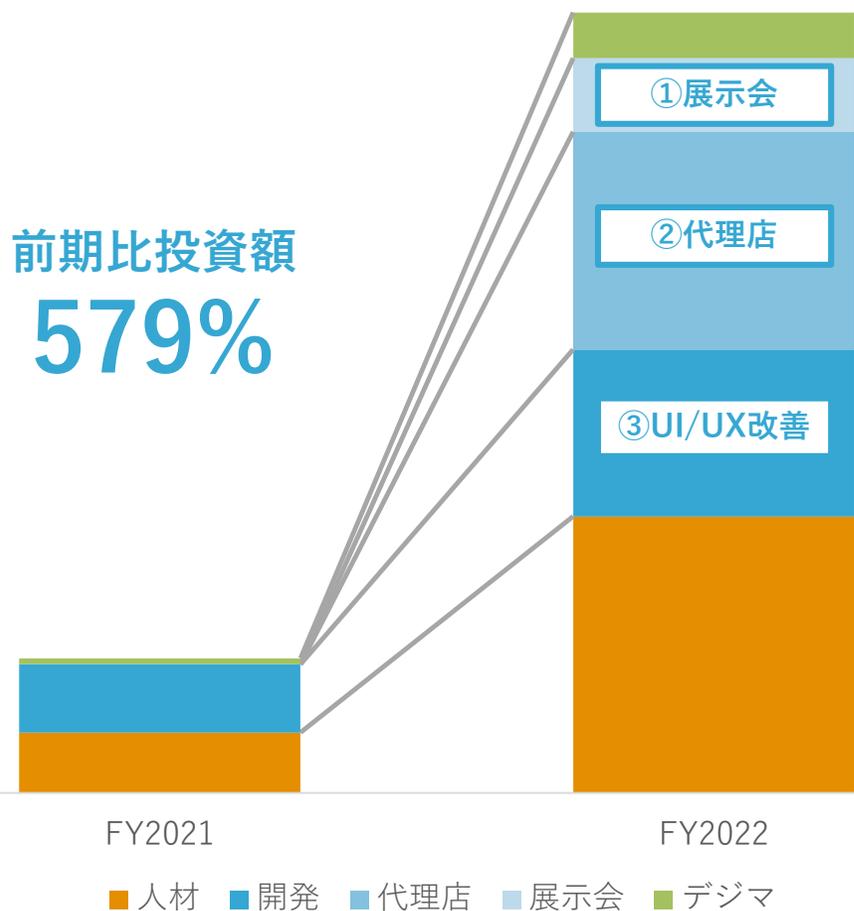
粗利(前期4Q比)

171%

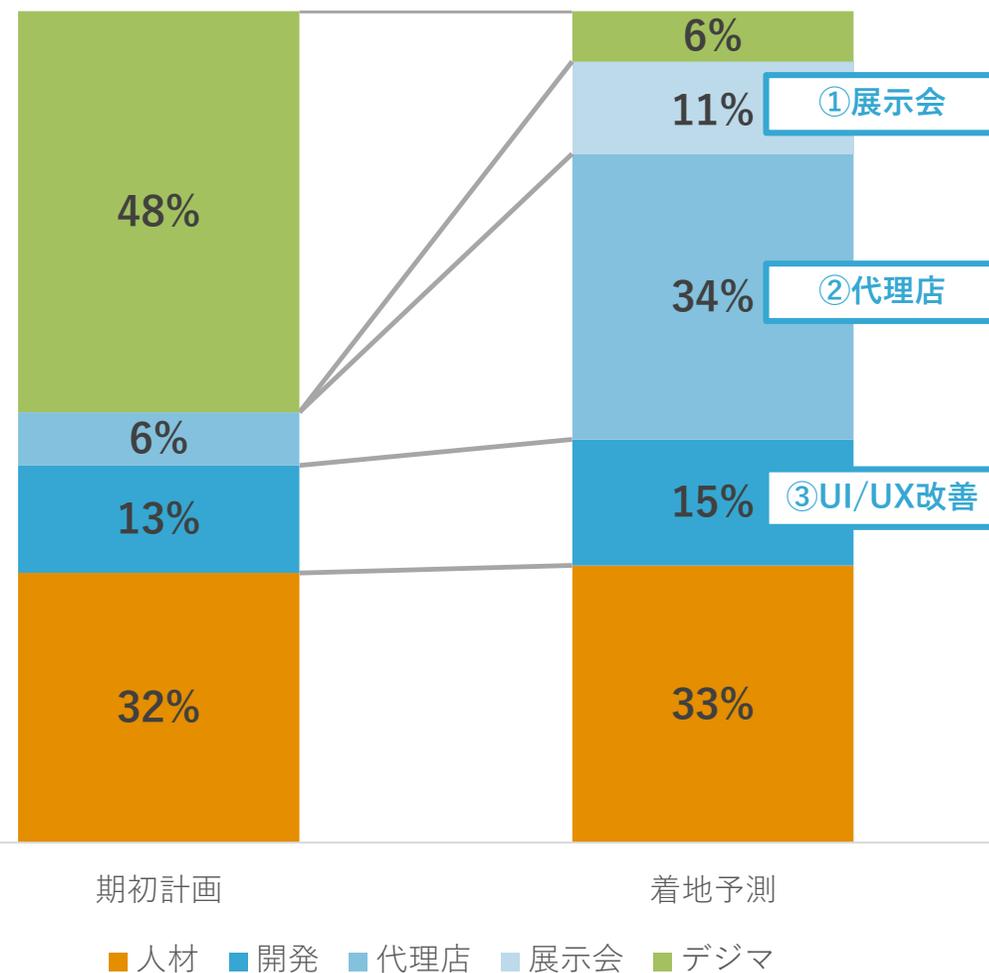


期初、デジマ・タクシーCMを中心に拡販する予定から、効率性を鑑み①**展示会**・②**代理店中心の拡販**に変更
 合わせて使いやすさを追求すべく、③**UI/UX改善(プロダクト)強化**に継続投資

販促投資の前期比(絶対額)

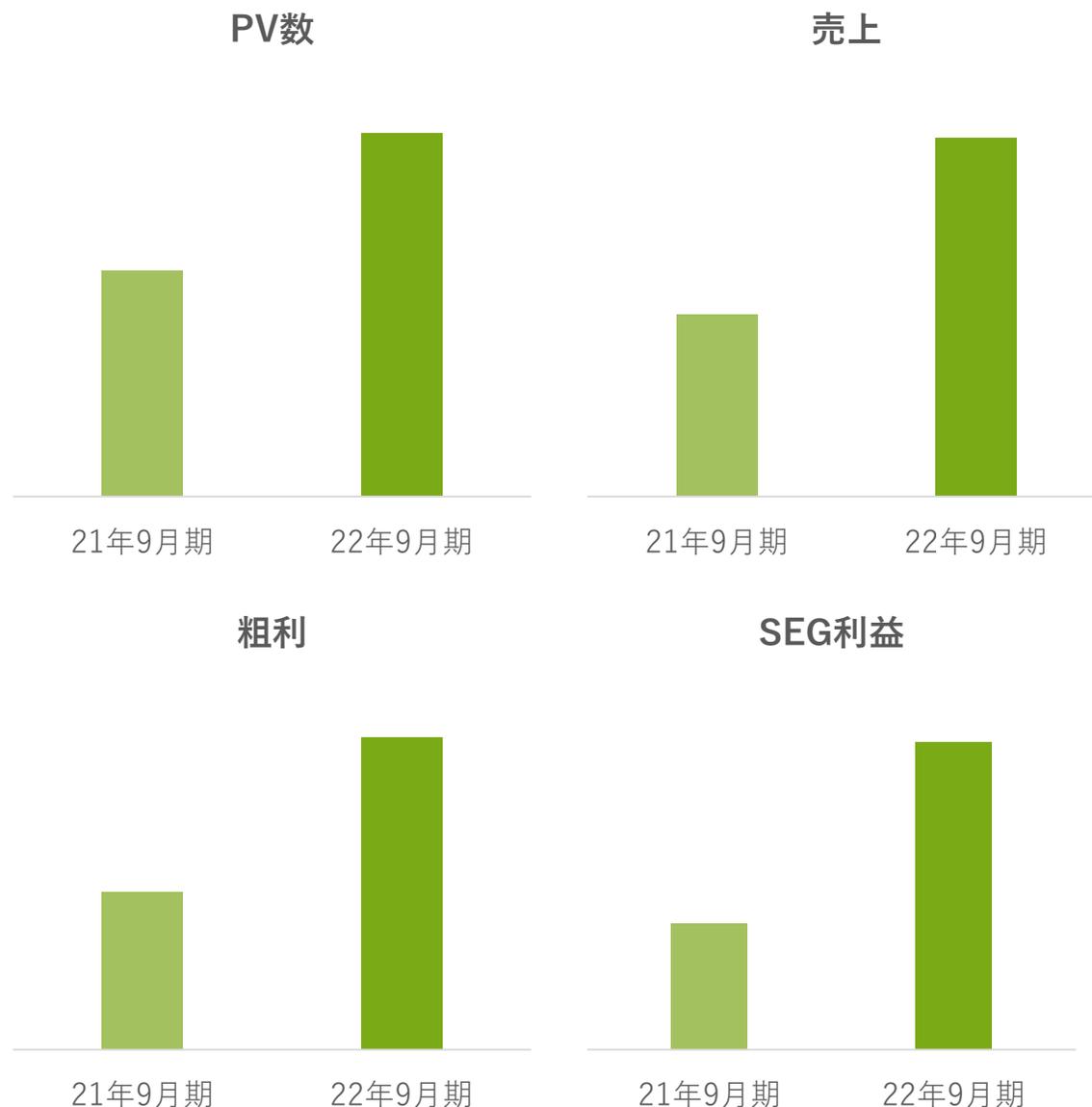


販促投資の期初計画と実態比較(構成比)

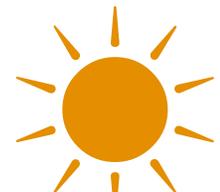


売上高は前期比196%、SEG利益は前期比244%と高い成長を実現

	通期実績	前期実績	前期比
PV数	44,828千PV	27,934千PV	160%
売上高	442百万円	224百万円	196%
粗利	440百万円	222百万円	197%
販管費	99百万円	48百万円	207%
EBITDA	340百万円	174百万円	194%
SEG利益	259百万円	106百万円	244%



SEG利益=セグメント利益



通期実績
1.96倍

■売上高1.6倍

前期比1.6倍以上の売上高を目指す



通期実績
77%

■ EBITDA率70%^(※1)以上維持

EBITDA率70%以上を維持しながら、効率的な新規投資



運用停止・売却
リスクオフ

■年度末メディア数^(※2)20以上

主要KPI拡大の戦略としてメディア数の拡大を狙う

(※1)EBITDA率 = 売上 ÷ EBITDA

(※2)メディア数 = オウンド・メディア + アライアンス・メディア

漫画大陸で発生したKPI乖離を背景に、すーちゃんモバイル比較を始めとする買収メディアの
リスク顕在化前に**早期利確・現金化とリスクオフ(減損又は売却)を決定**。
運営メディアの減損リスクが生じない環境に。

買収事業で売却・利確・減損処理

少額買収・期内減損処理・最小体制で継続

すーちゃんモバイル **比較**クレジットカード
マイスター漫画大陸

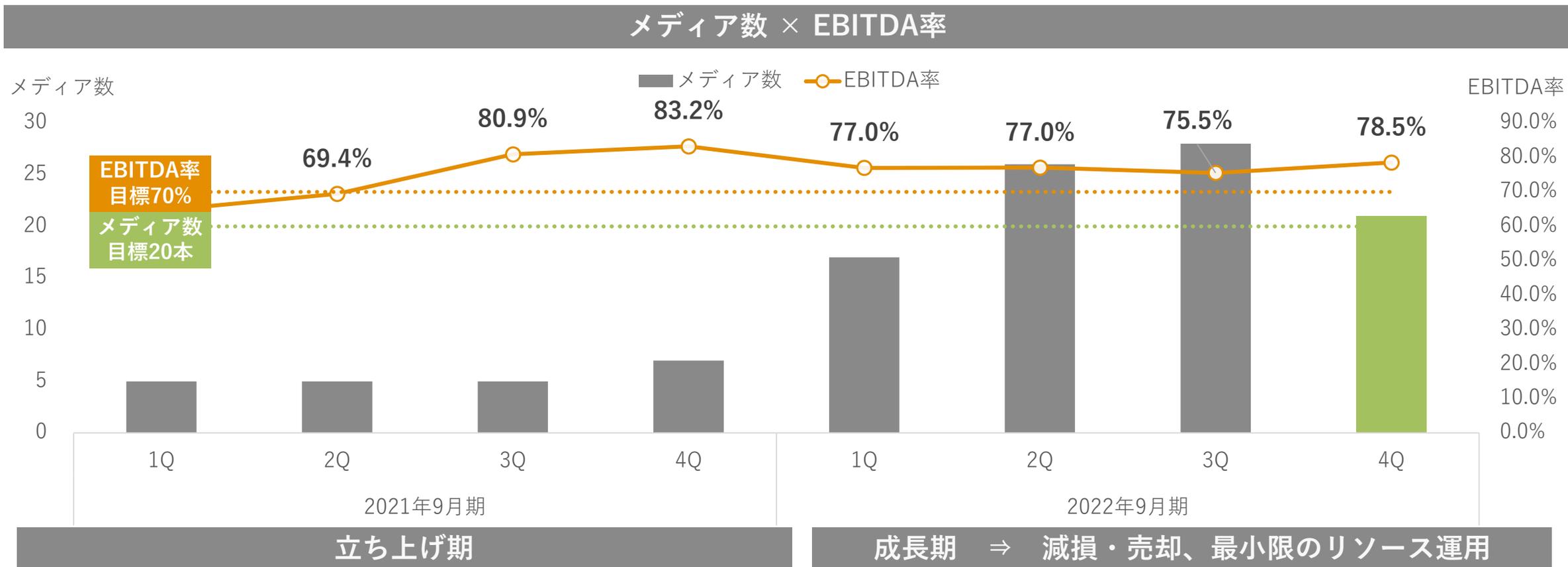
新規立上(減損リスクなし)・最小体制で継続

脱毛♥ドコイコ

アライアンス・メディア

その他、新規メディア

早期利確・現金化とリスクオフ(減損又は売却)に加え、不採算メディアの撤退を実施。メディア数の大幅縮小
 今後は減損リスクの生じないアライアンス・メディアを中心に、最小限の運用リソースで対応

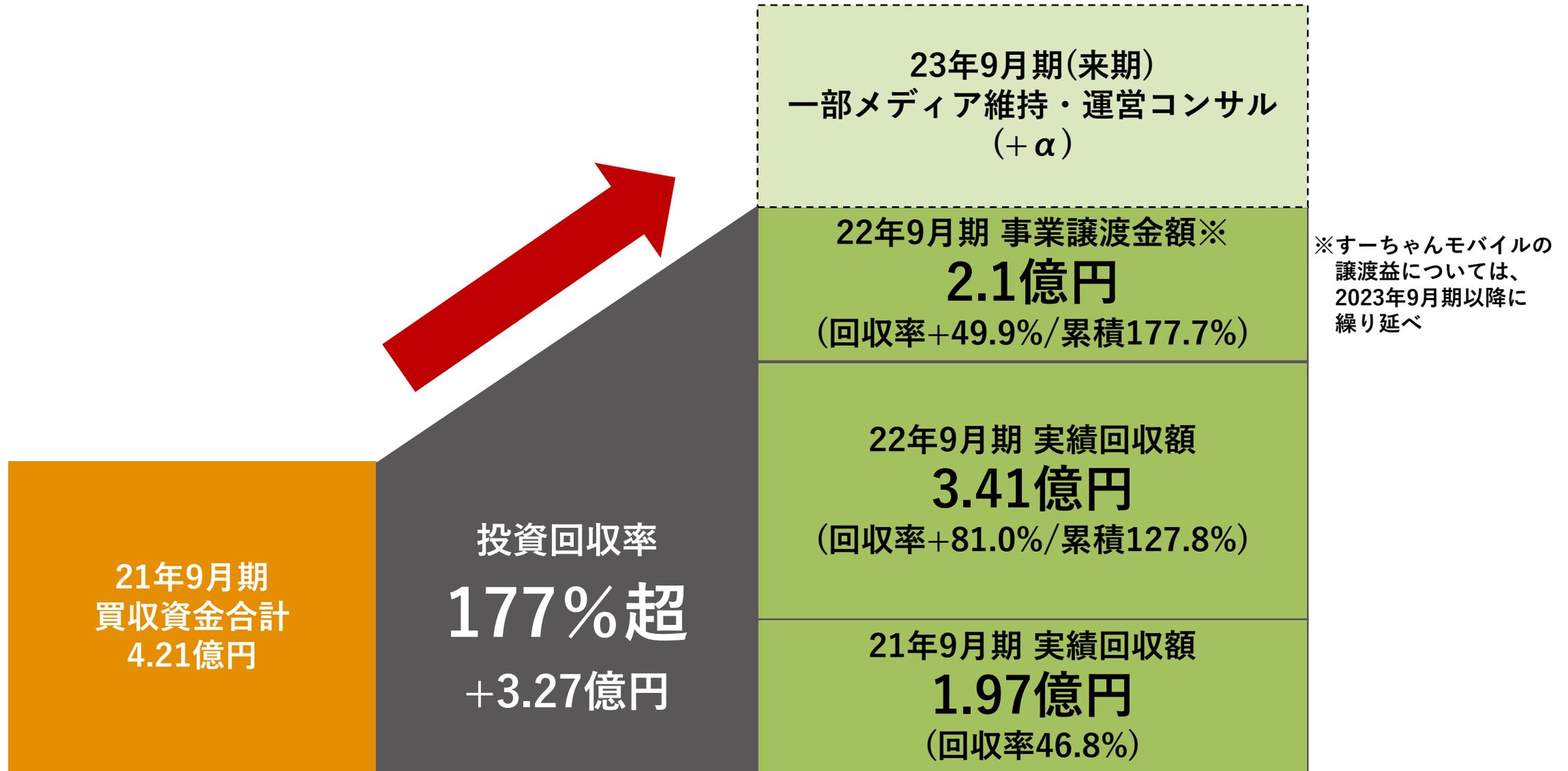


- ・漫画大陸、すーちゃんモバイル比較を買収
- ・リニューアルを行い成長を実現

- ・EBITDA率を維持
- ・追加で2件(21百万円)のM&Aを実行
- ・メディア数29本まで拡大(新規5,000万の利益確保)
 - 前倒しで目標達成する一方、運用体制に課題
 - 4Q メディア事業の整理実施(メディア数の大幅縮小)
アライアンス・メディアを中心に最小限の運用リソースで対応

全メディア取得費用計4.21億円分に対し、売却資金を含む総回収額は7.48億円。

2023年9月期のメディア運営コンサルによる成果報酬も合わせると投資回収率は177%以上になる予定



この間、習得したメディア運用ノウハウを基盤に、コンサル・マーケティングを企業向けに提供。
 全社におけるマーケティング基盤となって、デジタルギフトとのシナジーを高めていく

今期まで

GAFAMedia事業部

すーちゃんモバイル比較



キャッシュフローを通じて
 全社の運営費を賄うこと

今後の展望

GAFAMedia事業部（コンサル及びマーケティングを追加）

既存

- ・オウンドメディアの運営
- ・アライアンス・メディアの運営

「リアル超え」に向け、
 アンコントロールな
 要素と、特損リスクの排除

新規

- ・メディア運営コンサルティング
- ・デジタルマーケティング

買収

- ・デジタルマーケティングの
 強化を目的とした買収も視野

相互シナジー効果を
 高めていく

フィンテック事業部



想いを、すぐに。

デジタルギフト
 登録数1,060件

GAFAMEDIA事業からデジタルマーケティング事業に名称変更

メディア運用を中心とした既存領域に加え、デジタルマーケティング全般の領域拡張・成長を目指す

【変更前】 22年9月期以前

GAFAMEDIA事業	
事業領域	オウンド・メディア
	アライアンス・メディア
	関連事業M&A

【変更後】 23年9月期以降

デジタルマーケティング事業	
既存領域	オウンド・メディア
	アライアンス・メディア
	関連事業M&A
新規領域	インターネット広告代理事業
	ソリューション開発・販売
	コンサルティング事業

04 2023年9月期 第1四半期コミットメント

フィンテック事業

2023年1Q流通総額**9.5億円**

2023年9月期より本格始動したカスタマーサクセスにより、登録数ごとの流通単価向上を目指していく

フィンテック事業

粗利成長**前Q比110%以上**

高粗利率を維持しつつ、2期連続の粗利倍増を目指していく

デジタルマーケティング事業

メディア事業から**デジタルマーケティング事業への業態転換の完遂**

デジタルマーケティング事業への業態転換を通じて、フィンテック事業とのシナジーを発揮するための基礎固めを行う

経営本部

販管費（共通費）の四半期当たり支出**75百万円**※1

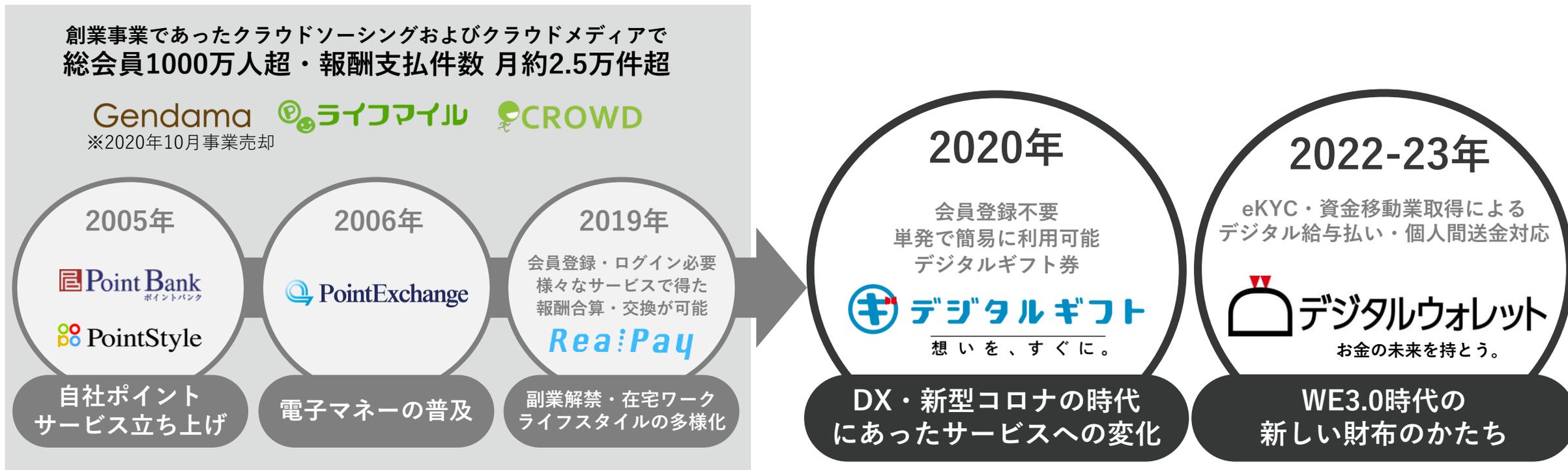
事業成長に伴い管理面の強化も必要になるため、前年対比で一定の支出増が見込まれるものの、厳格なコスト意識を継続

※1: 一時費用を除く

05 フィンテック事業 ロードマップ2027



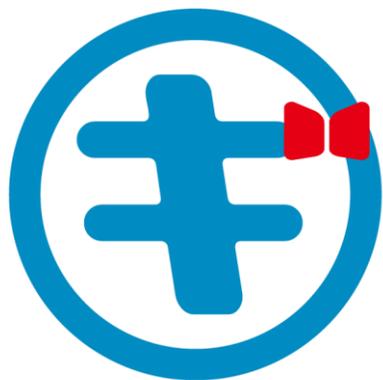
創業から17年間運営しているポイント交換サービスの基盤があるからこそ、競合他社と比較して手数料原価を抑えることができ、低価格で提供が可能



ポイント流通総額(累積)
約 **228**億円
※2022年9月時点

最高月間交換件数
約 **123,644**件
※2022年6月時点

デジタル化・キャッシュレスによって忘れ去れている「想いを、すぐに」伝える役割
もらって喜ばれ、使われるギフトへ



デジタルギフト

想いを、すぐに。

「手触り感のあるギフト」

ご祝儀袋・のし袋のDX化

「人と人をつなぐギフト」

貰ってうれしい
贈り手と受け手のGAPを解消

「捨てられない、利用されるギフト」

失効益で儲けない ※実績失効率5-6%と高い利用率



①手数料無料化 ②受取先拡充 ③認知度向上によって、シェア・流通総額拡大を目指す。
強みである金券「ギフト券」から、自社商品ギフトによる「法人ギフト」、
資金移動業取得によって「CtoC市場」に参入、約10兆円の市場を抑えていく。

商品券・ギフト券市場
約7,500億円

商品券・図書券 etc

Amazonギフト券・PayPay etc

法人ギフト市場
約2兆円

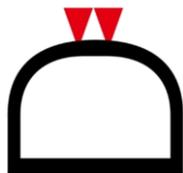
紙面ギフト・紙面クーポン・
紙面チケット・手渡しノベルティ etc

自社商品ギフトのDX化

ギフト市場
約10兆円

■デジタルギフトへの変化

1. 業界構造の変革
2. コロナ禍で加速するDX化
3. キャッシュレス化



デジタルウォレット
お金の未来を持とう。

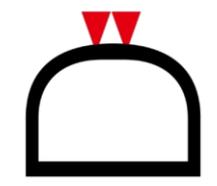
2022年10月1日より「RealPay」を「デジタルウォレット」に名称変更。

2023年に**資金移動業**を取得し、**マイナカード等**による**eKYC機能**を実装。**WEB3.0時代**に向け、既存の**暗号資産**に加え、**デジタル給与即時払い**、**個人間送金**等、提供範囲を大幅拡大。



デジタルウォレットの役割・機能

本人確認機能



デジタルウォレット
お金の未来を持とう。



支払い機能



デジタルギフト
想いを、すぐに。

①本人確認・個人特定機能

マイナカード等によるeKYC対応

②利用先情報保存機能

口座情報・自動送金

③友達情報保存機能

個人間送金・お祝いタイマー

④デジタルギフト保存機能

デジタルチケット・NFTギフト等

⑤デジタルギフト端数額保持

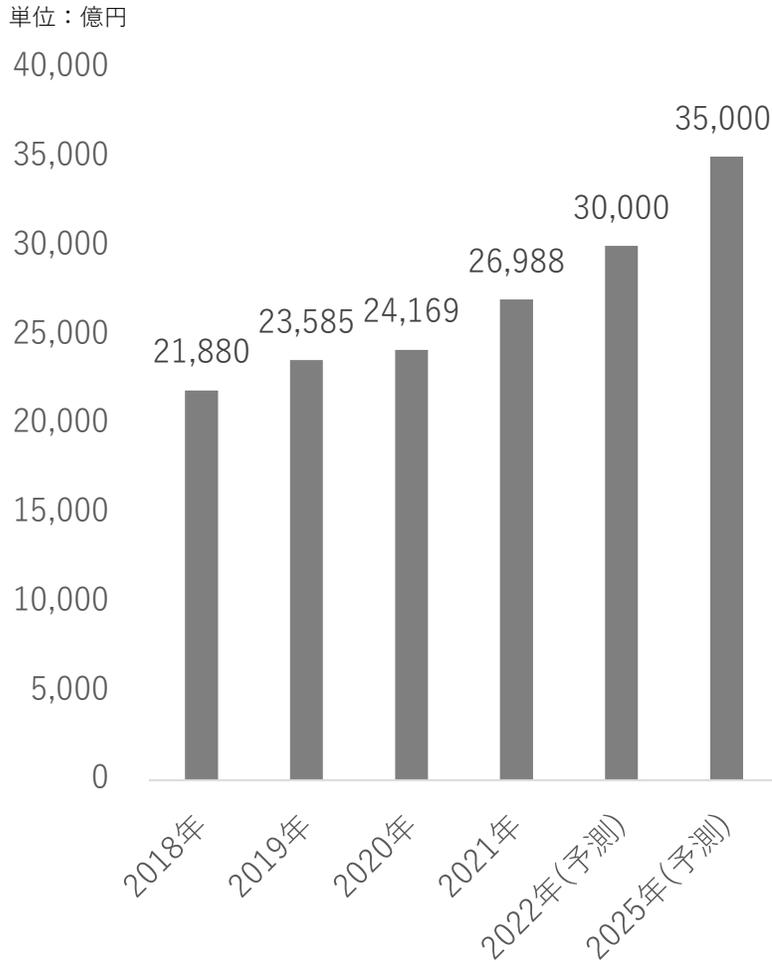
※2023年資金移動業取得に合わせてサービス開発予定

資金移動業取得によって対応可能な業態

- ・振込代行
- ・中古買い取り支払い
- ・交通費・経費精算
- ・個人間送金
- ・冠婚葬祭(ご祝儀・ご香典)
- ・お年玉・入学祝い等
- ・クラウドソーシング報酬支払い
- ・業務委託報酬支払い
- ・賞金支払い
- ・チップ

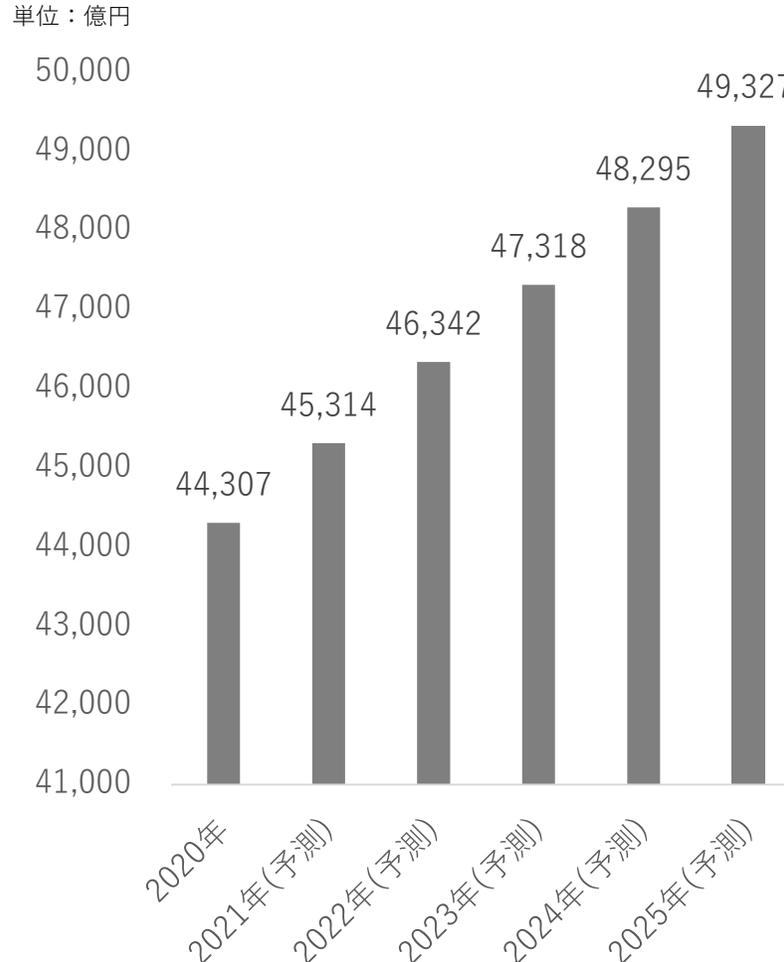
リユース市場は3.5兆円、アウトソーシング市場は約5兆円。リユースへの売却金額の受け取りや副業等の報酬を時間や日単位で自由度高く受け取り、銀行はもちろん、好きな利用先を選択することが可能

リユース市場規模推移



リサイクル通信推計より

アウトソーシング市場規模推移



矢野経済研究所 BPO (ビジネスプロセスアウトソーシング) 市場に関する調査を実施 (2021年) より

第181回 労働政策審議会労働条件分科会 議事次第

令和4年10月26日(水)
13:00 ~ 15:00
場所: A P虎ノ門 A ルーム

- 1 開会
- 2 議題
 - (1) 「労働基準法施行規則の一部を改正する省令案要綱」について (諮問)
 - (2) 労働時間制度について
 - (3) 労働契約関係の明確化等について
 - (4) その他
- 3 閉会

配付資料

- 資料 No. 1-1 労働基準法施行規則の一部を改正する省令案要綱 (諮問)
- 資料 No. 1-2 労働基準法施行規則の一部を改正する省令案の概要

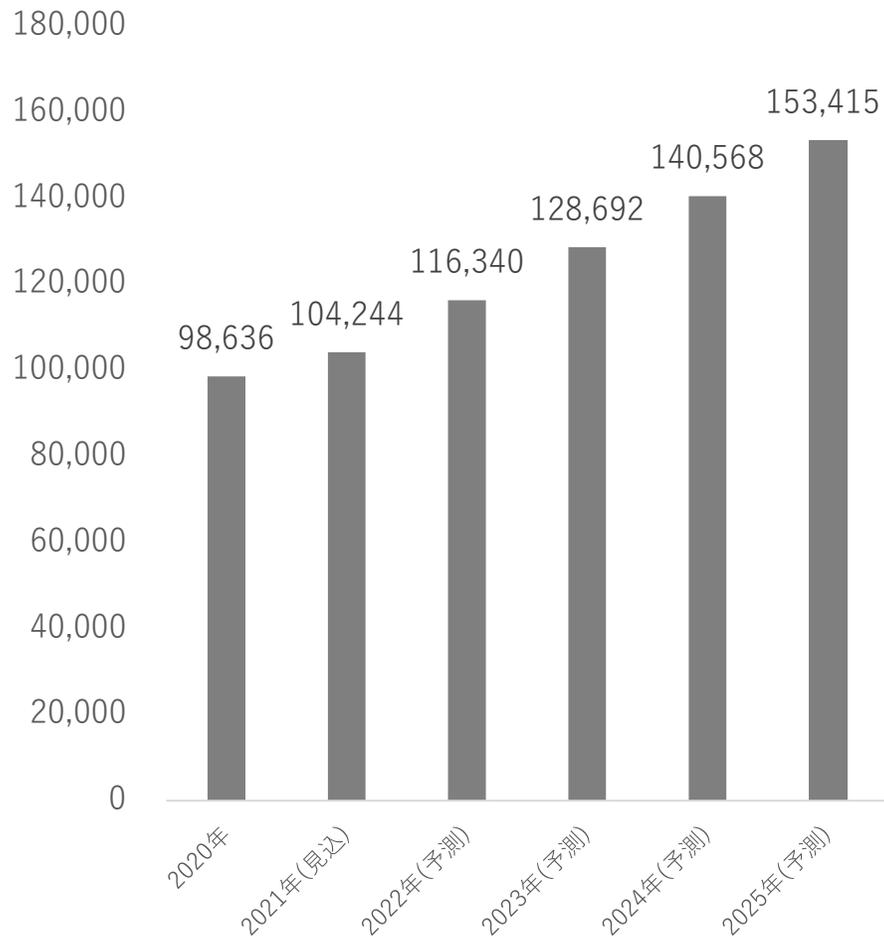
**2023年4月より
デジタル給与払い解禁へ**

厚生労働省HPより

2025年度にはキャッシュレス決済市場は150兆円超、コード決済は急成長し7兆円超の取扱高へ
デジタルウォレットは現金・キャッシュレス・暗号通貨等、何物にもなる未来のお財布。

キャッシュレス決済額推移

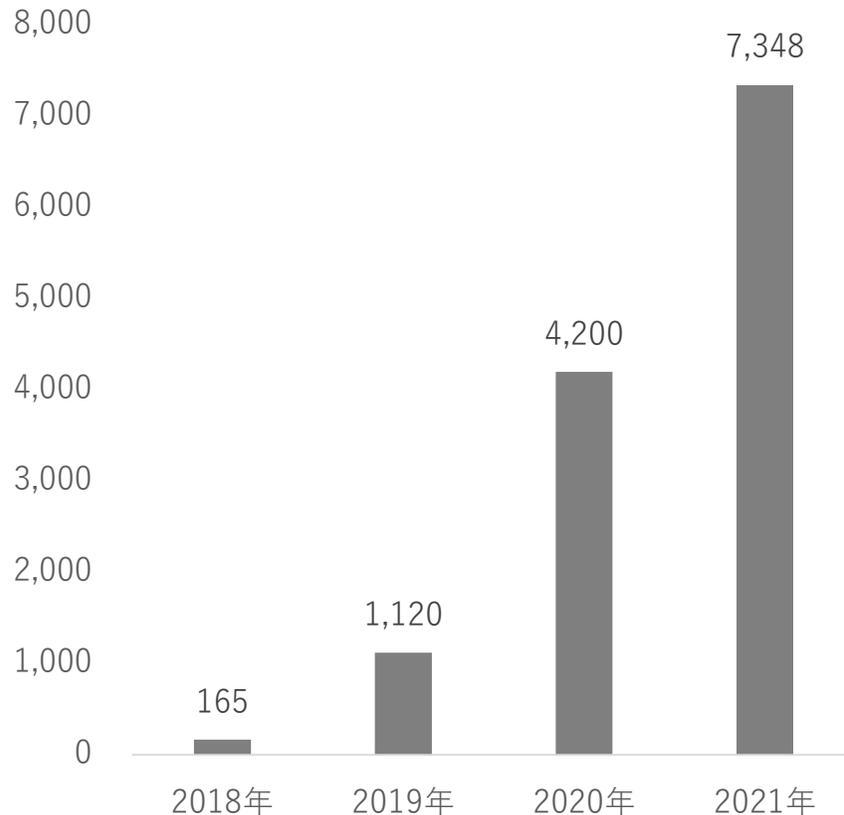
単位：10億円



矢野経済研究所 国内キャッシュレス決済市場に関する調査を実施(2021年)より

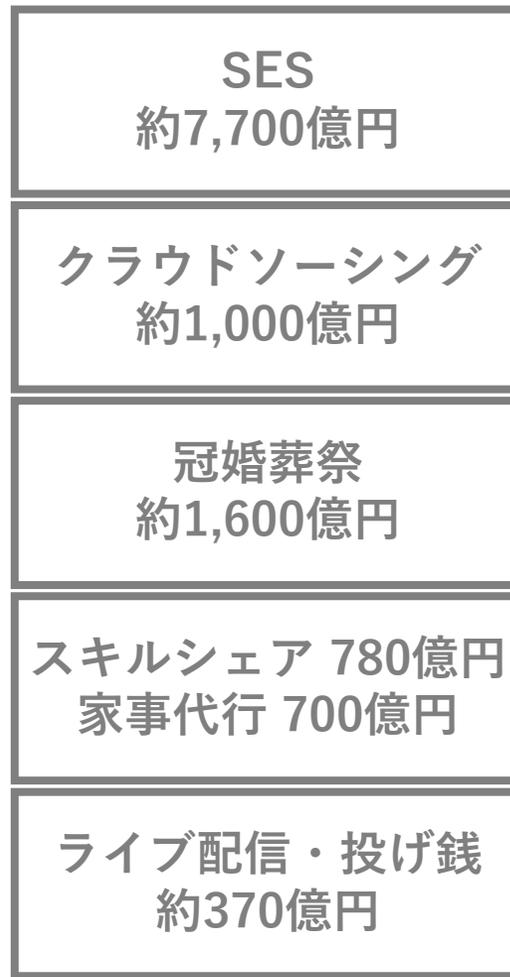
QRコード決済年間取扱高の推移

単位：10億円



IT media 電子マネー(日銀調べ)とコード決済の取扱高の推移より

その他の対面市場



2027年9月期目標

流通総額1,000億円

営業利益率 50%

2027年 流通総額1,000億円・営業利益率50%

「資金移動業取得」による流通総額最大化

ギフト市場

キャッシュレス市場

CtoC市場

デジタル給与払い

流通売上最大化

ボリュームディスカウント

ジャンル別ギフト(自社商品ギフト)

実現するための掛け算人材獲得・100名体制

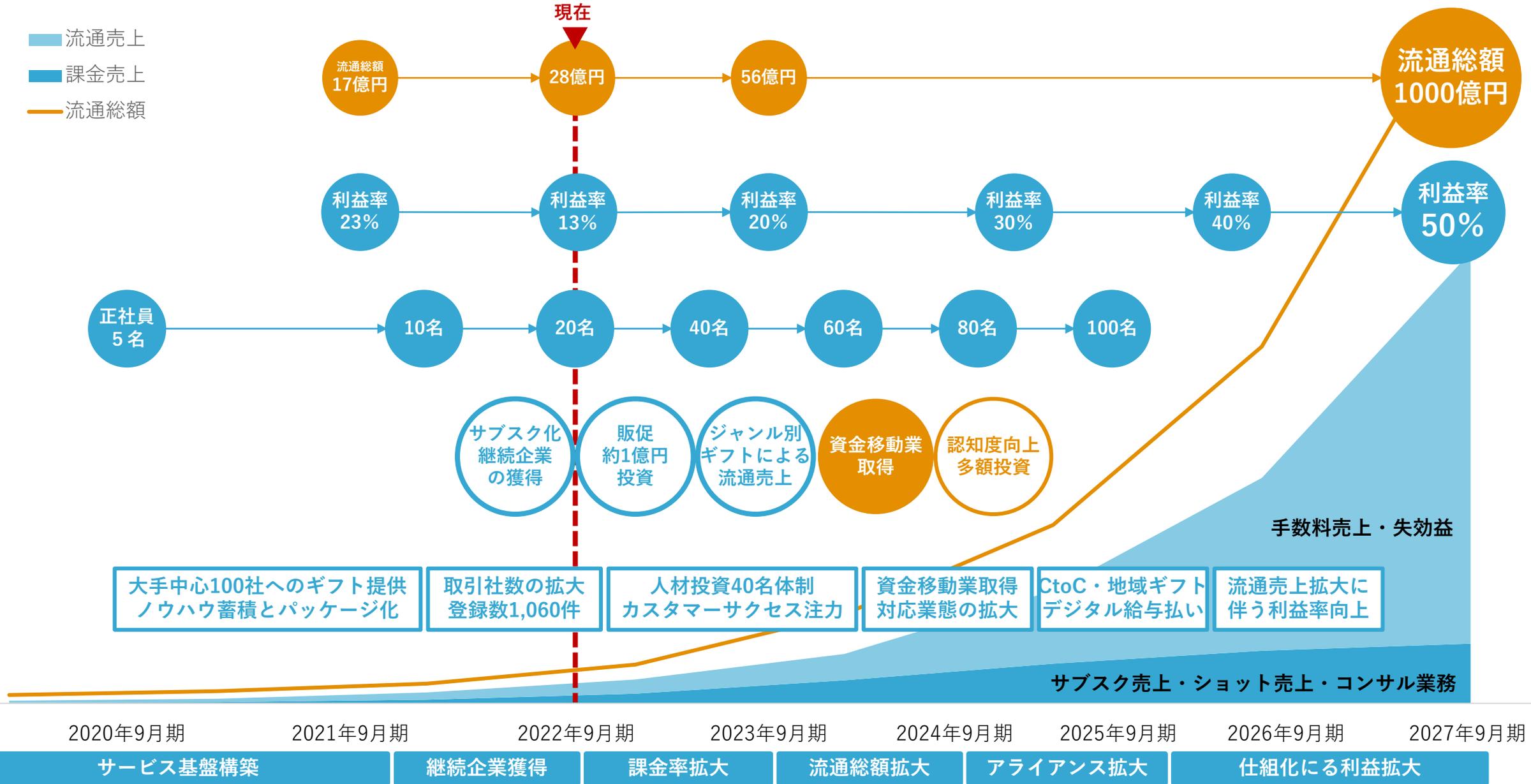
営業開拓力

開発力・仕組み化

企画提案力

戦略的提携力

流通売上
課金売上
流通総額



グルメ・トラベル・リラクゼーション・フィットネス等。業界を横断したジャンル別ギフトを新規立ち上げギフトの直接販売はもちろん、既に流通しているギフトの選択肢にも加えることで流通総額に対する新たな手数料収益を獲得

デジタルギフト

想いを、すぐに。

各社横断したギフトの提供

あなたに贈られたギフト
5,000円相当

10Y グルメ券 10Y トラベル券

amazon ギフト券 Google Play

PayPay QUOPay

10Y グルメ券

10Y A社	10Y B社
10Y C社	10Y D社
10Y E社	10Y F社
10Y G社	10Y H社

流通総額に対するマネタイズ

- ①これまで個別で自社商品ギフト化していたものをジャンル別に横断統合
- ②ジャンル別ギフトを直接販売できるカート機能も提供。トラベル券・グルメ券等、個別購入に対応
- ③既に流通しているギフト選択肢にも追加し、利用された場合は、手数料を回収



流通総額の数%が利益貢献

06 フィンテック事業 2023年9月期事業戦略概要



2027年度 流通総額 1,000億円・営利率 50%に向けて

年間流通総額 前期倍増

既存登録者への利用促進と、来期に向けた資金移動業取得

粗利 前期倍増（連続）

カスタマーサクセス本格立ち上げによる既存登録社のアップセル

セグメント利益 前期比3倍

人材投資40名体制の上で利益率20%、絶対利益成長へ

2022年9月期は中長期計画策定のための検証データ収集を目的に1,060登録獲得

2023年9月期より顧客サクセスにより取引社あたりの**売上単価と流通単価を最大化**

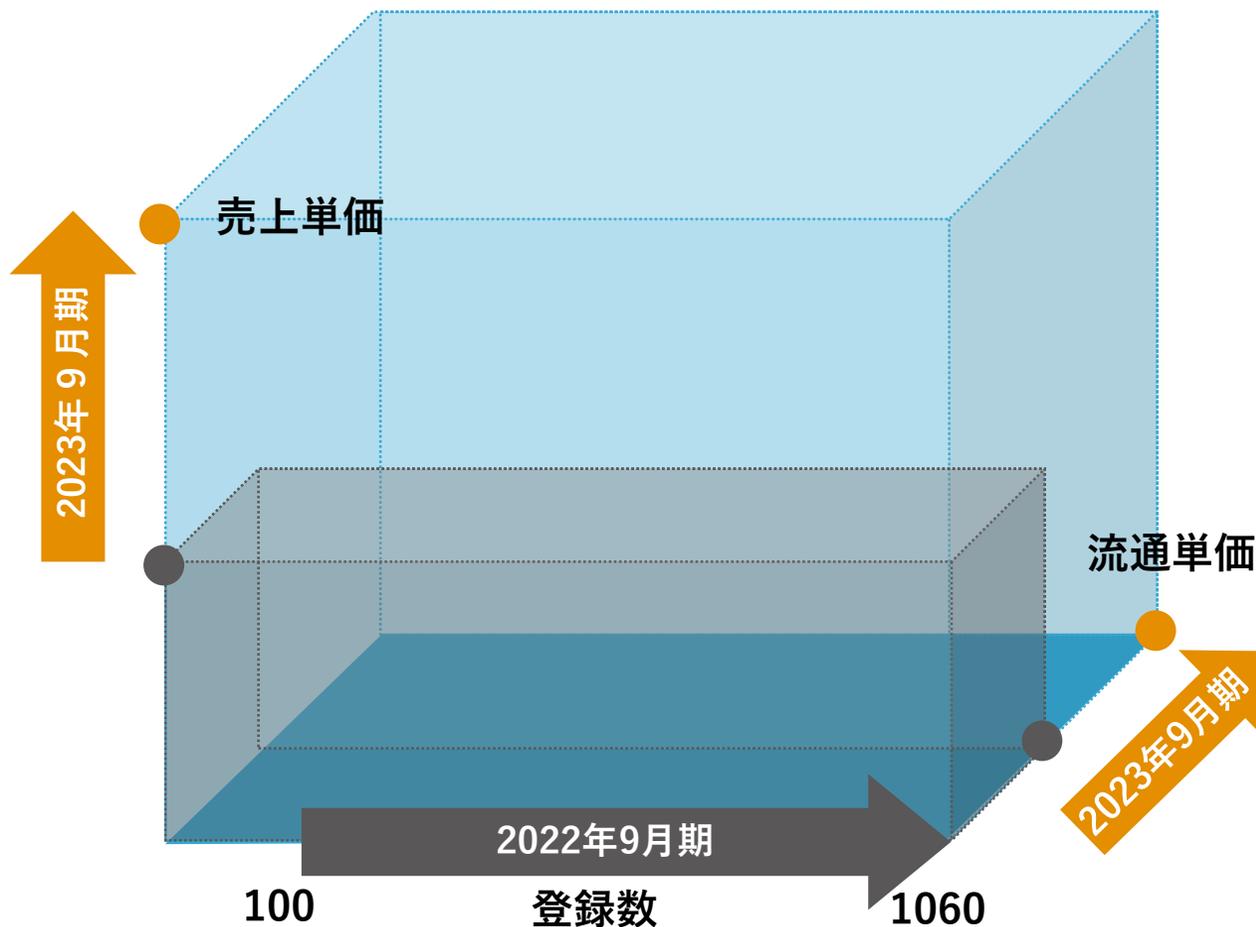
2023年9月期 ①売上単価向上

人材投資40名体制へ

- ・顧客サクセス
本格立上・提案力強化
- ・商品開発・仕組み化
- ・信頼性・安定性強化

コンサルティング業務

- ・NFTギフト企画
- ・キャンペーン企画
- ・マーケティング
- ・制作・開発



2023年9月期 ②流通単価向上

資金移動業取得

- ・CtoC参入
- ・デジタル給与払い
- ・インセンティブ
- ・チップ
- ・小口支払い

自社商品ギフト

- ・自社商品単体ギフト
- ・業界横断ギフト
- ・デジタルチケット

2023年9月期以降は、未稼働取引先は順次スクリーニング。
併せて稼働率の高い取引先に置き換え。

07 Appendix

即日発行
できます!

業界最安値のデジタルギフト

1枚1円からご利用可能。PayPay・Amazonギフト・Quoカード・銀行等から選んで贈ることができます。



amazon ギフト券



QuoPay
クオ・カード ペイ



d POINT



bitcoin
by bitFlyer

「デジタルギフト®」は、PayPayやAmazonギフト券などのデジタルギフトをWeb上でカンタン・手軽にプレゼントできるサービスです。

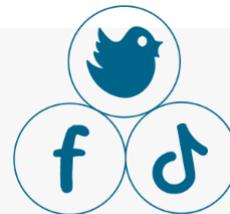
購入申請からギフトの発行まで、最短即日でご利用可能。

1枚1円からご利用でき、少額や急なキャンペーンなどにも対応可能です。さらに貴社の商品やクーポンをWEB上でプレゼントすることもできます。また抽選機能を使うと、貴社の見込み顧客を囲い込みにお使いいただけます。



販促・集客の 促進キャンペーン

商品を購入いただいた方にギフト券をプレゼント。



SNSキャンペーン

Twitterのフォロー&リツイートキャンペーンでフォロワー・売上増を実現。



資料請求・見積りの謝礼

資料請求の特典として、自社のオリジナルクーポンをプレゼント。



アンケート回答の謝礼

アンケートの回答率を上げる施策として。



来店・来場の特典

店舗や会場へWEB予約を増やす施策として。



ポイント交換

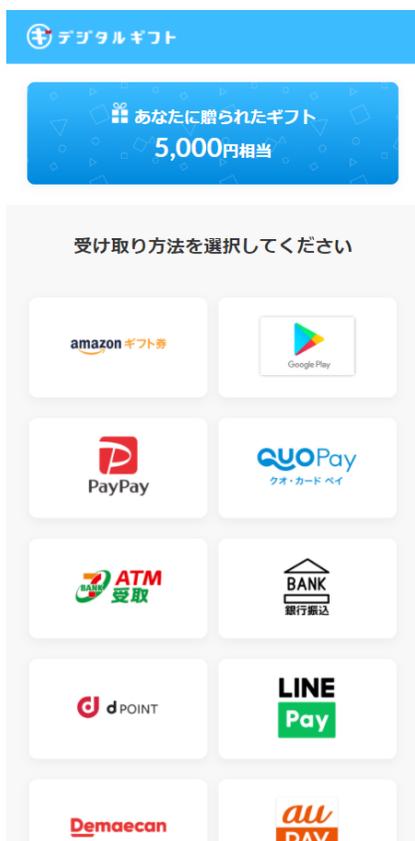
貯めたポイントをさまざまなデジタルギフトに交換。

アプリのダウンロードや会員登録は不要
届いたギフトのURLをタップだけで利用することができます

1. URLをタップ



2. 受取先を選択



3. 受取先詳細確認



4. ギフト受取



※一部サービスでギフトを受け取る場合、受取先サービスのログインが必要です



デジタルギフト
想いを、すぐに。

①手数料無料化 ②受取先拡充 ③認知度向上によって、シェア・流通総額拡大を目指す。

強みである金券「ギフト券」から、自社商品ギフトによる「法人ギフト」、
資金移動業取得によって「CtoC市場」に参入、約10兆円の市場を抑えていく。

商品券・ギフト券市場
約7,500億円

商品券・図書券 etc

Amazonギフト券・PayPay etc

法人ギフト市場
約2兆円

紙面ギフト・紙面クーポン・
紙面チケット・手渡しノベルティ etc

自社商品ギフトのDX化

ギフト市場
約10兆円

■デジタルギフトへの変化

1. 業界構造の変革
2. コロナ禍で加速するDX化
3. キャッシュレス化

2022年1月11日、手数料無料化とサブスクリプションへの収益転換、「デジタルギフト®」へ



キャンペーンや日頃の感謝など様々なシーンに。



- 手数料無料化**により、金券(商品券・図書券等)を購入する
なら、**多くの金券に対応した当社が選択**される基盤を構築
- ギフト活用ツールを拡充し、**サブスク収益に転換**

ギフトデザイン
PR動画挿入



ご祝儀袋のDX化。企業の想いを
ギフトのデザインテンプレートに
載せる機能

メール・SMS配信



ギフトを贈るユーザーの携帯電話
番号のみでギフト
送信が可能な機能

自社商品ギフト



ギフト発行企業の自社商品を独自
にギフト化する機能

インスタントウィン
(キャンペーン機能)



その場で当落がわかる、
抽選キャンペーンを簡単に
開催できる機能

ギフトスタンド
(決済対応)



最少1枚1円からデジタルギフト
を即時発行できるオンライン完結
型の発注機能

不正防止機能
(本人確認コード)



不正なギフト利用、誤送信による
ギフトご利用を防止する機能



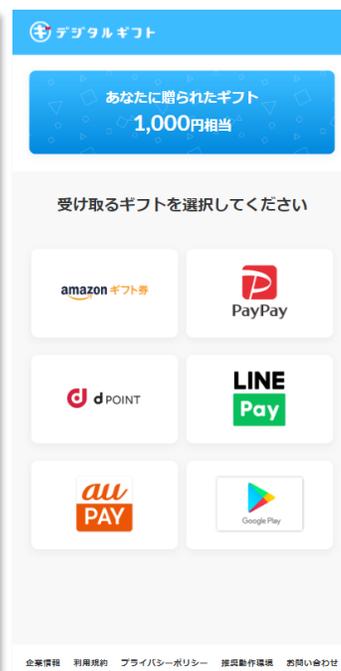
キャンペーンの参加条件をツイート

キャンペーン参加前に動画を必ず視聴させることができます (最大180秒)

リアルタイムで参加条件を満たしているかシステムで確認

はずれ画面にバナーの設置ができます

利用企業様が事前に指定した受取先から、ユーザーがギフトを選ぶことができます





キャンペーンの参加条件をツイート

リアルタイムで参加条件を満たしているかシステムで確認

各等で画像の変更ができます

1等だけ自社商品ギフトを配布

入力フォームのカスタマイズができます

完了画面にサービス詳細やお問い合わせ先の記載ができます

礼儀ラーメンの菊水 [公式] @Kikusui_ramen

創業73年
#札幌ラーメンの菊水
Twitter開設キャンペーン!

特賞: 名店ラーメン詰合せを30名様
ハズれた方にも #デジタルギフト5円分
その場で当たる

応募方法
① @Kikusui_ramen をフォロー
② この投稿をRT
③ 下記URLから応募
onl.la/qzV2Zr2

※切: 2万RT達成 or 4/15(金)23:59

Twitter開設キャンペーン 第1弾

フォロー&RTで
その場で当たる
特賞 北海道名店 30名様 ラーメン詰合せ

はズレてしまった方にも
ご縁がありますように...
5円分 (抽) プレゼント

PayPay & Amazonギフト券に
交換できるデジタルギフト

※切: 2万RT達成 or 4/15(金)23:59まで

デジタルギフト

#札幌ラーメンの菊水 Twitter開設キャンペーン 第1弾

フォロー&リツイートで応募♪ 抽選で北海道の名店ラーメン詰合せが30名様にその場で当たる。外れてしまった方にも... デジタルギフト5円分をプレゼント

抽選に参加する

期間
開始時刻 2022年04月26日 17時30分
終了時刻 2022年04月26日 19時10分

デジタルギフト

あたり

おめでとうございます
特賞
北海道名店ラーメン詰合せ
プレゼント

ギフトを受け取る

注意事項

- SNS (TwitterやInstagram等) のアプリ内では抽選に参加することが出来ません。URLをコピーし、iPhoneの場合はSafari、Androidの場合はChromeで該当URLを開き、抽選にご参加ください。
- 特典の進捗はお一人様1回までとなります。複数アカウントの利用はご遠慮ください。
- 不正に複数アカウントを利用し参加されたことが発覚した場合は、商品を無効化するなどの対応を取る場合がございます。ご了承ください。
- ギフトは、ギフト詳細に記載された有効期限内までに商品と交換してください。有効期限を過ぎた場合は無効となります。
- 商品の譲渡・転売・換金することを固く禁止させていただきます。

デジタルギフト

デジタルギフト

札幌ラーメンの菊水からギフトを受け取りました!

「#札幌ラーメンの菊水 Twitter開設キャンペーン 第1弾」

受け取り可能期限: 2022-07-25 23:59 まで

今すぐ受け取る

企業情報 利用規約 プライバシーポリシー 推奨動作環境 お問い合わせ
Copyright © DIGITAL PLUS, Inc. All Rights Reserved.

デジタルギフト

名店ラーメン4食詰合せ

有効期限: 2022-05-30 18:56:00

名店ラーメン4食詰合せ 受け取る

サービス概要
~札幌・旭川の4名店の味をご家庭でお楽しみください~

【商品内容】
寒干しラーメン1人前×4袋
・さっぽろ純連みそ
・白樺山荘味噌
・蜂屋醤油ラーメン
・らーめん山頭火旭川とんこつ塩

【賞味期間】 製造日を含み90日間

デジタルギフト

入力完了

郵便番号 **必須**

住所 **必須**
お届け先を入力してください。

氏名 **必須**
メールアドレスを入力してください。

電話番号 **必須**

メールアドレス **必須**

個人情報の取得について
ご入力いただいた個人情報は、お客様への連絡や商品の発送、ユーザーサポート業務のために利用いたします。

また上記個人情報は、株式会社デジタルプラスが、

デジタルギフト

入力完了

名店ラーメン4食詰合せ

発送までしばらくお待ちください (5月中旬順次発送)

サービス概要
~札幌・旭川の4名店の味をご家庭でお楽しみください~

【商品内容】
寒干しラーメン1人前×4袋
・さっぽろ純連みそ
・白樺山荘味噌
・蜂屋醤油ラーメン
・らーめん山頭火旭川とんこつ塩

【賞味期間】 製造日を含み90日間
【保存方法】 直射日光、高温、多湿をさけて保存してください。
【アレルギー】 小麦・卵・ごま・大豆・豚肉・りんご

サブスクプランをご契約いただいた場合、ギフト発行手数料を無料とさせていただきます

	月額	ギフト発行 手数料	契約期間 (自動更新)	ギフト配布 (Mail・ SMS)	デザイン ギフト	PR動画・ 誘導バナー	自社商品 ギフト	抽選機能 (インスタ トウィン)	アンケート 機能	マストバイ
プラチナプラン (抽選機能)	50,000円/月	0% 上限設定あり 年間60万円の手数料無料!	12ヶ月	○	○	○	○	○ 使い放題	△ (別途費用発生)	△ (別途費用発生)
ゴールドプラン (自社商品ギフト)	25,000円/月	0% 上限設定あり 年間30万円の手数料無料!	12ヶ月	○	○	○	○	×	×	×
シルバープラン (デザインギフト)	12,000円/月	0% 上限設定あり 年間14.4万円の手数料無料!	12ヶ月	○	○	○	×	×	×	×
ブロンズプラン (通常ギフト)	無料	ギフト購入金額 5%	-	○	△ (券面画像 のみ可)	×	×	×	×	×

※LINEPay、セブン銀行ATM受取、銀行振込をギフト受取先に導入する場合は、1枚当たり200円の手数料が別途発生いたします。
 ※楽天ポイントをギフト受取先に導入する場合は、額面総額に対して30%の手数料が別途発生いたします。
 ※1アカウントのご契約で、Twitterと公式LINEのアカウントをそれぞれ1アカウントご利用いただけます。

商品券・図書券(金券)はもちろん、DX化が進み、それらに取って代わる受取先を随時拡充
 ギフト発行企業は**受取先を選び、用途に合わせたデジタルギフトを発行**が可能

デジタルギフト受取先一覧

自社商品ギフト・デジタルチケット



商品郵送型デジタルギフト



電子スタンプ型デジタルギフト

※Amazon、Amazon.co.jp およびそれらのロゴは Amazon.com, Inc. またはその関連会社の商標です ※Google Play は Google LLC の商標です
 ※Apple Gift Card は米国およびその他の国々で登録されている Apple Inc. の商標です

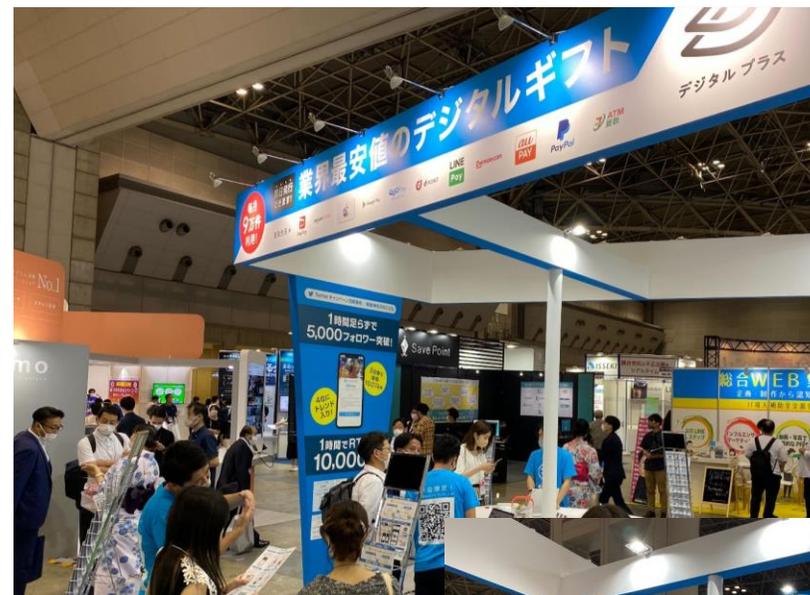
より効果的に認知度を高めるため、2021年11月「デジタルギフト®」の商標を譲受
2022年1月11日に「デジタルギフト®」に名称変更、7月展示会(EXPO)に出展

キ デジタルギフト

想いを、すぐに。

一度名前を聴けば覚えることができる

名前を聴けばどのようなサービスか認識できる



2022年9月期2Qでは、マーケティングシステムをパッケージ化、サブスク収益転換機能追加を優先しており、UI/UXが追い付いていないため、下半期はUI/UXを強化し、web広告を再出稿

プロダクトの特長		当社	A	B	C	D
わかりやすさ・使いやすさ(UI/UX)		◎	◎	△	○	△
交換先の拡充	キャッシュレスギフト	◎	○	○	○	○
	他社商品ギフト	2023年度着手	◎	○	△	×
	自社商品ギフト・電子スタンプ	◎	◎	×	×	×
ギフト発行手数料		◎	△	△	△	○
マーケティングシステムの拡充	デザインテンプレート	◎	◎	×	×	×
	インスタントウィン	◎	◎	×	×	×
	その他配信方法	◎	◎	×	×	×
システム利用料金		◎	△	—	—	—
ギフト発券スピード		◎	△	△	△	○



当社の注力領域



グループ本部

IR担当

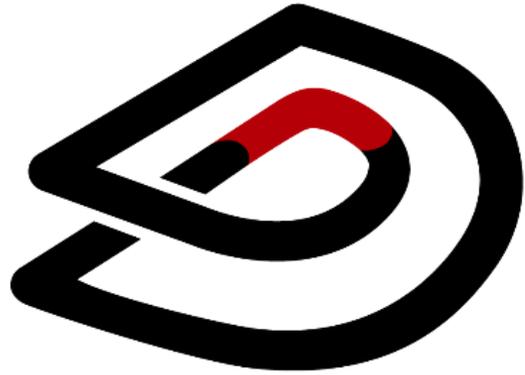
TEL

03-5465-0690

問い合わせフォーム

<https://digital-plus.co.jp/contact/>

人を不幸にしないための、デジタルと



デジタルプラス

はじまること、出会うこと、成長すること、遊ぶこと、
学ぶこと、挑戦すること、愛すること、
失敗しても、またはじめられること。

前に進む人生のすべてに、

一緒にいるデジタルを提供していく。

無意識のうちに、つい、あきらめてしまっていることを、

叶えられることに変えていく。