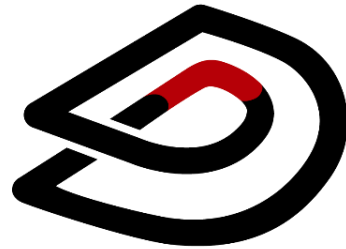


人を不幸にしないための、デジタルと



デジタルプラス

事業計画及び成長可能性に関する事項の説明資料



デジタルプラス

株式会社デジタルプラス

人を不幸にしないための、デジタルと

設立日 ——— 2005年7月29日

資本金 ——— 10百万円（2021年11月30日時点）

上場日- 2014年9月18日（東証マザーズ（現グロース）：3691）

代表取締役社長—— 菊池 誠晃

取締役————— 千葉 博文

社外取締役(監査等委員会)—— 大塚 和成 半谷 智之 能勢 元 杉山 直也

所在地 ——— 〒151-0062

東京都渋谷区元代々木町30-13 ONEST元代々木スクエア
〒060-0042

北海道札幌市中央区大通西9丁目1-1 キタコー大通り公園ビル



デジタル
フィンテック

株式会社デジタルフィンテック

お金では叶えられない毎日をつくっていく。

設立日 ——— 2016年4月20日

資本金 ——— 10百万円

事業内容 ——— 報酬支払サービス、デジタルギフトサービス

株主 ——— （株）デジタルプラス100%子会社



想いを、すぐに。



お金の未来を持つとう。

代表取締役社長 —— 菊池 誠晃

取締役CFO————— 加藤 涼

取締役————— 原田 葉子

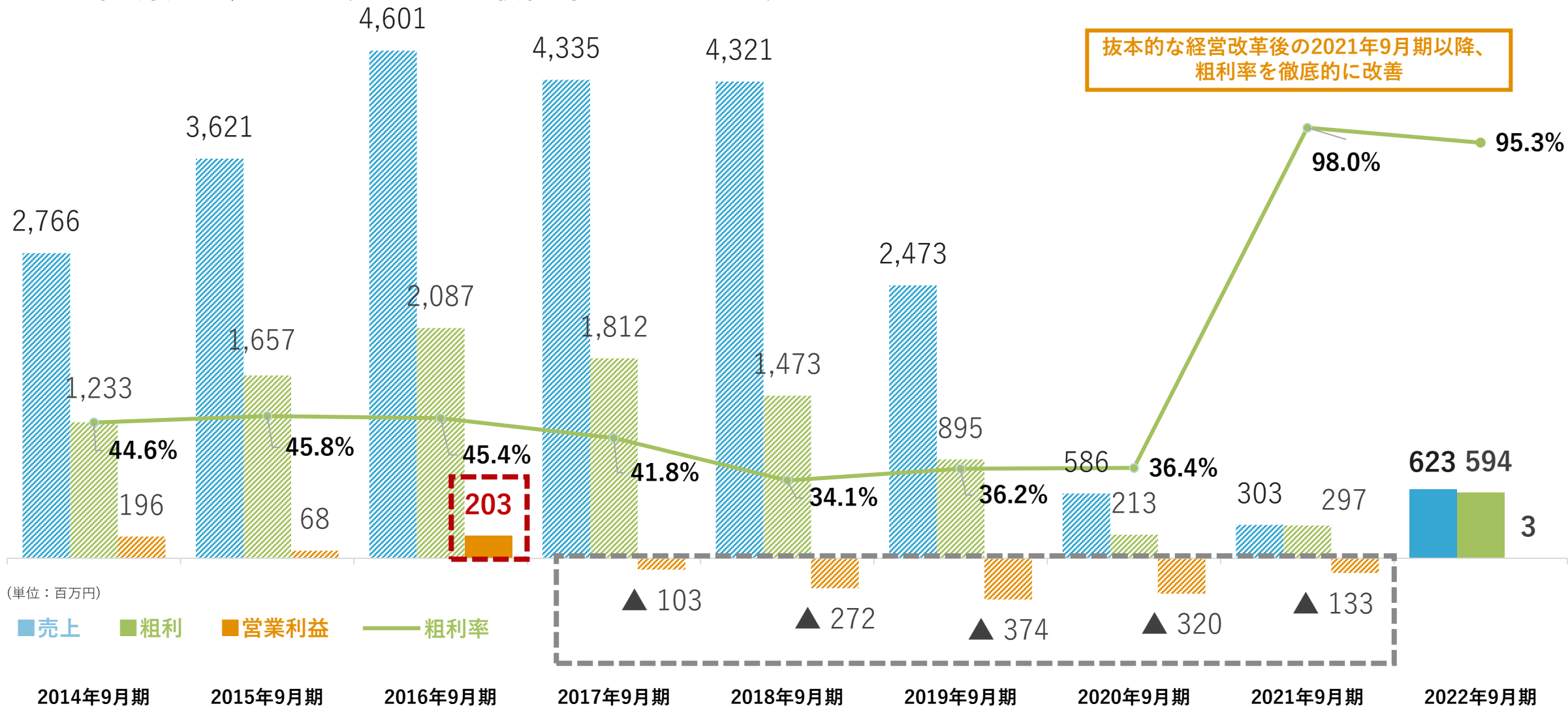
INDEX

- 01** 2023年9月期 全社戦略
- 02** フィンテック事業 ロードマップ2027
- 03** フィンテック事業 2023年9月期事業戦略概要
- 04** 2023年9月期 第1四半期コミットメント及び足元の業績
- 05** Appendix

01 2023年9月期 全社戦略

上場後の業績推移及び今後の目標

抜本的な経営改革に着手した2020年9月期から**粗利率の徹底的な改善**を図り、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、**2027年9月期フィンテック事業の流通総額1000億円、**
2023年9月期は、その目標に向けて積極的にM&Aを仕掛けていく



GAFAメディア事業からデジタルマーケティング事業へ業態転換

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して、デジタルフィンテック事業とのシナジーを高めていく

2022年9月期まで

GAFAメディア事業部

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

2023年9月期以降

デジタルマーケティング事業部

既存事業

- ・ 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、
アンコントロールラブルな
要素と、特損リスクの排除

新規事業

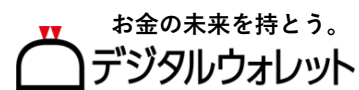
- ・ インターネット広告代理事業
- ・ ソリューション開発・販売
- ・ コンサルティング事業

買収事業

- ・ 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

相互シナジー効果向上

フィンテック事業部



デジタルギフト登録数1,060件

全社戦略の要となる2つの事業譲受と人材強化

株式会社コムクスより、デジタルマーケティング事業の早期立ち上げを目的に、
またフィンテック事業においても、採用およびアップセルを目的にクリエイティブ事業を事業譲受

デジタルマーケティング事業(2023/1)

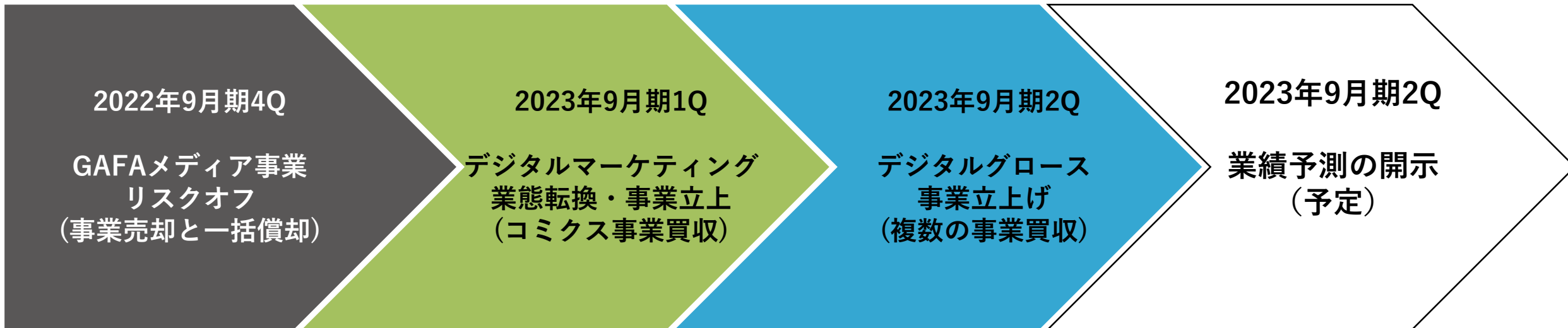
売主	株式会社コムクス
対象事業	  
事業内容	デジタルマーケティング事業
譲渡スキーム	事業譲渡
業績	売上3.3億円 営業利益6.1千万円 取引先19社 ※2021年9月~2022年8月 ※譲受後は新収益基準に変更 <参考値>取扱高3.3億円 売上1.2億円 営業利益6.1千万円 粗利率91%
買収背景	<ul style="list-style-type: none"> 企業向けデジタルマーケティングの基盤調達 取引先共有と相互提案 デジタルギフトとのセット販売によるアップセル
買収価額	1.2億円 + アーンアウト(8000万円) ※1年後業績目標をアーンアウト条件とすることで一定のリスク回避
移籍人員数	合計9名 ※業務委託等も含む プランナー2名・マーケター4名・デザイナー3名


クリエイティブ事業(2022/12)

売主	株式会社TSUNAGARU
対象事業	 Connect Creativity with your Life
事業内容	クリエイティブ事業
譲渡スキーム	事業譲渡
業績	売上42百万円 営業利益▲4百万円 取引先30社 ※2021年11月~2022年9月
買収背景	<ul style="list-style-type: none"> 期初予定のフィンテック人材採用・強化 取引先共有と相互提案 フィンテックおよびデジタルマーケにおけるアップセル
買収価額	800万円
移籍人員数	合計12名 ※業務委託等も含む ディレクター4名・デザイナー3名・エンジニア4名・事務1名

事業買収(M&A・JV)とデジタルフィンテック・デジタルマーケティングを活用し
新たなキャッシュフローを生み出す**デジタルグロースを新設**。

当期はフィンテック事業部内で立ち上げ、来期より第3セグメント化予定。



 人を不幸にしないための、デジタルと
デジタルプラス


デジタルフィンテック

お金では叶えられない毎日をつくっていく。

2027年9月期 流通総額1000億円

2023年9月期 流通総額・粗利 前期倍増

 **デジタルギフト**
想いを、すぐに。

お金の未来を持とう。
 **デジタルウォレット**

- 導入メリットの検証と追求
- ・導入障壁の除去
- ・運用工数・コスト削減効果追求
- ・エンドユーザメリットの追求
(報酬の即時払い・報酬受取先拡充)

自社商品・サービスの
デジタルギフト化

既存ギフト利用先追加
による販促支援
(ジャンル別ギフト)

報酬支払い・小口現金支
払い・個人間送金の仕組
提供 ※資金移動業取得後

デジタルグロース

2022年12月 新規発足[NEW]

事業買収(M&A・JV)と育成
2024年9月期第3セグメント移行予定

- ①積極的M&Aとキャッシュフロー獲得
- ②デジタルフィンテックおよびデジタルマーケティングを活用した事業成長
- ③資金移動業取得に合わせたデジタルウォレット事業開発と検証

※本セグメントにおいては、上記を目的として粗利率を問わない。また本収益はフィンテック事業の2023年9月期粗利倍増目標の対象外となります。

**Tsunagaru**
Connect Creativity with your Life

2022年11月
事業買収[NEW]

2023年2Q (予定)
複数事業買収(デジタル領域)

デジタルマーケティング

- ・デジタルギフトとのパッケージ化による商品力強化(アップセル)
- ・営業一本化による営業強化
- ・自社サービスのマーケティング・インハウス化(利益率改善)

デジタルマーケティング
による事業成長

**Growth Hack PPC**

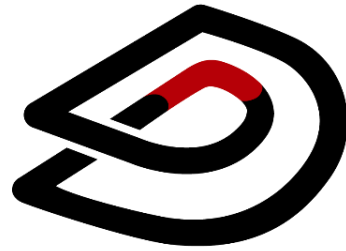
**Growth Hack SEO**

**Growth Hack 365**

2023年1月 (予定) 事業買収

02 フィンテック事業 ロードマップ2027

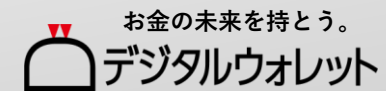
人を不幸にしないための、デジタルと



デジタルプラス

フィンテック事業 ロードマップ2027

～お金では叶えられない 毎日をつくっていく～



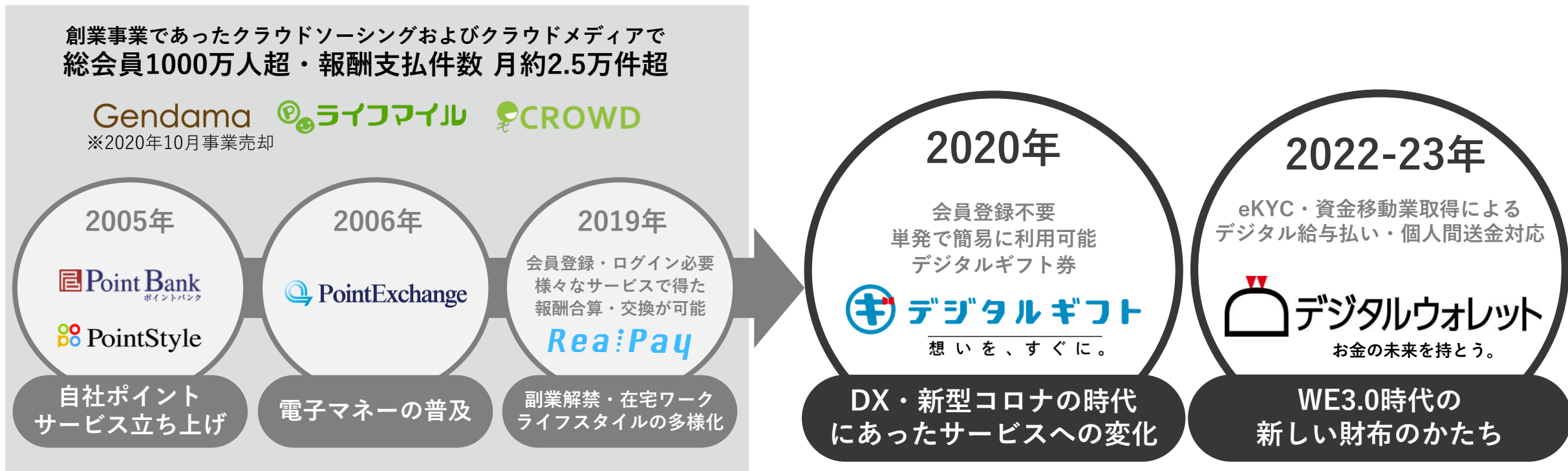
お金では叶えられない 毎日をつくっていく。

2027年9月期目標

流通総額1,000億円

営業利益率 50%

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



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



支払い機能



- 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

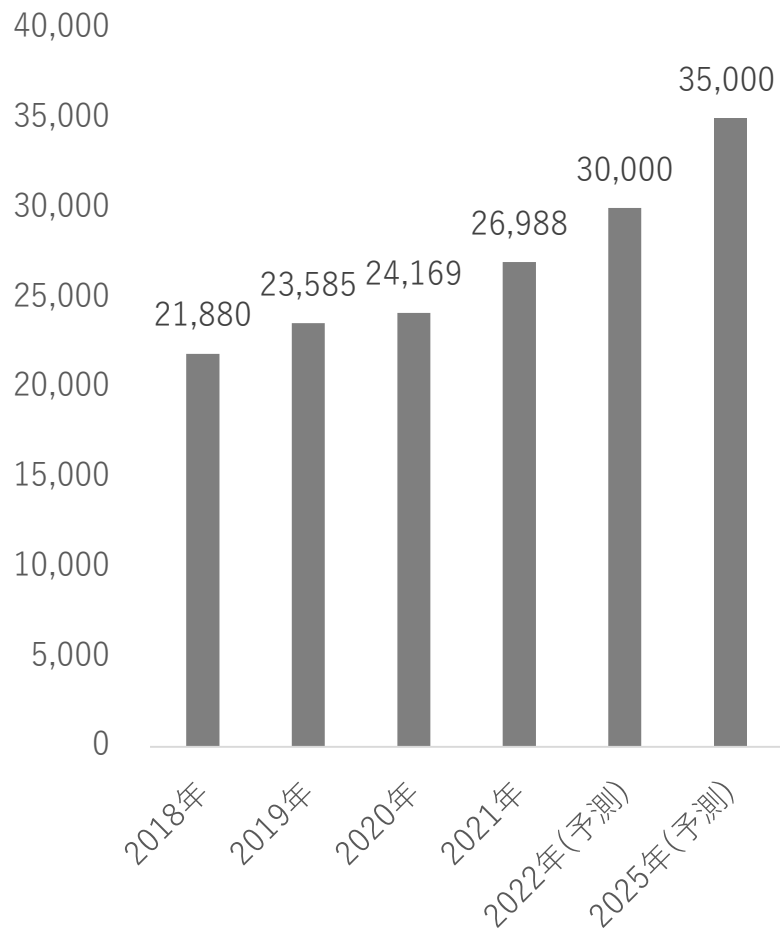
資金移動業取得によって対応可能な業態

- ・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

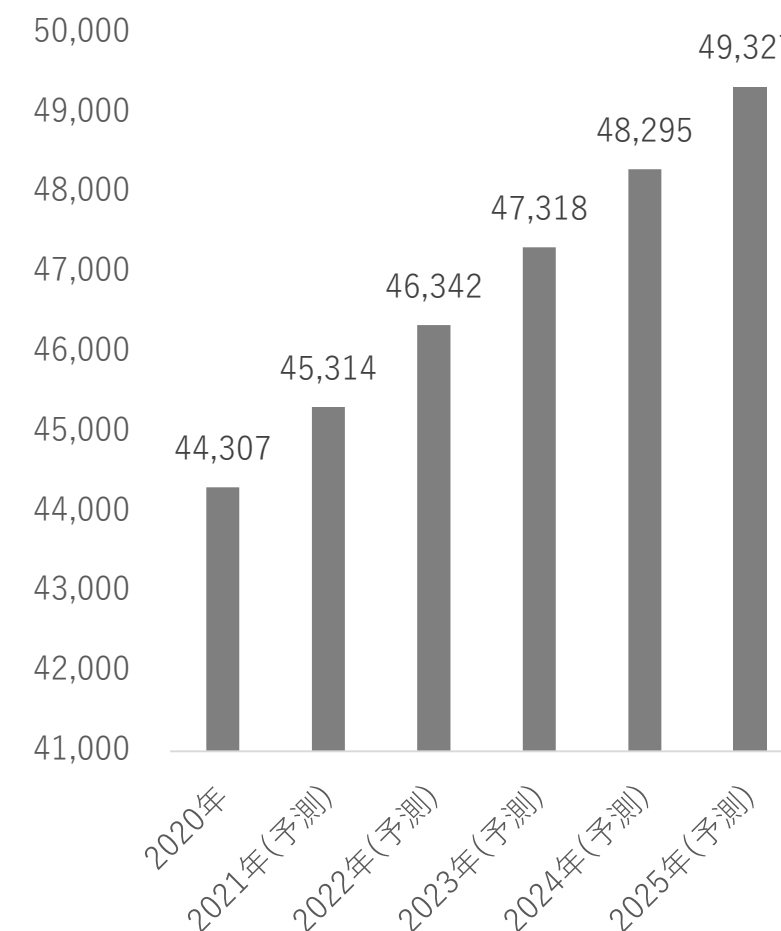
単位：億円



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

単位：億円



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

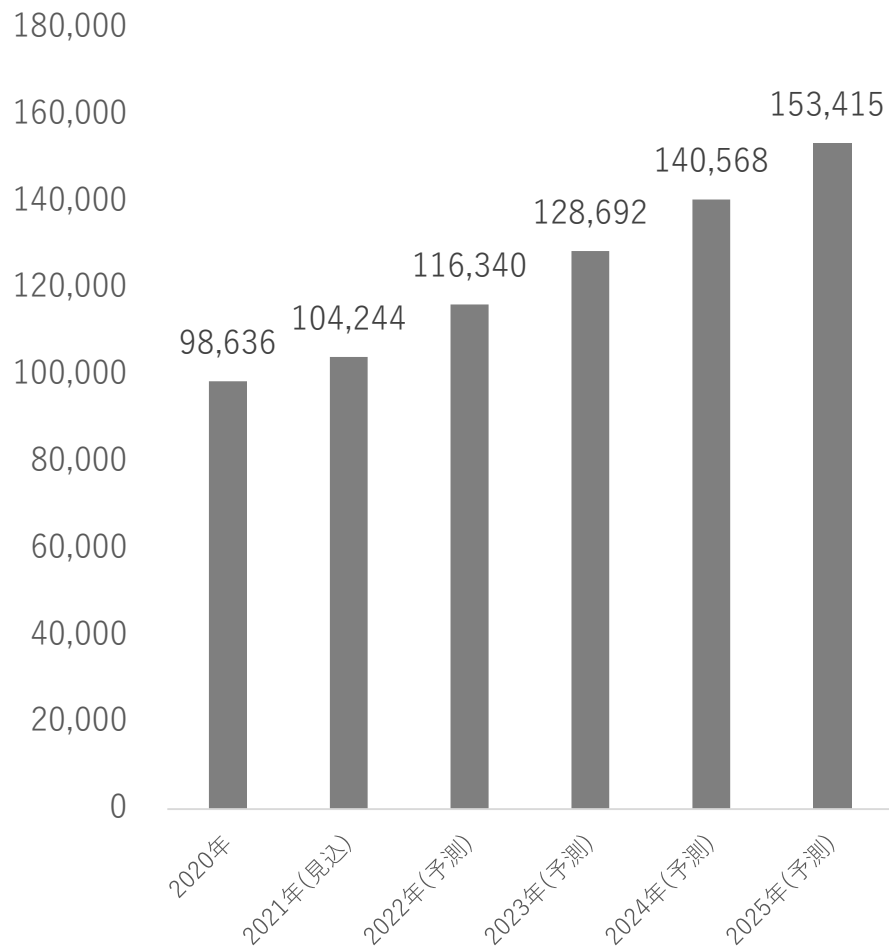
**2023年4月より
デジタル給与払い解禁へ**

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

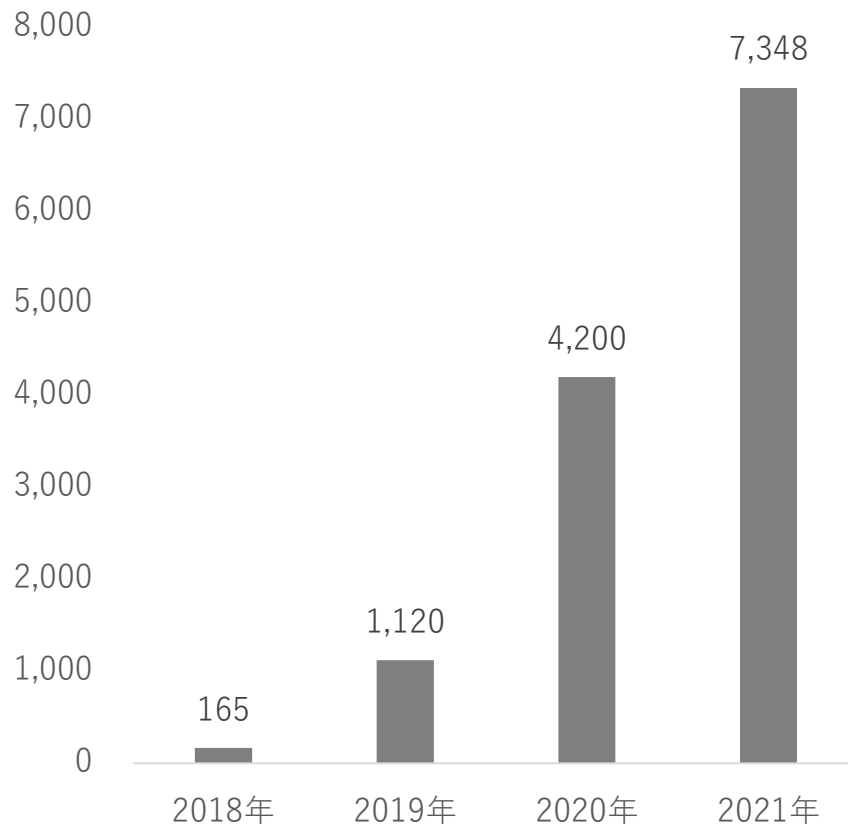
単位：10億円



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

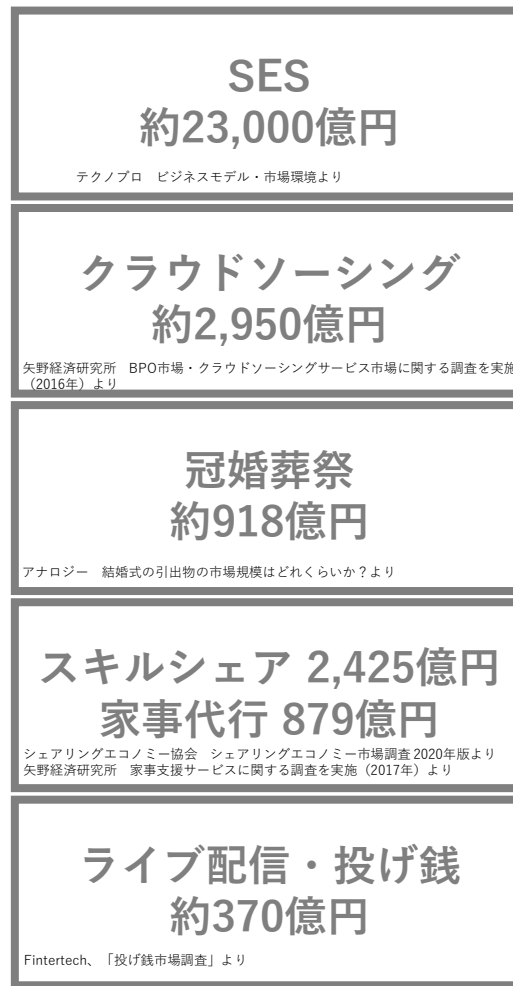
QRコード決済年間取扱高の推移

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

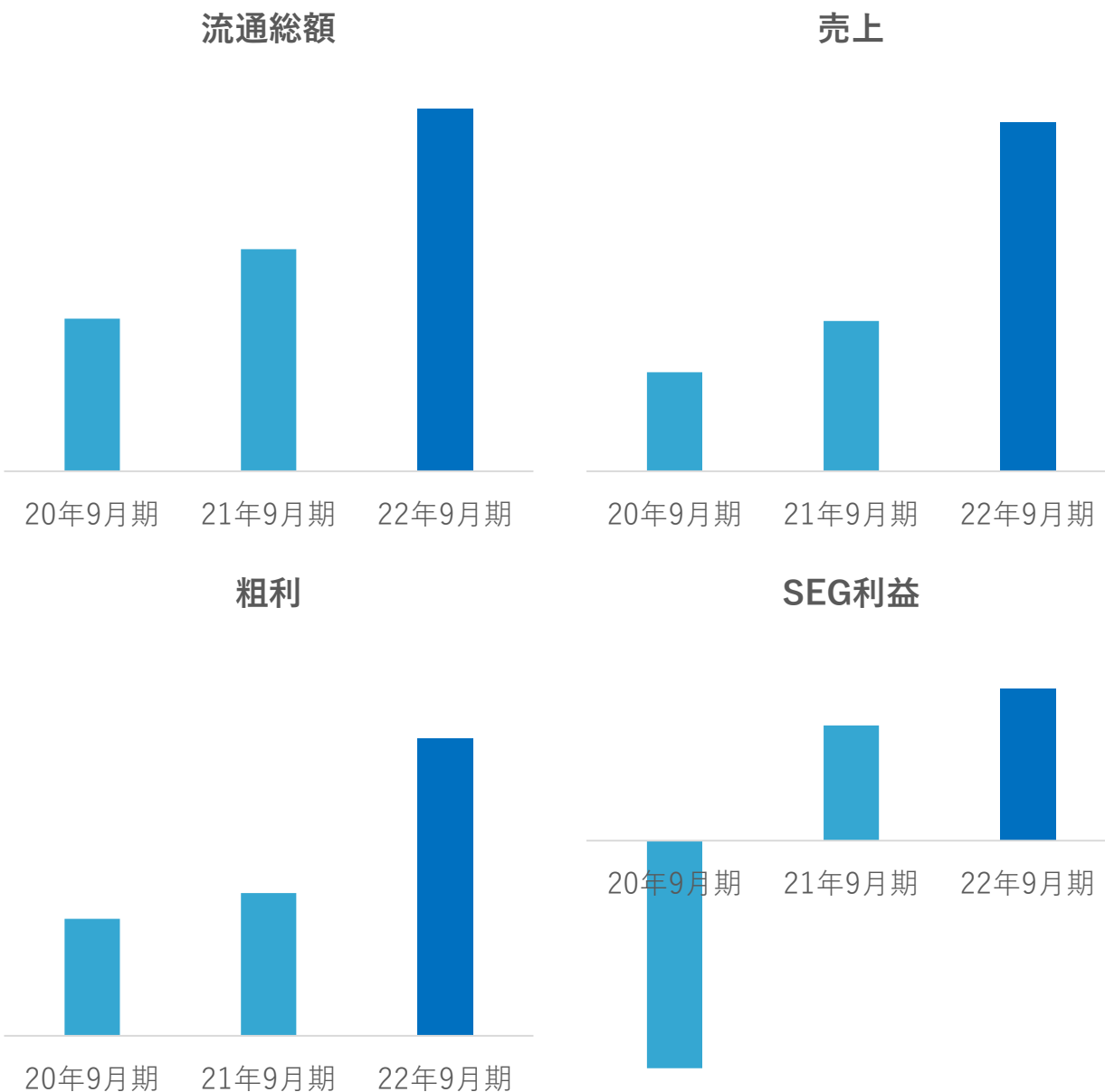
その他の対面市場



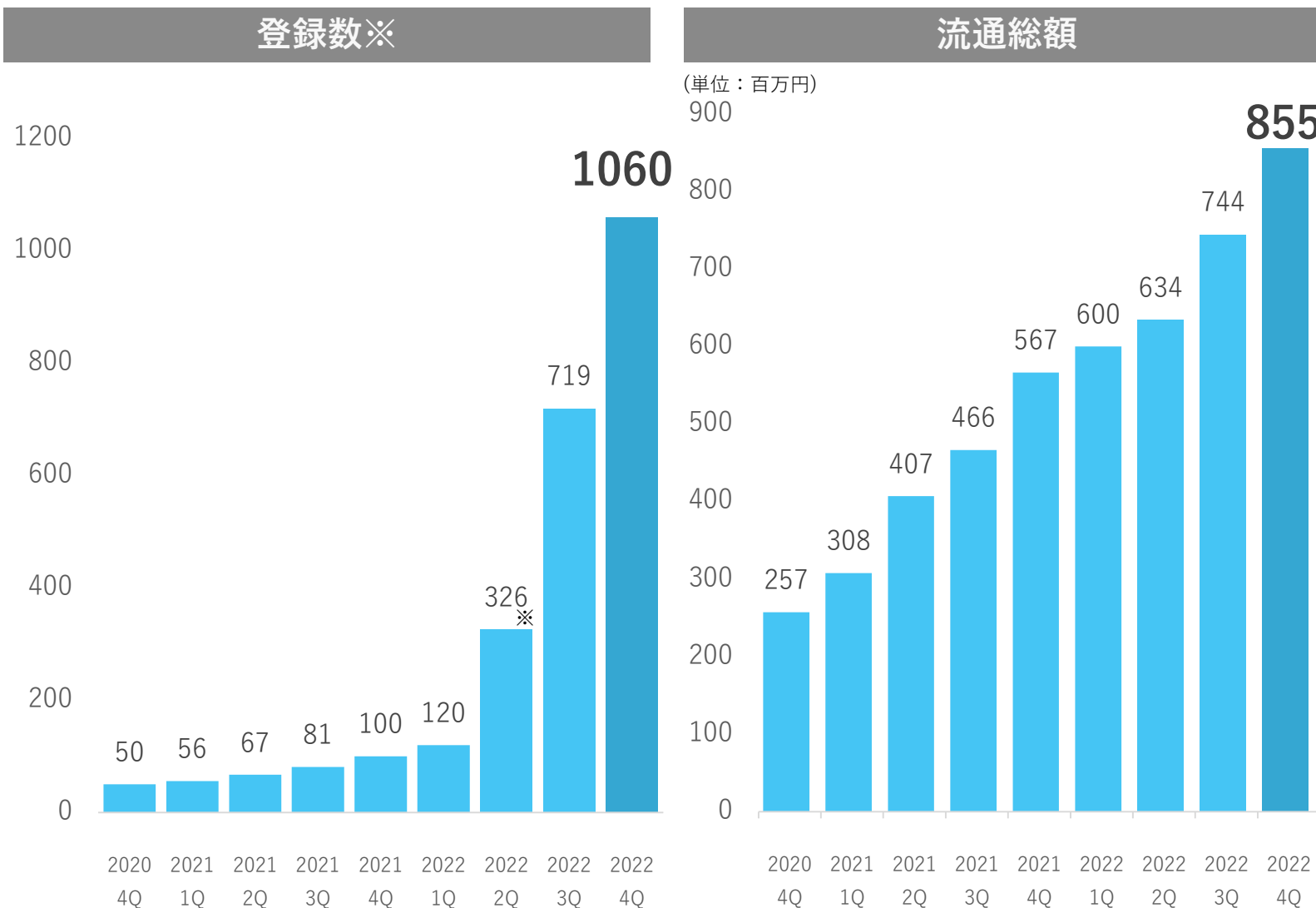
売上・粗利は前期比200%以上の成長率、流通総額は162%の成長率で着地

	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



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

※2022年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%

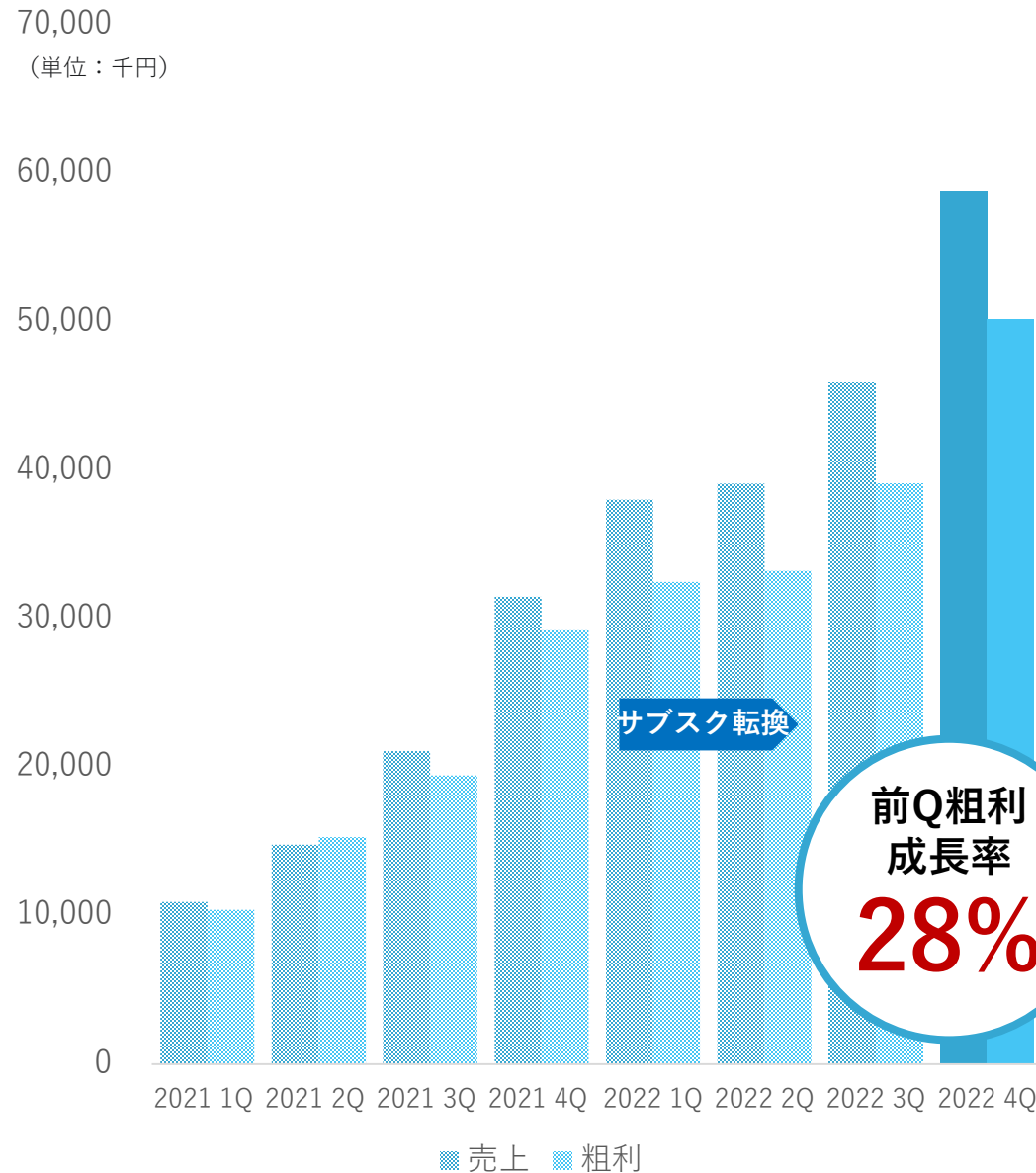
システム開発・営業組織構築に継続投資
UI/UX改善に注力

売上高(前期4Q比)

186%

粗利(前期4Q比)

171%



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

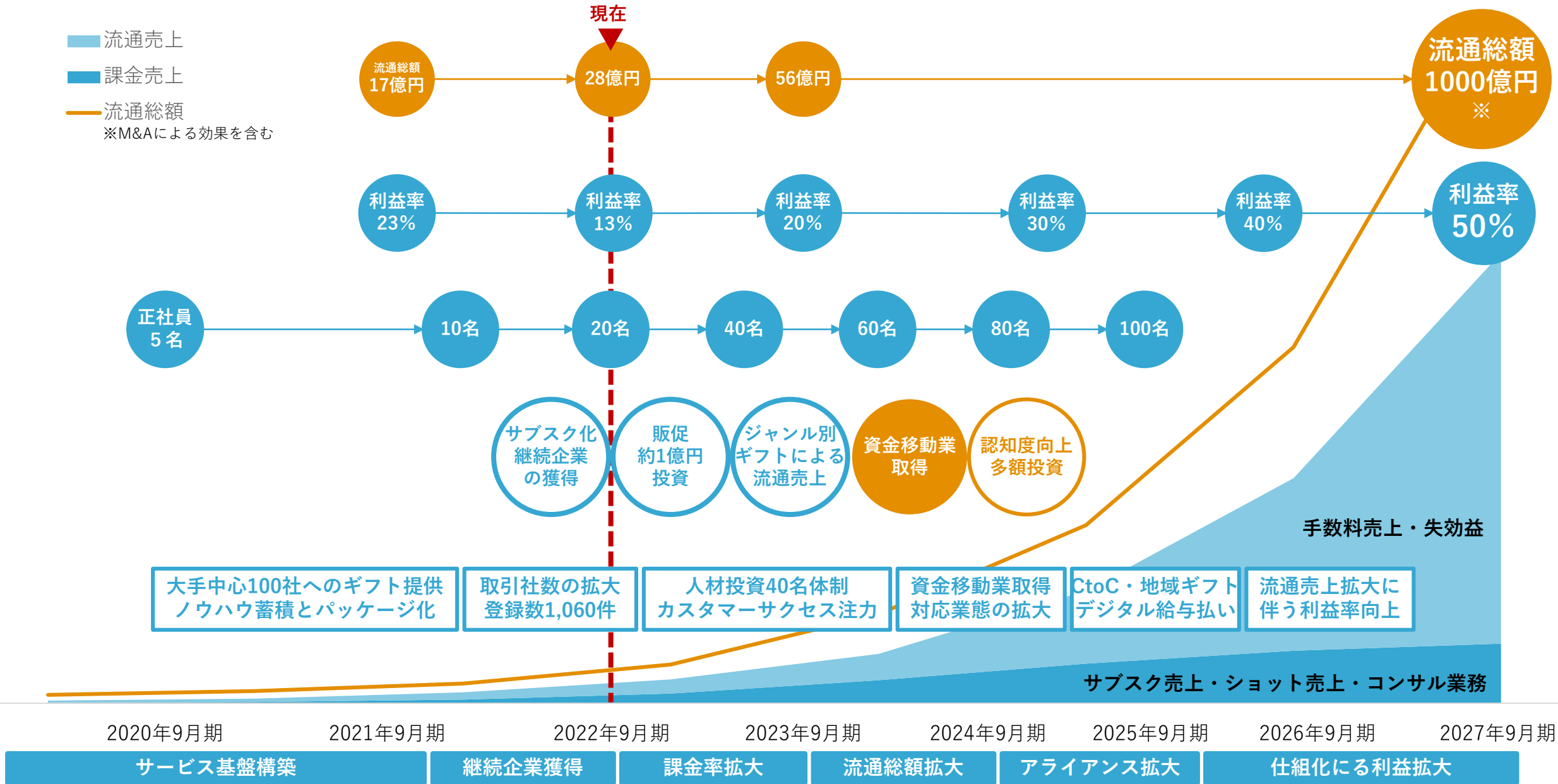
営業開拓力

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
※M&Aによる効果を含む



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

グルメ券	トラベル券
amazonギフト券	Google Play
PayPay	QUO Pay クオ・カード ペイ

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

03 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月期よりカスタマー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**

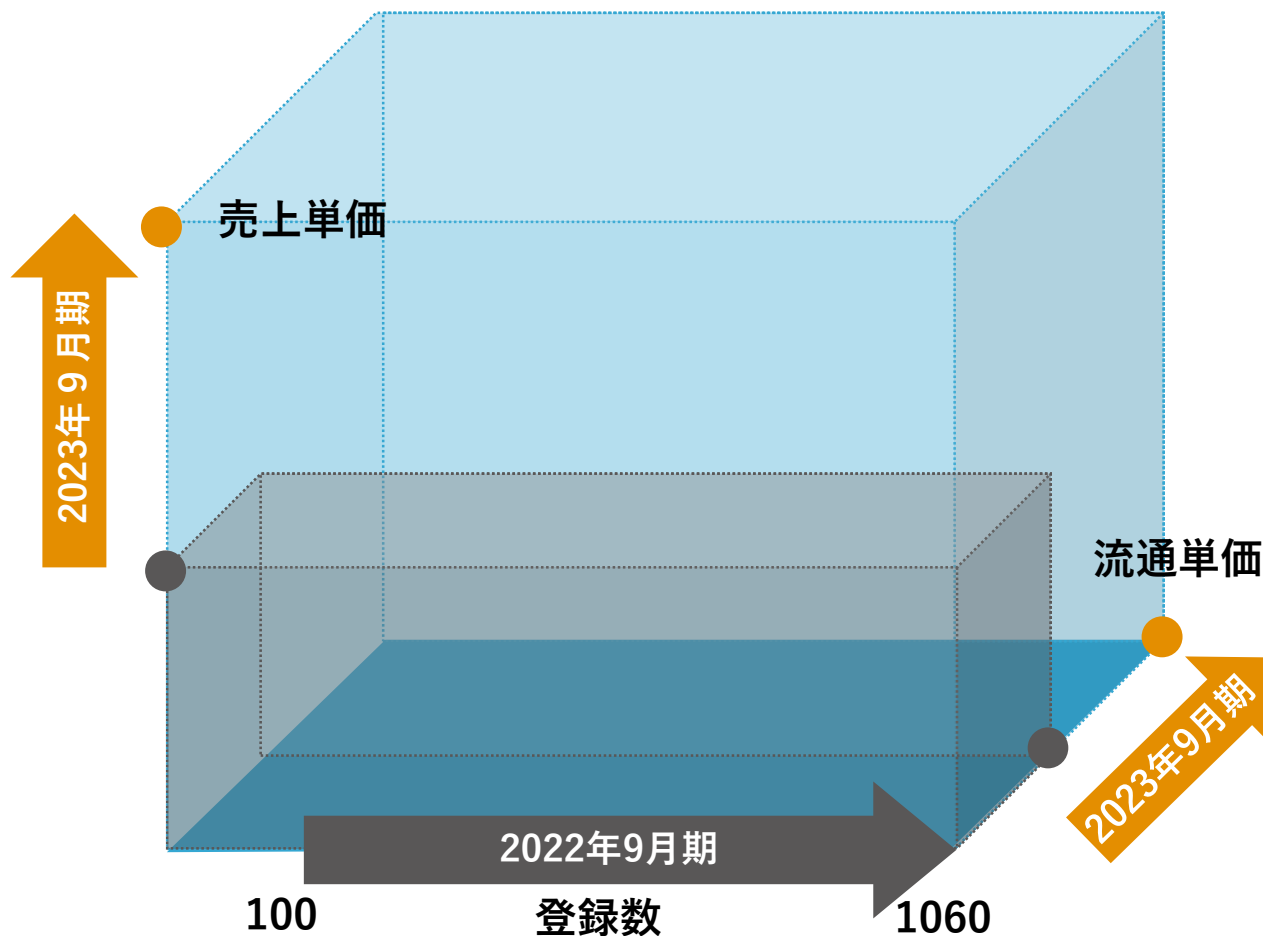
2023年9月期 ①売上単価向上

人材投資40名体制へ

- ・カスタマーサクセス
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。

04 2023年9月期 第1四半期コミットメント及び足元の業績

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

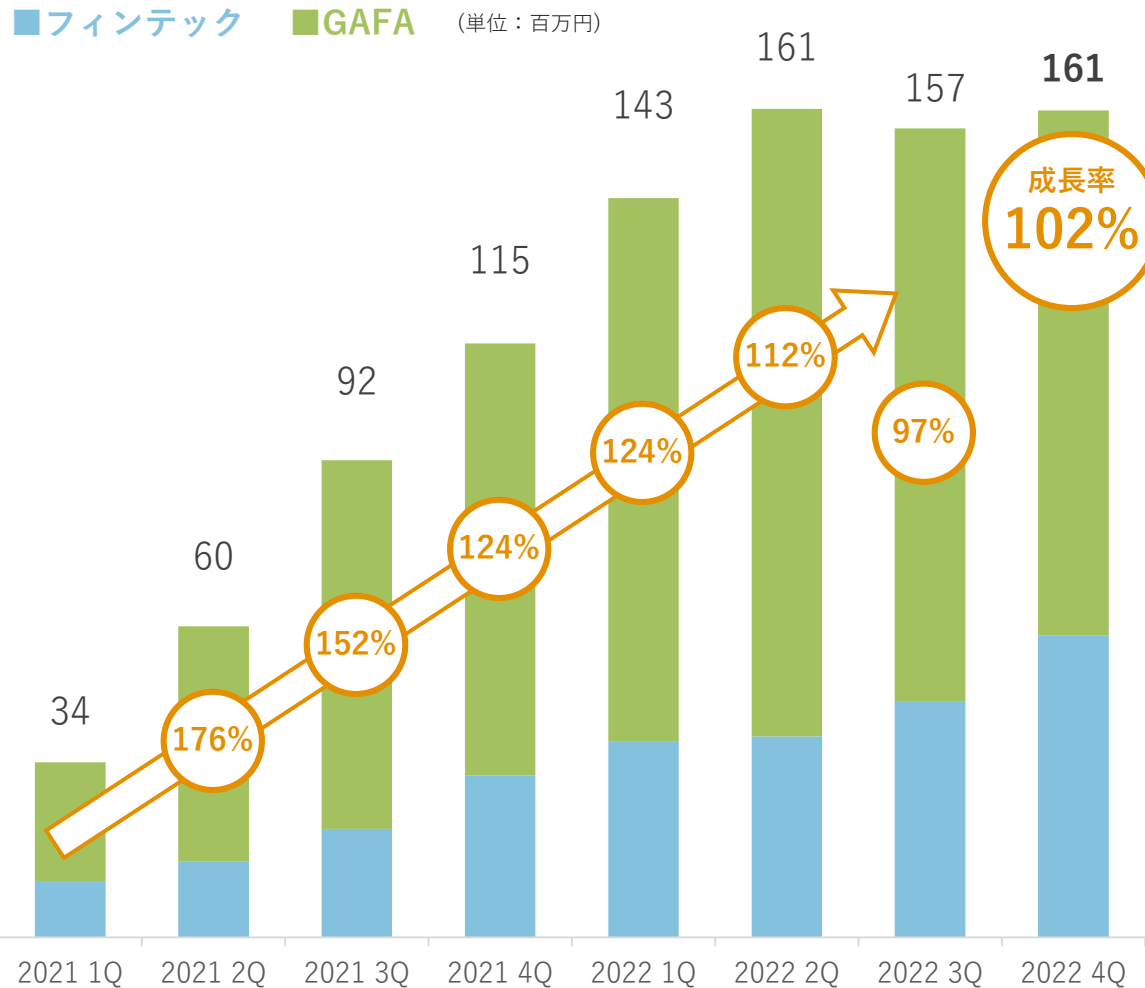
事業成長に伴い管理面の強化も必要になるため、前年対比で一定の支出増が見込まれるものの、厳格なコスト意識を継続

※1: 一時費用を除く

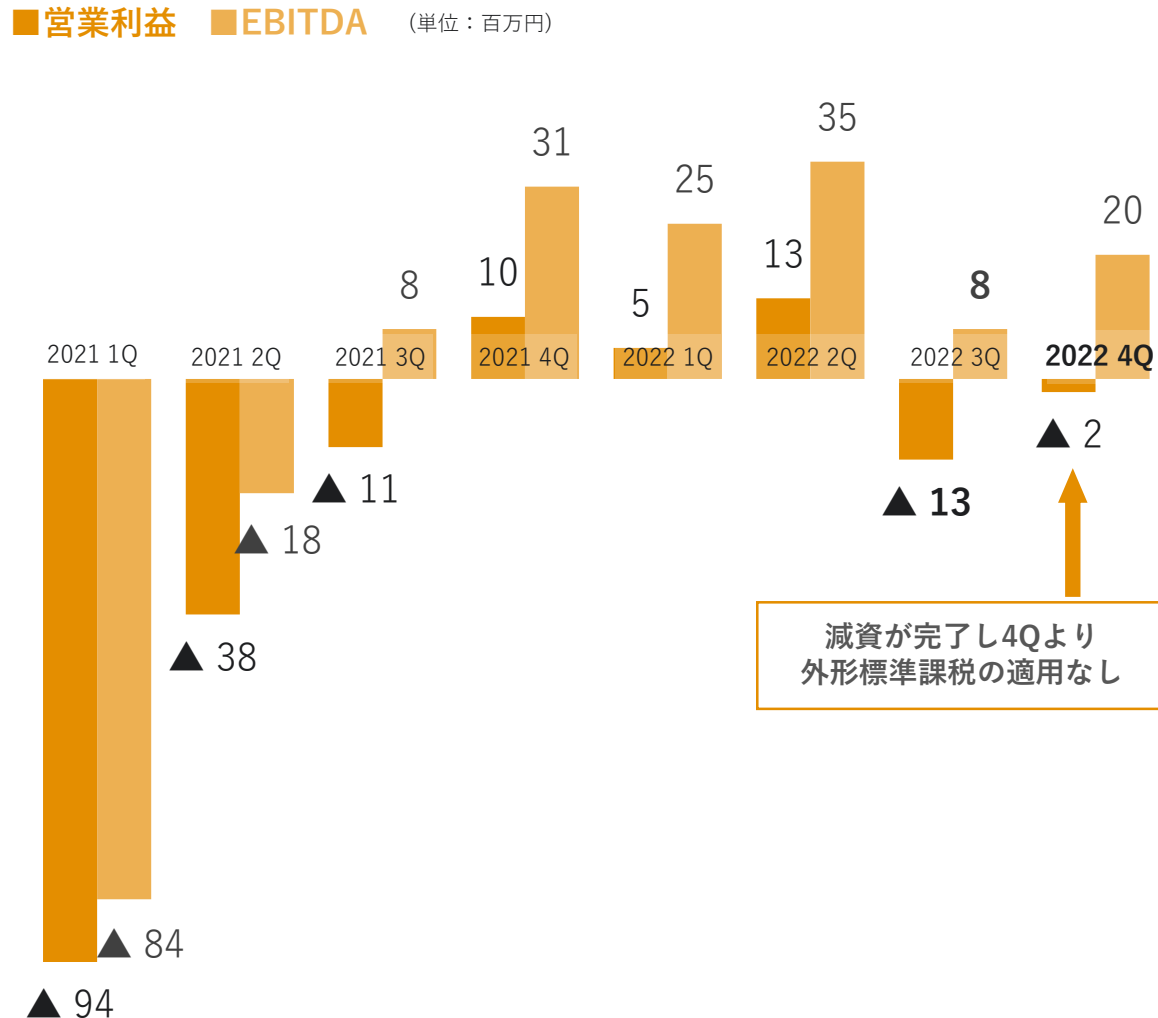
営業利益・EBITDA | 四半期毎の推移

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



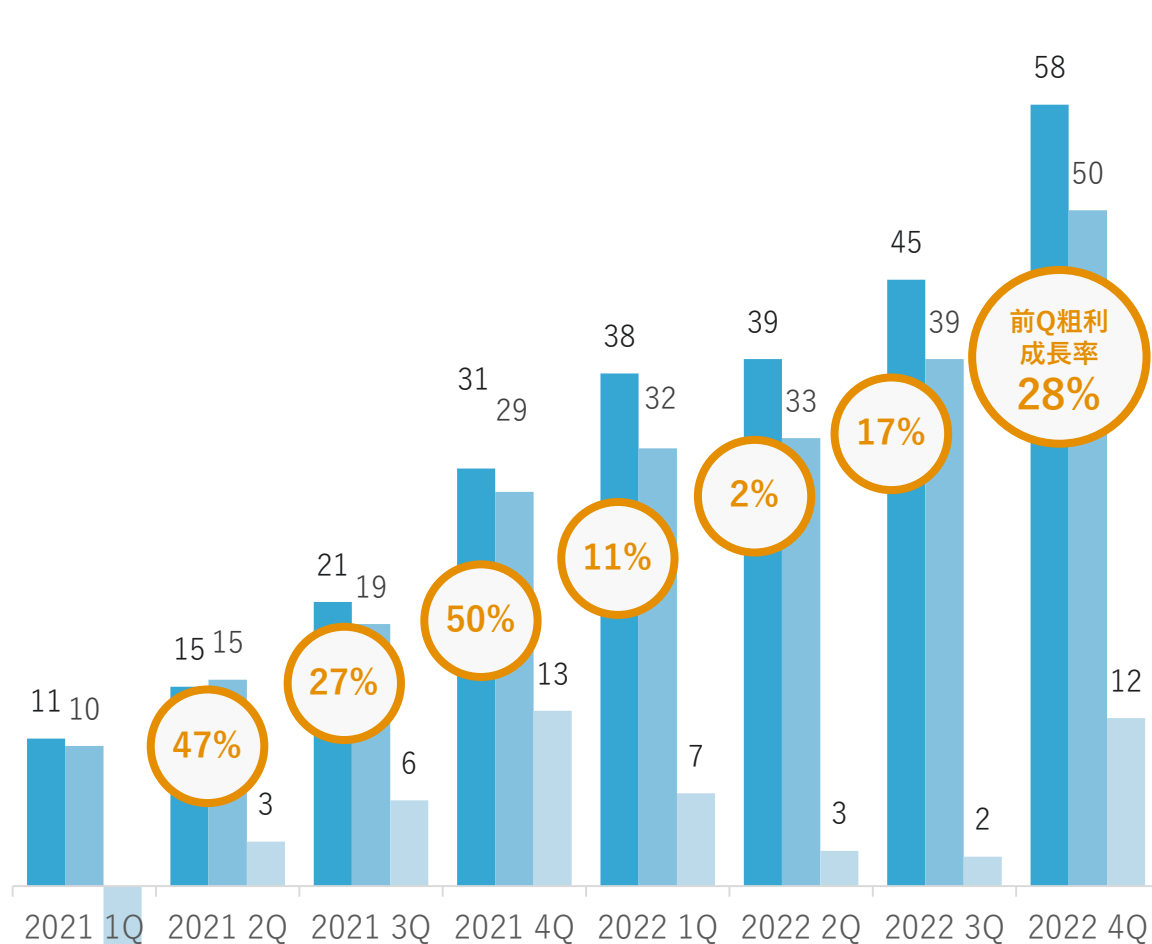
営業利益・EBITDAの四半期推移



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)

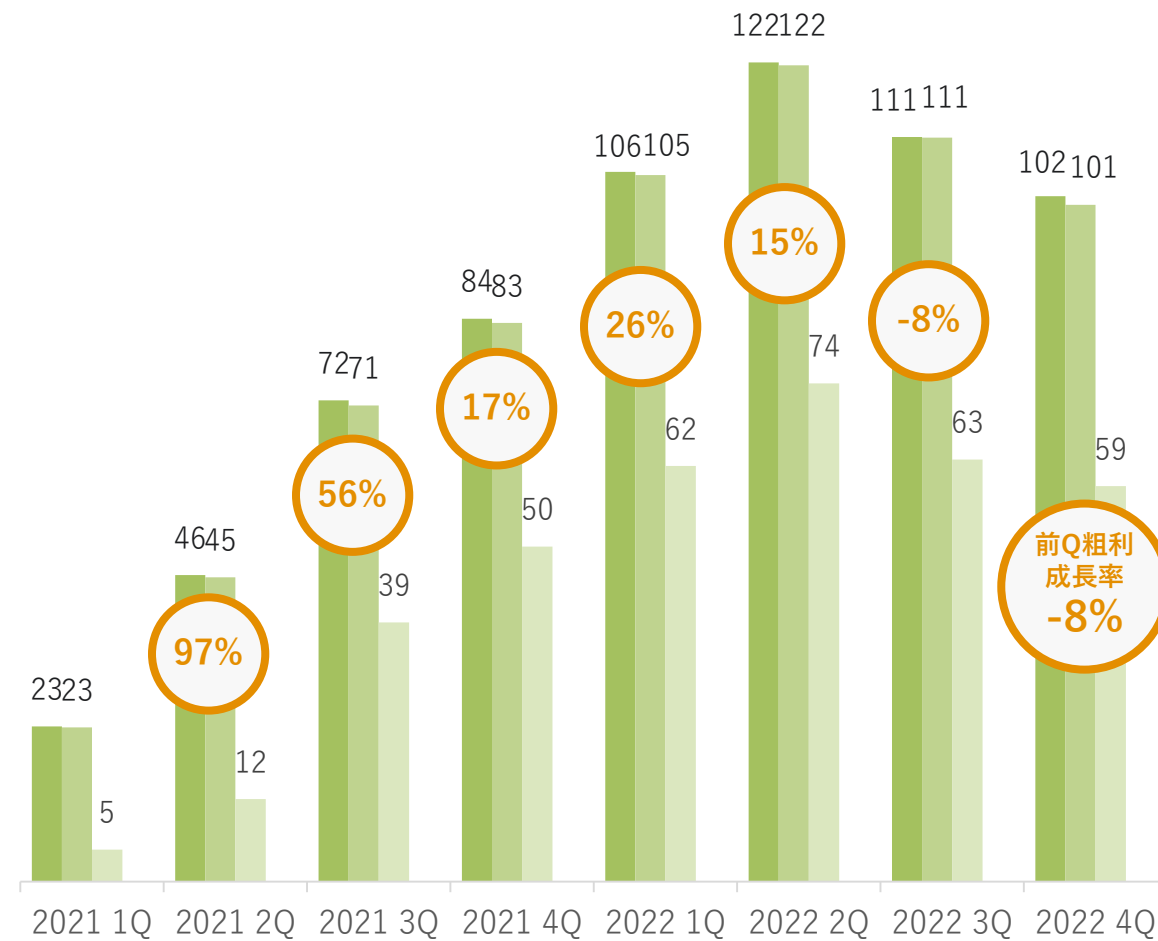


▲ 5

○ 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)

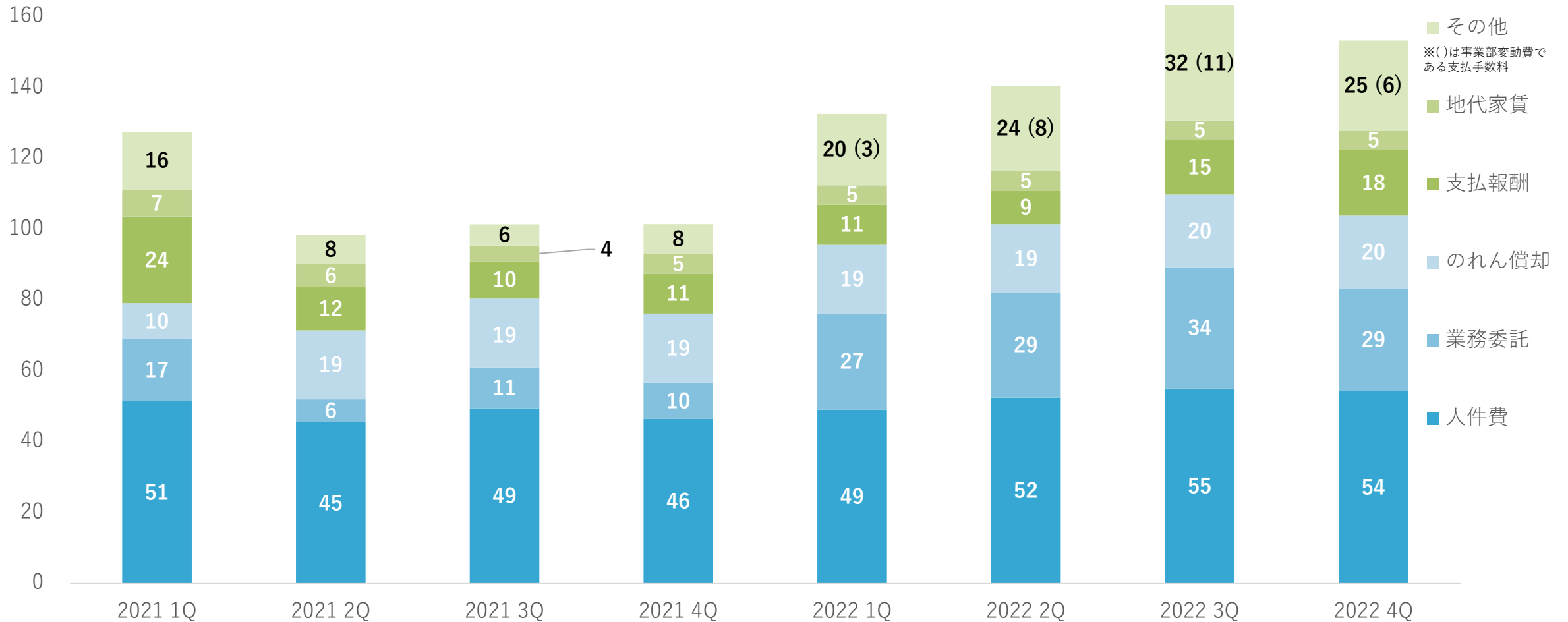


○ 前四半期比較 ■ 売上高 ■ セグメント粗利 ■ セグメント利益

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

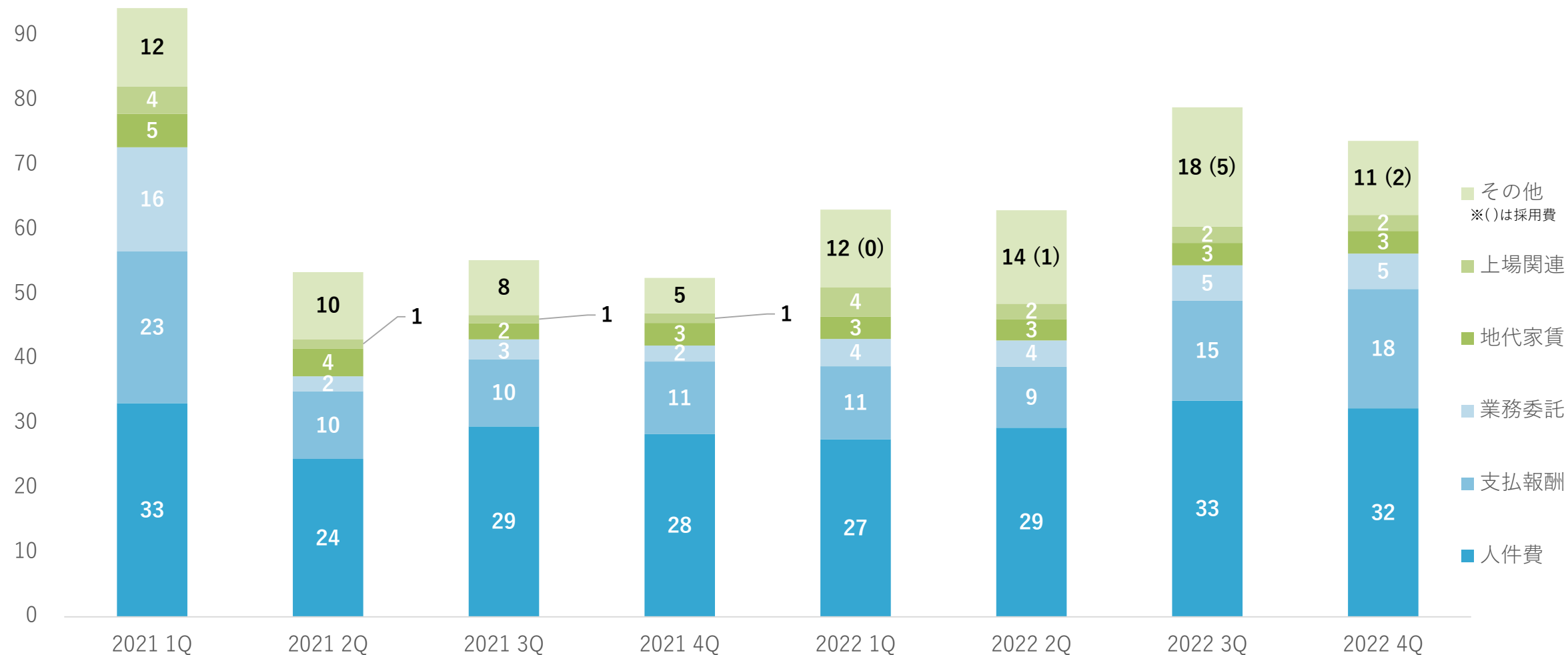
180 (単位：百万円)



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)



05 Appendix



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

(2022年5月13日公表「2022年9月期第2四半期決算説明資料」において取引社数1000社から登録数1000件へ変更)



達成率

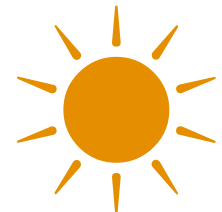
104%

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

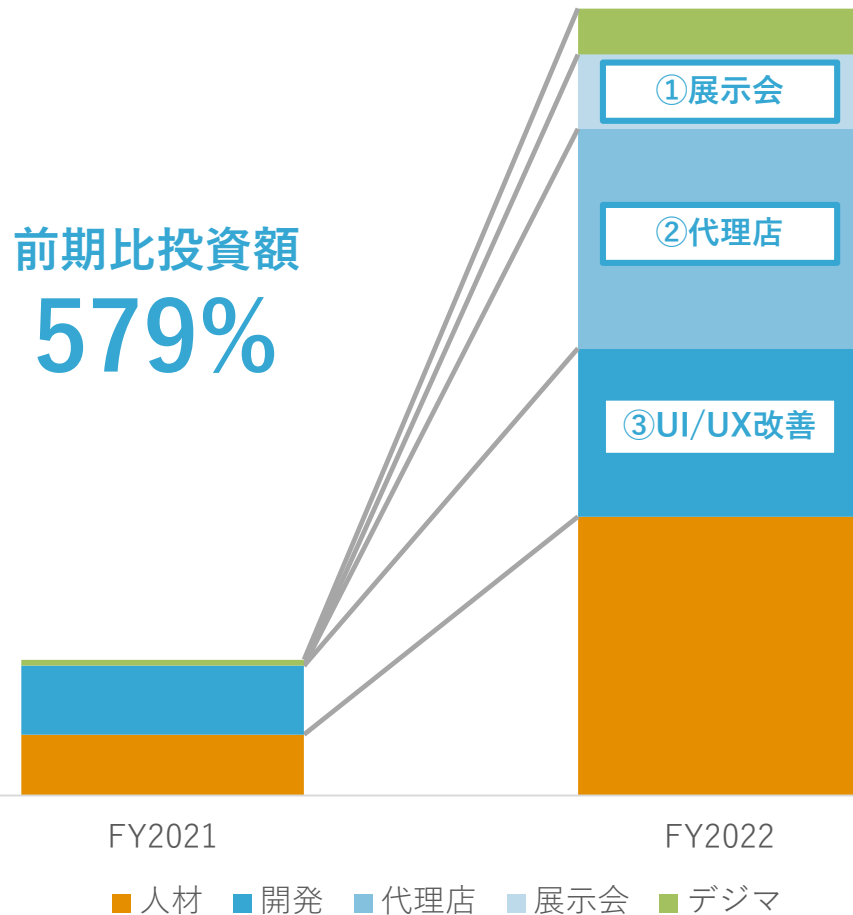
利益2,400万円

約1億円投資とセグメント利益黒字維持

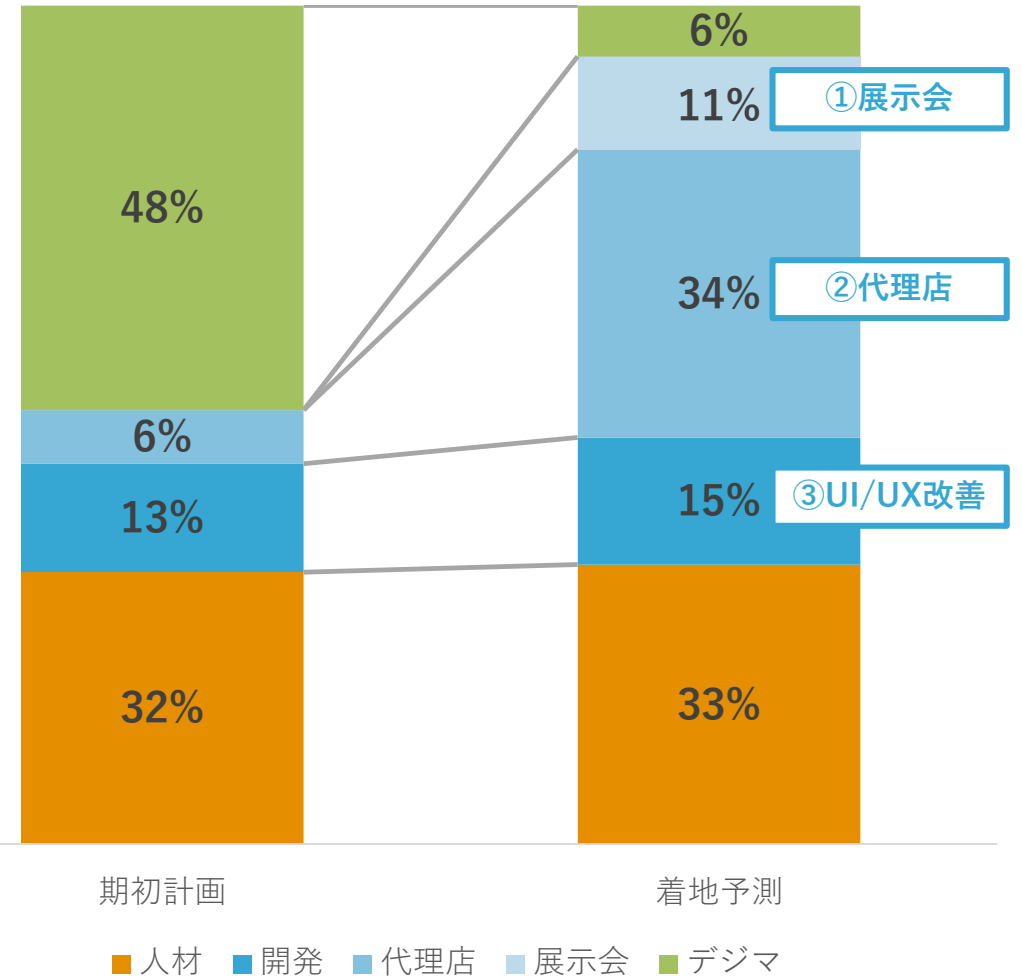
2023年9月期における継続的粗利倍増への布石

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)



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。

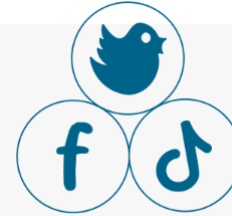
さらに貴社の商品やクーポンをWEB上でプレゼントすることもできます。

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

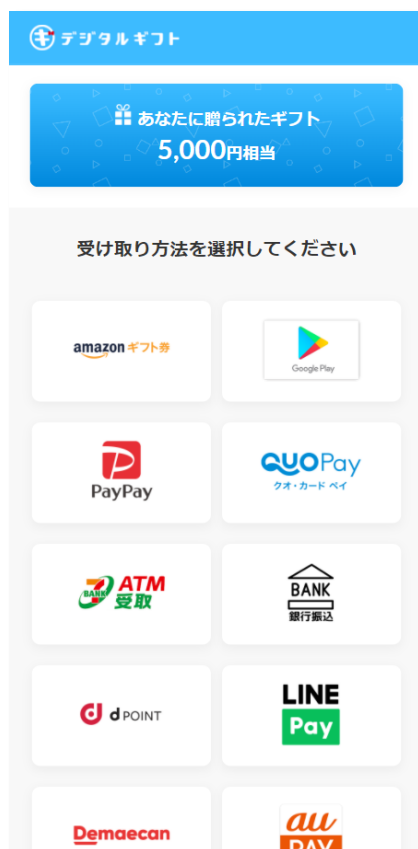
貯めたポイントをさまざまなデジタルギフトに交換。

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



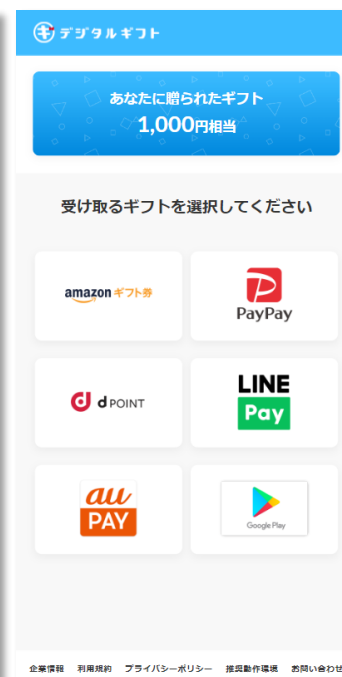
キャンペーンの参加条件をツイート

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

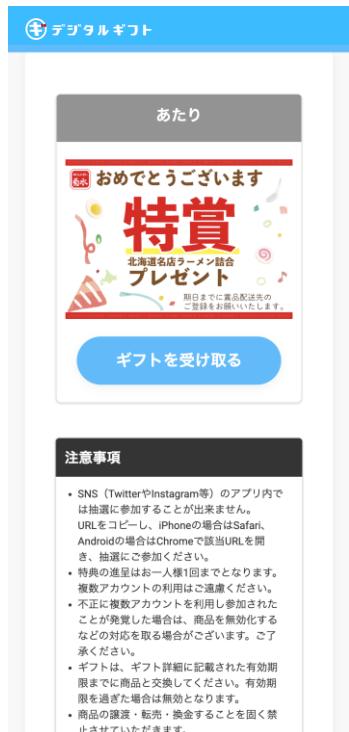


創業73年
#札幌ラーメンの菊水
Twitter開設キャンペーン！

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



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

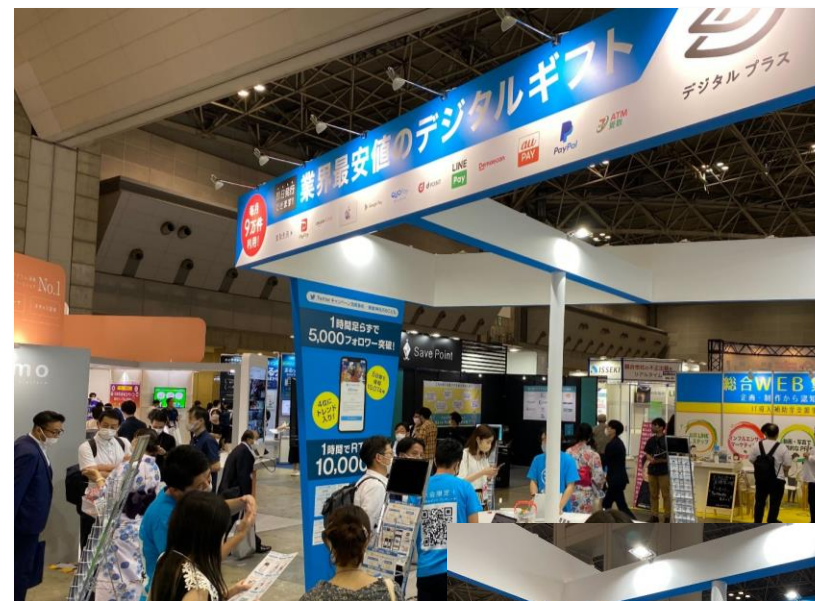
より効果的に認知度を高めるため、2021年11月「デジタルギフト®」の商標を譲受
2022年1月11日に「デジタルギフト®」に名称変更、7月展示会(EXPO)に出展

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

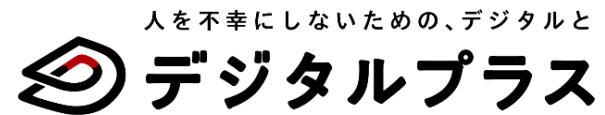


2022年9月期2Qでは、マーケティングシステムをパッケージ化、サブスク収益転換機能追加を優先しており、UI/UXが追い付いていないため、下半期はUI/UXを強化し、web広告を再出稿

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

カテゴリー	主要なリスク	リスク対策案
景気動向	景気の後退により、当社顧客の広告予算等が減少した場合、当社グループの事業展開、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	ビジネスポートフォリオの拡充とサービス品質・価格競争力の向上により対応を進めてまいります。
市場環境	インターネット環境・機器の変化、インターネット分野の成長を牽引するG A F Aのサービス運営の方針の変更、新たな法規制等により、当社グループの事業展開、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	市場環境を適切にモニタリングを行いながら、具体的な施策を実施し、対応を進めてまいります。
競合	競合の参入により、当社が事業を営む事業領域において、当社が競争優位性を保てない場合、当社グループの事業展開、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	現在の競争優位性を保つため、プロダクトを改善し続け、顧客ニーズに合致したサービスを提供するとともに、新たなサービスの創造にも注力してまいります。
システム	サービス基盤は社内外のネットワークやシステムに依存しており、災害や事故その他不可抗力等によりサービス運営に重大な影響が出る場合、当社グループの事業展開、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	安定的なシステム運営を行うため、サーバー等を含めた設備の増強等を行うとともに、外部の専門家にもアドバイスを頂きながらシステム環境の強化を進めてまいります。
人材の確保・育成	当社グループが求める優秀な人材を計画通りに確保又は育成出来なかった場合、当社グループの事業展開、経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性がある。	人材確保については、経営改革の推進が功を奏しより人材が確保しやすい状況となっております。また、多様な働き方を可能とすべく人事制度の見直しを実施するとともに、当社に知見のあるクラウドソーシングも取り入れた運営体制の構築を進めております。また、人材の育成については、外部の専門家も積極的に活用しつつ若手を積極的に抜擢するなど、若手の知識・知見・経験の底上げをはかってまいります。



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/>

将来見通しに関する注意事項

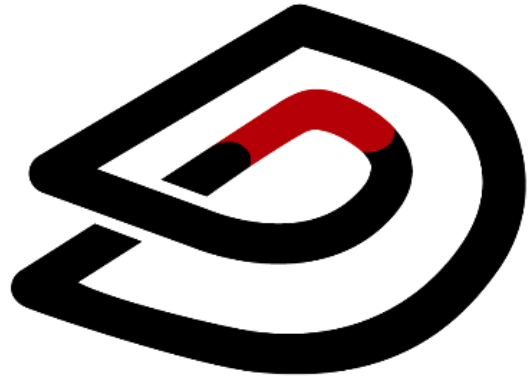
本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な
経済状況が含まれます。

なお、本資料のアップデートは、通期決算の発表時期以降（2023年12月頃）を目途として開示を行う予定です。

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。