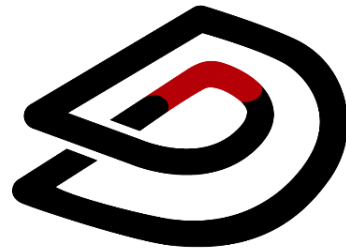


人を不幸にしないための、デジタルと



デジタルプラス

2022年9月期第2四半期 決算説明資料

2022年4月1日、リアルワールドは
デジタルプラスへと社名を変更致しました。

リアルワールドとしては最後となった

2022年上半期全社粗利は

前年同半期比310%・粗利率96%と

今期粗利倍増に向け、

非常に良い形で新生デジタルプラスにバトンタッチができました。

GAFAMEDIA売上は、前年同半期比 331%

メディア数は今期目標20本に対し28本と

上半期で通期目標を大幅達成しました。

その結果、下期は各メディアの事業価値を高めることに

集中できることとなりました。

フィンテック粗利は、前年同半期比 255%

1月10日にデジタルプラス®にサービス名称を変更

サブスクモデルに転換し、売上が契約期間に按分計上

されながらも**前四半期粗利を維持**

サブスク売上の基礎となる**登録数は326件と躍進**しました。

この度、投資家の皆様と目線を合わせ、成長と成功を共有すべく

株価目標と強制取得を条件とした

従業員へのストックオプションを付与させて頂きました。

当社における**高生産・高粗利の源泉は従業員**そのものであり

人材力の強化、採用・育成・定着は

持続可能な絶対利益成長、

ひいては**ESG経営に直結**すると考えております。

マクロ環境は、厳しい状況が続いておりますが

当社はこのような時こそ機会と捉え、投資家の皆様と

飛躍的成長を実現していきたいと考えております。

引き続き、来期2023年度に向け「リアル超え」と称し

過去最高利益・過去最高時価総額の実現に向け

社員一同、全力で邁進して参ります。

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 第2四半期 決算ハイライト
- 02** 2022年9月期 第2四半期 主要計数のご説明
- 03** GAFAメディア事業及びフィンテック事業 事業進捗
- 04** 2022年9月期 第3四半期に向けたコミットメント
- 05** 2022年5月10日発行のストックオプションについて
- 06** Appendix

01 2022年9月期 第2四半期 決算ハイライト

GAFAMメディア事業及びフィンテック事業ともに、前年同半期比で大幅な成長を実現
両セグメントにて積極的な投資を行いつつも、営業黒字を拡大



全社上半期粗利
前年同半期比 **310%**
全社粗利率 **96%**

第1四半期対比で
高い成長率を実現
高粗利率・利益成長を継続

今期粗利倍増に対して
堅調に推移
絶対利益成長の実現



GAFAMメディア売上
前年同半期比 **331%**
前Q比 **115%**

『すーちゃんモバイル比較』
が繁忙期影響で大幅に伸長
総メディア数は28本に拡大

メディア当たり生産性
の拡大を図る



フィンテック粗利
前年同半期比 **255%**
登録数 **326件**

案件単位の利用から
サブスクへ収益転換
粗利率85%・粗利成長を維持

サブスク収益転換後、
登録数拡大



**全社第2四半期
営業黒字拡大**
前Q比 **269%**

営業利益13百万円、
EBITDA35百万円を実現

両セグメントとも
業績予想に対して
堅調に推移

フィンテック事業

ギフトスタンド新規登録300件（無料含）、自社商品ギフト（ゴールドプラン）強化 →

2022年9月期登録件数1000件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（※1）



実績
プラン

326件
機能強化

フィンテック事業

サブスク収益転換（収益按分計上）しつつも、1Q同等以上の粗利額を目指す →

今期・来期と継続した粗利倍増に向けた収益のストック化と継続的粗利成長の実現



実績
達成率

33百万円
102%

GAFAメディア事業

2Q中での20メディア達成。収益性の高いメディア群を目指し育成フェーズに移行 →

下半期・来期を見据え、引き続きメディア数の拡大に積極投資



実績
達成率

28メディア
140%

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（※2）



実績

63百万円

※1: 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

※2: 一時費用を除く

02 2022年9月期 第2四半期 主要計数のご説明

連結損益計算書（P/L）：2022年9月期 第2四半期会計期間

前四半期比で売上高、売上総粗利ともに**110%を超え**、継続して高い成長率を実現
 前年同期比では同**成長率が250%超**となった結果、**営業利益等が大幅に改善**

単位：百万円	2022年9月期 第2四半期 (2022年1月～2022年3月)	2022年9月期 第1四半期 (2021年10月～2021年12月)	前四半期比	2021年9月期 第2四半期 (2021年1月～2021年3月)	前年 同期比
売上高	161 ①	143	112%	60	266%
売上総利益	154	137	112%	60	255%
売上総利益率	96%	95%	1pt	100%	▲4pt
販売管理費	141 ②	132	106%	99	142%
営業利益	13	5	269%	▲38	—
EBITDA (※)	35	25	137%	▲18	—
経常利益	13	3	397%	▲38	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	▲4 ③	2	—	▲33	—

当社考察

① 売上、粗利共に前四半期比、**約110%成長**
 前年同期比においては**約250%の成長を実現**
粗利率も約96%と高粗利率を維持しつつ継続的な成長を実現

② **営業利益及びEBITDAの黒字を維持**

③ 子会社にて法人税等、約18百万の計上をしたため、当期純利益がマイナスの着地

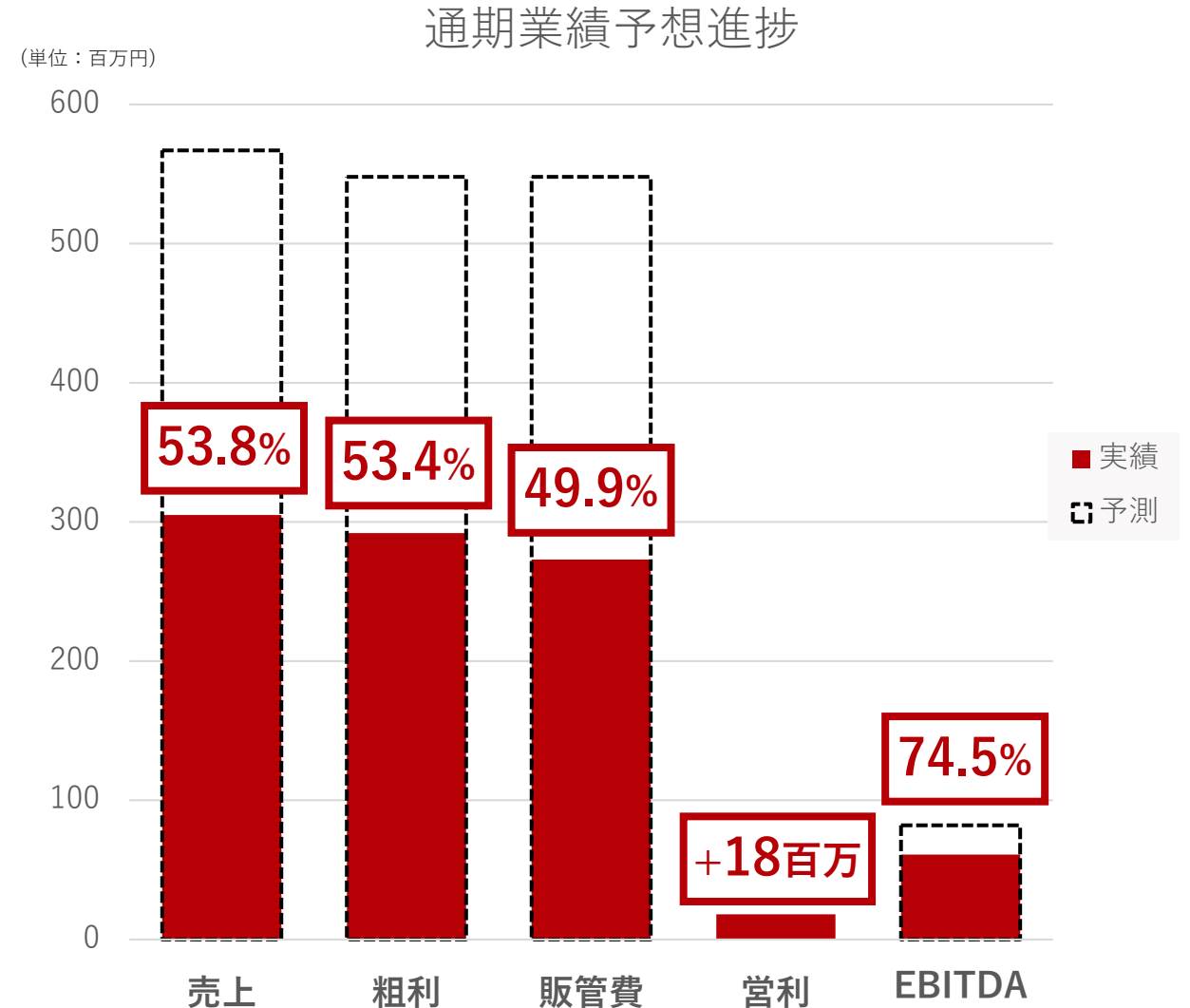
(※)EBITDA = 営業利益 + 償却費用等

2022年9月期 第2四半期の全社業績進捗状況

第2四半期の業績も、**通期目標である粗利2倍の達成に向かって順調に推移**

また、第2四半期累計で**約61百万円のEBITDAを確保**し、キャッシュフローも安定化

	2022年度9月期		
	2Q累計	通期予想	進捗率
売上高	305百万円	567百万円	53.8%
粗利	292百万円	548百万円	53.4%
販管費	273百万円	548百万円	49.9%
営利	18百万円	0百万円	—%
EBITDA	61百万円	82百万円	74.5%

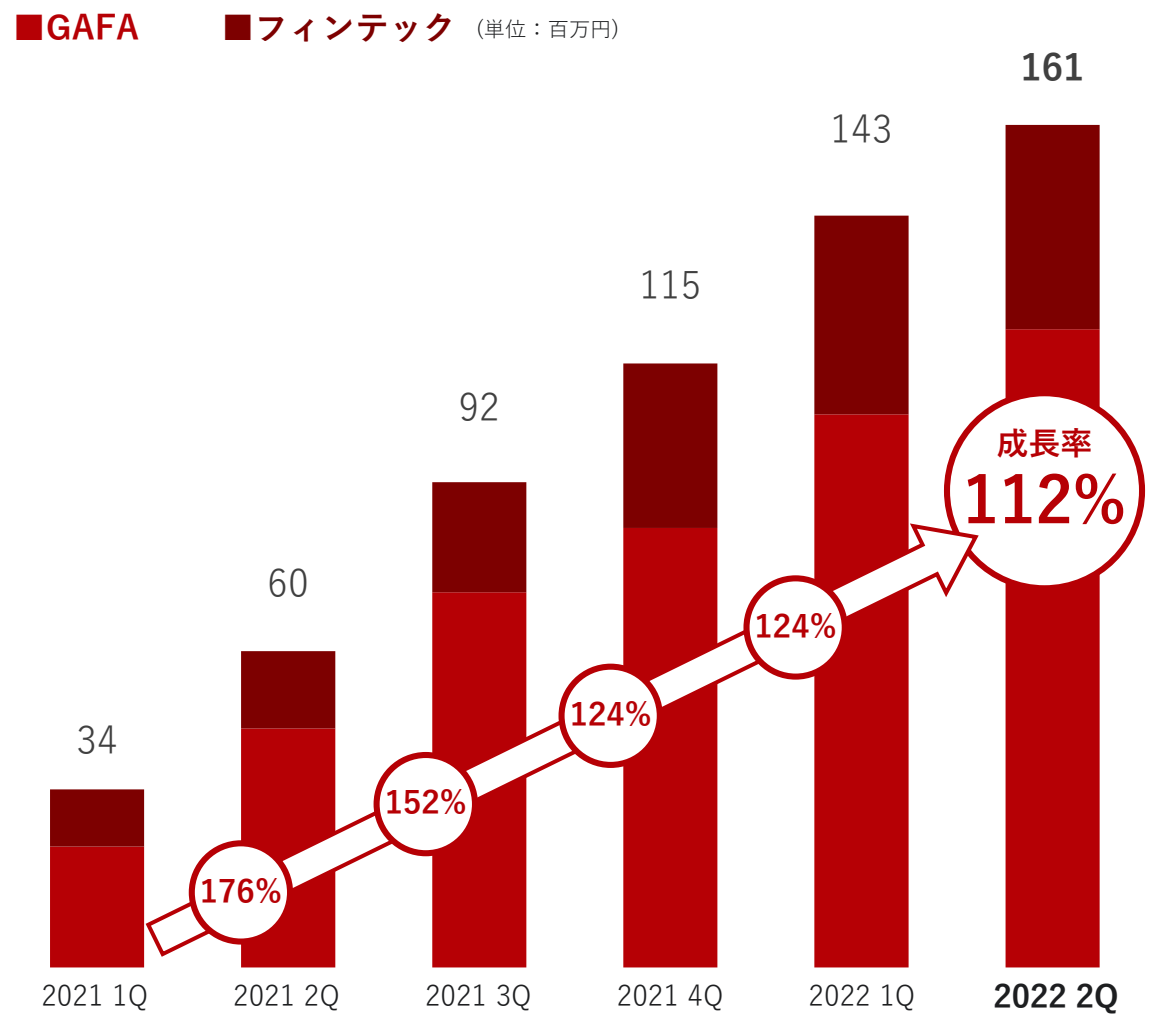


営業利益・EBITDA | 四半期毎の推移

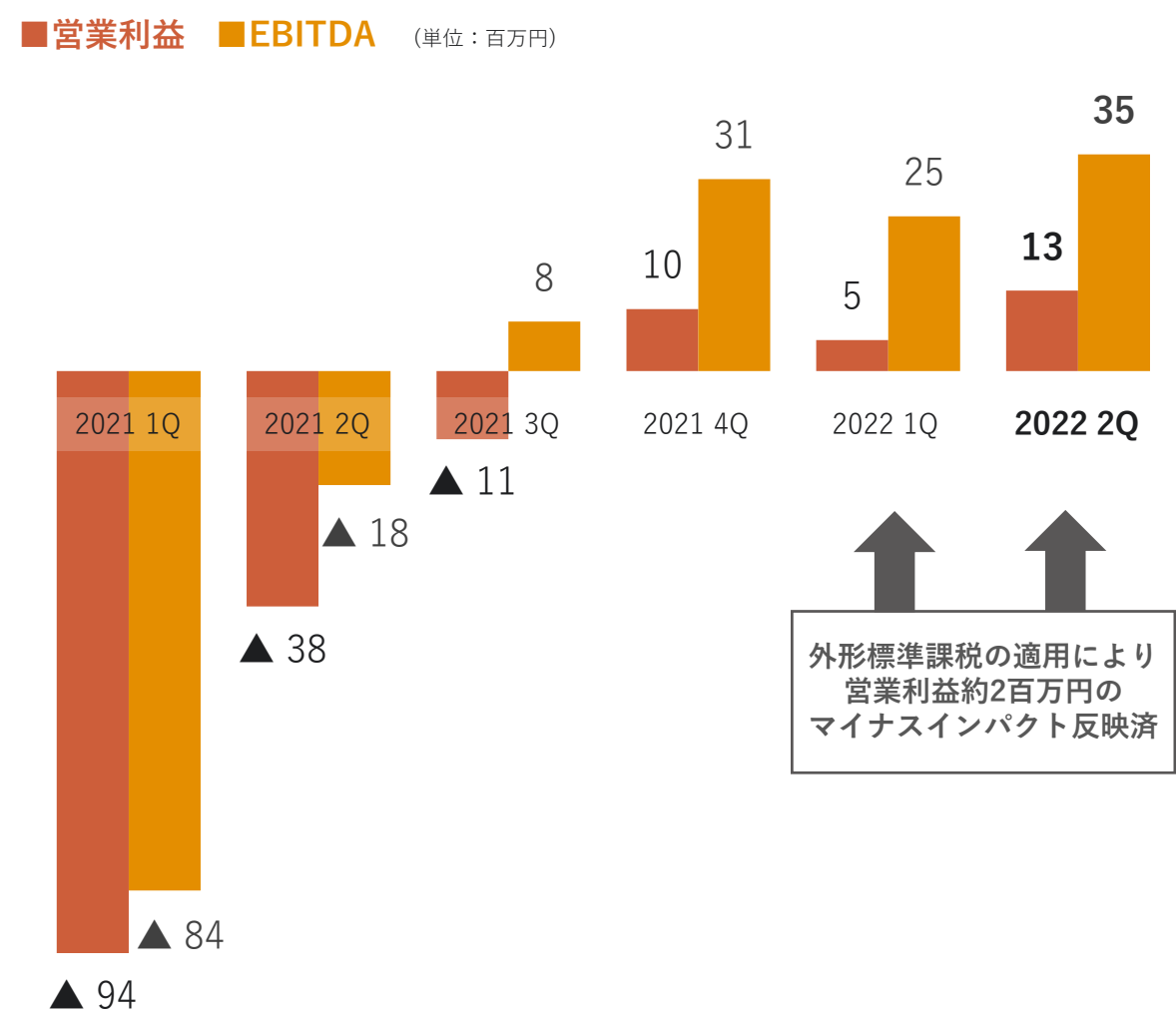
GAFAMedia事業、フィンテック事業共に継続的な成長を実現

また、**営業利益・EBITDA共に**2021年9月期第4四半期より引き続きの**黒字**を維持

GAFAMedia・フィンテックの四半期売上推移



営業利益・EBITDAの四半期推移

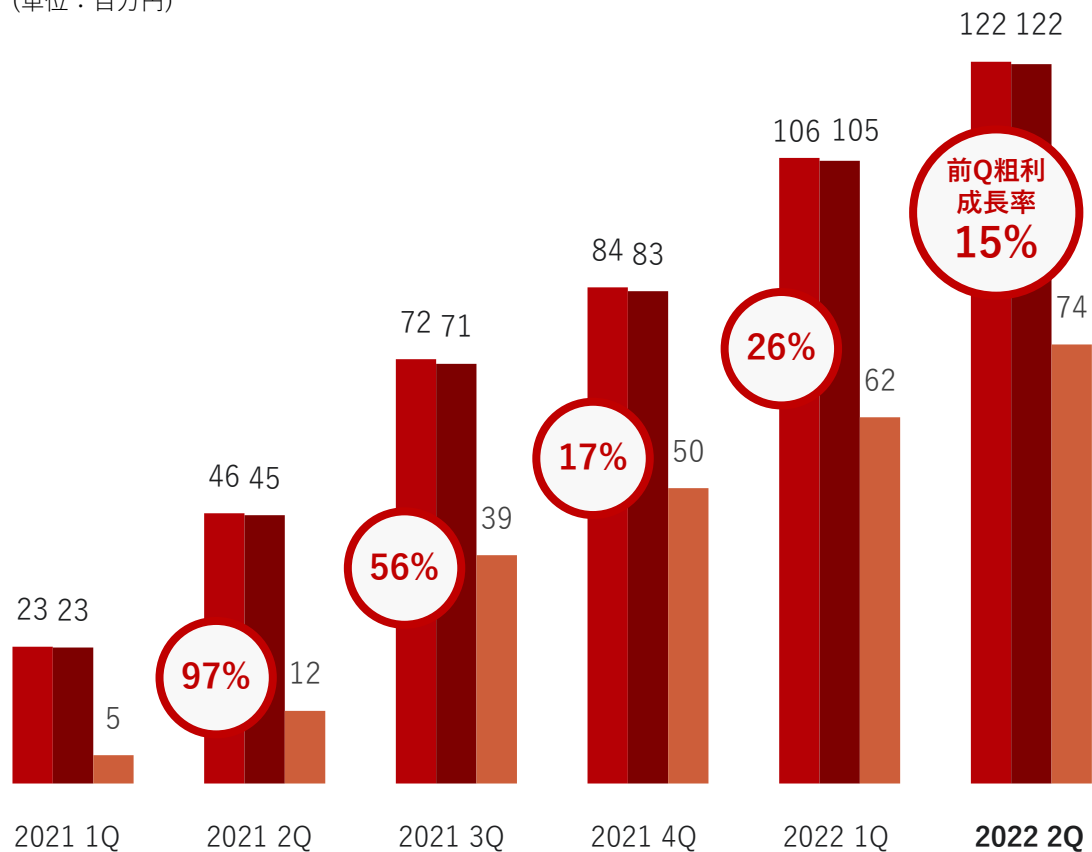


セグメント別の主要計数：四半期毎の推移

両セグメントともに、前四半期対比において粗利成長を達成、
通期予想である全社ベースで**粗利2倍**に向けて順調に推移している状況

GAFAMEDIA事業

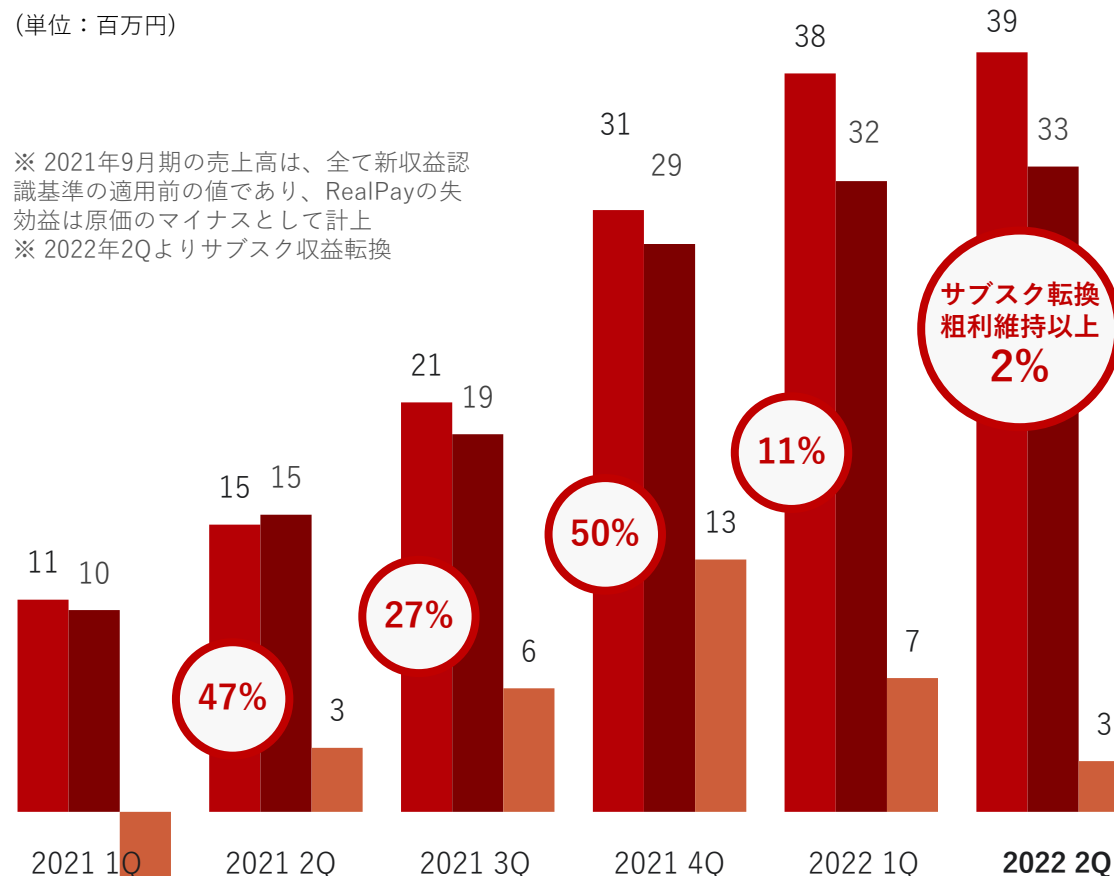
(単位：百万円)



○ 前四半期比較 ■ 売上高 ■ セグメント粗利 ■ セグメント利益

フィンテック事業 (※)

(単位：百万円)

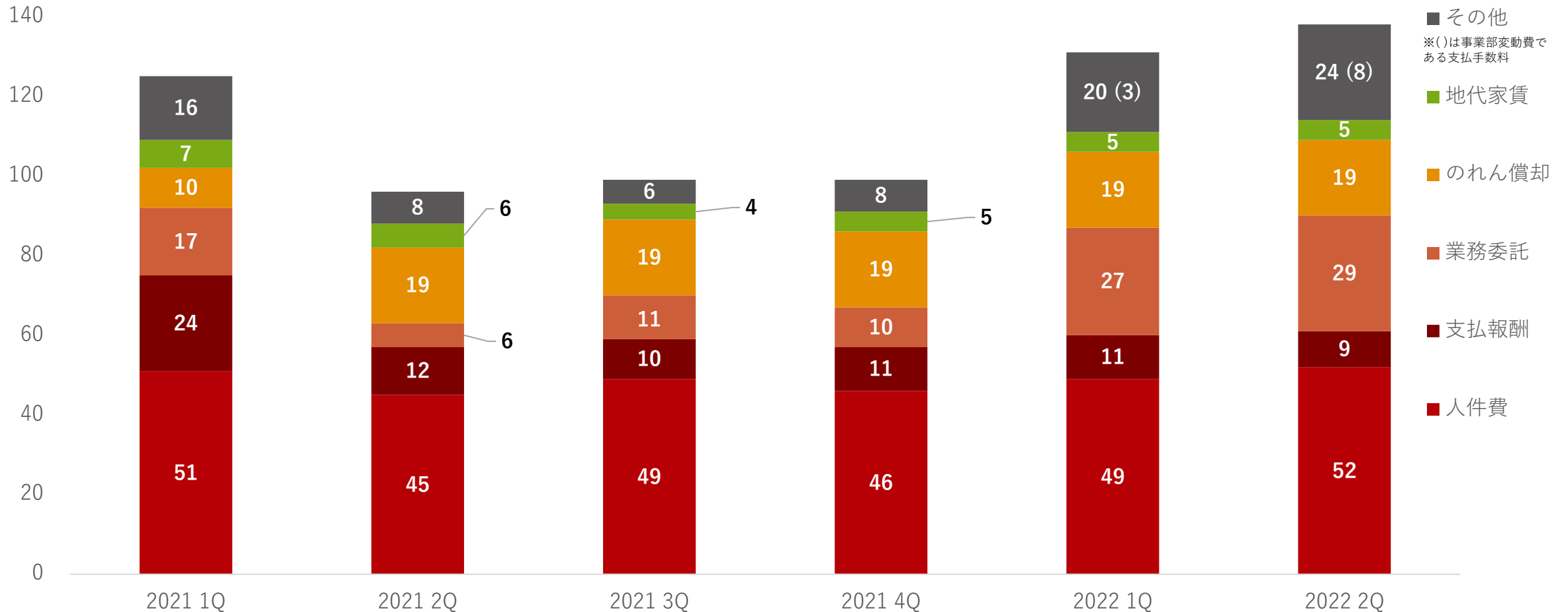


○ 前四半期比較 ■ 売上高 ■ セグメント粗利 ■ セグメント利益

販管費の四半期推移分析(共通費+事業部)

2022年第2四半期における販管費は、GAFAMedia事業及びフィンテック事業の両事業において積極的に投資を実行した結果、業務委託費、支払手数料（その他）中心に増加

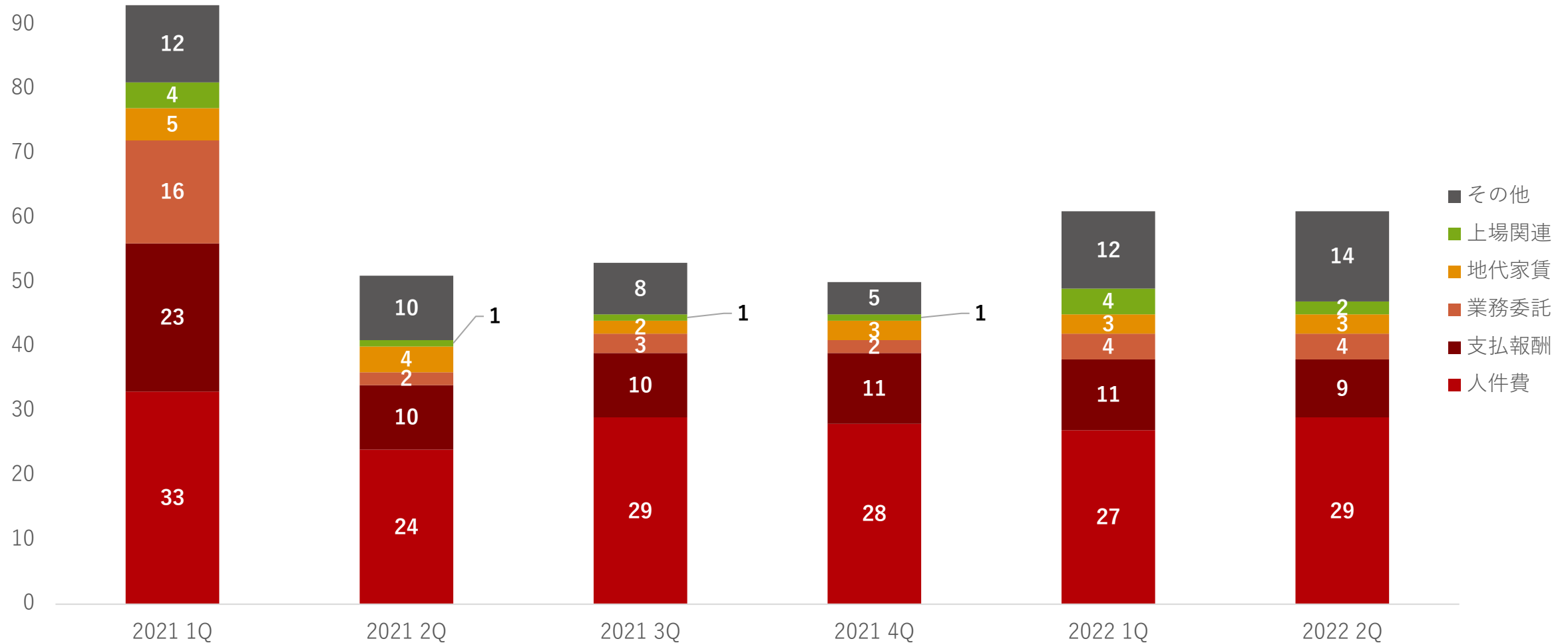
160 (単位：百万円)



販管費の四半期推移分析(共通費のみ)

2022年第2四半期における共通費は、積極的に採用活動を行い、インターン(2022年新卒)の採用により、人件費及び採用費(その他)が増加

100 (単位:百万円)



連結貸借対照表 (B/S)

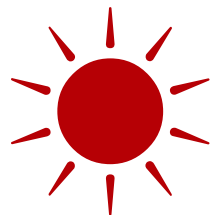
営業利益黒字化の維持により、**現預金・純資産が昨対比より増加**
 また、**負債の圧縮**も進み借入金の減少が推進

単位：百万円	2022年9月期 第2四半期末 (2022年3月31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	1,069	879	121%	1,346	79%
うち現金及び預金	700	601	116%	1,086	64%
固定資産	412	418	98%	73	560%
総資産	1,481	1,298	114%	1,420	104%
流動負債	427	457	93%	571	74%
うち一年内返済 予定の長期借入金	17	37	47%	85	21%
固定負債	0	0	—	42	—
純資産	1,054	840	125%	806	130%
負債及び純資産	1,481	1,298	114%	1,420	104%

当社考察

- ① 営業利益の黒字維持により、現預金、純資産共に昨対比から引き続き増加
- ② 借入金は当期中に返済完了予定

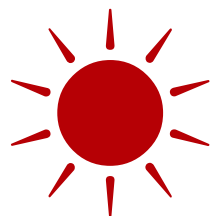
03 GAFAメディア事業及びフィンテック事業 事業進捗



進捗率62%

■売上高1.6倍

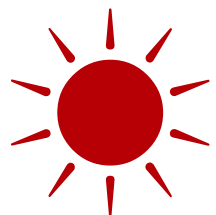
前期比1.6倍以上の売上高を目指す



2Q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



Q3速報28本

■年度末メディア数^(※2)20以上

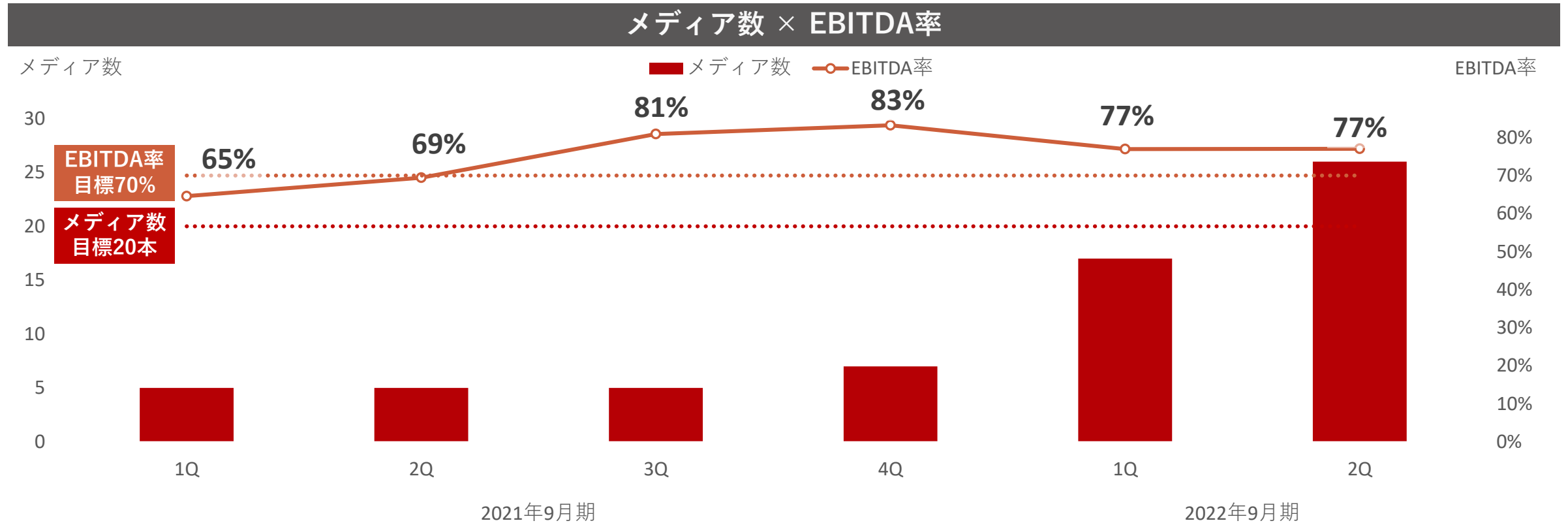
主要KPI拡大の戦略としてメディア数の拡大を狙う

(※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

EBITDA率70%を維持・新規メディア立ち上げにも投資しQ3速報値で28本(※)まで拡大

以降は新規買収メディアを中心に、各メディア毎の事業価値を高めることに投資



GAFAMedia事業 立ち上げ期

- ・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



GAFAMedia事業 成長期

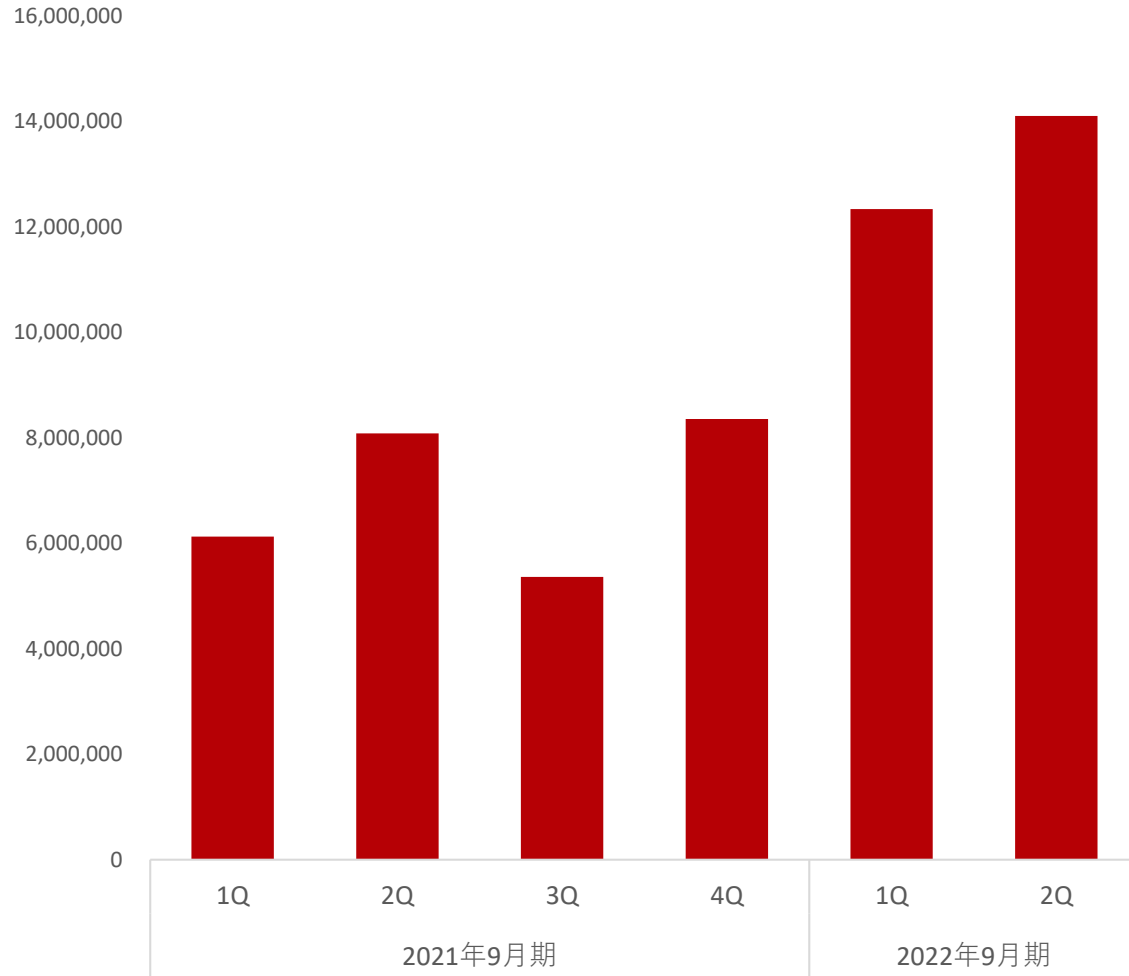
- ・EBITDA率を維持
- ・追加で2件(21百万円)のM&Aを実行
- ・メディア数28本まで拡大

(※)オウンド + アライアンス 本数(3Q速報)

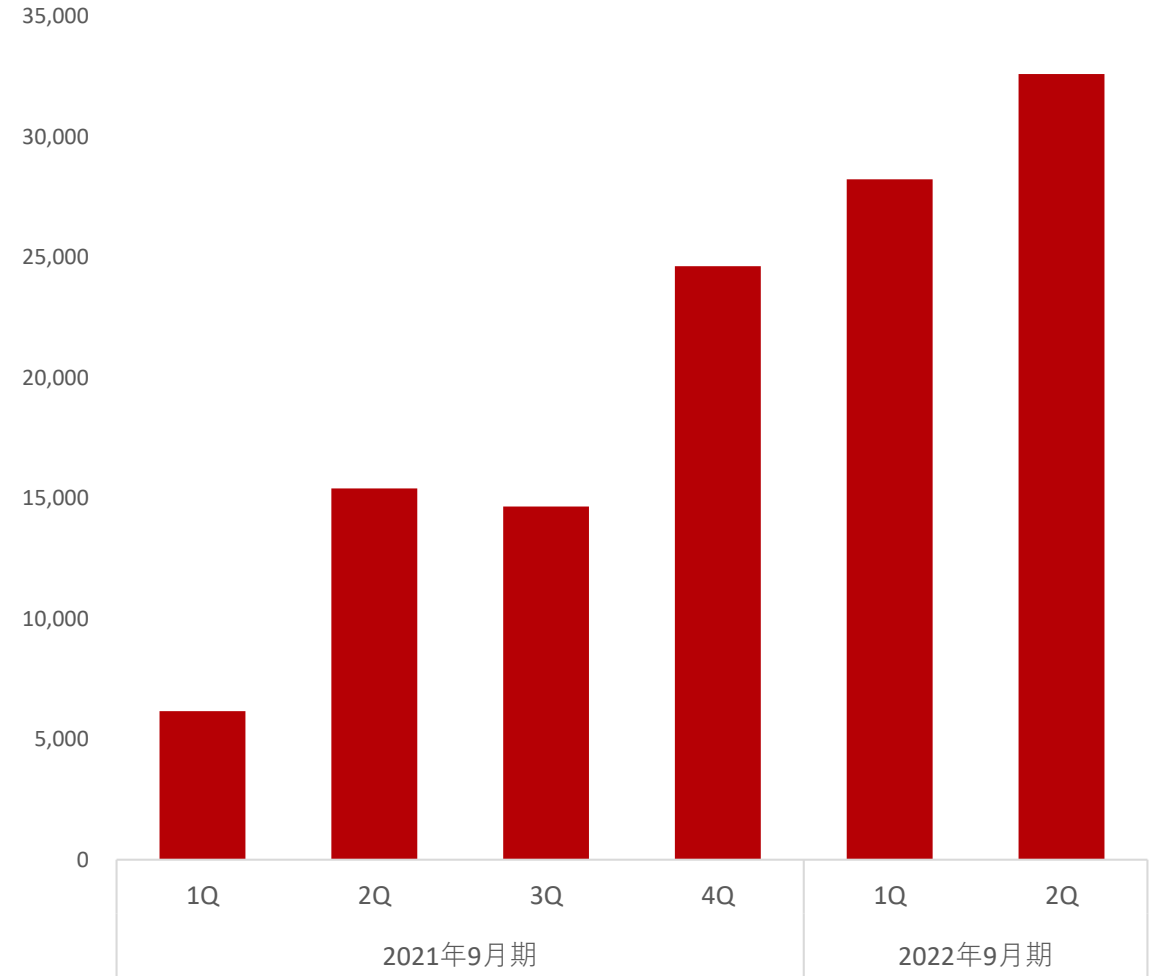
【PV数】 営業日の少ない2月がありながら、**前Q比での成長を実現**

【コンバージョン件数】 **PV数同様に成長**。すーちゃんモバイル比較及び債務アレンジの成長が全体数値を牽引

ページビュー数



コンバージョン件数

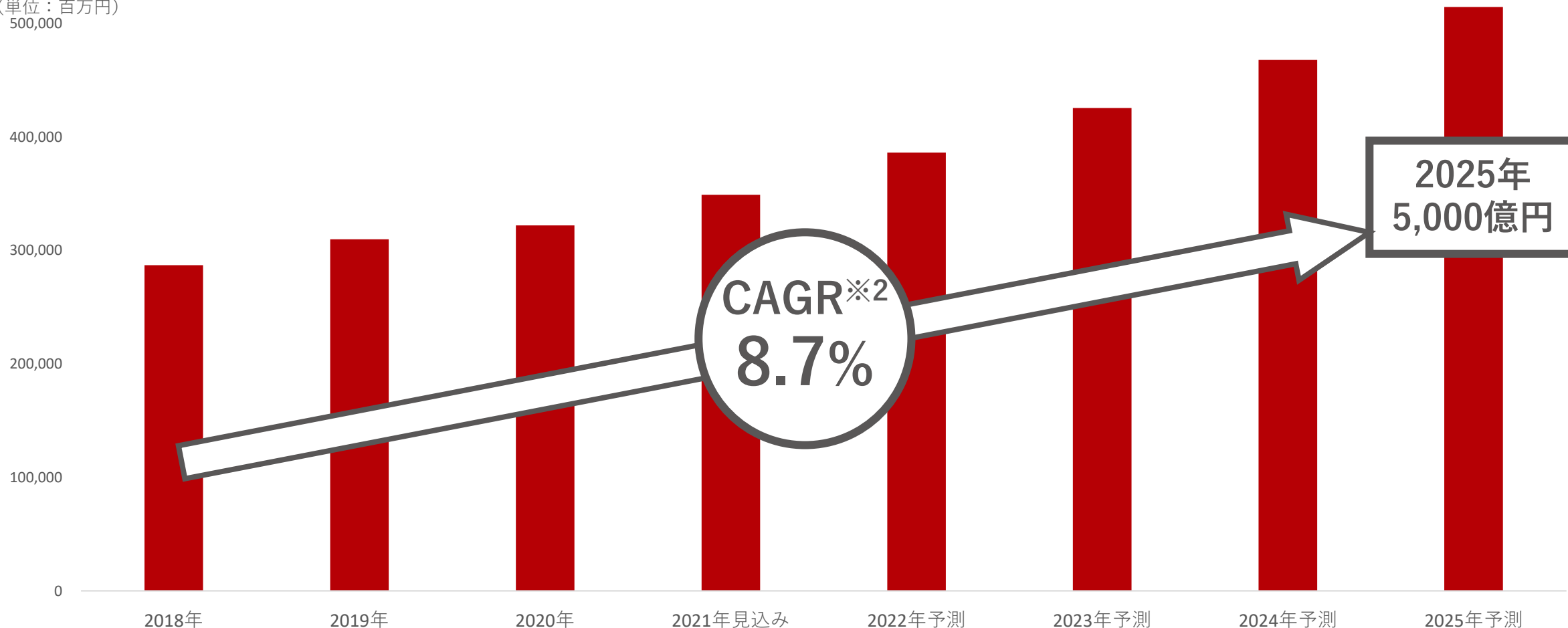


(※)今期よりオウンド・メディアのみに限定

アフィリエイト市場の2018年からの8年間における**CAGRは8.7%**と予測されており、**2025年には5,000億円規模**に拡大すると言われております

アフィリエイト市場規模

(単位：百万円)
500,000



(※1)引用：矢野経済研究所 2022-アフィリエイト市場の動向と展望

(※2)CAGR：年平均成長率

2022年3月、ライフスタイルメディア『脱毛ドコイコ』及びフィンテックメディア『クレジットカードマイスター』を新たに事業買収し、リニューアル施策を実施

脱毛ドコイコ

みんなのクチコミを調査隊が徹底調査

脱毛♥ドコイコ



【2022年最新】おすすめ脱毛サロン7選

脱毛ドコイコ編集部が実際に体験した結果をもとにおすすめの脱毛サロンを紹介！



【2022年最新】おすすめ医療脱毛クリニック13選

脱毛ドコイコ編集部が実際に体験した結果をもとにおすすめの脱毛クリニックを紹介！

収益取込月

2022年3月

買収金額

約17百万円

売上高(※)

約13百万円

UU数(※)

約23万UU

リニューアル施策を実施中
アフターコロナを見据え長期目線で育成

クレジットカードマイスター

収益取込月

2022年3月

買収金額

約4百万円

売上高(※)

約2百万円

UU数(※)

約46万UU

リニューアル実施後、各KPIは順調に成長傾向
今後はクレジットカード以外の金融情報の拡充も実施

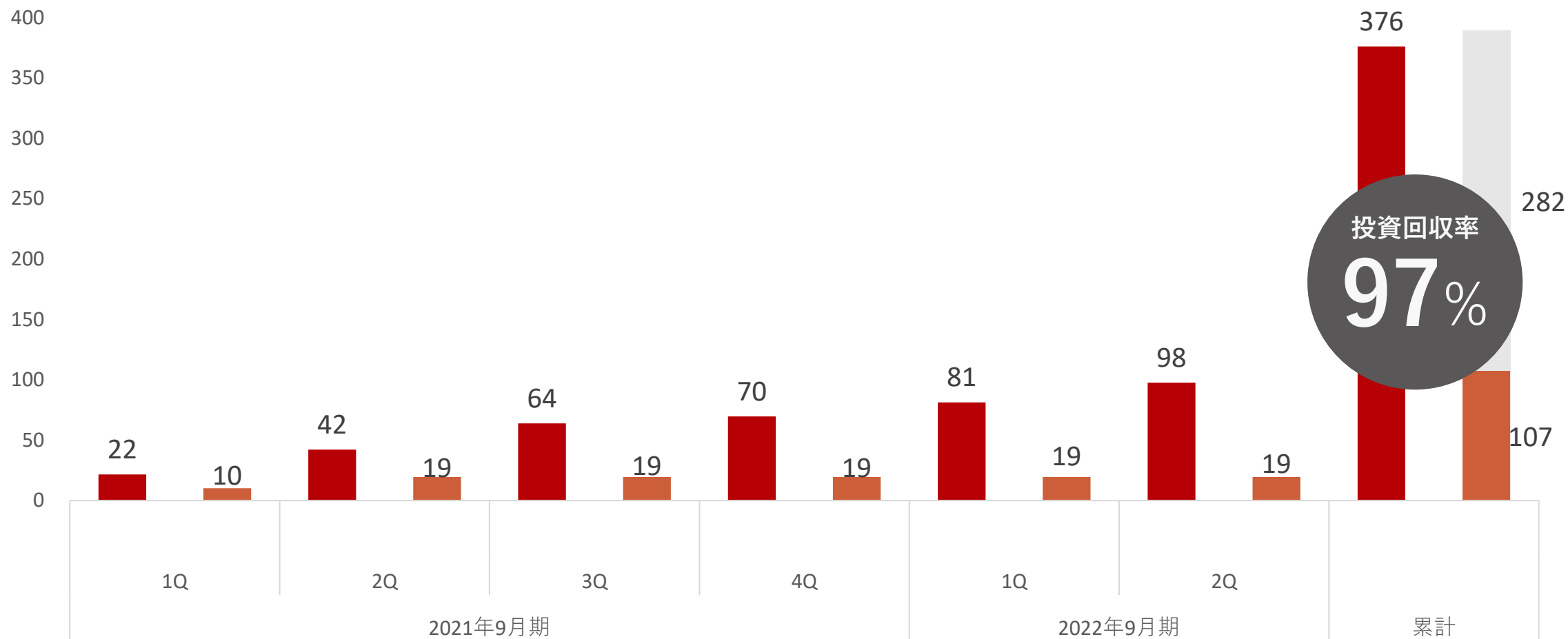
2021年9月期より、合計4メディアを事業買収

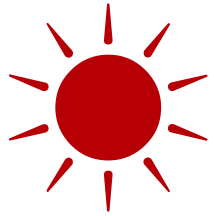
過去買収した2メディア(のれん389百万円)については、376百万円を回収済み(投資回収率97%)

投資回収進捗

(単位：百万円)

■ 売上高 ■ 償却済みのれん ■ 未償却残高



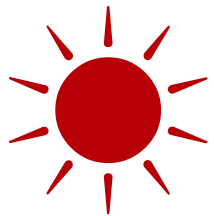


登録数326件

■登録数1,000件

サブスク収益転換後、流通総額よりも登録数を重視

(取引社数からサブスクアカウント数=登録数へ変更)

前年同Q粗利比
217%

■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)

プロダクト開発・
営業体制構築投資

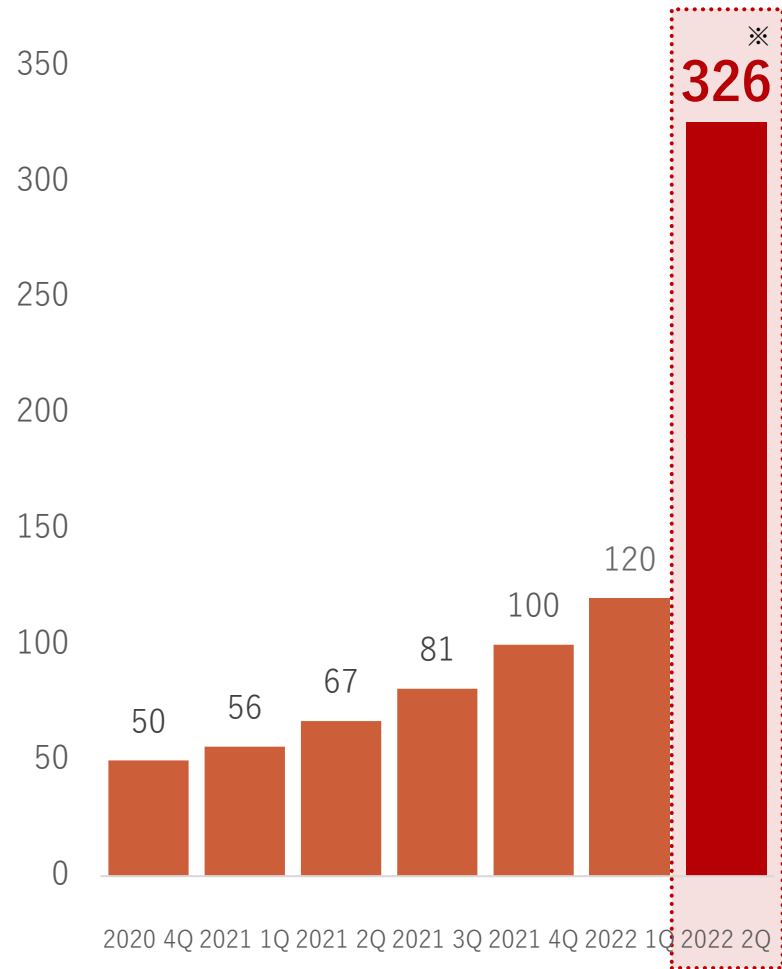
■販促投資約1億円とセグメント利益黒字維持

2023年9月期における継続的粗利倍増への布石

通期登録数1,000件に向けて、弾みとなる**326件**を達成

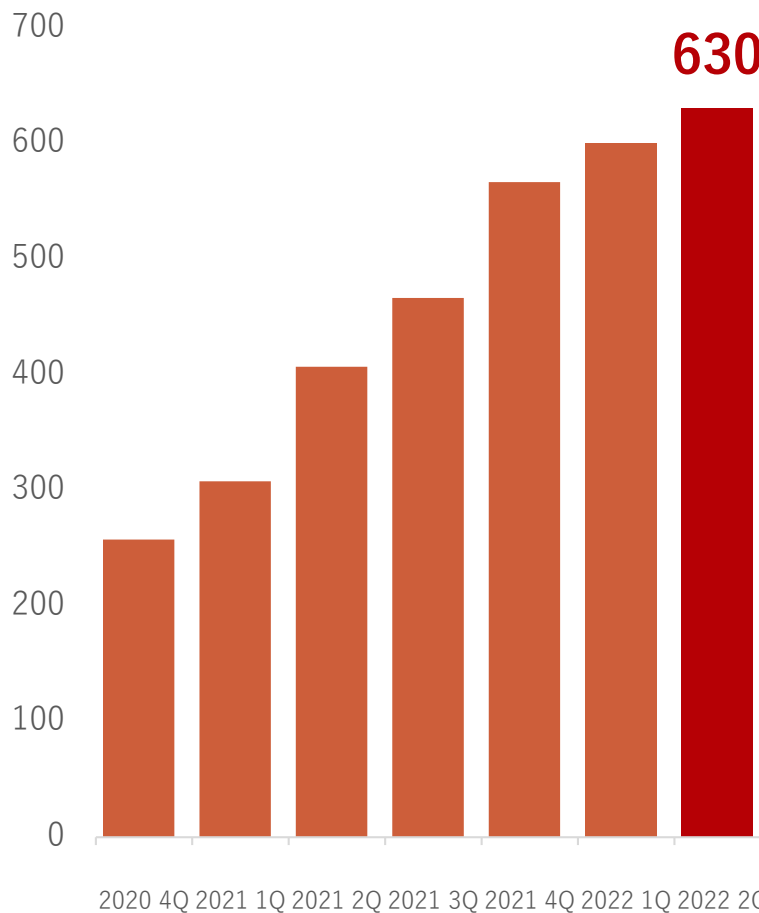
サブスクへの転換を目指すため、**流通総額ではなく登録数を伸ばすことに注力**

登録数



流通総額

(単位：百万円)



登録数 (無料登録含)

326件 ※

ポイント流通総額

約**212**億円

※2022年3月時点

最高月間交換件数

約**72,700**件

※2021年10月時点

2022年2Q 流通総額

約**6.3**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

サブスク収益転換を図っているため、第2四半期への収益インパクトは限定的

売上・粗利額共に、前期2Q比**210%以上**

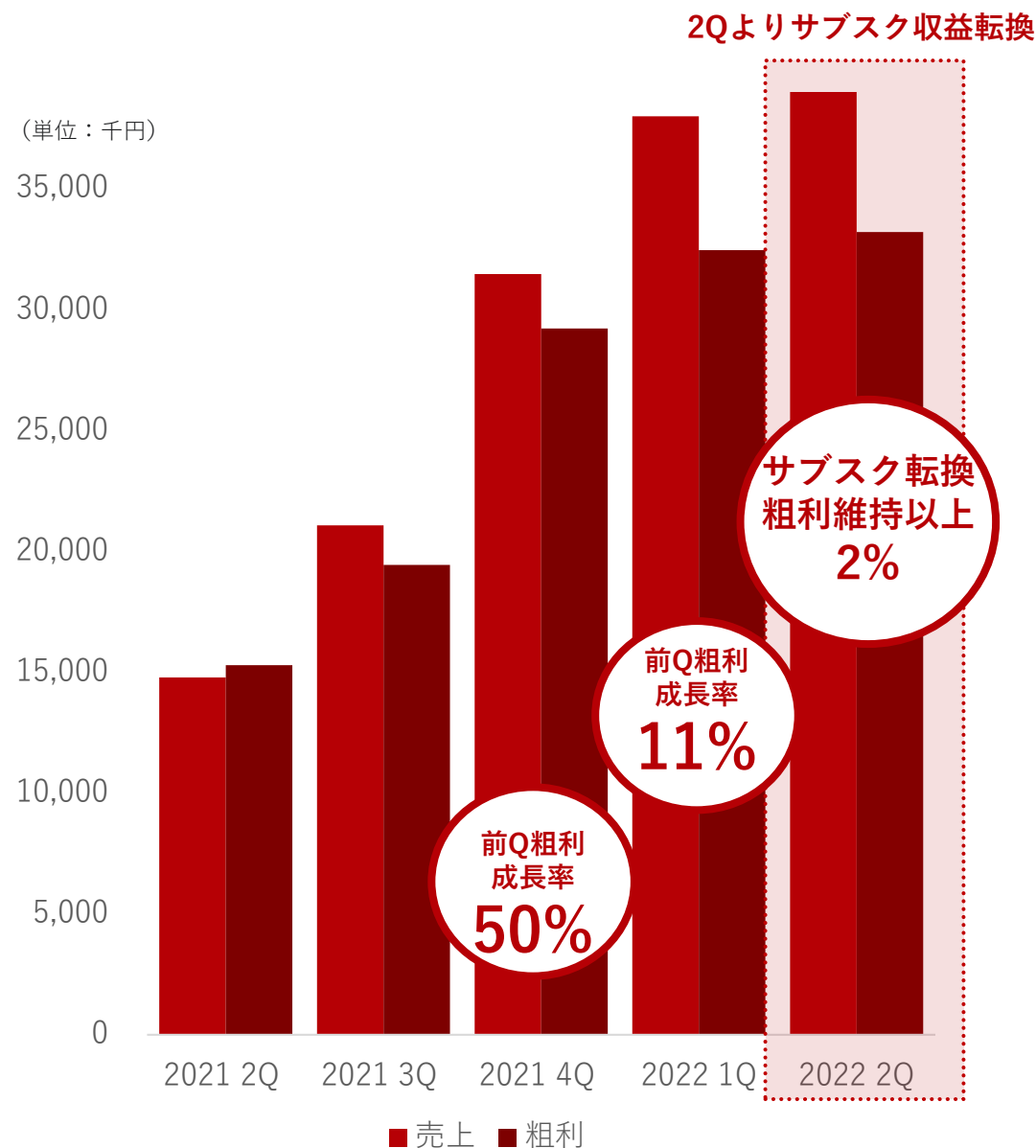
売上・粗利共に、**8四半期連続成長**

2Qよりサブスク収益転換
粗利額1Q比**102%**・粗利率**85%**

システム開発に継続投資
UI/UX改善に注力

売上高(前期2Q比)
264%

粗利(前期2Q比)
217%



まずは真正面の商品券・ギフト券(金券)市場の面を抑える

そのために2022年9月期は、**①手数料無料化 ②受取先拡充 ③認知度向上** を実施

その上で、自社商品のギフト化も積極展開し、ギフト市場全体へ対応拡大

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

手数料無料。
業界最速 0 営業日

デジタルギフト

キャンペーンや日頃の感謝など様々なシーンに。

キャンペーンのプレゼントに
アンケート回答の贈礼に
資料請求や見積もり依頼に
イベント参加者へのお礼に
社内イベントのインセンティブに

豊富な交換ラインナップ

GIFT LINE up

今後も続々と追加予定!

GIFT FOR YOU

1,000 円相当

受け取り可能期間：2023-12-31 23:59 まで

「ギフトキャンペーン」

あなたにギフトが贈られました。
「今すぐ受け取る」をタップして、
お好きな交換先にてお受け取りください。

今すぐ受け取る

GIFT FOR YOU

1,000 円相当

受け取り可能期間：2023-12-31 23:59 まで

「ギフトキャンペーン」

あなたにギフトが贈られました。
「今すぐ受け取る」をタップして、
お好きな交換先にてお受け取りください。

今すぐ受け取る

GIFT FOR YOU

1,000 円相当

受け取り可能期間：2023-12-31 23:59 まで

「ギフトキャンペーン」

あなたにギフトが贈られました。
「今すぐ受け取る」をタップして、
お好きな交換先にてお受け取りください。

今すぐ受け取る

GIFT FOR YOU

1,000 円相当

受け取り可能期間：2023-12-31 23:59 まで

「ギフトキャンペーン」

あなたにギフトが贈られました。
「今すぐ受け取る」をタップして、
お好きな交換先にてお受け取りください。

今すぐ受け取る

GIFT FOR YOU

1,000 円相当

受け取り可能期間：2023-12-31 23:59 まで

「ギフトキャンペーン」

あなたにギフトが贈られました。
「今すぐ受け取る」をタップして、
お好きな交換先にてお受け取りください。

今すぐ受け取る

GIFT FOR YOU

1,000 円相当

受け取り可能期間：2023-12-31 23:59 まで

「ギフトキャンペーン」

あなたにギフトが贈られました。
「今すぐ受け取る」をタップして、
お好きな交換先にてお受け取りください。

今すぐ受け取る

- 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



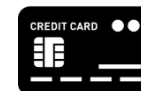
ギフト発行企業の自社商品を独自
にギフト化する機能

**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

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**

ギフト券



送金・ペイメントサービス



企業サービス



暗号資産



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、4月展示会(EXPO)に出店

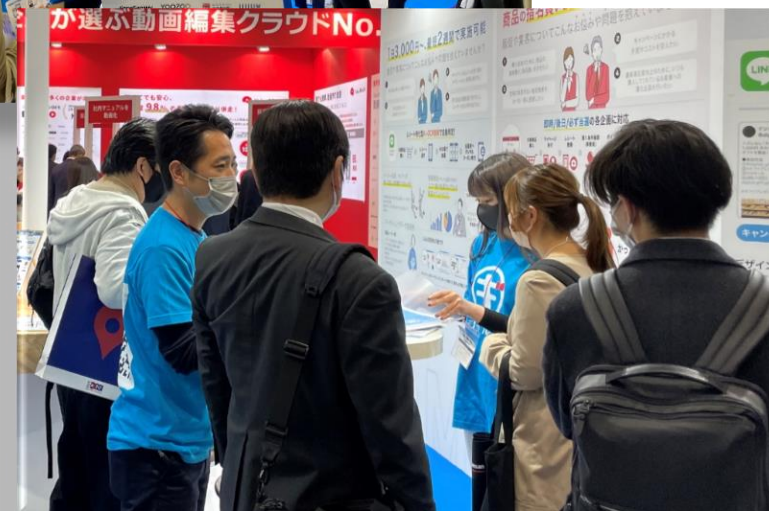


デジタルギフト

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) ※2022年3Q改修中		○	◎	△	○	△
交換先の拡充	キャッシュレスギフト	◎	○	○	○	○
	他社商品ギフト	△	◎	○	△	×
	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

04 2022年9月期 第3四半期に向けたコミットメント

フィンテック事業

ギフトスタンド・登録数合計600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

フィンテック事業

2Qサブスク収益転換後、3Qにて粗利成長率2Q比110%以上を目指す

今期・来期と継続した粗利倍増に向けた収益のストック化と継続的粗利成長の実現

GAFAメディア事業

2Qは繁忙期影響あり予算以上に大幅伸長。3Qにて粗利成長率1Q比110%以上を目指す

季節トレンドに左右されない事業ポートフォリオの構築及び粗利成長の実現

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（※）

※: 一時費用を除く

05 2022年5月10日発行のストックオプションについて

ESG経営・絶対利益成長への取り組みとして、人材力の強化と多様化の実現に向けストックオプションを発行
但し、**株価目標を達成することが行使条件**

ESG経営・絶対利益成長

継続的高粗利率・高生産組織へ

危機感と高いモチベーションの維持
人材の採用・育成・定着

人材こそが持続可能な成長をけん引

① 役職員にストックオプションを発行

株主様と目線を合わせていく

② 株価目標が行使条件

株価が行使価額と比較して半減した場合

③ 強制取得、割当者はリスクテイクも必要

発行要項（概要）

1. 名称：株式会社デジタルプラス 第10回新株予約権
2. 発行数：2,500個（新株予約権1個につき100株）
3. 行使価額：749円
4. 行使期間：5年
5. 行使条件
 - ① 株価終値が1,208円を超えたとき：33%
 - ② 株価終値が1,510円を超えたとき：67%
 - ③ 株価終値が3,000円を超えたとき：100%
6. 強制取得
 - ① 終値が5取引日連続して行使価額に50%を乗じた価額を下回った場合

06 Appendix

連結損益計算書（P/L）：2022年9月期 通期業績予想

2022年9月期は**売上高及び粗利共に約2倍**の水準を目指します

また、**翌期以降の成長に向けた資金を投下**するも、**営業利益のフラットは堅持**する予定です

単位：百万円	2022年9月期 通期業績予想 (2021年10月～2022年9月)	2021年9月期 通期実績 (2020年10月～2021年9月)	前年同期比
売上高	567	303	187%
売上総利益	548	297	184%
(売上総利益率)	96%	98%	—
販売管理費	548	431	127%
営業利益 (※)	0	▲133	—
EBITDA	82	▲62	—

戦略概要

- 1 売上高及び粗利額共に前年対比で約2倍の水準を目指す
- 2 引き続き高利益率を維持
- 3 翌期の更なる成長に向けて人件費、広告・マーケティング費用等の積極投資を実施。一方、営業利益としてはフラットを堅持予定
- 4 EBITDAは大幅な黒字を確保。のれん償却費78百万円／年の解消後は、営業利益に同金額がプラス

(※)EBITDA = 営業利益 + 償却費用等

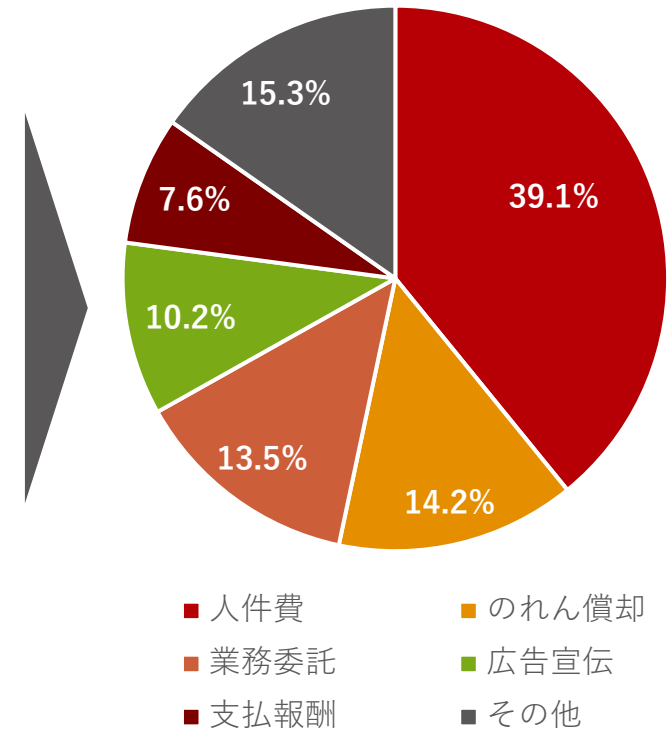
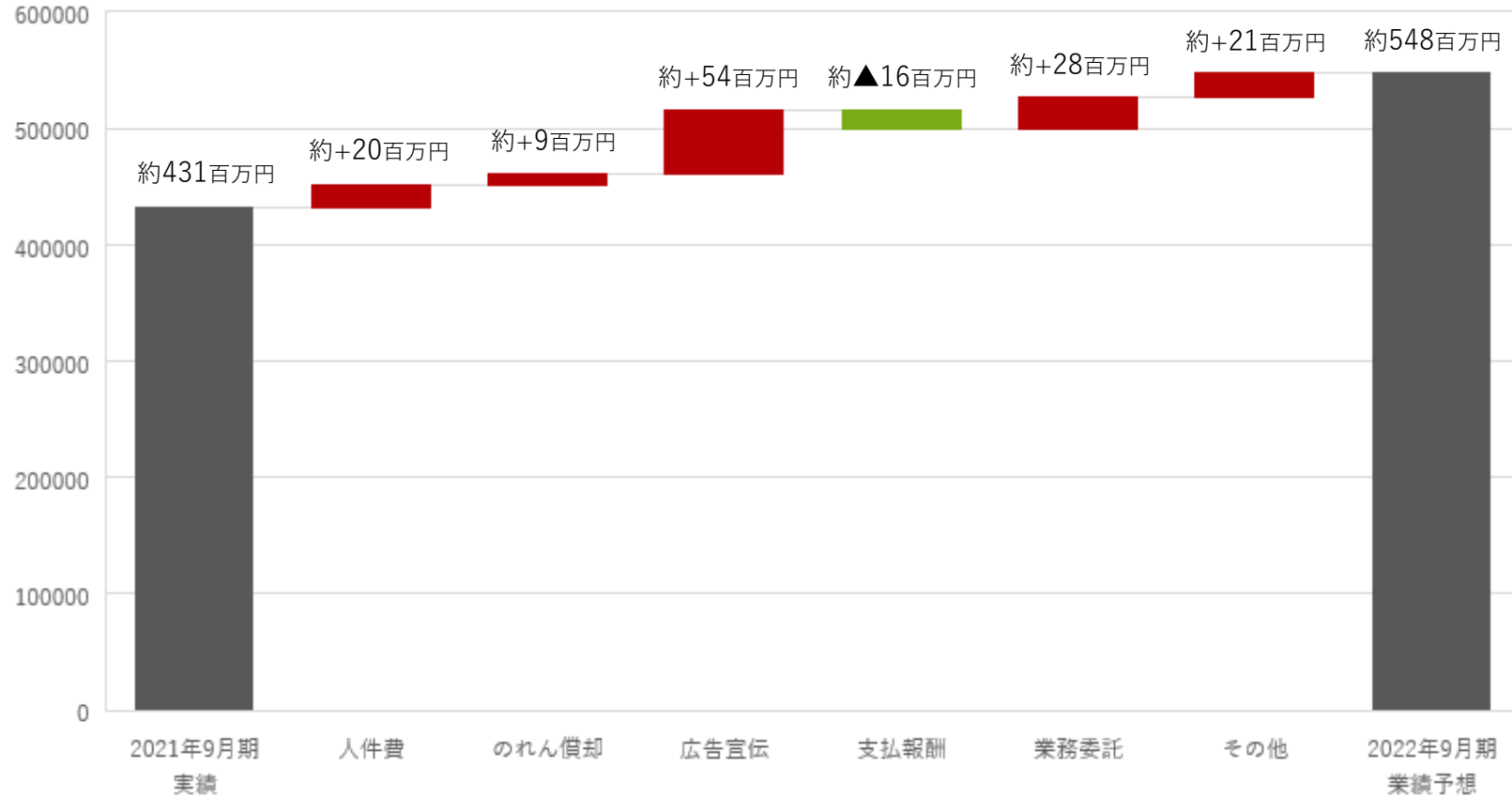
販管費の分析(共通費+事業部)

2022年9月期は業務委託を適切に活用しつつ、人件費及び広告宣伝・販促費を中心に翌期の成長に向けた投資を実行します

増減分析

2022年9月期 構成比率

(単位：千円)



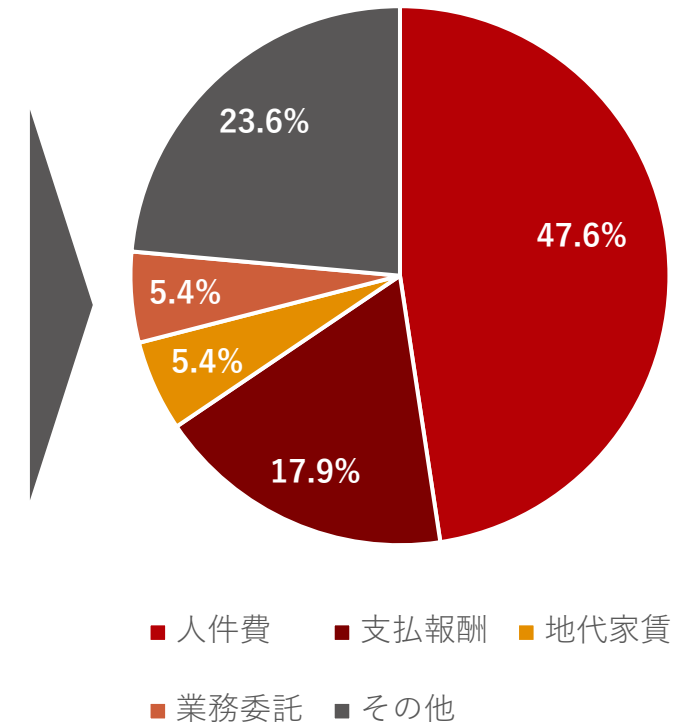
販管費の分析(共通費のみ)

2022年9月期における共通費は、専門家報酬及び外部委託費を更に圧縮し、筋肉質な体制に致します

増減分析

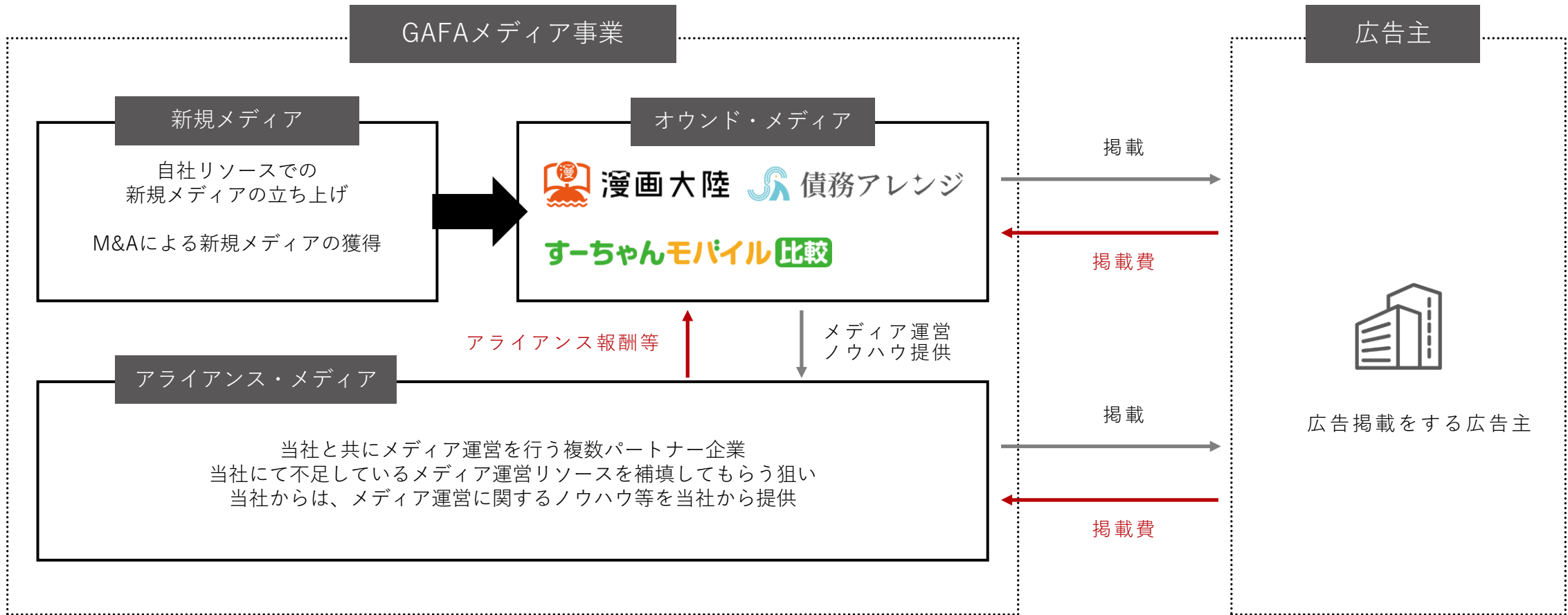
2022年9月期 構成比率

(単位：千円)



- 人件費
- 支払報酬
- 地代家賃
- 業務委託
- その他

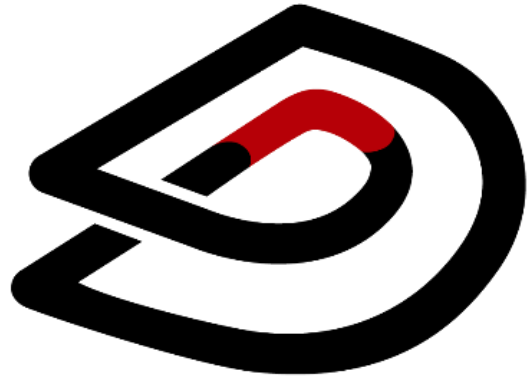
オウンド・メディアは自社開発に加え、M&Aを継続的に検討
 アライアンス・メディアにおいては共にメディア運営を行うパートナー企業の拡大に努めます



2021年9月期は案件単位でデザインカスタマイズやインスタントウィン等、配布方法を拡充
 2022年9月期よりサブスク化しパッケージ提供。手数料無料・ストック収益化を目指す

	通常料金	月額 (年間契約)	ギフト発行 手数料	契約期間 (自動更新)	ギフト デザイン	PR動画・ 誘導バナー	ギフト配布 (Mail・ SMS)	オリジナル ギフト (自社商品の ギフト化)	インスタ ントウィン (抽選機能)	本人確認 コード
ブロンズプラン		無料	ギフト購入金額 5%	-	△ (券面画像 のみ可)	×	×	×	×	×
シルバープラン	20,000円	12,000円/月 月間最大 24万円 手数料無料!	0% 上限設定あり	12ヶ月	○	○	○	×	×	×
ゴールドプラン	50,000円	25,000円/月 月間最大 50万円 手数料無料!	0% 上限設定あり	12ヶ月	○	○	○	○	×	×
プラチナプラン	100,000円	50,000円/月 月間最大 100万円 手数料無料!	0% 上限設定あり	12ヶ月	○	○	○	○	使い放題	○

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。