

各 位

株式会社デジタルプラス（コード番号：3691）

代表取締役社長 菊池 誠晃

【調査レポート】株主優待が配当よりも大きく上回る投資対効果※1に

～時価総額 500 億円未満企業で顕著な構造的優位性～

株式会社デジタルプラス（代表取締役社長：菊池 誠晃、本社：東京都渋谷区）グループは、株主優待において、デジタルギフト分野ではすでに No.1 の導入実績、2028 年には 500 社導入を目標に株主優待におけるすべての分野での No.1 を目指しております。

※1：本レポート 2P 目に記載の計算式より算出

■本調査の目的

日本証券業協会が開催した「株主優待の意義に関する研究会」のデービッド・スノーディ氏の報告内容の考え方※2を参考に、当社独自に株主優待の導入企業と配当導入企業の投資対効果比較を行いました。

※2：（出典）日本証券業協会、2025 年 4 月 16 日、「株主優待の意義に関する研究会」報告書 33P より

https://www.jsda.or.jp/houdou/2025/20250416_kenkyuukai.pdf

当社は、これまで 80 社を超える上場企業の株主優待のデジタル化を受注し、支援してまいりました。これらの実績と市場データをもとに、時価総額 500 億円未満の上場企業における株主優待/配当の発表前後の株価・時価総額推移を定量的に分析し、株価・時価総額の向上にどの程度寄与しているのかを検証いたしました。本調査では、株主優待が配当と比較して、投資対効果の優位性が認められることが明らかになりました。

■優待と配当の投資対効果（還元額に対する時価総額の増分）比較における前提条件※3

本レポートでは、以下の観点から優待と配当の動きを分析いたしました。

項目	株主優待	配当
調査対象	期間は問わず、発表の 1 か月後に時価総額が上昇した企業	2025 年 8～9 月に増配を発表し、1 か月後に時価総額が上昇した企業
抽出社数※4	30 社	30 社
発表前日の時価総額	500 億円未満	

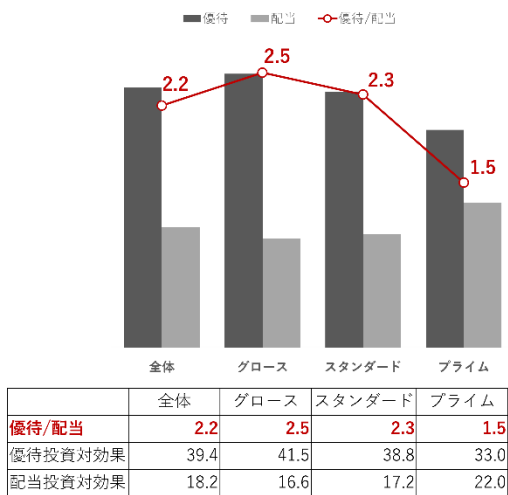
※3：公開情報および当社が独自保有する株主優待導入データを用いて実施

※4：本レポート下部に抽出の詳細条件を記載

▼本レポートにおける投資対効果（還元額に対する時価総額の増分）計算式

$$\text{投資対効果} = (\text{発表 1 か月後の時価総額} - \text{発表前日の時価総額}) \div \text{年間還元額}$$

■優待が配当の 2.2 倍の投資対効果を示す結果に



株主優待導入企業と増配企業の投資対効果を比較したところ、**優待企業は増配企業の 2.2 倍の投資対効果を示すことが確認されました。**市場区分別に見ても同様の傾向が顕著で、**グロース市場では 2.5 倍、スタンダード市場では 2.3 倍、プライム市場でも 1.5 倍**となっており、いずれの市場でも株主優待の投資対効果が配当を上回る結果となりました。

特にグロース・スタンダードといった時価総額 500 億円未満の企業が多い市場においては、優待の効果がより大きく表れています。

■個人投資家比率の高い時価総額 500 億円未満の企業では、優待が効果的な施策に

上場企業を取り巻く環境は変化しており、新上場維持基準や『資本コストや株価を意識した経営』に関する東証からの要請、直近 30 年での政策保有株式の縮減、少額投資非課税制度 (NISA) の新制度開始などにより、個人投資家の存在感が増しています。

時価総額 500 億円未満の企業は、個人投資家比率が一般的には高いと言われているため、優待制度の有無が投資判断に直結しやすく、優待導入が新規の個人投資家を呼び込みやすい構造にあると考えられます。この点が配当と比較した投資対効果の優位性につながっているものと思われます。

一方で、時価総額が 500 億円に近づく段階になると、機関投資家の参入が本格化すると言われており、機関投資家は安定配当や財務指標を重視する傾向が強く、このフェーズでは配当政策の整備が株価評価の向上に有効であると考えられます。

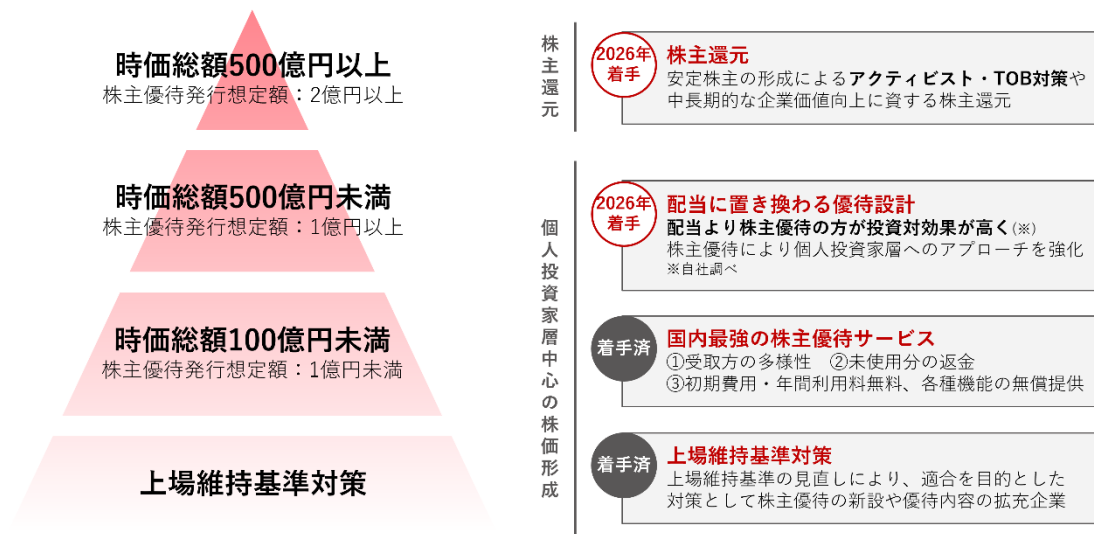
つまり、優待と配当は代替関係ではなく、企業の成長ステージに応じて使い分けるべき株主還元策という位置づけになります。

なお、我々は、時価総額 500 億円以上の企業における株主優待施策として安定株主の創出を通じて中長期的な企業価値向上に資するプロダクト開発を引き続き検討してまいります。

<当社の株主優待ギフトについて>

■2028年500社・国内No.1の株主優待サービスを目指す

今後は、上場維持基準対策にとどまらず、配当に置き換わる優待設計や、アクティビスト・TOB対策など、中長期的な企業価値向上に資する株主還元施策の提供にも取り組みを拡大してまいります。また、これまで中心であった時価総額100億円未満の企業に加え、対象を時価総額100億円以上の企業へと拡大し、**2028年までに導入企業500社・国内No.1の株主優待サービスの実現を目指します。**

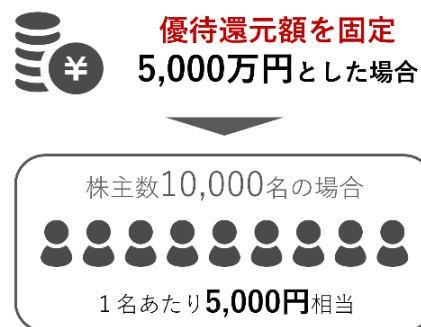


■優待還元額を固定化した「シェア型株主優待」

「シェア型株主優待」は、導入企業があらかじめ優待還元額を確定し、対象株主で等しく分け合う仕組みです。従来の優待制度では、株主数の増加などにより想定を上回る優待還元額が発生し、結果として内容変更や制度自体の廃止に至った事例も見られました。本施策では、株主数の増減にかかわらず、優待還元を固定できるため、持続的な株主還元を実現します。

また、デジタルギフト®の仕組みを活用することで、1円単位での柔軟な分配設計が可能となり、額面単位に縛られない柔軟な優待設計を実現します。本制度は等分配を基本設計としつつ、保有株式数や保有期間に応じた設計も可能です。

<運用イメージ>



■コールセンター・CS体制の強化について

株主優待制度のデジタル化に伴い、デジタル操作に不慣れな方など、どなたでも迷わずに優待を受け取れることが一段と重要性を増す中、当社では 2025 年 12 月より株主向けコールセンターおよび上場企業向けのサポート体制を強化しました。

複数社で決算発表日や優待発送が重なる期間に発生する集中した問い合わせに対し、コールセンターの強化後、応答率 100%を確認しました。

さらに、AI を活用した IVR(自動音声応答)の整備や待機回線による折り返し運用も進めており、問い合わせ内容の分類・解決までの時間短縮を図る計画です。

これらの取り組みは、株主の利便性向上と、上場企業が安心して優待運用を委託できる体制の整備を目的としています。今後も、サポート基盤、及びサービス品質を強化してまいります。

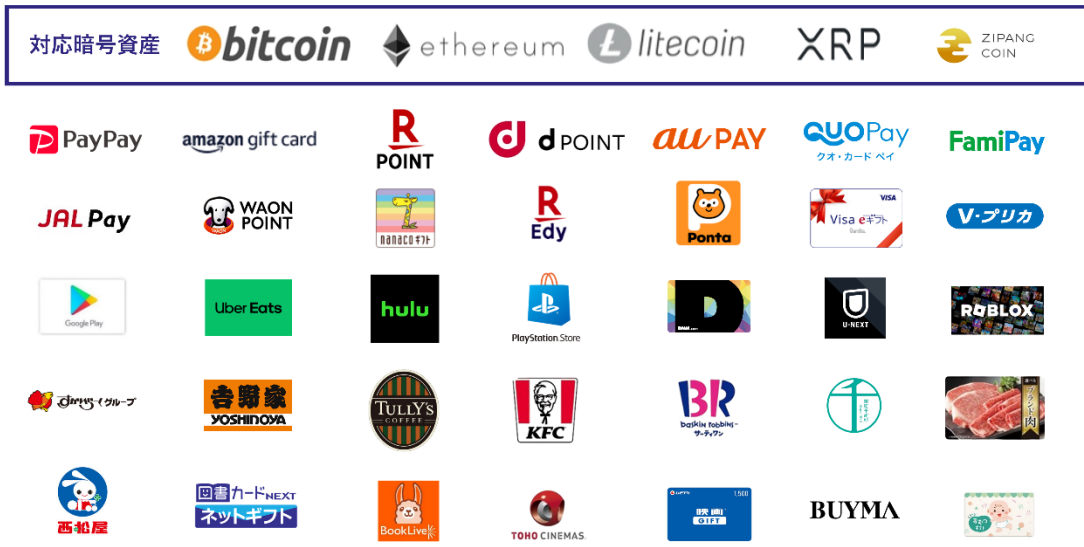
■国内最強の株主優待サービス

①使われなかったギフト代金の全額返金

当社株主優待ギフトは未使用のギフト代金を全額返金しております(プランによります)。多様なプランにより、使われない株主優待の費用削減を効果的に行い、余剰金額で株主様へ次回以降の還元が可能です。

②会員登録不要・多様な受け取り方

デジタルギフト®は会員登録不要で誰でも簡単に自分の欲しいギフトを自由に選択できるサービスです。従来の物理的なギフト(商品券や品物)に代わり、QRコードを読み込んでいただくことで即時に受取、ご利用が可能です。



※PayPay、nanaco、Pontaポイント：ユーザー5%負担

③自社商品との併用

PayPay マネーライトや Amazon ギフトカード、体験ギフトなどのラインナップだけでなく、自社の商品や優待券を交換先に含めることが可能。自社商品の配布により、個人投資家の企業へのファン化を促すことができます。

④集計から配送、コールセンターまでを低コスト・低工数で実現

株主様への優待の集計から配送までの一貫したサービス提供により、低コスト・低工数の株主優待が可能となります。

⑤動画挿入機能やアンケート機能の無償提供

企業から株主へのメッセージ動画機能や、アンケート機能をご活用いただくことで、企業と株主の双方向のコミュニケーションが実現できます。レポートでは、株主番号ごとに選択された優待品やアンケート内容を記載いたします。



▼以下 URL より、実際の UI をご確認ください。

<https://digital-gift.jp/demo-gift/top.html>

(本比較レポートの企業抽出におけるその他条件の詳細)

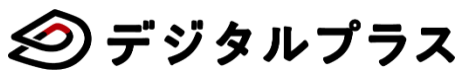
○株主優待

- ・ 市場区分は問わない
- ・ 株主優待開示企業のうち 1 か月後の時価総額が上昇した企業
- ・ 実際の優待還元額による試算が可能な下記 2 パターンの企業
 - ① 優待の発行により実際の優待コストがわかる会社
 - ② 他社サービスからの切り替えを行った会社

他社サービスによる優待発表時の時価総額および株主数の増加データを基に算出しているため、優待発表後に実際に見込まれる株主増加を踏まえております。
- ・ 優待発表企業の抽出における企業数の上記 2 パターンの割合
 - ① 26 社/30 社
 - ② 4 社/30 社

○配当

- ・ 市場区分は問わない
- ・ 金券系の株主優待を行っていない企業
- ・ 最新の情報による算出を行うため 2025 年 8 月～9 月にて抽出



■デジタルフィンテック運営サービスについて

- ・デジタルウォレット：<https://digital-wallet.jp/>
- ・デジタルギフト®：<https://digital-gift.jp/>

■株式会社デジタルプラス 会社概要

社名	株式会社デジタルプラス
代表取締役社長	菊池 誠晃
所在地	〒151-0062 東京都渋谷区元代々木町 30-13
設立年月日	2005 年 7 月 29 日
事業内容	フィンテック事業・デジタルマーケティング事業
コーポレートサイト	https://digital-plus.co.jp/

■株式会社デジタルフィンテック 会社概要

社名	株式会社デジタルフィンテック
代表取締役会長	菊池 誠晃
所在地	〒060-0042 北海道札幌市中央区大通西 8-1-8
設立年月日	2016 年 4 月 20 日
事業内容	フィンテック事業

以 上

【サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社デジタルプラス 担当 石渡
TEL:03-5465-0695
Email:info@digital-plus.co.jp

【当リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社デジタルプラス PR 担当 諸星
TEL:03-5465-0690
Email:pr@digital-plus.co.jp