

2021年12月期第2四半期  
決算説明資料

2021年8月13日  
株式会社ギフトィ

## I. 2021年12月期第2四半期実績

## II. 成長戦略および2021年12月期業績予想

(2020年12月期通期決算説明資料より再掲)

## III. 事業とサービスの概要

(2020年12月期通期決算説明資料より再掲)

## Appendix

# I . 2021年12月期第2 四半期実績

## 2021年12月期第2四半期実績

- 第2四半期流通額も引き続き四半期**過去最高額を更新**。
- 第2四半期累計期間では、**売上高・利益共に高成長**。一部計上時期のずれはあるものの、ほぼ計画通りに進捗。
  - ✓ 流通額：83億円（前年同期比+102.4%）
  - ✓ 売上高：1,848百万円（前年同期比+125.6%）
  - ✓ EBITDA：601百万円（前年同期比+197.9%）

## サービス別業績

- 地域通貨サービスにおける緊急事態宣言の影響、giftee for Businessの季節要因による変動はあるものの、引き続き**需要は高水準**。
  - ✓ gifteeサービス：母の日、父の日等のイベントにおける、直接会えないことによる需要の高まりにより引き続き流通額が増加。
  - ✓ giftee for Businessサービス：売上高は、前四半期比では、季節要因により減収となったものの、前年同期比+64.3%と大きく売上を伸ばす。四半期のDP数、案件数は、過去最高値となった第1四半期四半期比では季節性により減少したものの、**高水準を維持**。
  - ✓ eGift Systemサービス：第2四半期は新たに13社で導入。幅広い業界で導入が進む。
  - ✓ 地域通貨サービス：緊急事態宣言により新規導入事例が減少。ただし、案件の引き合いは増加傾向。配付済の電子スタンプ活用の提案を継続推進。

# 2021年12月期第2四半期実績 実績サマリー（累計・前年同期比）



- 売上高は、giftee for Businessの好調継続により、前年同期比+125.6%の18億円を確保。
- EBITDAは前年同期比+197.9%の601百万円。のれん、株式報酬費用及び本社移転費用計上により営業利益は前年同期比+128.2%の426百万円。
- 流通額は、高い需要が継続し、前年同期比+102.4%の83億円と**四半期最高額を更新**。

## ■ 業績ハイライト

売上高	<b>1,848</b>	百万円	前年同期比	+	125.6	%
EBITDA	<b>601</b>	百万円	前年同期比	+	197.9	%
EBITDAマージン	<b>32.5</b>	%	前年同期比	+	7.9	PP
営業利益	<b>426</b>	百万円	前年同期比	+	128.2	%
営業利益率	<b>23.0</b>	%	前年同期比	+	0.2	PP
四半期純利益	<b>242</b>	百万円	前年同期比	+	103.0.	%
流通額	<b>83</b>	億円	前年同期比	+	102.4	%

# 2021年12月期第2四半期実績 通期計画進捗

売上・利益ともに第4四半期に収益が高くなる傾向にあることから、一部計上時期のずれはあるものの、概ね計画通りに推移。

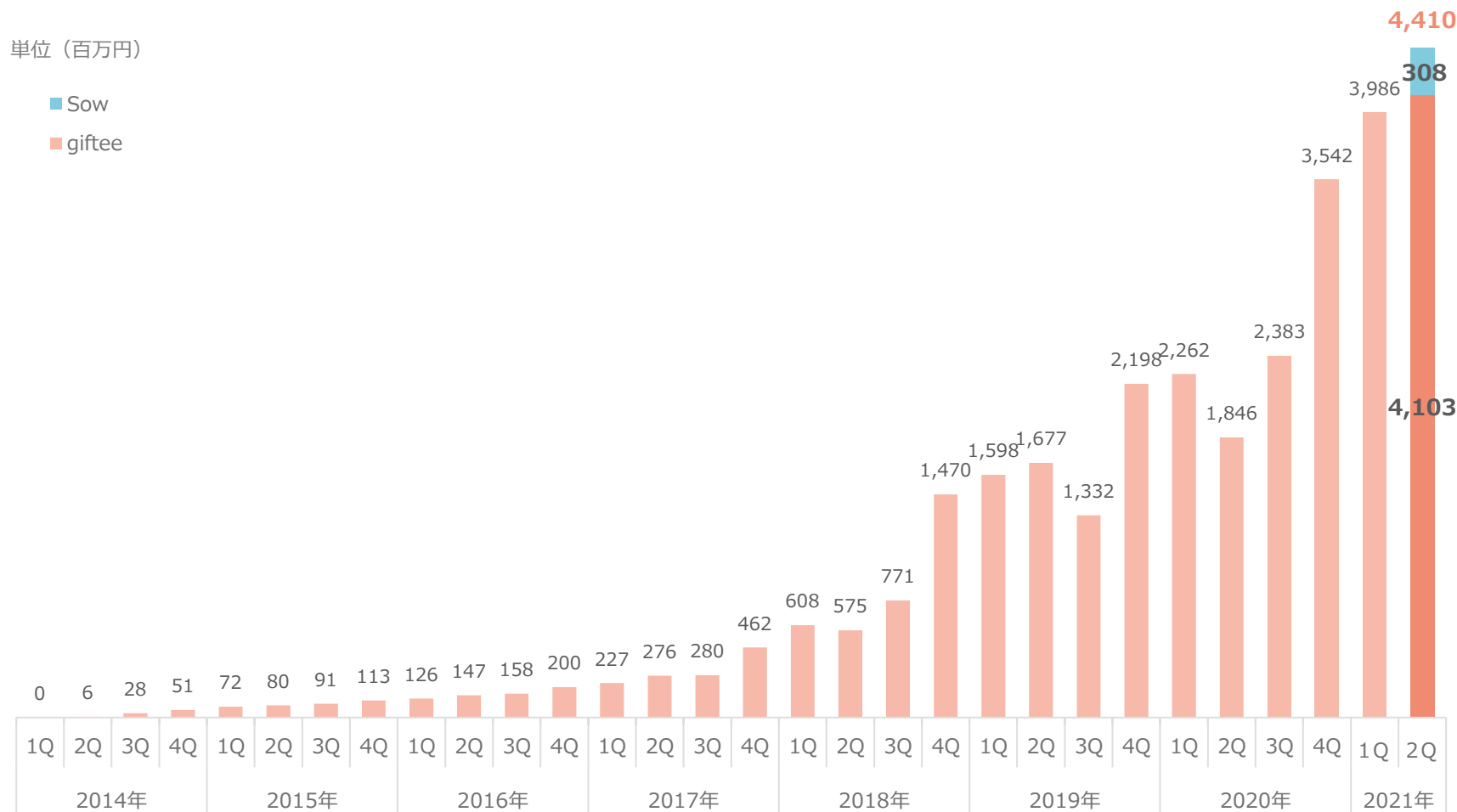
流通額は、高い需要を背景に好調に推移。

	2021年12月期 (2021年1月~12月)			
	(百万円)	第2四半期 累計	通期 業績予想	通期業績予想 進捗率
<b>売上高</b>		<b>1,848</b>	<b>4,299</b>	<b>43.0%</b>
売上総利益		1,573	3,707	42.4%
販売費及び一般管理費		1,147	2,599	44.1%
<b>EBITDA</b>		<b>601</b>	<b>1,516</b>	<b>39.6%</b>
EBITDAマージン		32.5%	35.3%	—
<b>営業利益</b>		<b>426</b>	<b>1,108</b>	<b>38.4%</b>
営業利益率		23.0%	25.8%	—
経常利益		421	1,101	38.2%
当期（四半期）純利益		242	713	33.9%
<b>流通額(億円)</b>		<b>83</b>	<b>149</b>	<b>55.7%</b>

# 2021年12月期第2四半期実績 流通額



コロナ禍における需要の継続的増加、加えてソウ・エクスペリエンス（以下「Sow」という。）の流通額の寄与により、前年同期比+138.9%/前四半期比+10.7%と**過去最高額を更新**。



# 2021年12月期第2四半期実績 売上高

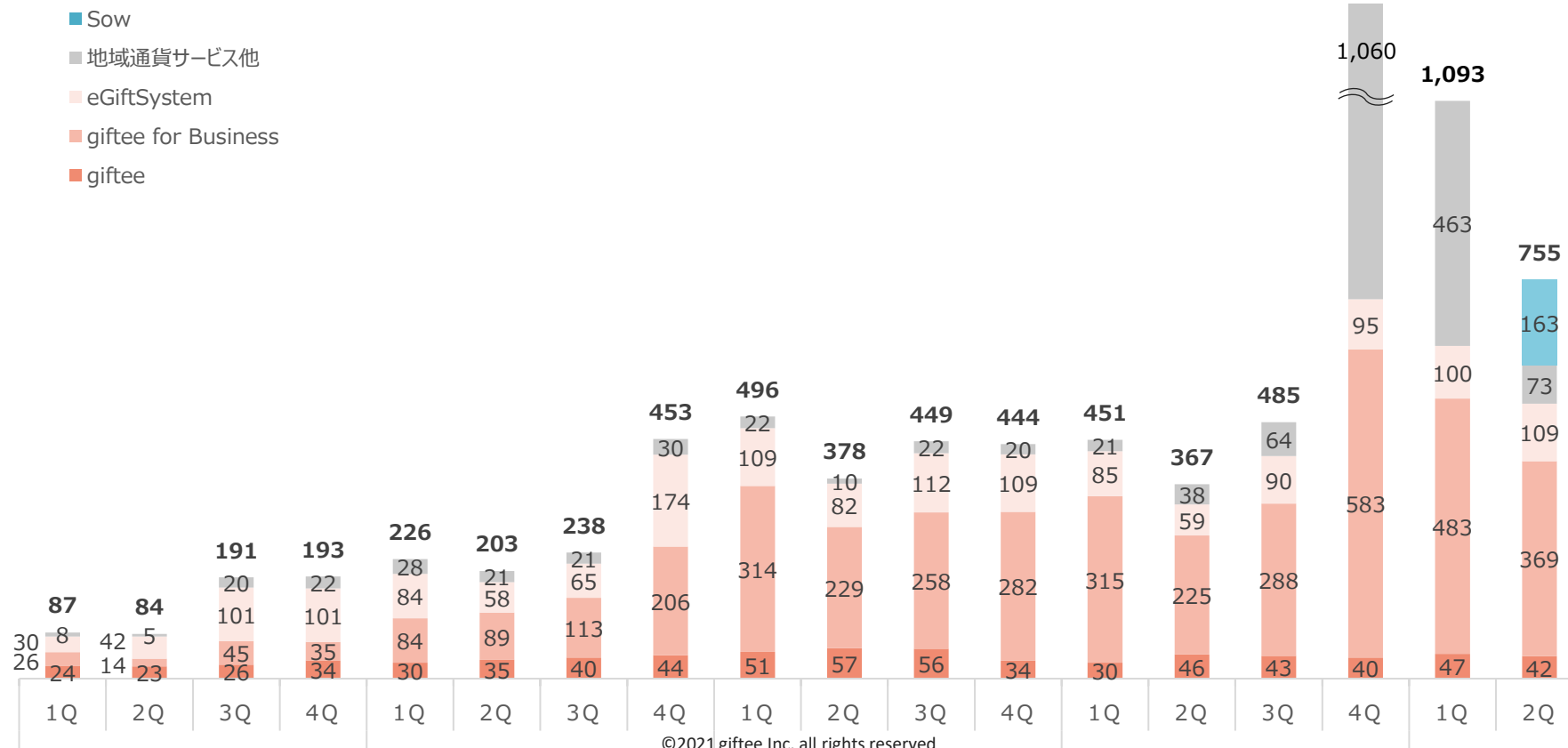


giftee for Business売上高は、前四半期比では、季節要因により減収となったものの、前年同期比+64.3%と大きく売上を伸ばす。

地域通貨サービス売上高は、緊急事態宣言による大型施策等の停止により、前四半期比で減少したものの、前年同期比では+91.4%。

全体では、Sowの売上貢献もあり、前年同期比+105.5%の7億円を確保。

単位（百万円）





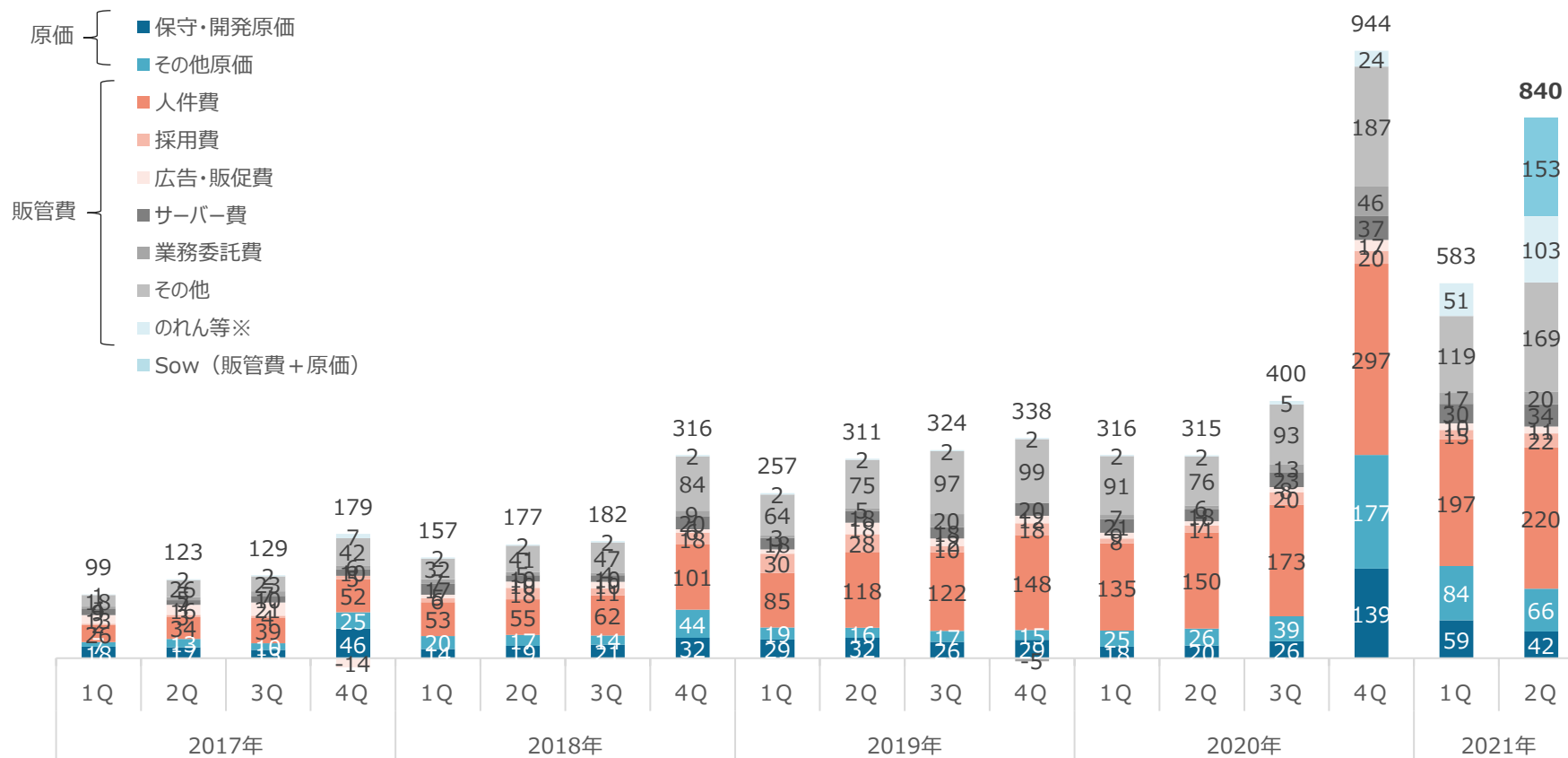
# 2021年12月期第2四半期実績 売上原価、販売費および一般管理費内訳

売上原価は、主に地域通貨サービスに係る原価の計上により前年同期比+134.6%。前四半期比では主に地域通貨サービスに係る原価の減少により△24.6%（ともにSow分を除く。）

販管費は、積極的な採用による人件費の増加、のれん・株式報酬費用・移転費用の計上により前年同期比+114.9%。前四半期比も株式報酬費用・のれん・移転費用の計上による影響から+31.7%（ともにSow分を除く。）

Sowは、原価23百万円、販管費129百万円を計上。

単位（百万円）

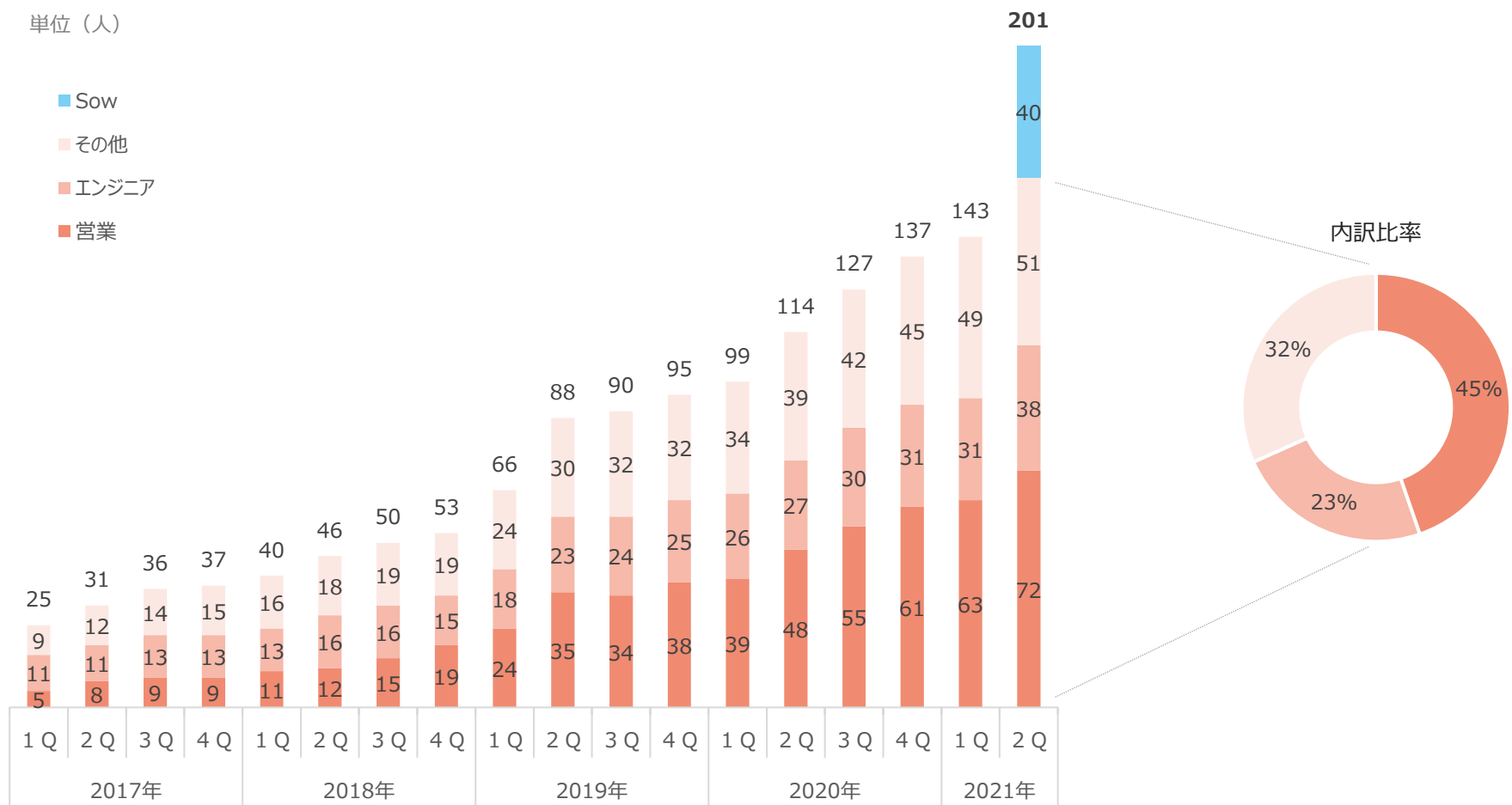


※のれん等・・・のれん償却費+株式報酬費用+減価償却費

# 2021年12月期第2四半期実績 人員数の推移

人員数は積極的な採用に伴う人員増により、前年同期比+47名、前四半期比+18名の161名と増加（Sow影響除く。）Sowの第2四半期末人員数は40名。

2021年12月期も継続してエンジニア、営業を中心に採用を進める。

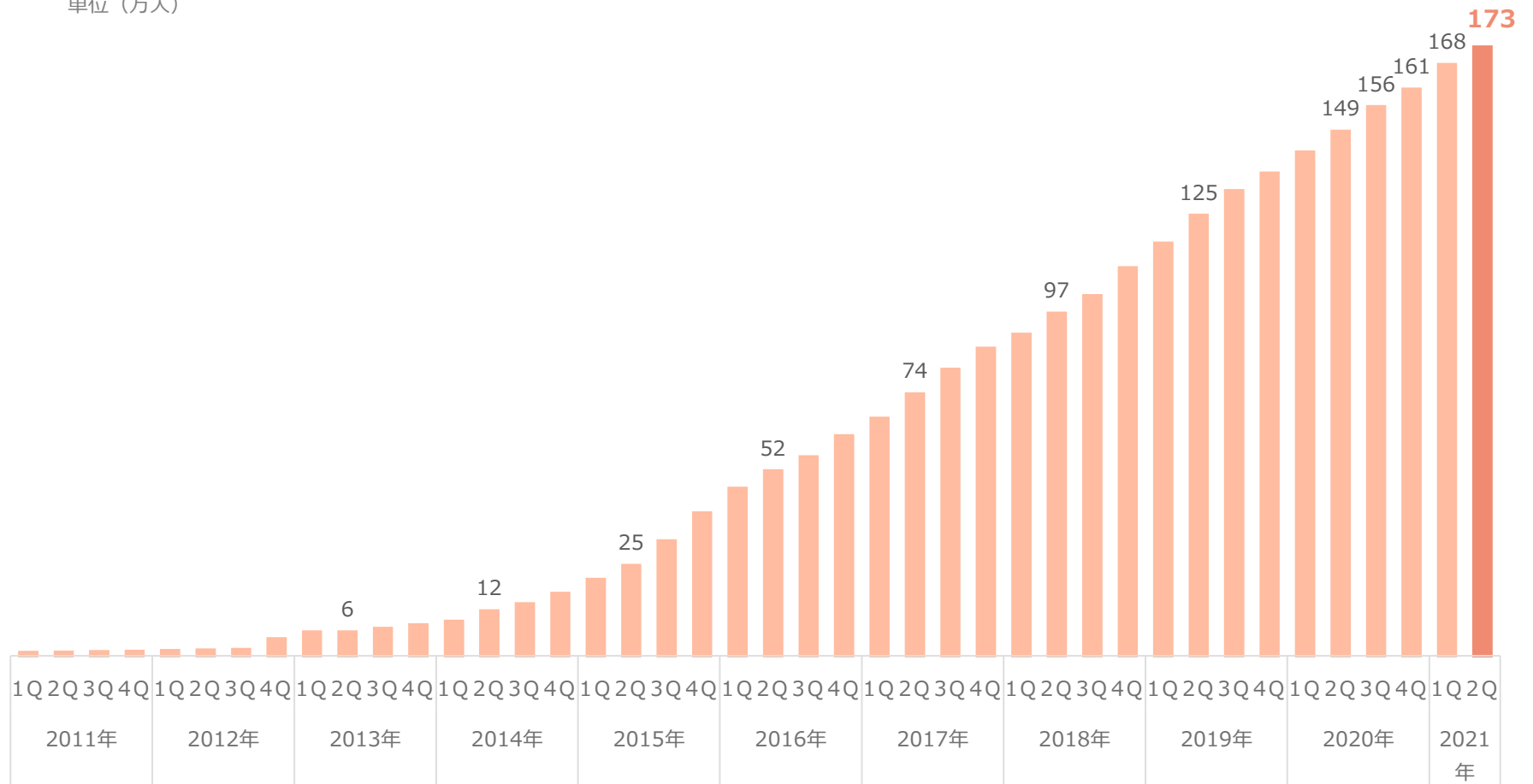


# 2021年12月期第2四半期実績 サービス別業績 gifteeサービス ～会員数 四半期末数推移～



gifteeサービスの会員数は前年同期比+16.1%、前四半期比+3.0%の173万人と、順調に推移。

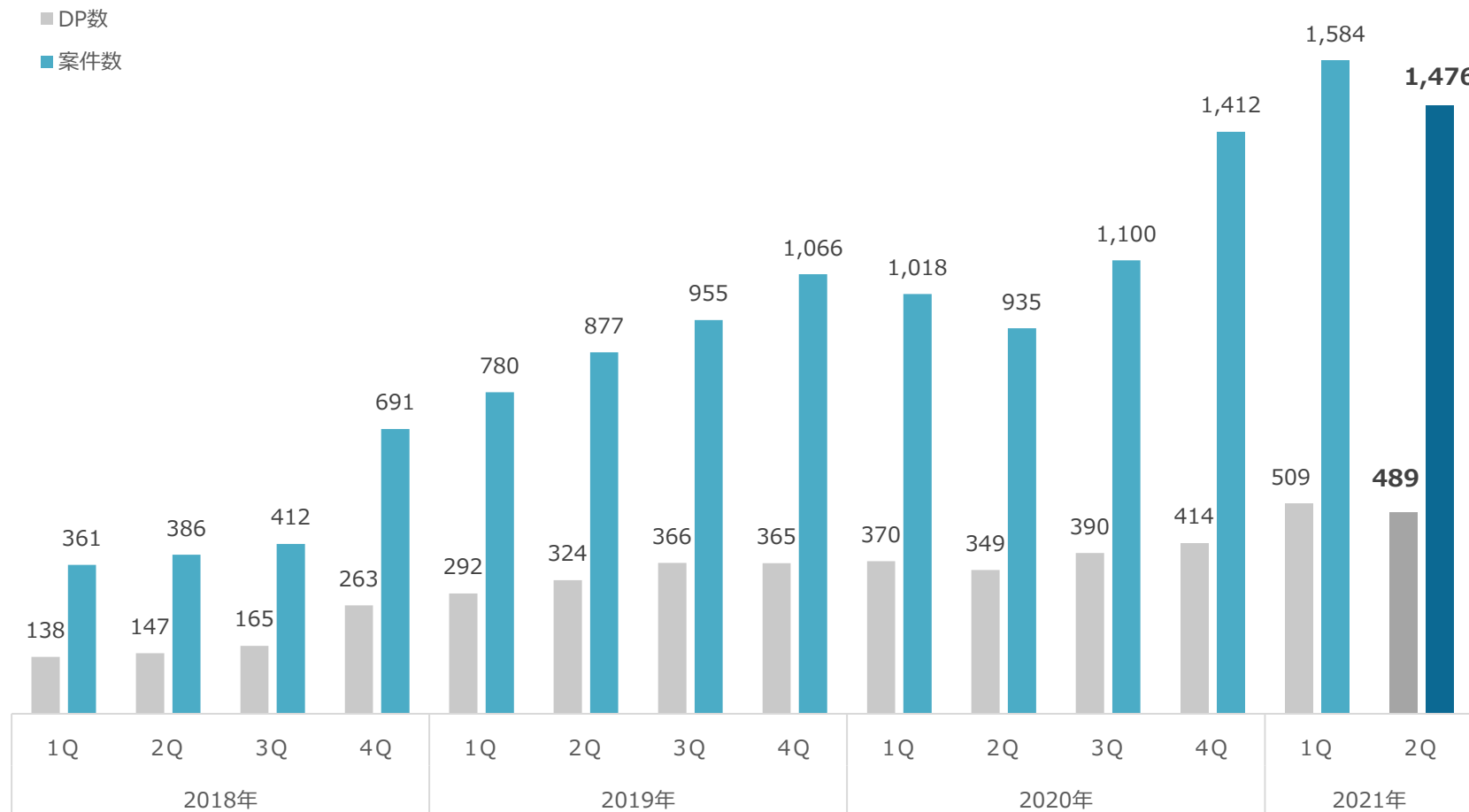
単位 (万人)



# 2021年12月期第2四半期実績 サービス別業績 giftee for Businessサービス ～eギフト利用企業(DP)数等推移～



新規および既存eギフト利用企業(DP)の利用も進み、DP数は前年同期比+40.1%。案件数は前年同期比+57.9%とともに**四半期最高値であった第1四半期に次ぐ高水準。**



※DP数は各四半期のユニーク利用企業数。

©2021 giftee Inc. all rights reserved

- マーケティングオートメーションツール「Adobe Marketo Engage」とシステム連携  
eギフトを活用したWebキャンペーン機能の本格提供を開始。  
情報取得・コンバージョン促進のインセンティブとしてeギフトが活用可能に。

**Adobe Experience Cloud** × **giftee\***  
for Business



活用事例

資料請求

アンケート

ウェビナー / オンラインイベント

予約特典

契約成約

見積もり

メルマガ登録

web会員登録

アプリインストール

初回アプリログイン

商品購入

100ブランド以上、500種類以上のラインナップの中から、受け取ったユーザー自身が好きな商品を選択することができるデジタルギフト。

複雑化・多様化する顧客ニーズに対応し、より顧客満足度の高い法人キャンペーンを実現。

## giftee\* Box

①URLにアクセス



②giftee Boxを表示



③好きな商品を選択



### ギフトラインナップ

コンビニ

カフェ

その他飲食・小売

デリバリー

ドラッグ・コスメ

エンタメ

リラクゼーション

キャッシュレスペイ・ポイント

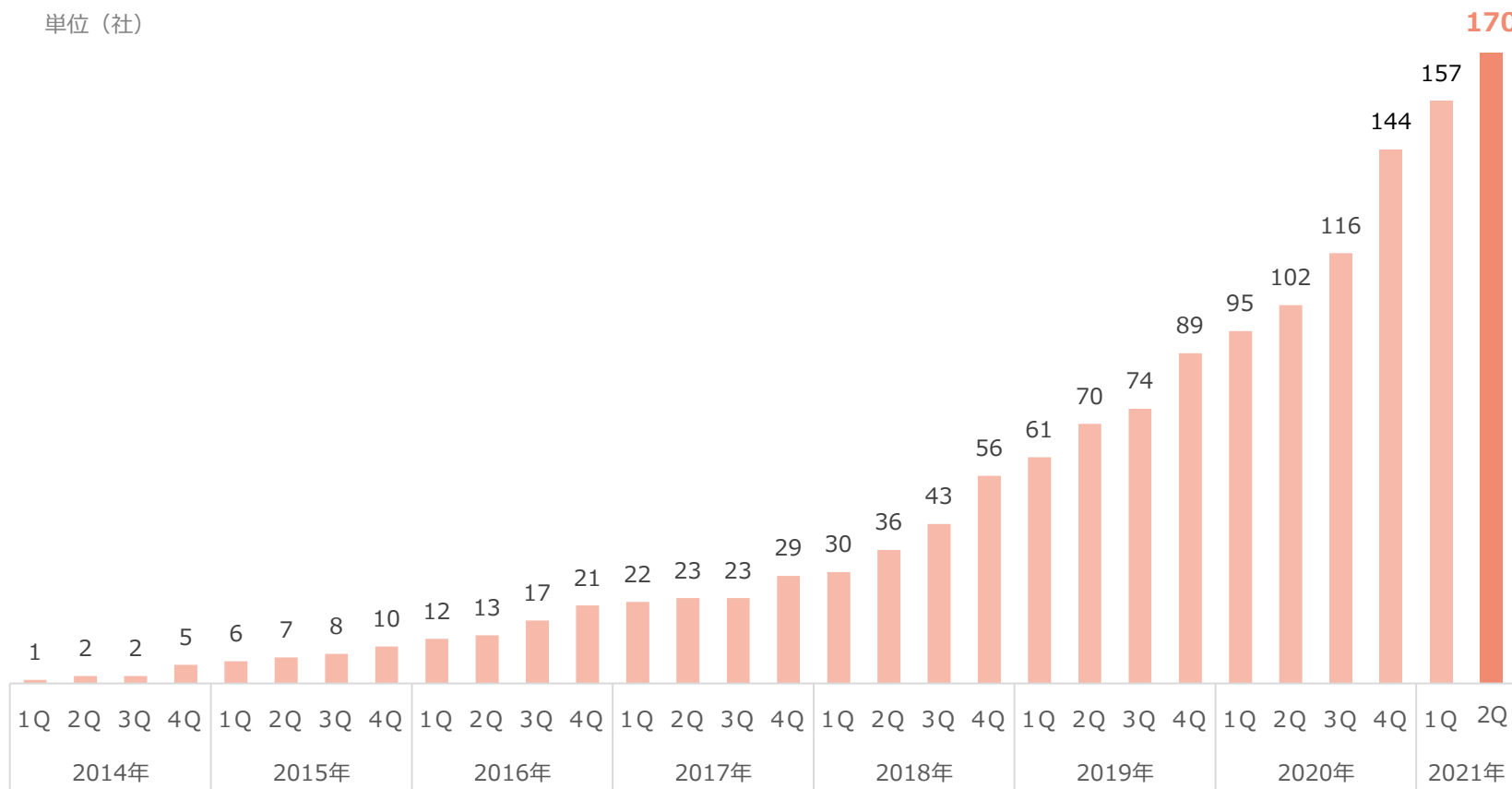
等

# 2021年12月期第2四半期実績 サービス別業績 eGift System サービス ～eギフト発行企業(CP)数 四半期末数推移～



eGift Systemサービスのeギフト発行企業(CP)は、前年同期比+68社、前四半期比+13社の169社となる。

単位 (社)



※ギフトおよびギフトマレーシアのCP数

第2四半期も新たな業態へのサービス導入が進む。

株式会社第一興商 様  
全国459店舗以上



カラオケ業界初の導入

株式会社カクヤス 様  
カクヤス直営ECサイトで利用可能



酒類量販チェーン初の導入

※画像は券面イメージ、店舗数は5月末現在。



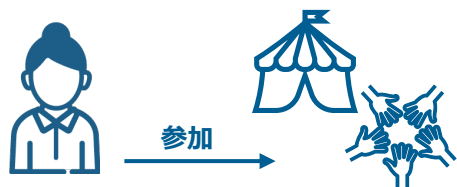
導入済みの電子地域商品券と電子スタンプの再活用施策を継続展開。

### ■ あわくらポイントサービス事業（岡山県英田郡西粟倉村）

自治体ポイントを同自治体内で消費可能な「電子ギフト券」に交換する地域経済還流型の自治体ポイント事業を実現。

#### システム提供範囲

①自治体活動に参加して  
ポイントを貯める



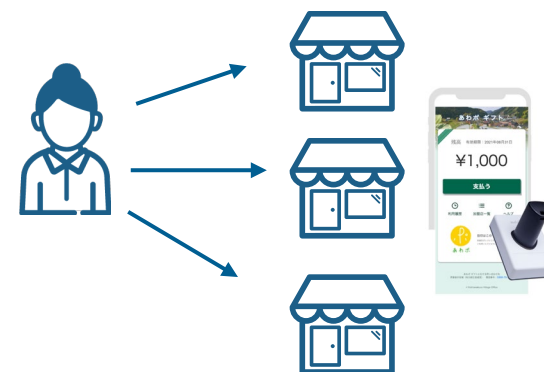
- 自治体主催のイベント
- ボランティア活動
- 行政手続き

②ポイントを  
ギフト券に交換



※プラスチックカードの場合は自治体窓口  
で紙のギフト券に交換

③交換したギフト券は  
自治体内で使用可能



← 導入済みスタンプを再活用 →

緊急事態宣言により一部案件が導入・実施開始が先送りとなるが、引き合いは増加の傾向は継続。

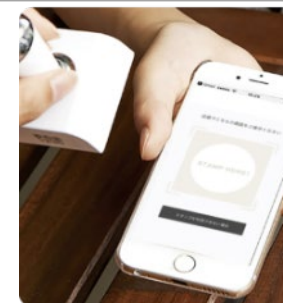
## ■ 初回案件

- 2021年6月 岡山県西粟倉村の自治体ポイントを運用するための電子基盤システムを提供
- 2021年4月 岡山県西粟倉村民全員に配布される地域商品券の決済電子化
- 2021年1月 秋田県内の周遊促進企画「モバイルスタンプラリー」
- 2020年12月 群馬県内「駅から観タクン」の電子化（JR東日本MaaS実証実験）
- 2020年11月 八王子市プレミアム付商品券事業
- 2020年11月 沖縄県南城市・うるま市観光型MaaS実証実験
- 2020年10月 Go To Eatキャンペーンおきなわの電子食事券
- 2020年10月 秋田県プレミアム飲食券のバリアブル型電子商品券へのリニューアル
- 2020年10月 瀬戸内市プレミアム付電子旅行商品券発行事業
- 2020年10月 「Go To トラベル」地域共通電子クーポンの発行・受取管理システム



## ■ 継続案件

- しまとく通貨（長崎県内関係離島市町で共通で利用できるプレミアム付き商品券）
- 「しまぽ通貨」（継続（4年連続））
- 北海道猿払村e街ギフト（旅先納税）
- 沖縄銀行「おきなわe街ギフト」



<電子スタンプ利用イメージ>

# 2021年12月期第2四半期実績 サービス別業績 海外子会社の状況

現地法人ギフトマレーシア社を核に、ASEANの展開を拡大。2021年7月からはベトナムへ進出。



## ■ ベトナム

- ベトナム内資企業MEKONG COMMUNICATIONS との合弁会社「Giftee Mekong」を設立
- MEKONG COMMUNICATIONSのネットワークを活用
- Starbucks Coffee、セブン-イレブン、K-mart、Gong cha等の飲食小売をはじめとする70ブランドと契約し、法人向けeギフトの提供を開始。

## ■ マレーシア

eギフト発行企業  
(CP) 17ブランド

eギフト利用企業  
(DP) 99社

Starbucks Malaysia  
FamilyMart Malaysia  
Baskin-Robbins  
Secret Recipe  
San Francisco Coffee  
Llaollao  
Hokkaido Baked Cheese  
Tart  
Grab  
Touch 'n Go  
Sushi King  
Tealive  
Big Apple Donuts & Coffee  
etc.

UOB  
Grab  
TDCX  
Dell  
Colgate  
Petronas  
Samsung  
Manulife  
Berjaya sompo  
Taylor's University  
etc.

プライム市場適合の判定結果を受け、9月以降プライム市場の選択申請予定。  
より高いガバナンス水準が求められるプライム市場において、さらなるコーポレート・ガバナンス体制の強化を含め、ESGの取り組みを推進する。

### プライム市場コンセプト

多くの機関投資家の投資対象になりうる規模の時価総額（流動性）を持ち、より高いガバナンス水準を備え、投資者との建設的な対話を中心に据えて持続的な成長と中長期的な企業価値の向上にコミットする企業向けの市場（出典）東京証券取引所

### コーポレート・ガバナンス

企業の健全性、透明性、長期的かつ安定的な株主価値の向上

#### 環境への取り組み

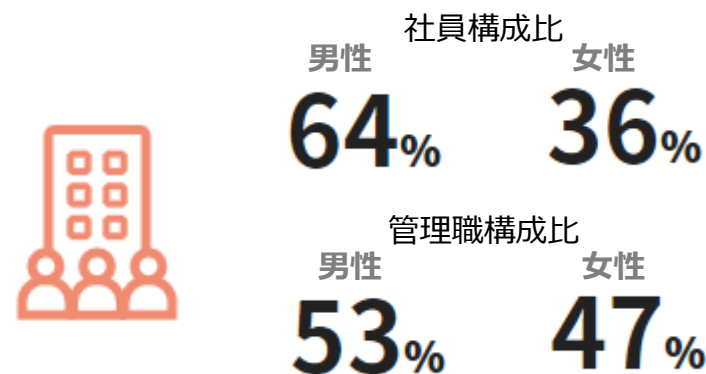
事業活動を通じた気候変動への貢献

eギフトの利用促進によるギフトの配送・梱包材使用に関わるCO2の削減



#### 社会への取り組み

ダイバーシティへの取り組み



## Ⅱ．成長戦略および2021年12月期業績予想 (2020年12月期通期決算説明資料より再掲)

## 成長戦略

- 引き続き成長戦略としてeギフトプラットフォームの拡大と地理的な横展開を図る。
- ソウ・エクスペリエンスの完全子会社化を実施。CPの多様化、DPへの商品提案・施策支援の幅を広げることによるeギフトプラットフォームの価値向上を目指す。
- ウイズ・アフターコロナ時代のDX化の流れを追い風とし、**カジュアルギフト市場約6兆円**の早期デジタル化を推し進める。
- 加えて、事業活動を通じた社会課題の解決、社会の持続的発展や安心・安全で豊かな地域社会の実現に貢献する。

## 2021年12月期業績予想

- 流通額は約**50%**成長、売上高は約**40%**成長を目指す。
- 費用は、人件費・採用費、広告宣伝費の増加に加え、完全子会社化によるのれん償却費約1.4億円、株式報酬費用約1.4億円を見込む。
- 利益は、ソウ・エクスペリエンスの完全子会社化によるのれんの影響を除くEBITDAベースで前期比約**30%増**の**15億円**を目指す。

eギフトの発券から流通まで、一気通貫で提供するプラットフォームを構築  
CP、DP、個人利用者が相互に作用しながら拡大する循環型ビジネスモデル

### eギフトプラットフォーム

豊富かつ魅力的なコンテンツを武器に  
ディストリビューションを強化

発券 eギフト発行企業 (CP)

③ eGift System  
飲食/流通/小売/サービス

デジタル商品

CP数  
144社

流通額：100億円

流通 eギフト利用企業 (DP)

個人向け ① giftee\*  
STARBUCKS baskinBRRobbins サラワシアイスクリーム 等

法人向け ② giftee\* for Business  
保険 インターネット カード 銀行証券 自動車

会員数  
161万人

DP数  
724社

ディストリビューションを武器に  
コンテンツを開拓・強化

\* DP数は2020年12月期通期のユニーク利用企業数。

### eギフトプラットフォームの拡大

- eギフト発行企業（CP）数の拡充
- eギフト利用企業（DP）数と流通額の拡大
- 新規サービスの開発・展開

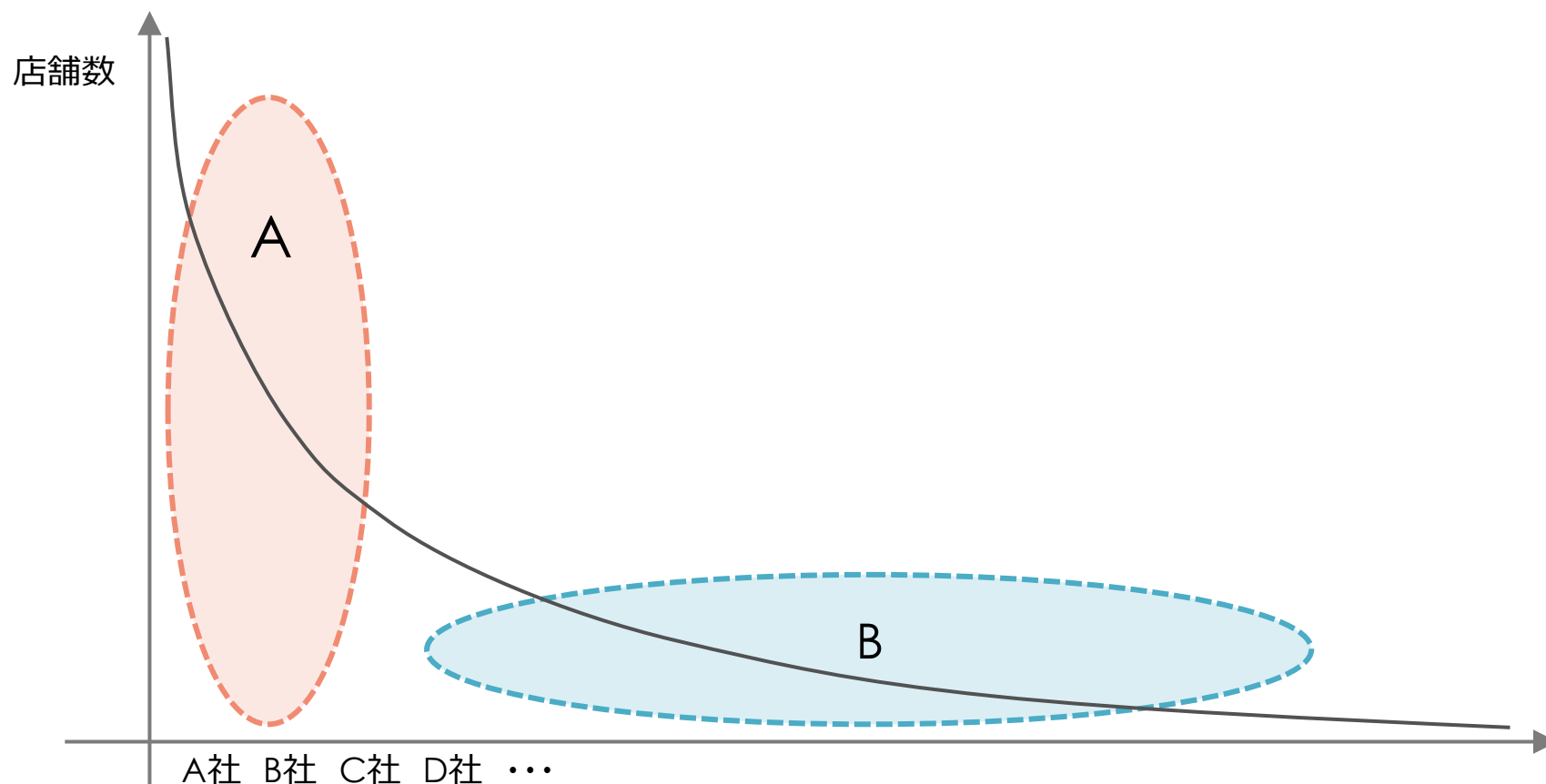


### 地理的な横展開

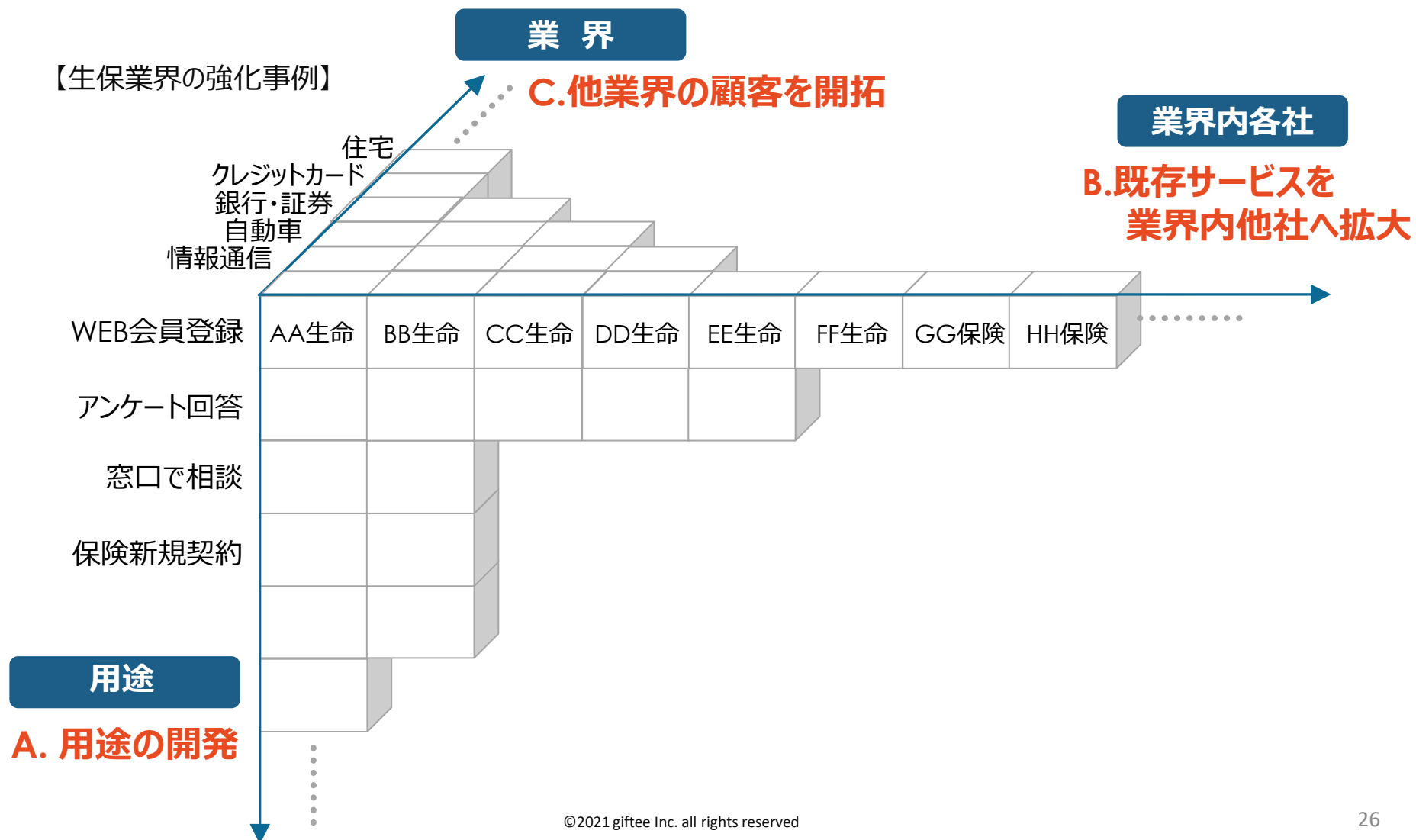
- ギフティマレーシア社の設立
- ASEAN展開



- A) 全国に出店し、数百円からの魅力的な商材を持つeギフト発行企業（CP）、  
B) 一定規模の店舗展開、地域特性等のある魅力的な商材を持つeギフト発行企業（CP）  
の2軸へアプローチしていく。

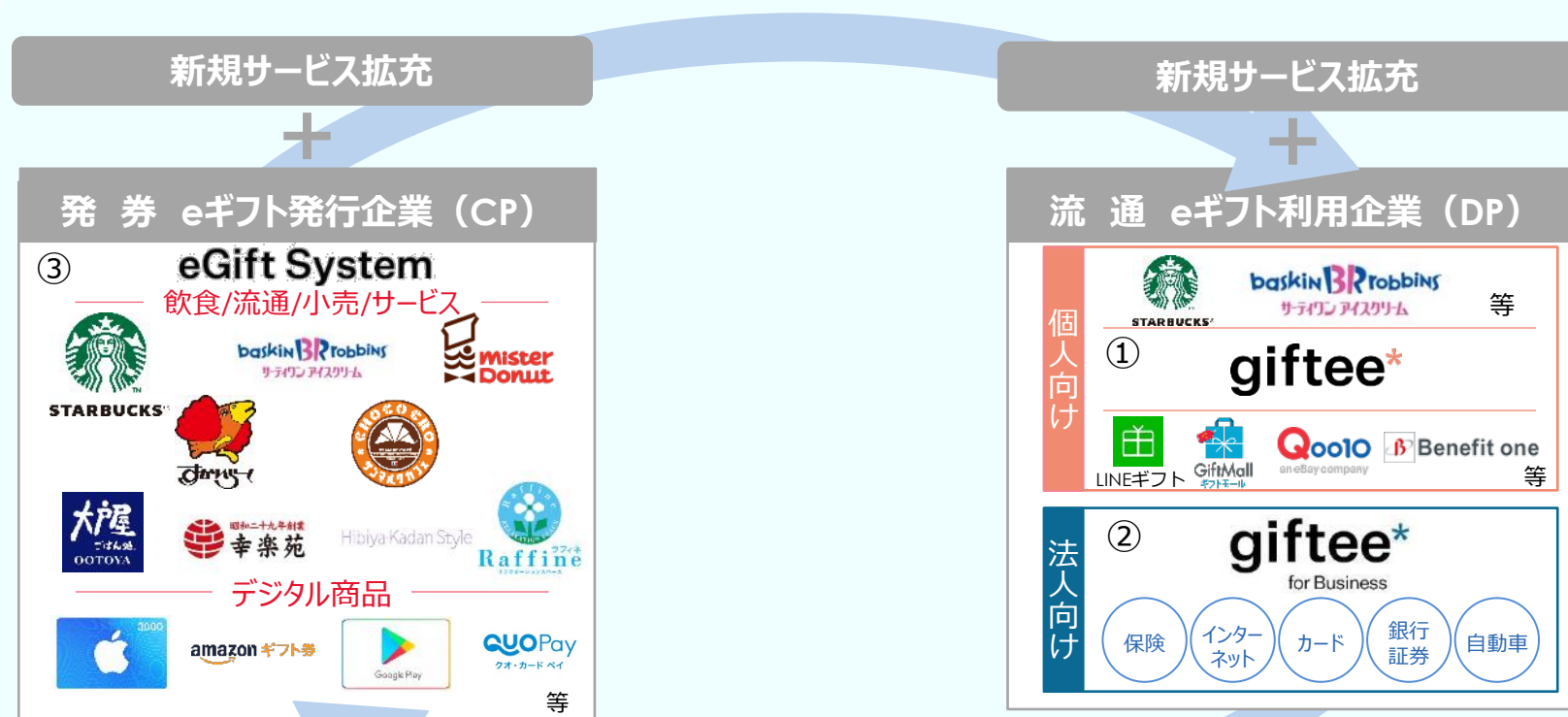


A.企業側の利用用途の開発、B.業界内各社への展開 C.他業界の開拓の3軸でビジネスを拡大。



eギフトプラットフォームサービスの利用者に対して新規サービスを提供することで、プラットフォームの利用価値を高めるとともに、収益の多様化を図る。

そのための人員増員及び戦略的M&Aも実施していく方針。



eギフト発行によるギフト需要の創出（新規顧客の獲得）から再来店喚起（継続顧客の獲得）へ

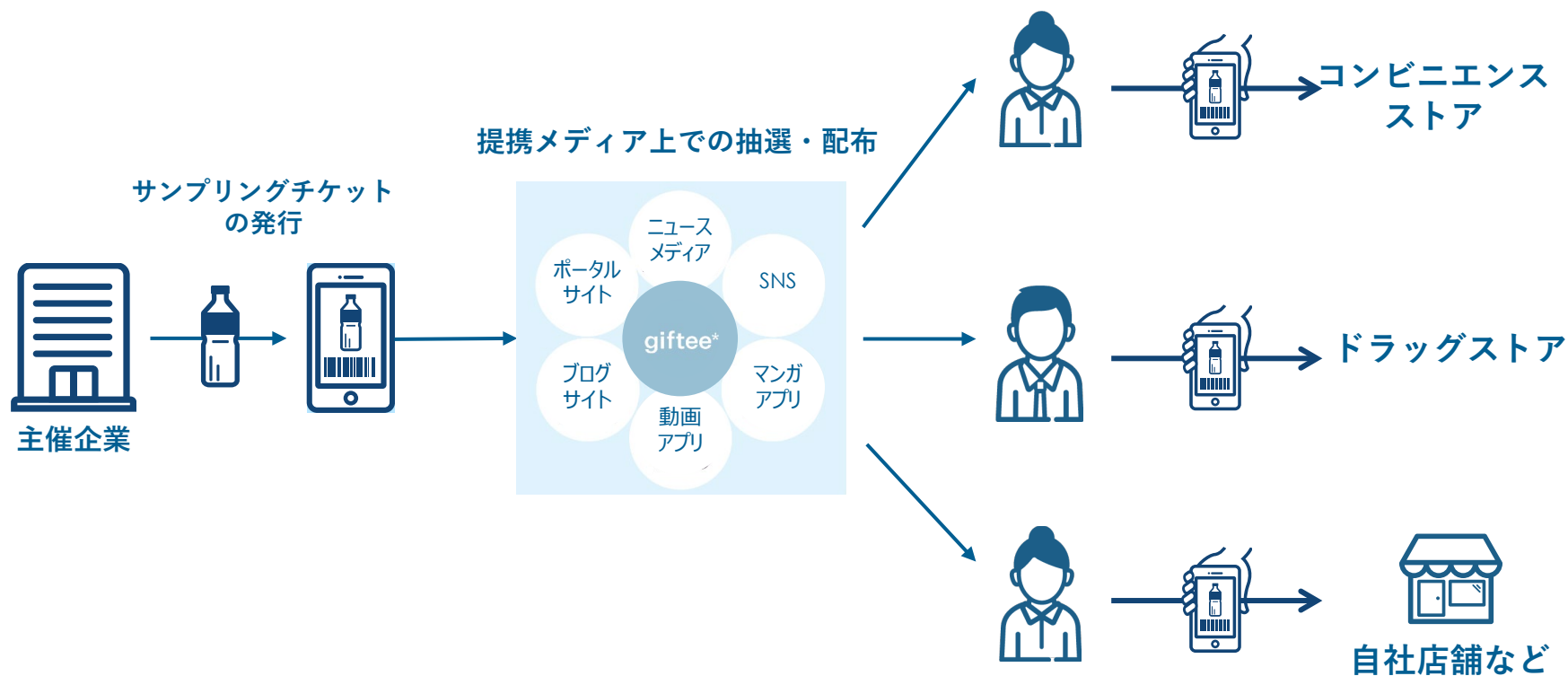


「Plus Pass」：各ブランドが発行する回数券・定期券・サブスクリプションプランを個人向けに販売する専用サイト

ドラッグストアでのeギフトシステムの導入により、多様な商品のサンプリングが可能に。

①オンライン上でサンプリングチケットを配布

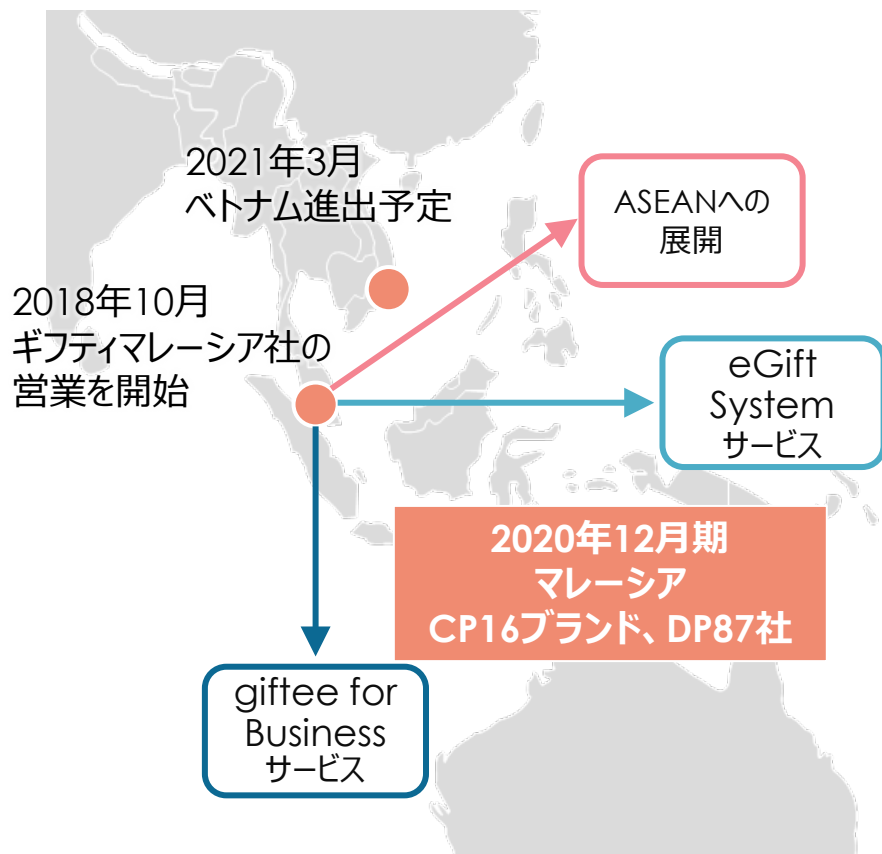
②店頭で受け取り



# 成長戦略 地理的な横展開


現地法人ギフトマレーシア社を核に、ASEANの展開を拡大。  
2021年3月にはベトナムへの進出を予定。

2020年12月期実績




eギフト発行企業 (CP) 16ブランド	eギフト利用企業 (DP) 87社
Starbucks Malaysia FamilyMart Baskin-Robbins Secret Recipe San Francisco Coffee Llaollao Hokkaido Baked Cheese Tart Grab Touch 'n Go Sushi King Tealive Big Apple Donuts & Coffee etc.	UOB Hong Leong Bank Maybank PETRONAS Kellogg's SEAGATE Colgate etc.

2021年2月12日付でソウ・エクスペリエンス株式会社の完全子会社化について公表。

対象会社	 ソウ・エクスペリエンス株式会社
事業概要	体験ギフトを主軸としたギフト商品の企画・販売
目的	<ul style="list-style-type: none"><li>- 体験ギフトコンテンツ(CP)の獲得によるCPの多様化</li><li>- DPへの商品提案・施策支援の幅を広げ、新規ニーズの獲得</li></ul>
スキーム	株式譲渡および株式交換による100%子会社化
クロージング 予定日	2021年3月12日

ソウ・エクスペリエンス社は体験ギフト領域のリーディングカンパニーであり、企画製作力を強みとして、“体験”にフォーカスしたギフトを中心に、オリジナルのカタログギフトを企画・販売。

## 会社概要

会社名	 ソウ・エクスペリエンス株式会社
事業概要	体験ギフトの企画・販売
設立	2005年5月
代表者	西村 琢
資本金	6,803万円
従業員数	40名

## 取扱商品例

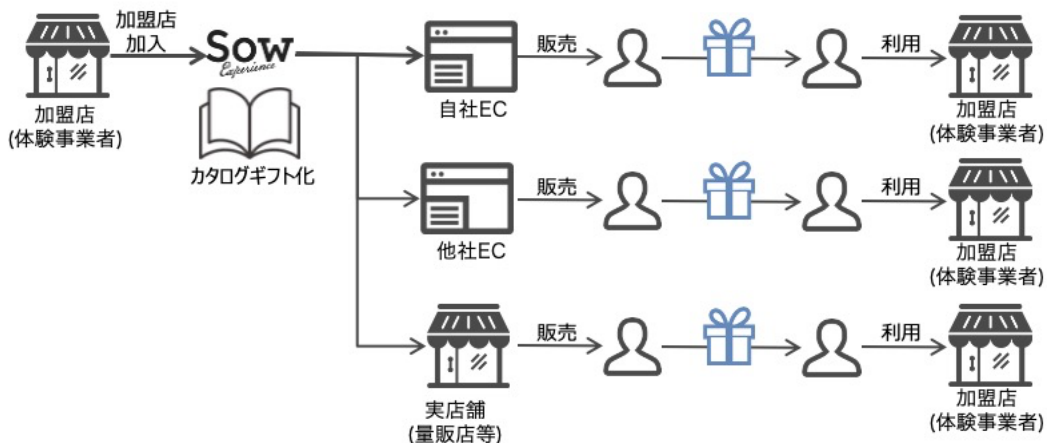
厳選した体験を、テーマに沿ってオリジナルのカタログギフトとして企画・販売。  
3,000円台から100,000円台まで幅広い商品をラインアップ。  
企画製作力を強みとし、法人とタイアップしたオリジナルカタログなども製作。





様々な領域の体験事業者と加盟店契約を結び、テーマに沿ったオリジナルのカタログギフトとして企画・製本し、オンライン/オフラインにて販売。

## ビジネスモデル



## ソウ・エクスペリエンス社取扱い体験例

<p><b>ビューティー・リラックス</b> スパ・エステ、メイクレッスン、ネイル、ボディケア、パウエルケア、スパ・エステ、メイクレッスン、ネイル、ボディケア etc.</p>	<p><b>グルメ・レストラン</b> レストラン、ワイン、カフェ、ワインバー、バーガー、オーダーケーキ、アフタヌーンティー</p>	<p><b>アウトドア</b> 農業、パラグライダー、ウェイクボード、カヌー・カヤック、スキー、マウンテンバイク、ラフティング、キャニオニング etc.</p>
<p><b>観光・宿泊</b> 人力車、スカイバス、サファリパーク、ホテルステイ、古民家、スカイダック、市場見学、酒蔵見学、貸別荘、ワイナリー etc.</p>	<p><b>ファッション</b> ファッションコーディネート、服飾品メンテナンス、オーダーメイド</p>	<p><b>ミュージック</b> ギター、ボイス・ボーカルレッスン、ピアノ、琵琶、箏・琴、フルート、三味線、作詞作曲、パーカッション、オカリナ</p>
<p><b>クッキング</b> 菓子作り、中国茶、料理教室、そば打ち、豆腐作り、紅茶、コーヒー、点心作り、練り物作りetc.</p>	<p><b>手作り</b> フラワーレッスン、アートクレイシルバー、陶芸、盆栽・苔玉、ガラス工芸、靴作り、浴槽、シュガークラフト、レザークラフト、織物、木工、鑄造etc.</p>	<p><b>ジャパン</b> 茶道、伝統工芸品作り、いけばな、書道、着物レンタル、どじょうすくい、舞妓、和太鼓、忍者、着付け、武士</p>

# 成長戦略\_ソウ・エクスペリエンス株式会社の完全子会社化 eギフトプラットフォームの価値向上

ソウエクスペリエンスの完全子会社化により、CPの多様化/増加、DPへの商品提案・施策支援の幅を広げ、eギフトプラットフォームの価値向上を目指す。



ソウエクスペリエンスの体験ギフトの  
ラインアップ拡充によりCPの多様化を実現

高価格帯ギフトのニーズを獲得

# 成長戦略\_ソウ・エクスペリエンス株式会社の完全子会社化 eギフトプラットフォームの価値向上

giftee\*

得意な領域が異なる両社で補完関係を作り、事業連携を図ることでギフト領域を広げていく方針。  
欧州における体験ギフト最大手のSmartBox社は流通額約600億円程度を誇り、日本における開拓余地も大きいと想定。



# 成長戦略\_ソウ・エクスペリエンス株式会社の完全子会社化 完全子会社化による影響

ソウ・エクスペリエンスの完全子会社化による財務的影響は下記の通り。

株式取得価額（キャッシュアウト）	1,478百万円 ※借入にて充当
株式交換により交付する当社株式	134,502株 (希薄化率0.50%)
ソウ・エクスペリエンス役職員へ付与される 当社ストックオプション（想定）	57,200株分 (希薄化率0.21%)
2021年12月期業績への影響	
売上高	503百万円
営業利益	△ 9 百万円
のれん償却費	139百万円 ※4月以降の9か月分を連結予定。のれん総額 1855百万円、10年償却想定での試算。

(注) のれん等の計上については、現段階における当社の試算上の金額のため、会計監査人と協議の結果、変更になる可能性があります。

# 2021年12月期業績予想 2021年12月期業績予想概要

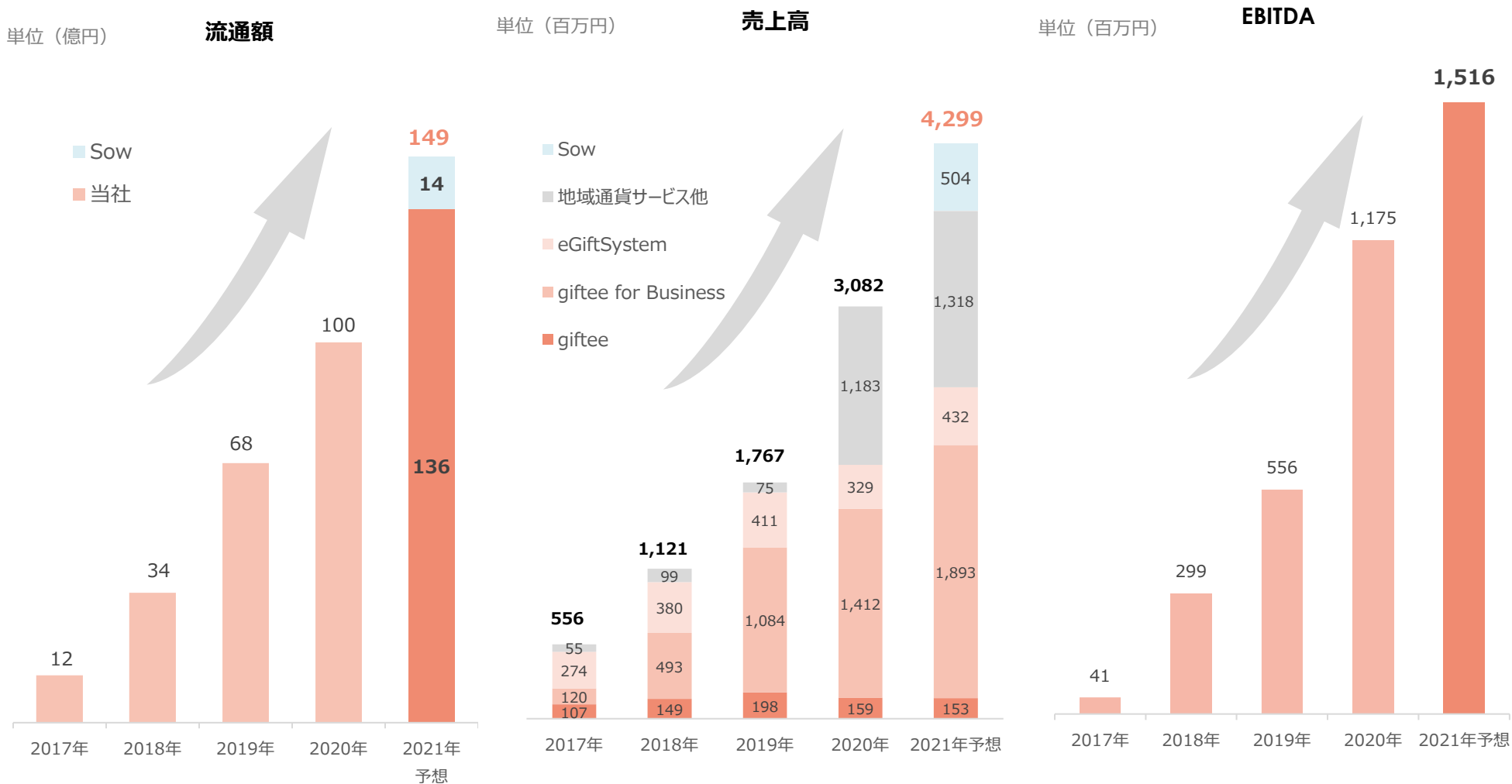
流通額は前期比49.0%増の149億円、売上高は+39.5%の42億円。  
EBITDAで+29.0 %の15億円を目指す。

単位 (百万円)	2021年12月期 (2021年1月~12月)		
	業績予想	2020年12月期 通期実績	増減率
売上高	<b>4,299</b>	3,082	39.5%
売上総利益	<b>3,707</b>	2,612	41.9%
EBITDA	<b>1,516</b>	1,175	29.0%
EBITDAマージン	<b>35.3%</b>	38.1%	△2.9pt
営業利益	<b>1,108</b>	1,106	0.1%
営業利益率	<b>25.8%</b>	35.9%	△10.1pt
経常利益	<b>1,101</b>	1,103	△0.3%
当期純利益	<b>713</b>	752	△5.3%
流通額(億円)	<b>149</b>	100	49.0%

EBITDA: 営業利益+のれん償却費+減価償却費+株式報酬費用。

# 2021年12月期業績予想 2021年12月期流通額・売上予想

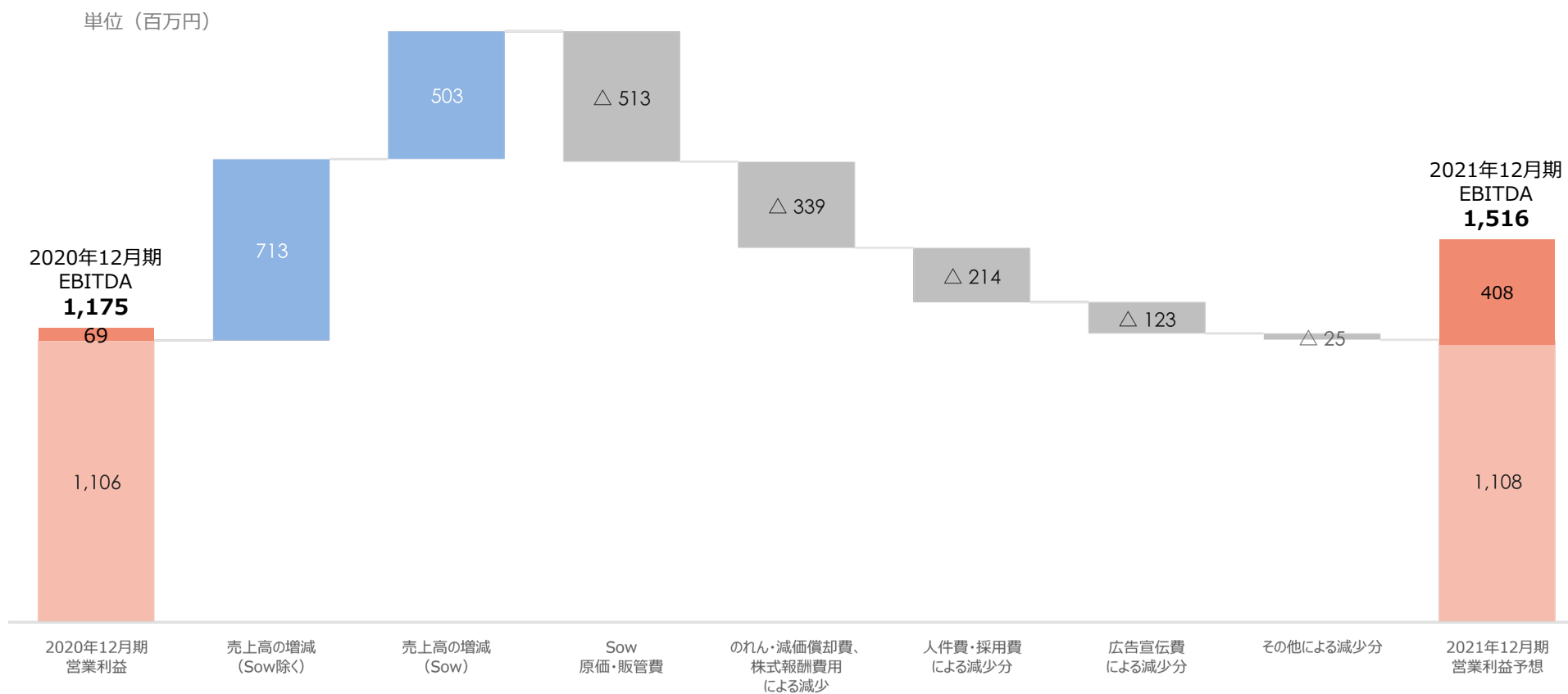
流通額は約50%、売上高約40%、EBITDA約30%の成長を見込む。



# 2021年12月期業績予想

## 2021年12月期EBITDA 変動要因

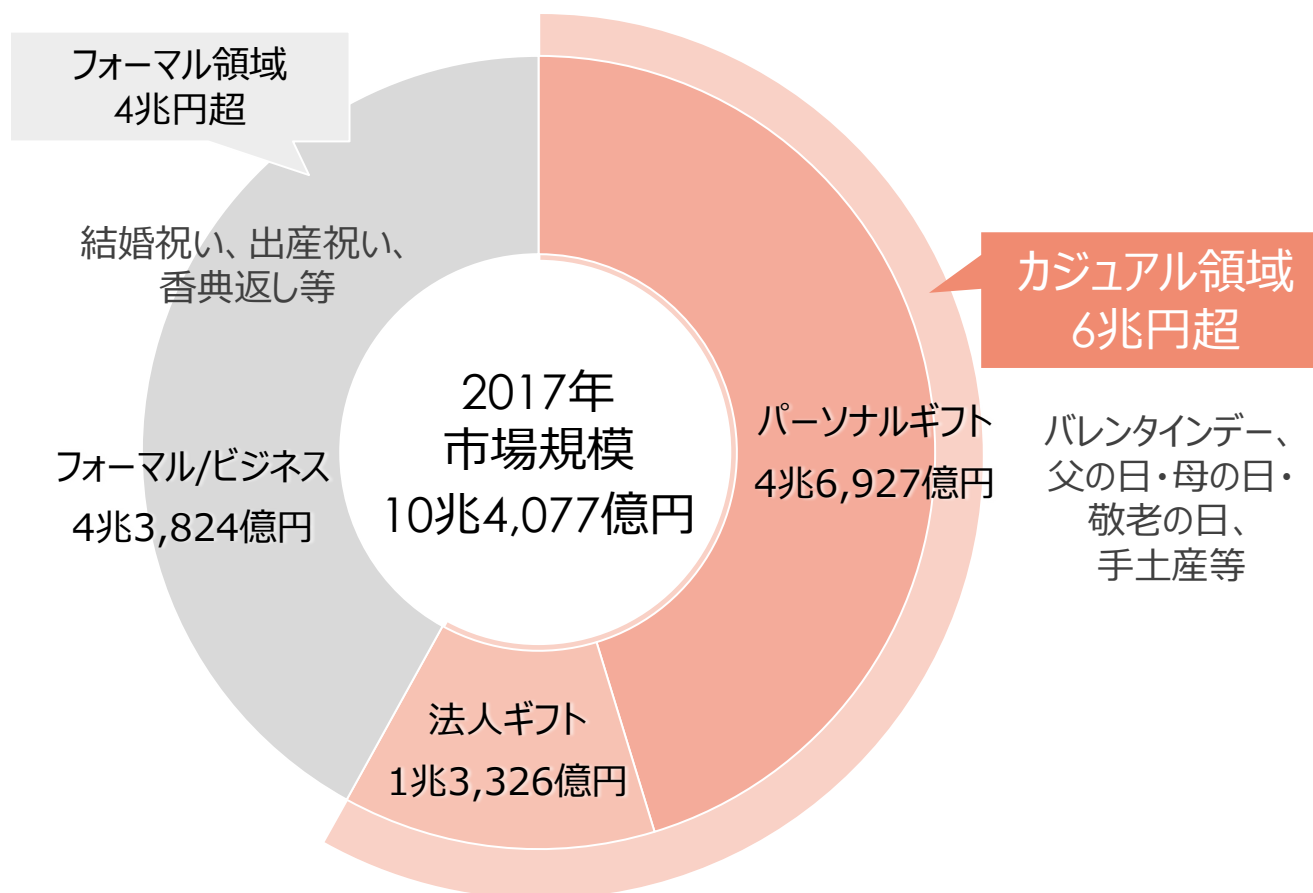
2021年12月期のEBITDAは売上高の12億円増加に対し、人件費・採用費、広告宣伝費による減少を見込むことにより前期比+29.0%の15億円となる見通し。



ギフト市場

初期ターゲットとするカジュアル領域は、個人法人合わせて6兆円超。

ギフト市場構成





当社が提供する各機能ごとに様々な競合が存在するが、一気通貫でのサービス提供はほぼされていない。バリューチェーンの両側の**競合企業がパートナー**となるのが特徴。

当社バリューチェーン

	生成	流通	販売(toB)	販売(toC)
<b>主な競合</b>	A社 E社 F社 自社生成(SI等)	B社 C社 自社API接続	A社 B社 C社 大手インターネット通販 ギフト券 D社	A社 G社 H社 大手インターネット通販 ギフト券 D社
<b>協業の方向性</b>	eギフトの仕入	—	—	eギフトの流通
<b>代替商品</b>	—	—	紙/PETカードの金券	紙/PETカードの金券

当社は、事業活動を通じて社会課題の解決を図るとともに、社会の持続的発展や安心・安全で豊かな地域社会の実現に貢献していくことを目指します。

## ■ 2021年2月12日、ホームページ内にサステナビリティのページを新設

Vision

eギフトを軸として、人、企業、街の間に、さまざまな縁を育むサービスを提供する

Mission

キモチの循環を促進することで、よりよい関係でつながった社会をつくる

### 環境への取り組み

テーマ

事業活動を通じた気候変動への貢献

貢献するSDGs目標



### 社会への取り組み

テーマ

よりよい関係でつながる社会への貢献

貢献するSDGs目標



### コーポレート・ガバナンス

全てのステークホルダーの尊重

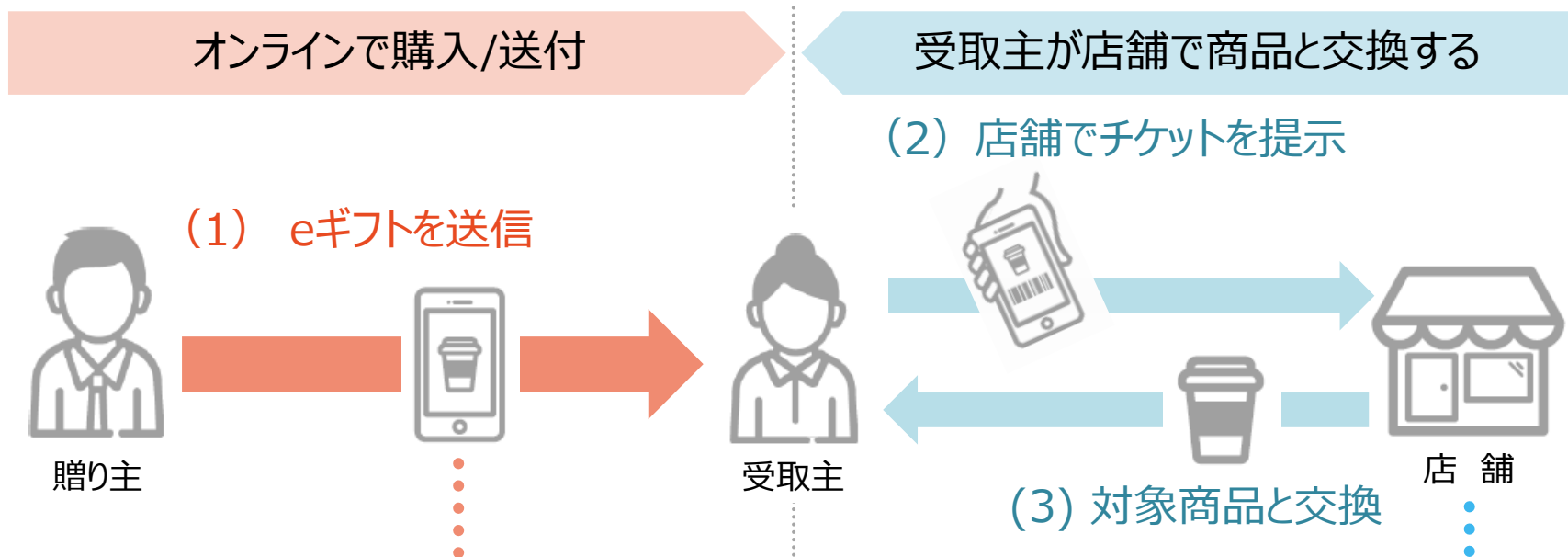
企業の健全性、透明性、長期的かつ安定的な株主価値の向上

# Ⅲ. 事業とサービスの概要

(2020年12月期通期決算説明資料より再掲)

# eギフトとは

「eギフト」とは、飲食・小売店舗等において、商品やサービスと交換することができる電子チケットです。



メールやSNSで簡単送信

近くの店舗で交換

STARBUCKS®

baskin BR Robbings

サンフランシスコ

mister Donut

大塚

ごほん路 OTOVA

GODIVA

Raffine

Hioby-Kadan Style

等

# eギフトとは ラインナップ

50円から選べる200種類以上のラインナップ

100円のコーヒー、ギフト券、カタログギフト、数万円の旅行券ほか、多数。

## コンビニ商品



コーヒー  
100円



ロールケーキ  
150円



ソフトクリーム  
220円



エナジードリンク  
205円

## その他店舗系



ドリンクチケット (500...  
Starbucks Coffee Japan  
¥500



レギュラーシングルギフト...  
サーティワン アイスクリーム  
¥390 (税込)



ギフトチケット (200円)  
ミスタードーナツ  
¥200



すかいらーくご優待券  
¥1,000  
すかいらーくご優待券 (...  
すかいらーく  
¥1,000

## デジタル系



App Store & iTunes  
ギフトカード  
(デジタルコード)  
120円~1万円



Amazonギフト券  
50円分~10万円分



ギフトプレモ  
100円~



QUOカードPay  
200円分~

Amazonおよびそのロゴは、Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。

## eギフトとは 特徴

eギフトはユニークなURLで発行。

受け取りにアプリのダウンロードや会員登録の必要はなく、すぐにギフトの交換が可能。

受取手は、送られたeギフトのチケットを店舗で提示し、

ギフトと交換利用されたチケットは「消込」という処理をすることで利用済みとなる。

- ✓ eGiftのURLをメールやSNSで送るだけで完結！
- ✓ リアルタイムに「消込」することで、不正利用を防止



「eギフトプラットフォーム事業」として、4つのサービスを展開

### ① gifteeサービス **個人向け**

「ありがとう」「おめでとう」「おつかれさま」などのキモチにギフトを添えて、メールやLINE、Twitterなどを介し、直接会えない相手や、住所を知らない相手にも気軽に贈ることができるサービス。

**【会員数】 161** 万人

### ② giftee for Businessサービス **法人向け**

法人が実施する各種キャンペーンの景品や謝礼として、コンビニの商品やコーヒー等のギフトをこれまでの郵送等の手段に代えて、LINEやメールで簡単に贈れるサービス。

**【DP数】 724** 社  
DP：ディストリビューションパートナー

### ③ eGift Systemサービス **小売店向け**

eGift Systemは、店頭での引換えが可能なeGiftの生成、および生成したeGiftを自社サイト上で販売するためのシステムで、主に飲食店・小売店へ提供。

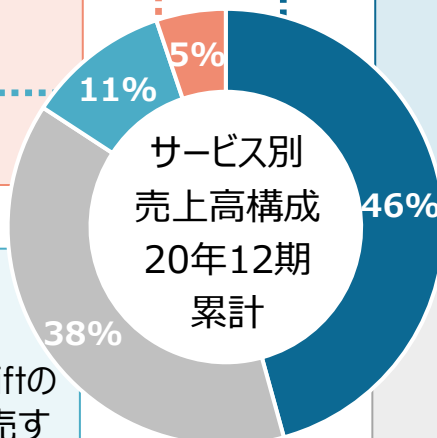
**【事例】** スターバックス コーヒー、ローソン、ミスタードーナツ 等

**【CP数】 144** 社  
CP：コンテンツパートナー

### ④ 地域通貨サービス **行政・自治体・地銀向け**

紙発行の観光通貨等の電子化、ふるさと納税のeギフト化、電子モビリティチケットによるキャッシュレス化等のソリューションを提供。

**【事例】** Go Toトラベル電子クーポン  
Go To Eat電子クーポン（沖縄）  
しまとく通貨（長崎県離島市町）  
しまぼ通貨（東京都島しょ地域）  
e街ギフト、旅先納税システム（瀬戸内市等）



発券から流通まで一気通貫で提供する、eギフトのプラットフォームを構築

## eギフトプラットフォーム

発券

CP/Contents Partner  
eギフト発行企業

流通

DP/Distribution Partner  
eギフト利用企業

飲食・流通・小売企業

### ③ eGift Systemサービス



### ④ 地域通貨サービス

個人向け

eギフト発行会社自社サイト



① gifteeサービス

giftee\*

提携企業



法人向け

② giftee for Businessサービス

giftee\*  
for Business





「カジュアルに」「気軽に」「スマートに」をコンセプトに、簡単にLINEやメールでギフトを送れるサービス

会員数161万人※のカジュアルギフトサービス

(1) ギフトを選択



ドリンクチケット (500円)  
Starbucks Coffee Japan  
¥500



レギュラーシングルギフト...  
サーティワン アイスクリーム  
¥390 (税込)



ギフトチケット (200円)  
ミスタードーナツ  
¥200

等

(2) ギフトカード作成

(3) 決済

(4) URLを送信

(5) 店舗で交換



決済方法を選ぶ

- ご登録済クレジットカード  
\*\*\*\*\*1111 (有効期限: 07/2019)
- 新規クレジットカードを利用する
- auかんたん決済
- ドコモ払い
- ソフトバンクまとめて支払い・ワイモバイルまとめ...
- JCB PREMO決済

ギフトカードの準備が出来ました

注文番号: 20150814551621160311

- LINEで贈る
- メールで贈る
- Facebookで贈る
- Twitterで贈る
- URLだけコピーする



近くの店舗で交換



にゃんたさんからのギフト

この同はありがとう!

キャンペーン等で自社のユーザーにギフトを付与するシーンで利用可能なサービス  
 低コスト、かつ効果の最大化を可能にする新たな販促市場を開拓

発券 (CP)

流通 (DP)

giftee\*  
for Business

保険

インターネット

カード

銀行  
証券

自動車  
等



参加者

多様な商品



URLで納品

	A
1	ギフトURL
2	http://giftee.co/rb/cuau;
3	http://giftee.co/rb/5vs86
4	http://giftee.co/rb/bnhse
5	http://giftee.co/rb/vb4fp
6	http://giftee.co/rb/zhdyl
7	http://giftee.co/rb/2pr4
8	http://giftee.co/rb/jdmsd
9	http://giftee.co/rb/st2ler
10	http://giftee.co/rb/o1kitf
11	http://giftee.co/rb/44sf9
12	http://giftee.co/rb/8mqz
13	http://giftee.co/rb/o6um
14	http://giftee.co/rb/zy5vc
15	http://giftee.co/rb/a2oh;
16	http://giftee.co/rb/q9uzc
17	http://giftee.co/rb/gucti;
18	http://giftee.co/rb/en6sii
19	http://giftee.co/rb/sw8di
20	http://giftee.co/rb/ne5is9
21	http://giftee.co/rb/ymru;
22	http://giftee.co/rb/wrjgn

資料請求・  
見積り謝礼

アンケート  
謝礼

Twitter  
キャンペーン

LINE  
キャンペーン

ポイント  
交換

来店促進  
キャンペーン

## giftee for Businessの付加サービス

eギフトを活用したキャンペーンのツールをgiftee for Business利用企業（D P）に安価で提供。



### Twitterインスタントウィン

フォロー&RTなどの条件に応じて、当選者にはその場で賞品をプレゼントすることが可能。



### LINEインスタントウィン

開発負担ゼロでLINE上でその場で賞品が当たるインスタントウィンキャンペーンを実現。



### 抽選eGift

URLの配信のみで当落結果がその場で分かり、当選者にはその場で賞品を付与するキャンペーンを実施可能。



### giftee for Business カードタイプ

デジタルギフトを印刷したカードタイプで納品。



### アンケート

アンケート回答後にその場で賞品をプレゼントします。アンケートツールから賞品まで一気通貫で提供可能。



### 来店認証システム

店舗やイベント会場に来店・来場した人へのみ、デジタルギフトを渡すことができるO2Oキャンペーンツール。

従来のインセンティブ配布に比べて、様々な効率化が図れるだけでなく、新たな施策の実施が可能

メリット1



キャンペーンのコスト削減

- ◆ 在庫管理が不要
- ◆ 配送費・人件費の削減が可能



低コストでキャンペーンを実施

メリット2

同じ予算内で当選者数を最大化

- ◆ 50円～の小額インセンティブを付与することができる
- ◆ 当選者数を増やし、参加モチベーションアップ



参加者数も最大化

メリット3

段階的プロモーションの実現

- ◆ コストと手間がかからないため、段階的に小額のインセンティブを付与することが可能

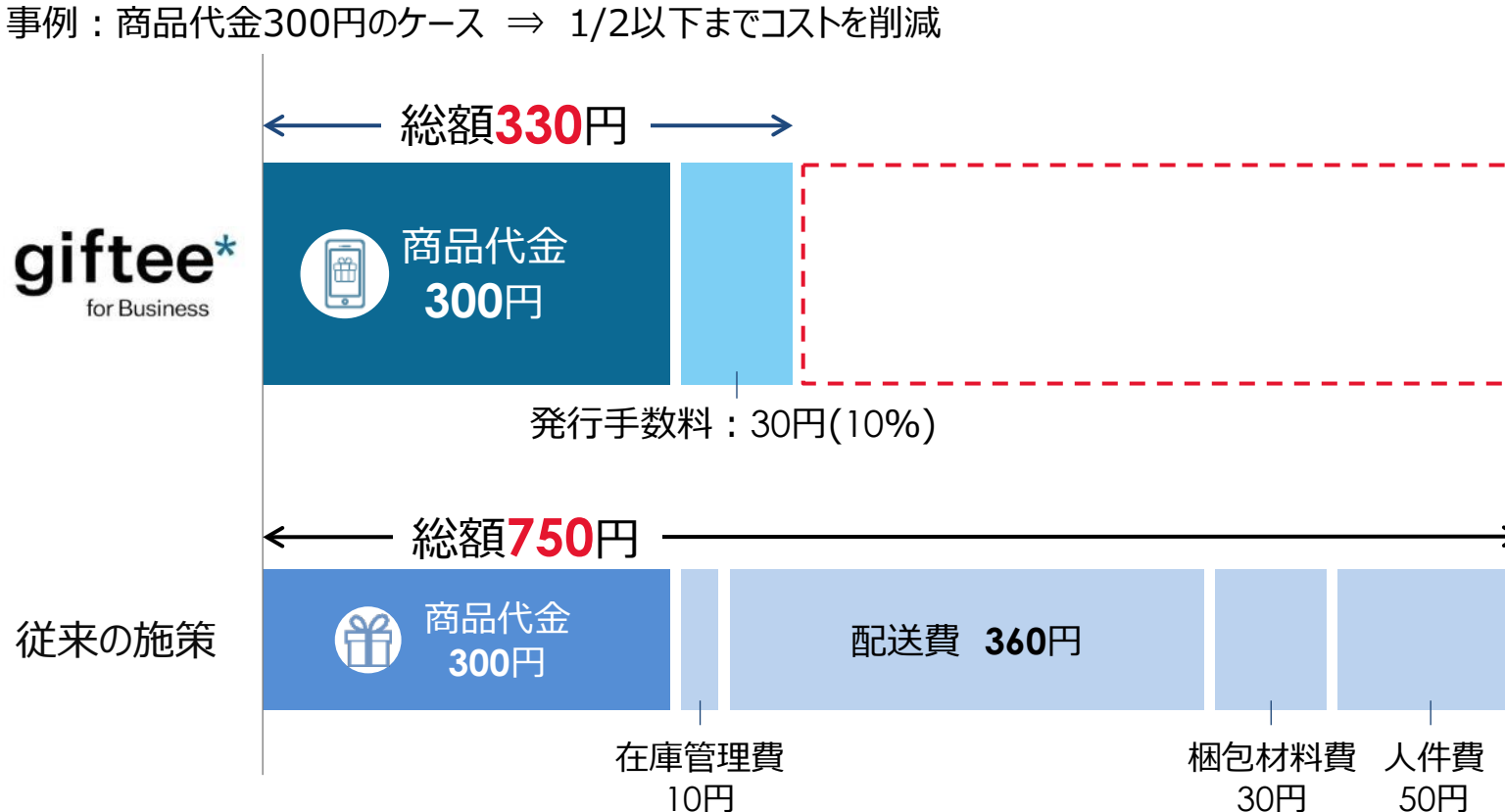


参加モチベーションの向上

メリット1 キャンペーンのコスト削減

人件費、配送費、在庫管理コストがかからず、従来コストを大幅に削減した販促を実現

事例：商品代金300円のケース ⇒ 1/2以下までコストを削減



メリット 2 同じ予算内で当選者数を最大化

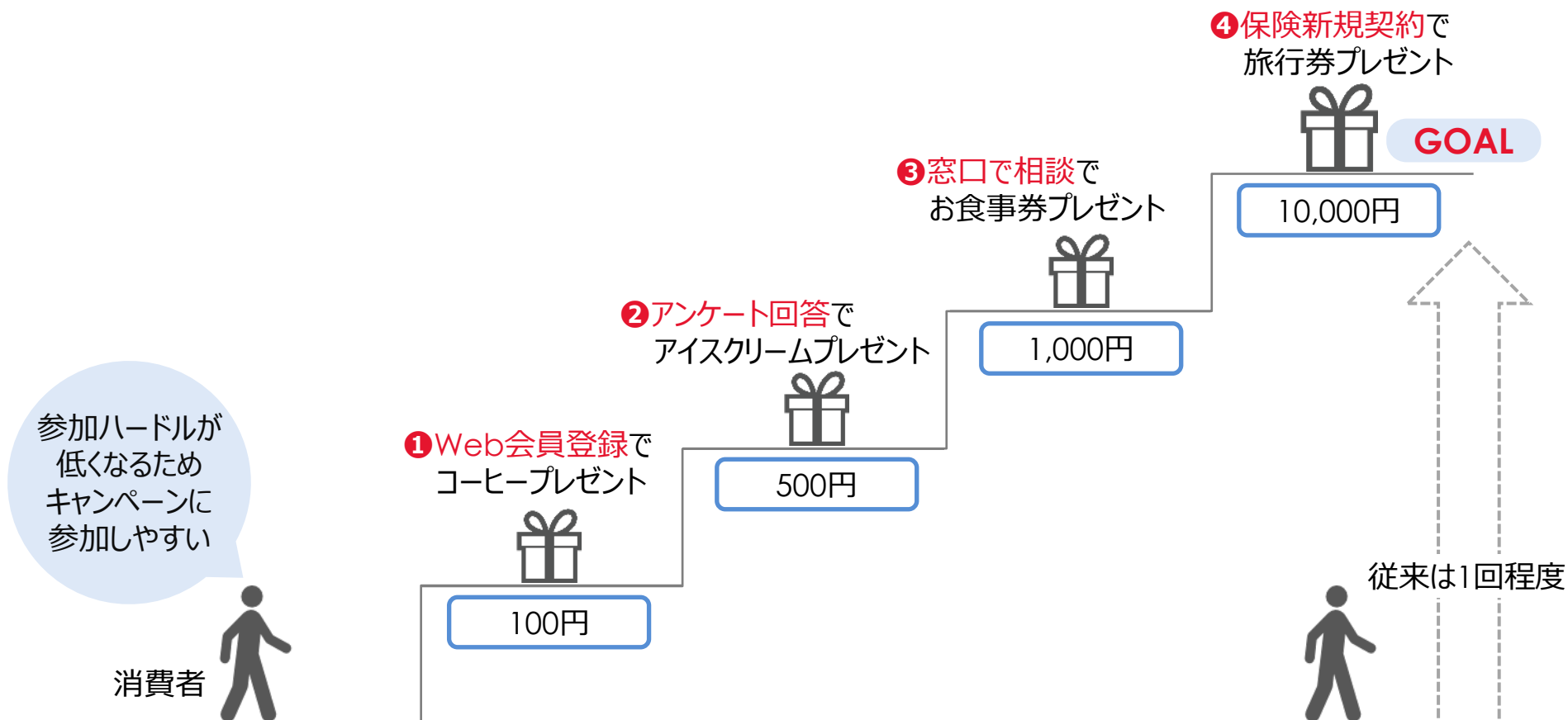
当選者数 **100** 倍の事例



- ✓ 当選者数を増やし、参加モチベーションをあげることで、参加者数も最大化をすることができる

メリット3 段階的プロモーションの実現

コストと手間がかからないため、段階的に小額のインセンティブを付与することが可能  
その場でプレゼントするリアルタイム効果で、キャンペーン参加モチベーションの向上も同時に実現



「eGift System」とは、eギフトを即時に発行および消込をするシステム  
飲食/流通/小売企業などのeギフト発行企業(CP)に提供。

eGift System

発券 eギフト発行企業 (CP)

流通 eギフト利用企業 (DP)

飲食・流通・小売企業

③eGift Systemサービス



実績管理

④地域通貨サービス

eギフト発行会社自社サイト



①gifteeサービス

giftee\*

提携企業



個人向け

②giftee for Businessサービス

giftee\*  
for Business

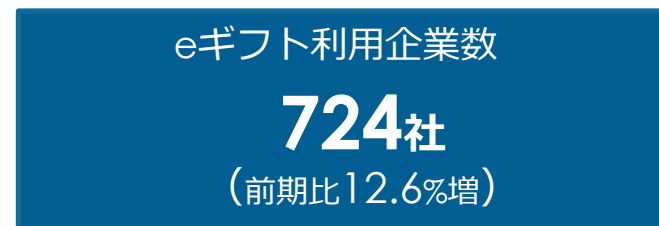


法人向け

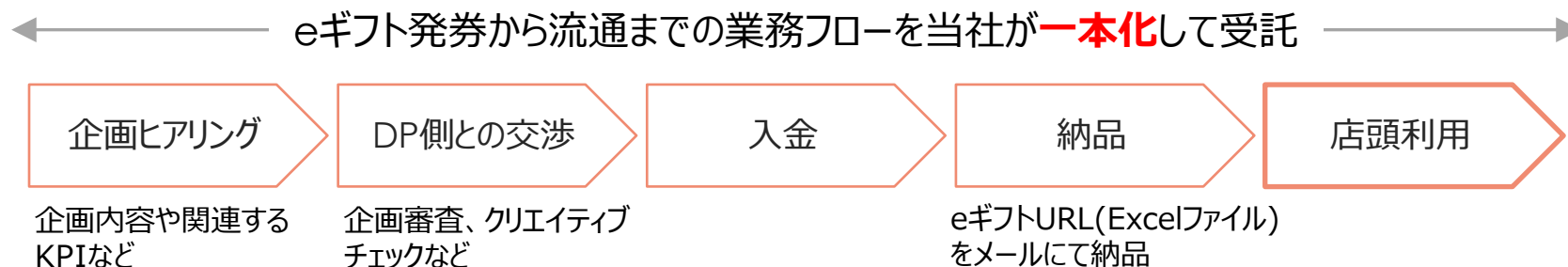
店頭での消込・決済



**メリット1** 多額の流通額、多数の流通先を持つ当社のプラットフォームを利用することで、飲食・流通・小売企業等はギフト需要の開拓が可能。



**メリット2** eギフト流通に係る窓口一本化による、オペレーションの効率化



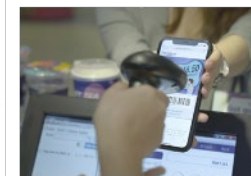
**メリット3** 券面統一による店頭**オペレーションの効率化**

店頭で表示されるeギフトの券面を統一し、店頭のオペレーションを効率化。

eギフト券面



eギフトを店舗で提示



## ④地域通貨サービス他 ~Welcome! STAMP~

「Welcome! STAMP」は、地域活性プラットフォームとして従来紙やカードで発行されていた地域通貨(プレミアム商品券等)を、電子化(スマートフォンや携帯電話で購入・利用可能)し流通させるソリューションに加え、地域活性プラットフォームとして展開。



### ■ 地域通貨利用フロー



## ④地域通貨サービス 他 ～導入メリット・事例～

### ■ 導入メリット

#### メリット1

デジタルで完結するため、紙の商品券で発生する集計、請求、金券管理が不要。

#### メリット2

店舗側で準備が必要なのは電子スタンプだけ。  
ネットワーク回線設備や決済端末の購入は不要。

#### メリット3

電子スタンプを押すだけの簡単な決済処理。



<電子スタンプ利用イメージ>

### ■ 主要導入事例

- 2016年10月 長崎県内の複数のしま市町で共通に使用できる「しまとく通貨」発行
- 2017年9月 東京都の11の離島で使用できる「しまぼ通貨」発行
- 2019年4月 「瀬戸内市e街ギフト」・「旅先納税」スタート
- 2020年7月 秋田県「秋田の飲食店」県民応援事業
- 2020年8月 秋田市飲食店応援クーポン
- 2020年10月 「Go To トラベル」地域共通電子クーポンの発行・受取管理システム
- 2020年10月 Go To Eatキャンペーンおきなわの電子食事券
- 2020年12月 八王子市プレミアム付商品券（八王子市e街ギフト）

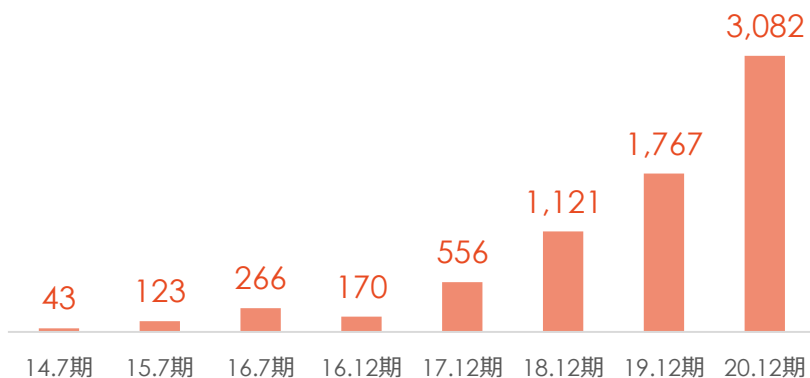
企業から販売手数料、システム利用料、発行手数料を受領。



# Appendix

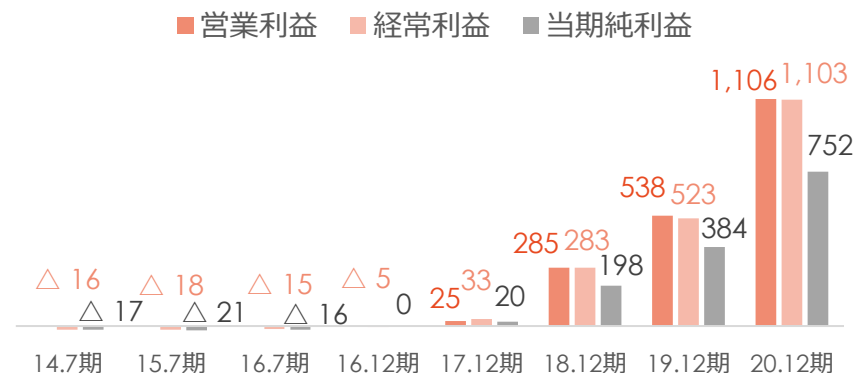
# 財務ハイライト (1)

## 売上高 (百万円)



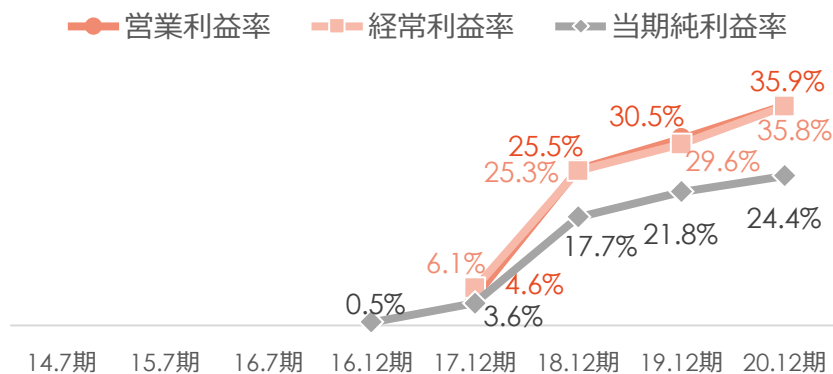
※17.12期までは単体、18.12期からは連結  
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算

## 利益 (百万円)



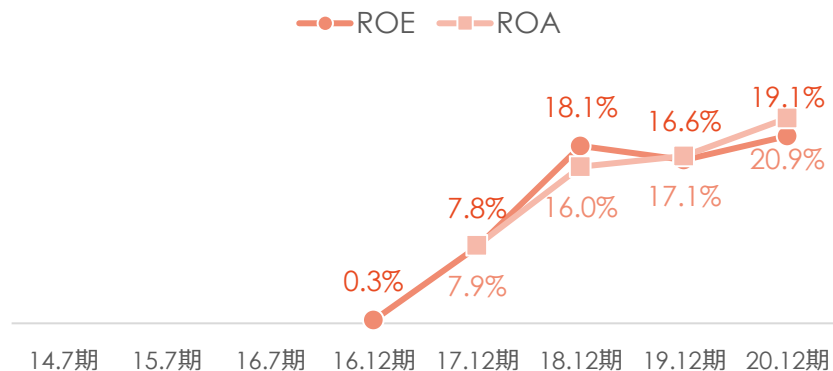
※17.12期までは単体、18.12期からは連結  
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算

## 利益率 (%)



※17.12期までは単体、18.12期からは連結  
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算

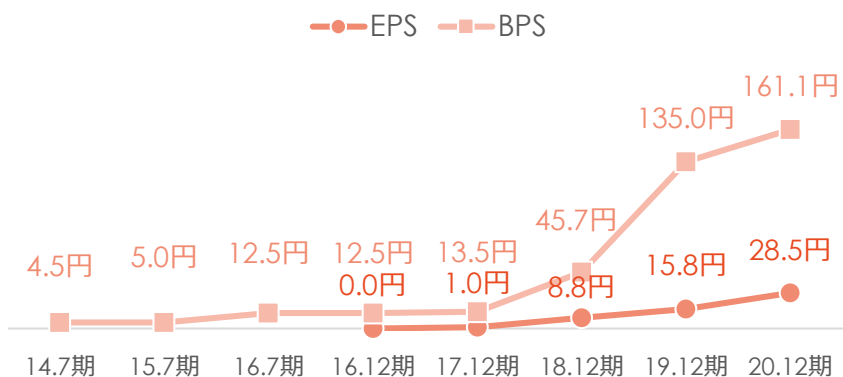
## ROE・ROA (%)



※16.12期は決算期変更のため5カ月決算  
 ※ROA = 経常利益 ÷ 総資産額 (期中平均)

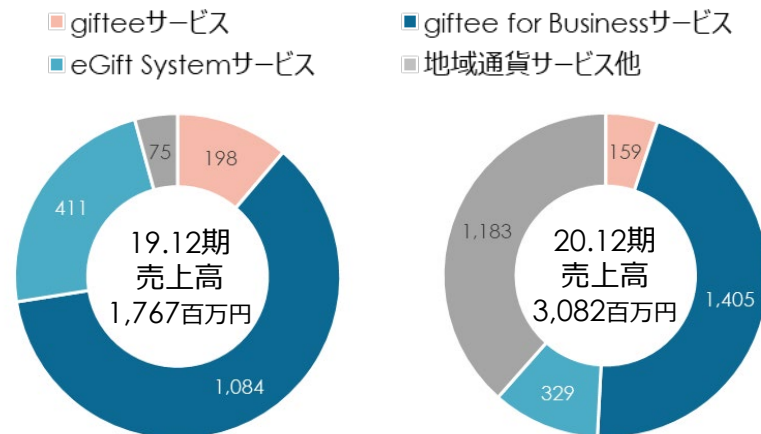
# 財務ハイライト（2）

## EPS・BPS（円）

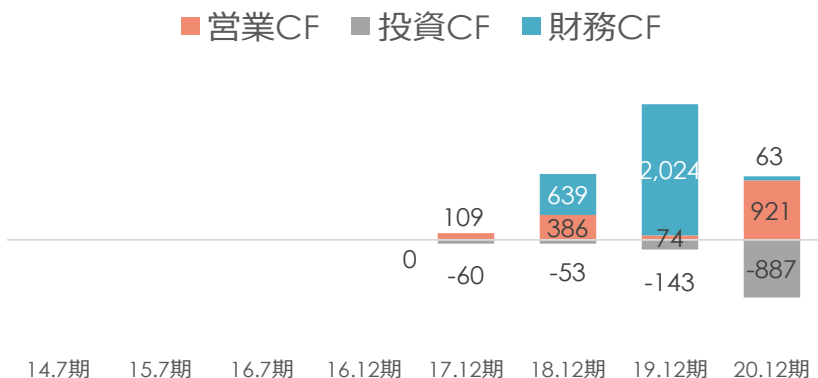


※17.12期までは単体、18.12期からは連結  
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算

## サービス別売上高

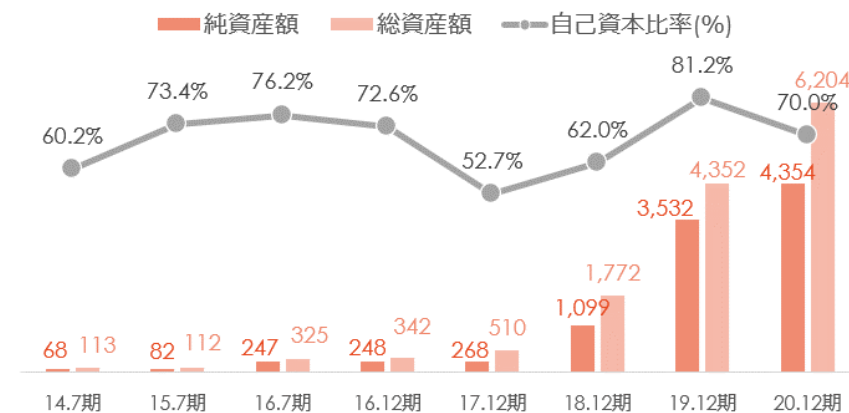


## キャッシュフロー（百万円）



※17.12期までは単体、18.12期からは連結

## 総資産額・純資産額、自己資本比率（百万円、%）



※17.12期までは単体、18.12期からは連結  
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算



代表取締役CEO 太田 睦

1984年生まれ  
慶應義塾大学総合政策学部卒

- 2007年  
アクセントア(株)  
公官庁の大規模開発業務に従事
- 2010年  
(株)ギフトィを設立  
代表取締役に就任



代表取締役COO 鈴木 達哉

1985年生まれ  
一橋大学経済学部卒

- 2008年  
(株)インスパイア  
大企業の新規事業支援や  
ベンチャー支援業務に従事
- 2011年  
UXコンサルティング会社  
(株)WACULの取締役に就任
- 2013年  
当社の取締役に就任
- 2020年  
当社の代表取締役に就任



取締役CTO 柳瀬 文孝

1980年生まれ  
東京理科大学大学院  
理工学研究科情報科学専攻修了

- 2007年  
アクセントア(株)  
アプリ開発、プロジェクト・マネジメント  
に従事
- 2011年  
当社の取締役に就任



取締役CFO 藤田 良和

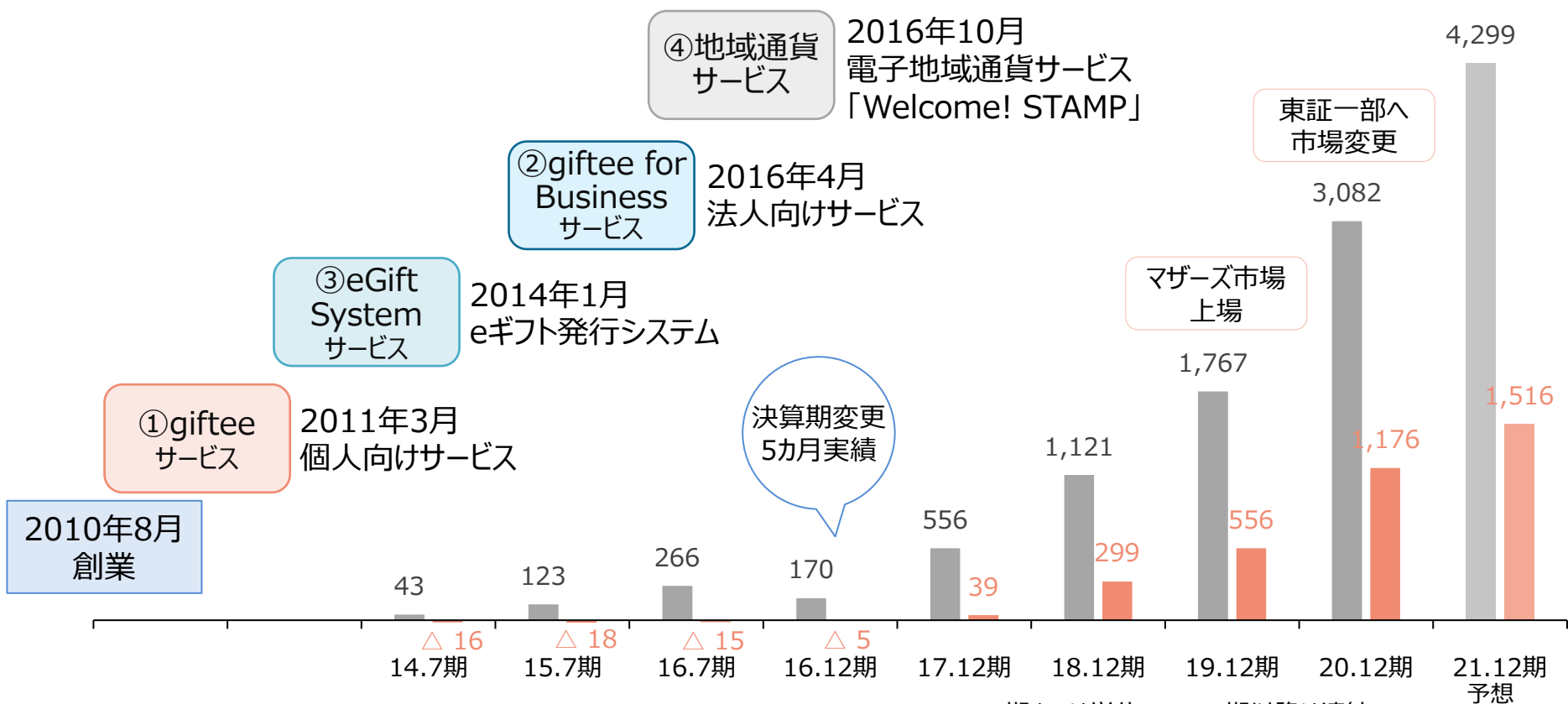
1986年生まれ  
一橋大学経済学部卒業

- 2009年  
野村証券(株)  
M&Aアドバイザー業務に従事
- 2013年  
オリックス(株)  
自己勘定投資業務に従事
- 2017年  
当社の取締役に就任



## eギフトのプラットフォームを構築しながら成長

■ 売上高 (百万円)  
■ EBITDA (百万円) ※



※17.12期までは単体、18.12期以降は連結

※16.12期は決算期変更のため5カ月決算

※利益は、17.12期以降はEBITDA、16.12期までは経常利益を記載

# 会社概要 (2020年12月末現在)

会社名	株式会社ギフトィ (英訳名 : giftee Inc.)
市場区分・コード	東京証券取引所 市場第1部 4449
所在地	東京都品川区東五反田5-10-25
設立日	2010年8月10日
事業内容	個人、法人、自治体を対象とした各種eギフトサービスの企画・開発・運営等
役員	代表取締役CEO 太田 睦 代表取締役COO 鈴木 達哉 取締役CTO 柳瀬 文孝 取締役CFO 藤田 良和 社外取締役 妹尾 堅一郎 社外取締役 中島 真 社外監査役(常勤) 工木 大造 社外監査役 秋元 芳央 社外監査役 植野 和宏
従業員数	137名
資本金	1,567,804千円
子会社	GIFTEE MALAYSIA SDN. BHD.

## (ディスクレームー)

---

本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。

当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競争、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

また、本資料発表以降、新しい情報や将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新又は改訂を行う義務を負うものではありません。