

2024年12月期  
通期決算説明資料

2025年2月14日  
株式会社ギフトィ

- I. 2024年12月期取り組みサマリー
- II. 2024年12月期通期実績
- III. 2024年12月期第4四半期実績
- IV. 2025年12月期業績予想および中期財務方針
- V. 成長戦略
- VI. 事業とサービスの概要

Appendix

# サマリー

## 2024年12月期通期取組および実績

- **流通額・売上高・EBITDAすべてにおいて、前期を大幅に上回り、過去最高値を達成。**
  - ✓前期比：流通額+74%、売上高+32%、EBITDA+33%
  - ✓成長戦略の推進に加え、企業価値向上に向けた戦略的施策を公表し、持続的成長の基盤を構築。
  - ✓子会社の減損損失計上により当期純利益は赤字を計上。配当予定額は公表通りの10円を維持。

## 2024年12月期第4四半期実績

- **法人の高いeギフト需要が継続し、流通額、売上高は過去最高業績を達成。**
  - ✓前期比：流通額+43%、売上高+40%、EBITDA+305%
  - ✓giftee for Businessサービスにおいて過去最大規模の大型案件をはじめとしたBtoC、GtoC領域におけるeギフト需要がQoQで加速。
  - ✓YouGotaGift社（以下「YGG」）のM&A関連費用並びに人件費の増加により、EBITDAはQoQ減少。

## 2025年12月期業績予想

- **2025年度は、流通・売上・利益のすべてにおいて大幅成長を見込む。**
  - ✓前期比：流通額+24%、売上高+50%、EBITDA+55%
  - ✓引き続きgiftee for Business を成長ドライバーとし単体が成長を牽引。
  - ✓加えて、今期から連結のYGGの貢献および、既存子会社の流通額拡大による赤字幅の縮小により、高い成長を目指す。

## 中期財務方針

- ✓中期的なEBITDA100億円達成に向け、既存事業の更なる成長、子会社の利益化、戦略的M&Aを推進。
- ✓利益成長と連動した増配・EPSの成長の実現を図る。

# I . 2024年12月期取り組み

2024年12月期は、流通額・売上・EBITDAの全てにおいて過去最高値を達成。  
成長戦略の推進に加え、企業価値向上に向けた戦略的施策を公表し、持続的成長の基盤を構築。



1. 成長戦略の推進

- (1) eギフトプラットフォームの拡大  
流通額の大幅拡大
- (2) 地理的な横展開  
M&AによるMENA地域への参入

2. 企業価値向上に向けた戦略的施策の公表

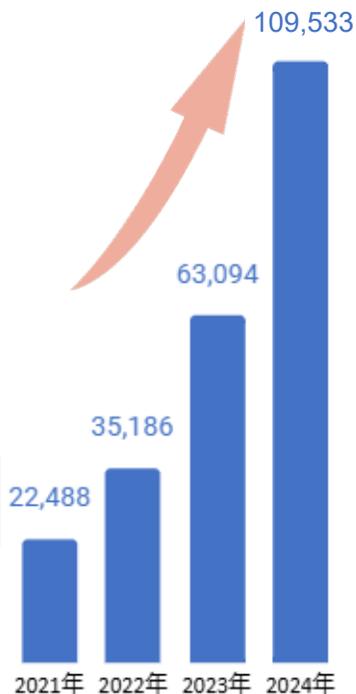
- (1) 初配の実施の決定
- (2) デッドファイナンスの戦略的活用
- (3) キャピタルアロケーション方針

# 1. 成長戦略の推進 (1) eギフトプラットフォームの拡大

法人需要の獲得を加速し、eギフトプラットフォームの流通額を飛躍的に拡大。  
法人における利用拡大が「giftee Box」の認知向上を促進。  
来期の成長を見据え、DPの課題解決に資する新プロダクトを開発。

大型の法人需要の獲得により、  
2024年は流通額が飛躍的に拡大。

流通額



giftee Box  
シリーズ  
提供開始

法人の利用拡大により、  
giftee Boxの認知が向上。

giftee\* Box 3周年で  
累計発行数 **6,000** 万件 突破



来期以降の流通額拡大に繋がる  
新規プロダクトの開発。

## giftee\* Benefit

短期間導入、自社福利厚生に特化した  
SaaS提供型ポイントプログラム。

## giftee Point Base

ポイントの付与・管理からデジタルギフト交換  
までをワンストップで実現するポイントプログラ  
ム基盤。

## 2. 成長戦略の推進 (2) 地理的な横展開

YGG株式の取得を通じ、MENA地域へ参入。持続的成長に向けた新市場開拓を推進。



※GCC加盟諸国：サウジアラビア・UAE・カタール・クウェート・オマーン・バーレーン

## 2. 企業価値向上に向けた戦略的施策の公表 (1) 配当実施の決定

安定的な利益創出フェーズへの移行と将来事業成長へのコンフィデンスを背景に初配実施を決定。成長投資を優先しつつも、株主還元と最適なバランスを実現する。

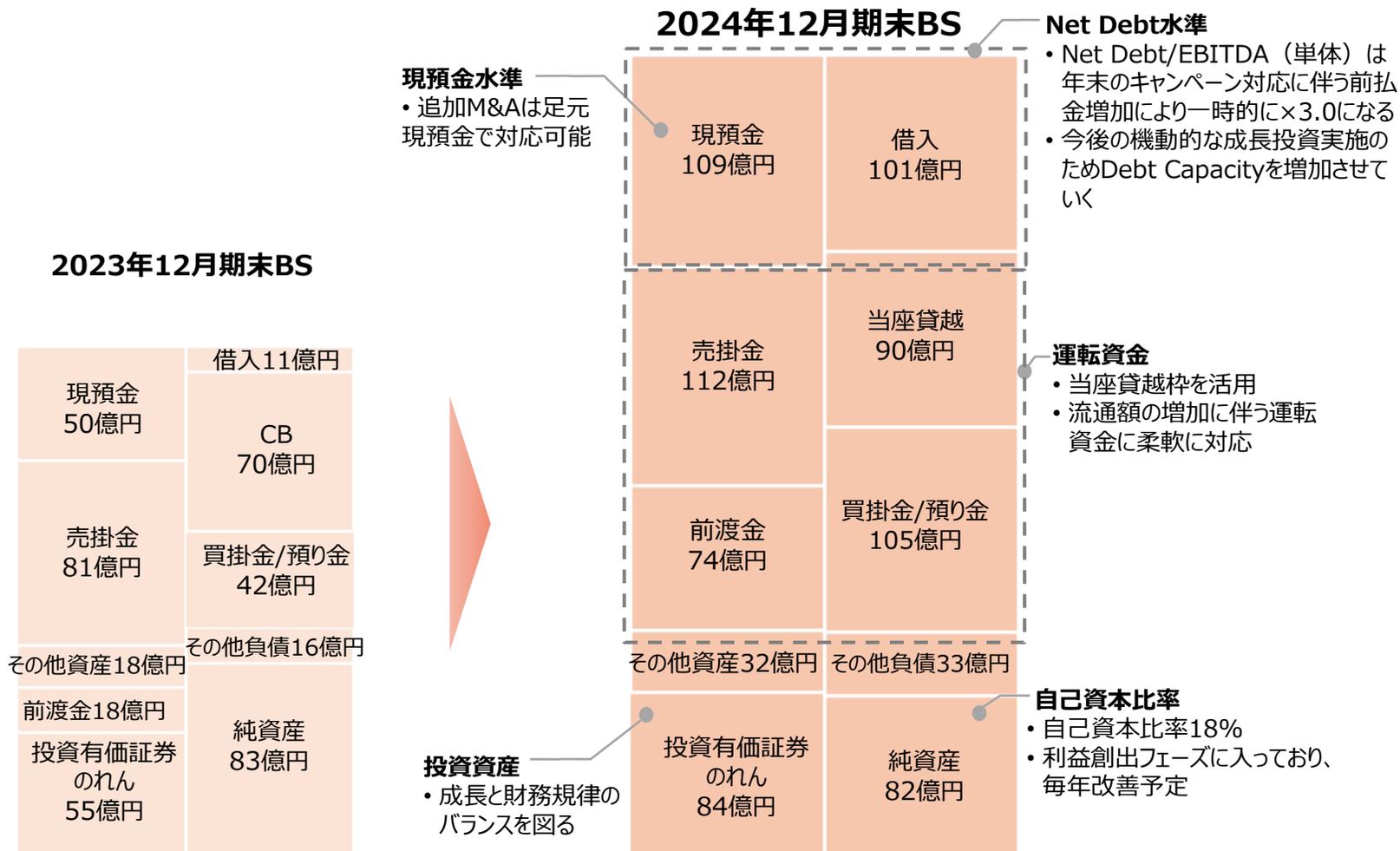
### 配当の基本方針

- 配当性向**30%**※
- **累進配当**、かつ利益成長に応じた**増配**を目指す。
- 上記方針に基づく2024年12月期 期末配当予定は**10円**/株。

上記方針による安定的かつ継続的な配当に加え、一時的な利益が計上された場合、または投資機会が想定を下回る場合、株価水準を勘案の上自己株取得も柔軟かつ機動的に実施する方針。

※ 特別損益、およびオープンイノベーション減税等非経常的な税効果等の一次的損益を調整したNon-GAAP当期純利益をベースに算出。

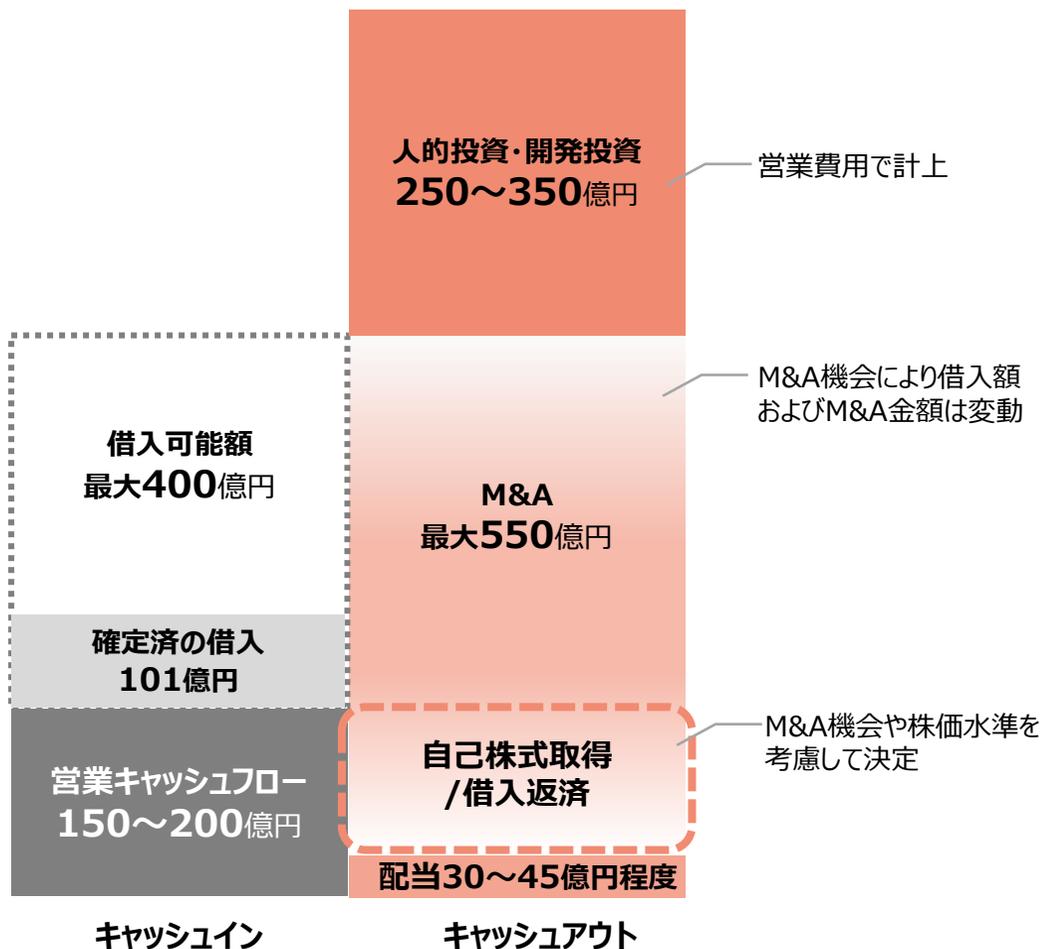
現預金と借入を戦略的に活用し、規律ある投資判断と適切な財務マネジメントを推進。  
2024年12月期は当座貸越枠含む約200億円の借入を実施。



## 2. 企業価値向上に向けた戦略的施策の公表 (3)キャピタルアロケーション

持続的な利益成長に向けた成長投資を最優先としつつ、株主還元も強化。  
投資機会が想定を下回る場合、自己株式取得も機動的に実施する方針。

2024年12月期から2028年12月期累計



### 人的投資

- 成長投資の一環として、優秀な人材の確保・育成を推進。
- 経営陣・従業員のコミットメントを強化するため、株式報酬制度を活用。
  - ・ 企業価値向上と連動したインセンティブ設計を推進し、中長期的な成長を促進。
  - ・ 希薄化影響は成長投資とバランスをとりながら適切に管理。

### 運転資金の確保



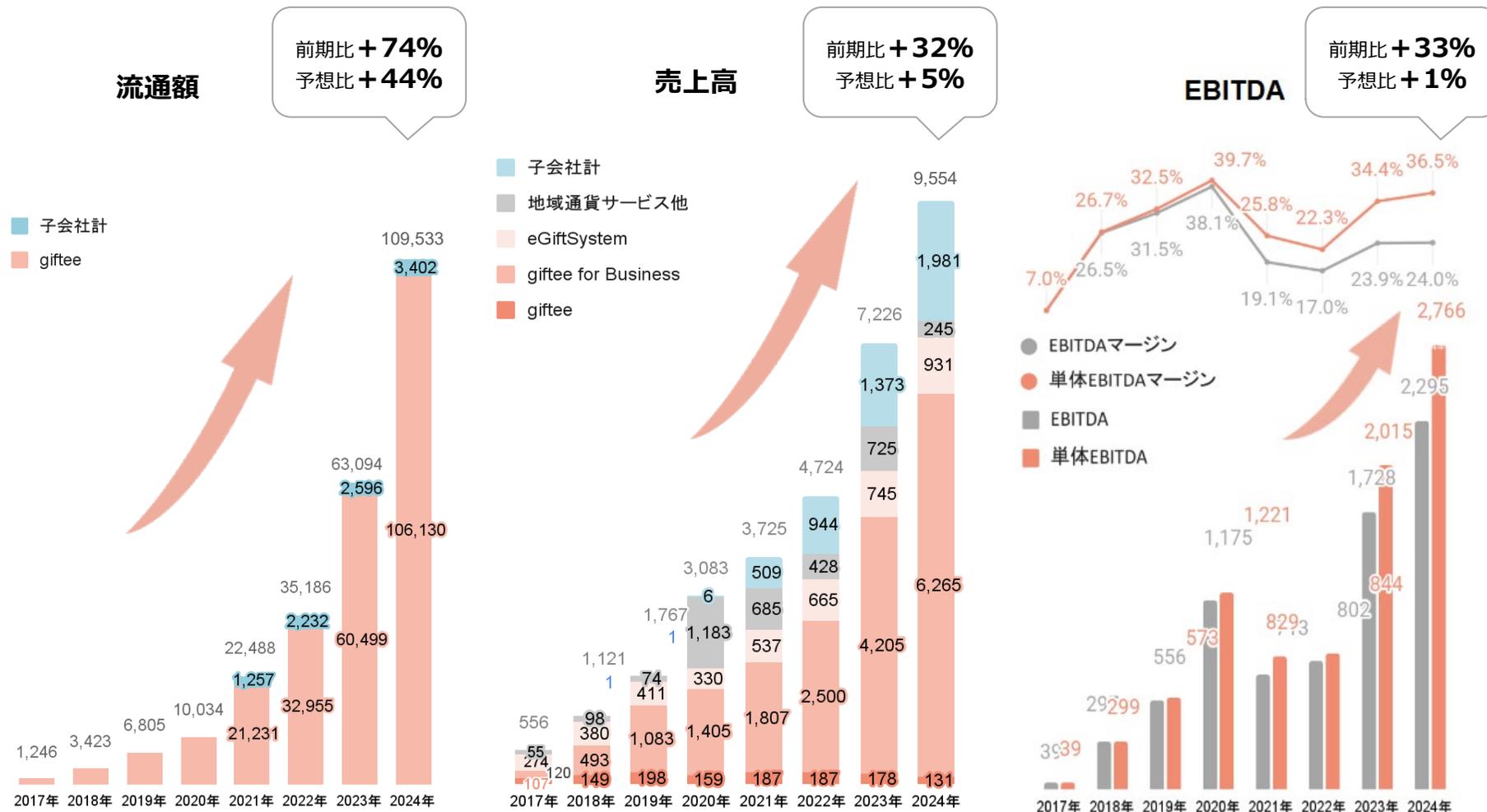
既存事業の成長に必要な運転資金は資金需要に応じて機動的に借入

## Ⅱ . 2024年12月期通期実績

# 2024年12月期通期実績 流通額・売上高・EBITDAの推移

**流通額・売上高・EBITDAすべてで過去最高水準を達成。**

giftee for Businessにおいて過去最大規模の大型案件を獲得。法人需要の拡大が成長を牽引。これにより、流通額・売上高・EBITDAは前期比で大幅に増加。



## SOW Experience社減損の背景と今後の方針

SOW Experience社(以下「SOW」)の減損損失等に伴う特別損失15億円を計上し、当期純利益は赤字。

### 背景

- コロナ禍の影響により、法人を含む体験ギフトの需要が低迷。
- 加えて、SOW内での法人向け展開や体制強化が計画通りに進まず、当初想定したシナジー創出の遅れが発生。
- 流通は一定成長したものの、買収時の事業計画を大きく下回る業績となったことを踏まえ、慎重な資産評価を行った結果、のれんを全額減損。

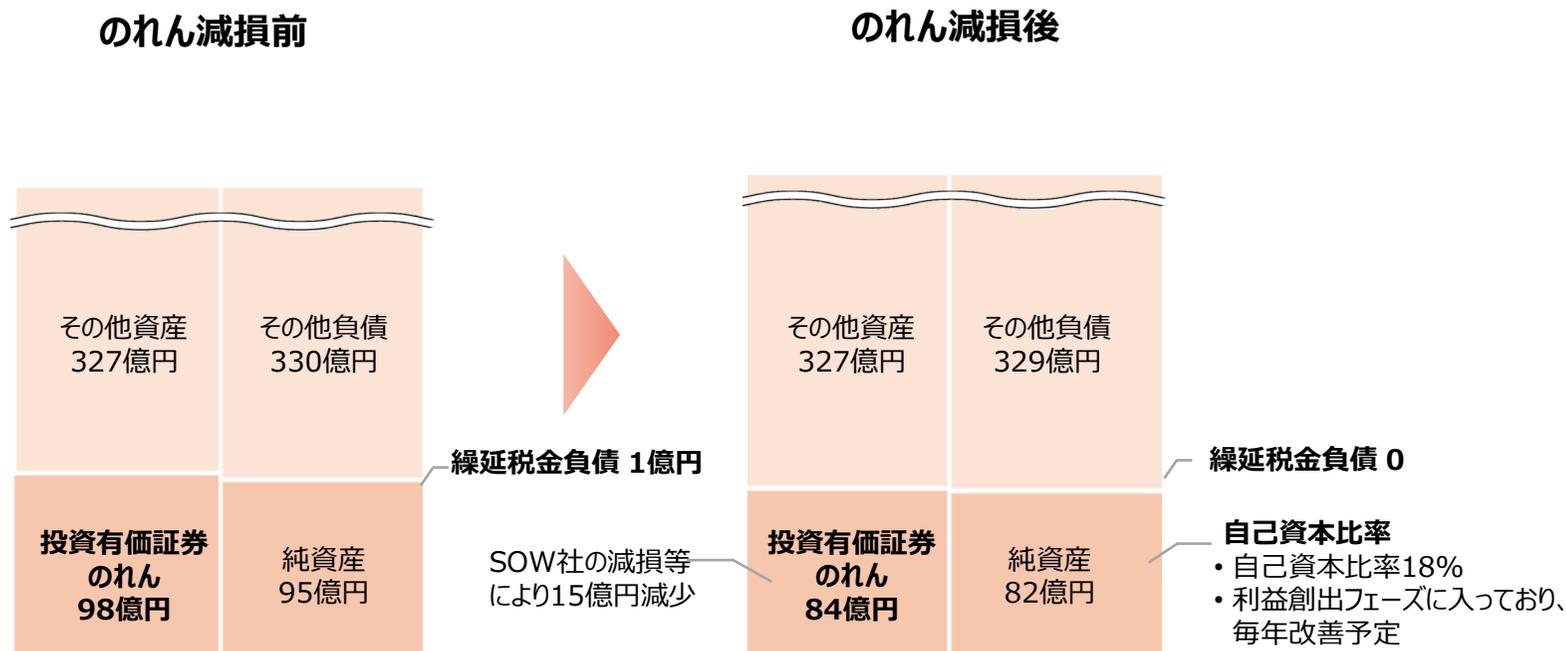
### 今後の対応

- 組織の立て直しを推進し、法人需要の獲得施策を強化。
- 特に、福利厚生・社内褒賞を中心とした法人需要は引き続き堅調であり、継続的にアプローチしていく。

### 体験ギフトの位置づけ

- 体験ギフトを含む多様なコンテンツは、当社eギフトプラットフォームの競争優位性の一つ。
- 本件による成長戦略の変更はなく、コンテンツのジャンルの拡大方針も継続。
- 引き続き、シナジーの最大化を図りながら、事業成長を目指す。

減損等の特別損失計上後も財務基盤は引き続き安定的。  
本減損はキャッシュフローに影響を及ぼさず、既存の借入条件にも変更はないため、安定した資金調達が可能。



## 2024年12月期通期実績 通期業績予想比

流通額は計画比で大きく増加。売上高、EBITDA、営業利益はほぼ計画通りに着地。  
減損による特別損失計上により今期最終利益は赤字。

	実績	通期業績予想	達成率	前年比
売上高	<b>9,554</b> 百万円	<b>9,109</b> 百万円	105 %	+ 32 %
EBITDA	<b>2,295</b> 百万円	<b>2,280</b> 百万円	101 %	+ 33 %
EBITDAマージン	<b>24</b> %	<b>25</b> %	—	△ 1 pp
営業利益	<b>1,743</b> 百万円	<b>1,702</b> 百万円	102 %	+ 38 %
営業利益率	<b>18</b> %	<b>19</b> %	—	△ 1 pp
特別損失	<b>1,519</b> 百万円	<b>—</b> 百万円	— %	— %
当期純利益	<b>△510</b> 百万円	<b>—</b> 百万円	— %	— %
流通額	<b>109,533</b> 百万円	<b>76,216</b> 百万円	144 %	+ 74 %

2024年12月期期末配当は、特別損益およびオープンイノベーション減税等の非経常的な税効果を調整したNon-GAAP当期純利益に対する配当性向30%とし、当初公表通り1株当たり10円とする。

## 2024年12月期期末配当

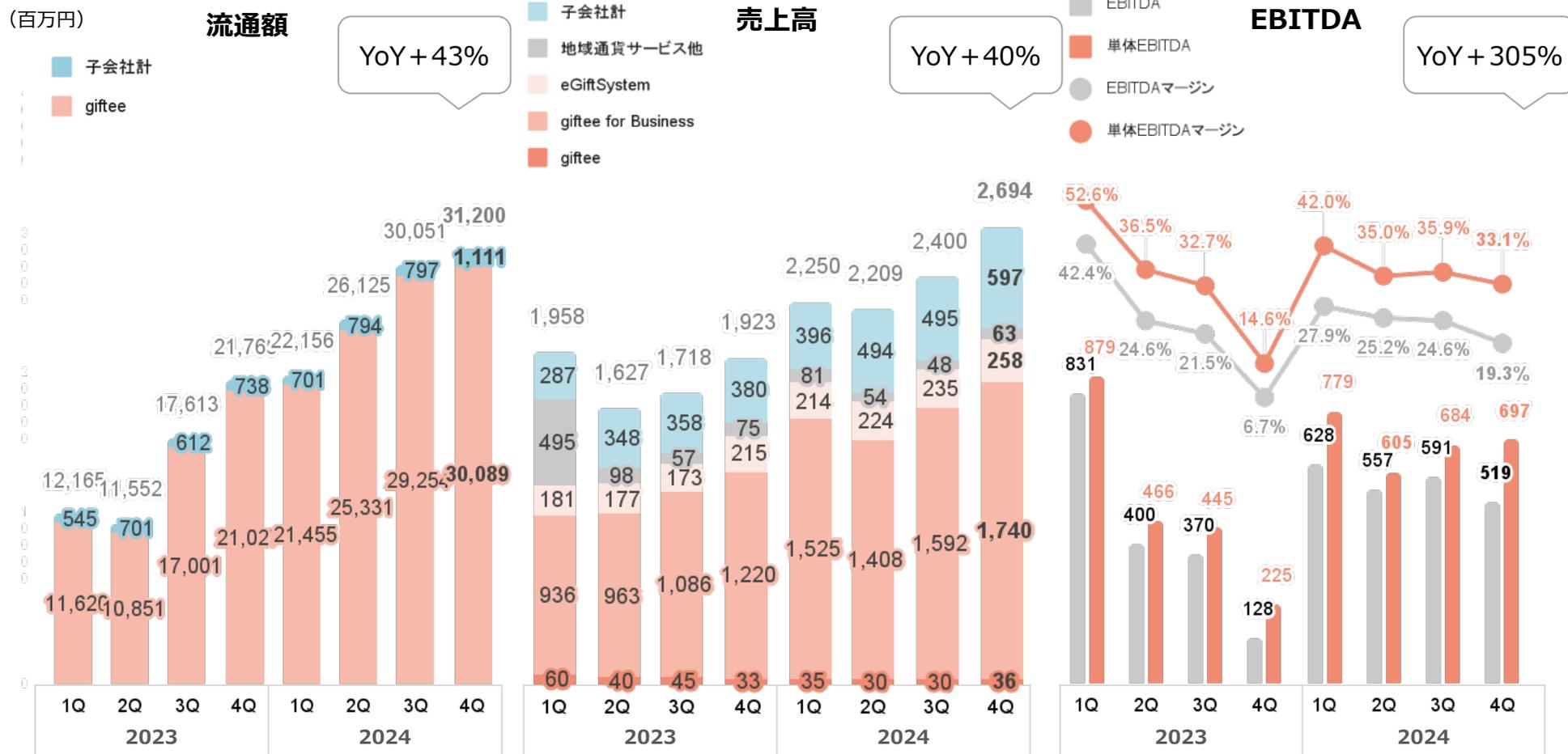
当期純利益	△510 百万円
調整項目※1	1,492 百万円
当期純利益(non-GAAP)	982 百万円
一株当たり当期純利益(non-GAAP)	33.23 円
一株当たり配当	10 円
配当性向※2	30 %

※1 特別損益、およびオープンイノベーション減税等非経常的な税効果等の一次的損益を調整項目とする。

※2 Non-GAAP当期純利益をベースに算出する。

## Ⅲ. 2024年12月期第4四半期実績

法人の高いeギフト需要が継続し、流通額・売上高は過去最高値を更新。  
 今期から賞与引当を実施し、第4四半期の賞与分のコストが平準化したことで、EBITDAは前年同期を大幅に上回って着地。

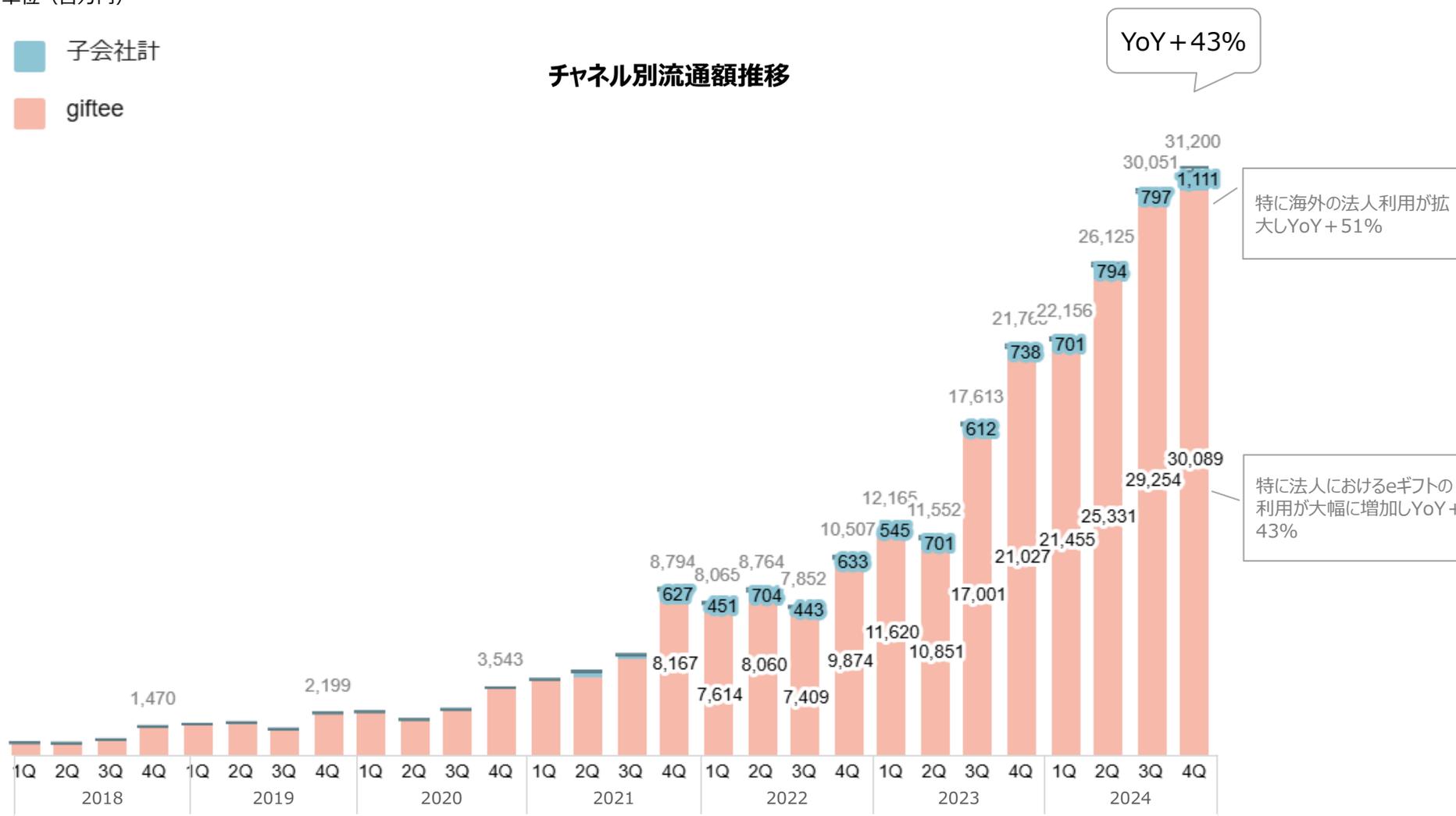


個人需要の増加に加え、**法人のeギフト利用が大幅に拡大**し、前年同期比で大幅増。

単位（百万円）

- 子会社計
- giftee

チャンネル別流通額推移



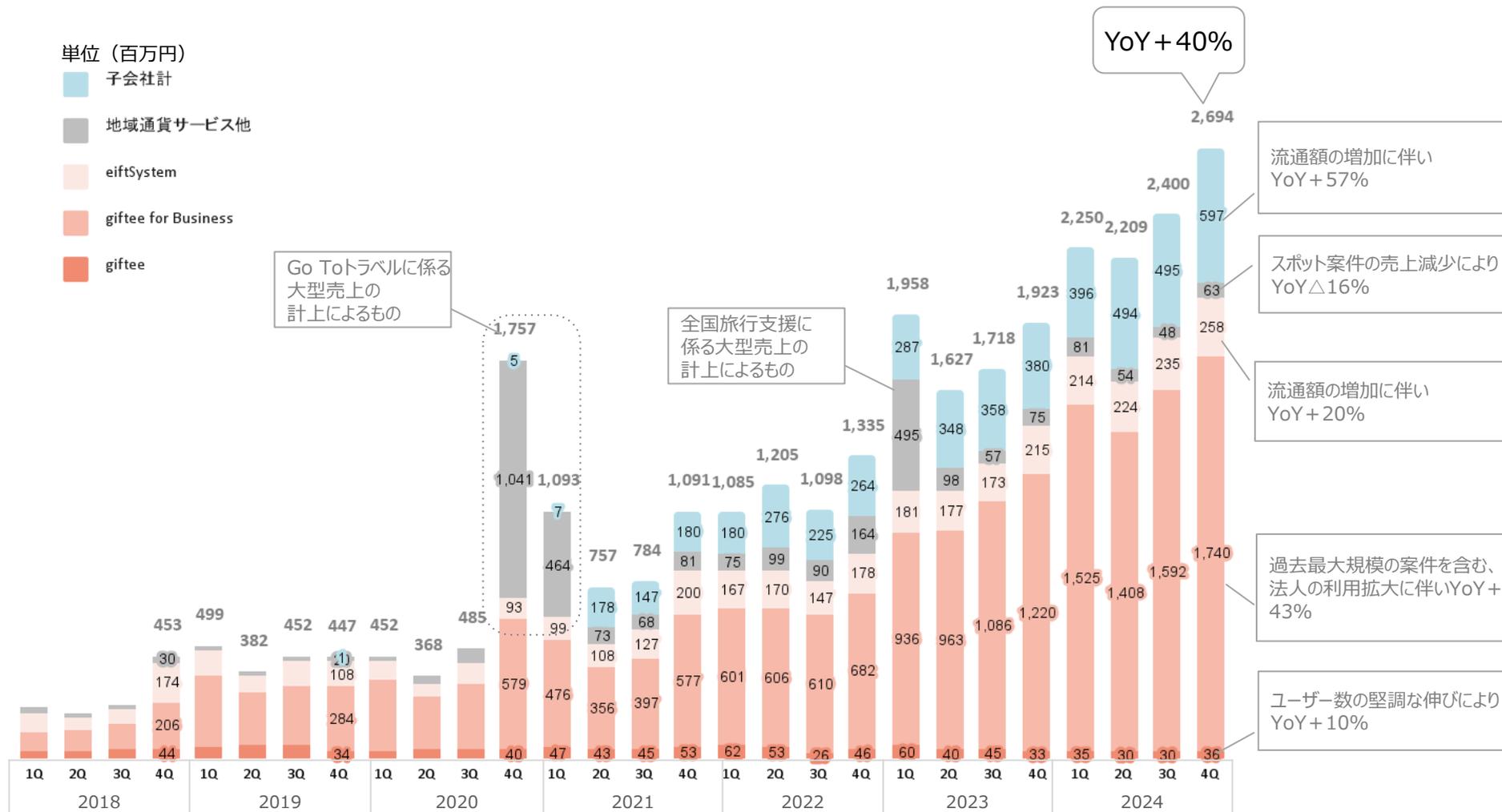
YoY + 43%

特に海外の法人利用が拡大しYoY + 51%

特に法人におけるeギフトの利用が大幅に増加しYoY + 43%

# 2024年12月期第4四半期実績 売上高（四半期推移）

giftee for Businessの好調な推移により、前年同期比で大幅増。

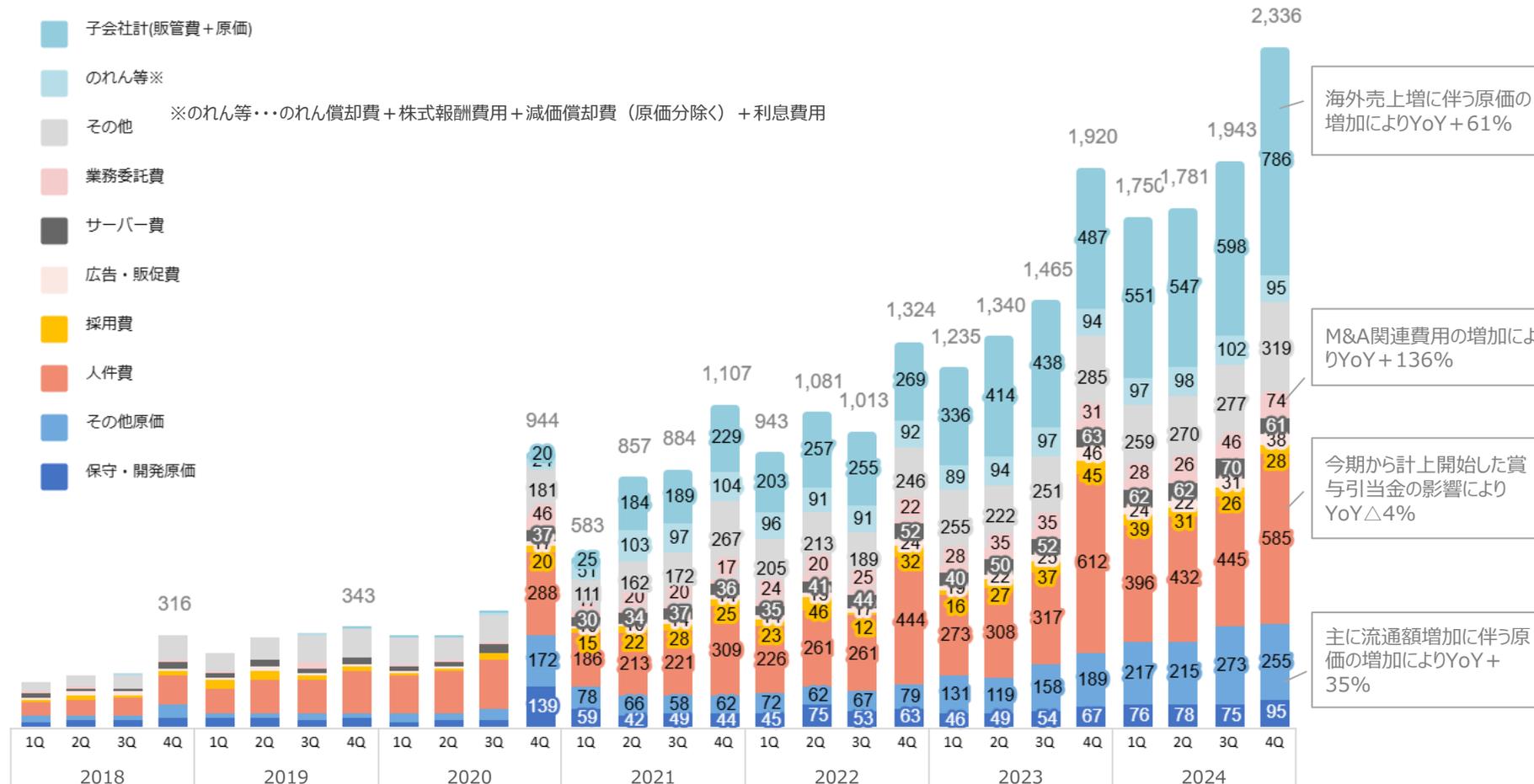


# 売上原価、販売費および一般管理費内訳（四半期推移）

単体原価は、主に流通額の増加に伴う原価の増加により前年同期比 + 36%。

同販管費は、主に人員増強および、M&A関連費用が増加したものの、今期から賞与引当金を計上したことにより、前年同期比 + 2%。

単価（百万円）



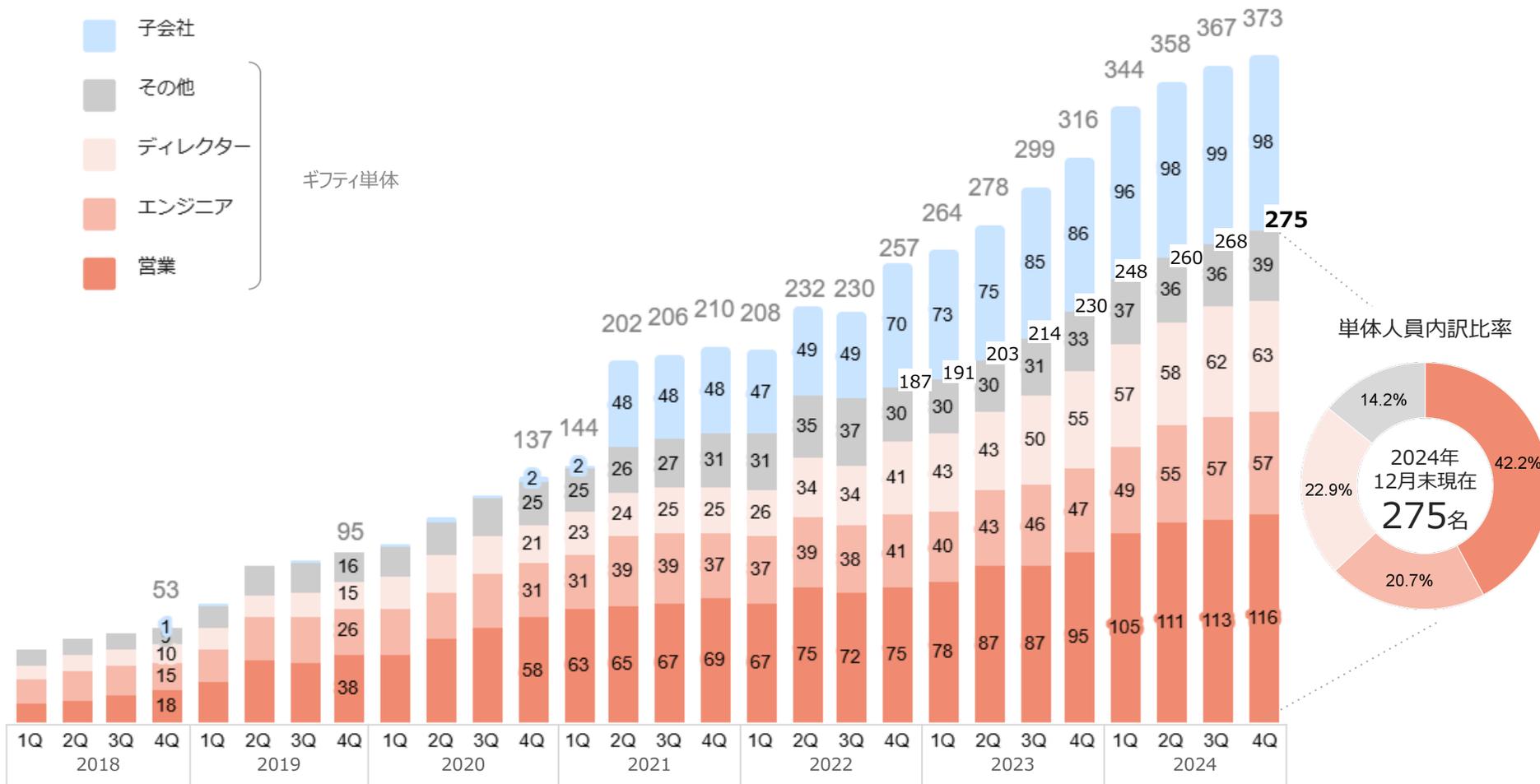
# 2024年12月期第4四半期実績 人員数の推移

単体の人員数は、前年同期比+45名、前四半期比+7名。2024年12月期末従業員数は275名。  
2025年12月期は単体で年間70名の採用計画。

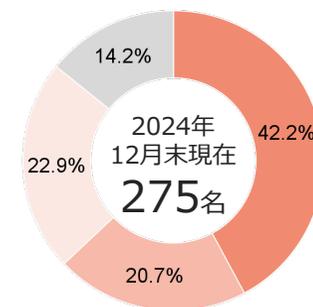
単位 (人)

- 子会社
- その他
- ディレクター
- エンジニア
- 営業

ギフティ単体

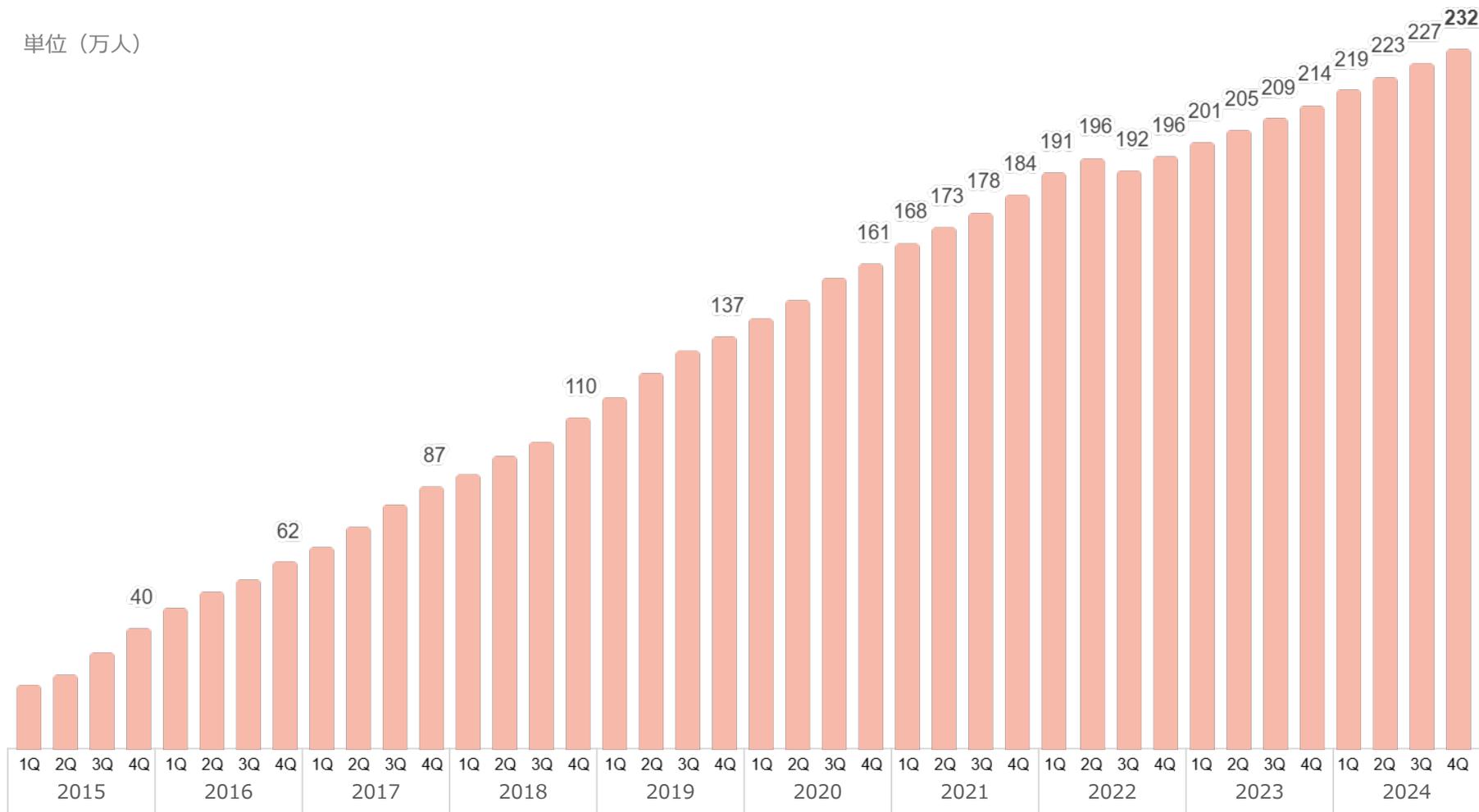


単体人員内訳比率



gifteeサービスの会員数は、前年同期比+18万人、前四半期比+5万人と**着実に増加**。

単位（万人）



# giftee for Businessサービス ～ eギフト利用企業(DP)数・案件数推移 ～

季節性の追い風を受け、**案件数・DP数ともに四半期最高値を更新。**

単位 (社、件)

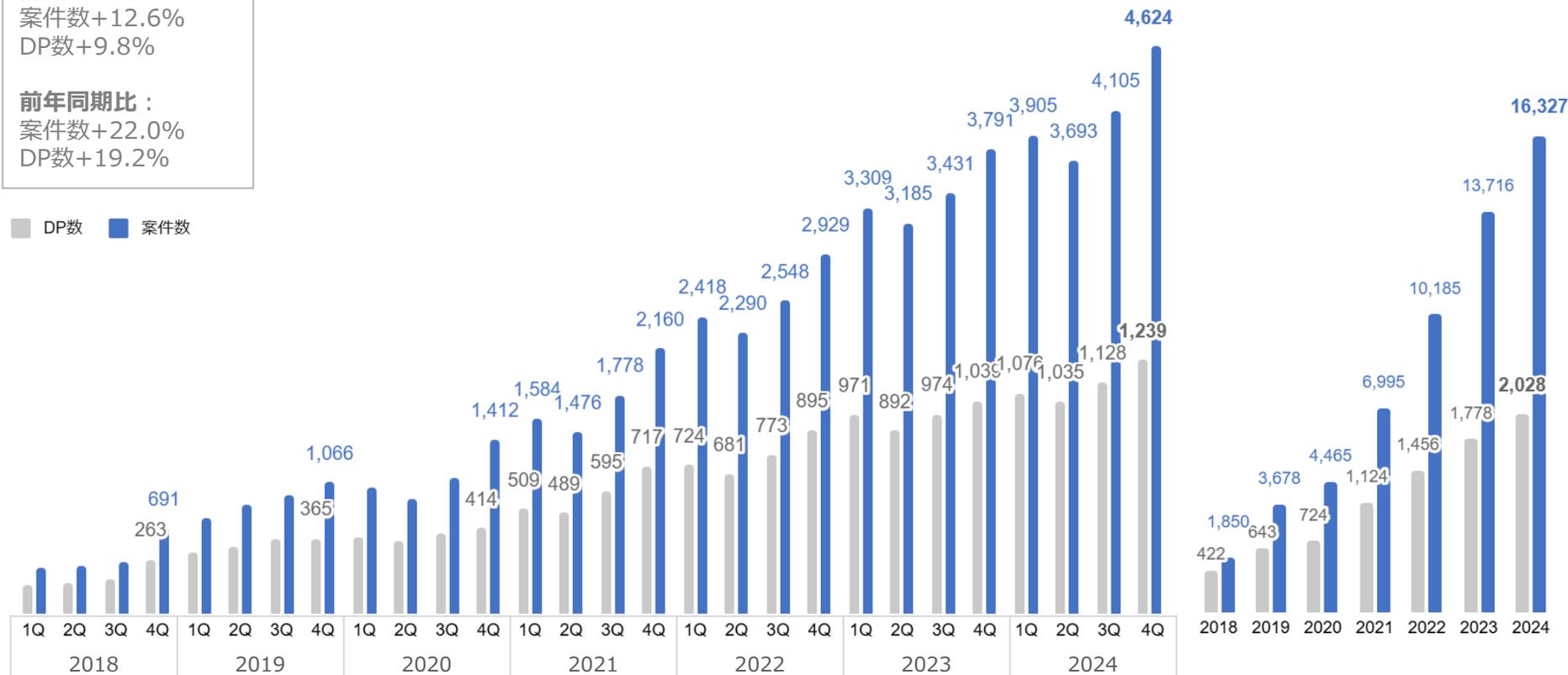
**前四半期比：**  
 案件数+12.6%  
 DP数+9.8%

**前年同期比：**  
 案件数+22.0%  
 DP数+19.2%

■ DP数 ■ 案件数

四半期

年度

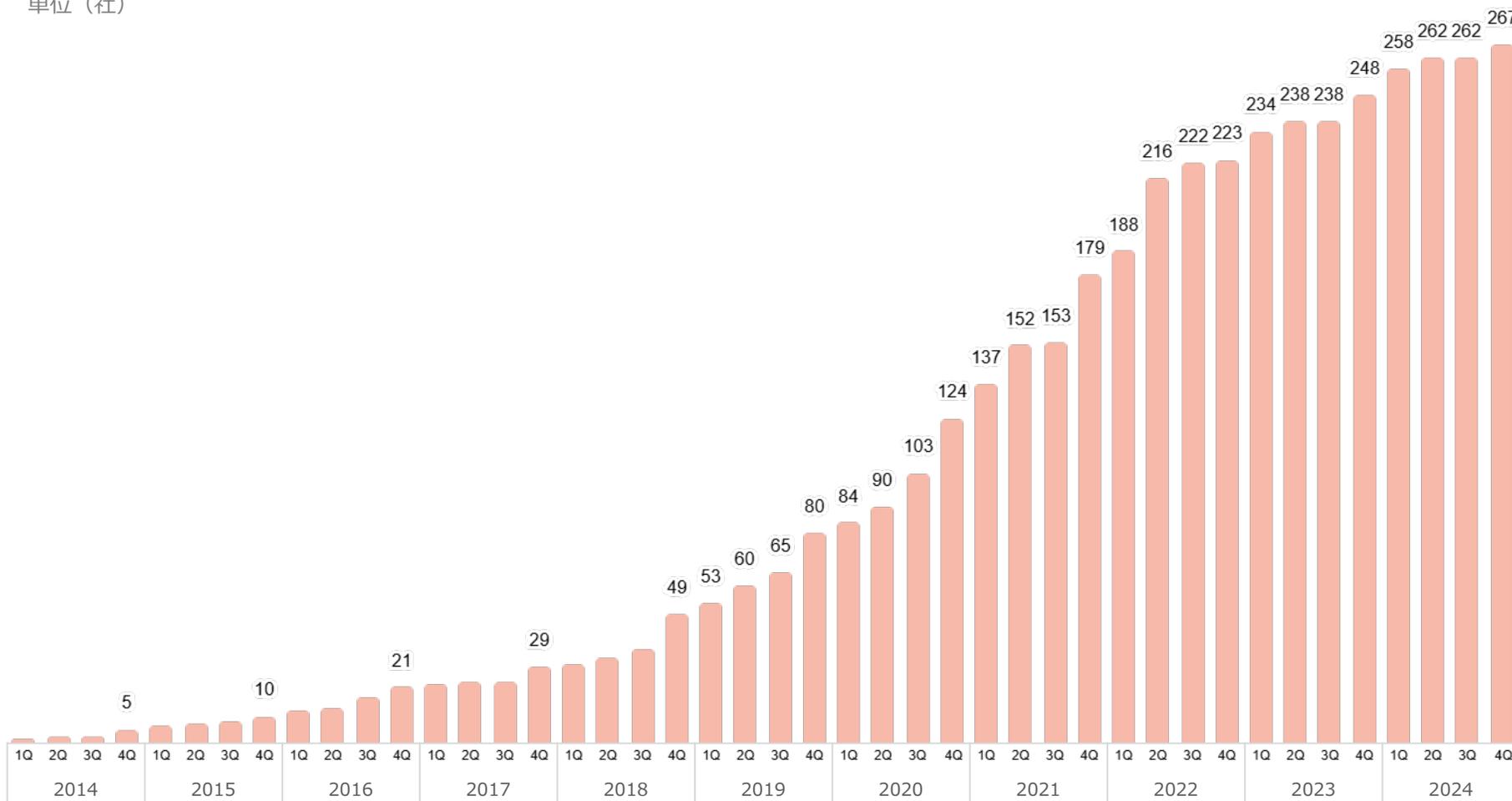


※ DP数は各四半期のユニーク利用企業数。

# eGift System サービス ～ eギフト発行企業(CP)数 四半期末数推移 ～

2024年12月期末時点の単体CP数は267社。前年同期比+9社、前四半期比+5社増と堅調に増加。

単位 (社)



※2024年第4四半期からギフト単体だけのCP数に変更し、過去データを遡及修正。

前四半期に続き多業種への導入が拡大。株主優待電子化需要の取り込みも進展。

## eGift System

コンビニ

株式会社セブン-イレブン・ジャパン 様



フィットネス

RIZAP株式会社様



飲食

株式会社鎌倉パスタ 様



その他アパレルや化粧品などの  
多業種にて導入

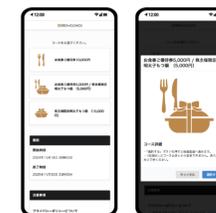
## 株主優待電子化システム

株式会社DDグループ様



株式会社ダイヤモンドダイニング、  
株式会社エスエルディーが運営する全国主要都市の  
店舗で利用可能な株主優待券を電子化

一家ホールディングス様



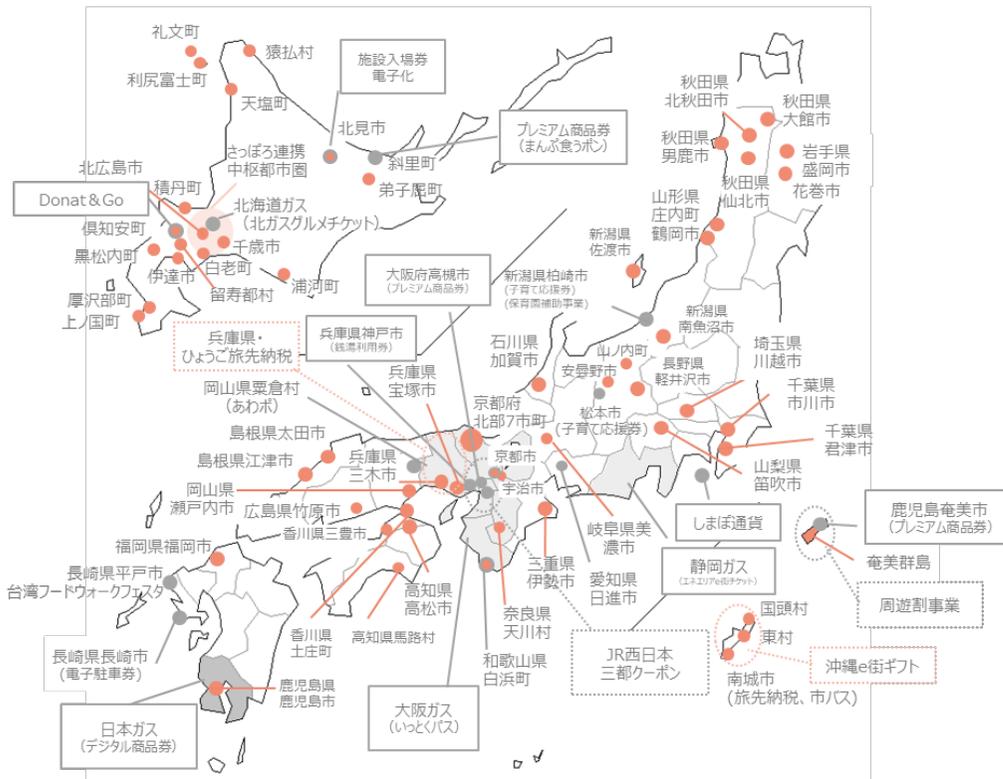
グループが運営する飲食店で利用可能な  
株主優待券を電子化

旅先納税や訪日客をターゲットとした寄付の仕組み「Donate & Go」の導入などの案件獲得が進む。

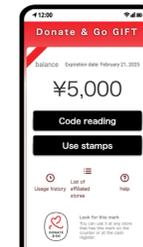
■ 2024年4Q実施案件

■ 2024年4Qトピック

● e街ギフト(旅先納税) ● その他案件



■ 訪日客向け寄付の仕組み「Donate & Go」※1  
第二弾 北海道ニセコエリアでの提供開始



■ 福岡県福岡市へ「おでかけ版ふるさと納税」を導入※2



e-machi Platform

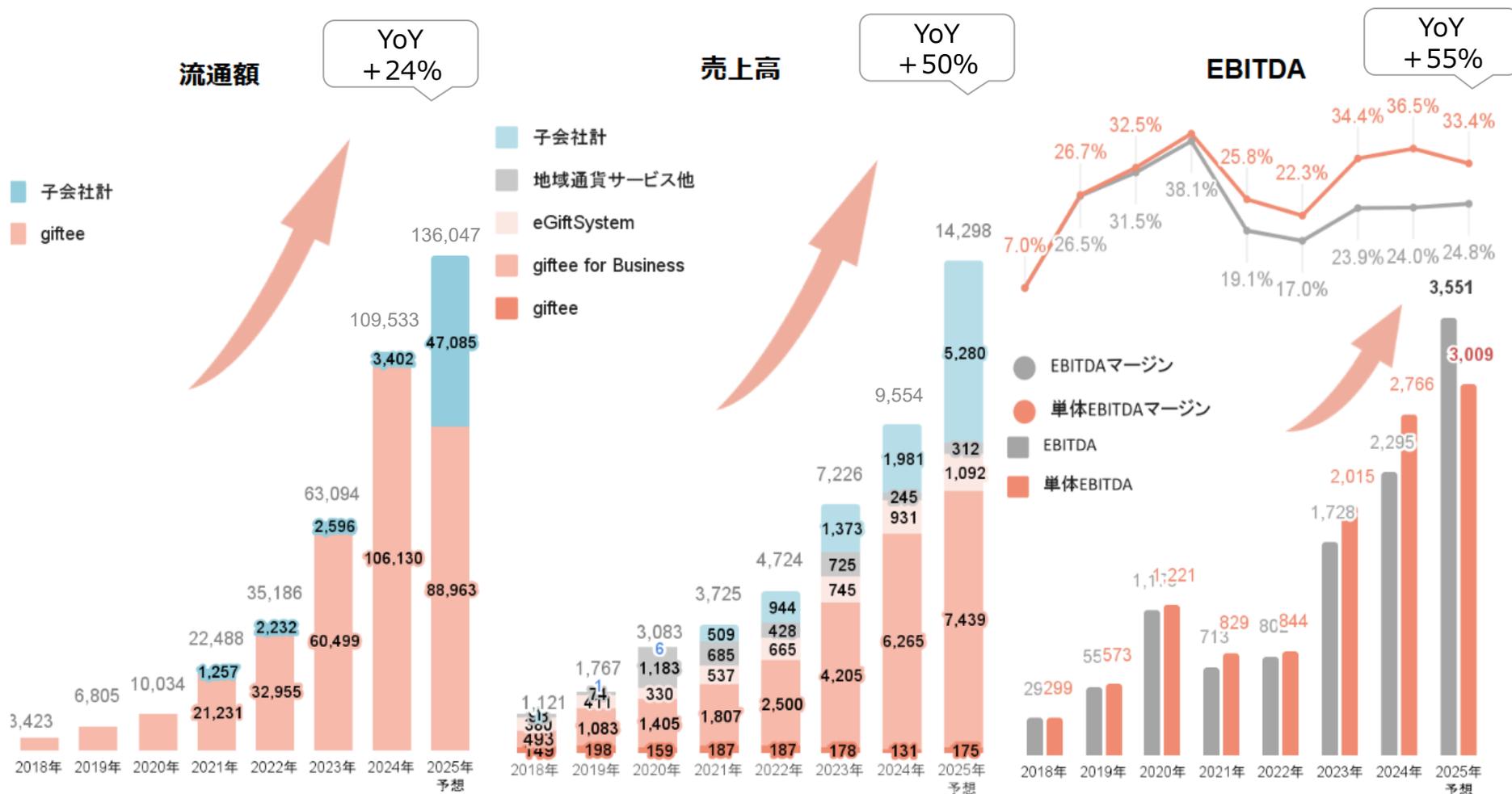


※1：外国人観光客が訪れた地域に対して寄付をすると、返礼品としてその地域の体感型のギフトを受け取ることができる仕組み。  
※2：西部ガス株式会社との協業のもと導入。

# IV. 2025年12月期業績予想 および中期財務方針

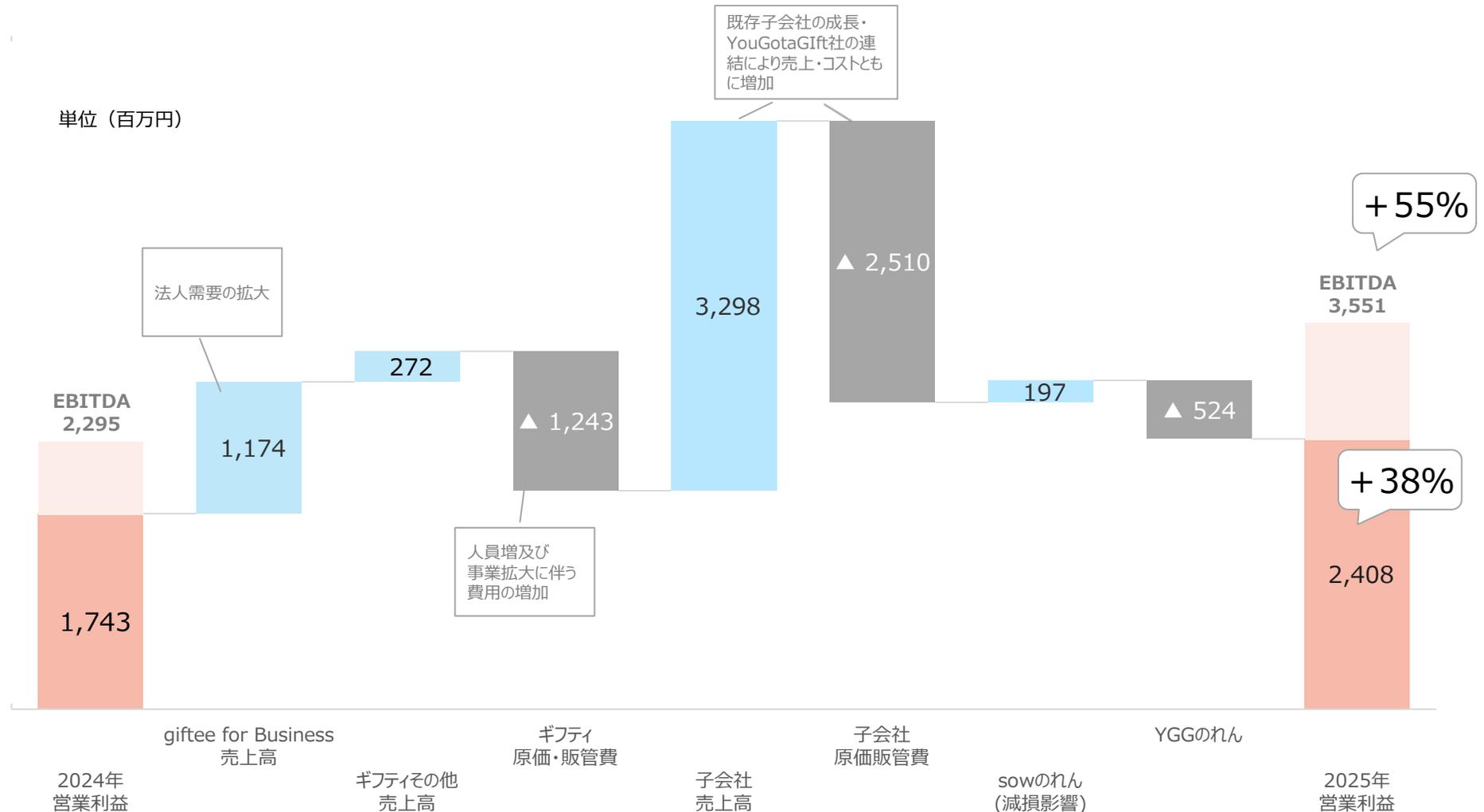
# 2025年12月期流通額・売上高・EBITDA予想

ギフト単体の成長に加え、今期連結したYGGの影響含む子会社の貢献により、**流通額・売上高・EBITDAすべてにおいて過去最高値を目指す。**



# 2025年12月期業績予想 EBITDA/営業利益変動要因

giftee for Businessの売上成長に加え、YGGの連結により、売上・コストともに大幅増加を見込む。



2025年12月期業績予想  
通期業績予想（前期比）

流通額・売上高・EBITDAすべてで、**3年連続の過去最高値更新**を目指す。  
Non-GAAPベースの当期純利益は27%増。  
配当性向※は30%とし、1株当たり配当は13円を予定。

	2025年12月期 通期業績予想	2024年12月期 実績	増減
売上高	<b>14,298</b> 百万円	<b>9,554</b> 百万円	+ 50 %
EBITDA	<b>3,551</b> 百万円	<b>2,295</b> 百万円	+ 55 %
EBITDAマージン	<b>25</b> %	<b>24</b> %	+ 1 pp
営業利益	<b>2,408</b> 百万円	<b>1,743</b> 百万円	+ 38 %
営業利益率	<b>17</b> %	<b>18</b> %	△ 1 pp
当期純利益	<b>—</b> 百万円	<b>△510</b> 百万円	- %
当期純利益(non-GAAP※)	<b>1,246</b> 百万円	<b>982</b> 百万円	+ 27 %
一株当たり配当	<b>13</b> 円	<b>10</b> 円	+ 30 %
流通額	<b>136,047</b> 百万円	<b>109,533</b> 百万円	+ 24 %

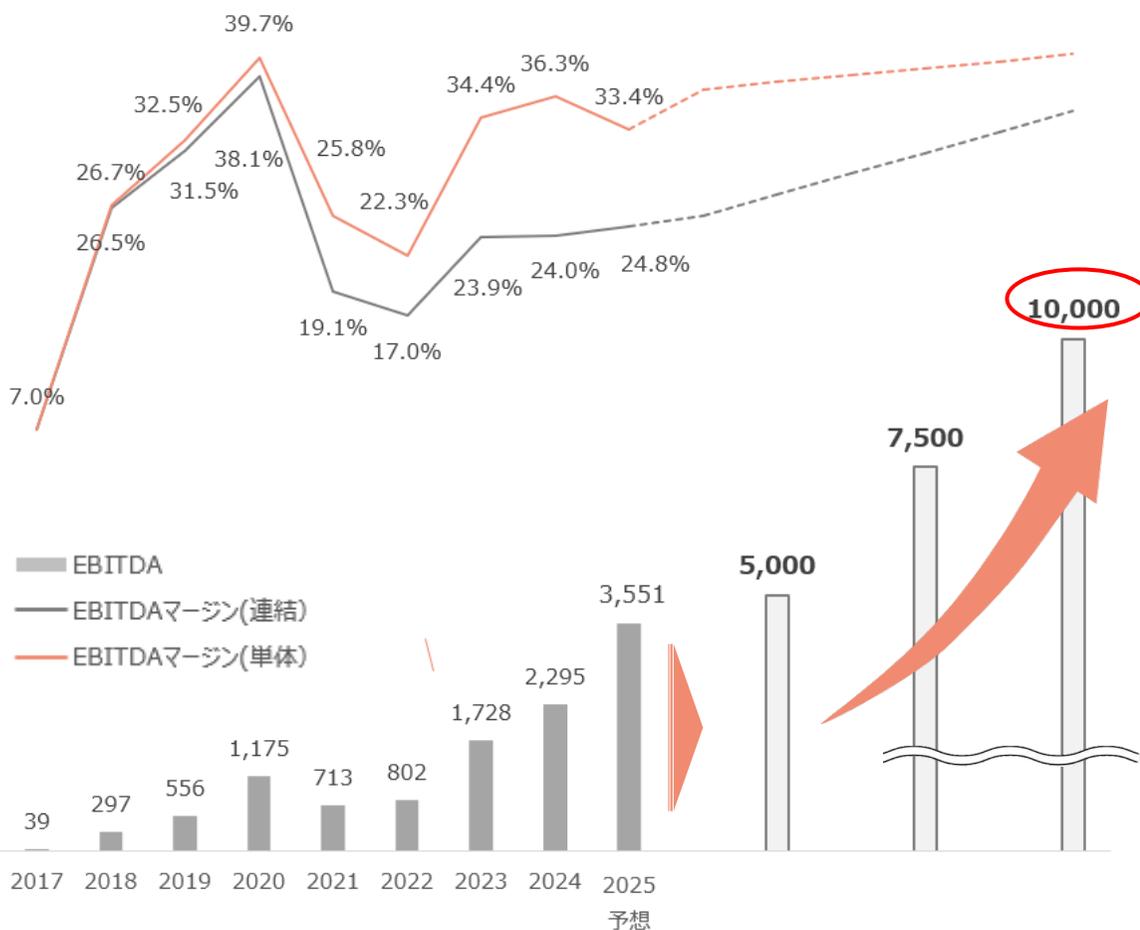
※ 配当性向は特別損益、およびオープンバージョン減税等非経常的な税効果等の一次的損益を調整したNon-GAAP当期純利益をベースに算出。

※ Non-GAAP当期純利益は、特別損益、およびオープンバージョン減税等非経常的な税効果等の一次的損益を調整して算出。

# 中期財務方針

中期的なEBITDA100億円達成に向け、以下の戦略を引き続き推進。

**EBITDA・EBITDAマージンの推移** 単位（百万円）



**1 既存事業のさらなる成長**  
 単体は既に高い利益率に到達。  
 引き続きさらなる成長を図る。

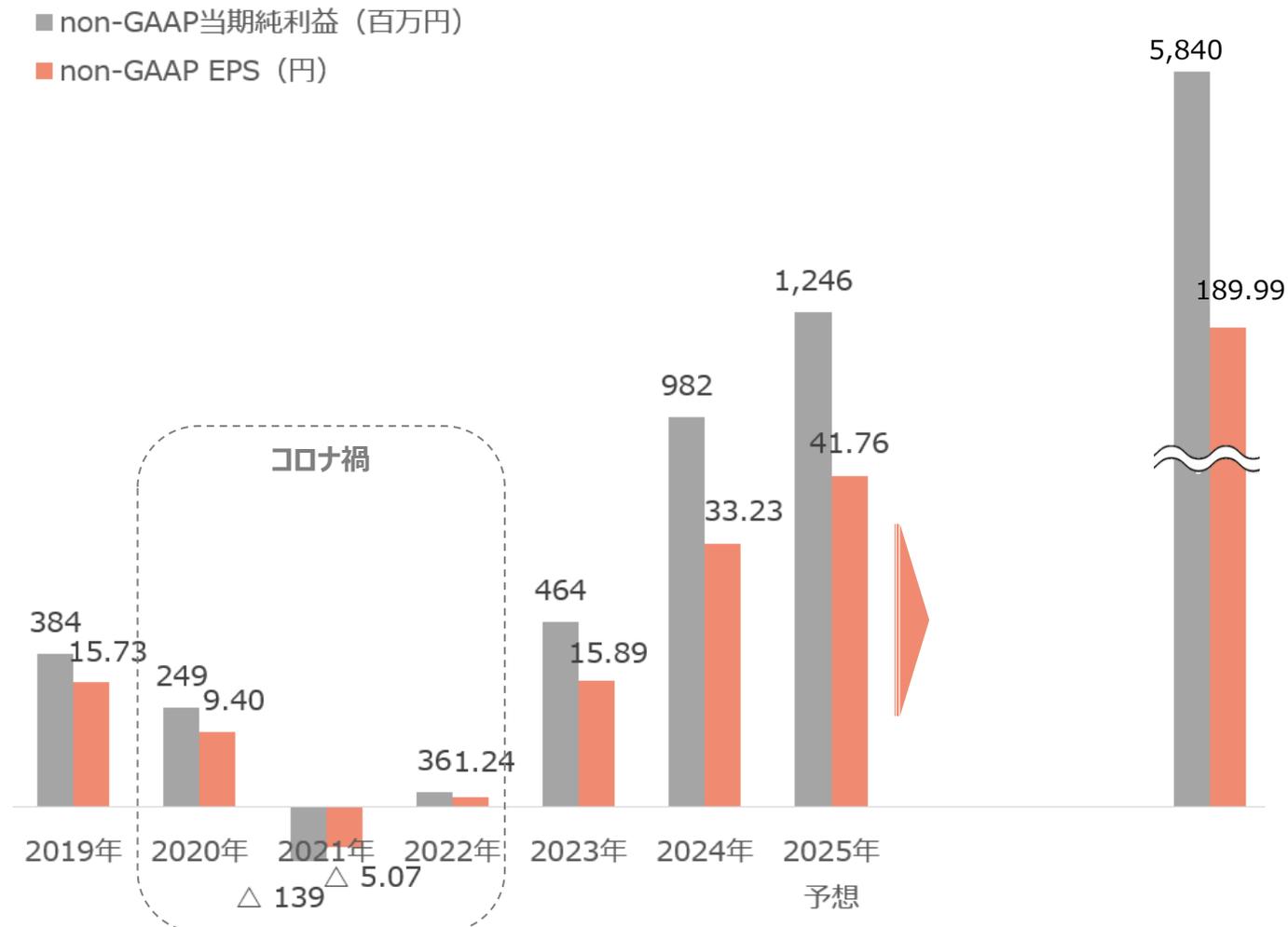
**2 投資フェーズ子会社の利益化**  
 流通額拡大・シナジー発揮による  
 子会社の利益化の推進。

**3 戦略的M&A**  
 シナジー貢献・利益貢献の見込めるM&Aの  
 実施。  
 （例：YouGotaGift.com Ltd.の取得）

※具体的な成長戦略は、本資料内「成長戦略」参照。

利益成長と連動した増配・EPSの成長を実現する。

Non-GAAP当期純利益・EPSの推移



※ Non-GAAP当期純利益は、特別損益、およびオープンインベション減税等非経常的な税効果等の一次的損益を調整して算出。

# V .成長戦略

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

等

CP数  
267社

流通額：1,095億円

流通 eギフト利用企業 (DP)

個人向け

① giftee\*  
STARBUCKS® baskin BR Robbings® サーティワン 等

法人向け

② giftee\*  
for Business

等

会員数  
232万人

DP数  
2,028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2024年12月期通期のユニーク利用企業数。

CP、DP双方に対する顧客提供価値を高めることによる高い成長率の継続を目指し、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」を掲げており、加えて、**機動的なM&Aにより当該成長戦略の実現を強化・加速させていく。**

### eギフトプラットフォームの拡大

- 魅力的なコンテンツの拡充（CP数、業界・カテゴリ）
- 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

- マレーシア、ベトナムへの展開
- ASEAN、その他海外地域への進出

機動的なM&Aにより加速度的な成長を企図

①魅力的なコンテンツの拡充、②eギフト利用企業（DP）数と流通額の拡大、③新規サービスの開発・展開、  
加えてその④地理的な横展開をすることによる成長を図る。  
その実現手段としてM&A/アライアンスも検討する。



© 2025 iTunes K.K. All rights reserved.  
Google Play は Google LLC の商標です。  
本資料に関するお問い合わせは株式会社ギフトまでお願いいたします。  
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。  
「QUOカードPay」もしくは「クオ・カード・ペイ」およびそれらのロゴは株式会社QUOカードの登録商標です。

# 成長戦略について\_eギフトプラットフォームの拡大 魅力的なコンテンツの拡充（CP数、業界・カテゴリ）

1. これまでの注力業界である飲食・小売業界の更なる企業数拡大
2. 多様なニーズに対応すべくジャンルの拡張
3. ユーザーの選択肢の増加を実現する自社コンテンツの提供



eギフトの発行に留まらず、多様化する顧客ニーズに応える新規サービスにより提供価値を向上。

### 店舗向けサービス

店舗のニーズにマッチしたサービスをスピーディに開発・提供

eStamp、回数券、クーポン サブスクリプション、e定期券



ロイヤルティプログラム



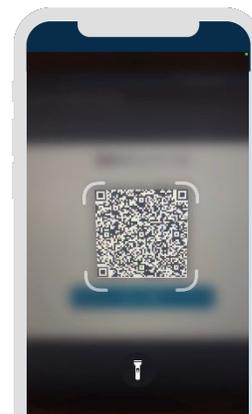
モバイルオーダー



### 企業向けサービス

株主優待電子化

QRコードを読み取り、  
優待受取サイトへ



優待受取サイトtop



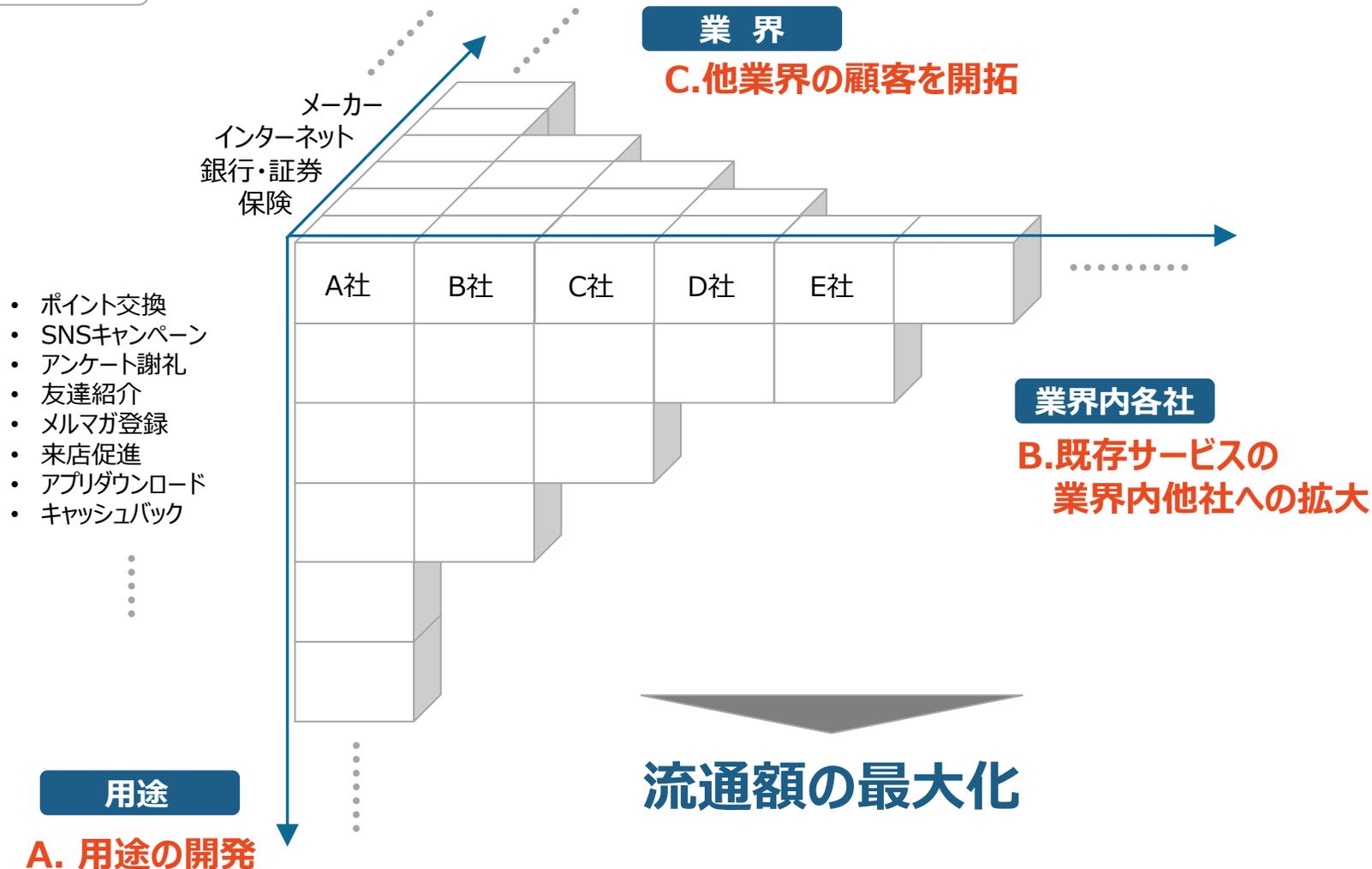
優待選択・受取



- ✓ ペーパーレス化による環境負荷軽減
- ✓ 配送費、生産集計等の間接コストの削減
- ✓ 利用データの取得によるマーケティング施策等への活用

A.開発した用途をB.C. と横展開を進め立方体全体の体積を広げていくことで流通額拡大を図る。

拡大方向性



複雑化・多様化する顧客ニーズに対応するため、ギフト配布ツールの開発・提供により、ユーザー満足度の高いキャンペーンの実現を図る。

## ニーズに応じたサービス開発

### giftee Campaign Platform

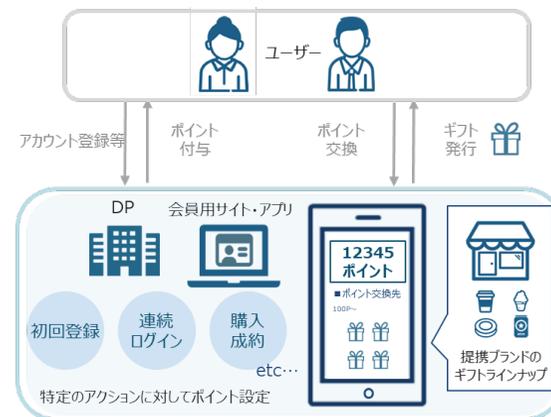


### giftee greeting tool



### giftee Point Base

ポイント付与~ギフト交換まで一括機能提供



gifteeBox、えらべるPayの展開により、2022年以降、従来のBtoC領域に加えて、新たにCorporateGift(BtoB/BtoE)・GtoC領域において、利用が拡大。

**領域別利用用途例**

用途					
既存領域			新規領域		
BtoC			Corporate Gift (BtoB/BtoE)	GtoC (Government to Consumer)	
友達紹介 キャンペーン 	ポイント交換 	アンケート謝礼 	社内報奨 	経済支援策（政府/自治体補助金等） 	
SNSキャンペーン 	抽選キャンペーン 	メルマガ登録 	企業/労働組合周年記念品 	子育て支援 	省エネ家電購入支援 
キャッシュバック キャンペーン 	マイレージ キャンペーン 	来店促進 	ウェビナー/ オンラインイベント特典 	電子申請促進施策 	節電プログラム 参加要請施策 

自治体のニーズに沿うgifteeBoxの特性を生かしたソリューションの提供により、領域の拡大を図る。

### 子育て世帯応援事業 案件事例



18歳以下の子ども1人につき  
3万円分のオリジナルgifteeBoxを配付

✓ 案件趣旨に沿った利用用途の制限が可能

### 省エネ家電購入応援施策 案件事例

#### 〇〇県省エネ家電応援キャンペーン



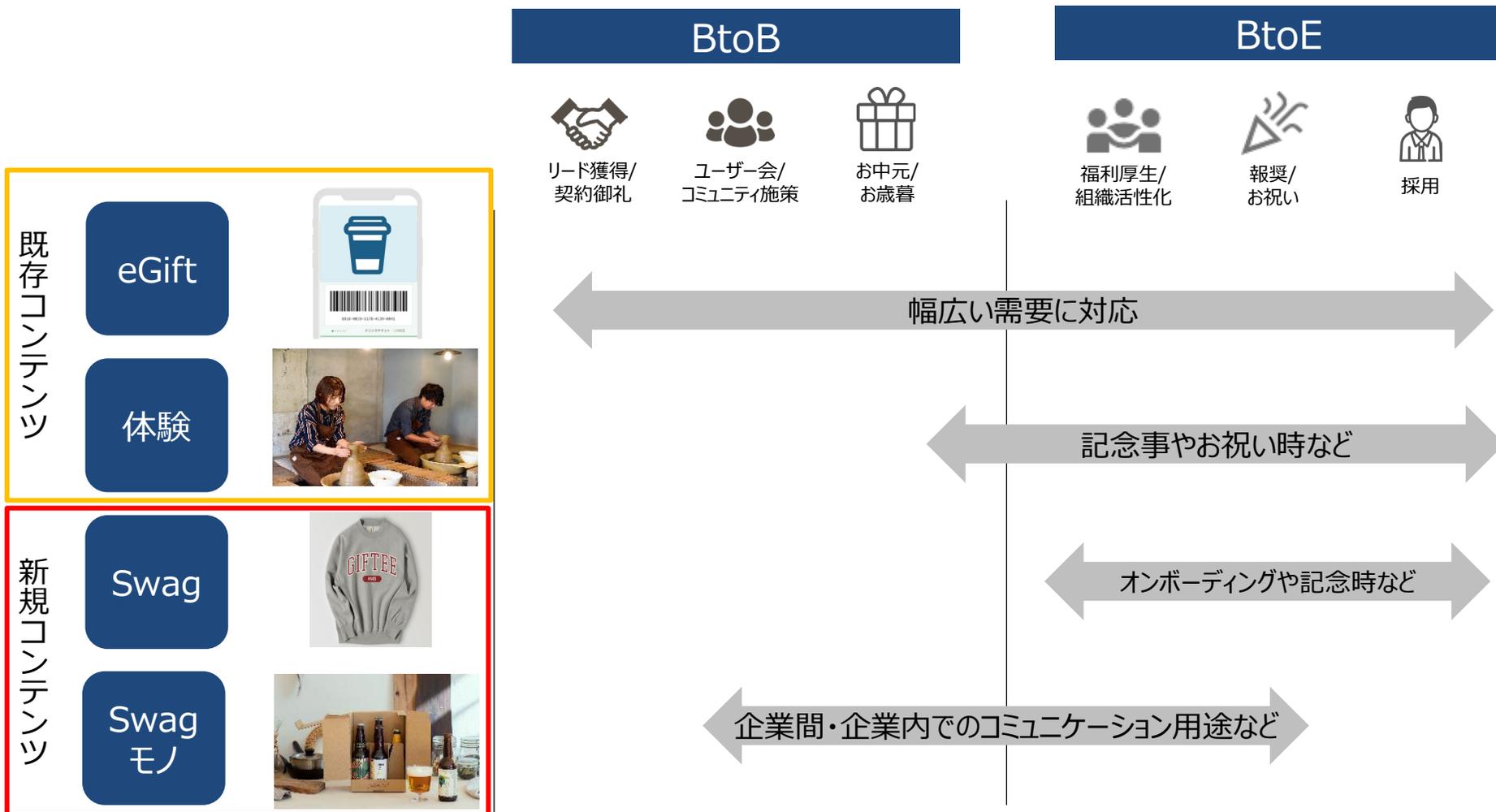
省エネ家電



購入製品に応じて  
5,000円～160,000円分のえらべるPayを付与

✓ 現金給付にかかる事務コストの削減

贈り先との関係性やオケーションによって、使い分けされる。当社は、既存コンテンツとしてeGift、体験ギフトを保有しており、モノ・Swagを拡大することで幅広いニーズへ対応。



BtoE領域では、従業員との関係性構築・維持・強化につながる幅広い用途が顕在化。  
 企業ニーズに対応したBtoE特化型の新規サービスを展開し、更なる用途の探索と利用の拡大を図る。

BtoE用途							
採用活動 入社	イベント	お祝い	表彰 永年勤続	健康経営	慰労	周年記念	中途 再雇用
インターン向け	社員総会	本人誕生日	永年勤続 表彰	ワーキング イベント	慰労	設立記念	リファラル
面談謝礼	ファミリーデー	家族誕生日	営業報奨	禁煙成功	福利厚生利用	製品・サービス	アルムナイ
交通費補助	懇親会	結婚記念日	プロジェクト 達成	早期受診	ホリデーギフト	上場記念	
内定オファー	事業部イベント	出産祝い	アルバイト表彰	ポイント交換			
内定祝い	食事補助	入学祝い					
懇親会	参加謝礼						
内定式	組合活動						
ウェルカム ギフト							

**新規サービス**

giftee\* Benefit

企業側の開発なしで利用可能な  
ポイントプログラム等の  
福利厚生サービス

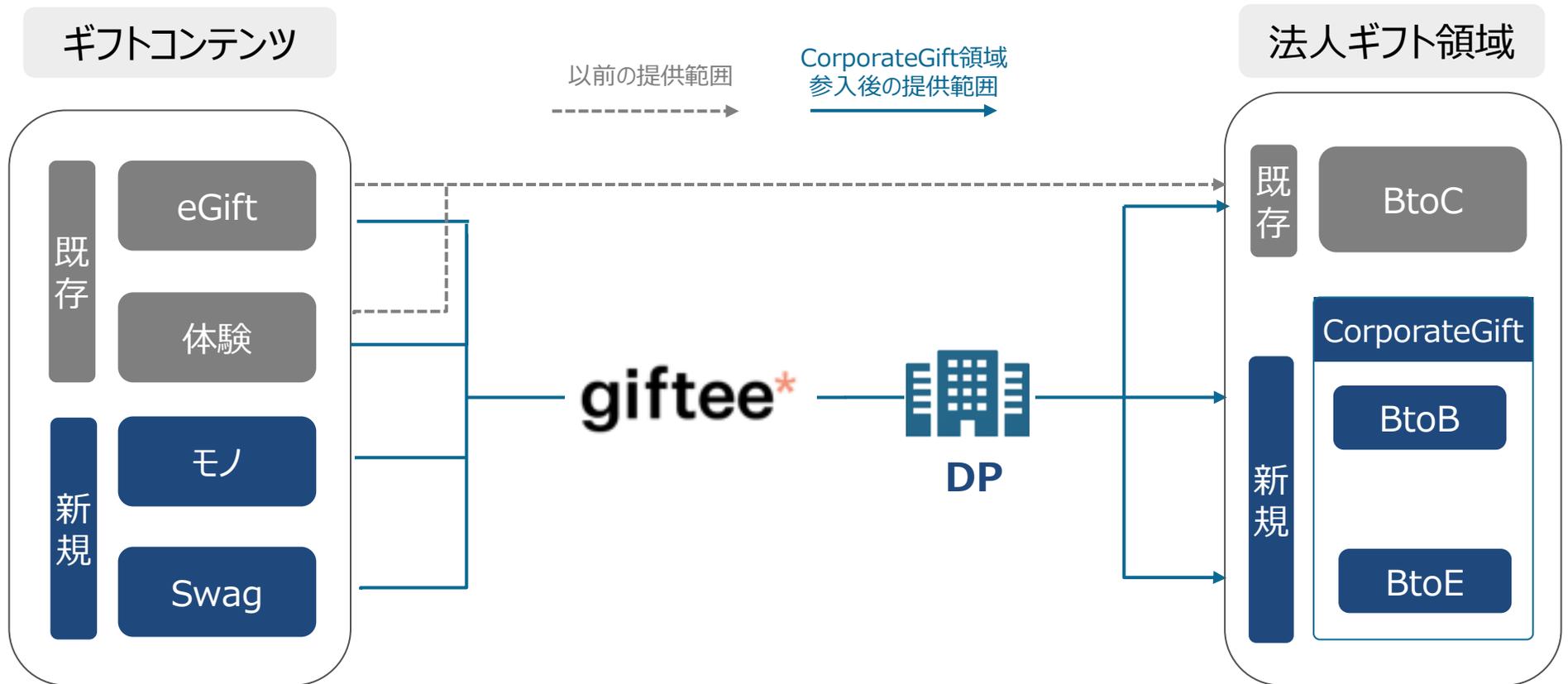
企業

企業が独自に設定した条件に対してポイントを付与  
(毎月の福利厚生や誕生日など)

従業員

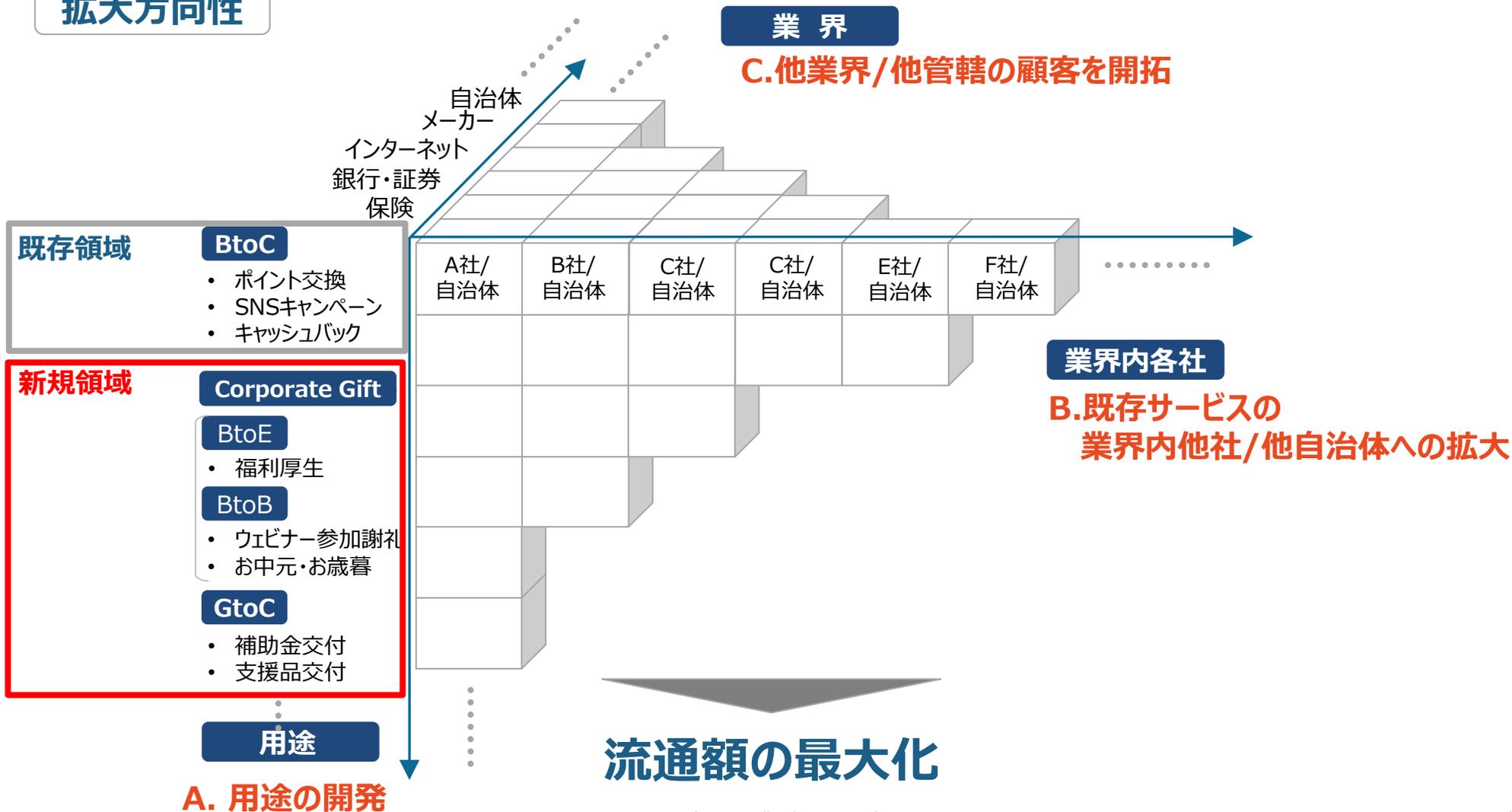
ポイント利用で1,000種類以上のeギフトと交換可能

CorporateGift領域へ参入し、モノ/swagのコンテンツ拡充を図るすることで、新規だけでなく、既存のコンテンツ・領域の拡大にも寄与。今後も相互に作用しながら法人ギフトの流通拡大を図る。



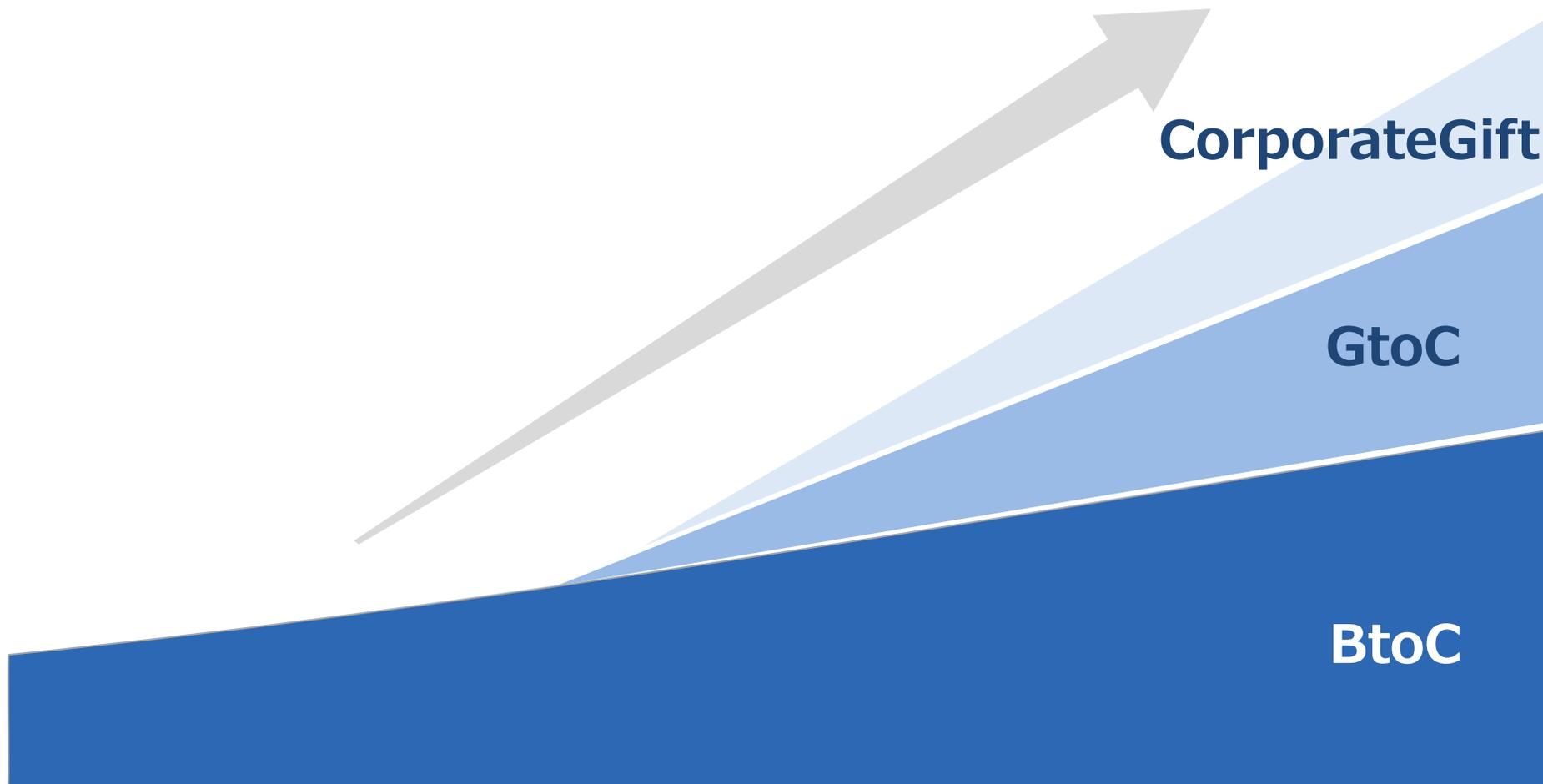
既存のBtoCに加え、CorporateGift、GtoC領域においても同様に、3軸でのアプローチにより拡大を図る。

拡大方向性



既存のBtoC領域のオーガニックな成長に加え、

2023年から顕在化したGtoC、CorporateGift領域の展開により高い成長の維持を目指す



既に進出しているASEANに加えて、YouGotaGift.com Ltd.の連結子会社化によりMENA地域へ拡大。



成長戦略を加速度的に実現するため引き続き成長戦略実現に寄与するM&A/アライアンスを推進予定。  
これまでの当社の成長戦略実現のためのM&A/出資は以下の通り。

M&A及び出資の実績

1 eギフトプラットフォームの拡大

- 魅力的なコンテンツの拡充 (CP数、業界・カテゴリ)
- 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

2 地理的な横展開

- ASEAN展開

M&A

SOW  
Experience

(2021年3月)

paintory

(2022年10月)

meuron

(2023年1月)

出資

dirigio

(2021年7月)

PAN for YOU  
パンフォーユー

(2020年12月)

SIRU+

(2021年1月)

KINCHAKU

(2020年6月)



GINKAN  
(2020年2月)

他複数社

M&A

YOU  
GotaGift

(2024年12月)

出資

TADA

(2021年5月)

JV

MEKONG  
COMMUNICATIONS  
A member of MEKONG ONE

(2021年3月※)

※ Mekong Communicationsはベトナム法人であるギフトメコン社JVパートナー

特に事業の不確実性が高いスタートアップの出資先において、当初想定していた事業計画からの遅延等により、減損損失が発生するリスクも存在。

一方で戦略オプションとしてM&Aや出資は引き続き積極的に活用し、M&A/出資先とのシナジーを創出し、成長戦略の実現を図る。

### 2024年12月期末リスク資産

項目	社数	期末残高
のれん	3社	4,604百万円
投資有価証券※	22社	3,064百万円
合計	25社	7,668百万円

※ 投資事業有限責任組合への出資額を除く

### 投資先とのシナジー事例

- PAN for YOU との全国パン共通券の共同展開



#### 全国パン共通券

2021年12月より全国のパン屋さん（19ブランド、335店舗）で利用可能なeギフトを販売開始。順次利用店舗を拡大中。

- DIRIGIOとのデリバリーシステムの共同提案（2023年に持分法適用関連会社化）



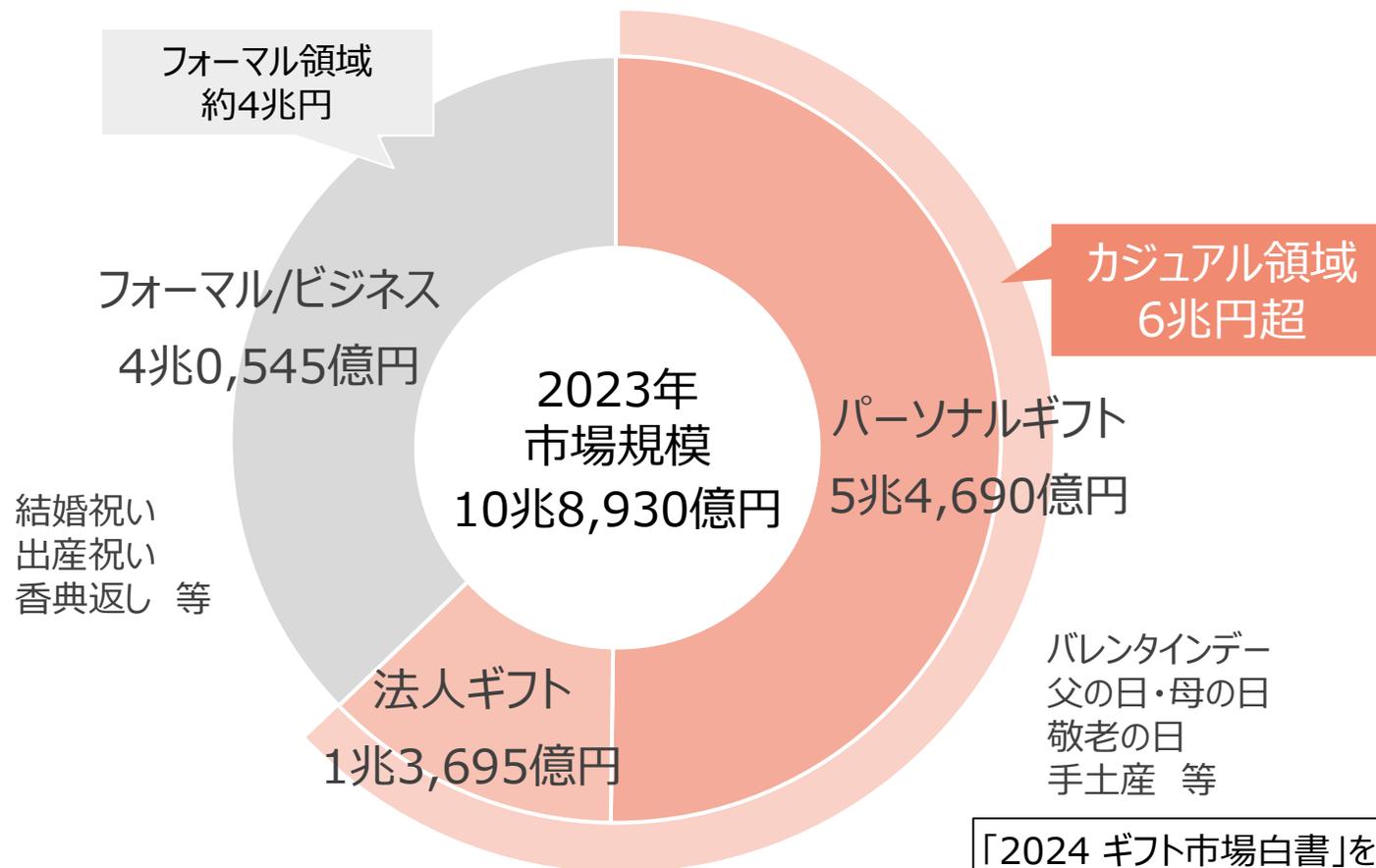
おいしい  
テイクアウト料理を  
待たずに受け取り



テイクアウトやデリバリーシステムの提供によるCPへの付加価値向上

メインターゲットは国内のカジュアルギフト領域6兆円。

### ギフト市場構成



「2024 ギフト市場白書」をもとに  
最新データに改定

新規用途の開発により潜在市場をさらに拡大



当社グループのサステナビリティへの取り組み重要課題（マテリアリティ）を特定しております。  
ミッション・ビジョンの実現に向けたこれらの取り組みを通じ、社会課題の解決に貢献してまいります。

重要課題（マテリアリティ）

取り組み

貢献するSDG s

サービス・ソリューションを通じた社会課題の解決

コミュニケーションの活性化  
想い・絆・縁を育む  
デジタル化による様々な負担の軽減

eギフトをはじめとするサービスを通じた、様々な場面でのコミュニケーションの活性化  
デジタル化による、環境負荷軽減をはじめとする、様々な負担の軽減 等



持続的成長を支える基盤

**E**  
(環境)

気候変動への対応  
資源の有効活用

CO2排出量低減への貢献  
資源利用削減への貢献 等



**S**  
(社会)

ダイバーシティ&インクルージョン  
人権の尊重と働きがいのある職場環境  
データセキュリティ  
お客様のプライバシー

ダイバーシティの推進  
新しい働き方の実現  
健康経営の推進  
セキュリティ・プライバシー関連法令の遵守 等



**G**  
(ガバナンス)

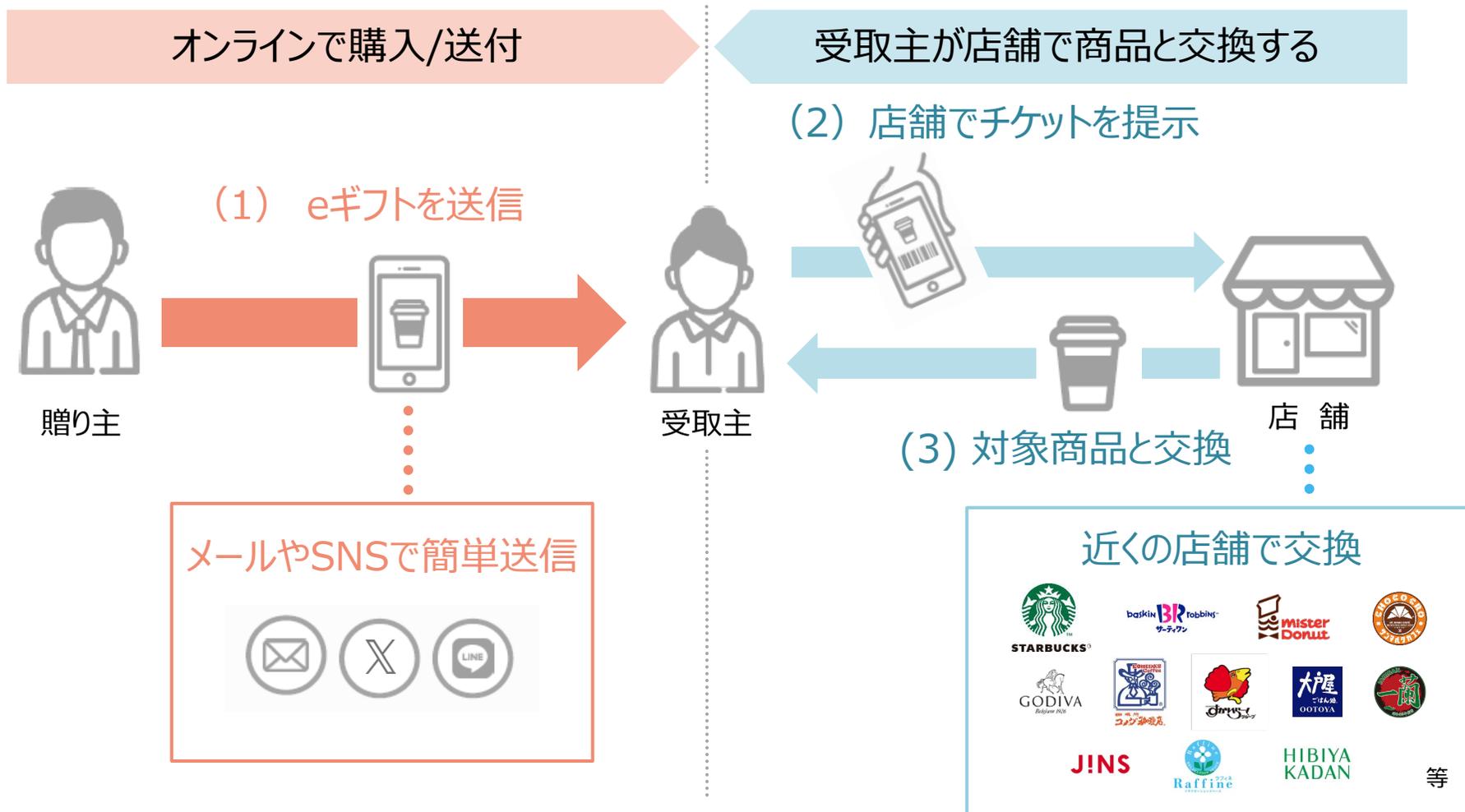
コーポレートガバナンス  
コンプライアンス  
公正な事業慣行

さらなる透明性・健全性向上に向けた  
社内体制の構築 等



# VI. 事業とサービスの概要

「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。



数十円から選べるxx種類以上のラインナップ  
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  
120円～



お菓子  
44円～



ソフトクリーム  
129円～



ビール  
224円～

## その他店舗系



スターバックス  
ドリンクチケット

¥500～



サーティワン アイスク...  
レギュラーシングル  
ギフト券

¥420



ミスタードーナツ  
ギフトチケット

¥200～



すかいらーくご優待券  
¥500

すかいらーく  
すかいらーくご優待  
券  
¥500～

## デジタル系



Apple Gift Card  
100円分～1万円分



Amazonギフトカード  
1円分～10万円分



Google Play ギフトコード  
100円分～1万円分



ギフトプレミアムPlus  
100円分～5万円分



QUOカードPay  
50円分～1万円分

© 2025 iTunes K.K. All rights reserved.  
Google Play は Google LLC の商標です。  
本資料に関するお問い合わせは株式会社ギフトまでお願いいたします。  
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。  
「QUOカードPay」もしくは「クオ・カード ペイ」およびそれらのロゴは株式会社QUOカードの登録商標です。

## eギフトとは ～特徴～

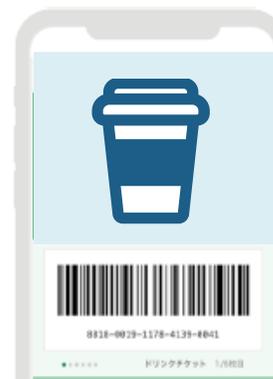
eギフトはユニークなURLで発行。

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】 232 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】 2,028 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。

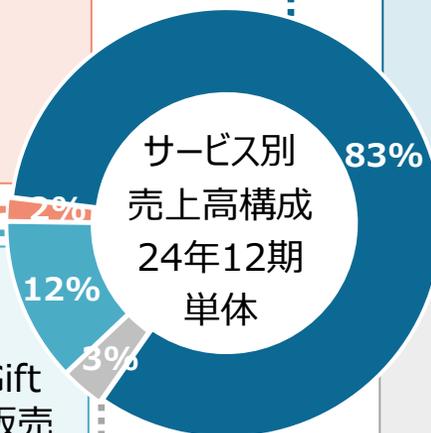
【事例】 スターバックス コーヒー、  
サーティワンアイスクリーム、ミスタードーナツ 等

【CP数】 267 社  
CP：コンテンツパートナー

### ④ 地域通貨サービス 自治体向け

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、自治体の各種デジタル化ソリューションを提供。

【事例】 Go Toトラベル電子クーポン  
しまぼ通貨（東京都島しょ地域）  
旅先納税システム 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



等

個人向け

### ① gifteeサービス

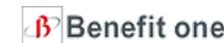


eギフト発行会社自社サイト



等

提携企業



等

外部チャネル

### ② giftee for Businessサービス

保険

銀行・証券

インターネット

メーカー

カード

不動産

等

法人向け

### ④ 地域通貨サービス

個人向け ①giftee サービス

当社が運営する個人向けeギフト販売サービス。



eギフト購入方法

①アプリまたはwebサイトにアクセス



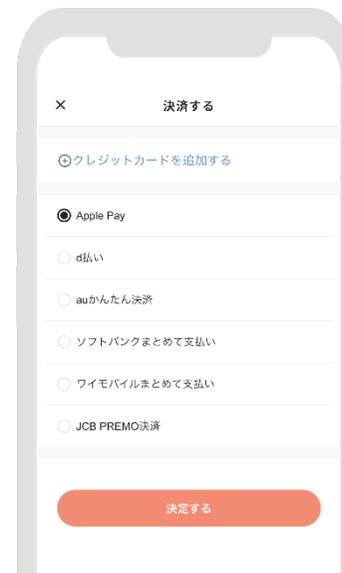
②eギフトを選択



③ギフトカードを選択  
メッセージを入力



④決済

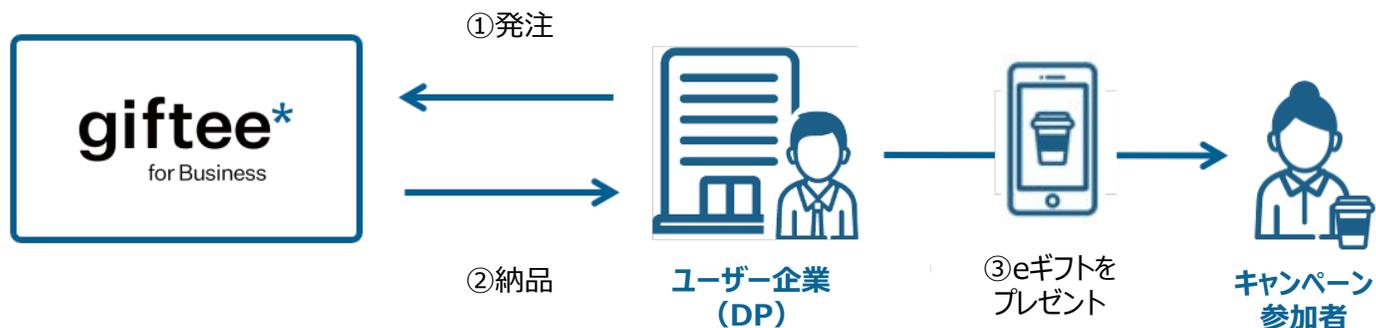


⑤購入完了、URL取得



**法人向け** ② giftee for Business サービス

キャンペーンや福利厚生などで使えるeギフトを提供



- 

資料請求・  
見積り謝礼
- 

アンケート  
謝礼
- 

X (旧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

法人向け

② giftee for Business サービス ～キャンペーン例～

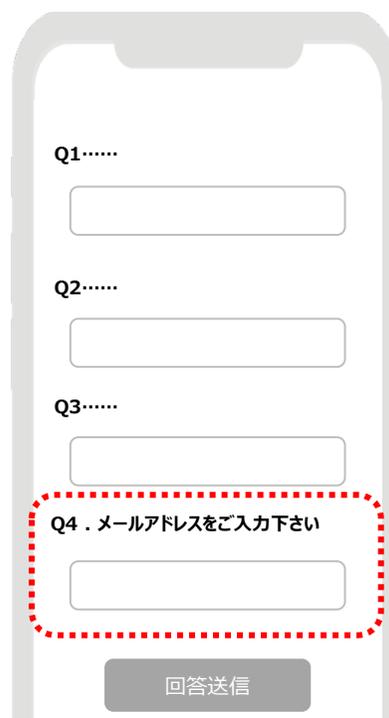
## キャンペーン例 アンケート

アンケート回答者全員に、eギフトをプレゼント

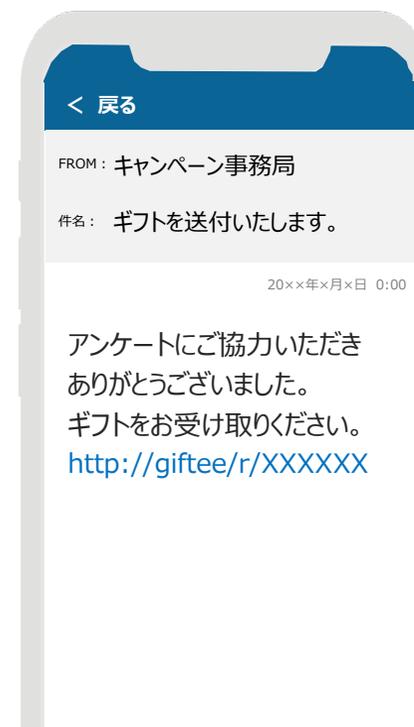
① キャンペーンページ



② アンケート回答・メールアドレス取得



③ メールでeギフト送付



回答者メールアドレス宛に、個別にURLを送付

法人向け ②giftee for Businessサービス ~導入メリット~

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



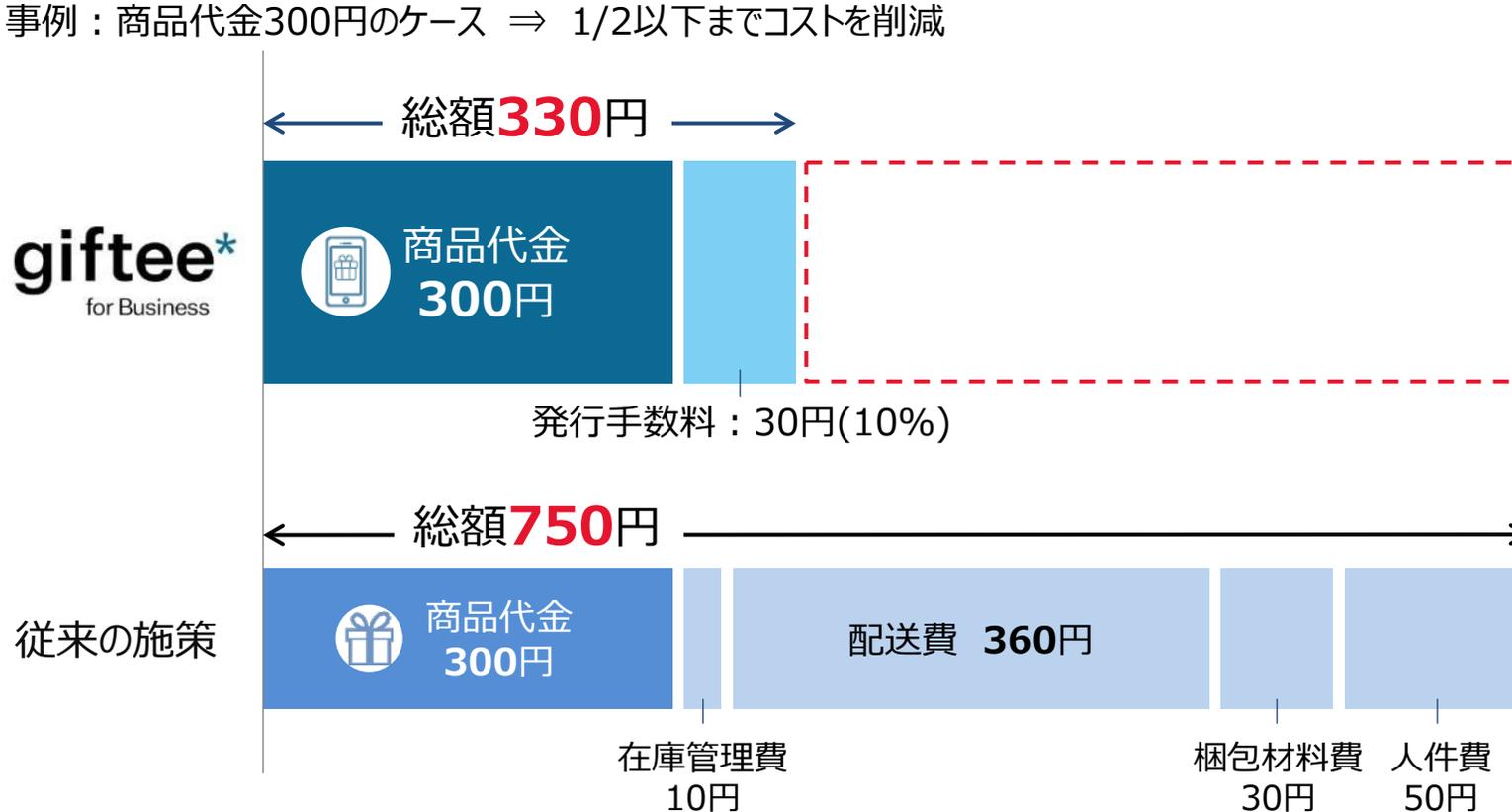
参加モチベーションの向上

**法人向け** ② giftee for Business サービス ～導入メリット1～

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

**メリット1** キャンペーンのコスト削減

事例：商品代金300円のケース ⇒ 1/2以下までコストを削減



法人向け

② giftee for Business サービス ～導入メリット2～

当選者数**100**倍の事例

## メリット2 同じ予算内で当選者数を最大化

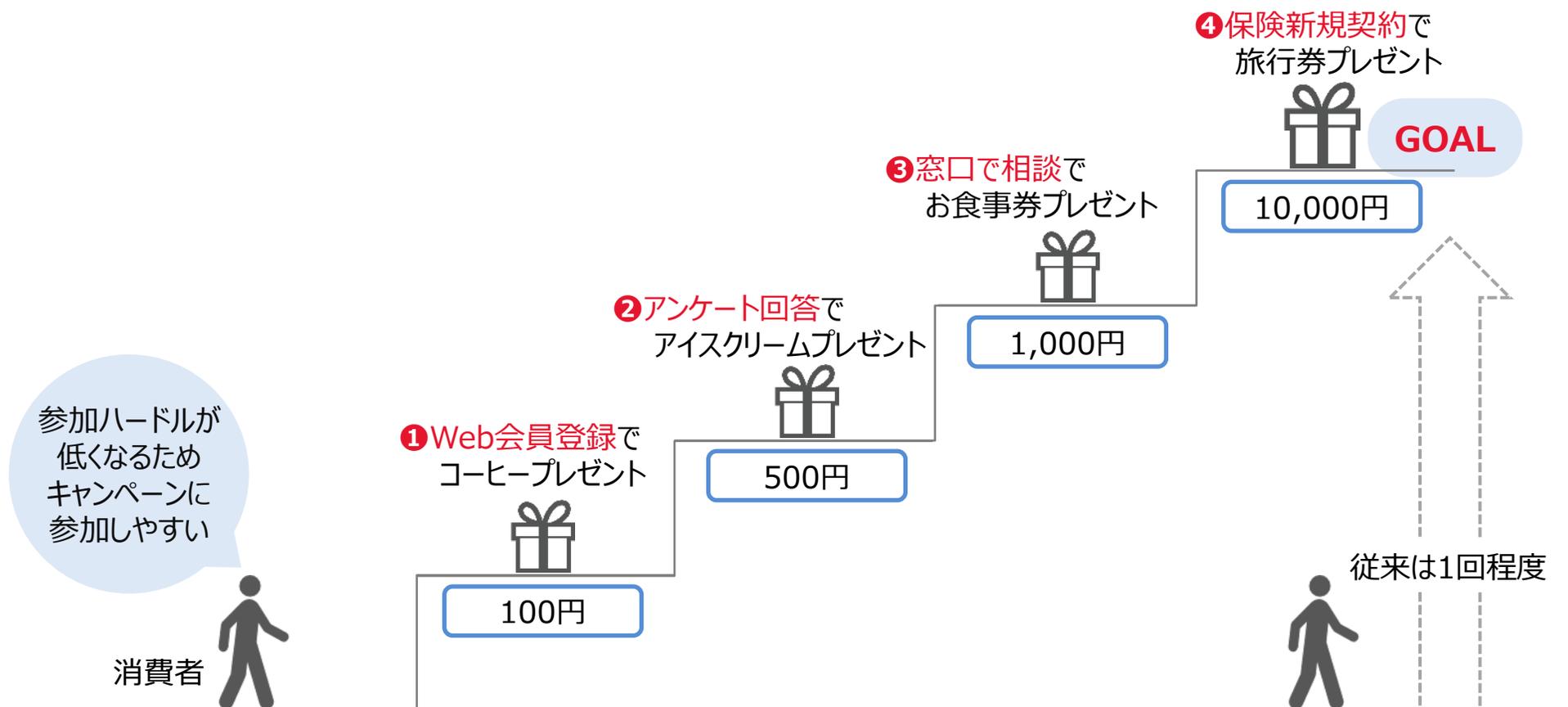


- ✓ 当選者数を増やし、参加モチベーションをあげることで、参加者数も最大化をすることができる

法人向け ②giftee for Businessサービス ~導入メリット3~

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

メリット3 段階的プロモーションの実現



オプションとして、eギフトの配付ツールを安価で提供。



### 抽選システム

デジタルギフトに抽選機能をつけ、  
当選者にリアルタイムにギフトを  
発行することができるシステム



### X(旧Twitter)キャンペーンシステム

フォロー&RTなどを条件にリアル  
タイムに抽選を行い、当選者にギ  
フトを発行することができるシステム



### LINEキャンペーンシステム

新規友だち追加などを条件にリアル  
タイムに抽選を行い、当選者にギ  
フトを発行することができるシステム



### アンケートシステム

アンケート回答後にその場でギ  
フトを発行することができるシステム



### 対面配布システム

タブレット上に表示したQRコードを  
読み取るだけでギフトが受け取れ  
るシステム



### マストバイキャンペーン

商品を購入した方だけが参加でき  
るキャンペーンシステム

## キャンペーン例 ① SNSキャンペーン

X(旧Twitter)アカウントをフォロー & をリツイートすると抽選で500名に、その場でeギフトをプレゼント

### ① キャンペーンをフォロー & ツイート



キャンペーンURLにアクセスすることで、抽選に参加

### ② 応募画面



応募条件を満たしていることを確認。

### ③ 結果(eギフト受取)



## キャンペーン例 ② 来店・来場促進施策

来店・来場者全員に、eギフトをプレゼント

① 来店・来場



② 店舗設置タブレットのQRコードを  
スマートフォンで読み取り



③ eギフト受取





株式会社 バンダイナムコエンターテインメント



世界にひとつ。あなたにひとつ。



小売店向け ③eGift Systemサービス

「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



④地域通貨サービス

個人向け

①gifteeサービス



eギフト発行会社自社サイト



等

提携企業



等

外部チャネル

店頭での消込・決済

法人向け

②giftee for Businessサービス

- 保険
- 銀行・証券
- インターネット
- メーカー
- カード
- 不動産

実績管理

小売店向け ③eGift Systemサービス 導入メリット

メリット1

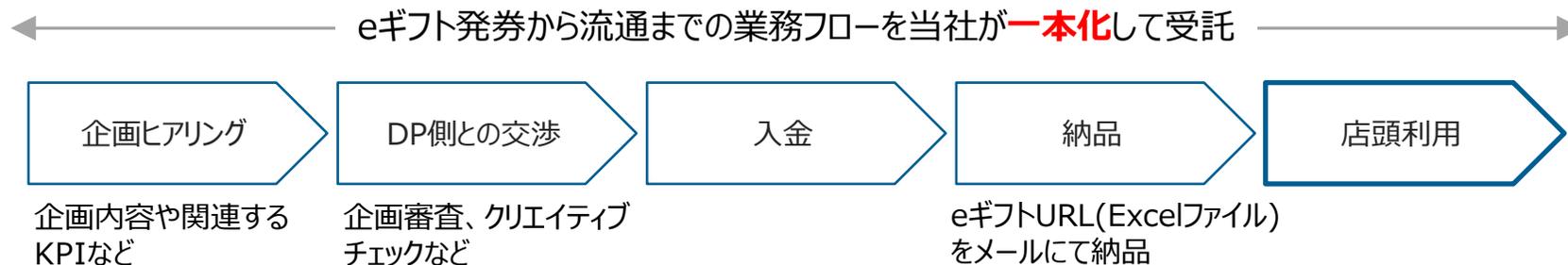
多額の流通額、多数の流通先を持つ当社のプラットフォームを利用することで、飲食・流通・小売企業等はギフト需要の開拓が可能。

流通額  
**1,095**億円  
(前期比73.6%増)

eギフト利用企業数  
**2,028**社  
(前期比14.1%増)

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



自治体向け ④地域通貨サービス

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(スマートフォン等で購入・利用可能)し流通させるソリューション。

■ 地域通貨利用フロー



自治体向け ④地域通貨サービス ～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** 店舗側での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** QRコードの読み取り、電子スタンプの押下等、簡単な決済処理。



■ 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
- 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
- 2023年 1月 「全国旅行支援※1」電子クーポンの発行・受取管理システム

※1：秋田、山形、福島、埼玉、石川、長野、兵庫、鳥取、岡山、香川、愛媛、高知の12県で採用

自治体向け ④地域通貨サービス 旅先納税

「旅先納税」とは、“旅行中”にその地域でふるさと納税をし、返礼品として即時に受け取ったe街ギフトを、旅行先のお店で利用可能とする仕組み。

■ 利用イメージフロー



メリット1 返礼品受領の即時性。

メリット2 地域の幅広い業種の店舗・サービスにおける観光収入の増加。

メリット3 地域の魅力の訴求、ファンの創出。

企業から販売手数料、システム利用料、発行手数料を受領。



ソウ・エクスペリエンス社は2005年設立の体験ギフト領域のリーディングカンパニー。  
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、テーマに沿ったオリジナルのカタログギフトを企画・製本し、オンライン/オフラインにて販売。

## ■ 取扱商品例

3,000円台から100,000円台まで幅広い商品をラインアップ。  
法人とタイアップしたオリジナルカタログなども製作。



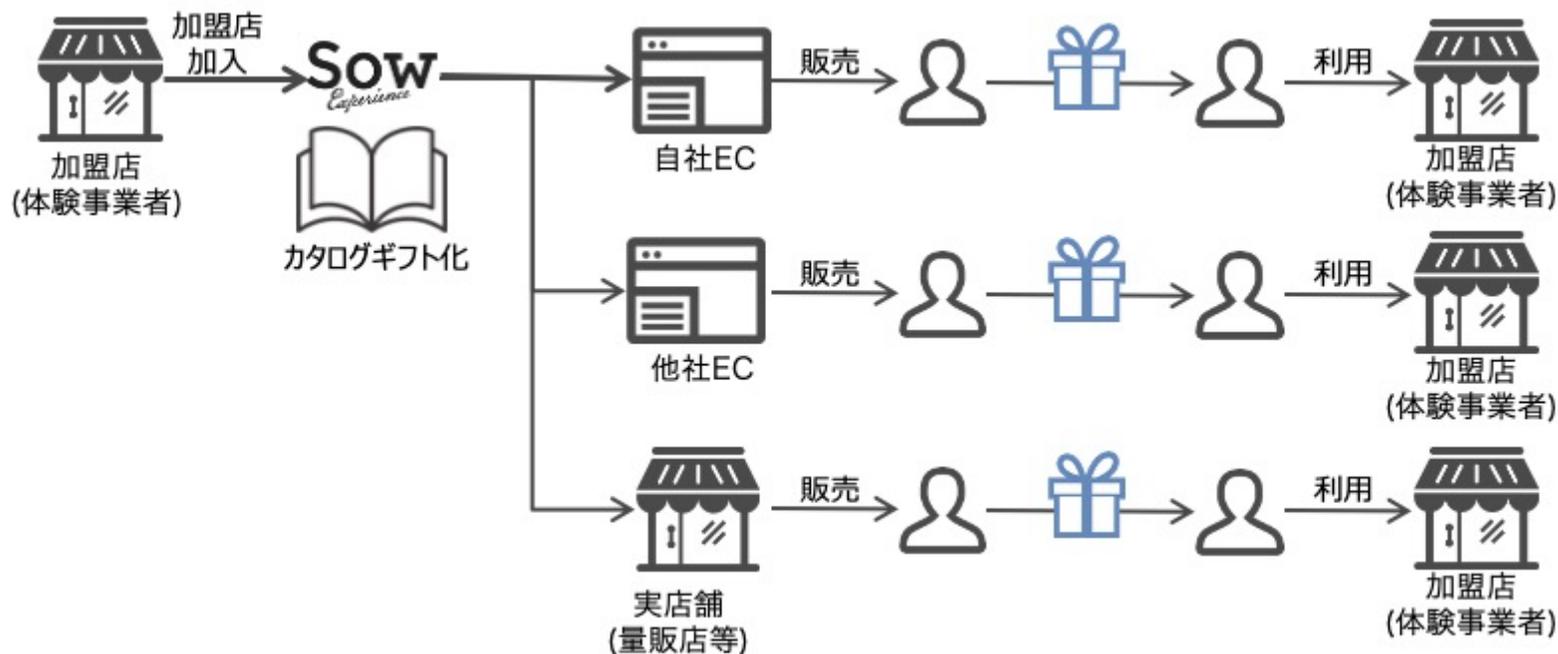
## ■ 取扱体験例

スパ・陶芸・カヤック・レストランなど、贈れる体験は約200種類。  
大切なギフトの機会にふさわしいお店とコースを厳選。



主に個人向けに、自社ECサイト・他社ECサイト・量販店などの実店舗でカタログギフトを販売。

## ビジネスモデル



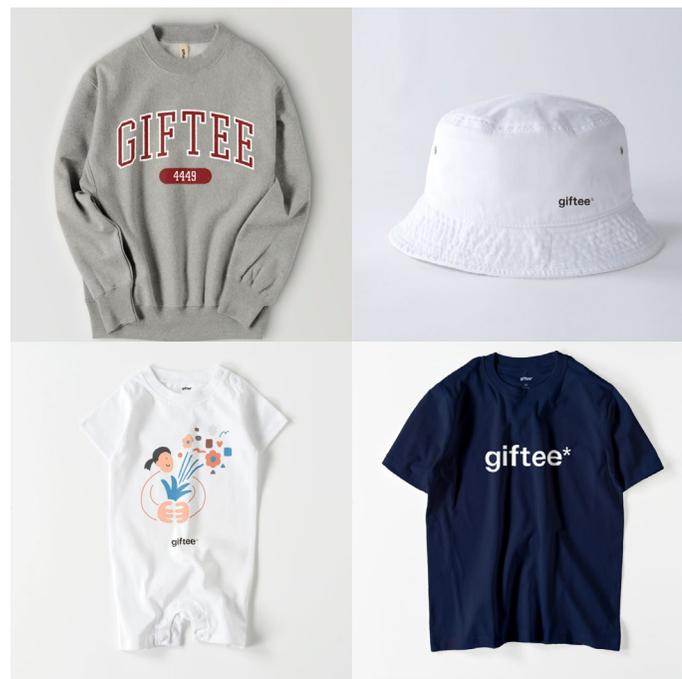
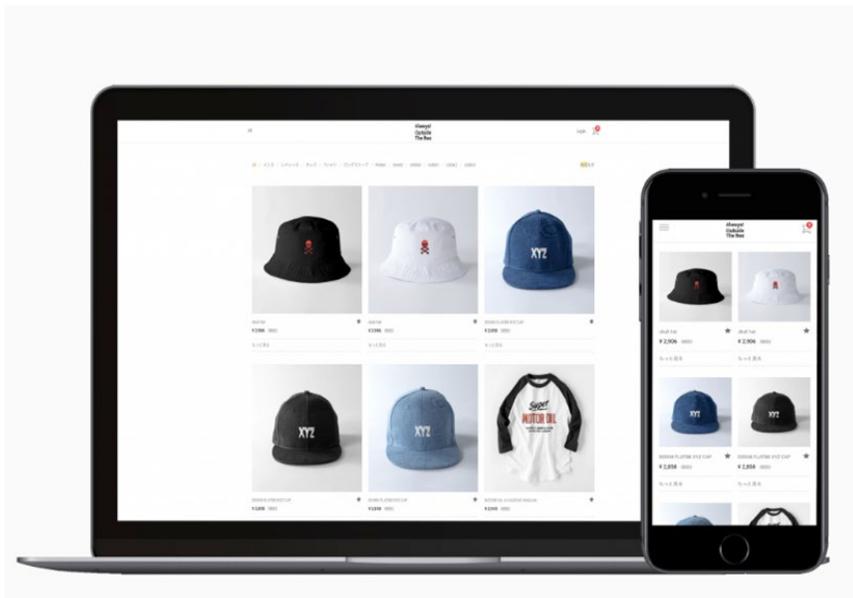
カスタムアパレルを制作したいユーザーに対し、デザインをアップロードするだけで、オリジナル商品を作ることができ、1着からリスクなく販売できるサービスを展開。

## ■ サービス概要

ユーザーが自由にデザインし、1着から販売可能な独自ストアを開設できるサービス「paintory.com」を展開

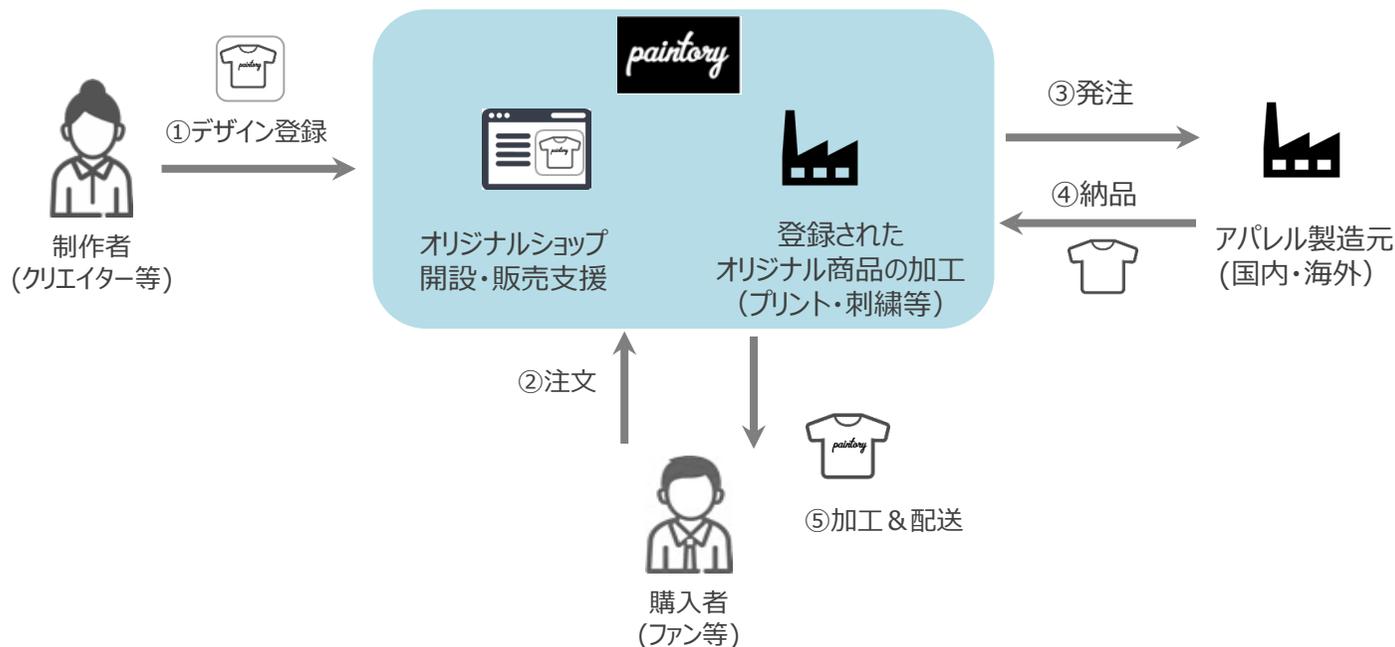
## ■ 取扱商品例

トップスやキャップ、パンツなどカスタムできる商品は100種類以上。



カスタムアパレルを制作したいクリエイター等に対し、在庫リスクなくオリジナルアパレルのデザイン、ストア開設、販売、配送を一気通貫で支援するサービスを提供。

## ビジネスモデル



豊富な商品ラインナップと使いやすいUI/UXにより、個人・法人の幅広い需要に対応

国内ブルワリー280社以上のネットワークをもつクラフトビール販売PF運営会社。

## ■ サービス概要

全国280社・2,000銘柄以上のクラフトビールの中から、毎回異なる詰め合わせセットを配送するサブスクリプションサービス「otomoni」等を運営。

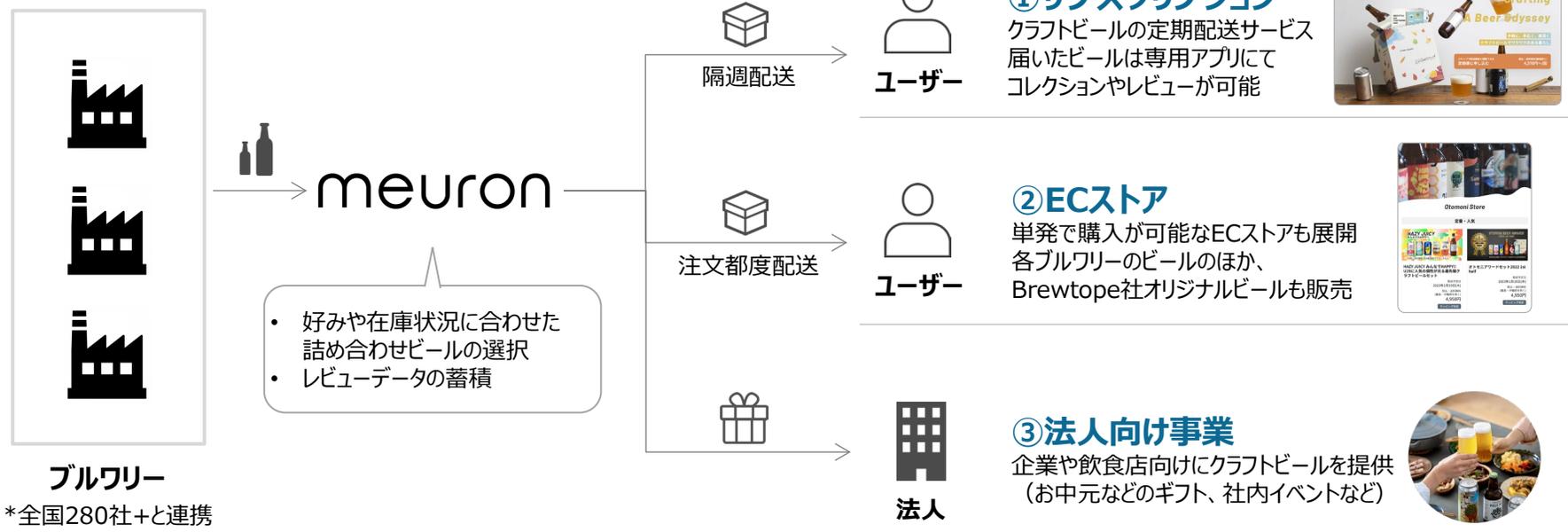


## ■ 取扱商品例



①サブスクリプションサービス「otomoni」運営、②ECストア運営、③法人向け事業を展開。

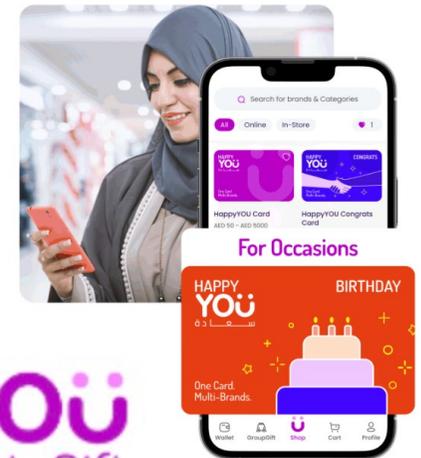
## ビジネスモデル



YGG社はUAE、サウジアラビアを中心としたMENA地域にて事業を展開。

日本における当社同様、eギフトの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。

## ■ サービス概要

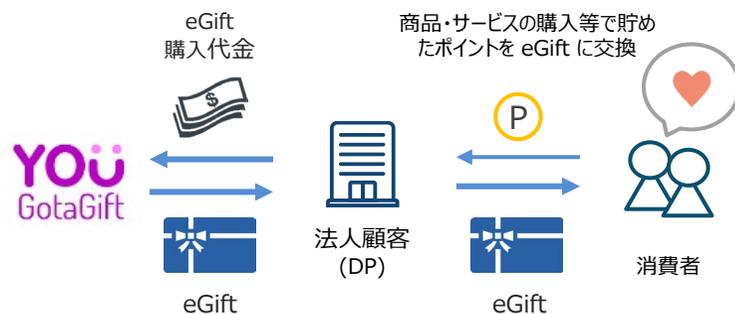


法人向けのeギフト販売が主力サービス。

主要な用途は①BtoC向けのLoyaltyと②BtoE向けのRewardsで、大手企業を中心に提供。

### ① Loyalty (BtoC)

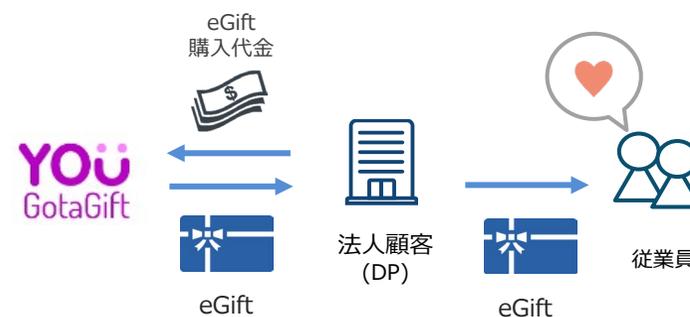
通信会社や金融機関などのロイヤリティプログラムのポイント交換先として、eGift カタログを提供。



カスタマーロイヤリティ向上の目的でeGift を活用  
(主な顧客：通信会社、金融機関、航空会社、など)

### ② Rewards (BtoE)

勤続褒章等の従業員向け福利厚生利用のためのeGiftカタログの提供。



従業員の福利厚生目的でeGiftを活用  
(例：勤続報奨、成果報奨、安全報奨、誕生日・イード (イスラムの犠牲祭) のお祝い)  
(主な顧客：石油化学大手企業など)

# Appendix

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『giftee Box』と、その派生形である『えらべる Pay』を2021年下期より提供開始。

## giftee\* Box

あなたのほしいが詰まってる

**+ その他人気商品からえらべる!**

※掲載ブランドと商品数は付与されるポイント数によって異なります。  
Coke ONはThe Coca-Cola Companyの登録商標です。

- ✔ 170ブランド以上、約1,000種類のラインナップにより、複雑化・多様化するユーザーニーズへ対応
- ✔ 付与されたポイント内で好きなギフトを複数組み合わせで選択することが可能

2022年度グッドデザイン賞受賞

## えらべる Pay

いろんなPayに換えられる

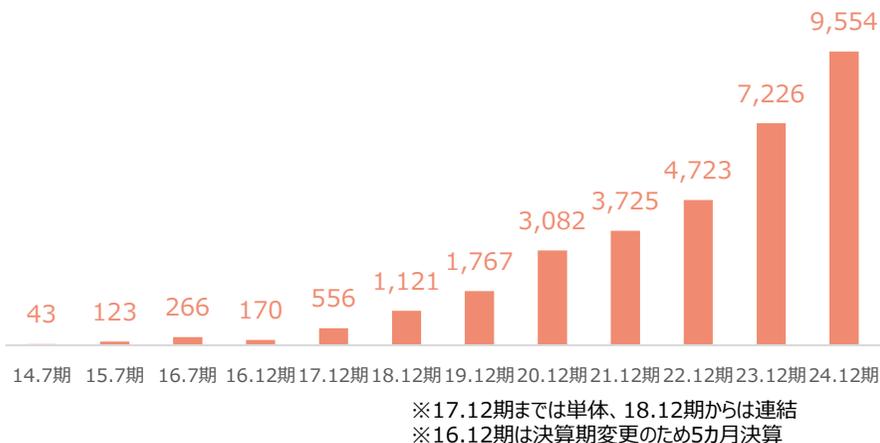
※掲載ブランドと商品数は付与されるポイント数によって異なります。  
PayPayポイントは出金、譲渡不可です。PayPay / PayPayカード公式ストアでも利用可能です。  
「QUOカードPay」もしくは「クオ・カード ペイ」およびそれらのロゴは 株式会社クオカードの登録商標です。  
「WAON (ワオン)」は、イオン株式会社の登録商標です。

- ✔ 主要な決済サービスをカバーしていることにより、幅広いユーザーニーズへ対応
- ✔ 「現金」に近い用途で「現金」よりも手軽に送ることが可能

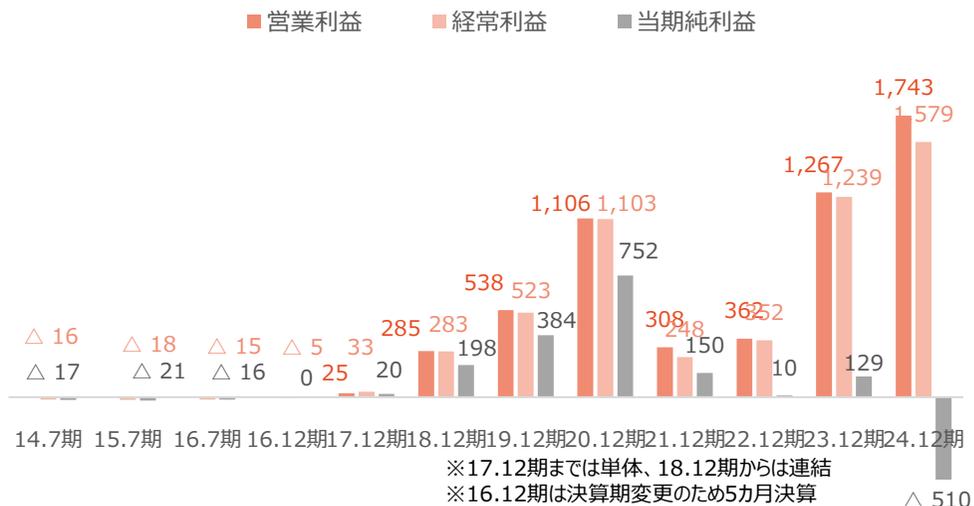
「au PAY」は、KDDI株式会社の商標です。  
Amazon、Amazon.co.jp およびそれらのロゴは Amazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。

# 財務ハイライト (1)

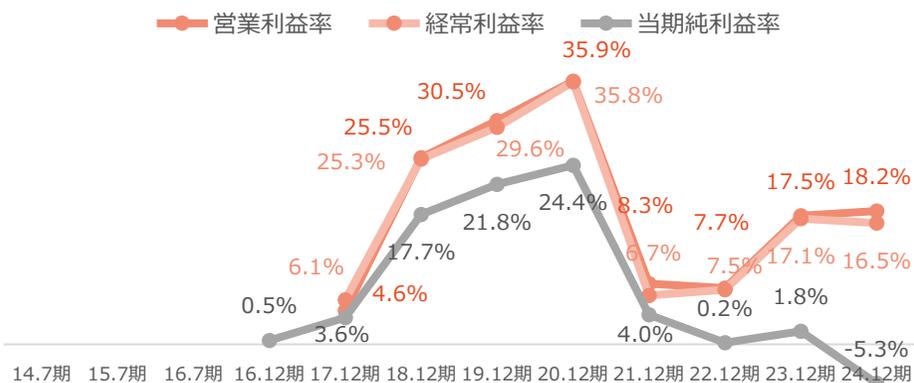
## 売上高 (百万円)



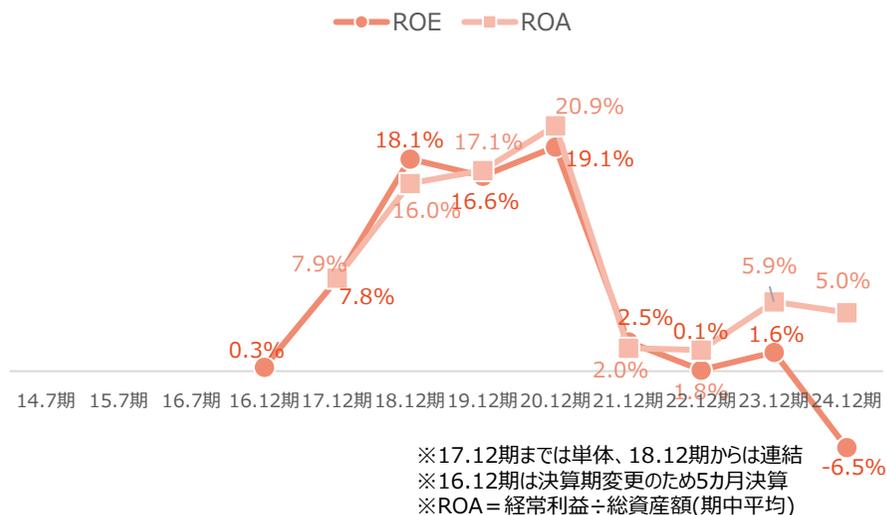
## 利益 (百万円)



## 利益率 (%)

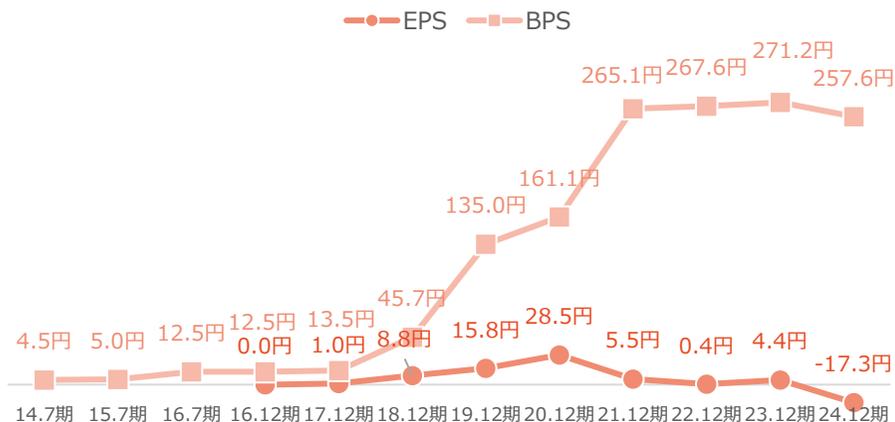


## ROE・ROA (%)

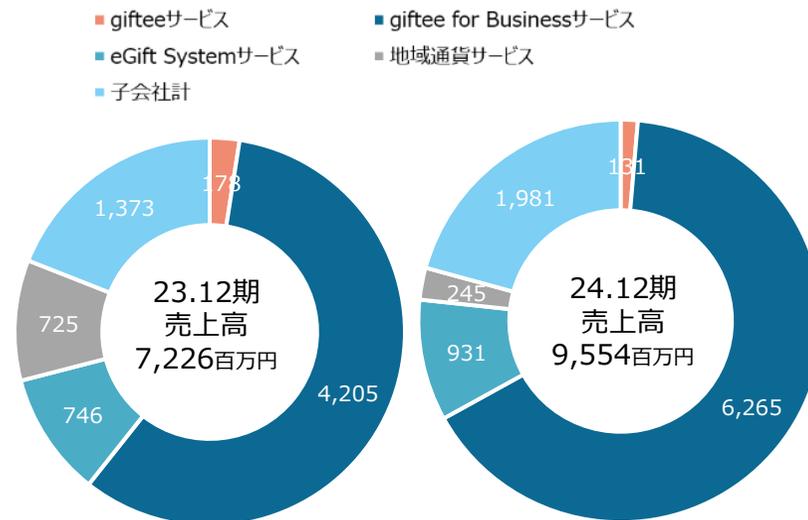


# 財務ハイライト (2)

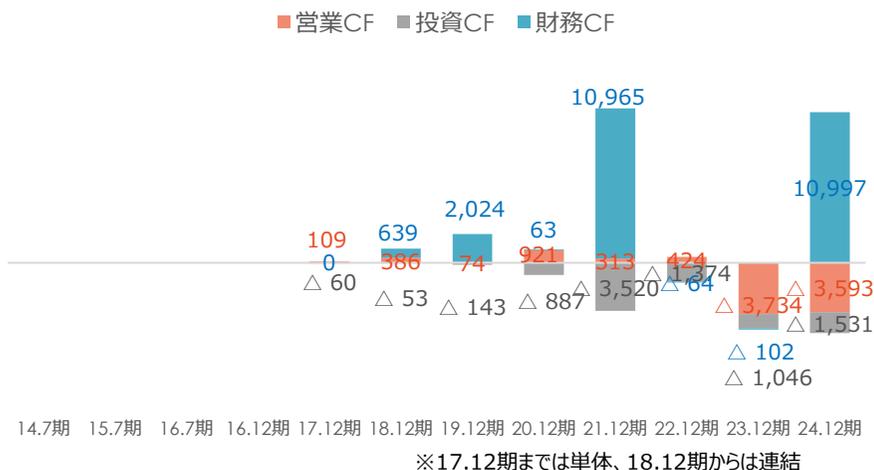
## EPS・BPS (円)



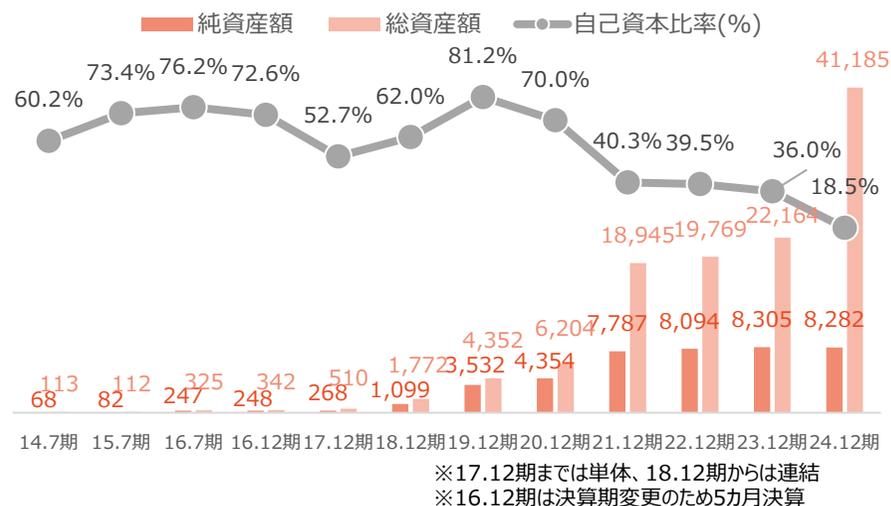
## サービス別売上高



## キャッシュフロー (百万円)



## 総資産額・純資産額、自己資本比率 (百万円、%)





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



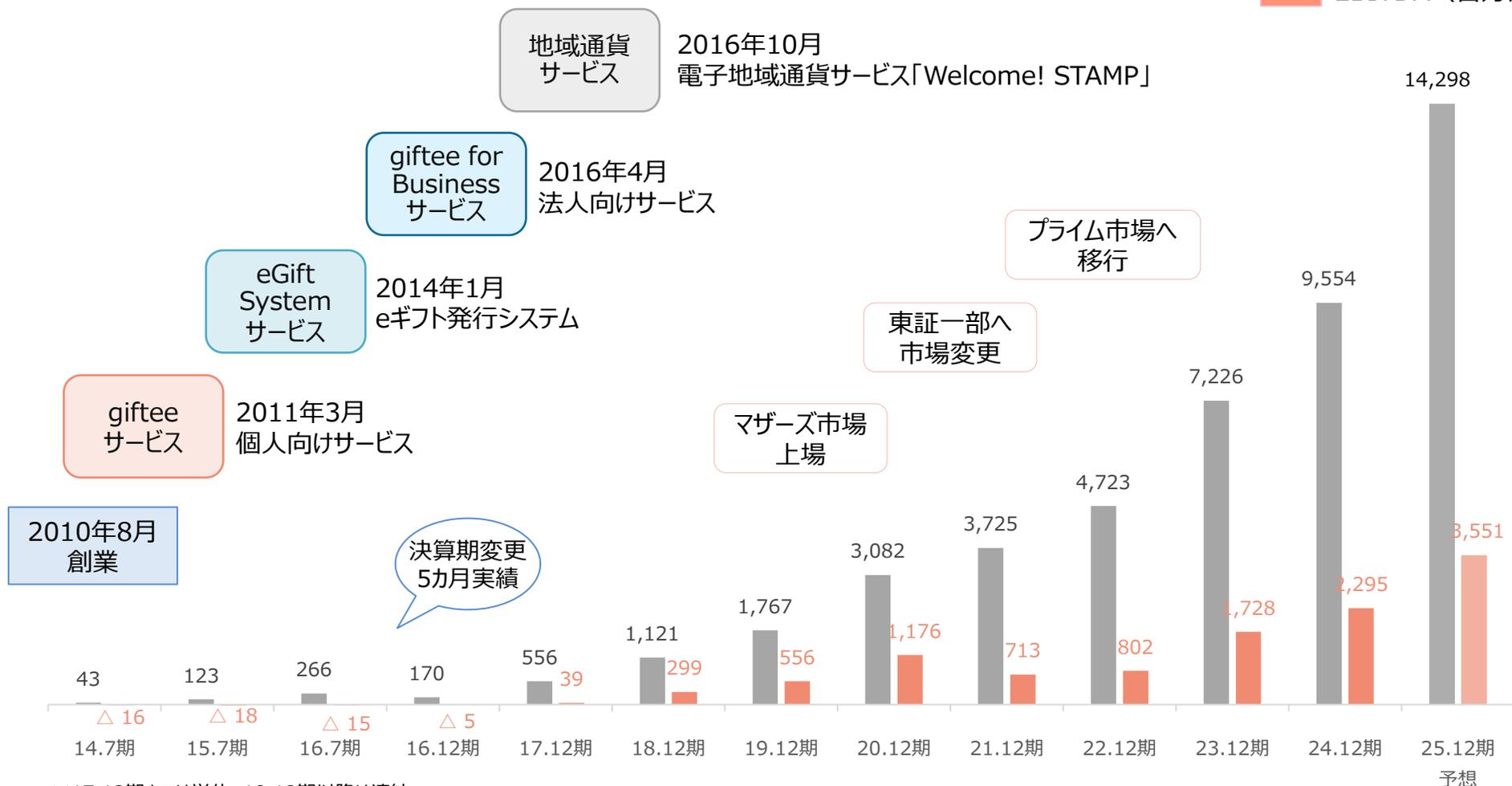
取締役CFO 藤田 良和

1986年生まれ  
一橋大学経済学部卒業

- 2009年  
野村證券(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 (2024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 プライム市場 4449		
所在地	東京都品川区東五反田2-10-2		
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	
	社外取締役	伊能 美和子	
	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	373名 (連結)		
資本金	3,248百万円		
子会社	【国内】 ソウ・エクスペリエンス株式会社 株式会社paintory Brewtope株式会社	【海外】 GIFTEE MALAYSIA SDN. BHD. Giftee Mekong Company Ltd. PT giftee International	Indonesia Giftee Tech Vietnam Co.,Ltd YouGotaGIft.com Ltd.

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。