

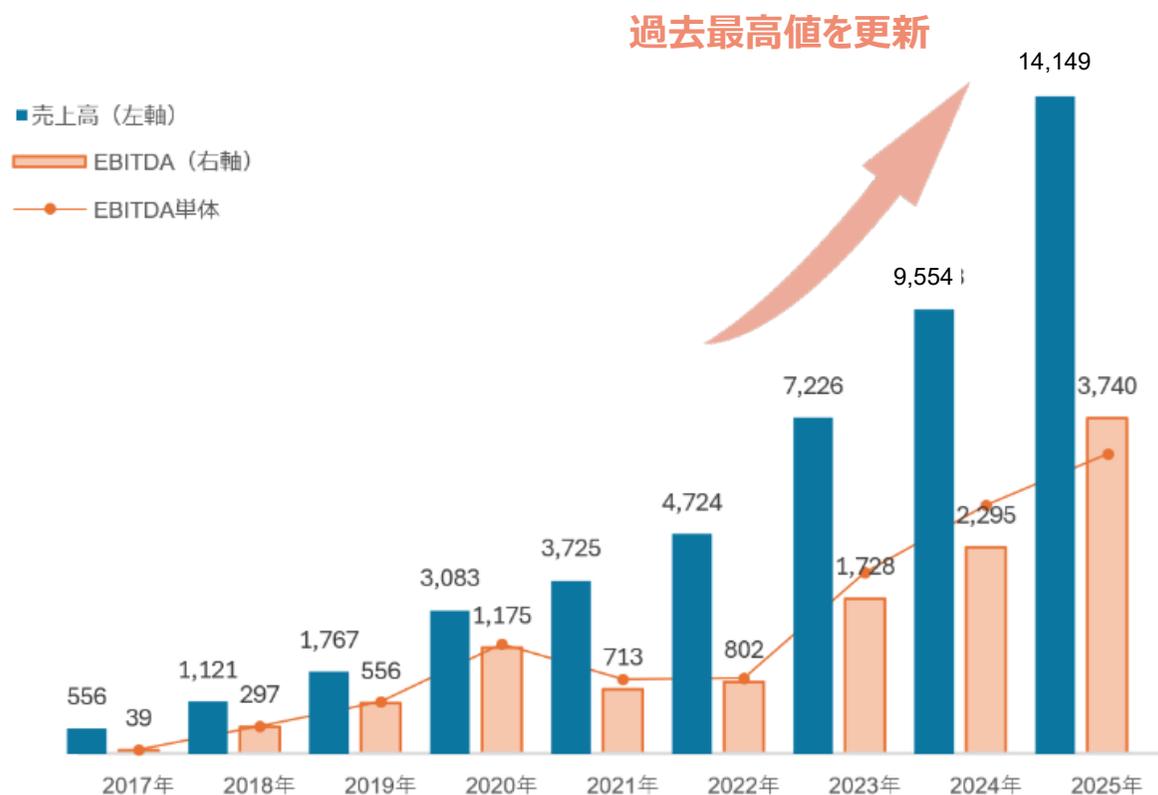
2025年12月期
通期決算説明資料

2026年2月13日
株式会社ギフトィ

- I. 2025年12月期サマリー
- II. 2025年12月期通期実績
 - 2025年12月期第4四半期実績
- III. 2026年12月期業績予想
- IV. 中期財務方針および成長戦略
 - 中期財務方針
 - 成長戦略
 - ホールディングス化について
- V. Appendix
 - 事業とサービスの概要
 - データ集
 - トピックス 他

I . 2025年12月期サマリー

2025年12月期は、確かな成長の継続と、収益基盤の進化・投資ガバナンス強化に向けた取組を推進。



1 収益基盤の進化

(1) 連結・単体の収益構造の変化

グループで利益を創出するフェーズへ

(2) 既存事業の収益構造の変化

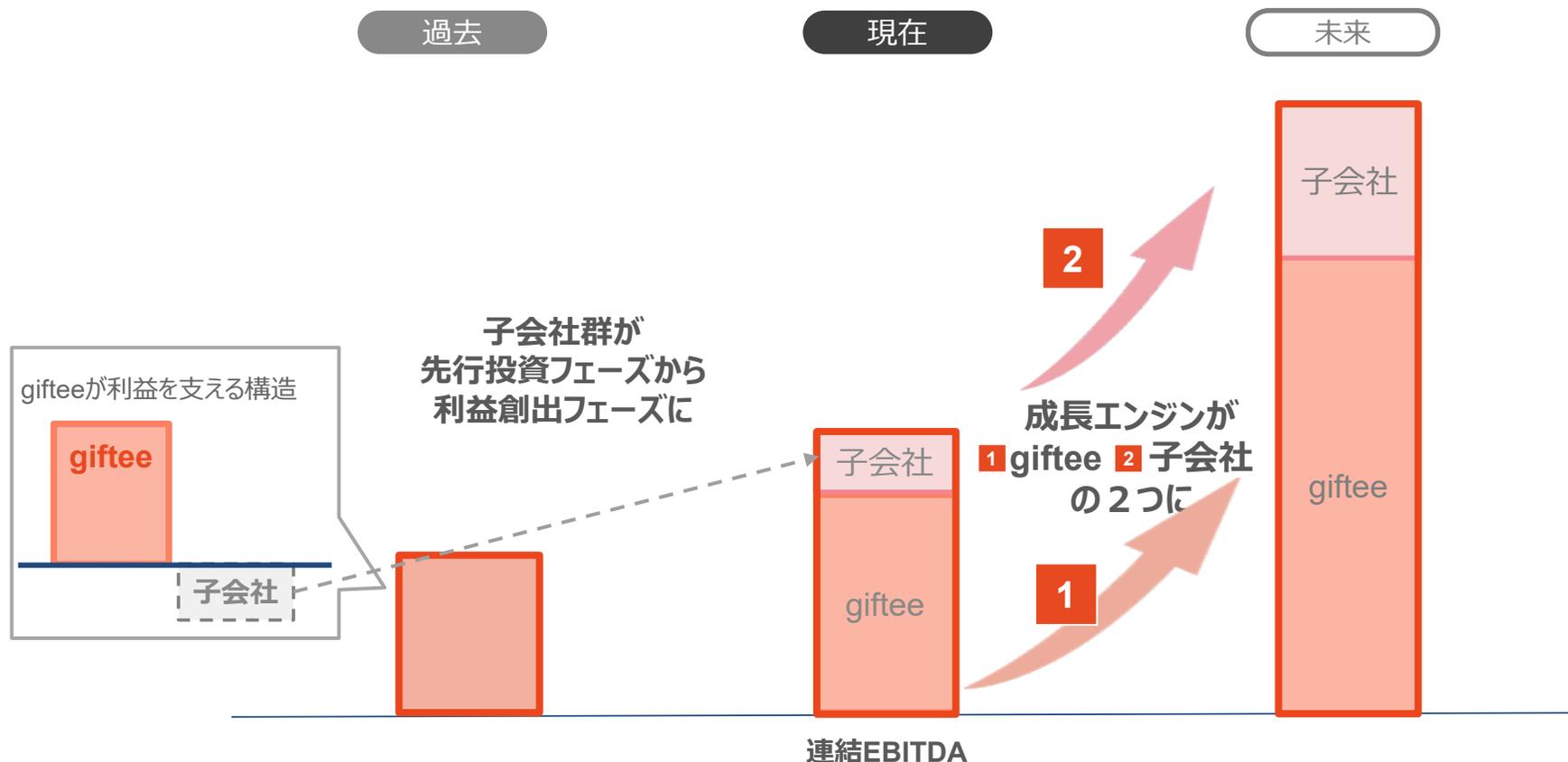
フロー型中心から継続的に積み上がる収益構造へ

2 投資ガバナンスの強化に向けた取組

- 規律ある投資判断の整備
- 投資プロセスの高度化に向けたホールディングス体制への移行

(1)連結・単体の収益構造の変化

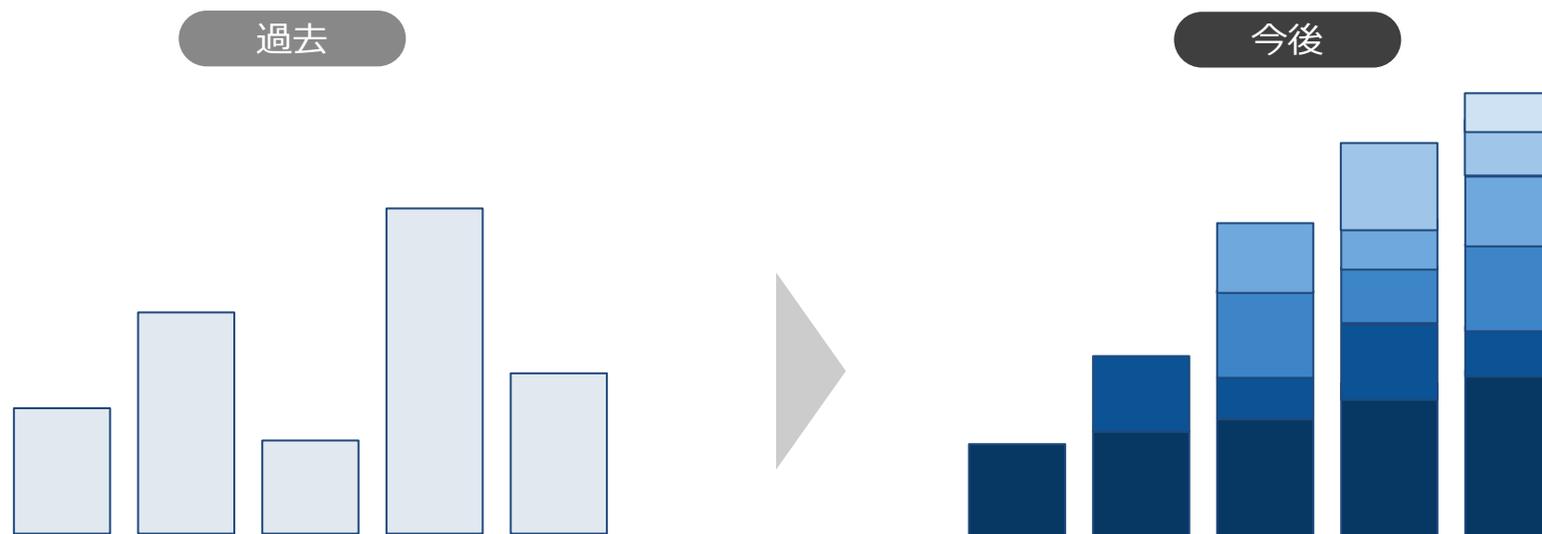
成長投資の成果が、連結EBITDAに貢献する構造へ。
成長エンジンが、単体事業中心から子会社を含む複線型へと変化。



giftee依存から、グループで利益を創出するフェーズへ

(2)既存事業の収益構造の変化

成長ドライバーであるgiftee for Businessは、フロー型中心から継続的に積み上がる収益構造へ。

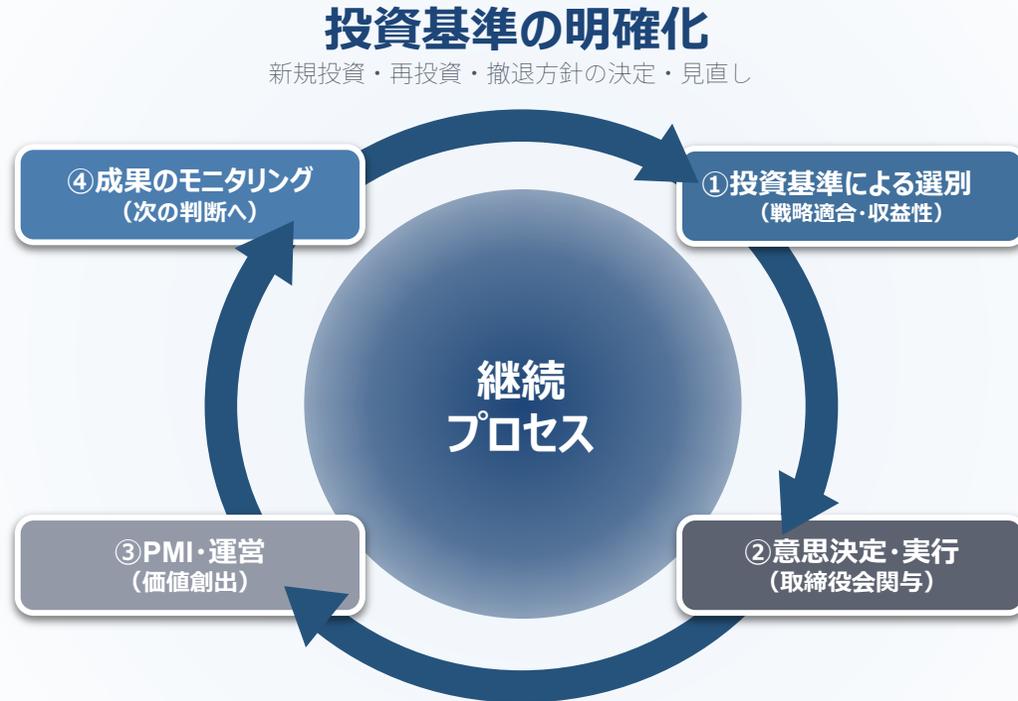


- フロー型中心の流通構成
- 特定領域の大型案件に影響を受けやすい構造

- スtock型ビジネスの拡大
 - 販促基盤・福利厚生システムの提供拡大
- 領域拡大による大型案件の多様化
 - BtoCに加えGtoC/CorporateGiftへ

業績ボラティリティの抑制による、再現性の高い安定成長モデルへの転換

M&Aを「機会」ではなく「プロセス」として管理。



価値を生み続けることを目的とした投資判断

投資プロセスの高度化に向けたホールディングス体制へ移行

Ⅱ . 2025年12月期通期実績

着実な事業成長 × 成長投資 × 株主還元の好循環を実現。
成長投資に必要な資金を確保したうえで、株主還元として1株当たり13円の配当を実施。

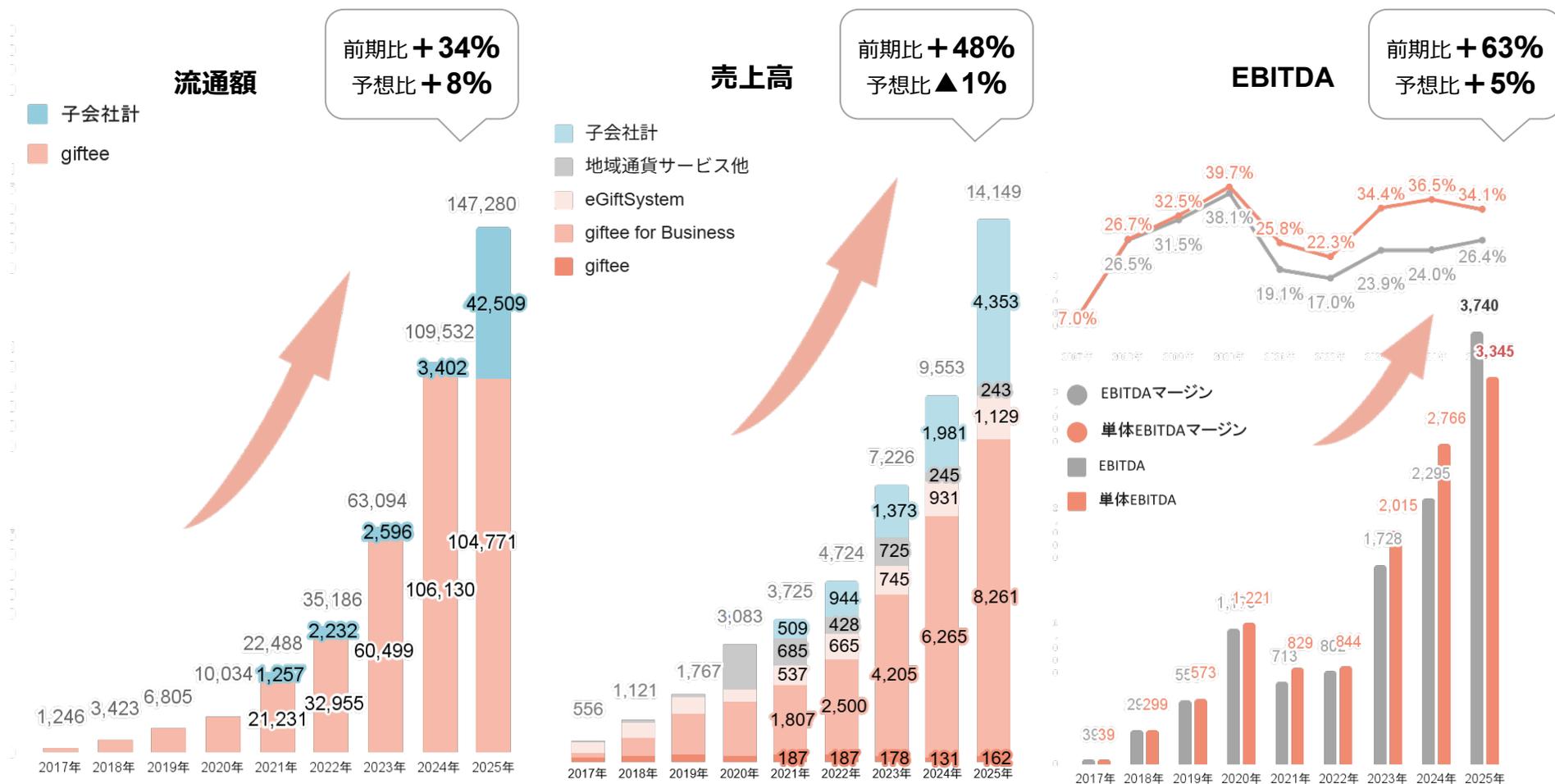
※第4四半期において出資先株式の投資有価証券評価損364百万円を計上。詳細は適時開示ご参照

	実績	通期業績予想	達成率	前年比
売上高	14,149 百万円	14,298 百万円	99 %	+ 48 %
EBITDA	3,740 百万円	3,551 百万円	105 %	+ 63 %
EBITDAマージン	26 %	25 %		+ 2 pp
営業利益	2,603 百万円	2,408 百万円	108 %	+ 49 %
営業利益率	18 %	17 %		0 pp
当期純利益※	935 百万円	— 百万円	— %	— %
当期純利益(non-GAAP) ※	1,248 百万円	1,246 百万円	100 %	— %
一株当たり配当	13 円	13 円	100 %	+ 3 円
流通額	147,280 百万円	136,047 百万円	108 %	+ 34 %

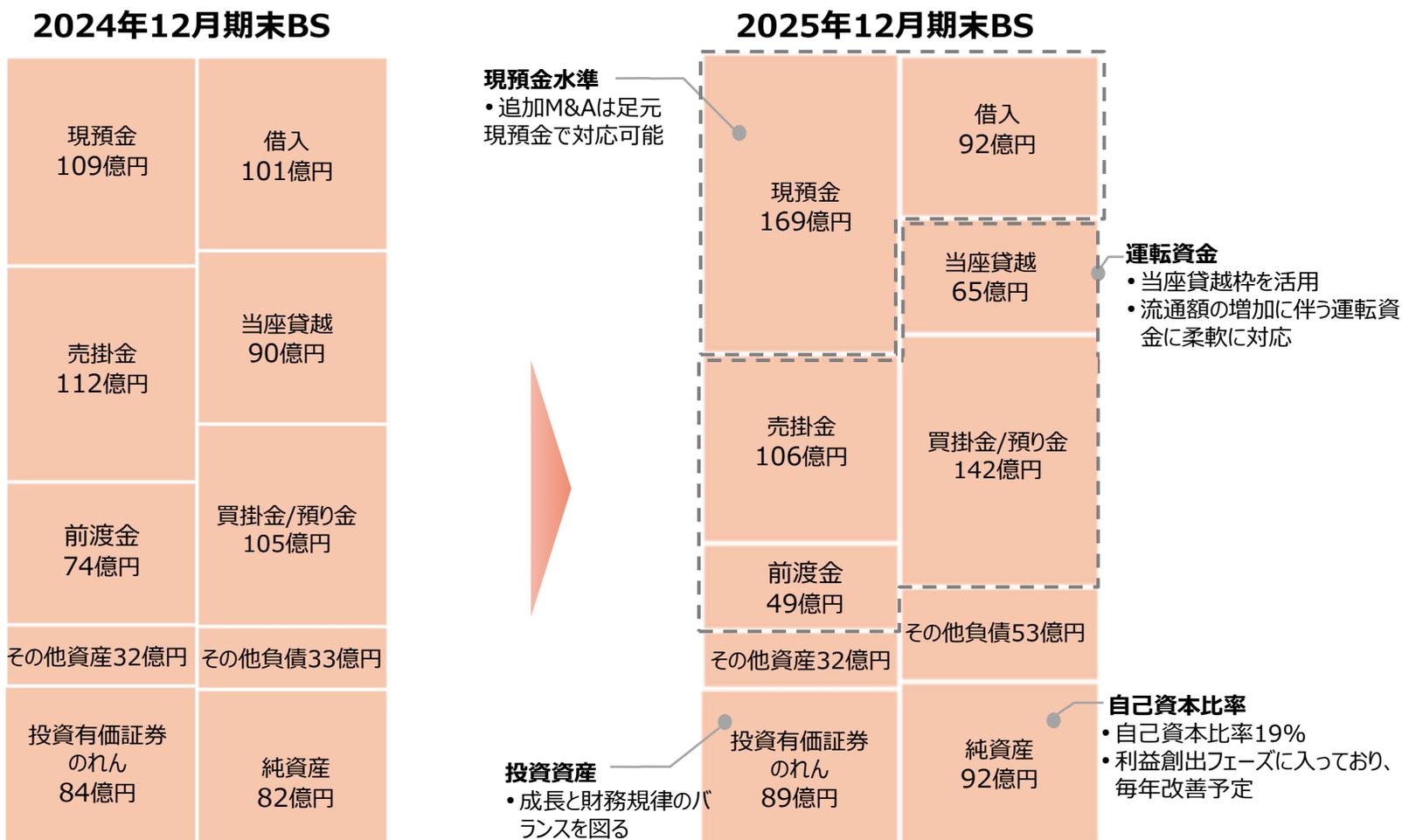
※Non-GAAP当期純利益は、特別損益、およびオープンイノベーション減税等非経常的な税効果等の一次的損益を調整して算出。

2025年12月期通期実績 流通額・売上高・EBITDA推移

giftee for Businessにおいて、法人需要の継続的な拡大が成長を牽引。
また、今期より子会社群が黒字化したことで、グループ全体で利益を生み出す収益構造に転換。



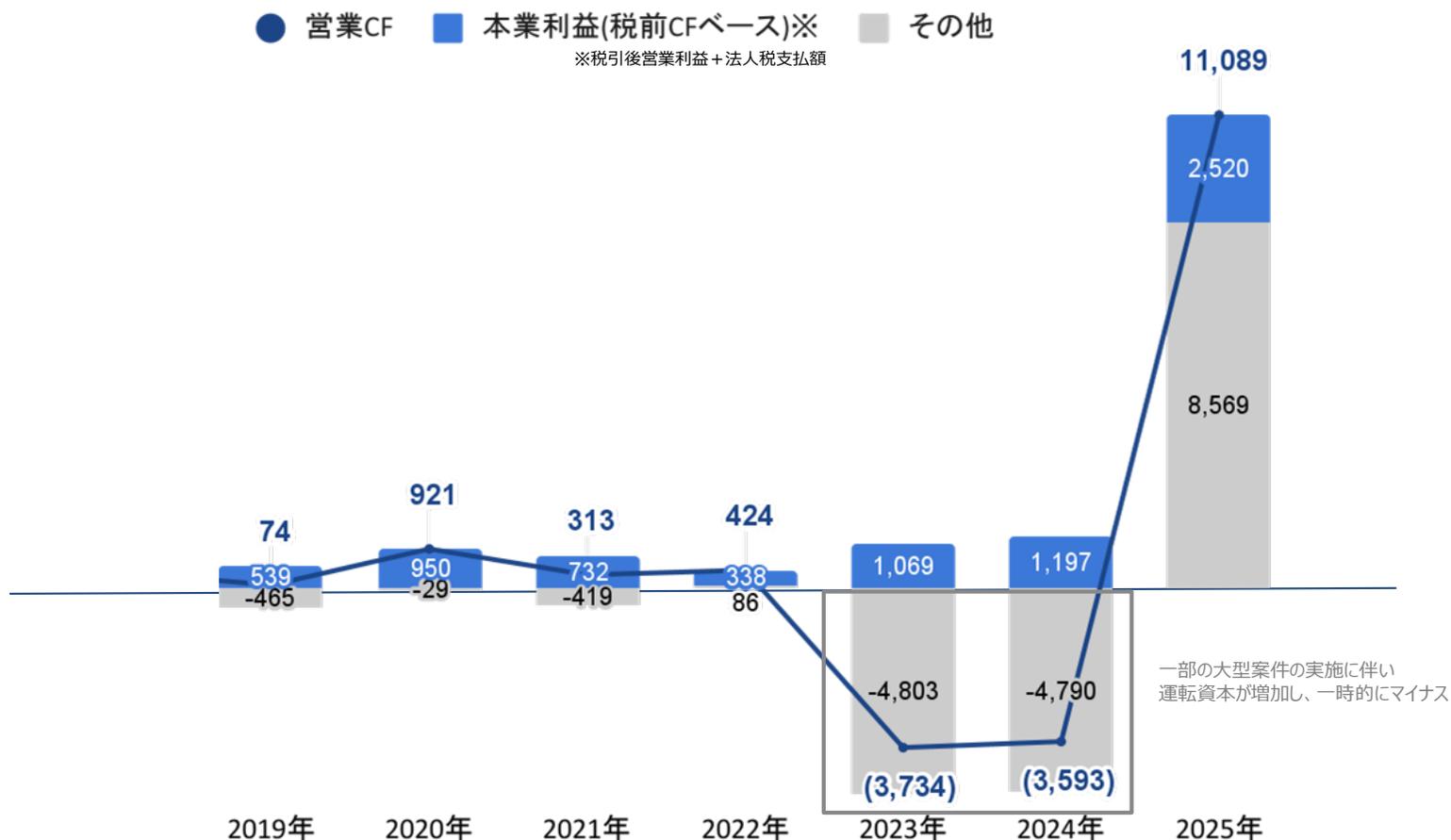
成長投資余力を高めながら、財務の安定性が一段と向上。
今期においても現預金と借入を戦略的に活用し、規律ある投資判断と適切な財務マネジメントを推進。



2025年12月期通期実績 営業キャッシュフロー推移

2025年は利益水準の向上に加え、運転資本が安定したことで、営業キャッシュフローが大きく改善。

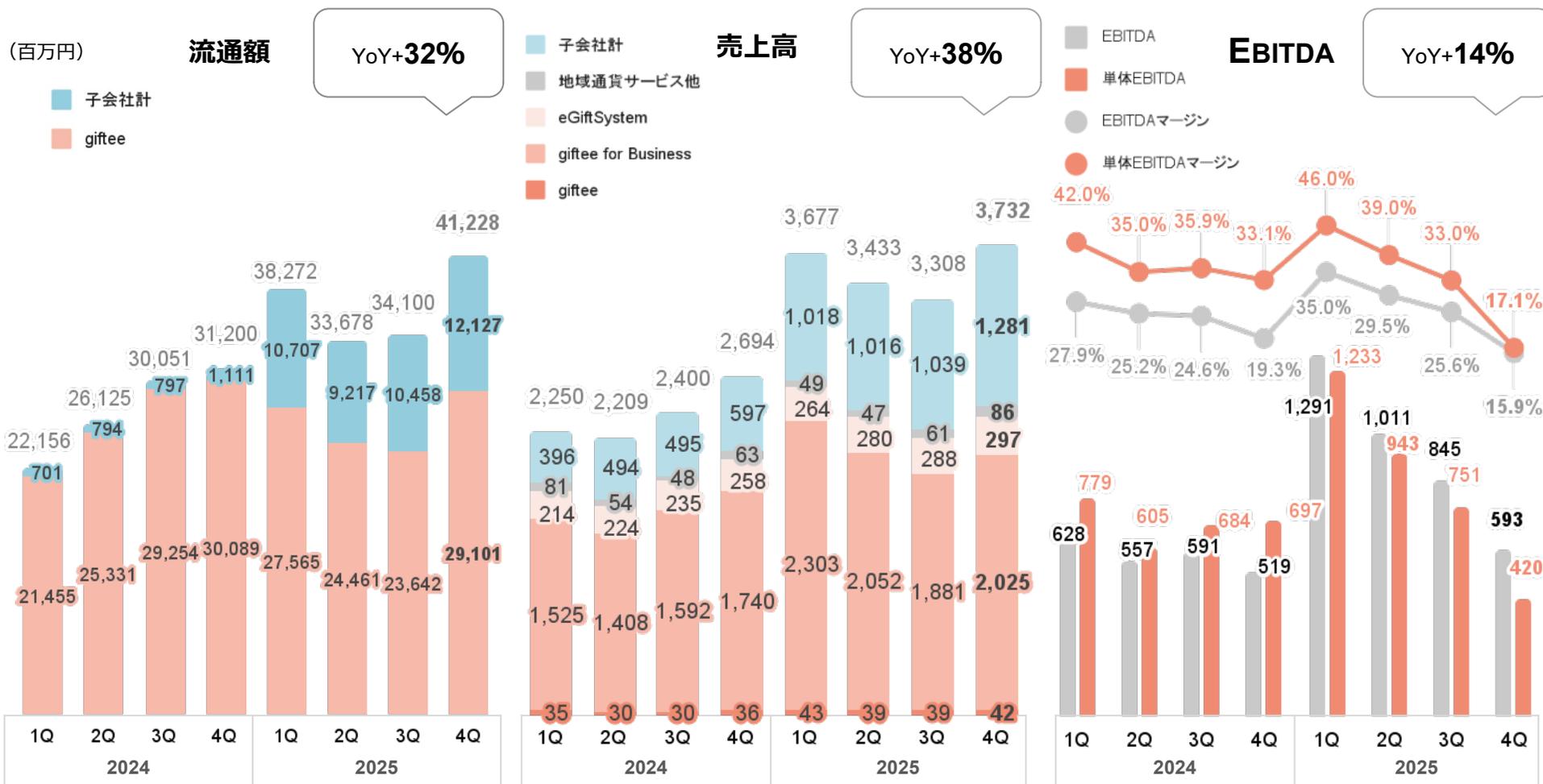
単位（百万円）



2025年12月期第4四半期実績

2025年12月期第4四半期実績 流通額・売上高・EBITDA四半期推移

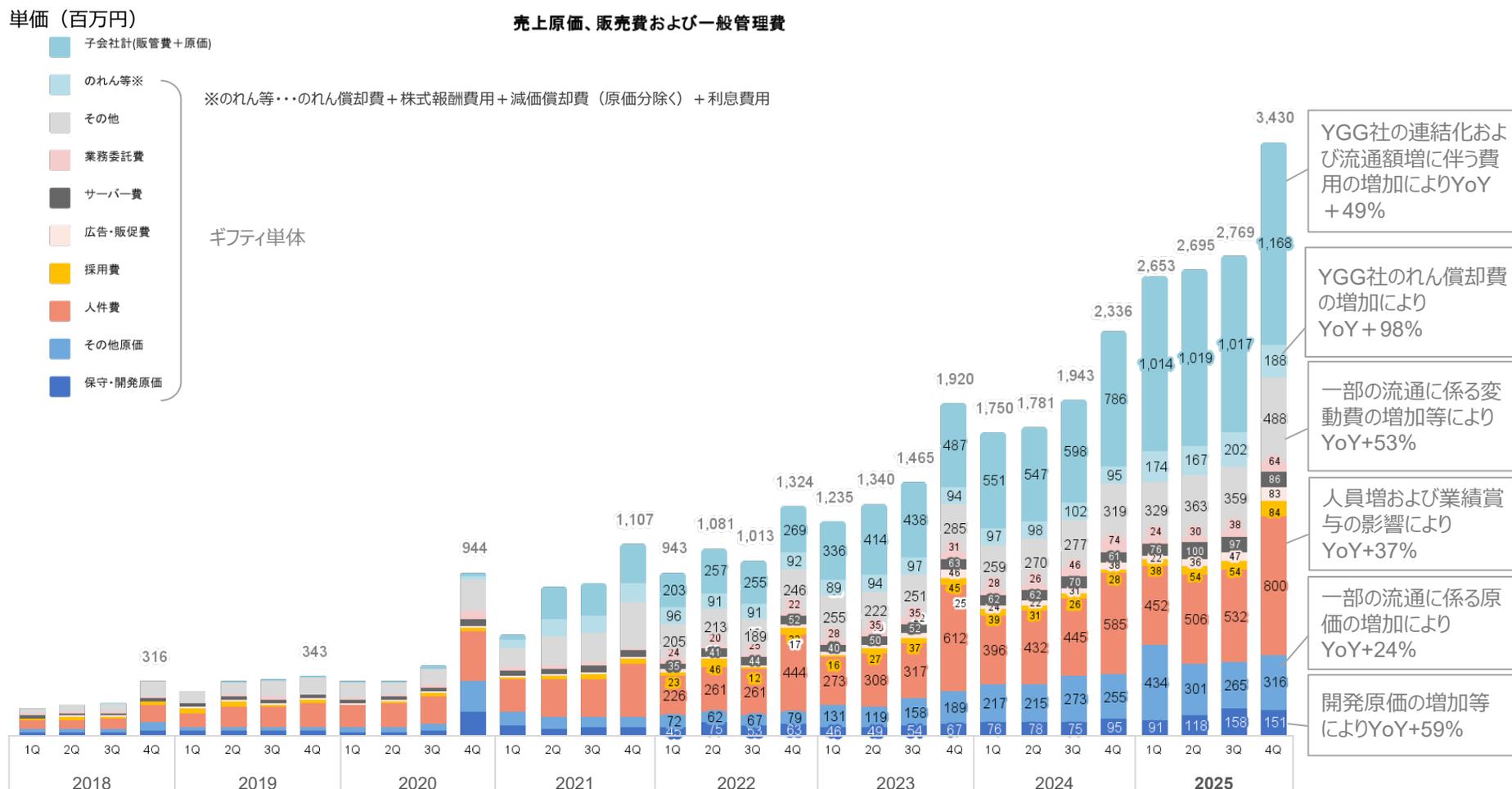
第4四半期は季節性による需要を着実に取り込み、流通額・売上高ともに過去最高額を更新。加えて、子会社群が利益貢献フェーズに移行したことを背景に、EBITDAも前年同期比で拡大。



売上原価、販売費および一般管理費内訳（四半期推移）

コストは引き続き人に係る費用を中心に増加。

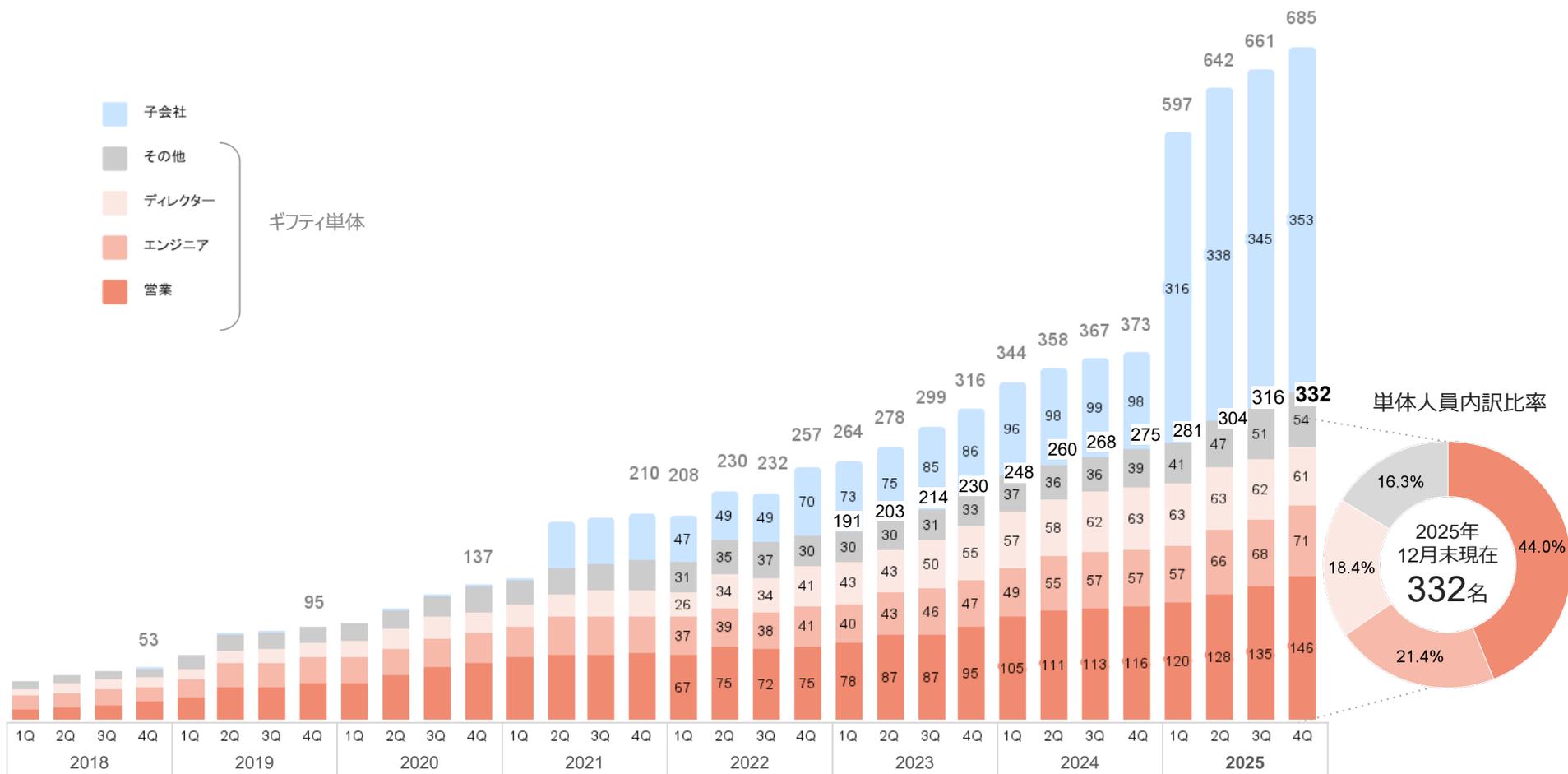
また、第4四半期では業績賞与の計上および来期以降の成長に資する投資を実施し、単体販管費は前年同期比+49%。子会社の原価・販管費は、YGG社の連結に伴い前年同期比+49%。



2025年12月期第4半期実績 人員数

単体は、年間57名増と営業職およびエンジニア職を中心に採用が着実に進捗。
来期は、今期と概ね同水準の採用ペース～数名程度の自然増見込み、体制強化を図る。

単位 (人)



成長戦略トピックス(4Q)

giftee for Businessの構造変化

BtoC以外への領域拡大。
フロー型中心からストック型へと継続的に積み上がる収益構造へ。

領域拡大



「ポイント」の付与・管理からeギフト交換までを一気通貫で提供する「giftee Point Base」の導入が進展。

【BtoC】×【リワードシステム】

SOMPOひまわり生命 様

保険契約者向けサービス※



「MYひまポイント」の付与・管理から
eギフトとの交換までを一貫して実現する
システムとして「giftee Point Base」を提供



※ご契約内容の確認や各種手続きをはじめ、将来の健康リスクの見える化や、健康行動を手軽に続けるための提案、ポイントプログラムによる継続支援など、毎日の安心と健康づくりをサポートするアプリ。詳細は当社プレスリリース (https://giftee.co.jp/pressrelease20251201_02/) 参照

paintory×gifteeのグループシナジーによるBtoE新用途の創出。

【CorporateGift_BtoE】×【新規用途】

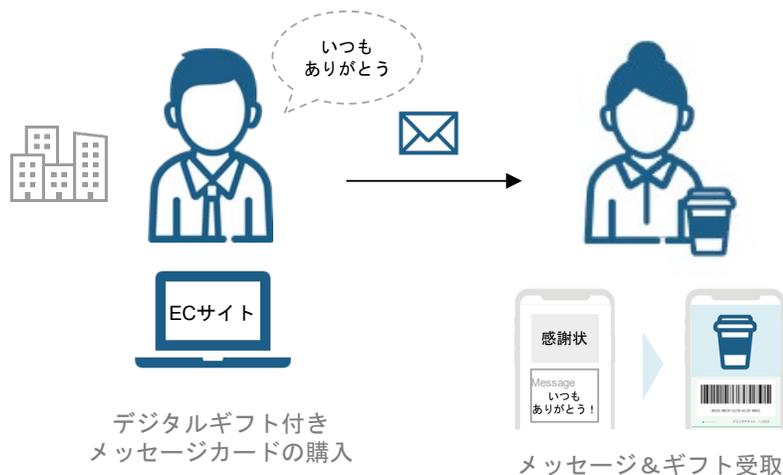
三菱UFJフィナンシャル・グループ様向けに、既に導入済みの従業員向けアパレルEC基盤を活用し、BtoE新用途「コーヒーギフト付きe感謝状」を提供。

企業と従業員、従業員と周囲の人との
関係性を深めるBtoE施策を実現

グループ連携によるBtoE新用途の創出



提供範囲



社内向けEC機能



デジタルギフト付き
メッセージカード

物価高騰対応重点支援地方交付金事業において、自治体・住民双方の負荷軽減に寄与するスキームとして、自治体間での横展開が進展。

【GtoC】×【既存用途】

茨城県つくばみらい市様 重点支援地方交付金事業



住民利便性の向上と自治体運営の効率化を実現する
デジタル給付手段として、2,500円分の「giftee Box」を提供

領域拡大による大型案件の多様化 GtoCニーズに沿ったギフトコンテンツの獲得

GtoC領域の子育て支援ニーズに沿ったギフトコンテンツの獲得が進む。

【GtoC】×【コンテンツの開拓】

フォトブック



FUJIFILM Prints & Gifts

オリジナル絵本



うきうき！ LAB

オリジナル絵本



kimoto

雑貨



Francfranc

宅配サービス



つくりおき.jp

その他獲得コンテンツ

ベビー用品

スポーツ

アパレル

知育・教育

等

Ⅲ. 2026年12月期業績予想

これまでに構築した基盤をさらに強化し中長期的な成長に向けた拡大を継続。
また、事業成長の進展を踏まえ、前年に続き増配を目指す。

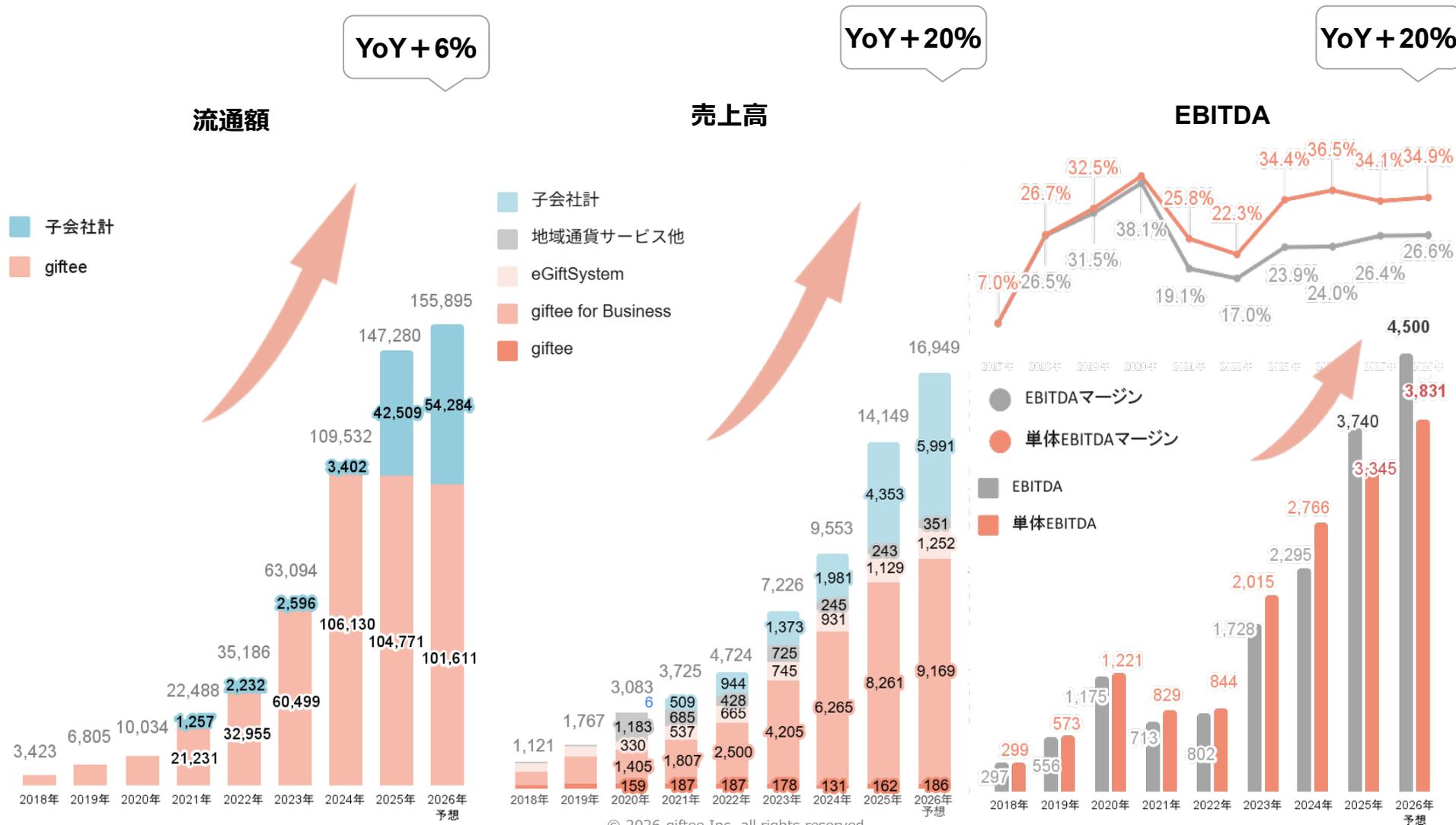
	2026年12月期 通期業績予想	2025年12月期 実績	増減
売上高	16,949 百万円	14,149 百万円	+ 20 %
EBITDA	4,500 百万円	3,740 百万円	+ 20 %
EBITDAマージン	27 %	26 %	+ 1 pp
営業利益	3,484 百万円	2,603 百万円	+ 34 %
営業利益率	21 %	18 %	+ 3 pp
当期純利益※	— 百万円	935 百万円	— %
当期純利益(non-GAAP)※	1,570 百万円	1,248 百万円	+ 26 %
一株当たり配当	16 円	13 円	+ 3 円
流通額	155,895 百万円	147,280 百万円	+ 6 %

※当社は中長期的な企業価値向上を目指し、次章に掲げる成長戦略実現に向けて戦略的にM&Aや出資を推進しており、減損損失・法人税等調整額等の精緻な見積もりが困難であることから、親会社株主に帰属する当期純利益の具体的な予想数値の開示は行っていません。

※Non-GAAP当期純利益は、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て算出。

2026年12月期業績予想 流通額・売上高・EBITDA推移

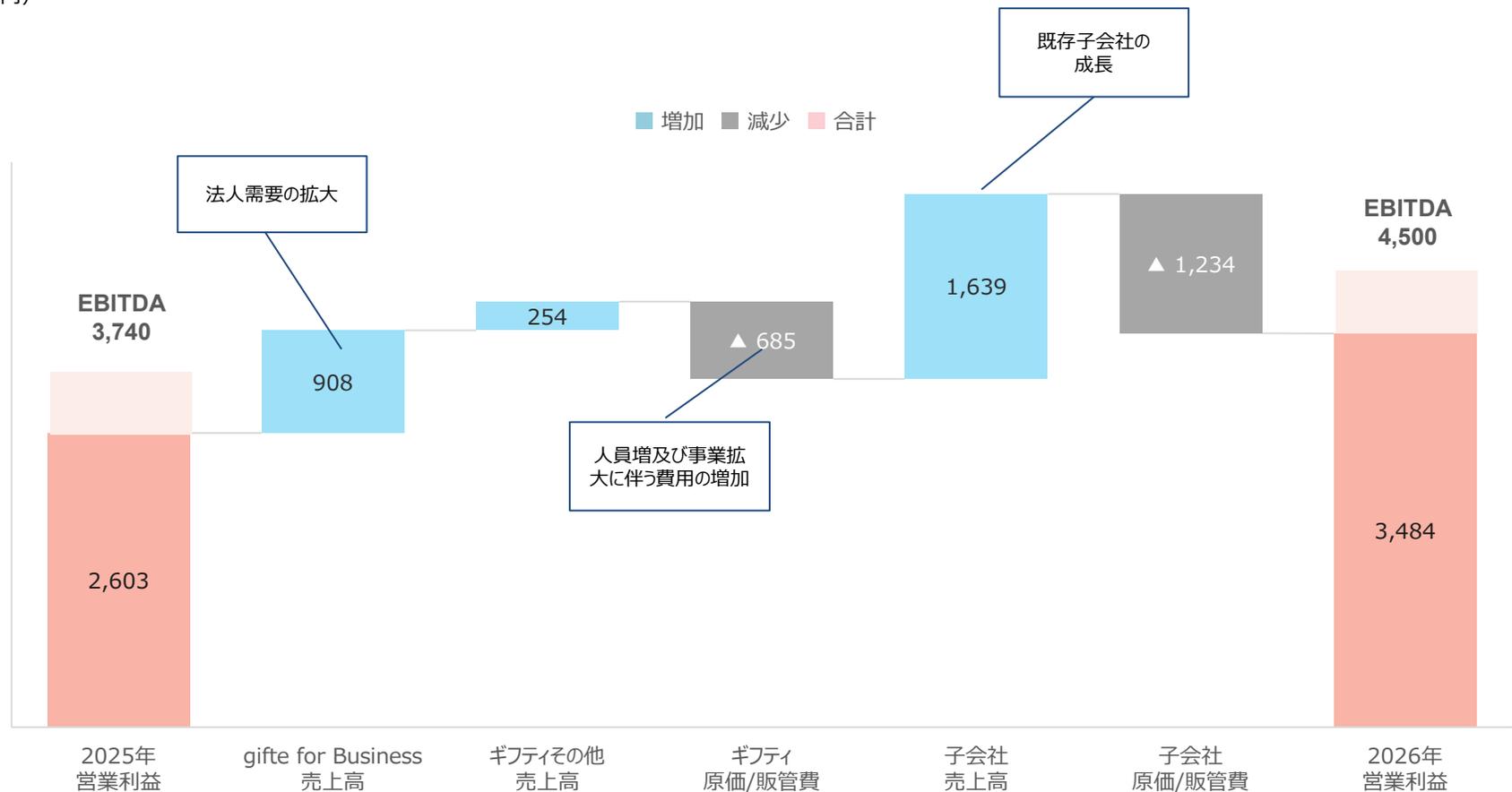
グループ全体で更なる成長を目指す。



2025年12月期業績予想 EBITDA/営業利益変動要因

giftee for Businessの着実な成長と、子会社群の利益貢献拡大を通じて、グループ全体の利益拡大を図る。

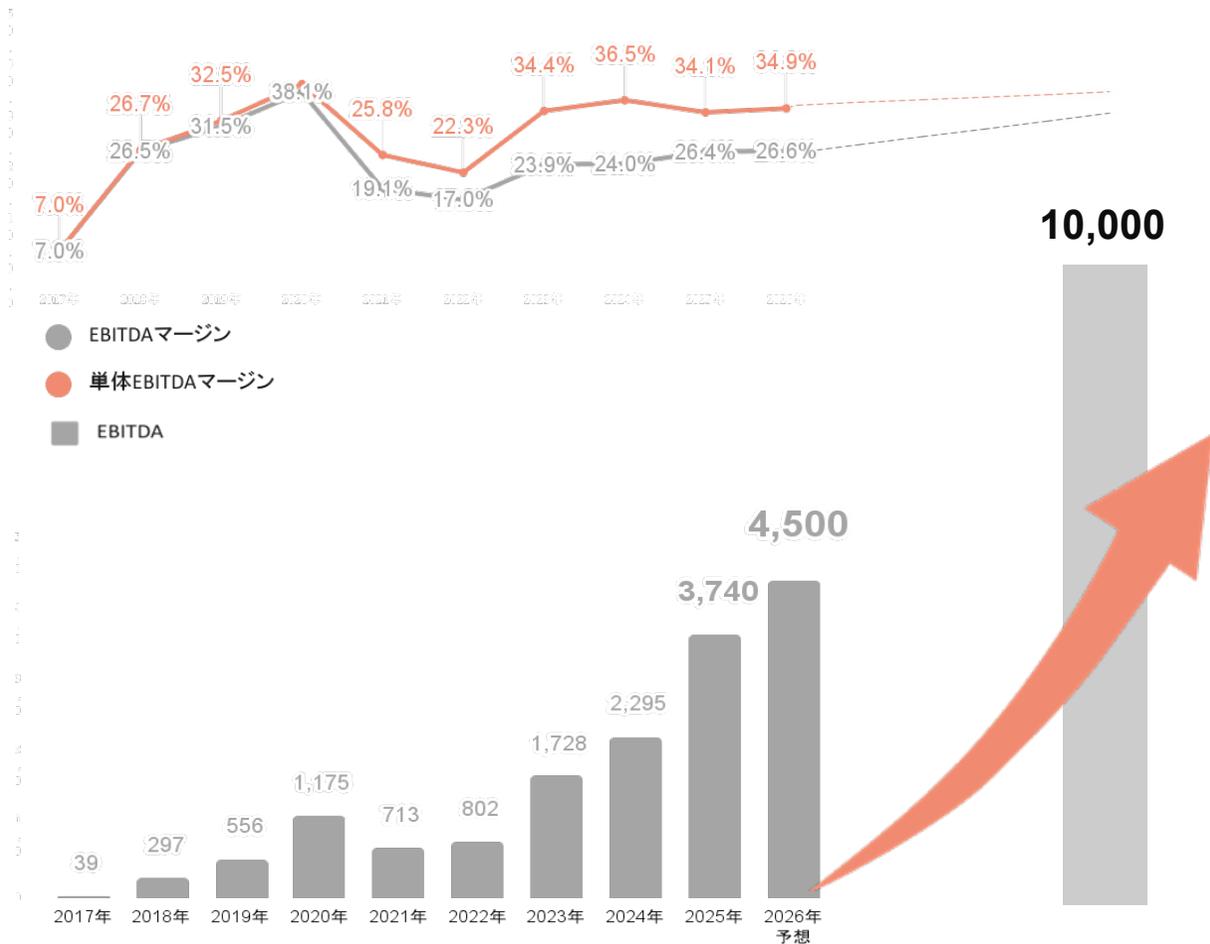
単位（百万円）



IV. 中期財務方針および成長戦略

中期財務方針

中期的なEBITDA100億円達成に向けて着実に進捗。
「既存事業のさらなる成長」を軸に100億円達成を目指す。



達成に向けた主な取り組み

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)

投資フェーズ子会社の利益化

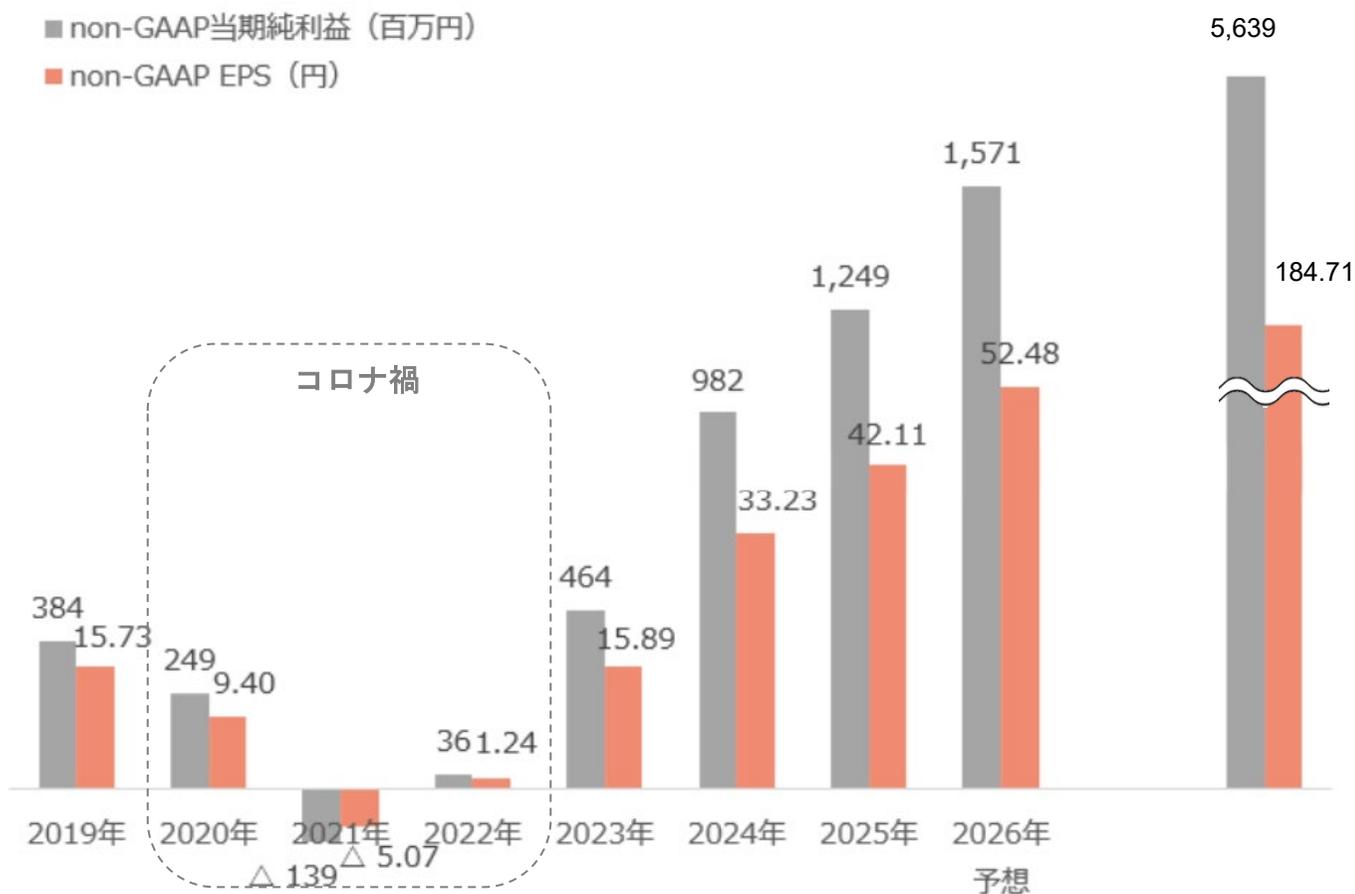
流通額拡大・シナジー発揮による
子会社の利益化の推進。

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。

利益成長と連動した増配・EPSの成長を実現する。

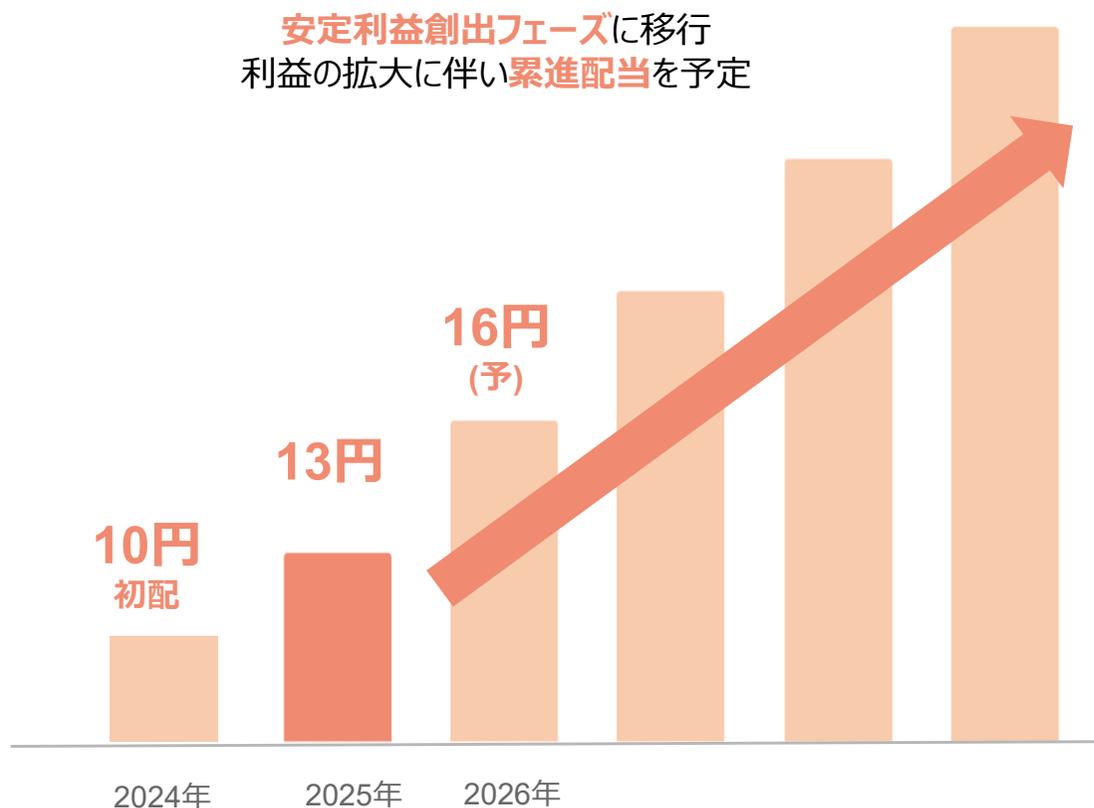
Non-GAAP当期純利益・EPSの推移



※ 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。

基本方針

1. 配当性向**30%**
2. **累進配当**、かつ利益成長に応じた**増配**
3. 配当に加え、柔軟かつ機動的な自己株式の取得



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
302社

流通額：1,472億円

流通 eギフト利用企業 (DP)

個人向け

① giftee*
LINEギフト Pay Benefit one 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
252万人

DP数
2,276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2025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。



© 2026 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)クオ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



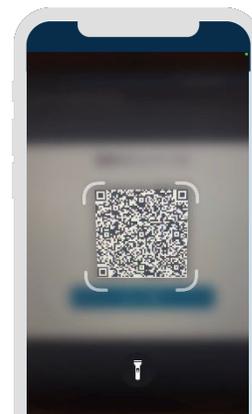
モバイルオーダー



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



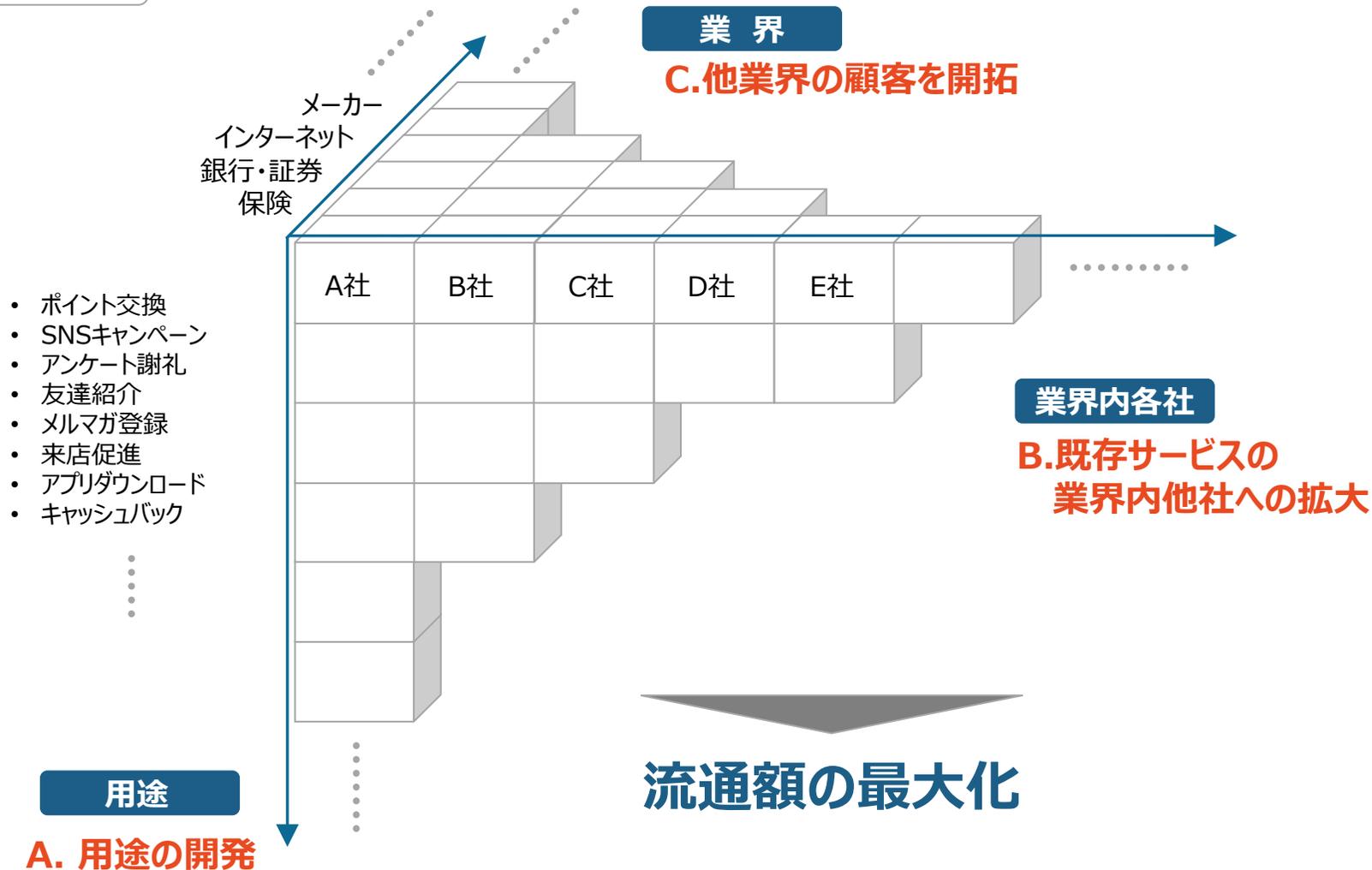
優待選択・受取



- ✓ 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

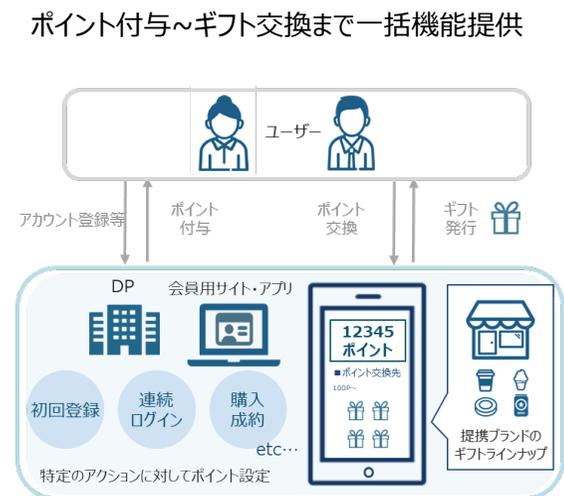
giftee Campaign Platform



giftee greeting tool



giftee Point Base



成長戦略について_eギフトプラットフォームの拡大 eギフト利用企業(DP)数と流通額の拡大 ~領域の拡大~

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

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歳以下のこども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



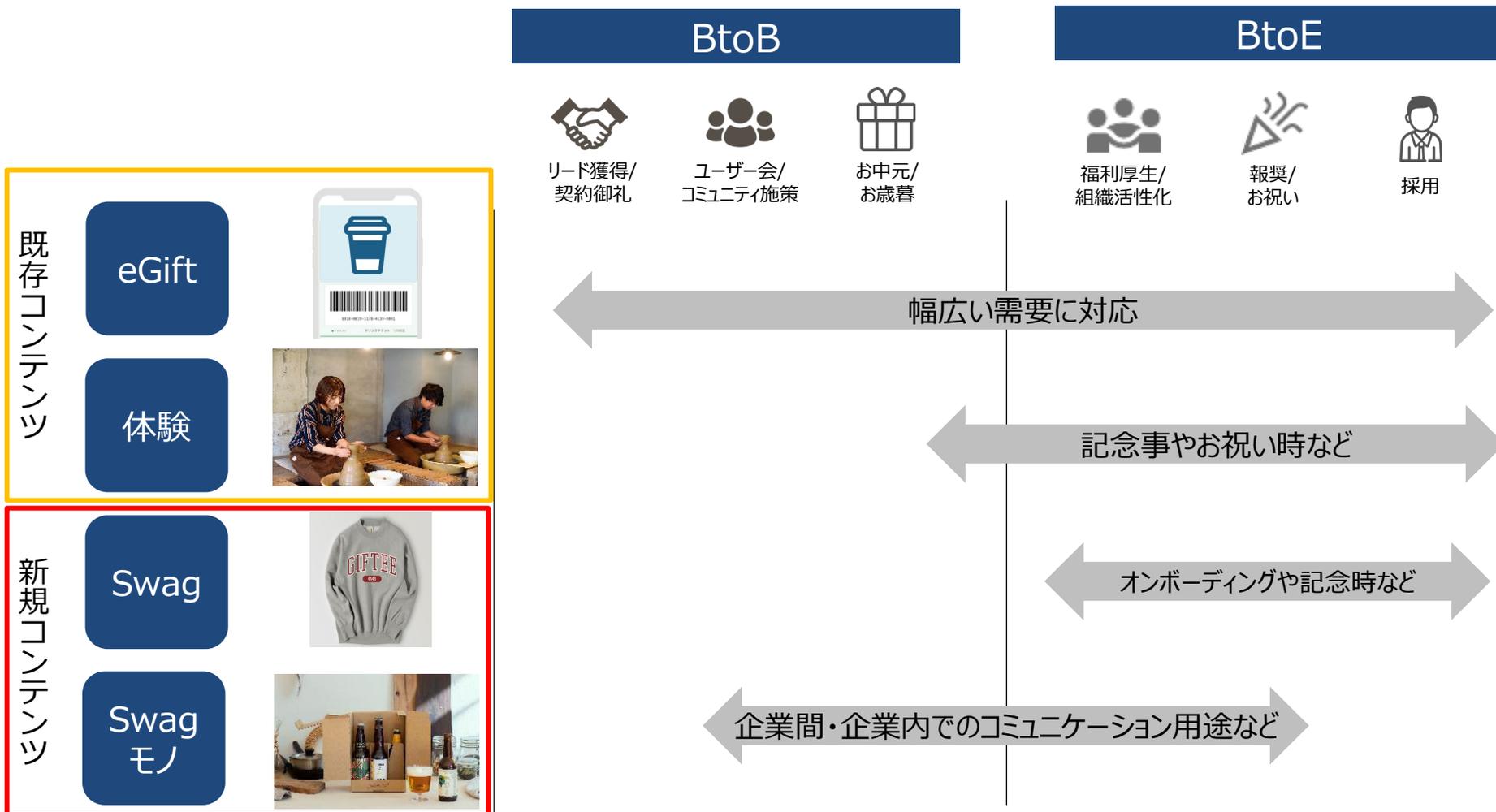
省エネ家電



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

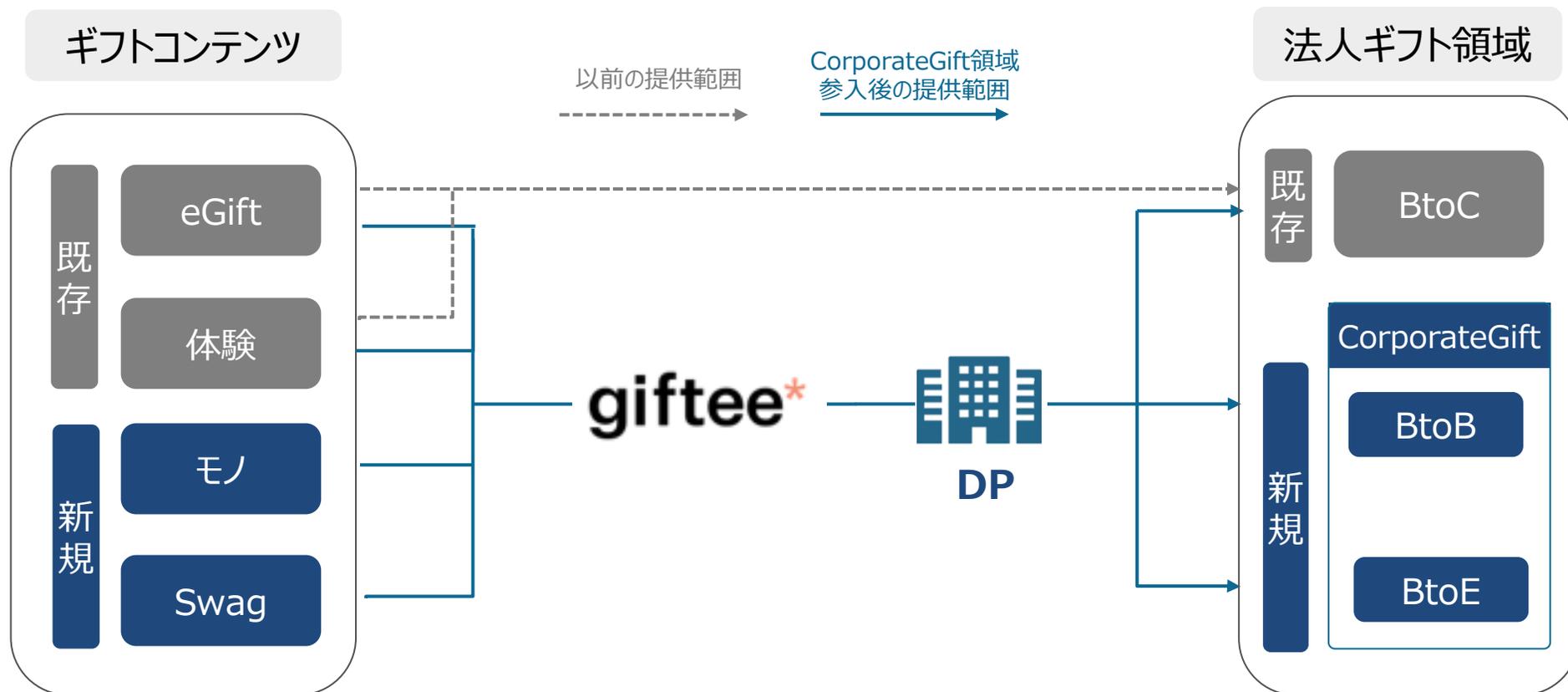
企業

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

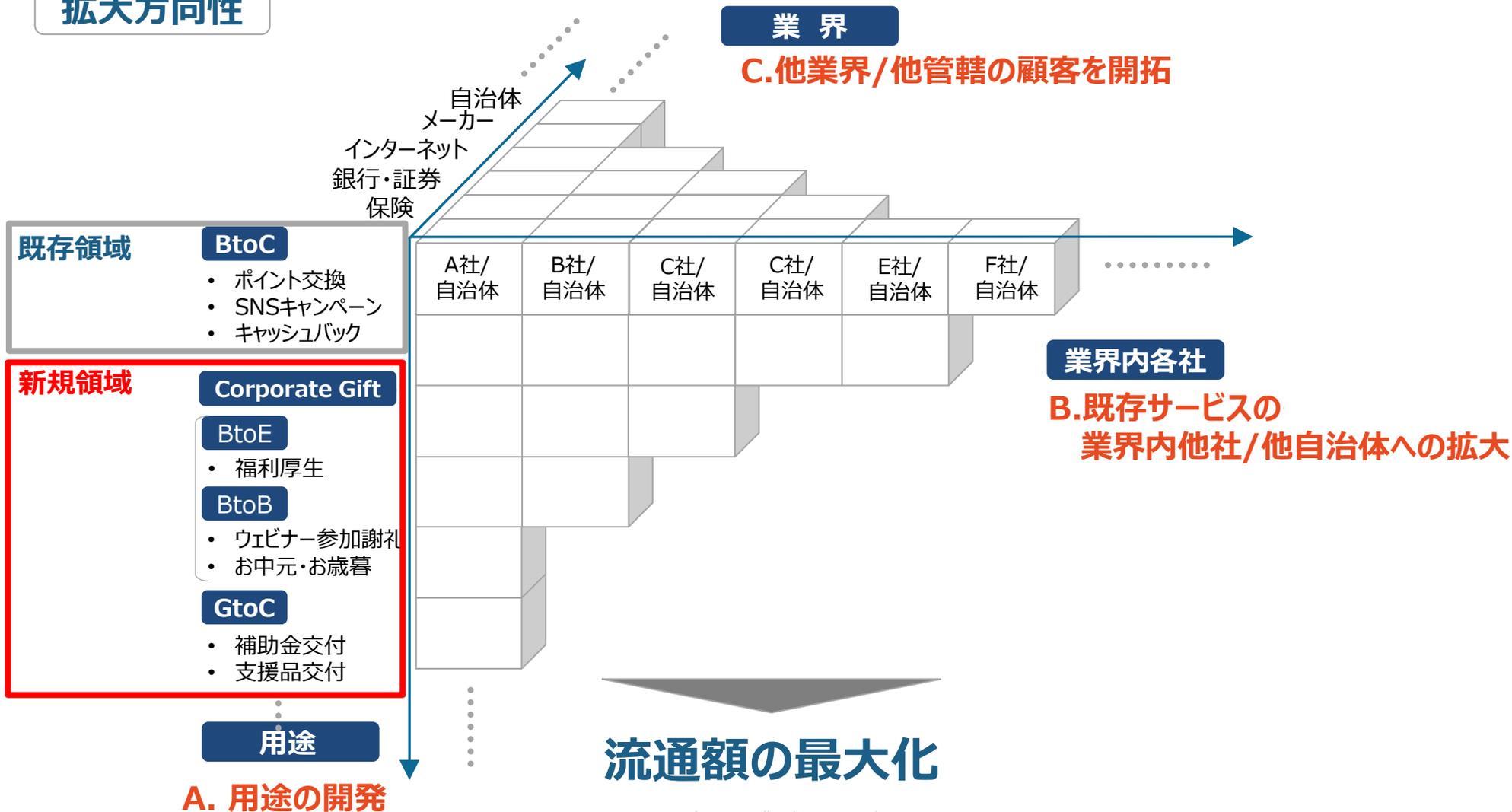
ポイント利用で1,000種類以上のeギフトと交換可能

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。



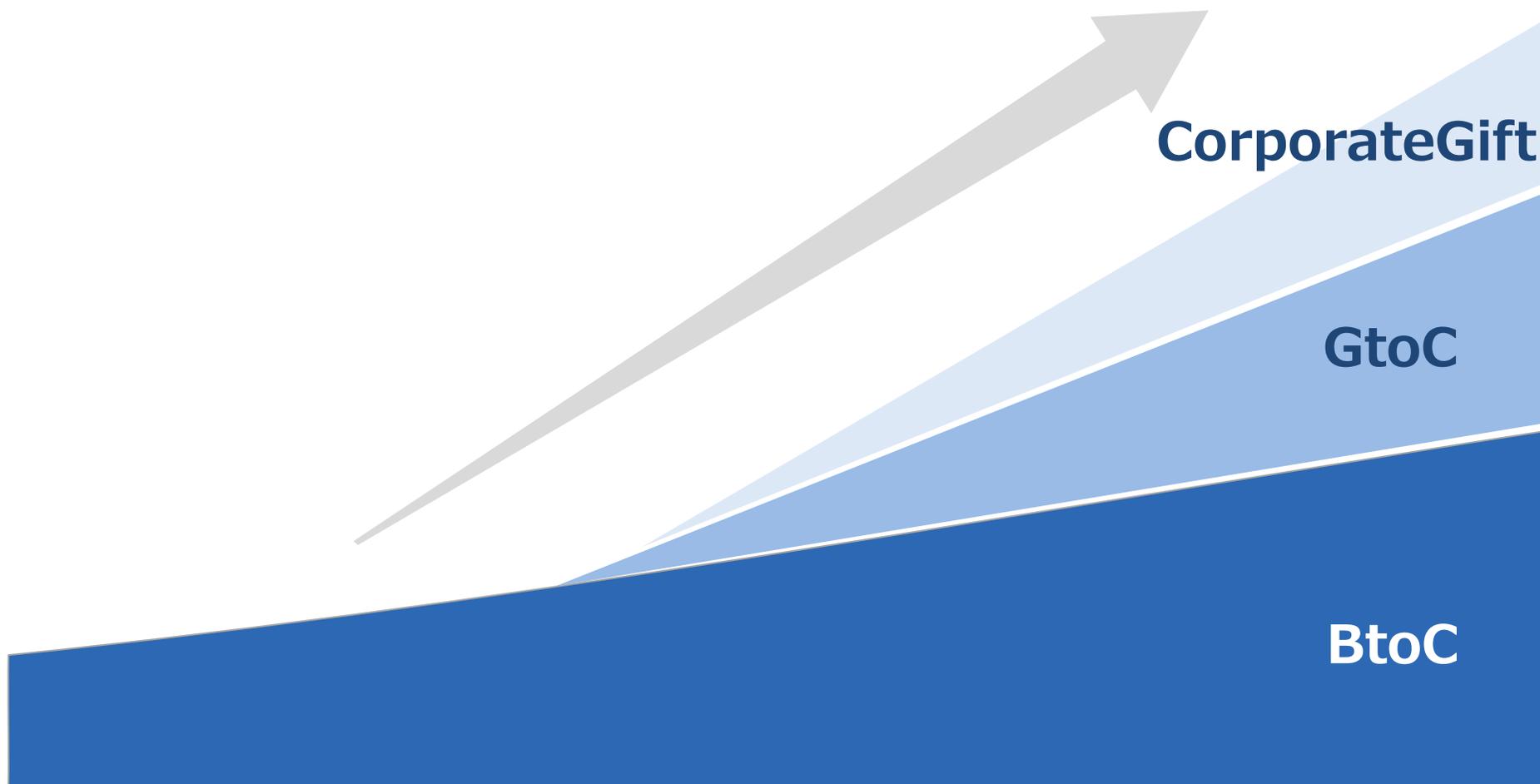
既存のBtoCに加え、CorporateGift、GtoC領域においても同様に、3軸でのアプローチにより拡大を図る。

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・カテゴリー)
- 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)

Brewtope

(2023年1月)

出資

dirigio PAN for YOU 
パンフォーユー

(2021年7月)

(2020年12月)

SIRU+  **KINCHAKU**

(2021年1月)

(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。

2025年12月期末リスク資産

項目	社数	期末残高
のれん等	3社	4,429百万円
投資有価証券※	25社	3,638百万円
合計	28社	8,067百万円

※ 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。

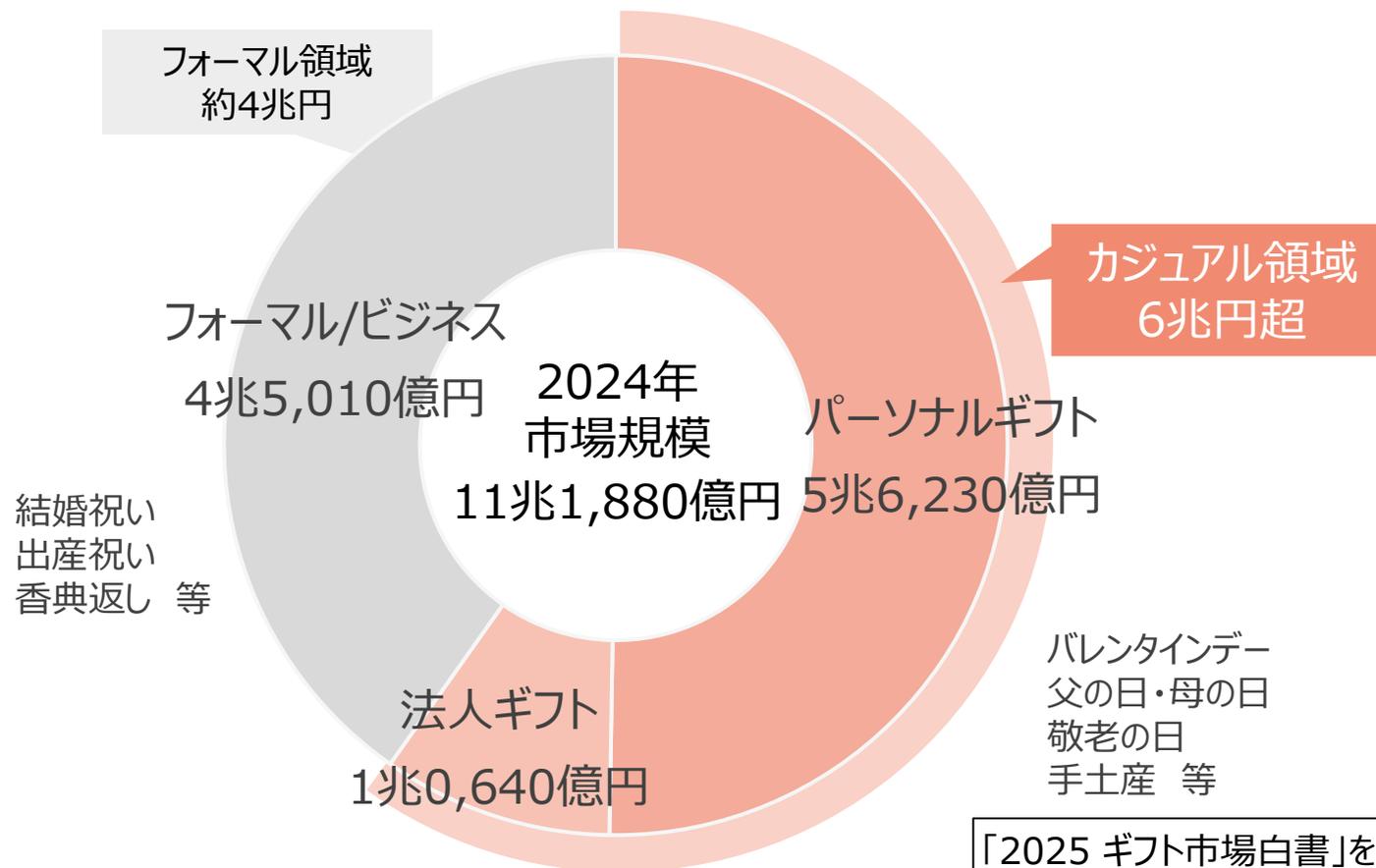
- DIRIGIOとのデリバリーシステムの共同提案（2023年に持分法適用関連会社化）



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



「2025 ギフト市場白書」をもとに最新データに改定

出所) 株式会社矢野経済研究所「ギフト市場白書」をもとに当社算出、作成

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)

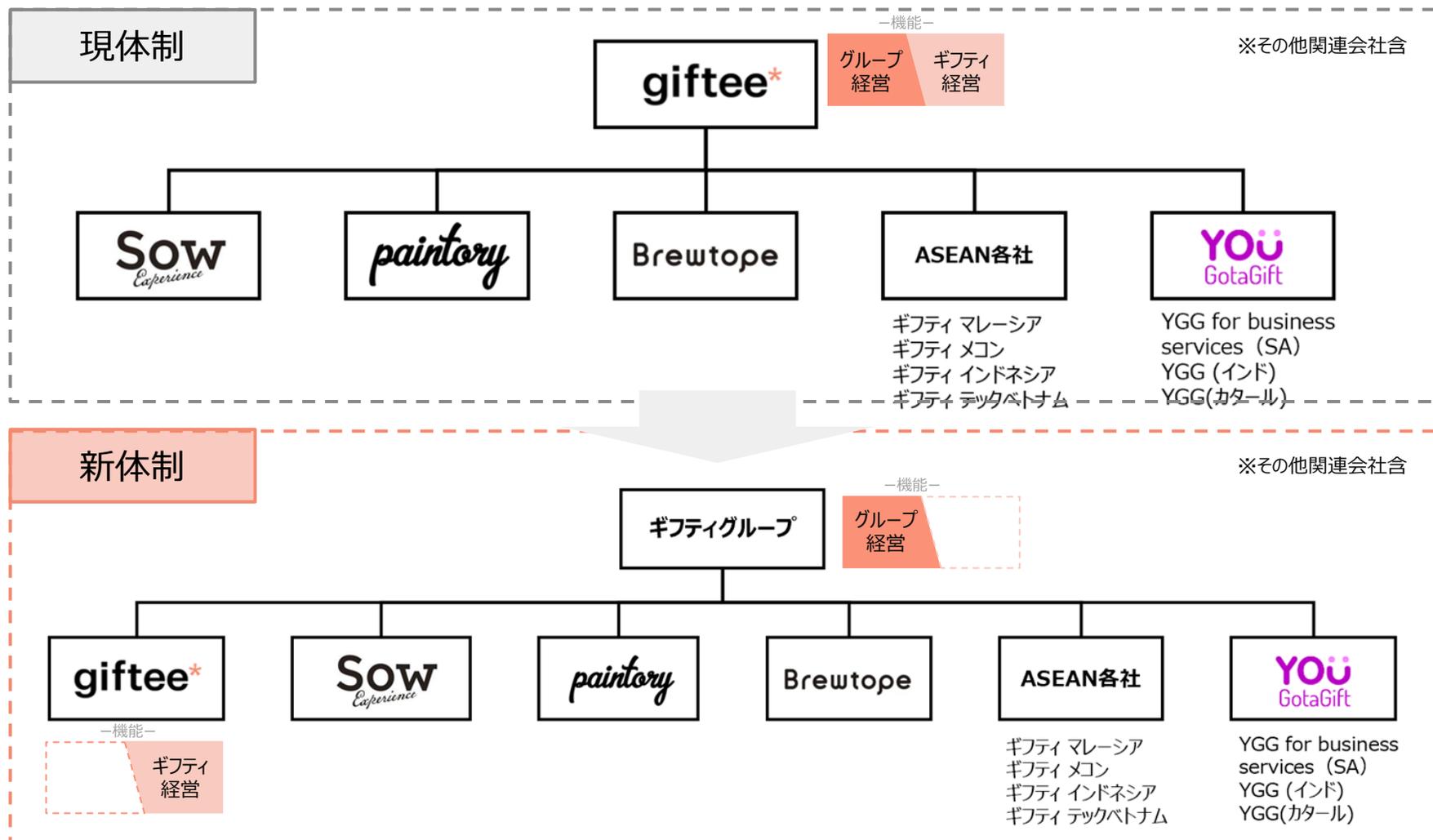
コーポレートガバナンス
コンプライアンス
公正な事業慣行

さらなる透明性・健全性向上に向けた
社内体制の構築 等



ホールディングス化について

2026年7月よりホールディングス体制へ移行予定。
ギフトのグループ経営機能をギフトグループに移管し、ギフトは子会社と兄弟関係に。



目的

成長投資の機動性と投資規律を両立させるとともに、グループガバナンスを一層強化し、当社グループ全体の持続的な企業価値向上を目指す。

■ グループ戦略・資本配分の高度化

事業ポートフォリオ全体を俯瞰し、成長性・収益性・リスクを踏まえた最適なキャピタル・アロケーションを実行

■ 事業会社の自律性の強化

各事業会社が事業特性や成長ステージに応じた自主責任経営を行い、市場環境の変化に柔軟かつ迅速に対応できる体制を構築

■ グループガバナンス・経営規律の強化

リスク管理、コンプライアンス、内部統制をグループ横断で高度化し、成長と規律を両立した持続的な企業価値向上を図る

現ギフト代表の太田・鈴木が、ギフトグループの代表となりグループ経営、投出資の執行を担う。
事業会社となるギフトの代表は、現giftee for Business事業責任者の篠塚が就任予定。



役割：グループ経営/投資事業執行

経営体制：

代表取締役 執行役員社長 太田 睦
代表取締役 執行役員CEO 鈴木 達哉
取締役 執行役員 CFO 藤田 良和
執行役員CTO 柳瀬 文孝

社外取締役・監査役体制は現ギフト体制から変更なし

役割・経営体制の変更なし

役割：ギフト経営/事業執行

経営体制：

代表取締役CEO 篠塚 大樹
取締役CFO 藤田 良和※
取締役(非業務執行) 中島 真※
監査役(非常勤) 工木 大造※

※現ギフトの各役職者

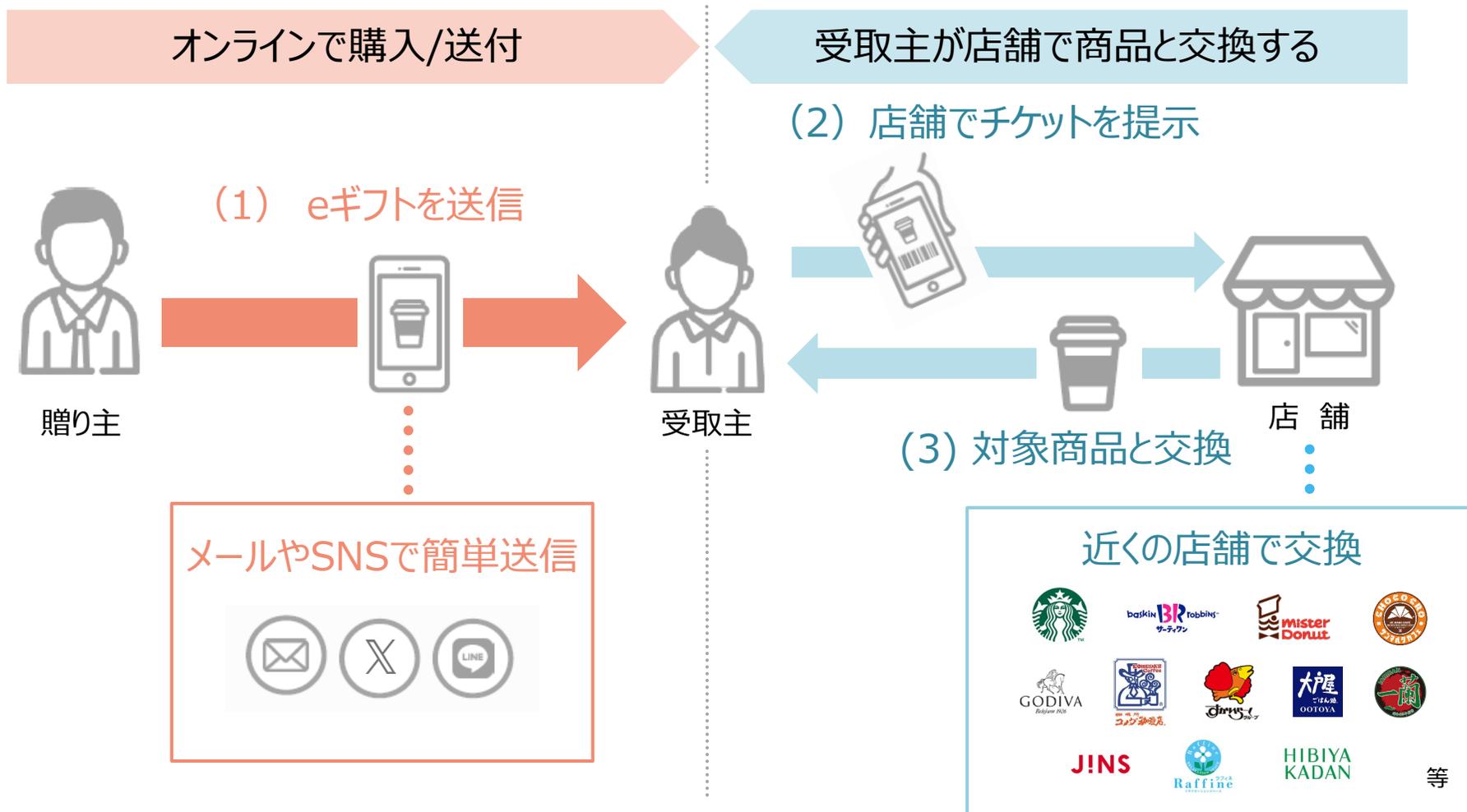
ギフト代表取締役CEO 篠塚 大樹 プロフィール

2017年 ギフトの新卒第1期生として入社
2020年 giftee for Business事業部 Product Unit Manager 就任
giftee campaign platformやgiftee Boxなど主要プロダクトの立ち上げを次々とリード
2023年～現在 giftee for Business事業部 本部長 就任

Appendix

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4,700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

eギフトとは ～特徴～

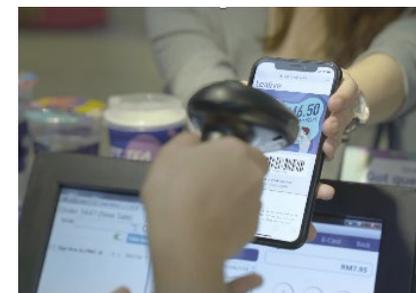
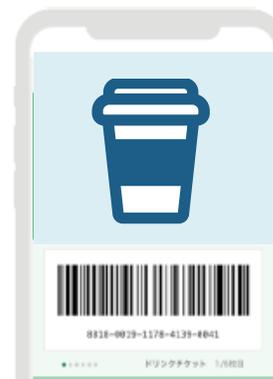
eギフトはユニークなURLで発行。

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】 252 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】 2,276 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。

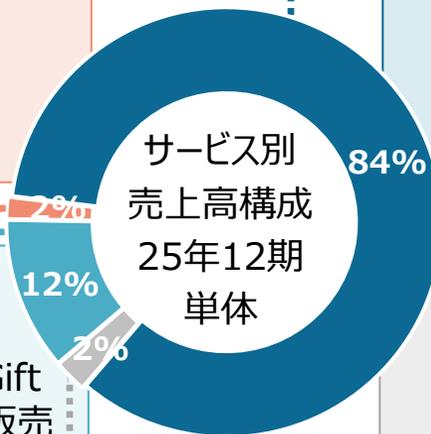
【事例】 スターバックス コーヒー、
サーティワンアイスクリーム、ミスタードーナツ 等

【CP数】 302 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



baskin **BR** Robbins
サーティワン



J!NS



HIBIYA
KADAN

等

④ 地域通貨サービス

個人向け

法人向け

① gifteeサービス

giftee*

eギフト発行会社自社サイト



baskin **BR** Robbins
サーティワン

等

提携企業



LINE ギフト



Pay



Benefit one

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

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

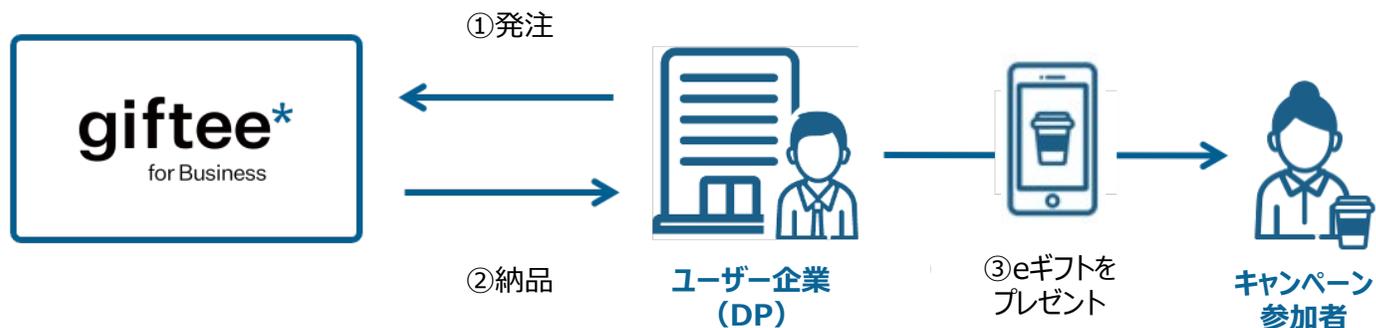


⑤購入完了、URL取得



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

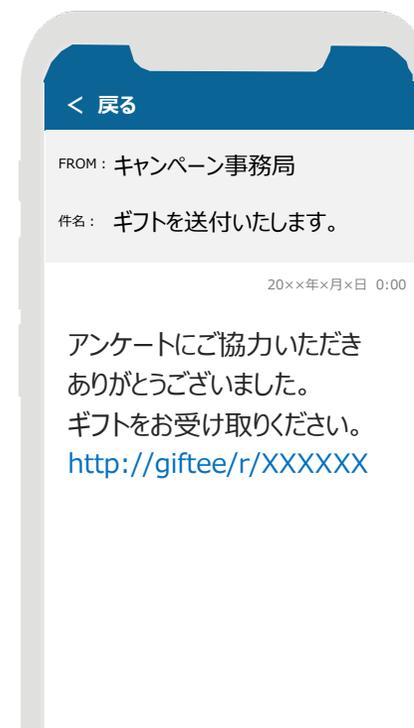
① キャンペーンページ



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



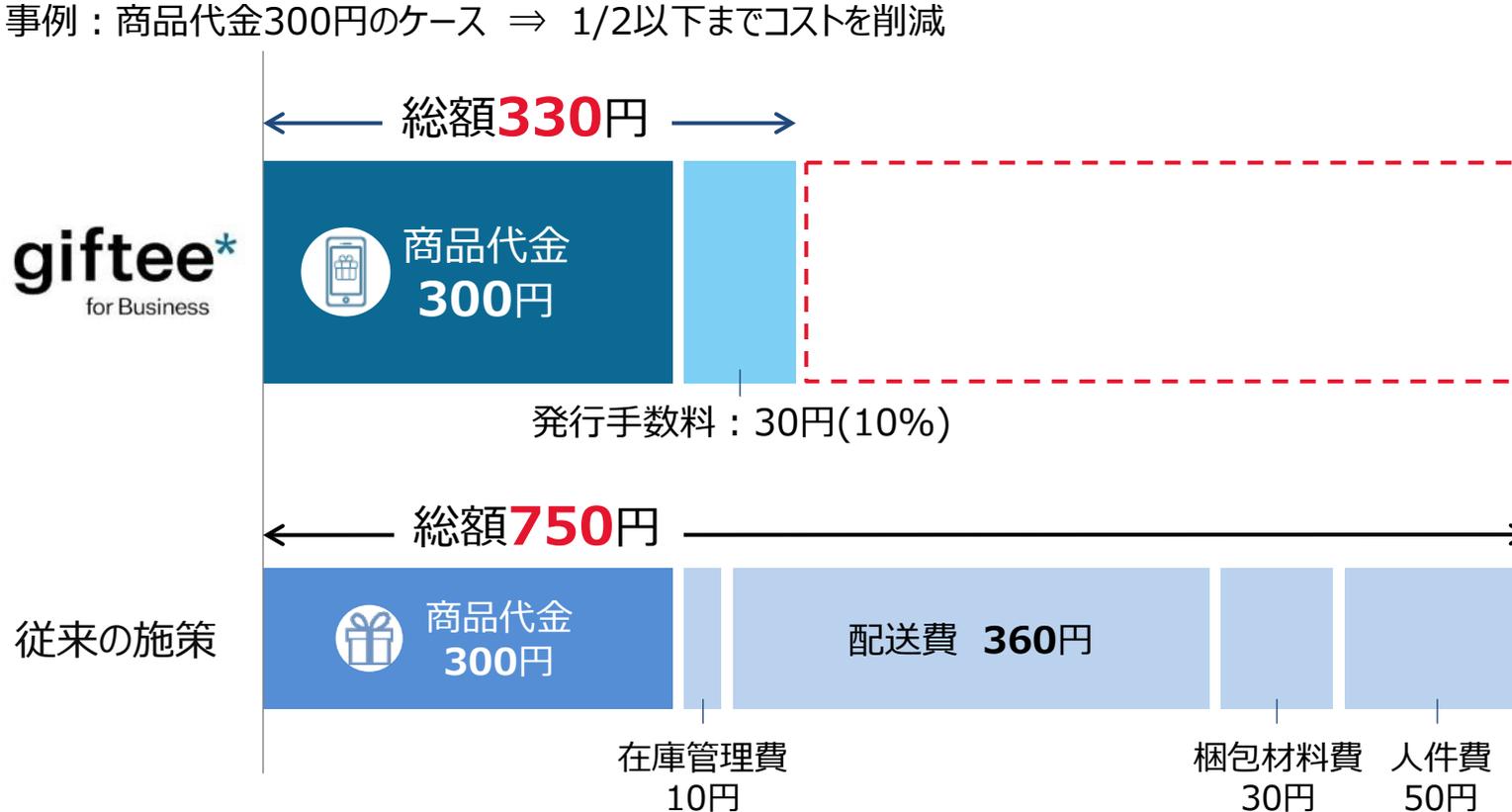
参加モチベーションの向上

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

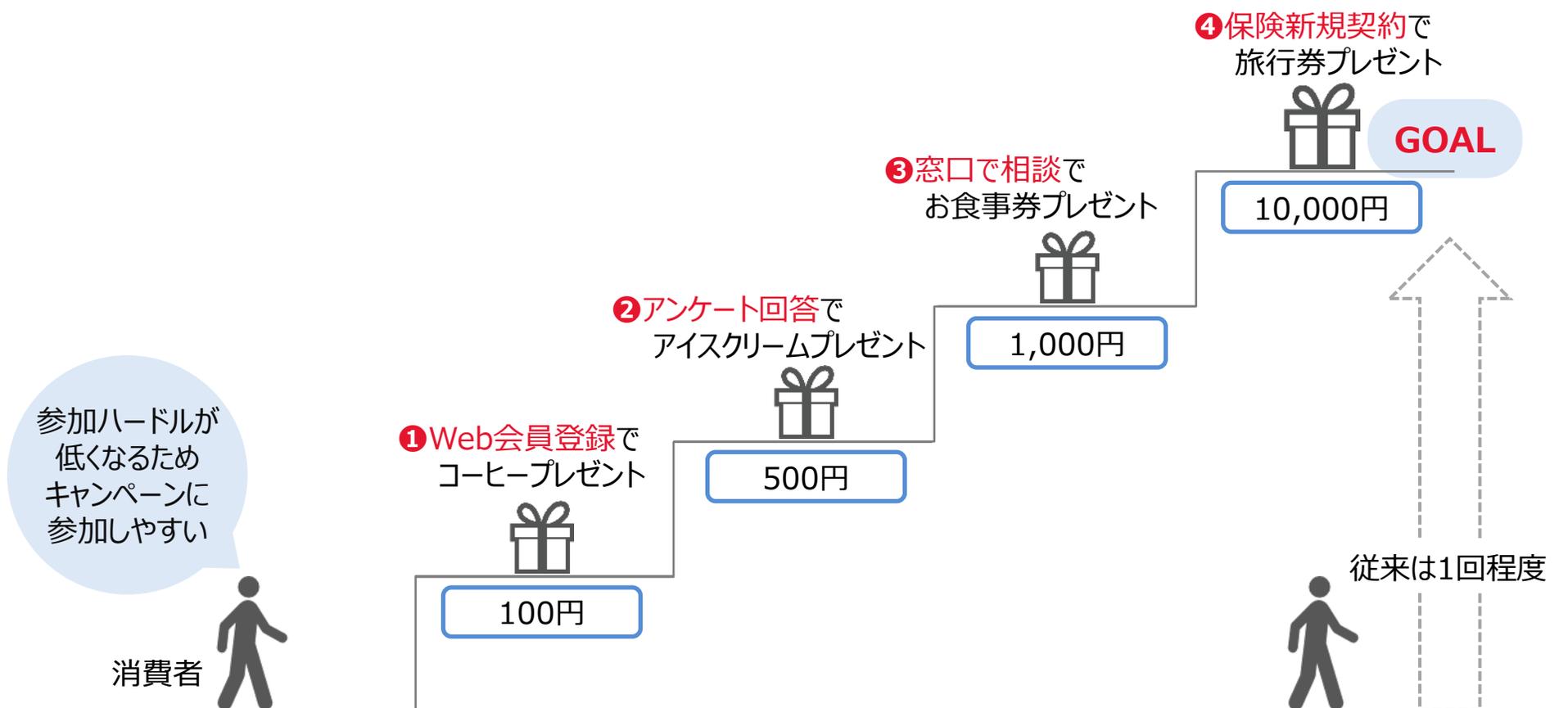


- ✓ 当選者数を増やし、参加モチベーションをあげることで、参加者数も最大化をすることができる

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



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

実績管理

個人向け

法人向け

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

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

店頭での消込・決済

小売店向け ③eGift Systemサービス 導入メリット

メリット1

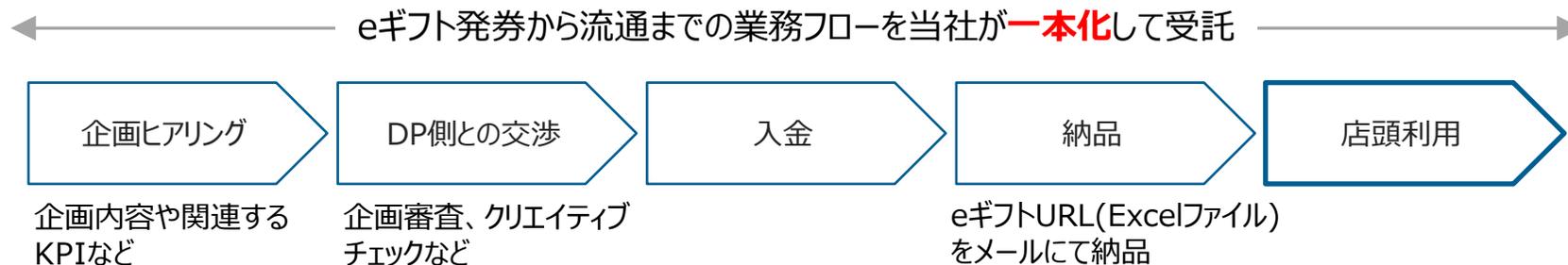
多額の流通額、多数の流通先を持つ当社のプラットフォームを利用することで、飲食・流通・小売企業等はギフト需要の開拓が可能。

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



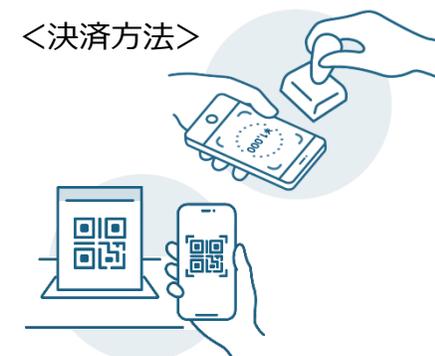
自治体向け ④地域通貨サービス ～導入メリット・事例～

■ 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。



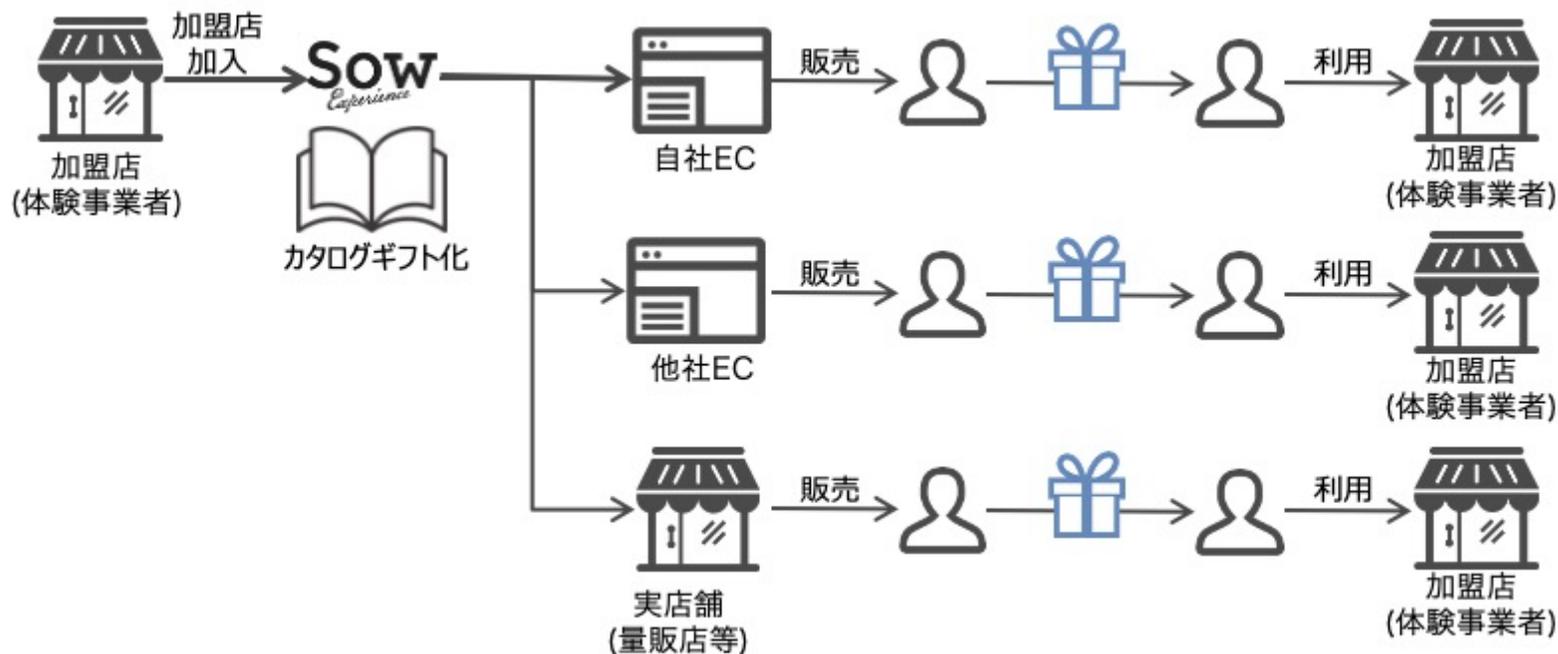
■ 取扱体験例

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



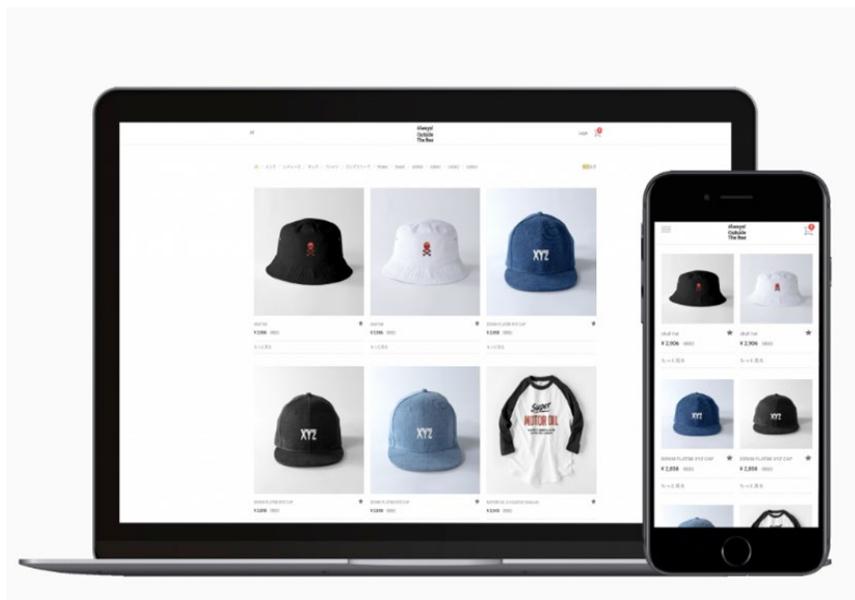
カスタムアパレルを制作したいユーザーに対し、デザインをアップロードするだけで、オリジナル商品を作ることができ、1着からリスクなく販売できるサービスを展開。

■ 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

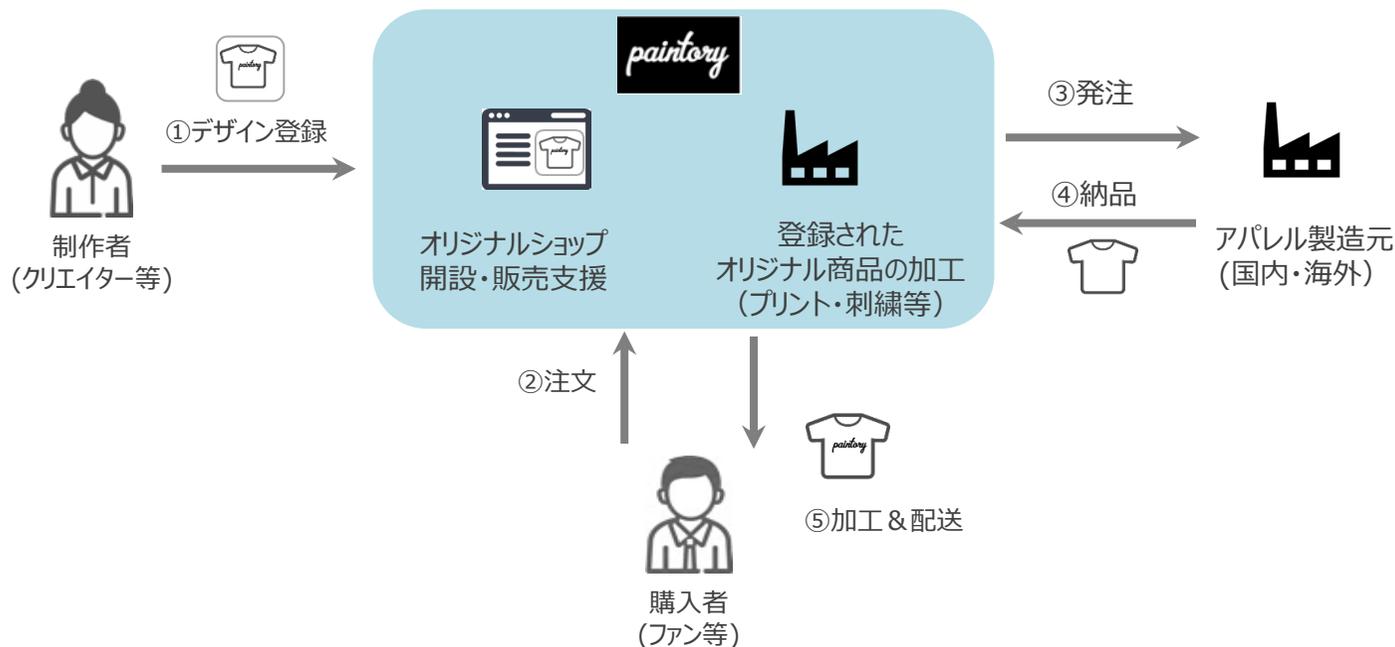
■ 取扱商品例

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

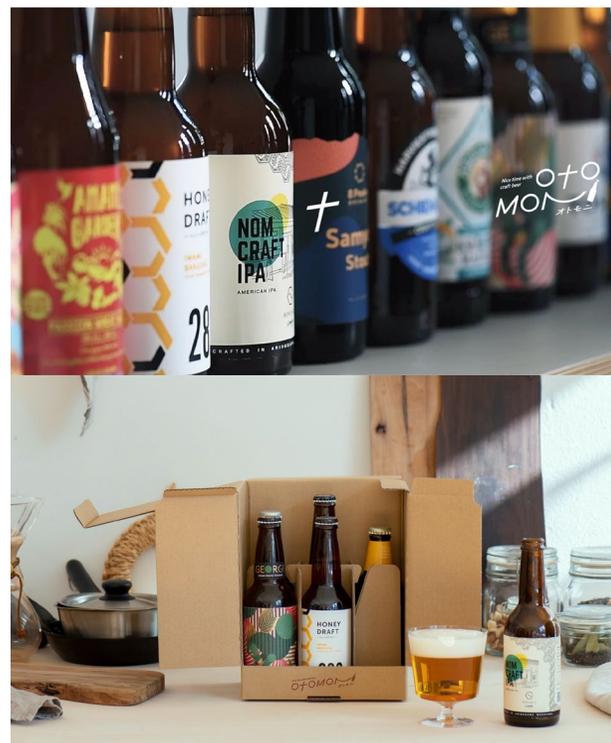
国内ブルワリー400社以上のネットワークをもつクラフトビール販売PF運営会社。

■ サービス概要

全国400社・4,000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。

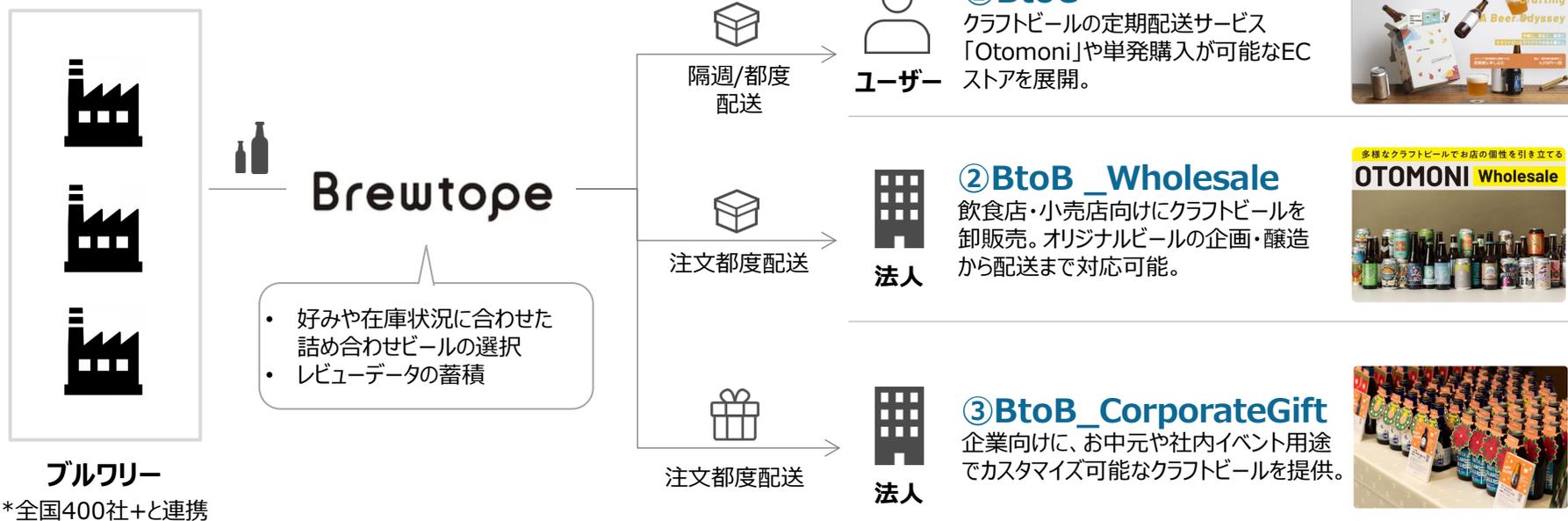


■ 取扱商品例



①BtoC②BtoB_Wholesale③BtoB_CorporateGift④ブルワリー支援の4つの事業を展開。

ビジネスモデル



④ブルワリー支援

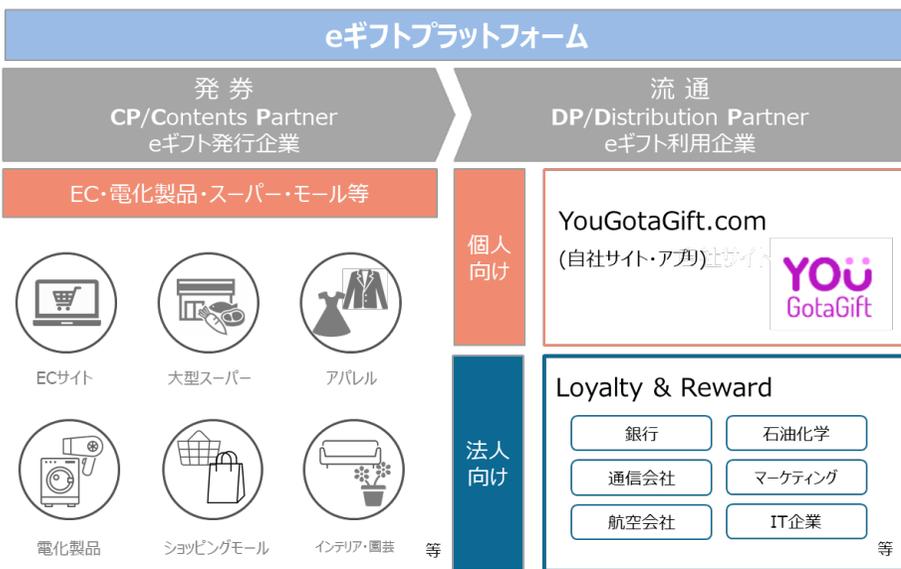
小規模ブルワリー向けにサプライチェーン支援体制を構築し、各ブルワリーが本業であるビール製造に専念できる環境を提供。

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。

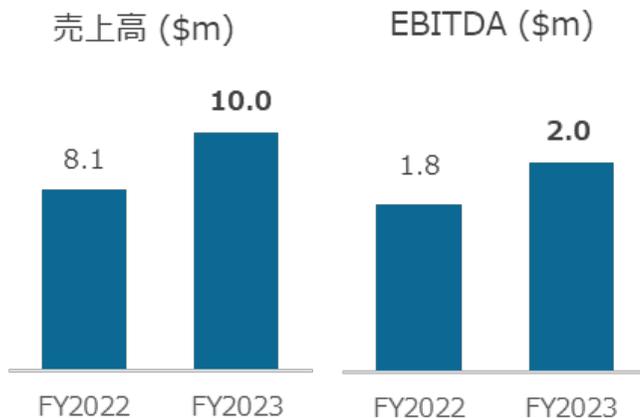
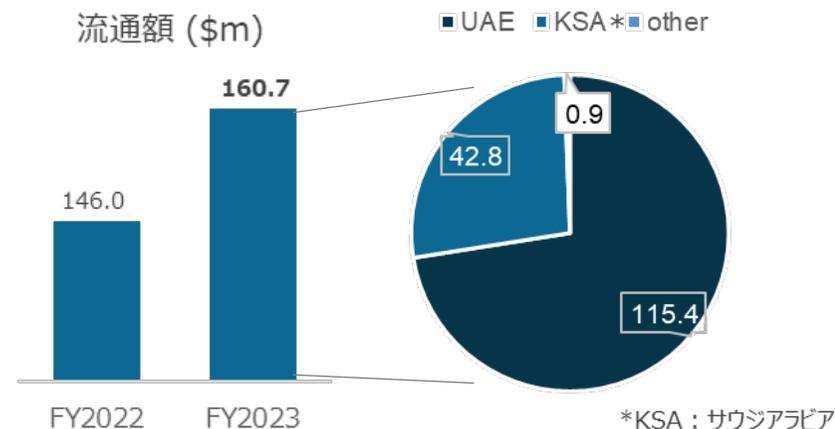
日本における当社同様、eギフトの発券から流通まで一気通貫で提供するeギフトのプラットフォームを構築。

■ 会社概要/ビジネスモデル

会社名	YouGotaGift.com Ltd.
設立年	2013年
代表者	Husain Makiya
事業拠点	UAE、サウジアラビア、カタール、クウェート、インド（開発拠点）



■ 過年度業績

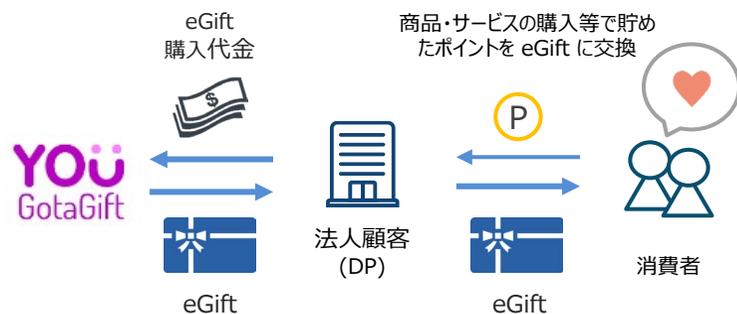


法人向けのeギフト販売が主力サービス。

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)

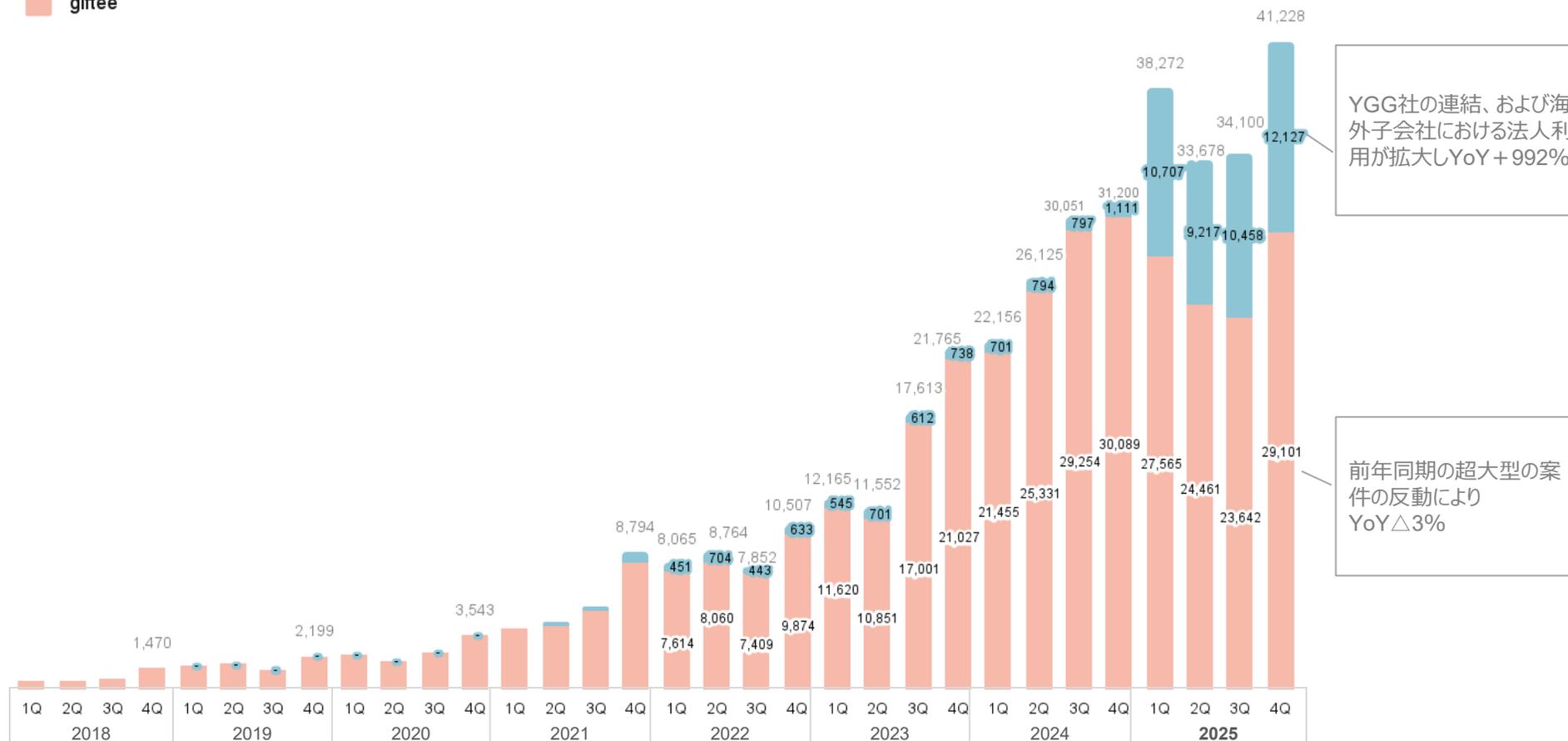
データ集

2025年12月期第4半期実績 流通額（四半期推移）

単位（百万円）

■ 子会社計
■ giftee

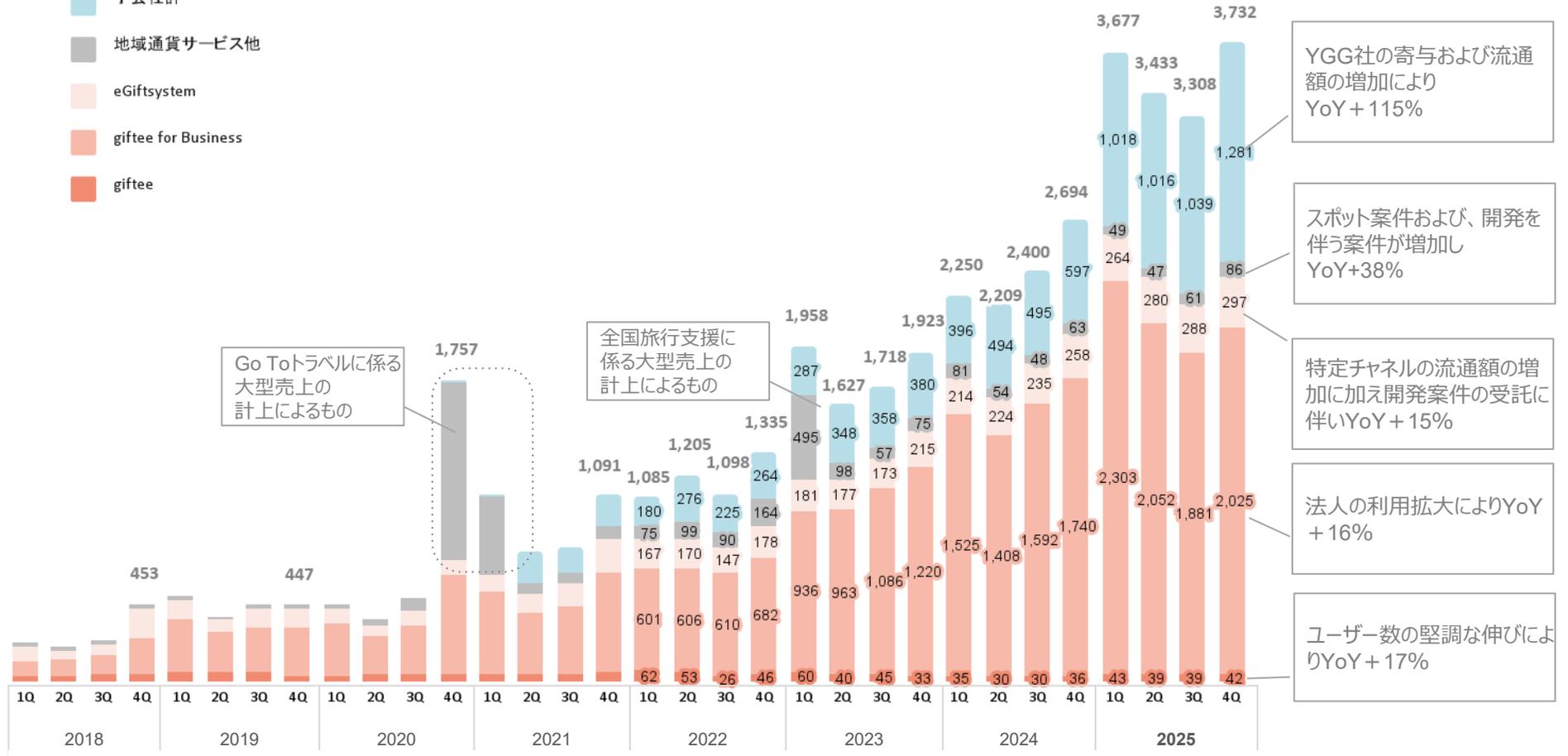
チャネル別流通額推移



2025年12月期第4半期実績 売上高（四半期推移）

単位（百万円）

- 子会社計
- 地域通貨サービス他
- eGiftsystem
- giftee for Business
- giftee



Go Toトラベルに係る
大型売上の
計上によるもの

全国旅行支援に
係る大型売上の
計上によるもの

YGG社の寄与および流通
額の増加により
YoY + 115%

スポット案件および、開発を
伴う案件が増加し
YoY + 38%

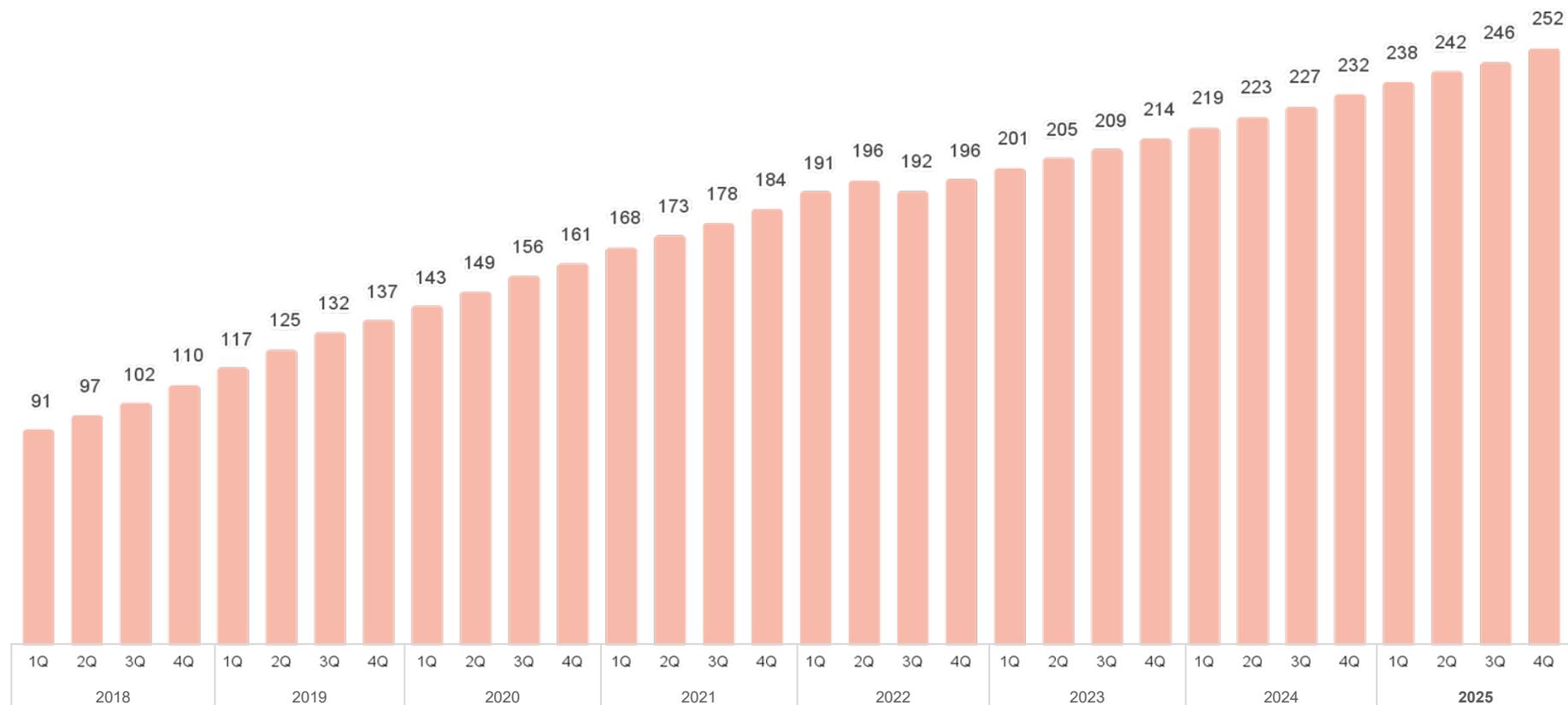
特定チャネルの流通額の増
加に加え開発案件の受託に
伴いYoY + 15%

法人の利用拡大によりYoY
+ 16%

ユーザー数の堅調な伸びによ
りYoY + 17%

2025年12月期第4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 ～

単位 (万人)

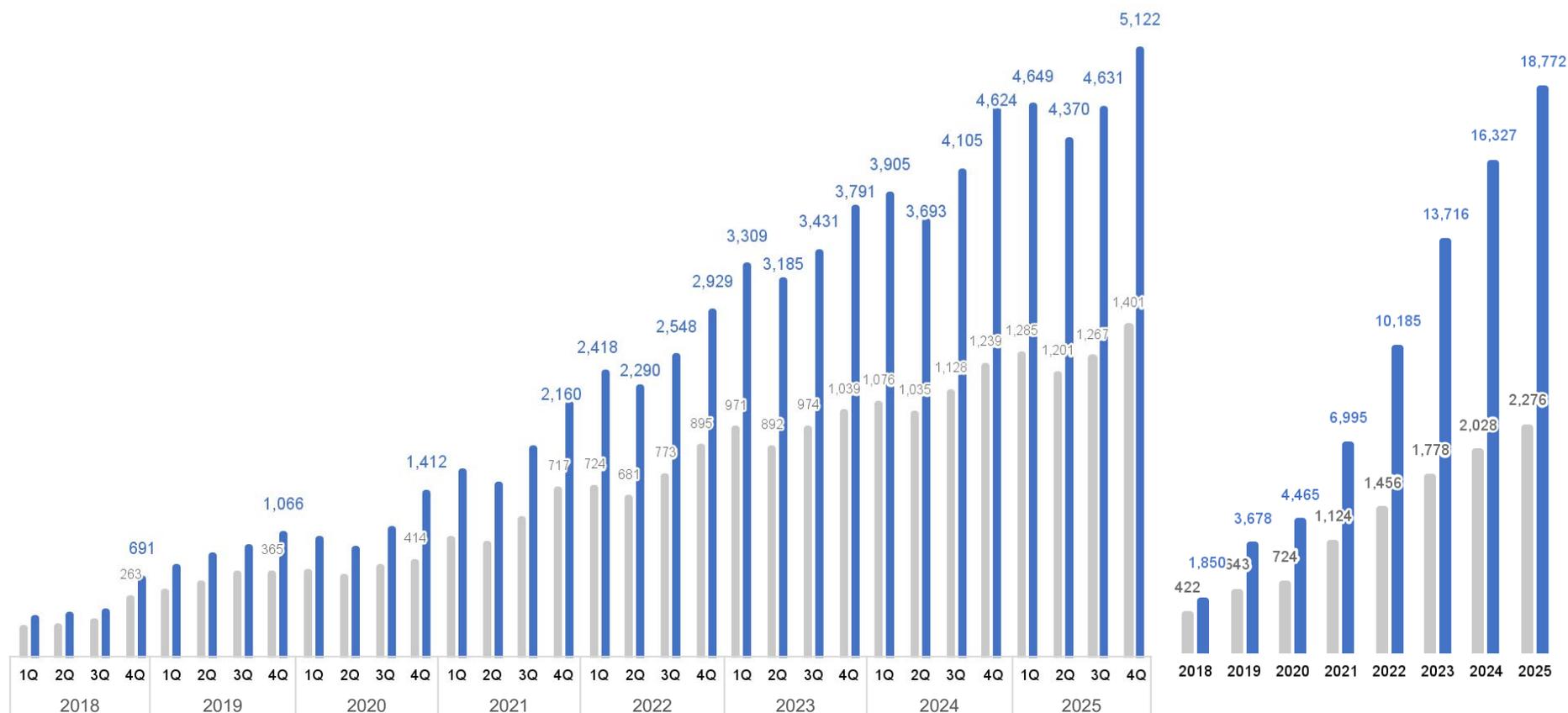


2025年12月期第4半期実績 サービス別業績 giftee for Businessサービス ～ eギフト利用企業(DP)数・案件数推移 ～



単位 (社、件)

■ DP数 ■ 案件数



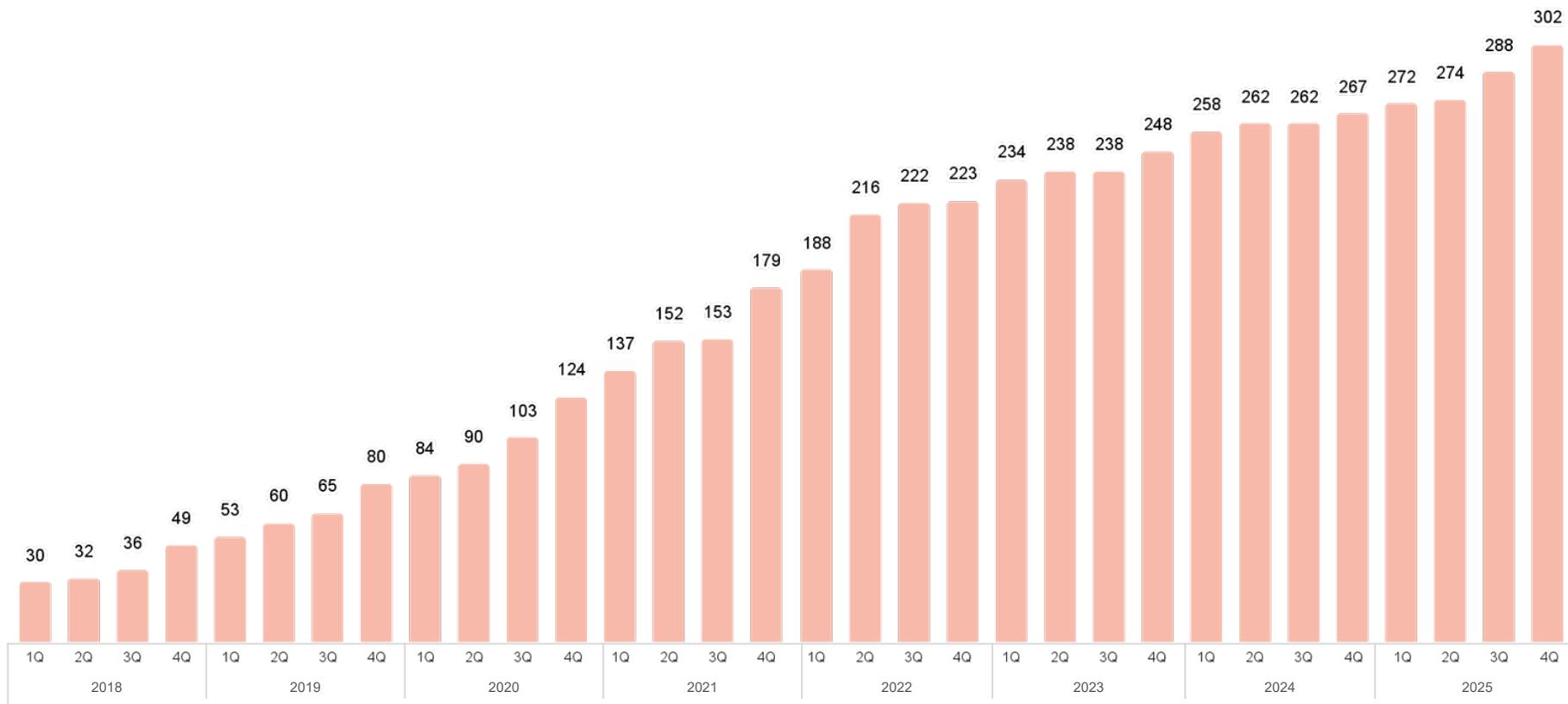
※DP数は各四半期のユニーク利用企業数。

2025年12月期第4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 ～



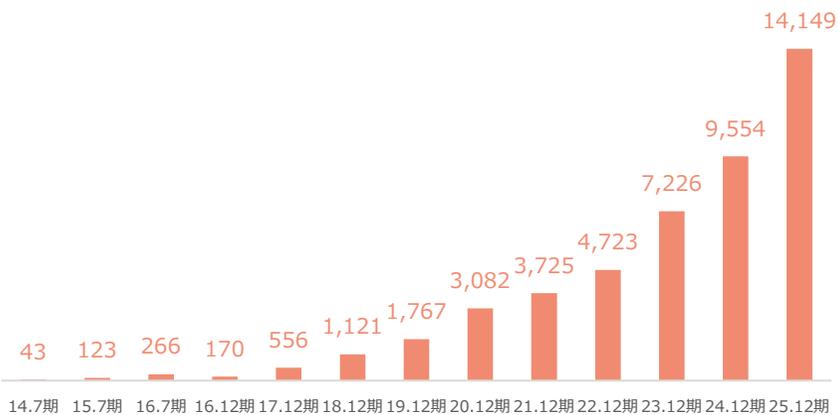
単位 (社)



※2024年4Q時点で連結からギフト単体のみのCP数に変更、過去データの遡及修正。

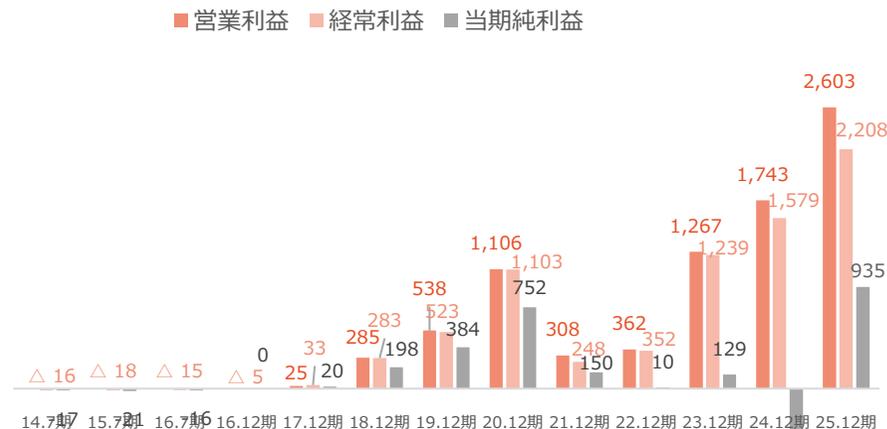
財務ハイライト (1)

売上高 (百万円)



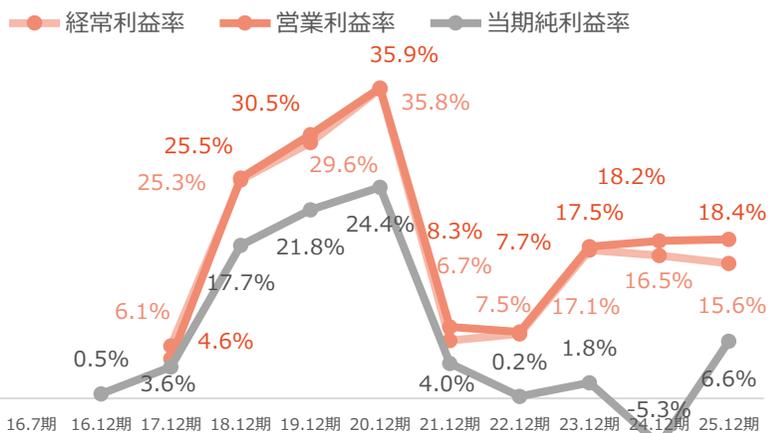
※17.12期までは単体、18.12期からは連結
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算

利益 (百万円)



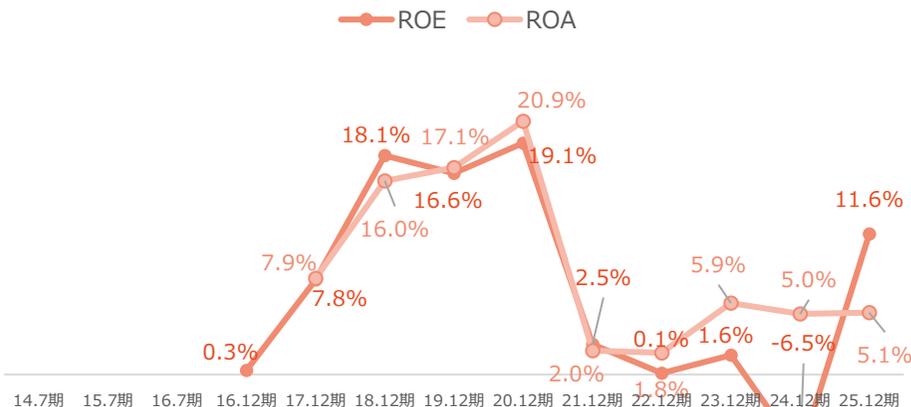
※17.12期までは単体、18.12期からは連結
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算

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

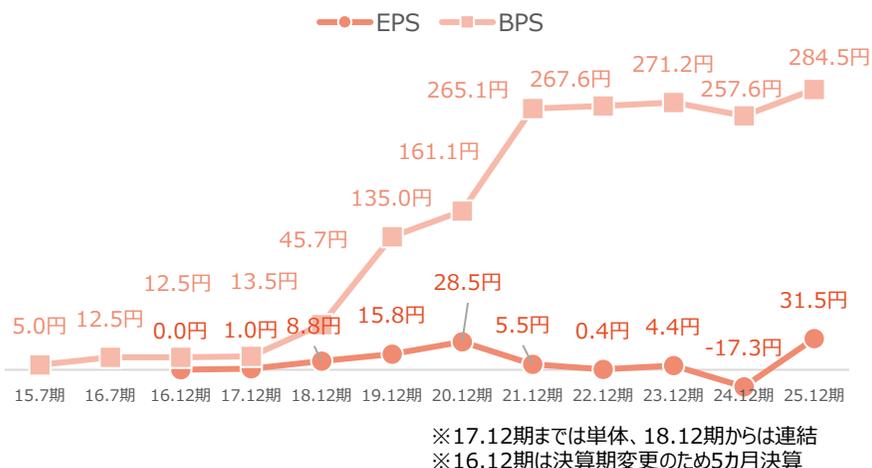
ROE・ROA (%)



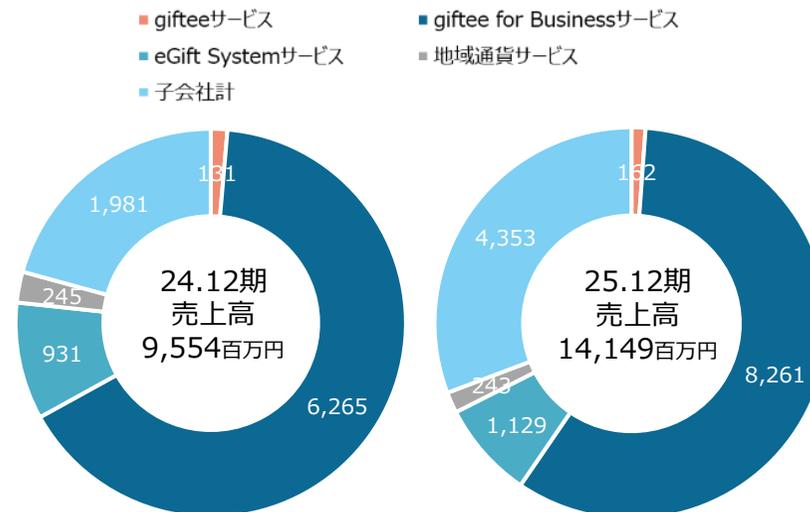
※17.12期までは単体、18.12期からは連結
 ※16.12期は決算期変更のため5カ月決算
 ※ROA = 経常利益 ÷ 総資産額(期中平均)

財務ハイライト (2)

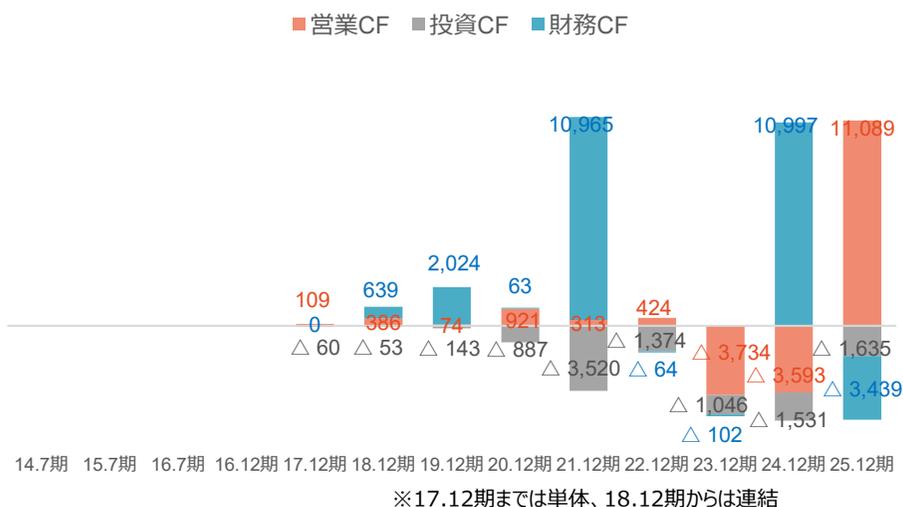
EPS・BPS (円)



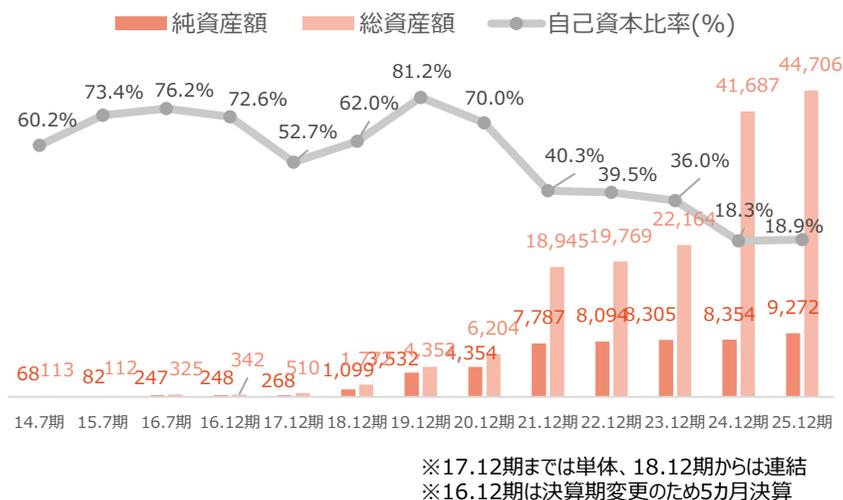
サービス別売上高



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、%)



トピックス 他

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いる

+ 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 聯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。
「au PAY」は、KDDI株式会社の商標です。

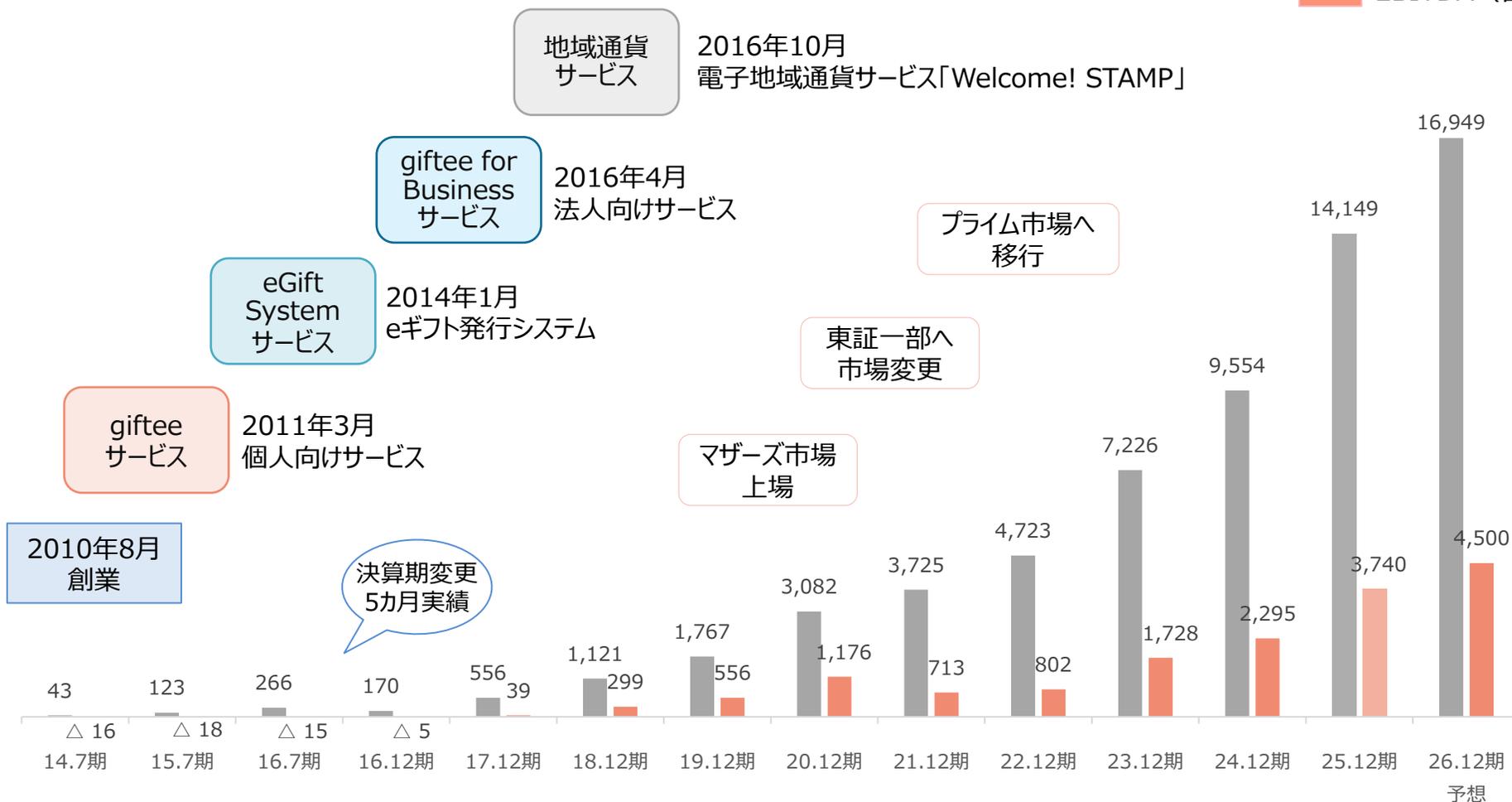
- ✔ 主要な決済サービスをカバーしていることにより、幅広いユーザーニーズへ対応
- ✔ 「現金」に近い用途で「現金」よりも手軽に送ることが可能

「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。

沿革と業績推移

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 (2025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	685名 (連結)		
資本金	3,286百万円		
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。