

FIGURE

## 挑む

額面なしのギフトカードやメールを使い、贈り物をした相手が自由に商品を選べるギフトのEC（電子商取引）プラットフォーム「ギフトネットコム」を立ち上げたアスカネット。福田幸雄社長兼最高経営責任者（CEO）は、国内ギフト市場に「新しい文化を創る」と意気込む。矢野経済研究所によるとギフトの国内市場規模は17兆円を超え、莫大な市場が広がると構想を膨らませる。

—新しいギフトカードとは「贈り物をしたいと思った人が『ギフトネットコム』のサイトに行って『ギフトを贈る』を選び、金額を打ち込むと相当するコードを発生させ、コードを印刷したギフトカードを制作し、相手に贈る。SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）でもコードを贈ることができる。贈られた相手は当社



のサイトで金額に応じた商品が選べる。出品したショップの12万点に及ぶ商品から額に応じて商品が集まるしくみだ」

—きっかけは

「例えば出産祝いで1万円をもらい、半返しで5000円の金額入りギフトカードを渡せるかという点、日本人はなかなか渡せない。日本のギフトカード市場は3兆円と見込まれるが実際に

ふくだ・ゆきお 文化服装学院ファッションデザイン科卒。服飾デザイナーなどを経て、1982年飛鳥写真芸芸社を創業。83年飛鳥写真館を立ち上げ、事業を引き継ぐ形で、95年にアスカネットを設立、社長就任。2005年東証マザーズ市場に上場。07年5月からCEO兼務。66歳。広島県出身。

は10分の1にとどまっている。

1冊から制作できる写真アルバム『フォトブック』の工場を活用して、1枚から制作できる額面なしのギフトカードができないか、研究を始めたのがきっかけだ」

—相手は金額がみえない

「お金は贈る側がギフトカードを発行する時点で当社に払ってもらっている。そこで決済は

終わる。権利を買っていただく感じた。贈られる側はサイトに出てきた商品を選ぶだけ。商品は分類されていて、アパレルから食品まで何でも選べる。そういうしくみは、ありそうで世界中、誰もやっていた。特許も申請している」

—むずかしい点は

「レンジ（価格帯）の決め方だ。額面5万円コースの次は10万円コースに飛ぶ。その間には膨大な商品がある。5万円に分類される商品には、それより高い物も安い物もあり、もうけすぎたり損が出たりする。評判を落とさないよう、毎月レンジを調整して、人気が集まるサイトにしたい」

—人気にこだわるのは

「新しい事業は最初から売り上げが上がるわけではない。新

しい文化を創らなきゃいけない。ただ文化を創れさえすれば圧倒的な首位に立てる。日本のギフト市場は17兆円もある。3%も新しい方法に変われば自然と大きな利益が生まれる」（広瀬洋治）

### ■会社概要

- ▷ 本社＝広島市安佐南区祇園3-28-14
- ▷ 設立＝1995年7月
- ▷ 資本金＝4億9030万円
- ▷ 従業員＝285人（2014年4月末時点）
- ▷ 売上高＝47億6700万円（14年4月期）
- ▷ 事業内容＝遺影制作サービス、1冊だけの高級写真アルバム制作販売、空中ディスプレイなど

## 新しい選べるギフト文化を創る

### アスカネット 福田幸雄社長兼CEO