



Confidence Enabled
人と社会の「新たな信頼」の創造へ

NEWS RELEASE

2022年1月12日

各 位

グローリー株式会社
兵庫県姫路市下手野1-3-1
(東証1部:6457)

株式会社アドインテへの追加出資及び合併会社（株式会社 AGIFT）の設立について

当社は、2020年5月にOMO※1ソリューションを提供する株式会社アドインテ（京都府京都市、以下「アドインテ社」）との資本業務提携（[発表資料](#)）を行い、DMP※2事業を推進してまいりましたが、同社とのさらなる連携強化を目的として、アドインテ社に追加出資するとともに、両社出資による合併会社、株式会社 AGIFT（以下「AGIFT社」）を設立いたしましたので、以下のとおりお知らせいたします。

記

1. 本件の目的

本件は、小売・飲食店舗のDX推進を支援することにより新たな価値を提供し、課題を解決していくことで事業強化を図ることを目的としております。

当社は、アドインテ社への追加出資と併せてAGIFT社に対する出資も行い、同社において、当社が取り組むDMP事業を加速させるべく、当社の持つ券売機やKIOSK端末を始めとした顧客接点デバイスや画像認識技術と、アドインテ社の持つデータ分析技術との融合等、各種研究開発を進めることにより、小売・飲食店舗を高度に情報化されたメディア媒体としての付加価値向上を実現してまいります。

AGIFTとは、“Adinte & GLORY Innovative Future Technologies”を指しますが、AGIFT社において、その名が示すとおり、新たな収益と顧客満足を生み出す創造的事業に取り組んでまいります。

当社は、アドインテ社及びAGIFT社との協業により、2025年度にはリアル接点データを活用したOMOビジネスにおけるNo.1企業となり、DMP事業の売上高120億円を目指します。

2. アドインテ社及びAGIFT社との協業内容

当社の製造・技術アセット（カメラや画像認識技術）によって得られる商品棚情報を組み込むことにより、従来の来店状況分析・商圈分析・顧客属性分析に加え、

- 1) 陳列商品メーカーへの「“商品棚”状態情報」の提供
- 2) メーカー及び小売店舗への流通最適化サービスの提供
- 3) 店舗従業員への棚欠品アラート等の通知サービスの提供

が可能となり、小売店舗・メーカーの新たな収益機会を創造するのみならず、販売機会ロス及び廃棄ロスの低減を高度に両立させ、SDGsを始めとした社会的要請にも積極的に応えてまいります。

また、画像認識技術によって得られた情報を加えることで

- 4) ダイナミックPOP※3の掲示技術開発
- 5) ダイナミックプライシング技術※4開発
- 6) 小売販売空間のメディア化（デジタルサイネージ等を活用したDOOH化※5）の技術開発

等により、店舗環境の「情報状態空間メディア化※6」の実現を図ってまいります。



画像認識技術の急成長

性別年代・目線が従来のトレンドであったが

AGIFT 小売様・商品メーカー様向けサービスを拡充

AdInteセンサー機器・デジタルソリューション

GLORYハードウェア・画像認識技術

小売向けサービス

- ・店内導線分析
- ・スタッフの効率化 / 最適化
- ・VMD (ビジュアル・マーチャンダイジング*7) 改善

メーカー向けサービス

- ・POP運用状況確認
- ・欠品状況検知
- ・販売価格の把握

3. アドインテ社への追加出資の概要

(1) 目的	両社の商品やサービス、技術、人的リソース、顧客基盤等を共有し、アドインテ社と共同で推進中のDMP事業をさらに強化、加速させるため
(2) 当社出資比率	37.3% (出資後)

4. AGIFT 社の概要

(1) 名称	株式会社 AGIFT (読み: アギフト)
(2) 所在地	京都府京都市下京区新町通四条下る四条町 347-1
(3) 代表者の役職・氏名	代表取締役 十河 慎治
(4) 事業内容	小売・飲食店舗のDXを推進するための研究開発
(5) 設立年月	2021年12月6日
(6) 出資比率	アドインテ社 51%、当社 49%

※1 OMO (オンライン・マージズ・ウィズ・オフライン) とは、「オンラインとオフラインを併合する」こと。すなわち、ネット上とリアル店舗などの垣根を超えたマーケティング概念のこと

※2 DMP (データ・マネジメント・プラットフォーム) とは、収集し蓄積されたオンラインデータや、リアル店舗に来店された消費者の行動履歴等のオフラインデータを管理し、広告配信のアクションプラン等に役立てるデータビジネスを行うプラットフォームのこと

※3 ダイナミックPOP (ポイント・オブ・パーチェス) とは、小売店の店頭プロモーションとして展開される、ネットワークを通じ表示内容を瞬時に書き換え可能な広告媒体のこと

※4 ダイナミックプライシング技術とは、商品の価格を需要と供給の状況に合わせて変動させる技術のこと

※5 DOOH (デジタル・アウト・オブ・ホーム) とは、デジタルサイネージを活用した屋外広告のこと

※6 情報状態空間メディア化とは、店舗等をセンサ等で観測されるデジタル情報の集まり (情報状態空間) として捉え、その状態に応じて接客の方法やPOP、値札、デジタルメディアをダイナミックに変化させる新たなマーケティング手法のこと

※7 VMD (ビジュアル・マーチャンダイジング) とは、商品化や商品販売を行う際に、店内環境や商品棚における視覚演出表現を積極的に取り入れ、「より商品を見やすく快適にショッピングを体験できる様にするための空間演出・空間デザインを行う」新たなマーケティング手法のこと

【報道機関からのお問い合わせ先】

グローリー株式会社 コーポレートコミュニケーション部 広報グループ

TEL : (079) 294-6317