



G I F T

証券コード 9279

株式会社ギフト

2021年10月期第2四半期 決算説明会資料

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。さまざまな要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

目次

2021年10月期第2四半期 決算概要

中期経営計画の進捗

下期以降の取り組み

2021年10月期 業績見通し

参考資料 会社概要

2021年10月期第2四半期 決算概要

1. 「日常食としてのラーメンの強み」を活かし、コロナ禍の影響を最小限に留める

2. 中期経営計画に沿い、計画通り出店

直営店

- ・家系（ロードサイド出店、都心の一等地への出店）
- ・豚山（着実な出店）

プロデュース店

- ・コロナ禍においても出店需要が高揚（店舗開発を積極的にサポート）

3. 3つの改革が実を結び収益を改善

中期経営計画に沿い、計画通り事業を展開



標準化・単純化 を推進

- 3つの改革に伴う標準化・単純化により、人時生産性向上のための仕組みを構築、実行することで利益を最大化。

人材 確保・定着

- 人材確保（社員・アルバイト）の採用コストを抑えつつ、新規店舗出店を計画通りに進行。
- 3つの改革を実行し、店舗運営におけるオペレーション改革などにより人材の定着率を高めた。

採用者数

前2Q : 93人 → 当2Q : 110人
〔新卒18
リファーラル11〕 〔新卒35
リファーラル15〕

退職率

前2Q 23.9% → 当2Q 14.6%

採用単価（アルバイト）

前2Q 4.8万円 → 当2Q 2.0万円

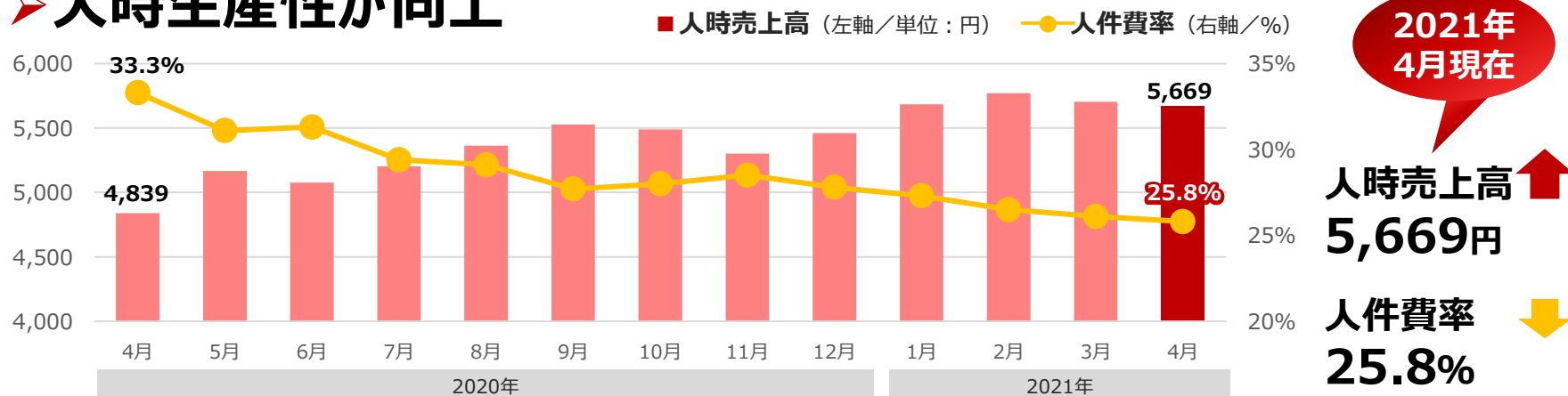
好立地 に出店

- 時短営業・外出自粛の影響が少ない住宅街・郊外ロードサイドに加え、アフターコロナを見据えた都心の一等地へも出店。

外食全般が厳しい中、「日常食」としての
ラーメンの強みを最大限活かし、事業を展開。
時短営業の影響も最小限に。

3つの改革の実行により、収益性が向上

▶ 人時生産性が向上



▶ 適正シフトのコントロール

適正シフトと実績シフトの差異を**RPAの導入**でリアルタイムに見える化。
無駄のないシフト運用が可能となった。

▶ 営業時間外の作業時間を削減

店内調理**工程の削減&単純化**、トッピング共通化、
物流センターからの一括納品を実現。

▶ RUN&GUNの浸透、宅配対応の最適化

RUN&GUNの浸透を図り、宅配対応の受注をコントロール

新規出店を計画通りに進捗

- 人材確保が順調に進捗したことで、新規出店が計画通りに進捗
- 都心の一等地（渋谷、田端、神保町、泉岳寺、浅草） も積極的に出店。



▲宮益坂店



▲浅草商店

渋谷/宮益坂店は宮益坂上交差点そば渋谷中心地と青山学院大学の間に立地。観光客だけでなく学生や近隣のオフィスに勤務の社会人にも利用しやすい環境。

浅草商店は観光の中心地、浅草寺雷門の近くに立地。土日だけでなく平日も観光客が多い環境。

業績ハイライト

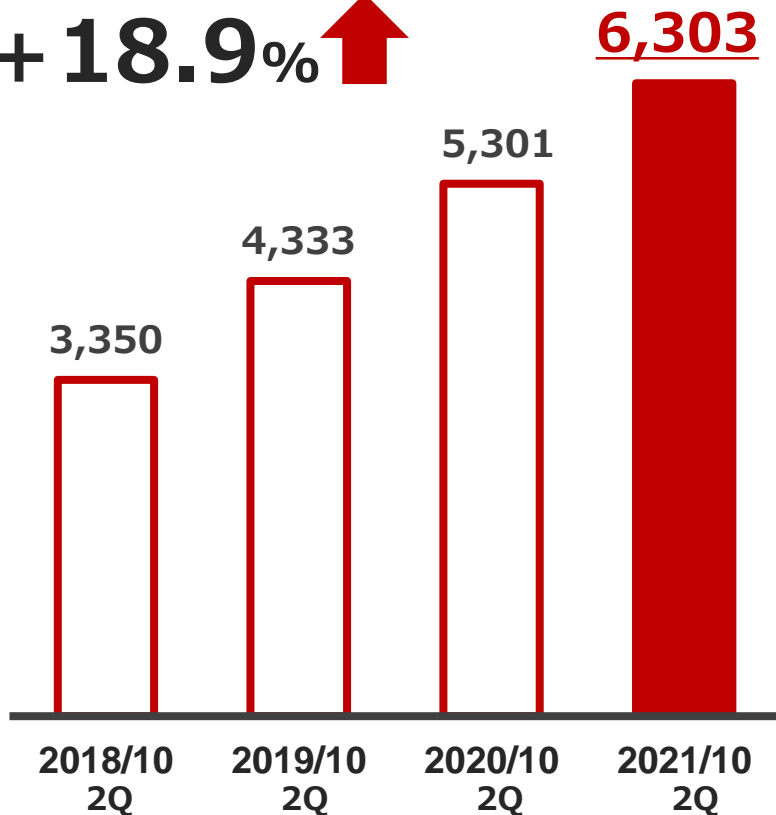
新規出店を計画通りに進め、緊急事態宣言による時短営業の影響を受けつつも売上高は伸長。経常利益については時短協力金が押し上げ。

(単位：百万円)

売上高

前年同期比

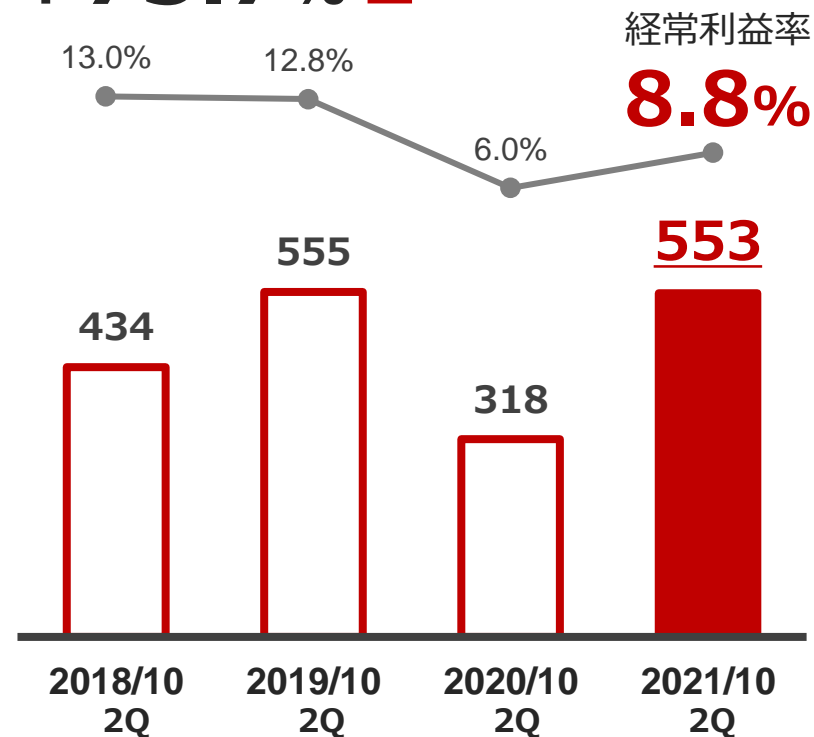
+18.9% ↑



経常利益・率

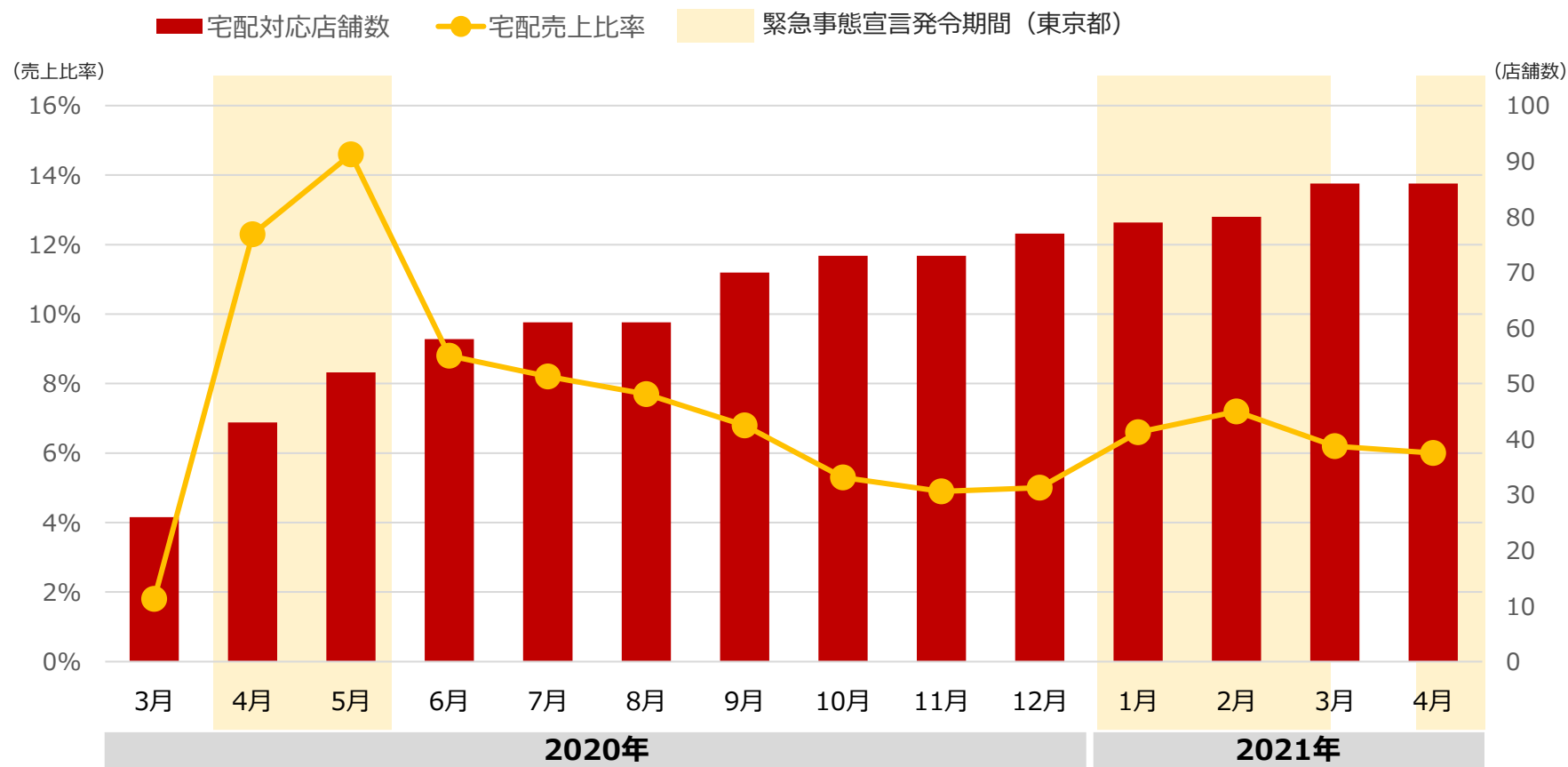
前年同期比

+73.7% ↑



新型コロナウイルス感染拡大以降の宅配売上比率の遷移

緊急事態宣言等による外出自粛時は在宅率が上がり、宅配比率が上昇。
解除後、人流が戻ると共に店内売上が回復。



損益計算書

緊急事態宣言等による時短要請が、売上にも影響。
3つの改革により収益性を下支え。

| (単位：百万円) | 2020/10期 2Q | | 2021/10期 2Q | | 前年 同期比 | 計画比 | |
|----------|-------------|-------|--------------|--------------|----------------|----------------|--------|
| | 金額 | 売上比率 | 金額 | 売上比率 | 増減率 | 21/10期 2Q予想 | 達成率 |
| 売上高 | 5,301 | - | 6,303 | - | +18.9% | 7,100 | 88.8% |
| 売上原価 | 1,619 | 30.6% | 1,784 | 28.3% | +10.2% | - | - |
| 売上総利益 | 3,681 | 69.4% | 4,519 | 71.7% | +22.7% | - | - |
| 販管費 | 3,389 | 63.9% | 4,213 | 66.8% | +24.3% | - | - |
| 営業利益 | 292 | 5.5% | 306 | 4.9% | +4.7% | 400 | 76.5% |
| 経常利益 | 318 | 6.0% | 553 | 8.8% | +73.7% | 450 | 123.0% |
| 当期純利益 | 171 | 3.2% | 355 | 5.6% | +107.5% | 280 | 126.9% |

時短協力金について

当社グループは、自治体からの飲食店等の営業時間短縮要請に応じるとともに、営業時間短縮に伴う時短協力金の支給申請を行っており、支給決定の時点で収益を認識しております。

当第2四半期連結累計期間に営業時間短縮要請に伴う時短協力金として営業外収益に補助金収入**150,940千円**を計上いたしました。

(参考) 時短協力金の申請及び支給状況 (2021年10月期第2四半期決算短信提出時点)

| | 4/30まで 支給済 | 5/1以降 | | | 合計 | 時短 延日数 |
|---------------|---------------------|---------------------|-----------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|
| | | 申請済 支給決定済 | 申請済 支給未決定 | 申請 予定 | | |
| 時短日数 (日) | 2,586 (-) | 2,515 (-) | 2,462 (124) | 4,300 (3,493) | 9,277 (3,617) | 11,863 (3,617) |
| 時短協力金 (千円) | 150,940 | 140,180 | 注2 | 注2 | 注2 | 注2 |

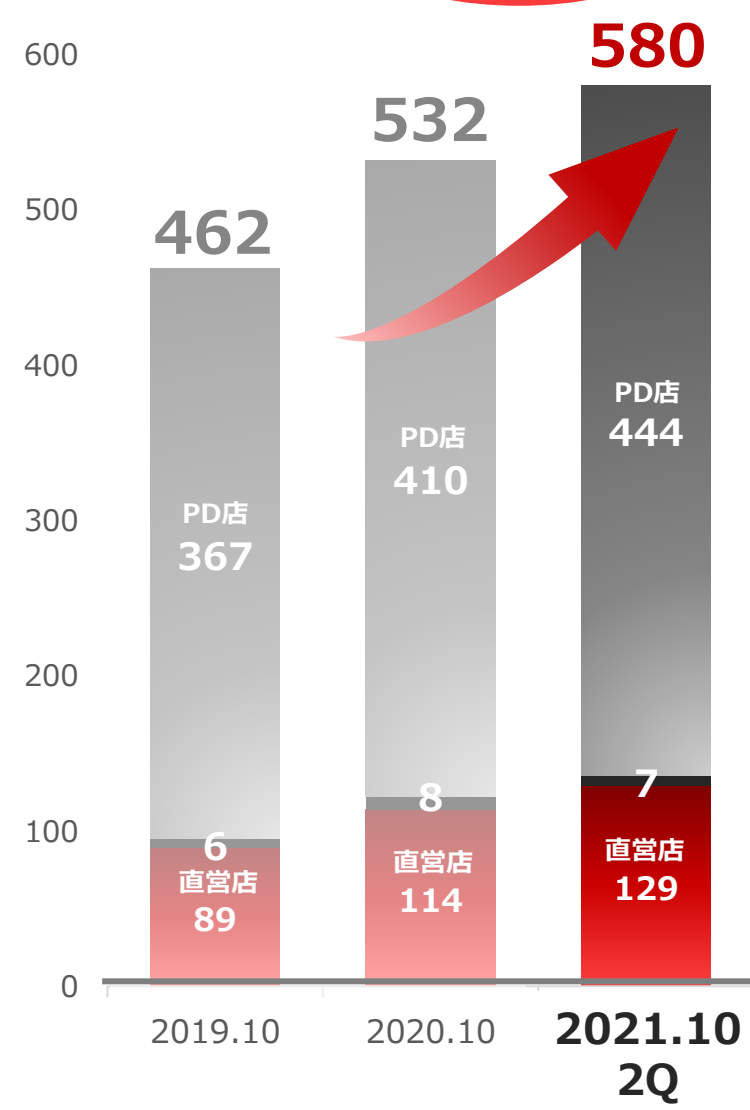
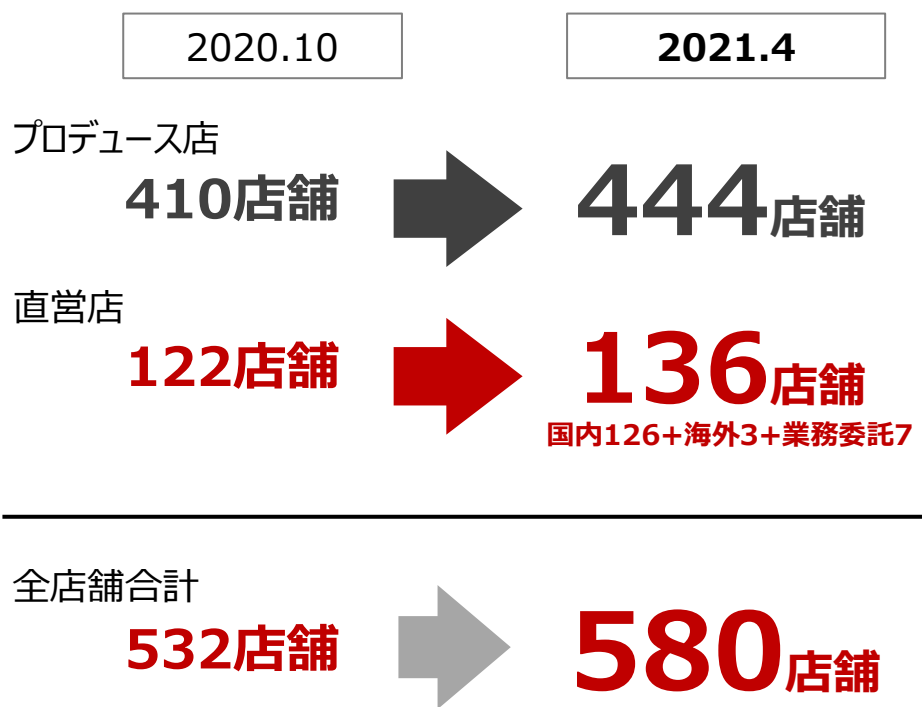
(注1) 時短日数の括弧内は、時短日数の内、売上高減少方式（いわゆる大企業方式）に基づいた時短日数です。

(注2) 2021年10月期第2四半期決算短信提出時点で申請済支給未決定、申請予定の時短協力金については、支給決定の時点で収益を認識予定です。

出店状況

通期82店舗純増の計画のうち、
2Q時点で**48**店舗の増店を実現

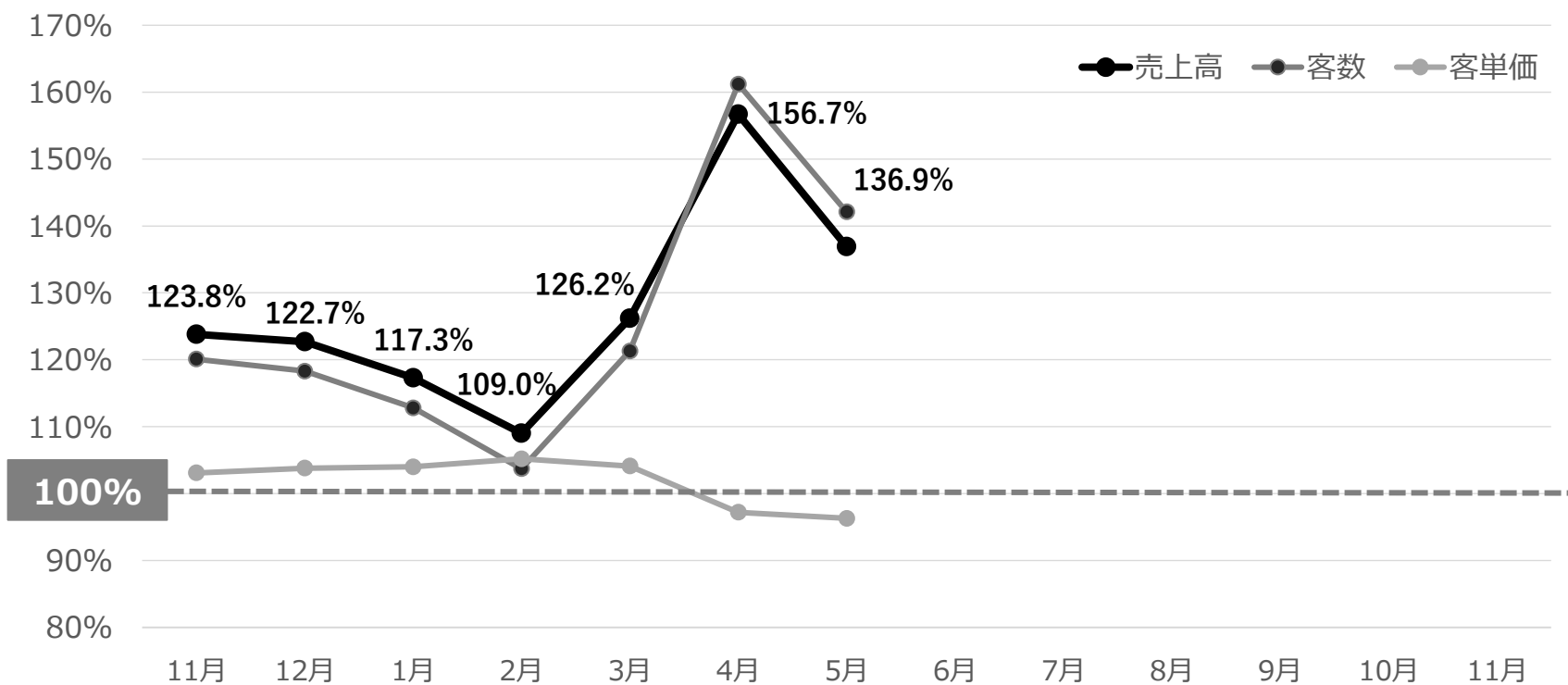
全体で
+48店舗



店舗の状況（増減内訳）

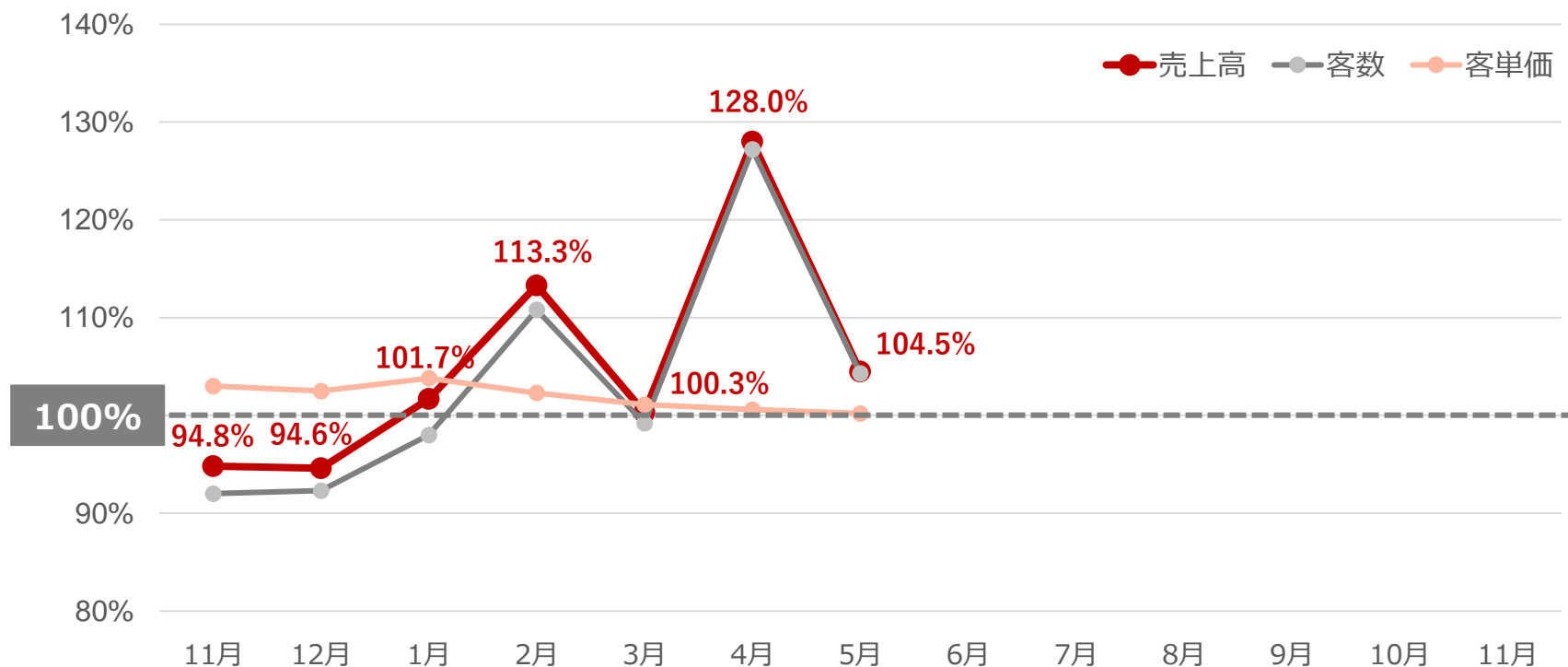
| | | 20/10期末 店舗数 | 21/10中間 店舗数 | 増減 |
|---------------|--------------|----------------|----------------|-----|
| 直営店事業 | 関東 | 70 | 78 | +8 |
| | 東日本（関東以外） | 22 | 28 | +6 |
| | 西日本 | 19 | 20 | +1 |
| | 海外 | 3 | 3 | 0 |
| | 小計 | 114 | 129 | +15 |
| | 業務委託店 | 8 | 7 | ▲1 |
| | 合計 | 122 | 136 | +14 |
| プロデュース事業 | 関東 | 276 | 282 | +6 |
| | 東日本（関東以外） | 72 | 89 | +17 |
| | 西日本 | 52 | 61 | +9 |
| | 海外 | 10 | 12 | +2 |
| | 合計 | 410 | 444 | +34 |
| 店舗数総合計 | | 532 | 580 | +48 |

国内 直営全店 对前年同月比売上高推移



| 全店 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 平均 |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|----|----|-----|--------|
| 売上高 | 123.8% | 122.7% | 117.3% | 109.0% | 126.2% | 156.7% | 136.9% | | | | | | 127.5% |
| 客数 | 120.1% | 118.3% | 112.8% | 103.7% | 121.3% | 161.2% | 142.1% | | | | | | 125.6% |
| 客単価 | 103.1% | 103.8% | 104.0% | 105.2% | 104.1% | 97.2% | 96.3% | | | | | | 101.9% |

国内 直営既存店 对前年同月比売上高推移



| 既存店 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 平均 |
|---------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----|----|----|----|-----|--------|
| 売上高 | 94.8% | 94.6% | 101.7% | 113.3% | 100.3% | 128.0% | 104.5% | | | | | | 105.3% |
| 客数 | 92.0% | 92.3% | 98.0% | 110.8% | 99.2% | 127.2% | 104.3% | | | | | | 103.4% |
| 客単価 | 103.0% | 102.5% | 103.8% | 102.3% | 101.1% | 100.6% | 100.2% | | | | | | 101.9% |
| (参考) 2019比 | 95.1% | 92.6% | 97.4% | 109.6% | 86.6% | 96.7% | 94.2% | | | | | | 96.0% |

直営店の新規出店店舗 (2020年11月～2021年4月)

上期新規直営店
17店舗



東北 **3** 店舗

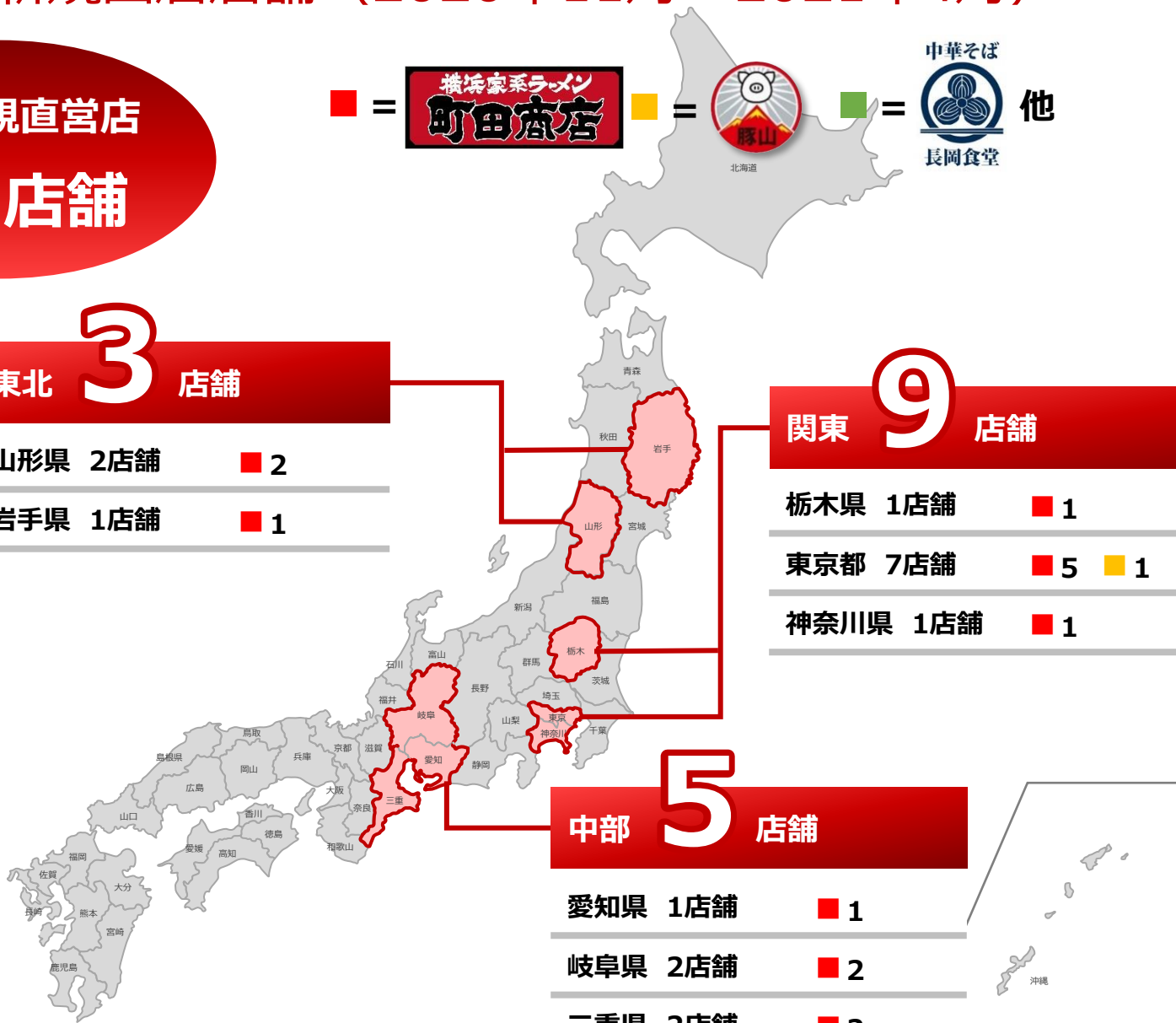
- 山形県 2店舗 ■ 2
- 岩手県 1店舗 ■ 1

関東 **9** 店舗

- 栃木県 1店舗 ■ 1
- 東京都 7店舗 ■ 5 ■ 1 ■ 1
- 神奈川県 1店舗 ■ 1

中部 **5** 店舗

- 愛知県 1店舗 ■ 1
- 岐阜県 2店舗 ■ 2
- 三重県 2店舗 ■ 2



B/Sサマリー

| | 2020年 10月期 | 2021年 10月期 2Q | 増減額 |
|-------------|---------------|---------------------|--------------|
| 流動資産 | 2,253 | 2,154 | △ 98 |
| 現金・預金 | 1,791 | 1,626 | △ 165 |
| 売掛金 | 232 | 247 | + 15 |
| その他 | 228 | 280 | + 52 |
| 固定資産 | 4,618 | 5,338 | + 719 |
| 有形固定資産 | 3,025 | 3,579 | + 554 |
| 無形固定資産 | 169 | 229 | + 59 |
| 投資その他資産 | 1,423 | 1,529 | + 105 |
| 資産合計 | 6,872 | 7,493 | + 621 |

| | 2020年 10月期 | 2021年 10月期 2Q | 増減額 |
|----------------|---------------|---------------------|--------------|
| 流動負債 | 2,402 | 2,698 | + 295 |
| 買掛金 | 298 | 309 | + 11 |
| 短期借入金 | 754 | 732 | △ 22 |
| 一年内長期借入金 | 547 | 578 | + 31 |
| その他 | 802 | 1,077 | + 275 |
| 固定負債 | 1,361 | 1,424 | + 63 |
| 長期借入金 | 1,093 | 1,135 | + 41 |
| その他 | 268 | 289 | + 21 |
| 負債合計 | 3,764 | 4,122 | + 358 |
| 純資産合計 | 3,107 | 3,370 | + 262 |
| 資本金 | 786 | 790 | + 3 |
| 資本剰余金 | 1,038 | 1,042 | + 3 |
| 利益剰余金 | 1,304 | 1,560 | + 255 |
| その他包括利益累計 | △ 21 | △ 21 | △ 0 |
| 負債純資産合計 | 6,872 | 7,493 | + 621 |

C/Fサマリー

(単位：百万円)

| | 2020年10月期 2Q | 2021年10月期 2Q | 増減額 |
|------------------|-----------------|-----------------|-------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | △ 15 | 813 | +828 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △ 599 | △ 931 | △ 332 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △ 96 | △ 47 | +48 |
| 現金および現金同等物の期末残高 | 1,166 | 1,626 | +460 |

2021年 10月期 2Q 主要内容

■ 営業活動によるキャッシュ・フロー

税金等調整前当期純利益： 552百万円
減価償却費： 187百万円
法人税等の支払額： △37百万円

■ 投資活動によるキャッシュ・フロー

有形固定資産の取得による支出： △797百万円
敷金及び保証金の差入による支出： △96百万円

■ 財務活動によるキャッシュ・フロー

長期借入金の借入による収入： 368百万円
短期借入金の純増減額： △22百万円
長期借入金の返済による支出： △295百万円
配当金の支払額： △98百万円

中期経営計画の進捗

中期経営計画

1,000店舗へ向けた展開において、
2023年10月期にて、売上1.9倍、経常利益3.2倍を計画

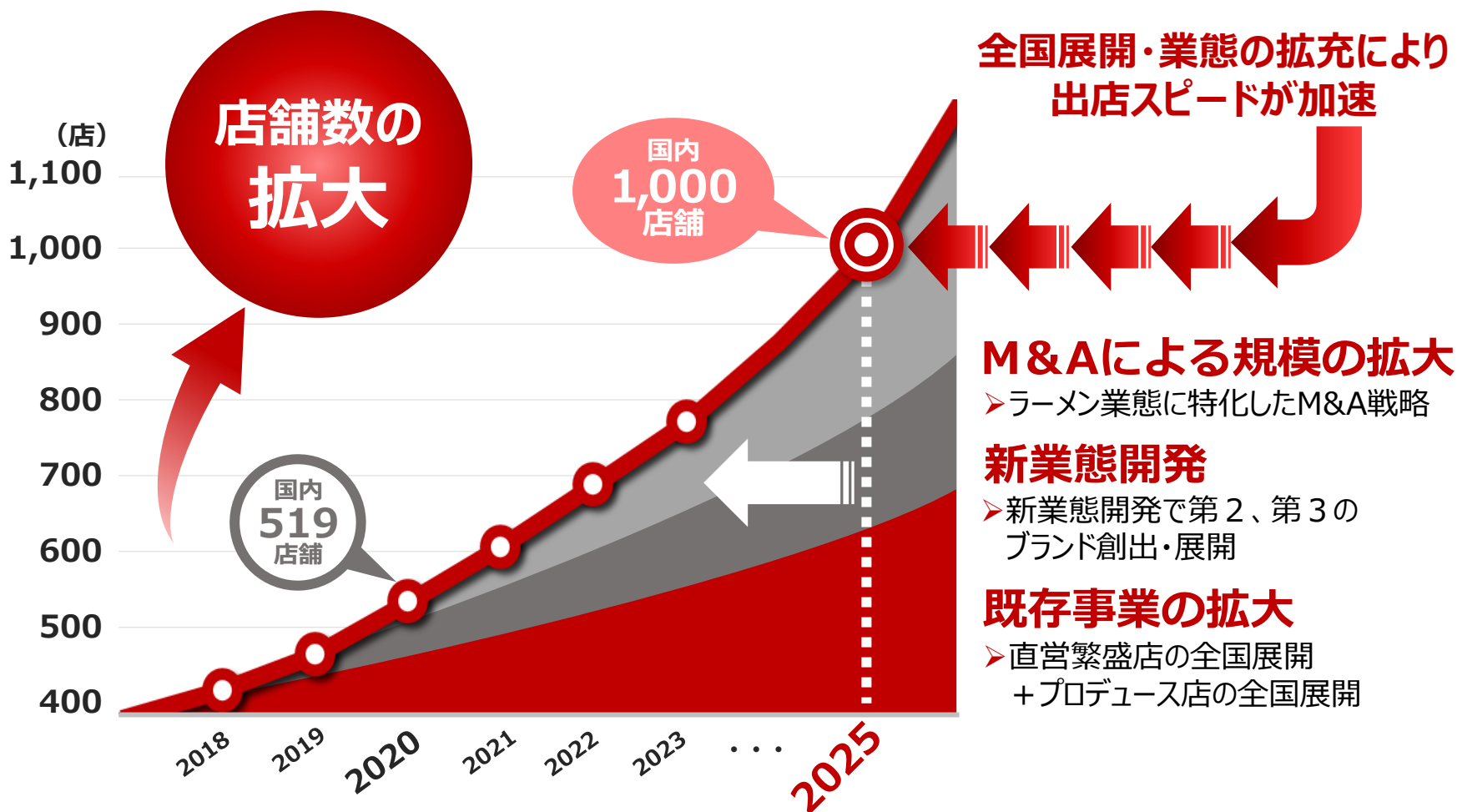
| | | 2020.10 | 2021.10 | 2022.10 | 2023.10 | ... | 2025.10 |
|-------|---------|-------------|-------------|-------------|-------------|-----|---------|
| | 売上高 | 110 (億円) | 151 (億円) | 180 (億円) | 213 (億円) | | |
| | 経常利益 | 5 (億円) | 11 (億円) | 18 (億円) | 21 (億円) | | |
| 国内店舗数 | 合計店舗数 | 519店 | 601店 | 683店 | 766店 | ... | 1,000店 |
| | 直営店 | 119店 | 151店 | 183店 | 216店 | ... | 300店 |
| | プロデュース店 | 400店 | 450店 | 500店 | 550店 | ... | 700店 |

ラーメン店に革命を起こすべく**3つの改革**を実施

1. 商品改革
2. オペレーション改革
3. 改造・物流改革

中期ビジョン

「商品改革」「オペレーション改革」「製造・物流改革」を実行し、業務・製品の仕組化を推し進め1,000店舗達成を目指します。

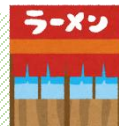


下期以降の取り組み

中期ビジョン達成に向けて

コロナ禍が収束するまでは、時短要請の継続を想定。
事業環境の変化に対し、柔軟・迅速に対応

物件増加



好立地、好条件の物件が
都心部、ロードサイドで増加。

人材の確保



人材の流動化が進み、
採用がしやすい状況へ。

M&A案件の増加



M&A案件の増加により
新業態参入、好立地確保の
選択肢が増えている。

アフターコロナを見据えた体制強化

- 都心の一等地への出店を強化
- プロデュース店への収益モデルのインストールを準備。

店舗数増を見越して
対応すべきこと



規模拡大へ向け標準化・単純化によるQSCAの均一化

引き続き、3つの改革を実行・継続し、
質の追求と効率化を進め、利益を最大化。

ラーメン店に革命を起こすべく**3つの改革**を実施

1. 商品改革

- チャーシューの工場生産化、からあげのPB化
- ABC分析によるメニュー、食材のブラッシュアップ
- みそラーメン業態のブラッシュアップ
- 更なる新業態開発

- ➔店内仕込 & 包丁作業の軽減
- ➔提供速度UP
- ➔出店の多様化
- ➔出店の多様化

2. オペレーション改革

- 新フォーメーション (RUN&GUN)
- 調理工程の簡略化、トッピングの共通化
- 営業時間外の开店準備作業、閉店作業工数削減
- 徹底した教育体制と充実の評価・報酬制度
- 製麺工場365日稼働

- ➔品質の安定化・提供速度UP
- ➔品質の安定化・提供速度UP
- ➔コストDOWN
- ➔社員のモチベーションアップ
- ➔麺の鮮度向上、製造能力UP、リスクヘッジ

3. 製造・物流改革

- 横浜工場に加え、丹波篠山工場も稼働開始。
- 内製化品目の増加
- 物流センターの稼働による一括納品

- ➔従来の1.5倍の生産能力確保
- ➔品質向上・コストDOWN
- ➔検品・注文作業の軽減

改善（改革）項目を組み合わせ、質の追求と効率化を加速。

➔ **仕組化（標準化・単純化）** することで
生産性・品質向上サイクル を確立


直営35店舗、RP50店舗の出店を計画

- 家系ラーメンをベースに業態を拡充
- 豚山も出店継続
- 新業態開発は順調に進捗
- ロードサイド7：駅近3の出店比率
- ラーメン消費量の多い
東北・北関東・北陸での出店加速
- 直営店・プロデュース店の好バランスで
全国展開を加速

出店戦略（2021年10月期 国内直営店）

日常食としてのラーメンの魅力が多業態、エリアを拡大し訴求。

- 家系は、ロードサイドを中心に大幅増店。豚山も継続出店
- 「みそ業態」、「しょうゆ業態」の多店舗展開も模索

| | | 住宅街 ロードサイド | ビジネス街 繁華街 |
|----|---|---------------|--------------|
| 家系 |  <p>横浜家系ラーメン 町田商店</p> <p>首都圏、北関東、東北を中心に、ロードサイド & 駅近出店を加速</p> | + 25 店舗 | + 5 店舗 |
| 豚山 |  <p>豚山</p> <p>関東での駅近出店を加速。投資回収の早い居抜物件にて出店</p> | + 0 店舗 | + 5 店舗 |

| | |
|---------------------------------|--|
| <p>+</p> <p>みそ業態 しょうゆ業態</p> | <p>M&Aで取得したみそ業態に加え、高需要なしょうゆ業態「長岡食堂」の多店舗展開を模索</p> |
| <p>+</p> <p>新業態</p> | <p>新たに年間で2つの新業態を開発目標として進行中</p> |



出店戦略

直営店

人口集中エリア

安定・着実な直営繁盛店の出店を継続

+

ラーメン高消費エリア

ラーメン天華のM&Aを皮切りに
北関東・東北エリアへの
積極出店を開始



プロデュース店

地方エリア

収益性の高いフルサポート店を重視、積極的に店舗開発を支援。直営店のレピュテーション生かし増店を加速。

- 1 既存オーナーからの増店要請や紹介案件に迅速に対応
- 2 地方エリアでの新規オーナーの獲得
- 3 地方での精力的なセミナーの開催、HPでの集客の強化

3つの改革の成果を プロデュース店へ展開



直営店において3つの改革を実行。
直営店での単純化・標準化の取り組みと実績・成果を元に収益パッケージを作成。



➤ 3つの改革で得た成果のプロデュース店へのインストール

店内仕込みの削減などの店舗運営・品質管理、物流センター活用した一括納品など

➤ 店舗開発を積極支援

エリア・物件選定など直営店の出店ノウハウをフルに活用し、出店を支援

2021年10月期 業績見通し

2021年10月期 業績見通し

中期経営計画を着実に進め、大幅な増収・増益を計画。

(単位：百万円)

| | 2020/10 実績 | | 2021/10 予想 | | 増減率 |
|---------------------|---------------|------|---------------|------|---------|
| | 金額 | 売上比率 | 金額 | 売上比率 | |
| 売上高 | 10,982 | — | 15,150 | — | +37.9% |
| 営業利益 | 461 | 4.2% | 1,080 | 7.1% | +134.1% |
| 経常利益 | 512 | 4.7% | 1,130 | 7.5% | +120.7% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 112 | 1.0% | 590 | 3.9% | +423.7% |

2021年10月期 通期連結業績予想の前提

国内直営店事業部門／既存店売上

2020年10月期比 **107.1%** (2019年10月期比 **99.0%**)

出店計画

国内直営店 **35店** (純増32店)

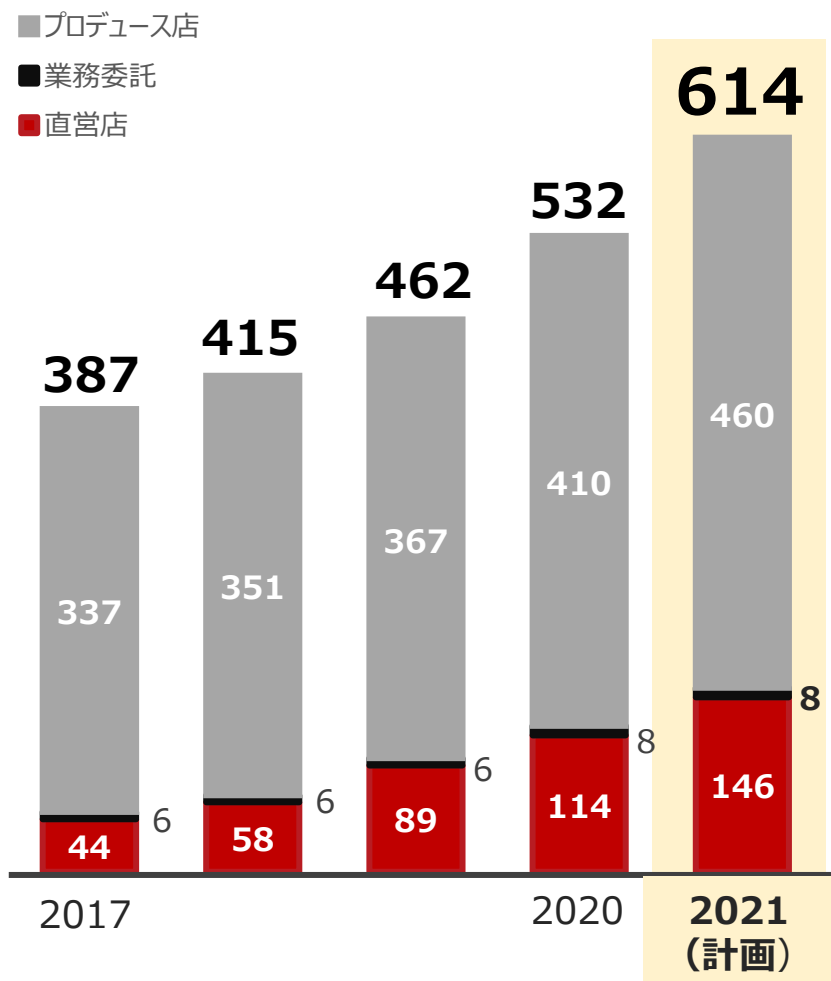
プロデュース店 純増**50店**

現在で想定しうる新型コロナウイルス感染症の拡大状況及び各自治体の方針など総合的に勘案し、業績予想を行っております。

しかしながら、想定を超える感染症の拡大や外出自粛、営業時間の短縮要請などが実施されるなどの事態となりました場合は、業績の前提が変わり、業績・業績予想の変動要因となります場合があります旨をご留意ください。

出店計画

店舗数



2021.10月期末店舗数
(計画)

614 店舗

前期比 **+82店舗** を計画

直営店* 前期比 **+32店舗**

プロデュース店 前期比 **+50店舗**

* 直営店舗数に海外店舗を含む

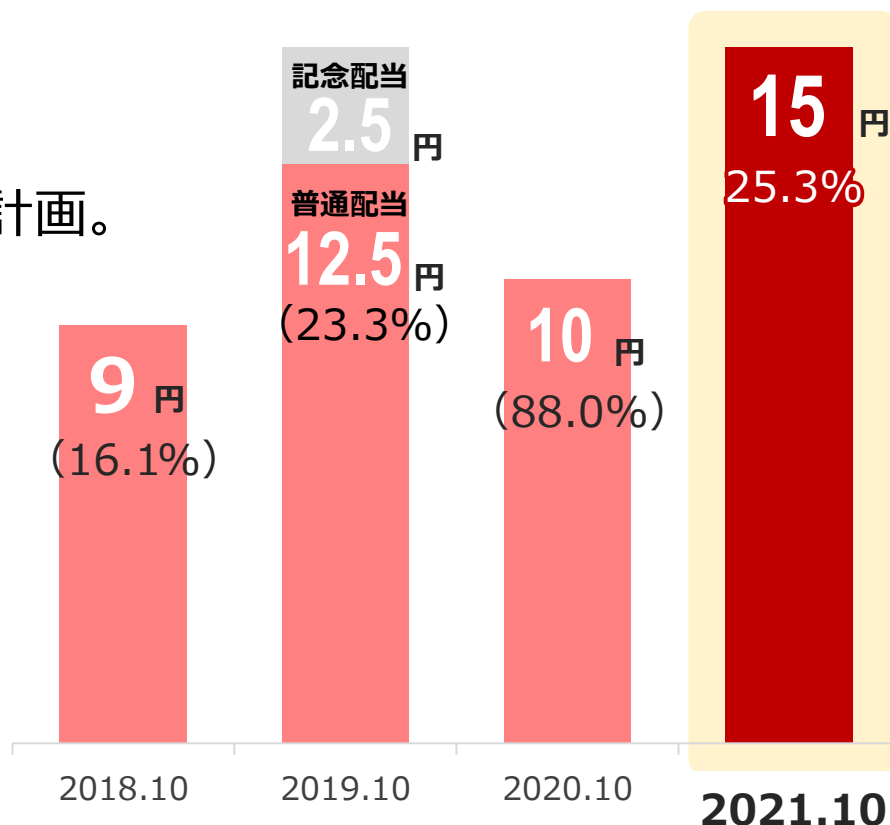
株主還元

配当方針

株主の皆様への利益還元は、経営成績、財政状態及び事業計画の達成度等を総合的に判断したうえで、株主の皆様への安定的且つ継続的な利益還元を行います。

2021年10月期配当金

この基本方針及び業績予想を総合的に勘案して、普通配当は、5円増配の15円を計画。配当性向は、約25%。



※右の数値は、株式分割を勘案した数値を参考値として掲載。

株主優待

株式分割に伴い、2020年10月期より株主優待制度を拡充

| 保有株式数 | 優待内容 |
|--------|----------------|
| 100株以上 | お食事ご優待券2枚（年4枚） |
| 200株以上 | お食事ご優待券3枚（年6枚） |

- お食事ご優待券は券売機のボタンの中からどれでも1つお選びいただけます。券売機のない店舗ではメニュー表から1品となります。テイクアウトにもご利用いただけます※。

※一部店舗の店頭で販売しております「家系ラーメンセット」などの持ち帰り用冷凍商品は対象外です。

- 1,000円以上のセットメニューにもご利用いただけます。
- 4月末基準日の株主様 ➡ 毎年7月に発送予定
10月末基準日の株主様 ➡ 毎年1月に発送予定
- お食事ご優待券は、当社グループの国内直営店でご利用いただけます。ご利用頂ける店舗につきましては、下記URLよりアクセスをお願いいたします。

<https://www.gift-group.co.jp/ir/dividend.html>



参考資料 会社概要

会社概要

社名 株式会社ギフト

事業内容 飲食店の経営

本社所在地 東京都町田市森野1-23-19
小田急町田森野ビル3階

自社工場 平塚工場（製麺）、横浜第一工場（製麺）、横浜第二工場（チャーシュー）、那須工場（餃子）、丹波篠山工場（製麺）

設立 2009年12月7日
（創業 2008年1月）

代表者 代表取締役社長 田川 翔

決算期 10月

資本金 790百万円（2021年4月末現在）

グループ従業員 社員400名 パート・アルバイト 1,535名
（2020年10月末現在）

主な関係会社 株式会社GIFT JAPAN
株式会社ラーメン天華
株式会社ギフトフードマテリアル
GIFT USA INC.
GIFT LOS ANGELES, LLC
GIFT NEW YORK, LLC
GIFT NEW YORK NO.2, LLC
GIFT NEW YORK NO.3, LLC



直営店 主要ブランド一覽

主カブランド



横浜家系ラーメン

クリーミーなスープが特徴の横浜家系ラーメン。
いくら食べても飽きないおいしさ。



豚山

豚骨ベースの醤油スープに野菜（もやし、キャベツ）、
チャーシューをダイナミックに載せるがっつり系ラーメン。



釜焚きとんこつ ばってんラーメン/がっどん

濃厚なスープが特徴の豚骨ラーメン。
麺の固さを選んで自分好みに。



四天王

海外からのビジターにも大人気。
あっさりしたコクが特徴の九州とんこつラーメン。



みそラーメン

味噌をベースに炒めた野菜の旨味たっぷりのラーメン。



中華そば



長岡食堂

長岡食堂

新潟県長岡市のご当地ラーメンとして親しまれている
淡麗で味わい深い生姜醤油ラーメン



E. A. K. RAMEN

E.A.K

家系ラーメンをベースにローカルニーズに合わせた味で
ご提供。

事業内容

直営店とプロデュース店

2つのチャネル形態にて飲食事業を展開

直営店

136店舗

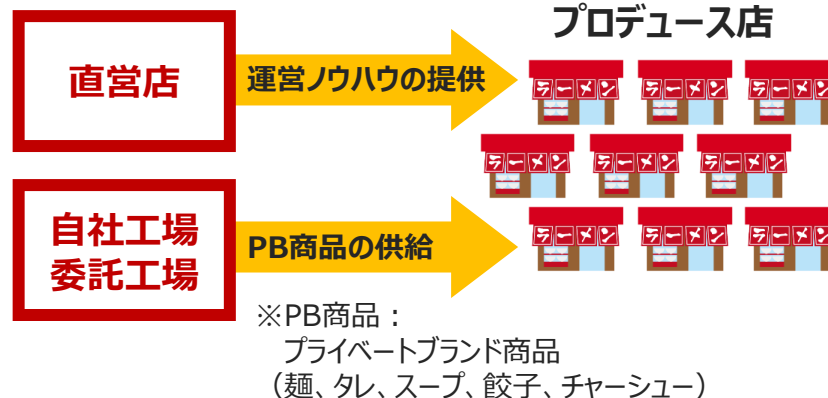
横浜家系ラーメンを主体とした
直営店の運営



プロデュース店

444店舗

オーナー様の要望に合わせた
繁盛店づくりのサポート



強み：出店戦略

駅近+ロードサイドで出店が可能

駅近エリア

「地域名+商店」
地域密着型店舗展開

秋津商店



三ノ宮商店



代々木商店



綱島商店



荻窪商店



ロードサイドエリア

「町田商店」
一定品質のチェーン型展開

町田商店 姫路店



町田商店 仲町台店



町田商店 清水インター店



町田商店
京都東インター店



町田商店 加古川店



ロードサイド店舗について

ファミリー層にも評判の家系ラーメン

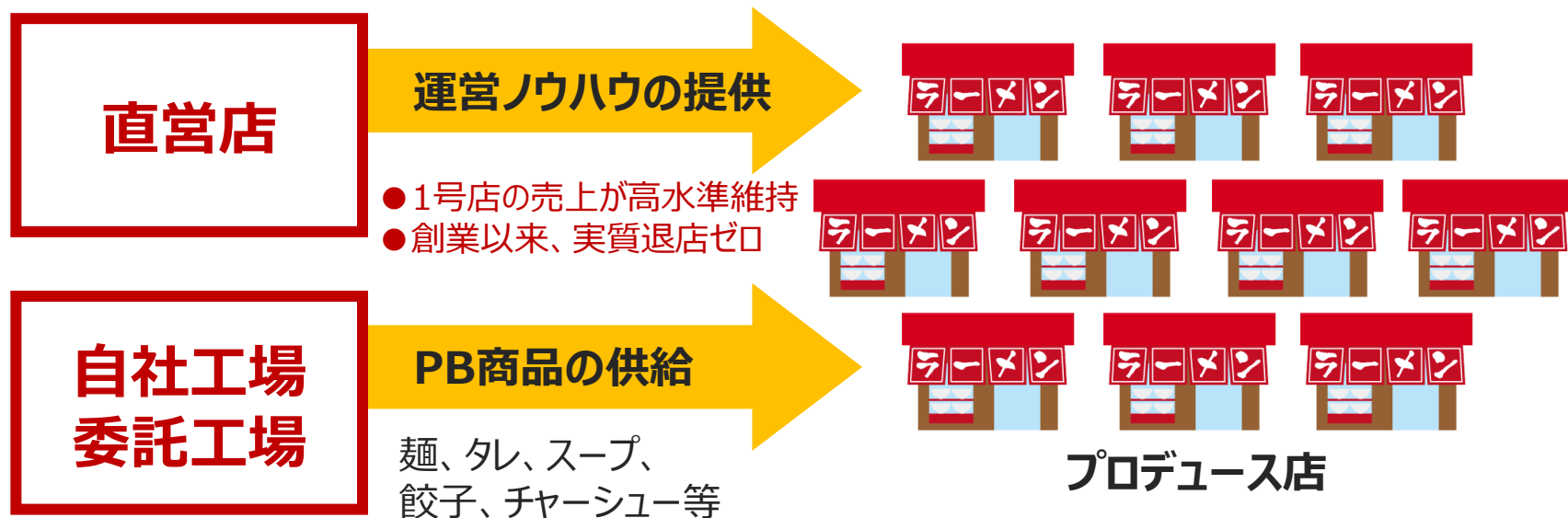
- 駐車場（20台～30台）
- 競合状況、商圈人口、交通量等の分析結果をもとに出店
- 家族が楽しめる店舗づくり
- ファミリー向けメニューの充実化
- 来客単価増加基調を維持
- ロードサイド店は駅近店を上回る繁盛店



強み：プロデュース事業

＜当社独自のチャネル＞プロデュース店の運営スキーム

オーナー様の要望に合わせた繁盛店づくりのサポート



※フランチャイズ制度と異なり、保証金、加盟料、経営指導料（ロイヤリティ）不要。直営店の運営ノウハウをもとに、店舗立ち上げ時のプロデュースを、食材の購入を条件に原則無償で提供。

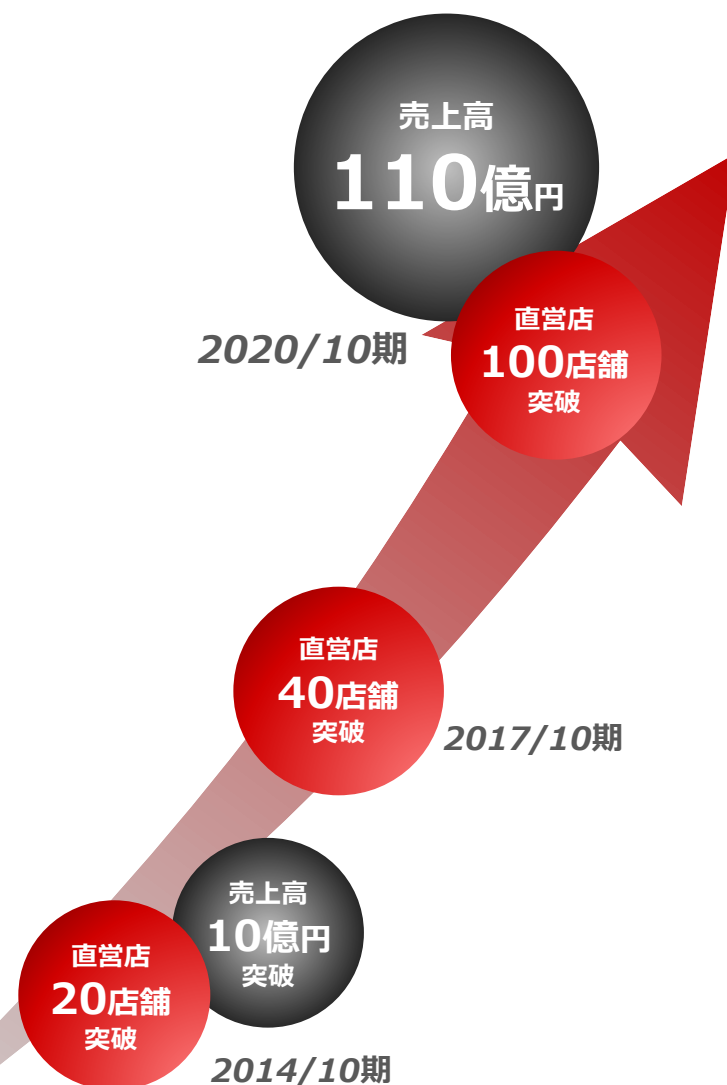
プロデュース店とフランチャイズ店の違い

| | フランチャイズ店 | プロデュース店 |
|---------------------------|-------------|------------|
| 屋号 | 同一 | フリー |
| 加盟金 | 100万円～500万円 | 0 円 |
| ロイヤリティ | 月売上の約5% | 0 円 |
| 店舗運営・メニュー開発の自由度 | × | ○ |
| 加盟店によりブランドが毀損した場合の全体波及リスク | 大 | 小 |
| 各種サポート※ | あり | あり |

※各種サポート…物件開発、店舗設計、社員研修、オープンサポート

沿革

- 2008** 1月 町田商店本店を開業
- 2009** 12月 株式会社町田商店(現当社) 設立 直営店事業部門を開始
- 2010** 1月 ラーメン事業のプロデュース、PB商品販売、製麺等を目的に、株式会社ファイナル・スリー・フィート設立
プロデュース事業部門開始
- 8月 直営2号店の代々木商店を開店
- 2013** 11月 神奈川県平塚市に製麺工場を設立
- 2014** 3月 国内直営店10店舗達成
12月 国内直営店20店舗達成
- 2015** 3月 株式会社ファイナル・スリー・フィートが、株式会社コロワイドより株式会社四天王の全株式を取得し子会社化
- 5月 商号を株式会社ギフトに変更
初の海外法人をシンガポールに設立
- 11月 国内直営店30店舗達成
- 2016** 3月 米国に子会社設立 (GIFT USA INC. / GIFT LOS ANGELES, LLC / GIFT NEW YORK, LLC)
- 7月 海外直営1号店 (シンガポール) オープン
- 12月 国内直営店40店舗達成、米国初出店 (LA)
- 2017** 5月 経営の効率化、経営意思決定の迅速化等を目的に株式会社ファイナル・スリー・フィートを吸収合併
- 8月 経営の効率化、経営意思決定の迅速化等を目的に株式四天王を吸収合併
- 12月 国内直営店50店舗達成
- 2018** 2月 米国にGIFT NEW YORK No.2, LLCを設立
5月 米国にGIFT DENVER LLCを設立
10月 東京証券取引所マザーズに株式を上場
- 2019** 8月 株式会社ラーメン天華及び株式会社ケアイケイフーズの全株式を取得し子会社化
- 2020** 9月 東京証券取引所市場第一部への上場市場変更



店舗における新型コロナウイルス感染拡大防止対策について

弊社店舗では、ご来店いただいたお客様に安心してご利用いただけるよう、感染症の予防に取り組んでおります。

従業員の手洗い・
アルコール消毒の
徹底



従業員の出勤時
に体温をチェック。
問題があれば
自宅待機を指示



従業員のマスクの
着用を義務化



ビニールシート・
アクリル板で仕
切りを設置



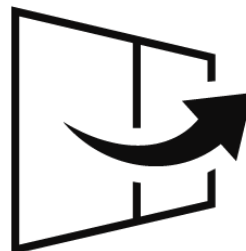
店内設備の定期
的なアルコール
消毒



一部卓上調味料・
レンゲ等の撤去



店内換気の推奨



店頭にお客様用
アルコール消毒液
の設置



店舗における新型コロナウイルス感染拡大防止対策について

弊社店舗では、ご来店いただいたお客様に安心してご利用いただけるよう、感染症の予防に取り組んでおります。



▼隣席との間に透明なビニールシート、アクリル板等で仕切りを設置。隣席への飛沫拡散を気にせず、ラーメンに集中していただけます。



免責事項

将来の見通しに関する注意事項

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。