



GIFT

株式会社ギフトHD 証券コード9279

2022年10月期 決算説明資料



IRサイト

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

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

- 1 | 2022年10月期 通期 業績ハイライト
- 2 | 2022年10月期 通期 決算概要
- 3 | 2023年10月期 業績見通し
- 4 | 中期経営計画（2023年10月期～2025年10月期）
- 5 | 参考資料 会社概要



1 | 2022年10月期 通期 業績ハイライト

売上高

17,015百万円

前年同期比：+26.3%

営業利益

1,571百万円

前年同期比：+67.9%

経常利益

2,442百万円

前年同期比：+39.7%

業績概要

1月-3月は時短営業を行ったにも関わらず、収益性の向上（人時生産性の向上）が通期で寄与したことにより**大幅な営業増益**を達成。
さらに、時短協力金の計上により、**過去最高の経常利益**を達成し、**売上高、営業利益、経常利益、当期純利益**のいずれも**過去最高**を達成。

収益性の向上

3つの改革（商品・店舗オペレーション・物流の改善）により、**人時生産性が向上し**、収益性が向上。

価格改定の実施

原材料価格等の高騰に対して、**柔軟な価格改定**を実施。

製造能力の引き上げ

8月に**新チャーシュー工場が本格稼働**。製造能力は従来の**3倍以上**に拡大し、プロデュース店への卸売品目の拡大が可能に。

成長性・収益性

売上高成長率

26.3%

(年間目標：20.0%)

売上高昨年対比

国内直営 全店

132.9%

営業利益率

9.2%

経常利益率

14.4%

(年間目標：11.8%)

国内直営 既存店

109.9%

(年間目標：114.4%)

出店数

直営店 店舗

22店舗

(年間目標：36店舗)

人時生産性 (直営店)

人時売上高

5,976円

(前年同期：5,829円)

人材確保・定着

社員採用

中途入社 135名

新卒入社 51名

プロデュース店 店舗

43店舗

(年間目標：純増48店舗)

人件費率

26.0%

(前年同期：26.1%)

退職率

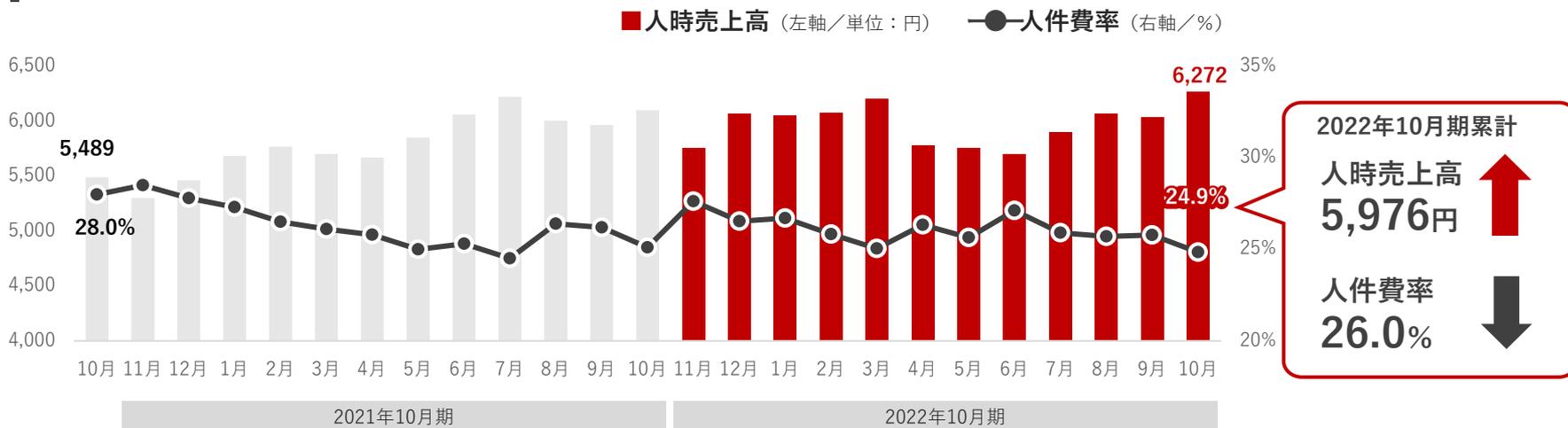
17.0%

(前年同期：15.3%)

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



1 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リアルタイムに見える化。
過不足のないシフト運用が可能となった。

2 営業時間外の仕込時間を削減

チャーシュー工場の新設、トッピング共通化、物流センターからの一括納品の実現により、店舗オペレーションの標準化・単純化、工程の削減を実現。営業時間外の仕込時間の削減が可能となった。

3 宅配対応の最適化

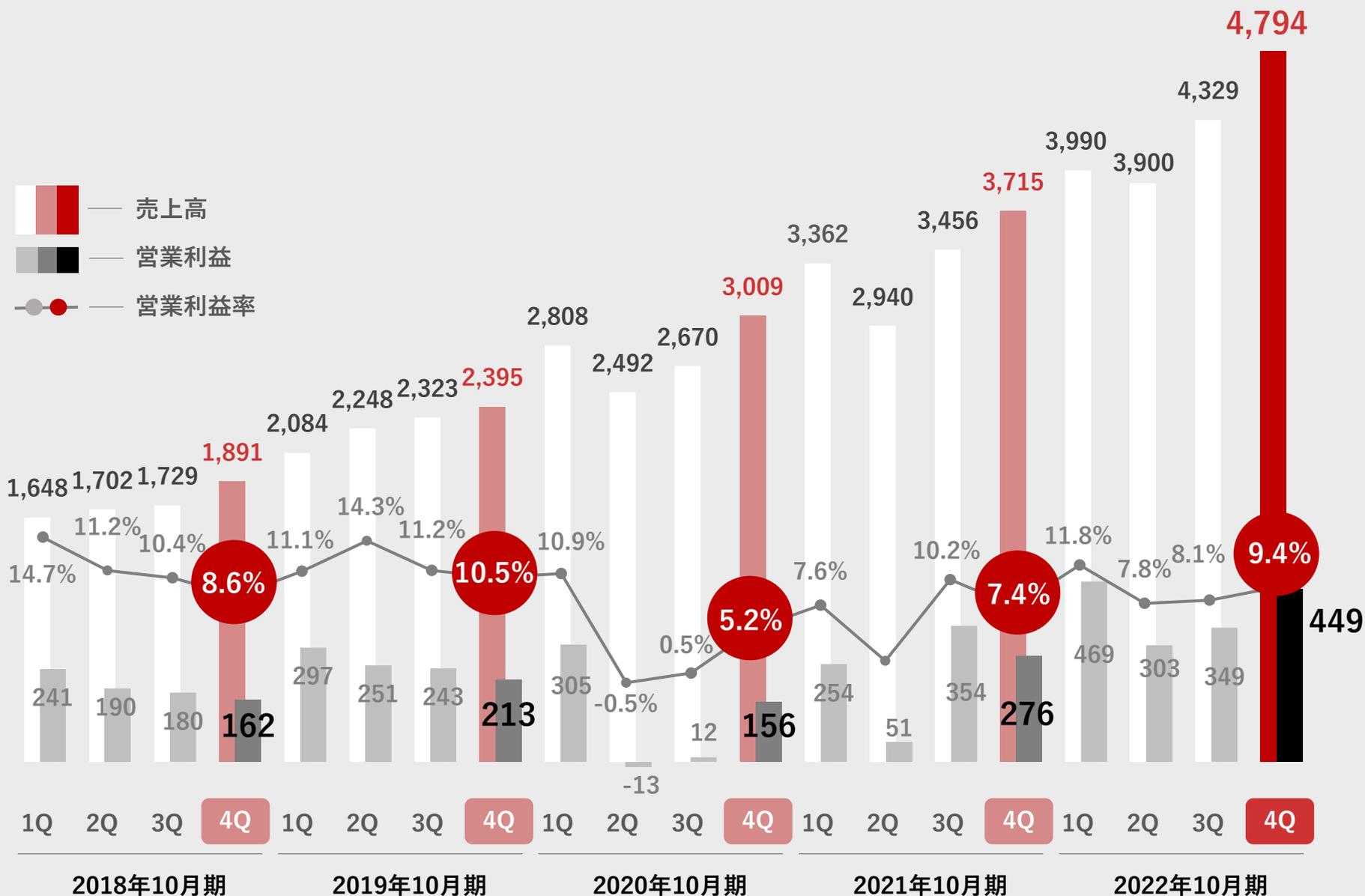
店内混雑度等を鑑みた宅配対応の受注コントロールを実行。



2 | 2022年10月期 通期 決算概要

	2021年10月期		2022年10月期		増減	計画比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	前年同期比	22年10月期 通期計画	達成率
売上高	13,474	-	17,015	-	+26.3%	17,000	100.1%
売上原価	3,762	27.9%	5,176	30.4%	+37.6%	-	-
売上総利益	9,712	72.1%	11,839	69.6%	+21.9%	-	-
販管費	8,776	65.1%	10,267	60.3%	+17.0%	-	-
営業利益	936	6.9%	1,571	9.2%	+67.9%	1,700	92.4%
経常利益	1,748	13.0%	2,442	14.4%	+39.7%	2,000	122.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,076	8.0%	1,538	9.0%	+42.9%	1,280	120.2%

売上高及び営業利益 四半期推移 (会計期間)



時短協力金、雇用調整助成金について



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、営業時間短縮要請に係る時短協力金および雇用調整助成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。

当連結会計年度におきまして、営業時間短縮に伴う時短協力金および雇用調整助成金等の収入として営業外収益に補助金収入847,254千円を計上いたしました。

(参考) 時短協力金および雇用調整助成金の申請及び支給状況

		10/31 まで 支給済	11/1以降			合計	総計
			支給決定済	支給未決定	申請予定		
時短協力金	時短日数 (日)	8,195	—	—	—	—	8,195
	金額 (千円)	766,214	—	—	—	—	766,214
雇用調整助成金	金額 (千円)	20,235	—	注2	注2	注2	注2

(注1) 上記の時短日数は、当連結会計期間末までに時短した日数です（前期末日までに支給が決定した時短協力金にかかる時短日数は除く）。

(注2) 時短協力金および雇用調整助成金の金額は支給決定時に確定し支給決定の時点で収益を認識する予定です。

出店状況



出店を継続し、
+80店舗の計画に対して、
+64店舗の純増を実現。

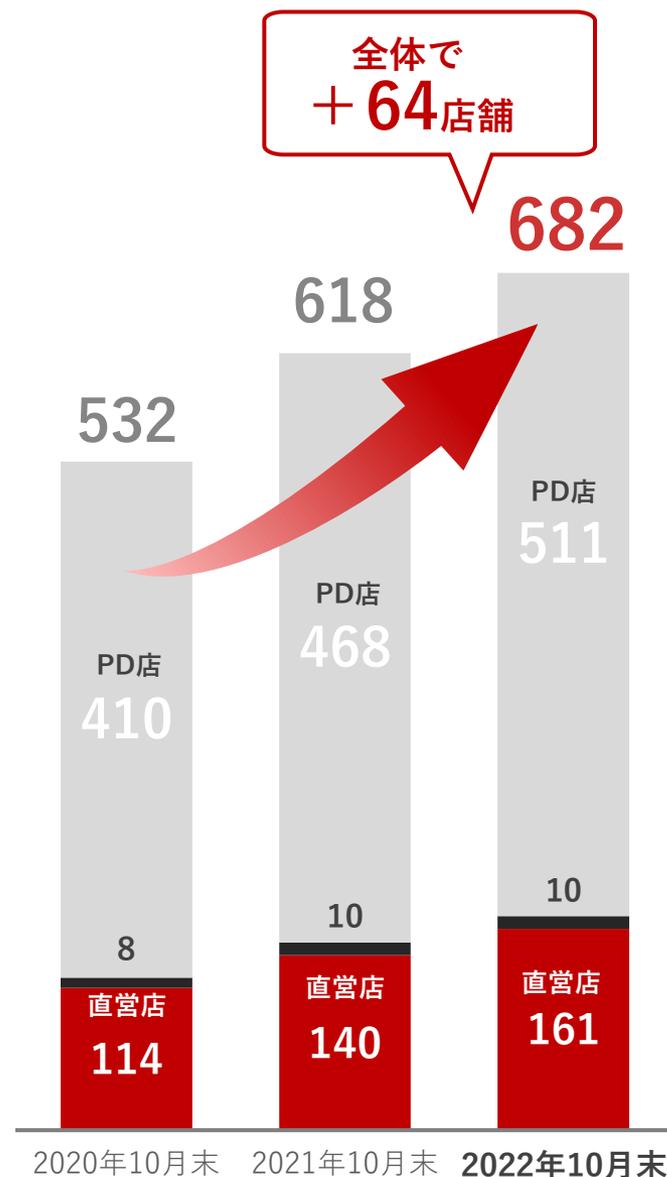


2021年10月期末 2022年10月期末

プロデュース店 468店舗 >>> 511店舗

直営店 150店舗 >>> 171店舗

全店舗
合計 618店舗 >>> 682店舗



店舗の状況（直営店/ブランド別増減内訳）



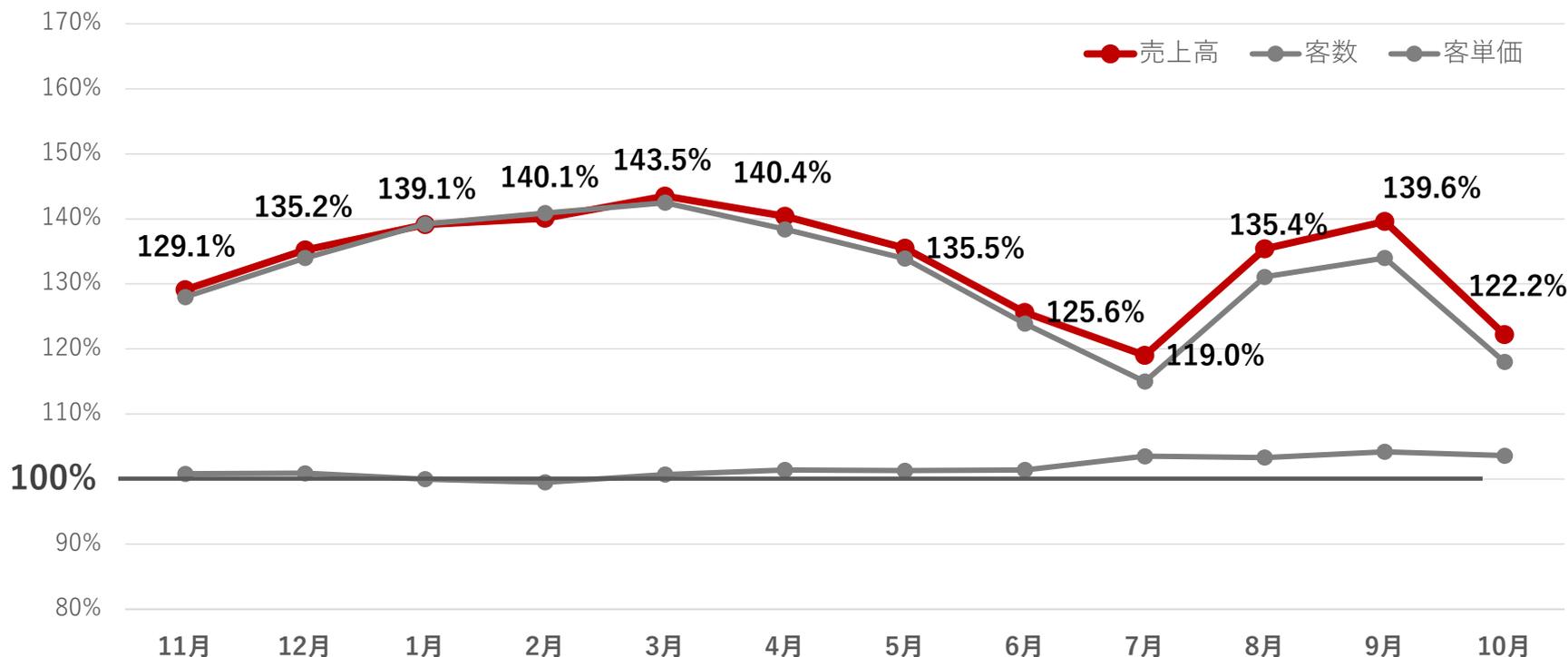
ブランド					
店舗数	116	21	5	1	6
増減 (前期末比)	+8	+5	+3	-	-
ブランド					その他
店舗数	3	4	1	2	2
増減 (前期末比)	+2	+2	+1	△1	+1

店舗の状況（増減内訳）



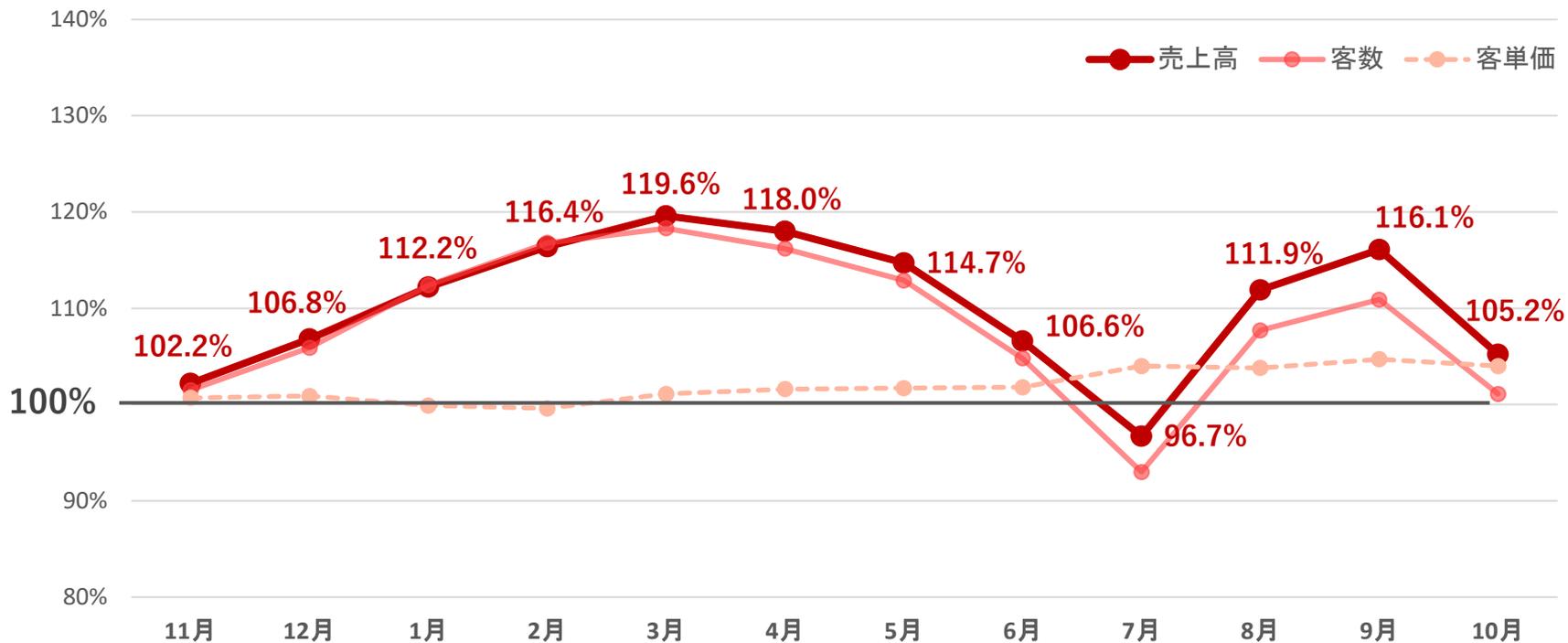
		21年10月期末 店舗数	22年10月期末 店舗数	増減	
(単位：店)					
直営店事業	関東	87	104	+17	
	東日本（関東以外）	32	36	+4	
	西日本	18	19	+1	
	海外	3	2	△1	
	小計	140	161	+21	
	業務委託店	10	10	—	
売上高	14,139 百万円	合計	150	171	+21
プロデュース事業	関東	293	306	+13	
	東日本（関東以外）	95	107	+12	
	西日本	67	83	+16	
	海外	13	15	+2	
	合計	468	511	+43	
売上高	2,875 百万円	合計	618	682	+64
店舗数総合計		618	682	+64	

国内 直营全店 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	累計
売上高	129.1%	135.2%	139.1%	140.1%	143.5%	140.4%	135.5%	125.6%	119.0%	135.4%	139.6%	122.2%	132.9%
客数	128.0%	134.0%	139.2%	140.9%	142.5%	138.4%	133.9%	123.9%	115.0%	131.1%	134.0%	118.0%	130.6%
客単価	100.8%	100.9%	100.0%	99.5%	100.7%	101.4%	101.3%	101.4%	103.5%	103.3%	104.2%	103.6%	101.8%

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	累計
売上高	102.2%	106.8%	112.2%	116.4%	119.6%	118.0%	114.7%	106.6%	96.7%	111.9%	116.1%	105.2%	109.9%
客数	101.5%	105.9%	112.4%	116.8%	118.3%	116.2%	112.9%	104.8%	93.0%	107.7%	110.9%	101.1%	107.6%
客単価	100.7%	100.9%	99.9%	99.6%	101.1%	101.6%	101.7%	101.8%	104.0%	103.8%	104.7%	104.0%	102.2%

(単位：百万円)				(単位：百万円)			
	2021年 10月期	2022年 10月期	増減額		2021年 10月期	2022年 10月期	増減額
流動資産	2,413	3,026	+ 612	流動負債	2,539	2,937	+ 398
現金・預金	1,871	2,007	+135	買掛金	389	544	+155
売掛金	262	405	+143	短期借入金	-	42	+42
その他	280	613	+333	一年内長期借入金	534	512	△22
				その他	1,615	1,838	+223
固定資産	5,863	6,878	+ 1,014	固定負債	1,621	1,535	△ 86
有形固定資産	4,016	4,756	+740	長期借入金	1,274	1,195	△79
無形固定資産	135	122	△13	その他	346	339	△6
投資その他資産	1,711	1,999	+287	負債合計	4,161	4,473	+312
				純資産合計	4,116	5,432	+1,315
資産合計	8,277	9,905	+ 1,627	資本金	790	793	+3
				資本剰余金	1,042	1,045	+3
				利益剰余金	2,281	3,463	+1,182
				自己株式	△0	△0	△0
				その他包括利益累計	2	130	+127
				負債純資産合計	8,277	9,905	+ 1,627

(単位：百万円)	2021年10月期	2022年10月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,402	2,149	△ 252
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,707	△ 1,808	△ 100
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 639	△ 315	+ 324
現金および現金同等物に係る換算差額	24	109	+ 84
現金および現金同等物の期末残高	1,871	2,007	+ 135

2022年 10月期 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：2,214百万円
減価償却費：469百万円
法人税等の支払額：△658百万円

■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：△1,514百万円
敷金及び保証金の差入による支出：△196百万円

■財務活動によるキャッシュ・フロー

短期借入金の純増減額：42百万円
長期借入金の借入による収入：550百万円
長期借入金の返済による支出：△592百万円
配当金の支払額：△316百万円

柔軟に価格改定を実施するも客足への影響はなし

対 改定前後（昨年対比）

売上（円）



119.5%

客数（名）



115.6%

客単価（円）



103.4%

出典：「町田商店」RS店舗の3/1の価格改定後9か月間の状況

基本方針

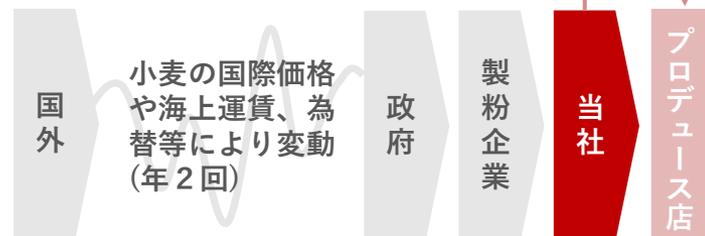
コスト増加分を価格転嫁

麺の材料となる小麦や、輸送にかかる原油の高騰を受け、コスト増加分のみを価格転嫁する方針

PD店への価格転嫁

仕入先からの価格改定に完全連動

（例）小麦





3 | 2023年10月期 業績見通し

2023年10月期 通期業績見通し



中期経営計画を着実に進め、大幅な増収・営業増益を計画

(単位：百万円)	2022年10月期 実績		2023年10月期 予想		増減率
	金額	売上比率	金額	売上比率	
売上高	17,015	—	20,500	—	+20.5%
営業利益	1,571	9.2%	2,050	10.0%	+30.4%
経常利益	2,442	14.4%	2,080	10.1%	△14.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,538	9.0%	1,380	6.7%	△10.3%

国内直営店事業部門／既存店売上

2022年10月期比 **104.7** %

2019年10月期比 102.0%

出店計画

国内直営店

39 店

純増+38店

海外直営店

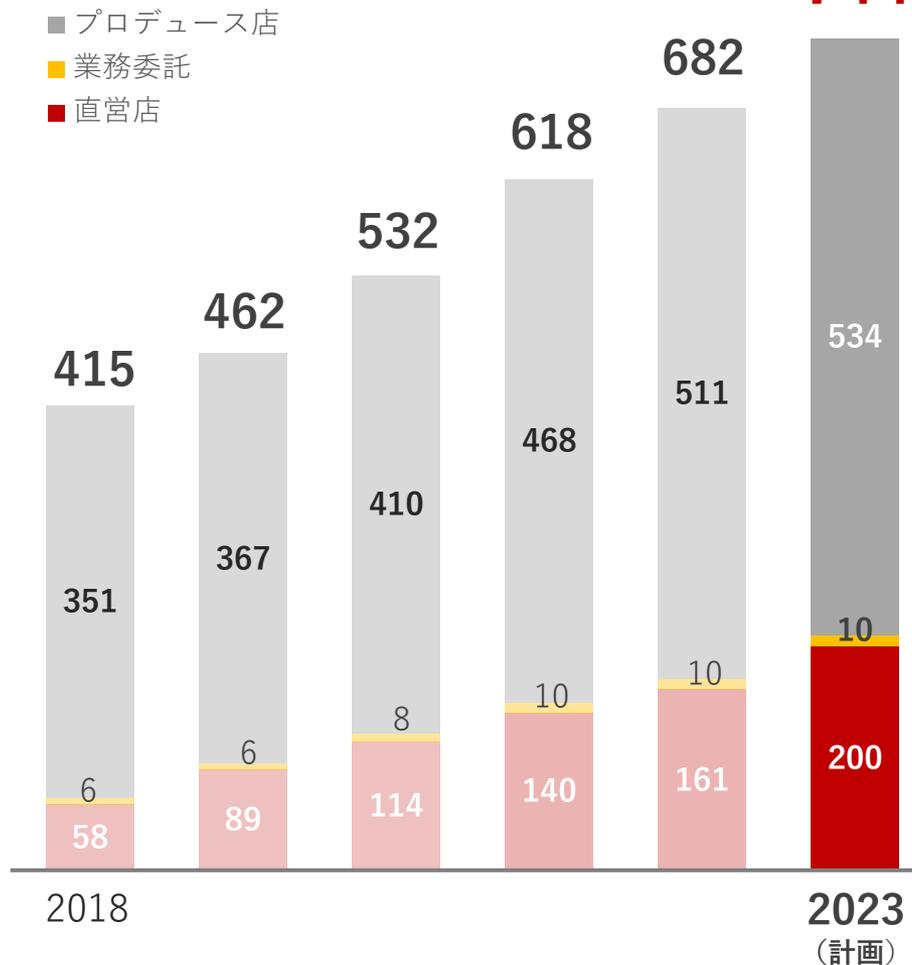
1 店

プロデュース店

23 店

国内20店 海外3店

店舗数



2023年10月期末
店舗数 (計画)

744 店舗

前期比 **+62** 店舗 を計画

直営店 **+39** 店舗

プロデュース店 **+23** 店舗

「日常食」としてのラーメンの魅力を多ブランド、エリアを拡大し訴求。

- ・「町田商店」はロードサイドを中心に大幅増店。「豚山」も継続出店。
- ・「元祖油堂」の多店舗展開も開始。

町田商店



ロードサイド & 駅近出店を継続し、大幅増店。

ロードサイド **20** 店舗
駅近 **5** 店舗

※フードコート、サービスエリアへの出店を模索

豚山



駅近出店を継続。投資回収の早い居抜物件にて出店。

駅近 **5** 店舗

※ロードサイドへの出店を模索

その他



「元祖油堂」の多店舗展開を開始。

ロードサイド **1** 店舗
駅近 **4** 店舗

その他
新業態

+

超繁盛店のM&A等についても、積極的に検討

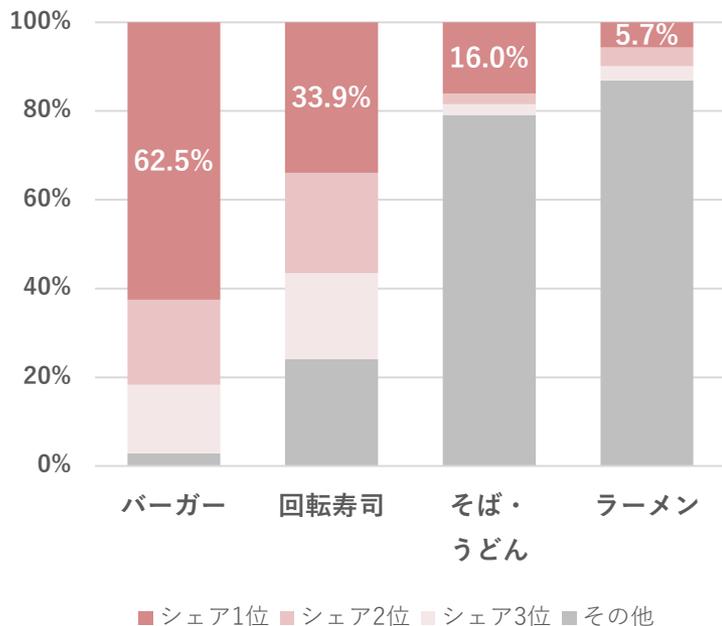
主な外食産業と国内ラーメン市場の特徴



大手企業への需要集約が顕著にみられるバーガー、回転寿司、そば・うどんなどの成熟したマーケットと異なり、ラーメン市場は小規模な店が乱立し、シェア拡大のポテンシャルが豊富な発展途上のマーケットといえる。

成熟したマーケット

主な外食産業の上位企業シェア割合



発展途上マーケット

ラーメン市場の上位企業シェア割合



「個人店の魅力」と「標準化・単純化」

により、シェアを拡大していく

「東京ラーメン横丁」 オープン



JR東京駅徒歩1分 ヤエチカに「7ブランド」が集結

各ブランドの個性を活かしながら、横丁としての懐かしさ・エンターテインメント性を兼ね備えた活気と賑わいの“たまり場”を創造。国内外からの様々なお客様をつなぎ、“懐かしさ”と“ワクワク感”、そして他にはない特別な“空間”を感じて頂けます。

東京ラーメン横丁



<https://tokyo-ramenyokocho.com/>

同一エリア内に当社ラーメンブランドを複数出店



北米一の利用客数を誇るペンシルバニア駅に、NY3号店が11/21グランドオープン



E. A. K. RAMEN

店名

E.A.K RAMEN Moynihan Train Hall
(フードコート内)

3383 W31st Street, New York, NY, 10001, USA

モイニハントレインホールは様々な交通機関の中核となっている駅舎であり、周辺には全米有数のオフィス街・観光地が集まっております。また、大規模な再開発地区であるため、今後さらに多くの人々が利用するエリアとなります。

多くの人々が集まるアメリカの一等地で、当社グループのラーメンや、笑顔と活気のあるサービスを提供することで、当社グループの事業コンセプトである「**ラーメンを、世界への贈り物に。**」を体現いたします。

配当方針

株主の皆様への利益還元は、経営成績、財政状態及び財政状態を総合的に勘案し、財務体質の強化、事業拡大のための投資等にも十分に留意しながら、安定的且つ継続的な利益還元を基本スタンスとして配当性向にも注視しながら実施しております。

2022年10月期配当金

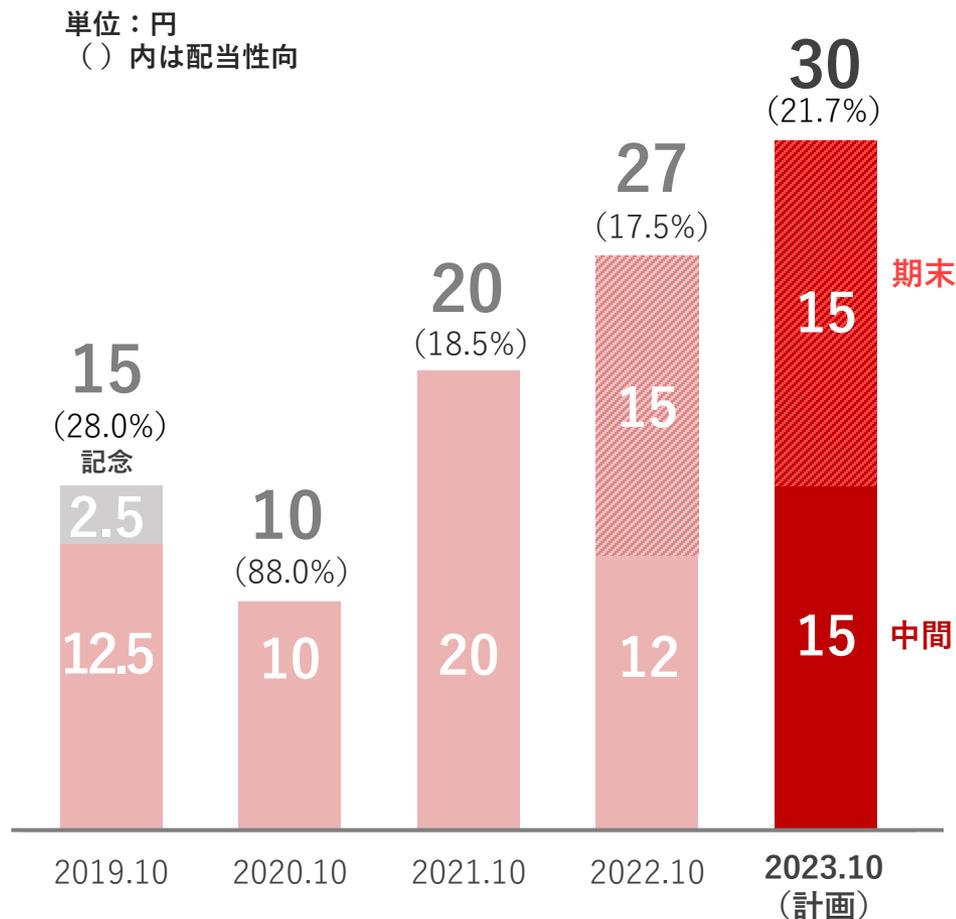
中間**12円**/期末**15円**の**計27円**といたしました。

2023年10月期配当金

- ・ **配当性向20%以上を目標**

中間**15円**/期末**15円**の**計30円**とし、**3円増配**を計画しております。

※右の数値は、
株式分割を勘案した数値を掲載。



優待拡充（2023年1月贈呈分より）

- ・ **1年以上継続保有株主優待制度**を新設
- ・ **ラーメン豚山オンラインショップ**にも対応

保有株式数	変更前	変更後	
		1年未満保有の場合	1年以上継続保有の場合
100株以上 200株未満	2枚（年4枚）	2枚（年4枚）	3枚（年6枚）
200株以上 300株未満	3枚（年6枚）	3枚（年6枚）	4枚（年8枚）
300株以上 500株未満	4枚（年8枚）	4枚（年8枚）	5枚（年10枚）
500株以上	5枚（年10枚）	5枚（年10枚）	6枚（年12枚）

- **1年以上継続保有とは**基準日時点（毎年4月末、10月末）の株主名簿に記載されており、100株以上を1年以上継続保有されている場合をいいます。当社の株主名簿に、同一株主番号で当該基準日を含む直近3回の基準日（4月末、10月末）に継続して記載された株主様が対象です。
- お食事ご優待券は券売機の中からどれでも1品無料をご利用いただけます。券売機のない店舗ではメニューの中から1品となります。テイクアウトにもご利用いただけます※。ラーメン豚山では、ボタンをお選びいただいた後、汁なし、つけ麺への変更も可能です。
- 1,000円以上のセットメニューにもご利用いただけます。
- お食事ご優待券は、当社グループの国内直営店をご利用いただけます。ご利用可能な店舗につきましては別途ご案内いたします。ラーメン豚山オンラインショップでは、**電子チケット1枚で1000円OFFクーポン**の発行をいたします。**1回のご注文で1枚のクーポンのみ**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。

4 | 中期経営計画（2023年10月期～2025年10月期）

2025年10月期・達成目標

売上高 **300** 億円

営業利益 **30** 億円



事業拡大と運営体制強化



DX推進

成長性	1. 売上高成長率	20%以上
収益性	2. 営業利益率	10%以上
投資収益性	3. ROA（経常利益）	15%以上
	4. ROE（当期純利益）	15%以上
株主還元	5. 配当性向	20%以上

中期経営計画 2023年10月期～2025年10月期／定量計画



	2020	2021	2022	2023	2024	2025
売上高	110 (億円)	134 (億円)	170 (億円)	205 (億円)	250 (億円)	300 (億円)
営業利益	4.6 (億円)	9.3 (億円)	15.7 (億円)	20.5 (億円)	25 (億円)	30 (億円)
経常利益	5.1 (億円)	17.4 (億円)	24.4 (億円)	20.5 (億円)	25 (億円)	30 (億円)

国内	合計店舗数	519店	602店	665店	723店	781店	1,000店
	直営店	119店	147店	169店	207店	245店	300店
	プロデュース店	400店	455店	496店	516店	536店	700店

海外	合計店舗数	13店	16店	17店	21店	24店	33店
	直営店	3店	3店	2店	3店	3店	3店
	プロデュース店	10店	13店	15店	18店	21店	30店

合計	合計店舗数	532店	618店	682店	744店	805店	1,033店
	直営店	122店	150店	171店	210店	248店	303店
	プロデュース店	410店	468店	511店	534店	557店	730店

重点テーマ	取組みの概要
<p>既存事業の拡大</p>	<p>①店舗あたりの品質向上 ← PICK UP</p> <p>②人財育成と定着化 ③インフレへの柔軟な対応</p>
<p>新業態の展開</p>	<p>④積極的なM&Aによる新業態の獲得 ← PICK UP</p> <p>⑤更なる新業態の開発&ブラッシュアップ</p>
<p>海外展開</p>	<p>⑥店舗展開（直営店、FC店） ⑦海外展開を支える本社・営業機能の構築</p>
<p>出店力の強化</p>	<p>⑧モデル開発の強化 ← PICK UP</p> <p>⑨物件開発力の強化</p>
<p>製造・購買・物流体制の強化 ← PICK UP</p>	<p>⑩製造コスト削減&製造品質向上 ⑪エリア別安定供給体制の構築 ⑫物流センターの活用（コストの最適化、欠品リスクコントロール） ⑬物流品質の向上（頻度、クオリティ）</p>
<p>ESG</p>	<p>⑭ESG経営の推進 ← PICK UP</p>
<p>⑮DXの推進 ← PICK UP</p>	



直営店、プロデュース店ともに魅力のある店づくりを目指す

1.直営店

海外直営店を国内直営店の傘下へ再配置

- ✓ 国内直営店と同様に運営を行うことで、QSCAの向上とコストコントロールの両立を目指す

2.プロデュース店

品質の高い食材を鮮度維持して供給

- ✓ 国内直営店と同じ食材を、同じ物流網を使って供給
- ✓ 品質の高い食材を、鮮度を維持して供給することで、品質の高いラーメンを提供できる体制を構築



ブランドや立地の確保、製造能力の増強を目指す

M&A対象

ねらい

超繁盛店



ブランドの拡大

チェーン店



優位性のある立地や人財の確保

工場



店舗拡大に必要な不可欠な製造能力の増強

出店の検証を行いながら物件開発を進めていく

様々な立地での展開を検証



元祖油堂
油そば



ロードサイド店、FC展開

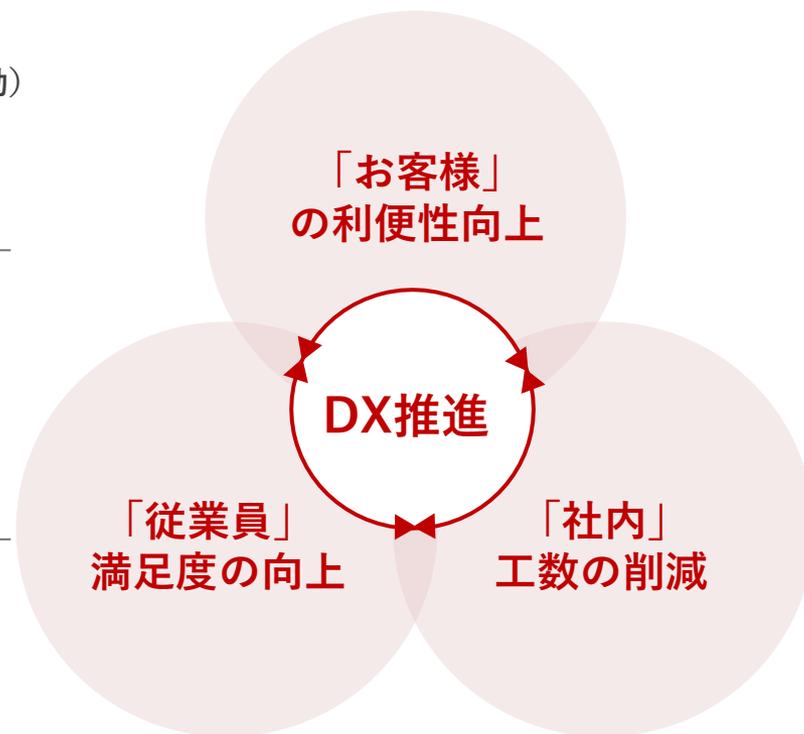


フードコート、サービスエリア

DX推進は全社で取り組むべき最重要施策

DX推進により好循環が生まれ全方面へ還元

DX の 推 進 施 策	「お客様」 の 利 便 性 向 上	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 新券売機の導入 (キャッシュレス決済、アプリとの連動) ✓ eGiftチケット導入 ✓ 店舗検索画面及びアプリ刷新
	「従業員」 満 足 度 の 向 上	<ul style="list-style-type: none"> ✓ シングルサインオンとセキュリティの 向上 ✓ データ分析基盤の構築
	「社内」 工 数 の 削 減	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全店舗でマルチデバイスの導入 ✓ 報告業務のデジタル化



多店舗展開とエリア拡大に向けた工場及び物流センターの整備

工場



平塚



横浜第一
横浜第二



丹波篠山



綾瀬

- 製造コスト削減
- 製造品質の向上
- 供給能力の確保

物流センター



関東エリア



関西エリア



中京エリア

- 物流コストの最適化
- 欠品リスクコントロール
- 配送頻度、配送品質の向上
- 店舗への一括配送

製造・購買・物流プラットフォームの構築と運用により、
ギフトグループ全体でシナジー効果を楽しんでいく

当社は持続可能な社会づくりに貢献すべく、ESG（Environment：環境、Social：社会、Governance：ガバナンス）を重視した経営に取り組むとともに、国連で採択されたSDGs※の目標達成も目指して事業活動をしてまいります。



※1 2021/4-2022/3
 ※2 営業時間1時間あたり

環境 ENVIRONMENT

- ・地球温暖化対策
- ・エネルギー・資源の有効活用
- ・環境に配慮した製品の活用
- ・廃棄物とリサイクル



社会 SOCIAL

- ・付加価値の高い商品企画・開発
- ・消費者の安心・安全
- ・公正なマーケティングと広告
- ・個人情報の保護
- ・公正な取引の遵守と社内浸透
- ・サプライチェーンマネジメント
- ・人事・福利厚生
- ・従業員の健康増進
- ・ワークライフバランスの推進
- ・ICTやAI、RPA等を活用した業務改革
- ・人権の尊重、人権自己啓発の推進
- ・ダイバーシティ女性活躍推進
- ・人財の育成と採用・定着
- ・地域行政施策との連携強化・地方創生活動の実施
- ・地域社会へ開かれた会社
- ・次世代支援

企業統治 GOVERNANCE

- ・コーポレート・ガバナンスの強化
- ・リスクマネジメント体制の構築
- ・コンプライアンスの徹底
- ・情報セキュリティ強化とプライバシーの保護
- ・IR活動（投資家との建設的対話）
- ・ガバナンス体制の機動的刷新

IRサイト

IRサイトでは、株主・投資家の皆様へ向け積極的に情報を発信しております。



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

Investor Questions

Investor Questionsページでは、株主・投資家の皆様からよく頂く質問に対し、IR担当者より回答しております。



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

5 | 参考資料 会社概要



社名 株式会社ギフトホールディングス

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 製麺工場：平塚、横浜第一、丹波篠山
チャーシュー工場：綾瀬
スープ工場：横浜第二

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 793百万円 (2022年10月末現在)

グループ従業員 社員550名 パート・アルバイト 2,939名
(2022年10月末現在)

関係会社 連結子会社 9 社

(重要な連結子会社の名称)
株式会社ギフト
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.

主カ
ブランド



町田商店

何度食べても飽きないクリーミーなスープが特徴の“家系ラーメン”
活気のある超絶空間で全国に100店舗以上展開中の人気店。



豚山

肉厚でやわからいぶた肉とたっぷりの野菜が特徴の“ガッツリ系ラーメン”
力強いスープに甘味のある醤油ダレと“わしわし”麺で食べ応え満点！



がっとうん

長時間炊き込み熟成させたスープが特徴の“九州豚骨ラーメン”
濃厚で深みのあるスープとの相性を追求した特注極細麺は至高の味。



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“豚骨ラーメン”。



赤みそ家

味噌をベースに炒めた野菜の旨味たっぷりの“味噌ラーメン”。



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生姜醤油の“中華そば”
厳選した食材を使用した淡麗なスープは味わい深く、老若男女に人気。



元祖油堂

こだわりの専用麺と卓上調味料でカスタマイズする自分だけの“油そば”
オシャレな雰囲気の店内が女性にも人気で、味のアレンジは無限大！

新ブランド



いと井

豚骨、鶏ガラ、野菜の旨味がタップリ溶け込んだスープの濃厚“味噌ラーメン”
白味噌とニンニク、炒めたシャキシャキもやしは超絶品でライスとも相性抜群！

海外



E.A.K RAMEN

“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。

直営店とプロデュース店
2つのチャンネル形態にて飲食事業を展開

直営店

171店舗

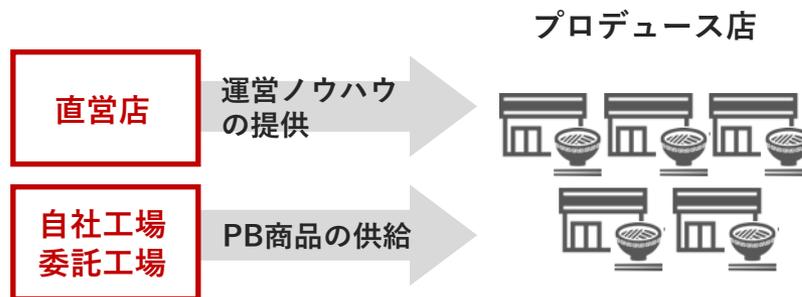
様々なジャンルの
直営店舗の運営



プロデュース店

511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



※PB商品：
プライベートブランド商品
(麺、タレ、スープ、餃子、チャーシュー)

駅近+ロードサイドの両エリアで、繁盛店運営が可能

駅近エリア

地域密着型店舗展開

秋津商店



三ノ宮商店



代々木商店



網島商店



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 富士宮店



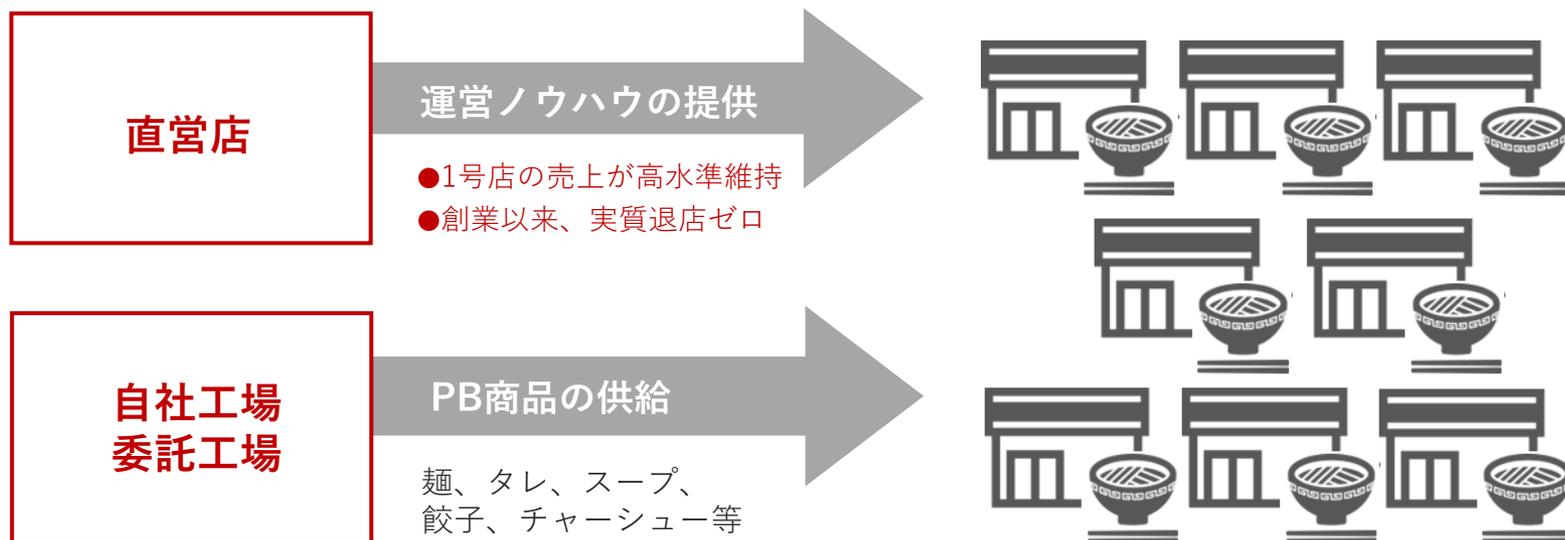
ファミリー層にも評判のロードサイド店舗

- 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



＜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。

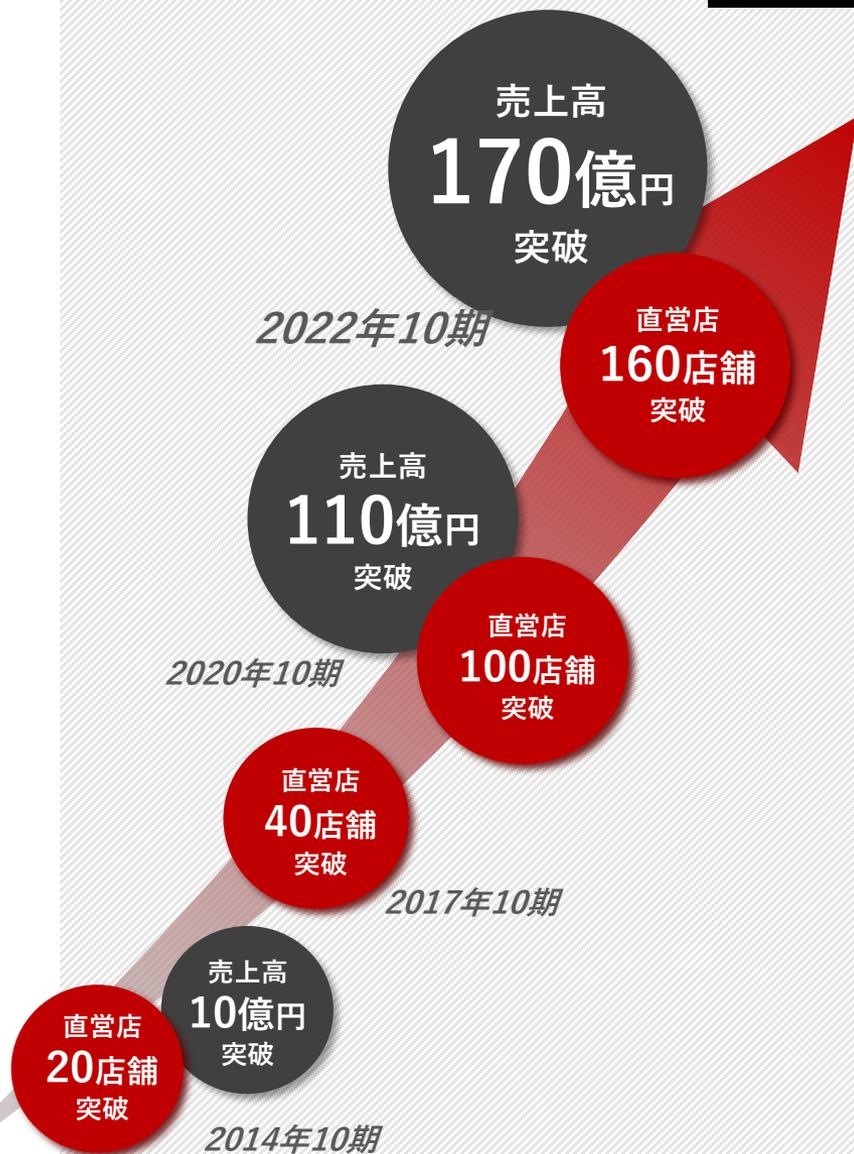
プロデュース店とフランチャイズ店の違い



	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

- 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イアイケイフーズ(現株式会社ギフトフードマテリアル)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
- 2021** 8月 持株会社体制へ移行
- 2022** 3月 商号を株式会社ギフトホールディングスに変更



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。