



GIFT

株式会社ギフトHD 証券コード9279

# 2023年10月期 第3四半期 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。

- 0 1** 2023年10月期 第3四半期 業績ハイライト
- 0 2** 2023年10月期 第3四半期 決算概要
- 0 3** 2023年10月期 業績見通し（変更なし）
- 0 4** 中期経営計画（変更なし）
- 0 5** 参考資料 会社概要

# 01 2023年10月期 第3四半期 業績ハイライト

## 売上高

16,632 百万円

前年同期比： + 36.1%

## 営業利益

1,598 百万円

前年同期比： + 42.5%

## 経常利益

1,652 百万円

前年同期比： △ 8.5%

## 業績概要

コロナ禍においても事業拡大の歩みを一切緩めることなく積極的な事業展開を進めてきたことにより、**大幅な増収、営業増益**を達成し、更なる成長軌道を維持。通期計画に対しても**順調に進捗**。

### 1店舗当たり の品質向上

店舗QSCAの継続的な向上への取り組みと改装の実施により、**直営店舗の1店舗当たり月商が過去最高**を記録。

### 7/1 価格改定 の実施

原材料価格等の高騰、賃上げ見込みに対して、**7/1に価格改定を実施**。改定後も**客足への影響はなし**。

### 海外出店 の強化

**ベトナム、タイ、NY**での新規出店。その他の国でもフランチャイジーとのFC契約締結が順調に進んでおり、北米、東アジア、東南アジア等において出店を強化。

成長性・収益性

売上高成長率

36.1%

(年間目標：20.5%)

営業利益率

9.6%

(年間目標：10.0%)

売上高昨年対比

国内直営 全店

136.5%

国内直営 既存店

117.5%

(年間目標：104.7%)

出店数

直営店 店舗

24店舗

(年間目標：40店舗)

プロデュース店 店舗

37店舗

(年間目標：純増23店舗)

人時生産性 (直営店)

人時売上高

6,133円

(前年同期：5,913円)

人件費率

24.7%

(前年同期：26.3%)

人財確保・定着

社員採用

中途入社 177名

新卒 49名

退職率

18.3%

(前年同期：17.5%)

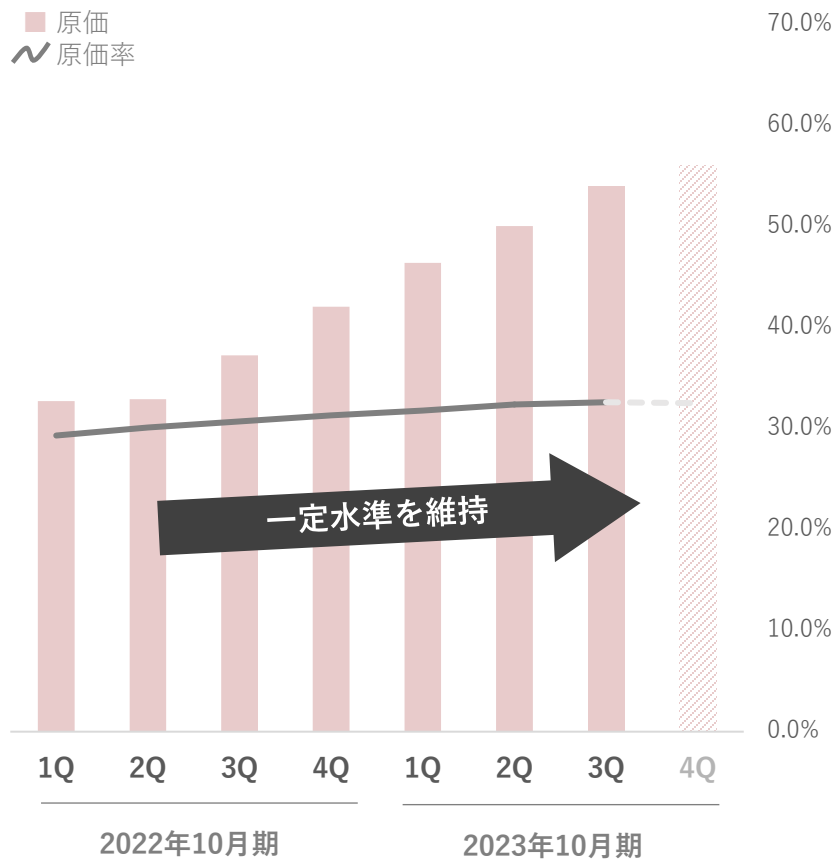
# 高い収益性を維持

インフレに対して、原価・人件費の両面からコントロールし、高い収益性を維持。

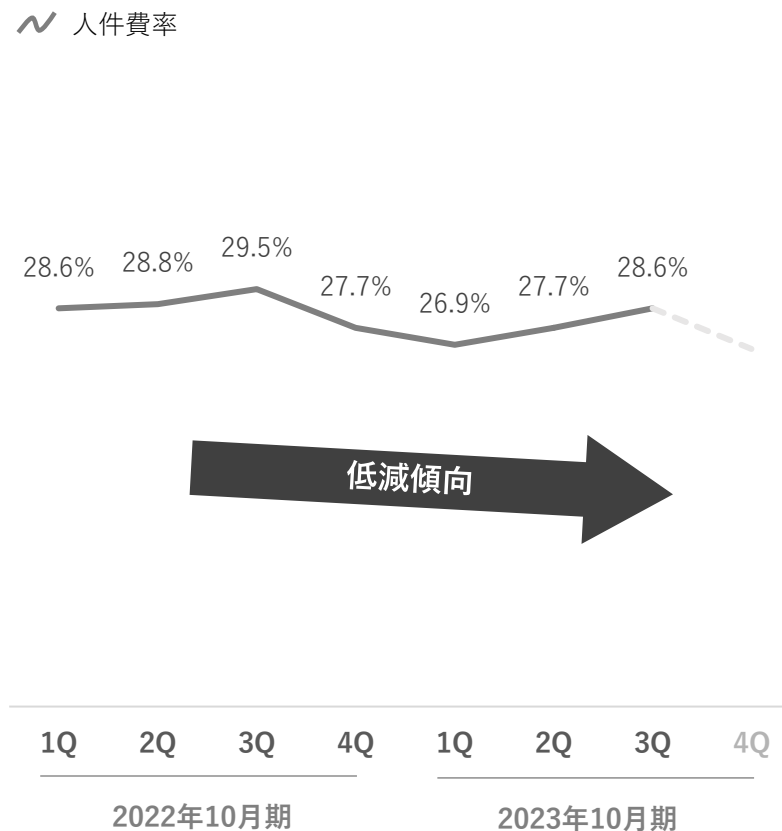
原価：コストUP分を価格転嫁する方針のため、原価率は上昇傾向も一定水準を維持。

人件費：価格改定による客足への影響はないため、人件費率は低減傾向。

## 原価



## 人件費



# 一 出店戦略と売上、利益額、利益率の関係について

マーケットの大きい人口集中エリアに直営店を出店し、地方エリアにプロデュース店を出店することで、売上、利益額を最大化させるとともに、利益率の維持を目指す。

直営店

人口集中エリア、  
ラーメン高消費エリア  
に出店

出店強化

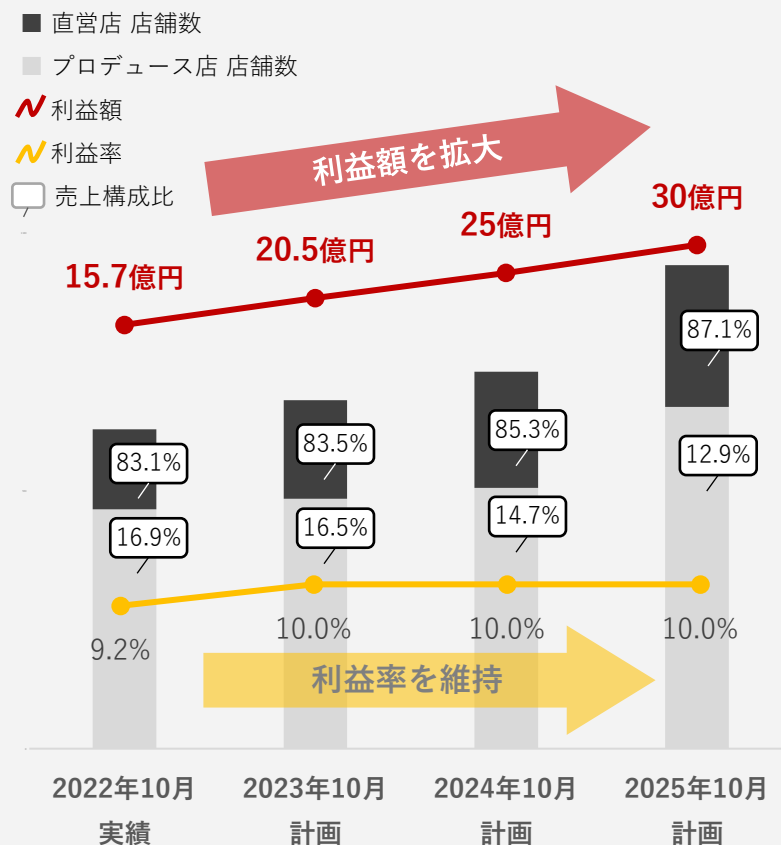
売上、利益額の最大化を目指す

プロデュース店

地方エリアに出店

利益率最大化を目指す

店舗数割合（直営店・プロデュース店）と  
売上構成比、利益額・利益率の推移



# 一 改装によるQSCAの向上と生産性アップ

商品クオリティの向上と生産性アップのため、順次、改装を実施中。  
 改装後、売上は堅調に推移。

	改装店舗数
2021年10月期	5
2022年10月期	14
2023年10月期 (~3Q)	13
累計	32



## 改装による効果

- IH化によるスープクオリティの安定化
- 最新レイアウトによる生産性アップ
- CO<sub>2</sub>排出量削減に貢献

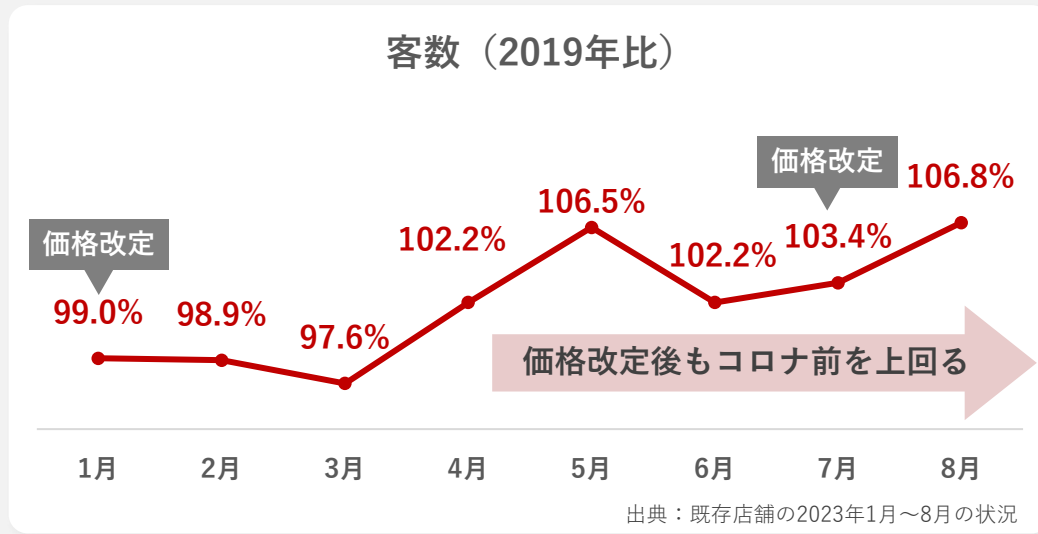


# 価格改定の影響

価格改定後も客足はコロナ前の水準を上回っており、今後の価格改定の余地あり

2023年1月、7月に価格改定を実施

価格改定による客数の減少は見られず、  
売上・客数ともにコロナ前を上回る水準



## 2019年比

売上 (円)



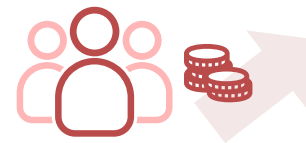
114.0%

客数 (名)



102.3%

客単価 (円)



111.5%

出典：既存店舗の2023年1月～8月の状況

# 海外出店の強化

ベトナムのホーチミンに海外2カ国目のFC店舗をオープン



FC店

MACHIDA SHOTEN

Thao Dien

(ベトナム 2号店)



グランド  
オープン  
2023.7.9

MAXラーメン  
188,000VND  
(≒1,200円)



地元の方々や外国人滞在者に人気の  
お洒落な飲食店が集まるエリア

店名 : Machida Shoten Thao Dien  
住所 : 14n Đ. Quốc Hương, Thảo Điền,  
Quận 2, Thành phố Hồ Chí Minh, Vietnam  
営業時間 : 10:30~23:30

※営業時間は今後変更になる可能性があります。

## 2023年10月期の海外出店状況

- 
 2022年 プロデュース店  
 11月1日 ハノイ (ベトナム1号店)

---

- 
 2022年 直営店  
 11月18日 ペンシルバニア (NY3号店)

---

- 
 2023年 FC店  
 1月23日 プーケット (タイ1号店)

---

- 
 2023年 FC店  
 7月9日 ホーチミン (ベトナム2号店)

---

- 
 2023年 FC店  
 8月26日 ホーチミン (ベトナム3号店)

2023年10月期3Q末時点

海外店舗数

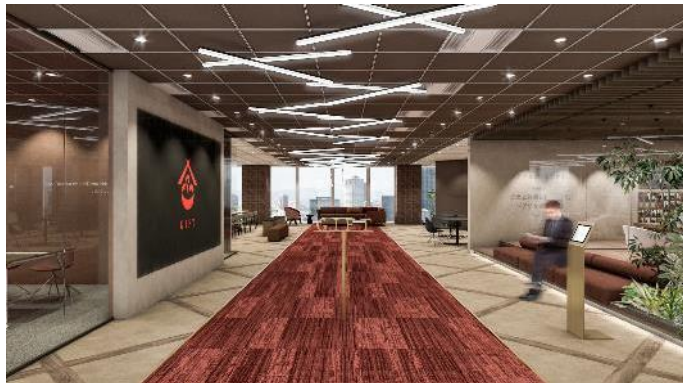
**18**店舗

当社グループが国内外で培った  
ラーメン店舗運営に関するノウハウを生かし、  
引き続き海外展開を進めてまいります

# 一 人財確保に向けた取り組み

本社オフィスを移転し、働きやすい職場環境づくりを推進

より働きやすく効率よくデザインされた空間へ



移転後オフィスイメージ

**創造力の発揮**

**生産性の向上**

**従業員の一体感醸成**

移転先	渋谷サクラステージ SHIBUYAタワー
住所	東京都渋谷区桜丘町123番
フロア	36階
移転時期	2024年春（予定）

**採用強化**

**応募者数増加と内定率向上**

- 本社移転
- カンテラ採用（アルバイト、パートからの社員登用）
- アルムナイ採用（OBOG囲い込み、リファーマル含む）
- コーポレートブランディング強化
- 選考中イベントの実施や選考ステップの効率化 等

**離退職率低減**

**働きやすさと働きがいの両立**

- 福利厚生の改善
- 多様なキャリアパスの提示
- 労働環境の改善
- 研修等を通じた入社前後のギャップの解消
- 積極的な若手の登用（早期店長就任）
- 評価の適正化

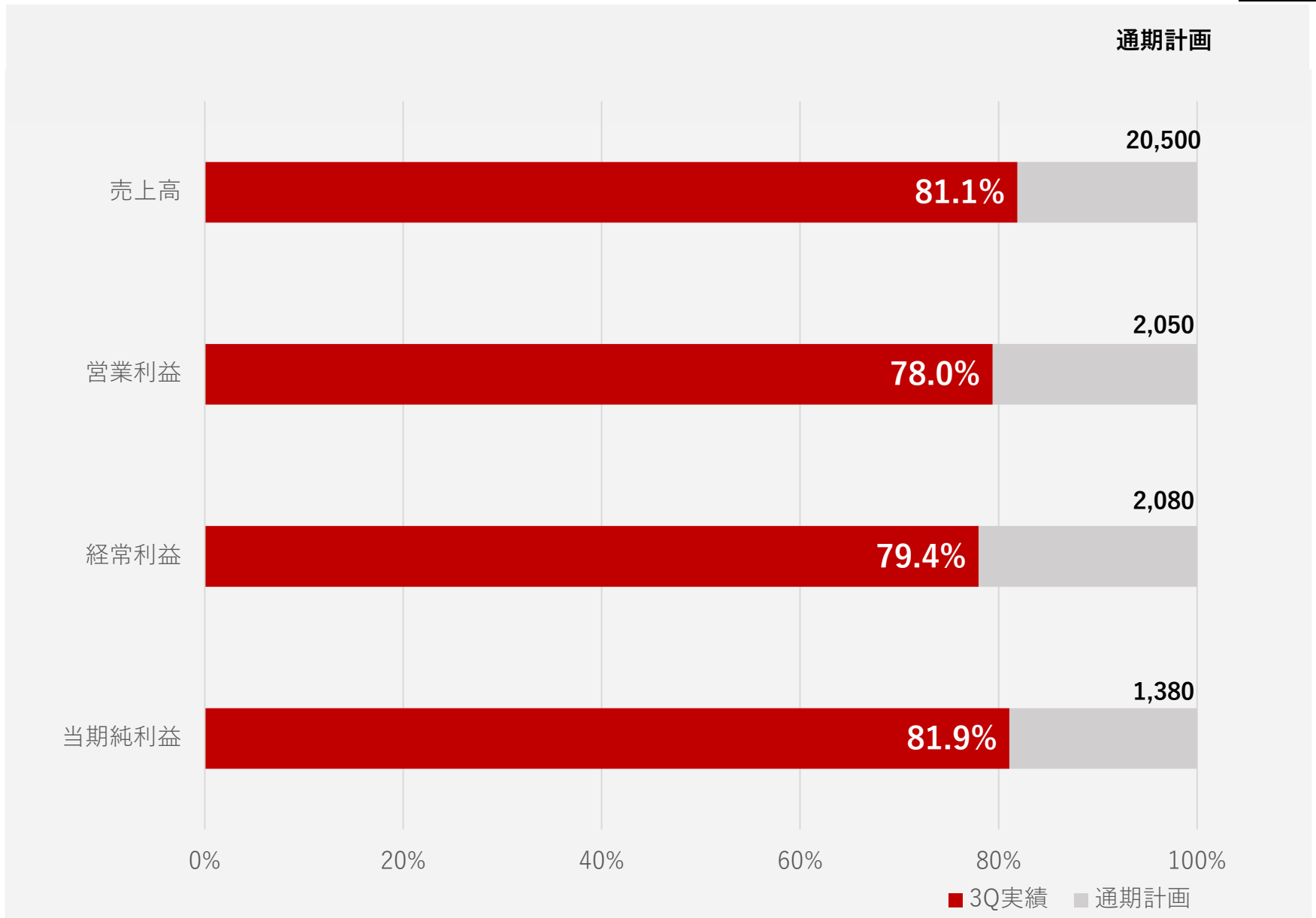
## **02** 2023年10月期 第3 四半期 決算概要

# 一 損益計算書

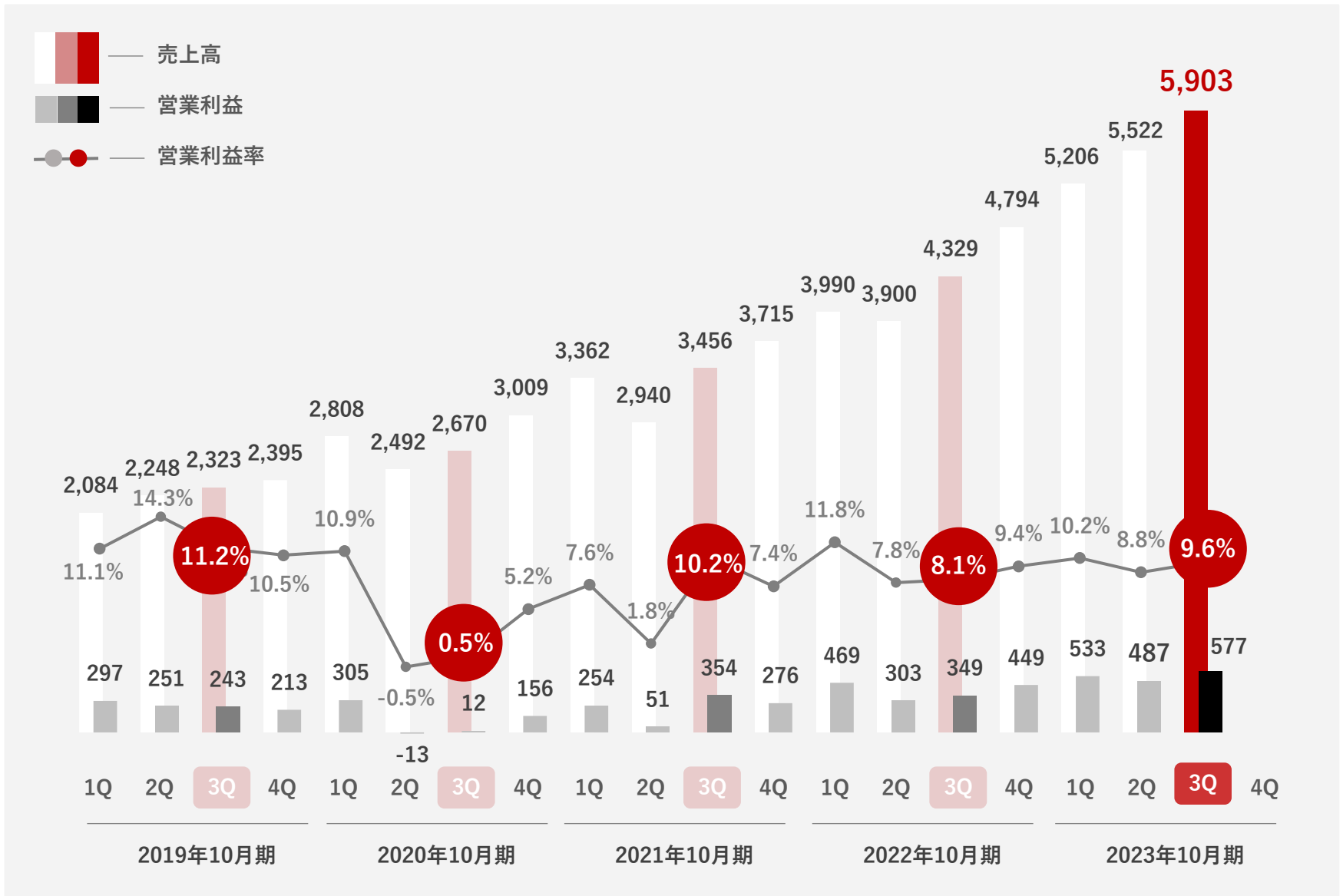


	2022年10月期 3Q		2023年10月期 3Q			計画比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	増減 前年同期比	通期計画	進捗率
売上高	12,220	-	<b>16,632</b>	-	<b>+36.1%</b>	20,500	81.1%
売上原価	3,673	30.1%	5,370	32.3%	+46.2%	-	-
売上総利益	8,546	69.9%	<b>11,261</b>	<b>67.7%</b>	<b>+31.8%</b>	-	-
販管費	7,424	60.8%	9,662	58.1%	+30.2%	-	-
営業利益	1,222	9.2%	<b>1,598</b>	<b>9.6%</b>	<b>+42.5%</b>	2,050	78.0%
経常利益	1,805	14.8%	<b>1,652</b>	<b>9.9%</b>	<b>△8.5%</b>	2,080	79.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,234	10.1%	<b>1,129</b>	<b>6.8%</b>	<b>△8.5%</b>	1,380	81.9%

# 計画に対する業績進捗率



# 売上高及び営業利益 四半期推移 (会計期間)



# 出店状況



出店を継続し、  
前期末比+59店舗



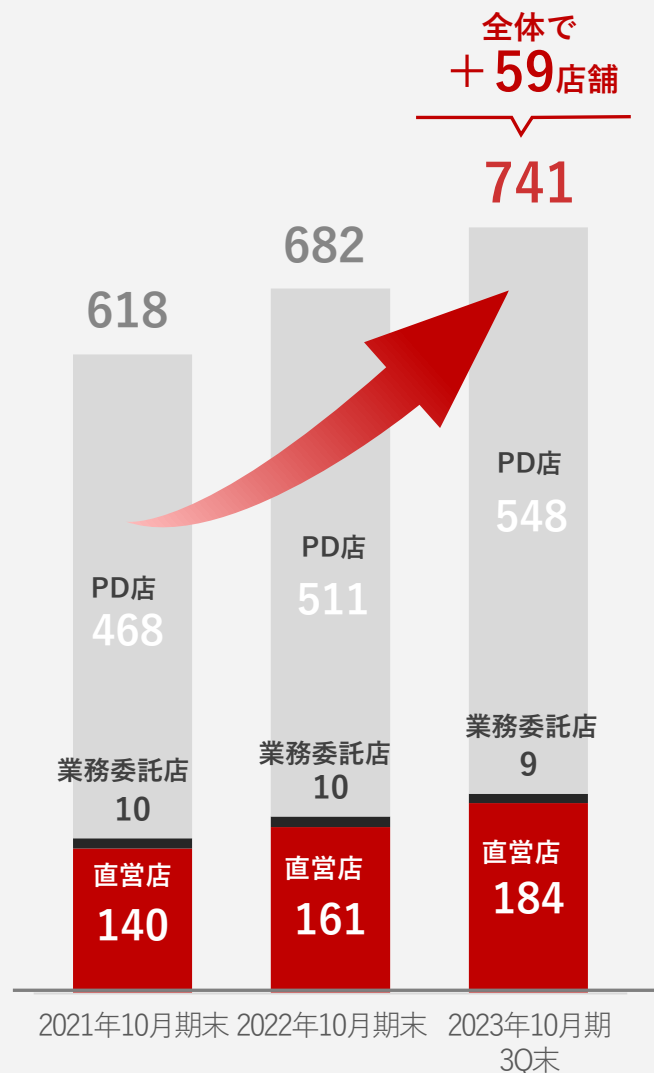
※年間計画+62店舗

2022年10月期末 2023年10月期 3Q末

プロデュース店 511店舗 >>> 548店舗

直営店 (業務委託店含む) 171店舗 >>> 193店舗

全店舗合計 682店舗 >>> 741店舗





# 一 店舗の状況（直営店/ブランド別増減内訳）

ブランド					
2023年10月期 3Q末 店舗数	128	27	5	1	4
増減 (前期末比)	+12	+6	-	-	-2

ブランド				海外 	その他
2023年10月期 3Q末 店舗数	3	8	1	3	4
増減 (前期末比)	-	+4	-	+1	+2

# 一 店舗の状況（増減内訳）



		22年10月期末 店舗数	23年10月期 3Q末 店舗数	増 減
(単位：店)				
直営店事業	関東	104	116	+12
	東日本（関東以外）	36	44	+8
	西日本	19	21	+2
	海外	2	3	+1
	小計	<b>161</b>	<b>184</b>	<b>+23</b>
	業務委託店	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>-1</b>
		<b>合計</b>	<b>193</b>	<b>+22</b>
プロデュース事業	関東	306	316	+10
	東日本（関東以外）	107	116	+9
	西日本	83	101	+18
	海外	15	15	0
	合計	<b>511</b>	<b>548</b>	<b>+37</b>
			<b>店舗数総合計</b>	<b>741</b>

売上高

**13,890**  
百万円

小計

**161**

**184**

**+23**

業務委託店

**10**

**9**

**-1**

合計

**171**

**193**

**+22**

プロデュース事業

売上高

**2,741**  
百万円

合計

**511**

**548**

**+37**

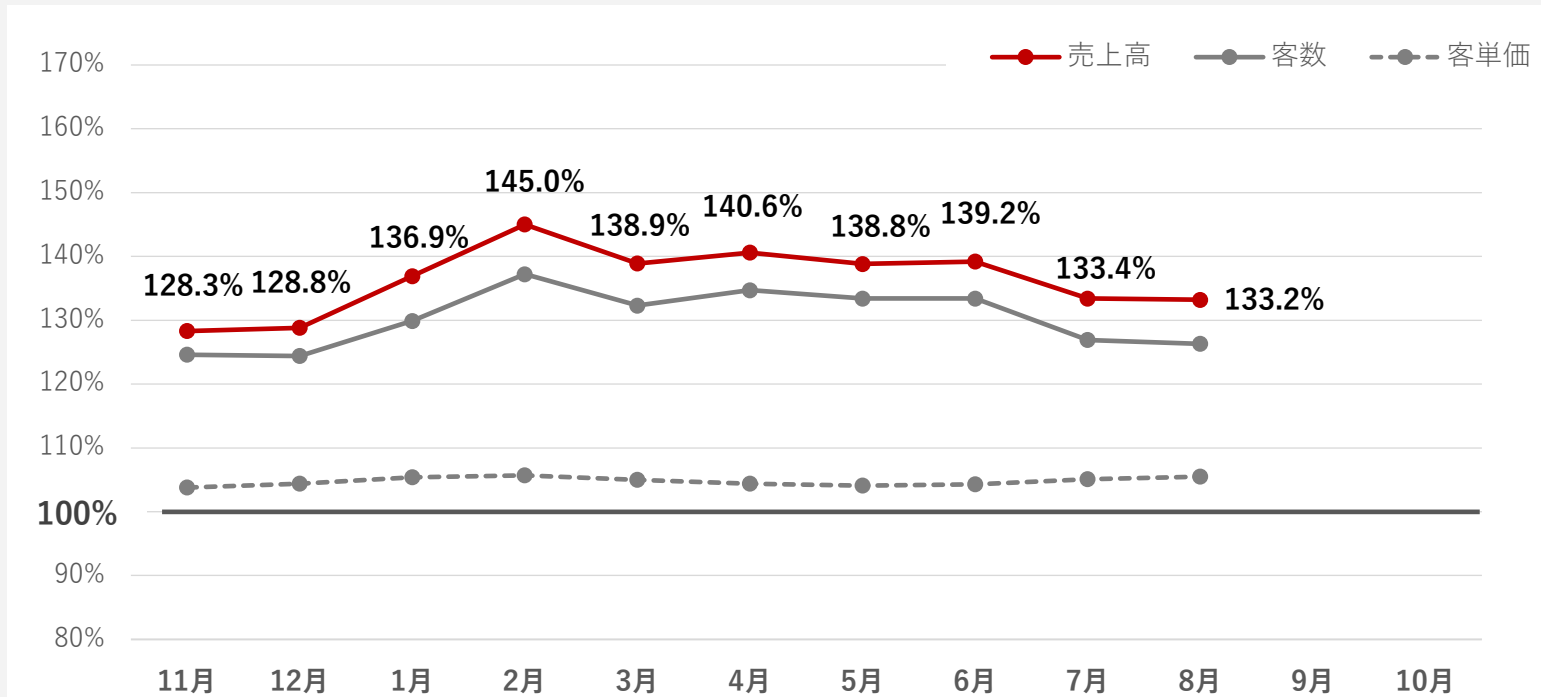
店舗数総合計

**682**

**741**

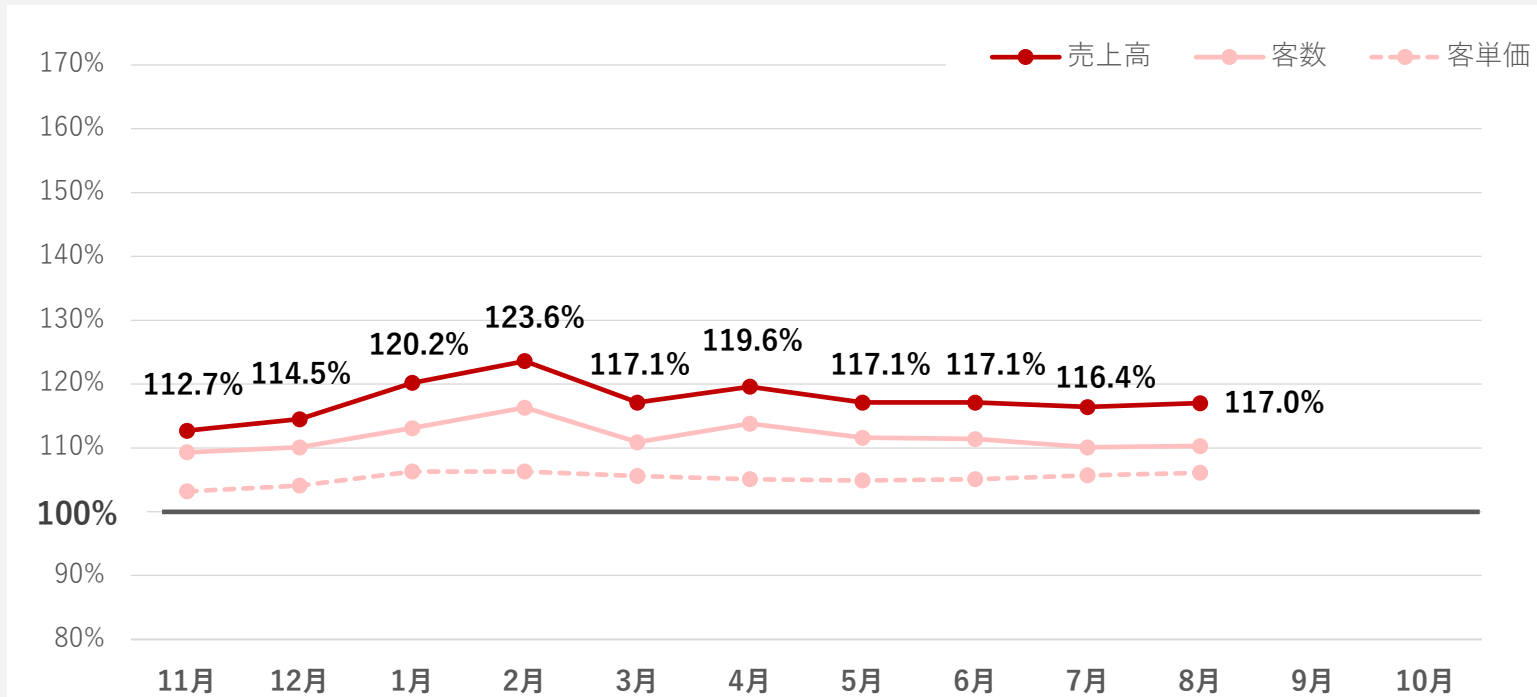
**+59**

# 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	128.3%	128.8%	136.9%	145.0%	138.9%	140.6%	138.8%	139.2%	133.4%	133.2%			136.2%
客数	124.6%	124.4%	129.9%	137.2%	132.3%	134.7%	133.4%	133.4%	126.9%	126.3%			130.2%
客単価	103.8%	104.4%	105.4%	105.7%	105.0%	104.4%	104.1%	104.3%	105.1%	105.5%			104.6%

# 国内 直営既存店 対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	112.7%	114.5%	120.2%	123.6%	117.1%	119.6%	117.1%	117.1%	116.4%	117.0%			117.5%
客数	109.3%	110.1%	113.1%	116.3%	110.9%	113.8%	111.6%	111.4%	110.1%	110.3%			111.6%
客単価	103.2%	104.1%	106.3%	106.3%	105.6%	105.1%	104.9%	105.1%	105.7%	106.1%			105.2%

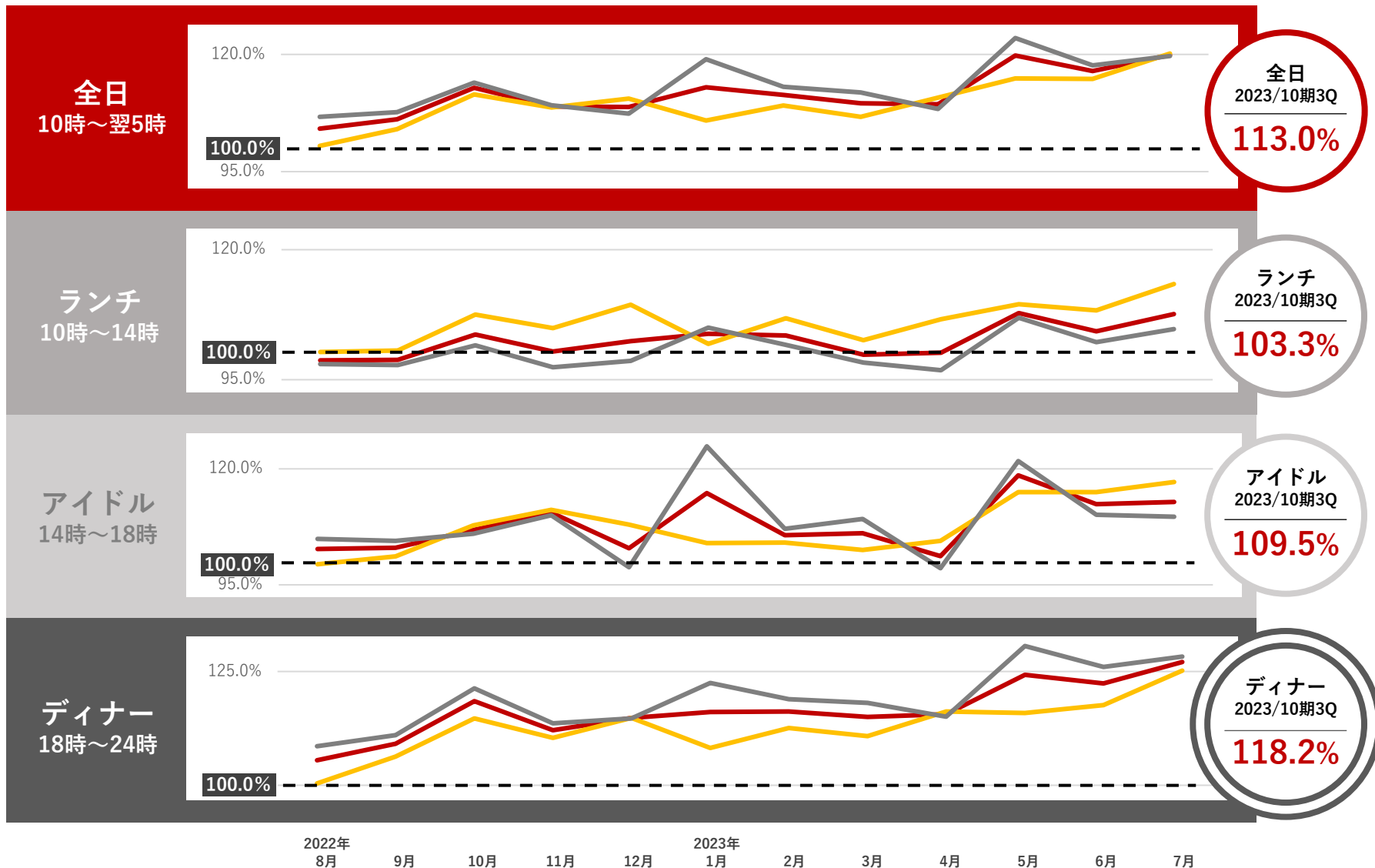
# コロナ禍以前との売上比較

対2019年10月期比（直営既存店、宅配売上を含む）



全ての時間帯で2019年を上回る売上水準

全店舗 駅近 ロードサイド



(単位：百万円)	2022年 10月期	2023年 10月期 3Q	増減額	(単位：百万円)	2022年 10月期	2023年 10月期 3Q	増減額
<b>流動資産</b>	<b>3,026</b>	<b>3,185</b>	<b>+ 159</b>	<b>流動負債</b>	<b>2,937</b>	<b>3,431</b>	<b>+ 493</b>
現金・預金	2,007	1,808	△199	買掛金	544	648	+103
売掛金	405	507	+101	短期借入金	42	300	+257
その他	613	870	+256	一年内長期借入金	512	699	+187
				その他	1,838	1,783	△54
<b>固定資産</b>	<b>6,878</b>	<b>8,643</b>	<b>+ 1,765</b>	<b>固定負債</b>	<b>1,535</b>	<b>2,128</b>	<b>+ 593</b>
有形固定資産	4,756	5,774	+1,017	長期借入金	1,195	1,749	+554
無形固定資産	122	270	+147	その他	339	379	+39
投資その他資産	1,999	2,599	+599	<b>負債合計</b>	<b>4,473</b>	<b>5,560</b>	<b>+1,087</b>
				<b>純資産合計</b>	<b>5,432</b>	<b>6,268</b>	<b>+836</b>
<b>資産合計</b>	<b>9,905</b>	<b>11,829</b>	<b>+ 1,924</b>	資本金	793	797	+3
				資本剰余金	1,045	1,049	+3
				利益剰余金	3,463	4,294	+830
				自己株式	△0	△0	△0
				その他包括利益累計	130	124	△5
				非支配株主持分	-	4	+4
				<b>負債純資産合計</b>	<b>9,905</b>	<b>11,829</b>	<b>+ 1,924</b>

## 0 3 2023年10月期 業績見通し（変更なし）

# 2023年10月期 通期業績見通し（変更なし）



中期経営計画を着実に進め、大幅な増収・営業増益を計画

	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	
(単位：百万円)					
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%	△14.9%
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

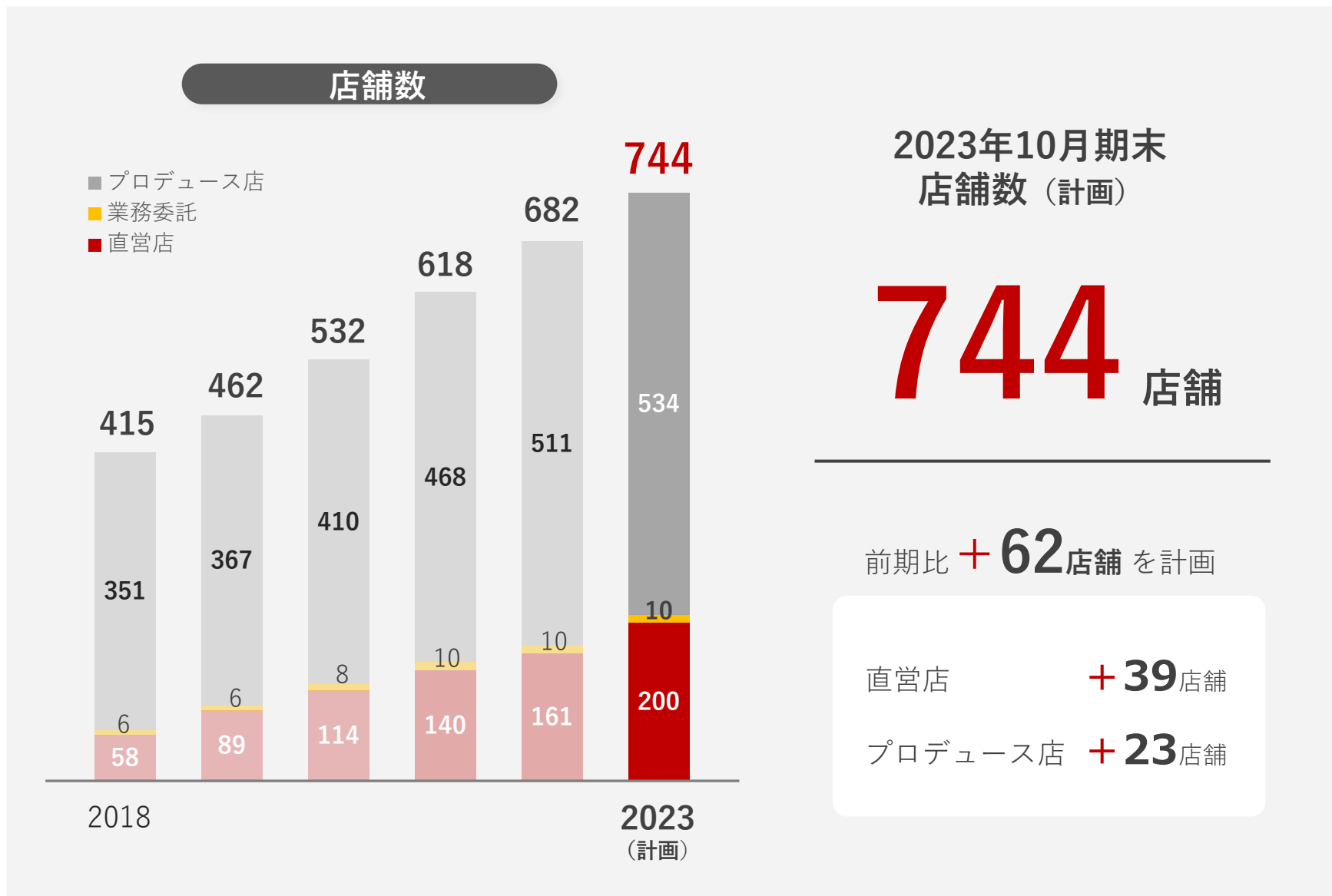
**1** 店

プロデュース店

**23** 店

国内20店 海外3店

# 出店計画（変更なし）



## 株式分割の実施

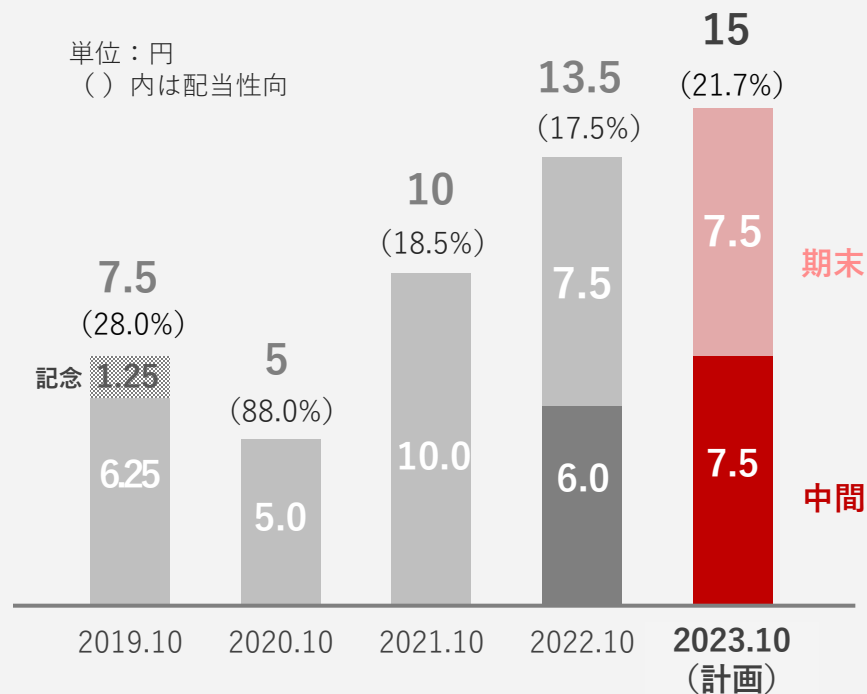
2023年8月1日付で、1：2の株式分割を実施

投資単位当たりの金額引き下げにより、より投資しやすい環境を整え、  
当社株式の流動性向上と投資家層の拡大を図る

## 配当金の推移

- 2023年8月1日付で  
1：2の**株式分割を実施**
- 2022年10月比で**1.5円増配**を計画
- 配当性向20%以上**を目標

→ 2020年3月19日付、2023年8月1日付でそれぞれ普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を実施したため、当資料の一株当たり配当金額は当該分割を遡及計算した金額。



# 株主優待

- 株式分割に併せ、「お食事ご優待電子チケット」の配布基準を変更
- 株式分割後の100株以上200株未満（分割前50株以上100株未満）の贈呈区分を追加

株式分割前 保有株式数	変更前		株式分割後 保有株式数	変更後	
	1年未満	1年以上		1年未満	1年以上
50株以上	—	—	100株以上	1枚（年2枚）	2枚（年4枚）
100株以上	2枚（年4枚）	3枚（年6枚）	200株以上	2枚（年4枚）	3枚（年6枚）
200株以上	3枚（年6枚）	4枚（年8枚）	400株以上	3枚（年6枚）	4枚（年8枚）
300株以上	4枚（年8枚）	5枚（年10枚）	600株以上	4枚（年8枚）	5枚（年10枚）
500株以上	5枚（年10枚）	6枚（年12枚）	1,000株以上	5枚（年10枚）	6枚（年12枚）

新規追加

※2023年10月31日現在の株主名簿に記載された100株以上保有の株主様より対象といたします。

## 04 中期経営計画（変更なし）

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

# 一 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
	<b>売上高</b>	<b>110</b> (億円)	<b>134</b> (億円)	<b>170</b> (億円)	<b>205</b> (億円)	<b>250</b> (億円)	<b>300</b> (億円)
	<b>営業利益</b>	<b>4.6</b> (億円)	<b>9.3</b> (億円)	<b>15.7</b> (億円)	<b>20.5</b> (億円)	<b>25</b> (億円)	<b>30</b> (億円)
	<b>経常利益</b>	<b>5.1</b> (億円)	<b>17.4</b> (億円)	<b>24.4</b> (億円)	<b>20.5</b> (億円)	<b>25</b> (億円)	<b>30</b> (億円)
国内	<b>合計店舗数</b>	<b>519</b> 店	<b>602</b> 店	<b>665</b> 店	<b>723</b> 店	<b>781</b> 店	<b>1,000</b> 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	<b>合計店舗数</b>	<b>13</b> 店	<b>16</b> 店	<b>17</b> 店	<b>21</b> 店	<b>24</b> 店	<b>33</b> 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	<b>合計店舗数</b>	<b>532</b> 店	<b>618</b> 店	<b>682</b> 店	<b>744</b> 店	<b>805</b> 店	<b>1,033</b> 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><b>①1店舗あたりの品質向上</b> ← PICK UP</p> <p>②人財育成と定着化</p> <p>③インフレへの柔軟な対応</p>
<p>新業態の展開</p>	<p><b>④積極的なM&amp;Aによる新業態の獲得</b> ← PICK UP</p> <p>⑤更なる新業態の開発&amp;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）</p> <p>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><b>⑧モデル開発の強化</b> ← PICK UP</p> <p>⑨物件開発力の強化</p>
<p><b>製造・購買・物流体制の強化</b> ← PICK UP</p>	<p>⑩製造コスト削減&amp;製造品質向上</p> <p>⑪エリア別安定供給体制の構築</p> <p>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）</p> <p>⑬物流品質の向上（頻度、クオリティ）</p>
<p>ESG</p>	<p><b>⑭ESG経営の推進</b> ← PICK UP</p>
<p><b>⑮DXの推進</b> ← 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

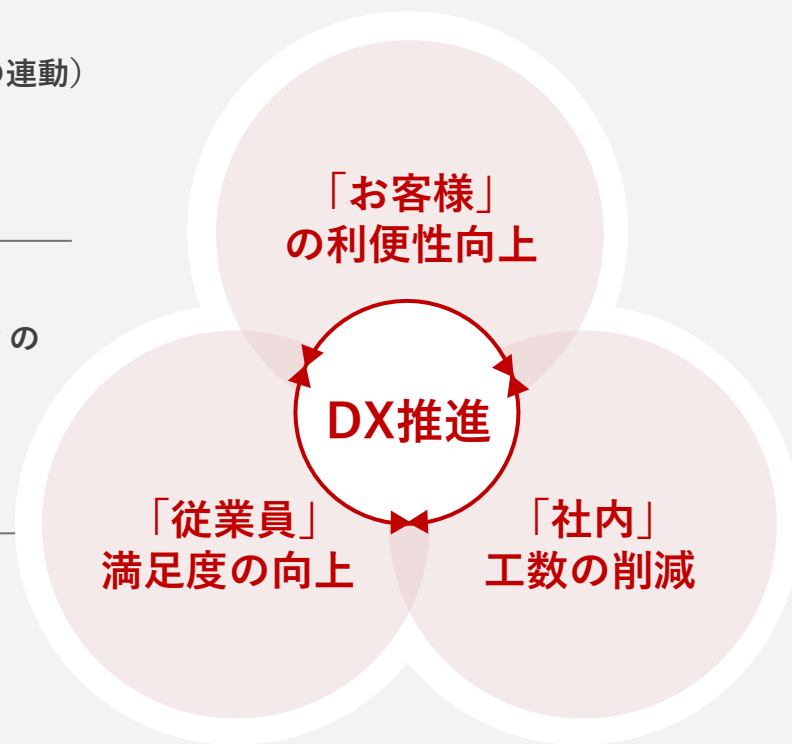


フードコート、サービスエリア

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



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

麺



平塚



横浜第一



丹波篠山

スープ



横浜第二

チャーシュー



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

## 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



## 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

## 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/investor-questions>



## 0 5 参考資料 会社概要

# 一 会社概要



<b>社名</b>	株式会社ギフトホールディングス
<b>事業内容</b>	飲食店の経営
<b>本社所在地</b>	東京都町田市森野1-23-19 小田急町田森野ビル3階
<b>自社工場</b>	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
<b>設立</b>	2009年12月7日 (創業 2008年1月)
<b>代表者</b>	代表取締役社長 田川 翔
<b>決算期</b>	10月
<b>資本金</b>	797百万円 (2023年7月末現在)
<b>グループ従業員</b>	社員550名 パート・アルバイト 2,939名 (2022年10月末現在)
<b>関係会社</b>	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.

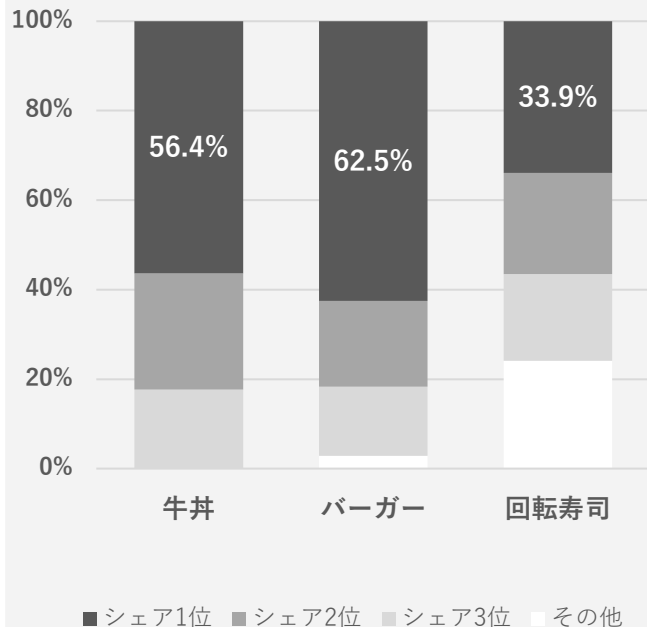


# ■ 主な外食産業と国内ラーメン市場の特徴

- 大手企業への集約が顕著にみられる牛丼、バーガー、回転寿司など異なり、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拡大余地が多いマーケットといえる。

## 寡占化が進んだマーケット

### 主な外食産業の上位企業シェア



出典情報:総務省「経済構造実態調査」、各社決算情報をもとに当社で集計

## 拡大余地が多いマーケット

### ラーメン市場のシェア



本格的なラーメンを楽しめる「**個人店の魅力**」と、オペレーションの「**標準化・単純化**」の追求により、シェアを拡大していく

# ブランド展開

同一エリア内に当社ラーメンブランドを複数出店

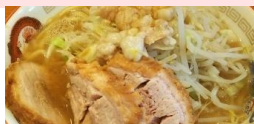


主カ  
ブランド



## 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！



## 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内が女性にも人気で、味のアレンジは無限大！



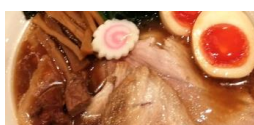
## がっとな

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”。



## 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。



## 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”。



## いと井

豚骨、鶏ガラ、野菜の旨味がたっぷり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。

# 事業内容

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

# 184

店舗

様々なジャンルの  
直営店舗の運営

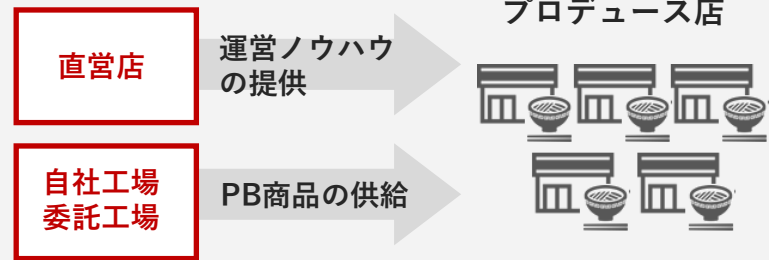


## プロデュース店

# 548

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)

# 出店戦略



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



綱島商店



荻窪商店



## ロードサイドエリア

### 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



# ロードサイド店舗について

ファミリー層にも評判のロードサイド店舗

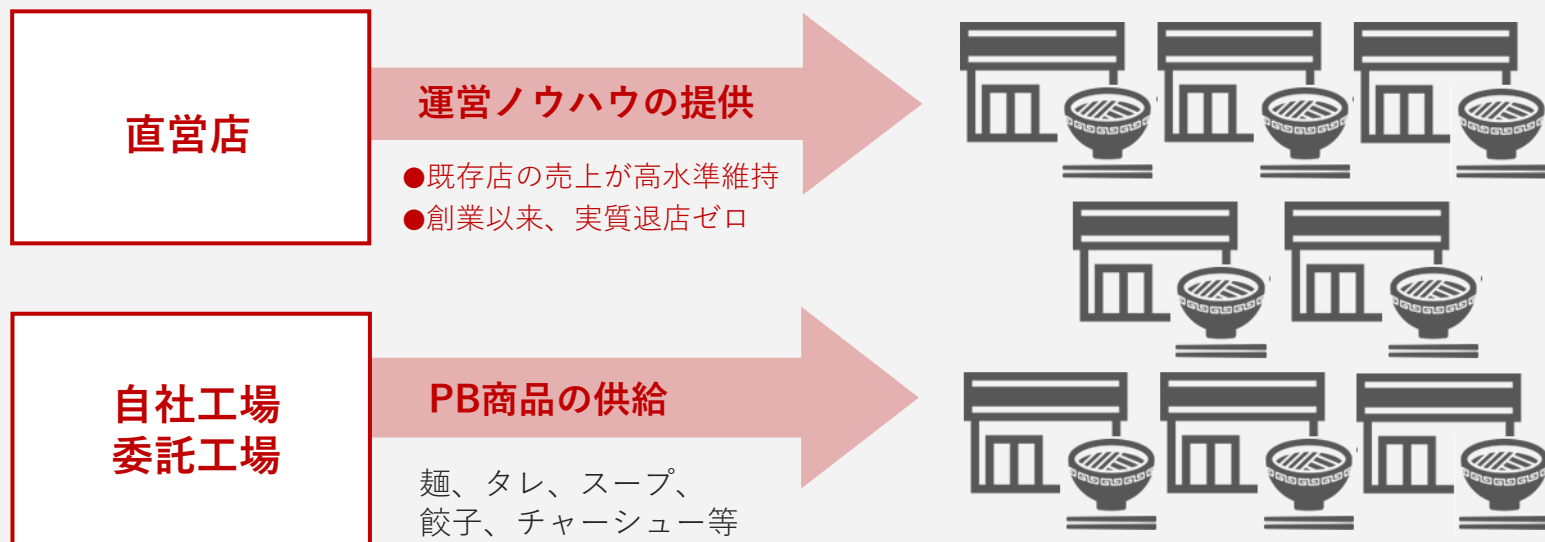
- 駐車場（20台～30台）
- 競合状況、商圈人口、交通量等の分析結果をもとに出店
- 家族が楽しめる店舗づくり
- ファミリー向けメニューの充実化
- 来客単価増加基調を維持
- ロードサイド店は駅近店を上回る繁盛店





## <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



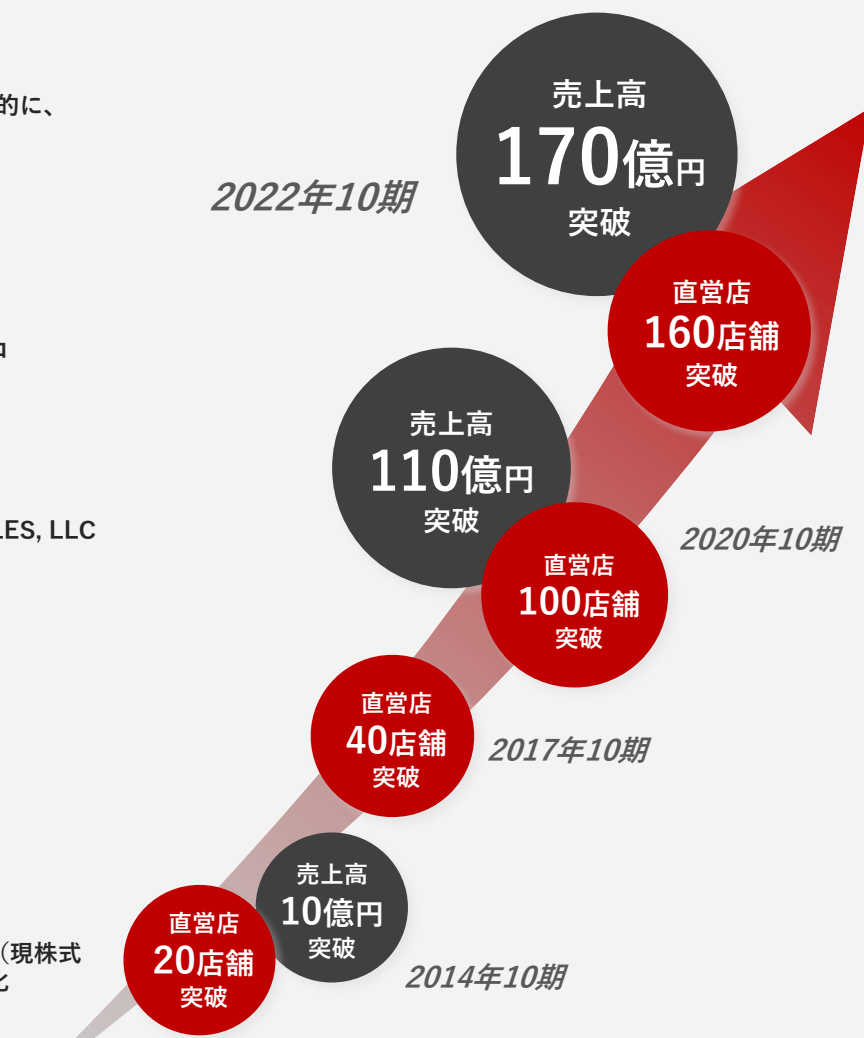
※フランチャイズ制度と異なり、保証金、加盟料、経営指導料（ロイヤリティ）不要。直営店の運営ノウハウをもとに、店舗立ち上げ時のプロデュースを、食材の購入を条件に原則無償で提供。

# 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
- 2022** 8月 神奈川県綾瀬市に綾瀬工場(チャーシュー工場)を設立



## 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。