



GIFT

株式会社ギフトHD 証券コード9279

2025年10月期 第1四半期 決算説明資料



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。

- 0 1 2025年10月期 第1四半期 業績ハイライト
- 0 2 2025年10月期 第1四半期 決算概要
- 0 3 2025年10月期 業績見通し（変更なし）
- 0 4 中期経営計画（2025年10月期～2027年10月期）
- 0 5 Appendix

01 2025年10月期 第1四半期 業績ハイライト

売上高

8,504百万円

前年同期比：+24.9%

営業利益

774百万円

前年同期比：△14.7%

経常利益

773百万円

前年同期比：△16.1%

業績概要

積極的な出店による一過性の費用が先行するとともに、キャベツ・米などの想定外のコスト増加。前年同期は価格改定タイミングのズレから超過収益があったものが剥落し、**大幅な増収となるも、減益となった。**

順調な出店

直営店の年間出店目標の大半の賃貸借契約は締結済み。人材確保を進め、当期も順調に出店していく。

人材確保

人材確保を適時適切に図るため、キャストから正社員登用を進めるとともに、1月に**大幅な賃上げ**を実施。

生産体制の強化

拡大する需要に対して生産体制を強化するとともに、**内製化比率の向上**に向けて生産体制を強化している。



成長性・収益性

売上高成長率

24.9%

(年間目標：20.0%)

営業利益率

9.1%

(年間目標：10.0%)

売上高昨年対比

国内直営 全店

128.3%

国内直営 既存店

全営業日

106.8%

(年間目標：105.0%)

改装店除く

107.3%

出店数

直営店 店舗

10 店舗

(年間目標：52店舗)

プロデュース店・FC店舗

12 店舗

(年間目標：純増52店舗)

人時生産性

人時売上高

連結

6,566円

(前年同期：6,713円)

直営店

6,642円

(前年同期：6,492円)

人件費率

連結

26.7%

(前年同期：25.8%)

直営店

23.8%

(前年同期：23.4%)

人材確保・定着

社員採用

中途入社 17名

新卒予定 51名

社員数

641名

退職率

11.9%

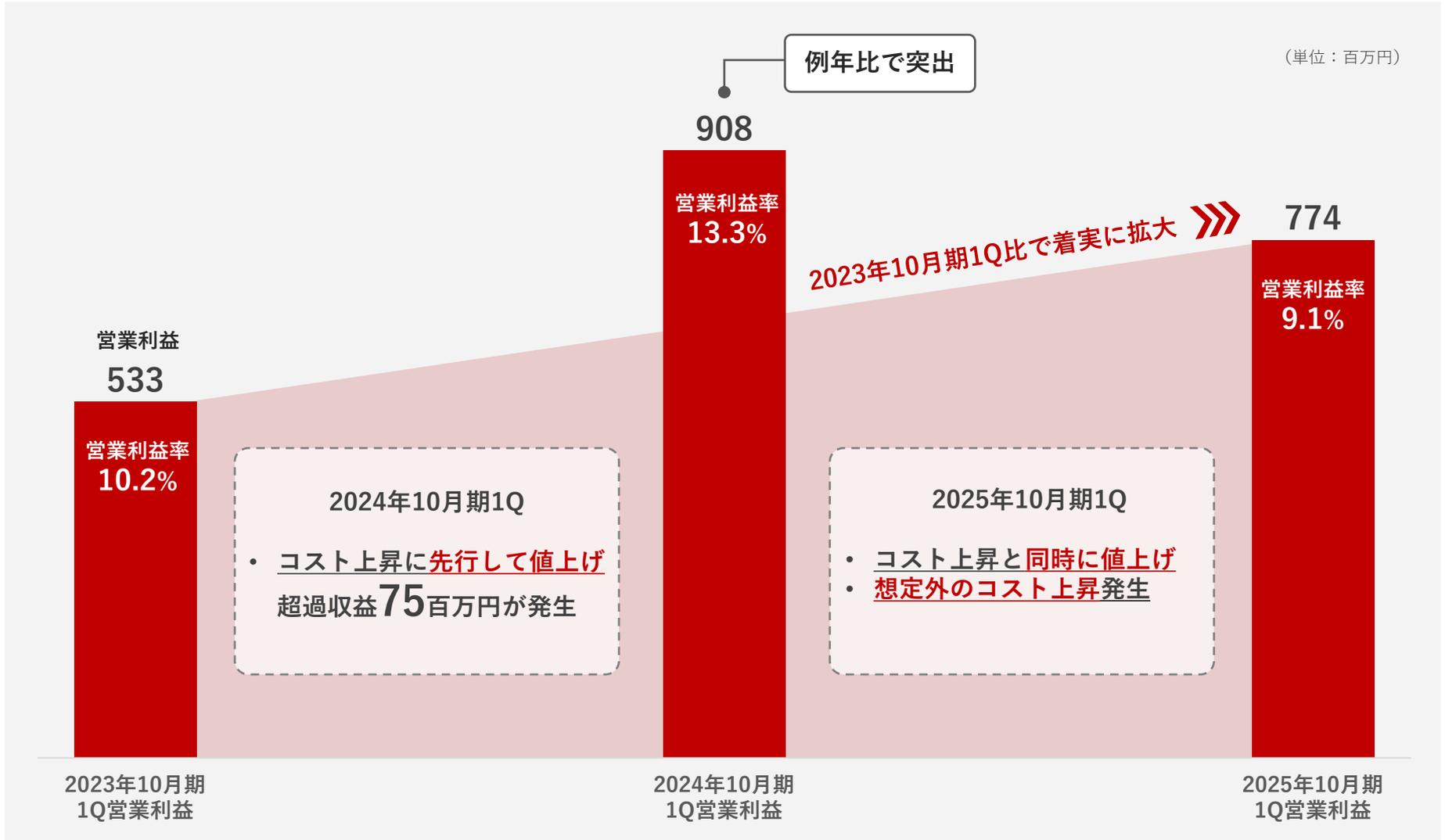
(前年同期：14.7%)

26.6%
業界平均※

一 営業利益増減分析（3か年）

前1Qはコストの上昇を見据え、先行して値上げを実施しており、超過収益が発生

当1Qはコストの上昇とともに、同時に値上げを実施していた。また、想定外のコスト上昇も発生

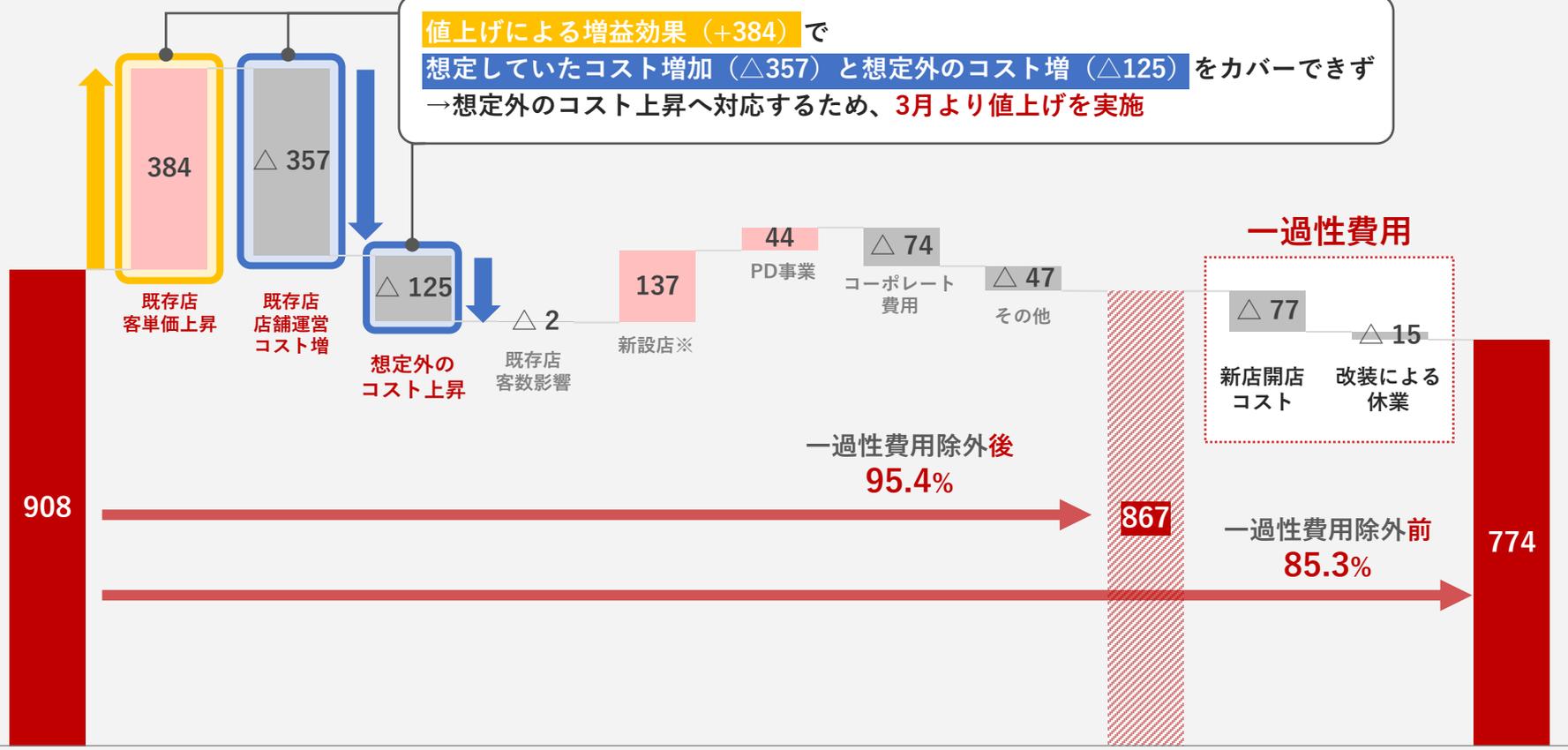


一 営業利益増減分析 (1Q/3か月)

値上げによる増益効果はあったものの、それを超える原材料や人件費の上昇により前年同期比で約15%マイナス

(単位：百万円)

値上げによる増益効果 (+384) で
 想定していたコスト増加 (△357) と想定外のコスト増 (△125) をカバーできず
 →想定外のコスト上昇へ対応するため、3月より値上げを実施



2024年10月期
1Q営業利益

2025年10月期
1Q営業利益
(一過性費用除外後)

2025年10月期
1Q営業利益

※新設店：オープンから4カ月目から15カ月目までの店舗

想定外のコスト上昇

コメ、キャベツ、人件費が想定以上に上昇

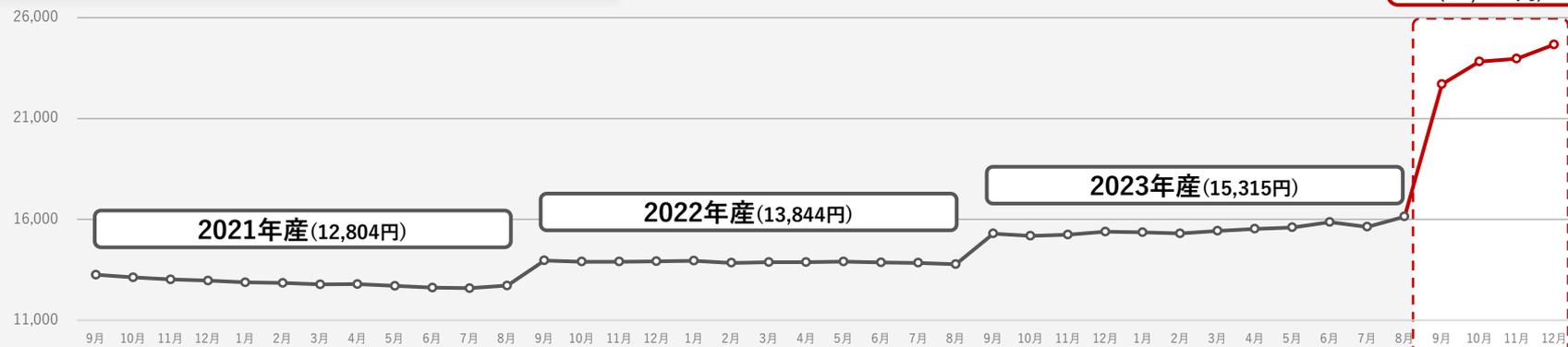
コメは高止まり、キャベツは落ち着く見通し

原材料 +
人件費 =
合計

△48百万円
△76百万円
△125百万円

コメの相対取引価格推移※1 (単位：円)

() 内は年産平均価格



キャベツ価格3か年推移年平均比※2 (2023年11月～)



※1：農林水産省「米穀の取引に関する報告」 運賃、包装代、消費税相当額を含む1等米の価格
年産平均価格は、当該年産の出回りから翌年10月まで（2024年産は出回りから2024年12月までの速報値）の通年平均価格
※2：農林水産省「食品価格動向調査（平年比）」



一 改装休業・新店による営業利益への影響

当期の2Q以降は、改装休業影響は、営業利益にプラス寄与する見込み

未改装店舗は残り30店舗であり、当期16店舗、来期14店舗で完了の見込み

2023年10月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	営業利益への影響	
改装休業	0.9ヶ月 (1店)	5.5ヶ月 (5店)	1.7ヶ月 (2店)	3.3ヶ月 (5店)	11.3ヶ月 (13店)	通期	▲49百万円
新店	8店	9店	7店	4店	28店	通期	▲207百万円※

2024年10月期

	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	営業利益への影響	
改装休業	1.9ヶ月 (1店)	8.0ヶ月 (4店)	17.7ヶ月 (13店)	7.1ヶ月 (5店)	34.7ヶ月 (23店)	通期	▲147百万円 前期比▲98百万円
新店	6店	8店	12店	16店	42店	通期	▲345百万円※ 前期比▲137百万円

2025年10月期 (1Qは実績、2Q以降は見込み)

	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	営業利益への影響	
改装休業月数	5.3ヶ月 (3店)	-----	※約6.0ヵ月/Qの見込み	-----	23.1ヶ月 (16店)	通期 (見込み)	▲101百万円 前期比+45百万円
新店	10店	未定	未定	未定	52店	通期 (見込み)	▲427百万円※ 前期比▲82百万円

価格改定の影響

価格改定後も客足は順調。柔軟な価格改定実施への余地がある

価格改定による
大きな客数の減少は見られず
売上・客数ともに順調に推移

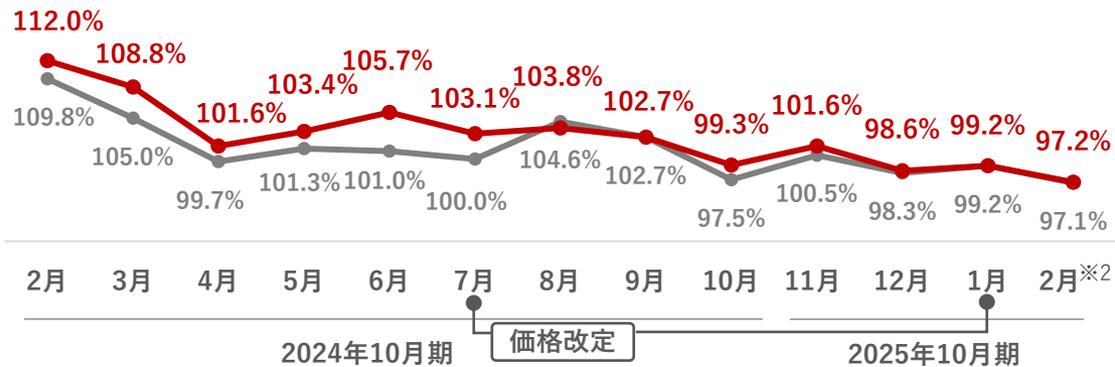
直近の価格改定

2024年7月：約5%

2025年1月：約2%

客数（前年同月比）※1

全営業日
改装店舗除く



※1 既存店舗の2024年2月～2025年2月の状況
※2 2024年2月はうるう年で前後の年の同月より営業日数が一日多い。

前年同期比（2024年10月期1Q比）※

売上（円）



全営業日

106.8%

改装店舗除く

107.3%

客数（名）



99.3%

99.8%

客単価（円）

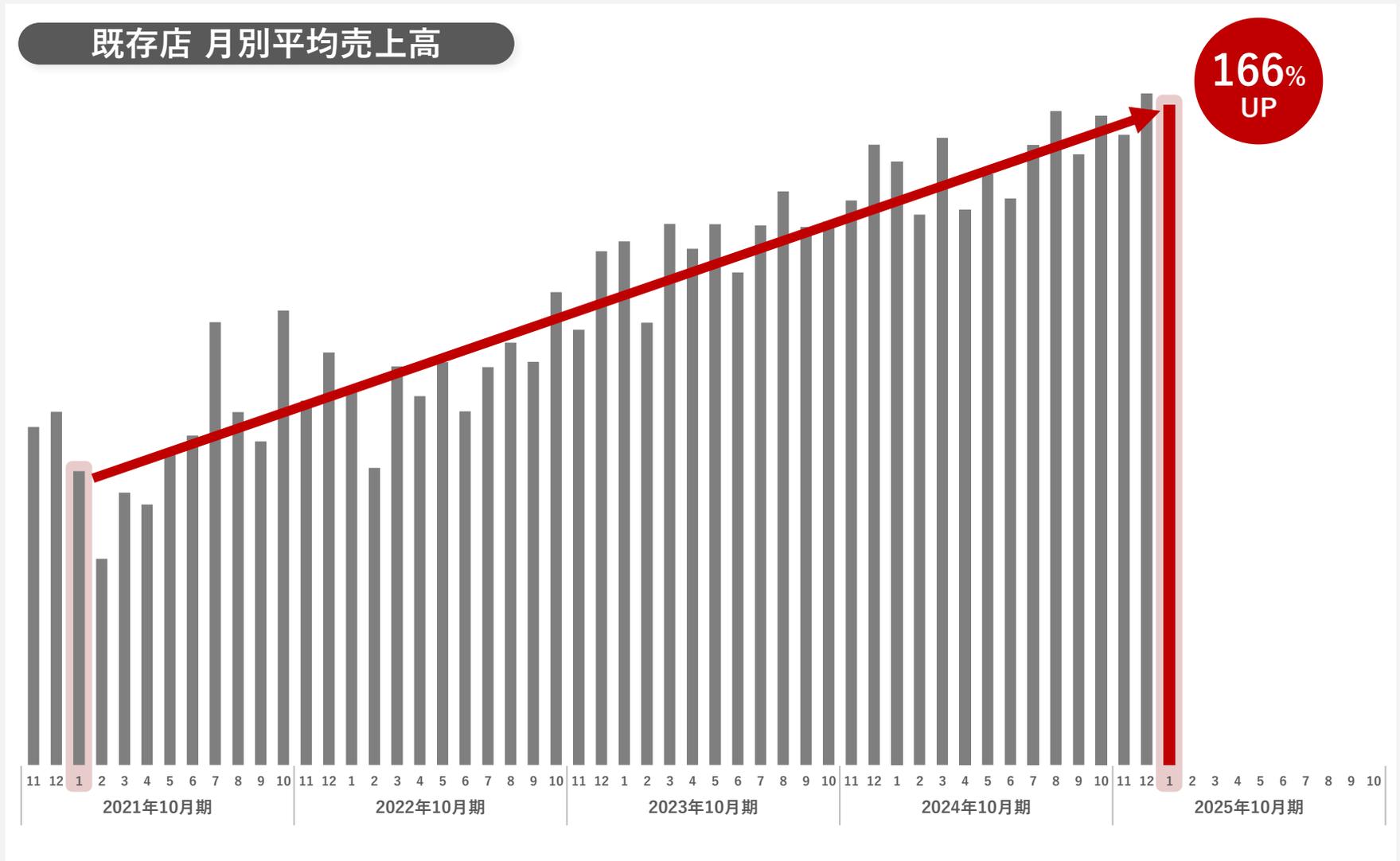


107.5%

107.5%

国内 既存直営店 一店舗当たりの平均売上高推移

店舗QSCAの継続的な向上への取り組みにより、国内直営店舗の平均月商は右肩上がりに拡大



海外展開

外食市場の大きな北米は、直営店を中心に
 アジアは、FC店を中心に

海外店舗数合計

30店舗

直営店 4店舗			FC店 12店舗			PD店 14店舗		
	アメリカ	3店舗		タイ	1店舗		アメリカ	1店舗
	中国	1店舗		ベトナム	4店舗		マレーシア	2店舗
				カンボジア	1店舗		フィリピン	2店舗
				フィリピン	2店舗		台湾	6店舗
				韓国	2店舗		香港	1店舗
				香港	1店舗		タイ	1店舗
				モンゴル	1店舗		ベトナム	1店舗

サステナビリティの取り組み

ESG評価機関の評価項目を参考に、社会課題や事業活動における3つの重要課題（マテリアリティ）を特定。新たに開設したサステナビリティサイトに各種方針等とともに掲載。

サステナビリティ方針

サステナビリティ方針

当社のサステナビリティ方針は、SDGsを軸とし、社会課題の解決と利益の両立を目的とし、環境・社会・経済の3つの分野において、持続可能な成長を実現することを目指しています。

環境方針

1. 環境保全、気候変動に関するコミットメント
気候変動のリスクを認識し、適切な対応を講じます。

2. 資源の効率化
資源の効率的な利用を推進し、廃棄物の削減を促進します。

3. 環境負荷の低減
環境負荷の低減を推進し、環境への負荷を軽減します。

4. 環境マネジメントと報告
環境マネジメントシステムを構築し、環境パフォーマンスを向上させます。

社会方針

1. 従業員
従業員の福利厚生を確保し、働きやすい職場環境を構築します。

2. 顧客
顧客のニーズに応え、高品質な商品・サービスを提供します。

3. 地域社会
地域社会の発展に貢献し、社会課題の解決に尽力します。

ガバナンス

1. 取締役会
取締役会の多様性を確保し、意思決定の質を向上させます。

2. 監査
監査体制を強化し、財務情報の信頼性を確保します。

3. 株主
株主の利益を最大化し、長期的な価値創造を目指します。

サステナビリティ

サステナビリティニュース

CEOメッセージ

サステナビリティ方針

マテリアリティ

ESGへの取り組み

データ集

マテリアリティ

マテリアリティ

当社は、ESG評価機関の評価項目を参考に、社会課題や事業活動における3つの重要課題（マテリアリティ）を特定し、これを戦略的優先事項として取り組んでいます。

マテリアリティ	重要課題	対応方針
環境	気候変動	環境負荷の低減
社会	労働環境	従業員の福利厚生
ガバナンス	取締役会	取締役会の多様性

マテリアリティの特定プロセス

- 課題の特定**
ESG評価機関の評価項目を参考に、社会課題や事業活動における3つの重要課題を特定します。
- 課題の優先**
当社の事業活動や社会課題との関連性を考慮し、優先順位を決定します。
- マテリアリティの特定**
特定された課題をマテリアリティとして定義し、戦略的優先事項として取り組むことを決定します。

マテリアリティへの取り組み

マテリアリティへの取り組みは、ESG評価機関の評価項目を参考に、社会課題や事業活動における3つの重要課題（マテリアリティ）を特定し、これを戦略的優先事項として取り組んでいます。

[サステナビリティサイトはこちら](#)

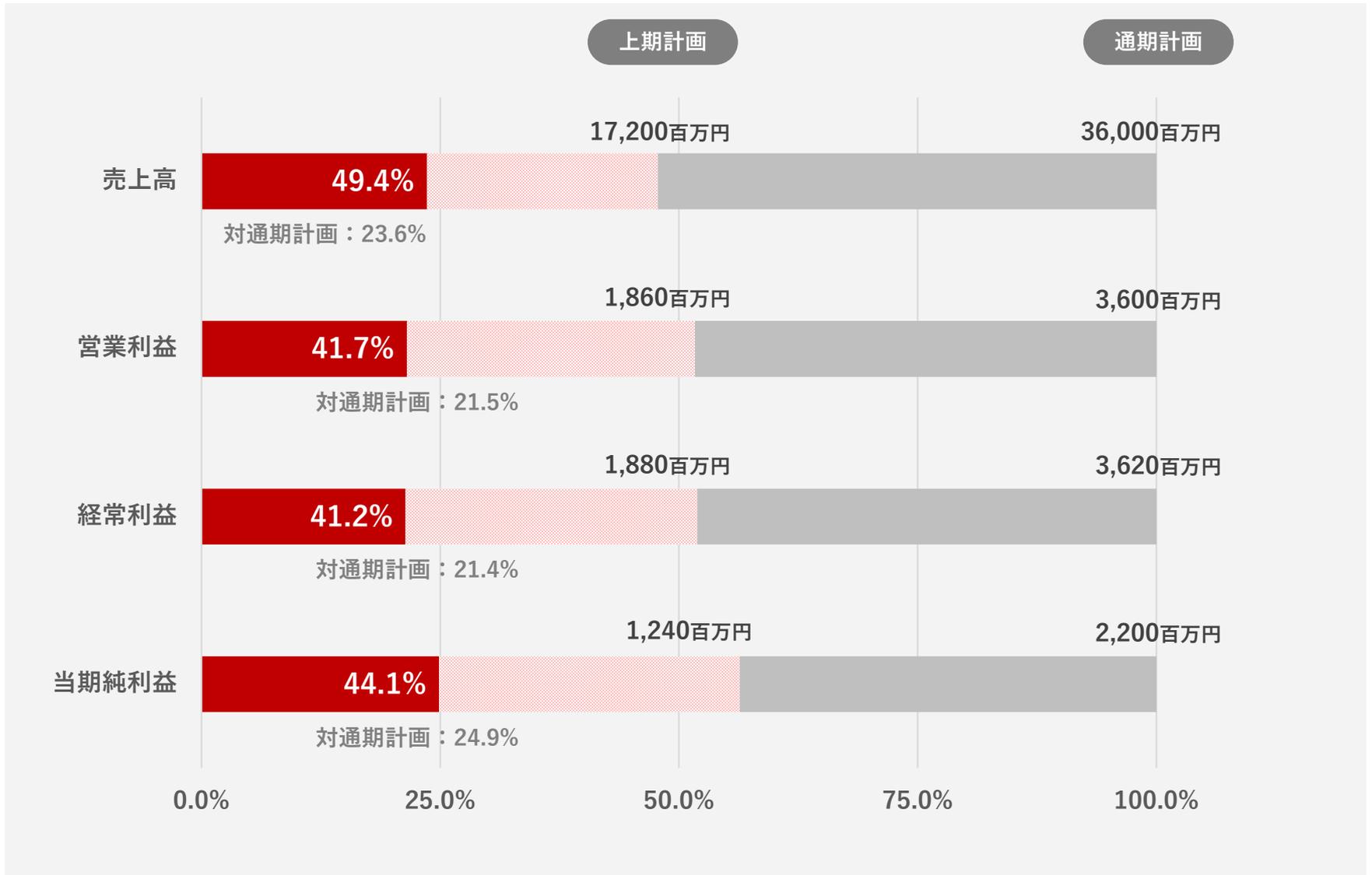
02 2025年10月期 第1四半期 決算概要

一 損益計算書

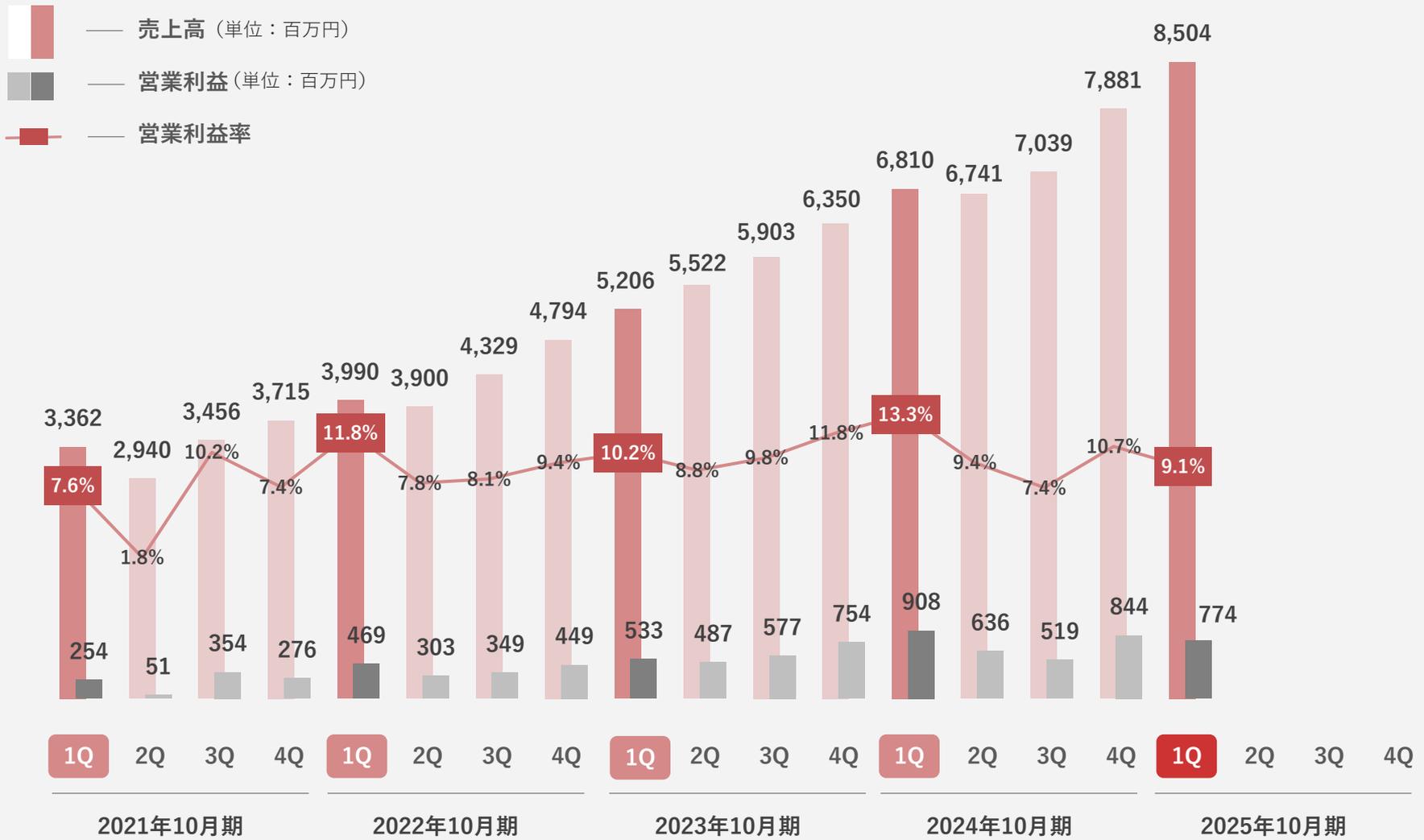


	2024年10月期 1Q		2025年10月期 1Q			計画比				
	(単位：百万円)	金額	売上比率	金額	売上比率	前年同期比	上期計画	進捗率	通期計画	進捗率
売上高		6,810	-	8,504	-	+24.9%	17,200	49.4%	36,000	23.6%
売上原価		2,210	32.5%	2,861	33.6%	+29.4%	-	-	-	-
売上総利益		4,600	67.5%	5,642	66.4%	+22.7%	-	-	-	-
販管費		3,691	54.2%	4,868	57.2%	+31.9%	-	-	-	-
営業利益		908	13.3%	774	9.1%	△14.7%	1,860	41.7%	3,600	21.5%
経常利益		921	13.5%	773	9.1%	△16.1%	1,880	41.2%	3,620	21.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益		620	9.1%	547	6.4%	△11.8%	1,240	44.1%	2,200	24.9%

一 計画に対する業績進捗率（上期進捗率）



売上高及び営業利益 四半期推移



出店状況



出店を継続し、
前期末比+21店舗



2024年10月期末 2025年10月期1Q

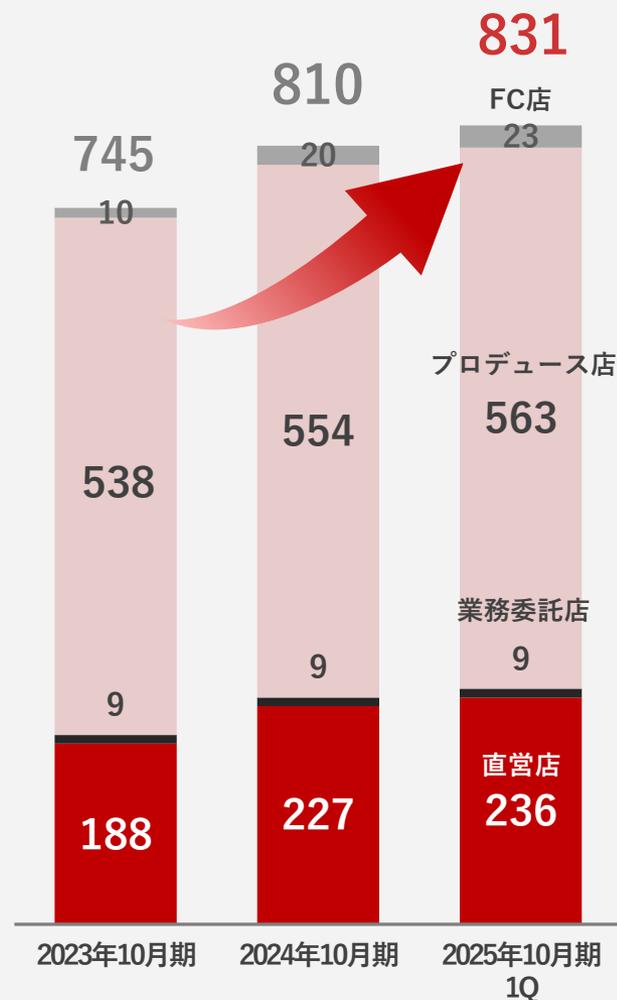
プロデュース店 554店舗 >>> 563店舗

FC店 20店舗 >>> 23店舗

業務委託店 9店舗 >>> 9店舗

直営店 227店舗 >>> 236店舗

全店舗合計 810店舗 >>> 831店舗



03 2025年10月期 業績見通し（変更なし）



— 2025年10月期 通期業績見通し

中期経営計画を上方修正し、大幅な増収・営業増益を計画

	2024年10月期 実績		2025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	28,472	—	36,000	—	+26.4%
営業利益	2,909	10.2%	3,600	10.0%	+23.7%
経常利益	2,972	10.4%	3,620	10.1%	+21.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,875	6.6%	2,200	6.1%	+17.3%

既存店売上

直営店

105.0%

(客数100.7%、客単価104.3%)

プロデュース店

105.0%

出店計画

直営店

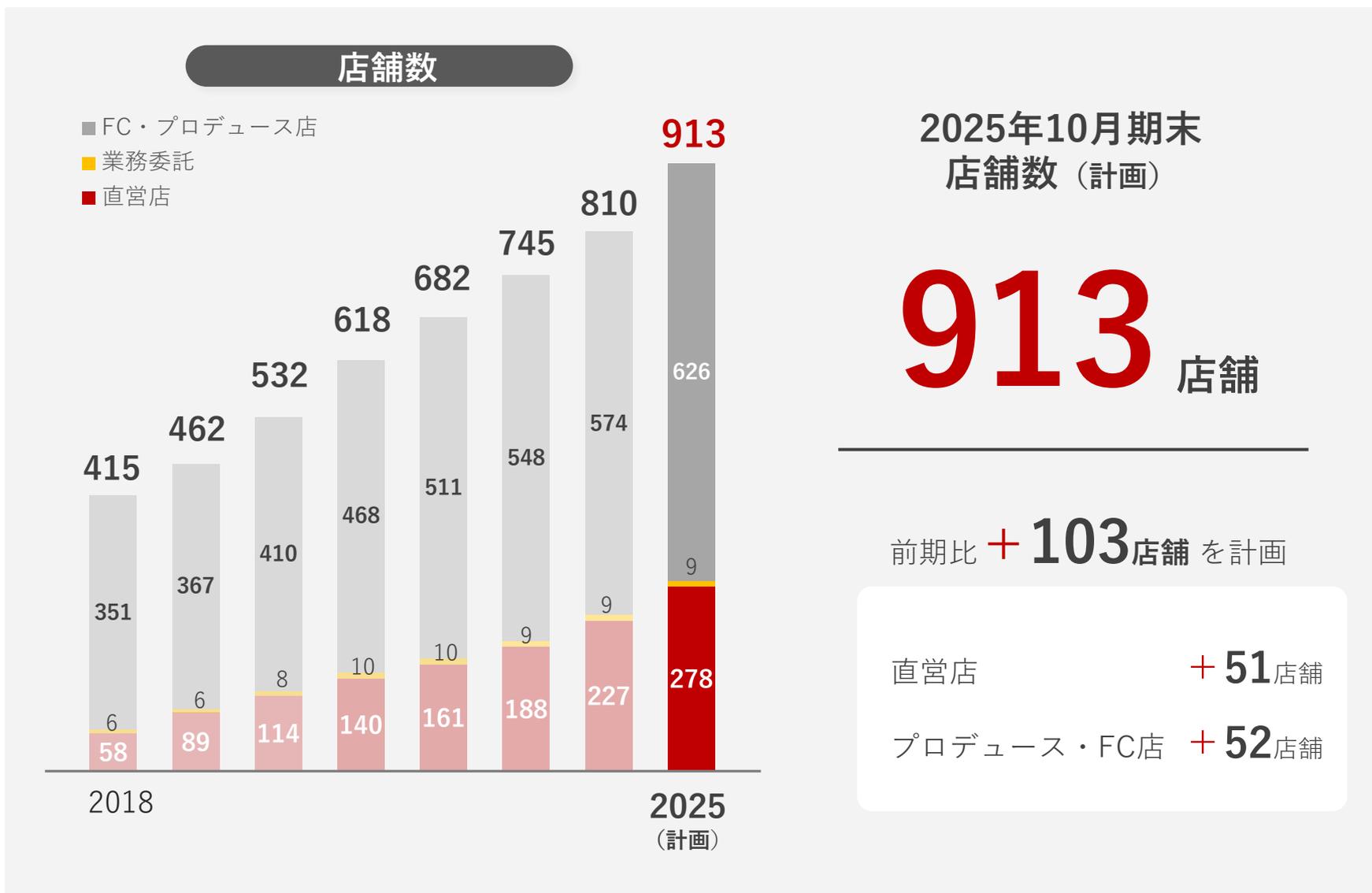
国内 **50** 店 海外 **2** 店

純増+51店

プロデュース・FC店

国内 **40** 店、海外 **12** 店

純増+52店



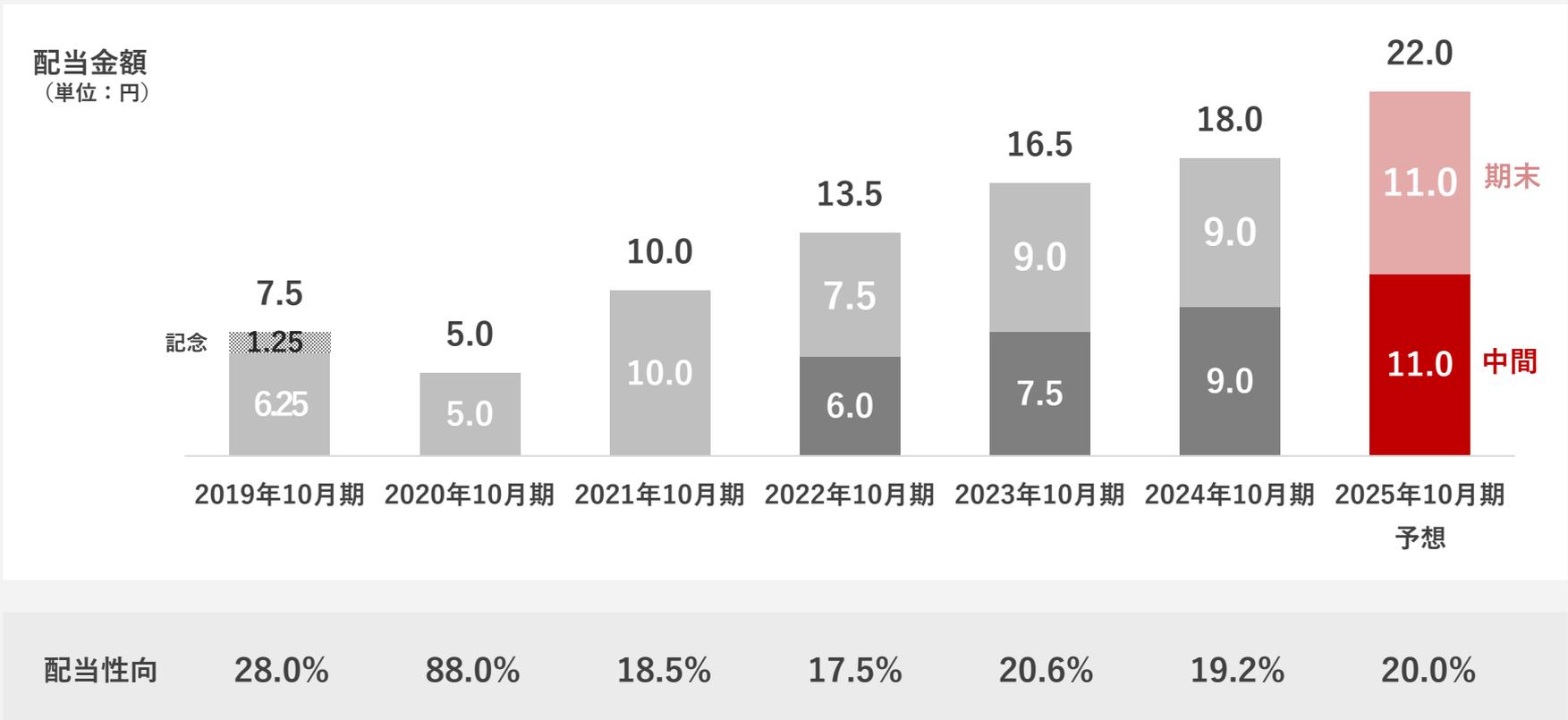


株主還元

業績拡大に伴い連続増配

2025年10月期は中間・期末11.0円ずつ年間配当22.0円を計画

配当性向は20.0%以上を目指す

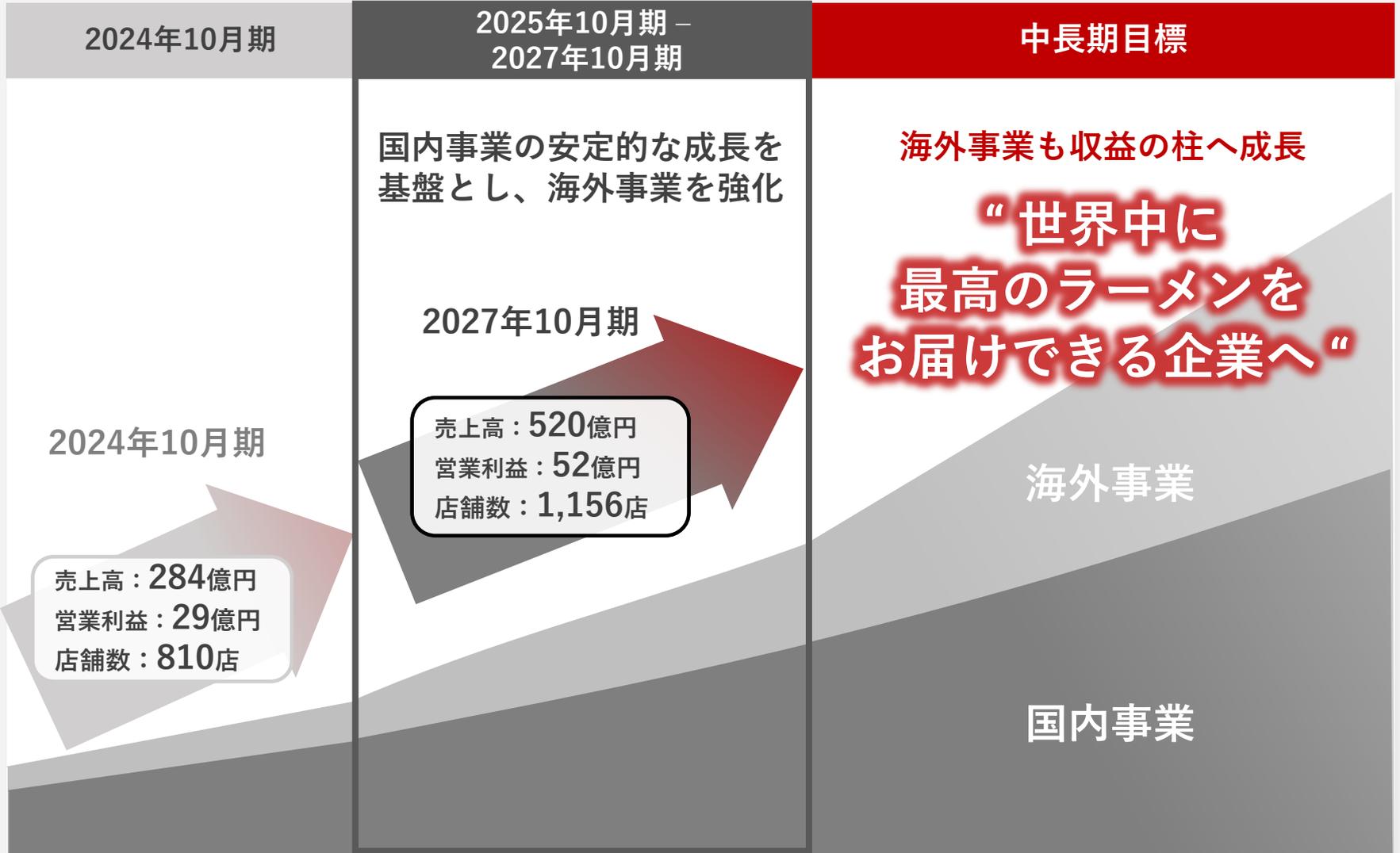


※ 2020年3月19日付、2023年8月1日付でそれぞれ普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を実施したため、当資料の一株当たり配当金額は当該分割を遡及計算した金額。

0 4 中期経営計画（2025年10月期～2027年10月期）

一 中長期目標

国内事業のオーガニックな成長と海外事業の積極展開により、
中長期目標として、“世界中に最高のラーメンをお届けできる企業”を目指す



海外展開

国内事業から得られた収益とノウハウを海外事業へ投下し、着実に海外展開を進める

国内事業

海外事業



国内事業から得られた
収益・ノウハウ

投資



着実に海外展開を進める

- ① 繁盛店のモデル確立を図る
- ② 様々な立地タイプに横展開を図る
- ③ 出店を加速させる

2027年10月期・達成目標

売上高 **520** 億円

営業利益 **52** 億円



事業拡大と運営体制強化



DX推進

— 主要KPI

好調な既存店を背景に、営業利益率目標を10%以上に戻す

	KPI	目標値
成長性	1. 売上高成長率	20%以上
収益性	2. 営業利益率	10.0%以上
投資収益性	3. ROE（当期利益）	20%以上
株主還元	4. 配当性向	20%以上

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

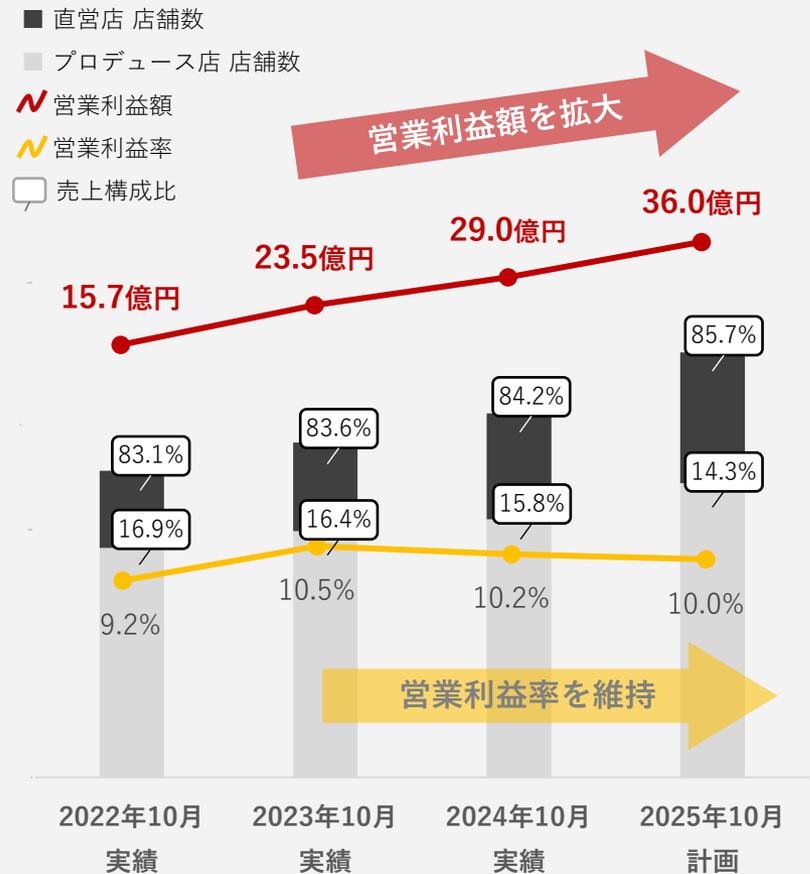
売上、利益額の最大化を目指す

FC・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 中期経営計画 2025年10月期～2027年10月期

ローリング方式により、新たな3年間を作成
2027年に営業利益50億円以上を目指す

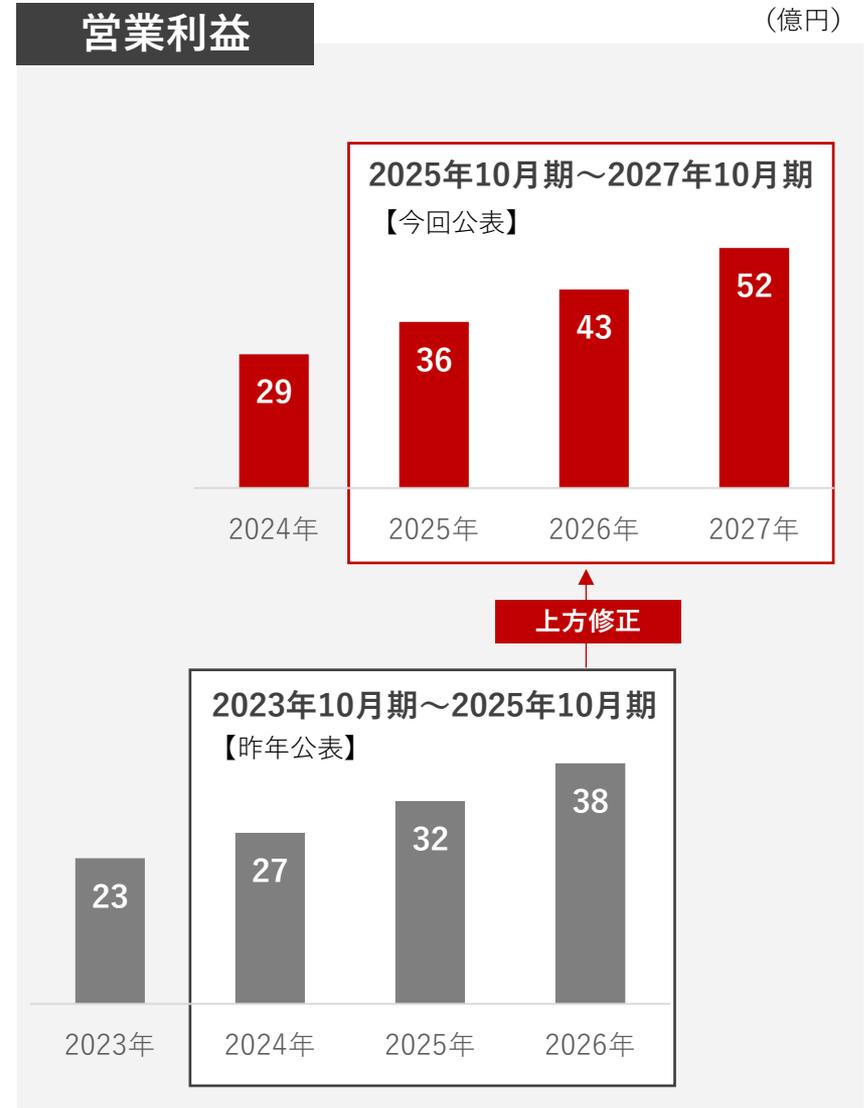
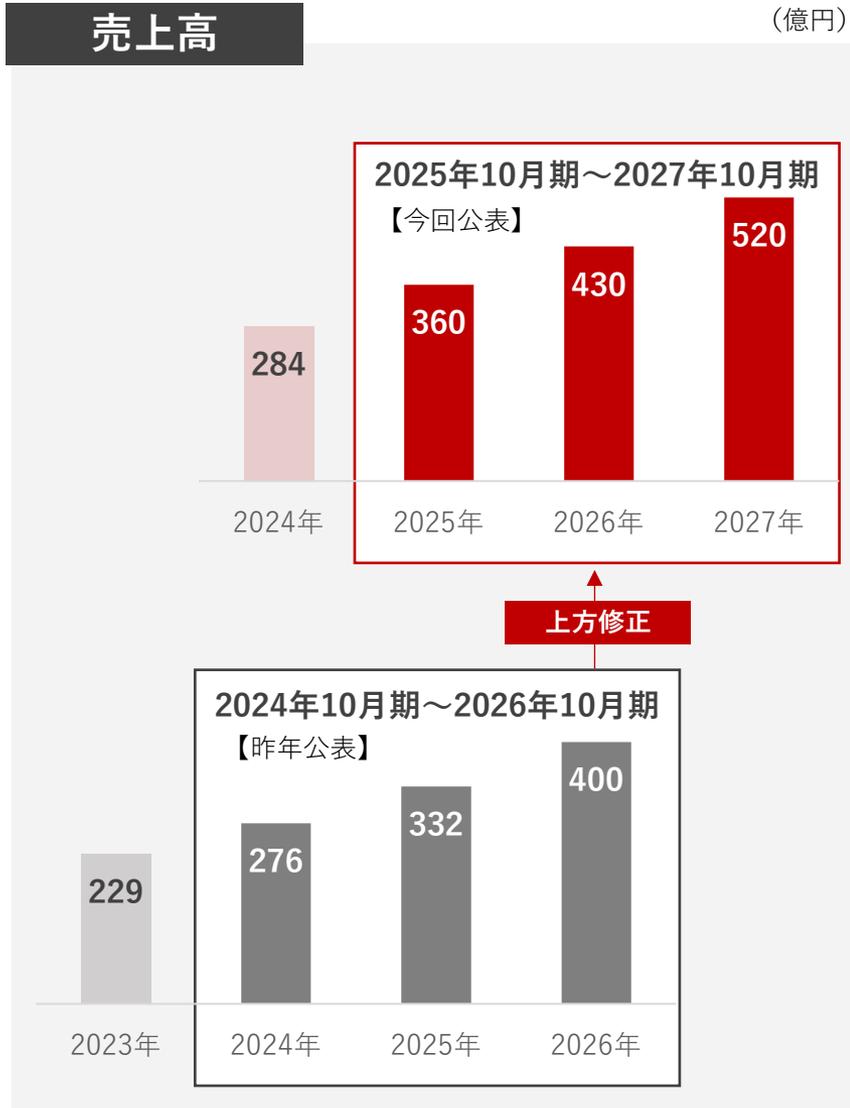
	2023	2024	2025	2026	2027
売上高	229 (億円)	285 (億円)	360 (億円)	430 (億円)	520 (億円)
営業利益	23.5 (億円)	29.0 (億円)	36 (億円)	43 (億円)	52 (億円)

※2026年10月期及び2027年10月期は、既存店売上前期比100%を前提として計画

国内	合計店舗数	726店	783店	873店	973店	1,083店
	直営店	194店	232店	282店	342店	412店
	プロデュース・FC店	532店	551店	591店	631店	671店
海外	合計店舗数	19店	27店	40店	54店	73店
	直営店	3店	4店	5店	5店	5店
	プロデュース・FC店	16店	23店	35店	49店	68店
合計	合計店舗数	745店	810店	913店	1,027店	1,156店
	直営店	197店	236店	287店	347店	417店
	プロデュース・FC店	548店	574店	626店	680店	739店

一 前回発表の中期経営計画との差異

出店計画の達成と好調な既存店を背景に、前回発表から上方修正



一 中期経営計画

重点テーマ	取組みの概要
既存事業の拡大	①1店舗あたりの品質向上 ②店舗オペレーションの改良 NEW
人材確保 PICK UP	③採用力強化 ④離職率低下に向けた施策 ⑤教育システムの改良 ⑥店舗運営体制の再検討
出店力の強化	⑦モデル開発出店の推進 ⑧M&Aと新業態開発
海外展開	⑨海外推進体制の整備 ⑩海外人材の採用、育成 ⑪海外での食材供給体制の構築
製造体制の強化	⑫製造コスト削減 ⑬製造品質の向上 ⑭内製化比率の向上 NEW ⑮安定供給体制（エリア別安定供給体制の構築）
購買、 物流体制の強化 PICK UP	⑯物流コストの最適化 ⑰欠品リスクコントロール ⑱配送頻度、配送品質の向上（365日・翌日納品） ⑲自動発注の仕組構築 NEW ⑳仕入れのスケールアップによる食材品質アップ、コストダウン
DX	㉑お客様の利便性向上 ㉒社内工数削減とセキュア業務環境の整備 ㉓データ連携の強化
サステナビリティ	㉔サステナビリティ経営の推進と開示

PICK UP

人材確保

人材確保に向けた取り組み

■ 採用力強化

✓ 本社移転による効果測定、キャストから正社員登用の強化、外国人採用の強化



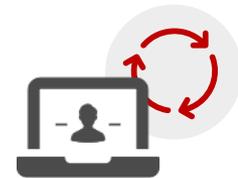
■ 離職率低下に向けての施策

✓ 賃上げ、店内労働環境の整備、残業制度の改善



■ 教育システムの改良

✓ 外国人材向けの教育システムを整備



■ 店舗運営体制の再検討

✓ 1店舗当たり社員数の検討



中期経営計画

PICK UP

購買、物流体制の強化

店舗拡大に伴い配送効率も向上へ

配送頻度、配送品質の向上（365日・翌日納品）



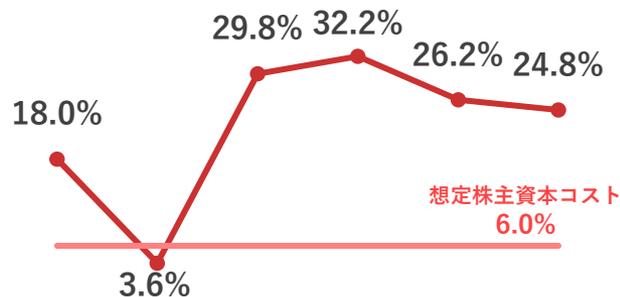
- コストパフォーマンスの向上
- 配送頻度の増加による配送品質向上
- 在庫スペースが限られる店舗におけるオペレーション改善

資本コストを意識した経営の取組み

- 現在の資本コスト6%前後に対して、高ROEを維持し、株主資本コスト抑制を目指す

当社ROE及びPBRの推移

ROE (%)
PBR (倍)



当社PBR及びROEに基づく株主資本コスト

$$\frac{\text{ROE} - \text{期待成長率}}{\text{資本コスト} - \text{期待成長率}} = \text{PBR} \iff \frac{\text{ROE} - \text{期待成長率}}{\text{PBR}} + \text{期待成長率} = \text{資本コスト}$$

ROE	PBR	期待成長率	資本コスト
24.8%	7.1倍	2~3%	5.2%~6.0%

CAPMに基づく株主資本コスト

$$\text{リスクフリーレート} + \text{株式}\beta \times (\text{リスクプレミアム} - \text{期待成長率}) = \text{資本コスト}$$

リスクフリーレート	リスクプレミアム	株式β	期待成長率	資本コスト
0.95%	5%	0.97	2~3%	3.4%~4.3%

各種前提

ROE
期待成長率
リスクフリーレート
株式β

2024年10月期 平均を使用
長期的な経済成長率に当社成長率を加味し2~3%と仮定
日本国10年債利回りの水準を参照
当社株式とTOPIXの変動率の感応度

一 資本コストを意識した経営の取組み

投資家への適切な情報開示と建設的な対話を通して、経営状況に対する適切な理解の形成と、対話内容を経営にフィードバックすることによる企業価値向上の実現と、株主資本コストの低減を目指す

対話状況（年間）

※2024年10月期実績

アナリスト・機関投資家向け個別MTG

298回

うち国内 231回

うち海外 67回

アナリスト・機関投資家向け決算説明会

中間・期末 2回

主な対応者

代表取締役社長
取締役経営企画室長



対話内容の取締役会への
フィードバック

対話内容の反映

外国語対応

- ・ 決算説明資料の日英同時開示
- ・ 英文での開示対象拡大

開示内容の充実

- ・ サステナビリティサイトの新設、記載内容の充実化
- ・ ホームページの再構築
- ・ 新規投資家向け資料の作成

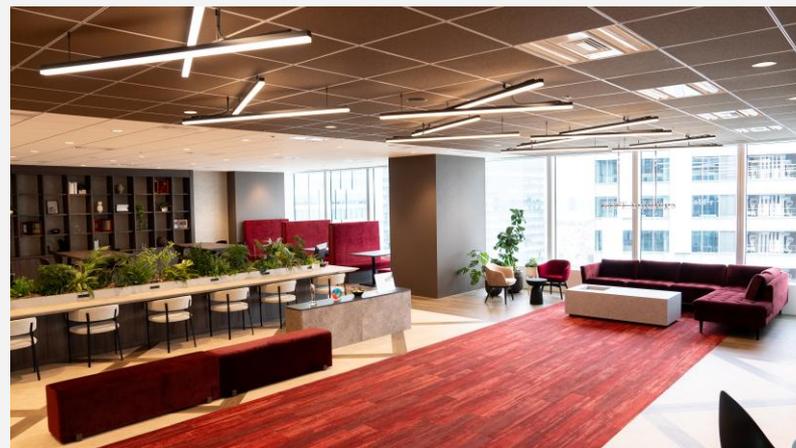
05 Appendix

一 会社概要



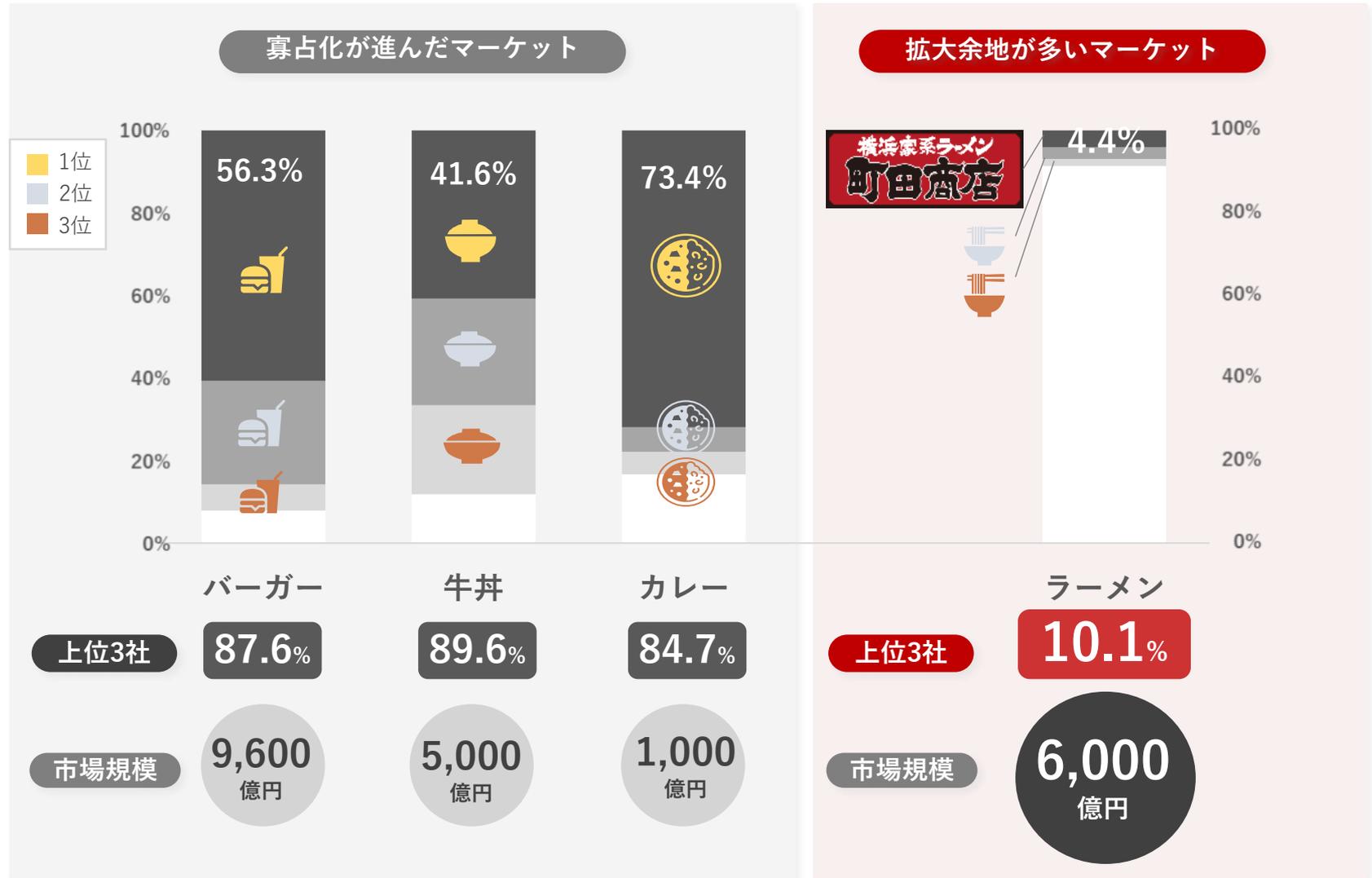
- 社名** 株式会社ギフトホールディングス
- 事業内容** 飲食店の経営
- 本社所在地** 東京都渋谷区桜丘町1-1
渋谷サクラステージSHIBUYAタワー36階
- 自社工場** 製麺工場：平塚、横浜第一、神栖、丹波篠山
チャーシュー工場：綾瀬
スープ工場：横浜第二
- 設立** 2009年12月7日
(創業 2008年1月)
- 代表者** 代表取締役社長 田川 翔
- 決算期** 10月
- 資本金** 824百万円 (2025年1月末現在)
- グループ従業員** 社員641名 パート・アルバイト 5,976名
(2025年1月末現在)
- 関係会社** 連結子会社15社

(主な連結子会社の名称)
株式会社ギフト
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

大手チェーンへの集約が顕著にみられるバーガー、牛丼、カレーなどと異なり、ラーメン市場は個人店のシェアが高く、チェーン店のシェア拡大の余地が多いマーケットといえる。



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

245店舗 ※業務委託店含む

様々なジャンルの
直営店舗の運営

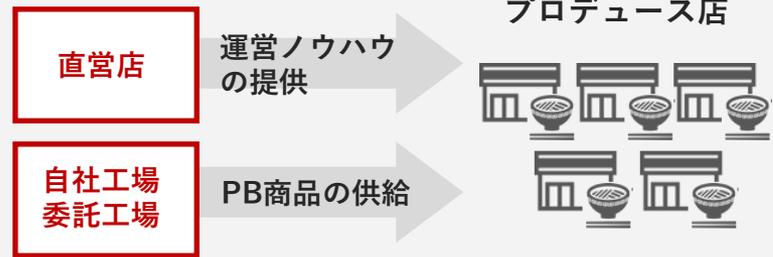


E.A.K. RAMEN

プロデュース店

586店舗 ※FC店含む

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)

ブランド一覧 (1/2)



町田商店 家系

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 ガッツリ系

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 油そば

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！



がっとうん 九州豚骨

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 醤油豚骨

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”。

ブランド一覧 (2/2)



長岡食堂

中華そば

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

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”。



E. A. K. RAMEN

海外



E.A.K. RAMEN

家系

“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。

町田 家系 MACHIDA SHOTEN JAPANESE RAMEN

海外



Machida Shoten

家系

味、空間、サービスなど、国内直営店と変わらないクオリティで「家系」ラーメンを海外でご提供！

どの立地でも繁盛店



	駅近		ロードサイド
	繁華街・ビジネス街	住宅街	
			
C社		—	—
H社		—	—
M社	—	—	
K社	—	—	

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

繁華街

池袋商店



住宅街

綱島商店



ビジネス街

四谷商店



渋谷店



経堂店



水道橋店



ロードサイドエリア

ロードサイド

清水インター店



仲町台店



京都東インター店



姫路店



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

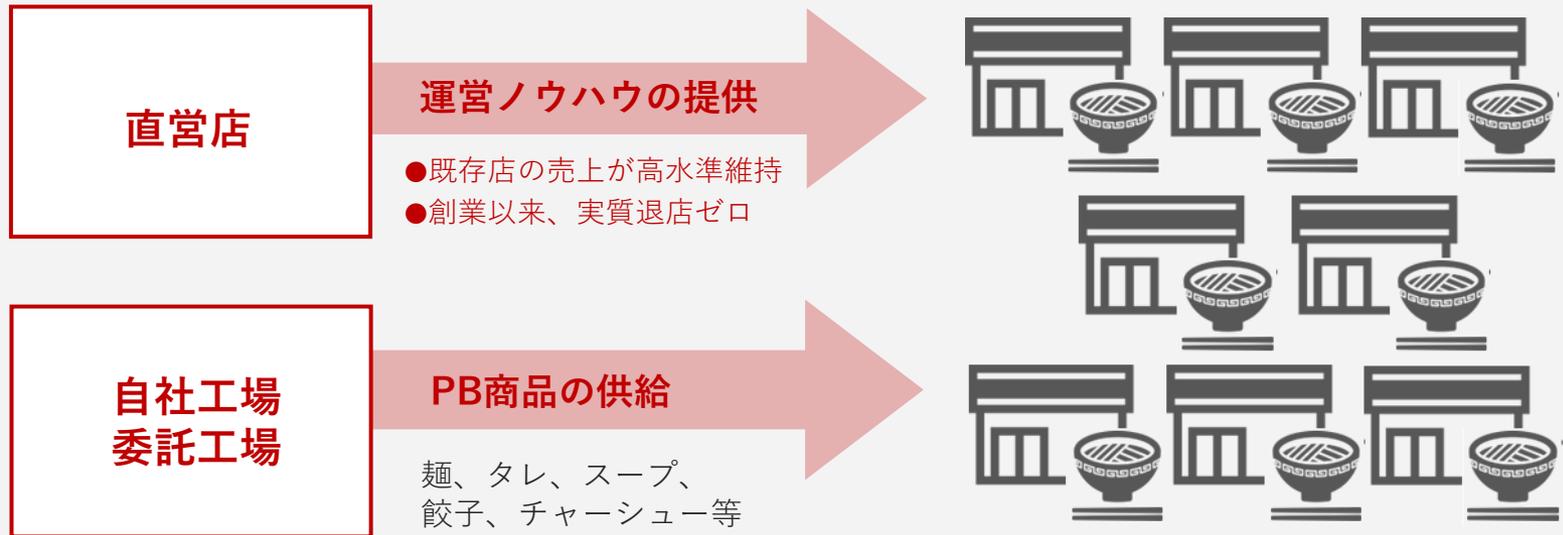
- 駐車場（20台～30台）
- 競合状況、商圈人口、交通量等の分析結果をもとに出店
- 家族が楽しめる店舗づくり
- ファミリー向けメニューの充実化
- 来客単価増加基調を維持
- ロードサイド店は駅近店を上回る繁盛店



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。

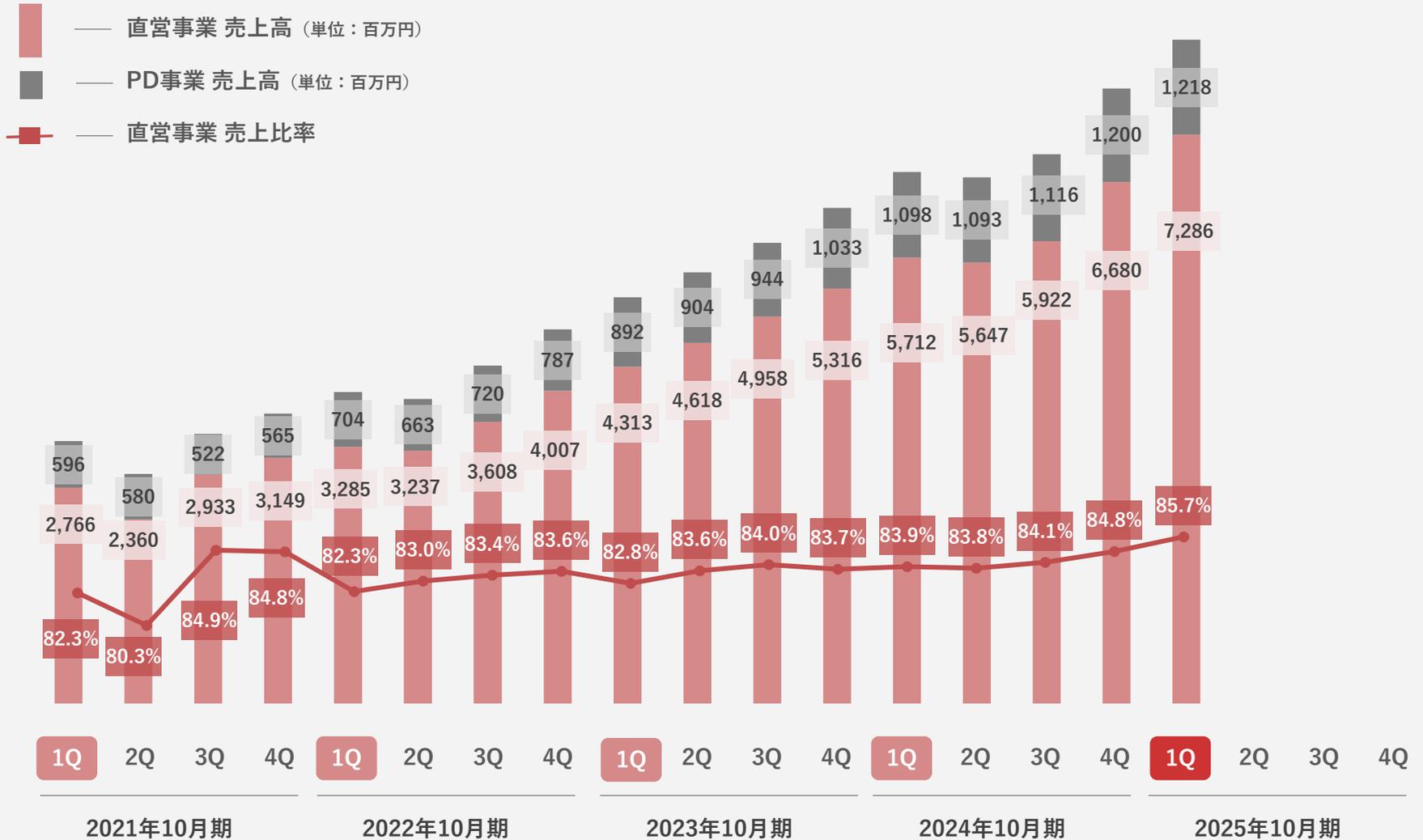
一 プロデュース店とフランチャイズ店の違い

	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

— 直営事業、PD事業の売上高四半期推移

直営事業の売上比率が上昇



— その他 四半期推移



		2023年10月期				2024年10月期				2025年10月期				
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
店舗数 (店)	全体	709	730	741	745	755	773	797	810	831				
	国内直営	165	174	181	185	190	197	209	223	232				
	海外直営	3	3	3	3	3	3	3	4	4				
	業務委託	9	9	9	9	9	9	9	9	9				
	プロデュース・FC	532	544	548	548	553	564	576	574	586				
売上原価率 (%)	31.8	32.4	32.6	32.1	32.5	32.0	32.5	31.6	33.6					
販管費率 (%)	57.9	58.8	57.6	56.0	54.2	58.6	60.2	57.6	57.2					
内 人件費率 (%)	25.8	26.6	27.6	25.8	25.8	27.1	27.6	26.7	26.7					

一 店舗の状況（増減内訳）

		24年10月期 店舗数	25年10月期1Q 店舗数	増減
(単位：店)				
直営店事業	北海道	0	0	-
	東北	22	24	+2
	関東甲信	147	153	+6
	北陸	0	0	-
	東海	36	37	+1
	近畿	17	17	-
	中国・四国	1	1	-
	九州・沖縄	0	0	-
	海外	4	4	-
	小計	227	236	+9
業務委託店	9	9	-	
合計	236	245	+9	
プロデュース事業	北海道	18	18	-
	東北	18	18	-
	関東甲信	325	328	+3
	北陸	14	14	-
	東海	59	62	+3
	近畿	48	50	+2
	中国・四国	31	31	-
	九州・沖縄	27	28	+1
	海外	14	14	-
	小計	554	563	+9
国内FC店	11	11	-	
海外FC店	9	12	+3	
合計	574	586	+12	
店舗数総合計		810	831	+21

売上高

7,286
百万円

売上高

1,218
百万円

一 店舗の状況（直営店+FC店 ブランド別増減内訳）

町田商店、元祖油堂が拡大。

ブランド					
店舗数	158	40	23	5	4
前期末比増減	+5	+1	+3	△1	-

ブランド	 中華そば 長岡食堂		 海外 E. A. K. RAMEN	 海外 MACHIDA SHOTEN JAPANESE RAMEN	その他
店舗数	2	1	3	12	11
前期末比増減	-	-	-	+2	+2

— B/Sサマリー —



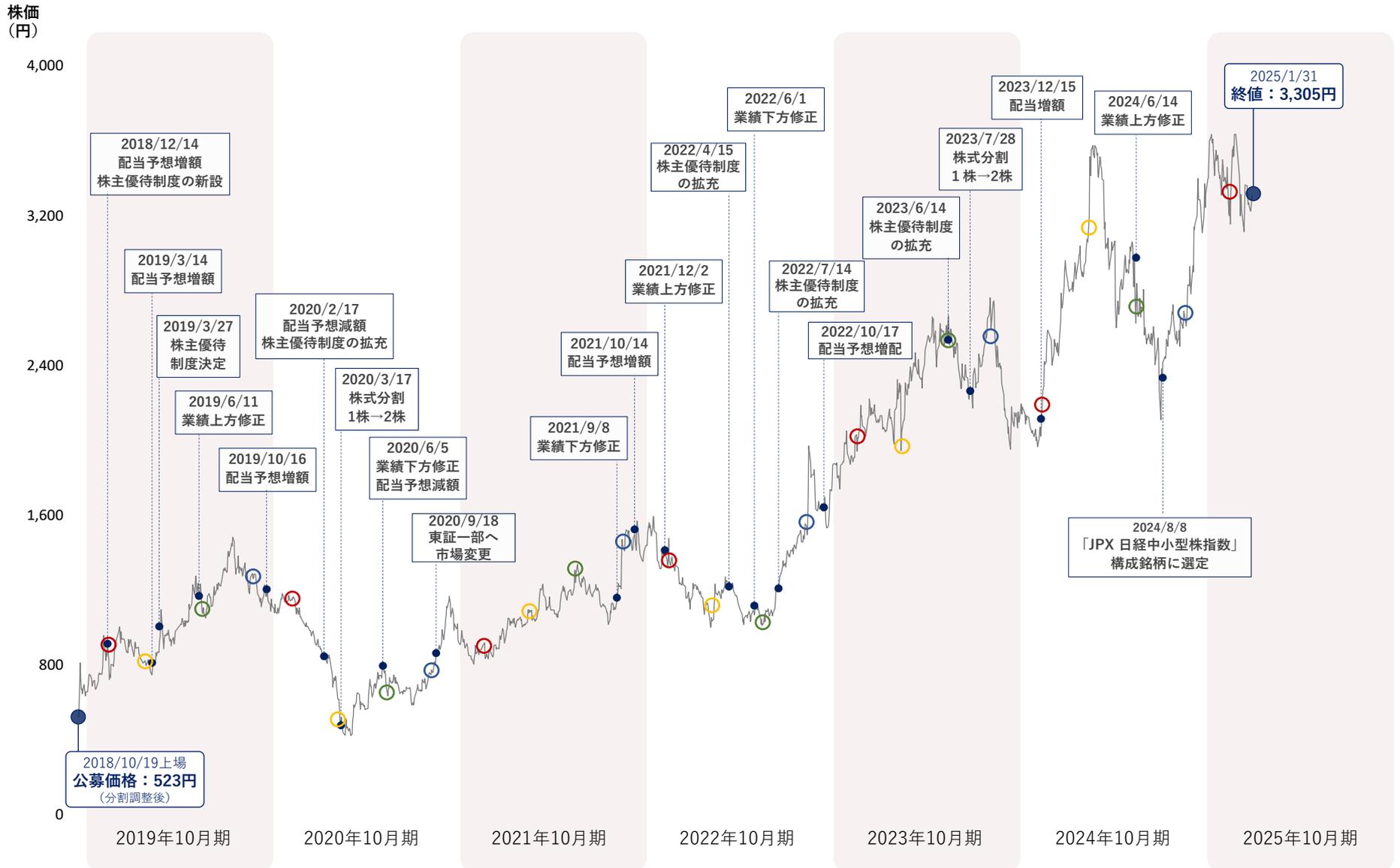
(単位：百万円)	2024年 10月期	2025年 10月期1Q	増減額	(単位：百万円)	2024年 10月期	2025年 10月期1Q	増減額
流動資産	4,368	4,511	+142	流動負債	5,356	5,865	+508
現金・預金	2,442	2,447	+4	買掛金	931	885	△45
売掛金	714	761	+47	短期借入金	14	1,128	+1,113
その他	1,211	1,301	+90	一年内長期借入金	1,198	1,294	+95
				その他	3,212	2,556	△655
固定資産	12,731	13,933	+1,202	固定負債	3,365	3,693	+328
有形固定資産	9,450	10,455	+1,004	長期借入金	2,786	3,027	+240
無形固定資産	236	222	△13	その他	578	666	+87
投資その他資産	3,044	3,255	+211	負債合計	8,722	9,559	+836
				純資産合計	8,377	8,885	+507
				資本金	824	824	+0
				資本剰余金	1,052	1,052	+0
				利益剰余金	6,278	6,645	+367
				自己株式	△1	△1	-
				その他包括利益累計	217	357	+140
				非支配株主持分	5	5	+0
資産合計	17,099	18,444	+1,344	負債純資産合計	17,099	18,444	+1,344



株価推移 (上場～2025/1/31)

株価は上場時から6倍強の水準まで上昇

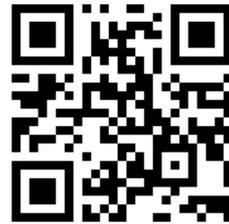
決算発表：○1Q ○2Q ○3Q ○4Q



IRサイト、QA Station、IRニュース配信サービスのご案内

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/>

QA Station

QA Stationページでは、当社への理解を深めていただくためのQ&Aを随時お届けします。



<https://www.qastation.jp/e419d09fa09c42148b827f596378610a?v=8c8bbb6b9f9a45dfaa7b1413d89e86d9>

IRニュース配信サービス

IRニュース配信サービスでは、ご登録いただいた方に、メールでIR情報を配信いたします。



<https://www.magicalir.net/9279/mail/index.php>

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。