



G I F T

株式会社ギフトHD 証券コード9279

2025年10月期 第2四半期（中間期）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2四半期（中間期） 業績ハイライト
- 0 2** 2025年10月期 第2四半期（中間期） 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2四半期（中間期）業績ハイライト

売上高

17,195 百万円

前年同期比：+26.9%

営業利益

1,547 百万円

前年同期比：+0.1%

経常利益

1,543 百万円

前年同期比：△3.2%

業績概要

1Qで発生した想定外のコストのうち、原材料の高騰（キャベツ・米）に対しては3月に価格改定を実施し、人件費の上昇に対しては4月から対策を実施済み。結果として上期は、**増収・営業増益**とすることができた。

順調な出店

直営店の年間出店目標の**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**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**に向けた取り組みを実施。

成長性・収益性

売上高成長率

26.9%

(年間目標：20.0%)

営業利益率

9.0%

(年間目標：10.0%)

売上高昨年対比

国内直営 全店

130.3%

国内直営 既存店

全営業日

107.8%

(年間目標：105.0%)

改装店除く

107.5%

出店数

直営店 店舗

21店舗

(年間目標：52店舗)

プロデュース店・FC店舗

21店舗

(年間目標：純増52店舗)

人時生産性

人時売上高

連結

6,671円

(前年同期：6,600円)

直営店

6,694円

(前年同期：6,403円)

人件費率

連結

26.8%

(前年同期：26.5%)

直営店

23.5%

(前年同期：24.2%)

人材確保・定着

社員採用

中途入社 55名

新卒 59名

社員数

705名

退職率

12.5%

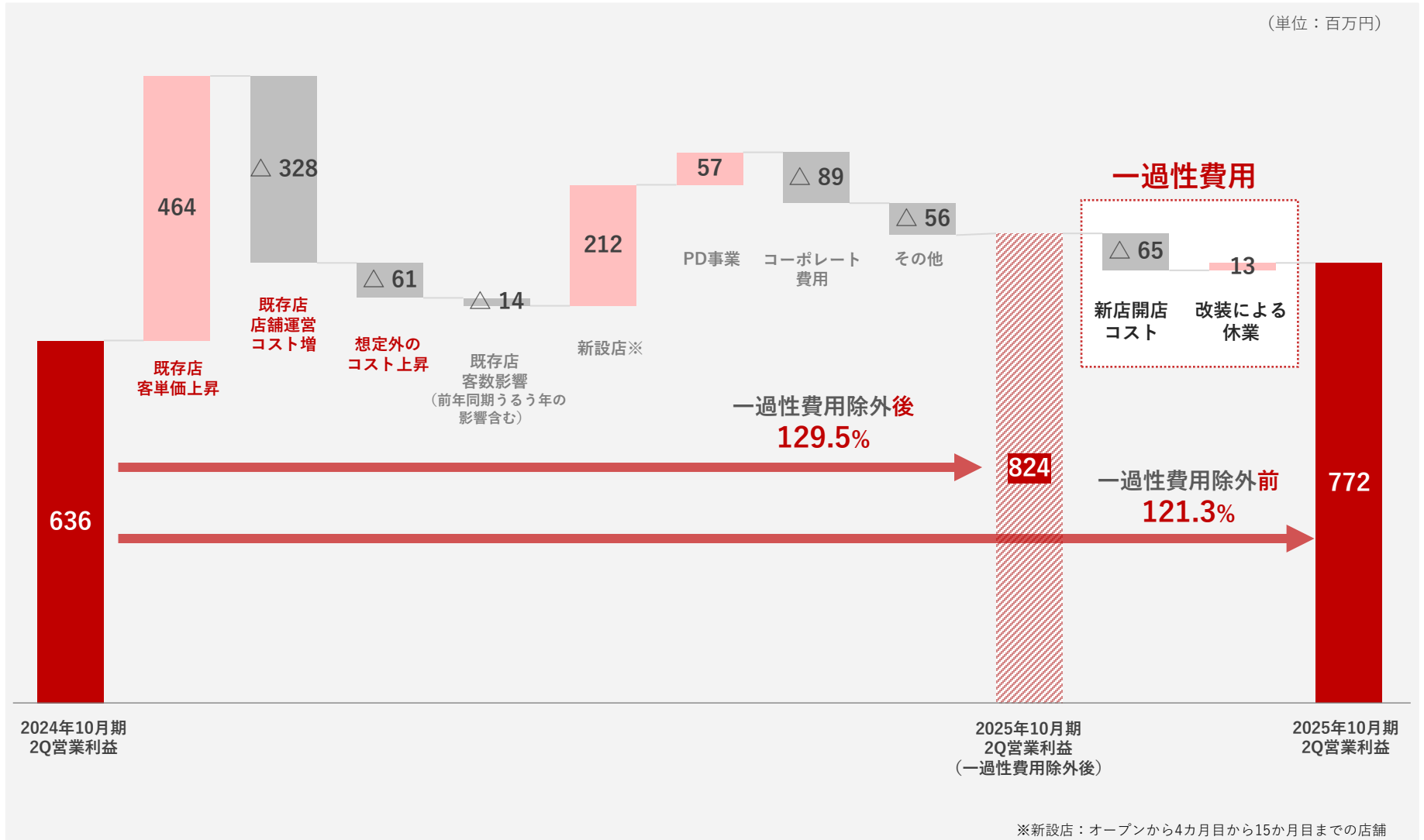
(前年同期：17.1%)

26.6%
業界平均※

一 営業利益増減分析（2Q/3か月/前年同期比）

既存店における値上げ効果や新設店の寄与による増益効果により、コスト増をカバー
一過性費用を計上しても前年同期比で121.3%の増益

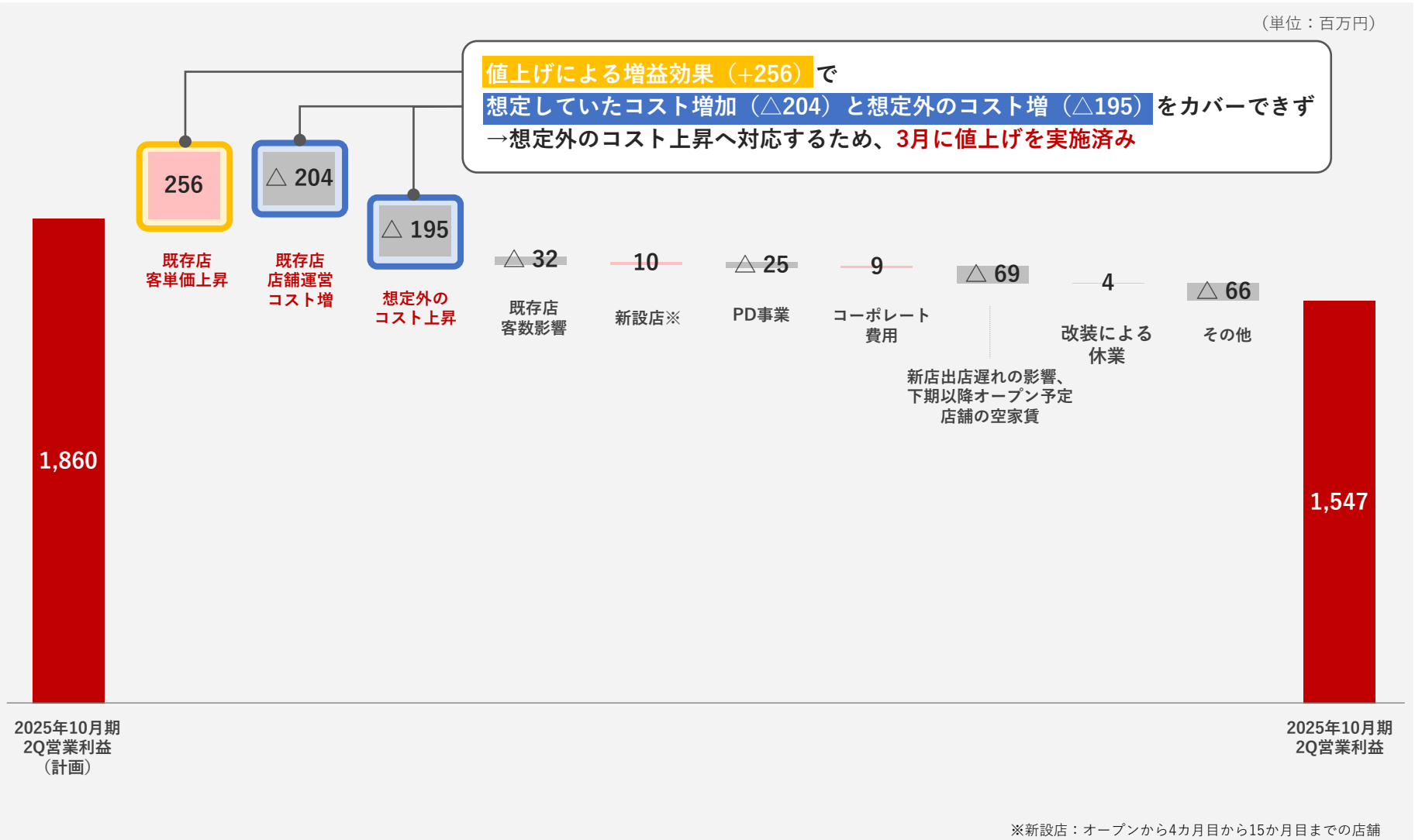
（単位：百万円）



一 営業利益増減分析（2Q/ 6 か月累計/計画比）

値上げによる増益効果を超える食材原価や人件費の上昇により、計画を下回る

（単位：百万円）



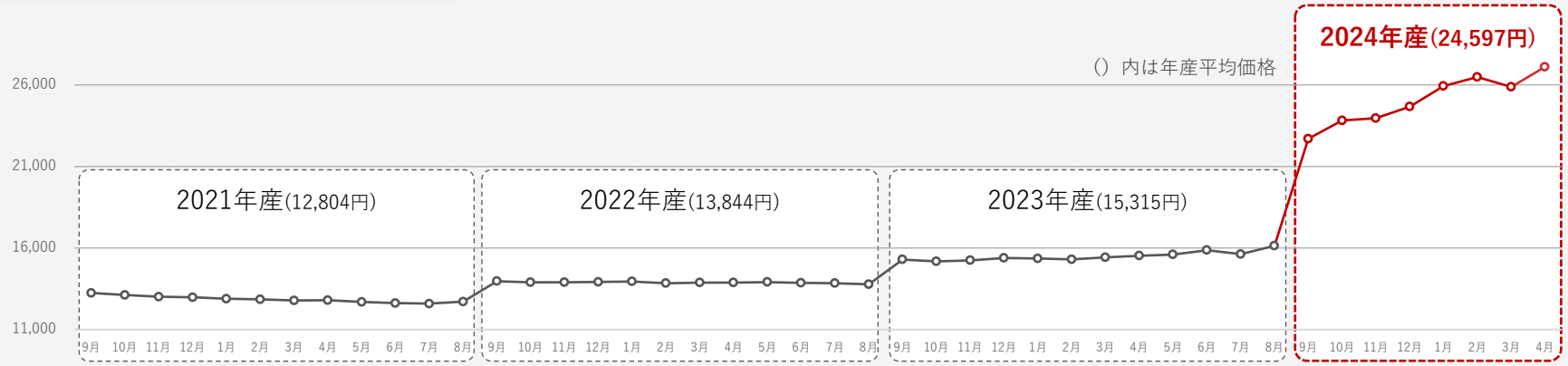
想定外のコスト上昇（原材料）

コメは依然として高値で推移、キャベツは一時の高騰が落ち着いた

想定外のコスト上昇に対して、3月に緊急で値上げを実施

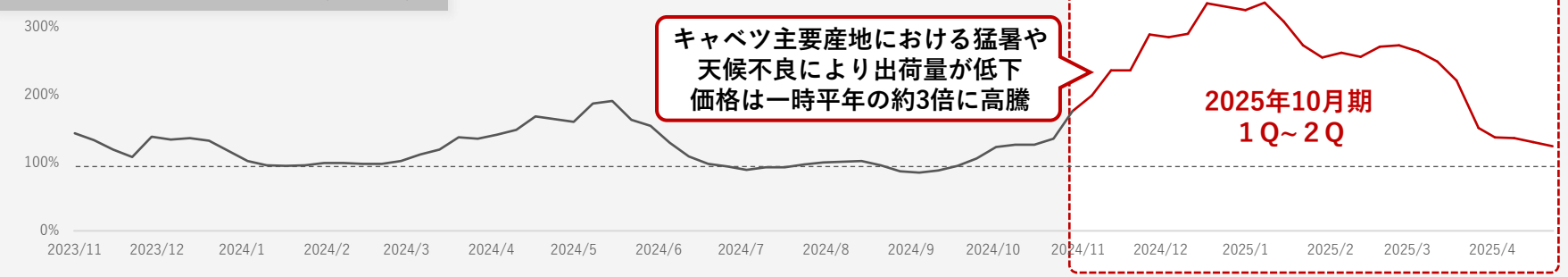
コメの相対取引価格推移※1（単位：円）

※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2025年4月までの速報値）の通年平均価格



キャベツ価格推移平年比※2（単位：％）

※2：農林水産省「食品価格動向調査（平年比）」



原材料高騰に対応するため
適宜価格改定を実施

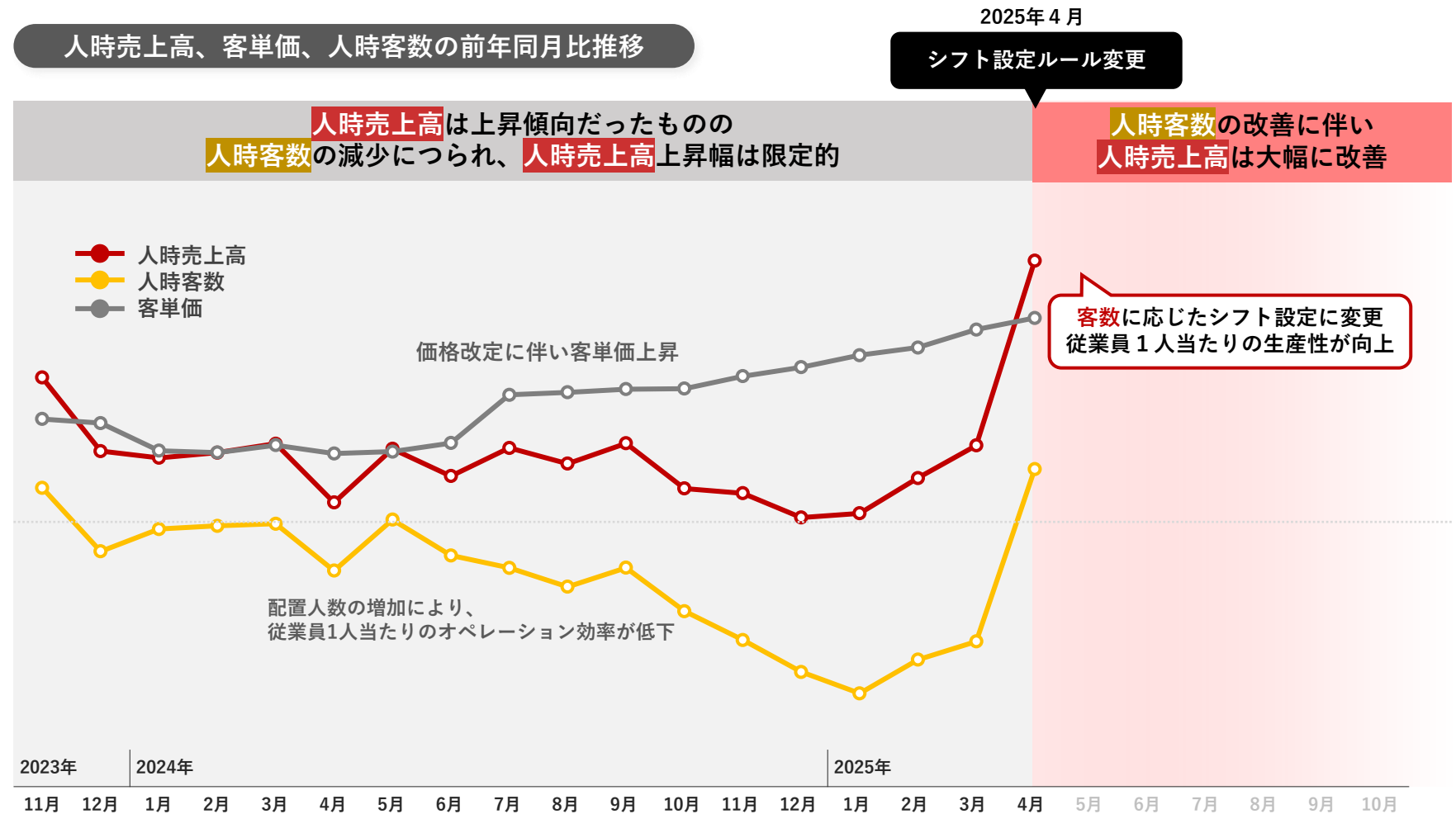
2024年7月
約 5 %

2025年1月
約 2 %

2025年3月
約 1 %

想定外のコスト上昇（人件費）

- これまで店舗におけるシフトを売上ベースで設定していたが、価格改定による客単価上昇で客数は不変でも、必要以上のキャスト配置を行っていた
- 客数に応じたシフト設定に変更し、4月以降キャスト配置の適正化を実施



— 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、前年同期比で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

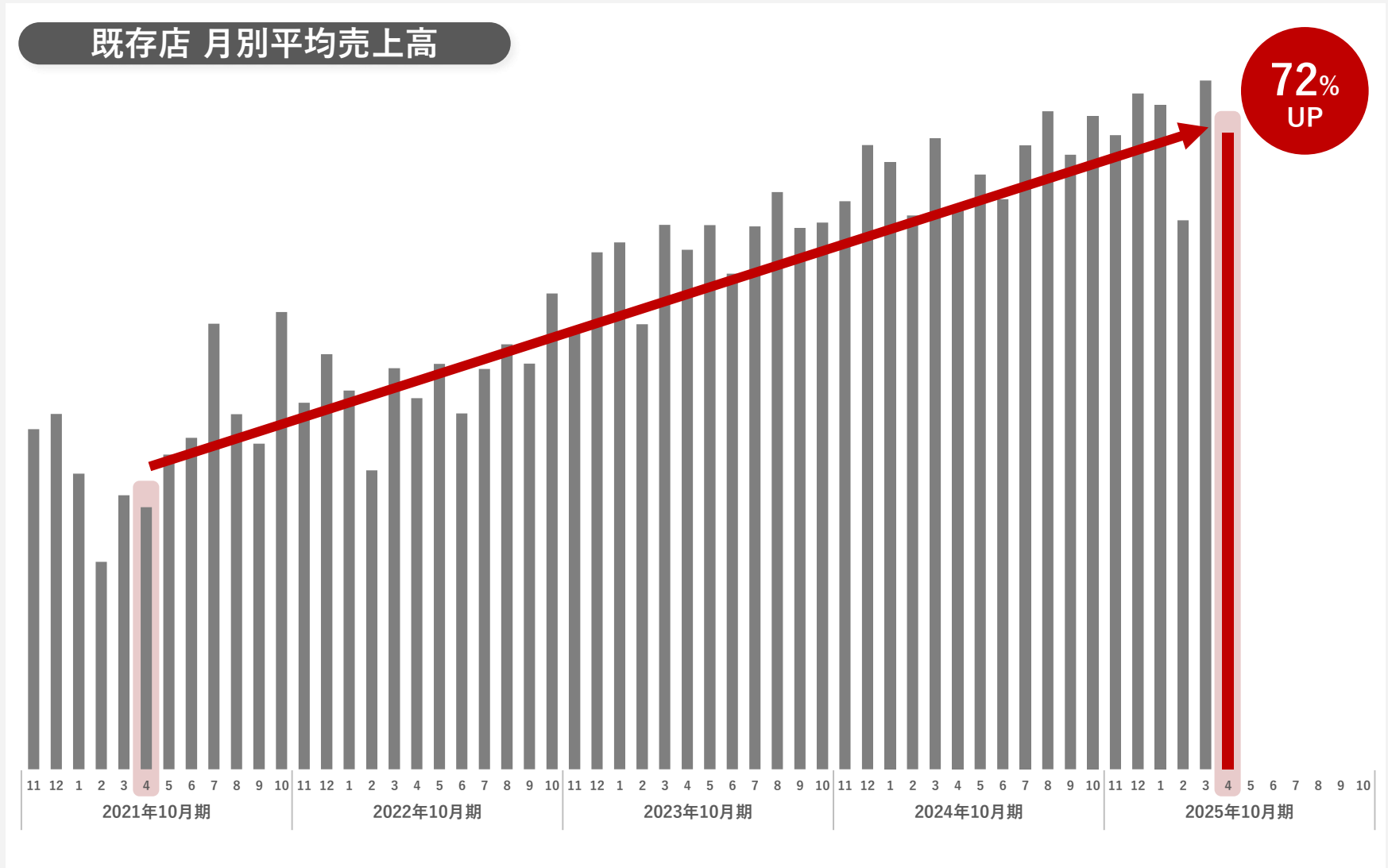
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	営業利益への影響	
改装休業	1.9ヶ月 (1店)	8.0ヶ月 (4店)	17.7ヶ月 (13店)	7.1ヶ月 (5店)	34.7ヶ月 (23店)	通期	▲147百万円 前期比▲98百万円
新店	6店	8店	12店	16店	42店	通期	▲345百万円※ 前期比▲137百万円

2025年10月期 (1Q,2Qは実績、3Q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	5.6ヶ月 (3店)	5.1ヶ月 (5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	11店	未定	未定	52店	通期 (見込み)	▲427百万円※ 前期比▲82百万円

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



外食市場の大きな北米は、直営店を中心に开店。アジアは、FC店を中心に开店

海外店舗数合計

29店舗

(前期末比+2)

直営店			FC店			PD店		
4店舗 (-)			12店舗 (+3)			13店舗 (△1)		
	2025年 10月期 2Q	前期末比		2025年 10月期 2Q	前期末比		2025年 10月期 2Q	前期末比
 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	+1	 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	5店舗	△1
			 韓国	2店舗	+1	 香港	1店舗	-
			 香港	1店舗	-	 タイ	1店舗	-
			 モンゴル	1店舗	+1	 ベトナム	1店舗	-

人材採用の進捗

- ・ 人材確保（採用、離職防止）を積極的に進めており、出店は順調に進捗している

キャストからの正社員登用

（2025年10月期 上半期実績）

新卒
（2025年4月入社） 8名

中途 6名

合計 14名



POINT

- 即戦力確保
- 雇用のミスマッチ防止
- 長期就業、長期活躍

海外での現地採用

（2026年6月入社予定）

海外

16名



POINT

国内だけではまかないきれない雇用数を、グローバル人材獲得によって充足

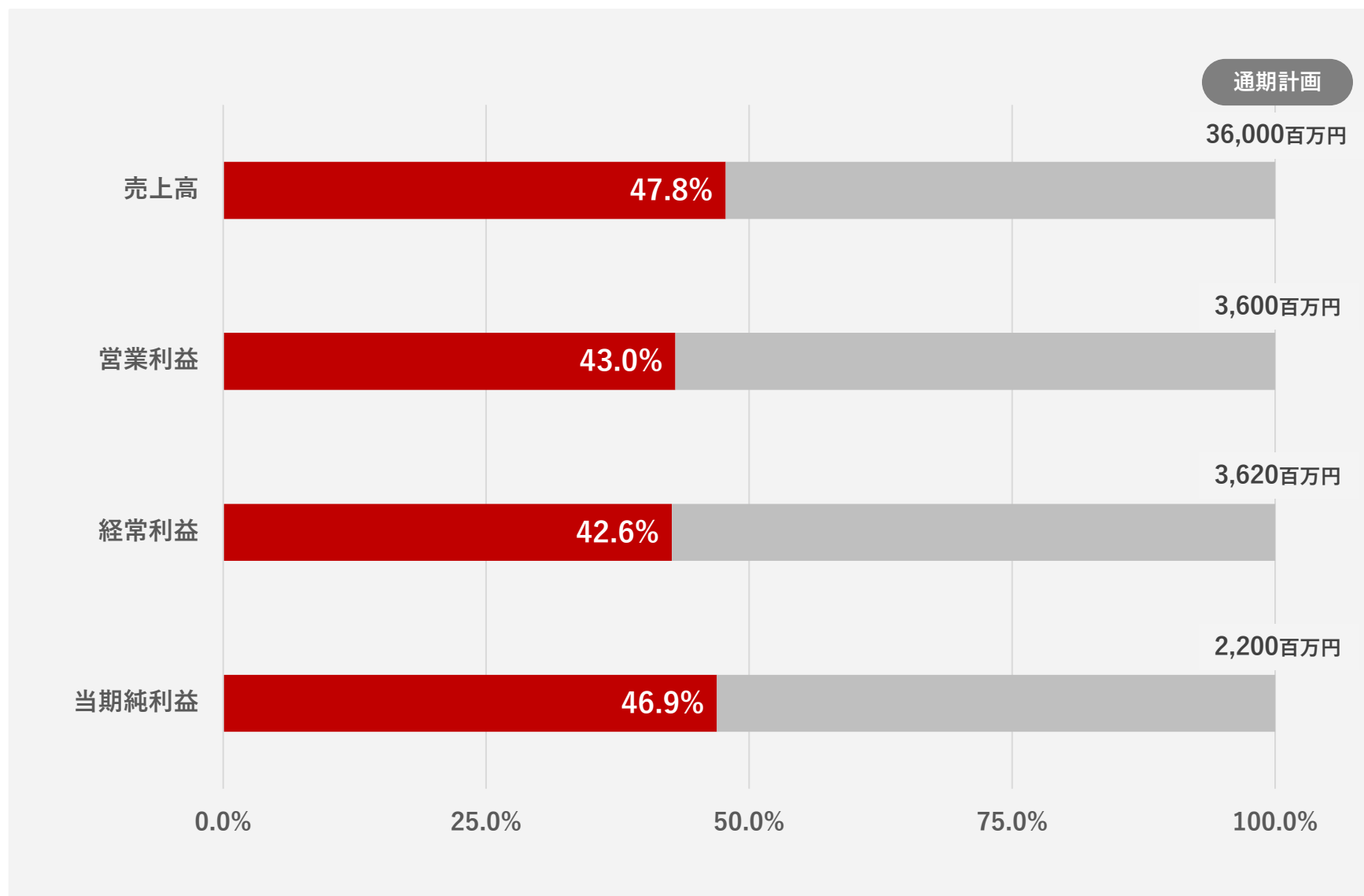
02 2025年10月期 第2四半期（中間期） 決算概要

— 損益計算書



2024年10月期 2Q			2025年10月期 2Q			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	達成率	通期計画	進捗率
売上高	13,552	-	17,195	-	+26.9%	17,200	100.0%	36,000	47.8%
売上原価	4,367	32.2%	5,768	33.6%	+32.1%	-	-	-	-
売上総利益	9,185	67.8%	11,426	66.4%	+24.4%	-	-	-	-
販管費	7,639	56.4%	9,878	57.5%	+29.3%	-	-	-	-
営業利益	1,545	11.4%	1,547	9.0%	+0.1%	1,860	83.2%	3,600	43.0%
経常利益	1,594	11.8%	1,543	9.0%	△3.2%	1,880	82.1%	3,620	42.6%
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,054	7.8%	1,032	6.0%	△2.1%	1,240	83.3%	2,200	46.9%

— 通期計画に対する業績進捗率



2025年10月期 通期業績見通しに対する進捗状況

営業利益は、上期は計画を下回るも改善策により4、5月の月次業績は計画を上回る状況
下期でのカバーを見込み、現段階では通期見通しに変更無し

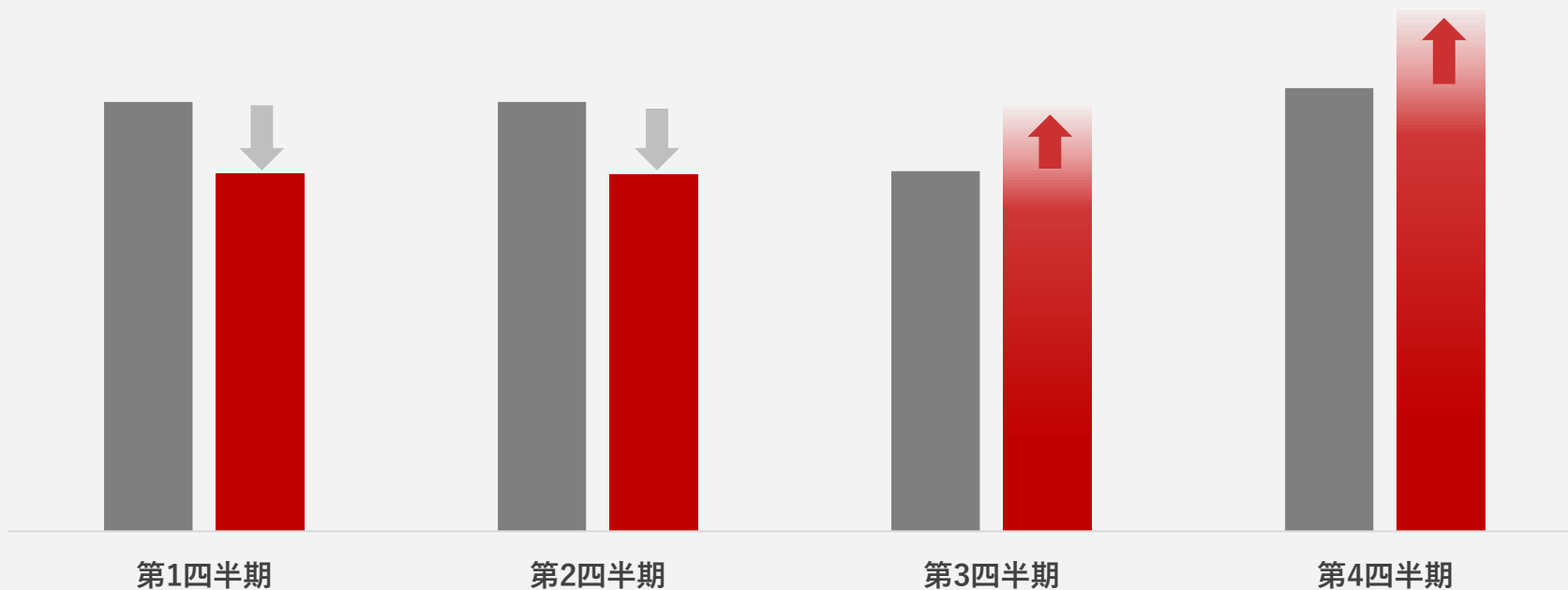
2025年10月期 四半期営業利益見通し

■ 計画 ■ 実績、見通し

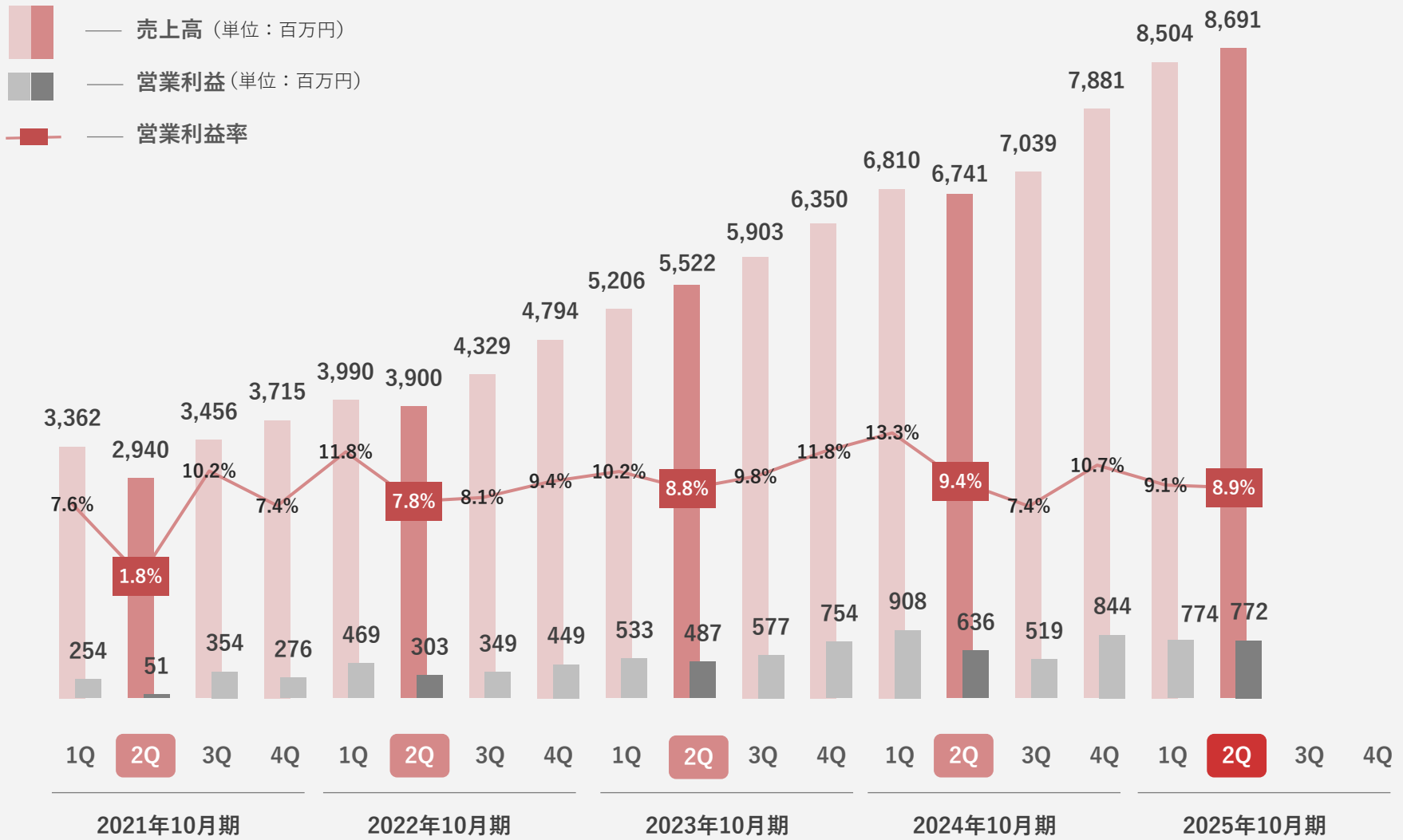
原材料の高騰等
想定外のコストが
発生し計画を下振れ

値上げやシフト見直し
により、4月単体では
計画を上振れて推移

人時売上高の上昇により5月も計画を上振れ
現在のペースで進むことが出来た場合
下期においては上期の下振れ分を吸収し
計画通りの着地を見込む



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**+39**店舗



2024年10月期末 2025年10月期2Q

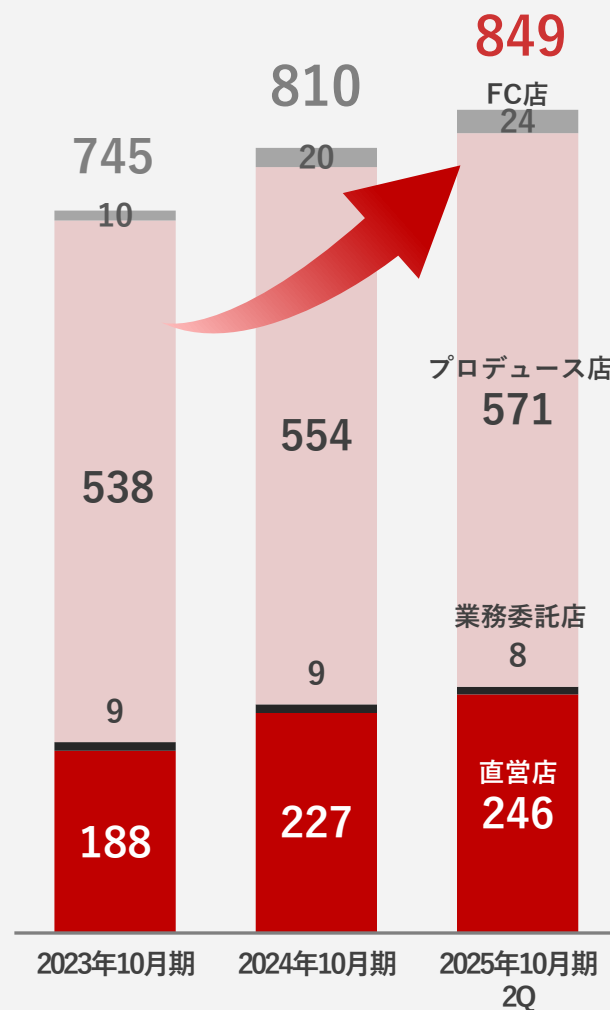
プロデュース店 554店舗 **571**店舗

FC店 20店舗 **24**店舗

業務委託店 9店舗 **8**店舗

直営店 227店舗 **246**店舗

全店舗
合計 810店舗 **849**店舗



0 3 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
(単位：百万円)	金額	売上比率	金額	売上比率	
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

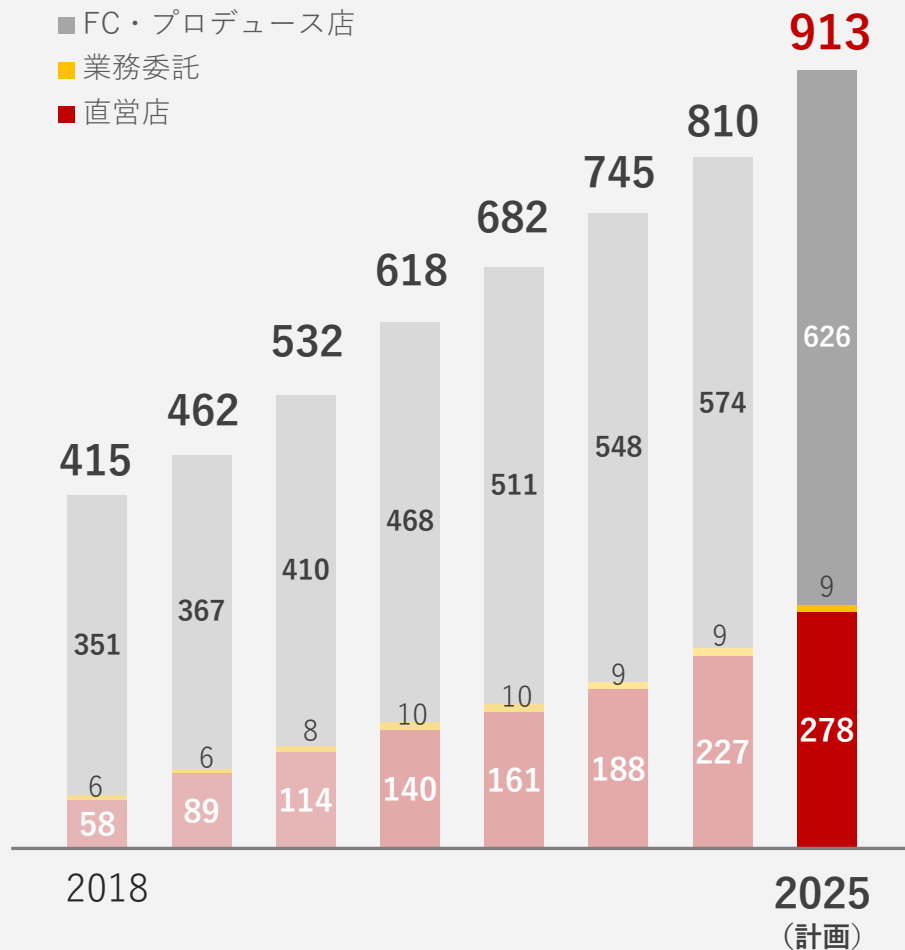
プロデュース・FC店

国内 **40** 店、海外 **12** 店

純増+52店

店舗数

- FC・プロデュース店
- 業務委託
- 直営店



2025年10月期末
店舗数（計画）

913 店舗

前期比 **+103**店舗 を計画

直営店 **+51**店舗

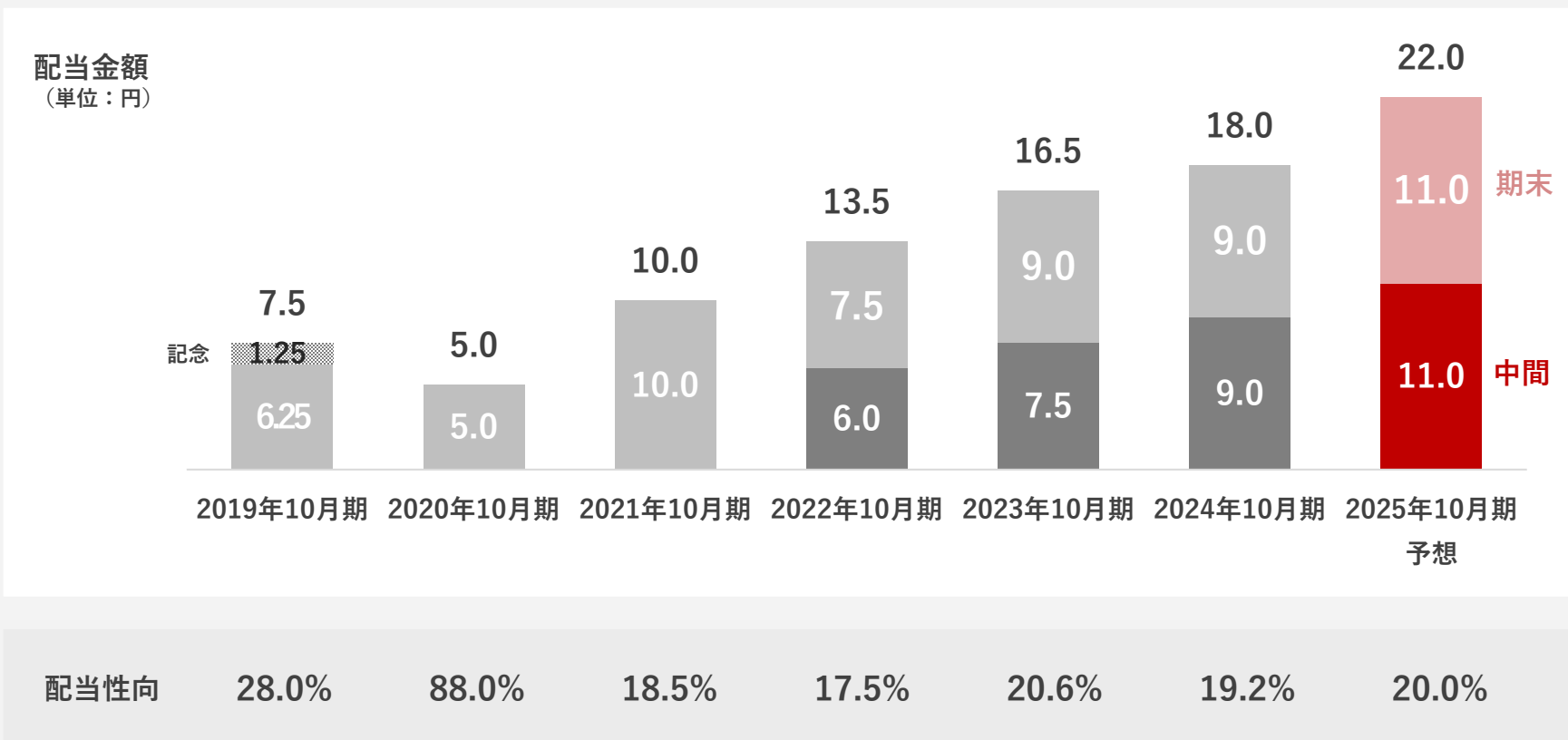
プロデュース・FC店 **+52**店舗

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

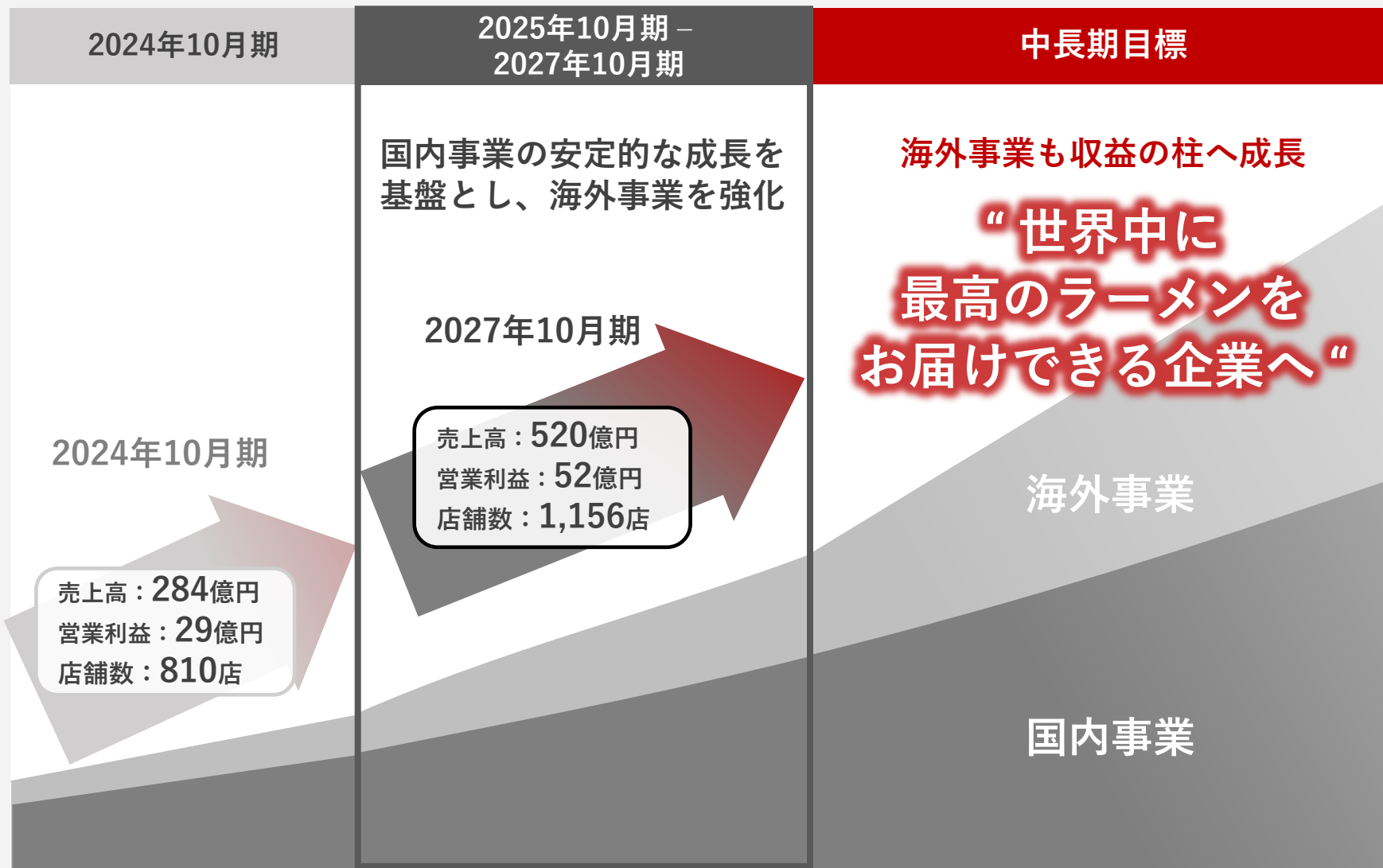


※ 2020年3月19日付、2023年8月1日付でそれぞれ普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を実施したため、当資料の一株当たり配当金額は当該分割を遡及計算した金額。

0 4 中期経営計画（2025年10月期～2027年10月期）

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



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

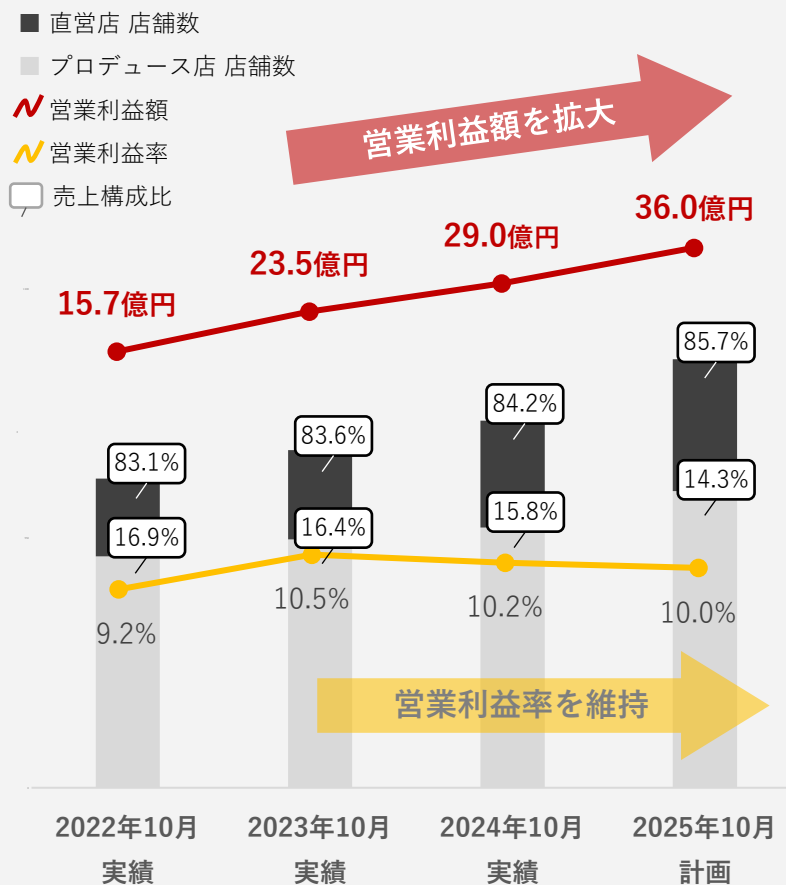
売上、利益額の最大化を目指す

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

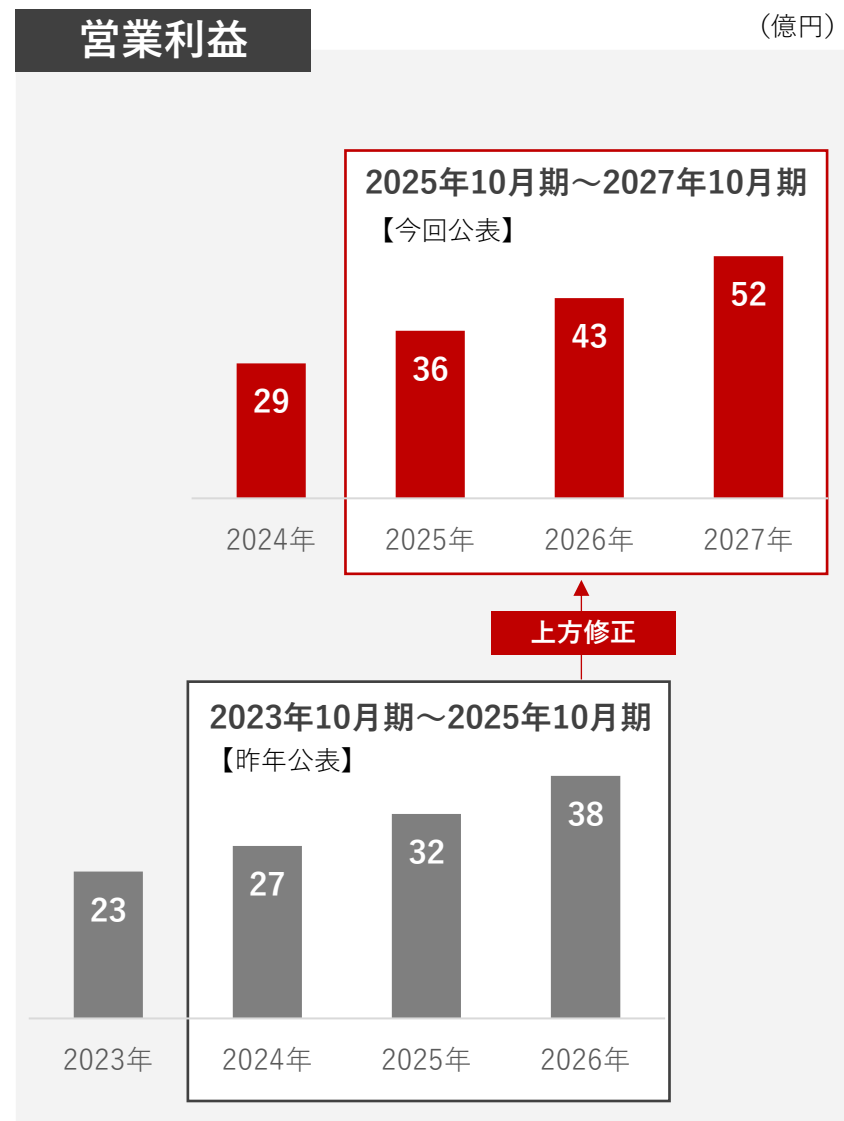
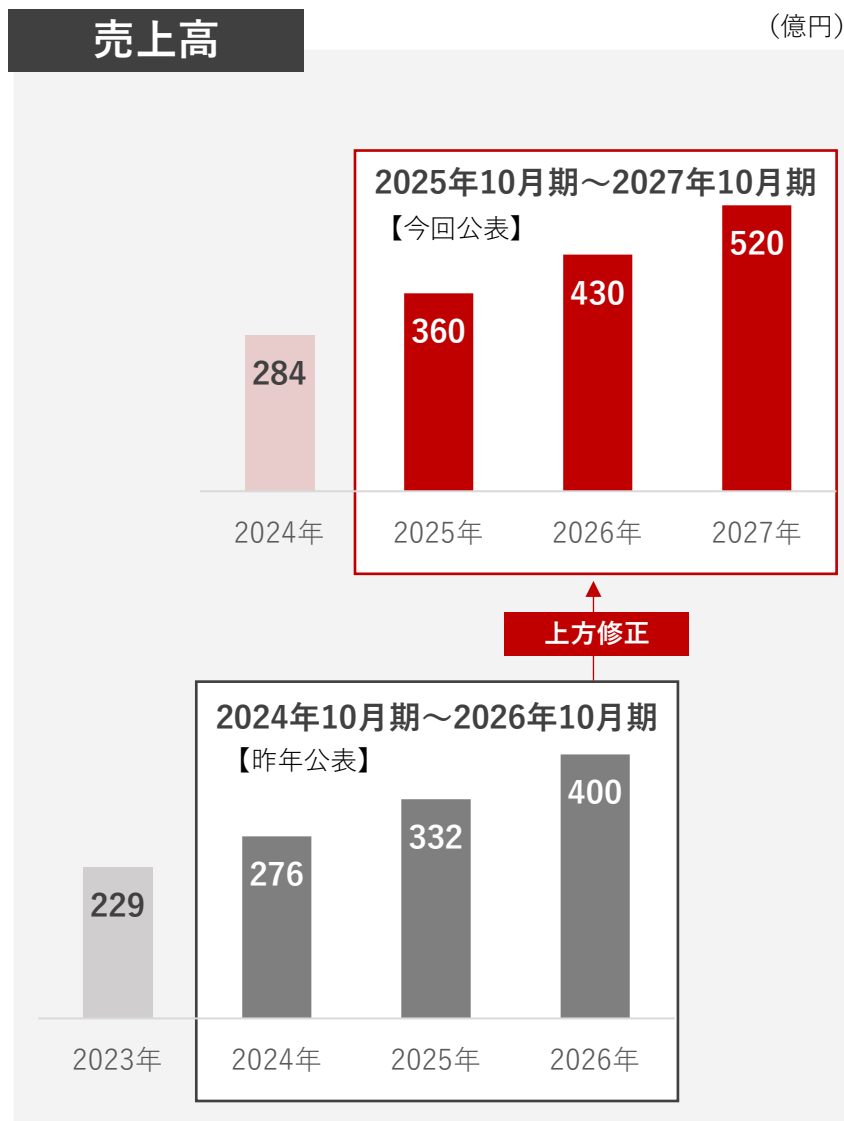
	2023	2024	2025	2026	2027
売上高	229 (億円)	285 (億円)	360 (億円)	430 (億円)	520 (億円)
営業利益	23.5 (億円)	29.0 (億円)	36 (億円)	43 (億円)	52 (億円)

※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

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



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



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）



店舗数拡大



仕入れ量増加
配送効率UP



仕入れ条件良化
物流コスト低減



コスト負担少なく
配送品質向上

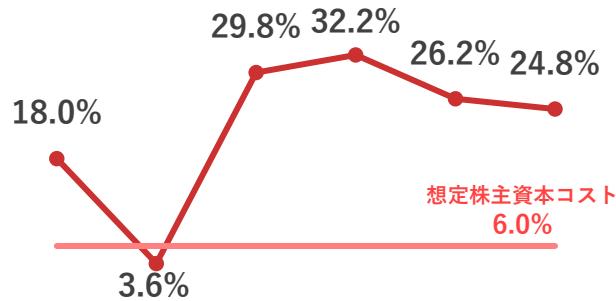
- コストパフォーマンスの向上
- 配送頻度の増加による配送品質向上
- 在庫スペースが限られる店舗におけるオペレーション改善

資本コストを意識した経営の取り組み

- 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)



想定株主資本コスト
6.0%

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

資本コストを意識した経営の取り組み

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

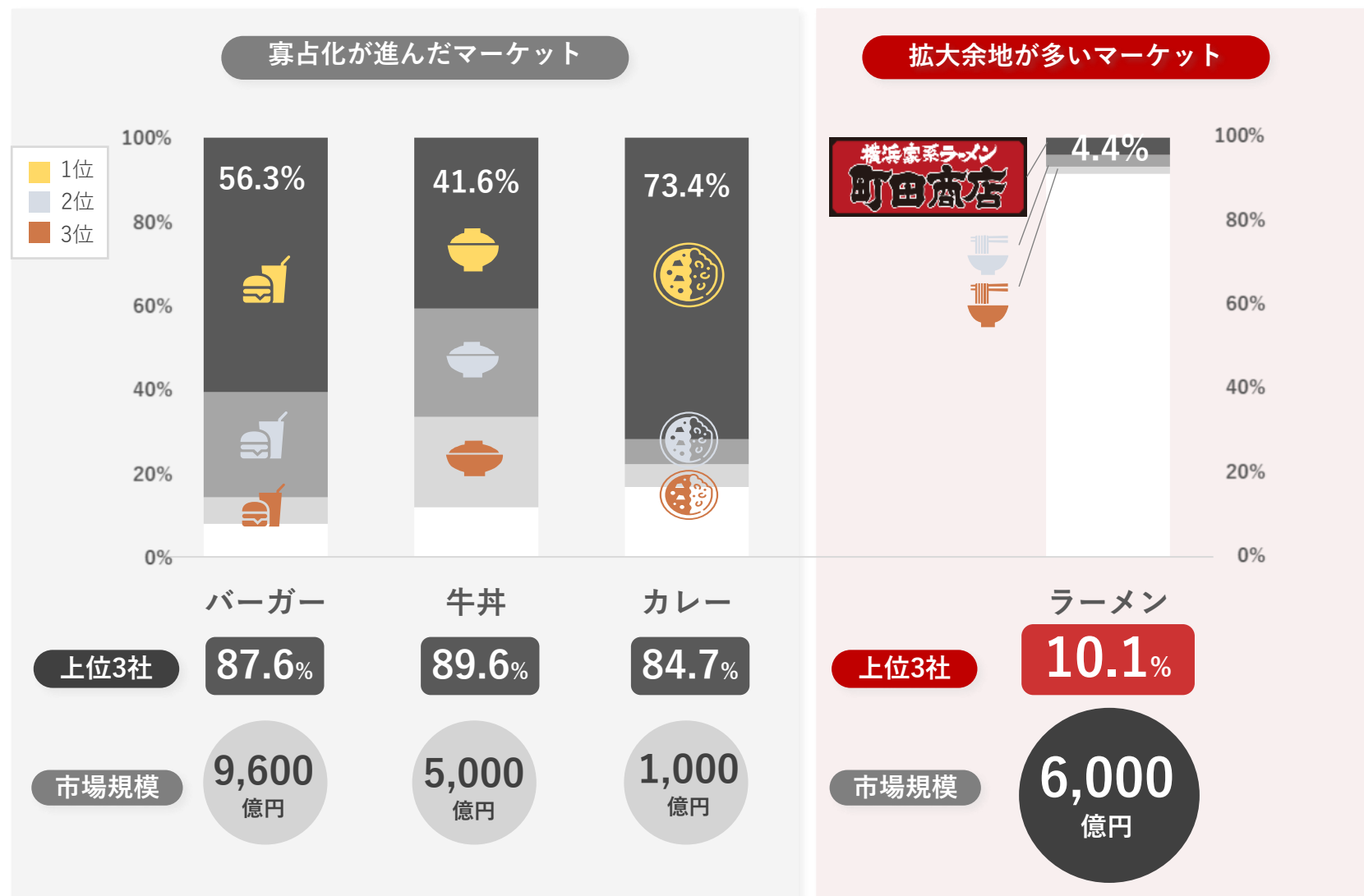


社名	株式会社ギフトホールディングス
事業内容	飲食店の経営
本社所在地	東京都渋谷区桜丘町1-1 渋谷サクラステージSHIBUYAタワー36階
自社工場	製麺工場：平塚、横浜第一、神栖第一、丹波篠山 チャーシュー工場：綾瀬 スープ工場：横浜第二、神栖第二
設立	2009年12月7日（創業 2008年1月）
代表者	代表取締役社長 田川 翔
決算期	10月
資本金	862百万円（2025年4月末現在）
グループ従業員	社員705名 パート・アルバイト 5,672名 （2025年4月末現在）
関係会社	連結子会社20社 （主な連結子会社の名称） 株式会社ギフト 株式会社ギフトフードマテリアル GIFT 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

254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

595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

直営店

運営ノウハウ
の提供

自社工場
委託工場

PB商品の供給

プロデュース店



※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调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。



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



渋谷店



住宅街

綱島商店



経堂店



ビジネス街

四谷商店



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

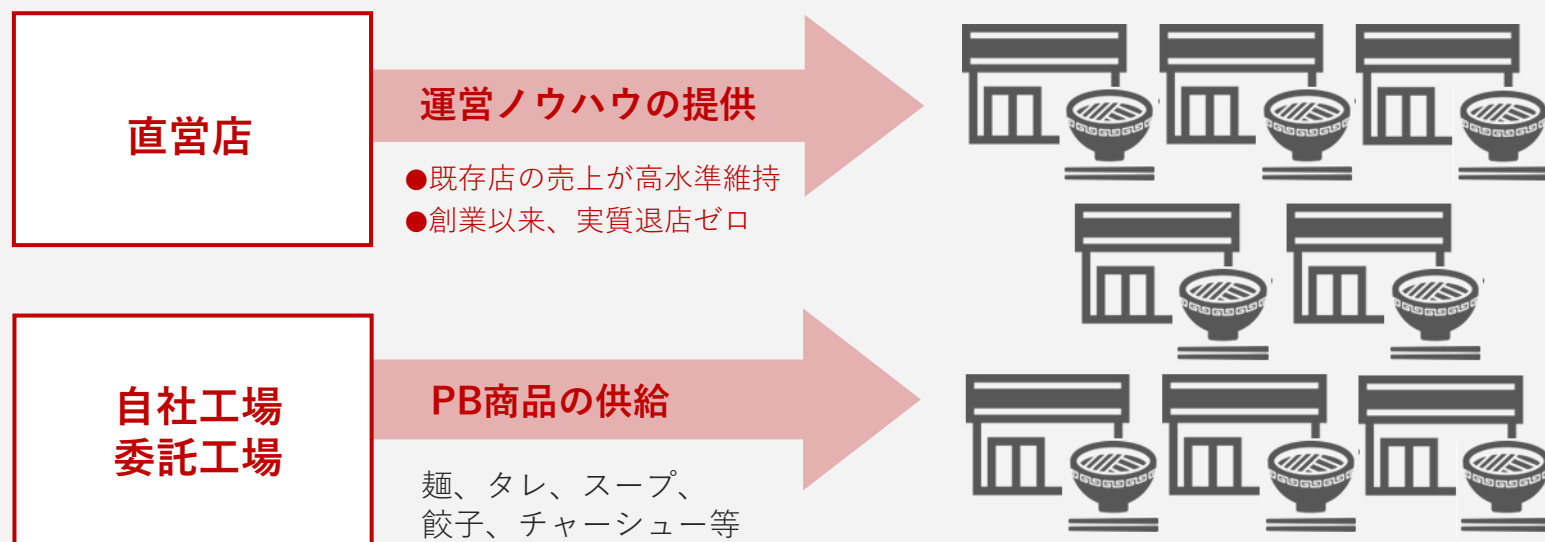


プロデュース事業



<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。

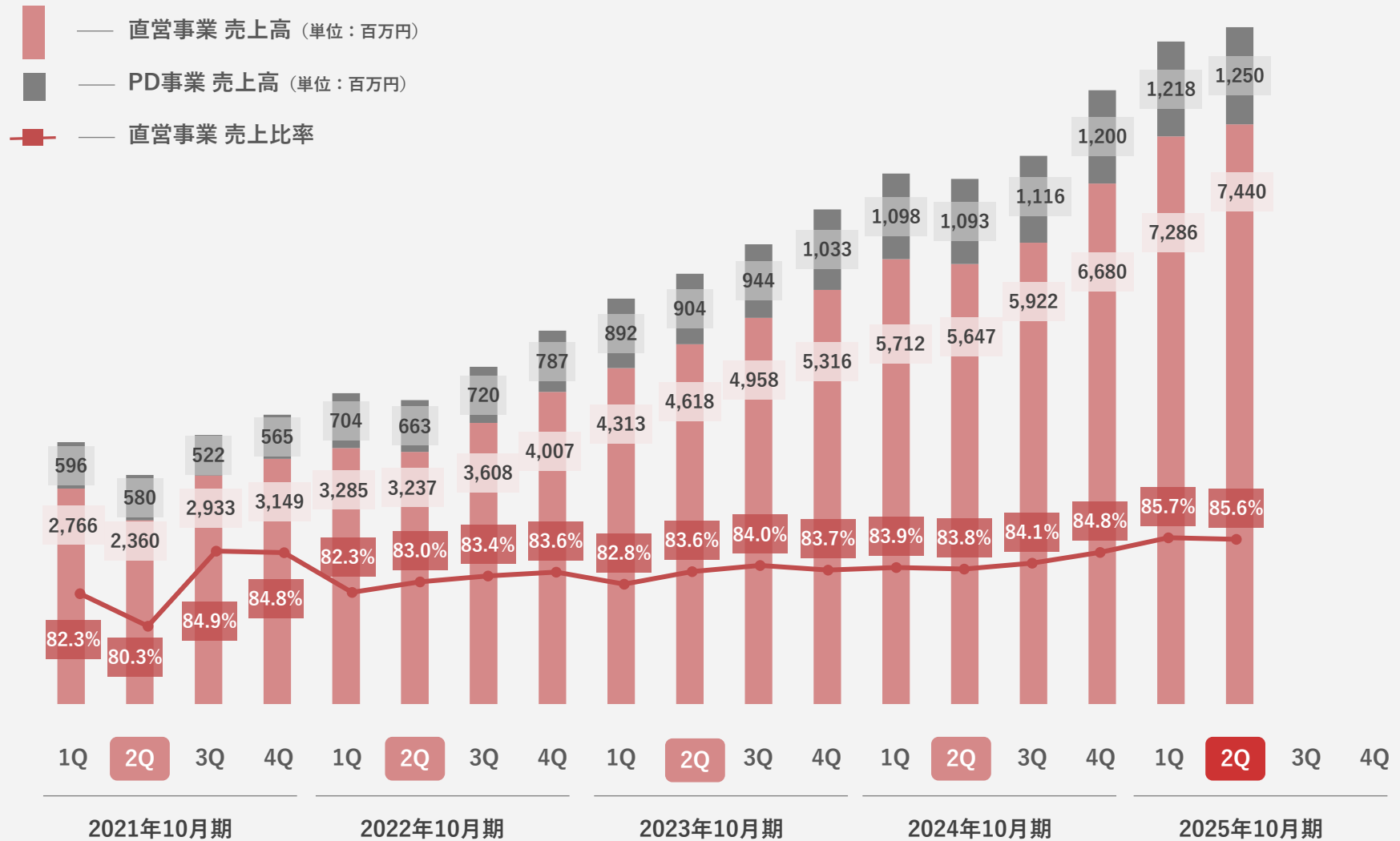
プロデュース店とフランチャイズ店の違い

	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	849		
	国内直営	165	174	181	185	190	197	209	223	232	242		
	海外直営	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4		
	業務委託	9	9	9	9	9	9	9	9	9	8		
	プロデュース・FC	532	544	548	548	553	564	576	574	586	595		
売上原価率 (%)		31.8	32.4	32.6	32.1	32.5	32.0	32.5	31.6	33.6	33.5		
販管費率 (%)		57.9	58.8	57.6	56.0	54.2	58.6	60.2	57.6	57.2	57.7		
内 人件費率 (%)		25.8	26.6	27.6	25.8	25.8	27.1	27.6	26.7	26.7	26.9		

— 店舗の状況（増減内訳）



		24年10月期 店舗数	25年10月期2Q 店舗数	増 減
(単位：店)				
直営店事業	北海道	0	0	-
	東北	22	26	+4
	関東甲信	147	160	+13
	北陸	0	0	-
	東海	36	38	+2
	近畿	17	17	-
	中国・四国	1	1	-
	九州・沖縄	0	0	-
	海外	4	4	-
	小計	227	246	+19
売上高	業務委託店	9	8	△1
	合計	236	254	+18
プロデュース事業	北海道	18	20	+2
	東北	18	18	-
	関東甲信	325	332	+7
	北陸	14	14	-
	東海	59	60	+1
	近畿	48	51	+3
	中国・四国	31	33	+2
	九州・沖縄	27	30	+3
	海外	14	13	△1
	小計	554	571	+17
売上高	国内FC店	11	12	+1
	海外FC店	9	12	+3
	合計	574	595	+21
店舗数総合計		810	849	+39

14,726
百万円

2,468
百万円

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	164	41	26	5	4
前期末比増減	+11	+2	+6	△1	—

ブランド					その他
店舗数	2	1	3	12	12
前期末比増減	—	—	—	+2	+3



(単位：百万円)	2024年 10月期	2025年 10月期2Q	増減額	(単位：百万円)	2024年 10月期	2025年 10月期2Q	増減額
流動資産	4,368	4,843	+474	流動負債	5,356	5,746	+389
現金・預金	2,442	2,746	+304	買掛金	931	1,057	+126
売掛金	714	852	+137	短期借入金	14	25	+11
その他	1,211	1,243	+ 32	一年内長期借入金	1,198	1,544	+ 345
				その他	3,212	3,118	△93
固定資産	12,731	14,913	+ 2,182	固定負債	3,365	4,558	+ 1,192
有形固定資産	9,450	11,427	+ 1,977	長期借入金	2,786	3,879	+ 1,092
無形固定資産	236	211	△24	その他	578	678	+99
投資その他資産	3,044	3,274	+ 229	負債合計	8,722	10,304	+1,582
				純資産合計	8,377	9,451	+ 1,074
				資本金	824	862	+37
				資本剰余金	1,052	1,090	+37
				利益剰余金	6,278	7,130	+ 852
				自己株式	△1	△1	△0
				その他包括利益累計	217	329	+ 111
				非支配株主持分	5	39	+34
資産合計	17,099	19,756	+ 2,656	負債純資産合計	17,099	19,756	+ 2,656

(単位：百万円)	2024年10月期 2Q	2025年10月期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,455	1,239	△215
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,592	△ 1,926	△ 334
財務活動によるキャッシュ・フロー	194	1,303	+ 1,109
現金および現金同等物に係る換算差額	9	7	△ 1
現金および現金同等物の中間期末残高	1,922	2,746	+ 824

2025年 10月期 2Q 主な内容

■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： 1,517百万円
減価償却費： 533百万円
法人税等の支払額： △596百万円

■投資活動によるキャッシュ・フロー

定期預金の払戻による収入： 315百万円
有形固定資産の取得による支出： △2,191百万円

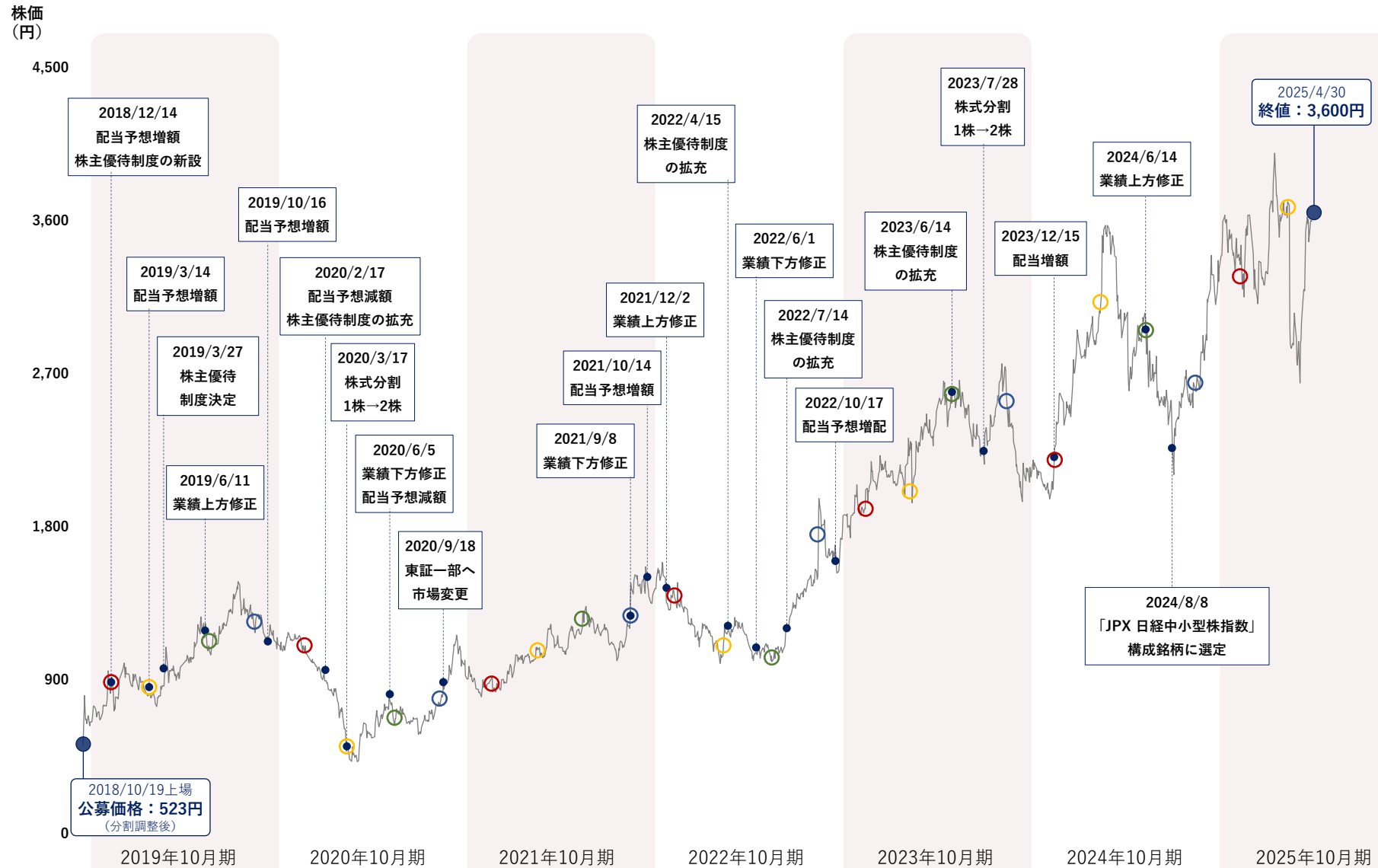
■財務活動によるキャッシュ・フロー

短期借入金の純増減額： 10百万円
長期借入による収入： 2,100百万円
長期借入金の返済による支出： △661百万円
配当金の支払額： △179百万円

株価推移 (上場～2025/4/30)

株価は上場時から約7倍の水準まで上昇

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。