



GIFT

株式会社ギフトHD 証券コード9279

2025年10月期 第3四半期 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3四半期 業績ハイライト
- 0 2** 2025年10月期 第3四半期 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3四半期 業績ハイライト

売上高

26,113 百万円

前年同期比：+26.8%

営業利益

2,375 百万円

前年同期比：+15.1%

経常利益

2,378 百万円

前年同期比：+12.1%

業績概要

上期の想定外のコスト発生については対策を完了し、**3Q単体は計画通り増収増益**での着地。

6月の気温上昇による既存店の鈍化及び海外事業における出店費用の先行があり、人時売上高の改善効果は一部相殺されたものの、**通期に対する進捗は期初予想達成が可能な水準まではキャッチアップ**。

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。

海外事業の進展

7月に**中国2号店**を開店させるとともに、8月にスイスで**欧州1号店**を開店（業績への貢献は来期以降）。

成長性・収益性

売上高成長率

26.8%

(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

130.6%

国内直営 既存店

全営業日

107.7%

(年間目標：105.0%)

改装店除く

106.7%

国内プロデュース
既存店

104.7%

(年間目標：105.0%)

出店数

直営店 店舗

35店舗

(年間目標：52店舗)

プロデュース店・FC店舗

28店舗

(年間目標：純増52店舗)

人時生産性

人時売上高

連結

6,686円

(前年
同期：6,488円)

直営店

6,732円

(前年
同期：6,329円)

人件費率

連結

26.7%

(前年
同期：26.9%)

直営店

23.4%

(前年
同期：24.5%)

人材確保・定着

社員採用

中途入社 108名

新卒 59名

社員数

732名

退職率

12.1%

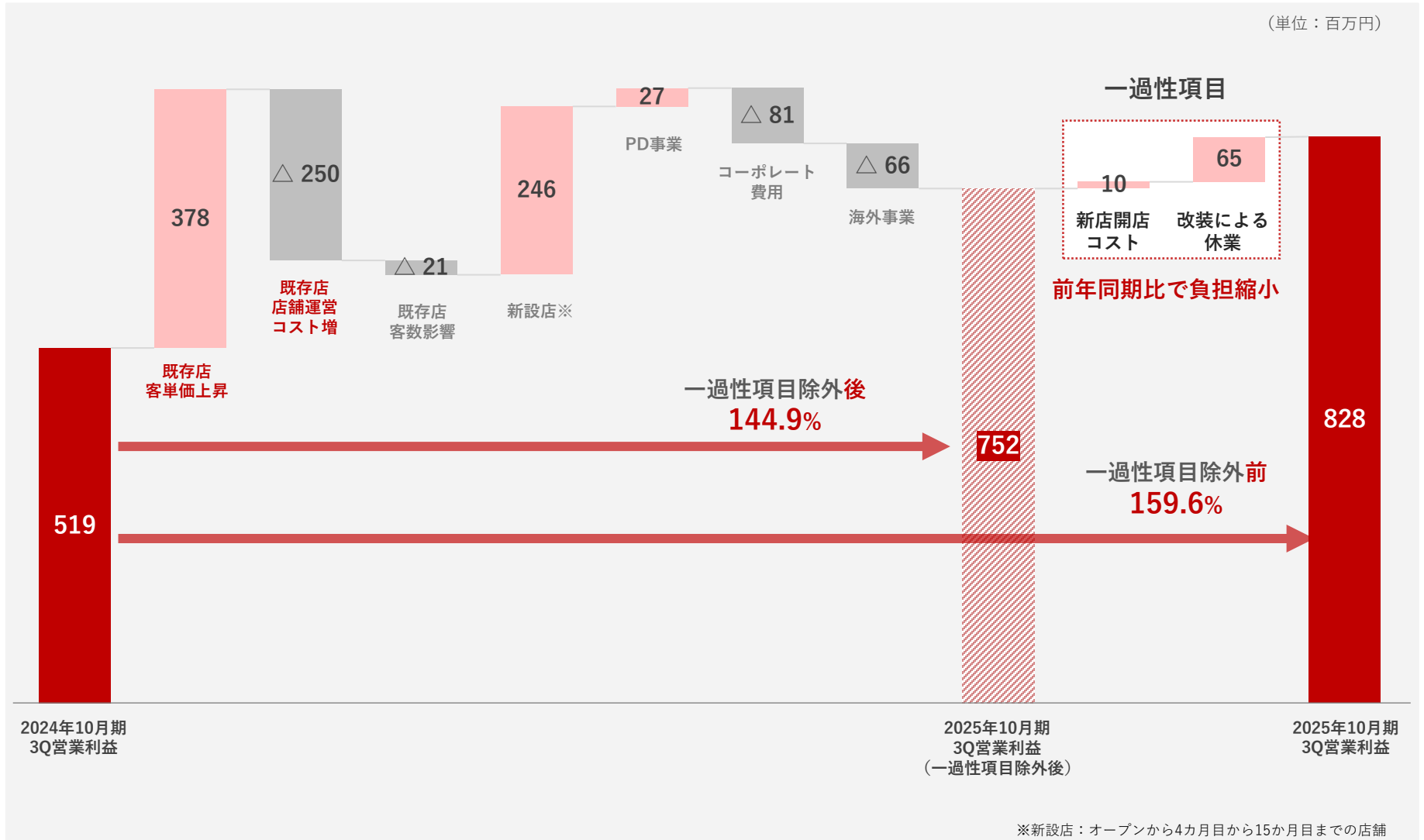
(前年同期：16.1%)

26.6%
業界平均※

営業利益増減分析（3Q/3か月/前年同期比）

- 客単価の向上や新設店の寄与ならびに一過性項目の負担が前年同期比で縮小
- 海外事業は来期以降の展開に向けて費用が先行

（単位：百万円）



— 2025年10月期 第3四半期 業績ポイント

- 上半期の想定外のコストアップに対する対応を3Qでキャッチアップ
- 通期業績予想達成に向けて軌道修正が完了

Point. 1

原価高への対応

キャベツやコメを筆頭とする原材料の高騰を
柔軟な価格改定により吸収

Point. 2

人件費コントロールの改善

上半期に店舗運営に関わるコントロールエラーが発生
オペレーションとシフト調整を改善済み



前年同期比で大幅増益を達成

— 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おり、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、2025年4月以降キャスト配置の適正化を実施し、対応は完了

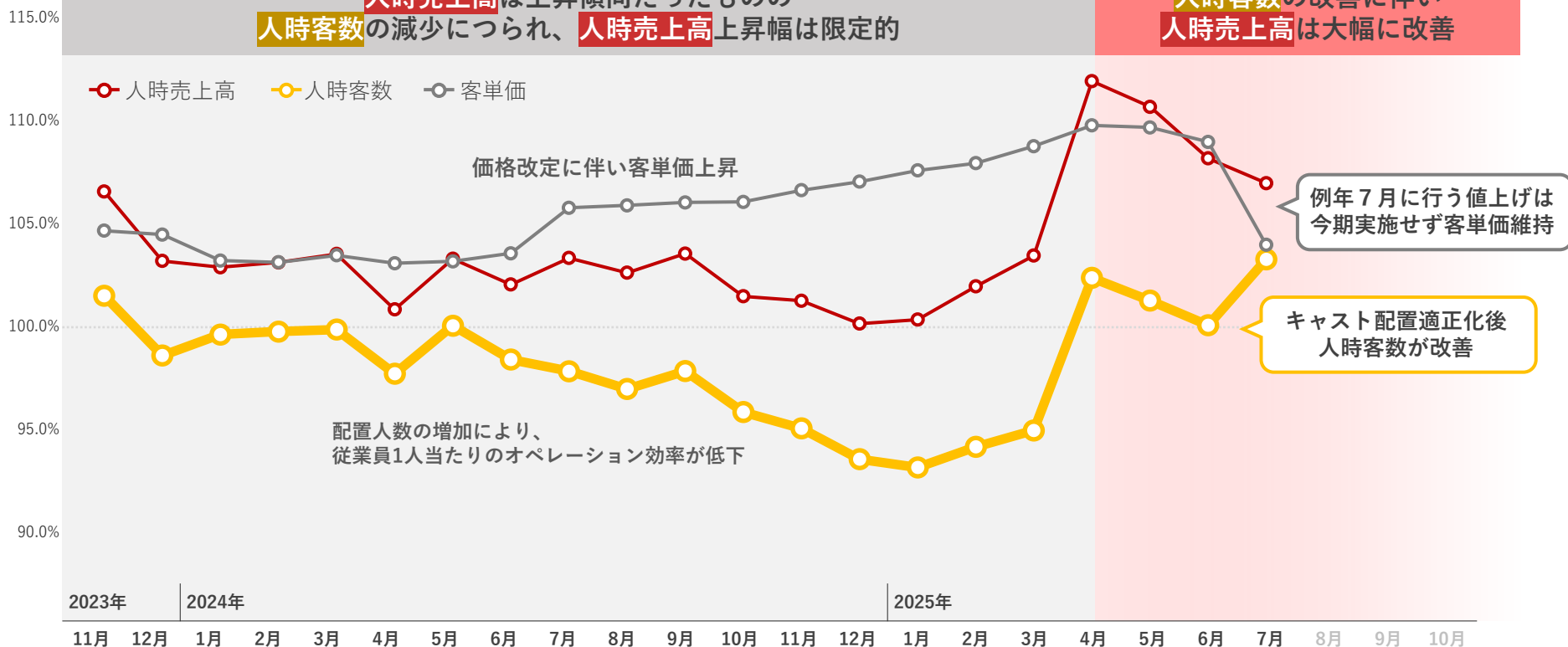
$$\text{人時売上高} = \text{人時客数} \times \text{客単価}$$

人時売上高、客単価、人時客数の前年同月比推移

2025年4月
シフト設定ルール変更

人時売上高は上昇傾向だったものの
人時客数の減少につられ、人時売上高上昇幅は限定的

人時客数の改善に伴い
人時売上高は大幅に改善



一 海外店舗の状況

- ・ スイス、中国は出店コストが先行しているが来期以降の収益貢献に期待
- ・ アメリカは立て直し中



スイス JV (2025年 8 月： 1 号店出店)

物価水準の高さも追い風に足元の売上は好調に推移しており、**来期以降の収益貢献に期待。**
一方、**当期は海外子会社の決算期のずれにより、出店コストのみ先行して計上。**

※スイス子会社は2025年 7 月期を当期の連結に取り込み。お店のオープンは2025年 8 月であり収益貢献は来期以降



中国 直営店 (2025年 7 月末時点 2 店舗)

日本と同じ麺文化があることで、国内直営店の成功モデルがそのまま受け入れられており、**1 号店・2 号店ともに売上は好調。**

現在は立ち上げ期で仕入のスケールメリットが得られず、また経験豊富な社員が現場に入っており人件費負担も重いため赤字となっているものの、**多店舗展開によりコストを抑制することで収益化は可能と考えており、来期以降の更なる出店を検討中。**



アメリカ 直営店

立地と業態のミスマッチが主因で赤字が継続。

ニューヨーク 3 号店が堅調な一方、当期オープンのニュージャージー店はレストラン区画にファーストフード形式で運営したことによるミスマッチで売上が伸び悩み、新店コストも嵩み赤字。
不採算店舗（ニューヨーク 1 号店）の閉店とともに、ニュージャージー店の立て直しに注力し、収益性の改善を目指す。

一 改装休業・新店による営業利益への影響

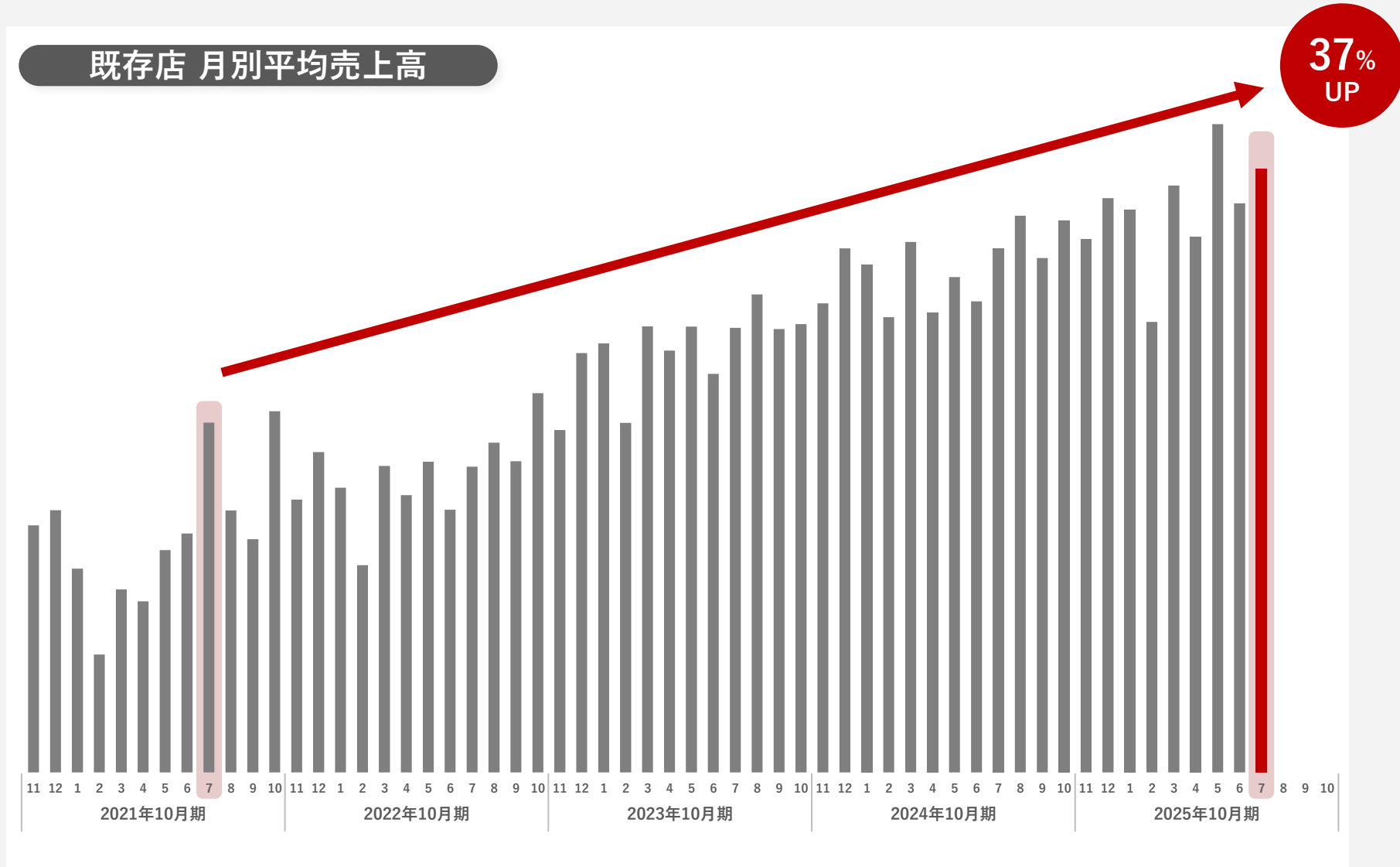
- ・ 当期の2Q以降は、改装休業影響は、前年同期比で営業利益にプラス寄与する見込み
- ・ 未改装店舗は残り30店舗であり、当期16店舗、来期14店舗で完了の見込み

改装：スープクオリティを安定させるためにIH設備を導入し、最新レイアウトでオペレーションの効率化を狙う

	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	営業利益への影響	
2023年10月期							
改装休業月数 (店舗数)	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							
改装休業月数 (店舗数)	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-3Qは実績、4Qは見込み)							
改装休業月数 (店舗数)	5.6ヶ月 (3 店)	5.1ヶ月 (5 店)	3.6ヶ月 (1 店)	約6.0ヵ月 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	14店	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



海外展開



- ・ 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

33店舗

(前期末比+6)

直営店		5店舗 (+1)	
		2025年 10月期3Q	前期末比
	アメリカ	3店舗	-
	中国	2店舗	+1

FC店		15店舗 (+6)	
		2025年 10月期3Q	前期末比
	タイ	1店舗	-
	ベトナム	4店舗	+1
	カンボジア	2店舗	+1
	フィリピン	3店舗	+1
	韓国	2店舗	+1
	香港	2店舗	+1
	モンゴル	1店舗	+1

PD店		13店舗 (△1)	
		2025年 10月期3Q	前期末比
	アメリカ	1店舗	-
	マレーシア	2店舗	-
	フィリピン	2店舗	-
	台湾	5店舗	△1
	香港	1店舗	-
	タイ	1店舗	-
	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 3Q累計）

新卒
（2025年4月入社） 8名

中途 11名

合計 19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

「FTSE Japan All-Cap Index」構成銘柄に選定

- ・JPX日経中小型株指数への選定に続き、FTSE Japan All-Cap Indexの構成銘柄に新たに選定

初選定

「FTSE Japan All-Cap Index」

ロンドン証券取引所グループ傘下であるFTSE Russellが算出・公表する株価指数

- 日本市場の大型株・中型株・小型株を網羅的に組み入れ
- 時価総額および流動性などの基準に基づき構成銘柄を選定
- 日本株市場全体の動向を広く反映

2年連続選定

「JPX日経中小型株指数」

投資者にとって魅力的な企業を選定基準とし、
資本効率の高い経営を行っている中小型株200社で構成

羽田空港に3ブランドが揃ってオープン

- 羽田空港第1ターミナル南テラスに「町田商店」「元祖油堂」「長岡食堂」が集積



8月25日 グランドオープン

第1ターミナル南テラスは日本航空グループやスカイマーク等の国内線が発着。航空機をご利用のお客さまはもちろん、空港を訪れる幅広い層のお客さまも店舗利用が可能。



横濱家系ラーメン
町田商店



中華そば

長岡食堂



元祖油堂
油そば

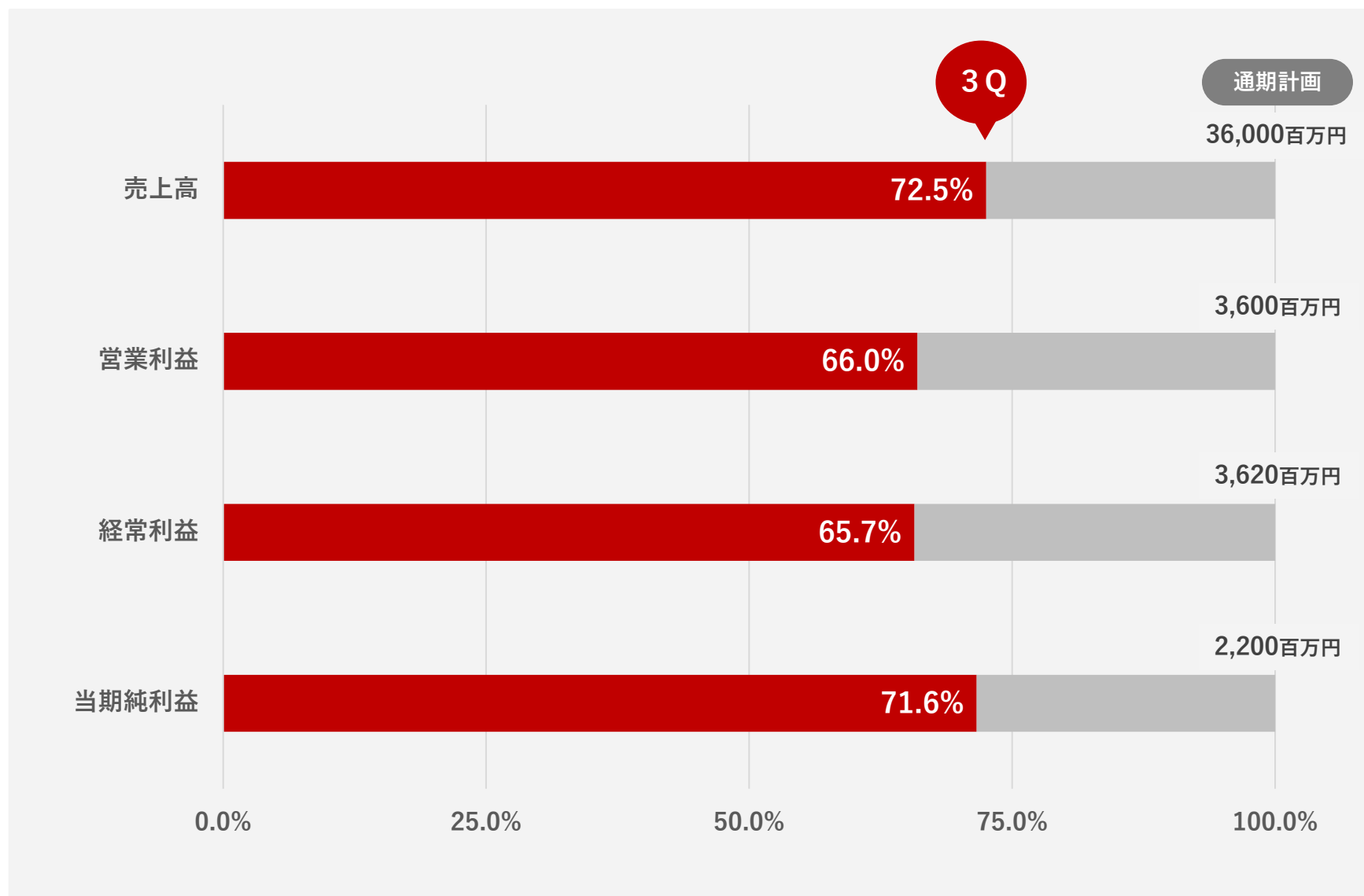
02 2025年10月期 第3四半期 決算概要

損益計算書



2024年10月期 3Q			2025年10月期 3Q			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	通期計画	進捗率
売上高	20,592	-	26,113	-	+26.8%	36,000	72.5%
売上原価	6,651	32.3%	8,706	33.3%	+30.9%	-	-
売上総利益	13,940	67.7%	17,406	66.7%	+24.9%	-	-
販管費	11,875	57.7%	15,030	57.6%	+26.6%	-	-
営業利益	2,065	10.0%	2,375	9.1%	+15.1%	3,600	66.0%
経常利益	2,120	10.3%	2,378	9.1%	+12.1%	3,620	65.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,385	6.7%	1,575	6.0%	+13.7%	2,200	71.6%

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

- 上期の想定外のコスト発生については対策を完了し、3Q単体は計画通り増収増益での着地
- 6月の気温上昇による既存店の鈍化及び海外事業における出店費用の先行があり、人時売上高の改善効果は一部相殺されたものの、通期に対する進捗は期初予想の達成が可能な水準まではキャッチアップ

2025年10月期 四半期営業利益見通し

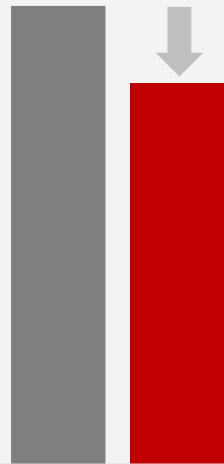
■ 計画 ■ 実績、見通し

原材料の高騰、人件費の上昇等、想定外のコストが発生し計画を下振れ

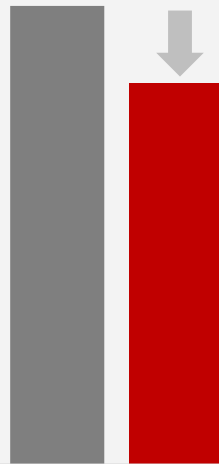
値上げやシフト見直しにより、4月単体では計画を上振れて推移

上期の想定外のコスト発生について、対策を完了

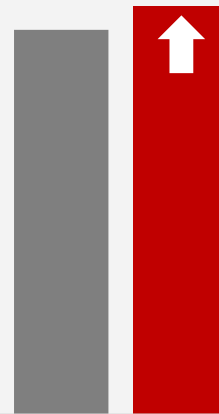
8月の既存店は好調であり、期初予想の達成が可能な水準までキャッチアップ



第1四半期



第2四半期

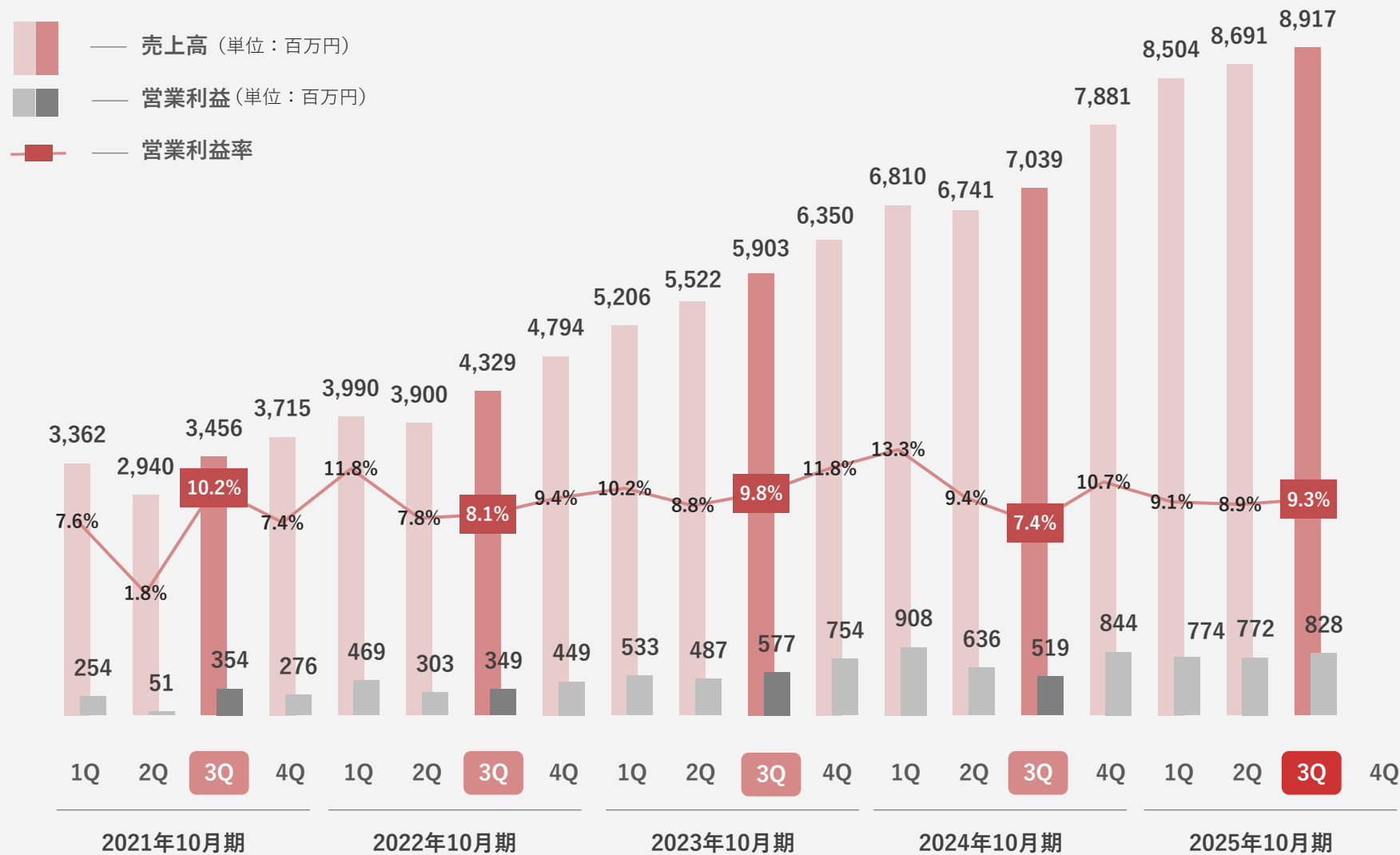


第3四半期



第4四半期

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+60店舗



2024年10月期末 2025年10月期3Q

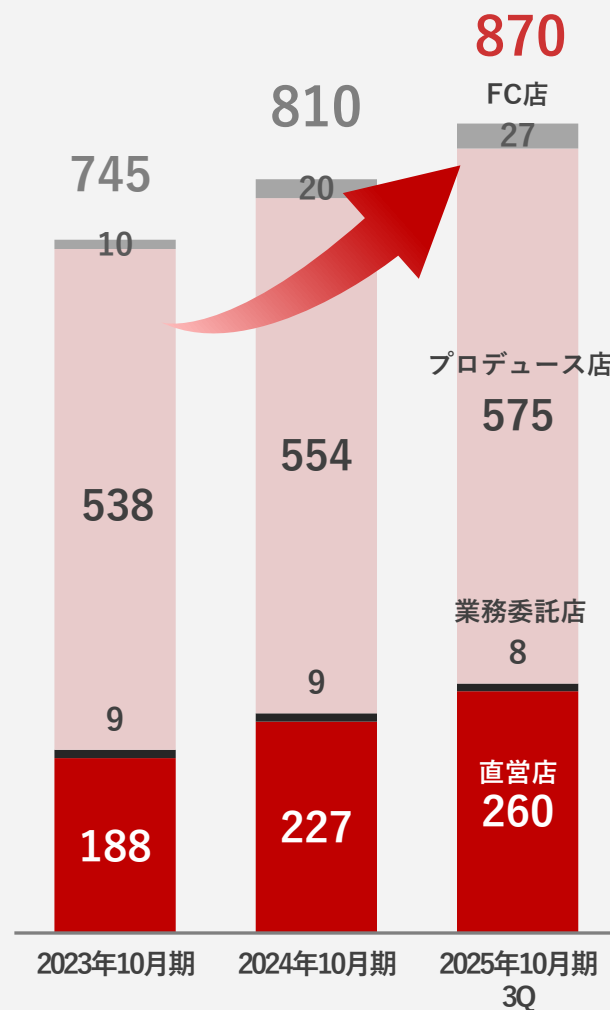
プロデュース店 554店舗 >>> 575店舗

FC店 20店舗 >>> 27店舗

業務委託店 9店舗 >>> 8店舗

直営店 227店舗 >>> 260店舗

全店舗
合計 810店舗 >>> 870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

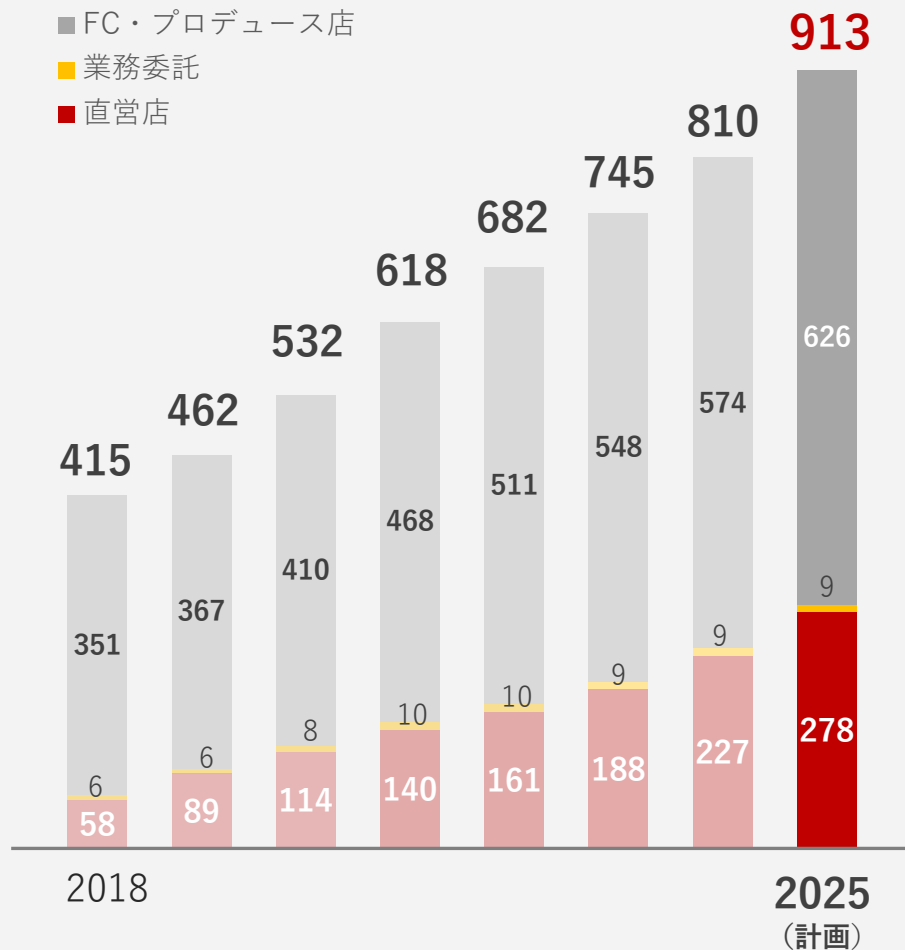
プロデュース・FC店

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

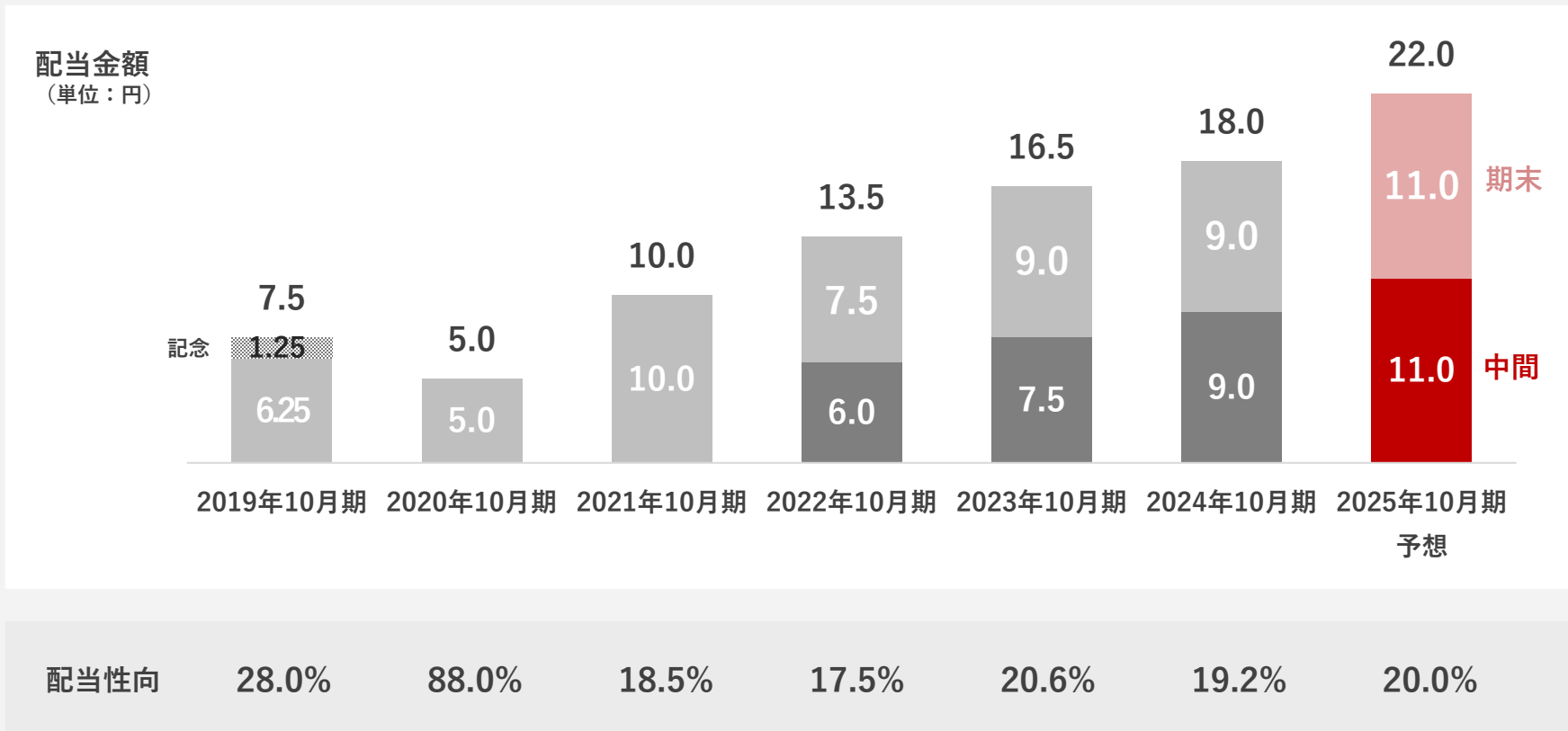
前期比 **+103**店舗 を計画

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

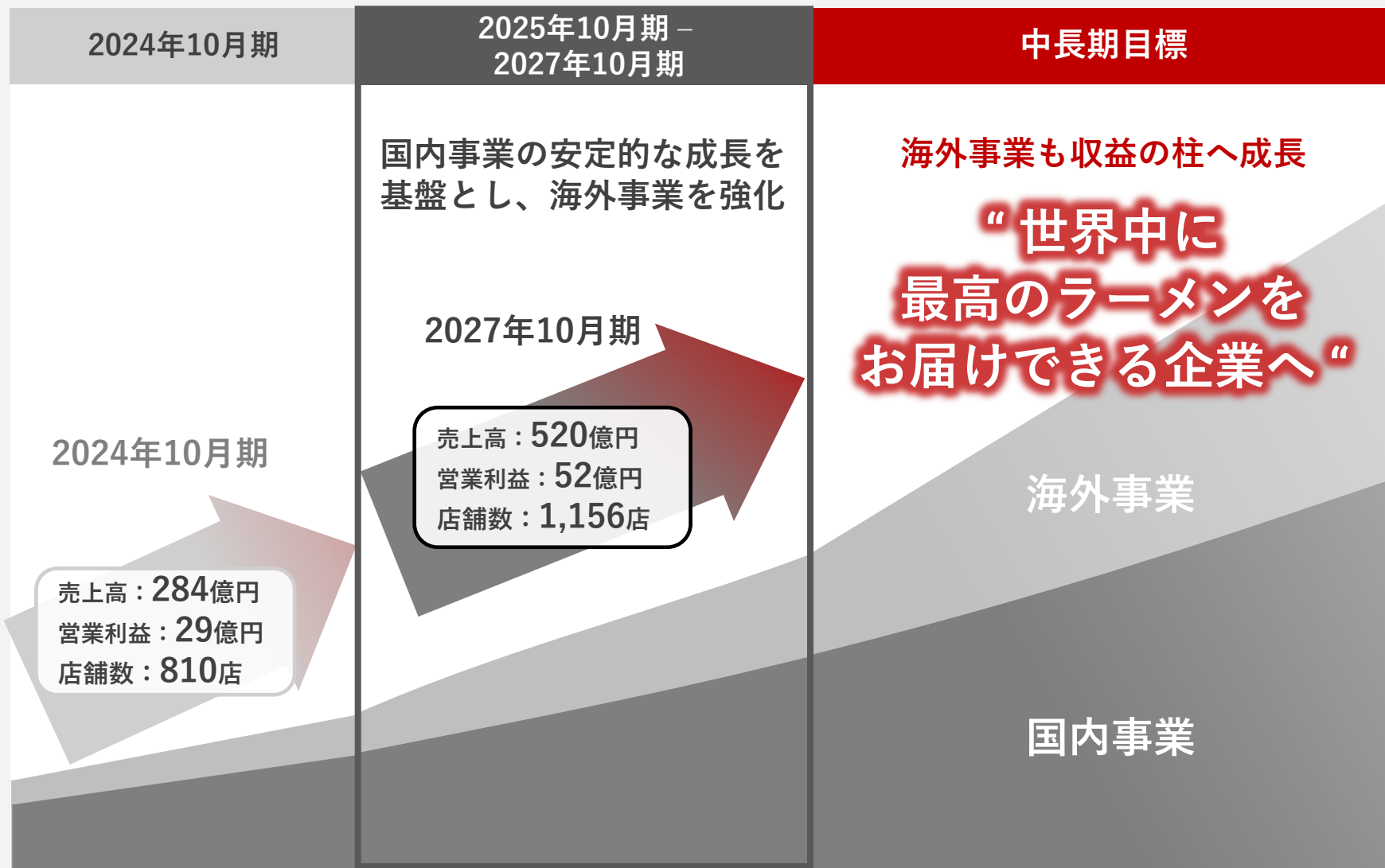


※ 2020年3月19日付、2023年8月1日付でそれぞれ普通株式1株につき普通株式2株の割合で株式分割を実施したため、当資料の一株当たり配当金額は当該分割を遡及計算した金額。

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

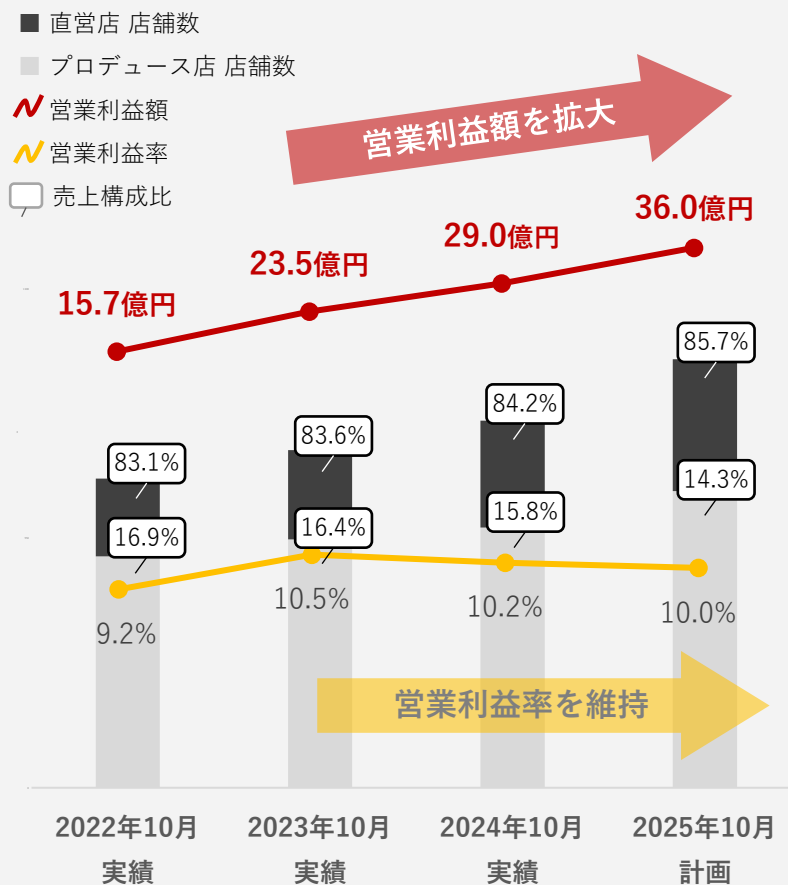
売上、利益額の最大化を目指す

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

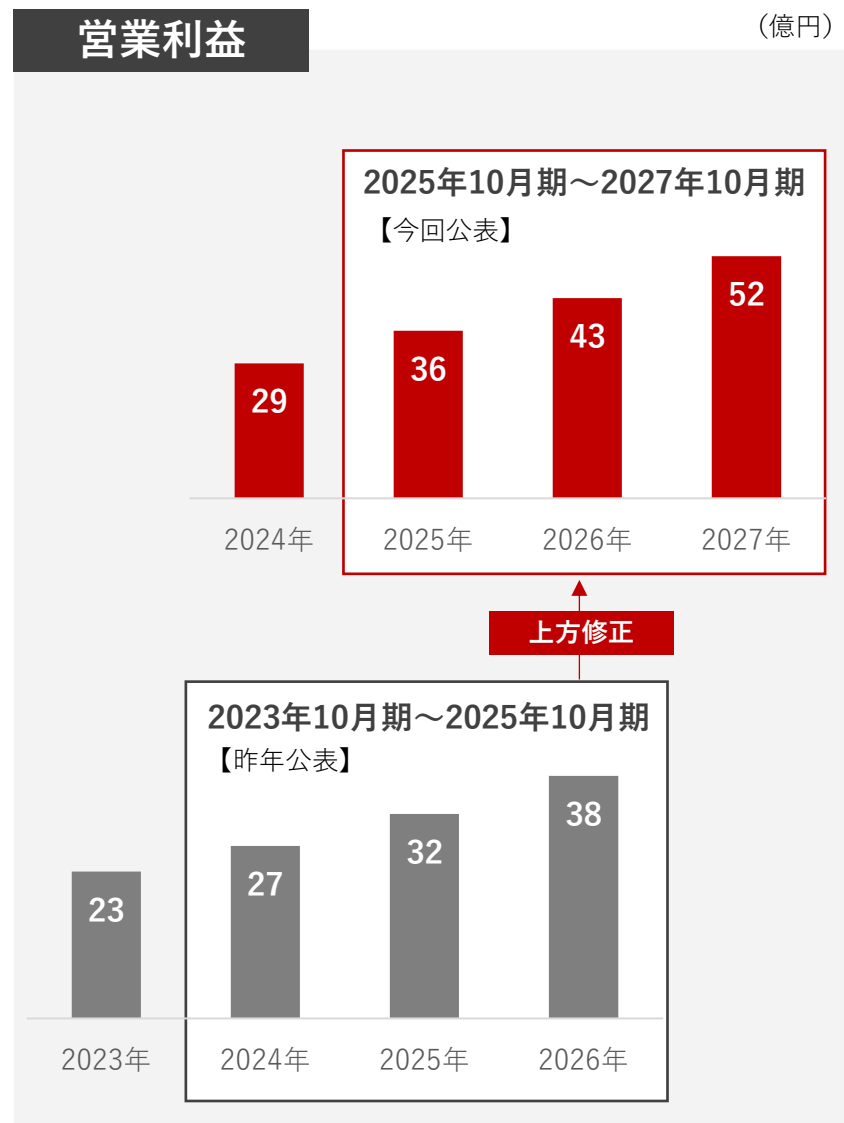
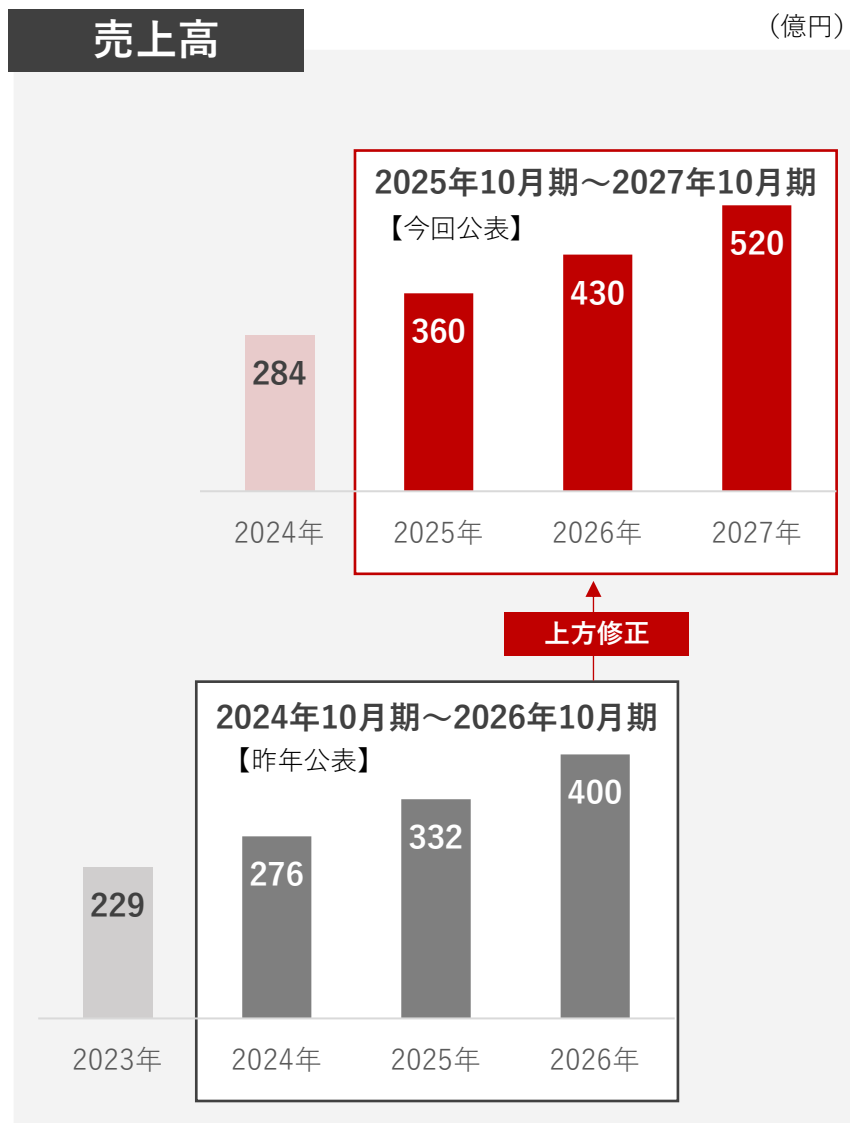
	2023	2024	2025	2026	2027
売上高	229 (億円)	285 (億円)	360 (億円)	430 (億円)	520 (億円)
営業利益	23.5 (億円)	29.0 (億円)	36 (億円)	43 (億円)	52 (億円)

※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

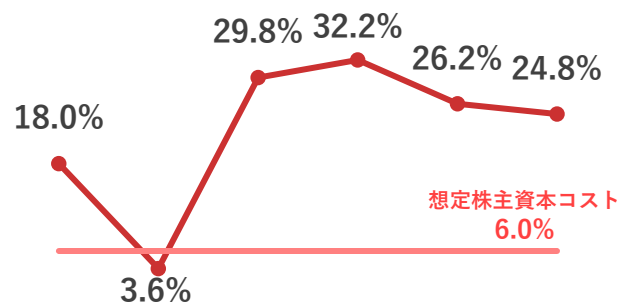
資本コストを意識した経営の取組み

- 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

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

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

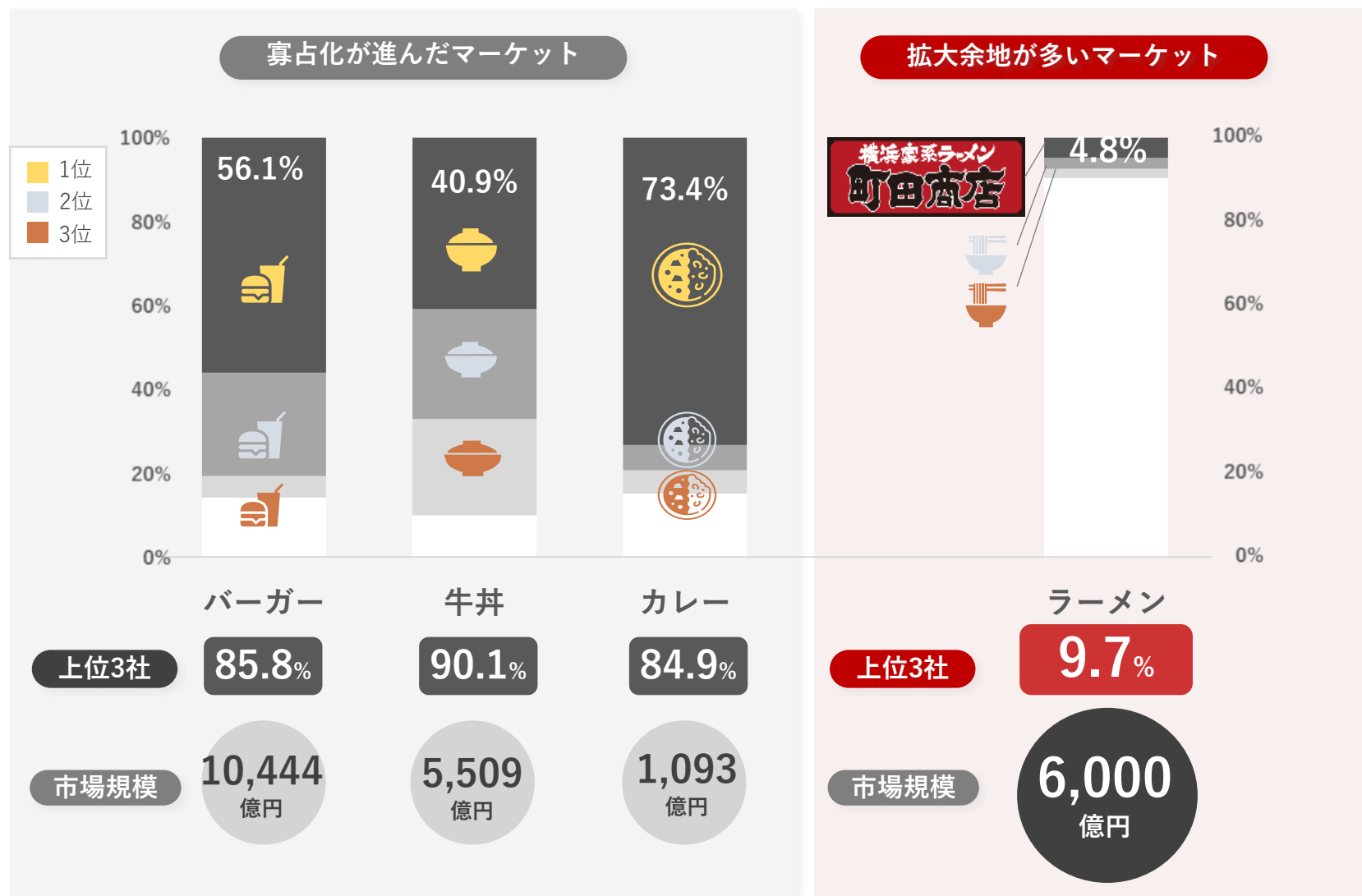
— 会社概要



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、 桑名 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	869百万円（2025年7月末現在）
グループ従業員	社員732名 パート・アルバイト 6,393名 （2025年7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.



- 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

268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

602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



京都東インター店



仲町台店



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

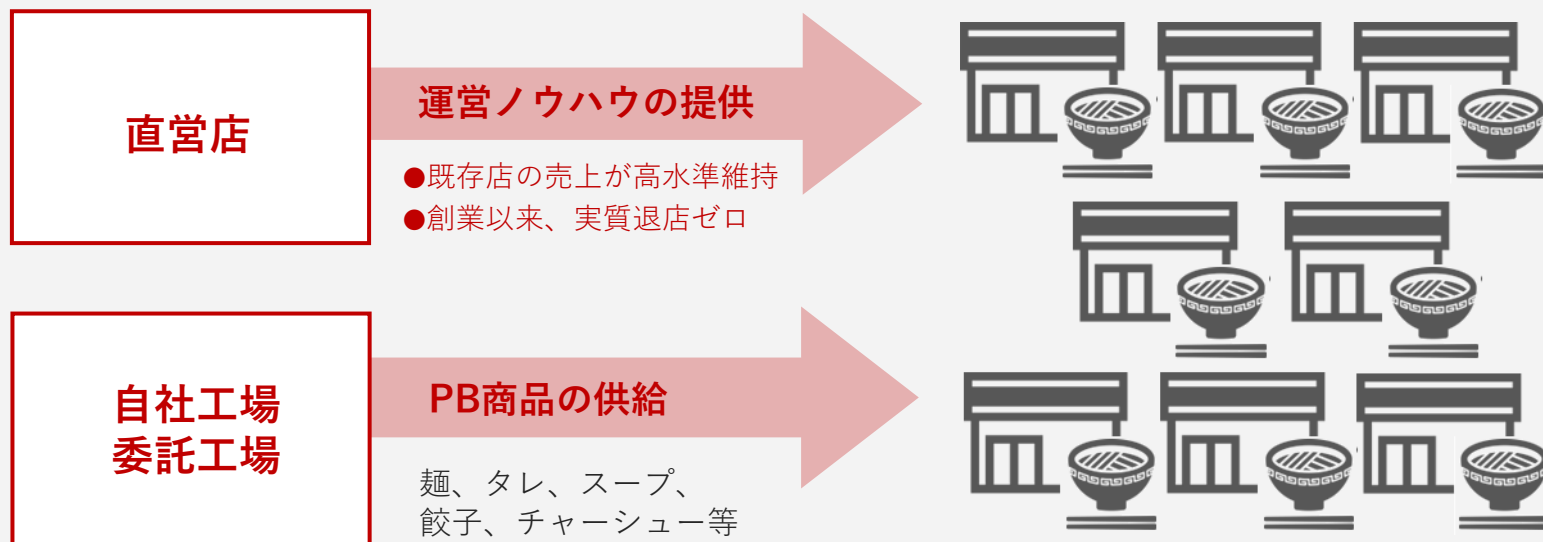


プロデュース事業



- ・＜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。

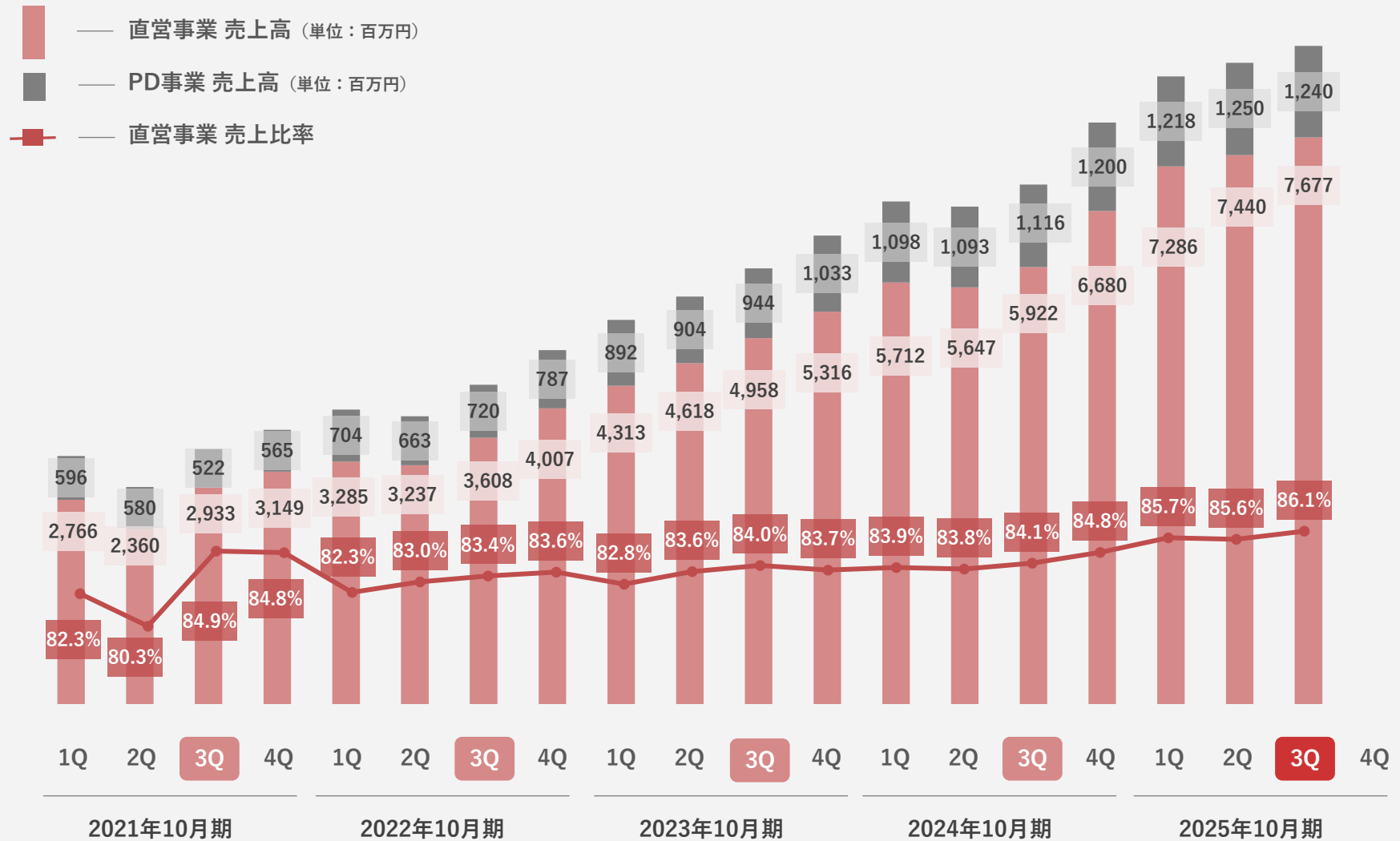
プロデュース店とフランチャイズ店の違い

	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	870	
	国内直営	165	174	181	185	190	197	209	223	232	242	255	
	海外直営	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	
	業務委託	9	9	9	9	9	9	9	9	9	8	8	
	プロデュース・FC	532	544	548	548	553	564	576	574	586	595	602	
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	32.9	
販管費率 (%)		57.9	58.8	57.6	56.0	54.2	58.6	60.2	57.6	57.2	57.7	57.8	
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	26.4	

— 店舗の状況（増減内訳）



		24年10月期 店舗数	25年10月期3Q 店舗数	増 減
(単位：店)				
直営店事業	北海道	0	0	-
	東北	22	29	+7
	関東甲信	147	169	+22
	北陸	0	0	-
	東海	36	39	+3
	近畿	17	17	-
	中国・四国	1	1	-
	九州・沖縄	0	0	-
	海外	4	5	+1
	小計	227	260	+33
売上高	業務委託店	9	8	△1
	合計	236	268	+32
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	13	△1
	東海	59	60	+1
	近畿	48	52	+4
	中国・四国	31	34	+3
	九州・沖縄	27	33	+6
	海外	14	13	△1
	小計	554	575	+21
売上高	国内FC店	11	12	+1
	海外FC店	9	15	+6
	合計	574	602	+28
店舗数総合計		810	870	+60

22,403
百万円

3,709
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	171	43	32	5	4
前期末比増減	+18	+4	+12	△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	16	10
前期末比増減	—	—	—	+6	+1

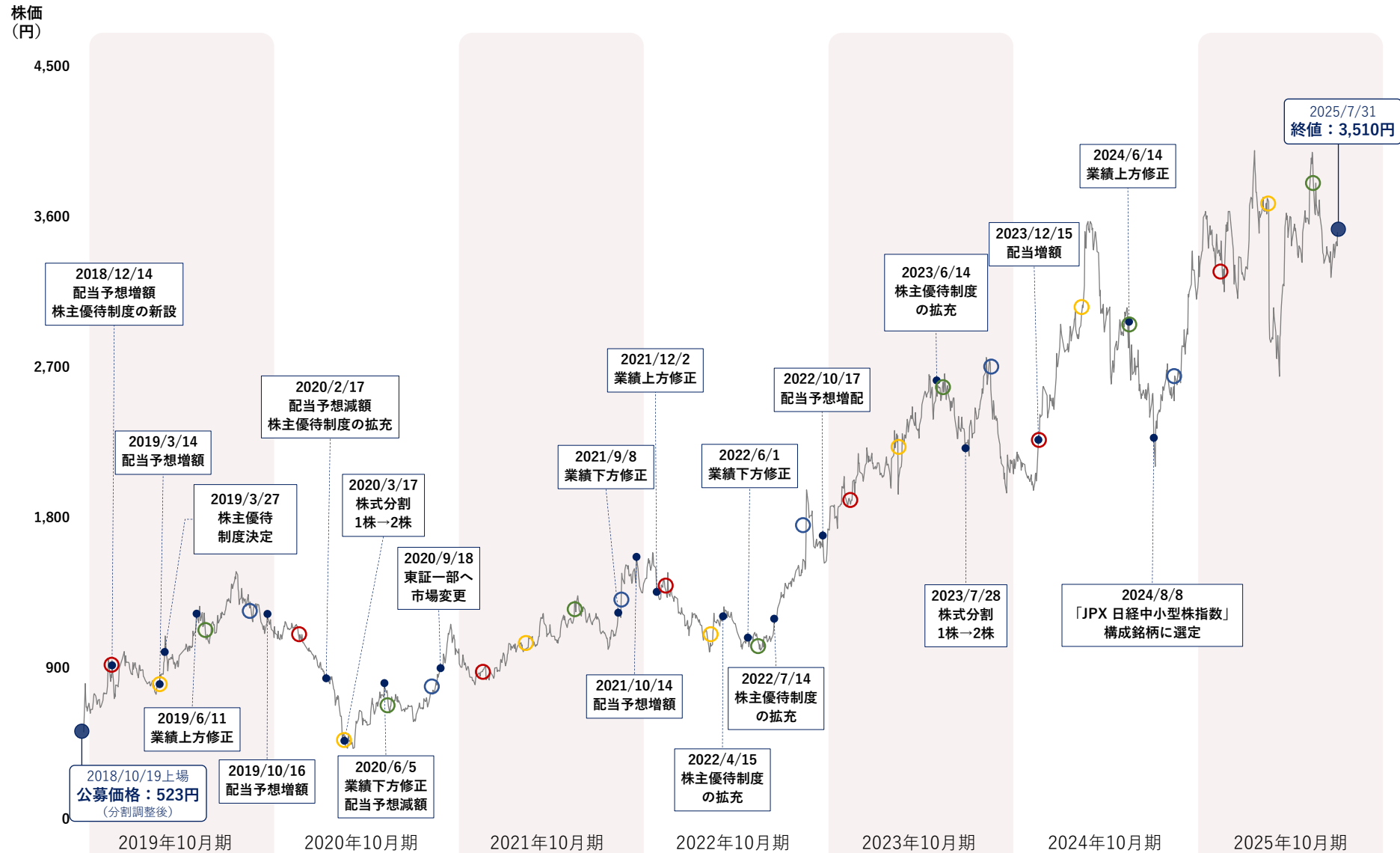


(単位：百万円)	2024年 10月期	2025年 10月期3Q	増減額	(単位：百万円)	2024年 10月期	2025年 10月期3Q	増減額
流動資産	4,368	4,550	+182	流動負債	5,356	5,860	+503
現金・預金	2,442	2,356	△86	買掛金	931	1,008	+77
売掛金	714	919	+205	短期借入金	14	2	△11
その他	1,211	1,274	+ 63	一年内長期借入金	1,198	1,726	+ 527
				その他	3,212	3,122	△89
固定資産	12,731	16,272	+ 3,541	固定負債	3,365	5,191	+ 1,825
有形固定資産	9,450	12,595	+ 3,144	長期借入金	2,786	4,470	+ 1,683
無形固定資産	236	199	△37	その他	578	720	+141
投資その他資産	3,044	3,478	+ 434	負債合計	8,722	11,051	+2,329
				純資産合計	8,377	9,772	+ 1,394
				資本金	824	869	+45
				資本剰余金	1,052	1,097	+45
				利益剰余金	6,278	7,454	+ 1,176
				自己株式	△1	△1	△0
				その他包括利益累計	217	314	+ 96
				非支配株主持分	5	37	+32
資産合計	17,099	20,823	+ 3,724	負債純資産合計	17,099	20,823	+ 3,724

株価推移 (上場～2025/7/31)

・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。