



GIFT

株式会社ギフトHD 証券コード9279

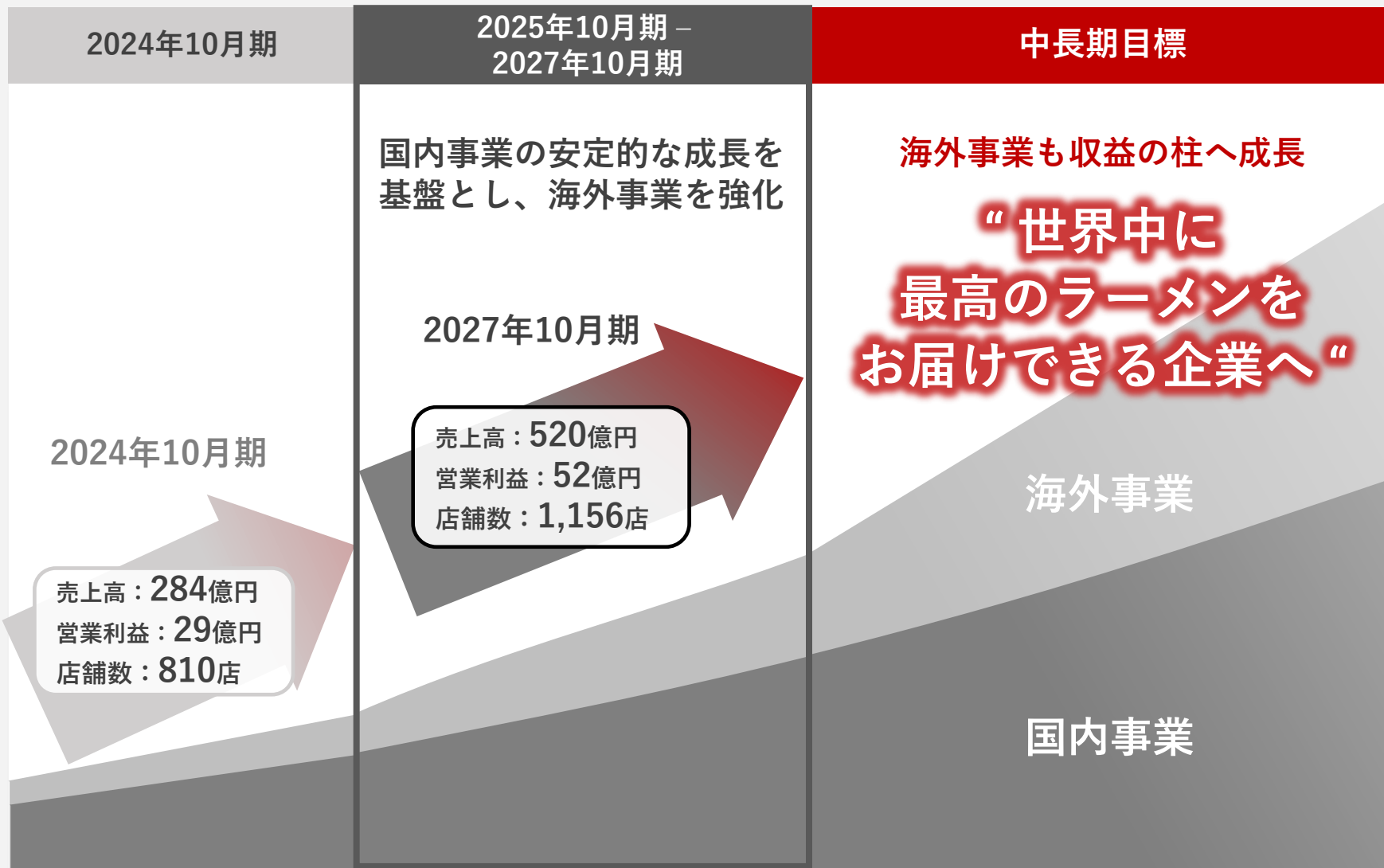
中期経営計画 2025年10月期～2027年10月期



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。

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



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



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

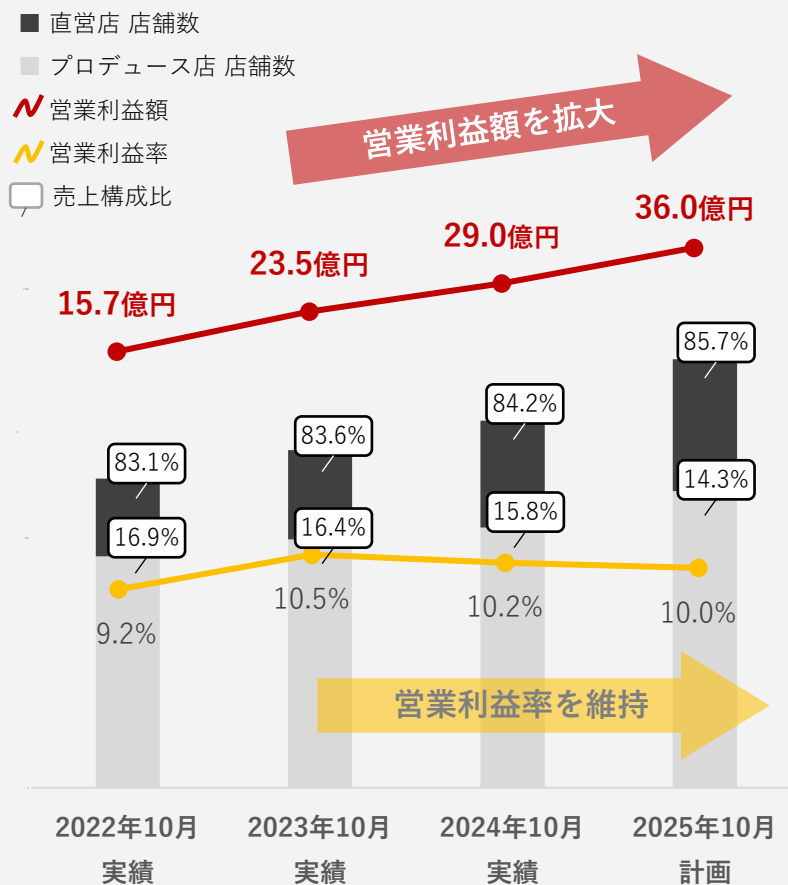
売上、利益額の最大化を目指す

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

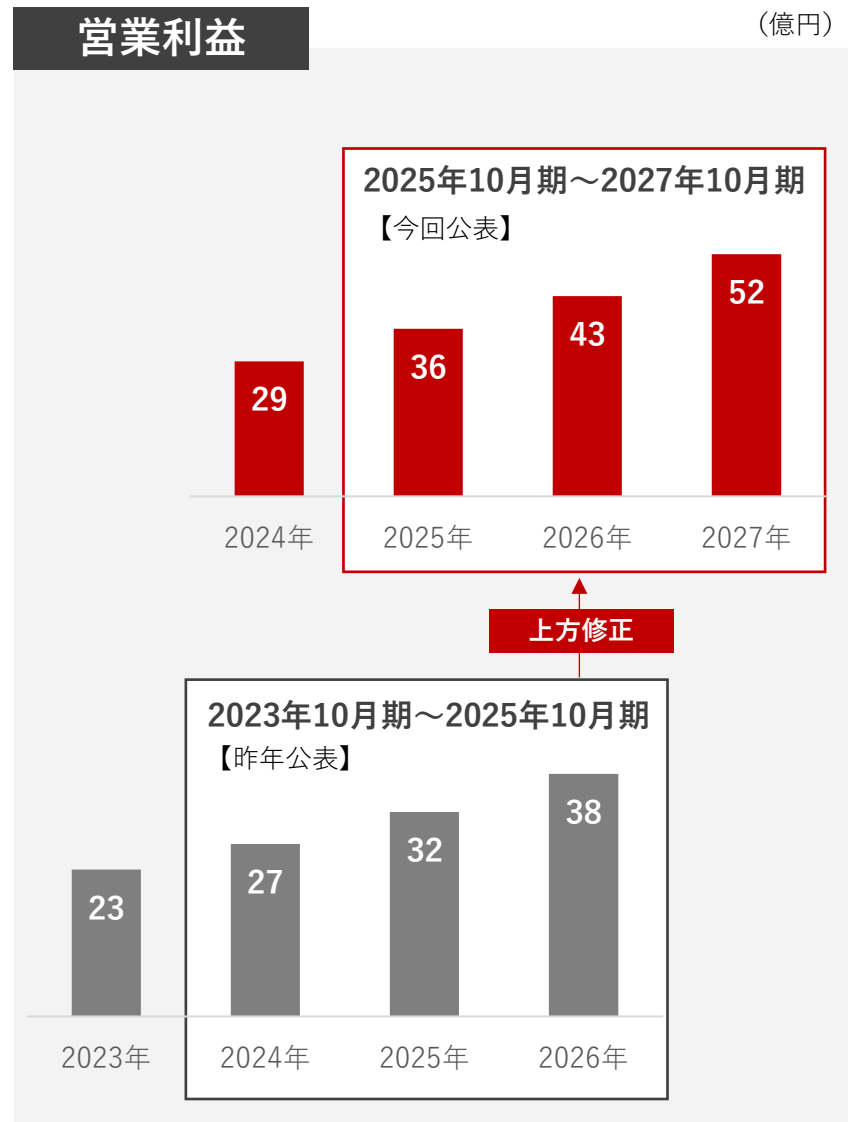
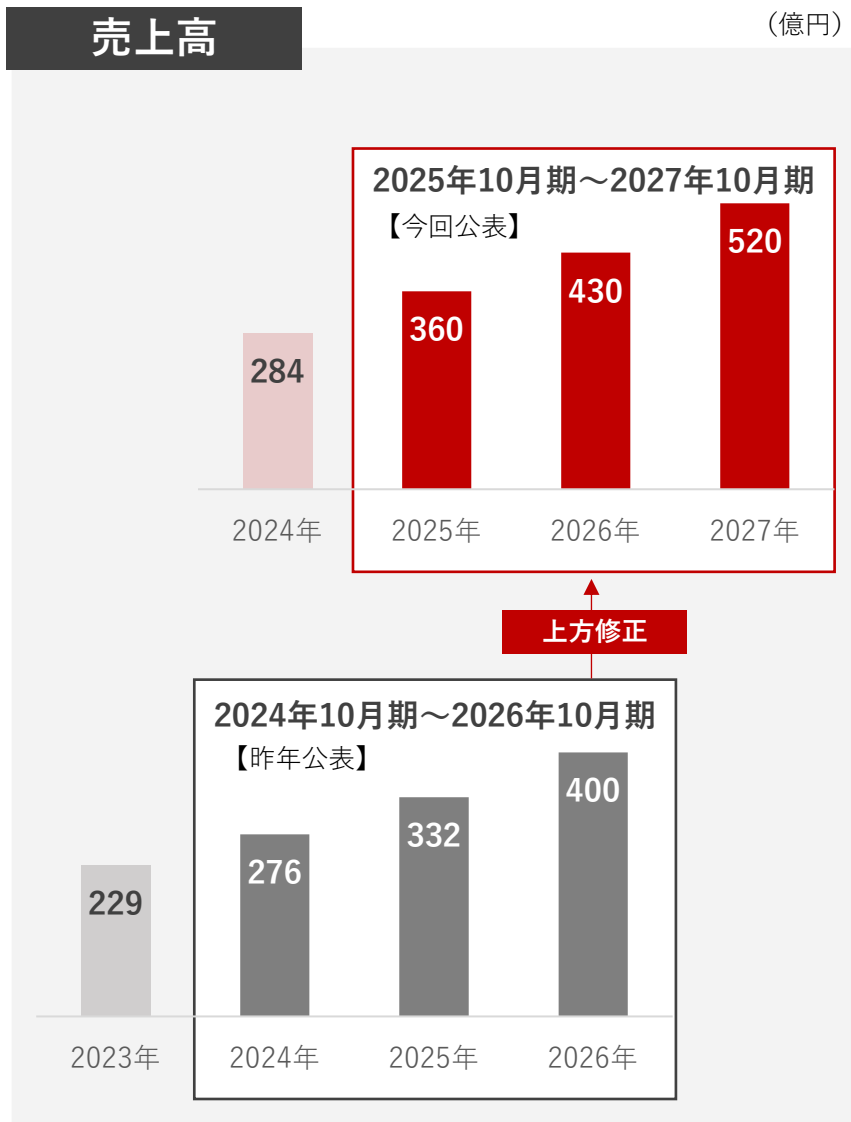
	2023	2024	2025	2026	2027
売上高	229 (億円)	285 (億円)	360 (億円)	430 (億円)	520 (億円)
営業利益	23.5 (億円)	29.0 (億円)	36 (億円)	43 (億円)	52 (億円)

※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自動発注の仕組構築 NEW ⑰物流コストの最適化 ⑱欠品リスクコントロール ⑲配送頻度、配送品質の向上（365日・翌日納品） 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

人財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）



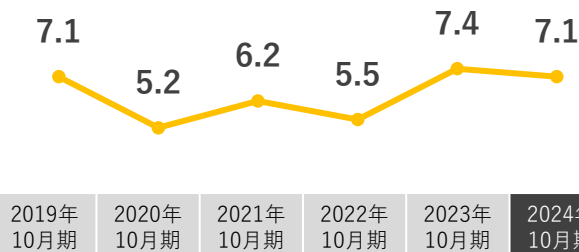
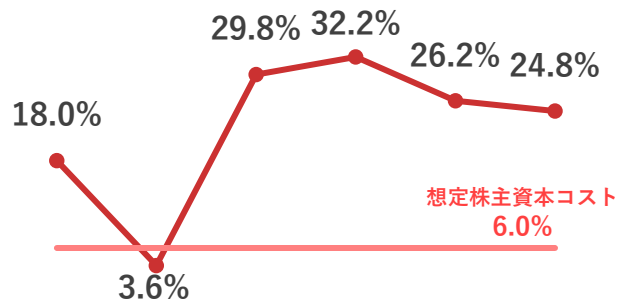
- コストパフォーマンスの向上
- 配送頻度の増加による配送品質向上
- 在庫スペースが限られる店舗におけるオペレーション改善

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: 2024年10月期 平均を使用
- 期待成長率: 長期的な経済成長率に当社成長率を加味し2~3%と仮定
- リスクフリーレート: 日本国10年債利回りの水準を参照
- 株式β: 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）

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

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。