



株式会社ギフトホールディングス

2022 年 10 月期決算説明会レポート（書き起こし）

2022 年 12 月 21 日

登壇

田川：皆様、こんにちは。代表取締役の田川です。本日はお忙しい中、オンライン決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。

本日は、2022 年の通期の業績結果と 2023 年の見通しをご説明させていただいた後に、2023 年からの中期計画についてご説明いたします。



売上高

17,015 百万円

前年同期比：+26.3%

営業利益

1,571 百万円

前年同期比：+67.9%

経常利益

2,442 百万円

前年同期比：+39.7%

業績概要

1月-3月は時短営業を行ったにもかかわらず、収益性の向上（人時生産性の向上）が通期で寄与したことにより**大幅な営業増益**を達成。

さらに、時短協力金の計上により、**過去最高の経常利益**を達成し、**売上高、営業利益、経常利益、当期純利益**のいずれも**過去最高**を達成。

収益性の向上

3つの改革（商品・店舗オペレーション・物流の改善）により、**人時生産性が向上し**、収益性が向上。

価格改定の実施

原材料価格等の高騰に対して、**柔軟な価格改定**を実施。

製造能力の引き上げ

8月に**新チャーシュー工場が本格稼働**。製造能力は従来の**3倍以上**に拡大し、プロデュース店への卸売品目の拡大が可能に。

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

3

それでは、2022年の通期の業績ハイライトについてご説明いたします。

1月から3月にかけては、新型コロナウイルスの拡大により時短営業を行い、さらには原材料価格の高騰や円安の急激な進行など、年初の想定よりも厳しいビジネス環境となりました。

人時生産性を向上させる取り組みが通期で寄与しましたが、一方で原材料費、物流費、エネルギーコストの急激な上昇に対して、コストアップ分を価格に反映していかざるを得ない状況となり、柔軟に価格改定をさせていただきました。

そのような状況の中でも増収増益を達成することができましたのは、今まで以上に店舗をご利用いただいたお客様と、クオリティの高いラーメンを常に提供できるように頑張ってくれたスタッフのおかげであると思っています。



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

4

業績以外の重要指標は、こちらの記載のとおりです。

出店に関しましては、年間の目標に対してショートしておりますが、コロナ禍収束の不透明さを考慮し、物件選定の基準を厳しく行ったことと、第7波による感染者や濃厚接触者の急増による労働力不足があったため、一部、翌期に開店を遅らせたためです。

また、退職率が昨年よりも上昇しておりますが、昨年度は他の飲食店が新機種出店や新規採用を中止していたため、イレギュラーに下がっていた反動となります。一方で、退職率を下げるさまざまな取り組みを行っており、上場前に20%を超えていた退職率は徐々に低下しております。退職率10%台前半を目指して対策を進めています。

3つの改革の実行により、収益性が向上



人時生産性が向上



1 適正シフトのコントロール

適正シフトと実績シフトの差異をリアルタイムに見える化。
過不足のないシフト運用が可能となった。

2 営業時間外の仕込時間を削減

チャーシュー工場の新設、トッピング共通化、物流センターからの一括納品の実現により、店舗オペレーションの標準化・単純化、工程の削減を実現。営業時間外の仕込時間の削減が可能となった。

3 宅配対応の最適化

店内混雑度等を鑑みた宅配対応の受注コントロールを実行。

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

5

収益性の向上についてご説明いたします。

人時生産性に関しましては、これまでどおり商品、店舗オペレーション、物流の改善を継続して取り組んだことで、生産性の向上が通年で寄与いたしました。具体的には、適正シフトのコントロール、営業時間外の仕込み時間を削減、宅配対応の最適化に取り組みました。

それでは、いったん楯にボタンタッチして、2022年の通期の決算概要をご説明いたします。

損益計算書



	2021年10月期		2022年10月期		増減	計画比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	前年同期比	22年10月期 通期計画	達成率
売 上 高	13,474	-	17,015	-	+26.3%	17,000	100.1%
売上原価	3,762	27.9%	5,176	30.4%	+37.6%	-	-
売上総利益	9,712	72.1%	11,839	69.6%	+21.9%	-	-
販管費	8,776	65.1%	10,267	60.3%	+17.0%	-	-
営業利益	936	6.9%	1,571	9.2%	+67.9%	1,700	92.4%
経常利益	1,748	13.0%	2,442	14.4%	+39.7%	2,000	122.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,076	8.0%	1,538	9.0%	+42.9%	1,280	120.2%

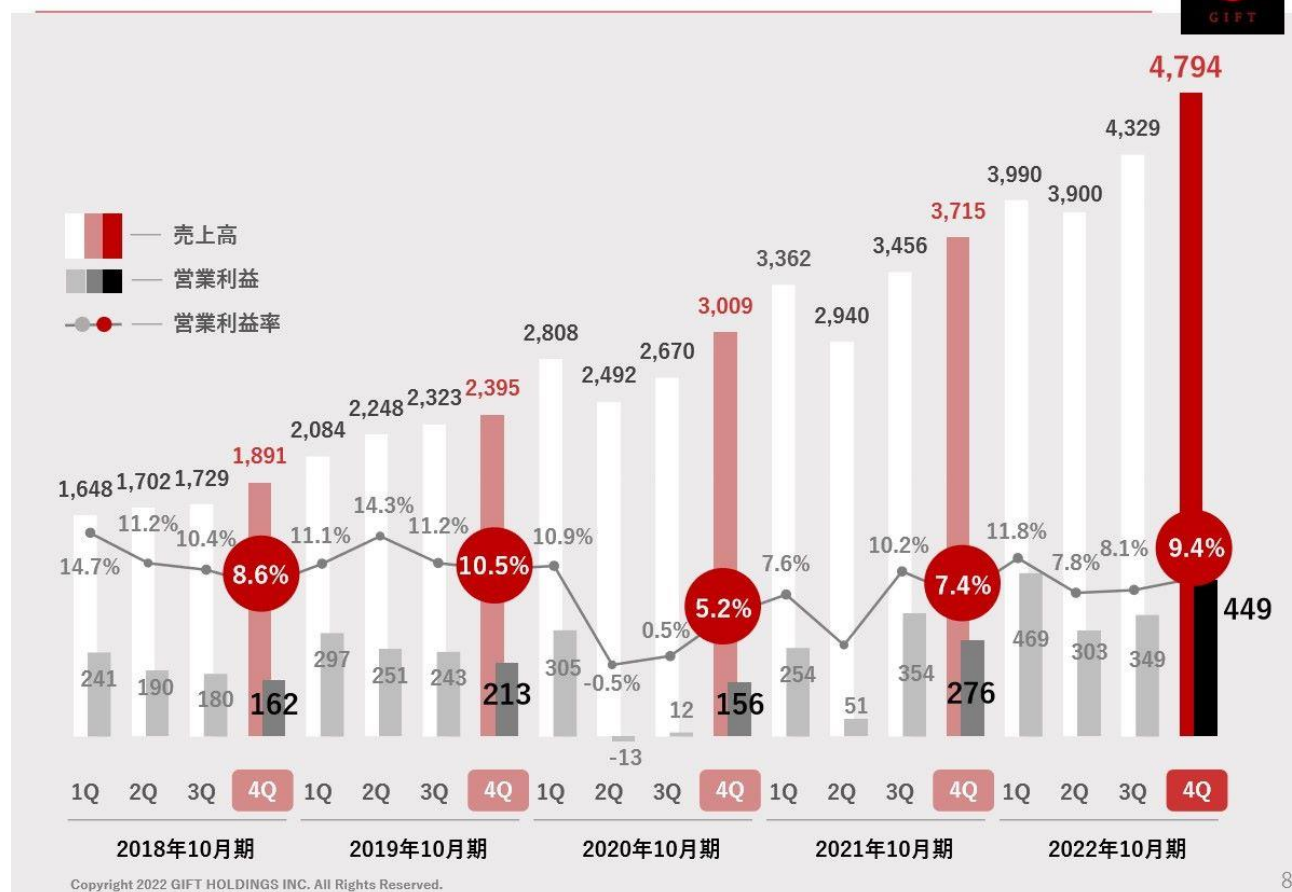
Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

7

榎：IR 担当の榎と申します。2022 年通期の業績についてご説明いたします。

売上高は 170 億円で、期初計画を達成いたしました。一方で、営業利益は想定外であった時短営業や各種資材のコスト高により 15.7 億円と、期初計画に対して未達となりました。経常利益は 24.4 億円、当期利益は 15.3 億円と、補助金収入の計上により、期初計画を上回ることができました。

売上高及び営業利益 四半期推移（会計期間）



続きまして、売上高、営業利益の四半期推移についてご説明いたします。

2020年10月期の第2四半期に営業損失を計上いたしましたが、その後は一度も営業赤字を出すことなく、10四半期連続で営業黒字を達成しています。

また、2022年の第4四半期は人流の回復や日常食需要の回復により、過去最高の売上を達成することができました。

時短協力金、雇用調整助成金について



当社グループは、自治体からの飲食店等の営業時間短縮要請に応じるとともに、営業時間短縮要請に係る時短協力金および雇用調整助成金の支給申請を行っており、**支給決定の時点で収益を認識**しております。

当連結会計年度におきまして、営業時間短縮に伴う時短協力金および雇用調整助成金等の収入として営業外収益に補助金収入847,254千円を計上いたしました。

(参考) 時短協力金および雇用調整助成金の申請及び支給状況

		10/31 まで 支給済	11/1以降				総計
			支給決定済	支給未決定	申請予定	合計	
時短協力金	時短日数 (日)	8,195	—	—	—	—	8,195
	金額 (千円)	766,214	—	—	—	—	766,214
雇用調整助成金	金額 (千円)	20,235	—	注 2	注 2	注 2	注 2

(注 1) 上記の時短日数は、当連結会計期間未までに時短した日数です（前期末日までに支給が決定した時短協力金にかかる時短日数は除く）。

(注 2) 時短協力金および雇用調整助成金の金額は支給決定時に確定し支給決定の時点で収益を認識する予定です。

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

9

次に、補助金収入についてご説明いたします。

当社は、時短協力金および雇用調整助成金につきましては、入金時点で収益に計上しております。2022 年は、時短協力金で 7.6 億円、雇用調整助成金で 0.2 億円の入金があり、収益に計上しております。来期につきましては、時短協力金および雇用調整助成金の計上は見込んでおりません。

出店状況



出店を継続し、

+80店舗の計画に対して、

+64店舗の純増を実現。

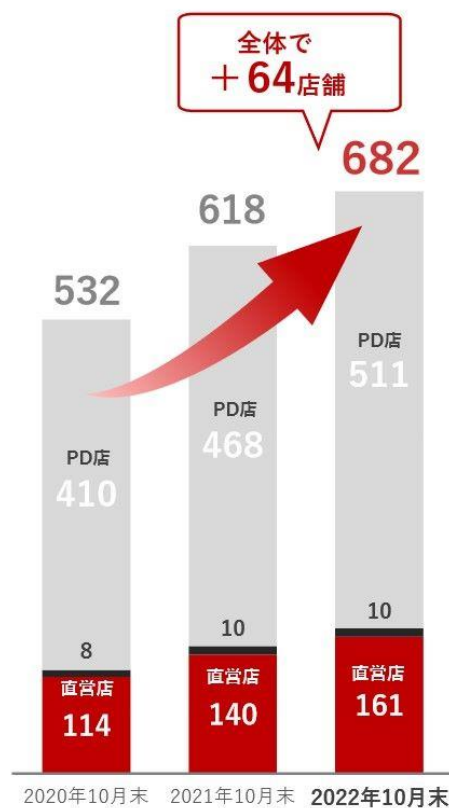


2021年10月期末 2022年10月期末

プロデュース店 468店舗 >>> 511店舗

直営店 150店舗 >>> 171店舗

全店舗
合計 618店舗 >>> 682店舗



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

10

続きまして、出店の状況に関してご説明いたします。

通期の出店数は、年間 80 店舗の純増計画に対して 64 店舗の純増となりました。プロデュース店は年間 48 店舗の純増計画に対して 43 店舗の純増、直営店は年間 32 店舗の純増計画に対して 21 店舗の純増となりました。

店舗の状況（直営店/ブランド別増減内訳）



ブランド					
店舗数	116	21	5	1	6
増減 (前期末比)	+8	+5	+3	—	—

ブランド					その他
店舗数	3	4	1	2	2
増減 (前期末比)	+2	+2	+1	△1	+1

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

11

続きまして、直営店のブランド別の店舗数、出店数についてご説明いたします。

6月に東京駅やエチカに一挙に7ブランドのラーメン店を、東京ラーメン横丁として総合出店を図りました。これまで多くの有名ラーメン店が一堂に会すラーメン施設は全国各地にありましたが、1社で7ブランドのラーメン店を出店する形態は日本初となりました。この点に関しましては、後ほど、別のスライドで補足いたします。

町田商店の出店8店舗は、ロードサイド5店舗、駅近2店舗、商業施設内1店舗となり、国内直営店としては初めての商業施設内への出店を果たすことができました。

町田商店以外のブランドでは、6ブランドで14店舗の出店を図りました。

店舗の状況（増減内訳）



		21年10月期末 店舗数	22年10月期末 店舗数	増 減	
(単位：店)					
直営店事業	関東	87	104	+17	
	東日本（関東以外）	32	36	+4	
	西日本	18	19	+1	
	海外	3	2	△1	
	小計	140	161	+21	
	業務委託店	10	10	—	
売上高	14,139 百万円	合計	150	171	+21
プロデュース事業	関東	293	306	+13	
	東日本（関東以外）	95	107	+12	
	西日本	67	83	+16	
	海外	13	15	+2	
	合計	468	511	+43	
	売上高	2,875 百万円	合計	618	682
店舗数総合計		618	682	+64	

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

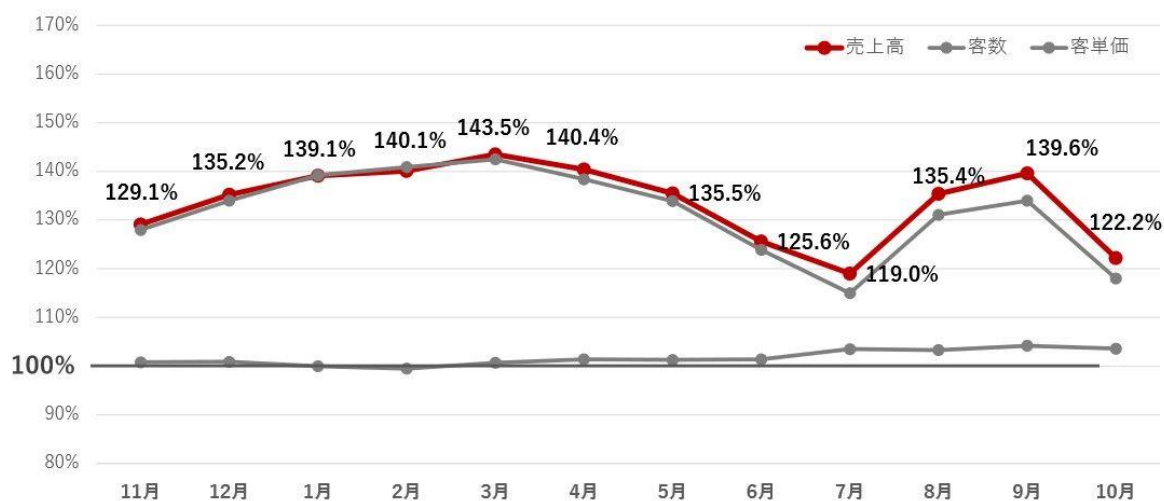
12

地域別の店舗数の増減についてご説明いたします。

直営店は出店戦略どおり、人口集中エリアとラーメン高消費エリア、プロデュース店も出店戦略どおり、地方エリアに出店し、全国にバランスよく出店することができております。

直営店事業の売上は 141.3 億円となり、前年同期比プラス 26.1%、プロデュース事業の売上は 28.7 億円となり、前年同期比プラス 27.0%となりました。

国内 直営全店 対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	129.1%	135.2%	139.1%	140.1%	143.5%	140.4%	135.5%	125.6%	119.0%	135.4%	139.6%	122.2%	132.9%
客数	128.0%	134.0%	139.2%	140.9%	142.5%	138.4%	133.9%	123.9%	115.0%	131.1%	134.0%	118.0%	130.6%
客単価	100.8%	100.9%	100.0%	99.5%	100.7%	101.4%	101.3%	101.4%	103.5%	103.3%	104.2%	103.6%	101.8%

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

13

こちらは、国内直営店全店の売上、客数、客単価の昨年対比の推移です。スライドのとおりとなっております。

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	102.2%	106.8%	112.2%	116.4%	119.6%	118.0%	114.7%	106.6%	96.7%	111.9%	116.1%	105.2%	109.9%
客数	101.5%	105.9%	112.4%	116.8%	118.3%	116.2%	112.9%	104.8%	93.0%	107.7%	110.9%	101.1%	107.6%
客単価	100.7%	100.9%	99.9%	99.6%	101.1%	101.6%	101.7%	101.8%	104.0%	103.8%	104.7%	104.0%	102.2%

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

14

国内直営店既存店の売上、客数、客単価の昨年対比の推移です。時短した日も含む全営業日の数字となっております。

B/Sサマリー



(単位：百万円)	2021年 10月期	2022年 10月期	増減額	(単位：百万円)	2021年 10月期	2022年 10月期	増減額
流動資産	2,413	3,026	+ 612	流動負債	2,539	2,937	+ 398
現金・預金	1,871	2,007	+135	買掛金	389	544	+155
売掛金	262	405	+143	短期借入金	-	42	+42
その他	280	613	+333	一年内長期借入金	534	512	△22
				その他	1,615	1,838	+223
固定資産	5,863	6,878	+ 1,014	固定負債	1,621	1,535	△ 86
有形固定資産	4,016	4,756	+740	長期借入金	1,274	1,195	△ 79
無形固定資産	135	122	△13	その他	346	339	△6
投資その他資産	1,711	1,999	+287	負債合計	4,161	4,473	+312
資産合計	8,277	9,905	+ 1,627	純資産合計	4,116	5,432	+1,315
				資本金	790	793	+3
				資本剰余金	1,042	1,045	+3
				利益剰余金	2,281	3,463	+1,182
				自己株式	△0	△0	△0
				その他包括利益累計	2	130	+127
				負債純資産合計	8,277	9,905	+ 1,627

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

15

次に、B/S の状況についてご説明いたします。

前期末では、自己資本比率は 49.7%と、50%を割っておりましたが、当期末では利益の積み上げにより 54.8%と、社内で目標にしている 50%を回復することができました。財政状態の健全性を維持しつつ、出店や M&A に対する投資を継続していきたいと考えております。

C/Fサマリー



(単位：百万円)	2021年10月期	2022年10月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,402	2,149	△ 252
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,707	△ 1,808	△ 100
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 639	△ 315	+ 324
現金および現金同等物に係る換算差額	24	109	+ 84
現金および現金同等物の期末残高	1,871	2,007	+ 135

2022年 10月期 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：2,214百万円
減価償却費：469百万円
法人税等の支払額：△658百万円

■投資活動によるキャッシュ・フロー

有形固定資産の取得による支出：△1,514百万円
敷金及び保証金の差入による支出：△196百万円

■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：42百万円
長期借入金の借入による収入：550百万円
長期借入金の返済による支出：△592百万円
配当金の支払額：△316百万円

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

16

続きまして、キャッシュ・フローの状況です。

営業キャッシュ・フローがプラス 21.4 億円、投資キャッシュ・フローがマイナス 18 億円と、営業キャッシュ・フローで出店の投資を全てまかなえています。なお、時短協力金等の補助金の収入は、営業キャッシュ・フローに計上しております。

価格改定の影響

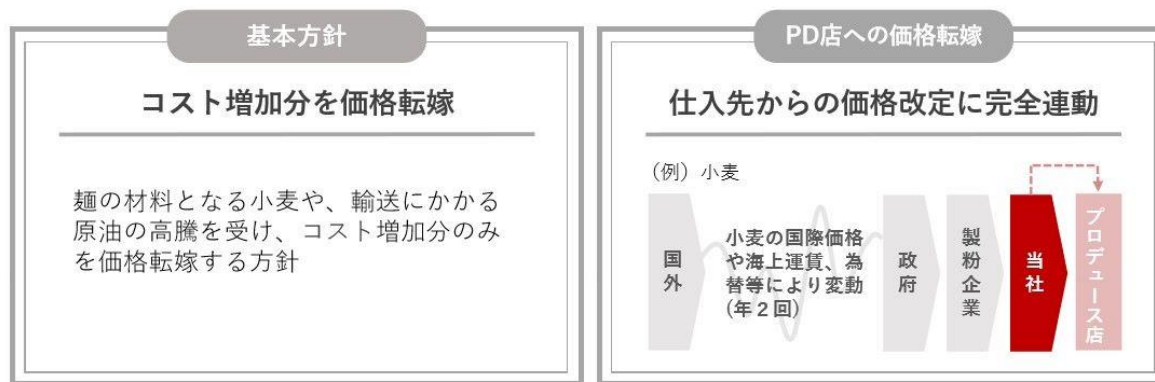


柔軟に価格改定を実施するも客足への影響はなし

対 改定前後（昨年対比）



出典：「町田商店」RS店舗の3/1の価格改定後9か月間の状況



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

17

続きまして、価格改定の影響につきましてご説明いたします。

現在、原材料価格、エネルギーコストなど、各種のコストが上昇しております。当社の商品価格は、コスト上昇分のみを転嫁していくことを基本方針としております。

直営店は3月1日より、ロードサイド店で3年ぶりに価格改定を行いました。それ以降もコスト上昇が判明する都度、柔軟に価格転嫁させていただいております。QSCAを高め続けてきましたので、ありがたいことに、お客様にはこれまで以上にご来店をいただいております。

コスト上昇が続いた場合、追加的な値上げを検討するかにつきましては、現時点では明言はできませんが、状況を見ながら慎重に検討していきたいと思っております。

また、プロデュース店向けへの食材の卸売価格に関しては、仕入先からの価格改定に完全連動して、価格を改定させていただいております。

以上、通期の決算概要の報告とさせていただきます。ありがとうございました。

2023年10月期 通期業績見通し



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
	(単位：百万円)	金額	売上比率	金額	売上比率
売上高		17,015	—	20,500	—
営業利益		1,571	9.2%	2,050	10.0%
経常利益		2,442	14.4%	2,080	10.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益		1,538	9.0%	1,380	6.7%

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

19

田川：それでは、ここから来期の業績見通しに関してご説明いたします。

来期の業績見通しは、売上 205 億円、営業利益 20.5 億円を見込んでおります。当期は補助金収入が多額にあったため、来期は経常利益以下では減益となりますが、大幅な増収と営業増益を計画しております。



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

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

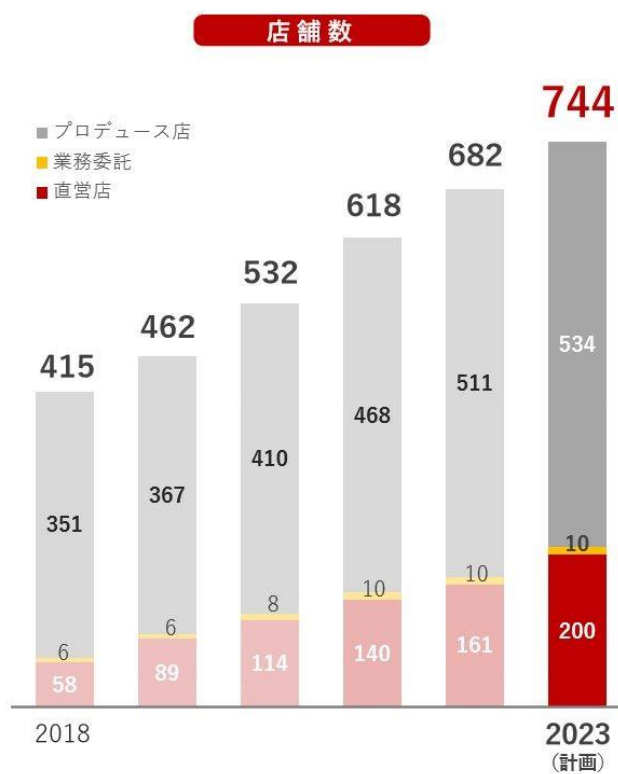
20

続きまして、業績見通しの前提についてご説明いたします。

国内直営店の既存店昨対は 104.7%、2019 年比で 102%を見込んでおります。こちらは、足元の月次の状況を踏まえて、このような結果としました。

次に、出店に関しましては、当期に出店を制限したこともあり、来期は積極的な出店をいたします。国内直営店が 39 店舗の出店、海外直営店が 1 店舗の出店、プロデュース店は 23 店舗の純増を見込んでおります。

なお、国内直営店に関しましては、既に計画の半分以上の物件契約が確定しております。プロデュース店に関しては、1 店舗ごとの品質を高め、1 店舗あたりの食材卸売額を増やす取り組みを行うため、純増数をセーブした計画としておりますが、順調な店舗数の純増を見込んでおります。



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

2023年10月期末
店舗数 (計画)

744 店舗

前期比 **+62** 店舗 を計画

直営店 **+39** 店舗

プロデュース店 **+23** 店舗

こちらは、先ほどの内容をまとめているのみですので、ご説明は割愛いたします。

出店戦略



「日常食」としてのラーメンの魅力を多ブランド、エリアを拡大し訴求。

- ・「町田商店」はロードサイドを中心に大幅増店。「豚山」も継続出店。
- ・「元祖油堂」の多店舗展開も開始。

町田商店



ロードサイド＆駅近出店を継続し、大幅増店。

ロードサイド **20** 店舗
駅近 **5** 店舗

※フードコート、サービスエリアへの出店を模索

豚山



駅近出店を継続。投資回収の早い居抜物件にて出店。

駅近 **5** 店舗

※ロードサイドへの出店を模索

その他



「元祖油堂」の多店舗展開を開始。

ロードサイド **1** 店舗
駅近 **4** 店舗

その他
新業態



超繁盛店のM&A等についても、積極的に検討

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

22

続きまして、出店戦略についてご説明いたします。

私たちは、ラーメンマーケット内のシェアを拡大するには、さまざまな種類のラーメンをさまざまな立地で提供していく必要があると考えており、その点に注力して取り組んでまいりました。

これまでは町田商店を主力としてきた当社の出店戦略でしたが、町田商店以外でも第2のブランドである豚山、そして次なるブランドとして、元祖油堂が立ち上がってきました。そのため、これまでの駅近、ロードサイドという大括りな出店判断にとどまらず、各ブランドにマッチした立地をそれぞれ選定することにより、厚みのある出店を行ってまいります。

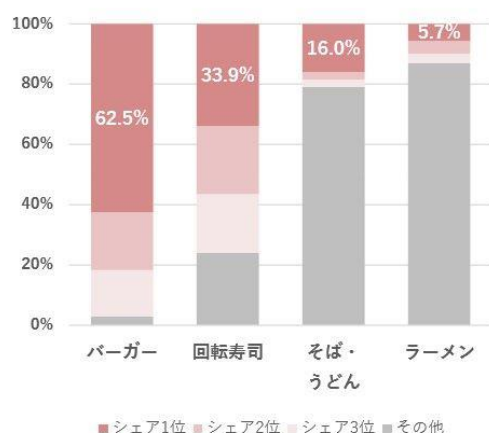
主な外食産業と国内ラーメン市場の特徴



大手企業への需要集約が顕著にみられるバーガー、回転寿司、そば・うどんなどの成熟したマーケットと異なり、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発展途上のマーケットといえる。

成熟したマーケット

主な外食産業の上位企業シェア割合



出典情報:総務省「経済構造実態調査」をもとに当社で集計

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

発展途上マーケット

ラーメン市場の上位企業シェア割合



「個人店の魅力」と「標準化・単純化」

により、シェアを拡大していく

23

続きまして、出店戦略について補足いたします。

私たちが所属するラーメンマーケットは、売上 6,000 億円、店舗数 1 万 8,000 店舗、コロナ禍前まではマーケット規模は微増を続けていた市場です。ラーメンマーケットのプレーヤーは圧倒的に個人店が多く、バーガー、回転寿司とは異なり、シェア上位企業の割合が非常に小さい、まだまだ非効率なマーケットになっています。

一方で、ラーメンの消費者は嗜好性が高く、同じ味のラーメンではマーケットシェアを拡大できないため、さまざまな種類のこだわったラーメンを提供する必要があります。そのため、私たちも個人店としての魅力とチェーン店としての展開という、一見相反するものを二律両立させ、ラーメンマーケットでのシェアの拡大をしていきたいと考えています。

「東京ラーメン横丁」 オープン



「JR東京駅徒歩1分 ヤエチカに「7ブランド」が集結

各ブランドの個性を活かしながら、横丁としての懐かしさ・エンターテインメント性を兼ね備えた活気と賑わいの“たまり場”を創造。国内外からの様々なお客様をつなぎ、“懐かしさ”と“ワクワク感”、そして他にはない特別な“空間”を感じて頂けます。

東京ラーメン横丁



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

24

今年の6月に東京駅ヤエチカに東京ラーメン横丁をオープンさせました。東京駅というビッグマーケットに7種類のラーメンを同時に成立することを立証し、私たちの今後の出店戦略の考え方を立証していきたいと思っています。

同一エリア内に当社ラーメンブランドを複数出店



東京ラーメン横丁のような全く同じ場所に複数ブランドを出店させることは、それほど再現性は高くなく、横展開することは難しいと考えています。

一方で、同じ街に複数のブランドを出店させ、成立させることは再現可能性が高いのではないかと考えています。現に、町田駅、横浜駅、武蔵小杉駅周辺で、それぞれ3ブランドを展開しておりますが、自社競合することなく、いずれの店舗も高い売上を誇っており、複数ブランドが成立することを立証できていると考えております。

今後、さらに多くの町で複数ブランドを展開し、ラーメンマーケットのシェアを拡大していきたいと考えております。



北米一の利用客数を誇るペンシルバニア駅に、NY3号店が11/21グランドオープン



店名

E.A.K RAMEN Moynihan Train Hall
(フードコート内)
3383 W31st Street, New York, NY, 10001, USA

モイニハントレインホールは様々な交通機関の中核となっている駅舎であり、周辺には全米有数のオフィス街・観光地が集まっております。また、大規模な再開発地区であるため、今後さらに多くの人々が利用するエリアとなります。

多くの人々が集まるアメリカの一等地で、当社グループのラーメンや、笑顔と活気のあふれるサービスを提供することで、当社グループの事業コンセプトである「ラーメンを、世界への贈り物に。」を体現いたします。

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

26

続きまして、海外における出店戦略についてご説明いたします。

11月21日に北米一の利用者数を誇るペンシルバニア駅構内に、直営店のニューヨーク3号店目がオープンしました。円安の影響もありますが、既に直営全店で1~2位を争う店舗になっています。

直営店のみならず、FC店に関しましても開発する組織体制を整えており、直営店、FC店の両軸で海外展開を推進していきたいと考えています。



配当方針

株主の皆様への利益還元は、経営成績、財政状態及び財政状態を総合的に勘案し、財務体質の強化、事業拡大のための投資等にも十分に留意しながら、安定的且つ継続的な利益還元を基本スタンスとして配当性向にも注視しながら実施しております。

2022年10月期配当金

中間**12円**/期末**15円**の計**27円**といたしました。

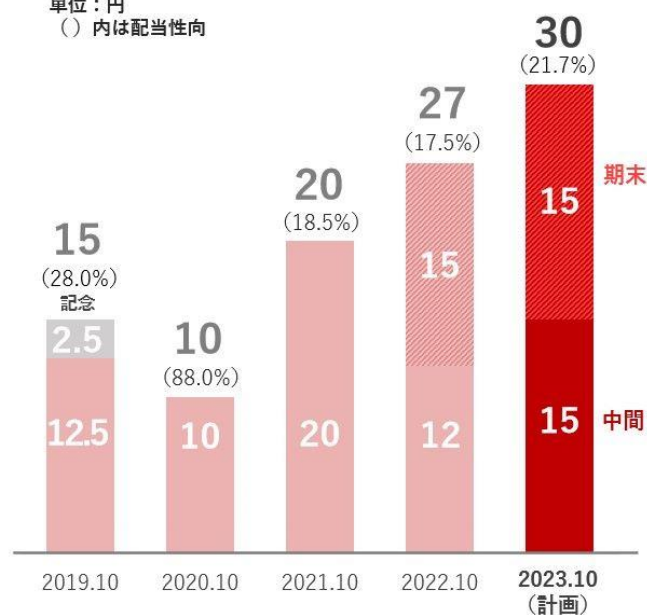
2023年10月期配当金

・配当性向20%以上を目標

中間**15円**/期末**15円**の計**30円**とし、**3円増配**を計画しております。

※右の数値は、株式分割を勘案した数値を掲載。

単位：円
() 内は配当性向



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

27

株主還元につきましてご説明いたします。

当期に関しては、当初計画より2円増配の27円といたしました。来期は業績が好調であると見通しており、3円増配の30円、配当性向20%以上を計画しております。

株主優待



優待拡充（2023年1月贈呈分より）

- ・ 1年以上継続保有株主優待制度を新設
- ・ ラーメン豚山オンラインショップ[※]にも対応

保有株式数	変更前	変更後	
		1年未満保有の場合	1年以上継続保有の場合
100株以上 200株未満	2枚（年4枚）	2枚（年4枚）	3枚（年6枚）
200株以上 300株未満	3枚（年6枚）	3枚（年6枚）	4枚（年8枚）
300株以上 500株未満	4枚（年8枚）	4枚（年8枚）	5枚（年10枚）
500株以上	5枚（年10枚）	5枚（年10枚）	6枚（年12枚）

- **1年以上継続保有とは**基準日時点（毎年4月末、10月末）の株主名簿に記載されており、100株以上を1年以上継続保有されている場合をいいます。当社の株主名簿に、同一株主番号で当該基準日を含む直近3回の基準日（4月末、10月末）に継続して記載された株主様が対象です。
- お食事ご優待券は券売機の中からどれでも1品無料でご利用いただけます。券売機のない店舗ではメニューの中から1品となります。テイクアウトにもご利用いただけます[※]。ラーメン豚山では、ボタンをお選びいただいた後、汁なし、つけ麺への変更も可能です。
- 1,000円以上のセットメニューにもご利用いただけます。
- お食事ご優待券は、当社グループの国内直営店でご利用いただけます。ご利用可能な店舗につきましては別途ご案内いたします。ラーメン豚山オンラインショップでは、**電子チケット1枚で1000円OFFクーポン**の発行をいたします。**1回のご注文で1枚のクーポンのみ**ご利用いただけます。

※一部店舗の店頭で販売しております「家系ラーメンセット」などの持ち帰り用冷凍商品は対象外です。

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

28

株主優待に関しては、1月贈呈分より1年以上の継続保有優待制度、ECサイトでのご利用を計画しており、個人投資家の皆様にさらに魅力のある株式を目指してまいります。



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

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

30

2025 年 10 月期までの 3 カ年の中期計画についてご説明いたします。

経営を取り巻く環境の変化が激しいため、現時点ではローリング方式で中期計画を策定しております。2025 年 10 月期に売上 300 億円、営業利益 30 億円を目指しています。そのために取り組むべきことを、次のページ以降でご説明いたします。

主要KPI



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

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

31

こちらは、中期計画の主要 KPI です。

昨年度とほぼ同じ内容ですが、2 番は経常利益率から営業利益率に変更いたしました。

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
	売上高	110 (億円)	134 (億円)	170 (億円)	205 (億円)	250 (億円)	300 (億円)
	営業利益	4.6 (億円)	9.3 (億円)	15.7 (億円)	20.5 (億円)	25 (億円)	30 (億円)
	経常利益	5.1 (億円)	17.4 (億円)	24.4 (億円)	20.8 (億円)	25 (億円)	30 (億円)
国内	合計店舗数	519店	602店	665店	723店	781店	1,000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	合計店舗数	13店	16店	17店	21店	24店	33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	合計店舗数	532店	618店	682店	744店	805店	1,033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

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

32

損益計画と出店数の3カ年の計画です。

中期計画の最終年度である2025年は、国内1,000店舗体制を達成し、売上高300億円、営業利益30億円の達成を目指しています。

中期経営計画



重点テーマ	取組みの概要
既存事業の拡大	①店舗あたりの品質向上 PICK UP ②人財育成と定着化 ③インフレへの柔軟な対応
新業態の展開	④積極的なM&Aによる新業態の獲得 PICK UP ⑤更なる新業態の開発&ブラッシュアップ
海外展開	⑥店舗展開（直営店、FC店） ⑦海外展開を支える本社・営業機能の構築
出店力の強化	⑧モデル開発の強化 PICK UP ⑨物件開発力の強化
製造・購買・物流体制の強化	PICK UP ⑩製造コスト削減&製造品質向上 ⑪エリア別安定供給体制の構築 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） ⑬物流品質の向上（頻度、クオリティ）
ESG	⑭ESG経営の推進 PICK UP
⑮DXの推進 PICK UP	

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

33

こちらは中期計画で取り組む重点テーマです。

1 店舗あたりの品質向上、積極的な M&A による新業態の獲得、モデル開発の強化、製造・購買・物流体制の強化、ESG 経営につきまして、次のページ以降で詳しくご説明いたします。



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

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

34

まずは、1店舗あたりの品質向上につきましてご説明いたします。

国内直営店で培ったノウハウを活かして、海外直営店、プロデュース店をさらに魅力のある店づくりにしていきたいと考えています。

これまでは、海外直営店は独立した組織で独自に運営を行っていました。海外直営店を国内直営店の傘下にするすることで、国内直営店の人材やノウハウを活用し、店舗運営の仕組みや経営理念を浸透させる取り組みを共通化することで、QSCAの向上に取り組みたいです。

プロデュース店に関しては、これまでは当社の指定食材、いわゆる麺、タレ、スープ以外は、各地の仕入業者とプロデュース店が直接契約し、仕入れを行っていました。そのため、プロデュース店の食材の品質が平準化されていませんでした。これを直営店と同じ品質の食材を使うことで、プロデュース店のQSCAの向上に取り組みたいです。



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



店舗拡大に必要不可欠な製造能力の増強

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

35

積極的な M&A についてご説明いたします。

これまでも M&A には取り組んでまいりましたが、より積極的に M&A を進めていきたいと考えています。M&A の対象としては、単店の超繁盛店、チェーン店、工場を考えています。

単店の超繁盛店の M&A は、嗜好性の高いラーメンマーケットにおいて、複数ブランドを保有することがシェアを拡大させる重要な一つの要因になると考え、取り組んでいきます。

チェーン店の M&A は、優位性のある立地や人財の確保という狙いから取り組んでいきたいと考えています。

工場の M&A は、店舗拡大に必要不可欠な製造能力を増強する狙いから取り組んでいきます。



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

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

36

モデル開発の強化についてご説明いたします。

町田商店は、当初は駅近のみの展開でしたが、ロードサイドへ出店を開始したことにより、より多くのお客様にご来店いただけるようになりました。このように、従来出店していた立地のみならず、新しい立地に出店し、その検証を行うことで、各ブランドの出店立地の幅を広げていきたいと考えています。

具体的には、豚山は現在駅近のみで展開しておりますが、ロードサイドの出店を検証いたします。ファミリー層だけではなく、単身者をターゲットとし、駐車場完備で、カウンター席のみの店舗を想定しております。

また、元祖油道は、現在は直営店のみで展開しておりますが、コンセプトは完成しており、お客様にも魅力的なブランドであることと、裏側の仕組みもパッケージ化が相当程度完成しているため、FCでの展開を検証いたします。

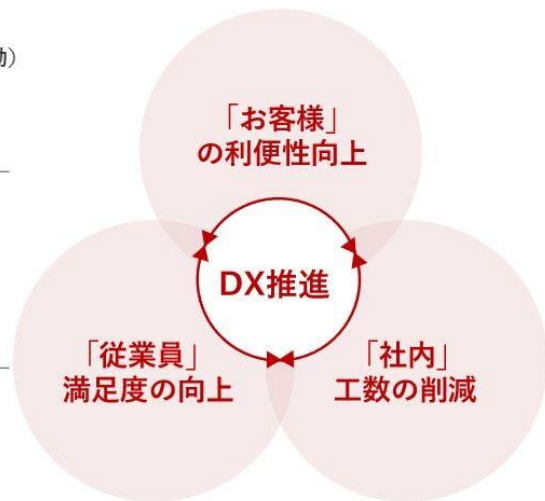
町田商店は、駅近、ロードサイド、商業施設と出店立地の幅を広げてまいりましたが、フードコート、サービスエリアへの出店も検証していきたいと考えています。



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	✓ 新券売機の導入 (キャッシュレス決済、アプリとの連動) ✓ eGiftチケット導入 ✓ 店舗検索画面及びアプリ刷新
	「従業員」満足度の向上	✓ シングルサインオンとセキュリティの向上 ✓ データ分析基盤の構築
	「社内」工数の削減	✓ 全店舗でマルチデバイスの導入 ✓ 報告業務のデジタル化



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

37

DX の推進についてご説明いたします。

新しく CIO が着任し、DX の推進を加速させていきます。お客様の利便性の向上、従業員満足度の向上、社内工数の削減を実現していきたいと考えています。



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



平塚



横浜第一
横浜第二



丹波篠山



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享受していく

Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

38

製造・購買・物流体制の強化についてご説明いたします。

1 店舗あたりの品質向上をさせるため、プロデュース店に対しても、国内直営店と同じ食材を、同じ物流網を使って供給していきます。そのため、工場の供給能力を確保し、製造品質を向上させ、製造コスト削減に取り組んでまいります。

また、物流に関しては、物流センターを整備し、直営店のみならずプロデュース店向けも同じ物流センターから配送に乘せることで、物流コストの最適化、欠品のリスクコントロール、配送頻度、配送品質の向上、各店舗への一括納品にグループ全体で取り組んでいきたいと思ひます。これらにより、ギフトグループ全体で製造・購買・物流のシナジー効果を享受できると考えています。



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。



Copyright 2022 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

39

当社では、持続可能な社会づくりに貢献すべく、ESG 経営の推進もしてまいります。昨年1年間の二酸化炭素排出量は1万1,470トンCO₂でした。これらを営業時間1時間あたり1%以上の削減に取り組みたいと考えております。

決算説明としては、ご説明は以上となりますが、今後も短期的な成長や利益を追うのではなく、おいしいラーメンを世界中のお客様にお届けできるように、将来にわたって成長を続け、皆様のご期待に応えていきたいと考えております。ご清聴ありがとうございました。