



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 質疑応答集

この質疑応答集は、2022 年 12 月 21 日（水）に開催したアナリスト・機関投資家向け決算説明会および決算発表後の 1on1 ミーティング等にて、ご出席の皆様からいただいた主なご質問をまとめたものです。ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。

Q1：今後、再度の価格改定はありうるのでしょうか。

A1：価格改定については、今後も原材料費等の高騰が見込まれておりますので、都度柔軟に価格改定を行って参りたいと考えています。

Q2：現在 700 店舗の店舗体制ですが、出店ポテンシャルはどの程度あると考えていますか。その際の主力ブランド数の想定はいくつでしょうか。

A2：主力ブランドの町田商店、家系ラーメンというジャンルにおいて、少なくとも 1,000 軒の出店は可能と考えております。また、豚山は駅近だけで見ても 200～300、ロードサイドがうまくいけば 500～700 の出店が可能だと考えております。油堂に関しましては、現時点では駅近のみの出店を想定しておりますが、70 店舗程度と見ております。

また、醤油業態のメインブランドがまだ明確には立ち上がっておりませんが、マーケットはかなり大きいと考えており、500～1,000 軒ぐらい出店できるようなブランドをこれから確立していきたいと考えております。

Q3：中期計画で想定する投資規模、設備投資、M&A の予算を教えてください。

A3：新店の設備は、大体駅近の店舗で 1 店舗 3,000 万円程度、ロードサイドで 4,500 万円程度を見込んでおり、出店数を乗じて算出しています。工場は、ここ数年であっても数億円から 5 億円程度ではないかと考えております。約 200 店舗分に相当する 200 万玉製造できる製麺工場は 2～3 億円かかります。

M&A は、単店に関しては 1～2 億円が上限です。チェーン店の買収に関しましては、具体的な話があるわけではありません。ですので計画外となりますが、そのときの当社の規模に見合ったシナジーのある M&A ができればと考えております。



Q4：今後の直営店出店について、かなりの物件が決まっているとのこと説明がありましたが、どのブランドが多くなりそうですか。見通しはあるのでしょうか。

A4：今までどおり、店舗数は町田商店が半数程度、次に豚山、油堂です。そして、新業態、別業態の出店も決まっております。

Q5：今期の出店が計画に足りなかった一番の要因は何でしょうか。

A5：コロナの収束が予想以上に遅れたという背景がありました。出店するかしないか迷ったところは、全部出店せず、間違いなく収益が見込める物件のみ出店しました。7月、8月は社内でも感染者数や濃厚接触者が増えたことにより、シフトを組んでいくこともなかなか困難な状況でありました。なので、その時点で決まっていた出店を、翌期（23年10月期）に移す意思決定したことが要因となっております。

Q6：出店戦略としては、北陸などの新地域に出店する計画はありますか。また、出店に関しては、ドミナント戦略を彩るような形が主流になりますか。

A6：北陸は非常に魅力的なマーケットであり、我々のラーメンと親和性も高いエリアです。今後、出店を強化していきたいと考えております。もちろん、人口数に合った出店数を見極め、出せる限りドミナントで出店する方針です。

Q7：町田商店では、フードコートの出店にチャレンジするとのことですが、現在、リンガーハットなどはフードコートに苦戦しています。今、フードコートにチャレンジする背景を補足いただけますでしょうか。

A7：フードコートへの出店は非常に障壁が高く、難しいチャレンジにはなると考えております。ですが、以前町田商店が駅近に出店したときやロードサイドで出店したときに、同じようなチャレンジを切り開いて参りました。フードコートでうまくいけば、数百から500店舗のマーケットが拡大されます。そこを切り開くことにチャレンジして参りたいと考えております。



Q8：単店の繁盛店の M&A では味の再現性と量産体制の構築が必要だと思います。もう少し具体的なことを、可能な範囲で教えてほしいです。流行りのつけ麺などもターゲットになるのでしょうか。

A8：ご指摘のとおり、味の再現性と量産体制が一番の肝になる部分であり、我々が最も強みだと思っている部分でもあります。デューデリジェンスのタイミングから、この味をしっかりと再現でき店舗展開してもそのクオリティが損なわれないと意思決定したもののみ、M&A をしていきたいと考えております。

Q9：中計最終年度 1,000 店まで、24 年と 25 年の間にかなり隔たりがあります。M&A を意識した計画かと思われませんが、見通しの説明をお願いします。また、利益計画と店舗数であれば、どちらに優先順位を置いた計画でしょうか。

A9：2025 年までに大きな M&A があるだろうという計画で策定しております。ですが、1,000 店を出店するという目標を確実に達成するよりも、2025 年までに利益 30 億円というところを最優先にし、今後の出店を計画しております。

Q10：先日、豚山のある店舗に入店した際に、ワンオペで運営していました。そのようなオペレーションでやっているのか、それとも人員が十分足りていないのか、人材採用に関してコメントください。

A10：ご利用いただき、ありがとうございます。基本的にはワンオペにはならないように体制を整えております。ですがタイミングによっては、休憩時間で 1 名裏にいたりなど、一時的にワンオペの状態になることも考えられます。豚山も非常に好調で忙しいお店が増えております。アイドルタイムに休憩を回すことが起きているかもしれません。人材採用に関しては、ひずみが生まれるような出店はしていないつもりです。出店に見合う人材採用も、これからも継続していきたいと考えております。

Q11：社長は、年間何食ほどラーメンを食べていらっしゃいますか。御社のラーメンを食べるようになってから、私は腹の周りに肉が付いてきたようにも感じます。社長は健康のためにこういった取り組みをされていらっしゃいますか。

A11：現場に入っていたときは、1 日大体 2 食は食べていたので、年間 700 食以上は食べていたと思います。現在は年間 200 食くらい食べており、300 食はいかないと思います。



健康に関しては、ラーメンを食べた日は他の食事を、少し気をつけるなどしております。