



株式会社ギフトホールディングス

2025 年 10 月期決算説明会レポート（書き起こし）

2025 年 12 月 17 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、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。2025 年 10 月期の通期の業績結果について、ご説明させていただきます。

業績サマリー



売上高	営業利益	経常利益
35,878 百万円	3,367 百万円	3,374 百万円
前期比：+26.0%	前期比：+15.8%	前期比：+13.5%

業績概要

上期の想定外のコスト発生により**通期計画に対しては下振れて着地も、迅速な改善を進めたことで4Q単体及び下期は計画を上振れて着地。**

中期経営計画における**2026年10月期目標達成に向けた体制は整った認識。**

順調な出店

直営店の出店は年間目標を**上振れて達成**。
来期以降の更なる出店数増のために、積極的な人材確保を継続中。

海外事業の進展

7月に**中国2号店**、10月に**中国3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）。

4Qにおける発生コスト

海外事業における費用先行、国内の出店の集中により、4Qの想定外コストの改善効果は一部相殺

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

3

通期の業績ハイライトについてご説明させていただきます。売上高は358億7,800万円と、前年同期比26%の増収となりました。計画には一部未達となったものの、既存店の前提や直営店の出店計画をしっかりとクリアできたことで、着実に増収を実現することができました。

営業利益33億6,700万円となり、前年同期比15.8%の増益となりました。上期に想定外のコストが発生したものの、下期に迅速な改善を進めたことで、下期は計画を上回る水準で着地しております。一方で、海外事業のコスト先行や4Qに出店が集中した影響もあり、上期の未達分を通期で挽回するまでには至らず、結果として通期業績は計画比では下振れの着地となりました。

ただし下期での改善により、収益性の確保と出店体制の強化が進み、来期の目標達成に向けた体制は整えることができたと認識しております。

— 2025年10月期 通期 ハイライト



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

※出典：「令和5年 雇用動向調査結果の概況」〈厚生労働省〉

4

通期の主な KPI です。既存店売上は直営で 107.0%と、年間目標をしっかりと上回りました。出店も直営、プロデュースともにおおむね計画どおり進み、順調に店舗網を広げることができています。

生産性についても人時売上高が前年を上回り、人件費も適切にコントロールできました。人材面では中途、新卒の採用が進み、社員数もしっかり増えています。退職率も 12.4%と大きく改善し、定着がかなり進んでいます。

総じて既存店、出店、生産性、人材の全てが安定しており、来期に向けての足場をしっかりと固められた 1 年だったと考えています。

— 2025年10月期 KPIに対する実績



	KPI	目標値	2025年10月期 実績
成長性	1. 売上高成長率	20%以上	○ 26.0%
収益性	2. 営業利益率	10%以上	9.4%
投資収益性	4. ROE（当期利益）	20%以上	○ 23.4%
株主還元	5. 配当性向	20%以上	○ 20.1%

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

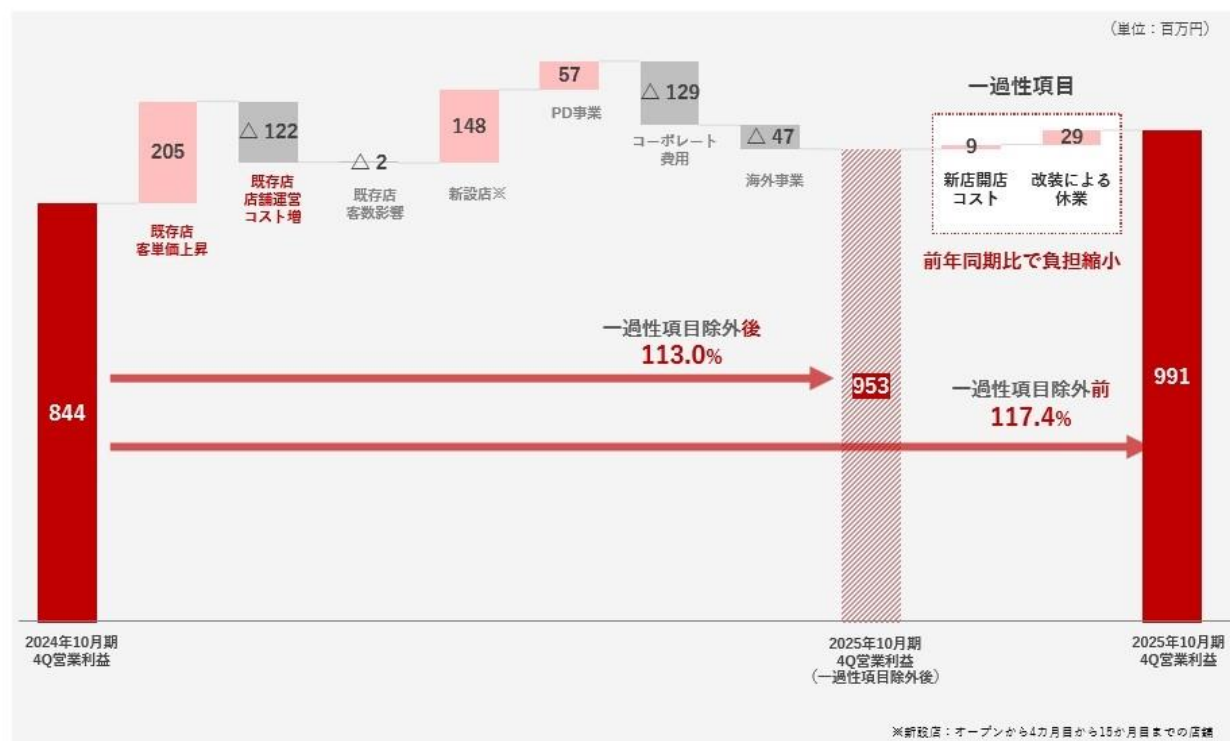
5

売上成長率は26%、ROEも23.4%と、主要KPIはおおむね目標を達成しました。営業利益率はわずかに未達でしたが、配当性向は20.1%と計画どおり確保でき、全体としてバランスよく着地できた1年でした。



— 営業利益増減分析（4Q/3か月/前年同期比）

- 客単価の向上、新設店やプロデュース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



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

6

4Qは客単価の上昇と新店の寄与で前年を上回りました。一過性項目を除くと117%、含めても113%と、海外事業の先行投資をしながら、前年よりもっと利益が積み上がっています。



一 営業利益増減分析（通期/計画比）

- 上期に発生した想定外コストには価格改定で対応した一方、国内の出店が4Qに集中したことにより新店の収益化が遅れた
- 海外事業の先行投資費用、アメリカ直営店の不振により押し下げ



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

7

通期は、上期の想定外コストは価格改定とコストコントロールで吸収できましたが、国内出店が4クォーターに集中したことと、海外事業でコストが先行したため、計画比 93.6%での着地となりました。

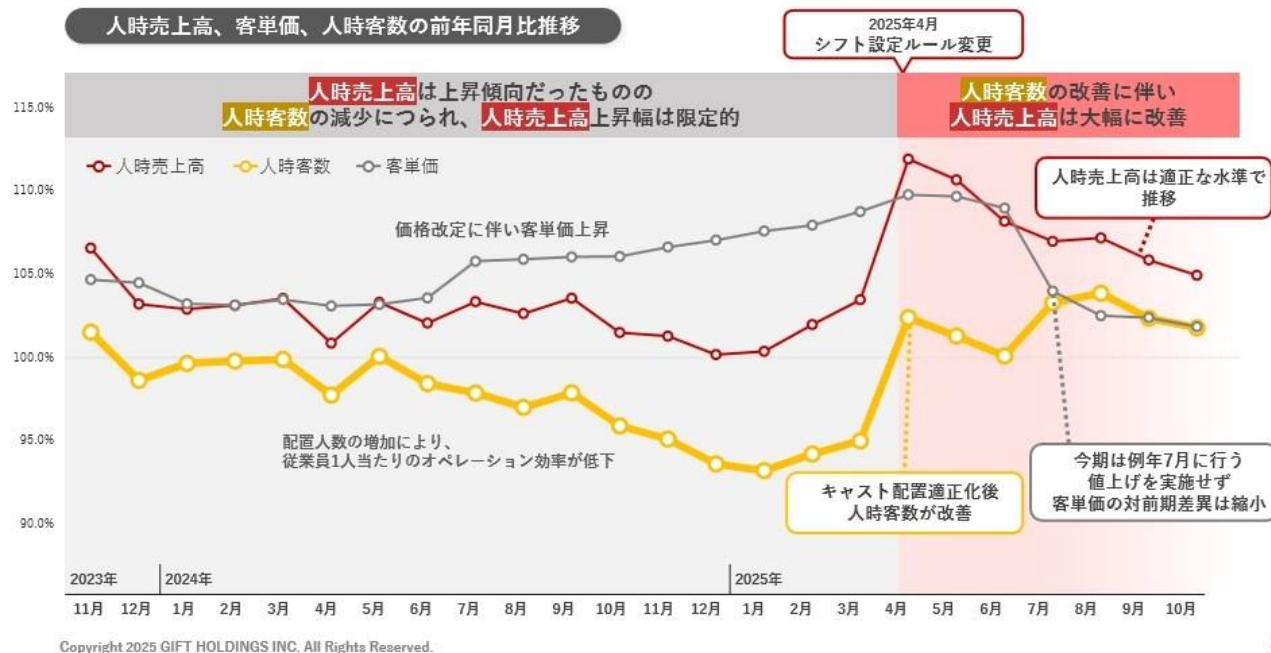


— 想定外のコスト上昇（人件費）

- 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



8

こちらのスライドでは、人時客数の推移をご説明しています。昨年夏頃から人材確保のためにシフトを厚めに組んでいたためか、人時客数は大きく落ちていました。価格改定で客単価は上がっても客数が変わらなかったことで、必要以上にキャストを配置していたことが要因です。

今年4月にシフト設定を客数ベースに切り替えたことで、人時客数は大幅に改善し、現在は適正な水準で店舗運営ができております。



— 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店 (2025年10月末時点：1店舗) ※2025年8月に初出店

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10月末時点：3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、**1～3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、来期は更なる出店を予定。**

アメリカ 直営店 (2025年10月末時点：3店舗)

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）は当期閉店済み、来期は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。

スイスと中国は売上の立ち上がり自体は順調で、来期以降の収益貢献に期待しています。一方で、今期はコストが先行したかたちです。アメリカについては既存店の立地ミスマッチが続いており、来期はニュージャージー店の立て直しに注力します。



海外展開

- ・ 外食市場の大きな北米は、直営店を中心に出店。アジアは、FC店を中心に出店

海外店舗数合計

36店舗 (前期末比+9)

直営店 6店舗 (+2)

	2025年 10月期	前期末比
アメリカ	3店舗	-
中国	3店舗	+2

JV店 1店舗 (+1)

	2025年 10月期	前期末比
スイス	1店舗	+1

FC店 16店舗 (+7)

	2025年 10月期	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	4店舗	+2
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	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	-

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

10

FC 事業は既存国、新規国ともに順調に出店が進んでいます。来期は物価水準の高い国での開店も控えており、収益性は改善できる見通しです。



— 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
- IH設備の導入は、来期完了見込み（電力量、建物側設備の制約で導入できない店舗を除く）

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		
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								
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)	0.1ヶ月 (1店)	14.6ヶ月 (10店)	通期	▲63百万円 前期比+83百万円	
新店	10店	11店	14店	19店	54店	通期	▲443百万円※ 前期比▲98百万円	
2026年10月期（計画）								
改装休業月数 (店舗数)	-----		未定	-----		10.5ヶ月 (10店)	通期（見込み）	▲45百万円 前期比+17百万円
新店	-----		未定	-----		65店	通期（見込み）	▲533百万円※ 前期比▲90百万円

※：新店の営業利益への影響は開店にかかるコスト
Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

11

IHを導入するための電気容量のアップや建物側の制約により、一部導入不可の店舗があったため、当期の2クォーター以降は改装休業の影響が前年よりも軽く、営業利益にプラス寄与しました。来期は当期と同じ約10店舗の改装を見込んでおりますが、来期ではIH設備の導入は全て完了する見込みです。

— 2026年10月期 通期業績見通し



・大幅な増収・営業増益を計画

	2025年10月期 実績		2026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		35,878	—	43,000	—	+19.9%
営 業 利 益		3,367	9.4%	4,300	10.0%	+27.7%
経 常 利 益		3,374	9.4%	4,260	9.9%	+ 26.2%
親会社株主に帰属する 当 期 純 利 益		2,185	6.1%	2,550	5.9%	+ 16.7%

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

22

続きまして、決算数字のご説明は割愛し、来期の業績見通しと中期経営計画についてご説明いたします。

来期の業績見通しは、売上 430 億円、営業利益 43 億円と、20%以上の成長を見込んでおります。



— 2026年10月期 通期業績見通しの前提

・既存店売上昨対比（直営店）は、営業時間延長による客数増に加え、2025年1月および3月に実施した価格改定の通期寄与ならびに2025年12月に実施した価格改定の影響を織り込み済み。



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

23

既存店に関しましては、客数は豚山、元祖油堂の営業時間の延長、町田商店での24時間店舗の試験導入により、101%を見込んでおります。単価は1月、3月の価格改定が通年で寄与することと、12月に一部価格改定を実施しましたので、客単価の上昇を101.5%と想定しております。

出店に関しましては、直営店は65店舗、プロデュース店・FC店は54店舗を見込んでおります。

— 出店計画



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

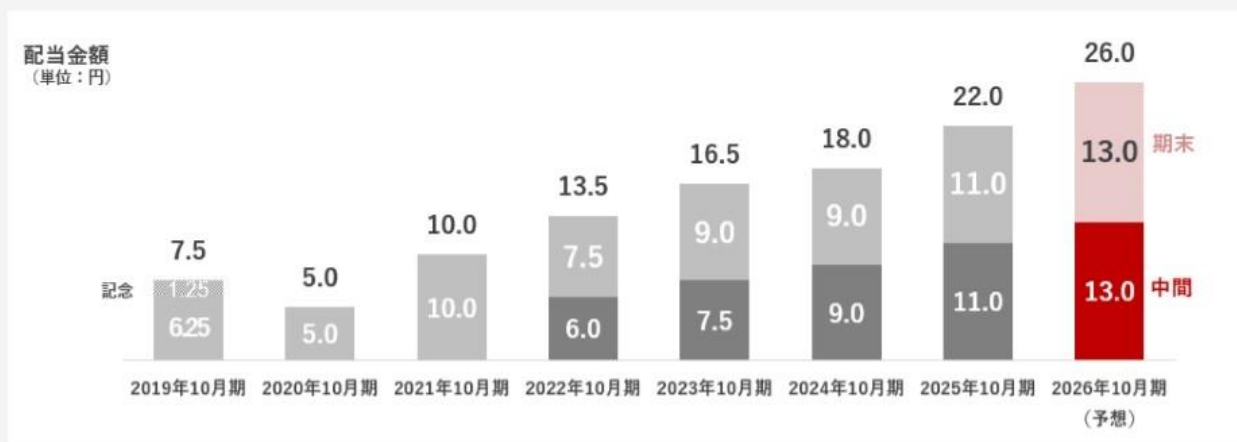
24

店舗数に関しましては、来期末には 1,000 店舗超えの店舗数を想定しております。



— 株主還元

- 業績拡大に伴い連続増配
- 2026年10月期は中間・期末13.0円ずつ年間配当26.0円を計画
- 配当性向は20.0%以上を目指す



配当性向	28.0%	88.0%	18.5%	17.5%	20.6%	19.2%	20.1%	20.4%
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

※ 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。

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

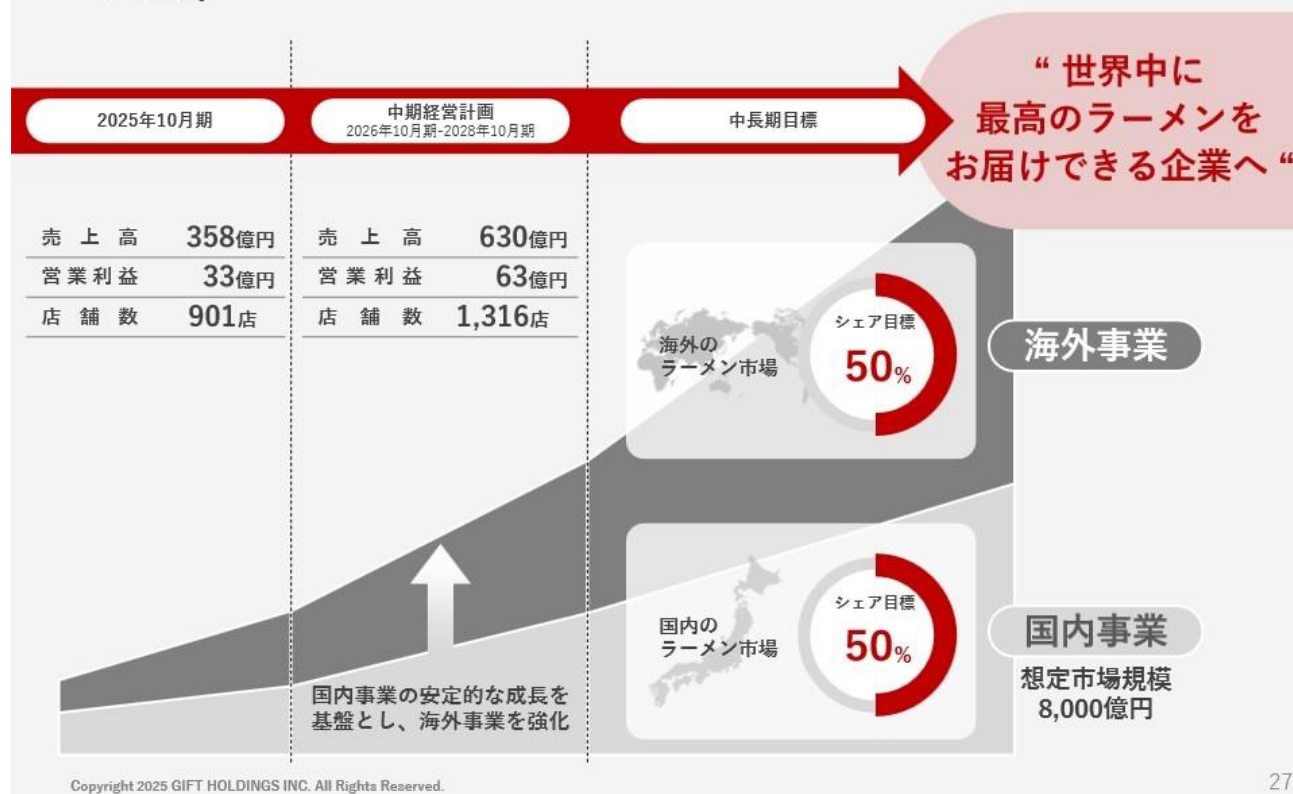
25

配当に関しましては、順調な業績拡大を見込んでおりますので、4円増配の26円を計画しております。



— 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を通じて、中長期的には“世界のラーメン市場シェア50%”を獲得し、世界中のお客様に最高のラーメンをお届けできる企業を目指してまいります。



続きまして、中長期のビジョンについてお話ししたいと思います。

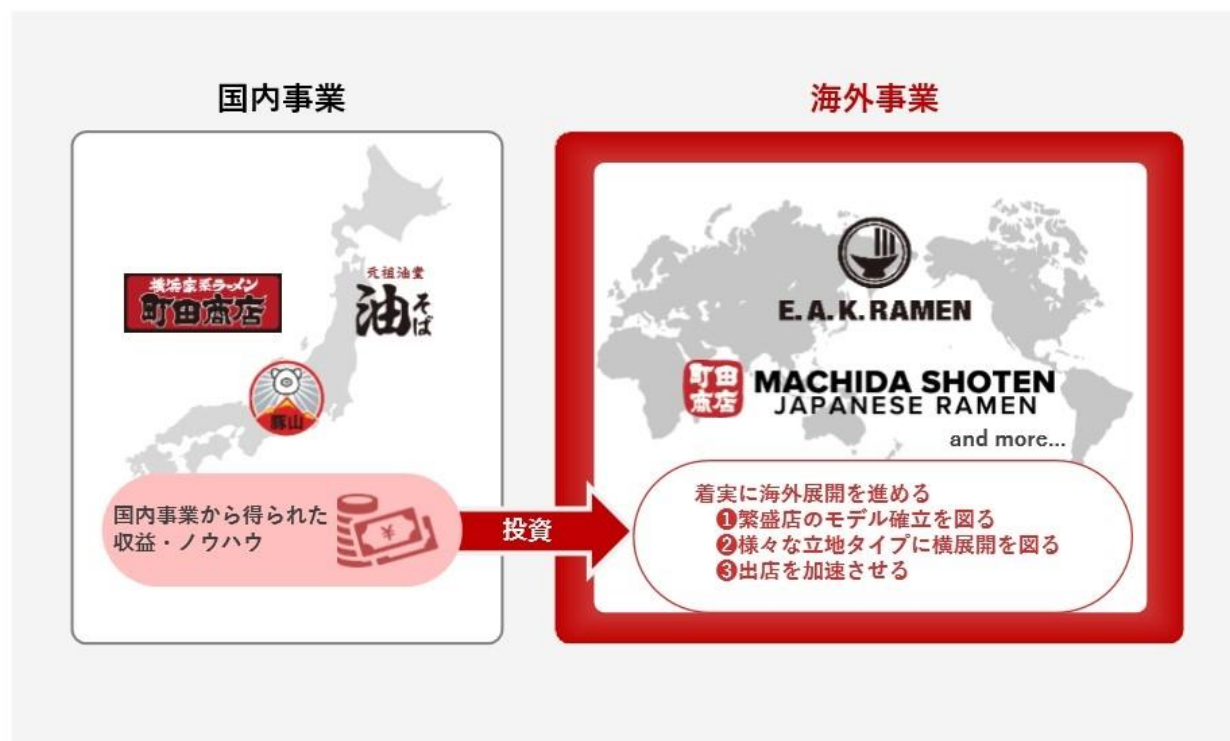
現在は国内事業が中心ですが、中長期では海外展開を大きく伸ばし、事業のもう一つの柱として育てていきます。国内事業の安定した成長を土台に、海外のラーメン市場にも本格的に広げていき、2028年には売上630億円、1,300店超の体制を目指します。

そして当社が掲げているのが、ラーメン世界シェア50%という大きな目標です。国内、海外、それぞれの市場でシェア50%を獲得し、世界中に最高のラーメンをお届けできる企業というビジョンを実現して、目指してまいります。

— 海外展開



- ・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



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

28

海外事業については、私たちはまだ挑戦者であり、ここからしっかり成長させていく段階だと考えています。国内事業で積み上げてきた収益やノウハウを海外に投資しながら、積極的にチャレンジしていきます。

これまでの国内と同じように、まずは1店舗1店舗、着実に繁盛店をつくっていくことが最も重要だと思っています。その上で繁盛店のモデルを確立し、さまざまな立地タイプへの展開、そして出店の加速へとつなげ、海外事業を成功させるための基盤をしっかり固めていきたいと考えています。

— 基本戦略 ～目指すべき姿・方向性



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

29

こちらは、中期計画の最終年度である 2028 年の目標です。3 年後には、営業利益 60 億円超を達成したいと考えています。



— 主要KPI

- ・ 国内でのオーガニックな成長をベースに引き続き、成長率20%以上、営業利益率10%以上を目指す

	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%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

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

30

こちらは、中期経営計画で掲げている主要 KPI になります。国内の安定した成長をベースに、引き続き売上成長率 20%以上、営業利益率 10%以上を目標としています。また ROE20%以上、配当性向 20%以上と、投資収益性、株主還元についても明確な基準を定めており、成長と収益性、還元をバランスよく実現することを目指しています。



— 中期経営計画 2026年10月期～2028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

	2025	2026	2027	2028
売上高	358 (億円)	430 (億円)	520 (億円)	630 (億円)
営業利益	33 (億円)	43 (億円)	52 (億円)	63 (億円)

※2027年10月期及び2028年10月期は、既存店売上前期比100%を前提として計画

国内店舗数	865店	964店	1,074店	1,194店
直営店	280店	339店	409店	489店
FC・RP店	585店	625店	665店	705店
海外店舗数	36店	55店	82店	122店
直営店・JV店	7店	12店	20店	36店
FC・RP店	29店	43店	62店	86店
合計店舗数	901店	1,019店	1,156店	1,316店
直営店・JV店	287店	351店	429店	525店
FC・RP店	614店	668店	727店	791店

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

31

こちらは、2026年から2028年までの中期経営計画です。ローリング方式で新たに3年間の計画を作成しており、2027年には営業利益50億円以上、2028年には売上630億円、営業利益63億円を目指しています。

店舗数についても国内外ともに順調に拡大する計画で、2026年には国内海外合わせて1,000店舗超、2027年には国内で1,000店舗超、2028年には国内1,194店、海外122店、合計で1,316店の体制を想定しています。事業拡大に併せ、収益性と成長性の両立を図りながら、着実に進めてまいります。

— 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 ②営業時間の延長（24時間営業の試験的導入を含む） 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
出店力の強化	⑤モデル開発出店による既存業態の出店ポテンシャル拡大 ⑥M&Aや自社開発の新業態による出店ポテンシャルの拡大
海外展開	⑦海外人材の採用、育成 ⑧食材供給体制の構築
製造体制の強化	⑨製造コスト削減 ⑩製造品質の向上 ⑪安定供給体制の維持
購買、物流体制の強化 PICK UP	⑫物流コストの最適化 ⑬配送頻度、配送品質の向上（365日・翌日納品） ⑭自動発注による単純化・標準化の推進 ⑮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	⑯AIを活用した管理体制の構築 NEW
サステナビリティ	⑰サステナビリティ経営の推進と開示の充実化

Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

32

こちらが、中期経営計画の重要テーマです。まず既存事業では、1店舗あたりの品質向上に加えて、営業時間の延長などの取り組みも進めていきます。人材確保では、採用力の強化や離職率低下に向けた施策を重点的に進めます。

また出店力の強化としては、新たなモデル開発やM&Aも活用しながら、出店のポテンシャルを広げていきます。海外では、海外人材の採用、育成を含め、海外体制の整備をしっかりと進めます。

さらに製造、購買、物流といった基盤部分の最適化や、DXによる管理体制の強化も同時に進め、全社的な生産性向上と持続的な成長を実現していきたいと考えています。

以上、通期の業績結果と中期経営計画についてご説明いたしました。



— 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



Copyright 2025 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

36

現在、ありがたいことに多くのアナリストの皆様、機関投資家の皆様と面談させていただく機会を頂戴しております。また個人株主の皆様からも、多くのご質問やご意見をお寄せいただいております。私自身も各四半期で必ず複数回の面談に参加しており、そこで頂戴したご意見は私自身が会社を客観的に捉え直す上で、大きな気づきとなっています。

決算のご説明は以上となりますが、私たちは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にお届けするという使命の下、持続的な成長を続け、皆様のご期待にしっかり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。