



株式会社 ギフト

2021 年 10 月期決算説明会レポート（書き起こし）

2021 年 12 月 20 日

- 2021年10月期 決算概要
- 2022年10月期 業績見通し
- 中期経営計画（2022/10～2024/10）
- 参考資料 会社概要



それでは、これより2021年10月期の通期の決算概要を説明させていただきます。

目次です。2021年10月期の決算概要と来期の業績見通しをお話した後、中期経営計画についてご説明いたします。

業績サマリー



前期比で増収増益。好調を維持。

売上高

13,474百万円

前期比：+22.7%

経常利益

1,748百万円

前期比：+241.4%

当社の取り組み3つのポイント

収益性の向上

3つの改革の実行により、**人時生産性が向上**。

人材確保・定着

採用コストを抑えつつ積極的な人材確保を進捗。働きやすい環境を整備し**人材の定着率を高め**、新規出店を進捗。

- ✓社員採用数：社員採用 **180人**（前期 183人）　うち、**新卒 35人**（前期 20人）
- ✓退職率：**16.4%**（前期 18.1%）
- ✓採用単価：社員（中途）@ **66.5万円**（前期 @73.2万円）
社員（新卒）@ **114.0万円**（前期 @173.2万円）
アルバイト @ **1.9万円**（前期 @3.2万円）

好立地へ出店継続

時短営業・外出自粛の影響が小さいロードサイドに加え、**都心一等地（駅近・繁華街等）へも出店**。

Copyright 2021 GIFT INC. All Rights Reserved.

3

2021年10月期の業績は、売上が134億7,400万円、経常利益が17億4,800万円と、大幅な増収増益を達成できました。2021年の年明け以降、ほとんどの期間で緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が出ており、当社の直営店、プロデュース店も多くのお店で時短営業を行ってまいりました。

そのような状況下においても、さまざまな取り組みを行ってきました。取り組みをまとめると、三つございます。

一つ目は、人時生産性を向上させ、収益性を向上させることができました。二つ目は、人材の確保・定着を図ることができたことです。当社は直営店の出店の方針として、店長の数だけ出店することとしております。そのため、人材の確保・定着を図ることにより、来期以降の積極的な出店を継続できると考えています。三つ目は、コロナ禍でしか取れないような好立地に好条件で出店を継続できたことです。さらに、来期においても好立地への出店が複数の場所で決まっております。

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



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**RPAの導入**で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。

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。

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。

4

こちらは、直営店舗の人時売上高と人件費率の推移です。昨年3月のコロナ禍により、われわれの店舗も営業時間の変更や宅配注文の増加など、日々の売上が大きく増減しました。当初は混乱もありましたが、環境や売上の変化に対して柔軟に対応できたと考えています。

そのために取り組んだ内容としましては、次の三つです。一つ目は、適正シフトのコントロールです。RPAで適正シフトと実績シフトの差異を1日4回、営業部長とブロック長に見える化し、その差異の原因を当日に分析し、翌日以降のシフト組みに生かす仕組みを構築しました。これにより、無駄のないシフト運用が機動的にできるようになりました。

ここで気を付けているのは、実際のシフト人数が過剰でないかのチェックはもちろんですが、それ以上に不足がないかということです。店舗ビジネスは過剰に人員を減らしてしまったり食材をけちってしまったりして、短期的に利益を出そうとしてしまいがちですが、そういうことが店舗で起こってしまうことを非常に懸念しております。そのため、過剰人員よりも過小人員になっていないか、オーバーポーションよりも食材を規定量以下に抑えていないかに注意を払い、教育を行っています。

二つ目は、営業時間外の作業時間を削減したことです。開店前の仕込時間を削減するために、店内調理工程の削減、そして単純化、トッピングの共通化を進めております。この1年間で、店内仕込ではなくなったものにはチャー

シュー、唐揚げがあります。他には、ABC 分析により出数が低く調理の手数が多くかかるメニュー、調理工程を同時に並行できないメニューを削減しました。

その他には、メニューごとのトッピング、食材の共通化を図ることにより、メニューの調理工程を単純化しました。さらに、物流センターからの一括納品を進めることで、これまでは 1 日に 5 業者程度の納品がありましたが、1 日 1 回、1 業者様で納品できるようになりました。

納品や検品作業を減らすことで、営業に集中できるようになりました。これによって、開店前の仕込時間を削減できました。今後はさらにブラッシュアップし、開店前の仕込時間、閉店後の締め時間を削減したいと考えています。1 店舗当たり 1 日 1 時間の削減、金額にすると年間 0.8 億円の利益のインパクトを目標に取り組んでおります。

三つ目は、宅配に関してです。宅配の注文がたまってしまうと、店内、宅配のお客双方に迷惑がかかるので、一定水準の受注を超えそうなときは受注を止めるというように、各店ごと、時間帯ごとにきめ細やかに宅配の受付時間を設定いたしました。

好立地へ出店継続



- 人材確保が順調に進捗したことで、概ね計画通りに出店
- 都心の一等地（渋谷/宮益坂、田端、神保町、泉岳寺、浅草、水道橋、五反田）も積極的に出店。



▲宮益坂店



▲浅草商店

渋谷/宮益坂店は宮益坂上交差点そば渋谷中心地と青山学院大学の間に立地。学生や近隣のオフィスに勤務の社会人にも利用しやすい環境。

浅草商店は観光の中心地、浅草寺雷門の近くに立地。土日だけでなく平日も観光客が多い環境。

続いて、出店に関しては、好立地への出店を継続できたと思います。コロナ前はオリンピックの影響等もあり都心部の家賃が過剰に高騰しておりましたが、コロナ禍において多くの一等立地に空きテナントが出たため、賃料等を好条件で借りることができ、多数の物件を契約できました。

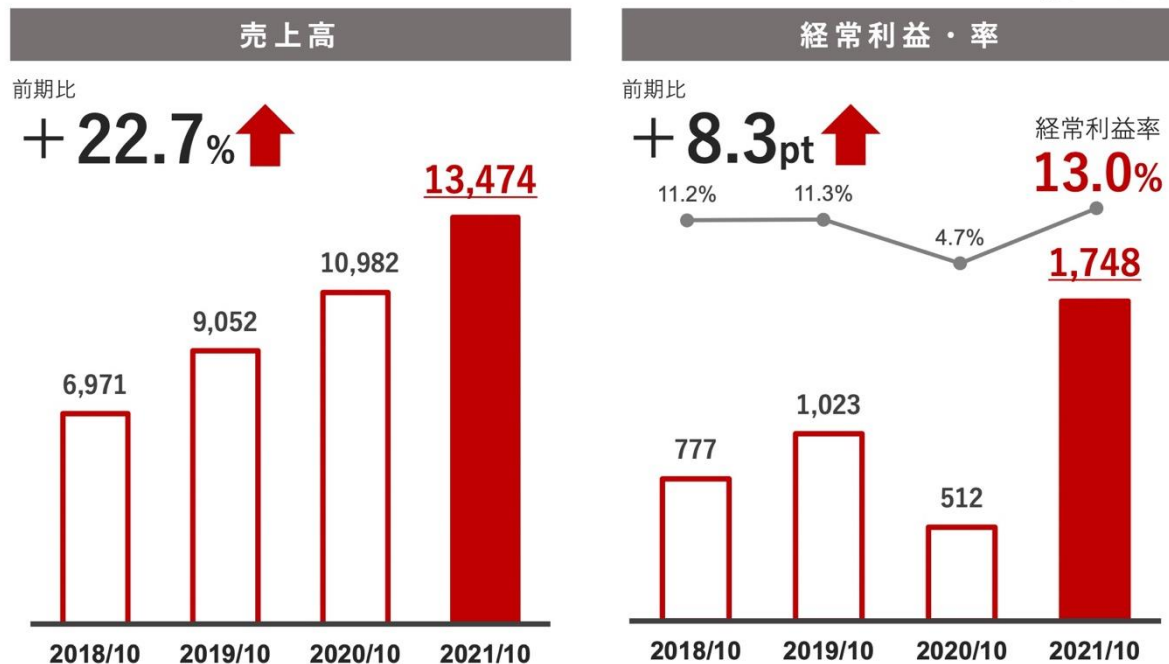
結果として、渋谷の宮益坂、JR 田端駅、神保町、泉岳寺駅、浅草、水道橋、五反田に出店できました。これ以外にも、川崎の駅前に2店舗、横浜駅に1店舗を出店できました。人流が回復してくれば、大きな収益を上げてくれると考えております。

業績ハイライト



積極的な出店を続け、売上高が伸長。営業時間短縮要請の影響を受けつつも収益性の向上、時短協力金の計上により経常利益が大幅増加。

(単位：百万円)



Copyright 2021 GIFT INC. All Rights Reserved.

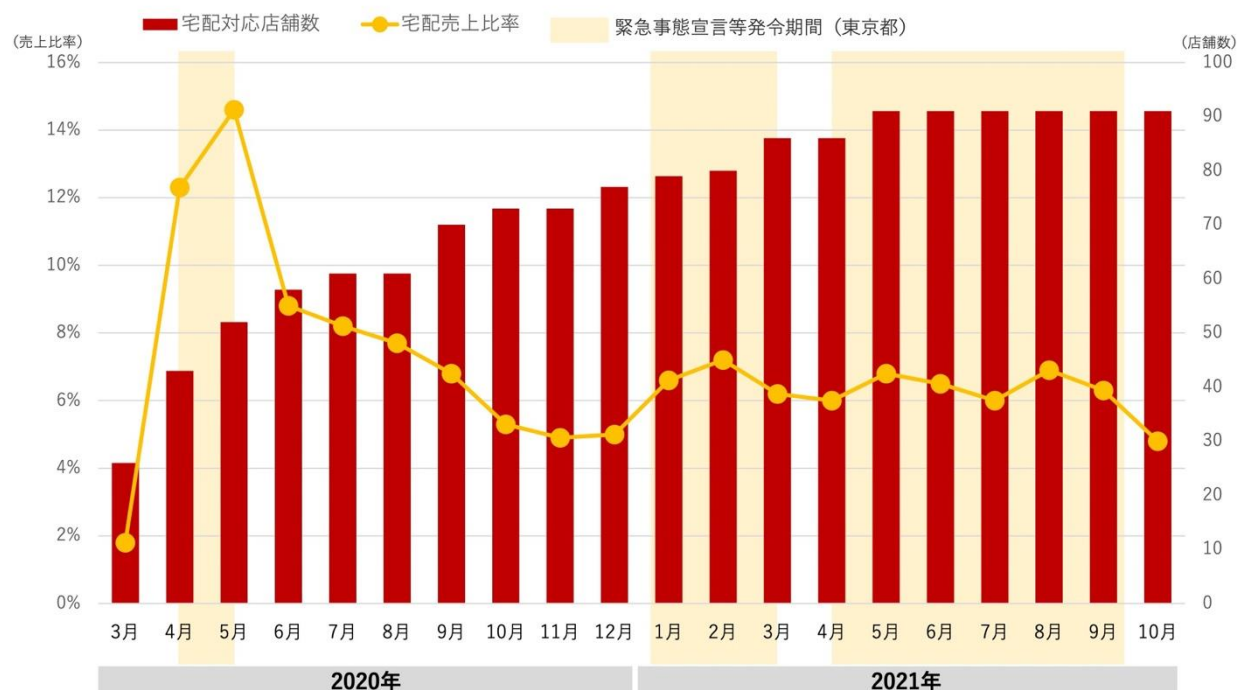
6

業績ハイライトはスライドのとおりですが、時短協力金に関しては、後ほど別のスライドでご説明いたします。

新型コロナウイルス感染拡大以降の宅配売上比率の遷移



緊急事態宣言等による外出自粛時は在宅率が上がり、宅配比率は上昇。
解除後、人流が戻ると共に店内売上が回復。



Copyright 2021 GIFT INC. All Rights Reserved.

7

宅配に関しましては、昨年のコロナ禍の始まりからいち早く取り組み、その後も対応店舗を増やしております。

緊急事態宣言等が発令されると店内売上が低下し宅配売上が上昇、解除されると店内売上が上昇し宅配売上が減少するという相互補完関係にあります。お客様のニーズに合わせておいしいラーメンを提供できるように取り組んでまいります。

損益計算書



積極的な出店を継続し、営業時間短縮要請の影響を受けつつも収益性の向上、時短協力金の計上により、対前期比で大幅な増収増益を達成。

(単位：百万円)	2020/10期		2021/10期		増減	計画比	
	金額	売上比率	金額	売上比率	前期比	21/10期 期初計画	達成率
売上高	10,982	-	13,474	-	+22.7%	15,150	88.9%
売上原価	3,212	29.3%	3,762	27.9%	+17.1%	-	-
売上総利益	7,769	70.7%	9,712	72.1%	+25.0%	-	-
販管費	7,308	66.5%	8,776	65.1%	+20.1%	-	-
営業利益	461	4.2%	936	6.9%	+102.9%	1,080	86.7%
経常利益	512	4.7%	1,748	13.0%	+241.4%	1,130	154.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	112	1.0%	1,076	8.0%	+855.3%	590	182.4%

P/Lは、こちらのとおりです。当初の計画では、時短営業は想定しておりませんでした。実際は大部分の期間で時短営業することになり売上はショートしましたが、収益性の改善で営業利益のショートは小さい金額で済むことができました。

経常利益、当期利益は、時短協力金、減損見込み店舗の減少、税金費用の減少により、大幅に上振れ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。

当第4四半期連結累計期間に営業時間短縮要請に係る時短協力金、雇用調整助成金等として営業外収益に補助金収入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
			申請済 支給決定済	申請済 支給未決定	申請予定	合計	
時短協力金	時短日数 (日)	12,252 (3,619)	1,682 (1,682)	2,397 (2,397)	0 (0)	4,079 (4,079)	16,331 (7,698)
	金額 (千円)	558,519	153,960	注 2	—	注 2	注 2
雇用調整助成金	金額 (千円)	50,720	5,225	注 2	—	注 2	注 2

(注1) 時短日数の括弧内は、時短日数の内、売上高減少額方式等に基づいた時短日数です。

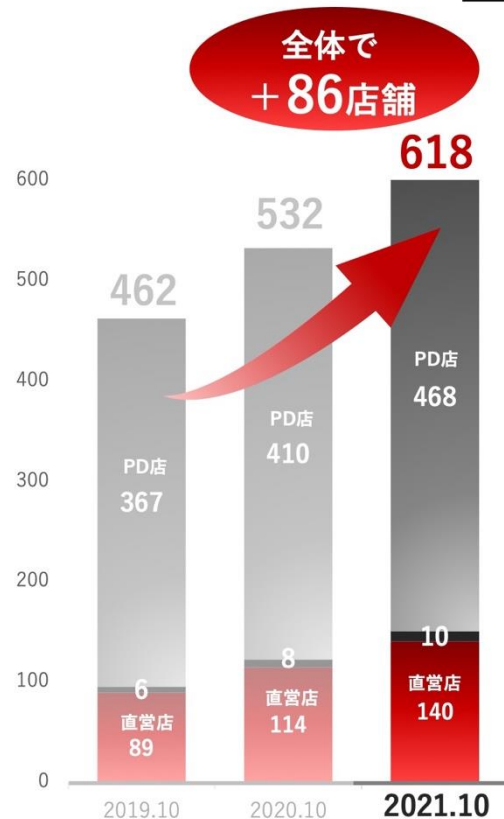
(注2) 決算短信提出時点で申請済支給未決定の時短協力金および雇用調整助成金については、支給決定の時点で収益を認識予定です。

続いて、時短協力金に関してです。12月15日までに合計で1万6,331日の時短をしており、そのうち、1万2,252日分、金額にすると約5.5億円を決算に計上しております。残りの4,079日分、金額にすると約3.9億円に関しては、来期に計上する予定です。

出店状況



積極的な出店を継続し、
+82店舗の計画に対して、
+86店舗の純増を実現。



Copyright 2021 GIFT INC. All Rights Reserved.

10

出店の状況に関しましては、通期で 82 店舗の純増計画に対して、86 店舗の純増を果たすことができました。内訳は、プロデュース店舗が計画プラス 50 に対して実績プラス 58、直営店舗が計画プラス 32 に対して実績プラス 28 となりました。

直営店の出店が計画比で未達なのは、今後もコロナ禍が継続する可能性を想定して、売上予測を厳しめに見積もり、家賃等の条件面も妥協せずに出店する物件を厳選したためです。

店舗の状況（増減内訳）



(単位：店)		20/10期末 店舗数	21/10期末 店舗数	増 減
直営店事業	関東	70	87	+17
	東日本（関東以外）	22	32	+10
	西日本	19	18	▲1
	海外	3	3	0
	小計	114	140	+26
	業務委託店	8	10	+2
	合計	122	150	+28
プロデュース事業	関東	276	293	+17
	東日本（関東以外）	72	95	+23
	西日本	52	67	+15
	海外	10	13	+3
	合計	410	468	+58
店舗数総合計		532	618	+86

出店地域の内訳です。直営店は戦略どおり人口集中エリアとラーメン高消費エリアに、プロデュース店舗も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できております。

店舗の状況（直営店/業態別増減内訳）



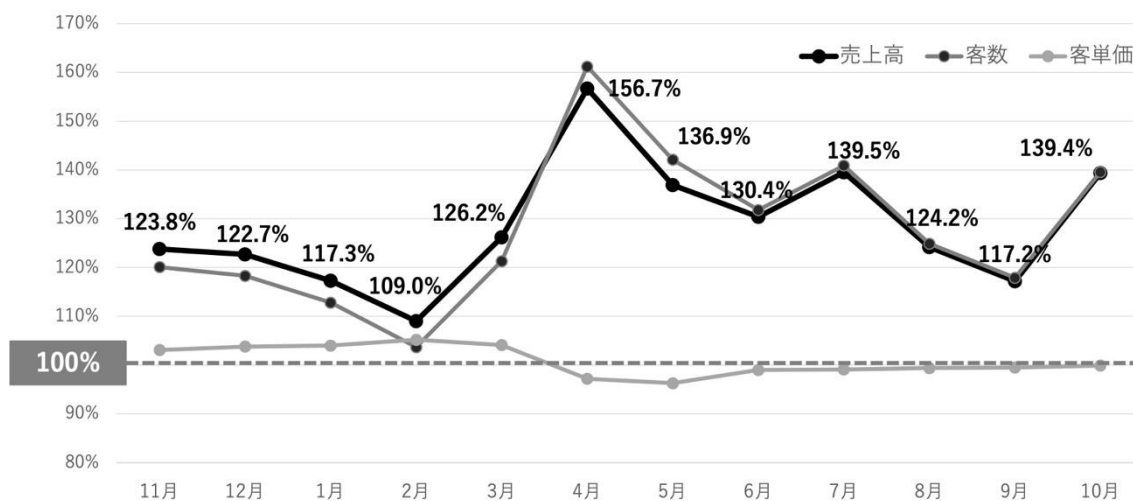
業 態					
店 舗 数	108	16	2	1	6
増減 (前期末比)	+22	+2	—	▲1	—

業 態		新業態 		その他
店 舗 数	1	2	3	1
増減 (前期末比)	—	+2	—	+1

直営店の業態別の店舗数です。主力の町田商店に加えて、豚山が業態として立ち上がってきました。

さらに、新業態として油そばを 2 店舗出店しております。油そばに関しては、卓上に味の変化が楽しめる 13 種類の無料トッピングがあり、さらに 3 種類のフリードリンクを用意し、お客様にアレンジして楽しんでもらうというコンセプトで運営しております。また、オペレーションに関しても簡易な運営が可能で、FL が非常にコントロールしやすい業態として手応えを感じております。

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	平均
売上高	123.8%	122.7%	117.3%	109.0%	126.2%	156.7%	136.9%	130.4%	139.5%	124.2%	117.2%	139.4%	128.6%
客数	120.1%	118.3%	112.8%	103.7%	121.3%	161.2%	142.1%	131.8%	140.9%	124.9%	117.9%	139.6%	127.9%
客単価	103.1%	103.8%	104.0%	105.2%	104.1%	97.2%	96.3%	99.0%	99.1%	99.4%	99.5%	99.9%	100.9%

国内直営全体での売上、客数、客単価の昨対の推移です。スライドのとおりとなっております。

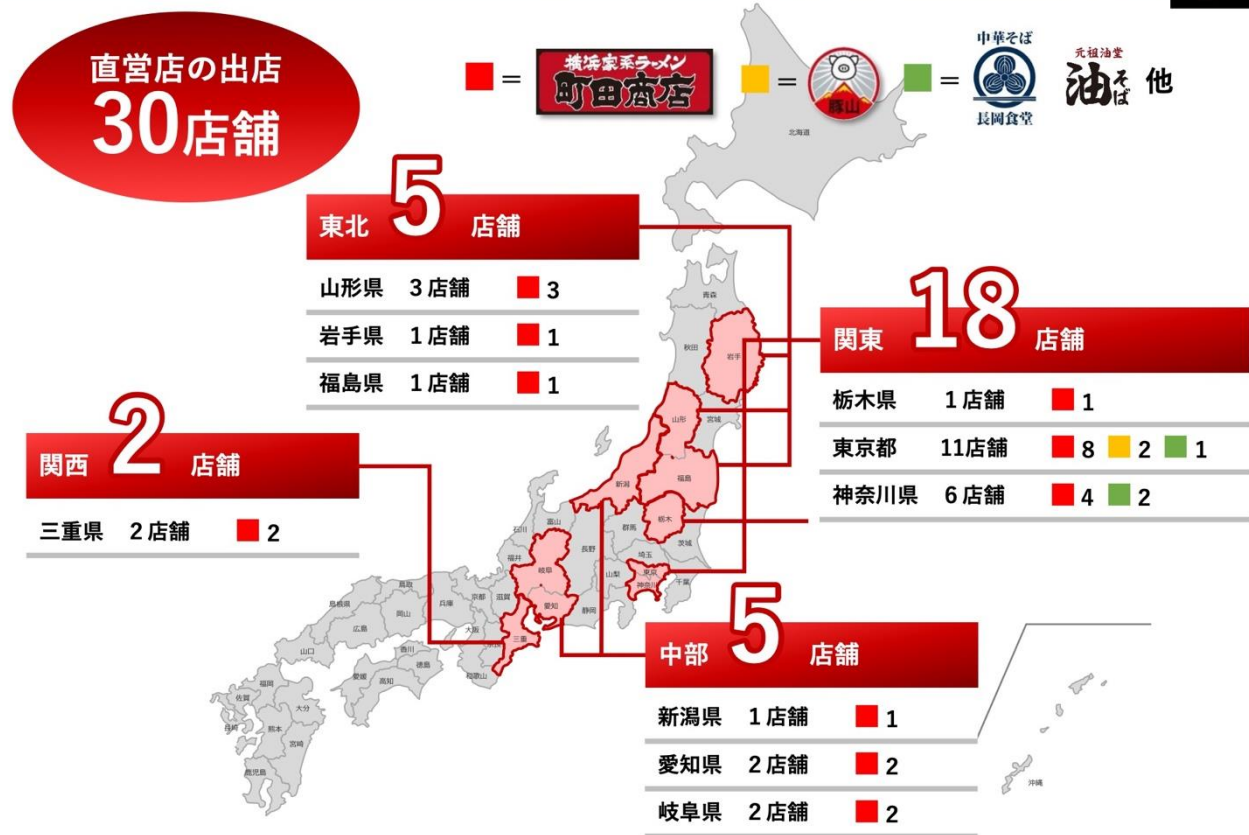
国内 直営既存店 対前年同月比売上高推移



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	平均
売上高	94.8%	94.6%	101.7%	113.3%	100.3%	128.0%	104.5%	115.0%	116.1%	113.4%	116.9%	113.2%	109.3%
客数	92.0%	92.3%	98.0%	110.8%	99.2%	127.2%	104.3%	115.0%	117.1%	112.8%	117.6%	112.5%	108.2%
客単価	103.0%	102.5%	103.8%	102.3%	101.1%	100.6%	100.2%	99.9%	99.1%	100.6%	99.4%	100.7%	101.1%

国内直営既存店の売上、客数、客単価の推移です。

直営店の新規出店店舗 (2020年11月～2021年10月)



Copyright 2021 GIFT INC. All Rights Reserved.

15

直営店の業態ごとの出店地域です。戦略どおりの出店を進めることができます。

B/Sサマリー



(単位：百万円)	2020年 10月期	2021年 10月期	増減額	(単位：百万円)	2020年 10月期	2021年 10月期	増減額
流動資産	2,253	2,413	+160	流動負債	2,402	2,539	+137
現金・預金	1,791	1,871	+79	買掛金	298	389	+91
売掛金	232	262	+29	短期借入金	754	—	△ 754
その他	228	280	+51	一年内長期借入金	547	534	△ 12
				その他	802	1,615	+813
固定資産	4,618	5,863	+1,244	固定負債	1,361	1,621	+259
有形固定資産	3,025	4,016	+990	長期借入金	1,093	1,274	+181
無形固定資産	169	135	△34	その他	268	346	+78
投資その他資産	1,423	1,711	+288				
資産合計	6,872	8,277	+1,405	負債合計	3,764	4,161	+396
				純資産合計	3,107	4,116	+1,008
				資本金	786	790	+3
				資本剰余金	1,038	1,042	+3
				利益剰余金	1,304	2,281	+976
				自己株式	△0	△0	△0
				その他包括利益累計	△ 21	2	+24
				負債純資産合計	6,872	8,277	+1,405

Copyright 2021 GIFT INC. All Rights Reserved.

16

次に、B/S の状況です。財務の健全性を維持しつつ、出店投資を継続していきたいと考えております。

(単位：百万円)

	2020年10月期	2021年10月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	409	2,402	+ 1,992
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,564	△ 1,707	△ 143
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,089	△ 639	△ 1,729
現金および現金同等物に係る換算差額	△18	24	+ 43
現金および現金同等物の期末残高	1,791	1,871	+ 79

**2021年
10月期
主要内容**
■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：1,545百万円
 減価償却費：395百万円
 法人税等の支払額：△169百万円

■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：△1,414百万円
 敷金及び保証金の差入による支出：△187百万円

■財務活動によるキャッシュ・フロー

長期借入金の借入による収入：987百万円
 短期借入金の純増減額：△755百万円
 長期借入金の返済による支出：△774百万円
 配当金の支払額：△99百万円

キャッシュ・フローの状況です。前期に比べて、営業キャッシュ・フローが大きく改善いたしました。

2022年10月期 業績見通し



中期経営計画を着実に進め、大幅な増収・増益を計画。

(単位：百万円)

	2021年10月期 実績		2022年10月期 予想		増減率
	金額	売上比率	金額	売上比率	
売上高	13,474	—	17,000	—	+26.2%
営業利益	936	6.9%	1,700	10.0%	+81.6%
経常利益	1,748	13.0%	2,000	11.8%	+14.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,076	8.0%	1,280	7.5%	+18.9%

続いて、2022年10月期業績見通しです。増収・増益を見込んでおります。前提は、次のスライドでご説明いたします。

国内直営店事業部門／既存店売上

2021年10月期比 **114.4%** (2019年10月期比 **101.0%**)

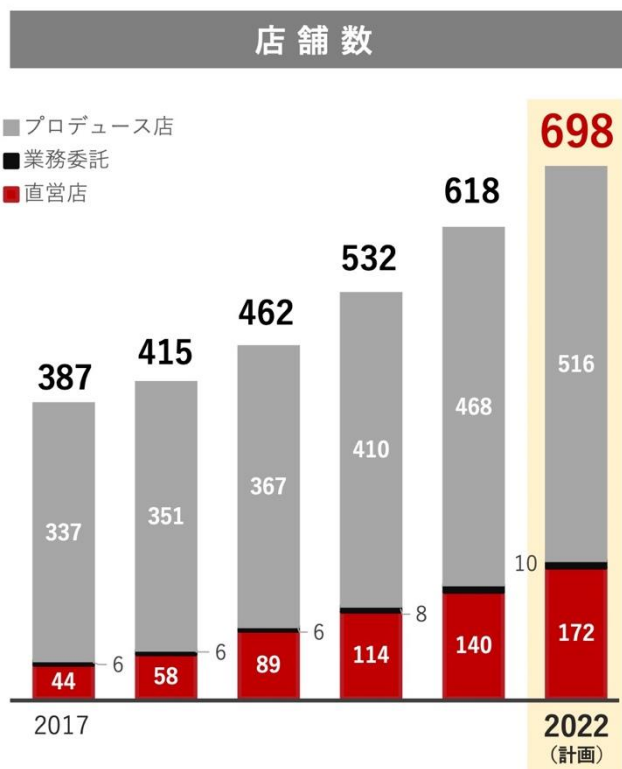
出店計画

国内直営店	35店 (純増+ 31店)
海外直営店	1店
プロデュース店	48店 (国内 45店 海外 3店)

まず、国内直営店の既存店売上ですが、2019年10月期比で101%を見込んでおります。

これは、コロナ禍においての人流が従来比50%から70%で推移していたときに、当社の昨対は従来比80%以上は維持しているという根拠から、人流が回復した場合には2019年10月期比101%は十分に達成できると考えております。

次に、出店に関しては、人材、物件の確保ともにいい状態ですので、来期も積極的な出店を継続する見込みです。国内直営店が35店舗の出店、海外直営店が1店舗の出店、プロデュース店舗が国内45店舗、海外3店舗の純増の、合計48店舗を見込んでおります。なお、海外におきましても、コロナ禍で好立地に好条件で物件が出ておりましたので、出店用地を確保することができました。



2022.10月期末店舗数
(計画)

698 店舗

前期比 **+80店舗** を計画

直営店 **+32** 店舗

プロデュース店 **+48** 店舗

こちらは、先ほどの内容をまとめているものです。

出店戦略（2022年10月期 国内直営店）



日常食としてのラーメンの魅力を多業態、エリアを拡大し訴求。

- 家系は、ロードサイドを中心に大幅増店。豚山も継続出店。
- 「釜炊きとんこつ業態」、「しょうゆ業態」の多店舗展開も開始



22

国内直営店の業態ごとの出店戦略です。主力の町田商店は、引き続きロードサイド、駅近の両面で 25 店舗の出店を計画しています。なお、駅ナカ、ショッピングセンター内フードコートの出店についても模索していきます。

次に、第 2 の柱に育ってきている豚山は、5 店舗の出店を計画しています。

最後に、その他としては、自社工場でストレートスープを製造でき、展開モデルができましたので、釜炊きとんこつ業態の「がとん」、しょうゆ業態の長岡食堂の多店舗展開を開始します。油そば業態の元祖油堂につきましても多店舗展開を模索しています。これらで、合計 5 店舗の出店を計画しています。

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。

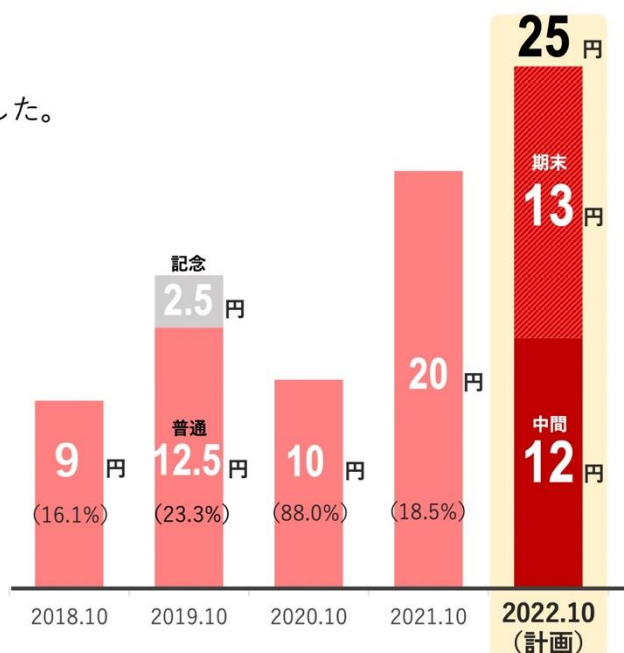
2021年10月期配当金

当初計画より 5 円増額の 20 円といたしました。

2022年10月期配当金

- ・ 中間配当を開始
- ・ 配当性向20%以上を目標

中間12円/期末13円の計25円とし、
5 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。

株主様への還元についてです。当期に関しましては、当初計画よりも 5 円増配の 20 円とさせていただきました。

来期以降に関しましても、当期よりも 5 円増配の 25 円とし、さらに中間配当を開始したいと考えています。

株主優待



2022年1月贈呈分よりお食事ご優待券を電子チケット化（優待内容に変更なし）

- ・ **ESG経営、SDGs推進**の一環としてペーパーレス化に取り組み、資源保護に貢献
- ・ 離れた場所にいる大切な方に**スマートフォンからプレゼントとして贈ることが可能**
- ・ 株主優待制度の**今後の機動的な拡充**が可能



保有株式数	優待内容	毎年7月に発送予定 (4月末基準日の株主様)	毎年1月に発送予定 (10月末基準日の株主様)
		有効期間：12か月間 (発送月除く)	
100株以上	お食事ご優待券2枚（年4枚）	優待券到着後、 翌年7月末まで	優待券到着後、 翌年1月末まで
200株以上	お食事ご優待券3枚（年6枚）		

- 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。新業態（元祖油堂）の店舗でもご利用可能です。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。

※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。

優待に関しましては、電子化を行い、期間を半年から1年間に延ばすことに取り組んでまいります。

2024年10月期・達成目標

売上高 **250** 億円

経常利益 **25** 億円



事業拡大

1. 既存事業の事業拡大
2. 新業態・新事業の開発



変革
(innovation)

1. 標準化・単純化の推進
2. DX、ダイバシティの推進
3. グローバルプラットフォームの構築



続いて、中期経営計画についてです。

2024 年 10 月期に売上 250 億円、経常利益 25 億円を目指します。そのために、事業拡大と変革に取り組んでいきたいと思います。

5 項目の目標KPIを設定

成長性	1.売上高成長率	20%以上
収益性	2.経常利益率	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

5 項目の目標となる KPI を設定しました。売上成長率 20%以上、経常利益率 10%以上、ROA、ROE は 15%以上、配当性向は 20%以上を目標に取り組んでまいります。

中期経営計画 2022.10～2024.10／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)
	経常利益	5 (億円)	17 (億円)	20 (億円)	21 (億円)	25 (億円)	30 (億円)
国内	合計店舗数	519店	602店	678店	754店	830店	1,000店
	直営店	119店	147店	178店	209店	240店	300店
	プロデュース店	400店	455店	500店	545店	590店	700店
海外	合計店舗数	13店	16店	20店	23店	26店	
	直営店	3店	3店	4店	4店	4店	
	プロデュース店	10店	13店	16店	19店	22店	
合計	合計店舗数	532店	618店	698店	777店	856店	
	直営店	122店	150店	182店	213店	244店	
	プロデュース店	410店	468店	516店	564店	612店	

Copyright 2021 GIFT INC. All Rights Reserved.

28

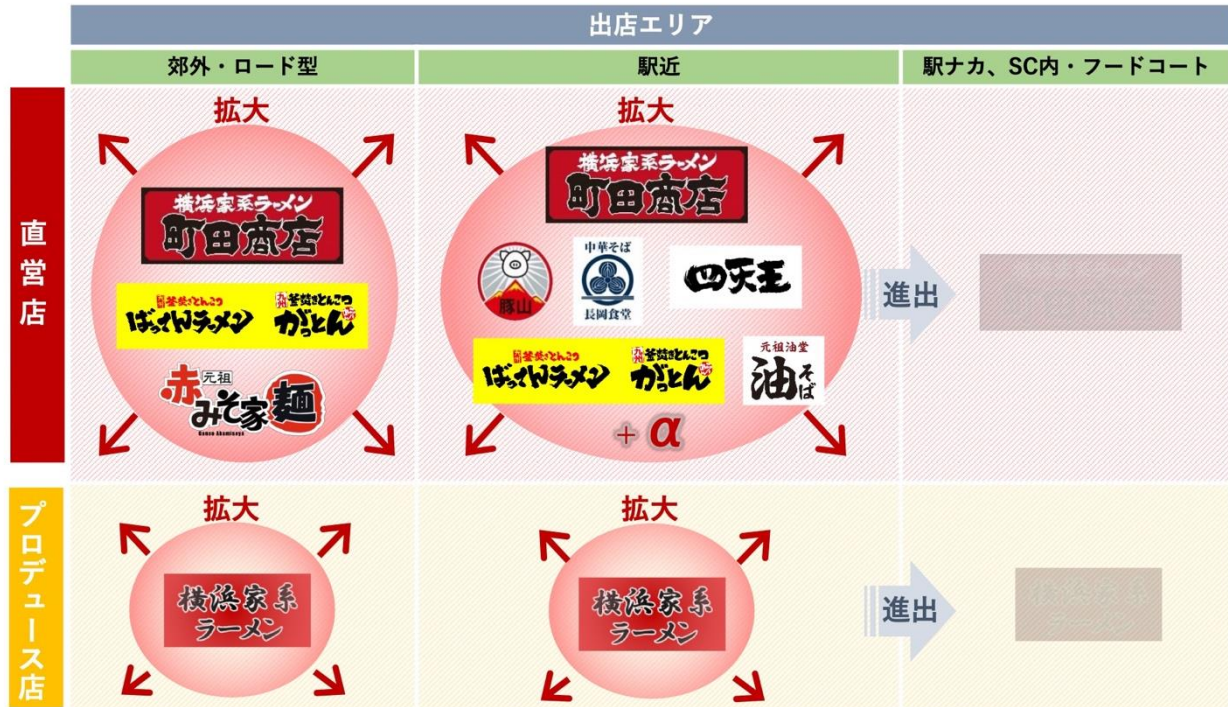
こちらが、数値と出店数の3カ年計画です。

直営店×プロデュース店による出店で、
利益額の最大化、高利益率の維持を図る。



出店に関しては、直営店は人口集中エリアとラーメン高消費エリア、プロデュース店は地方エリアに出店してまいります。

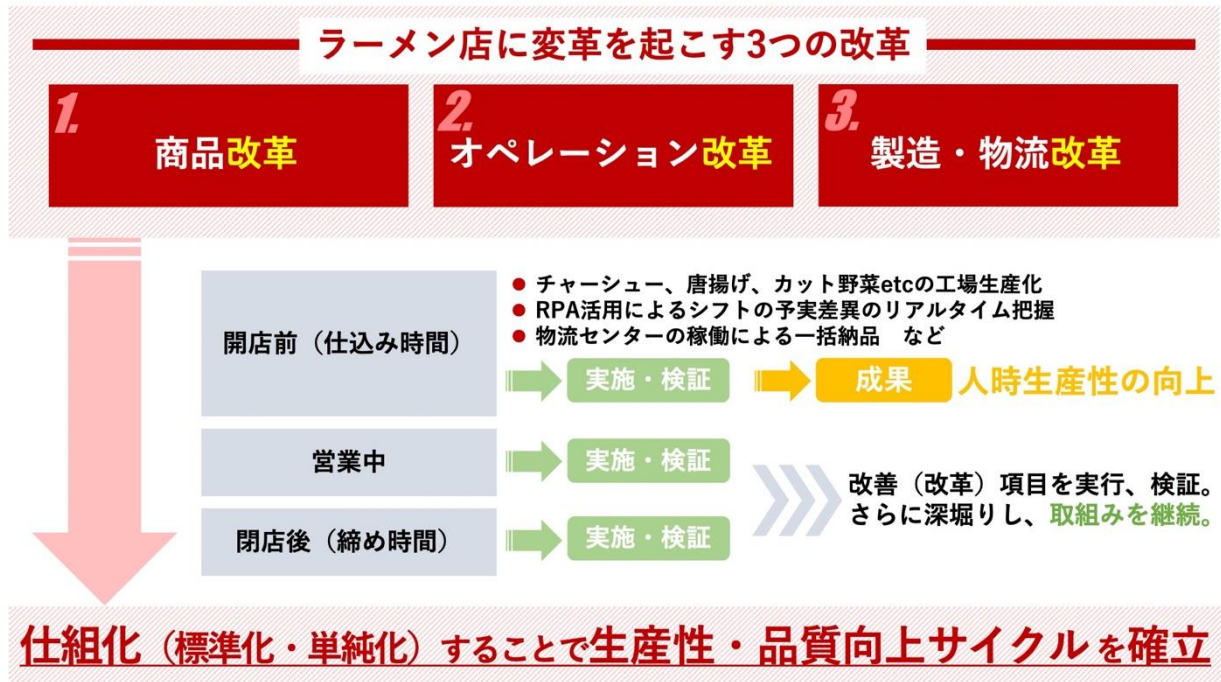
出店済みゾーンでの更なる拡大（新業態開発、店舗数増）
未出店ゾーンへの進出を加速



事業ポートフォリオに関してです。直営店、プロデュース店ともに、これまで得意としてきたロードサイド、駅近に継続して出店するとともに、業態のバリエーションを増やしてカニバリを解消していきたいと思います。

さらに、家系ラーメン業態は、駅ナカ、ショッピングセンター内フードコートへの出店を模索していき、出店ゾーンの拡大に取り組んでいきたいと考えています。

ラーメン店に変革を起こすべく3つの改革を実施。
改善(改革)項目を組み合わせ、質の追求と効率化を加速。



商品、オペレーション、製造・物流に関して仕組み化を行い、生産性を高めるとともに、いつもおいしいラーメンを届けられるよう取り組んでいきます。

3つの改革を確実に実行し、業務の標準化・単純化を推進

成果の一例



人時生産性向上などの成果を含む、3つの改革の実行による業務の標準化・単純化の成果を**収益パッケージ**として形成。



形成された“収益パッケージ”を、
プロデュース店・バックオフィスへ拡大。

直営店で取り組んだ標準化・単純化の成果が出てきておりますので、この取り組みをプロデュース店にも展開しようと考えています。具体的には、店内仕込の削減等の店舗運営の仕組み、さらには物流センターを活用した一括納品の仕組みを展開していきたいと考えています。

この取り組みにより、当社から卸すチャーシュー、唐揚げ等のPB商品の幅を広げ、プロデュース店の商品のクオリティの向上、営業、サービス面の強化を図り、それにより、プロデュース店自体の収益性を向上することができると考えています。結果として、プロデュース店の出店も進むと考えています。

ギフトDXビジョンを制定

店舗、工場、RP店、バックオフィスへのDX、ダイバシティの推進

DX化

●株主優待券を電子化

株主優待券をQRコードから読み取り使用する電子クーポンとし、利便性を向上させます。

●キャッシュレス化を推進

電子決済にも対応し、キャッシュレス化を推進。お客さまの利便性を向上させます。

●順番待ち＆予約受付システムの導入

待ち時間の短縮・見える化によりお客さまの利便性を向上させ、受付業務の効率化も図ります。

●環境に左右されないバックオフィス体制を構築（クラウド化）



株主優待券の電子化（イメージ）

ダイバシティの推進

●女性管理職比率の社内目標の設定

●外国人労働者の積極的な活用

店舗、工場、プロデュース店のみならず、バックオフィスも直営店で取り組んだ標準化、単純化の考え方に取り組み、DX化を推進してまいります。

海外事業の収益化

海外展開モデル（直営店、PD・FC店）のプラットフォーム化



海外に関しましては、直営店はアメリカ、プロデュース店やFCはアメリカとアジアを中心に展開していきたいと考えております。

最後に、当社は12月15日にプライム市場を選択する申請書を提出いたしました。東証の6月末時点での判定では、流通株式時価総額については基準を満たしていませんでしたが、10月末時点では、流通時価総額を含め全ての指標でプライム市場の上場維持基準を満たしていると認識しております。

私からの説明は以上となります。ご清聴ありがとうございました。