



GIFT

株式会社ギフトHD 証券コード9279

中期経営計画 2023年10月期～2025年10月期



IRサイト

<https://www.gift-group.co.jp/ir/>

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。

- 基本戦略 ～目指すべき姿・方向性

- 中期経営計画 2023年10月期～2025年10月期
 - 定量計画

- 中期経営計画詳細
 - 1店舗あたりの品質向上
 - 積極的なM&A
 - モデル開発の強化
 - DXの推進
 - 製造・購買・物流体制の強化
 - ESG経営の推進

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

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

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

重点テーマ	取組みの概要
<p>既存事業の拡大</p>	<p>①店舗あたりの品質向上 ← PICK UP</p> <p>②人財育成と定着化 ③インフレへの柔軟な対応</p>
<p>新業態の展開</p>	<p>④積極的なM&Aによる新業態の獲得 ← PICK UP</p> <p>⑤更なる新業態の開発&ブラッシュアップ</p>
<p>海外展開</p>	<p>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</p>
<p>出店力の強化</p>	<p>⑧モデル開発の強化 ← PICK UP</p> <p>⑨物件開発力の強化</p>
<p>製造・購買・物流体制の強化 ← PICK UP</p>	<p>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）</p>
<p>ESG</p>	<p>⑭ESG経営の推進 ← PICK UP</p>
<p>⑮DXの推進 ← PICK UP</p>	



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



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



店舗拡大に必要な不可欠な製造能力の増強

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

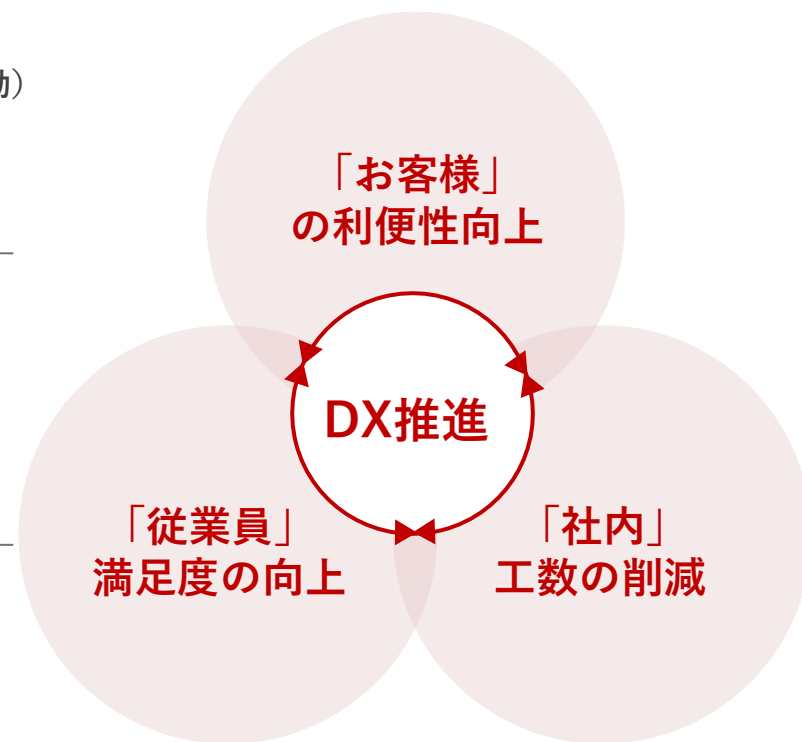


フードコート、サービスエリア

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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 全店舗でマルチデバイスの導入 ✓ 報告業務のデジタル化



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



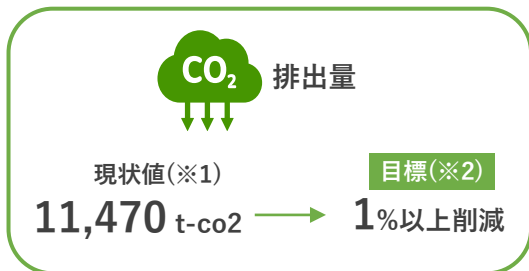
中京エリア

- 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楽しんでいく



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。



※1 2021/4-2022/3
 ※2 営業時間1時間あたり

環境 ENVIRONMENT

- ・地球温暖化対策
- ・エネルギー・資源の有効活用
- ・環境に配慮した製品の活用
- ・廃棄物とリサイクル



社会 SOCIAL

- ・付加価値の高い商品企画・開発
- ・消費者の安心・安全
- ・公正なマーケティングと広告
- ・個人情報の保護
- ・公正な取引の遵守と社内浸透
- ・サプライチェーンマネジメント
- ・人事・福利厚生
- ・従業員の健康増進
- ・ワークライフバランスの推進
- ・ICTやAI、RPA等を活用した業務改革
- ・人権の尊重、人権自己啓発の推進
- ・ダイバーシティ 女性活躍推進
- ・人財の育成と採用・定着
- ・地域行政施策との連携強化・地方創生活動の実施
- ・地域社会へ開かれた会社
- ・次世代支援

企業統治 GOVERNANCE

- ・コーポレート・ガバナンスの強化
- ・リスクマネジメント体制の構築
- ・コンプライアンスの徹底
- ・情報セキュリティ強化とプライバシーの保護
- ・IR活動（投資家との建設的対話）
- ・ガバナンス体制の機動的刷新

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。