



株式会社ギフト 2021 年 10 月期 第 2 四半期 決算説明会 質疑応答集

この質疑応答集は、2021 年 6 月 18 日（金）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：豚山は着々と新店をオープンされているようですが、収益性はいかがでしょうか。

また、プロデュース展開はまだされないのでしょうか。最大何店舗くらいまで出せそうでしょうか。

A1：乗降客数が少ない立地ですと収益性が厳しい店舗もありましたが、いわゆる好立地と言われる A 級立地の店舗を中心に収益化が進んでおります。好立地エリアで出店を加速していきたいと考えています。

店舗数については、関東エリアだけで見ても 100 店舗は間違いなく出店可能で、全国的に見ると、200 から 300 軒ぐらいの出店余地があると考えています。

プロデュース店化に関しては、数軒スタートをしておりますが、家系業態に比べますと少し技術面の難易度が高いということもあり、現在のところ、ラーメン店のオーナーとしての経験値や取り組み姿勢を考慮してしっかりお任せできるオーナー様に展開している状況です。

Q2：みそ業態、しょうゆ業態の出店は、ロードサイド立地でしょうか。駅近立地でしょうか。

みそ、しょうゆの業態については、どのくらいの市場規模があると考えていますか。

A2：みそ業態に関してはロードサイド、しょうゆ業態は駅近立地の出店がいいのではと考えております。しかし、家系業態も創業期は駅近のみでの出店で、ロードサイドは適していないのではないかと考えておりましたが、実際にロードサイドに出店したところ非常にうまくいったという経緯もありますので、枠にとらわれずに、どちらもチャレンジしながら出店していきたいと考えています。

市場規模については、ロードサイドの展開ができるかどうかによって大きく変わってくると思いますが、家系ほどではありませんが、豚山同様 200 から 300 軒の出店は可能性のある市場だと考えております。



Q3：東証再編に関して、プライム市場への移行を希望されるでしょうか。

A3：前期に一部に指定替えをしましたので、当然プライム市場に残れるように、しっかりと業績を積んで、基準をクリアできるようにという目標を立てております。

Q4：人材が確保できているということですが、飲食業界が厳しい中で、その人材を取り込めているということですか。今後の採用市場や人材確保、離職率に関して考え方を教えてください。

A4：現在、外食業界では、出店ができず、リストラが始まっているような状況で、外食業界全体では採用面は買い手市場になっています。大手外食企業がコロナの影響で、1年間で過去10年、20年分の純資産を失って、債務超過に陥ったり、まだ攻められるような状況でない財務状況であるということと、需給バランスを考えると、しばらくこの買い手市場、もしくはニュートラルな状態が続くのではないかと考えおりますため、引き続き優秀な人材の獲得を進めていきます。また離職率についても他の転職先がないということもあり、現在過去最低水準ではありますが、この水準を維持できるように取り組んでいきたいと考えております。

Q5：出店は直営で35、純増32とのことで、閉店3の計算ですが、こういった店舗が閉店の判断となるのでしょうか。

A5：弊社は、直営店の退店の基準をしっかりと定めておりますが、その中の1店舗を閉店することによって、残った店舗の売上が上昇するという判断を行うこともございます。せっかくの人材に働いてもらっているわけですから、赤字まではいかないが収益性がよくない店舗も、他にしっかりと利益が出る店舗があれば、そちらに集約していくということを考えております。

また、直営店としての運営の継続が厳しい場合でも、業務委託店、プロデュース店では運営を継続することが可能ですので、グループとしての完全撤退はほとんどございません。

Q6：次の質問です。三つの改革について、今期の下期に特に注力すること、あるいは新たにチャレンジしていることを教えてください。

A6：1日の人時生産性を上げていく中で、仕込み時間、閉店後の時間を1.5時間削減するのを目標に進めておりますが、収益性に対して大きなインパクトがありますので、下期にはできるだけ多くの店舗で実現したいと考えております。

また、教育面においては、店を任せられる人材、いわゆる店長を入社からいかに早く育てられるか、ということが重要です。そのために、店長教本を用いて、教育のプログラムを一新しているところであり、今後力を入れて取り組んでいきます。

Q7：コロナ禍でも、既存店が95%前後で堅調に売上確保できている要因を、どのように考えていらっしゃいますか。また、時短解除後の既存店の推移はどのように想定されていますでしょうか。

A7：既存店が堅調だったのは、もちろん宅配にいち早く取り組んだというのが大きな要因ではありますが、これまでを振り返ってみても、創業間もなく起こったリーマン・ショックや東日本大震災など、大きな事件や災害が起きたときも、弊社の店舗の売上の減少幅はそれほど小さくなく、いわゆる日常食は、こういった緊急事態において非常に強いものだということを再認識しております。

時短解除後の既存店推移については正直まだ読み切れていないというのが現状ではありますが、あまり楽観的に考えずに、しっかりと好立地の物件を獲得し出店していけば、解除後はいい状態に戻り、お客様が戻ってきてくれるのではないかと考えております。

Q8：プロデュース店の開店希望者からの問い合わせは増えていますか。

A8：プロデュース店の新規オーナー様からの問い合わせは非常に増えてきてはおります。都心部などでは既に店舗数が多く存在しますので既存オーナー様の増店をまず第一に考え、新規オーナー様については、弊社として出店をしていないエリアで募集をしている状況が続いております。



Q9：海外店舗の現状と今後の方向性について教えてください。

A9：アメリカはワクチンの普及により人手はかなり戻ってきてはいますが、売上は完全回復にはなっていません。これは日本よりもコロナの影響が強かったことが原因だと考えておりますが、6月、7月以降はしっかり戻ってきて、収益性も改善するのではないかと考えています。

今後の展開に関しましては、海外 1,000 店舗を掲げておりますので、アメリカに限らず世界的にこれから成長できるであろうというマーケットに出店は考えております。

Q10：今後、工場や物流拠点を新設する計画はありますか。

A10：工場に関しましては、チャーシューをプロデュース店に卸していくためにチャーシューの生産拡大が必要になっていきますので、その方法を検討しております。物流拠点についても出店数や出店地域の拡大に応じて広げていく必要がございますので、今後拡大させていく方針です。

Q11：中期経営計画を達成するには、かなり積極的な投資を続ける必要があると思いますが、中長期の財務戦略についての基本的な考え方を教えてください。

A11：現状、営業キャッシュ・フローの状況がだいぶ改善してきており、借入もまだまだ余力があるような状態です。

営業キャッシュ・フローの水準を保ちながら、財政状態の指標としては自己資本比率 50%を目安に借入れを行うことで、今後も計画通りに出店を進めることができると考えております。