



株式会社ギフト HD 証券コード 9279

2025年10月期 決算説明資料



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ください。

0 1 2025年10月期 通期 業績ハイライト

0 2 2025年10月期 通期 決算概要

0 3 2026年10月期 業績見通し

0 4 中期経営計画 (2026年10月期～2028年10月期)

0 5 Appendix

01 2025年10月期 通期 業績ハイライト

売上高

35,878 百万円

前期比：+26.0%

営業利益

3,367 百万円

前期比：+15.8%

経常利益

3,374 百万円

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

成長性・収益性

売上高成長率

26.0%

(年間目標：20.0%)

営業利益率

9.4%

(年間目標：10.0%)

売上高昨年対比

国内直営 全店

129.5%

国内プロデュース 全店

117.0%

国内直営 既存店

全営業日
107.0%

(年間目標：105.0%)

改装店除く
105.8%

国内プロデュース 既存店

105.2%

(年間目標：105.0%)

出店数

直営店 店舗

54 店舗

(年間目標：52店舗)

プロデュース・FC店

40 店舗

(年間目標：純増52店舗)

人時生産性

人時売上高

連結
6,708 円
(前年同期：6,501円)

直営店
6,804 円
(前年同期：6,396円)

人件費率

連結
26.5%
(前年同期：26.8%)

直営店
23.2%
(前年同期：24.4%)

人材確保・定着

社員採用

中途入社
127 名
新卒
59 名

社員数

742 名

退職率

12.4%

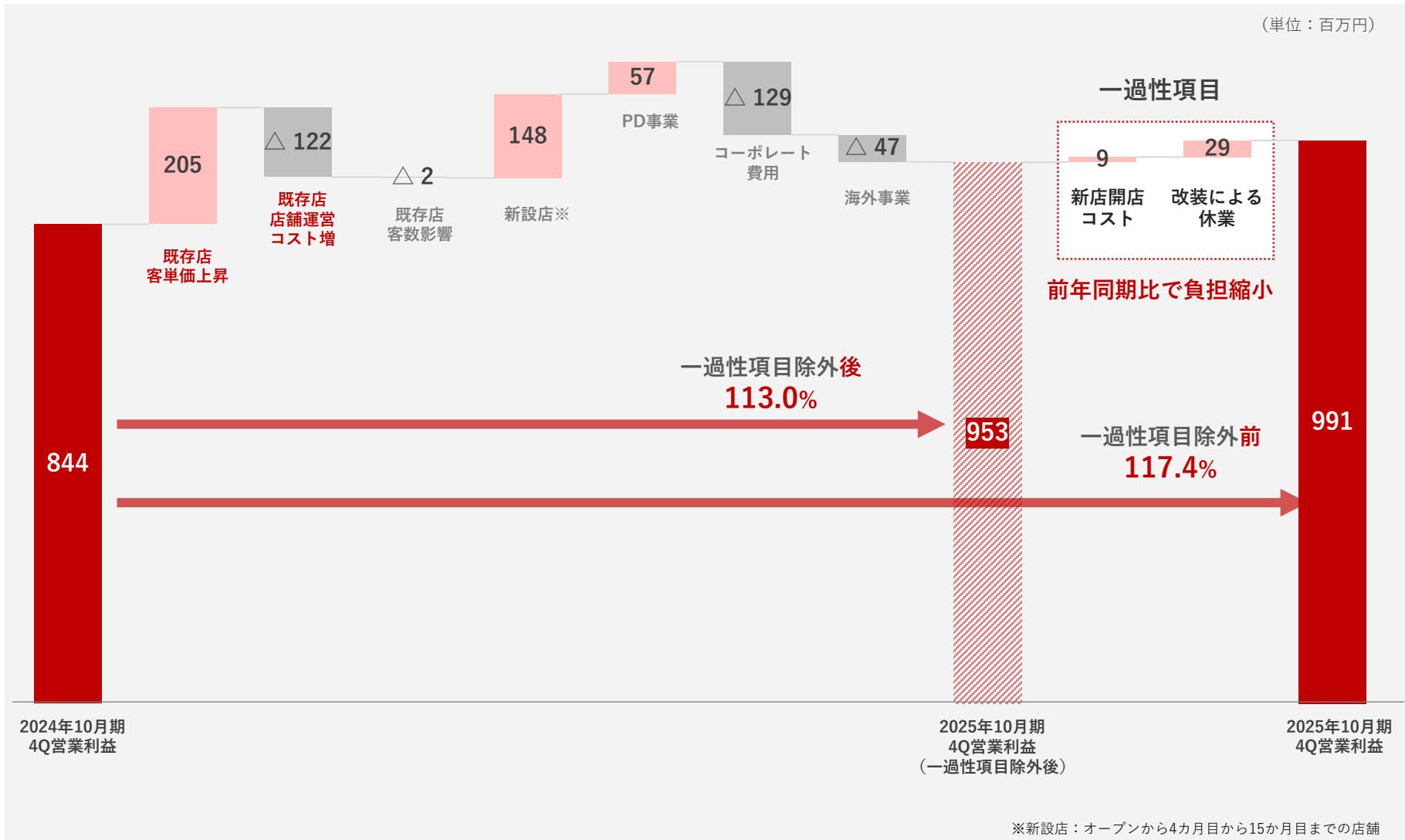
26.6%
業界平均※

(前年同期：15.4%)

	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%

— 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

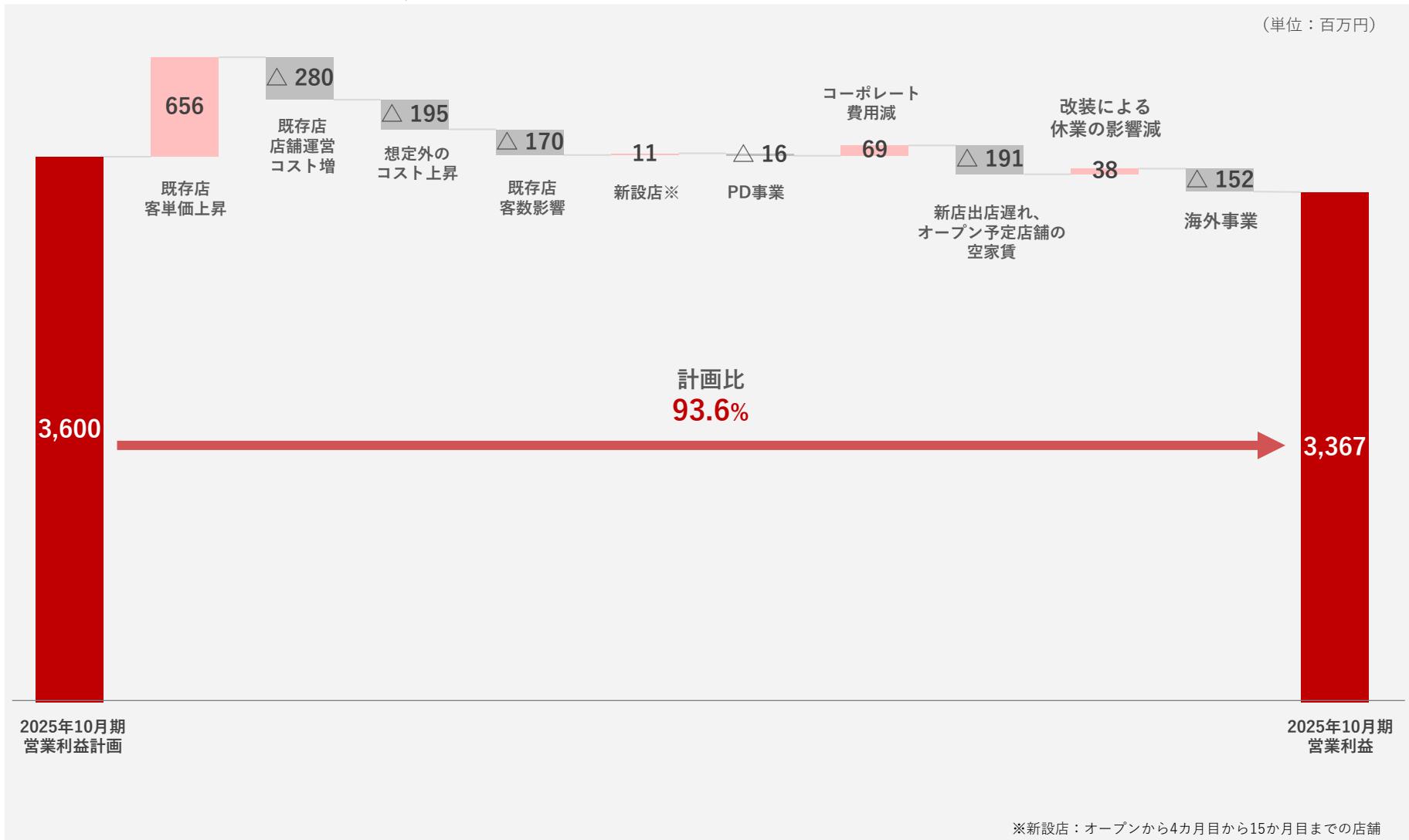


— 営業利益増減分析（通期/計画比）



- 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

(単位：百万円)



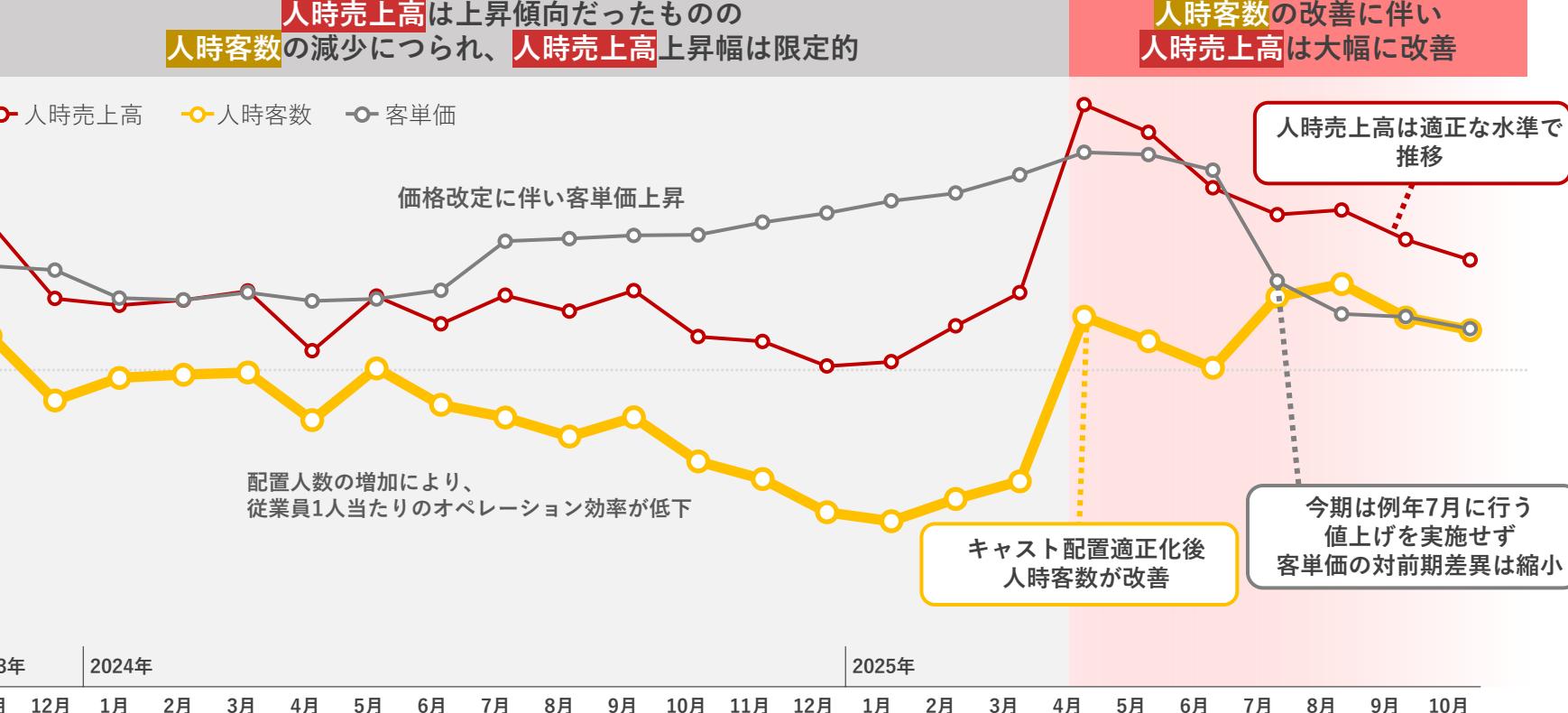
想定外のコスト上昇（人件費）

- 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变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

2025年4月
シフト設定ルール変更



- ・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店の立て直しに注力し、収益性の改善を目指す。

- ・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

-

— 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

02 2025年10月期 通期 決算概要

2024年10月期			2025年10月期			計画比	
(単位：百万円)	金額	売上比率	金額	売上比率	前年同期比	通期計画	達成率
売 上 高	28,472	-	35,878	-	+26.0%	36,000	99.7%
売上原価	9,145	32.1%	11,922	33.2%	+30.4%	-	-
売上総利益	19,327	67.9%	23,955	66.8%	+23.9%	-	-
販管費	16,417	57.7%	20,587	57.4%	+25.4%	-	-
営業利益	2,909	10.2%	3,367	9.4%	+15.8%	3,600	93.6%
経常利益	2,972	10.4%	3,374	9.4%	+13.5%	3,620	93.2%
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,875	6.6%	2,185	6.1%	+16.5%	2,200	99.4%

2025年10月期 通期業績見通しに対する四半期ごとの進捗結果



- 上期の想定外のコスト発生については対策を完了し、改善効果で下期は計画を上回り着地。
- 6月の気温上昇による既存店の鈍化、海外事業における出店費用の先行、国内の出店が4Qに集中したことによる収益化の遅れにより、改善効果は一部相殺され、通期計画に対しては下振れて着地。

2025年10月期 四半期営業利益見通し

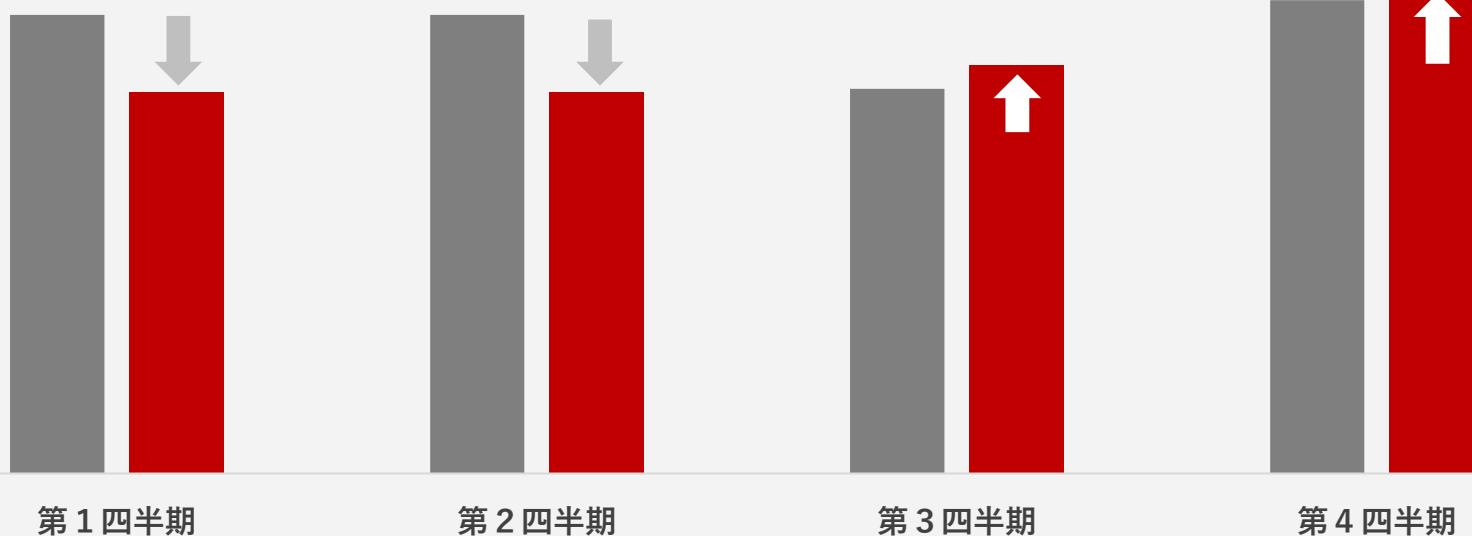
■計画 ■実績、見通し

原材料の高騰、人件費の上昇等、想定外のコストが発生し計画を下振れ

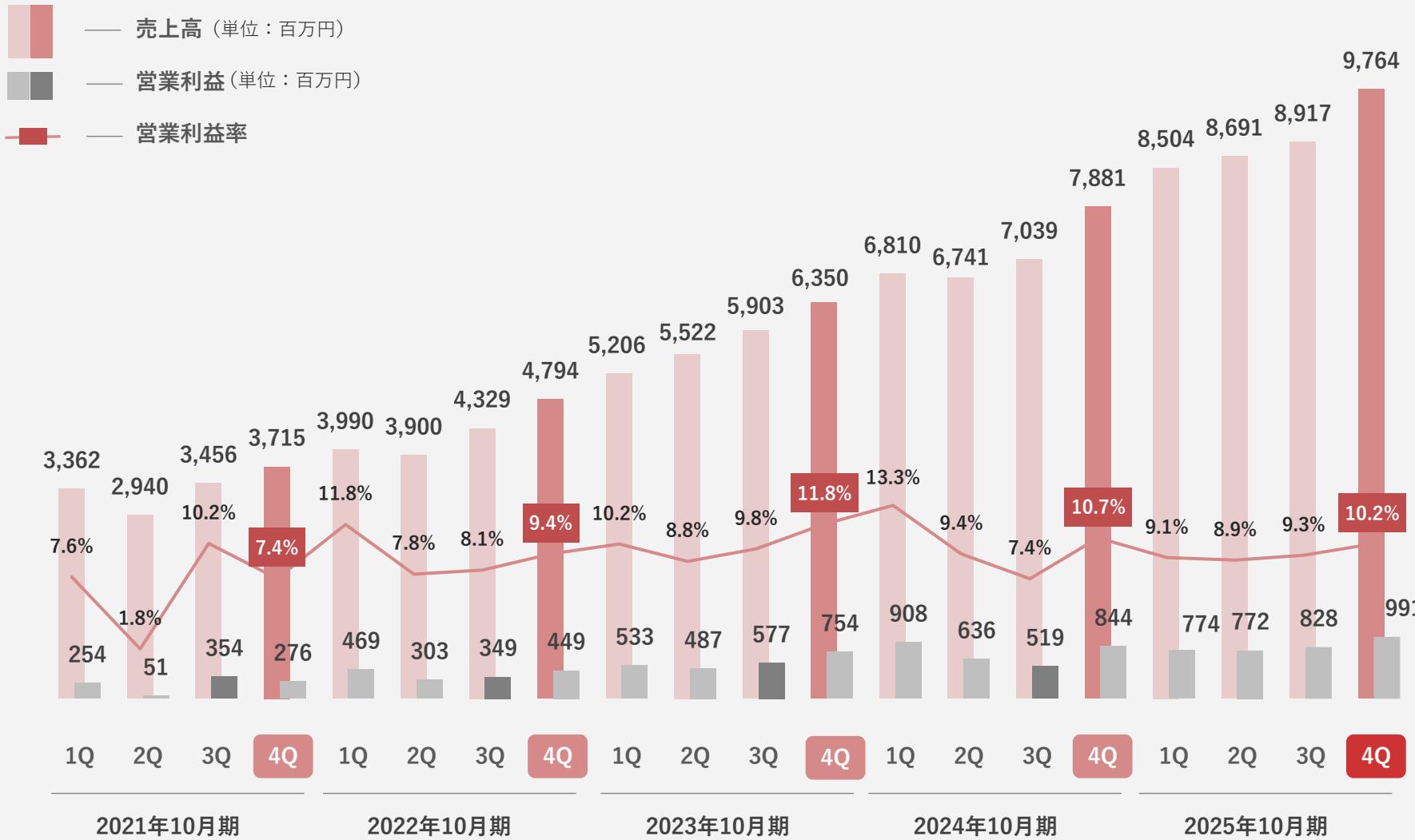
値上げやシフト見直しにより、4月単体では計画を上振れて推移

上期の想定外のコスト発生について、対策を完了

国内出店が4Qに集中したことによる収益化の遅れにより、改善効果を一部相殺



売上高及び営業利益 四半期推移



出店を継続し、
前期末比+91店舗



2024年10月期末 2025年10月期

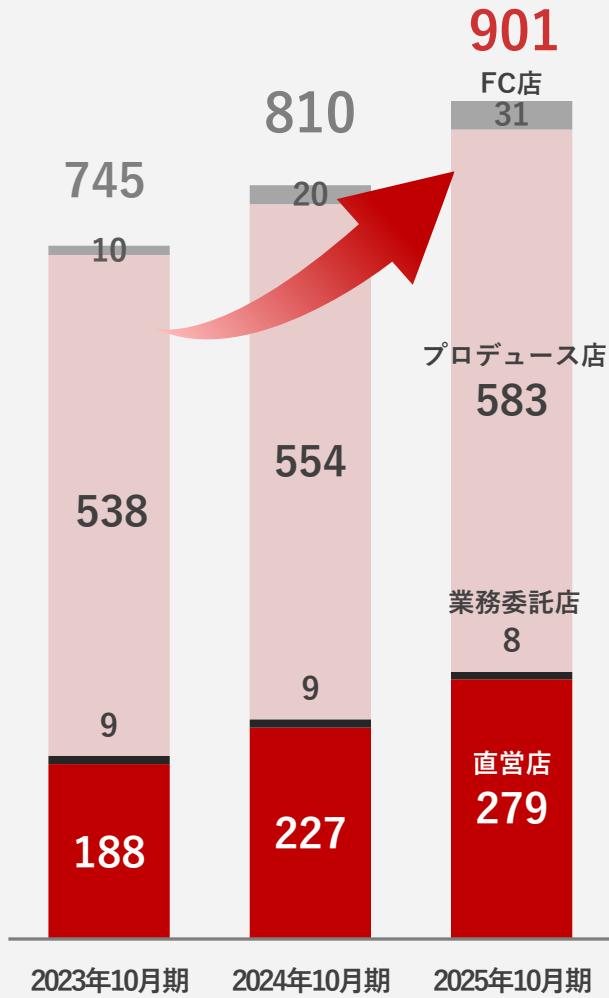
プロデュース店 554店舗 ➞ 583店舗

FC店 20店舗 ➞ 31店舗

業務委託店 9店舗 ➞ 8店舗

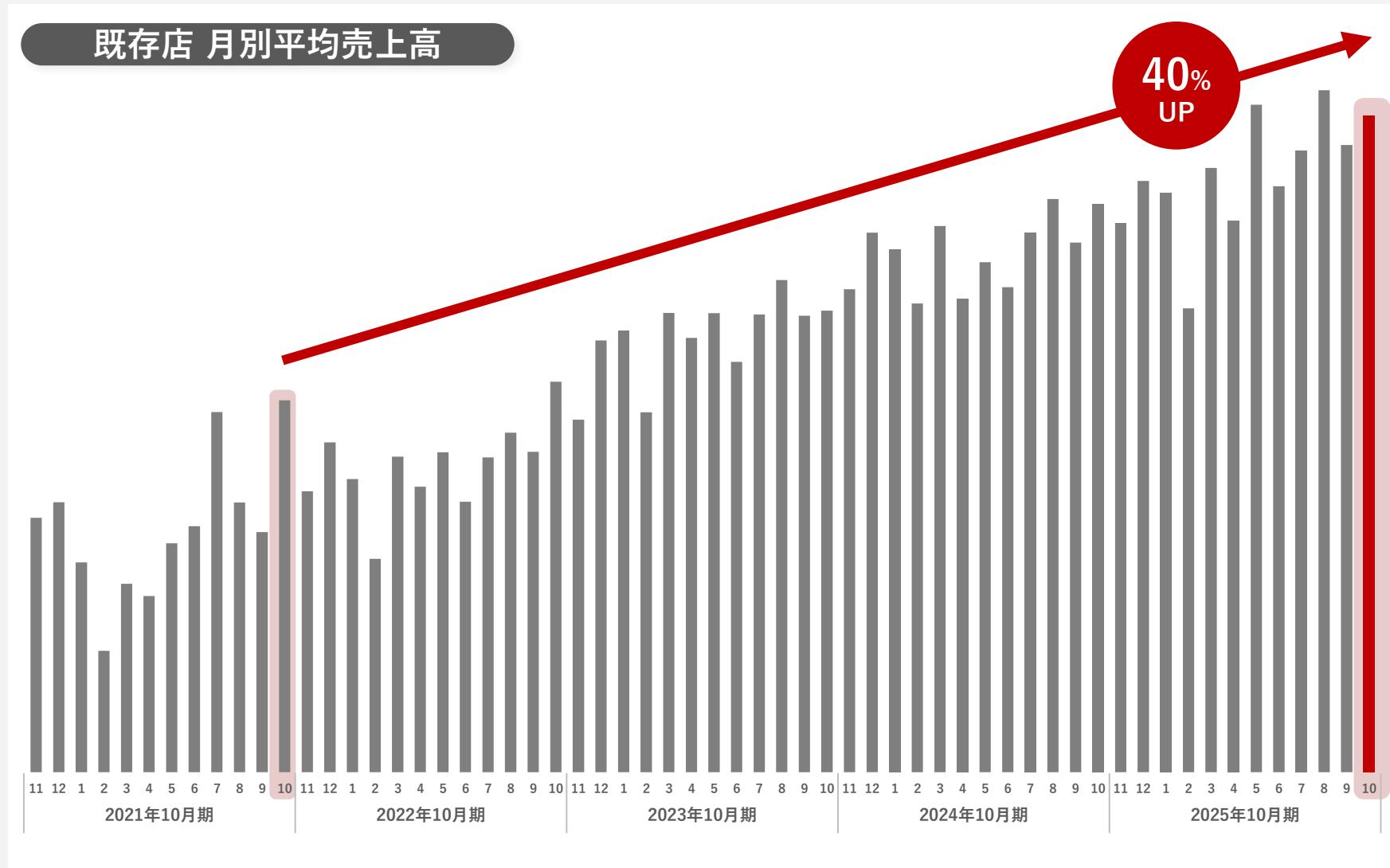
直営店 227店舗 ➞ 279店舗

全店舗
合計 810店舗 ➞ 901店舗



国内 既存直営店 一店舗当たりの平均売上高推移

- 店舗QSCAの継続的な向上への取り組みにより、国内直営店舗の平均月商は右肩上がりに拡大



- 人材確保（採用、離職防止）を積極的に進めており、出店は順調に進捗している

キャストからの正社員登用

(2025年10月期実績)

新卒
(2025年4月入社)

8名

中途

15名

合計

23名



POINT

- 即戦力確保
- 雇用のミスマッチ防止
- 長期就業、長期活躍

海外での現地採用

(2026年6月入社予定)

海外

21名



POINT

国内だけではまかないきれない雇用数を、グローバル人材獲得によって充足

「FTSE Japan All-Cap Index」構成銘柄に選定

- JPX日経中小型株指数への選定に続き、FTSE Japan All-Cap Indexの構成銘柄に新たに選定

初選定

「FTSE Japan All-Cap Index」

ロンドン証券取引所グループ傘下であるFTSE Russellが算出・公表する株価指数

- 日本市場の大型株・中型株・小型株を網羅的に組み入れ
- 時価総額および流動性などの基準に基づき構成銘柄を選定
- 日本株市場全体の動向を広く反映

2年連続選定

「JPX日経中小型株指数」

投資者にとって魅力的な企業を選定基準とし、
資本効率の高い経営を行っている中小型株200社で構成

- ・国際的な環境非営利団体CDP「気候変動」分野でBスコアを獲得

当社グループの 主な取組み

-  エネルギー使用の把握
-  CO₂排出量削減に向けた取り組み
-  適切な情報開示体制の整備

CDP (Carbon Disclosure Project)

2000年に設立された環境情報開示システムを運営する国際的な非政府組織。
各国の機関投資家などの支援を得て、企業や自治体に対して環境関連情報の開示を促す活動を行う。
企業の気候変動対策、水資源、森林などに関する取り組みを調査し、ガバナンス、リスクと機会、
事業戦略、目標設定および進捗状況などの観点から評価を行い、毎年結果を公表。

0 3 2026年10月期 業績見通し

— 2026年10月期 通期業績見通し



- ・大幅な增收・営業増益を計画

(単位：百万円)	2025年10月期 実績		2026年10月期 予想		増減率
	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%

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。

既存店売上

直営店

102.5%

(客数101.0%、客単価101.5%)

プロデュース店

105.0%

出店計画

直営店

国内 **60** 店 海外 **5** 店

純増+64店

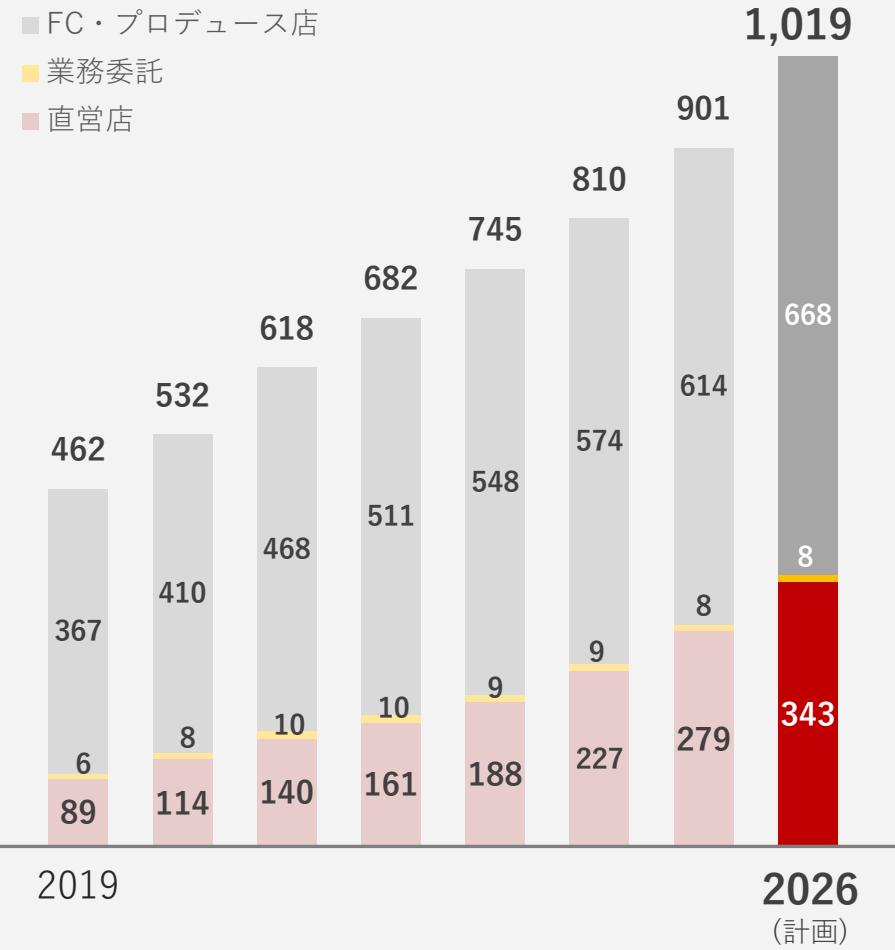
プロデュース・FC店

国内 **40** 店、海外 **14** 店

純増+54店

店舗数

- FC・プロデュース店
- 業務委託
- 直営店



2026年10月期末
店舗数 (計画)

1,019 店舗

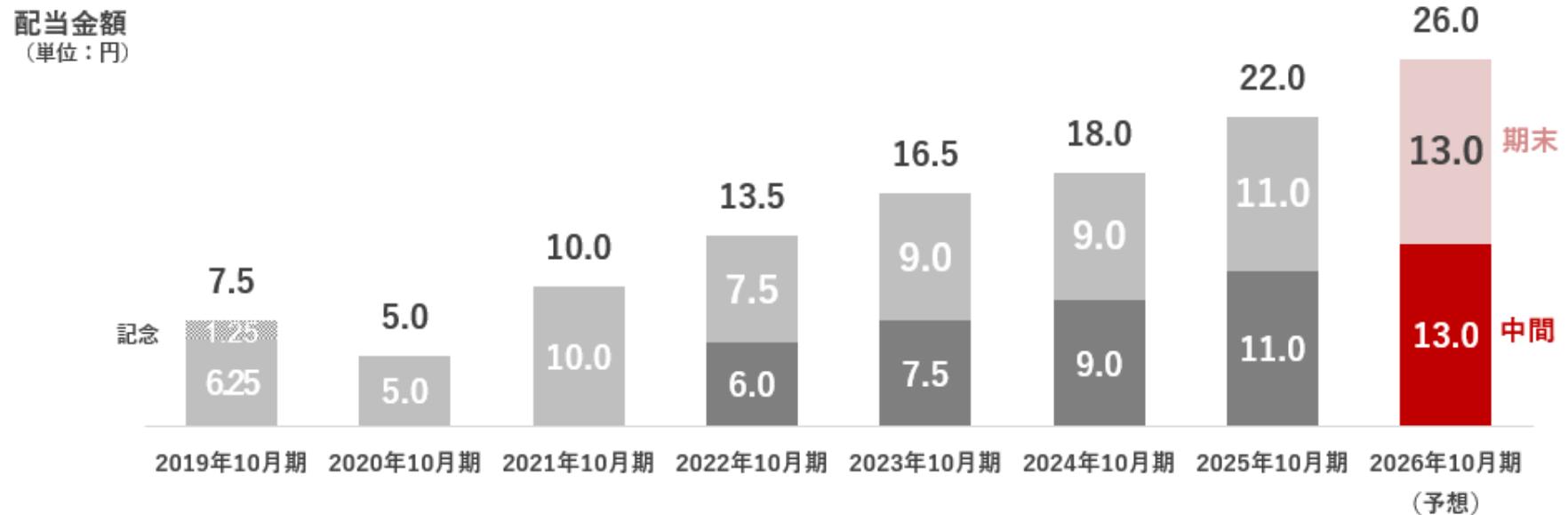
前期比 **+ 118**店舗 を計画

直営店

+ 64店舗

プロデュース・FC店 **+ 54**店舗

- ・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。

0 4 中期経営計画（2026年10月期～2028年10月期）

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。

2025年10月期

中期経営計画
2026年10月期-2028年10月期

中長期目標

“世界中に
最高のラーメンを
お届けできる企業へ”

売 上 高	358億円
営 業 利 益	33億円
店 舗 数	901店

売 上 高	630億円
営 業 利 益	63億円
店 舗 数	1,316店

国内事業の安定的な成長を
基盤とし、海外事業を強化



海外事業

国内事業
想定市場規模
8,000億円

- ・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



2028年10月期・達成目標

売上高 **630** 億円

営業利益 **63** 億円



事業拡大と運営体制強化



DX推進

- ・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

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

重点テーマ	取組みの概要
既存事業の拡大	①1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

PICK UP

人材確保

人材確保に向けた取り組み

■ 採用力強化

- ✓ 本社移転による効果測定、キャストから正社員登用の強化、外国人採用の強化



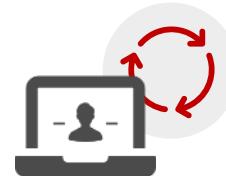
■ 離職率低下に向けての施策

- ✓ 賃上げ、店内労働環境の整備、残業制度の改善



■ 教育システムの改良

- ✓ 外国人材向けの教育システムを整備



■ 店舗運営体制の再検討

- ✓ 1店舗当たり社員数の検討



PICK UP

購買、物流体制の強化

店舗拡大に伴い配送効率も向上へ

配送頻度、配送品質の向上（365日・翌日納品）



店舗数拡大



仕入れ量増加
配送効率UP



仕入れ条件良化
物流コスト低減



コスト負担少なく
配送品質向上

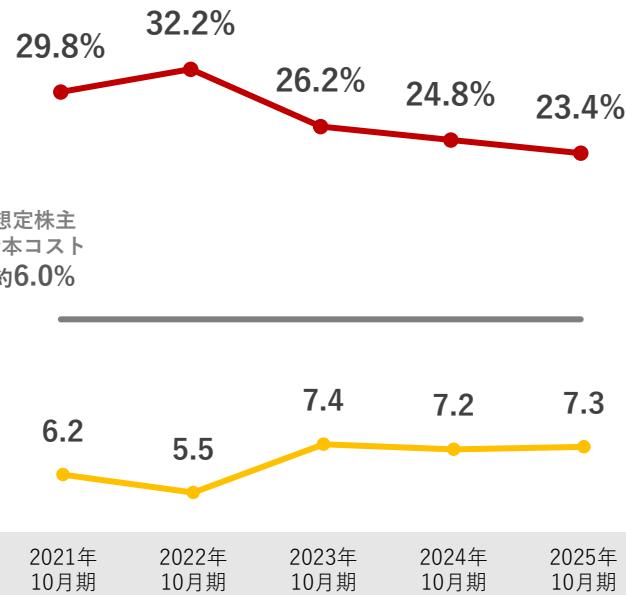
- ・コストパフォーマンスの向上
- ・配送頻度の増加による配送品質向上
- ・在庫スペースが限られる店舗におけるオペレーション改善

資本コストを意識した経営の取組み

- 想定株主資本コストに対してROEは高い水準を維持しており、引き続きROE20%以上の維持に努める

当社ROE,ROIC及びPBRの推移

ROE (%)
PBR (倍)



当社PBR及びROEに基づく株主資本コスト

$$\frac{\text{ROE} - \text{期待成長率}}{\text{資本コスト} - \text{期待成長率}} = \text{PBR} \leftrightarrow \frac{\text{ROE} - \text{期待成長率}}{\text{PBR}} + \text{期待成長率} = \text{資本コスト}$$

ROE	PBR	期待成長率	資本コスト
23.4%	7.3倍	2~3%	4.9%~5.8%

CAPMに基づく株主資本コスト

$$\text{リスクフリーレート} + \text{株式}\beta \times (\text{リスクプレミアム} - \text{期待成長率}) = \text{資本コスト}$$

リスクフリーレート	リスクプレミアム	株式\beta	期待成長率	資本コスト
1.66%	5%	0.61	2~3%	3.0%~3.6%

各種前提

ROE	2025年10月期 平均を使用
期待成長率	長期的な経済成長率に当社成長率を加味し2~3%と仮定
リスクフリーレート	日本国10年債利回りの水準を参照
株式\beta	当社株式とTOPIXの変動率の感応度

一 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じて、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

対話状況（年間）

※2025年10月期実績

アナリスト・機関投資家向け個別MTG

311回

うち国内 235回

うち海外 76回

アナリスト・機関投資家向け決算説明会

中間・期末 2回

主な対応者

代表取締役社長
取締役経営企画室長



対話内容の取締役会への
フィードバック

対話内容の反映

外国語対応

- 決算説明資料の日英同時開示
- 英文での開示対象拡大

開示内容の充実

- サステナビリティサイトの新設、記載内容の充実化
- ホームページの再構築
- 新規投資家向け資料の作成

05 Appendix

社名 株式会社ギフトホールディングス

事業内容 飲食店の経営

本社所在地 東京都渋谷区桜丘町1-1
渋谷サクラステージSHIBUYAタワー36階

自社工場 製麺工場：平塚、横浜第一、神栖第一、丹波篠山、
桑名
チャーシュー工場：綾瀬
スープ工場：横浜第二、神栖第二

設立 2009年12月7日（創業 2008年1月）

代表者 代表取締役社長 田川 翔

決算期 10月

資本金 869百万円（2025年10月末現在）

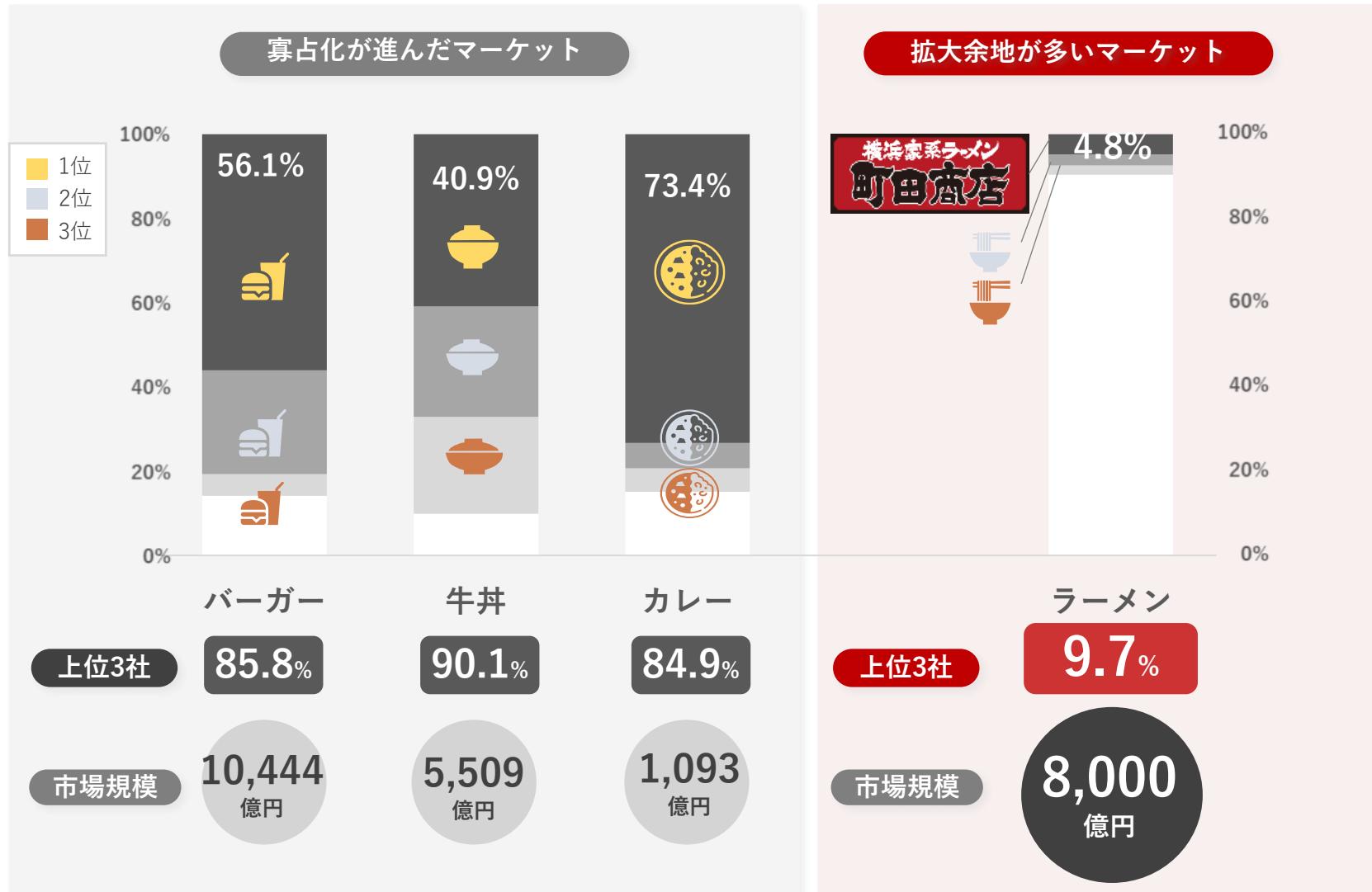
**グループ
従業員** 社員742名 パート・アルバイト 6,600名
(2025年10月末現在)

関係会社 連結子会社20社
(主な連結子会社の名称)
株式会社ギフト
株式会社ギフトフードマテリアル
GIFT USA INC.



主な外食産業と国内ラーメン市場の特徴

- 大手チェーンへの集約が顕著にみられるバーガー、牛丼、カレーなどと異なり、ラーメン市場は個人店のシェアが高く、チェーン店のシェア拡大の余地が多いマーケットといえる。



- 直営店とプロデュース店
2つのチャネル形態にて飲食事業を展開

直営店

287
店舗

※業務委託店含む

様々なジャンルの
直営店舗の運営



プロデュース店

614
店舗

※FC店含む

オーナー様の要望に合わせた
繁盛店づくりのサポート

直営店

運営ノウハウ
の提供

自社工場
委託工場

PB商品の供給

プロデュース店



※PB商品：
プライベートブランド商品
(麺、タレ、スープ、餃子、チャーシュー)

出店戦略と売上、利益額、利益率の関係について

- マーケットの大きい人口集中エリアに直営店を出店し、地方エリアにプロデュース店を出店することで、売上、利益額を最大化させるとともに、利益率の維持を目指す

直営店

人口集中エリア、
ラーメン高消費エリア
に出店

出店強化

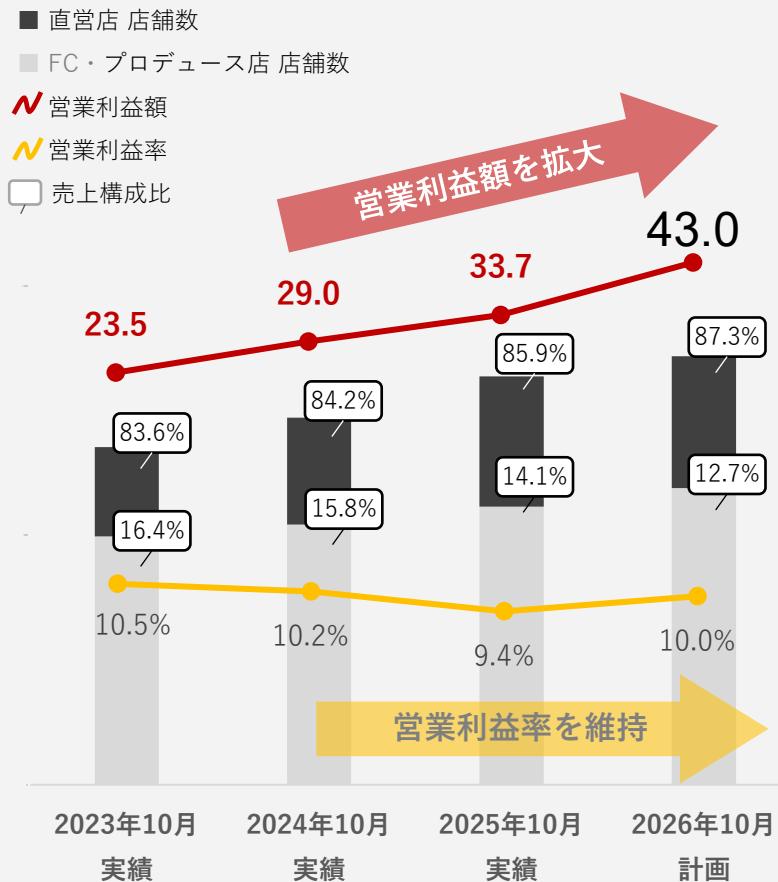
売上、利益額の最大化をめざす

FC・プロデュース店

地方エリアに出店

利益率最大化をめざす

店舗数割合（直営店・プロデュース店）と 売上構成比、利益額・利益率の推移





町田商店

家系

何度食べても飽きないクリーミーなスープが特徴の“家系ラーメン”活気のある超絶空間で全国に100店舗以上展開中の人気店。



豚山

ガツツリ系

肉厚でやわからいぶた肉とたっぷりの野菜が特徴の“ガツツリ系ラーメン”力強いスープに甘味のある醤油ダレと“わしわし”麺で食べ応え満点！



元祖油堂

油そば

こだわりの専用麺と卓上調味料でカスタマイズする自分だけの“油そば” オシャレな雰囲気の店内が女性にも人気で、味のアレンジは無限大！



がとん

九州豚骨

長時間炊き込み熟成させたスープが特徴の“九州豚骨ラーメン”濃厚で深みのあるスープとの相性を追求した特注極細麺は至高の味。



四天王

醤油豚骨

海外からのビジターにも大人気。あっさりしたコクが特徴の“豚骨ラーメン”。

中華そば
長岡食堂



長岡食堂

中華そば

新潟県長岡市のご当地ラーメンとして親しまれている生姜醤油の“中華そば” 厳選した食材を使用した淡麗なスープは味わい深く、老若男女に人気。

赤元祖
みそ家
麺



赤みそ家

味噌

味噌をベースに炒めた野菜の旨味たっぷりの“味噌ラーメン”。

E. A. K. RAMEN

海外



E. A. K. RAMEN

家系

“家系ラーメン”をベースにローカルニーズに合わせた味でご提供。

町田
MACHIDA SHOTEN
JAPANESE RAMEN

海外



MACHIDA SHOTEN

家系

味、空間、サービスなど、国内直営店と変わらないクオリティで「家系」ラーメンを海外でご提供！

		駅近	ロードサイド
		繁華街・ビジネス街	住宅街
			
C社			—
H社			—
M社		—	
K社		—	

出店戦略

- 駅近 + ロードサイドの両エリアで、繁盛店運営が可能

駅近エリア

繁華街

池袋商店



住宅街

綱島商店



ビジネス街

四谷商店



ロードサイドエリア

ロードサイド

清水インター店



仲町台店



富士宮店



京都東インター店



姫路店



駅ナカ

東京ラーメン
横丁店



商業施設

羽田空港
第一ターミナル店



Mozo
ワンダーシティ店



- ・ファミリー層にも評判のロードサイド店舗

- ・駐車場（20台～30台）
- ・競合状況、商圈人口、交通量等の分析結果をもとに出店
- ・家族が楽しめる店舗づくり
- ・ファミリー向けメニューの充実化
- ・来客単価増加基調を維持
- ・ロードサイド店は駅近店を上回る繁盛店



- ・<当社独自のチャネル>プロデュース店の運営スキーム

オーナー様の要望に合わせた繁盛店づくりのサポート



直営店

運営ノウハウの提供

- 既存店の売上が高水準維持
- 創業以来、実質退店ゼロ

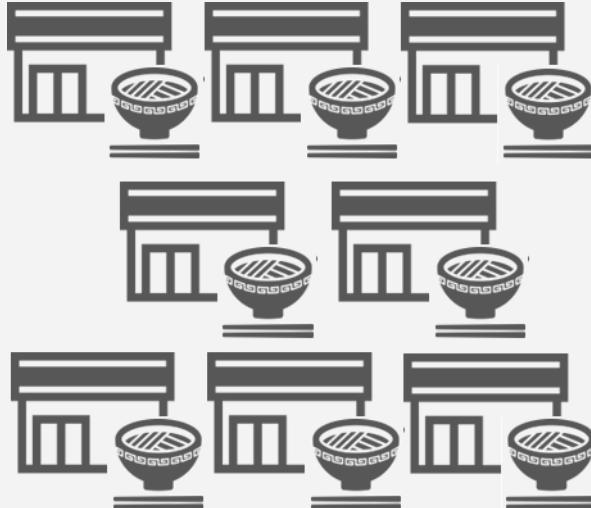


自社工場
委託工場

PB商品の供給

麺、タレ、スープ、
餃子、チャーシュー等

プロデュース店



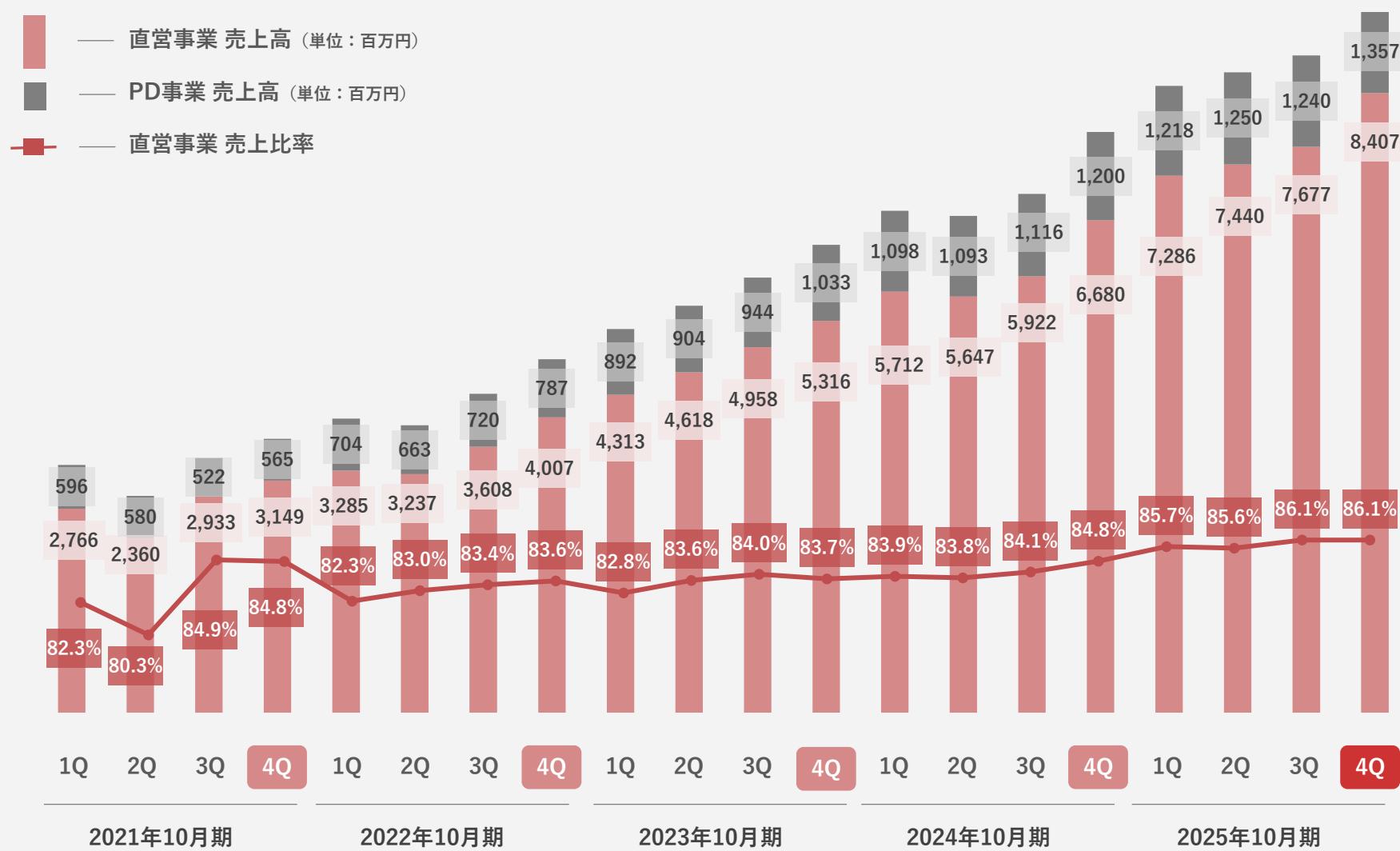
※フランチャイズ制度と異なり、保証金、加盟料、経営指導料（ロイヤリティ）不要。直営店の運営ノウハウをもとに、店舗立ち上げ時のプロデュースを、食材の購入を条件に原則無償で提供。

	フランチャイズ店	プロデュース店
屋号	同一	フリー
加盟金	100万円～500万円	0 円
ロイヤリティ	月売上の約5%	0 円
店舗運営・メニュー開発の自由度	×	○
加盟店によりブランドが毀損した場合の全体波及リスク	大	小
各種サポート※	あり	あり

※各種サポート…物件開発、店舗設計、社員研修、オープンサポート

直営事業、PD事業の売上高四半期推移

- 直営事業の売上比率が上昇



	2023年10月期				2024年10月期				2025年10月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
店舗数 (店)	全体	709	730	741	745	755	773	797	810	831	849	870	901
	国内直営	165	174	181	185	190	197	209	223	232	242	255	272
	海外直営	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	7
	業務委託	9	9	9	9	9	9	9	9	9	8	8	8
	プロデュース・FC	532	544	548	548	553	564	576	574	586	595	602	614
売上原価率 (%)	31.8	32.4	32.6	32.1	32.5	32.0	32.5	31.6	33.6	33.5	32.9	32.9	32.9
販管費率 (%)	57.9	58.8	57.6	56.0	54.2	58.6	60.2	57.6	57.2	57.7	57.8	56.9	56.9
内人件費率 (%)	25.8	26.6	27.6	25.8	25.8	27.1	27.6	26.7	26.7	26.9	26.4	26.2	26.2

店舗の状況（増減内訳）



(単位:店)

直営店事業

売上高

30,811
百万円

	24年10月期 店舗数	25年10月期 店舗数	増減
北海道	0	0	-
東北	22	32	+10
関東甲信	147	175	+28
北陸	0	0	-
東海	36	42	+6
近畿	17	21	+4
中国・四国	1	1	-
九州・沖縄	0	1	+1
海外	4	7	+3
小計	227	279	+52
業務委託店	9	8	△1
合計	236	287	+51

プロデュース事業

売上高

5,067
百万円

北海道	18	19	+1
東北	18	18	-
関東甲信	325	336	+11
北陸	14	13	△1
東海	59	62	+3
近畿	48	53	+5
中国・四国	31	34	+3
九州・沖縄	27	35	+8
海外	14	13	△1
小計	554	583	+29
国内FC店	11	15	+4
海外FC店	9	16	+7
合計	574	614	+40
店舗数総合計	810	901	+91

店舗の状況（直営店+FC店 ブランド別増減内訳）



- 町田商店、元祖油堂が拡大。

ブランド	横浜家系ラーメン 町田商店	豚山	元祖油堂 油そば	蓋躉きんこう がとん	元祖 赤みそ家 麺
店舗数	179	47	39	5	4
前期末比増減	+26	+8	+19	△1	—

ブランド	中華そば 長岡食堂	四天王	海外 E. A. K. RAMEN	海外 町田商店 MACHIDA SHOTEN JAPANESE RAMEN	その他
店舗数	3	1	3	19	10
前期末比増減	+1	—	—	+9	+1

(単位：百万円)	2024年10月期	2025年10月期	増減額	(単位：百万円)	2024年10月期	2025年10月期	増減額
流動資産	4,368	4,847	+479	流動負債	5,356	6,827	+1,471
現金・預金	2,442	2,429	△12	買掛金	931	1,185	+254
売掛金	714	1,078	+364	短期借入金	14	4	△10
その他	1,211	1,338	+127	一年内長期借入金	1,198	1,682	+483
固定資産	12,731	17,165	+4,433	その他	3,212	3,954	+742
有形固定資産	9,450	13,419	+3,968	固定負債	3,365	4,804	+1,439
無形固定資産	236	194	△41	長期借入金	2,786	4,115	+1,329
投資その他資産	3,044	3,550	+506	その他	578	688	+110
資産合計	17,099	22,012	+4,912	負債合計	8,722	11,632	+2,910
				純資産合計	8,377	10,380	+2,002
				資本金	824	869	+45
				資本剰余金	1,052	1,097	+45
				利益剰余金	6,278	8,064	+1,786
				自己株式	△1	△1	△0
				その他包括利益累計	217	312	+94
				非支配株主持分	5	37	+31
				負債純資産合計	17,099	22,012	+4,912

(単位：百万円)	2024年10月期	2025年10月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,276	4,089	+ 813
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 4,338	△ 5,533	△ 1,195
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,315	1,441	+ 126
現金および現金同等物に係る換算差額	15	6	△ 8
現金および現金同等物の期末残高	2,123	2,126	+ 3

2025年
10月期
主な内容

■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： 3,205百万円
減価償却費： 1,178百万円
法人税等の支払額： △1,062百万円

■投資活動によるキャッシュ・フロー
定期預金の払戻による収入： 311百万円
有形固定資産の取得による支出： △5,192百万円

■財務活動によるキャッシュ・フロー
短期借入金の純増減額： △6百万円
長期借入による収入： 3,353百万円
長期借入金の返済による支出： △1,540百万円
配当金の支払額： △399百万円

株価推移 (上場～2025/10/31)

株価は上場時から約7倍の水準まで上昇

決算発表: ○1Q ○2Q ○3Q ○4Q

株価
(円)

4,500

3,600

2,700

1,800

900

0

2018/12/14
配当予想増額
株主優待制度の新設

2019年10月期

2018/10/19上場
公募価格：523円
(分割調整後)

2019/10/16
配当予想増額

2019/3/14
配当予想増額

2019/3/27
株主優待
制度決定

2020/2/17
配当予想減額
株主優待制度の拡充

2020/3/17
株式分割
1株→2株

2020/6/5
業績下方修正
配当予想減額

2020/9/18
東証一部へ
市場変更

2020/3/17
業績上方修正

2020年10月期

2021/12/2
業績上方修正

2021/9/8
業績下方修正

2021/10/14
配当予想増額

2021年10月期

2022/6/1
業績下方修正

2022/4/15
株主優待制度
の拡充

2022年10月期

2023/6/14
株主優待制度
の拡充

2023/7/28
株式分割
1株→2株

2023年10月期

2023/12/15
配当増額

2024/6/14
業績上方修正

2024年10月期

2025年10月期

2025/10/31
終値：3,230円

2025/8/8
「JPX 日経中小型株指数」
構成銘柄に継続選定

2025/8/13
「FTSE Japan All-Cap Index」
構成銘柄に選定

2024/8/8
「JPX 日経中小型株指数」
構成銘柄に選定

IRサイト

IRサイトでは、株主・投資家の皆様へ向け
積極的に情報を発信しております。

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



QA Station

QA Stationページでは、
当社への理解を深めていただくためのQ&Aを随時お届けします。

<https://www.qastation.jp/e419d09fa09c42148b827f596378610a?v=8c8bbb6b9f9a45dfaa7b1413d89e86d9>



IRニュース配信サービス

IRニュース配信サービスでは、
ご登録いただいた方に、メールでIR情報を配信いたします。

<https://www.magicalir.net/9279/mail/index.php>



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はありません。