2020年６月19日

各　位

会 社 名　株式会社ギフト
住所　東京都町田市森野1-23-19
小田急町田森野ビル３階
代表者名　代表取締役社長　田川　翔
（コード：9279、東証マザーズ）
問合せ先　取締役経営企画室長　榎　正規
（TEL．042－860－7182）

＜マザーズ＞投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○開催状況

開催日時　2020年６月18日（木）13：00～14：00

開催方法　対面による実開催

開催場所　東証Arrows　プレゼンテーション・ステージ
（住所）東京都中央区日本橋兜町2-1　東京証券取引所　１階

説明会資料名　2020年10月期第２四半期決算説明会資料

【添付資料】

1. 投資説明会において使用した資料

以　上







証券コード 9279

株式会社ギフト

2020年10月期第2四半期 決算説明会資料

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おきください。

目次

2020年10月期第2四半期 決算概要

中期ビジョン・今後の取り組み
2020年10月期　上半期の進捗状況

2020年10月期　業績見通し

参考資料　会社概要

2020年10月期第2四半期 決算概要

業績サマリー

新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受け、期初計画の修正となるも、外出自粛期間、自粛解除後ともに想定内の売上減に留まる。

出店

- 直営、プロデュース店　年間合計54店舗の増店計画に対し、上半期で39店舗（直営14店舗、プロデュース店25店舗）を出店。
- 直営店は、家系、豚山ともに計画を上振れし出店。
- プロデュース店も、計画を上振れし出店。

既存店

＜第１Ｑ　11月～1月＞

- 暖冬および増税に伴う値上げの影響を受け客数が前年同期比微減。客単価は上昇し、売上高は前年同期比98.0%。

＜第２Ｑ　2月～4月＞

- 新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、営業時間の短縮、宅配･テイクアウトのみの営業等を実施したものの、営業自粛の影響を最も受けた4月においても前年同月比75.6%の売上を確保。

新型コロナウイルスの影響

事業方針

感染拡大防止・従業員雇用の維持

1,000店舗達成に向けた6つの軸を変わらず推進

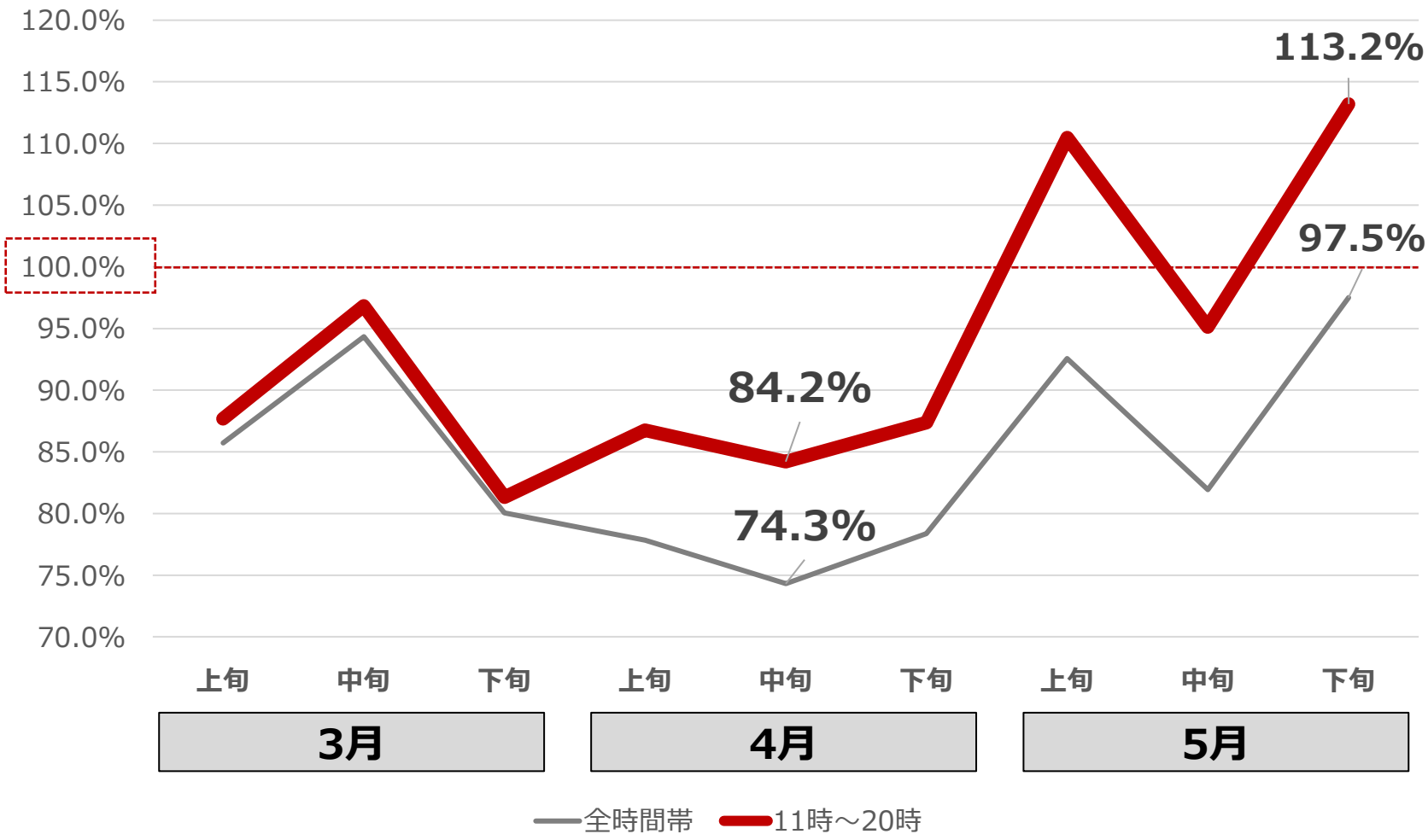
（出店戦略、既存店強化、製造能力、従業員確保、業務改革、M&A）

業績状況

- **ラーメン特化、立地ポートフォリオ、宅配・テイクアウトの加速により、少ない業績影響にとどまる。**
- **QSCAの向上、人材採用・育成並びに物件開発といった、新型コロナウイルス感染症の収束後も見据えた取り組みを不足なく行っている。**

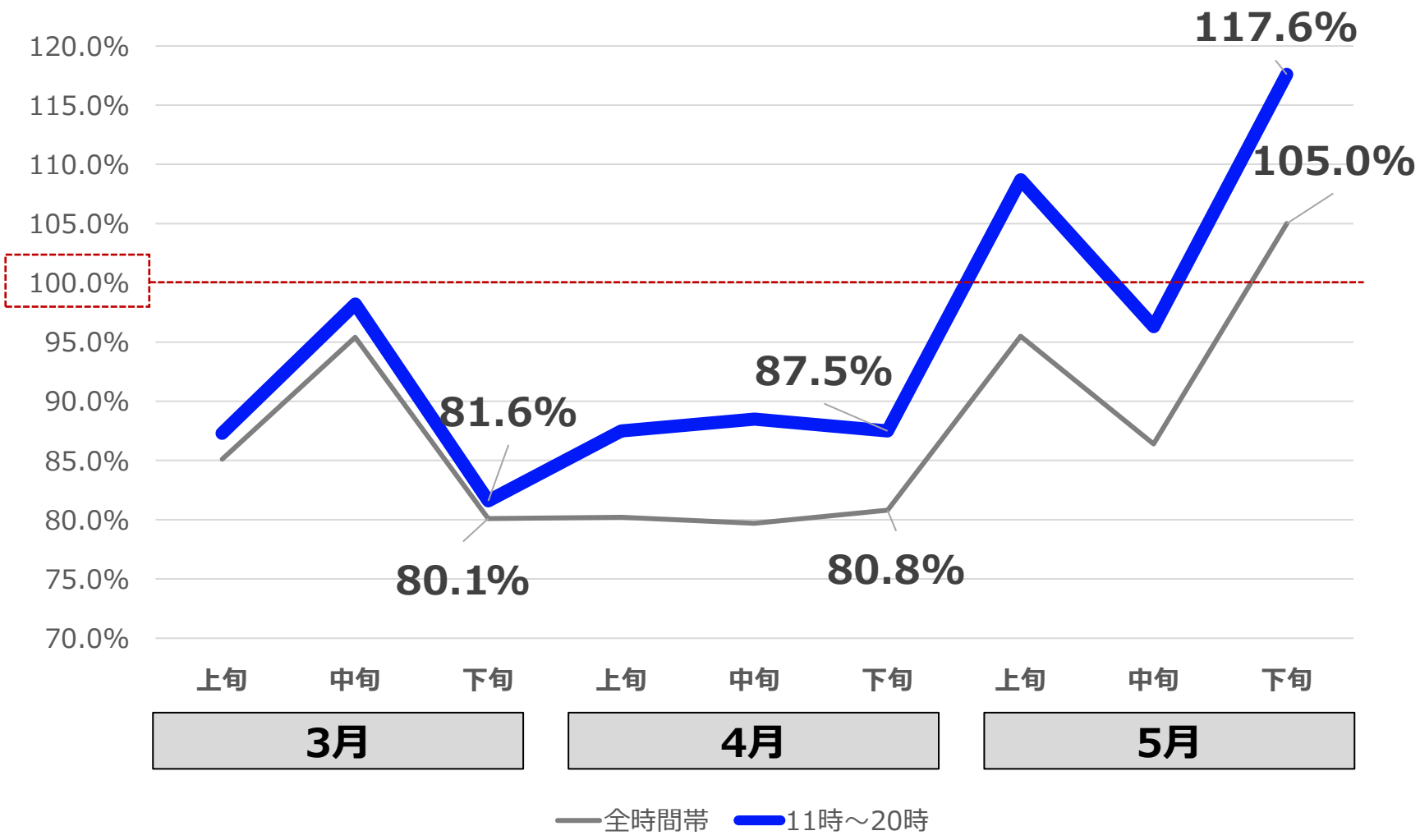
立地・時間帯別　新型コロナウイルスの売上へのインパクト

全エリア合計　**既存店の昨対率**



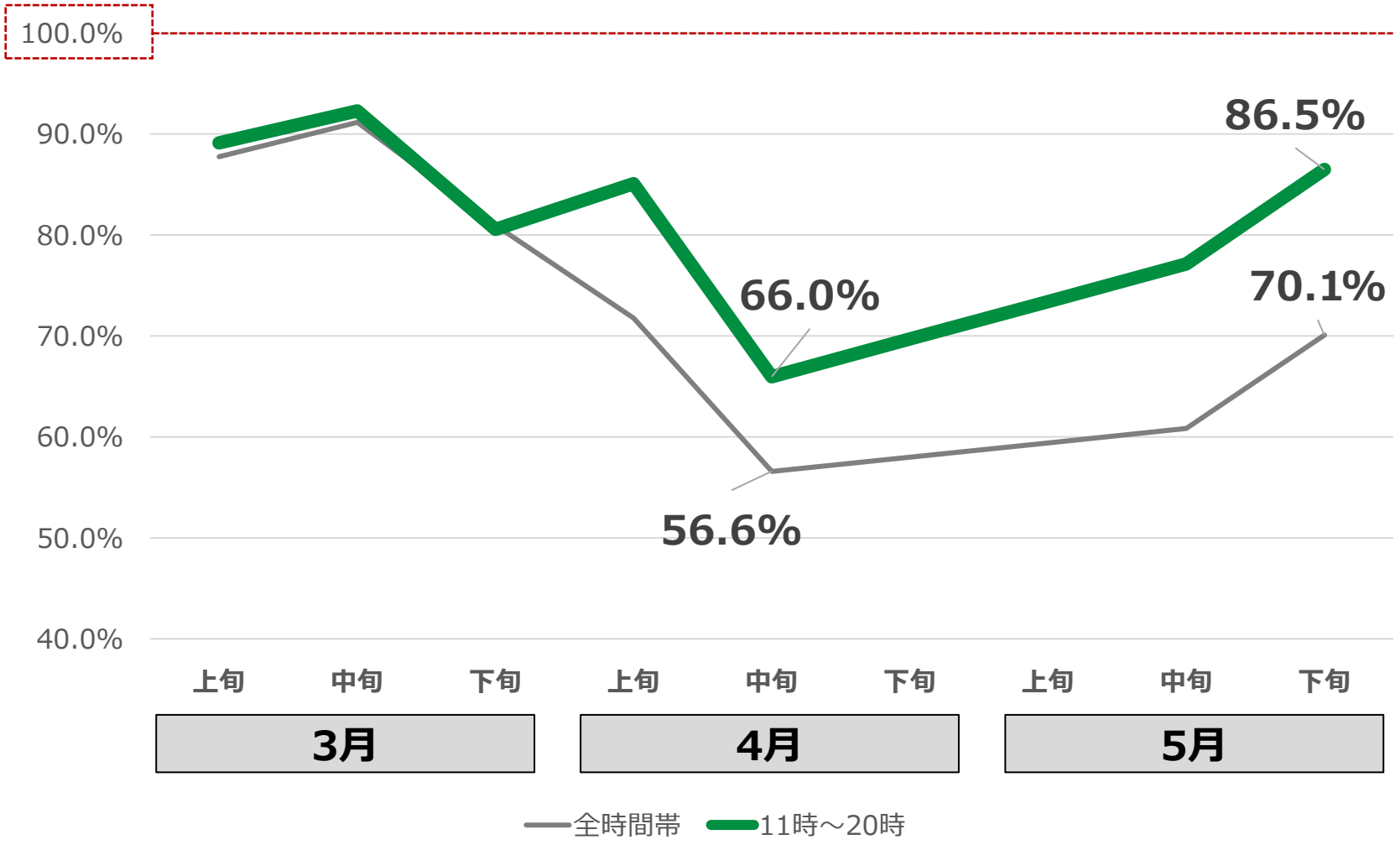
立地・時間帯別　新型コロナウイルスの売上へのインパクト

住宅街+ロードサイド　**既存店の昨対率**



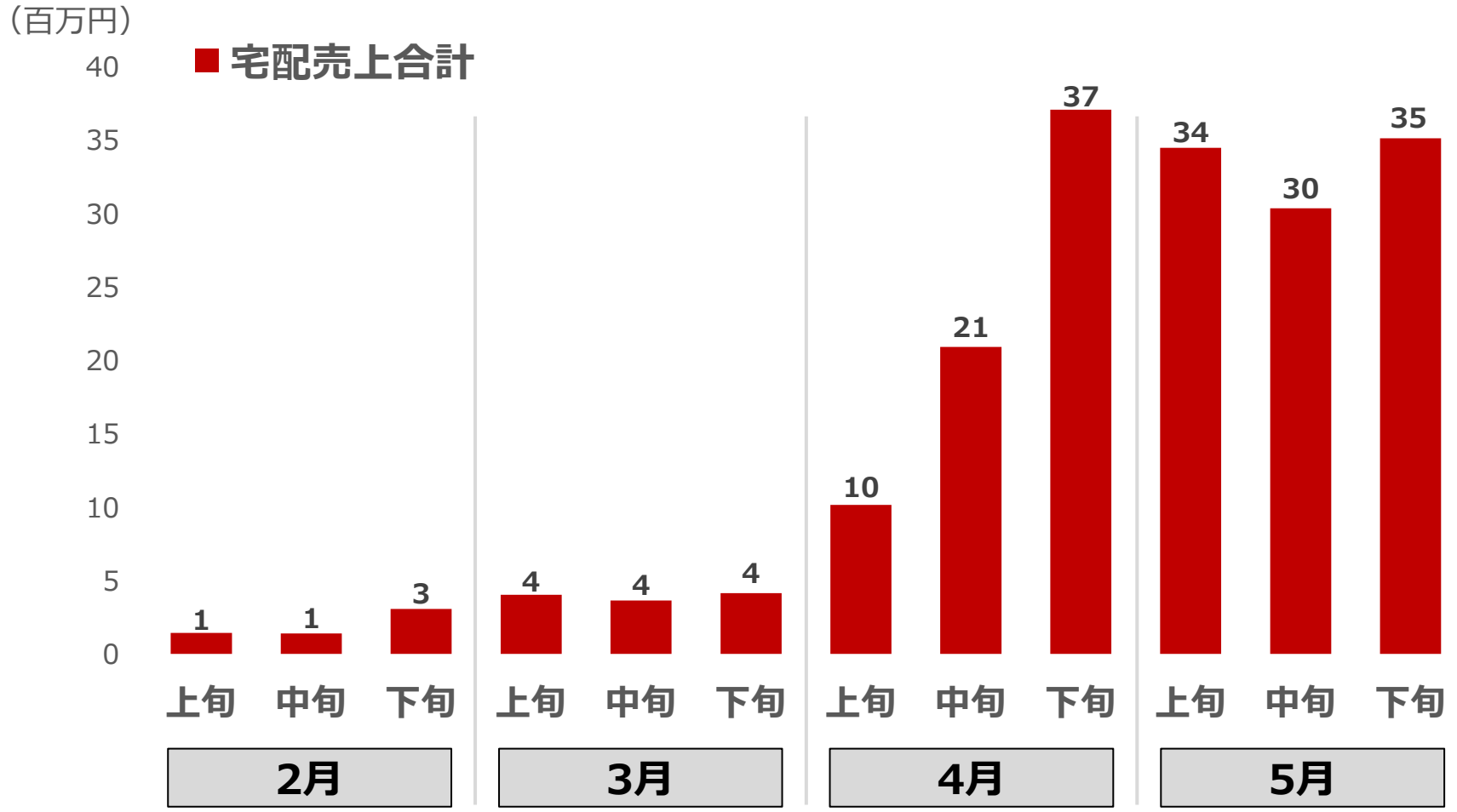
立地・時間帯別　新型コロナウイルスの売上へのインパクト

ビジネス街＋繁華街　**既存店の昨対率**



新型コロナウイルス感染拡大以降の宅配サービス売上の推移

ご来店機会が減る状況下、お客様ニーズに即応するべく宅配サービスを速やかに本格展開し、店舗売上を下支え



新型コロナウイルスの影響

ラーメン特化　立地ポートフォリオ　宅配・テイクアウト

想定内の売上減に留め、6月以降の回復が期待できる状態。

ラーメン特化

- 「ラーメンは、日常食」。外出自粛下においても必要なものとして利用され、営業時間短縮の影響はあったものの、それ以外はほぼ影響なし
- 食事時間短い、食事人数少ない、カウンターメイン
  ➡ **外出自粛要請の影響が少ない**

立地ポートフォリオ

- 住宅街・ロードサイド店舗が大きく売上を伸ばし、ビジネス街・繁華街の自粛の影響を吸収。

宅配・テイクアウトビジネスが大きく進展

店舗における新型コロナウイルス感染拡大防止対策について

弊社店舗では、ご来店いただいたお客様に安心してご利用いただけるよう、感染症の予防に取り組んでおります。

- 従業員の手洗い・アルコール消毒の徹底



- 従業員の出勤時に体温をチェック。問題があれば自宅待機を指示



- 従業員のマスクの着用を義務化



- ビニールシート・アクリル板で仕切りを設置



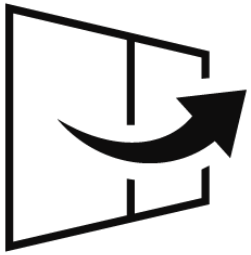
- 店内設備の定期的なアルコール消毒



- 一部卓上調味料・レンゲ等の撤去



- 店内換気の推奨



- 店頭にお客様用アルコール消毒液の設置



店舗における新型コロナウイルス感染拡大防止対策について

弊社店舗では、ご来店いただいたお客様に安心してご利用いただけるよう、感染症の予防に取り組んでおります。



▼隣席との間に透明なビニールシート、アクリル板等で仕切りを設置。隣席への飛沫拡散を気にせず、ラーメンに集中していただけます。

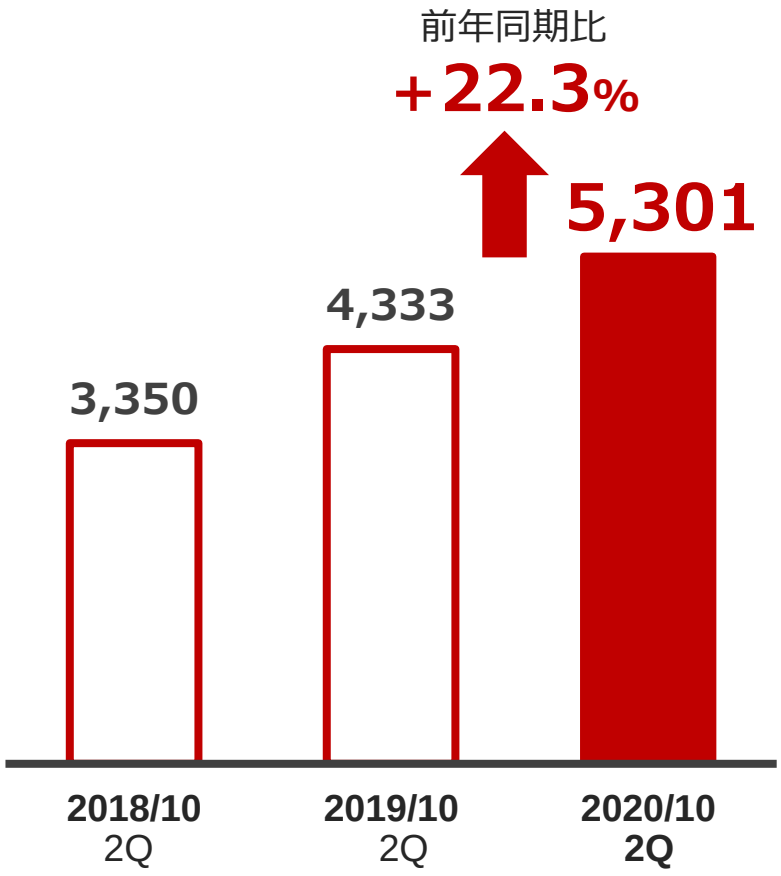


業績ハイライト

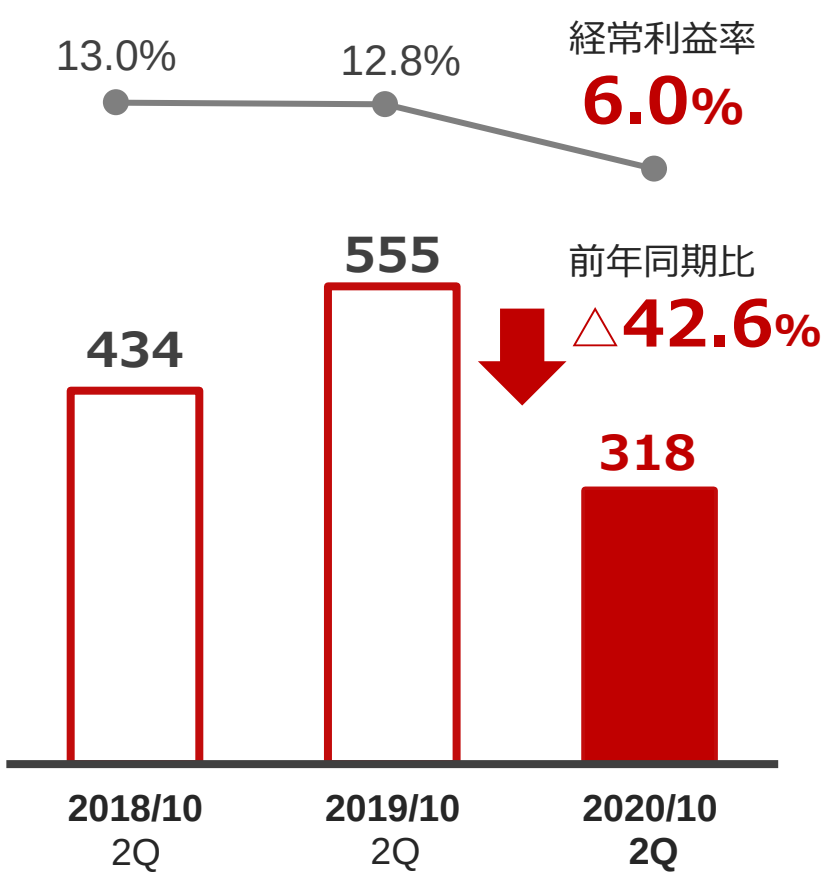
売上高は計画通りの出店により前年同期比22.3%増収したものの新型コロナウイルスの影響により想定売上を下回り、減益。

（単位：百万円）

売上高



経常利益・率



損益計算書

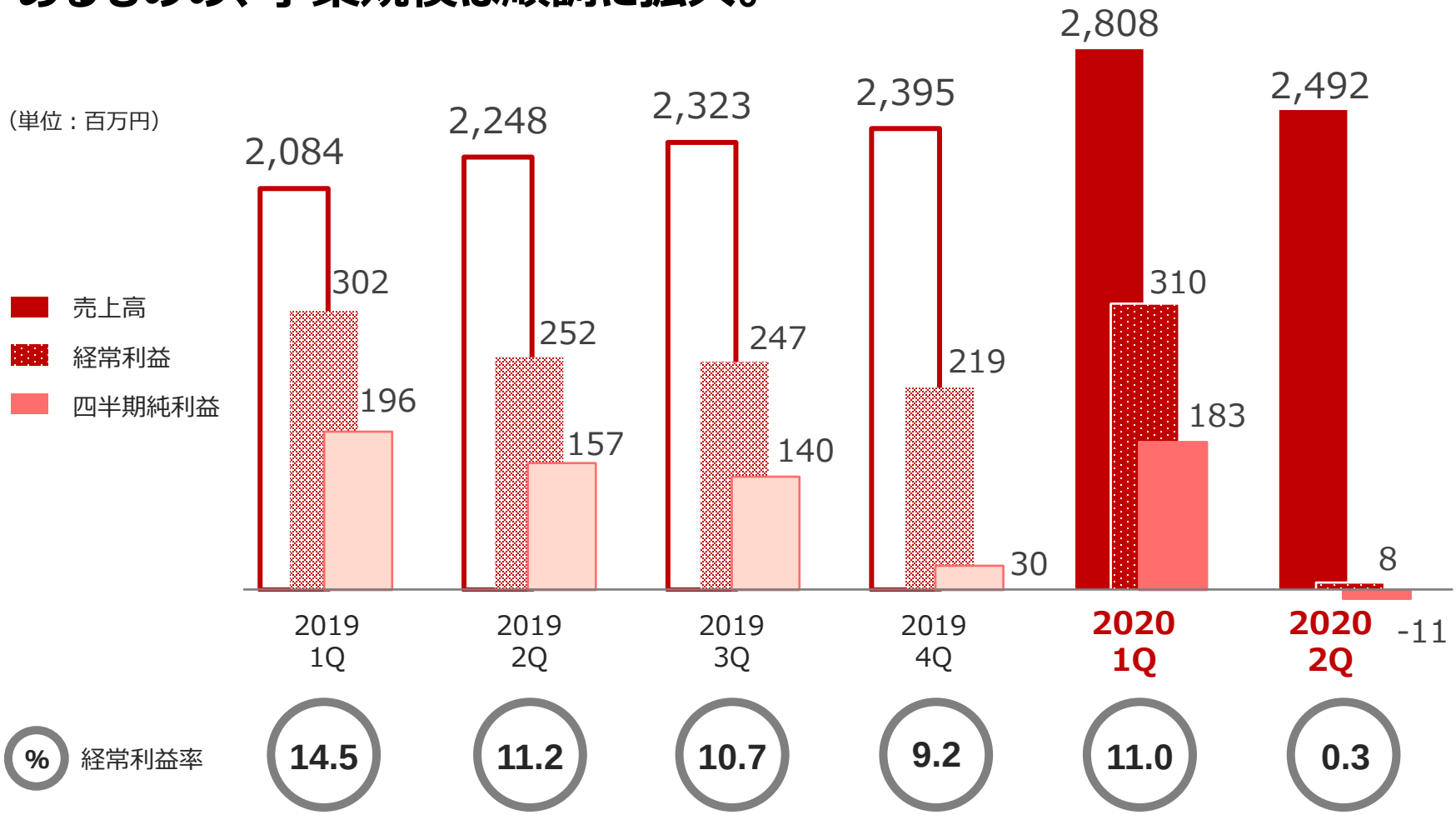
新型コロナウイルスの影響分が、期初計画との差異として発生。

コロナ影響　売上高 **▲427百万円**　営業利益 **▲294百万円**

（単位：百万円）	2019/10期 2Q		2020/10期 2Q		新型コロナウイルス感染症の影響額	影響額除外後の損益	20/10期 計画値
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	金額	2Q当初予想
売　上　高	4,333	-	**5,301**	**-**	**△427**	**5,728**	**5,585**
売上原価	1,297	29.9%	1,619	30.6%	-	-	
売上総利益	3,035	70.1%	**3,681**	**69.4%**	**-**	**-**	
販管費	2,485	57.4%	3,389	63.9%	-	-	
営業利益	549	12.7%	**292**	**5.5%**	**△294**	**586**	**560**
経常利益	555	12.8%	**318**	**6.0%**	**△278**	**597**	**570**
当期純利益	354	8.2%	**171**	**3.2%**	**-**	**-**	**365**

四半期業績推移

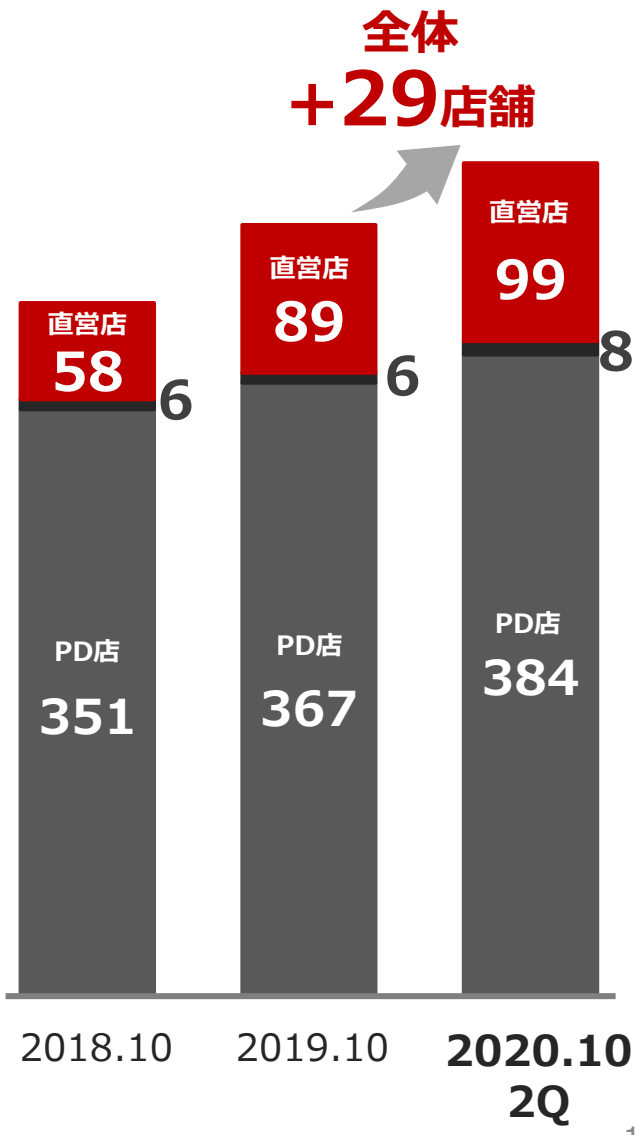
前年第4QのM&A費用、今上半期の新型コロナウイルスの影響があるものの、事業規模は順調に拡大。



出店状況

直営店の大幅出店により、
期初計画を上回る29店舗の増店を実現

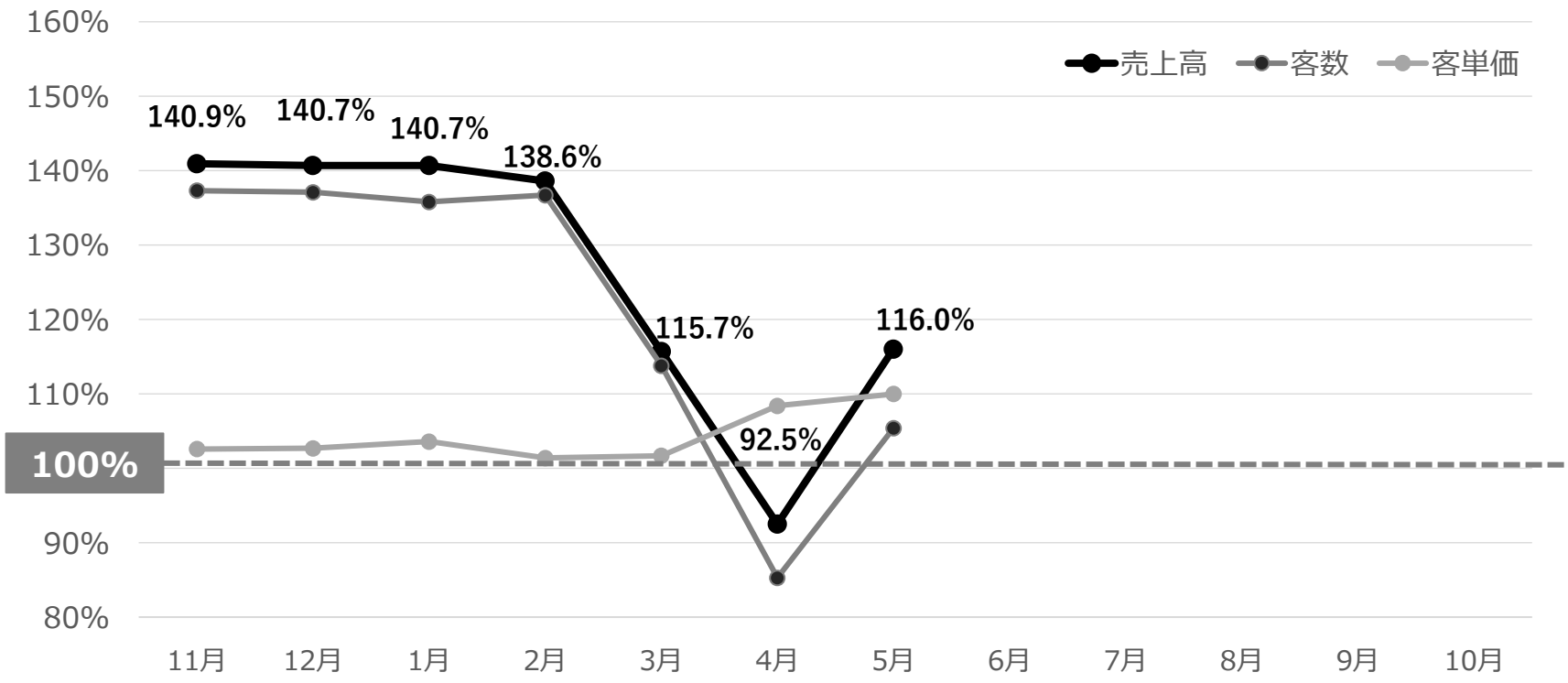
	2019.10		2020.10.2Q
直営店	95店舗	➡	107店舗
			国内96+海外3+業務委託8
プロデュース店	367店舗	➡	384店舗
全店舗合計	462店舗	➡	491店舗



店舗の状況（増減内訳）

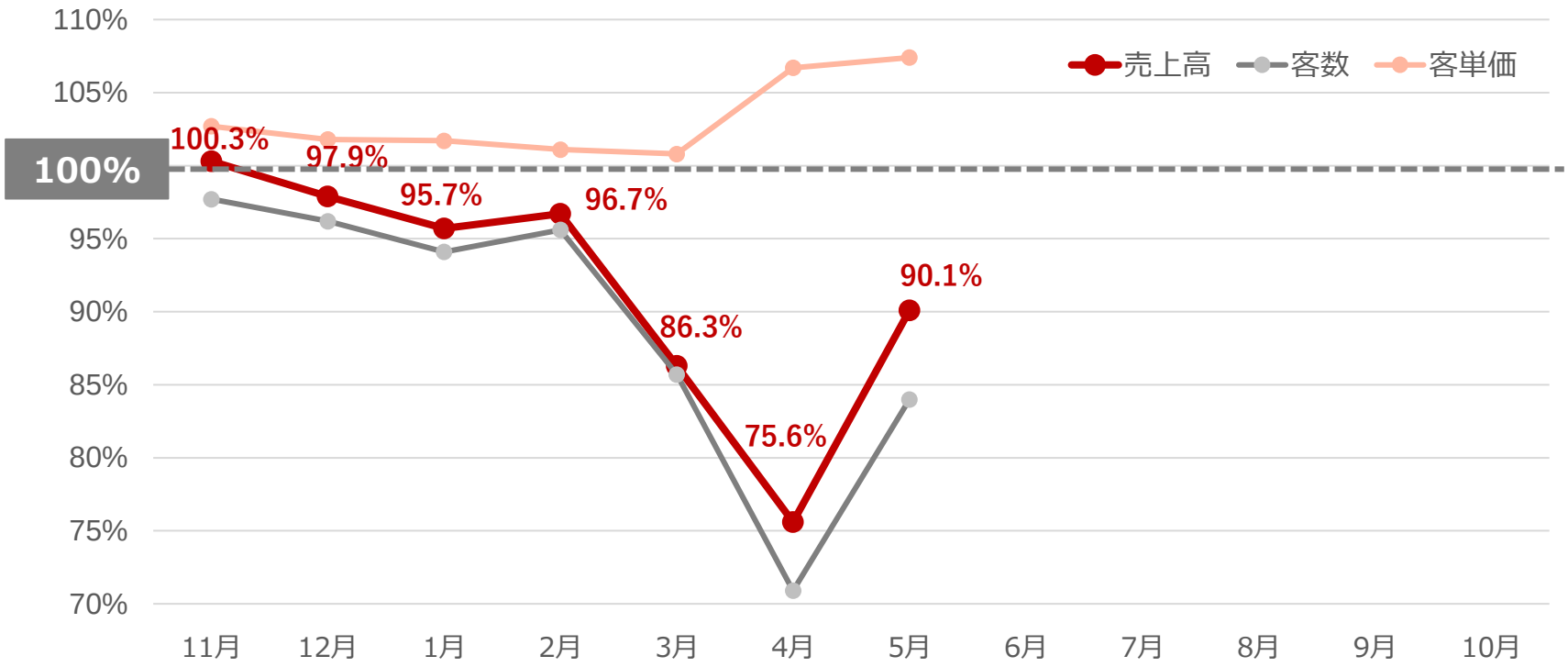
		19/10期末 店舗数	**20/10中間 店舗数**	増減
直営店事業	関東	55	**62**	+7
	東日本（関東以外）	12	**16**	+4
	西日本	19	**18**	△1
	海外	3	**3**	0
	小計	89	**99**	+10
	業務委託店	6	**8**	+2
	合計	95	**107**	+12
プロデュース事業	関東	266	**270**	+4
	東日本（関東以外）	59	**63**	+4
	西日本	35	**42**	+7
	海外	7	**9**	+2
	合計	367	**384**	+17
店舗数総合計		462	**491**	+29

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	140.9%	140.7%	140.7%	138.6%	115.7%	92.5%	116.0%						126.4%
客数	137.3%	137.1%	135.8%	136.7%	113.8%	85.3%	105.4%						121.6%
客単価	102.6%	102.7%	103.6%	101.4%	101.7%	108.4%	110.0%						104.3%

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	100.3%	97.9%	95.7%	96.7%	86.3%	75.6%	90.1%						91.8%
客数	97.7%	96.2%	94.1%	95.6%	85.7%	70.9%	84.0%						89.2%
客単価	102.7%	101.8%	101.7%	101.1%	100.8%	106.7%	107.4%						103.2%

直営店の新規出店店舗（2019年11月～2020年4月）

新規14店舗が続々オープン！

東北　1店舗

町田商店
仙台広瀬通店



関西　1店舗

箕面商店



中部　3店舗

町田商店
御殿場店

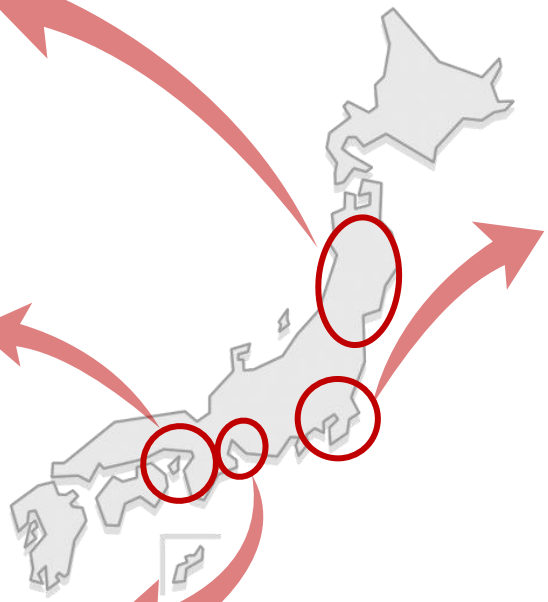


町田商店
弥富通店



町田商店
小牧店





関東　9店舗

町田商店
藤沢湘南台店



町田商店
草加店



町田商店
三鷹店



町田商店
由比ヶ浜店



豚山 横浜西口店



豚山 下高井戸店



豚山 幡ヶ谷店



豚山　大森店



豚山 鶴見店



B/Sサマリー

（単位：百万円）

	2019年10月期	2020年10月期2Q	増減額
流動資産	**2,304**	**1,581**	**△722**
現金･預金	**1,875**	**1,166**	**△709**
売掛金	**221**	**160**	**△60**
その他	**206**	**254**	**+47**
固定資産	**3,476**	**4,160**	**+684**
有形固定資産	**2,132**	**2,646**	**+514**
無形固定資産	**192**	**187**	**△4**
投資その他資産	**1,152**	**1,327**	**+174**
資産合計	**5,781**	**5,742**	**△38**

	2019年10月期	2020年10月期2Q	増減額
流動負債	**2,122**	**2,058**	**△63**
買掛金	**297**	**223**	**△73**
短期借入金	**470**	**656**	**+185**
一年内長期借入金	**347**	**265**	**△82**
その他	**1,005**	**912**	**△93**
固定負債	**517**	**499**	**△18**
長期借入金	**332**	**277**	**△54**
その他	**184**	**221**	**+36**
負債合計	**2,639**	**2,558**	**△81**
純資産合計	**3,141**	**3,184**	**+42**
資本金	**776**	**785**	**+9**
資本剰余金	**1,028**	**1,037**	**+9**
利益剰余金	**1,340**	**1,362**	**+22**
その他包括利益累計	**▲3**	**▲2**	**+1**
負債純資産合計	**5,781**	**5,742**	**△38**

C/Fサマリー

（単位：百万円）

	2019年10月期 2Q	2020年10月期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	484	△15	△500
投資活動によるキャッシュ・フロー	△613	△599	+14
財務活動によるキャッシュ・フロー	△70	△96	△25
現金および現金同等物の期末残高	1,539	1,166	△373

2020年10月期2Q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： 304百万円
減価償却費： 133百万円
法人税等の支払額： △249百万円

■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： △477百万円
敷金及び保証金の差入による支出： △94百万円

■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： 125百万円
短期借入金の純増減額： 185百万円
長期借入金の返済による支出： △262百万円
配当金の支払額： △147百万円

新型コロナウイルス影響下の当社の状況

店舗運営面

QSCAの向上への継続的な取り組み

- 品質向上×生産性UP

人材面

従業員充足環境は好転

- 離職率の低下
- 採用数、採用効率、採用コストは好転

物件面

今後の出店加速に弾み

- 好立地、好条件の物件確保が進展

店舗運営（QSCAの向上）

商品開発力・製造能力の増強により、麺・餃子・チャーシューと自社製造品目を拡充。それらを全国に安定供給できるサプライチェーン体制を構築

1 麺・餃子・チャーシューの内製化により品質向上を実現



2020年3月稼働

横浜のチャーシュー工場が本格稼働

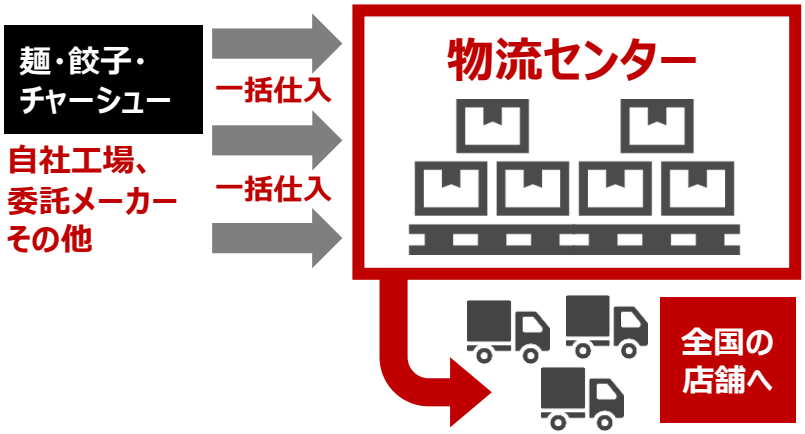


- これまで各店舗での製造だったチャーシューの生産を一元化
- 質の確保と店舗オペレーションの大幅な簡略化を可能に

こだわりの美味しいラーメンのために材料仕入～物流まで効率化されたサプライチェーンを構築

多店舗展開を支える「物流センター」本格稼働

- 各店舗への配送頻度を低減
- 食材の在庫機能を担い、安定供給に寄与
- メーカー様からの一括納入によるコストメリット



店舗運営（QSCAの向上）

こだわりの美味しいラーメンのために



2 店舗オペレーションの分析。業務効率改善のため調理方法、メニューの改善等を行い生産性の向上を推進

店舗の現場オペレーションを、WI-FIや動画、専用解析ソフトを用い、作業手順、配置、時間、質など、科学的な視点から分析。店舗に潜むオペレーションの課題を抽出し、改善策を検討した。

➡ 改善後の店舗オペレーションにより生産性が向上したため、複数店舗へ導入。

検証サイクル

- **正しいプロセスを数値で評価し新フォーメーションの効果を検証 ➡ 生産性を高める動きが定着**
- カメラで店舗を録画・集計。パフォーマンス、生産性の伸びしろ、プロセスの差を数値化し新モデルを検証
- 新オペレーションの内容設計
- 毎月プロセス(KPI)を数値化。施策の浸透度/実施度を評価

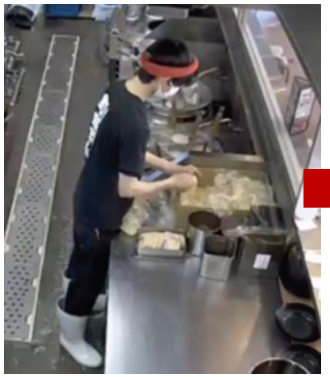
➡ より多くの皆様へ美味しいラーメンを提供をすべく回転率UPも図る

店舗運営（QSCAの向上）

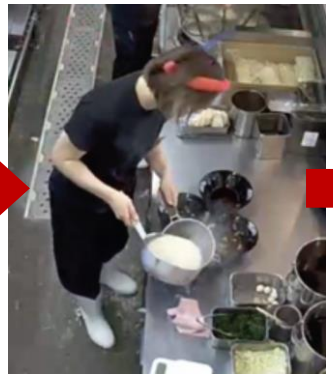
新オペレーション導入前と導入1週目の調理速度の比較

食券が置かれてからラーメンを提供台に置くまでの所要時間

食券が置かれてから
仕掛かりまで



仕掛かりから
スープ入れまで



スープ入れから
麺入れまで

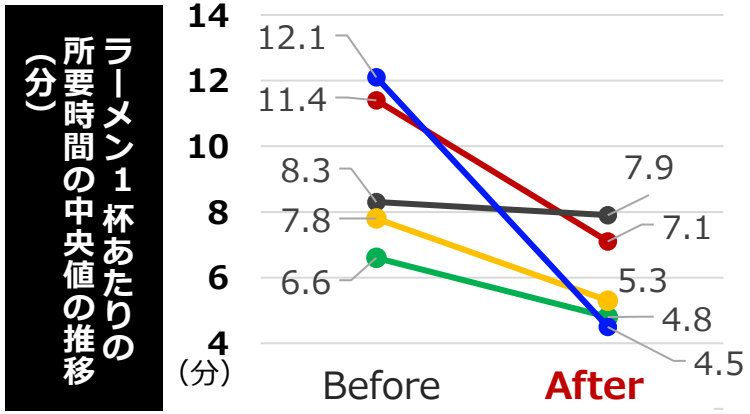


麺入れから
トッピングまで



トッピング開始から
提供台に置くまで





提供速度のバラつきをなくし、
極度に提供が遅くなる商品を解消

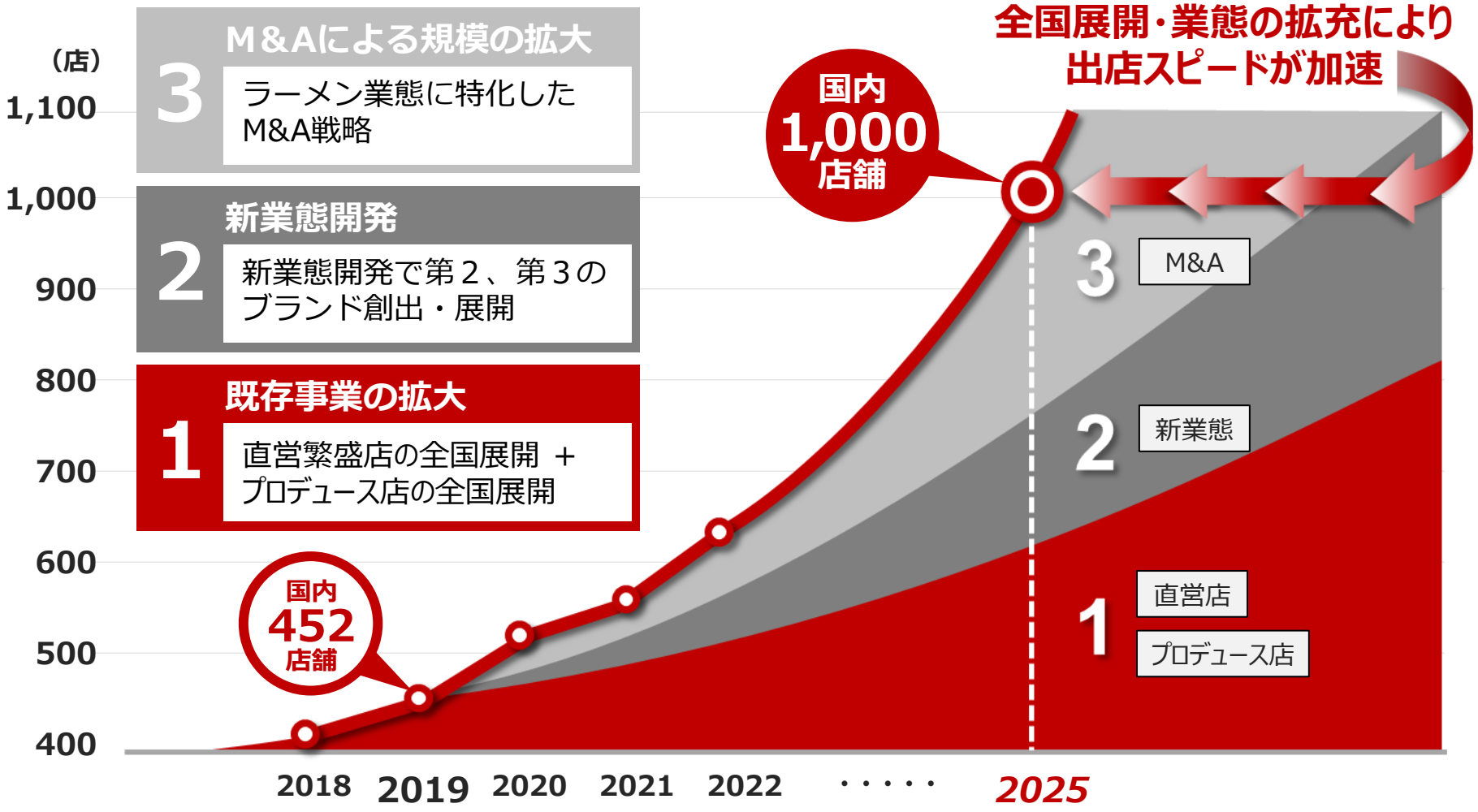
**パフォーマンスを最大化し、
優れたノウハウを蓄積していく
文化を作る**

中期ビジョン・今後の取組み

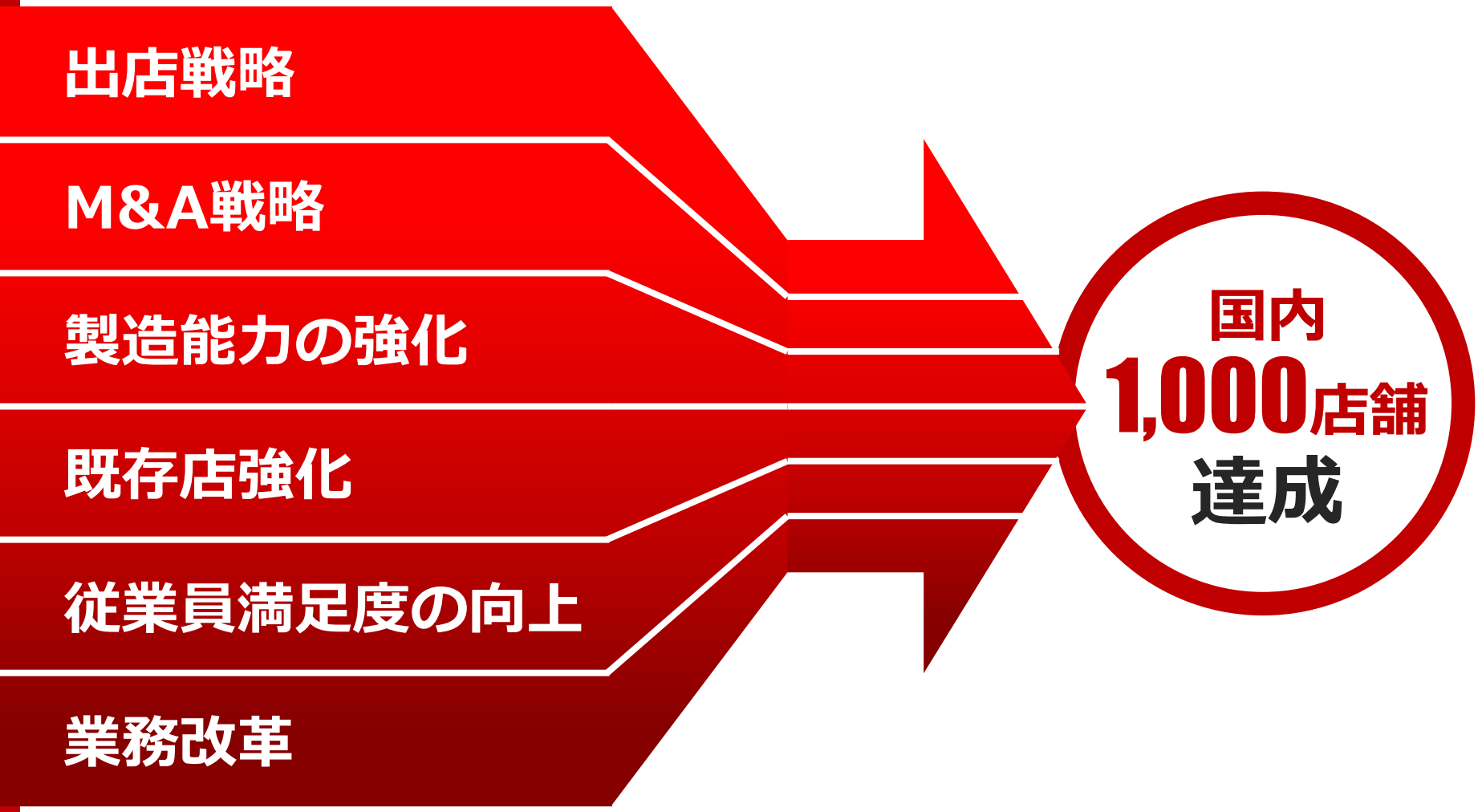
2020年10月期　上半期の進捗状況

中期ビジョン

2025年10月期に国内1,000店舗体制へ



2025年に国内1,000店舗達成のための6つの軸



出店戦略（国内直営店）

家系

横浜家系ラーメン 町田商店



首都圏、北関東、東北を中心に、
ロードサイド＆ 駅近出店を加速



▲ロードサイド店舗「町田商店」



▲駅近店舗「地域名＋商店」

出店戦略（国内直営店）



豚山

パッケージ化が完了し
1.5年で約15店舗出店。
今後、大量出店を目指す



- 関東での駅近出店を加速
- 同エリアでの家系との競合を回避
- 投資回収の早い居抜物件にて出店

出店戦略（国内直営店）

M＆Aで取得した「みそ業態」に加え、高需要「しょうゆ業態」が本格オープン

みそ業態

M&Aで取得したみそ業態



しょうゆ業態

しょうゆ業態の自社ブランド
「長岡食堂」が本格オープン



出店戦略

直営店

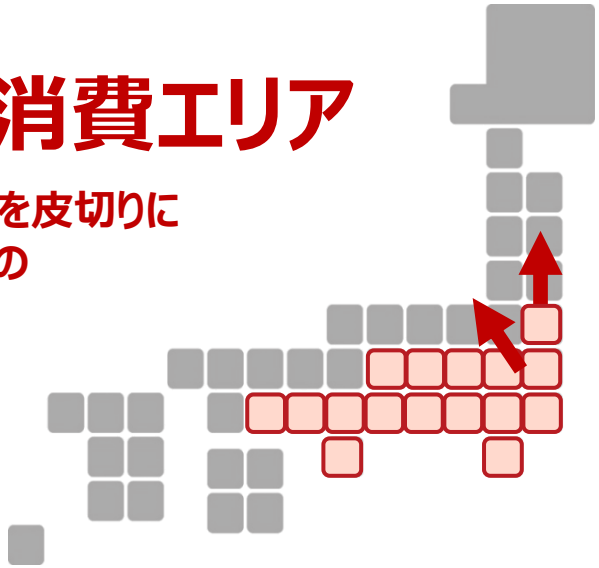
人口集中エリア

安定・着実な直営繁盛店の出店を継続

＋

ラーメン高消費エリア

ラーメン天華のM＆Aを皮切りに
北関東・東北エリアへの
積極出店を開始



プロデュース店

地方エリア

収益性の高いフルサポート店を重視、
直営店のレピュテーション生かし
増店を加速。

1. **既存オーナーからの増店要請や紹介案件に迅速に対応**
2. **地方エリアでの新規オーナーの獲得**
3. **地方での精力的なセミナーの開催、HPでの集客の強化**

既存店強化（店舗運営能力）

ワークショップとフォーラムでの全社共有により
さらに繁盛する店舗へ

＋

徹底したオペレーション教育と
充実した評価・教育制度を実施

＋

自社アプリの活用で
販促メディアに頼らない集客の仕組みを確立

既存店強化（店舗運営能力）

ワークショップとフォーラムでの全社共有により さらに繁盛する店舗へ

ワークショップ ➡ 進捗管理 ➡ 全社共有（フォーラム） ➡ 評価・報酬

徹底したオペレーション教育



- 繁盛店運営マニュアルの標準化
- 調理オペレーションの動画共有
- 充実したOJT教育
- 各種社内研修の実施
- 本社からのサポート体制の充実

充実した評価・報酬制度



2018/8	Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
				1	2	3	4
予算				2045.07	2099.64	2891.94	3650.32
実績				1909.78	1892.35	2647.96	2605.38
勝敗				負	負	負	負
	5	6	7	8	9	10	11
予算	2553.89	2261.78	1830.56	2045.07	2099.64	2891.94	3650.32
実績	2780.11	2263.02	1562.57	2229.68	1965.22	3025.72	3112.05
勝敗	勝	勝	負	勝	負	勝	負
	12	13	14	15	16	17	18
予算	2553.89	2361.78	1830.56	2045.07	2027.64	2891.94	3650.32
実績	3222.53	2373.79	1984.24	2388.35	2028.28	3158.31	3577.30
勝敗	勝	勝	勝	勝	勝	勝	勝
	19	20	21	22	23	24	25
予算	2853.89	2261.78	1830.56	2045.07	2099.64	2891.94	3650.32
実績	3188.39	2665.57	1759.49	2312.64	2490.77	3506.18	3550.88
勝敗	勝	勝	負	勝	勝	勝	負
	26	27	28	29	30	31	
予算	2911.11	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
実績	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
勝敗							

モチベーションUPに大きな効果

- 社員・キャストの表彰制度でモチベーションUP
- 社員・キャストの全員にインセンティブ制度
- 細かい評価項目を設定し、評価制度を確立
- 頑張った分だけ、成果に応じて次のキャリアを準備
- スピード感のあるキャリアアップが可能。入社1年で店長へ
- 社員の頑張りに対し高収入で報いることでやる気を醸成

※キャスト＝パート・アルバイト

お客様の利便性向上！完まくアプリリニューアル



コンテンツは全てトップページの大型バナーで表示！
情報へのアクセスが容易になりました。

スタンプの付与は電子スタンプに変更
従来のGPS×QRコードに比べ、
エラーが少なく、
セキュリティ＆提供速度も向上。



バースディスタンプ2倍や、抽選で当たる超得5倍など
スタンプ倍増クーポンはアプリが自動で識別！
煩わしいクーポンの提示からも解放！

機種変更も事前登録なし！スタンプやクーポン券の
データ移行がとても簡単になりました。

コーポレートアクション

更なる社会的な認知度や信用力を高め、企業価値向上を図ることを目的として

東証・市場第一部への市場変更申請を準備中。



立会外分売や株式分割などを経て、複数の形式要件はすでに充足

2020年10月期　業績見通し

2020年10月期 通期連結業績予想

上期業績および新型コロナウイルス感染症の下期への影響を鑑み、通期業績予想を下記のとおり修正。

（単位：百万円）

	2019/10 実績		2020/10 前回予想		2020/10 今回修正予想		増減額	増減率
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率		
売　上　高	9,052	－	11,825	－	**10,880**	－	△944	△8.0
営 業 利 益	1,006	11.1%	1,185	10.0%	**569**	**5.2%**	△615	△52.0
経 常 利 益	1,023	11.3%	1,200	10.1%	**616**	**5.7%**	△583	△48.6
親会社株主に帰属する当期純利益	524	5.8%	640	5.4%	**132**	**1.2%**	△507	△79.3

2020年10月期 通期連結業績予想の前提

上期の業績状況に加え、6月以降の営業状況を下記のように想定。

国内直営店事業、国内プロデュース事業

● 2020年６月

営業時間短縮要請がほぼ解除され、通常営業の実施を想定。

ただし、見積上は通常営業に戻ると仮定しつつも、国民の多くに警戒感がある中での営業となることから、同様の状況下であった2020年3月と同水準の既存店昨年対比売上を見込む。

● 2020年７月

自粛要請事項が減るものと想定。

新型コロナウイルス感染症が本格的に拡大する前の2020年２月と同水準の既存店昨年対比売上を見込む。

● 2020年８月以降

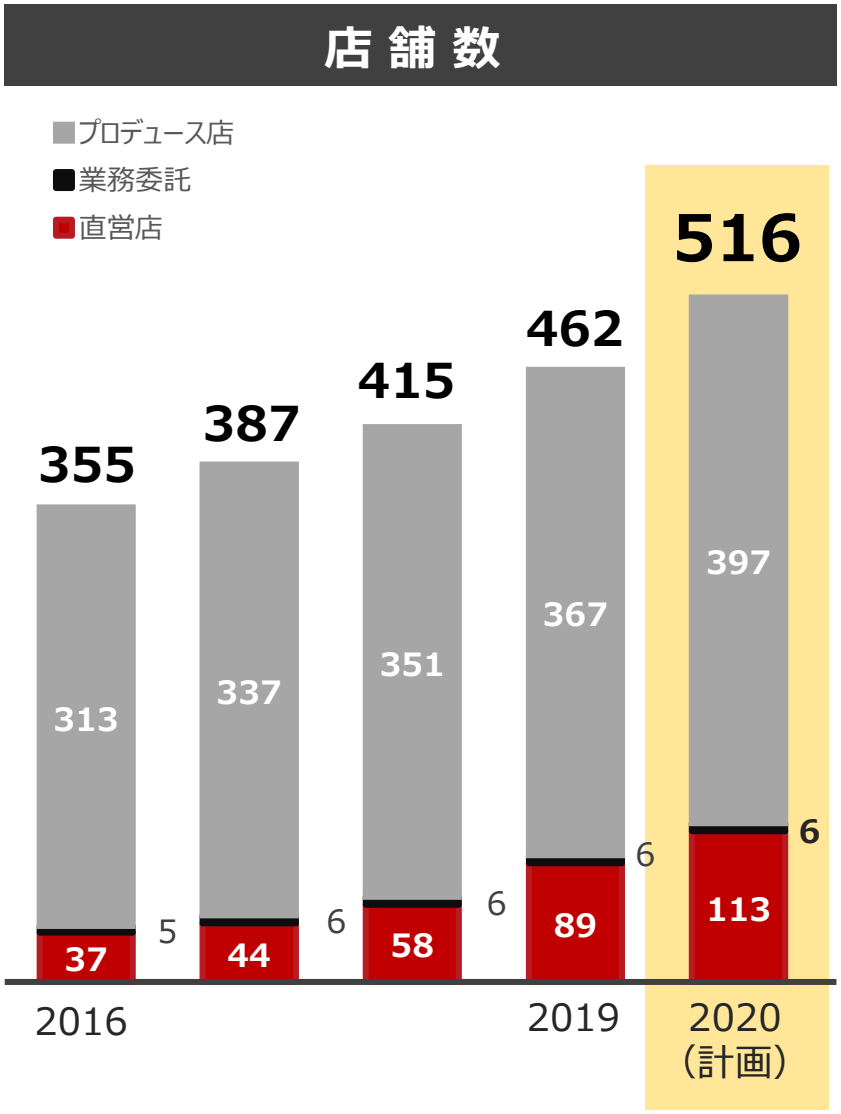
従来予想と同水準の売上水準に回復を想定。

引き続き感染症への警戒感が完全払拭されない中での営業となるものの、テイクアウト対応、宅配サービスの拡充により、従来予想と同水準の売上水準に回復することを見込む。

海外事業

● 7月以降、地域、店舗ごとに段階的な営業再開を想定

出店計画



2020.10月期末店舗数
(計画)

516 店舗

前期比 **＋54店舗** を計画

直営店＊　前期比 ＋24店舗

プロデュース店　前期比 ＋30店舗

＊直営店舗数に海外店舗を含む

株主還元

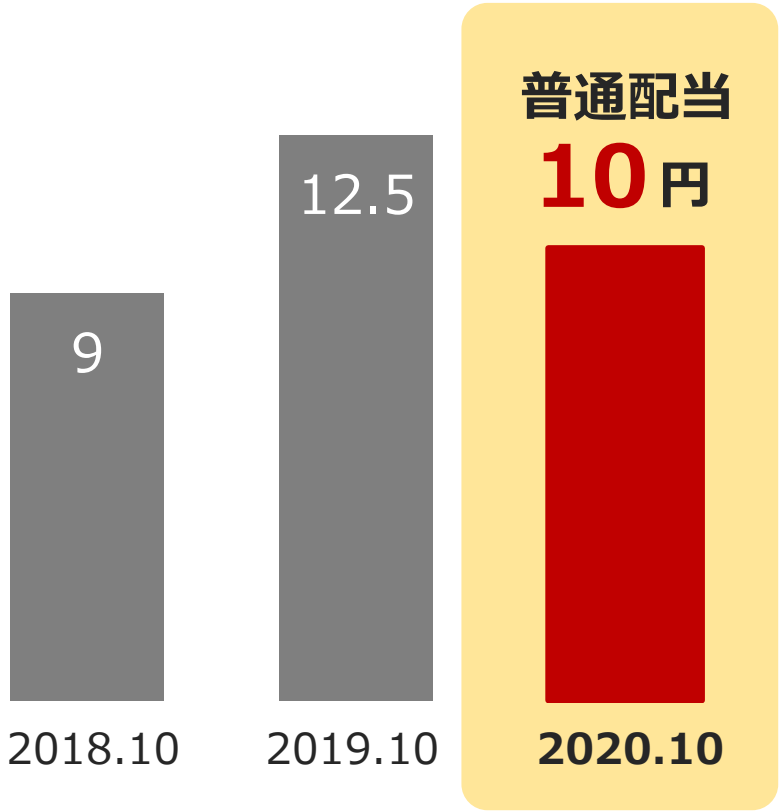
配当方針

株主の皆様への利益還元は、経営成績、財政状態及び事業計画の達成度等を総合的に判断したうえで、株主の皆様への安定的且つ継続的な利益還元を行う。

2020年10月期配当金

この基本方針及び2020年10月期の業績予想の修正等を総合的に勘案して、右記の通りに変更。

※右の数値は、株式分割を勘案した数値を参考値として掲載。



株主優待

普通株式１株につき２株の割合をもって株式分割を実施。
株主優待をさらに拡充。

保有株式数	優待内容
100株以上	お食事ご優待券2枚（年4枚）
200株以上	お食事ご優待券3枚（年6枚）

- お食事ご優待券は店舗メニューの中からどれでも1品無料でご利用いただけます。**テイクアウトにもご利用いただけます。**
- 1,000円以上のセットメニューにもご利用いただけます。
- 4月末基準日の株主様 ➡ 毎年7月に発送予定
  10月末基準日の株主様 ➡ 毎年1月に発送予定
- 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（みそ、長岡食堂）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。



新型コロナウイルスの感染拡大防止のため、国内の一部店舗において臨時休業および営業時間の短縮を行っております。これに伴い、2020年7月31日を有効期限とする「お食事ご優待券」の**有効期限を2021年1月31日まで延長**させていただきます。

参考資料　会社概要

会社概要



社名	株式会社ギフト
事業内容	飲食店の経営
本社所在地	東京都町田市森野1-23-19 小田急町田森野ビル3階
自社工場	平塚製麺工場、横浜製麺工場、 横浜チャーシュー工場、那須餃子工場
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	785百万円（2020年4月末現在）
グループ従業員数	社員306名　パート・アルバイト 1,503名 （2019年10月末現在）
関係会社	GIFT USA INC. GIFT LOS ANGELES, LLC GIFT NEW YORK, LLC GIFT NEW YORK NO.2, LLC GIFT DENVER, LLC 株式会社ラーメン天華 株式会社ケイアイケイフーズ

直営店 ブランド一覧

主力ブランド



横浜家系ラーメン

クリーミーなスープが特徴の横濱家系ラーメン。
いくら食べても飽きないおいしさ。



豚山

豚骨ベースの醤油スープに野菜（もやし、キャベツ）、
チャーシューをダイナミックに載せるがっつり系ラーメン。



釜焚きとんこつ　ばってんラーメン/がっとん

濃厚なスープが特徴の豚骨ラーメン。
麺の固さを選んで自分好みに。



四天王

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九州とんこつラーメン。



みそラーメン

味噌をベースに炒めた野菜の旨味たっぷりのラーメン。



長岡食堂

新潟県長岡市のご当地ラーメンとして親しまれている
淡麗で味わい深い生姜醤油ラーメン



E.A.K

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。

事業内容

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

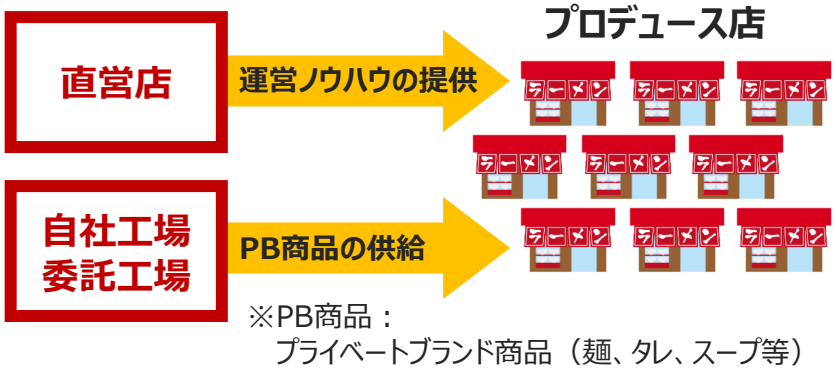
107店舗
2020年4月期末時点

横浜家系ラーメンを主体とした
直営店の運営

プロデュース店

384店舗
2020年4月期末時点

オーナー様の要望に合わせた
繁盛店づくりのサポート



※PB商品：
プライベートブランド商品（麺、タレ、スープ等）

強み：出店戦略

駅近＋ロードサイドで出店が可能

駅近エリア

「地域名＋商店」
地域密着型店舗展開

秋津商店



三ノ宮商店



代々木商店



綱島商店



荻窪商店



ロードサイドエリア

「町田商店」
一定品質のチェーン型展開

町田商店 姫路店



町田商店 仲町台店



町田商店 清水インター店



町田商店
京都東インター店



町田商店 加古川店



ロードサイド店舗について

ファミリー層にも評判の家系ラーメン

- 駐車場（20台～30台）
- 競合状況、商圏人口、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







強み：プロデュース事業

＜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

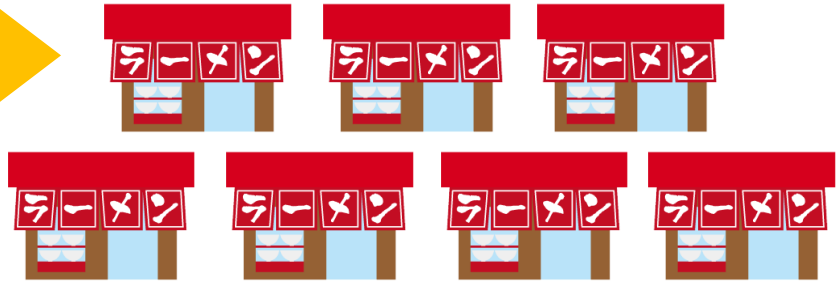
運営ノウハウの提供

●1号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。

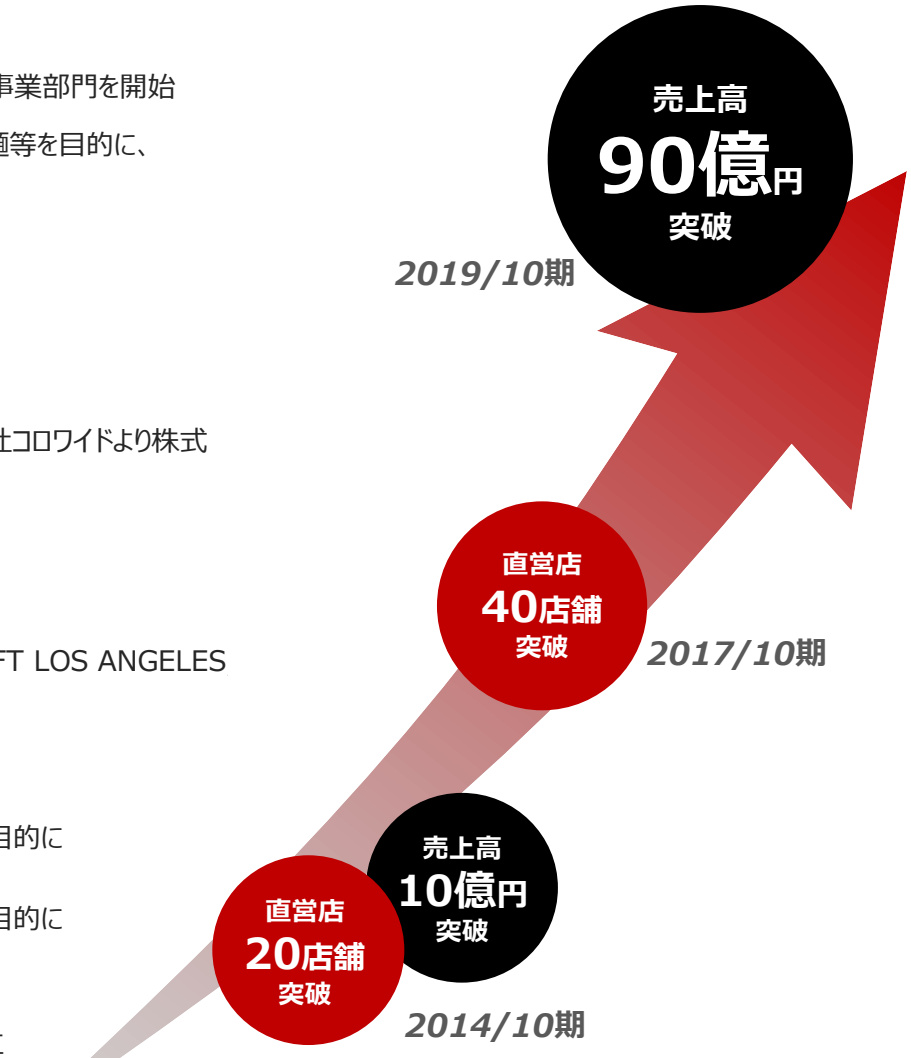
プロデュース店とフランチャイズ店の違い

	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

沿革

2008	1月	町田商店本店を開業
2009	12月	株式会社町田商店(現当社）設立　直営店事業部門を開始
2010	1月	ラーメン事業のプロデュース、PB商品販売、製麺等を目的に、株式会社ファイナル・スリー・フィート設立 プロデュース事業部門開始
	8月	直営2号店の代々木商店を開店
2013	11月	神奈川県平塚市に製麺工場を設立
2014	3月	国内直営店10店舗達成
	12月	国内直営店20店舗達成
2015	3月	株式会社ファイナル・スリー・フィートが、株式会社コロワイドより株式会社四天王の全株式を取得し子会社化
	5月	商号を株式会社ギフトに変更 初の海外法人をシンガポールに設立
	11月	国内直営店30店舗達成
2016	3月	米国に子会社設立（GIFT USA INC. / GIFT LOS ANGELES LLC / GIFT NEW YORK, LLC）
	7月	海外直営1号店（シンガポール）オープン
	12月	国内直営店40店舗達成、米国初出店（LA）
2017	5月	経営の効率化、経営意思決定の迅速化等を目的に株式会社ファイナル・スリー・フィートを吸収合併
	8月	経営の効率化、経営意思決定の迅速化等を目的に株式四天王を吸収合併
	12月	国内直営店50店舗達成
2018	2月	米国にGIFT NEW YORK No.2, LLCを設立
	5月	米国にGIFT DENVER LLCを設立
	10月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2019	8月	株式会社ラーメン天華及び株式会社ケイアイケイフーズの全株式を取得し子会社化



免責事項

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。