



株式会社ギフトHD

2026年10月期 第2四半期（中間期） 決算説明資料

証券コード9279

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。



- 0 1** 2026年10月期 第2四半期（中間期）業績ハイライト
- 0 2** 2026年10月期 第2四半期（中間期）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 2026年10月期 第2四半期（中間期）業績ハイライト

売上高

21,239 百万円

前期比：+23.5%

営業利益

2,640 百万円

前期比：+70.6%

経常利益

2,635 百万円

前期比：+70.7%

業績概要

QSCAの向上と営業時間の延長により既存店売上が好調に推移したことに加え、食材調達の最適化や製造効率の向上により売上総利益率も改善し、**高い営業利益率を維持**した。

この結果、上期は**前期実績および前回修正予想をいずれも大きく上回って着地**。第3四半期以降も堅調な推移を見込むが、中東情勢や先行投資の可能性を踏まえ、下期の計画は据え置いた。

国内既存店
が好調

国内直営店は、一部店舗での営業時間延長効果もあり、**既存店売上高** 昨対比**102.8%**と順調に推移。

売上総利益率
の改善

店舗数の増加に伴う製造数の増加により**製造効率が向上**。加えて食材の調達方法の最適化により**原材料価格が低減**し、売上総利益率が改善。



成長性・収益性

売上高成長率

23.5%

(年間目標：20.0%)

営業利益率

12.4%

(年間目標：10.0%)

売上高昨年対比

国内直営《全店》

124.2%

国内直営《既存店》

全営業日
103.8%

改装店除く
102.8%
(年間目標：102.5%)

国内プロデュース《全店》

116.5%

国内プロデュース《既存店》

103.1%

(年間目標：105.0%)

出店数

直営店・JV店

17店舗

(年間目標：65店舗)

プロデュース・FC店

純増**13**店舗

(年間目標：純増54店舗)

人時生産性

人時売上高

連結	直営店
7,181円	7,138円
(前年同期：6,671円)	(前年同期：6,694円)

人件費率

連結	直営店
25.9%	22.7%
(前年同期：26.8%)	(前年同期：23.5%)

人材確保・定着

社員採用

中途入社	74名	社員数 808名
新卒	68名	
グローバル（予定）	20名	

退職率

15.8%	28.4%
(前年同期：12.5%)	業界平均※

2026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

- 計画対比で上回って推移した分を上乗せする形で2026年10月期通期連結業績予想を修正

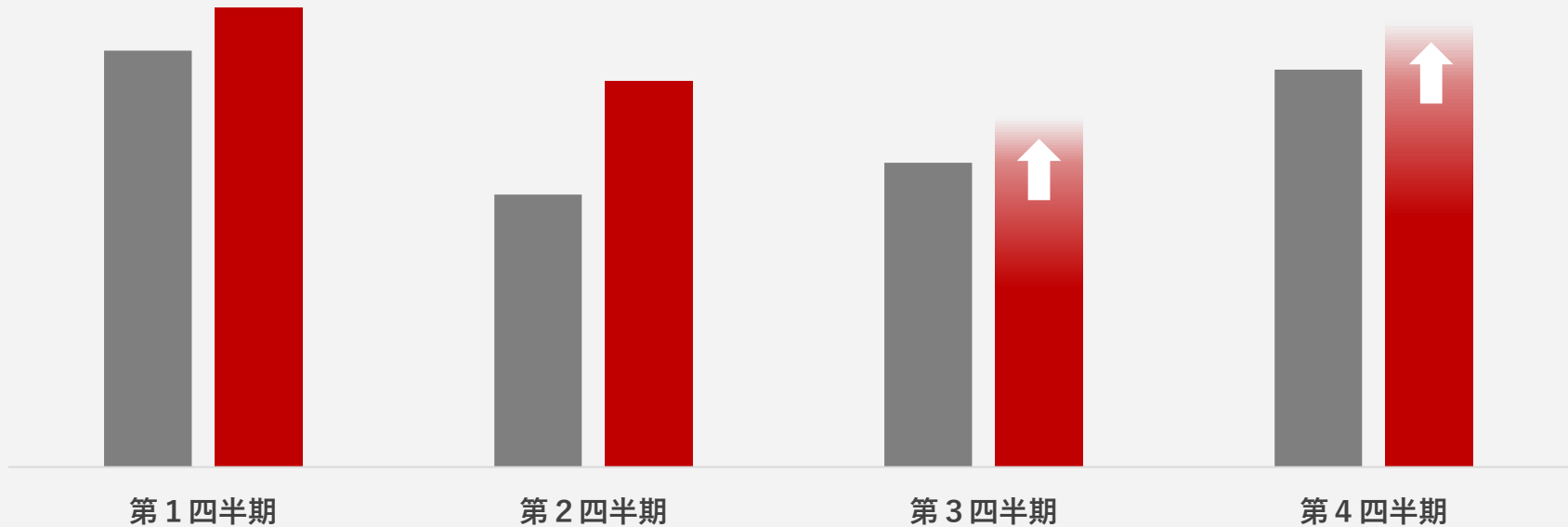
2026年10月期 四半期営業利益実績と見通し

■ 計画 ■ 実績、見通し

製造効率向上等による
食材コスト低減と
販管費コントロール
により計画上振れ

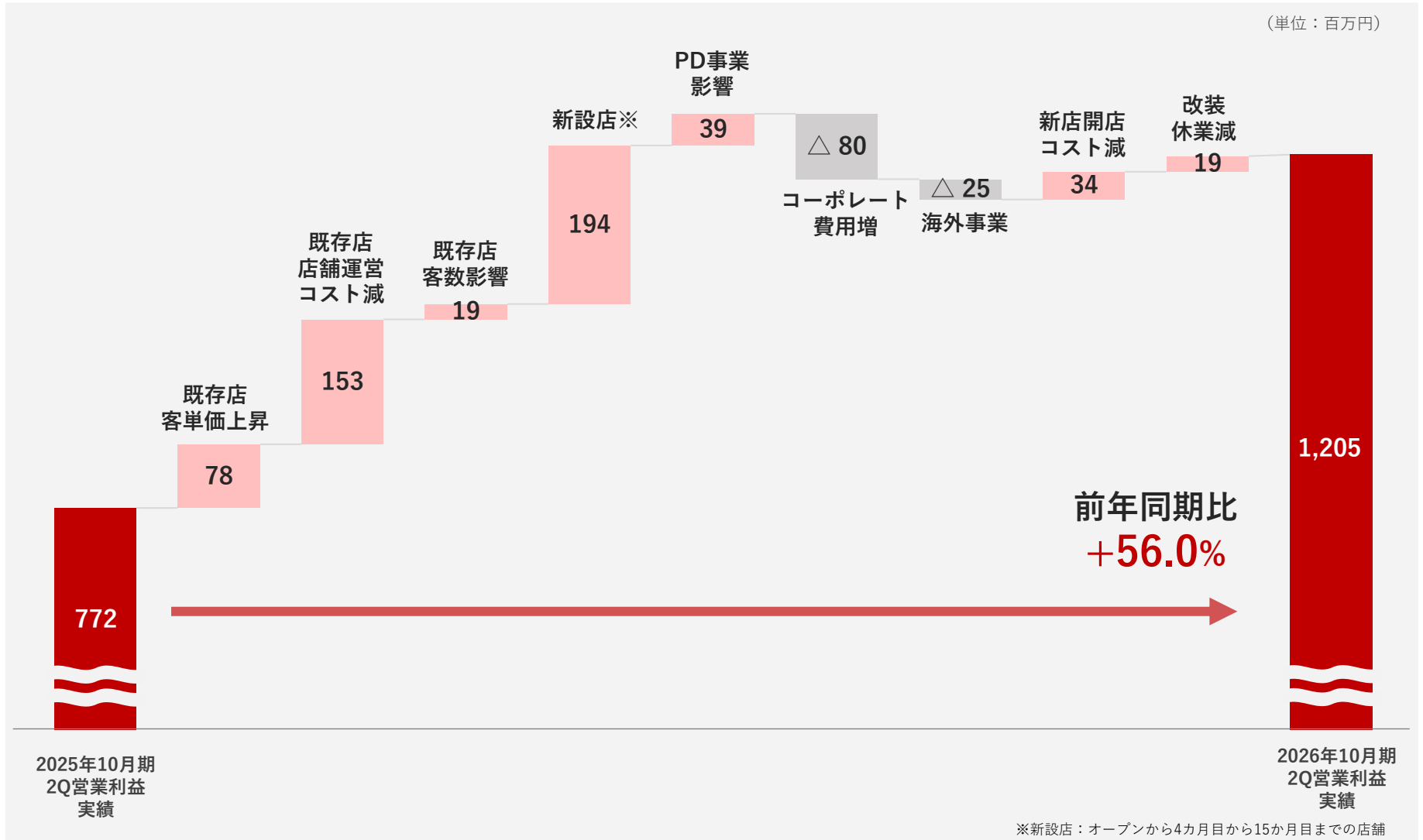
店舗QSCAの継続的向上
による既存店売上の伸長
や食材コストの低減が寄
与し、予想を上回る

現時点では上期と同様に好調なもの
中東情勢の不安定化に伴うリスク対応や
先行投資の可能性を想定し、計画は据え置き



一 営業利益増減分析（2Q/3か月/前年同期比）

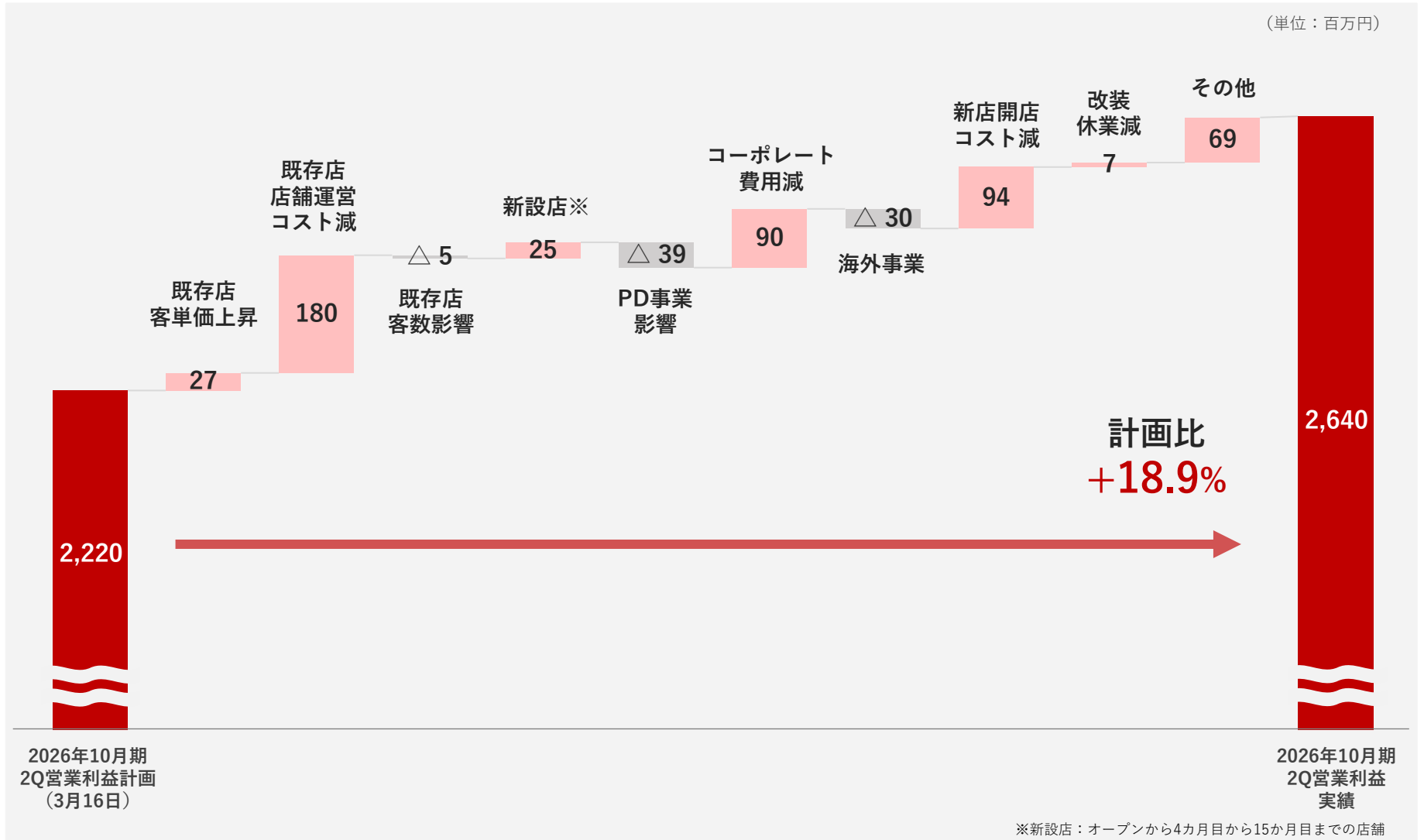
- 既存店における店舗運営コストの低減や、新設店による寄与が大きく、大幅増益を達成





一 営業利益増減分析（2Q/6か月/前回修正予想比）

- 各種コスト削減が奏功し、2026年3月16日に公表した上期の計画を上回って着地



一 中東情勢の不安定化による当社グループへの影響

- 中東情勢の不透明さに伴い、調達可否やコスト上昇の有無を注視
- エネルギーコスト上昇の見込みがある一方、主要原材料の一部では仕入価格の低下もあり、現時点で業績への影響は限定的と認識しているが、慎重に状況を見極める方針

	調達	コスト
影響認識	原材料や資材の供給不足による事業活動停滞の可能性	調達価格が上昇することによる店舗運営コストの増加 ・電力、ガス等のエネルギーコスト ・ナフサを原料として作られる食品包装や容器
主な対応 ・考え方	現時点で原材料、資材ともに調達困難は確認されていない	・豚肉の使用部位変更でコストダウン ・省エネ型ゆで麺機の導入 ・政府補助金の活用 <small>※エネルギーコストは増加の見込みだが、上記施策によりコスト上昇分の吸収を図る ※食品包装や容器は調達比率が小さいため、全体への影響は軽微</small>

現時点で業績への影響は限定的

海外店舗の状況

- 海外直営店の収益性は改善基調

スイス JV店

安定した収益性を維持



2026年4月末時点
1店舗

- 物価差を背景とした高い客単価により売上は好調に推移
- 2店舗目出店に向け準備中

中国 直営店

出店コスト先行も、1店舗当たりの収益は改善



2026年4月末時点
6店舗

- いずれもショッピングモールへの出店で、日本と同様の麺文化が根付く市場特性により国内直営店の成功モデルが受容され、売上が好調
- 本部費の回収や仕入れのスケールメリットを獲得するため、出店を継続
- 上海ラーメン王座決定戦でグランプリを獲得（次ページ参照）

アメリカ 直営店

ニュージャージー店の立地・業態のミスマッチを是正し、アメリカ全体の赤字幅は徐々に縮小傾向



2026年4月末時点
3店舗

- ニューヨーク3号店は堅調に推移
- ニュージャージー店では、セルフ形式からレストラン形式へ変更したことでチップ比率が上昇し、補填額の減少を通じて人件費負担の軽減につながった

※ニュージャージー州では、チップを含めた従業員の総収入が州の最低賃金に満たない場合、事業者がその差額を補填する必要あり

中国開催「上海ラーメン王座決定戦」でグランプリを受賞

- ・ 味・技術・完成度の高さなどが総合的に評価されグランプリに相当する特等賞を受賞
- ・ グランプリ受賞後、一部の店舗において日販が約1.2倍に増加

中国市場での成長可能性

- ・ 上海では日本式ラーメン店が増加
- ・ 豊富な海外展開による再現性の高さ



中国市場における事業機会拡大の可能性



3日間にわたり中国上海市で開催。延べ20万人が来場し、9千杯を超えるラーメンが提供された

海外市場におけるブランド評価

- ・ 多数の来場者・投票の中で高い支持を獲得
- ・ 日本式ラーメン文化の発信企業として認知拡大



海外においても選ばれるラーメンブランド



“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す



海外展開

- ・ 外食市場の大きな北米、中国、欧州は、直営店を中心に开店
- ・ 中国以外のアジアは、FC店を中心に开店

海外店舗数合計

43店舗

 (前期末比+7)

直営店		9店舗 (+3)	
		2026年 10月期 2Q 前期末比	
	アメリカ	3店舗	-
	中国	6店舗	+3

JV店		1店舗 (-)	
		2026年 10月期 2Q 前期末比	
	スイス	1店舗	-

FC店		20店舗 (+4)	
		2026年 10月期 2Q 前期末比	
	タイ	1店舗	-
	ベトナム	5店舗	+1
	カンボジア	3店舗	+1
	フィリピン	4店舗	-
	韓国	2店舗	-
	香港	2店舗	-
	モンゴル	1店舗	-
	オーストラリア	1店舗	+1
	カナダ	1店舗	+1

PD店		13店舗 (-)	
		2026年 10月期 2Q 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	-
	香港	1店舗	-
	タイ	1店舗	-
	ベトナム	1店舗	-



国内における改装休業・新店による営業利益への影響

- 前期の2Q以降、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、概ね今期完了見込み（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 (2Qまで実績、3Q以降は見込み)							
改装休業月数 (店舗数)	0.2ヵ月 (1店)	1.1ヵ月 (1店)	-----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	8店	9店	-----未定-----		65店	通期 (見込み)	▲533百万円※ 前期比▲90百万円

※：新店の営業利益への影響は開店にかかるコスト
Copyright 2026 GIFT HOLDINGS INC. All Rights Reserved.

02 2026年10月期 第2四半期 決算概要

上期実績と通期業績予想の上方修正

- 2Qで計画を上回って推移した分を上乗せする形で通期業績予想を再度修正
- 足もとは上期と同様従来計画を上回って推移しているものの、中東情勢の不安定化などによるリスクや先行投資の可能性を踏まえ、通期予想は据え置き

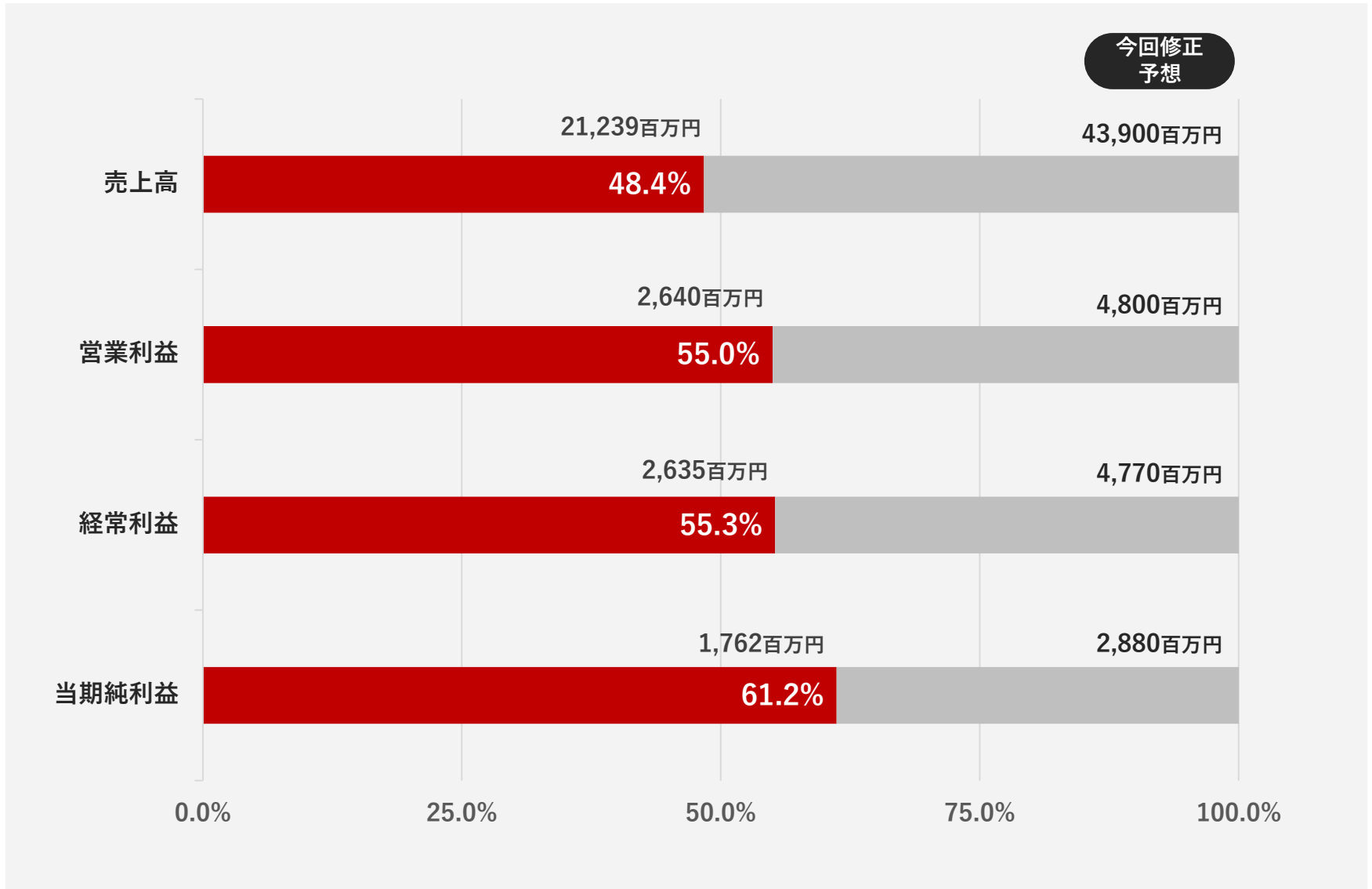
		上期予想 (2025年11月1日～2026年4月30日)				通期予想 (2025年11月1日～2026年10月31日)			
		前回修正 予想 (3月16日)	上期実績	対 前回修正予想 達成率	期初予想	前回修正 予想 (3月16日)	今回 修正予想 (6月15日)	対 前回修正予想 増減率	
(単位：百万円)	期初予想								
売上高	20,300	20,300	21,239	104.6%	43,000	43,000	43,900	+2.1%	
営業利益	2,120	2,220	2,640	118.9%	4,300	4,400	4,800	+9.1%	
経常利益	2,100	2,200	2,635	119.8%	4,260	4,360	4,770	+9.4%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,420	1,480	1,762	119.1%	2,550	2,610	2,880	+10.3%	

一 損益計算書

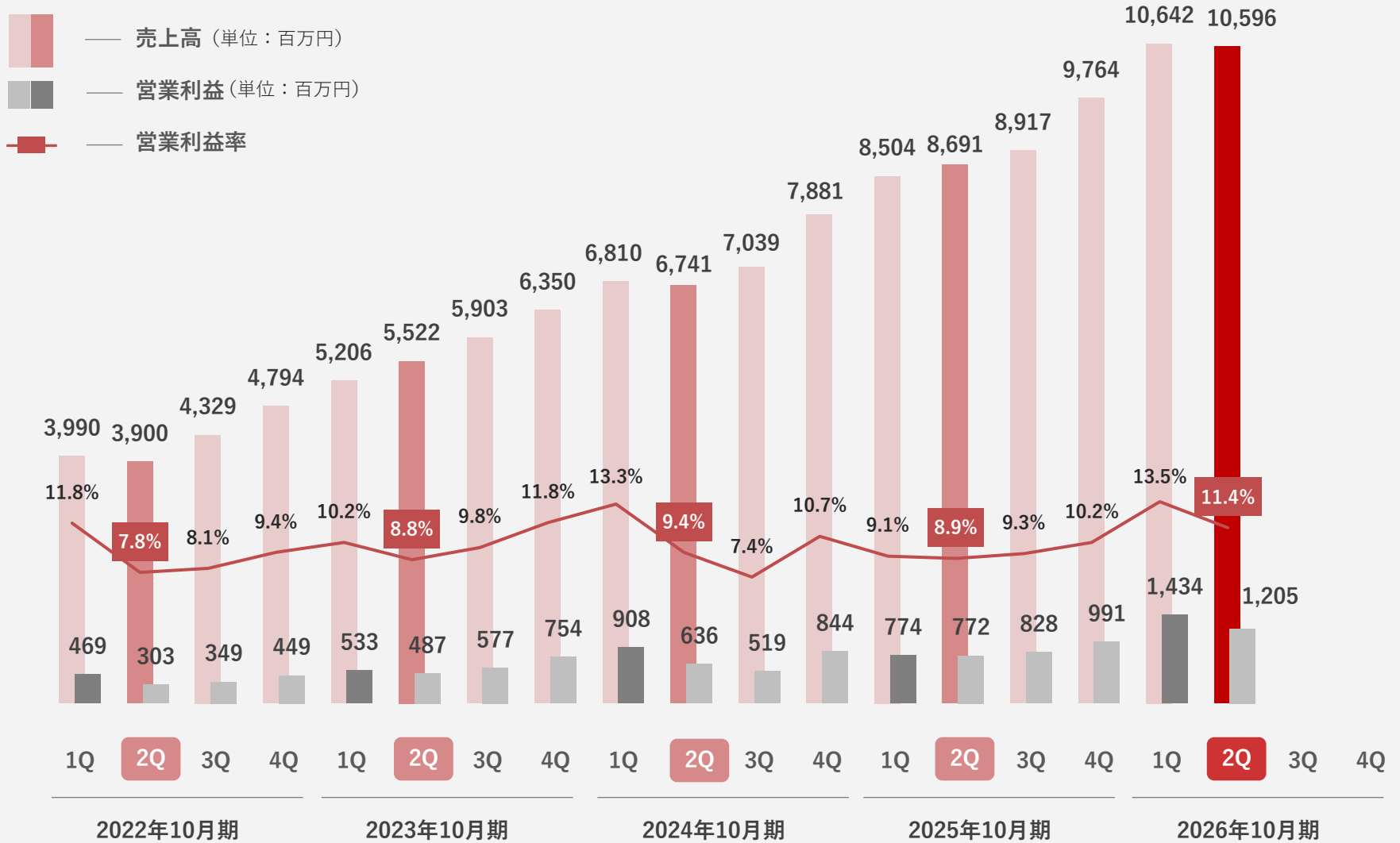


	2025年10月期 2Q		2026年10月期 2Q			今回修正予想比 (6月15日)		
	(単位：百万円)	金額	売上比率	金額	売上比率	前年同期比	今回修正予想 (6月15日)	進捗率
売上高		17,195	-	21,239	-	+23.5%	43,900	48.4%
売上原価		5,768	33.6%	6,819	32.1%	+18.2%	-	-
売上総利益		11,426	66.4%	14,419	67.9%	+26.2%	-	-
販管費		9,878	57.5%	11,779	55.5%	+19.2%	-	-
営業利益		1,547	9.0%	2,640	12.4%	+70.6%	4,800	55.0%
経常利益		1,543	9.0%	2,635	12.4%	+70.7%	4,770	55.3%
親会社株主に帰属する 中間純利益		1,032	6.0%	1,762	8.3%	+70.7%	2,880	61.2%

一 計画に対する業績進捗率（通期業績予想進捗率）



売上高及び営業利益 四半期推移



出店状況



出店を継続し、
前期末比+29店舗



2025年10月期末 2026年10月期 2Q

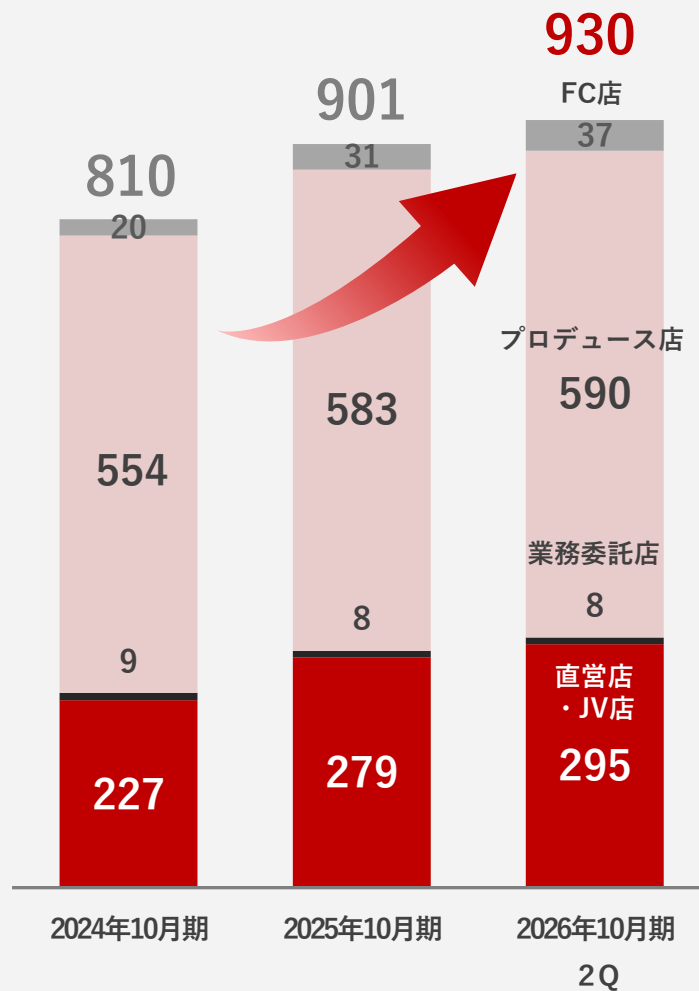
プロデュース店 583店舗 >>> 590店舗

FC店 31店舗 >>> 37店舗

業務委託店 8店舗 >>> 8店舗

直営店・JV店 279店舗 >>> 295店舗

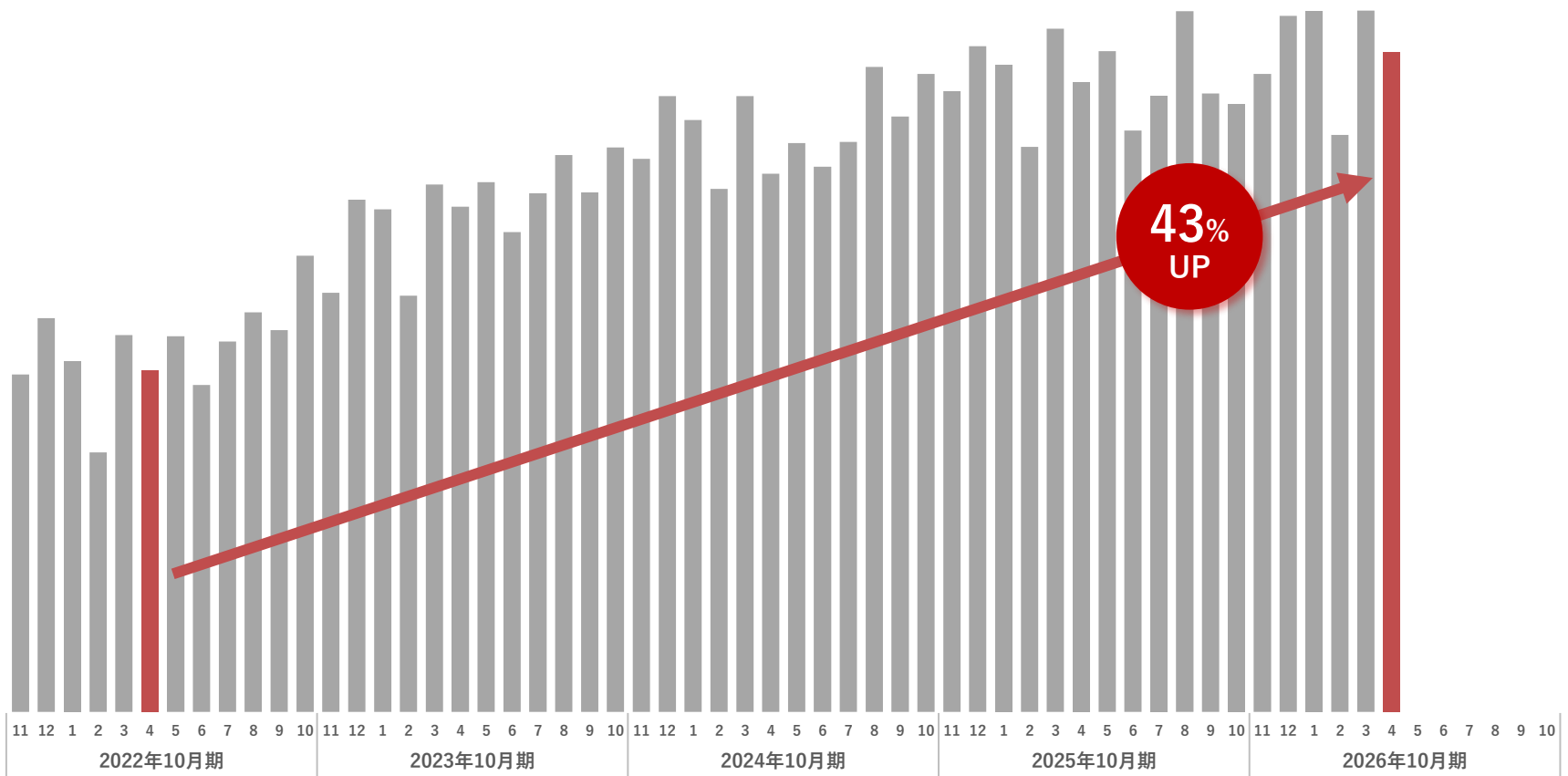
全店舗
合計 901店舗 >>> 930店舗



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

既存店 月別平均売上高



一 人材採用の進捗

- 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

キャストからの正社員登用

(2026年10月期 2 Q実績)

新卒
(2026年4月入社) 6名

中途 10名

合計 16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年入社予定)

海外 20名



POINT

グローバル人材を含め、
多様な人材獲得にも取り組
んでいく

0 3 2026年10月期 業績見通し

2026年10月期 通期業績の上方修正について

- ・現状の事業環境をふまえ2026年10月期の通期業績予想を再度上方修正

	2025年10月期 実績		2026年10月期 期初予想 (2025年12月15日)		2026年10月期 修正予想 (2026年3月16日)		2026年10月期 修正予想 (2026年6月15日)		対 期初予想 増減率
	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率	金額	売上比率	
(単位：百万円)									
売上高	35,878	—	43,000	—	43,000	—	43,900	—	+2.1%
営業利益	3,367	9.4%	4,300	10.0%	4,400	10.2%	4,800	10.9%	+11.6%
経常利益	3,374	9.4%	4,260	9.9%	4,360	10.1%	4,770	10.9%	+12.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,185	6.1%	2,550	5.9%	2,610	6.1%	2,880	6.6%	+12.9%



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・JV店

国内 **60** 店 海外 **5** 店

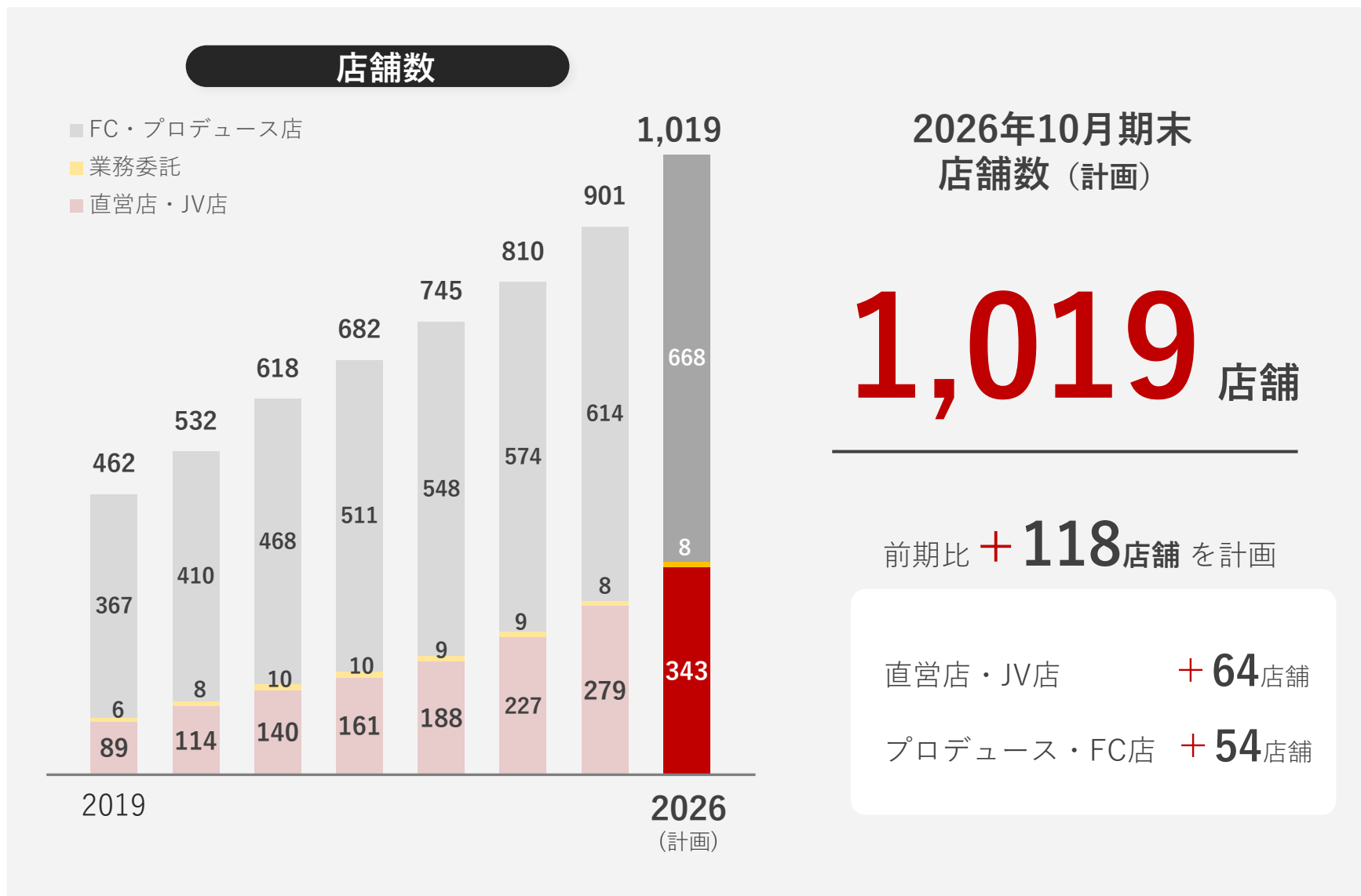
純増+64店

プロデュース・FC店

国内 **40** 店、海外 **14** 店

純増+54店

一 国内外の出店計画



前期比 **+118**店舗 を計画

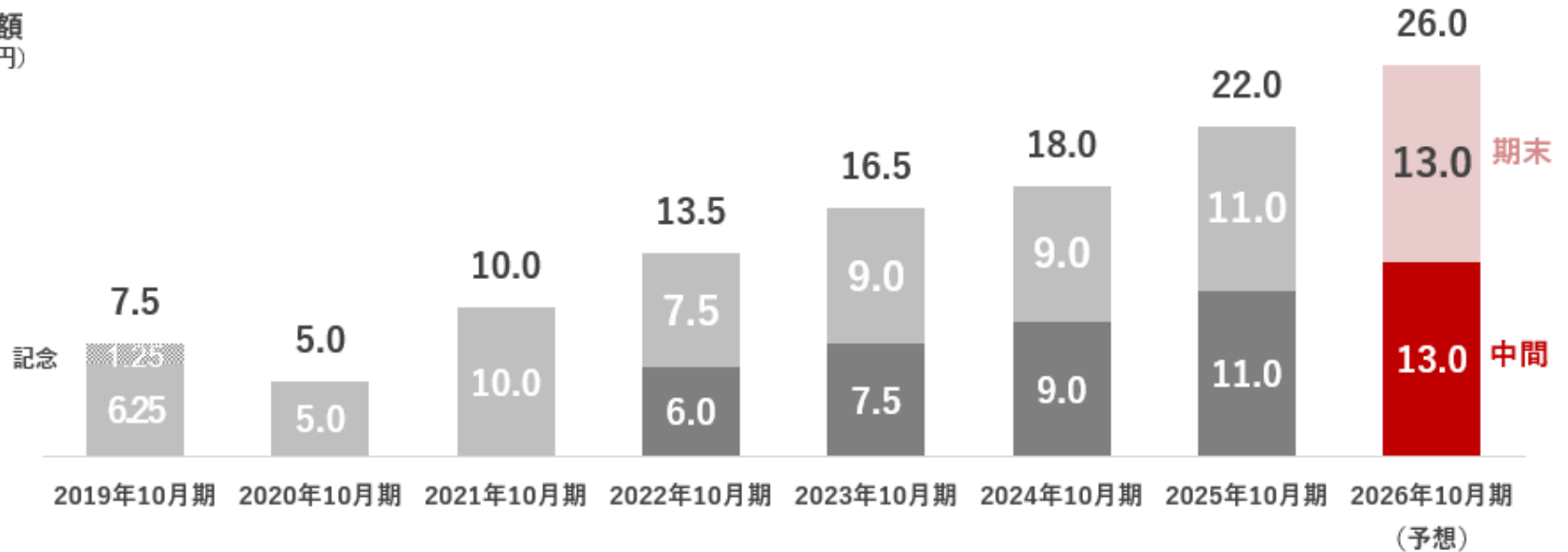
直営店・JV店 **+64**店舗

プロデュース・FC店 **+54**店舗

株主還元

- 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20.0%以上を目標

配当金額
(単位：円)



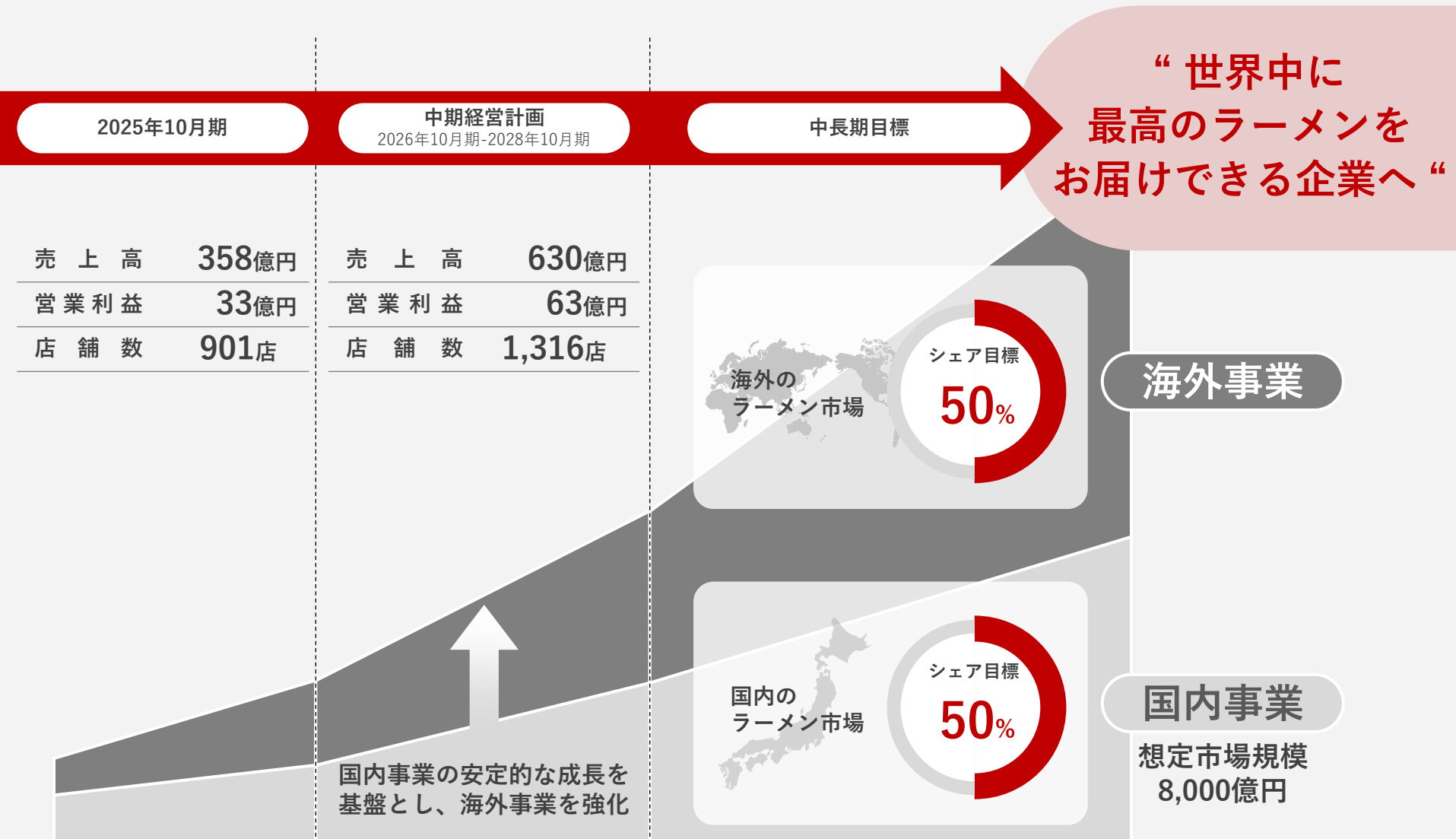
配当性向	28.0%	88.0%	18.5%	17.5%	20.6%	19.2%	20.1%	18.1%
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

※ 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）

一 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。



海外展開

- 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。

国内事業

海外事業



国内事業から得られた
収益・ノウハウ

投資



着実に海外展開を進める

- ① 繁盛店のモデル確立を図る
- ② 様々な立地タイプに横展開を図る
- ③ 出店を加速させる

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

— 主要KPI

- ・ 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



一 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50億円以上の達成

	2025	2026	2027	2028
売上高	358 (億円)	439 (億円)	520 (億円)	630 (億円)
営業利益	33 (億円)	48 (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・PD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・PD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・PD店	614店	668店	727店	791店

一 中期経営計画



重点テーマ	取組みの概要
既存事業の拡大	① 1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 ⑥ M&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	⑯ AI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

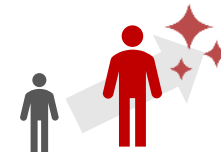
■ 採用力強化

✓ 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



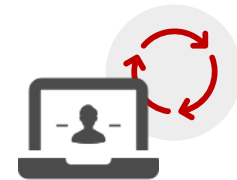
■ 離職率低下に向けての施策

✓ 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



中期経営計画

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）



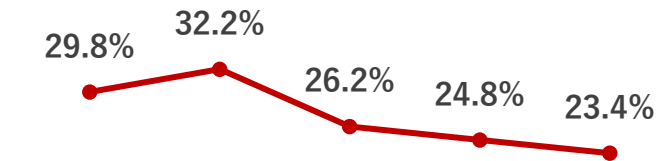
- コストパフォーマンスの向上
- 配送頻度の増加による配送品質向上
- 在庫スペースが限られる店舗におけるオペレーション改善

資本コストを意識した経営の取組み

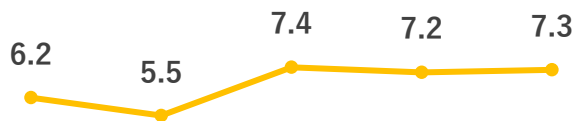
- ROEは高い水準を維持しているが、引き続きROE20%以上の維持に努める

当社ROE, PBRの推移

ROE (%)
PBR (倍)



想定株主
資本コスト
約6.0%



2021年10月期 2022年10月期 2023年10月期 2024年10月期 2025年10月期

当社PBR及びROEに基づく株主資本コスト

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

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

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

リスクフリーレート	リスクプレミアム	株式β	資本コスト
2.15%	5~8%	0.8	4.4~6.8%

各種前提

ROE

期待成長率

リスクフリーレート

株式β

2025年10月期 平均を使用

長期的な経済成長率に当社成長率を加味し2~3%と仮定

日本国10年債利回りの水準を参照

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して、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

一 会社概要

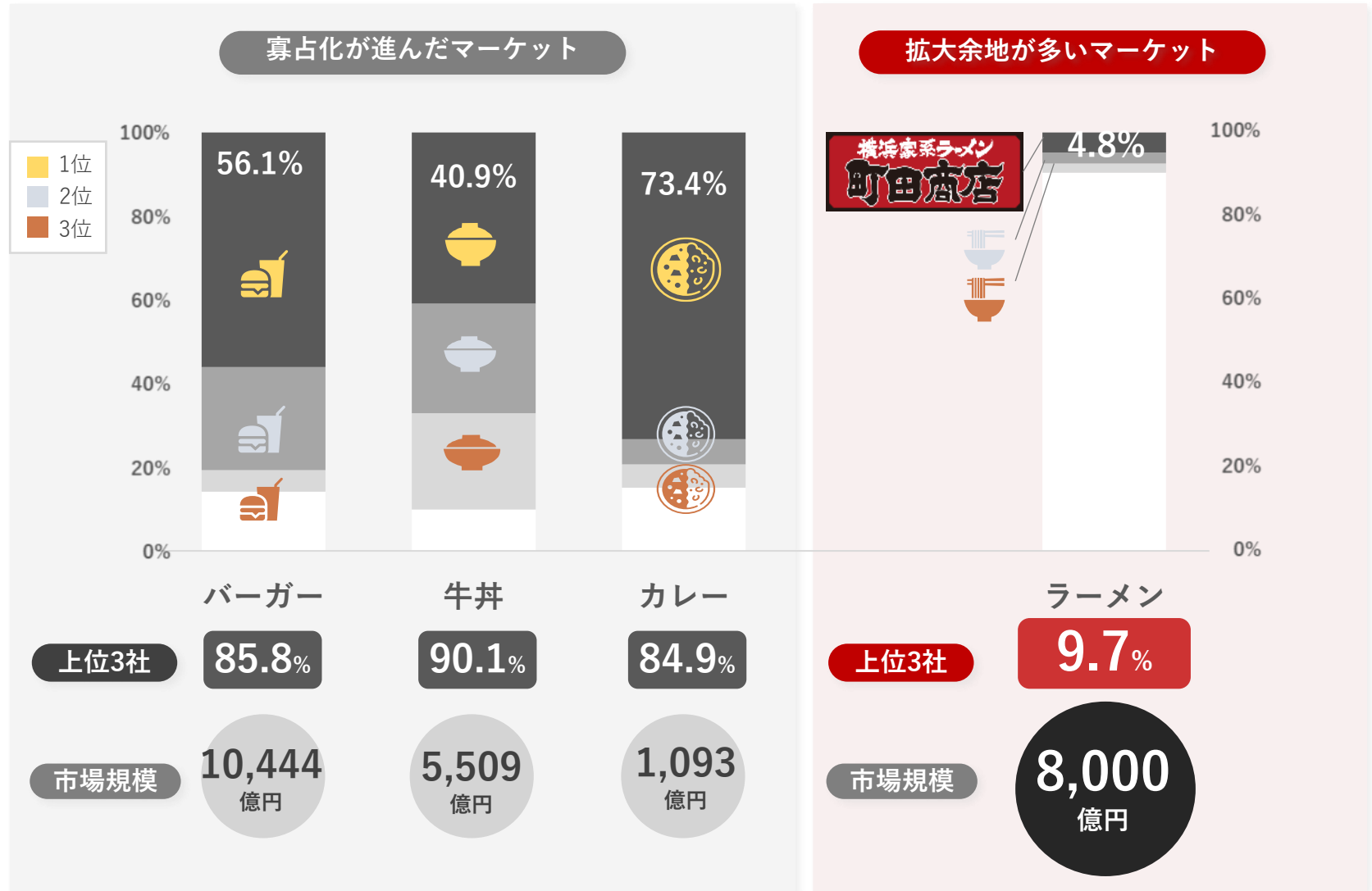


社名	株式会社ギフトホールディングス
事業内容	飲食店の経営
本社所在地	東京都渋谷区桜丘町1-1 渋谷サクラステージSHIBUYAタワー36階
自社工場	製麺工場：平塚、横浜第一、神栖第一、丹波篠山、 桑名 チャーシュー工場：綾瀬 スープ工場：横浜第二、神栖第二
設立	2009年12月7日（創業 2008年1月）
代表者	代表取締役社長 田川 翔
決算期	10月
資本金	920百万円（2026年4月末現在）
グループ従業員	社員808名 パート・アルバイト 6,501名 （2026年4月末現在）
関係会社	連結子会社22社 （主な連結子会社の名称） 株式会社ギフト 株式会社ギフトフードマテリアル 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。



事業内容

- 直営店とプロデュース店
- 2つのチャンネル形態にて飲食事業を展開

直営店

303店舗 ※JV店・業務委託店含む

様々なジャンルの
直営店舗の運営

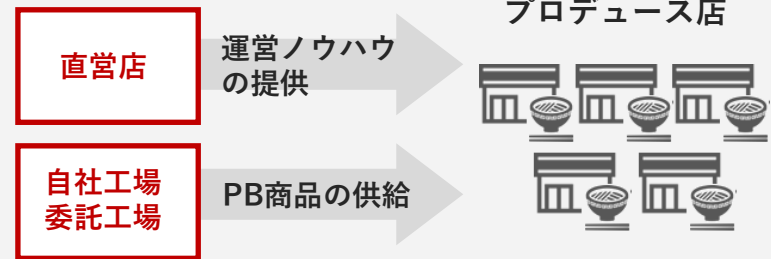


E.A.K. RAMEN

プロデュース店

627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



※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

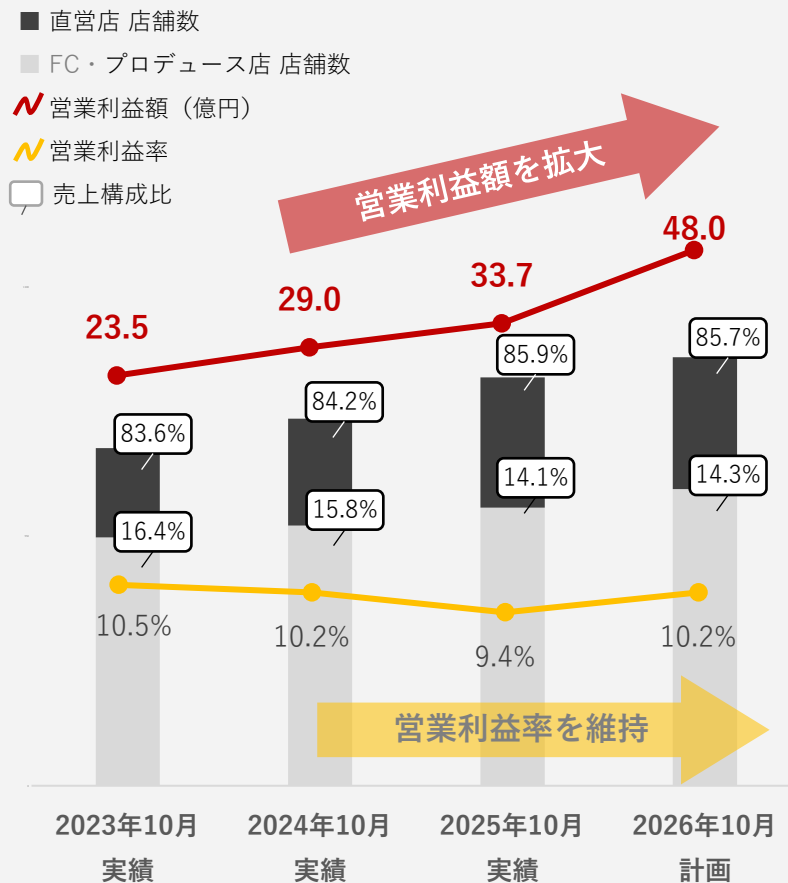
売上、利益額の最大化を目指す

FC・プロデュース店

地方エリアに出店

利益率最大化を目指す

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



ブランド一覧 (1/2)



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 ガッツリ系

肉厚でやわからいぶた肉とたっぷりの野菜が特徴の“ガッツリ系
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！



がっどん 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”

ブランド一覧 (2/2)



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



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！

どの立地でも繁盛店



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

初台店



渋谷店



住宅街

行徳店



経堂店



ビジネス街

大崎店



水道橋店



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

元祖油堂
多摩センター店



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



ロードサイド店舗について

- ファミリー層にも評判のロードサイド店舗

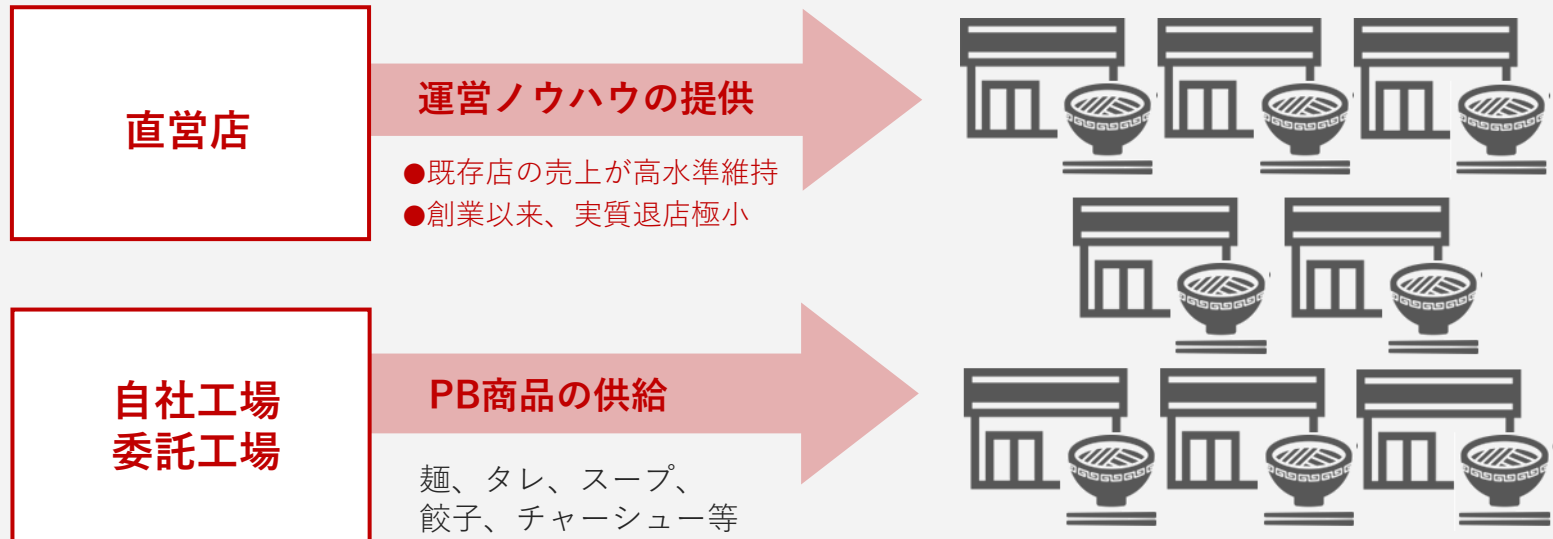
- 駐車場（20台～30台）
- 競合状況、商圈人口、交通量等の分析結果をもとに出店
- 家族が楽しめる店舗づくり
- ファミリー向けメニューの充実化
- 来客単価増加基調を維持
- ロードサイド店は駅近店を上回る繁盛店



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



※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

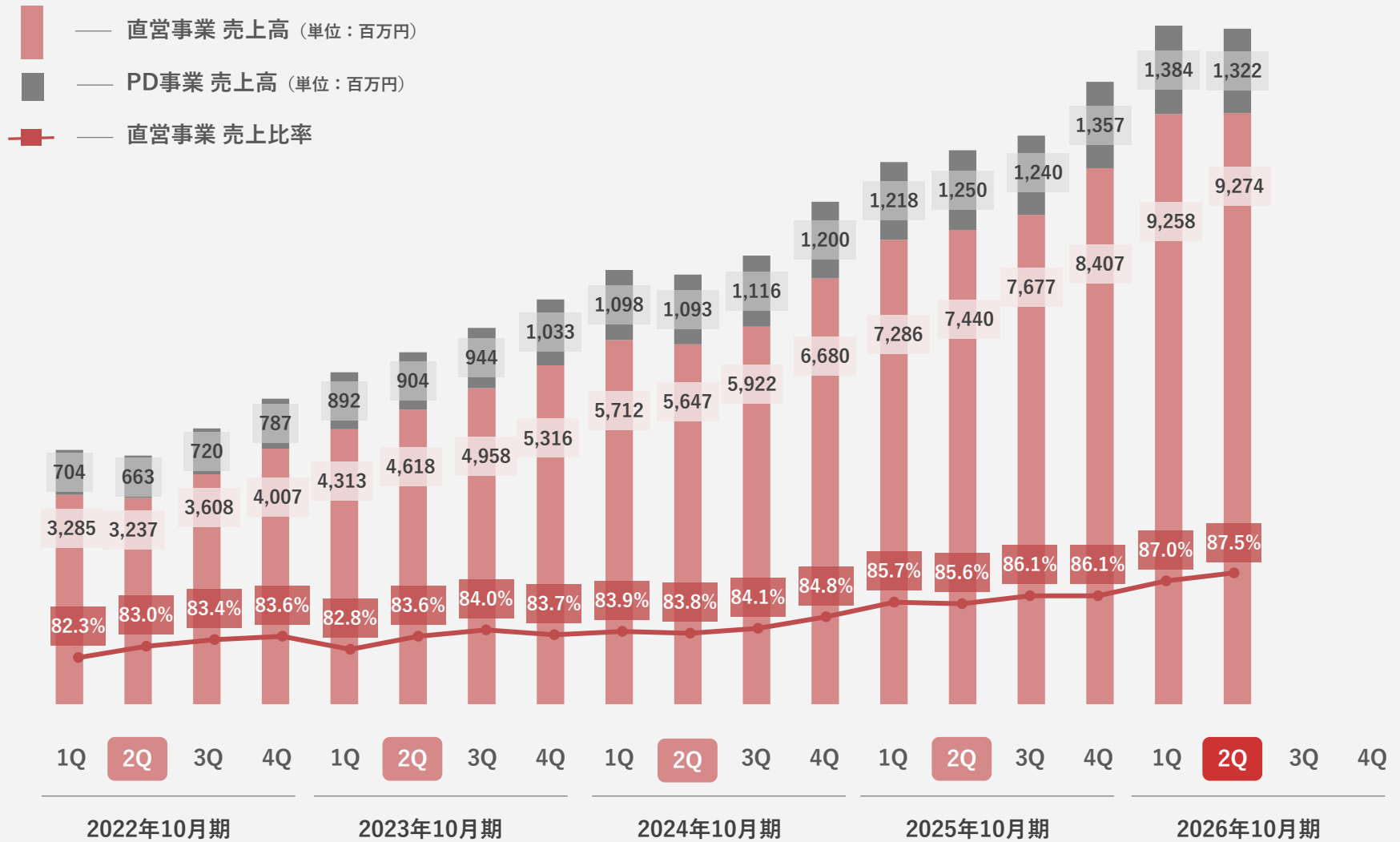
プロデュース店とフランチャイズ店の違い

	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

— 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



— その他 四半期推移



		2024年10月期				2025年10月期				2026年10月期			
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
店舗数 (店)	全体	755	773	797	810	831	849	870	901	915	930		
	国内直営	190	197	209	223	232	242	255	272	277	285		
	海外直営 ・JV	3	3	3	4	4	4	5	7	9	10		
	業務委託	9	9	9	9	9	8	8	8	8	8		
	プロデュー ス・FC	553	564	576	574	586	595	602	614	621	627		
売上原価率 (%)	32.5	32.0	32.5	31.6	33.6	33.5	32.9	32.9	32.3	31.9			
販管費率 (%)	54.2	58.6	60.2	57.6	57.2	57.7	57.8	56.9	54.2	56.8			
内 人件費率 (%)	25.8	27.1	27.6	26.7	26.7	26.9	26.4	26.2	25.5	26.3			

一 店舗の状況（増減内訳）

(単位：店)		25年10月期	26年10月期 2Q	増減
		店舗数	店舗数	
直営店事業※	北海道	0	0	-
	東北	32	34	+2
	関東甲信	175	182	+7
	北陸	0	0	-
	東海	42	42	-
	近畿	21	22	+1
	中国・四国	1	1	-
	九州・沖縄	1	4	+3
	海外	7	10	+3
		小計	279	295
売上高	業務委託店	8	8	-
	合計	287	303	+16
プロデュース事業	北海道	19	19	-
	東北	18	18	-
	関東甲信	336	337	+1
	北陸	13	13	-
	東海	62	62	-
	近畿	53	57	+4
	中国・四国	34	37	+3
	九州・沖縄	35	34	△1
	海外	13	13	-
		小計	583	590
売上高	国内FC店	15	17	+2
	海外FC店	16	20	+4
	合計	614	627	+13
	店舗数総合計	901	930	+29

18,532
百万円

2,706
百万円

※直営店事業にJV店を含む。

一 店舗の状況（直営店・JV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					
店舗数	186	52	42	5	3
前期末比増減	+7	+5	+3	-	△1

ブランド					その他
店舗数	3	1	3	26	11
前期末比増減	-	-	-	+7*	+1

※海外MACHIDA SHOTEN店舗数について、2026年10月期より直営店・JV店、FC店の合計を対象として算出しております。前期末店舗数についても当期と同一基準にて再算定しており、前期末比増減は当該基準に基づき算出しております。

— B/Sサマリー —



(単位：百万円)	2025年 10月期	2026年 10月期2Q	増減額	(単位：百万円)	2025年 10月期	2026年 10月期2Q	増減額
流動資産	4,847	5,853	+1,005	流動負債	6,827	7,098	+271
現金・預金	2,429	3,049	+619	買掛金	1,185	1,286	+100
売掛金	1,078	1,222	+143	短期借入金	4	51	+46
その他	1,338	1,581	+242	一年内長期借入金	1,682	1,807	+124
固定資産	17,165	18,358	+1,193	その他	3,954	3,954	△0
有形固定資産	13,419	14,296	+876	固定負債	4,804	5,007	+202
無形固定資産	194	308	+114	長期借入金	4,115	4,291	+176
投資その他資産	3,550	3,753	+203	その他	688	715	+26
資産合計	22,012	24,212	+2,199	負債合計	11,632	12,105	+473
				純資産合計	10,380	12,106	+1,726
				資本金	869	920	+50
				資本剰余金	1,097	1,148	+50
				利益剰余金	8,064	9,606	+1,541
				自己株式	△1	△1	△0
				その他包括利益累計	312	383	+71
				非支配株主持分	37	48	+11
				負債純資産合計	22,012	24,212	+2,199

C/Fサマリー

(単位：百万円)	2025年10月期 2Q	2026年10月期 2Q	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,239	2,996	+ 1,756
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,926	△ 2,481	△ 554
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,303	127	△1,176
現金および現金同等物に係る換算差額	7	43	+ 35
現金および現金同等物の中間期末残高	2,746	2,812	+ 65

2026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：	2,621百万円
減価償却費：	740百万円
法人税等の支払額：	△650百万円

■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： △2,215百万円

■財務活動によるキャッシュ・フロー

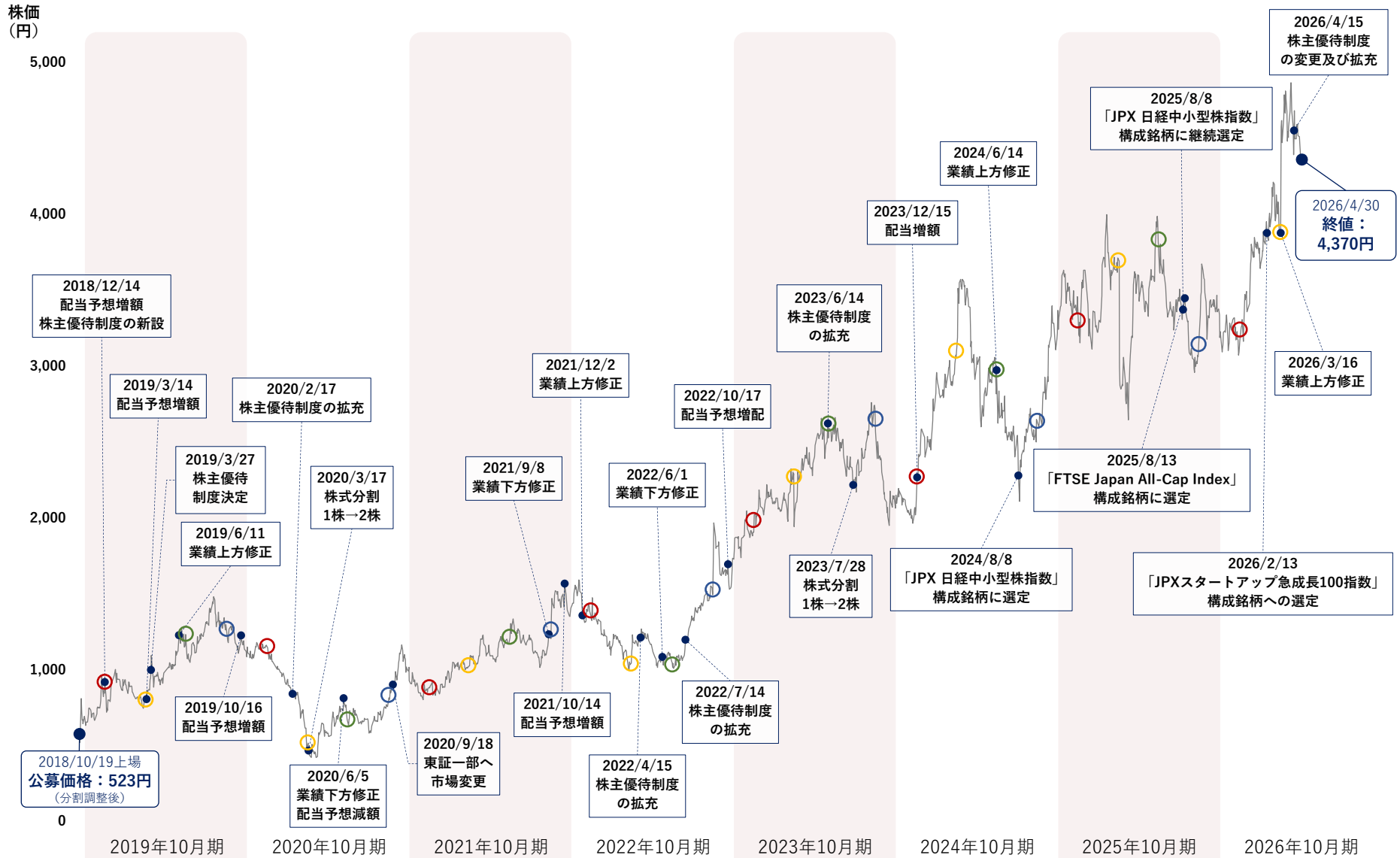
短期借入金の純増額：	47百万円
長期借入による収入：	1,242百万円
長期借入金の返済による支出：	△941百万円
配当金の支払額：	△220百万円



株価推移 (上場～2026/4/30)

・株価は上場時から約8.5倍の水準まで上昇

決算発表：○1Q ○2Q ○3Q ○4Q



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/>



サステナビリティサイト

ESGへの取り組みや各種方針・データを掲載しております。

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



QA Station

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

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もありません。