



2024年4月12日

各 位

会 社 名 株式会社ハイデイ日高
代表者の役職名 代表取締役社長 青野 敬成
(コード番号 7611・東証プライム市場)
問 合 せ 先 経営企画部長 石田 淳
(TEL. 048-644-8447)

中期経営計画「Hiday500」のローリングに関するお知らせ

当社は、2024年4月12日開催の取締役会において、経営環境の変化や最近の業績動向を踏まえて、2023年4月12日に公表いたしました中期経営計画「Hiday 500」のローリングプラン「Hiday500 ローリングプラン 2024」を決議致しましたので、お知らせいたします。

記

1. 中期経営計画ローリングの背景

当社は、2023年2月に創業50周年の節目を迎え、今後の更なる飛躍と将来の成長を確固たるものにし、社会インフラとして地域活性化に貢献することを目的として、中期経営計画「Hiday500」を策定し、6つの重点施策をはじめとした各種施策に取り組んでまいりました。

この度、経営環境の変化に柔軟に対応することを目的にローリング方式にて中期経営計画の見直し2026年2月期を中間目標とする5か年計画に変更いたしました。

2. 基本方針

中期経営計画「Hiday500」の基本方針・パーパス「社会インフラとして地域活性化に貢献」に大きな変更はございません。6つの重点施策を継続のうえ、新たな重点施策として「海外マーケット進出、アライアンス・M&A」を追加してROEの向上を目指してまいります。

お客様の心を満たす挑戦を続け、地域社会の皆様に喜んでいただける店づくり、会社の発展、従業員の幸せを実現してまいります。また、企業価値を向上させて株主の皆様には積極的な利益還元を行っていく方針です。

3. 主要経営指標

2024年2月期はコロナ禍からのV字回復を実現し、「Hiday500」初年度で売上高、営業利益率、ROEは当初計画値を上回ったことから計画値を上げました。一方、店舗展開については人財採用・育成の強化が必要なことから計画値を引き下げました。

| | | 2024年2月期 (実績) (A) | 2026年2月期(計画) | | |
|---------|-------|-------------------------|--------------|-------------|-----------------|
| | | | 修正前 (B) | 修正後 (C) | 増減 (C) - (B) |
| 成長性・収益力 | 売上高 | 487億円 | 480億円 | 540億円 | 60億円 |
| | 営業利益率 | 9.5% | 7.5% | 10.0% | 2.5% |
| 投資収益性 | ROE | 12.8% | 8.5% | 12.0% 以上 | 3.5% 以上 |
| 店舗展開 | 期末店舗数 | 455(6) | 500(6) | 485(5) | △15(△1) |

| | | 2029年2月期 (計画) (D) |
|---------|-------|-------------------------|
| 成長性・収益力 | 売上高 | 600億円 |
| | 営業利益率 | 10.0% |
| 投資収益性 | ROE | 12.0%以上 |
| 店舗展開 | 期末店舗数 | 550(5) |

※1. 上記業績予想数値につきましては、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいて作成しており、実際の業績等は様々な要因により異なる可能性があります。

※2. 期末店舗数はFC店舗を含み、()内の数字はFC店舗数です。

以上



中期経営計画「Hiday 500」

ローリングプラン2024

～社会インフラとして地域活性化に貢献～

2024年4月12日
株式会社ハイデイ日高

目次



| | | | |
|---|--------------------|-----|-----|
| 1 | 目指すべき方向性 | ・・・ | 3頁 |
| 2 | 中期経営計画の位置づけ | ・・・ | 5頁 |
| 3 | 前年度（2024年2月期）の振り返り | ・・・ | 6頁 |
| 4 | ローリングプラン2024の重点施策 | ・・・ | 10頁 |
| 5 | 定量目標 | ・・・ | 19頁 |

目指すべき方向性



駅前に「日高屋」がある、そんな当たり前の風景を夢見て、お客様においしい料理を低価格で提供し、ハッピーな一日（ハイデイ）を過ごしていただく、そして、このことを通じて、会社の発展、従業員の幸せと社会への貢献を実現します。

当社は、2023年2月に創業50周年の節目を迎え、今後の更なる飛躍と将来の成長を確固たるものにし、社会インフラとして地域活性化に貢献することを目的として、中期経営計画「Hiday500」を策定し、6つの重点施策をはじめとした各種施策に取り組んでまいりました。

この度、経営環境の変化に柔軟に対応するため、ローリング方式にて中期経営計画を見直し、「Hiday500 ローリングプラン2024」を策定いたしました。

《経営理念》

1. 使命：

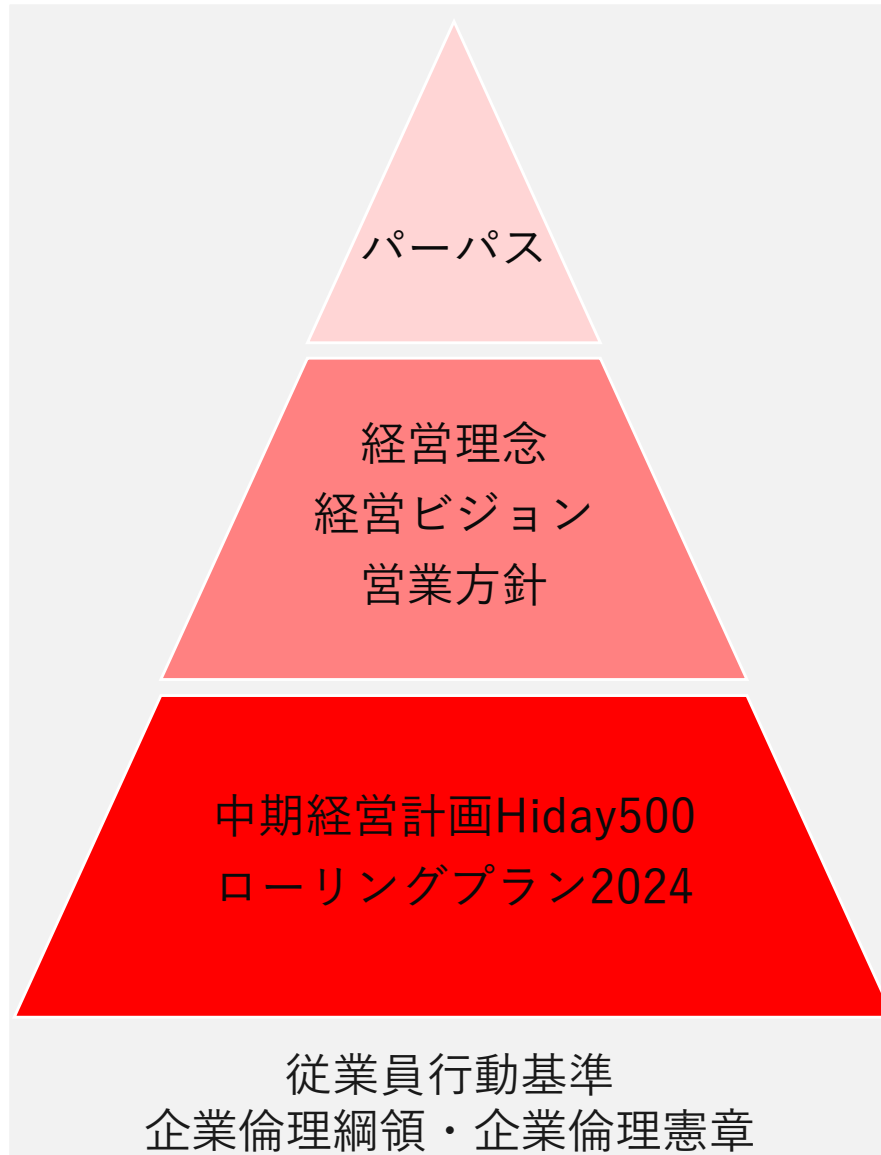
私たちは、美味しい料理を真心込めて提供します。

2. 挑戦：

私たちは、夢に向かって挑戦し、進化し続けます。

3. 感謝：

私たちは、常に感謝の心を持ち、人間形成に努めます。



パーパス

社会インフラとして地域活性化に貢献

経営理念

使命、挑戦、感謝を企業の行動方針として
経営ビジョン・営業方針に則り、働く社員の幸せ
を第一の目的とし、『食』を通じて、お客様に
満足して頂き、地域社会に必要とされる店づくり
を目指し、パーパスを実現

中期経営計画

パーパス実現に向けた具体的な経営戦略・施策
を実施

中期経営計画の位置づけ

中期経営計画「Hiday500 ローリングプラン2024」は、2026年2月期を中間目標とする5か年計画に進化させて、初年度の振り返りと見直しを実施

5か年計画

2024年2月期

V字回復

- ✓ 新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴って人流回復、当社の各種施策も奏功、業績はV字回復
- ✓ 食材価格、人件費、光熱費などの各種費用が増加したものの、利益額は伸長

2026年2月期

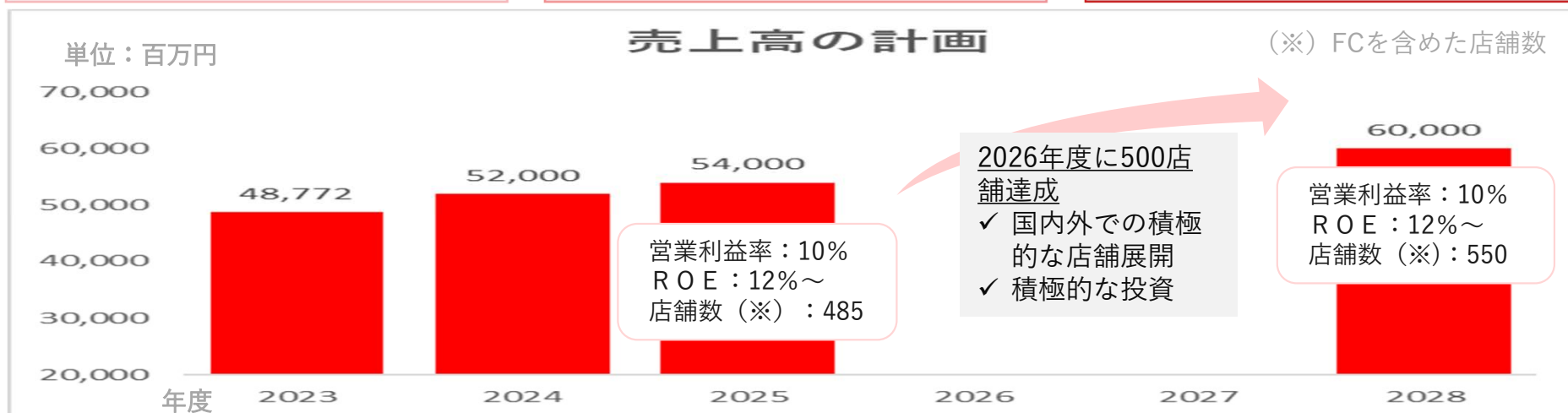
基盤強化

- ✓ 首都圏に加えて隣接県にも出店拡大・加速
- ✓ 新業態の開発・育成
- ✓ 海外進出・展開
- ✓ 積極的な投資による事業拡大

2029年2月期

飛躍

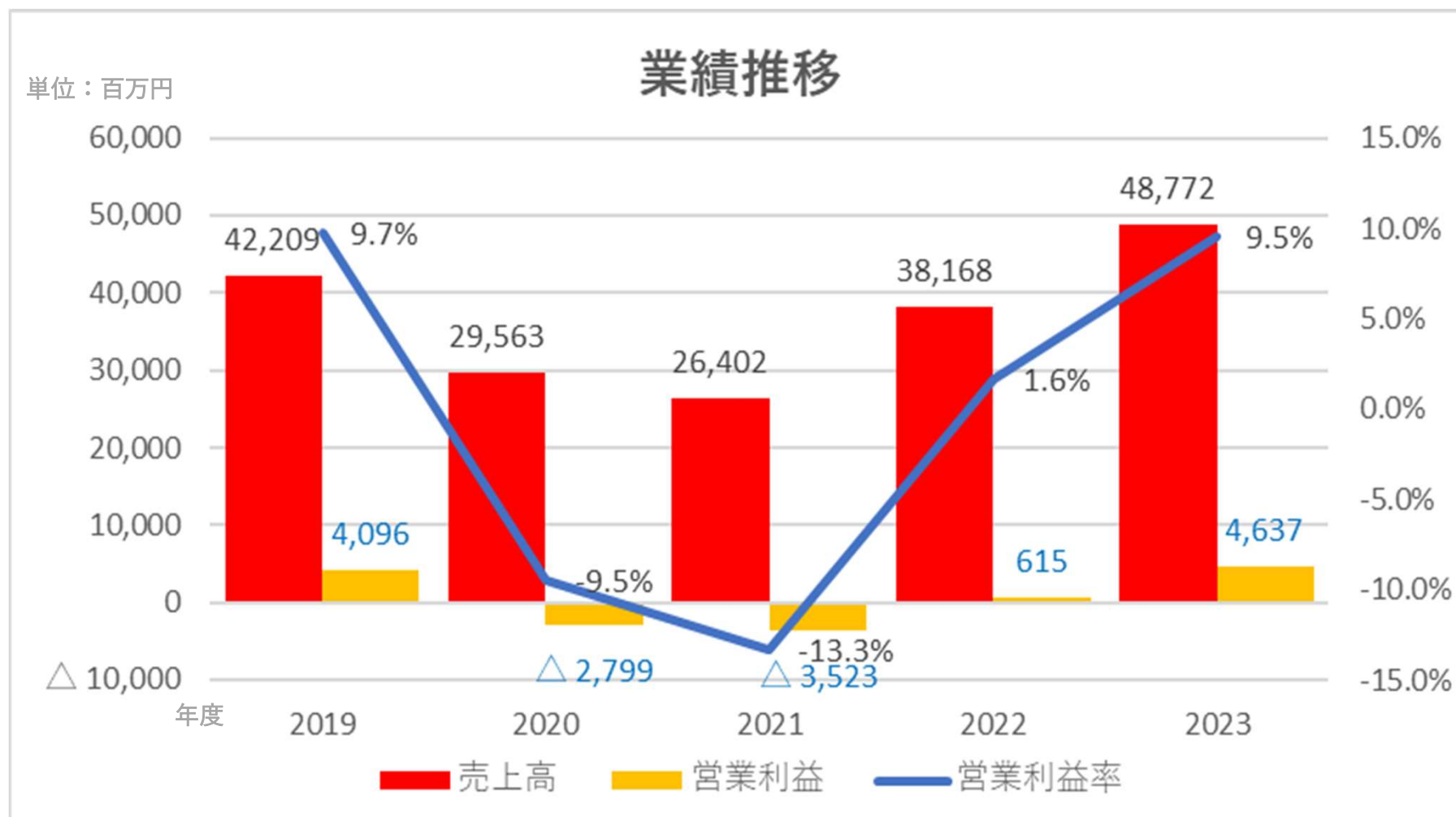
- ✓ 国内外での積極的な店舗展開、新商圈への持続的な拡大
- ✓ 着実な成長と利益創出



前年度（2024年2月期）の振り返り①



売上高は創業以来の過去最高額を記録。食材価格、人件費、各種経費が増加したものの、生産性向上に取り組み、営業利益率は大幅に改善



前年度（2024年2月期）の振り返り②



施策の概要

主な取り組み（概要）

重点施策 1

店舗開発戦略

- ・ 駅前繁華街出店
- ・ ロードサイド型出店強化
- ・ 乗降客が比較的少ない駅にも出店

- ・ 新規出店は駅前9店舗、ロードサイド9店舗の合計18店舗
- ・ 退店は不採算などの理由で9店舗、2024年2月末の直営店舗数は449
- ・ 既存店23店の大改装・リニューアルを実施

重点施策 2

採用の強化・人財育成

- ・ 社員の処遇改善
- ・ 採用力の強化
- ・ 社員教育・研修制度の充実

- ・ 2023年4月に5%弱のベースアップと新卒初任給15千円引上げ
- ・ 採用HPのリニューアル、1DAY体験型インターンの開催、大学と連携したPBL課外授業などを実施して採用促進
- ・ 46期211人採用（新卒106人、中途105人）
- ・ SMDP研修/調理研修などの研修制度をブラッシュアップ、中途採用社員のキャリアアップを目的とした専用プログラムを新たに開始
- ・ 2023年9月に接客向上委員会を設立。同月よりフレンド社員向け接客研修を毎月実施
- ・ 出店エリア拡大に合わせた研修施設の増設

重点施策 3

DX推進戦略

- ・ 店舗オペレーション改善
- ・ ポイントサービス、キャッシュレス決済推進

- ・ シフト管理システムを拡充し、タイムリーな人員状況の見える化を実現、社内ヘルプ機能を促進
- ・ タッチパネル導入店は229店に拡充、配膳ロボットは27店舗で利用、28台が稼働中（2024年2月末時点）
- ・ イオンPay、Bankpayの取扱いを開始しコード決済を拡充

重点施策 4

事業拡大・新商品開発 販路戦略

- ・ 新業態開発・育成
- ・ 販売チャネル拡充
- ・ 商品力強化

- ・ 2024年2月に本格的な鶏白湯ラーメンをお手頃価格で提供する「鶏白湯ラーメン日高」をオープン
- ・ 創業50周年復刻メニュー、季節商品、5年ぶりの新ドリンクメニュー/ドラゴンハイボールなどの新商品を断続的に投入
- ・ 食品メーカー、コンビニエンスストアと連携して日高屋監修商品が販売され、店舗以外で日高屋を訴求

前年度（2024年2月期）の振り返り②



施策の概要

取り組み概要

重点施策5

ブランディング強化

- 広報強化によるブランディング
- SNS・HPで情報発信拡大

- プレスリリース配信の強化（PRTIMESの活用）
45期10本⇒46期18本
- テレビ/CMにて日高屋での楽しい食事を想起する機会を増やしイメージアップ
- 2023年8月に公式Instagram開設。X（旧Twitter）とも連動させて新商品のニュアンス投稿も実施
- メディア向けイベントや創業50周年に関連した制作物も発信

重点施策6

サステナビリティの取り組み推進 ESG経営、SDGs推進

- 推進体制の構築
- 対外発信の積極化
- 環境配慮・地域社会への貢献

- 環境・社会・ガバナンスへの取り組みを強化するため、2023年3月にサステナビリティ委員会を設置
- TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）の理念に賛同し、2018年を基準年として2030年度には温室効果ガスの排出量（Scope1、2）を30%削減する目標を設定。削減策として非化石証書付き電力の利用などを検討
Scope3排出量についても把握・定量に向けて準備
- 環境情報開示のためのシステムを有する国際的な非営利団体であるCDPの気候変動レポート2023でB-、サプライヤーエンゲージメント2023でD-の評価

外部環境認識



社会価値

「食」を通じて、お客様に満足して頂き、社会インフラとして地域活性化に貢献

事業価値

DX推進などの効率的な運営により、資本コストを上回るROEを確保し、キャッシュフローを最大限に創出

環境変化

社会潮流

- ✓ 生活様式や価値観が多様化・変容したポストコロナ社会
- ✓ 急速に進むデジタル化
- ✓ ESG、サステナビリティ経営に対する意識の高まり

国内消費競争環境

- ✓ 人口減少・少子高齢化
- ✓ 働き方の多様化と生活スタイルの変化
- ✓ 業種業態の垣根を超えた競争

「Hiday500 ローリングプラン2024」

- ◆ 中期経営計画「Hiday500」の重点施策を継続
- ◆ 成長戦略として、海外進出による未開拓マーケットへの挑戦、M&Aによるシェアアップ

ローリングプラン2024の重点施策

1 店舗開発戦略

NEW

2 海外マーケット進出、アライアンス・M&A

3 採用の強化・人財の育成

4 DX推進戦略

5 事業拡大・新商品開発・販路戦略

6 ブランディングの強化

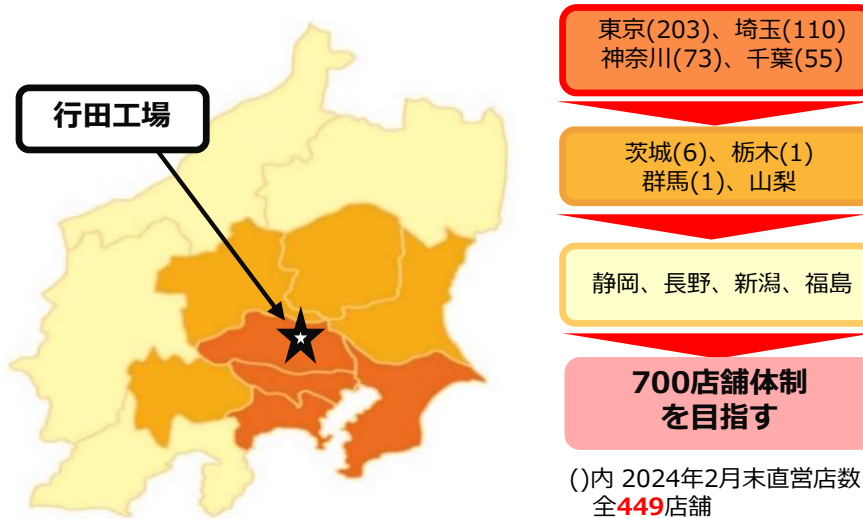
7 サステナビリティ取り組み推進 ESG/SDGs

店舗戦略

行田工場を中心に首都圏に加えて、北関東や国内未開拓マーケットである隣接県に出店を拡大、収益額の増強を図る

国内未開拓マーケット進出・展開

- ◆ 行田工場を中心に首都圏に加えて、北関東・甲信越地方に出店拡大



店舗プランニング・厨房機器の改良

- ◆ タッチパネルの導入を加速するとともに、配膳ロボットなどを活用して少人数で運営できる店づくり
- ◆ 美味しい料理を提供するため、厨房機器を継続的に改良

駅前型出店

- ◆ 人が多く集まる繁華街をメインターゲットとして出店し、集客力を増強。高回転率と長時間営業により収益率向上
- ◆ 乗降客数3万人以上/日かつ駅前の通行量の多い場所に出店、地域の方々に喜ばれる出店を推進
- ◆ ファミリー層から若者・高齢者まで幅広い客層がターゲット

ロードサイド店舗の出店加速

- ◆ 商圏を大きく確保し駅前型店舗と同様に幅広い客層がターゲット

スクラップアンドビルド

- ◆ 経年店舗の改装によりお客様に快適な空間を提供、トップラインを底上げ
- ◆ 立地や業績不振などに応じてリロケーション・業態転換による収益性改善

FC展開

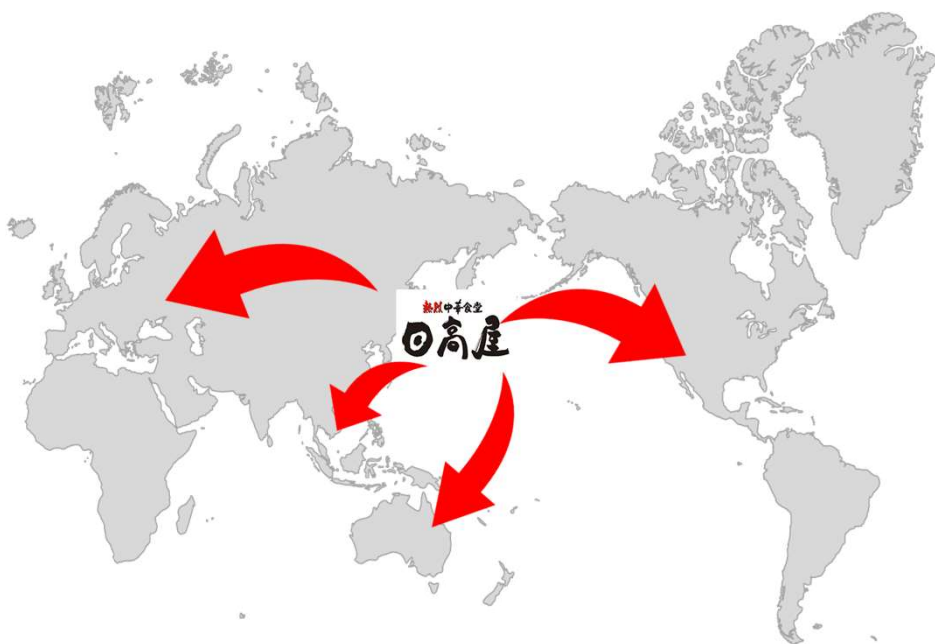
- ◆ 店舗拡大、従業員のモチベーション向上を企図しFC展開も検討

海外マーケット進出、アライアンス・M&A

今後の成長が見込まれるアジア地域への進出、オーガニックな成長に加えてアライアンスやM&Aによる企業価値の向上を検討

海外進出・展開

- ◆ マザーマーケットである日本に加えて国境を越えた人財の更なる獲得・育成
外国人フレンド社員との共生・価値創造を目的として海外進出



アライアンス

- ◆ 食品メーカー、コンビニエンスストア・量販店などと戦略的な提携・協力により新しい価値を創造
- ◆ 同業異業種を問わず、将来的な協業を見据えて積極的に情報交換を実施

M&A

- ◆ 経営理念、経営ビジョン、営業方針を相互に理解し、共通の価値観のもとにシナジー効果を最大限に発揮し収益拡大、成長に繋げるM&Aにも取り組み

採用の強化・人財の育成

従業員の成長と活躍を支え、生き生きと働ける環境を充実させて、生活をより豊かにする処遇も実現

社員採用

- ◆ リニューアルしたホームページ採用サイト、SNSやYouTubeなどを活用することで積極的に採用活動を実施
- ◆ 就活早期化、優秀な学生を採用するため、1 DAY体験型インターンを継続的に開催
- ◆ 賃金ベースアップ、福利厚生制度の見直しなどによる処遇改善

人財育成

- ◆ ハイデイユニバーシティ（社内教育育成制度）にてSMDP研修（※）をはじめとした各種研修・資格制度、オンラインe-ラーニングをブラッシュアップし、社員の調理・接客の技術をより一層強化

フレンド社員採用

- ◆ 地域保育施設との提携を促進し、育児世代の仕事と子育ての両立を支援
- ◆ 店舗環境に合わせて、定期的な待遇改善
- ◆ 外部媒体・社内紹介制度の蓄積データの活用

ダイバーシティ推進

- ◆ 2029年までに女性管理職の比率を10%まで引上げ
- ◆ 外国人特定技能者のサポート体制を充実化、外国人の採用を推進
- ◆ 自治体が運営する特別支援学校と連携し法定雇用率を上回る障害者の採用



（※）SMDP研修（ストアマネージャー・ディベロップメント・プログラム）

研修体系のベースは人間形成という、一人の人間としての成長です。その上で、調理、接客、マネジメントなどの業務に必要なスキルを身につけ、人間的にもビジネスパーソンとしても成長することを目標としています。

デジタル化を推進することで、省人化を実現するとともに、もっと便利にご来店いただくのが楽しい店舗運営を実現

店舗オペレーションの改善

- ◆ タッチパネル式オーダーシステムの拡充、お客様の利便性向上、店舗オペレーションの効率化
- ◆ 大型の新店舗に配膳ロボットの導入を推進、オペレーションを最適化
- ◆ ライスロボ、冷却水（お冷セルフ）の増設
- ◆ より一層の省人化を目指しセルフレジ導入を検討



店舗運営の効率化・生産性向上

- ◆ 店舗で使用する食材等の自動発注支援システムの高度化による店舗社員の負担を軽減
- ◆ 店舗シフト管理システムを全店に拡充することで店長の業務負担を軽減、効率化・生産性を向上

ポイントサービス・キャッシュレス決済

- ◆ dポイント、PayPay期間限定スタンプカード/期間限定クーポンなどの取扱い各種キャンペーンにより、もっと便利にご来店いただくのが楽しい日高屋を実現



(※) 2024年2月、3月に実施したキャンペーン

事業拡大・新商品開発・販路戦略

お客様の多様なニーズにお応えするため、新業態開発・育成、新商品開発
販売チャネルを拡充

新業態開発・育成

- ◆ 日高屋に続く新業態、ラーメン専門店などを開発・育成

新商品・季節限定メニューの投入

- ◆ 新商品・季節折々のメニューのタイムリーな投入、既存商品のブラッシュアップにより、いつご来店いただいても新しい発見のある商品開発を推進
- ◆ お子様やファミリー向けメニューの強化
ロードサイド店向け商品の開発

販売チャネルの拡充

- ◆ テイクアウト・デリバリー、日高屋楽天市場店など通販の拡充によりお客様の多様なニーズに対応
- ◆ 食品メーカー、量販店・コンビニエンスストアとのコラボを継続し、店舗以外でも日高屋に触れる機会を創出

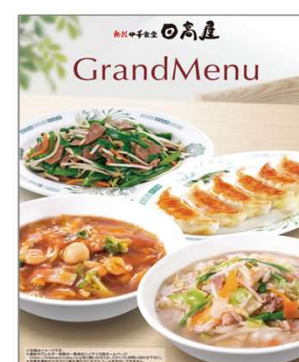
2024年2月29日にオープンした新業態



5年ぶりの新ドリンク



2024年3月グランドメニュー改定



各種コラボ商品



ブランディングの強化



積極的な広報活動（メディア各社へのプレスリリースなど）や提携先と連携したキャンペーンに取り組み

情報とニュースの発信多様化

- ◆ テレビ（CM）、SNS（X、Instagramなど）ホームページ、YouTubeなど、多様なコンツを活用して情報発信強化
- ◆ 新商品やお得なキャンペーンなどをタイムリーに紹介・発信



創業50周年記念メニュー
プレス発表会・試食会



ドラゴンハイボール
メディア向け先行試飲・試食会

広告・PR強化による企業ブランド浸透拡大

- ◆ 魅力的な商品やサービスを積極的にプロモーションすることで、お客様に日高屋での楽しい食事を想像いただけるように推進
- ◆ 提携先と連携したキャンペーン、メディア向けイベントによるブランドイメージの向上



日高屋公式X



PRTIMESを用いたプレスリリース

サステナビリティの取り組み推進①

次世代へとつなげて行くために地球にやさしい店作り、環境改善や社会貢献活動により、社会インフラとして地域活性化に貢献

サステナビリティ委員会の設置

- ◆ 当社は、持続可能な環境や社会への貢献と持続的な企業価値の向上が重要な経営課題であるとの認識に立ち、当社の環境・社会・ガバナンスへの取り組みをより一層強化するため、2023年3月にサステナビリティ委員会を設置



情報開示

- ◆ TCFD提言に基づく各リスク・機会の項目を参考に定量情報、環境配慮への取り組みなど、サステナビリティにかかわる実施事項・情報を積極的に開示


















SDGsへの取り組み

- ◆ 当社は持続可能な開発目標（SDGs）を支援



サステナビリティの取り組み推進②

5つのマテリアリティ (重要課題)

| ESG | マテリアリティ | マテリアリティへの取組方針 | 実施事項 | 関連するSDGs |
|-----|-----------------|--|---|---|
| E | 環境への貢献 | 企業活動が自然環境に与える影響の社会的責任を認識し、省資源・省エネルギー・リサイクルの推進により持続可能な環境の実現への貢献に努めます | <ul style="list-style-type: none"> 気候変動への対応 <ul style="list-style-type: none"> ✓ Scope1、2温室効果ガス排出量を2030年までに30%削減(2018年度比) ✓ Scope3排出量の把握と削減施策の明確化 環境配慮製品の継続利用 廃棄物管理 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 油脂ごみの再エネルギーリサイクル ✓ 食材廃棄物の堆肥化の継続推進 ✓ 店舗・工場におけるロス低減 ✓ 設備機器のリユース |      |
| S | 食の安全・安心 | お客様にご満足いただける安全・安心な商品・サービスを誠実に提供することで、新しい社会価値を創造し続け、持続可能な社会の実現への貢献に努めます | <ul style="list-style-type: none"> お客様満足度の向上 社会インフラとして地域活性化への貢献 |     |
| | 人権の尊重 | 人権尊重を事業継続の基盤の一つと捉え、事業活動のあらゆる場面において信頼と思いやりをもって接し、持続可能な社会の実現への貢献に努めます | <ul style="list-style-type: none"> 人権侵害のない明るい職場環境 (当社およびお取引先) |      |
| | 従業員の健康と労働環境への配慮 | 多様な価値観の尊重と人的資本の活用により、従業員が健康で働きがいを実感できる労働環境となるよう配慮し、持続可能な社会の実現への貢献に努めます | <ul style="list-style-type: none"> 多様性のある働き方の尊重・推進 より健康的で安全・安心な職場環境づくりへの取り組み | |
| G | 公正で健全な事業活動の推進 | 実効性・透明性・信頼性が高く公平で公正な企業統治を実現し、正義を貫き倫理意識を向上させ、持続的な企業価値の向上に努めます | <ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンス／内部統制の強化 コンプライアンスの徹底 リスクマネジメントの強化 |    |

定量目標

コロナ禍からのV字回復を実現、「Hiday500」初年度で売上高、営業利益率、ROEは当初計画を上回ったことから計画値を引上げ
 一方、店舗展開については人財採用・育成の強化が必要なことから計画値を引き下げ

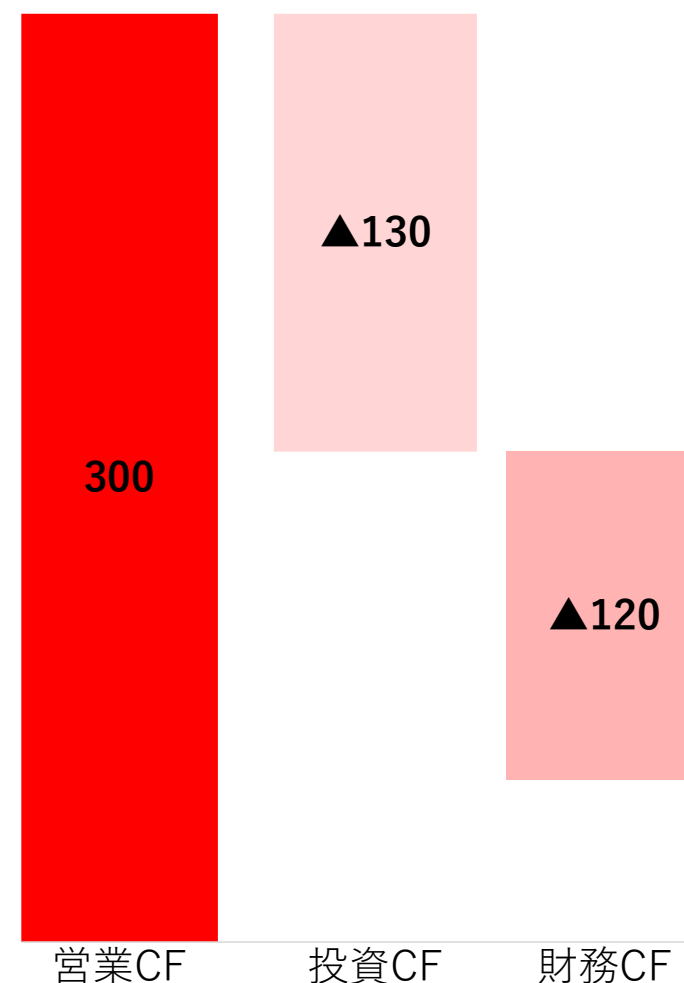
| | 2024年2月期 (実績) | 2025年2月期 (予想) | 2026年2月期 (当初計画) | 2026年2月期 (修正計画) | 2029年2月期 (計画) |
|------------|------------------|------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| 売上高 | 487億円 | 520億円 | 480億円 | 540億円 | 600億円 |
| 営業利益率 | 9.5% | 10% | 7.5% | 10% | 10% |
| ROE | 12.8% | 12%以上 | 8.5% | 12%以上 | 12%以上 |
| 店舗数 (含むFC) | 455 | 470 | 500 | 485 | 550 |

キャッシュフロー計画（5か年累計）

盤石な財務基盤を堅持しつつ、計画的な投資による成長を図る

| | 2024～2028年度 (5か年累計計画) |
|--------------|--------------------------|
| 営業キャッシュフロー | 300 |
| 投資キャッシュフロー | ▲130 |
| 新店投資（含む保証金等） | ▲65 |
| 既存店投資 | ▲25 |
| 工場の拡張・設備増強 | ▲30 |
| ITシステム | ▲10 |
| 財務キャッシュフロー | ▲120 |
| 現預金増減 | 50 |

単位：億円



(※) 海外進出に係る投資、M&Aは考慮しておりません。

株主還元方針

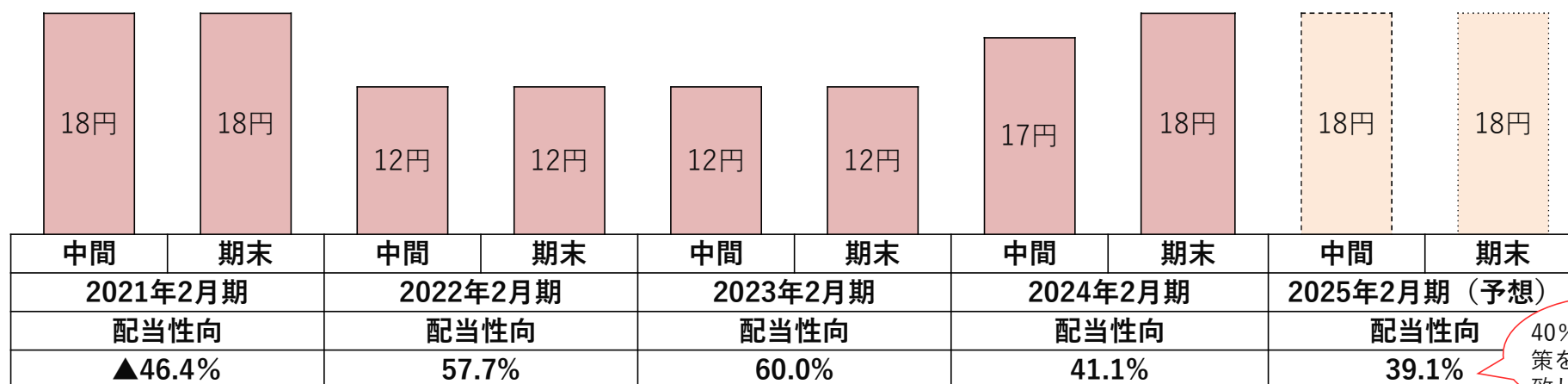
基本方針

株主の皆様には長期的に安定した配当を実施するとともに新規出店など今後の設備投資あるいは不測の事業リスクに備えるため、一定の内部留保を確保し、財務基盤を強化する方針

株主還元

- ・ 配当性向40%を目標としたうえで、業績向上に応じて増配や株式分割等の利益還元策を積極的に実施する方針
- ・ 投資余力、株価水準などを勘案して、機動的に自己株式取得も検討

2021年2月期以降の1株当たり現金配当の推移



40%を目標し施策を検討・実施致します

- ・ 2012年2月末に株式分割1：1.2を実施して以降、2020年2月末まで7回の株式分割を実施
- ・ 2006年2月期～2020年2月期まで、株式分割を考慮すると実質15年連続増配

お問い合わせなど

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。

本資料には、当社に関する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定の正確性・確実性を保証するものではありません。今後、様々な要因により、実際の業績が本資料の記載と異なる可能性があります。

投資に関するご決定はご自身の判断にてなされますようお願いいたします。

株式会社ハイデイ日高 経営企画部

電話：048-644-8447 FAX：048-644-3070