



2025 年 4 月 11 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 執行役員 経営企画部長 石田 淳  
(TEL. 048-644-8447)

## 中期経営計画の見直しに関するお知らせ

当社は、2025 年 4 月 11 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、中期経営計画「Hiday500 ローリングプラン 2024」を見直すことを決定いたしましたので、お知らせいたします。

### 記

#### 1. 見直しの背景

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、各種施策に取り組んでまいりました。

かかる中、2025 年 2 月期の売上高は過去最高の 556 億円となり、予想を大幅に上回る結果となりました。この状況を踏まえ、中期経営計画の数値目標、期間を見直し、新中期経営計画「Hiday Challenge」を策定いたしました。

従来の重点施策の取組みは踏襲するとともに、施策の一つであります「海外マーケット進出、アライアンス・M&A」については「国内シェア拡大」施策を追加いたしました。

#### 2. 基本方針

従来の基本方針・パーパス「社会インフラとして地域活性化に貢献」に変更はございません。

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

売上高、ROE について、2025 年 2 月期実績が前年度公表の 2026 年 2 月期計画値を上回ったことから計画値を上げました。ただし、営業利益率は計画値を据え置きました。

店舗展開については、高い集客と収益が見込まれる好立地物件の確保競争激化、人財採用・育成の強化が必要であることなどを勘案、計画値を引き下げました。

なお、2028 年 2 月期を中間目標年度とし、最終目標年度を 2029 年 2 月期から 2030 年 2 月へ変更いたしました。

【 実績と前回公表の予想・計画 】

|              |       | 2025 年 2 月期<br>実績<br>(A) | 2026 年 2 月期<br>前回公表計画<br>(B) | 2029 年 2 月期<br>前回公表計画<br>(C) |
|--------------|-------|--------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 成長性・収益力      | 売上高   | 556 億円                   | 540 億円                       | 600 億円                       |
|              | 営業利益率 | 9.9%                     | 10.0%                        | 10.0%                        |
| 投資収益性        | ROE   | 16.1%                    | 12.0%以上                      | 12.0%以上                      |
| 店舗展開 (含む FC) | 期末店舗数 | 461                      | 485                          | 550                          |

【 今回の予想・計画 】

|              |       | 2026 年 2 月期<br>今回予想<br>(D) | 2028 年 2 月期<br>今回計画<br>(E) | 2030 年 2 月期<br>今回計画<br>(F) |
|--------------|-------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 成長性・収益力      | 売上高   | 600 億円                     | 675 億円                     | 750 億円                     |
|              | 営業利益率 | 10.0%                      | 10.0%                      | 10.0%                      |
| 投資収益性        | ROE   | 15.0%以上                    | 16.0%以上                    | 17.0%以上                    |
| 店舗展開 (含む FC) | 期末店舗数 | 475                        | 510                        | 550                        |

※1. 上記業績予想・計画数値については、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. 2029 年 2 月期の計画値については、今回の見直しにより変更になりますが、最終年度を 2029 年 2 月期から 2030 年 2 月期へ変更したことから、公表を省略いたします。

以上



# 中期経営計画「Hiday Challenge」

---

～社会インフラとして地域活性化に貢献～

2025年4月11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Hiday Challenge | ・ ・ ・ | 5 頁  |
| 3 | 2025年2月期の振り返り         | ・ ・ ・ | 6 頁  |
| 4 | Hiday Challengeの重点施策  | ・ ・ ・ | 8 頁  |
| 5 | 定量目標                  | ・ ・ ・ | 17 頁 |

# 目指すべき方向性



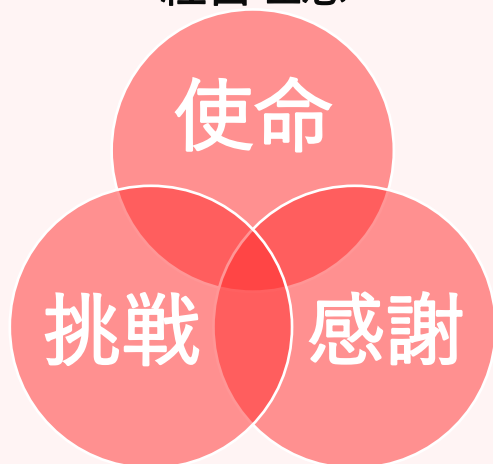
駅前に「日高屋」がある、そんな当たり前の風景を夢見て、お客様に美味しい料理を低価格で提供し、ハッピーな一日（ハイデイ）を過ごしていただく、そして、このことを通じて、会社の発展、従業員の幸せと社会への貢献を実現します。

当社は、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」を策定し各種施策に取り組んでまいりました。

今般、経営環境の変化や最近の業績動向を踏まえて「Hiday500ローリングプラン2024」を見直し、新計画「Hiday Challenge」を策定いたしました。

なお、従来の重点施策への取り組みは踏襲しつつ、一部を変更いたしました。

## 《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。

# 目指すべき姿



## 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Hiday Challenge



『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、社会インフラとして地域活性化、持続可能な社会の実現に貢献いたします。



Hiday500

## 2024年2月期業績

|           |       |
|-----------|-------|
| 売上高       | 487億円 |
| 営業利益率     | 9.5%  |
| ROE       | 13.4% |
| 店舗数（含むFC） | 455   |

## 2025年2月期業績

|           |       |
|-----------|-------|
| 売上高       | 556億円 |
| 営業利益率     | 9.9%  |
| ROE       | 16.1% |
| 店舗数（含むFC） | 461   |

## 2026年2月期業績予想

|           |       |
|-----------|-------|
| 売上高       | 600億円 |
| 営業利益率     | 10%   |
| ROE       | 15%以上 |
| 店舗数（含むFC） | 475   |

## 2030年2月期業績予想

|           |       |
|-----------|-------|
| 売上高       | 750億円 |
| 営業利益率     | 10%   |
| ROE       | 17%以上 |
| 店舗数（含むFC） | 550   |

## 2030年2月期サステナビリティ目標

|                 |                                 |
|-----------------|---------------------------------|
| GHG排出量（Scop1、2） | 30.7千t-CO2<br>（2018年比<br>30%削減） |
| 女性管理職割合         | 10%以上                           |

GHG：温室効果ガス（Green House Gas）

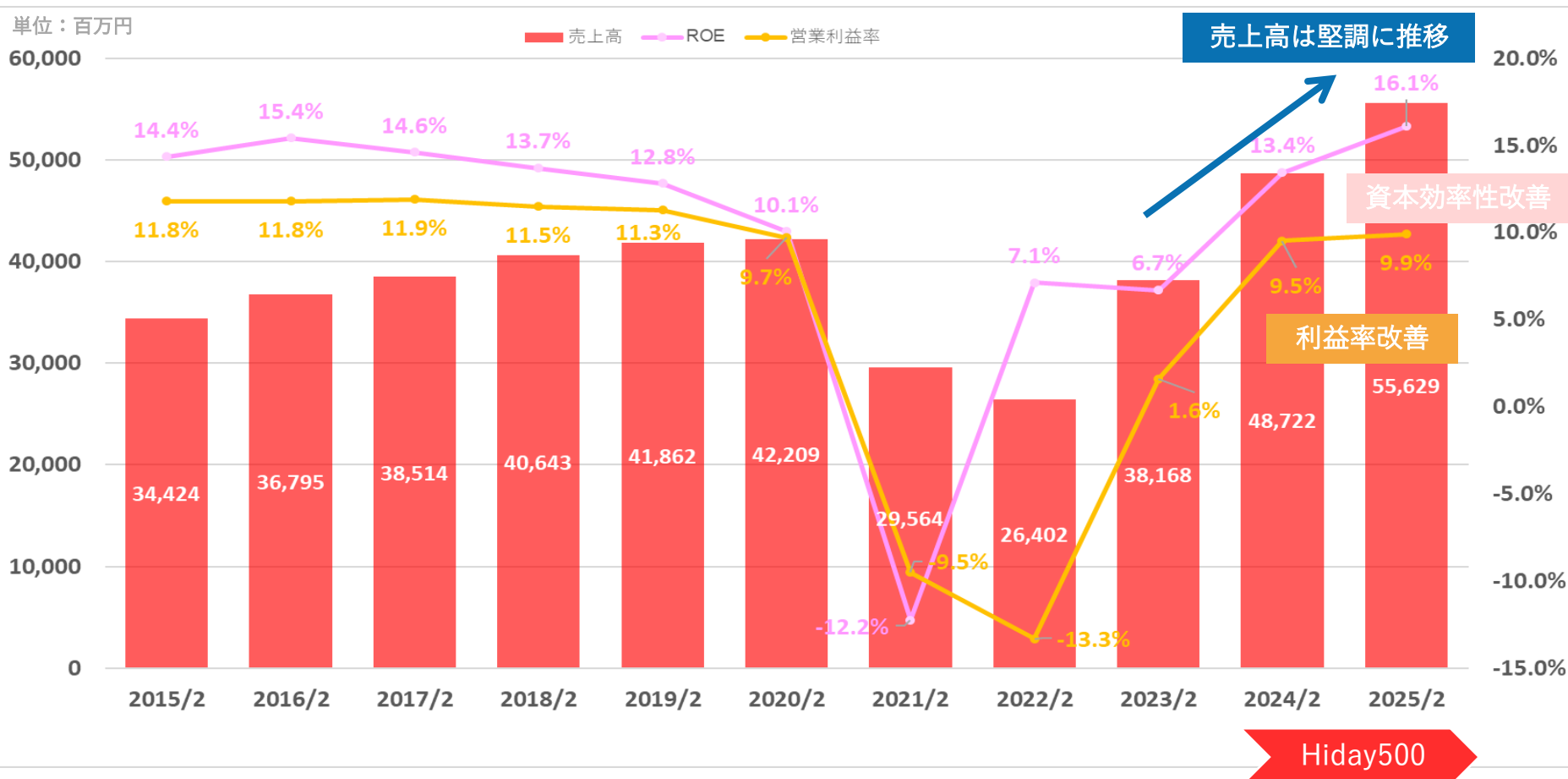
Scope1：自社での燃料の使用や工業プロセスによる直接的な排出

Scope2：自社が購入した電気・熱等のエネルギーの使用に伴う間接的な排出

# 2025年2月期の振り返り



売上高は創業以来の過去最高額を2年連続で更新。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、営業利益率は改善



(※) 各種施策の振り返りは決算短信をご確認ください。



# ■ これからの環境認識



## 人口構造

- ・国内少子高齢化・労働人口減少
- ・雇用の流動化、外国人財の活躍

- ◆健康、医療関連市場の拡大
- ◆人財の多様性・確保

## デジタルシフト

- ・自動化、ロボット化
- ・ポイント経済圏、キャッシュレス決済の深化

- ◆急速に進展する自動化/省人化
- ◆生産性向上、業務効率化

## 社会・環境問題

- ・気候変動、循環型社会
- ・原料穀物相場の高騰
- ・エネルギー価格の上昇

- ◆ESG、サステナビリティ経営
- ◆脱炭素、環境規制強化

## 働き方と生活スタイル

- ・働き方の多様化
- ・行動様式・生活スタイルの変化
- ・安心・安全志向の高まり

- ◆多様化する価値観への対応
- ◆業種業態の垣根を超えた競争

「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  
社会課題の解決にも積極的に取り組みます

# Hiday Challengeの重点施策①



| 項番 | 施策                         |                                                                                                       | 2026/2期                                                                 | 2027/2期                   | 2028/2期 | 2029/2期 | 2030/2期 |
|----|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------|---------|---------|
| 1  | 店舗開発戦略                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>駅前型店舗の出店継続</li> <li>駅前商業施設内の出店</li> <li>郊外型店舗の開発・出店</li> </ul> | 首都圏に加えて、北関東・甲信越地方に出店拡大<br>2030年2月期には550店舗体制へ                            |                           |         |         |         |
| 2  | 国内シェア拡大・海外進出<br>アライアンス・M&A | FC事業による東北・関西等の国内未開拓地域                                                                                 | 展開方法の検討                                                                 | 東北・関西等の国内未開拓地域への展開        |         |         |         |
|    |                            | 海外進出                                                                                                  | 進出国の選定・調査                                                               | 食材供給体制整備等の進出準備<br>出店場所の選定 | 海外進出・展開 |         |         |
|    |                            | アライアンス・M&A                                                                                            | 戦略的な提携・協力により新しい価値を創造<br>共通の価値観のもとにシナジー効果のあるM&Aに取り組み                     |                           |         |         |         |
| 3  | 採用の強化・人財の育成                | 採用の強化                                                                                                 | 出店戦略に合わせた採用<br>店舗あたり正社員数2.0～2.2人体制                                      |                           |         |         |         |
|    |                            | 人財の育成                                                                                                 | 改善力・実行力の強化に伴う店舗運営力の向上<br>SMDPフォローアップ強化による層の厚い人員体制の実現                    |                           |         |         |         |
| 4  | DX推進戦略                     | 店舗運営の効率化・生産性の向上                                                                                       | タッチパネル：2028年2月期迄に全店導入完了<br>配膳ロボット：郊外の大型新店を中心に継続導入<br>受付機、お冷セルフ、ライスロボの拡充 |                           |         |         |         |
|    |                            | ポイントサービス・キャッシュレス決済                                                                                    | dポイント、楽天ポイント、PayPayとのタイアップによる<br>キャンペーンの断続的な実施                          |                           |         |         |         |

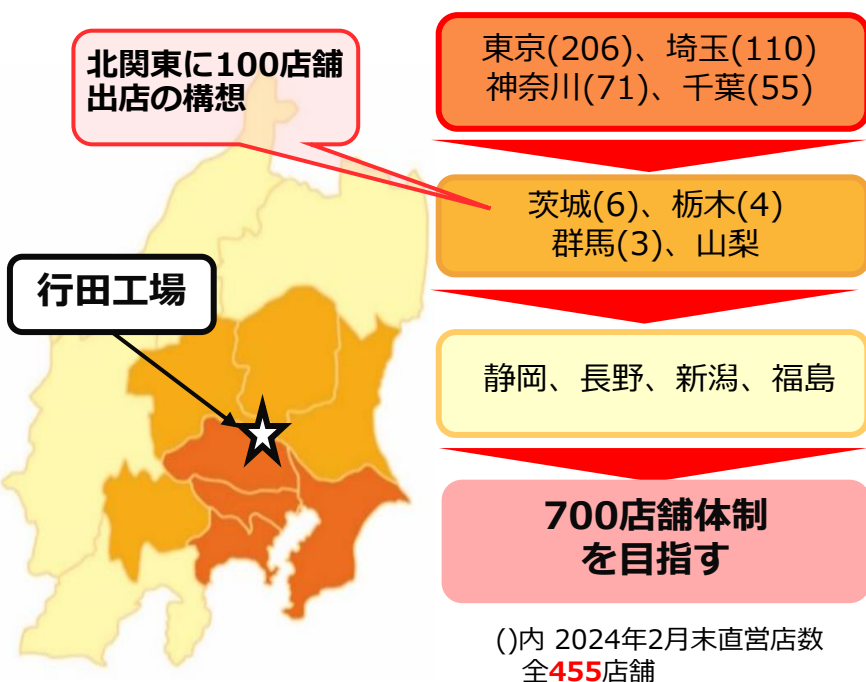
# Hiday Challengeの重点施策②



| 項番 | 施策             |                                       | 2026/2期                                                | 2027/2期                             | 2028/2期 | 2029/2期 | 2030/2期       |
|----|----------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------|---------|---------|---------------|
| 5  | 事業拡大・新商品・販売戦略  | 新業態開発・育成                              | 業態候補選定<br>商品開発<br>出店場所選定                               | 首都圏での出店                             |         |         |               |
|    |                | 新商品                                   | 小袋を使った<br>新オペレーション<br>による商品開発                          | 商品リサーチ、商品検討、断続的なメニュー開発<br>季節メニューの投入 |         |         |               |
|    |                | 販売チャネルの拡充                             | 外販商品<br>共同開発                                           | 外販商品の展開                             |         |         |               |
| 6  | ブランディングの強化     | 情報とニュースの発信                            | テレビ番組内の情報発信、CM、SNS等の多様なコンテンツで魅力的な商品やサービスをタイムリーにプロモーション |                                     |         |         |               |
|    |                | 広告・PR強化                               | キャンペーンやメディア向けイベントの断続的な開催とプレスリリースを活用した広告・PRの推進          |                                     |         |         |               |
| 7  | サステナビリティ取り組み推進 | 気候変動への対応<br>・ GHG排出量の削減<br>(Scope1、2) | 2030年目標値：30.7千t-CO2（2018年比30%削減）                       |                                     |         |         |               |
|    |                | 管理職に占める女性従業員の割合                       | 2029年2月迄に10%以上                                         |                                     |         |         | 管理職育成<br>活躍促進 |
|    |                | 男性従業員の育児休業取得率                         | 多様な働き方を奨励、育児休業取得を促進                                    |                                     |         |         |               |

# 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



## ◆ 日高屋業態を中心に

- ① 駅前型店舗の出店継続
- ② 駅前商業施設内に出店
- ③ 郊外型店舗の開発・出店加速

## ◆ スクラップ&ビルド

## ◆ DXを考慮した店舗プランニング

## ◆ 既存店の改装・リニューアル推進

# 国内シェア拡大・海外進出、アライアンス・M&A

FC事業による店舗展開・国内シェアの拡大、今後成長が見込まれる国への進出、オーガニックな成長に加えてアライアンスやM&Aの推進

## 国内シェアの拡大

- ・ 戦略的なパートナーによるFC店舗展開

- ・ 社会インフラとして地域活性化に貢献するため、当社の店舗運営ノウハウ、商品・サービスを有効活用

## 海外進出・展開

- ・ 成長が期待される市場（国・地域）に対して現地ニーズを考慮のうえ投資

- ・ 直営（独資/JV）に限定せず、エリアFCも含めて検討のうえ展開
- ・ グローバルベースでの社会貢献を実現

## M&A・アライアンス

- ・ 共通の価値観のもとにM&Aに取り組み
- ・ 同業異業種を問わず戦略的に提携/協力

- ・ シナジー効果の極大化
- ・ ノウハウ/スキルの融合により新しい価値創造



# 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

## 人財育成

- ・ SMDP研修(※)をはじめとする各種研修、資格制度により全ての人が力を発揮
- ・ グローバル人財の育成
- ・ 接客向上委員会、収益向上委員会、CSB委員会(※)の施策/発信による現場力アップ

人財戦略

日高屋の家族。

エンゲージメント強化

成長は、幸せ。

当社では、成長による「自主管理経営」を行っています。  
一人一人の店員が、経営感覚を持ち仕事に取り組むことが重要と考え、店舗の経営状態(顧客状態)を自主管理によりチェックしながら売上、利益等の業績や調理、接客、クレンlinessなどの向上、改善に取り組んでいます。  
自分で考え、行動することが社員と会社の「成長」へと繋がっています。

採用

## 多様性を活かす風土

- ・ 活発なコミュニケーション(経営計画発表会、フレンド社員感謝の集い、社員旅行等)による繋がり醸成
- ・ 従業員満足度調査の積極活用
- ・ 賃上げなどの処遇改善、福利厚生制度の充実

## 社員採用

- ・ 大学とのリレーション強化
- ・ 職場見学会のブラッシュアップ
- ・ フレンド社員のキャリア支援強化
- ・ 処遇改善、福利厚生制度の充実

## フレンド社員採用

- ・ 店舗環境に合わせた定期的な処遇改善
- ・ 外部媒体の有効活用、紹介制度の活発化

(※)・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。

・CSB委員会(Cleanliness Sanitation Buster)

菌を撲滅し、安心安全な料理の提供、衛生的な店舗づくり、3S(整理、整頓、清掃)による清潔な店舗づくりを目的とした委員会



# DX推進



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、もっと便利にご満足いただける店舗運営を実現

## ■ 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、郊外型店舗を中心とした配膳ロボット・EPARK受付機導入、ライスロボットや冷却水サーバー（お冷セルス）の増設  
省人化システムを積極的に導入
- ・新しい取り組みとして、セルフレジ、スマホオーダーのテスト導入～本格運用、自社アプリ開発



## ■ 店舗運営の効率化・生産性向上

- ・店舗シフト管理ツールを全店導入することで、最適な人員配置の実現、生産性の向上

## ■ ポイントサービス・キャッシュレス決済



- ・dポイント、楽天ポイントとのタイアップキャンペーン、PayPay期間限定スタンプカード/期間限定クーポン等によりもっと便利に

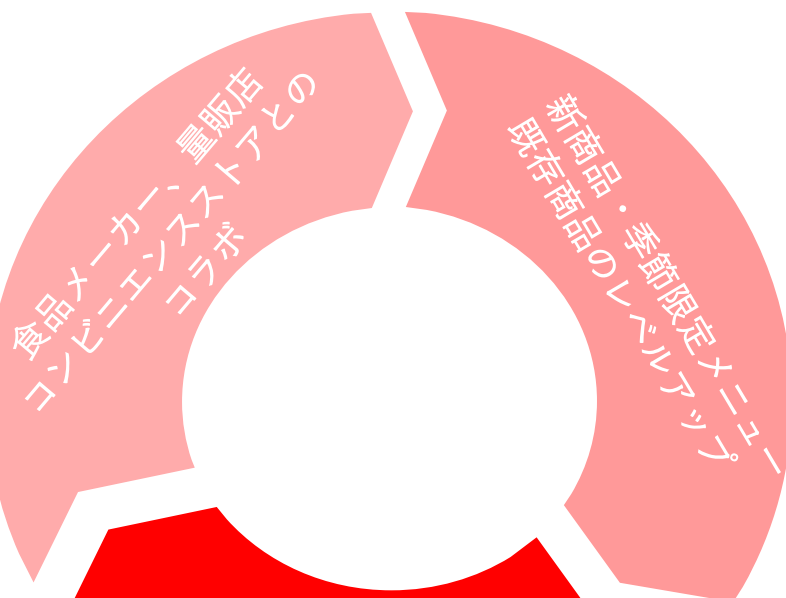


(※) 上記キャンペーンは2024年度に実施したものです。

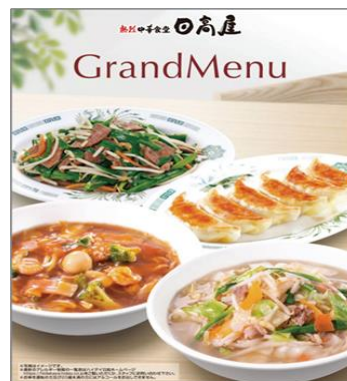
# 事業拡大・新商品開発・販路戦略



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



日高屋に続く新業態開発・育成



2024年3月グランドメニュー  
リニューアル



2024年度に販売した期間限定の季節商品、復刻メニュー、キャンペーン等の一部



サンヨー食品株式会社  
日高屋監修カップ麺



株式会社ローソン  
日高屋監修冷し醤油つけそば



マルニ食品株式会社  
日高屋監修即席麺



株式会社ダイショー  
チゲ味噌鍋の素



株式会社バンダイ ガシャポン



# 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積極的に取り組む

### ■ 情報とニュースの発信多様化

- ・ テレビ番組内での情報発信、CM、SNS（X、Instagramなど）、ホームページ、YouTubeなどの多様なコンテンツを活用して、魅力的な商品やサービスを積極的にプロモーション

### ■ 広告・PR強化による企業ブランド浸透拡大

- ・ 提携先と連携したキャンペーン、メディア向けイベント、スポーツ協賛、地域活性化支援などによるブランドイメージの向上

### ■ 取り上げて頂いたテレビ番組

BS-TBS『御社でインターンよろしいでしょうか』 2024/6/22  
 テレビ東京『ソレダメ!』 2024/10/9  
 フジテレビ『ぽかぽか』 2024/11/13  
 関西テレビ/フジテレビ系全国ネット『土曜はナニする! ?』 2024/11/23  
 テレビ東京『デカ盛りハンター』 2025/1/17  
 日本テレビ『ヒルナンデス』 2025/2/17  
 テレビ朝日『10万円でできるかな』 2025/3/17  
 TBS『坂上&指原のつぶれない店』 2025/3/23



2024年9月24日開催日高屋上野駅入谷口店  
ちよい飲み体験会



日高屋公式X



日高屋グループ公式Instagram



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

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

## 未来に向けて FOR THE FUTURE

- ✓ 気候変動への対応  
Scope1、2温室効果ガス排出量の削減
- ✓ 環境配慮製品の継続利用
- ✓ 廃棄物管理（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、店舗/工場におけるロス低減、設備機器リユース）



- ✓ 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



### 公正で健全 な事業活動の 推進



## 5つの マテリアリティ (重要課題)

### 食の 安全・安心



- ✓ 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



### 従業員の 健康と労働環 境への配慮



- ✓ 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



### 人権の 尊重



- ✓ 人権侵害のない明るい  
職場環境（当社および  
お取引先）



# 定量目標



- ◆ 売上高、ROEについては、2025年2月期実績が前年度公表の2026年2月期計画を上回ったことから計画値を引上げ。営業利益率は計画値を据え置き
- ◆ 店舗展開については、高い集客と収益を見込める好立地物件の確保競争激化、人財採用・育成の強化が必要であることなどを勘案、2026年度以降の計画値を引き下げ
- ◆ 2028年2月期を中間目標とし、最終目標年度を2029年2月期から2030年2月期へ変更

|               | 2025年2月期<br>(実績) | 【前回公表】           |                  | 【今回設定】           |                  |                  |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|               |                  | 2026年2月期<br>(予想) | 2029年2月期<br>(計画) | 2026年2月期<br>(予想) | 2028年2月期<br>(計画) | 2030年2月期<br>(計画) |
| 売上高           | 556億円            | 540億円            | 600億円            | 600億円            | 675億円            | 750億円            |
| 営業利益率         | 9.9%             | 10%              | 10%              | 10%              | 10%              | 10%              |
| ROE           | 16.1%            | 12%以上            | 12%以上            | 15%以上            | 16%以上            | 17%以上            |
| 店舗数<br>(含むFC) | 461              | 485              | 550              | 475              | 510              | 550              |

# ■ キャピタルアロケーション (2026年2月期～2030年2月期)

盤石な財務基盤を堅持のうえ、創出したキャッシュを成長投資・株主還元などに戦略的にアロケーションすることで持続可能な成長を実現



# 株主還元方針

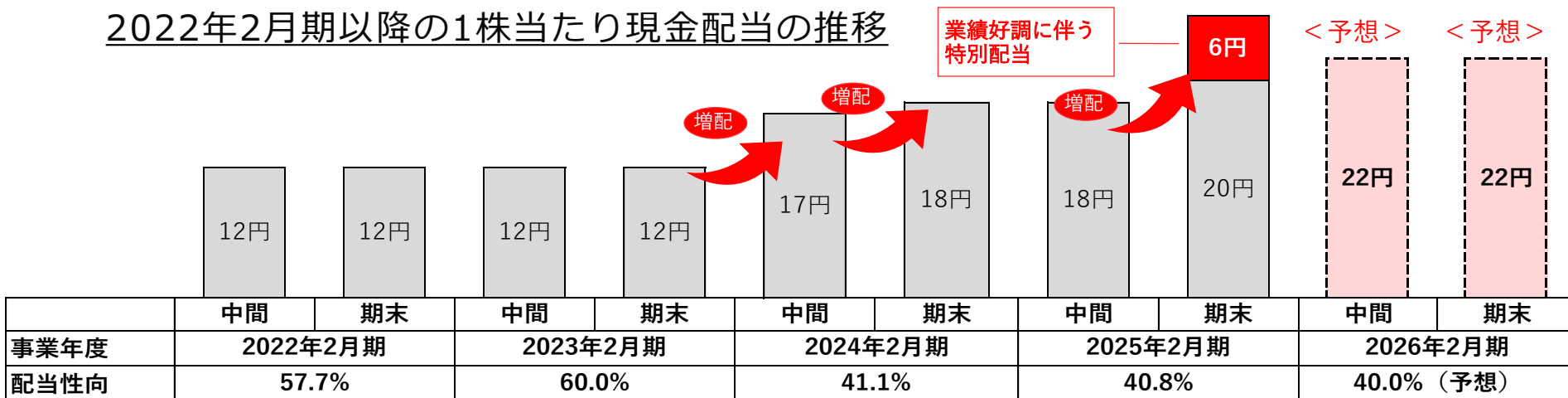
## 基本方針

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

### 2022年2月期以降の1株当たり現金配当の推移



- ・ 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
- ・ 2025年2月期は2024年2月期に続き増配、自己株取得20億円

## 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