

# 2019年2月期第2四半期 決算説明会



株式会社ハイディ日高  
(証券コード: 7611)

---

# 目次

---

## 第1部 決算概要

取締役常務執行役員経営企画部長 島 需一

## 第2部 2019年2月の取り組み・中期的な取り組み

代表取締役社長 高橋 均

# 第1部 決算概要

---

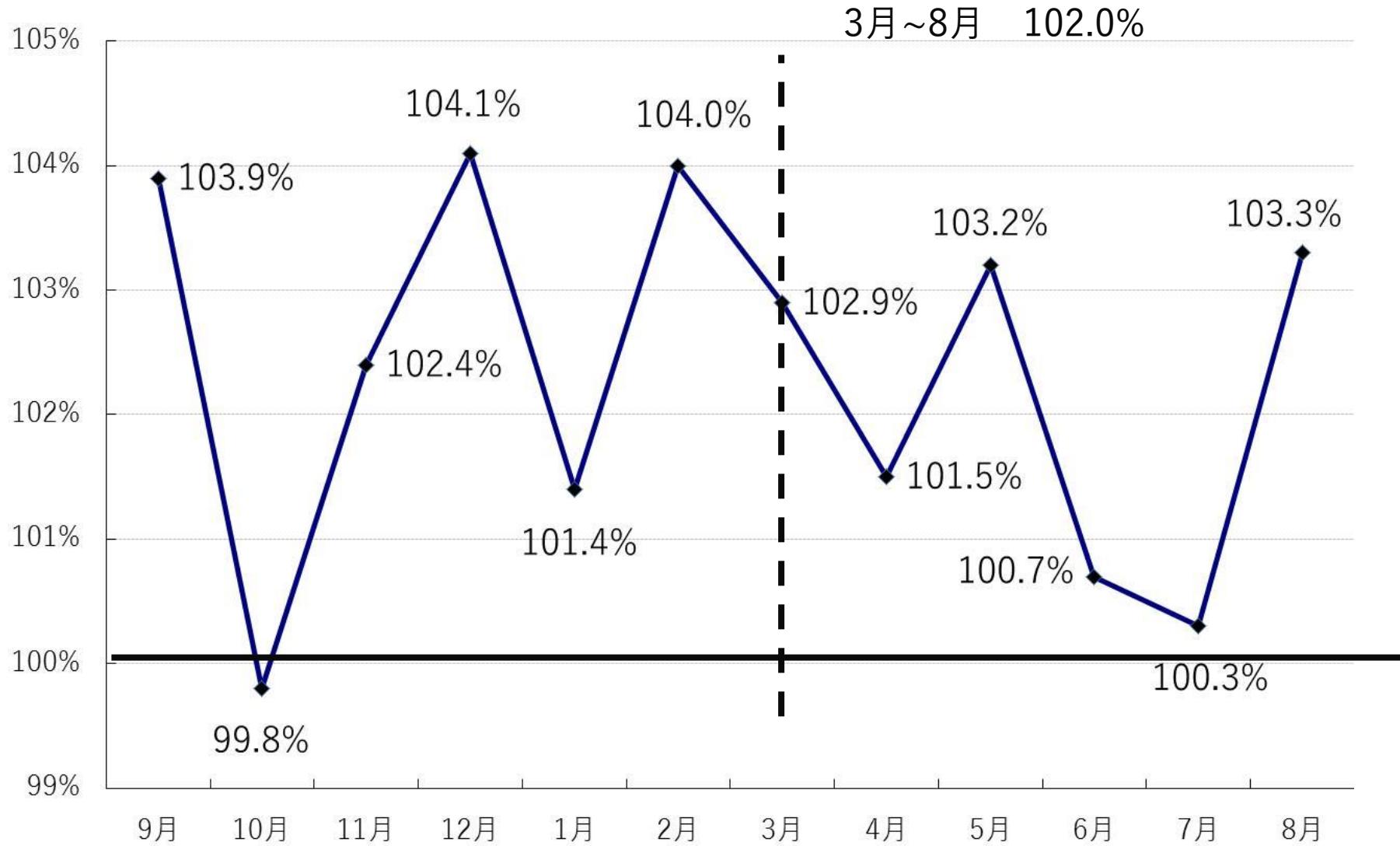
# 2019年2月期第2四半期損益計算書

単位：百万円



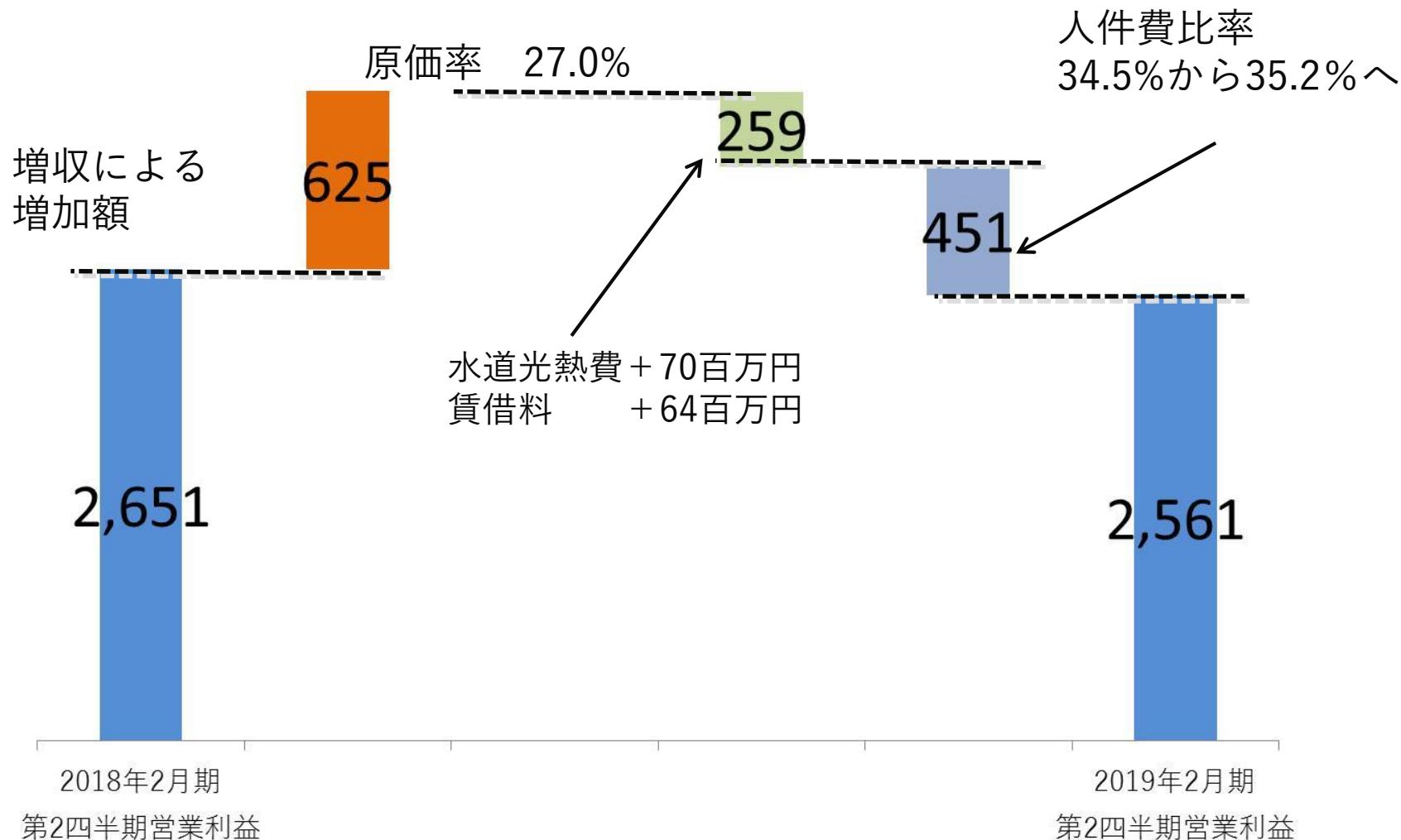
	2018年2月期 第2四半期	構成比(%)	2019年2月期 第2四半期	構成比(%)	増減率(%)	計画
<b>売上高</b>	<b>20,248</b>		<b>21,105</b>	-	4.2	<b>21,400</b>
売上原価	5,466	27.0%	5,702	27.0%	4.3	-
<b>売上総利益</b>	<b>14,782</b>	73.0%	<b>15,403</b>	73.0%	4.2	-
販管費	12,130	59.9%	12,841	60.8%	5.9	-
(人件費)	6,987	34.5%	7,438	35.2%	6.5	-
(その他経費)	5,143	25.4%	5,402	25.6%	5.0	-
<b>営業利益</b>	<b>2,651</b>	13.1%	<b>2,561</b>	12.1%	▲ 3.4	<b>2,760</b>
営業外収益	38	0.2%	37	0.2%	▲ 3.1	-
営業外費用	45	0.2%	39	0.2%	▲ 14.2	-
<b>経常利益</b>	<b>2,644</b>	13.1%	<b>2,560</b>	12.1%	▲ 3.2	<b>2,740</b>
特別利益	14	0.1%	2	0.0%	▲ 78.6	-
特別損失	85	0.4%	14	0.1%	▲ 83.6	-
法人税等	837	4.1%	837	4.0%	0.0	-
<b>四半期純利益</b>	<b>1,735</b>	8.6%	<b>1,711</b>	8.1%	▲ 1.4	<b>1,800</b>

# ■ 最近1年の既存店売上高前期比の動向



# ■ 営業利益 変動要因

単位：百万円



# 2019年2月期計画

単位：百万円



	2018年2月期		2019年2月期		増減率
	構成比	計画	構成比		
売上高	40,643	—	43,000	—	5.8
営業利益	4,679	11.5%	4,900	11.4%	4.7
経常利益	4,599	11.3%	4,850	11.3%	5.5
当期純利益	3,021	7.4%	3,190	7.4%	5.6
店舗数	413	—	427	—	+14
EPS(円)	87.45	—	92.33	—	—

4月実施の価格改定、直近の実績等を考慮して、通期の業績予想修正の修正はしていない。  
焼鳥事業を営業部として位置づけ⇒店舗数の拡大に対応

## 第2部 2019年2月の取り組み・中期的な 取り組み

---

# 2019年2月期（第41期）の主な取り組み



## 1 人財採用

正社員：2018年4月新卒入社99名

F社員：引き続き営業部と連携し効率的な採用活動実施

## 2 従業員満足度向上に向けた取り組み

- ・4月よりベースアップ実施

正社員→1万円 F社員→時給20円アップ

- ・新店舗・複数出店しているエリア→一部店舗で営業時間を短縮

- ・分煙・禁煙店舗の増加

### 継続実施

シフトリーダー制（近隣店舗でシフト情報共有）

F社員トレーナー制度

F社員感謝の集い

（経営理念の浸透、従業員間のコミュニケーション）

F社員への定期賞与（2014年より継続実施）



# 期間限定メニューの紹介 2018年4月

4月23日～9月19日



4月30日～



2018年6月～

6月22日～9月20日



7月27日～



2018年9月～

9月20日～



アーモンド野菜ツン

期間限定

610円 (税込)

※写真はイメージです。

18.09 店内用

# 2018年7月 新屋号大衆酒場HIDAKA



7月25日オープン南銀座店



7月30日オープン浅草橋駅前店



# 2019年2月期下期（第41期）の主な取り組み



## 1 店舗展開

9月1日付・10月1日付で1店舗ずつ社内FCへ移行

直営店舗数の通期見込

新店舗23店舗 退店7店舗 社内FC移行2店舗

⇒純増14店舗 2月末427店舗

基本は「日高屋」「焼鳥日高」「大衆酒場HIDAKA」も一部展開へ  
新業態「ちゃんぽん亭」は出店に向けて取り組み進める

## 2 QSC向上に向け取り組み

F社員・・・初期研修（集合研修）を充実し、初期離職遞減・早期  
戦力化

社員・・・研修回数増加⇒店長資格取得促進  
営業時間短縮可能店舗は継続実施  
分煙・禁煙⇒従業員にとってもプラスなので着実に実施

## 3 期間限定メニュー投入

既存商品ブラッシュアップ（スープ、餃子）

# 中期的な取り組み：首都圏600店舗を目指して



1

## 店舗展開

毎期安定出店（向こう3年は純増25店舗目標）

出店増による成長戦略+既存店対策重視

2019年2月末見込⇒427店舗

2020年2月末目標⇒452店舗

2021年2月末目標⇒477店舗

「日高屋」「焼鳥日高」に加え新業態も検討

2

## QSC向上

社内資格（調理・接客）取得者増

⇒品質のブレをなくす、正社員の休日取得や労働時間短縮  
時代のニーズを踏まえた季節メニュー

定番商品⇒より良い品質を目指し改良（スープなど）

3

## 従業員満足度向上

店長自らが主体的に店舗を経営

（「トップダウン」から「ボトムアップ」へ）

店舗ヘルプ支援体制の確立・営業時間見直し等  
経営理念・営業方針の浸透

⇒F社員から正社員への転換推進



- 1 従業員の満足度を高める**
- 2 食のインフラを目指して  
地域社会に貢献する**
- 3 激動の時代に対応した改革を実行する**
- 4 取引先の皆様の情報・食品加工メーカー  
様との商品向上の構築**
- 5 食の安全・安心と健康を守る**

# 当社の強み・ポジショニング

## 1 駅前繁華街立地

- 「日高屋」「焼鳥日高」

直営店舗のうち95%が駅前繁華街立地

## 2 昼のニーズ・夜のニーズ (長時間営業)

- 11時～翌2時を基本

- ニーズのある立地は24時間(約50店舗)

## 3 メニュー構成

- 飽きのこない味(来店頻度向上)

- 既存商品のブラッシュアップ

季節に応じたメニュー投入

## 4 低価格(いつでも同じ価格)

たとえば…



+



+



＝940円

セット割引実施のため、  
920円

## 5 自社工場

- 主要食材(麺・餃子・タレ・カット野菜)自社工場  
(行田工場)で生産 1日1便配達

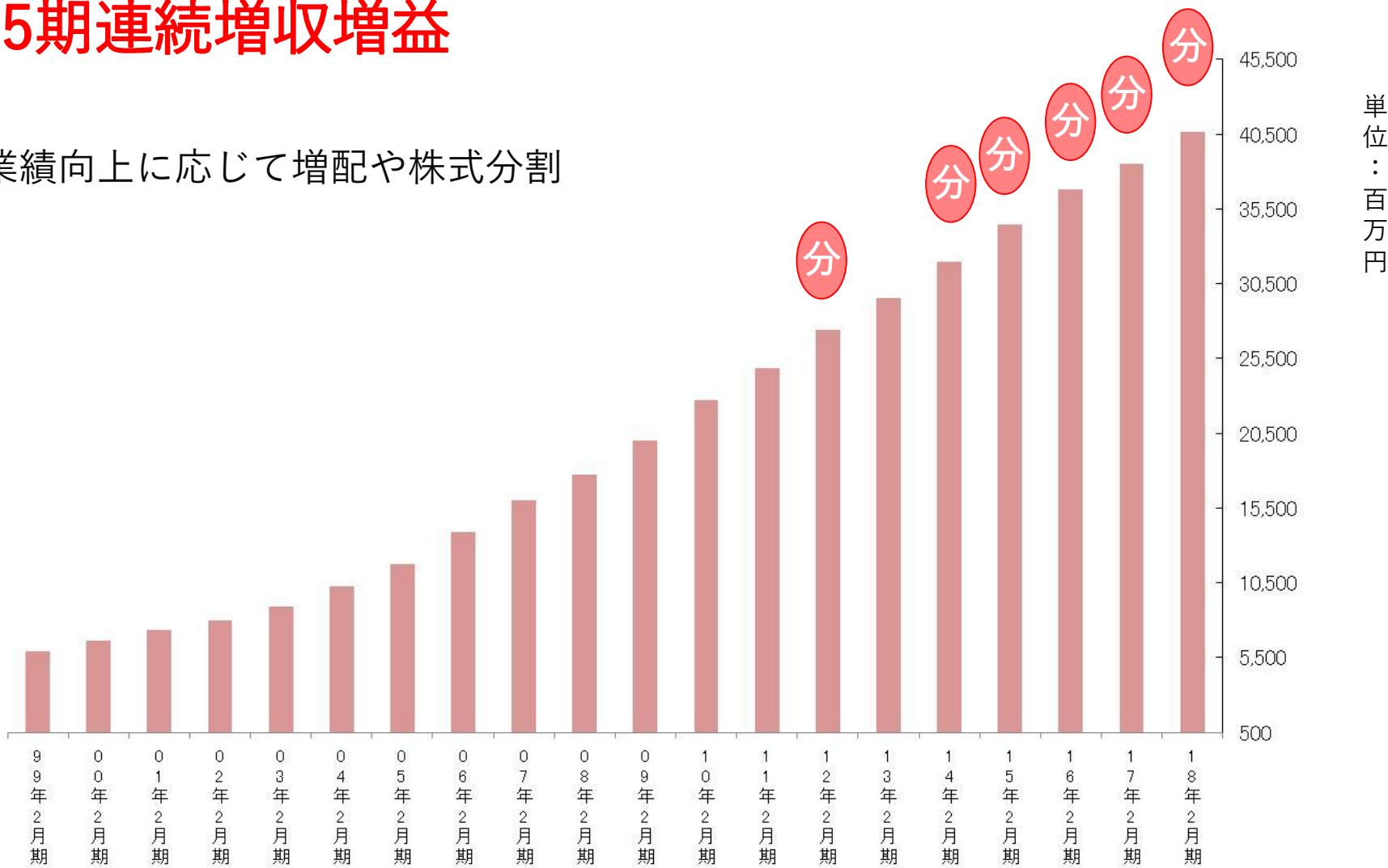
ちょい飲みニーズ  
食事ニーズに対応

# ■ 株式公開以来順調に推移~売上高推移~



## 15期連続増収増益

業績向上に応じて増配や株式分割



# (ご参考) 営業利益率



企業名	営業利益(百万円)		決算期
		率	
アークランドサービスHD	4,170	13.9%	2018年12月期予想
王将フードサービス	5,731	7.1%	2019年3月期予想
リンガーハット	3,370	7.0%	2019年2月期予想
サイゼリヤ	9,600	6.2%	2018年8月期予想
くらコーポレーション	6,810	5.4%	2018年10月期予想
鳥貴族	1,744	4.6%	2019年7月期予想
松屋フーズ	4,200	4.3%	2019年3月期予想
ゼンショーハイ	20,391	3.3%	2019年3月期予想
幸楽苑HD	629	1.6%	2019年3月期予想
吉野家HD	1,100	0.5%	2019年2月期予想
当社	4,900	<b>11.4%</b>	2019年2月期予想
	4,679	<b>11.5%</b>	2018年2月期実績
	4,564	<b>11.9%</b>	2017年2月期実績
	4,332	<b>11.8%</b>	2016年2月期実績
	4,053	<b>11.8%</b>	2015年2月期実績
	3,743	<b>11.7%</b>	2014年2月期実績
	3,688	<b>12.5%</b>	2013年2月期実績
	3,300	<b>12.0%</b>	2012年2月期実績
	3,104	<b>12.5%</b>	2011年2月期実績
	2,303	<b>10.2%</b>	2010年2月期実績

※各社の決算短信などを基にして作成