

2023年2月期第 2 四半期 決算説明会



株式会社ハイデイ日高

(証券コード：7611)

目次

第1部 決算概要

経営企画部長 石田 淳

第2部 今期の取り組み・中期的な取り組み

代表取締役社長 青野 敬成

第1部 決算概要

2023年2月期第2四半期 損益計算書



単位：百万円

	2022年 2月期2Q		2023年 2月期2Q						
		構成比(%)		構成比(%)	増減額	増減率(%)	計画	構成比(%)	計画比(%)
売上高	11,396	-	17,606	-	6,210	54.5%	17,500	-	100.6%
売上原価	3,146	27.6%	4,959	28.2%	1,813	57.6%	-	-	-
売上総利益	8,250	72.4%	12,647	71.8%	4,397	53.3%	-	-	-
販管費	10,853	95.2%	12,843	72.9%	1,990	18.3%	-	-	-
（人件費）	5,560	48.8%	6,974	39.6%	1,414	25.4%	-	-	-
（賃借料）	2,232	19.6%	2,262	12.8%	30	1.3%	-	-	-
（その他経費）	3,060	26.9%	3,606	20.5%	546	17.8%	-	-	-
営業利益	▲ 2,602	-22.8%	▲ 195	-1.1%	2,407	-92.5%	800	4.6%	-
営業外収益	2,153	0.0%	1,863	10.6%	-289	-13.4%	-	-	-
営業外費用	58	0.0%	30	0.2%	-28	-47.6%	-	-	-
経常利益	▲ 508	0.5%	1,637	9.3%	2,146	-	1,350	7.7%	121.3%
特別利益	100	0.0%	0	0.0%	-100	-	-	-	-
特別損失	31	0.0%	85	0.5%	54	170.1	-	-	-
法人税等	▲ 96	-1.2%	519	2.9%	615	-	-	-	-
当期純利益	▲ 343	-0.8%	1,033	5.9%	1,376	-	800	4.6%	129.1%

2023年2月期第2四半期 決算収益分析

◆原価率 28.2%

原料価格の上昇が続ки、前年同四半期比+0.6ポイント上昇した。

◆販売管理費比率 72.9%

人件費の増加及び光熱費、厨房機器等のコスト上昇もあったことから、期初計画を上回る比率となった。

◆営業損失は1億95百万円

(前年同四半期は営業損失26億2百万円)

◆経常利益は16億37百万円

(前年同四半期は経常損失5億8百万円)

◆当期純利益は10億33百万円

(前年同四半期は当期純損失3億43百万円)

新型コロナ第7波及び円安等の影響により、営業損失となった。
時短営業協力金収入等により経常利益は黒字となった。

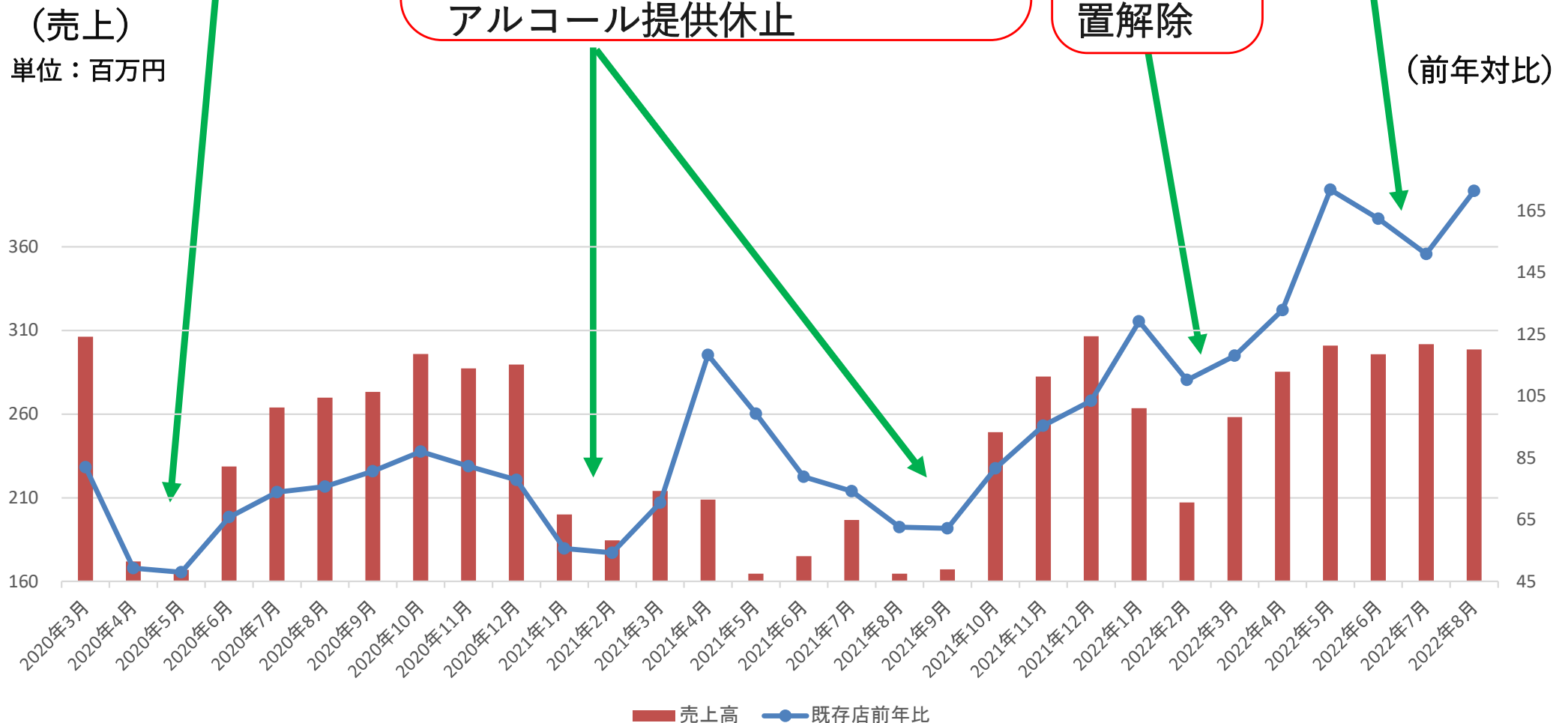
コロナ禍での既存店売上高の動向（2020年3月～2022年8月）

2020年4月
緊急事態宣言
時短・一部店舗休業

2021年1月～3月、4月～5月・7
～9月それぞれ
緊急事態宣言2度目3度目・4度目
時短営業・一部店舗休業
アルコール提供休止

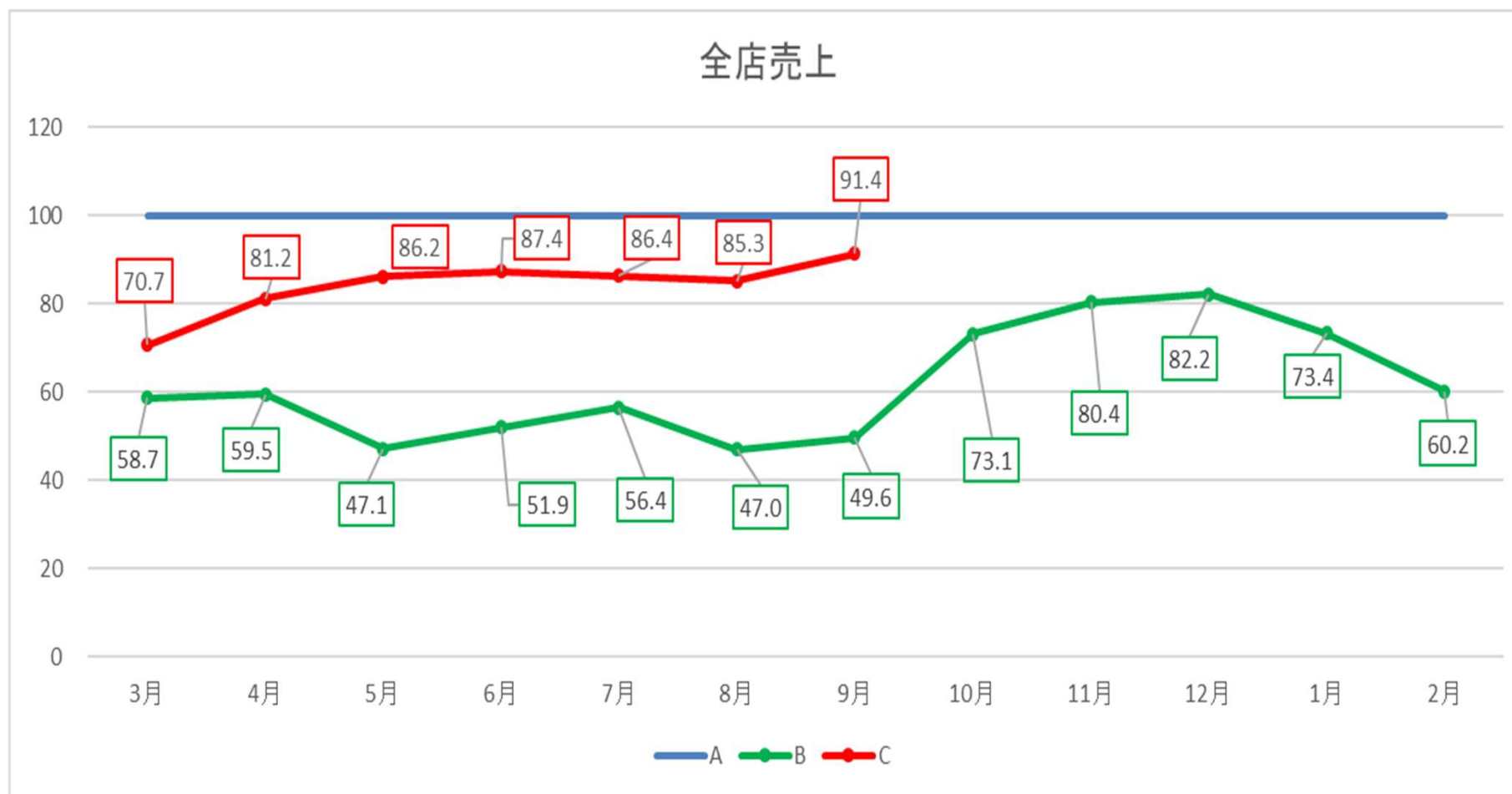
2022年3月
21日まん
え延防止
等重点措
置解除

2022年7～8月
オミクロン株
感染拡大



全店売上高の動向（2022年3月～2022年9月）

単位：百万円

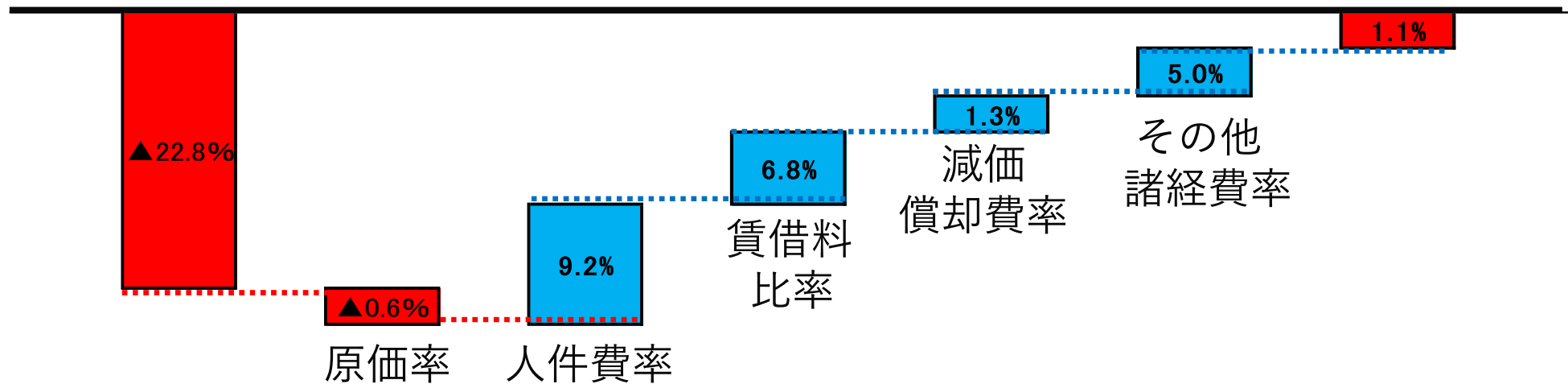


- A ベース売上(新型コロナ影響前)の全店売上 2019年3月～2020年2月
- B 新型コロナ影響2年目(前期)の全店売上 2021年3月～2022年2月
- C 新型コロナ影響3年目(当期)の全店売上 2022年3月～2023年2月

営業利益率の増減要因

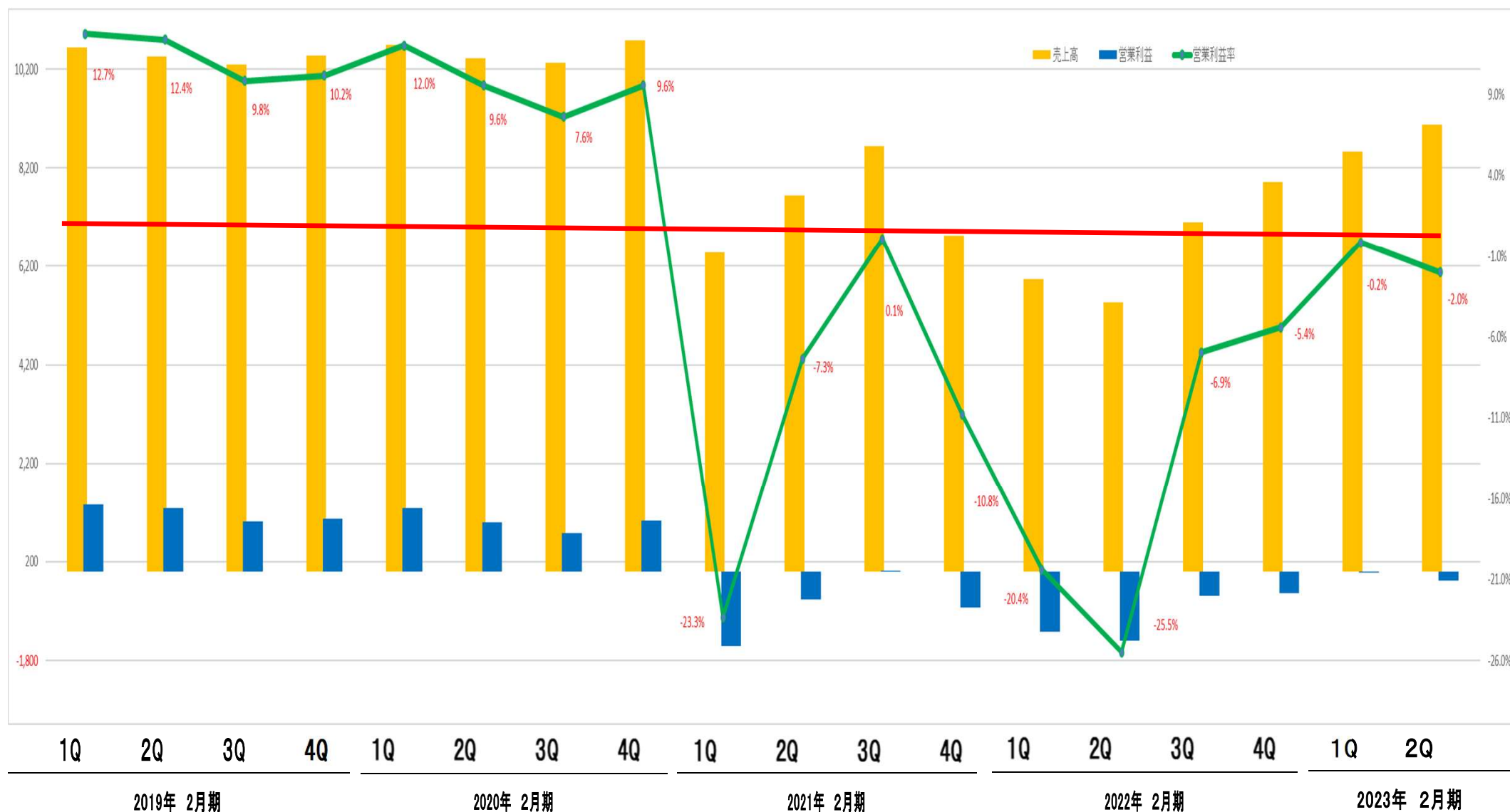
2022年2月期
第2四半期
営業利益率

2023年2月期
第2四半期
営業利益率



原価率は28.2%となり、0.6%の悪化となったが、売上高増加により経費率が低減し、営業利益率は前第2四半期▲22.8%→当第2四半期▲1.1%となった。（前年同差+21.7%）

四半期業績推移



設備投資・減価償却費



【設備投資額】

単位：百万円

	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期 2Q	2023年2月期 (計画)
設備投資額	1,560	1,372	1,426	1,237	1,939	761	1,750
新店	980	1,003	1,030	652	928	457	1,250
既存店	430	305	396	585	535	284	400
店舗以外	150	63	46	41	476	20	100
期中出店数	24	25	22	14	24	8	25

【減価償却費】

単位：百万円

2017年2月期	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期 (見込)
1,254	1,292	1,220	1,188	1,195	1,211	1,200

時短営業協力金・雇用調整助成金入金状況

単位：百万円

時短営業協力金	1,263
雇用調整助成金	453
合 計	1,716

※2022年8月末までに入金されたものを計上し、百万円未満切捨てています。

当社は、営業時間、アルコール提供等、政府・自治体の要請に従い営業を行っておりました。

時短営業協力金・雇用調整助成金は、営業外収益に計上しております。

第45期において営業外収益に計上した時短営業協力金等は左図のとおりです。

2023年2月期第2四半期 貸借対照表



(単位：百万円)		2022年 2月末現在	2022年 8月末現在	備 考
資産の部		27,301	28,773	
	流動資産	11,323	13,002	現金及び預金及び売掛金の増加等
	固定資産	15,977	15,771	
負債の部		4,939	5,841	
	流動負債	3,302	4,296	買掛金の増加等
	固定負債	1,637	1,545	資産除去債務の減少等
純資産の部		22,361	22,931	

※有利子負債はありません。

2023年2月期第2四半期 キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)	2021年 8月期	2022年 8月期	備 考
営業活動による キャッシュ・フロー	432	2,287	当期純利益が1,552百万円発生した こと及び減価償却費6億1百万 円あったこと等によるもの
投資活動による キャッシュ・フロー	730	▲490	新規出店等有形固定資産の取得に よる支出5億47百万円があったこ と等によるもの
財務活動による キャッシュ・フロー	▲685	▲460	配当金の支払4億56百万円があっ たこと等によるもの
現金及び現金同等物の純増加額	477	1,336	
現金及び現金同等物の期首残高	6,925	9,922	
現金及び現金同等物の期末残高	7,402	11,258	

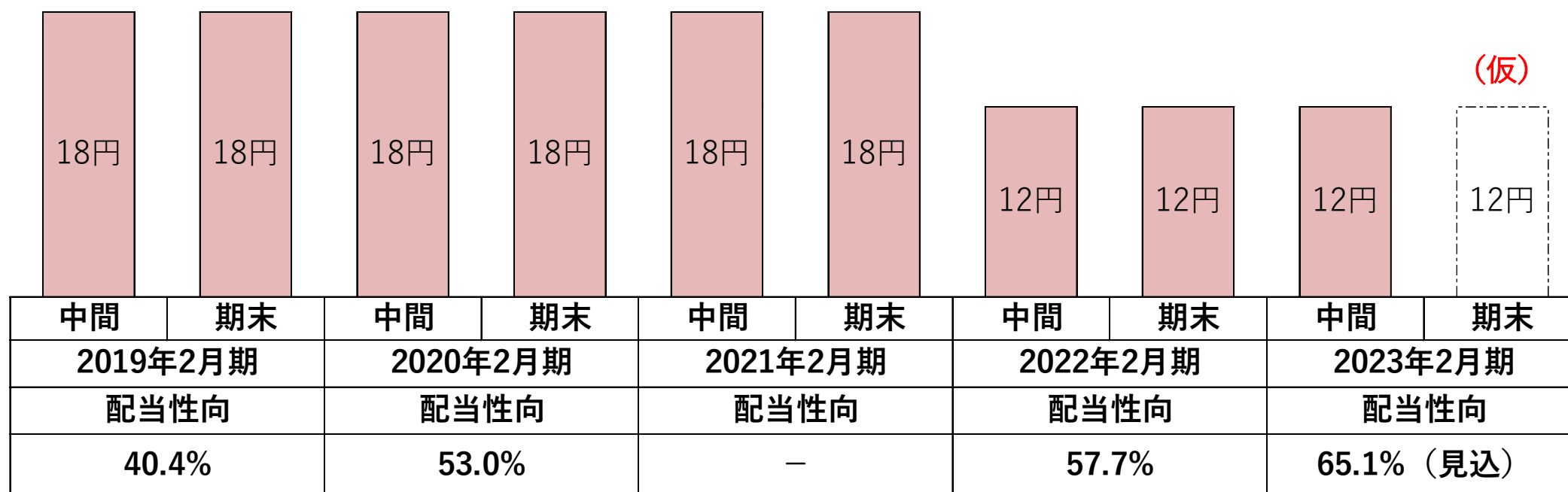
2023年2月期業績予想と第2四半期実績の比較



単位：百万円

	2023年2月期第2四半期		2023年2月期第2四半期		2023年2月期		
	実績	構成比	期初計画	構成比	計画	構成比	進捗率
売上高	17,607	—	37,500	—	37,500	—	47.0%
営業利益	▲ 196	-1.1%	1,800	4.8%	400	1.1%	—
経常利益	1,637	9.3%	2,600	6.9%	2,200	5.9%	74.4%
当期純利益	1,033	5.9%	1,700	4.5%	1,400	3.7%	73.8%
店舗数	442	—	460	—	440	—	—
1株当たり当期 純利益(円)	27.20	—	44.76	—	36.86	—	—

過去5年間の1株当たり現金配当の推移



期末に株式分割
1 : 1.2

期末に株式分割
1 : 1.1

コロナ禍 2020年3月頃～

2012年2月末に、株式分割1 : 1.2を実施して以降、10年間に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。

第2部 今期の取り組み・中期的な取り組み

■ コロナ禍の当社への影響

■ コロナ禍での生活様式の変化による影響

- ・ 在宅勤務、終電時刻の繰り上げ、
ちよい飲み需要の減少等
(首都圏 1 都 3 県の駅前一等地への出店戦略)

■ 営業時間の短縮

- ・ 人材不足により深夜営業ができない
店舗が多く発生している



駅前一等地出店、長時間営業の従来の当社の
強みがコロナの影響を大きく受ける結果に

■コロナ後の業績の回復を図る ①



コロナ禍で短縮した店舗営業時間の延長へ

日高屋業態	コロナ前	直近
営業時間	17時間 ➡	<u>約13時間</u>
フレンド社員数	9,000名 ➡	<u>約8,200名</u>
(内外国籍)	3,780名 ➡	<u>約2,200名</u>

営業時間は短くなったものの、外国籍社員が減少し
人手不足に。

- ・ 中途・フレンド社員の採用増
- ・ 外食経験者のマッチングサービスを活用
- ・ 人材派遣サービスを活用

➡短縮した営業時間を延長し、売上増加へ

■コロナ後の業績の回復を図る ②



コロナ禍で変化した生活スタイルに対応したビジネスモデル

- ・ テイクアウト売上 ➡ コロナ前の約2.5倍へ成長
- ・ 多くのお食事メニュー、おつまみ類がテイクアウト可能
さらに、テイクアウト専用メニューの開発や、
冷凍食品の販売にも注力。

- ・ ご帰宅前に、
最寄り駅の駅前で
できたてをお持ち帰り
いただける。

➡ 駅前立地の強みを最大限活かす



■ コロナ後の業績の回復を図る ③



ロードサイド店舗の出店強化

コロナ禍以降、ロードサイド店舗は売上減少の影響が少ない傾向にあり、かつ外食店舗の撤退により賃借料の大幅な低下が見られた。このことから、駅前繁華街への出店に加え、郊外型店舗の出店も引き続き強化。

・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となり、他エリアから車での来店も見込め、1都3県で100店舗程度の出店余地がある。



比較的少ない乗降客数駅にも出店

乗降客数3万人程の駅前にも出店を強化。
賃料も抑えられ、競合となるお店が少なく、
出店することで地域の方々にも喜ばれる。

■ コロナ後の業績の回復を図る ④



従業員の処遇改善、店舗従業員の増員

- ・ 正社員に特別感謝金を支給
- ・ 正社員のベースアップの実地
- ・ 中途採用者へ50万円支給（条件を満たす方）
- ・ 若手店長職への店長手当増額
- ・ パート・アルバイト社員の時給UP
- ・ ダイバーシティの推進



従業員定着率の向上・店舗営業時間の延長

お客様にご満足して頂けるお店へ

■ コロナ後の業績の回復を図る ⑤



「dポイント」を導入し日高屋初となるポイントサービスを開始。
PayPayのお支払いでスタンプキャンペーンを実施。

ポイントサービス・キャッシュレス決済による、新たなお客様の獲得。



日高屋は、もっと便利に、ご来店いただくのが楽しくなる様々な施策を実施してまいります。

■ コロナ後の業績の回復を図る ⑥



タッチパネル式オーダーシステムの更なる推進を図ります。
(約120店舗で導入済)

配膳ロボットを導入し、オペレーションの改善を図ります。

また、店舗で使用する食材等の自動発注システムの運用も開始し、店舗社員の負担軽減にも取り組んでおります。

すでに導入済のキャッシュレス決済と併せ、ITデジタルを活用し、お客様満足度の向上や、従業員の労働環境の整備に取り組んでまいります。



タッチパネル式オーダーシステム

■ コロナ後の業績の回復を図る ⑦



行田工場直売の冷凍自動販売機を設置。
日高屋店頭にも設置を進め24時間販売しています。



(行田工場直売所)



(店頭設置例)

(販売商品)

- ・ 餃子
- ・ ニンニク餃子 (自販機限定)
- ・ 辛味噌ラーメン (自販機限定)
- ・ チャーシュー (自販機限定)
- ・ 豚もつ煮 (自販機限定)

- ・ 自販機限定商品の追加投入

■ 価格改定と一部グランドメニューの変更



原材料価格および光熱費等、店舗運営経費の高騰が続き、旧価格に対し約5%増の価格改定を行いました。

グランドメニューの一部変更を行い、新商品の投入と、一部外国産を使用していた野菜を国産化し、餃子と野菜たっぷりタンメン等に使用する野菜類をすべて国産化することといたしました。

これにより、さらに鮮度と品質にこだわり、安心安全な商品をご提供してまいります。

新商品
ネギタワー味噌ラーメンと
秘伝の辛味噌ラーメン



■ 新業態の開発



台湾 屋台料理 台南

本場台湾夜市市場をイメージしたお店で、点心やおつまみ類も充実させました。
台湾料理をより身近に感じていただけます。



大宮門街店 7/21開店



■ 広報の新設によるブランディングの強化

① 日高屋公式Twitterとホームページでは、新商品やお得なキャンペーン情報など紹介しています。

日高屋公式Twitter

② プレスリリースによる情報の発信



③ クーポンのデジタル化



PRTIMESを用いたプレスリリース

LINE・Yahoo!等でのデジタルクーポン

■ 創業から50年、日高屋業態は20周年を迎えます。



1973年に大宮の5坪の店から始まり、2002年には新宿東口に日高屋1号店を開店しました。



2002年に開店した、日高屋1号店である新宿東口店。

日高屋1号店以来、看板メニューの「中華そば」は税込390円でご提供しております。



ハイデイ日高は創業から50年、日高屋は20周年となりました。
節目をむかえ、お客様にもっと日高屋を楽しんで頂ける様々な施策を企画しております。

■新商品・期間限定メニューの紹介



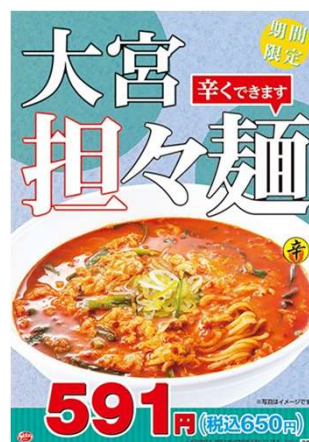
「天津麺」
(2022年3月発売)



「和風つけ麺」
(2022年4月発売)



「大宮担々麺」
(2022年4月発売)



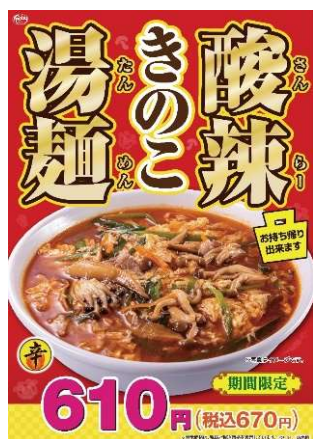
黒酢しょうゆ冷し麺
(2022年4月発売)



「ごま味噌冷し」
(2022年6月発売)



「酸辣きのこ湯麺」
(2022年9月発売)



新商品「天津麺」の投入を行いました。
また、季節メニューの投入を継続的に行い、
いつご来店いただいても新しい発見
のあるメニュー開発を進めております。

2023年2月期 出店済店舗



(45期第2四半期 8店舗出店)

NO	店 名	所在地	開店日
1	日高屋 草加新田西口店 (RS)	埼玉県草加市	6月8日
2	日高屋 東金堀上店 (RS)	千葉県東金市	7月5日
3	台南 大宮門街店	さいたま市大宮区	7月21日
4	日高屋 新小岩北口店	東京都葛飾区	7月27日
5	日高屋 ふじみ野西口店	埼玉県ふじみ野市	8月4日
6	日高屋 大宮三橋6丁目店 (RS)	さいたま市西区	8月26日
7	日高屋 一橋学園北口店	東京都小平市	8月30日
8	日高屋 北越谷ファイン店	埼玉県越谷市	8月31日

(RS)とは、ロードサイド店舗の略称です。

2023年2月期 出店予定店舗・出店内定店舗



(45期出店予定 6 店舗)

NO	店 名	所在地
1	浜松町北口（10月3日オープン済）	東京都
2	新柏駅	千葉県
3	金沢八景	神奈川県
4	牛久	茨城県
5	東十条	東京都
6	雑色	東京都

2023年2月期 退店店舗



(45期退店12店舗)

NO	店名	補足
1	日高屋 上野広小路店	低収益
2	日高屋 所沢クラッシィ店	低収益
3	日高屋 宮原東口店	F C化 営業中
4	日高屋 稲毛海岸南口店	低収益
5	日高屋 高円寺北口駅前店	低収益
6	日高屋 下総中山北口店	低収益
7	日高屋 新所沢東口店	低収益
8	日高屋 北浦和店	低収益
9	日高屋 八王子横山町店	低収益
10	日高屋 麴町プリンス通店	低収益
11	日高屋 藤沢北口店	低収益
12	焼鳥日高 ウイングキッチン	低収益

お問い合わせなど

この資料については、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれています。
将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものです。

実際の業績などは、今後の様々な条件・要素により、この計画とは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証したりするものではありません。

当業績予想は、今後の新型コロナウイルス感染症の状況によっては大きく変動する可能性があります。今後開示すべき重要な事項が発生した場合には、速やかに業績への影響を開示させていただきます。

株式会社ハイデイ日高 経営企画部
電話：048-644-8447 FAX：048-644-3070
メール：ishida.jun@mail.hiday.co.jp
watanuki.yoshiyuki@mail.hiday.co.jp