

2024年2月期 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

2024年2月期 損益計算書



単位：百万円

	2023年 2月期		2024年 2月期						
		構成比(%)		構成比(%)	増減額	増減率(%)	8/21予想	構成比(%)	予想比(%)
売上高	38,168	100.0%	48,772	100.0%	10,604	27.8%	47,000	100.0%	103.8%
売上原価	10,715	28.1%	13,683	28.1%	2,968	27.7%	-	-	-
売上総利益	27,453	71.9%	35,088	71.9%	7,635	27.8%	-	-	-
販管費	26,837	70.3%	30,451	62.4%	3,614	13.5%	-	-	-
(人件費)	14,613	38.3%	17,409	35.7%	2,796	19.1%	-	-	-
(水道光熱費)	2,436	6.4%	2,392	4.9%	▲ 44	▲ 1.8%	-	-	-
(賃借料)	4,536	11.9%	4,639	9.5%	103	2.3%	-	-	-
(その他経費)	5,250	13.8%	6,010	12.3%	760	14.5%	-	-	-
営業利益	615	1.6%	4,637	9.5%	4,022	653.2%	4,150	8.8%	111.7%
営業外収益	1,911	5.0%	203	0.4%	▲ 1,708	▲ 89.4%	-	-	-
営業外費用	56	0.1%	83	0.2%	27	47.9%	-	-	-
経常利益	2,470	6.5%	4,756	9.8%	2,286	92.5%	4,300	9.1%	110.6%
特別利益	0	0.0%	16	0.0%	16	-	-	-	-
特別損失	159	0.4%	204	0.4%	45	29%	-	-	-
法人税等	792	2.1%	1,335	2.7%	543	68.6%	-	-	-
当期純利益	1,519	4.0%	3,233	6.6%	1,714	112.8%	2,900	6.2%	111.5%

2024年2月期 決算トピックス



売上高	前期比 27.8%増	<ul style="list-style-type: none">✓ 5類移行に伴う人流回復✓ 3月の価格改定後もご来店客数伸長✓ 創業50周年記念感謝祭等の実施✓ コロナ禍で短縮した営業時間の延長
原価率	28.1%	<ul style="list-style-type: none">✓ 食材価格の上昇があったものの、増収効果により前期比ほぼ横ばい
販管費率	62.4%	<ul style="list-style-type: none">✓ 増収効果に加えて、店舗運営の効率化・生産性の向上により販管費率は前期比7.9%低減
営業利益 (営業利益率)	46億37百万円 (9.5%)	<ul style="list-style-type: none">✓ 前期比653.2%増
経常利益 (経常利益率)	47億56百万円 (9.8%)	<ul style="list-style-type: none">✓ 前期比92.5%増

既存店売上高の推移 (2020年3月～2024年2月)



2020年4月
緊急事態宣言
時短・一部
店舗休業

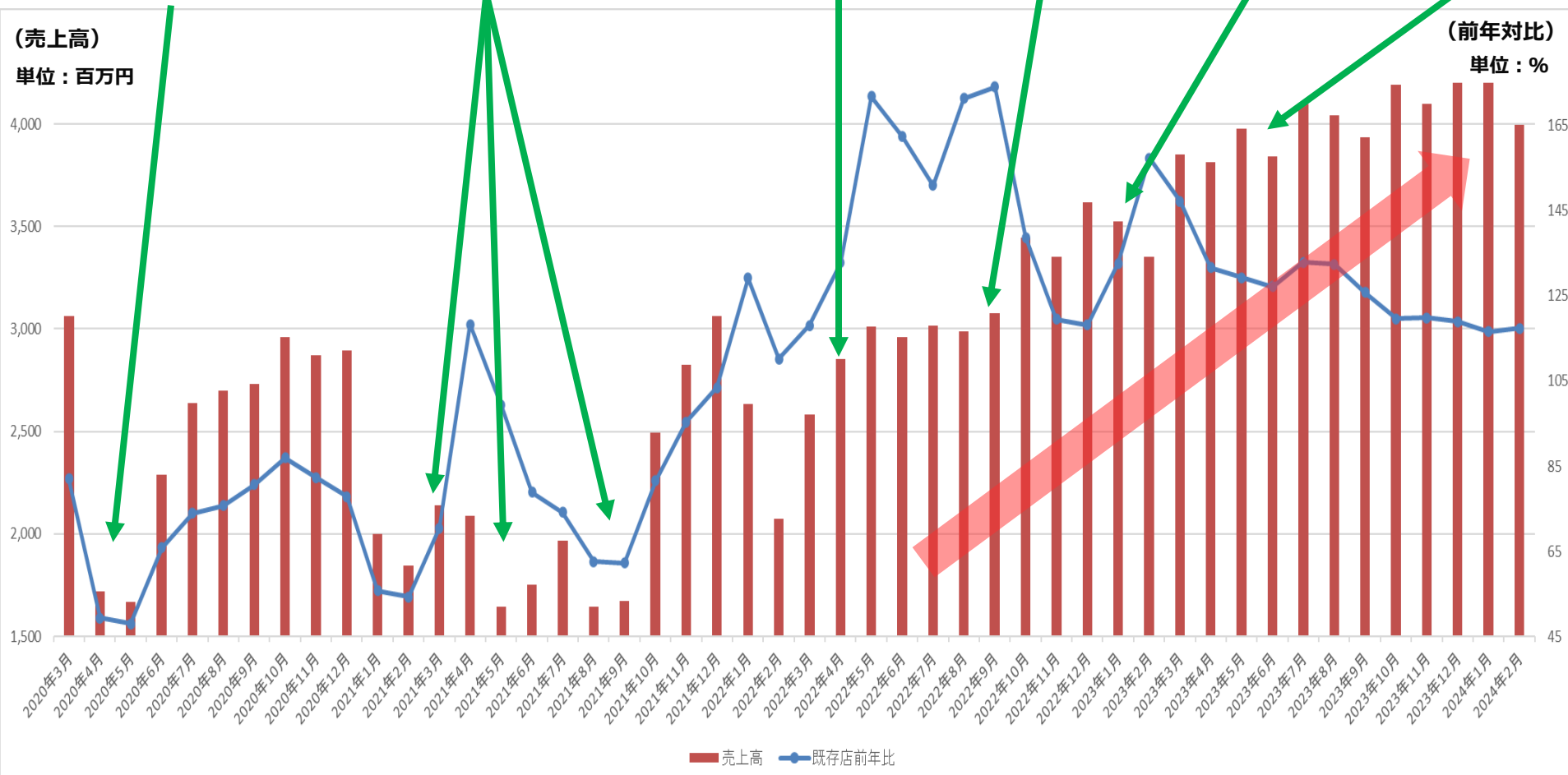
2021年1月～3月、4月～5月、7～9月
緊急事態宣言2度目、3度目、4度目
時短営業・一部店舗休業、アルコール
提供休止

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

2022年10～
2023年2月
オミクロン変
異株感染拡大

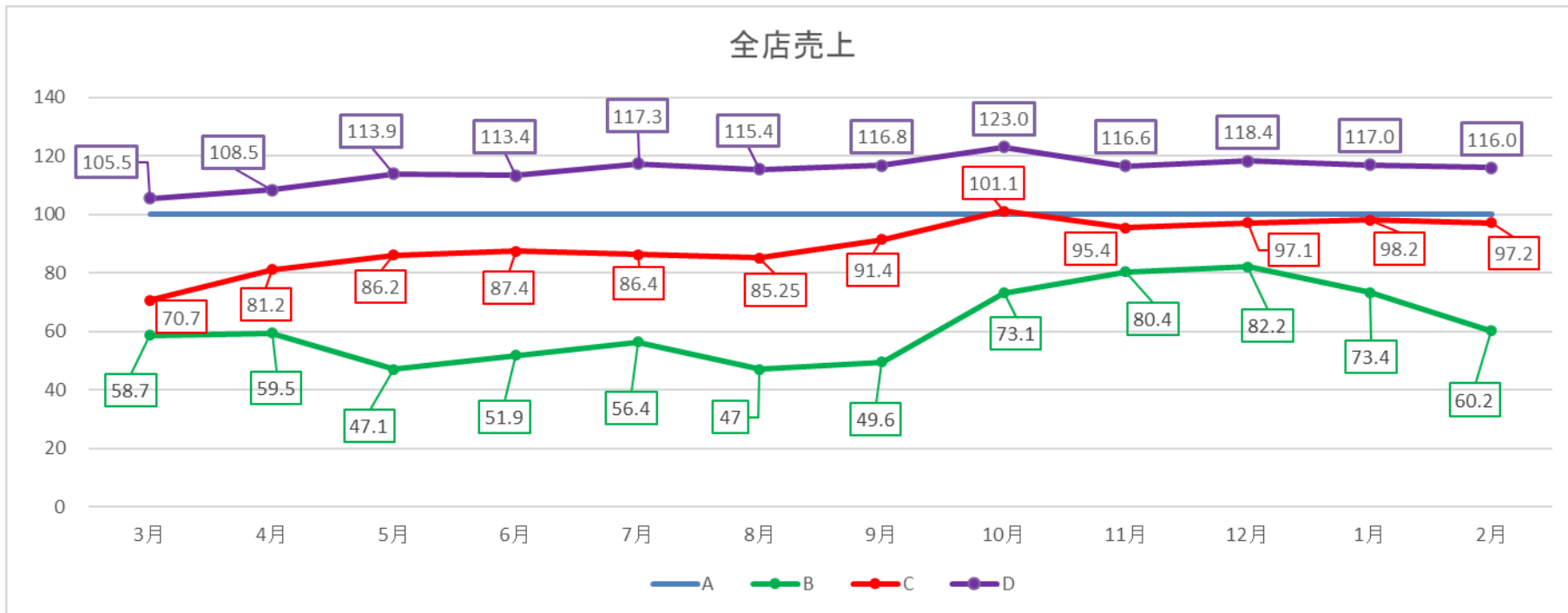
2023年5月
新型コロナウイルス感染症
5類移行



全店売上高の動向（2022年2月期～2024年2月期）



単位：%



(グラフの説明)

- A ベース売上(新型コロナ影響なし) 2020年2月期
- B 新型コロナ影響2年目(前々期)の全店売上 2022年2月期
- C 新型コロナ影響3年目(前期)の全店売上 2023年2月期
- D 当期の全店売上 2024年2月期

営業利益率の増減要因



2023年2月期
営業利益率

原価率

人件費率

賃借料
減価償却費
比率

店舗消耗品費
比率

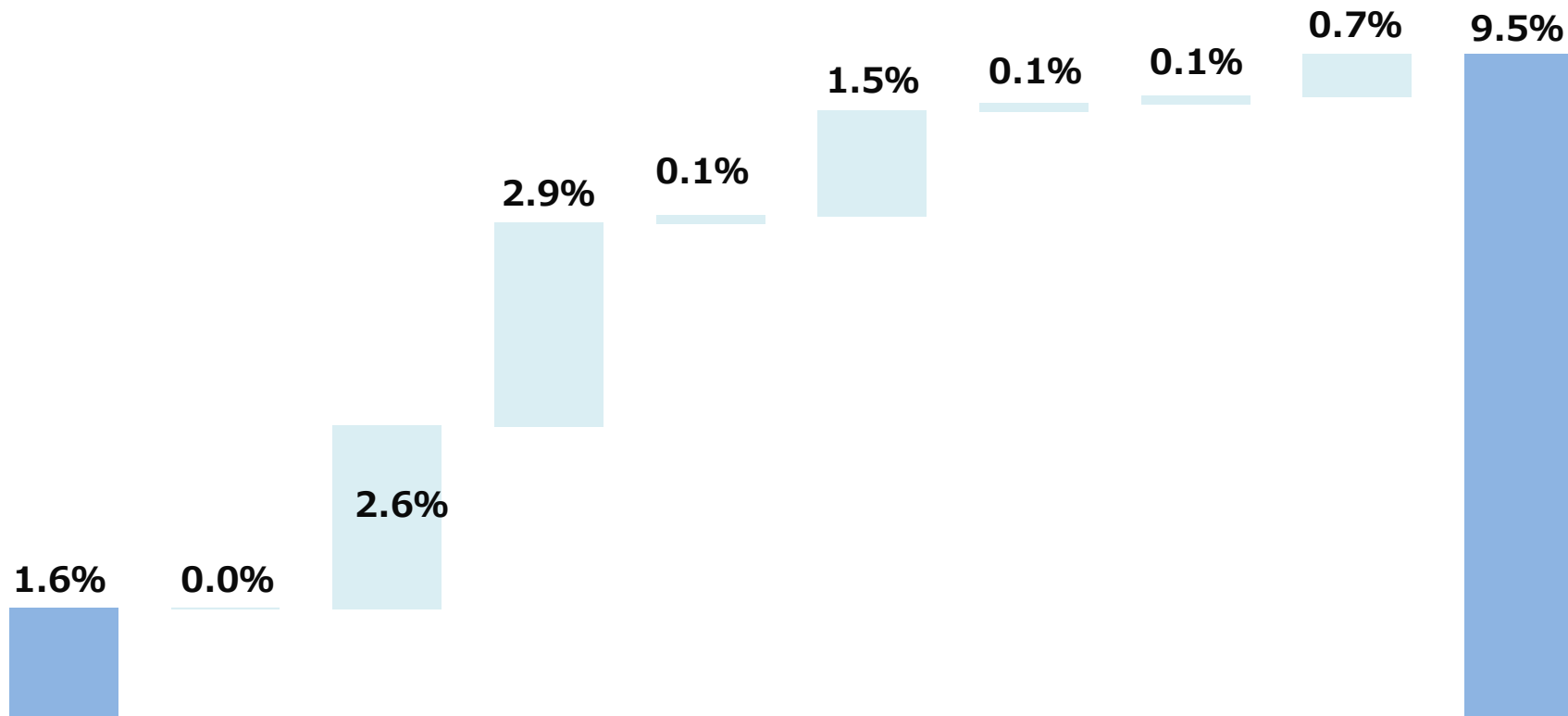
水道光熱費
比率

修繕費
比率

支払手数料
比率

その他経費
比率

2024年2月期
営業利益率



原価率は前期比ほぼ横ばい。増収効果により経費率は大幅改善
営業利益率は前期1.6%→当期9.5%（前年比+7.9%）

営業利益の増減要因



単位：百万円

2023年2月期

2024年2月期

営業利益

増収

売上原価

人件費

賃借料

減価償却費

店舗消耗品費

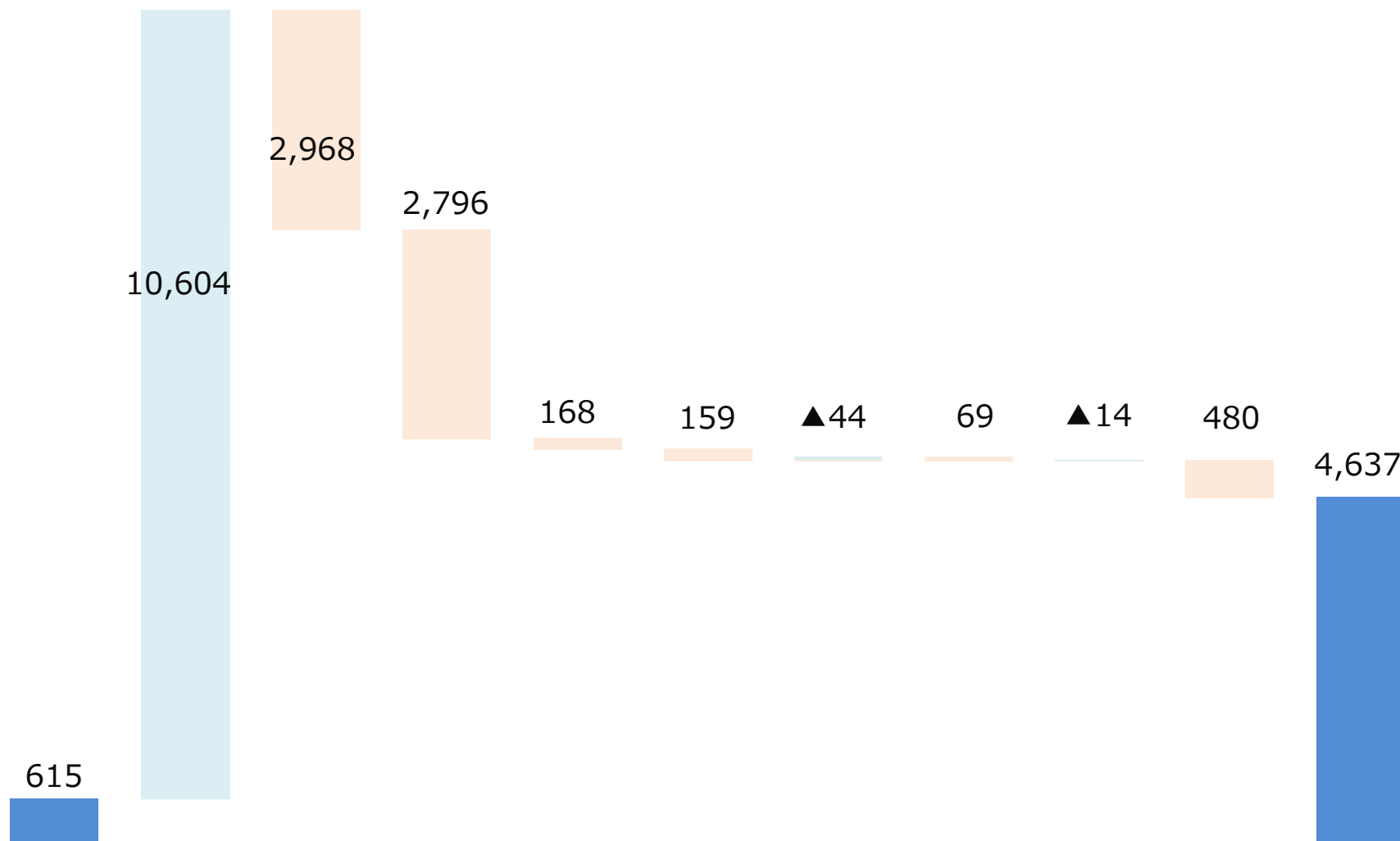
水道光熱費

修繕費

支払手数料

その他経費

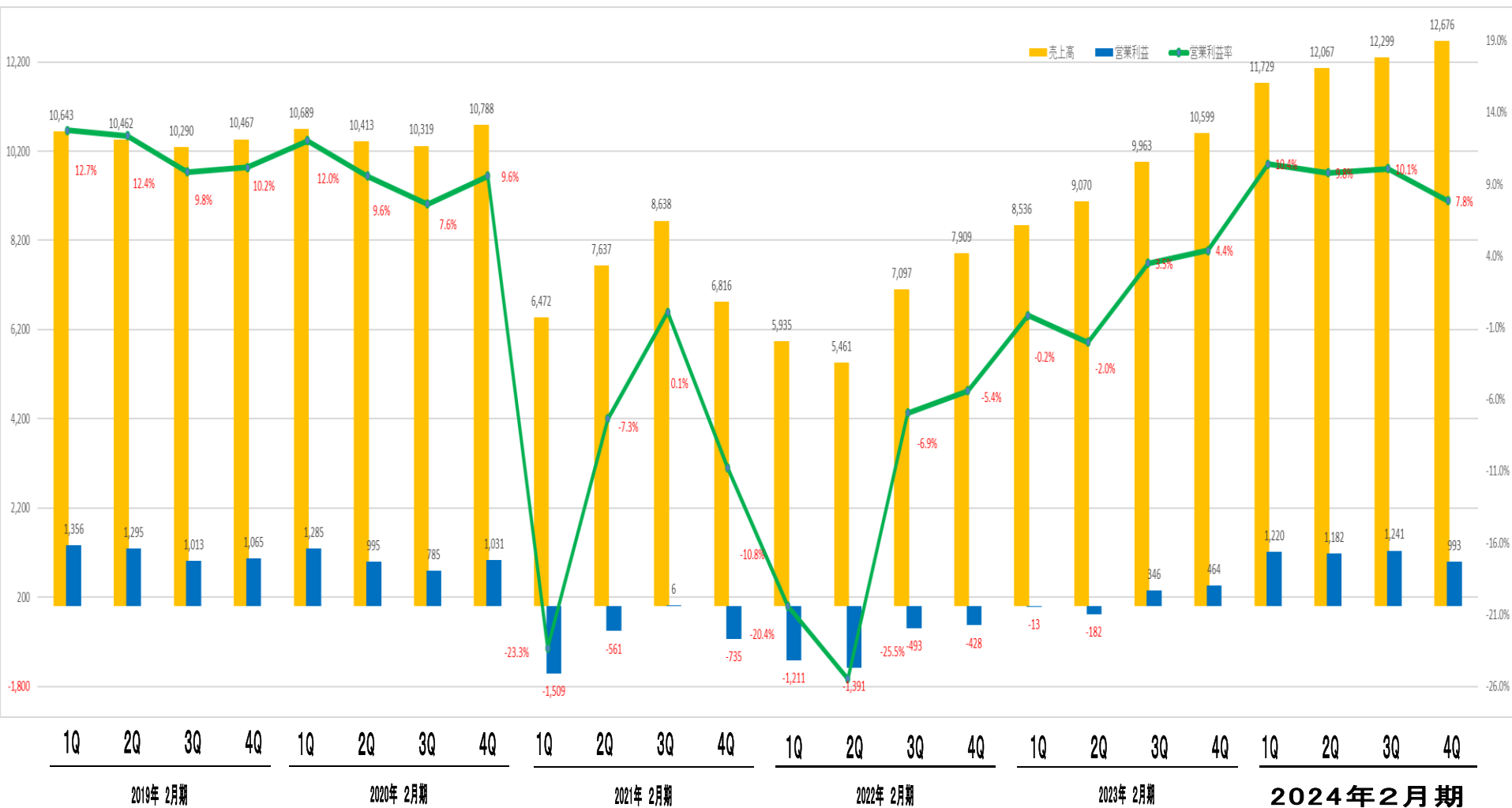
営業利益



四半期業績推移



単位：百万円



新型コロナウイルスの影響



設備投資・減価償却費



【設備投資額】

単位：百万円

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期 (予想)
設備投資額	1,278	1,939	1,396	2,008	2,050
新店	652	928	630	835	1,100
既存店	585	535	392	1,047	750
店舗以外	41	476	374	126	200
期中出店数	14	24	15	18	20

【減価償却費】

単位：百万円

	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期 (予想)
減価償却費	1,195	1,211	1,234	1,230	1,300

2024年2月期 貸借対照表



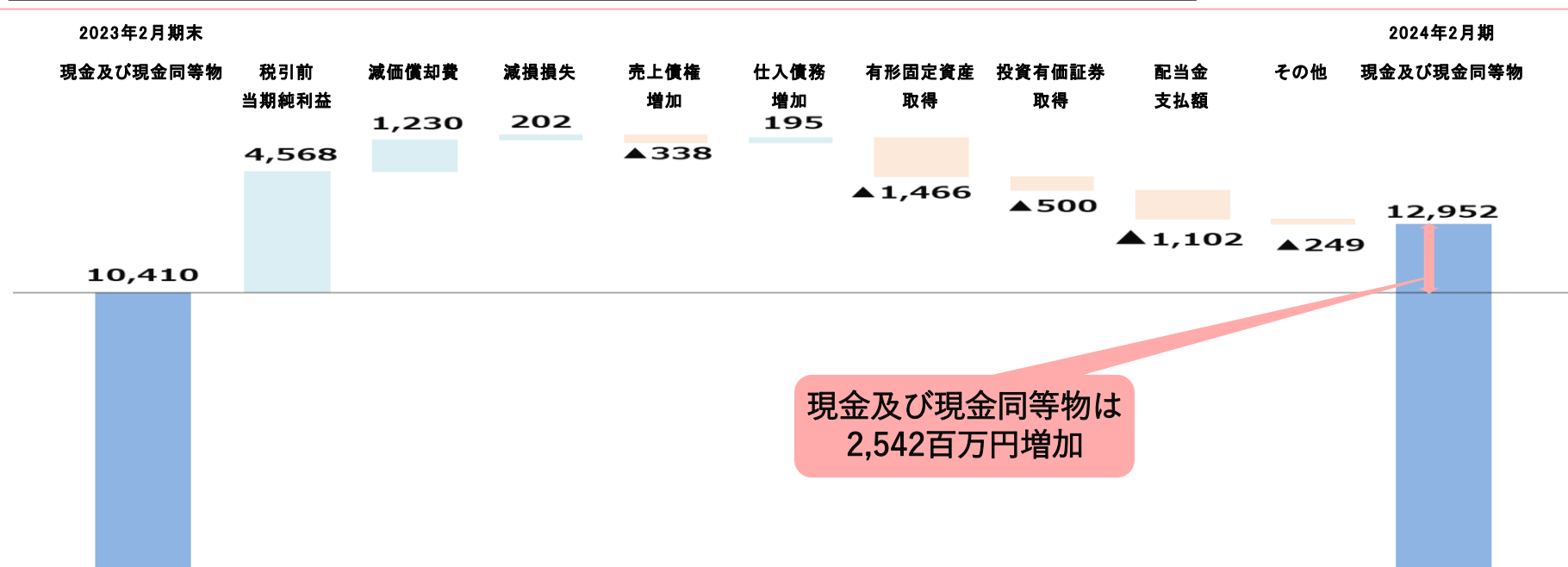
(単位：百万円)		2023年2月期	2024年2月期	備 考
資産の部		29,181	33,264	
	流動資産	12,293	17,224	現金及び預金及び売掛金の増加等
	固定資産	16,888	16,040	投資有価証券の増加 長期預金の減少
負債の部		6,207	8,150	
	流動負債	4,644	6,303	未払法人税等、未払金、未払費用、 買掛金の増加等
	固定負債	1,562	1,847	資産除去債務の増加等
純資産の部		22,974	25,113	

※有利子負債はございません。

2024年2月期 キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)	2023年2月期	2024年2月期	備 考
営業活動による キャッシュ・フロー	4,099	5,960	税引前当期純利益2,257百万円増加 未払又は未収消費税等787百万円減少
投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 2,693	▲ 2,309	定期預金の預入による支出3,000百万円減少 定期預金の払戻による収入1,000百万円減少 投資有価証券の取得による支出500百万円増加
財務活動による キャッシュ・フロー	▲ 917	▲ 1,108	配当金の支払額190百万円増加
現金及び現金同等物の純増加額	488	2,542	
現金及び現金同等物の期首残高	9,922	10,410	
現金及び現金同等物の期末残高	10,410	12,952	



2024年2月期実績と2025年2月期通期予想



単位：百万円

	2024年2月期				2025年2月期予想					
	第2四半期		通期		第2四半期			通期		
	実績	構成比	実績	構成比	計画	構成比	前期比	計画	構成比	前期比
売上高	23,796	100.0%	48,772	100.0%	25,500	100.0%	107.2%	52,000	100.0%	106.6%
営業利益	2,402	10.1%	4,637	9.5%	2,600	10.2%	108.2%	5,200	10.0%	112.1%
経常利益	2,555	10.7%	4,756	9.8%	2,600	10.2%	101.8%	5,200	10.0%	109.3%
当期純利益	1,730	7.3%	3,233	6.6%	1,750	6.9%	101.1%	3,500	6.7%	108.2%
直営店舗数	443	—	449	—	—	—	—	465	—	—
1株当たり 当期純利益(円)	45.57	—	85.15	—	46.09	—	—	92.17	—	—
ROE	—	—	12.8%	—	—	—	—	12.8%	—	—

(※) ROEは期末純資産を分母にして計算しております。

株主還元方針

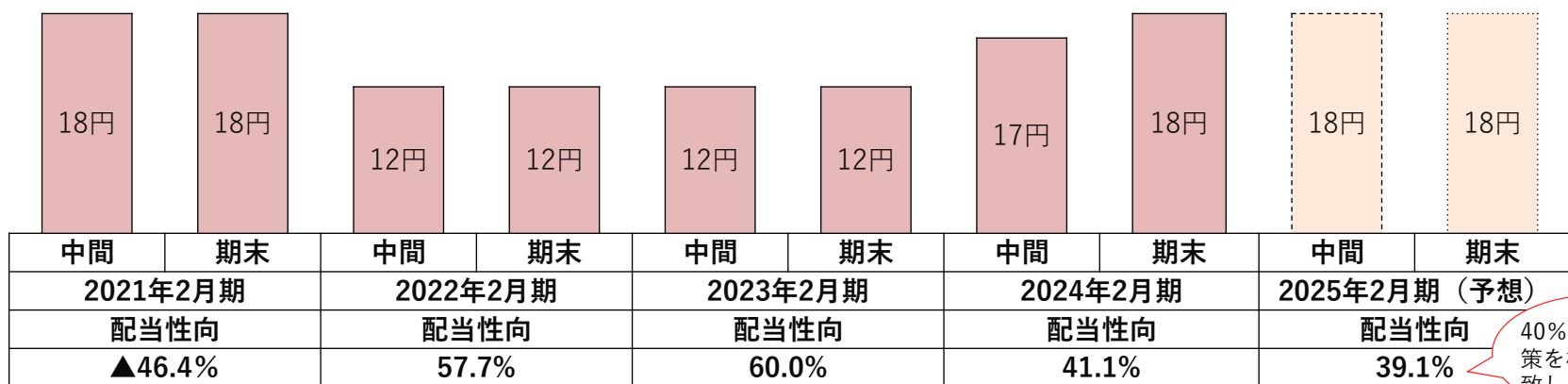
基本方針

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%を目指し施策を検討・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

第2部 今期の取り組み・中期的な取り組み

2024年2月期の振り返り



中期経営計画 「Hiday500」

施策の概要

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

- ・ 新規出店合計18店舗（駅前9店舗、ロードサイド9店舗）
退店合計9店舗（不採算等による）
- ・ 2024年2月末の直営店舗数449店舗
- ・ 既存店23店の大改装・リニューアル実施

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
- ・ 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
→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

2024年2月期の振り返り



中期経営計画 「Hiday500」

施策の概要

取り組み（概要）

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

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
- ・ 公式Instagram（2023年8月開設）、X（旧Twitter）と連動させて新商品のニュアンス投稿を実施
- ・ 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

- ・ ESGへの取り組み強化のため、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

■ 環境変化と中期経営計画の更新

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」の重点施策を継続させつつ **5ヶ年計画に進化**
- ◆ 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

「Hiday500 ローリングプラン2024」 定量目標



2026年2月期

- ✓ 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

- ✓ 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

	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 (FC含む)	455	470	500	485	550

基盤強化

飛躍

「Hiday500 ローリングプラン2024」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

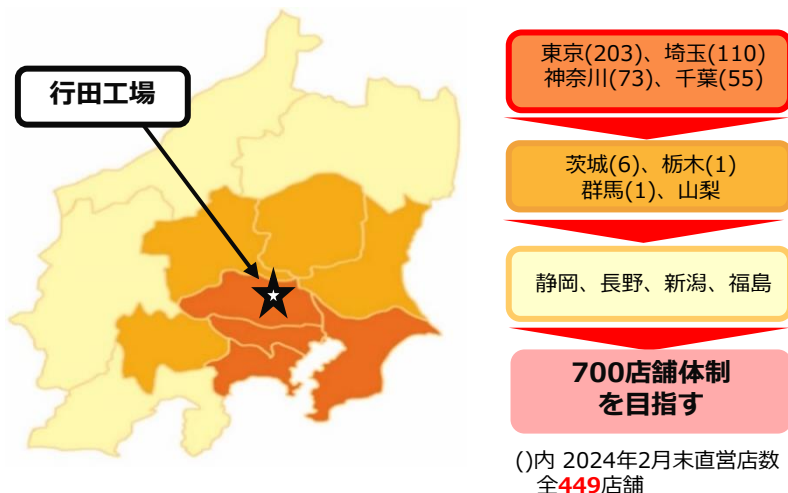
7 サステナビリティ取り組み推進 ESG/SDGs

店舗開発戦略

行田工場を中心に首都圏に加え、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、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

- ◆ 商圈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、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

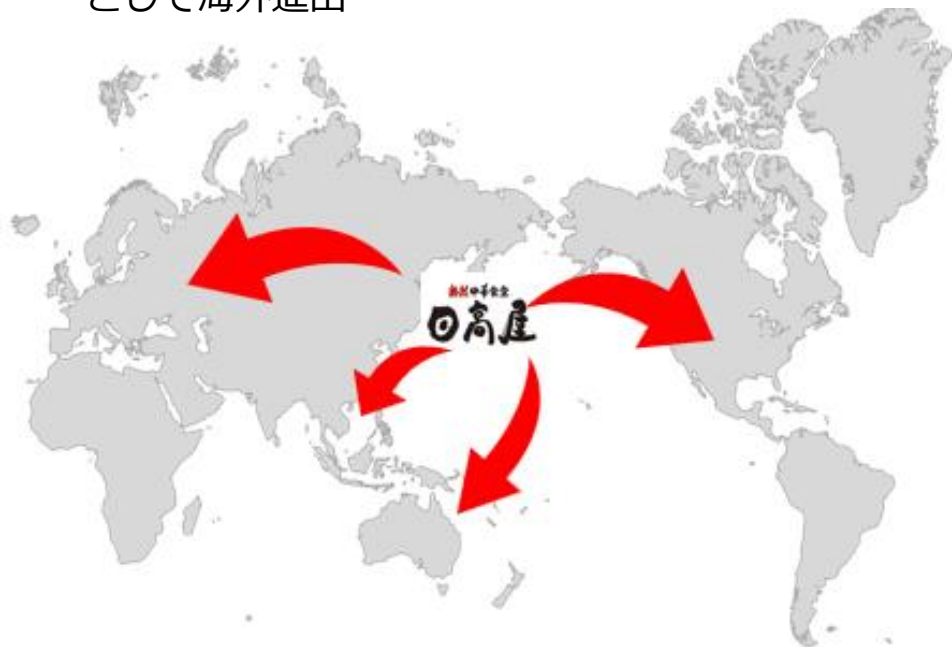
- ◆ マザーマーケットである日本に加えて国境を越えた人財の更なる獲得・育成
- ◆ 外国人フレンド社員との共生・価値創造を目的として海外進出

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



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

- ◆ ハイディユニバーシティ（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。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する。

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
- ◆ 大型の新店舗に配膳ロボットの導入を推進
- ◆ ライスロボ、冷却水（お冷セルフ）の増設
- ◆ セルフレジ導入検討



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

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強化
- ◆ ロードサイド店向け商品開発

販売チャネルの拡充

- ◆ テイクアウト・デリバリー、通販（日高屋 楽天市場店）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

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、多様なコンテ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

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



ドラゴンハイボール
「メディア向け先行試飲・試食会」



日高屋 新橋日比谷口店オープン記念
「メディア懇親会・ちよい飲み体験会」

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

- ◆ 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、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

E
環境

S
社会

G
ガバナンス

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



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。

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

endo.miho@mail.hiday.co.jp

2024年2月期 決算説明会（ご参考資料）



株式会社ハイデイ日高
(証券コード : 7611)

経営理念

Management philosophy

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。

営業方針 〈会社は、社員とお客様の為にある〉

Business policy

ハイデイ日高は、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ます。

お客様の心を満たす店づくり

1. いつも美味しい料理を素早く提供すること
2. いつも良い接客サービスをすること
3. いつも店をきれいにしていること

業態別店舗数



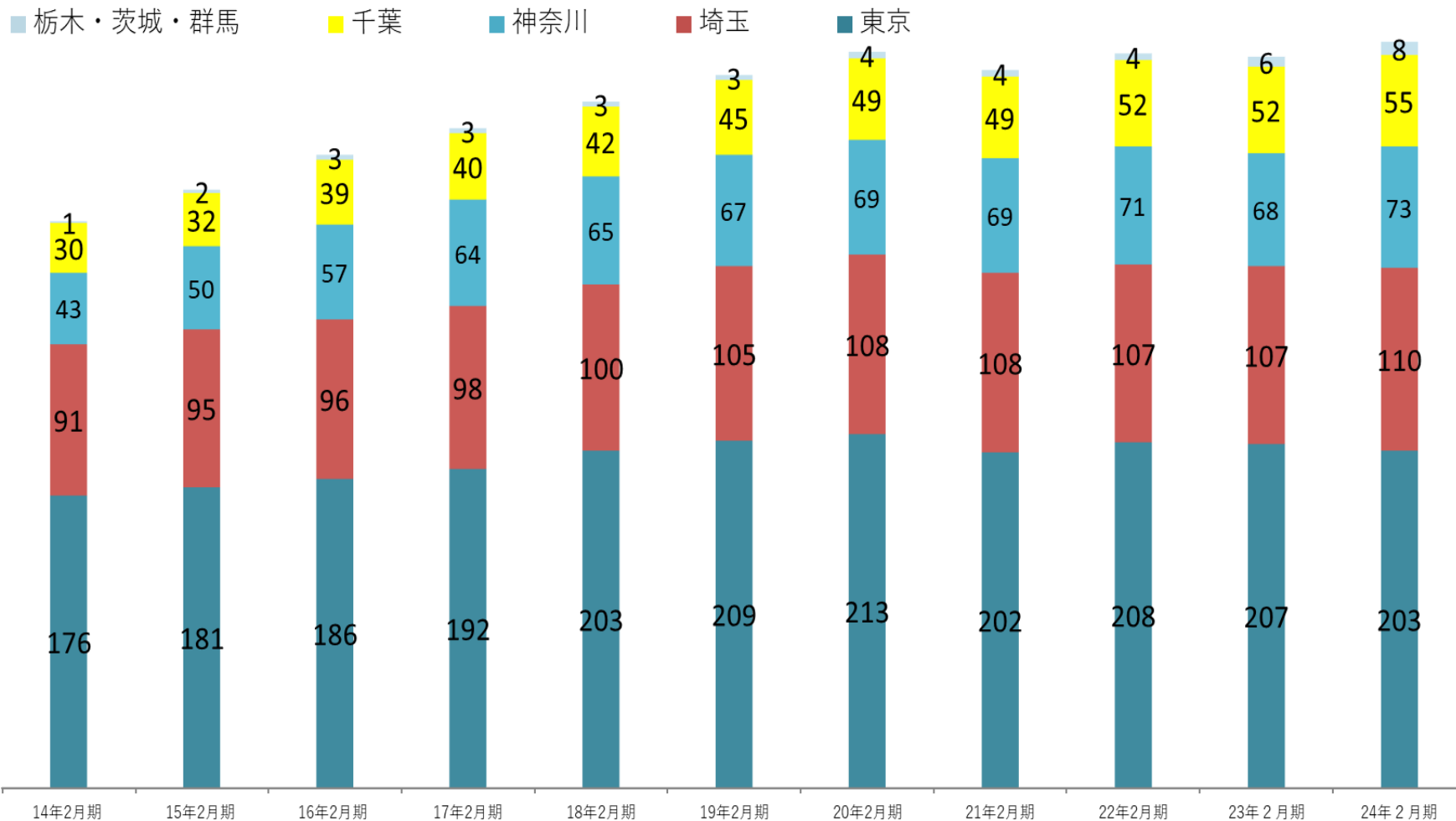
業態別店舗数

	合 計	日高屋		焼鳥日高	真心等	
		(日高屋+来来軒)	日高屋			来来軒
2014年2月末	341	320	311	9	19	2
2014年8月末	353	331	322	9	20	2
2015年2月末	360	339	331	8	19	2
2015年8月末	370	348	340	8	19	3
2016年2月末	381	357	349	8	21	3
2016年8月末	390	365	357	8	22	3
2017年2月末	397	373	365	8	22	2
2017年8月末	405	381	374	7	23	1
2018年2月末	413	389	382	7	23	1
2018年8月末	418	391	384	7	26	1
2019年2月末	429	398	391	7	30	1
2019年8月末	436	402	395	7	33	1
2020年2月末	443	402	395	7	36	5
2020年8月末	440	401	393	8	38	1
2021年2月末	432	393	386	7	30	9
2021年8月末	445	405	398	7	29	11
2022年2月末	442	404	399	5	28	10
2022年8月末	442	404	399	5	28	10
2023年2月末	440	409	405	4	27	4
2023年8月末	443	410	406	4	26	7
2024年2月末	449	418	414	4	26	5

※ F C店舗は含まず

※焼鳥日高は大衆酒場日高・大衆食堂日高を含む

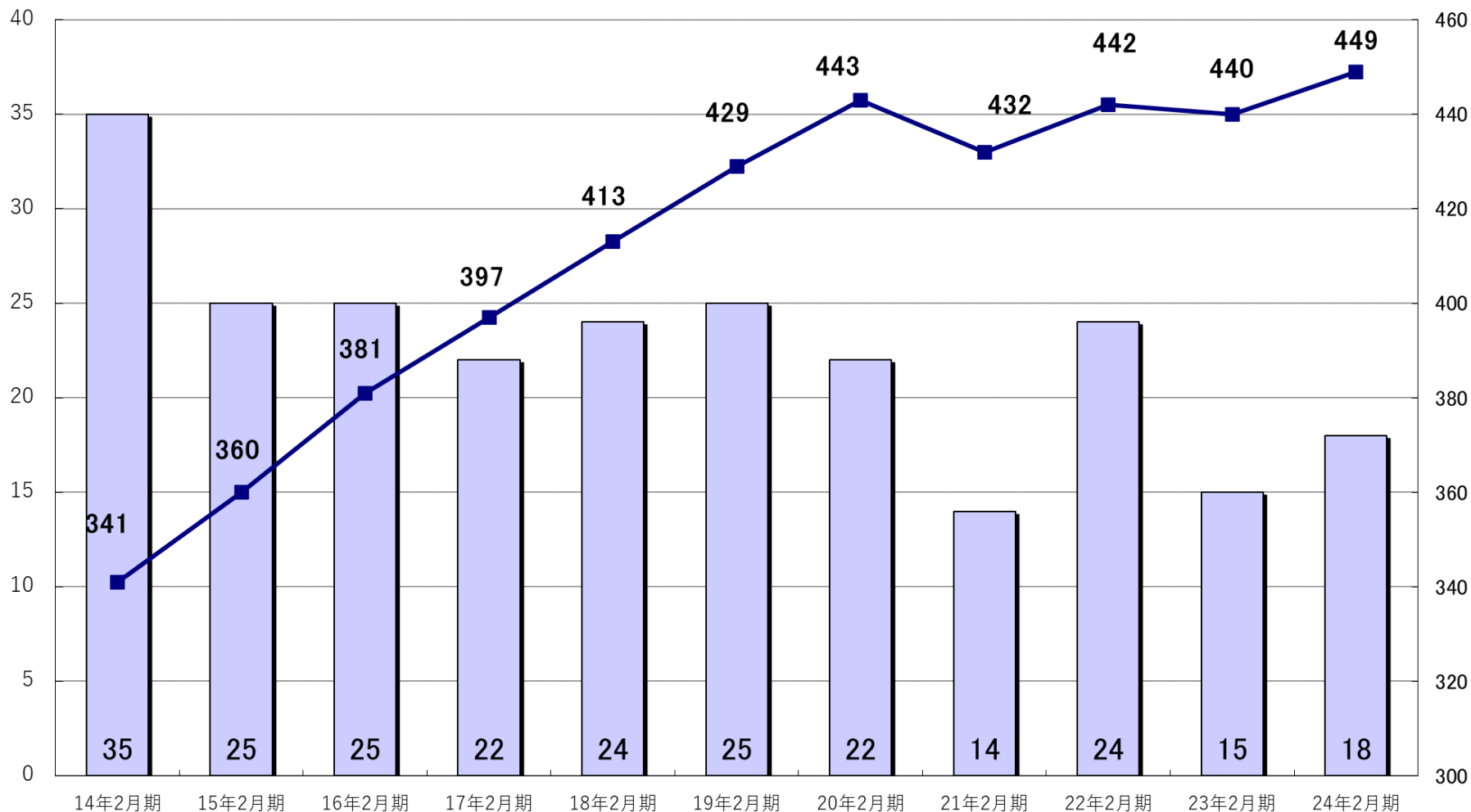
地域別店舗数の推移 2014年2月期以降



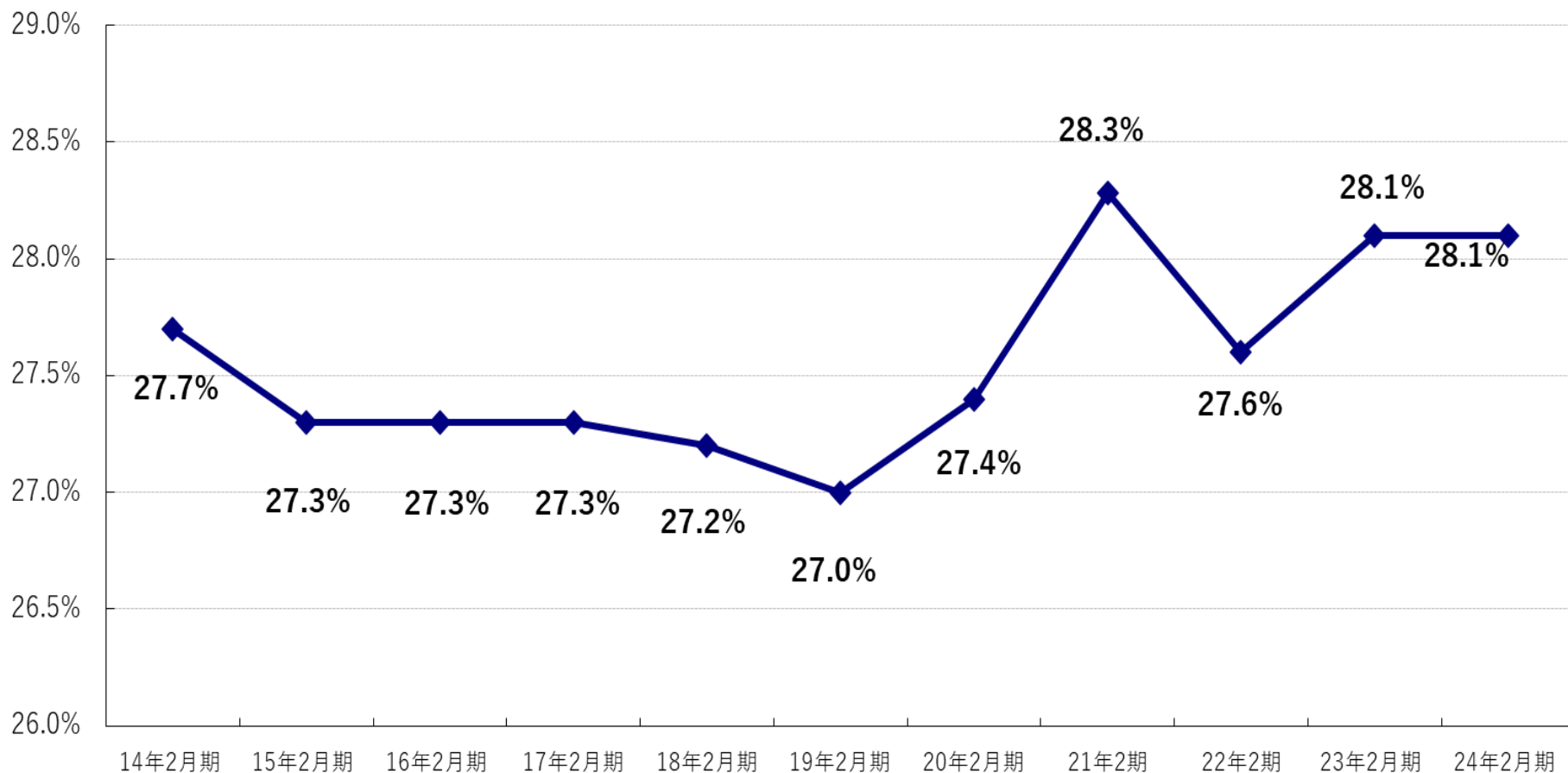
新規出店・期末店舗数推移 2014年2月期以降



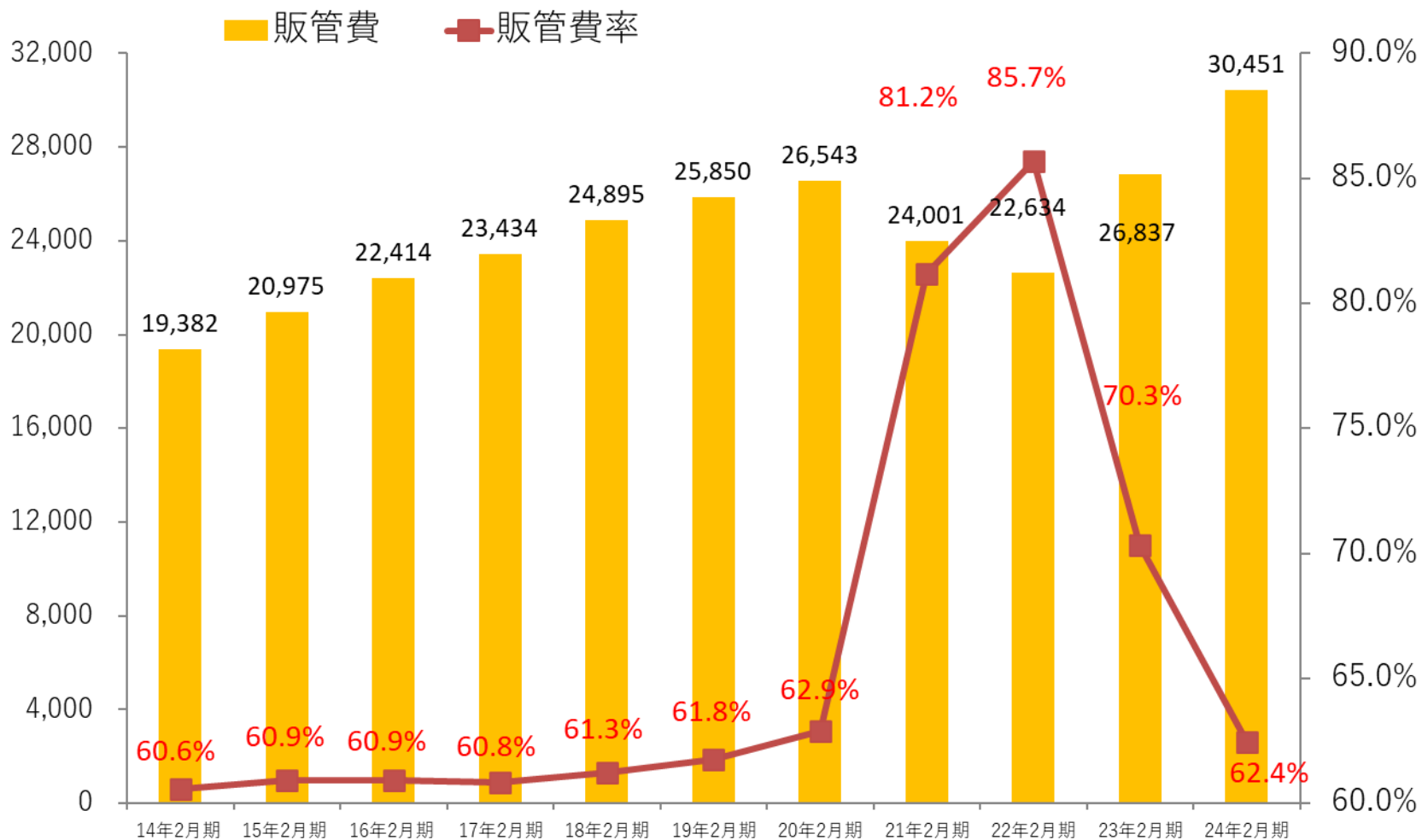
■ 新規出店数 (左軸) ■ 期末店舗数 (右軸)



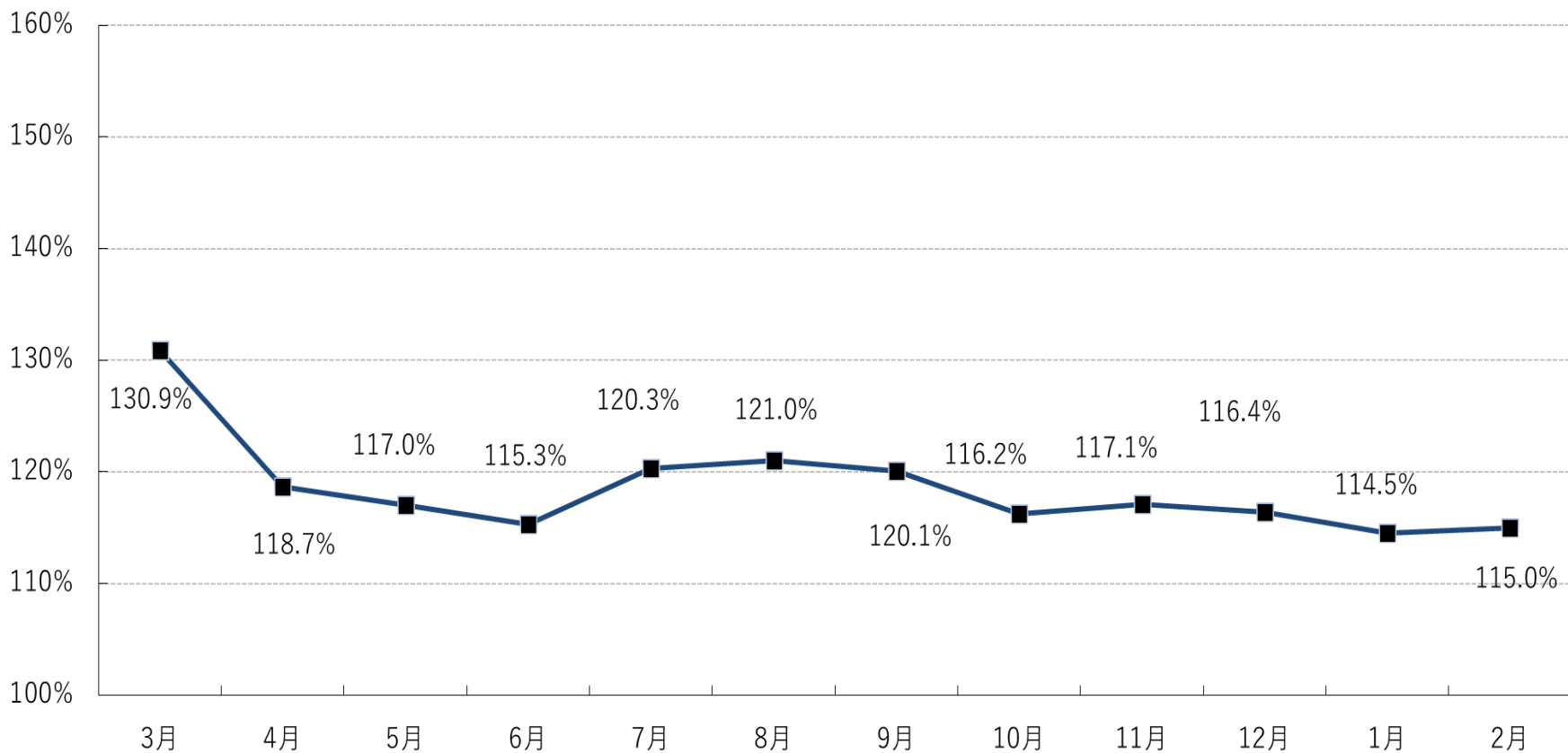
原価率の推移 2014年2月期以降



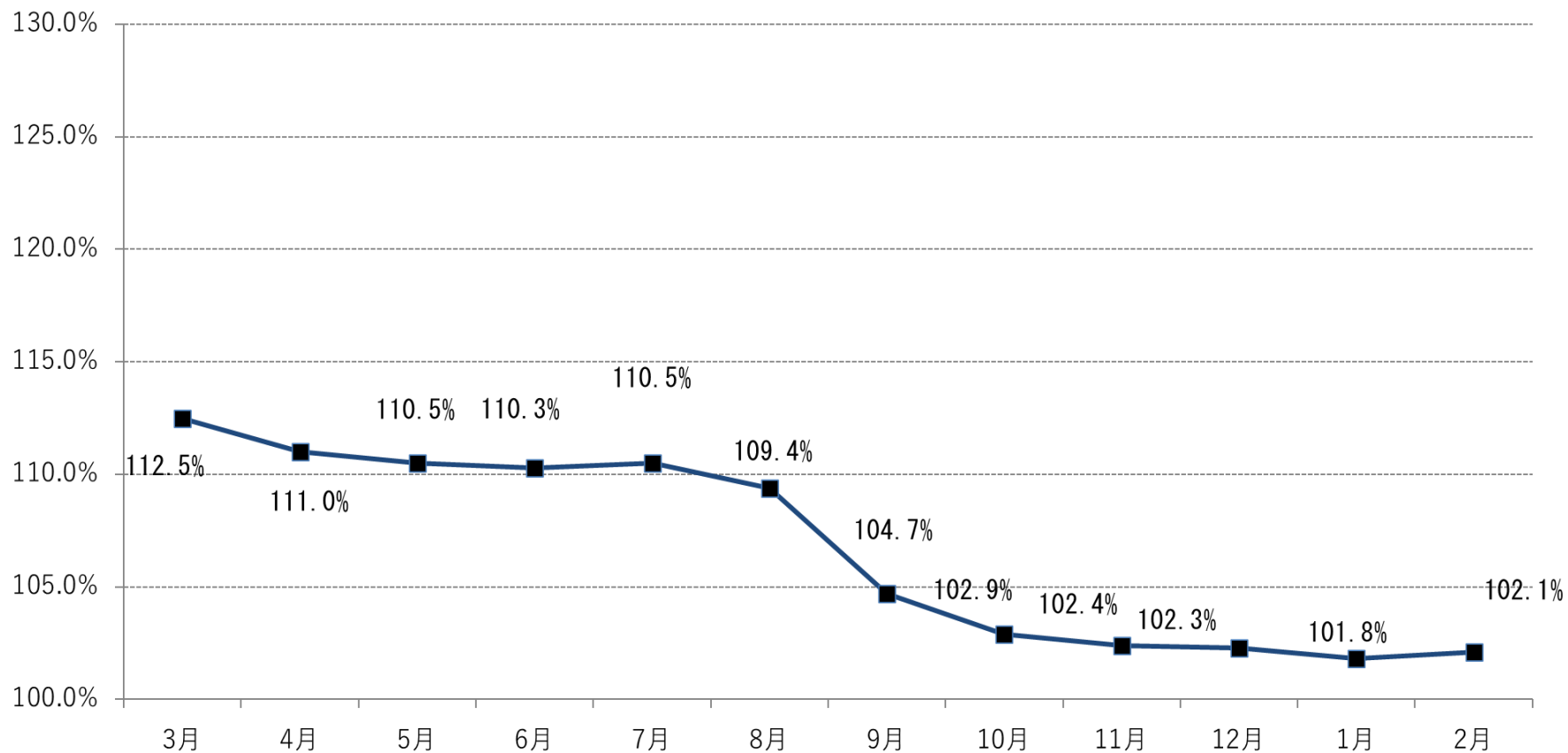
■ 販管費の推移 2014年2月期以降



2024年2月期 既存店の客数推移



2024年2月期 既存店の客単価推移



サステナビリティの取り組み推進 詳細



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SDG s
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 	

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。

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

endo.miho@mail.hiday.co.jp