

2025年2月期 決算説明会



株式会社ハイデイド高

(証券コード：7611)

目次

第1部 決算概要

執行役員経営企画部長 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

2025年2月期 業績サマリー

既存店の対前期比

売上高 : 111.5%
ご来店客数 : 108.7%
ご利用単価 : 102.6%

売上高

556億円
前期比114.1%

原価率

29.7%
前期比1.6%増

営業利益

55億円
前期比118.9%

ROE

16.1%
前期比2.7%増

店舗数

455店
前期比6店増

売上高 : ①5月、12月の価格改定後もご来店数が堅調に推移したこと、②コロナ禍で短縮した営業時間の延長、③サワー祭等の各種販促策の実施により、**68億円の増収**

営業利益 : 天候不順による米、キャベツ等の生産・流通量の減少に伴う価格高騰、豚肉等の食材価格の高止まりによる原価率の増加、正社員・フレンド社員の増員・ベースアップに伴う人件費の増加、店舗消耗品費、荷造運送費等のコスト上昇分を増収により吸収し、**8.7億円の増益**

2025年2月期 損益計算書



単位：百万円

	2024年 2月期		2025年 2月期						
		構成比(%)		構成比(%)	増減額	増減率(%)	期初予想	構成比(%)	予想比(%)
売上高	48,772	100.0%	55,629	100.0%	6,857	14.1%	52,000	100.0%	107.0%
売上原価	13,683	28.1%	16,540	29.7%	2,857	20.9%	-	-	-
売上総利益	35,088	71.9%	39,088	70.3%	4,000	11.4%	-	-	-
販管費	30,451	62.4%	33,574	60.4%	3,123	10.3%	-	-	-
（人件費）	17,409	35.7%	19,143	34.4%	1,734	10.0%	-	-	-
（水道光熱費）	2,392	4.9%	2,732	4.9%	340	14.2%	-	-	-
（賃借料）	4,639	9.5%	4,802	8.6%	163	3.5%	-	-	-
（その他経費）	6,010	12.3%	6,896	12.4%	886	14.8%	-	-	-
営業利益	4,637	9.5%	5,514	9.9%	877	18.9%	5,200	10.0%	106.0%
営業外収益	203	0.4%	240	0.4%	37	18.6%	-	-	-
営業外費用	83	0.2%	102	0.2%	19	22.2%	-	-	-
経常利益	4,756	9.8%	5,652	10.2%	896	18.8%	5,200	10.0%	108.7%
特別利益	16	0.0%	0	0.0%	-16	-	-	-	-
特別損失	204	0.4%	56	0.1%	▲ 148	-	-	-	-
法人税等	1,335	2.7%	1,504	2.7%	169	12.7%	-	-	-
当期純利益	3,233	6.6%	4,092	7.4%	859	26.6%	3,500	6.7%	116.9%

既存店売上高の推移 (2023年3月～2025年2月)



2023年5月
新型コロナウイルス感染症
5類移行

7～9月
生ビール祭

12月
ドラゴンハイ
ボール、ロマネ
スコサラダ等
提供開始

2024年3月
グランド
メニュー変更
5月価格改定

7～9月
生ビール祭

9～11月
サワー祭

11～1月
冷凍餃子
キャンペーン

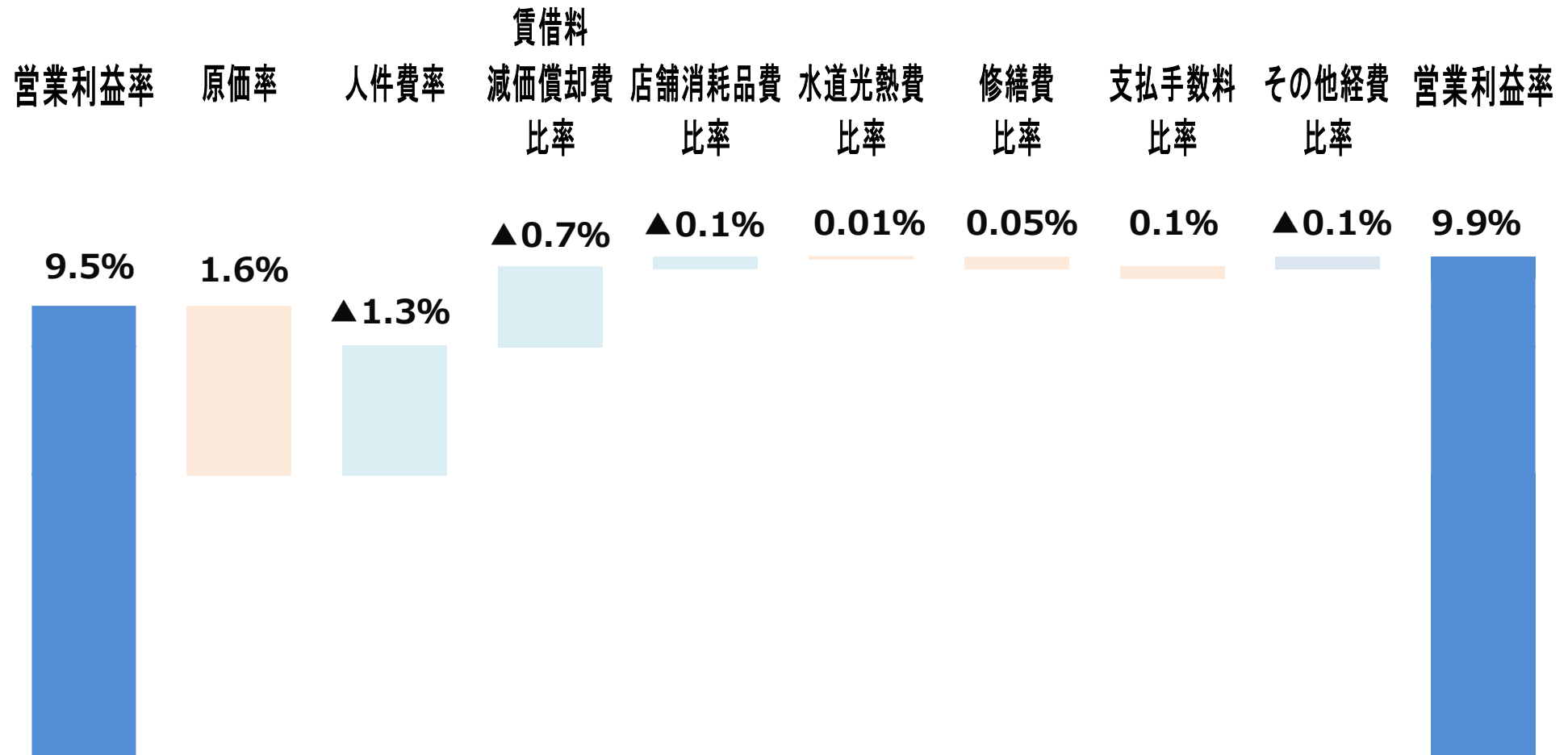
12月
価格改定



営業利益率の増減要因

2024年2月期

2025年2月期



- ✓ 原価率は前期比1.6%増加。増収効果により経費率は改善
- ✓ 営業利益率は前期9.5%→当期9.9%（前年比+0.4%）

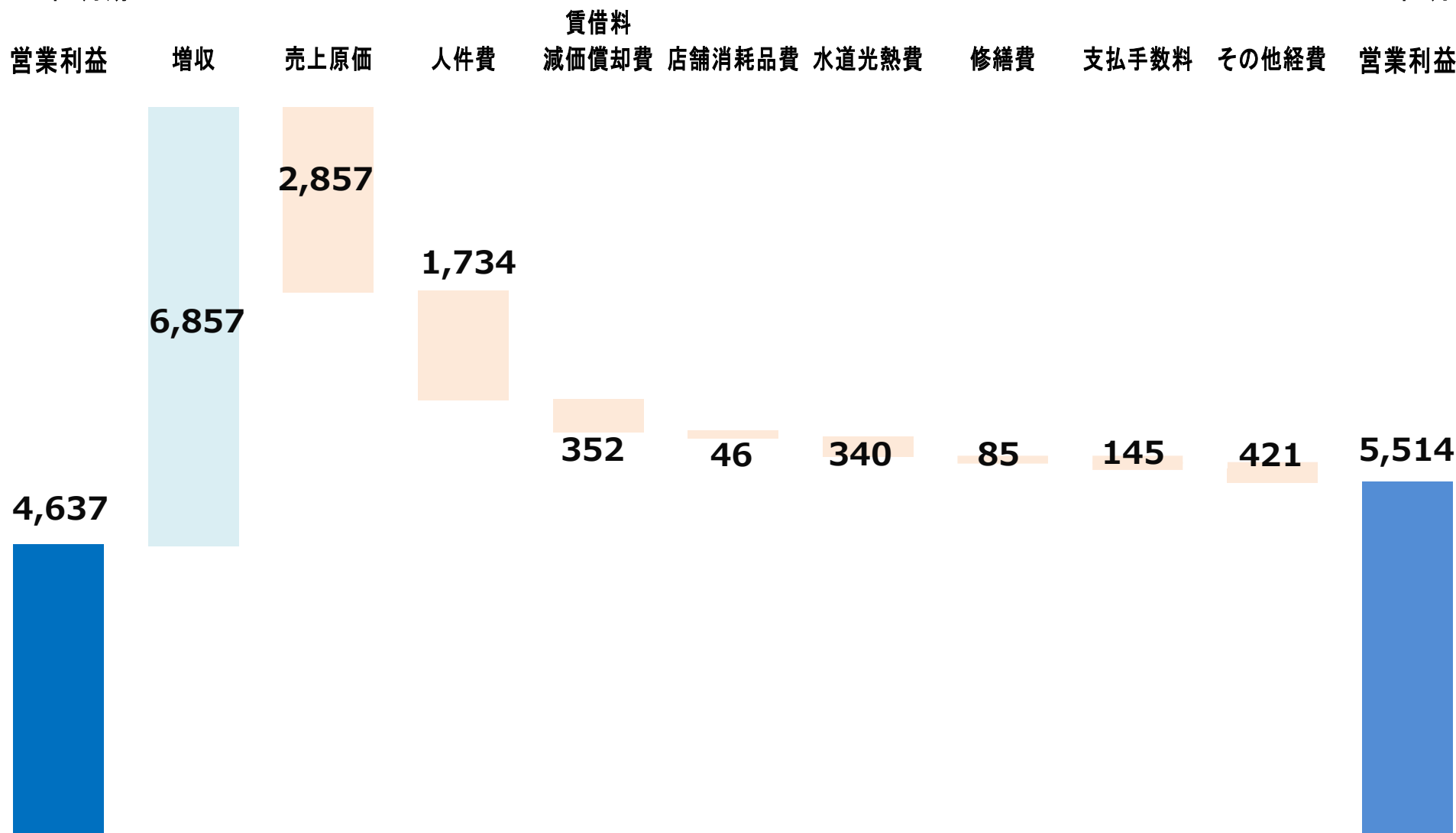
営業利益の増減要因



単位：百万円

2024年2月期

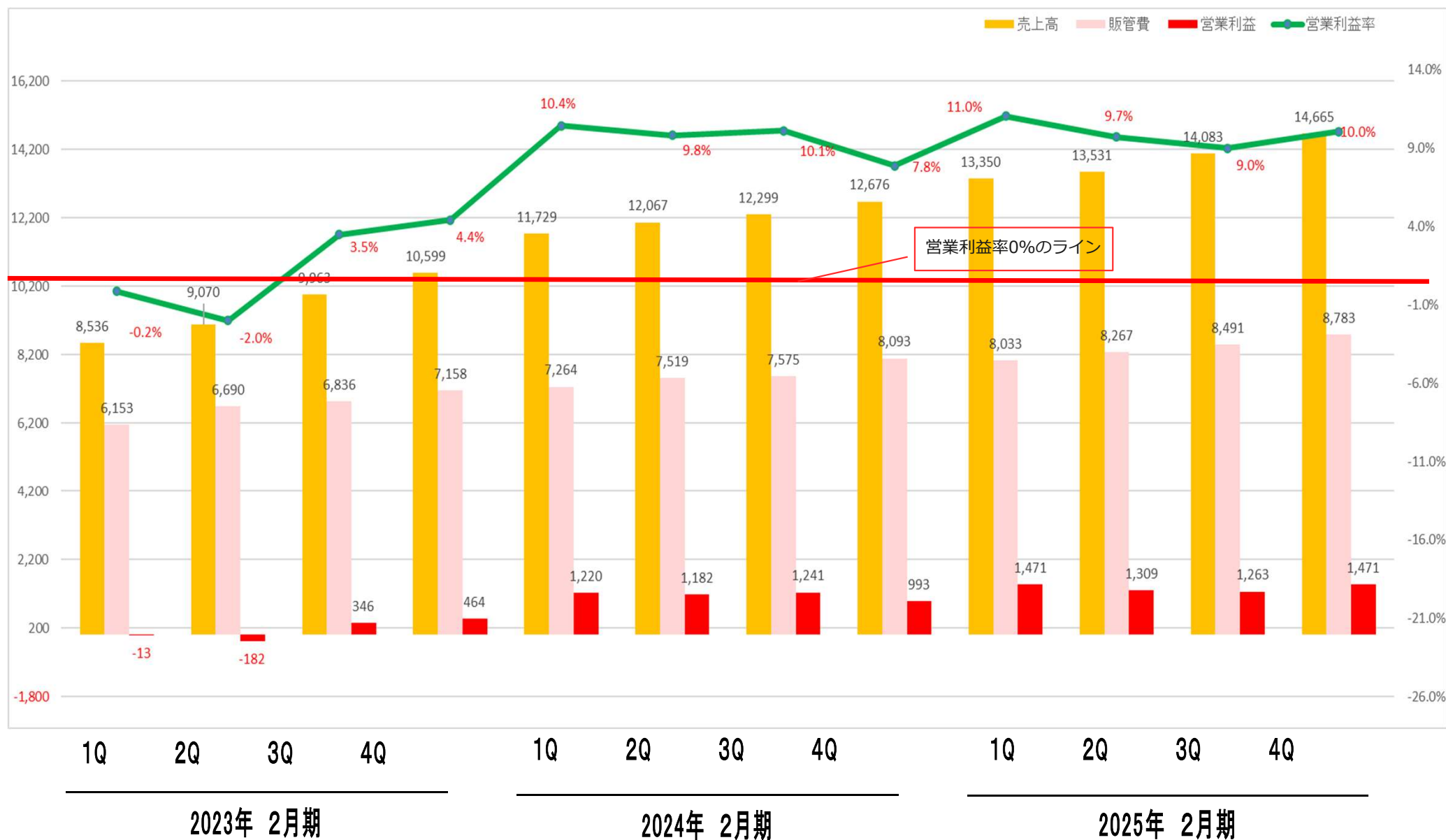
2025年2月期



四半期業績推移



単位：百万円



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	2026年2月期 (予想)
設備投資額	1,278	1,939	1,396	2,008	1,810	2,550
新店	652	928	630	835	722	1,100
既存店	585	535	392	1,047	902	1,000
店舗以外	41	476	374	126	186	450
期中出店数	14	24	15	18	14	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	2026年2月期 (予想)
減価償却費	1,195	1,211	1,234	1,230	1,437	1,630

2025年2月期貸借対照表とキャッシュ・フロー計算書



【貸借対照表】

(単位：百万円)	2024年2月期	2025年2月期	備 考
資産の部	33,264	34,439	
流動資産	17,224	17,710	現金及び預金の減少 売掛金の増加等
固定資産	16,040	16,728	建物、機械及び装置の増加等
負債の部	8,150	8,577	
流動負債	6,303	6,672	買掛金、未払法人税等、未払費用 の増加等
固定負債	1,847	1,905	
純資産の部	25,113	25,861	

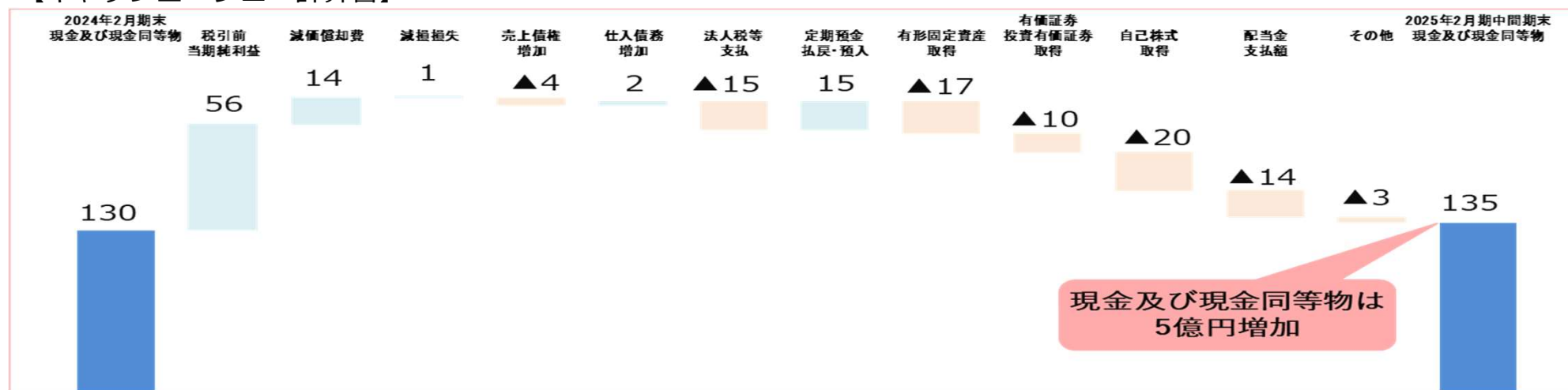
【キャッシュ・フロー計算書】

(単位：百万円)	2024年2月期	2025年2月期	備 考
営業活動による キャッシュ・フロー	5,960	5,364	税引前当期純利益1,027百万円増加 減価償却費206百万円増加 法人税等の支払額1,065百万円増加
投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 2,309	▲ 1,472	新店出店や改装等に伴う有形固定資産の取得によ る支出235百万円増加
財務活動による キャッシュ・フロー	▲ 1,108	▲ 3,367	自己株式の取得にかかわる支出2,001百万円増加 配当金の支払額263百万円増加
現金及び現金同等物の純増加額	2,542	525	
現金及び現金同等物の期首残高	10,410	12,952	
現金及び現金同等物の期末残高	12,952	13,477	

※有利子負債はございません。

【キャッシュ・フロー計算書】

単位：億円



2025年2月期実績と2026年2月期予想



単位：百万円

	2025年2月期実績				2026年2月期予想					
	中間期		通期		中間期			通期		
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	前期比	計画	構成比	前期比
売上高	26,881	100.0%	55,629	100.0%	29,500	100.0%	109.7%	60,000	100.0%	107.9%
営業利益	2,780	10.3%	5,514	9.9%	3,200	10.8%	115.1%	6,000	10.0%	108.8%
経常利益	2,824	10.5%	5,652	10.2%	3,200	10.8%	113.3%	6,000	10.0%	106.1%
当期純利益	1,887	7.0%	4,092	7.4%	2,100	7.1%	111.2%	4,100	6.8%	100.2%
直営店舗数	451	—	455	—	—	—	—	470	—	—
1株当たり 当期純利益(円)	49.72	—	107.91	—	56.32	—	—	109.97	—	—
ROE	—	—	16.1%	—	—	—	—	16.0%	—	—

<2026年2月期予想>

- ・売上高：既存店は前期比6%増加（ご来店客数、ご利用単価ともに前期比2～3%増加）
上期は昨年5月の値上げ効果が一巡するも昨年12月の値上げ効果あり。下期は第4四半期から昨年の値上げ効果も一巡
- ・原価率：前期並み

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応



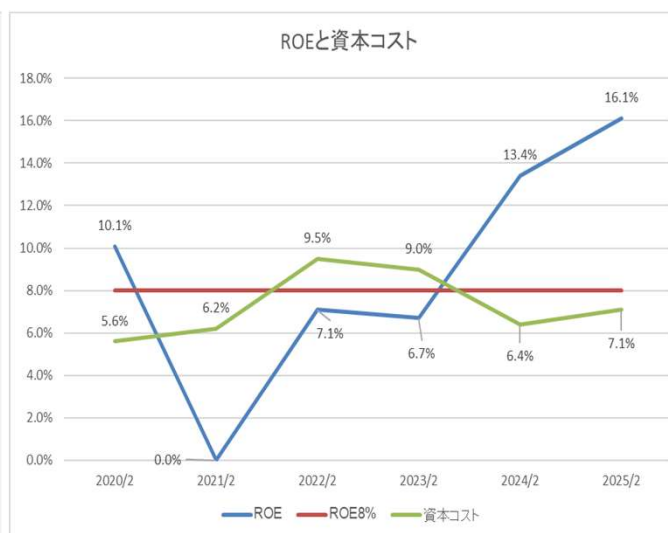
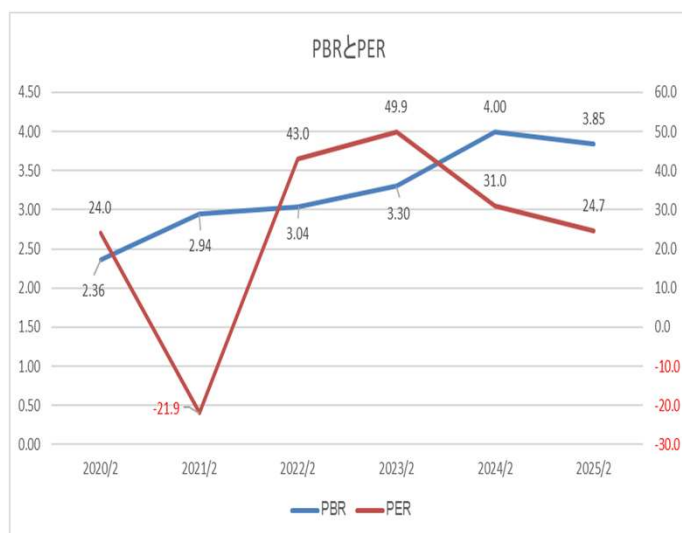
< 株価と資本収益性に対する現状分析 >

PBRと株価

PBRは直近5期間は3倍前後～4倍で推移。株価は売上高や利益の成長に比例して上昇。当社の成長性などに一定の評価をいただいているものと推察

ROEと資本コスト

ROEはコロナ禍後にV字上昇、直近2期間ではそれぞれ13.4%、16.1%となり、CAPMベースの資本コスト（6～7%）を上回るもの



< 企業価値向上に向けた対応 >

企業価値向上に向けた
成長戦略・成長投資

資本効率性の維持・向上

安定的かつ持続的な
株主還元

投資家等との積極的な対話
開示・発信の充実

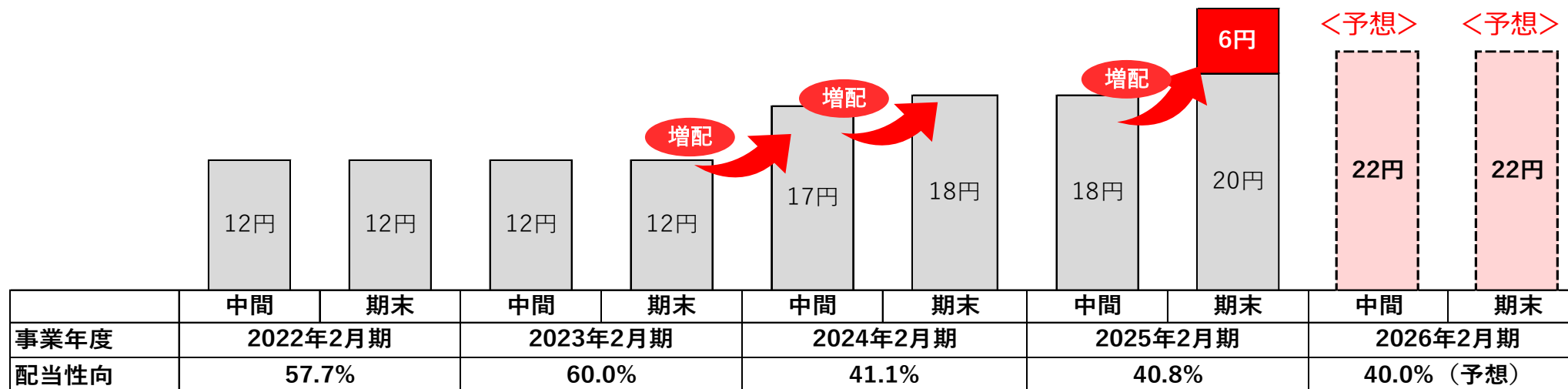
株主還元方針

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



- ・ 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

第2部 今期の取り組み・中期的な取り組み

“Hiday Challenge” 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 (実績)	【前回公表】		【今回設定】		
		2026年2月期 (予想)	2029年2月期 (計画)	2026年2月期 (予想)	2028年2月期 (計画)	2030年2月期 (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 (含むFC)	461	485	550	475	510	550

“Hiday Challenge” 重点施策



1

店舗開発戦略

2

国内シェア拡大、海外進出、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

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

北関東に100店舗
出店の構想

東京(206)、埼玉(110)
神奈川(71)、千葉(55)

茨城(6)、栃木(4)
群馬(3)、山梨

静岡、長野、新潟、福島

北関東、隣接県で
700店舗体制を目指す

行田工場

- ◆ 日高屋業態を中心に
 - ① 駅前型店舗の出店継続
 - ② 駅前商業施設内の出店
 - 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

()内 2025年2月末直営店 全455店舗

■ 総人口ランキング（都道府県）



順位	都道府県	総人口	人口増減率
1位	東京都	14,047,594	3.9
2位	神奈川県	9,237,337	1.2
3位	大阪府	8,837,685	-0.0
4位	愛知県	7,542,415	0.8
5位	埼玉県	7,344,765	1.1
6位	千葉県	6,284,480	1.0
7位	兵庫県	5,465,002	-1.3
8位	北海道	5,224,614	-2.9
9位	福岡県	5,135,214	0.7
10位	静岡県	3,633,202	-1.8
11位	茨城県	2,867,009	-1.7
12位	広島県	2,799,702	-1.6
13位	京都府	2,578,087	-1.2
14位	宮城県	2,301,996	-1.4
15位	新潟県	2,201,272	-4.5
16位	長野県	2,048,011	-2.4
17位	岐阜県	1,978,742	-2.6

出典：「令和2年国勢調査」（総務省）より

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

従業員の成長と活躍を支え、活き活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

■ ダイバーシティ推進

- ・ 女性社員のキャリアと成長機会の拡大
- ・ 外国人従業員向け研修の充実
- ・ 仕事と育児の両立を支援

人財戦略

成長は、幸せ。

当社では、店長による「自主管理経営」を行っています。
一人一人の店長が、経営感覚を持ち仕事に取り組むことが重要と考え、店長の経営感覚（経営力）を自主管理によりチェックしながら、利益等の業績や接客、クレームなどの向上、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。



エンゲージメント強化

日高屋の家族。

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

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・冷却水サーバー（お冷セルフ）の増設
- ・日高屋 卓上調味料の導入
- ・ロードサイド店舗ドリンクバー導入



- ◆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、店長の業務負担を軽減
→効率的・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で、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。

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



47期実施 季節限定メニュー

日高ちゃんぽん

期間限定

646円 (税込710円)

※写真はイメージです。 ※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。

生ビール祭

麒麟一番搾り生ビール

中ジョッキ

300円 (税込330円)

※写真はイメージです。 ※お車を運転の方及び未成年の方にはアルコールをお出しできません。 ※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。

モツ野菜

モツ100g ラーメン

673円 (税込740円)

※写真はイメージです。 ※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。

黒酢しょうゆ 冷し麺

期間限定

573円 (税込630円)

※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。 ※写真はイメージです。

肉そば

期間限定

628円 (税込690円)

※写真はイメージです。 ※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。

チゲ味噌ラーメン

期間限定

682円 (税込750円)

お持ち帰り出来ます

※写真はイメージです。 ※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。

冷麺

夏の涼しさたっぷり。

期間限定

600円 (税込660円)

※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。 ※写真はイメージです。

サワー祭

秋の限定3種

麒麟一番搾り

282円 (税込310円)

※写真はイメージです。 ※お車を運転の方及び未成年の方にはアルコールをお出しできません。 ※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。

48期：3月28日～

とんつニラ

南蛮

期間限定

591円 (税込650円)

※写真はイメージです。 ※表示価格は、税別と税込価格を表示しています。

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

■ 取り上げて頂いた主なテレビ番組

- 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

■ 広告・PR強化による企業ブランド浸透拡大

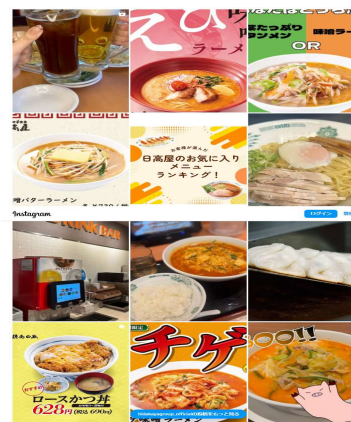
- ・ 提携先と連携したキャンペーン、メディア向けイベント、スポーツ協賛、地域活性化支援などによるブランドイメージの向上



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



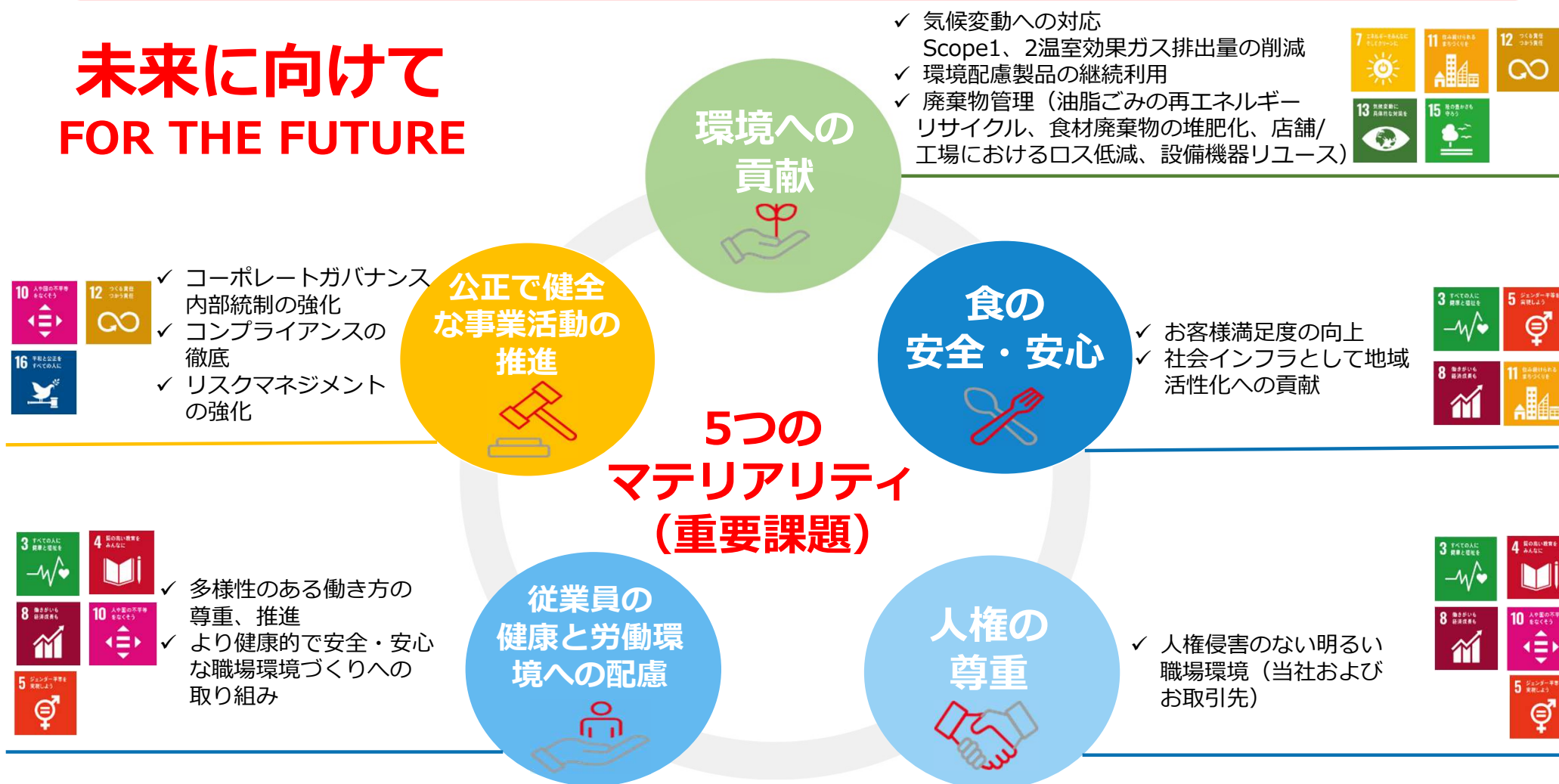
日高屋グループ公式Instagram



PRTIMESを用いたプレスリリース

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



■ 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

キャッシュイン



キャッシュアウト



■ 成長投資の内訳

項目	投資計画
店舗開発戦略 (新店投資・既存店リニューアル)	95億円
人的資本投資	5億円
DX関連投資	20億円
工場の拡張・設備増強 (含むESG投資)	50億円

- ・ シナジーを重視したM&A等の検討
- ・ 成長が期待される市場（国・地域）への進出

- ・ 配当性向40%を目標
- ・ 機動的な自己株式の取得

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

2025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	中華一番等
		(日高屋 + 来来軒)	日高屋	来来軒		
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
2024年8月末	451	421	416	5	25	5
2025年2月末	455	424	420	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 2015年2月期以降



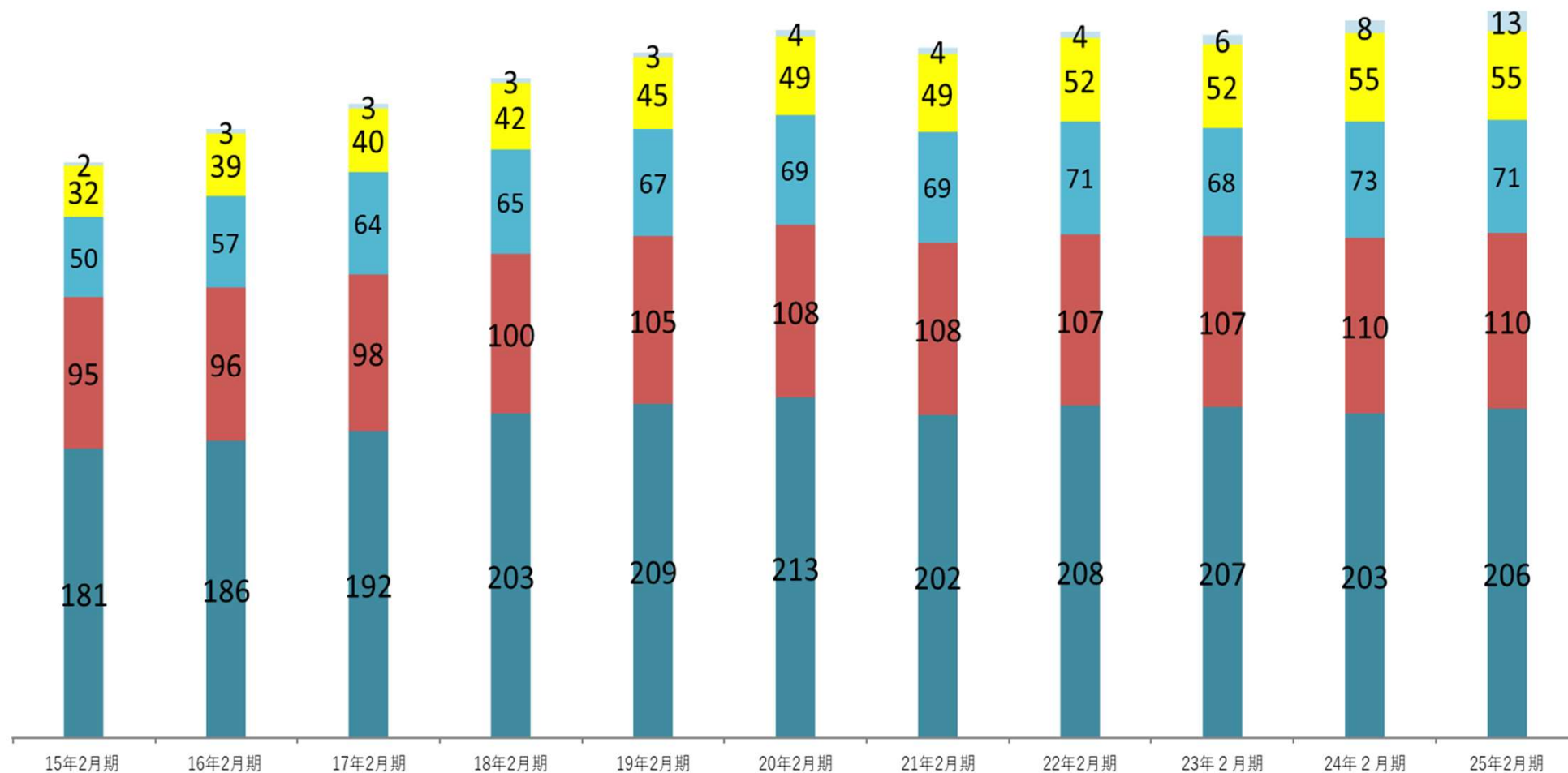
■ 栃木・茨城・群馬

■ 千葉

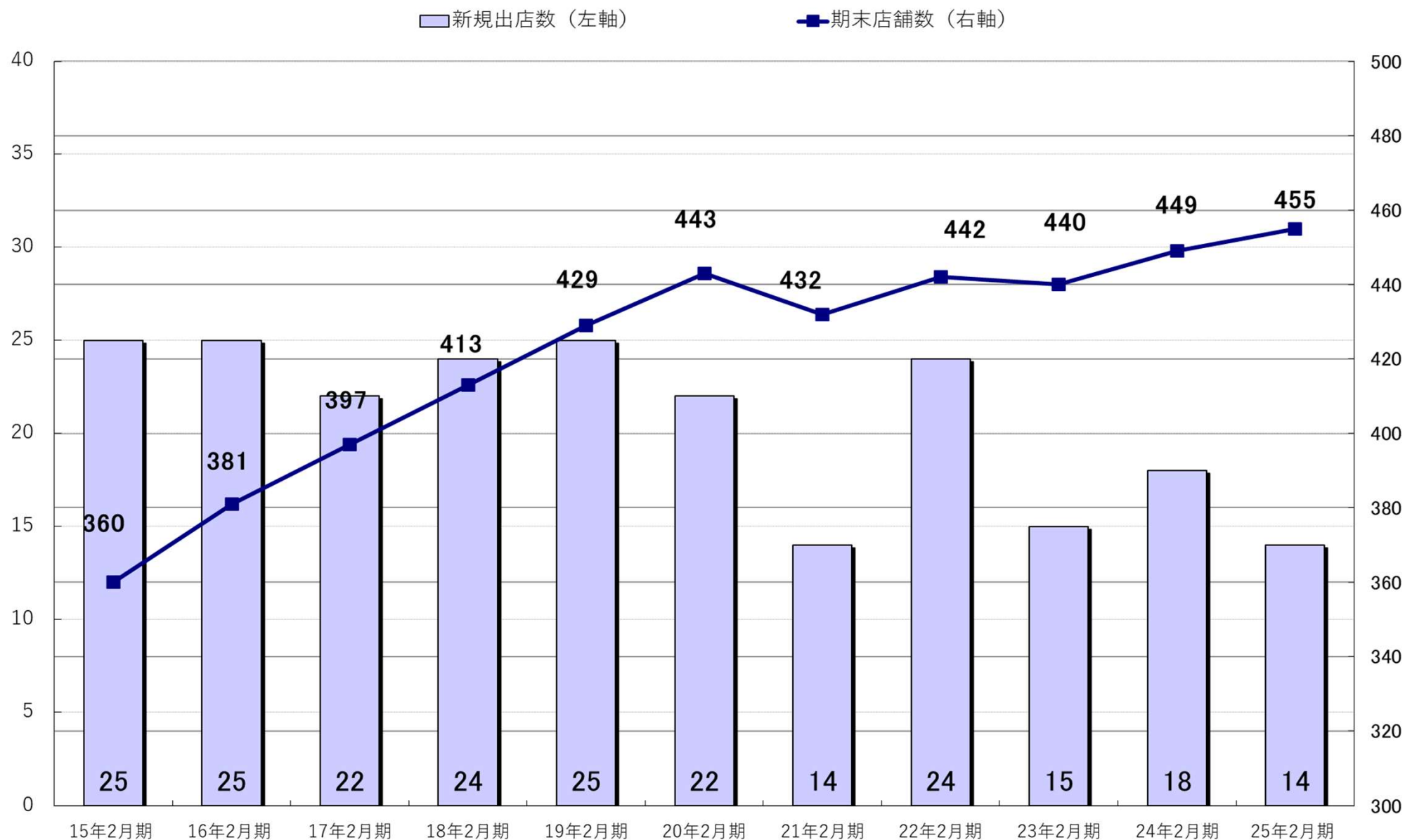
■ 神奈川

■ 埼玉

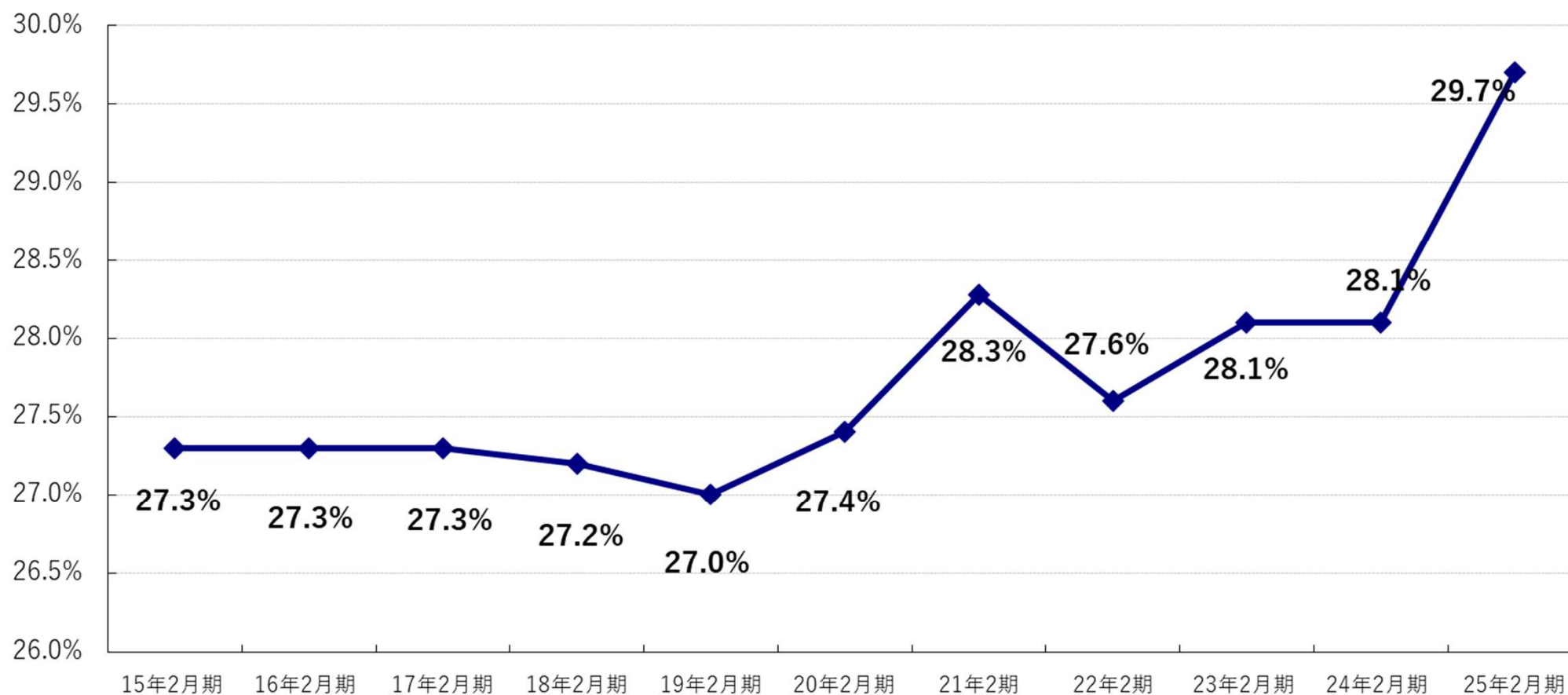
■ 東京



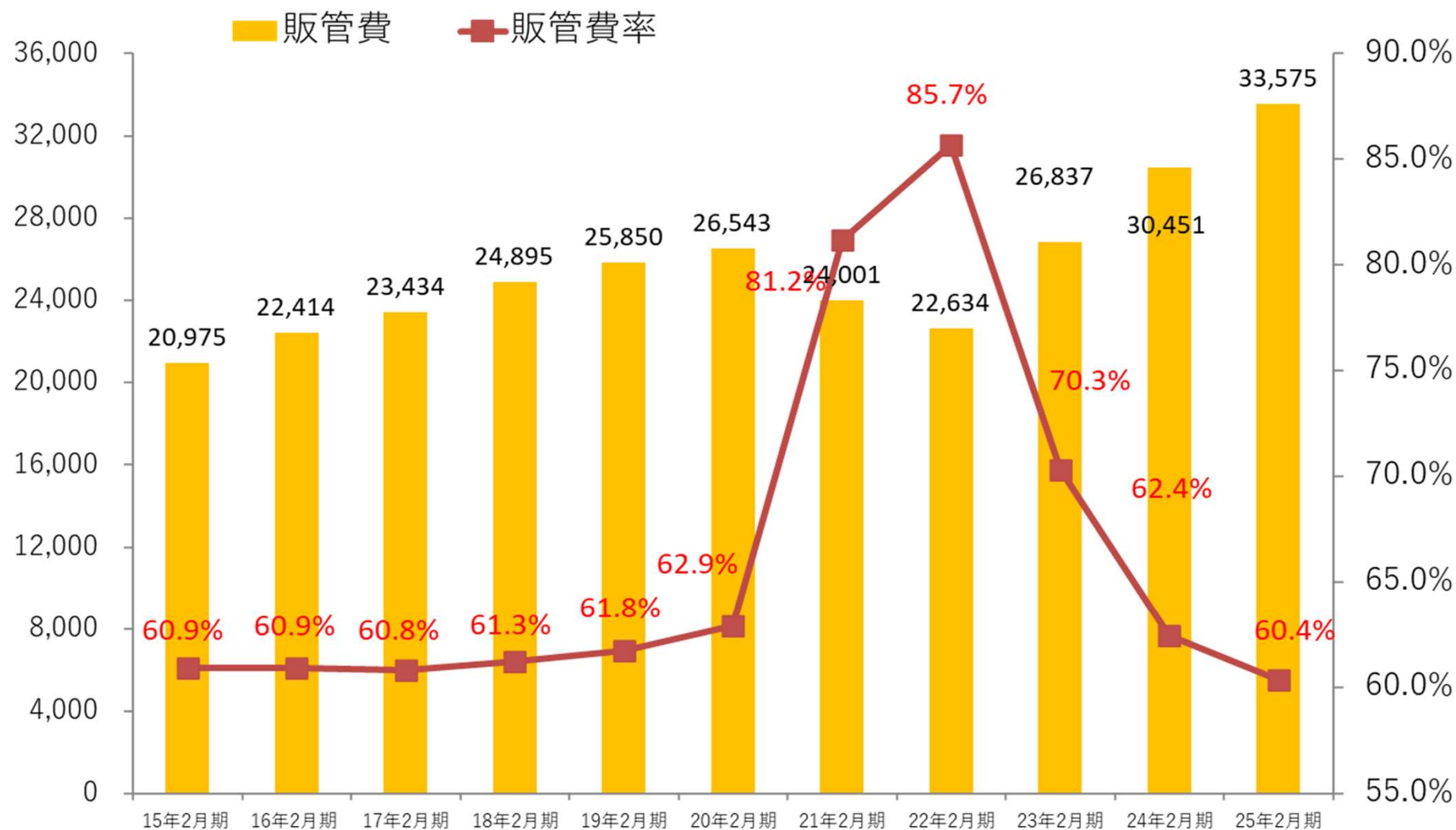
新規出店・期末店舗数推移 2015年2月期以降



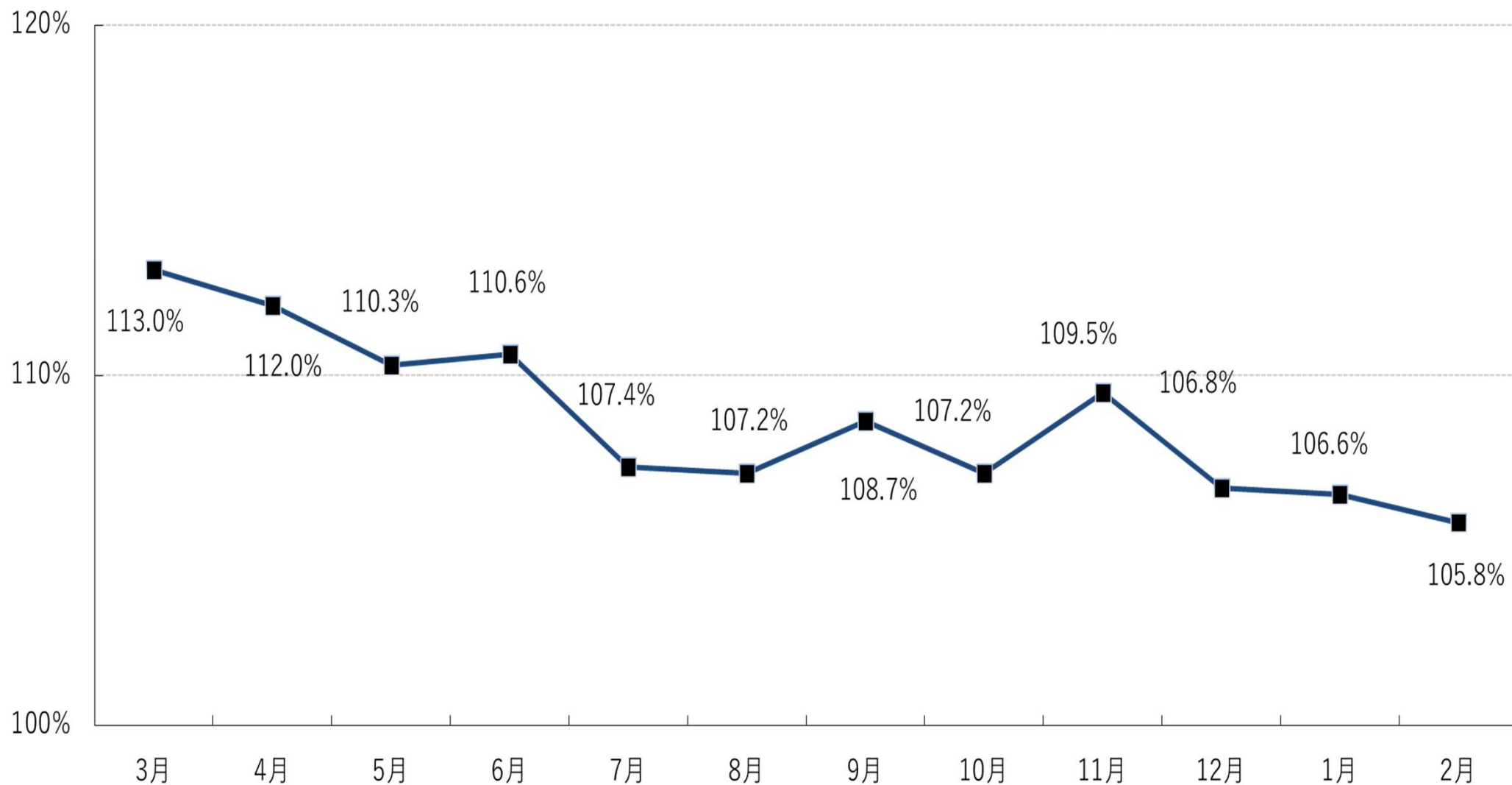
■ 原価率の推移 2015年2月期以降



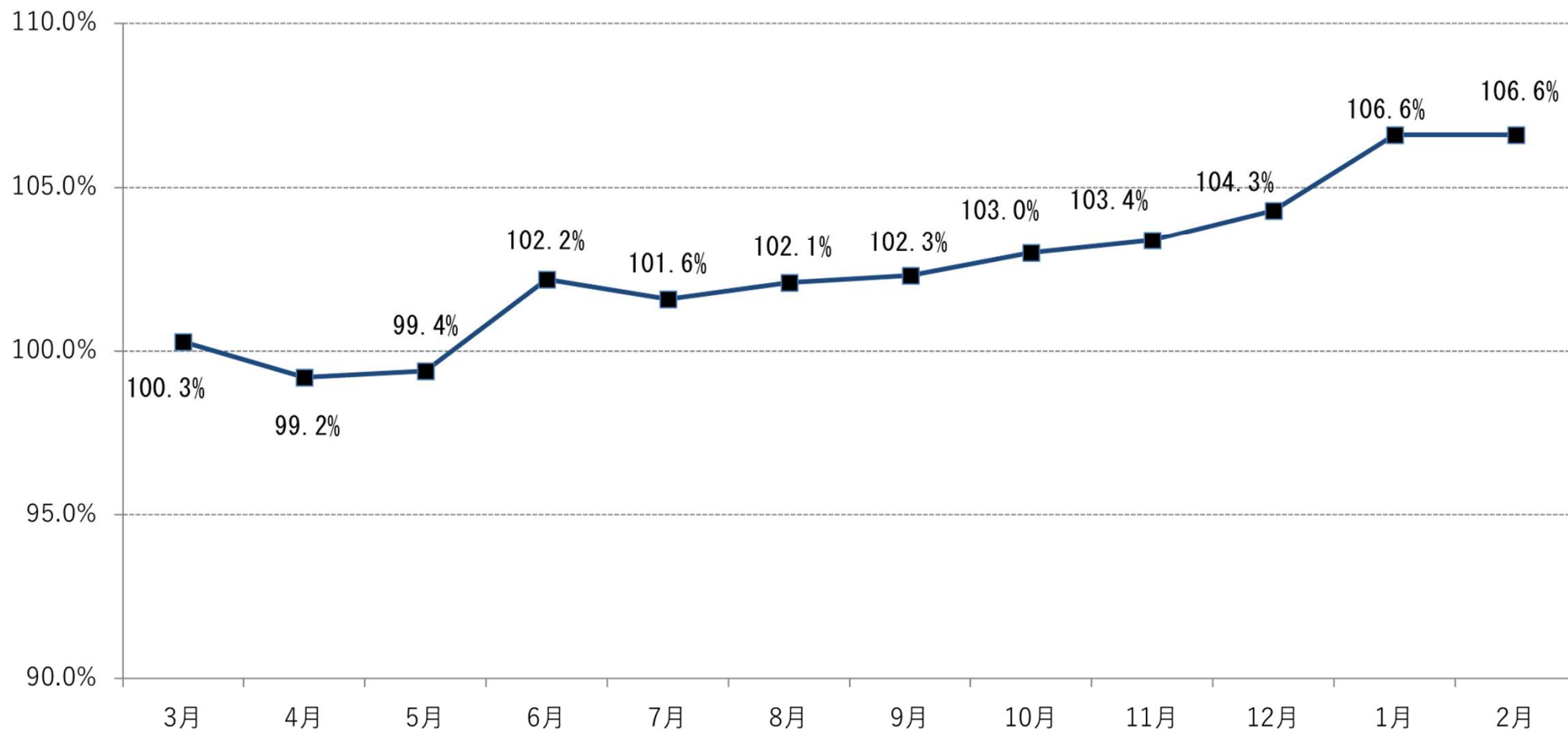
■ 販管費の推移 2015年2月期以降



2024年3月～2025年2月 既存店の客数推移



2024年3月～2025年2月 既存店の客単価推移



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