



2026年4月10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)

中期経営計画のローリングに関するお知らせ

当社は、2026年4月10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、2025年4月11日に公表しました中期経営計画「Hiday Challenge」のローリングプランを決議致しましたので、お知らせいたします。

記

1. 見直しの背景

当社は、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「Hiday Challenge」を策定し、各種施策に取り組んでまいりました。

かかる中、2026年2月期の売上高は過去最高の622億円となり、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、ローリング方式にて中期経営計画の数値目標、期間を見直し、「Hiday Challenge」ローリングプラン2026を策定いたしました。

なお、従来の重点施策の取組みは踏襲しております。

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う方針です。

3. 主要経営指標

売上高、ROE、店舗展開について、2026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。

なお、2029年2月期を中間目標年度とし、最終目標年度を2030年2月期から2031年2月へ変更いたしました。

【 実績と前回公表の予想・計画 】

		2026年2月期 実績 (A)	2026年2月期 前回公表計画 (B)	2028年2月期 前回公表計画 (C)	2030年2月期 前回公表計画 (D)
成長性・収益力	売上高	622億円	600億円	675億円	750億円
	営業利益率	10.6%	10.0%	10.0%	10.0%
投資収益性	ROE	18.7%	15.0%以上	16.0%以上	17.0%以上
店舗展開(含むFC)	期末店舗数	478	475	510	550

【 今回の予想・計画 】

		2027年2月期 今回予想 (E)	2029年2月期 今回計画 (F)	2031年2月期 今回計画 (G)
成長性・収益力	売上高	670億円	740億円	830億円
	営業利益率	10.2%	10.0%以上	10.0%以上
投資収益性	ROE	18.0%以上	18.0%以上	18.0%以上
店舗展開(含むFC)	期末店舗数	497	543	597

※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. 2028年2月期と2030年2月期の計画値については、今回のローリングにより変更になりますが、最終年度を2030年2月期から2031年2月期へ変更したことから、公表を省略いたします。

4. 株主還元方針

新規出店地域の拡大、既存店舗の改装・リニューアル、1,000店舗体制に向けた新工場の建設などの成長戦略の推進、不慮の事業リスクに備えるため内部留保を確保し財務基盤を強化するとともに、安定的かつ持続的な配当を実現するため、株主還元にかかわる指標を「配当性向目標40%」から「純資産配当率(DOE)目標4%以上」に変更いたしました。

なお、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です。また、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してまいります。

以上



中期経営計画「Hiday Challenge」

ローリングプラン2026

～社会インフラとして地域活性化に貢献～

2026年4月10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	Hiday Challenge ローリングプラン2026	・・・	5頁
3	2026年2月期の振り返り	・・・	6頁
4	重点施策	・・・	7頁
5	定量目標	・・・	17頁

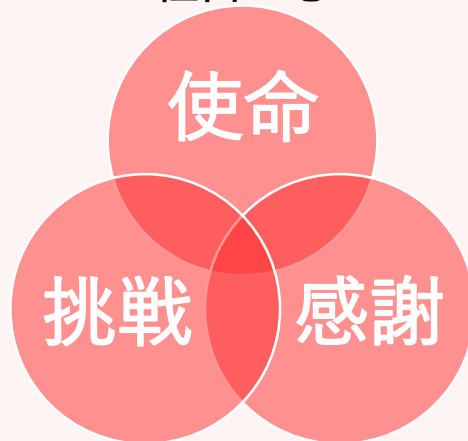
目指すべき方向性

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「Hiday Challenge」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中期経営計画を見直し、「Hiday Challenge ローリングプラン2026」を策定いたしました。

《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

Hiday Challenge ローリングプラン2026

『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。

長期ビジョン：8年後のありたい姿

売上高	1,000億円	ROE	18%以上
営業利益率	10%以上	店舗数*	700

*含むFC

2029 Hiday Challenge

ローリングプラン
2026

2031 Hiday Next Stage

Hiday Challenge

ローリングプラン
2026

2025 Hiday Challenge

2027年2月期予想

売上高	670億円
営業利益率	10.2%

2029年2月期業績予想

売上高	740億円
営業利益率	10%以上
ROE	18%以上
店舗数（含むFC）	543

2031年2月期業績予想

売上高	830億円
営業利益率	10%以上
ROE	18%以上
店舗数（含むFC）	597

2026年2月期実績

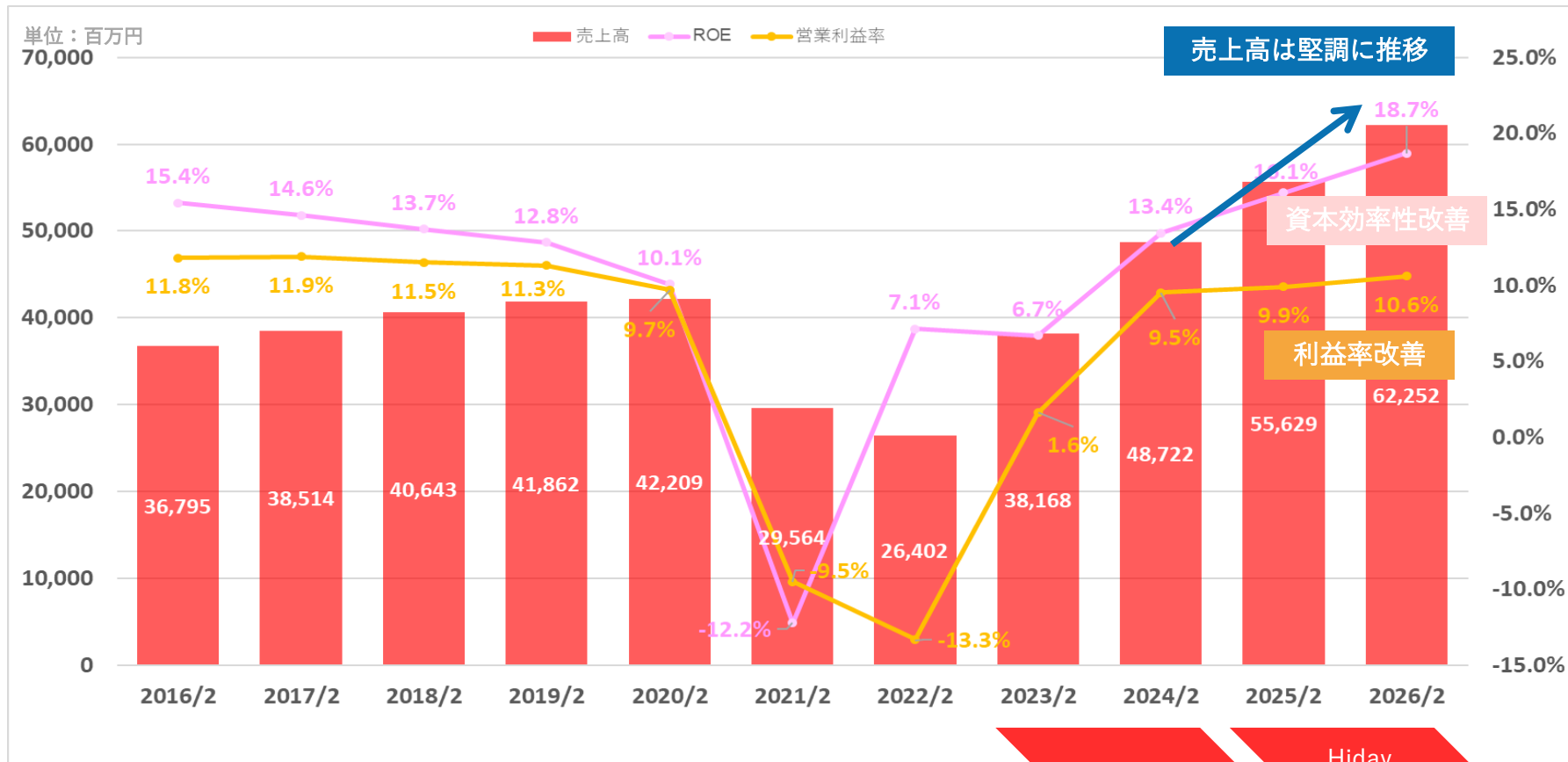
売上高	622億円	店舗数（含むFC）	497
営業利益率	10.6%		
ROE	18.7%		
店舗数（含むFC）	478		

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 （2018年比 30%削減）
女性管理職割合	10%以上

2026年2月期の振り返り

売上高は創業以来の過去最高額を3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。

Hiday500

Hiday
Challenge

重点施策①



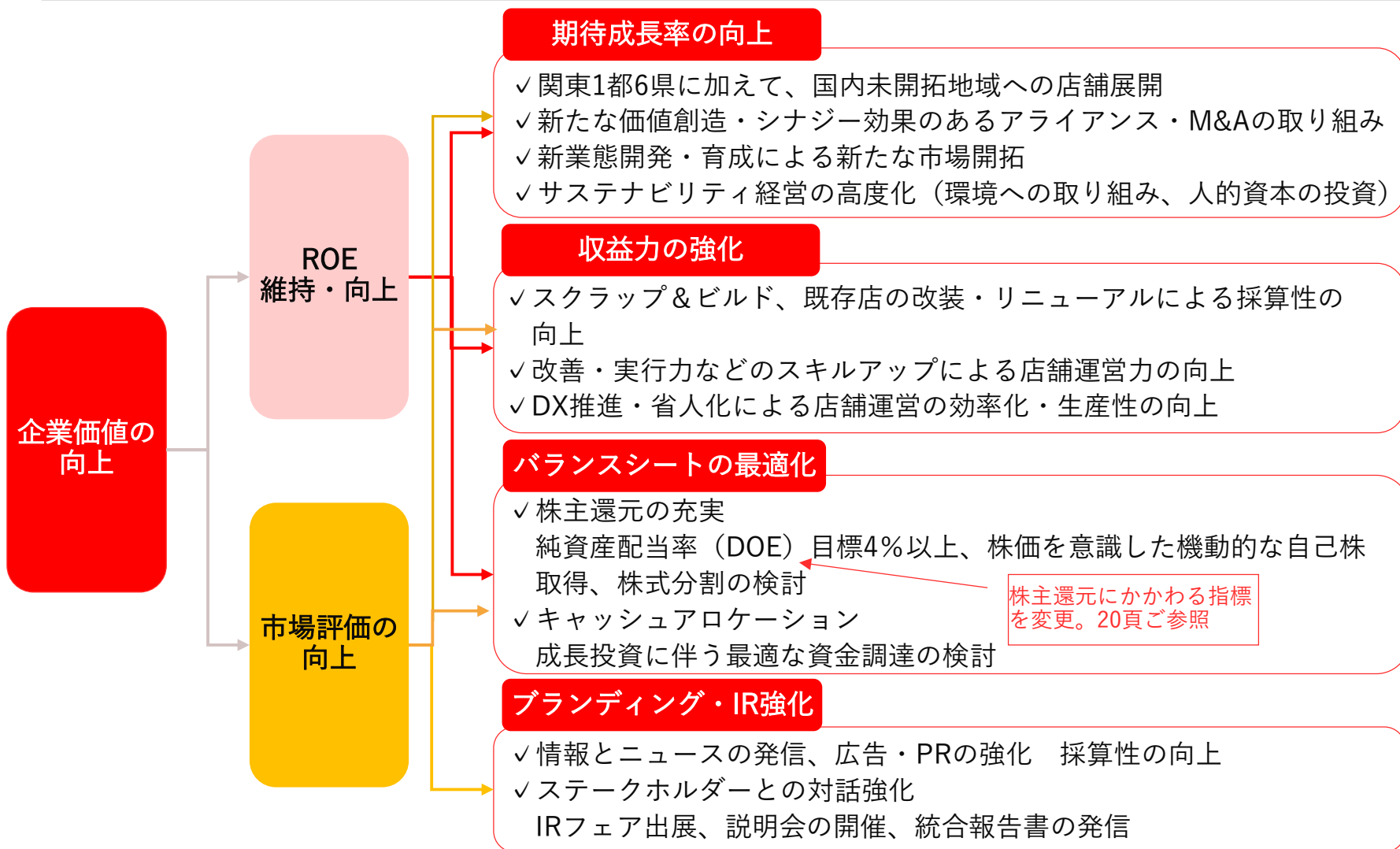
項番	施策	実施項目	2027/2期	2028/2期	2029/2期	2030/2期	2031/2期
1	店舗戦略	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 駅前型店舗の出店継続 ✓ 駅前・郊外の商業施設内の出店 ✓ 郊外型（ロードサイド）店舗の開発・出店 ✓ 焼鳥業態の出店を強化 	<p>関東1都6県に加えて、甲信越、東北、東海、中部、関西に出店拡大 スクラップ&ビルド、既存店の改装・リニューアルによる採算性の向上 2031年2月期には600店舗、2034年2月には700店舗へ</p>				
2	国内シェア拡大・海外進出、アライアンス・M&A	戦略的パートナーとのFC事業	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 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 共通の価値観のもとにシナジー効果のあるM&Aへの取り組み				
3	採用の強化・人材の育成	採用の強化	店舗戦略に合わせた採用、社内リクルート活動・エンゲージメント強化 店舗あたり正社員数2.0～2.2人体制				
		人材の育成	改善力・実行力などのスキルアップによる店舗運営力の向上 SMDPフォローアップ強化、オンサイト/eラーニングなどの育成・教育機会を 充実させて層の厚い人員体制の実現				
4	DX推進	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 配膳ロボット：郊外の大型新店を中心に継続導入 受付機、お冷セルフ、ライスロボ、セルフレジ（郊外）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 キャンペーンの断続的な実施				

重点施策②



項番	施策	実施項目	2027/2期	2028/2期	2029/2期	2030/2期	2031/2期	
5	事業拡大・新商品開発・販売戦略	新業態開発・育成	新業態の研究・開発、市場調査、商品開発と出店場所の選定、出店後の育成					
		新商品開発・販売	小袋ラインを利用した商品開発 焼鳥日高のテイクアウト強化	商品リサーチ（地域ごとの市場調査）、商品検討（西日本に含む商品開発など）、グランドメニュー開発、既存メニューの断続的なブラッシュアップ、季節メニュー開発				
		販売チャネルの拡充	コラゴ商品の開発支援・監修、外販商品の共同開発・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（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情報発信					
		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					
7	サステナビリティの取り組み推進	気候変動への対応 ✓ GHG排出量の削減（Scope1、2）	2030年迄に13.2千t-CO2の削減 2050年迄の将来的な目標設定					
		管理職に占める女性従業員の割合	女性店長の増員 5.6%⇒7%	2029年2月迄に女性管理職比率 10%以上		管理職育成 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					

企業価値向上に向けた取り組みと重点施策



店舗戦略

行田工場を中心に関東1都6県に加えて、隣接県などの国内未開拓地域に出店を拡大。ドミナント戦略と物流効率を考慮のうえ収益額の増強を図る

東京(210)、埼玉(109)
神奈川(73)、千葉(59)

北関東に
100店舗
出店の構想

茨城(9)、栃木(6)
群馬(6)、山梨

静岡、長野
新潟、福島

8年後に700店舗体制

中部・関西圏を中心に
西日本にも出店拡大
国内1,000店舗体制へ

- ◆ 日高屋業態を中心に
 - ① 駅前型店舗の出店継続
 - ② 駅前・郊外の商業施設内に出店
 - ③ 郊外型（ロードサイド）店舗の開発・出店を継続
- ◆ スクラップ&ビルド
- ◆ 焼鳥業態の出店を強化
- ◆ 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 2026年2月末直営店数
全472店舗

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



2026年3月30日「日高屋 新潟駅万代口店」メディア先行発表会・試飲会



日高屋 新潟駅万代口店

- ✓ 株式会社オーシャンシステムとフランチャイズ契約を締結
- ✓ 2026年4月に「熱烈中華食堂日高屋」新潟県初出店

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

日高屋の家族。

組織力の向上

社員採用

- ✓ フレンド社員のキャリア開発支援の強化
- ✓ 職場見学会、採用関連パンフレット/資料のブラッシュアップ
- ✓ 特定技能社員サポートの充実（2号試験対策の強化、活躍社員に係る情報の発信など）
- ✓ アルムナイ採用、リファラル制度の活発化
- ✓ 即戦力のキャリア採用も積極的

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
- ✓ 評価制度体系の刷新、周知

成長は、幸せ。

店舗運営力の向上

人財育成

- ✓ SMDP研修のブラッシュアップ（考えて行動できる人財の育成、有資格者の増強、カリパスの明確化）
- ✓ eラーニング教育の充実
学べる環境づくり
- ✓ 接客向上委員会、収益向上委員会
CSB委員会（※）、調理向上委員会の施策/発信による現場力アップ

従業員エンゲージメント

- ✓ 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会、社員旅行など）
- ✓ 従業員満足度調査の活用

働く環境の維持・向上

処遇改善

- ✓ 「働きやすさ」と「働きがい」を実現するため、評価制度の見直し、賃上げなどによる処遇改善

福利厚生

- ✓ 持株会制度、積立NISAなどを奨励
- ✓ 福利厚生施設の活用

ダイバーシティ推進

- ✓ 女性社員のキャリア開発と成長機会の拡充
- ✓ 仕事と育児の両立を支援、柔軟な働き方
- ✓ 外国人従業員向け研修の充実

（※）・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
(2028年2月期迄に全店導入完了)
- ✓ 郊外型店舗を中心に
 - ・配膳ロボット
 - ・EPARK受付機
 - ・セルフレジ
 を拡充
- ✓ ライスロボットの拡充
- ✓ 冷却水サーバー（お冷セルフ）の増設
- ✓ グラスウォッシャーの拡充
- ✓ お掃除ロボットの導入

店舗運営の効率化・生産性向上

- ✓ 店舗シスト管理ツールによる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/クーポン/ギフト券の導入などによりもっと便利に



本社・工場の効率化/生産性向上

- ✓ 社内基幹システムのリプレイスを推進
 - ・システム間のインターフェイス連携を実現、情報伝達をシームレスにし、ペーパーレス化を推進
 - ・業務効率化、生産性向上を企図し今後のAI活用も視野
 - ・アプリケーションやネットワークなどにかかわる維持コストの削減、ネットワーク速度の改善、PCウィルス感染防止、サイバーセキュリティ対策を強化

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

新商品・季節限定メニュー、既存商品のレベルアップ



2026年3月Grandメニューリニューアル



2026年3月「Wハイボール祭」



2025年度の季節限定メニュー・キャンペーンの一部



各種コラボ商品



サンヨー食品株式会社
日高屋監修カップ麺



マルニ食品株式会社
日高屋監修即席麺



株式会社ニッキーフーズ 日高屋監修冷凍食品

日高屋に続く新業態開発・育成



焼鳥日高の一部店舗で豚骨ラーメンの販売開始

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

- ✓ 提携先とのキャンペーン、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

2025年度に取り上げて頂いたテレビ番組

- 3月テレビ朝日『10万円のできるかな』、TBS『坂上&指原のつぶれない店』
- 4月テレビ東京『ワールドビジネスサテライト』
- 5月関西テレビ放送カンテレ『ちゃちゃ入れマンデー』
- 6月TBSテレビ『ラヴィット』・日本テレビ『スクール革命』
- 7月テレビ東京『ワールドビジネスサテライト』
- 8月テレビ東京『ワールドビジネスサテライト』、MBS毎日放送『魔法のレストラン』
- 9月テレビ東京『紙とさまぁ〜ず』
- 10月テレビ東京『バカリズムのちょっとバカリハカってみた!』
- 11月MBS毎日放送『魔法のレストラン』
- 12月テレビ東京『バカリズムのちょっとバカリハカってみた!』、日本テレビ『ZIP!』



2025年6月4日プレス先行試食・試飲会



日高屋公式X



日高屋グループ公式Instagram



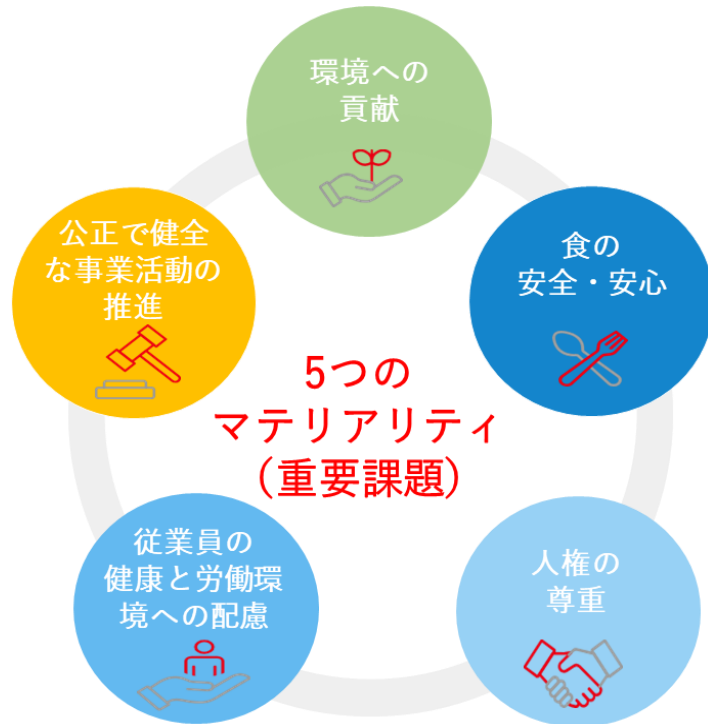
PRTIMESを用いたプレスリリース

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

サステナビリティサイトにて当社の取り組みをご紹介中



当社サステナビリティサイト <https://hiday.co.jp/sustainability/>

定量目標

- ◆ 売上高、ROEについては、2026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
- ◆ 2029年2月期を中間目標とし、最終目標年度を2030年2月期から2031年2月期へ変更

	2026年2月期 (実績)	【前回公表】			【今回設定】		
		2026年2月期 (予想)	2028年2月期 (計画)	2030年2月期 (計画)	2027年2月期 (予想)	2029年2月期 (計画)	2031年2月期 (計画)
売上高	622億円	600億円	675億円	750億円	670億円	740億円	830億円
営業利益率	10.6%	10%	10%	10%	10.2%	10%以上	10%以上
ROE	18.7%	15%以上	16%以上	17%以上	18%以上	18%以上	18%以上
店舗数 (含むFC)	478	475	510	550	497	543	597

■ キャピタルアロケーション (2027年2月期～2031年2月期累計)

2025年4月時点から上振れを見込む営業CFを設備投資（工場の拡張・設備増強、新店舗投資など）に配分。市場環境を踏まえて株主還元も機動的に実施

<2025年4月時点>



<2026年4月時点>



資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

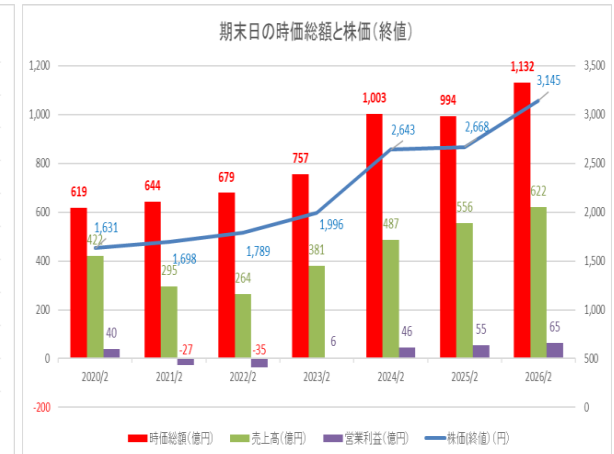
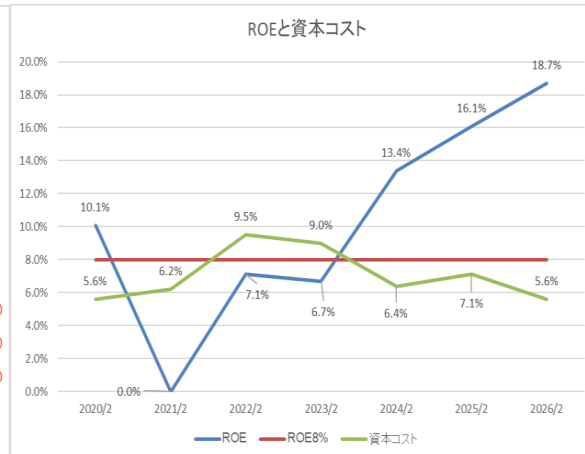
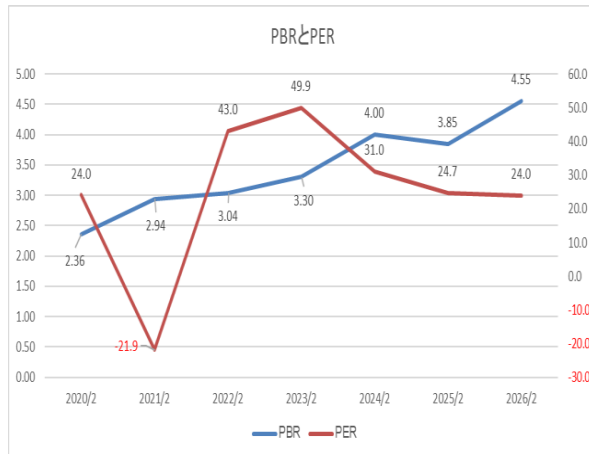
< 株価と資本収益性に対する現状分析 >

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16.1%、18.7%となり、CAPMベースの資本コスト（5～7%）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

安定的かつ持続的な配当を実現するため、株主還元にかかわる指標を「配当性向目標40%」から「純資産配当率（DOE）目標4%以上」に変更

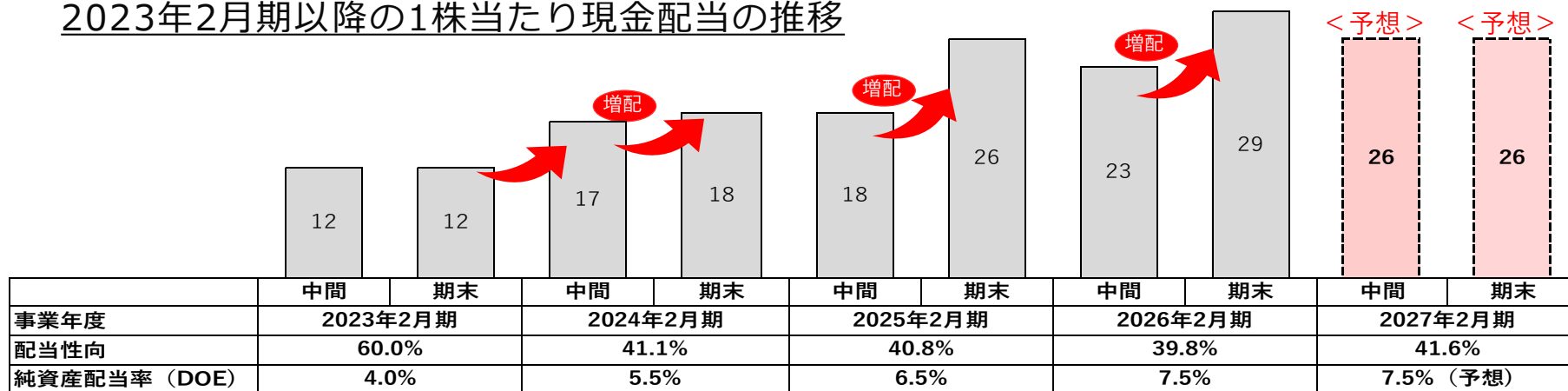
基本方針

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慮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

- ・純資産配当率(DOE)4%以上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

2023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
- ・ 2024年2月期から3期連続で増配
- ・ 2025年2月期に20億円、2026年2月期に40億円の自己株式を取得



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