



株式会社ハイデイド高

挑戦

INTEGRATED REPORT 2026

株式会社ハイデイド高 統合報告書 2026

PURPOSE

社会インフラとして 地域活性化に貢献

会社は、働く社員とお客様のためにある。

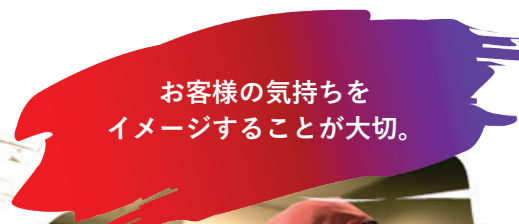
ハイデイ日高は、働く社員の幸せを第一の目的とし、

「食」を通じて、お客様に満足していただき、

地域社会に必要とされる店づくりを目指します。



自分の成長は
会社の成長にもなる。



お客様の気持ちを
イメージすることが大切。



自ら学ぶ意識が
成長に直結。



繊細な麺の管理に
経験と感覚を発揮する。



社員の意識や
成長をサポート。

ハイデイ日高の

DNA

駅前に「日高屋」がある、
そんな当たり前の風景を夢見て、
お客様においしい料理を、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。

経営理念

使命

私たちは、美味しい料理を真心込めて提供します。

挑戦

私たちは、夢に向かって挑戦し、進化し続けます。

感謝

私たちは、常に感謝の心を持ち、人間形成に努めます。

お客様・株主の皆様・従業員の

ハ ッ ピ ー な 一 日

ハイドイを目指して

人本経営の挑戦

働く社員を価値創造の原資と捉えて、一人ひとりの個性や人格、主体性を尊重し、多様な人財が生き生きと能力を発揮でき、働きがいのある環境や組織づくりにより、活躍と成長を促します。「ひと」にしか提供できない温もりや心地よさによってサービスの品質を高めるとともに「食」を通じて、お客様に満足していただき、社会への貢献を果たし、自らの成長につなげていきます。 → P. 27

事業展開の挑戦

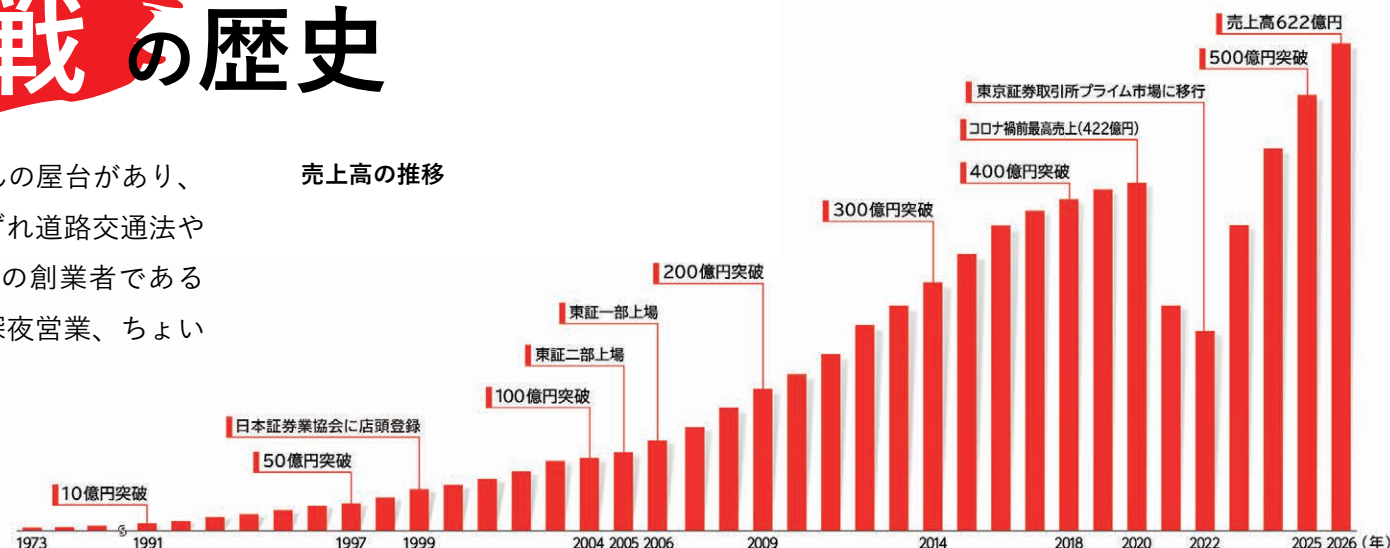
当社は、今後の更なる飛躍と将来の成長を確固たるものにし、社会インフラとして地域活性化に貢献することを目的として、中期経営計画「Hiday Challenge」ローリングプラン2026を策定し、7つの重点施策 ①店舗戦略、②国内シェア拡大／海外進出／アライアンス・M&A、③採用の強化・人財の育成、④DX推進、⑤事業拡大・新商品開発・販路戦略、⑥ブランディングの強化、⑦サステナビリティの取り組み推進に注力しております。 → P. 16

創業から続く挑戦の歴史

創業当時の1970年代、駅前には毎晩ラーメンやおでんの屋台があり、終電後も客足が絶えることがありませんでした。いずれ道路交通法や衛生面の課題で屋台は減少すると予想していた当社の創業者である神田正は、屋台のコンセプトを引継ぎ、駅前立地、深夜営業、ちょい飲みこだわった店舗を開店しました。

Hiday Hidaka history

売上高の推移



1970



1980



1990



2000



2010



2020



中華料理「来々軒」を創業

1973年2月神田正がさいたま市大宮区で5坪の中華料理「来々軒」を創業。1975年3月「来々軒」大宮南銀座店を開店。1978年有限会社日高商事を設立。



有限会社から株式会社に改組

1983年、第1回経営計画発表会を開催。当時は4店舗で売上高3億円程度の規模。1983年10月有限会社から株式会社に改組。1986年3月さいたま市大宮区三橋に食材供給子会社の株式会社日高食品を設立し、麺と餃子の生産を開始。



株式を日本証券業協会に店頭登録

1993年3月都内進出第1号店として「らーめん日高赤羽店」を北区赤羽に開店。1994年4月「ラーメン館」事業が開始。1998年6月商号を株式会社ハイデイ日高に変更。1999年9月当社株式を日本証券業協会に店頭登録。



「日高屋」の展開を開始／東京証券取引所市場第一部に指定上場

2002年6月現在の主力業態である「日高屋」が始動。同年12月100店舗達成。2003年10月「日高屋」に「来々軒」のノウハウを加えた「中華食堂日高屋」の展開を開始。2005年2月行田工場の本格稼働開始。同年4月東京証券取引所市場第二部に上場。2006年8月東京証券取引所市場第一部に指定。同年9月「焼鳥日高」が始動。2008年7月200店舗達成。



売上高400億円達成

2012年2月フランチャイズ3店舗を含め株式公開時の目標であった店舗数300店舗達成。2013年11月行田工場増設。2015年5月行田工場において、食品安全マネジメントシステムの国際規格であるISO22000の認証を取得。2017年5月400店舗達成。



創業50周年／売上高600億円達成

2022年4月東京証券取引所の市場区分見直しによって市場第一部からプライム市場へ移行。2023年2月創業50周年を迎える。2025年10月株式会社オーシャンシステム（本社：新潟県三条市）とフランチャイズ契約を締結。



発行にあたって

本報告書は、ステークホルダーに向けて、財務・非財務両面から株式会社ハイデイ日高の持続的成長に向けた取り組み状況と今後の方向性を示し、包括・整理した価値創造ストーリーとしてお伝えすることを目的としております。成長戦略について、「社会インフラとして地域活性化に貢献」をパーパスとする中期経営計画の進捗をご報告するとともに、今後の投資の増強について、ステークホルダーの皆様にご理解・ご納得いただけるよう、トップメッセージにて詳しく述べております。

本報告書の作成は、編集方針に示した通り、国際統合報告書評議会（IIRC）が策定し、現在はIFRS財団が管理する「国際統合報告フレームワーク」やISO26000（社会的責任に関する手引）を参考としております。透明性をもって誠実に報告が記載され、その内容が適切かつ正当であることを表明します。

統合報告書2026のポイント

POINT 1

ハイデイ日高への想い、
そしてこれからの
未来に向けた決意

創業者であり代表取締役会長の神田正と、代表取締役社長である青野敬成が自身のルーツやハイデイ日高の成長戦略、そしてステークホルダーへの想いを語っています。

→ P. 6

POINT 2

ローリング方式で
見直した中期経営計画で
さらなる成長を目指す

計画を上回る増収増益により、2期連続で中期経営計画のローリングを実施。店舗戦略やDX推進、事業拡大等、設定した目標に向かって邁進してまいります。

→ P. 16

POINT 3

新たに設置した指名・報酬
委員会委員長、独立社外
取締役からのメッセージ

取締役会の独立性・客観性の強化を図るために、2026年2月、指名・報酬委員会を設置。コーポレート・ガバナンスの充実に、独立社外取締役によるメッセージを掲載しています。

→ P. 32

Contents

イントロダクション

- 1 PURPOSE
- 2 ハイデイ日高のDNA
- 3 2つの挑戦
- 4 創業から続く挑戦の歴史
- 5 発行にあたって／Contents
- 6 創業者メッセージ
- 8 トップメッセージ

価値創造ストーリー

- 11 At a glance
- 12 ハイデイ日高の強み
- 13 ステークホルダーとの関わり
- 14 価値創造プロセス
- 15 マテリアリティ

中期経営計画

- 17 ハイデイ日高の目指す姿
- 18 店舗戦略／事業拡大
- 19 国内シェア拡大／海外進出／
アライアンス・M&A
- 20 新商品開発・販路戦略／ブランディングの強化
- 21 DX推進
- 22 財務戦略

サステナビリティ

- 24 サステナビリティ方針／環境への取り組み
- 26 TCFD提言への取り組み
- 27 人財への取り組み
- 29 従業員インタビュー
- 30 行田工場 食材の安心・安全と労働環境改善

コーポレート・ガバナンス

- 32 独立社外取締役
指名・報酬委員会 委員長メッセージ
- 33 独立社外取締役メッセージ
- 34 役員一覧
- 35 スキルマトリクス
- 36 コーポレート・ガバナンス体制
- 37 役員報酬／
取締役会の実効性の分析・評価
- 38 リスクマネジメント／
情報セキュリティ 基本方針／
コンプライアンス
- 39 財務データ（11ヵ年）
- 40 非財務データ
- 41 会社概要

編集方針

当社は、ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを重要視しています。本報告書により、当社の事業・サステナビリティ活動を広く発信することで、当社のありたい姿について理解を深めていただくことを目的としています。

参考にしたガイドライン

- 国際統合報告書評議会（IIRC）が策定し、現在はIFRS財団が管理する「国際統合報告フレームワーク」
- 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」
- ISO26000(社会的責任に関する手引)

対象期間

2025年度（2025年3月～2026年2月）
※一部対象期間外の情報も記載しています。

将来の見通しに関する注意事項

本報告書に記載されている計画や見通し、戦略などは、作成時点で入手可能な情報による判断および仮定に基づいております。実際の業績や施策の実行はさまざまな要因により、異なる結果となり得ることをご了承ください。

創業者メッセージ

「分かち合う資本主義」で築く未来へ——
人を大切にする経営が
生み出す持続的成長

代表取締役 会長（執行役員会長）

神田 正

経営理念の原点 —
夢を語り、実現する力

1973年、埼玉県大宮市（現・さいたま市大宮区）に開いた5坪のラーメン店が、当社の原点です。創業から間もなく、税理士の助言をきっかけに始めた「経営計画発表会」は、当社の成長を支える原動力となってきました。当時、ラーメン業界でこうした将来像を共有する取り組みを行う企業はほとんどなく、発表会には従業員だけでなく、その家族や取引先、金融機関、地域の八百屋さんなども参加していました。

仕事は、単に労働の対価として給料を得るためだけのものではありません。会社がどこを目指し、どのような夢を実現しようとしているのかを理解して働くことで、従業員の意欲は大きく変わります。私は「夢は寝て見るものではなく、語るもの」だと考えています。多くの人の前で言葉にすることで、自分自身にも責任と緊張感が生まれ、それが実行力につながるのです。経営計画発表会で掲げたことを、私は一度も実現できなかったことがあります。

破格の価格戦略に込めた想い —
国民食を駅前一等地へ

2002年から22年間守ってきた「中華そば390円」※という価格設定の背景には、明確な戦略がありました。2002年当時、新宿や池袋の駅前一等地にはファーストフード店や牛丼店がある一方で、国民食ともいえるラーメン店はほとんど見当たりませんでした。私はそこに違和感を覚え、ファーストフード店のセットが390円、牛丼が380円という当時の価格帯に合わせ、創業の地である大宮で450円だったラーメンを、家賃の高い新宿であえて390円に設定したのです。狙いは、お客様の食の選択肢の中に日高屋を自然に組み込むことでした。ファーストフード、牛丼、ラーメンを気分に応じて選んでいただくためには、価格帯をそろえることが重要だったのです。西武新宿駅前に出店した際、ファーストフード店に向かっていただお客様が日高屋に入ってくださいる姿を見て、「これはいける」と確信しました。ローコストオペレーションを徹底し、390円でも利益が出る仕組みを築き上げました。

※ 2026年6月現在の価格は420円（税込）。

創業者メッセージ

「分かち合う資本主義」の実践 — 人を幸せにする経営

私は「私利私欲」を追わないことを信念にしています。そして、会社以上に大切なものは、そこで働く一人ひとりの人間だと私は考えています。

その考えから、私は過去、自分の株式を2回に分けてパートやアルバイトも含めた従業員に無償で譲渡しました。総額は約8億円にのぼります。上場時の時価総額は決して高くありませんでしたが、今では1,000億円を超えています。この含み益は、社員一人ひとりが力を合わせて築いてきたものです。だからこそ、分かち合うのは当然だと考えています。私はこれを「分かち合う資本主義」と呼んでいます。実際、株を分けることで社員の意欲が高まり、その結果として企業価値がさらに高まるという好循環も生まれています。

外食産業は、まさに人がすべてです。人こそがすべてだと考えているからこそ、社員にはできる限り物心両面で報いたい。その思いが、私の経営の根底にあります。現在、従業員の36%以上を外国人フレンド社員※が占めていますが、国籍や性別、学歴にかかわらず、実力で昇格できる文化を大切にしてきました。

「焼鳥日高」を始めたのも、60歳を超えた従業員が70歳まで無理なく働ける環境をつくりたかったからです。中華業態は深夜まで営業し、重い鍋を振るなど身体への負担も大きい。若い時だけ頑張ってもらい、60歳を過ぎたら不要になるという考え方では、人を大切にする経営とはいえません。焼鳥業態であれば、営業は比較的早く終わり、身体的な負担も軽くなります。年齢を重ねても、生きがいをもって働ける場を残したいのです。

年に5回開催している「フレンド社員感謝の会」も、10年以上続けている取り組みです。厳しい環境のなかで10年、15年と働き続けてくれるパート・アルバイトスタッフの皆さんに、感謝の気持ちを直接伝え、おいしい食事を楽しんでいただく。この積み重ねが企業文化となり、辞めた方が友人を紹介してくださるような好循環にもつながっています。

※ 外国人フレンド社員とは、店舗で働く外国籍のパート・アルバイトスタッフを指す当社独自の呼称。

未来への挑戦 —

売上高1,000億円企業への道と地域社会への貢献

当社は現在、約480店舗を展開していますが、事業の中心は関東エリアにあります。今後は東北、甲信越、東海、近畿をはじめとする西日本、さらには海外へと、成長の可能性を広げていきたいと考えています。コロナ禍を通じて見いだした「ロードサイド戦略」※も、地方展開の可能性を大きく押し広げました。8年後のありたい姿として、売上高1,000億円という目標を掲げています。

私にとって企業を成長させる目的は、単なる利益の追求ではありません。店舗を出せば地域に喜ばれ、街に活気が生まれます。さらにそこで雇用が生まれることで、地域社会への貢献にもつながります。そこで、縁あって入社してくれた社員が「この会社に入ってよかった」と思える会社をつくること。それが私の何よりの願いです。

これから次世代に伝えたいのは、利益が上がったら皆で分かち合うのが当たり前ということです。30年、40年と会社を支えてくれる人たちに資金を回したほうが、生活や消費を通じて社会に還元され、経済も回っていきます。会社は決して一人では成り立ちません。やはり、人がすべてなのです。

私が生きているうちに売上高1,000億円企業を実現したいと考えています。その先は、若い世代に私の思いを受け継いでほしい。「分かち合う資本主義」という企業文化を大切に守りながら、さらなる成長を実現してほしいと願っています。人を大切にする経営こそが、持続的な成長と企業価値の向上につながる—それが、私が50年以上の経営を通じてたどり着いた確信です。

※ 幹線道路など交通量の多い道路沿いに郊外型店舗を展開すること。



トップメッセージ

現場を原点に、人本経営で未来を切り拓く

仲間と共に挑戦し、 持続的成長の新たな ステージへ

代表取締役 社長（執行役員社長）
青野 敬成



現場を知る経営者として

私は、日高屋でアルバイトとして働き始め、その後、社員として現場から一步步経験を積み重ねてまいりました。店長、エリアマネージャー、部長へと昇進していきながら、常に順風満帆だったわけではありません。組織変更により部長からエリアマネージャーに戻るなど、悔しさを伴う経験もありました。しかし、その一つひとつが私の経営の礎となっています。現場の厳しさ、仕事のやりがい、そして壁に直面する仲間の思いを知っていることこそ、私自身の最大の強みです。

私が大切にしているのは、カリスマ性で組織を引っ張ることではありません。現場を信じ、仲間を信じ、任せるべき人に任せ、最後の責任は社長である私が引き受ける。この覚悟をもって、これまで経営に向き合ってきました。性別を問わず、社員一人ひとりに挑戦の機会を広げ、それぞれの力を最大限に発揮できる組織をつくること、当社を次の成長ステージへ押し上げる原動力になると確信しています。

2025年度の躍進と新たな顧客層の開拓

2025年度は、当社にとって新たな成長局面を切り拓く一年となりました。売上は力強く伸長し、計画を大きく上回る増収増益を達成いたしました。この成果は、既存の強みに安住することなく、新しいお客様との接点を果敢に広げてきた取り組みが結実したものです。

具体的には、2024年に導入した楽天ポイント制度が大きな成果をもたらしました。dポイントに続いて楽天ポイントを導入したことで、女性客の来店が顕著に増加しました。さらに、タッチパネルの導入により、お客様が従業員に気兼ねなく追加注文できる環境が整い、客単価の向上にもつながりました。タッチパネルは当初、1店舗あたり400万円から500万円という大きな投資でしたが、客数・客単価の両面で確かな効果を確認できたため、段階的に導入を進めてまいりました。

楽天ポイントやdポイントといった共通ポイントは、他店で貯めたポイントを当店で利用できる利便性をお客様にもたします。当社にとっても、流入ポイントが発行ポイントの約3～4倍に達する好循環が生まれており、新規顧客の獲得と利用促進を力強く後押ししています。

トップメッセージ

スピード感ある戦略見直しと今後の重点施策

こうした好調を受け、当社は2期連続で中期経営計画のローリングを実施いたしました。市場の手応えは当初の想定を上回っており、今こそ成長スピードをさらに引き上げる局面にあります。変化を待つのではなく、自ら変化をつくり出す。その姿勢で、次の成長を確実に取りにいけます。

今後の重点施策としては、引き続き「女性客とファミリー層を中心とした顧客基盤の拡大」に力を注いでまいります。ファミリー層の来店が増えるなかで、女性が入りやすいメニュー構成や店舗環境の整備を進めた結果、駅前のタワーマンション居住者をはじめとする新たな顧客層の取り込みに成功しています。

SNSやデジタルマーケティングを活用したブランディング強化にも取り組んでおります。従来の店頭ポスター中心の販促から一歩進み、女性や若年層へ効果的にリーチできる発信体制を築き上げました。

店舗展開においては、新潟県への初出店をフランチャイズ事業として成功させました。今後も特定地域を中心に、地元精通した企業とのフランチャイズ提携を検討してまいります。直営店が95～96%を占める当社にとって、フランチャイズ事業は収益ポートフォリオの多様化に寄与する事業です。個人フランチャイズではなく企業フランチャイズに限定することで、品質管理とブランドの一貫性を徹底し、日高屋らしさを守りながら成長を加速させてまいります。

直営店については、関東圏から東北、甲信越、東海、近畿をはじめとする西日本へとエリア拡大を進めてまいります。8年後のありたい姿として掲げる売上高1,000億円、店舗数700店舗の達成に向け、国内での基盤確立を着実に進め、当社の成長可能性をさらに広げてまいります。

新商品開発においては、工場に充填機などの新設備を導入したことで、小袋パッケージ化をはじめ、これまで実現できなかった商品形態が可能になりました。これによりメニューの幅は大きく広がり、女性客や若年層のニーズに応える商品開発を、これまで以上のスピードで進めています。

人財戦略とパーパスの浸透

持続的成長の基盤は、何よりも「人財」です。全国展開を見据え、地方出身者の採用を強化するとともに、数年間関東で経験を積んだのちに地元へ戻れるキャリアパスを今後提示していきます。さらに、当社独自のSMDP（Store Manager Development Program）という育成プログラムにより、50のステップを積み重ねれば店長へ昇格できる、明確な成長ルートを整えています。努力が正当に評価され、挑戦が次の機会につながる会社であり続けることが、当社の競争力そのものです。

私が掲げる「人本経営」の根幹にあるのは、働く従業員を何よりも大切にするという揺るぎない考えです。仲間が誇りを持って働ける会社でなければ、お客様にも、株主の皆様にも、真の価値を届けることはできません。そのため、店長研修では、私自身が直接メッセージを伝え、対面での対話を重ねています。また、年4回開催する経営計画発表会や年5回開催する「フレンド社員感謝の会」では、会社の方針や経営戦略を共有するとともに、正社員、パート・アルバイトスタッフ約3,000名が経営陣と直接交流できる場を設けています。経営陣との距離を縮め、組織の一体感とエンゲージメントの向上につなげています。さらに、希望者制で実施する社員旅行にも500～600名が参加しており、仲間同士の結束を深める大きな場となっています。

ステークホルダーの皆様と共に

おかげさまで、当社はコロナ禍からのV字回復を果たすことができました。しかし、企業業績の回復だけで真の成功ということはできません。従業員一人ひとりが成長し、自らの可能性を広げていくこと。その積み重ねこそが、会社の持続的な発展を支える力となります。

これからも当社は、出店戦略を着実に推進し、目標達成への歩みを決して止めません。誰もが力を発揮できる場を広げ、志を同じくする仲間と共に挑戦を重ねることで、成長スピードをさらに加速させてまいります。

現場を原点に、人を大切に、変化を恐れず挑戦し続ける。これこそが、私が目指す経営の姿です。これからもステークホルダーの皆様と共に歩みながら、「個の成長」と「会社の成長」を両立させ、社会インフラとして地域に根差し、長く愛され続ける企業をつくり上げてまいります。引き続き、変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。





Value Creation Story

価値創造ストーリー

- 11 At a glance
- 12 ハイデイ日高の強み
- 13 ステーキホルダーとの関わり
- 14 価値創造プロセス
- 15 マテリアリティ

At a glance

数字で見る ハイデイ日高

(2026年2月末時点)



創業

1973 年



売上高

622.5 億円



2025年度に採用した
全従業員に占める女性比率

51.0 %



管理職に占める
女性従業員の割合

3.8 %



直営店舗数

472 店舗



従業員数

12,270 人

※フレンド社員数を含む。



営業利益率

10.6 %



男性従業員の
育児休業取得率

51.8 %



正社員の
自発的離職率

8.4 %



ROE

18.7 %



自己資本比率

72.8 %



配当性向

39.8 %



廃棄物排出量

1,106 t

※行田工場



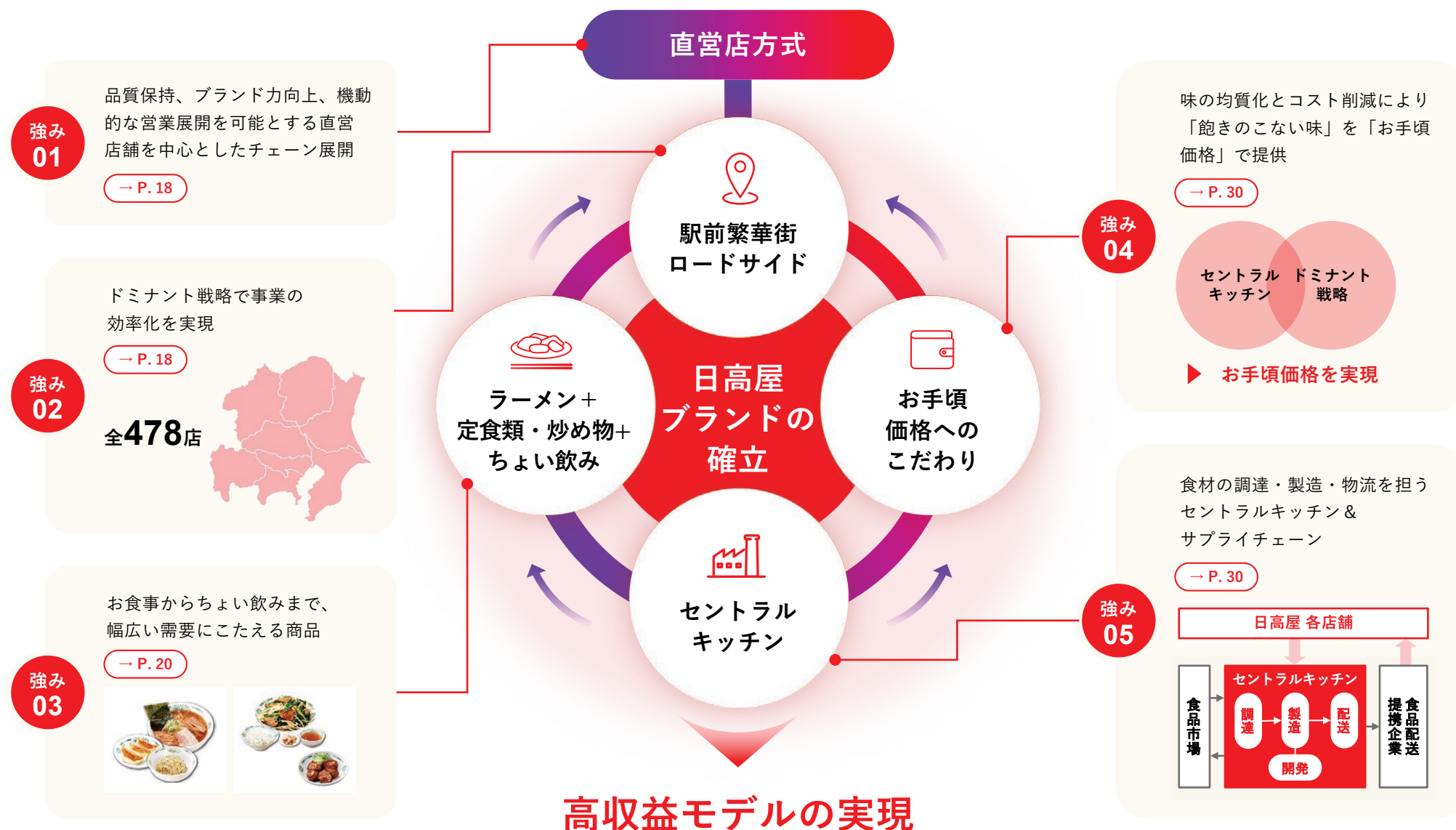
GHG排出量

Scope 1+2 **43.3** 千 t-CO₂

Scope 3 **104.8** 千 t-CO₂

ハイデイ日高の強み

ハイデイ日高は直営店舗を中心としたチェーン展開を行うことにより、品質維持、ブランド力向上、機動的な営業展開を可能にしております。また、ドミナント戦略とセントラルキッチンによるコスト優位性を実現することで、お手頃価格で飽きのこない味の定番商品を提供し、お客様にリピートいただいております。



ステークホルダーとの関わり

ハイデイ日高では、ステークホルダーの皆様との対話を大切にしており、店舗でのお客様の声、説明会やイベントなどを通じて皆様の声に真摯に耳を傾けて社会からの期待を把握し、いただいたご意見を店舗運営や事業活動に活かすことで、持続可能な社会の実現、および価値共創に向けた取り組みを推進します。

ステークホルダー	主なエンゲージメントの機会		経営および事業活動への反映
 お客様	- 日々の店舗運営【随時】 - 店舗清掃【随時】 - 設備の定期メンテナンス【定期】 - 新業態開発【随時】	- 商品開発、メニューブラッシュアップ【随時】 - SNS、Youtube、ホームページ、プレスリリースでの情報発信【随時】	お客様からの声を真摯に受け止め、サービス・品質の向上に努めるとともに、商品開発に活かし、お客様に安全安心で飽きのこないおいしい料理を提供します。
 フランチャイジー・取引先の皆様	- フランチャイジーの活動状況報告会【年1回】 - フランチャイジーに対するスーパーバイジング活動【毎月】	取引先との商談、コラボ商品監修、新メニュー提案【随時】	フランチャイズ契約に基づく臨店・店舗運営アドバイス、取引先とのパートナーシップに基づく連携を図ります。仕入先様との間では、互いに成長できる関係性を築きます。
 従業員	- 経営計画発表会【年4回】 - フレンド社員感謝の会【年5回】 - 社員旅行【年5回】 - 新入社員研修【年4回】 - 店長研修【年9回】	- 地区長会議【毎月】 - 従業員満足度調査【年1回】 - 社内広報誌（Hiday Report）の活用【毎月】 - 社内採用誌（HIDAY PRESS）の活用【毎月】	適切な人事評価、人材育成・活用、ワークライフバランスの実現、心身の健康維持・増進、法令遵守・人権の尊重などを通じてウェルビーイングの実現に取り組みます。
 株主・投資家の皆様	- アナリスト・機関投資家向け決算説明会【年2回】 - 個人投資家向けIR説明会【随時】 - IRサイト、サステナビリティサイトでの情報開示【随時】 - 国内外投資家との個別ミーティング【年80回程度】	- 有価証券報告書・半期報告書、決算短信、適時開示文書の発信 - 有価証券報告書・半期報告書【年2回】 - 決算短信【年4回】 - 適時開示文書【随時】 - 定時株主総会【年1回】	積極的な対話と適時適切な情報開示により、経営の透明性確保とガバナンスの強化、信頼関係の構築につなげます。また適正な株主還元と企業価値の向上に努めます。
 地域社会の皆様	- 経済団体・業界団体との協働【随時】 - 自治体・地域社会との対話【随時】	社会貢献活動における協働・協賛、災害復興支援【随時】	地域社会への貢献と、地域社会との共生を通じて、それぞれの地域が抱える課題の解決を目指します。また社員の社会貢献活動を通じたCSR意識の向上を目指します。

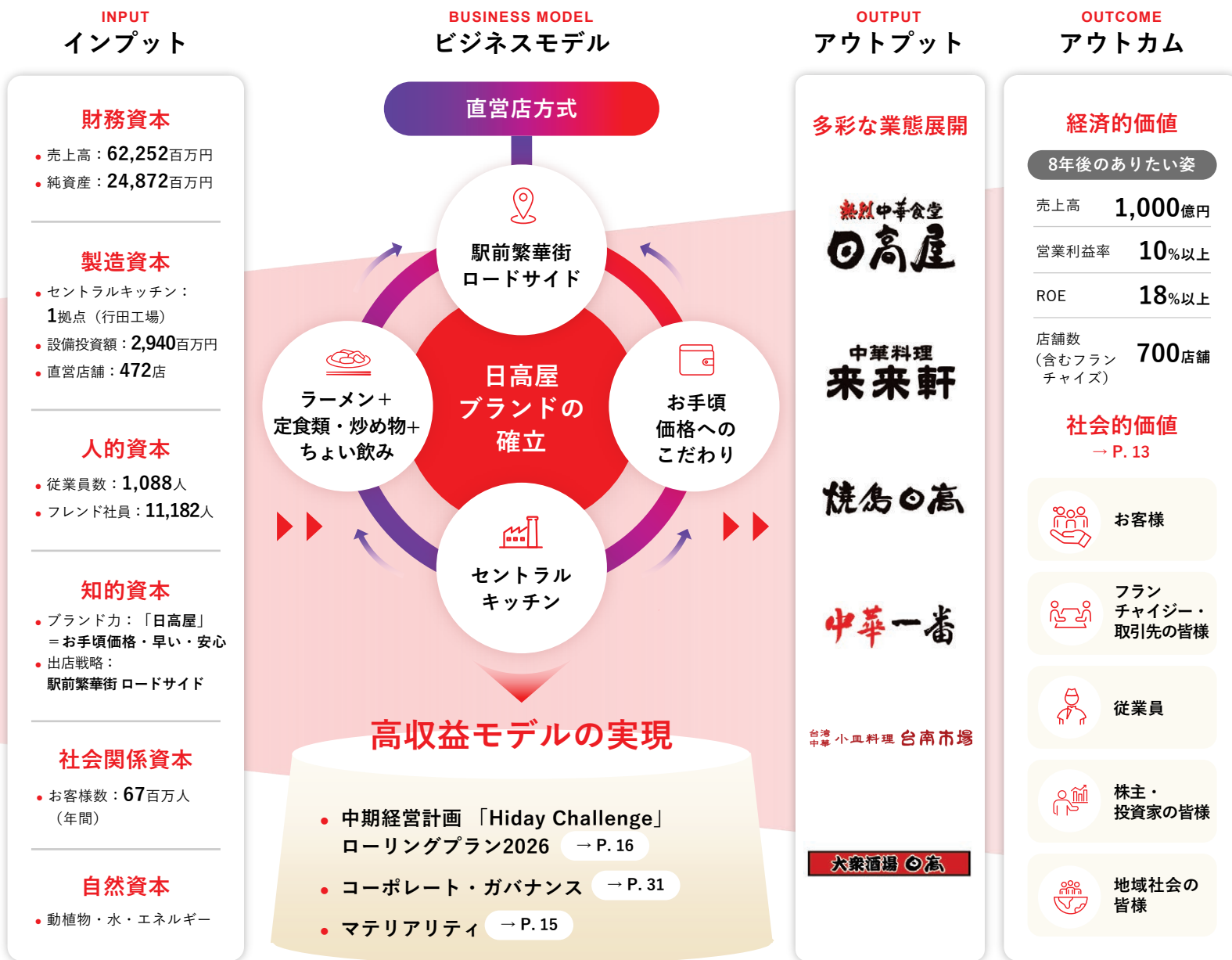
TOPICS

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



当社の中期経営計画の重点施策において、フランチャイズ事業による店舗展開・国内シェアの拡大を掲げています。2025年10月17日に、当社と共通の経営理念・価値観を持つ株式会社オーシャンシステム（本社：新潟県三条市）とフランチャイズ契約を締結しました。同社は新潟県の地域特性の知見や他業種のフランチャイズ運営の実績があることから、相乗効果が見込めるものと考えております。同社は、当社の社内フランチャイズ制度（役職員独立制度）以外では、第一号となるフランチャイズ企業として、2026年4月、新潟県に「熱烈中華食堂日高屋」を初出店いたしました。同社とともに「食」を通じて地域社会により一層貢献してまいります。

価値創造プロセス



PURPOSE

社会インフラとして
地域活性化に貢献



マテリアリティ

当社は、経営理念に掲げる「使命」「挑戦」「感謝」を企業の行動方針としております。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、お客様に満足していただき、地域社会に必要とされる店舗づくり、「社会インフラとして地域活性化に貢献」するため事業を遂行しております。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のために、5つのマテリアリティ（重要課題）を特定し、積極的に取り組んでおります。

ESG	マテリアリティ	実施事項	関連するSDGs
E	環境への貢献	● 気候変動への対応 ● 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 ● 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	    
	食の安全・安心	● 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	   
S	人権の尊重	● 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	● 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	  

プロセス

サステナビリティは、当社の目指すべき姿を具現化するための中期経営計画の重点施策の一つであります。サステナビリティ委員会を設置し、サステナビリティ基本方針を取締役会で決議し、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のために、「マテリアリティ」（重要課題）を特定し、積極的に取り組んでおります。

サステナビリティに関する基本方針

マテリアリティの特定

目標、実行計画の策定

リスク・機会の特定、対応策

目標に対する進捗管理・評価

個別施策の審議

取締役会への報告・審議



Medium-term Management Plan

中期経営計画

- 17 ハイデイ日高の目指す姿
- 18 店舗戦略／事業拡大
- 19 国内シェア拡大／海外進出／アライアンス・M&A
- 20 新商品開発・販路戦略／ブランディングの強化
- 21 DX推進
- 22 財務戦略

ハイデイ日高の目指す姿

『食』を通じて、お客様に満足していただき、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します。8年後のありたい姿として、売上高1,000億円、営業利益率10%以上、ROE18%以上、店舗数（含むフランチャイズ）700店舗を目指してまいります。

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。



2031 Hiday Next Stage



目指す姿／パーパス

社会インフラとして
地域活性化に貢献

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（含むフランチャイズ）	597

2025 Hiday Challenge

UPDATE

Hiday500
ローリングプラン
2024

2025年2月期業績	
売上高	556億円
営業利益率	9.9%
ROE	16.1%
店舗数（含むフランチャイズ）	461

2026年2月期業績	
売上高	622億円
営業利益率	10.6%
ROE	18.7%
店舗数（含むフランチャイズ）	478

2027年2月期業績（予想）	
売上高	670億円
営業利益率	10.2%
ROE	18%以上
店舗数（含むフランチャイズ）	497

2030年2月期サステナビリティ目標	
GHG排出（Scope1,2）	30.7千t-CO ₂ （2018年度比30%削減）
女性管理職割合	10%以上

店舗戦略／事業拡大

行田工場を中心に関東1都6県に加えて、東北、甲信越、東海地方などの隣接する県の国内未開拓地域に出店を拡大し、8年後には700店舗体制（含むフランチャイズ）とし、将来的には、近畿をはじめとした西日本にも展開し国内1,000店舗体制を目指します。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ってまいります。

2031
Hiday Next Stage

計画

597店舗

2029

Hiday Challenge
ローリングプラン2026

計画

543店舗

現在

478店舗

国内

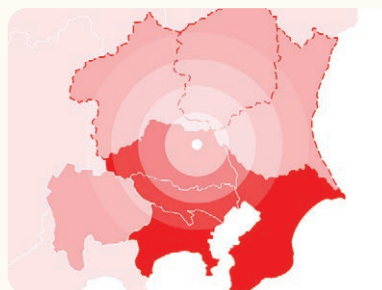
700店舗体制
を目指す。



店舗戦略

- 日高屋業態を中心に
 - ① 駅前型店舗の出店継続
 - ② 駅前・郊外の商業施設内の出店
 - 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
- 既存店舗の改装・リニューアル推進

北関東に100店舗出店の構想



事業拡大

日高屋に続く新業態の開発と育成を行うことにより、お客様の多様なニーズにお応えします。

地域ニーズに合わせて多様な業態を展開



国内シェア拡大／海外進出／アライアンス・M&A

フランチャイズ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・地域への進出・展開、オーガニックな成長に加えてアライアンスやM&Aを推進することで更なる成長と収益力の向上を図ります。



国内シェア拡大

目指す姿

- 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

戦略

- 戦略的なパートナーによるフランチャイズ店舗展開

進捗状況

2025年10月17日に当社と共通の経営理念・価値観を持つ株式会社オーシャンシステム（本社：新潟県三条市）とフランチャイズ契約を締結しました。2026年4月には、同社が新潟県に「熱烈中華食堂 日高屋」のフランチャイズ店舗を初出店いたしました。

海外進出

- 直営（独資／JV）に限定せず、エリアフランチャイズ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

- 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

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を検討しましたが、現在、当社の店舗は関東1都6県に集中しており、日本国内に未開拓地域（東日本では東北、甲信越、東海、西日本全域）が大きいため、当面は国内での展開を優先していく方向性です。ただし、他社の進出・展開状況や各国の投資環境などの情報収集は継続し進出の機会を模索しています。

アライアンス・M&A

- 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

- 共通の価値観のもとにM&Aに取り組む
- 同業異業種を問わず戦略的に提携／協力

M&A・アライアンスを成長戦略の一つとして位置づけて、同業（中華チェーン）、異業種（食品製造、流通など）を問わず、シナジー効果が見込める場合は、積極的に検討する方針、情報収集は継続的に実施中です。

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します。新商品・季節限定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、いつでも来店いただいても新しい発見のある商品開発を進めてまいります。

🍜 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
グランドメニューリニューアル



2025年度に販売した期間限定の季節商品、
復刻メニュー、キャンペーン等の一部

ブランディングの強化

お手頃な価格帯で飽きのこない味のご提供、使い勝手の良い店舗立地という強みを生かすとともに、品質の安定・安心感・利便性を磨き上げ、「いつでも・どこでも利用できる日常の社会インフラ」としての存在価値を高めます。出店地域の拡大、DX、ESG対応により信頼性をより一層高め、ブランド力の維持・向上を図ります。

🌐 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



日高屋グループ公式Instagram



日高屋公式X

🤝 食品メーカー・量販店・コンビニエンスストアとのコラボ



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

💎 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6月4日
プレス先行試食・試飲会



PRTIMESを用いた
プレスリリース

DX推進

我が国では、少子高齢化による労働力不足に対応すべく、配膳ロボットやセルフレジ等の自動化・省人化技術の導入が外食業界にも広がっております。当社では「ひと」にしか提供できない温もりや心地よさを大切にするとともに、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します。



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月期までに全店舗導入完了）
- ・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

TOPICS

郊外の新店舗やロードサイド既存店舗を中心とした17店舗にセルフレジを導入

当社は、店舗オペレーションの効率化と収益性向上を目的として、ロードサイドの新店舗を中心にセルフレジを段階的に導入しています。外食産業が抱える構造的な問題である人手不足、お客様の会計待ちの行列、ピーク時間帯の対応などを解決する投資です。まだまだ改善の余地はございますが、当社の中長期的な成長を支える基盤として拡充してまいります。



本社・工場の効率化／生産性向上

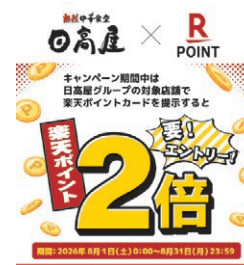
社内基幹システムのリプレイスを推進



- ・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ウイルス感染防止、サイバーセキュリティ対策を強化



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

財務戦略

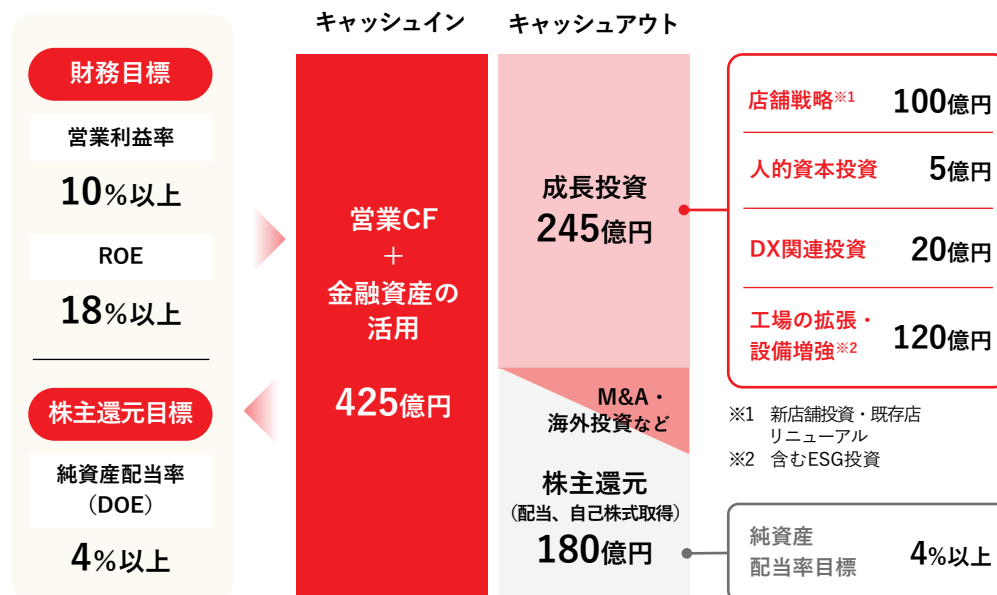
■ 定量目標の上方修正

- 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ました。
- 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月期へ変更しました。

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

■ 戦略的なキャピタルアロケーション

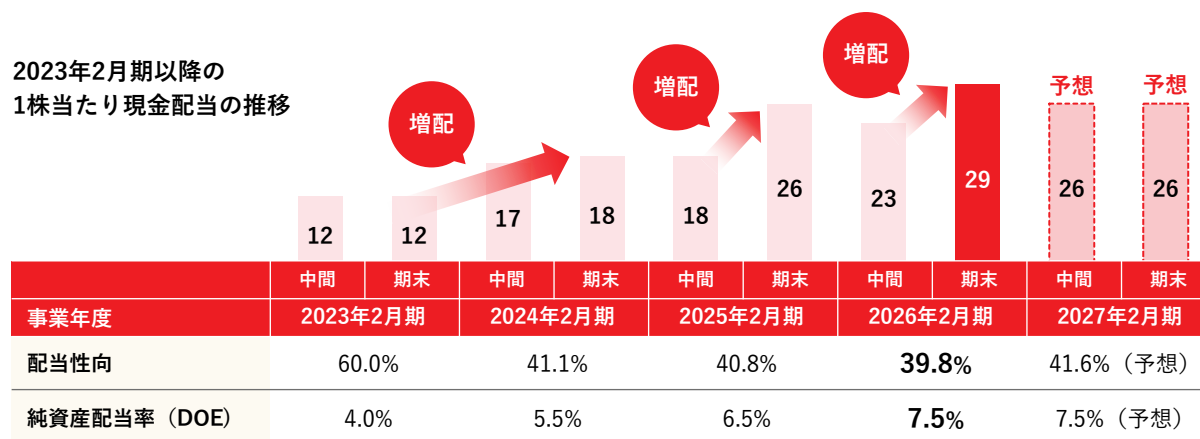
営業CFを設備投資（工場の拡張・設備増強、新店舗投資など）に配分。市場環境を踏まえて株主還元も機動的に実施します。



■ 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





Sustainability

サステナビリティ

- 24 サステナビリティ方針／環境への取り組み
- 26 TCFD提言への取り組み
- 27 人財への取り組み
- 29 従業員インタビュー
- 30 行田工場 食材の安心・安全と労働環境改善

サステナビリティ方針

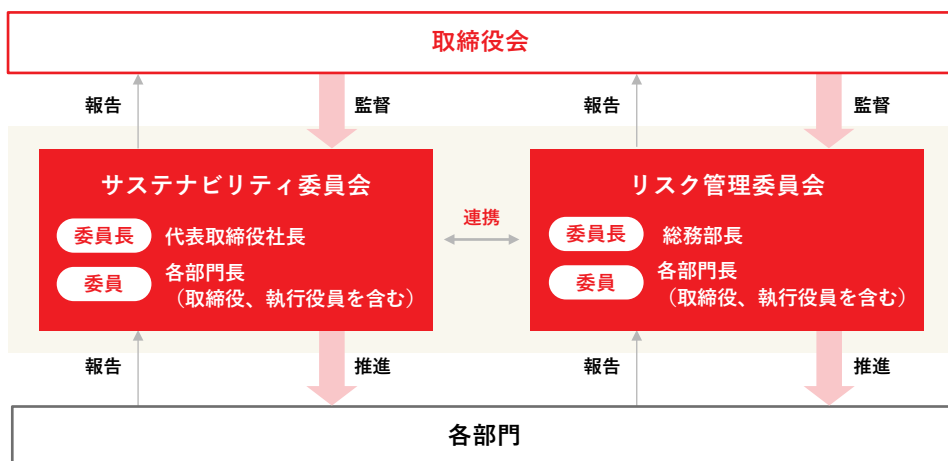
基本方針

株式会社ハイデイ日高は、駅前に「日高屋」がある、そんな当たり前の風景を夢見て、お客様においしい料理を、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するという「経営ビジョン」と、当社が倫理観・道徳観について定めた「企業倫理憲章」に基づく事業活動を通じて持続可能な環境や社会の実現への貢献と持続的な企業価値の向上に努めます。

経営理念に掲げる「使命」「挑戦」「感謝」を企業の行動方針としております。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、お客様に満足していただき、地域社会に必要とされる店舗づくり、「社会インフラとして地域活性化に貢献」するため事業を遂行しております。

サステナビリティ委員会の設置と推進体制

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、当社の環境・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しました。



サステナビリティの取り組み推進

サステナビリティは、当社の目指すべき姿を具現化するための中期経営計画の重点施策の一つであります。サステナビリティ委員会を設置し、サステナビリティ基本方針を取締役会で決議し、持続可能な環境や社会の貢献と持続的な企業価値の向上のために、「マテリアリティ」（重要課題）を特定し、積極的に取り組んでおります。

→マテリアリティP.15

環境への取り組み

世界的にエネルギー需要が増加し、化石燃料の消費の増大が見込まれているなか、気候変動の要因となるCO₂排出量の削減は地球規模で実施すべき課題と認識しております。気候変動問題は当社が目指す「次世代へとつなげていくため地球にやさしい店舗づくり、地球コミュニティに密着した社会インフラとして地域活性化への貢献」に影響を及ぼすリスクであると認識しております。当社は気候変動の影響の緩和として、CO₂排出量を環境経営目標として設定し、削減に向けた取り組みを進めてまいります。

気候変動への適応とその緩和



環境への取り組み

食品ロスの低減・資源循環型社会実現への貢献

行田工場および店舗では食品ロスの低減と資源の循環活用に取り組んでおります。地球環境に及ぼす影響を軽減するさまざまな取り組みを追求し続けています。

サービス券のデジタル化



サービス券を紙からデジタルに変更したことにより、ごみの量を減らすとともに省資源化に取り組んでいます。

紙ナプキン



ごみを減らし、限られた資源を大切に使うために、紙ナプキンのサイズの1/3をカットし、ペーパータオルをミニサイズに変更しています。

食器洗浄用洗剤



プラスチックを削減するために袋入りの食洗機用洗剤を使用しています。

配送用コンテナ



環境に配慮するため折り畳みのできる通いコンテナを利用しています。

少量商品の提供



食品ロスを削減するために3個餃子、半ラーメン、半ライス等少量での商品を提供しています。

エコ箸



ごみを減らし、限られた資源を大切に使うために、“繰り返し使えるお箸”「エコ箸」を導入しております。

レジ袋



石油の消費量を削減するためにバイオマス素材を一部採用したレジ袋を使用しています。

ガラスびんのリサイクル



店舗から出るガラスびんを回収しリサイクルしています。

ごみの分別



循環型社会に向けごみの分別を実施しています。

生ごみリサイクルへの取り組み



工場から排出される生ごみをリサイクルすることで、ごみの排出量削減に取り組んでおります。

水の使用量の効率改善



全社的な設備投資として、全店舗へのグラスウォッシュ導入を推進しています。手洗いと比較して効率的に洗浄でき、水使用量を抑えながら衛生レベルを維持できる設備です。

工場に導入した消滅型生ごみ処理機



工場では環境負荷を低減する生ごみ処理機を導入しています。微生物の力を借りて生ごみを微細に分解・水溶化し一部を排水として処理します。

TCFD提言への取り組み

ハイデイ日高では、「気候変動」を重要な経営課題の一つとして認識しており、2023年5月に「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言に賛同を表明いたしました。TCFDが提言する4つの開示基礎項目である「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」ごとに、気候変動に対する考え方を開示します。

ガバナンス

当社では、気候変動対策など当社の環境・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月よりサステナビリティ委員会を設置いたしました。委員会は四半期に一回開催され、代表取締役社長を委員長とした取締役、執行役員を含む各部門長から構成されており、気候変動対応を含むサステナビリティに関する方針、目標、実行計画の策定、リスク・機会の特定とそれらへの対応策の検討、サステナビリティ目標に対する推進管理や評価、個別施策の審議を担っています。また、その内容を四半期に一回、取締役会に報告しており、取締役会は委員会で検討した気候変動に関する重要なリスク・機会についての審議内容を監督しています。当社の気候変動対応の責任者は、代表取締役社長が担っています。

戦略

TCFD提言で示された各リスク・機会の項目を参考に、気候変動問題が当社事業に及ぼすリスク・機会に関して、以下のステップで検討しました。また、1.5℃～2℃シナリオと、4℃シナリオのシナリオを用いて、政策や市場動向の移行（移行リスク・機会）に関する分析と、災害などによる物理的変化（物理リスク・機会）に関する分析を実施しました。

リスク・機会の特定と評価	シナリオ群の定義	財務インパクト評価	対応策の検討
1.5℃～2℃シナリオ	気候変動の影響を抑制するためにカーボンニュートラル実現を目指した取り組みが活発化し、世界の平均気温を産業革命期以前と比較して1.5℃～2℃未満に抑えることを目指したシナリオ。1.5℃シナリオでは、移行リスクの中でも政策・法規制リスクの影響が2℃シナリオに比べて大きくなると想定されている。		
4℃シナリオ	気候変動対策が現状から進展せず、世界の平均気温が産業革命期以前と比較して今世紀末頃に約4℃上昇するとされるシナリオ。物理リスクにおける異常気象の激甚化や海面上昇リスクによる影響が大きくなると想定されている。		

リスク管理

リスク／機会	要因	事業への影響	財務影響度	時間軸	対応策
移行リスク	政策・規制	炭素税導入・炭素税率の上昇	大	長期	再エネ導入拡大、省エネ設備投資増加
		炭素税導入による調達コストの増加	大	長期	低炭素製品調達への移行
	技術	低炭素設備の導入	小	短期	インテリナルカーボンライシングの導入検討
物理リスク	慢性	気候変動への対応の遅れによる投資家評判低下、株価の下落	大	短期～中期	気候変動対応情報の積極開示
		気温の上昇や降水パターンの変化	中	中期～長期	省エネルギー空調設備の導入
		気候変動による製造過程の温度管理コストの増加	中	長期	産地変更の対応
機会	急性	海面上昇	小	長期	サプライヤーのBCP策定と継続的な見直し依頼
		取引先被災に伴う調達コストの増加	小	長期	
		異常気象の激甚化	大	短期～中期	洪水リスク評価に応じた重点的な対応
移行リスク	資源効率	食品ロス率の低減	小	中期	食品ロス削減メニューの開発
		原材料調達の最適化	小	短期	食材調達先の分散
	製品とサービス	環境配慮メニュー開発の促進	小	中期	植物性タンパク質を用いたメニューの開発
機会	市場	植物性タンパク質を使った環境配慮食材利用メニュー提供に伴う売上増加	小	中期	
		エシカル消費の促進	小	短期～中期	エシカルフードの開発
		エシカルフード需要の増加に伴う売上増加	小	短期～中期	

※ 想定時期 短期：～3年／中期：3年～10年／長期：10年～30年
財務影響度 大：売上10%以上の影響／中：売上1%以上～10%未満の影響／小：売上1%未満の影響

指標と目標

2030年度の中期目標 **Scope1、2排出量を30%削減（2018年度比）**

2018年度以降のScope1、2、3排出量推移 （単位：千t-CO₂）

GHG排出量	2018年度実績	2021年度実績	2022年度実績	2023年度実績	2024年度実績	2025年度実績	2030年度計画
Scope1+2	43.9	30.8	36.7	39.5	38.7	43.3	30.7
2018年度比削減量	-	-	-	4.3	5.2	0.6	13.2
Scope3	-	-	-	79.7	88.9	104.8	

※ Scope1は液化石油ガス（LPG）、都市ガス、ガソリンを対象としております。
※ Scope2は電力使用を対象としております。

人財への取り組み

ハイデイ日高が、創業以来変わらず大切にしているのは、「ひと」です。会社は、働く社員とお客様のためにある。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いただき、地域社会に必要なとされる店づくりを目指します。大切なのは、感謝の気持ちを持ち続けること。お互いを思いやり、助け合う感謝の気持ちを持つこと、それらが人間形成へとつながります。ハイデイ日高で働く仲間は、私たちの家族です。常に思い合い、助け合い、お互いの未来を明るくするために日々頑張っています。

人財の育成に関する方針

ハイデイユニバーシティ（社内教育育成制度）にてSMDP研修 **→ P.28** 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しております。新入社員や中途入社者向け研修プログラムも実施しており、人財育成への投資を継続的に実施しております。

処遇面においては、一人ひとりが安心して働ける環境を整えるため、2026年4月にベースアップと定期昇給を合わせて約7.1%の賃上げと初任給の引上げ（大卒の初任給は280千円）を実施いたしました。ベースアップは6年連続で実施しています。

また、2026年2月には、当社の創業者であり代表取締役の神田正の想いである「分かち合う資本主義」を実現するため、「成長分配金」4億52百万円を支給いたしました。決算賞与として開始して以来、18年連続して年度末に賞与を支給しております。こうした取り組みにより、人的資本への投資を積極的に実施しております。

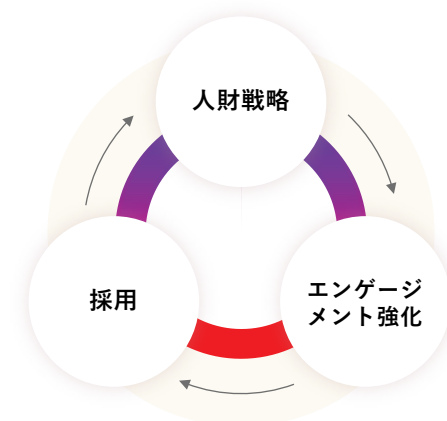
社内環境整備に関する方針

当社は性別、年齢、国籍、新卒・中途に関係なく、多様な人財を採用しております。人財登用については、性別、年齢、国籍、新卒・中途に関係なく、能力と適性に応じて実施し、挑戦する意欲と人間力のある社員については、積極的に管理職に登用しております。フレンド社員については研修・教育の機会を充実させて積極的に正社員へ登用しております。各自のライフプランに合わせて勤務時間や雇用形態などを柔軟に選択できるキャリア制度もあり、キャリアアップしながら安心して働ける環境を整備しております。また、外国人の採用を意欲的に実施しており、「特定技能」の在留資格に基づく活動を円滑に行えるようにするため職業・日常生活における支援を実施しております。障がい者についても、個々の能力を存分に発揮していただくために、より働きやすい環境を整備し雇用を進めてまいります。

採用の強化・人財の育成

従業員の成長と活躍を支え、生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を実現します。

持続的な成長を実現するためには、低価格の追求だけではなく、お客様の外食行動や嗜好の変化に対応した、新たな価値の創造が欠かせません。その原動力となるのは、いうまでもなく人財。当社は未来を担う人財の育成を図るため、社員教育には特に力を注ぎ、一人ひとりが意欲的に提案し、同時に、努力や成果が正当に評価される企業文化を育んでいます。



KPIと進捗

	2025年2月期実績	2026年2月期実績	2029年2月期目標
管理職に占める女性従業員の割合	3.8%	3.8%	10%以上
計画期間：2024年4月1日～2029年3月31日			
社員の採用者に占める女性割合	30%以上	ワークライフバランスを推進	残業時間5%削減

人財への取り組み

人権・人財に関する主要な取り組み

社員・フレンド社員採用	- 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	- 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
人財育成	- SMDP研修をはじめとする各種研修、資格制度によりすべての人財が力を発揮 - 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※、調理向上委員会の施策／発信による現場力アップ
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会、社員旅行等）によるつながりの醸成	- 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
女性活躍・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	- 外国人従業員向けテキストの充実 - 仕事と育児の両立を支援

※ 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

店長研修



店長研修は、繁忙時期以外には毎月開催し、営業部長より方針等の説明、各委員会の情報発信、店長からの事例紹介・共有が行われます。店長が同じベクトルで店舗運営ができるように運営しております。

経営計画発表会



経営計画発表会は、会社の方針や目標を共有するとともに、毎年優秀な成績を収めた店舗や社員に対する表彰を行います。日々の努力や成果が評価されることでモチベーション向上につながる貴重な機会となっております。

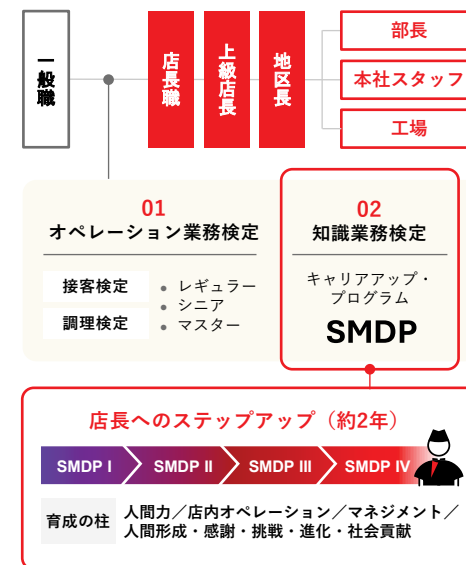
フレンド社員感謝の会



フレンド社員感謝の会は、店舗を支えるフレンド社員（パート・アルバイトスタッフ）へのねぎらい、感謝を込めて毎年5回開催しております。会長、社長、店舗の仲間たちと交流できる機会でもあり、相互理解が深まり、チームワーク向上にもつながっています。

キャリアアッププログラム SMDP

ハイデイ日高には、社員が成長して、その魅力を高めていく仕組みがあります。入社後に店長を目指していくためにSMDP（Store Manager Development Program）という研修プログラムを設け、必要な知識や技術を50のステップに分類して修得していきます。接客と調理について学び、オペレーション業務検定に合格すると、SMDP（知識業務検定）にステップアップし、店長職への道が拓けます。ステップ毎（SMDP I～IV）の昇級試験は毎月（年12回）開催しており、修得状況とモチベーションに合わせてスムーズな昇格が可能です。



外国人従業員向けテキストの充実

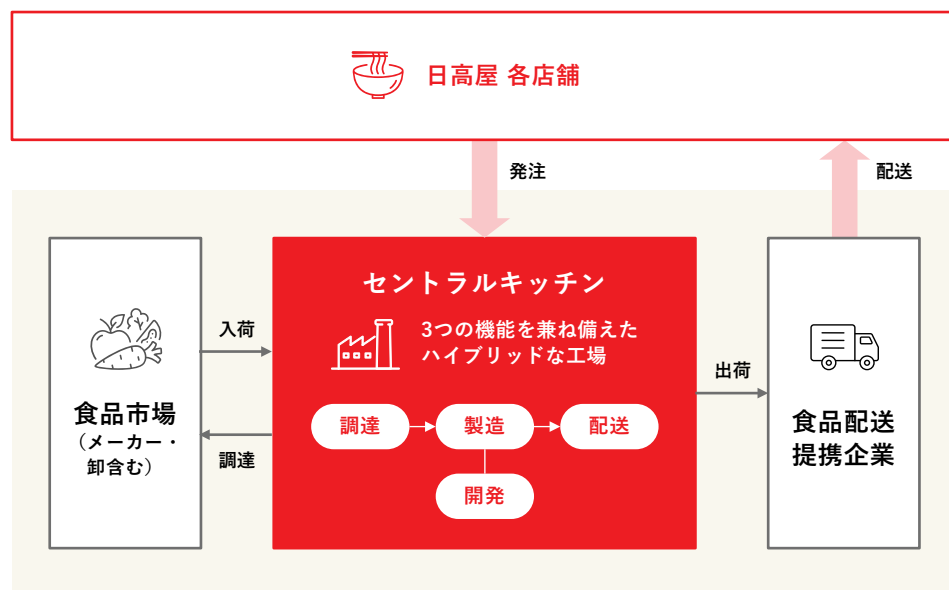
外国人従業員の能力発揮を支えるため、経営理念や店舗オペレーション（接客、調理）等をまとめた、英語、ベトナム語、ミャンマー語のテキストを用意しています。理解度向上を通じて、職場適応と接客・調理スキルの向上を図っています。成長を実感できる仕組みづくりを継続してまいります。



行田工場 食材の安心・安全と労働環境改善

最新設備の導入により安心・安全は高いレベルで維持できる体制になりました。現場で働く社員は、本来の目的である「お客様に美味しい料理を提供する」ことに集中できるようになります。経営者の視点で、主体的な働き方を求めるハイデイ日高では、社員一人ひとりが持っている能力を最大限に発揮できる環境づくりを行っています。

セントラルキッチン（行田工場）& サプライチェーン



セントラルキッチン（行田工場）は、食材の調達・製造・物流の3つの機能を兼ね備えた日高屋の中核を支えるハイブリッドな工場です。

日高屋のすべての店舗で、いつも同じ味、同じクオリティをお客様に提供できるよう麺やスープ、餃子、カット野菜など具材の製造を一手に行い、各店舗へ安定供給しています。

2013年には将来の600店舗体制を見据えた大幅な設備の増設を行い、生産効率の上昇と生産能力の拡大を行いました。また、食品安全の国際規格である食品安全マネジメントシステム〔ISO22000:2018〕の認証を取得するなど徹底した衛生管理体制で、安心・安全を支えています。

食材の安心・安全の実現

ISO22000



ISO22000は食品安全マネジメントシステムに関する国際規格です。取得にはさまざまな条件があり、環境が正しく整備されていないと取得できない規格のため、ISO22000を取得している企業は高い信頼を得ることができます。

野菜の下処理



カット野菜ラインでは最新設備の機械を導入し自動化することにより徹底した洗浄、殺菌がされています。また、人員の配置人数を極力減らすことで人の交差汚染のリスクも最小限にしています。

金属探知機



行田工場で作られた食材は、金属探知機と一部商品にはエックス線検査機を通すことで安全性を高めます。混入物が食材に入るリスクを軽減させるための取り組みを行うことで、お客様からの信頼度を向上させることができます。

労働環境改善の主な取り組み

オートケーサー



工場での作業では特に、ケースに入った重たい食材を上げ下げする作業が作業員にとって大きな負担となります。足腰に負担のかかる作業をできる限り軽減するために、オートケーサーという機械によって自動化しています。

労働者の安全と健康を守るために



行田工場では安全衛生への取り組みについて年間計画表を作成しています。月ごとに具体的な活動目標を設定し進捗管理するとともに、講習会等の教育の機会を設けて、職場環境の整備、維持・向上を図り、安全で働きやすい職場づくりを推進しています。

食堂



行田工場には食堂が完備されており、従業員は格安でお弁当を購入し、リラックスして食事をとることができます。お弁当は、ごはん類、麺類、丼物の3種類から選べ、多くの従業員がこの食堂を利用しています。

Corporate Governance

コーポレート・ガバナンス

- 32 独立社外取締役
指名・報酬委員会 委員長メッセージ
- 33 独立社外取締役メッセージ
- 34 役員一覧
- 35 スキルマトリクス
- 36 コーポレート・ガバナンス体制
- 37 役員報酬／取締役会の実効性の分析・評価
- 38 リスクマネジメント／情報セキュリティ基本方針／コンプライアンス
- 39 財務データ（11ヵ年）
- 40 非財務データ
- 41 会社概要

独立社外取締役 指名・報酬委員会 委員長メッセージ



**透明性と実効性を高め、
企業価値向上を支える
ガバナンス**

独立社外取締役
指名・報酬委員会 委員長

石田 徹

独立した客観的視点で、透明性と公正性を支える指名・報酬委員会

当社は2026年2月、取締役会の諮問機関として「指名・報酬委員会」を新設しました。時価総額が1,000億円を超え、大株主にグローバル投資家が名を連ねる中、取締役の指名・報酬等に係る取締役会の機能の独立性、客観性を強化し、説明責任を十分に果たすことは、上場企業として不可欠な課題であると考えたためです。

本委員会は社外取締役3名、社内取締役2名で構成され、独立した社外取締役が過半数を占めています。その中で私が委員長を拝命したことで、独立性と客観性を制度・運用の両面から担保する体制が整いました。取締役の指名や報酬の決定プロセスをブラックボックス化せず明確に可視化し、株主の皆様の視点に立った客観的な審議を重ねて取締役会へ答申することは、コーポレート・ガバナンスの信頼性に直結するものと確信しています。新設されたばかりの委員会だからこそ、形式的小お墨付きを与える運用に陥ることなく、回数を重ねるごとに議論の質をさらに高め、実効性のある統治の仕組みへと発展させてまいります。

次世代の経営陣を育成し、企業価値向上を支える人財・報酬改革

現在、委員会として最も優先すべきテーマは、執行側が進めている「役員評価制度と評価手法の確立」への適切な関与とモニタリングです。これまでの定性的な判断から、今後は定量的な経営指標をもバランスよく組み合わせた、客観的かつ納得性の高い仕組みへの移行を促してまいります。営業部門における既存店売上・客数や収益性、店舗運営の改善度、管理部門における内部統制やDX推進など、職務ごとの基準をもとに、経営陣の戦略遂行力や健全なリスクテイク力を客観的に評価・見極めてまいります。

サクセッションプランについても、次世代リーダーの要件定義から育成、適正な配置・登用までの一連の体系化が予定されています。後継者候補が早い段階から異なる領域や部門を経験し、全体を俯瞰できる視野を養っているか、委員会として進行状況を継続して厳しくモニタリングします。500店舗を超える今後の拡大局面においては、単なる既存事業の踏襲ではなく、AI・DXへの深い理解や、変化を恐れず挑戦するマインドを備えた多様な人財の登用を後押ししてまいります。

報酬面では、2026年5月より新たに譲渡制限付株式報酬（RS）が導入されました。今後は業績との連動性をさらに高め、生み出された成果が適切に反映される仕組みを目指します。中長期の企業価値向上につながる各種指標（営業利益、既存店売上高成長率、資本効率、人的資本・DX投資の進捗など）の組み込みを重要な検討課題とし、経営陣に対して持続的な成長を動機付けるような、ガバナンスメッセージとしての報酬制度を構築してまいります。上記を進める上で、委員会事務局の機能強化は欠かせません。

多角的な実務経験と市場視点を反映した「攻めのガバナンス」

私はこれまで、証券アナリスト、戦略コンサルタント、そして企業経営者という異なる立場で実務に携わってまいりました。アナリストとして資本効率（ROE、ROIC、DOEなど）を重視してきた視点は、市場から見た当社の経営の妥当性を問い直し、株主の皆様の声を経営陣へストレートに届ける役割として活かされています。2026年4月に配当指標を「DOE4%以上」へ変更したことも、資本効率の改善と安定的な株主還元を両立させるため、取締役会として執行側の背中を強く押した取り組みの一例です。

これに、コンサルタントとしての中長期的な成長戦略の視点、経営者としての現実的なバランス感覚を加え、単なる過去の数字の「監視」にとどまらない、未来の成長に向けた建設的な対話に努めています。私自身、2000年代初頭の「ラーメン館」時代から

独立社外取締役 指名・報酬委員会 委員長メッセージ

当社の業態転換や苦境期を間近で見てきた経緯があり、現場の強みや事業モデルへの深い理解を有しております。これら複数のバックグラウンドに基づく多角的な視点を委員会や取締役会の議論にバランスよく還元し、経営の質とスピードを同時に高める「攻めのガバナンス」の実現に貢献してまいります。

株主・投資家の皆様との建設的な対話を通じた持続的成長の支援

投資家の皆様にお伝えしたいのは、当社の指名・報酬委員会はすでに実効的に機能し、経営のブレーキとアクセル双方の役割を果たしているという点です。社外取締役が過半数を占める体制のもと、内輪の忖度を排除した透明性の高いガバナンス体制を敷いています。

皆様からお預かりした大切な資本が、成長投資や株主還元へ適切に配分され、中長期的な企業価値向上につながっているか。また、役員報酬をはじめとする経営資源の活用が適正であるか。これらを客観的に検証することが私たちの重要な役割です。成長投資における目的や回収の見通しについても、執行側が市場へ明確かつ論理的に開示・説明できるよう監督してまいります。投資家の皆様とのエンゲージメント（対話）から得られる貴重なご意見や厳しいご指摘も真摯に受け止め、社内の制度改善にしっかりと反映します。

当社は「社会インフラとして地域活性化に貢献」することをパーパスに掲げています。「駅前に中華食堂日高屋があるのが当たり前」という風景を守り、次世代につなぐためには、環境変化に応じて経営を進化させる柔軟さが欠かせません。ガバナンスは不祥事を防ぐための守りの仕組みであると同時に、会社の持続的な成長を支える攻めの基盤でもあります。高い独立性を活かした「建設的な対話」を通じて、人的資本やDX、環境といった非財務資本への投資が、将来的にどのようなプロセスで財務指標（業績）へと結びつくのかを注視し、統合報告書を通じた情報開示の深化をサポートしてまいります。

今後5年間で425億円を戦略的に配分するキャピタルアロケーションの実行にあたっては、店舗網の拡大だけでなく、人的資本投資やDX、新工場建設、そこで働く従業員のエンゲージメント向上、そして安定的な株主還元が計画通り健全に行われるよう、社外取締役および指名・報酬委員会委員長の立場から、妥協のないガバナンスを追求し、ハイデイド高の持続的な企業価値向上を支えてまいります。

独立社外取締役メッセージ

想いが息づく企業文化と ガバナンスの進化



独立社外取締役 齊藤 三希子（現姓：青山）

社外取締役として感じるハイデイド高の最大の強みは、「おいしいものを安く提供する」という創業者の想いが社内に深く浸透し、戦略から店舗運営に至るまで一貫していることです。この想いはビジョンとして昇華されて、経営層だけでなく、パート・アルバイトを含めた従業員全員が一体となって推し進める「ワンチーム」の体制が築かれています。困ったときに自然と理念に立ち返るこの体質こそ、理念経営の優れた実例です。従業員を大切にす文化が広く認知され、人財が集まっていることも、企業文化の強さを物語っています。

取締役会は、自由闊達で発言しやすい環境が整っており、事前の資料開示や円滑な議長運営によって、建設的な議論が実現しています。女性取締役の就任や指名・報酬委員会の新設など、ガバナンスも着実に進化しています。

パーパスに基づいた経営の推進と企業価値向上の観点に加え、店長クラスの人財育成の強化やDX推進など、持続的成長に向けた助言を心がけています。強い組織文化を最大限に引き出し、透明性の高い経営を支えてまいります。

役員一覧 （2026年8月31日現在）

代表取締役（兼）執行役員会長
指名・報酬委員

神田 正

1973.2 中華料理来々軒開業
 1978.3 ㈲日高商事設立、代表取締役社長
 1983.10 同社を改組し、㈲日高商事（現㈲ハイデイ日高）設立、代表取締役社長
 2006.5 当社代表取締役社長（兼）執行役員社長
 2009.5 当社代表取締役（兼）執行役員会長（現任）

代表取締役（兼）執行役員社長
指名・報酬委員

青野 敬成

1999.4 当社入社
 2016.5 当社営業部長
 2017.5 当社執行役員営業部長
 2018.9 当社執行役員営業管理部長
 2019.2 当社執行役員営業管理部長兼情報システム室長
 2019.5 当社取締役執行役員営業管理部長兼情報システム室長
 2022.5 当社代表取締役（兼）執行役員社長（現任）

取締役執行役員
営業本部長兼営業部長

原田 隆行

1994.4 当社入社
 2016.6 当社執行役員営業部長
 2019.9 当社執行役員採用教育部長兼お客様相談室長
 2022.8 当社執行役員人事部長兼お客様相談室長
 2024.5 当社取締役執行役員営業本部長兼営業部長（現任）

取締役執行役員
行田工場長

島崎 幸司

2013.8 当社入社
 2024.5 当社執行役員行田工場長
 2025.5 当社取締役執行役員行田工場長（現任）

取締役執行役員
経営企画部長

石田 淳

2023.6 当社入社、経営企画部長
 2024.5 当社執行役員経営企画部長
 2026.5 当社取締役執行役員経営企画部長（現任）

独立社外取締役
指名・報酬委員会 委員長

石田 徹

1979.4 日興證券(株)（現S M B C日興証券(株)）入社
 2000.7 ㈲三和総合研究所（現三菱UFJリサーチ＆コンサルティング(株)）経営戦略本部IRコンサルティング室長兼プリンシパル
 2006.6 ㈲阪神調剤薬局（現㈲スギ薬局）取締役管理本部長兼経営企画部長
 2012.5 ㈲アイ・アール・ディレクションズ代表取締役社長（現任）
 2022.5 当社社外取締役（現任）
 2025.6 ㈲かわでん社外取締役（現任）

独立社外取締役

齊藤 三希子 （現姓：青山）

1998.4 ㈲電通入社
 2005.3 ㈲齊藤三希子事務所（現エスエムオー(株)）代表取締役CEO（現任）
 2021.6 ㈲バルカー社外取締役（現任）
 2025.5 当社社外取締役（現任）
 2025.6 ㈲東和銀行社外取締役（現任）
 2026.6 ㈲フジ・メディア・ホールディングス社外取締役（現任）
 ㈲フジテレビジョン社外取締役（現任）

独立社外取締役 監査等委員会 委員長
指名・報酬委員

小山 茂和

1979.4 ㈲日本長期信用銀行（現㈲SBI新生銀行）入行
 2000.6 ㈲新生銀行（現㈲SBI新生銀行）仙台支店長
 2002.12 ㈲新生銀行（現㈲SBI新生銀行）本店営業第九部長
 2004.10 ㈲ベネフィット・ワン常務取締役 経営管理部門兼IT部門担当役員
 2012.7 ㈲リブ・マックス常務取締役 CFO兼経営管理部門長
 2019.11 水町メディカルグループ水町クリニック事務総長
 2020.5 当社社外監査役
 2023.5 当社社外取締役（監査等委員）（現任）
 2023.6 ㈲ヤギ社外取締役（監査等委員）（現任）

独立社外取締役 監査等委員
指名・報酬委員

奥村 太久実

1986.4 ㈲日本長期信用銀行（現㈲SBI新生銀行）入行
 2004.3 奥村税理士事務所設立
 2008.9 むさしの税理士法人代表社員
 2022.6 エムティジェネックス(株)社外取締役（監査等委員）（現任）
 2023.5 当社社外取締役（監査等委員）（現任）
 2025.12 むさしの税理士法人相談役（現任）

独立社外取締役
監査等委員

平栗 敬子

1993.4 三菱商事(株)入社
 2016.12 弁護士登録 リンク総合法律事務所（現任）
 2025.5 当社社外取締役（監査等委員）（現任）

スキルマトリクス

取締役のスキルマトリクス

	氏名	属性	特に専門性を発揮できる分野								
			企業経営・経営戦略	店舗運営・営業	マーケティング	製造・品質管理	IT・DX	法務・コンプライアンス	財務・会計・ファイナンス	人事・労務	グローバル
取締役	神田 正		●	●	●						
	青野 敬成		●	●	●		●				
	原田 隆行		●	●						●	
	島崎 幸司		●			●					
	石田 淳		●				●		●		
	石田 徹	独立社外	●	●	●				●	●	
	齊藤 三希子（現姓：青山）	独立社外	●		●					●	●
取締役（監査等委員）	小山 茂和	独立社外	●				●	●	●	●	
	奥村 太久実	独立社外	●					●	●		
	平栗 敬子	独立社外						●	●	●	

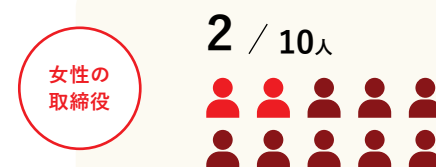
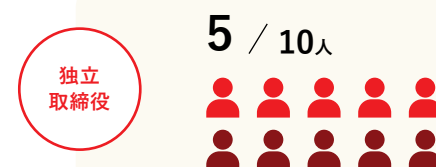
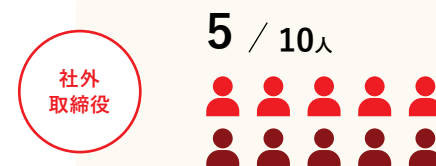
※ 上記一覧表は、各人の有するすべての専門性や経験を示すものではありません。

スキルの選定理由

企業経営・経営戦略	上場企業またはそれに準じる企業の経験、もしくは企業経営・戦略に関する知識・経験・能力
店舗運営・営業	店舗運営に関する経験・能力、および営業経験
マーケティング	マーケティングに関する知識・経験・能力
製造・品質管理	セントラルキッチン運営、および品質と安全の確保・改善に関する知識・経験・能力
IT・DX	ITおよびDXに関する専門的知見

法務・コンプライアンス	弁護士等専門的な知識・経験、または企業法務、法規制等に関する専門的知見
財務・会計・ファイナンス	金融機関、財務会計・投資部門または専門職での財務戦略、資本市場、会計・財務に関する知識・経験・能力
人事・労務	人財の多様性の推進、また人財育成等に関する知識・経験・能力
グローバル	国際的な企業における国際取引等や海外事業に関する知識・経験・能力

取締役の独立性・多様性



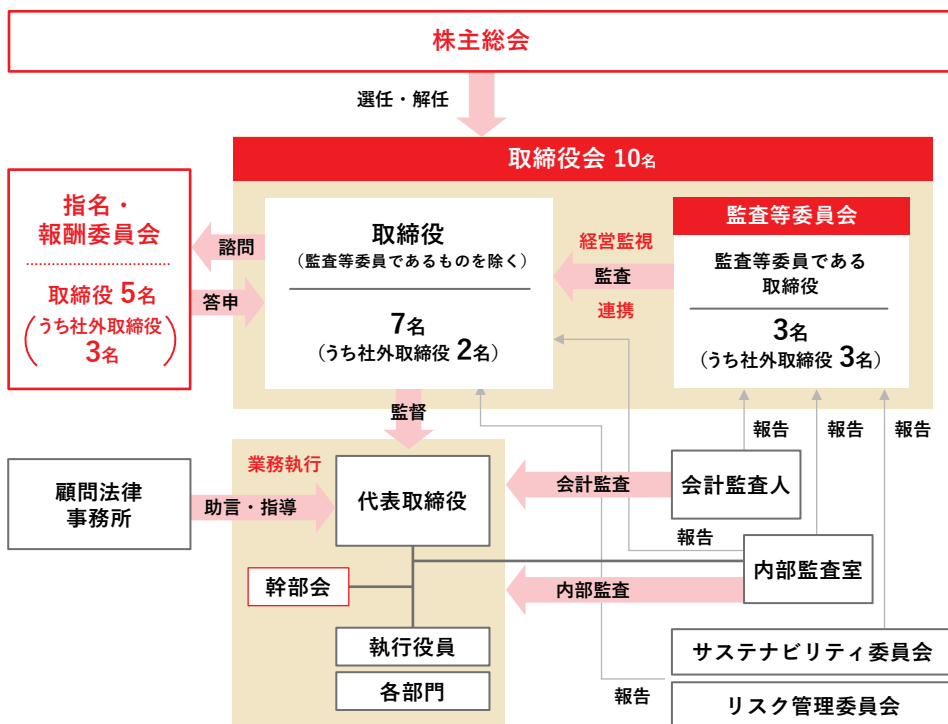
コーポレート・ガバナンス体制

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、適法性を確保し社会的責任を果たすとともに、透明性と効率性の高い経営体制を確立することにより、継続的に企業価値を向上させることとすべてのステークホルダーに対する適正な利益還元を行うことをコーポレート・ガバナンスの基本方針としております。

コーポレート・ガバナンス体制

監査等委員会等設置会社であり、意思決定および業務執行に関わる監視・監督機能が十分担保されており、社外取締役および監査等委員である社外取締役計5名の独立役員による客観的、中立的な視点でのモニタリングも確保され、透明性の高い統治体制が整っています。また、取締役会の諮問機関として独立社外取締役を委員長とする指名・報酬委員会の設置により、取締役の指名・報酬等に係る取締役会の機能の独立性、客観性を強化し、説明責任を十分に果たしていきます。



主要な会議体

取締役会

2026年2月期 開催回数	出席率	総員	社内	社外	議長
14回	100%	10名	5名	5名	代表取締役執行役員社長 青野 敬成

監査等委員会

2026年2月期 開催回数	出席率	総員	社内	社外	委員長
16回	97%	3名	0名	3名	独立社外取締役（監査等委員） 小山 茂和

指名・報酬委員会

2026年2月期 開催回数	出席率	総員	社内	社外	委員長
1回	100%	5名	2名	3名	独立社外取締役 石田 徹

サステナビリティ委員会

2026年2月期 開催回数	出席率	総員	社内	社外	委員長
3回	88%	9名	9名	0名	代表取締役執行役員社長 青野 敬成

リスク管理委員会

2026年2月期 開催回数	出席率	総員	社内	社外	委員長
1回	100%	9名	9名	0名	総務部長 側 敏紹

執行役員会

2026年2月期 開催回数	出席率	総員	社内	社外	議長
10回	100%	6名	6名	0名	代表取締役執行役員社長 青野 敬成

役員報酬

取締役（監査等委員である取締役を除く）の報酬限度額は、2026年5月26日開催の第48回定時株主総会において、固定枠として年額1億60百万円以内（うち社外取締役20百万円以内）、変動枠として当事業年度の営業利益の0.5%（上限50百万円とし、社外取締役には支給しない）と決議いただいております。

上記とは別枠にて、当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを付与するとともに、取締役と株主の皆様との一層の価値共有を進めることを目的として、当社の取締役（社外取締役および監査等委員である取締役を除く）に対する、譲渡制限付株式報酬制度の導入を、2026年5月26日開催の第48回定時株主総会において決議いただいております。本制度に基づき、無償交付方式又は現物出資方式により発行又は処分される当社の普通株式の総数は、あわせて年2万株以内とし、譲渡制限付株式付与のために発行又は処分される当社の普通株式の総額は、無償交付方式と現物出資方式をあわせて、年額50百万円以内としております。

監査等委員である取締役の報酬限度額は、2023年5月24日開催の第45回定時株主総会において、年額40百万円以内と決議いただいております。

2026年2月期の役員報酬等の状況

役員区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額（百万円）		対象となる 役員の員数 (名)
		固定枠報酬	変動枠 (業績連動) 報酬	
取締役（監査等委員を除く）	112	77	35	7
（うち社外取締役）	(9)	(9)	(-)	(3)
取締役（監査等委員）	13	13	-	4
（うち社外取締役）	(13)	(13)	(-)	(4)

※ 取締役の報酬額には、使用人兼務取締役の使用人分の給与は含まれておりません。

※ 提出会社の役員ごとの報酬等の総額等
報酬等の総額が1億円以上である者が存在しないため、記載しておりません。

※ 使用人兼務役員の使用人分給与のうち、重要なもの
該当事項はありません。

※ 上記には2025年5月27日開催の第47回定時株主総会終結の時をもって退任した取締役2名を含めております。

取締役会の実効性の分析・評価

当社は、取締役会の実効性評価を実施しております。すべての取締役（監査等委員である取締役を除く）および監査等委員である取締役に対してアンケート形式の取締役会の実効性に関する自己評価を実施し、その結果を分析・評価しています。評価結果については、取締役会へ報告し議論することにより、取締役会の実効性の維持・向上を図っております。

主な評価項目

ガバナンス体制・仕組み

全社的なガバナンス体制、権限委譲、内部監査部門との連携、意思決定プロセスなど

取締役会の役割・責務

今後の方向性の議論、商品値上げや制度対応などに関する議論、環境変化への対応、年度予算・計画、中期経営計画などの審議・監督、情報共有など

取締役会の構成

構成に対する認識、規模

取締役会の運営

年間スケジュール、開催頻度、開催時間、招集時期、資料の提供時期、議題内容、重要課題への対応、資料の量・質

取締役会における審議の活性化

議事進行、個別の審議時間、発言・指摘、議論・意見交換、雰囲気など

経営の監督・経営陣との関係

指名・報酬委員会の役割、取締役の選解任、報酬制度、社外役員の活用など

リスク把握

健全な企業風土の醸成、リスクの認識、リスク管理体制など

ステークホルダーとの関係

資本コストや株主の皆様を意識した経営の監督、株主の皆様との建設的な対話、サステナビリティ課題への取り組みの監督など

リスクマネジメント

リスク管理について

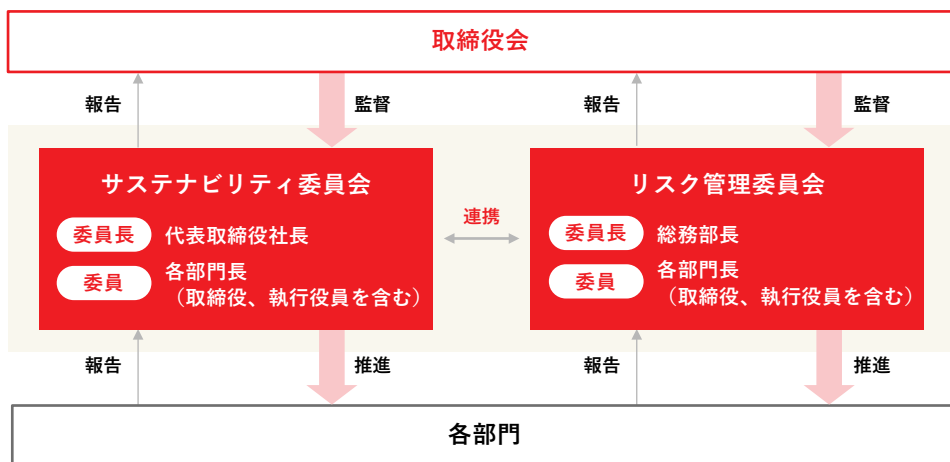
当社は、全社のリスクを網羅的、総括的に管理するとともに、個々のリスクの担当部署において定期的にリスクの洗い出しおよび当該リスクの予防対策と軽減に取り組むため「リスク管理規程」を定め、取締役会の直下にリスク管理委員会を設置しております。気候変動リスク等のサステナビリティ関連項目に関しては、主にサステナビリティ委員会によって当社事業への影響を考慮し、年に一度の頻度でリスクの抽出・影響度評価を行った後、取締役会に報告しております。

サステナビリティ委員会において識別・評価されたリスクに関しては、リスクの軽減のためにリスク管理委員会にて予防策、対応方針を決定します。リスク管理委員会では、リスクの影響度と発生頻度の2軸にてリスク評価を実施し、優先的に取り組むべきリスクを特定しております。特定された優先度の高いリスクに関しては取締役会に報告された後、取締役会からリスク管理委員会を経て、関連する対応組織を定めて、リスク対応を行います。

全社のリスクを管理するリスク管理委員会は原則として半期に一回開催され、各リスク項目への対応状況に関する報告内容を管理しております。

→主要なリスクについてはHPをご確認ください https://hiday.co.jp/sustainability/governance/risk_management/

リスク管理体制



情報セキュリティ基本方針

当社は、当社の情報資産を事故・災害・犯罪などの脅威から守り、お客様ならびに社会の信頼に応えるべく、以下の方針に基づき全社で情報セキュリティに取り組みます。

1. 経営者の責任	当社は、経営者主導で組織的かつ継続的に情報セキュリティの改善・向上に努めます。
2. 社内体制の整備	当社は、情報セキュリティの維持および改善のために組織を設置し、情報セキュリティ対策を社内の正式な規則として定めます。
3. 教育・訓練の取り組み	当社は、すべての経営者・役員・従業員に対して、情報セキュリティの重要性の認識と、情報資産の適正な利用・管理のために必要な教育・訓練を実施し、情報セキュリティへの取り組みを確かなものにします。
4. 法令および契約上の要求事項の順守	当社は、情報セキュリティに関わる法令、規制、規範、契約上の義務を順守するとともに、お客様の期待に応えます。
5. 違反および事故への対応	当社は、情報セキュリティに関わる法令違反、契約違反および事故が発生した場合には適切に対処し、再発防止に努めます。
6. 継続的な改善	当社は、「情報セキュリティ基本方針」および関連する諸規則、管理体制の評価と見直しを定期的に行い、情報セキュリティの継続的な改善を図ります。

コンプライアンス

当社は、「企業倫理綱領」を定め、全役職員の活動規範を明確にするとともに、コンプライアンスを含む企業の社会的責任を統括する組織として「サステナビリティ委員会」を設置して、日常的に啓蒙、研修等を通じて法令・定款および社会規範の遵守を全役職員に徹底しています。なお、「企業倫理綱領」の制定・改廃については、取締役会の決議によって行うものとしています。

内部通報制度

法令等違反行為を早期に発見し、是正していくための内部通報制度として、社内通報窓口および社外通報窓口（法律事務所）を設置しています。法令違反行為や内部規程違反等の通報が可能であり、窓口の利用者は当社の従業員（役員、社員、契約社員、限定社員、フレンド社員、派遣労働者）、退職者（退職後1年以内）としています。匿名による通報・相談も可能であり、通報者の秘密保持を徹底しています。また、内部通報規程では、通報したことを理由として不利益に取り扱うことを禁止しています。

窓口に通報された事案は、調査の必要性を判断したものについて総務部長等が調査を行います。調査の結果、法令違反行為が明らかになった場合には、速やかに是正措置や適切な救済・回復措置等を講じます。また、当該行為に関与した者に対して適切な処分等を課すことがあります。

財務データ（11ヵ年）

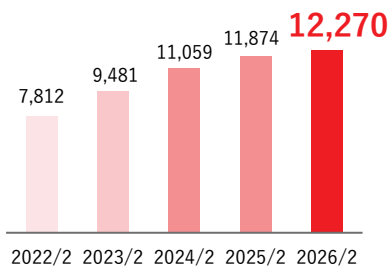
	2016年2月期	2017年2月期	2018年2月期	2019年2月期	2020年2月期	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期	2026年2月期
売上高（百万円）	36,795	38,514	40,643	41,862	42,209	29,563	26,402	38,168	48,772	55,629	62,252
営業利益（百万円）	4,332	4,564	4,679	4,729	4,096	-2,800	-3,524	615	4,637	5,514	6,584
経常利益（百万円）	4,254	4,567	4,599	4,697	4,112	-2,779	2,586	2,470	4,756	5,652	6,587
減価償却費（百万円）	1,318	1,254	1,292	1,220	1,188	1,195	1,211	1,234	1,230	1,437	1,515
営業活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	4,127	4,280	4,652	4,131	3,657	-4,473	4,394	4,099	5,960	5,364	6,047
投資活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	-1,952	-1,938	-1,432	-1,361	-1,387	-28	-253	-2,694	-2,310	-1,473	-2,485
財務活動によるキャッシュ・フロー（百万円）	-848	-937	-1,095	-1,252	-1,327	-1,376	-1,145	-918	-1,109	-3,368	-5,799
現金および現金同等物の期末残高（百万円）	6,801	8,209	10,336	11,856	12,801	6,925	9,922	10,410	12,952	13,477	11,242
総資産（百万円）	25,136	27,067	29,310	30,775	32,498	25,726	27,301	29,181	33,264	34,439	34,189
純資産（百万円）	18,904	21,025	23,070	24,972	26,235	21,916	22,361	22,974	25,113	25,861	24,872
1株当たり当期純利益金額【EPS】（円）	72.53	76.71	79.50	81.10	67.88	-77.58	41.58	40.01	85.15	107.91	130.74
1株当たり純資産額【BPS】（円）	497.07	533.03	607.02	657.22	690.64	577.03	588.79	604.97	661.36	693.63	690.85
1株当たり配当額（円）	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00	36.00	24.00	24.00	35.00	44.00	52.00
配当性向（％）	26.10	29.60	34.30	40.40	53.00	-	57.70	60.00	41.10	40.80	39.80
配当利回り（％）	1.27	1.52	1.32	1.72	2.20	2.12	1.34	1.20	1.32	1.64	1.65
株価収益率【PER】（倍）	20.40	19.40	25.80	23.40	24.00	-	43.00	49.90	31.00	24.70	24.10
株価純資産倍率【PBR】（倍）	5.67	4.25	4.46	3.18	2.36	2.94	3.03	3.29	3.99	3.84	4.55
株価売上高倍率【PSR】（倍）	1.53	1.47	1.92	1.73	1.47	2.19	2.58	1.99	2.06	1.83	1.92
使用総資本事業利益率【ROA】（％）	17.98	17.53	16.62	15.75	12.96	-9.61	-13.28	2.19	14.86	16.31	19.28
自己資本当期純利益率【ROE】（％）	15.42	14.60	13.70	12.82	10.07	-12.24	7.13	6.70	13.44	16.05	18.65
自己資本比率（％）	75.20	77.67	78.71	81.14	80.72	85.19	81.90	78.72	75.49	75.09	72.75

非財務データ



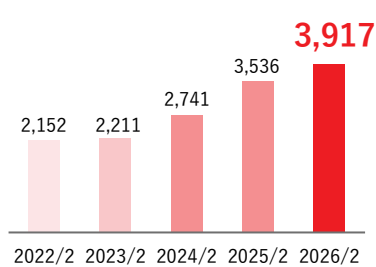
従業員数 (人)

※在籍ベース パート・アルバイト含む

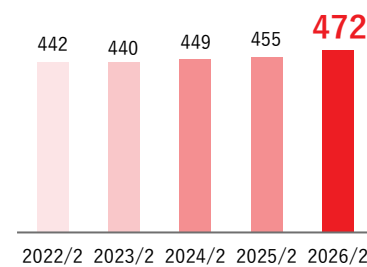


外国人従業員数 (人)

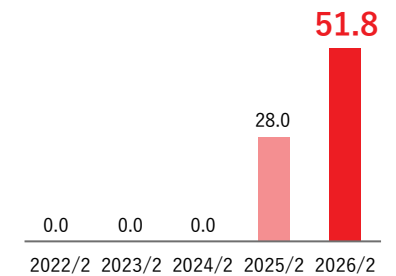
※月末給与支払ベース



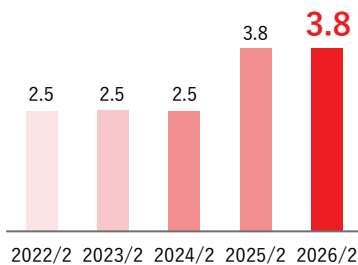
直営店舗数 (店)



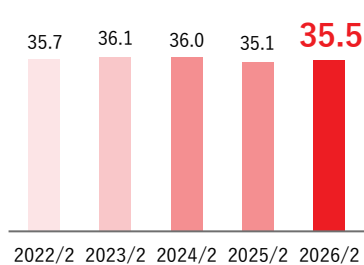
男性の育児休暇取得率 (%)



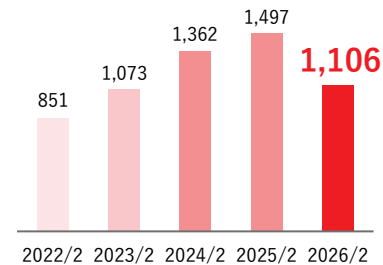
女性管理職比率 (%)



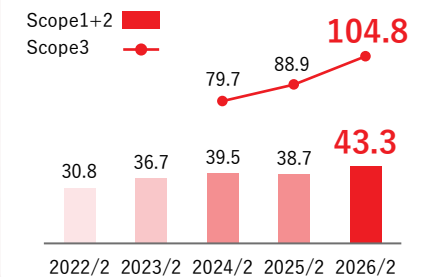
平均年齢 (歳)



年間廃棄物排出量 (行田工場) (t)



年間CO₂排出量 (千t-CO₂)

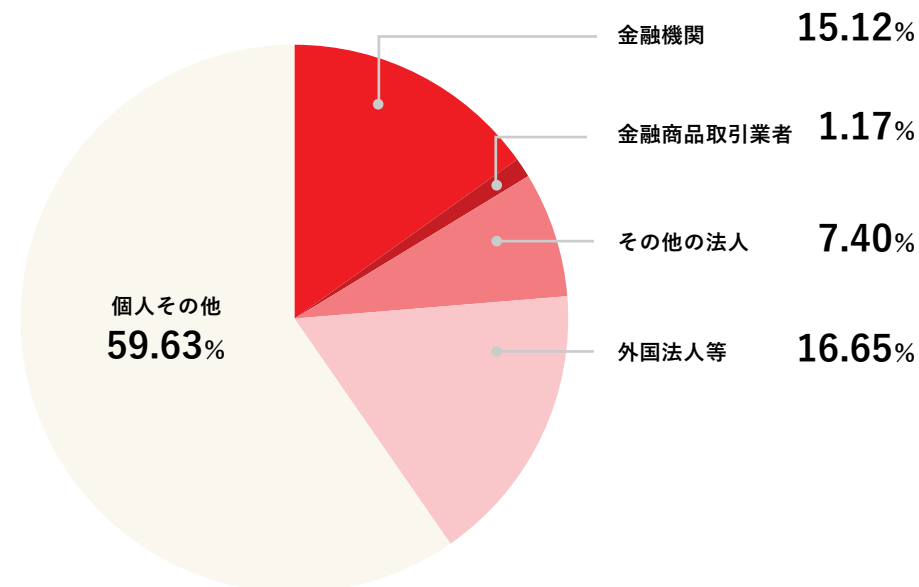


会社概要 (2026年2月28日現在)

会社概要

社名	株式会社ハイデイ日高
本社所在地	埼玉県さいたま市大宮区大門町二丁目118番地 大宮門街 SQUARE 10階
工場所在地	埼玉県行田市野3341-26（行田みなみ産業団地）
設立年月日	1978年3月22日
資本金	1,625,363,422円
従業員数（パート・アルバイト含む）	12,270人
取引銀行	みずほ銀行 武蔵野銀行 三菱UFJ銀行

所有者別株式分布



株式の状況

発行可能株式総数	44,880,000株
発行済株式の総数	38,147,116株
株主数	27,910名
事業年度	毎年3月1日から翌年2月末日まで
定時株主総会	毎年5月
基準日	定時株主総会 毎年2月末日
	期末配当 毎年2月末日
	中間配当 毎年8月31日
	その他必要のあるときはあらかじめ公告して定める一定の日
株主名簿管理人および特別口座の口座管理機関	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社
株主名簿管理人事務取扱場所	東京都千代田区丸の内一丁目4番1号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
郵便物送付先	〒168-0063 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 三井住友信託銀行株式会社 証券代行部
電話照会先	0120-782-031（フリーダイヤル）
インターネットホームページURL	https://www.smtb.jp/personal/procedure/agency/

大株主の状況

株主名	持株数（株）	持株比率（%）
神田 正	3,621,633	10.05
神田 賢一	3,018,187	8.38
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	2,745,400	7.62
USBK NA JP I&W TS	2,712,643	7.53
麒麟麦酒株式会社	1,104,665	3.06
町田 功	1,019,043	2.83
昭和産業株式会社	658,900	1.83
株式会社武蔵野銀行	647,060	1.79
株式会社みずほ銀行	643,777	1.78
日本生命保険相互会社	567,318	1.57