

2026年11月期 第2四半期

決算説明会資料

STOCK CODE

3077

時代の変化を、次代の文化に。



ホリイフードサービス株式会社

Horiifood/service Co., Ltd.

2026年7月

※本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、現在入手可能な情報に基づいており、実際の業績は様々な要因により異なる結果となる可能性があります。

2Q

FINANCIAL RESULTS

FY11/2026

AGENDA

2026年11月期
第2四半期決算説明会

01 2026年11月期第2四半期 決算概要

02 2026年11月期第2四半期の取組み

03 2026年11月期第3四半期以降の取組み

04 今後の成長戦略

05 株主の皆様へ

営業利益・経常利益は通期進捗率 **80%超** を達成。堅調な業績推移を確認

売上高

3,056,457 千円

前年同期比 **116.1%**

通期進捗率

54.9%

通期予想：5,570,000千円

営業利益

345,271 千円

前年同期比 **156.4%**

通期進捗率

81.2%

通期予想：425,000千円

経常利益

340,008 千円

前年同期比 **158.6%**

通期進捗率

83.7%

通期予想：406,000千円

四半期純利益

286,056 千円

前年同期比 **127.1%**

通期進捗率

70.5%

通期予想：406,000千円

注) 前年期間：2024年12月～2025年5月

6か月で前期8か月を大幅超過。営業利益+195,998千円、経常利益+180,753千円の増益達成

項目	前期通期（8ヵ月短縮） 2025年4月～2025年11月	当第2四半期累計（6ヵ月） 2025年12月～2026年5月	前期比較
売上高	3,220,077 千円	3,056,457 千円	—
営業利益	149,273 千円 利益率: 4.6%	345,271 千円 利益率: 11.3%	+195,998 千円
経常利益	159,255 千円 利益率: 4.9%	340,008 千円 利益率: 11.1%	+180,753 千円
四半期純利益	180,926 千円 利益率: 5.6%	286,056 千円 利益率: 9.4%	+105,130 千円

業績予想上方修正に関するお知らせ

2026年11月期第2四半期(中間期)連結業績予想の修正

	前回発表予想	今回発表実績	増減額	増減率 (%)
売上高	2,786,000千円	3,056,000千円	+270,000千円	+9.7%
営業利益	252,000千円	345,000千円	+93,000千円	+36.9%
経常利益	242,000千円	340,000千円	+98,000千円	+40.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	242,000千円	286,000千円	+44,000千円	+18.2%

【上方修正の主な理由】

- 12月及び1月をはじめとした繁忙期の予約獲得が想定を上回り好調に推移
- DX化の推進による効率を重視した店舗運営の確立
- インバウンド向け新業態をはじめ、既存業態の新店及び業態変更店舗が好調に推移
- グランドメニューの変更や価格の見直しなど、業態ごとのコスト最適化を実施

国内向け事業 (その他、調整額含む)

前期比増収増益・堅調な成長

項目	前年同期実績	当期実績 (2Q累計)	差異 (成長率)
売上高	2,631,360 千円	2,917,310 千円	+285,950 千円 (+10.9%)
営業利益	220,656 千円	298,431 千円	+77,775 千円 (+35.2%)
経常利益	214,375 千円	292,724 千円	+78,349 千円 (+36.5%)
四半期純利益	224,919 千円	238,772 千円	+13,853 千円 (+6.2%)

+

収益の上乗せ (プラスオン)

インバウンド事業

項目	当期実績 (2Q累計)
売上高	139,147 千円
営業利益	46,840 千円

営業利益率

33.6%

前期はインバウンド事業がなかったため、
当事業の売上は全て純増分です

※その他は、各セグメントに含まれない事業セグメントであります。

※調整額は、各セグメントに配分していない全社費用及び、未実現利益消去等であります。

✓ モバイルオーダー導入推進 →P.21

✓ 予約導線の最適化とWeb流入率の向上 →P.27

✓ アプリ会員基盤の活用とリピート率改善

✓ 本部―店舗間のデータ活用による迅速な経営判断

✓ スタッフ負担軽減と接客品質向上の両立 →P.21

✓ DX化によるオペレーション効率化の継続推進 →P.21

全店実績の対前年比較 (%)

項目	12月	1月	2月	3月	4月	5月	上期累計
売上高	116.5	120.5	108.3	116.8	115.9	120.8	116.6
客数	110.3	112.7	100.2	109.0	108.4	113.3	109.2
客単価	105.5	106.9	108.1	107.2	106.9	106.6	106.8

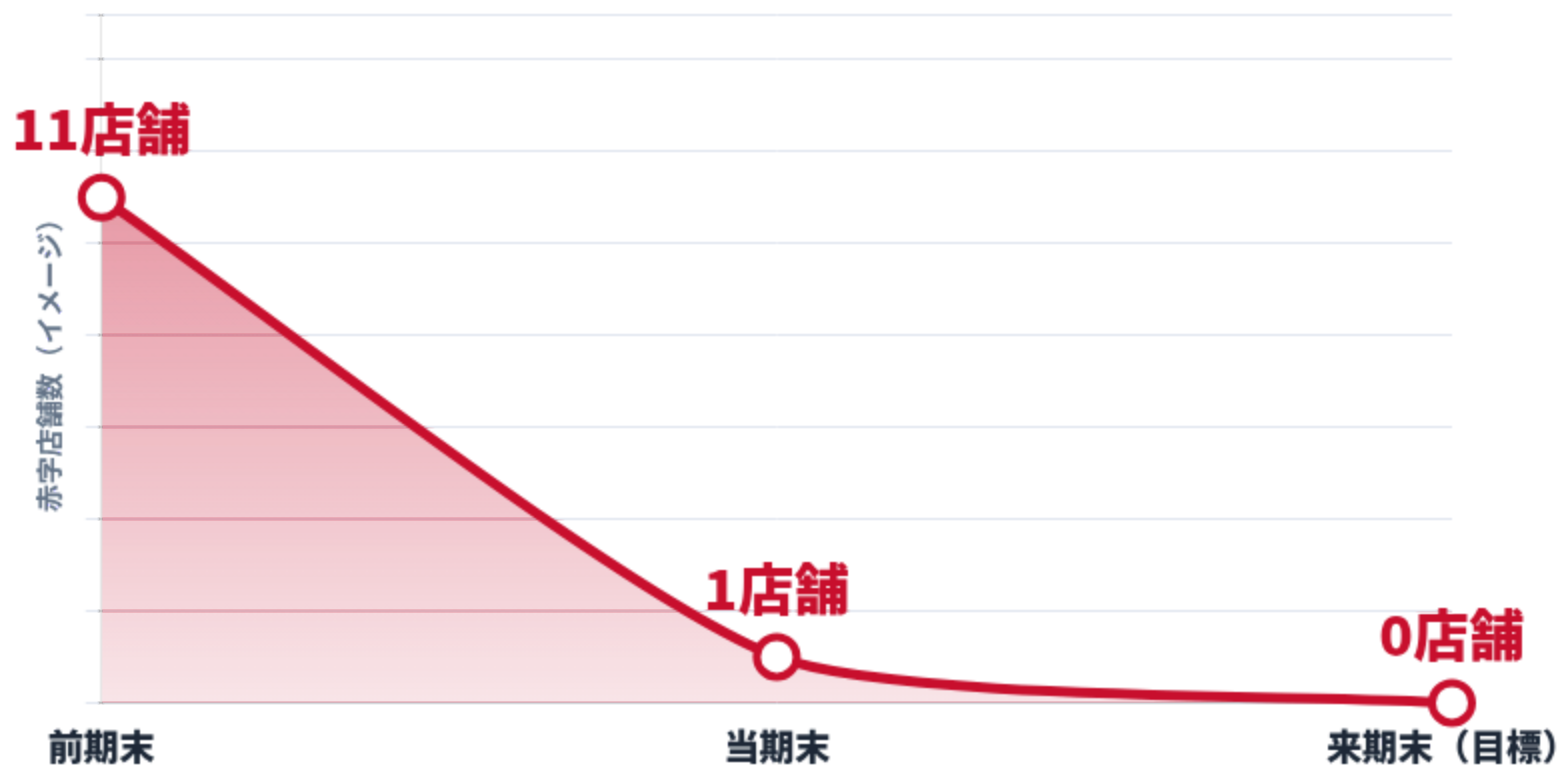
全店売上高は上期累計で**116.6%**と大きく伸長。前期上半期の全店売上前年比109.8%に対し、今期は116.6%とさらに伸び率が加速しています。

既存店実績の対前年比較 (%)

項目	12月	1月	2月	3月	4月	5月	上期累計
売上高	108.9	111.8	100.5	106.8	110.1	111.4	108.4
客数	105.3	107.6	97.0	103.9	107.7	110.4	105.4
客単価	103.5	103.9	103.6	102.8	102.3	100.9	102.8

既存店（オープン後13か月超）においても、上期累計売上高**108.4%**と安定した成長。前期上半期の既存店売上前年比107.9%に対し、安定的な成長を維持しています。

来期末に赤字店舗0を目指す



改善へのアプローチ

1. スクラップ&ビルドの見直し

単なる閉店ではなく、立地ポテンシャルを再評価。投資効率の高い「業態変更」により再生を図る。

2. 集客力の高い業態への転換

「赤から」など、認知度が高く単価・利益率を取りやすい業態へシフトし、収益構造を抜本的に改善。

3. 赤字店舗「ゼロ」へ

当期中に不採算店舗の業態変更を完了させ、来期には全店舗での黒字化（赤字店舗0）を達成する。

既存店の業態変更実績（多賀城・水戸内原・坂東）

収益改善に向けた抜本的な施策の進捗

2026年3月・4月・5月 連続オープン

既存資産を最大限に活用した「**赤から**」業態への転換により、
ファミリー層や宴会需要を取り込み、**安定した高収益モデル**の確立を目指す。



赤から 多賀城店

オープン日 2026年3月12日
立地 宮城県多賀城市
（郊外ロードサイド）
前業態 まるも

売上高（5月実績）

前年比 287.6 %

営業利益（5月実績）

赤字から黒字転換

前年比 387.0 %

赤から イオンモール水戸内原前店

オープン日 2026年4月28日
立地 茨城県水戸市
（郊外ロードサイド）
前業態 益益

売上高（5月実績）

前年比 355.2 %

営業利益（5月実績）

赤字から黒字転換

前年比 1,254.5 %

赤から 坂東店

オープン日 2026年5月30日
立地 茨城県坂東市
（郊外ロードサイド）
前業態 忍家



牛タン・馬肉酒場 うま囲 熊谷駅前店



店舗情報

2026年5月27日 OPEN

所在地
埼玉県熊谷市筑波2-49

コンセプト
牛タンとうまいものに囲まれて

座席数
最大86名・全席個室

立地特性
熊谷駅徒歩圏内の好立地

商圈ポテンシャル

商圈人口
194,415 人

世帯数
82,536 世帯

駅乗降客数(1日)
65,596 人

転入超過数(2023)
+642 人



【実績】 新宿歌舞伎町店の成功

導線設計とデジタル施策の最適化により、**WEB流入率90%超・月商2,000万円超**を達成。“予約で来店をつくる”モデルへ転換し、**年間利益1億円規模**の高収益運営で推移しています。

【新展開】 京都三条（5/1 OPEN）

インバウンド導線の中心地に、あえて**3階（空中階）**に出店。テストマーケティングとしてオープンし、**初月から売上1,300万円を達成し黒字化を実現**しました。

【戦略的意義】 再現性の検証

本店舗は単なる2号店ではなく、「空中階モデルの検証」「予約主導型オペレーションの標準化」を担う**戦略店舗**です。成功モデルをそのまま展開し、出店スピードの加速を狙います。

空中階モデルによる
立地依存からの脱却

KOBЕ Beef Emperor Steak

京都三条
2026.5.1 OPEN

PMI（統合プロセス）の進捗状況

オペレーション改善

食材調達やメニューの見直しを通じて、原価率の改善と提供品質の向上を実現。

人材交流・知見共有

両社間でのノウハウ共有と人材交流を実施し、サービス力の底上げを図る。

デジタル集客強化

SNSをはじめとする広告面でのデジタル施策を活用した集客ノウハウの運用により、WEB流入率が向上し集客力が強化。

2Q累計業績

売上高

11,135 万円

営業利益

2,318 万円

シナジー効果

既存の物流網を活用したコスト削減や、相互の顧客基盤・メニューを活かしたクロスセルにより、更なる収益上乘せを見込む。

今後の展開計画

1

ロールアップモデルの横展開

セイコーポレーションでのPMIノウハウを型化。今後のM&Aにおいて展開。

2

PMIの今期中完了と来期の成長準備

統合効果を最大化し、来期以降の本格的な成長に向けた基盤強化に注力します。

案件概要（2026年6月1日 株式取得）

対象企業
鮭柳食品株式会社

事業内容
持ち帰り寿司・弁当

取得価額
3億8,000万円

ステータス

完全子会社化完了

株式取得の目的とシナジー

- ① **西日本×中食領域の補完**
当社の東日本・外食基盤に対し、西日本・中食基盤を獲得。
- ② **ポートフォリオ最適化**
内食・中食・外食の全方位で多様化するニーズに対応。
- ③ **地域特性に応じた事業展開**
商圏の特性を活かし、より強固な収益基盤を構築。

今後の見通しと最新の動向

第2四半期決算における業績寄与

取得日が2026年6月1日であるため、第2四半期までの連結業績への影響は軽微です。第3四半期以降、本格的な収益貢献を見込んでおります。

固定資産譲渡契約締結

2026年6月2日に大阪府八尾市所在の固定資産（土地・建物等）の譲渡契約を譲渡価額4億円で締結いたしました。

経営資源の有効活用および業務効率化を目的に、事業規模に応じた新たな本社・物流体制を再構築してまいります。

DX・業務効率化

AIオペレーター「miraio」導入

隠れ菴忍家 2店舗にて5月18日より開始

AIが24時間365日、予約受付・変更・キャンセルを自動対応

✔ 期待される効果

ピーク時の電話対応によるスタッフの業務負担を大幅に軽減。
機会損失を防ぎ、接客品質の向上と予約体験の改善を両立。

認知拡大

京都MKタクシーサイネージ広告

京都エリア560台にて5月16日より放映

飲食需要が高まる12:00～22:00（10時間）に集的に展開

✔ 期待される効果

観光・ビジネス等で移動中の国内外の乗客へ直接アプローチ。
新店舗「Emperor Steak 京都」の認知形成と目的来店を促進。

インバウンド対応

インバウンド団体集客「byFood」導入

テーブルクロス社と連携し本格開始

訪日外国人向けグルメプラットフォームを活用した送客・予約体制

✔ 期待される効果

多言語対応・事前決済・団体予約管理により店舗の負荷を軽減。
急増する訪日客需要を、確実性の高い来店と収益へ直結させる。

新・経営管理本部長

岡野 孝太郎

ベンチャーでの経営経験者が参画

ベンチャー企業等における豊富な経営・マネジメント経験を活かし、経営管理本部長として当社に参画。急成長を目指す組織のバックオフィスを牽引し、持続的な成長基盤を構築します。

経営陣の役割明確化 (2026年6月12日付)

旧体制

大貫 春樹：取締役統括本部長 兼 経営管理本部長

取締役統括本部長

大貫 春樹

営業・事業推進に専念

経営管理本部長

岡野 孝太郎

管理部門の強化・統括

守りを固めた上で、
会社の加速にも
耐える体制に切り替える

営業を加速させる
財務基盤を
盤石にする

透明性の高い
情報を
適宜開示する

NEXT INITIATIVES

今後の取組み

2Q総括と成長戦略の加速

第2四半期総括、DX深化、客単価向上施策、
そして新規出店計画についてご説明いたします。

第2四半期の総括

80%超

営業利益・経常利益の通期進捗率

営業利益・経常利益は、前期8か月決算を約150%超えている

通常目安 (50%)



今後の見通し

定性的な見通し

下半期は来期の成長加速に向けた 「準備期間」と位置づけ

将来の収益拡大に向けた基盤強化を推進：

- ・新規出店費用やDXへの先行投資を積極的に充当
- ・次なる飛躍への布石を打つポジティブな展開

今後は「伸び続ける会社」へキーワードは4つ

1. 既存店のさらなる収益改善

2. 業態変更

3. 新業態の加速

4. M&Aの加速

第2四半期までの実績を通期業績に反映

第2四半期(中間期)および通期連結業績予想の上方修正

【第2四半期累計】業績予想修正

	前回発表予想	今回発表実績	増減額	増減率 (%)
売上高	2,786,000 千円	3,056,000 千円	+270,000 千円	+9.7%
営業利益	252,000 千円	345,000 千円	+93,000 千円	+36.9%
経常利益	242,000 千円	340,000 千円	+98,000 千円	+40.5%
当期純利益	242,000 千円	286,000 千円	+44,000 千円	+18.2%

【通期】業績予想修正

	前回予想	今回予想	増減額	増減率 (%)
売上高	5,573,000 千円	5,980,000 千円	+407,000 千円	+7.3%
営業利益	425,000 千円	532,000 千円	+107,000 千円	+25.1%
経常利益	406,000 千円	528,000 千円	+122,000 千円	+30.0%
当期純利益	406,000 千円	625,000 千円	+219,000 千円	+53.9%

下半期については、翌期に向けて**サステナブル**に成長するための「準備期間」として設ける

01

新規出店コスト

来期以降の収益の柱となる新規店舗の立ち上げ・開業にかかる先行費用を今期に計上します。

02

黒字店舗のリブランディング でさらに収益化

現在黒字化している既存店舗に対し、さらなる収益化を加速させるための改装や業態変更投資を行います。

03

M&Aのコスト及び PMIコストを含める

ロールアップ戦略の推進に伴うM&A取得関連費用、およびグループジョイン後の統合最適化（PMI）費用を含みます。

！ 上記コストをかけない場合は、第2四半期以上の上昇幅があるポテンシャル

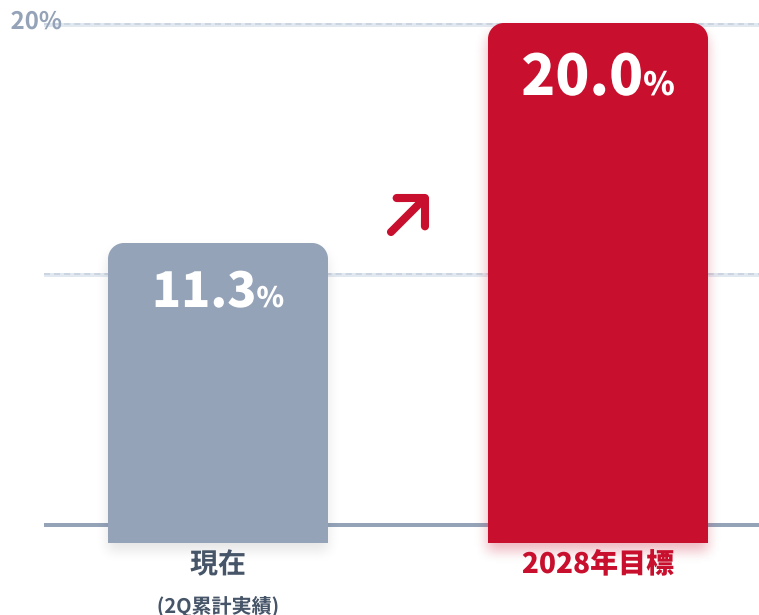
本業の収益力は極めて好調であり、これらの先行投資を行わないと仮定した場合、第2四半期実績をさらに上回る大幅な利益成長が可能な状態にあります。

あえて今期に上記のコストを投下することで、翌期以降の飛躍的な成長を確実なものにします。

2028年に向けた目標：利益率20%体制の構築

サステナブルな成長を実現する組織・企業体制への変革

営業利益率の目標推移



利益率20%を実現する体制変革

では、どうやって
利益率20%
を実現するのか？



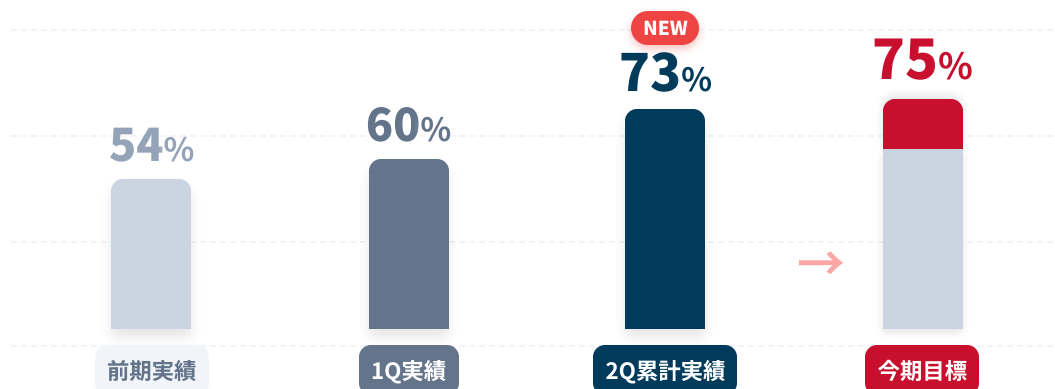
次ページより、具体的な戦略と取り組みをご説明します

本準備期間での変革を完遂し、
2028年の「株価目標」達成に連動したサステナブルな成長を実現します

モバイルオーダー導入加速

今期目標を75%に変更

原則全店導入へ向けた推進



業態コンセプト上適さない店舗や費用対効果が見込みにくい店舗は対象外

AIコール予約「miraio」の導入・拡大

NEXT STEP 施策

完全自動化による24時間対応

24時間365日、人間同等のクオリティで予約受付

機会損失防止

スタッフ不在やピークタイムでも予約の取りこぼしを防ぐ

スタッフ負担軽減と接客品質向上

電話対応を削減し、対面接客に集中できる環境を構築

経営体質の強化

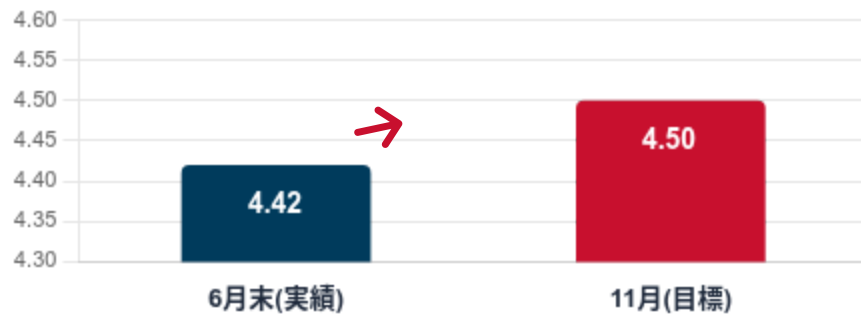
オペレーションの効率化により、サービス品質を維持しながら **損益分岐点を大幅に引き下げ**、利益が出やすい筋肉質な体質へ転換。

CSを最大限に向上させるための接客力改善

日本で最も「ありがとう」を言っていただける会社を目指す

【実績と目標】 4月～6月 獲得点数平均：4.63点 | 6月末時点：4.42点 → 11月目標：4.50点

口コミ点数の推移と目標（全店平均）



「口コミ点数が上がると、売上が上がる」
という明確な相関性を確認



だからこそ、全店で評点向上施策を徹底し、
積極的な売上拡大を狙いにいきます！

STEP 1: 店舗課題把握

口コミや各種データから
店舗ごとの課題を抽出

定量・定性的な分析により、
改善すべきポイントを明確化



STEP 2: 改善実行

接客・商品・オペレーション
現場レベルでの具体的な改善

SNS・ペイドメディア活用
ターゲット層への効果的な情報発信



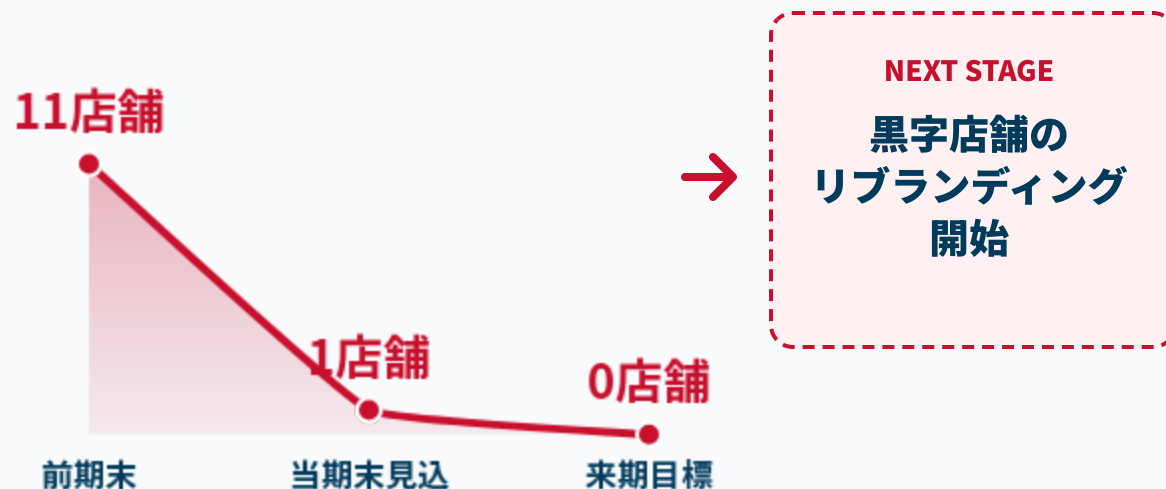
STEP 3: 集客力向上

口コミ評価の向上
新規のお客様の来店判断を後押し

接点拡大と再来店促進
新規開拓とリピーター確保の両立

口コミ評価の改善を起点としたPDCAサイクルを回し、店舗の集客力と売上を持続的に高めます

赤字店舗削減の推移と次なる成長ステップ



今後の取り組みと目指す姿

1. 赤字店舗の撲滅（完了フェーズ）

進行期中に赤字店舗を1店舗まで減少。
来期には赤字店舗ゼロを目指す取り組みが順調に進捗。

2. 黒字店舗のさらなる進化

マイナスをゼロにするフェーズから、プラスをさらに伸ばすフェーズへ移行。黒字店舗のリブランディングを推進。

3. 既存事業全体の利益率向上

収益性の高い店舗を増やすことで、新規出店やM&Aに依存しない既存事業の強固な収益基盤を確立。

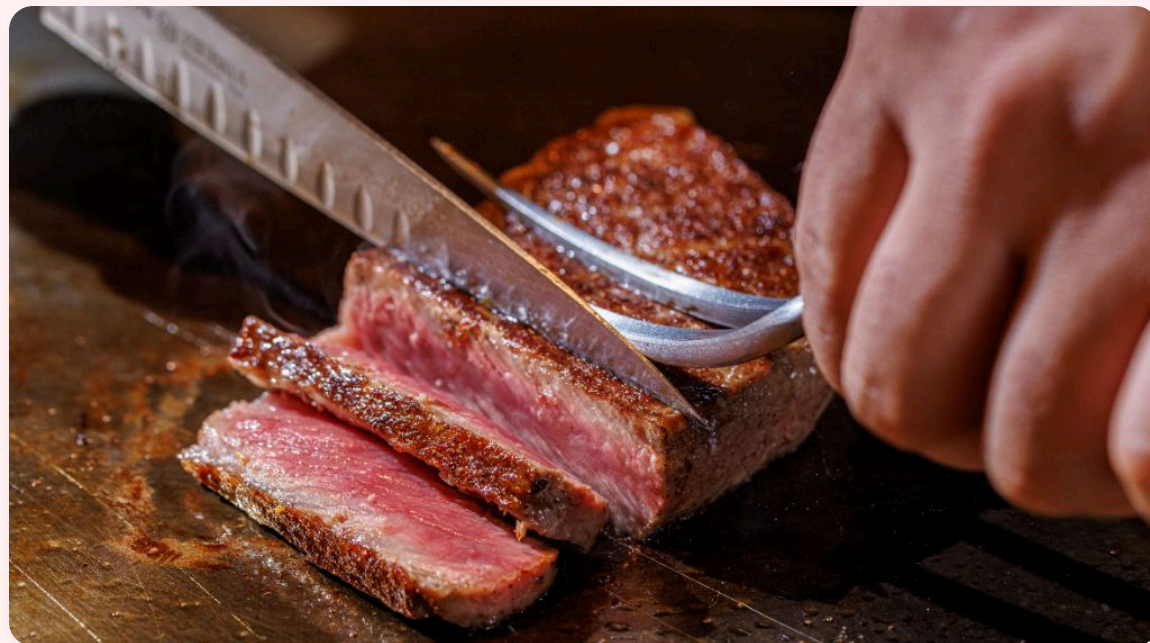
赤字店舗の改善を完了させ、黒字店舗の収益性を最大化することで全社の利益率を向上させます

エンペラー業態の実績とポテンシャル

予約起点モデルの進捗と両店舗の比較

月次KPI推移（3月～5月）

店舗	対象月	売上高	営業利益
新宿歌舞伎町店	3月	2,610万円	1,106万円
	4月	2,441万円	1,056万円
	5月	2,163万円	1,045万円
京都三条 (5/1 OPEN)	5月	1,344万円	350万円



【安定収益基盤】 新宿歌舞伎町店

高単価モデルと予約主導型オペレーションを確立。通行量に依存しない「予約起点モデル」により、安定的な高収益体質が定着し、**年間利益1億円規模**で推移しています。

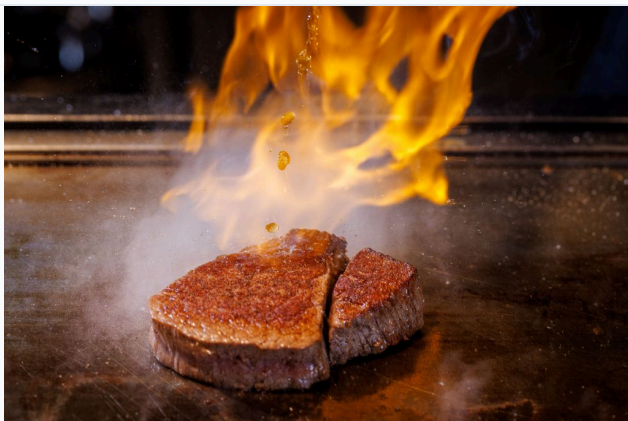
【実証成功と加速】 京都三条

テスト出店ながら**初月から売上1,300万円を達成し黒字化**。「空中階」の不利な立地でも予約主導型モデルであれば成功するという仮説が完全に実証されました。

この成功モデルを武器に、今後の展開を力強く加速させます！

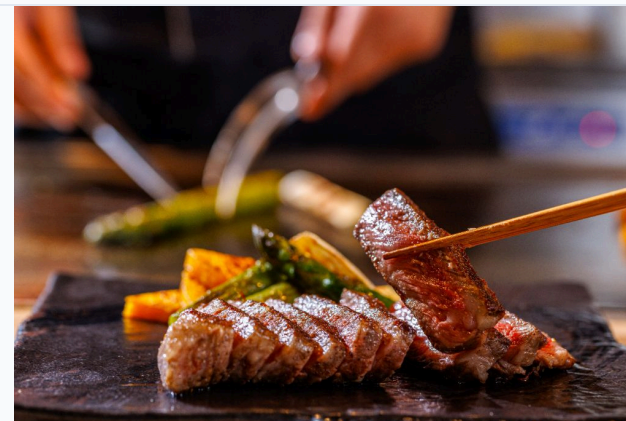
大阪なんば

時期	2026年7月18日予定
立地	なんば駅至近・観光導線上・路面（1階）
戦略	インバウンド × 体験価値



渋谷センター街

時期	2026年7月20日予定
立地	渋谷駅至近・センター街エリア・空中階
戦略	インバウンド × 体験価値



予約主導 × 体験価値 × 都市導線 を掛け合わせ、新たな成長の柱となる旗艦店を展開してまいります。

成長への3段階プロセス

STEP 01

検証

京都三条で空中階モデルの再現性検証

STEP 02

確立

オペレーション標準化・
予約導線最適化

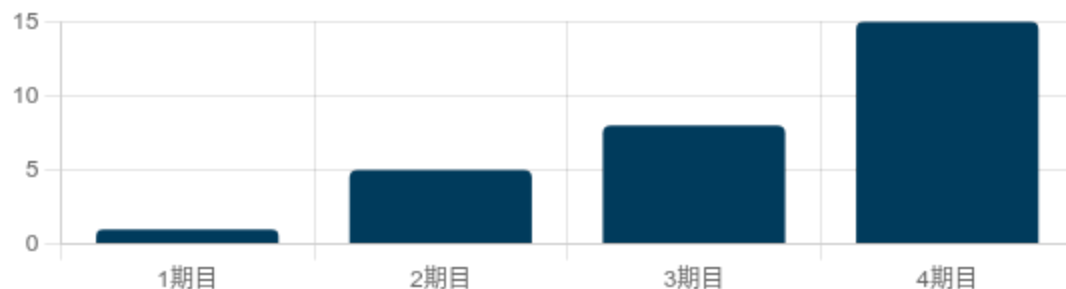
STEP 03

展開加速

都市部×観光導線への多店舗展開
空中階含む柔軟な立地選択

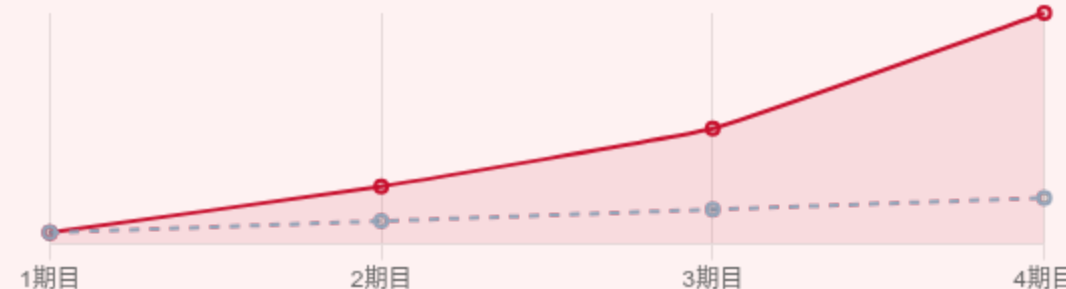
店舗数拡大シミュレーション

加速フェーズ



売上貢献イメージ

■ 従来計画 ■ 成功後



将来の利益貢献シナリオ

5店舗体制が実現すれば、来期以降、同事業だけで **年間3億円の利益貢献** が見込めます。
これにより新業態が既存事業と並ぶ利益の柱となり、**会社全体の営業利益が倍増する可能性**があります。

利益貢献
年間3億円

【ベースの底上げ】既存店の着実な成長

対象月	3月	4月	5月	上期
全店	107.2%	106.9%	106.6%	106.8%
既存店	102.8%	102.3%	100.9%	102.8%

予約導線の最適化で既存店も前年超えをキープ

個室の強みを活かした予約導線の強化により、既存店単体でも客単価**102.8%**を確保。この安定したベースに対し、全店実績（106.8%）との差分が、新業態による強力な押し上げ効果を示しています。

【成長ドライバー】高単価新業態「KOBÉ Beef Emperor Steak」の拡大

エンペラー事業 出店拡大

現状
2店舗

▶

今期末見込
5店舗

構造的変化による客単価上昇

既存業態 客単価

ベース収益

+

エンペラー業態 客単価

圧倒的高単価

圧倒的な高単価業態の構成比が高まることで
全社の平均客単価は構造的に上昇し続けます。

来期以降のさらなる上昇期待

新業態の出店が加速する来期以降、高単価業態の売上構成比がさらに拡大します。

全社客単価の継続的な上昇と、
それに伴う利益率の飛躍的な改善を見込んでいます。



再現性検証を経た戦略的出店により、持続的成長を実現

M&Aのロールアップモデル推進

今後の成長戦略

基本方針とターゲット領域

ロールアップモデルの確立

PMI（統合プロセス）を最重視

単なる店舗数の拡大ではなく、取得後の **統合・改善プロセス** を経て着実に利益成長につなげます。

複数案件の同時進行は避け、1件ずつ確実に統合を行います。

機動的な案件検討基準

シナジー重視のソーシング

都市部・既存エリア

高シナジー・補完関係

明確な改善余地

これらを中心に、自社リソースとの相乗効果が高い案件を厳選します。

PMI（統合プロセス）における重点施策

FIELD IMPROVEMENT

現場改善

REVENUE MANAGEMENT

収益管理

MARKETING

マーケティング強化

HUMAN RESOURCES

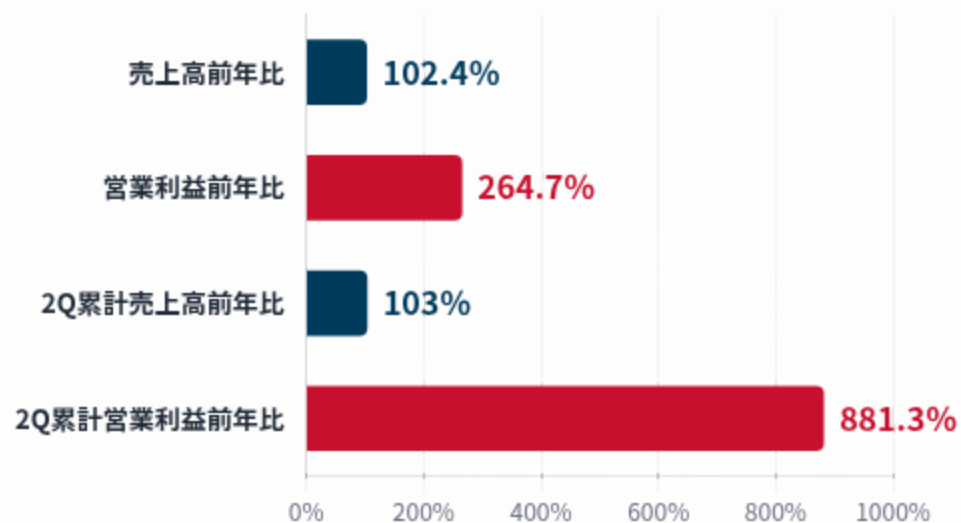
人材体制の整備

継続的なパイプラインの構築

セイコーポレーション、鮭樹食品などのM&A案件に続き、今後も成長に資する優良案件を積み上げます。

グループ全体の収益基盤を盤石なものにするため、安定的なパイプラインの確保とシナジー創出を追求してまいります。

第2四半期対前年比較



改善施策

ホリイフードサービスで成果が出ている施策を実装

DX化施策

モバイルオーダーや業務管理ツールの導入により、店舗オペレーションの効率化と利益率の改善を実現。

マーケティング施策

SNSやペイドメディアを活用した集客ノウハウを展開し、新規顧客の獲得と認知度向上を図る。

キラーコンテンツの強化

既存メニューの磨き上げと高付加価値商品の導入により、客単価と顧客満足度の向上を両立。

今後の展開計画

1

ロールアップモデルの横展開

セイコーポレーションでのPMIノウハウを型化。今後のM&Aにおいて展開。

2

PMIの今期中完了と来期の成長準備

統合効果を最大化し、来期以降の本格的な成長に向けた基盤強化に注力します。

案件概要（2026年6月1日 株式取得）

対象企業
鮭柵食品株式会社

事業内容
持ち帰り寿司・弁当

取得価額
3億8,000万円

ステータス

完全子会社化完了

固定資産譲渡契約締結

2026年6月2日に大阪府八尾市所在の固定資産（土地・建物等）の譲渡契約を譲渡価額4億円で締結いたしました。

経営資源の有効活用および業務効率化を目的に、事業規模に応じた新たな本社・物流体制を再構築してまいります。

M&A完了後のPMI注力

当社の店舗運営ノウハウやDX施策を速やかに導入し、シナジー効果の早期創出と収益基盤の拡大に全力を注ぎます。

財務基盤・財務戦略の強化

固定資産譲渡資金（4億円）を活用し有利子負債を圧縮。今後のM&Aや事業成長に向けた機動的な投資余力を確保します。

鮭柵食品の成長戦略

西日本の中食プラットフォームとしてブランド価値を向上。新メニュー開発や販路拡大で継続的な成長を推進します。

鮫柄食品 今後の取り組み

M&A後の具体的な改善施策と成長戦略

DX化の導入

データを活用した顧客管理や、業務効率化ツールを積極的に導入し、店舗運営の生産性と利益率を飛躍的に向上させます。

マーケティング施策の実装

SNSやペイドメディアを活用した集客ノウハウを展開。効果的なプロモーションによりブランド認知度を拡大し新規顧客を獲得します。

仕入れや物流面での改善

グループ全体のスケールメリットを活かした原価低減と、当社の既存物流網を活用した継続的なコスト最適化を図ります。

熱狂的なファンの獲得

STEP 1

新規ファンの取り込み



STEP 2

熱狂的なファンへ育成



STEP 3

継続的な収益化

ロールアップ戦略のポイント

M&Aによって取得した会社を、グループ全体の成長エンジンへと変えていく

実績 2026年6月1日～15日 実施完了

取得株式数

50,000 株

取得総額

約3,645 万円

単なる株主還元に残まらない「戦略的ツール」

今回の自己株式取得は、EPSの向上を通じた直接的な株主還元であると同時に、当社の今後の持続的成長を牽引するための重要な投資基盤（戦略的ツール）として位置づけています。

STRATEGY 01

将来のM&Aに向けた 株式交換への活用

将来のM&A案件において、現金を流出させずに自己株式を活用した**株式交換**や**第三者割当増資（自己株式処分）**が可能となります。

これにより、手元資金を温存し財務健全性を維持しながら、ロールアップモデルによる企業規模の拡大を機動的かつアグレッシブに推進します。

STRATEGY 02

新株発行を伴わない ストックオプションの発行

取得した自己株式を、経営陣や優秀な人材に対する**ストックオプション（SO）**や**株式報酬**として活用します。

新株発行を行わないため、既存株主の皆様の**株式価値の希薄化（ダイリューション）を防ぎつつ**、企業価値向上に向けたインセンティブの強化と優秀な人材獲得（リテンション）を実現します。

制度変更

1年以上継続保有でボーナス優待上乘せ

優待最大実質利回り

10.3%

2026年5月末時点

【株主優待大好評につき想定を大きく上回るご利用】

株主優待大好評!!

当社の優待制度にご好評・ご支持をいただき、
厚く御礼申し上げます。

【保守的な引当と通期上方修正の実現】

優待利用率が想定を大幅に上回ったため、
引当金を**保守的に**再度見積もり。

**それでもなお、本業の好調により
通期業績の上方修正を実現！**

① ジャパネットギフトカード

電子クーポン (有効期限：発行から2年間)

※ジャパネット公式通販サイト（WEB限定）で利用可能
※2年分合算での利用や、複数回に分けた利用も可能

② ホリイフード食事券

当社グループ直営店で利用可 (有効期限：発行から1年間)

※一部FC店舗を含むグループ店舗でご利用いただけます
※1回の会計で複数枚の同時利用が可能（お釣りは出ません）

【対象】 500株（5単元）以上保有の国内在住個人株主様（毎年11月末基準）

優待は「①」または「②」の選択式

【今後の株主還元】 現在の充実した優待制度の継続に努めるとともに、今後の業績拡大に伴う将来的な配当の実施も視野に入れ、総合的な株主還元の拡充を目指してまいります。

現状と目標値の比較

業績の進捗に対して、株価指標は未だポテンシャルを反映しきれていないと認識

主要指標	現在 (2026年5月末)	目標水準
時価総額	50.8 億円	200 億円
PER (株価収益率)	12.51 倍	20～30 倍
EPS (1株当たり利益)	59 円	100～150 円

利益成長（EPSの向上）に加えて、市場からの期待値（PER）を引き上げることで、目標とする時価総額200億円の達成を目指します。

市場評価とのギャップ分析

類似企業との比較による評価ギャップの所在

指標	当社現状	飲食類似企業水準	当社の評価余地
PER	—	成長期待が反映	拡大余地 大

ギャップの最大要因

市場からの「認知度」の不足

ファンダメンタルズ（収益力・資本効率）の改善は順調に進捗しているものの、その実績と今後の成長戦略が市場に十分認知されていないことが、現在の評価ギャップの主要因であると分析しています。

IR戦略の方向性

認知度向上に向けた積極的なアクション

1 IR動画の配信拡充

決算説明や事業戦略に関する動画コンテンツを制作・配信し、より多くの投資家へリーチ。

2 個人投資家セミナー

オンラインやオフラインでの説明会登壇を増やし、個人投資家との直接的な対話機会を創出。

3 1 on 1 面談の強化

機関投資家やアナリスト向けミーティングを積極的に実施し、当社の実力値の理解を促進。

経営陣による定期的な動画配信



NEW 2026.06.12

半年で2社買収&売上・利益急増！業績10倍を目指す秘策とは



NEW 2026.05.27

目標株価2,000～3,000円へのリレーティングに挑む



2026.01.14

【IRTV3077】ホリイフードサービス/利益3倍！利益率2倍！来期120%予想！まだまだ成長途上！



2025.11.14

営業利益 前年同期比1億2809万円的大幅増益を達成、株主優待を再開



NEW 2026.06.09

投資家がまだ気づいていない成長ストーリー



NEW 2026.05.20

個人投資家必見の株価対策 時価総額200億円へ



2025.11.21

【上方修正で営業利益2倍へ】新業態への参入で客単価UP！利益率を大幅改善させた戦略とは？



2025.10.15

著名投資家DAIBOUCHOU氏が直球質問！深掘り！

今後も株主の皆様との信頼関係構築に努めてまいります



Special Event

個人投資家サミットに登壇

- ・注目の上場企業として、大規模なIRイベントに登壇いたしました。
- ・経営トップが自らプレゼンテーションを行い、**新体制のビジョンと成長戦略**を直接投資家の皆様へお伝えしました。
- ・質疑応答を通じて投資家の皆様との**対話**を深め、当社の魅力を広く発信いたしました。

次回 2026年7月18日 登壇予定

REFERENCE DATA

HORII FOOD SERVICE

参考資料

会社基本情報

時代の変化を、次代の文化に。



<https://www.horiifood.co.jp/>

社名	ホリイフードサービス株式会社
本社所在地	茨城県水戸市城南三丁目10番17号
設立	1983年3月
代表者名	代表取締役社長 藤田 明久
事業内容	外食事業の展開
店舗数	79店舗（2026年5月31日現在）
資本金	100百万円（2026年5月31日現在）
従業員数	134名（2026年5月31日現在）

基本理念 - スローガン -

それで
お客様は
満足か!

01 人材育成＝理念の共有

- 1. 地域社会のお役に立てるお店を作ります
- 1. お客様に喜びと感動を与え一人でも多くの笑顔を実現します
- 1. 事業にかかわる全ての人達の幸福を実現します

02 人を育て共に育つ（共育の精神）

業態別・地域別店舗状況

2026年5月末現在
79 店舗展開中

忍家 36店舗
益益 1店舗
もんどころ 6店舗

五右衛門 3店舗
チエゴ 3店舗
うま囲 7店舗

BG食堂 2店舗
四〇屋 3店舗
肉とそば 1店舗

Eステーキ 2店舗

大阪武勇伝 1店舗
赤から 12店舗
ふじ田 2店舗

埼玉県

忍家 8店舗
赤から 2店舗
うま囲 2店舗
五右衛門 1店舗
計 13店舗

栃木県

忍家 3店舗
赤から 1店舗
うま囲 1店舗
計 5店舗

茨城県

忍家 7店舗
益益 1店舗
もんどころ 6店舗
赤から 6店舗
うま囲 1店舗
チエゴ 1店舗
ふじ田 1店舗
BG食堂 1店舗
四〇屋 1店舗
肉とそば 1店舗
計 26店舗

福島県

忍家 3店舗
赤から 2店舗
四〇屋 1店舗
チエゴ 1店舗
計 7店舗

山形県

チエゴ 1店舗
計 1店舗

神奈川県

忍家 3店舗
うま囲 1店舗
五右衛門 1店舗
計 5店舗

東京都

忍家 4店舗
ふじ田 1店舗
BG食堂 1店舗
Eステーキ 1店舗
計 7店舗

群馬県

忍家 2店舗
うま囲 1店舗
四〇屋 1店舗
計 4店舗

宮城県

忍家 1店舗
うま囲 1店舗
五右衛門 1店舗
赤から 1店舗
計 4店舗

大阪府

大阪武勇伝 1店舗
計 1店舗

京都府

Eステーキ 1店舗
計 1店舗

千葉県

忍家 5店舗
計 5店舗

主力業態 01 隠れ菴 忍家〈36店舗〉



上質の癒しとくつろぎの個室空間にこだわった
新和風ダイニングレストラン

立地

駅前・ロードサイト・市街地（いかなる出店環境にも対応可能）

顧客層

30～40歳・女性からも支持 客単価 4,200円



主力業態 02 常陸之國 もんどころ 〈6店舗〉



茨城の美味を味わい尽くす

「いばらき」にこだわった、喰いもんや

立地

駅前・市街地

顧客層

茨城を訪れた観光客に好評です。客単価 4,300円



その他の業態



赤から

12店舗



五右衛門

3店舗



益益

1店舗



ふじ田

2店舗

既存事業の強化業態 01

- 忍家・もんどころ業態に続く業態の確立
- 四〇屋業態 地域の市場と連携した海鮮業態
- チェゴ業態 焼肉&スンドゥブをはじめ食べ放題メニューも好評

● 四〇屋



鮮度にこだわる海鮮業態

立地 駅前・市街地

顧客層 サラリーマンを中心に集客 客単価4,200円

3
店舗



● チェゴ



本格派のスンドゥブや焼肉が 楽しめる韓国業態

立地 駅前 ロードサイド

顧客層 主婦高校生 サラリーマン 客単価3,600円

3
店舗



既存事業の強化業態 02

- 牛タンうま囲 5月27日 埼玉県熊谷駅東口にオープン
- モバイルオーダー導入等、FL管理を柱にコストコントロールを継続

- 牛タンうま囲



牛タンと馬肉料理の専門店

7
店舗

立地 駅前

顧客層 主婦・高校生・サラリーマン 客単価4,000円



- ボンジョルノ食堂



本格ナポリピッツァと 生ハムが楽しめるイタリアン

2
店舗

立地 駅前

顧客層 若者を中心に幅広く対応 客単価2,700円



新業態

エンペラーステーキ 〈2店舗〉



世界で名高い
「神戸牛」と食のライブ体験

立地

繁華街・観光立地

顧客層

訪日外国人 客単価 40,000円



将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料並びに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。

これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、
実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらのリスクや不確実性には、一般的な業外並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった
一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報や将来の出来事等があった場合であっても、当社は本発表に含まれる
「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

お問い合わせ先

ホリイフードサービス株式会社

統括本部

Email : horii-ir@horiifood.co.jp