


2026年11月期 第1四半期

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.

Q1

FINANCIAL RESULTS

FY11/2026

AGENDA

2026年11月期
第1四半期決算説明会

01 2026年11月期第1四半期 決算概要

02 2026年11月期第1四半期の取組み

03 2026年11月期第2四半期の取組み

04 今後の成長戦略

05 株主の皆様へ

スタンダード市場の上場維持基準に適合

すべての基準をクリアしており、安定した市場評価を維持しています。

上場維持基準

400名

株主数
5,186名

上場維持基準

2,000単位

流通株式数
35,019単位

上場維持基準

10億円

流通株式時価総額
15億1,296万
3,884円

上場維持基準

25.0%

流通株式比率
50.5%

今後も、企業価値の向上を通じて、
株主の皆さまのご期待にお応えしてまいります。

第1四半期で利益進捗率 **50%** 超を達成、**構造改革の成果**が数字に結実

売上高

1,584,123 千円

前年同期比 **115.4%**

通期進捗率 **28.4%**

通期予想：5,570,000千円

営業利益

213,523 千円

前年同期比 **136.1%**

通期進捗率 **50.2%**

通期予想：425,000千円

経常利益

209,732 千円

前年同期比 **140.1%**

通期進捗率 **51.6%**

通期予想：406,000千円

四半期純利益

172,142 千円

前年同期比 **118.9%**

通期進捗率 **42.3%**

通期予想：406,000千円

前期8か月の短縮決算を **1Q（3か月）** で超えたのも大きな成果

項目	前期通期（8ヵ月短縮） 2025年4月～2025年11月	当第1四半期（3ヵ月） 2025年12月～2026年2月	前期比較 / 収益性
売上高	3,220,077 千円	1,584,123 千円	-
営業利益	149,273 千円 利益率: 4.6%	213,523 千円 利益率: 13.5%	+64,250 千円 (前期比 143.0%)
経常利益	159,255 千円 利益率: 4.9%	209,732 千円 利益率: 13.2%	+50,477 千円 (前期比 131.7%)
当期/四半期 純利益	180,926 千円 利益率: 5.6%	172,142 千円 利益率: 10.9%	-8,784 千円 (前期比 95.1%)

国内事業の堅調な成長 + インバウンドの収益貢献

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	前年実績	当期実績	差異 (成長率)
売上高	1,371,733 千円	1,522,091 千円	+150,358 +10.9%
営業利益	156,798 千円	204,746 千円	+47,948 +30.5%
経常利益	149,610 千円	200,955 千円	+51,345 +34.3%
四半期純利益	144,764 千円	163,365 千円	+18,601 +12.8%

※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。

+

インバウンド事業

収益の上乗せ (プラスオン)

売上高 構成比 3.9%
62,031 千円

営業利益 構成比 4.1%
8,777 千円

営業利益率
14.1%

01

収益構造改革・DX施策

これまで推進してきた改革とDX施策の効果が
着実に利益面に表れてきております。

02

利益率の飛躍的向上

2025年12月度、**1店舗あたりの利益率**が
売上規模が最大であった10年前のピーク期を起点とする事業フェーズにおいて**最も高い水準を達成**しました。

03

成長戦略の確実な実行

成長戦略の**3つの軸**がいずれも前進。

既存事業の改善

新業態の立ち上がり

M&Aの積み上げ

10年前のピーク期を起点とする事業フェーズにおいて

12月度過去最高の業績 を達成

過去最高

1店舗あたり平均売上高

809 万円

過去最高

1店舗あたり平均営業利益

204 万円

過去最高

1店舗あたり平均営業利益率

25.3 %

構造改革と成長投資の成果が結実

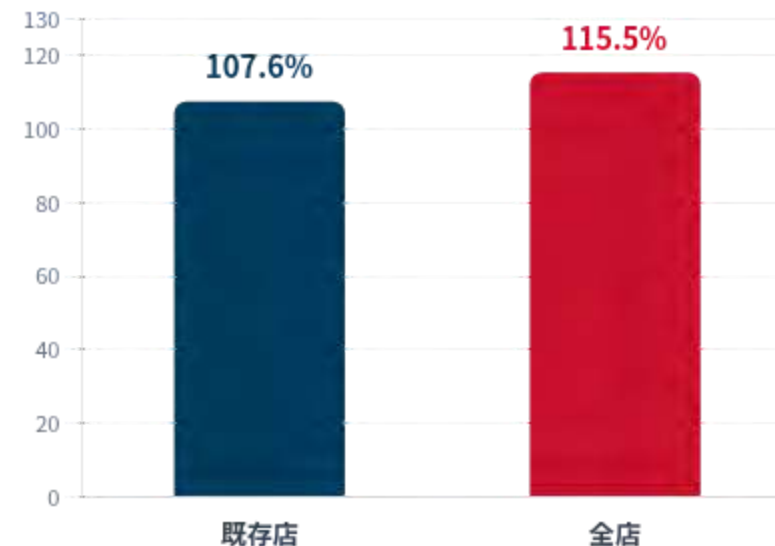
既存事業の収益性改善に加え、新業態（エンペラー等）の高収益モデル確立とM&A効果が寄与し、売上規模が最大であった10年前のピーク期と比較しても、質的に強固な収益体質へと変貌を遂げました。

月次売上高 前年比推移（12月-2月）

速報値ベース

区分	項目	12月	1月	2月	累計
【全店】	売上高	116.5%	120.5%	108.3%	115.5%
	客数	110.3%	112.7%	100.2%	108.3%
	客単価	105.5%	106.9%	108.1%	106.7%
【既存店】	売上高	108.9%	111.8%	100.5%	107.6%
	客数	105.3%	107.6%	97.0%	103.8%
	客単価	103.5%	103.9%	103.6%	103.7%

第1四半期累計 売上高前年比



収益構造改革とDX施策

モバイルオーダー導入
導入率約60%

予約導線の見直し

アプリ会員基盤強化

本部-店舗データ活用

2025年12月度 予約人数（前年同月比）

113.3%

アプリ会員予約件数

前年同月比 **322%**

順調に推移



体験型鉄板焼き業態

インバウンド×高付加価値戦略

月を追うごとに **成長加速** 中

項目	12月	1月	2月	成長トレンド
売上高	1,586万円	1,719万円	2,047万円	+29%
営業利益	713万円	494万円	735万円	高収益維持
WEB流入率	69%	80%	89%	+20pt

成功要因と成果

インバウンド需要捕捉

高単価で収益性向上

予約起点オペレーション

効率的な店舗運営

Google口コミ評価 ★★★★★ 5.0到達 (1,201件 / 4/8現在)

月間100件超の口コミ獲得、Google評価★4.9を3か月維持後、現在★5.0到達。高い満足度の可視化により、検索段階での選択率が向上し、次の予約へと繋がっています。





ハラールラーメン業態

現状の課題認識

立ち上がり当初こそ一定の手応えがあったものの、その後は計画に対して課題も見えてまいりました。複数の論点があると認識しております。

認知の広がり不足

商品訴求の弱さ

需要との適合性

月次業績推移（12月～2月）

	12月	1月	2月
売上高	321万円	323万円	203万円
営業利益	▲ 466万円	▲ 338万円	▲ 166万円

ラマダン（断食月）による影響

2月18日から3月20日にかけてのラマダン期間は、ムスリム顧客の外出需要が減少するため、2月の売上低下は季節要因として想定内です。4月以降は需要回復を見込んでいます。



SUCCESS

うまくいっている業態は **加速**



CHALLENGE

課題のある業態は **率直に見直し改善**

案件概要（2025年12月1日 株式取得）

対象企業

有限会社セイコーポレーション

事業内容・店舗数

東北エリア 炭火焼肉 3店舗

（仙台2店舗 / 郡山1店舗）

取得価額

1億1,500万円

ステータス

完全子会社化

ロールアップ型成長の起点へ

今回の取得を単発の案件にとどめるのではなく、今後のM&A戦略における重要な第一歩と位置づけています。

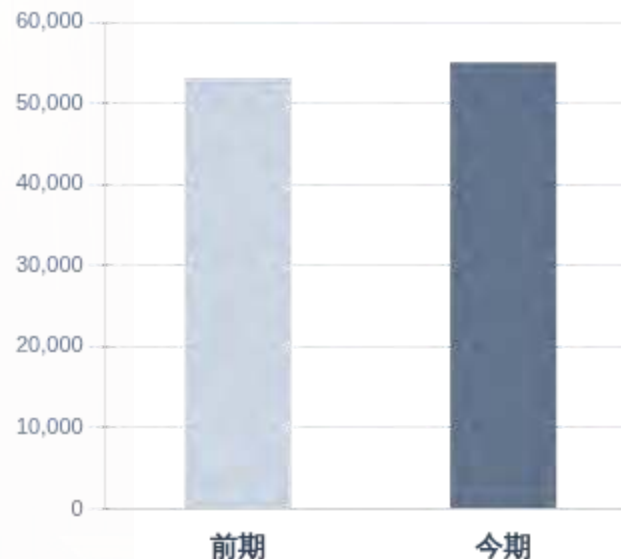
取得後のPMIを通じた収益改善モデルを確立し、グループ全体の成長を加速させます。

ホリイフードグループ参画による利益の大幅改善

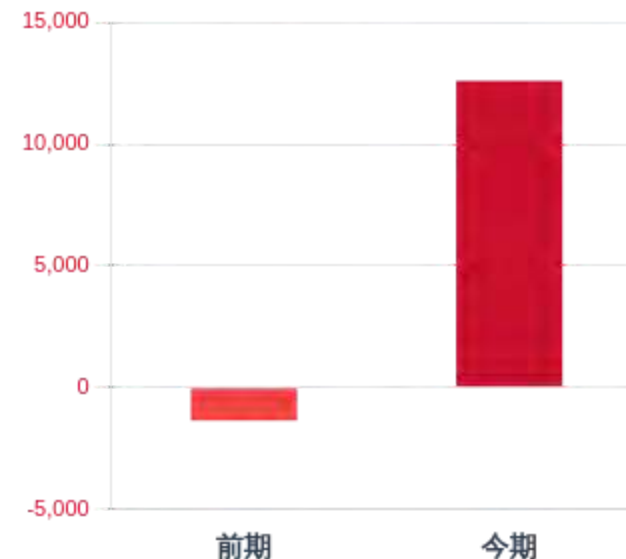
PMIによる収益構造改革の成果

ホリイフードグループ参画後、グループのノウハウ・リソースを活用したコスト削減とオペレーション改善により、前期の赤字から大幅な黒字転換を実現。利益率が劇的に向上し、グループシナジーの効果を実証しました。

売上高 (千円)



営業利益 (千円)



クーポン活用

Payke掲載開始

訪日外国人向けクーポンサービスを活用し、商品バーコードスキャンから多言語情報を提供。

- 購買意欲の喚起とエンペラー業態・大阪エリアの来店促進
- 新たな集客チャネルの確立



受入体制強化

SPOT JAPAN導入

多言語コンシェルジュサービスを**82店舗へ一斉導入**。メニューや店舗情報の多言語化を実現。

- 外国人観光客の利便性向上とオペレーション負担の軽減



業務提携

byFood連携 (テーブルクロス社)

訪日外国人向けグルメプラットフォームと連携し、初の「**インバウンド団体予約サービス**」を本格開始。

- 予約プラットフォームを活用し、団体客を含むインバウンド集客を本格化
- 訪日需要を確実に店舗送客へつなげる体制の構築



業務提携

グルメ大学連携 (株式会社UNI'SON)

SNS・検索・地図面での情報発信強化。「**見つけられる**」「**伝わる**」「**選ばれる**」導線づくり。

- SNSコンテンツの企画・制作・運用支援と発信の型化
- エンペラー業態を起点としたインバウンド認知拡大



想定されるリスク (Risks)

中国経済の変動・訪日需要の変化
特定地域への過度な依存リスク

戦争・地政学リスク
エネルギー・原材料・物流・消費マインドへの影響

物価・税制動向
生活防衛意識の高まりによる消費抑制

当社の対応策 (Actions)

顧客構成への影響は限定的 影響度：軽微
中国人顧客の比率が低いため、現状での事業への影響は軽微です。

商品開発力と原価コントロール 対応強化
品質を落とさずに利益を確保するため、開発力と原価管理で前向きに対応します。

動向注視と複数シナリオ検討 検討中
影響は不確定なため、動向を注視し、複数の可能性を想定して対応策を検討中です。

連携加速のメカニズム

STRENGTH

営業力・マーケティング力 と豊富な人脈

CCH単体の強力な営業・マーケティング基盤と、多岐にわたる業界人脈が起点

EXPANSION

企業ネットワークの 飛躍的拡大

強みを活かした様々な企業との繋がりから、新たな関係構築と案件紹介が実現

ACCELERATION

新規取り組みの スピードアップ

関係構築から事業連携へ。多様な取り組みが同時多発的にスタート

ACHIEVEMENT

案件創出の加速

CCHとの取り組みを通じて、様々な企業様との関係性を深めることができた。

様々な案件のご紹介もいただき、事業展開のスピードを本当に大きく加速させることができています。

この1年の成果

FUTURE

シナジーの発信

直近に関しても、**複数の取り組みを同時に進行**させております。

ご連携から生まれる新しいシナジーや、具体的な新しい取り組みについては、**随時発信**してまいります。

今後の展開

株式会社CCH 会社概要

代表取締役社長

高 敏 仁

設立

2008年9月1日

資本金

8,400万円

売上高

98億982万円

従業員数

1,011名

事業内容

子会社等の経営管理およびそれに付帯または関連する事業

CCHの強み（営業・マーケ・人脈）を最大限活用し、当社単独では得られなかった事業機会を創出し続けます。

FUTURE STRATEGY

今後の取り組みと 成長戦略

第2四半期以降の展開、新業態の拡大、
そして中長期的な企業価値向上に向けた施策についてご説明いたします。

第1四半期の総括

50%超

営業利益・経常利益の通期進捗率

営業利益・経常利益は8か月決算を約140%超えている

通常目安 (25%)



第2四半期以降の見通し

定性的な見通し

第1四半期の好スタートを活かし、
通期目標を**大きく上回り**
さらなる成長を加速する

現在の進捗は非常に順調。
このペースを維持し、さらなる上積みを目指します。

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

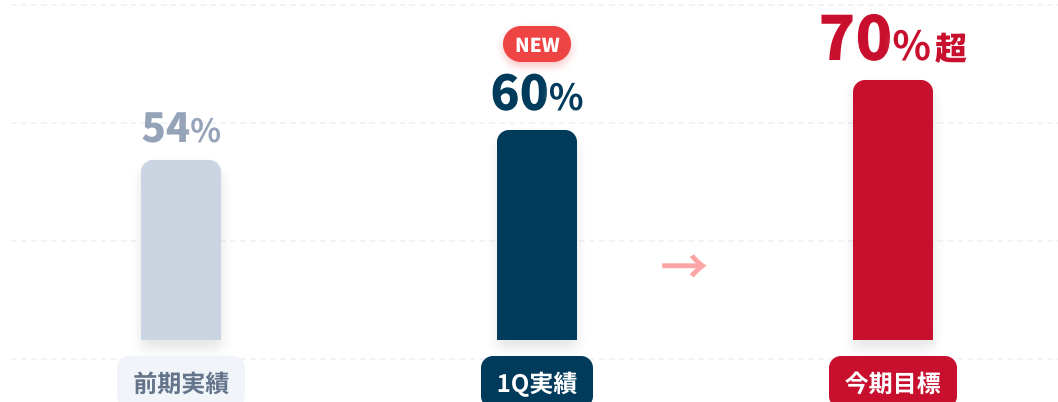
2. 業態変更

3. 新業態の加速

4. M&Aの加速

モバイルオーダー導入加速

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コール予約の更なる加速

NEXT STEP

予約対応の完全自動化・効率化

ピークタイムの電話対応工数をゼロへ

人件費抑制と機会損失防止

24時間365日の予約受付体制を構築

予約獲得数の最大化へ寄与

取りこぼし防止による売上アップ効果

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

月別客単価の対前年比較

対象月	対前年比
12月	105.5%
1月	106.9%
2月	108.1%

全期間において前年を大幅に超過

主な実績寄与要因

宴会コースなど高単価予約の増加

12月度は予約人数が前年比113.3%と堅調に推移。忍家・もんどころ・うま囲などの居酒屋を中心に、宴会需要の回復とコース料理の利用増が単価を押し上げ

予約人数の大幅増加

12月度は前年比113.3%を達成。主力居酒屋業態を中心とした集客の回復が顕著

宴会コース利用の拡大

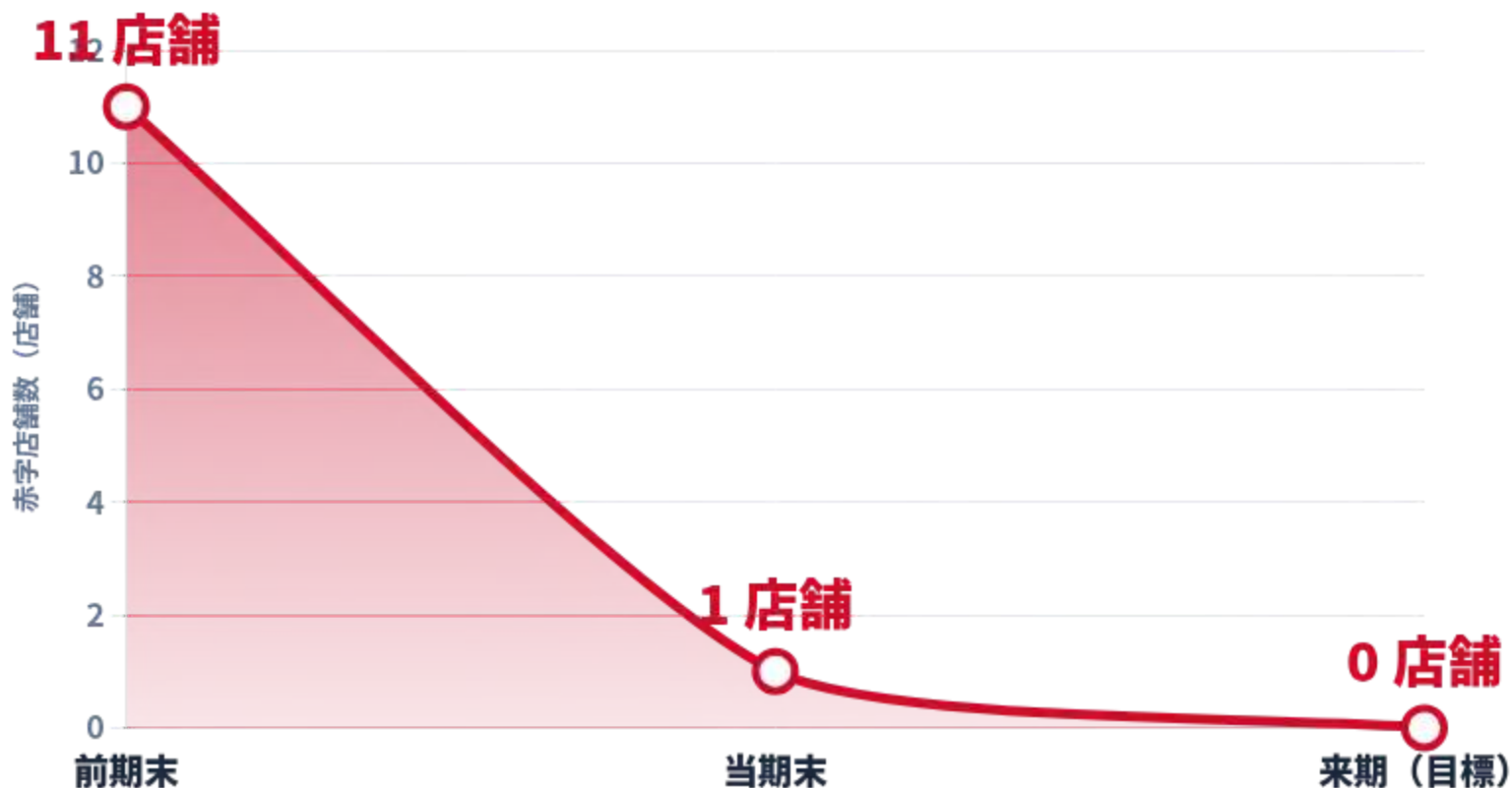
宴会需要が回復基調にあり、高単価なコース料理の利用が増加し単価向上に寄与

エンペラー業態の好調

「KOBЕ Beef Emperor Steak」の高単価体験型業態が好調に推移し、全体の客単価向上に大きく貢献

宴会需要の回復と食事業態の好調により、繁忙期において高い収益水準を実現

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。

単なる出店数の上積みではなく、**既存資産を活用しながら**、**より収益性の高い業態へ組み替えていく施策を実行。**



1

背景・課題

「まるも多賀城店」において、抜本的な立て直しが必要な状況が継続。
不採算からの脱却が急務。

2

商圈分析

商圈特性や立地条件を再精査。
「若年層・女性」の比率が厚く、郊外ロードサイドとして集客ポテンシャルあり。

3

完了

業態転換

「まるも」から
「赤から」
業態変更を実行。

4

判断理由

客単価を取りやすく、付加価値の高い「赤から業態」の方が、当該商圈の需要に適していると判断。

5

期待効果

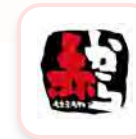
単なる立て直しにとどまらず、「利益創出店舗」への転換モデル確立を目指す。



ポイント

既存立地・人員・設備を最大限活用し、投資効率を高めた再生モデル

新規出店に比べて**投資効率**が良く、
回収可能性を見極めやすい「**業態再編**」によっても利益成長を実現。



1. AM水戸内原前店

「益益イオンモール
水戸内原前店」を
「赤から」へ業態変更。

2. 坂東店

「忍家坂東店」を
「赤から」へ業態変更。
連続的な転換を実施。

3. 施策の要諦

既存の立地・人員・設備を
最大限に活用。
追加投資を抑制しながら転換を
図る。

4. 狙い

「赤から」の**集客力**と
高い**収益性**を取り込み。
店舗PLを改善。

5. 投資効率

新規でゼロから出店する場合に
比べ、
投資回収の確度が高く、
リスクを抑制可能。



注力ポイント

収益改善余地の大きい案件へ優先的
にリソースを配分し、早期黒字化を
目指す



5月下旬 OPEN予定

牛タンと馬肉料理の専門店

想定客単価：4,000円

商圈ポテンシャルデータ

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

提供メニューイメージ



月次業績推移（12月～2月）

対象月	売上高	営業利益	WEB流入率
12月	1,586 万円	713 万円	69 %
1月	1,719 万円	494 万円	80 %
2月	2,047 万円	735 万円	89 %

WEB流入率の向上と収益最大化

認知度向上に伴いWEB流入率が順調に推移。2月には約9割に達し、機会損失を最小化した高効率運営を実現。

次なる成長の柱へ

1店舗あたりの収益インパクトが大きく、全社利益を牽引するモデルとして確立

エンペラー業態の実績とポテンシャル

KOBE Beef Emperor Steak 新宿歌舞伎町店

五感を刺激する
体験型エンターテインメント



KOBE Beef Emperor Steak

圧倒的な
ブランド体験

京都出店の背景

インバウンド需要が戻る“**強い都市**”にフォーカスし、再現性を検証

検証を行う3つの立地・運営条件

空中階（3F）

路面店に依存しない

「目的地型」の集客力を検証

予約主導型

WEB予約を起点とした

高効率・高単価な運営モデル

観光立地・眺望価値

三条京阪駅 徒歩1分

先斗町・河原町・祇園へと続く主要観光導線上に位置し、

鴨川至近のロケーションで飲食体験そのものを「目的地化」

新宿歌舞伎町 自社通行人調査

平日平均 527人

金土日平均 2,731人

京都店舗前 自社通行人調査 (18:00-22:00)

平日平均 1,190人

金土日平均 2,462人

十分な夜帯インバウンド需要を確認。眺望価値と合わせ高単価集客が可能

出店予定地のポテンシャル



眺望：大文字の送り火



出店予定地：三条京阪エリア



エリア：鴨川至近 25

成長への3段階プロセス

STEP 01

京都祇園で検証

新宿モデルの移植可能性と
収益性の実証確認

STEP 02

成功モデル確立

多店舗展開に向けた
オペレーションのパッケージ化

STEP 03

空中階で加速

事業の柱として
全国主要都市へスケールアップ

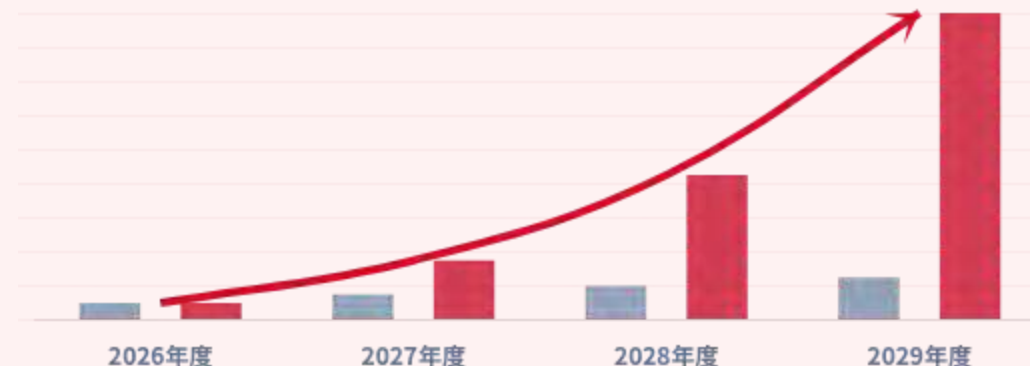
店舗数拡大シミュレーション

加速フェーズ



売上貢献イメージ：成長ポテンシャル

■ 従来計画 ■ 成功後



既存業態

厳選出店

2 店舗

収益性の高いモデル店舗を
厳選して出店

進捗状況

1店舗 出店決定



新業態

成長ドライバー

計画上方修正

3 → **4** 店舗

エンペラーステーキ等
成長領域への積極投資

進捗状況

1店舗 出店決定



TOTAL

新規出店合計

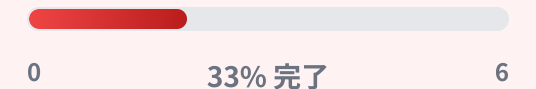
新業態拡大により修正

5 → **6** 店舗

事業ポートフォリオの
最適化を推進

全体進捗

2店舗 出店決定



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るモデルを構築します。

機動的な案件検討

シナジー重視のソーシング

都市部

既存展開エリア

高シナジー領域

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

PROFIT
収益構造の改善

HR
人材配置の最適化

COST
コストコントロール

BRAND
店舗力の磨き込み

継続的なパイプラインの構築

第1四半期のセイコーポレーションに続き、今後も成長に資する案件を積み上げ、グループ全体の収益基盤を盤石なものにしてまいります。

※先行事例となるセイコーポレーションでは、すでに利益改善の兆しが見えており、営業利益については前年比 **1.6倍** を達成しています。

M&A案件：鮭樹食品株式会社の株式取得

西日本エリアへの進出と中食事業の強化

対象会社 鮭樹食品株式会社

所在地 大阪府八尾市老原 9-115

代表者 代表取締役 小谷 陽亮

事業内容 食料品中食業の経営
(持ち帰り寿司・弁当事業)

設立年月日 1970年9月21日

資本金 50,000千円



株式取得日

2026年6月1日

取得比率

100%

連結子会社化

株式取得の理由と戦略的意義

老舗ブランドと強固な事業基盤

1970年創業。半世紀以上にわたり、持ち帰り寿司「スシマス」の屋号で近畿圏（大阪・兵庫・京都・奈良）を中心に地域密着展開。

エリアと業態の相互補完

【東日本 × 外食】の当社基盤に対し、
【西日本 × 中食】に強みを持つ同社がグループ入りすることで、事業ポートフォリオを最適化。



シナジー効果と今後の展開

総合飲食企業としてのさらなる業容拡大へ

エリア戦略

東日本・西日本の両拠点を活用し、ドミナント展開と物流網の効率化を推進

需要対応

内食・中食・外食の全方位で、多様化する食のニーズに対応可能な体制を確立

目標：時価総額200億円

EPS（1株当たり利益）

100 ~ 150円

×

PER（株価収益率）

20 ~ 30倍

=

目標株価

2,000 ~ 3,000円

— REALIZATION DRIVERS —

店舗展開の加速

既存事業の安定成長

規模の拡大

市場の拡大

これら4つの軸を着実に実行することが、企業価値向上の本筋であると考えております。

当社としては、短期的な期待先行ではなく、実績を伴った成長によって市場評価を引き上げていく方針でございます。

2026.02.13 公表 株主優待制度の変更・拡充

※継続保有：5月末・11月末の株主名簿に連続3回以上記載

【現行の優待内容】		
保有株数	ギフトカード	食事優待券
500株	10,000円	15,000円
700株	20,000円	30,000円
1,000株	50,000円	75,000円
1,500株	75,000円	110,000円
2,000株	100,000円	150,000円

【変更後の優待内容】 拡充				
保有株数	1年未満		1年以上 新設	
	ギフトカード	食事優待券	ギフトカード	食事優待券
500株	10,000円	15,000円	11,000円 +1,000円	20,000円 +5,000円
700株	20,000円	30,000円	22,000円 +2,000円	35,000円 +5,000円
1,000株	50,000円	75,000円	55,000円 +5,000円	85,000円 +10,000円
1,500株	75,000円	110,000円	82,500円 +7,500円	125,000円 +15,000円
2,000株	100,000円	150,000円	110,000円 +10,000円	165,000円 +15,000円

資本政策と戦略的位置づけ

2026.02.25 株主総会決議

- 別途積立金10億円を繰越利益剰余金へ振替
- 機動的な資本政策や株主還元策を柔軟に検討できる財務基盤を整備
- 将来的には配当の実施も視野に入れながら、株主の皆様にも長期にわたってご支援いただける企業を目指す
- 中長期保有株主の拡大・安定化への「戦略投資」
- 成長投資と株主還元のバランスを取り、企業価値を持続的に向上

経営陣による定期的な動画配信

Regular Updates



2026.01.14

NEW

2025年11月期 通期決算速報



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…



2025.11.14

営業利益 前年同期比1億2,809万円の大幅増益を達成、株主優待を再開



2025.10.15

著名投資家DAIBOUCHOU氏が直球質問! 深掘り!



2025.09.01

前期損失から利益に転じ、営業利益で前期比+6,390万円増加



2025.09.01

【決算深掘り!】絶好調の1Q決算



2025.07.08

2期連続の黒字化と大幅な利益改善

More Coming Soon...



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 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	81店舗（2026年2月28日現在）
資本金	100百万円（2026年2月28日現在）
従業員数	133名（2026年2月28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2月末現在
81 店舗展開中

忍家 39店舗
益益 2店舗
もんどころ 6店舗

五右衛門 3店舗
チエゴ 4店舗
うま囲 6店舗

BG食堂 2店舗
まるも 1店舗
四〇屋 3店舗

ごろり 1店舗
肉とそば 1店舗
Eステーキ 1店舗

大阪武勇伝 1店舗
赤から 9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 1店舗
五右衛門 1店舗
ごろり 1店舗

計 13店舗

栃木県

忍家 4店舗
赤から 1店舗
うま囲 1店舗

計 6店舗

茨城県

忍家 8店舗
益益 2店舗
もんどころ 6店舗
赤から 4店舗
うま囲 1店舗
チエゴ 2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 27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 5店舗
ふじ田 1店舗
BG食堂 1店舗
Eステーキ 1店舗

計 8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
まるも 1店舗

計 4店舗

大阪府

大阪武勇伝 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 〈39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

9店舗



五右衛門

3店舗



益益

2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

3
店舗

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



● チェゴ



本格派のスンドゥブや焼肉が 楽しめる韓国業態

4
店舗

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



既存事業の強化業態 02

- 牛タンうま囲 5月下旬 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

6
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 〈1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