

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

ホリイフードサービス

3077 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2026年8月25日 (火)

執筆：客員アナリスト

中西 哲

FISCO Ltd. Analyst **Tetsu Nakanishi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 会社概要	01
2. 2026年11月期中間期の業績概要	01
3. 2026年11月期の業績見通し	02
4. 中長期成長戦略及び株主還元	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. CCHグループの概要	04
3. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 事業概要	05
2. 業態別ポートフォリオ	06
3. 経営戦略の評価	07
■ 業績動向	08
1. 2026年11月期中間期の業績動向	08
2. セグメント別業績動向	09
3. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	11
● 2026年11月期の業績見通し	11
■ 中長期の成長戦略	12
1. 成長シナリオとKPI	12
2. 主な施策	12
■ 株主還元策	14

ホリイフードサービス
3077 東証スタンダード市場

2026年8月25日 (火)
<https://www.horiifood.co.jp/ir/>

要約

2026年11月期中間期は大幅増収増益

1. 会社概要

ホリイフードサービス<3077>は、北関東・首都圏・東北を中心に79店舗を展開する外食企業である。1983年の創業以来、多業態展開を強みとして成長してきたが、2024年9月に(株)シティクリエーションホールディングス(現(株)CCH)の傘下に加わったことを契機に経営改革を本格化した。現在は、同グループが持つ営業力、マーケティング力、DXノウハウを活用し、既存店の収益改善、新業態の開発、M&Aによる事業領域の拡大を推進している。最大の特徴は、マーケティングを起点に業態・立地・顧客層を最適化する経営モデルである。主力業態「隠れ菴 忍家(しのぶや)」(以下、「忍家」)を安定収益基盤としながら、「KOBE Beef Emperor Steak」(以下、「エンペラーステーキ」)などインバウンド向け高付加価値業態を育成し、さらにM&A・PMI(Post Merger Integration: 統合プロセス)によるロールアップ戦略を組み合わせることで、収益性と成長性の両立を図っている。地方ドミナント戦略による安定したキャッシュ・フローを基盤に、マーケティング力を生かした企業価値向上へと経営の軸足を移しており、従来の居酒屋チェーンからマーケティング型外食企業への転換が進んでいる。

2. 2026年11月期中間期の業績概要

2026年11月期中間期の業績は、売上高3,056百万円(前年同期比※28.5%増)、営業利益345百万円(同232.6%増)、経常利益340百万円(同235.8%増)、親会社株主に帰属する中間純利益286百万円(同281.0%増)と大幅な増収増益となった。2026年7月に上方修正した中間期業績予想も上回って着地し、営業利益率は前年同期の4.4%から11.3%へ改善した。業績拡大の背景には、繁忙期の予約好調、DXを活用した店舗運営の効率化、グランドメニューの見直し、価格改定、新業態及び業態変更店舗の好調な推移などがある。加えて、インバウンド事業では「エンペラーステーキ」が高収益を確保し、2025年12月に取得した(有)セイコーポレーションのPMI効果も利益拡大に寄与した。北関東・首都圏・東北の各エリアはいずれも増収増益となり、自己資本比率は35.7%まで上昇するなど財務体質も改善している。営業利益・経常利益の通期進捗率はいずれも60%を超え、通期計画達成に向け順調なスタートとなった。

※ 同社は2025年11月期より決算期を3月31日から11月30日に変更しており、2026年11月期中間期(2025年12月1日～2026年5月31日)と2025年11月期中間期(2025年4月1日～9月30日)は対象期間が異なる。このため決算短信では対前年同四半期増減率が開示されていない。上記増減率は決算短信の実額から算出した参考値である。決算説明資料が示す実質的な前年同期(2024年12月1日～2025年5月31日)との比較では、売上高16.1%増、営業利益56.4%増、経常利益58.6%増、親会社株主に帰属する中間純利益27.1%増となる。

3. 2026年11月期の業績見通し

2026年11月期の業績見通しは、売上高で5,980百万円、営業利益で532百万円、経常利益で528百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で625百万円を見込んでいる。2025年11月期は決算期変更に伴う8ヶ月決算のため前期比較はできないものの、売上高・各利益とも大幅な増加を計画している。既存店の収益改善に加え、インバウンド事業の拡大、2026年6月に子会社化した鮎樹食品(株)の業績寄与、セイコーポレーションのPMI効果などが成長をけん引する見通しである。中長期的にはインバウンド事業の利益構成比を高める方針であり、既存事業が生み出すキャッシュを成長投資へ再投資する好循環の構築を目指す。

4. 中長期成長戦略及び株主還元

同社は、「既存事業の収益力向上」「インバウンド事業の拡大」「M&Aによる事業領域拡大」の3つを成長エンジンと位置付けている。地方ドミナント戦略を基盤に、AI・ビッグデータやデジタルマーケティングを活用した業態転換・店舗運営の最適化を進めるとともに、高収益なインバウンド業態の展開やM&Aによる事業領域拡大を推進する。経営目標としては、2028年11月期までに営業利益率20%体制の構築を掲げるほか、中長期的には時価総額200億円、PER(株価収益率)20~30倍、EPS(1株当たり当期純利益)100~150円を目標水準としている。一方、株主還元については、現時点では成長投資を優先する方針であるものの、株主優待の充実を進めるとともに、利益成長を通じた企業価値向上を重視している。短期的な配当よりも、中長期的なEPS拡大と株価上昇による株主価値向上を目指す資本政策を展開している。

Key Points

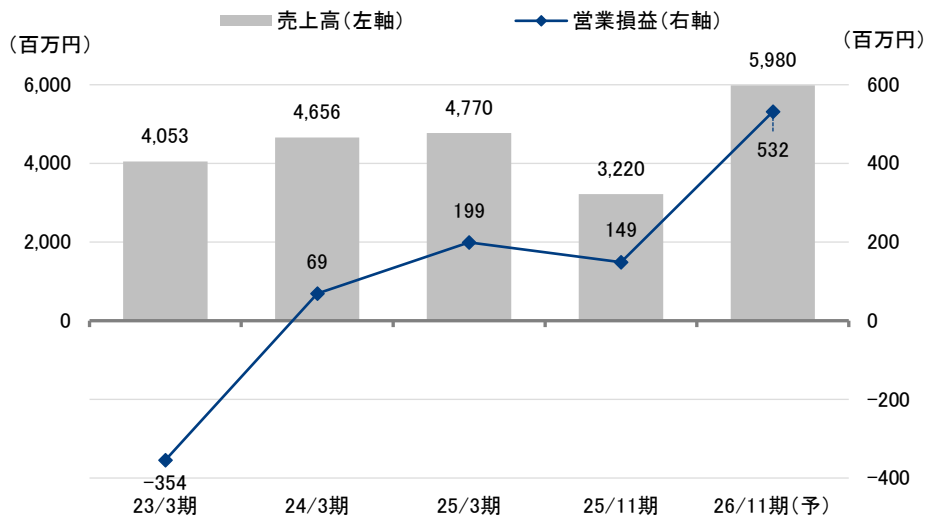
- ・ CCHグループのマーケティング力を活用し、収益構造改革が本格化
- ・ 2026年11月期中間期は営業利益が前年同期比で232.6%増、営業利益率11.3%へ大幅改善
- ・ 2026年11月期は売上高・各利益とも大幅な増加を計画
- ・ 2028年11月期までに、営業利益率20%体制の構築を目指す

ホリフードサービス
3077 東証スタンダード市場

2026年8月25日 (火)
<https://www.horiifood.co.jp/ir/>

要約

業績推移



注：25/11期は決算期変更に伴う2025年4月1日から11月30日までの8ヶ月決算
出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

CCH傘下に入り経営改革を推進、収益力向上で成長局面を迎える

1. 会社概要

同社は茨城県水戸市に本社を置き、北関東・首都圏及び東北を中心に飲食店を展開する外食企業である。1983年3月に茨城県ひたちなか市で設立され、同年4月に(株)村さ来本社(現 焼肉坂井ホールディングス<2694>)の「村さ来」フランチャイズ(FC)店舗開業により事業を開始した。その後、居酒屋業態を軸に店舗網を拡大し、「忍家」「ご馳走本舗 益益」(以下、「益益」)「常陸之國 もんどころ」(以下、「もんどころ」)「牛タン うま囲」(以下、「うま囲」)などの自社業態を開発する一方、「はなまるうどん」「大阪王将」「赤から」などFC業態へと領域を広げてきた。茨城県を基盤として栃木県、埼玉県、千葉県、福島県、宮城県、東京都、神奈川県などへ出店地域を広げ、地域特性や顧客ニーズに応じた多業態展開を強みとして成長してきた経緯がある。

一方、近年はコロナ禍による外食需要の低迷や、原材料価格・人件費・光熱費などの上昇、不採算店舗の存在などにより、業績が悪化していた。こうしたなか、2024年9月にCCHの傘下に入り、CCHグループの一員となった。以降は、既存店の収益改善、不採算店舗の整理、メニュー及び価格の見直し、DXの推進、新業態の開発、M&Aによる事業領域と展開地域の拡大など、経営改革を本格化している。2026年11月期中間期は売上高3,056百万円、営業利益345百万円を計上し、収益力は大幅に改善した。現在はCCHグループの経営資源を活用しながら成長基盤の再構築を進めており、収益力の大幅な改善とともに本格的な成長局面を迎えている。

2. CCHグループの概要

CCHグループは2008年設立の事業創造型企業グループであり、「営業力」「マーケティング力」「ネットワーク」を競争優位性として、多様な業界で新たな事業を創出・育成してきた。グループ理念である「枠をこえたワクワクを。」の下、既存の業界や事業領域に囚われない事業展開を進めており、2025年11月期末時点で売上高約110億円、従業員数約550名規模の企業グループとなっている。

事業は、営業支援を中心としたセールステック事業、企業の採用活動を支援する採用ソリューション事業、データ分析や広告運用を通じて企業の集客を支援するデジタルマーケティング事業を中核として展開している。これらの事業を通じて培った営業・マーケティング・DXのノウハウをグループ内で横展開し、新規事業の創出やM&A後の企業価値向上につなげている。

同社の経営改革においても、CCHグループの強みであるマーケティング力が中核を担っている。従来の外食企業としての店舗運営ノウハウに加え、CCHグループが持つデータ分析、デジタルマーケティング、販促企画、営業支援などの知見を取り入れることで、既存店の収益改善、新業態の開発、ブランド戦略の再構築を進めている。単なる資本参加ではなく、CCHグループが培ってきたマーケティング手法を外食ビジネスへ展開している点に、グループ入りの大きな強みがある。実際に、グループ入り後は既存店の収益力向上に加え、インバウンド業態の育成やM&Aを活用した事業領域の拡大など、成長戦略が加速しており、同社の企業価値向上を支える重要な原動力となっている。

3. 沿革

同社は1983年に茨城県ひたちなか市で創業し、「村さ来」のFC店舗を第1号店として外食事業を開始した。その後は、居酒屋業態を中心に店舗網を拡大するとともに、「忍家」「もんどころ」「うま囲」などの自社ブランドを育成し、地域特性に合わせた多業態展開を進めてきた。また、「大阪王将」「はなまるうどん」「赤から」などの有力ブランドともFC契約を締結し、自社業態とFC業態を組み合わせることで事業領域を広げてきた。出店エリアも茨城県を中心とした北関東から首都圏・東北へと拡大し、地域密着型の総合飲食企業としての事業基盤を構築している。この間に、2007年4月にジャスダック証券取引所に株式上場を果たし、2013年7月の東京証券取引所・大阪証券取引所統合を経て、2022年4月の市場再編時には東京証券取引所スタンダード市場へ移行している。

近年は、新業態の開発や業態転換を積極的に進めるとともに、2024年9月にCCHのグループ入りを果たしたことが大きな転機となった。その後は、グループのマーケティング力を活用した既存店改革や新規出店を推進するとともに、2025年にはセイコーパレーション、2026年には鮎鮎食品を子会社化するなど、M&Aを通じて事業領域を拡大している。創業以来培ってきた多業態展開のノウハウに加え、CCHグループの経営資源を取り込むことで、新たな成長ステージへの移行を進めている。

ホリイフードサービス
3077 東証スタンダード市場

2026年8月25日 (火)
<https://www.horiifood.co.jp/ir/>

沿革

年月	沿革
1983年 3月	茨城県ひたちなか市に、ホリイフードサービス(有)を設立
1983年 4月	(株)村さ来本社(現(株)焼肉坂井ホールディングス)とフランチャイズ(FC)契約を締結
1993年 7月	ホリイフードサービス(有)を株式会社に組織変更
1995年 9月	(株)ホリイプロジェクトを設立(2004年3月に同社に吸収合併)
2007年 4月	ジャスダック証券取引所に株式上場
2011年10月	(株)ジー・テイスト(現(株)焼肉坂井ホールディングス)より「益益」事業の譲受
2013年 7月	東京証券取引所と大阪証券取引所の現物市場の統合に伴い、東京証券取引所JASDAQ市場(スタンダード)に株式を上場
2017年 4月	(株)TBIホールディングスと資本業務提携契約を締結
2017年11月	(株)甲羅とFC契約を締結
2022年 4月	東京証券取引所市場再編に伴いスタンダード市場へ移行
2024年 4月	(株)ホリイ物流を子会社化
2024年 9月	(株)シティクリエイションホールディングス(現(株)CCH)の傘下に入る
2025年12月	(有)セイコーボレーションを子会社化
2026年 6月	鮪樹食品(株)を子会社化

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

事業概要

多業態展開で安定基盤を構築し、インバウンドやM&Aで成長を目指す

1. 事業概要

同社の事業セグメントは、北関東・首都圏・東北及び関西※の地域別に区分されているが、本質的な強みは地域特性への対応に加え、多数の業態を組み合わせたポートフォリオ経営を推進している点にある。和風居酒屋を中心としながらも、牛タン、鍋、焼肉、ラーメン、イタリアン、ステーキなど幅広いカテゴリーを展開しており、特定業態への依存を抑え、市場ニーズや消費者の嗜好変化に柔軟に対応できる事業基盤を構築している。

※ 関西は、2026年11月期中間期より報告セグメントとして新設。

主力ブランドは、全席個室の和風ダイニング「忍家」であり、同社において最大の店舗網を持つ。このほか、「もんどころ」「うま囲」「赤から」など収益力の高い既存ブランドに加え、「エンペラーステーキ」や「ハラル和牛ラーメン 大阪武勇伝」といったインバウンド需要を取り込む新業態も展開している。また、各業態について既存店の業態転換や新規開発を継続的に実施し、収益性や市場環境に応じて最適な店舗ポートフォリオへ見直しを進めている。CCHグループ入り後は、マーケティング力を活用したブランド再構築や新業態開発が加速しており、業態ポートフォリオを活用した成長戦略を推進している。

事業概要

2. 業態別ポートフォリオ

同社の最大の特徴は、多数の業態を組み合わせたポートフォリオ経営にある。2026年5月末現在の店舗数は79店舗であり、主力業態である「忍家」が36店舗と全体の約46%を占めているが、「もんどころ」「うま囲」「四〇屋」「焼肉とスンドゥブ チェゴ!!」(以下、「チェゴ!!」)「ボンジョルノ食堂」など、それぞれ異なるコンセプトを持つ業態を展開している。また、「赤から」や「らぁ麺ふじ田」といった有力FC業態も取り入れることで、幅広い顧客ニーズに対応できる店舗構成としている。

業態構成を見ると、和風居酒屋を基盤としながらも、牛タン、海鮮、韓国料理、イタリアン、ラーメン、ステーキなど多様なカテゴリーへ事業領域を拡張している。立地も駅前、市街地、ロードサイド、観光地など幅広く、ファミリー層、サラリーマン、女性客、観光客、さらには訪日外国人と、ターゲットを分散させている。たとえば、「エンパラスステーキ」は訪日外国人を主要顧客とし、平均客単価4万円という高付加価値業態である。一方、「四〇屋」「チェゴ!!」「うま囲」「ボンジョルノ食堂」などは、既存事業の強化業態として育成が進められており、「忍家」に続く新たな収益の柱として期待される。こうした業態ポートフォリオを機動的に見直しながら、市場環境や消費者ニーズの変化に対応していくことが、同社の成長戦略の中核となっている。

業態別ポートフォリオ

(2026年5月末現在)

店舗名称	店舗数	コンセプト	立地	主な顧客層	平均客単価
隠れ菴 忍家	36	上質な癒しとくつろぎの個室空間を中心とした新和風ダイニングレストラン	駅前・ロードサイド・市街地・その他	30～40歳代、女性客	4,200円
ご馳走本舗 益益	1	多様な料理を個室空間で提供するダイニング風レストラン	—	—	—
常陸之國 もんどころ	6	茨城県産の食材や郷土料理を中心に展開する地産地消型飲食店	駅前・市街地	茨城を訪れる観光客	4,300円
牛タン うま囲	7	牛タンと馬肉料理を中心に提供する専門店	駅前	主婦、サラリーマン	4,000円
大釜もつ煮 五右衛門	3	大釜で煮込むもつ煮を中心とした大衆酒場	—	—	—
焼肉とスンドゥブ チェゴ!!	3	スンドゥブや焼肉をメインとする韓国料理業態	駅前・ロードサイド	主婦、サラリーマン	3,600円
ボンジョルノ食堂	2	ナポリピッツァと生ハムを中心に提供するイタリアン	駅前	若年層を中心とした幅広い顧客	2,700円
四〇屋	3	地域の市場と連携し、高鮮度な食材を強みとする海鮮業態	駅前・市街地	サラリーマン中心	4,200円
KOBE Beef Emperor Steak	2	世界的に知名度の高い神戸牛と食のライブ体験を提供する高級ステーキ業態	繁華街・観光立地	訪日外国人	40,000円
肉とそば	1	肉丼とそばを提供する専門店	—	—	—
ハラル和牛ラーメン 大阪武勇伝	1	ハラル対応の和牛ラーメンを提供するインバウンド向け業態	—	—	—
赤から (FC)	12	名物の赤から鍋と焼肉を提供するFC業態	—	—	—
らぁ麺ふじ田 (FC)	2	厳選素材を使用した高品質なラーメン業態	—	—	—
合計	79				

出所：有価証券報告書、決算説明資料よりフィスコ作成

ホリフードサービス
3077 東証スタンダード市場

2026年8月25日 (火)
<https://www.horiifood.co.jp/ir/>

事業概要

エリア別では、北関東エリアが35店舗（店舗構成比44.3%）と最大の出店エリアとなっている。創業の地である茨城県だけで26店舗を展開しており、同県を中心とした強固なドミナント戦略が同社の事業基盤となっている。一方、首都圏エリアは30店舗（同38.0%）を展開し、売上構成比は40.8%と店舗構成比を上回ることから、都市部立地を生かした収益性の高いエリアである。

東北エリアは12店舗（同15.2%）を展開し、売上構成比も15.3%と店舗構成比とほぼ一致していることから、安定した収益基盤を形成していることがわかる。関西エリアは大阪府及び京都府の2店舗（同2.5%）とまだ小規模であり、売上構成比も0.8%にとどまっているが、新規開拓エリアとして成長余地がある。実際、同社はインバウンド向け業態である「エンペラーステーキ」や「ハラル和牛ラーメン 大阪武勇伝」を関西エリアへ出店しており、西日本への事業基盤拡大を進めている。今後は、北関東を安定収益基盤としつつ、首都圏及び関西エリアへの出店拡大により、エリアポートフォリオの最適化を図る方針である。

セグメント別店舗構成

セグメント (エリア)	所在地 (都道府県)	店舗数 (2026年5月末現在)	店舗構成比
北関東エリア	茨城県	26	44.3%
	栃木県	5	
	群馬県	4	
	小計	35	
首都圏エリア	埼玉県	13	38.0%
	東京都	7	
	神奈川県	5	
	千葉県	5	
	小計	30	
東北エリア	福島県	7	15.2%
	宮城県	4	
	山形県	1	
	小計	12	
関西エリア	大阪府	1	2.5%
	京都府	1	
	小計	2	
合計		79	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 経営戦略の評価

同社の経営戦略は、「安定収益基盤の構築」と「成長ドライバーの育成」を明確に切り分けた二層構造を採用している。

まず「安定収益基盤の構築」として、北関東を中心とした地方ドミナント戦略を展開している。地方立地は都心部と比較して賃料負担が低く、固定費を抑えた店舗運営が可能である。また、CCHグループが持つマーケティング機能やデータ分析を活用することで、地域特性や需要に応じた業態開発・業態変更を進め、不採算店舗の削減や既存店収益力の向上を実現している。低コストの事業基盤とマーケティング力を組み合わせることで、安定したキャッシュ・フローを創出できる点は同社の大きな強みである。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

一方、「成長ドライバーの育成」では、インバウンド需要の取り込みとM&A戦略を両輪としている。インバウンド向け業態「エンパラスターキ」は、高単価かつ競争の少ない市場を開拓し、新宿歌舞伎町店で成功モデルを確立したほか、京都三条店では空中階という従来不利とされてきた立地でも黒字化を実現した。これは予約起点型の集客モデルとデジタルマーケティングによって立地制約を克服した事例であり、今後の多店舗展開に向けた再現性の検証が進んでいる。

また、M&A戦略では、セイコーポレーションにおけるPMIを通じて、オペレーション改善、人材交流、デジタル集客、物流・顧客基盤の共有などの統合ノウハウを蓄積している。同社はこのPMIを標準化し、今後のM&Aへ横展開する「ロールアップモデル」の構築を明確に打ち出している。さらに、鮭樹食品の子会社化により、西日本エリアへの進出と中食事業への参入を実現し、事業ポートフォリオの拡充を進めている。

以上を踏まえると、同社は地方ドミナント戦略による安定した収益基盤を確保しながら、インバウンド市場とM&Aを成長エンジンとして企業価値の向上を目指す戦略を採用している。収益の安定性と成長性を両立したバランスの取れた経営戦略であり、CCHグループの経営管理・マーケティング機能を活用できる点も含め、中長期的な成長余地があると考えられる。

業績動向

2026年11月期中間期は予想を上回る着地、既存店・新業態ともに堅調推移

1. 2026年11月期中間期の業績動向

2026年11月期中間期の業績は、売上高が前年同期比※28.5%増の3,056百万円、営業利益が同232.6%増の345百万円、経常利益が同235.8%増の340百万円、親会社株主に帰属する中間純利益が同281.0%増の286百万円となった。2026年7月には中間期業績予想を上方修正したが、好調な需要を背景に売上高・各利益ともに修正後の業績予想をさらに上回る着地となった。

※ 同社は2025年11月期より決算期を3月31日から11月30日に変更しており、2026年11月期中間期（2025年12月1日～2026年5月31日）と2025年11月期中間期（2025年4月1日～9月30日）は対象期間が異なる。このため決算短信では対前年同四半期増減率が開示されていない。上記増減率は決算短信の実額から算出した参考値である。決算説明資料が示す実質的な前年同期（2024年12月1日～2025年5月31日）との比較では、売上高16.1%増、営業利益56.4%増、経常利益58.6%増、親会社株主に帰属する中間純利益27.1%増となる。

業績拡大の主因は、12月及び1月を中心とした繁忙期の予約獲得が想定を上回って推移したことに加え、DXの推進による効率的な店舗運営、新業態及び業態変更店舗の好調な推移、グランドメニューの見直しや価格改定など、業態ごとのコスト最適化が寄与した。利益率も改善しており、営業利益率は前年同期の4.4%から11.3%、経常利益率は4.3%から11.1%、親会社株主に帰属する中間純利益率は3.2%から9.4%へそれぞれ向上した。また、営業利益・経常利益の期初通期計画に対する進捗率はそれぞれ81.2%、83.7%と80%を超えており、利益面で高い進捗率を示した。なお上方修正後の通期計画に対する進捗率は、営業利益64.9%、経常利益64.4%である。

業績動向

事業別では、国内事業が既存店の伸長やDX施策の効果などにより堅調に推移したほか、前期には実績のなかったインバウンド事業が売上高139百万円、営業利益46百万円（営業利益率33.6%）を計上し、収益を押し上げた。既存店売上高は前年同期比8.4%増、全店売上高は同16.6%増と好調を維持しており、客数及び客単価の双方が伸長した。

取材によると、利益成長の背景には、原価率の改善や人件費率の低下などのコスト削減効果に加え、モバイルオーダーやデジタルマーケティングを活用した店舗オペレーションの効率化がある。また、インバウンド向け新業態「エンパラスターキ」の収益拡大や、子会社化したセイコーポレーションの収益改善も利益拡大に寄与した。

2026年11月期中間期業績

（単位：百万円）

	25/11期中間期		26/11期中間期		前年同期比		進捗率
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率	
売上高	2,378	-	3,056	-	677	28.5%	51.1%
営業利益	103	4.4%	345	11.3%	241	232.6%	64.9%
経常利益	101	4.3%	340	11.1%	238	235.8%	64.4%
親会社株主に帰属する 中間純利益	75	3.2%	286	9.4%	210	281.0%	45.8%

注1：25/11期中間期は2025年4月1日から9月30日

注2：進捗率は、上方修正後の通期予想に対する数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別業績動向

セグメント別に見ると、北関東エリア、首都圏エリア、東北エリアはいずれも増収増益となった。北関東エリアは売上高が前年同期比19.1%増の1,316百万円、セグメント利益が同87.6%増の278百万円、首都圏エリアは売上高が同37.3%増の1,247百万円、セグメント利益が同213.6%増の274百万円、東北エリアは売上高が同28.3%増の468百万円、セグメント利益が同246.0%増の125百万円となり、全エリアで収益性が改善した。一方、関西エリアはインバウンド業態への先行投資により売上高24百万円を計上したものの、セグメント損失20百万円となった。

北関東エリアでは、地方立地の低賃料という優位性に加え、コロナ禍で撤退した競合の再出店が限定的であることから良好な競争環境が続いている。また、AIやビッグデータを活用して需要の高いエリアを分析し、ドミナント戦略や業態変更を推進したことが収益拡大につながった。首都圏エリアでは、顧客の9割以上を訪日外国人が占める「エンパラスターキ」が高い収益性を維持したほか、Google広告をはじめとするデジタルマーケティング施策も業績拡大に寄与した。関西エリアは、新規出店費用が先行したことから中間期は営業損失となったものの、2号店である京都三条店は開業初月から黒字化を達成しており、同社は通期での黒字化を見込んでいる。

業績動向

セグメント別業績動向

(単位：百万円)

		25/11期中間期	26/11期中間期		前年同期比	
		実績	実績	構成比・利益率	増減額	増減率
北関東エリア	売上高	1,104	1,316	43.1%	211	19.1%
	セグメント利益	148	278	21.2%	130	87.6%
首都圏エリア	売上高	908	1,247	40.8%	339	37.3%
	セグメント利益	87	274	22.0%	187	213.6%
東北エリア	売上高	365	468	15.3%	103	28.3%
	セグメント利益	36	125	26.7%	89	246.0%
関西エリア	売上高	-	24	0.8%	24	-
	セグメント利益	-2	-20	-86.7%	-18	-
報告セグメント計	売上高	2,378	3,056	-	677	28.5%
	セグメント利益	269	657	-	387	143.8%
調整額	セグメント利益	-165	-312	-	-146	-
連結損益計算書計上額	売上高	2,378	3,056	-	677	28.5%
	営業利益	103	345	11.3%	241	232.6%

注1：25/11期中間期は2025年4月1日から9月30日

注2：関西エリアは26/11期中間期より報告セグメントとして区分。25/11期中間期は組替後の数値

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2026年11月期中間期末の資産合計は前期末比283百万円増の3,766百万円となった。流動資産は同5百万円増の2,444百万円となり、現金及び預金は74百万円減少した。一方、固定資産は281百万円増の1,306百万円となり、主にM&Aに伴う資産の増加により資産合計が拡大した。負債合計は同33百万円減の2,372百万円となり、有利子負債は110百万円減少した。純資産は中間純利益の計上などにより316百万円増の1,393百万円となった。

財務体質も着実に改善している。自己資本比率は前期末の29.6%から35.7%へ6.1ポイント上昇したほか、売上高営業利益率も前期の4.6%から2026年11月期中間期の11.3%へ大幅に改善した。利益率の向上により自己資本の積み上がりが進むとともに、有利子負債の圧縮も進展しており、財務健全性は一段と高まっている。

取材によると、同社は金利上昇局面を踏まえ、事業成長のスピードを損なわない範囲で借入金の返済を優先する方針である。また、自己資本比率は30%程度を目標としていたが、中間期末時点で35.7%まで改善しており、今後も財務基盤の強化を進めながら、インバウンド業態やM&Aなどの成長投資を継続する考えである。

業績動向

連結貸借対照表及び経営指標

(単位：百万円)

	25/11期末	26/11期中間期末	増減額
流動資産	2,439	2,444	5
(現金及び預金)	2,055	1,981	-74
固定資産	1,024	1,306	281
資産合計	3,482	3,766	283
負債合計	2,405	2,372	-33
(有利子負債)	1,523	1,413	-110
純資産合計	1,076	1,393	316
負債・純資産合計	3,482	3,766	283
<経営指標>			
自己資本比率	29.6%	35.7%	6.1pp
売上高営業利益率	4.6%	11.3%	6.7pp

注：売上高営業利益率の25/11期は2025年4月1日から11月30日の8ヶ月決算数値を記載
出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2026年11月期は売上高・各利益とも大幅な増加を計画

● 2026年11月期の業績見通し

2026年11月期の業績見通しは、売上高5,980百万円、営業利益532百万円、経常利益528百万円、親会社株主に帰属する当期純利益625百万円を見込んでいる。2025年11月期は決算期変更に伴う8ヶ月決算であるため単純比較はできないが、既存事業の伸長に加え、インバウンド事業の拡大及びM&A効果の本格寄与により、売上高・各利益ともに大幅な増加を計画している。中間期時点で期初通期計画に対する営業利益及び経常利益の進捗率がいずれも80%を超えたことから、同社は通期業績予想の上方修正を実施した。

同社は、既存事業ではDXの推進や業態変更による既存店収益力の向上を進めるとともに、インバウンド向け業態「エンペラーステーキ」の多店舗展開を加速させる。また、2026年6月に子会社化した鮭樹食品については第3四半期以降から本格的な業績寄与を見込んでいるほか、セイコーポレーションではPMIを通じた収益改善を進め、グループ全体の収益力向上を図る。

同社は利益成長のドライバーとして、既存事業の収益改善に加え、インバウンド事業及びM&Aを位置付けている。インバウンド業態では、「エンペラーステーキ」は顧客の9割以上が訪日外国人であり、2号店である京都三条店も開業初月から黒字化するなど、高い収益性と再現性を確認している。また、M&AではセイコーポレーションのPMIが順調に進展しているほか、鮭樹食品についても西日本における物流拠点としての機能や中食事業とのシナジー創出を見込んでいる。さらに、同社は2030年前後を見据え、インバウンド事業の利益構成比を高める方針を掲げており、成長市場への先行投資を積極的に進める考えである。

今後の見通し

2026年11月期業績見通し

(単位：百万円)

	25/11期		26/11期	
	実績	売上比	予想	売上比
売上高	3,220	-	5,980	-
営業利益	149	4.6%	532	8.9%
経常利益	159	4.9%	528	8.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	180	5.6%	625	10.5%

注：25/11期は2025年4月1日から11月30日までの8ヶ月決算

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

2028年11月期までに営業利益率20%体制の構築を目指す

1. 成長シナリオとKPI

同社は、「既存事業の収益力向上」「インバウンド事業の拡大」「M&Aによる事業領域拡大」の3つを成長エンジンと位置付け、段階的な企業価値の向上を目指している。まず既存事業の収益基盤を強化し、その収益を原資としてインバウンド事業やM&Aへの投資を進めることで成長を加速する考えである。さらに、これらの施策を通じてグループシナジーを創出し、持続的な利益成長と企業価値の向上を実現するシナリオを描いている。

経営目標としては、2028年11月期までに営業利益率20%体制の構築を掲げている。また、中長期的には時価総額200億円、PER20～30倍、EPS100～150円を目標水準としており、利益成長と資本市場からの評価向上の両立を目指す。

2. 主な施策

(1) 既存事業の収益力強化

同社は、地方ドミナント戦略を軸に既存店舗の収益性向上を進めている。AIやビッグデータを活用した商圈分析により、需要の高いエリアへの業態変更や店舗配置を最適化するとともに、モバイルオーダーやデジタルマーケティングなどDX施策を推進し、オペレーション効率の向上を図る。

地方においては、コロナ禍で撤退した競合店の再出店が限定的であり、良好な競争環境が継続している。また、Googleレビューなどの顧客データも店舗運営に活用しており、原価率や人件費率の抑制・改善へ確実につなげている。

中長期の成長戦略

(2) インバウンド事業の拡大

インバウンド事業は、中長期的な成長をけん引する重点分野である。神戸牛を提供する「エンペラーステーキ」を中心に、京都・大阪など観光地への出店を進め、高付加価値業態として収益拡大を図る。

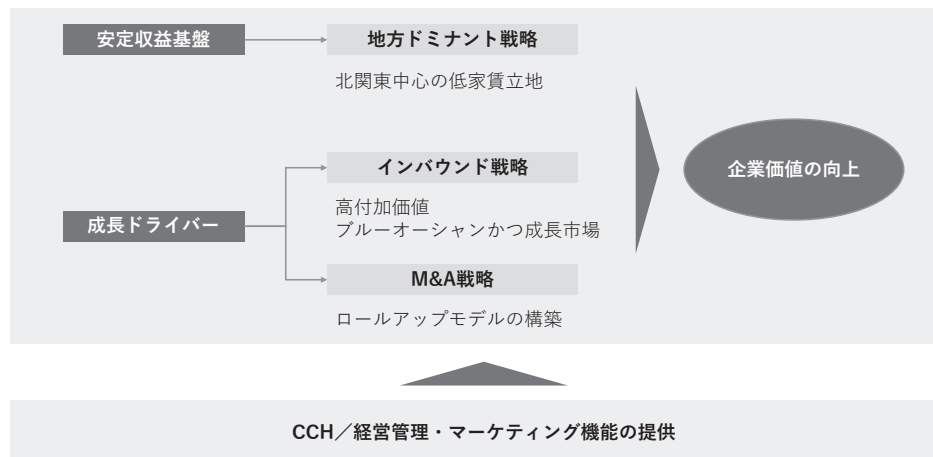
同業態では顧客の9割以上を訪日外国人が占めており、高い利益率を確保している。同社は2号店である京都三条店が開業初月から黒字化を達成するなど、空中階立地でも予約主導型モデルが機能することが実証されたとしている。将来的にインバウンド事業の利益構成比を高める方針である。

(3) M&A・PMIによるロールアップ戦略

同社は、M&Aを成長戦略の重要な柱と位置付けている。買収後はPMIを通じてオペレーションやDX、マーケティングなどのノウハウを共有し、グループシナジーを創出するロールアップ戦略を推進する。

セイコーポレーションではPMIが順調に進展しており、収益改善が着実に進んでいる。また、鮭桁食品については西日本における物流拠点としての役割に加え、中食事業とのシナジー創出を見込んでいる。同社は、既存事業で創出したキャッシュを成長投資へ再投資する好循環を構築し、継続的な企業価値向上を目指す考えである。

同社の中長期の成長戦略



出所：同社ヒアリングよりフィスコ作成

ホリイフードサービス
3077 東証スタンダード市場

2026年8月25日 (火)
<https://www.horiifood.co.jp/ir/>

■ 株主還元策

当面は成長投資を優先しつつも、 株主優待の充実と企業価値向上を重視

同社は、現時点では配当よりも成長投資を優先する方針を採る一方、株主優待の充実と企業価値向上を通じた株主還元を重視している。株主還元については「配当」「株主優待」「企業価値向上」の3つを柱として位置付けており、まずは利益成長と株価上昇による株主価値の最大化を目指す考えを示している。また、中長期的な目標として、営業利益率20%体制の構築に加え、時価総額200億円、PER20～30倍、EPS100～150円を目標水準として掲げ、資本市場から適正な評価を獲得することを目指している。

現在は配当を実施していないものの、株主還元の充実に向けた検討を継続している。現行の株主優待は、自社食事券またはジャパネットクーポンを選択できる内容となっており、優待利回りは導入時で約20%、足元でも約10%と高い水準を維持している。

投資家の視点では、こうした取り組みは短期的な配当利回りよりも、中長期的な企業価値向上を重視した資本政策と捉えられる。既存事業の収益力強化、インバウンド事業の拡大、M&A・PMIによるロールアップ戦略を着実に推進し、利益成長を通じてEPS及び株価を引き上げることが、実質的な株主還元の中核を担っていると言える。

重要事項 (ディスクレーマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp