



# 2026年～2030年 中期経営計画

株式会社ホットランドホールディングス

2026年2月27日

**Hotland**

H O L D I N G S

## 中期経営計画の策定について

当社グループは2025年4月1日付で持株会社体制へ移行し、「株式会社ホットランド」から「株式会社ホットランドホールディングス」へ商号変更し、会社分割（新設分割）により、当社が営む築地銀だこの東日本エリア事業及び製販事業を当社の100%子会社となる「株式会社ホットランド東日本」及び「株式会社ホットランドフーズ」に承継いたしました。併せて、築地銀だこ事業の近畿・北陸エリアの店舗運営を行っている当社の100%子会社である「株式会社ホットランド大阪」について、同日付で「株式会社ホットランド西日本」へと商号変更し、築地銀だこの近畿・北陸エリアに加えて西日本エリアの店舗運営を行うことといたしましたので、2025年から2029年までの5カ年中期経営計画をローリングし、改めて2026年から2030年までの5カ年中期経営計画を作成いたしました。

# 中期経営計画

# 2030年 1,000億企業の外食グループを目指して

多様なブランドと確かな実績を結集し、食の可能性を広げる



## ■ 国内事業展開

全国の銀だこ事業部エリアにおける  
グループ所有高収益ブランドの事業展開

→銀だこハイボール酒場  
おでん屋たけし、東京油組総本店他



## ■ 海外FC展開

アジア・アセアンのFC加盟急拡大で好調に推移

→タイ、ベトナム、フィリピン、マレーシア、インドネシア他  
圧倒的な集客の実績で市場獲得を目指す

→2026年はヨーロッパにも進出  
(スペイン マドリード)

→高単価でも需要大  
Japan foodの人気と  
食文化の近似で続々とFC加盟申し込み増



# ホットランドグループ

2030年に海外は**150店舗**

北米・ヨーロッパ6店舗→**20店舗**、アジア25店舗→**50店舗**、  
アセアン43店舗→**80店舗**を目指す



## アジア

中国・香港・台湾・韓国

25店舗→**50店舗**

## 北米

ヨーロッパ

6店舗→**20店舗**

## アセアン

タイ・マレーシア・  
インドネシア・シンガポール・  
ベトナム・フィリピン等

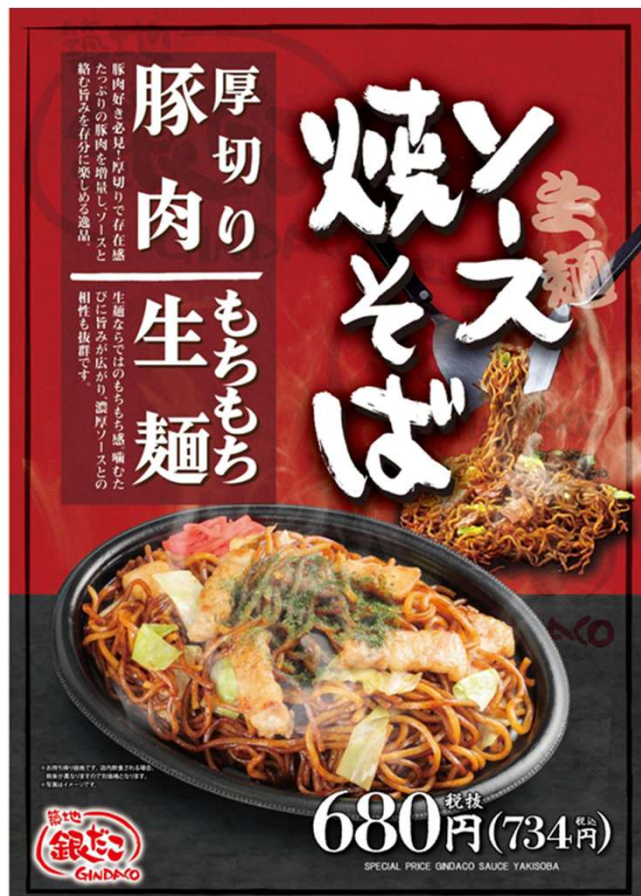
43店舗→**80店舗**



## 築地銀だこ『バージョンアップ』計画 【更なる進化】にむけて！

### ■ 「焼きそば」の生産性改革

- ・ セントラルキッチンでの一括製造
- ・ 物流網を活かし、高品質商品を各店舗へ
- ・ 店頭調理を大幅に削減



### ■ 「たこ焼」の品質向上へ

あくなき追及。「もっとうまい！」の実現へ更なる品質向上に向けて新商品を開発中  
ミックス粉・たこ・だし・ソーストッピング  
全ての素材を検証したたこ焼  
愛され続けるたこ焼の本質はそのままに品質改良

### ■ 店舗オペレーションの再点検を実施

商品の品質改良と共に、より高品質、効率化を実現すべく店舗オペレーションも見直す



## 銀だこ ハイボール 酒場 GINDACO HIGHBALL SAKABA

地方展開本格始動  
～都市から地方へ 圧倒的集客実績～

### ① 圧倒的知名度

「誰もが知るブランド」

都市部で培った圧倒的な知名度と信頼感を武器に、地方でも確かな集客力を発揮します。

### ② 高コストパフォーマンス

「高品質を手の届く価格で」

独自のオペレーションと仕入れ体制により、価格以上の満足を実現。  
地域の顧客から愛され続ける理由がここにあります。

### ③ FC加盟急増

「確かな実績が評価されている」

確かな実績と収益モデルが評価され、フランチャイズ加盟店舗は年々増加。  
拡大に向けた基盤はすでに整っています。



# オールウェイズ

ODENYA TAKESHI  
**たけし**

たけしのブランドを  
立地に合わせて立体的に展開  
好調だからこそ、次の一手で飛躍

**おでんと焼鳥**  
たけし  
ODEN & YAKITORI

客単価 2,500円

大衆おでん屋  
(既存業態)  
**お手軽最寄**

「気軽」  
「安定」  
「日常の居場所」

おでん屋  
**たけし**

客単価 3,000円

炉端プラスおでん  
(新カテゴリー導入)  
**目的来店型**

「体験」  
「臨場感」  
「アップグレード」

**おでんと炉端**  
たけし  
ODEN & ROBATA

客単価 3,500円



## あらゆる場面で対応できる 『豊富なバリエーション』 オールウェイズの強みです。



- 素材の魂を活かしきるもつ焼への徹底したこだわり
- 人気料理『ればねぎ』で高いリピート率を実現
- もつ焼きに市場直送の魚を融合した新業態
- 昭和レトロの居心地の良い空間で日常使いを促進
- 多様なスタイルに対応可能な業態設計

- 名古屋の中心部に7店舗の中・大型店を運営
- 食べログで高評価と圧倒的サポート
- 7店舗の中心地にセントラルキッチンを保有
- 内外装の世界観・商品・接客サービスは東京でも類を見ないクオリティの高さ
- 客単価5,000円~7,000円と高級店としては非常にリーズナブル

- すき焼き×大衆という新ジャンルを確立
- すき焼き軸に多様なメニューを展開
- ランチタイムも集客力が高い高回転業態
- 黒毛和牛を一頭買いによる高コストパフォーマンス
- 居酒屋としての機能性も併せ持つ

# ホットランドネクステージ



よし平を全国展開へ

## ■郊外型の完成形へ

→全方位型の業態構築へ

## ■おかわり自由による付加価値の高い提供システム

→こんな時代だから  
お客様の大満足に応える仕組み

## ■高収益事業モデル

→営業利益率15~20%





中華メニューの導入で  
業態を勢いづける

## ■中華メニュー販売で来店頻度をあげる

→商品構成が日常利用しやすい  
中華メニューの構成比が20%超え

## ■ボリューム感のある定食業態

→食べ応えのある定食を主軸に  
幅広い顧客層の需要に対応

## ■シンプルな商品構成による効率運営

→調理オペレーションを標準化し回転率と  
生産性の向上





70店舗から200店舗構想、始動

## ■ブレない味とスタイル

→迷わず選ばれる理由はここにある  
単品主食業態は商品のブレが致命的  
ブレない仕組みがある業態は強い



## ■少人数で効率運営

→小さなチームで大きな成果を。  
2名体制で可能な店舗オペレーション  
人手不足の時代にも強い業態

## ■安定した集客力と収益率

→全店黒字、安定した店舗運営を実現  
全店堅実な集客を達成しながら、  
営業利益率15%をこえる高収益モデル



# ホットランドネクステージ

## 駅の天然温泉 & サウナの森 水沼 ヴィレッジ

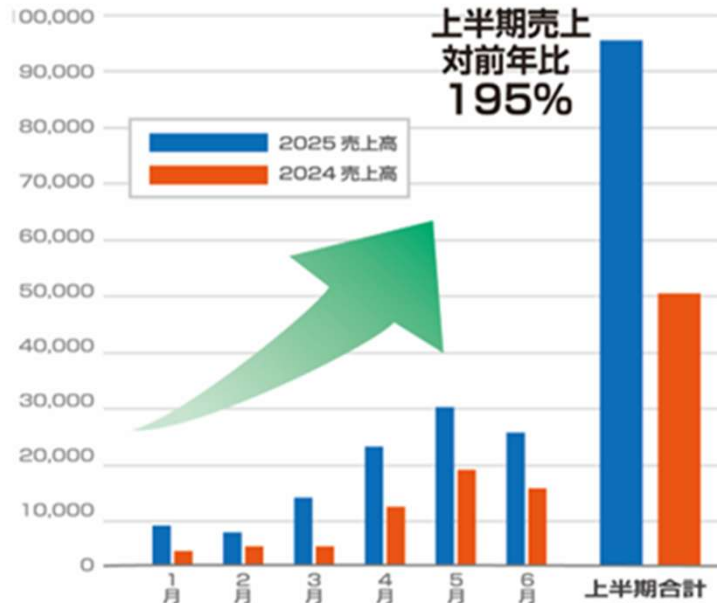
The sun, stars, and wind. Full of fun and dreams in MIZUNUMA Village.

MIZUNUMA VILLAGE

### 第3ステージ完成形をむかえ急成長

#### ■駅の天然温泉 水沼の湯 開業

→天然温泉、露天風呂、食事エリア、  
宿泊研修エリア、あらゆる用途に  
対応できる完成度の高い温浴施設が誕生



#### ■総合リゾートヴィレッジへ

→サウナ、宿泊、天然温泉施設、グルメ、  
一大リゾートヴィレッジの完成で話題沸騰  
対前年売り上げを圧倒的に上回り今後も拡大  
年間総売上3億円を実現しさらに成長する。

## 食シーンの満足度で差別化

飲食企業ならではのノウハウを活かしたリゾート戦略

インドアBBQ スミテラス



シカモアカフェテラス



十割蕎麦 囲炉裏



郷土料理 里山本陣



ヴィレッジの認知度が大きく飛躍したことで宿泊需要が**大幅にアップ**  
今後の需要獲得に備える

宿泊棟9棟



**15棟に増設予定**



## 基軸堅持の出店戦略

### 直営業態の3基軸

以下の3項目に沿った出店戦略

- 『高付加価値型』  
コンセプト、商品企画、内外装で徹底した差別化を。
- 『国内観光客・外国人観光客』  
観光エリアを基盤とし観光客の琴線に触れる店舗を展開
- 『マーケティング戦略』  
飲食事業に徹底的なマーケティング理論を組合せ、  
消費者の本質の利用動機を解明し手段を投じる。

国内観光地戦略

草津温泉 『日本の温泉 100選総合1位』

釜飯 まんてん 本店・二番館



『釜飯まんてん本店』  
草津温泉の風物詩となっ  
ている本店のオープン前行列。  
二番館も話題に。

観光地戦略 → ご当地料理をメインに釜飯や居酒屋料理と組合せ、ご当地らしさを演出し融合する

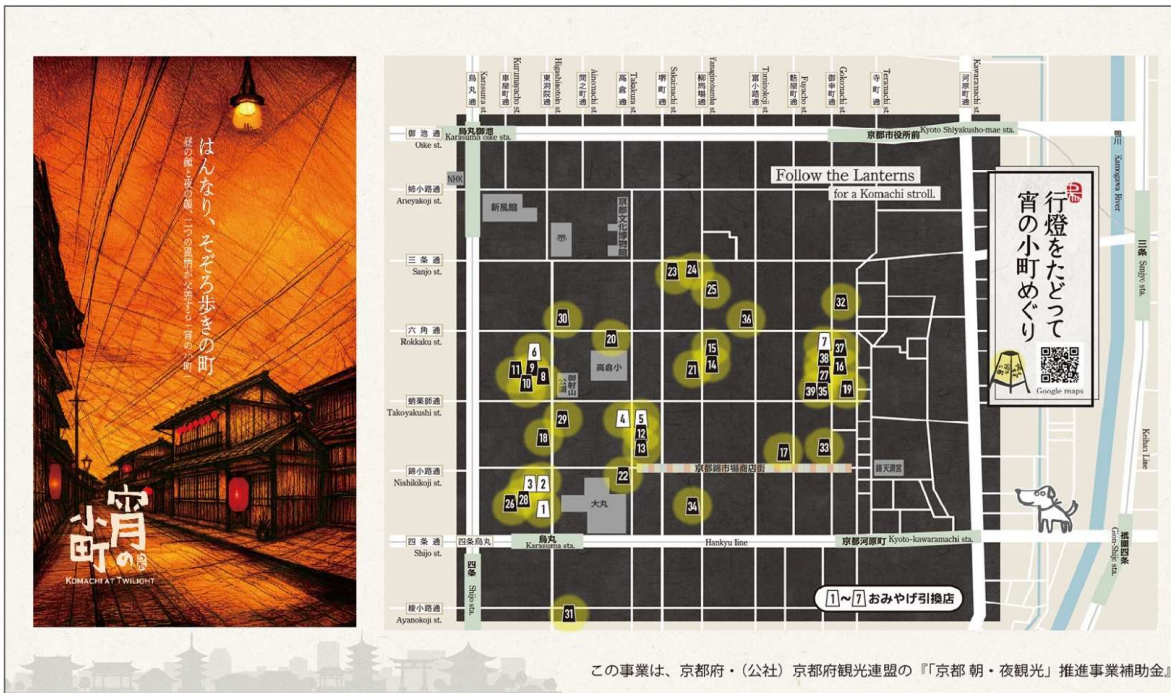


# ファンインターナショナル

当社主導でエリアをプロデュース。新しい飲食業態のカタチを。

## 京都の夜の新たな観光エリア『宵の小町』の確立。

京町家をリノベーションして展開する  
『炉まん』シリーズ



京都・大阪で培ったブランドの新しい展開

## 2026年 関東エリアへの出店

京都大阪で展開している  
『天ぷら寿司 米福』の  
東京1号店を2026年6月  
オープン。

東京丸の内『TOKIA』をはじめ  
東銀座でも今秋オープン。



## 新商品の発売で売上を上げていく

冷凍銀だこ 2種の新商品を2026年春販売予定  
「本当にうまい」と言える新商品開発を進めていく

### ■冷凍たこ焼 新商品の発売

ドジャースタジアムで人気のたこ焼と  
冷凍食品ならではのえび焼とたこ焼の  
2種を楽しめるハーフ&ハーフパックを商品化



### 販路先の拡大

コンビニだけでなく、スーパーマーケットや量販店、  
ギフトやECサイト等に販路拡大！！



## 冷凍たこ焼き市場のグローバル展開と成長戦略

世界市場	日本市場	市場トレンド
<b>世界のたこ焼き市場</b>	<b>日本の冷凍たこ焼き</b>	<b>成長要因</b>
1,800億円(2024年推計) 2033年：約3,500億円 年平均成長率：約8% <b>和食輸出拡大と 冷凍需要増で拡大</b>	国内たこ焼き市場 600~900億円 冷凍たこ焼き市場 約100億円前後 冷凍は成長途上市場	和食輸出拡大 冷凍食品需要増 軽食・スナック市場拡大 <b>『築地銀だこ』ブランドの 浸透と品質優位</b>

### 冷凍たこ焼きは

国内：成長途上市場

海外：**1,000億円規模への成長領域**

※世界市場は民間調査会社の公開情報を参考にした推計値です。  
国内市場は公開統計に加え、市場構造分析に基づく合理的推計を含みます。

## 冷凍スナック市場拡大へ、次の一手 ——新工場新設——

海外の外食・SM・CVS向けに冷凍食品を販売し、販路を国外へ拡大する



省人化によるたこ焼の焼成ラインの構築

### ■ 冷凍たこ焼の輸出販売

日本国内のみならず、海外への築地銀だこの冷凍たこ焼の輸出化！



米国

外食・大手スーパーマーケット



カナダ

大手スーパーマーケット



韓国

テーマパークなど



タイ

大手スーパーマーケット

# タコの養殖・加工工場

たこ調達→独自ノウハウを活かす

**原料となる「タコ」の調達と未来を見据えた仕組み**を常に同時並行で進めています。ホットランドHD独自の調達システムこそ**最大のノウハウ**です。

## ■モーリタニア第2工場本格始動

事業拡大に向け最重要項目のマダコの原料確保と加工  
これまでの経験値を活かして効率的に製造拠点が稼働



## ■マダコ養殖進捗状況

未来を見据えて継続中。  
着実に成果が上がりつつ今後に繋げる。



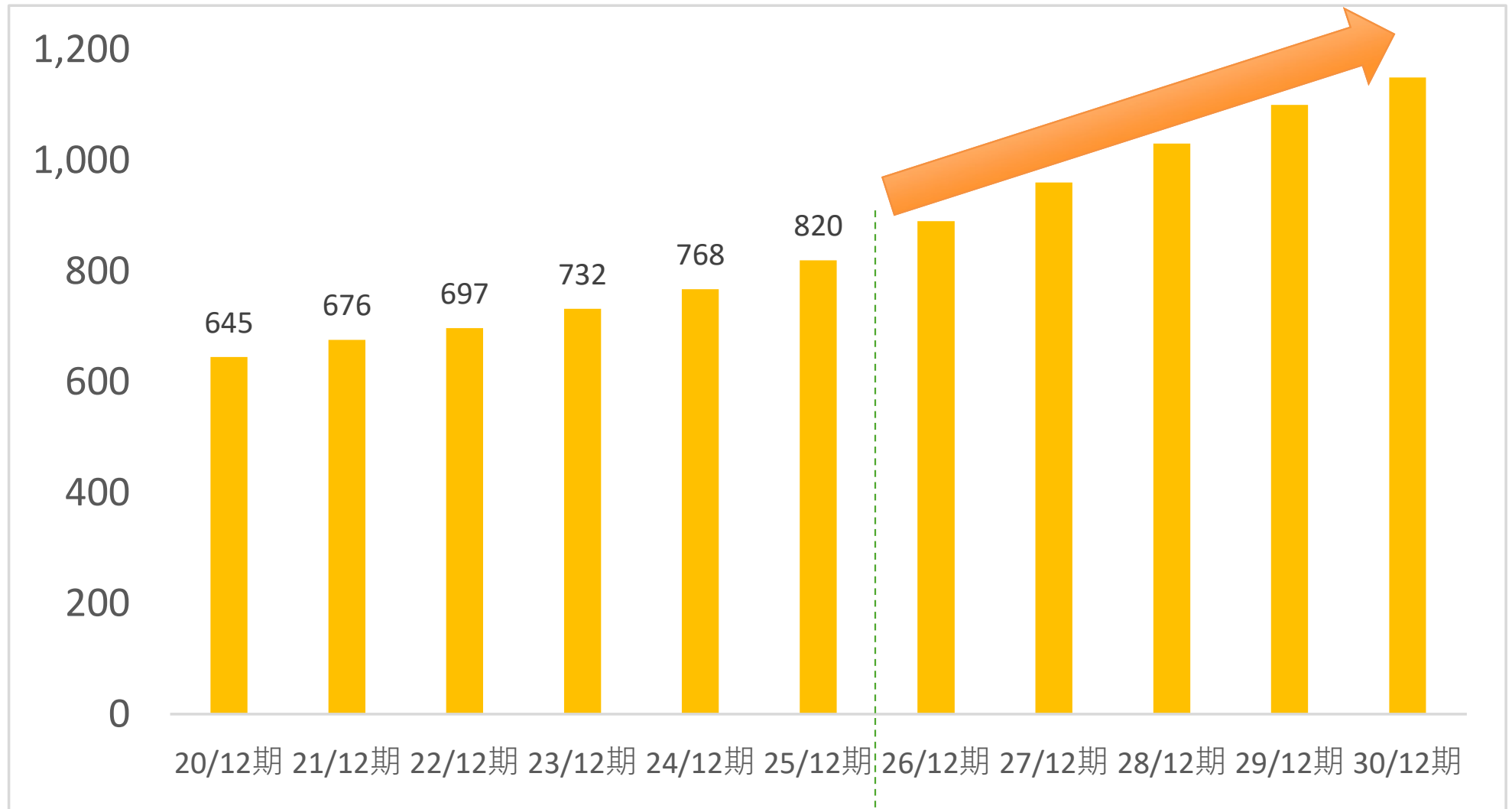
## ■熊本県上天草にてマダコ稚魚の放流

地域の方々との交流も含め、革新的プロジェクトが徐々に形になりつつあります。  
近い将来、この技術がホットランドHDと上天草地域に飛躍的な価値をもたらすと確信。



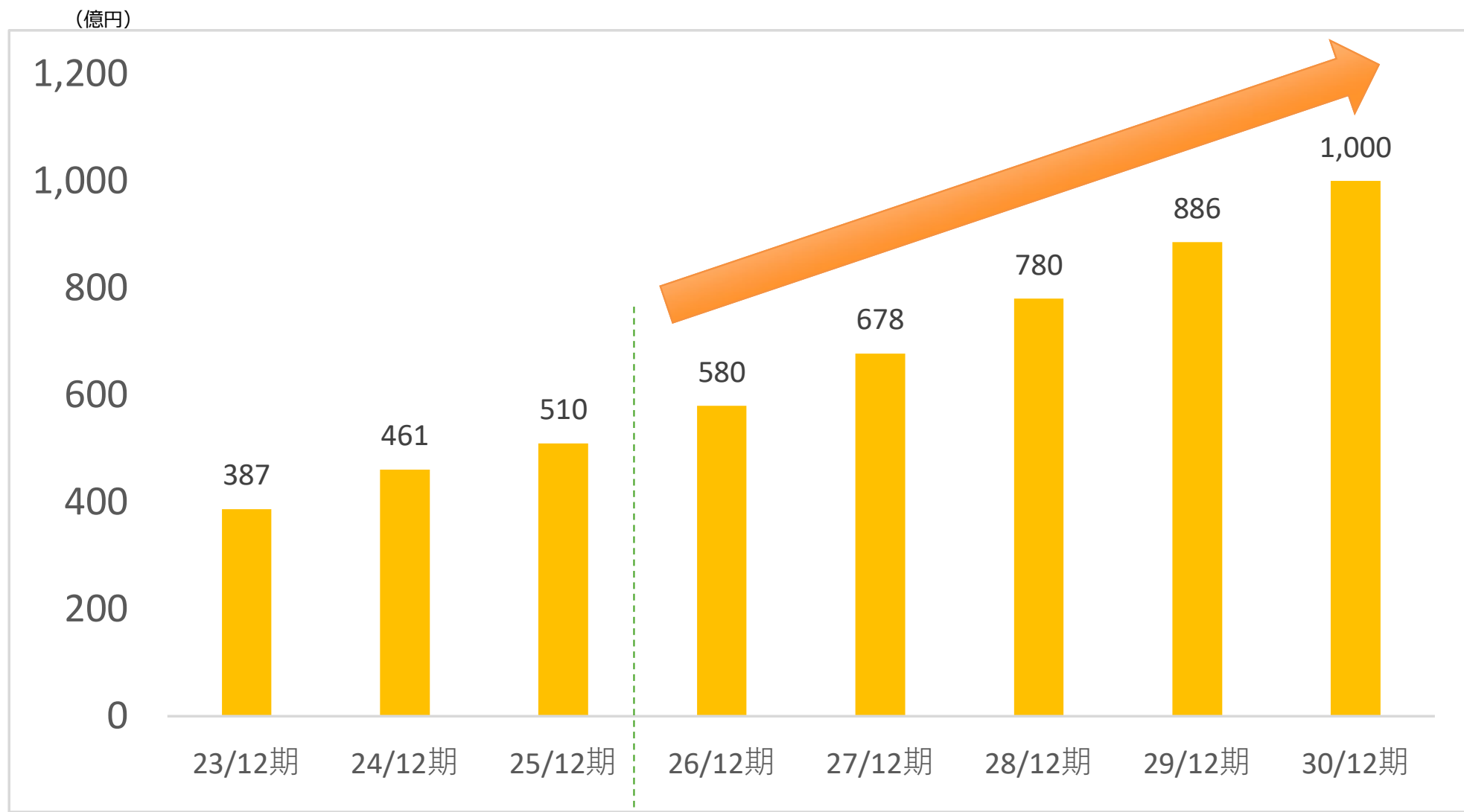
# 期末店舗数

2030年の店舗数は1,150店舗を目指す



# 数値目標：売上高

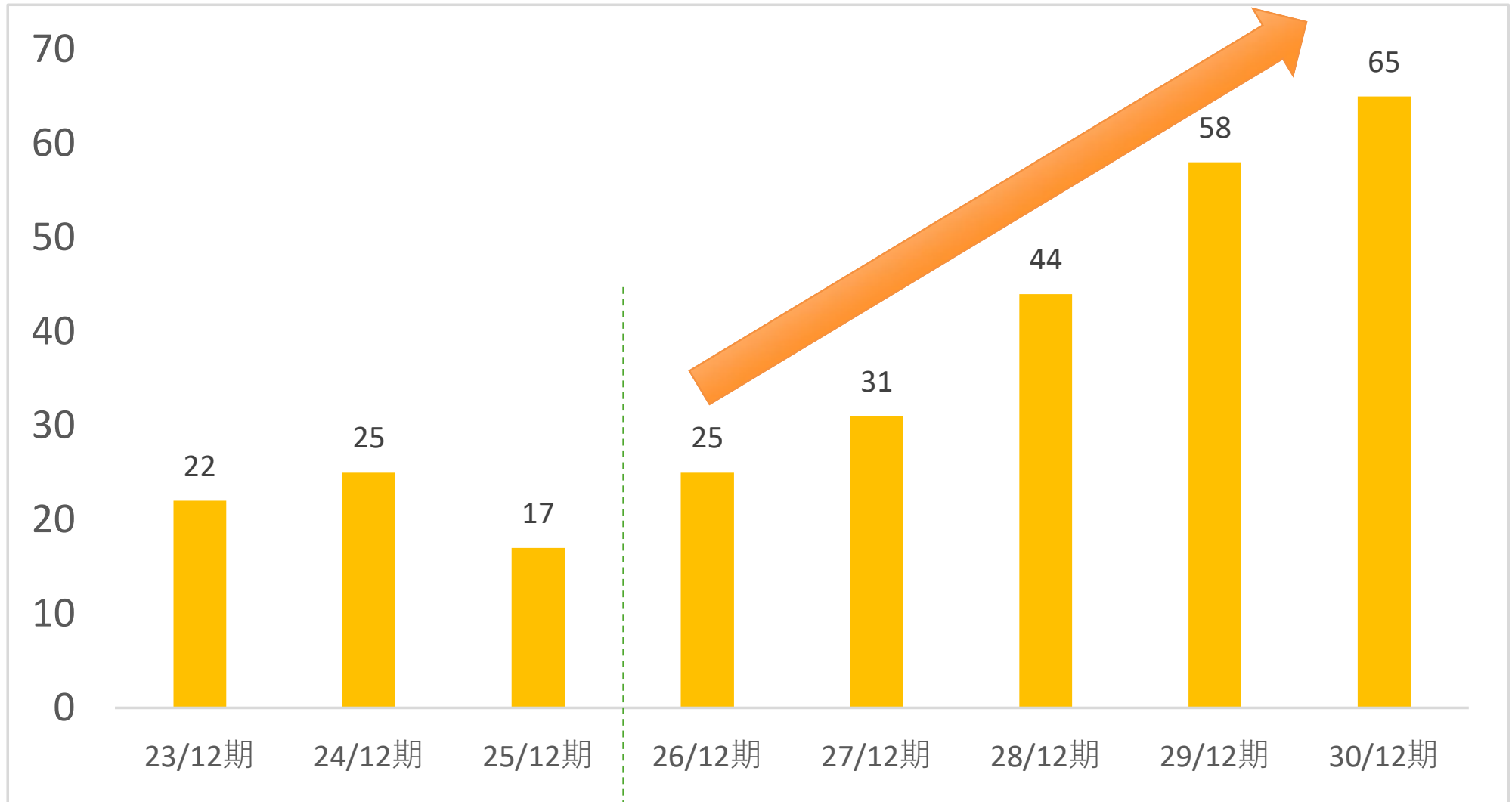
2030年に売上高1,000億円を目指す



# 数値目標：営業利益

2030年に営業利益65億円を目指す

(億円)



**Hotland**

**H O L D I N G S**

## (参考資料) 会社概要

2025年12月末現在

称号	株式会社ホットランドホールディングス
設立	1991年6月
代表者名	代表取締役社長 佐瀬 守男
所在地	東京都中央区新富1-9-6
資本金	33億1,307万4,900円
従業員数	1,099名
連結子会社	国内 11社 ・ 海外 6社
店舗数	国内 746店舗 ・ 海外 74店舗
出店形態 (国内)	直営 398店 ・ PC 164店 ・ FC 184店

## (参考資料) 2025年 出退店舗数

国	ブランド	2024年12月末	出店	退店	2025年12月末	
日本	築地銀だこ	419	11(1)	6(1)	424	
	銀だこハイボール酒場・銀だこ酒場	85	17(1)	2(1)	100	
	油そば (東京油組総本店)	50	19(8)	0	69	
	おでん屋 たけし	27	7	1(1)	33	
	日本再生酒場・もつやき処い志井	15	1	0	16	
	よし平	0	14(6)	0	14	
	たい焼 銀のあん	10	0	0	10	
	たこ焼 大釜屋	9	1	1	9	
	ごっつい	9	0	1(1)	8	
	米福	6	1	0	7	
	満天	6	1	0	7	
	北斗	4	3(1)	0	7	
	野郎めし	16	0	10(9)	6	
	昇家	5	1(1)	0	6	
	天ぷら からり	4	1	0	5	
	囲炉裏	4	0	1(1)	3	
	炭炉まん	1	2	0	3	
	スミテラス	2	0	0	2	
	ざる焼小林養鶏	1	1	0	2	
	李昇	1	1	0	2	
	鶏そば炭や	3	1	3(3)	1	
	コールドストーン	3	0	2	1	
	大衆ビストロ コタロー	2	0	1(1)	1	
	シカモア	1	0	0	1	
	里山本陣	0	1	0	1	
	ワイルドレッドパスタ	0	1(1)	0	1	
	牛串専門しょうや	0	1	0	1	
	蕎麦と寿し 七乃家	0	1	0	1	
	ホルモショウヤ	1	0	1(1)	0	
	ロビンソン	1	0	1(1)	0	
	その他業態	4	1	2(1)	3	
		小計	689	87(19)	32(21)	744
	リゾート事業	サウナの森 水沼ヴィレッジ	1	0	0	1
水沼の湯		0	1	0	1	
小計		1	1	0	2	
	<b>国内小計</b>	<b>690</b>	<b>88(19)</b>	<b>32(21)</b>	<b>746</b>	

※ カッコ内は業態変更等による増減です。

## (参考資料) 2025年 出退店舗数

国	ブランド	2024年12月末	出店	退店	2025年12月末	
海外	香港	築地銀だこ	11	1	3	9
		銀カレー	10	0	2	8
		からやま	3	0	0	3
		その他	1	0	0	1
	小計	25	1	5	21	
	タイ	築地銀だこ	10	1	2	9
		銀のあん	4	0	0	4
		小計	14	1	2	13
	マレーシア	築地銀だこ	5	1	1	5
		銀のあん	1	0	0	1
		小計	6	1	1	6
	米国	築地銀だこ	3	0	2	1
		その他業態	4	1	0	5
		小計	7	1	2	6
	インドネシア	築地銀だこ	21	3	3	21
	シンガポール	築地銀だこ	1	0	0	1
	フィリピン	築地銀だこ	0	2	0	2
中国	築地銀だこ	2	2	2	2	
台湾	銀だこハイボール酒場	1	0	0	1	
韓国	築地銀だこ	1	0	0	1	
海外小計		78	11	15	74	
合計(日本+海外)		768	99 (19)	47 (21)	820	

※ カッコ内は業態変更等による増減です。

## 本資料における注意事項等

■本資料に掲載しているIR情報は、株式会社ホットランドホールディングス（以下、当社）の財務情報、経営指標等の提供を目的としておりますが、内容についていかなる表明・保証を行うものではありません。

また、本資料の情報の掲載は、投資勧誘を目的にしたものではありません。実際に投資を行う際は、本資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定は皆様ご自身のご判断で行うようお願いいたします。

■本資料に掲載している情報に関して、当社は細心の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によりデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、事由の如何を問わずに一切責任を負うものではありません。

■本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動することがあります。従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや確実性がありますことを、予めご了承ください。

### 【IRに関するお問い合わせ先】

株式会社ホットランドホールディングス IR担当  
TEL : 03-3553-8118