

2026年 7 月期

決算説明会

株式会社エターナルホスピタリティグループ

証券コード：3193



Eternal Hospitality Group

2026年 7 月期 業績

2026年 7 月期 決算概要（連結）

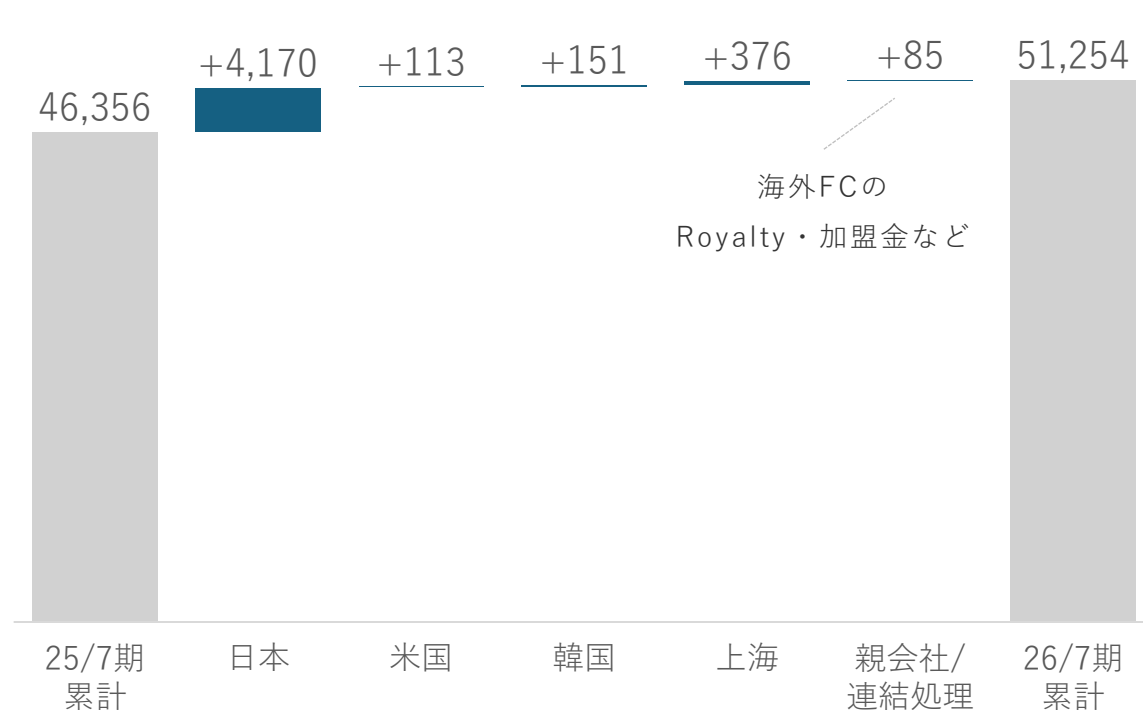
- 売上高は前期比で増収を確保するも、国内外の出店が計画に届かず業績予想比は未達、営業利益は販管費の増加および第4四半期に偏重した出店に伴う費用により減益
- 国内一部店舗や閉店の意思決定を行った中国の鳥貴族直営店 4 店舗について減損損失391百万円を計上

(単位：百万円)	2025年7月期 実績 (売上比)	2026年 7 月期					
		業績予想 (売上比)	実績 (売上比)	前期比		業績予想比	
				増減率	増減額	増減率	増減額
売上高	46,356	52,801	51,254	+ 10.6%	+ 4,897	△2.9%	△1,547
売上総利益	31,774 (68.5%)	—	34,881 (68.1%)	+ 9.8%	+ 3,106	—	—
販管費	28,653 (61.8%)	—	32,083 (62.6%)	+ 12.0%	+ 3,430	—	—
営業利益	3,121 (6.7%)	3,430 (6.5%)	2,797 (5.5%)	△10.4%	△324	△18.5%	△633
経常利益	3,103 (6.7%)	3,435 (6.5%)	2,800 (5.5%)	△9.8%	△303	△18.5%	△635
親会社株主に 帰属する当期純利益	1,720 (3.7%)	2,113 (4.0%)	1,318 (2.6%)	△23.4%	△402	△37.6%	△794

売上高及び営業利益（前期比）

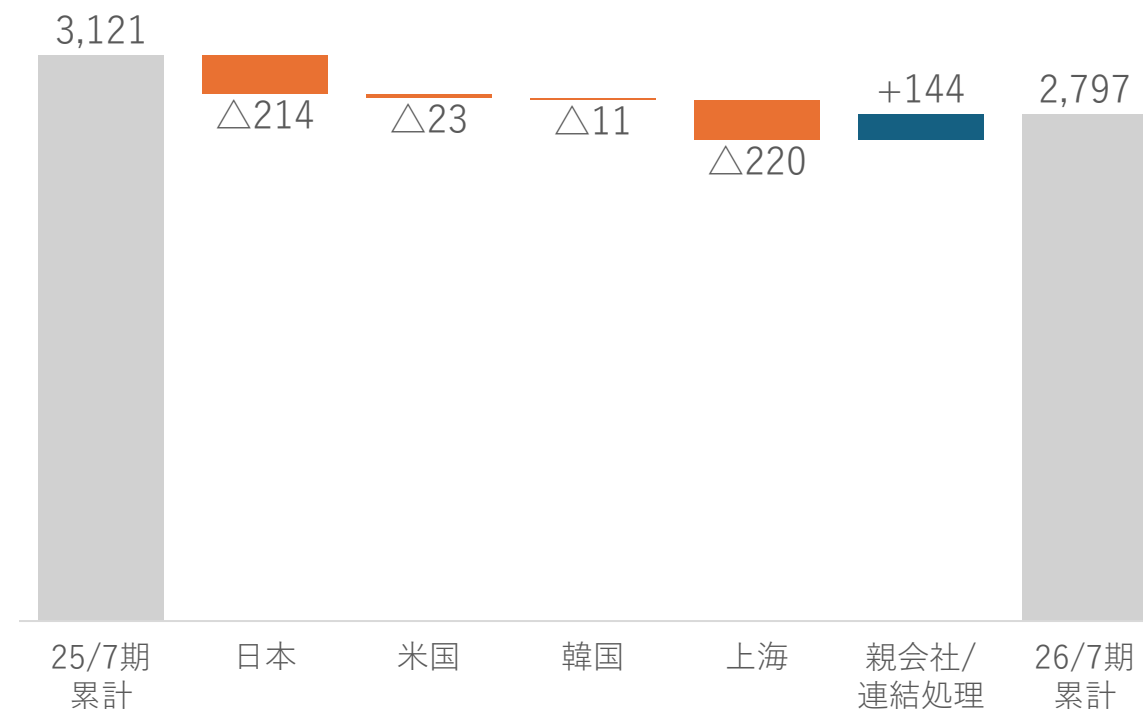
- 売上高は国内を中心に前期比で増収、グループ全体で増加
- 営業利益は国内の販管費増および上海事業の先行赤字拡大により前期比で減益

売上高（百万円）



- 国内は出店および既存店の売上増により、前期比で増収
- 海外はいずれも前期比で増収、前期出店分の通期寄与

営業利益（百万円）



- 国内は増収も、人件費等の店舗運営経費増加により減益
- 海外はいずれも先行赤字が継続、うち上海の赤字拡大

グループブランド店舗数

店舗数の増減（国・地域別/ブランド別）

（単位：店舗）

国・地域	ブランド	形態	25年7月末 店舗数	出店	退店	26年7月末 店舗数
日本	鳥貴族	直営店	408	+18	△2	424
		TCC店	253	+22	△4	271
	鳥貴族 小計		661	+40	△6	695
	やきとり大吉	FC店	477	+7	△21	463
	八兵衛	直営店	—	+1	—	1
	松明	直営店	—	+1	—	1
	その他		3	+1	△1	3
国内 合計			1,141	+50	△28	1,163
米国	鳥貴族	直営店	1	—	—	1
	HASU / zoku	直営店	2	—	—	2
韓国	鳥貴族	直営店	3	+1	—	4
	mozu	直営店	1	—	—	1
台湾	鳥貴族	合併	4	+2	—	6
香港	鳥貴族	FC店	1	+4	—	5
中国（上海）	鳥貴族	直営店	3	+4	—	7
	やきとり大吉	FC店	2	—	—	2
ベトナム	鳥貴族	直営店	—	+1	—	1
	やきとり大吉	直営店	—	+1	—	1
シンガポール	鳥貴族	FC店	—	+1	—	1
海外 合計			17	+14	—	31
グループ 総計			1,158	+64	△28	1,194

当期のポイント

- 建築費の上昇と都市部における賃料の上昇により、投資基準を満たさない一部の出店を見送り
出店数は期初計画を下回る
- 未進出エリアへの展開は着実に進捗（当期は福島県・大分県へ新規出店）
- 海外はベトナム・シンガポールが加わり7の国や地域へ拡大

2025年7月末 1,158 店舗

2026年7月末 **1,194** 店舗

国内鳥貴族 出店（直営及びTCC）

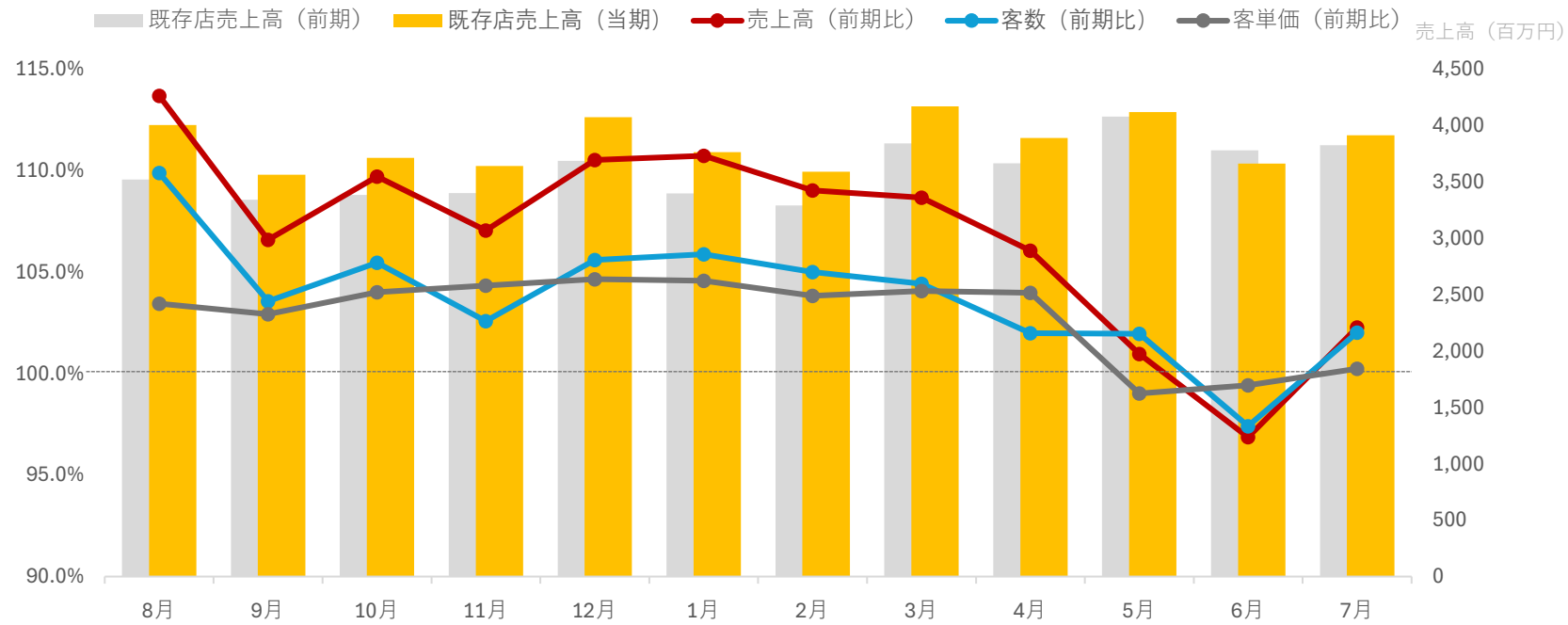
2025年7月期 +26 → 2026年7月期 +40

海外 出店

2025年7月期 +14 → 2026年7月期 +14

既存店売上高 前年同月比推移

- 既存店売上高は前期比106.7%、当初計画103.8%を上回って着地、価格改定効果と「創業40周年 ありがとうフェア」寄与
- 5月以降は前年の価格改定効果が一巡、5・6月は前年の大型コラボ企画反動により客数が伸び悩みも7月は前年比プラス



上期 (8月～1月)

- 2025年5月の価格改定による客単価押上げ
- 11月は、記念式典により直営全店1日休業

下期 (2月～7月)

- 5月以降、前年価格改定効果の一巡
- 5・6月は前年の大型コラボ反動により客数が伸び悩み、6月は天候不順も影響

創業40周年 ありがとうフェア 第1弾～第6弾 (2025年8月～2026年7月／2か月サイクルで展開)

	(%)												
前年同月比	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	累計
売上高	113.7	106.6	109.7	107.1	110.5	110.7	109.0	108.7	106.1	101.0	96.9	102.3	106.7
客数	109.9	103.6	105.5	102.6	105.6	105.9	105.0	104.4	102.0	102.0	97.4	102.0	103.8
客単価	103.5	102.9	104.0	104.4	104.7	104.6	103.8	104.1	104.0	99.0	99.4	100.2	102.8

※上表は、国内「鳥貴族」の直営店を対象としております。
 ※ 前年同期比における既存店とは、新規開店した月を除き、12ヶ月以上経過した店舗としております。

● 国内鳥貴族の取り組み ～2026年7月期～

- 既存店売上を「客数」から伸ばすことを目的に施策を展開、客数は前期比103.8%と増加

$$\text{既存店売上高} = \text{客単価} \times \text{客数（顧客数} \times \text{来店頻度）}$$

顧客数（新規・休眠のお客様）

来店頻度（既存のお客様の再来店）

① 接点を広げる

- アパレルブランド・プロテイン・カップセルトイ・タイトーくじとのコラボレーション
- 店舗外での接点づくりにより、来店機会のなかった層へブランド認知を拡大



② 来店動機をつくる

- 「うぬぼれ続けて創業40周年 ありがとうフェア」を2ヶ月おきに全6弾、切れ目なく実施
- 21時以降にのみ注文できるお酒を12万本限定で提供



③ 再来店を定着させる

- 公式アプリを軸とした会員基盤の拡大と各種イベントの案内
- データを蓄積する基盤づくりに着手し、2027年7月期以降はDX戦略により本格化



当期に積み上げたもの
→ 翌期以降への接続

- 人気の高かったフェア商品はグランドメニューへ、コラボレーション・アプリを通じて得た接点はデータとして蓄積
- DX戦略（顧客IDによるタッチポイント統合、予約・レコメンドの強化）により、蓄積したデータを客数・売上の獲得へ

海外事業の概況～ 国・地域別の状況と進出形態の考え方～

	2026年7月期の進捗	店舗数
韓国	- 鳥貴族の既存店は安定的に推移し、店舗段階でEBITDA通期黒字化 - 収益構造の改善は継続。2026年7月期の出店は計画を下回り、2027年7月期へスライド	直営 5店舗
中国（上海）	- 日本食業態の競争激化により差別化・ブランド訴求が進まず、各店の売上は軟調に推移 - 新規出店は見送りつつ、店舗改装・商品付加価値と顧客体験の向上に注力	直営 7店舗 FC 2店舗
米国	- TORIKIZOKU、zoku、HASU、いずれも店舗段階のEBITDAで、通期黒字化 - 多店舗展開に向けFCの準備に着手、ファストフードモデル出店準備	直営 3店舗
ベトナム	ハノイで「やきとり大吉」「鳥貴族」を展開開始	直営 2店舗
その他地域のFC/JV	- 香港・台湾はパートナー企業の外食経営インフラと鳥貴族の高い認知率により業績が安定推移し、新規出店を継続 - シンガポール1号店がオープン、東南アジアへ展開を拡大	香港 FC 5店舗 台湾 JV 6店舗 シンガポール FC 1店舗

進出形態の考え方

直営	焼鳥モデルのスケールが見込める市場、業態開発・現地適応を通じて自社で基盤を構築
合併（JV）・FC	パートナーからの引き合いが多く、現地知見と運営基盤の活用が有効な市場

展開エリア

7の国・地域／31店舗 1st Zone：東アジア・米国／2nd Zone：東南アジア



2027年 7 月期 通期連結業績予想

- 国内既存店の成長、国内外の店舗増により増収を計画
- 期首時点で未決定であったため9月10日公表の国内鳥貴族の価格改定は織り込まず
- 海外直営は引き続き先行赤字の計画だが、海外FCからのロイヤリティ増加を想定
- 8月からの賃金引上げ・年間休日数の拡大は織り込み済み
- 前期に減損損失を計上したが当期においては想定せず、当期純利益率は改善を計画

国内 鳥貴族 価格改定（26/10～）

	改定前価格	改定後価格
フード・ドリンク	税込390円 (税抜355円)	税込410円 (税抜373円)
トリキ晚餐会	税込3,900円 (税抜3,546円)	税込4,100円 (税抜3,728円)
テイクアウト	税込390円 (税抜362円)	税込410円 (税抜380円)

(単位：百万円)	2026年7月期 通期実績 (売上比)	2027年 7 月期		
		通期予想 (売上比)	前期比	
			増減率	金額
売上高	51,254	57,231	+11.7%	+ 5,976
営業利益	2,797 (5.5%)	3,078 (5.4%)	+10.0%	+ 281
経常利益	2,800 (5.5%)	3,050 (5.3%)	+9.0%	+250
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,318 (2.6%)	1,891 (3.3%)	+43.5%	+573

■ 既存店売上高 前期比（国内 鳥貴族）

通期 102.3%（上期102.3%／下期102.2%）
価格改定は織り込まず

■ 主な出店計画

- 国内**
鳥貴族 直営25店舗／TCC30店舗
- 海外（直営）**
韓国 鳥貴族6店舗
米国 ファストフードモデルのテスト出店2店舗
上海 退店4店舗、テスト出店1～2店舗
- 海外（JV・FC）**
東アジア 鳥貴族5～8店舗
ASEAN 鳥貴族3～5店舗

連結貸借対照表／連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)	2025年 7月期末	2026年 7月期末	増減
流動資産	10,468	10,938	470
(うち現金預金)	7,415	7,098	△316
固定資産	10,914	12,064	+1,150
資産合計	21,382	23,003	+1,620
流動負債	7,842	9,182	+1,340
(うち有利子負債)	1,281	842	△439
固定負債	3,765	3,191	△573
(うち有利子負債)	2,114	1,443	△670
負債合計	11,607	12,374	+767
純資産合計	9,774	10,628	+853
自己資本比率	45.7%	46.2%	+0.5pt

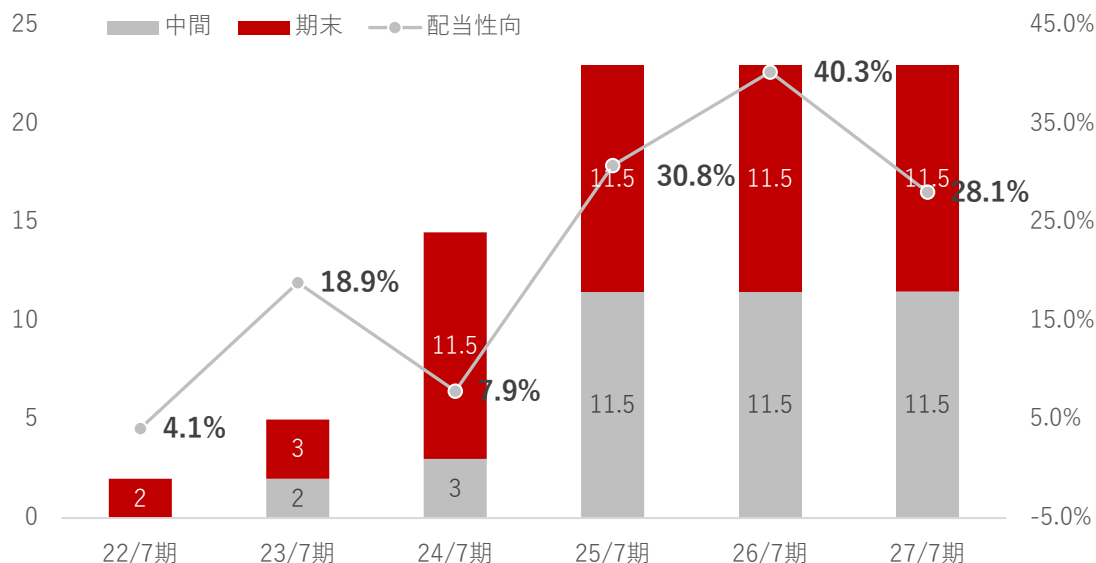
(単位：百万円)	2025年7月期 累計実績	2026年7月期 累計実績
営業キャッシュ・フロー	2,492	4,050
税金等調整前当期純利益	3,029	2,497
減価償却費	1,194	1,427
のれん償却費	27	27
減損損失	48	391
売上債権の増減額	△330	△181
仕入債務の増減額	318	143
法人税等の支払額	△1,512	△828
その他	△282	574
投資キャッシュ・フロー	△2,694	△2,491
有形固定資産の取得による支出	△2,317	△2,033
その他	△376	△458
財務キャッシュ・フロー	△689	△1,919
長期借入れによる収入	1,000	—
長期借入金の返済による支出	△1,120	△1,223
配当金の支払い	△533	△534
その他	△36	△161
現金及び現金同等物に係る換算差額	△69	42
現金及び現金同等物の期末残高	7,485	7,167

■ 配当金

< 配当方針 > 将来に向けた成長投資に利益を配分するとともに、持続的な利益成長により安定的・持続的な増配を原則とする累進配当を実施。配当総額は連結配当性向**20%以上**を目安に決定

<2027年7月期 配当予想>

配当方針に基づき、中間・期末のそれぞれ1株当たり**11.5円**、合計**23円**



※上図の22/7期から26/7期の1株当たり配当金は、22/7期の期首に1株につき2株の割合で株式分割が行われたと仮定して記載しています。

■ 株式分割 (2026年8月1日 効力発生)

1株 ▶ 2株

投資単位当たりの金額を引き下げ、投資しやすい環境を整えることで株主層の裾野を広げる

■ 株主優待制度の拡充 (分割前後の比較)

分割前 (26年7月末基準日)	分割後 (27年1月末基準日以降)	優待内容 (年間)
— (対象外)	100株～199株 (新設)	1,000円相当のお食事ご優待券
100株～299株	200株～599株	2,000円相当のお食事ご優待券
300株～499株	600株～999株	6,000円相当のお食事ご優待券
500株以上	1,000株以上	10,000円相当のお食事ご優待券
【長期保有優待】 100株以上を1年以上継続保有 (新設)		上記に加え 5%割引優待券4枚 を進呈

<変更点>

- 対象拡大** 分割後100株（分割前50株相当）から優待対象に
- 内容維持** 既存区分の優待内容に実質的な変更なし
- 長期保有** 1年以上の継続保有に5%割引優待券4枚を追加進呈



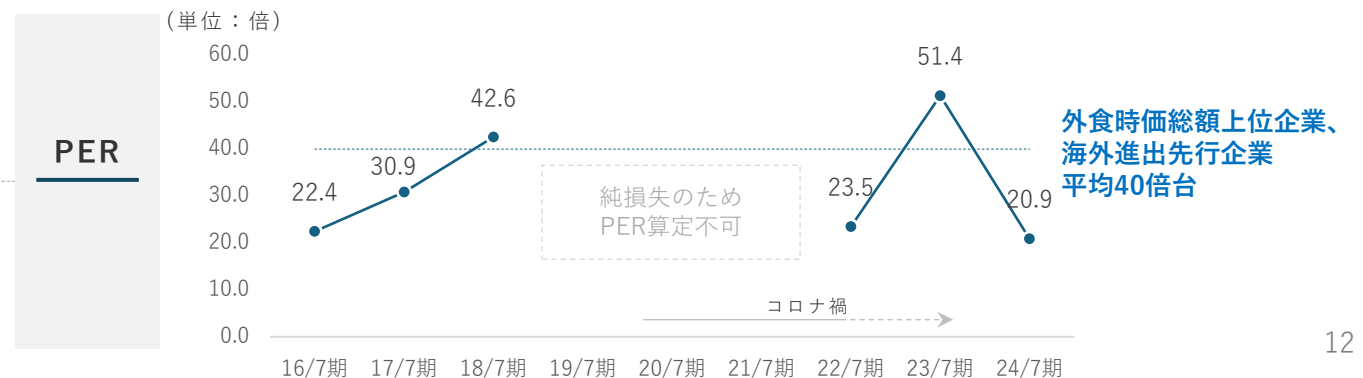
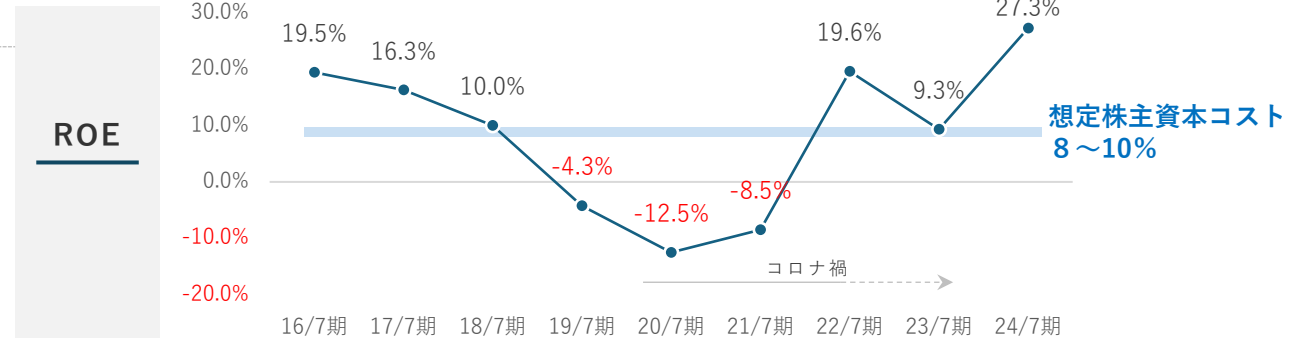
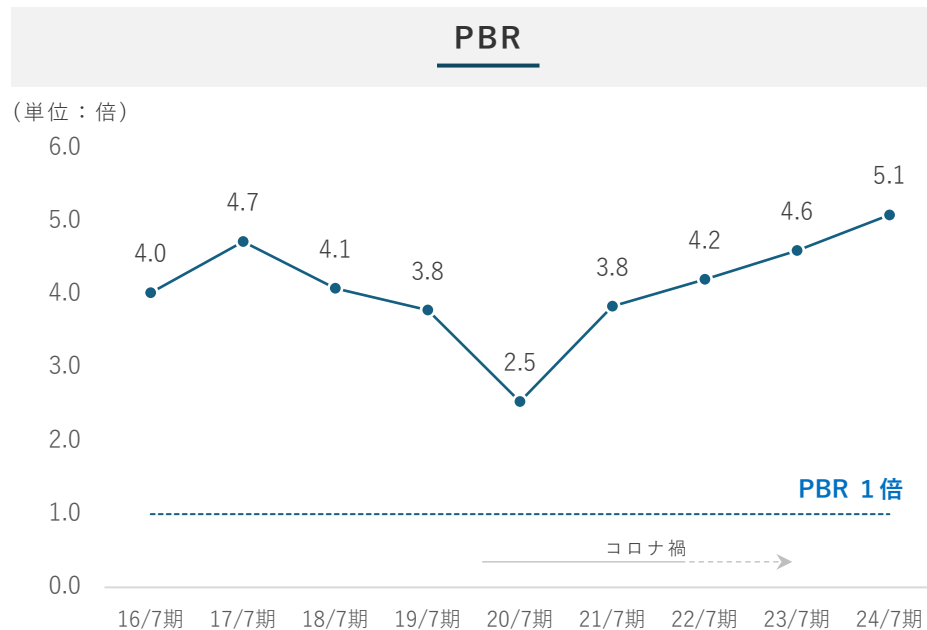
現状認識

- コロナ禍が収束するとともにROEが回復、CAPMにて算出した株主資本コストを超過して推移
- コロナ禍等を除き、相応の資本収益性を維持できておりPBRは1倍を超過
- PERはおおむねコロナ前の水準に回帰するも、外食業界における時価総額上位や海外展開先行企業に比べると低位

企業価値向上の取り組み

- 中期経営計画の推進による収益源の拡大・安定化
- 海外事業の立ち上げと実績の積み上げによる成長期待の醸成
- 株主還元の強化

- 資本コストを上回るROEを維持し、ROE 20%以上の安定的な利益創出を目指す
- 成長期待の醸成・株主還元強化によりPER向上を図る



※ 各期の最終取引日の終値を用いて算出

※ PBRの分母は期末自己資本を、ROEの分母は期中平均自己資本を用いて算出

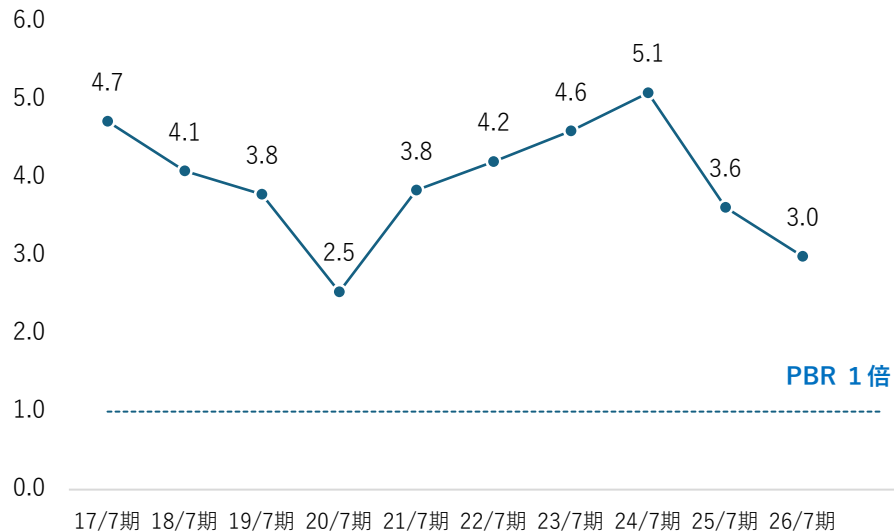
取り組みの進捗

- 海外は出店を前進させた一方、店舗モデルの確立・PMFの実現に時間を要し、中期経営計画の数値目標を修正
- ROEは資本コスト以上の水準を維持
- 新配当方針「配当性向20%以上・累進配当」を継続、株式分割・株主優待拡充を実施

各地域で通用する店舗モデルを確立し、海外展開を実現することにより、PER向上につなげる

PBR

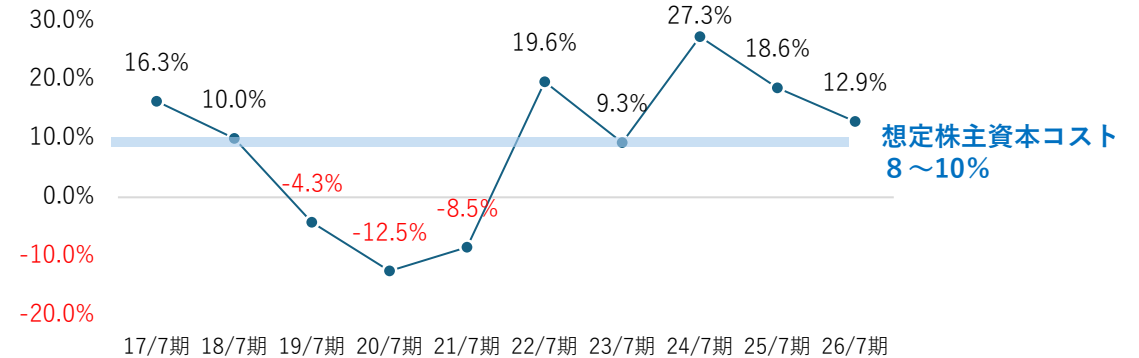
(単位：倍)



※ 各期の最終取引日の終値を用いて算出

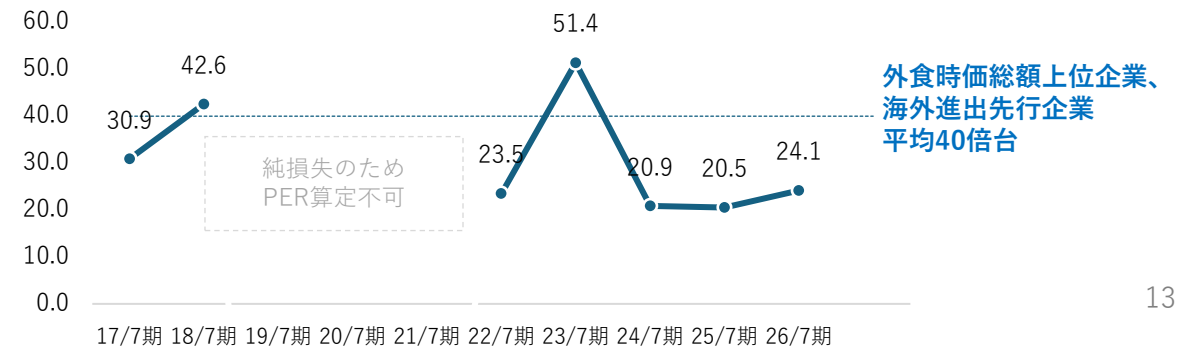
※ PBRの分母は期末自己資本を、ROEの分母は期中平均自己資本を用いて算出

ROE



PER

(単位：倍)



2027年7月期 グループ重点項目

Global YAKITORI Family

“焼鳥”を“YAKITORI”に、“YAKITORI”を世界言語に。
“焼鳥”を事業の軸として、世界の外食市場へ挑戦してまいります。

22/7期－24/7期

25/7期－27/7期

28/7期－30/7期

前 中期経営計画

現 中期経営計画

次期 中期経営計画

コロナ禍からの脱却
海外進出に着手

海外事業の立ち上げと
実績の積み上げ

海外店舗網の拡大
新たな成長ステージへ

最終年度 下方修正

国内

<鳥貴族>

- ・マーケティング・ブランディングの強化による既存店売上の維持・向上
- ・2030年 国内1,000店舗（直営・TCC）へ向けた新規出店
- ・惣菜業態をはじめとする新たな店舗フォーマットの開発

<やきとり大吉>

- ・2030年700店舗への回復に向けたリブランディング・加盟者開発

海外

- ・米国及び東アジアにおける事業立上げと店舗展開

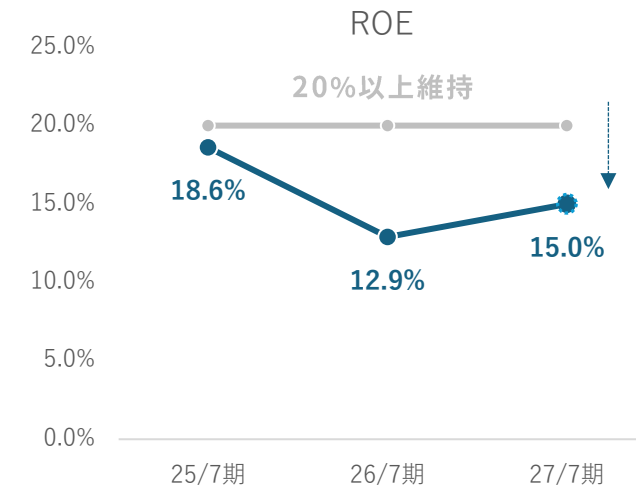
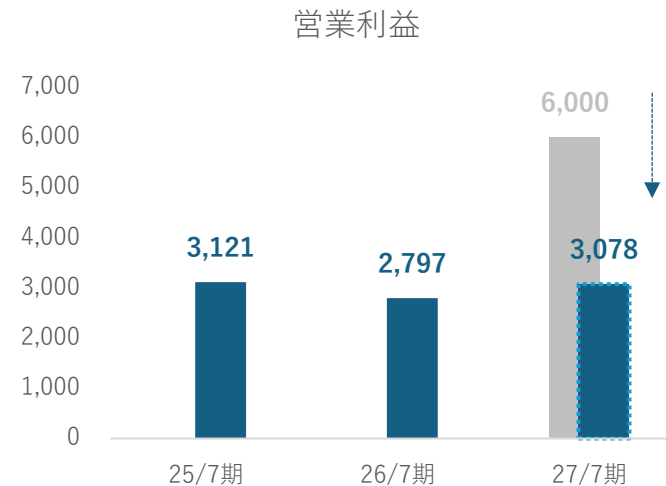
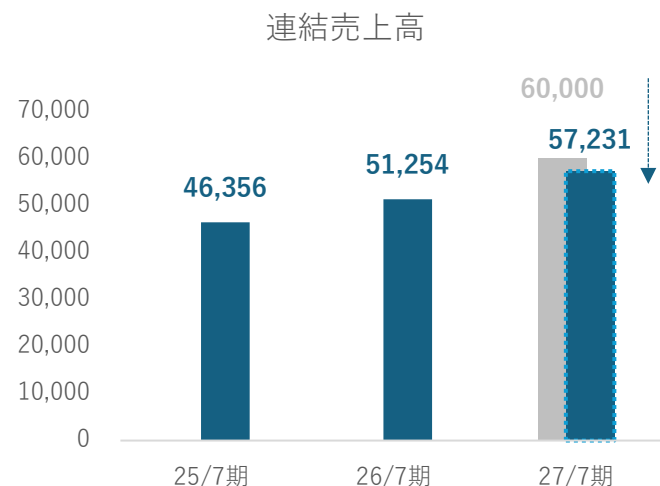
重点施策

- ・展開モデル・ブランドポートフォリオの拡充と国内外への展開
- ・人財基盤の強化、研究開発の強化、最適なガバナンス体制の構築 等

	2027年7月期 (当初目標)	2027年7月期 (修正後)
売上高	600億円	572億円
うち海外売上高	60億円	20億円
営業利益	60億円	30億円
営業利益率	10%	5.4%
ROE	20%以上維持	15%以上

中期経営計画 数値目標の下方修正

■ 当初目標 ■ 実績・修正目標



中期経営計画で定めた業績目標・店舗数目標を達成することは困難と判断

海外：特に直営で進出した米国・中国においては、店舗モデルの確立・PMF※の実現に苦戦

日本：期間中のインフレが想定を超えて推移、新規出店や利益率向上が計画に未達

複数地域への同時展開により得られた知見

日本の「鳥貴族」そのままで通用する地域は、現時点で限られていること
フランチャイザーとしてのさらなる経験値（海外パートナー企業対応）
プロパー人財の成長と可能性

※ Product Market Fit：提供する商品やサービスが顧客のニーズを満たし、市場にしっかりと受け入れられている状態

Global YAKITORI Family

“焼鳥”を“YAKITORI”に、“YAKITORI”を世界言語に。

“焼鳥”を事業の軸として、世界の外食市場へ挑戦してまいります。

40年前に創業し、関西・関東・東海へのドミナント出店でNo.1の焼鳥チェーンに。

その後、店舗整理やコロナ禍を経て、満を持して海外へ進出しました。

しかしながら、米国・中国をはじめ、各国各様の課題に直面することとなりました。

焼鳥は日本が誇る食文化です。文化を海外へ広げる、その挑戦はそう簡単ではありませんでした。しかし、複数地域に同時展開したからこそ、一カ国ずつの進出では得られなかった学びもあります。

当社グループは、それらの学びを糧に新たな戦略の構築を進めてまいります。

そして、各国・各地域においてYAKITORIを根づかせ、海外事業を成長ドライバーとしていけるような経営計画を改めてお知らせできるよう、取り組んでまいります。

海外本格展開の実現に向けたアップデート

- 業態モデルの確立・PMFに向けた地域ごとの戦略見直し
- 運営形態（直営・JV・FC）使い分けの再整理
- ファストフードモデルなど小型・高効率モデルの開発
- 経営人財の育成・挑戦を後押しする制度・文化づくり、人財登用の強化
- DXで店舗運営・データ活用・顧客体験を高度化
- R&Dによる商品価値や生産性の向上

● 国内鳥貴族の取り組み ～2027年7月期について～

- ・商品価値を高め、お客様に合わせた商品とサービスの提供を目指すことで、客数で既存店売上を伸ばす
- ・マーケティングDXにより、お客様の利用実績を活かし、“広く届ける”に加え、“お客様に合わせて届ける”を強化

商品価値向上による来店機会の創出

- ・ **新たな利用動機創出による客数増**
新たなお客様層の獲得を強化し、店舗あたりの客数を増加
- ・ **ターゲットに応じた商品価値向上**
お客様に応じたこだわりを伝えるメニューの強化
- ・ **来店施策の実施**
フェアメニューに企画メニューを重ね、来店機会を切れ目なくつくる



産地・ブランド食材を意識したフェアメニュー



食数限定での企画メニュー

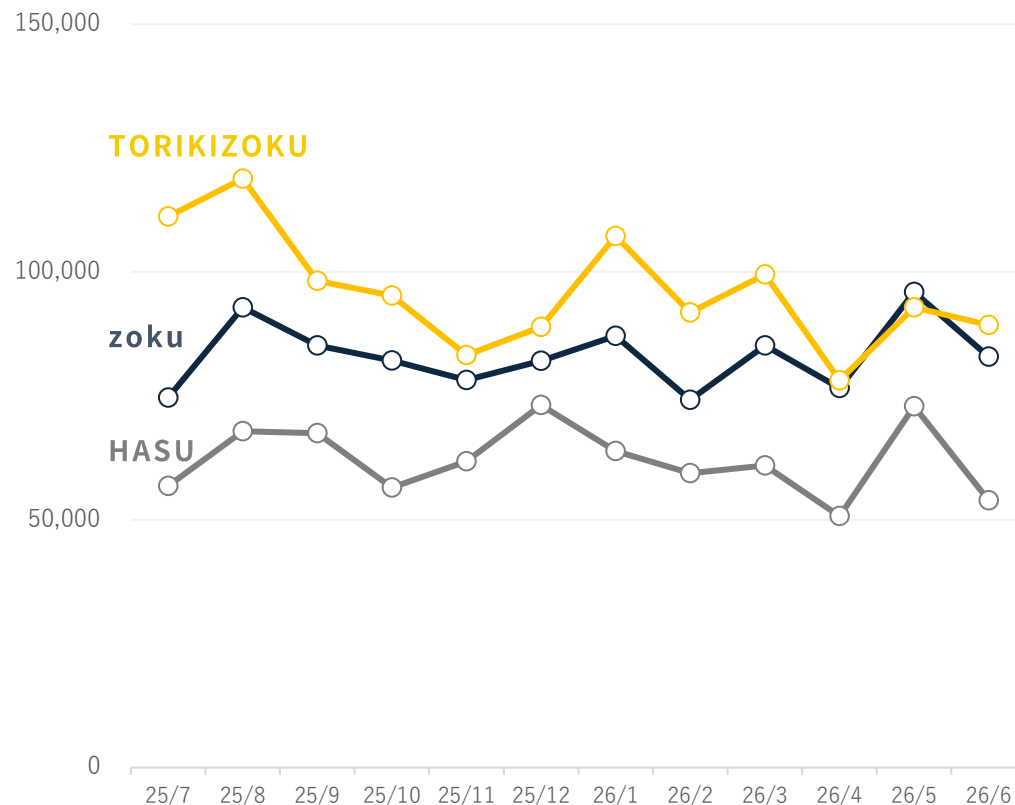
マーケティングDXによるお客様に合わせた提案

- ・ **会員情報と利用情報を活用した利用シーン提案**（誰と来る？）
過去の利用シーンから“誰と来るか”を提案
- ・ **会員情報と注文実績を活用した商品提案**（何を楽しむ？）
注文実績から“何を楽しむか”を提案
- ・ **会員情報と来店実績を活用した来店提案**（いつ来る？）
来店実績から“いつ来るか”を提案



- ファストフード型のTORIKIZOKUを開発、米国でも支持のあるTERIYAKIベースの焼鳥丼と貴族焼をメインとした業態
- 主力商品の焼鳥丼は\$10~とし、①テイクアウト専門／②イートイン併設の形式でテストマーケティングを予定
- 既存のTORIKIZOKUは、口コミ評価も良くお客様からのご支持もあるため業態強化のうえフランチャイズ展開を志向

店舗売上 推移 (単位: ドル)



前期の概況

- 既存 3 店舗はEBITDAで通期黒字に着地
- 既存のレストラン型に加え、オペレーションを最適化し、より一層多店舗化に適したファストフード型のTORIKIZOKUを開発
- 将来的なフランチャイズ募集開始に向けた体制整備にも注力し、中間持株会社体制への移行を決議

ファストフード業態

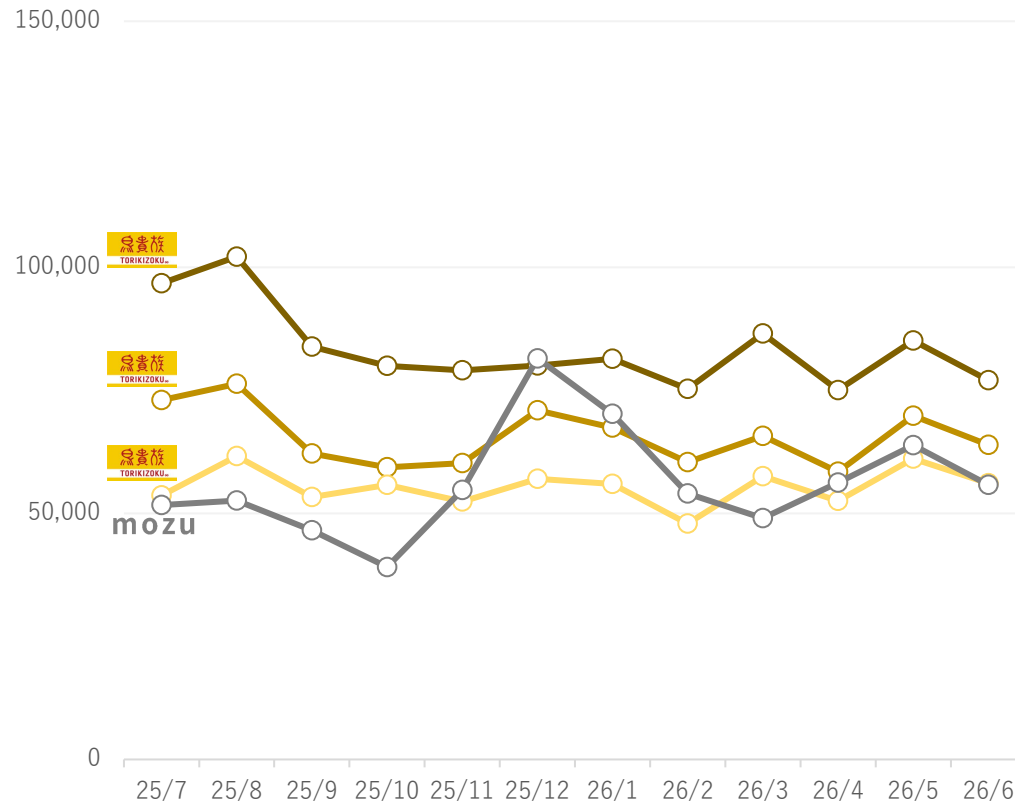
カリフォルニア州 アナハイムへファストフード業態を出店予定
業態確立に向けてテストマーケティングを実施





- 韓国ソウルの繁華街であり、若者を中心ににぎわうホンデにて既存3店舗が安定推移
- 次の出店エリアにビジネス街が近く会社員も多いウルチロを選定、4号店を新規出店
- 当期においては他のエリアも開発しながらソウル市内で6店舗の出店を計画

店舗売上 推移（単位：千ウォン）



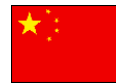
前期の概況

- 既存3店舗はEBITDAが通期黒字、営業損益も期末にかけて改善基調で推移
- 原価や人件費などのコスト見直しを優先したことにより、店舗業績が安定化、新エリアの店舗開発に移行し着実なドミナント出店の準備を進める
- mozuにおいても周年プロモーションなどを通じて着実に認知獲得

鳥貴族4号店をソウル市 ウルチロに出店（2026年7月）

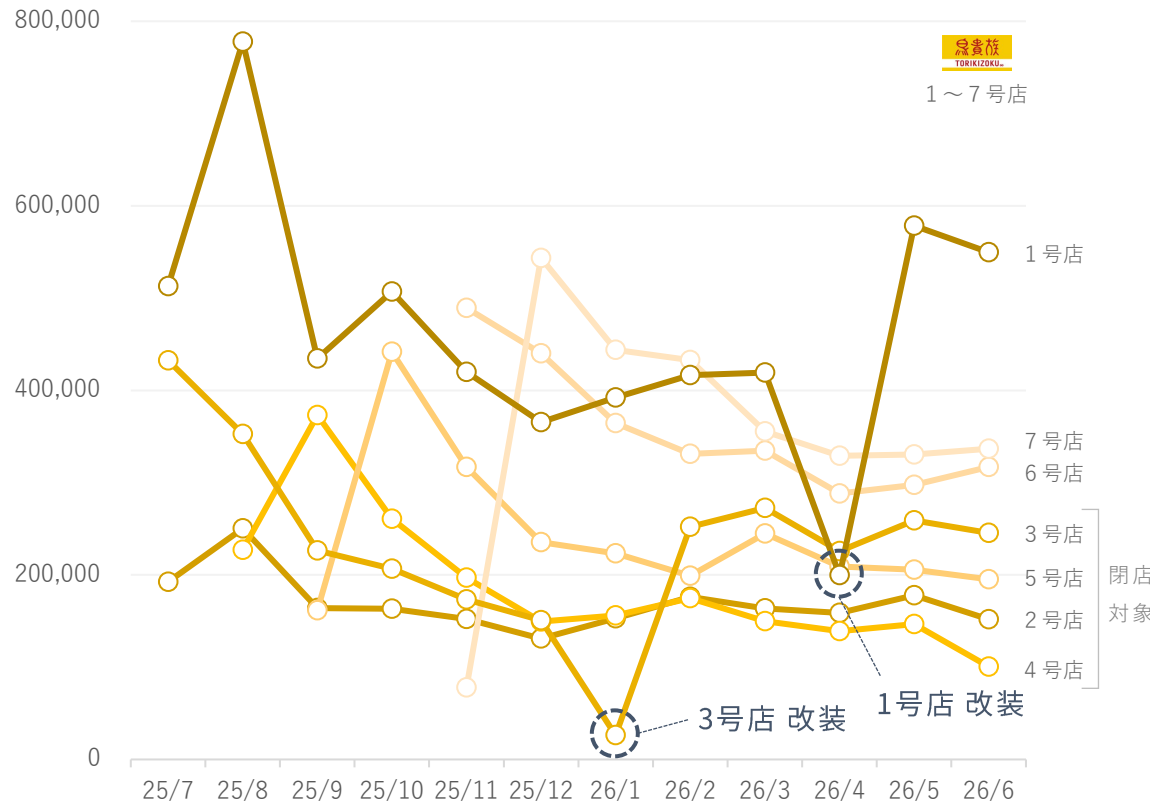
オフィスビルが立ち並ぶビジネス街と、若者に人気の飲食店が共存するウルチロエリアに初出店





- 郊外において「焼鳥」という食文化自体や「鳥貴族」ブランドへの認知が不足、来店獲得のハードルが想定以上に高い
- 郊外モール利用者が求めるディナー需要に応えきれず、コストパフォーマンスの評価も周辺競合店に比べて得られず
- 情報発信力や消費者の購買力、異文化の受容度が相対的に高い都心商業エリアでテストマーケを計画

店舗売上 推移（単位：元）



前期の概況

- 1号店をオープン後、順調に出店を進めたが各店オープン景気後は売上が軟調に推移
- メニューの改定や改装を実施し、一定の効果は見られたものの早期止血を優先のうえ出店戦略の見直しを実施
- 4店舗の閉店決定に伴う減損損失を計上（26/7期）

鳥貴族2～5号店の閉店を意思決定、都心部でのテストマーケを計画

閉店することがCF改善につながる店舗を優先的に閉店することとし、既存7店舗のうち4店舗の閉店を決定

まず1店舗で都心部（地図上、赤・黄のエリア）の検証を実施



その他の地域における展開状況

- FC・合併の地域はパートナー企業のもと店舗業績は安定推移、着実な新規出店を継続
- ベトナム、シンガポール、フィリピンにおいて東南アジア展開も推進

FC



香港

- ・郊外立地の店舗が好調を維持
- ・繁華街のMong Kokにも出店



直営



ベトナム

- ・ハノイで鳥貴族・やきとり大吉を運営
- ・ローカル立地のテストに向けて検討

FC



シンガポール



- ・同国最大の小売企業、Kopitiamブランドでフードコートを運営
- ・2026年6月に1号店を開業、8月に2号店をオープン

合併



台湾

- ・台湾で鶏肉最大手、セントラルキッチンやサプライチェーンの下支えのもと安定的に展開
- ・新たに進出した台中も好スタート



FC



フィリピン

JTC Group of Companies 

- ・多数の日系企業との協業実績があり、外食事業の拡大に注力
- ・2026年10月に1号店開業を予定

全社DX戦略の進捗と計画

- “Global YAKITORI Family + DX” による外食市場で、新たなデジタルビジネスモデルを実現
- 2028年7月期から展開を加速、お客様に新たな外食体験を提供し売上1%のDX投資で売上10%アップを達成

2026年7月期 実績

取組みカテゴリ	主要テーマ
 お客様・マーケティング	スマホアプリ予約強化
 本部・店舗オペレーション	お客様対応力向上
 バックオフィス	経費精算プロセス改革
 コミュニケーション、セキュリティ	最新ネットワーク基盤構築
 データ & AI	AIプラットフォーム導入

2027年7月期 予定

主要テーマ（戦略と実装）
マーケティングDX One to One × Group施策
店舗オペレーション強化戦略 マニュアルの仕組み化
現場/本部プロセス統合 現場～バックオフィス プロセスリアル連携
グローバルクラウドPF 基盤強化とグローバル展開
AI適用拡大/自律化構築 （クラウド型AI基盤確立）

2028年7月期創出成果

売上10%UP （2025年7月期比）
品質強化 原価低減
間接業務削減
最新セキュリティ 対応実現
自律型業務創出

デジタルPF構築

人とデジタルで最高のホスピタリティ実現

売上10%UP達成

商品価値と店舗生産性の向上、そして持続可能な経営基盤で中長期の成長を支える

■ 研究開発の3つの軸

商品価値の向上

- ・ 鶏肉の美味しさ・機能性に関する研究
- ・ 焼鳥とドリンクのペアリング研究
- ・ 食品安全に関する調査研究



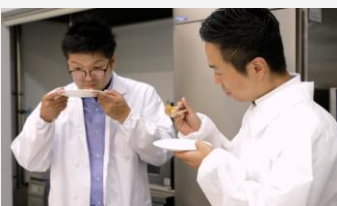
生産性の向上

- ・ 店舗生産性の調査研究
- ・ 自動串挿し機の検討
- ・ ドリンクの自動調理器の検証



業態開発

- ・ 新たな顧客体験価値の創出
- ・ 物流改善の企画検討



■ サステナビリティ宣言

生命の連鎖を尊び、食の価値を未来へとつなぎ、人と人がつながる豊かな社会の実現に貢献します。
環境、社会、そして透明性の高い経営を通じて「永遠の会社」を目指し、持続可能な社会とともに成長し続けます。

■ 4つの基本方針

1

いのちの連鎖を、つなぐ

2

食の価値を、未来へ

3

Global YAKITORI Family
の輪を、広げる

4

誠実な経営を、永遠に

外食産業の社会的価値向上へ

- ・復興支援
- ・創業の地でネーミングライツ
- ・国際学生映画祭協賛
- ・こども食堂への食材提供
- ・一次産業応援メニュー開発

**社会的
価値向上**

人財活躍による ブランド価値の向上

- ・海外展開
- ・多様な人財が活躍する店舗
- ・グローバル人財の育成拠点

**ブランド
価値向上**

理念
理念を起点とした
成長サイクル

人財獲得

価値観に共感する多様な人財採用

- ・アスリート採用
- ・インナー採用強化
- ・海外人財の採用強化



組織一体感の醸成

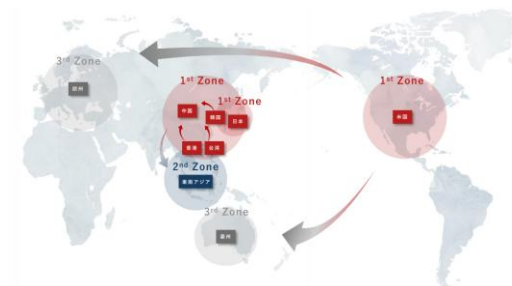
- ・40周年式典
- ・トップキャラバン(経営層と従業員の対話の場)
- ・鳥貴族記念館/鳥貴族 1号店の継続営業
- ・オープン社内報(noteを活用)



人財を戦力化する仕組み

- ・評価制度
- ・教育研修
- ・キャリア形成

人財成長



中長期の挑戦を支える体制 - 人財基盤の強化 -

社員の待遇改善や職場環境の改善、キャリアパスの多様化を通じて「働きがい・働きやすさ」を向上
理念・ビジョンの浸透と合わせて具体的な施策を継続

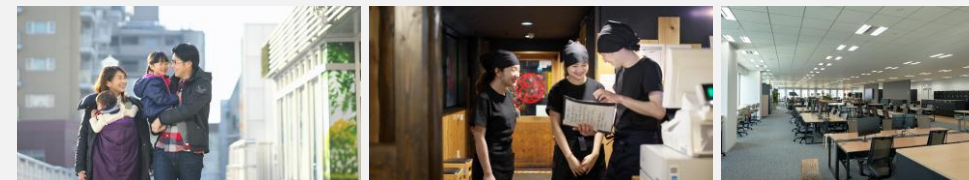
<直近の主な取り組み>

- 2022年8月 賃金ベースアップ（平均3.1%）
- 2023年12月 決算賞与の支給
- 2024年7月 本社移転による職場環境改善（大阪）
- 2024年8月 制度改定による賃上げ（平均4.8%）
- 2024年10-11月 独立者輩出（2名）
- 2024年12月 決算賞与の支給
- 2025年2月 事務所移転による職場環境改善（愛知）
- 2025年8月 賃金ベースアップ（平均2.9%）（休日日数拡大）
- 2026年7月 独立者輩出（1名）
- 2026年8月 賃金ベースアップ（平均1.9%）

年間休日を116日へ拡大

物価上昇を踏まえた待遇の改善（ベースアップ等）

- ・ 実質賃金の向上につながる年間休日数の増加をベースアップとあわせて実施
- ・ ベースアップ・定期昇給・休日数増により物価上昇に対し、社員の生活水準を維持・向上



參考資料

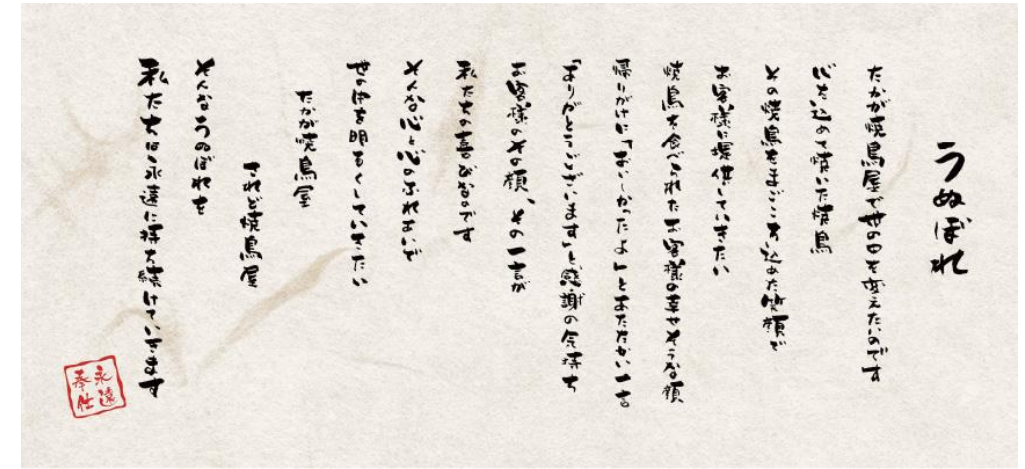


Eternal Hospitality Group



永遠の理念 うぬぼれ

焼鳥屋で世の中を明るくしていきたい、という「うぬぼれ」を永遠に持ち続けます。「焼鳥屋」はエターナルホスピタリティグループの祖業。そして「世の中を明るくしていく」は創業の精神。新しいグループ体制となり、事業領域を「焼鳥」から「チキン」への拡大させた今も、そしてこれからも、焼鳥屋で世の中を明るくしていくという「うぬぼれ」を永遠の理念として追求してまいります。



永遠の使命 外食産業の社会的価値向上

外食産業は日本が世界に向けて発信できる代表的な産業の一つとして成長してきました。その一方、国内ではまだまだ優秀な人財の確保が遅れています。エターナルホスピタリティグループでは、業界全体の課題となっている労働環境の整備、コンプライアンスの徹底、社会貢献などに積極的に取り組むことで外食産業全体の底上げを行い社会的価値の向上を目指します。

永遠の目的 永遠の会社

企業活動は、社会や社員との関わりの中で永続することが大前提です。そのためには、絶え間ない「挑戦」を続けていかなければなりません。お客様、株主様、取引業者様、社員とその家族、エターナルホスピタリティグループに関わる全ての方々に「感謝」し、企業活動を通じて「奉仕」し続けることで、社会から必要とされ愛される永遠の会社を目指します。

社 名	株式会社 エターナルホスピタリティグループ
設 立	1986年9月19日
上場市場	東証プライム（証券コード：3193）
本 社	大阪市中央区淡路町4-2-13 アーバンネット御堂筋ビル 20 階
本 店	大阪市浪速区立葉 1 - 2 -12
代表者	代表取締役社長CEO 大倉 忠司
資本金	1,491,829千円（2026年7月末現在）
グループ会社	株式会社エターナルホスピタリティジャパン 株式会社鳥貴族東日本 株式会社鳥貴族西日本 株式会社スマイルファクトリー 株式会社エターナルホスピタリティ開発 ダイキチシステム株式会社 TORIKIZOKU USA INC. TORIKIZOKU KOREA INC. Torikizoku Shanghai Co.,Ltd. ETERNAL HOSPITALITY VIETNAM CO., LTD 株式会社ei
グループ 従業員数	従業員数 1,066名（2026年7月末現在） （外、平均臨時雇用者数※ 4,495名）



※ 平均臨時雇用者数は、1日の労働時間を8時間で換算した年間平均の人数です。

- この資料は投資家の参考に資するため、株式会社エターナルホスピタリティグループ（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものであり、当社株式の購入を勧誘するものではありません。
- 当資料に記載された内容は、発表日時点において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およ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。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・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・修正をおこなう義務を負うものではありません。
- その他の掲載内容に関しても細心の注意を払っておりますが、不可抗力により情報に誤りを生ずる可能性もありますのでご注意ください。
- 無断での複製又は転用等を行わないようお願いいたします。

お問い合わせ先

株式会社エターナルホスピタリティグループ IR担当

TEL 06-6206-0808

<https://eternal-hospitality.co.jp/contact/>