

2025年7月期 第2四半期決算説明会

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

2025年7月期 第2四半期業績

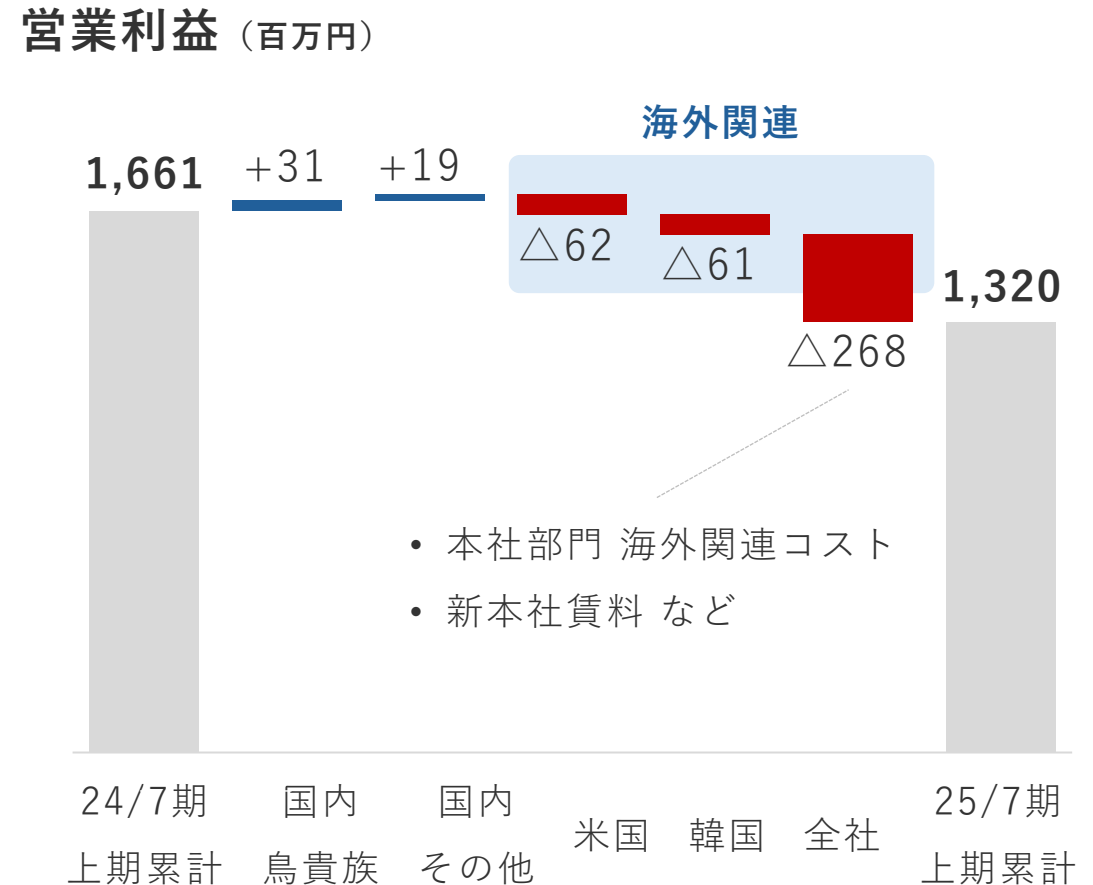
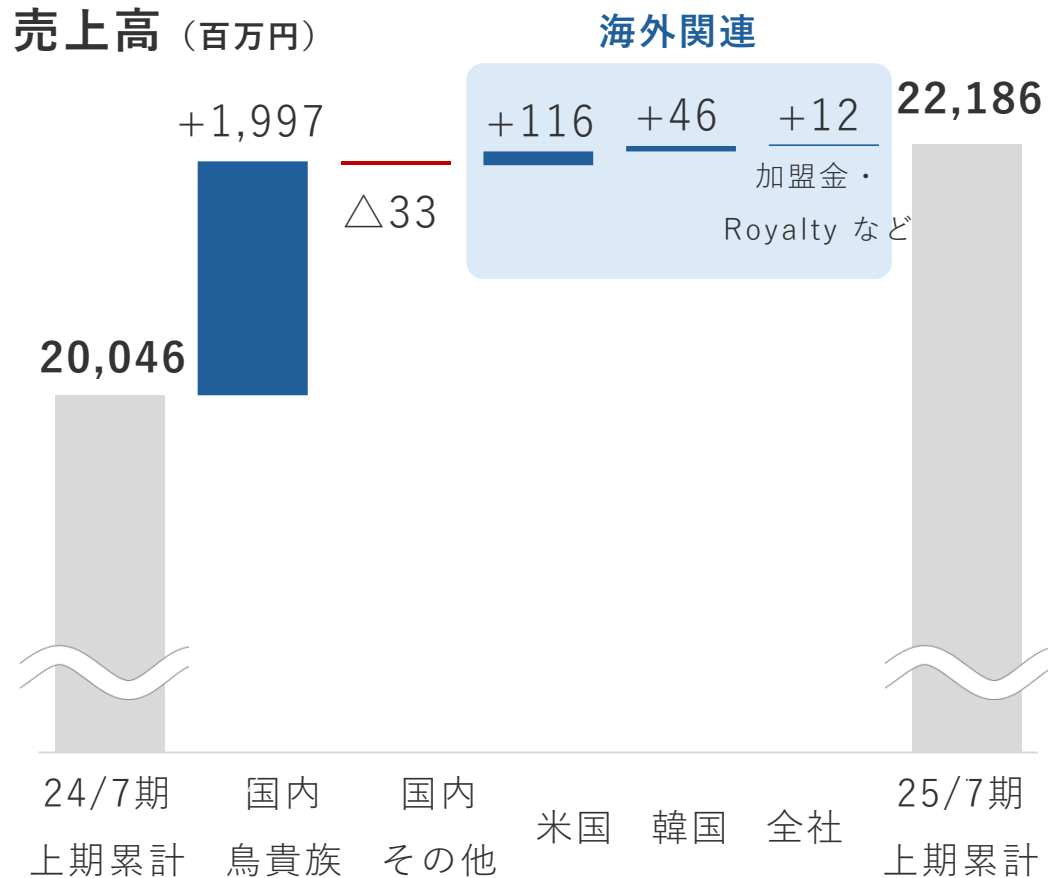
2025年7月期 第2四半期 決算概要（連結）

- 国内鳥貴族の売上高は前期比増収のトレンドを維持するも、意欲的に策定した当初計画には至らず
- 店舗運営経費や間接部門の経費、海外現地法人の先行赤字は計画内で推移したが、計画比減収や計画を上回る原価率の推移により売上・利益ともに当初業績予想を下回って着地

(単位：百万円)	2024年7月期 2Q累計 実績 (売上比)	2025年7月期					
		2Q累計 業績予想 (売上比)	2Q累計 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	20,046	23,246	22,186	+10.7%	+2,139	△4.6%	△1,060
売上総利益	13,872 (69.2%)	—	15,326 (69.1%)	+10.5%	+1,454	—	—
販管費	12,211 (60.9%)	—	14,006 (63.1%)	+14.7%	+1,795	—	—
営業利益	1,661 (8.3%)	1,816 (7.8%)	1,320 (6.0%)	△20.5%	△341	△27.3%	△496
経常利益	1,676 (8.4%)	1,806 (7.8%)	1,330 (6.0%)	△20.6%	△345	△26.3%	△475
親会社株主に 帰属する当期純利益	1,061 (5.3%)	1,151 (5.0%)	755 (3.4%)	△28.8%	△305	△34.4%	△396

売上高及び営業利益（前年同期比）

- 売上高は国内鳥貴族の出店・既存店増収や海外出店により前年同期比で増収
- 一方で原価率上昇や店舗運営経費増加により国内鳥貴族の増益は小幅、海外進出に伴う経費も先行し前年同期比では増収・減益で着地



グループブランド店舗数

◆ 新規出店

日本：17店舗

(鳥貴族 直営：7店舗 鳥貴族 TCC：6店舗)

(やきとり大吉：4店舗)

米国：1店舗 韓国：2店舗

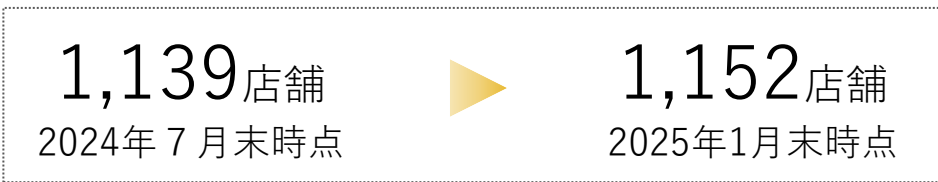
台湾：2店舗 香港：1店舗

◆ 退店

日本：10店舗

(鳥貴族 直営：1店舗 鳥貴族 TCC：1店舗)

(やきとり大吉：8店舗)



※ 一般的なフランチャイズチェーンよりも強固なビジネスパートナーとしての関係性を確保することを目的として、限られた加盟店オーナーを「カムレード（同志）」と称しておりTCCは鳥貴族カムレードチェーンの略です。

			24年7月末 店舗数	2025年7月期 (累計)		25年1月末 店舗数
				出店	退店	
日本	鳥貴族	関西	93	1	0	94
		関東	228	2	0	230
		東海	71	2	1	72
		九州・沖縄	6	1	0	7
		東北	3	1	0	4
		小計	401	7	1	407
	TCC*店	関西	143	0	1	142
		関東	86	3	0	89
		北海道	3	1	0	4
		中国・四国	5	1	0	6
		北陸	1	0	0	1
		九州・沖縄	4	1	0	5
小計		242	6	1	247	
合計		643	13	2	654	
やきとり大吉*3		FC店	489	4	8	485
その他			4	0	0	4
国内合計			1,136	17	10	1,143
海外	米国 (HASU/zoku)	直営店	1	1	0	2
	韓国 (鳥貴族)	直営店	0	2	0	2
	台湾 (鳥貴族)	合弁	0	2	0	2
	香港 (鳥貴族)	FC店	0	1	0	1
	中国 (やきとり大吉)	FC店	2	0	0	2
海外合計			3	6	0	9
グループ総計			1,139	23	10	1,152

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)	2024年 7月期末	2025年 1月期末	増減
流動資産	10,747	9,367	△1,379
(うち現金預金)	8,361	6,703	△1,657
固定資産	9,907	10,571	+663
資産合計	20,654	19,938	△715
流動負債	8,011	7,312	△699
(うち有利子負債)	1,057	1,092	+34
固定負債	3,950	3,444	△506
(うち有利子負債)	2,356	1,851	△504
負債合計	11,961	10,756	△1,205
純資産合計	8,692	9,182	+489
自己資本比率	42.1%	46.1%	+4.0pt

(単位：百万円)	2024年7月期 2Q累計実績	2025年7月期 2Q累計実績
営業キャッシュ・フロー	1,925	857
税引前当期純利益	1,666	1,300
減価償却費	413	535
のれん償却費	13	13
減損損失	8	11
売上債権の増減額	△60	△132
仕入債務の増減額	166	159
法人税等の支払額	△145	△960
その他	△136	△68
投資キャッシュ・フロー	△762	△1,701
有形固定資産の取得による支出	△636	△1,451
その他	△126	△249
財務キャッシュ・フロー	△496	△805
長期借入金の返済による支出	△421	△528
リース債務の返済による支出	△3	-
配当金の支払い	△68	△266
その他	△2	△10
現金及び現金同等物に係る換算差額	△4	△25
現金及び現金同等物の期首残高	8,689	8,445
現金及び現金同等物の中間期末残高	9,350	6,770

2025年7月期 通期連結業績予想の修正

- 上期の売上推移を踏まえ国内鳥貴族の売上高を下方修正
- 原価率も同様に上期の推移を考慮するとともに、ビール類の仕入値上昇（4月）及び国内鳥貴族 全店の価格改定（5月）を織り込む

国内鳥貴族（直営）既存店売上高 前期比
 下期 102%（期初計画は104.9%）

(単位：百万円)	2025年7月期			
	期初通期予想 (売上比)	修正通期予想 (売上比)	増減	
			%	金額
売上高	47,822	45,335	△5.2%	△2,487
営業利益	4,003 (8.4%)	3,036 (6.7%)	△24.2%	△967
経常利益	3,972 (8.3%)	3,026 (6.7%)	△23.8%	△946
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,578 (5.4%)	1,800 (4.0%)	△30.2%	△778

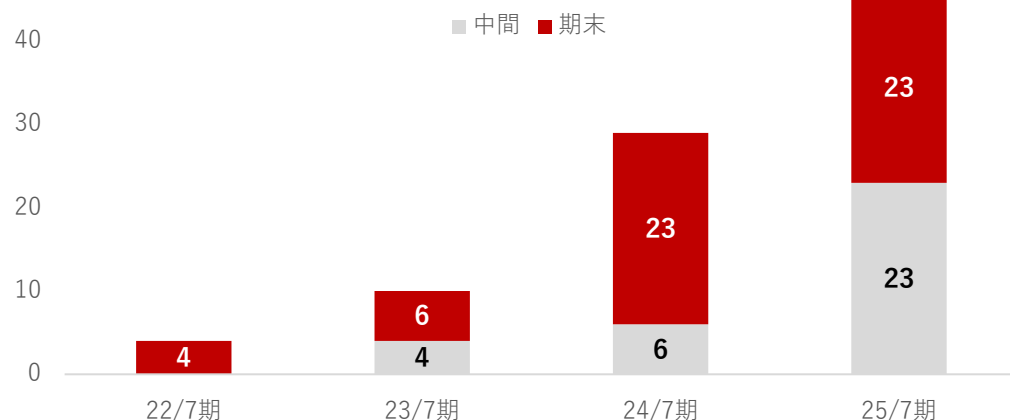
配当金

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、長期的な成長を通じ、株主の皆様に対する株主還元を充実させていくことを重要な経営目標とし、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**、配当総額については**連結配当性向20%以上を目安に決定**する

株主還元方針に基づき、当期の配当予想に変更なし
 中間・期末のそれぞれ1株当たり23円、合計46円を据え置き

1株当たり配当金の推移（円）



株主優待制度※



株式会社 エターナルホスピタリティグループ
 Eternal Hospitality Group

■株主優待のご利用の流れ 【株主優待 QRコード】

- ①株主優待 QRコード読取り
- ②株主優待 TOP ページ表示
- ③電子優待券を店舗で提示

【1000円分×1】
 有効期間 2024年11月1日～2025年4月30日

※本ご優待券はご使用が完了するまで、大切に保管をお願いします。

000000

ご所有株式数	株主優待
100株～299株	年間2,000円相当の電子チケット (中間と期末にそれぞれ1,000円相当を送付)
300株～499株	年間6,000円相当の電子チケット (中間と期末にそれぞれ3,000円相当を送付)
500株以上	年間10,000円相当の電子チケット (中間と期末にそれぞれ5,000円相当を送付)

※株主優待券は、日本国内の「焼鳥屋 鳥貴族」(鳥貴族パートナーズ店舗を除く)と「TORIKI BURGER」全店でご利用いただけます。「やきとり大吉」ではご利用いただけません。

2025年7月期 取り組みの状況

- 01 国内の状況（鳥貴族/やきとり大吉）
- 02 海外進出の状況
- 03 ブランドポートフォリオ拡充
- 04 人財基盤の強化

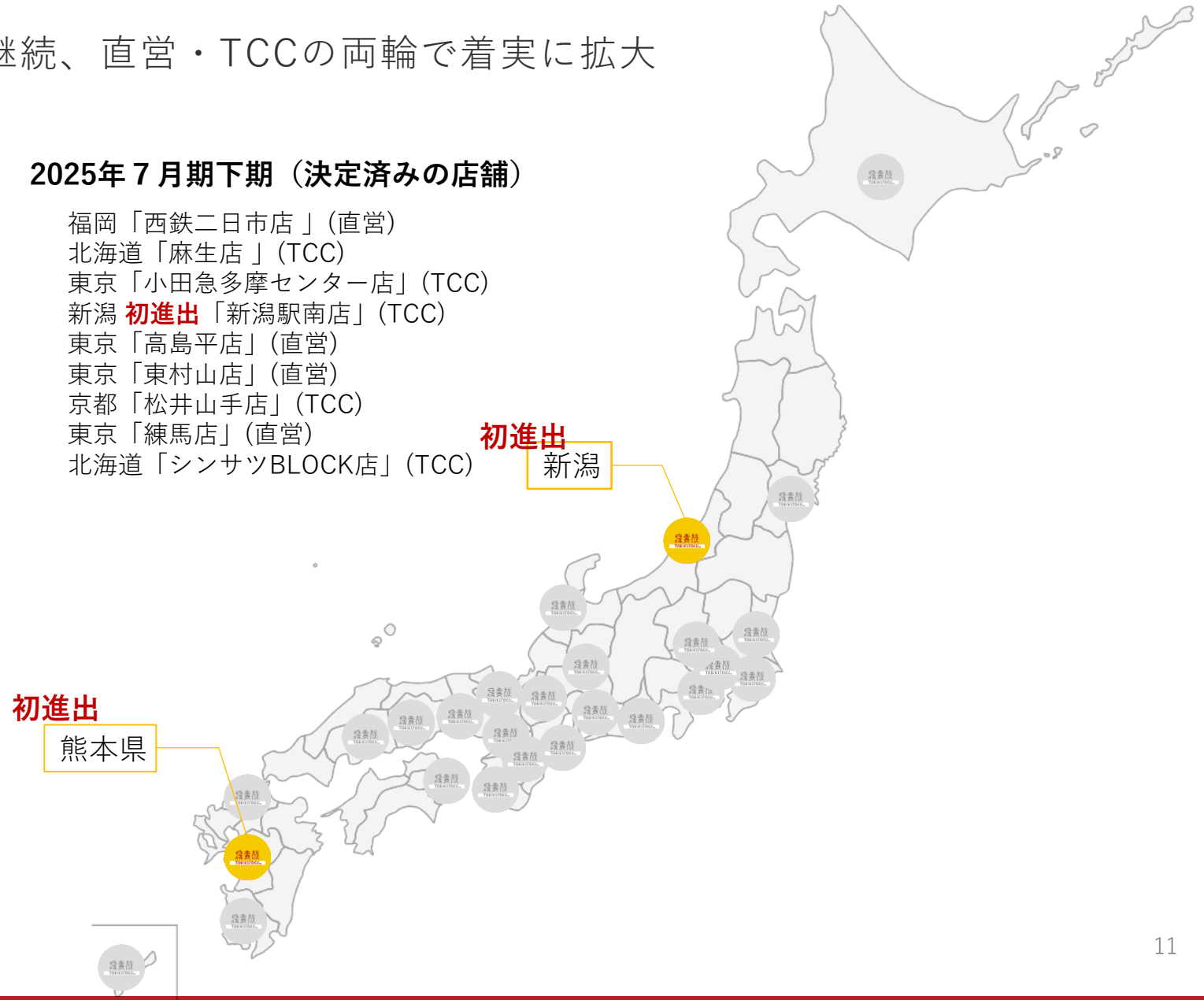
引き続き未進出エリアへの展開を継続、直営・TCCの両輪で着実に拡大

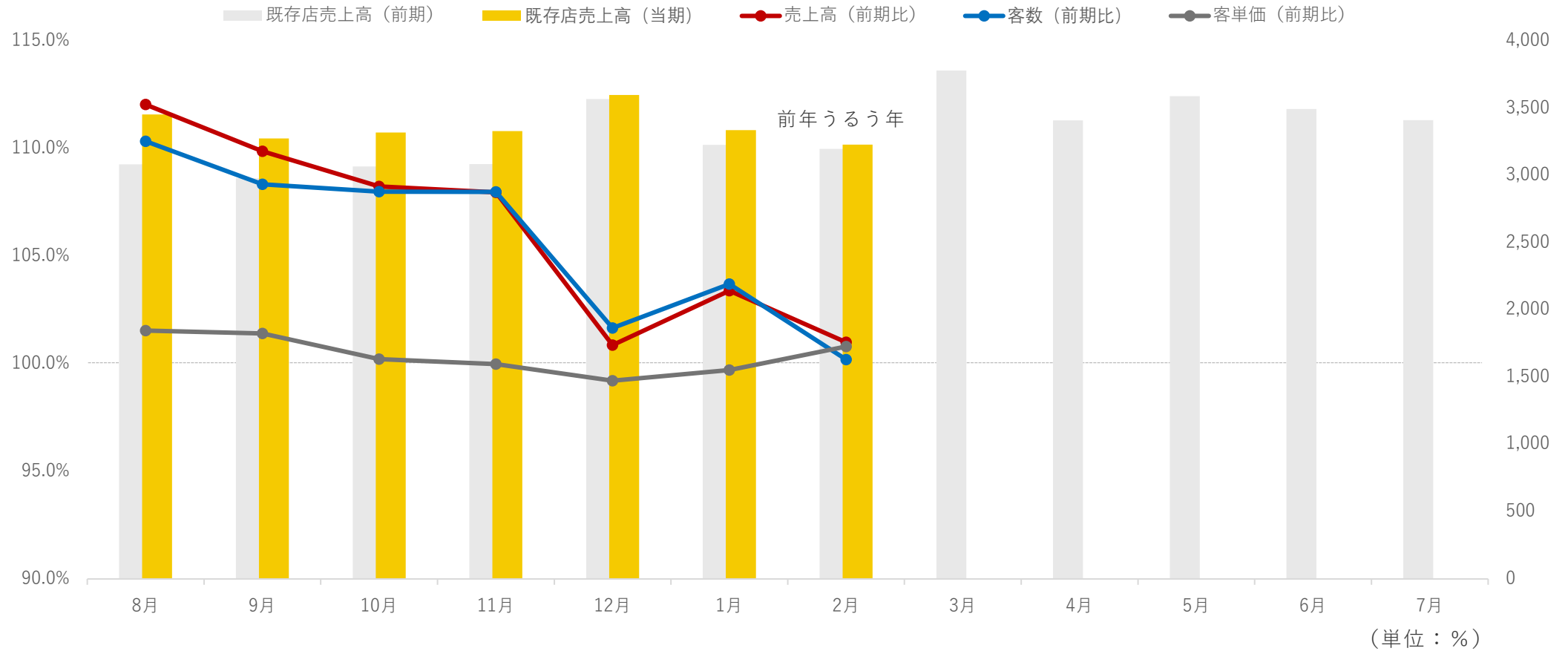
2025年7月期上期（実績）

- 2024/8 北海道「琴似店」(TCC)
- 東京「市ヶ谷店」(直営)
- 9 広島「広島袋町店」(TCC)
- 10 愛知「一宮駅前店」(直営)
- 千葉「新浦安店」(TCC)
- 11 熊本 **初進出**「熊本下通店」(TCC)
- 東京「大門店」(直営)
- 12 愛知「栄住吉店」(直営)
- 大阪「せんちゅうパル店」(直営)
- 福岡「天神サザン通り店」(直営)
- 宮城「仙台定禅寺通り店」(直営)
- 2025/1 神奈川「青葉台店」(TCC)
- 千葉「五井店」(TCC)

2025年7月期下期（決定済みの店舗）

- 2025/2 福岡「西鉄二日市店」(直営)
- 3 北海道「麻生店」(TCC)
- 東京「小田急多摩センター店」(TCC)
- 4 新潟 **初進出**「新潟駅南店」(TCC)
- 東京「高島平店」(直営)
- 東京「東村山店」(直営)
- 京都「松井山手店」(TCC)
- 5 東京「練馬店」(直営)
- 6 北海道「シンサツBLOCK店」(TCC)





	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
売上高	112.1	109.9	108.2	108.0	100.9	103.4	101.0					
客数	110.3	108.3	108.0	108.0	101.7	103.7	100.2					
客単価	101.5	101.4	100.2	100.0	99.2	99.7	100.8					

※ 上表は、直営店舗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。

2024年8月から1年間「焼鳥屋の和」をテーマに日本の食材にこだわった和のメニューと心温まるおもてなしを提供、2カ月ごとにテーマに沿った期間限定メニューを展開



第1弾 (2024.8.1~9.30)

程よい弾力のある「ちからこぶの黒胡椒串焼」や串に刺さった状態で提供され、刀を抜くように串を抜いて食べる「抜刀唐揚～紅生姜編～」などの期間限定メニューを提供



第2弾 (2024.10.1~11.30)

「くりから焼き」から着想を得て、鶏の希少部位使った「鶏くりから串の蒲焼～バターソース～」や鰹の風味豊かな「抜刀唐揚～花かつお編～」などの期間限定メニューを提供



第3弾 (2024.12.1~2025.1.31)

鳥貴族初の鍋メニュー「鶏と野菜の豆乳鍋」や過去販売の人気商品を復刻した「若鶏すき焼き串～温玉添え～」などの期間限定メニューを提供



第4弾 (2025.2.1~3.31)

シリーズ累計60万食突破の「抜刀唐揚～塩こんぶ編～」や人気希少部位を使用した「鶏はらみのスタミナ串」などの期間限定メニューを提供

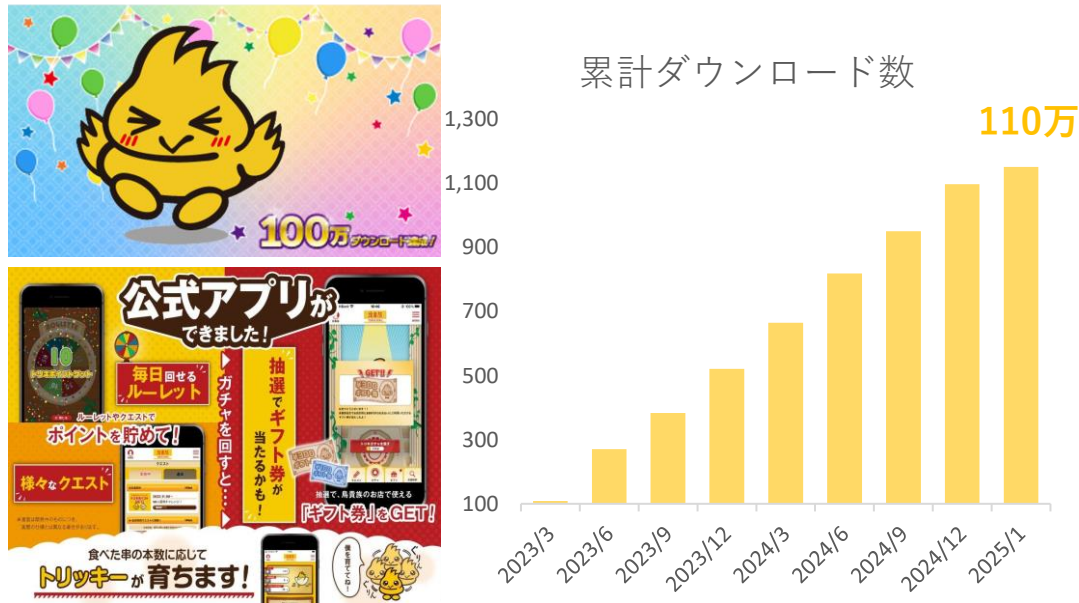


第5弾 (2025.4.1~5.31)
第6弾 (2025.6.1~7.31)

既存顧客のファン化

- 鳥貴族アプリを活用し、既存顧客のファン化とロイヤルカスタマー化を推進

2023年3月にリリースした公式アプリ「鳥貴族アプリ※」の累計ダウンロード数が110万(2025年1月末時点)を突破



※鳥貴族アプリでは、店舗予約をはじめ、アプリ内で利用可能なトリキポイントでギフト券が当たるガチャや食べた串の本数で「トリッキー」を育てるコンテンツなどを提供

新規顧客の獲得

- コラボを展開し、鳥貴族をご利用いただく機会の少ない新規顧客層への訴求を強化

2024年5月のSEVENTEENとの第1弾コラボに続き、11月～12月のワールドツアー日本公演に合わせ、4都市で第2弾コラボを実施

第2弾 実施期間：2024年11月22日～12月22日



プレスリリース (URL : https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2024/11/2024.11.15_3.pdf)

顧客体験の向上

- 鳥貴族に来店する顧客の体験価値を高めることを目的とし、顧客が主体的に参加できるキャンペーンを実施



「わたし流トリキのすゝめ」キャンペーンとして、Xアカウントで鳥貴族の投稿紹介で限定グッズが当たる参加型企画

2025年3月卒業見込みの20歳以上の学生限定に抽選で25名様に晚餐会チケット（4名様分）が当たるキャンペーン



サイトページ (URL : <https://torikizoku-mystyle.jp/>)

価格改定

- 店舗運営コストの上昇や4月からのビール類の値上げ等を踏まえ、鳥貴族 全店で価格改定を予定

2025年5月1日～

	改定前価格	改定後価格
フード・ドリンク	税込370円 (税抜337円)	税込390円 (税抜355円)
トリキ晚餐会	税込3,700円 (税抜3,364円)	税込3,900円 (税抜3,546円)
テイクアウト	税込370円 (税抜343円)	税込390円 (税抜362円)

鳥貴族の総菜業態

- 2024年10月に惣菜業態をポップアップ出店
- 2度目のテストマーケティングとなった今回は、鳥貴族と共通の商品を提供、オペレーションのみならず収益性の検証を実施



プレスリリース (URL : <https://eternal-hospitality.co.jp/wp-public/wp-content/uploads/2025/02/250203.pdf>)

鳥貴族パートナーズ

- 社員の「働きがい」を高めることを目的とした社内独立制度※の店舗モデル検証を完了
- 2024年10月に初の独立者による「鳥貴族 前田家」を愛知県、11月に「鳥貴族 天神原家」を大阪に開業



※小型店舗設計により郊外住宅地のニーズに対応し、独立時の負担を軽減。社員独立型フランチャイズとして、各店舗は独立者の名前を冠した「鳥貴族〈独立者名〉家」として展開。

北関東エリアでの出店促進

- 過去に「やきとり大吉」があった栃木県・群馬県を潜在的な認知やニーズが見込める市場と位置付け、店主募集を強化
- 従来と異なり、あらかじめ開業エリアを限定することで加盟を訴求する取り組みを開始

季節限定メニュー



独立希望者への情報発信



エリア1号店の店主を大募集!

今なら/
宇都宮市周辺
高崎市周辺 にて
低資金で独立 できます!



大吉本部が、「新」大吉店舗をご用意します。
 詳しくは、下記メールアドレスにお問合せください。

お問合せ先 dokuritsu@daikichi.co.jp

Instagramアカウント開設



店内でのQRコード掲示



プレスリリース (URL: <https://eternal-hospitality.co.jp/wp-public/wp-content/uploads/2025/02/250203.pdf>)

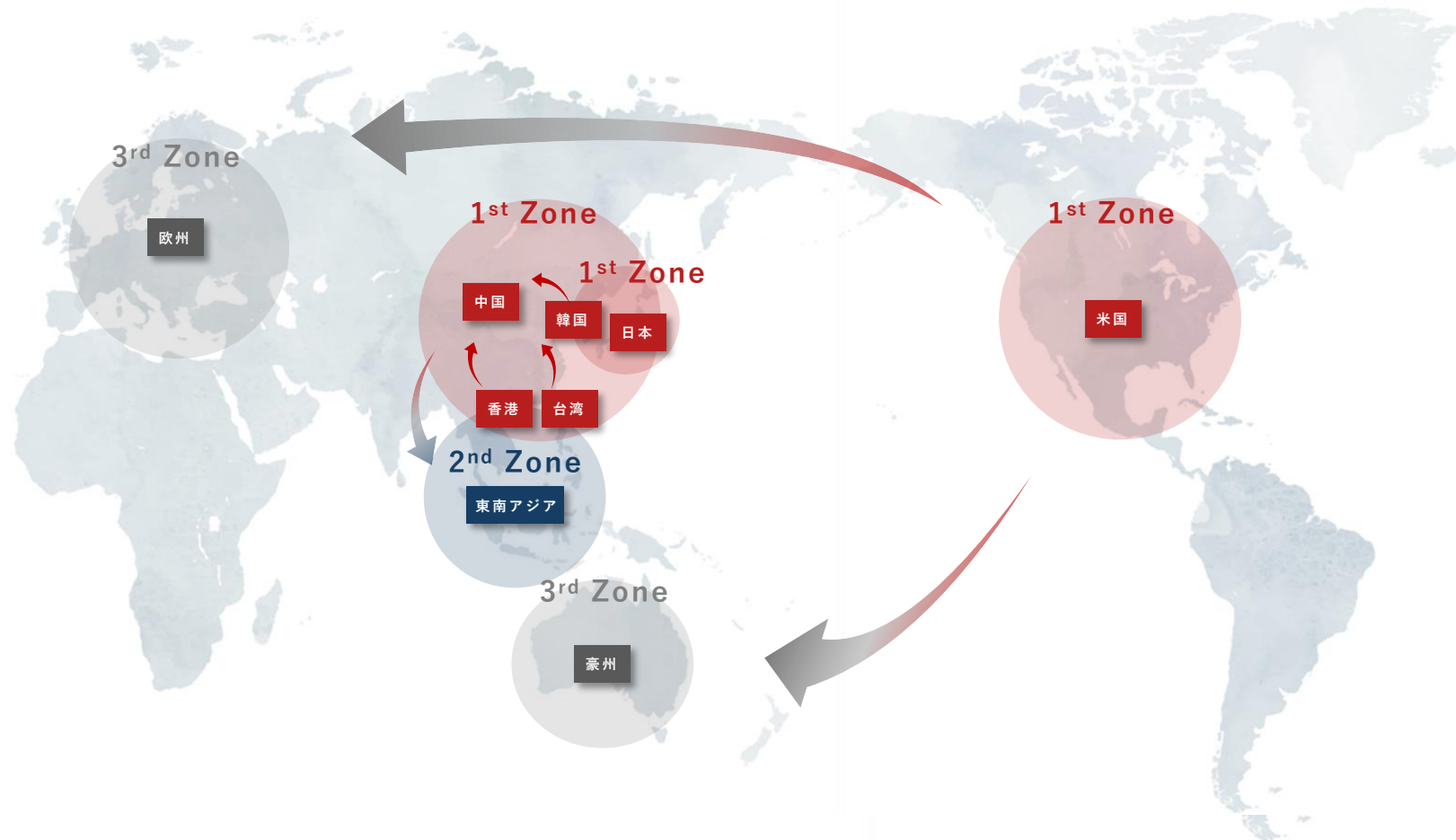
- 01 国内の状況（鳥貴族/やきとり大吉）
- 02 海外進出の状況
- 03 ブランドポートフォリオ拡充
- 04 人財基盤の強化

海外進出・展開へ向けて

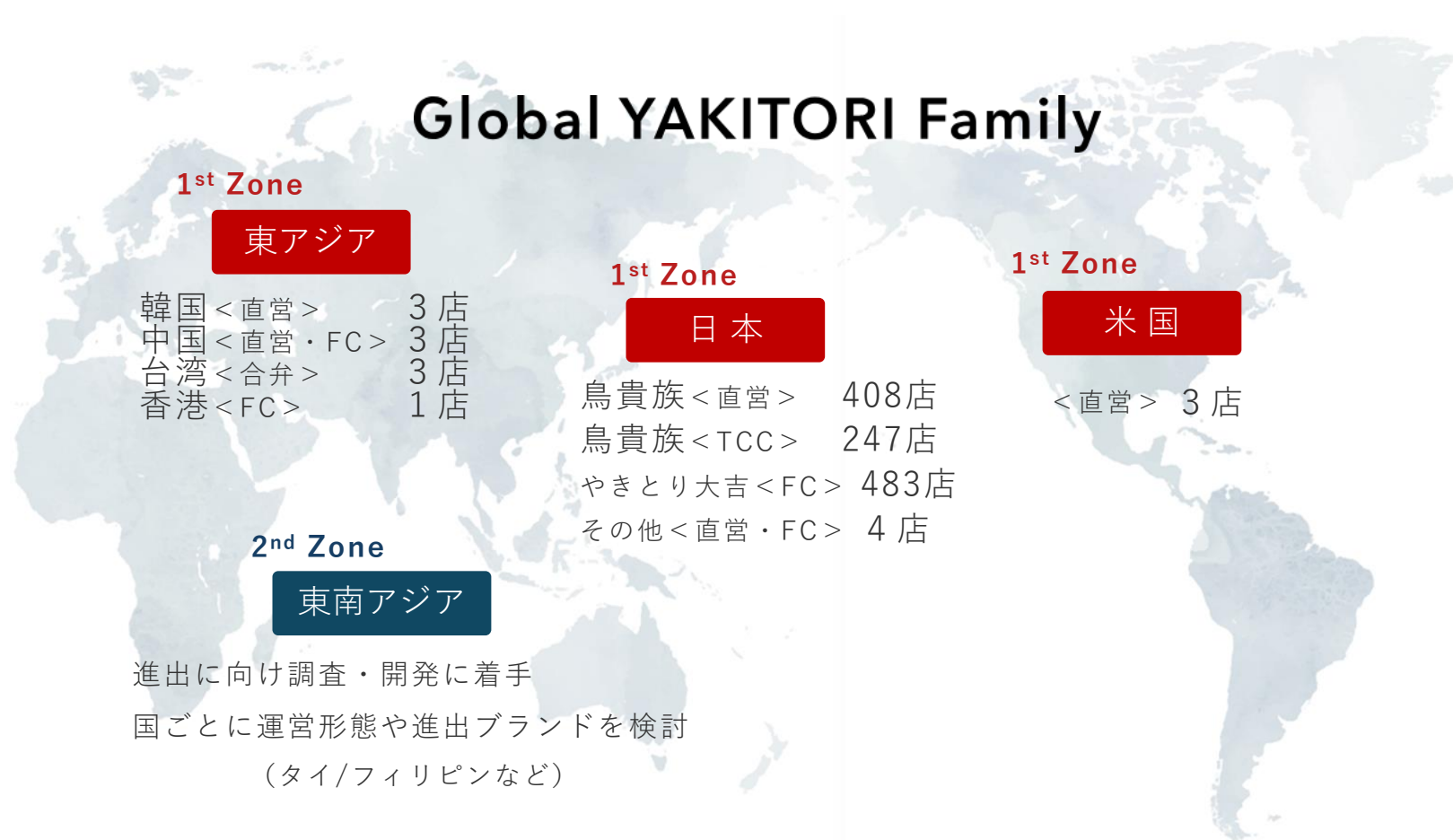
当中期経営計画では、1st Zoneと位置付けた米国、東アジアにおける店舗モデル構築と展開を計画

米国のモデルは将来的に欧州・豪州へ展開

東アジアでは、韓国・台湾・香港を足がかりに中国市場への展開、そして東南アジアへの拡大を目指す



2024年5月の米国における現地焼鳥店の事業譲受を皮切りに1st Zone各国へ進出を開始
焼鳥のリーディングブランド不在の各国で速やかに展開すべく、複数カ国同時進行で展開を加速



海外／出店エリア拡大・新規出店による成長



米国

ロサンゼルス近郊で発生した山火事の直接的な影響はなく、既存店は想定を上回る集客状況

zokuの週6日営業に向けた体制強化や3店舗体制の収益化、ファストフード業態の開発に取り組む

zoku Riviera店 (24/8)



営業時間 17:00 - 21:00

席数 36席

- シェフの育成を優先し開業当初から週4日営業を実施、2025年1月から週5日営業に拡大
- 地元客の予約・ウォークイン来店により営業は盛況
- 口コミサイトの評価が地域の焼鳥店で最も高く、地元メディア『Los Angeles Times』に取材されるなど高い話題性



HASU Gardena店 (24/5 事業譲受)



営業時間 17:00 - 21:00

席数 48席

- すでに地元客に定着しており業績は安定推移
- お酒と焼鳥のペアリングイベントも高評価

TORIKIZOKU Torrance店 (25/2)



営業時間 17:00 - 21:30

席数 46席

- 許認可の関係から開業に遅れが生じたもののzokuの話題性も追い風にグランドオープン、連日大行列

Los Angeles

TORIKIZOKU Torrance店 (25/2)

アジア人も多く住む商業/住居集積エリアに米国版 鳥貴族 1号店を出店

オープン日には多数の来客とメディア取材があり、zokuの話題性を引き継ぐかたちで好スタート

8ドル均一/4ドル均一の2プライスで開業し、お客様の反応を踏まえながらメニューエンジニアリングを継続



<p>OTSUMAMI Oshinko (Assorted Pickles) Toriki Salad Curry Potato Salad Avocado Truffle Tofu</p> <p>KUSHIYAKI Harami Beef</p> <p>DRAFT BEER Sapporo Sanjory Malts</p> <p>SAKE Kubota Junmai Daiginjo Jyozen White Junmai Gingo Saijin Junmai Karakuchi</p> <p>SOFT DRINK Jincori (Jumbo Cream Soda)</p>	<p>SHISHITO Shishito Age Agedashi Tofu Soup Gyozo Okonomiyaki</p> <p>TAKOYAKI Karage (JP Fried Chicken) Spicy Karage Aj Fry</p> <p>SMALL MAIN Yuzu Shio Ramen Soboro Don (Ground Chicken Rice Bowl)</p> <p>COCKTAIL Shiso Sour Yuzu Sour Sweet Ginger Sour Sukonbu Sour (Sweet Vinger Kelp)</p> <p>UMESHU Nigori Umeshu</p> <p>DESSERT Chocolate Parfait</p>	<p>8ドル</p>
---	--	------------

<p>SIDES Edamame Spicy Edamame Tori Q (Cucumber Salad)</p> <p>KUSHIYAKI (SKEWER) Kizshu Yaki (Jumbo Yakitori) Momo (Thigh) Mune Wasabi (Breast) Toba (Wings) Tsukune (Chicken Meatball)</p> <p>SOFT DRINK Grape Ramune Iced Green Tea Calpis</p> <p>DESSERT Ice Cream</p>	<p>PAPRIKA MISO (Bell Pepper) Seaweed Salad Torikawa Ponzu (Chicken Skin)</p> <p>LIVER Hatsu (Heart) Sunagimo (Gizzard) Yagen (Cartilage)</p> <p>CHICKEN SOUP Miso Soup Rice Yaki Onigiri</p> <p>HOTATE (Scallop) Ebi (Shrimp) Uzura (Quail Egg) Tomato Shishito</p> <p>STRAWBERRY MILK Yuzu Soda</p> <p>HOT GREEN TEA Hot Hoji Tea</p> <p>Shiratama</p>	<p>4ドル</p>
---	--	------------

韓国（全品4,900ウォン均一）

トレンド発信地でもあり韓国屈指の若者街であるホンデに1号店を出店

1号店の開店と同時にその日の予約枠はすべて埋まるなど大盛況のスタート、その後の政局影響もなく堅調に推移
ホンデエリアでのドミナント出店に着手し、ブランド認知の向上・出店エリア拡大を目指す



ホンデ本店（2024/9）

立地 繁華街

営業時間 16：00 - 23：00

（金・土 25：00まで）

席数 43席



ヨンナム店（2025/1）

立地 繁華街

営業時間 16：00 - 22：00

席数 36席



ホンデイック駅前店（2025/2）

立地 繁華街

営業時間 16：00 - 23：00

（金・土 25：00まで）

席数 59席

中国（全品18元均一）

中国における店舗モデル確立へ向けて上海に鳥貴族1号店を出店（中国最大のSCチェーン WANDA PLAZA内）
家賃等の経済条件や今後の店舗展開を念頭に上海中心部ではなく郊外立地を選定
将来的な中国本土での展開を見据え、業態構築を進める

ショッピングセンター

蘇州
鳥貴族
TORIKIZOKU
上海



五角場店（2025/2）

立地 郊外・SC内
営業時間 11:00 - 22:00
席数 84席

台湾（全品100元均一）

台湾鶏肉大手である大成集団との合併会社のもと展開・運営

鳥貴族 海外1号店となった新光三越 台北南西店は、閉店間際までウェイティングが続くなど開業初日から大盛況
大成集団の鶏肉調達力やセントラルキッチン、サプライチェーンの下支えもあり、3店舗とも売上は高位安定



新光三越 台北南西店（2024/9）

立地 商業地・百貨店内
営業時間 11:00 - 21:30
席数 102席



ATT4FUN信義店（2024/12）

立地 繁華街・商業ビル内
営業時間 11:00 - 22:00
席数 116席



大巨蛋店（2025/2）

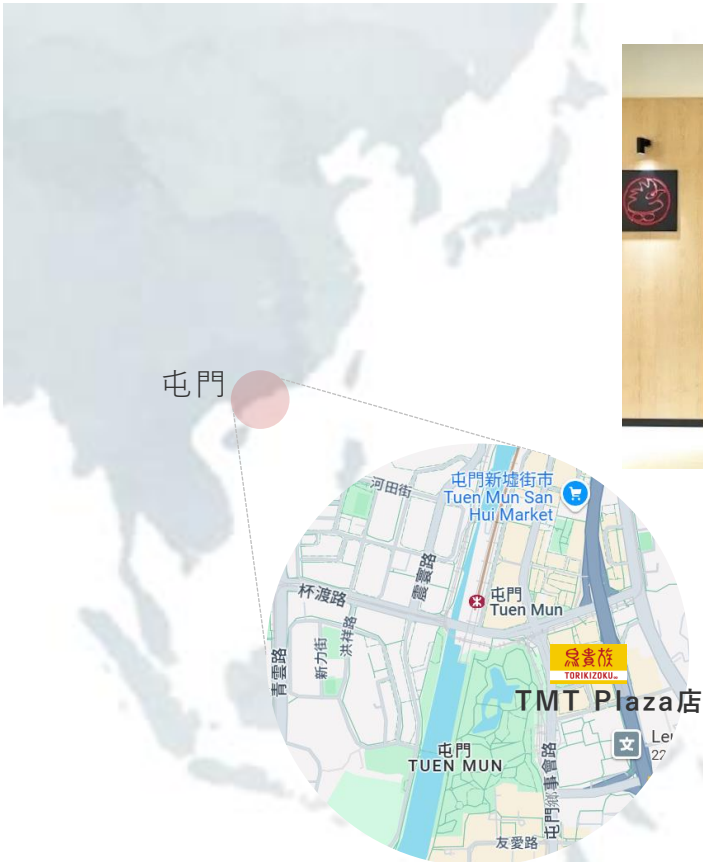
立地 路面店
営業時間 11:00 - 23:00
席数 68席



香港（29.9香港ドル/19.9香港ドルの2プライス）

香港を拠点に食品の製造・販売を手掛ける四洲集団とのFC契約のもと展開・運営
香港の中でも人口密度が高いベットタウンとして知られる屯門に1号店を出店

FCパートナーである四洲集団の店舗運営力も高く開業初日に鳥貴族全店No.1売上を記録、その後も高水準で推移



TMT Plaza店（2024/12）

立地 郊外・商業ビル内

営業時間 11：30 - 22：00

席数 92席

<29.9香港ドル>

串・釜めし・アルコール飲料 など

<19.9香港ドル>

スピードメニュー・ノンアルコール飲料 など



海外進出の状況

各国とも1号店から盛況でスタートしており、話題性・集客状況は想定以上の状況

今後、各地域の来店・注文の状況等を踏まえながらメニュー改善などの店づくりを継続し、多店舗展開を目指す

	人口推計※1	日本食店舗数※2	展開数	売上の評価	今後の想定
米国	343百万人	26千店	3店/直営		zoku営業日数拡大のために体制強化 ファストフード業態出店を2025年中に着手
韓国	51百万人	18千店	3店/直営		高単価業態「MOZU」を出店予定（後述） 現行モデルをベースに新規出店を継続 2025年 +4~5店舗
中国	1,422百万人	78千店	1店/直営 ※鳥貴族ブランド	開業直後のため 未評価	上海郊外に新規出店、検証・業態確立を継続 2025年 +3店舗
台湾	23百万人	7.4千店	3店/合併		現行モデルをベースに新規出店を継続 2025年 +2~3店舗
香港	7百万人	1.4千店	1店/FC		現行モデルをベースに新規出店を継続 2025年 +2~3店舗
東南アジア	688百万人	15千店	未出店	未出店	進出に向け調査・開発に着手 （タイ/フィリピンなど）

（※1 出所：国連、※2 出所：農林水産省「海外における日本食レストラン数の調査結果（令和5年）」）

- 01 国内の状況（鳥貴族/やきとり大吉）
- 02 海外進出の状況
- 03 **ブランドポートフォリオ拡充**
- 04 人財基盤の強化

国内外／展開モデル・ブランドポートフォリオの拡充

進出先の需要に応じたブランド展開により、焼鳥のGlobal No.1を確固たるものにする
まずは「MOZU」「八兵衛」を立ち上げるとともに、米国現地法人にてファストフード業態開発に着手

AOとの共同開発契約を締結



ミシュラン一つ星を獲得し続ける「焼鳥 市松」を生み出した竹田氏とともに
海外市場向けのLuxuryブランド「MOZU」を共同開発
2025年春 韓国ソウルに1号店を開業予定



hachibei crewとのフランチャイズ契約を締結



当社がフランチャイジーとなり「八兵衛」ブランドを冠した店舗を出店を計画
まずは大阪・東京で出店・検証したうえで海外展開を行う



米国でのファストフード業態の開発に着手

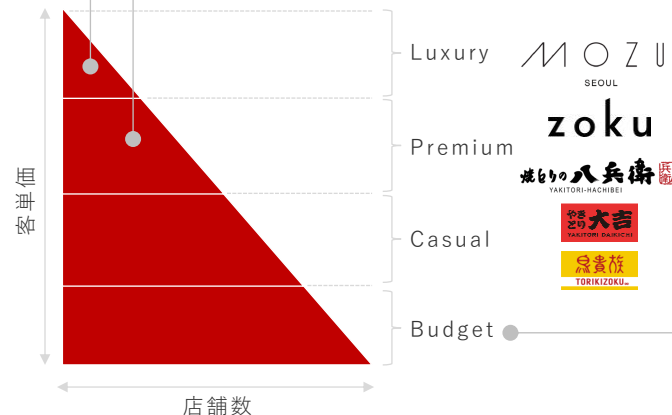


米国は酒類取扱いの許認可や仕込み・焼き手の育成に一定のハードルが存在するため、
チキンを主要食材としたファストフード業態を開発し、米国での店舗展開のドライバーとする

TORIKI BURGER



2店舗のsmallなかたちで検証中



国内外／展開モデル・ブランドポートフォリオの拡充



韓国においても高単価・本格派焼鳥店が出現している一方、本場 日本からの高級焼鳥店の参入はまだない状況
若者をターゲットに鳥貴族を展開しつつ、高級焼鳥市場でのポジションを獲得しマルチブランド体制を確立する



MOZU
SEOUL



MOZU (2025 春)

営業時間 17:00 - 22:00

席数 14席

想定客単価 20万ウォン

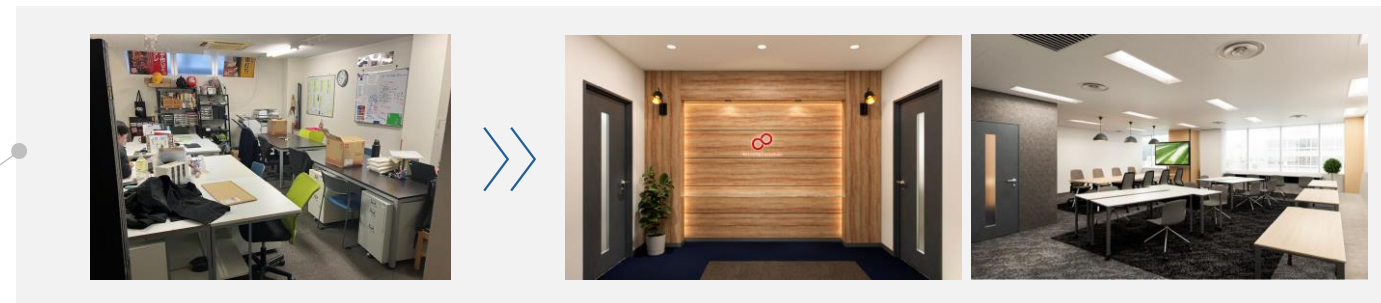
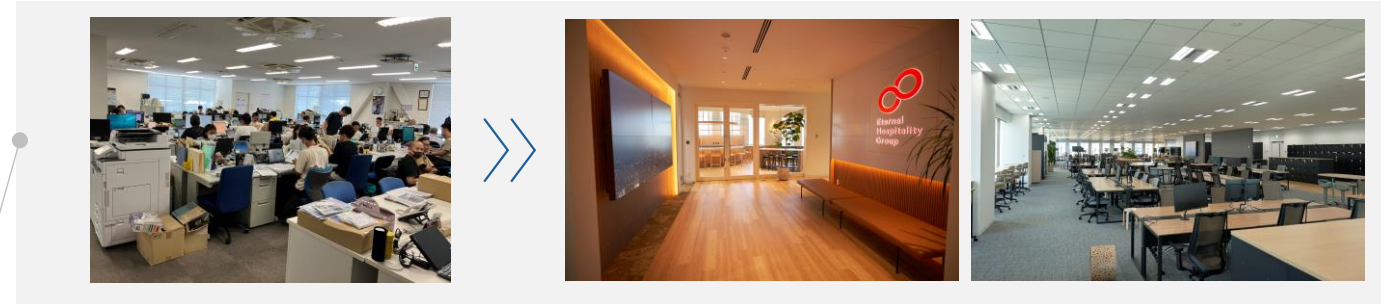
- 01 国内の状況（鳥貴族/やきとり大吉）
- 02 海外進出の状況
- 03 ブランドポートフォリオ拡充
- 04 人財基盤の強化

人財基盤の強化 - 社員の待遇改善 -

社員の待遇改善のみならず、職場環境の改善や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

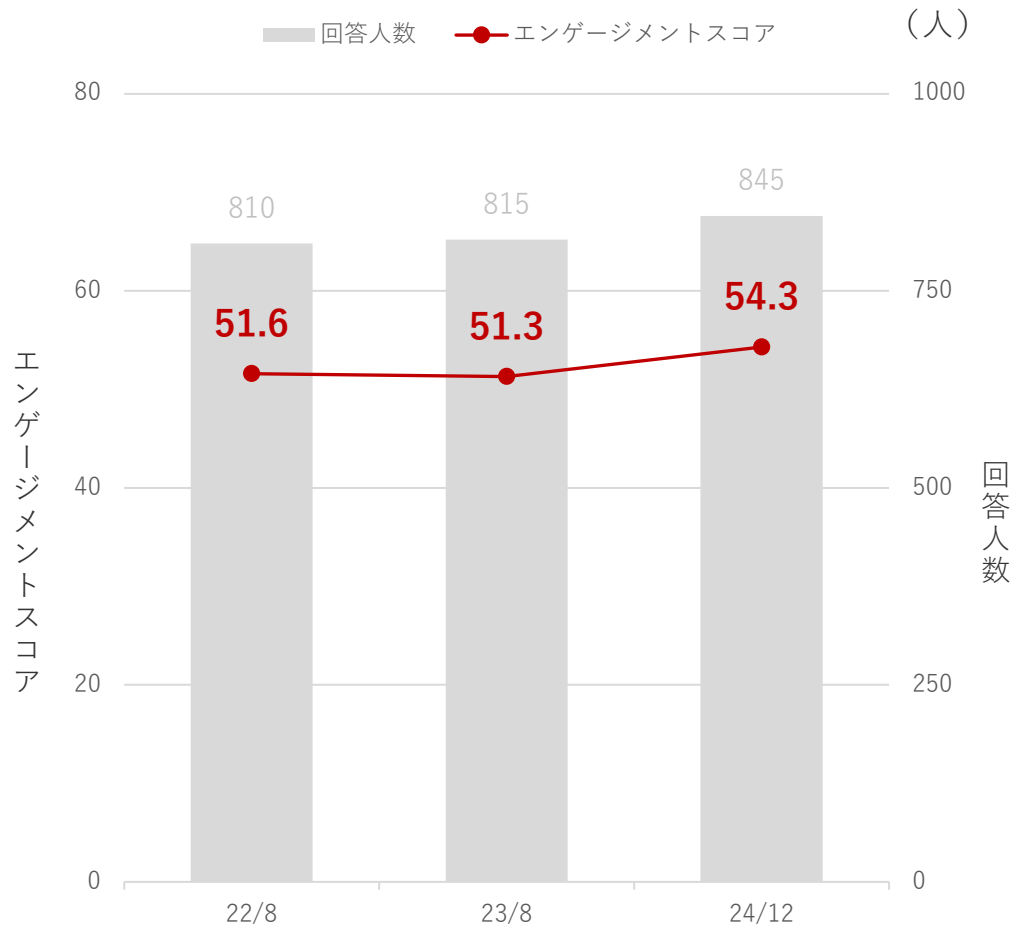
<直近の主な取り組み>

- 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）



人財基盤の強化 - エンゲージメントスコア -

社員の働きがいと働きやすさを高めるための人事施策の企画・展開に活用するため定期的にES調査を実施
直近の調査では過去最高のスコアとなり施策に対する一定の効果を確認、今後も改善活動を継続



○ 全社的なエンゲージメントスコアが向上

全体としてスコアが向上し、過去最高の54.3
全64項目のうち40項目の満足度が向上

△ 役職や社歴によってはスコアが低下傾向

調査結果を踏まえ改善を計画

- 経営層によるコミュニケーション強化や一体感の醸成
- 役職に応じた成長機会の提供
- 継続的な業務整理、負荷軽減
- 入社前後のギャップ調査と採用・育成プロセスの見直し

人財基盤の強化 - 飲食業界3社 合同説明会 -

新卒採用活動の競争が激化するなか、1社単独ではなく飲食業界で影響力のある3社による合同説明会を開催

企画趣旨

外食産業は今後世界で競争できる産業のひとつであると考え、関西発でありながらグローバル市場で切磋琢磨している3社が業界の現状や将来の展望、そして、「働く舞台が国内に留まらず、世界にもある」という新たな可能性を発信、国内外食業界をはじめ海外志向の学生に魅力的な機会を創出する

実施概要

各社代表によるパネルディスカッションの後、各社の個別説明会を実施

登壇者：株式会社エターナルホスピタリティグループ 代表取締役社長 CEO 大倉 忠司

株式会社トリドールホールディングス 代表取締役社長 兼 CEO 栗田 貴也

株式会社FOOD & LIFE COMPANIES 代表取締役社長 CEO 山本 雅啓



関西発!グローバル展開を牽引する
**飲食業界3社
合同説明会**

飲食・店舗ビジネスの
キャリアに興味がある方は
ぜひご参加を!

株式会社トリドールホールディングス
栗田 貴也
丸亀製麺

株式会社エターナルホスピタリティグループ
大倉 忠司

株式会社FOOD & LIFE COMPANIES
山本 雅啓

2/28 金 時間 13:30-16:00(開場12:30)
場所 TKP大阪梅田新道 参加費 無料



『外食アワード2024』外食事業者部門を受賞

<外食アワードとは>

外食産業記者会創立25周年記念事業として、外食産業の発展と食文化醸成を目的に創設された表彰制度。加盟社の登録記者が参加し、毎年活躍・話題となった人物を選出・報道し、後日表彰式を実施。受賞者発表とともに、その年を象徴する“外食キーワード”も選出・公表される。

出典：外食産業記者会ホームページ「外食アワード2024」 <http://www.g-kishakai.net/award2024.html>

受賞理由

均一価格業態の先駆け「鳥貴族」の展開に加え、「やきとり大吉」を傘下に収め、大衆焼鳥最大チェーンを確立。

さらに、「焼とりの八兵衛」やミシュラン一つ星の「焼鳥 市松」との協業を進め、幅広い焼鳥ブランドを展開するグループへと成長。

新たなビジョン「Global YAKITORI Family」のもと、2024年には「zoku」をロサンゼルス、「鳥貴族」を台湾・韓国に出店し、“YAKITORI”の世界展開を推進。こうした功績が評価され、今回の受賞に至った。

外食アワード 2024



參考資料

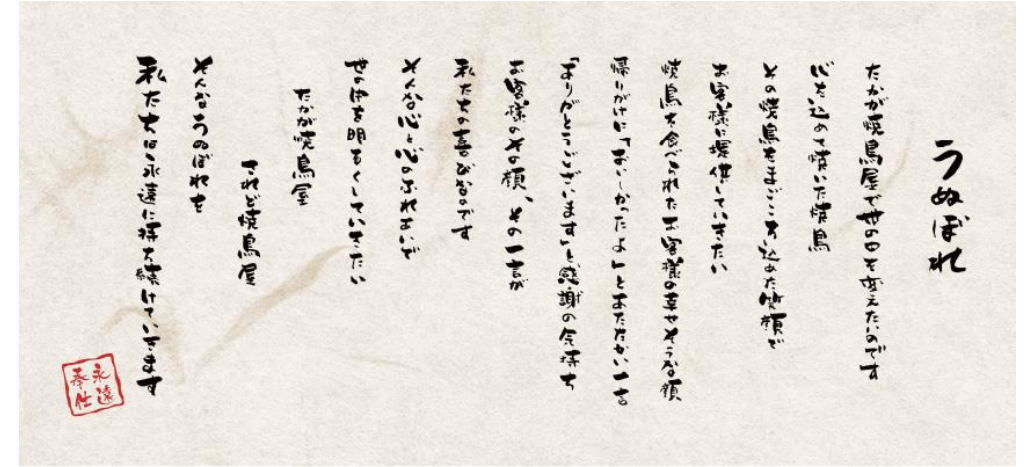


Eternal Hospitality Group



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 大阪府中央区淡路町4-2-13 アーバンネット御堂筋ビル 20 階

本店 大阪府浪速区立葉 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（2024年7月末現在）

グループ会社 株式会社鳥貴族、株式会社TORIKI BURGER、ダイキチシステム株式会社
TORIKIZOKU USA INC. TORIKIZOKU KOREA INC. Torikizoku Shanghai Co.,Ltd.

グループ従業員数 従業員数 919名（2024年7月末現在）
（外、平均臨時雇用者数※3,739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/>