

2025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

2025年 7 月期 業績

2025年 7 月期 決算概要（連結）

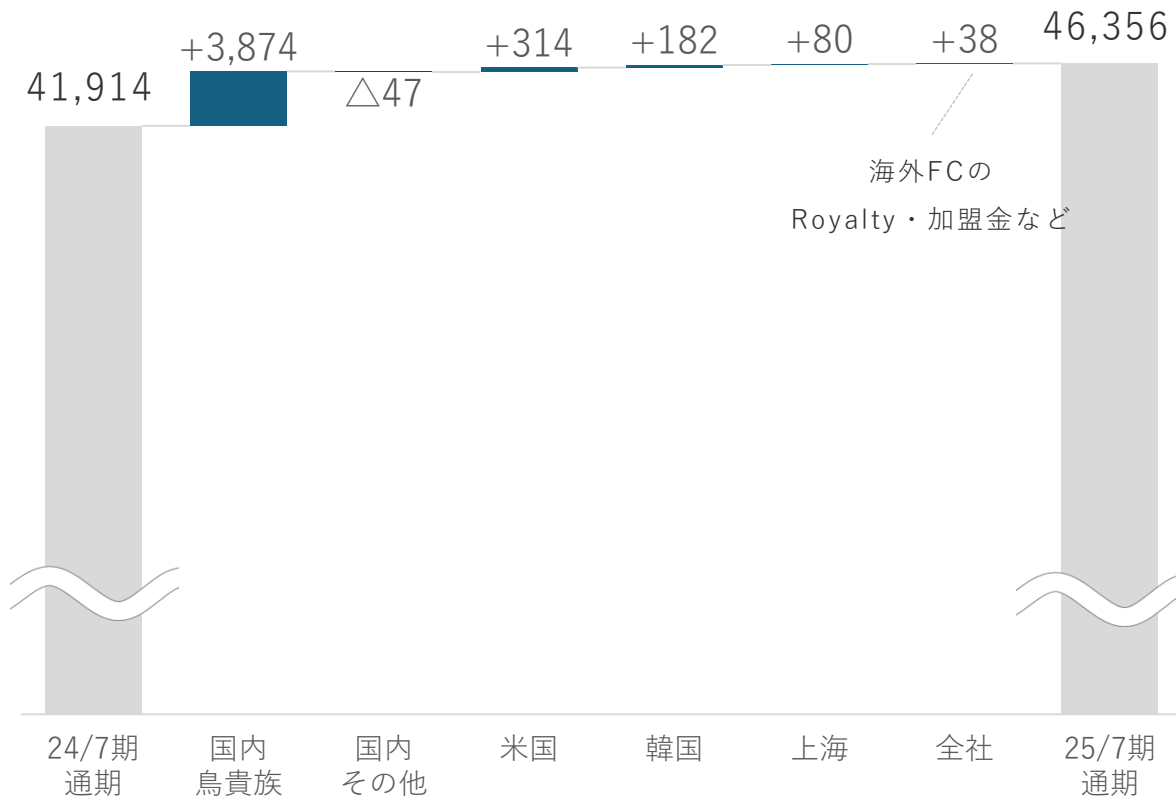
- 売上高は国内の出店および既存店増収、さらに海外出店の効果により前期比で増収基調を維持
- 営業利益は、原価率上昇や海外現地法人の先行赤字により前期実績を下回ったが、修正予想比では売上高・営業利益ともに上回って着地

(単位：百万円)	2024年7月期 累計 実績 (売上比)	2025年 7 月期					
		累計 修正予想 (売上比)	累計 実績 (売上比)	前期比		修正予想比	
				増減率	増減額	増減率	増減額
売上高	41,914	45,335	46,356	+ 10.6%	+ 4,442	+ 2.3%	+ 1,021
売上総利益	29,086 (69.4%)	—	31,774 (68.5%)	+ 9.2%	+ 2,688	—	—
販管費	25,837 (61.6%)	—	28,653 (61.8%)	+ 10.9%	+ 2,816	—	—
営業利益	3,248 (7.8%)	3,036 (6.7%)	3,121 (6.7%)	△3.9%	△127	+ 2.8%	+ 85
経常利益	3,261 (7.8%)	3,026 (6.7%)	3,103 (6.7%)	△4.9%	△158	+ 2.5%	+ 76
親会社株主に 帰属する当期純利益	2,127 (5.1%)	1,800 (4.0%)	1,720 (3.7%)	△19.1%	△406	△4.4%	△79

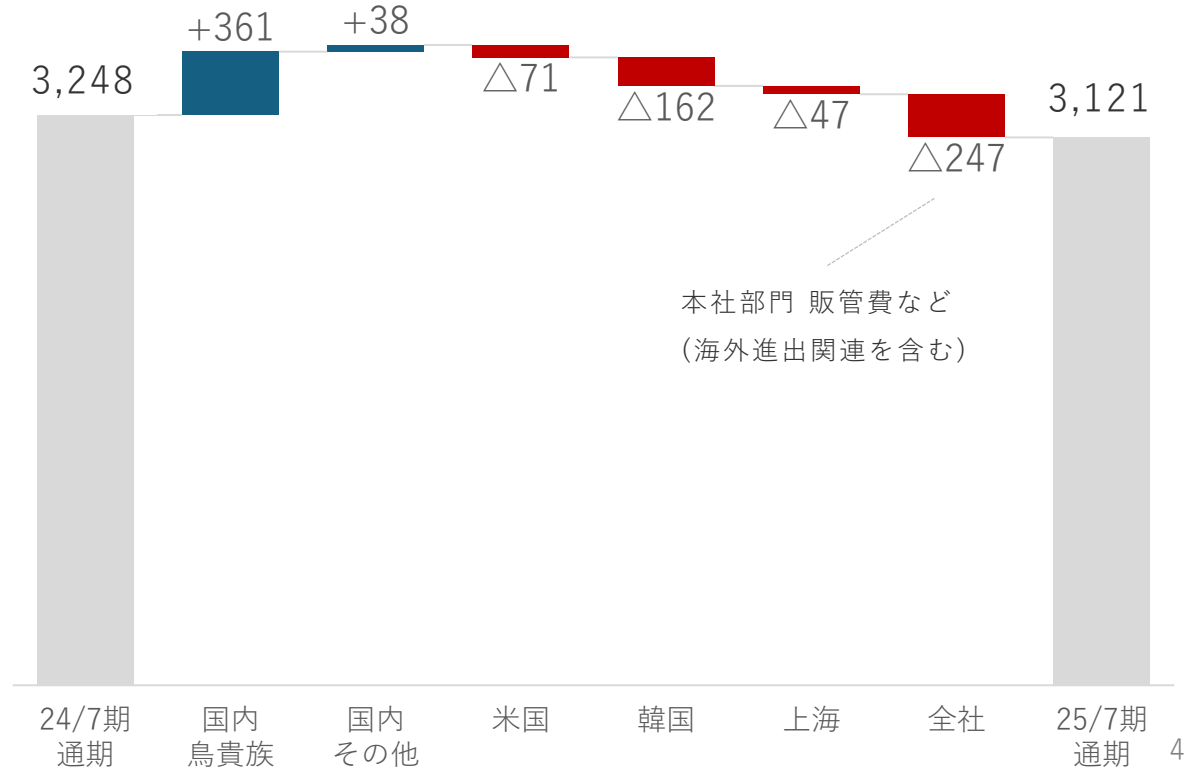
売上高及び営業利益（前年同期比）

- 国内鳥貴族の出店・既存店成長や海外出店により前年同期比で増収
- 原価上昇や運営経費増加のなか国内鳥貴族は増益を確保したものの、海外進出に伴う先行赤字により前年同期比で減益

売上高（百万円）



営業利益（百万円）



グループブランド店舗数

◆ 新規出店

国内（鳥貴族 直営：14店舗 鳥貴族 TCC※1：12店舗）
（やきとり大吉：6店舗）

海外 米国：2店舗 韓国：4店舗 中国：3店舗
台湾：4店舗 香港：1店舗

◆ 退店

国内（鳥貴族 直営：7店舗 鳥貴族 TCC：1店舗）
（やきとり大吉：18店舗 TORIKI BURGER：1店舗）



※1 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。
※2 やきとり大吉はすべてフランチャイズ店舗です。
※3 その他については、独立制度店舗モデルの鳥貴族パートナーズとTORIKI BURGERです。

					24年7月末 店舗数	2025年7月期 （累計）		25年7月末 店舗数	
						出店	退店		
日本	鳥貴族		関 西	直営店	93	3	1	95	
			関 東		228	6	5	229	
			東 海		71	2	1	72	
			九州・沖縄		6	2	0	8	
			東北		3	1	0	4	
		小 計				401	14	7	408
			関 西	TCC※1店	143	1	1	143	
			関 東		86	4	0	90	
			北海道		3	3	0	6	
			中国・四国		5	2	0	7	
			北陸		1	1	0	2	
			九州・沖縄	4	1	0	5		
			小 計				242	12	1
	合 計				643	26	8	661	
やきとり大吉※2				FC店	489	6	18	477	
その他※3					4	0	1	3	
国内合計					1,136	32	27	1,141	
海外	米国	HASU/zoku/鳥貴族	直営店	1	2	0	3		
	韓国	鳥貴族/mozu	直営店	0	4	0	4		
	台湾	鳥貴族	合併	0	4	0	4		
	香港	鳥貴族	FC店	0	1	0	1		
	中国	鳥貴族	直営店	0	3	0	3		
		やきとり大吉	FC店	2	0	0	2		
	海外合計				3	14	0	17	
グループ総計					1,139	46	27	1,158	

創業40年で初の親子コラボを実施、数量限定メニュー提供やアプリ限定の親子対談動画配信を展開
当初の想定を超えてアプリDL数は累計160万を突破、お客様とのタッチポイントとして活用



大倉 忠義さんは創業者・大倉 忠司氏の長男で鳥貴族と同じ年。40周年を機にコラボを快諾いただき、監修メニュー提供や親子初共演の対談動画で40周年を盛り上げる。

大倉忠義さん考案メニュー

串ナゲットグリーン



ニラ玉グリーン



対談動画



ノベルティグッズ

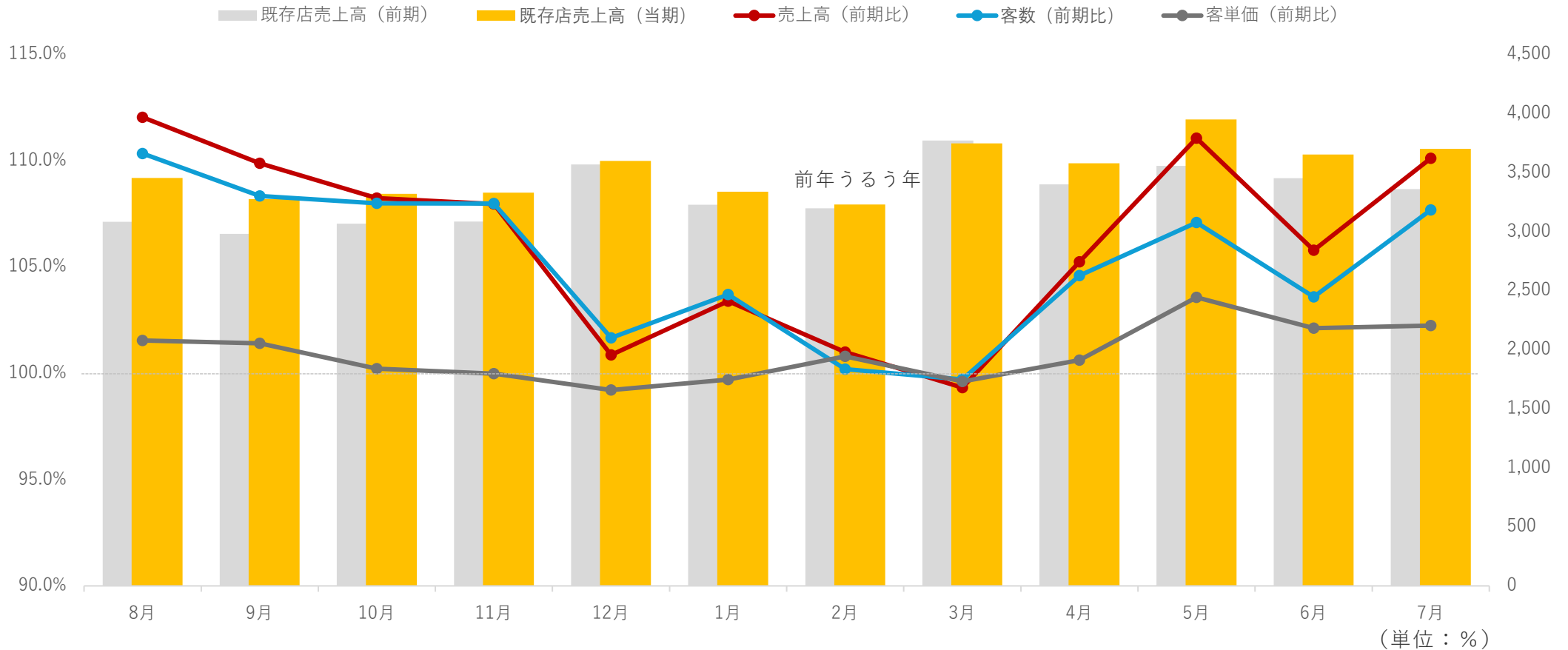


監修メニュー期間：2025年5月1日～2025年7月31日(延長)

ノベルティグッズ抽選期間：2025年5月1日～2025年6月30日

特設サイトURL：<https://torikizoku-40th.jp/>

既存店売上高 前年同月比推移



※ 上表は、直営店舗を対象としております。

※ 前年同月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。

鳥貴族 1 号店・鳥貴族記念館

40周年を記念して、また地域の方々やお客様に感謝して創業の地に 1 号店を再現

鳥貴族記念館を併設し、一般の方へ鳥貴族のあゆみを展示

社員や取引先、海外パートナーを招くなど、グローバル展開にも積極活用



1985年



2025年



■鳥貴族1号店「俊徳店」
住所：大阪府東大阪市永和一丁目26-22 1階（JR俊徳道駅 徒歩3分）
営業：2025年5月1日～10月31日 17:00～22:00
詳細：<https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2025/05/2025.5.1-1.pdf>

■鳥貴族記念館
住所：同ビル2階
開館：木曜日～日曜日15:00～19:00（各回予約制）
詳細：<https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2025/05/250529.pdf>

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

Global YAKITORI Family

1st Zone

東アジア

韓国	<直営>	4 店
中国	<直営・FC>	5 店
台湾	<合併>	4 店
香港	<FC>	1 店



1st Zone

米国

<直営> 3 店



2nd Zone

東南アジア

進出に向け調査・開発に着手
国ごとに運営形態や進出ブランドを検討
(タイ/ベトナム/フィリピンなど)



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 7月期末	増減
流動資産	10,747	10,468	△278
(うち現金預金)	8,361	7,415	△945
固定資産	9,907	10,914	+1,006
資産合計	20,654	21,382	+728
流動負債	8,011	7,842	△168
(うち有利子負債)	1,057	1,281	+223
固定負債	3,950	3,765	△185
(うち有利子負債)	2,356	2,114	△241
負債合計	11,961	11,607	△354
純資産合計	8,692	9,774	+1,082
自己資本比率	42.1%	45.7%	+3.6pt

(単位：百万円)	2024年7月期 累計実績	2025年7月期 累計実績
営業キャッシュ・フロー	4,441	2,492
税引前当期純利益	3,159	3,029
減価償却費	887	1,194
のれん償却費	27	27
減損損失	95	48
売上債権の増減額	△159	△330
仕入債務の増減額	279	318
法人税等の支払額	△335	△1,512
その他	487	△282
投資キャッシュ・フロー	△1,990	△2,694
有形固定資産の取得による支出	△1,554	△2,317
その他	△435	△376
財務キャッシュ・フロー	△2,721	△689
長期借入れによる収入	1,500	1,000
長期借入金の返済による支出	△3,848	△1,120
配当金の支払い	△139	△533
その他	△233	△36
現金及び現金同等物に係る換算差額	26	△69
現金及び現金同等物の期末残高	8,445	7,485

2026年 7 月期 通期連結業績予想

- 国内既存店の成長に加え、国内外の出店増や前期出店店舗の通期寄与により増収を計画
- 海外は引き続き先行赤字を想定するが、来期からの利益寄与に向けて上海・韓国で新規出店を加速
- 期首からの賃上げ・休日数増加や運営経費の増加等を織り込みながらも増益を計画

(単位：百万円)	2025年7月期 通期実績 (売上比)	2026年 7 月期		
		通期予想 (売上比)	前期比	
			増減率	金額
売上高	46,356	52,355	+12.9%	+ 5,998
営業利益	3,121 (6.7%)	3,152 (6.0%)	+1.0%	+ 30
経常利益	3,103 (6.7%)	3,140 (6.0%)	+1.2%	+37
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,720 (3.7%)	1,839 (3.5%)	+6.9%	+118

- 既存店売上高 前期比
鳥貴族103.8%（上期105.8%、下期101.9%）
- 主な出店計画
国内
鳥貴族 直営 30店舗、TCC 23店舗
海外
韓国 鳥貴族 直営 10店舗
上海 鳥貴族 直営 14店舗
ベトナム 大吉 直営 1 店舗
鳥貴族 直営 1 店舗
台湾 鳥貴族 JV 3 ～ 5 店舗
香港 鳥貴族 FC 3 ～ 5 店舗

配当金

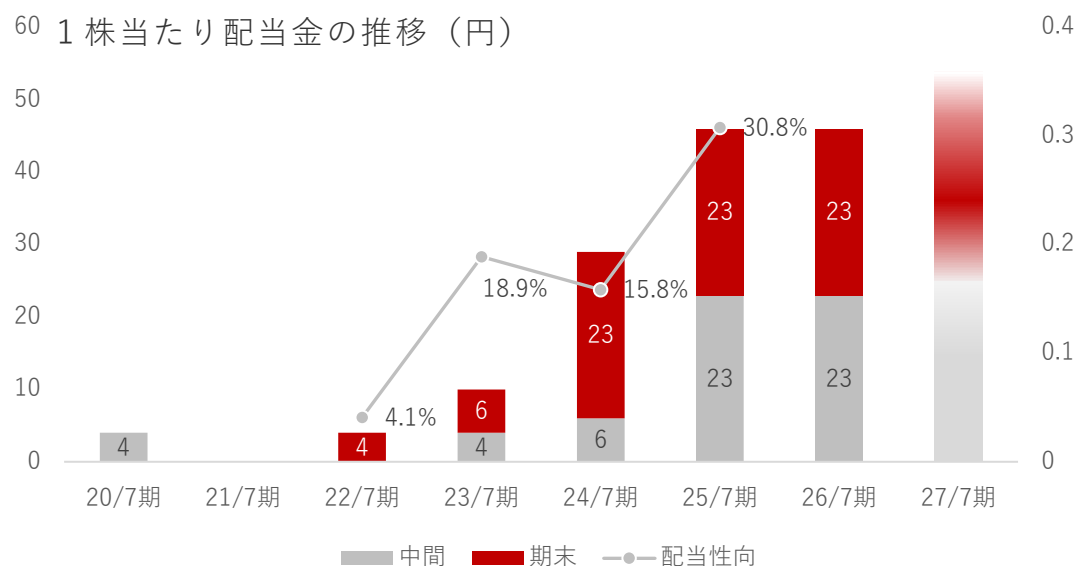
配当方針

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

<2026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23円、合計46円

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 ページへ表示
- ③電子優待券を店舗で提示

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。

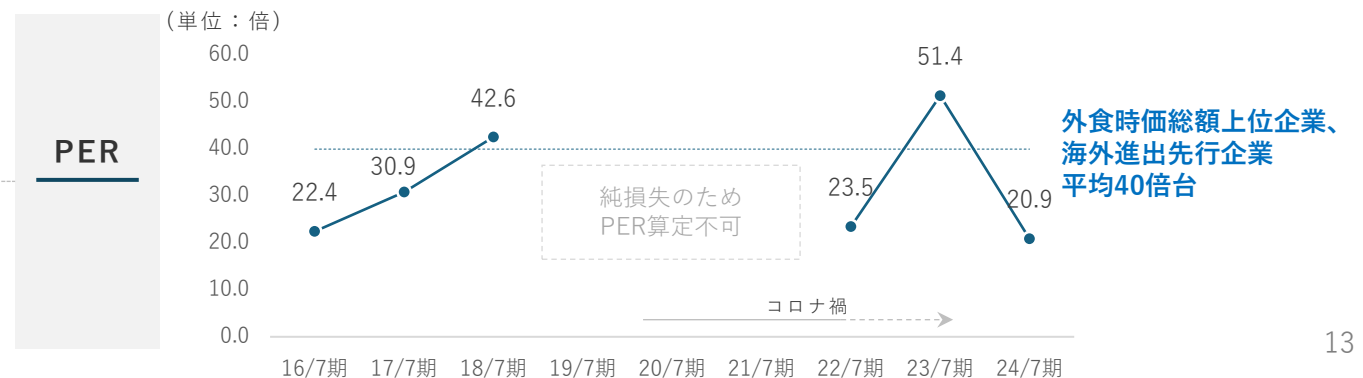
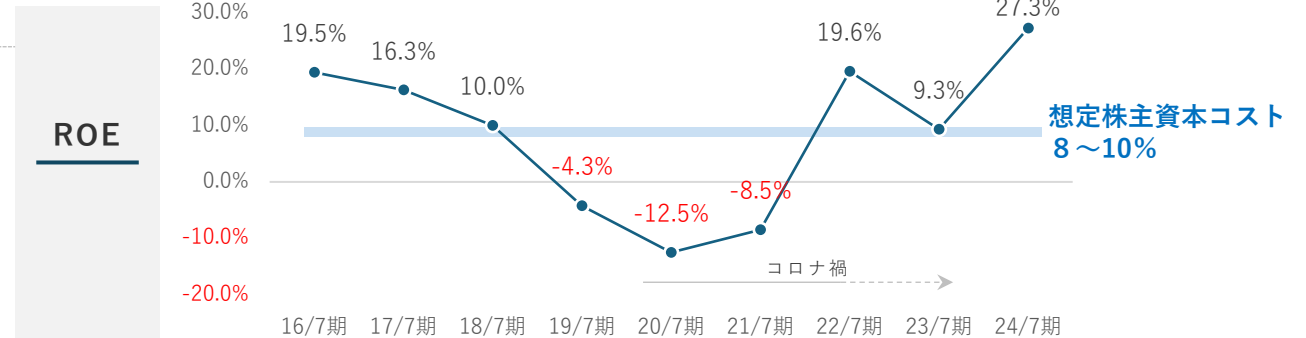
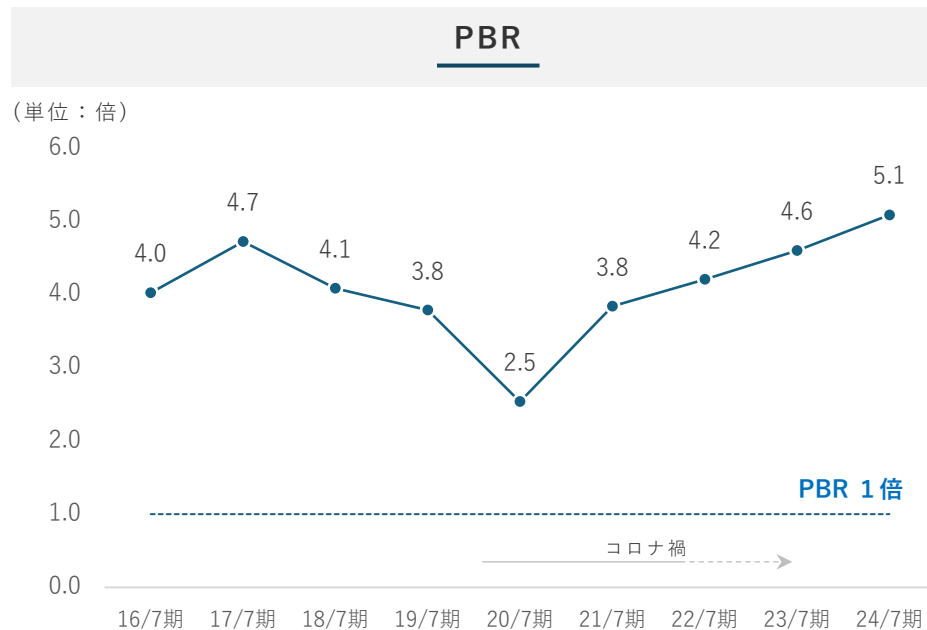
現状認識

- 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

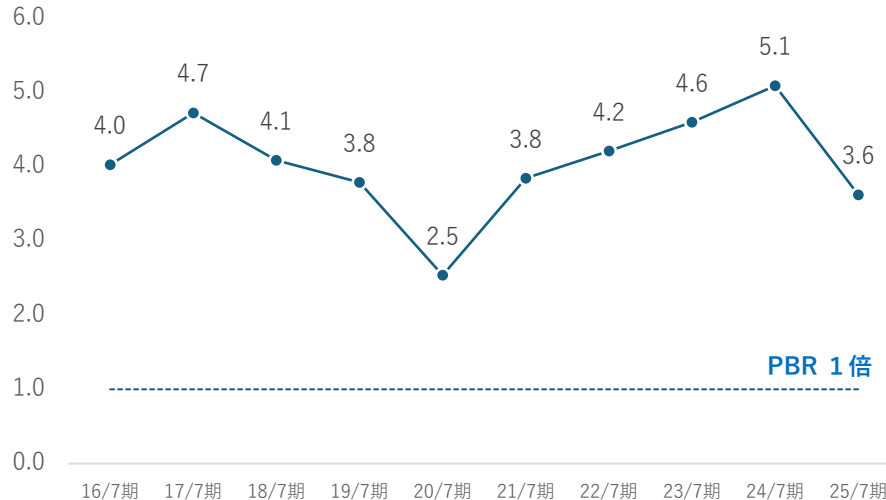
取り組みの進捗

- 海外進出に手ごたえを得たものの業績は計画を下回って着地
- ROEは資本コスト以上の水準を維持
- 株主還元の強化は完了、新たな配当方針である「配当性向20%以上・累進配当」を実施済み

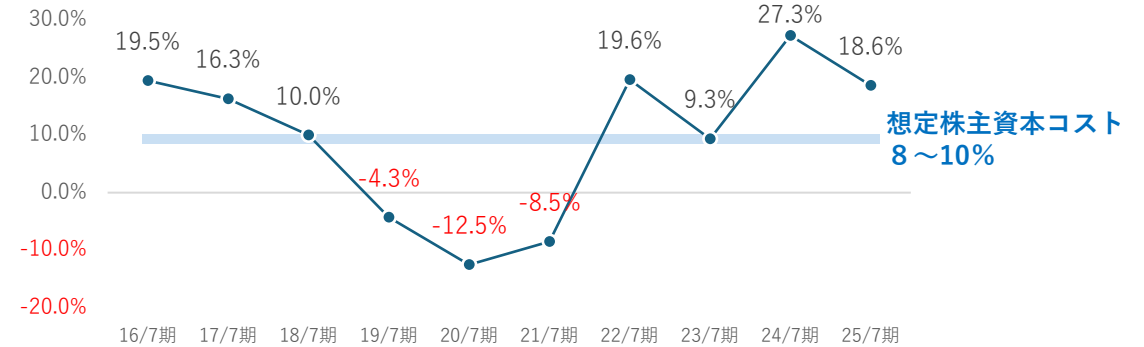
PER向上に向けての課題は、引き続き国内外での事業成長への期待醸成
グループの執行体制を強化し、国内外における新規出店を加速させ、
海外事業の業績寄与・さらなる展開を早期に実現することでPER向上を図る

PBR

(単位：倍)

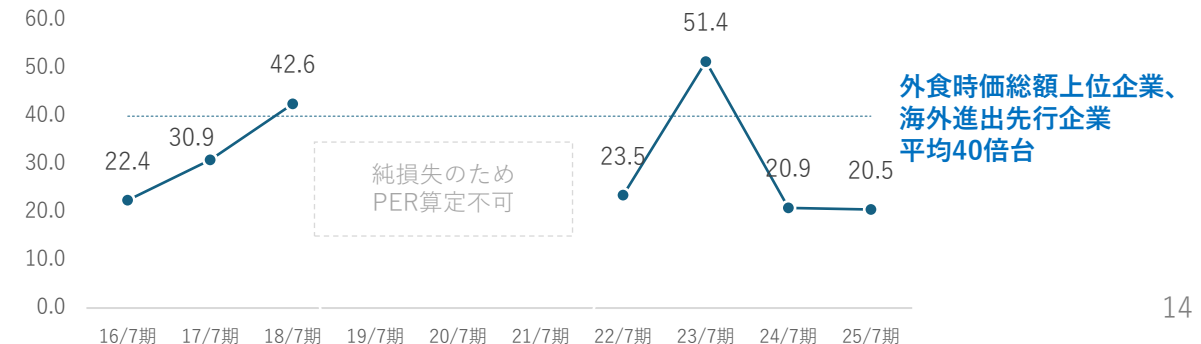


ROE



PER

(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

2026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

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

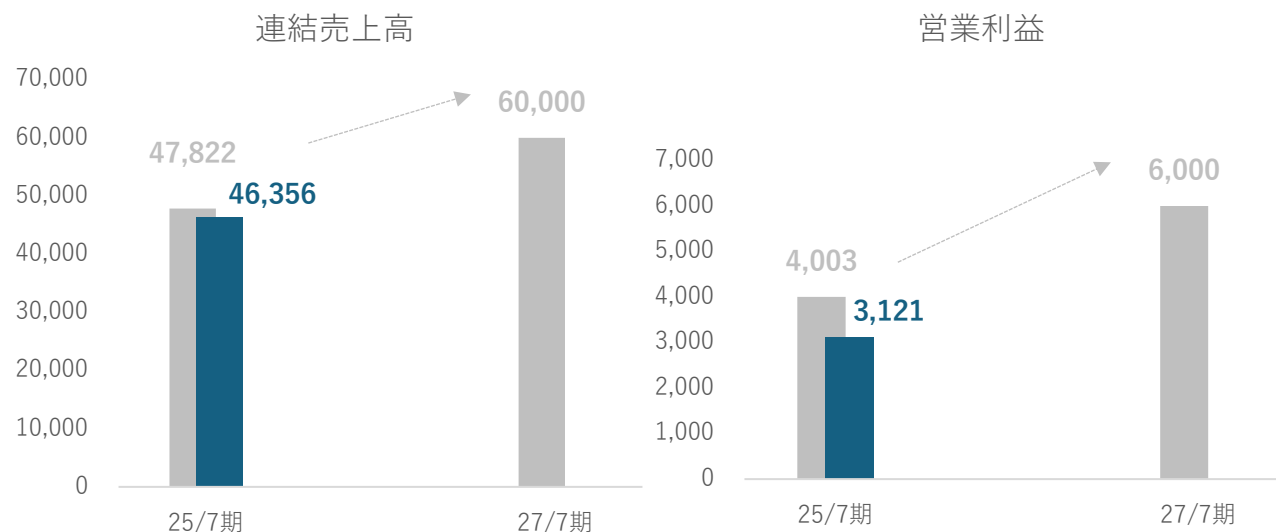
- ・展開モデル・ブランドポートフォリオの拡充と国内外への展開
- ・人財基盤の強化、研究開発の強化、最適なガバナンス体制の構築 等

	2027年7月期(目標)
売上高	600億円
うち海外売上高	60億円
営業利益	60億円
営業利益率	10%
ROE	20%以上維持

海外進出に手ごたえを得たものの業績は計画を下回って推移、中計目標とのギャップ拡大 各国の展開戦略アップデートと合わせて、数値計画の見直しを予定

初年度
概況

- 当初業績予想が下方修正にいたるなど、初年度業績は計画比 減収・減益
国内既存店売上高の計画未達
原価高などインフレ影響による利益率悪化
海外現法の先行赤字拡大（上海進出の前倒し、開業遅延、店舗モデル構築 など）
- 海外における出店数自体は概ね計画どおりで着地
- 海外店舗の売上・集客は想定を超過しており、鳥貴族ブランドや焼鳥に手ごたえ



2024年7月期 (実績)	中計目標
18.6%	20%以上維持

- グループ組織再編によるマルチロケーション・マルチブランド戦略の推進
- 執行体制（CxO体制）の拡充・強化

中計最終年度の飛躍に向け、各国・各地域の開発を推進

2026年7月期 国・地域別の方針

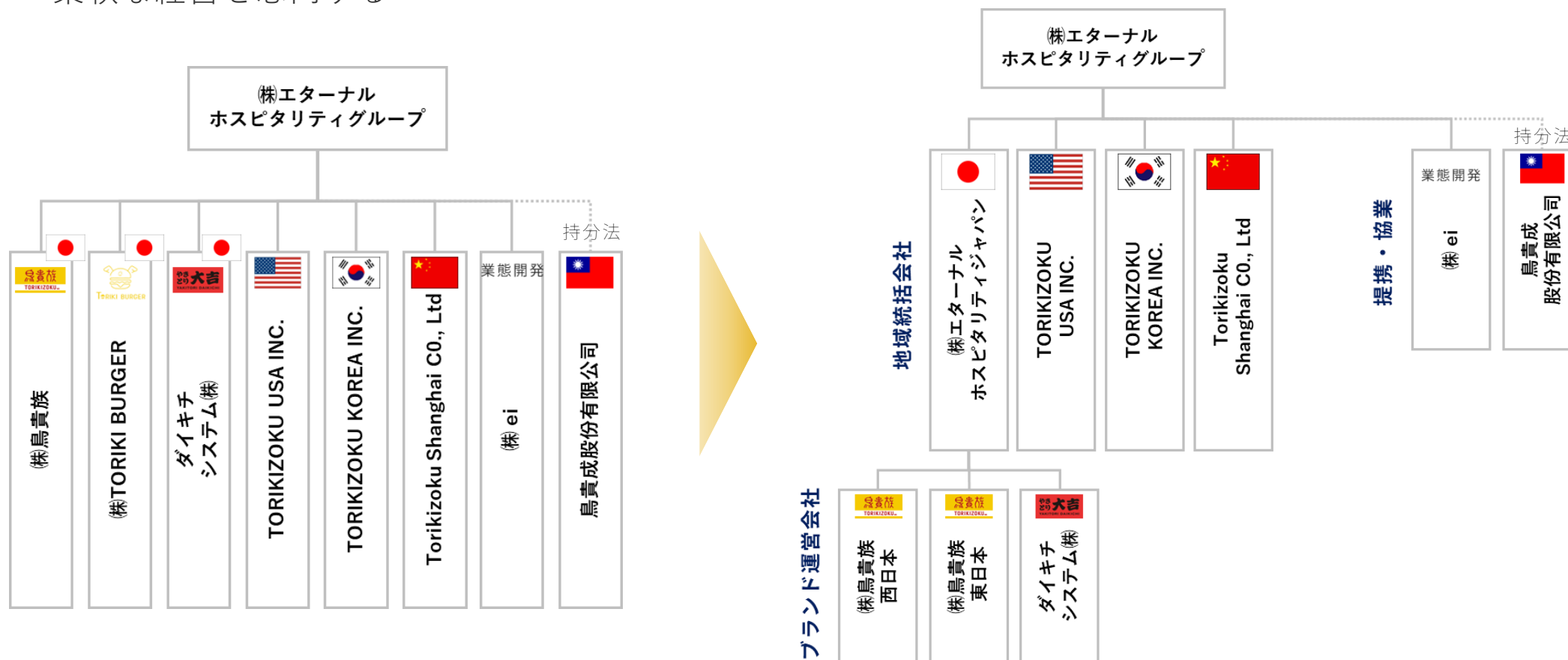
国・地域	方針	出店数
	組織再編、出店エリア見直しによる出店加速	 直営+30/TCC+23  純増転換
	既存業態の作り込み・米国展開戦略のアップデート	（既存業態のつくりこみを優先）
	店舗の採算改善・ドミナント出店の推進	 直営+10
	積極出店・ブランド認知の向上	 直営+14
 	安定出店・パートナーシップの深化	 JV・FC+3~5ずつ
	会社設立・店舗立上げ	 直営+1  直営+1
その他	その他の国・地域や業態は開発状況に応じて適宜出店を検討	



グループ組織再編（2025年8月付）

さらなるグローバル展開及び各国・各地域における最適な展開を志向し、グループ組織の再編を実施

- ・ 国、地域ごとのニーズに応じたブランド展開を実現すべく、地域統括会社を配する体制へ再編
- ・ 特に規模が大きく収益の基盤である国内鳥貴族は、さらに西日本・東日本に分割することで機動的かつ柔軟な経営を志向する



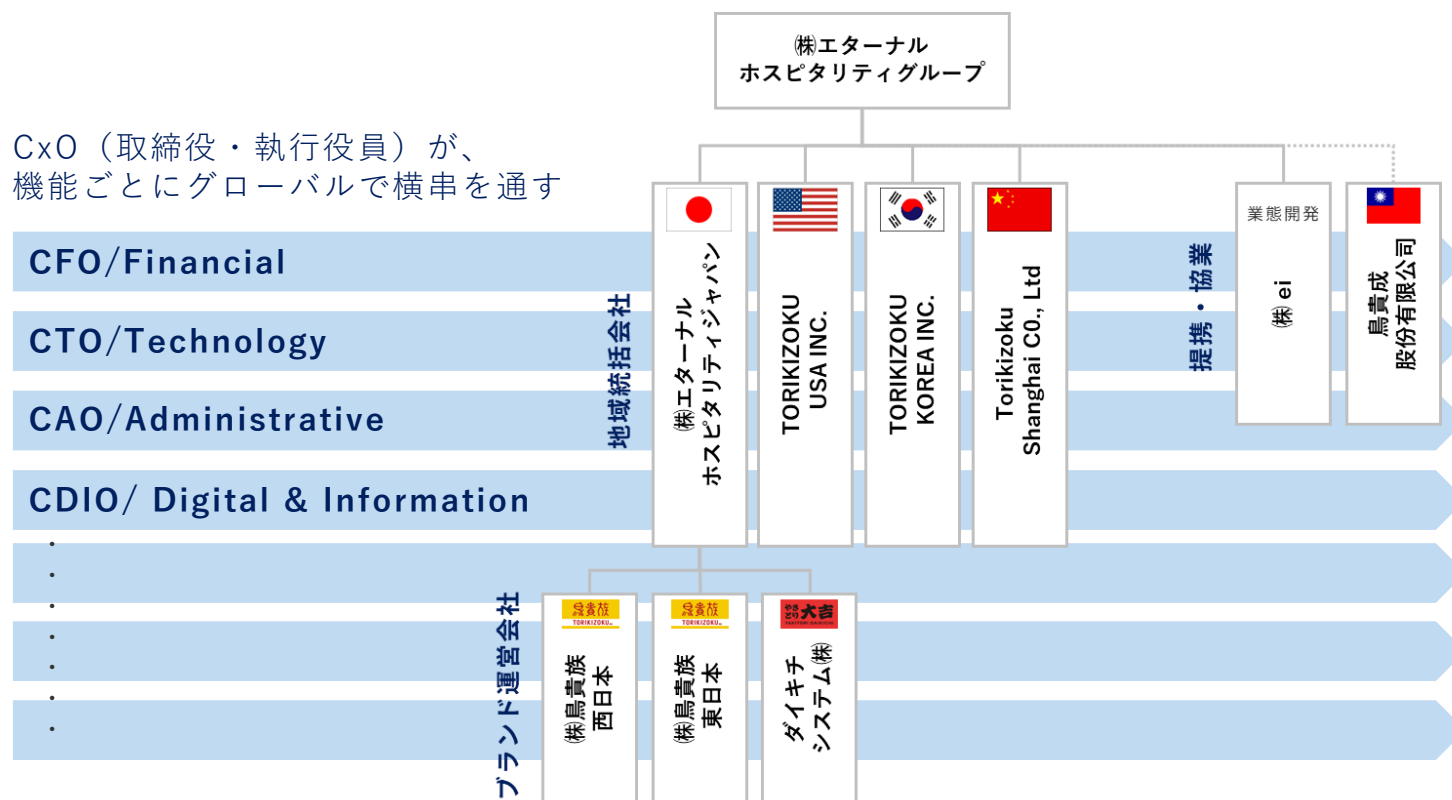


執行体制（CxO体制）の拡充・強化

再編にあわせ、グループ横断的な執行体制を実現・強化すべくChief Officer (CxO)体制を拡充

- 内部登用だけでなく積極的な外部人材の招聘を通じ、CxO体制の強化を継続
- 当期からDX領域や社内外に向けたコミュニケーション領域の執行役員が新たに着任

CxO（取締役・執行役員）が、機能ごとにグローバルで横串を通す



執行役員CDIO

Chief Digital Information Officer

中林 章

新卒でパナソニック入社
2022年7月にくら寿司へ転職、DX本部を立ち上げDXを推進
2025年7月 当社 執行役員CDIOに就任



執行役員CCO

Chief Communication Officer

関口 照輝

新卒でユニクロ入社
その後、力の源ホールディングス入社
採用・教育責任者としてグローバル採用に従事
2020年3月 独立
2025年8月 当社 執行役員CCOに就任

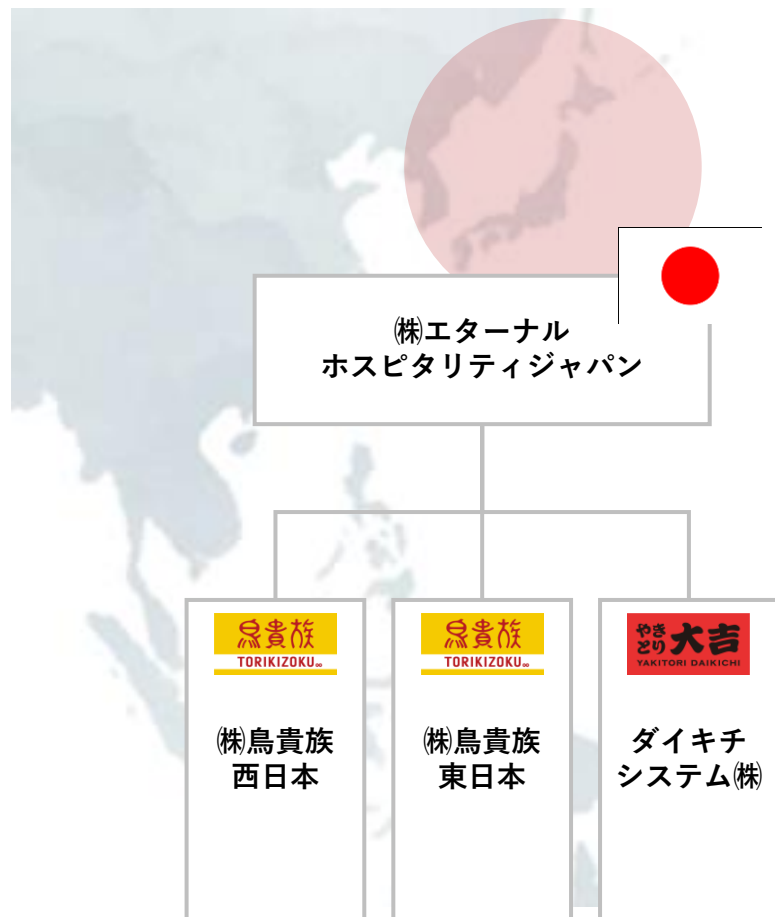


新規出店の加速



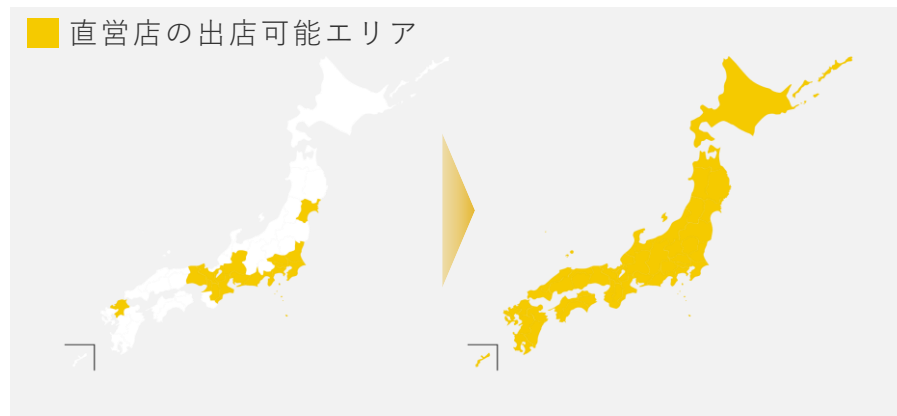
鳥貴族運営会社の東西分割

- 組織再編により(株)鳥貴族を東西に分割
- 機動的な意思決定により新規出店をスピードアップ



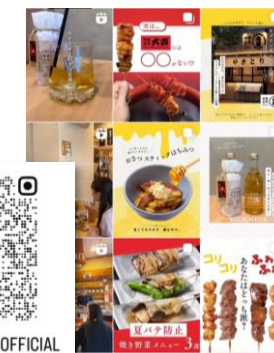
出店エリアの自由化

- 新規出店における直営とTCCのエリア分けを廃止
- TCCに比べてリソースを有する直営が先陣を切って出店を加速、2030年全国1,000店舗へ



独立希望者のニーズ対応とSNSによる情報発信

- 独立希望者の地元で開業できる新たなFCパッケージを導入、立地的な制約を無くすことで独立開業を促進





ブランド強化・既存店売上の向上



グランドメニューのブラッシュアップ

フェアメニューだけでなく、定期的にグランドメニューをブラッシュアップ
商品出数や客層データ、お客様からのご意見等を商品開発に反映



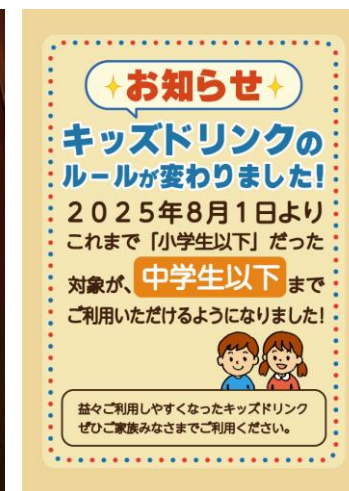
ご飯メニューとビアカクテルを追加

食事満足度の向上や多様化する飲食ニーズに対応



35年ぶりのリニューアル

鳥貴族の焼鳥に合うオリジナルスパイスを
スパイス大手のギヤバンと共同開発



キッズドリンク

リニューアル



ブランド強化・既存店売上の向上



鳥貴族ブランドの強化・お客様のロイヤリティ向上

大好評だった「40周年 親子コラボ」に引き続き、長くご愛顧いただいているお客様や創業当時を知らないお客様にも楽しんでもいただけるフェアメニューを提供

一貫性あるブランド発信によりお客様のロイヤリティ向上を図る

『うぬぼれ続けて創業40周年 ありがとうフェア』

創業者 大倉 忠司が考案した当時の人気メニューも復刻、2か月サイクルでメニューを展開



※写真はイメージです。※無くなり次第、終了となります。※一部実施していない店舗がございます。

- 第1弾 2025年8月1日～9月30日
- 第2弾 2025年10月1日～11月30日
- 第3弾 2025年12月1日～2026年1月31日
- 第4弾 2026年2月1日～3月31日
- 第5弾 2026年4月1日～5月31日
- 第6弾 2026年6月1日～7月31日



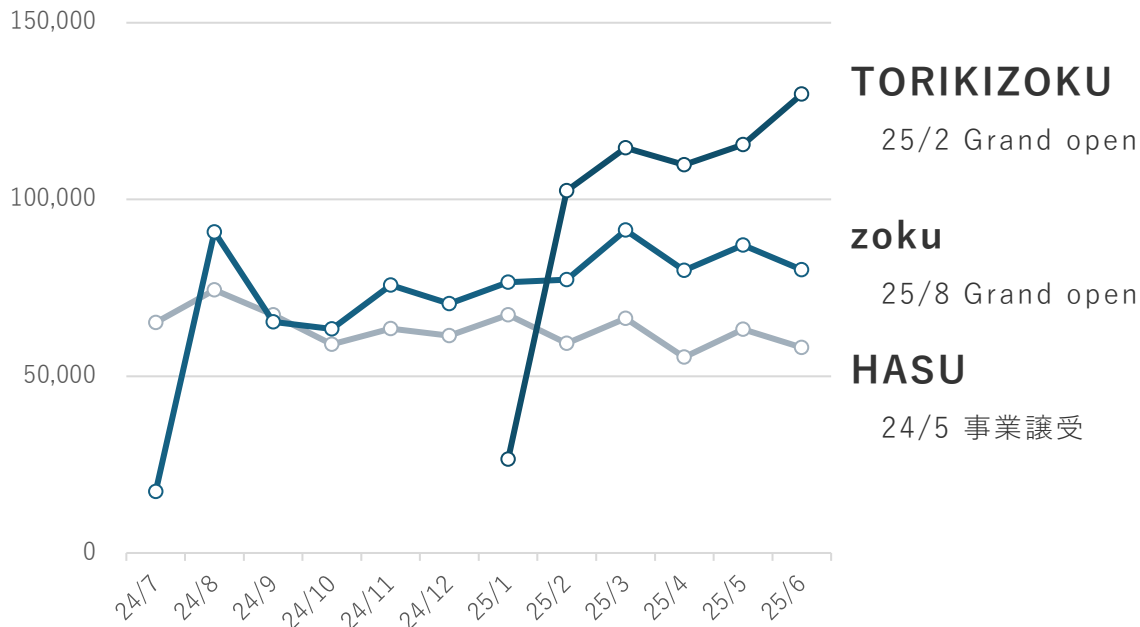
ロサンゼルス近郊における地盤固め・業態確立（直営）

多店舗展開モデルとして開発したTORIKIZOKUとzokuの売上は想定を超えて推移、HASUは安定推移
TORIKIZOKU、zokuともに現状ディナー営業のみだが、月によっては店舗段階で黒字の状況
いずれもランチ営業/テイクアウトの余地を残すが、厨房人材の不足が課題

当期の方針

3店舗体制をベースにTORIKIZOKUとzokuの業態作り込みを優先
業態の完成度を高めながら米国における店舗展開戦略のアップデートに取り組む

店舗売上 推移（単位：USD）



Los Angeles



既存店の黒字化・新規出店（直営）

いずれの店舗も席数・営業時間に応じた適正売上で安定的に推移

日本法人 前代表を派遣し、オペレーション・人員配置のブラッシュアップにより店舗黒字化へ着手

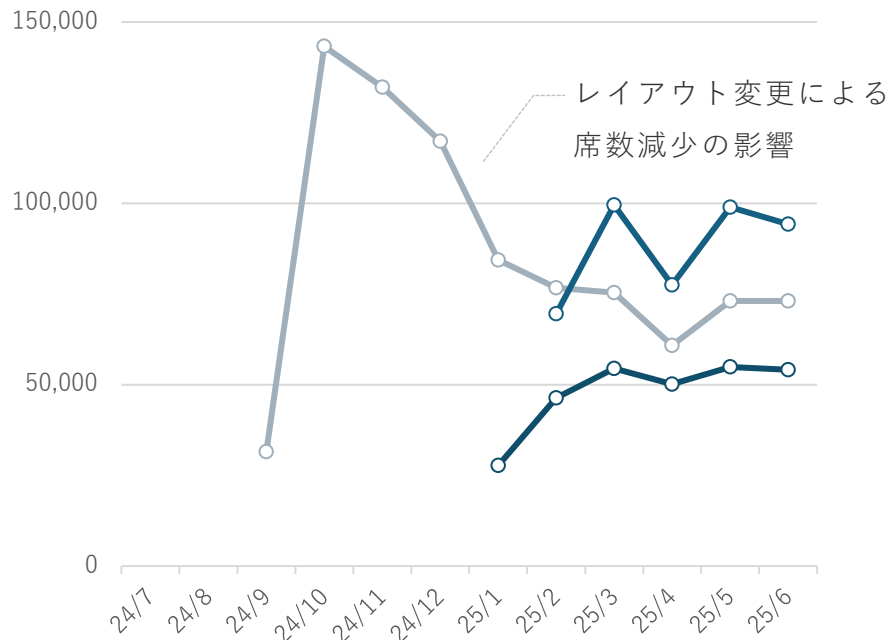
韓国法人 前代表の筒井は引き続き韓国法人の経営に参画しつつ、新規国の開発にシフト

当期の方針

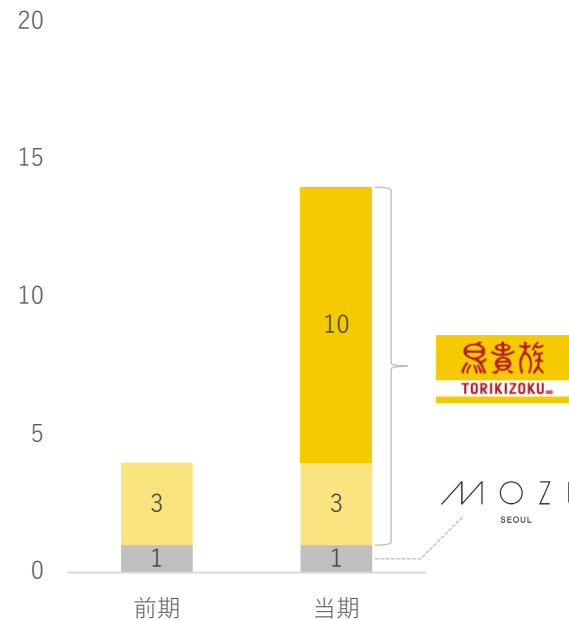
原価やオペレーションコストの見直しなどにより既存店を黒字化へ

店舗採算の改善状況を見ながらソウル繁華街エリアへのドミナント出店を開始

店舗売上 推移（単位：千KRW）

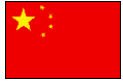


+ 10店舗を計画



TORIKIZOKU KOREA
代表理事 江野澤 暢男

2000年 当社入社
店長、MG、統括MGと豊富な営業経験を活かし
営業部や人財部の責任者を歴任
2021年2月～2025年7月 (株)鳥貴族 代表取締役社長
2025年8月 TORIKIZOKU KOREA 代表理事



積極出店・認知拡大とブランディング（直営）

上海近郊のショッピングモールをターゲットに出店

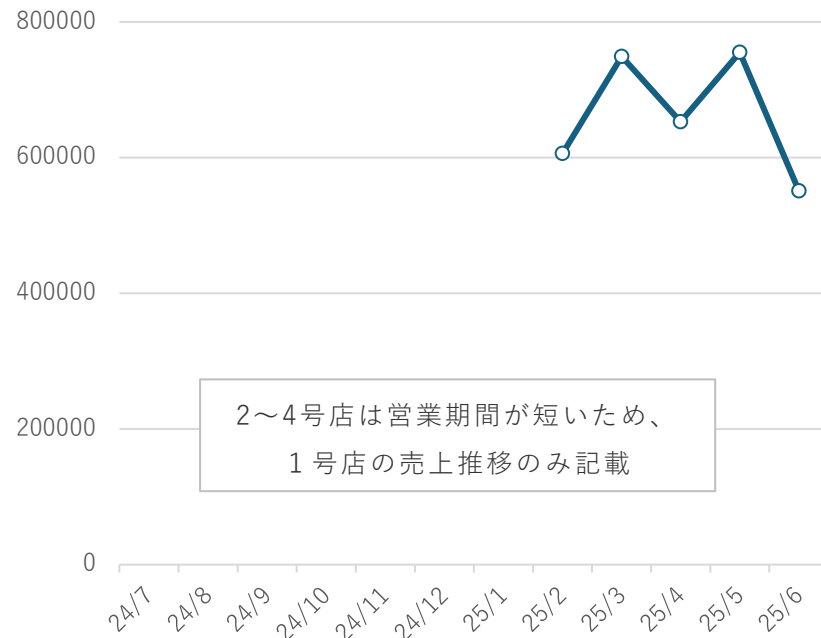
1号店はグランドオープン後も高位安定、3月以降黒字での推移を継続

2～4号店では鳥貴族や焼鳥の認知度が高くなく、今後の展開にはブランド認知度の向上が必要

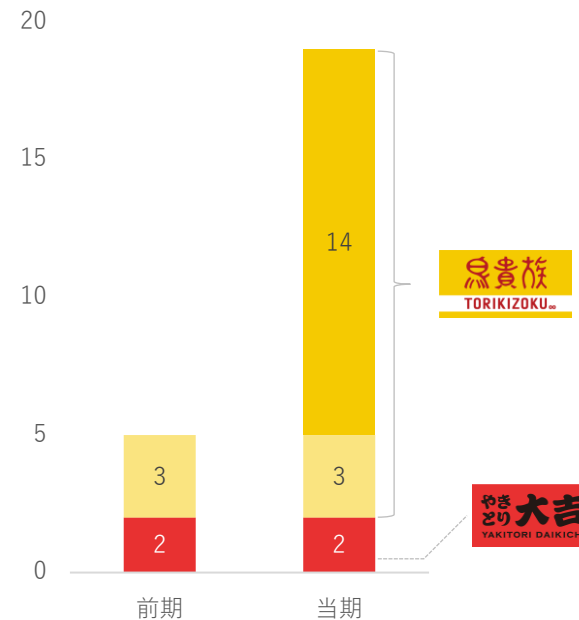
当期の方針

集客力の高い有力モール物件への出店により鳥貴族や焼鳥の認知度向上を図る
店舗集客の維持・向上と多店舗化により現地法人の先行赤字縮小へ

鳥貴族 店舗売上 推移（単位：RMB）



+14店舗を計画



上海近郊のショッピングモールに展開





台湾 (JV) 香港 (FC) 安定的な運営・出店とパートナーシップの深化

台湾・香港ともにパートナー企業との関係性は非常に良好

両社とも高いオペレーション力で、1号店のオープン景気をこなしただ後も店舗業績は安定推移

当期の方針

両地域で鳥貴族のコンスタントな出店を継続

それぞれの強みを念頭に、中華圏への展開戦略やパートナーシップの深化を協議



- 香港拠点の四洲集团とのFC契約のもと展開・運営
- 店舗運営力も高く1号店は鳥貴族全店No.1売上を記録
- 8月グランドオープンの2号店が売上記録を更新



- 台湾鶏肉大手である大成集团との合併会社のもと展開・運営
- 大成集团のセントラルキッチン、サプライチェーンの下支えにより売上は高位安定・早々に4店舗体制を構築





子会社の設立・店舗の立上げ

ベトナムでの店舗展開とベトナム人材との相互交流を目的に、子会社設立を決議

「やきとり大吉」を通じて焼鳥へのニーズ把握・分析を進め、「鳥貴族」ブランドの出店・展開へ
将来的にベトナムにおける「やきとり大吉」のFC展開も視野に

ETERNAL HOSPITALITY VIETNAM Co., Ltd. (予定)

代表者	永露 仁吉
設立日	2025年11月（予定）
出資比率	当社100%
資本金	約80百万円



Global YAKITORI Familyの実現、海外展開に向けて

- 世界的な視点での人材開発・人材獲得が必要
- そのために採用の入口・出口（キャリアパス）を明示

⇒ベトナム人材との相互交流からグローバル展開の土台づくりを開始



ブランドポートフォリオの拡充

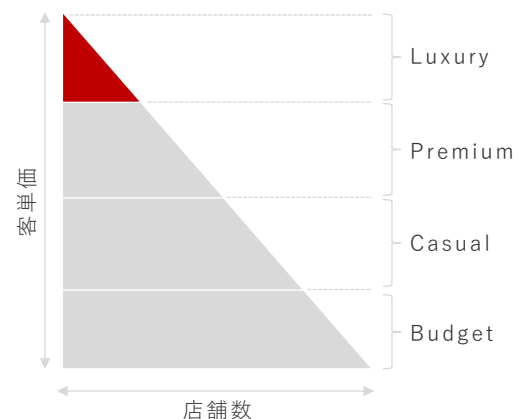
ニーズに応じたブランド展開により、焼鳥のGlobal No.1 を確立すべくブランド拡充を推進

ミシュラン店の「焼鳥 市松」を運営するA Oとの協業を発展させ、合併会社を設立

韓国「mozu」につづき、日本におけるLuxuryブランド「松明（たいまつ）」を開業予定

株式会社 ei

代表者	清宮 俊之
設立日	2025年 6 月
事業内容	飲食店のプロデュース及び運営
出資比率	当社70% A O 30%
資本金	10百万円



2025年10月（予定）
東京 神楽坂



2025年 4 月
ソウル チョンダム

全社DX戦略と取り組み内容

“Global YAKITORI Family + DX” で世界の外食市場挑戦を加速

DX戦略投資を実施、AIを徹底活用し“お客様価値、企業価値、社員生産性”の最大化を図る



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 新たなCHROのもと人事施策の強化に着手
- 賃金ベースアップ（平均2.9%）
- 年間休日を111日から115日へ拡大



執行役員CHRO

Chief Human Resources Officer

神山 大樹

2005年 当社入社
店長、エリアマネージャーとして直営店運営に尽力
2015年から人事部門にて労務業務に従事
人財部部長を経て、2025年8月 当社執行役員CHROに就任

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
- ベア・定期昇給・休日数増により物価上昇率を実質的に上回る改善とし社員の生活水準を維持・向上



研究開発の強化

食材・調理の研究を通じた提供価値・品質の向上

チキンの美味しさ・機能性に関する研究や調理機器の実証、調理オペレーション開発などを通じて、チキンの可能性を深耕

<研究事例>

第36回 日本食肉科学会大会 一般研究発表

日本獣医生命科学大学 共同研究

「ブロイラーの筋肉および可食部位の経時的なうま味強度の変化」

生産性向上・人手不足への対策に向けた機器開発

日本における労働人口の減少や海外での厨房オペレーションの改善、品質の向上に向け、串打ちの集約や自動化、ドリンク調理の機械化などの調査・開発に着手

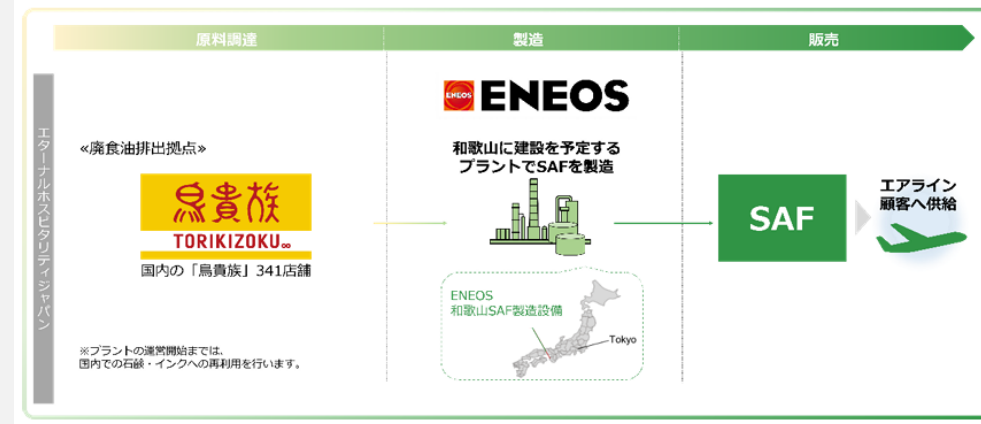


サステナビリティ

サステナビリティに関する取り組み

- TCFD提言に基づく情報開示
- サステナビリティ委員会による基本方針の策定とマテリアリティの特定に向けた活動の開始
- CDP（気候変動質問書）への回答（2023年評価スコア：D）
- 「鳥貴族」にて2024年度「緑の募金」寄付
- 「鳥貴族」にて食べ残しのお持ち帰り「mottECO」を開始
- ENEOS株式会社と航空燃料の原料への廃食油再活用に関する連携協定書を締結

【廃食油活用の流れ（イメージ）】



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（2025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 ダイキチシステム株式会社 TORIKIZOKU USA INC. TORIKIZOKU KOREA INC. Torikizoku Shanghai Co.,Ltd.、株式会社ei、
グループ 従業員数	従業員数 1,030名（2025年7月末現在） （外、平均臨時雇用者数※ 4,120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。

