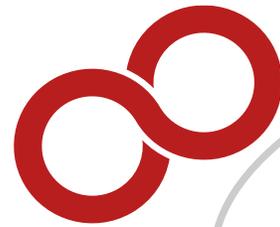


2024年7月期決算説明および 中期経営計画

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

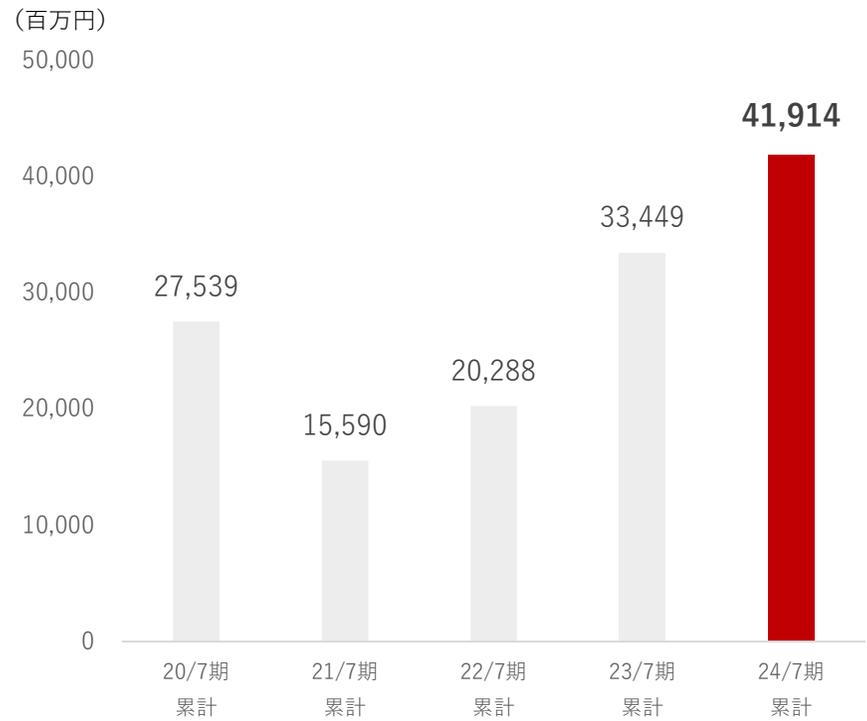


Eternal Hospitality Group

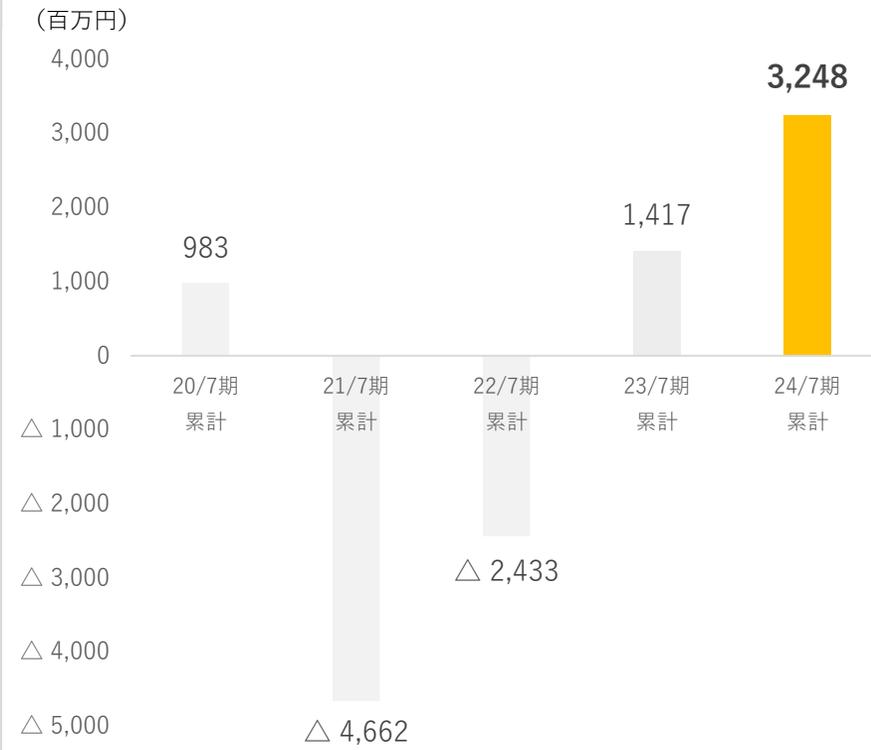
2024年7月期 通期業績

居酒屋需要の回復等により店舗売上高が堅調に推移、採算管理も徹底し売上・利益ともに過去最高

売上高 **419億14百万円** 前年同期比
+25.3%



営業利益 **32億48百万円** 前年同期比
+129.2%



2024年7月期 連結決算 概要

忘新年会・歓送迎会需要の回復やコロナ禍による競合店舗の減少もあり売上高が想定を上回る推移
修正予想比では売上高および各段階利益で増収増益

(単位：百万円)	2023年7月期 実績 (売上比)	2024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	33,449	41,010	41,914	+25.3%	+8,464	+2.2%	+903
売上総利益	23,443 (70.1%)	—	29,086 (69.4%)	+24.1%	+5,643	—	—
販管費	22,025 (65.8%)	—	25,837 (61.6%)	+17.3%	+3,811	—	—
営業利益	1,417 (4.2%)	3,012 (7.3%)	3,248 (7.8%)	+129.2%	+1,831	+7.8%	+236
経常利益	1,429 (4.3%)	3,010 (7.3%)	3,261 (7.8%)	+128.3%	+1,832	+8.3%	+250
親会社株主に 帰属する当期純利益	616 (1.8%)	1,740 (4.2%)	2,127 (5.1%)	+245.2%	+1,511	+22.2%	+386

売上高

- 忘新年会・歓送迎会需要回復
- コロナ禍による競合店舗の減少
- 新規出店による増収

売上総利益

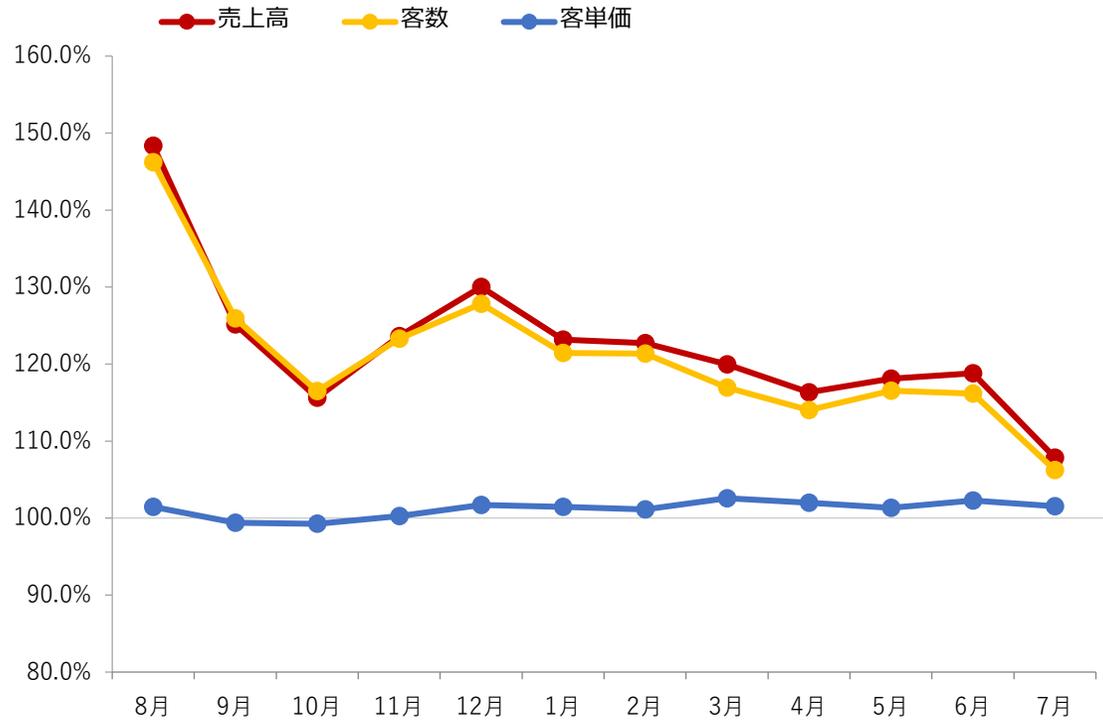
- 酒類等の原材料が値上がりしたものの価格改定により吸収

各段階利益

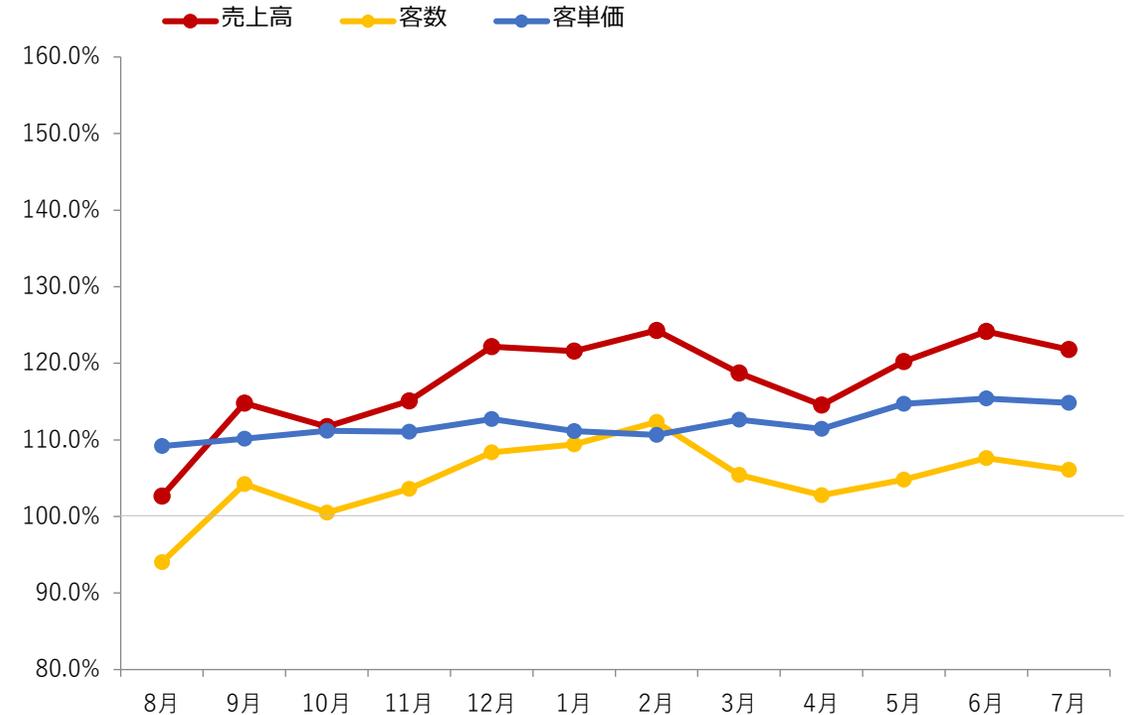
- 既存店売上の増収が大きく寄与
- 前期比で水道光熱費に一服感
- 業績動向を踏まえ、従業員に対する決算賞与を増額

鳥貴族 既存店売上高 前年同月比推移

前年同月比



コロナ前比 (2019年7月期比) ※参考



(単位: %)

(単位: %)

	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	148.4	125.2	115.6	123.6	130.0	123.2	122.7	120.0	116.3	118.1	118.8	107.8
客数	146.2	125.9	116.5	123.3	127.8	121.4	121.4	116.9	114.0	116.6	116.2	106.2
客単価	101.5	99.4	99.3	100.3	101.7	101.4	101.1	102.6	102.0	101.3	102.3	101.5

	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	102.6	114.8	111.7	115.1	122.2	121.6	124.3	118.7	114.5	120.2	124.2	121.8
客数	94.0	104.2	100.5	103.6	108.4	109.4	112.3	105.4	102.8	104.8	107.6	106.1
客単価	109.2	110.2	111.2	111.1	112.7	111.1	110.7	112.6	111.4	114.7	115.4	114.8

※ 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。

※ コロナ前比 (2019年7月期比) は、2019年7月期に存在し、かつ当期において現存している店舗を対象に算出しております。

グループブランド店舗数

◆ 新規出店

鳥貴族直営：12店舗 TCC：12店舗

やきとり大吉：6店舗

◆ 事業譲受

米国：1店舗

◆ 退店

鳥貴族直営：5店舗 TCC：2店舗

鳥貴族 パートナーズ：1店舗 やきとり大吉：18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 新たな独立制度として開発中の小規模店舗モデルであり、現在は鳥貴族 大倉家（大阪）、鳥貴族 中西家（愛知）をテスト店舗として運営しています。

※3 やきとり大吉はすべてフランチャイズ店舗です。

※4 米国の欄に記載の1店舗は、2024年5月1日に事業譲受した米国ロサンゼルスに所在する焼鳥店「HASU」です。

		23年7月末 店舗数	2024年7月期（累計）			24年7月末 店舗数	
			出店	事業 譲受	退店		
鳥貴族	直営	関西	93	3	0	3	93
		関東	229	1	0	2	228
		東海	69	2	0	0	71
		九州・沖縄	3	3	0	0	6
		東北	0	3	0	0	3
		小計	394	12	0	5	401
	TCC*1	関西	143	1	0	1	143
		関東	84	3	0	1	86
		北海道	2	1	0	0	3
		中国・四国	2	3	0	0	5
		北陸	0	1	0	0	1
		九州・沖縄	1	3	0	0	4
		小計	232	12	0	2	242
合計	626	24	0	7	643		
鳥貴族 パートナーズ*2		3	0	0	1	2	
TORIKI BURGER		2	0	0	0	2	
やきとり大吉*3		503	6	0	18	491	
国内合計		1,134	30	0	26	1,138	
米 国*4		0	0	1	0	1	
海外合計		0	0	1	0	1	
総 計		1,134	30	1	26	1,139	

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)	2023年 7月期末	2024年 7月期末	増減
流動資産	10,656	10,747	+90
(うち現金預金)	8,631	8,361	△270
固定資産	8,662	9,907	+1,244
資産合計	19,318	20,654	+1,335
流動負債	8,940	8,011	△929
(うち有利子負債)	3,804	1,057	△2,746
固定負債	3,488	3,950	+462
(うち有利子負債)	1,958	2,356	+397
負債合計	12,428	11,961	△466
純資産合計	6,890	8,692	+1,802
自己資本比率	35.7%	42.1%	+6.4pt

(単位：百万円)	2023年7月期 累計実績	2024年7月期 累計実績
営業キャッシュ・フロー	1,720	4,441
税引前当期純利益	1,047	3,159
減価償却費	791	887
のれん償却費	15	27
減損損失	420	95
売上債権の増減額	△334	△159
仕入債務の増減額	471	279
法人税等の支払額	△767	△335
その他	75	487
投資キャッシュ・フロー	△1,204	△1,990
有形固定資産の取得による支出	△803	△1,554
持分法適用関連会社株式の取得による支出	—	△157
子会社株式の取得による支出	△155	—
その他	△245	△278
財務キャッシュ・フロー	△587	△2,721
長期借入れによる収入	600	1,500
長期借入金の返済による支出	△1,026	△3,848
配当金の支払い	△92	△139
その他	△68	△233
現金及び現金同等物に係る換算差額	41	26
現金及び現金同等物の期末残高	8,689	8,445

2025年7月期 通期連結業績予想

- 既存店増収、新規出店、前期出店店舗の通期寄与により増収
- 期首からの人事制度改定による賃金引上げを織り込むほか、直営で進出する海外エリア（米国・韓国）における新規出店や海外事業の活動経費を織り込むが増益を計画

(単位：百万円)	2024年7月期 通期実績 (売上比)	2025年7月期		
		通期予想 (売上比)	前期比	
			増減率	金額
売上高	41,914	47,822	+14.1%	+ 5,908
営業利益	3,248 (7.8%)	4,003 (8.4%)	+23.2%	+ 754
経常利益	3,261 (7.8%)	3,972 (8.3%)	+21.8%	+710
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,127 (5.1%)	2,578 (5.4%)	+21.2%	+451

➤ 既存店売上高 前期比

鳥貴族107.7%（上期110.7%、下期104.9%）

➤ 出店計画

国内

鳥貴族 直営 16店舗、TCC 18店舗

ダイキチシステム 18店舗

海外

TORIKIZOKU U.S.A 2~3店舗（米国）

TORIKIZOKU KOREA 4~5店舗（韓国）

台湾（JV）、香港（FC）における出店

鳥貴族（新規出店）

▶ 未進出エリアへの展開を継続

▶ 初進出の県の店舗も業績好調であるため、引き続き新規出店に取り組む

2024年7月期通期（実績）

- 2023/8 沖縄「県庁前国際通り店」(TCC)
- 鹿児島 **初進出**「天文館店」(TCC)
- 9 福岡「大橋店」(直営)
- 10 千葉「木更津店」(TCC)
- 徳島 **初進出**「徳島両国橋店」(TCC)
- 11 石川 **初進出**「片町店」(TCC)
- 12 兵庫「阪急三宮駅前店」(直営)
- 兵庫「JR尼崎店」(直営)
- 岐阜「多治見駅前店」(直営)
- 福岡「香椎店」(直営)
- 宮城 **初進出**「仙台国分町店」(直営)

2025年7月期上期（進捗）

- 2024/8 北海道「琴似店」(TCC)
- 東京都「市ヶ谷店」(直営)
- 9 広島「広島袋島町店」(TCC)
- 10 愛知「一宮駅前店」(直営) ※予定
- 千葉「新浦安店」(TCC) ※予定
- 熊本 **初進出**「熊本下通店」(TCC) ※予定

- 2024/1 北海道「札幌南口店」(TCC)
- 3 宮城「仙台駅西口店」(直営)
- 東京「一之江店」(TCC)
- 岡山「岡山ハレまち通り店」(TCC)
- 4 徳島「徳島駅前店」(TCC)
- 福岡「七隈店」(直営)
- 5 東京「人形町店」(直営)
- 奈良「JR奈良店」(直営)
- 宮崎「仙台泉中央店」(直営)
- 6 愛知「名駅3丁目店」(直営)
- 大阪「鴻池新田店」(TCC)
- 沖縄「安里店」(TCC)
- 7 神奈川「二俣川店」(TCC)



鳥貴族（既存店売上の向上）～下期企画メニュー～

- ▶ 「こだわりコンボ プロジェクト」の実施(2024.2.1-2024.7.31)
- ▶ 焼鳥へのこだわりだけでなく、全店で『神泡』提供に取り組む生ビール等、ドリンクへのこだわりもお客様に楽しんでいただける形で訴求



第1弾 (2024.2.1～) 鶏はらみ×翠ジントニック

機械での採取ができない希少部位「鶏はらみ」を用いたオリジナル鉄板焼をすっきりと軽やかに楽しめる味わいの国産ジン翠を用いた「翠ジントニック」と合わせて提案



第2弾(2024.3.1～) 鳥貴ドッグ×コーヒー

山崎製パン株式会社より「期間限定ランチパック」が全国発売されることを記念して、初のパンメニューを商品化するとともに、同様に初となる「コーヒー」を提供。お酒を飲まない方やカフェ感覚でのご利用など、新たな利用シーンをお客様に提案



第3弾 (2024.5.1～) 骨付きVチキン(まつば)×ビール

希少部位「まつば」を使用した「骨付きVチキン～たれ味～」 「骨付きVチキン～だし味～」のから揚げを10万食限定で提供。ビールとの相性も抜群



第4弾(2024.6.1～) えび貴族2種×メガハイボール

「白姫えび」を使用した「～冷～白姫えびうま煮」と「白姫えび串焼」を数量限定で提供。メガハイボールとの相性も抜群

鳥貴族（既存店売上の向上）～ブランド認知拡大～

- ▶ 他社とのコラボ商品を展開し、鳥貴族店内での商品力向上だけでなく、店外での「鳥貴族」想起やブランド認知拡大を図る取り組みの実施

ランチパック × 鳥貴族発売 山崎製パン株式会社から鳥貴族の名物「貴族焼」をイメージしたランチパックの発売
2024年3月から4月の期間限定発売

鳥貴族カプセルトイ発売 株式会社J・ドリームとのコラボレーションにより、鳥貴族初のカプセルトイ「鳥貴族 マスコットコレクション」をカプセル自販機で販売
2024年4月から発売



プレスリリース (URL : <https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2024/04/20240423.pdf>)

『焼鳥屋の和』をテーマにした期間限定メニューを展開

- 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が和むおもてなしを提供
- 『焼鳥屋の和』では、2か月ごとに「こだわりの串」「こだわりの唐揚げ」「商品に合わせたこだわりのお酒（ソーダ割）」の3商品を軸にした商品を展開



第1弾 2024年8月1日～9月30日

第2弾	2024.10.1～11.30	第3弾	2024.12.1～1.31
第4弾	2025.2.1～3.31	第5弾	2025.4.1～5.31
第6弾	2025.6.1～7.31	次回もお楽しみに！	

「わたし流トリキのすゝめ」キャンペーンの開始

- お客様には、自分らしい楽しみ方で気兼ねなく過ごしていただきたいという想いから、「わたし流トリキのすゝめ」キャンペーンを開始
- SNSで自分らしい「鳥貴族」の楽しみ方をシェアしていただいた方には、オリジナルグッズの抽選プレゼントや投稿を紹介する参加型企画



特設サイト (URL : <https://torikizoku-mystyle.jp/>)

鳥貴族（既存店売上の向上）

- ▶ メニュー開発から店内体験までをマーケティング部門が統合的に企画
- ▶ お客様に鳥貴族のこだわり・楽しさを感じていただくことで、来店客数や来店頻度の向上につなげる



海外進出に向けた取り組み

2023

4月 米国子会社を設立

2024

2月 大成グループ（台湾）との合併契約締結を決議
四洲集団（香港）とのフランチャイズ契約締結を決議

3月 台湾にて大成グループとの調印式を実施
香港にて四洲集団との調印式を実施

5月 米国焼鳥店「HASU」を事業譲受

7月 韓国子会社を設立



(大成グループとの調印式の様子)



(HASU店舗)



(四洲集団との調印式の様子)

やきとり大吉の取り組み



「赤い大吉」のリブランディング

- 外観デザインを一新し、ガラス窓を導入し、店内が見えることで入りやすさを向上
- ブランドロゴを柔らかく親しみやすいデザインに刷新し、伝統的な魅力を維持しつつ、現代のニーズに応えるブランド作りを実現



(従来の赤大吉)



(新・赤大吉)

期間限定の新メニュー(2024年7月15日~8月31日)

- 「チキンハニーマスタード」「ポークハニーマスタード」
はちみつの甘さとマスタードの酸味が効いたジューシー串
- 「翠ジン 塩はちみつレモン」
はちみつレモンと塩が絶妙な爽快感のある一杯



TORIKI BURGERの取り組み



- 投資コストを抑えたフードコートモデルの検証継続(伏見稲荷OICYビレッジ店)



(伏見稲荷OICYビレッジ店)

事業の成長と従業員の働きがい・生産性の向上を目指し、賃金の引上げおよび本社移転の実施

賃金引上げについて

- 事業の持続的な成長に向けた人材獲得と従業員のモチベーション向上を目的とした人事制度改定（2024年8月1日付）により、従業員一人あたり平均4.8%の賃金引上げ

対象	株式会社エターナルホスピタリティグループ、株式会社鳥貴族、株式会社TORIKI BURGERに所属する正社員
実施内容	人事制度改定による月額総支給額の引き上げ
昇給率	一人あたり、平均4.8%の賃金引き上げ
時期	2024年8月1日より

本社の移転について

- 事業拡大に伴う社員の増加に対応するとともに、社員の働きがい・生産性向上を目的に新本社へ移転
(大阪府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)



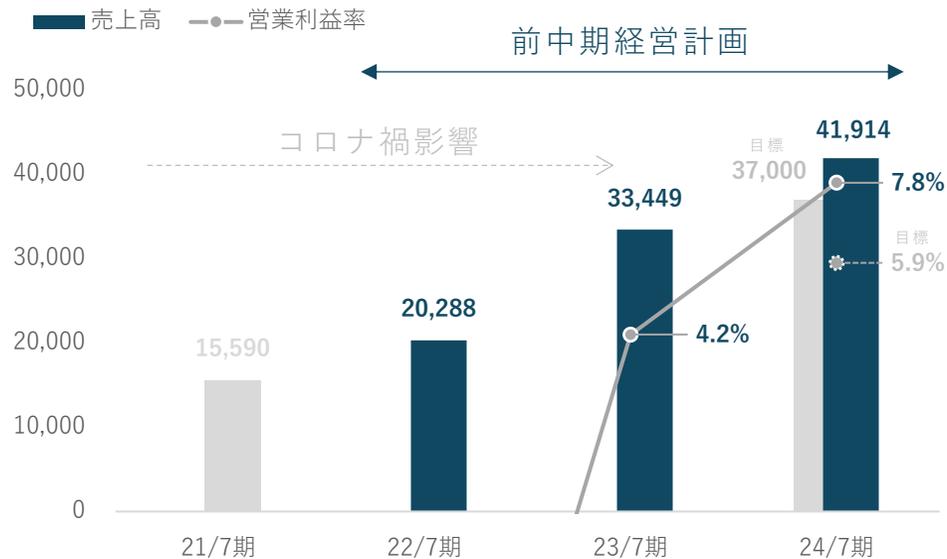
中期経営計画（2025年7月期～2027年7月期）

前 中期経営計画の振り返り

コロナ禍からの脱却と更なる成長に向けた計画として策定

新規事業の立ち上げに苦戦するも、主軸の鳥貴族を回復させるとともに海外進出に向けても一定の成果

業績推移



期末店舗数	615	617	1,134	1,139
売上高	15,590	20,288	33,449	41,914
営業利益	△4,662	△2,433	1,417	3,248
営業利益率	△29.9%	△12.0%	4.2%	7.8%
当期純利益	△466	1,134	616	2,127
ROE	△8.5%	19.6%	9.3%	27.3%

長期ビジョン

鳥貴族のDNAをもった業態で、日本全国、そして海外へも進出し、世の中を明るくしていくグローバルチキンフードカンパニーとなる

方針

コロナ禍のような事態への耐性を有する強固かつ成長性あるグループへの変革

主な取り組みと成果

	<目標>	<実績>
業績目標	売上高 370億円 営業利益率 5.9%	売上高 419億円 営業利益率 7.8%
マーケティング強化	PR施策・露出の増加や公式アプリのリリース、価格改定等	▶ 既存店売上の回復、出店再開と地方出店の開始
採算管理、生産性の強化	コロナ禍においても店舗レベルでの採算管理を継続して実施	▶ 既存店売上の回復と相まって利益率が上昇
新規事業の立ち上げ	TORIKI BURGERは試行錯誤が継続、多店舗展開に至らず	業績回復に伴い計画外であった海外進出に重点をシフト ▶ 海外進出に向けた足がかりを構築（米国/台湾/香港/韓国）

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状認識

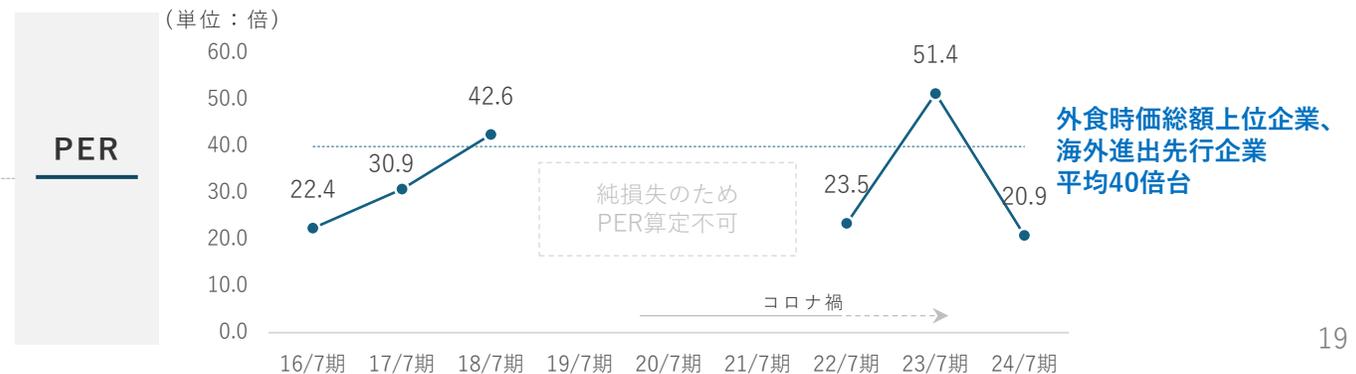
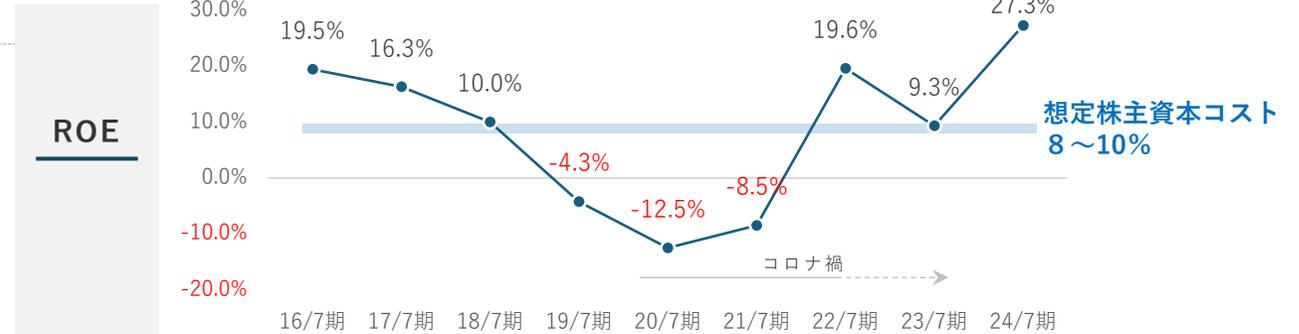
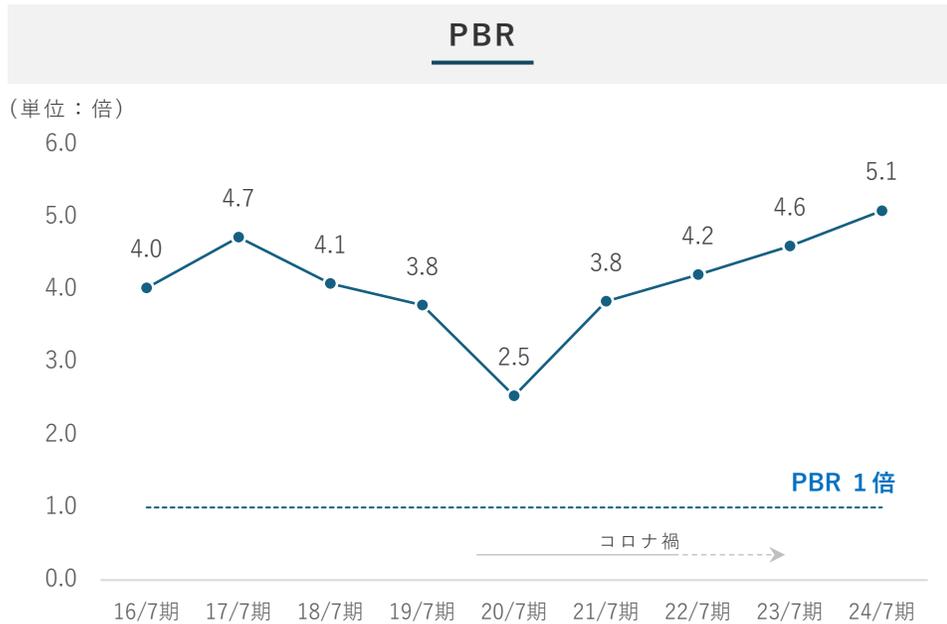
- コロナ禍が収束するとともにROEが回復、CAPMにて算出した株主資本コストを超過して推移
- コロナ禍等を除き、相応の資本収益性を維持できておりPBRは1倍を超過
- PERはおおむねコロナ前の水準に回帰するも、外食業界における時価総額上位や海外展開先行企業に比べると低位

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

Global YAKITORI Family

私たちエターナルホスピタリティグループは、
日本が誇る焼鳥文化を世界に届ける第一歩を踏み出します。
新たな国で、新たなパートナーと、そして新たなスタッフと共に、
日本の焼鳥の文化・品質を世界に届け、
国境を越えて世界に展開する「Global YAKITORI Family」を目指します。

“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。

新 中期経営計画の位置づけ

22/7期 - 24/7期

前 中期経営計画

25/7期 - 27/7期

本 中期経営計画

28/7期 - 30/7期

次期 中期経営計画

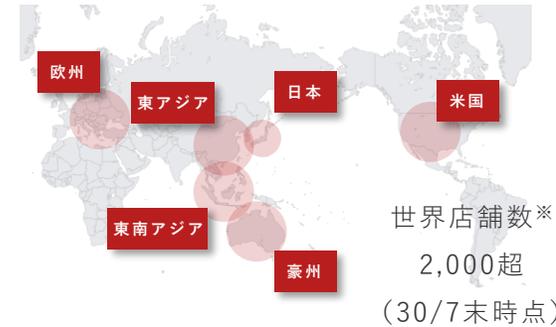
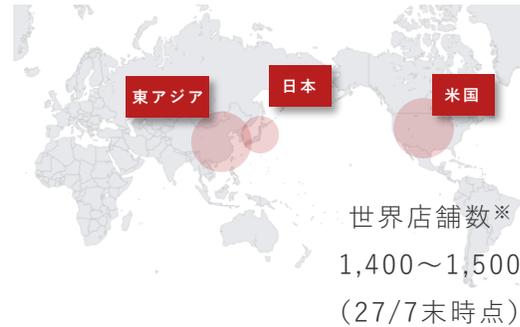
概要

コロナ禍からの脱却
海外進出に着手

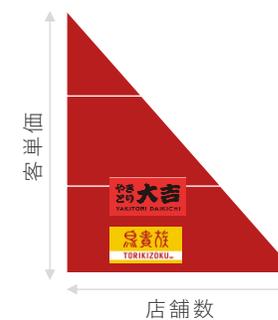
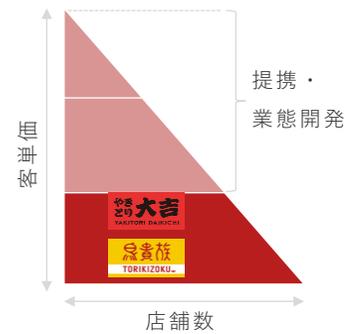
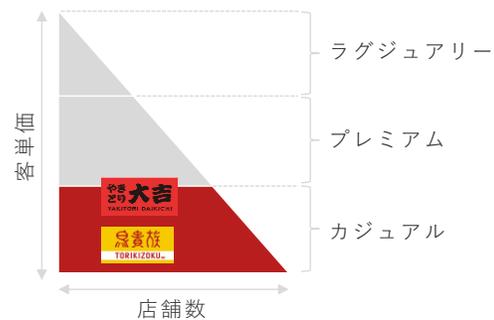
海外事業の立ち上げと
実績の積み上げ

海外店舗網の拡大
新たな成長ステージへ

展開地域



ブランド
ポート
フォリオ



長期ビジョン

Global
YAKITORI
Family

“焼鳥”を“YAKITORI”に、
“YAKITORI”を世界言語に。



※ 直営、フランチャイズ、合併会社運営の合計



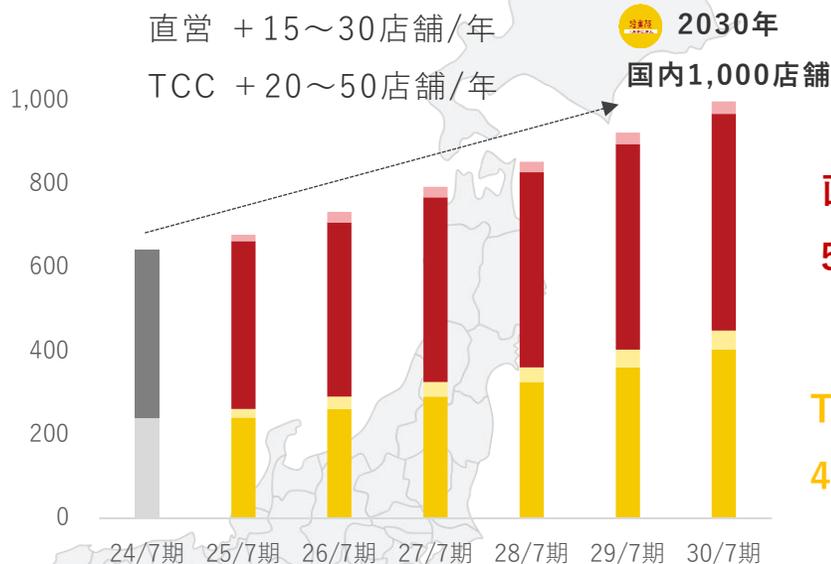
既存店売上の維持・向上

マーケティング・ブランディング



売上・利益拡大

国内出店計画



出店余地の拡大

鳥貴族ブランドの新展開

惣菜業態をはじめとする
 新たな店舗フォーマット開発



直営
 550店舗

TCC
 450店舗



700店舗への回復に向けて

リブランディング

大吉のこわもて感、いかつさ、入りづらさを軽減・解消
 親しみやすくすることで新規加盟者・顧客層を拡大

店舗フォーマットの開発・旧来モデルとの併用



ロゴ意匠の変更



店舗を通じた加盟者開発

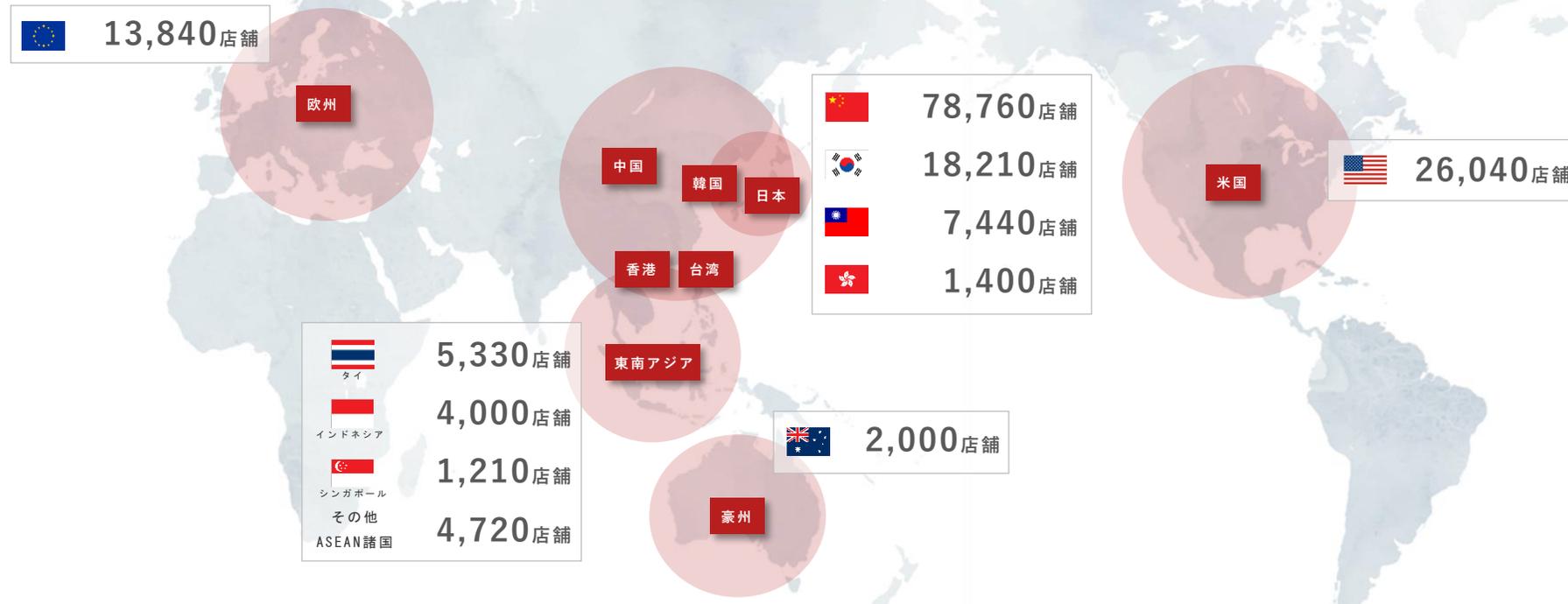
店舗体験が加盟につながっているため、空白地帯に出店することで加盟者開発につなげる

海外進出・展開へ向けて

海外における日本食レストラン数をもとに進出先を選定

市場規模や日本食の浸透度を踏まえ、米国・東アジアから展開に着手

《主要国における日本食レストラン数》

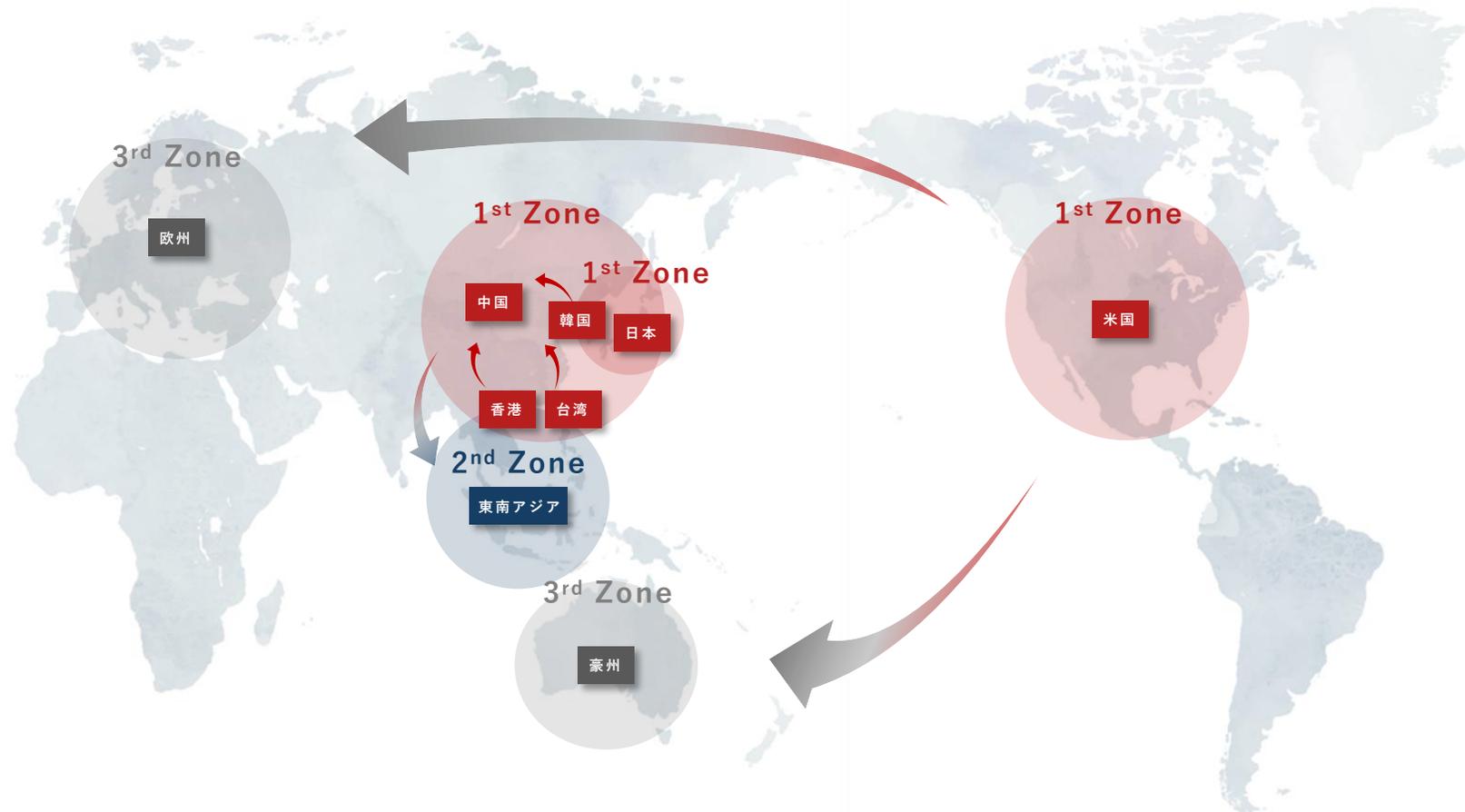


海外進出・展開へ向けて

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



米国では、焼鳥や居酒屋に対する受容度が比較的高いと判断した西海岸のLos Angelesに出店
東アジアに比べ、鳥貴族の認知や焼鳥の喫食経験率が高くないと考えられるため相応のローカライズを実施

直営

zoku Riviera店 (24/8 Open)

焼鳥とお酒を楽しむことのできるモデル
ブランド名は現地の方にも発音しやすい「zoku」
約35坪 36席（テーブル28席/カウンター8席）

zoku



直営

HASU Gardena店 (24/5 事業譲受)

2008年開業の現地に根付いた焼鳥店
大将は「やきとり大吉」出身者で、
米国での営業経験が豊富



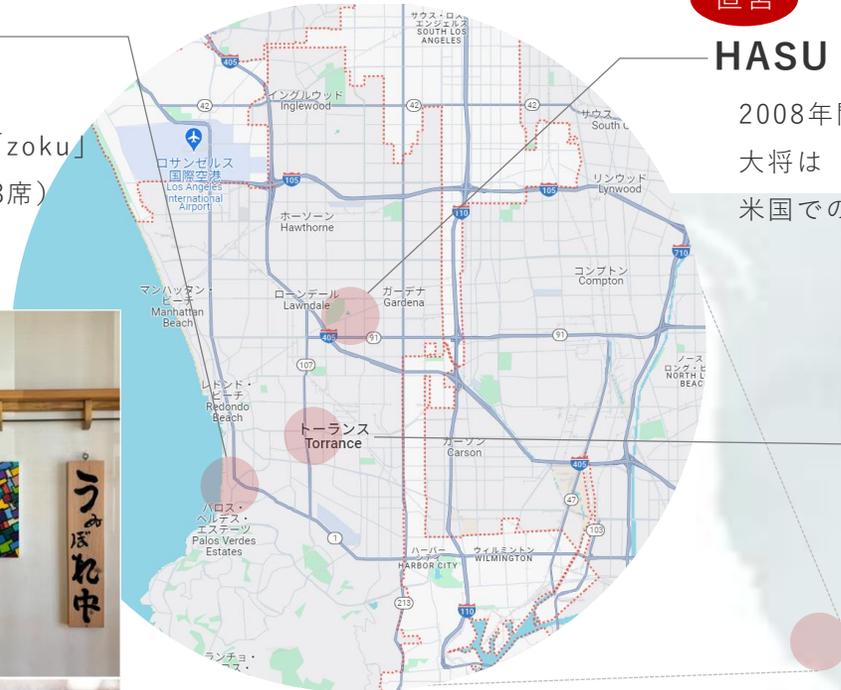
直営

TORIKIZOKU Torrance店 (24/12 Open予定)

米国における「TORIKIZOKU」ブランド1号店
均一価格とする予定で、米国版「鳥貴族」のプロトタイプ
12月グランドオープンに向け準備中



(イメージ画像)



Los Angeles

米国における店舗モデルの構築に向けては、それぞれ異なる店づくり・位置づけの直営3店舗体制で検証を実施
 当面は店舗収益化を目指すとともに、米国において多店舗展開が可能な店舗モデルの構築に注力していく方針

HASU Gardena店 (24/5 事業譲受)

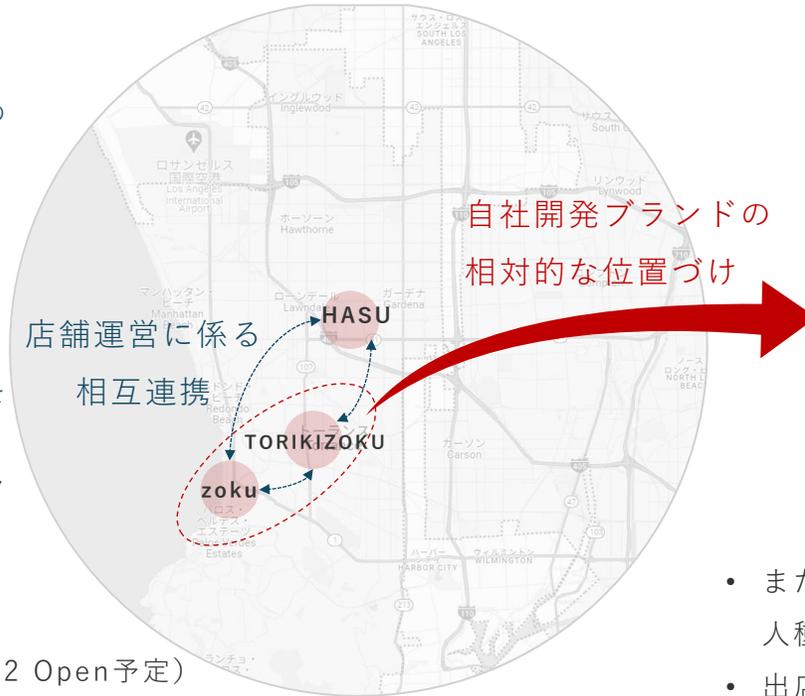
- 営業を継続するとともに人材や運営面での連携や赴任者の現場実践の拠点に

zoku Riviera店 (24/8 Open)

- アッパーミドル層が多く住むエリア
- 焼鳥を軸としつつもアラカルトメニューを充実させたレストランモデル
- 焼鳥&お酒をペアリングで楽しむ消費スタイルを検証し浸透を目指す目的で出店

TORIKIZOKU Torrance店 (24/12 Open予定)

- 日本人駐在員も多く住む商業/住居集積エリア
- Rivieraに比べ焼鳥の受容度が相対的に高い立地と判断、日本に近い業態で出店
- 利用シーンはzokuよりもカジュアル志向



- まだ焼鳥とお酒という消費スタイルが根付いているわけではないことや、人種・文化の多様性を踏まえ焼鳥比率を軸に複数の切り口でアプローチ
- 出店可能な立地を拡大させるため、将来的にはチキンを用いたフードコート業態の開発を計画

複数モデルの運営・検証を通じ

焼鳥専門店として展開可能なモデルを構築

海外／出店エリア拡大・新規出店による成長 <東アジア>

日本食のみならず居酒屋・焼鳥の受容度が高いと考える東アジアでは直営のほか現地パートナーの協力のもとスピーディな展開を志向
将来的な中国本土への展開も視野に入れる



中国

進出時期は未定

進出計画・スキームを検討中

中国

韓国

台湾

香港



香港 (24/冬 Open予定)

24/3 フランチャイズ契約 締結

多数の日系企業との協業実績を有し、外食・給食事業も手掛ける

四洲集团有限公司とのフランチャイズ契約のもと1号店を出店準備中



直営

韓国/ソウル 鳥貴族ホンデ本店 (24/9/28 Open予定)

24/7 TORIKIZOKU KOREA INC. 設立

焼鳥を主力にした低価格帯ポジションは競合が少ないと判断

若者が多く集まり、アクセスもよい弘大(ホンデ)にて開業準備中

4,900ウォン均一を予定

開発予定の高価格帯ブランドも出店を計画中



合併

台湾/台北 鳥貴族新光三越台北南西店 (24/9/20 Open予定)

24/6 鳥貴成股份有限公司(当社出資比率50%) 設立

「鳥貴族」ブランド 海外1号店(全品100元均一)

養鶏から外食に至るまでを手掛ける台湾鶏肉業界の代表企業

大成グループとの合併会社を通じて展開を開始



国内外／展開モデル・ブランドポートフォリオの拡充

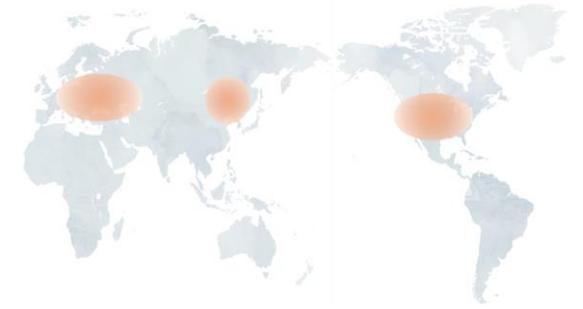
大衆価格帯のみならず、中価格帯・高価格帯ブランドが海外への展開に有効と判断
国内外への更なる展開可能性ある素晴らしい名店・職人とともにYAKITORIを世界に広める

(客単価イメージ)
15,000円～

有限会社A Oとの業務提携に向けた基本合意

「焼鳥 市松」を生み出した竹田氏とともに海外市場向けの焼鳥業態を新たに共同開発
アジアから海外展開を検討

焼鳥 市松

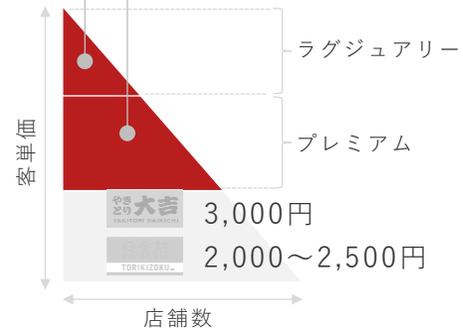
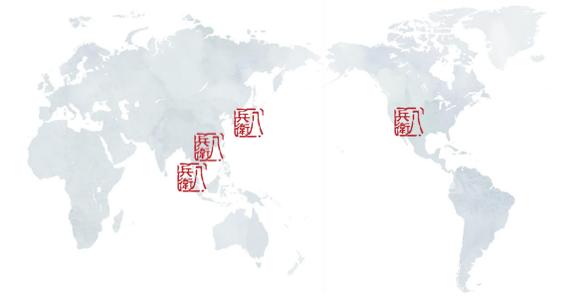


4,000～6,000円

株式会社hachibei crewとの資本・業務提携に向けた基本合意

「焼とりの八兵衛」の展開強化
福岡を中心とした展開から全国展開へ
そして北米、アジアを中心に海外出店を強化

焼とりの八兵衛
YAKITORI-HACHIBEI



中期経営計画 サマリー

業績目標

	2024年7月期(実績)	2027年7月期(目標)
売上高	419億円	600億円
うち海外売上高	0億円	60億円
営業利益	32億円	60億円
営業利益率	7.8%	10%
ROE	27.3%	20%以上維持

中計検討時点における展開イメージ

※ 今後、各国の開発状況・現地事情等に応じて、柔軟に修正・対応

3rd Zone

欧州

主に直営展開を想定
鳥貴族/ラグジュアリー/
プレミアム

1st Zone

東アジア

直営・FC・JV
鳥貴族/ラグジュアリー

日本

1st Zone

鳥貴族 (直営/TCC)
やきとり大吉 (FC)
プレミアム

1st Zone

米国

主に直営展開を想定
鳥貴族/ラグジュアリー/
プレミアム/
フードコート (開発予定)

2nd Zone

東南アジア

ラグジュアリー
主にFC展開を想定

豪州

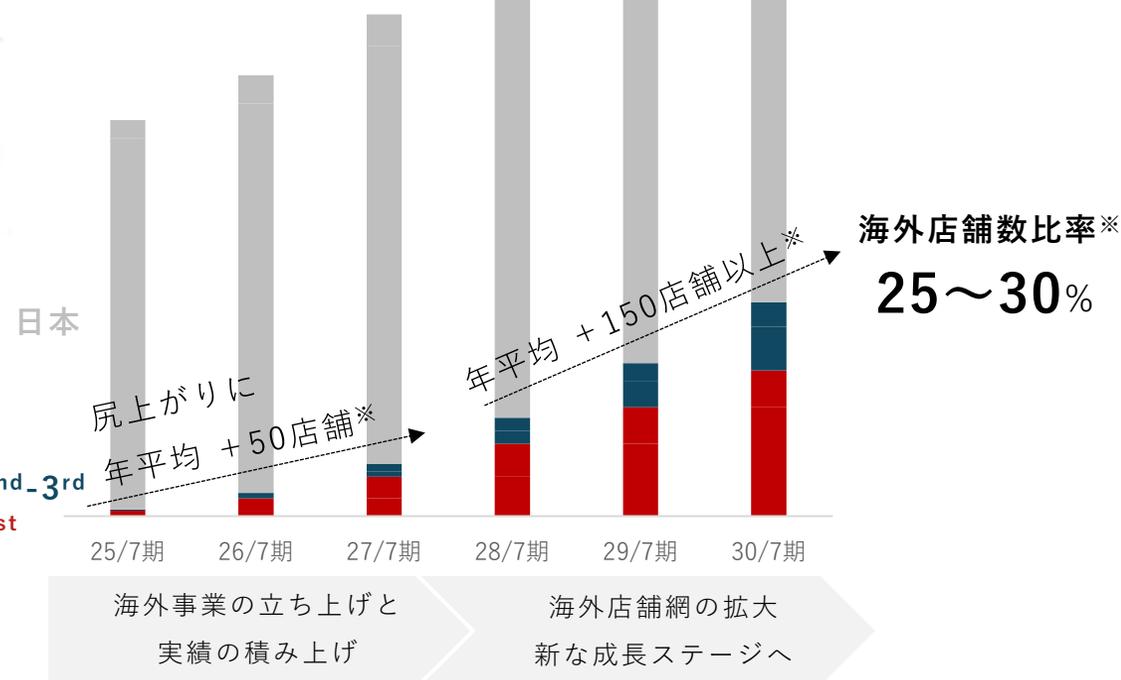
3rd Zone

主に直営展開を想定
鳥貴族/プレミアム/
フードコート (開発予定)



世界店舗数※

2,000超



※ 直営、フランチャイズ、合併会社運営の合計

人財基盤の強化

理念・ビジョンの浸透

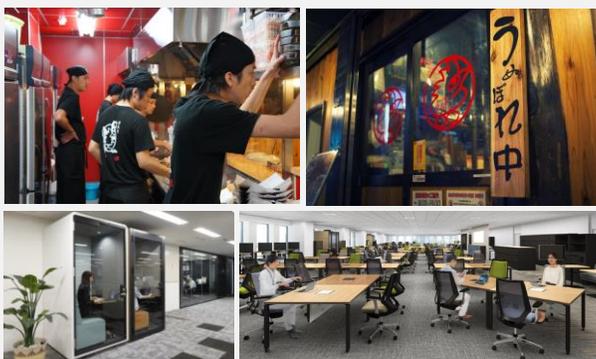
従業員に対する理念・価値観の伝達、共有
組織コミュニケーションの強化・活性化による一体感の醸成

人材の確保・育成・活躍

働きがい・働きやすさの向上
継続的な待遇改善
人事制度の改定
従業員のキャリア形成支援・研修機会の提供

DE&I

女性の役員・管理職の増加
男性の育休取得に向けた整備・支援
従業員の健康維持・増進



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し、当社グループが提供する”YAKITORI”の提供価値を向上させる



YAKITORIを軸とした業態の研究・開発

鳥貴族の“YAKITORI”をさらに広めるべく、また持続的な成長に向けて、サプライチェーンの最適化や惣菜モデルの事業化、次なる業態の研究・開発に取り組む

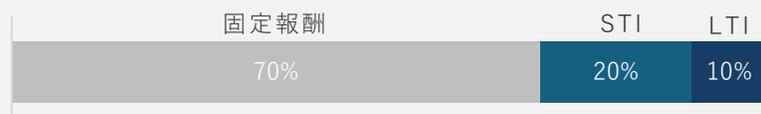


ガバナンス

ビジョンに向けた最適なガバナンス体制の構築

- 経営や海外事業の経験を有する取締役や女性取締役の比率向上
- 単年度及び中期業績・株価指標をKPIとした役員報酬制度の運用

(役員報酬の構成イメージ)



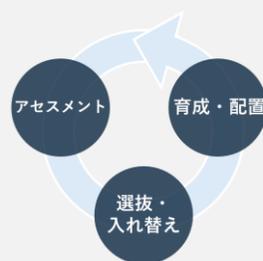
※ 上記は一例であり、割合は役位・業績に応じて変動

STI (短期業績連動) : 単年度の業績達成度 + 個人評価 (金銭報酬)

LTI (長期業績・株価連動) : 中計の業績達成度 + 株価指標 (株式報酬)

- 将来を見据えたサクセッションプランの運用

これまでに「求める役員像」を策定、候補人材プールを形成
今後、運用を通じて次世代役員候補者を育成・輩出する

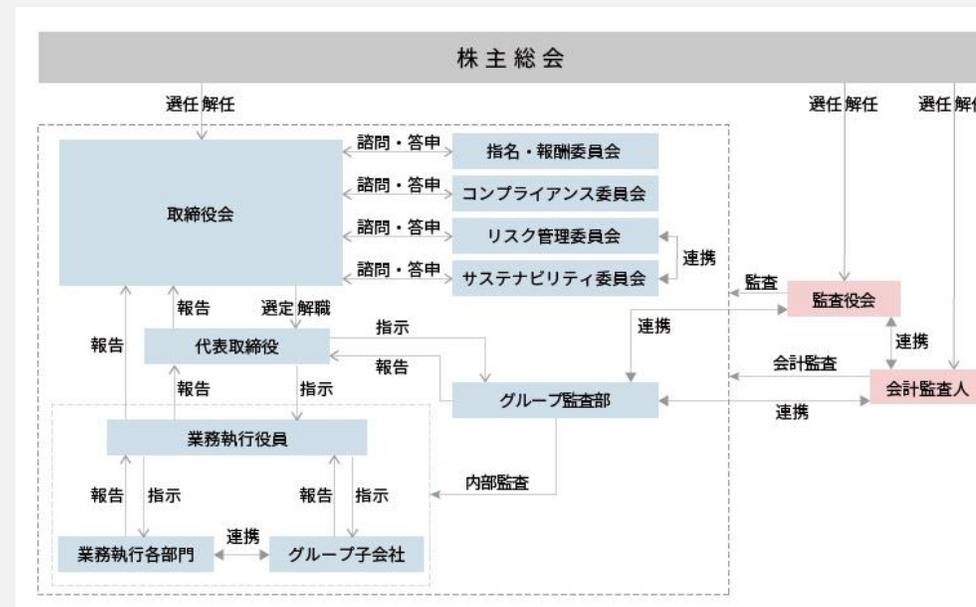


- 実効性評価による定期的な評価・改善活動
- コンプライアンス意識の醸成・徹底
- リスクマネジメント体制の運用・改善

サステナビリティ

サステナビリティに関する取り組み

- GHG排出量の測定精度の向上、範囲拡大
- 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



これまで成長戦略への内部留保を優先しつつ、安定的かつ継続的な配当を実施してきたが、利益成長を通じた配当金の増加により株主還元を充実させていくことが重要と考え、配当方針を変更

配当方針

変更前（2024年7月期まで）

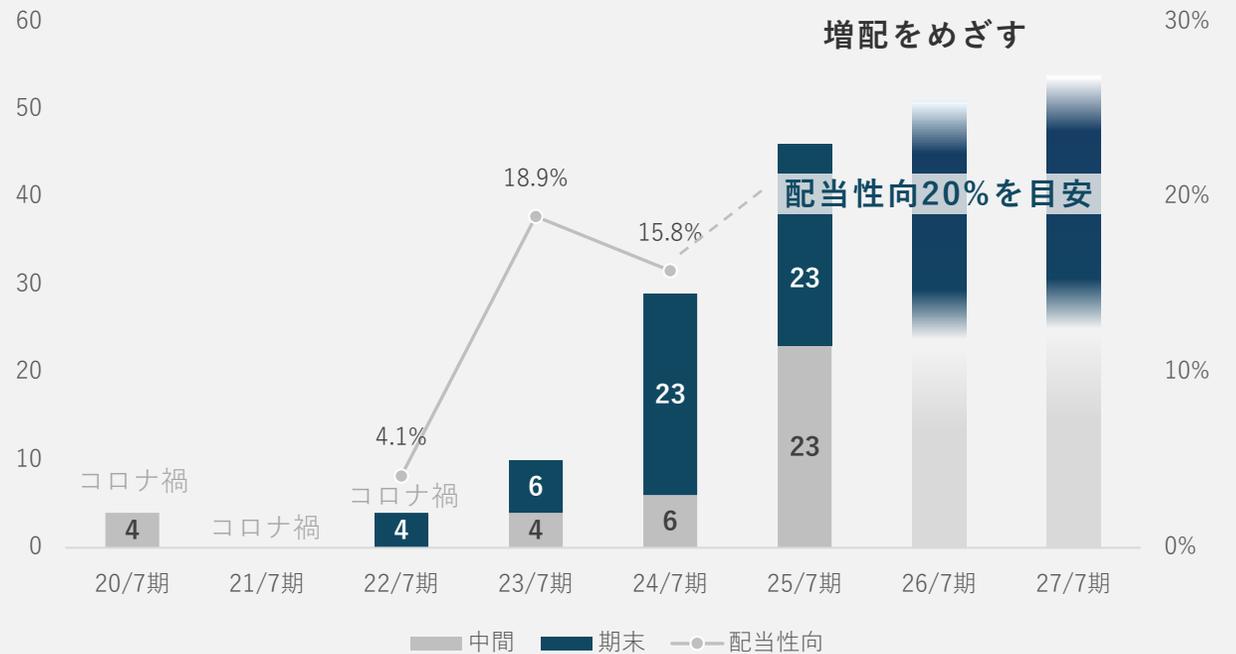
株主の皆様に対する利益還元を重要な経営目標と認識しており、剰余金の配当については、毎期の業績、財政状況を勘案しつつ、将来の事業拡大のために必要な内部留保とのバランスを図りながら配当による利益還元を安定的かつ継続的に実施する

- ・ **累進配当**を導入
(原則として減配せず、配当額を維持もしくは増配する配当政策)
- ・ 利益成長に応じた配当の拡大のため **配当性向の目安**を追加

変更後（2025年7月期から）

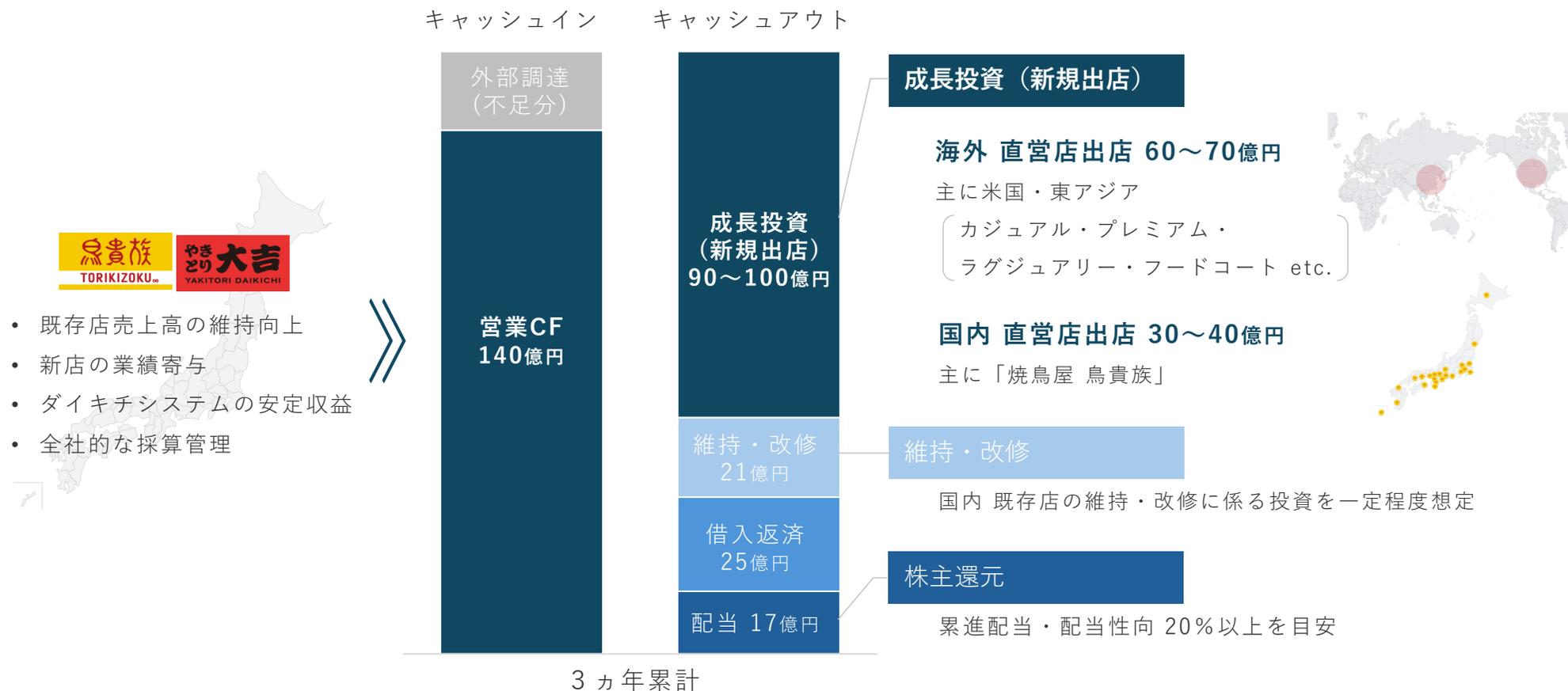
将来に向けた成長投資に利益を配分するとともに、長期的な成長を通じ、株主の皆様に対する株主還元を充実させていくことを重要な経営目標とし、持続的な利益成長により安定的・持続的な増配を原則とする **累進配当を実施**、配当総額については **連結配当性向20%以上を目安に決定**する

1株当たり配当金の推移（円）



キャッシュアロケーションの考え方 (25/7期~27/7期 累計)

既存事業で創出した利益を将来に向けた成長投資に配分するとともに、株主還元の充実化をめざす
 また、投資機会に応じた外部からの資金調達については、状況等を勘案し適宜実施する



參考資料

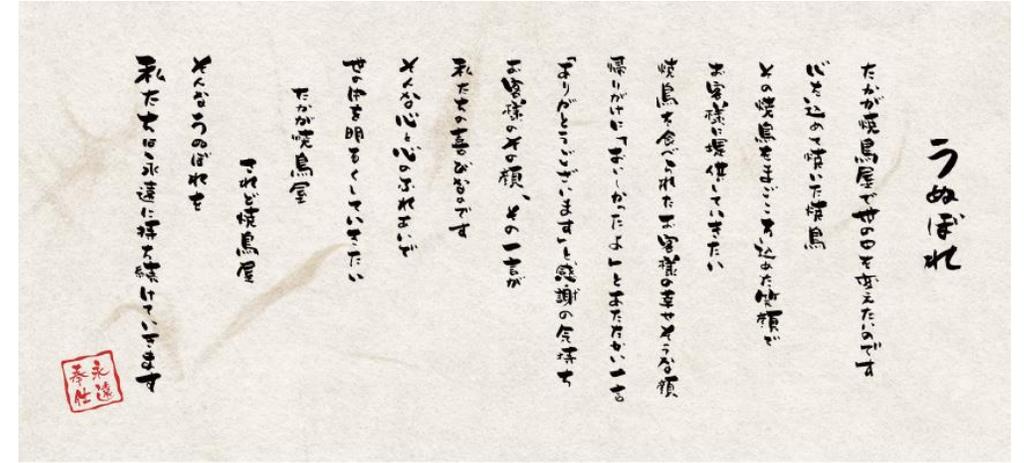


Eternal Hospitality Group



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。

永遠の挑戦 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（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.
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。

<p>株式会社鳥貴族</p>	<p>全品均一価格の焼鳥屋「鳥貴族」を運営。運営店舗では、使用する食材は国産にこだわり、一本一本丁寧に手で串打ちした焼鳥を、手作りのタレで焼き上げてお客様に提供。価格・商品・接客・内装にこだわり、低価格・高価値なサービスを追求し、一過性の流行に左右されない一貫した強い店舗づくりを行っております。</p>
<p>株式会社TORIKI BURGER</p>	<p>国産チキンバーガー専門店「TORIKI BURGER」を運営。運営店舗では、国産食材にこだわった高品質なチキンバーガーをリーズナブルな価格で提供しております。</p>
<p>ダイキチシステム株式会社</p>	<p>北海道から沖縄まで全国津々浦々に展開する焼鳥店「やきとり大吉」を展開。すべての店舗が独立経営者によって運営されており、店主自ら新鮮な食材を仕入れ、串を刺し、お客様の目の前で調理するスタイルを貫いています。変わらない美味しさとくつろいでいただける空間を追求し、各店舗が地域に根差した独自の店づくりに努めています。</p>
<p>TORIKIZOKU USA INC.</p>	<p>米国における「HASU」「zoku」を運営。今後、更なる店舗の出店を目指し、開業準備を行っております。</p>
<p>TORIKIZOKU KOREA INC.</p>	<p>韓国における店舗の運営に向け、開業準備を行っております。</p>

- 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/>