



2025年2月期 第2四半期

決算説明資料

2024年10月8日

株式会社イートアンドホールディングス

(証券コード: 2882)

● 外食事業 既存店売上高の回復による増収増益

- 外食事業は、各業態の**既存店売上が着実に回復**。
「大阪王将」において**CK活用と調理ロボ導入**により、店舗拡大の基盤を構築。
「R Baker」でも、**CKを起点としたヒット商品の開発と展開**へ取り組む。
- 大阪王将創業55周年、**新モデル店展開とメニューブラッシュアップ**により**ブランディング強化**。

● 食品事業 冷凍庫棟稼働により物流体制強化

- 食品事業は、冷凍食品市場(中華カテゴリー)は堅調に伸長。
工場の製造ラインは回復基調、第2四半期累計の製造量は18,853トン(前期比97.1%)。
- 冷凍庫棟稼働により物流体制の強化および低コスト運営の両立へ。
- 新規客開拓に向けて**世代を超えて人気のあるタレントを新CM**に採用。
2024年9月の放送開始前より話題に。

● 海外展開の状況

- 海外事業は、**香港や中国など各国での強力なパートナーとともに順次店舗拡大**。
中国では「袁記食品集団」との協業による1号店を2024年6月21日に出店。
食品事業は、**台湾の量販店での冷凍餃子の販売好調**。今秋以降コンビニへ導入、展開拡大。

1. 2025年2月期 第2四半期 連結決算

- ・バランスシートの状況(連結)
- ・損益の状況(連結)
- ・2025年2月期 業績予想(連結)
- ・大阪王将創業55周年 記念配当

2. 実施施策と今後の取り組み

- ・食品事業
- ・外食事業
- ・海外事業
- ・EC事業
- ・サステナビリティ

3. イートアンドグループの概要

1. 2025年2月期 第2四半期 連結決算

バランスシート状況(連結)

(単位:百万円)	2024年 2月末現在	2024年 8月末現在	備考
資産の部	25,597	29,086	
流動資産	11,364	13,205	売掛金、商品及び製品の増加
固定資産	14,233	15,881	工場投資、外食事業_新規出店投資
負債の部	15,420	18,202	
流動負債	10,953	13,414	買掛金、未払金の増加
固定負債	4,467	4,787	長期借入金の増加
純資産の部	10,177	10,883	

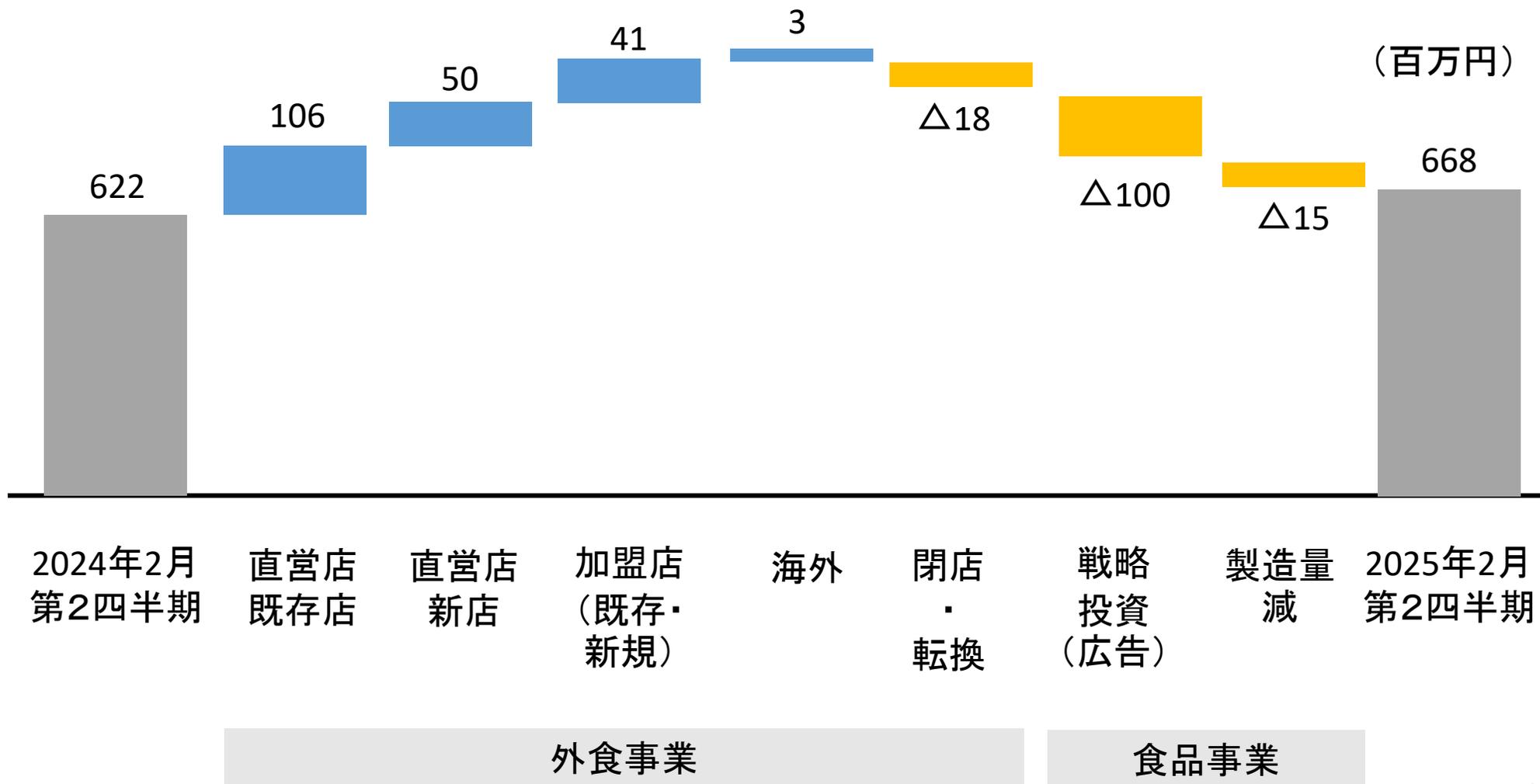
損益の状況(連結)

(単位:百万円)	2024年2月期 第2四半期累計	2025年2月期 第2四半期累計	前期比
売上高	17,764	17,951	101.1%
食品(構成比)	10,733(60.4%)	10,187(56.8%)	94.9%
外食(構成比)	7,030(39.6%)	7,763(43.2%)	110.4%
売上総利益	6,998	7,567	108.1%
販売費及び一般管理費	6,376	6,899	108.2%
営業利益	622	668	107.4%
営業利益率	3.5%	3.7%	+0.2pt
経常利益	634	664	104.7%
親会社株主に帰属する 中間純利益	361	※ 827	228.7%

※特別利益(出火に伴う受取保険金)825百万円の計上による増加

損益の状況(連結)

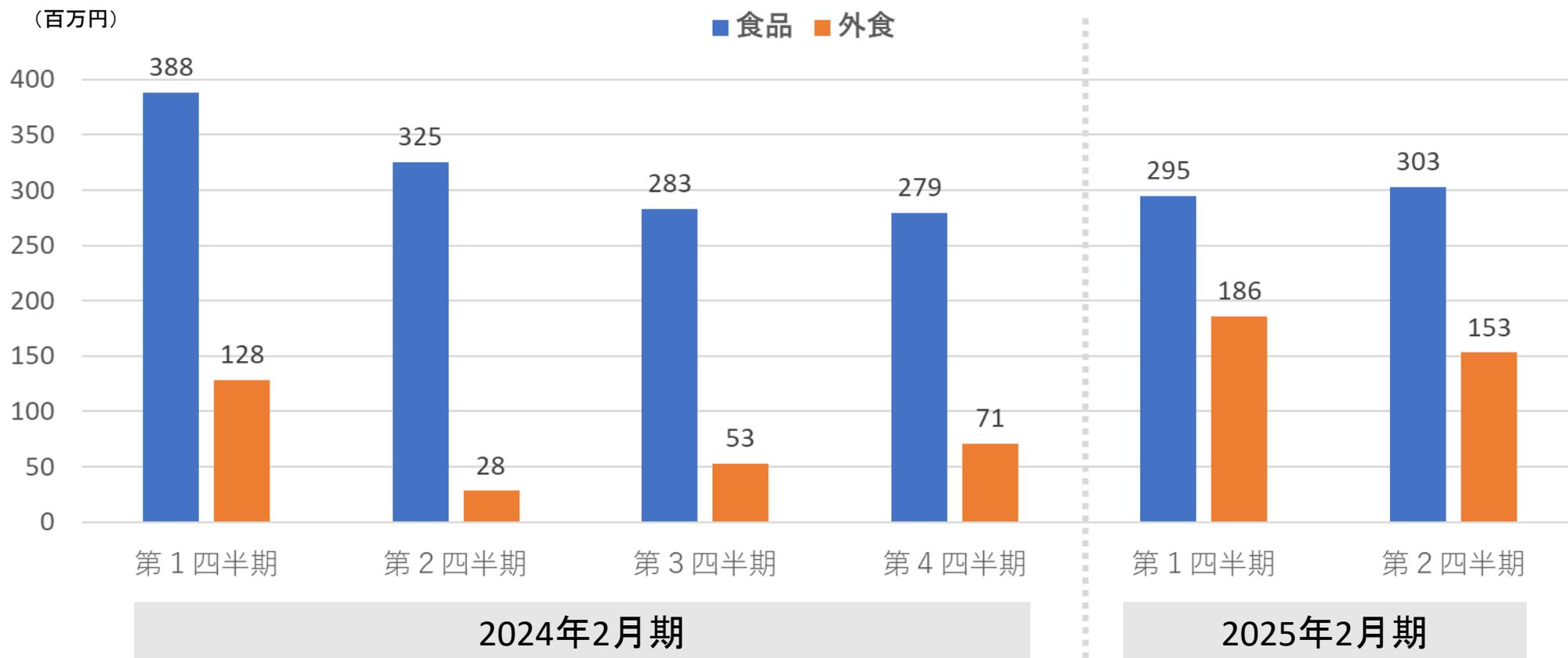
- 外食事業 既存店回復、新店寄与による利益回復
- 食品事業 戦略投資(広告宣伝) 全国CMの出稿



損益の状況(セグメント別)

(単位:百万円)		2024年2月期 第2四半期累計	2025年2月期 第2四半期累計	前期比
食品	売上高	10,733	10,187	94.9%
	セグメント利益	713	598	83.8%
	利益率	6.7%	5.9%	△0.8pt
外食	売上高	7,030	7,763	110.4%
	セグメント利益	156	339	217.7%
	利益率	2.2%	4.4%	+2.2pt
調整額	セグメント利益	△247	△269	—

セグメント別 営業利益推移



● 第2四半期(累計)業績予想(連結)との差異

(単位:百万円)	業績予想	実績	差異	達成率
売上高	19,100	17,951	△1,149	94.0%
営業利益	660	668	+8	101.3%
経常利益	660	664	+4	100.7%
当期純利益	893	827	△65	92.7%

● 通期業績予想(連結)の進捗

(単位:百万円)	通期予想	前期比	第2四半期実績 (累計)	進捗率
売上高	39,100	108.8%	17,951	45.9%
営業利益	1,280	120.8%	668	52.2%
経常利益	1,280	119.8%	664	51.9%
当期純利益	1,400	—	827	59.1%

- 2025年2月期の年間配当金について、1株当たり5.50円の記念配当を実施

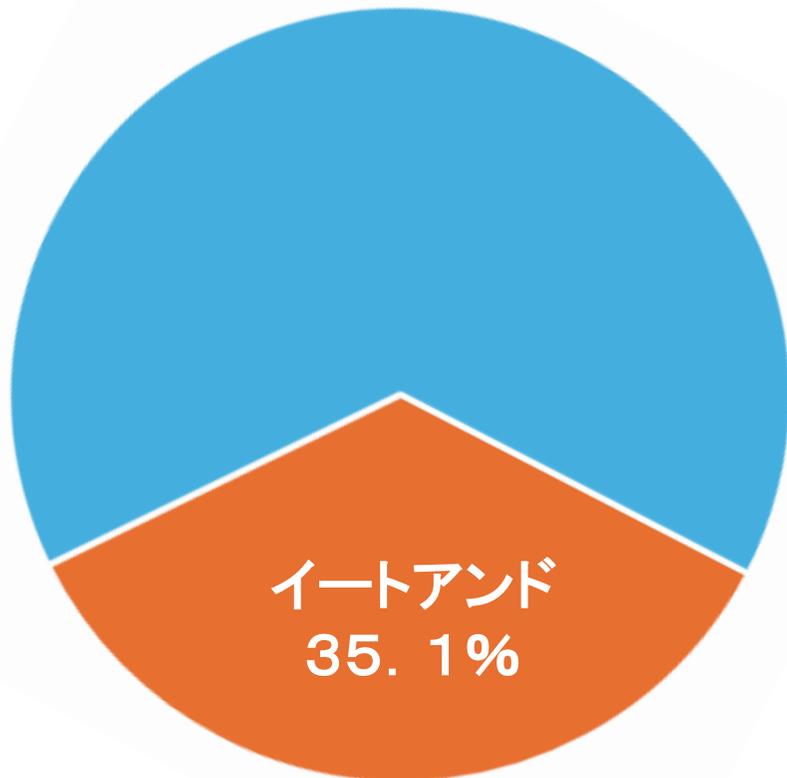
項目	中間	期末	合計
前回予想 (2024年4月11日)	5.00円	5.00円	10.00円
今回修正予想 (2024年7月23日)	7.50円 (普通配当 5.00円) (記念配当 2.50円)	8.00円 (普通配当 5.00円) (記念配当 3.00円)	15.50円 (普通配当 10.00円) (記念配当 5.50円)
前年実績	5.00円	5.00円	10.00円

食品事業

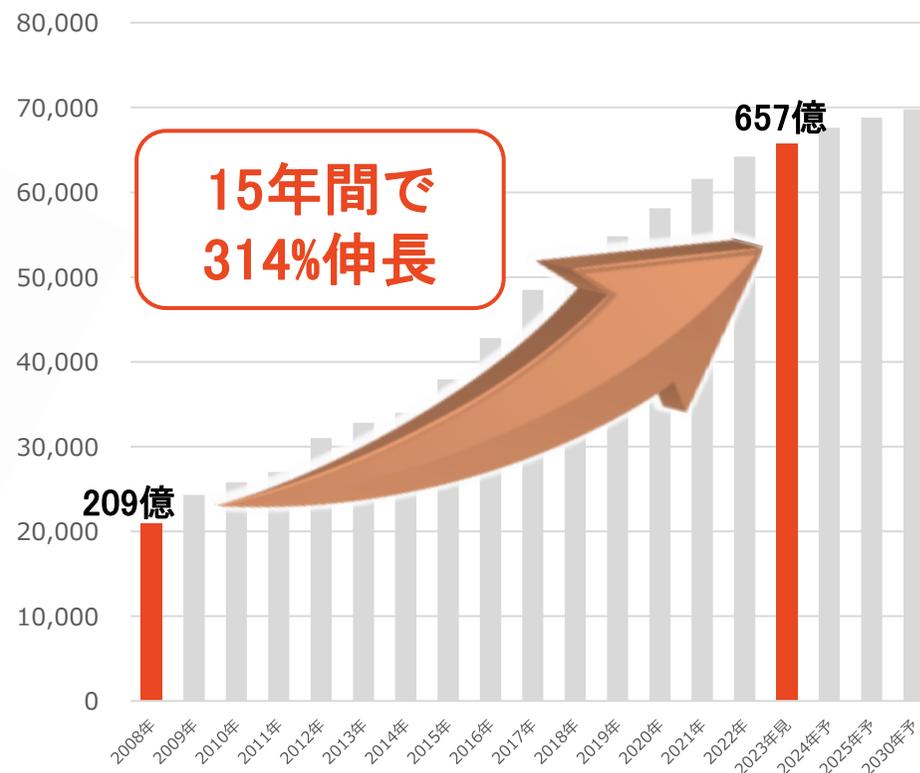
実施施策

冷凍餃子の市場は年々規模を拡大。
冷凍餃子カテゴリーにおいて高シェアを維持。

冷凍餃子のシェア



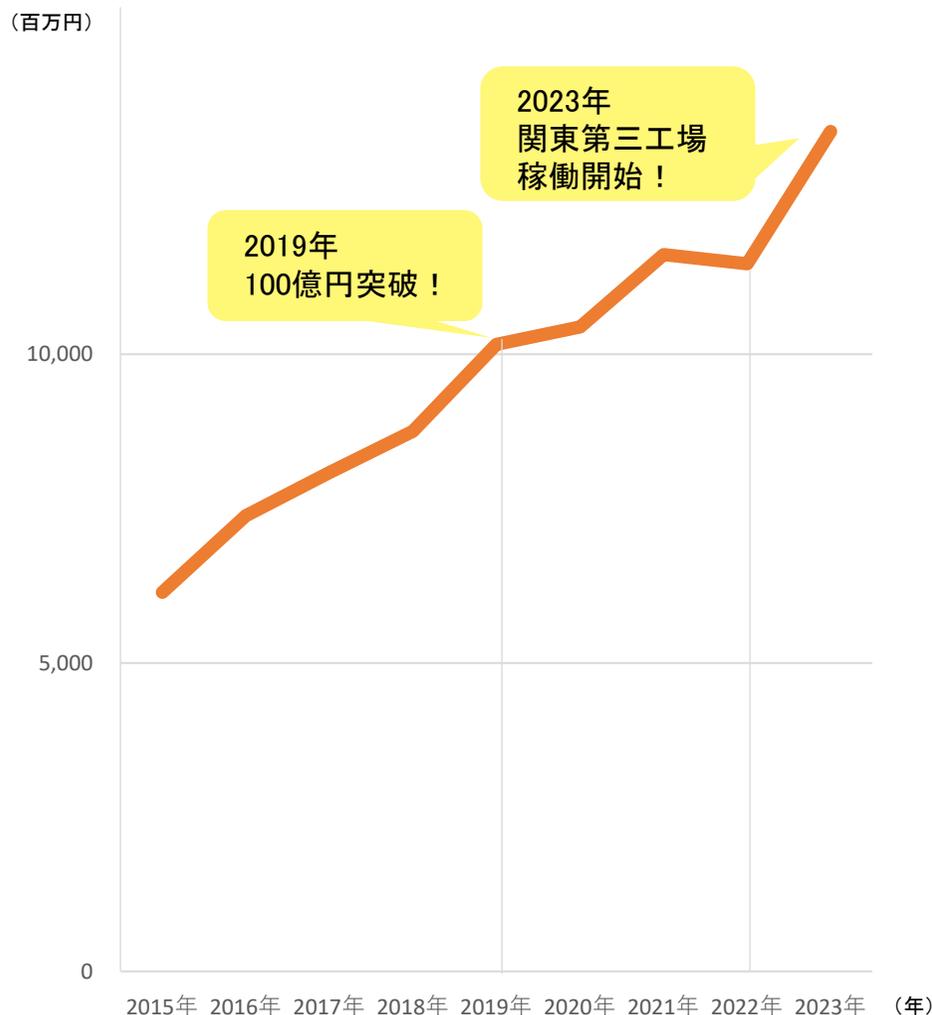
冷凍餃子の市場規模



※イメージSCI(15-79歳) 冷凍焼き餃子、水餃子市場 購買金額シェア
2024年3月～2024年8月 購入ルート: SM、DRG、DS

※富士経済「2023年食品マーケティング便覧」

2023年1月関東第三工場稼働開始により年間売上約136億円突破。
 羽根つき餃子シリーズ全体では、年間売上約177億円。

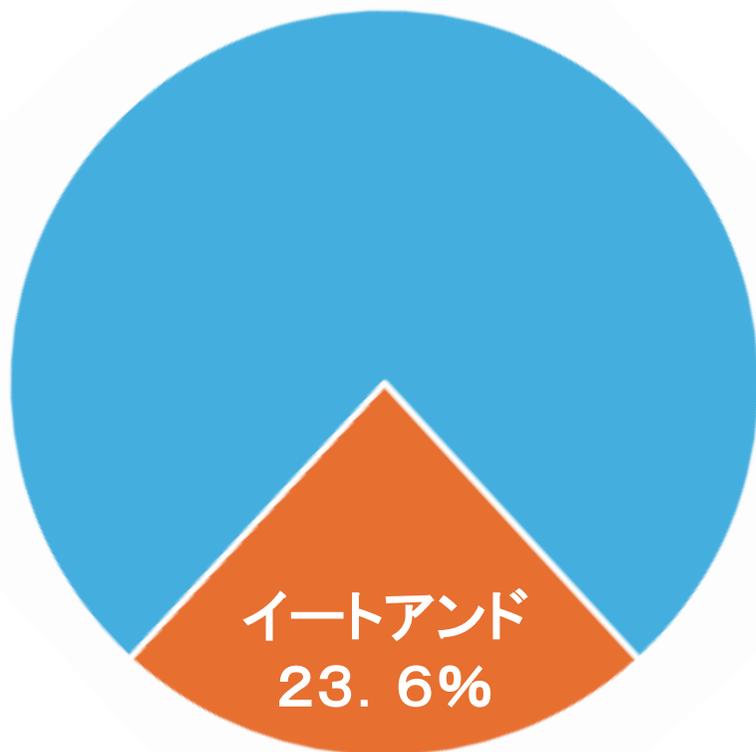


年2回のリニューアルを継続。
 フタいらずで簡単調理、秘伝のたれつきで、
 食卓の定番メニューに。
 2024年9月1日より
 「焼き餃子カテゴリー」の
 価格改定(5~15%)を
 実施し収益改善。



中華カテゴリー全体が堅調、冷凍調理品において4番目の構成比を占める。
中華カテゴリー市場におけるシェアは第2位(23.6%)。

中華カテゴリーにおける自社シェア



冷凍調理のカテゴリー別伸長率

カテゴリー	前年比	20年比
冷凍調理品	104.0%	114.9%
食卓総菜	107.9%	115.5%
弁当品	111.6%	119.7%
麺	106.2%	119.2%
中華	101.6%	117.5%
スナック	102.5%	117.4%
米飯	99.1%	103.4%
パスタ	104.2%	105.7%
その他	92.7%	123.8%

※インテージSCI(15-79歳)平均購入規模(×100)金額
2024年3月～2024年8月 購入ルート: SM、DS、DRG

インテージSCI(15~79歳)平均購入規模金額 期間:2023年1月～2023年12月 購入ルート: SM、DS、DGS 14
※中華=焼き餃子、シュウマイ、春巻、水餃子、冷やし中華、小籠包、ビーフン、中華惣菜、エビチリ

餃子



おかず・スナック・麺・点心

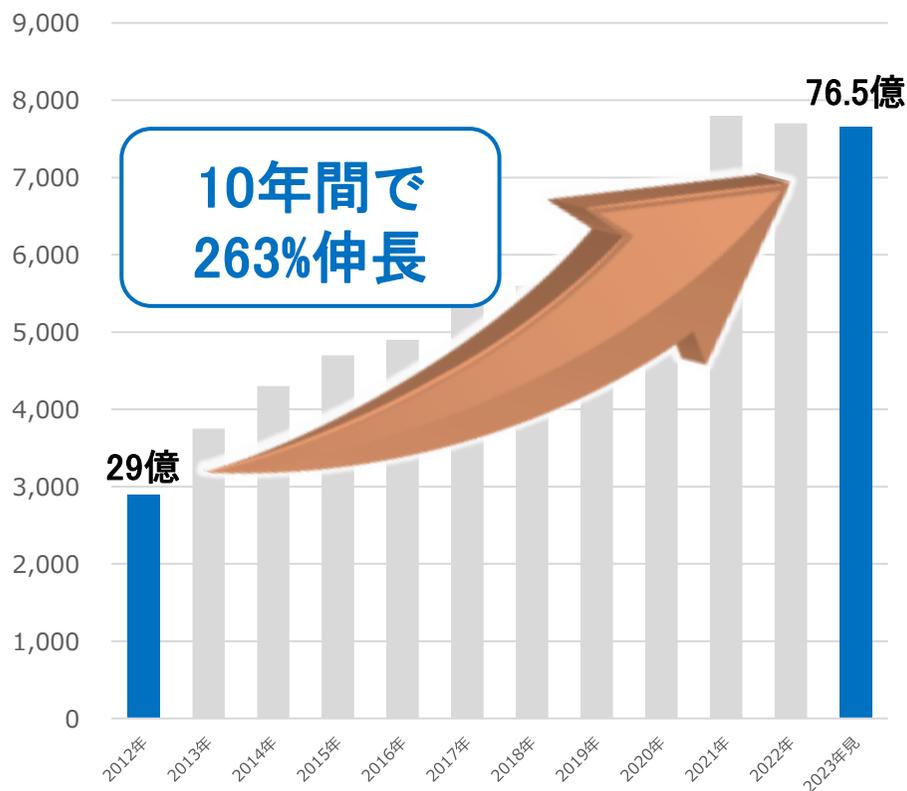


炒飯・丼



シェア10年連続1位 (2025年2月期第2四半期累計: 51.7%)
 時短と満足感を追求した新商品で、より間口を広げる。

冷凍水餃子の市場規模



※富士経済「2023年食品マーケティング便覧」



ぷるもち水餃子とスープがついた鍋セット。トレー付で皿いらず、レンジ調理で手軽さをアピール。冷凍ラーメンに水餃子をトッピングした商品も展開。水餃子の認知度拡大、市場規模拡大に向けた新商品の開発。

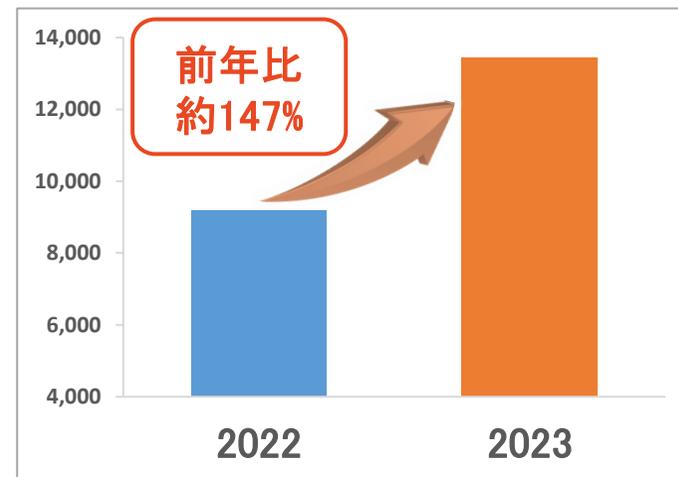


期待以上の価値を目指した新商品、自社製造品拡充に向けた商品開発。

並べる“手間いらず”！新商品



トレー入り米飯のニーズ拡大

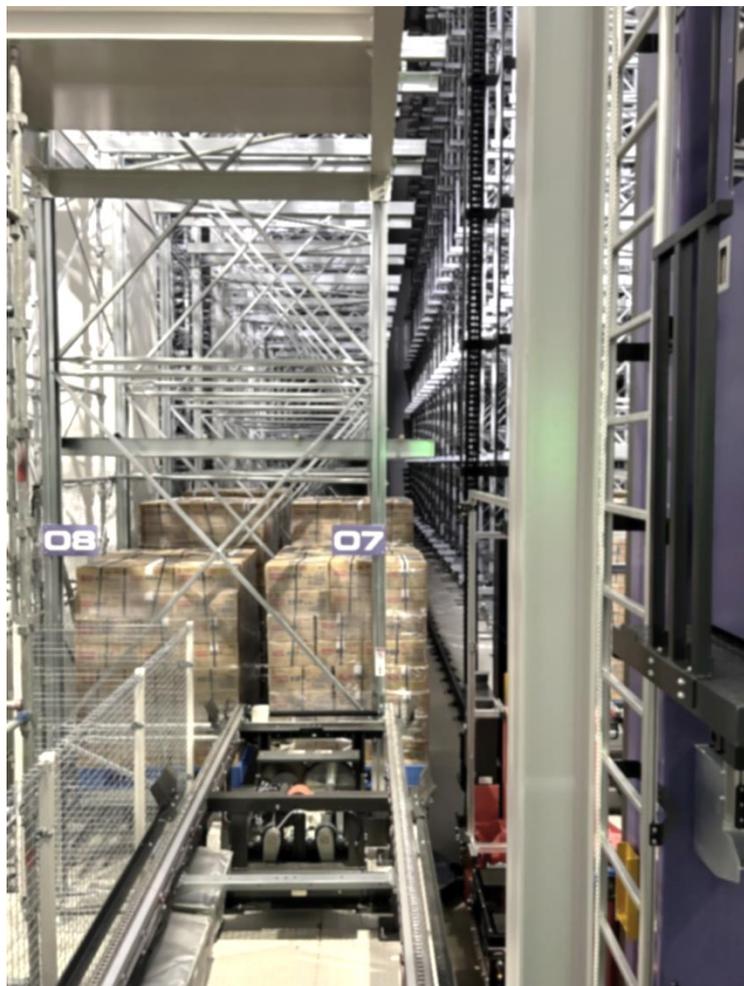


水、油、フタの次は並べる“手間いらず”。FOODEXフローズンオブューチャーGPを受賞

2段トレー採用の“ぶっかけ”シリーズ。自社工場で自家製餡を製造。自社製造品の拡充を目指す。

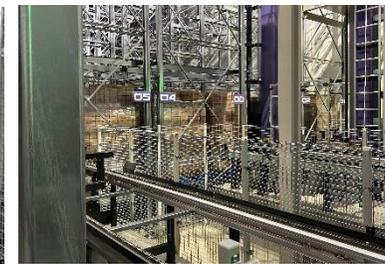


冷凍庫棟「**関東 Logistics Base (KLB)**」が2024年9月稼働開始



物流拠点「**関東 Logistics Base**」

関東工場全体で収容能力は約5,000パレット
(『**羽根つき餃子**』約800万パック相当)。
100%省エネ型自然冷媒の冷凍冷蔵設備。
2024年問題などの社会課題解決、
安定供給を目指す。



食品事業

今後の取り組み

主力商品の需要増加に対応、西日本エリアの生産体制強化



新工場(九州工場)の概要

餃子の主原料であるキャベツや豚肉の生産地である宮崎県。都城市における新工場用地の取得が確定。西日本エリアへの供給対応、サプライチェーンの効率化へ。

所在地	宮崎県都城市高城町
竣工予定年月	2026年12月予定
敷地面積	8,259.88㎡
延べ床面積	7,400.00㎡
主な製造商品	羽根つき餃子 羽根つきスタミナ肉餃子 ぷるもち水餃子



生産ラインに新技術を積極的に導入し、2025年2月完全復旧予定。

段階的に生産再開、リニューアル



2024年春より、冷凍水餃子の生産ライン、
外食向けの具、皮、麺の製造が再開。

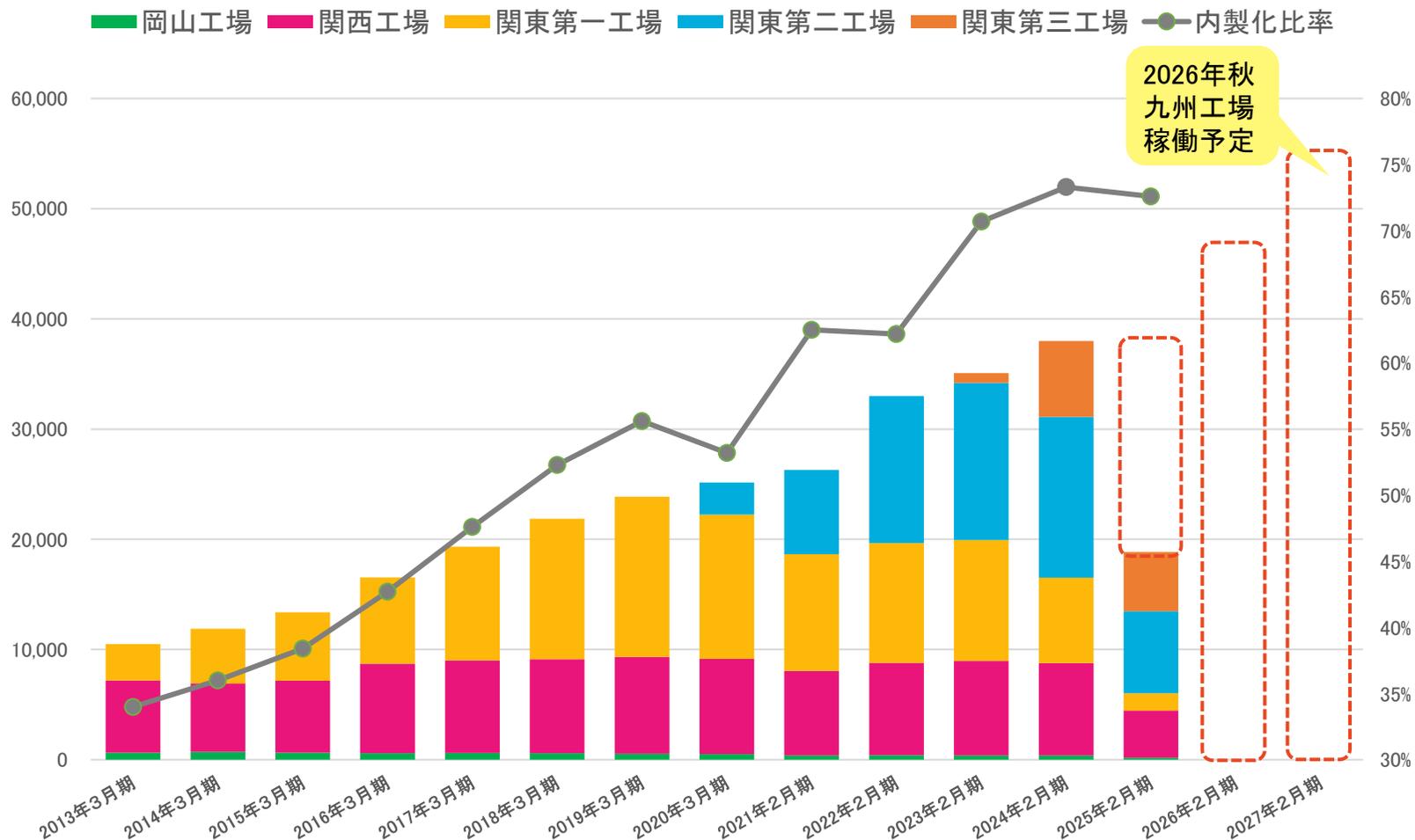
工場内に自社・他社の
冷凍食品が並ぶカフェ
テリアを新設。従業員
へ豊かな食事の提供と、
冷凍食品の素晴らしさ
を知る場として提供。



第2四半期累計の生産量は18,853トン(前期比97.1%)

2025年2月関東第一工場の完全復旧予定、2026年末九州工場竣工予定。

工場生産量・内製化比率 推移



※2021年2月期は決算月変更に伴い11カ月実績

食品安全を担保するための取組みにも力を入れ、ISO22000:2018、FSSC22000の認証を取得。

食の安心・安全を提供

5フリー(ファイブフリー)



長年、外食で培った食材の魅力を引き出すノウハウを生かし、素材の持つ本来の美味しさを最大限に活用するため、5フリー(食品添加物としての調味料・着色料・香料・甘味料・発色剤に頼らない商品づくり)を、推進しています。



関東工場・関西工場・岡山工場

商品開発グループ/戦略企画グループ
R&Dグループ/外食品質管理グループを除く



関東工場・関西工場

外食事業

実施施策

● 2025年2月期末(2025年2月28日)のグループ店舗数見通し**470店舗**

(単位:店舗)		2024年2月末			2025年2月期(累計)						2024年8月末		
		店舗数			出店数			退店数			店舗数		
		直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店
国内	大阪王将	43	294	337	2	8	10	3	4	7	42	298	340
	ラーメン	14	10	24	1	0	1	0	0	0	15	10	25
	ベーカリー・カフェ	20	12	32	2	6	8	2	0	2	20	18	38
	一品香	9	2	11	0	0	0	0	0	0	9	2	11
	その他業態	7	3	10	0	0	0	0	0	0	7	3	10
海外		8	20	28	0	3	3	1	3	4	7	20	27
グループ計		101	341	442	5	17	22	6	7	13	100	351	451

※出店・退店数には、直営店から加盟店へ運営形態を変更した5店舗を、カウントしております

調理ロボ『I-Robo』の導入店舗拡大に向けて、ロードサイドやフードコートなど、様々な立地・客層の店舗にて検証。



長尾店(大阪府)
2024年4月リニューアル



御徒町店(東京都)
2024年5月リニューアル



ららぽーと新三郷店(埼玉県)
2024年4月オープン



松戸西口店(千葉県)
2024年6月オープン

埼玉セントラルキッチン(CK)供給店舗数50店舗超、製造メニュー数も増加。
CK活用で店舗オペレーション軽減

CK活用で店舗オペレーション軽減



餃子の成型をはじめ、唐揚げの下味、煮豚の製造など、食材の仕込みを行う。CK活用を前提としたメニュー開発も。稼働開始から約1年、CKにおける餃子生産量は10倍の10万人前/月。関東エリア50店舗以上へ毎日供給。

調理ロボ『I-Robo』の導入実績



調理ロボ導入1号店である西五反田店では原価率・人件費が下がったことにより、導入前と比較して、F/Lコストを約10%削減、客数・客単価アップ。一方、課題であったサイズやメンテナンス方法を改良した『I-Robo2』を、2024年秋より本格導入。

セントラルキッチン(CK)を活用した新しいビジネスモデル



R Baker山梨CK概要

CKでは、製造に手間のかかるクロワッサンを中心に、常時約5種類のパンと冷凍生地を製造。ヒット商品『のびーるクロワッサン(のびクロ)』は、CKにて毎日約5,000個製造、焼成前の状態で全国の店舗へ出荷。製造工程をCKへ集約することによって、食品ロス削減やベーカリー業界の労働環境の改善など、社会課題の解決を図る。



店舗形態に合わせた生地・パンをセントラルキッチンから冷凍で出荷。
フランチャイズ新モデル、小規模店舗などベーカリー事業を拡大。



R Baker刈谷ミササガパーク店(愛知県)
2024年4月オープン



R Baker富谷店(宮城県)
2024年4月オープン



R Baker神谷町トラストタワー店(東京都)
2024年7月オープン



R Baker miniエキュート立川店(東京都)
2024年8月オープン

2025年1月に創業70周年を迎える「横濱一品香」。

創業70周年に向けて

ジャパン・フード・セレクション受賞



2024年4月
グランプリ受賞

“100年続く横濱たんめん”を目指して、ヒット商品のブラッシュアップ、店舗リニューアルをはじめ、アップデートに取り組む。

お店の本格的な味わいを楽しめることが評価され、ECサイトで販売をしている冷凍『元祖絶品たんめん』がグランプリ受賞。

行列の絶えない町中華「萬龍」、龍シリーズ4店舗目がオープン。



町中華の躍進

『肉玉炒飯』で近隣のビジネスマンや学生に人気の町中華「萬龍」。龍シリーズ4店舗目が、“ネオ町中華”をテーマに、東京ドームフードホールにオープン。エンターテインメント空間で、ボリュームのある王道メニューと、お酒を楽しめる店に。



外食事業

今後の取り組み

ひとりでも、子連れにも、ちょうどいい店舗として新規客を開拓。



コンセプトは“SMILE&GYOZA”

日常使いの街中華はそのままに、さまざまなシーンで利用できる場所として新モデル店を発表。天井を高く、動線を広く設計した店内。「野菜を食べたい」、「いろんなメニューを少しずつ食べたい」という風潮にも対応した新メニューを展開し、新規客にもアプローチ。

餃子の形を笑っている口の形と掛け合わせた、笑いの文化が根付いている大阪生まれのブランドとして、新しいロゴマークに。



創業55周年“めっちゃええやん”をキーワードにメニューのブラッシュアップ。



メニューブラッシュアップ

元祖焼餃子、中華そば、五目炒飯。
素材と調理工程を見直し、リニューアルを敢行。

元祖焼餃子は、リニューアルでパリパリの皮と
シャキシャキ野菜の黄金バランスを実現。
中華そばはボリューム感アップ、
五目炒飯は
醤油の香ばしさが食欲をそそる
仕上がりに。



既存客が支持する“豪快”でフォトジェニックな限定メニューは健在



これぞ大阪王将！ド真ん中シリーズ

2024年の期間限定メニューシリーズは、見るだけで食欲が溢れる“ド真ん中シリーズ”。大阪王将が得意とする、豪快でフォトジェニックなメニューは、発売するたびに話題に。



10月18日を「天津飯の日」として記念日制定。限定メニューで認知拡大へ。



海外事業

実施施策と今後の取り組み

“日式鉄板ファストフード”スタイルで中国本格進出の足掛かりに



中国・広東省での出店拡大

中国で外食ブランド『袁記云饺』を約4,000店舗展開する袁記食品集団および美味投資有限公司と合弁会社設立。現地のニーズに合わせて、リーズナブルな価格帯でスピーディーにご提供する、ファストフード式店舗として「大阪王将」を展開。広州地区をはじめ深圳地区などの主要都市において3年間で60店舗を計画。



各国において、強力な現地パートナーと契約。
韓国に「くまちゃん温泉」が、「大阪王将」は香港に2号店がオープン。

くまちゃん温泉



若者に人気が高くトレンド発信地・
聖水地区にオープン。
現地の味覚や嗜好に合ったレシピを開発、
また食材も現地で調達。

大阪王将



香港1号店のAPMに続き、
2号店のTaikoo店も
現地で人気の
商業施設内に開店。

現在、台湾国内に15店舗を展開。量販店からコンビニまで、冷凍餃子の取扱い店舗の拡大。外食と食品の両輪事業を展開。

外食店舗



台北・台南から台中へも出店し、15店舗を展開中。
(2024年8月末現在)

冷凍餃子



台湾国内で約1,200店舗を展開する全聯福利中心(Pxmart)にて冷凍餃子の販売。今秋からは、台湾国内のセブン-イレブン約6,000店舗で、取り扱い開始。



EC事業

実施施策

公式オンラインショップでeギフトサービスを導入。
大阪王将公式通販では、他社コラボ商品の開発。

ギフトニーズへの対応



各ブランドの販売チャネル拡大とともに、公式オンラインショップ内では、送り先の住所がわからなくてもギフトが贈れるeギフトサービスを導入。

他社コラボ



大阪王将公式通販では、他社とのコラボフェア実施により、認知拡大を狙う。

サステナビリティ

「地球環境」「地域社会」「人とのつながり」を大切にし、全てのステークホルダーの幸福につながる持続可能な社会の実現を目指します。



食品ロスのない未来へ、キャベツ残渣の活用・研究を進めています。



脱炭素社会の実現へ。省エネ型自然冷媒の冷凍冷蔵設備導入を進めています。

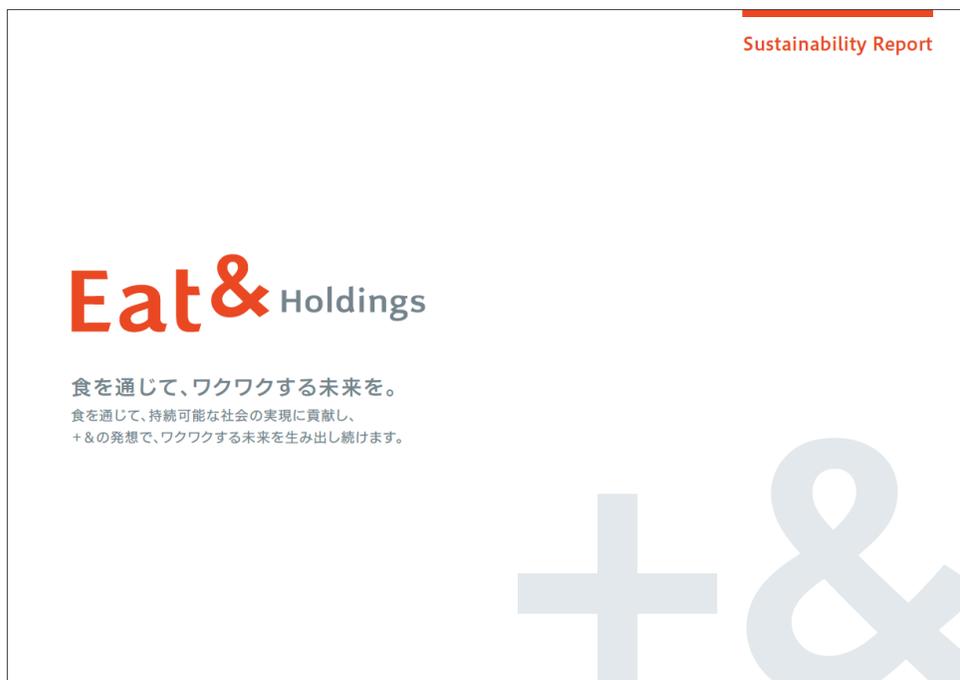


パッケージのサイズを短くすることにより、プラスチックの削減に。



キャベツ、白菜、豚肉、米……。顔の見える生産者様から、旬の時期に食材を仕入れています。

グループ初となるサステナビリティレポートを発行。 持続可能な社会に向けた私たちの考え方と取り組みを発信。



7つの重点課題

7つの重点課題の指標・目標を設定するとともに、これらのイートアンドが目指す未来に向けて、さまざまなアプローチから取り組みを行い、目標達成を目指します。

3つの視点	7つの重点課題	イートアンドのアプローチ	取り組み内容	イートアンドが目指す未来	貢献するSDGターゲット
環境 Environment	食品ロス削減	食材を余すところなく活用	自社工場における食品廃棄物の削減 社外工場における正社員派遣員	食品ロスのない未来へ ・2030年に食品廃棄物を50%削減 (2019年比)	
		食べ残しを減らす	外食店舗における可食部ロス削減		
		もったいないをなくす	賞味期限表示の改訂 冷凍自動販売機の稼働数増		
		廃棄物を+&に変える	キャベツ残渣の活用・研究 ペーカリーカフェにおけるコーヒーカプセルのリサイクル		
気候変動対策	カーボンニュートラルへ	カーボンニュートラルへ	自社工場における温室効果ガス排出量を削減 グループ全体での温室効果ガス排出量を削減 サプライチェーン全体での温室効果ガス削減(輸送)も削減	気候変動社会の実現 ・2030年にCO2排出量を46%削減 (2013年比) Scope1,2	
		エネルギー+&	環境に配慮したパワーバンクの開発 配電トランスの効率改善(輸送/出荷)		
社会 Social	地域との共生	事業を通じた地域貢献	顧客層にこだわったものづくり 日本の職員で育てられた食材を利用したものづくり 地域特有のメニューを企画・企画、味の継承	日本の食を盛り上げ、 地域社会の発展に貢献。 子どもたちの笑顔溢れる未来へ	
		コミュニティ支援活動	子どもたちに向けた手作り餃子体験の開催 食の事業を通じて、子どもの未来を豊かにする支援		
		ダイバーシティ	多様な人材の活躍を推進		
経済 Economic	健康経営	心と体の健康を維持し、働きがいの実現を推進	ワークライフバランスの推進 ヘルスケア制度の拡充 オフィス環境改善	働きがいを与えて人に	
		組合の推進	イートアンドWAYの理解促進		
ガバナンス Governance	グループ経営	健全性、透明性を確保し、ステークホルダーと協働して事業の遂行	コーポレートガバナンス体制の強化	持続的な企業経営	

3. イートアンドグループの概要

食を通じて、
持続可能な社会の実現に貢献し、
+ & の発想で、
ワクワクする未来を生み出し続けます。

サステナビリティ基本方針

Eat+&の幸せを次の世代へ。

「地球環境」「地域社会」「人とのつながり」を大切にし、
全てのステークホルダーの幸福につながる
持続可能な社会の実現を目指します。

7つの重点取組み

Environment 環境

食品ロス削減
温室効果ガス削減

Social 社会

地域との共生
ダイバーシティ
健康経営

Governance ガバナンス

理念の浸透
グループ経営

- 社 名 ➤ 株式会社 イートアンドホールディングス
- 英 文 社 名 ➤ EAT&HOLDINGS Co.,Ltd
- 東京ヘッドオフィス ➤ 東京都品川区東品川4-12-8 品川シーサイドイーストタワー15階
- 大 阪 オ フ ィ ス ➤ 大阪府大阪市淀川区宮原3-3-34 新大阪DOIビル3F
- 設 立 年 月 ➤ 1977年8月
- 業 種 ➤ 飲食店経営および食品製造・販売
- 代 表 者 ➤ 代表取締役会長 CEO 文野 直樹
代表取締役社長 COO 仲田 浩康
- 資 本 金 ➤ 31億73百万円(2024年8月末現在)
- 発行済株式総数 ➤ 11,344,970株(2024年8月末現在)
- 決 算 期 ➤ 2月末日
- 店 舗 数 ➤ 451店舗(2024年8月末現在)
- 従 業 員 数 ➤ 1,745名(2024年8月末現在)

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。投資に関する決定は、閲覧者ご自身の判断と責任で行われますようお願いいたします。