



2026年2月期 第1四半期

決算説明資料

2025年7月11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)

● 食品事業 第一工場復旧、生産量115.4%

- ・ 食品事業は、第一工場復旧により製造量は、**10,357トン(前期比115.4%)**と飛躍。
- ・ 工場に直結する冷凍庫棟の稼働により、物流体制の再構築を図るとともに、コスト低減に注力。
- ・ CMでは、世代を超えて人気のあるタレントを起用し、新規顧客の開拓を強化。
- ・ 西日本生産拠点として、宮崎県都城市に九州工場の建設に着手。
経産省「大規模成長補助金」の交付を受け**2026年冬稼働予定**。

● 外食事業 新規出店加速 & 既存店好調

- ・ 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、**セントラルキッチン(CK)活用とDX化**により低コスト化、省人化に注力し店舗拡大の基盤を構築。
「R Baker」でも、**同じくCKを活用した生産体制の構築と新商品の開発に着手**。
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**。

● 海外展開の状況

- ・ 海外事業は、**台湾において、外食事業・食品事業ともに躍進、韓国では新規出店好調**。
- ・ 米国事業では**2026年に1号店出店**を目指す。

1. 2026年2月期 第1四半期 連結決算

- ・バランスシート of 状況 (連結)
- ・損益 of 状況 (連結)
- ・2026年2月期 業績予想 (連結)
- ・2026年2月期 配当予想

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. 2026年2月期 第1四半期 連結決算

バランスシート状況(連結)

(単位:百万円)		2025年 2月末現在	2025年 5月末現在	備考
資産の部		29,151	32,793	
	流動資産	12,240	14,604	売掛金、現金及び預金の増加
	固定資産	16,911	18,189	工場投資、外食事業_新規出店投資
負債の部		18,200	21,528	
	流動負債	13,357	16,111	買掛金、短期借入金の増加
	固定負債	4,843	5,416	長期借入金の増加
純資産の部		10,951	11,265	

損益の状況(連結)

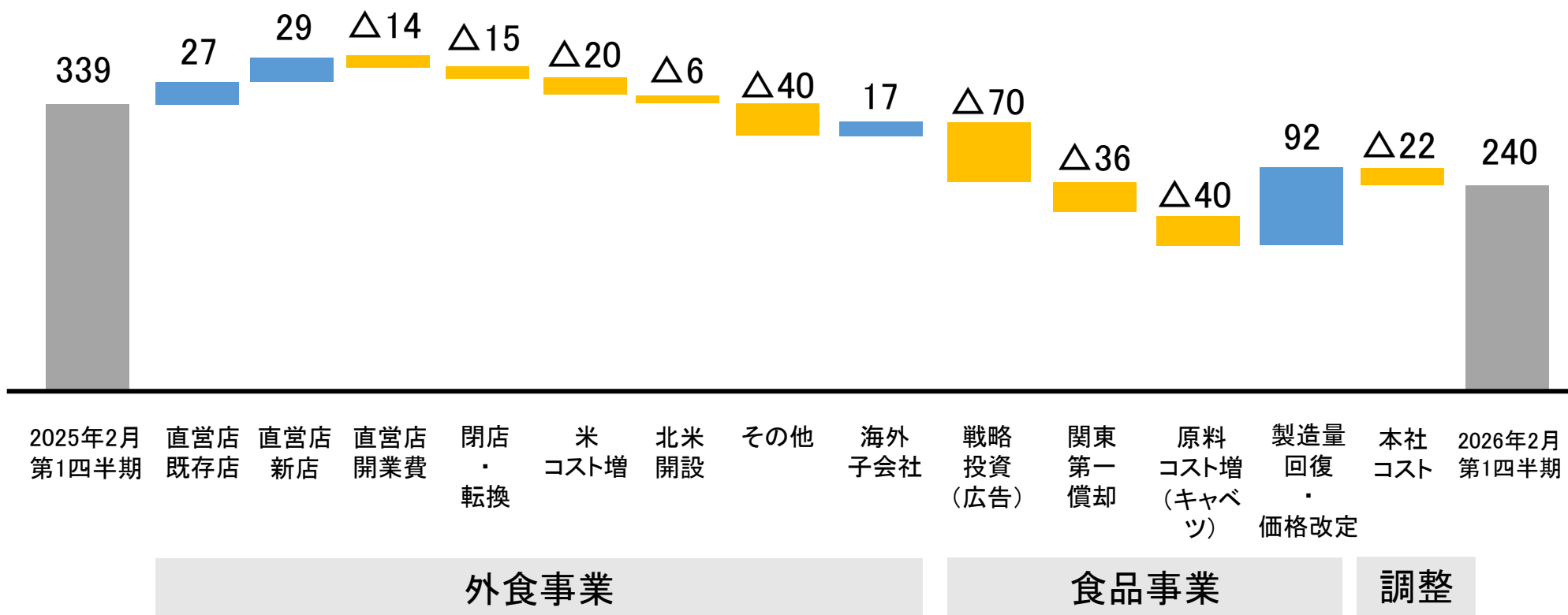
(単位:百万円)		2025年2月期 第1四半期累計	2026年2月期 第1四半期累計	前期比
売上高		9,123	10,112	110.8%
	食品(構成比)	5,232(57.3%)	5,681(56.2%)	108.6%
	外食(構成比)	3,891(42.7%)	4,431(43.8%)	113.9%
売上総利益		3,819	4,238	111.0%
販売費及び一般管理費		3,479	3,998	114.9%
営業利益		339	240	70.8%
	営業利益率	3.7%	2.4%	△1.3pt
経常利益		343	245	71.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益		※ 684	137	20.0%

※2025年2月期第1四半期累計において出火に伴う受取保険金(特別利益)825百万円を計上

損益の状況(連結) 営業利益

- 外食事業 既存店、新店寄与による利益回復、海外子会社の利益改善
米の仕入コスト増、北米への投資
- 食品事業 製造量回復、2024年9月価格改定による収益改善
戦略投資(広告宣伝)、キャベツの仕入コスト増

(百万円)



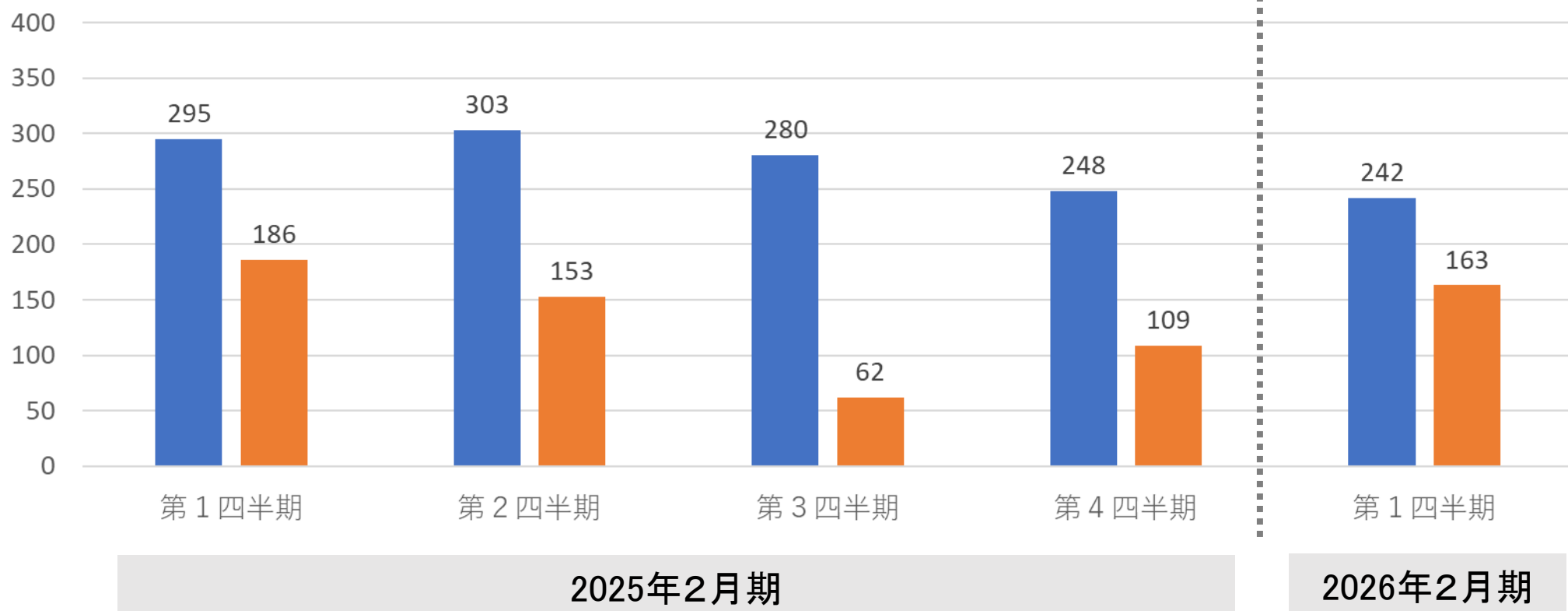
損益の状況(セグメント別)

(単位:百万円)		2025年2月期 第1四半期累計	2026年2月期 第1四半期累計	前期比
食品	売上高	5,232	5,681	108.6%
	セグメント利益	295	242	81.9%
	利益率	5.7%	4.3%	△1.4pt
外食	売上高	3,891	4,431	113.9%
	セグメント利益	186	163	87.6%
	利益率	4.8%	3.7%	△1.2pt
調整額	セグメント利益	△143	△165	—

セグメント別 営業利益推移

(百万円)

■ 食品 ■ 外食



- 売上高 食品事業 4月中旬以降の自社製造量の回復と連動し販売拡大を計画
外食事業 グループ店舗数純増+31店舗を計画
- 営業利益 原材料(キャベツ、米、畜肉等)の価格上昇、北米への投資を織り込み
- 純利益 関東第一工場の出火に伴う前期計上の特別利益(保険金)の影響

(単位: 百万円)	第2四半期 予想 (累計)	前期比	進捗率	通期予想	前期比	進捗率
売上高	19,000	105.8%	53.2%	40,000	107.1%	25.3%
営業利益	400	59.8%	60.0%	1,200	110.0%	20.0%
経常利益	375	56.4%	65.3%	1,150	116.5%	21.3%
純利益	146 ※1	17.6%	93.8%	525 ※2	59.1%	26.1%

※1 2025年2月期第2四半期累計において出火に伴う受取保険金(特別利益)825百万円を計上

※2 2025年2月期において出火に伴う受取保険金(特別利益)1,606百万円、固定資産圧縮損(特別損失)910百万円を計上

- 食品事業 関東第一工場の完全復旧による製造量回復、販売拡大を計画
原材料価格の価格上昇を第2四半期予想に織り込み
- 外食事業 2026年2月期グループ店舗数は500店舗を計画し、店舗数増による計画
北米への投資を第2四半期予想に織り込み

(単位:百万円)		第2四半 期予想 (累計)	前期比	進捗率	通期 予想	前期比	進捗率
食品	売上高	10,803	106.0%	52.6%	22,900	106.7%	24.8%
	セグメント利益	460	76.9%	52.6%	1,244	110.5%	19.5%
外食	売上高	8,197	105.6%	54.1%	17,100	107.7%	25.9%
	セグメント利益	258	76.1%	63.2%	624	122.4%	26.1%
調整	セグメント利益	△318	—	51.9%	△668	—	24.7%

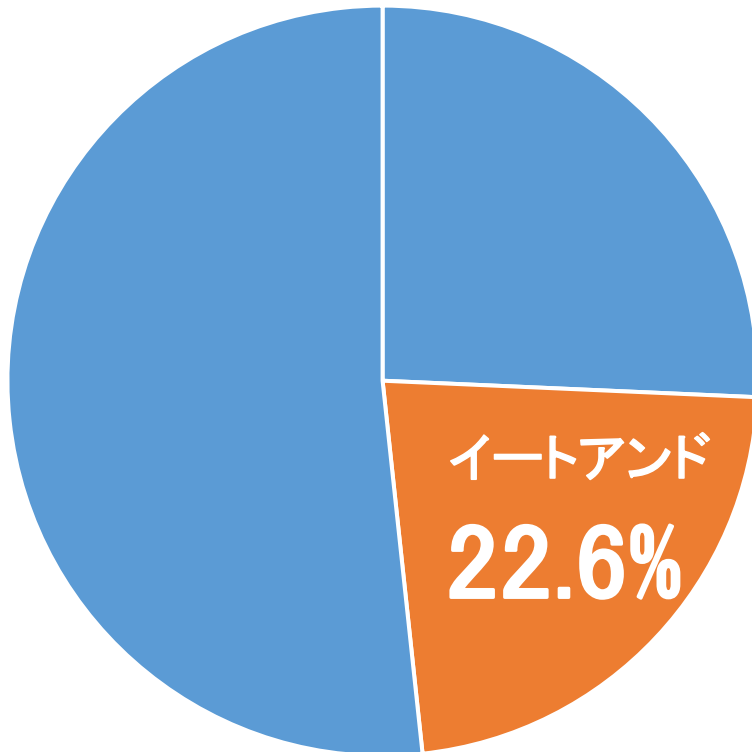
- 2026年2月期の年間配当金は、1株当たり15.00円を予定
- 前年に実施した記念配当を普通配当に織り込む

項目	第2四半期	期末	合計	配当性向
2026年2月期 配当金予想	7.50円	7.50円	15.00円	32.40%
前年実績 配当金	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)	19.78%

食品事業

ハイライト

中華カテゴリー



平均購入規模の拡大

冷凍食品の中でも、堅調に平均購入規模を拡大している中華カテゴリー。市場におけるシェアは第2位(22.6%)。

22.6%

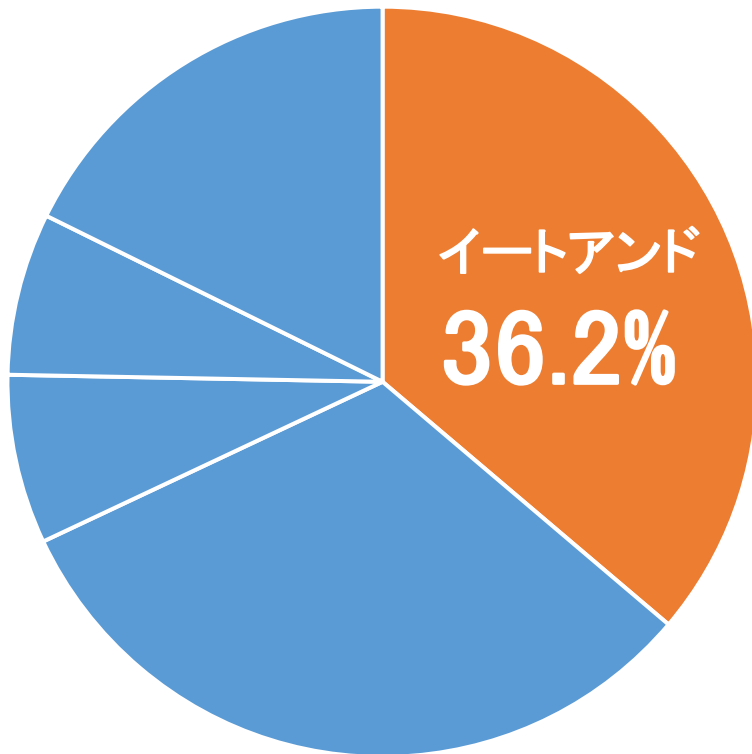
5年間で
131%伸長



※インテージSCI(15-79歳)平均購入規模(×100)金額
2025年3月～2025年5月 購入ルート: SM、DS、DRG

※インテージSCI(15-79歳)平均購入規模(×100)金額 2019年4月～2025年3月 購入ルート: SM、DS、DRG
※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

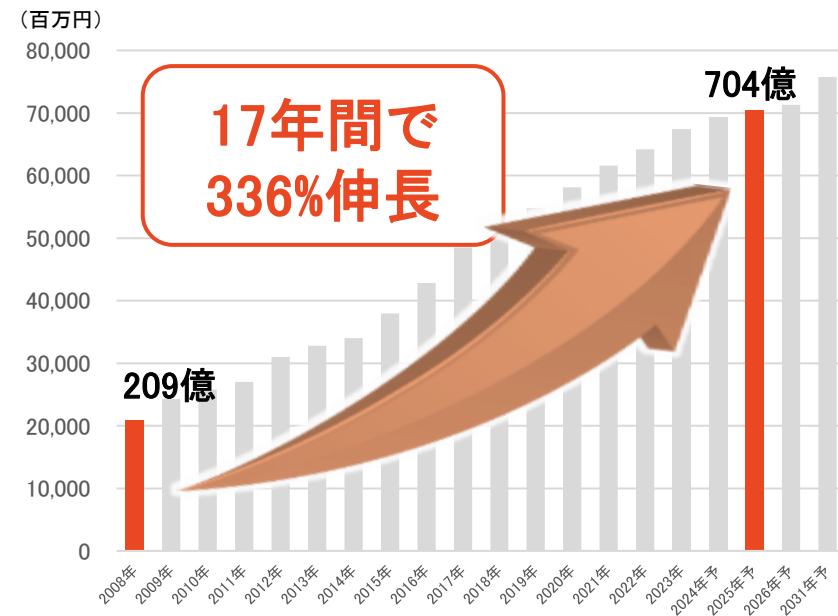
冷凍餃子カテゴリー



冷凍餃子のシェア

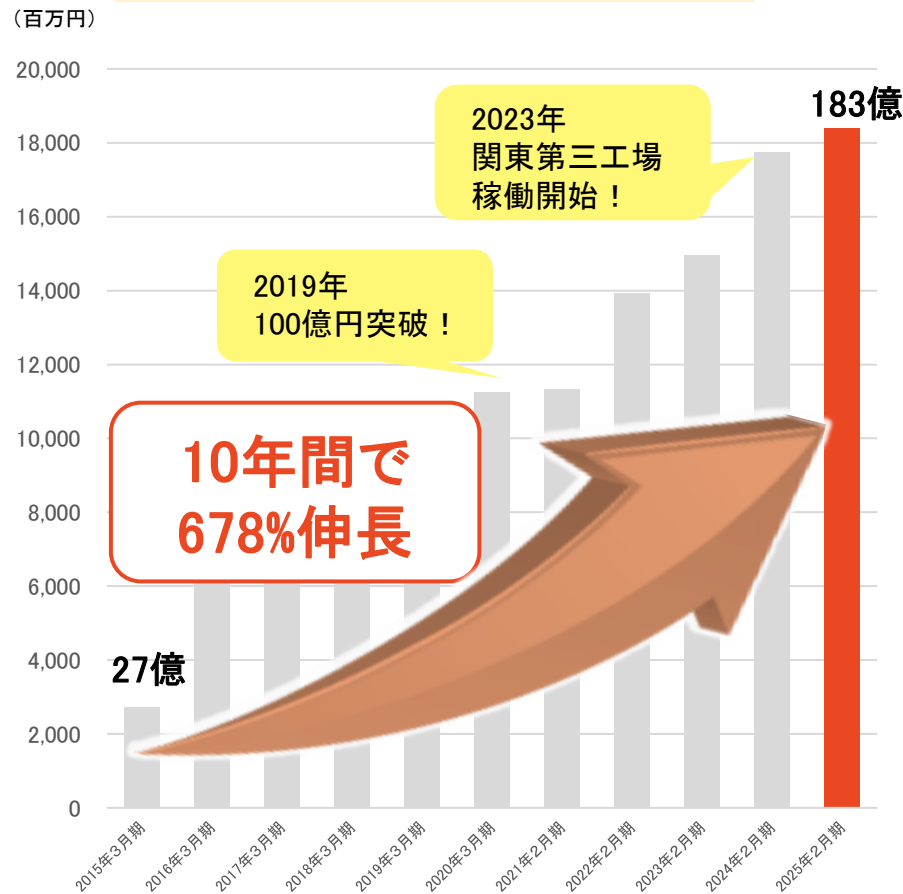
冷凍餃子市場はまだ拡大傾向、
2025年は704億円にのぼる見込み。
冷凍餃子カテゴリーにおいて高シェア維持、
2年連続首位。2025年3月～5月のシェアは36.2%。

36.2%



183
億円

羽根つき餃子シリーズ売上



※2014年4月～2015年3月、2024年3月～2025年2月の
商品別出荷実績に市場での販売価格で乗じて算出
※2021年2月期は決算月変更に伴い11ヵ月実績

羽根つき餃子シリーズ好調

前期売上高は、約183億円。

羽根つき餃子単品では約136億円。

2025年4月の月間出数は540万パック超えで、
冷凍食品No.1売上実績。



11
年連続

冷凍水餃子の市場規模



11年連続シェアNo.1

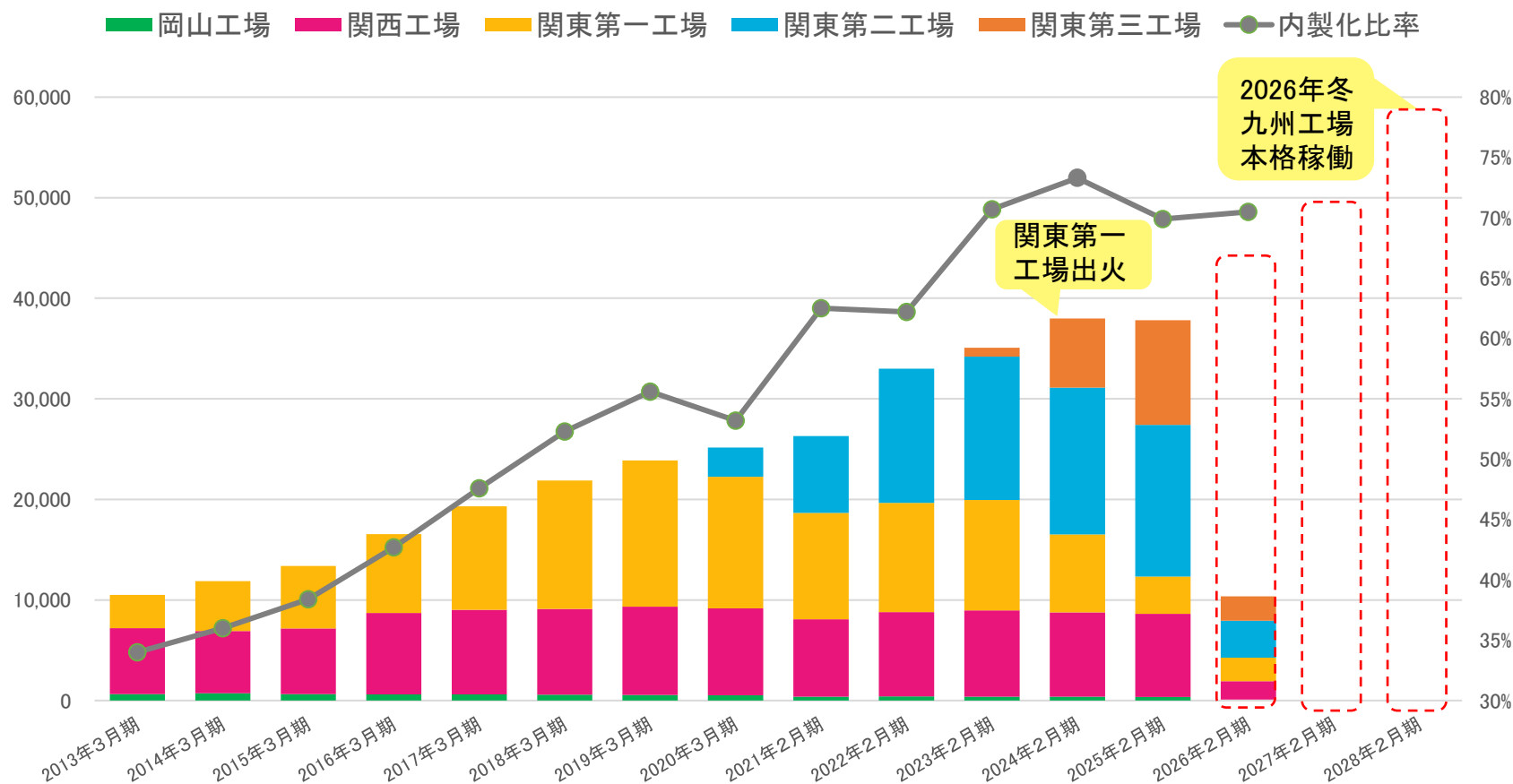
水餃子の市場規模は年々拡大。
2025年3月の月間出数は100万パック超。
2025年3月～5月のシェアは49.8%。
(前期比117.2%)



第1Qの生産量は10,357トン(前期比115.4%)、
関東工場のみ前期比125.5%。
 2026年2月期は通期で41,000トン(前期比108.3%)を計画。

115.4%

工場生産量・内製化比率 推移





第一工場復旧

関東第一工場の製造ラインが本格稼働。
羽根つき餃子、大袋品などの製造を担う。

ワンプレートの製造ラインを導入

復旧に伴いワンプレート商品の新ラインを導入。
外食のノウハウを活かした商品作り。
具材の餡に関しては、
自社工場で製造を行う。



食品事業

今後の取り組み

新商品4品、リニューアル品13品。

新商品



リニューアル品





自社製造工程を増やし、原価抑制

新商品『とろ〜りチーズ焼売』や、
リニューアル品『チーズぎょうざ』では、
自家製のチーズソースを自社工場で炊き上げ。
ネギ油や自家製味噌など、
自社工場で製造を行うことで、原価を抑制。

9月より価格改定

餃子、点心など計7点の
価格改定(5~15%)を
実施し収益改善。



CM初登場



CM初登場



新CM制作、今秋放送開始

テレビCMを全都道府県で放送予定。
TVer、YouTubeでのCM、量販店店頭での
キャンペーンやディスプレイとの連動も計画。



所在地	宮崎県都城市高城町
着工予定年月	2025年8月予定
竣工予定年月	2026年12月予定
敷地面積	8,259.88㎡
延べ床面積	7,839.00㎡
投資総額	6,606百万円(建物・設備)
補助金額	2,084百万円
資金計画	大規模成長補助金の活用を軸に 銀行借入と一部自己資金にて充 当(詳細未定)
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
生産能力	約1,300t/月 ※操業時点

西日本の生産拠点拡大

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への進出。
西日本エリアへの供給体制を構築し、
サプライチェーンの効率化を図る。



外食事業

ハイライト

2026年2月期末のグループ店舗数は約500店舗を計画。

		2025年2月末			出店			退店			2025年5月末		
		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	50	299	349	2	3	5	2	4	6	50	298	348
	ラーメン	15	10	25	0	0	0	1	1	2	14	9	23
	ベーカリー・カフェ	21	21	42	2	3	5	2	0	2	21	24	45
	一品香	9	2	11	2	0	2	0	0	0	11	2	13
	その他業態	7	2	9	1	0	1	1	1	2	7	1	8
海外		8	25	33	1	3	4	0	3	3	9	25	34
グループ計		110	359	469	8	9	17	6	9	15	112	359	471

※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2店舗をそれぞれ カウントしております。

105%



さらにおいしくリニューアル

素材と調理工程を見直し、
2025年3月にリニューアルを敢行。
皮はカリッと、中具はジューシーに。
リニューアル後、2025年4月の
既存店の餃子売上高は前期比105%。

餃子拡大のキャンペーン実施

餃子を主軸とした長期キャンペーンを実施。
にんにくゼロの『うまっ塩餃子』登場により、
餃子カテゴリーの売上プラスへ。





新モデル店舗好調

創業55周年新モデル店舗、
ハーフサイズや新メニューの展開など
新規客へアプローチ。女性客も入りやすい
デザインで、家族連れでにぎわう店内に。

セントラルキッチン(CK)活用とDX化、
海外人材の活躍を推進。



10
店舗

大阪王将 品川シーサイド店

新モデル店舗10店舗目となる
「大阪王将品川シーサイド店」が
2025年5月オープン。
初月売上高1,750万円と好調。

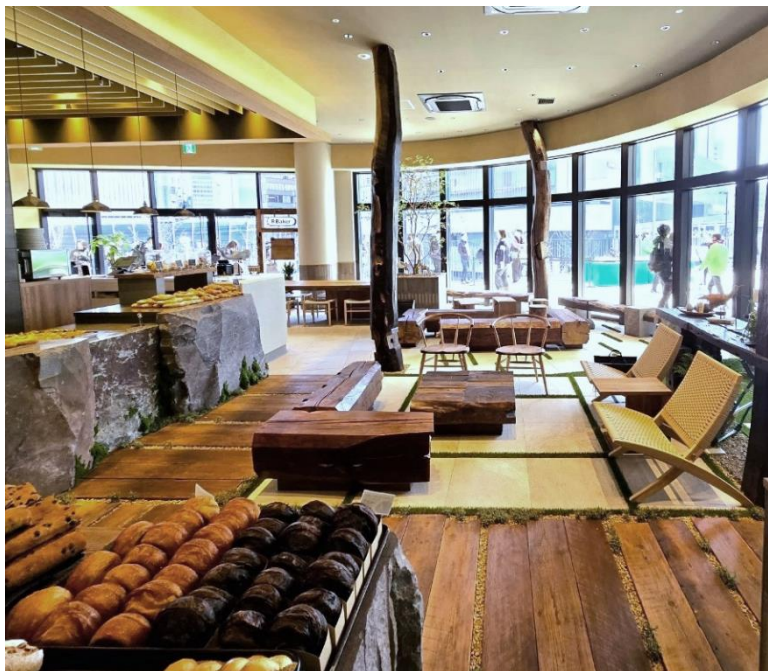




大阪万博からブランド発信

大阪・関西万博で、道頓堀商店会の
銘店13店舗が集結したフードコート
「大阪のれんめぐり～
食と祭EXPO～」に出店。
大阪産食材の特別メニューも。





「R Baker」最大規模の旗艦店

「R Bakerうめきたグリーンプレイス店」が2025年3月オープン。雑穀、もち米、国産米粉を使用、古木や自然素材を多用した設え。2025年4月、5月の月間売上高は2,000万円。

みたらし味、トレンド牽引

大ヒット『のびーるクロワッサン』のみたらし味。
新しいトレンドを創出、メディアでも話題に。



外食事業

今後の取り組み



49期内に約20商品をリニューアル

創業55周年“めっちゃええやん”をキーワードに、49期年間で売上上位20品目の素材と調理工程を見直し、ブラッシュアップ。毎月リニューアル品を発表。





「おにぎり」と「パン」が並ぶベーカリー

おにぎりとパンのどちらも選べたら日常の食シーンにもっと「ワクワク」を提供できるのでは？
毎日お米を炊いている、お米と縁の深いベーカリーだからこそ閃いた発想。

「おにぎり」と「パン」が並ぶ、
「R Baker・東神奈川店」が2026年6月誕生。
国産米100%を使用した
10種類/約300個の
おにぎりが1日で完売。





「一品香」アフタヌーンティー利用

“100年続く横濱たんめん”を目指して、
伝統の味を引継ぎつつ、ブラッシュアップ。
“麺菜茶寮”として**点心と甘味メニュー拡大**。
ブランドアップデートに取り組み、
店舗の設えも新たな新店舗を展開。
ランチ以外にアフタヌーンティー利用客が増加。

「太陽のトマト麺」新モデルプラン

韓流テイストを取り入れ、
トレンドを感じる空間を
プランニング。
新モデル店舗を
フードコート等へ出店予定。



海外事業

34
店舗

海外拠点は7カ国34店舗

「北海道めんこいくまちゃん温泉」、
「太陽のトマト麺」等、「大阪王将」以外の
グループブランドの出店も活性化。



【韓国】「太陽のトマト麺」出店加速

2025年4月の江南駅店に続き、
上期中に3店舗出店予定。





【台湾】両輪事業で拡大

全聯福利中心(Pxmart)約1,200店舗、
セブン-イレブン約6,000店舗では冷凍餃子好調。
「三井林口アウトレットパーク店」をはじめ
店舗は連日満席。

【台湾】“SAPPORO”ブランド人気

タウン誌で“読者が選ぶ札幌グルメNo.1”に
何度も選ばれたことのある肉バル
「サッポロボーン」が、
2025年3月台湾上陸。





【北米】初出店に向けて調整

2026年1月の出店に向け、
「大阪王将」のエキサイティングな食文化はそのままに
ブランド、メニューをローカライゼーション。
現在、事業申請及び
設計プランニング等、調整中。



EC事業

大阪王将
OSAKA OHSHO

総重量 **3kg超!**

米

まつりセット

抽選で30人に1人 ※「全国共通お米券」7枚 3kg相当分

おこめ券当たる!

『米まつりセット』販売で話題創出

米不足、物価高騰の中で、大量の炒飯を詰め合わせたセットを販売。
抽選でお米券まで当たるキャンペーンを実施。

外食店舗との合同キャンペーン 「太陽のトマト麺」

同一商品を同時期に限定販売。
リアル店舗とECを融合した「外食EC」モデル構築へ。



サステナビリティ



サステナビリティレポート公開

サステナビリティレポートを2025年5月に発行。
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。

https://www.eat-and.jp/sustainability/pdf/report_2025.pdf

CDP回答

環境情報開示システムを
提供する国際的な
非営利団体であるCDPに
初めて回答を実施。
自社の現状把握と
方向性の確認。





社内エンゲージメント施策

年に一度の社内イベントを開催。イベントでは、今後の方針を共有するとともに、社員全員が参加し交流を深めるプログラムを実施。

工場からの食品ロスゼロを目指して

キャベツ芯の可能性の追求、皮や肉の端材など、食材を余すところなく活用するため、食品事業と外食事業がタッグを組んで商品開発を進めている。





食の安心・安全を提供

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



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

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。



3. イートアンドグループの概要

Eat& Holdings

Eat & Foods

冷凍食品の
製造販売

BLOCK

冷凍食品の
通信販売



Eat& INTERNATIONAL

海外における
直営店・FC本部運営

R Baker

カフェバー・カレー業態の
直営店・FC本部運営
食材の卸・販売

大阪王将

中華業態の
直営店・FC本部運営
食材の卸・販売



中華・ラーメン業態の
直営店・FC本部運営

日常のあらゆる食シーンに、新しい食文化を創造する
「食のライフプランニングカンパニー」

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

イートアンドシステム

サプライヤーとともに

日本の産物産材の活用

国産原料にこだわったものづくり

地域振興

土壌と生物多様性の保護

地域との共生

環境に配慮したパッケージの使用

工場やグループ会社での温室効果ガス排出量削減

サプライチェーンおよびグループ間での物流の効率化

温室効果ガス削減

従業員・グループ会社とともに

冷凍自販機での箱数販売

賞味期限表示の改訂

廃棄物の削減

残渣の再利用

食品ロス削減

シニア人材の雇用促進

女性の活躍推進

外国人の雇用促進

ダイバーシティ

グループ経営

地域社会とともに

心と体の健康維持

健康経営

WAY BOOKでの理解促進

理念の浸透

食育支援

黒山保全

地域との共生



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 文野 直樹 代表取締役社長 仲田 浩康
資 本 金	➤ 31億73百万円(2025年5月末現在)
発行済株式総数	➤ 11,344,970株(2025年5月末現在)
決 算 期	➤ 2月末日
店 舗 数	➤ 471店舗(2025年5月末現在)
従 業 員 数	➤ 1,933名(2025年5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。

株式会社イートアンドホールディングス
経営管理本部
経営戦略部