



2026年2月期 第3四半期

決算説明資料

2026年1月14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 大幅販売増に伴い增收増益達成

- ・ 食品事業は餃子、水餃子、点心等販売好調により、生産量32,271トン(前期比113.2%)。
- ・ 2025年3月～11月までの冷凍餃子カテゴリーシェアは35.8%。
- ・ 焼壳・小籠包もシェア拡大。
- ・ 西日本生産拠点として、宮崎県都城市に九州工場を建設中。
経産省「大規模成長補助金」の交付を受け2026年12月稼働予定。

● 外食事業 地域特性に合わせた新店

- ・ 「大阪王将」は、ロードサイド、フードコートの両面で店舗出店。
- ・ 「太陽のトマト麺」は、モール内フードコートを中心に出店再開。
- ・ 「R Baker」は、セントラルキッチンを活用した生産による店舗出店。

● 海外展開の状況

- ・ 海外事業は、外食事業・食品事業ともに躍進、韓国では新規出店好調。
- ・ 北米では2026年春1号店出店に向けて着工開始。

● EC展開の状況

- ・ 2025年10月オーパス社「美食点心ぎょうざ館」を買収、餃子のラインアップ拡大へ。

1. 2026年2月期 第3四半期 連結決算

- ・バランスシートの状況(連結)
- ・損益の状況(連結)
- ・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

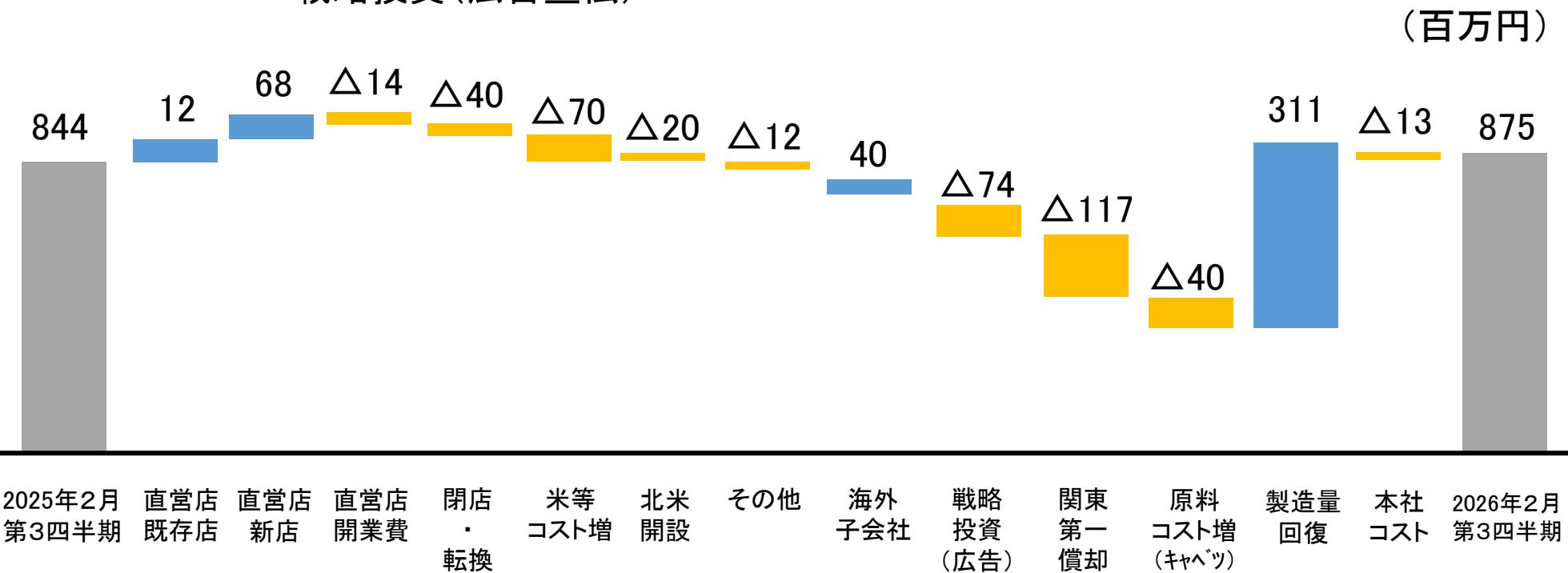
1. 2026年2月期 第3四半期 連結決算

(単位:百万円)	2025年 2月末現在	2025年 11月末現在	備考
資産の部	29,151	34,328	
流動資産	12,240	15,175	売掛金、商品及び製品の増加
固定資産	16,911	19,153	工場投資、外食事業_新規出店投資
負債の部	18,200	22,861	
流動負債	13,357	17,200	買掛金、短期借入金の増加
固定負債	4,843	5,661	長期借入金の増加
純資産の部	10,951	11,466	

(単位:百万円)	2025年2月期 第3四半期累計	2026年2月期 第3四半期累計	前期比
売上高	27,463	30,554	111.3%
食品(構成比)	15,789(57.5%)	17,449(57.1%)	110.5%
外食(構成比)	11,673(42.5%)	13,104(42.9%)	112.3%
売上総利益	11,559	12,907	111.7%
販売費及び一般管理費	10,715	12,032	112.3%
営業利益	844	875	103.7%
営業利益率	3.1%	2.9%	△0.2pt
経常利益	733	856	116.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	※ 1,126	393	34.9%

※2025年2月期第3四半期累計において出火に伴う受取保険金(特別利益)1,284百万円を計上

- 外食事業 米、鶏肉、豚肉等の仕入コスト増、北米への投資
海外子会社の利益改善
- 食品事業 大幅販売増による製造量拡大
戦略投資(広告宣伝)



外食事業

食品事業

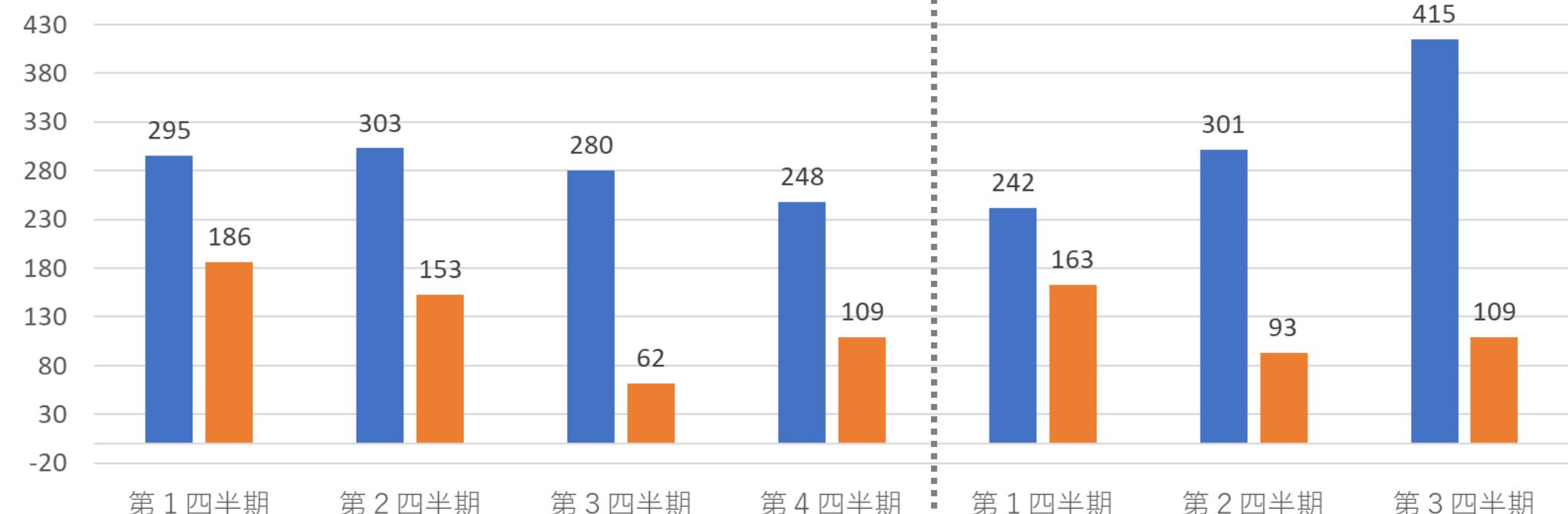
調整

(単位:百万円)		2025年2月期 第3四半期累計	2026年2月期 第3四半期累計	前期比
食品	売上高	15,789	17,449	110.5%
	セグメント利益	878	958	109.1%
	利益率	5.6%	5.5%	△0.1pt
外食	売上高	11,673	13,104	112.3%
	セグメント利益	401	365	91.1%
	利益率	3.4%	2.8%	△0.7pt
調整額	セグメント利益	△436	△449	—

セグメント別 営業利益推移

(百万円)

■ 食品 ■ 外食



2025年2月期

2026年2月期

- 売上高 食品事業 餃子、水餃子、点心類の販売増による自社製造量拡大を計画
外食事業 既存店の1店舗当たりの平均売上高増(スクラップ&ビルド)
- 営業利益 原材料費、物流費等の高騰
- 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)	通期予想	前期比	進捗率
売上高	40,000	107.1%	76.4%
営業利益	1,200	110.0%	72.9%
経常利益	1,150	116.5%	74.4%
純利益	525	59.1%	※ 74.9%

※ 2025年2月期において、以下を計上

- ・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 餃子を中心とした大幅販売増に伴い、自社製造量拡大を計画
- 外食事業 既存店売上の前年対比増による計画

(単位:百万円)		通期 予想	前期比	第3四半期 実績	進捗率
食品	売上高	22,900	106.7%	17,449	76.2%
	セグメント利益	1,244	110.5%	958	77.1%
外食	売上高	17,100	107.7%	13,104	76.6%
	セグメント利益	624	122.4%	365	58.6%
調整	セグメント利益	△668	—	△449	67.3%

- 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

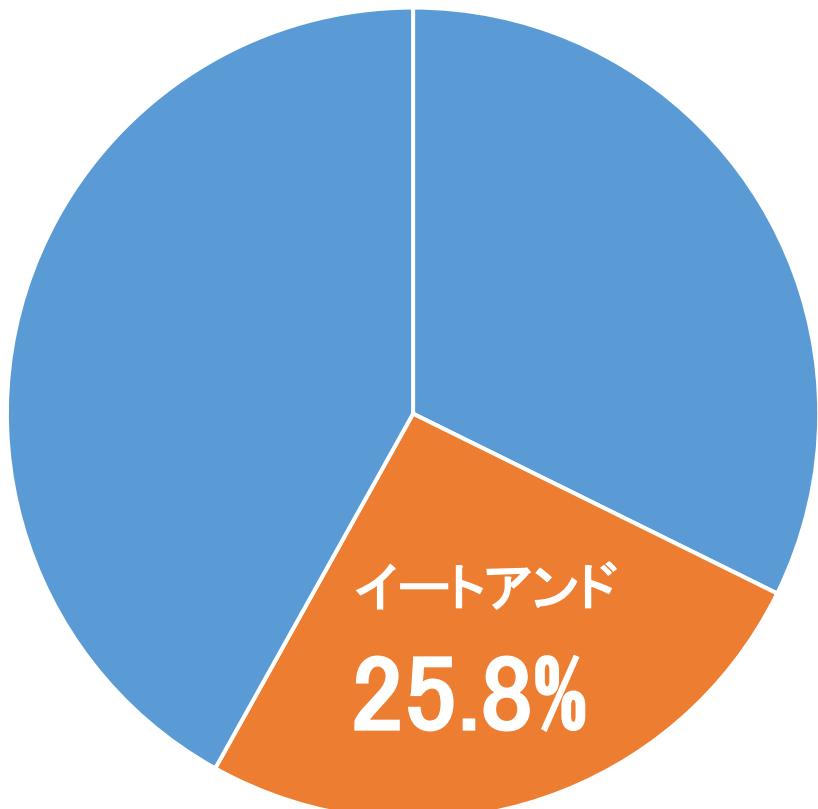
項目	第2四半期	期末	合計	配当性向
前年実績 配当金	7.50円 (普通配当 5.00円) (記念配当 2.50円)	8.00円 (普通配当 5.00円) (記念配当 3.00円)	15.50円 (普通配当 10.00円) (記念配当 5.50円)	19.78%

食品事業

ハイライト

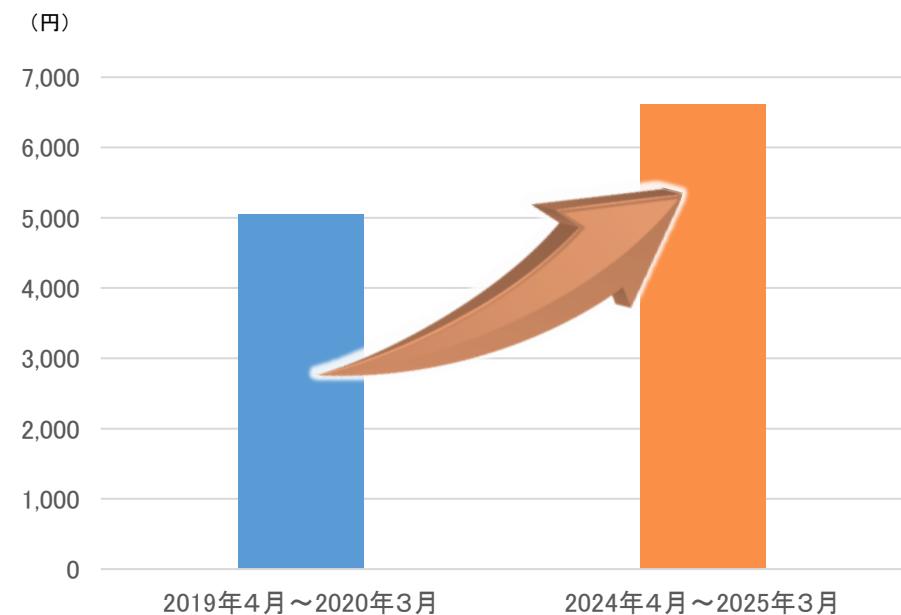
冷凍食品市場における中華カテゴリーのシェア

中華カテゴリー



※インテージSCI(15-79歳)平均購入規模(×100)金額
2025年3月～2025年11月 購入ルート:SM, DS, DRG

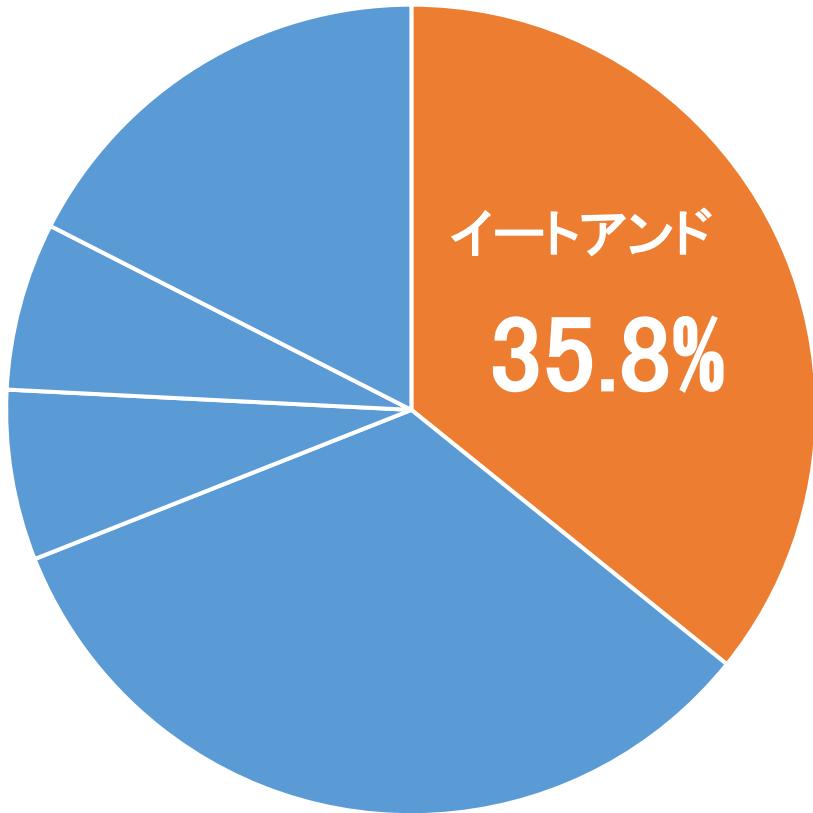
冷凍食品の中で堅調に平均購入規模を
拡大している中華カテゴリー。
2025年3月～11月までのシェアは25.8%。
シェアは前年同期比で1.6pt増加。



※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

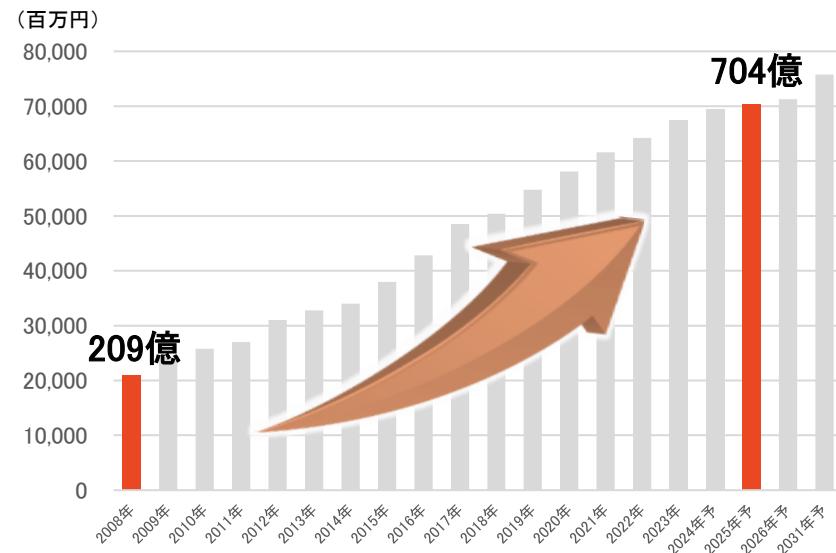
冷凍餃子市場におけるシェア

冷凍餃子カテゴリー



※インテージSCI(15-79歳) 冷凍焼き餃子、水餃子市場 購買金額シェア
2025年3月～2025年11月 購入ルート: SM、DRG、DS

冷凍餃子市場は拡大を続けており、
2025年の市場規模は約704億円。
冷凍餃子カテゴリーにおいて
高シェア維持、2年連続首位を獲得。
シェアは前年同期比で0.1pt増加。
2025年12月単月シェアは36.3%。



※富士経済「2025年食品マーケティング便覧」

羽根つき餃子シリーズの伸長

羽根つき餃子シリーズ売上



今期、羽根つき餃子シリーズの
売上高予測は約197億円。うち、主力商品の
『羽根つき餃子』単品の売上高予測は約145億円。
今期の平均月間出数は**500万パック超**。



※2014年4月～2025年12月の商品別出荷実績に市場での販売価格で乗じて算出

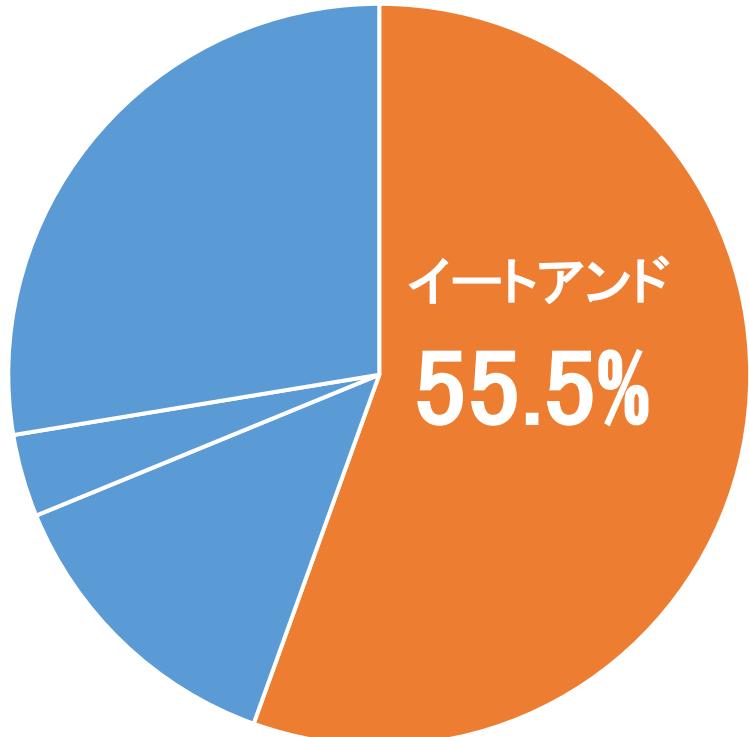
※2026年1月～2月は商品別出荷予測数

※2021年2月期は決算月変更に伴い11カ月実績

冷凍水餃子 11年連続シェアNo.1

11
年連続

冷凍水餃子カテゴリー



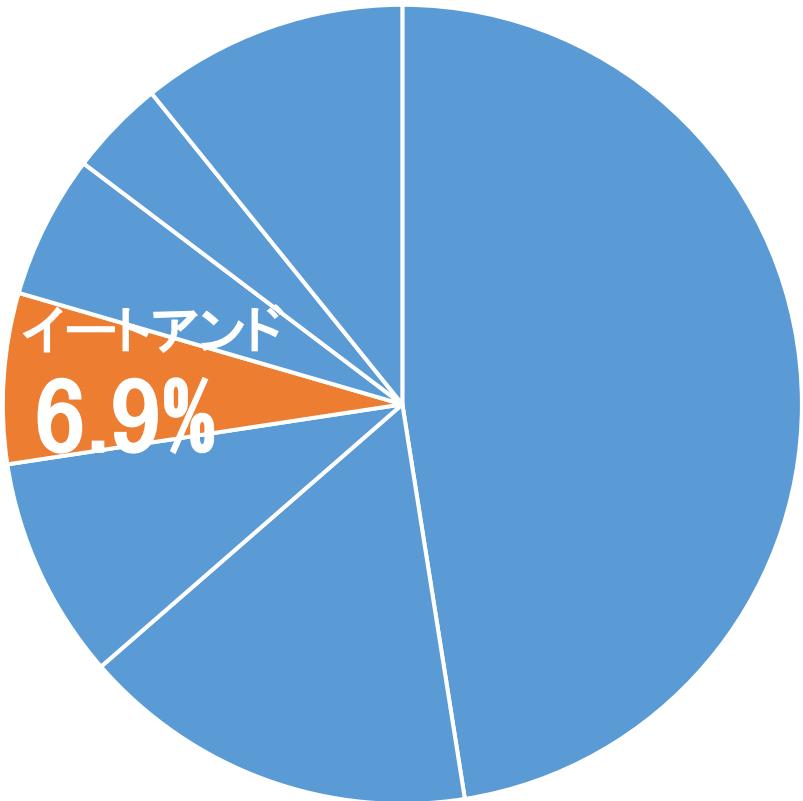
水餃子の市場規模は年々拡大。
2025年3月～11月までのシェアは55.5%。
2025年12月単月シェアは60.3%。



※インテージSCI(15-79歳) 冷凍水餃子市場 購買金額シェア
2025年3月～2025年11月 購入ルート:SM、DRG、DS

焼売の躍進

冷凍焼売カテゴリー



※インテージSCI(15-79歳) 冷凍焼売市場 購買金額シェア
2025年3月～2025年11月 購入ルート:SM、DRG、DS

冷凍焼売市場において

2025年3月～11月までのシェアは4位(6.9%)。

シェアは前年同期比で3.6pt増加。

TVCMなどのプロモーションを展開し、
市場シェアの拡大を目指す。

2025年10月ジャパンフードセレクション受賞

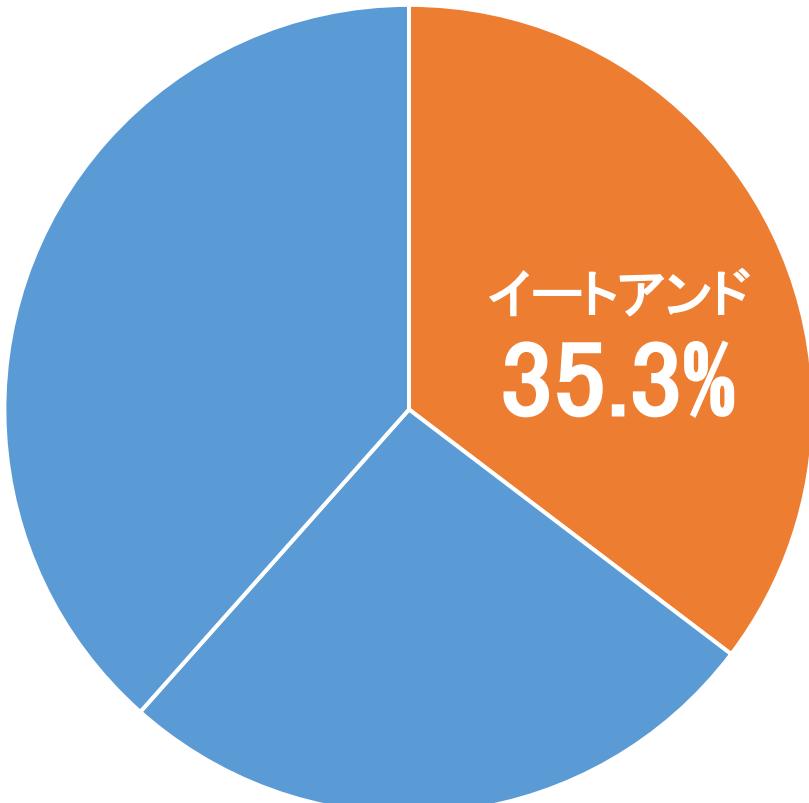
2025年12月フローズンアワード2025

冷凍食品おかず(おつまみ)部門第1位獲得



フローズンアワード2025

冷凍小籠包カテゴリー



※インテージSCI(15-79歳) 冷凍焼売市場 購買金額シェア
2025年3月～2025年11月 購入ルート:SM、DRG、DS

小籠包の台頭

20.5
pt

2025年3月～11月までのシェアは35.3%。

シェアは前年同期比で20.5pt増加。

市販・業務用ともに好調で、
市場シェアの拡大を目指す。

2025年12月単月シェアは37.7%。

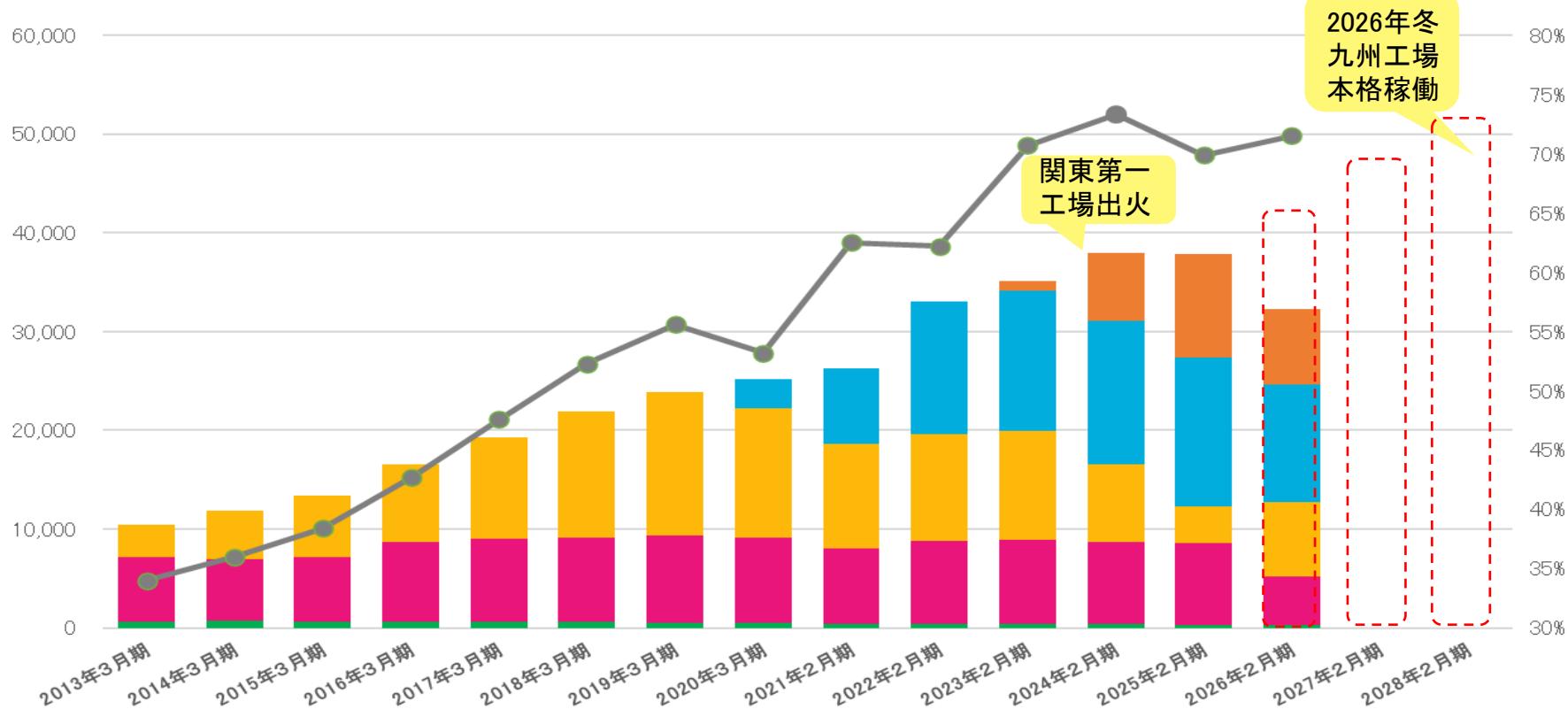


工場製造量・内製化比率 推移

第3四半期累計の製造量は32,271トン(前期比113.2%)、通期で41,000トン(前期比108.3%)を計画。関東工場全体では、2023年の出火から2025年4月に復旧したことにより、前期比123.0%となっている。

113.2
%

■ 岡山工場 ■ 関西工場 ■ 関東第一工場 ■ 関東第二工場 ■ 関東第三工場 ● 内製化比率



※2021年2月期は決算月変更に伴い11カ月実績

2025年秋冬『Hotなハイパフォーマンス中華』

新商品



リニューアル品



FROZEN AWARD



FROZEN AWARD

CM初登場商品が好評



『スタミナ肉餃子』は
CM放映週の出数が前年比136%に。
『たれつき肉焼壳』はCM放映によりシェア増加、
認知率も大幅アップし、10月の認知率は25.8%。
(自社調べ)



食品事業

今後の取り組み

西日本の生産拠点拡大

所在地	宮崎県都城市高城町
着工年月	2025年9月
竣工予定年月	2026年12月予定
敷地面積	8,259.88m ²
延べ床面積	7,839.00m ²
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 ぶるもち水餃子
生産能力	約1,300t/月 ※操業時点

餃子の主原料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。



関東第一工場の設備拡充



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い、原価を抑制。



ワンプレート新商品開発



関東第一工場復旧に伴い導入した
ワンプレート商品の新ライン。
外食のノウハウを活かした商品作り。
ワンプレートは、2026春夏も新商品を投入予定。



2026年春夏NEW



外食事業

ハイライト

		2025年2月末			出店			退店			2025年11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	6	8	14	6	13	19	50	294	344
	ラーメン	15	10	25	1	0	1	2	1	3	14	9	23
	ベーカリー・カフェ	21	21	42	3	5	8	2	0	2	22	26	48
	一品香	9	2	11	2	0	2	0	0	0	11	2	13
	その他業態	7	2	9	2	0	2	1	0	1	8	2	10
海外		8	25	33	1	6	7	0	4	4	9	27	36
グループ計		110	359	469	15	19	34	11	18	29	114	360	474

※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6店舗をそれぞれ カウントしております。

「大阪王将」時代に合わせた新モデル店舗拡大



「大阪王将」新モデルは
14店舗まで拡大。
ご家族、女性のお客様も入りやすい
デザインが好評。



14
店舗

「大阪王将」DX化と海外人材の活躍



調理ロボによる自動化、独自のレジシステムで
オーダーを一括管理など、DX化を推進。

人材の多様化にも力を入れて、
労働環境の改善、生産性向上などを目指す。



「大阪王将」立地に合わせた店舗戦略



ロードサイド、フードコートなど立地や客層に応じたオペレーションを実施。画一的な展開ではなく、店舗に合わせた戦略を立てることで、店舗拡大の基盤を構築。



「太陽のトマト麺」新モデル店舗



美味しい×健康的×もっと楽しく美しく！
従来のトマト麺の特徴に、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。
韓国スイーツやスナック、
発酵食材メニューも豊富に。
新モデルはモール内フードコートを中心に出店。



「R Baker」病院へのカフェ展開



埼玉県の「関東脳神経外科病院」
施設内一角にオープンした「R Baker 熊谷店」。
セントラルキッチンから届く冷凍生地で、
店内で焼き立てパンを提供。
患者様および病院スタッフの方が寛げる店づくり。



外食事業

今後の取り組み

大阪王将新業態“立ち飲み風居酒屋”



皮から手作りし、中具にもこだわったクラフト餃子。
アルコールメニューは120種類以上。
大阪王将の新業態「東京都大阪王将市餃子特区」
2025年12月に神田神保町にオープン。

家族で気軽に楽しめる街中華とはまた異なる
大阪王将プロデュースによる立ち飲み居酒屋。



「大阪王将」トレンドにあわせてユニークメニューを開発



ヘルシーでありながらしっかりと食べられる、
満足感の高いスタイルとして人気の麻辣湯。
街中華で人気をチャーシューエッグなど、
トレンドにあわせてユニークメニューを開発。



「大阪王将」餃子の皮から生まれた『ぎょーナツ』



餃子専門店 × ベーカリーがタッグを組んだ
グループ全社の食品ロス削減プロジェクト。
 店舗の餃子と冷凍餃子の、
 餃子の皮の端切れを主原料にしたドーナツ。
 “餃子味”や“麻婆豆腐味”がメディアでも話題に。
 取り扱い店舗は今後も拡大予定。



海外事業

海外拠点は7カ国36店舗に



36
店舗

アジア圏を中心に、店舗を拡大。

食品事業の海外展開も進めており、外食事業と食品事業のシナジーによる両輪事業を実現していく。

【韓国】「太陽のトマト麺」店舗拡大



2025年4月「太陽のトマト麺」が韓国初出店。
トマトスープのラーメンとしてトレンドに、
現地のインフルエンサーによる効果も。
現在、4店舗へ拡大。

2026年春までに、さらに2店舗展開予定。



【台湾】大阪王将店舗×冷凍食品の両輪事業



台湾国内では、台北から台中、台南まで大阪王将が10店舗。

大阪王将ブランドの冷凍餃子も並べる手間いらずの新商品が登場。
“水餃子文化”の台湾における焼餃子市場がますます拡大。

フライパンにそのまま置くだけで調理ができる
「整列不要な冷凍餃子」として
日本国内では特許を取得。(特許第7697084号)



【北米】 初出店へ



2026年春の出店に向け、
「大阪王将」のエキサイティングな
食文化はそのまま、
ブランドやメニューを
ローカライゼーション。



EC事業

「美食点心ぎょうざ館」がグループイン

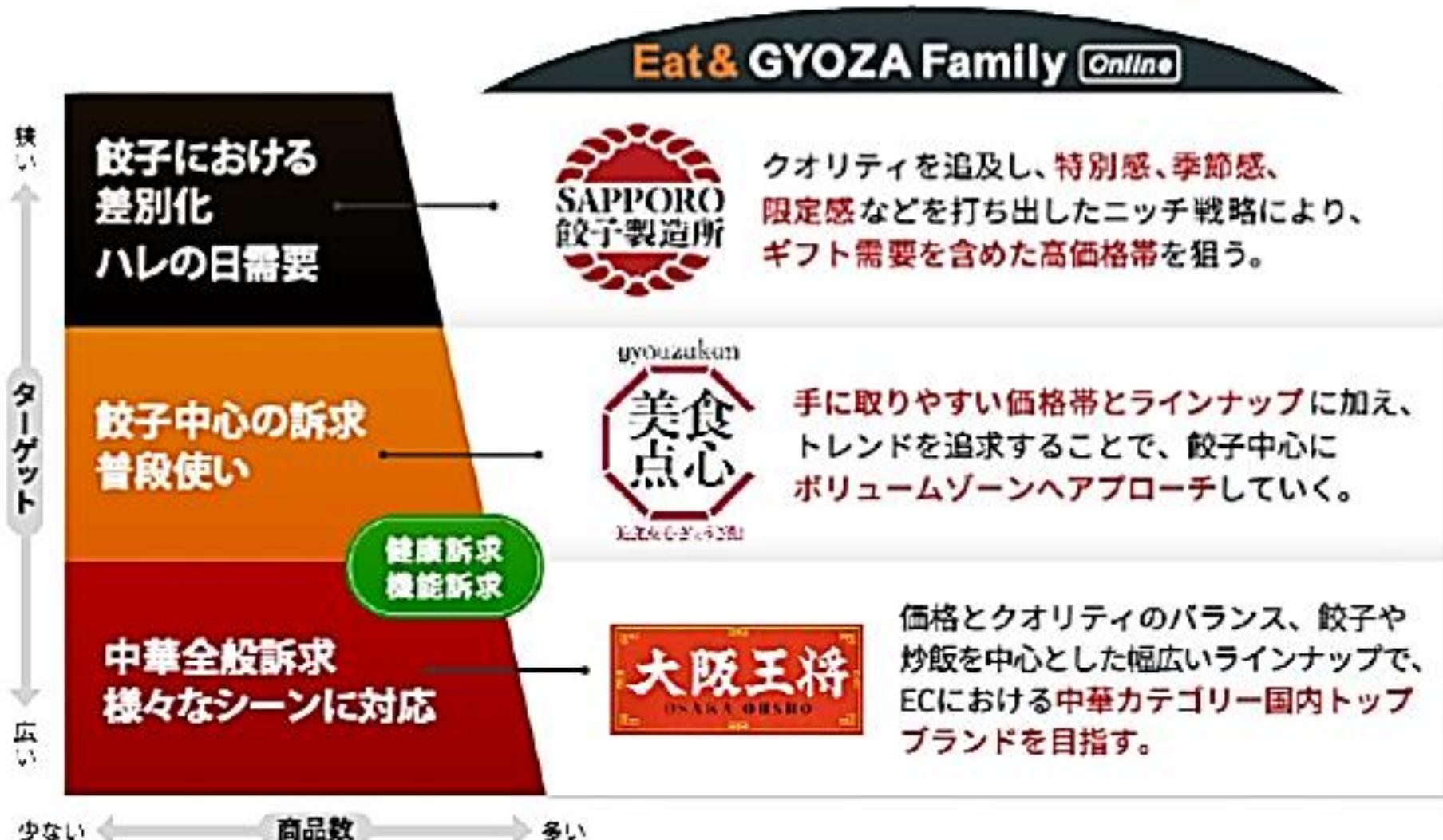


オーパス社「美食点心ぎょうざ館」の
株式を取得し子会社化。

「大阪王将」「SAPPORO餃子製造所」に加えて、
「美食点心ぎょうざ館」を新たに加え、
より多様で強固な餃子ブランド群を形成、
両社の強みを活かして
多くのシナジーを発揮していく。



■ ECチャネルにおける餃子ポートフォリオ戦略



EC専用商品の拡充へ向けて



1皿で約20gのたんぱく質を摂取できる
『おいしい たんぱく餃子』を発売。
味とたんぱく質の量のバランスにこだわる。
新チャネルの開拓、
新商品開発にも引き続き着手。



サステナビリティ

活動のダイジェスト



全国の生産者と契約し、季節によって
国内の様々な産地の食材を使用し、
持続可能な調達で安定供給を実現。

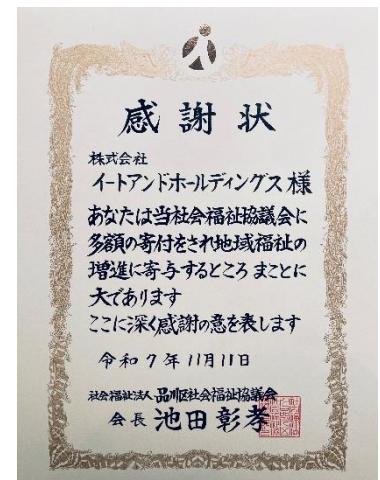
自社工場では、太陽光パネル、
自然冷媒の冷凍設備などを導入し、
温室効果ガス低減に取り組む。

活動のダイジェスト



子ども食堂や養護施設へ
梱包過程で余剰となった
品質には問題ない冷凍餃子等を提供。
食育にも力を入れている。

継続的な活動が認められ、2025年11月に
東京都品川区より地域福祉功労者として
表彰を受け、感謝状を授与。



食の安心・安全を提供



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

自社工場においては、
食品安全を担保するための取り組みに力を入れ、
ISO22000:2018、FSSC22000の認証を取得。

冷凍食品においては、
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。



3. イートアンドグループの概要

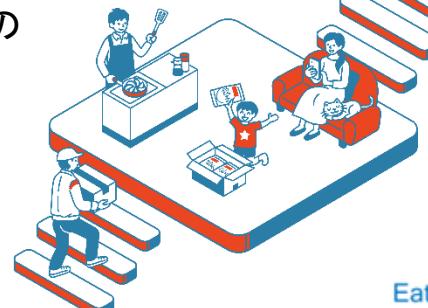
Eat& Holdings

Eat&
Foods

冷凍食品の
製造販売

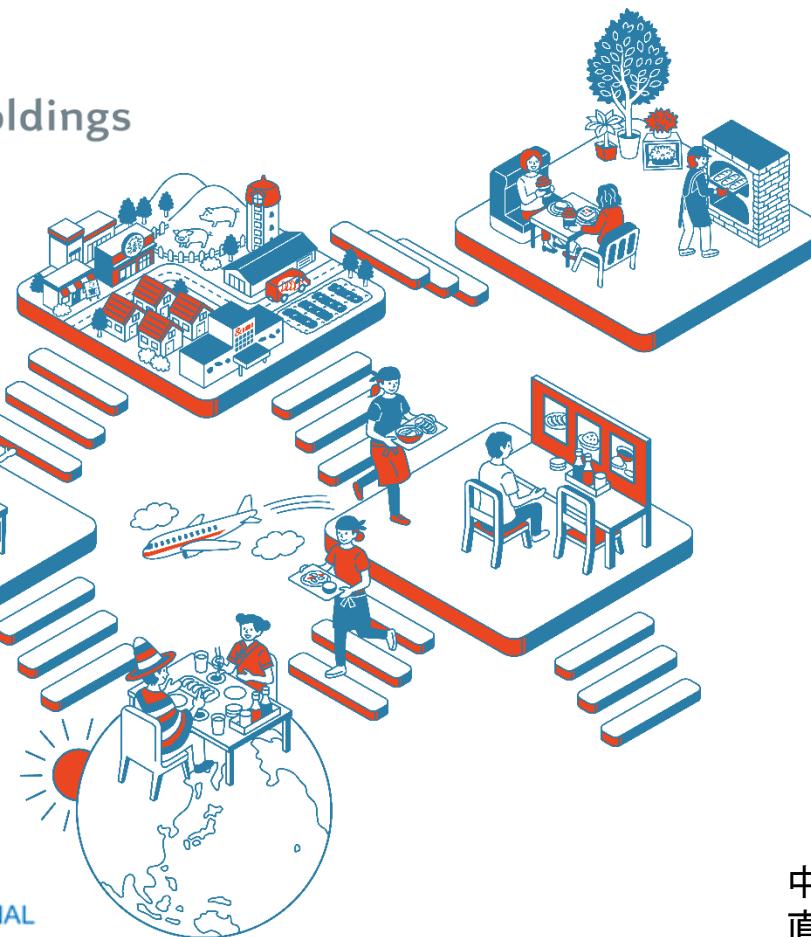
9 BLOCK

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

カフェベーカリー業態の
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

**横濱
一品香**
CHINESE KITCHEN

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

- 日本の新島産材料の活用
- 国産原料にこだわったものづくり
- 地域振興
- 土壤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
- サプライチェーンおよびグループ間での物流の効率化
- 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

- WAY BOOKでの理解促進

理念の浸透

- 心と体の健康維持

健康経営



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 文野 直樹 代表取締役社長 仲田 浩康
資本金	➤ 31億86百万円(2025年11月末現在)
発行済株式総数	➤ 11,358,580株(2025年11月末現在)
決算期	➤ 2月末日
店舗数	➤ 474店舗(2025年11月末現在)
従業員数	➤ 1,931名(2025年11月末現在)

- 本書には、当社に関する見通し、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はありません。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。