



2026年2月期 第2四半期

決算説明資料

2025年10月10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109.7%

- 食品事業は、第一工場復旧により生産量は、**20,673トン(前期比109.7%)**。
- 冷凍餃子は35.4%、焼売・小籠包も好調で中華カテゴリーシェア25.2%
- 『肉汁爆弾餃子』が新商品GP冷凍食品部門にて第一位獲得。
- 西日本生産拠点として、宮崎県都城市に九州工場の建設を着工。
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 地域特性に合わせた新店が好調

- 外食事業は、新店舗が好調。
- 「大阪王将」は、低コスト化、省人化に注力し店舗拡大の基盤を構築し、「外食産業貢献賞」を受賞。
- 「R Baker」では、**セントラルキッチンを活用した生産体制の構築と新商品の開発**。

● 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年に1号店出店**を目指す。

1. 2026年2月期 第2四半期 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2四半期 連結決算

バランスシートの状況(連結)

(単位:百万円)	2025年 2月末現在	2025年 8月末現在	備考
資産の部	29,151	32,575	
流動資産	12,240	14,334	売掛金、商品及び製品の増加
固定資産	16,911	18,240	工場投資、外食事業_新規出店投資
負債の部	18,200	21,182	
流動負債	13,357	15,595	買掛金、短期借入金の増加
固定負債	4,843	5,586	長期借入金の増加
純資産の部	10,951	11,392	

損益の状況(連結)

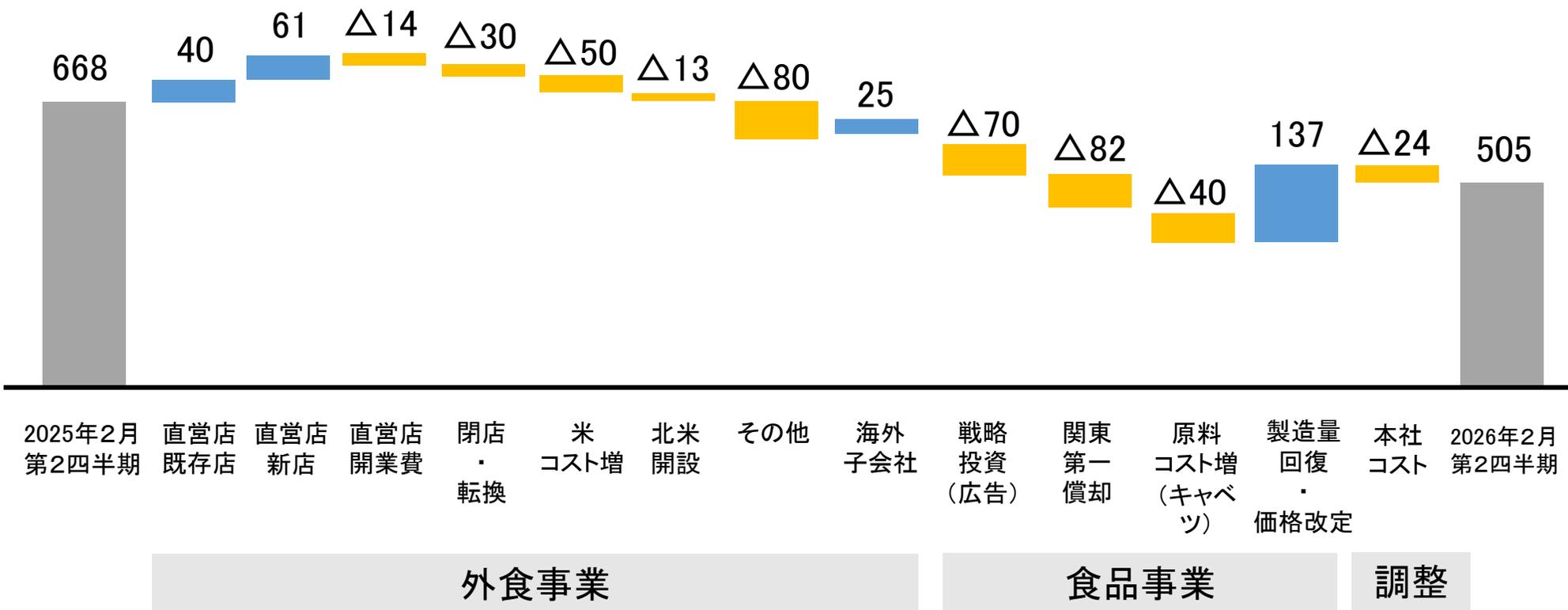
(単位:百万円)	2025年2月期 第2四半期累計	2026年2月期 第2四半期累計	前期比
売上高	17,951	19,923	111.0%
食品(構成比)	10,187(56.8%)	11,142(55.9%)	109.4%
外食(構成比)	7,763(43.2%)	8,781(44.1%)	113.2%
売上総利益	7,567	8,369	110.6%
販売費及び一般管理費	6,899	7,864	114.0%
営業利益	668	505	75.6%
営業利益率	3.7%	2.5%	△1.2pt
経常利益	664	504	75.9%
親会社株主に帰属する 中間純利益	※ 827	236	28.6%

※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

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)



外食事業

食品事業

調整

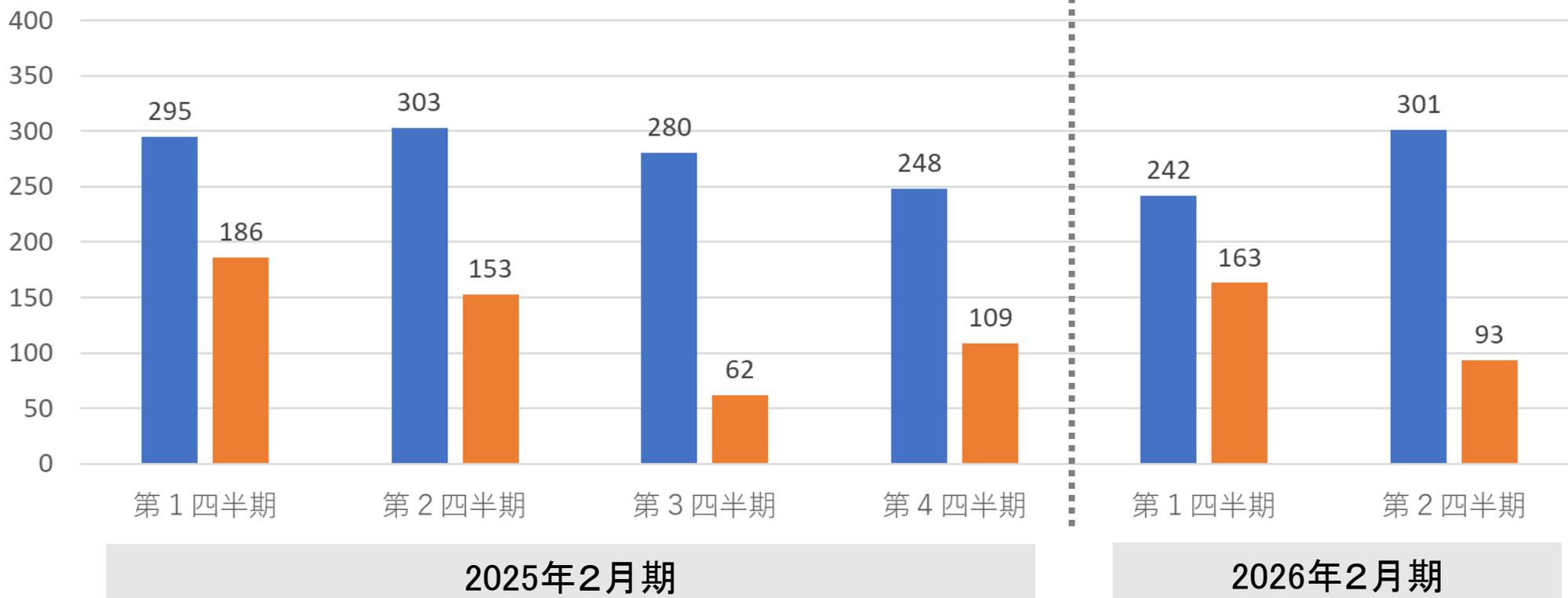
損益の状況(セグメント別)

(単位:百万円)		2025年2月期 第2四半期累計	2026年2月期 第2四半期累計	前期比
食品	売上高	10,187	11,142	109.4%
	セグメント利益	598	543	90.8%
	利益率	5.9%	4.9%	△1.0pt
外食	売上高	7,763	8,781	113.9%
	セグメント利益	339	256	75.3%
	利益率	4.4%	2.9%	△1.5pt
調整額	セグメント利益	△269	△293	—

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)	実績	達成率	通期予想	前期比	進捗率
売上高	19,000	19,923	104.9%	40,000	107.1%	49.8%
営業利益	400	505	126.5%	1,200	110.0%	42.1%
経常利益	375	504	134.5%	1,150	116.5%	43.8%
純利益	146	236	162.0%	525 ※	59.1%	45.0%

※ 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)	実績	達成率	通期 予想	前期比	進捗率
食品	売上高	10,803	11,142	103.1%	22,900	106.7%	48.7%
	セグメント利益	460	543	118.0%	1,244	110.5%	43.6%
外食	売上高	8,197	8,781	107.1%	17,100	107.7%	51.4%
	セグメント利益	258	256	99.2%	624	122.4%	41.0%
調整	セグメント利益	△318	△293	—	△668	—	43.9%

- 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%

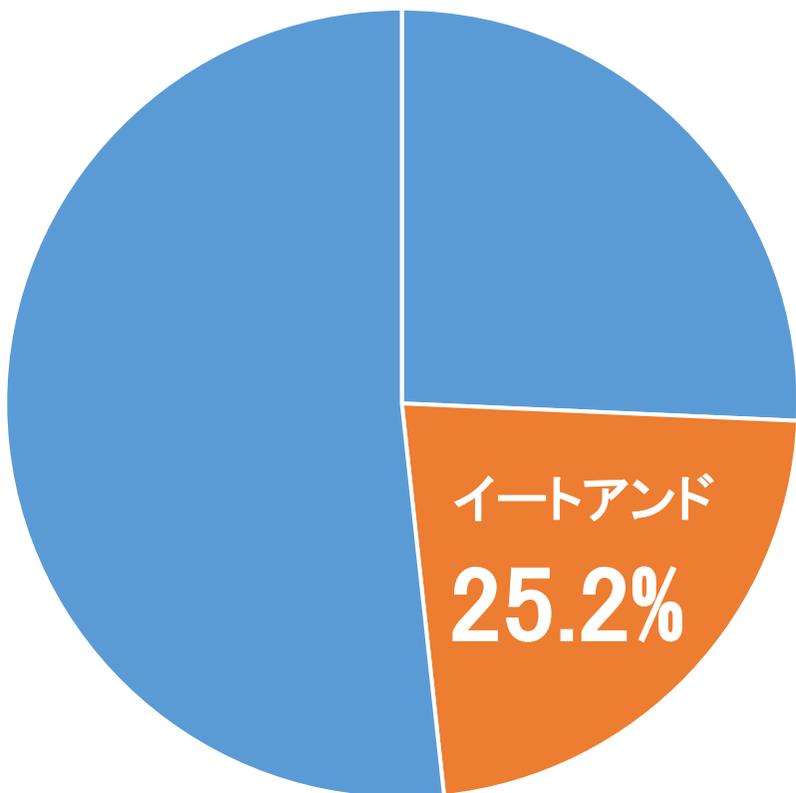
食品事業

ハイライト

冷凍食品市場における中華カテゴリーのシェア

25.2%

中華カテゴリー



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。上半期の市場におけるシェアは第2位(25.2%)。(前期比107.7%)



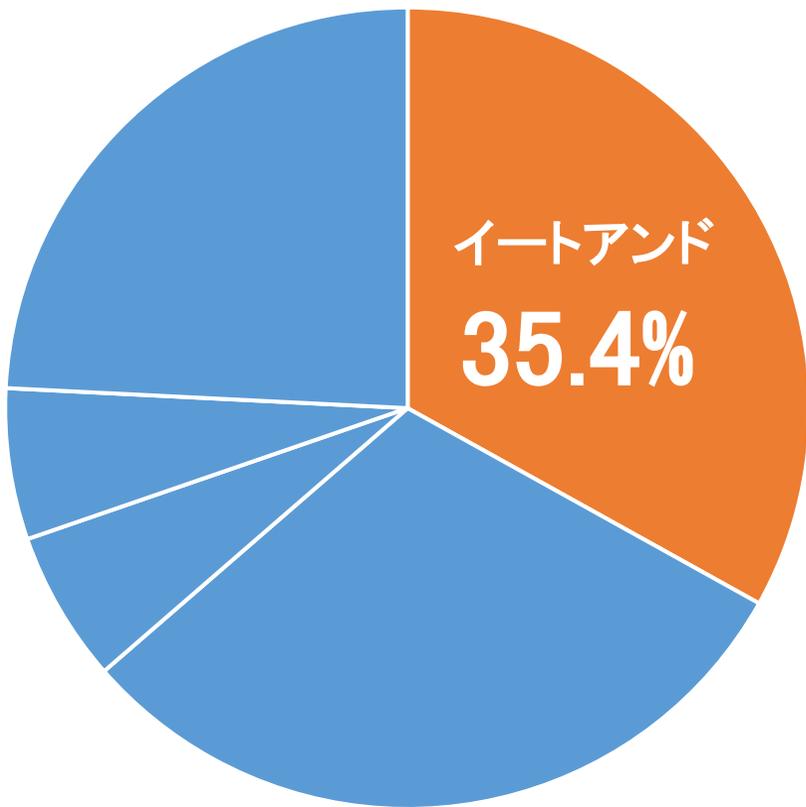
※インテージSCI(15-79歳)平均購入規模(×100)金額
2025年3月～2025年8月 購入ルート: SM、DS、DRG

※インテージSCI(15-79歳)平均購入規模(×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

35.4%

冷凍餃子カテゴリー



冷凍餃子市場は拡大を続けており、**2025年には市場規模が704億円**に達すると予測されている。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**。上半期のシェアは**35.4%**。(前期比103.4%)



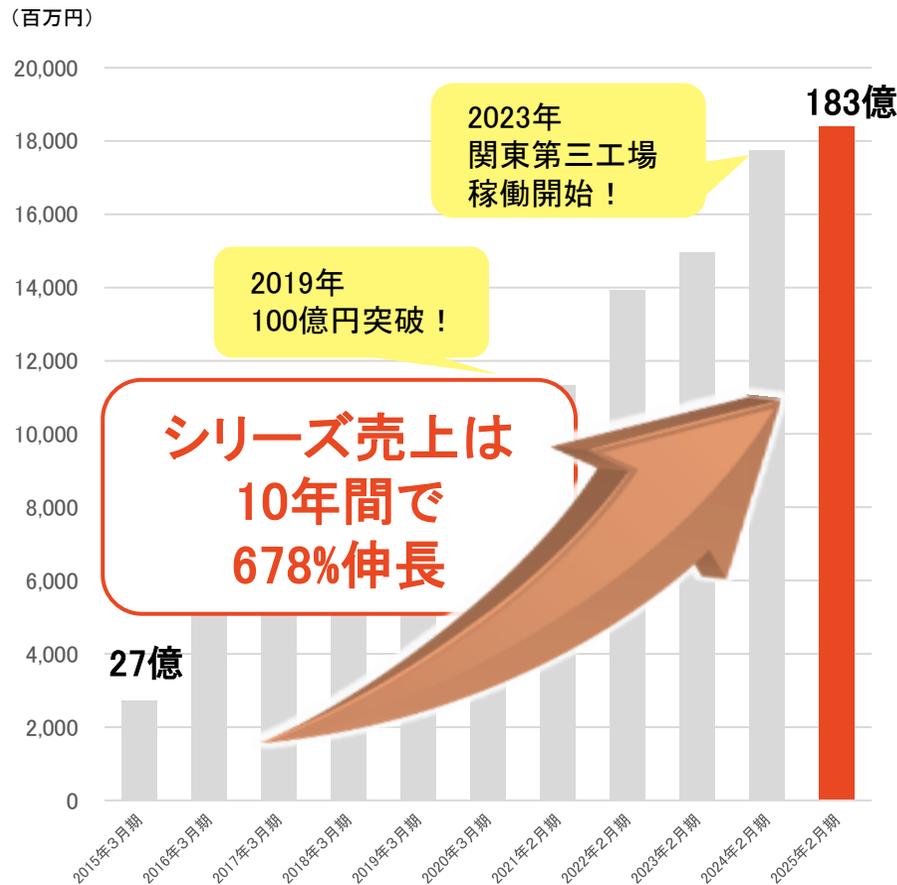
※インテージSCI(15-79歳) 冷凍焼き餃子、水餃子市場 購買金額シェア
2025年3月～2025年8月 購入ルート: SM、DRG、DS

※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

183
億円

羽根つき餃子シリーズ売上



前期羽根つき餃子シリーズの売上高は約183億円。

うち、主力商品の『**羽根つき餃子**』単品では約**136億円**。今期の平均月間出数は**500万パック超**。

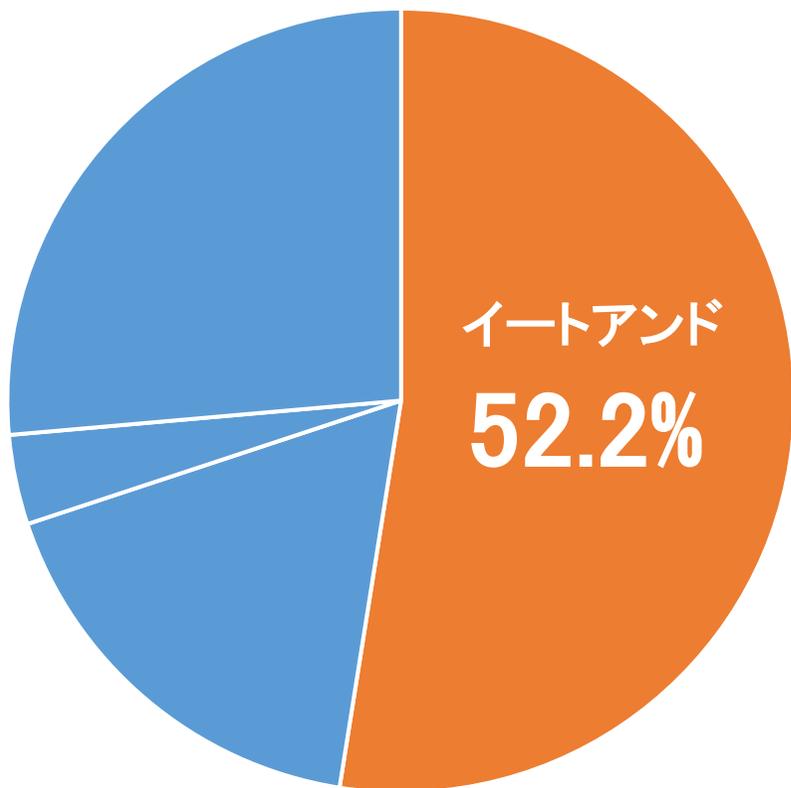


※2014年4月～2015年3月、2024年3月～2025年2月の商品別出荷実績に市場での販売価格で乗じて算出
 ※2021年2月期は決算月変更に伴い11カ月実績

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月の月間出数は100万パック超。
2025年3月～8月のシェアは52.2%。
(前期比120.7%)

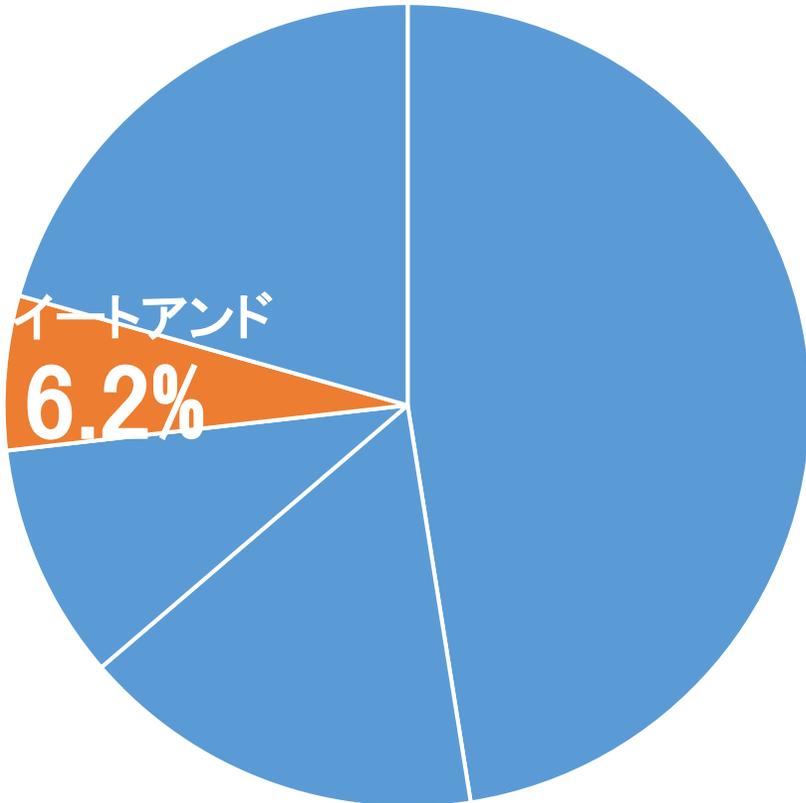


※インテージSCI(15-79歳) 冷凍水餃子市場 購買金額シェア
2025年3月～2025年8月 購入ルート: SM、DRG、DS

焼売、小籠包の躍進

210%

冷凍焼売カテゴリー



冷凍焼売市場において
2025年3月～8月のシェア4位(6.2%)。
(前期比210%)

今期は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。

小籠包単品の月間出数は前期比400%。
小籠包市場での2025年3月～8月のシェアは34.1%。
 市販・業務用ともに好調で、
 市場シェアの拡大を目指す。

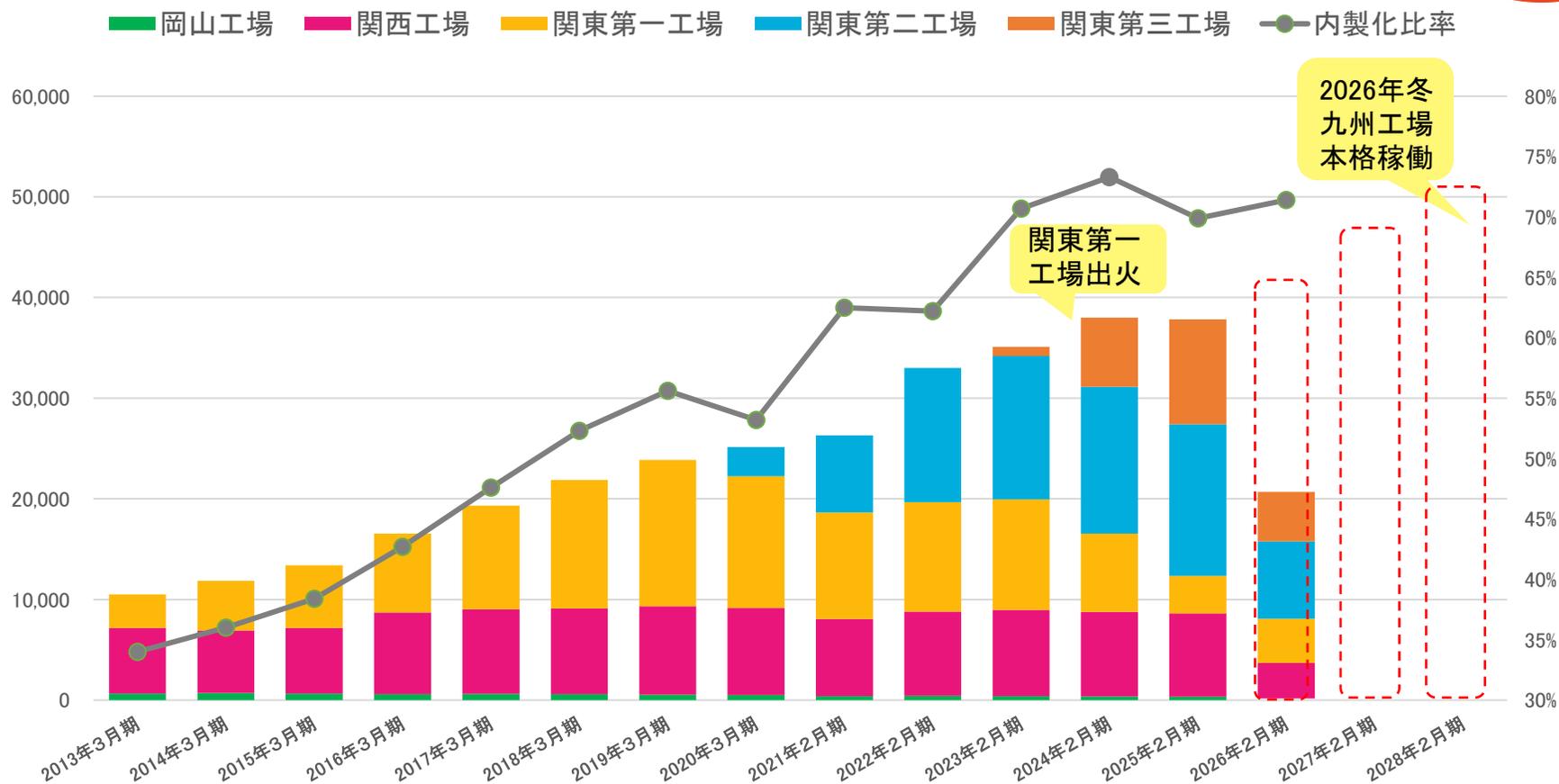


※インテージSCI(15-79歳) 冷凍焼売市場 購買金額シェア
 2025年3月～2025年8月 購入ルート: SM、DRG、DS

工場生産量・内製化比率 推移

109.7%

上半期生産量は20,673トン(前期比109.7%)、
 通期で41,000トン(前期比108.3%)を計画。
 なお、関東工場は2023年の出火から復旧しており、前期比118.1%となっている。



※2021年2月期は決算月変更に伴い11カ月実績

2025年4月第一工場復旧



2025年4月関東第一工場の
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。

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

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



原価抑制、価格改定による利益確保



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月より価格改定を実施。
餃子、点心など計7点の
価格改定(5~15%)を
実施し収益改善。



新CM制作、放送開始

CM初登場



CM初登場



深澤辰哉さん・渡辺翔太さんが出演する新CMが9月から放映開始。全国テレビCM、TVer、YouTubeなど、また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。



西日本の生産拠点拡大

所在地	宮崎県都城市高城町
着工予定年月	2025年9月
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

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8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	4	5	9	5	6	11	49	298	347
	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	3	3	6	2	0	2	22	24	46
	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	6	7	0	4	4	9	27	36
グループ計		110	359	469	11	14	25	9	12	21	112	361	473

※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。

新モデル店舗好調

12
店舗



創業55周年に発表した「大阪王将」新モデルも12店舗まで拡大。5月にオープンした「大阪王将 品川シーサイドフォレスト店」では、売上高1,800万円と好調。女性のお客様も入りやすいデザインが好評で、連日賑わう。



DX化と海外人材の活躍



調理ロボによる自動化を含む
DX化を推進するとともに、
セントラルキッチンを活用や
人材の多様化にも力を入れております。

労働環境の改善、生産性向上など、
外食産業の発展に寄与したことを受け、
日本食糧新聞社による「外食産業貢献賞」を受賞。



大阪・関西万博からブランド発信



大阪産食材の特別メニューを通じて、
地域食材の魅力を広く発信し、
地産地消の拡大に貢献。

万博来場者数の伸びに伴い、
ブランド知名度向上など
大きな宣伝効果に。



「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。
 大阪梅田駅前の再開発エリアの中心に位置し、雑穀、もち米、国産米粉を使用したパンを提供。店内は古木や自然素材をふんだんに取り入れた設えとなっており、緑豊かな景色とともに、自然そのものを感じていただける空間を演出。
 月間売上高は平均2,000万円。



外食事業

今後の取り組み

「大阪王将 青梅店」新たな取り組み



健康志向や多様な食文化への対応する新たな取り組みとして、“暮らしにフィット”することをテーマに、選べるランチと充実したデザートや豊富なドリンクメニューを扱う店舗を展開開始。

都心からのアクセスがよく、子育て世代も多い地域の「大阪王将 青梅店」をリニューアル。



「太陽のトマト麺」新モデル店舗



美味しくて健康的×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、
韓国の発酵食材メニューも豊富に。

新モデル店舗はフードコートを中心に出店予定。
2025年10月「太陽のトマト麺 withチーズ
イオンモール北戸田店」オープン。



海外事業

海外拠点は7カ国36店舗に

36
店舗



【韓国】「太陽のトマト麺」

2025年4月「太陽のトマト麺」が韓国初出店。すぐに現地の方々の話題の店に。1号店出店からわずか4ヵ月で4店舗へ拡大。



【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。



【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は、
全聯福利中心(Pxmart)約1,200店舗、
セブン-イレブン約6,000店舗で販売。
 外食事業と食品事業のシナジーによる
 両輪事業を実現。



【北米】 初出店へ



2026年の出店に向け、「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

EC専用商品の拡充へ向けて



売れ筋の『肉餃子』は、まとめ買い施策を実施。また、人気商品の大容量化、餃子パーティ提案などを展開。ECサイトでの餃子売上を拡大するために、新チャネルの開拓、新商品開発にも着手。



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原材料を使用し、持続可能な調達で安定供給。

また、冷凍食品に印字をする賞味期限を月末に合わせることで、商品在庫管理や物流が効率的になり、食品ロス削減にも取り組む。

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。

子ども食堂や養護施設への支援や餃子巻き教室など、食育にも力を入れている。

食の安心・安全を提供



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。



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



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・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



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

従業員・グループ会社とともに

- 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
- 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

温室効果ガス削減

食品ロス削減

地域社会とともに

- 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
- WAY BOOKでの顧客促進
- 健康経営
- 心と体の健康維持

グループ経営

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8月末現在)
- 発行済株式総数 ➤ 11,358,580株(2025年8月末現在)
- 決 算 期 ➤ 2月末日
- 店 舗 数 ➤ 473店舗(2025年8月末現在)
- 従 業 員 数 ➤ 1,954名(2025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。