

2026年7月期 第2四半期決算説明会

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

2026年7月期 第2四半期業績

2026年7月期 第2四半期決算概要（連結）

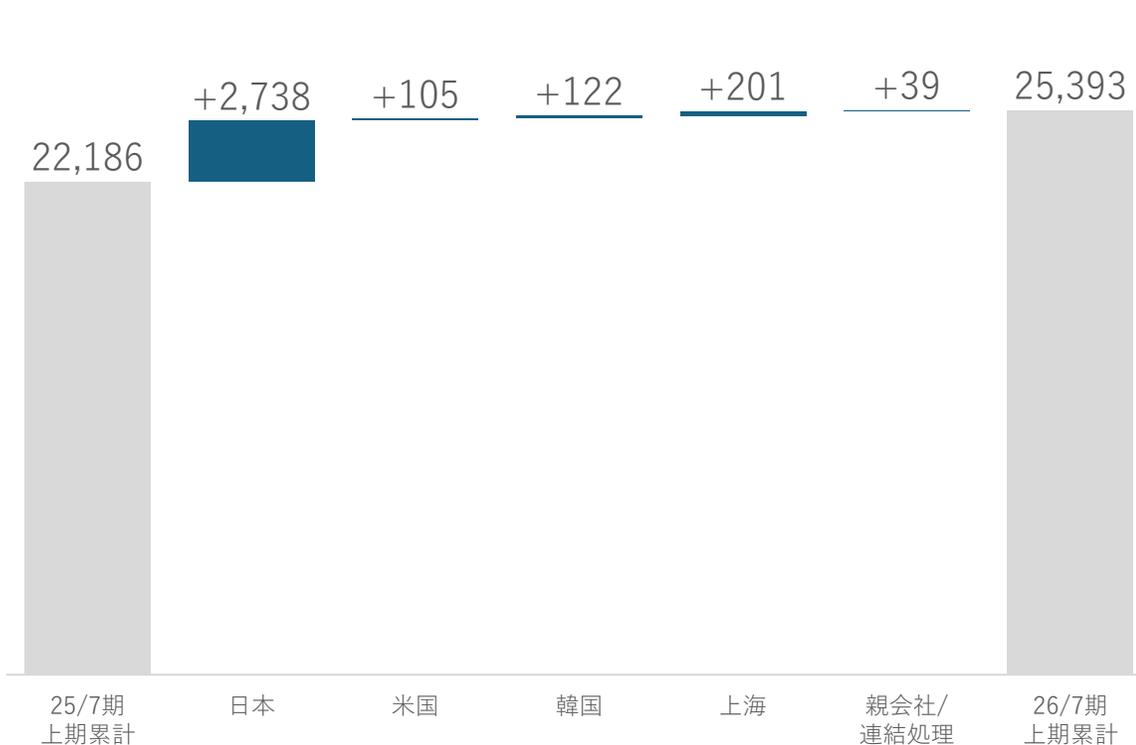
- 国内出店および前期の価格改定、40周年記念フェアメニュー等による既存店増収、ならびに海外出店の寄与により、売上高は前年・計画を上回る増収
- 国内事業が堅調に推移したことにより、海外現地事業立ち上げに伴う先行費用を吸収し、営業利益は前年および計画を上回り着地

(単位：百万円)	2025年7月期 2Q累計 実績 (売上比)	2026年7月期					
		2Q累計 業績予想 (売上比)	2Q累計 実績 (売上比)	前期比		業績予想比	
				増減率	増減額	増減率	増減額
売上高	22,186	24,946	25,393	+14.5%	+3,206	+1.8%	+446
売上総利益	15,326 (69.1%)	—	17,354 (68.3%)	+13.2%	+2,207	—	—
販管費	14,006 (63.1%)	—	15,736 (62.0%)	+12.4%	+1,730	—	—
営業利益	1,320 (6.0%)	1,339 (5.4%)	1,617 (6.4%)	+22.5%	+297	+20.8%	+277
経常利益	1,330 (6.0%)	1,331 (5.3%)	1,622 (6.4%)	+21.9%	+291	+21.8%	+290
親会社株主に 帰属する中間利益	755 (3.4%)	766 (3.1%)	1,056 (4.2%)	+39.9%	+301	+37.7%	+289

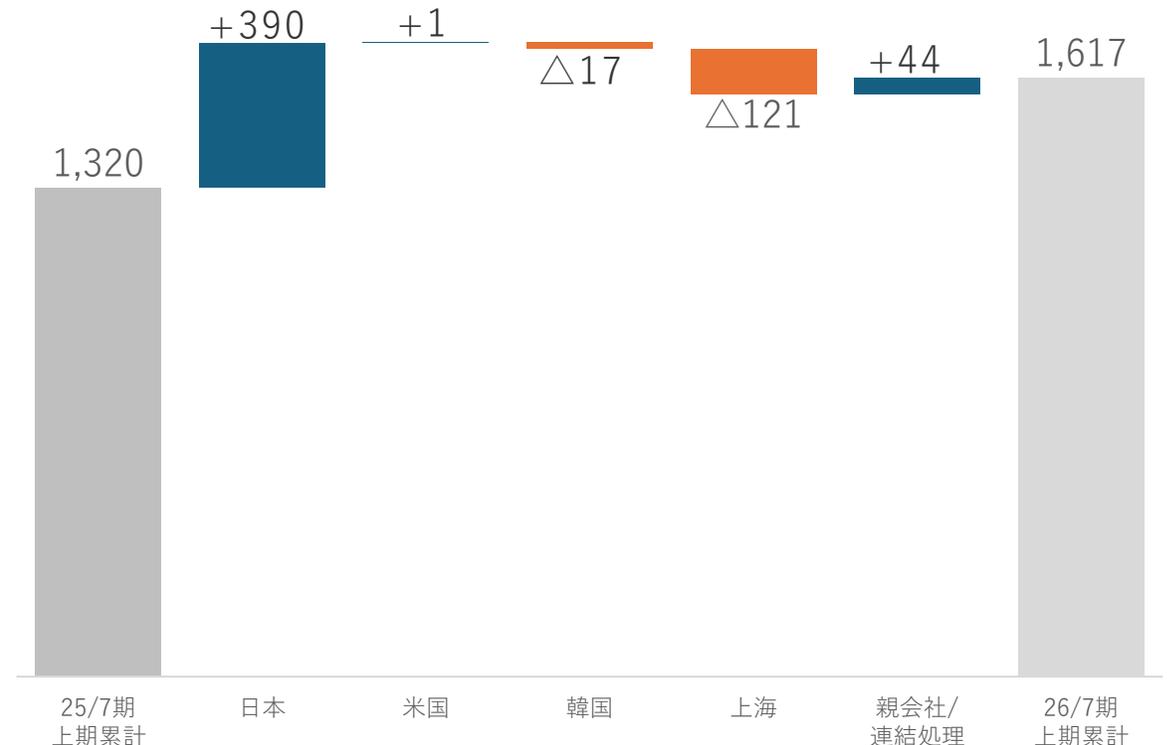
売上高及び営業利益（前年同期比）

- 国内鳥貴族の出店・既存店成長や海外出店により前年同期比で増収、海外現地法人立ち上げに伴う先行費用を計上するも、国内事業が堅調に推移し、営業利益は前年同期比で増益
- 各国の先行赤字については、米国・韓国が前年並みで推移する一方、上海は前年下期進出のため今期は店舗運営コストが通期で発生

売上高（百万円）



営業利益（百万円）



グループブランド店舗数

◆ 新規出店

国内（鳥貴族 直営：6 店舗 鳥貴族 TCC※1：8 店舗）

（やきとり大吉：2 店舗）（松明：1 店舗）

（焼とりの八兵衛：1 店舗）

海外 中国：4 店舗

台湾：1 店舗 香港：4 店舗

◆ 退店

国内（鳥貴族 直営：1 店舗 鳥貴族 TCC：3 店舗）

（やきとり大吉：11 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 やきとり大吉はすべてフランチャイズ店舗です。

※3 その他については、独立制度店舗モデルの鳥貴族パートナーズと鳥貴バーガーです。

			25年7月末 店舗数	2026年7月期 (2Q累計)		26年1月末 店舗数
				出店	退店	
日本	鳥貴族	関西	95	0	1	94
		関東	229	3	0	232
		東海	72	0	0	72
		九州・沖縄	8	2	0	10
		東北	4	1	0	5
		小計	408	6	1	413
	TCC店	関西	143	3	3	143
		関東	90	0	0	90
		北海道	6	1	0	7
		中国・四国	7	1	0	8
		北陸	2	2	0	4
		九州・沖縄	5	1	0	6
	小計	253	8	3	258	
	合計			661	14	4
	やきとり大吉	FC店	477	2	11	468
	松明	直営店	0	1	0	1
	焼とりの八兵衛	直営店	0	1	0	1
	その他		3	0	0	3
国内合計			1,141	18	15	1,144
海外	米国	鳥貴族	1	0	0	1
		HASU/zoku	2	0	0	2
	韓国	鳥貴族	3	0	0	3
		mozu	1	0	0	1
	台湾	鳥貴族	4	1	0	5
	香港	鳥貴族	1	4	0	5
	中国	鳥貴族	3	4	0	7
やきとり大吉		FC店	2	0	0	2
海外合計			17	9	0	26
グループ総計			1,158	27	15	1,170

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)	2025年 7月期末	2026年 1月末	増減
流動資産	10,468	11,191	+723
(うち現金預金)	7,415	8,013	+598
固定資産	10,914	11,543	+629
資産合計	21,382	22,734	+1,352
流動負債	7,842	8,529	+687
(うち有利子負債)	1,281	1,048	△232
固定負債	3,765	3,550	△215
(うち有利子負債)	2,114	1,867	△246
負債合計	11,607	12,079	+471
純資産合計	9,774	10,655	+880
自己資本比率	45.7%	46.9%	+1.2pt

(単位：百万円)	2025年7月期 2Q累計実績	2026年7月期 2Q累計実績
営業キャッシュ・フロー	857	2,559
税金等調整前中間純利益	1,300	1,713
減価償却費	535	678
のれん償却費	13	13
減損損失	11	-
売上債権の増減額	△132	△109
仕入債務の増減額	159	96
法人税等の支払額	△960	△419
その他	△68	586
投資キャッシュ・フロー	△1,701	△1,037
有形固定資産の取得による支出	△1,451	△873
その他	△249	△163
財務キャッシュ・フロー	△805	△977
長期借入金の返済による支出	△528	△628
配当金の支払い	△266	△266
その他	△10	△82
現金及び現金同等物に係る換算差額	△25	46
現金及び現金同等物の期首残高	8,445	7,485
現金及び現金同等物の中間残高	6,770	8,077

2026年7月期 通期連結業績予想の修正

- 上期実績が当初想定を上回って推移したことを踏まえ、通期業績予想を見直し
- 通期業績予想は上期実績の上振れ分を反映し、下期は海外事業の進捗等も踏まえ当初計画を据え置き

国内鳥貴族（直営）既存店売上高 前期比：下期 101.9%

(単位：百万円)	2026年7月期			
	期初通期予想 (売上比)	修正通期予想 (売上比)	増減	
			%	金額
売上高	52,355	52,801	+0.9%	+446
営業利益	3,152 (6.0%)	3,430 (6.5%)	+8.8%	+277
経常利益	3,140 (6.0%)	3,435 (6.5%)	+9.4%	+295
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,839 (3.5%)	2,113 (4.0%)	+14.9%	+273

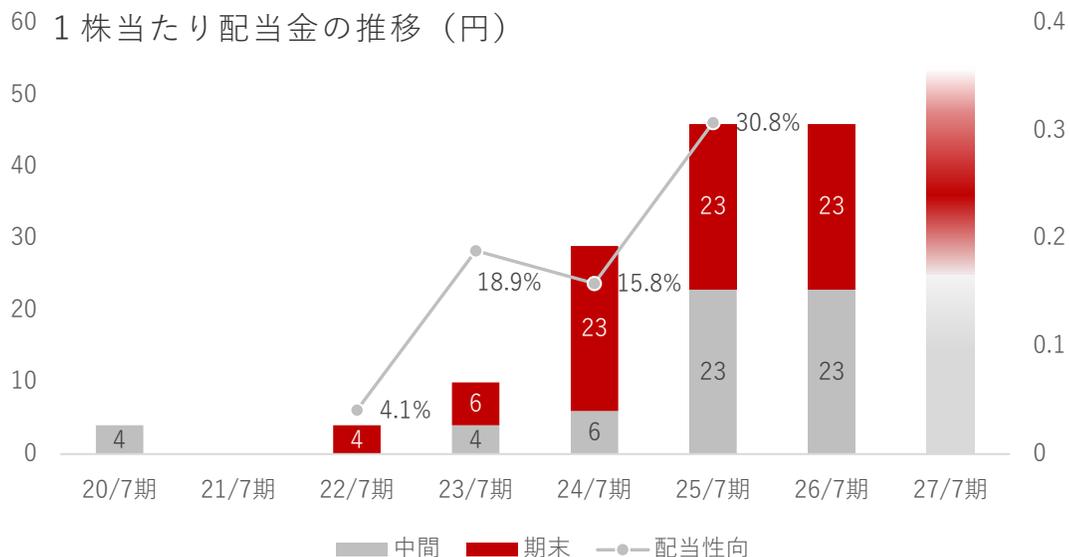
配当金

配当方針

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

<2026年7月期 配当予想>

配当方針に基づき、当期の配当予想に変更なし
中間・期末のそれぞれ1株当たり23円、合計46円を据え置き



株主優待制度※



株式会社 エターナルホスピタリティグループ
Eternal Hospitality Group

■株主優待のご利用の流れ 【株主優待 QR コード】

- 株主優待 QR コード読取り
- 株主優待 TOP ページ表示
- 電子優待券を店舗で提示

【1000円分×1】
有効期間 2024年11月1日～2025年4月30日

※本ご優待券はご使用が完了するまで、大切に保管をお願いします。

000000

ご所有株式数	株主優待
100株～299株	年間2,000円相当の電子チケット (中間と期末にそれぞれ1,000円相当を送付)
300株～499株	年間6,000円相当の電子チケット (中間と期末にそれぞれ3,000円相当を送付)
500株以上	年間10,000円相当の電子チケット (中間と期末にそれぞれ5,000円相当を送付)

※株主優待券は、日本国内の「焼鳥屋 鳥貴族」(鳥貴族パートナーズ店舗を除く)と「鳥貴バーガー」全店でご利用いただけます。「やきとり大吉」ではご利用いただけません。

2026年7月期 取り組みの状況

01 国内の状況

02 海外進出の状況

03 ブランドポートフォリオ拡充

04 人財基盤の強化

開発コストの上昇や出店案件の競合増加等を踏まえ、採算性を見極めながらの出店
 その一方で、未進出エリアへの展開を着実に推進し、出店エリアの拡大を図る

2026年7月期上期（実績）

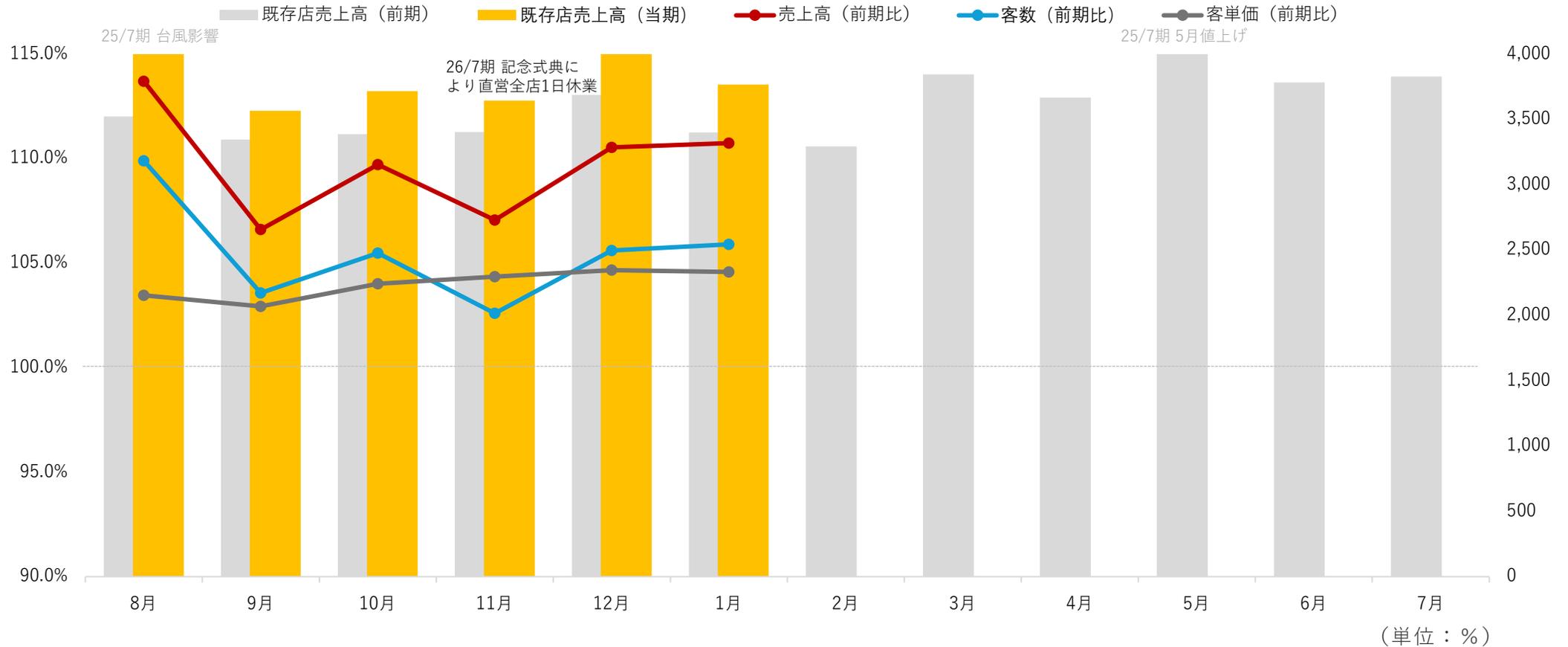
2026年7月期下期（決定済みの店舗）

- 2025/8 東京「武蔵小山店」(直営)
- 東京「田無南口店」(直営)
- 鹿児島「鹿児島中央駅店」(TCC)
- 北海道「札幌ステラプレイス店」(TCC)
- 10 東京「田町三田店」(直営)
- 福岡「小倉魚町店」(直営)
- 11 広島「アイスタ横川店」(TCC)
- 石川「イオンタウン金沢示野店」(TCC)
- 大阪「アメ村店」(TCC)
- 福岡「黒崎店」(直営)
- 12 新潟「新潟駅前店」(TCC)
- 宮城「古川店」(直営)
- 大阪「京橋Kぶらっと店」(TCC)
- 大阪「蒲生四丁目店」(TCC)

- 2026/2 広島「福山元町店」(TCC)
- 3 石川「野々市店」(TCC)
- 福島 **初進出** 「郡山なかまち夢通り店」(直営)
- 大阪「あびこ駅前店」(TCC)
- 神奈川「横須賀中央店」(TCC)
- 4 岡山「倉敷駅前店」(TCC)
- 5 埼玉「ふじみ野店」(TCC)
- 大分 **初進出** 「別府店」(直営)
- 神奈川「桜木町野毛店」(TCC)
- 愛知「JR岡崎店」(直営)
- 6 福岡「行橋店」(直営)
- 福島「福島駅東口店」(直営)



既存店売上高 前年同月比推移



	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	113.7	106.6	109.7	107.1	110.5	110.7						
客数	109.9	103.6	105.5	102.6	105.6	105.9						
客単価	103.5	102.9	104.0	104.4	104.7	104.6						

※上表は、国内「鳥貴族」の直営店を対象としております。
 ※ 前年同月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。

● 鳥貴族の取り組み 期間限定メニュー

- 鳥貴族に関わってくださったすべての方への感謝を込めた企画『うぬぼれ続けて創業40周年 ありがとうフェア』を実施し、期間限定メニューを2カ月ごとに展開
- 過去の人気メニューを現代仕様に復刻させて提供し、来店動機の創出を通じて既存店売上に寄与



第1弾	2025年8月1日～9月30日
第2弾	2025年10月1日～11月30日
第3弾	2025年12月1日～2026年1月31日
第4弾	2026年2月1日～3月31日
第5弾	2026年4月1日～5月31日
第6弾	2026年6月1日～7月31日

● 鳥貴族の取り組み ブランド認知拡大に向けた施策

- 各種コラボレーション施策（アパレルブランドとのコラボ、アーティストツアー連動企画）、カプセルトイ企画、オリジナル福袋の販売などを通じてブランド認知拡大および接点強化を推進



<https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2025/09/2025.09.29-1.pdf>



<https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2025/11/2025.11.21.1.pdf>



<https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2025/07/2025.08.01.pdf>



<https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2025/10/2025.10.20.2.pdf>

01 国内の状況

02 海外進出の状況

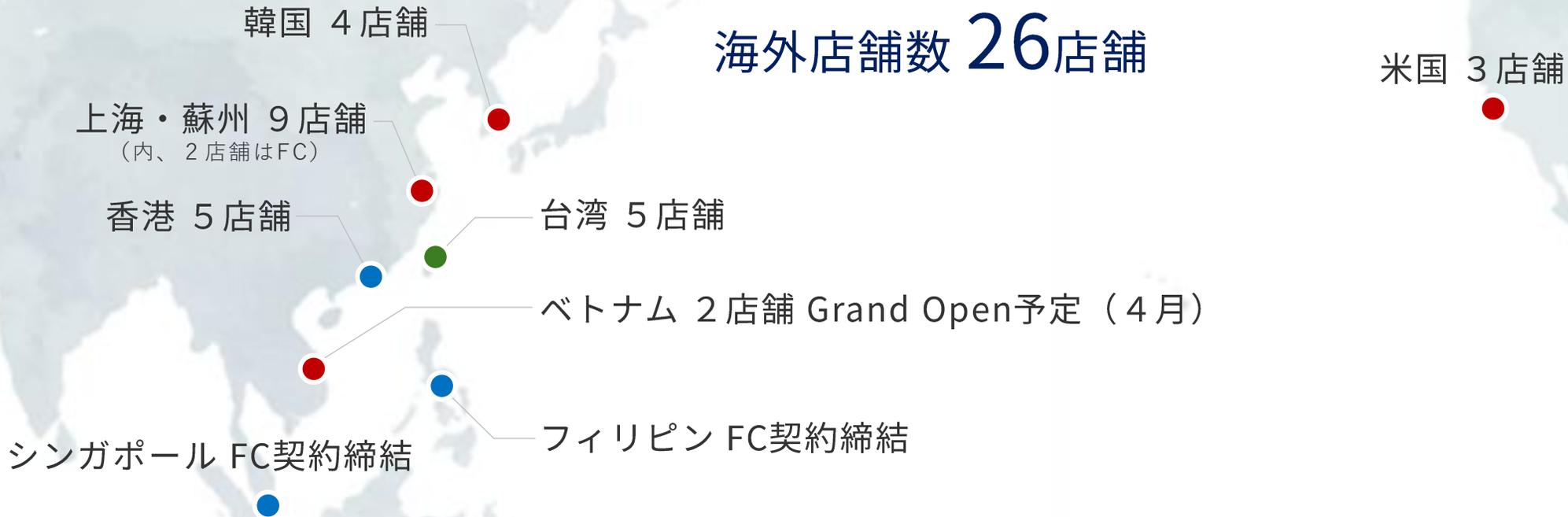
03 ブランドポートフォリオ拡充

04 人財基盤の強化

2024年5月の米国における現地焼鳥店の事業譲受を皮切りに各国への進出を開始
焼鳥のリーディングブランド不在の各国で速やかに展開すべく、複数カ国同時進行で展開を加速

Global YAKITORI Family

海外店舗数 26店舗



凡例：主な運営形態

●：直営店 ●：JV ●：フランチャイズ (FC)



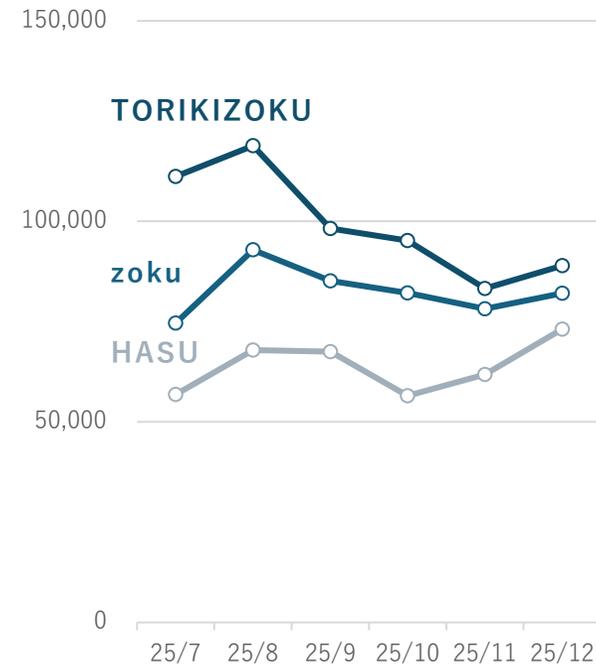
ロサンゼルス近郊における地盤固め・業態確立（直営）

既存店 3 店舗の売上は夏以降一服感があったが年末年始から持ち直し基調

1 月はTORIKIZOKU、zokuで営業利益が黒字に回復（EBITDAでは全店黒字）

多店舗展開に向けフランチャイズ(FC)の準備に着手、ファストフード(FF)モデルの開発も再始動

店舗売上 推移（単位：USD）



<TORIKIZOKUのチューンナップ>

TORIKIZOKU 成果	課題
<ul style="list-style-type: none"> 経済条件の厳しいL.A.で営業黒字化 周辺地域の焼鳥店で口コミNo. 1 <p>業態ポテンシャルは有望</p>	<ul style="list-style-type: none"> 串打ちなどの他業態比での作業難度の高さからくる厨房人材の定着率の低さ <p>シェフ要素が多店舗化のネック</p>

- 日本発焼鳥業態のブランド強化
- ×
- 運営力あるパートナー企業によるFC出店



L.A.で鍛えた業態をベースに
他州・他都市へも展開

<FFモデルの開発>



レストラン型

FF型

TORIKIZOKUをチューンナップ

寿司・ラーメンに次ぐ日本食業態としてチューンナップ中
日本発のブランド力を背景にFC展開も計画

鳥貴族ブランドでFFモデルの開発を再始動

FF価格で焼鳥の美味しさを伝える業態

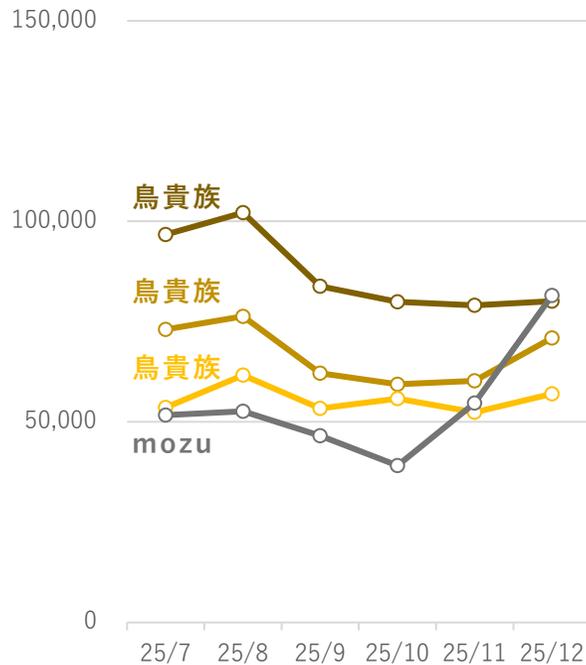
焼鳥丼・貴族焼・唐揚げ等の商品構成で計画中



既存店の黒字化（直営）

鳥貴族の既存店 3 店舗はいずれも適正売上で安定的に推移、EBITDA黒字
 オペレーション・人員配置の見直しにより人件費適正化は完了、原価率の適正化は継続中
 引き続き店舗黒字化を優先し、新規出店は来期にスライド（当期出店計画を10店舗から2店舗に修正）
 一方で、Luxuryブランドの mozu が営業黒字化、ブランド強化と収益強化に貢献

店舗売上 推移（単位：千KRW）



人件費の適正化 → 完了

営業時間帯別のシフト改善により適正化



原価率の適正化 → 継続中

原材料や調理工程の見直し等を実施中

収益構造の改善を最優先とし、新規出店を来期へスライド

出店計画：+10店舗 → +2店舗に修正

予約枠や予約サイトの最適化に取り組み、お客様数が増加
 年末年始も追い風に売上増・単月黒字化
 ブランド強化・集客に向けて周年イベントを計画

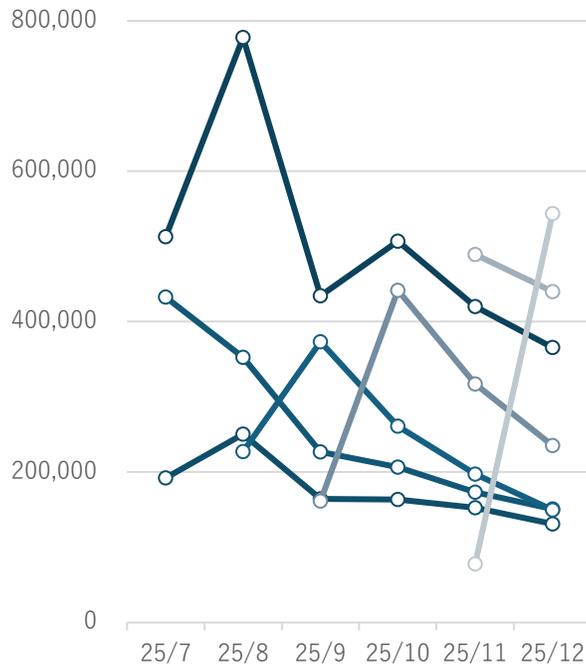


認知拡大とブランディング（直営）

上海1号店をOpen後、出店は順調に進んだものの各店オープン景気後は売上が軟調に推移
日本食業態の競争激化により「焼鳥」専門業態の差別化/ブランド訴求ができていない状況
当初計画していた新規出店は見送り、商品付加価値の向上/顧客体験の向上に取り組む

鳥貴族 1～7号店

店舗売上推移（単位：RMB）



課題

- ショッピングモールの特性も相まって、食事需要の方が多く、滞在時間も短い
- 「焼鳥」専門店の需要喚起が必要（串焼きは人気ながら、日本式の焼鳥は相対的にニッチ）
- “日本食”の食事需要のお客様が多く、焼鳥以外に対する商品ニーズも高い

お客様のニーズと店舗が提供する体験価値の調整

3号店で検証を開始（改装・メニュー改定）

<店舗の改装>

- 焼台を通路側に配置、鮮度や焼たてを視覚で訴求
- ライブ感・シズル感とあわせて「焼鳥」を一目で理解していただく



<メニュー改定>

- 2串で18元だったところを1串8.8元とし、「選べる・試せる・楽しめる」価格に改定
- 食事メニューも拡充し、お客様のニーズにこたえる

注文の傾向やお客様の評価、商品構成等のKPIを設定

検証結果を踏まえて横展開を目指す



子会社の設立・店舗の立上げ

ハノイで「やきとり大吉」と「鳥貴族」の開業を準備中
大吉、鳥貴族ともに4月グランドオープンを予定

鳥貴族のオープニングスタッフのほとんどが日本の鳥貴族出身者であり、盤石の体制で開業予定



※イメージ画像

Global YAKITORI Familyの実現、海外展開に向けて

- 世界的な視点での人材開発・人材獲得が必要
- そのために採用の入口・出口（キャリアパス）を明示

⇒ベトナム人材との相互交流からグローバル展開の土台づくりを開始

● 日本の鳥貴族における
ベトナム人材の活躍

- 鳥貴族の理解・高いオペレーション力
- 起業意欲・母国への貢献意欲



鳥貴族にJoin



やきとり大吉で起業

海外パートナーとの展開状況

台湾・香港は引き続き高いオペレーション力で店舗業績は安定推移、着実な新規出店を継続
フィリピン、シンガポールでもフランチャイズ契約を締結し、東南アジアの展開を推進

FC



香港

- ・鳥貴族全店No.1売上の店舗運営力
- ・年末までに3店舗程度を出店予定



四洲集團
FOUR SEAS GROUP



合併



台湾

- ・台湾で鶏肉最大手、セントラルキッチンやサプライチェーンの下支えのもと安定的に展開
- ・年末までに5店舗程度を出店予定



FC



シンガポール



- ・同国最大の小売企業、Kopitiamブランドでフードコートを運営
- ・2026年6月前後に1号店開業を予定

FC



フィリピン

JTC Group of Companies

- ・多数の日系企業との協業実績があり、外食事業の拡大注力
- ・2026年秋ごろの1号店開業を予定

- 01 国内の状況
- 02 海外進出の状況
- 03 **ブランドポートフォリオ拡充**
- 04 人財基盤の強化

ブランドポートフォリオの拡充

ニーズに応じたブランド展開により、焼鳥のGlobal No.1を確立すべくブランド拡充を推進
 韓国の「mozu」、日本の「松明（たいまつ）」に続き、Premium業態の「焼とりの八兵衛」を開業

 韓国 ソウル

MOZU
SEOUL



 東京 神楽坂

 TAIMATSU
YAKITORI



焼とりの八兵衛 北新地店

大阪市北区曾根崎新地1-7-21

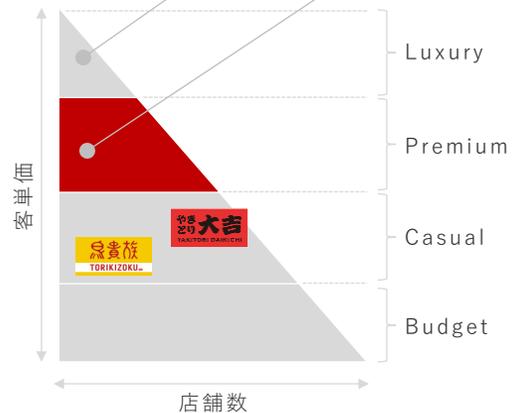
完全予約制

コース料理 / 2時間制

[@hachibei_kitashinchi](#) (Instagram)

[焼とりの八兵衛 北新地店](#) (Webサイト)

鶏肉だけでなく豚バラ等の串焼き全般を指す「博多の焼とり」を提供する専門店として、地元福岡のほかベトナムやタイでも愛される名店
 (株) hachibei crewとのフランチャイズ契約に基づき、フランチャイジーとして出店



- 01 国内の状況
- 02 海外進出の状況
- 03 ブランドポートフォリオ拡充
- 04 人財基盤の強化

外食産業の社会的価値向上へ

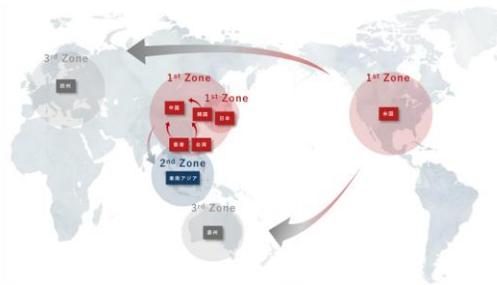
- ・復興支援
- ・創業の地でネーミングライツ
- ・国際学生映画祭協賛
- ・こども食堂への食材提供
- ・一次産業応援メニュー開発

**社会的
価値向上**

人財活躍が ブランド価値の向上

- ・海外展開
- ・多様な人財が活躍する店舗
- ・グローバル人財の育成拠点

**ブランド
価値向上**



理念

理念を起点とした
成長サイクル

人財獲得

価値観に共感する多様な人財採用

- ・アスリート採用
- ・インナー採用強化
- ・海外人財の採用強化



組織一体感の醸成

- ・40周年式典
- ・トップキャラバン(経営層と従業員の対話の場)
- ・鳥貴族記念館/鳥貴族 1号店の継続営業
- ・オープン社内報(noteを活用)



人財成長

人財を戦力化する仕組み

- ・評価制度
- ・教育研修
- ・キャリア形成

※EHGは、Eternal Hospitality Groupの略称です

人財獲得

アスリート採用実施

国内陸上競技で高い実績を有するトップクラスの阿部竜希選手、木梨嘉紀選手の入社予定など、アスリート採用の実施を通じたグループ認知の拡大と新たな人財との接点創出

インナー採用強化

アルバイト人財との関係構築を基盤とした社内登用の推進に加え、アルバイト限定就活セミナーの開催を通じて社長や先輩社員との対話機会を創出し、当社の価値観や仕事観への理解促進と将来の人財獲得機会を拡大 (<https://eternal-hospitality.co.jp/news/2026/03/05/544/>)

海外人財の採用強化

海外人財の採用→日本店舗で育成→グローバルなキャリアパスの実現へ

(<https://eternal-hospitality.co.jp/news/2026/03/05/544/>)



エンゲージメント向上

40周年記念式典

グループ全社員に加え、海外協業パートナーの皆様をお招きして、これまでの歩みを振り返るとともに、今後の成長に向けたビジョンを創業者・大倉より発信

トップキャラバンの実施

グループ役員が東名阪地域を巡るキャラバンを実施し、各地域の社員との直接対話を通じて、経営方針や海外展開などについてコミュニケーションを実施

鳥貴族記念館/鳥貴族 1号店の継続営業

創業の原点である鳥貴族1号店を再現した俊徳店の継続営業および鳥貴族記念館の運営・活用を通じ、社員研修や見学により創業当時の店舗の雰囲気や歴史、創業者の想い・理念への理解を深め、当社の価値観や文化への共感を育む取り組み



(<https://torikizoku.co.jp/assets/uploads/2025/10/2025.10.23.pdf>)

社会的価値向上

復興支援

2025年10月5日に輪島市で開催された復興支援イベント「SAKE BEER NOTO 2025」に鳥貴族を出展し、募金活動と「貴族焼」約800本を提供するとともに、募金を輪島市社会福祉協議会児童クラブへ寄付し、被災地支援と地域交流の促進に貢献 (<https://eternal-hospitality.co.jp/news/2025/10/10/492/>)



創業の地でネーミングライツを取得

創業40周年を機に東大阪市とネーミングライツ契約を締結し、創業地である俊徳道駅前交通広場の命名権を取得。「東大阪市×鳥貴族 うぬぼれ俊徳道駅前交通広場」として地域との連携を深める取り組み

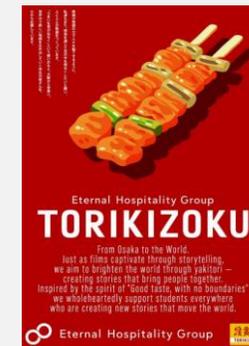


オリジナルマンホールの設置

京都国際学生映画祭2026への協賛・支援

京都国際学生映画祭レセプションパーティに協力し、焼鳥を中心とした食事と飲料の提供およびライブキッチン形式での焼鳥実演を通じ、日本発の食文化「焼鳥」による国内外の学生監督や関係者の交流促進に貢献

(<https://eternalhospitality.co.jp/news/2026/02/27/541/>)



< 京都国際学生映画祭概要 >

【会期】

2026年2月20日～23日

【会場】

京都文化博物館 3階フィルムシアター

【主催】

公益財団法人大学コンソーシアム京都

參考資料

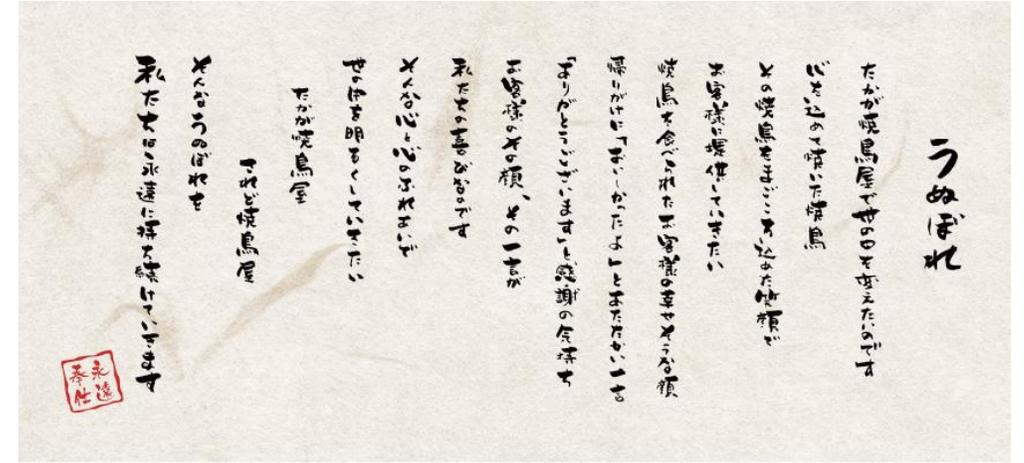


Eternal Hospitality Group



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。

永遠の目的 永遠の会社

企業活動は、社会や社員との関わりの中で持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 大阪府中央区淡路町4-2-13 アーバンネット御堂筋ビル 20階

本店 大阪府浪速区立葉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（2025年7月末現在）

グループ会社

株式会社エターナルホスピタリティジャパン 株式会社鳥貴族東日本 株式会社鳥貴族西日本
ダイキチシステム株式会社 TORIKIZOKU USA INC. TORIKIZOKU KOREA INC. Torikizoku Shanghai Co.,Ltd. 株式会社ei

グループ
従業員数 従業員数 1,030名（2025年7月末現在）
（外、平均臨時雇用者数※ 4,120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。



- 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/>