

2026年3月27日

株式会社エターナルホスピタリティグループ

【イベントレポート】  
エターナルホスピタリティグループ、「DX 戦略説明会」を開催  
～全社 DX 戦略の全体像と今後の展望を発表～

株式会社エターナルホスピタリティグループ（本社：大阪市中央区 代表取締役社長：大倉忠司）は、2026年3月19日、東京都内にて、メディア関係者様向けに「DX 戦略説明会」を開催いたしましたのでお知らせいたします。



『売上1%の投資で売上10%UP』を目指す  
DX戦略

2026年3月19日（木）  
エターナルホスピタリティグループ  
執行役員 CDIO（Chief Digital Information Officer）  
中林 章



Eternal Hospitality Group

当日は、2025年度第2四半期決算の概要を通じて当社の現状をご説明したうえで、Chief Digital Information Officer（CDIO）である中林より当社が推進するDXプロジェクトの全体像や具体的な取り組み、今後のロードマップなどDX戦略の詳細を初公開いたしました。

<開催概要>

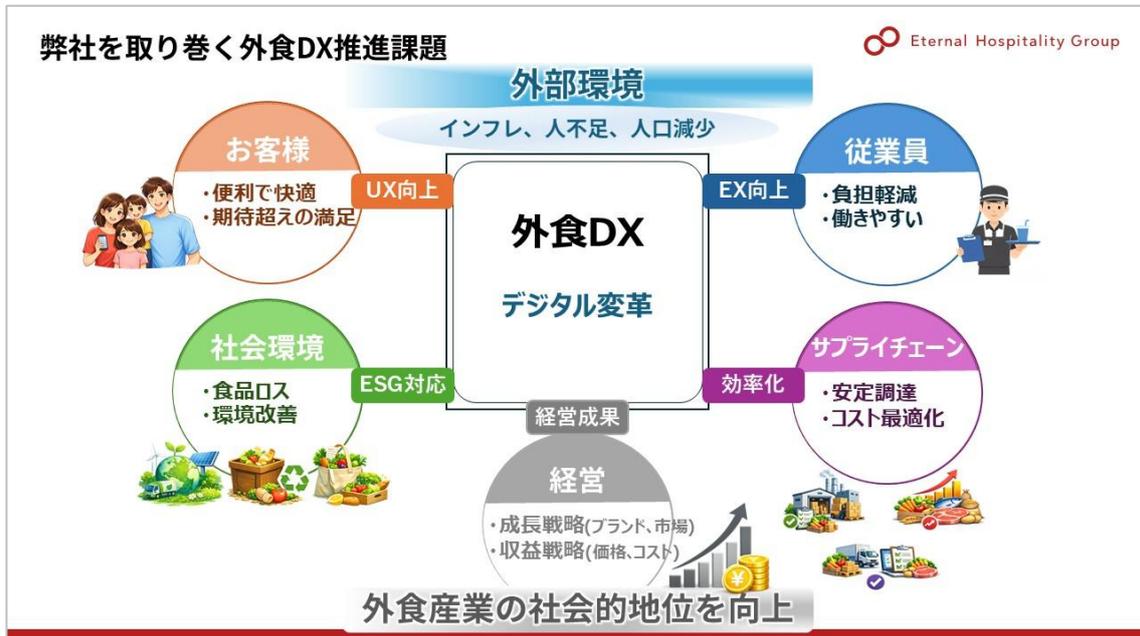
**開催日**：2026年3月19日（木）

**開催地**：AP 渋谷道玄坂（東京都渋谷区道玄坂 2-6-17 渋谷シネタワー13階）

**登壇者**：株式会社エターナルホスピタリティグループ

・執行役員 CDIO（Chief Digital Information Officer） 中林 章

・内容詳細



当社を取り巻く外部環境による各課題を踏まえた上で、成長を実現し収益性を高めること、加えて外食産業の社会的地位向上を当社自らリードすることが重要と考えています。

鳥貴族における「焼鳥屋」の変革

昭和の焼鳥屋イメージ



中年男性向けのメニュー



入り口には赤提灯



煙たい店内



座席はカウンター席

鳥貴族が焼鳥屋を変革



女性・若者向けのメニュー



入りやすい外装



きれいな店内



座席はテーブル席中心

鳥貴族は、「焼鳥屋」を変革しました。従来の“焼鳥屋”のイメージを刷新し、女性・若年層にも開かれた明るい店づくり、メニューの見直し、テーブル中心の座席設計を行いました。

## 国内人口 & 鳥貴族のお客様

- ・ 既存客の高齢化と次世代客の減少に伴い、鳥貴族のお客様ボリュームゾーン（以下、VZ）が減少傾向
- ・ 鳥貴族のお客様のリピート率向上や顧客層の拡大など、お客様に応じた施策を強化

年代別	年代別 日本人口 2023/10時点	年代 割合	鳥貴族 お客様客数 2025/6	鳥貴族 お客様客数 割合	日本人口における 鳥貴族 お客様数割合
0歳代	8,925,000	7.18%	---	---	---
10歳代	10,742,000	8.64%	---	---	---
20歳代	12,715,000	10.23%	---	---	4.71%
30歳代	13,427,000	10.80%	---	---	10.58%
40歳代	16,880,000	13.57%	---	---	1.89%
50歳代	17,929,000	14.42%	---	---	0.45%
60歳代	14,839,000	11.93%	---	---	---
70歳代	16,291,000	13.10%	---	---	---
80歳代	9,874,000	7.94%	---	---	---
90歳代	2,642,000	2.12%	---	---	---
100歳以上	87,000	0.07%	---	---	---
不明	---	---	---	---	---
合計	124,351,000	100.00%	---	100.00%	---



日本の人口VZ

鳥貴族お客様VZ

## 【ランキング】お客様別注文ランキングと特徴

“もも貴族焼たれ”、“モルツ”、“つくねチーズ焼”、“ふんわり山芋の鉄板焼”が幅広い層が注文

順位	一人食事	ひとり呑み	会社員	あまり飲まない人
1	もも貴族焼たれ	メガハイボール	もも貴族焼たれ	ふんわり山芋の鉄板焼
2	かわたれ	もも貴族焼たれ	プレミアムモルツ	もも貴族焼たれ
3	みたれ	プレミアムモルツ	ふんわり山芋の鉄板焼	ウーロン茶
4	ちからこぶたれ	金麦(大)	キャバツ盛+ごま油	ミックスジュース
5	牛串焼(専用たれ)	ふんわり山芋の鉄板焼	塩だれキューリ	プレミアムモルツ
6	ハート(ハツ)たれ	MEGALレモンサワー	つくねチーズ焼	つくねチーズ焼
7	つくねチーズ焼(たれ)	砂ずり(岩塩)	ポテトフライ	キャバツ盛+ごま油
8	つくねたれ	キャバツ盛+ごま油	砂ずり(岩塩)	塩だれキューリ
9	プレミアムモルツ	せせり(岩塩)	せせり(岩塩)	メガハイボール
10	ピーマン肉詰	ハート塩(岩塩)	こだわりレモンサワー	カマンベールチーズコロッケ

特徴

“たれ”

“飲み+つまみ”

“シェア”

“まろやか”

既存客のボリュームゾーンが足元で減少傾向にあることを踏まえ、既存客のリピート向上と顧客層の課題を重要と考えます。

また、実利用データでは、人によって特定カテゴリへの嗜好の寄りが確認されています。

【Xアカウント】トリッキー以外のフォローアカウント



エンタメ系

- SUPER EIGHT / INFINITY RECORDS  
@infinity\_rJP  
25.78 %
- 大倉 忠司  
@TadashiOokura  
21.86 %
- EIGHT-JAM(TV朝日系)  
@EIGHTJAMtvasashi  
21.33 %
- SUPER EIGHTのあとはご自由に  
@supereight\_fuji  
19.29 %

コンビニ系

- ローソン  
@akiko\_lawson  
39.23 %
- セブンイレブン  
@711SEJ  
36.22 %
- ファミリーマート  
@famima\_now  
33.73 %

飲食・食品系

- マクドナルド  
@McDonaldsJapan  
32.74 %
- ケンタッキーフライドチキン  
@KFC\_jp  
27.61 %
- スシロー  
@akindosushiroco  
23.90 %
- 森永製菓  
@morinaga\_angel  
22.71 %

「鳥貴族」のXアカウントでは、エンタメ・コンビニ・飲食/食品領域などを併せてフォローする傾向が見受けられます。当社はこの親和性があると捉えており、これらとの関係構築も重要であると認識しています。

全社DX戦略と取り組み内容

“Global YAKITORI Family + DX” で世界の外食市場挑戦を加速  
DX戦略投資を実施、AIを徹底活用し“お客様価値、企業価値、社員生産性”の最大化を図る





グループビジョン「Global YAKITORI Family」の実現に向け、AI 活用に関する 6 つの主要テーマで DX 戦略的投資を行い、挑戦を一段と加速します。2027 年 7 月期までに EHG デジタルプラットフォームを構築し、その後も段階的に深化を進める計画です。



飲食業の本質は店舗オペレーションにあります。顧客層の拡大とブランド多角化が進むいま、ブランド価値と顧客価値の両輪を同時に引き上げることで、店舗オペレーションをさらに伸ばすことが重要と考えます。

## DX戦略 進化モデル

人とデジタルの力で“**明るく楽しい外食体験**”を実現



従来のシステム化が「コスト・効率重視のセルフ化」に偏り、外食本来の価値である「おもてなし」を希薄化させてきた一面があると受け止めております。

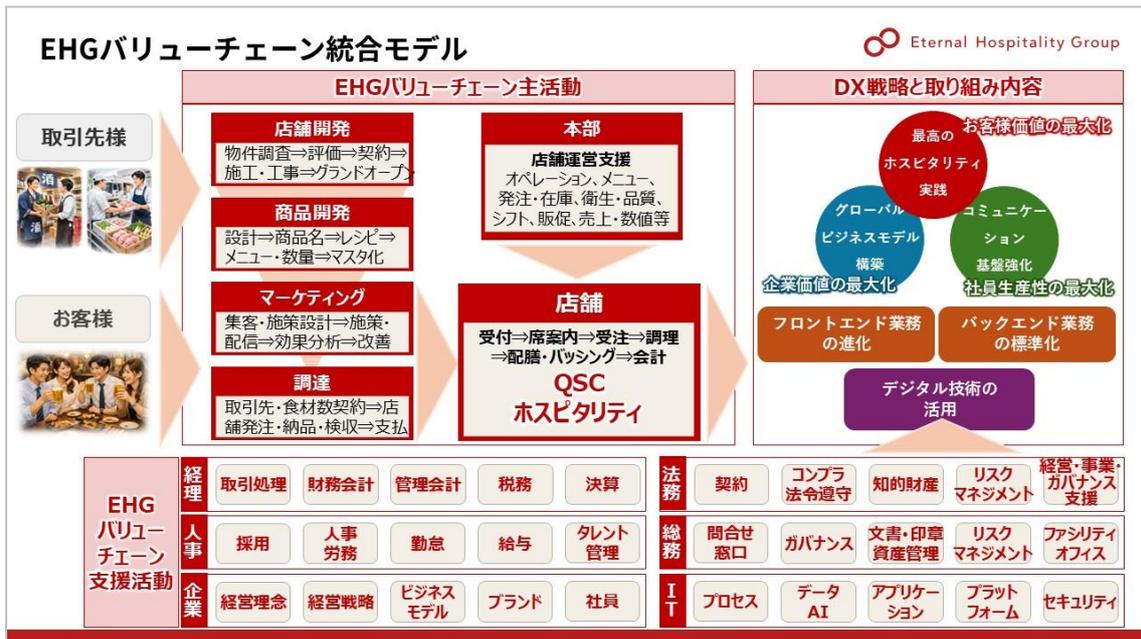
当社は、もう一度、「おもてなし」を取り戻します。ただし、昔に戻るのではなく、『人とデジタル』の融合でそれを実現してまいります。AI を成熟させ、人だけに依存する形から脱却し、高付加価値な経営を目指してまいります。

## AI成熟戦略（会話・自動化・自律化）

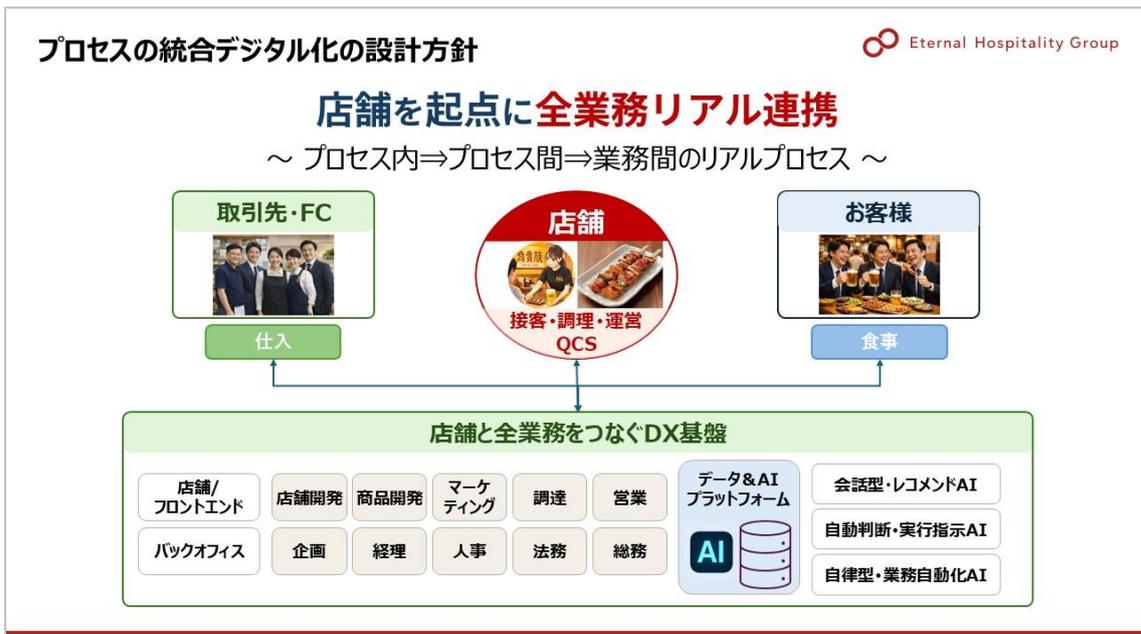
人依存から脱却し、AIを活用し**高収益・高付加価値経営**へ

提供先	デジタル化・AI化対象	狙い	自律型マネジメントに向けたステップ
お客様	顧客体験	ホスピタリティ実践と顧客価値向上	1 <sup>st</sup> ルールベース（商品注文実績より提案） 2 <sup>nd</sup> データ分析（類似商品より提案） 3 <sup>rd</sup> AIIエージェント最適化（会話型注文支援）
店舗	オペレーション	QSC向上	・従業員教育、作業標準／作業時間 ・HACCPチェック ・食材発注最適化、食材ロス予測
業務共通	プロセス連携	生産性と業務品質向上	1 <sup>st</sup> クラウド化による業務統合 2 <sup>nd</sup> API連携によるプロセスリアル連携（データ連携自動化） 3 <sup>rd</sup> AIIエージェントによる自動判断・実行指示
企画、数値管理等	マネジメント	プロアクティブ・自律型マネジメントへの進化	1 <sup>st</sup> リアクティブ（報告型）POS、店舗運営、商品、顧客、外部データ等 2 <sup>nd</sup> プロアクティブ（予測型）売上・需要予測・顧客分析・マーケティング等 3 <sup>rd</sup> 自律型経営（AIIエージェント）AI最適化（売上・発注・人員・価格・意思決定支援・業務自動化）

なかでも、顧客体験価値（CX）を起点に、会話→自動化→自立化へと段階的に深化することで高収益・高付加価値の経営を目指してまいります。



店舗の QSC ホスピタリティを中核に、「店舗開発→商品開発→マーケティング→調達→店舗運営支援」を一本の鎖として捉え、これを下支えするバリューチェーン支援活動（経理・人事・法務等）も含め、各プロセスを連動・自動化させる「バリューチェーン統合モデル」を目指します。①各プロセスの自動化、②プロセス間の連動自動化、③業務全体の一気通貫の自動化へと段階的に進め、お客様に対しても一気通貫の価値提供を実現してまいります。



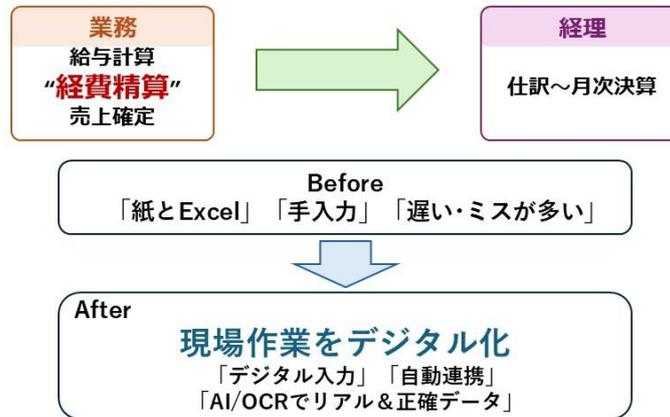
店舗を起点に、取引先・顧客ならびにフロント/バックの各業務を DX 基盤によりリアルタイムに連携していきます。

【事例】統合デジタル化事例（月次決算の早期化）

Eternal Hospitality Group

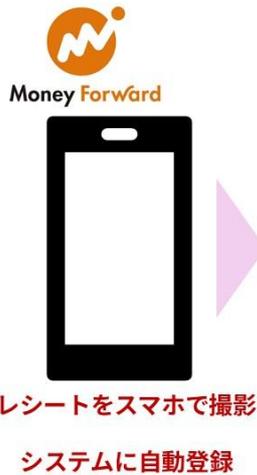
経費精算 : 2026/1~  
(3カ月で導入)

- “現場作業のデジタル化”と“データ精度向上”で決算早期化を実現
- 店長、エリアMGの**間接業務プロセス改善**を図ることで年間**2,000時間**の時間削減を実現

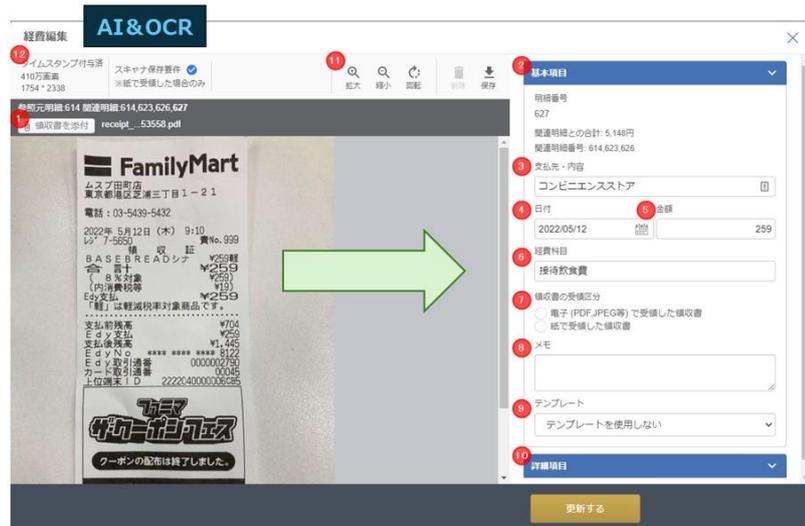


経費精算 導入事例（店舗・本部に導入）

Eternal Hospitality Group



レシートをスマホで撮影  
システムに自動登録



統合デジタル化の具体事例として、経費精算をデジタル化し、紙運用（店長手書き→エリアマネージャー確認→本部経理転記）を現場での即時データ化～承認・計上の一気通貫処理へ刷新、年間 2,000 時間の工数削減を実現しました。これにより、店長がお客様に向き合う時間の確保につながることを期待しています。



垂直型（個別最適）で構築された SNS・アプリ・店内タブレットを顧客起点の水平型へ再設計し、ID と行動データの連動により一気通貫の体験価値を創出してまいります。

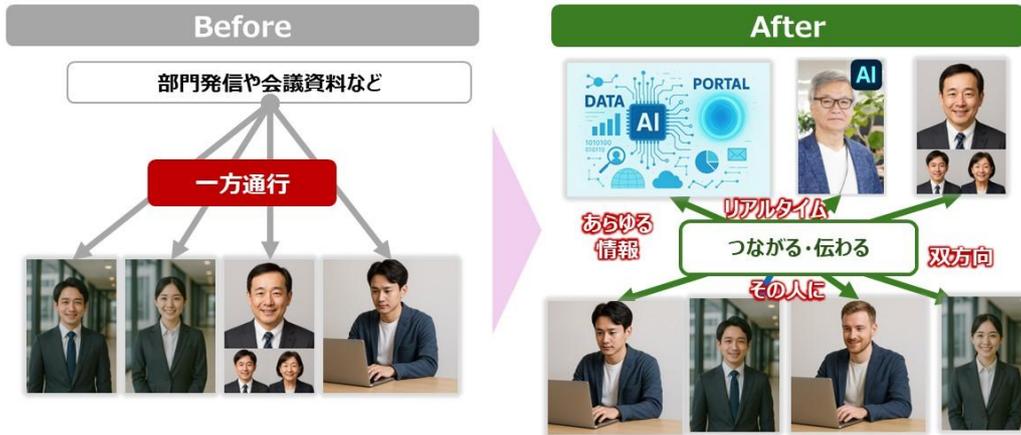


お客様対応力向上という観点で、店舗発のインシデント（トラブル・苦情）対応をメール起点から ServiceNow へ切り替え、現場マニュアルをシステム化することで、進捗と根本原因の解決プロセスを可視化する取り組む予定です。

コミュニケーション基盤強化 ～グローバルコミュニケーション基盤～

Eternal Hospitality Group  
2025/11～  
順次機能拡張しグローバル展開

あらゆる社員・情報・AIにリアルタイムアクセス

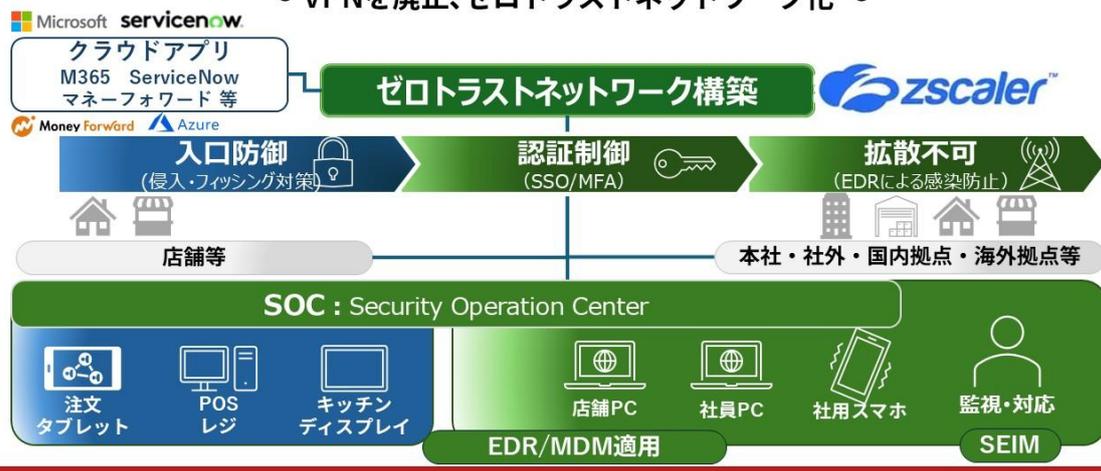


本部からの一方的な告知の運用を見直し、社員があらゆる社員・情報・AIへのリアルタイムアクセスを可能とする環境を整備するとともに、機能を段階的に拡充し、グローバルにおいても展開を進めていきたいと考えています。

デジタル技術の活用 ～サイバーセキュリティ対策～

Eternal Hospitality Group  
国内導入：～2026/10  
海外展開：2026/8～順次

お客様・企業を守り利便性向上  
～VPNを廃止、ゼロトラストネットワーク化～



サイバーセキュリティでは、従来のVPN（仮想専用線）を廃止し、最新のゼロトラストネットワークへ段階的に移行します。「セキュリティはお客様や企業を守るだけでなく、利便性を高めるものでなければならない」との考えのもと、入口防御とフィッシング対策の強化に加え、シングルサインオン（SSO）などの認証制御で利便性の向上を図ります。

デジタル技術の活用 ～データ&AIプラットフォームの構築～

EHGデジタル×AIアーキテクチャ

～ AIを中核に、データと業務を統合し、店舗と経営を自律化～



AI を中核にデータと業務を統合し、会話型／自動化／自律型を段階展開。API／データ連携とプロセス制御で、顧客体験アプリ／店舗運営アプリ（キッチンディスプレイ、HACCP 等）／フロントエンド／バックエンド／経営管理を強化し、顧客価値・社員生産性・企業価値を同時に高めます。

投資対効果

投資額 : 年間売上 **1%** ※2025年7月期

売上目標 : **10%アップ** (約40億円)

※2028年7月期達成 (2025年7月期比)





「売上1%のDX投資で売上+10%」を掲げ、2025年7月期に年間売上の1%をDX投資として確保し、予約強化やレコメンド最適化などの顧客接点施策を実装することで、2028年7月期までに売上10%増（約40億円）を目指します。

《登壇者プロフィール》



株式会社 エターナルホスピタリティグループ  
執行役員 CDIO (Chief Digital Information Officer)  
中林 章

1992年に新卒でパナソニック株式会社（旧：松下電器産業株式会社）本社センターに配属。大規模開発プロジェクトや全社ITプラットフォーム戦略・クラウド戦略の立案と推進をリード。2022年7月より、くら寿司株式会社へ転職。同年11月よりDX本部を立ち上げ、「くら寿司流DX」を推進。

2025年7月より、エターナルホスピタリティグループに入社し、執行役員 CIDO (Chief Information & Digital Officer)として、全社DXプロジェクトを推進。