

BRIDGE REPORT



	株式会社一家ダイニングプロジェクト(9266)
	

武長 太郎 代表取締役社長

企業情報

市場	東証1部
業種	小売業(商業)
代表取締役社長	武長 太郎
所在地	千葉県市川市八幡 2-5-6 糸信ビル 3F
決算月	3 月末日
HP	https://ikkadining.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
625 円	6,196,000 株		3,872 百万円	-10.7%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
0.00 円	-	未定	-	173.88 円	3.6 倍

* 株価は 6/16 終値。各数値は 20 年 3 月期決算短信より。新型コロナウイルス感染拡大の影響により合理的な算定が困難であるため今期予想は未定。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2017 年 3 月(実)	5,418	157	154	76	14.88	0.00
2018 年 3 月(実)	6,149	244	243	154	27.73	0.00
2019 年 3 月(実)	7,078	289	286	122	19.84	0.00
2020 年 3 月(実)	7,991	167	129	-122	-19.82	0.00
2021 年 3 月(予)	-	-	-	-	-	0.00

*単位:百万円、円。17 年 10 月 12 日付で 1:20、18 年 6 月 15 日付で 1:2、19 年 10 月 1 日付で 1:2 の株式分割を実施。EPS は遡及して調整。新型コロナウイルス感染拡大の影響により合理的な算定が困難であるため今期予想は未定。

株式会社一家ダイニングプロジェクトの 2020 年 3 月期決算概要などをお伝えします。

目次

今回のポイント

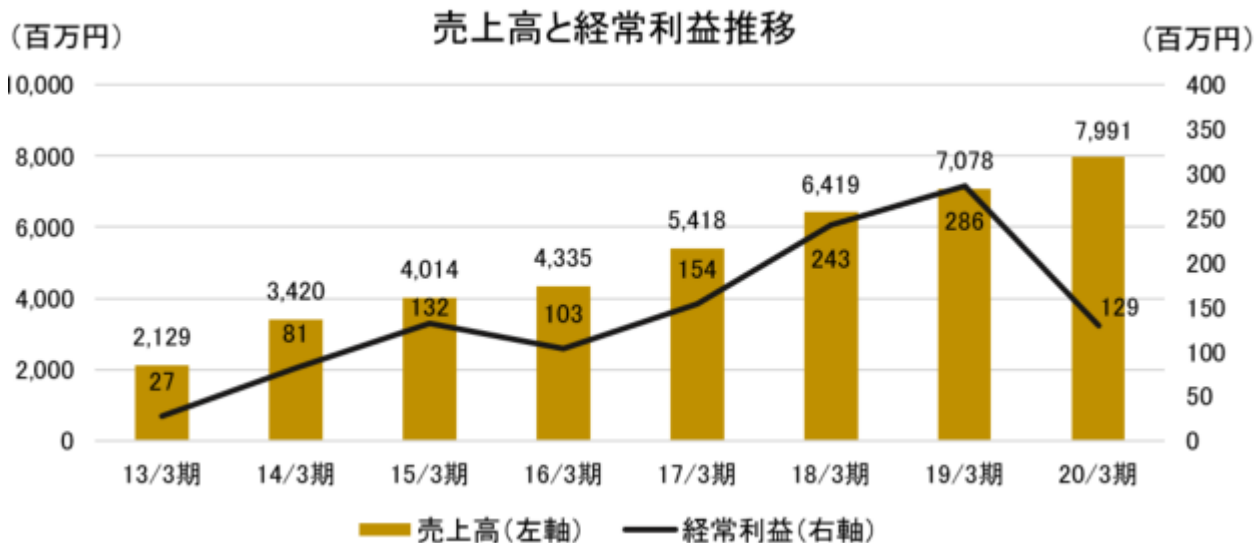
1. 会社概要
 2. 2020 年 3 月期決算概要
 3. 2021 年 3 月期業績予想
 4. 今後の注目点
- <参考:コーポレート・ガバナンスについて>

今回のポイント

- 20 年 3 月期の売上高は前期比 12.9%増の 79 億 91 百万円。飲食事業の既存店売上高は同 3.6%減収。前期開店した 10 店舗が通期で寄与したほか、今期開店した 14 店舗の売上も加わった。営業利益は同 42.2%減の 1 億 67 百万円。店舗増による経費増加を吸収できなかった。投資有価証券償還損および減損損失を計上したため、経常利益は同 55.0%減の 1 億 29 百万円、当期純利益は 1 億 22 百万円の損失となった。予想に対しては新業態が想定より下回って推移したこと、新型コロナウイルスの感染拡大の影響による売上高の減少などで未達となった。新規出店は当初計画の 12 店舗に対し、新業態を含む 14 店舗。周辺地域の再開発によるテナントの立ち退きにより 1 店舗退店した結果、店舗数は 2020 年 3 月末で 69 店舗。
- 新型コロナウイルス感染拡大の収束時期が見通せない状況の中、今後の事業への影響について適正かつ合理的な算定が不可能なため 2021 年 3 月期業績予想は未定としている。算定が可能になった時点で速やかに開示を行う予定。
- 新型コロナウイルス感染拡大の影響により 2021 年 3 月期業績予想は未定としているため、四半期開示を待つよりほかはないが、毎月上旬にリリースしている月次報告には新型コロナウイルスに関するコメントが記載されており、有用である。5 月の月次報告では、営業を再開した店舗名および再開店舗の対応(営業時間の短縮と減席)に加え、4 月度は臨時休業の影響を考慮し公表を控えていた前年同月比推移(売上高・客数・客単価)について、4 月に遡って再開したことが述べられており、積極的かつ親切的な開示姿勢と評価したい。
- 暫くは厳しい事業環境が続くが、新規業態の立ち上がり、7 月以降の出店計画などを注目していきたい、

1. 会社概要

グループミッションとして『あらゆる人の幸せに関わる日本一の“おもてなし”集団』を掲げ、主力業態である餃子・串焼き・もつ鍋などが中心メニューの「屋台屋博多劇場」と、炉端・蒸焼・大鍋がメインの「こだわりもん一家」などを展開。他には類を見ない接客サービス、業界における独自のポジショニング、理念を共有する人材育成のための取り組みなどが特長・強み。2020 年 3 月末現在、1 都 3 県に 69 店舗を展開。ブライダル事業も展開。



【1-1 沿革】

学生時代の旅の途中、お客様の笑顔に囲まれる飲食業の楽しさ・面白さに魅了された武長社長はホテルでのアルバイトなどサービスの基礎を学びながら資金を貯め、20歳で1997年10月に同社の前身である有限会社ロイスカンパニーを設立し、同年12月には1号店として「くいどころバー一家(現こだわりもん一家)本八幡店」を千葉県市川市にオープンした。

その年の12月22日、来店客からコースターの裏に書かれた「こんな素敵なお店をありがとう。」とのメッセージを受け取った武長社長は、深く感銘を受け、「お客様の喜び・感動は自分の喜び・感動である。」ことを改めて強く認識。

お客様と喜びと感動を分かち合うことを理念に掲げて店創り、会社創りに邁進する。

2000年8月に有限会社から株式会社へ組織変更し、同時に商号を「株式会社一家ダイニングプロジェクト」へ変更。

2010年2月には新業態である屋台屋博多劇場1号店「屋台屋博多劇場 成田店」を千葉県成田市にオープンした。

2011年8月には屋台屋博多劇場の初の都心部の出店となる「屋台屋博多劇場 八重洲店」を東京都中央区にオープンするなど、1都3県で店舗を拡大するとともに、2012年8月にはブライダル施設「The Place of Tokyo」を東京都港区にオープンし、ブライダル事業へも参入し、業容を着実に拡大。2017年12月、東証マザーズ市場に上場し、2020年3月には東証1部へ市場変更した。

【1-2 経営理念】

沿革で述べた武長社長の創業時の強い想いを込め、以下のようなグループミッション、経営理念、社訓を掲げている。

(グループミッション)

『あらゆる人の幸せに関わる日本一の“おもてなし”集団』

(経営理念)

お客様、関わる全ての人と喜びと感動を分かち合う。
誇りの持てる「家族のような会社」であり続ける。
夢を持ち、限りなき挑戦をしていく。

(社訓)

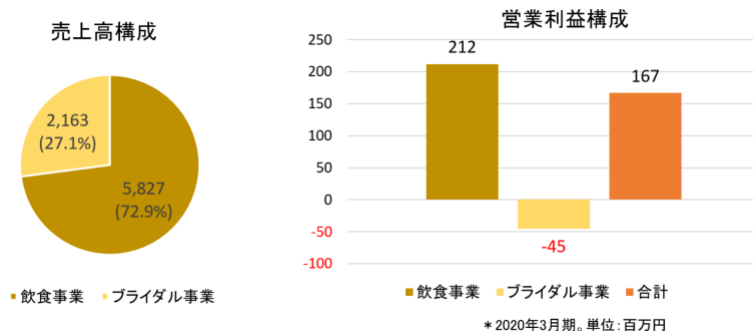
笑顔であれ	どんな時も明るく元気に仕事をせよ。笑顔は活力の源である。
思いやる人となれ	人の喜びや悲しみを共有せよ。心優しき者が繁盛店を創る。
目標を定め、実行せよ	実行の前に目標がある。ゴールを定めない者は結果を出せない。
やり抜く強さを持て	自分を信じ、決して諦めるな。希望は自身の中にある。己に勝て。
前向きに捉えよ	愚痴や言い訳を言うな。否定的な考え方はつまらない人生を呼び寄せる。
素直な心であれ	感動、感激、感謝せよ。吸収力は感受性の高さに比例する。
日々改善、改革せよ	失敗を恐れるな。進化し、変化し、大きく飛躍せよ。

BRIDGE REPORT



【1-3 事業内容】

報告セグメントは「飲食事業」と「ブライダル事業」の2つ。売上高で6-7割を占める飲食事業が成長ドライバーである。



(*)なお、飲食事業は年末・年始が、またブライダル事業は婚礼シーズンである10月、11月が年間を通じた最繁忙期となるため、3月決算の同社においては第3四半期(10-12月)に売上・利益が偏重する季節特性がある点には留意する必要がある。

(1) 飲食事業

餃子・串焼き・もつ鍋などが中心メニューの博多業態「屋台屋博多劇場」と、炉端・蒸焼・大鍋がメインの一家業態「こだわりもん一家」が中心業態。

他に、「爆辛スパゲッティ専門店 青とうがらし」、「大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん」、「Trattoria&WineBar TANGO」、「鮭あらた」を運営している。

「屋台屋博多劇場」、「こだわりもん一家」ともに、『あらゆる人の幸せに関わる日本一の“おもてなし”集団』として来店客に喜びと感動を提供するための様々な特長を備えている。

業態	特長
「屋台屋博多劇場」 47店舗(20年3月末)	*「福岡・博多の風物詩である、中洲の屋台街の雰囲気や活気を再現した空間で、気軽に安くて旨い屋台飯を楽しんで頂ける、笑顔と活気があふれた劇場」がコンセプト。 * 屋台をそのままお店にしたような店舗設計 店内の活気やスタッフの笑顔が外からでもわかるように間口を広くし、遠くからでも一目で博多劇場だとわかる、店名の入った提灯やのれん、看板を掲げたファザードを設置。 店内に入ると、串焼きや鉄板焼き、おでんといった屋台さながらのオープンキッチンとカウンター席。個室は作らず、開放感のある店内はスタッフの元気や活気が客に伝わる劇場をイメージし、設計している。 *「旨くて安い屋台飯」をコンセプトに、メニューを作成 毎日手仕込みで作り、鉄鍋で調理する博多劇場名物の「鉄鍋餃子」をはじめ、肉や季節の野菜のほか、色々な食材を串に刺して焼く「博多串焼き」、博多名物である「博多もつ鍋」など。 その他、鉄板焼きやおでんなどの屋台飯、辛子明太子や、ごま鯖などのメニューを取り揃え、ドリンクは、ハイボールや店内で仕込む自家製塩レモンサワー、九州の酒蔵より取り寄せた焼酎などを提供している。 * サービスと商品を組み合わせることで顧客との接点を増やし、客に楽しんでもらうために様々な取り組みを行っている。 (「鉄鍋餃子」100個(総重量1.5kg)を60分以内に食べたら無料イベントの実施の他、年齢同数の餃子の誕生日プレゼント、3回以上の来店で、乾杯ドリンクを通常料金で1リットルサイズに変更するなど独自のアプリ会員システム「屋台屋会員」の運営)。

BRIDGE REPORT



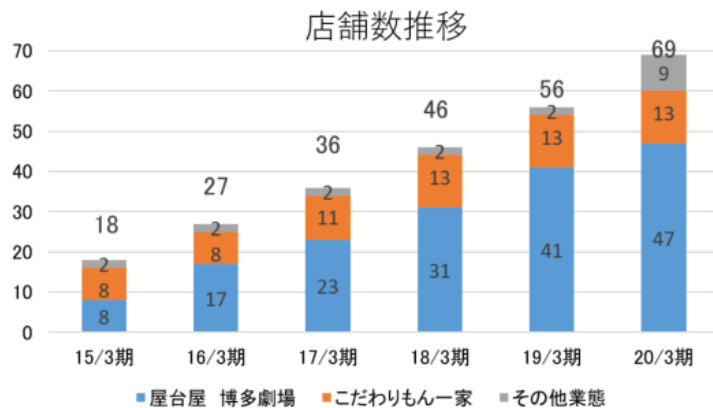
(同社資料より)

業態	特長
こだわりもん一家 13 店舗(20 年 3 月末)	*「お客様の第二の我が家」をコンセプトに、「いらっしゃいませ」ではなく「おかえりなさい」と出迎えるなど、自分の家に居る様なくつろげるお店造り。 * 30 代～50 代のサラリーマンや OL を中心に、家族連れやカップルなど幅広い客層が様々なシーンで利用。 * 店内の中央部分には、その日水揚げされた鮮魚や旬の野菜が並べられた食材のディスプレイを設置。奥には開放感のあるオープンキッチンを配置し、目の前で食材や調理の様子を見ることができる。 * オープンキッチンを囲む様に配置されたカウンター席の間には、「こだわりもん一家」の特徴である「畳」を設置。 「畳」には着物を着た「女将」がおり、一人一人の客と会話をし、魚を煮る・焼く・刺し身にするなど要望に合わせたおもてなしを提供する。その他、様々な利用シーンに対応できるよう、カウンター席、テーブル席や掘り炬燵の宴会個室などを用意。 * 日本各地から地魚や旬の野菜、郷土の名物調味料や地酒を仕入れており、素材の味を活かした炉端焼きを中心とした通常メニュー、旬の食材を使用し 45 日ごとに年 8 回変わる旬彩メニュー、料理長が市場へ足を運び買い付けした日替わりメニューなど。 * 店舗ごとに、その日の鮮魚や旬野菜を桶に入れて席まで運び、直接素材を見てもらったうえで、好みの調理法で料理を提供する「桶売りサービス」、料理長一押しの厳選素材を通常の販売価格より低価格で提供する「タイムセール」、食事が進んだ頃に、メニューにはない料理長のおもてなしの一品を、出来立ての状態で客の席を回り販売する「中間サービス」など、料理を通じ顧客との接点を増やす取り組みを実施している。

BRIDGE REPORT



(同社資料より)

**(2) ブライダル事業**

東京タワーの目の前に位置し、東京タワーを一望できる開放的なチャペルが特長であるブライダル施設「The Place of Tokyo」を運営している。

「The Place of Tokyo」には、和モダンをコンセプトとしてデザインした4階会場「Tower room」、オープンキッチン併設した3階会場「Terrace room」、パリの宮殿をイメージした地下2階会場「Grand room」と趣の異なる3つの披露宴会場があり、婚礼料理も、幅広い年齢層のゲストにも喜んでもらえるよう、素材そのままの風味を活かした和テイストのオリジナルのジャパニーズキュイジーヌを提供している。

また、利用客の要望に応じて出身地の食材を使用したメニューをアレンジしたり、新郎新婦の希望に沿ったウェディングケーキを作成したりするなど、日本一の“おもてなし”集団として独自のサービスを創出・提供している。

BRIDGE REPORT



雰囲気異なる3つのバンケット



(同社資料より)

【1-4 特長と強み】

(1)他には類を見ない接客サービスによる高いリピート率

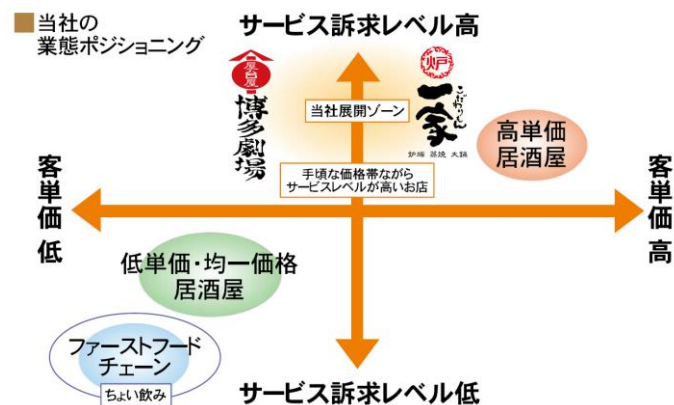
同社では来店客を自分の大切な人(家族)と考え、接客している。

基本的なサービスマニュアルはあるものの、それをベースにスタッフが自ら考え、マニュアルにはないおもてなしを表現できるよう理念浸透や教育に取り組んでいる。

調理場スタッフも含めスタッフ全員で来店客を出迎えるためのオープンキッチンの導入、こだわりもん一家業態における「女将」の対応に加え、「2. 成長戦略」で述べる会員企画など、他社には見られないユニークな接客サービスが高いリピート率に結び付いている。

(2)業界における独自のポジショニング

居酒屋マーケットの中で低価格帯ながらも、顧客に対するサービスレベルが高く、独自のポジションを構築している。



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



(3)理念を共有する人材育成のための取り組み

グループミッション、企業理念、社訓を、パートアルバイトを含めた全スタッフにいかに深く浸透させることができるかが業容拡大、企業価値向上のための最も重要なポイントであると考えており、人材の採用および育成についても同社ならではの取り組みを実施している。

◎社内教育プログラム「IKKA ユニバーサルカレッジ」

「マインド」、「知識」、「スキル」、「行動」、「コミュニケーション」など、広範囲なテーマに亘り座学と実践を交えて包括的な人材育成を行っている。

社内講師も着実に育ってきており、継続的かつ安定的に同社の理念やビジョンを継承・浸透させていく仕組みとなりつつある。

講演スケジュール

5月13日(火) 11:00~14:00

絶対うまくいく コミュニケーション講座

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

5月23日(水) 11:00~14:00

売れる商品の作り方 ～商品開発の秘訣～

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

7月18日(水) 11:00~14:00

結果を作るマネジメント

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

8月7日(水) 11:00~14:00

おもてなしの心・別業 養成講座

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

5月26日(金) 11:00~14:00

“神7NO.1”が教える！ どうしたらリーダー になれるのか？

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

6月5日(水) 11:00~14:00

魅力的な人になる！ リーダーシップ講座

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

8月29日(水) 11:00~14:00

飲食業人養成講座

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

9月12日(水) 11:00~14:00

豊ちゃんとうきちゃんの 大喧嘩伝説講座

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

6月30日(日) 11:00~14:00

元気塾メンバー版

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

7月11日(水) 11:00~14:00

起業家・経営者になるうえで もっとも大切なこと...

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

9月19日(水) 11:00~14:00

物件開発から お店ができるまで

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

10月10日(水) 11:00~14:00

都ちゃんの実験セミナー

講師: 奥田 大樹
場所: 千葉本社4階
定員: 30名
食事: 弁当有

仕事は誰か見て受けてやるものではない。自分自身でやるべきこと。そのために必要なスキルを身につける。そのために

(同社資料より)

◎各種イベントの実施

社員やアルバイトメンバーへの理念浸透、モチベーション向上、離職率低下を図るため、以下のような各種賞賛・イベントを開催している。

飲食事業部	飲食事業部	ブライダル事業部	ブライダル事業部
一家祭り 全店から選出した優秀店舗のプレゼンテーションにより「最優秀感動店舗」を表彰。 	I.M.S IKKA メンバーサミット 全店のアルバイトメンバーの中からサービス・キッチン・ドリンク各部門の最優秀スタッフを表彰。 	ブライダル周年祭 婚礼・宴席・レストラン・キッチン各セクションの年間の成果発表及び最優秀スタッフを表彰。 	O.W.A おもてなしウェディングアワード 年間の婚礼施行の中から、もっとも「おもてなし」を体現したプランナーを表彰。

(同社資料より)

こうした取り組みが功を奏し、同業他社と比較して低い離職率を実現するとともに、人手不足が深刻化する中でも新卒採用に関しても安定したエントリー数を確保し、計画通りの採用に成功している。

BRIDGE REPORT



【1-5 成長戦略】

同社では成長ドライバーを飲食事業、なかでも中心業態の「屋台屋博多劇場」の拡大と位置付けている。「屋台屋博多劇場」による成長戦略は以下のとおりである。

(1)商品戦略

同社資料によると、2015 年に仕事帰りの「ちよい飲み」が一般化し、新生銀行の発表した統計データによるとサラリーマンの小遣い額は、37,873 円と前年比 231 円の微増で 1979 年の調査開始以来、過去 3 番目に低い額となった。

そうした中、博多劇場では下記の代表的なメニューに見られるように、気軽に利用できる客単価でありながら、高いコストパフォーマンスを実現している。

また、2018 年 4 月からは「180 円メニュー」を増品し、よりリーズナブルなメニュー作りを進めている。



(同社資料より)

(2)会員企画

総来店客数の増大及び継続的なリピーターの獲得を重視する同社において「会員企画」は重要な取り組みであり、ユニークな販促企画を次々と産み出している。

主な企画名	概要
バースデー餃子	誕生日に年齢同数の餃子をプレゼント
V・I・P 会員	3 回行くと VIP 会員になり、VIP 会員は最初の飲み物をメガジョッキにしてくれるのに加え、同伴来店客にも同様のメガジョッキをサービス
博多出身者を探せ	博多出身者の方には、特別メニューをプレゼント
持ち出せ企画	指定の品物を持参するとその個数分ドリンクをサービス

博多劇場 1 号店オープンからの 8 年間の累計会員数は 20 年 3 月末で約 98 万人。

一方、16 年 10 月からスマホ・アプリ会員をスタートさせ、18 年 1 月からはアプリ会員に一本化しているが、20 年 3 月末のアプリ会員は 60 万人を突破した。継続した会員獲得とアプリ企画のブラッシュアップで客数増・リピート率上昇を目指している。

(3)出店戦略

認知度およびブランド価値向上を図るため、今後 3 年程度は東京・神奈川・千葉・埼玉の 1 都 3 県で集中的に出店する。最寄り駅乗降客数 10 万人以上の都心店舗と、それ以外の郊外店舗を組み合わせたハイブリッド型出店で、約 200 の候補地(駅)の中から厳選して年間 10~12 出店する計画である。

心のこもった接客を最重視する同社では十分な接客が可能なスタッフの育成が不可欠であり、サービスレベルを低下させることなく成長を追求するためには無理のない着実な店舗拡大が重要と考えている。

【1-6 株主還元】

同社は継続的に当期純利益を計上しているが、現在成長過程にあり、事業規模の拡大および財務基盤の強化を目的として内部留保の充実を優先してきたため、設立以来配当を実施していない。

ただ、株主に対する利益還元を重要な経営課題の一つとして認識しており、今後は、経営成績および財務状況等を総合的に勘案しながら、配当の実施を検討していく考えだ。

一方、株主の支援に対する感謝の意を表すとともに、店舗の利用を通じて事業内容の理解と継続的な支援を得ることを目的として株主優待制度を設けていたが、利用可能店舗の追加、利用期間の延長、食事優待券 1 枚当たりの金額の変更、今回の株式分割に伴う変更を理由として株主優待制度を変更した。

BRIDGE REPORT



(2019 年 9 月末現在の株主向け優待)

所有株式数	優待内容
100 株以上 200 株未満	5,000 円相当の食事優待券
200 株以上	10,000 円相当の食事優待券

(2020 年 3 月末現在の株主向け優待)

所有株式数	優待内容
100 株以上 200 株未満	2,500 円相当の食事優待券
200 株以上 400 株未満	5,000 円相当の食事優待券
400 株以上	10,000 円相当の食事優待券

2. 2020 年 3 月期決算概要

※同社飲食事業では、過去の実績からも 12 月の忘年会等の需要による客数の増加およびコース予約増加による客単価の向上、ブライダル事業では、婚礼の需要が高まる 10～11 月の施行件数の増加といった季節要因に加え、第 1～2 四半期に新規出店した店舗の売上寄与もあり、第 3 四半期(10～12 月)の売上高が他四半期に比べ増加する傾向にある。

これに対し、第 1～2 四半期(4～9 月)は、飲食事業において新規出店を集中し、それに伴う出店コストや人員確保のための採用費、新卒入社での人員増による人件費の増加などにより、費用が先行するため利益は低水準となりやすい。投資家はこうした同社決算の特性に留意する必要がある。

(1)業績概要

	19/3 期	構成比	20/3 期	構成比	対前期比	期初予想比	修正予想比
売上高	7,078	100.0%	7,991	100.0%	+12.9%	-2.7%	-3.3%
売上総利益	4,764	67.3%	5,356	67.0%	+12.4%	-	-
販管費	4,475	63.2%	5,188	64.9%	+15.9%	-	-
営業利益	289	4.1%	167	2.1%	-42.2%	-58.3%	-49.1%
経常利益	286	4.1%	129	1.6%	-55.0%	-64.1%	-54.9%
当期純利益	122	1.7%	-122	-	-	-	-

* 単位: 百万円

増収も、店舗増による経費増加を吸収できず減益

売上高は前期比 12.9%増の 79 億 91 百万円。飲食事業の既存店売上高は同 3.6%減収だったが、前期開店した 10 店舗が通期で寄与したほか、今期開店した 14 店舗の売上も加わった。

売上総利益は同 12.4%増の 53 億 56 百万円。原価率の高い新業態の出店などにより粗利率は若干の低下。

営業利益は同 42.2%減の 1 億 67 百万円。店舗増による経費増加を吸収できなかった。

投資有価証券償還損 35 百万円および、周辺地域の再開発によるテナント立退きのほか一部店舗における収益性の低下に伴い減損損失 1 億 82 百万円を計上したため、経常利益は同 55.0%減の 1 億 29 百万円、当期純利益は 1 億 22 百万円の損失となった。

予想に対しては「爆辛スパゲッティ専門店青とうがらし」が想定より下回って推移したこと、新型コロナウイルスの感染拡大の影響による売上高の減少などで未達となった。

新規出店は当初計画の 12 店舗に対し、新業態を含む 14 店舗。周辺地域の再開発によるテナントの立ち退きにより 1 店舗退店した結果、店舗数は 2020 年 3 月末で 69 店舗。

新規出店 14 店舗の内訳は、屋台屋博多劇場 6、こだわりもん一家 1、大衆ジギスカン酒場ラムちゃん 4、爆辛スパゲッティ専門店青とうがらし 3。

* 既存店とは、新規開店した月を除き、18 ヶ月以上経過した店舗。改装等により稼働していない期間があった店舗は当該月から除外している。

BRIDGE REPORT



(2)セグメント動向

	19/3 期	構成比	20/3 期	構成比	対前期比
売上高					
飲食事業	4,896	69.2%	5,827	72.9%	+19.0%
プライダル事業	2,181	30.8%	2,163	27.1%	-0.8%
合計	7,078	100.0%	7,991	100.0%	+12.9%
営業利益					
飲食事業	264	5.4%	212	3.6%	-19.7%
プライダル事業	24	1.1%	-45	-	-
合計	289	4.1%	167	2.1%	-42.2%

* 単位: 百万円。営業利益の構成比は営業利益率。

◎飲食事業

増収減益。

都内を中心に主力業態の新規出店、サービス力向上及び店舗オペレーションの改善、自社アプリ会員の獲得によるリピーター客数の増加に継続して注力した。

(新規出店など)

ドミナントエリア拡大に向けて下記、出店した。

西東京地区への出店(屋台屋博多劇場調布店)

神奈川県への出店(屋台屋博多劇場藤沢店)

山手線エリアへの出店(屋台屋博多劇場新橋3号店、屋台屋博多劇場御徒町店)

千葉県エリアへの出店(屋台屋博多劇場おおたかの森店、こだわりもん一家木更津店、屋台屋博多劇場柏2号店)

* 新業態

大衆ジギスカン酒場ラムちゃん: 柏店、御徒町店、千葉店、おおたかの森店

爆辛スパゲティ専門店青とうがらし: 代々木店、町田店、新宿西口店

以上、直営店 14 店舗を出店し、直営店は合計で 69 店舗となった。

(業態変更、退店など)

* 業態変更

既存店の「こだわりもん一家渋谷店」を屋台屋博多劇場へ変更した。

今後「こだわりもん一家神保町店」を屋台屋博多劇場へ業態変更する予定。

* 退店

「屋台屋博多劇場六本木店」: 周辺地域の再開発によるテナントの立ち退きにより、2019 年 12 月 30 日をもって退店、
「爆辛スパゲティ専門店青とうがらし新宿西口店」および「爆辛スパゲティ専門店青とうがらし町田店」: 売上が想定を下回って推移したことに加え、新型コロナウイルスの感染拡大の影響を大きく受けたため今期出店したものの、2020 年 3 月末に 2 店舗、4 月末に 1 店舗退店し、全店退店とした。

(既存店の状況)

既存店売上高は通期で前期比 3.6%減収。第 3 四半期まで(4 月～12 月)は前期比 0.9%減で推移していたが、第 4 四半期(1 月～3 月)は新型コロナウイルスの影響もあり、前期比 11.1%減となった。

業態別では、「屋台屋博多劇場」が同 2.0%減収、「こだわりもん一家」が同 7.5%減収だった。

* 客単価

通期で前年比 2.2%減。

屋台屋博多劇場での戦略的な値下げ、こだわりもん一家での宴会売上比率減少などが要因。

BRIDGE REPORT



* 客数

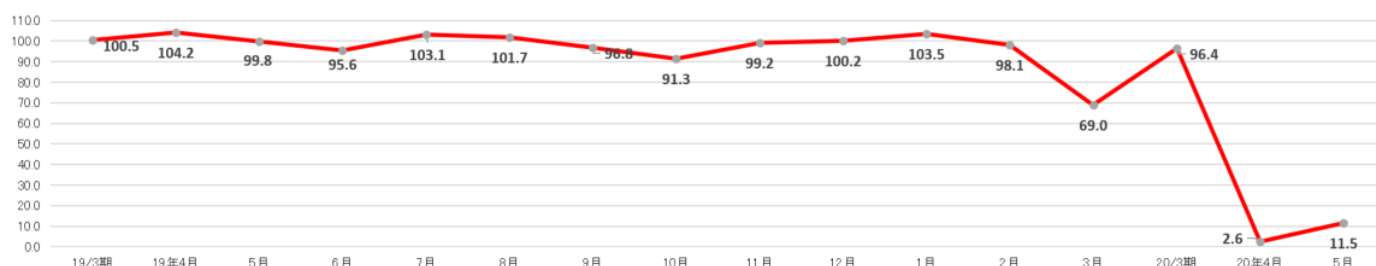
通期では前期比 1.5%減少。

継続的な会員獲得や自社アプリでの販促企画により、リピーター客数が好調に推移したことにより、第 3 四半期まで(4 月～12 月)は前期比 1.3%増で推移していたが、2 月中旬から 3 月にかけて新型コロナウイルスの感染拡大に伴う自粛ムードの高まりにより客数が減少し、第 4 四半期(1 月～3 月)は前期比 9.2%減となった。

(新規業態)

「大衆ジギスカン酒場ラムちゃん」は好調に推移した一方、「爆辛スパゲッティ専門店青とうがらし」が想定より下回って推移した。

既存店売上高前年比推移



◎ブライダル事業

減収損失計上。

結婚式のニーズの多様化により少人数婚のニーズが高まり、婚礼1組当たりの組人数が減少傾向にある中、婚礼の主力広告媒体との連携強化による来館数・成約率の向上、サービス力向上及びコスト削減、宴席の新規案件の取り込み及びリピート客数の増加、レストランのサービス力、商品力の向上及び新規客数の増加に継続して注力した。

結婚式場の口コミ情報サイト「みんなのウェディング」の 2019 年度の結婚式場ランキングにおいて、東京都エリアで 2 部門(ゲスト満足度部門・料理部門)において第 1 位を獲得した。

また、「全員接客」を掲げ、プランナーのみならず、シェフやパティシエ、サービスマンなど館内スタッフがセクションの枠を超え、一組一組の新郎新婦に寄り添う接客スタイルを導入したことにより、新郎新婦とより深い信頼関係を構築することで、成約率の向上に繋がったほか、大型婚礼の取込強化などにより婚礼組人数、組単価は上昇した。

ただ、2 月下旬から 3 月にかけて新型コロナウイルスの感染拡大に伴う自粛ムードの高まりにより、結婚式および宴席の延期やキャンセルが相次ぎ施行件数が大幅に減少。減収と販管費増(支払手数料、広告宣伝費などの増加)で損失となった。

(3)財務状態とキャッシュ・フロー

◎主要BS

	19 年 3 月末	20 年 3 月末		19 年 3 月末	20 年 3 月末
流動資産	1,110	966	流動負債	1,298	1,142
現預金	852	693	仕入債務	174	151
売上債権	112	95	短期借入金	463	492
固定資産	2,250	2,424	固定負債	847	1,180
有形固定資産	1,515	1,735	長期借入金	563	862
建物	1,289	1,480	負債合計	2,146	2,322
無形固定資産	18	16	純資産	1,216	1,069
投資その他の資産	716	672	利益剰余金合計	534	412
敷金・保証金	450	524	負債純資産合計	3,363	3,391
資産合計	3,363	3,391	借入金合計	1,026	1,354

* 単位:百万円

BRIDGE REPORT



現預金減少、店舗取得による有形固定資産増などの結果資産合計は前期末に比べ 28 百万円増加し 33 億 91 百万円となった。借入金は同 3 億 28 百万円増加。利益剰余金の減少などで純資産は同 1 億 47 百万円減少の 10 億 69 百万円。この結果、自己資本比率は前期末より 4.7 ポイント低下し、31.5%となった。

今期に入り、複数の取引先金融機関から 4 月 19 億円、5 月 2 億円の借入(期間 5 年、無担保・無保証)を行い、手元資金を厚く保持している。

◎キャッシュ・フロー

	19/3 期	20/3 期	増減
営業 CF	471	244	-226
投資 CF	-430	-688	-258
フリーCF	41	-443	-484
財務 CF	-542	278	+820
現金同等物残高	775	609	-165

* 単位: 百万円

税引前当期純利益が損失に転じたことなどからフリーCF はマイナスに転じた。
長期借入増により財務 CF はプラスに転じた。
キャッシュポジションは低下した。

(4)トピックス

①東証 1 部へ市場変更

2020 年 3 月、東京証券取引所マザーズ市場から東京証券取引所市場第一部に市場変更した。

3. 2021 年 3 月期業績予想

(1)業績予想について

新型コロナウイルス感染拡大の収束時期が見通せない状況の中、今後の事業への影響について適正かつ合理的な算定が不可能なため 2021 年 3 月期業績予想は未定としている。算定が可能になった時点で速やかに開示を行う予定。

(2)新型コロナウイルス感染症の影響・対応(2020 年 5 月 27 日時点)

①事業への影響

◎飲食事業

政府からの緊急事態宣言を受け、2020 年 4 月 4 日より全店休業を実施していたが、2020 年 5 月 15 日より一部店舗で、営業時間を短縮し営業を再開した。その他の店舗についても段階的に営業再開を判断する。

◎ブライダル事業

2020 年 4 月 10 日より婚礼施設「The Place of Tokyo」を休業。休業中はメールおよび電話での問い合わせのみ対応した。5 月 27 日より営業を再開した。

②対応

先述のように、財務基盤の安定性をより一層高めることを目的に 5 月までに合計 21 億円の銀行借入れを実施したほか、政府や自治体の各種補助金・助成金の申請に加え、賃料の減免交渉や、各種コストについて不急の案件の見直しなどによりコスト削減を進めている。

また、3 月～4 月で「爆辛スパゲティ専門店青とうがらし」3 店舗全店、「屋台屋博多劇場」1 店舗、合計 4 店舗の不採算店舗の退店を決定した。今後も収益性の悪化の兆候が見られる店舗については早期に退店の可否を判断し、利益体質の改善を図る。

飲食事業店舗および婚礼施設の営業再開にあたり、顧客の安心を最重視し、感染拡大防止の取組を実施しながら、従業員・顧客の感染防止に努める。

BRIDGE REPORT



ブライダル施設には、ウイルス除菌効果のある業務用空間清浄機を導入した。今後、ブライダルでのオンラインシステムを導入したサービスなど、「新しい生活様式」によるニーズの変化に対応したサービスや商品の開発なども視野に入れ、収益力の維持向上に努める考えだ。

(3) 出店戦略

1 都 3 県で従来通り「屋台屋博多劇場」に加え、立ち上がりが順調な新業態「大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん」を中心に出店する。

現在の具体的な出店計画(実績含む)は以下の通り。出店数については状況を見ながら検討する。

6 月 1 日	屋台屋博多劇場北千住店
6 月 2 日	屋台屋博多劇場千葉ニュータウン店
6 月中旬以降	屋台屋博多劇場神保町店(予定、こだわりもん一家神保町店からの業態変更)
6 月下旬	新業態(店名未定)新宿西口店(予定、爆辛スパゲティ専門店青とうがらし新宿西口店跡地)
7 月上旬	屋台屋博多劇場新宿歌舞伎町店(予定)

6 月開店の新業態は和食居酒屋業態「こだわりもん一家」のネクストモデルとして、ハイコストパフォーマンスで使い勝手の良い、立ち飲みと和食酒場の二毛作業態。

30~60 代のビジネスマン・OL・カップルをターゲットとし、刺身やおでんを中心とした本格和食を、小ポーション・低単価で提供する。

一人の立ち飲み、少人数グループの居酒屋利用など幅広い使い方が可能で、客単価 2,500 円~3,000 円前後を想定している。

4. 今後の注目点

新型コロナウイルス感染拡大の影響により 2021 年 3 月期業績予想は未定としているため、投資家としては四半期開示を待つよりほかはないが、毎月上旬にリリースしている月次報告には新型コロナウイルスに関するコメントが記載されており、有用である。

5 月の月次報告では、営業を再開した店舗名および再開店舗の対応(営業時間の短縮と減席)に加え、4 月度は臨時休業の影響を考慮し公表を控えていた前年同月比推移(売上高・客数・客単価)について、4 月に遡って再開したことが述べられており、積極的かつ親切な開示姿勢と評価したい。

暫くは厳しい事業環境が続くが、新規業態の立ち上がり、7 月以降の出店計画などを注目していきたい、

<参考:コーポレート・ガバナンスについて>

◎組織形態、取締役、監査役の構成

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	9 名、うち社外 4 名

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2019 年 6 月 24 日

<基本的な考え方>

当社は、「お客様、関わる全ての人と喜びと感動を分かち合う」という理念のもと、「あらゆる人の幸せに関わる日本一の“おもてなし”集団」というグループミッションを掲げ、飲食事業、ブライダル事業のみならず、おもてなしに関わる様々な事業で、日本人の文化である“おもてなし”を広め、日本を代表する「おもてなし」のリーディングカンパニーを目指しております。

当社は、企業価値の継続的な向上には、コーポレート・ガバナンスが有効に機能することが必要不可欠であると考え、コーポレート・ガバナンスの強化及び充実に努めております。株主をはじめとするステークホルダーと良好な関係を築き、事業活動を行うことで、長期的な成長を遂げることができると考えております。

透明かつ公平な経営を最優先に考え、株主総会の充実をはじめ、取締役会の活性化、監査役の監査機能の強化及び積極的な情報開示に努め、コーポレート・ガバナンスの一層の強化を図ってまいります。

＜実施しない主な原則とその理由＞

当社は、コーポレートガバナンス・コードの基本原則をすべて実施しております。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2020 Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(一家ダイニングプロジェクト:9266)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp でご覧になれます。



▶ 適時開示メール
配信サービス

同社の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

[>> ご登録はこちらから](#)



▶ 会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



▶ アンケート回答で
ポイント獲得

Web上でブリッジレポートのアンケートに回答頂くと、各種商品に交換可能なポイントがレポート毎に獲得できます。

[>> 詳細はこちらから](#)