



武長 太郎 代表取締役社長

## 株式会社一家ホールディングス(7127)



## 企業情報

市場	東証スタンダード
業種	小売業(商業)
代表取締役社長	武長 太郎
所在地	千葉県市川市東大和田二丁目4番10号
決算月	3月末日
HP	<a href="https://ikka-holdings.co.jp/">https://ikka-holdings.co.jp/</a>

## 株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
671円	7,115,700株		4,774百万円	10.7%	100株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
0.00円	-	25.39円	26.4倍	128.90円	5.2倍

\* 株価は11/24終値。ROE、BPSは23年3月期決算短信より。

## 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
2020年3月(実)	7,991	167	129	-122	-19.82	0.00
2021年3月(実)	3,426	-1,115	-1,131	-949	-153.86	0.00
2022年3月(実)	4,424	-729	-751	189	28.56	0.00
2023年3月(実)	8,376	166	131	80	11.93	0.00
2024年3月(予)	9,409	300	285	180	25.39	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。

\*同社は2021年10月1日に単独株式移転により設立された。本レポート中で記載している21/3期及びそれ以前の各種数値は全て上場廃止となった子会社である一家ダイニングプロジェクト(9266)のものを参考値として掲載。

株式会社一家ホールディングスの2024年3月期第2四半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. 2024 年 3 月期第 2 四半期決算概要](#)
- [3. 2024 年 3 月期業績予想](#)
- [4. 今後の注目点](#)

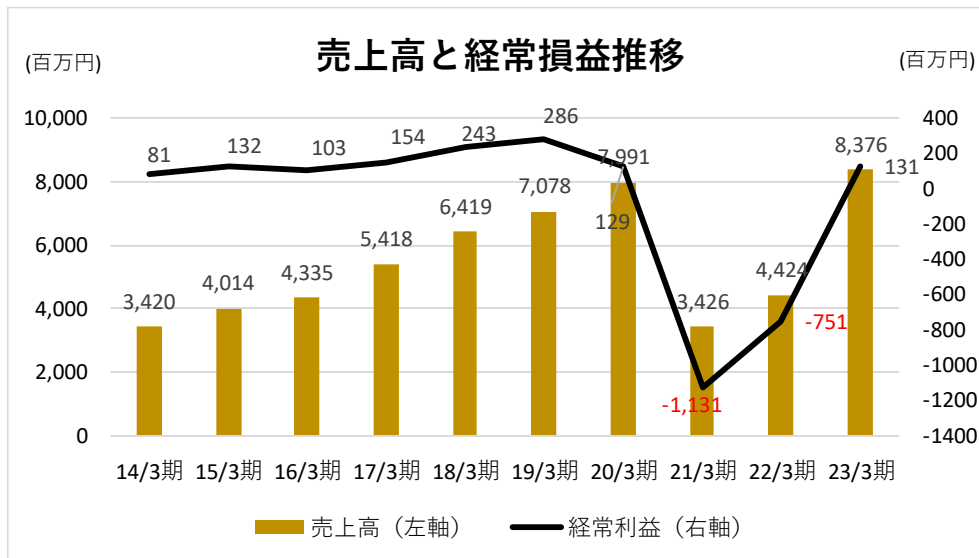
[<参考:コーポレート・ガバナンスについて>](#)

## 今回のポイント

- 24 年 3 月期第 2 四半期は、飲食事業においては、前期に臨時休業及び時短営業を実施していたが、今期はコロナウイルス感染症の影響も弱まり、全店通常営業を実施することができたことから、前年同期比 27.2%増となった。一方、ブライダル事業も需要回復の流れ自体は継続しているものの、ブライダル施設「The Place of Tokyo」がリニューアル工事に伴い休業(6月6日より9月8日まで)となった影響から売上高は同 41.1%減となり、結果的に全社売上高は同 11.2%増の 42 億 9 百万円となった。飲食事業では販売価格見直しなども奏功しセグメント黒字となった一方、休業の影響でブライダル事業が赤字転落したことで、全体としては営業損益が赤字幅縮小にとどまった。なお、店舗数は 2023 年 9 月末で 78 店舗、新規出店 5 店舗となっている。
- 24 年 3 月期は、売上高が前期比 12.3%増の 94 億 9 百万円の予想。過去最高売上高を目指す。飲食事業の新規出店については、引き続き既存業態の出店による主カブランドの認知向上、ブランド力向上に加え、トレンドのニーズに対応した新規業態開発を継続して行っていく方針。営業利益は同 80.3%増の 3 億円の予想。なお、2023 年 6 月～2023 年 8 月の期間で、ブライダル施設「The Place of Tokyo」のリニューアル工事を実施済。その工事期間の休業によるブライダル事業の売上の減少及びリニューアル費用の影響を業績予想に織り込んでいる。また、飲食事業については直近の実績ベースで試算。
- ブライダル事業の休業に伴う大幅な売上高の減少及び赤字転落は想定内であり、ネガティブな印象は全くない。全体評価という意味では、ブライダル事業の状況を加味すれば実質黒字の内容で良好な決算とみることができそうだが、ただし、「The Place of Tokyo」リニューアル後の需要動向は注視したい。一方、足元好調に見える飲食事業についても詳細をみていくとやや気がかりな点がないわけではない。韓国屋台ハンサム業態の既存店の苦戦がそれだ。ラムちゃん業態については、もともと好調な中、さらに 12 月に公式アプリをリリース予定など、業績の拡大に向けた取り組みが予定されているが、韓国屋台ハンサム業態についてもこ入れ策に注目したいところ。年末年始の繁忙期需要をどれだけ取り込めるかも今後の同業態の持続可能性の判断材料となりそうだ。
- 同社は、「おもてなしの日本一の会社」となることを目指している。武長社長は「昨今、生成 AI の急速な進化など、対人関係が不要な局面が拡大していますが、人と人のハイタッチ、温もりなど、人と触れ合うことで明日も頑張れるといった活力を世の中に提供できる会社でありたいと思っています。また、アルバイトも含めてそうした「おもてなしの心や想い」を持った人材を世の中に供給することも我々の存在意義であり、価値であると考えています」と考えており、是非中長期の視点で応援していただきたいとのことだ。

## 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」、全卓にハイボールタワーを設置した「大衆ジギスカン酒場 ラムちゃん」、韓国料理をリーズナブルに楽しめる「韓国屋台ハンサム」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。2023年9月末現在、1都3県に78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。

その後、株式会社一家ホールディングスの設立に伴い、完全子会社となる株式会社一家ダイニングプロジェクトの株式は2021年9月29日付で上場廃止。同年10月1日付で株式会社一家ホールディングスの株式が東京証券取引所市場第一部に上場した(※22年4月、東京証券取引所の市場再編に伴って東証スタンダード市場に移行)。

### 【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。

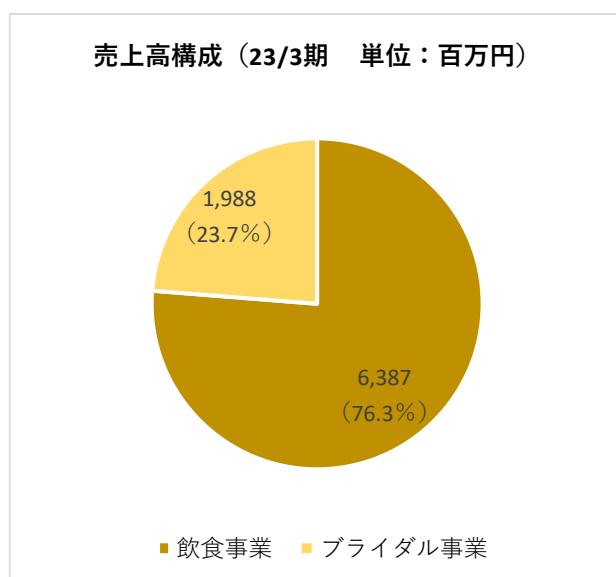
夢を持ち、限りなき挑戦をしていく。

## (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。
やり抜く強さを持つて	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。

## 【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

株式会社一家ダイニングプロジェクトが運営する餃子・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、「大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん」「にのや」「韓国屋台ハンサム」に加え、子会社株式会社 Ego が「肉のウエキ」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」 46店舗(23年9月末)	<p>*「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。</p> <p>*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。</p>

## BRIDGE REPORT



- \*「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。客単価 2,600 円。
- \* 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 1.5 kg)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)。



(同社資料より)

業態	特長
<p>こだわりもん一家 5 店舗(23 年 9 月末)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*「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。</li> <li>* 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。客単価 4,000 円。</li> <li>* 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。</li> <li>* 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がある。</li> </ul>

## BRIDGE REPORT



(同社資料より)

業態	特長
大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん 12店舗(23年9月末)	<p>* 昨今の健康志向の高まりにより、「低糖質」「高タンパク」な食材が注目されヘルシーで太りにくい健康食材が一段と注目されている。脂肪燃焼に効果的なカルニチンを多く含むラム肉と、低糖質でプリン体も少ないウイスキー(ハイボール)を思う存分楽しめることをコンセプトとして、需要を取り込む。客単価 3,600 円。</p> <p>* 全卓に強炭酸ハイボールタワーを設置し、顧客自身でハイボールを好きなタイミングで好きなだけ注ぐことができるため、注文してもなかなか運ばれてこないといった心配がない、ストレスフリーな構造となっている。 (新店舗ではハイボールタワーは設置していない。)</p> <p>* こだわりの岩塩で塩締め・低温熟成させ、かつ柔らかく旨みを最大限に引き出した低カロリー・高タンパクのラム肉を使ったジンギスカンが最大の売りとなっている。マトンに比べてクセがない(羊肉特有の臭み)ため、男女・世代を問わずに気取らず楽しめる、活気に溢れた大衆酒場。</p>



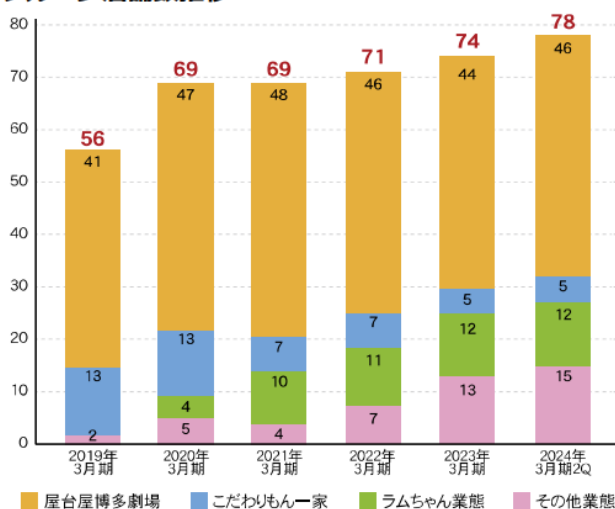
(同社 HP より)

## その他の業態

業態	店舗数・客単価	コンセプト
韓国屋台 ハンサム	7店舗、3,000円	「五感で楽しむ韓国屋台」 本場韓国屋台の雰囲気ながらに人気の本格韓国料理を小ポーションでリーズナブルに提供。テイクアウト・デリバリーにも対応している。
にのや	6店舗、3,600円	「本格和食×立飲み酒場」 手作りにこだわった美味しい和食料理と日本酒をリーズナブルに楽しむことができる専門性の高い本格和食酒場。
肉のウエキ	2店舗、2,500円	「フライ&デリカ」 昭和レトロなどこか懐かしい「街のお肉屋さん」×「昭和大衆ネオ酒場」

\*23年9月末時点

## ■グループ店舗数推移



※2022年4月1日より株式会社Egoを子会社化し、「肉のウエキ」の店舗数を上記グラフのその他業態に含めている。  
(同社資料より)

## (2)ブライダル事業

東京タワーの麓、唯一無二のロケーション東京タワーを一望できるチャペルと、多彩な4つのバンケット、レストランを有する婚礼施設「The Place of Tokyo」を運営している。近年の結婚式のスタイル変化に対応しつつ、新たな付加価値を提供するため、23年6月にリニューアルを行った(同年9月、リニューアルオープン)。



■雰囲気の異なる4つのバンケット。



6F 挙式会場「THE MUSIC PLACE」は、「東京タワーと一体化するアートな空間」をコンセプトに、東京タワーを取り込むことで成立するシンプルなインテリア空間を演出している。

式場1Fに併設しているレストラン「Terrace Dining TANGO」を、家族婚・少人数婚のニーズに対応した本格的な披露宴を行うことができるモダンで美しいガーデン付きバンケット「THE DINING」として一新し、4バンケット体制へ拡充した。(披露宴が開催されない場合はレストランとして営業する、下写真3)。

その他、披露宴会場やエントランス、ルーフトップバーなど、より心地よく過ごしてもらえるよう最新のデザインとおもてなしの付帯設備を取り入れ、新しいウエディングやお祝いの場としての価値を追求していく。



(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

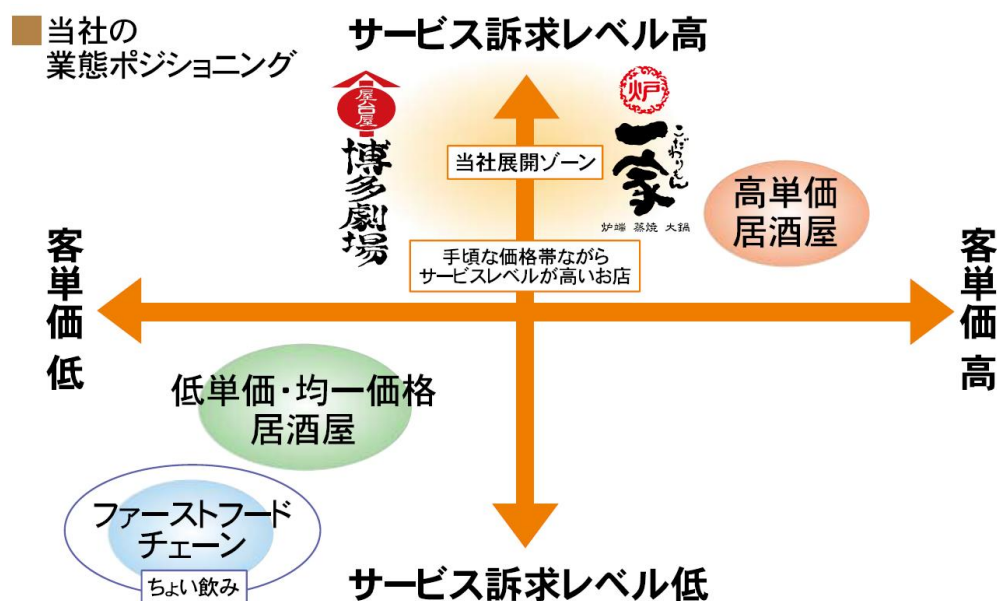
同社では来店客を自分の大切な人(家族)と考え、接客している。

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、【1-5 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。

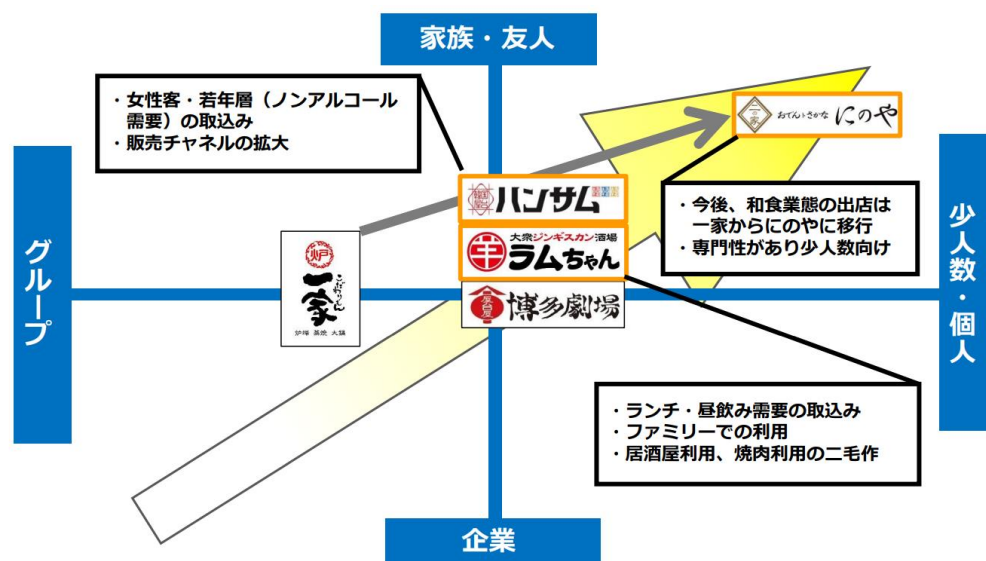
##### (2) 業界における独自のポジショニング

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。また、コロナ禍の影響とは関係なしに、飲食店の利用は昔と比較して企業や大人数での利用から、個人や親しい人との少人数利用の需要形態へと移行しつつある。こうした社会背景等も反映しつつ、積極的な業態開発を行っていく方針を示している。



(同社資料より)





(同社資料より)

### (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関与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、広範囲なテーマにわたり座学と実践を交えて包括的な人材育成を行っている。直近では、幹部社員講師による、マインド・スキル・コミュニケーション力を高める包括的教育プログラム「Ikka Universal College」、飲食経営者である社外取締役の赤塚元気氏による体系的サービス研修プログラム「元気塾」、新卒社員向けの理念浸透、社会人(プロ)として必要な知識と心構えを身につける「ルーキー研修」、新卒2年目向け、責任者教育の研修「ネクストセミナー」、キャリア社員向けの理念研修と交流の促進を図る「キャリア研修」などが展開されている。

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。

# BRIDGE REPORT



2023 IKKA Universal College  
— 一家エンタープライズの未来 —

<p>5月22日(水) 11:00-11:30</p> <p>モチベーションを高めるチカラ <b>モチベーション</b> 講師: 野瀬 健</p>	<p>6月28日(水) 11:00-11:30</p> <p>飲食店の数字がわかる <b>PL研修</b> 講師: 笈川 勇太</p>
<p>7月27日(水) 11:00-11:30</p> <p>飲食店経営の成功のついで <b>チームビルディング</b> 講師: 河島 義矩</p>	<p>8月9日(水) 11:00-11:30</p> <p>飲食店のプロになる <b>飲食人養成講座</b> 講師: 渡邊 桂一</p>
<p>8月23日(水) 11:00-11:30</p> <p>知能を伸ばす <b>マネジメント</b> 講師: 池田 大樹</p>	<p>9月20日(水) 11:00-11:30</p> <p>好かれる人は活用する <b>コミュニケーション</b> 講師: 赤羽 郁穂</p>
<p>10月25日(水) 11:00-11:30</p> <p>可変がわかる手帳 <b>No.2理論</b> 講師: 藤沢 隆哉</p>	<p>11月29日(水) 11:00-11:30</p> <p>1000名の組織を動かす <b>リーダーシップ</b> 講師: 幸田 翼</p>
<p>1月30日(水) 11:00-11:30</p> <p>部下と一緒に目標達成する方法 <b>コーチング</b> 講師: 野瀬 健</p>	<p>2月28日(水) 11:00-11:30</p> <p>副社長・子さんから学ぶ <b>IUC特別セミナー</b> 講師: 秋山 淳</p>

(同社資料より)

## ◎社内動画共有ポータルサイト

後述の従来型イベントの開催や、集合研修や対面での会議をすることに伴う新型コロナウイルス感染リスクも警戒されるなか、社内動画共有ポータルサイトを立ち上げ、各種教育プログラム動画を配信し、コロナ禍においても歩みを止めることなく、教育体制の充実、理念浸透の強化を図っている。



Home | 全社 | 会社紹介 | 飲食事業部 | プライダル事業部 | 人材育成部

カテゴリー一覧

- すべて
- Ikka Universal College
- 元氣塾
- おもてなし動画
- 健チャンネル
- 感動STORY

閲覧履歴

おもてなし動画のコンテンツ (1~10を表示/全10件)

<p>Mr 一家ダイニング登場 <b>幸田翼 おもてなし</b> 07:34</p> <p>Vol.10 幸田さんにとっての「おもてなし」… 投稿者: 高橋早巳</p>	<p>おもてなし <b>スマイル</b> 01:56</p> <p>Vol.9 「待機中のスマイル」 投稿者: 高橋早巳</p>	<p><b>おしぼり</b> 02:36</p> <p>Vol.8 「おしぼり」 投稿者: 高橋早巳</p>
<p><b>対談</b> 04:34</p> <p>Vol.5 対談 斑目彩香さん</p>	<p><b>対談</b> 04:57</p> <p>Vol.4 対談 太田真二さん</p>	<p><b>23歳の女将</b> 01:59</p> <p>vol.3 「23歳の女将」</p>

(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

## 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。



## 飲食事業部

## 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。



## ブライダル事業部

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。



## ブライダル事業部

## 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)

## ◎従業員のエンゲージメント向上

2023年4月より、定期昇給に加え全社員の給与について平均5%のベースアップを実施した。従業員の処遇改善、満足度向上を図ることを通じて、顧客満足度および企業価値向上の実現につなげていく。

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。

## 【1-5 成長戦略】

同社では成長ドライバーを飲食事業、なかでも中心業態である「屋台屋博多劇場」の拡大と位置付けてきたが、今後は「大衆ジギスカン酒場ラムちゃん」「にのや」の店舗拡大にも注力していく考えだ。

「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

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感じられる低価格メニュー戦略をとっている。さらにはアプリ会員になりリピーターになることでよりお得に利用できる施策を展開している。

## (2)会員企画

総来店客数の増大及び継続的なり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
百個餃子	文字通り 100 個の餃子(総重量 1.5kg)を食べきったらタダになるという企画。ただし、「1人で食べきるべし!」「味わって食べるべし!」が条件で、制限時間 60 分の本勝負。成功すれば餃子 100 個分の代金が無料になる他、餃子年間パスポート贈呈。失敗すると、餃子代全額を支払うことになる。

博多劇場1号店オープンからの8年間の累計会員数は23年9月末で150万人を突破した。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(2016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)。

### (3)出店戦略

認知度およびブランド価値向上を図るため、東京・神奈川・千葉・埼玉の1都3県で集中的に出店している。

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店程度を出店する計画である(※コロナ禍を除く)。

心のこもった接客を最重視する当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、スタッフの育成スピードと見合った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するため、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。

なお、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る。

(2023年3月末日以降の株主向け優待)

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. 2024年3月期第2四半期決算概要

※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。

※2024年3月期はブライダル施設「The Place of Tokyo」がリニューアル工事実施にともない、6月6日から9月8日まで休業しており、第1~2四半期において、その間の売上高の減少および工事費等による販管費の上昇を通期業績予想に織り込んでいる。

### (1)業績概要

	23/3期2Q	構成比	24/3期2Q	構成比	対前年同期比
売上高	3,786	100.0%	4,209	100.0%	+11.2%
売上総利益	2,491	65.8%	2,799	66.5%	+12.4%
販管費	2,599	68.7%	2,811	66.8%	+8.2%
営業利益	-108	-	-12	-	-
経常利益	-118	-	-17	-	-
四半期純利益	-93	-	-9	-	-

\*単位:百万円

### 大幅増収、営業損益は赤字幅縮小

飲食事業においては、前期に臨時休業及び時短営業を実施していたが、今期はコロナウイルス感染症の影響も弱まり、全店通常営業を実施することができたことから、前年同期比27.2%増となった。一方、ブライダル事業も需要回復の流れ自体は継続しているものの、ブライダル施設「The Place of Tokyo」がリニューアル工事に伴い休業(6月6日より9月8日まで)となった影響から売上高は同41.1%減となり、結果的に全社売上高は同11.2%増の42億9百万円となった。

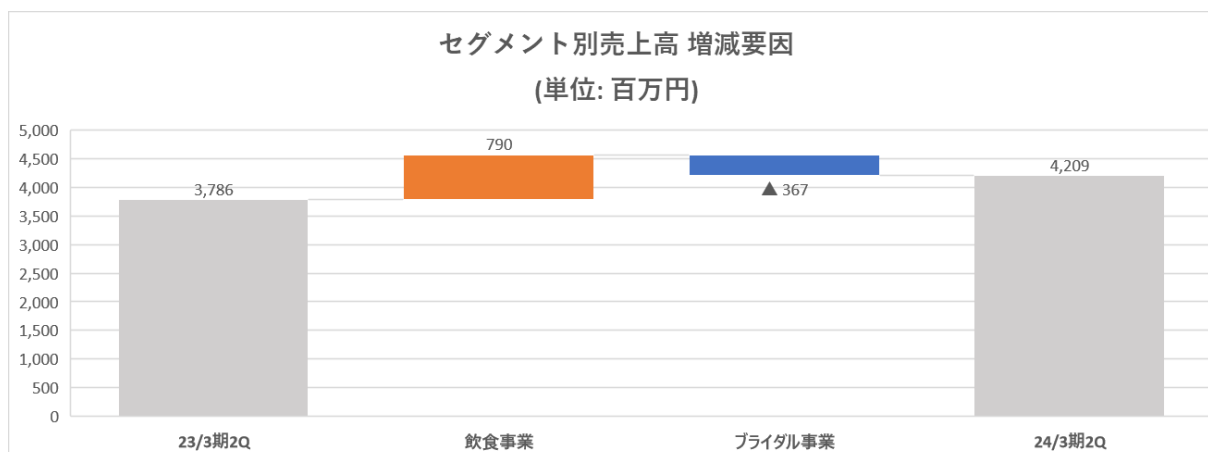
損益面では、飲食事業で原材料高騰が長期化している影響があったものの、販売価格見直しなども奏功しセグメント黒字となった。一方、休業の影響でブライダル事業が赤字転落したことで、全体としては営業損益が赤字幅縮小にとどまった。

新規出店は5店舗。その結果、店舗数は2023年9月末で78店舗となっている。なお、新規出店5店舗の内訳は、屋台屋博多劇場2、寿司トおでんにのや2、肉のウエキ1。

### (2)セグメント動向

	23/3期2Q	構成比	24/3期2Q	構成比	対前年同期比
売上高					
飲食事業	2,896	76.5%	3,686	87.5%	+27.2%
ブライダル事業	891	23.5%	524	12.5%	-41.1%
合計	3,786	100.0%	4,209	100.0%	+11.2%
営業利益					
飲食事業	-122	-	124	3.3%	-
ブライダル事業	5	0.6%	-147	-	-
合計	-108	-	-12	-	-

\*単位:百万円。営業利益の構成比は営業利益率。



\*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成

### ◎飲食事業

大幅増収、営業損益は黒字転換。

新型コロナウイルス感染症の影響も弱まり外食需要が回復基調の中、営業も通常化へ回帰した。それと同時に新規出店、既存店のサービス力向上及び店舗オペレーションの改善、自社アプリなどの会員獲得によるリピーター客数の増加に継続して注力した。さらに、原材料費の高騰を受け、4月より各業態において一部メニュー価格の改定を行った結果、売上・利益ともに好調に推移した。

売上高は、コロナ禍前の2019年比でも95%程度までは回復している。

#### (新規出店など)

ドミナントエリア拡大に向けて下記の通り出店した。

東京都への出店(屋台屋博多劇場 有楽町店、肉のウエキ 新木場店)

千葉県への出店(寿司とおでん にのや 本八幡店)

神奈川県への出店(寿司とおでん にのや 横浜店、屋台屋博多劇場 本厚木店)

以上、5店舗を出店し、直営店は合計で78店舗となった。

内訳は、屋台屋博多劇場 46、こだわりもん一家 5、大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん 12、その他業態 15(にのや 6、韓国屋台ハンサム 7、肉のウエキ 2)。

#### (業態変更、退店など)

\*業態変更

特になし。

\*退店

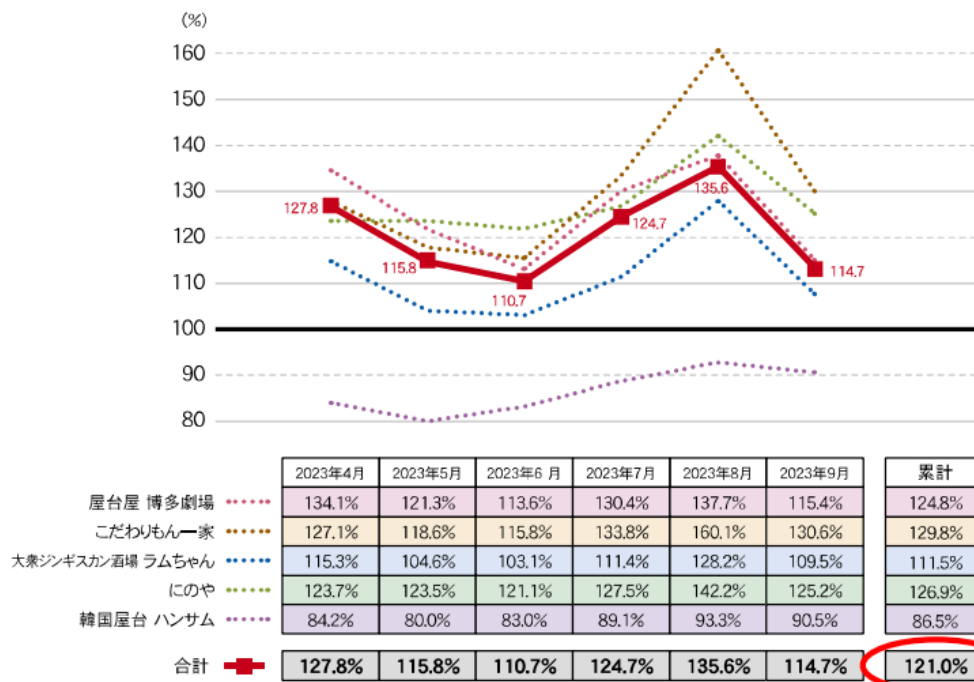
Remo Cafe 本八幡店。

#### (既存店の状況)

既存店(屋台屋博多劇場業態・こだわりもん一家業態・大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん業態・にのや業態・韓国屋台ハンサム業態)客数が前年同期比17.9%増、既存店客単価は同2.7%増、既存店売上高は同21.0%増となった。既存店については、韓国屋台ハンサム業態が相対的に苦戦したものの、その他の業態は軒並み好調な業績となった。

\*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



(同社資料より)

## ◎ブライダル事業

大幅減収、営業赤字に転落。

近年、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も継続して注力している。

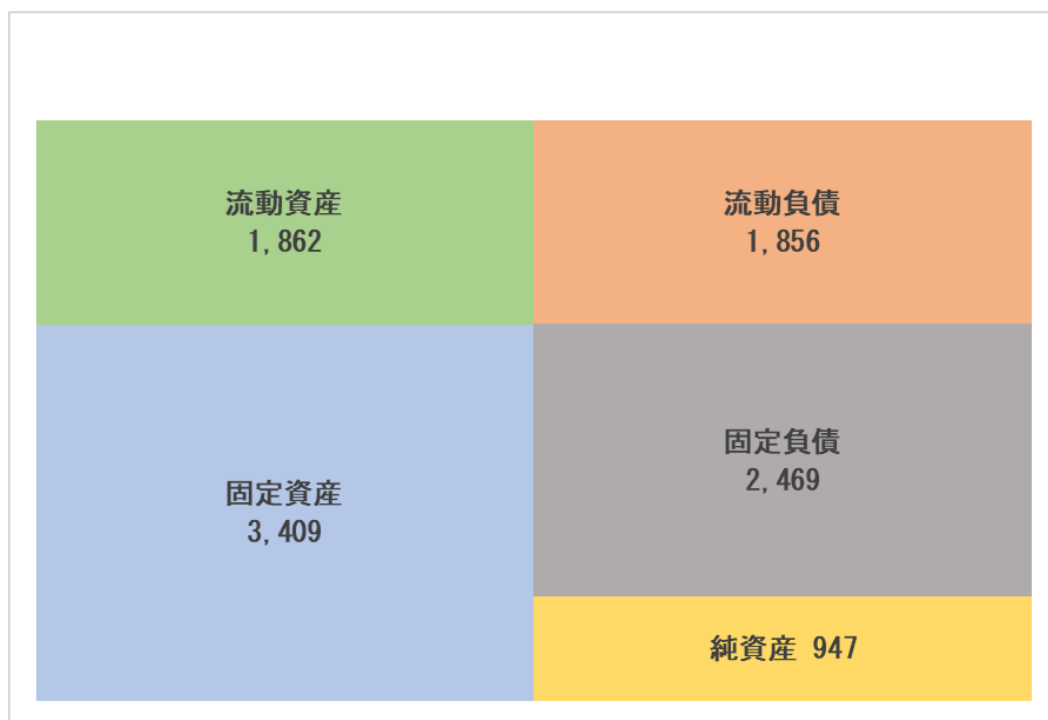
6月6日より婚礼施設「The Place of Tokyo」のさらなる付加価値の向上を図るため、施設全館を休業して、大型リニューアル工事を実施し、無事9月9日にリニューアルオープンした。依然として少人数での挙式ニーズは多い状況ではあるものの、婚礼の組人数・組単価については、コロナ前の水準まで回復してきており、前年同期比で増加。一方で、想定内ではあるものの、休業の影響により婚礼・宴席およびレストラン売上は減少している。

## (3)財務状態とキャッシュ・フロー

## ◎主要BS

	23年3月末	23年9月末		23年3月末	23年9月末
流動資産	1,623	1,862	流動負債	1,670	1,856
現預金	1,183	1,377	仕入債務	237	234
売上債権	260	294	短期借入金	801	936
固定資産	3,143	3,409	固定負債	2,158	2,469
有形固定資産	1,672	1,916	長期借入金	1,815	2,014
建物	1,441	1,593	負債合計	3,829	4,325
無形固定資産	8	7	純資産	937	947
投資その他の資産	1,463	1,485	利益剰余金合計	-317	-327
敷金・保証金	815	804	負債純資産合計	4,767	5,272
資産合計	4,767	5,272	借入金合計	2,617	2,951

\* 単位:百万円



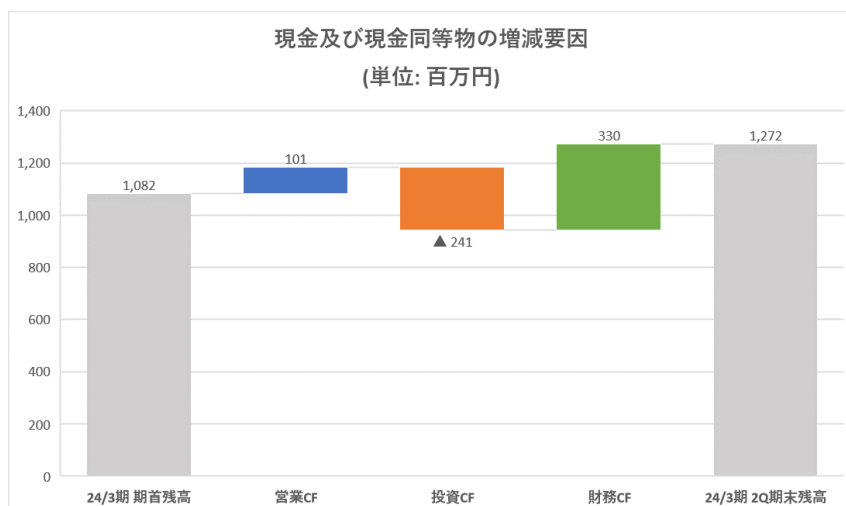
\*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成

資産合計は、現金及び預金や売掛金、新規出店等に伴い有形固定資産などが増加したことで、前期末に比べ505百万円増加し52億72百万円となった。短期借入金(1年内返済予定の長期借入金)や長期借入金などが増加したことで、負債合計は同495百万円増加の43億25百万円となった。純資産は同9百万円増加の9億47百万円。この結果、自己資本比率は前期末より1.8ポイント低下し、17.4%となった。

### ◎キャッシュ・フロー

	23/3期2Q	24/3期2Q	増減
営業CF	105	101	-3
投資CF	-179	-241	-62
フリーCF	-73	-139	-66
財務CF	65	330	+265
現金同等物残高	984	1,272	+288

\* 単位: 百万円



\*株式会社インベストメントブリッジが開示資料を基に作成



営業 CF は若干減少したものの、概ね前年同期と同水準を維持。投資 CF は有形固定資産や投資有価証券の取得の影響でマイナス幅が拡大し、総じてフリーCF は減少した。ただし、キャッシュポジションは増加している。

### 3. 2024 年 3 月期業績予想

#### (1)業績概要

	23/3 期	構成比	24/3 期(予)	構成比	対前期比
売上高	8,376	100.0%	9,409	100.0%	+12.3%
売上総利益	5,520	65.9%	6,282	66.8%	+13.8%
販管費	5,353	63.9%	5,981	63.6%	+11.7%
営業利益	166	2.0%	300	3.2%	+80.3%
経常利益	131	1.6%	285	3.0%	+117.0%
当期純利益	80	1.0%	180	1.9%	+125.3%

\* 単位:百万円。予想は会社予想。

#### 増収、大幅増益予想。

売上高は前期比 12.3%増の 94 億 9 百万円の予想。過去最高売上高を目指す。飲食事業の新規出店については、引き続き既存業態の出店による主カブランドの認知向上、ブランド力向上に加え、トレンドのニーズに対応した新規業態開発を継続して行っていく方針。加えて、自社アプリによる会員獲得、会員企画のブラッシュアップによりリピーターの増加に注力する他、店舗オペレーションの改善による経営の更なる効率化、社内教育体制の強化にも取り組む。

年末に向けた忘年会の予約は昨年に比べ回復感は強くなっているということだ。

営業利益は同 80.3%増の 3 億円の予想。なお、2023 年 6 月～2023 年 8 月の期間で、ブライダル施設「The Place of Tokyo」のリニューアル工事を実施。その工事期間の休業によるブライダル事業の売上の減少及びリニューアル費用の影響を業績予想に織り込んでいる。また、飲食事業については直近の実績ベースで試算。

#### (2)注力施策

##### \* 本社移転

創業から本社を置いていた千葉県市川市のビルについて、老朽化による建て替えが決定。これに伴い本社を従来と同様に千葉県市川市内に移転することになった(2023 年 8 月に移転済み)。

##### \* 新規出店戦略

通期で(株)一家ダイニングプロジェクトで 7 店舗、(株)Ego で 2 店舗、グループ合計 9 店舗の新規出店を計画。上期実績は、一家ダイニングプロジェクトで 4 店舗、Ego で 1 店舗。やや控えめな出店計画である理由は、既存店を着実に運営し、新しくできた業態を確立する 1 年にすることを優先するため。

##### \* メニュー価格の改定

原材料価格が高騰しており、2023 年 4 月にグランドメニューを見直し、メニュー価格を一部引き上げている。例えば、「屋台屋博多劇場」では、これまで角ハイボールは 290 円で提供していたが、380 円に引き上げた。鉄鍋餃子についても 1 人前 290 円から 380 円、サワー類も含めて 380 円という価格帯に統一。

一方、メニューミックス、商品の入替、ポーション調整や各種フェア商品の販売に加え、会員限定の企画の実施により、顧客満足度が低下することがないよう、原価率を調整していく。随時、原材料価格の動向や原価率の推移、満足度等を総合的に勘案しながら、メニュー開発に注力する方針である。



The menu board is divided into several sections:

- 角ハイボール**: 角ハイボール, ジンジャーハイボール, コーラハイボール. 角ハイボール 各380 (税別), どれか680 (税別).
- オリジナルサワー**: 塩レモンサワー, 生グレープフルーツサワー. 名物サワー: コーヒー割 (珈琲・無糖), オロホサワー, ヨーグルトハイ. 定番サワー: フラットオレンジサワー, こだわりの塩レモンサワー, 檸檬トマトハイ, 檸檬ライムハイ, 檸檬レモンハイ, 檸檬ライムハイ, コーンハイ.
- ビール**: 神造, 舞もエール 590 (税別), ギョーザフリー 400 (税別). ホッピー: セット 450 (税別), なか/まよ 220 (税別).
- 果実酒**: 梅酒 400 (税別), カップワイン 赤/白 400 (税別).
- 焼酎**: 大割 (厚・薄) 380 (税別), 飲み盛りボトル大割 (厚) 2800 (税別), 飲み盛りボトル大割 (薄) 2800 (税別).
- 日本酒**: 梅一輪, カップ酒 (おまかせ) 590 (税別), おまかせ (おまかせ) 1680 (税別).
- ソフトドリンク**: ソーダ, フラットオレンジジュース, ジンジャーエール, 冷めビス, 牛乳, コーラ 280 (税別).
- 鉄鍋餃子**: 味自慢名物料理. 鉄鍋餃子 380 (税別).
- 明太もつ鍋**: 明太もつ鍋 1580 (税別), 2180 (税別).
- 牛もつ鍋**: 牛もつ鍋 1280 (税別), 1680 (税別).

(同社資料より)

## \*「The Place of Tokyo」のリニューアル

2023年6月～8月に婚礼施設「The Place of Tokyo」の大型リニューアルを実施し、さらなる付加価値の向上を図る(※2023年9月9日にリニューアルオープン)。大きな変更点は以下の3つ。

## 1. 6F 挙式会場「THE MUSIC PLACE」

“東京タワーと一体化するアートな空間”をコンセプトに、東京タワーを取り込むことで成立するシンプルなインテリア空間を演出。

## 2. B2F 披露宴会場「THE BANQUET」

チャペルのデザインとペアリングで楽しんでもらえる会場をコンセプトに、非日常の世界観がより際立つエレガントでラグジュアリーな空間へと一新。オープンキッチンも新設。

## 3. 1F レストラン Terrace Dining TANGO / 披露宴会場「THE DINING」

式場1Fに併設しているレストラン「Terrace Dining TANGO」を、家族婚・少人数婚のニーズに対応した本格的な披露宴を行うことができるモダンで美しいガーデン付きバンケットとして一新し、4バンケット体制へ(※披露宴が開催されない場合はレストランとして営業)。

その他、披露宴会場やエントランス、ルーフトップバーなど、より心地よく過ごしてもらえるよう最新のデザインとおもてなしの付帯設備を取り入れ、新しいウエディングやお祝いの場としての価値を追求していく。



(同社資料より)

## \*レジャービジネス

コロナ禍をきっかけに、新たにレジャービジネスに取り組んでいる。現在、都内3ヶ所のバーベキュー場、ビアガーデンの運営委託を受けている(手持ちキャッシュを投入せず、事業運営に特化していることが大きな強み)。

## 5. 今後の注目点

ブライダル事業の大幅な売上高の減少及び赤字転落は想定内であり、ネガティブな印象は全くない。全体評価という意味では、ブライダル事業の状況を加味すれば実質黒字の内容で良好な決算とみることができそうだ(社内で設定している上期計画に対しても好調な着地となったことが説明会の中で言及されている)。ただし、披露宴の少人数化に加え婚礼自体を行わない「なし婚」が増加している中、「The Place of Tokyo」リニューアル後の需要動向は注視したい。

一方、足元好調に見える飲食事業についても詳細をみていくとやや気がかりな点がないわけではない。韓国屋台ハンサム業態の既存店の苦戦がそれだ。ラムちゃん業態については、もともと好調な中、さらに12月に公式アプリをリリース予定など、業績の拡大に向けた取り組みが予定されているが、韓国屋台ハンサム業態についてもてこ入れ策に注目したいところ。年末年始の繁忙期需要をどれだけ取り込めるかも今後の同業態の持続可能性の判断材料となりそう。

同社は、「おもてなしの日本一の会社」となることを目指している。

武長社長は「昨今、生成AIの急速な進化など、対人関係が不要な局面が拡大していますが、人と人のハイタッチ、温もりなど、人と触れ合うことで明日も頑張るといった活力を世の中に提供できる会社でありたいと思っています。また、アルバイトも含めてそうした「おもてなしの心や想い」を持った人材を世の中に供給することも我々の存在意義であり、価値であると考えています」と考えており、是非中長期の視点で応援していただきたいとのことだ。

## <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	11名、うち社外4名
監査等委員	3名、うち社外3名

### ◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2023年6月27日

#### <基本的な考え方>

当社グループは、「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、監査等委員会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。

#### <コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由(抜粋)>

【補充原則1-2-4】	当社は、機関投資家や海外投資家の比率が相対的に低いため、議決権の電子行使を可能とするための環境作り(議決権電子行使プラットフォームの利用等)や招集通知の英訳は実施しておりません。今後は、株主・投資家の皆様のご意見・ご要望を参考にしつつ、機関投資家や海外投資家の比率、費用対効果等を勘案し、引き続き議決権の電子行使を可能とするための環境作り(議決権電子行使プラットフォームの利用等)や招集通知の英訳の導入について検討してまいります。
【原則1-3】	当社は、資本効率の向上や株主に対する適切な利益還元は、重要な経営課題のひとつであると考えておりますが、具体的な方針を定めるには至っておりません。当面は、収益力の向上・改善が最重要課題であると認識しており、収益力を強化し、企業価値の向上に努めてまいります。

【補充原則4-1-2】	当社は、経営環境の変化が激しい中で、中期的な業績予測を掲げることは、必ずしもステークホルダーの適切な判断に資するものではないとの観点から、事業単年度毎の見通しを公表することとしており、数値目標をコミットメントする中期経営計画は策定しない見込みです。一方、単年度予想と実績との乖離に関する原因分析は定期的に行っており、決算発表等を通じ必要なタイミングで株主を含むステークホルダーに対し開示・説明を行っております。
【補充原則4-2-2】	当社のサステナビリティについての取組みや人的資本・知的財産への投資等につきましては【補充原則3-1-3】にてお示しておりますが、当社のサステナビリティを巡る取組みの基本方針は策定しておりません。今後、当該基本方針の策定について検討してまいります。また、当社の人的資本・知的財産への投資等をはじめとする経営資源の配分や事業ポートフォリオに関する戦略の実行につきましても、取締役会において審議することによりその実効的な監督を行うよう努めてまいります。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づく開示(抜粋)>

【原則1-4】	当社は現状、政策保有株式として上場株式を保有する見込みはありません。
【補充原則2-4-1】	<p>当社グループはこれまでも、性別、国籍などを問わず人財を採用しており、当社グループの女性従業員については全従業員の32.7%、管理職全体の14.3%となっております。中途採用者についても同様に、性別、国籍、新卒・中途採用によらず有能な人財を登用するようにしており、全従業員の54.1%、管理職全体の66.7%となっております。一方で、当社は主要な事業を国内で展開していることから、外国籍の方の登用については進んでおりません。</p> <p>現状において、具体的な管理職への登用目標を示すことは困難ではありますが、引き続きこれら比率の向上に努めてまいります。</p> <p>当社は、社内教育プログラム「IKKA ユニバーサルカレッジ」を立ち上げ、「マインド」「知識」「スキル」「行動」「コミュニケーション」など、広範囲なテーマにわたり座学と実践を交えて包括的な人財育成を行い、さらに各種社内イベントの他、社内動画共有ポータルサイトを立ち上げ、各種教育プログラム動画を配信するなど、さらなる教育体制の充実、理念浸透の強化を図っております。</p> <p>今後も、より一層の教育・理念浸透の充実を図るとともに、柔軟な働き方に対応した様々な制度の導入を検討しながら、企業価値の向上を図るための人財育成および社内環境の整備に引き続き努めてまいります。</p>
【補充原則3-1-3】	<p>当社は、サステナビリティに対する取組みを重要な経営課題と認識しており、人的資本への投資については、新卒採用及び中途採用を継続的に実施し、当社の「おもてなし」の根幹となる人財の確保に取り組むとともに、階層別の教育プログラムを導入し、教育制度の充実・理念浸透を図っております。また、知的財産への投資については、業態ブランドの開発及び既存業態の商品・サービス開発を継続的に実施しております。</p> <p>サステナビリティについての取組みについては、リスクコンプライアンス委員会を設置し、事業リスクの把握、未然防止、リスク発生時の損失の最小化に努めております。また、LEDの導入や、節水バルブの導入などにより、店舗の省エネルギー化に取り組む他、廃油リサイクルや仕入れの適正化・適正な在庫管理による廃棄物低減、公益財団法人 School Aid Japan への募金活動を通じ、発展途上国への支援活動を行っております。</p>
【原則4-9】	当社は、東京証券取引所が定める独立性判断基準に基づき、独立社外取締役の選定を行っております。また、取締役会は、当社からの独立性があり、自己の知見に基づき、的確な助言、意見具申や企業経営における監督等への貢献が期待できる人物を、社外取締役候補者として選定しております。
【原則5-1】	<p>当社では、IR担当取締役を選任するとともに、管理部をIR担当部署としております。管理部は、経理、広報、総務等IR活動に関連する部署を統轄し、日常的な部署間の連携を図っております。</p> <p>株主や投資家に対しては、代表取締役社長が出席する決算説明会を半期に1回開催するとともに、個人投資家説明会を実施しております。その他、株主から面談の希望があった際は、目的・内容等に応じ、IR担当取締役や代表取締役社長が対応することとしております。これらの活動を通じて得られた意見等は、適宜取締役会にフィードバックを行っております。</p> <p>なお、株主との対話に際してはインサイダー情報の漏洩防止を徹底しております。</p>

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) Investment Bridge Co.,Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(一家ホールディングス:7127)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/](https://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](#)



▶ IRセミナーで  
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

>> [開催一覧はこちらから](#)