

IKKA
Dining Project

成長可能性に関する説明資料

株式会社一家ダイニングプロジェクト(9266)

IKKADINING
PROJECT



OMOTENASHI
COMPANY

2017年12月12日

1. はじめに

2. 会社概要 — 創業～上場 経営理念・グループミッション 役員構成 事業構成 業績推移

3. 当社の特徴 — 飲食事業 ブライダル事業 採用力と育成力

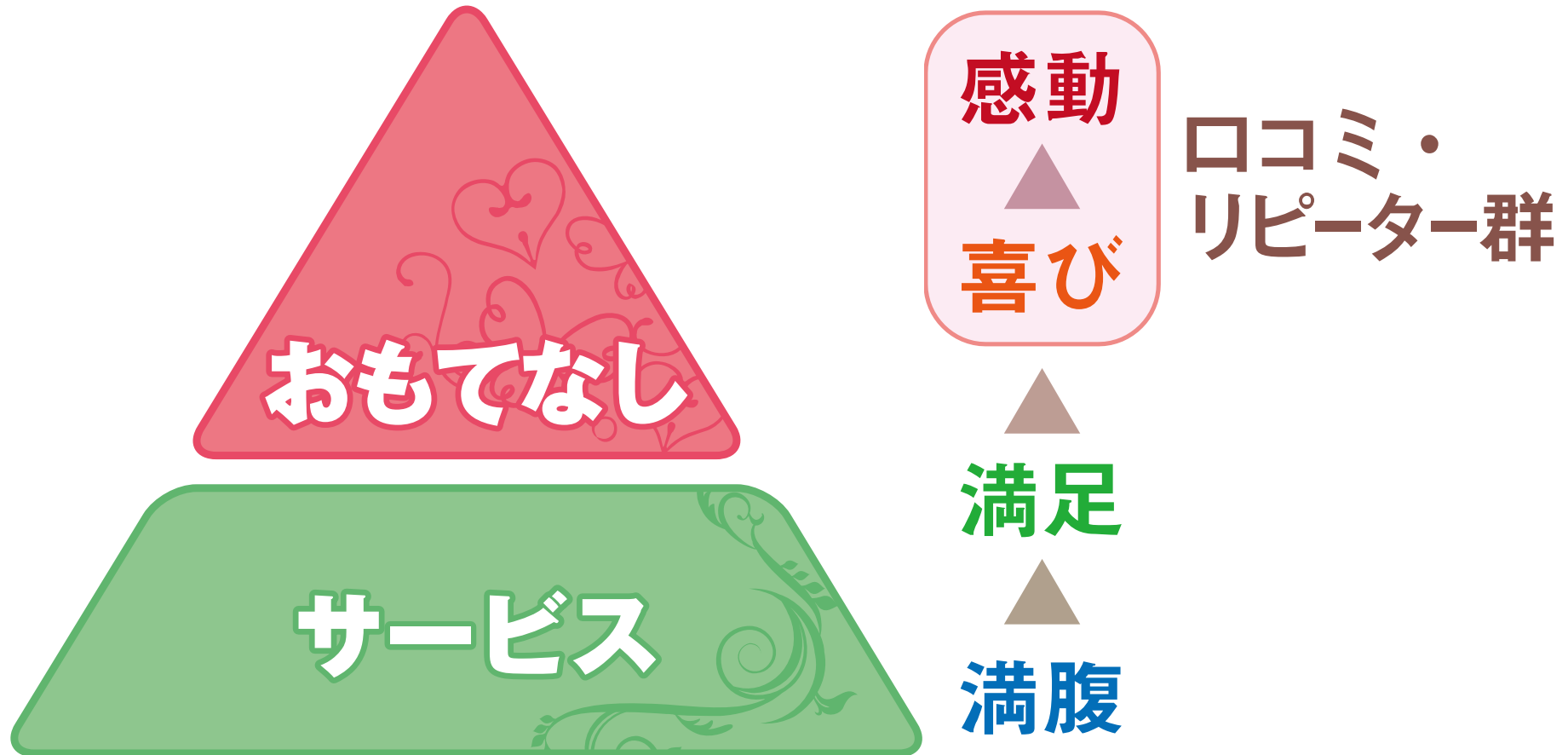
4. 博多劇場による成長戦略 — 商品戦略 会員企画 ビジネスモデル 競合他社比較 出店戦略 出店計画



1.はじめに

1. はじめに

サービス業を超えた“おもてなし”業でありたい。





2.会社概要

2. 会社概要 「創業～上場」



創業から20周年。同日に東証マザーズに上場いたします。

<u>1997年12月12日</u>	<u>一号店 こだわりもん一家 本八幡店</u>	<u>オープン</u>
<u>2017年12月12日</u>	<u>東証マザーズ</u>	<u>上場</u>



2. 会社概要 「経営理念 / グループミッション」

創業当時から変わらぬ経営理念。

経営理念

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

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



2. 会社概要 「役員構成」

創業当時から会社を支え続けてきた役員メンバー。

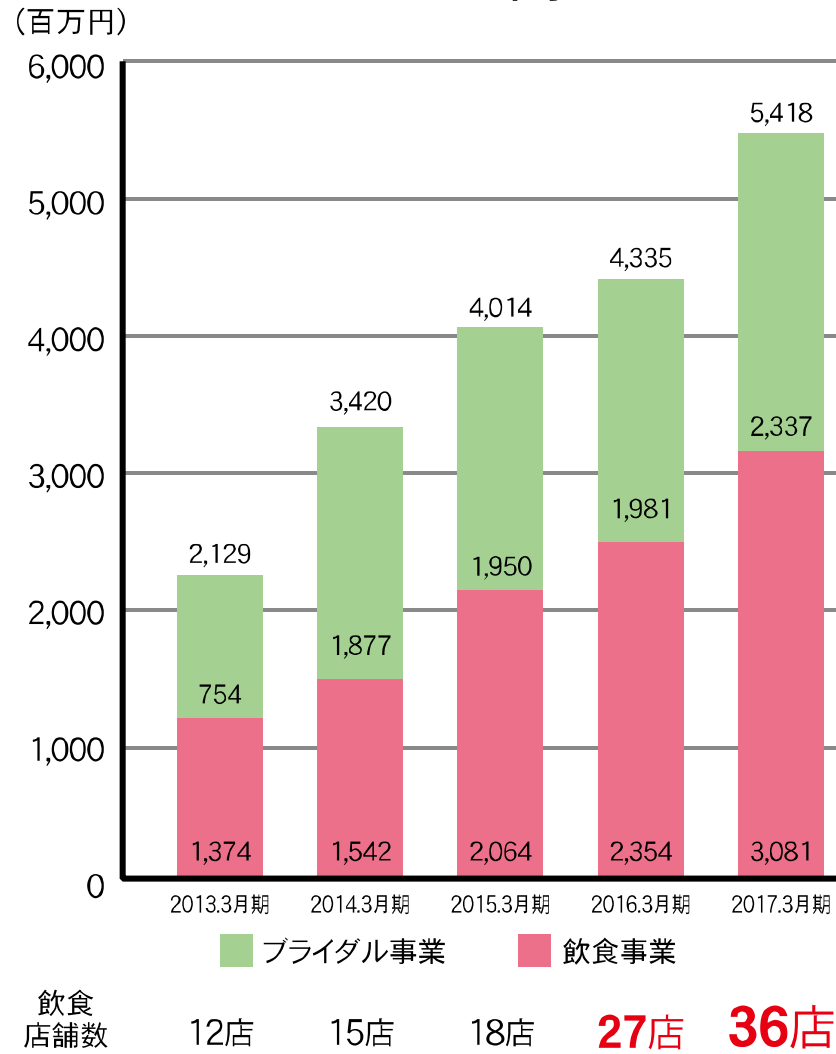
役職	名前(年齢)	勤続	経歴
代表取締役社長	武長 太郎(40歳)	20年	創業者
専務取締役 営業統括	秋山 淳(38歳)	17年	元アルバイト
取締役 経営企画室長	岩田 明(46歳)	16年	元アルバイト
取締役 人財育成部長	野瀬 健(43歳)	17年	元アルバイト
取締役 管理部長	高橋 広宜(37歳)	16年	元アルバイト
執行役員 ブライダル事業部長	鈴木 大輔(36歳)	14年	新卒一期生
執行役員 店舗開発部長	渡邊 桂一(38歳)	14年	新卒一期生
社外取締役	赤塚 元気(40歳)	1年	外食経営者
常勤監査役	五宝 滋夫(59歳)	1年	上場企業の監査役
非常勤監査役	小泉 正明(53歳)	1年	公認会計士
非常勤監査役	由木 竜太(42歳)	1年	弁護士

従業員数 209名(外、平均臨時雇用者数 260名) うち7年以上勤務21名 2017年9月末現在

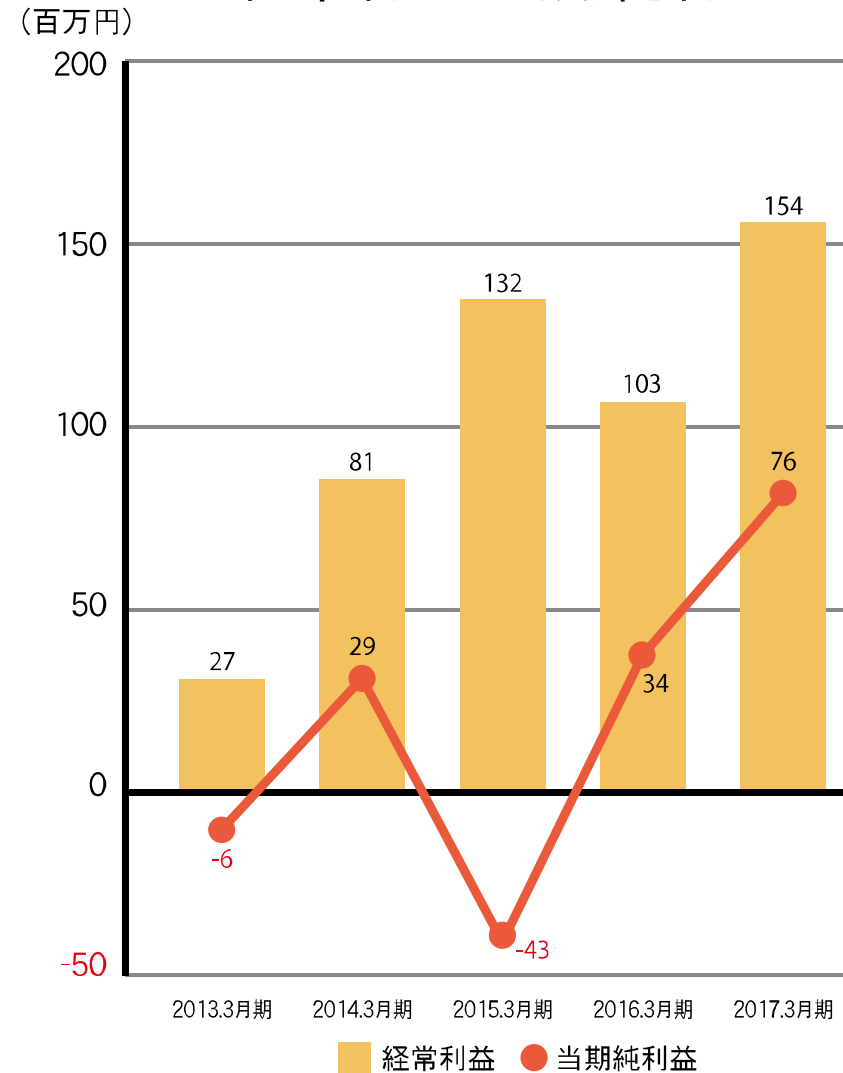
2. 会社概要 「業績推移」

2017年3月期は10店舗出店し、順調に成長。

売上高



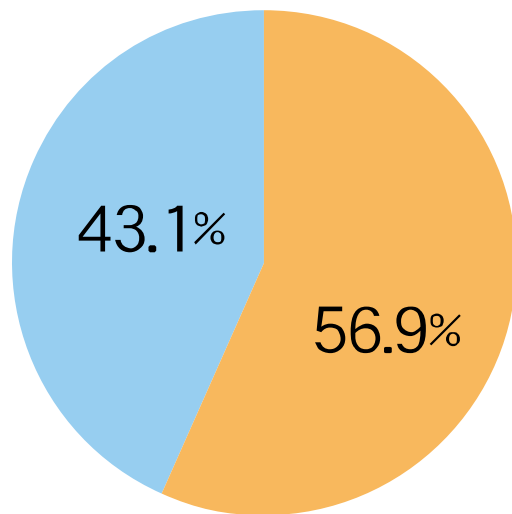
経常利益・当期純利益



2. 会社概要 「事業構成」

飲食事業を中心とした事業構成となっております。

売上高

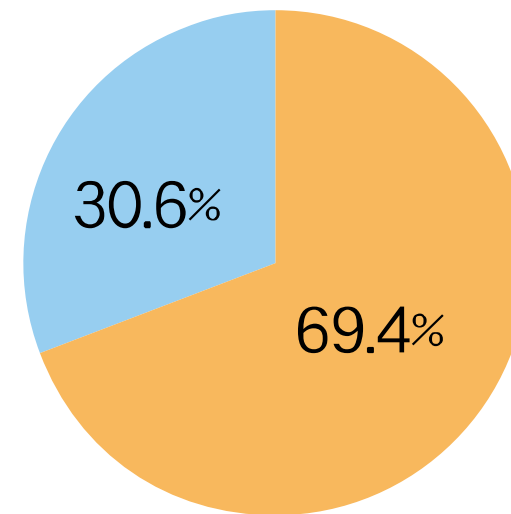


■ 飲食事業 ■ ブライダル事業

(百万円)

全社	5,418	100%
飲食事業	3,081	56.9%
ブライダル事業	2,337	43.1%

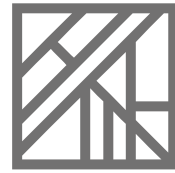
営業利益



■ 飲食事業 ■ ブライダル事業

(百万円)

全社	157	100%
飲食事業	109	69.4%
ブライダル事業	48	30.6%



3.当社の特徴

3. 当社の特徴

おもてなしの心を追求した結果、他社にない強みが生まれました。

“おもてなし”を軸にして飲食事業とブライダル事業を展開

業界屈指の採用力と、独自の人財育成力

3. 当社の特徴 「飲食事業：博多劇場」



博多業態 餃子・串焼き・もつ鍋

博多劇場

— 業態概要 —

客単価 2,500円

店舗数 29店舗

(2017年10月末時点)

— コンセプト —

「博多中洲の屋台村」

九州博多の風物詩「屋台」を再現。
鉄鍋餃子や博多料理をご用意。
元気と活気・笑顔が溢れる空間。



3. 当社の特徴 「飲食事業：こだわりもん一家」



一家業態 炉端・蒸焼・大鍋

一家 いっか

炉端 蒸焼 大鍋

— 業態概要 —

客単価 3,800円

店舗数 13店舗

(2017年10月末時点)

— コンセプト —

「第二の我が家」

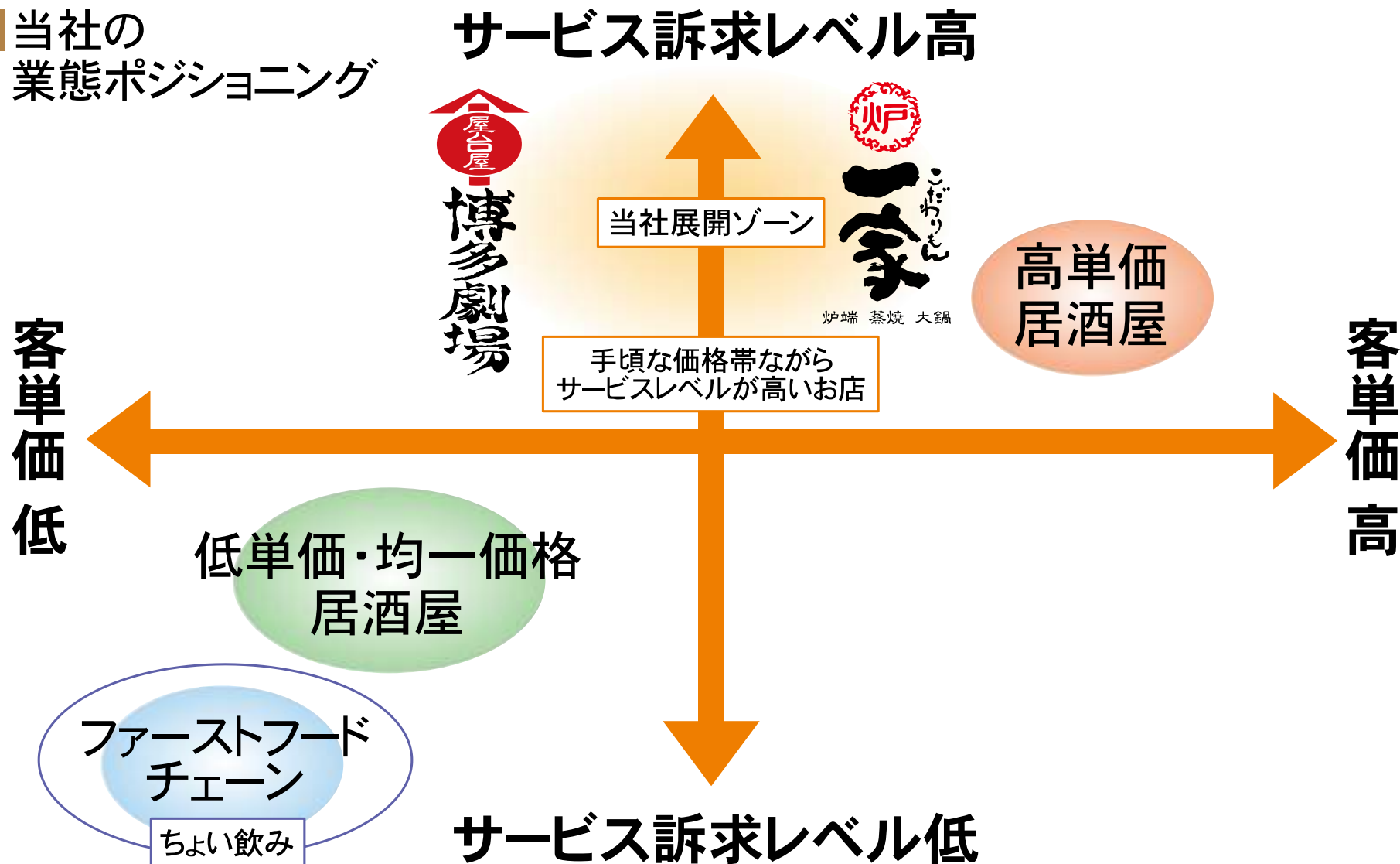
10年ぶりに最愛の人が帰ってきた
ような「お帰りなさい」でお迎えする
ほっとくつろげる空間。



3. 当社の特徴「飲食事業：業界におけるポジション」

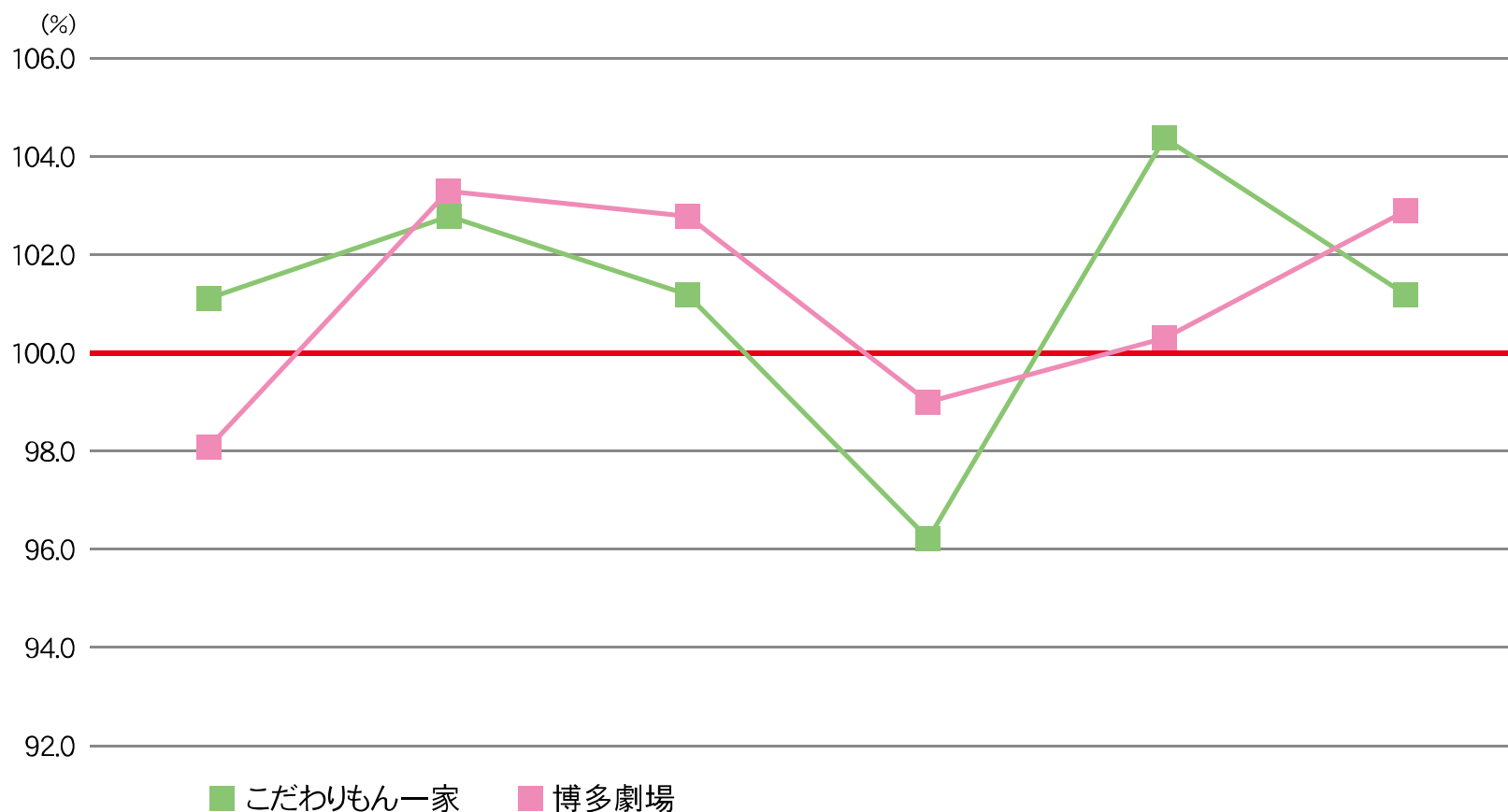
居酒屋マーケットの中で低価格帯のポジションをとりながら、高いサービス力を訴求していく。

■ 当社の
業態ポジショニング



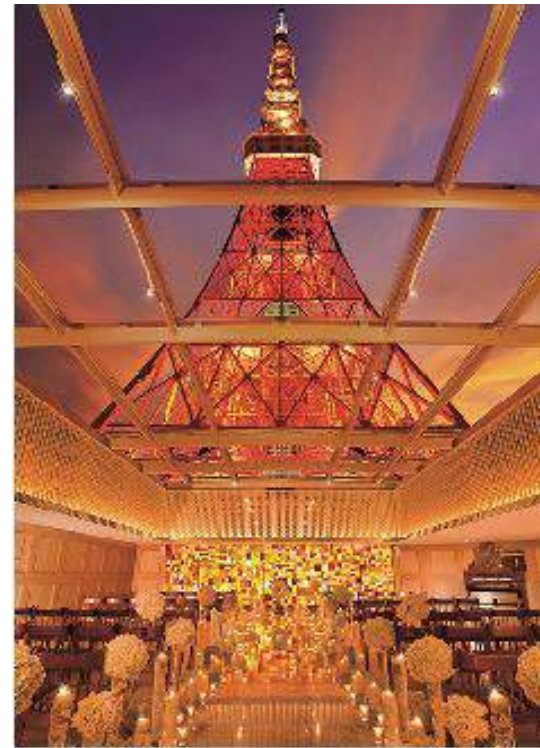
3. 当社の特徴「飲食事業：既存店売上前年比推移」

こだわりもん一家・博多劇場ともに好調に推移。



	17.4月期	17.5月期	17.6月期	17.7月期	17.8月期	17.9月期	6ヶ月平均
こだわりもん一家	101.1%	102.7%	101.2%	96.4%	104.4%	101.3%	101.2%
博多劇場	98.1%	102.8%	102.4%	99.0%	100.5%	102.9%	100.9%

3. 当社の特徴 「ブライダル事業」



THE PLACE of TOKYO

東京タワーの麓のロケーション。
チャペルと3つのバンケットを有する
婚礼施設。

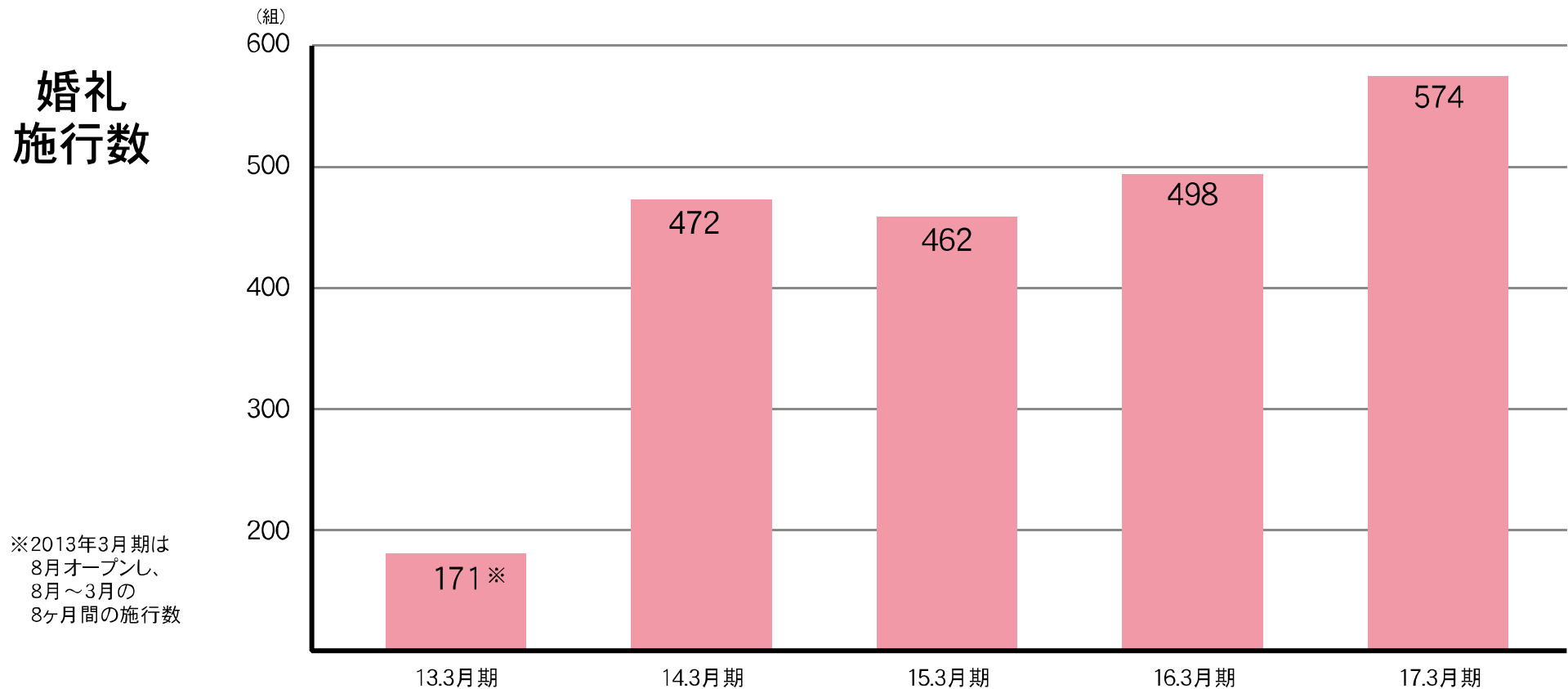
設立：2012年8月1日
住所：東京都港区芝公園3-5-4
敷地：約1,000坪

雰囲気異なる3つのバンケット



3. 当社の特徴「ブライダル事業：施行数の推移」

コストパフォーマンスを重視した価格設定で高回転を実現。



平均施行数	組単価平均	年間売上	会場数	1 会場回転率
574組/年間	3,385千円	1,943百万円	3会場	191回転/年

(2017年3月期)

3. 当社の特徴 「ブライダル事業：口コミ評価」

SNS時代に適応した口コミ戦略。

The screenshot shows the Wedding Park website interface. At the top, there are navigation tabs for '結婚の準備' (Wedding Preparation), '国内リゾート式場' (Domestic Resort Venues), 'ウエディングプランニング' (Wedding Planning), '豪華なウェディング' (Luxury Weddings), and 'お祝い' (Celebration). Below this is a search filter section titled 'エリアから結婚式場を探す' (Search for wedding venues by area), with buttons for '北海道', '東北', '関東', '中部・甲信越', '関西', '四国', '近畿・信濃', '九州・沖縄', '海外リゾート', and '海外結婚式'. A large image of a wedding venue is shown on the right. Below the search section, there is a '最新クチコミ' (Latest Reviews) section with two reviews. At the bottom, there is a '結婚式場を探す' (Search for wedding venues) section with four categories: 'こだわり式場' (Specialty Venues), '自然風式場' (Natural Style Venues), 'リアル結婚式場' (Real Wedding Venues), and 'ブライダルフェア' (Wedding Fairs). Each category has a small image and a brief description.

9位

ゲストハウス / 浜松町・品川・目黒・世田谷・港区 / 東京都

→ **The Place of Tokyo**

10月29日(日)【残り3組】豪華試食×全館見学 スペシャルブライダルフェア

総合ポイント：**326** 収容人数：**6~130名**

👍 お気に入りポイント

1. チャペルに自然光が入る
2. 宴会場に窓がある
3. 挙式での生演奏

[プラン料金を見る](#) [公式HPを見る](#)

[カップルレポートを見る>](#)

ウエディングパーク
東京都内施設の
掲載数915施設のうち
総合 **第9位**

浜松町・品川・目黒・
世田谷・港区エリア

総合 **第1位**

挙式式場 **第1位**

スタッフ **第1位**

ロケーション **第2位**

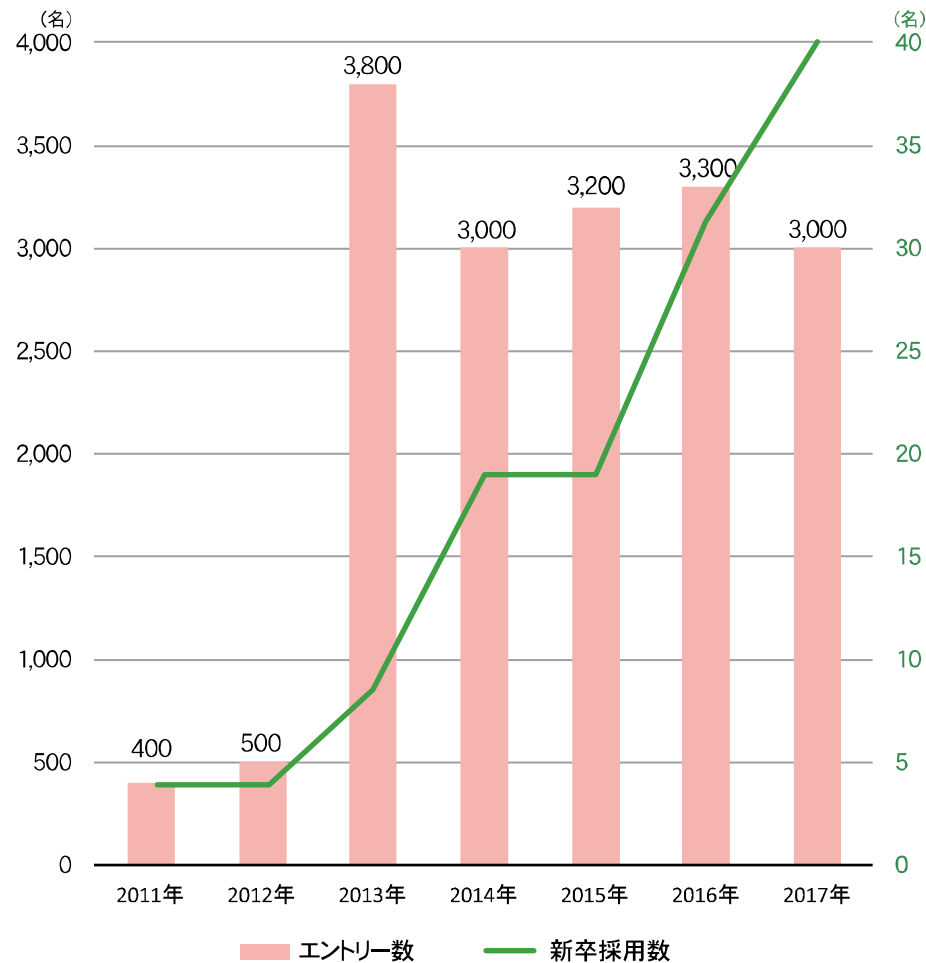
2017年9月末現在

※ウエディングパークHPより転載

3. 当社の特徴 「採用力と育成力」



採用が困難といわれる時代の中で、新卒採用においては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おります。



2013年 ブライダル事業部採用スタート

2015年 採用業務の内制化

2017年 40名の新卒採用に成功

2019年 上場企業としての採用スタート

新卒入社数	4	4	8	18	18	32	40
-------	---	---	---	----	----	----	----

3. 当社の特徴 「採用力と育成力」



様々な取り組みによってP/Aの採用の強化と離職率の低下を図っております。



パート採用による生産性向上



社内イベント充実による離職率低下



メンバー紹介制度による採用



エリア採用によるジョブローテーション

3. 当社の特徴 「採用力と育成力」

社内教育プログラム「IKKAユニバーサルカレッジ」を設立し
包括的に人財を育成しております。

マインド	知識	スキル	行動	コミュニケーション
 <p>理念研修</p>	 <p>元気塾</p>	 <p>市場視察</p>	 <p>業務改革会議</p>	
 <p>一家塾</p>	 <p>受講風景</p>	 <p>調理技術講習</p>	 <p>感動店舗賞</p>	
 <p>一家祭り</p>	 <p>ルーキーセミナー</p>	 <p>マナー研修</p>	 <p>授賞式</p>	 <p>社内スタッフアプリ</p>

エリアシフト制

3. 当社の特徴 「採用力と育成力」



共に働く社員やアルバイトメンバーの理念浸透、モチベーション向上、離職率低下の為、各種賞賛・イベントを開催しております。

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。

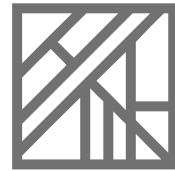


ブライダル事業部

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。





4.博多劇場による成長戦略

4. 博多劇場による成長戦略



九州博多の風物詩「博多中洲の屋台村」を本場そのままに再現しております。

商品戦略

リーズナブルでありながら、
高いコストパフォーマンス

会員企画

会員アプリによる誘導
会員数46万人、会員比率58%超

ビジネスモデル

客単価2,500円、早期回収可能
売上長期成長モデル

出店戦略

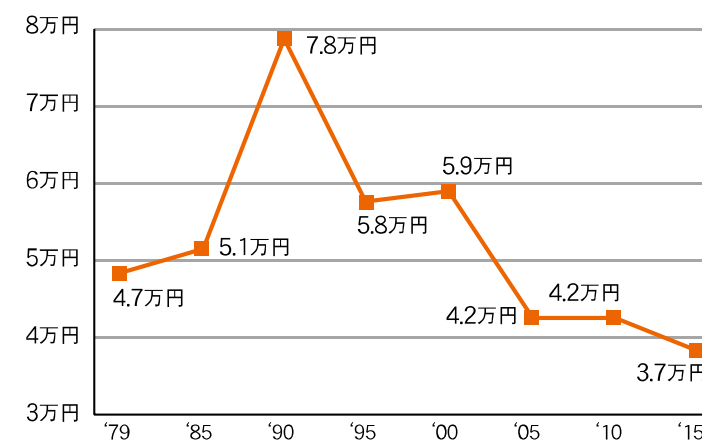
500店舗を目標に首都圏中心に
積極的な店舗展開

4. 博多劇場による成長戦略「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実現。

2015年、仕事帰りの「ちょい飲み」が一般化。
2016年、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お小遣い額は、37,873円と前年比231円の微増。
1979年の調査開始以来、過去3番目に低い額となりました。

サラリーマン平均小遣い額の推移(1979年～2015年)



出典:新生銀行「2015年 サラリーマンのお小遣い調査」

■ 主な商品ラインナップ



上記以外にもバラエティ豊かな博多料理をご用意。

価格は全て税別価格です。

4. 博多劇場による成長戦略「会員企画」

継続した会員化によるリピーター戦略。

1. 1店舗の月間平均会員獲得数**571**名
(2016年10月から2017年9月末時点)
2. 2017年9月の全店舗月間会員獲得数 **15,735**名
3. 1号店オープンからの7年間累計会員数**460,856**名
うちアプリ会員数 **82,526**名
(2016年10月からアプリ会員スタート、2018年1月よりアプリ会員に一本化)
4. 全店舗の会員比率**58.67%** (2016年10月から2017年9月末時点)
うち、2回目以降ご来店のリピーター会員比率**37.54%**
※会員比率:総客数に対する会員数の比率。

会員シール



会員アプリ



4. 博多劇場による成長戦略「会員企画」

お客様により博多劇場を楽しんでいただける独自の販促企画。

バースデー餃子



V.I.P会員



百個餃子



プレミアム会員



4. 博多劇場による成長戦略「会員企画」

アプリのプッシュ通知機能を活用することで、お客様にダイレクトな販促活動が可能に。



- 16年10月 ハロウィン コスチューム来店で特別メニュープレゼント
- 11月 クリスマス ケーキ・チキン持ち込みOK
- 12月 2時間飲み放題1500円
- 17年1月 博多出身者を探せ 博多出身者と一緒にご来店で特別メニュープレゼント
- 2月 バレンタイン 手作りチョコレートプレゼント
- 3月 桜フェア さ・く・らで390円2時間飲み放題企画
プレミアムフライデー開始 18時前入店でドリンクサービス(以降毎月)
ホワイトデー お返しってます企画
博多うどんフェア 名物博多うどん販売開始告知
- 4月 持ち出し企画第1弾 ホチキス持参でその個数分ドリンクサービス
持ち出し企画第2弾 定規持参でその個数分ドリンクサービス
持ち出し企画第3弾 セロハンテープ持参でその個数分ドリンクサービス
- 5月 持ち出し企画第4弾 穴あけパンチ持参でその個数分ドリンクサービス
- 6月 柑橘フェア 名物塩レモンサワーとグレフルサワーの出品数を競うフェア
- 7月 手羽先フェア 名物手羽先の唐揚げ期間限定復活告知
- 8月 真夏日フェア 30度を超える真夏日はドリンク一杯サービス
持ち出し企画第5弾 リモコン持参でその個数分ドリンクサービス
- 9月 思い出持ち出し企画第1弾 幼少期の写真持参でその枚数分ドリンクサービス
思い出持ち出し企画第2弾 自分の賞状持参でその枚数分ドリンクサービス
博多出身有名人5人言えるかな?企画 クイズに正解で対象商品サービス
- 10月 おでんフェア開始 期間限定おでん販売開始告知
持ち出し企画運動会編 紅白帽持参でその個数分ドリンクサービス
餃子の日開始告知 毎月13日は餃子が一人前130円

4. 博多劇場による成長戦略「ビジネスモデル」

早期投資回収、安定的売上成長モデル。

■投資額

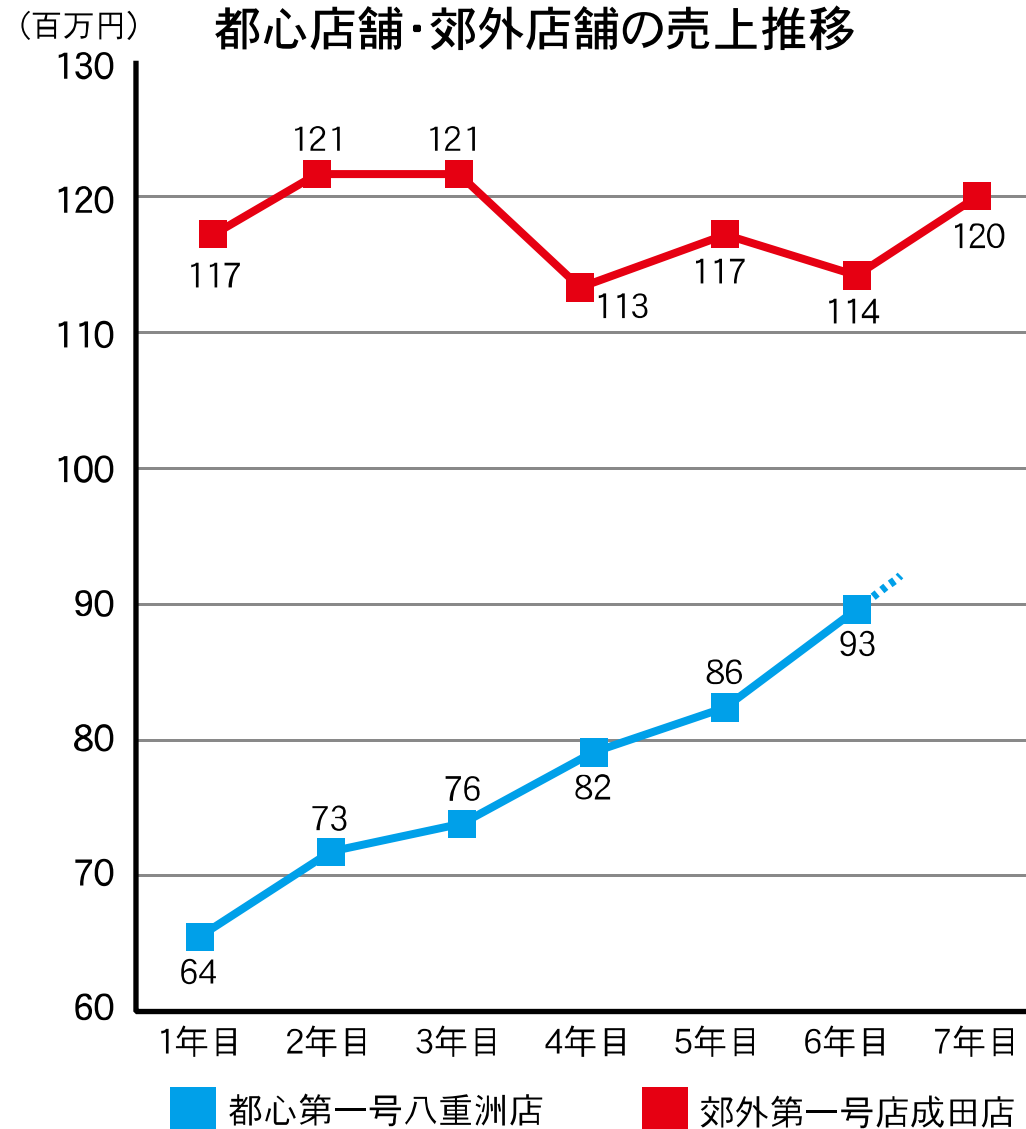
平均**4,212**万円

■回収期間

平均**38**ヶ月（保証金込）

※投資回収済15店舗の平均

リピーター戦略により、
安定的売上成長モデルを実現してます。



4. 博多劇場による成長戦略「競合他社比較」

競合他社と当社の比較

屋号	鳥貴族	串カツ田中		
店舗数	567店舗	150店舗	29 店舗	13店舗
出店立地	都心・郊外 駅前・空中階	都心・郊外 駅前・ロードサイド	都心・郊外 駅前・路面	都心・郊外 駅前・空中階
平均予算	2,000円	2,100円～2,500円	2,500円	3,000円～4,000円
各社の目標出店 店舗数(国内)	2,000店舗	1,000店舗	500店舗 ※将来的な 全国エリアでの 出店イメージ	100店舗 ※将来的な 全国エリアでの 出店イメージ

客単価が低い業態ほど日常的に利用ができる為、来店頻度は上がり
マーケットは拡がり出店可能 店舗数は多くなります。

※鳥貴族と串カツ田中の店舗数は
2017年7月末現在、
博多劇場、こだわりもん一家の店舗数は
2017年10月末時点

出典：各社IR資料・ホームページ・ぐるなび

4. 博多劇場による成長戦略「出店戦略」

1都3県に集中出店し認知度向上・ブランド価値向上を図る。

都心店舗

18店舗

千葉店	新橋店	赤羽店
柏店	門前仲町店	大井町店
八重洲店	本八幡店	目黒店
船橋店	錦糸町店	津田沼店
東陽町店	大宮店	
西船橋店	大森店	
西新宿店	六本木店	

郊外店舗

11店舗

成田店	四街道店	浦安店
小岩店	茂原店	新松戸店
南柏店	竹ノ塚店	本川越店
木更津店	青物横丁店	

※原則として最寄り駅乗降客数10万人以上を
都心店舗としております。

※直営店舗のみ

今後3年間は首都圏へ



- 1都3県に集中出店
- 認知度向上
- ブランド価値向上

4. 博多劇場による成長戦略「出店計画」

2018年3月期10店舗、2019年3月期11店舗、2020年3月期12店舗の出店を計画しております。

	2017年3月期		2018年3月期		2019年3月期		2020年3月期	
博多劇場	出店数	累計	出店数	累計	出店数	累計	出店数	累計
	7店舗	23店舗	10店舗	33店舗	11店舗	44店舗	12店舗	56店舗
全社	出店数	累計	出店数	累計	出店数	累計	出店数	累計
	10店舗	36店舗	12店舗	48店舗	14店舗	62店舗	15店舗	77店舗

