

2019年3月期決算説明会資料

株式会社一家ダイニングプロジェクト (9266)



2019年5月27日

目次

1. 2019年3月期業績……………P3

- ・ 2019年3月期業績トピックス
- ・ 2019年3月期業績動向
- ・ 飲食事業 店舗数推移
- ・ 屋台屋博多劇場出店詳細
- ・ 既存店売上 前年同期比推移
- ・ The Place of Tokyo口コミ都内第1位

2. 2020年3月期業績予想・重点施策……………P18

- ・ 2020年3月期業績予想
- ・ 業績の季節変動について
- ・ 出店戦略について
- ・ 新業態について
- ・ 屋台屋博多劇場 アプリ会員推移
- ・ 屋台屋博多劇場 アプリ会員施策
- ・ The Place of Tokyo 婚礼施策
- ・ グローバル採用を開始
- ・ 社内教育 (Ikka Universal college) の充実

参考資料……………P55

- ・ 会社概要／沿革／事業概要／
経営理念・グループミッション／事業内容



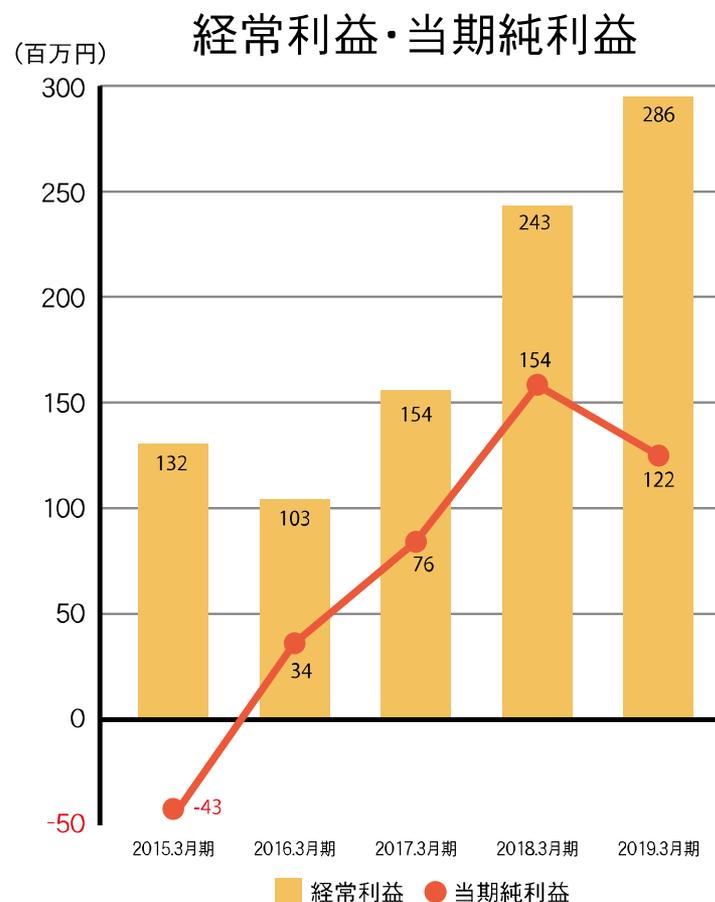
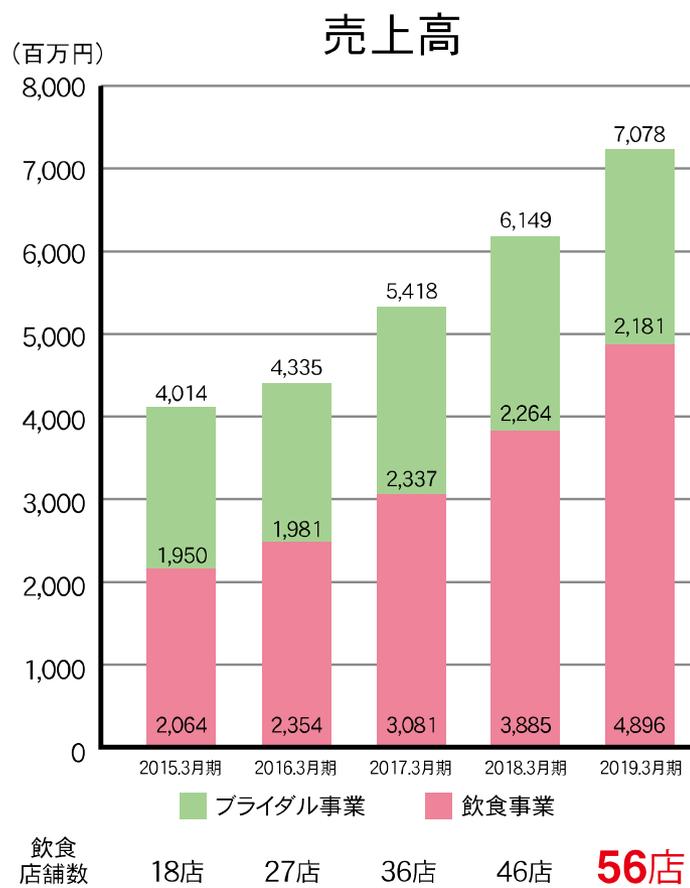
1. 2019年3月期業績

2019年3月期業績トピックス

- **売上高・営業利益・経常利益 4期連続増収増益。**
- **一部店舗の固定資産について特別損失（減損損失）の計上。**
- **新規10店舗出店。（直営店舗数56店舗）**
- **飲食事業 既存店売上高 前年同期比100.5%。**
- **The Place of Tokyo 口コミ都内947施設中、第1位獲得。**

2019年3月期業績動向（ハイライト）

2019年3月期は新規10店舗出店し、売上高・営業利益・経常利益は増収・増益。



特別損失（減損損失）の計上について

収益性の低下により、一部店舗の固定資産について減損損失を計上いたしました。

特別損失（減損損失）の計上

一部店舗の固定資産について、収益性の低下による減損の兆候が認められたことにより「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき将来の回収可能性を検討した結果、2019年3月期第4四半期会計期間において、減損損失 43,973 千円を計上いたしました。

これにより、第3四半期までに計上いたしました48,793千円と合わせ、合計92,767千円を減損損失として特別損失に計上いたします。

2019年3月期業績動向 (会社計：業績予想比)

売上高・経常利益ともに予算を下回って着地。
当期純利益は減損損失計上により予算比65.4%で着地。

単位(百万円)

	19.3月期 予算	構成比	19.3月期 実績	構成比	予算比	達成率
売上高	7,232	100.0%	7,078	100.0%	-154	97.9%
売上総利益	4,859	67.2%	4,764	67.3%	-94	98.1%
販管費および 一般管理費	4,561	63.1%	4,475	63.2%	-86	98.1%
営業利益	297	4.1%	289	4.1%	-7	97.3%
経常利益	293	4.1%	286	4.1%	-6	97.9%
当期純利益	187	2.6%	122	1.7%	-64	65.4%

【売上高】

- ・ 飲食事業新規出店は当初計画12店舗に対し、10店舗出店。
- ・ 飲食事業既存店は前年同期比100.5%。
- ・ ブライダル事業は少人数婚増加により前年同期比96.4%に減少。

【売上総利益】

- ・ 新規出店より飲食事業の事業構成比が拡大。それに伴い、全社での原価率減少。

【当期純利益】

- ・ 不採算店舗に関する減損損失の計上

2019年3月期業績動向

(会社計：ハイライト・前年同期比)

2019年3月期の売上高・営業利益・経常利益は、4期連続増収・増益。
当期純利益は、減損損失の計上により前年同期比－20.7%で着地いたしました。

単位(百万円)

	18.3月期 実績	構成比	19.3月期 実績	構成比	前期比	増減率
売上高	6,149	100.0%	7,078	100.0%	928	15.1%
売上総利益	4,091	66.5%	4,764	67.3%	673	16.5%
販管費および 一般管理費	3,846	62.5%	4,475	63.2%	628	16.3%
営業利益	244	4.0%	289	4.1%	45	18.5%
経常利益	243	4.0%	286	4.1%	43	17.9%
当期純利益	154	2.5%	122	1.7%	-31	-20.7%

2019年3月期業績動向

(飲食事業：ハイライト・前年同期比)

飲食事業は前年同期比で増収・増益で着地いたしました。
売上高拡大に伴い、本部コストが固定費化し営業利益率改善。

単位(百万円)

	18.3月期 実績	構成比	19.3月期 実績	構成比	前期比	増減率
売上高	3,885	100.0%	4,896	100.0%	1,011	26.0%
売上総利益	2,760	71.0%	3,506	71.6%	746	27.0%
販管費および 一般管理費	2,595	66.8%	3,241	66.2%	646	24.9%
営業損益	164	4.2%	264	5.4%	100	61.2%

新規出店は当初計画12店舗に対し10店舗出店であったが、既存店は屋台屋博多劇場での戦略的な値下げにより既存店客単価が前年同期比98.4%となった一方、こだわりもん一家業態の客数が前年同様に推移し、屋台屋博多劇場のリピーター客数が増加したことにより、既存店客数が前年同期比102.2%と増加した結果、売上高が前年同期比100.5%と順調に推移しました。当期出店店舗についても好調に推移しました。

【売上高】

- ・既存店売上高は100.5%と順調に推移。
- ・新規出店店舗も好調に推移。
- ・前期OPEN10店舗の通期売上の寄与および今期OPEN10店舗による増加。

【売上総利益】

- ・仕入れ価格の見直し。
- ・メニュー変更、ポーション見直し等による原価率改善。

【営業利益】

- ・新規出店での売上高拡大に伴い本部コストが固定費化。
それにより、営業利益率が上昇。

2019年3月期業績動向 (ブライダル事業：ハイライト・前年同期比)

ブライダル事業は前年同期比で減収・減益で着地いたしました。

単位(百万円)

	18.3月期 実績	構成比	19.3月期 実績	構成比	前期比	増減率
売上高	2,264	100.0%	2,181	100.0%	-82	-3.6%
売上総利益	1,331	58.8%	1,258	57.7%	-72	-5.5%
販管費および 一般管理費	1,250	55.2%	1,233	56.5%	-17	-1.4%
営業損益	80	3.5%	24	1.1%	-55	-68.9%

ブライダル事業においては、婚礼施行件数は前期より上昇しましたが、結婚式の多様化により少人数婚のニーズが高まり、婚礼1組当たりの人数が減少傾向にあります。それにより、婚礼付帯原価率が上昇したことにより原価を圧迫し、さらに売上高減少に伴い人件費率が上昇し利益減少の要因となりました。

今後、さらに外部販促媒体との連携、SNSや口コミ販促の強化を継続して行い、さらなる来館数・成約率の向上、サービス力の向上に注力してまいります。

【売上高】

- ・婚礼施行件数は上昇。
- ・少人数婚のニーズの高まりによる人数の減少。

【売上総利益】

- ・少人数婚増加による婚礼付帯原価率の上昇による原価圧迫。

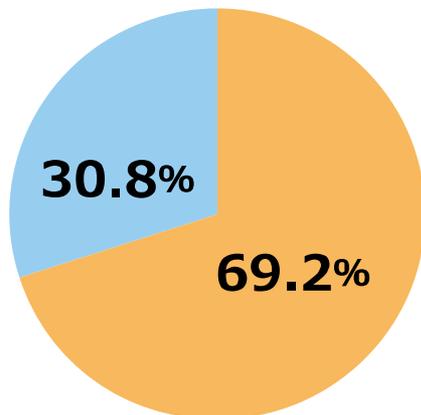
【販管費および一般管理費】

- ・売上高減少に伴う人件費率の上昇。
- ・婚礼送客手数料増加による、支払手数料の増加。

2019年3月期業績動向 (セグメント別売上高・営業利益)

事業構成は、新規出店により飲食事業が拡大。

売上高

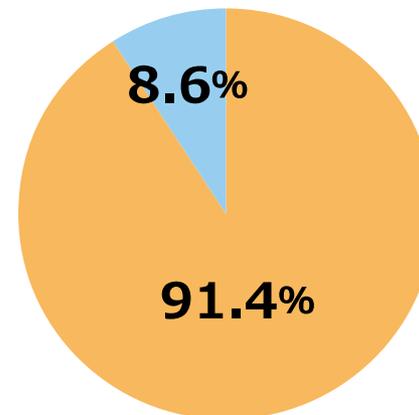


飲食事業 ブライダル事業

(百万円)

全社	7,078	100.0%
飲食事業	4,896	69.2%
ブライダル事業	2,181	30.8%

営業利益



飲食事業 ブライダル事業

(百万円)

全社	289	100.0%
飲食事業	264	91.4%
ブライダル事業	24	8.6%

2019年3月期業績動向（貸借対照表）

借入金返済を進めたことにより、自己資本比率が前期30.5%から当期36.2%へと上昇し、財務体質が大幅に改善。

単位(百万円)	18.3月期	19.3月期	前期比
資産の部			
流動資産	1,580	1,110	-470
固定資産	2,057	2,250	193
繰延資産	3	2	-1
資産合計	3,641	3,363	-278
負債の部			
流動負債	1,288	1,298	10
固定負債	1,242	847	-394
負債合計	2,531	2,146	-384
純資産の部			
純資産合計	1,110	1,216	106

【資産の部】

- ・現預金-495百万円
- ・その他流動資産+25百万円
- ・有形固定資産+138百万円
- ・敷金保証金+31百万円

【負債の部】

- ・買掛金+28百万円
- ・未払金+87百万円
- ・資産除去債務+23百万円
- ・長期借入金-420百万円

【純資産の部】

- ・当期純利益の計上による利益剰余金の増加+122百万円

2019年3月期業績動向 (キャッシュ・フロー)

自己資本比率向上のため借入金返済を進めたことにより、財務活動によるキャッシュ・フローが-542百万円となった結果、現金及び現金同等物は775百万円となりました。

単位(百万円)

	18.3月期	19.3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	402	471
投資活動によるキャッシュ・フロー	-403	-430
財務活動によるキャッシュ・フロー	406	-542
現金及び現金同等物の増減額	405	-501
現金及び現金同等物の期首残高	871	1,276
現金及び現金同等物の期末残高	1,276	775

【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- ・税引前当期純利益 192百万円
- ・減価償却費 202百万円

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

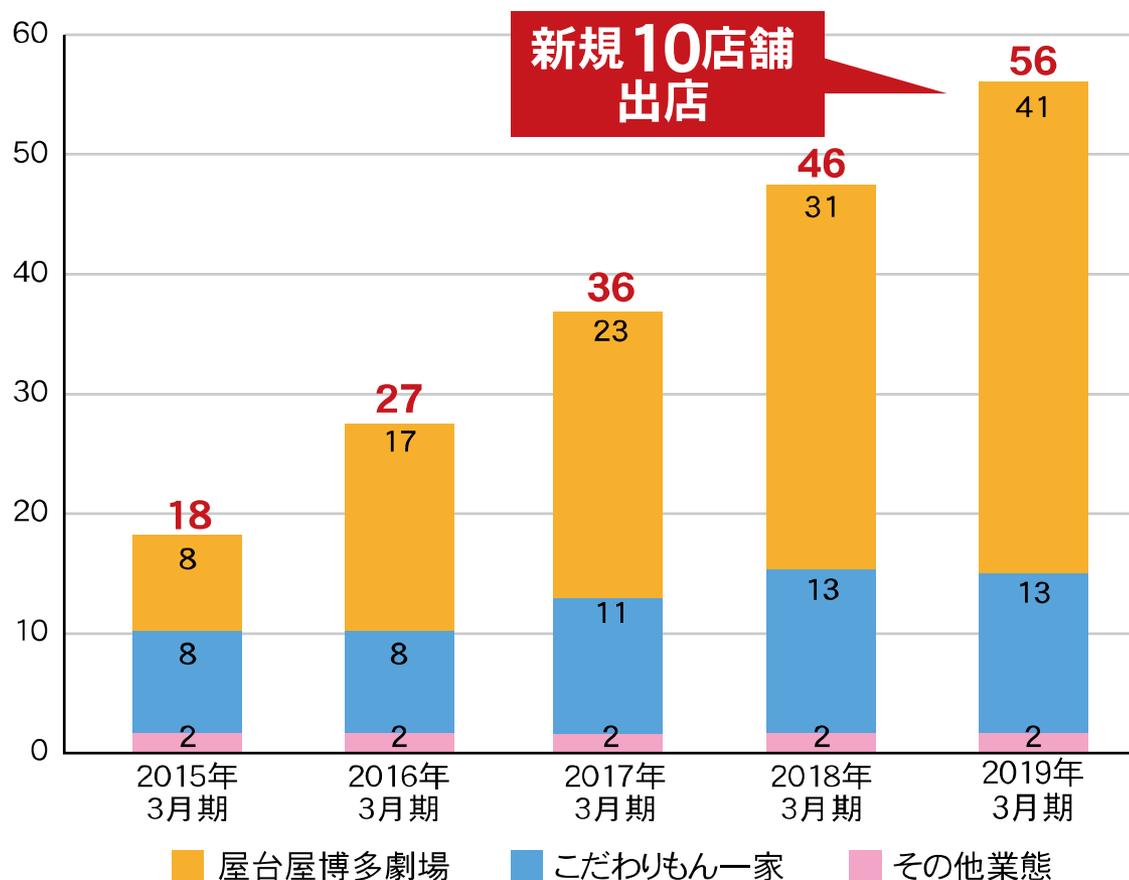
- ・長期借入れによる収入 50百万円
- ・長期借入金の返済による支出 590百万円

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

- ・有形固定資産の取得による支出 △337百万円
- ・長期前払費用の取得による支出 △50百万円

飲食事業 店舗数推移

都内を中心に屋台屋博多劇場を新規10店舗出店し、直営店は合計56店舗となりました。



■ 出店数内訳

東京エリア	千葉エリア	埼玉エリア	合計
8 店舗	1 店舗	1 店舗	10 店舗

■ 山手線沿線都心部への出店

屋台屋 博多劇場
池袋東口店・大手町店・高田馬場店・
上野広小路店・五反田店・新橋2号店・
丸の内店

■ 小田急線沿線への出店

屋台屋 博多劇場 町田店

■ 埼玉県への出店

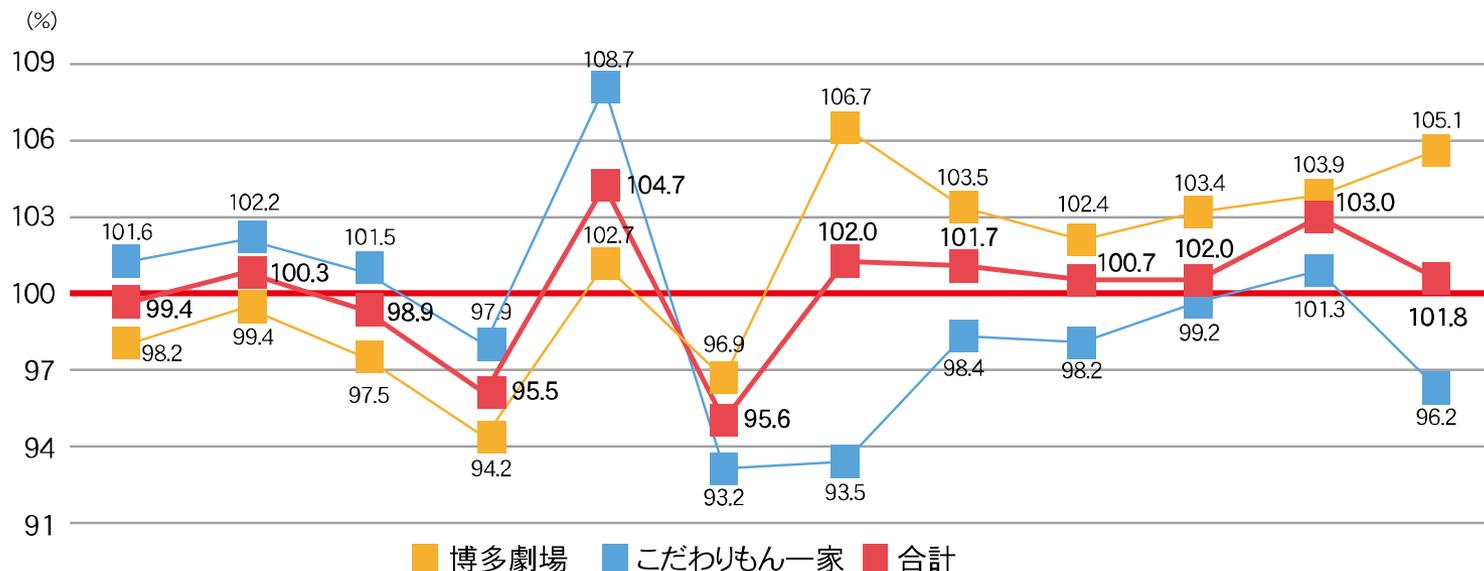
屋台屋 博多劇場 武蔵浦和店

■ 千葉県郊外エリアへの出店

屋台屋 博多劇場 五井店

既存店売上高 前年同期比推移

屋台屋博多劇場の戦略的な値下げなどにより、既存店客単価は前年同期比で減少した一方、屋台屋博多劇場のリピーター客数の増加により既存店客数は前年同期比で増加し、既存店売上高（こだわりもん一家業態・屋台屋博多劇場業態）は前年同期比100.5%となりました。



	2018年4月	2018年5月	2018年6月	2018年7月	2018年8月	2018年9月	2018年10月	2018年11月	2018年12月	2019年1月	2019年2月	2019年3月	累計
屋台屋 博多劇場	98.2%	99.4%	97.5%	94.2%	102.7%	96.9%	106.7%	103.5%	102.4%	103.4%	103.9%	105.1%	101.3%
こだわりもん一家	101.6%	102.2%	101.5%	97.9%	108.7%	93.2%	93.5%	98.4%	98.2%	99.2%	101.3%	96.2%	99.1%
合計	99.4%	100.3%	98.9%	95.5%	104.7%	95.6%	102.0%	101.7%	100.7%	102.0%	103.0%	101.8%	100.5%

(注) 1.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としております。ただし、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の除外しております。
2.直営店舗のみを対象としております。

The Place of Tokyo 口コミ都内第1位

新郎新婦様の口コミからの流入が増加傾向にある中、業界大手口コミサイトの都内の結婚式場ランキングで都内947施設中、第1位を獲得いたしました。

■ 結婚式場の口コミ情報サイト「みんなのウェディング」の2018年度の結婚式場ランキングにおいて、品川・目黒・世田谷エリアで2部門(ゲストハウス部門・料理部門)において第1位を獲得。また、同エリアにおいて全体の結婚式場ランキングでも第1位を獲得。

(2019年5月1日時点も継続中)

■ 日本最大級の結婚準備クチコミ情報サイト「ウェディングパーク」の「東京都の結婚式場 総合ポイントランキング」で東京都947施設中、第1位を獲得。(2019年5月1日時点)

1位 ゲストハウスウェディング / 浜松町・品川・目黒・世田谷・港区 / 東京都

→ **The Place of Tokyo**

【来館特典*ギフト券5千円】5月18日~5月19日特典最大スペシャルフェア【豪華試食付*全館見学】

総合ポイント: **380** 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](#)

[ドレス・衣装を見る](#) [カップルレポートを見る](#)



いま花嫁&ゲストに人気の結婚式場!

結婚式場クチコミランキング

Wedding Park Ranking

先の花嫁・ゲストの口コミによって選ばれた結婚式場口コミランキング! 全国4,000式場の中から、あなたの運命の結婚式場にきっと出会える!

関東 東京 神奈川 埼玉 千葉 茨城 群馬 栃木

1 東京都 **The Place of Tokyo**

総合ポイント **380** [公式HPを見る](#)

東京都の結婚式場ランキングを見る

どの都道府県のランキングをチェックしますか?

北海道 東北 北陸 甲信越 九州・沖縄 中・四国 関西 東海 関東

国内リゾート

2019年5月1日更新 (毎月2回)

結婚式場クチコミランキングとは?





2. 2020年3月期業績予想・重点施策

2020年3月期業績予想

売上高・営業利益・経常利益は5期連続増収増益を見込んでおります。

単位(百万円)

	19.3月期 実績	構成比	20.3月期 予算	構成比	前期比	増減率
売上高	7,078	100.0%	8,211	100.0%	1,133	16.0%
売上総利益	4,764	67.3%	5,548	67.6%	783	16.4%
販管費および 一般管理費	4,475	63.2%	5,147	62.7%	672	15.0%
営業利益	289	4.1%	400	4.9%	110	38.3%
経常利益	286	4.1%	359	4.4%	72	25.1%
当期純利益	122	1.7%	218	2.7%	96	78.7%

【業績予想内容】

- 売上高+16.0%、経常利益+25.1%を見込む。
- 新規出店12店舗による増加。
- 前期OPEN10店舗の通期売上高の寄与による増加。
- 飲食既存店は前年同期比101%で計画。
- ブライダルは前期末の受注済件数、今期来館見込み、その他サービス料の見直しを行うことを踏まえ、前年同期比107.7%を計画。
- 本部人員（マネージャー他）増員による本部コスト増加。
- 店舗数増加、有給取得のための人件費確保などによる人件費増加。
- 新規出店による開業コスト増加。

業績の季節変動について

飲食事業・ブライダル事業ともに第3四半期に売上・利益ともに増加する傾向にあります。

当社において、過去の実績からも第3四半期において通期利益に対しての利益寄与の割合が他四半期に比べ非常に高くなる傾向にあります。その要因として、飲食事業では忘年会等の需要が高まる12月の客数の増加、ブライダル事業での、婚礼の需要が高まる10～11月の施行件数の増加などにより売上が増加する一方、第1～2四半期において、飲食事業の新規出店を集中し、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、費用が先行する形になりますが、第3四半期は第1～2四半期に新規出店した店舗の売上の寄与もあり、より売上高および営業利益が増加する傾向があります。

当期の計画においてもその傾向は同様であり、今後、既存店舗数が増加していくことで、その偏重は徐々に緩やかになっていく見込みであります。

出店戦略について

2020年3月期は12店舗の新規出店を計画しており、
計画に対し、順調に推移しております。

4月12日 屋台屋博多劇場 調布店 OPEN

4月23日 こだわりもん一家 木更津店 OPEN

5月29日 屋台屋博多劇場 おおたかの森店 OPEN

5月31日 屋台屋博多劇場 藤沢店 OPEN 予定

7月 屋台屋博多劇場 内幸町店 OPEN 予定

8月 屋台屋博多劇場 柏2号店 OPEN 予定



新業態について

2020年3月期に2つの新業態をスタートいたします。



大衆ジンギスカン酒場

ラムちゃん

Copyright © 2019 Ikka Dining Project.,Ltd. All rights reserved

青いスパゲッティ専門店
とらがらし

Copyright © 2019 Ikka Dining Project.,Ltd. All rights reserved

新業態について

これから求められる業態のキーワード

個食化
少人数化

専門性
専門店

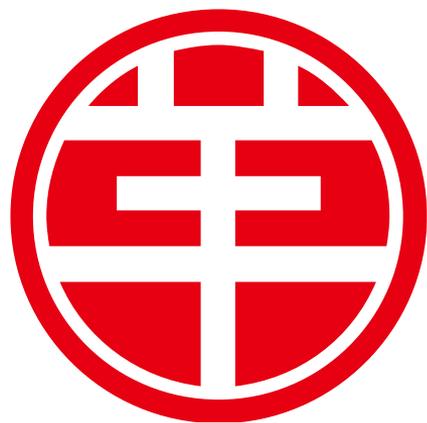
モノ消費から
コト消費へ

健康志向

ニッチ

省人化
セルフ化

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん



大衆ジンギスカン酒場

ラムちゃん

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

大衆ジンギスカン酒場4つのポイント

①

羊肉とは？

②

【コト消費】による
強い集客力

③

省人化
セルフ化

④

大衆マーケット
×
ニッチなファン

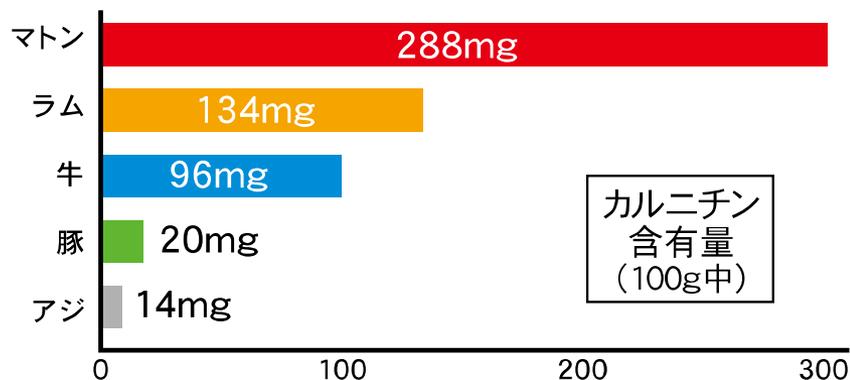
新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

①羊肉とは？

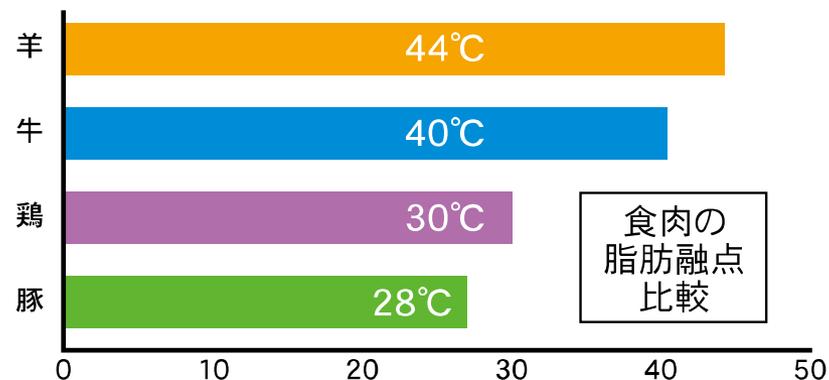


ヘルシーで太りにくい
健康食材。

■ 脂肪燃焼に効果的な「カルニチン」を多く含む



■ 脂肪融点温度が高いため体内で吸収されない



新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

ジンギスカン×ハイボール



×



ヘルシーで太りにくい
健康食材

低カロリー
低糖質

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

②コト消費による高い集客力

全卓にハイボールタワー設置による【体験】
60分500円（税抜）飲み放題の【価格訴求】

高い
付加価値



新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

③省人化・セルフ化

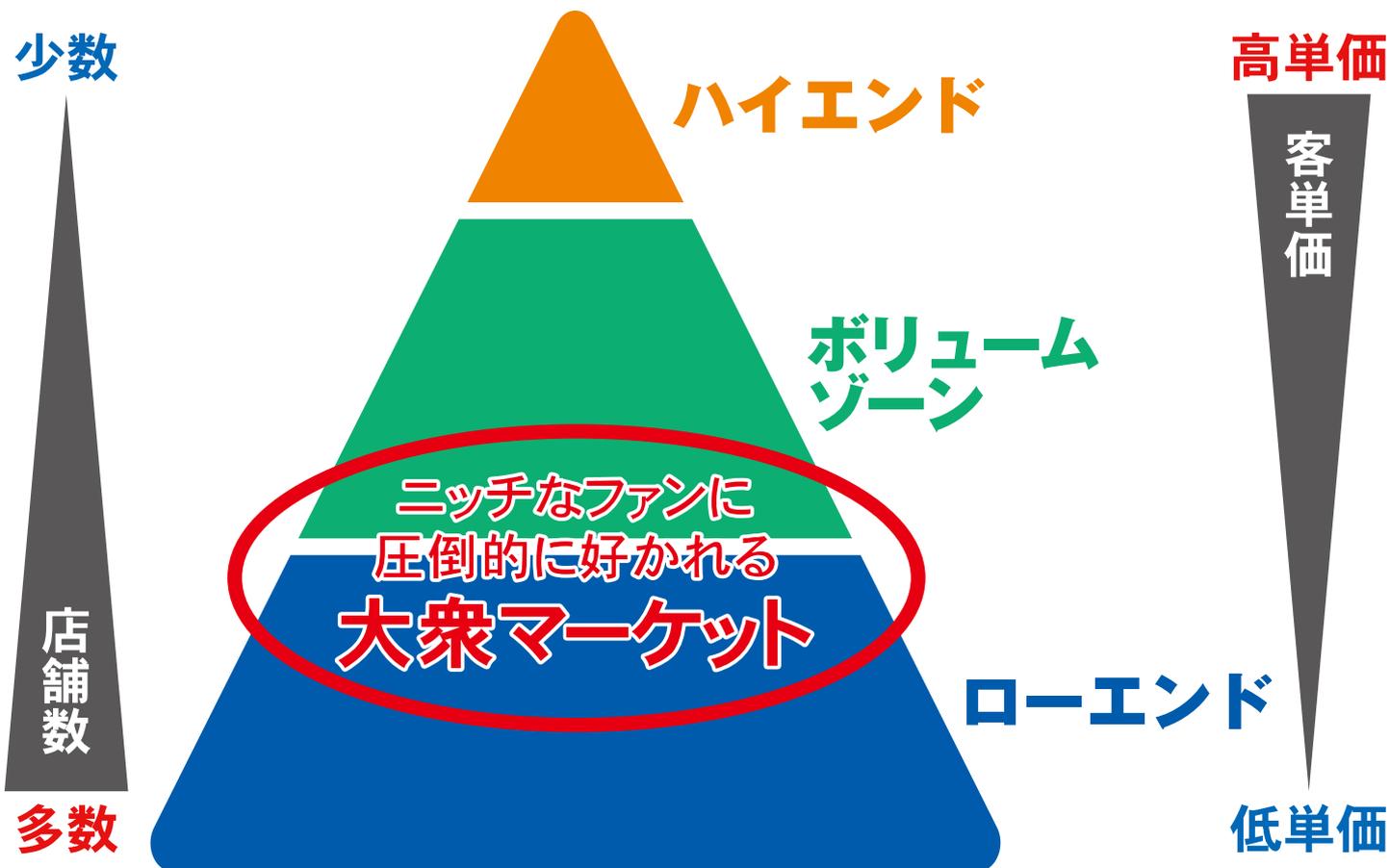
全テーブルにハイボールタワー
を設置することにより

セルフ化することで**省人化**を実現

- ドリンクオペレーション工数削減
- ドリンク人員が固定されず多能化可能
- グラス洗いの工数削減

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

④大衆マーケット×ニッチなファン



新業態① 大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

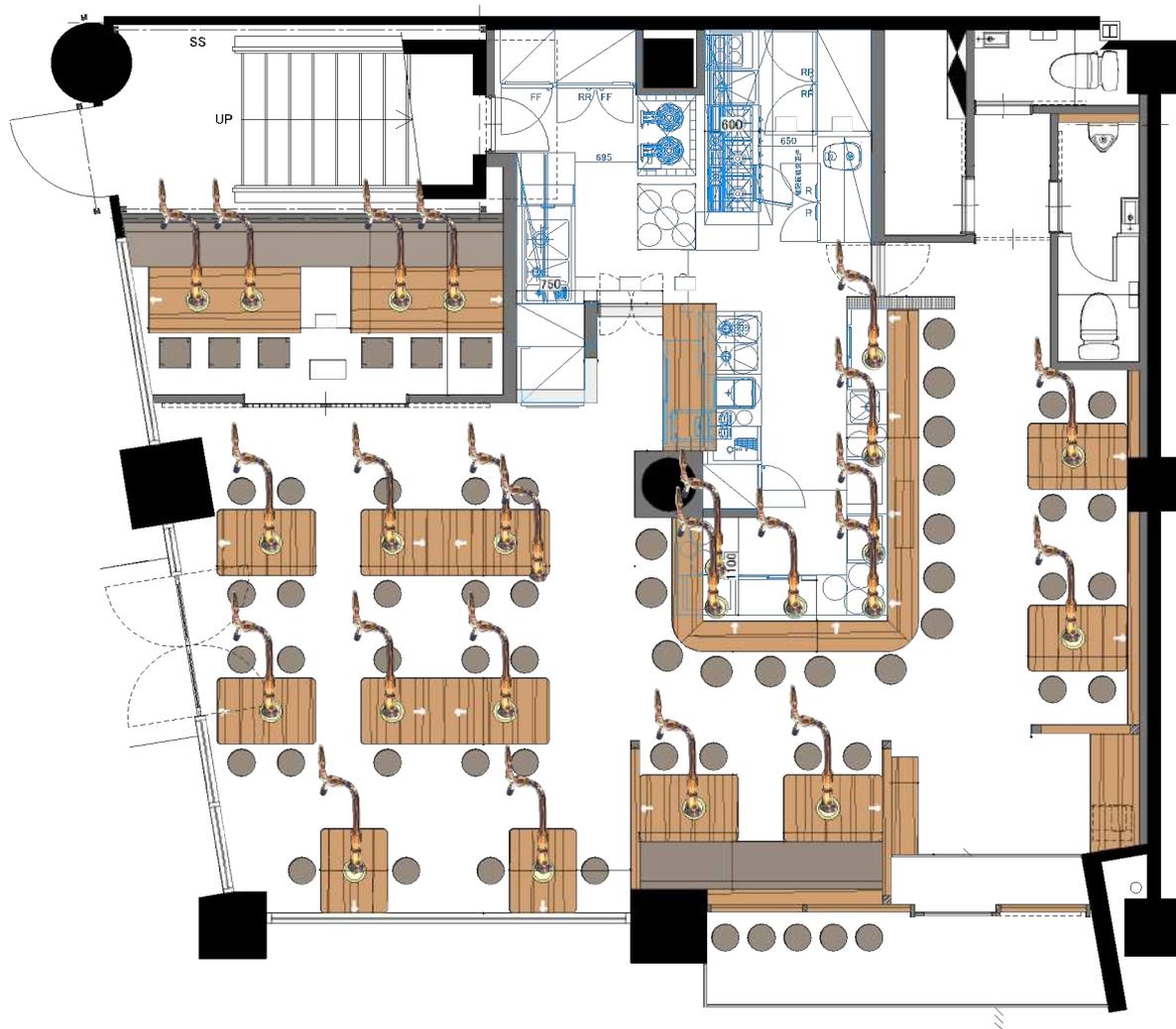
外装イメージ



新業態① 大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

店内イメージ

メニュー数を絞り、
キッチンが小さく
することで席数を
多く確保するこ
とが可能に。



新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

青とうがらし
激辛スパゲッティ
専門店

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

激辛市場 ブームから定番へ

激辛市場は定番化し、コンビニでも激辛商品が次々に発売され、一つのジャンルとして認知・確立されて来ている。



新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

激辛市場 ブームから定番へ

激辛グルメが好きな理由は？

- 美味しい
- 刺激が欲しい
- 爽快感
- ストレス解消
- 発作的

美味しさと
辛さは両立する！
そして、
激辛グルメの刺激は
爽快感を生み
ストレス解消に
寄与する！

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

ロメスパとは？

ロメ
路面（ロメン）

+

スパ
スパゲッティ

イタリアンの
パスタでなく、
どこか懐かしい
日本式のスパゲッティ

■ロメスパ 三つの特徴

一.茹でおき極太麺

提供時間が早い！
待ち時間の短さこそが
最大の特徴！
しっかりした味に
負けないもちもち極太麺

一.強火で炒める

香ばしさと
食感がアップ！
熱々でしずる感も
売りの一つ！

一.基本大盛り

しっかりとした
味付けと
ボリュームの
ガッツリ系

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

個食化・少人数化

核家族化が進み、
個人で食事を摂る時代
ひとり飯が
「寂しい」という
感覚は無くなってきている。

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

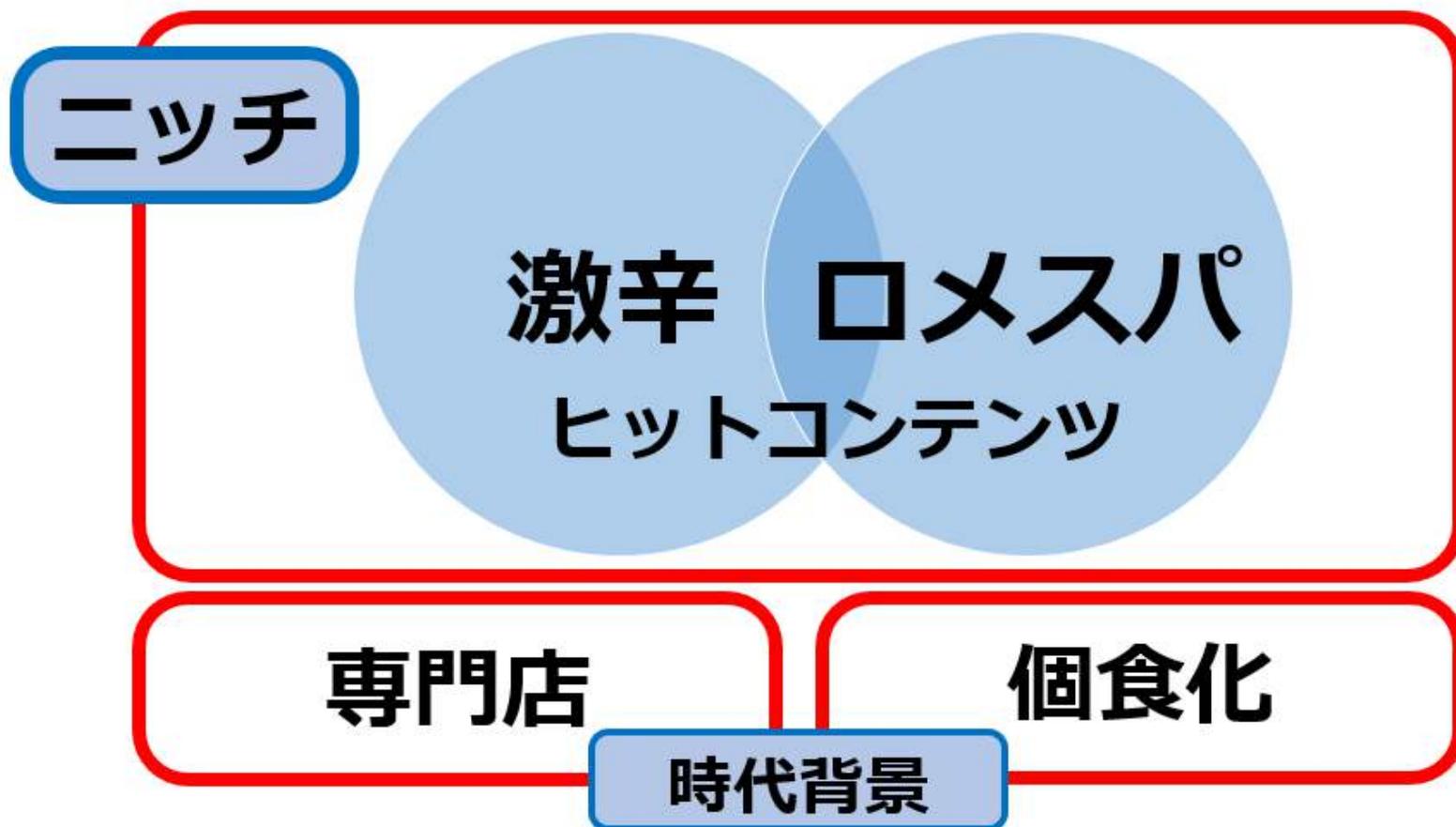
様々な専門店

飲食店の店舗数増加による
競争激化

スマホの普及により
人は【自分好み】の
お店探しをする時代へ。

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

青とうがらしのマーケットポジション



新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

業態コンセプト

辛さは旨さ！

極太麺を豪快に炒めたスパゲッティ

旨い

特注オリジナル麺をゆでてから1日寝かせることで、こしのあるモチモチの食感に仕上げました！

辛い

世界で最も辛いと言われている青とうがらしを契約農家で栽培して育てております！

早い

席についてから3分以内の提供を目指しています！

安い

ボリュームたっぷり！なんとこの旨さで！550円（税込）！

熱い

高火力で一気に『炒め』あげる熱々のスパゲティです！

新業態② 激辛スパゲッティ青とうがらし

メニュー（イメージ） 全品550円（税込）



新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

省人化

セルフ化

カスタマイズ

券売機導入に加え、メニュー数を絞ることでオペレーションを簡素化し、省人化を実現。

麺は茹で置きにより、早い提供速度が可能。
麺は特注麺、青唐辛子は契約農家で栽培し、
安さの中で美味さにこだわり、
好みに合わせ量や辛さ、
トッピングなどを自分好みに
カスタマイズが可能。



新業態② 激辛スパゲッティ 青とうがらし

外装イメージ



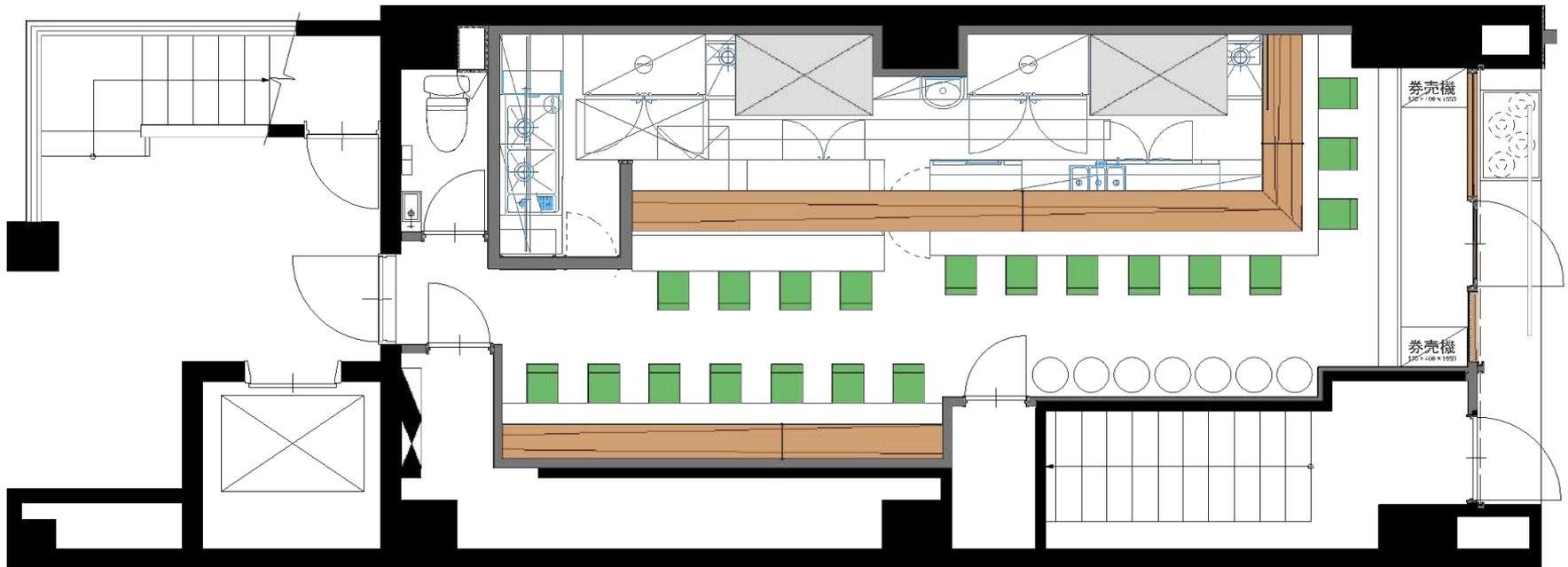
新業態② 激辛スパゲッティ青とうがらし

内装イメージ



新業態② 激辛スパゲッティ青とうがらし

店内イメージ



新業態 出店予定

7月下旬	 大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん	柏店
8月	 大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん	代々木店
7月上旬	 スパゲッティ 専門店 とらがらし	代々木店
7月中旬	 スパゲッティ 専門店 とらがらし	町田店
8月上旬	 スパゲッティ 専門店 とらがらし	新宿西口店

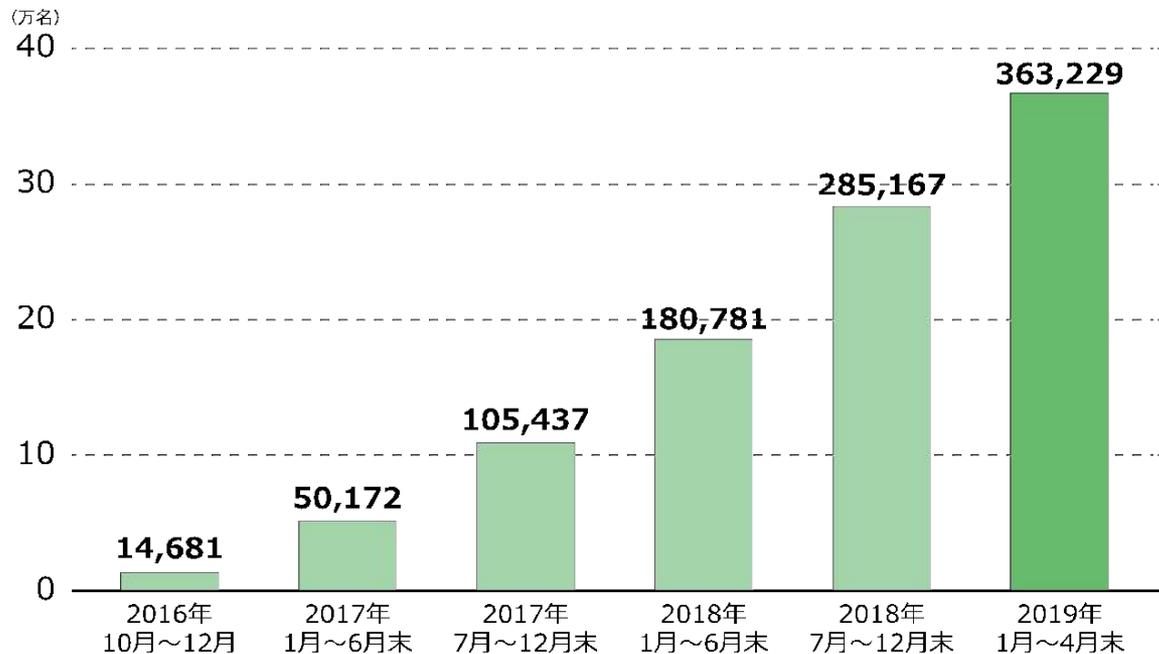
既存事業の取り組み

屋台屋博多劇場 アプリ会員推移

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UPを目指します。

- 1号店オープンからの8年間の累計会員数は **【83万人】** を突破。
- 2016年10月から開始したアプリ会員は **【36万人】** を突破。（2019年4月末時点）

■ アプリ 会員総数



屋台屋博多劇場 アプリ会員施策

会員アプリのプッシュ通知機能を活用し、毎月会員様に楽しんで頂けるような独自の販促企画を打ち出しております。



会員アプリの個別IDを使用した宝くじ式の運試し。
一等は「お会計全額OFF」



スタッフと本気のじゃんけん勝負っ!!
勝利すれば…
お好きなドリンクをどでかジョッキで全員分プレゼント!!



負けてしまったら…
お客様にちょっとしたお片付けをお願いしました。



The Place of Tokyo 婚礼施策

結婚式の多様化により少人数婚のニーズが高まり、婚礼1組当たりの人数が減少傾向にある中、来館数・成約率の向上、サービス力向上を図っております。

来館数向上

- 自社ブライダルHPのブラッシュアップ（自社HP直予約数増加）
- 口コミサイト、Instaglamなどの販促強化
- 送客カウンターとの連携強化
- 「なし婚」層へのアプローチ（キャンペーンの実施）

成約率向上

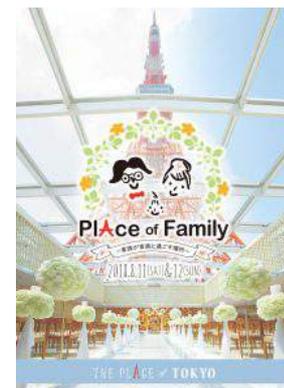
- ブライダルフェアのブラッシュアップ
- プランナー育成（社内ロールプレイングの継続的な実施）
- プランナーの外部研修の活用

組人数増加

- 多人数の披露宴向けのプランのブラッシュアップ
- 人数UPキャンペーンの打ち出し

サービス力向上

- おもてなしWeddingAwardの開催
- 当式場で結婚式を挙げたお客様を対象とした周年イベント「Place of Family～家族が家族と過ごす場所～」を開催



グローバル採用を開始

今期より新卒採用に加え、新たにグローバル（外国人材）採用を開始。
今期中に10名採用予定。



社内教育 (Ikka Universal college) の充実

社内教育プログラム「Ikka Universal College」を設立し、包括的な人財育成に注力しております。



包括的
コミュニケーション

成長・成功・成果

行動

スキル 知識

マインド
(心構え・価値観)

講演スケジュール

5月13日(月) 11:00~14:00

絶対うまくいく コミュニケーション

講師:池田 大樹
場所:千葉本社4階
定員:30名
食事:弁当有

仕事をしの中で最も重要なスキルといえば、「コミュニケーション能力」。「コミュニケーション能力」は社会の中で人間力を測るものさしの上です。普段何気なく交わっているコミュニケーションをより深く学び、明日から役立つ知識をお伝えします!



5月23日(木) 11:00~14:00

売れる商品の作り方 ～商品開発の秘話～

講師:森 誠
場所:千葉本社4階
定員:30名
食事:弁当有

新商品とはどのように生まれるのかわかり顧客ニーズの把握から開発、社内発表、事業化に至るまでの道のりや、開発担当者を持つべき「マインド」を誠さんが伝授します!



5月26日(日) 11:00~14:00

“神7NO.1”が教えてくれる! どうしたらリピーターをつくれるの?

講師:博多劇場赤羽店メンバー
“みお”
場所:千葉本社4階
定員:30名 食事:弁当有

多くのお客様に選ばれて、応援された者だけが獲得できる神7ですが、選ばれるには理由があった。お客様のハートをつかんで離さない秘訣を伝えます。博多劇場の神7NO.1から教わって、あなたも神7を狙ってみたいですね!



6月5日(水) 11:00~14:00

魅力的な人になる! リーダーシップ論

講師:藤沢 隆成
場所:千葉本社4階
定員:30名
食事:弁当有

管理職に求められるリーダーシップの取り方と、具体的な行動や部下のモチベーションアップ、マネジメント方法、そして自分自身を向上させていきたいリーダーになる方法をよりようさんが徹底解説します!



6月30日(日) 11:00~14:00

元気塾メンバー版

講師:赤塚 元気
場所:市川グランドホテル
定員:100名
食事:弁当無

社員は年間通して受講できる人気の元気塾を、アルバイトメンバーの為に特別にご用意しました。出店するたびに地域一番店を作り、日本一の店舗を作り上げてきました。その秘訣はお客様と直接かわるアルバイトメンバーの教育にあります。その秘訣を大公開するスペシャルセミナーです。



7月11日(木) 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:武長 太郎
場所:千葉本社4階
定員:30名
食事:弁当有

知識、経験、ノウハウ、新型コロナで起業し20年後にマザーズ市場で起業した武長太郎が、起業に必要な知識を丁寧に教えます!経営や起業に興味があるそのあなたぜひご参加ください!



初心者向け講習

調理師向け講習

責任者向け講習

メンバー向け講習

7月18日(木) 11:00~14:00

結果を作るマネジメント

講師:河島 義矩
場所:千葉本社4階
定員:30名 食事:弁当有

手に入れたいモノがある。達成したい目標がある。大きな夢も小さなアクションの積み重ねです。しかし、間違ったアクションを繰り返しても小さな目標すら達成できません。博多劇場をマネジメントする統括マネージャー河島が、参加してくれた方々の研修成果をコミット致します。



8月7日(水) 11:00~14:00

お・も・て・な・し・物 養成講座

講師:奥田 英里
赤羽 郁穂
場所:千葉本社4階
定員:30名 食事:弁当有

一家ダイニング初の総務COO(チーフ/おもてなし/オフィサー)であり、ホスピタリティコーディネーターの資格を持つ奥田と、初代女将の赤羽が「おもてなし」の極意を教えます!そもそもおもてなしとは?人が人にできる唯一無二のサービスとは?余すことなくお伝えします!



8月29日(木) 11:00~14:00

飲食人養成講座

講師:秋山 淳
場所:千葉本社4階
定員:30名
食事:弁当有

現場では学びきれない飲食サービスや店舗マネジメント、人材育成、採用/面接のコツなど一餐店の事例とトレンドや時流をふまえて、「飲食人」として必要なマインドやスキルを包括的に学びます。



9月12日(木) 11:00~14:00

豊ちゃんとうきちゃんの 広報版促講座

講師:豊田 真幸
片桐 有紀子
場所:千葉本社4階
定員:30名 食事:弁当有

そもそも「広報」マーケティングについてどんなお仕事を広報と広告の違いとは?基本用語解説やマーケティング戦略の考え方と過去の成功事例の発表、ご自身の環境に置き換えたときに役立つ知識をお伝えします!



9月19日(木) 11:00~14:00

物件開発から お店ができるまで

講師:渡邊 桂一
場所:千葉本社4階
定員:30名 食事:弁当有

「どの物件でどういう条件で出店するか?」「物件が決まってからお店ができるまで!」一家ダイニング初の営業開発部を立ち上げた桂一が、物件開発の極意を教えます。



10月10日(木) 11:00~14:00

郁ちゃんの笑顔セミナー

講師:赤羽 郁穂
場所:千葉本社4階
定員:30名 食事:弁当有

笑顔には免疫力がアップされたコミュニケーションをスムーズにする効果があります!他にもストレスを軽減したり磨き上げる力や発揮できたことと様々な効果がある「笑顔のちから」を理解しトレーニングワークを通して素敵な笑顔を身につけていくと共にストレスマネジメントで内側からも輝く笑顔を磨いていくのが笑顔セミナーです!



免責事項

本資料は、株式会社一家ダイニングプロジェクト（以下、当社）についての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資勧誘を目的とするものではありません。

本資料に記載される当社の実績・計画・見積もり・予測・その他将来情報については、現時点で入手可能な情報や現時点における判断・考えであり、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。また、本資料は、現時点で一般的に認識されている経済・社会等の情勢に基づいて作成しているものですが、経済情勢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。

掲載内容に関して、細心の注意を払い作成しておりますが、不可抗力により情報誤伝を生ずる可能性もありますのでご注意ください。

なお、無断での複製、転用等を行わない様、宜しくお願い申し上げます。

お問い合わせ先

株式会社一家ダイニングプロジェクト 管理部

TEL : 047-302-5115

<https://ikkadining.co.jp/ir/>



參考資料

会社概要

社名： 株式会社 一家ダイニングプロジェクト

本社： 千葉県市川市八幡二丁目5番6号

設立： 1997年10月27日

代表者： 代表取締役社長 武長 太郎

資本金： 366,172,200円

発行済株式数： 3,098,000株

事業内容： 他業種飲食店の経営/ブライダル事業

(2019年3月末現在)



株式会社

一家ダイニングプロジェクト

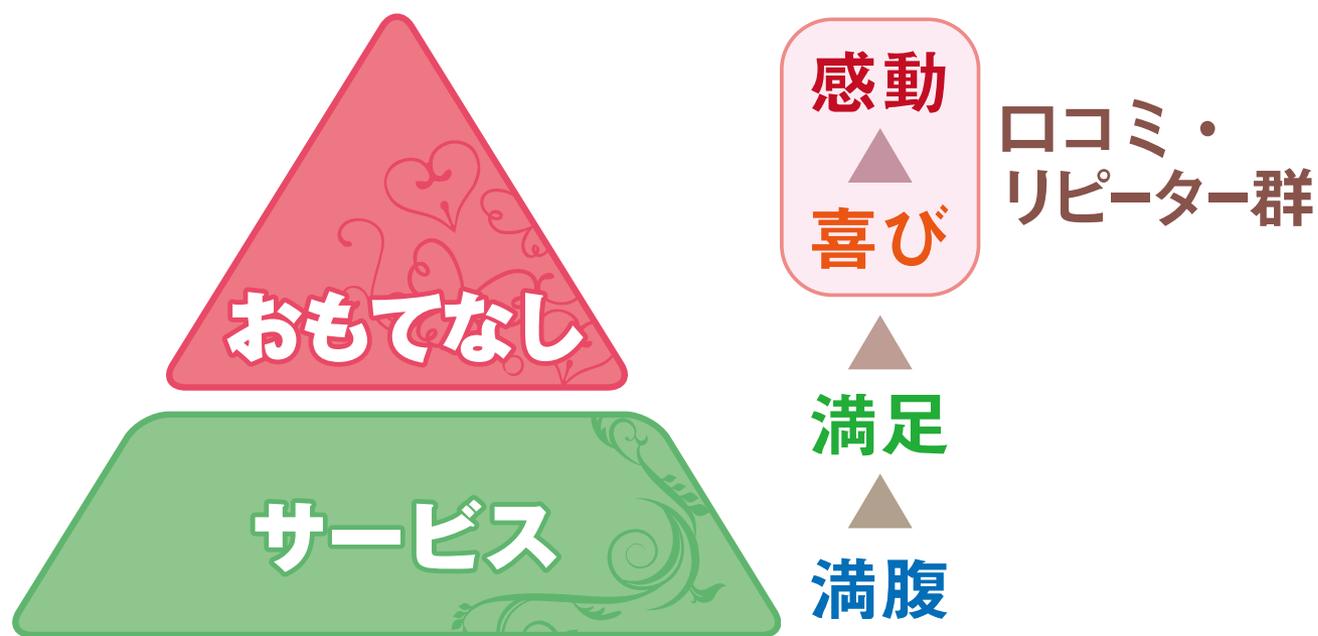
IKKA Dining Project.,Ltd.

沿革

1997年10月	千葉県市川市に有限会社ロイスカンパニー(資本金3,000千円)を設立。
12月	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。
1998年 6月	「くいどころバー一家(現こだわりもん一家)船橋店」を千葉県船橋市にオープン。
2000年 5月	「こだわりもん一家柏店」を千葉県柏市にオープン。 同時にくいどころバー一家からこだわりもん一家に屋号変更。
8月	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。
2001年 3月	「こだわりもん一家 津田沼店」を千葉県船橋市にオープン。
2007年11月	古民家を改築した一軒家型の「こだわりもん一家 成田店」を千葉県成田市にオープン。
2010年 2月	屋台屋博多劇場1号店目として「屋台屋博多劇場 成田店」を千葉県成田市にオープン。
2011年 8月	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。
2012年 8月	ブライダル施設「The Place of Tokyo」を東京都港区にオープンし、ブライダル事業へ参入。
2013年10月	こだわりもん一家の都内旗艦店となる「こだわりもん一家銀座店」を東京都中央区にオープン。
2014年12月	「Trattoria&Winebar TANGO六本木店」を東京都港区にオープン。
2015年2月	本格江戸前鮨「鮨 あらた銀座店」を東京都中央区にオープン。
5月	屋台屋博多劇場10号店目となる「屋台屋博多劇場 西新宿店」を東京都新宿区にオープン。
2016年3月	株式会社ダイヤモンドダイニング(現 株式会社DDホールディングス)より出資を受け資本提携。
3月	埼玉県初出店となる「屋台屋博多劇場 大宮店」を埼玉県さいたま市にオープン。
5月	東京本社を東京都港区に開設。
7月	直営店30店舗目となる「こだわりもん一家 東陽町店」を東京都江東区にオープン。
8月	こだわりもん一家10店舗目となる「こだわりもん一家 西船橋店」を千葉県船橋市にオープン。
2017年6月	ガレージダイニングプロジェクト1号店となる「屋台屋博多劇場 大井町店」を東京都品川区にオープン。
12月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場。
2018年6月	直営店50店舗目となる「屋台屋博多劇場 武蔵浦和店」を埼玉県さいたま市にオープン。

事業概要

サービス業を超えた“おもてなし”業でありたい



経営理念・グループミッション

創業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



事業内容

“おもてなし”を軸に飲食事業とブライダル事業を展開



株式会社
一家ダイニングプロジェクト
IKKA Dining Project.,Ltd.

飲食事業

屋台屋博多劇場

こだわりもん一家

Trattoria&WineBar TANGO

鮨あらた

ブライダル事業

婚礼事業

宴席事業

Terrace Dining TANGO

飲食事業「屋台屋 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 41店舗

(2019年3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。



飲食事業 「こだわりもん一家」



一家業態 炉端・蒸焼・大鍋

こだわりもん
一家

業態概要
客単価 3,800円
店舗数 13店舗
(2019年3月末時点)

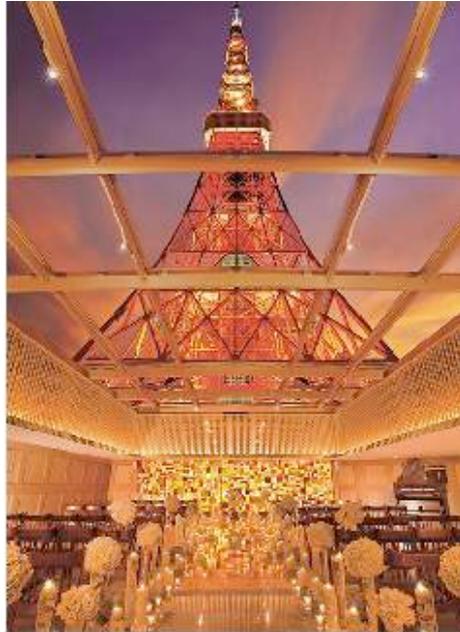
コンセプト
「第二の我が家」

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。



炉端 蒸焼 大鍋

ブライダル事業 「 The Place of TOKYO 」



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

