

2022年3月決算説明会資料



2022年5月27日

目次

1. 2022年3月期業績…P 3

2. 2023年3月期業績予想・重点施策…P23

参考資料……………P36

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. 2022年3月期業績

持株会社体制への移行について

2021年10月1日に単独株式移転の方法により「株式会社一家ホールディングス」を設立し、持株会社体制へ移行いたしました。

■ 持株会社体制への移行の目的

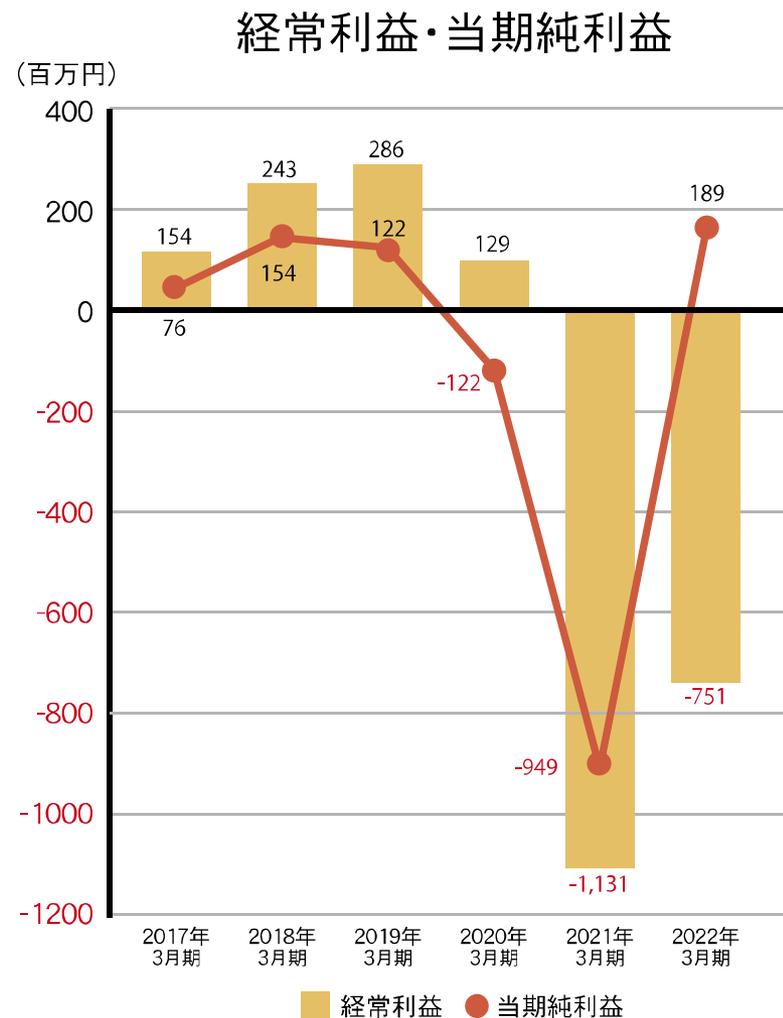
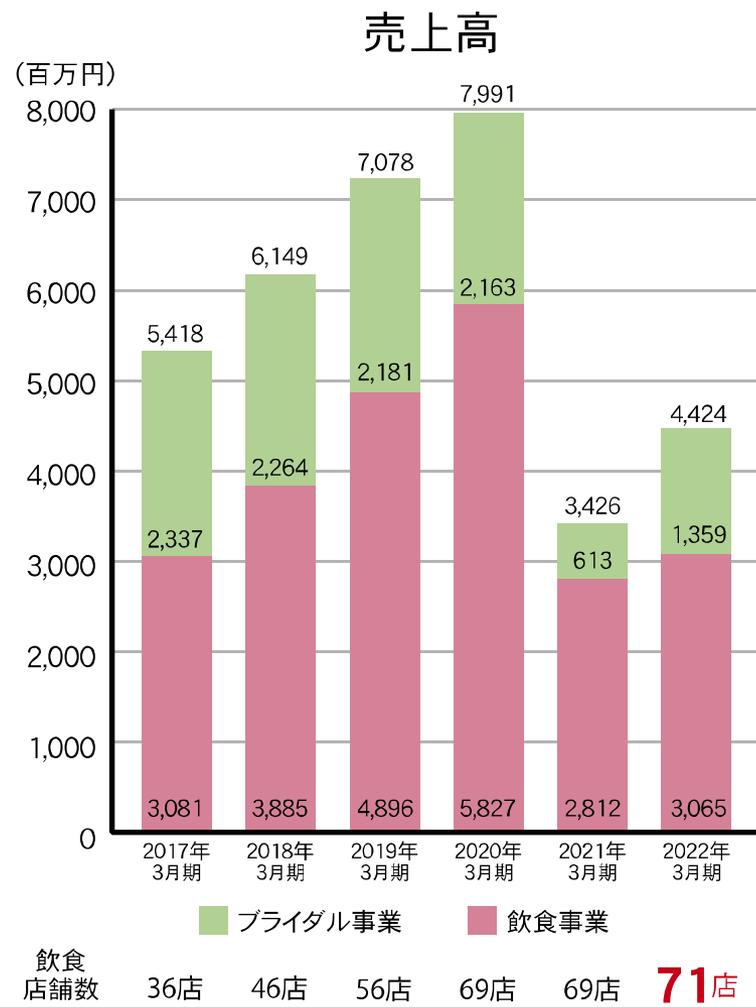
迅速かつ柔軟な経営判断を行うことができる体制を構築し、経営管理機能と業務執行機能を分離することで、持株会社においては、グループの経営戦略立案および経営資源の配分の最適化を行い、事業子会社においては、グループ経営戦略の迅速な業務執行により、グループ全体の効率性向上を図り、競争力を高め、グループ全体の企業価値向上および持続的な成長を目指します。

本資料の数字項目について

当社は、2021年10月1日に単独株式移転により株式会社一家ダイニングプロジェクトの完全親会社として設立されましたが、連結の範囲に実質的な変更はないため、前年同期と比較を行っている項目については、株式会社一家ダイニングプロジェクトの2021年3月期（2020年4月1日から2021年3月31日まで）と比較しております。

2022年3月期業績動向（ハイライト）

新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けたものの、助成金の収入もあり、最終利益は黒字で着地いたしました。



コロナ禍における営業状況について

政府・自治体からの緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置等を受けて、対象エリアの店舗を中心に臨時休業及び酒類提供の自粛を含む要請の範囲内での時短営業を実施しました。

出店エリア（一都三県）の要請の状況



■ 緊急事態宣言、まん延防止等重点措置および経過措置



■ 当社グループの対応



対象エリアの店舗を中心に臨時休業及び酒類提供の自粛を含む要請の範囲内での時短営業

順次通常営業を再開

一部店舗で臨時休業及び時短営業

特別利益および特別損失の計上について

1. 特別利益（助成金収入）の計上

新型コロナウイルス感染症拡大に対する政府、自治体からのまん延防止等重点措置に伴う営業時間短縮要請等を受け実施した、店舗の臨時休業及び営業時間短縮に関連して、時間短縮協力金の受領及び支給申請の実施したことにより、2022年3月期第4四半期連結会計期間において、助成金収入81,336千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1,693,713千円と合わせ、合計1,775,049千円を助成金収入として特別利益に計上いたしました。

2. 特別損失（減損損失）の計上

一部店舗の固定資産において、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、2022年3月期第4四半期連結会計期間において、減損損失140,879千円を計上いたしました。

2022年3月期業績動向

(会社計：前年同期比)

緊急事態宣言等に伴い、飲食事業店舗では臨時休業及び要請内での時短営業を実施し、ブライダル事業では、前年同期比で施行件数・組人数が増加し、組単価も回復いたしました。その結果、売上高は前年同期比+29.1%となりました。また、「助成金収入」として1,775百万円を特別利益に、「店舗臨時休業等による損失」として627百万円、「減損損失」として140百万円を特別損失に計上し、最終利益は189百万円で着地いたしました。

単位 (百万円)

	21.3月期 実績	構成比	22.3月期 実績	構成比	前期差	増減率
売上高	3,426	100.0%	4,424	100.0%	998	29.1%
売上総利益	2,286	66.7%	2,839	64.2%	552	24.2%
販売費及び 一般管理費	3,402	99.3%	3,568	80.7%	166	4.9%
営業損失	▲1,115	—	▲729	—	385	—
経常損失	▲1,131	—	▲751	—	379	—
当期純損益	▲949	—	189	4.3%	1,139	—

2022年3月期業績動向

(飲食事業：前年同期比)

緊急事態宣言の発出などに伴い、臨時休業及び酒類提供の自粛を含む要請内での時短営業を実施いたしました。その結果、売上高は前年同期比+9.0%、営業損失は▲553百万円となりました。

単位（百万円）

	21.3月期 実績	構成比	22.3月期 実績	構成比	前期差	増減率	
売上高	2,812	100.0%	3,065	100.0%	252	9.0%	<ul style="list-style-type: none"> 新規出店3店舗、業態変更2店舗。 前年同期は、4月4日～5月14日まで全店臨時休業、その後順次時短営業を再開し、6月から全店通常営業を実施、1月8日より臨時休業及び時短営業を実施。 当期は4月25日～9月末まで、臨時休業及び時短営業を実施、10月より順次営業を再開、1月21日より一部店舗で臨時休業及び時短営業を実施。
売上総利益	1,933	68.7%	2,067	67.4%	134	6.9%	<ul style="list-style-type: none"> 臨時休業の長期化に伴う食材廃棄等による一時的な原価圧迫。
販売費及び一般管理費	2,643	94.0%	2,620	85.5%	▲22	▲0.8%	<ul style="list-style-type: none"> 前期出店11店舗に対し、今期出店3店舗による開業コストの減少。 不要不急のコストの見直し、コントロールによる各種経費の削減。 臨時休業に関連する固定費等を「店舗臨時休業等による損失」として特別損失に計上。
営業損失	▲710	-	▲553	-	156	-	

2022年3月期業績動向 (ブライダル事業：前年同期比)

前期は、4月10日～5月26日まで臨時休業を実施しておりました。前年同期比で婚礼施行件数・組人数は増加し、組単価も徐々に回復し、売上高は前年同期比で+121.5%、営業損失は▲183百万円となりました。

単位 (百万円)

	21.3月期 実績	構成比	22.3月期 実績	構成比	前期差	増減率	
売上高	613	100.0%	1,359	100.0%	745	121.5%	<ul style="list-style-type: none"> ・前期は、4月10日～5月26日まで「The Place of Tokyo」の臨時休業を実施。 ・前年同期比では婚礼件数・組人数は増加。婚礼組単価も徐々に回復。
売上総利益	353	57.6%	773	56.9%	419	118.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・付帯原価率の高い婚礼売上の増加による原価率の上昇。
販売費及び一般管理費	758	123.7%	956	70.4%	197	26.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・不要不急のコストの見直し、コントロールによる各種経費の削減。 ・前年同期比で、婚礼件数増加によるアウトソーシング費の増加。 ・前第1四半期は、臨時休業に関連する固定費等を「店舗臨時休業等による損失」として特別損失に計上。
営業損失	▲405	-	▲183	-	221	-	

2022年3月期業績動向（貸借対照表）

飲食事業店舗の臨時休業及び営業時間短縮等に関連した助成金の受領2,024百万円などにより、当連結会計年度末においても十分な現預金を保持しており、安定したキャッシュポジションを維持しております。

単位（百万円）	21.3月期	22.3月期	前期比	
資産の部				
流動資産	1,242	1,525	283	現金及び預金+456百万円
固定資産	3,022	3,133	111	有形固定資産▲234百万円 投資その他の資産+350百万円
資産合計	4,264	4,658	394	
負債の部				
流動負債	1,313	1,688	375	1年内返済予定の長期借入金+42百万円 買掛金+124百万円 未払金+132百万円
固定負債	2,597	2,371	▲225	長期借入金▲234百万円
負債合計	3,910	4,060	149	
純資産の部				
純資産合計	353	598	244	親会社株主に帰属する当期純利益の計上 +189百万円

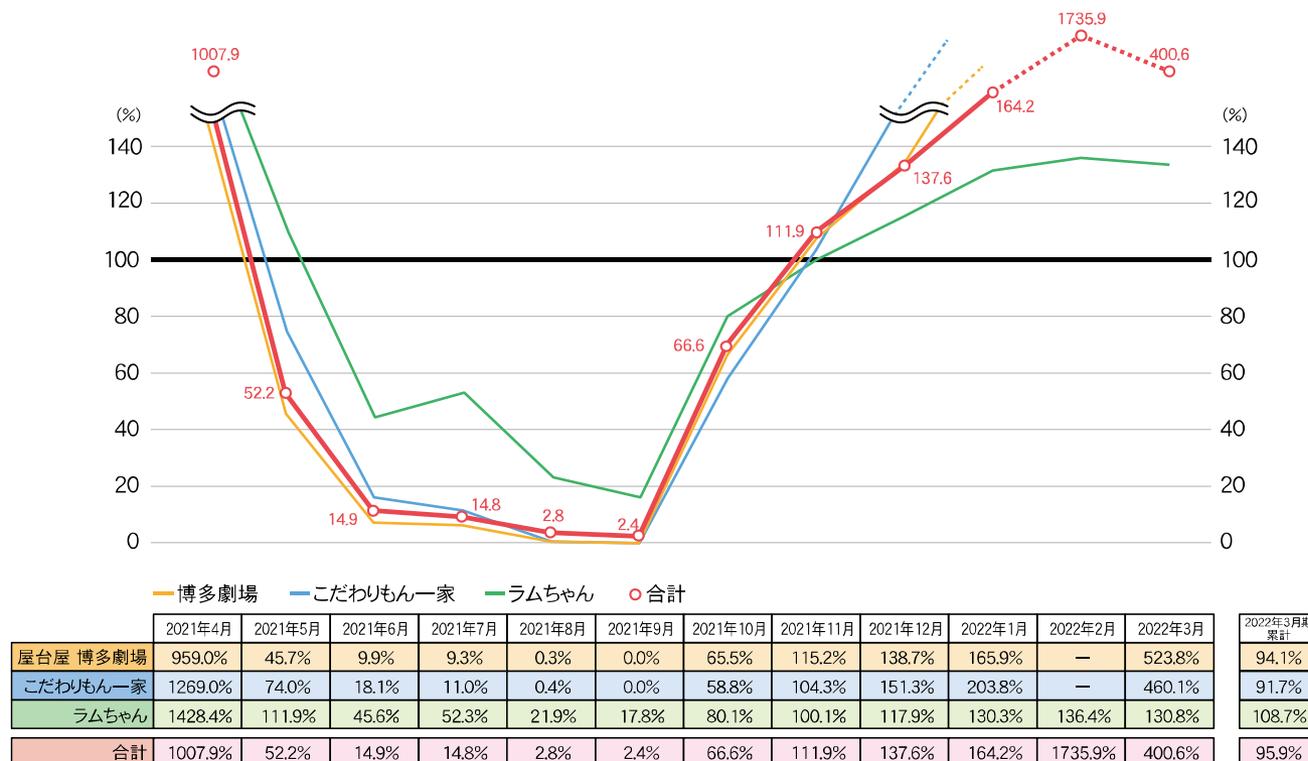
2022年3月期業績動向（キャッシュ・フロー）

税金等調整前当期純利益250百万円などにより営業CF1,153百万円となりましたが、差入保証金の差入による支出などにより投資CF▲563百万円、長期借入金の返済による支出などにより財務CF▲140百万円があった結果、現金及び現金同等物は993百万円となりました。

	21.3月期	22.3月期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲1,412	1,153	税金等調整前当期純利益 +250百万円 未払金の増減額 +91百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲620	▲563	有形固定資産の取得による支出 ▲95百万円 差入保証金の差入による支出 ▲458百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,966	▲140	長期借入による収入 +700百万円 長期借入金の返済による支出 ▲891百万円
現金及び現金同等物の増減額	▲67	450	
現金及び現金同等物の期首残高	609	542	
現金及び現金同等物の期末残高	542	993	

既存店売上高 前年同期比推移

緊急事態宣言の発出、まん延防止等重点措置に伴い、4月25日より9月末まで、1月中旬より3月下旬までの期間、対象エリアの店舗を中心に臨時休業及び酒類提供の自粛を含む要請の範囲内での時短営業を実施しました。その結果、既存店売上高（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）は前年比▲4.1%となりました。

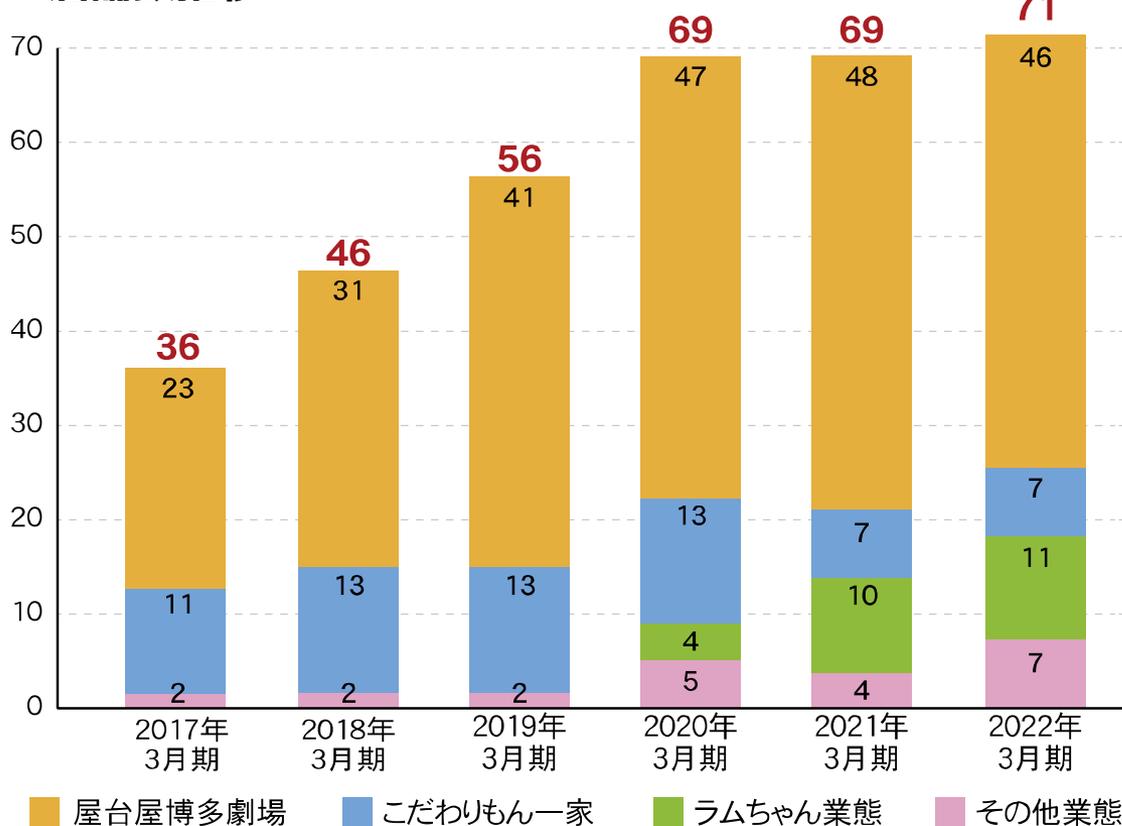


- (注) 1. 既存店とは、新規開店した月を除き、18ヶ月以上経過した店舗としております。ただし、改装等により稼働していない期間があった店舗は当該月を除外しております。
2. 直営店舗のみを対象としております。

新規出店・業態変更の状況について

新規3店舗を出店したほか、既存店2店舗を業態変更し、直営店は合計71店舗となりました。

■店舗数推移



■新規出店

- ・ 寿司トおでんにのや 有楽町店
- ・ 大衆ジンギスカン酒場 有楽町店
- ・ 韓国屋台ハンサム 海浜幕張店

■業態変更

- ・ 屋台屋博多劇場 柏2号店
→ 韓国屋台ハンサム 柏店
- ・ 屋台屋博多劇場 藤沢店
→ 韓国屋台ハンサム 藤沢店

■退店

なし

■その他

2021年4月1日より
「鯨あらた」独立

飲食事業のポートフォリオについて

企業や大人数での飲食利用は減少し、個人や親しい人との少人数での利用が増えるなか、既存業態を守りつつ、今後も様々なニーズに対応する業態開発をしてまいります。

家族・友人

出店強化

- ・女性客・若年層（ノンアルコール需要）の取込み
- ・販売チャネルの拡大
- ・博多劇場、ラムちゃんに続く主力業態への可能性

- ・今後、和食業態の出店は一家からにのやに移行
- ・専門性があり少人数向け

グループ

少人数・個人



Remo Cafe

- ・ランチ・昼飲み需要の取込
- ・ファミリーでの利用
- ・居酒屋利用、焼肉利用の二毛作

- ・コロナ禍でのニーズに対応
- ・新しいカフェスタイルの提案
- ・カフェ×コワーキングスペースのハイブリット業態
- ・今後更なる業態の磨き込み

企業

新業態の状況について

新業態の「にのや」・「韓国屋台ハンサム」がコロナ禍においても好調に推移しております。



にのや



一家

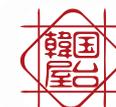
炉端 蒸焼 大鍋

既存和食業態「こだわりもん一家」から時流に合わせ、新業態「にのや」を開発

坪売上90%up



※「こだわりもん一家」業態のコロナ前2020年3月期の平均坪売上と「にのや」業態の平均坪売上を比較。



ハンサム



「屋台屋博多劇場」から「韓国屋台ハンサム」へ業態変更後

売上68%UP



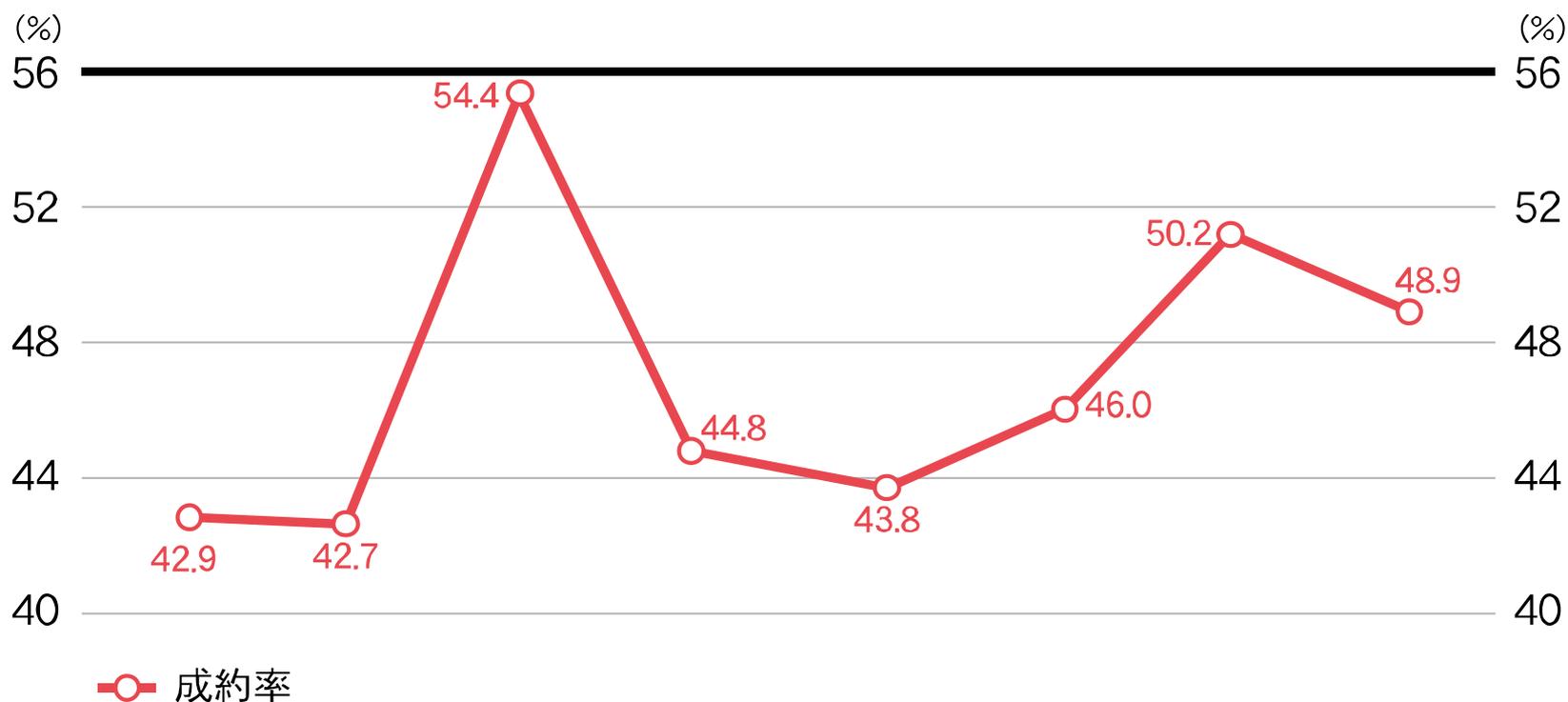
※業態変更2店舗のコロナ前2020年3月期の平均売上と業態変更後の平均売上を比較。



博多劇場

婚礼の成約率推移について

既存のプランナーのみでの新規接客から、他セクションスタッフも含めた『全員接客』を導入以降、コロナ過においても、40%を超える高い水準で成約率をキープしております。

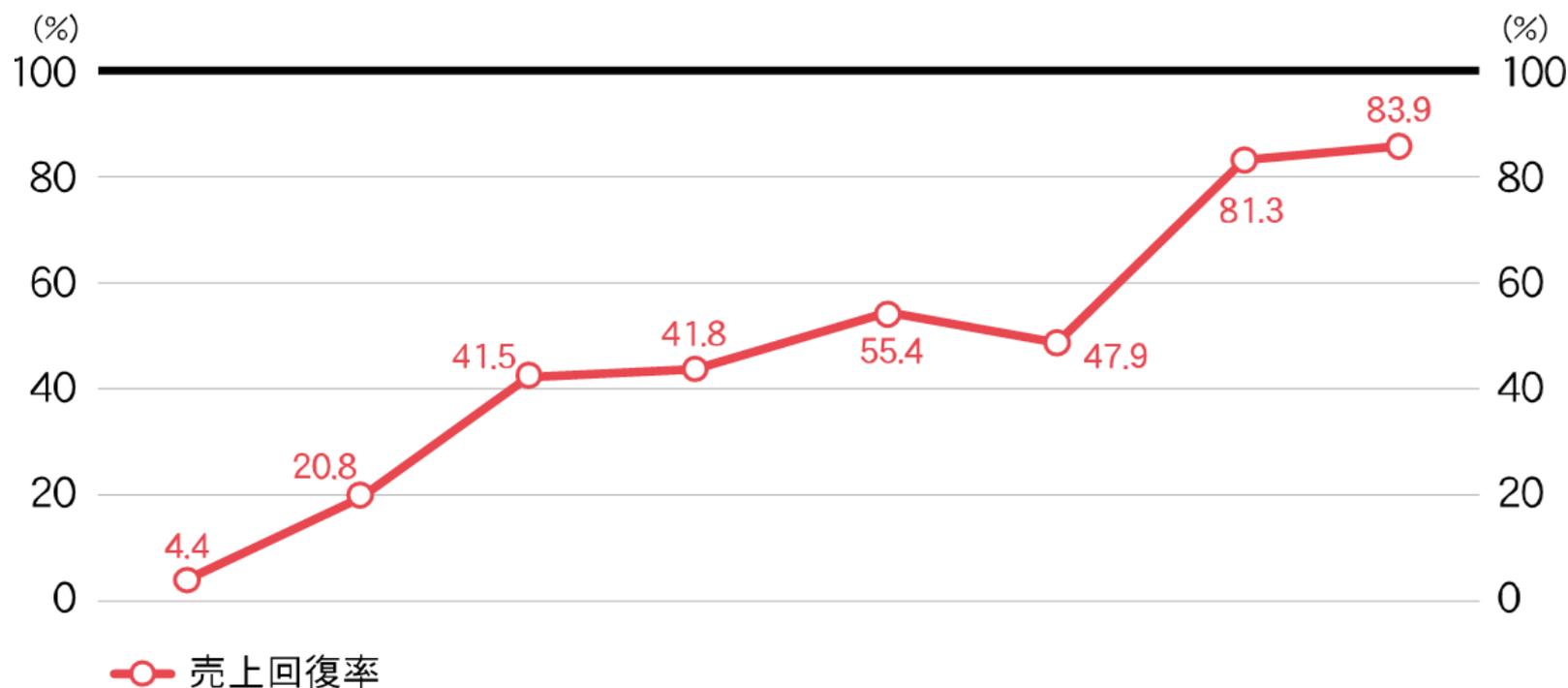


2021年3月期(前期)				2022年3月期			
2021年 3月期 1Q	2021年 3月期 2Q	2021年 3月期 3Q	2021年 3月期 4Q	2022年 3月期 1Q	2022年 3月期 2Q	2022年 3月期 3Q	2022年 3月期 4Q
42.9%	42.7%	54.4%	44.8%	43.8%	46.0%	50.2%	48.9%

婚礼のコロナ後の売上回復率について

婚礼売上について、前期より新型コロナウイルス感染拡大の影響により、施行数が減少していたものの、徐々に回復し2022年3月期3Q～4Qにかけては8割超の回復率となりました。

※コロナ以前の2020年3月期同期比



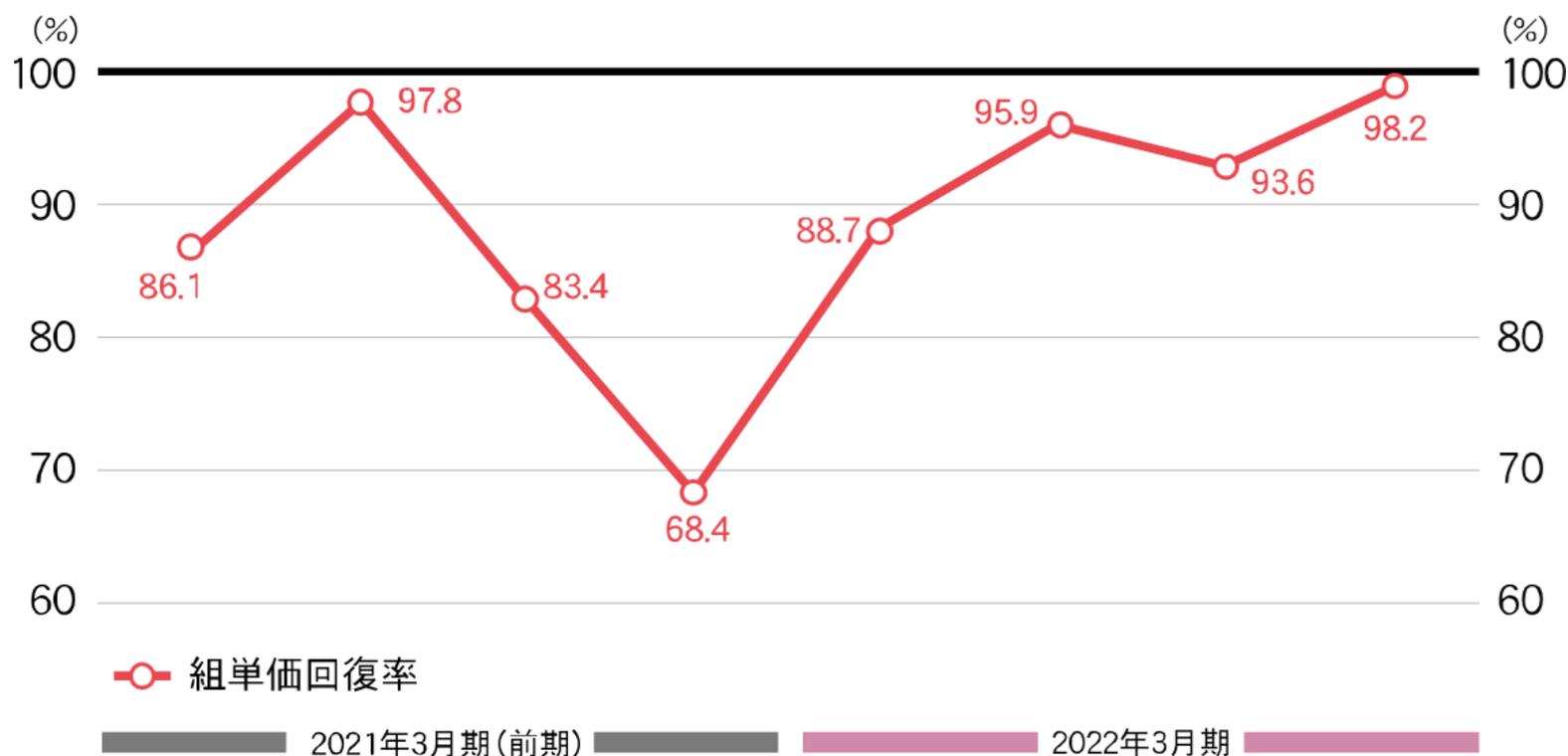
■ 2021年3月期(前期) ■ 2022年3月期

2021年 3月期 1Q	2021年 3月期 2Q	2021年 3月期 3Q	2021年 3月期 4Q	2022年 3月期 1Q	2022年 3月期 2Q	2022年 3月期 3Q	2022年 3月期 4Q
4.4%	20.8%	41.5%	41.8%	55.4%	47.9%	81.3%	83.9%

婚礼のコロナ後の組単価回復率について

婚礼組単価についても、前期より新型コロナウイルス感染拡大の影響により、少数人数婚が増加し減少傾向でしたが、徐々に回復し、コロナ以前と同様の水準まで回復してきております。

※コロナ以前の2020年3月期同期比

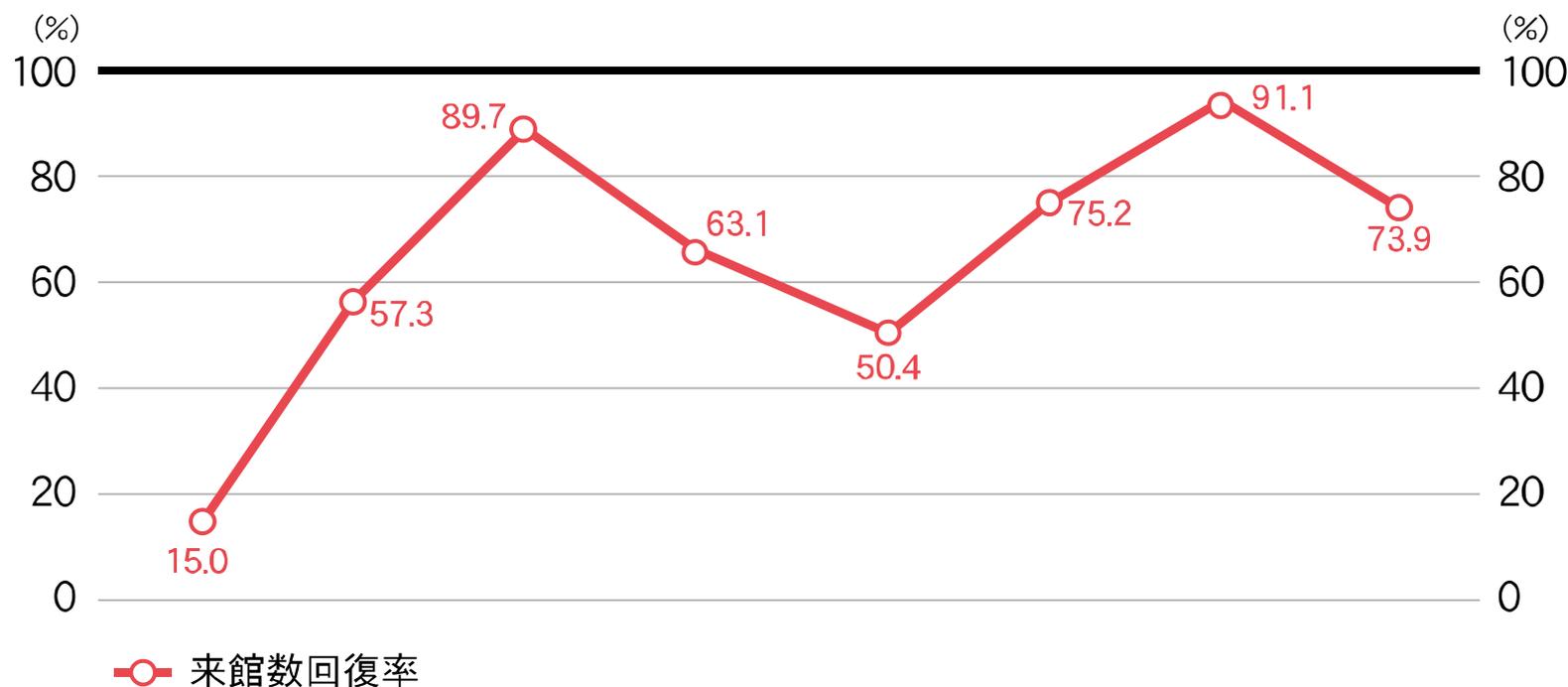


2021年3月期(前期)				2022年3月期			
2021年 3月期 1Q	2021年 3月期 2Q	2021年 3月期 3Q	2021年 3月期 4Q	2022年 3月期 1Q	2022年 3月期 2Q	2022年 3月期 3Q	2022年 3月期 4Q
86.1%	97.8%	83.4%	68.4%	88.7%	95.9%	93.6%	98.2%

婚礼のコロナ後の来館数回復率について

来館数について、緊急事態宣言解除後の2022年3月期3Qの実績では、9割超の回復率でしたが、2022年3月期4Qは感染者数増加の影響により減少傾向となりました。

※コロナ以前の2020年3月期同期比



2021年3月期 (前期)				2022年3月期			
2021年 3月期 1Q	2021年 3月期 2Q	2021年 3月期 3Q	2021年 3月期 4Q	2022年 3月期 1Q	2022年 3月期 2Q	2022年 3月期 3Q	2022年 3月期 4Q
15.0%	57.3%	89.7%	63.1%	50.4%	75.2%	91.1%	73.9%

The Place of Tokyo 口コミ受賞

業界大手口コミサイトの結婚式場口コミランキング 5年連続受賞いたしました。
その他、OZmallアワード2022部門別ランキング「OZのレストラン予約」アフタヌーンティー部門で、第3位を受賞しました。

■ 「みんなのウェディング」 2021年度受賞内容詳細

- ・東京都 総合〈料理〉第1位
- ・東京都 総合〈式場設備〉第1位
- ・東京都 総合〈ゲスト満足度〉第1位
- ・東京都 ゲストハウス〈料理〉第1位
- ・東京都 ゲストハウス〈ゲスト満足度〉第1位
- ・東京都 ゲストハウス〈総合〉第3位



■ 「みんなのウェディング」 受賞履歴

2020年 年間ランキング 東京都 〈料理〉第1位

2019年 年間ランキング 東京都 〈ゲスト満足度〉第1位・〈料理〉第1位

2018年 年間ランキング 品川・目黒・世田谷エリア 〈料理〉第1位・〈ゲストハウス〉第1位

2017年 年間ランキング 品川・目黒・世田谷エリア 〈料理〉第1位

- 首都圏の百貨店、ホテル、レストランなど、アフタヌーンティーを満喫できる221施設中、当式場は口コミ評価4.74という評価をいただき、「OZmallアワード2022」の部門別ランキング「OZのレストラン予約」アフタヌーンティー部門で、第3位を獲得しました。

3 口コミ総合平均点★4.74点 [口コミを見る](#)

The Place of Tokyo (洋食・西洋料理、フレンチ、イタリアン/東京都・御成門)



東京タワーの景色を間近で臨む圧巻のロケーション

東京メトロ「神谷町駅」より徒歩7分、東京タワーの真向かいに位置する「The Place of Tokyo」は、結婚式場としても支持される最も優雅で上質な空間。大切な人とのデートや特別な記念日に、特製アフタヌーンティーで午後のひとときを極上のものに。専属シェフやパティシエによる「おもてなしの心」を存分に楽しんで。

【いちご尽くし★カフェ飲み放題アフタヌーンティープラン】いちごマカロンやいちごミルフィーユなどいちご尽くしの全12品 1人4800円(税・サービス)

[プラン詳細を見る](#)



2. 2023年3月期業績予想・重点施策

2023年3月期連結業績予想

今期は、新型コロナウイルス感染拡大の影響が残ると考えております。飲食事業既存店・ブライダル事業の売上高は、新型コロナウイルス感染拡大の影響がなかった時期の水準に対し、約9割の回復率の前提で試算しており、増収・増益を見込んでおります。

単位（百万円）

	22.3月期 実績	構成比	23.3月期 予算	構成比	前期差	増減率
売上高	4,424	100.0%	8,961	100.0%	4,537	102.5%
売上総利益	2,839	64.2%	5,986	66.8%	3,147	110.9%
販売費及び 一般管理費	3,568	80.7%	5,706	63.7%	2,138	59.9%
営業損益	▲729	—	279	3.1%	1,009	—
経常損益	▲751	—	255	2.9%	1,007	—
当期純利益	189	4.3%	159	1.8%	▲30	▲15.9

子会社の取得について

2022年4月1日付けで株式会社Egoの株式を取得し、子会社化いたしました。

■株式会社Ego

- ・ 設立年月日 2021年4月1日
- ・ 資本金 3,000,000円
- ・ 事業内容 飲食店の経営
- ・ 代表者氏名 植木 紀彰

同社が運営する「肉のウエキ」は、2021年9月のOPEN後、業績も堅調に推移しており、現在は1店舗のみの出店ではあるものの、今後の出店可能性を秘めた業態であります。

■肉のウエキ

東京都品川区西五反田2-26-3 1F

「ネオ大衆酒場」×「昭和の商店街にあるお肉屋さん」をコンセプトに、「ランチ」・「中食（テイクアウト）」・「居酒屋利用」の三毛作業態。



新規出店戦略

2023年3月期は子会社の（株）一家ダイニングプロジェクトで、新規出店10店舗を計画しております。

現在、5店舗の出店が決定しております。

- 屋台屋博多劇場 横浜店
2022年4月1日OPEN
- 寿司とおでん にのや 大門店
2022年5月30日OPEN予定
- 韓国屋台 ハンサム町田店
2022年9月頃OPEN予定
- 寿司とおでん にのや 町田店
2022年9月頃OPEN予定
- 韓国屋台 ハンサム 有楽町店
2023年2月頃OPEN予定



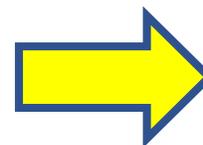
業態変更戦略

既存店の業績動向や、エリア特性などを勘案しながら、業績向上が見込める店舗に関しては、積極的な業態変更も検討してまいります。

コロナ禍において業態開発を進めてきたことで、選択肢が広がり、柔軟な業態変更が可能になりました。

現在、以下の業態変更を予定しております。

- 屋台屋博多劇場 本川越店
→ 韓国屋台ハンサム 本川越店
(2022年7月中旬予定)
- 屋台屋博多劇場 新橋店
→ 韓国屋台ハンサム 汐留店
(2022年8月上旬予定)



ハンサム



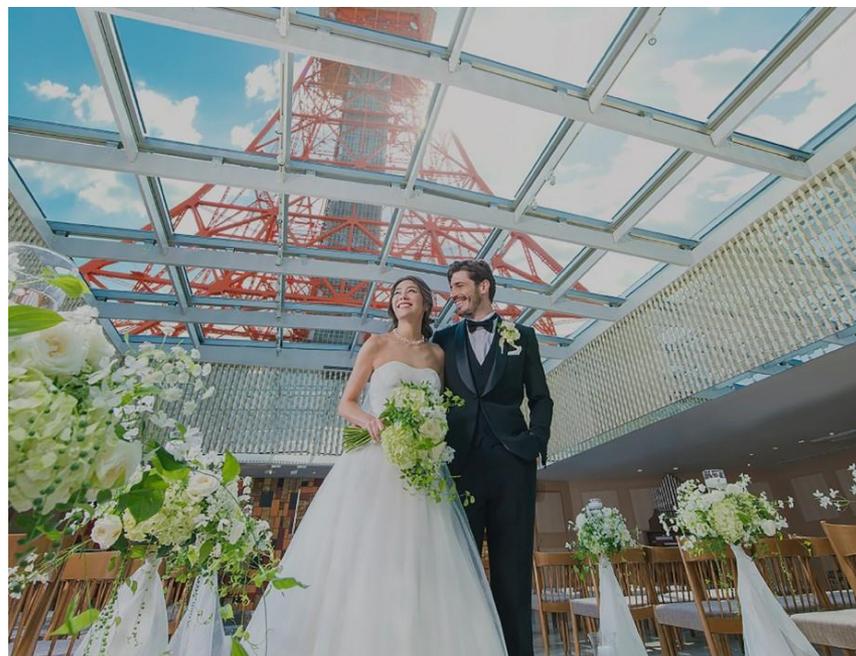
The Place of Tokyo 契約更新

開業10年目を迎える「The Place of Tokyo」の定期建物賃貸借契約について、更新が決定いたしました。

唯一無二の結婚式場として、今後もさらにサービスカ・付加価値の向上に努めてまいります。

2023年6月～8月に「The Place of Tokyo」の大型リニューアルを実施予定。

- ・ 内外装の一新
- ・ +1バンケット
- ・ 館内デザインのブラッシュアップ
- ・ 機能性の改善



The Place of Tokyo 婚礼施策

サービス力強化に加え、当会場の強みを活かしさらなる差別化を図ってまいります。

「The Place for Eternity」の販売

通常の形式的な人前式ではなく、当会場の「人」の強みを活かし、プランナーが新郎新婦様に寄り添い、親御様、ゲストとともに創る感動溢れるオリジナル挙式スタイル。



今まで無かった人前式スタイルにより、満足度向上、他会場と差別化を図る。



婚礼サービスの内製化

今までアウトソーシングしていた婚礼サービスの内製化に注力してまいります。



- さらなる「おもてなし」の強化
- アウトソーシング費の削減



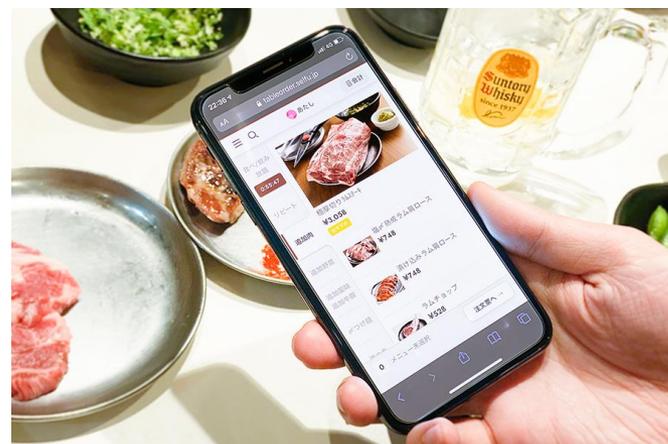
デジタル化による業務改善

大衆ジギスカン酒場ラムちゃんで導入していたセルフオーダーシステム（お客様自身でスマホから注文が可能）を、博多劇場などの他業態でも随時挿入を検討。

セルフオーダーサービス「O:der Table」

■導入のメリット

- お客様の注文時のストレス解消
ピークタイムでも待つことなく注文が可能。
- ホールオペレーションの効率化
注文に集中しがちなホール業務を軽減。
- 顧客満足度の向上
ホールスタッフはその分おもてなしに注力。
- 人件費の削減
ピークタイムのスタッフ人時数の削減に寄与。



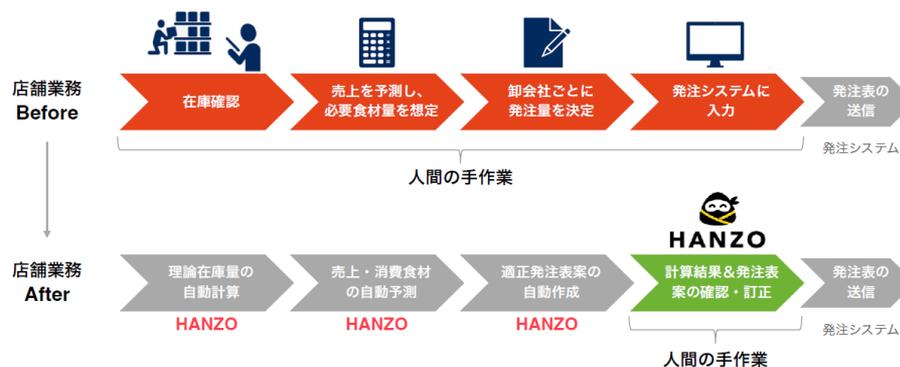
デジタル化による業務改善

今後、AI自動発注システムを導入を検討。それにより、業務改善・効率アップを図ります。

AI自動発注クラウドサービス「HANZO」

■導入のメリット

- ・ AIによる売上・客数予想
自動で理論在庫を算出し最適な発注を実現。
- ・ 予想に基づく自動発注が可能
短時間で精度の高い発注が可能。
- ・ 発注業務に係る時間削減
発注時間を短縮し、営業時間外の人件費削減。
- ・ 人的な発注ミスの低減
発注漏れや過剰発注ロスによる原価圧迫を防止。



新卒採用

コロナ禍においてもオンライン説明会を実施し、過去最多の59名の新卒を採用いたしました。来期も50名以上の新卒採用を計画しております。



社内教育の充実

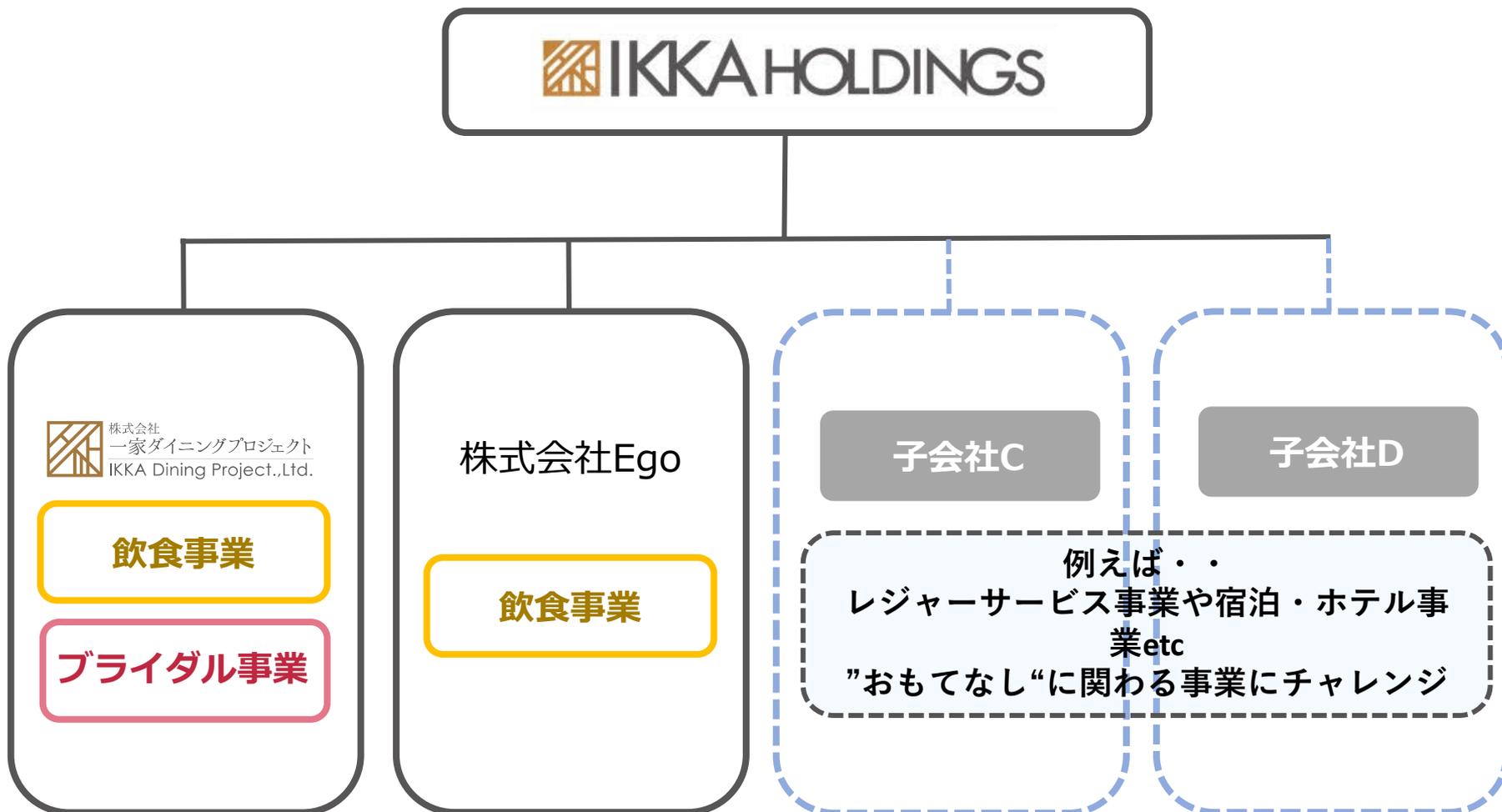
社内講師陣による教育プログラム「Ikka Universal College」をはじめ、様々な研修や教育プログラムをオンラインで実施し、アーカイブを社内動画ポータルで共有する等、さらなる教育体制の充実、理念浸透の強化を図ってまいります。

2022  IKKA Universal College
一家ユニバーサルカレッジ



当社グループの今後のビジョン

今後、様々な“おもてなし”に関わる事業に挑戦し、グループミッションである『あらゆる人の幸せに関わる日本一の“おもてなし”集団』を目指します。



免責事項

本資料は、株式会社一家ホールディングス（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

株式会社一家ホールディングス 管理部

TEL : 047-316-0561

<https://ikka-holdings.co.jp/ir/>



参考資料

会社概要

社名： 株式会社 一家ホールディングス

本社： 千葉県市川市八幡二丁目5番6号

設立： 2021年10月1日

代表者： 代表取締役社長 武長 太郎

資本金： 50,000,000円

発行済株式数： 6,657,000株

事業内容： グループ会社の経営管理

多業種飲食店の経営/ブライダル事業

(2022年3月末現在)

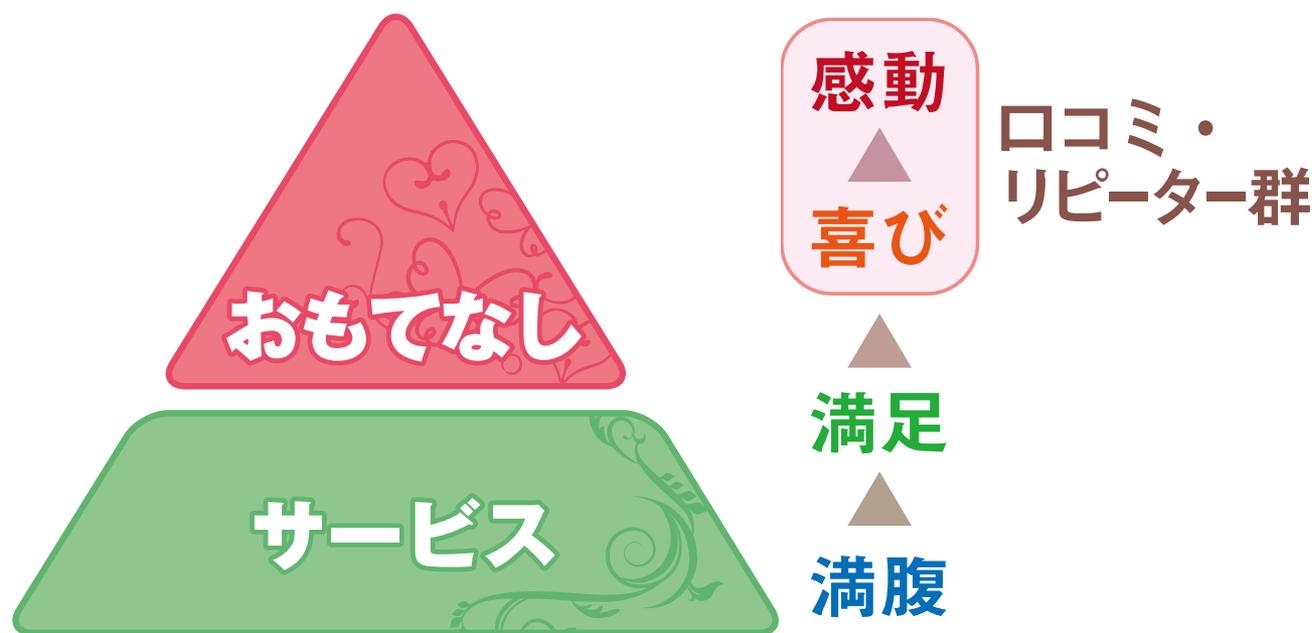


沿革

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。
2015年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号店目となる「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号店目となる「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。
2019年7月	大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん1号店目として「大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん 柏店」を千葉県柏市にオープン。
2020年3月	東京証券取引所市場第一部へ市場変更
6月	にのや1号店目として「おでんトさかな にのや」を東京都新宿区にオープン。
2020年10月	Remo Cafe 1号店目として「Remo Cafe本八幡店」を千葉県市川市にオープン。
2021年4月	韓国屋台ハンサム1号店目として「韓国屋台ハンサム柏店」を千葉県柏市にオープン。
2021年10月	持株会社「株式会社一家ホールディングス」設立。
2022年4月	株式会社Egoの株式を取得し子会社化。

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。



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

炉端 蒸焼 大鍋

— 業態概要 —

客単価 3,800円

店舗数 7店舗

(2022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」とお迎えする
ほっとくつろげる空間。



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 46店舗

(2022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 「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

ラム業態 ジンギスカン

ラム ちゃん

— 業態概要 —

客単価 3,000円

店舗数 11店舗

(2022年3月末時点)

— コンセプト —

「大衆ジンギスカン酒場」

本格ジンギスカンと
卓上ハイボールタワーから注ぐ
強炭酸ハイボールを楽しむ
大衆ジンギスカン酒場。



飲食事業 「韓国屋台 ハンサム」



ハンサム業態 韓国屋台料理

— 業態概要 —

客単価 2,800円

店舗数 3店舗

(2022年3月末時点)

— コンセプト —

「五感で楽しむ韓国屋台」

本場韓国屋台の雰囲気さながらに
人気の本格韓国料理を
小ポーションでリーズナブルに。
テイクアウト・デリバリーにも対応。



ハンサム



飲食事業「にのや」



にのや業態 おでん・肴・日本酒 にのや

— 業態概要 —

客単価 3,500円

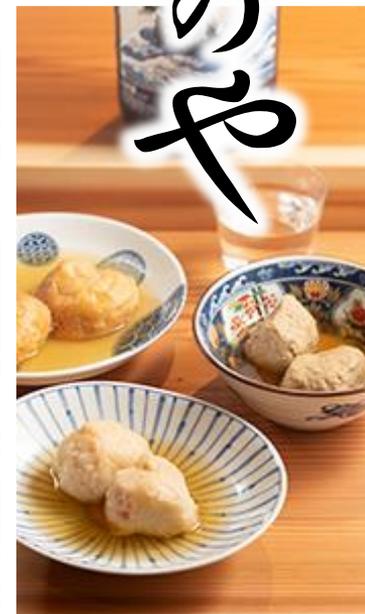
店舗数 2店舗

(2022年3月末時点)

— コンセプト —

「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。



飲食事業 「Remo Cafe」



R
Remo Cafe

リモカフェ業態

— 業態概要 —

客単価 1,000円

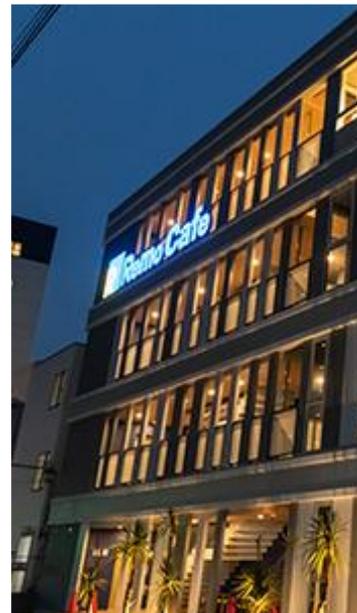
店舗数 2店舗

(2022年3月末時点)

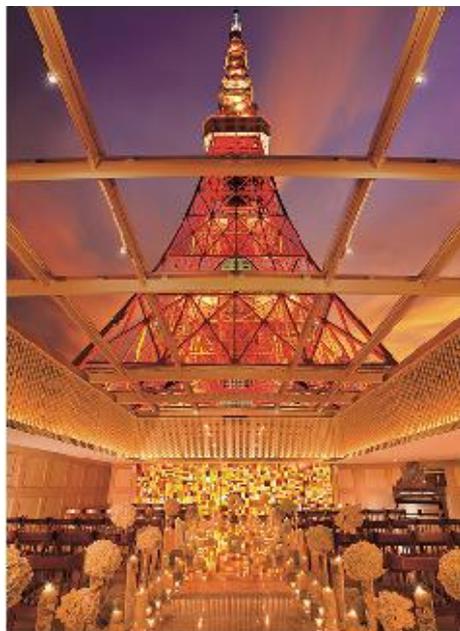
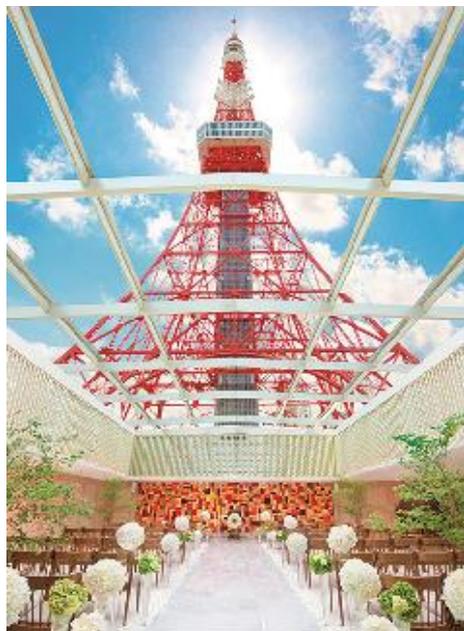
— コンセプト —

「快適なセルフスペース
をあなたに」

快適な空間で、ハイクオリティの
ドリンクやフードを楽しんでいただける
オンラインカフェスペース。



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



株式会社Ego 飲食事業 「肉のウエキ」



肉のウエキ

肉のウエキ業態

— 業態概要 —

客単価 2,500円

店舗数 1店舗

(2022年3月末時点)

— コンセプト —

「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」

