

# 事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

株式会社ジェイグループホールディングス

(3063)

2024年5月31日



## 1. 会社概要

## 2. 事業の特徴・強み

## 3. 経営指標・利益計画

## 4. 今後の取り組み・外部環境

## 5. その他

# 1. 会社概要

# 会社概要



会社名	株式会社ジェイグループホールディングス
本社所在地	名古屋市中区栄三丁目4番28号
設立	1997年3月3日
代表者	新田二郎(代表取締役会長) 中川晃成(代表取締役社長)
資本金	85百万円(2024年2月末日現在)
従業員数	グループ計1,590名 ※内正社員数355名(2024年2月末日現在)

## 子会社

株式会社ジェイフィールド  
株式会社ボカディレクション  
株式会社かわ屋インターナショナル  
株式会社かわ屋東京  
株式会社ジェイアセット  
株式会社ジェイキャスト  
NEW FIELD NEW YORK.LLC.

## 創業精神

# たくさんの『ありがとう』を集めよう

当社は事業を通じて「多くのお客様の思い」に応え、一人ひとりのお客様と笑顔や幸せを分かち合うことを創業精神に掲げています。

## 基本理念

1. お客様に対する幸福の創造
2. 社会に対する幸福の創造
3. 社員に対する幸福の創造

## 事業目的

食文化を通じて人づくりと社会貢献を果たし、地域活性化に寄与する。



# 当社グループの事業領域

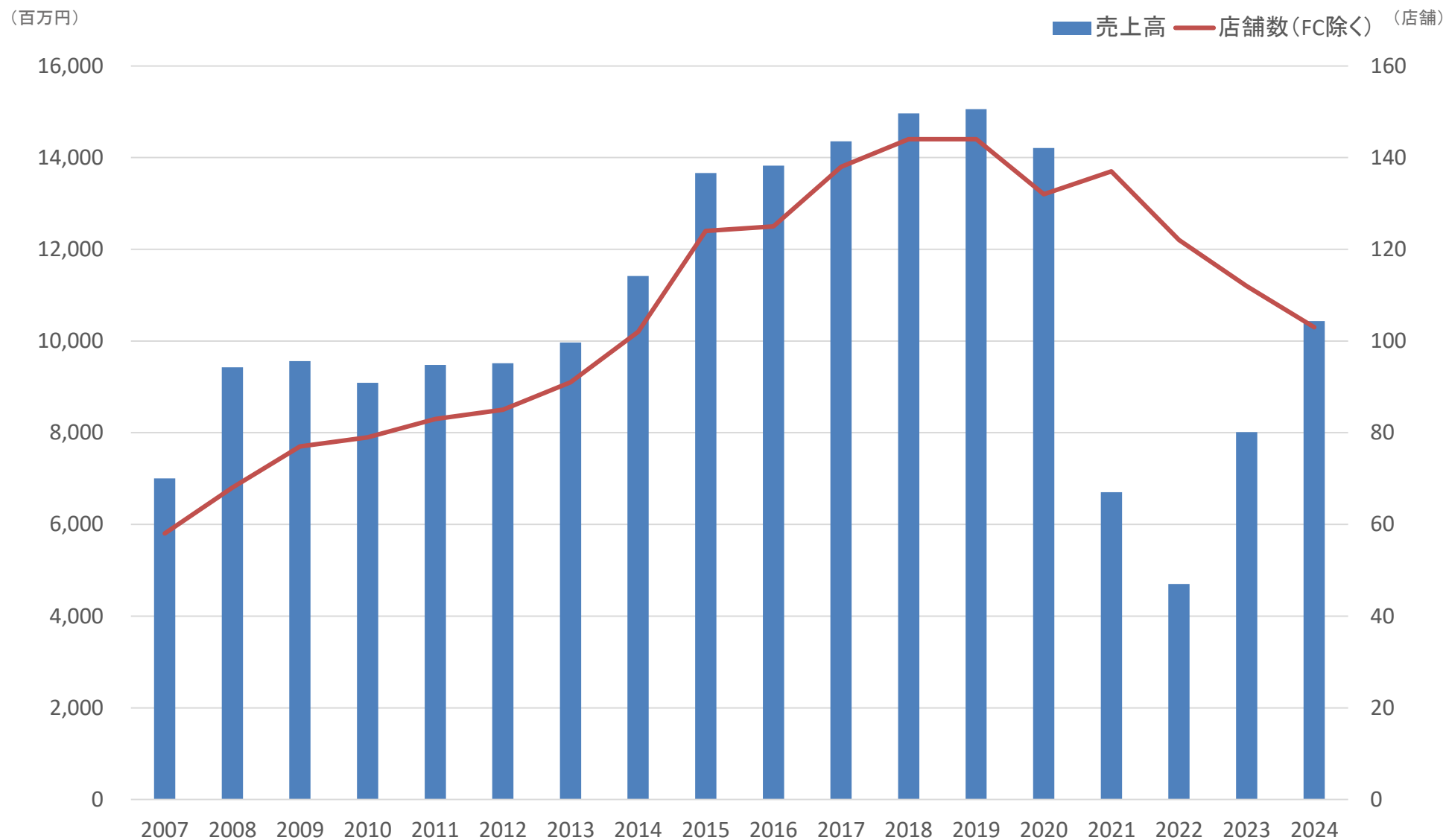


当社グループは食文化を主軸とした総合サービス企業を目指し、フードサービスを中心に飲食事業、不動産事業、ブライダル事業、およびその他関連事業を展開しております。

## 飲食サービス業を中心に関連事業を展開



# 連結売上高・飲食事業店舗数の推移



# 沿革



飲食事業から始まり、同事業で培った当社独自のノウハウを活かしてブライダル事業および不動産事業と事業領域を拡大してまいりました。高速道路のサービスエリアの運営受託も開始し受託件数も伸びています。

年月	事業	概要
1997年3月	共通	前身となる有限会社ジェイプロジェクトを設立、飲食店事業を開始
2004年2月	ブライダル	有限会社ジェイブライダルを設立、結婚式場運営を開始
2005年3月	飲食	愛・地球博にレストラン・カフェを出店
2006年11月	共通	東京証券取引所マザーズ市場に上場
2007年1月	不動産	名古屋駅前オフィスビル(ルーセントタワー)の飲食部分を一括プロデュース
2009年3月	共通	硬式野球部設立
2010年9月	飲食	海外進出1号店として米国ハワイ州ホノルルに(大漁)をオープン
2012年7月	ブライダル	名古屋駅前オフィスビル(ルーセントタワー)に結婚式場を開設
2012年9月	共通	ホールディングス体制へ移行
2013年8月	共通	飲食業を営む株式会社SARUを子会社化
2014年8月	飲食	運営する飲食店舗数100店を突破
2014年3月	共通	飲食業を営むサンクスマインド株式会社を子会社化
2017年11月	共通	博多かわ屋の運営・FC展開を行う株式会社かわ屋インターナショナルを子会社化
2018年10月	不動産	不動産業を行う株式会社ジェイアセットを子会社化
2020年3月	飲食	名古屋 栄の繁華街に3棟からなる商業ビル(EXIT NISHIKI)を開設・総合プロデュース
2020年7月	不動産	商業ビルダイヤモンドウェイを売却
2020年12月	飲食	ゴーストレストランの運営を開始し、フードデリバリーサービス市場に参入
2021年3月	共通	人材派遣業を行う株式会社ジェイキャストを設立
2021年10月	飲食	大津サービスエリアの運営受託開始
2023年2月	飲食	川島ハイウェイオアシス内フードコート of 運営受託開始



# 当社グループの事業領域詳細



## ① 飲食事業



当社グループの中核事業であり、居酒屋、カフェ、レストラン等の実店舗を多業態で展開しております。  
2024年2月末日現在におきまして、61業態111店舗(国内110店舗、海外1店舗)を運営。

## ② 不動産事業



自社所有物件を中心に不動産プロデュースを積極的に展開し、不動産の賃貸・管理・運営まで総合的に行っております。  
2024年2月末日現在におきまして、飲食ビル4棟及びレジデンス1棟を保有、運営。

## ③ブライダル事業



名古屋駅直結のルーセントタワーにて挙式・披露宴のプロデュースを行っております。

## ④人材派遣事業

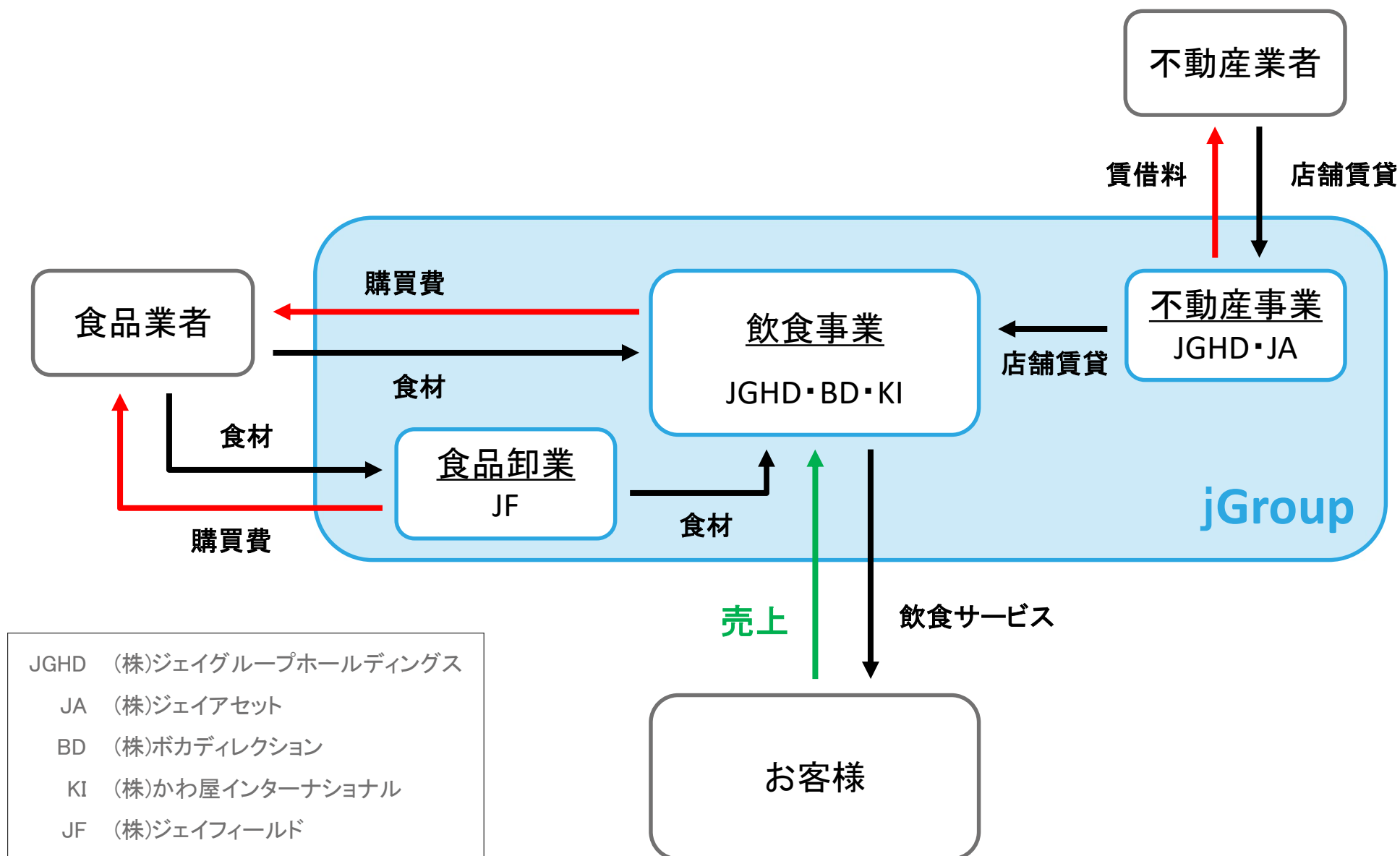


COVID-19の終息と共に、飲食需要が回復したため、飲食店が閉店中に人材派遣で外部に行っていた人材を直営店舗の営業に従事させています。そのため、人材派遣事業は2024年5月にて終了いたします。

※よって人材派遣事業についての詳細は記載しておりません。

## 2. 事業の特徴・強み

### 飲食事業





# 事業の強み・特徴①:ドミナント出店

当社グループでは東海地区、東京・関東地区を中心に、各エリア内にて多業態のドミナント出店をしております。

愛知県内		東京都内		メリット
名古屋駅	22店舗	青山・渋谷・霞ヶ関	6店舗	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. エリア内の情報を共有することで、効果的な販売促進や出店検討が行える。</li> <li>2. エリア内で複数店舗展開することで、顧客の囲い込みができる。</li> <li>3. 仕入や広告宣伝費を一括発注することでコスト削減を行うことができる。</li> <li>4. 店舗間の人材交流や欠員時の応援など人材配置を柔軟に行うことができる。</li> </ol>
栄	16店舗	品川・蒲田	6店舗	
金山	6店舗	新宿・池袋	3店舗	
豊田	7店舗	銀座・新橋	3店舗	
豊橋	5店舗			
刈谷	3店舗			

※2024年2月現在

## 名古屋駅エリア ドミナント例



- ① ほっこり Lucent
- ② 光蔵 名駅店
- ⑦ すしつま 名古屋広小路店
- ① 燦家 Lucent
- ③ てしごと家 名駅店
- ⑧ ほっこり 名古屋広小路店
- ① くぐる
- ③ きばくもん 名駅店
- ⑧ かわ屋 名駅店
- ① うしじま洋食店
- ④ ためつ食堂
- ① 吉珍樓
- ④ 芋蔵 名駅店
- ① 名古屋めし食堂丸八
- ⑤ きじょうもん 名駅店
- ① THE ONE AND ONLY
- ⑤ 寿司と串とわたくし 名古屋駅柳橋店
- ① 吟醸マグロ ルーセント店
- ⑥ てしごと家 名古屋駅新幹線口店
- ① Botanical Garden SARU CAFE

## 事業の強み・特徴②: 多様な業態の開発力、運営力

当社グループでは多業態の開発・運営を強みとしており、61業態111店舗(2024年2月末現在)を展開しております。また、豊富な経験をもつ人材も多く在籍しております。このため、同一エリア内で様々な顧客のニーズに対応可能です。



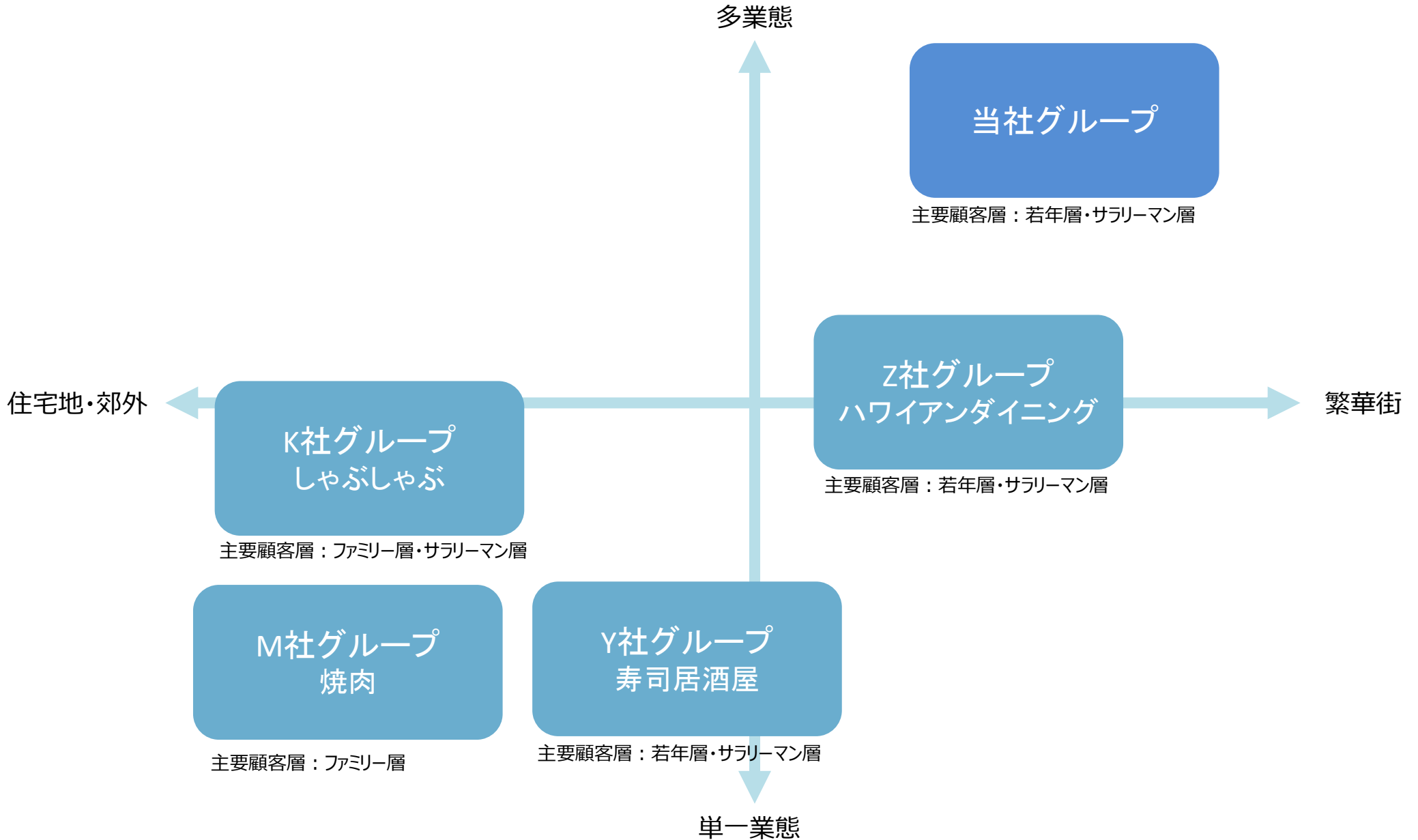
### メリット

1. 同一エリアに様々な業態を出店できる(ドミナント出店がしやすい)。
2. 顧客のニーズの変化、環境の変化、ニーズの多様性にすばやく対応できる。
3. 様々な業態を従業員が経験することで幅広い技術を身につけることができる。
4. 業績が芳しくない場合でも、新しい業態への転換をスムーズにできる。

# 現在のポジショニング



当社グループの主要事業地域である愛知県内で特に競合する飲食事業者と当社グループのポジショニングは以下の通りです。当社グループは繁華街中心に多業態で事業展開しております。



## 外食産業の環境

ニーズの多様化が  
進んでいる

消費者嗜好の  
変化速度が速い

様々な立地・規模の  
店舗物件が出る

同一エリア内に  
多業態を  
ドミナント出店展開

## 当社の強み

ニーズの変化に対応し  
た業態開発ができる

多種多様な業態を  
運営できる

多様な業態へ  
対応できる人材が豊富

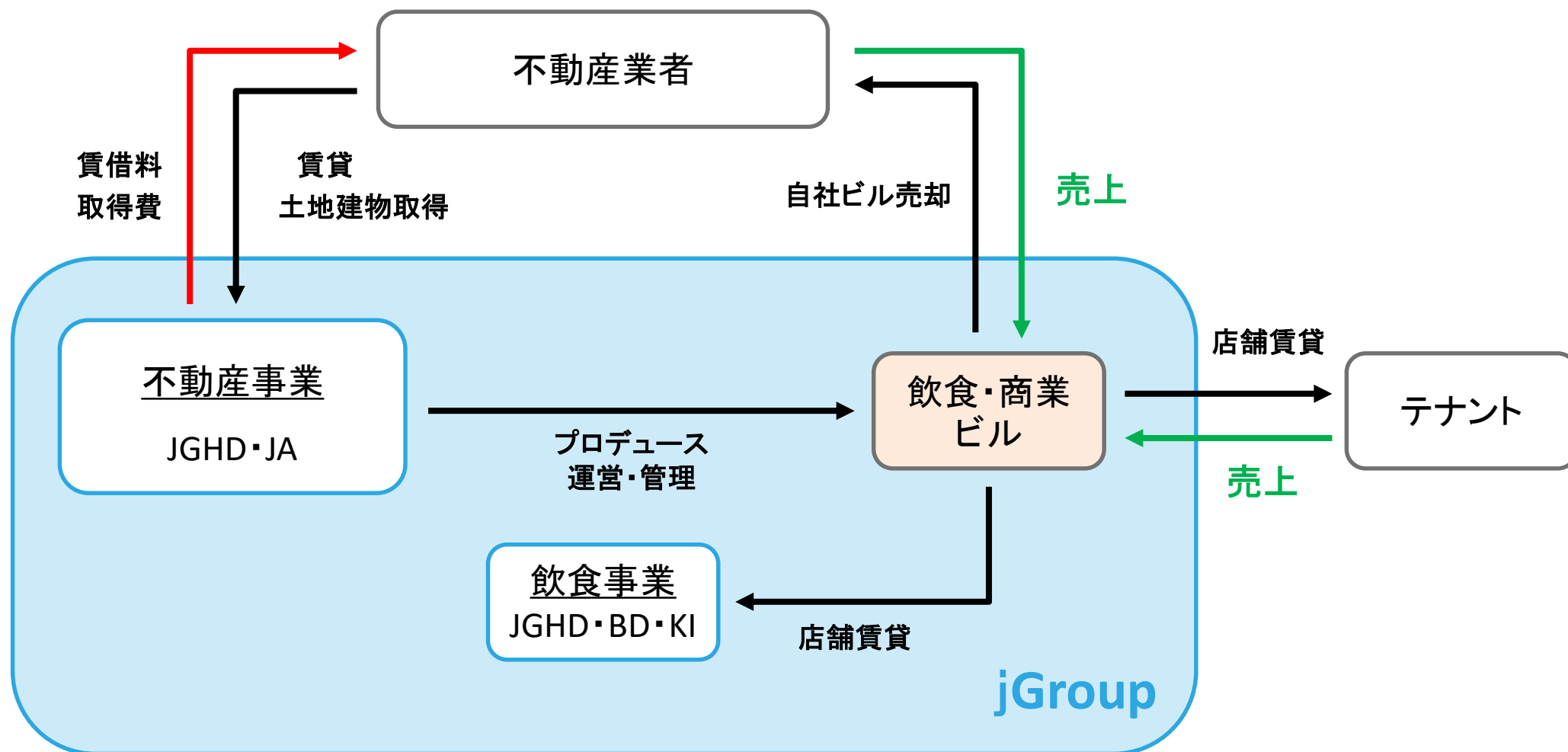
不動産情報を  
取得できる



## 2. 事業の特徴・強み

### 不動産事業

# ビジネスモデル

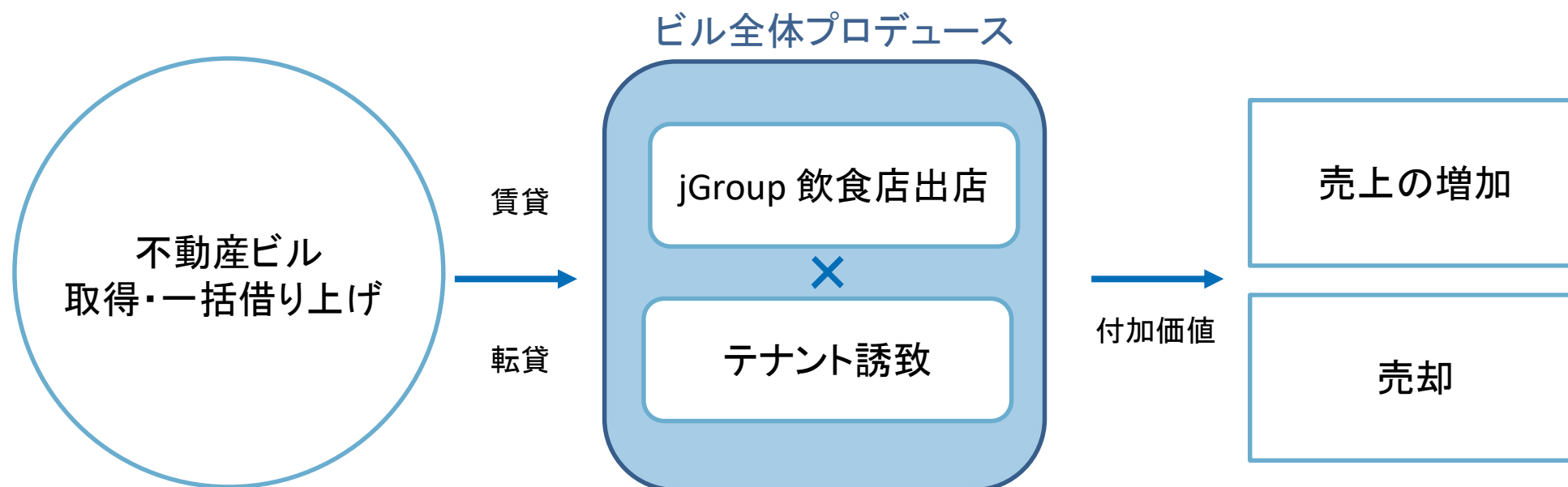


- JGHD (株)ジェイグループホールディングス
- JA (株)ジェイアセット
- BD (株)ボカディレクション
- KI (株)かわ屋インターナショナル

# 不動産事業の概要



当社グループでは(株)ジェイグループホールディングスおよび(株)ジェイアセットを中心に商業ビル・レジデンスを所有しております。

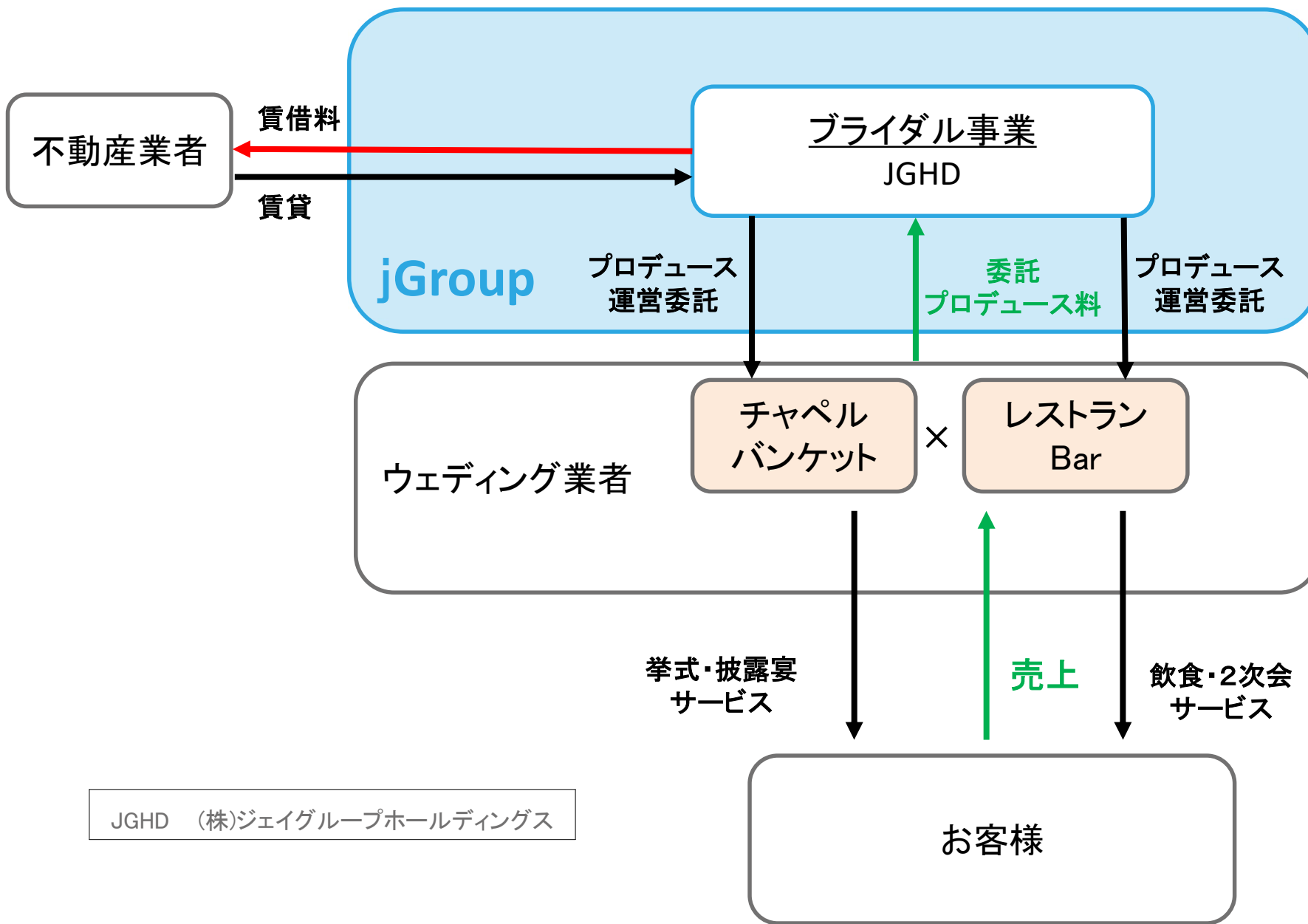


飲食事業とのシナジーを生かした不動産の総合プロデュースにより  
恒常的な収益基盤を取得



## 2. 事業の特徴・強み

### ブライダル事業



# ブライダル事業の概要



名古屋駅直結の名古屋ルーセントタワーにて、天空のチャペルやスカイバンケットを特徴したLUCENT Mariage TowerやイタリアンレストランLa Eternitaでのレストランウエディングなど、各会場ごとに独自コンセプトで展開しておりましたが、現在は、ブライダル業界の展望と、弊社の中核事業との親和性を鑑み、ブライダル事業に関しては、直接自社で運営する形から、外部に運営を委託する形で事業の継続をしていく形となっております。

## 2022年12月まで

### 結婚式場

LA ETERNITA(ガーデンレストラン)  
THE ONE AND ONLY(スカイバー)

式場から、二次会用レストラン等も自社にて運営。

## 2023年1月以降

### 結婚式場

LA ETERNITA(ガーデンレストラン)  
に関しては外部のブライダル業者に運営を委託。

THE ONE AND ONLY(スカイバー)  
に関しては自社にて営業。レストランとしての需要の他、ブライダルの前室利用として稼働。



### 3. 経営指標・利益計画

## 2024年2月期業績予想と実績の差異



(百万円)

	2024年2月期 通期予測(期初発表)	2024年2月期 業績実績	前年同期比 (%)
売上高	9,485	10,433	110.0%
営業利益	121	309	255.4%
経常利益	58	305	525.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	27	247	914.8%

### 差異が生じた理由

2024年2月期の通期予測は、2023年5月のコロナウィルス感染症の5類移行後、大きく回復する事を想定しておりましたが、第8波が終了後(2023年2月)大幅に回復し、売上が増加しました。



# 経営指標及び今期の業績見通し



## 経営指標

経営の効率化を高め、企業価値の増大を図るため、売上高経常利益率を重視し、3.0%の達成を目指して企業経営に取り組んでまいります。

(百万円)

	2024年2月期 通期実績	2025年2月期 業績予想	前年同期比 (%)
売上高	10,433	10,550	101.1%
営業利益	309	350	113.0%
経常利益	305	315	103.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	247	265	107.2%
配当金	中間 無配 期末 3.0円	中間 2.0円 期末 2.0円	

経営指標としておりました、売上高経常利益率3.0%につきましては、2024年3月期は、新型コロナウイルスの影響がほぼなくなったことと、コロナ禍中に実施した経費削減、業態変更等が寄与し、2024年2月期に既に達成しております。

# 資金調達に関する説明



2022年2月に第三者割当による種類株式の発行及び2022年5月、2023年11月に第三者割当による新株予約権の発行を行いました。

具体的な用途	調達金額	充当額	支払時期
業態変更(新店、リニューアル、修繕)等のための店舗設備資金	1,570百万円	882百万円	2026年2月
運転資金	350百万円	350百万円	2026年11月
借入金の返済	193百万円	193百万円	2028年11月
合計	2,113百万円	1,425百万円	

※調達金額、充当額は2024年4月末時点

# セグメント別業績概況



## <飲食事業>

2023年3月のマスク着用ルール緩和、5月の新型コロナウイルス感染症が5類に移行影響等により、売上高は前年同期比**133.3%**。

## <不動産事業>

テナントビル「EXIT NISHIKI」や「JG金山」など賃貸収入が安定的な収益となるも、2023年5月にジェイグループホールディングスとジェイプロジェクトが合併したことにより、グループ内セグメント間取引が減少したため、売上高は減少しました。

		2023年2月期 期末	2024年2月期 期末	前年同期差額	前年同期比 (%)
飲食事業 居酒屋、レストラン等での 飲食サービスの提供	売上高	7,320	9,761	2,441	133.3%
	営業損失	△648	1,159	1,808	—
不動産事業 不動産の賃貸・管理業務等	売上高	1,496	721	△774	48.2%
	営業利益	161	133	△27	83.0%
その他の事業	売上高	498	384	△114	77.0%
	営業利益又は損失	△217	△111	106	—
調整額	売上高	△1,302	△434	867	—
	営業損失	△327	△872	△545	—
連結財務諸表 計上額	売上高	8,013	10,433	2,419	130.2%
	営業損失	△1,032	309	1,342	—

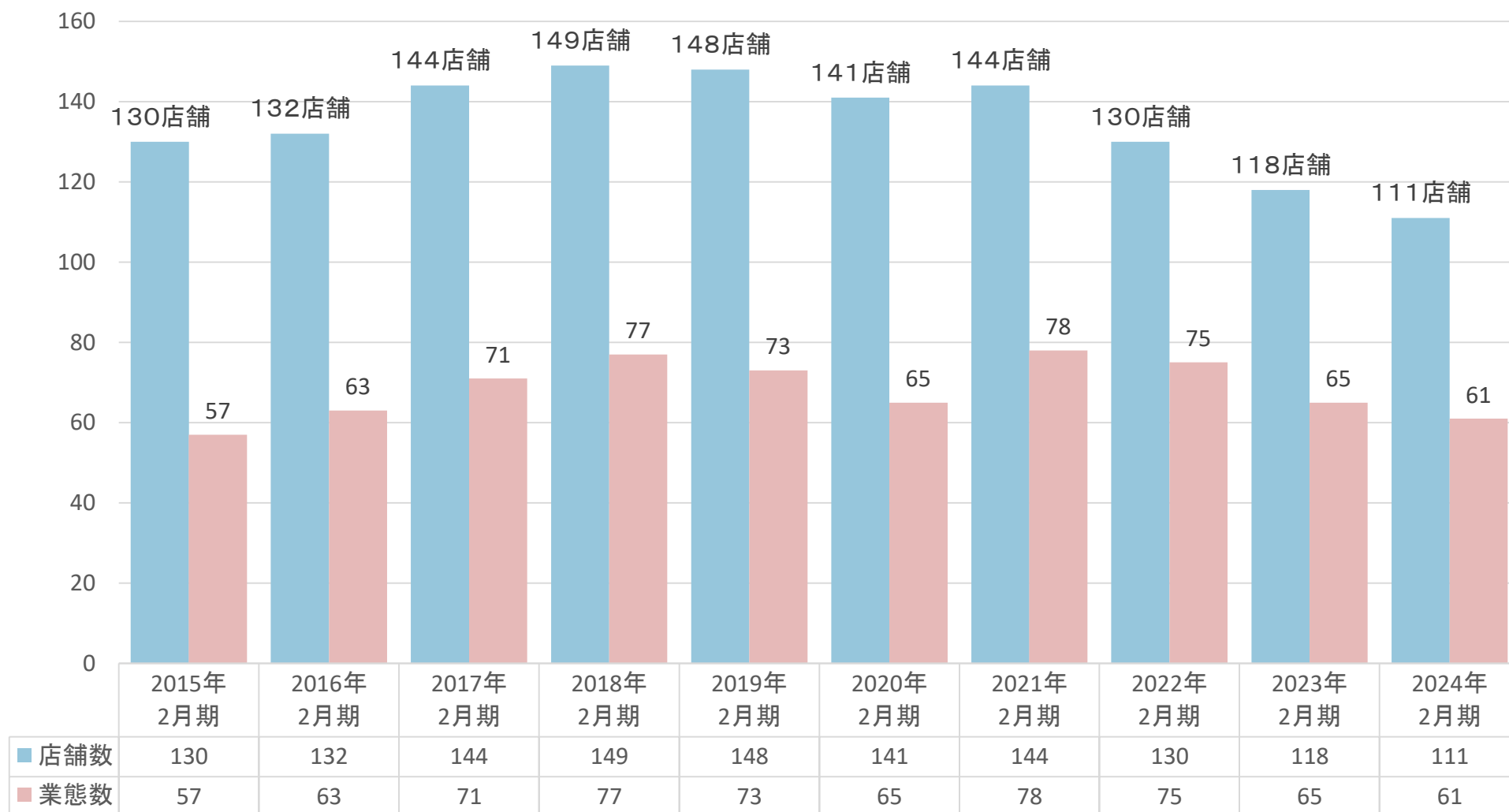
# 店舗数の推移



2024年2月期末時点で

新規出店4店舗・業態転換9店舗・閉店11店舗となり

61業態、111店舗体制となる



## 4. 今後の取り組み・外部環境 飲食事業

## 『攻め』 収益の拡大

業態ポートフォリオの改善

新規事業の展開

エリアマーケティングの推進

## 『守り』 経営基盤の強化

店舗運営の効率化

本社経費の削減

アフターコロナにおいて成長可能な会社基盤を整える

# 今後の取り組み『攻め』の詳細



## コロナ禍以降の収益拡大

### 業態ポートフォリオの改善

- 大箱から小箱の業態へ ※
- 都心から郊外の立地へ
- 総合居酒屋から専門業態へ

### 新規事業の展開

- デリバリー
- サービスエリア運営受託
- ナショナルFCブランド
- 寿司居酒屋業態
- 日本酒業態

### エリアマーケティングの推進

- CRMの推進  
(顧客データの管理活用)

- ・ サービスエリア運営受託  
名神高速道路下り線大津サービスエリアに次ぐ、2拠点目として、東海北陸自動車道川島ハイウェイオアシス内にフードコート「かわしまファーマーズ」を2023年2月より運営開始。  
新たに第3の拠点を2024年12月に受託予定。
- ・ 寿司居酒屋業態  
2023年2月に「すしつま」、2023年8月に「寿司と串とわたくし名古屋柳橋店」をオープン。今後も新規出店、リニューアル等で増やしていく予定。
- ・ 日本酒業態  
「光蔵」「吟醸マグロ」の2ブランドを展開。日本酒を自由に飲み比べできる「セルフ利き酒」が人気。今後も新規出店、リニューアル等で増やしていく予定。
- ・ 「かわ屋」FC加盟店増加  
FC加盟店を今後も積極的に募集(2024年2月期は新規加盟店3店舗)

# 外部環境 コロナ中とアフターコロナの違い

COVID-19まん延中の飲食業界の流れとして、繁華街から郊外、実店舗からデリバリー、アルコール業態から非アルコール業態への業態変更等、人流の変化に伴い、飲食企業は体制の変更を進めてきました。COVID-19の影響が減った2023年以降、繁華街への人流の戻り、デリバリー業界の伸び悩み、居酒屋業態の盛り上がりなど、COVID-19まん延中とは外部環境が大きく変わりつつあります。

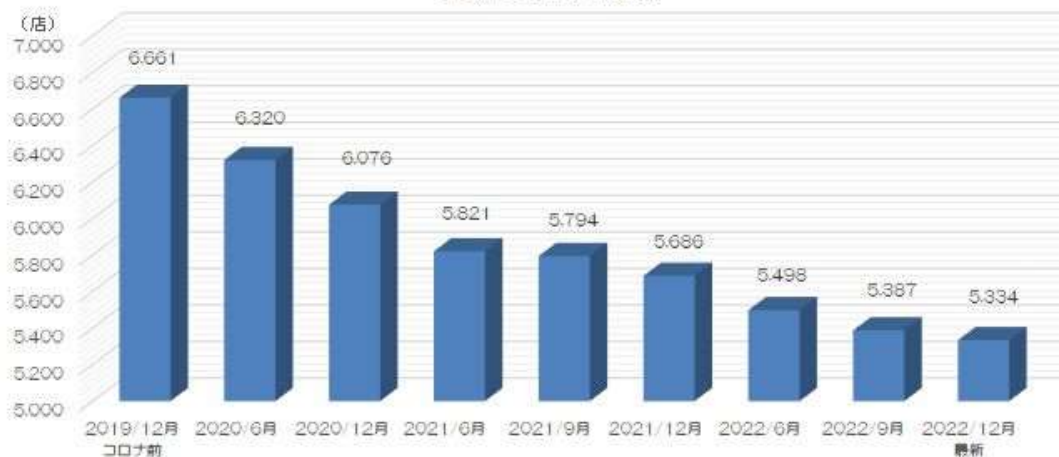
## コロナ中

- 郊外エリアの飲食店好調
- デリバリー事業躍進
- デリバリーのみを行うゴーストレストランの誕生
- アルコール業態から非アルコール業態への業態転換が進む

## アフターコロナ

- 繁華街への人流回復
- デリバリー業界の減少、及びデリバリー業者の撤退
- デリバリーから実店舗への回帰
- 居酒屋業態への回帰
- 宴会需要の回復

上場主要居酒屋店舗数



居酒屋の店舗数は、上記のような各社の対応により、COVID-19前から2022年12月時点で約80%に店舗数が減少しております。

2023年COVID-19の第8波終息とともに、実店舗へのお客様の戻りが顕著となっております。そういった需要の回復に、反して、居酒屋の店舗数は減少しており、需給ギャップが発生しております。



# 外部環境 ①

実店舗への来店客数については、COVID-19の第6波以降回復傾向にあり、第8波の終息、感染症5類への移行を経て安定的に回復傾向を継続しております。

宴会需要は2019年のCOVID-19まん延以降、3年にわたり大幅に減少しておりました。

しかし、2023年は、COVID-19の影響が薄れたことにより、回復傾向にあります。

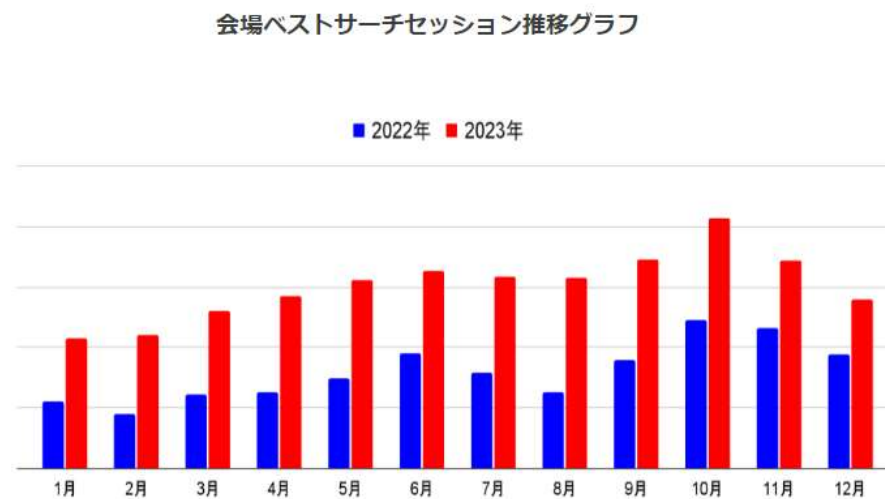
宴会可能な店舗が減っていることにより、需給のギャップが発生しております。

## 来店人数と感染者数の推移



出典:株式会社Table Check「データブログ」

## 宴会サイト検索数の回復(前年比)



※セッション数とは?  
ユーザーがWebサイトにアクセスした回数のことを表す指標で訪問数とも呼ばれる。  
同じユーザーが、30分以上の間隔を開けて2回訪問した場合はセッションカウントは2となります。

出典:株式会社アイデアログ「2023年以降の宴会・イベント市場の動向調査」

実店舗来店



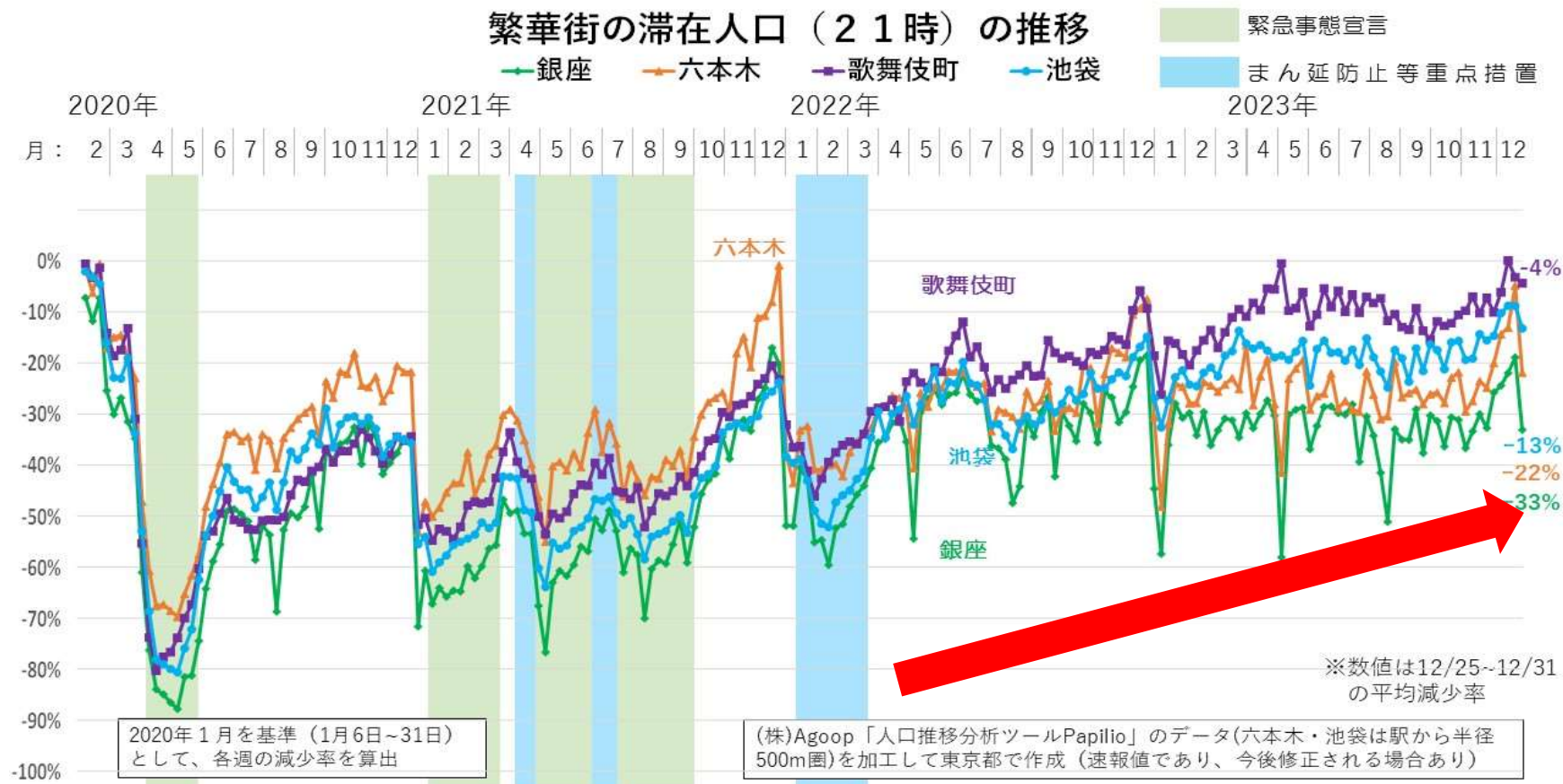
宴会需要



## 外部環境 ②



2020年は、COVID-19の影響を受けてテレワークが促進されたことに伴い、全国的に繁華街エリアの人流が減少しました。2021年においては緊急事態宣言の有無で若干の変動があるものの、COVID-19前と比較すると低水準で推移しておりました。2022年は回復傾向が続いており、2023年も引き続き回復傾向が続き、COVID-19前の水準に近づきつつあります。



出典 東京都政策企画局「東京都内における繁華街の混雑状況および滞在人口(人出)の増減状況」に当社が一部加工(矢印の追加)

繁華街 人流



# 今後の取り組み 『攻め』の詳細① 業態ポートフォリオの改善



項目	外部環境		当社グループの今後の取り組み
外食市場	✓ 居酒屋		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 市場の店舗数が減った事により、需要の回復に伴い、需給ギャップが生まれ残存店舗の需要は増加</li> <li>✓ 非アルコール業態の増加（高速道路、専門業態、大阪王将等）</li> </ul>
	✓ デリバリー（中食）		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ デリバリー事業は一部店舗を除き撤退</li> </ul>
出店立地	✓ 繁華街・ビジネス街の人流		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ サービスエリア等郊外エリアへの積極的展開</li> <li>✓ 繁華街エリアへの出店</li> </ul>
	✓ 郊外・住宅街の飲食店需要		
店舗規模	✓ 大人数宴会・会食需要		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 大箱から小箱の店舗へ転換</li> <li>✓ 主要エリアに数店舗の大型店舗を保持し、他社が撤退した大人数の需要が受注できる状況を維持し、「宴会難民」の受け皿となる。</li> </ul>
	✓ 少人数カジュアル利用		

# 『攻め』の詳細① ポートフォリオの改善(参考イメージ)

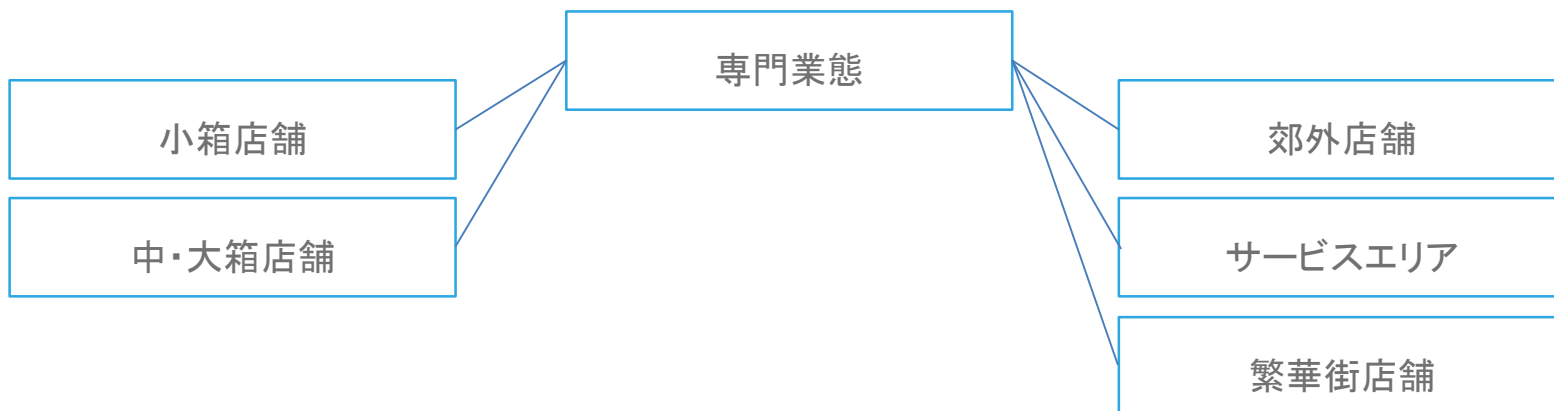
## Before

宴会需要を見込んだ大型の総合居酒屋、サラリーマンをターゲットとした繁華街・ビジネス街の総合居酒屋の形態



## After

After COVID-19においても持続的に収益が見込める業態へ転換  
 総合居酒屋から専門業態への転換は進めるが、立地等は吟味しながら、小箱から中大型の店舗もそれぞれの需要が見込める立地に店舗を確保する。  
 サービスエリア等、今後の国内旅行、インバウンドの回復を視野に入れ、積極的に獲得予定。



# 今後の取り組み 『攻め』の数値目標



	2020年 (実績)	2021年 (実績)	2022年 (実績)	2023年 (実績)	2024年 (実績)	2025年 (計画)
小箱 (対全体)	34.0%	35.7%	41.9%(目標) 41.4%(実績) <small>当初計画とほぼ同じペースの 実績となった</small>	46.2%(目標) 43.9%(実績) <small>新規出店が少なく、小箱店 舗の比率は伸び悩んだ</small>	47.2%(目標) 43.0%(実績) <small>新規出店が少なく、小箱店舗 の比率は伸び悩んだ</small>	47.2%
郊外 (対全体)	1.9%	2.0%	3.2%(目標) 3.4%(実績) <small>当初計画とほぼ同じペースの 実績となった</small>	6.6%(目標) 7.3%(実績) <small>当初計画とほぼ同じペース の実績となった</small>	13.5%(目標) 7.6%(実績) <small>新規出店が少なく、郊外店舗 の比率は伸びなかった</small>	13.5%
専門業態 (対全体)	42.7%	44.9%	52.7%(目標) 59.2%(実績) <small>当初計画より、業態変更が 進んだため目標値をクリア</small>	54.9%(目標) 56.1%(実績) <small>契約満了等により、専門業 態が減ったため、昨年度よ り比率は下がっている</small>	56.2%(目標) 58.2%(実績) <small>業態変更を9店舗実施したた め、目標数字を達成</small>	既に達成済み

※60坪以上は大箱、40～60坪は中箱、40坪未満は小箱とした。都心は東京都/名古屋市の商業地域、郊外は住宅立地、地方はその他(主に地方都市)と定義。  
郊外の例:名古屋市 地下鉄東山線沿線(池下～藤が丘)、大曽根等、東京都 JR中央線沿線(中野、吉祥寺)、武蔵小杉、町田等



# 今後の取り組み『攻め』の詳細② 新規事業の展開

## 今後、「直営店舗」「FC事業」「高速道路の運営受託」を軸に展開していく

### ①直営店舗で展開する業態

- 「寿司居酒屋」
- ・ 現在6店舗を展開
  - ・ 各店とも業績好調のため、出店を加速

寿司と串とわたくし

SUSHI TO KUSHI TO WATAKUSHI

寿司と天ぷらとわたくし

SUSHI TO TEMPURA TO WATAKUSHI

鮮魚天ぷら  
すいのみ



### 「日本酒業態」

- ・ 現在7店舗を展開
- ・ セルフ利き酒が人気！
- ・ 社内マイスター制度にて日本酒のスペシャリストを育成中

マダロ・日本酒専門  
吟醸マダロ

光蔵



### ②「かわ屋 FC加盟店増加」

- ・ 今期FC店舗2店舗増加(合計14店舗)
- ・ 現在、直営6店舗、FC加盟店8店舗



### ③「高速道路」

- ・ 大津SA、川島ハイウェイオアシス内フードコート内の2拠点に続く、第3の拠点を受託(24年12月運営開始)





# 今後の取り組み 『攻め』の詳細③ エリアマーケティングの推進



## CRMの推進

- ✓ SNS (INSTAGRAM、LINE等) やアプリを使用したCRMの推進を実施
- ✓ 顧客を店舗に呼び込む情報発信、サービスの提供



# 今後の取り組み『守り』の詳細



## 経営基盤の強化

### 店舗運営の効率化

- 正社員数の削減
  - ・1店舗当たりの社員数 3.4名→2.3名(2024年度)  
2.5名(2024年2月末時点)
  - ・採用抑制による社員自然減  
193人減少
  - ・集中加工場の開設  
集中加工場を新たに新設し、商品のクオリティアップ  
品質安定、原価抑制、労働環境改善を行う
- みなし残業時間の圧縮と総労働時間の削減
- セルフオーダーシステム拡大による  
ホール人件費削減  
38店舗に導入済み(2024年2月末時点)

### 本社経費の削減

- 東京オフィスの閉鎖
  - ・2020年閉鎖  $\Delta 0.1$ 億円/年
- 自社物流センターの売却
  - ・2020年売却  $\Delta 0.3$ 億円/年
- 間接部門人員削減
  - ・間接部門社員29人削減  $\Delta 1.4$ 億円/年(2024年度)
- 中間管理職の削減
  - ・中間管理職19人削減  $\Delta 0.2$ 億円/年(2024年度)
- 諸経費削減
  - ・広告宣伝費
  - ・求人費、会議費、開発調査研究費ほか  
 $\Delta 1.2$ 億円/年(2024年度)



# 今後の取り組み『守り』の新たな取り組み



## 商品のクオリティアップ・サービスレベルの向上・人材強化を、更に推し進めるための施策

### ①集中加工場

- ・仕込みに時間がかかるものや、特殊な調理機器が必要な食材を、まとめて加工し、商品の差別化、品質の安定、原価抑制、労働環境改善を行う。
- ・一括購入した魚介等の一次加工を行い、原価率を抑制する。
- ・業態ごとの共通食材を増やし、食材のプラットフォーム化を進める。



### ②マイスター制度

「日本酒アドバイザー」「焼酎アテンダー」の2つのマイスター制度を作り、主力業態のサービス力を向上し、お客様に日本酒・焼酎の魅力をお伝えできる人材を育成し、生産者様とお客様をつなぐアンバサダーとしての人材を育てる。

### ③外国人採用

今後の更なる店舗展開や、インバウンド強化のため、外国人の採用を強化。2024年3月末で7人をフィリピンから採用済み。更に採用を進める予定。



# 今後の取り組み『守り』の数値目標



		2020年 (実績)	2021年 (実績)	2022年 (実績)	2023年 (実績)	2024年 (実績)	2025年 (計画)
店舗運営 の 効率化	1店舗 当たり 社員数	3.4人	3.1人	2.8人(計画) 3.0人(実績)	2.5人(計画) 2.7人(実績)	2.3人(計画) 2.5人(実績)	2.3人
<p>当初計画より若干数字がオーバーしていますが、店舗が通常営業できる期間が今期は少なかったため正社員を中心とした営業を行った事によります。</p> <p>昨年同様、当初計画より若干オーバーしていますが、第7波、第8波の影響により、飲食需要の増減が激しく、正社員を中心とした営業を行った事によります。</p>							
本社経費 の 削減	本社経 費	1,523百万 円	1,138百 万円	1,140百万円 (計画) 1,122百万円 (実績)	1,160百万円 (計画) 1,101百万円 (実績)	1,193百万円 (計画) 1,160百万円 (実績)	既に達成済み
<p>計画を超える削減となっておりますが、今期はリモート会議の増加等により、旅費交通費等が想定より減少し経費削減に寄与しております。</p> <p>計画を超える削減となっておりますが、今後の業績回復とともに若干増える可能性があります。</p> <p>業績が回復しても、予定内で納めることができます。</p>							

## 4. 今後の取り組み・外部環境 不動産事業

## 所有する不動産

### 商業ビル



J-Group 本社ビル



ジェイチル名駅



EXIT NISHIKI



jG金山

### レジデンス



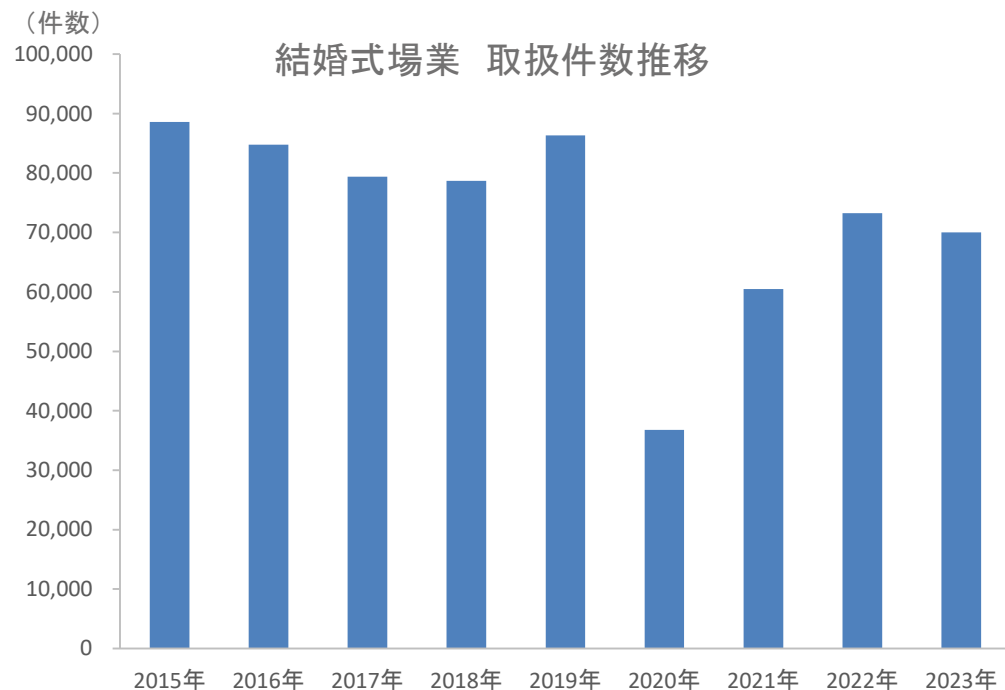
ジュール則武

不動産の流動化及び有効活用については、2024年2月期は売却不動産はございませんが、今後も市況等を考慮しながら進めていく方針

※現状で不動産を取得する予定はありません

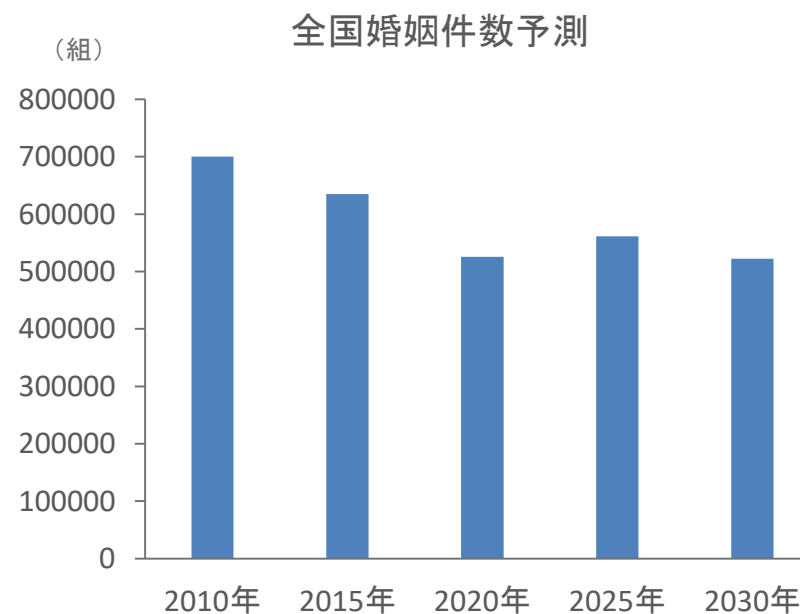
※有効活用とは自社利用または他社への賃貸により収益を得ることを指します

## 4. 今後の取り組み・外部環境 ブライダル事業



出典 経済産業省「特定サービス産業動態統計調査」

COVID-19拡大以前より婚姻数は減少傾向にあり、COVID-19拡大に伴い大幅に減少。その後2022年でCOVID-19拡大以前の84%まで回復するも、2023年は前年を下回っており、全体的な減少傾向は継続している。



出典 ブライダル総研

将来にわたり婚姻件数は、人口の減少に伴い徐々に件数が減っていく事が予測されている。

COVID-19が終息し、それに伴い、結婚式の取引件数は2022年は回復傾向にあったが、2023年は再び減少傾向に転じるも、COVID-19まん延期間中に閉鎖した結婚式場も多く、1会場あたりの結婚式件数は伸びると思われるものの、全体としては減少傾向が続く。



## 外部環境を踏まえた今後の取り組み



名古屋駅直結の名古屋ルーセントタワーにて、天空のチャペルやスカイバンケットを特徴したLUCENT MariageTowerやイタリアンレストランLa Eternitaでのレストランウエディングなど、各会場ごとに独自コンセプトで展開しておりましたが、現在は、ブライダル業界の展望と、弊社の中核事業との親和性を鑑み、ブライダル事業に関しては、直接自社で運営する形から、外部に運営を委託する形で事業の継続をしていく形となっております。



プロデュース及び事業の運営を運営委託する事により、安定した収益を確保できており、今後も継続。

## 5. その他



# 硬式野球部



2009年に創部し、わずか4年で都市対抗本戦に出場した、会社が誇るチームです。  
選手の頑張りが、社員や企業に勇気を与え、ジェイグループの結束力をより強くしています。

沿革	
2009年	創部
2011年	庄司龍二選手がオリックスバファローズからドラフト指名
2012年	東京ドームで行われる都市対抗野球大会 初出場
2015年	角屋龍太投手がオリックスバファローズからドラフト指名
2020年	都市対抗野球大会 2回目の出場
2022年	全日本クラブ野球選手権 全国大会出場



第91回都市対抗野球大会出場記念 2020



社会貢献活動として子供たちへ野球教室を開催

多くの企業の野球部員が野球そのものを仕事とする中、午前中に練習をして夜は本業として飲食店や介護等の勤務を行う選手たち。そんな姿を間近で見る社員たちは心から選手を応援することでひとつになり、その応援に感謝する選手もまた店舗に貢献しようと懸命に働く。野球部の存在で社内の結束力が強まっています。

# リスク情報



	想定するリスク	顕在化の可能性/ 時期/影響	対応策
外食業界の動向	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 景気低迷が続いたことによる消費不況</li> <li>✓ 中食市場の成長</li> <li>✓ COVID-19による市場環境の変化</li> </ul>	可能性 / 中 時期 / 中長期 影響 / 中	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 永く愛される魅力的な店づくりとともに、サービスの質の向上、メニュー変更、内外装のリニューアル及び業態変更等の実施による既存店売上高の維持と拡大</li> </ul>
事業展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ドミナント出店計画数に見合う出店地を確保できない可能性</li> <li>✓ 市場ニーズ及び消費者嗜好の変化</li> <li>✓ 大量の出退店時に発生する費用および損失</li> </ul>	可能性 / 中 時期 / 中長期 影響 / 小	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 出店候補地の立地特性、賃貸条件、売上予測、投資生産性の慎重な検討</li> <li>✓ 新規業態開発</li> <li>✓ 業績の改善が見込めない店舗の閉鎖</li> </ul>
食材の安定性 および安定供給	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 食品の偽装表示や不正表示</li> <li>✓ 天候不順による農作物の不作や政府による緊急輸入制限措置の発動</li> <li>✓ 食材の安全性に関わる不安等による消費者の外食離れ</li> </ul>	可能性 / 中 時期 / 中長期 影響 / 中	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 特定食材へ依存しない多業態展開</li> </ul>
食品衛生法	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 食中毒事故が起きた場合の食品等の廃棄処分、営業許可の取り消し、営業の禁止もしくは営業停止処分、被害者からの損害賠償請求、当社グループの信用力低下</li> </ul>	可能性 / 中 時期 / 短期 影響 / 小	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 食品衛生管理マニュアルに基づく衛生管理徹底</li> <li>✓ 内部監査による衛生管理状況確認</li> <li>✓ 社内講習</li> </ul>

その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。

これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

今後、「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」については決算発表の後に開示する予定です。なお、次回の開示は、2025年5月を予定しております。