

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)

2025年5月30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)
資本金	45百万円(2025年2月末日現在)
従業員数	グループ計1,646名 ※内正社員数419名(2025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. 株式会社エッジオブクリフ&コムレイド 株式会社EOCブレイン 株式会社EOCクラシコ 有限会社エー・ラウンド

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

A circular inset image showing the interior of a restaurant with a modern, industrial-style design, featuring exposed pipes and a warm lighting scheme.

飲食事業

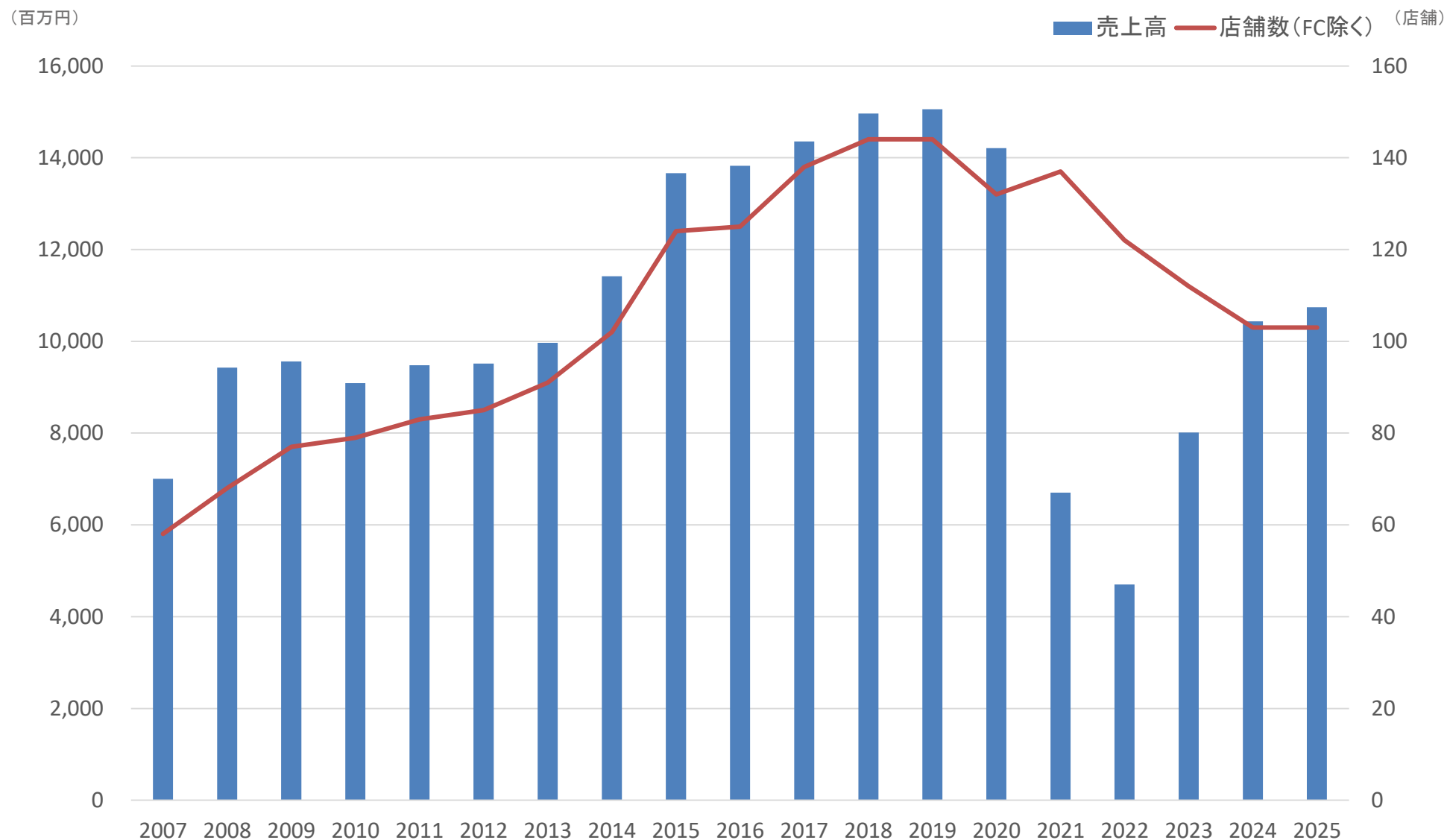
62業態111店舗
居酒屋・カフェから
レストラン運営

A circular inset image of a modern, multi-story commercial building at night, illuminated with blue and white lights, with the JG logo visible on the upper part of the facade.

不動産事業

自社所有商業ビルの
賃貸借・売買
飲食ビルのプロデュース

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の株式を100%取得し子会社化
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の株式を100%取得し子会社化
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の株式を100%取得し子会社化
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の運営受託開始
2024年12月	飲食	清水パーキングエリア内物販2店舗の運営受託開始
2024年12月	飲食	飲食事業を営む有限会社エー・ラウンドの株式を100%取得し子会社化
2025年1月	飲食	飲食業を営む株式会社エッジオブクリフ&コムレイドの株式を取得し子会社化

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。
2025年2月末日現在におきまして、62業態111店舗(国内110店舗、海外1店舗)を運営。

②不動産事業

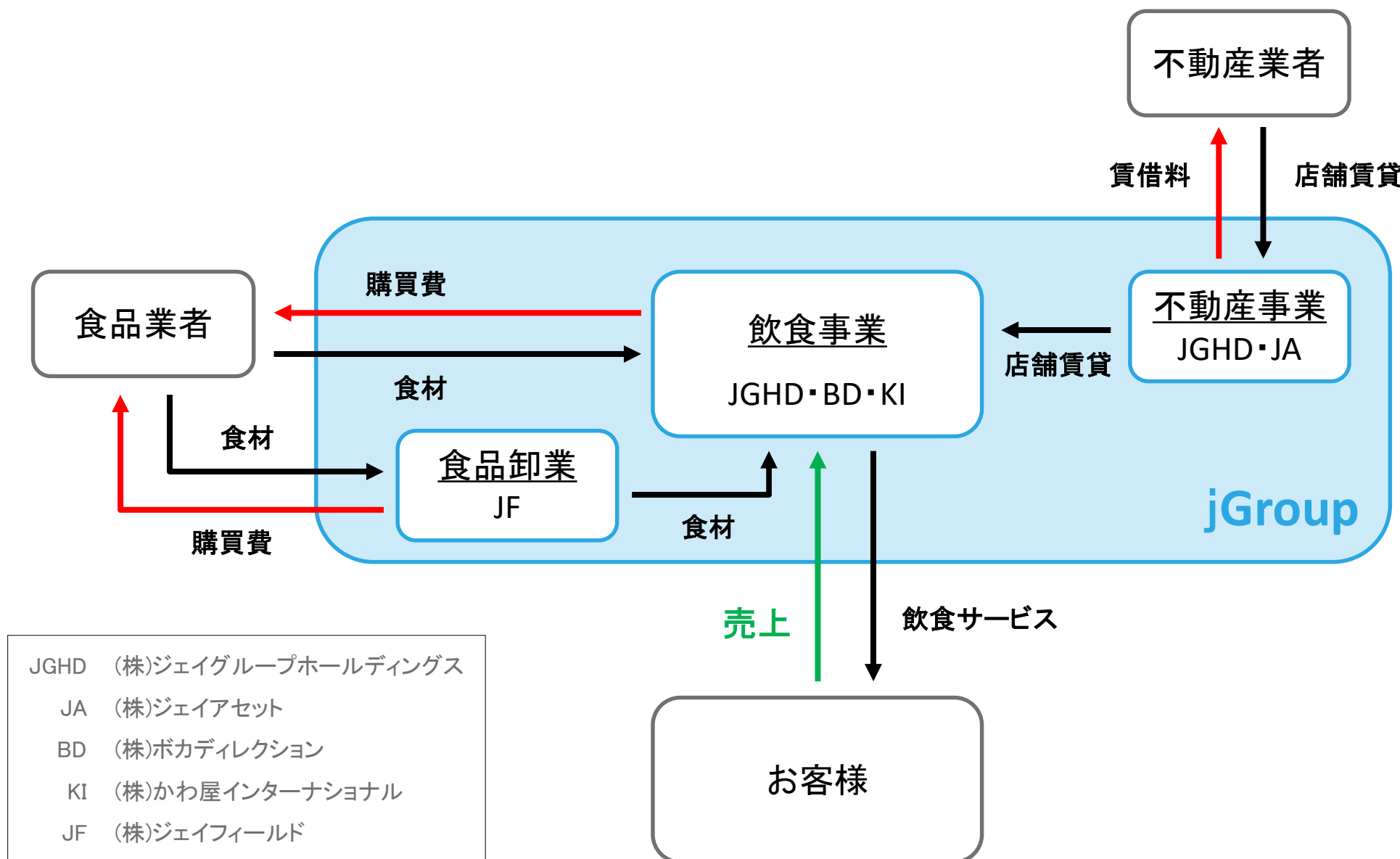


自社所有物件を中心に不動産プロデュースを積極的
に展開し、不動産の賃貸・管理・運営まで総合的
に行っております。2025年2月末日現在におきまして、
飲食ビル4棟及びレジデンス1棟を保有、運営。

※ブライダル事業に関しては、自社で運営する形から、外部に運営を委託する形に変更となっております。よって、ウェディング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	23店舗	神田・御徒町	5店舗	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。 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。 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。 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。
栄	13店舗	品川	3店舗	
金山	8店舗	銀座	3店舗	
豊田	5店舗			
豊橋	5店舗			

※2025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 | ⑥ てしごと家 名古屋駅新幹線口店 |
| ① 燦家 Lucent | ③ てしごと家 名駅店 | ⑦ すしつま 名古屋広小路店 |
| ① ほっこり 別邸 | ③ きばくもん 名駅店 | ⑧ ほっこり 名古屋広小路店 |
| ① レゴリス | ④ ためつ食堂 | ⑧ かわ屋 名駅店 |
| 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 ミツバチ | |
| ① 吟醸マグロ ルーセント店 | ⑤ 寿司と串とわたくし 名古屋駅柳橋店 | |
| 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、62業態111店舗(2025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。



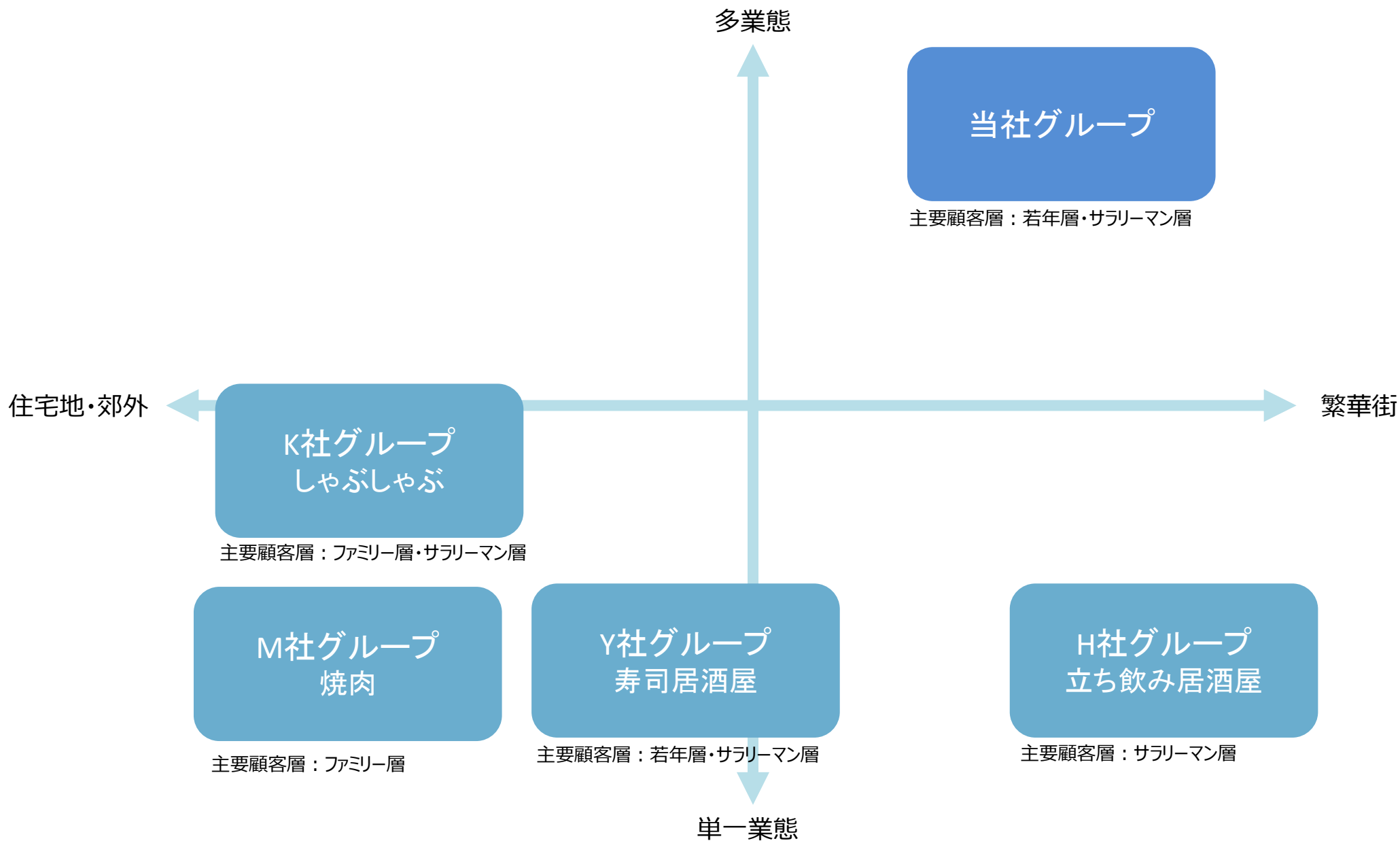
メリット

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. 様々な業態に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

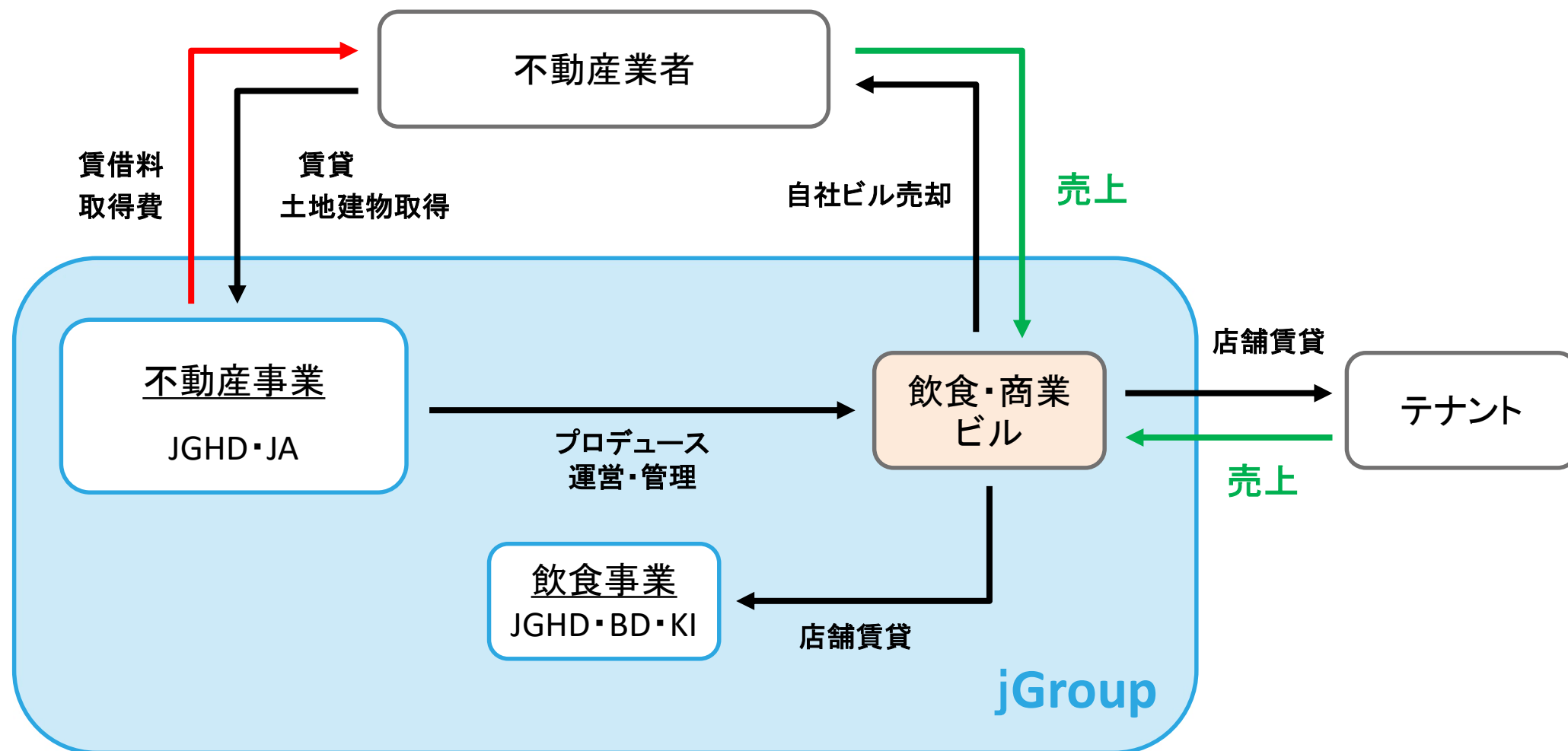
多種多様な業態を
運営できる

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

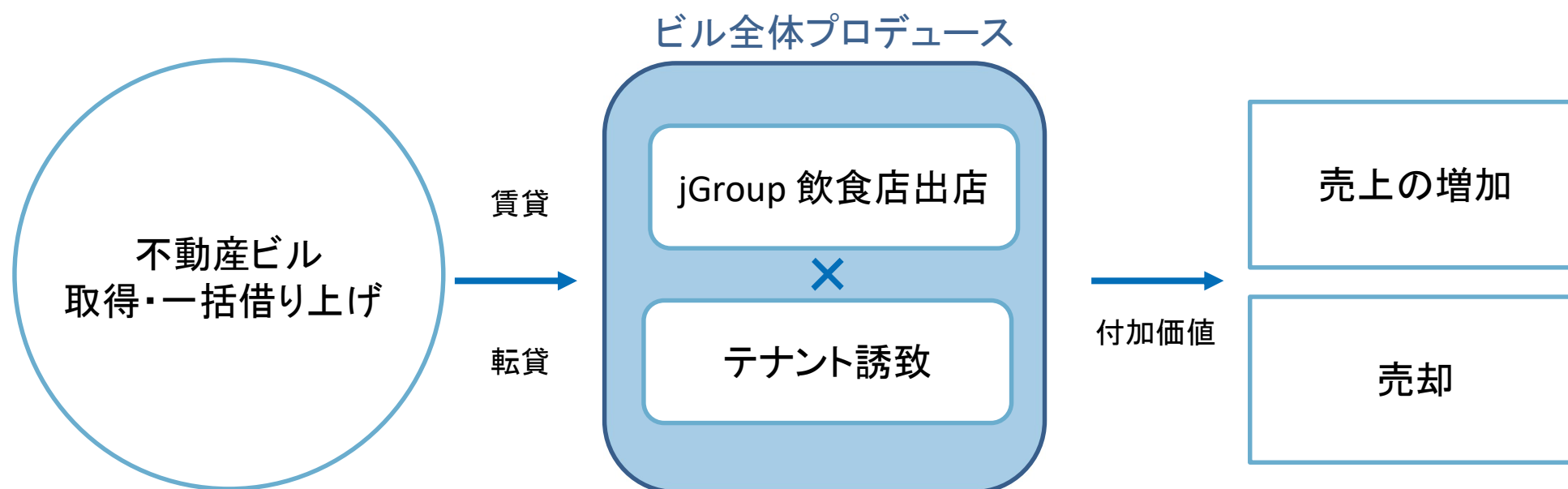


JGHD (株)ジェイグループホールディングス
 JA (株)ジェイアセット
 BD (株)ボカディレクション
 KI (株)かわ屋インターナショナル

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

3. 経営指標・利益計画

2025年2月期業績予想と実績の差異



(百万円)

	2025年2月期 通期予測(期初発表)	2025年2月期 業績実績	予測実績比 (%)
売上高	10,550	10,742	101.8%
営業利益	350	377	107.7%
経常利益	315	352	111.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	265	458	172.9%

差異が生じた理由

芋蔵青山店の立ち退きに伴う、損失補填等が発生したため、親会社株主に帰属する当期純利益は当初予測を上回る結果となりました。

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)

	2025年2月期 通期実績	2026年2月期 業績予想	前期比 (%)
売上高	10,742	11,700	108.9%
営業利益	377	465	123.3%
経常利益	352	365	103.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	458	300	65.5%
配当金	中間 2.0円 期末 2.0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、2025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、「3.28%」となり、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	1492百万円	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	262百万円	262百万円	2028年11月
合計	2,182百万円	2,105百万円	

※調達金額、充当額は2025年4月末時点

セグメント別業績概況



<飲食事業>

コロナ禍が終息した前期より増加し、売上高は
前年同期比103.2%。

<不動産事業>

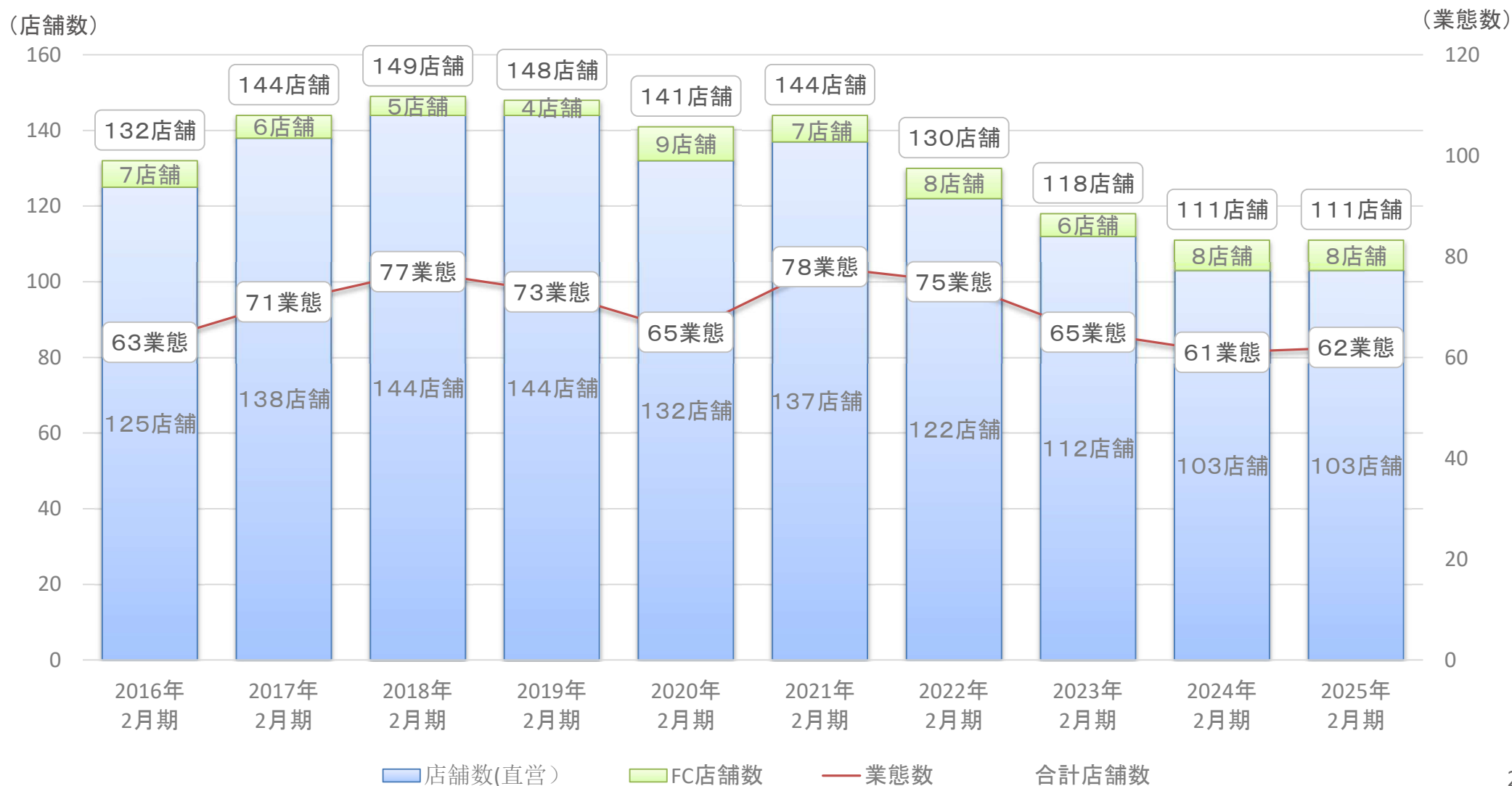
テナントビル「EXIT NISHIKI」や「jg金山」など賃貸収入が
安定的な収益となるも、2023年5月にジェイグループホール
ディングスとジェイプロジェクトが合併したことにより、グループ
内セグメント間取引が減少したため、売上高は減少しました。

		2024年 2月期 期末	2025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	9,761	10,074	313	103.2%
	営業損失	1,159	1,270	110	109.5%
不動産事業 不動産の賃貸・管理業務等	売上高	721	487	△233	108.3%
	営業利益	133	108	△25	94.3%
その他の事業	売上高	384	262	△122	68.2%
	営業利益又は損失	△111	△106	4	—
調整額	売上高	△434	△81	352	—
	営業損失	△872	△894	△22	—
連結財務諸表 計上額	売上高	10,433	10,742	309	103.0%
	営業損失	309	377	67	121.7%

店舗数の推移



期間中の新規出店12店舗(直営4店舗、FC1店舗、M&A7店舗)・業態転換2店舗
閉店12店舗(立ち退き1店舗、外部転貸7店舗、FC1店舗、契約満了3店舗)となり、
2025年2月期末時点で、62業態、111店舗体制となる



合計店舗数

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
- M&A

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、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」に次ぐ第3の拠点として、2024年12月より「新東名高速道路 清水パーキングエリア内売店の運営開始。
- ・ 寿司居酒屋業態
2024年12月に名古屋金山に、「寿司と天ぷらとわたくし」をOPEN。
- ・ 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。
2025年2月に京都市に「吟醸マグロ 京都四条高倉店」をOPEN。
- ・ 「かわ屋」FC加盟店増加
FC加盟店を今後も積極的に募集(2025年2月期は新規加盟店1店舗、直営店舗1店舗をOPEN)
- ・ M & Aの実施
2024年12月「有限会社エー・ラウンド」、2025年1月「株式会社エッジオブクリフ&コムレイド」等、2件のM&Aを実施。合計7店舗が新たにグループに加わる。

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ました。

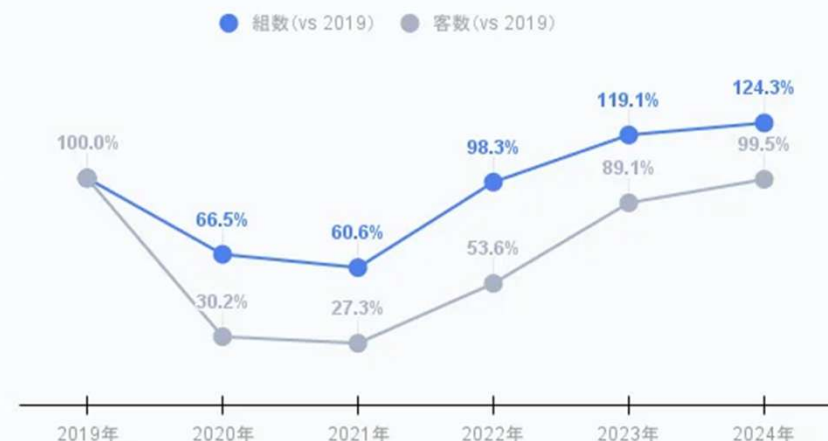
コロナ中

- 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
- 倒産企業の増加

忘年会予約の回復推移 (2019年を100%とした指数)



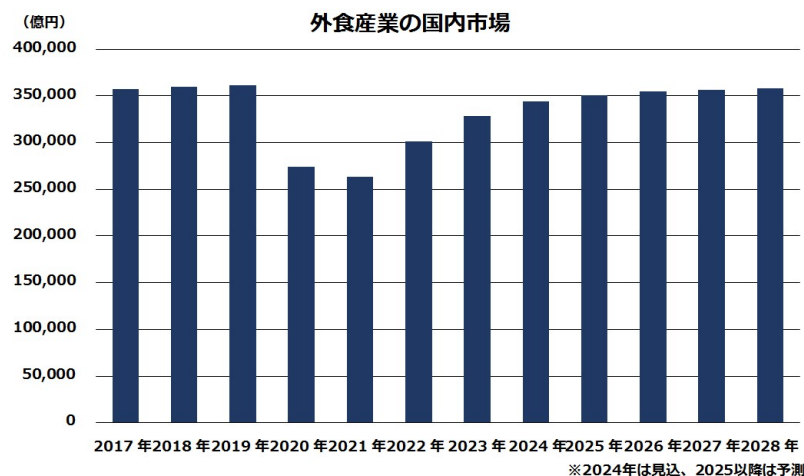
居酒屋の宴会需要は、客数はコロナ前水準に戻っており、客単価が上がったことにより、売上はコロナ前を越える状況となっている。宴会可能な店舗が減っている事もあり、一定の宴会需要は今後も続くものと思われる。

外部環境①

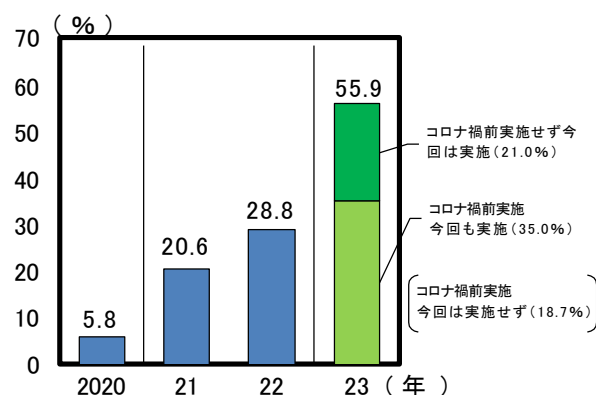


飲食産業の市場規模は、コロナ禍前の市況に近づいております。
また、コロナ禍明けに宴会を行う企業も増加しており、飲食需要、宴会需要共に伸びておりますが、「パブレストラン・居酒屋」業態の店舗数は2019年比でマイナス32%となっており、需給ギャップが発生しております。

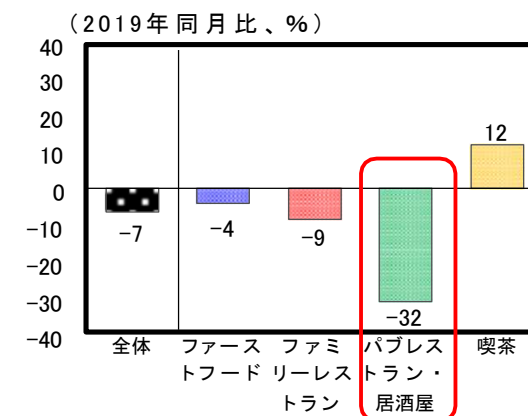
外食産業の市場推移



忘年会・新年会を開催する企業の割合



店舗数の変化率



出典:富士経済「外食産業マーケティング便覧 2024 総市場分析編」

出典:内閣府 今週の指標No.1353 コロナ禍以降の外食消費の動向について

飲食需要



宴会需要



店舗数

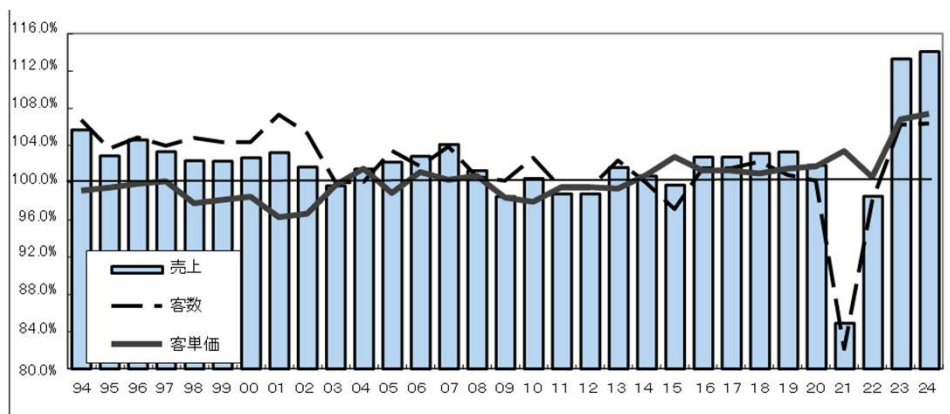


外部環境 ②



外食産業の飲食需要は高まっている事に加え、コロナ禍前まで、あまり伸びなかった客単価が、コロナ禍後上昇しております。また、コロナ禍後、倒産件数が増加傾向にあり、店舗数の減少傾向は続くと思われます。

外食産業の需要増減



出典: 日本フードサービス協会 「外食産業市場動向調査 令和6年年間結果報告」

飲食業の倒産件数



出典: 東京商工リサーチ「2024年上半期飲食業の倒産動向調査」

客単価



倒産件数



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		✓ 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 ✓ 非アルコール業態の増加（高速道路、専門業態、大阪王将等）
	✓ デリバリー（中食）		✓ デリバリー事業は一部店舗を除き撤退
出店立地	✓ 繁華街・ビジネス街の人流		✓ サービスエリア等郊外エリアへの積極的展開 ✓ 繁華街エリアへの出店
	✓ 郊外・住宅街の飲食店需要		
店舗規模	✓ 大人数宴会・会食需要		✓ 大箱から小箱の店舗へ転換 ✓ 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。
	✓ 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

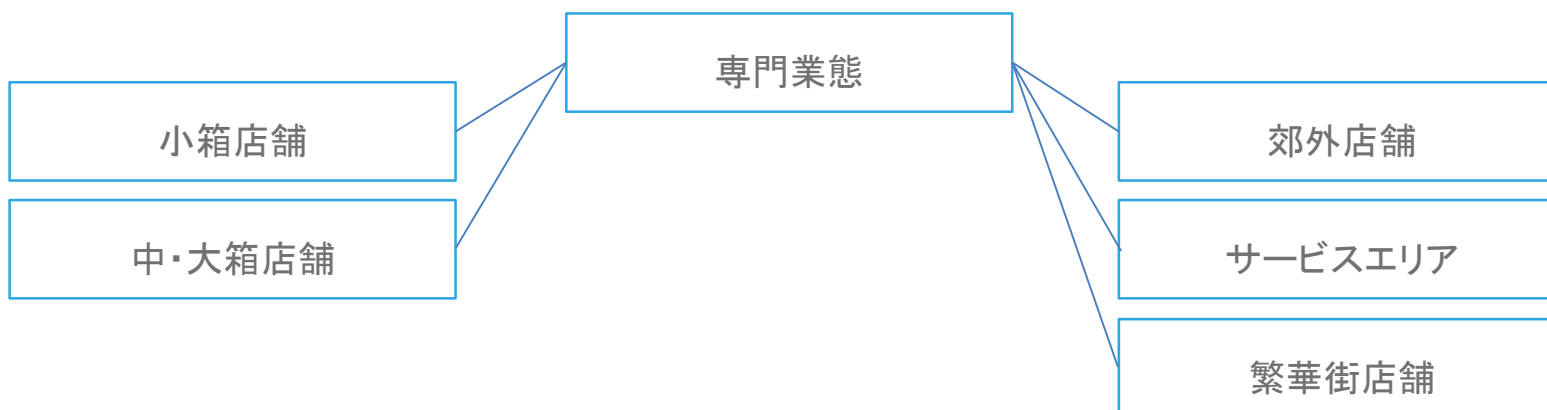


After

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)	2026年 (計画)
小箱 (対全体)	34.0%	35.7%	41.9%(目標) 41.4%(実績) 当初計画とほぼ同じ ペースの実績となった	46.2%(目標) 43.9%(実績) 新規出店が少なく、小 箱店舗の比率は伸び 悩んだ	47.2%(目標) 43.0%(実績) 新規出店が少なく、小 箱店舗の比率は伸び 悩んだ	47.2%(目標) 45.0%(実績) 新規出店(M&A含む) を行ったことにより伸 びた	47.2%
郊外 (対全体)	1.9%	2.0%	3.2%(目標) 3.4%(実績) 当初計画とほぼ同じ ペースの実績となった	6.6%(目標) 7.3%(実績) 当初計画とほぼ同じ ペースの実績となった	13.5%(目標) 7.6%(実績) 新規出店が少なく、郊 外店舗の比率は伸び なかった	13.5%(目標) 7.5%(実績) 都心の店舗が増えた ことにより、郊外店の 比率は減少した	13.5%
専門業態 (対全体)	42.7%	44.9%	52.7%(目標) 59.2%(実績) 当初計画より、業態変 更が進んだため目標 値をクリア	54.9%(目標) 56.1%(実績) 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	56.2%(目標) 58.2%(実績) 業態変更を9店舗実 施したため、目標数字 を達成	既に達成済み	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7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

すいふら



「日本酒業態」

- ・ 現在8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

マダロ・日本酒専門
光蔵



②「かわ屋 FC加盟店増加」

現在、直営7店舗、FC加盟店8店舗を展開
(2025年2月現在 合計15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、2024年12月に新東名高速道路「清水PA」内売店をOPEN



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(2025年度)
2.9名(2025年2月末時点)
 - ・採用抑制による社員自然減
165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
40店舗に導入済み(2025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)

※2024年に既に達成済み

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。
2025年2月末現在で31人が活躍中。



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6月末で17人をフィリピンから採用済み。その後、追加で2025年3月に2人、4月に3人を採用し今後も増やす予定。

④外部研修等の実施

お酒の製造工程を学び、より深い知識とお客様への提案が出来るように、鹿児島焼酎酒造、山形ワイナリー等の研修を実施。

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 (実績)	2026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) 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。	2.5人(計画) 2.7人(実績) 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。	2.3人(計画) 2.5人(実績) 昨年同様、当初計画より 若干オーバーしていますが、 今後の新規出店時の 責任者育成及び、人手不 足対策のため、人員を若 干多く配置しております。	2.3人(計画) 2.9人(実績) 特定技能外国人を積極的 に採用したことと、社員を 多く抱える会社をM&Aした ことにより、計画をオー バーしております。	2.3人
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) 計画を超える削減となっ ていますが、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。	1,160百万円 (計画) 1,101百万円 (実績) 計画を超える削減となっ ていますが、今後の業績回 復とともに若干増える可 能性があります。	1,193百万円 (計画) 1,160百万円 (実績) 業績が回復しても、予定 内で納めることができて います。	1,193百万円 (計画) 1,090百万円 (実績) 人件費の削減等を進めた ことにより、更なる経費削 減を行っております。	既に 達成済み

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、2025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

※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

※2025年4月21日に開示しています通り、「ジェイチル名駅」「jG金山」は5月下旬に売却済となっております

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



社会貢献活動として子供たちへ野球教室を開催



第91回都市対抗野球大会出場記念 2020

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	✓ 景気低迷が続いたことによる消費不況 ✓ 中食市場の成長 ✓ COVID-19による市場環境の変化	可能性 / 中 時期 / 中長期 影響 / 中	✓ 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
事業展開	✓ 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 ✓ 市場ニーズ及び消費者嗜好の変化 ✓ 大量の出退店時に発生する費用および損失	可能性 / 中 時期 / 中長期 影響 / 小	✓ 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 ✓ 新規業態開発 ✓ 業績の改善が見込めない店舗の閉鎖
食材の安定性 および安定供給	✓ 食品の偽装表示や不正表示 ✓ 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 ✓ 食材の安全性に関わる不安等による消費者の外食離れ	可能性 / 中 時期 / 中長期 影響 / 中	✓ 特定食材へ依存しない多業態展開
食品衛生法	✓ 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	可能性 / 中 時期 / 短期 影響 / 小	✓ 食品衛生管理マニュアルに基づく衛生管理徹底 ✓ 内部監査による衛生管理状況確認 ✓ 社内講習

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、2026年5月を予定しております。