

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)

2023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	58百万円(2023年2月末日現在)
従業員数	グループ計1,453名 ※内正社員数367名(2023年2月末日現在)

子会社	株式会社ジェイプロジェクト 株式会社ジェイブライダル 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. KAKEHASHI S.L.U.
-----	--

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

ブライダル 事業

自社所有結婚式場および
隣接バー・レストラン運営

飲食事業

65業態118店舗
居酒屋・カフェから
レストラン運営

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

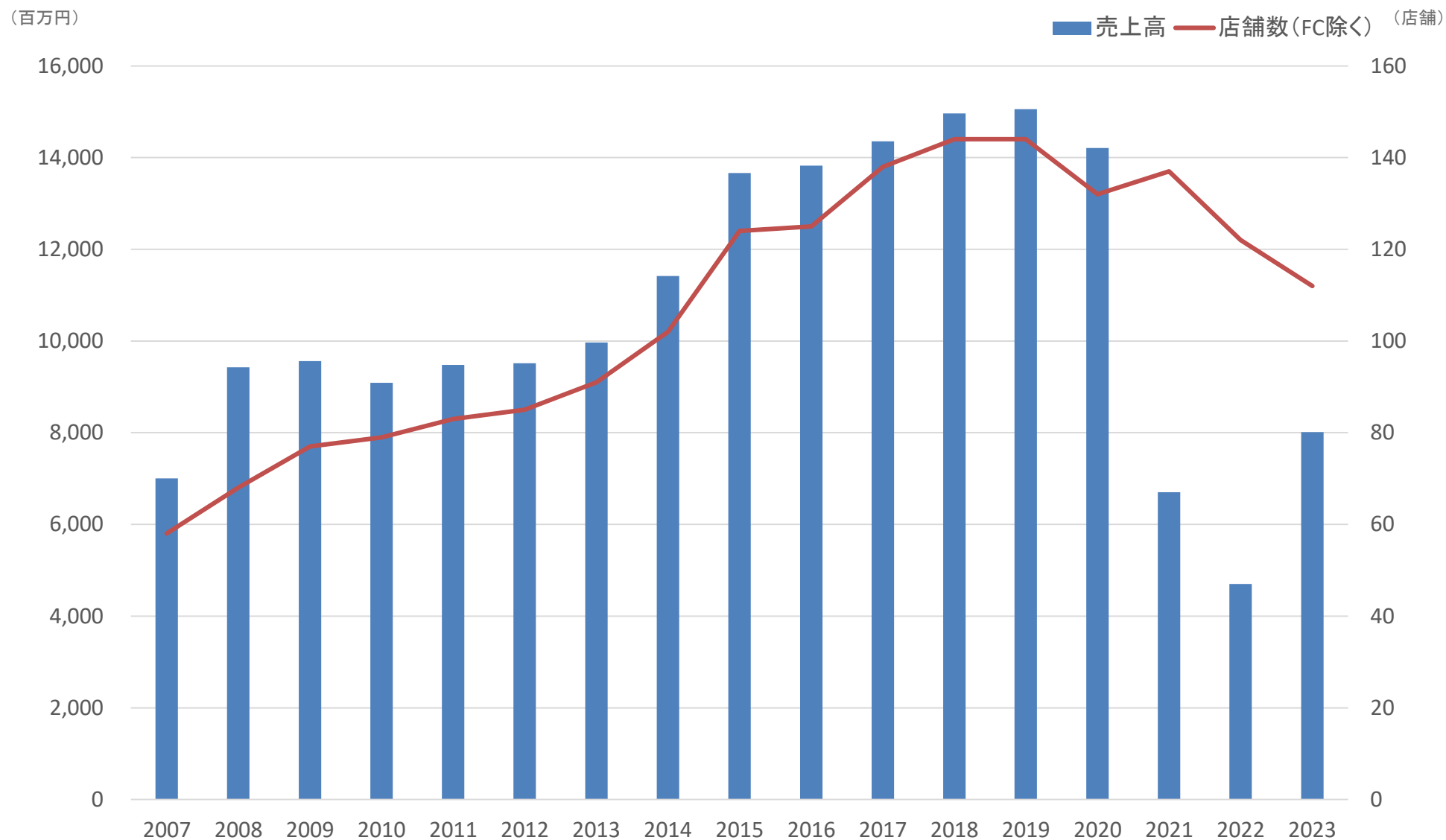
アウトドア 事業

公営プール運営
イベント企画運営
出張アウトドア

人材派遣業

飲食およびその他サービス業
へ人材派遣

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。

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

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。
2023年2月末日現在におきまして、65業態118店舗(国内116店舗、海外2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。
2023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。

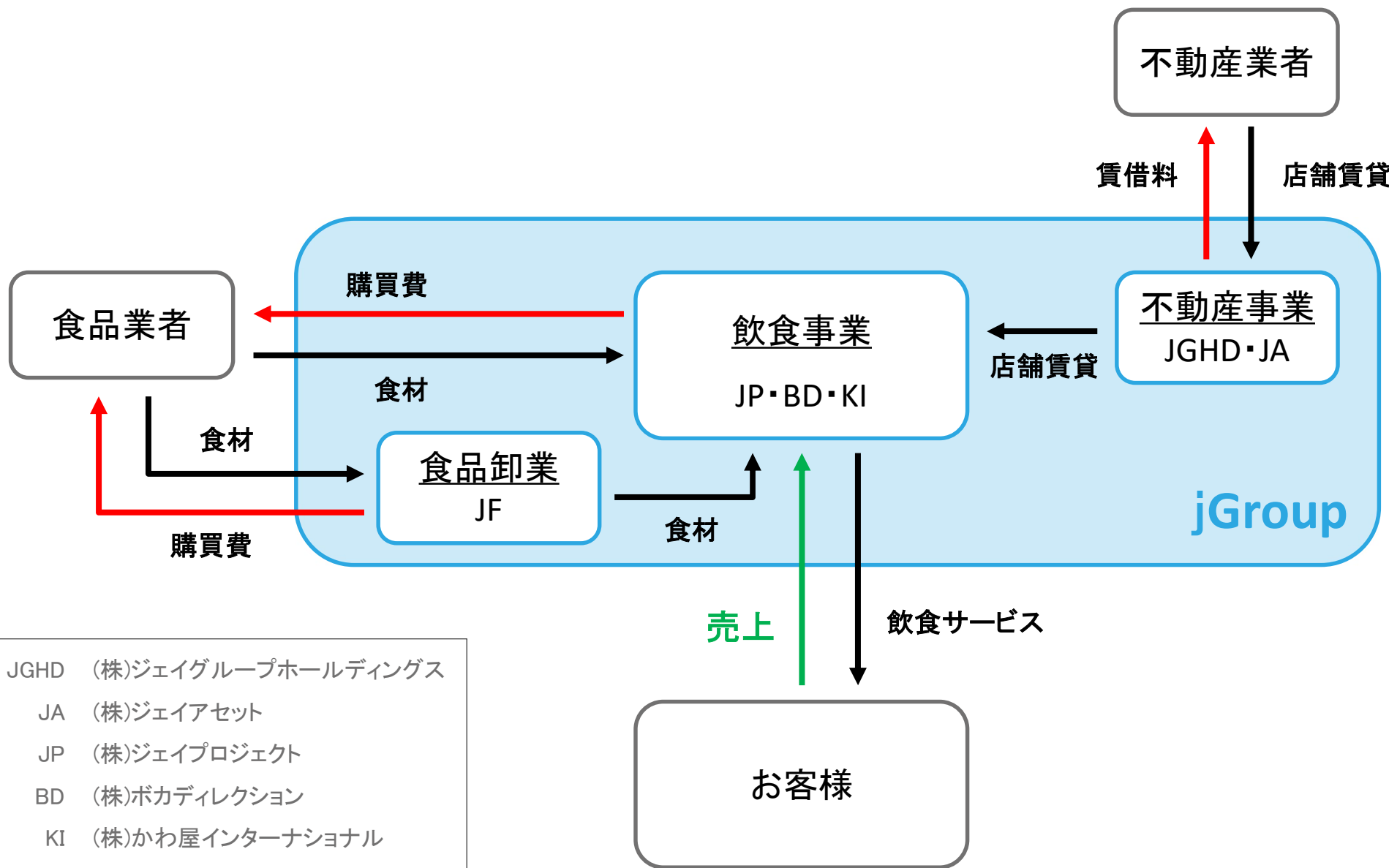
④人材派遣事業



飲食業者、介護業者、工事業者を中心に、2023年2月末時点で、16企業への派遣事業を実施。

2. 事業の特徴・強み

飲食事業



- 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
- JP (株)ジェイプロジェクト
- 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
- JF (株)ジェイフィールド

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"> 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	20店舗	品川・蒲田	6店舗	
金山	7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	4店舗			

※2023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 きばくもん 駅西店 |
| ① 燦家 Lucent | ③ てしごと家 名駅店 | ⑧ すしつま |
| ① 芋蔵 Lucent | ③ きばくもん 名駅店 | ⑨ ほっこり 広小路店 |
| ① 吟醸マグロ Lucent | ④ MANOA VALLEY CAFE | ⑨ かわ屋 名駅店 |
| ① 名古屋めし食堂丸八 | ④ ためつ食堂 | |
| ① THE ONE AND ONLY | ④ 芋蔵 名駅店 | |
| ① LA ETERNITA | ⑤ きじょうもん 名駅店 | |
| ① Botanical Garden Saru Cafe | ⑤ サーモンパンチ 名駅店 | |
| ① うしじま洋食店 | ⑥ かわ屋 名駅西口店 | |

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、65業態118店舗(2023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。



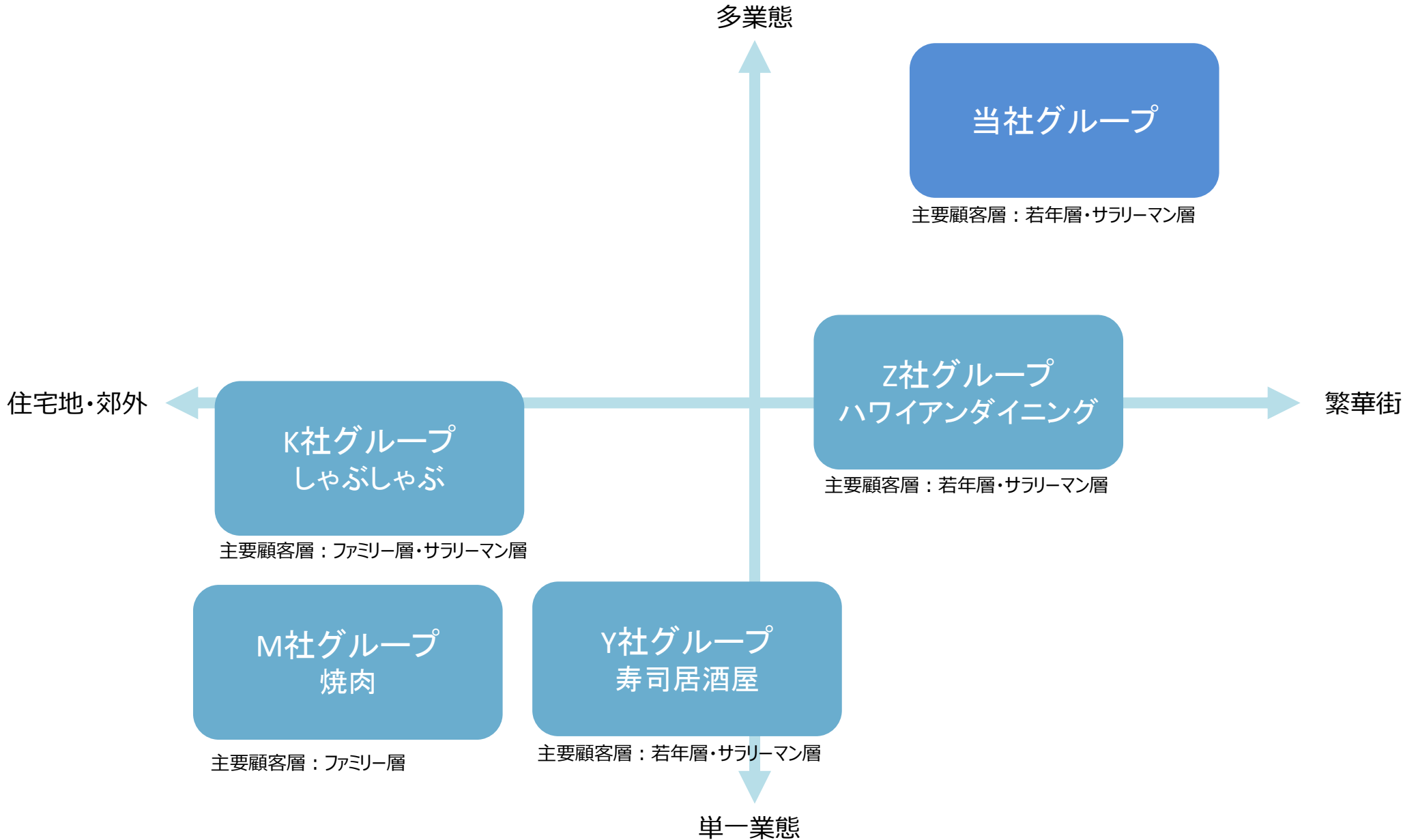
メリット

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

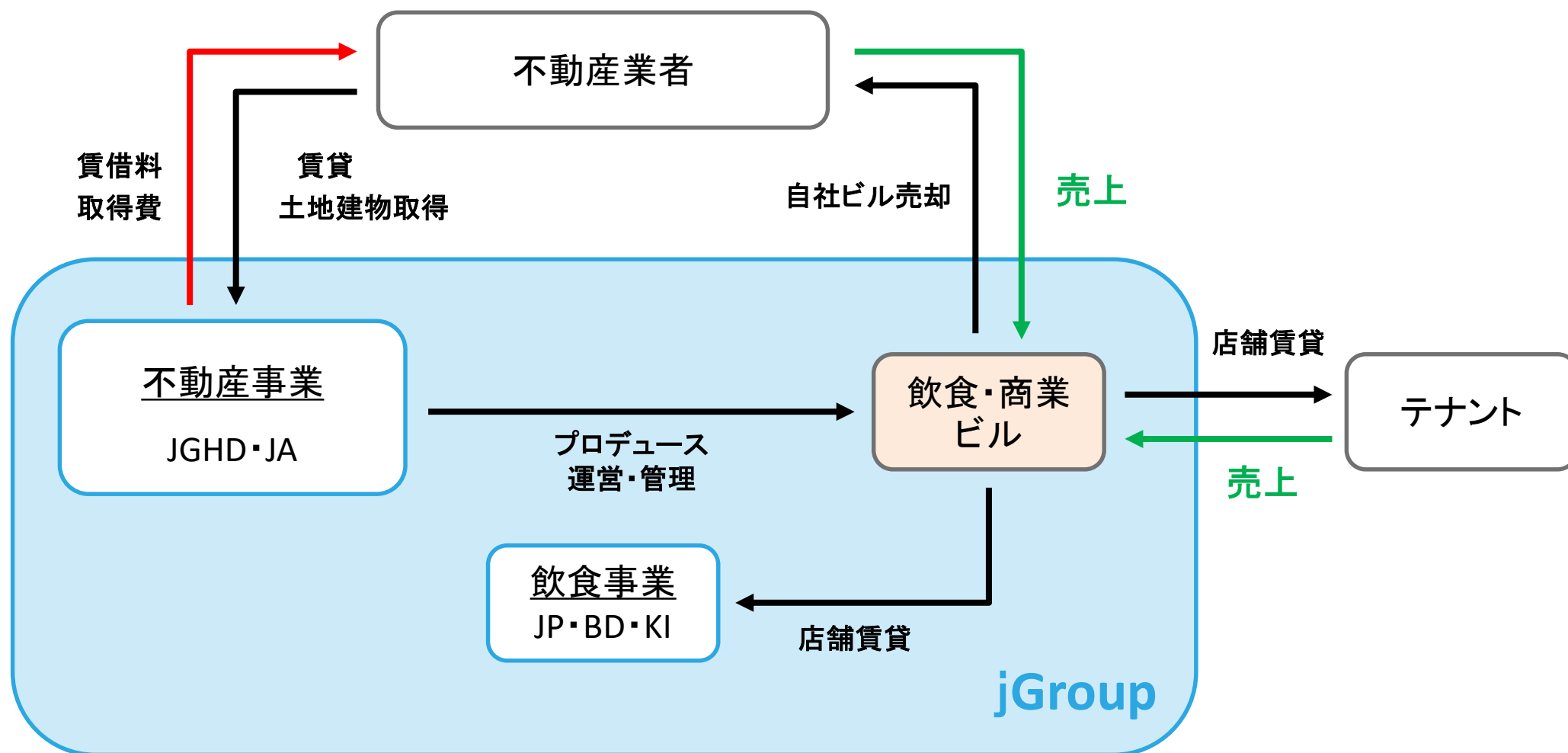
多様な業態へ
対応できる人材が豊富

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

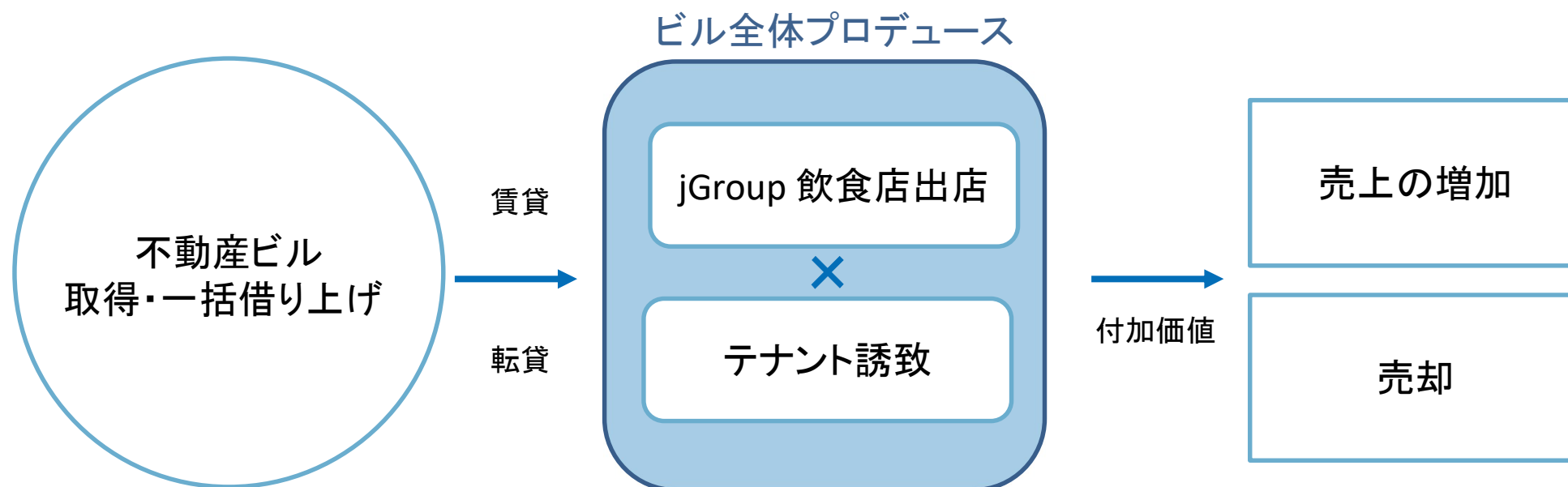


- JGHD (株)ジェイグループホールディングス
- JA (株)ジェイアセット
- JP (株)ジェイプロジェクト
- BD (株)ボカディレクション
- KI (株)かわ屋インターナショナル

不動産事業の概要



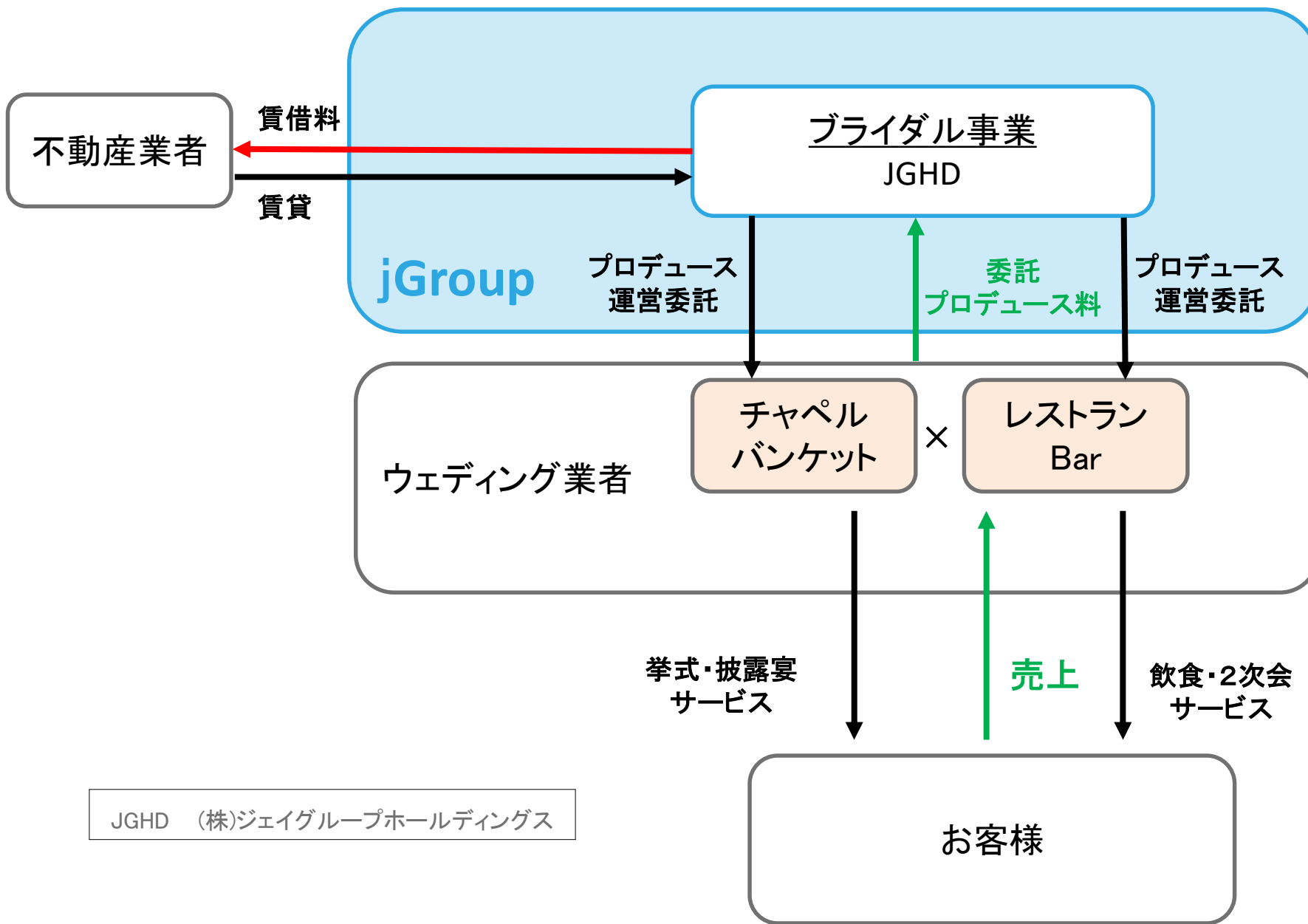
当社グループでは(株)ジェイグループホールディングスおよび(株)ジェイアセットを中心に商業ビル・レジデンスを所有しております。



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



子会社の(株)ジェイブライダルでは、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、2022年12月末をもって直営での営業を終了しております。今後の、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、今後、直接自社で運営する形から、外部のブライダル業者に運営を委託する形で事業の継続をしていく形といたしました。

今まで

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。

今後

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。

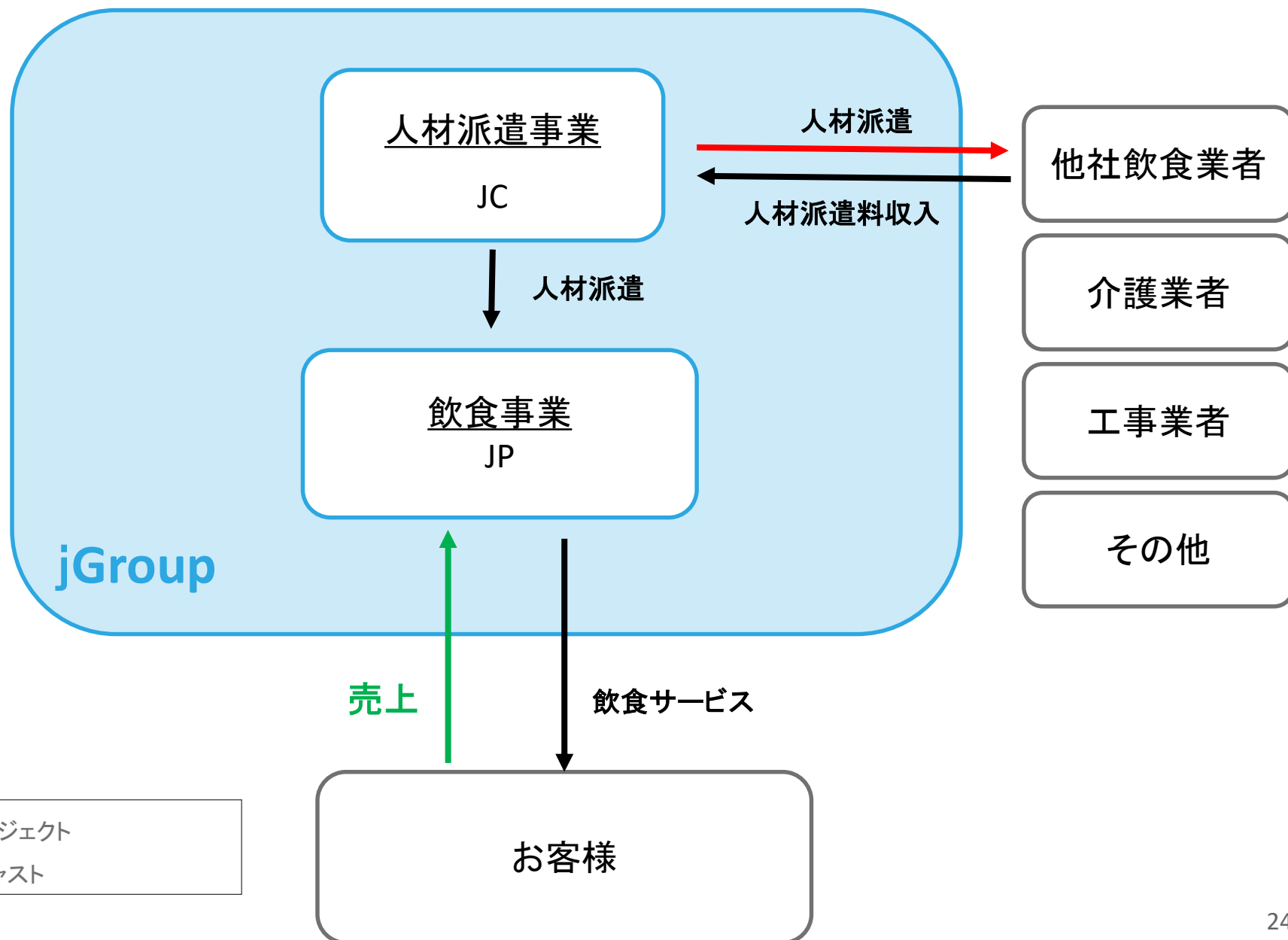
THE ONE AND ONLY(スカイバー)
に関しては自社にて営業。レストランとしての需要の他、ブライダルの前室利用として稼働。





2. 事業の特徴・強み

人材派遣事業

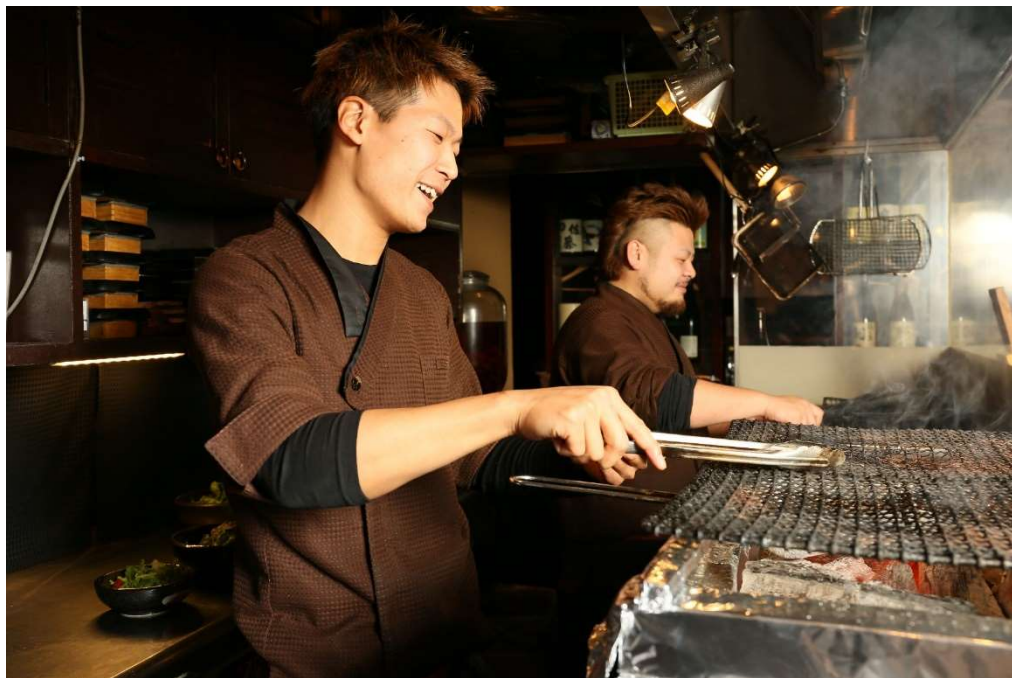


JP (株)ジェイプロジェクト
JC (株)ジェイキャスト

人材派遣事業の概要



子会社の(株)ジェイキャストでは、グループ内の飲食店への人材派遣以外に、外部業者への人材派遣を行っております。主に他社の飲食業者、介護業者、工業者等への人材派遣を行っております。



3. 経営指標・利益計画

2023年2月期業績予想と実績の差異及び差異要因



	(百万円)		
	2023年2月期 通期予測	2023年2月期 業績実績	前年同期比 (%)
売上高	10,442	8,013	76.7%
営業利益又は損失	107	△1,032	—
経常利益または損失	28	△901	—
親会社株主に帰属する 当期純利益または純損失	8	△549	—

差異が生じた理由

2023年2月期の通期予測は、新たな緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による影響を受けないことを前提としておりましたが、実際には、2022年3月にまん延防止等重点措置があり、2022年4月以降、新たな緊急事態宣言やまん延防止等重点措置は出なかったものの、COVID-19第7波、第8波と、飲食店営業にとって大きな影響が続き、そのため、売上高、営業利益、経常利益、親会社に帰属する当期純利益ともに大幅に減少をいたしました。

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。

業績予想について

新たな緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による影響を受けないことを前提としております。

(百万円)

	2023年2月期 通期実績	2024年2月期 業績予想	前年同期比 (%)
売上高	8,013	9,485	118.4%
営業利益	△1,032	121	—
経常利益	△901	58	—
親会社株主に帰属する 当期純利益または純損失	△549	27	—
配当金	中間 無配 期末 無配	中間 未定 期末 未定	

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、2023年2月期は、COVID-19第7波、第8波の影響が強く、未達成となっております

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	1,485百万円	468百万円	2022年3月から 2026年2月まで
運転資金	350百万円	350百万円	2022年3月から 2025年5月まで
合計	1,835百万円	818百万円	

※調達金額、充当額は2023年4月末時点

セグメント別業績概況



<飲食事業>

2022年3月21日に、まん延防止等重点措置が解除され通常営業となったことに伴い、売上高は**前年同期比208.6%**。

<不動産事業>

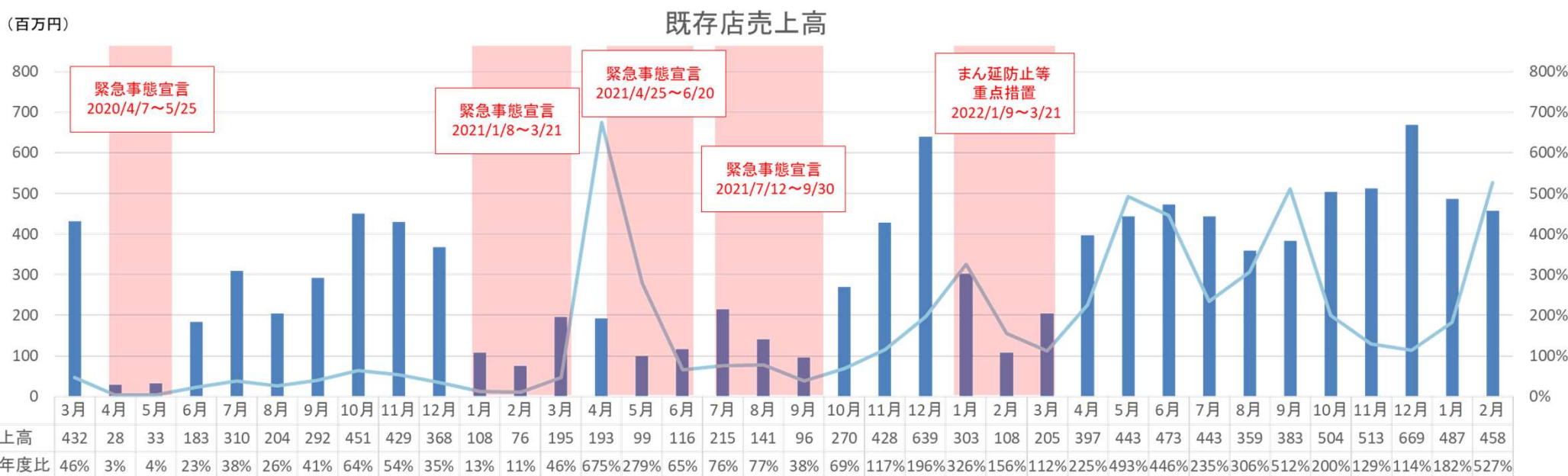
テナントビル「EXIT NISHIKI」や「JG金山」など賃貸収入が安定的な収益となるも、前期、不動産を売却した反動により売上高前年同期比72.9%へ減少。

		2022年2月期 期末	2023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	3,445	7,189	3,744	208.6%
	営業損失	△1,169	△657	512	—
不動産事業 不動産の賃貸・管理業務等	売上高	2,052	1,496	△555	72.9%
	営業利益	158	161	3	101.6%
ブライダル事業 挙式・披露宴サービスの提供	売上高	257	322	65	125.1%
	営業損失	△63	△56	7	—
人材派遣	売上高	58	112	54	193.1%
	営業損失	△63	△108	△45	—
その他の事業	売上高	111	194	83	174.3%
	営業利益又は損失	9	△44	△54	—
調整額	売上高	△1,221	△1,302	81	—
	営業損失	△759	△327	432	—
連結財務諸表 計上額	売上高	4,703	8,013	3,310	170.4%
	営業損失	△1,888	△1,032	856	—

店舗の営業状況



	2022年												2023年	
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
総店舗数(FC除く)	121	122	121	119	119	117	117	113	112	114	114	113	113	112
通常営業店舗数	7	7	107	108	111	109	109	108	107	109	109	108	108	107
(通常営業店舗/総店舗)	5.8%	5.7%	88.4%	90.7%	93.2%	93.1%	93.1%	95.5%	95.5%	95.6%	95.6%	95.5%	95.5%	95.5%
営業短縮店舗数	49	35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
休業店舗数	65	80	14	11	8	8	8	5	5	5	5	5	5	5



※既存店基準：開店日より24ヶ月を経過した店舗を対象としております。
 ※時短・休業店舗も含む

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)

- ・ ゴーストレストラン事業
デリバリー専用店舗として1店舗展開しておりましたが、居酒屋需要の回復とともに、デリバリー専門店としてのゴーストレストラン事業は、需要の低下と、手数料率の高騰、また、人員を通常店舗に振り分けるため、撤退いたしました。デリバリー事業につきましては、各店の通常営業に追加する形で継続しております。
- ・ テイクアウト・キッチンカー
テイクアウト専門店を1店舗展開しておりましたが、ゴーストレストラン事業同様、居酒屋需要の回復に伴い、テイクアウト需要が低下、人員を需要が回復した、通常飲食店に振り分けるため、撤退いたしました。
- ・ 博多かわ屋EC販売・催事
EC販売、催事は継続して実施しておりますが、EC販売に関しては、通常営業が再開したことにより積極的にEC事業を広げていく事は一旦停止しています。
- ・ 飲み放題サブスクリプションサービス
現在も継続中ではございますが、需要が少なかったため積極的には展開しておりません。代わりに、各店の情報をSNSやLINE公式アカウントにて展開しお客様へお店のイベントやフェア等の情報を提供する事に注力しております。

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。

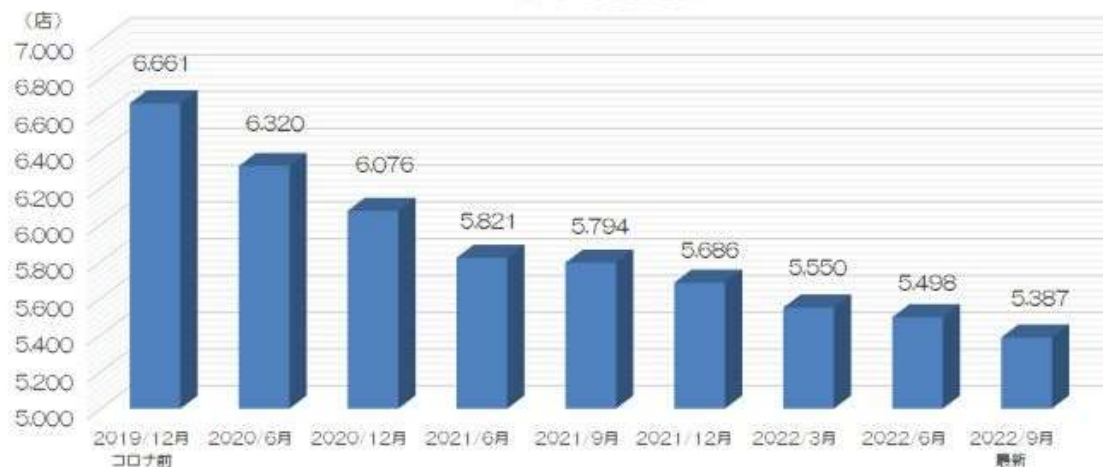
コロナ中

- 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

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9月時点で約80%に店舗数が減少しております。

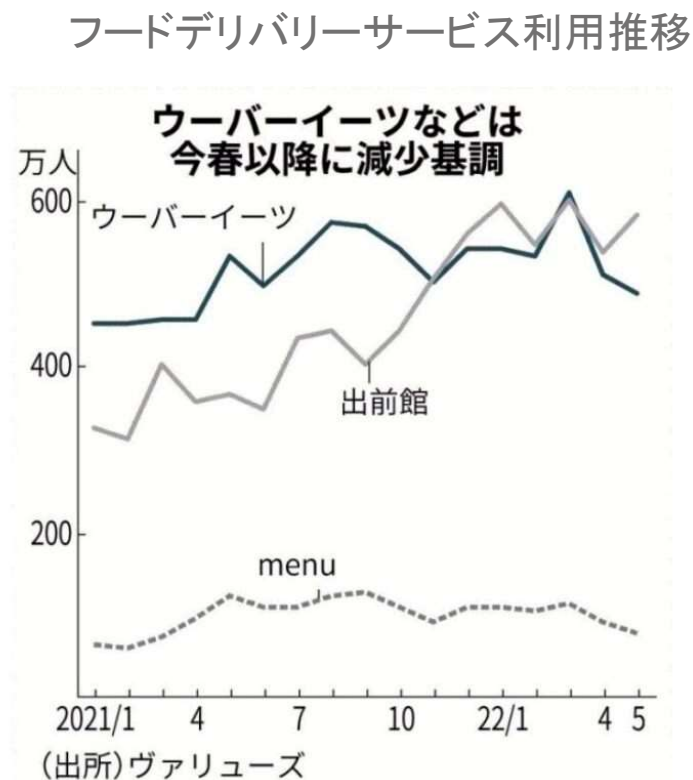
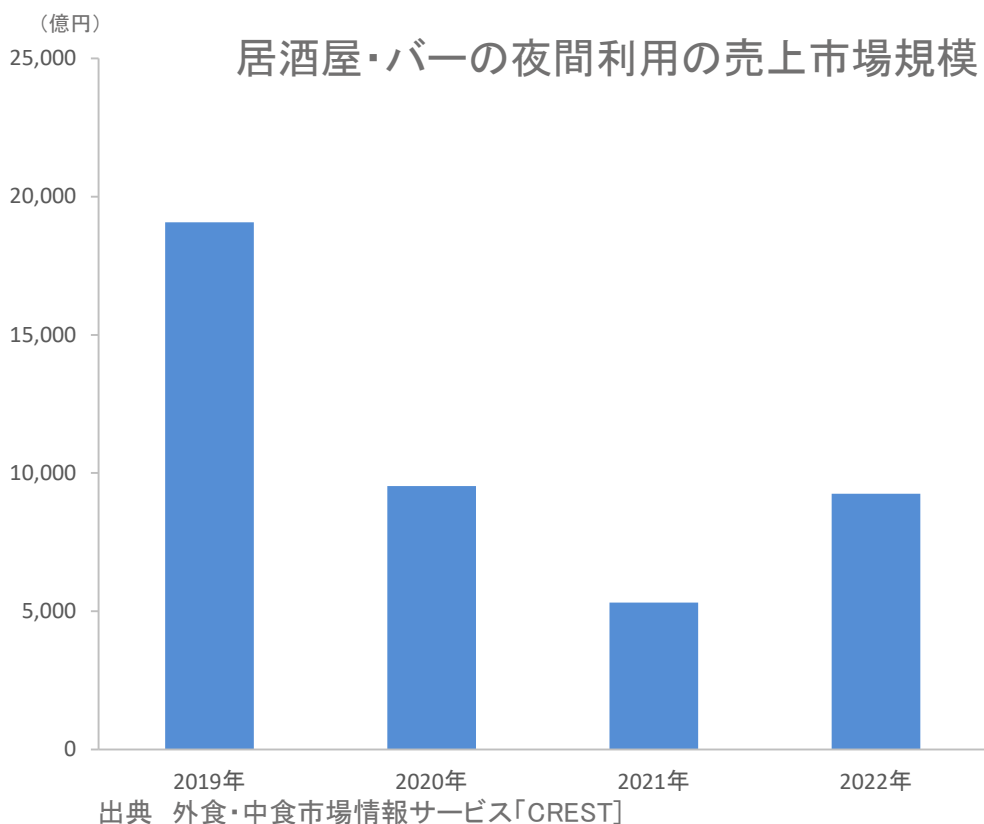
2022年後半以降、繁華街エリアへの人流の戻りも顕著に表れており、COVID-19収束とともに、実店舗へのお客様の戻りも明らかになってきて来ます。そういった需要の回復に、反して、居酒屋の店舗数は減少しており、需給ギャップが発生しつつあります。

外部環境 ①



居酒屋・バー市場は2019年のCOVID-19まん延以降、2年にわたり減少の一途をたどってまいりました。しかし、2022年は、COVID-19の影響が徐々に薄れたことにより、回復傾向にあります。2021年比74.3%の増加となっておりますが、今後COVID-19の終息とともに、市場は回復してくるものと思われまます。

一方、COVID-19による飲食店の営業ができない期間に成長していました、フードデリバリー市場ですが、COVID-19の影響が薄れてくるとともに、減少傾向となっております。



居酒屋 市場



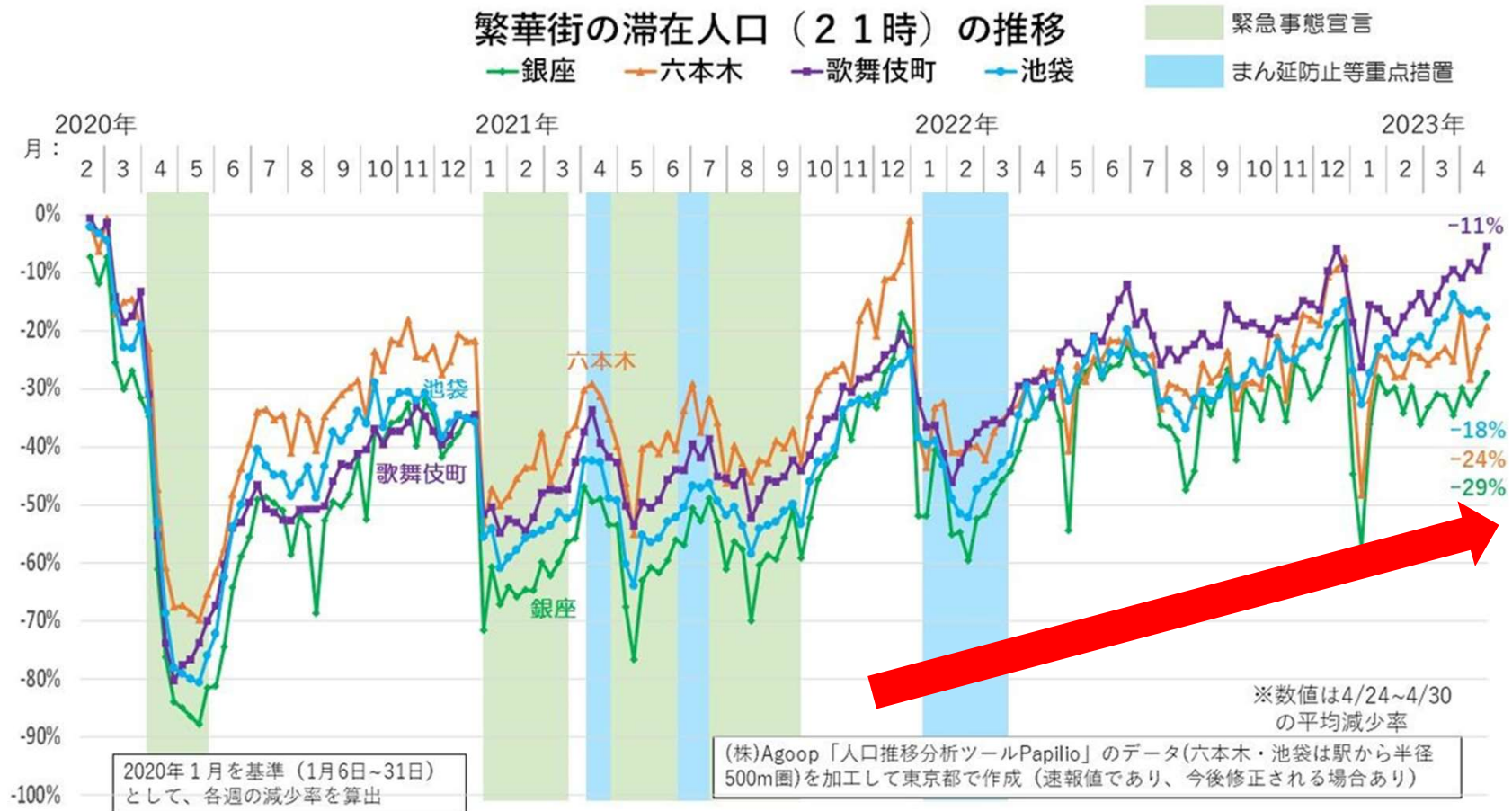
デリバリー市場



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前の水準に近付きつつあります。



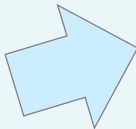
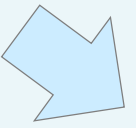
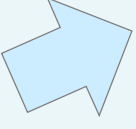
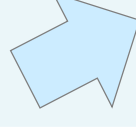
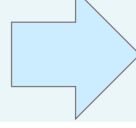
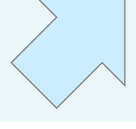
出典 東京都政策企画局「東京都内における繁華街の混雑状況および滞在人口(人出)の増減状況」に当社が一部加工(矢印の追加)

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"> ✓ 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）		<ul style="list-style-type: none"> ✓ デリバリー事業は今後も継続 ✓ ゴーストレストラン事業は今後の成長が見込めないため撤退
出店立地	✓ 繁華街・ビジネス街の人流		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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		<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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)

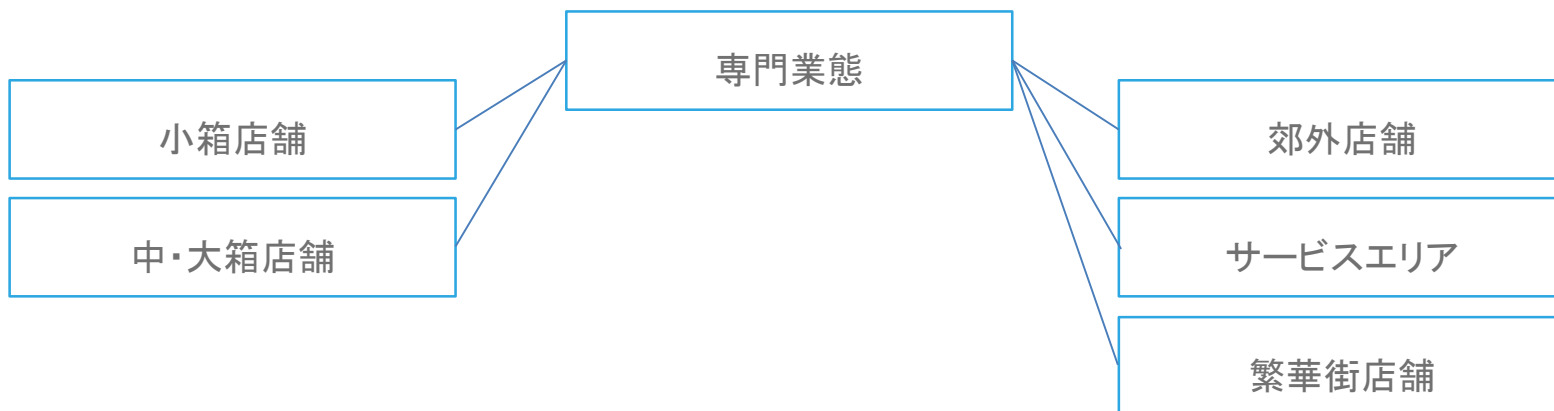
Before

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(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%
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%
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%

※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)、大曾根等、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 (サービスエリア運営受託)



多業種展開している強みを活かし、それぞれの施設に合わせた業態の展開が可能。
今後も拠点数を増やしていく予定

①「名神高速道路下り線大津SA」の一括運営



②「東海北陸自動車道川島ハイウェイオアシス」内「かわしまファーマーズ」を運営



2拠点目



- 大津SAは2021年10月1日より運営開始
- 川島ハイウェイオアシス内かわしまファーマーズは2023年2月27日より運営開始

今後の取り組み 『攻め』の詳細② 新規事業の展開 (ナショナルFCブランド)



ナショナルブランドのFCを展開することにより、より一層、幅広いジャンルの業態開発が可能になる。ブランド力のある食事業態のFCビジネスを今後も展開していく

- ✓ 住宅地・郊外を中心に今後展開
- ✓ 大阪王将FC3号店を3月、4号店を10月にオープン
- ✓ 昔の矢場とんFC2号店を10月にオープン

大阪王将
OSAKA OHSHO



昔の
矢場とん
昭和二十二年創業



2店舗

アスナル金山店
2021年6月4日オープン
錦三丁目店
2022年10月14日オープン

4店舗

黒川店
2021年8月31日オープン
大津SA店
2021年11月1日オープン
池下店
2022年3月14日オープン
藤が丘店
2022年10月4日オープン

合計6店舗を運営中

今後の取り組み 『攻め』の詳細② 新規事業の展開 (寿司居酒屋業態)



寿司居酒屋業界は今後も伸びていく業態のため、好調な小型店の展開に加えて、もともと得意分野であった、新たに大型店、中価格帯業態を開発し展開。

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

- 「都市型」「郊外型」の2スタイルの「小型店舗」を展開
- 客単価3,100円(低価格帯)

オープン日	店舗名	形式
2020年12月10日	寿司と串とわたくし (名古屋栄)	リニューアル
2021年4月20日	寿司と天ぷらとわたくし (京都烏丸)	リニューアル
2022年9月5日	寿司と串とわたくし (京都三条大橋)	リニューアル
2022年10月4日	寿司と天ぷらとわたくし (名古屋藤が丘)	新規出店



- 「大型店舗」を展開
- 客単価5,000円(中価格帯)

オープン日	店舗名	形式
2023年2月28日	すしつま (名古屋駅)	リニューアル



今後の取り組み 『攻め』の詳細② 新規事業の展開 (日本酒業態)



「芋蔵」ブランドをはじめとする、焼酎業態を展開していたが、そのノウハウを生かし展開している日本酒に特化した業態も好調に推移

日本酒業態を7店舗展開中



吟醸マグロ 5店舗

オープン日	エリア	形式
2017年5月26日	名古屋 金山	新規出店
2019年10月11日	神奈川 武蔵小杉	リニューアル
2021年10月8日	東京 品川	リニューアル
2022年11月24日	名古屋 ルーセント	リニューアル
2023年2月1日	三河 豊田	リニューアル



光蔵 2店舗

オープン日	エリア	形式
2017年8月23日	名古屋 栄	新規出店
2018年10月1日	名古屋 名駅	リニューアル



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
- ✓ ライン公式アカウントは2023年2月末時点で2万人の会員を獲得済み



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)
2.7名(2023年2月末時点)
 - ・採用抑制による社員自然減
152人減少
 - ・集中加工場の開設
大型店舗の不使用スペースを利用して設置
各店舗での作業の効率化
- 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
37店舗に導入済み(2023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』の数値目標



		2020年 (実績)	2021年 (実績)	2022年 (実績)	2023年 (実績)	2024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
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

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。

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。

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。

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。

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



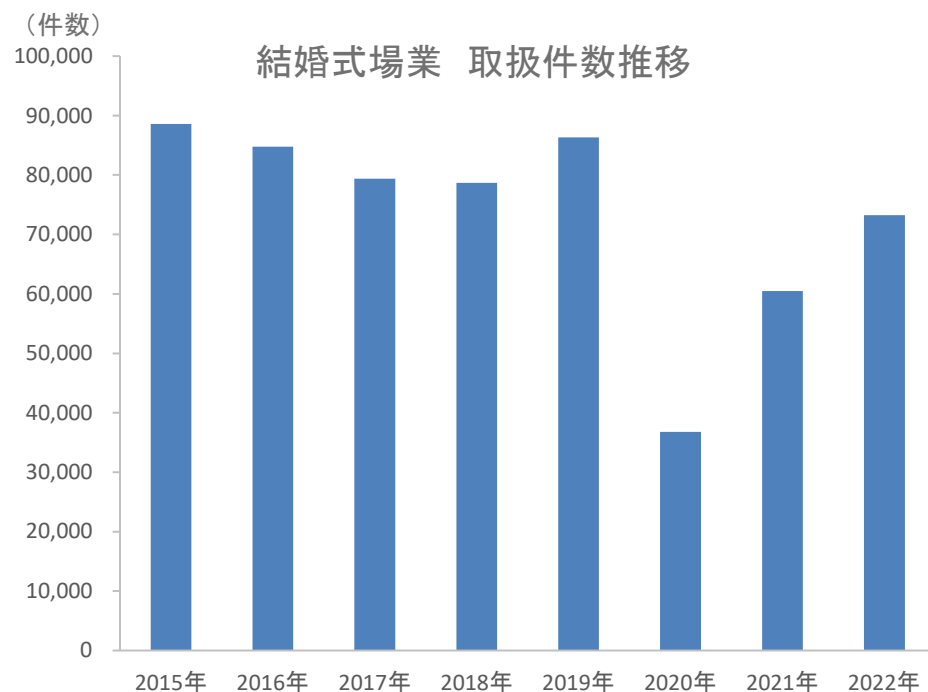
ジュール則武

不動産の流動化及び有効活用については、2023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

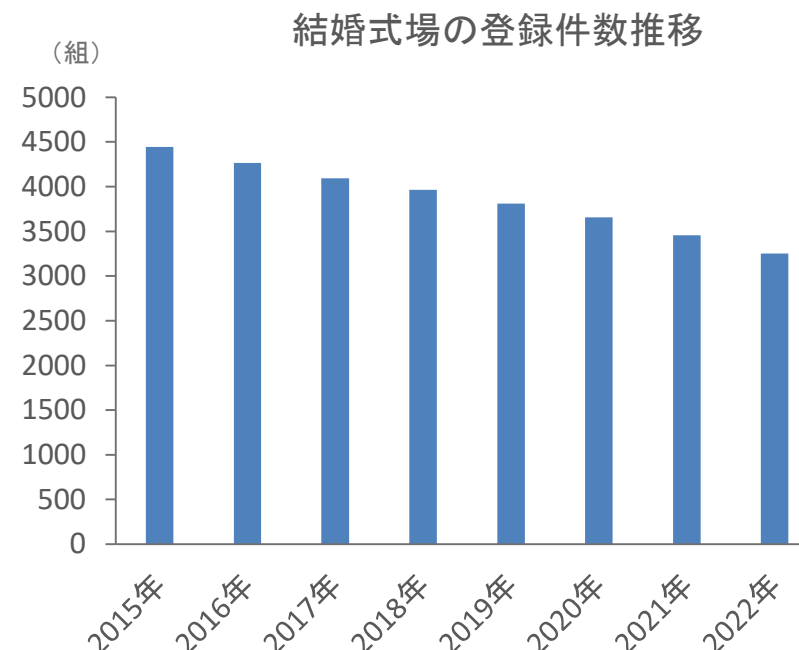
※現状で不動産を取得する予定はありません

※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」



出典 「タウンページデータベース」 NTTタウンページ株式会社調べ

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2020年の結婚式場業取扱件数は前年比で約58%の減少 その後2022年でCOVID-19拡大以前の84%まで回復。

COVID-19拡大以前も年間約150件ペースで減っていたが、COVID-19まん延に伴い、年間約200件のペースで減っており、減少速度は加速している。

COVID-19が終息しつつあり、それに伴い、結婚式の取引件数は戻ってきている。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。

外部環境を踏まえた今後の取り組み



子会社の(株)ジェイブライダルでは、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、2022年12月末をもって直営での営業を終了しております。

COVID-19終息に向かい、結婚情報誌等の販促強化を実施してまいりましたが、2023年2月期はCOVID-19の第7波、第8波の影響も残り、新規の受注が伸び悩みました。

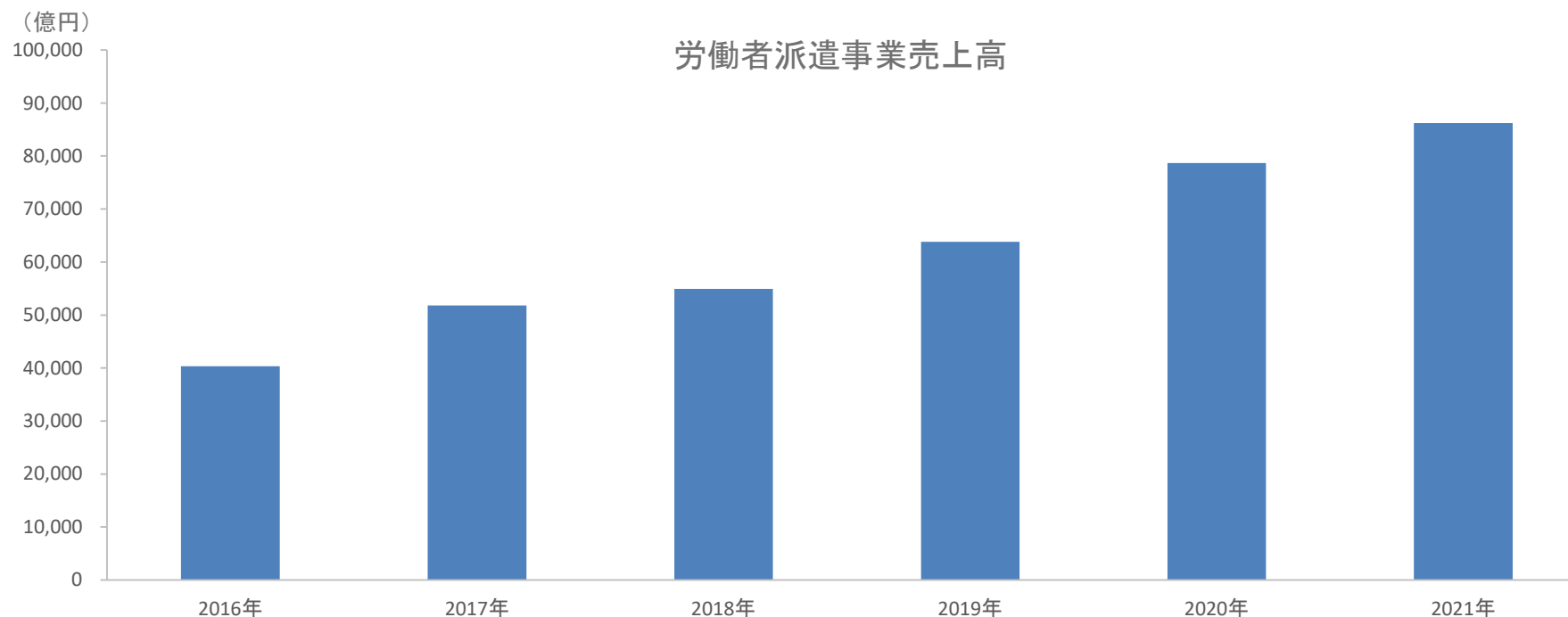
今後の、ブライダル業界の展望と、弊社の中核事業との親和性を鑑み、ブライダル事業に関しては、今後、直接自社で運営する形から、外部のブライダル業者に運営を委託する形で事業の継続をしていく形といたしました。



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る。

4. 今後の取り組み・外部環境

人材派遣事業



出典 厚生労働省「令和2年度 労働者派遣事業報告書の集計結果(速報)」

COVID-19拡大以前より労働者派遣事業は増加傾向にあり、COVID-19まん延中も増加傾向は続いており、COVID-19終息後も増加していく事が考えられる。

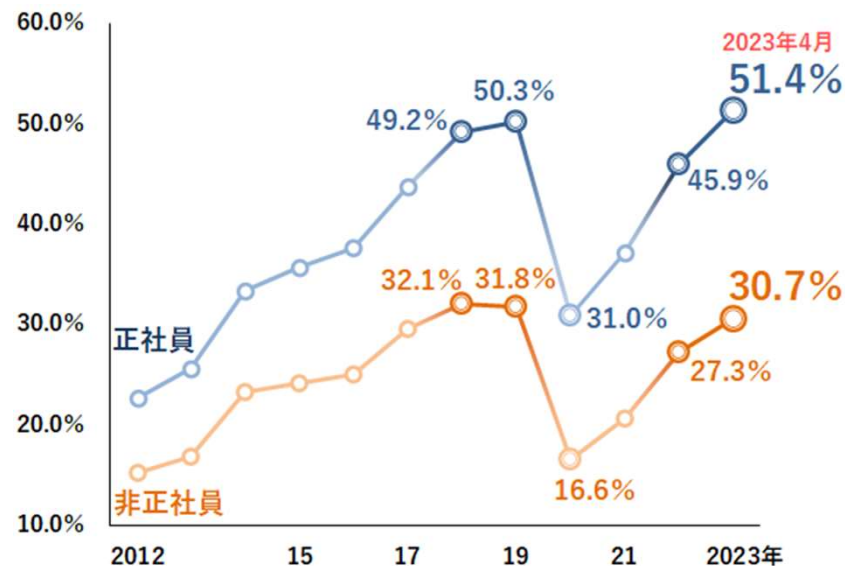


COVID-19の影響を受けず、今後も成長していく業界と思われる。

外部環境を踏まえた今後の取り組み



人手不足割合推移



出典 TDB「人手不足に対する企業の動向調査(2023年4月)」

COVID-19終息に伴い、業界問わず、人手不足が発生。2023年4月時点で、過去2番目に高い数値となっている。今後も、インバウンドの増加や消費マインドの改善に伴い、人手不足は増加していくと思われる。

正社員の人手不足割合(上位10業種)

		(%)		
		2021年4月	2022年4月	2023年4月
1	旅館・ホテル	23.5	↑ 52.4	↑ 75.5
2	情報サービス	54.1	↑ 64.6	↑ 74.2
3	メンテナンス・警備・検査	55.6	↑ 60.1	↑ 67.6
4	建設	54.5	↑ 59.4	↑ 65.3
5	人材派遣・紹介	37.1	↑ 58.0	↑ 64.3
6	自動車・同部品小売	50.0	↑ 58.4	↑ 64.1
7	運輸・倉庫	42.3	↑ 52.2	↑ 63.1
8	飲食店	27.6	↑ 56.9	↑ 61.3
9	リース・賃貸	34.7	↑ 46.5	↑ 60.7
10	医療・福祉・保健衛生	44.4	↓ 43.4	↑ 58.3

※母数が20社以上の業種が対象

出典 TDB「人手不足に対する企業の動向調査(2023年4月)」

飲食、福祉、建設、人材派遣等、弊社が人材派遣業を行っている業種はどれも人材不足となっており、今後も人材派遣の需要は高い。

COVID-19終息に伴い、今後更に、人材派遣の需要は高まる。現状の派遣人員数を維持しつつ、派遣回数増加、派遣単価の増加を目指す。

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

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"> ✓ 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の拡大 	<p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 中長期</p> <p>影響 / 中</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ 中食事業への参入
事業展開	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	<p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 中長期</p> <p>影響 / 小</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	<p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 中長期</p> <p>影響 / 中</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 特定食材へ依存しない多業態展開
食品衛生法	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 	<p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 短期</p> <p>影響 / 小</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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。