

# 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)

2026年5月29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)<br>林 裕二(代表取締役社長)         |
| 資本金   | 45百万円(2026年2月末日現在)                     |
| 従業員数  | グループ計1,603名<br>※内正社員数432名(2026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  
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  
マウンテンコーヒー株式会社

## 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

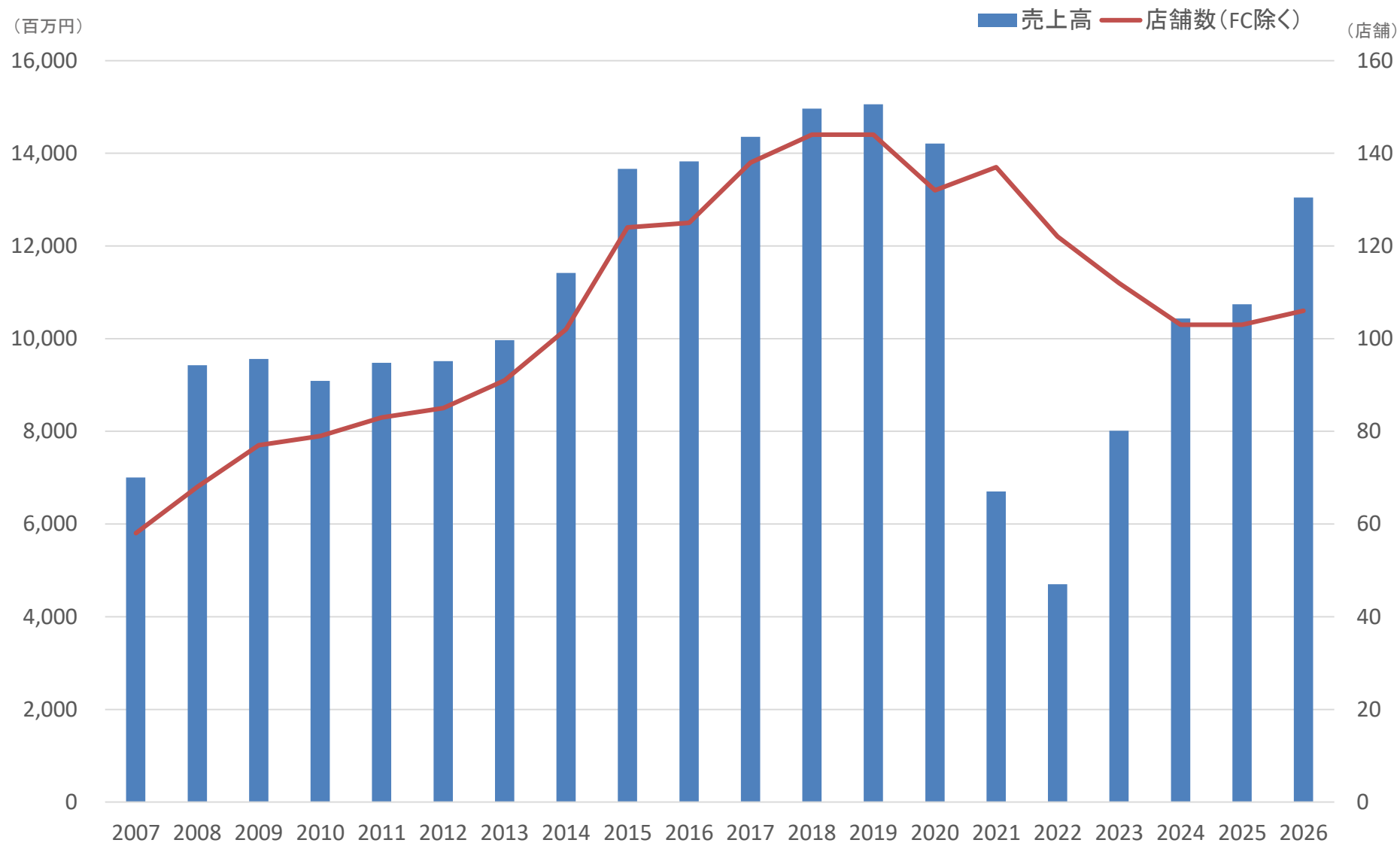


当社グループは食文化を主軸とした総合サービス企業を目指し、フードサービスを中心に飲食事業、不動産事業、ブライダル事業、およびその他関連事業を展開しております。

## 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                               |
| 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            |
| 2026年2月  | 飲食    | 食品卸、飲食業を営むマウンテンコーヒー株式会社の株式を取得し子会社化             |

## 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。2026年2月末日現在におきまして、65業態115店舗(国内114店舗、海外1店舗)を運営。

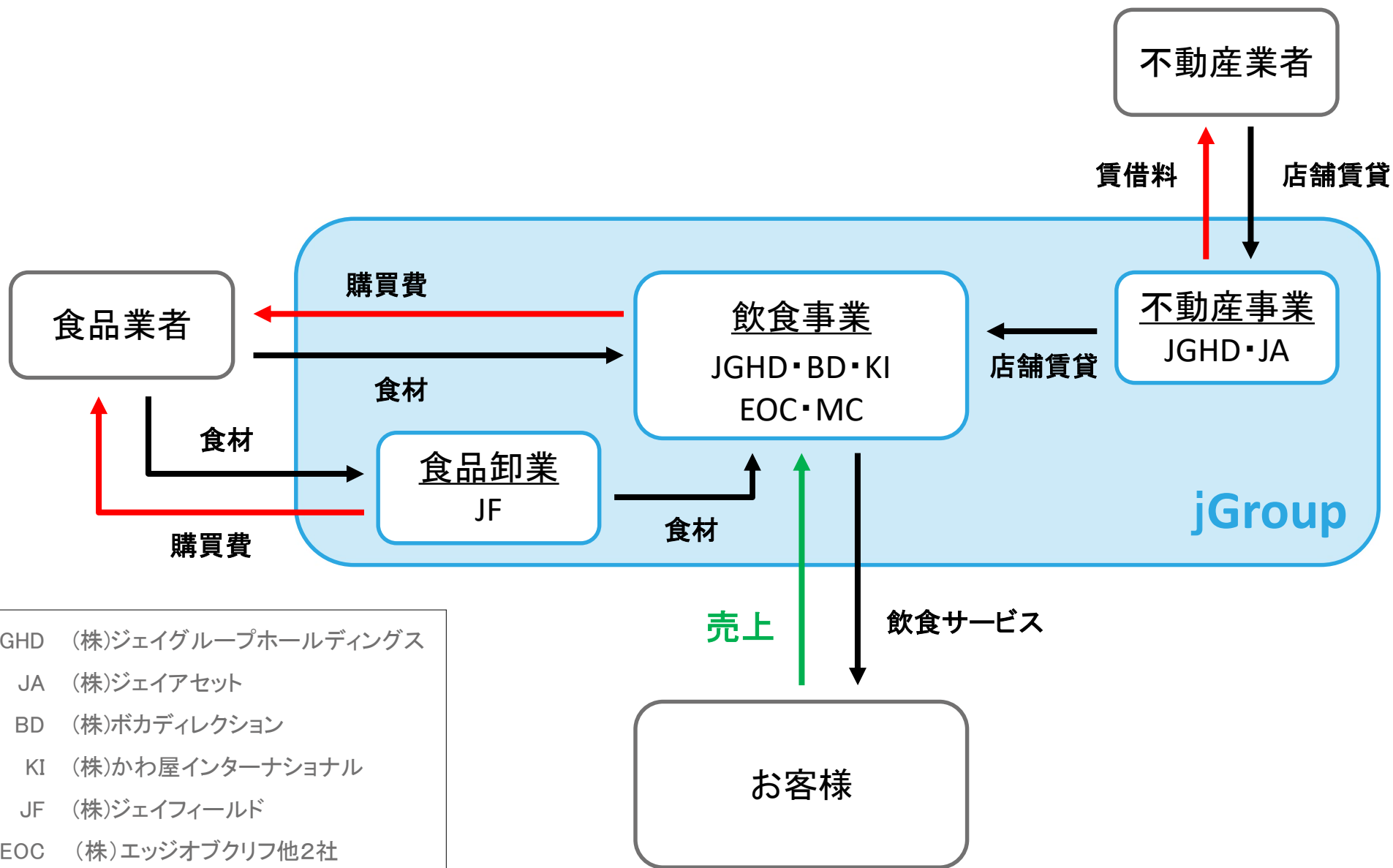
## ② 不動産事業



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。2026年2月末日現在におきまして、主に飲食ビル2棟及びレジデンス1棟を運営。

## 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
- 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
- EOC (株)エッジオブクリフ他2社
- MC マウンテンコーヒー株式会社

# 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 | 神田・御徒町 | 5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    | 12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  |        |     |  |

※2026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 ほっこり 別邸                    | ③ きばくもん 名駅店         | ⑧ かわ屋 名駅店      |
| ① レゴリス                       | ④ ためつ食堂             |                |
| ① 吉珍樓                        | ⑤ きじょうもん 名駅店        |                |
| ① 名古屋めし食堂丸八                  | ⑤ イチバのウラ            |                |
| 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、65業態115店舗(2026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。



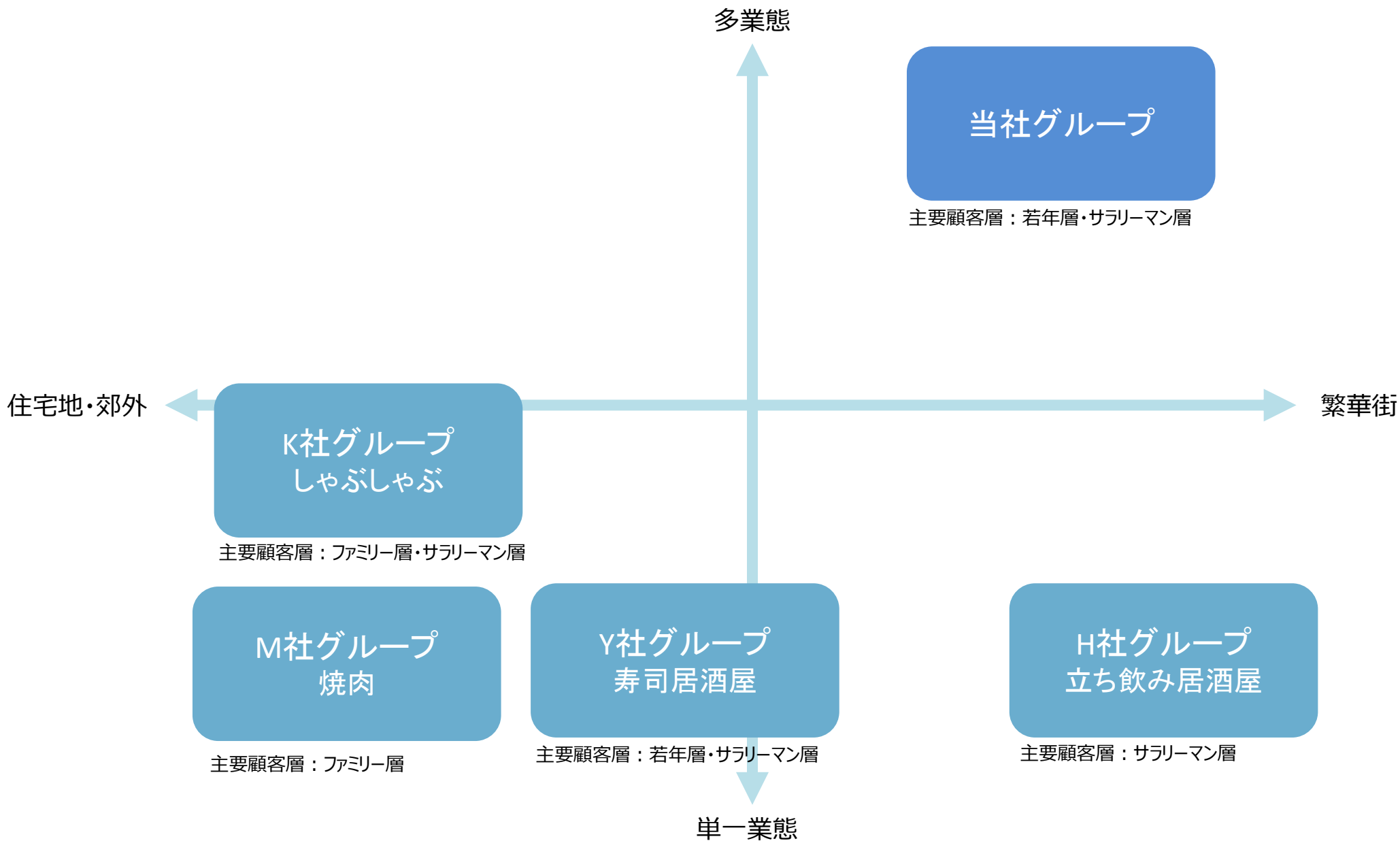
### メリット

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

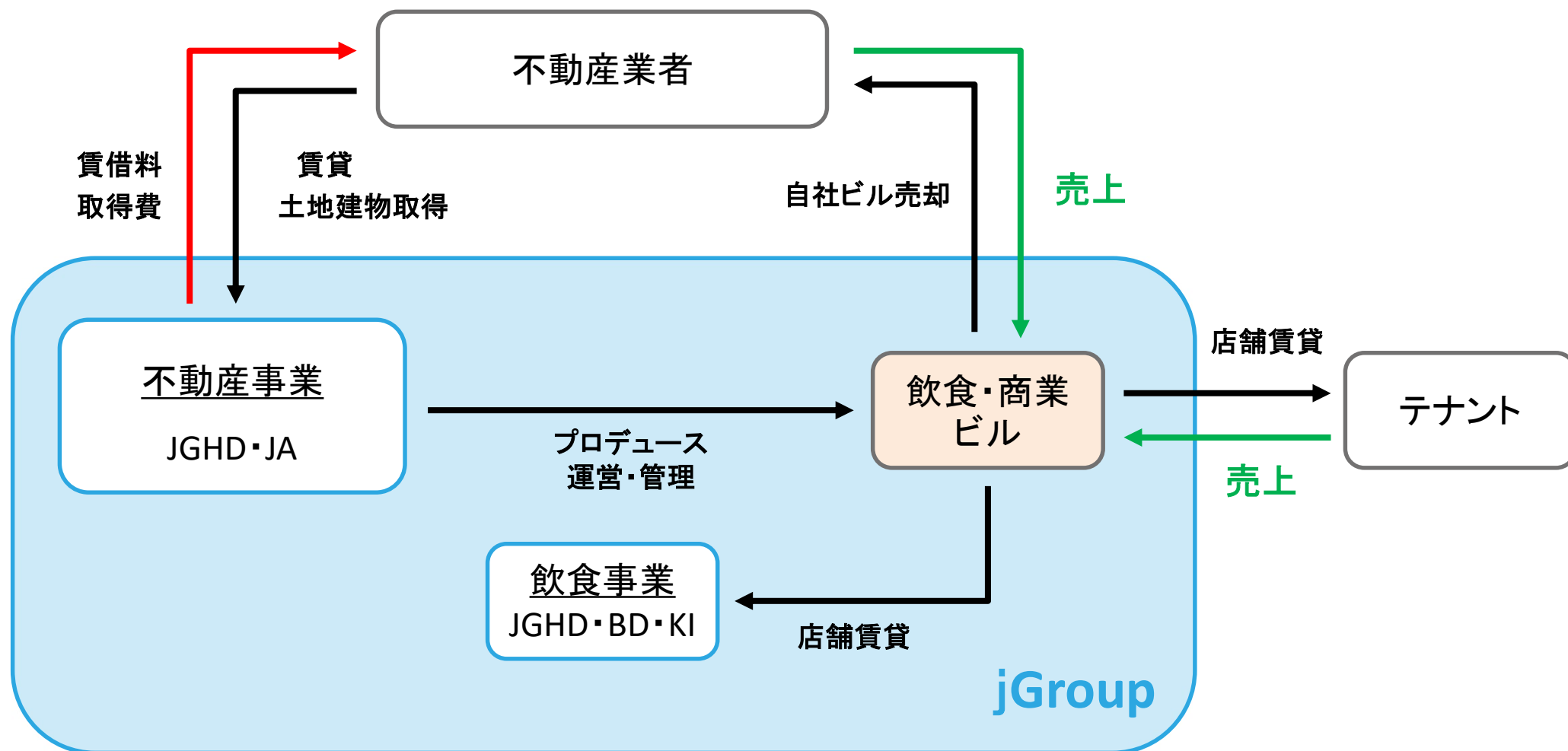
多様な業態へ  
対応できる人材が豊富

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

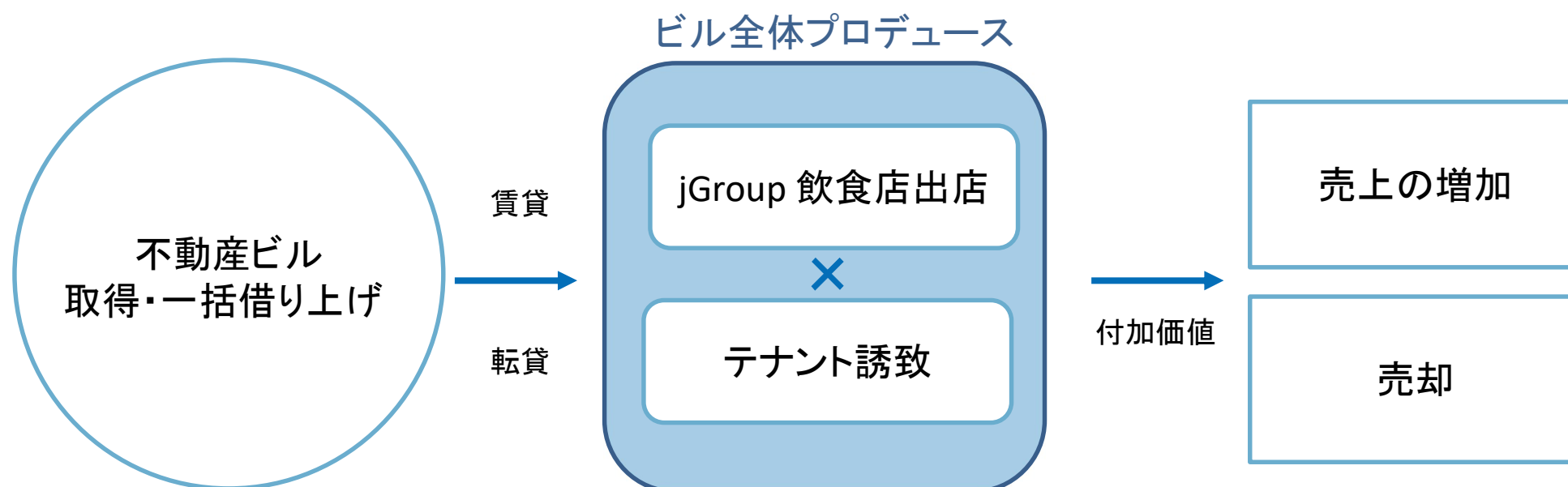


- JGHD (株)ジェイグループホールディングス
- JA (株)ジェイアセット
- BD (株)ボカディレクション
- KI (株)かわ屋インターナショナル

# 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

### 3. 経営指標・利益計画

## 2026年2月期業績予想と実績の差異



(百万円)

|                     | 2026年2月期<br>通期予測 | 2026年2月期<br>業績実績 | 予測実績比<br>(%) |
|---------------------|------------------|------------------|--------------|
| 売上高                 | 11,700           | 13,045           | 111.5%       |
| 営業利益                | 465              | 420              | 90.4%        |
| 経常利益                | 365              | 353              | 96.8%        |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 300              | 312              | 104.0%       |

### 差異が生じた理由

棚卸資産(不動産)の売却や既存店の売上増加等により、売上は伸びましたが、M&Aを実施したことによる手数料等の発生により、営業利益、経常利益は減少いたしました。

M&Aに伴う、負ののれん発生益等により当期純利益は、予測を達成することができました。

# 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)

|                 | 2026年2月期<br>通期実績   | 2027年2月期<br>業績予想         | 前期比<br>(%) |
|-----------------|--------------------|--------------------------|------------|
| 売上高             | 13,045             | 13,300                   | 101.9%     |
| 営業利益            | 420                | 450                      | 107.0%     |
| 経常利益            | 353                | 370                      | 104.7%     |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 312                | 320                      | 102.5%     |
| 配当金             | 中間 2.0円<br>期末 2.0円 | 中間3.0円(予定)<br>期末2.0円(予定) |            |

※中間は、普通配当「2.0円」に加え、30周年記念配当「1.0円」を増額し、「3.0円」の配当予定とさせていただきます。

# 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 | 1,570百万円 | 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 | 2,182百万円 |          |

# セグメント別業績概況



## <飲食事業>

既存店舗の売上増加に加え、新規出店、M&Aにより増収となり、売上高は、  
**前年同期比112.5%。**

## <不動産事業>

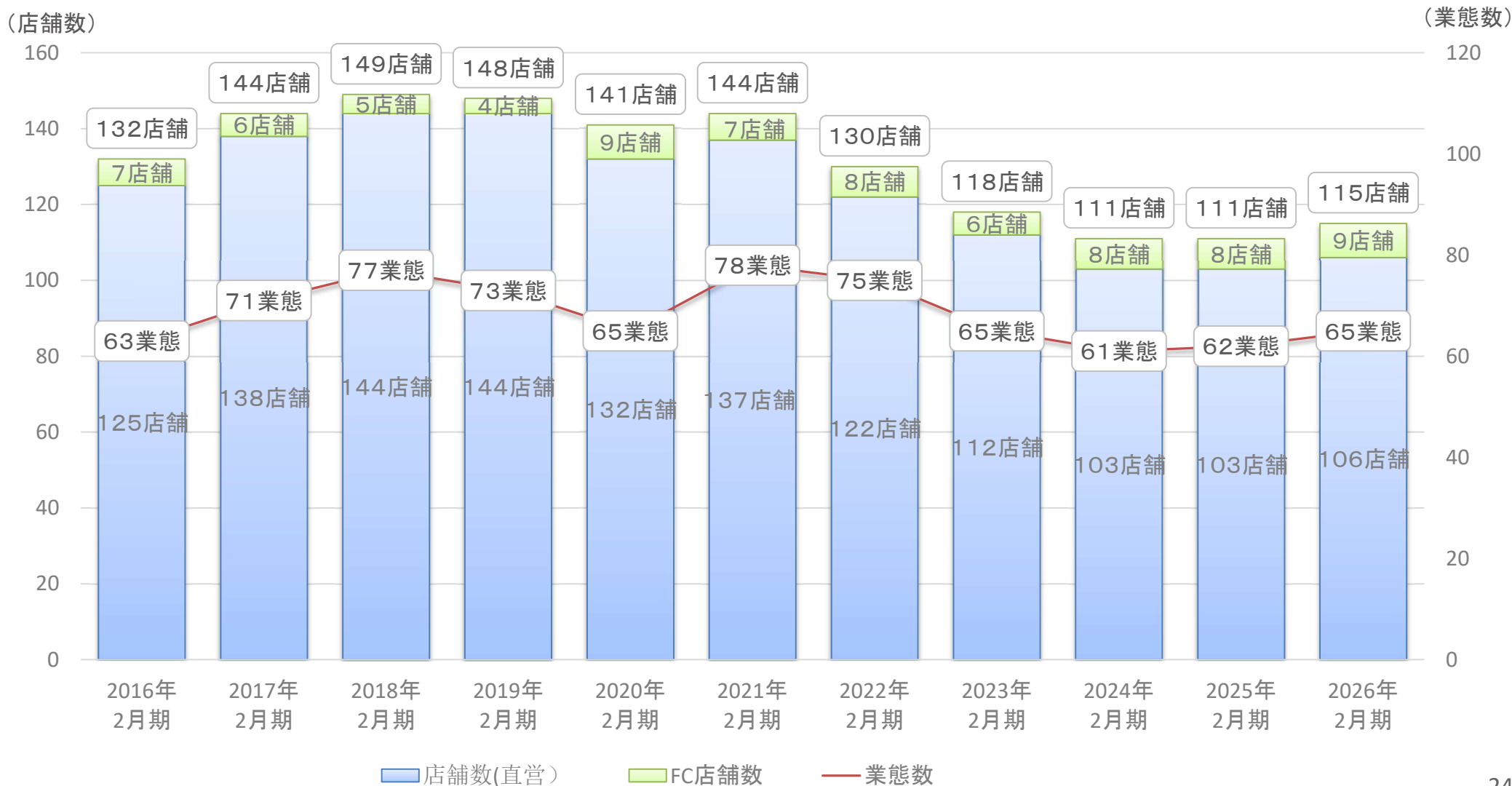
自社保有の商業ビル2棟の売却により増収増益となる。

|                                   |          | 2025年2月期<br>期末 | 2026年2月期<br>期末 | 前年同期差額       | 前年同期比<br>(%) |
|-----------------------------------|----------|----------------|----------------|--------------|--------------|
| 飲食事業<br>居酒屋、レストラン等での<br>飲食サービスの提供 | 売上高      | 10,074         | <b>11,336</b>  | <b>1,262</b> | 112.5%       |
|                                   | 営業損失     | 1,270          | <b>1,240</b>   | <b>△30</b>   | 97.6%        |
| 不動産事業<br>不動産の賃貸・管理業務等             | 売上高      | 487            | <b>1,586</b>   | <b>1,098</b> | 325.1%       |
|                                   | 営業利益     | 108            | <b>678</b>     | <b>570</b>   | 626.5%       |
| その他の事業                            | 売上高      | 262            | <b>214</b>     | <b>△47</b>   | 81.7%        |
|                                   | 営業利益又は損失 | △106           | <b>△107</b>    | <b>△0</b>    | —            |
| 調整額                               | 売上高      | △81            | <b>△90</b>     | <b>△8</b>    | —            |
|                                   | 営業損失     | △894           | <b>△1,391</b>  | <b>△496</b>  | —            |
| 連結財務諸表<br>計上額                     | 売上高      | 10,742         | <b>13,045</b>  | <b>2,303</b> | 121.4%       |
|                                   | 営業損失     | 377            | <b>420</b>     | <b>43</b>    | 111.5%       |

# 店舗数の推移



期間中の新規出店9店舗(M&Aによる直営5店舗、FC4店舗)、業態転換3店舗、閉店5店舗(直営2店舗 FC3店舗)となり、  
2026年2月期末時点で、65業態、115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

継続的な成長が可能な会社基盤を整える

# 今後の取り組み『攻め』の詳細



## 継続的な収益拡大

### 業態ポートフォリオの改善

- 大箱から小箱の業態へ
- 総合居酒屋から専門業態へ
- アルコール業態以外の展開

### 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

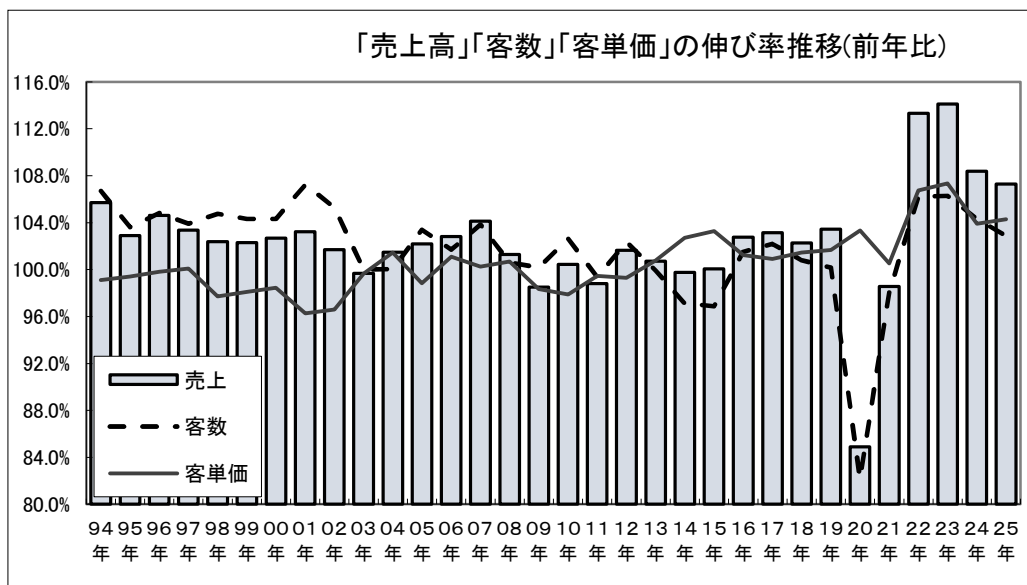
### エリアマーケティングの推進

- CRMの推進  
(顧客データの管理活用)

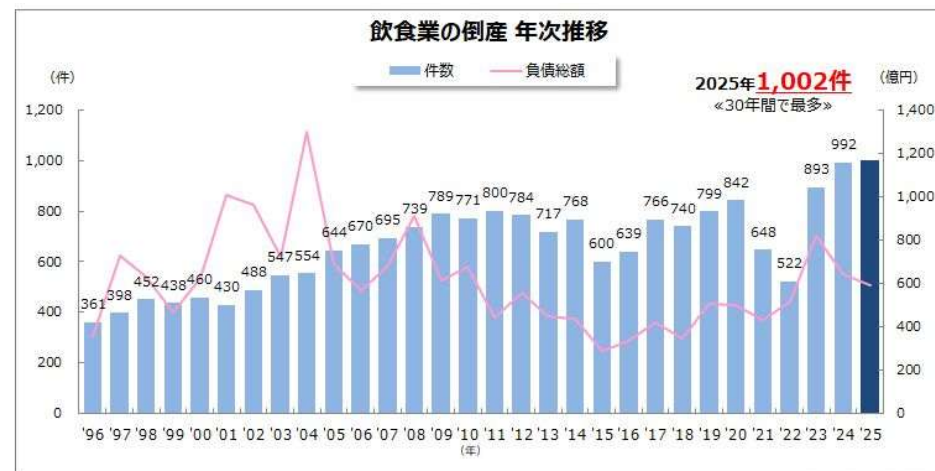
- ・ アルコール業態以外の展開  
現在のアルコールを販売する店舗中心から、昼業態、ノンアルコール業態も増やし、業態ポートフォリオの多角化を進める。その一環として、2026年2月に「マウンテンコーヒー株式会社」をM&A。カフェ店舗の運営、コーヒー豆の販売店、コーヒー豆等の卸売を行う会社が新たにグループに加わる。
- ・ M & Aの実施  
2024年12月「有限会社エー・ラウンド」、2025年1月「株式会社エッジオブクリフ&コムレイド」等、2件のM&Aを実施。  
2026年2月「マウンテンコーヒー株式会社」のM&Aを実施。
- ・ 「都心から郊外の立地へ」  
削除理由  
当初、コロナ禍における、都心でのアルコール需要の落ち込みに対応するため、郊外エリアへの居酒屋業態の展開を行っていましたが、コロナが収束し、都心でのアルコール需要、宴会需要が想定より強く回復しているため、当初掲げた、郊外エリアへの居酒屋業態の展開については、今後積極的な展開は考えておりません。代わりに、郊外エリアに関しては、アルコール業態以外の、カフェ等の展開を中心に考えております。

客単価が、継続的に上昇しております。  
 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。  
 客単価を適切に上げることができなくなった会社が、倒産するケースが増えていると思われます。  
 弊社の多業種運営は、業態変更、メニュー変更等でお客様に受け入れられる形での値上げがしやすい事業形態であります。

### 外食産業の需要増減



### 飲食業の倒産件数



東京商工リサーチ調べ

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7年年間結果報告」

出典: 東京商工リサーチ「2025年飲食業の倒産動向調査」

客単価

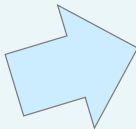
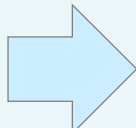
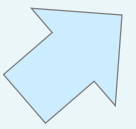
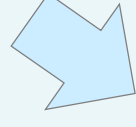
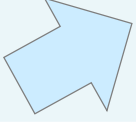
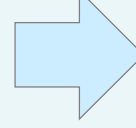


倒産件数



# 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   |
|-------------|----------------|---|--|
| <b>外食市場</b> | ✓ 居酒屋          |    | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 業態変更や魅力あるメニューの投入等により、お客様に受け入れられる形で適正に値上を実行</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>  |
| <b>出店立地</b> | ✓ 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・カフェ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を進める</li> </ul>                                 |
|             | ✓ 郊外・住宅街の飲食店需要 |  |  |
| <b>店舗規模</b> | ✓ 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、宴会需要を拾える体制を維持</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

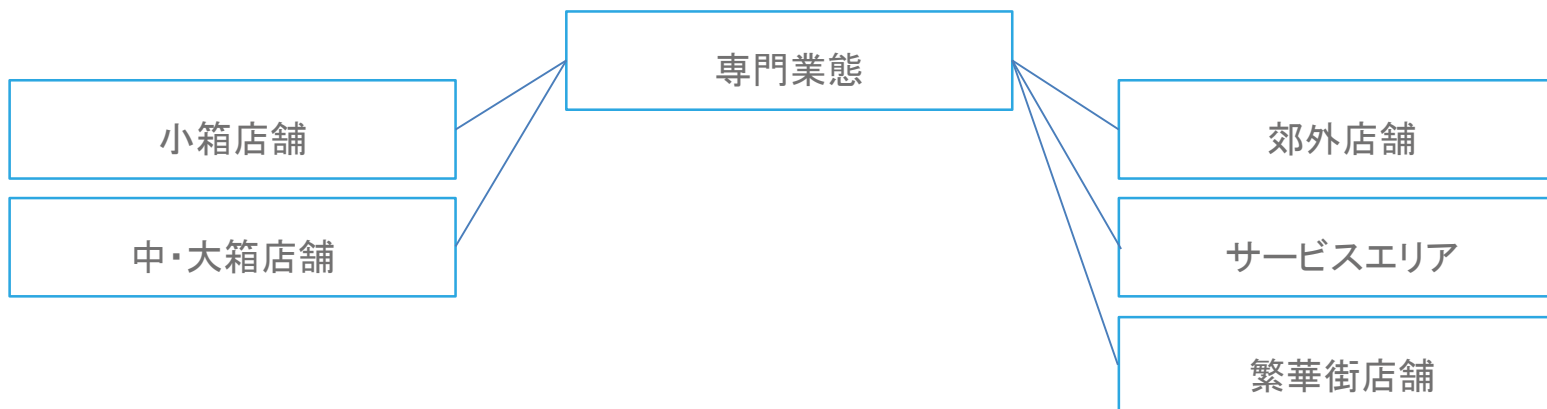


## After

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を進めるが、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<br>(実績) | 2021年<br>(実績) | 2022年<br>(実績)                                      | 2023年<br>(実績)  | 2024年<br>(実績)                                    | 2025年<br>(実績)                                       | 2026年<br>(実績)   | 2027年<br>(計画) |
|---------------|---------------|---------------|--|--|--|---|---|---------------|
| 小箱<br>(対全体)   | 34.0%         | 35.7%         | 41.9%(目標)<br>41.4%(実績)<br>当初計画とほぼ同じペースの実績となった      | 46.2%(目標)<br>43.9%(実績)<br>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)<br>43.0%(実績)<br>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)<br>45.0%(実績)<br>新規出店(M&A含む)を行ったことにより伸びた   | 47.2%(目標)<br>42.7%(実績)<br>一括借上ビルのテナントを自社運営からテナント誘致したため。小箱は減少。 | 47.2%         |
| 郊外<br>(対全体)   | 1.9%          | 2.0%          | 3.2%(目標)<br>3.4%(実績)<br>当初計画とほぼ同じペースの実績となった        | 6.6%(目標)<br>7.3%(実績)<br>当初計画とほぼ同じペースの実績となった                  | 13.5%(目標)<br>7.6%(実績)<br>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)<br>7.5%(実績)<br>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%(目標)<br>8.0%(実績)<br>M&Aした店舗の影響により微増。                     | ※下記を参照        |
| 専門業態<br>(対全体) | 42.7%         | 44.9%         | 52.7%(目標)<br>59.2%(実績)<br>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)<br>56.1%(実績)<br>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)<br>58.2%(実績)<br>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  | 既に達成済み        |

※郊外エリアの店舗割合の目標については、コロナ禍における郊外エリアでのアルコール需要を見込んで立てた目標で、コロナ禍以降、都心でのアルコール需要、宴会需要の回復の状況を踏まえ、今後、郊外店舗を積極的に展開しないため、数値目標を取り下げております。

# 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

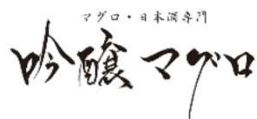
寿司と串とわたくし 寿司と天ぷらとわたくし

SUSHI TO KUSHI TO WATAKUSHI

SUSHI TO TEMPURA TO WATAKUSHI



- 「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



## ②「かわ屋 FC加盟店増加」

現在、直営7店舗、FC加盟店5店舗を展開  
(2026年2月現在 合計12店舗)



## ③「高速道路」

「大津SA(下り)」「川島ハイウェイオアシス内フードコート」  
「清水PA内売店」の合計3拠点を運営



# 今後の取り組み 『攻め』の詳細③ 大方針



今後は積極的に投資を行い、事業ポートフォリオの多角化、既存事業の強化、既存ブランドを使い、FC展開等を進めていく

## 1. M&A

前期に引き続き、積極的にM&Aを実施し事業ポートフォリオの多角化を目指す。

## 2. 既存店舗の大型リニューアル

老朽化した店舗を今のトレンドに合わせてリニューアルし、集客力アップを図る。

## 3. 新規出店

既存ブランドを中心に新規出店を行い、ブランド強化を図る。

## 4. FC事業強化

新しく、FC加盟店開発部を立ち上げ、「かわ屋」をはじめ、「昔の矢場とん」や既存ブランドのFC化を進め、加盟店を増やす。

## 5. 海外展開

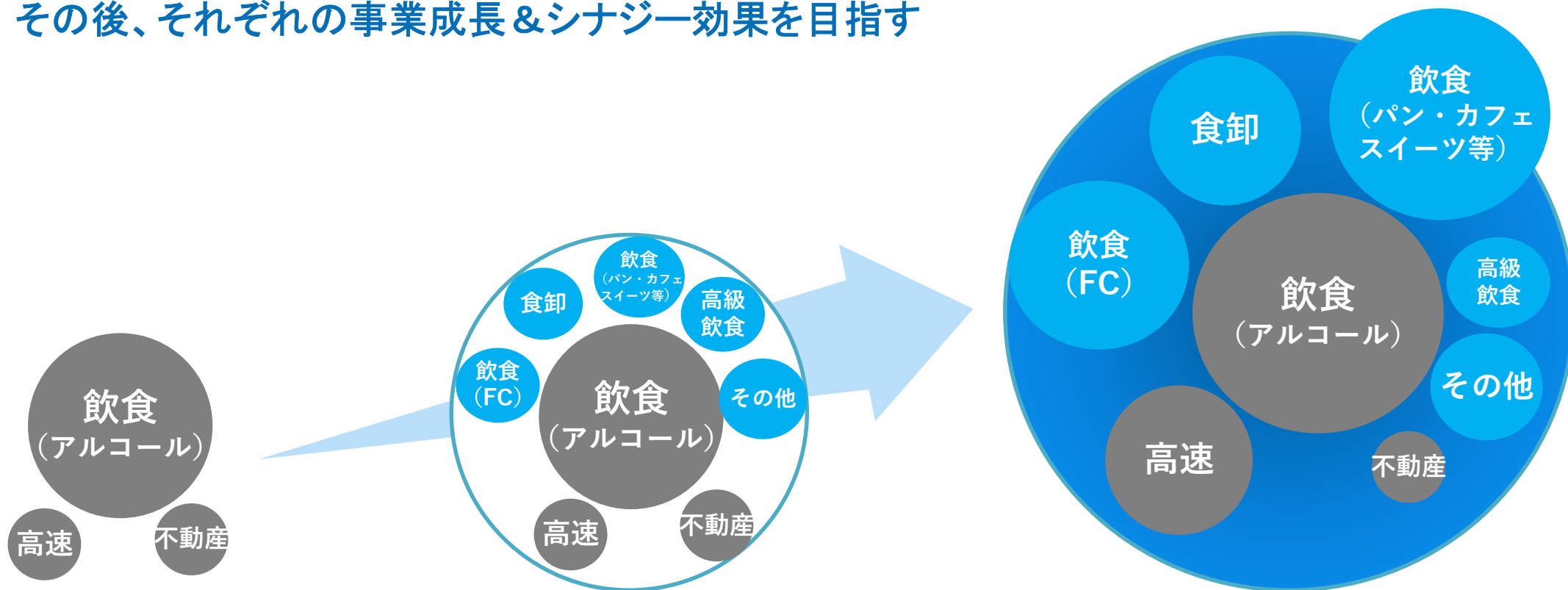
NY以外の海外についても、展開を進めていく。



# 今後の取り組み『攻め』の詳細④ 事業成長イメージ



M&Aを積極的に行い、アルコール業態以外も増やしていく。  
その後、それぞれの事業成長&シナジー効果を目指す



アルコール業態以外を中心としたM&Aを実施。  
飲食店以外の展開も積極的に行い、ポートフォリオの多様化を実行

M&Aしたそれぞれの事業の成長&シナジー効果により、会社規模、利益率増加を目指す

# 今後の取り組み 『攻め』の詳細⑤ 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(2026年度)  
2.9名(2026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  
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(2026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。2026年2月末現在で39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。2026年2月末で18人採用済み。

### 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、蔵元にて研修を実施。

# 今後の取り組み『守り』の数値目標



|                          |                           | 2020年<br>(実績) | 2021年<br>(実績) | 2022年<br>(実績)   | 2023年<br>(実績)  | 2024年<br>(実績)   | 2025年<br>(実績)  | 2026年<br>(実績)   | 2027年<br>(計画) |
|--------------------------|---------------------------|---------------|---------------|---|--|---|--|---|---------------|
| 店舗<br>運営<br>の<br>効率<br>化 | 1店舗<br>当た<br>り<br>社員<br>数 | 3.4人          | 3.1人          | 2.8人<br>(計画)<br>3.0人<br>(実績)  | 2.5人<br>(計画)<br>2.7人<br>(実績)   | 2.3人<br>(計画)<br>2.5人<br>(実績)  | 2.3人<br>(計画)<br>2.9人<br>(実績)                             | 2.3人<br>(計画)<br>2.9人<br>(実績)                              | ※3.0人<br>(計画) |
|                          |                           |               |               | 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。 | 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。 | 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。 | M&Aにより取得した店舗の人員が多いことと、今後の出店に向けて人員を増加しているため、計画をオーバーしております。 |               |
| 本社<br>経費<br>の<br>削減      | 本社<br>経費                  | 1,523百<br>万円  | 1,138百<br>万円  | 1,140百万円<br>(計画)<br>1,122百万円<br>(実績)                                | 1,160百万円<br>(計画)<br>1,101百万円<br>(実績)                                     | 1,193百万円<br>(計画)<br>1,160百万円<br>(実績)                                | 1,193百万円<br>(計画)<br>1,090百万円<br>(実績)                     | 既に<br>達成済み  | 既に<br>達成済み    |
|                          |                           |               |               | 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。                               | 業績が回復しても、予定内で納めることができます。  | 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。                        |   |               |

※1店舗当たりの社員数に関しては、昨今の労働力不足、新規出店のための人員確保の観点から、社員人数を一定数維持する必要があるため、当初、「2.3人」としていた数値目標をを「3.0人」に変更いたします。

## 4. 今後の取り組み・外部環境 不動産事業

## 所有する主な不動産

### 商業ビル



J-Group 本社ビル



EXIT NISHIKI

### 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、2026年2月期は2棟の商業ビルの売却を実施しております。  
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

## 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/<br>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> </ul>   | <p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 中長期</p> <p>影響 / 中</p> | <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>      | <p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 中長期</p> <p>影響 / 小</p> | <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<br>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> | <p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 中長期</p> <p>影響 / 中</p> | <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>                   | <p>可能性 / 中</p> <p>時期 / 短期</p> <p>影響 / 小</p>  | <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、2027年5月を予定しております。