

# 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)

2022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)
資本金	50百万円(2022年2月末日現在)
従業員数	グループ計1,189名 ※内正社員数427名(2022年2月末日現在)
子会社	株式会社ジェイプロジェクト 株式会社ジェイライダー 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

75業態130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

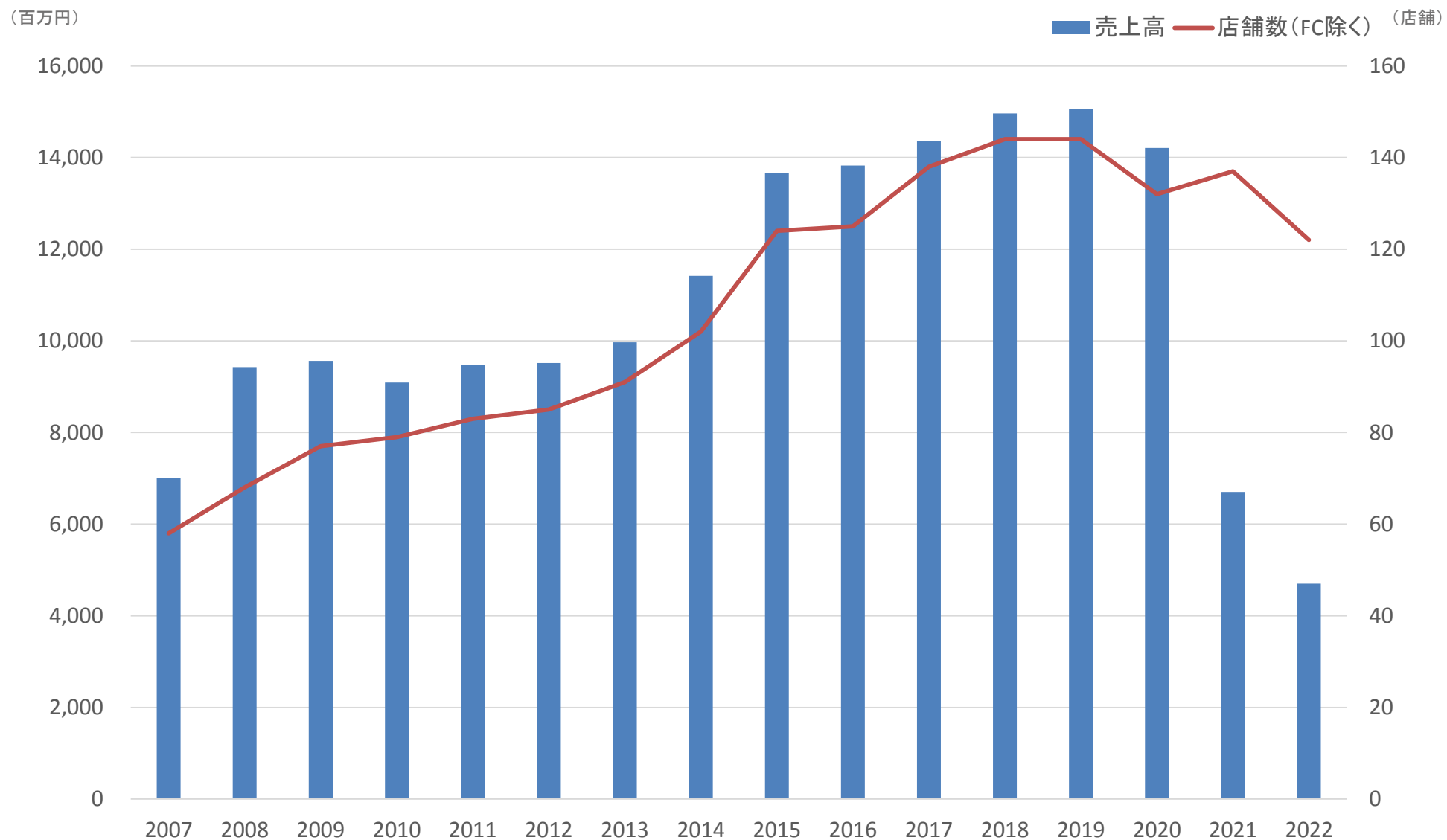
### アウトドア 事業

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②



### 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いるほか、ゴーストレストランやキッチンカーのデリバリーフードサービスを展開しております。

2022年2月末日現在におきまして、75業態130店舗(国内128店舗、海外2店舗)を運営。

## 当社グループの事業領域③



### 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。

2022年2月末日現在におきまして、飲食ビル3棟及びレジデンス2棟を保有、運営。

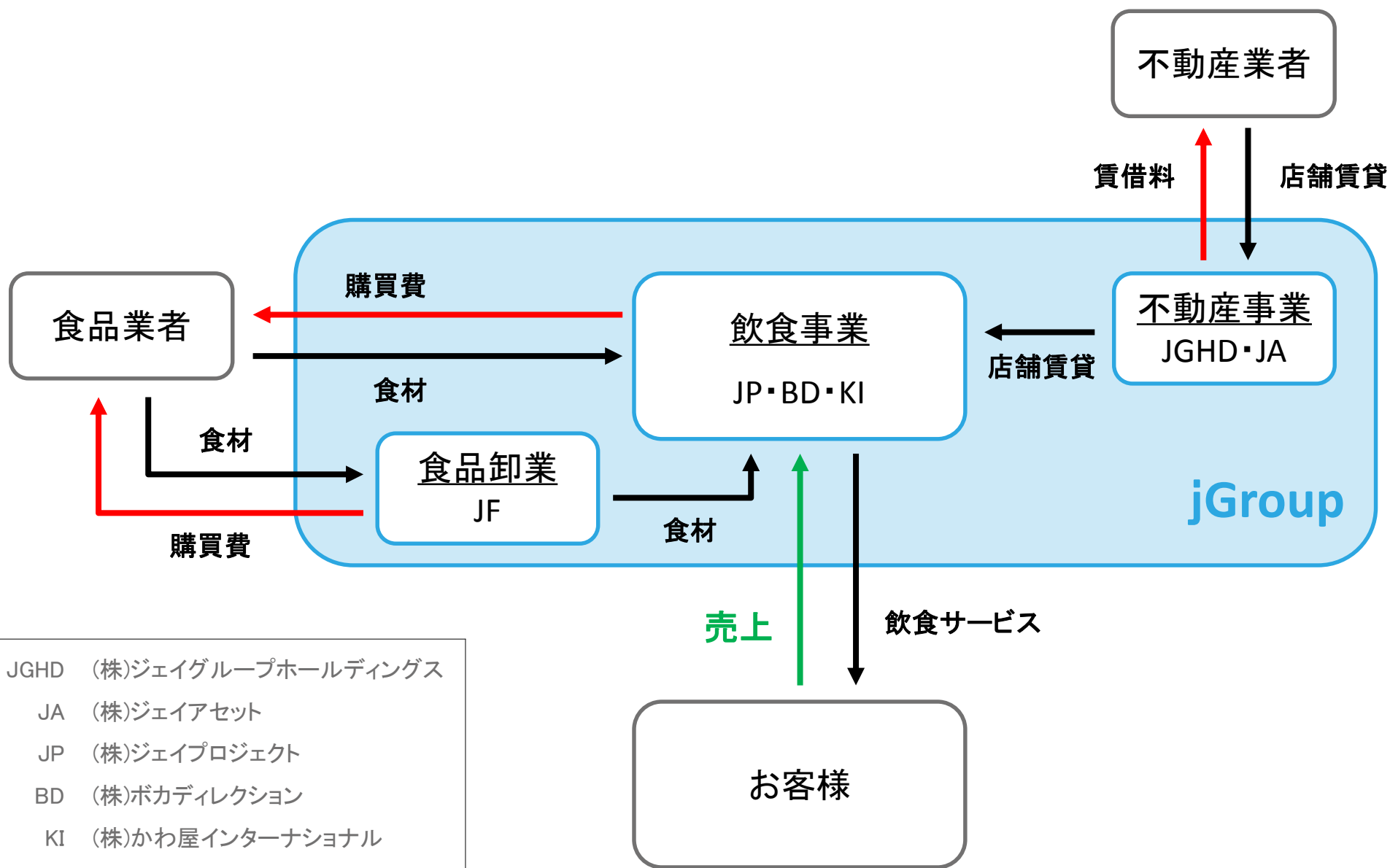
### ブライダル事業



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、結婚式の企画運営を行っております。チャペル・バンケット3つに加え同一ビル内の当社グループ直営のレストラン・Barを利用し挙式から2次会まで総合プロデュース実施。

## 2. 事業の特徴・強み

### 飲食事業



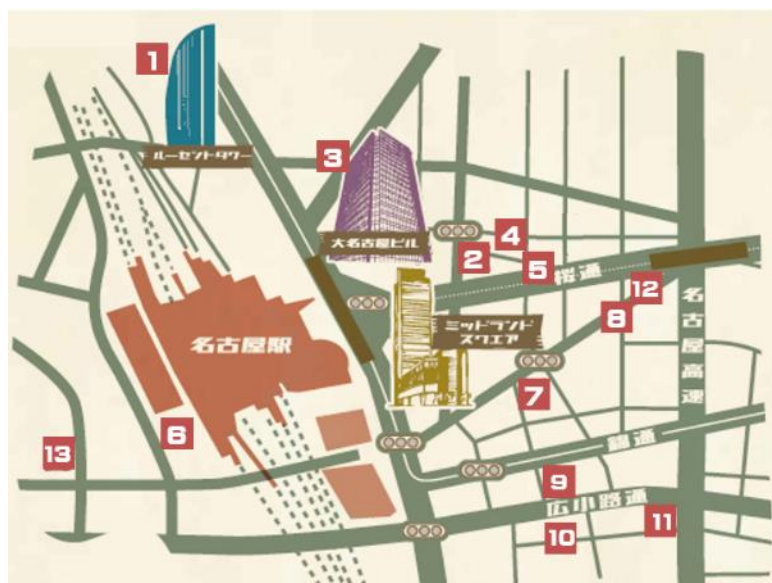
- JGHD (株)ジェイグループホールディングス
- JA (株)ジェイアセット
- JP (株)ジェイプロジェクト
- BD (株)ボカディレクション
- KI (株)かわ屋インターナショナル
- JF (株)ジェイフィールド

# 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	24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	24店舗	品川・蒲田	7店舗	
金山	9店舗	新宿・池袋	4店舗	
豊田	7店舗	銀座・新橋	3店舗	
豊橋	6店舗			
刈谷	5店舗			

※2022年2月現在

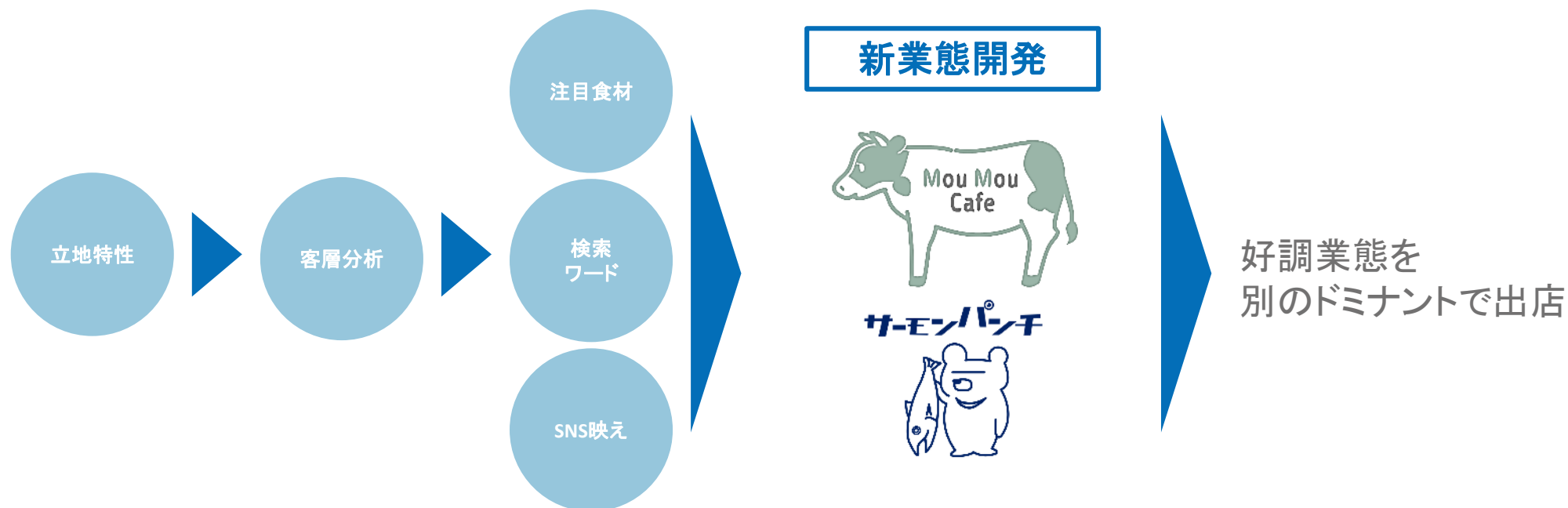


## 名古屋駅エリアドミナント例

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1</b> 1.THE ONE AND ONLY (バー)</li> <li>2.ほっこりLucent(居酒屋)</li> <li>3.チカイチ(居酒屋/和食)</li> <li>4.芋蔵Lucent(居酒屋)</li> <li>5.名古屋飯食堂丸八(和食/うなぎ)</li> <li>6.LA ETERNITA(洋食/イタリアン)</li> <li>7.かまくらハンバーグ(洋食)</li> <li>8.Botanical Garden SARUCAFE(バル/カフェ)</li> <li>9.燦家Lucent(焼肉)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li><b>2</b> 10.MANOVA VALLEY CAFE(カフェ)</li> <li>11.ためつ食堂(和食)</li> <li><b>3</b> 12.てしごと名家駅店(居酒屋)</li> <li><b>4</b> 13.きばくもん名駅店(居酒屋)</li> <li><b>5</b> 14.芋蔵名駅店(居酒屋)</li> <li><b>6</b> 15.きばくもん駅西店(居酒屋/和食)</li> <li><b>7</b> 16.光蔵名駅店(居酒屋/和食)</li> <li><b>8</b> 17.きじょうもん名駅店(居酒屋)</li> <li><b>9</b> 18.旬道大地(居酒屋)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li><b>10</b> 19.博多かわ屋名駅店(居酒屋)</li> <li>20.UMEHA(居酒屋)</li> <li><b>11</b> 21.新九名駅店(居酒屋)</li> <li><b>12</b> 22.サーモンパンチ名駅店(居酒屋/バル)</li> <li><b>13</b> 23.博多かわ屋名駅西口店(居酒屋)</li> </ol> |
|---|---|---|

## 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、75業態130店舗(2022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。



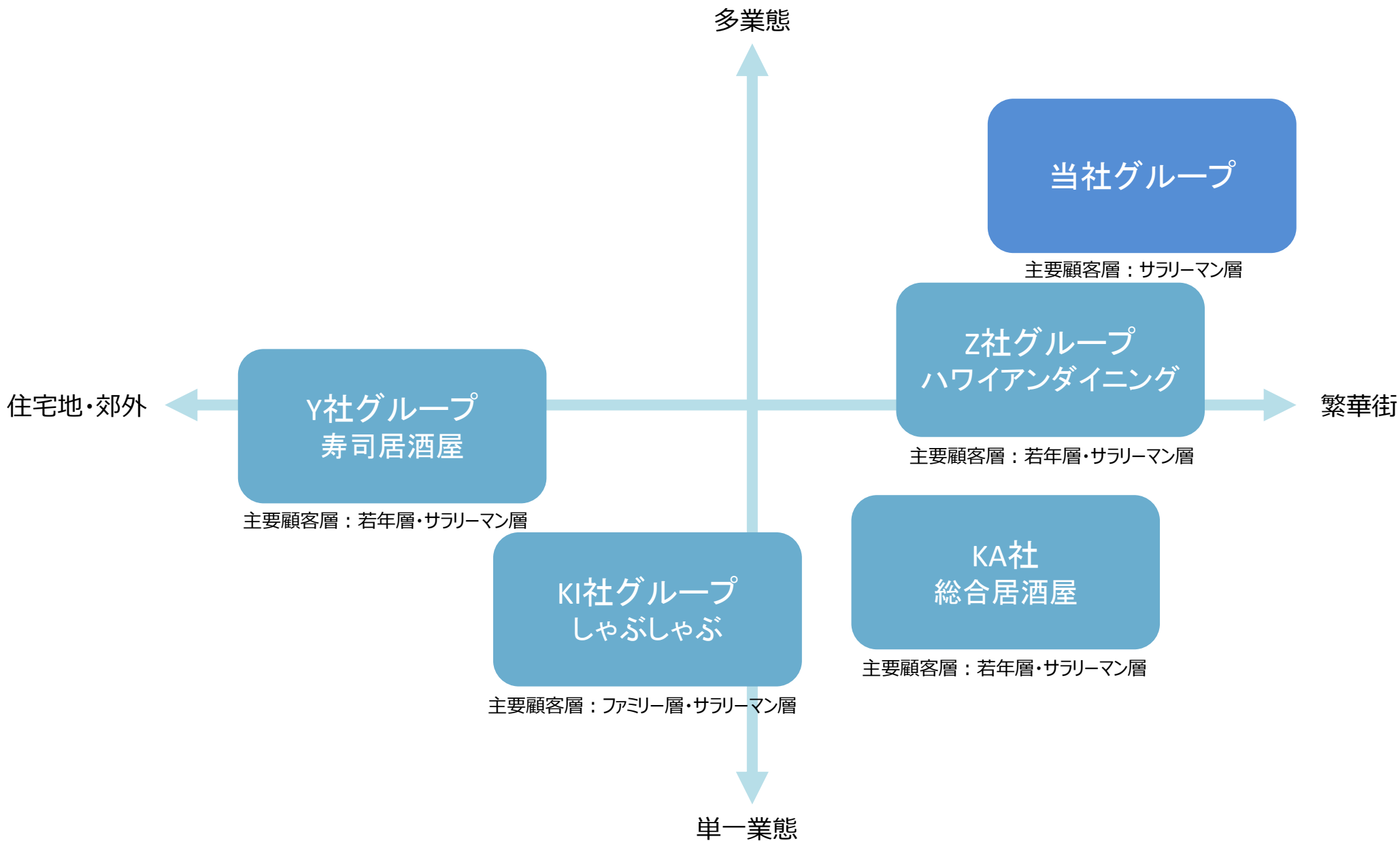
### メリット

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

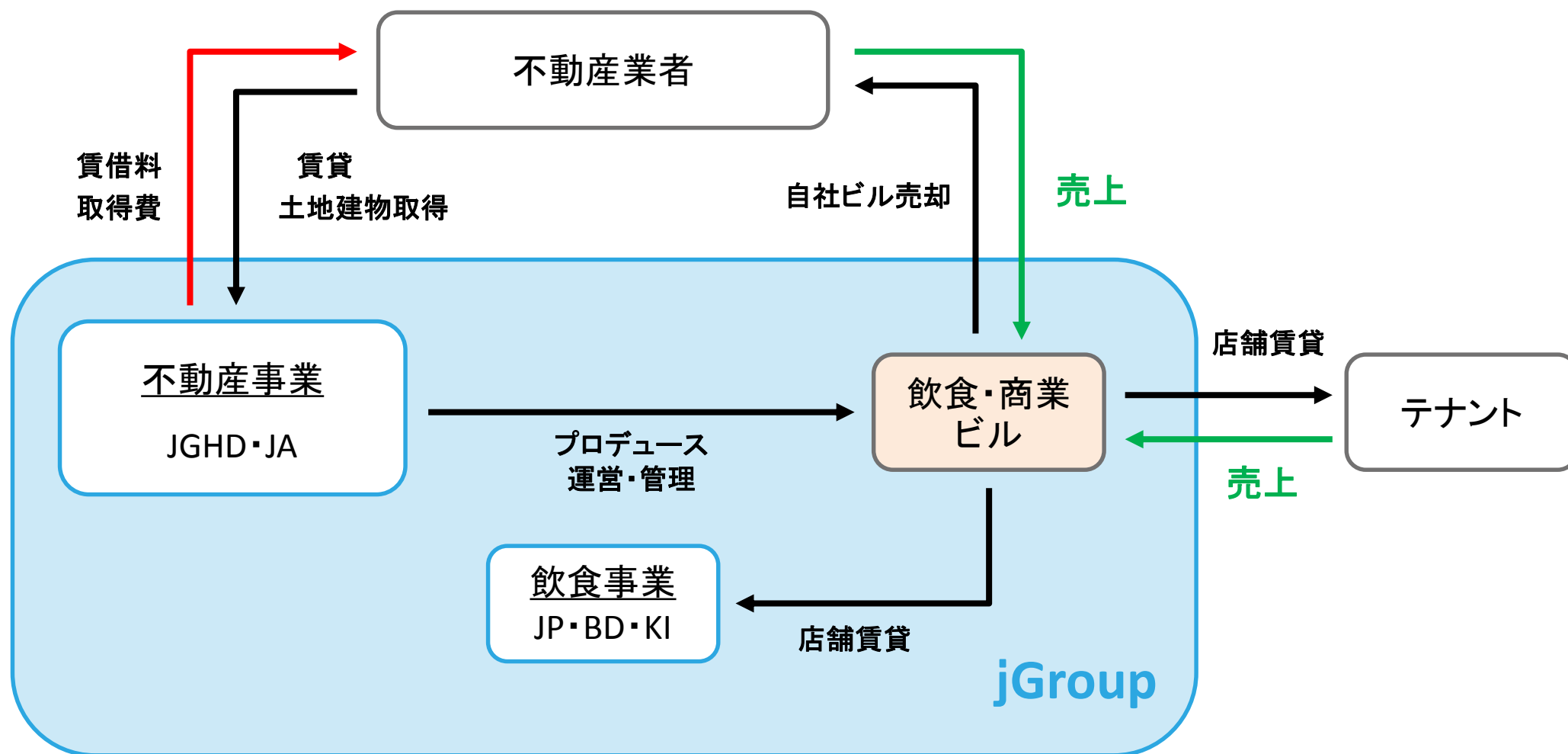
不動産情報を  
取得できる



## 2. 事業の特徴・強み

### 不動産事業

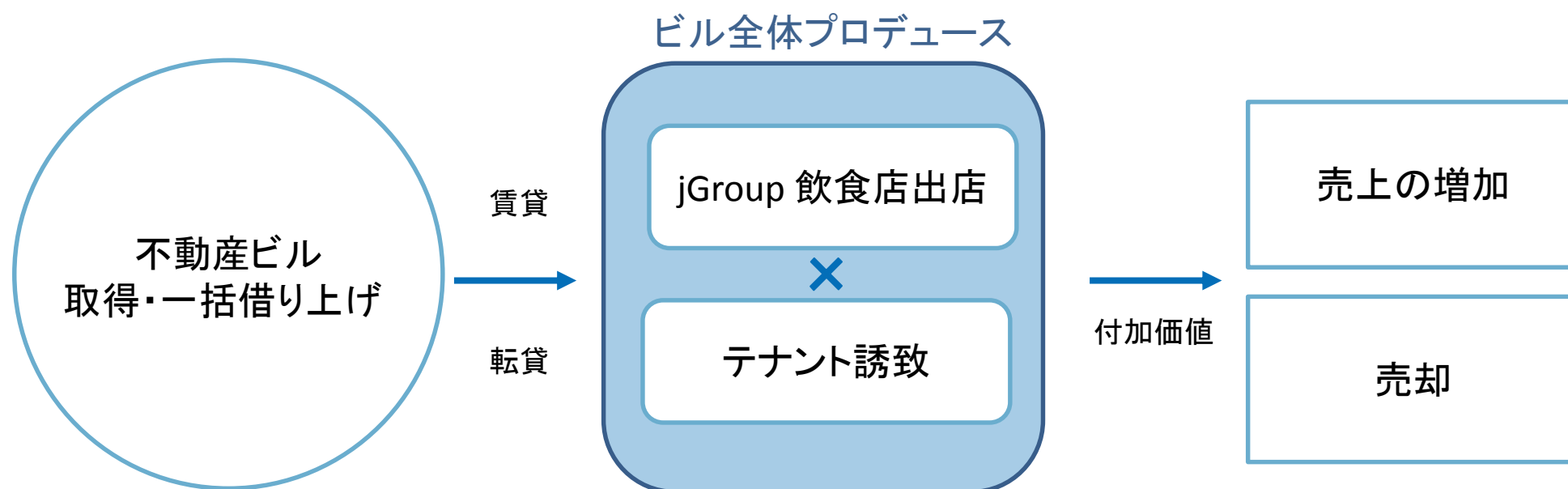
# ビジネスモデル



- 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

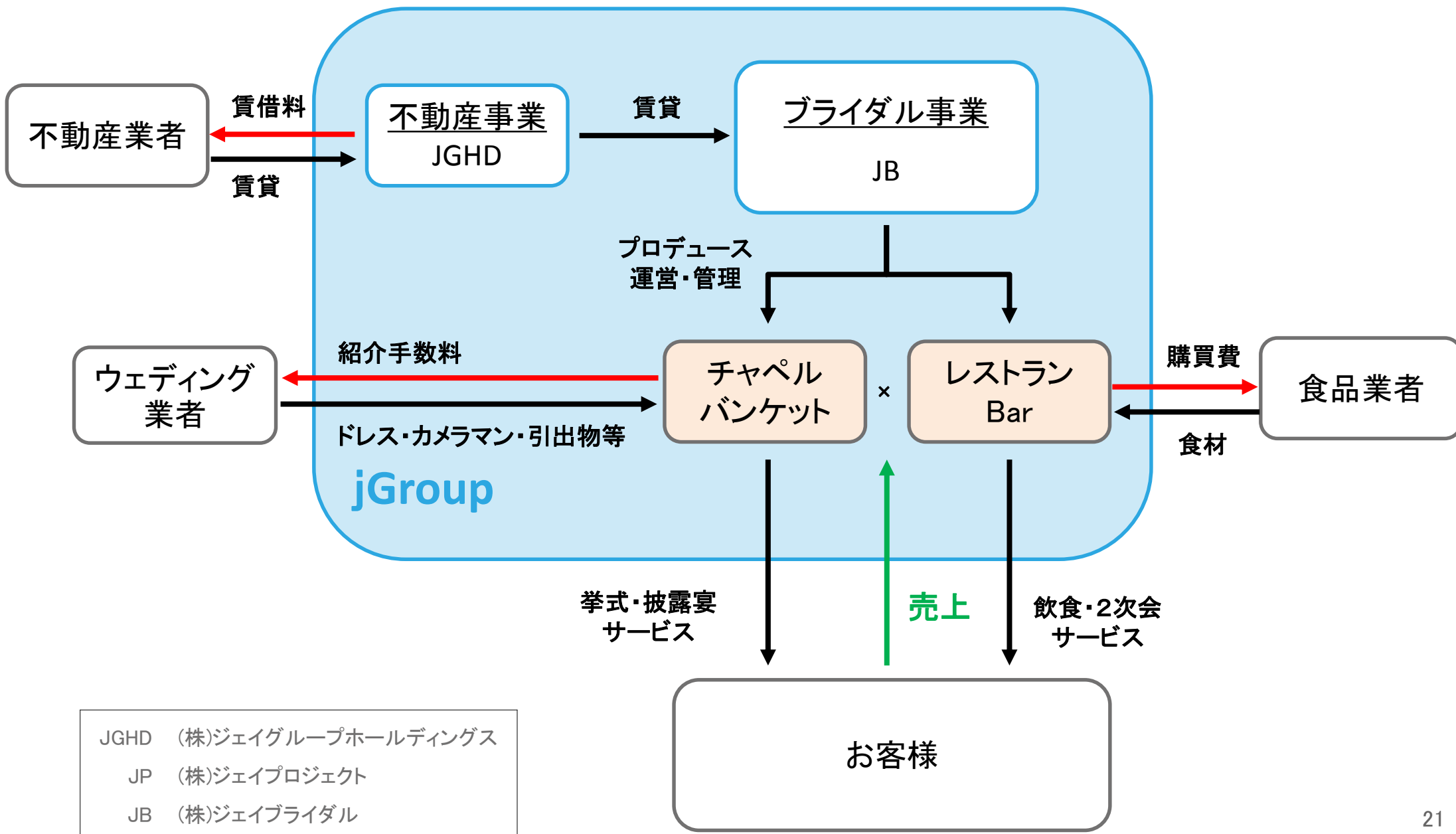
当社グループでは(株)ジェイグループホールディングスおよび(株)ジェイアセットを中心に商業ビル・レジデンスを所有しております。



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



JGHD (株)ジェイグループホールディングス  
 JP (株)ジェイプロジェクト  
 JB (株)ジェイブライダル

# 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 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す。

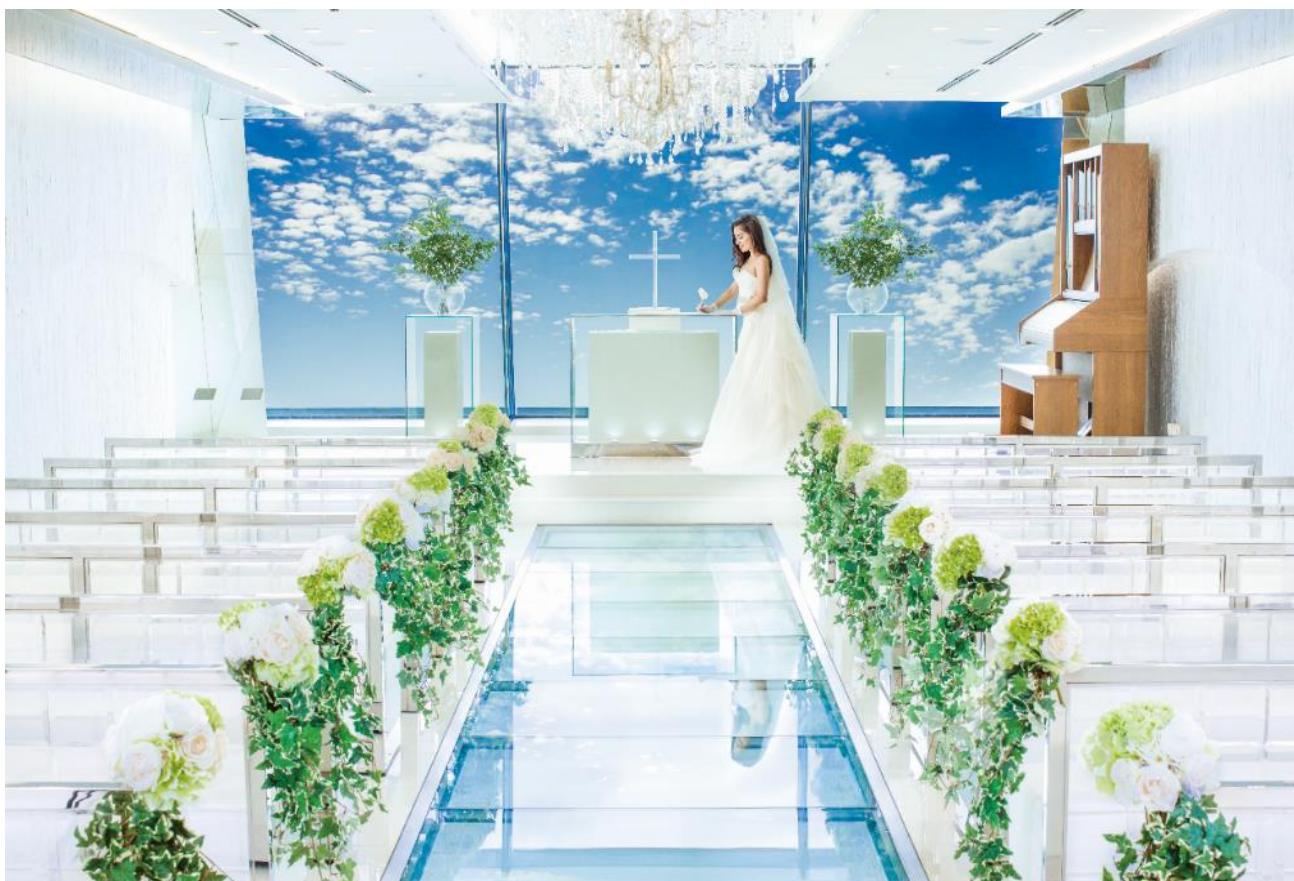
## 特徴① 眺望

名古屋駅直結の一等地に位置するルーセントタワー40階(180m)から名古屋を一望できるスカイチャペルの圧倒的な眺望

## 特徴② 挙式から2次会まで自社完結

結婚式場以外に飲食店を運営  
LA ETERNITA(ガーデンレストラン)  
THE ONE AND ONLY(スカイバー)

挙式から披露宴・2次会まで一括した総合プロデュースが可能



### 3. 経営指標・利益計画

# 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)

	2022年2月期 通期実績	2023年2月期 業績予想	前年同期比 (%)
売上高	4,703	10,442	222.0%
営業利益	△1,888	107	—
経常利益	△1,900	28	—
親会社株主に帰属する 当期純利益または純損失	△602	8	—
配当金	中間 無配 期末 無配	中間 未定 期末 未定	

※2023年2月期の配当につきましては、新型コロナウイルスの影響が現時点では先が見えず、合理的な配当予想の判断が困難なことから、現時点におきましては未定とします。

次回の進捗状況の開示は 2023 年5月を予定しております。



# 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月に第三者割当による新株予約権の発行を行いました。2022年2月末時点では第三者割当による新株予約権による調達金額はありませんので、9億87百万円の調達をしております。

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	887,000,000円	0円	2022年3月から 2026年2月まで
運転資金	100,000,000円	0円	2022年3月から 2025年5月まで
合計	987,000,000円	0円	

※調達金額、充当額は2022年2月末時点

# セグメント別業績概況

## ＜飲食事業＞

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、営業自粛要請により営業時間短縮、休業を行い、売上高は**前年対比94.0%**。

## ＜不動産事業＞

昨年度不動産3件を売却した反動により売上高前年同期比47.4%へ減少するも、テナントビル「EXIT NISHIKI」や「**ジェイチル名駅**」など**賃貸収入**が安定的な収益となる。

## ＜ブライダル事業＞

婚礼施工組数や受注件数に一定の回復が見られるも新型コロナウイルス感染症の影響から婚礼施行前年同期比で売上高96.9%。

## ＜その他の事業＞

10月より新規事業として開始した高速道路SA事業などにより前年同期比売上高252.0%へ大幅に増加。

(百万円)

		2021年2月期	2022年2月期	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	3,387	3,184	△202	94.0
	営業利益	△1,857	△1,173	683	-
不動産事業 不動産の賃貸・管理業務等	売上高	4,325	2,052	△2,273	47.4
	営業利益	1,207	158	△1,049	13.1
ブライダル事業 挙式・披露宴サービスの提供	売上高	265	257	△8	96.9
	営業利益	△109	△63	46	-
その他の事業 広告代理業、卸売業等	売上高	170	430	259	252.0
	営業利益	△5	△49	△44	-
調整額	売上高	△1,448	△1,221	227	-
	営業利益	△779	△759	19	-
合計	売上高	6,700	4,703	△1,996	70.2
	営業利益	△1,543	△1,888	△345	-

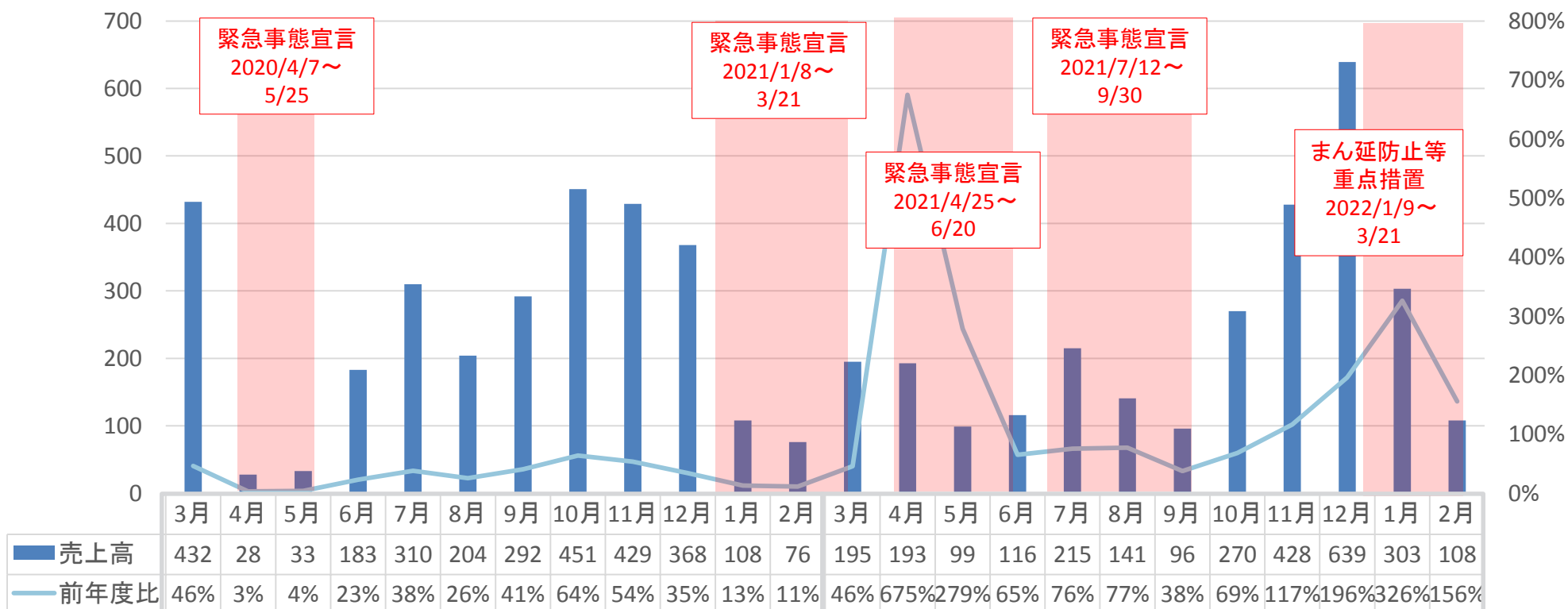
# 店舗の営業状況



	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)	130	130	126	126	127	126	123	122	121	121	121	122
通常営業店舗数	11	8	7	8	11	1	1	99	108	112	7	7
(通常営業店舗/総店舗)	8.5%	6.2%	5.6%	6.3%	8.6%	0.7%	0.8%	81.1%	89.2%	92.6%	5.8%	5.7%
営業短縮店舗数	81	33	26	68	68	32	32	3	2	0	49	35
休業店舗数	38	88	93	50	48	93	90	20	11	9	65	80

## 既存店売上高

(百万円)



※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

- ゴーストレストラン事業
- テイクアウト・キッチンカー
- 博多かわ屋EC販売・催事
- 人材派遣業

## エリアマーケティングの推進

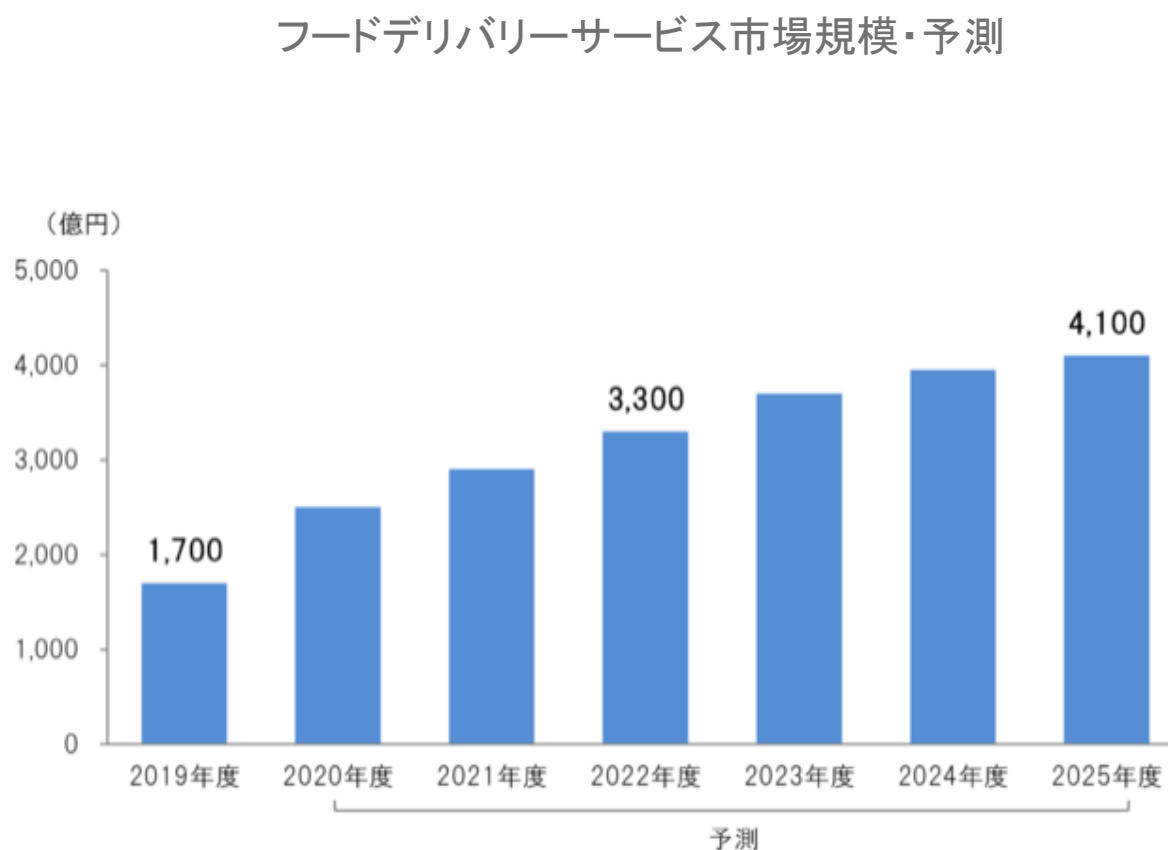
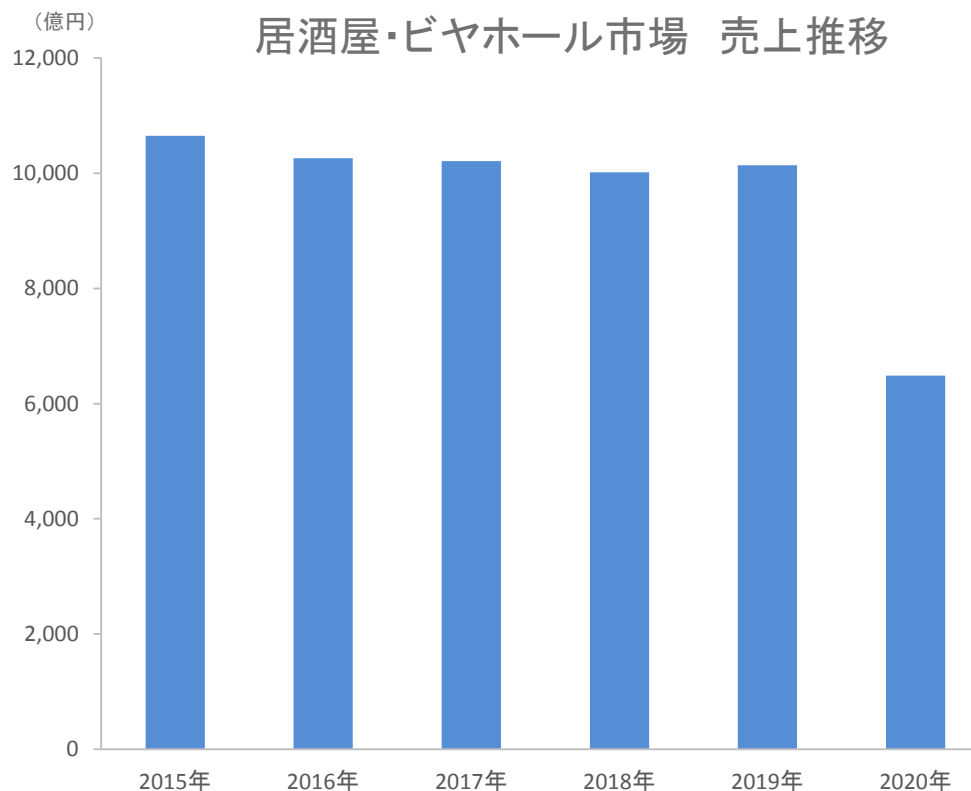
- 飲み放題サブスクサービス
- CRMの推進  
(顧客データの管理活用)

※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

# 外部環境 ①



居酒屋・ビアホール市場は2019年までは緩やかに減少傾向にあるものの約1兆円規模の市場規模で推移してきました。しかし、2020年は、COVID-19により約36%の減少となりました。一方で、EC利用の浸透やCOVID-19の影響下における巣ごもり需要の増加を背景にフードデリバリーサービス市場は拡大しており、2025年度のフードデリバリーサービス市場は4,100億円となる見込みです。



出典 日本フードサービス協会

居酒屋市場



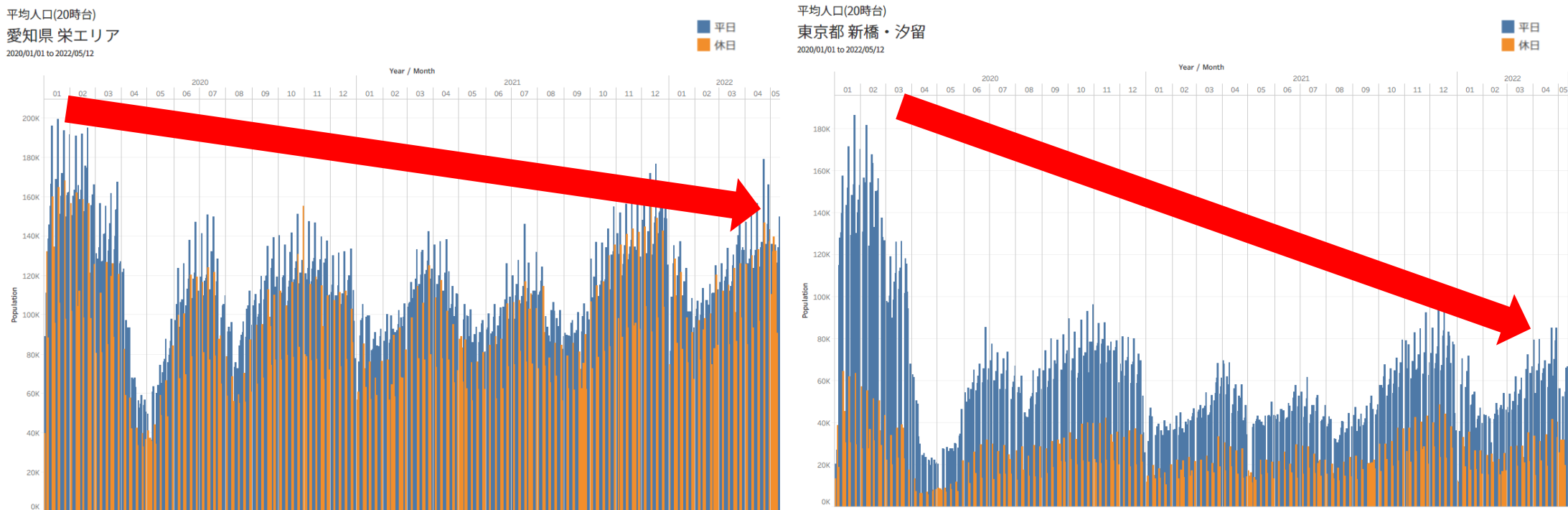
デリバリー市場



## 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、サラリーマンをターゲットとした繁華街・ビジネス街の店舗出店戦略を見直す必要があると考えております。

### 繁華街における人流の推移(2020年1月1日から2022年5月12日)



出典 株式会社Agoop「夜の主要繁華街人流解析」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		✓ 酒類提供に左右されない、「食事業態」「専門業態」への転換 (大阪王将・SA事業・出張BQ)
	✓ デリバリー(中食)		✓ 既存店を活用したゴーストレストラン 店舗の拡大 ✓ EC事業の拡充
出店立地	✓ 繁華街・ビジネス街の 人流		✓ 郊外・帰着駅周辺へ出店
	✓ 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
	✓ 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)

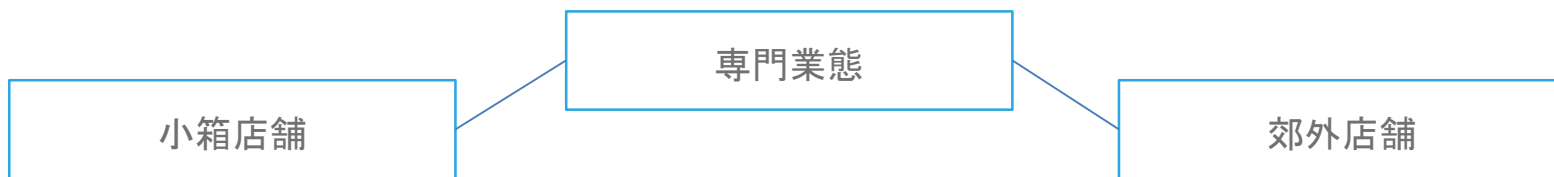
## Before

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



# 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(計画)	2024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%	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%	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%	56.2%

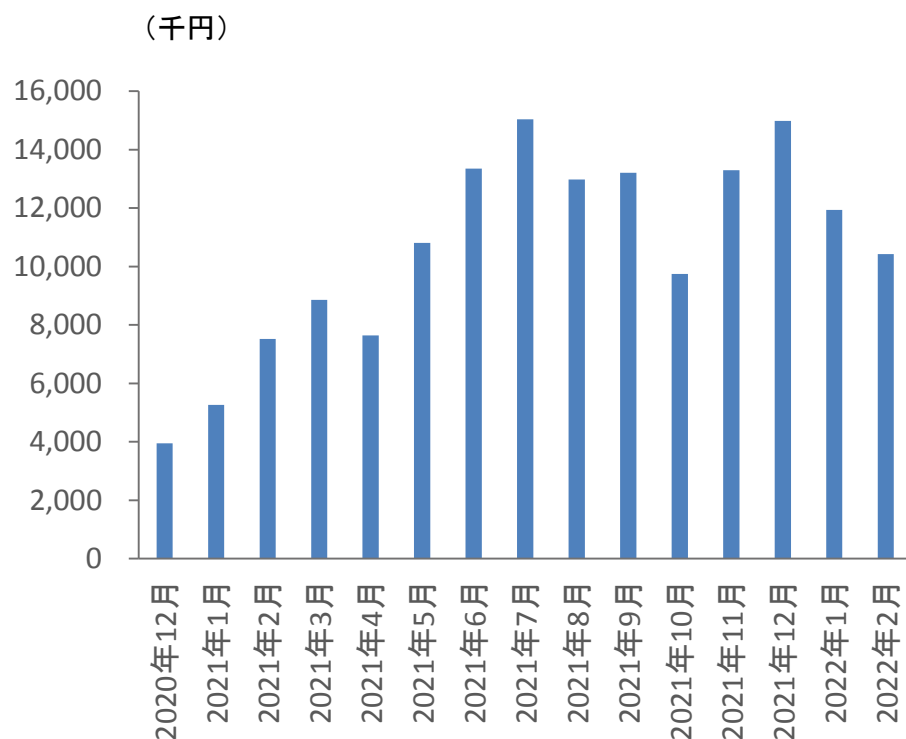
※60坪以上は大箱、40～60坪は中箱、40坪未満は小箱とした。都心は東京都/名古屋市の商業地域、郊外は住宅立地、地方はその他(主に地方都市)と定義。  
郊外の例:名古屋市 地下鉄東山線沿線(池下～藤が丘)、大曾根等、東京都 JR中央線沿線(中野、吉祥寺)、武蔵小杉、町田等

# 今後の取り組み 『攻め』の詳細② 新規事業の展開



## ゴーストレストラン事業

- ✓ 既存店を活用し2020年12月より名古屋・東京・静岡を中心に、53ブランド62店舗でゴーストレストラン展開



ゴーストレストラン事業 売上推移

## 人材派遣業

- ✓ 2021年3月 子会社として株式会社ジェイキャストを設立
- ✓ 2021年8月 外食企業・介護企業等へ派遣開始
- ✓ 52名を派遣
- ✓ 事業スタート7か月で売上高46百万円



# 今後の取り組み 『攻め』の詳細② 新規事業の展開



## 2021年10月より名神高速道路下り線大津サービスエリアでの飲食事業及び物販の運営を開始

### 大津サービスエリア

#### 利用者層

- ✓ 京阪神の居住者が、名古屋・伊勢・北陸など広域の観光レジャーの岐路の立ち寄り休憩に便利。観光客の休日需要が高い
- ✓ 首都圏・中京圏から京阪神に向かう長距離トラックの休憩・時間調整利用に便利。特にプロドライバーの平日需要が高い

#### 強み

- ✓ 前面交通量が1日あたり8万台以上
- ✓ 京阪神へ向かう利用者にとって、距離的にひと息入れたくなる立地で、トイレ休憩や飲食などの購買需要が大きい
- ✓ 名神に加え新名神からの流入も多いので、名古屋・伊勢・北陸方面など広域の観光需要がある
- ✓ 人口が多い京阪神の岐路に位置するので、観光帰りのみやげ購買・自家需要購買が期待できる
- ✓ 屋上展望デッキでの「眺望」「開放空間」などの独自価値
- ✓ SAとして西日本最大級の施設規模で、物販・飲食ともに利便性・快適性が高い環境





# 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)  
3.0名(2022年2月末時点)
  - ・採用抑制による社員自然減  
123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  
36店舗に導入済み

### 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 (計画)	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)  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	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	1,193百万円



## 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

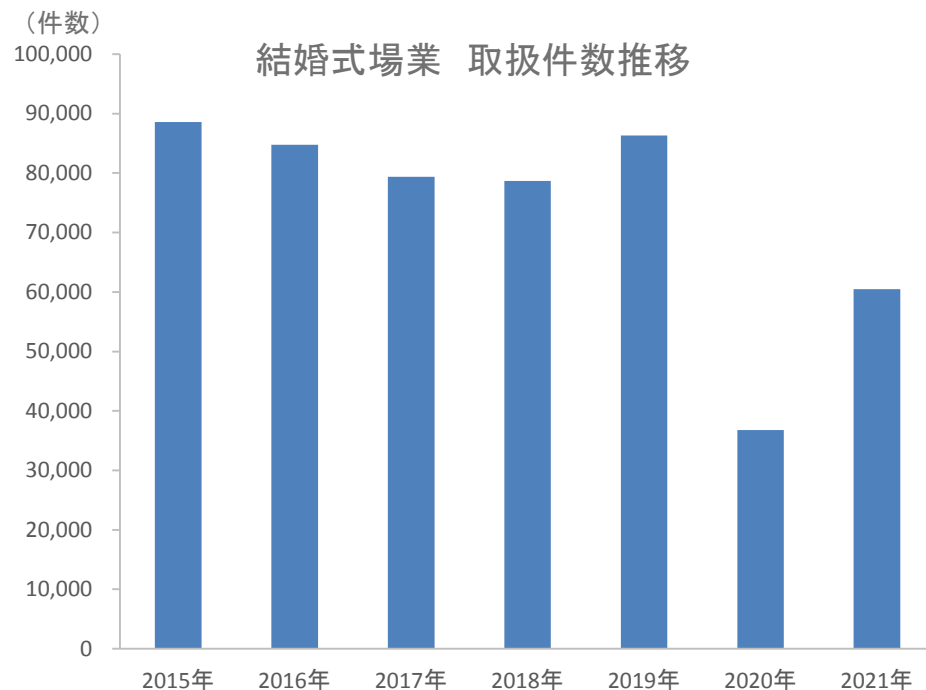
保有する商業ビル・レジデンスを流動化及び有効活用を進める

※現状で不動産を取得する予定はありません

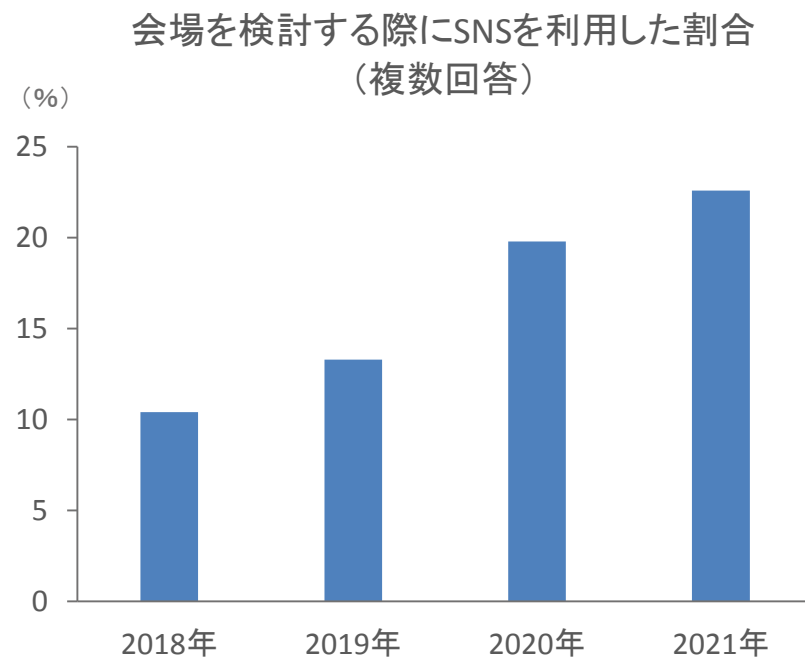
※有効活用とは自社利用または他社への賃貸により収益を得ることを指します

## 4. 今後の取り組み・外部環境 ブライダル事業

# 外部環境を踏まえた今後の取り組み



出典 経済産業省「特定サービス産業胴体統計調査」



出店 (株)リクルートマーケティングパートナーズ  
「ゼクシィ結婚トレンド調査(2020)東海版」

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

結婚式場を検討する際にSNSを利用した人の割合が2018年10.4%から2021年22.6%へと大幅に増加

COVID-19収束後の結婚式需要に備え、既存の結婚情報誌やブライダルフェアを継続しつつ、伸び率の高いSNSを使用した販促に取り掛かる。

## 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



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。

	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の拡大</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> <li>✓ 中食事業への参入</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。