IKKA Dining Project

2019年3月期業績

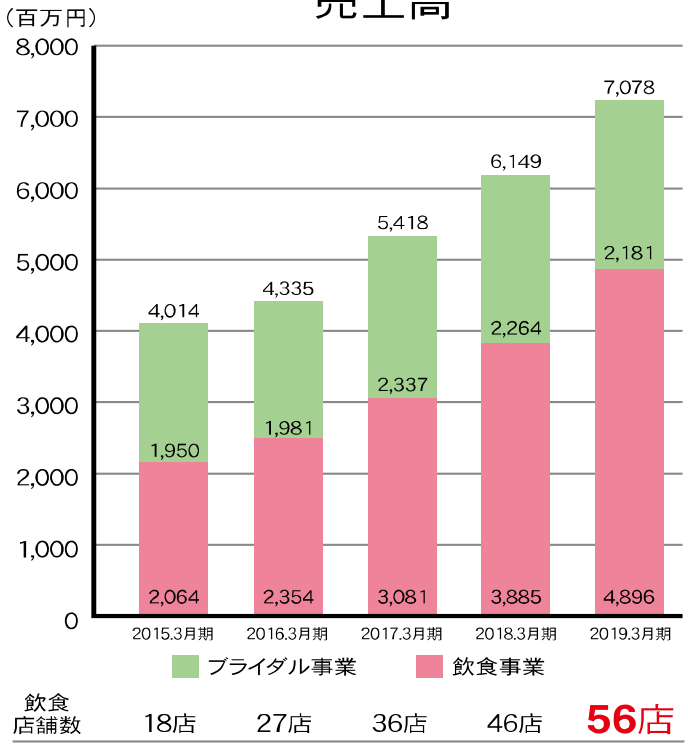
2019年3月期業績トピックス

- 売上高・営業利益・経常利益　4期連続増収増益。
- 一部店舗の固定資産について特別損失（減損損失）の計上。
- 新規10店舗出店。（直営店舗数56店舗）
- 飲食事業　既存店売上高　前年同期比100.5%。
- The Place of Tokyo　口コミ都内947施設中、第1位獲得。

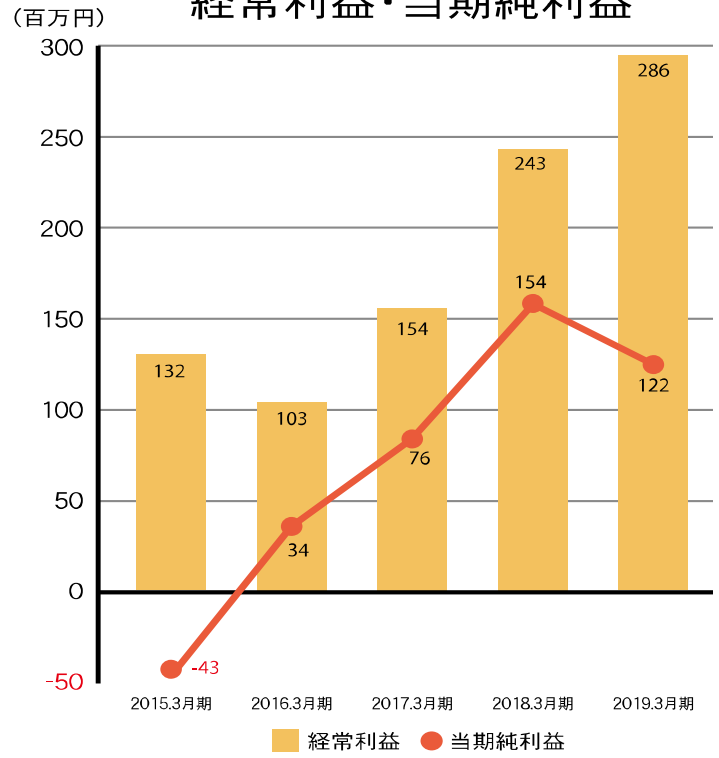
2019年3月期業績動向（ハイライト）

2019年3月期は新規10店舗出店し、売上高・営業利益・経常利益は増収・増益。

売上高



経常利益・当期純利益



特別損失（減損損失）の計上について

収益性の低下により、一部店舗の固定資産について減損損失を計上いたしました。

特別損失（減損損失）の計上

一部店舗の固定資産について、収益性の低下による減損の兆候が認められたことにより「固定資産の減損に係る会計基準」に基づき将来の回収可能性を検討した結果、2019年3月期第4四半期会計期間において、減損損失 43,973 千円を計上いたしました。

これにより、第3四半期までに計上いたしました48,793千円と合わせ、合計92,767千円を減損損失として特別損失に計上いたします。

2019年３月期業績動向（会社計：業績予想比）

売上高・経常利益ともに予算を下回って着地。
当期純利益は減損損失計上により前年同期比－34.6%で着地。

単位（百万円）

	19.3月期 予算	構成比	19.3月期 実績	構成比	予算比	増減率
売上高	7,232	100.0%	7,078	100.0%	-154	-2.1%
売上総利益	4,859	67.2%	4,764	67.3%	-94	-1.9%
販管費および一般管理費	4,561	63.1%	4,475	63.2%	-86	-1.9%
営業利益	297	4.1%	289	4.1%	-7	-2.7%
経常利益	293	4.1%	286	4.1%	-6	-2.1%
当期純利益	187	2.6%	122	1.7%	-64	-34.6%

【売上高】
- 飲食事業新規出店は当初計画12店舗に対し、10店舗出店。
- 飲食事業既存店は前年同期比100.5%。
- ブライダル事業は少人数婚増加により前年同期比96.4%に減少。

【売上総利益】
- 新規出店より飲食事業の事業構成比が拡大。それに伴い、全社での原価率減少。

【当期純利益】
- 不採算店舗に関する減損損失の計上

2019年３月期業績動向（会社計：ハイライト・前年同期比）

2019年3月期の売上高・営業利益・経常利益は、4期連続増収・増益。
当期純利益は、減損損失の計上により前年同期比－20.7%で着地いたしました。

単位（百万円）

	18.3月期 実績	構成比	19.3月期 実績	構成比	前期比	増減率
売上高	6,149	100.0%	7,078	100.0%	928	15.1%
売上総利益	4,091	66.5%	4,764	67.3%	673	16.5%
販管費および一般管理費	3,846	62.5%	4,475	63.2%	628	16.3%
営業利益	244	4.0%	289	4.1%	45	18.5%
経常利益	243	4.0%	286	4.1%	43	17.9%
当期純利益	154	2.5%	122	1.7%	-31	-20.7%

2019年３月期業績動向（飲食事業：ハイライト・前年同期比）

飲食事業は前年同期比で増収・増益で着地いたしました。
売上高拡大に伴い、本部コストが固定費化し営業利益率改善。

単位（百万円）

	18.3月期 実績	構成比	19.3月期 実績	構成比	前期比	増減率
売上高	3,885	100.0%	4,896	100.0%	1,011	26.0%
売上総利益	2,760	71.0%	3,506	71.6%	746	27.0%
販管費および一般管理費	2,595	66.8%	3,241	66.2%	646	24.9%
営業損益	164	4.2%	264	5.4%	100	61.2%

新規出店は当初計画12店舗に対し10店舗出店であったが、既存店は屋台屋博多劇場での戦略的な値下げにより既存店客単価が前年同期比98.4%となった一方、こだわりもん一家業態の客数が前年同様に推移し、屋台屋博多劇場のリピーター客数が増加したことにより、既存店客数が前年同期比102.2%と増加した結果、売上高が前年同期比100.5%と順調に推移しました。当期出店店舗に関しても好調に推移しました。

【売上高】
- 既存店売上高は100.5%と順調に推移。
- 新規出店店舗も好調に推移。
- 前期OPEN10店舗の通期売上の寄与および今期OPEN10店舗による増加。

【売上総利益】
- 仕入れ価格の見直し。
- メニュー変更、ポーション見直し等による原価率改善。

【営業利益】
- 新規出店での売上高拡大に伴い本部コストが固定費化。
  それにより、営業利益率が上昇。

2019年３月期業績動向（ブライダル事業：ハイライト・前年同期比）

ブライダル事業は前年同期比で減収・減益で着地いたしました。

単位（百万円）

	18.3月期 実績	構成比	19.3月期 実績	構成比	前期比	増減率
売上高	2,264	100.0%	2,181	100.0%	-82	-3.6%
売上総利益	1,331	58.8%	1,258	57.7%	-72	-5.5%
販管費および一般管理費	1,250	55.2%	1,233	56.5%	-17	-1.4%
営業損益	80	3.5%	24	1.1%	-55	-68.9%

ブライダル事業においては、婚礼施行件数は前期より上昇しましたが、結婚式の多様化により少人数婚のニーズが高まり、婚礼１組当たりの人数が減少傾向にあります。それにより、婚礼付帯原価率が上昇したことにより原価を圧迫し、さらに売上高減少に伴い人件費率が上昇し利益減少の要因となりました。

今後、さらに外部販促媒体との連携、SNSや口コミ販促の強化を継続して行い、さらなる来館数・成約率の向上、サービス力の向上に注力してまいります。

【売上高】
- 婚礼施行件数は上昇。
- 少人数婚のニーズの高まりによる人数の減少。

【売上総利益】
- 少人数婚増加による婚礼付帯原価率の上昇による原価圧迫。

【販管費および一般管理費】
- 売上高減少に伴う人件費率の上昇。
- 婚礼送客手数料増加による、支払手数料の増加。

2019年３月期業績動向（貸借対照表）

借入金返済を進めたことにより、自己資本比率が前期30.5%から当期36.2%へと上昇し、財務体質が大幅に改善。

単位（百万円）	18.3月期	19.3月期	前期比
資産の部			
流動資産	1,580	1,110	-470
固定資産	2,057	2,250	193
繰延資産	3	2	-1
資産合計	3,641	3,363	-278
負債の部			
流動負債	1,288	1,298	10
固定負債	1,242	847	-394
負債合計	2,531	2,146	-384
純資産の部			
純資産合計	1,110	1,216	106

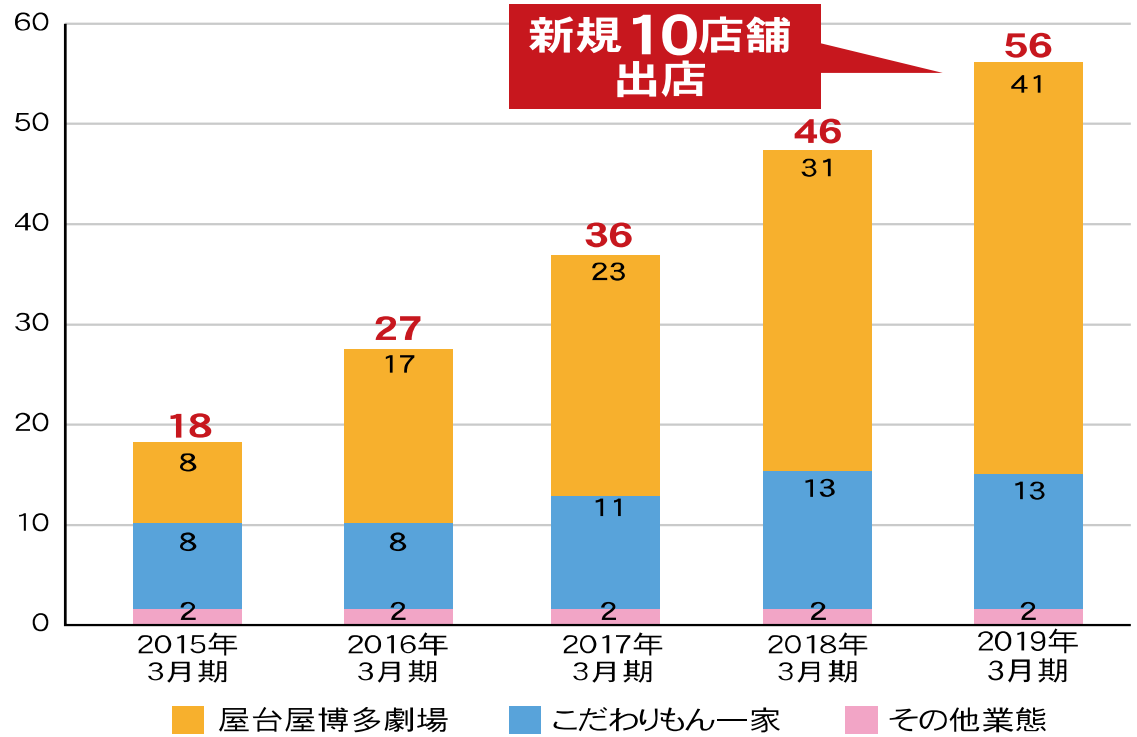
【資産の部】
- 現預金-495百万円
- その他流動資産+25百万円
- 有形固定資産+138百万円
- 敷金保証金+31百万円

【負債の部】
- 買掛金+28百万円
- 未払金+87百万円
- 資産除去債務+23百万円
- 長期借入金-420百万円

【純資産の部】
- 当期純利益の計上による利益剰余金の増加+122百万円

飲食事業　店舗数推移

都内を中心に屋台屋博多劇場を新規10店舗出店し、
直営店は合計56店舗となりました。



■出店数内訳

東京エリア	千葉エリア	埼玉エリア	合計
8 店舗	1 店舗	1 店舗	10 店舗

■山手線沿線都心部への出店

屋台屋 博多劇場
池袋東口店・大手町店・高田馬場店・
上野広小路店・五反田店・新橋2号店・
丸の内店

■小田急線沿線への出店

屋台屋 博多劇場　町田店

■埼玉県への出店

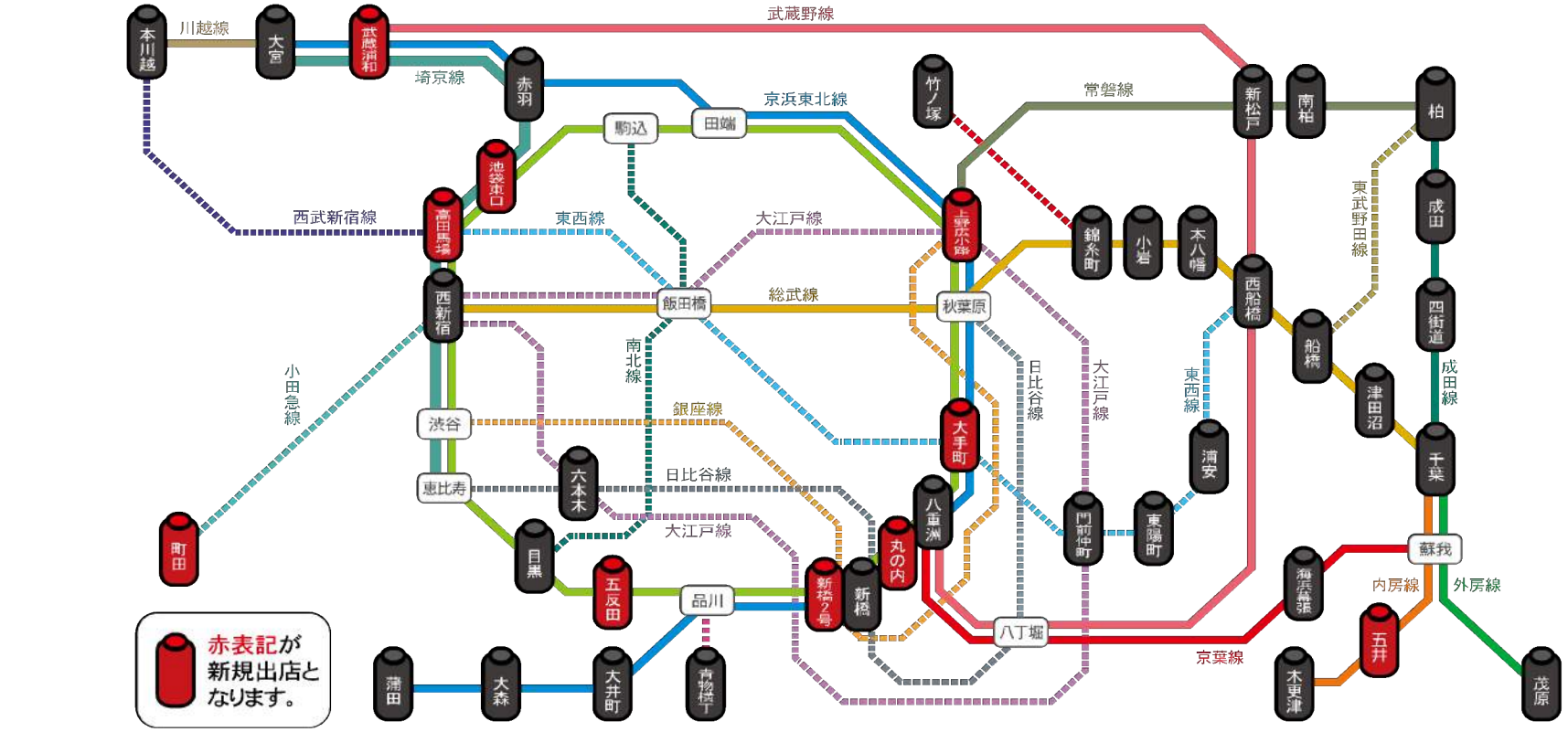
屋台屋 博多劇場　武蔵浦和店

■千葉県郊外エリアへの出店

屋台屋 博多劇場　五井店

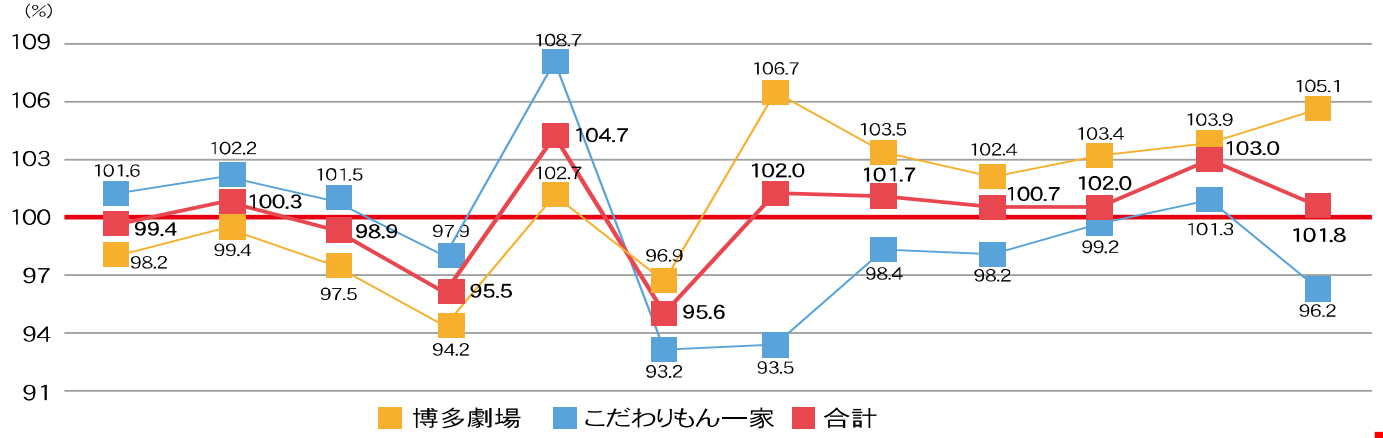
屋台屋博多劇場出店詳細

山手線沿線の都心部を中心に、屋台屋博多劇場の出店を拡大いたしました。



既存店売上高　前年同期比推移

屋台屋博多劇場の戦略的な値下げなどにより、既存店客単価は前年同期比で減少した一方、屋台屋博多劇場のリピーター客数の増加により既存店客数は前年同期比で増加し、既存店売上高（こだわりもん一家業態・屋台屋博多劇場業態）は前年同期比100.5%となりました。



	2018年4月	2018年5月	2018年6月	2018年7月	2018年8月	2018年9月	2018年10月	2018年11月	2018年12月	2019年1月	2019年2月	2019年3月	累計
屋台屋 博多劇場	98.2%	99.4%	97.5%	94.2%	102.7%	96.9%	106.7%	103.5%	102.4%	103.4%	103.9%	105.1%	101.3%
こだわりもん一家	101.6%	102.2%	101.5%	97.9%	108.7%	93.2%	93.5%	98.4%	98.2%	99.2%	101.3%	96.2%	99.1%
合計	99.4%	100.3%	98.9%	95.5%	104.7%	95.6%	102.0%	101.7%	100.7%	102.0%	103.0%	101.8%	100.5%

（注） 1.既存店とは、新規開店した月を除き、18ヶ月以上経過した店舗としております。ただし、改装等により稼働していない期間があった店舗は当該月の除外しております。
2.直営店舗のみを対象としております。

The Place of Tokyo口コミ都内第1位

新郎新婦様の口コミからの流入が増加傾向にある中、業界大手口コミサイトの都内の結婚式場ランキングで都内947施設中、第1位を獲得いたしました。

■結婚式場の口コミ情報サイト「みんなのウェディング」の2018年度の結婚式場ランキングにおいて、品川・目黒・世田谷エリアで2部門(ゲストハウス部門・料理部門)において第1位を獲得。また、同エリアにおいて全体の結婚式場ランキングでも第1位を獲得。
(2019年5月1日時点も継続中)

■日本最大級の結婚準備クチコミ情報サイト「ウエディングパーク」の「東京都の結婚式場 総合ポイントランキング」で東京都947施設中、第1位を獲得。(2019年5月1日時点)

2020年3月期業績予想・重点施策

2020年3月期業績予想

売上高・営業利益・経常利益は5期連続増収増益を見込んでおります。

単位（百万円）

	19.3月期 実績	構成比	20.3月期 予算	構成比	前期比	増減率
売上高	7,078	100.0%	8,211	100.0%	1,133	16.0%
売上総利益	4,764	67.3%	5,548	67.6%	783	16.4%
販管費および一般管理費	4,475	63.2%	5,147	62.7%	672	15.0%
営業利益	289	4.1%	400	4.9%	110	38.3%
経常利益	286	4.1%	359	4.4%	72	25.1%
当期純利益	122	1.7%	218	2.7%	96	78.7%

【業績予想内容】

・売上高+16.0%、経常利益+25.1%を見込む。

・新規出店12店舗による増加。
・前期OPEN10店舗の通期売上高の寄与による増加。
・飲食既存店は前年同期比101%で計画。
・ブライダルは前期末の受注済件数、今期来館見込み、その他サービス料の見直しを行うことを踏まえ、前年同期比107.7%を計画。

・本部人員（マネージャー他）増員による本部コスト増加。
・店舗数増加、有給取得のための人件費確保などによる人件費増加。
・新規出店による開業コスト増加。

出店戦略について

2020年3月期は12店舗の新規出店を計画しており、
計画に対し、順調に推移しております。

4月12日　屋台屋博多劇場 調布店 OPEN
4月23日　こだわりもん一家 木更津店 OPEN
5月29日　屋台屋博多劇場 おおたかの森店 OPEN
5月31日　屋台屋博多劇場 藤沢店 OPEN 予定
7月　屋台屋博多劇場 内幸町店 OPEN 予定
8月　屋台屋博多劇場 柏2号店 OPEN 予定

博多劇場 調布店

こだわりもん一家 木更津店

新業態について

2020年3月期に２つの新業態をスタートいたします。

大衆ジンギスカン酒場
ラムちゃん

Copyright © 2019 Ikka Dining Project.,Ltd. All rights reserved

Copyright © 2019 Ikka Dining Project.,Ltd. All rights reserved

新業態について

これから求められる業態のキーワード

個食化 少人数化	専門性 専門店	モノ消費から コト消費へ
健康志向	ニッチ	省人化 セルフ化

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

大衆ジンギスカン酒場
ラムちゃん

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

大衆ジンギスカン酒場4つのポイント

① 羊肉とは？

② 【コト消費】による強い集客力

③ 省人化 セルフ化

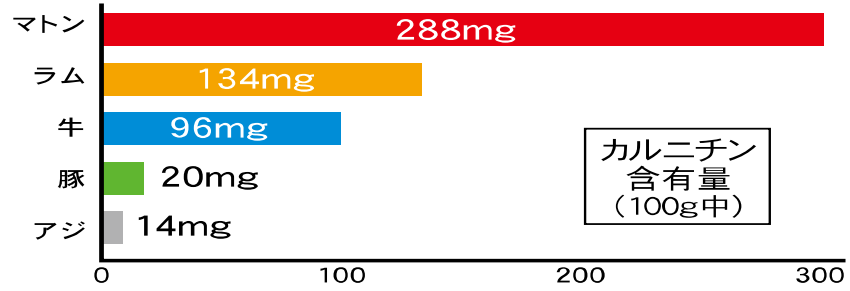
④ 大衆マーケット × ニッチなファン

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

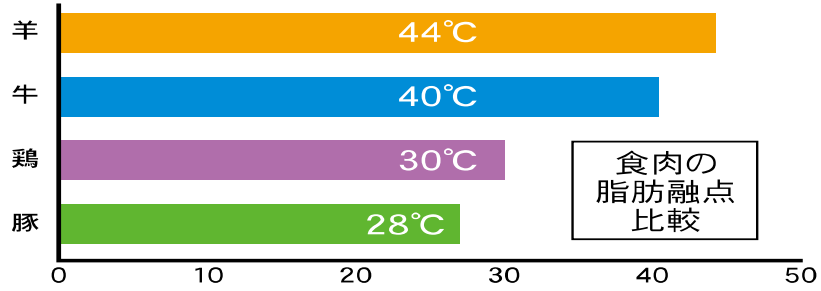
①羊肉とは？

ヘルシーで太りにくい健康食材。

■脂肪燃焼に効果的な「カルニチン」を多く含む



■脂肪融点温度が高いため体内で吸収されない



出典： 羊と羊肉について　http://www.to-jin.com/tgc=3.html

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

ジンギスカン×ハイボール

×

ヘルシーで太りにくい
健康食材

低カロリー
低糖質

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

②コト消費による高い集客力

全卓にハイボールタワー設置による【体験】

60分500円（税抜）飲み放題の【価格訴求】

高い

付加価値

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

③省人化・セルフ化

全テーブルにハイボールタワーを設置することにより

セルフ化することで省人化を実現

- ドリンクオペレーション工数削減
- ドリンク人員が固定されず多能化可能
- グラス洗いの工数削減

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

④大衆マーケット×ニッチなファン

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

外装イメージ

新業態①大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん

■メニュー（イメージ）

- 豊富でリーズナブルな酒場の定番メニュー。
- メニュー数を絞り、オペレーションコストを低減。

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

激辛市場 ブームから定番へ

激辛市場は定番化し、コンビニでも激辛商品が次々に発売され、一つのジャンルとして認知・確立されて来ている。

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

激辛市場 ブームから定番へ

激辛グルメが好きな理由は？

- 美味しい
- 刺激が欲しい
- 爽快感
- ストレス解消
- 発作的

美味しさと
辛さは**両立**する！
そして、
激辛グルメの**刺激**は
爽快感を生み
ストレス解消に
寄与する!

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

ロメスパとは？

ロメ
路面（ロメン）

＋

スパ
スパゲッティ

イタリアンの
パスタでなく、
どこか懐かしい
日本式のスパゲッティ

■ロメスパ 三つの特徴

一.茹でおき極太麺

提供時間が早い！
待ち時間の短さこそが
最大の特徴!
しっかりした味に
負けないもちもち極太麺

一.強火で炒める

香ばしさと
食感がアップ！
熱々でしずる感も
売りの一つ！

一.基本大盛り

しっかりとした
味付けと
ボリュームの
ガッツリ系

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

個食化・少人数化

核家族化が進み、

個人で食事を摂る時代

ひとり飯が

「寂しい」という

感覚は無くなってきている。

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

様々な専門店

飲食店の店舗数増加による

競争激化

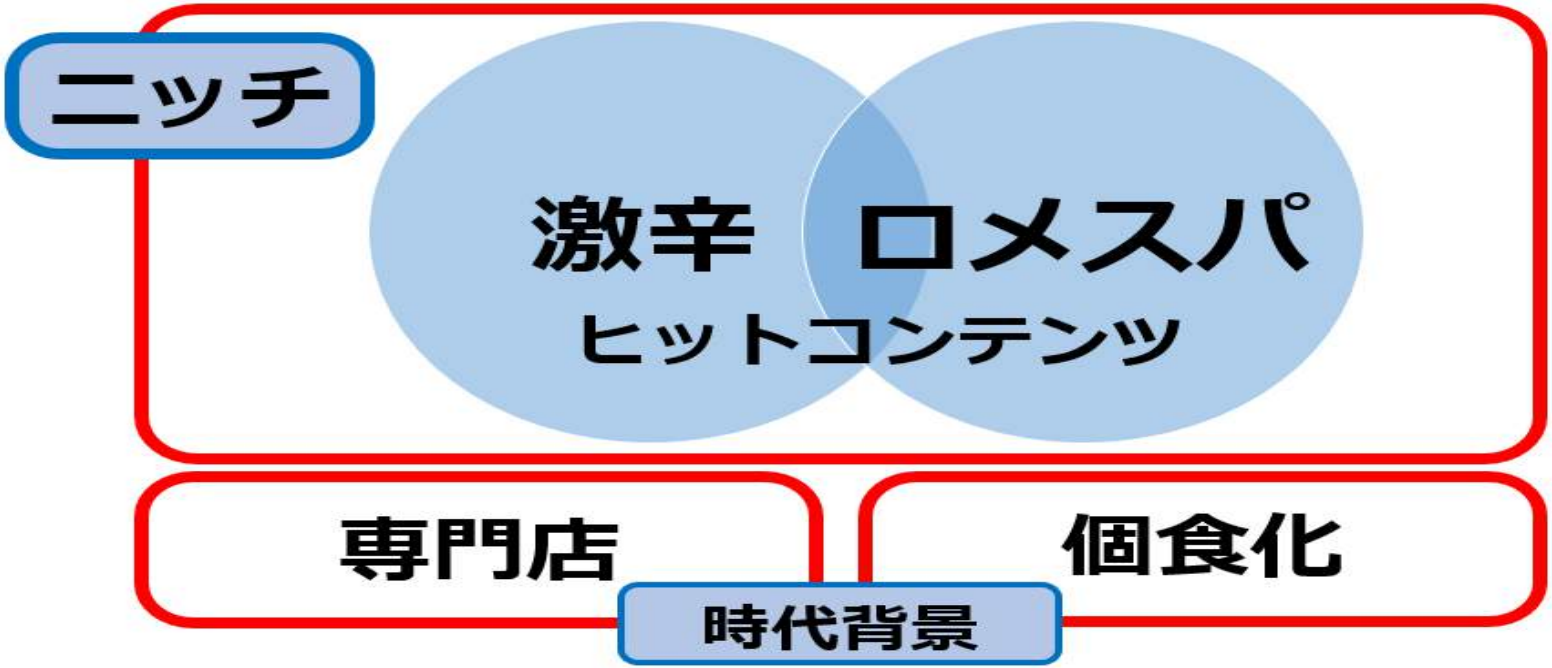
スマホの普及により

人は【自分好み】の

お店探しをする時代へ。

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

青とうがらしのマーケットポジション



新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

業態コンセプト

辛さは旨さ！

極太麺を豪快に炒めたスパゲッティ

旨い 特注オリジナル麺をゆでてから1日寝かせることで、こしのあるモッチモチの食感に仕上げました！

辛い 世界で最も辛いと言われている青とうがらしを契約農家で栽培して育てております！

早い 席についてから3分以内の提供を目指しています！

安い ボリュームたっぷり！なんとこの旨さで！550円（税込）！

熱い 高火力で一気に『炒め』あげる熱々のスパゲティです！

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

メニュー（イメージ）　全品550円（税込）

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

省人化　**セルフ化**　**カスタマイズ**

券売機導入に加え、メニュー数を絞ることでオペレーションを簡素化し、省人化を実現。

麺は茹で置きにより、早い提供速度が可能。
麺は特注麺、青唐辛子は契約農家で栽培し、
安さの中で美味さにこだわり、
好みに合わせ量や辛さ、
トッピングなどを自分好みに
カスタマイズが可能。

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

外装イメージ

新業態②激辛スパゲッティ青とうがらし

内装イメージ

新業態　出店予定

7月下旬	大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん	柏店
8月	大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん	代々木店
7月上旬	燃辛スパゲッティ専門店 とうがらし	代々木店
7月中旬	燃辛スパゲッティ専門店 とうがらし	町田店
8月上旬	燃辛スパゲッティ専門店 とうがらし	新宿西口店

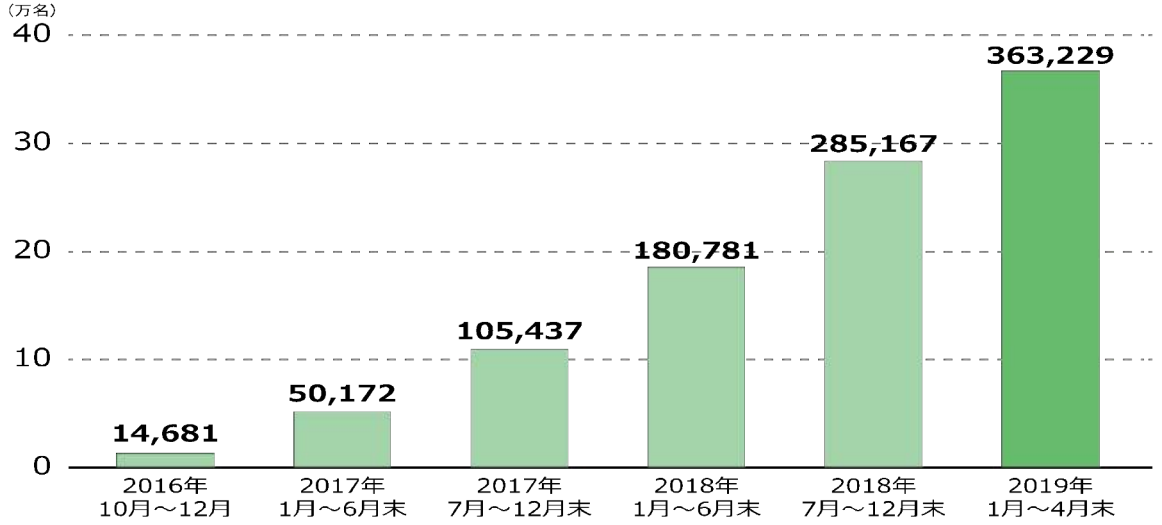
既存事業の取り組み

屋台屋博多劇場　アプリ会員推移

継続した会員獲得とアプリ企画のブラッシュアップで
客数増・リピート率UPを目指します。

■ １号店オープンからの8年間の累計会員数は【83万人】を突破。
■2016年10月から開始したアプリ会員は
【36万人】を突破。（2019年4月末時点）

■ アプリ
会員総数



屋台屋博多劇場　アプリ会員施策

会員アプリのプッシュ通知機能を活用し、毎月会員様に楽しんで
頂けるような独自の販促企画を打ち出しております。

会員アプリの個別IDを使用した
宝くじ式の運試し。
一等は「お会計全額OFF」

スタッフと本気のじゃんけん勝負っ!!
勝利すれば…
お好きなドリンクをどでかジョッキで全員分プレゼント!!

負けてしまったら…
お客様にちょっとした
お片付けを
お願いしました。

The Place of Tokyo　婚礼施策

結婚式の多様化により少人数婚のニーズが高まり、婚礼１組当たりの人数が減少傾向にある中、来館数・成約率の向上、サービス力向上を図っております。

来館数向上

■自社ブライダルHPのブラッシュアップ（自社HP直予約数増加)
■口コミサイト、Instaglamなどの販促強化
■送客カウンターとの連携強化
■「なし婚」層へのアプローチ（キャンペーンの実施）

成約率向上

■ブライダルフェアのブラッシュアップ
■プランナー育成（社内ロールプレイングの継続的な実施）
■プランナーの外部研修の活用

組人数増加

■多人数の披露宴向けのプランのブラッシュアップ
■人数UPキャンペーンの打ち出し

サービス力向上

■おもてなしWeddingAwardの開催
■当式場で結婚式を挙げたお客様を対象とした周年イベント「Place of Family～家族が家族と過ごす場所～」を開催

グローバル採用を開始

今期より新卒採用に加え、新たにグローバル（外国人人財）採用を開始。
今期中に10名採用予定。

社内教育（Ikka Universal college）の充実

社内教育プログラム「Ikka Universal College」を設立し、
包括的な人財育成に注力しております。

講演スケジュール

初心者向け講習　調理師向け講習　責任者向け講習　メンバー向け講習

5月13日(月) 11:00~14:00
絶対うまくいくコミュニケーション
講師：瀧田 大樹
場所：千葉本社5階
定員：30名
食事：弁当有
仕事をしていく中で最も重要なスキルといえば、「コミュニケーション能力」。「コミュニケーション能力」は社会の中で人間方を問わらものさしのようです。皆様何気なく交わしている「コミュニケーション」を10個に分け、明日から役立つ知識をお伝えします！

5月23日(木) 11:00~14:00
売れる商品の作り方
～商品開発の秘話～
講師：斎 誠
場所：千葉本社4階
定員：30名
食事：弁当有
新商品とはどのように生まれるのか顧客ニーズの把握から開発、社内稟議、事業化に至るまでの過程や、開発担当者が持つべき「マインド」を誠さんが伝授します！

5月26日(日) 11:00~14:00
"神7NO.1"が教えてくれる！
どうしたらリピーターをつくれるの？
講師：博多劇場ネ芸匠メンバー "ろみ"
場所：千葉本社4階
定員：30名　食事：弁当有
多くのお客様に選ばれて、応援された者だけが獲得できる神7だが、選ばれるのには理由が…。お客様のハートをつかんで離さない秘訣教えます。博多美人の神7NO1から教わって、あなたも神7を狙ってみない？

6月5日(水) 11:00~14:00
魅力的な人になる！
リーダーシップ論
講師：藤沢 龍彦
場所：千葉本社4階
定員：30名
食事：弁当有
管理職に求められるリーダーシップの取り方と、具体的な行動や部下のモチベーションアップ、マネジメント方法、そして自分自身を向上させてなりたいリーダーになる方法をリようやさんが徹底解説します！

6月30日(日) 11:00~14:00
元気塾メンバー版
講師：赤塚 元気
場所：市川グランドホテル
定員：100名
食事：弁当無
社員旧年間通して受講できる人気の元気塾を、アルバイトメンバーの為に特別にご用意しました。出店するたびに地域一番店を作り、日本一の店舗を作り上げてきました。その秘訣はお客様と直接かかわるアルバイトメンバーの教育にあります。その秘訣を大公開するスペシャルセミナーです。

7月11日(木) 11:00~14:00
起業家・経営者になるうえでもっとも大切なこと…
講師：武長 太郎
場所：千葉本社4階
定員：30名
食事：弁当有
知識、経験、ノウハウ0、御歳20歳で起業し20年後にマザーズ上場を果たした武長 太郎が、起業に必要な知識を丁寧に教えます！経営や起業に興味があるそのあなた！ぜひご参加ください！

7

7月18日(木) 11:00~14:00
結果を作るマネジメント
講師：阿島 義知
場所：千葉本社4階
定員：30名　食事：弁当有
手に入れたいモノがある、達成したい目標がある、大きな夢や小さなアクションの積み重ねです。しかし、間違ったアクションを続け返してもうまくは行かずうまくいきません。博多美人をマネジメントする統括マネージャー阿島が、参加してくれた方の目標達成にコミット致します。

8月7日(水) 11:00~14:00
お・も・て・な・し力養成講座
講師：美田 美里
春羽 郁恵
場所：千葉本社4階
定員：30名　食事：弁当有
一楽ダイニング初の登録ODO(オーツ/おもてなし/オフィサー)であり、ホスピタリティニティネーターの資格を持つ春日と、初代女将の春羽が「おもてなし」の極意を教えます！そもそもおもてなしとは？人が人にできる唯一無二のサービスとは？余すことなくお伝えします！

8月29日(木) 11:00~14:00
飲食人養成講座
講師：秋山 淳
場所：千葉本社4階
定員：30名
食事：弁当有
現場では学びきれない飲食サービスや店舗マネジメント、人事育成、採用・治療のコツなど…繁盛店の手法はトレンドや時流を読まえ、「飲食人」として必要なマインドやスキルを包括的に学びます。

9月12日(木) 11:00~14:00
豊ちゃんとゆきちゃんの広報販促講座
講師：豊田 真幸
片岡 有紀子
場所：千葉本社4階
定員：30名　食事：弁当有
そもそも「広報」「マーケティング」ってどんなお仕事？広報と広告の違いとは？基本事項解説やマーケティング/戦略の考え方と過去の成功事例の発表、ご自身の業務に置き換えたときに役立つ知恵をお伝えします！

9月19日(木) 11:00~14:00
物件開発からお店ができるまで
講師：渡邉 紘一
場所：千葉本社4階
定員：30名　食事：弁当有
「どの物件でどういう条件で出店するか？」「物件が決まってからお店ができるまでは？」一楽ダイニング初の営業開発部を立ち上げた人物こそ、「渡邉 紘一」が、物件開発の極意を教えます。

10月10日(木) 11:00~14:00
郁ちゃんの笑顔セミナー
講師：赤羽 郁恵
場所：千葉本社4階
定員：30名　食事：弁当有
笑顔には免疫力をアップさせたりコミュニケーションをスムーズにする効果があります！他にもストレスを解消したり潜在能力を発揮できたりと様々な効果が。そんな「笑顔のちから」を理解しトレーニングやワークを通して素敵な笑顔を身につけていただくとともにストレスマネジメントや内面からも輝く美顔を創れたらいいの笑顔セミナーです！

8

IKKA Dining Project

免責事項

本資料は、株式会社一家ダイニングプロジェクト（以下、当社）についての一般的な情報提供を目的としており、当社の発行する株式その他の有価証券への投資勧誘を目的とするものではございません。

本資料に記載される当社の実績・計画・見積もり・予測・その他将来情報については、現時点で入手可能な情報や現時点における判断・考えであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。また、本資料は、現時点で一般的に認識されている経済・社会等の情勢に基づいて作成しているものですが、経済情勢の変化等の事由により予告なしに変更される可能性があります。

掲載内容に関して、細心の注意を払い作成しておりますが、不可抗力により情報誤伝を生ずる可能性もありますのでご注意ください。

なお、無断での複製、転用等は行わない様、宜しくお願い申し上げます。

お問い合わせ先
株式会社一家ダイニングプロジェクト 管理部
TEL：047-302-5115
https://ikkadining.co.jp/ir/

参考資料

会社概要

社名：	株式会社 一家ダイニングプロジェクト
本社：	千葉県市川市八幡二丁目5番6号
設立：	1997年10月27日
代表者：	代表取締役社長　武長 太郎
資本金：	366,172,200円
発行済株式数：	3,098,000株

（2019年３月末現在）

事業内容　事業

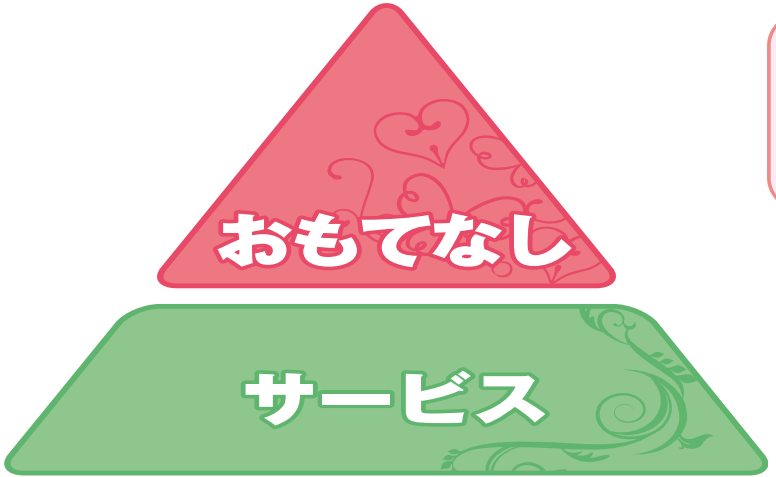
株式会社
一家ダイニングプロジェクト
IKKA Dining Project.,Ltd.

沿革

1997年10月	千葉県市川市に有限会社ロイスカンパニー（資本金3,000千円）を設立。
12月	1号店として「くいどころバー一家（現こだわりもん一家）本八幡店」を千葉県市川市にオープン。
1998年 6月	「くいどころバー一家（現こだわりもん一家）船橋店」を千葉県船橋市にオープン。
2000年 5月	「こだわりもん一家柏店」を千葉県柏市にオープン。 同時にくいどころバー一家からこだわりもん一家に屋号変更。
8月	有限会社から株式会社へ組織変更し、同時に商号を「株式会社一家ダイニングプロジェクト」へ変更。
2001年 3月	「こだわりもん一家 津田沼店」を千葉県船橋市にオープン。
2007年11月	古民家を改築した一軒家型の「こだわりもん一家 成田店」を千葉県成田市にオープン。
2010年 2月	屋台屋博多劇場1号店目として「屋台屋博多劇場 成田店」を千葉県成田市にオープ。ン
2011年 8月	屋台屋博多劇場の初の都心部の出店となる「屋台屋博多劇場 八重洲店」を東京都中央区にオープン。
2012年 8月	ブライダル施設「The Place of Tokyo」を東京都港区にオープンし、ブライダル事業へ参入。
2013年10月	こだわりもん一家の都内旗艦店となる「こだわりもん一家銀座店」を東京都中央区にオープン。
2014年12月	「Trattoria&Winebar TANGO六本木店」を東京都港区にオープン。
2015年2月	本格江戸前鮨「鮨 あらた銀座店」を東京都中央区にオープン。
5月	屋台屋博多劇場10号店目となる「屋台屋博多劇場 西新宿店」を東京都新宿区にオープン。
2016年3月	株式会社ダイヤモンドダイニング（現 株式会社DDホールディングス）より出資を受け資本提携。
3月	埼玉県初出店となる「屋台屋博多劇場 大宮店」を埼玉県さいたま市にオープン。
5月	東京本社を東京都港区に開設。
7月	直営店30店舗目となる「こだわりもん一家 東陽町店」を東京都江東区にオープン。
8月	こだわりもん一家10店舗目となる「こだわりもん一家 西船橋店」を千葉県船橋市にオープン。
2017年6月	ガレージダイニングプロジェクト1号店となる「屋台屋博多劇場 大井町店」を東京都品川区にオープン。
12月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場。
2018年6月	直営店50店舗目となる「屋台屋博多劇場 武蔵浦和店」を埼玉県さいたま市にオープン。

事業概要

サービス業を超えた“おもてなし”業でありたい



感動
喜び
口コミ・
リピーター群
満足
満腹

経営理念・グループミッション

創業時から変わらぬ経営理念。

経営理念

1．お客様、関わる全ての人と喜びと感動を分かち合う。
2．誇りの持てる「家族のような会社」であり続ける。
3．夢を持ち、限りなき挑戦をしていく。

グループミッション

あらゆる人の幸せに関わる日本一の「おもてなし」集団

事業内容

“おもてなし”を軸に飲食事業とブライダル事業を展開

株式会社
一家ダイニングプロジェクト
IKKA Dining Project.,ltd.

飲食事業

屋台屋博多劇場
こだわりもん一家
Trattoria&WineBar TANGO
鮨あらた

ブライダル事業

婚礼事業
宴席事業
Terrace Dining TANGO

飲食事業「屋台屋 博多劇場」

博多業態

餃子・串焼き・もつ鍋

博多劇場

― 業態概要 ―

客単価　2,500円

店舗数　41店舗（2019年5月末時点）

―コンセプト―

「博多中洲の屋台村」

九州博多の風物詩「屋台」を再現。
鉄鍋餃子や博多料理をご用意。
元気と活気・笑顔が溢れる空間。

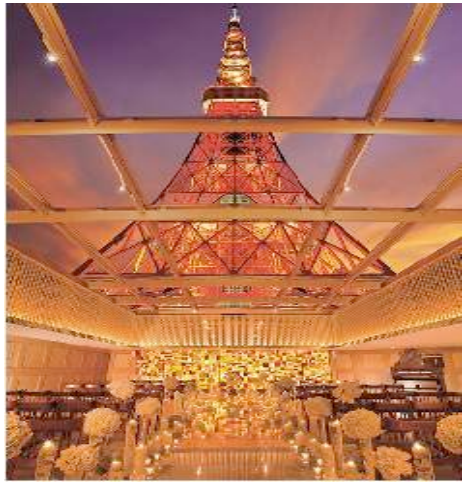
飲食事業「こだわりもん一家」

一家業態

炉端・蒸焼・大鍋

業態概要
客単価　3,800円
店舗数（2019年3月末時点）
コンセプト
「第二の我が家」
10年ぶりに最愛の人が帰ってきたような「お帰りなさい」でお迎えするほっとくつろげる空間。

ブライダル事業「The Place of TOKYO」



THE PLACE of TOKYO

東京タワーの麓のロケーション。
チャペルと3つのバンケットを有する
婚礼施設。

設立：2012年8月1日
住所：東京都港区芝公園3-5-4
敷地：約1,000坪

雰囲気の異なる3つのバンケット