

2025年3月期 決算説明会資料



2025年5月26日

目次

1. 2025年3月期業績…P3

2. 2026年3月期業績予想・重点施策…P22

参考資料……………P36

会社概要／沿革／事業概要／
経営理念・グループミッション／事業内容



1. 2025年3月期業績

業績の季節変動について

飲食事業・ブライダル事業ともに第3四半期に売上・利益ともに増加する傾向にあります。

当社グループにおいて、過去の実績からも第3四半期において通期利益に対しての利益寄与の割合が他四半期に比べ非常に高くなる傾向にあります。

その要因として、第1～2四半期において、飲食事業の新規出店を集中し、それに伴う出店コストや人員確保のための採用費、新卒入社での人員増による人件費の増加などにより、費用が先行する形になる一方、飲食事業では忘年会等の需要が高まる12月の客数の増加、ブライダル事業では婚礼の需要が高まる10～11月の施行件数の増加などにより売上が増加することに加え、第3四半期は第1～2四半期に新規出店した店舗の売上の寄与もあり、売上高および営業利益が増加する傾向があります。

特別損失の計上について

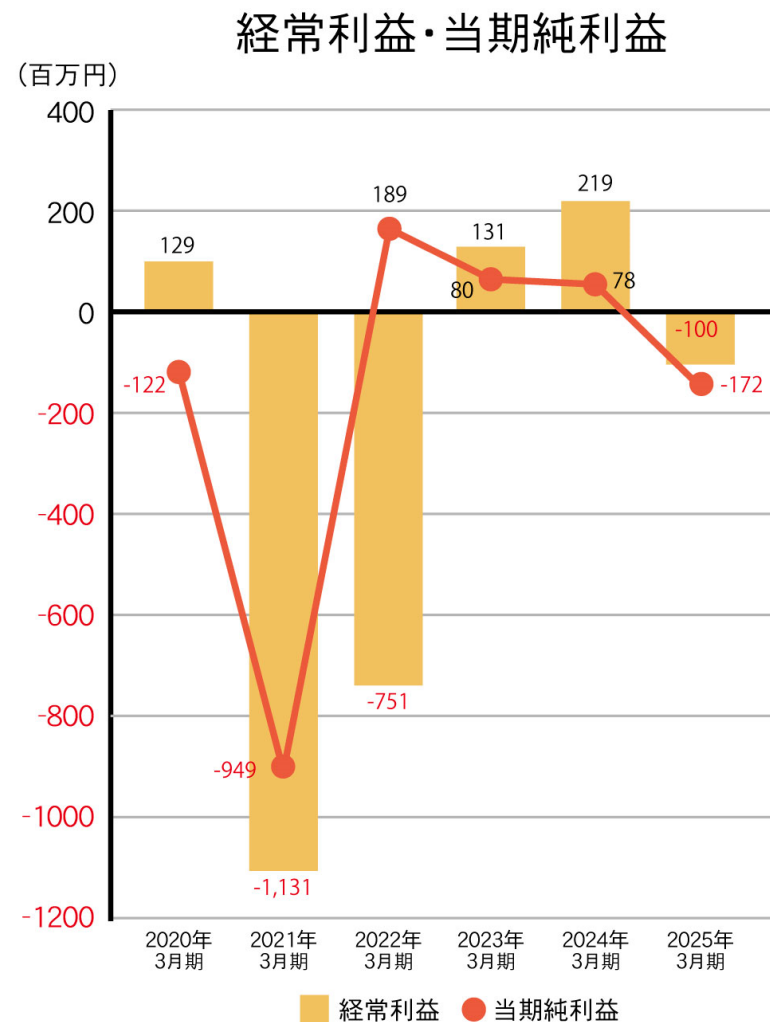
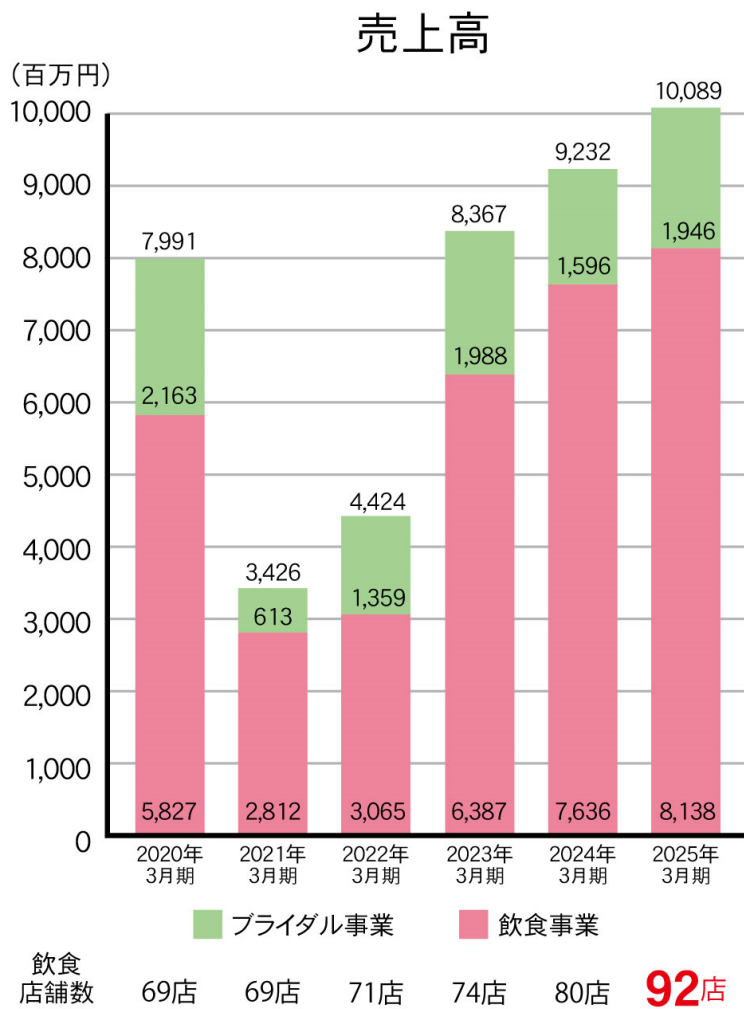
特別損失（減損損失）の計上

退店の意思決定を行った店舗の固定資産及び、一部店舗の固定資産にお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、2025年3月期第4四半期連結会計期間において、減損損失77,396千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34,226千円と合わせ、合計140,939千円を減損損失として特別損失に計上いたしました。

2025年3月期業績動向（ハイライト）

過去最高売上高で増収となった一方、営業利益以下は赤字で着地し、前期比で減益となりました。



2025年3月期業績動向 (グループ連結計：通期業績予想比)

2025年2月13日に公表した修正予算に対し、売上高・利益ともに下回っての着地となりました。

単位（百万円）

	25.3月期 通期予想	構成比	25.3月期	構成比	対通期 予想差	対通期予想 達成率
売上高	10,117	—	10,089	—	▲27	▲0.3%
売上総利益	6,703	66.3%	6,678	66.2%	▲25	▲0.4%
販売費及び 一般管理費	6,712	66.3%	6,753	66.9%	41	0.6%
営業損失	▲8	—	▲74	—	▲66	—
経常損失	▲32	—	▲100	—	▲67	—
親会社株主に帰属 する当期純損失	▲55	—	▲172	—	▲117	—

2025年3月期業績動向

(グループ連結計：通期業績予想比)

業績予想に対し、売上高は99.7%で着地。営業損失▲74百万円（予算比▲66百万円）、当期純損失は減損損失の計上などにより172百万円（予算比▲117百万）となりました。

売上高につきましては、飲食事業の各業態における歓送迎会需要の取込みが想定より下回ったことと、ブライダル事業の婚礼の直前のキャンセルなどにより予想値を下回りました。

売上減少に伴う人件費率の上昇のほか、今後の売上拡大のための積極的な外販戦略による広告宣伝費の増加、新事業であるレジャー事業における今後のレジャー施設の展開、運営のための調査研究等に先行して投資したことにより、営業利益・経常利益を押し下げる結果となりました。

また、減損損失を特別損失に計上したことにより、親会社株主に帰属する当期純損失は172百万円と、予想値を下回る結果となりました。

2025年3月期業績動向

(グループ連結計：前年同期比)

グループ連結計で売上高は前年同期比＋9.3%と増収となった一方、飲食事業部の原価率上昇に加え、飲食・ブライダル両事業共に前年同期比で販管費率が上昇したことにより、営業損失▲74百万円で着地し、減益となりました。

単位（百万円）

	24.3月期	構成比	25.3月期	構成比	前期差	増減率
売上高	9,232	—	10,089	—	857	9.3%
売上総利益	6,130	66.4%	6,678	66.2%	548	8.9%
販売費及び一般管理費	5,902	63.9%	6,753	66.9%	850	14.4%
営業損益	227	2.5%	▲ 74	—	▲ 302	—
経常損益	219	2.4%	▲ 100	—	▲ 319	—
親会社株主に 帰属する 当期純損益	78	0.9%	▲ 172	—	▲ 251	—

2025年3月期業績動向

(飲食事業：前年同期比)

飲食事業は前年同期比＋6.6%と増収となった一方、前年同期比で原価率および販管費率が上昇、営業利益は55百万で着地し、減益となりました。

単位（百万円）

	24.3月期	構成比	25.3月期	構成比	前期差	増減率	
売上高	7,636	—	8,138	—	502	6.6%	・新規出店12店舗。 ・既存店売上高は前年同期比100.1%で推移。 ・メニュー価格改定により客単価が上昇。 ・記録的な猛暑の長期化により客数が想定より伸び悩み。
売上総利益	5,183	67.9%	5,494	67.5%	311	6.0%	・原材料高騰の長期化により原価率が上昇。 - 引き続き、メニュー価格を見直しながら、適正原価率の維持に注力。
販売費及び一般管理費	4,837	63.4%	5,439	66.8%	602	12.4%	・店舗数の増加、売上高の増加に伴い人件費、広告宣伝費、支払手数料、地代家賃などの各種販管費が前年同期比で増加。 ・前期7店舗出店に対し、当期12店舗出店したことによる開業コストが前期比で増加。 ・猛暑による2Qの売上高の減少により、人件費率が上昇。
営業利益	344	4.5%	55	0.7%	▲289	▲84.0%	

2025年3月期業績動向

(ブライダル事業：前年同期比)

ブライダル事業は前年同期比で+21.9%と増収となった一方、前期は6月5日より全館休業を実施したのに対し、当期は通常営業したことなどにより各種販管費が増加し、営業損失▲131百万で着地し、減益となりました。

単位（百万円）

	24.3月期	構成比	25.3月期	構成比	前期差	増減率	
売上高	1,596	—	1,946	—	350	21.9%	・ 前期は2023年6月5日から9月8日まで全館休業し、大型リニューアル工事を実施。 ・ 前期は依然としてマーケット全体の新規来館需要が回復に至らず、当期上半期の取込みに苦戦し、婚礼施行数は前期同期比で増加したものの想定を下回る。 - 一方、大人数での挙式需要は回復し、組人数・組単価は前年同期比で上昇。
売上総利益	946	59.3%	1,180	60.6%	233	24.7%	・ 婚礼組人数が増加したことにより、婚礼のドレスなどの付帯原価率が安定。
販売費及び一般管理費	1,086	68.1%	1,311	67.4%	225	20.7%	・ リニューアル後の人的リソースの増強による人件費の上昇。 ・ 外部販促強化による広告宣伝費の上昇。 ・ 前期はリニューアル工事により休業を実施。当期は通常営業したことにより、各種販管費が前年同期比で上昇。
営業損失	▲139	—	▲131	—	8	▲6.0%	

2025年3月期業績動向（貸借対照表）

当連結会計年度において銀行借入1,547百万円を実行したことにより
十分な現預金を保持しております。

単位（百万円）	24.3月期	25.3月期	前期差	
資産の部				
流動資産	2,081	2,071	▲10	現金及び預金▲124百万円 売掛金+62百万円
固定資産	3,299	3,638	339	有形固定資産+151百万円 敷金及び保証金+63百万円 繰延税金資産+68百万円
資産合計	5,380	5,709	329	
負債の部				
流動負債	1,921	1,869	▲52	1年内返済予定の長期借入金▲136百万円 未払金+82百万円
固定負債	2,396	2,943	547	長期借入金+521百万円 資産除去債務+21百万円
負債合計	4,317	4,812	494	
純資産の部				
純資産合計	1,063	897	▲165	利益剰余金▲172百万円 其他有価証券評価差額金▲8百万円

2025年3月期業績動向（キャッシュ・フロー）

税金等調整前当期純損失▲224百万円などにより営業CF182百万円、有形固定資産の取得による支出などにより投資CF▲670百万円、長期借入による収入などにより財務CF356百万円があった結果、現金及び現金同等物は1,339百万円となりました。

単位（百万円）	24.3月期	25.3月期	
営業活動によるキャッシュ・フロー	537	182	税金等調整前当期純損失 ▲224百万円 減価償却費+265百万円 減損損失+140百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲417	▲670	有形固定資産の取得による支出 ▲501百万円 差入保証金の差入による支出 ▲69百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	269	356	長期借入による収入 +1,547百万円 長期借入金返済による支出 ▲1,163百万円
現金及び現金同等物の増減額	388	▲131	
現金及び現金同等物の期首残高	1,082	1,471	
現金及び現金同等物の期末残高	1,471	1,339	

新規出店の状況について

2025年3月末現在で直営店は合計92店舗となりました。

■グループ店舗数推移

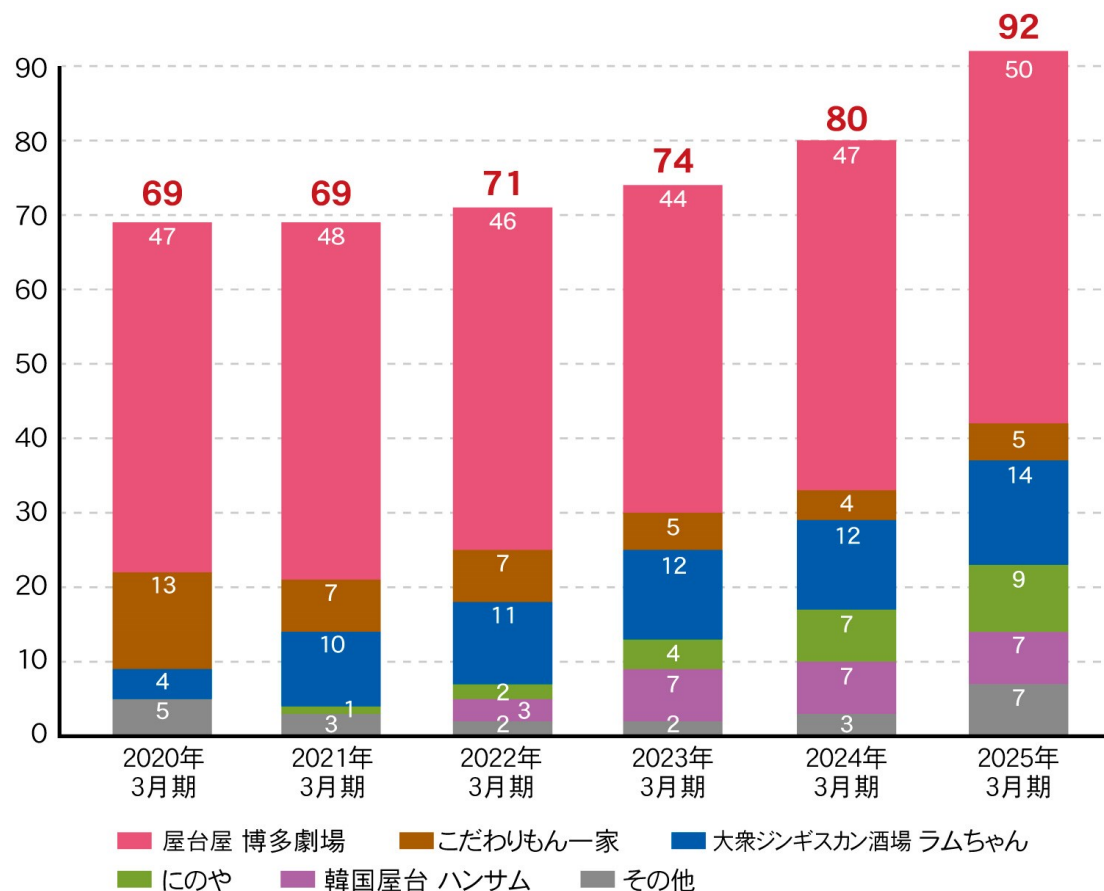
■新規出店

(株) 一家ダイニングプロジェクト

- ・ THE SKY RESORT BBQ SOGO OMIYA
- ・ 屋台屋博多劇場 浦和店
- ・ 屋台屋博多劇場 中野店
- ・ 京王スカイビアガーデン
- ・ 大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん 武蔵浦和店
- ・ こだわりもん一家 本八幡店
- ・ 寿司トおでんにのや 日本橋店
- ・ 寿司ト焼きもん にのや はなれ
- ・ 大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん 越谷レイクタウン店
- ・ 屋台屋博多劇場 所沢店

(株) Ego

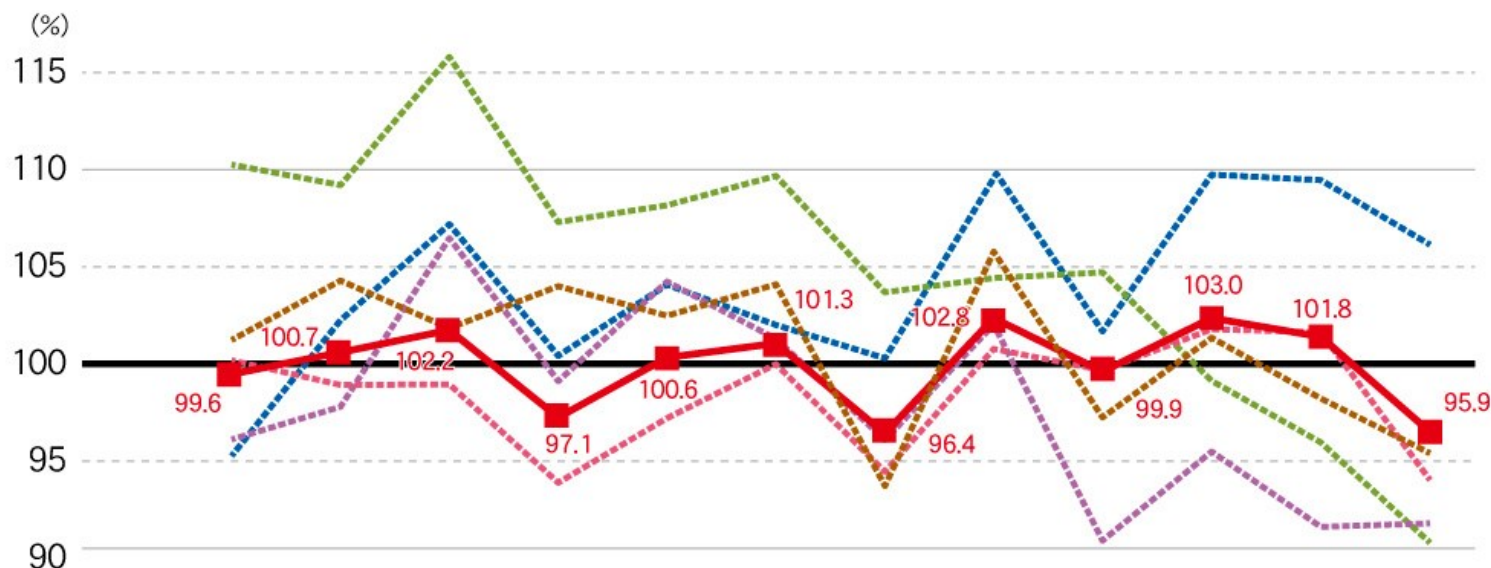
- ・ 肉のウエキ 東京ドームグルメストリート ポップアップ・ショップ
(2024年6月5日から8月14日までの期間限定)
- ・ 肉のウエキ 代々木店



※2022年4月1日より(株)Egoを子会社化し、「肉のウエキ」の店舗数を上記グラフのその他業態に含めております。

飲食既存店売上高 前年同期比推移

飲食事業既存店売上高は前年同期比100.1%と堅調に推移しております。



	2024年4月	2024年5月	2024年6月	2024年7月	2024年8月	2024年9月	2024年10月	2024年11月	2024年12月	2025年1月	2025年2月	2025年3月	累計
屋台屋 博多劇場	100.1%	99.2%	99.1%	94.3%	97.8%	100.0%	94.8%	100.7%	99.9%	102.7%	102.4%	94.4%	98.8%
こだわりもん一家	101.1%	104.2%	102.0%	104.0%	103.2%	104.2%	93.8%	105.3%	97.8%	102.2%	98.0%	95.2%	100.7%
大衆ジギスカン酒場 ラムちゃん	95.3%	102.9%	106.6%	100.3%	104.1%	102.0%	100.1%	109.7%	102.0%	109.7%	109.1%	106.4%	103.9%
にのや	110.6%	109.4%	115.7%	107.1%	107.8%	109.7%	103.9%	104.7%	104.9%	99.0%	96.1%	90.4%	103.9%
韓国屋台 ハンサム	96.3%	97.4%	106.4%	99.1%	104.8%	101.5%	96.0%	102.0%	90.8%	95.3%	91.8%	92.0%	97.4%
合計	99.6%	100.7%	102.2%	97.1%	100.6%	101.3%	96.4%	102.8%	99.9%	103.0%	101.8%	95.9%	100.1%

(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を除外しております。
2.直営店舗のみを対象としております。

バーベキュー場・ビアガーデン運営について

2025年3月期は2か所のバーベキュー場・ビアガーデンの運営をいたしました。

- THE SKY RESORT BBQ SOGO OMIYA
業態：バーベキュー
場所：そごう大宮屋上
期間：2024年4月25日～2024年11月17日
2025年3月26日～営業再開

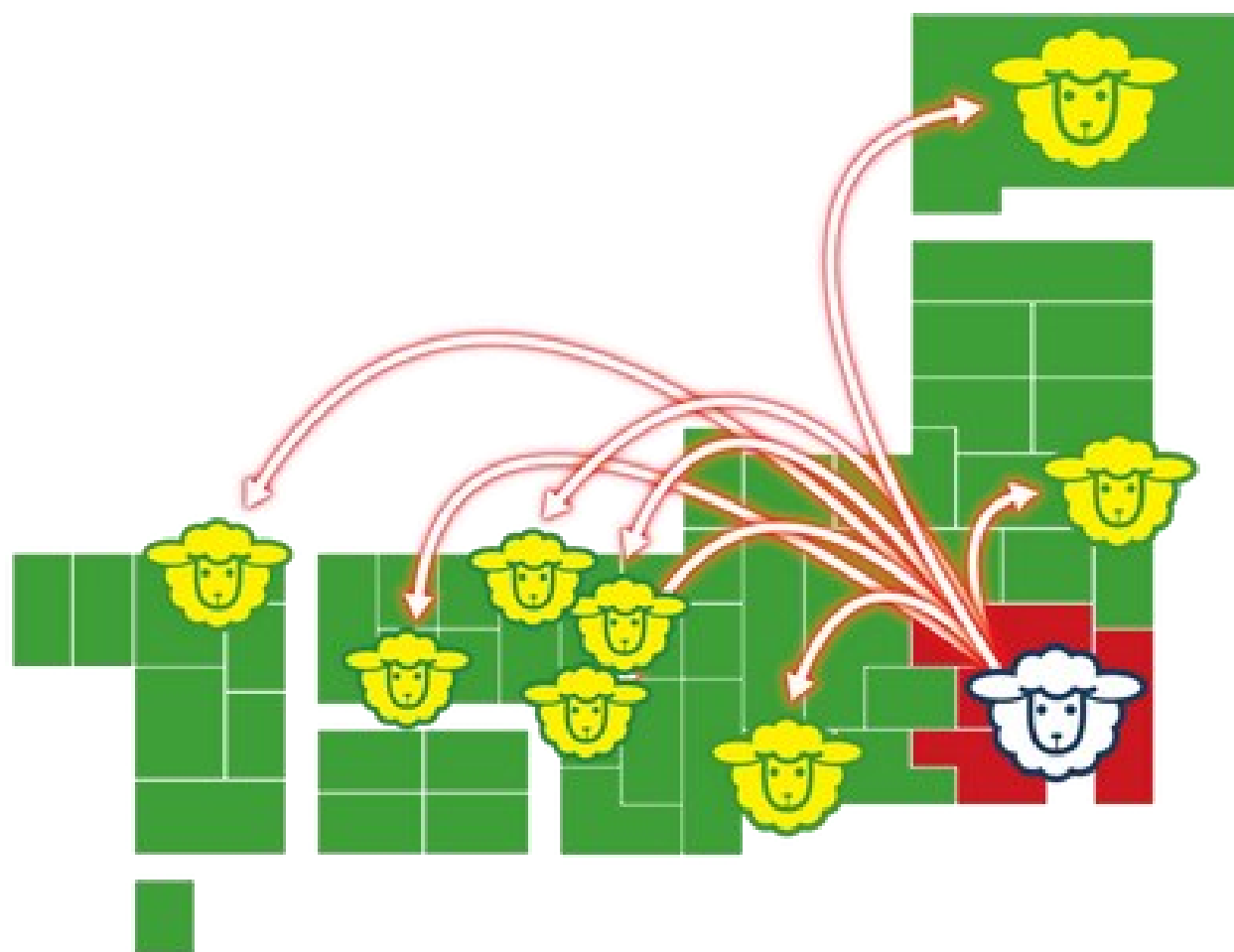
- 京王スカイビアガーデン
業態：ビアガーデン
場所：京王百貨店新宿店屋上
実績：2024年6月6日～2024年9月30日

※上記2店舗は、2025年4月より（株）一家
レジャーサービスでの運営に切替え、
2026年3月期も継続して営業してまいります。



『大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん』FC展開

今後の更なる事業拡大および収益機会の拡大を図るとともに、全国への店舗展開の加速とブランド認知度およびブランドイメージの向上を目的としてFC展開を開始することといたしました。



■ 出店候補エリア

- ・ 北海道
- ・ 宮城県
- ・ 愛知県
- ・ 京都府
- ・ 大阪府
- ・ 兵庫県
- ・ 広島県
- ・ 福岡県

ブライダル施策について

マーケット全体における新規来館数は依然として回復に至っていない中、集客施策を強化し、来館数の向上、受注拡大に注力してまいりました。

■ SNS広告の活用

ブランディング動画広告をInstagramにて展開し、認知度UP・ブランディング強化を図る。

■ 宣材写真のブラッシュアップ

リニューアル後の館内の魅力を前面に打ち出し、SNS広告などで効果的に来館に繋げる。



子会社（一家レジャーサービス）設立について

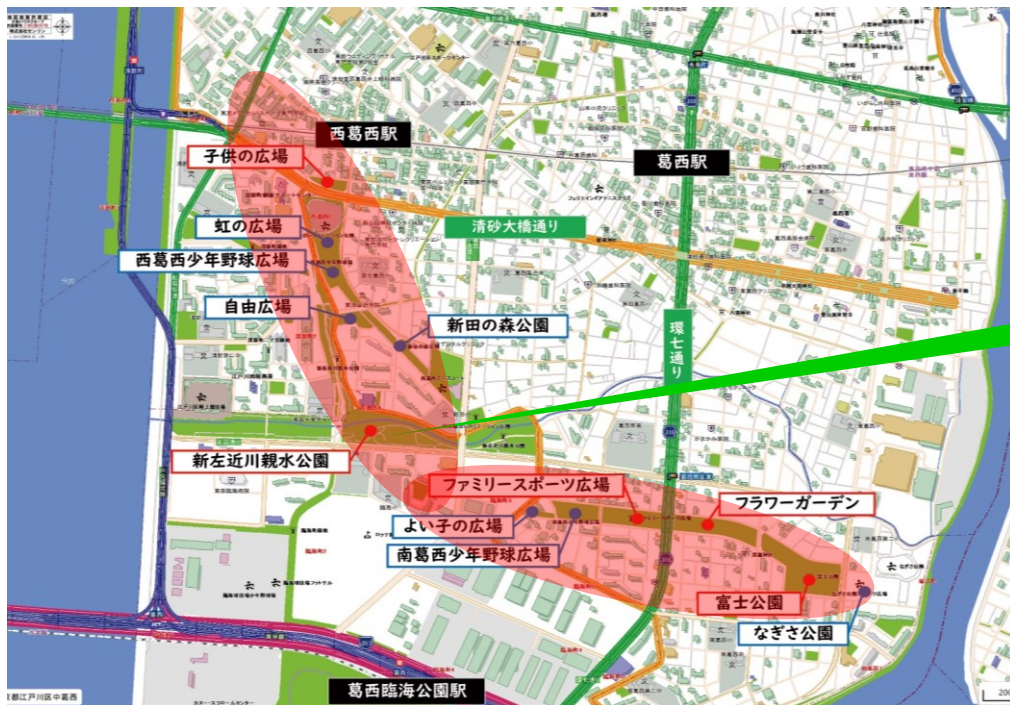
レジャー事業および宿泊事業の運営を主な目的とする子会社を設立いたしました。
今後、さらなる“おもてなし”に係る事業領域の拡大を図ってまいります。

項目	内容	
名称	株式会社一家レジャーサービス	
本店所在地	千葉県市川市東大和田二丁目4番10号	
代表者の役職・氏名	代表取締役 武長太郎	
主な事業内容	旅館、ホテル等の宿泊施設の運営、キャンプ場、バーベキュー場、テーマパーク、遊園地等のレジャー・リゾート施設の運営、温泉・サウナ等の温浴施設、その他商業施設の運営	
資本金	1,000万円	
設立年月日	2024年4月15日	
大株主および持ち株比率	当社 100%	
当社と当該子会社との関係	資本関係	当該子会社の資本金の100%を当社が出資しております。
	人的関係	当社の代表取締役である武長太郎が、当該子会社の代表取締役に就任しております。
	取引関係	当該子会社と、当社および当社グループの子会社との取引関係が発生する予定であります。

(株) 一家レジャーサービスの新規出店について

(株) 一家レジャーサービス初の出店となる、「THE RIVERSIDE BBQ NISHIKASAI」を2025年1月10日にOPENいたしました。

「リバーサイドの自然を感じるセパレート空間で家族や友人と気楽に遊べるBBQ」をコンセプトに、カジュアルで身近なバーベキュー場としてコミュニケーションを創造する、「地域コミュニティ」の中心となる施設を目指します。



※江戸川区総合レクリエーション公園等における リニューアル事業内旧公園BBQリニューアル事業として運営

茨城県植物園等整備・管理運営について

子会社「株式会社一家ダイニングプロジェクト」および子会社「株式会社一家レジャーサービス」、他6社が参画する特別目的会社（SPC）の株式会社ボタラシアンリゾートが、「茨城県植物園等整備・管理運営事業」に関する指定管理者として指定されました。

■ 運営・維持管理をする対象施設の概要

名称	茨城県植物園、茨城県民の森、茨城県森のカルチャーセンター、茨城県きのご博士館
所在地	茨城県那珂市戸4 3 6 9 - 1 外
面積	約77.6ヘクタール
施設の内容	茨城県植物園内に、コテージやグランピングテントなどの宿泊施設・レストラン・温浴施設やバーベキュー場 茨城県民の森に、木々を利用したアスレチックなどのアクティビティ施設 等
オープン時期	2025 年11月予定

■ 指定管理期間 2025 年 4 月 1 日～2045年 3 月31日（20年間）

※茨城県植物園等整備・管理運営について詳細は、以下のURLより、茨城県のホームページをご確認ください。
(<https://www.pref.ibaraki.jp/nourinsuisan/rinsei/seibikanriunei.html>)



2. 2026年3月期業績予想・重点施策

2026年3月期連結業績予想

26.3月期は過去最高売上高、過去最高営業利益額、増収増益を見込んでおります。

単位（百万円）

	25.3月期 実績	構成比	26.3月期 予算	構成比	実績差	増減率
売上高	10,089	—	11,629	—	1,539	115.3%
売上総利益	6,678	66.2%	7,871	67.7%	1,192	117.9%
販売費及び 一般管理費	6,753	66.9%	7,550	64.9%	797	111.8%
営業損益	▲74	—	320	2.8%	395	—
経常利益	▲100	—	286	2.5%	386	—
親会社株主に 帰属する当期 純利益	▲172	—	179	1.5%	351	—

飲食事業新規出店・業態変更について

2026年3月期は子会社の（株）一家ダイニングプロジェクトで5店舗、（株）Egoで1店舗、グループ合計6店舗の新規出店を計画しております。

（株）一家ダイニングプロジェクト

- 大衆ジンギスカン酒場ラムちゃん 成田店
2025年6月9日オープン予定
- こだわりもん一家 成田店
2025年6月20日オープン予定

現在、上記2店舗の出店が決定しております。

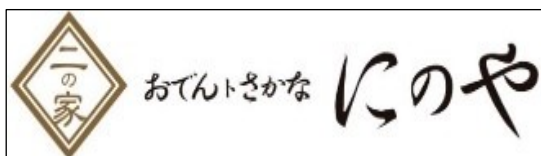


飲食事業新規出店・業態変更について

「韓国屋台 ハンサム」2店舗を「屋台屋 博多劇場」・「寿司トおでん にのや」に業態変更いたします。



- 屋台屋博多劇場 宮益坂店
(ハンサム渋谷店より業態変更)
2025年5月1日オープン



- 寿司トおでん にのや 新橋汐留店
(ハンサム汐留店より業態変更)
2025年5月9日オープン

- 今期は業績不振店舗2店舗を業態変更し、堅実な新規出店を進めつつ、既存店の収益性の向上、飲食事業の経営基盤の強化を図りながら、グループとして2025年11月開業予定の茨城県植物園及び茨城県民の森のリニューアル事業であるレジャー施設【THE BOTANICAL RESORT「林音」】の運営に注力してまいります。

飲食事業ポートフォリオについて

今後は「屋台屋 博多劇場」・「大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん」・「にのや」を中心に新規出店しながら、飲食事業の収益性の向上を図ってまいります。

新規出店の主軸

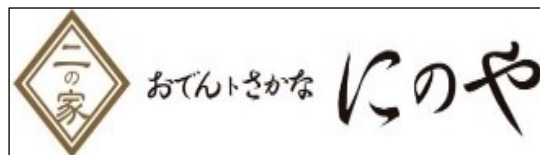
※店舗数は2025年5月26日現在



- 50店舗
収益性が高く、今後も飲食事業の主力業態として出店を拡大していく。



- 14店舗
好調に推移しており、博多劇場に続く主力業態として、出店を拡大していく。今後はFCでの展開も推し進める。



- 10店舗
アフターコロナの需要を捉え、安定して好調に推移。今後も積極的に出店していく。



- 5店舗
千葉県内で展開。創業の業態であり、おもてなしの根幹となる業態。積極的に展開はしないものの、飲食事業の重要な業態として今後も大切に育てていく。



- 4店舗
不調な店舗においては退店・業態変更をし、新規出店はせず、既存店の磨き込みに注力し、業績向上を図る。

ブライダル戦略について

引続き、新規来館数向上のための集客施策に注力し、
受注拡大・売上高拡大を図って参ります。

- 大型連休や集客繁忙期に合わせ、
定期的な自社集客イベントの実施。
(年6回のブライダルフェアを開催。)

- SNS広告強化による集客数増加。
インスタグラム初期認知広告が、
集客拡大に大きく寄与。

THE PLACE of TOKYO

4月26日~5月6日ご来館(ご見学)カップル限定

**メガGWフェア
キャンペーン**

挙式時期には関わらず
最大170万の特典
当日成約でプレゼント!

応募締切 **5月6日(火)** あと16日5時間42分40.9秒

期間限定メガGWフェアキャンペーンに
らくらく30秒! **来館予約する**

 ドレス展示	 カラー診断	 料理試食会	 会場コーディネート 展示
 チャペルでの 生演奏体験	 オリジナル挙式の 体験	 ガーデンパーティ 体験	 会場内覧会
 式場相談	 お見積もり相談会		

theplaceoftokyo
広告

THE PLACE of TOKYO



THE PLACE of TOKYO

詳しくはこちら

theplaceoftokyo
広告

THE PLACE of TOKYO



THE PLACE of TOKYO

詳しくはこちら

レジャー事業について

2025年11月に、日本初の泊まれる体験型植物園、THE BOTANICAL RESORT「林音」（ザ ボタニカルリゾート リンネ）のOPENを予定しております。



THE BOTANICAL RESORT
RINNE 林音

- 茨城県植物園及び茨城県民の森を、「泊まる」・「自然と触れ合う」・「学ぶ」という複数の体験要素を掛け合わせた日本初の“泊まれる体験型植物園”へとリニューアルいたします。

プレサイトを2025年4月23日に公開いたしました。
<https://rinne-resort.jp/>



レジャー事業について

THE BOTANICAL RESORT「林音」については、売上高1,100百万円以上、営業利益率15%以上を目指してまいります。

■ THE BOTANICAL RESORT「林音」5カ年PL見込み

単位（百万円）

※11月OPEN予定

	26.3月期	27.3月期	28.3月期	29.3月期	30.3月期
売上高	396	1,088	1,103	1,108	1,114
原価	51	168	172	176	181
売上総利益	345	920	930	931	933
販売費及び一般管理費	342	738	748	751	759
営業利益	3	181	182	179	173

新卒採用について

2025年4月に62名の新卒を採用いたしました。来期も60名以上の新卒採用を計画し、引き続き優秀な人財確保に注力してまいります。



新卒採用について

就活学生の企業へのアプローチ方法の多様化に対応すべく、大手ナビサイトからの流入に加え、採用経路の窓口を拡大し、優秀な新卒人財の積極的な獲得に注力しております。



■採用エージェントの活用

採用エージェントを活用し、当社のニーズにマッチした学生への直接的なアプローチ。

■ダイレクトリクルーティング

優秀な学生への直接的なスカウト。

■合同説明会への参加

学生の応募を待つだけでなく、会社側から学生との接点の機会の創出。

■スポーツ系学生就活イベントへの参加

当社と相性の良い、体育会・スポーツ系のクラブ出身の学生へのアプローチ。

■専門学校への訪問

調理師・ブライダル専門学生へのアプローチ。

■千葉商科大学サービス創造学部での講演

市川市の大学にて当社の“おもてなし”経営について講演。



中途採用について

中途採用について、継続して社内からの採用に注力しながら、
当社の強みの源泉である人財の確保に注力しております。

特に注力

**アルバイトメンバーの
社員登用**

アルバイトメンバー向け教育プログラムの実施や、社員や幹部との交流機会を増やし、魅力付けすることでアルバイトメンバーからの社員登用を促進。

中途採用の強化

**リファラル採用
（紹介採用）**

従業員満足度の向上と、理念浸透に注力しながら、紹介採用制度の促進を図り、既存社員からの紹介による採用を強化。

**アルムナイ採用
（出戻り採用）**

退職社員と良好な関係性を保ち、様々な理由で退職した社員が戻ってきやすいように、各個人の事情に合わせて柔軟な働き方ができる体制の整備。

中途採用について

即戦力に繋がる社内の優秀なアルバイトメンバーからの社員登用の取組みを特に強化し、注力しております。

アルバイトメンバーの
社員登用



カンテラ採用の実施

カンテラ採用とは？→カンテラとはスペインにおけるサッカーの下部組織・ジュニアチームのこと。FCバルセロナに所属する大半の選手は世界中から集めるのではなく幼少期から自らの組織で世界レベルの選手を育成していることから由来。

年間15名の採用目標

- 社風や店舗を理解しているため、理念浸透がしやすい。
- 実際の働きぶりを見たうえで、採用判断が可能。
- アルバイト期間中の育成を通じて、会社へのロイヤリティ・エンゲージメント向上を図れる。
- 採用コストを抑え、即戦力の優秀な人財の確保ができる。

人材不足
の解消

採用
コスト0円

一人当たり平均
50~100万

離職率
激減

社員全員
が人事部

組織風土
醸成・向上

従業員のエンゲージメント向上について

各種イベントで賞賛の場、教育プログラム、レクリエーションを通じ、さらなる教育体制の充実、理念浸透の強化、エンゲージメント向上を図り、経営理念である「誇りの持てる家族のような会社であり続ける」の実現のため、より良い社内風土の構築に努めてまいります。

■役員面談

全社員が、役員と直接話す機会を設け課題を抽出し、社員の状態を把握することで、より働きやすい環境作りに繋げていく。

■社内部活動

社員、アルバイトメンバーが誰でも参加することができ、定期的な開催で横断的な交流を図りカンテラ採用にも寄与。

■一家祭り・ブライダル周年祭

両事業部最大のイベント。理念浸透を目的として、各店舗・各セクションの成功事例、感動事例の共有の他、最優秀店舗賞等の賞賛、アルバイトメンバーの卒業式などを実施。



従業員のエンゲージメント向上について

引続き、社内教育プログラム「Ikka Universal College」をはじめ、階層別の研修を多く実施し、より一層「働きながら学べる会社」の環境作りに努め、人材育成に注力してまいります。

2025 **IKKA Universal College**
一家ユニバーサルカレッジ

開催時期	お名前・お名前	開催場所	お名前・お名前
5月19日(土) 10:00~12:00	勇太マンのPL研修 講師：笠川 勇太	6月25日(土) 10:00~12:00	人知教育の学びかたを学ぶ会 講師：河島 義矩
7月24日(土) 10:00~12:00	必ず行うべき仕事の秘訣を伝えます コミュニケーション 講師：野瀬 健	8月7日(土) 10:00~12:00	飲食店の学びかたを 飲食人養成講座 講師：渡邊 桂一
8月18日(土) 10:00~12:00	新卒第一任主夫さん必学 目標設定の大切さ 講師：鈴木 大輔	9月11日(土) 10:00~12:00	一家のマネジメントの極意 マネジメント研修 講師：池田 大樹
10月4日(土) 10:00~12:00	最高のチームの作り方 チームビルディング 講師：藤沢 隆哉	11月1日(土) 10:00~12:00	働きがちな最高の リーダーシップ論 講師：幸田 翼
1月4日(土) 10:00~12:00	あなたもあつての学び おもてなし講座 講師：赤羽 都穂	2月1日(土) 10:00~12:00	一家の学びかたを学ぶ会 IUC特別セミナー 講師：秋山 淳

■ Ikka Universal College

幹部社員講師による、マインド・スキル・コミュニケーション力を高める包括的教育プログラム。

■ 元気塾

飲食経営者である社外取締役の赤塚元気氏による体系的サービス研修プログラム。

■ ルーキー研修・ネクストセミナー

新卒社員、新卒2年目向けの初等教育、責任者教育、理念浸透を行う研修。

■ キャリア研修

キャリア社員向けの理念研修と交流の促進。

■ アクティブリスニング研修

役員・幹部を対象として、傾聴力向上、コミュニケーションの活性化、社内風土醸成を目的に実施。



参考資料

会社概要

社名： 株式会社 一家ホールディングス

本社： 千葉県市川市東大和田二丁目4番10号

設立： 2021年10月1日

代表者： 代表取締役社長 武長 太郎

資本金： 42,494,350円

発行済株式数： 7,134,800株

事業内容： グループ会社の経営管理

多業種飲食店の経営/ブライダル事業

(2025年3月末現在)

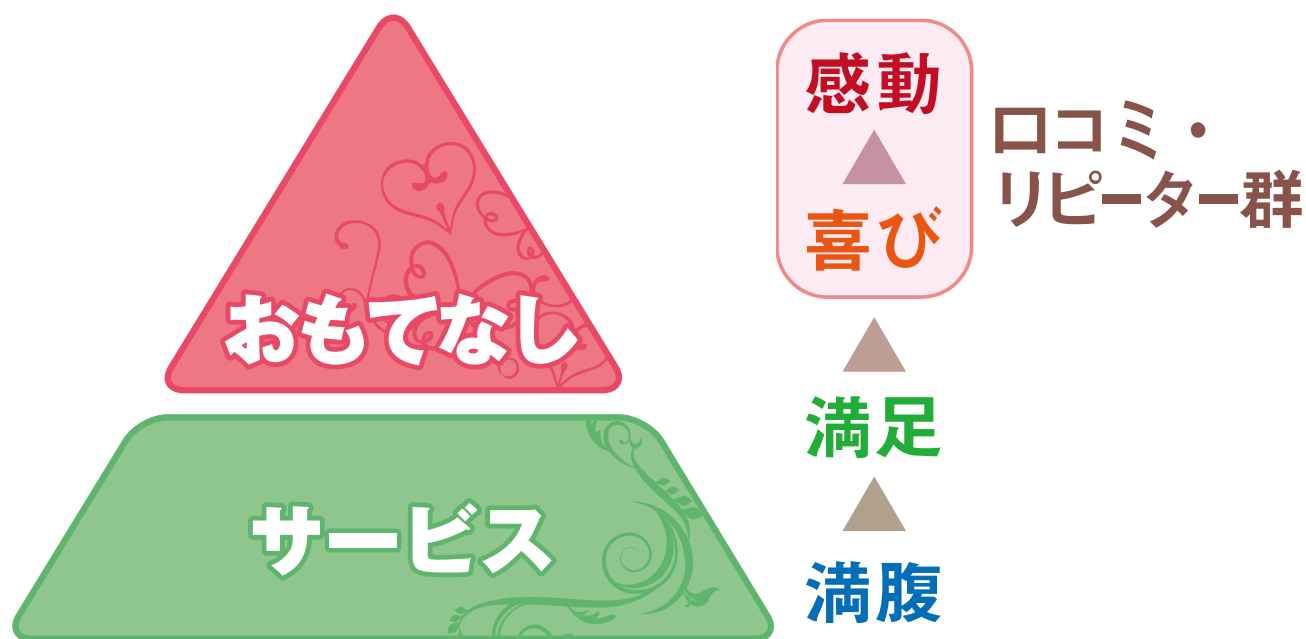


沿革

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 本八幡店」を千葉県市川市にオープン。
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。
2010年2月	屋台屋博多劇場業態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。
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。
2014年3月	海外子会社「IKKA DINING INTERNATIONAL,INC.（非連結子会社 米国ハワイ州）」設立。
2015年3月	海外子会社1号店目となる「GOLDEN PORK」を米国ハワイ州にオープン。
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。
2017年12月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場。
2019年7月	大衆ジギスカン酒場ラムちゃん業態1号店目として「大衆ジギスカン酒場ラムちゃん 柏店」を千葉県柏市にオープン。
2020年3月	東京証券取引所市場第一部へ市場変更
6月	にのや業態1号店目として「おでんトさかな にのや」を東京都新宿区にオープン。
2021年4月	韓国屋台ハンサム業態1号店目として「韓国屋台ハンサム 柏店」を千葉県柏市にオープン。
2021年10月	持株会社「株式会社一家ホールディングス」設立。
2022年4月	株式会社Egoの株式を取得し子会社化。
4月	東京証券取引所の市場区分の見直しにより市場第一部からスタンダード市場へ移行。
2023年8月	千葉県市川市に本社移転。
8月	海外子会社2号店目となる「鮭久」を米国ハワイ州にオープン。
9月	ブライダル施設「The Place of Tokyo」をリニューアルオープン。
2024年4月	子会社「株式会社一家レジャーサービス」設立。
2024年5月	子会社「株式会社一家ダイニングプロジェクト」、「株式会社一家レジャーサービス」が他6社と共同出資し、特別目的会社「株式会社ボタラシアンリゾート」設立。
2025年3月	子会社「株式会社一家レジャーサービス」の初出店となる「THE RIVERSIDE BBQ NISHIKASAI」を東京都江戸川区にオープン。

事業概要

サービス業を超えた“おもてなし”業でありたい。



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、ブライダル事業、レジャー事業を展開。

 IKKA HOLDINGS



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
大衆ジンギスカン酒場 ラムちゃん
にのや
韓国屋台 ハンサム

ブライダル事業

婚礼事業
宴席事業

Terrace Dining
TANGO

株式会社
一家レジャーサービス

レジャー事業

BBQ・ビアガーデン

THE BOTANICAL
RESORT「林音」

株式会社Ego

飲食事業

肉のウエキ

飲食事業 「こだわりもん一家」



こだわりもん
一家

一家業態 炉端・蒸焼・大鍋

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」とお迎えする
ほっとくつろげる空間。

店舗数 5店舗

(2025年3月末時点)



炉端 蒸焼 大鍋

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

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。

店舗数 50店舗

(2025年3月末時点)



飲食事業「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

ラム業態 ジンギスカン

コンセプト 「大衆ジンギスカン酒場」

本格ジンギスカンと
卓上ハイボールタワーから注ぐ
強炭酸ハイボールを楽しむ
大衆ジンギスカン酒場。

店舗数 14店舗

(2025年3月末時点)



飲食事業「韓国屋台 ハンサム」



ハンサム業態 韓国屋台料理

コンセプト

「五感で楽しむ韓国屋台」

本場韓国屋台の雰囲気さながらに
人気の本格韓国料理を
小ポーションでリーズナブルに。
テイクアウト・デリバリーにも対応。

店舗数 7 店舗

(2025年3月末時点)



飲食事業「にのや」



にのや業態 おでん・肴・日本酒

コンセプト 「本格和食 × 日本酒」

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。

店舗数 9店舗

(2025年3月末時点)



飲食事業 株式会社Ego 「肉のウエキ」



肉のウエキ業態

コンセプト
「街のお肉屋さん」
×
「昭和ネオ大衆酒場」

昭和レトロなどこか懐かしい空間と
心温まるおもてなし
フライやお惣菜を片手に乾杯
「揚げ物」に特化したフライ専門店。

店舗数 4 店舗
(2025年3月末時点)



ブライダル事業「The Place of Tokyo」



THE PLACE of TOKYO

東京タワーの麓、唯一無二のロケーション
東京タワーを一望できるチャペルと、
多彩な4つのバンケット、レストランを
有する婚礼施設。

“始まりの場所は、思い出の場所となり、
永遠の場所となる”

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

■ 雰囲気異なる4つのバンケット。

