

名物



串カツ田中

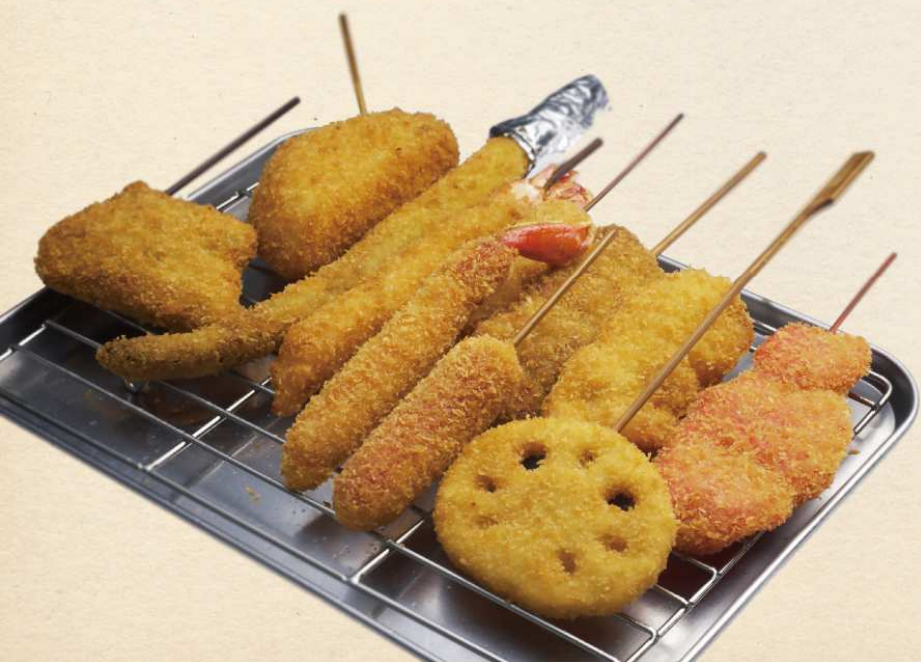
大阪伝統の味

2018年11月期
決算説明会資料

2019年1月16日

証券コード：3547

株式会社 串カツ田中ホールディングス



目次

I. 2018年11月期 業績

II. 2019年11月期 見通し

III. 2019年11月期 重点施策

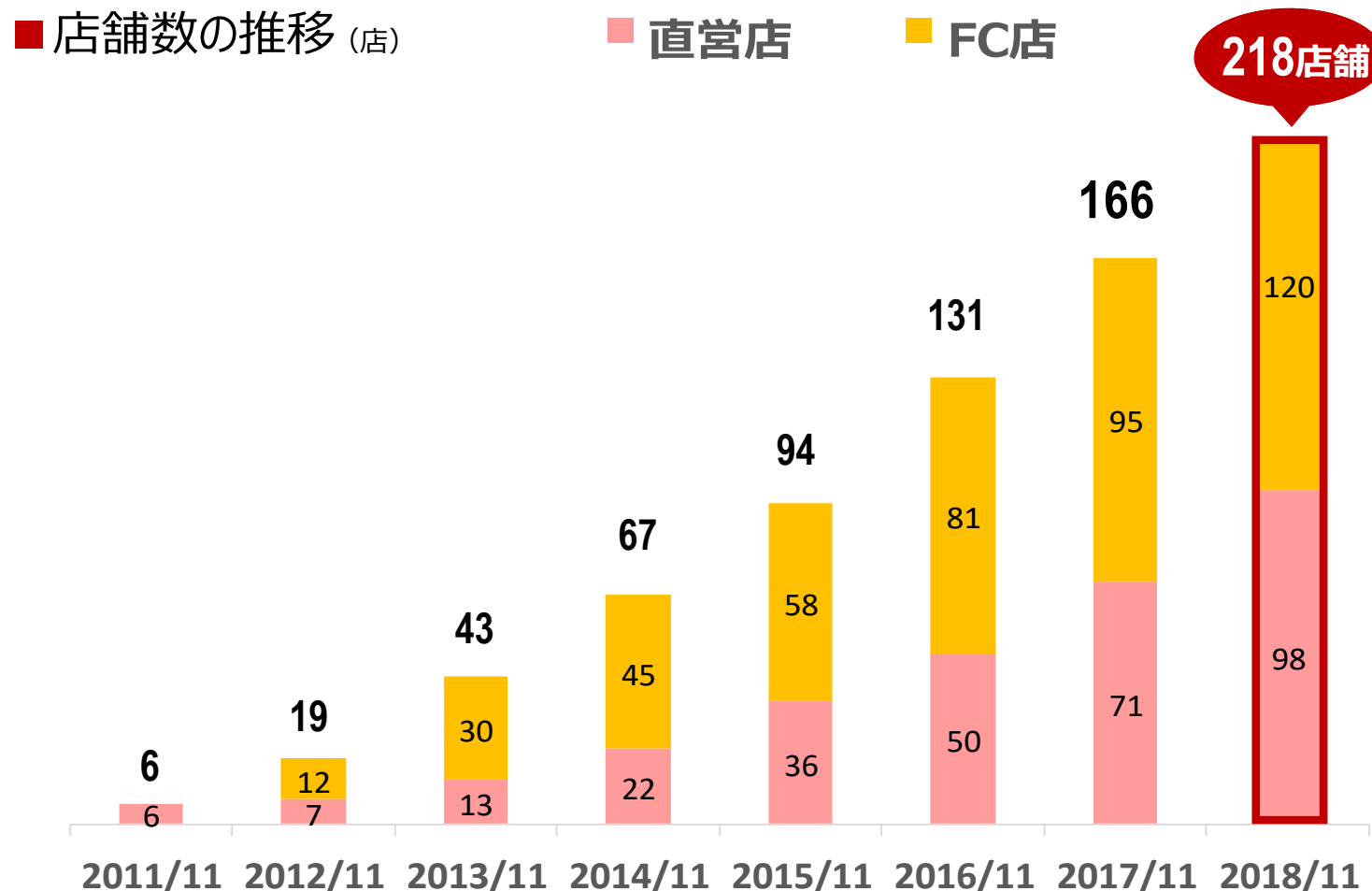
IV. 参考資料



I. 2018年11月期 業績

店舗推移

店舗数（直営店 + FC店） 順調に拡大



出店状況

新規出店の状況 今期56店舗出店

内訳	直営店	FC店	合計
関東圏	13店舗	13店舗	26店舗
関東圏以外	14店舗	16店舗	30店舗
合計	27店舗	29店舗	56店舗

関東圏以外の出店進む。

北海道（函館五稜郭、麻生、すすきの）

東北地方（仙台、国分町通り）

北陸地方（新潟駅前、富山駅前、福井駅前、長岡駅前）

中部地方（御器所、中村公園、豊田、松本、浄心、江南、岐阜横丁）

近畿地方（三宮、西中島南方、福島、六甲道、アメ村三角公園前、鴻池新田、三条木屋町）

中国地方（広島、福山）

九州地方（熊本駅、大橋、三年坂、マークイズ福岡ももち）

海外（シンガポール）

* FC店→直営店1店舗（つつじヶ丘）

* 閉店 館林 籠原 足利 渋谷桜ヶ丘

出店状況

出店数の前期・予算比較

(単位：店舗)

	2017年 11月期	2018年 11月期	前年比較	予算	達成率
直営店	20	27	+7	30	90%
FC店	18	29	+11	25	116%
合計	38	56	+18	55	102%

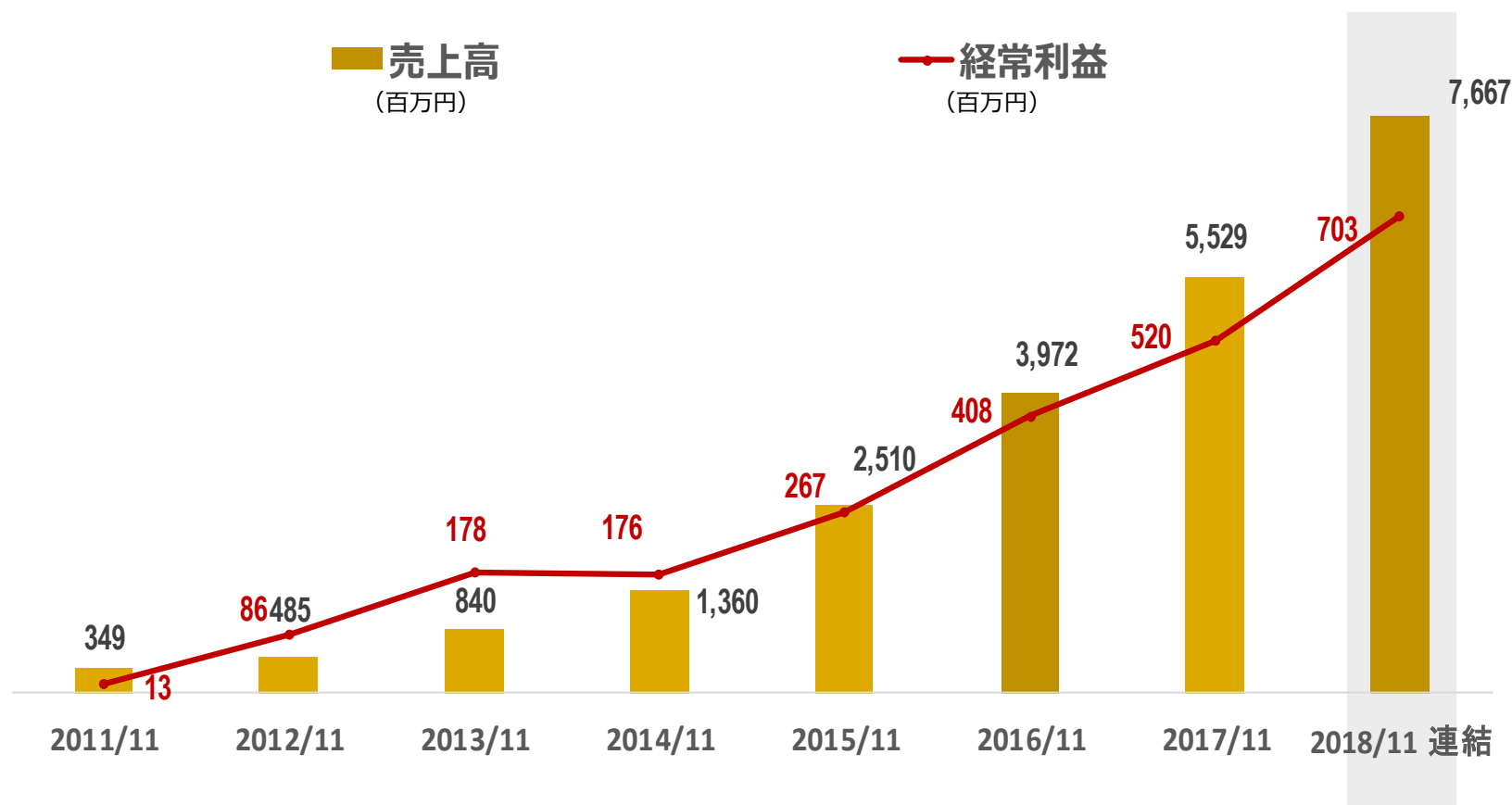
エリア別店舗数

(単位：店舗)

エリア	直営店	F C店	合計	割合
関東	73	84	157	72%
中部	9	10	19	9%
近畿	12	4	16	7%
九州	4	5	9	4%
北陸	0	6	6	3%
北海道	0	4	4	2%
その他	—	7	7	3%
合計	98	120	218	100%

現状の業績動向（ハイライト）

**既存店の順調に加え、新規出店により
前年同期比売上39%、利益35%成長**



* 2018年6月より持株会社に移行し、連結決算となっております。



現状の業績動向（ハイライト・前期比較）

（単位：百万円）

	2017年 11月期	2018年 11月期 連結	前期比	
売上高	5,529	7,667	+2,138	+38.7%
売上総利益	3,387	4,689	+1,302	+38.5%
売上総利益率	61.3%	61.2%	△0.1pt	
販管費及び一般管理費	3,000	4,130	1,130	+37.7%
営業利益	387	559	172	+44.5%
経常利益	520	703	183	+35.3%
経常利益率	9.4%	9.2%	△0.2pt	
当期純利益	327	469	142	+43.6%

主な増減理由

【売上高】
次ページ参照

【売上総利益】
売上高増加

【販管費及び一般管理費】
①直営店増加見合い経費
増加

- ・人件費
- ・採用費
- ・減価償却費
- ・地代家賃
- ・消耗品

②本社費増加
・本社人員増加
（主にSV・マネージャー）

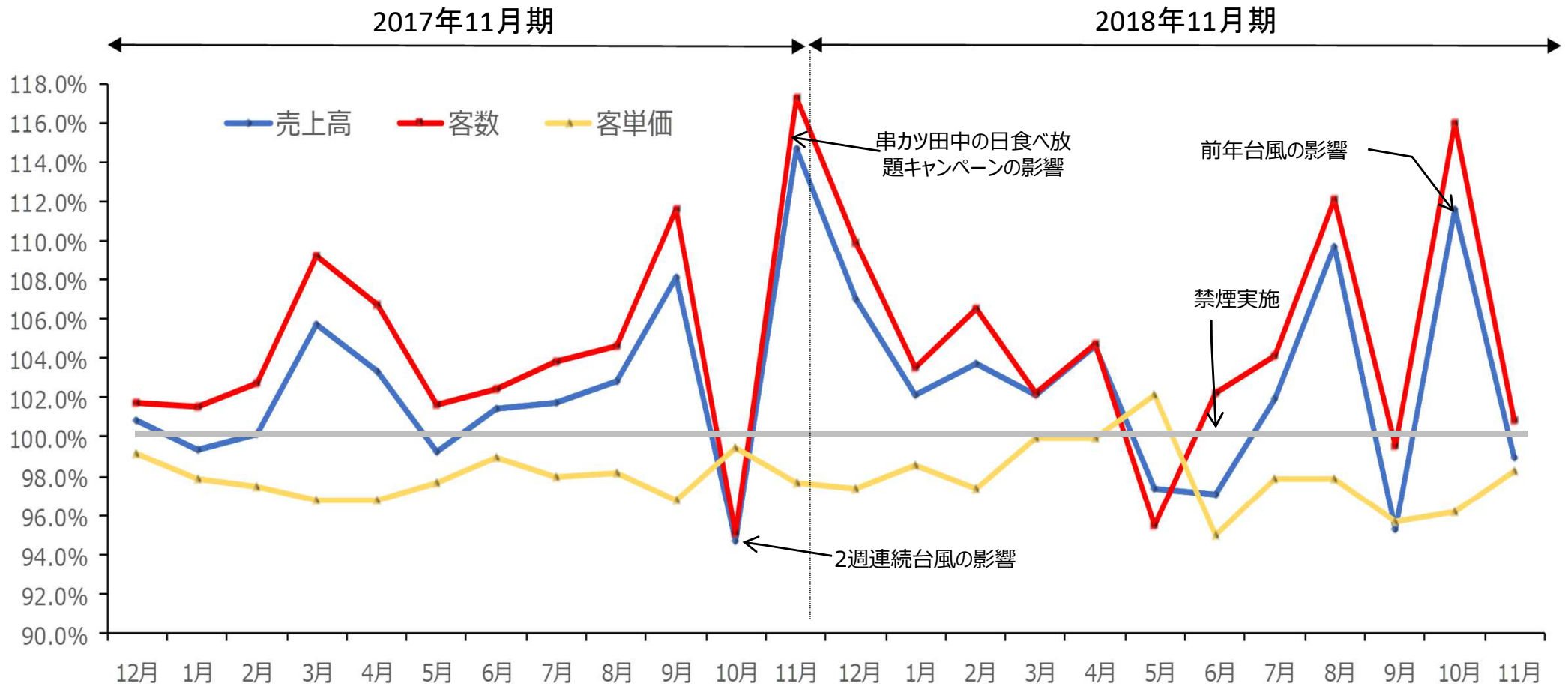
現状の業績動向（売上高内訳）

（単位：百万円）

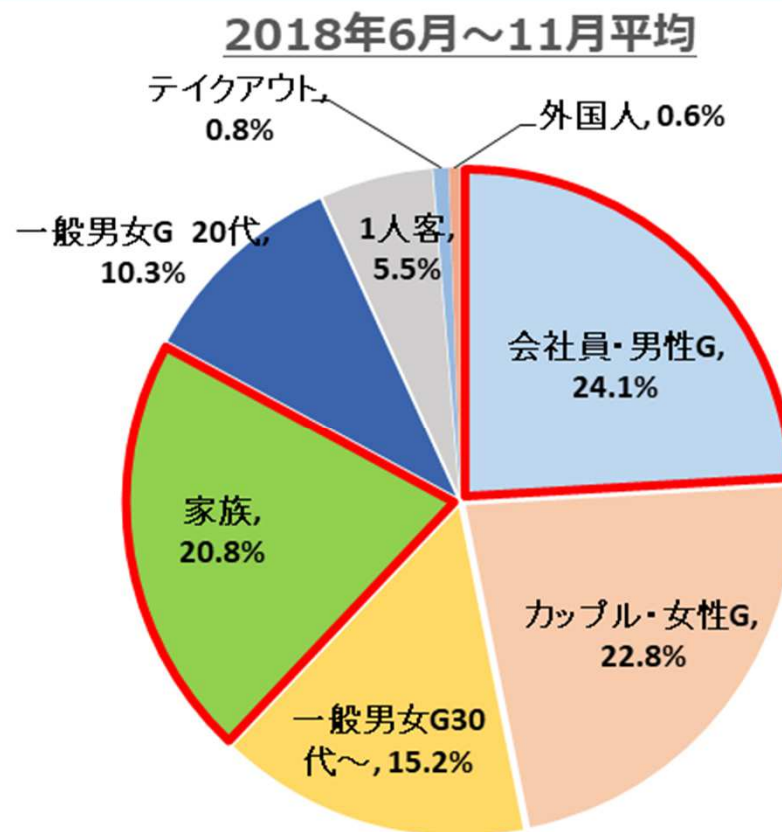
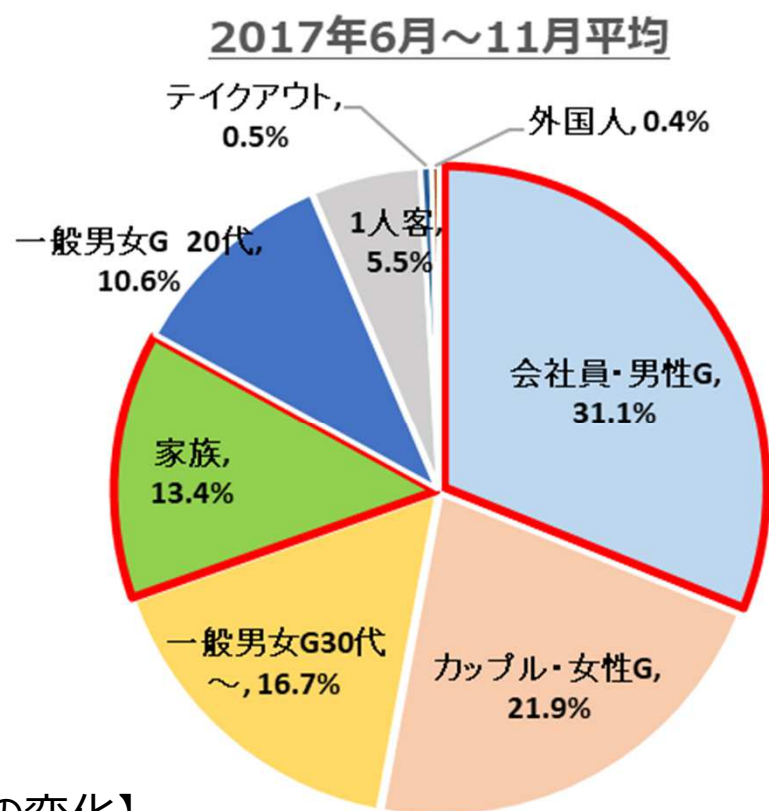
	2017年 11月期	2018年 11月期 連結	前期比		増減内容
直営店売上高	3,881	5,384	+1,502	+38.7%	既存店前年同期比102.6%の影響、前期OPENの20店舗通期寄与及び当期新店27店舗による増加
FC商品売上高	1,142	1,619	+476	+41.7%	FC店舗増加・商品売上の範囲拡大による増加
FCロイヤリティ収入	297	379	+82	+27.7%	前期OPENの18店舗通期寄与及び当期新店29店舗による増加
その他	207	284	+77	+37.2%	FC店へのその他の売上増加
合計	5,529	7,667	+2,138	+38.7%	

既存店売上高前年同期比推移

前年同期比平均 売上高102.6%、客数104.8%、客単価98.0%
月別では前年の実績に大きく左右されるが、平均で100%を達成。
禁煙を実施した6月以降、客数はほぼ100%を超えている。



禁煙化の影響（禁煙後6か月）



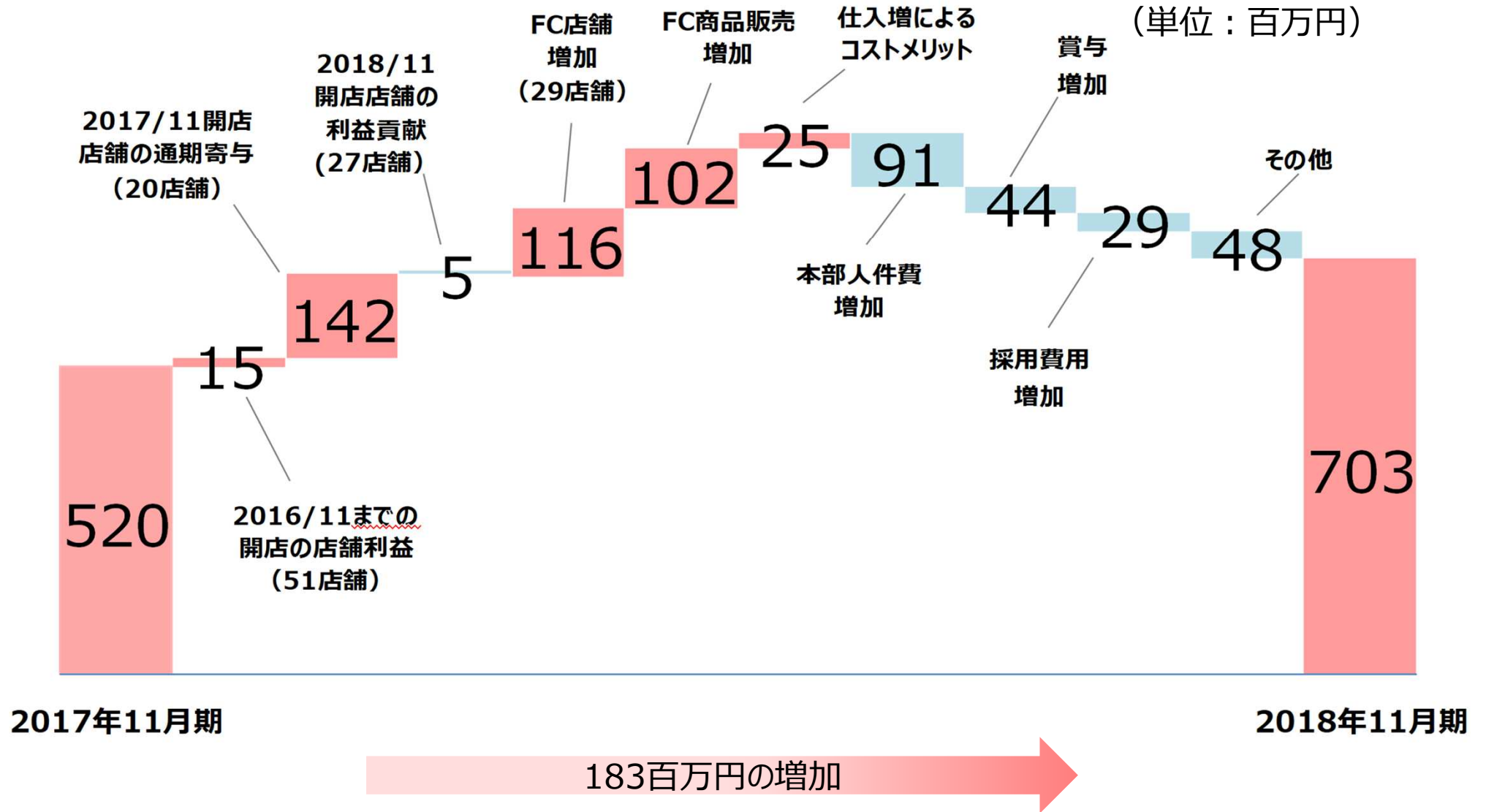
【客層の変化】

ファミリー層 +7.5%、会社員・男性グループ Δ 7.0%

【客層の変化の影響】

- ・土日祝日の売上増加
- ・忘年会等のイベントの影響減
- ・天候の影響減
- ・客単価の減少

現状の業績動向 (経常利益)



現状の業績動向（ハイライト・予算比較）

売上高・利益の予算に対する結果は順調

（単位：百万円）

	2018年 11月期連結 実績	2018年 11月期連結 予算	達成率	主な要因
売上高	7,667	7,500	102.2%	<ul style="list-style-type: none"> ・既存店の好調（102.6%） ・直営店出店（予算30店舗→実績27店舗）だが、新店の売り上げ好調 ・FC商品販売の増加
売上総利益	4,689	4,500	104.2%	
販管費及び一般管理費	4,130	3,970	104.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・直営店増加による費用増加 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 人件費（賞与含む） ➢ 消耗品費(出店費用) ・採用費用の増加（新卒）
営業利益	559	530	105.7%	
経常利益	703	660	106.6%	受取協賛金の増加
当期純利益	469	390	120.5%	固定資産売却・補償金・減損

現状の業績動向（貸借対照表）

（単位：百万円）

	2017年 11月期	2018年 11月期 連結	前年比較	主な増減内容
資産の部				
流動資産	1,458	1,934	+476	直営店の出店に伴う設備投資・借入金の返済による現金及び預金の減少、F C増加による売掛金の増加
固定資産	2,206	2,492	+285	店舗数増加による有形固定資産の増加・投資不動産の売却による投資その他の資産の減少
資産合計	3,665	4,426	+761	
負債の部				
流動負債	1,002	1,413	+411	店舗数増加による営業債務の増加
固定負債	568	552	△16	長期借入金の減少、預り保証金の増加
負債合計	1,571	1,966	+395	
純資産の部				
純資産合計	2,093	2,460	+366	当期純利益の計上及び配当金の影響
自己資本比率	57.1%	55.6%	△1.5	営業債務の増加の影響
有利子負債比率	16.2%	11.8%	△4.4	借入金の返済の影響

現状の業績動向（キャッシュ・フロー 主な内訳）

	2017年11月期	2018年11月期連結
営業キャッシュ・フロー	641	832
税引前当期純利益	499	705
減価償却費	152	216
売上債権の増減額	△70	△262
仕入債務の増減額	96	166
法人税等の支払額	△169	△220
投資キャッシュ・フロー	△1,160	△439
有形固定資産の取得による支出	△496	△660
投資不動産の売却による収入	-	330
投資有価証券の取得による支出	△445	-
財務キャッシュ・フロー	△406	△173
長期借入れによる収入	87	375
長期借入金の返済による支出	△400	△438
株式の発行による収入	4	3
配当金の支払額	△90	△105
現金及び現金同等物の期末残高	958	1,177

(単位：百万円)

■ 店舗増加に伴い営業CFも増加

■ 2018年11月期は手元資金及び長期借入金で設備投資を行った。

株主還元

■ 利益配分の基本方針

将来の事業拡大のために必要な内部留保とのバランスを図りながら安定的かつ継続的な配当を実施する。

■ 配当予定

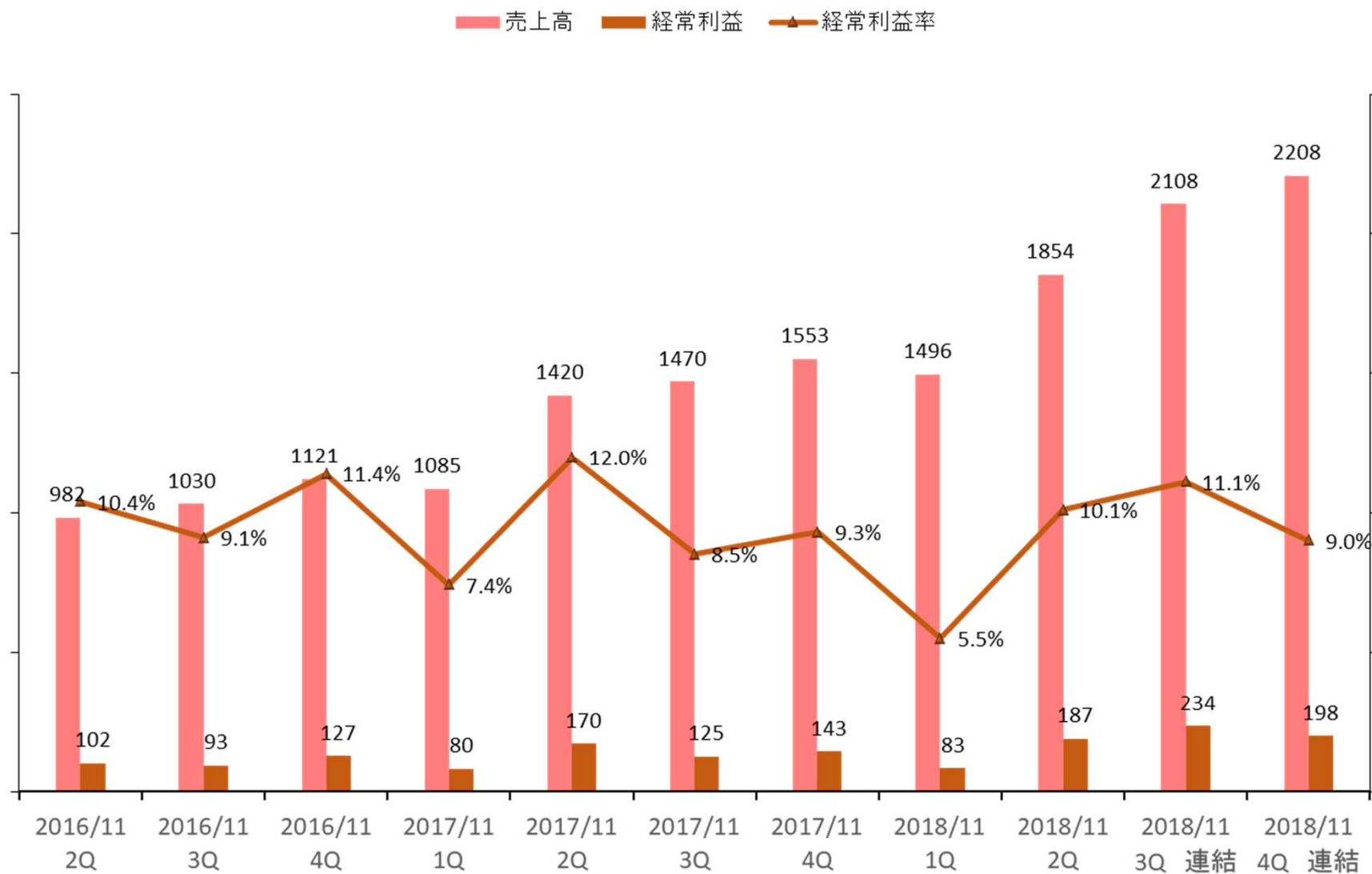
1株当たり13円00銭（前期比+1円33銭）

■ 株主優待（基準日：11月末）

株主の皆様の日頃からのご支援にお応えするとともに、当社店舗のご利用を通じて、より多くの皆様に当社の事業へのご理解とご支援をいただくことを目的とするもの。

ご所有株式数	株主優待
100株～299株	2,000円相当（1,000円券2枚）のお食事ご優待券
300株～599株	4,000円相当（1,000円券4枚）のお食事ご優待券
600株～899株	6,000円相当（1,000円券6枚）のお食事ご優待券
900株以上	8,000円相当（1,000円券8枚）のお食事ご優待券

(参考) 四半期業績の推移



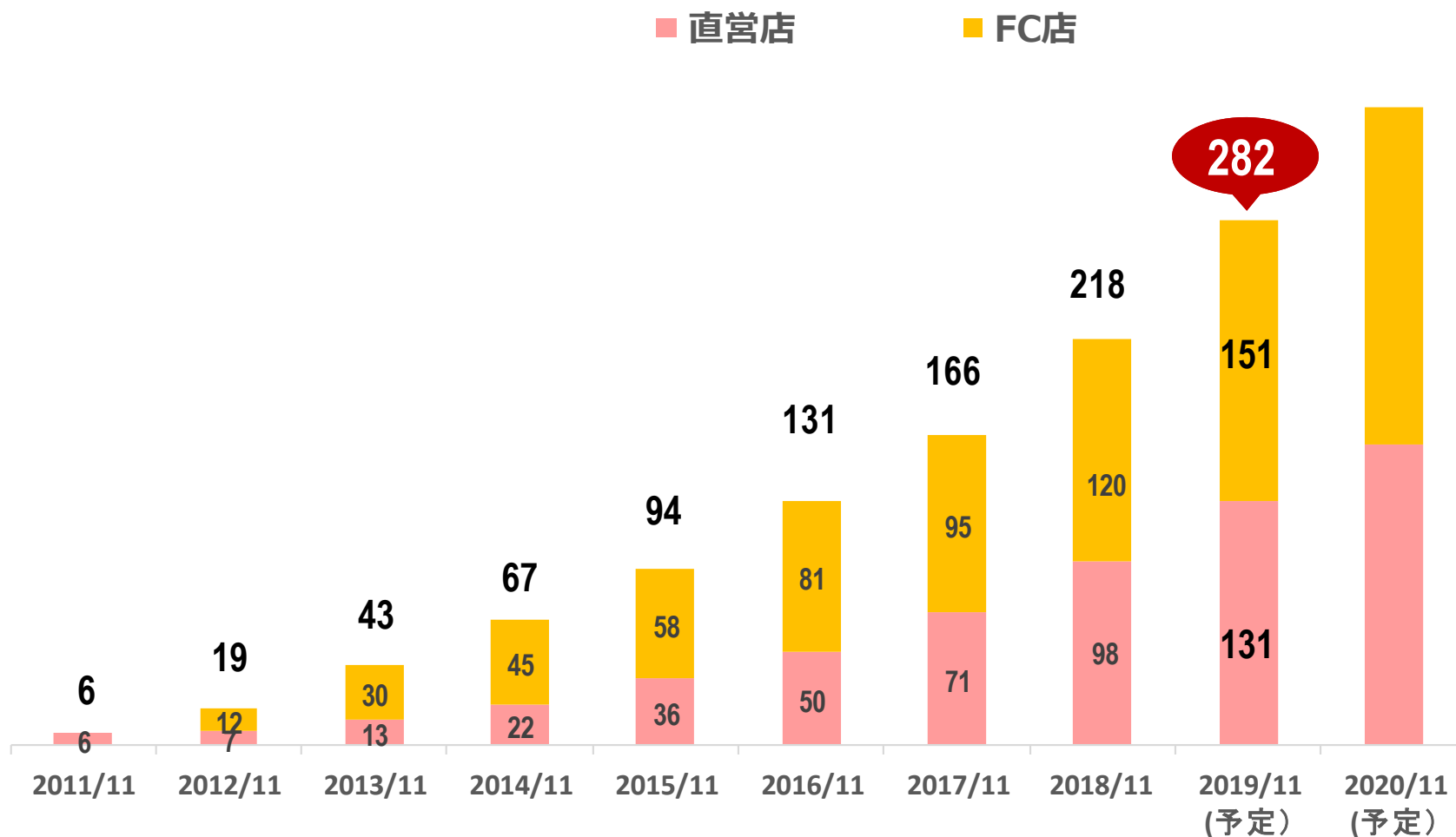


Ⅱ. 2019年11月期見通し

出店計画

直営店33店舗、FC店31店舗の合計64店舗を出店予定

■ 店舗数の推移 (店)



2019年11月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2018年 11月期 連結	2019年11月期 連結（予想）	前期比
売上高	7,667	9,700	+26.5%
営業利益	559	590	+5.4%
営業利益率	7.3%	6.0%	
経常利益	703	740	+5.2%
経常利益率	9.2%	7.6%	
当期純利益	469	440	△6.4%
当期純利益率	6.1%	4.5%	

予想内容

- 売上高前年比+26.5%、経常利益前年比+5.2%を予想
- 直営店33店舗、FC店31店舗の出店により売上高増加
- 既存店売上高前年同期比は約98%前提で計画
- 直営店出店に伴い、開店コスト増加
- 従業員の待遇向上（休日、賞与増加）
- 老朽化店舗のリニューアル
- 本社移転を予定



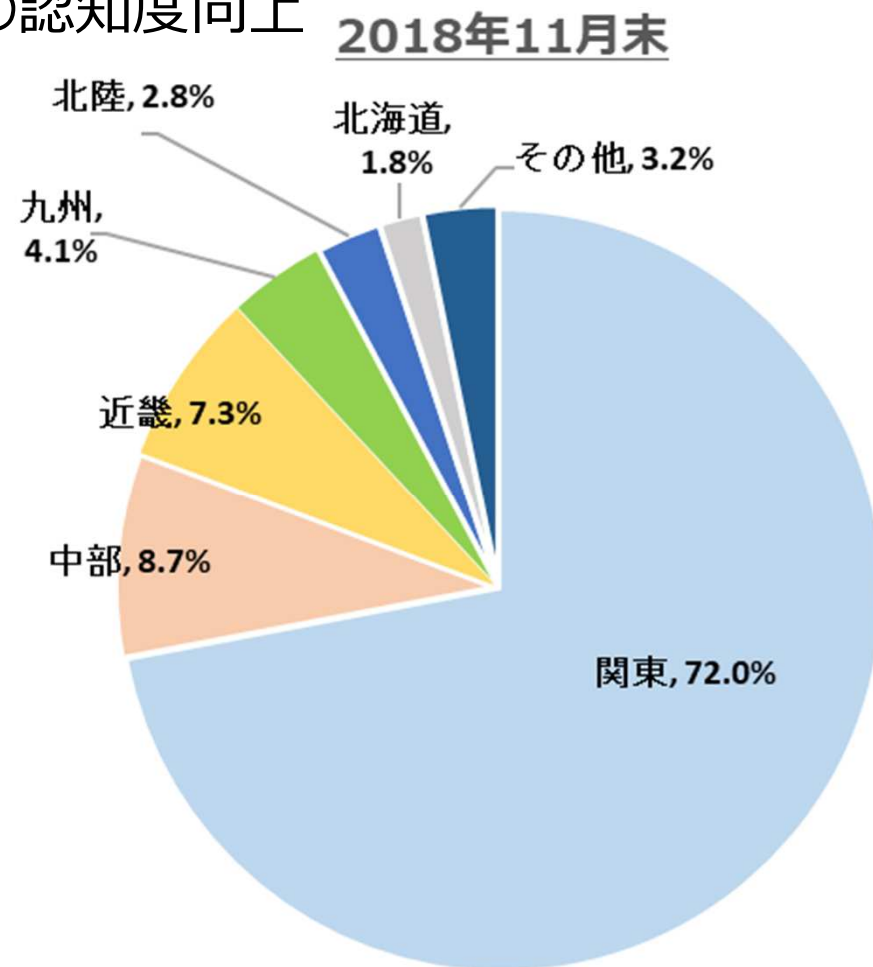
Ⅲ. 2019年11月期 重点施策

① 出店エリアの拡大

● 地方出店を加速

- ・店舗数増加、T V放送等の影響により全国規模の認知度向上
- ・客単価が低いため、地方でも受け入れられやすい
- ・実際に地方の売上好調 → 串カツの需要がある

⇒全国1000店舗体制の実現に向けて
関東だけでなく、地方展開も進めて行く



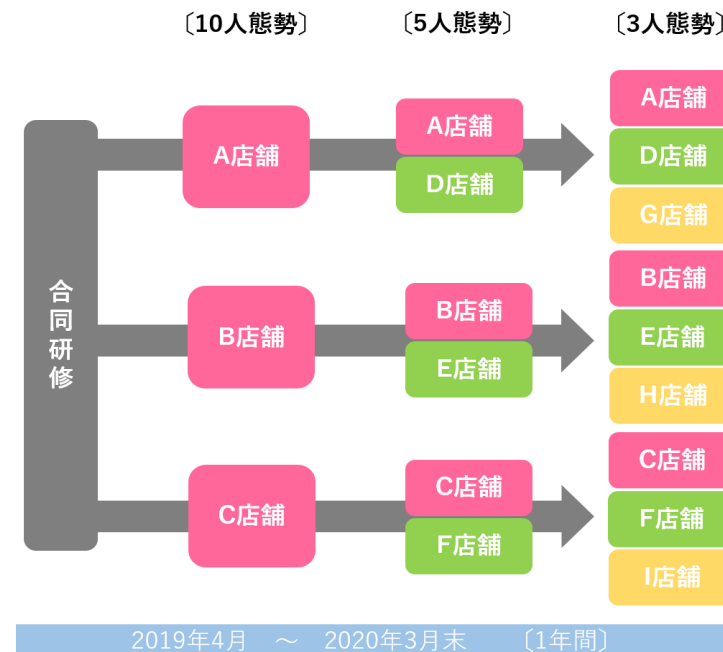
② 離職率の低下

● 新卒ルーキー店舗運営部の立ち上げ

新卒が1年間研修を兼ねて店舗運営をする部署。

(目的)

- ・自ら考え自ら実行する。縦のつながりより横のつながりを強化。
- ・企業理念でもある「1人でも多くの笑顔を生む」を入社同期の仲間と営業する事により、より身近で体験する事が出来る。そして、新店舗のOPENなどをチームで作らば理念を体感し活躍する人材を多く輩出する。



③ターゲット別の販促

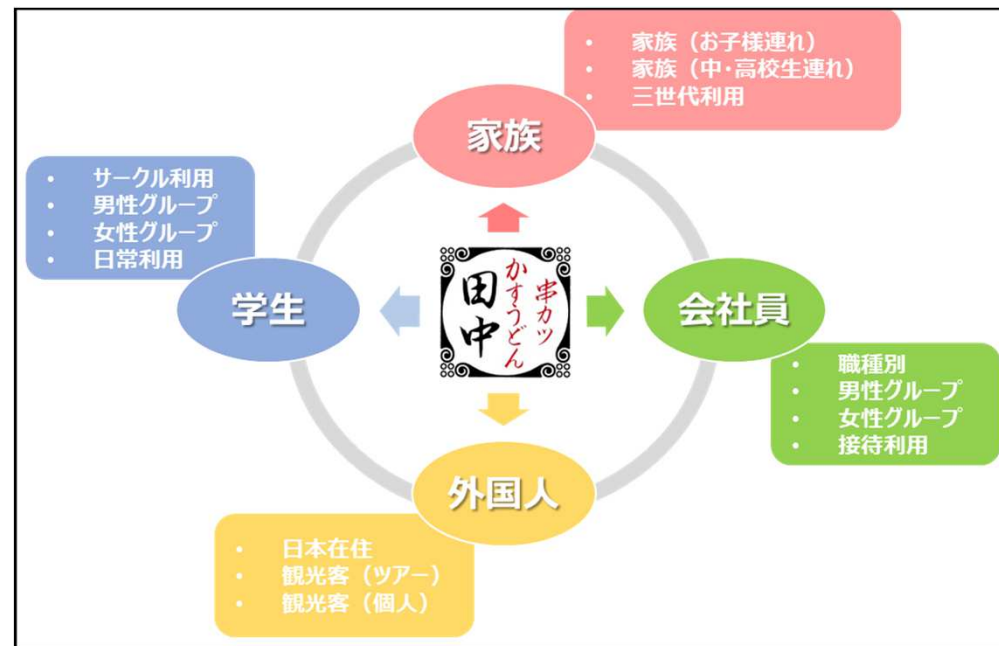
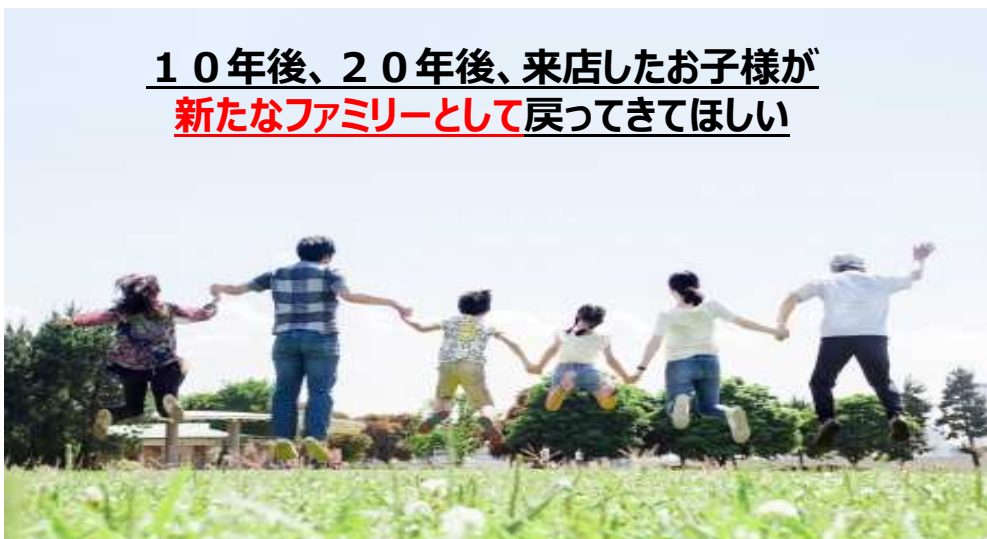
●サラリーマン層 平日の売上

- ⇒① nonsmokingチャレンジ
② 新たな顧客の開拓

●ファミリー層 土日祝の売上

- ⇒① ごっこランド
② お子様の串カツ調理体験
③ 提供遅れの撲滅

**10年後、20年後、来店したお子様が
新たなファミリーとして戻ってきてほしい**



お詫び

F C加盟店での盗撮問題発生について

2018年12月、F C加盟店4店舗において、従業員に周知せず、スタッフルームに監視カメラを設置していました。当社では事実調査の結果、盗撮にあたりと判断し、2018年12月22日より営業停止及びF C契約を合意解約いたしました。

- ・ 当社の設備状況の把握不足
- ・ コンプライアンスに対する指導不足

(現状調査) 他の店舗において現状を調査した結果、従業員に対する周知を一切することなく店舗内において人目につきにくい形態で防犯カメラを設置した店舗はございませんでした。

当社に関係するすべての皆様に多大なるご迷惑とご心配をお掛けしましたことを重ねてお詫び申し上げます。この事態を厳粛かつ深刻に受け止め反省し、お客様のご信頼を回復すべく、全社一丸となって再発防止に努めてまいります。

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- この資料は投資家の参考に資するため、株式会社串カツ田中（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 当資料に記載された内容は、2018年11月30日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境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。
- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、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。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。
- その他の掲載内容に関しても細心の注意を払っておりますが、不可抗力により、情報に誤りが生じる可能性もありますのでご注意ください。
- 無断での複製又は転用等を行わないようお願いいたします。

【本資料及び当社IRに関するお問い合わせ先】

株式会社串カツ田中ホールディングス 経営戦略部IR担当

[TEL:03-5449-6410](tel:03-5449-6410)

URL <http://kushi-tanaka.co.jp>



IV. 参考資料

沿革

	設立・本店等の流れ	店舗展開の流れ
1998年11月	個人事業として創業	「KG Bar」オープン
2001年12月		デザイナーズレストラン「ターンザテーブル」オープン
2002年 3月	大阪市西区に当社設立	
2004年 3月		東京都港区に「京料理みな瀬」を開店
2008年12月		レシピ発見！！ 串カツ田中 1号店「串カツ田中世田谷店」（東京都世田谷区）オープン
2011年12月		串カツ田中方南町店をフランチャイズ化し、 フランチャイズ展開を開始
2012年 5月		初の 大型ターミナル駅 出店「串カツ田中渋谷桜ヶ丘店」（東京都渋谷区）オープン
2013年11月	東京都渋谷区に本店移転	
2014年 2月	「外食アワード2013」受賞	
2014年 4月		50店舗出店達成（FC店含む）
2014年 7月		串カツ田中 関西圏 1号店 「串カツ田中岸和田店」（FC店/大阪府岸和田市）オープン
2014年 9月		串カツ田中 東海地区 1号店 「串カツ田中金山店」（FC店/名古屋市熱田区）オープン
2015年 5月	東京都品川区に本店移転	
2015年 8月	商号を「株式会社串カツ田中」に変更	
2015年12月		100店舗出店達成（FC店含む）
2016年 4月		初の 商業施設 「串カツ田中KITTE博多店」（直営店/福岡市博多区）オープン
2016年 9月	東京証券取引所マザーズ市場上場	
2017年 5月		150店舗出店達成（FC店含む）
2018年 6月	ホールディングス化、ほぼ全店禁煙化	
2018年 7月		200店舗出店達成（FC店含む）



当社の理念

企業理念

串カツ田中の串カツで、
一人でも多くの笑顔を生むことにより、
社会貢献する

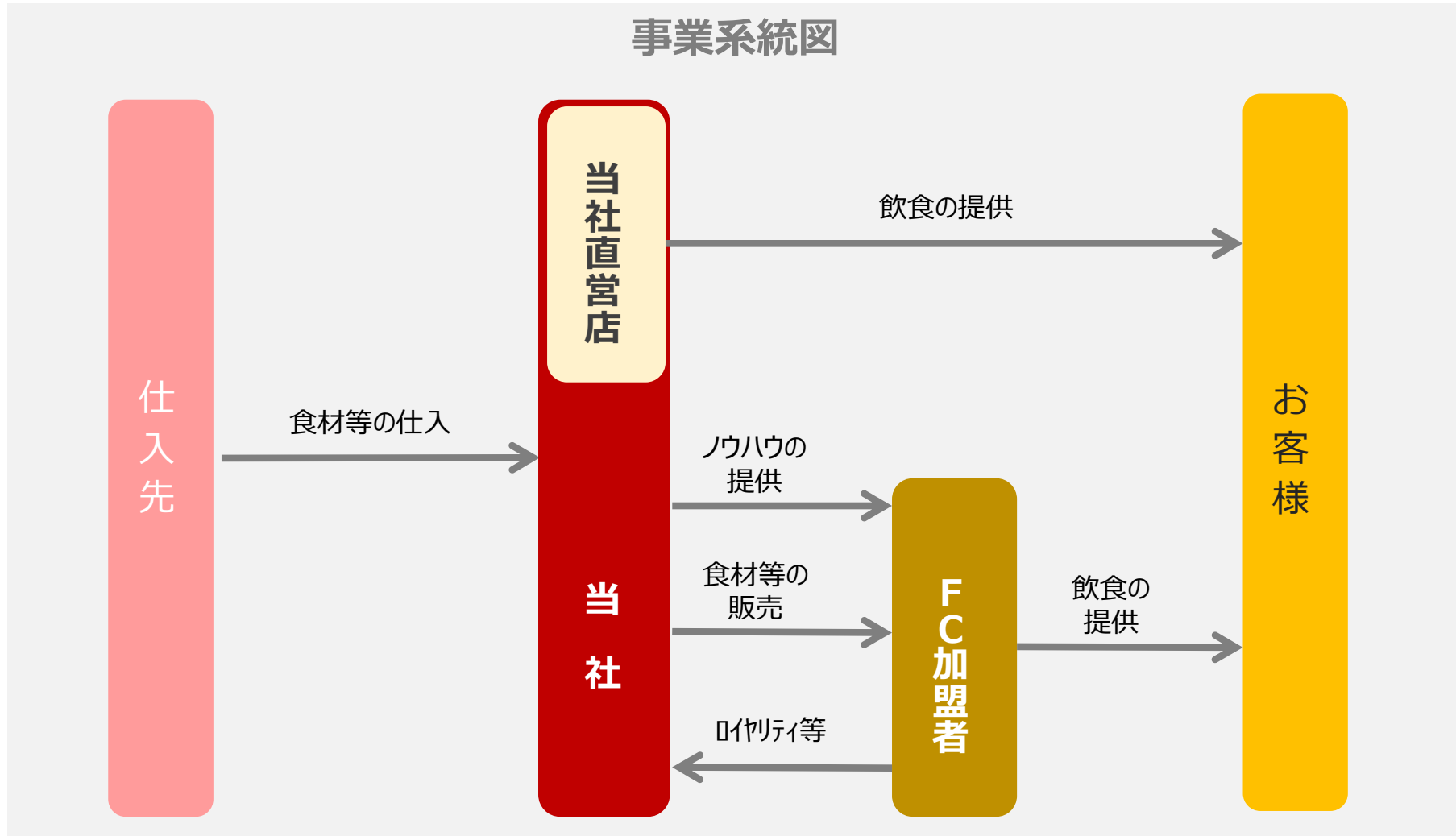
当社の使命

- お客様の笑顔
- スタッフの笑顔
- 取引先やすべての
ステークホルダーの笑顔

目標

全国1,000店体制を構築し、串カツ田中の
串カツを日本を代表する食文化とすること

事業系統図



串カツ田中ブランドの特徴 1/4

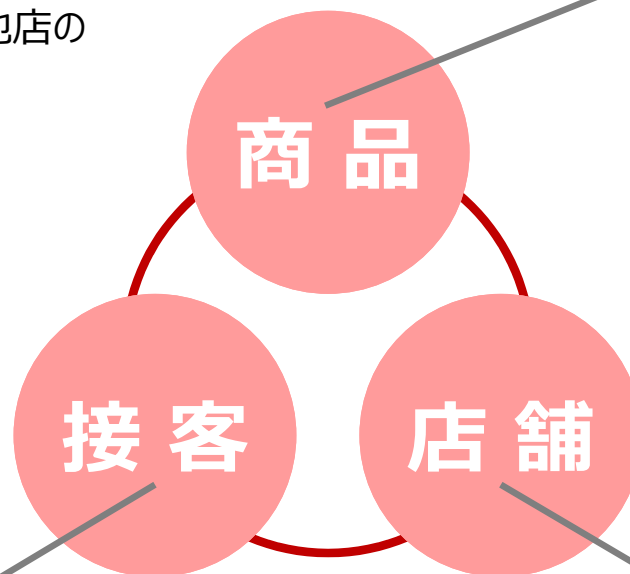
『串カツ田中ブランド』

他店の串カツとの差別化を図った こだわりの商品

材料、調理の方法、味にこだわることにより、他店の串カツと差別化

お客様を 笑顔にする接客

商品とサービスを組み合わせ、お客様との接点を増やすことで、老若男女のお客様に楽しんでいただけるお店づくり



活気に溢れる 大衆的な店舗

活気に溢れ、誰もが入りやすい、大阪下町の大衆食堂（酒場）の雰囲気を意識した店舗

串カツ田中ブランドの特徴 2/4

商品

…こだわりの商品

当社取締役副社長田中洋江が父親の田中勇吉（故人）から受け継いだ田中家の味を大阪の西成から東京に持ってきたもの

材料、調理の方法、味にこだわることにより、他店の串カツとの差別化を図る

串カツの核となるソース・揚げ油・衣は当社独自の材料を使用し、そのレシピは社外秘

毎日でも気軽に立ち寄れる大衆的なお店を目指し、**客単価が2,400円程度**になるよう価格設定



串カツメニュー	常時30品以上
価格帯	1本100円～200円 * 100円と120円の串カツメニューが半数以上
串カツ以外の主なメニュー	大阪名物を中心としたサイドメニューやドリンク ・かすうどん ・牛すじ土手 ・肉吸い ・ちりとり鍋 ・たご焼き ・ガリ酎 ・冷しあめ など

串カツ田中ブランドの特徴 3/4

接客

…お客様を笑顔にする

接客は、お客様を笑顔にするための最も重要な要素と考え、理念の浸透・教育等に取り組む



“楽しい”をつくろう。

サービスと組み合わせて商品を提供する仕掛けづくり

- チンチロリンハイボール
- 子供じゃんけんドリンク
- お子様アイス など

従業員が笑顔で楽しくやりがいを感じて働ける環境づくり

- 週休2日制（連休）の導入
- 各店での自主的な販促方法の検討
- 公平公正な評価制度
- 各役職・階層別の研修プログラム

「串カツ田中総会」

年始にフランチャイズ店を含む全店、アルバイトを含む全社員が参加。前年度の総括と今年度の目標を確認するイベント

串カツ田中ブランドの特徴 4/4

店舗

…活気溢れる、大衆的なお店

一階の路面店
に出店

間口を広くし、ガラス
越しに店内の活気や
賑やかな様子が外に
も伝わるよう設計



遠くからでも店舗が
一目でわかるデザイン
(大きな白いテント看板)

個室や
席ごとの間仕切りを
設置せず開放的に

誰もが入りやすい
大衆食堂 (酒場)
の雰囲気

成長戦略

【長期目標】

全国1,000店舗体制構築を目指し、
『串カツ田中』の串カツを、日本を代表する食文化に

【中期的な成長戦略】

**持続的な成長の実現と
収益基盤の強化を図る**

- ① 既存店売上の維持向上
- ② 新規出店の継続、出店エリアの拡大
- ③ 衛生・品質管理の強化・徹底
- ④ 人材採用・教育強化
- ⑤ 経営管理体制の強化