

名物

串カツ田中



大阪伝統の味

2017年11月期第2四半期
決算説明会

2017年7月25日

株式会社 串カツ田中

証券コード：3547





2017年11月期 第2四半期業績

店舗推移

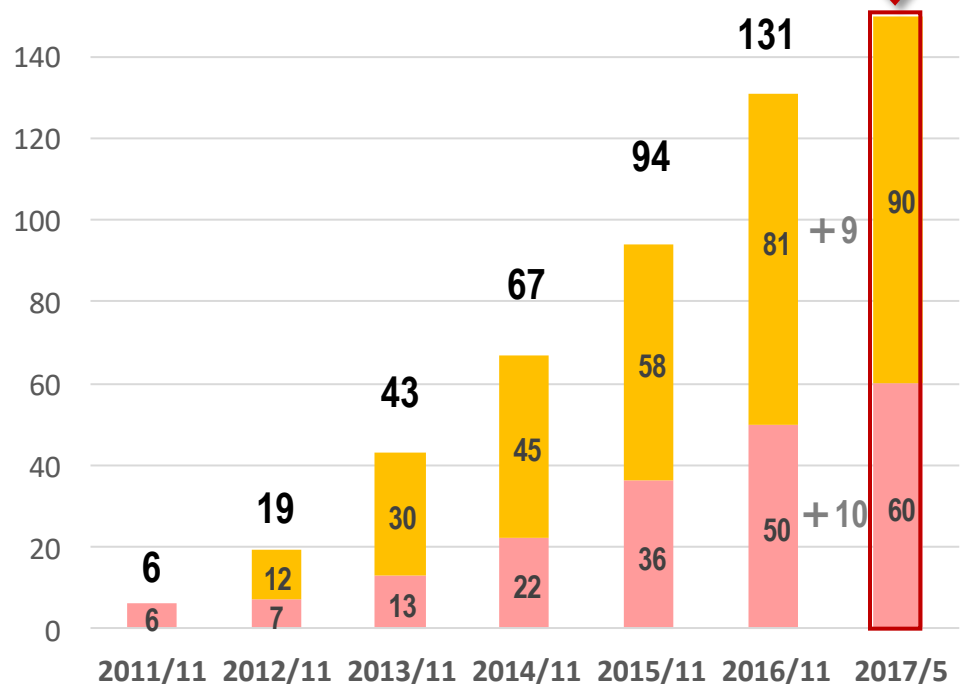
店舗数（直営店＋FC店） 順調に拡大

■ 店舗数の推移

■ 直営店

■ FC店

(店)



2017年11月期 2Q出店20店舗の内訳

	直営店	FC店
関東圏	7店舗	7店舗
関東圏以外	3店舗	3店舗
合計	10店舗	10店舗

関東圏以外の出店進む。

愛知県（名古屋駅西口・鶴舞）

京都府（西院）

山口県（下関）

福岡県（薬院）

アメリカ（ハワイ）

* 閉店1店舗（横須賀中央）

店舗数

新規出店数前年同期比較

(単位：店舗)

	2016年11 月期 2Q	2017年11 月期2Q	前年比較	予算	進捗率
直営店	7	10	+3	16	62%
FC店	13	10	△3	24	42%
合計	20	20	—	40	50%

エリア別店舗数

150店舗達成

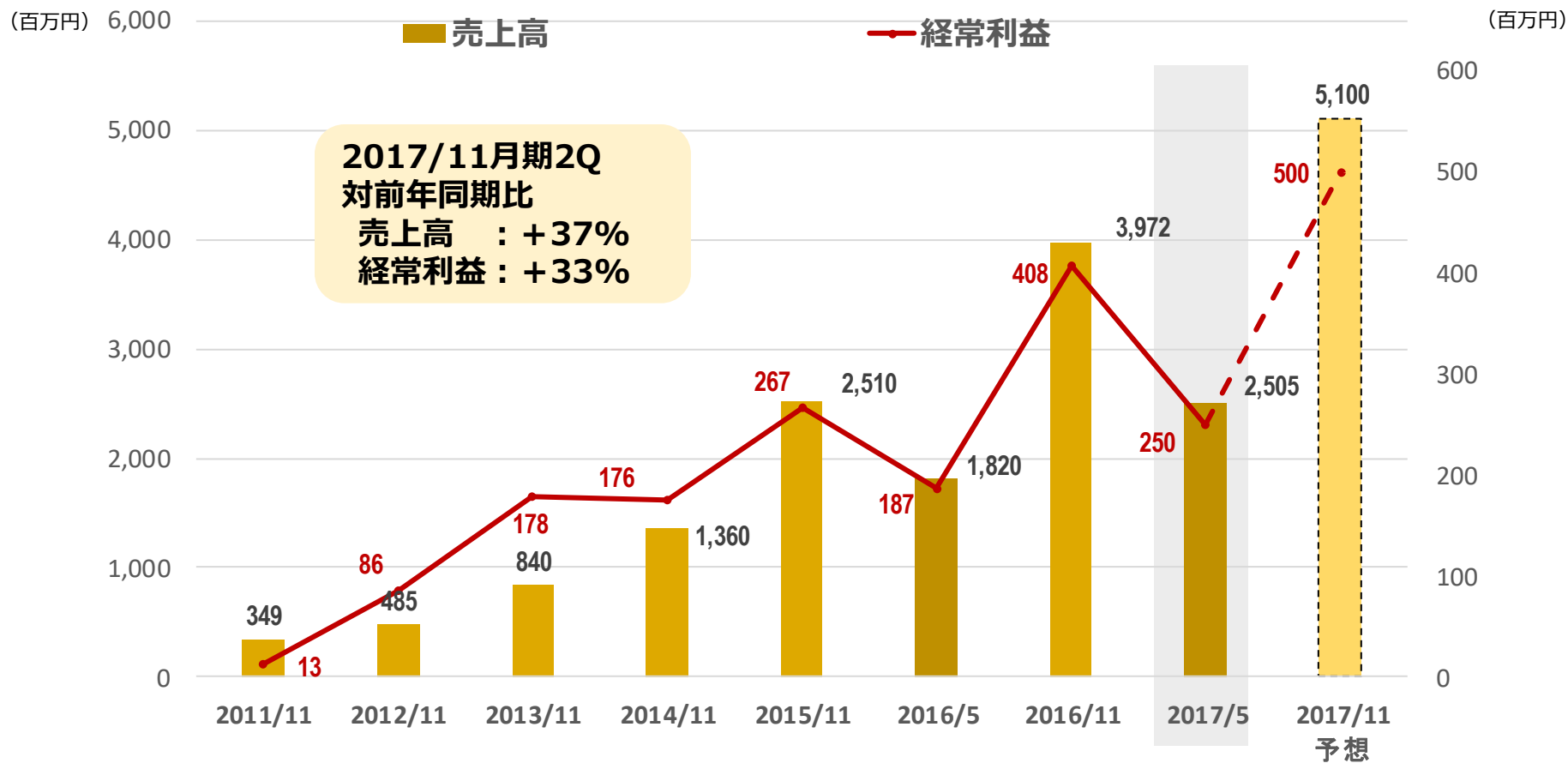
■ 店舗の内訳

(単位：店舗)

エリア	直営店	FC店	合計	割合
関東	52	73	125	84%
近畿	5	4	9	6%
中部	1	7	8	5%
九州	2	3	5	3%
その他	—	3	3	2%
合計	60	90	150	100%

現状の業績動向（ハイライト）

既存店順調をベースに新規出店により 前年同期比売上37%、利益33%成長



現状の業績動向（売上高内訳）

（単位：百万円）

	2016年 11月期 2Q	2017年 11月期 2Q	前期比		増減内容
直営店売上高	1,223	1,741	+ 517	+ 42.3%	前期OPENの14店舗通期寄与及び当期新店10店舗による増加
FC商品売上高	400	520	+ 119	+ 29.9%	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	119	142	+ 22	+19.2%	前期OPENの23店舗通期寄与及び当期新店10店舗による増加
その他	76	101	+ 25	+ 33.2%	FC店へのその他の売上増加
合計	1,820	2,505	+ 685	+37.7%	

現状の業績動向（ハイライト・前期比較）

（単位：百万円）

	2016年11 月期 2Q	2017年11 月期2Q	前期比	
売上高	1,820	2,505	+ 685	+ 37.7%
売上総利益	1,082	1,540	+ 457	+ 42.2%
売上総利益率	59.5%	61.5%	+ 2.0pt	
販管費及び一般管理費	943	1,344	+ 401	+ 42.5%
営業利益	139	195	+ 55	+ 40.1%
経常利益	187	250	+ 63	+ 33.7%
経常利益率	10.3%	10.0%	△0.3pt	
当期純利益	107	157	+ 49	+ 46.0%

主な増減理由

【売上高】
前ページ参照

【売上総利益】
売上高増加および原価率
改善の影響

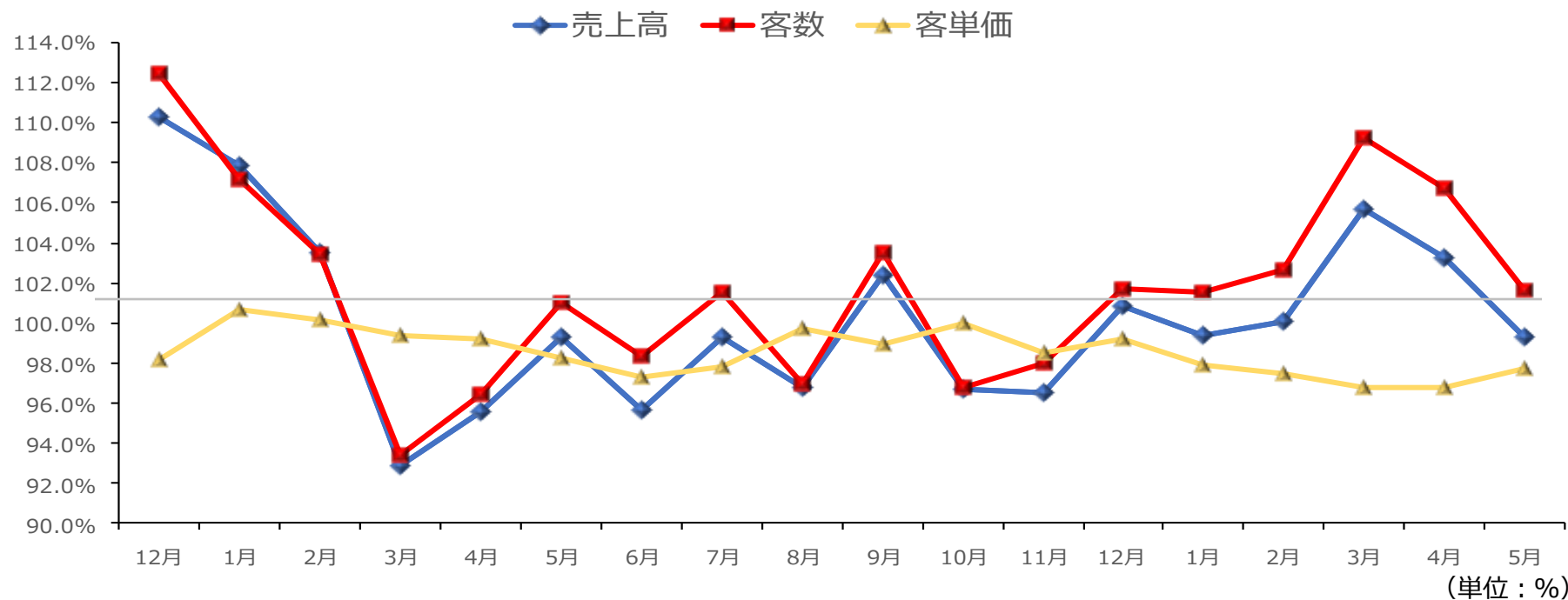
【販管費及び一般管理費】
①直営店増加見合い経費
増加

- ・人件費
- ・採用費
- ・減価償却費
- ・地代家賃
- ・消耗品

②外形標準課税

③衛生費等の経費増加

既存店売上高前年比推移



	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	上期平均
売上高	110.3	107.8	103.6	92.8	95.6	99.3	95.7	99.3	96.7	102.4	96.7	96.6	100.8	99.4	100.1	105.7	103.3	99.33	101.4
客数	112.4	107.1	103.4	93.4	96.4	101.0	98.4	101.5	97.0	103.5	96.8	98.0	101.7	101.5	102.7	109.2	106.7	101.6	103.9
客単価	98.2	100.7	100.2	99.4	99.2	98.2	97.3	97.8	99.7	98.9	100.0	98.5	99.2	97.9	97.5	96.8	96.8	97.7	97.7

※このページにおける既存店とは、新規開店した月を除き、18ヵ月以上経過した店舗としております。

現状の業績動向（ハイライト・予算比較）

新規出店数比較

（単位：店舗）

	2017年11 月期2Q	2017年11 月期2Q予算	予算比較	年度予算	進捗率
直営店	10	11	△1	16	62%
FC店	10	12	△2	24	42%
合計	20	23	△3	40	50%

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進捗は順調

（単位：百万円）

	2017年 11月期 2 Q	2017年11月 期 2 Q 予算	進捗率	2017年 11月期 予算	進捗率
売上高	2,505	2,400	104.4%	5,100	49.1%
売上総利益	1,540	1,450	106.2%	3,100	49.7%
販管費及び一般管理費	1,344	1,305	103.0%	2,710	49.6%
営業利益	195	145	134.9%	390	50.2%
経常利益	250	195	128.6%	500	50.1%
経常利益率	10.0%	8.13%		9.8%	
当期純利益	157	124	126.6%	300	52.3%

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。

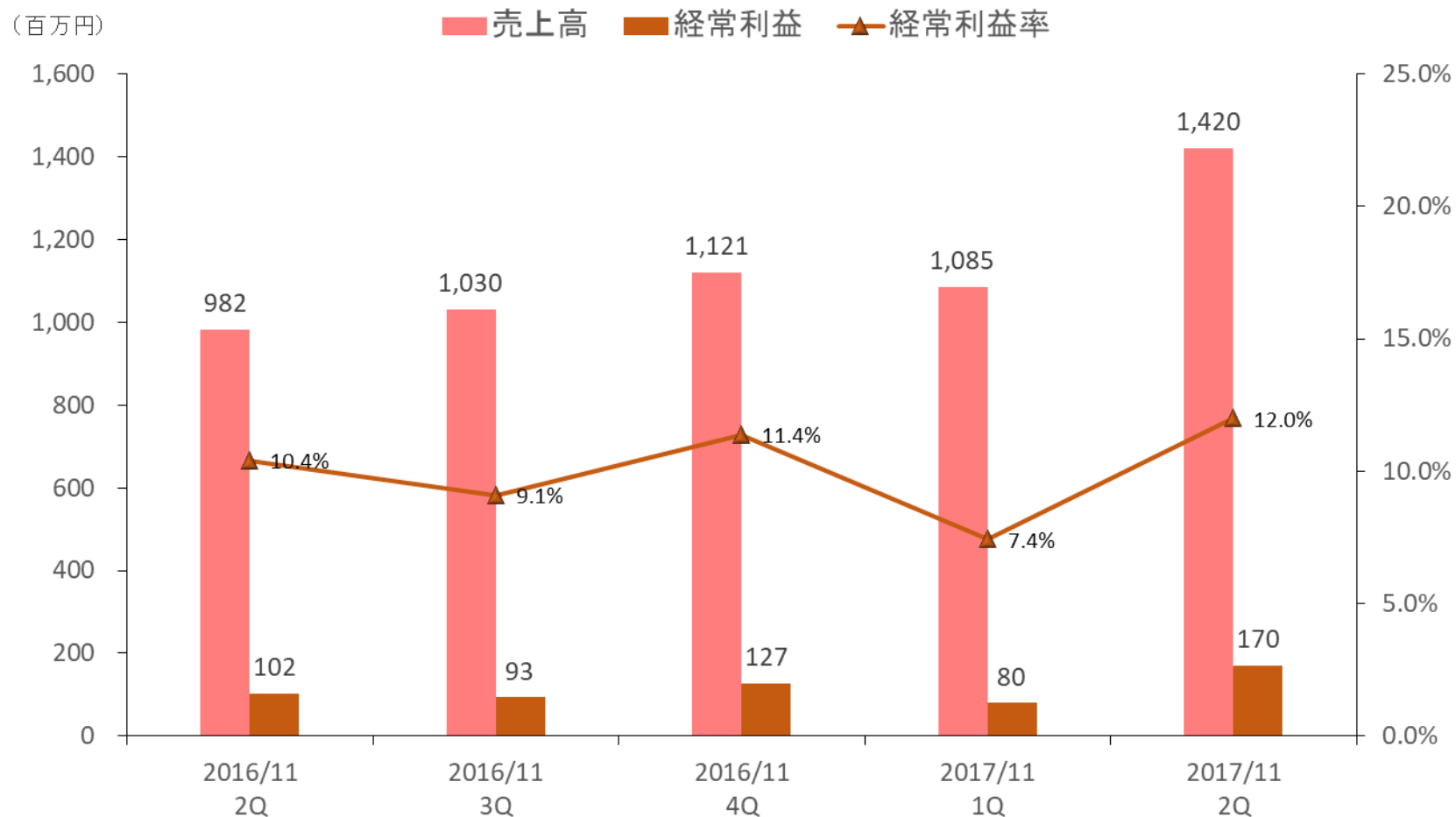
■ 配当予定 未定

■ 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～199株	3,000円相当（1,000円券3枚）のお食事ご優待券
200株～299株	5,000円相当（1,000円券5枚）のお食事ご優待券
300株以上	7,000円相当（1,000円券7枚）のお食事ご優待券

(参考) 四半期業績の推移





2017年11月期 重点施策

2017年11月期 重点施策

①組織体制の見直し

店舗増加に伴い、営業部を本部制に変更。営業本部のもとに東日本営業部・西日本営業部・業務推進部を配置。

②既存店の収益維持・向上

商品・サービス・ cleanliness のブラッシュアップ。

③顧客満足度の追求

より顧客満足度を高める戦略を実施する。

④新規出店の継続、出店エリアの拡大

都心への出店加速、地方都市への出店。

⑤教育強化

串カツ田中アカデミーの開校。

①組織体制の見直し

営業部を本部制に変更

西日本営業部を新設し、名古屋・大阪・福岡等の西日本の出店・店舗管理・FC管理を行う。

西日本営業部ができ、上期では、売上向上及び名古屋・福岡の出店が進む。

上期西日本5店舗出店

愛知県（名古屋駅西口・鶴舞）

京都府（西院）

山口県（下関）

福岡県（薬院）

営業本部

東日本営業部

西日本営業部

業務推進部

②既存店の収益維持・向上

商品・サービス・クリンリネスのブラッシュアップ



覆面調査の回数増加

毎月1回 ➡ 毎月3-5回
より現場の実態の把握が可能となる

顧客満足度の向上

衛生検査の回数増加

3回/年 ➡ 4回/年
衛生への意識を強化

食中毒等の防止

③顧客満足度の追求

プレミアムフライデー

2017年2月から開始したプレミアムフライデーを
先行して1月より実施。
数多くのメディアに取り上げられ売上を大きく伸ばす
ことに成功。
毎月月末金曜日は15時オープン、串カツ全品100
円及びプレミアム串カツをご用意。

通常の日曜日と比較し、プレミアムフライデー
は売上が平均**20%増加**



×

【フライング企画】



【毎月のPF企画】



④新規出店の継続、出店エリアの拡大

要町店（池袋）

今まで出店できなかった極小物件に立ち呑み業態を出店し、出店ペースをより加速させる事が可能に。



お通しなし、串カツ全品 **100円**
一品料理も **100円～290円**

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1,500円程度**
になるよう価格設定

串カツ 全品 100円		名物！	
・レンコン	・うすら	・肉吸い豆腐	230円
・白ネギ	・こんにゃく	・牛すじ土手焼き	100円
・ぎんなん	・つくね	・こんにゃく土手焼き	100円
・アジフライ	・トマト	・だいこん土手煮	100円
・じゃが芋	・アスパラ		
・にんにく	・なすび		
・ハムカツ	・串カツ牛		
・レバカツ	・串カツ豚		
・しいたけ	・紅シヨウガ		
・玉ネギ	・イカ		
・えび	・チーズ		
・ちくわ	・もち		
・あさり	・ウインナー		

おつまみ	
・シヨウケースからお取り下さい	
・きゅうり漬け	100円
・えだ豆	100円
・落花生塩ゆで	100円
・あしたま	100円
・冷奴	100円
・マカロニサラダ	230円
・ガツキムチ	230円
・わかめ酢ミソ	100円
・ガリみそ	200円
・甘長どうがし	100円
・煮びなし	
・ひらたん	230円
・出汁巻き手	230円
・冷やしトマト	230円
・ポテトサラダ	200円
・さいぼし	200円
・厚揚げ	200円
・鶏唐揚げ	100円

⑤教育強化

串カツ田中アカデミー (KTA)

現場でのOJTとは別に、全社員対象で役職に応じた学びの場を提供し、技能・知識の習得を促進。約30講座を整備。入社時から店長になるまでに必要な研修を受ける事が可能に。

社員の役職別に企業理念・ホスピタリティ
部下育成・店舗管理等の約30講座を整備

KTAで研修を受講することにより、店長になるまでの期間を短縮する

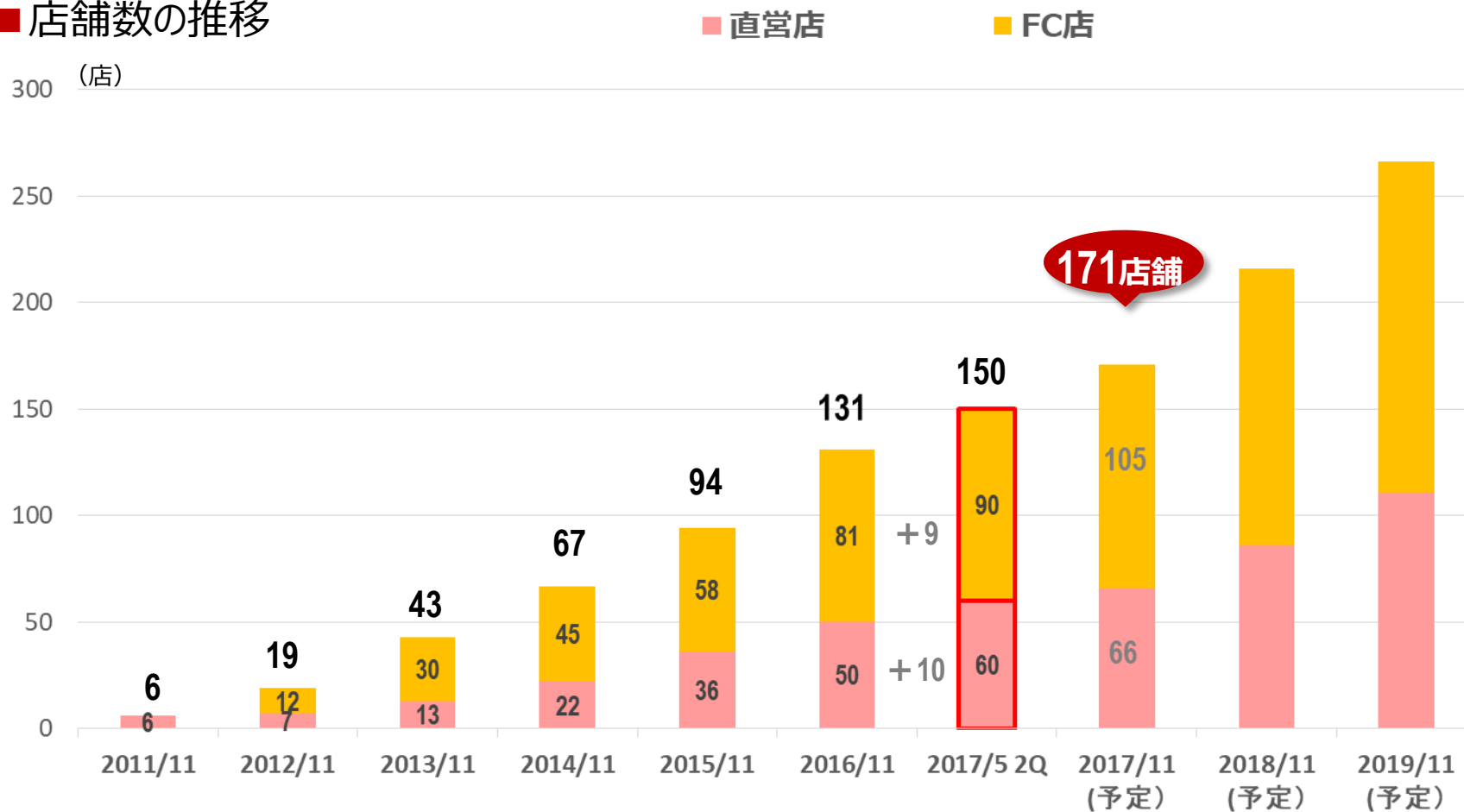


Kushikatsu Tanaka Academy

出店計画

直営店16店舗、FC店24店舗の合計40店舗を出店予定

■店舗数の推移



近隣店舗のご紹介

店舗名	アクセス	TEL	営業時間（平日）
銀座店	銀座駅・新橋駅から 徒歩8分	03-6264-5094	17時～翌2時
上野御徒町店	JR山手線 御徒町 駅 徒歩 5 分	03-6240-1994	17時～翌2時
上野6丁目店	JR山手線 御徒町 駅北口より徒歩3分	03-6240-1794	17時～翌2時
水道橋店	JR水道橋駅より徒 歩5分	03-6380-9475	17時～翌2時
田町店	京浜東北線、山手 線 田町駅西口より 徒歩5分	03-6809-3094	17時～23時
赤坂店	千代田線 赤坂駅 徒歩3分	03-6277-6694	17時～翌2時

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、2017年5月31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 管理部IR担当

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

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



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」(直营店/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)

※ FC店 … フランチャイズ店



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

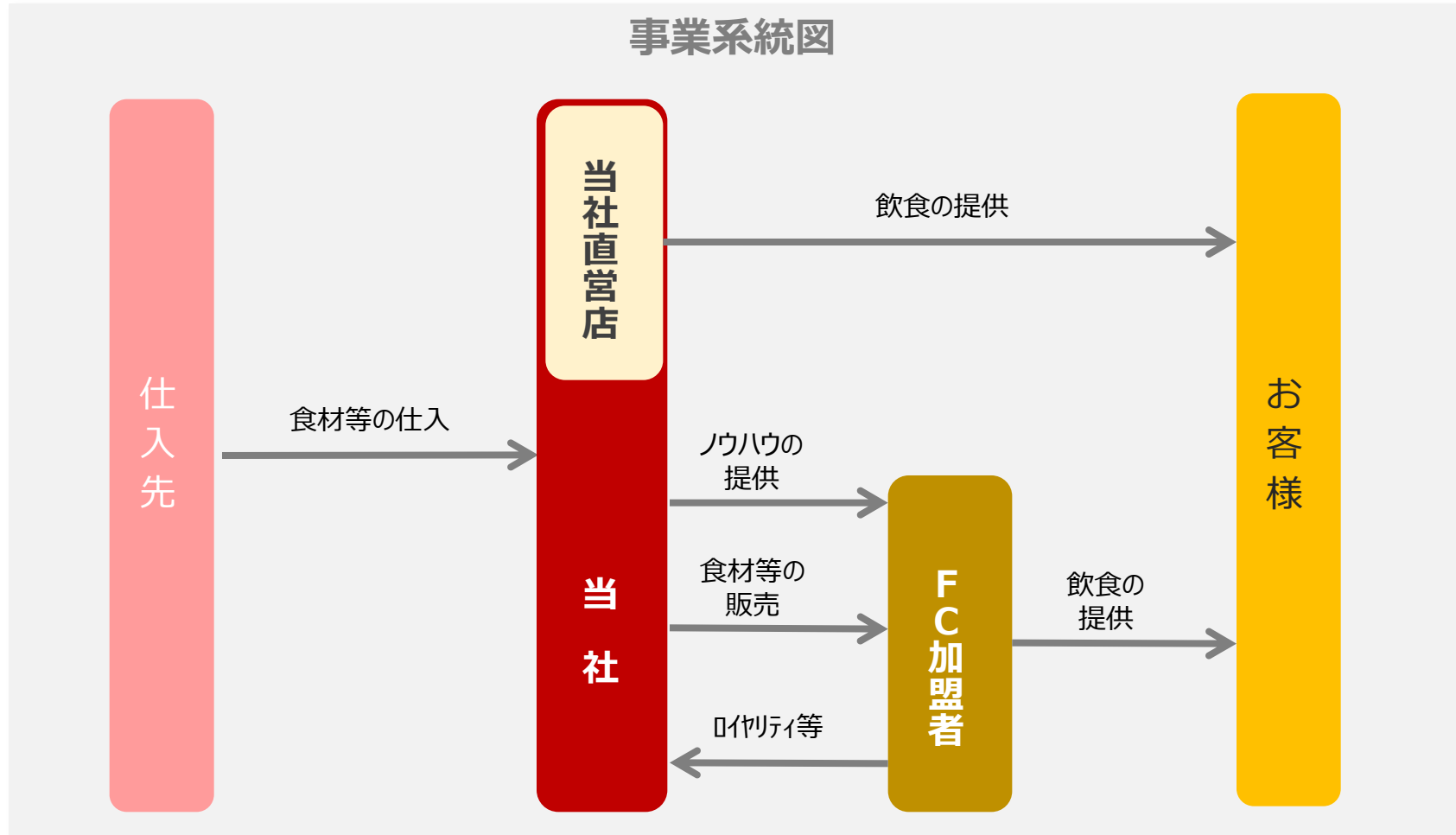
当社の使命

- 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

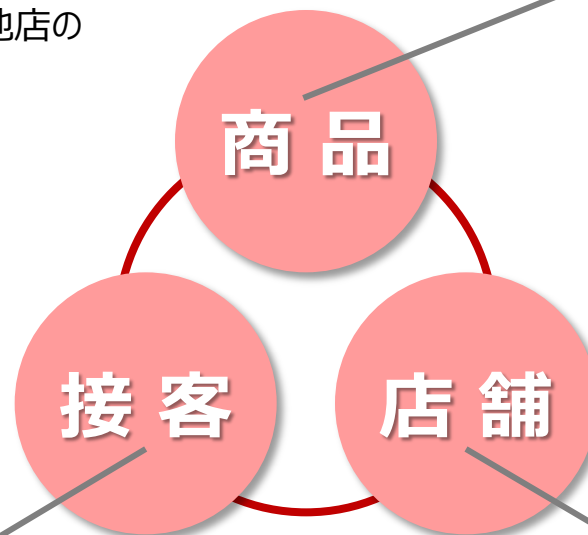
『 串カツ田中ブランド 』

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 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



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