

名物



串カツ田中

大阪伝統の味

2017年11月期
決算説明会資料

2018年1月19日

株式会社 串カツ田中

証券コード：3547



目次

I. 2017年11月期 業績

II. 2018年11月期 見通し

III. 2018年11月期 重点施策

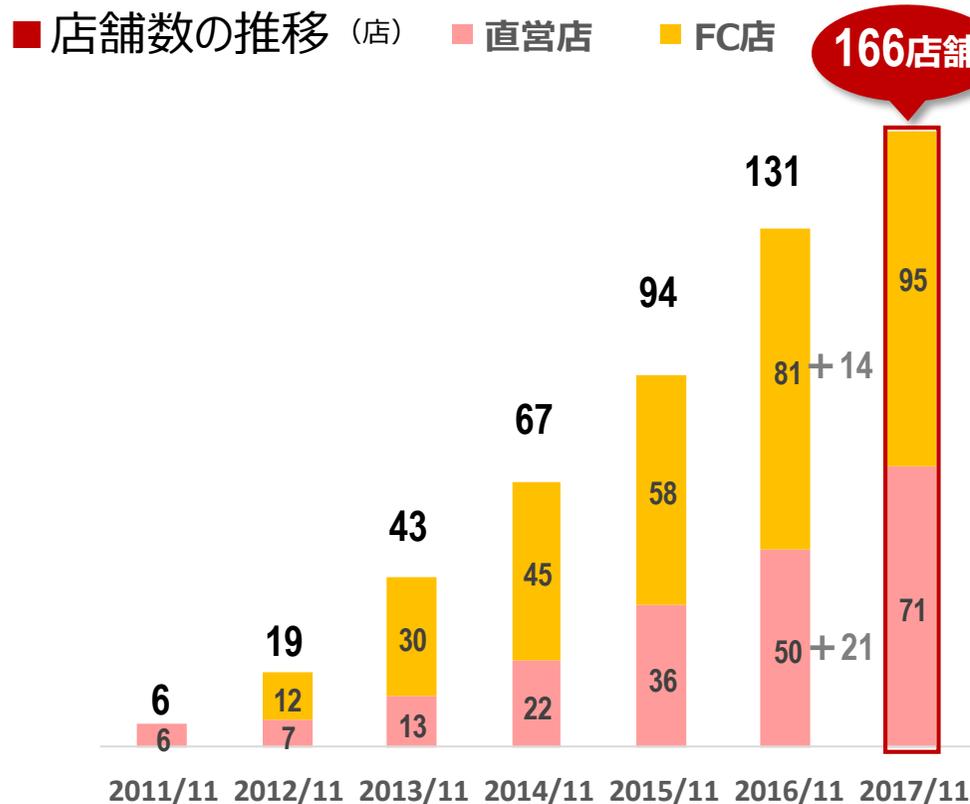
IV. 参考資料



I. 2017年11月期 業績

店舗推移

店舗数（直営店 + FC店）



順調に拡大

2017年11月期出店38店舗の内訳

	直営店	FC店
関東圏	14店舗	11店舗
関東圏以外	6店舗	7店舗
合計	20店舗	18店舗

関東圏以外の出店進む。

愛知県（名古屋駅西口・鶴舞・池下・名駅2丁目・大須観音）

京都府（西院）

兵庫県（尼崎）

山口県（下関）

福岡県（薬院）

アメリカ（ハワイ）

石川県（金沢）

福井県（大和田）

三重県（四日市駅前）

* 閉店3店舗 横須賀中央、亀有、堺東

店舗数

新規出店の状況

(単位：店舗)

	2016年 11月期	2017年 11月期	前年比較	予算	達成率
直営店	14	20	+6	16	125%
FC店	23	18	△5	24	75%
合計	37	38	+1	40	95%

エリア別店舗数

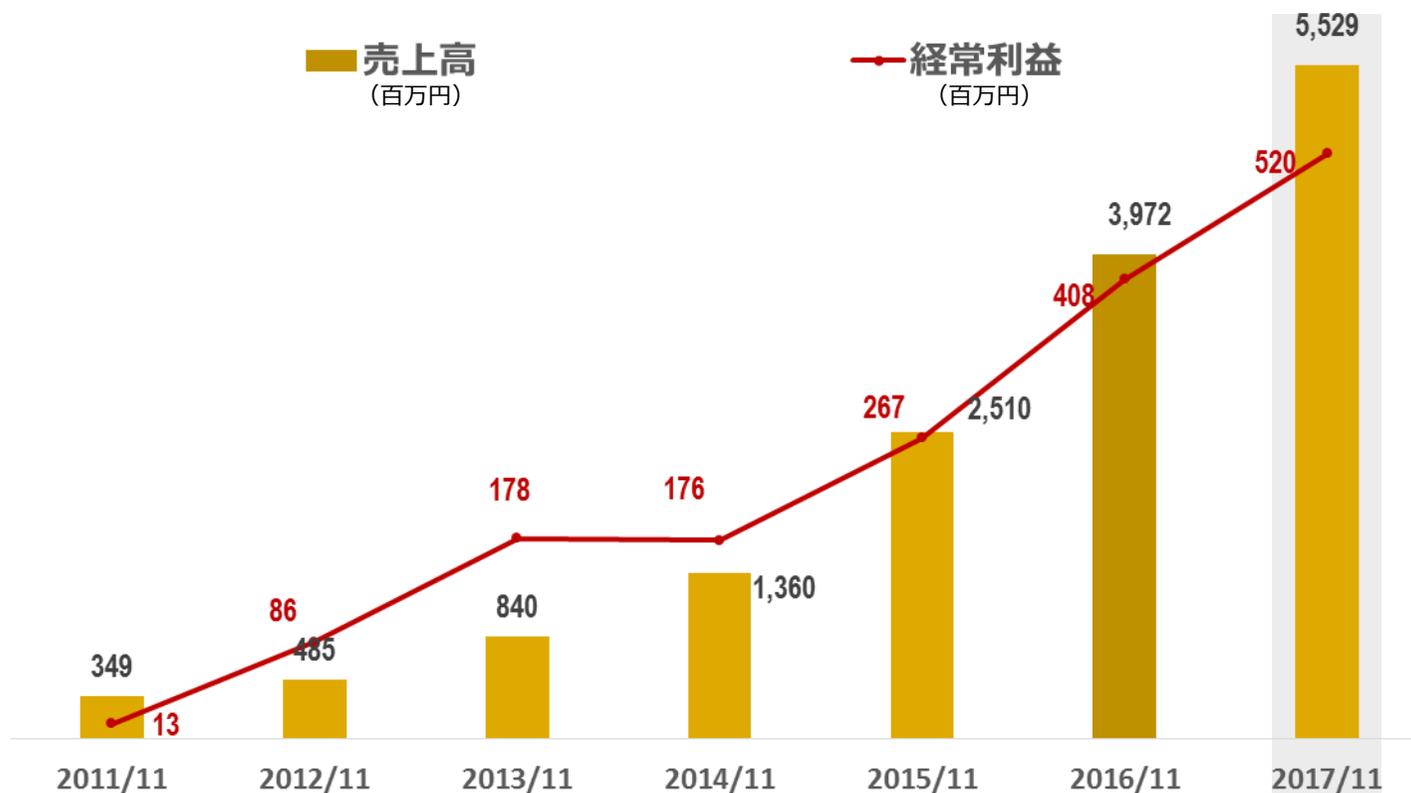
■ 店舗の内訳

(単位：店舗)

エリア	直営店	F C店	合計	割合
関東	60	75	135	81%
近畿	6	4	10	6%
中部	3	8	11	7%
九州	2	3	5	3%
その他	—	5	5	3%
合計	71	95	166	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39%、利益27%成長**



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	2017年 11月期	前期比	
			増減額	増減率
売上高	3,972	5,529	+1,557	+39.2%
売上総利益	2,412	3,387	+974	+40.4%
売上総利益率	60.7%	61.3%	+0.6pt	
販管費及び一般管理費	2,096	3,000	903	+43.1%
営業利益	316	387	70	+22.4%
経常利益	408	520	111	+27.2%
経常利益率	10.3%	9.4%	△0.9pt	
当期純利益	258	327	68	+26.5%

主な増減理由

【売上高】
次ページ参照

【売上総利益】
売上高増加及び原価率
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
- ・広告宣伝費
- ・減価償却費
- ・地代家賃
- ・消耗品

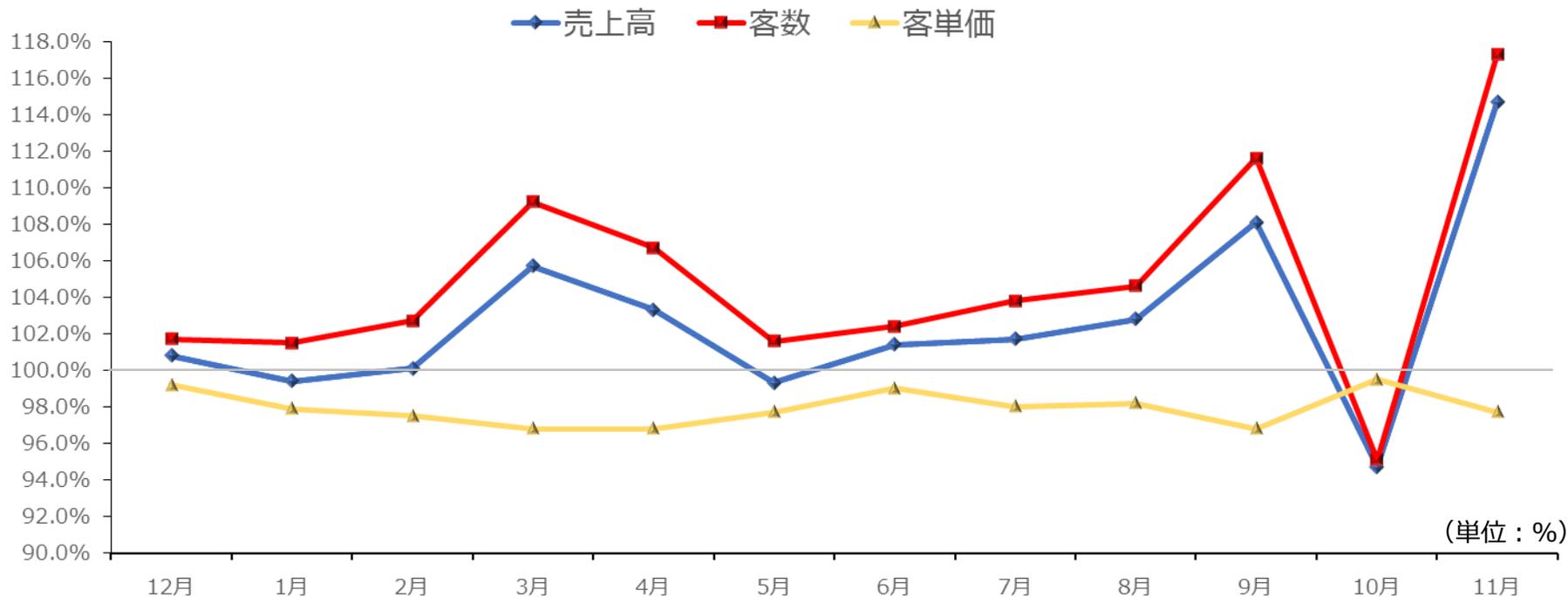
②本社費増加
・本社人員増加
(主にSV・マネージャー)

現状の業績動向（売上高内訳）

（単位：百万円）

	2016年 11月期	2017年 11月期	前期比		増減内容
直営店売上高	2,757	3,881	+1,124	+40.8%	既存店前年同期比102.7%の影響、前期OPENの14店舗通期寄与及び当期新店20店舗による増加
FC商品売上高	816	1,142	+326	+40.0%	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	248	297	+48	+19.4%	前期OPENの23店舗通期寄与及び当期新店18店舗による増加
その他	149	207	+58	+39.3%	FC店へのその他の売上増加
合計	3,972	5,529	+1,557	+39.2%	

既存店売上高前年比推移

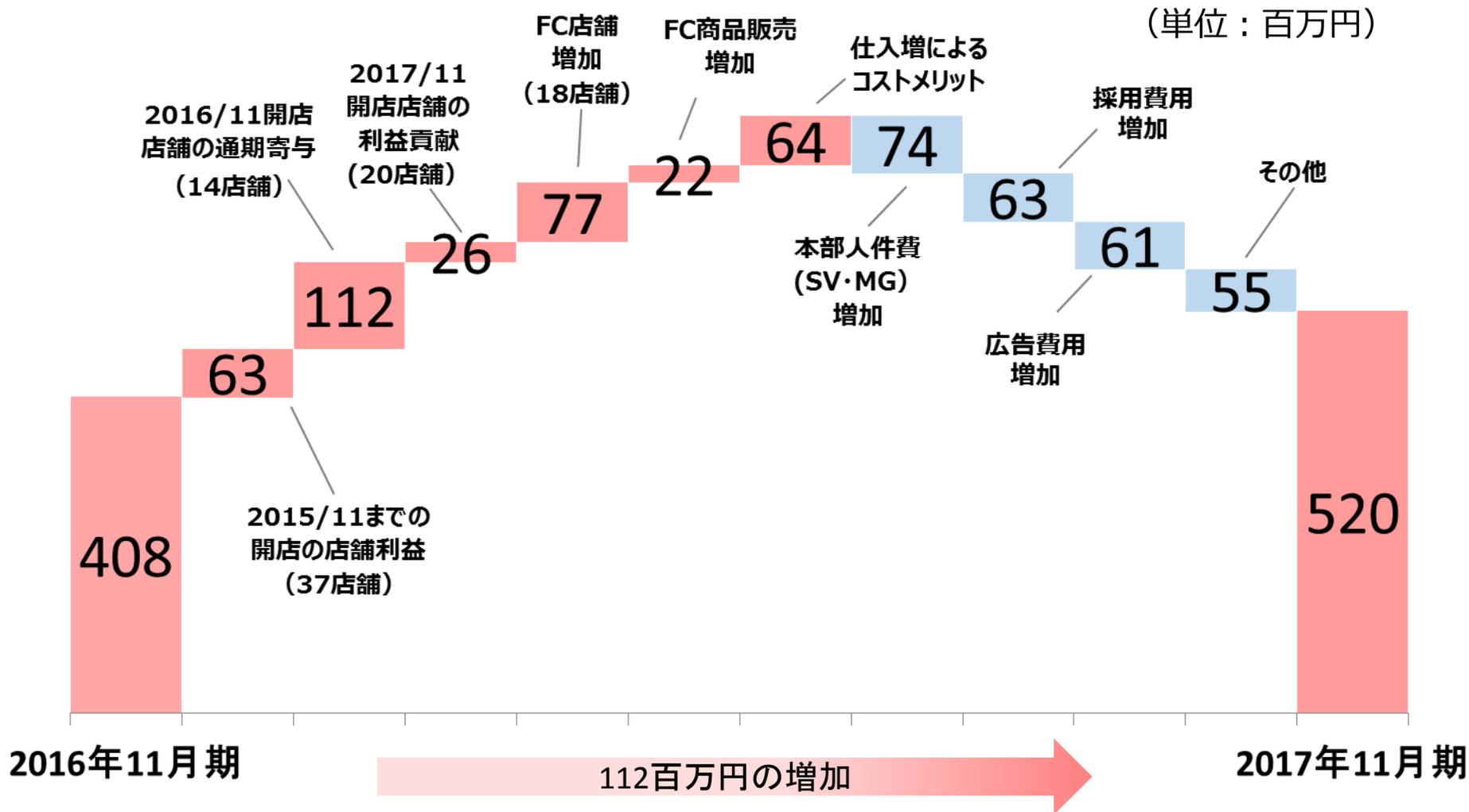


	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	平均
売上高	100.8	99.4	100.1	105.7	103.3	99.3	101.4	101.7	102.8	108.1	94.7	114.7	102.7
客数	101.7	101.5	102.7	109.2	106.7	101.6	102.4	103.8	104.6	111.6	95.1	117.3	104.9
客単価	99.2	97.9	97.5	96.8	96.8	97.7	99.0	98.0	98.2	96.8	99.5	97.7	97.9

※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（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）

	2017年 11月期実績	2017年 11月期予算	達成率	主な要因
売上高	5,529	5,100	108.4%	・既存店の好調（102.7%） ・直営店出店増（予算16店舗 →実績20店舗） ・FC商品販売の範囲の変更
売上総利益	3,387	3,100	109.3%	
販管費及び一般管理費	3,000	2,710	110.7%	・直営店増加による費用増加 ➢ 人件費 ➢ 採用費 ➢ 消耗品費(出店費用) ・広告宣伝費
営業利益	387	390	99.2%	
経常利益	520	500	104.0%	受取協賛金の増加
当期純利益	327	300	109.0%	

現状の業績動向（貸借対照表）

（単位：百万円）

	2016年 11月期	2017年 11月期	前年比較	主な増減内容
資産の部				
流動資産	2,104	1,458	△646	直営店の出店に伴う設備投資・借入金の返済及び投資有価証券の購入による現金及び預金の減少
固定資産	1,371	2,206	+834	店舗数増加による有形固定資産の増加・投資有価証券の取得による投資その他の資産の増加
資産合計	3,476	3,665	+188	
負債の部				
流動負債	825	1,002	+176	店舗数増加による営業債務の増加、未払法人税等の増加
固定負債	798	568	△230	長期借入金の返済
負債合計	1,624	1,571	△53	
純資産の部				
純資産合計	1,852	2,093	+241	当期純利益の計上及び配当金の影響
自己資本比率	53.3%	57.1%		借入金の返済の影響
有利子負債比率	25.8%	16.2%		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）

	2016年11月期	2017年11月期
営業キャッシュ・フロー	492	641
税引前当期純利益	391	499
減価償却費	117	152
売上債権の増減額	△19	△70
仕入債務の増減額	47	96
法人税等の支払額	△73	△169
投資キャッシュ・フロー	△433	△1,160
有形固定資産の取得による支出	△320	△496
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	996	△406
長期借入れによる収入	158	87
長期借入金の返済による支出	△243	△400
株式の発行による収入	1,086	4
配当金の支払額	—	△90
現金及び現金同等物の期末残高	1,883	958

(単位：百万円)

■ 店舗増加に伴い営業CFも増加

■ 2017年11月期は手元資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35円00銭（前期実績30円00銭）

■ 株主優待①（基準日：2017年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

株主還元

■ 株主優待② （基準日：2018年11月末）

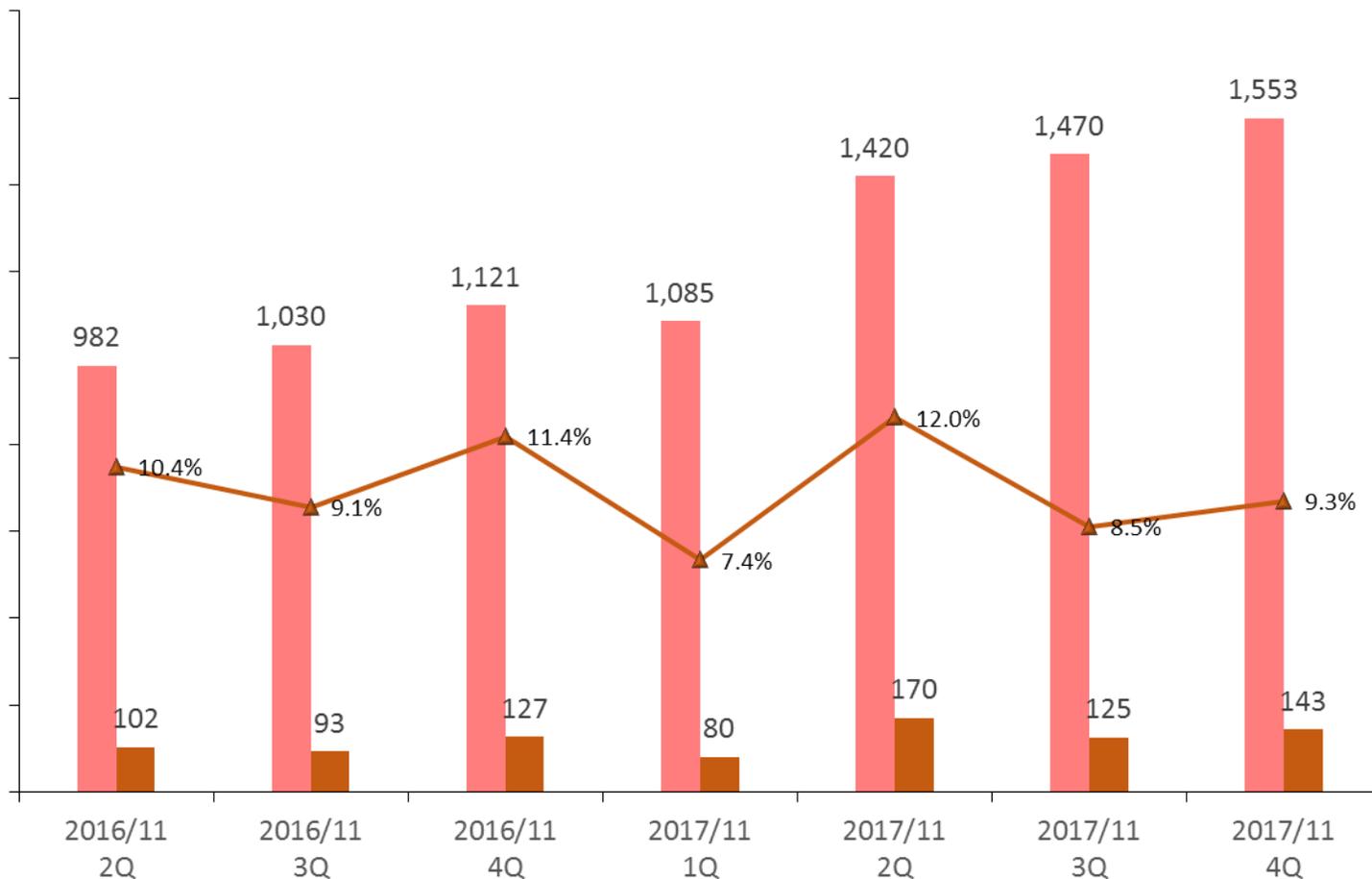
平成29年12月1日効力発生の株式分割後の株主優待につきましては以下のように変更しております。

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

(百万円)

売上高 経常利益 経常利益率



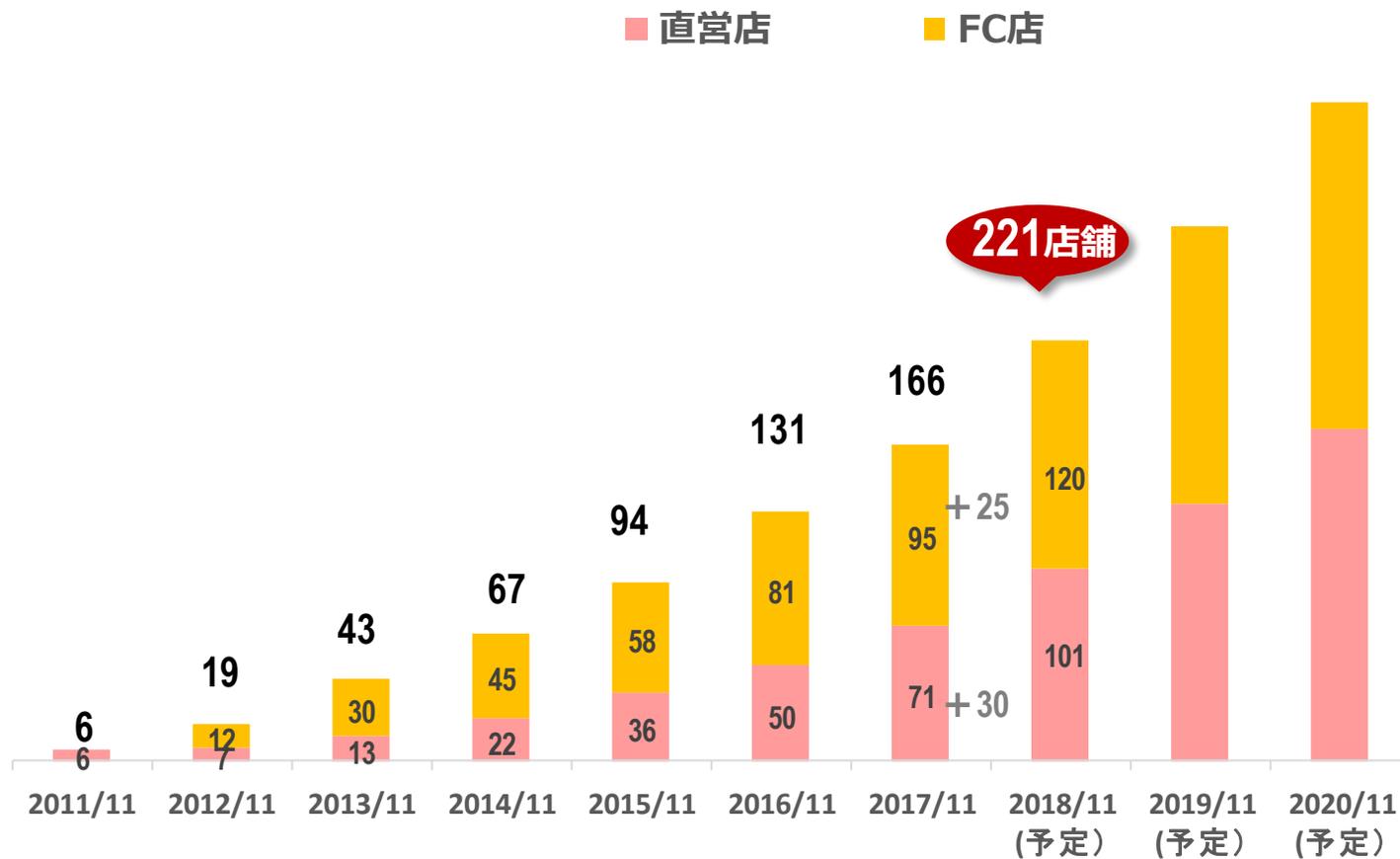


Ⅱ. 2018年11月期見通し

出店計画

直営店30店舗、FC店25店舗の合計55店舗を出店予定

■ 店舗数の推移 (店)



2018年11月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2017年 11月期	2018年11月期 連結（予想）	前期比
売上高	5,529	7,500	+ 35.6%
営業利益	387	530	+ 36.9%
営業利益率	7.0%	7.1%	
経常利益	520	660	+ 26.9%
経常利益率	9.4%	8.8%	
当期純利益	327	390	+ 19.2%
当期純利益率	5.9%	5.2%	

予想内容

- 売上高前年比+35.6%、経常利益前年比+26.9%を予想
- 8期連続の増収・増益を見込む
- 直営店30店舗、FC店25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99%前提で計画
- 直営店出店に伴い、開店コスト増加



Ⅲ. 2018年11月期 重点施策

2018年11月期 重点施策

- ①新規出店の継続、出店エリアの拡大
都心への出店、地方都市への出店及び海外への出店。
- ②既存店の収益維持・向上
客層別利用シーンの拡大。
- ③顧客満足度の追求
当たり前前のサービスレベルの向上
- ④教育強化
串カツ田中アカデミーの開校。串カツ田中研修センターの設立。
- ⑤組織体制の見直し
経営と執行の分離を目的にホールディングス化。
部門横断的な戦略を立案する経営戦略室を設置。

①新規出店の継続、出店エリアの拡大

クラーク・キー店 (シンガポール)

2017年12月13日OPEN

串カツを日本を代表する食文化とするという目標の第一歩として、アジア展開に豊富な知見と経験を持つSFBI (Asia-Pacific) Pte.Ltdとフランチャイズ契約を締結し、アジアのハブであるシンガポールに出店。串カツのアジアでの知名度向上を目指します。



【特徴】 日本と同じ内装・メニューで出店

【店舗規模】 46.5坪 80席

【価格】 串カツ1SGD~2.5SGD 客単価35SGD~40SGD

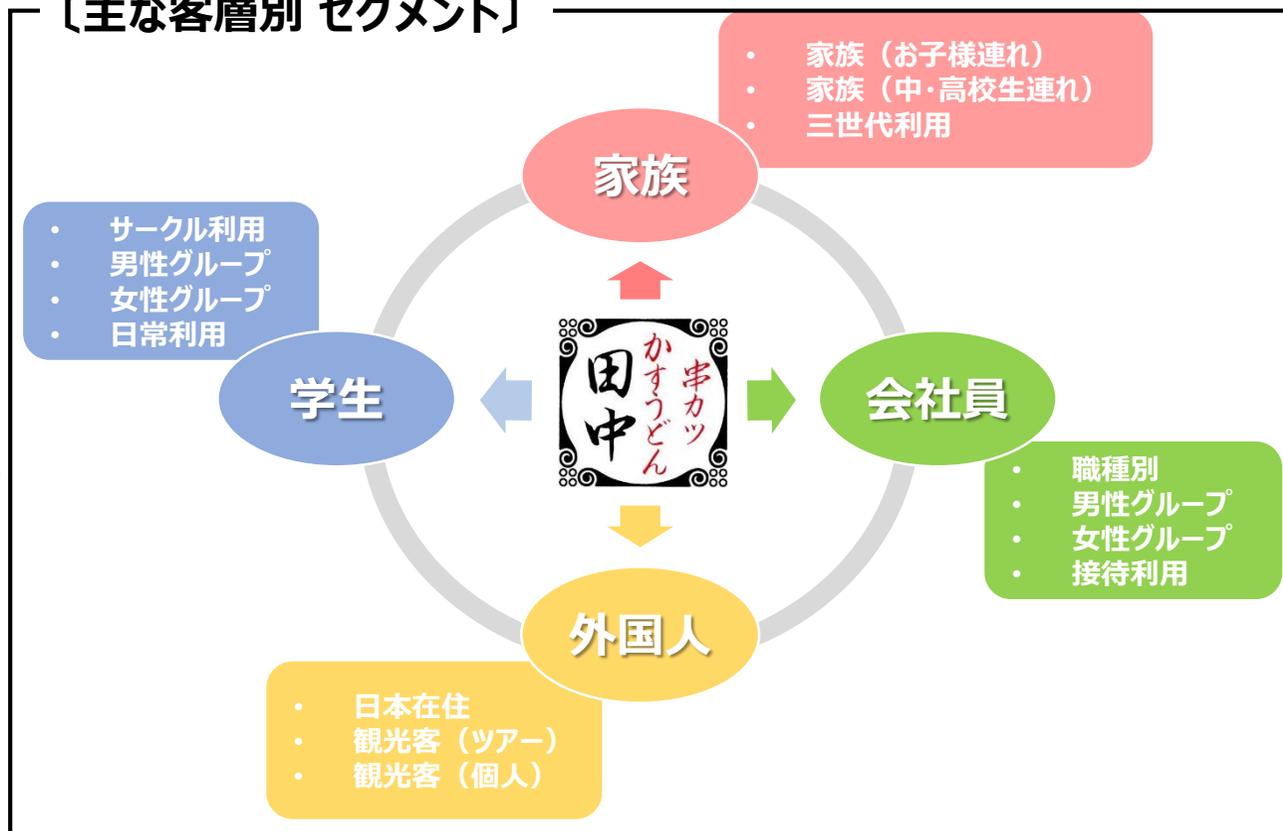
②既存店の収益維持・向上

客層別 利用シーンの拡大

総合居酒屋の「何でもある」というスタイルではなく**客層ごとに訴求**

- 来店頻度の増加を促進
- 売上のアップ

〔主な客層別 セグメント〕



④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



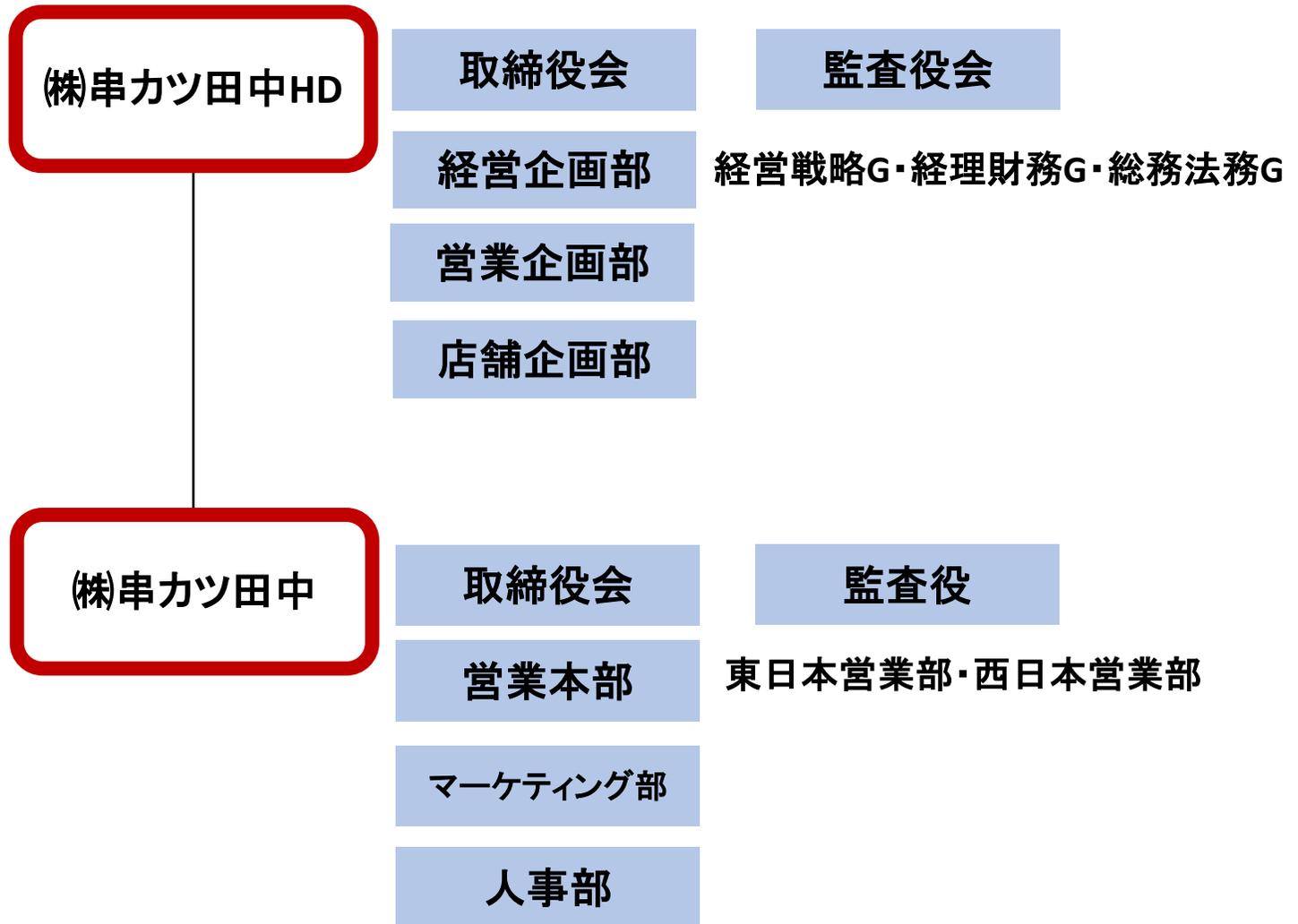
串カツ田中研修センターの設立

入社後、店舗への本配属を行うまでに、研修センターにてOJT、OFFJTを行い当社の考え方、串カツ田中で必要なQSCを取得する事ができる研修店舗を構築します。

サービスレベルを更に向上し、年間55店舗の
出店を行っていただける体制の構築



⑤ホールディングス化 (2018年6月～予定)



近隣店舗のご紹介

店舗名	アクセス	TEL	営業時間（金曜）
銀座店	銀座駅・新橋駅から 徒歩8分	03-6264-5094	17時～翌5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5時
新橋店	JR新橋駅SL広場よ り徒歩3分	03-6457-9484	15時～翌5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	16時～翌2時
赤坂店	千代田線 赤坂駅 徒歩3分	03-6277-6694	17時～翌5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 管理部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)

※ 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

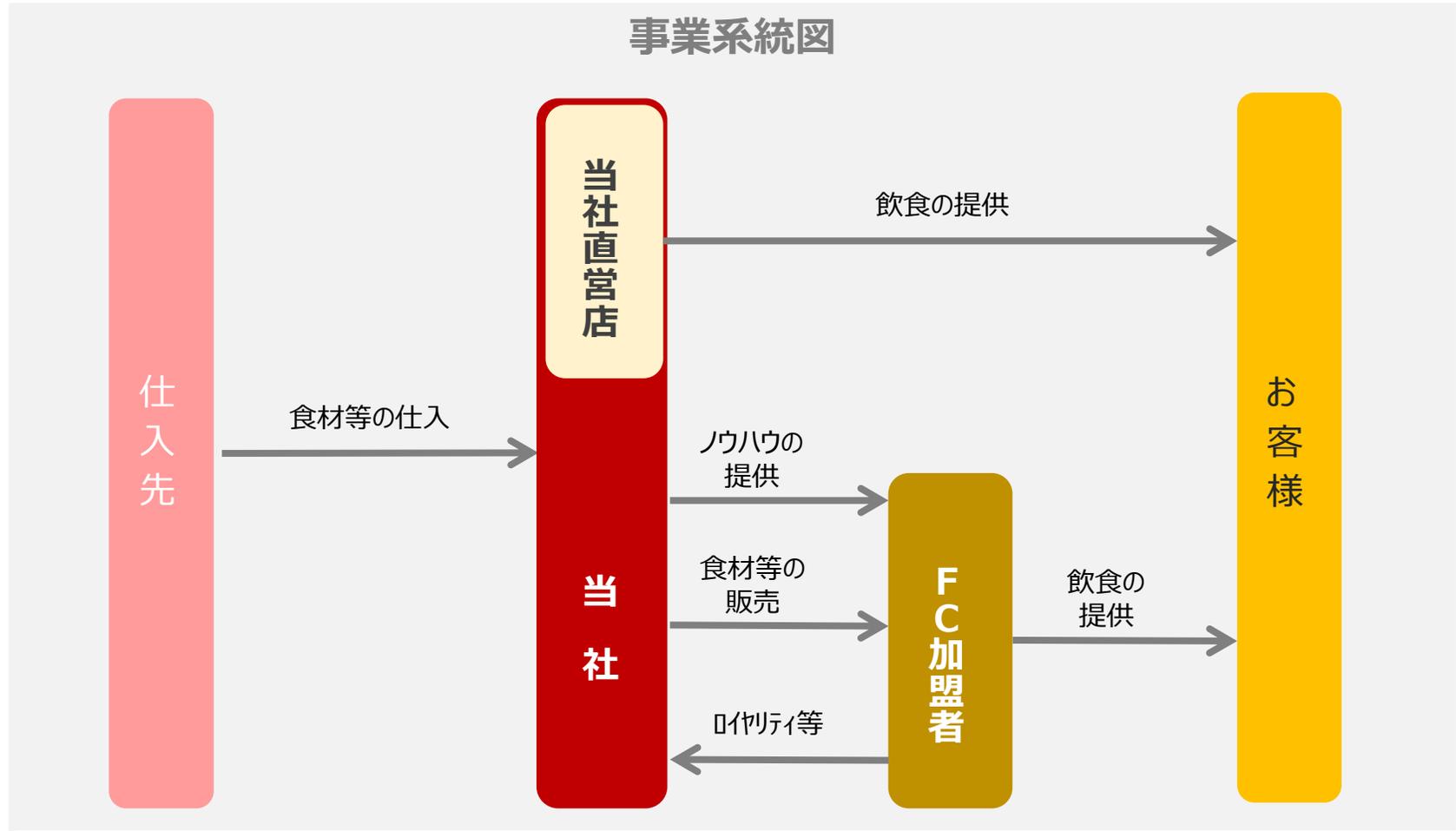
当社の使命

- 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

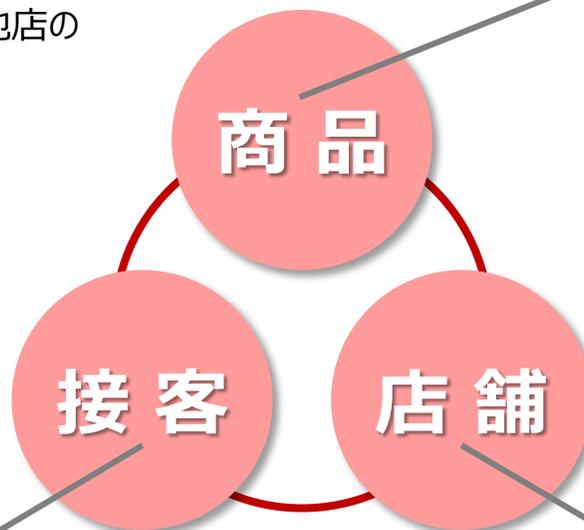
『串カツ田中ブランド』

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 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 ・たこ焼き ・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