

名物



串カツ田中

大阪伝統の味

2019年11月期
決算説明資料

2020年1月14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. 2019年11月期 業績

II. 2020年11月期 見通し

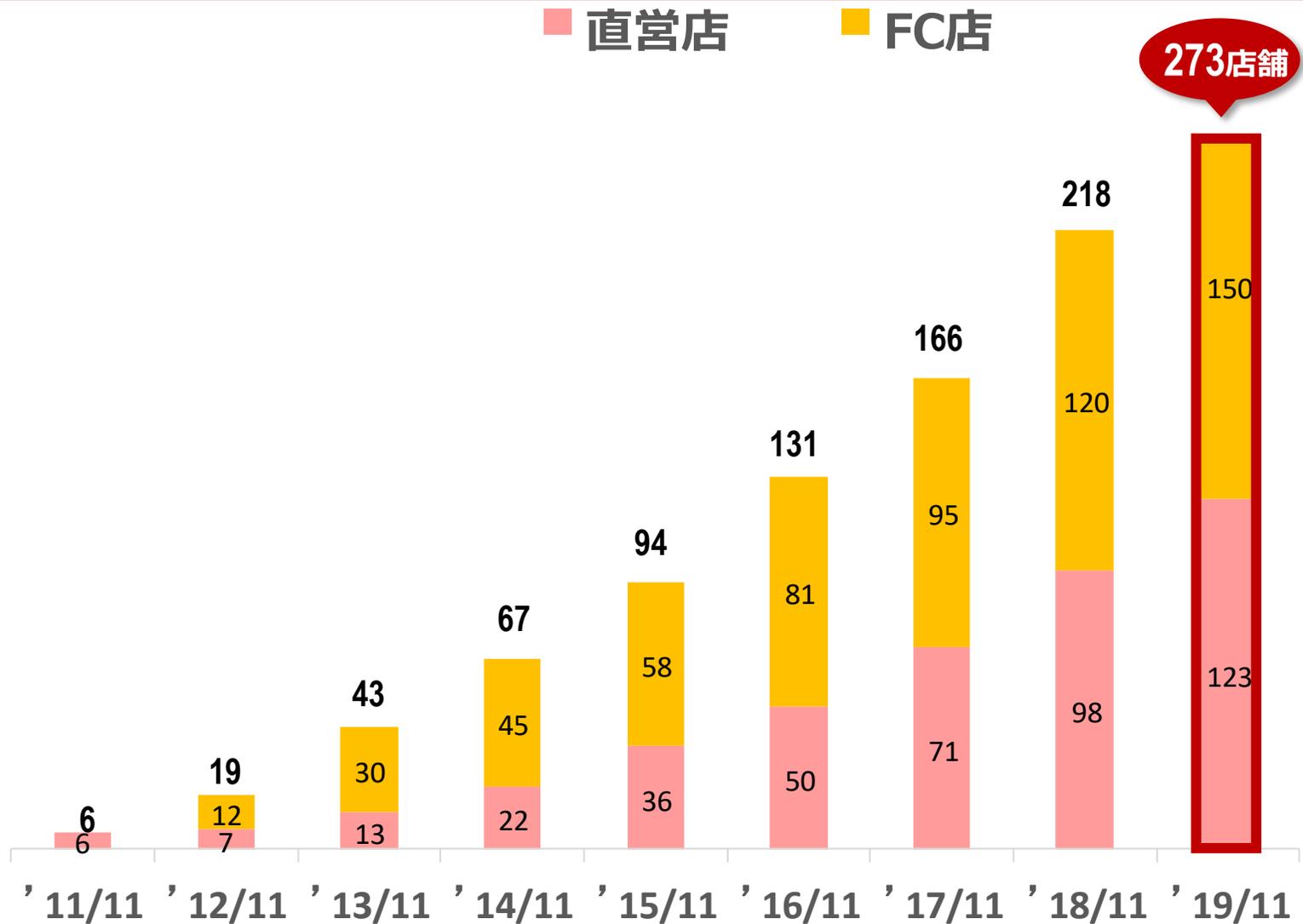
III. 2020年11月期 重点施策

IV. 参考資料



I. 2019年11月期 業績

店舗推移



出店状況

新規出店の状況 63店舗出店 (2019年11月期)

	直営店	FC店	合計
関東圏	23店舗	12店舗	35店舗
関東圏以外	5店舗	23店舗	28店舗
合計	28店舗	35店舗	63店舗

出店状況

出店数の前期・予算比較

(単位：店舗)

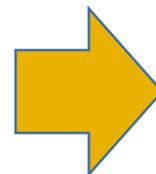
	2018年 11月期	2019年 11月期	前年比較	予算	達成率
直営店	27	28	+1	33	85%
FC店	29	35	+6	31	113%
合計	56	63	+7	64	98%

エリア別店舗数

地方の割合が徐々に増加

(単位：店舗)

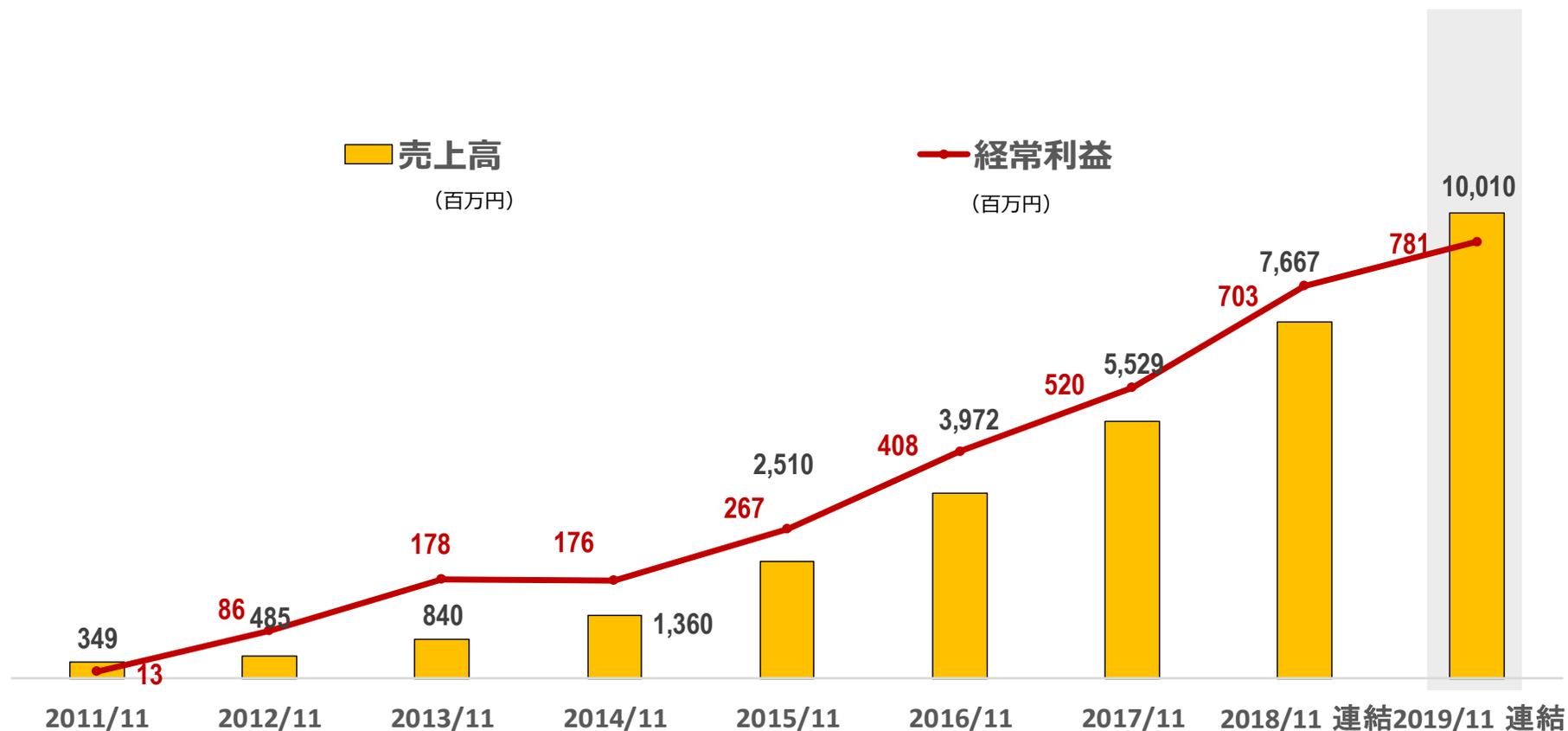
	2018年 11月期末	割合
関東圏	157	72.0%
関東圏 以外	61	28.0%
合計	218	100%



	2019年 11月期末	割合
関東圏	184	67.4%
関東圏 以外	89	32.6%
合計	273	100%

現状の業績動向（ハイライト）

前年同期比売上30%、利益11%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

(単位：百万円)

	2018年 11月期 連結	2019年 11月期 連結	前期比	
売上高	7,667	10,010	+2,343	+30.6%
売上総利益	4,689	6,116	+1,427	+30.4%
売上総利益率	61.2%	61.1%	△0.1pt	
販管費及び一般管理費	4,130	5,511	1,381	+33.4%
営業利益	559	605	45	+8.1%
経常利益	703	781	77	+11.0%
経常利益率	9.2%	7.8%	△1.4pt	
親会社株主に帰属する 当期純利益	469	455	△14	△3.1%

主な増減理由

【売上高】

直営店28店舗の増加、
F C店35店舗の増加の影響

【販管費及び一般管理費】

新規出店に伴う人件費の増加、
地代家賃の増加及び減価償
却費の増加の影響

【経常利益】

仕入先からの協賛金収入の増
加の影響

【当期純利益】

減損損失 8店舗108百万円
の影響（前年度は4店舗40百
万円）

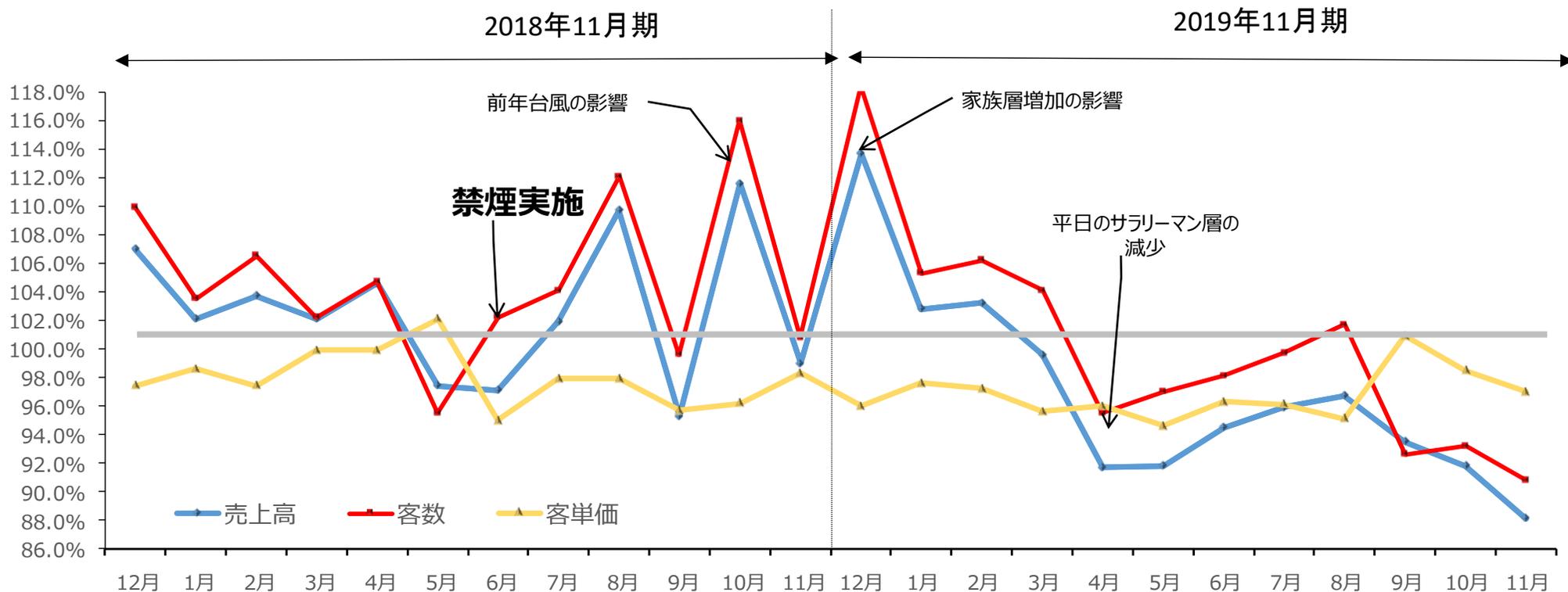
現状の業績動向（売上高内訳）

（単位：百万円）

	2018年 11月期 連結	2019年 11月期 連結	前期比		増減内容
直営店売上高	5,384	7,008	+1,623	+30.1%	既存店前年同期比96.9%の影響、 前期OPENの27店舗通期寄与及 び当期新店28店舗による増加
FC商品売上高	1,619	2,166	+547	+33.8%	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	379	463	+83	+22.1%	前期OPENの29店舗通期寄与及 び当期新店35店舗による増加
その他	284	372	+88	+30.1%	FC店へのその他の売上増加
合計	7,667	10,010	+2,343	+30.6%	

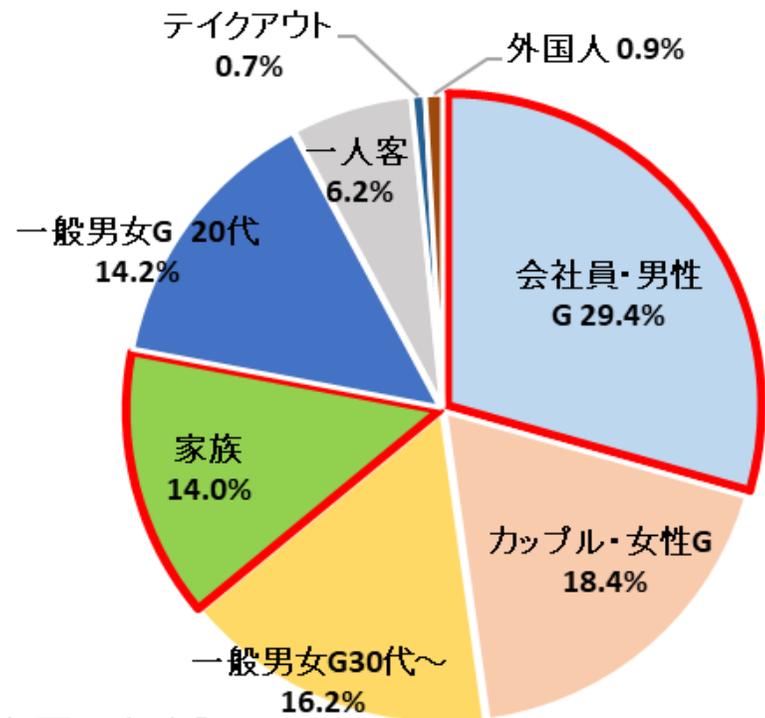
既存店売上高前年同期比推移

前年同期比平均 売上高96.9%、客数100.2%、客単価96.7%
禁煙化後のメディア露出の影響で前期は好調であったが、今期はメディア露出の減少により売上減。禁煙化後の客層の変化は一巡し、安定してきた。

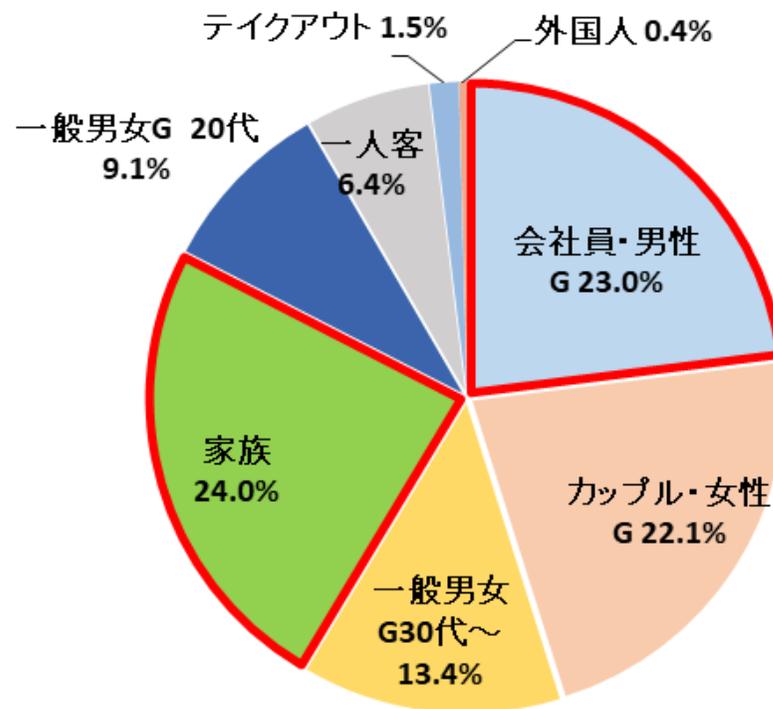


禁煙化の影響

2018年5月（禁煙化前）



2019年11月



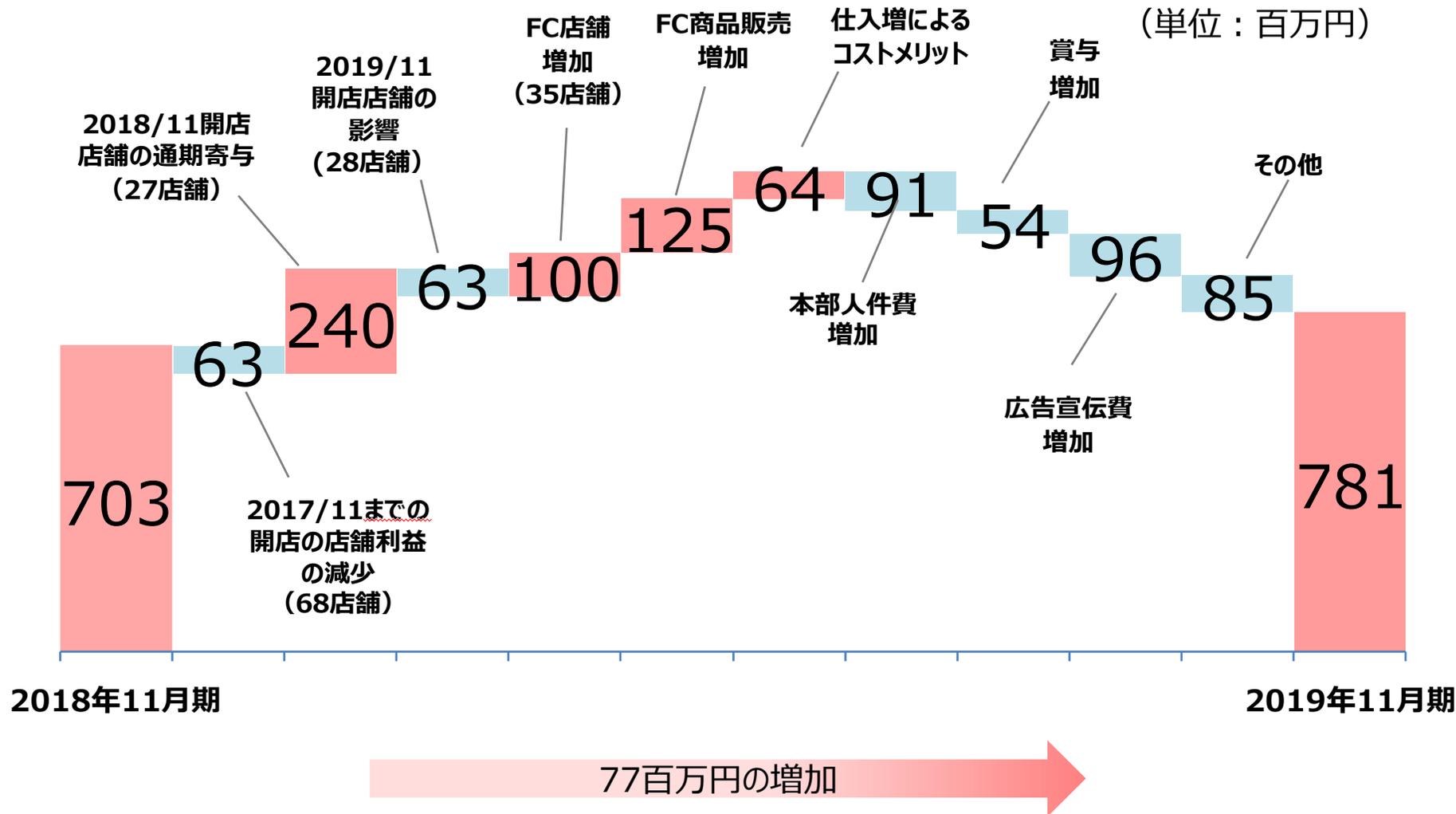
【客層の変化】

家族層 +10%、会社員・男性グループ Δ 6.4%

【客層の変化の影響】

- ・家族層の増加による土日祝日の売上増加
- ・会社員・男性グループの減少による平日の売上減少
- ・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）

	2019年 11月期連結 実績	2019年 11月期連結 予算	達成率	主な要因
売上高	10,010	9,700	103.2%	<ul style="list-style-type: none"> ・既存店の影響（96.9%） ・直営店出店数は予算より少ない（予算33店舗→実績28店舗）が、店舗当たり売上高は好調 ・FC商品販売の増加
売上総利益	6,110	5,990	102.0%	
販管費及び一般管理費	5,511	5,400	102.0%	<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) ・広告宣伝費の増加
営業利益	605	590	102.5%	
経常利益	781	740	105.4%	受取協賛金の増加
当期純利益	455	440	103.4%	

現状の業績動向 (貸借対照表)

	2018年 11月期 連結	2019年 11月期 連結	前年比較	主な増減内容 (単位：百万円)
資産の部				
流動資産	1,893	2,421	+527	借入による現金及び預金の増加、F C増加による売掛金の増加
固定資産	2,533	3,157	+624	店舗数増加による有形固定資産の増加
資産合計	4,426	5,578	+1,152	
負債の部				
流動負債	1,413	1,857	+443	店舗数増加による営業債務の増加
固定負債	552	920	+367	長期借入金の増加、預り保証金の増加
負債合計	1,966	2,777	+811	
純資産の部				
純資産合計	2,460	2,800	+340	当期純利益の計上及び配当金の影響
負債・純資産合計	4,426	5,578	+1,152	
自己資本比率	55.6%	50.2%	△4.4	借入金の増加の影響
有利子負債比率	11.8%	16.0%	+4.2	借入金の増加の影響

現状の業績動向（連結キャッシュ・フロー 主な内訳）

	2018年11月期	2019年11月期
営業キャッシュ・フロー	832	1,052
税引前当期純利益	705	672
減価償却費	216	289
売上債権の増減額	△262	△72
仕入債務の増減額	166	72
法人税等の支払額	△220	△290
投資キャッシュ・フロー	△439	△783
有形固定資産の取得による支出	△660	△731
投資不動産の売却による収入	330	-
差入保証金の差入による支出	△158	△147
財務キャッシュ・フロー	△173	200
長期借入れによる収入	375	800
長期借入金の返済による支出	△438	△425
自己株式の取得による支出	-	△51
配当金の支払額	△105	△118
現金及び現金同等物の期末残高	1,177	1,646

(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。

■ 2019年11月期は金融機関より長期借入を実施したため財務CFがプラスとなった。

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

2018年11月期：1株当たり13円00銭

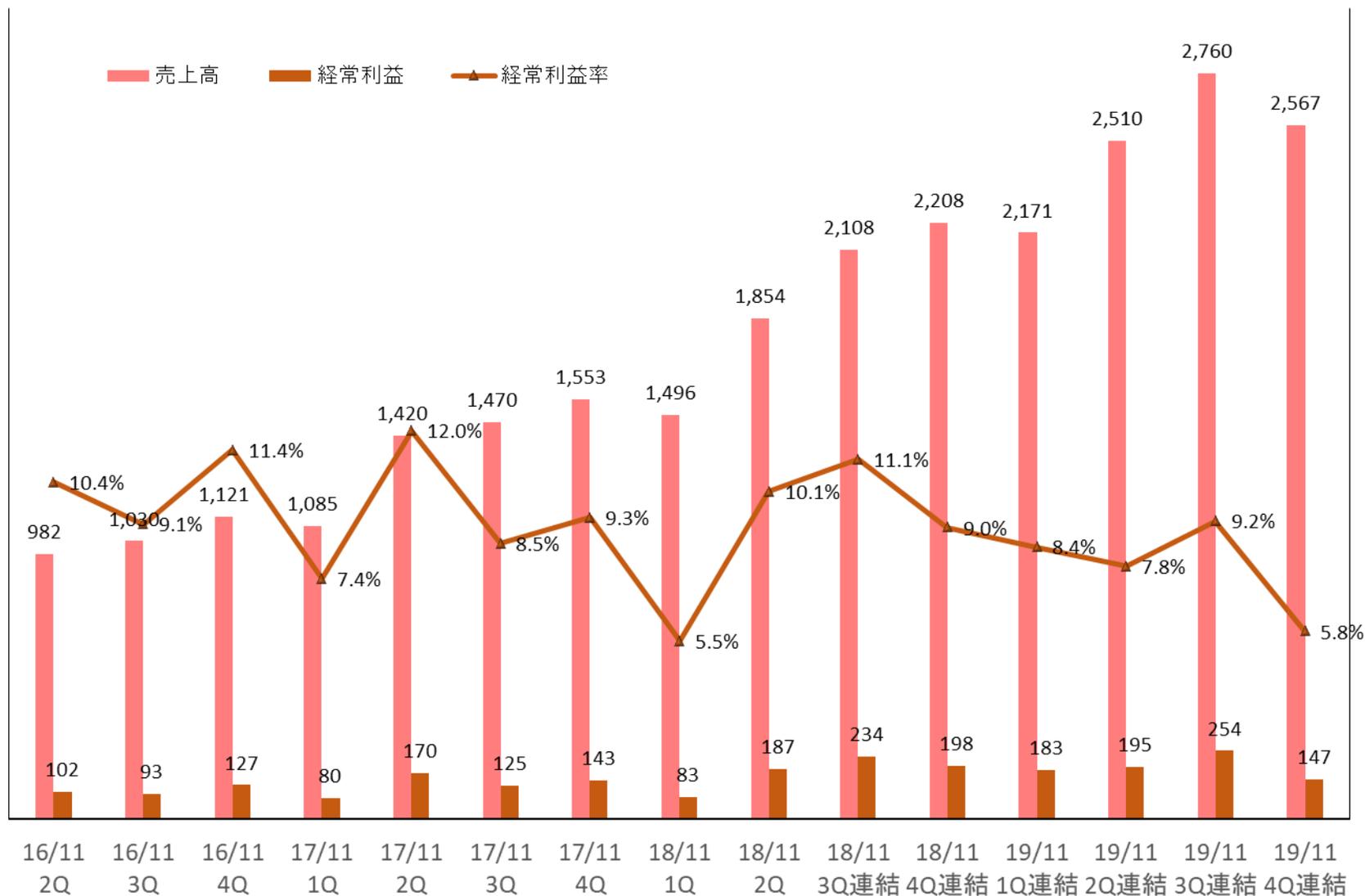
2019年11月期：1株当たり30円00銭（東証第一部市場変更記念配当15円00銭含む）

■ 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



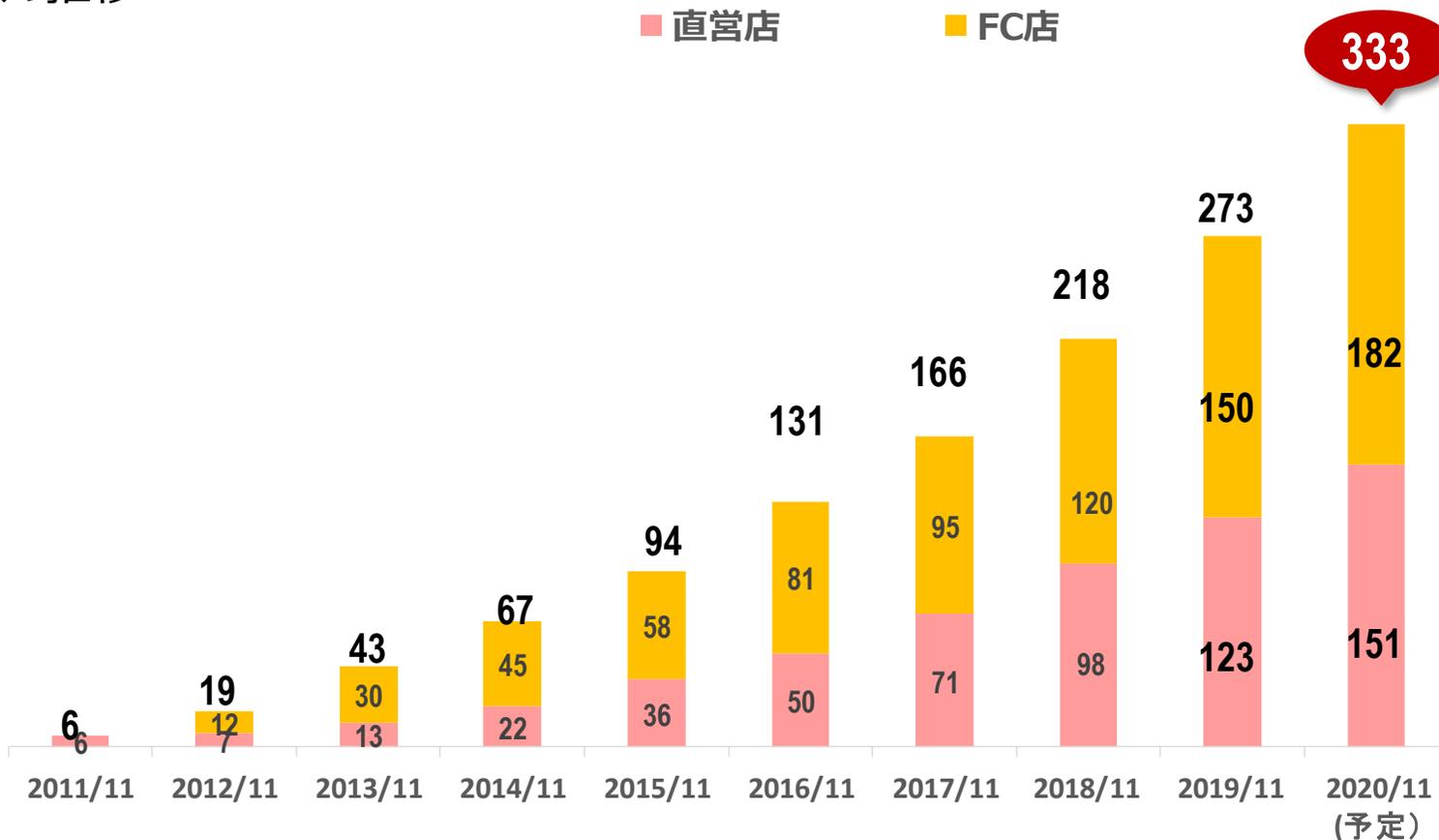


Ⅱ. 2020年11月期見通し

出店計画

直営店28店舗、FC店32店舗の合計60店舗を出店予定

■ 店舗数の推移 (店)



2020年11月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2019年 11月期 連結	2020年11月期 連結（予想）	前期比
売上高	10,010	12,700	+26.9%
営業利益	605	790	+30.6%
営業利益率	6.0%	6.2%	
経常利益	780	950	+21.6%
経常利益率	7.8%	7.5%	
当期純利益	455	530	+16.4%
当期純利益率	4.5%	5.3%	

予想内容

■ 売上高前年比+26.9%、経常利益前年比+21.8%を予想

■ 直営店28店舗、FC店32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100%前提で計画

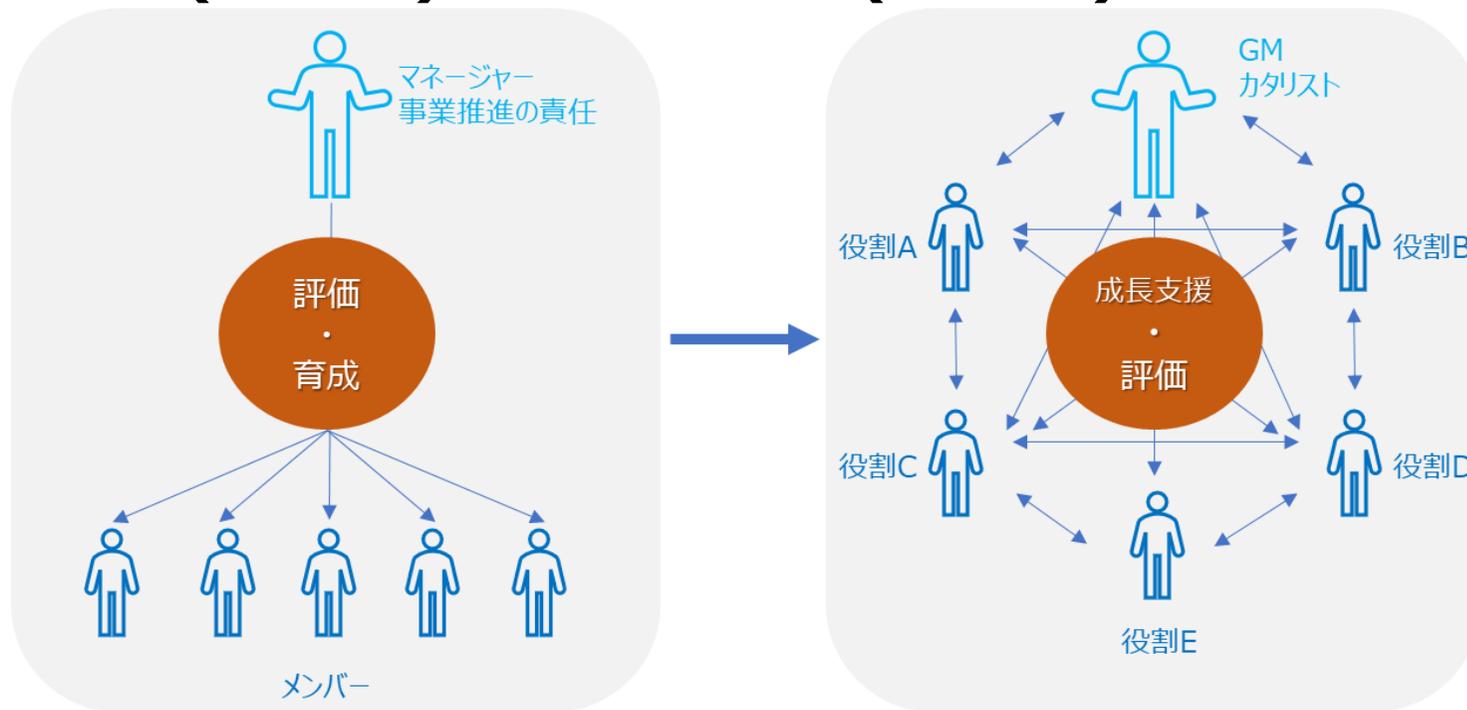
■ 従業員の待遇向上（休日、賞与増加）



Ⅲ. 2020年11月期 重点施策

① ティール組織の定着

当事者意識(マインド)の高い進化する(ティール)組織を定着させる



1. 自主経営(セルフマネジメント)

チームメンバー同士で刺激しあい(仲間同士のプレッシャー)組織を作っていく

2. 全体性(役割の明確化)

役割を明確にする事により、責任と裁量を与え全員が能力を発揮できる環境を作る

3. 目的の明確化

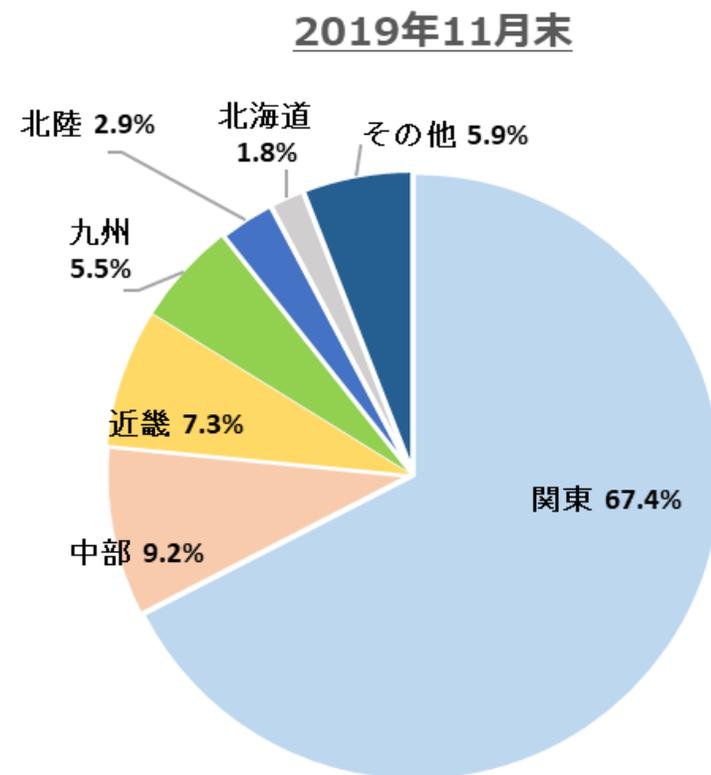
常に目的意識を持ち、変わりゆく目的を明確にする

② 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 出店エリアの拡大

● ロードサイド新業態（FR：ファミリーレストラン型串カツ酒場）

三世代で楽しめるFR型串カツ酒場
「串カツ田中 前橋三俣店」2019年3月28日(木)OPEN



「串カツ田中 佐野店」2019年8月29日（木）OPEN



ファミ
リーレス
トラン



FR型
串カツ
酒場

専門
居酒屋

コンセプトは「三世代で楽しめる FR（ファミリーレストラン）型串カツ酒場」。

（特徴1：居心地の追求、特徴2：食事メニューの充実、特徴3：利便性の向上）。

活気のある接客や串カツ田中のサービスの良さをそのままに、よりお客様、特にファミリー層に満足いただけるような店となっています。

③ 中食市場への参入

● テイクアウト・デリバリーの推進

⇒家飲み・パーティー需要へ対応、串カツの提供シーンの拡大



 おうちで田中 
テイクアウト&デリバリー
串カツ1本からご注文可能!

 テイクアウト



**LINE
ポケオ**

串カツ田中全店で承ります!
※事前テイクアウト予約(LINEポケオ)は一部店舗でご注文可能です。

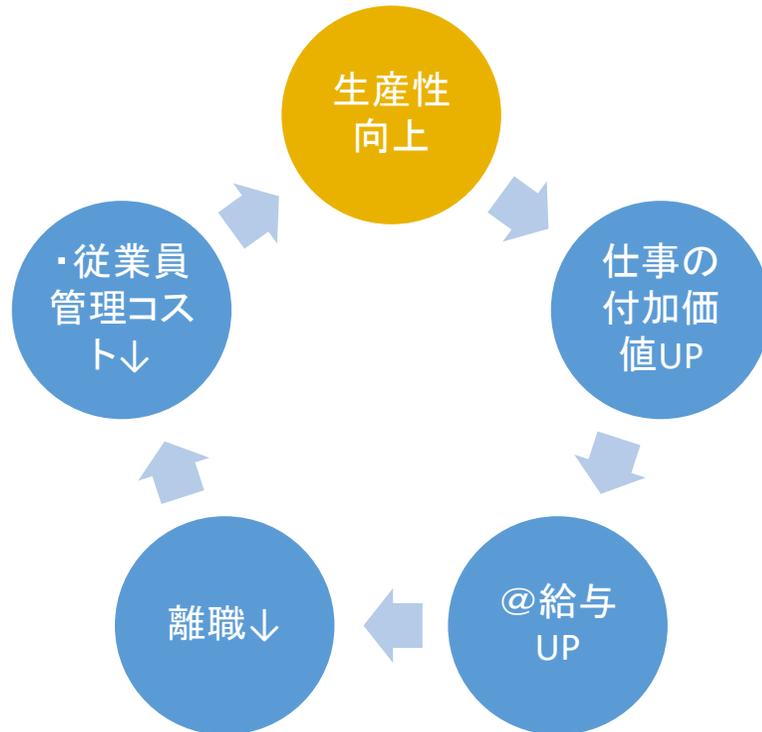
 デリバリー



東京、神奈川、埼玉、千葉、愛知、
大阪、京都、兵庫、福岡の一部店舗
で展開中!

④ 生産性の向上

● 生産性の向上 ⇒ 従業員の物心両面の幸福



・生産性の向上

- ・売上高の向上
- ・コストの削減
- ・オペレーションの効率化

⇒生産性の向上を原資に従業員の物心両面の幸福の実現を目指し、さらなる好循環サイクルを実現する。

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、2019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

会社概要

社名	株式会社 串カツ田中ホールディングス
設立	2002（平成14）年 3月 20日
代表者	代表取締役社長 貫 啓二
本社	東京都品川区東五反田一丁目7番6号
資本金	303百万円（2019年11月末現在）
業績	<ul style="list-style-type: none">●売上高：100億10百万円●経常利益：7億80百万円（ともに、2019年11月期）
事業内容	「串カツ田中」の単一ブランドで関東圏を中心に全国規模で飲食事業を展開



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）
2019年 3月		初の F R型ロードサイド業態 出店「串カツ田中前橋三俣店」（群馬県前橋市）オープン
2019年 6月	東京証券取引所市場第一部へ指定替え	



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、社会貢献し、
全従業員の物心両面の幸福を追求する。

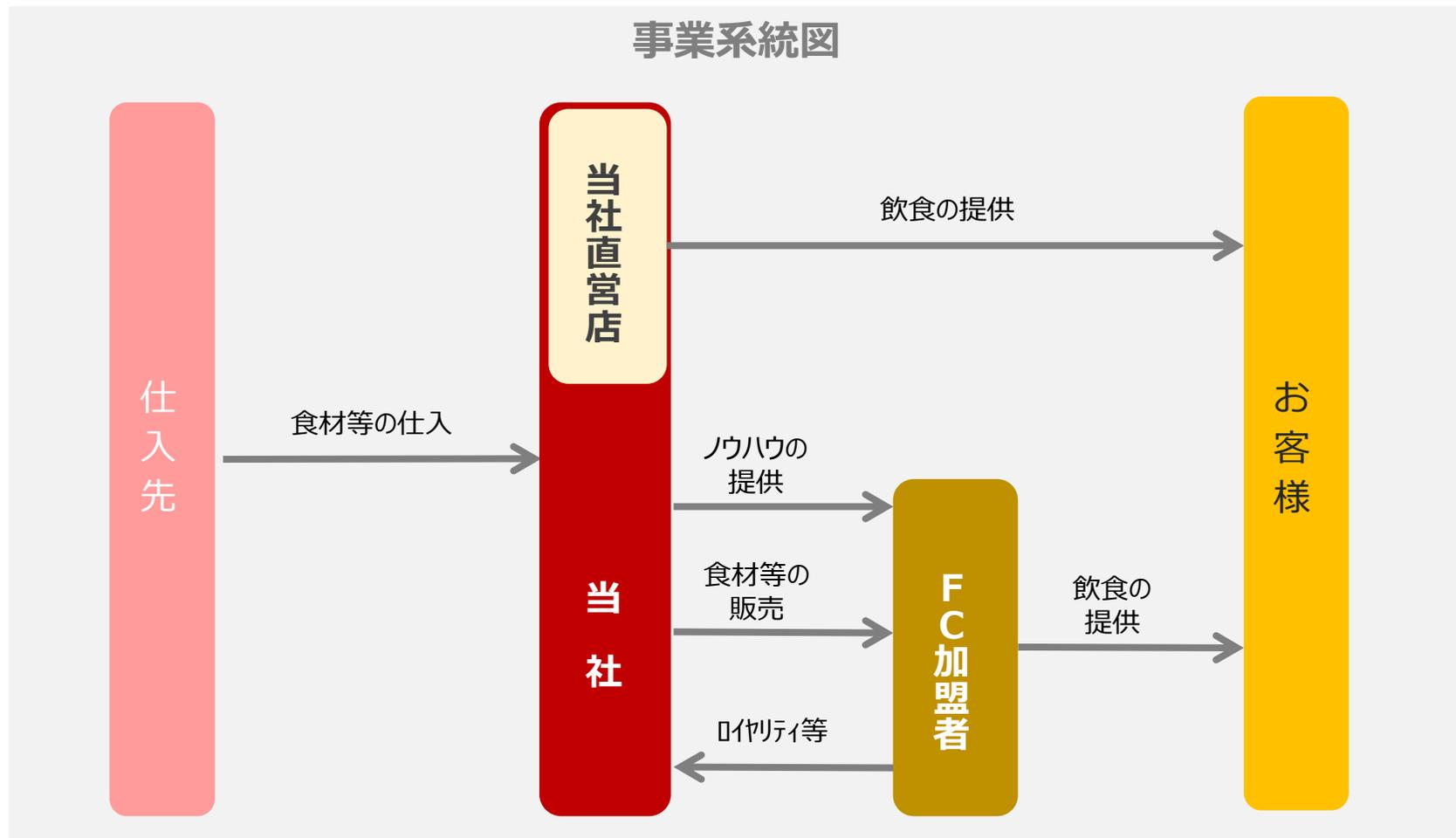
当社の使命

- 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店舗体制を構築し、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

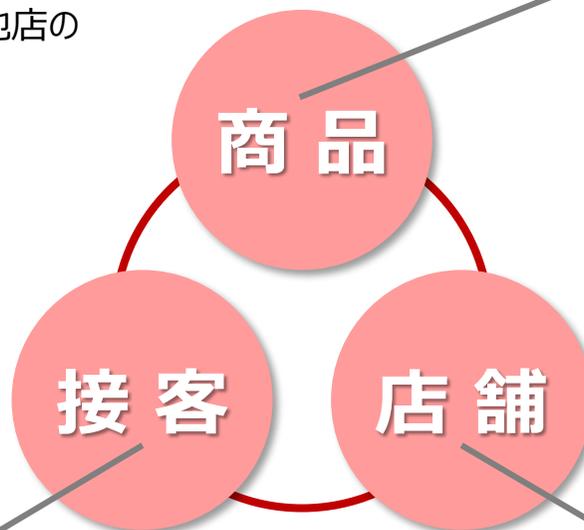
『串カツ田中ブランド』

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2,300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 ・ガリ耐 ・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