

名物



# 串カツ田中

大阪伝統の味

2020年11月期第2四半期  
決算説明資料



2020年7月15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. 2020年11月期第2四半期 業績

---

## II. 2020年11月期 トピックス

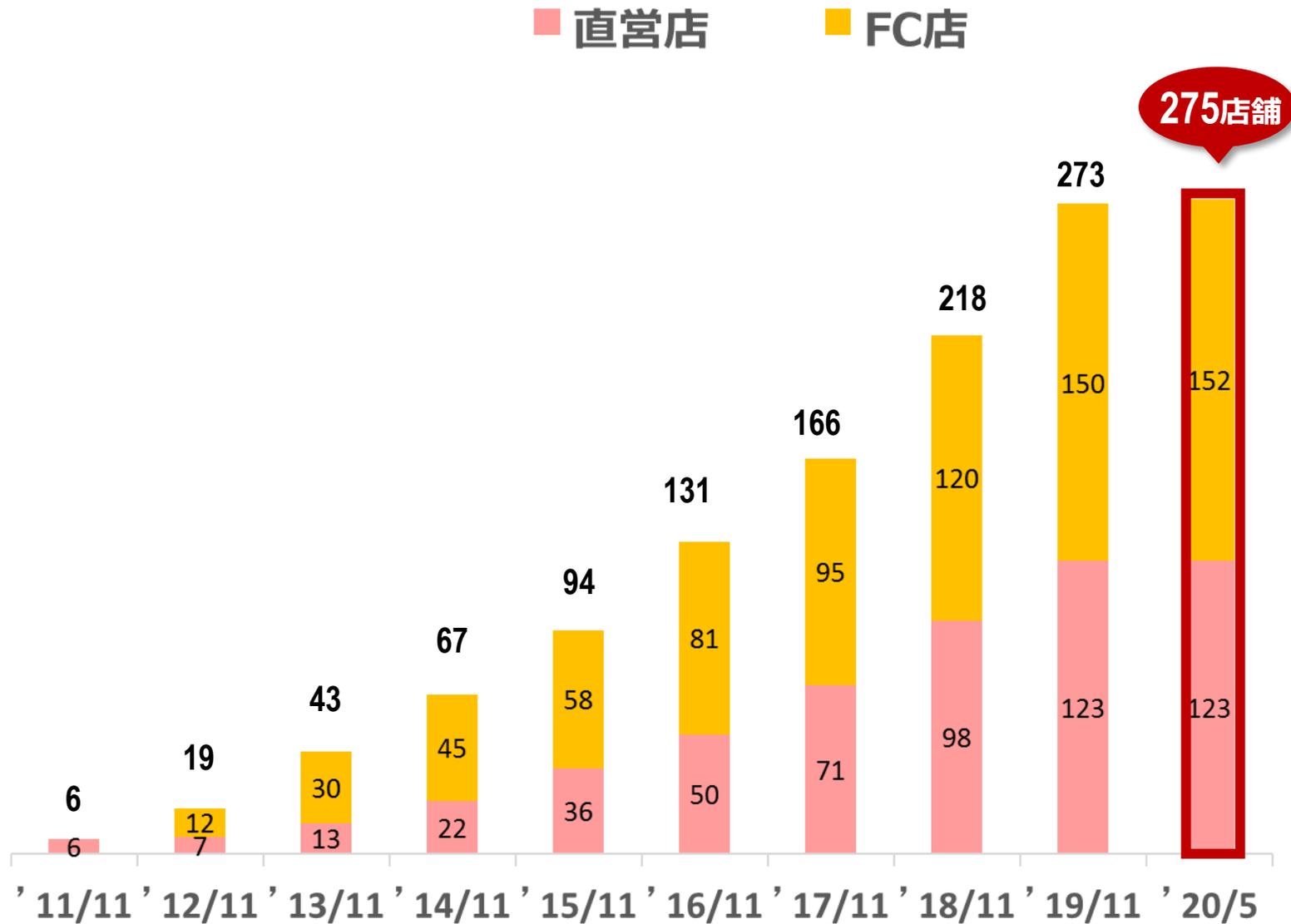
---

## III. 参考資料



# I. 2020年11月期第2四半期 業績

# 店舗推移



# 出退店状況

## 新規出店の状況 12店舗出店

内訳

(当第2四半期累計期間)

	直営店	FC店	合計
関東圏	6店舗	0店舗	6店舗
関東圏以外	1店舗	5店舗	6店舗
合計	7店舗	5店舗	12店舗

## 出退店状況

## 出店数の前期・予算比較

(単位：店舗)

	2019年 11月期 第2四半期	2020年 11月期 第2四半期	前年同期 比較	年間予算	進捗率
直営店	15	7	△8	28	25%
FC店	11	5	△6	32	15%
合計	26	12	△14	60	20%

【ご参考】 6月出店状況

直営店 4 店舗 FC店 2 店舗

# 出退店状況

## 退店の状況 10店舗退店

内訳

(当第2四半期累計期間)

	直営店	FC店	合計
関東圏	7店舗	0店舗	7店舗
関東圏以外	2店舗	1店舗	3店舗
合計	9店舗	1店舗	10店舗

\* 不採算店舗の閉店を実施

# 営業の状況

## 新型コロナウイルス感染症拡大防止に伴う休業

4月4日から4月12日

直営店ほぼ全店で臨時休業、F C店にも休業を推奨

4月13日から

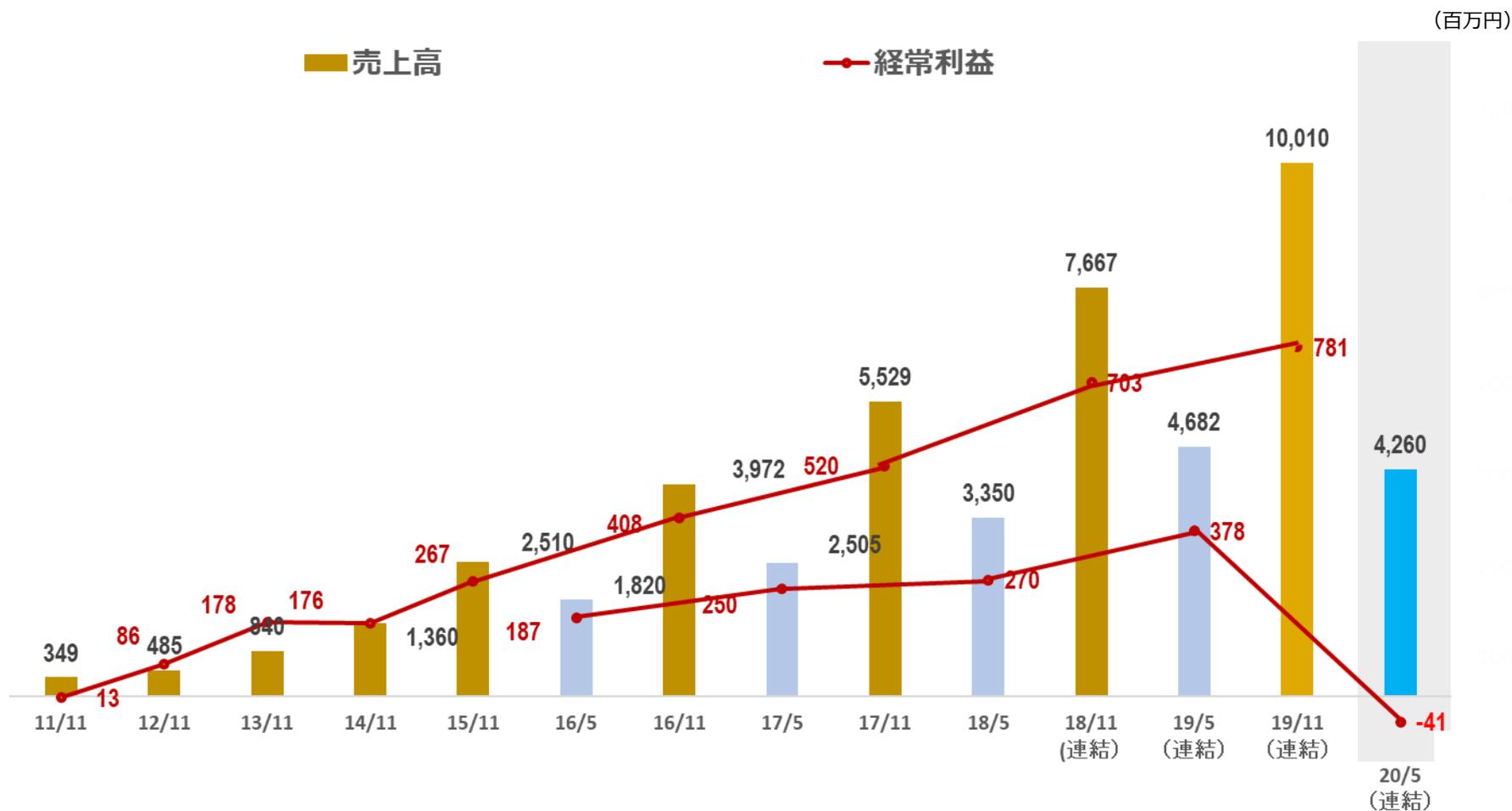
直営店41店舗で臨時休業延長、直営店73店舗で時短営業、テイクアウト等での営業再開

5月6日から現在

ほぼすべての直営店・F C店で時短営業を再開しております。

# 現状の業績動向（ハイライト）

前年同期比売上高△9%、経常利益△41百万円



## 現状の業績動向（ハイライト・前期比較）

(単位：百万円)

	2019年 11月期 第2四半期 (連結)	2020年 11月期 第2四半期 (連結)	前年同期比	
売上高	4,682	4,260	△422	△9.0%
売上総利益	2,902	2,619	△282	△9.7%
売上総利益率	62.0%	61.5	△0.5pt	
販管費及び一般管理費	2,598	2,727	+128	+5.0%
営業利益(損失)	303	△107	△411	-%
経常利益(損失)	378	△41	△420	-%
経常利益率	8.1%	-	-pt	
四半期純利益(損失)	217	△158	△376	-%

## 主な増減理由

- 【売上高】  
休業・時短営業の影響
- 【売上総利益】  
売上高減少
- 【販管費及び一般管理費】  
直営店増加による固定費増  
・人件費  
・減価償却費  
・地代家賃
- 【四半期純利益】  
・減損損失(14店舗)  
169百万円

## 現状の業績動向（売上高内訳）

（単位：百万円）

	2019年 11月期 第2四半期 (連結)	2020年 11月期 第2四半期 (連結)	前年同期比		増減内容
直営店売上高	3,365	3,053	△311	△9.2%	新型コロナウイルス感染症拡大に伴う自粛要請による4月、5月の休業・時短営業による減少
FC商品売上高	977	917	△60	△6.2%	同上
FCロイヤリティ収入	211	180	△30	△14.6%	同上 + ロイヤリティ減額の影響
その他	128	110	△18	△14.1%	F C店舗出店減少の影響
<b>合計</b>	<b>4,682</b>	<b>4,260</b>	<b>△422</b>	<b>△9.0%</b>	

## 現状の業績動向（ハイライト・予算比較）

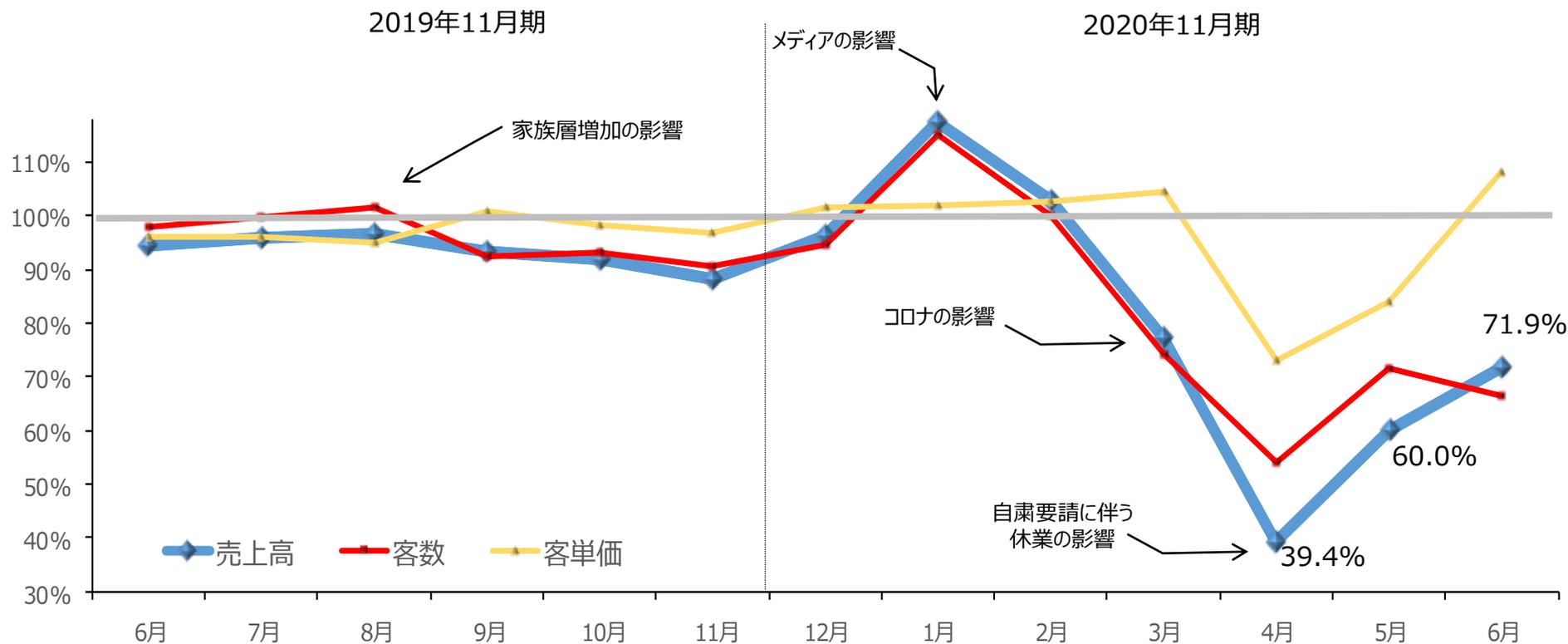
## 売上高・利益の当初予算に対する進捗

（単位：百万円）

	2020年 11月期 第2四半期累計 連結実績	当初 2020年11月期 第2四半期累計 連結予算	達成率	【参考】 2020年11月期 連結予算
売上高	4,260	5,800	73.4%	未定
営業利益（損失）	△107	320	－%	未定
経常利益（損失）	△41	390	－%	未定
当期純利益（損失）	△158	200	－%	未定

# 既存店売上高前年同期比推移

**前年同期比平均 売上高81.7%、客数83.4%、客単価96.6%**  
**1 Qメディア露出の増加により客数増加も、2 Q新型コロナウイルス感染症の影響により客数が大幅に減少。**



## 現状の業績動向（貸借対照表）

	2019年 11月期 連結	2020年 11月期 第2四半期 連結	前年比較	主な増減内容  (単位：百万円)
<b>資産の部</b>				
流動資産	2,421	4,660	+2,238	借入による現金及び預金の増加
固定資産	3,157	3,310	+152	店舗数増加による有形固定資産の増加
<b>資産合計</b>	<b>5,578</b>	<b>7,970</b>	<b>+2,391</b>	
<b>負債の部</b>				
流動負債	1,857	2,773	+916	短期借入金の増加
固定負債	920	2,866	+1,946	長期借入金の増加
<b>負債合計</b>	<b>2,777</b>	<b>5,640</b>	<b>+2,863</b>	
<b>純資産の部</b>				
<b>純資産合計</b>	<b>2,800</b>	<b>2,330</b>	<b>△470</b>	当期純損失の計上及び配当金の影響
<b>負債・純資産合計</b>	<b>5,578</b>	<b>7,970</b>	<b>+2,391</b>	
自己資本比率	50.2%	29.2%	△21.0	借入金の増加の影響
有利子負債比率	16.0%	54.4%	+38.4	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）

（単位：百万円）

	2019年11月期 第2四半期	2020年11月期 第2四半期
<b>営業キャッシュ・フロー</b>	<b>560</b>	<b>△138</b>
税引前当期純利益（損失）	319	△231
減価償却費	129	148
売上債権の増減額	△8	333
仕入債務の増減額	38	△343
法人税等の支払額	△170	△133
<b>投資キャッシュ・フロー</b>	<b>△361</b>	<b>△424</b>
有形固定資産の取得による支出	△385	△382
<b>財務キャッシュ・フロー</b>	<b>469</b>	<b>3,131</b>
短期借入れによる収入	—	1,600
短期借入金の返済による支出	—	△800
長期借入れによる収入	800	3,000
長期借入金の返済による支出	△207	△346
配当金の支払額	△118	△276
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>1,846</b>	<b>4,213</b>

■ 店舗休業および時短営業に伴い営業CFはマイナス

■ 金融機関より短期・長期借入を実施したため財務CFが大幅にプラスとなった。

# 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

前期：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）

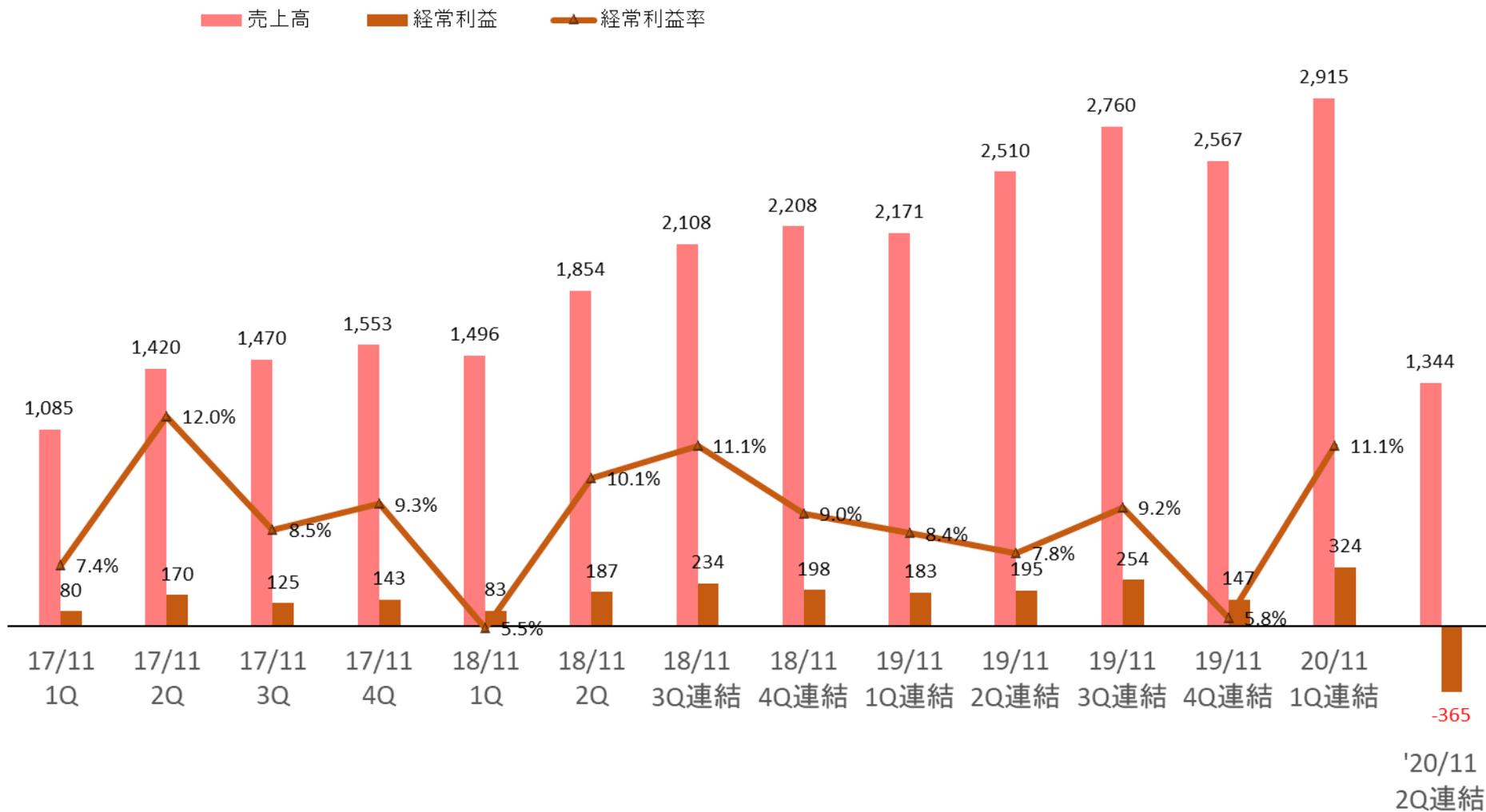
**今期：未定**

## ■ 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～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



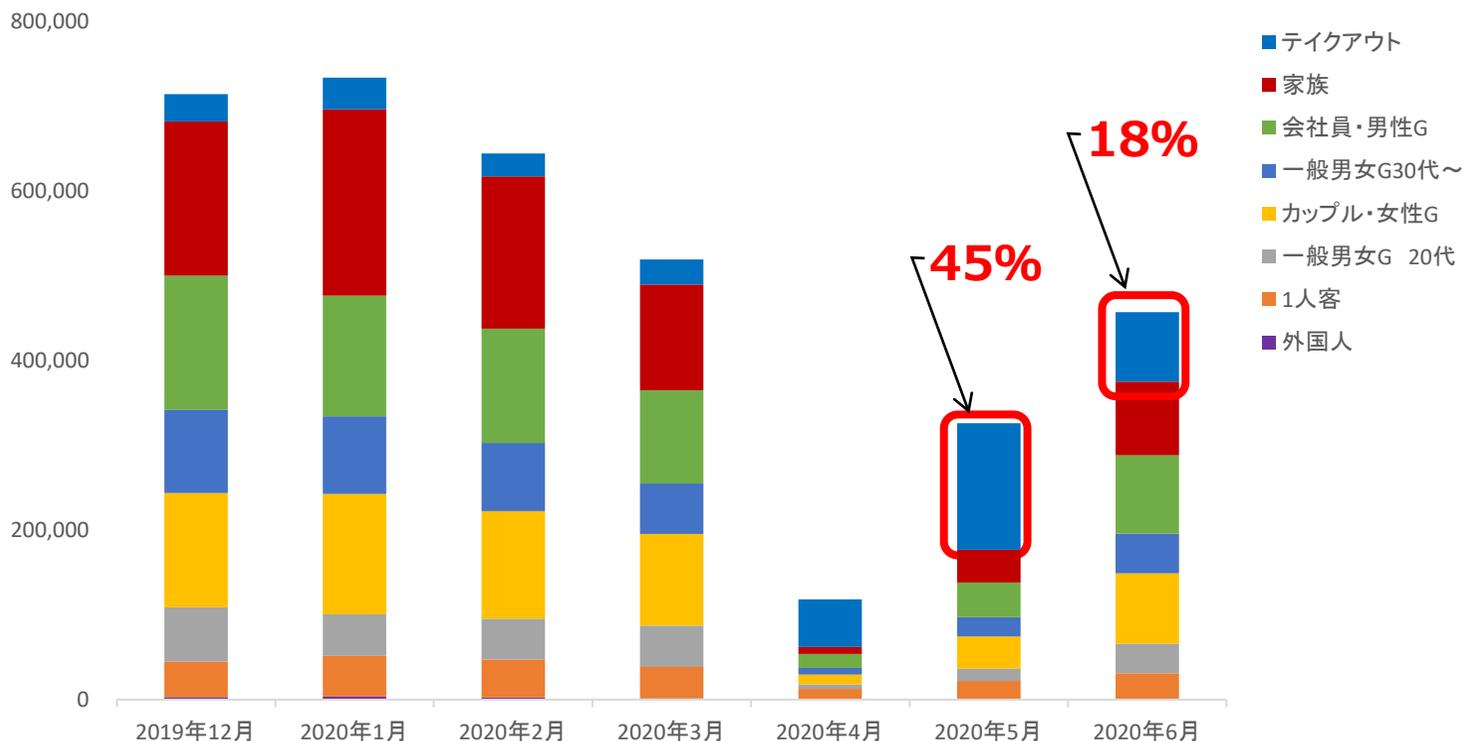


## Ⅱ. 2020年11月期 トピックス

# テイクアウト・デリバリーの動向について

新型コロナウイルス感染症の影響でテイクアウト・デリバリーの売上高に占める金額・割合ともに上昇。⇒中食でも串カツのニーズはある。

直営店の売上高・客層別推移



# 新型コロナウイルス感染症拡大防止対策について

## ソースの提供方法の変更



## その他の対策

- ・こまめな換気
- ・従業員の手洗い徹底
- ・従業員の出勤前の検温
- ・従業員のフェイスガード・マスク着用
- ・フロアでの衛生対策
- ・店内メニュー・調味料容器の消毒

名物串カツ田中 大阪伝統の味
営業中

お客様へのご協力・ご配慮のお願い

当店では、以下についてご協力・ご配慮をお願いしております

- ・体調がすぐれないお客様のご来店
- ・お客様への検温の実施

- ・37.5度以上あるお客様のご来店
- ・入店時の手洗い、または消毒

- ・斜向かい、または間隔を空けての着席
- ・お料理に応じた取り分け箸の使用

従業員の手洗い徹底

こまめな換気

出勤前の検温

店内メニュー・調味料の消毒

串カツソース 容器変更

フロアでの衛生対策

マスクの着用

感染拡大防止対策  
実施中!

# 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ホールディングス（以下、当社）の現状をご理解して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、2020年5月31日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢及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並びに情報は、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、予測及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、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及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・修正を行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>





## Ⅲ. 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"><li>●売上高：100億10百万円</li><li>●経常利益：7億80百万円（ともに、2019年11月期）</li></ul>
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 南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FR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





# 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。

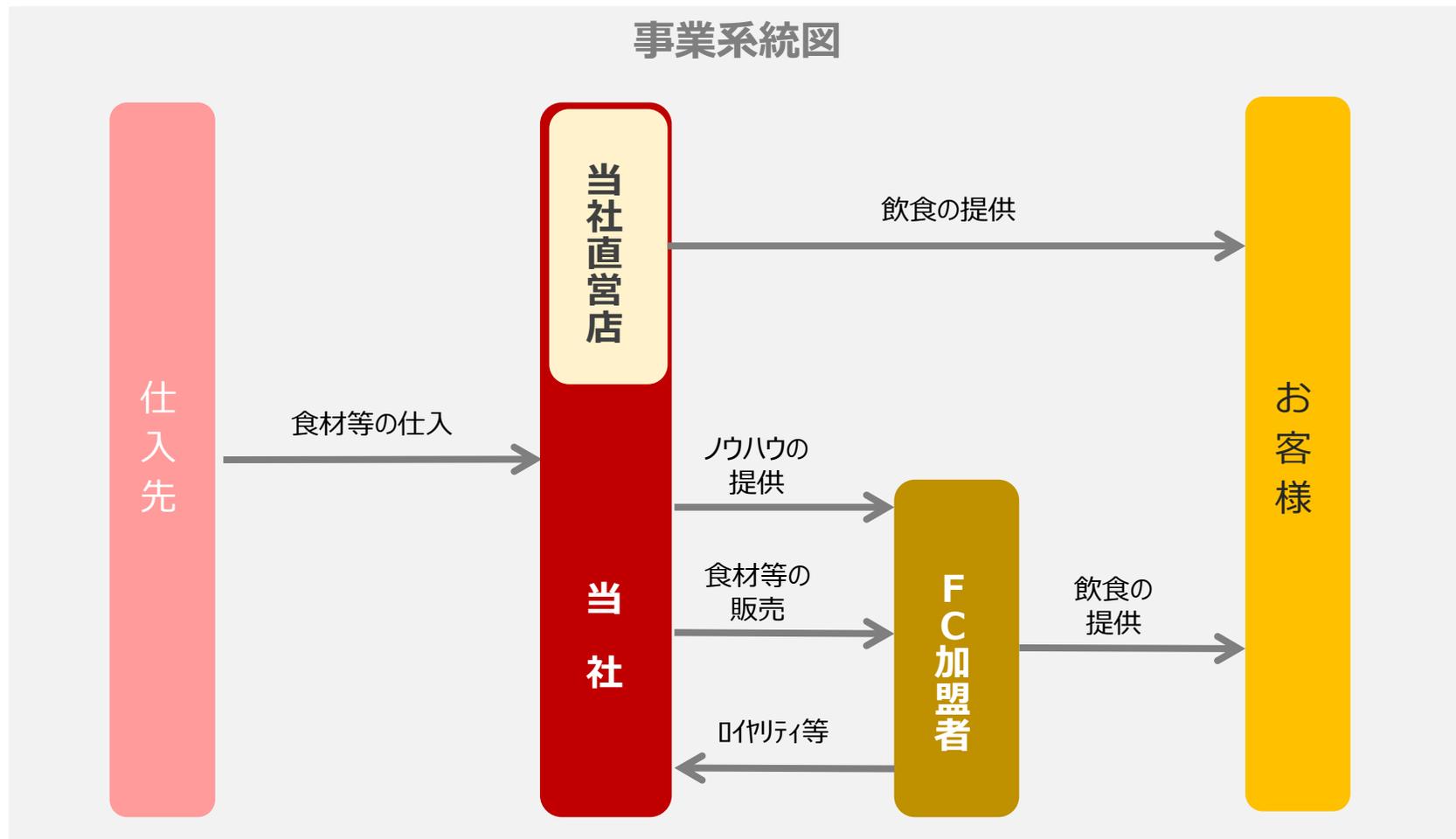
## 当社の使命

- 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

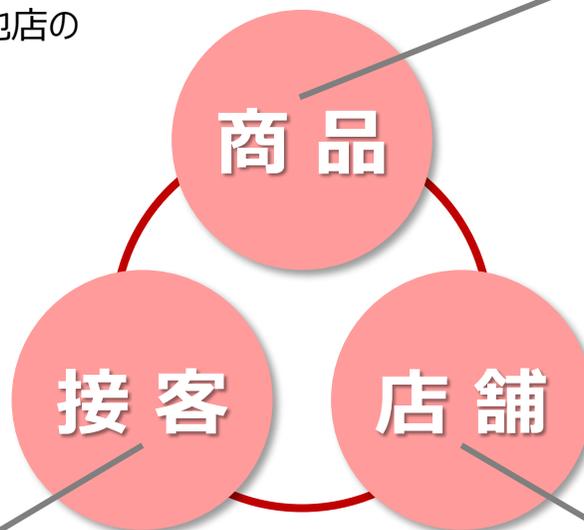
## 『串カツ田中ブランド』

### 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