



肉汁餃子製作所

登 録
商 標

餃 だだだ 酒場

成長可能性に関する説明資料

株式会社NATTY SWANKY
(東証マザーズ：7674)

2019年3月28日

目次

I. 会社概要

1. 会社概要
2. 沿革
3. 企業理念
4. ダンダダン酒場の概要
5. 事業系統図
6. 業績推移
7. 既存店前年比推移

II. 特徴・強み

1. 商品
2. 接客
3. 店舗
4. 豊富な出店余地
5. 新規出店をベースとした高い成長性

III. 今後の戦略

1. 今後の戦略（人材の確保）
2. 今後の戦略（教育の強化）
3. 今後の戦略（新規出店）

IV. 補足情報

1. （参考）市場・業界動向



I .会社概要

会社概要

社 名 株式会社NATTY SWANKY

設 立 2001年（平成13年）年8月1日

代 表 者 代表取締役社長 井石裕二

本 社 東京都新宿区西新宿一丁目19番18号

資 本 金 1,340万円（2018年12月末現在）

業 績 売上高 ： 29億39百万円

経常利益： 1億57百万円（ともに2018年6月期）

従 業 員 数 正社員118名（2018年12月末現在）

事 業 内 容 「肉汁餃子製作所ダンダダン酒場」の単一ブランドを関東圏を中心に展開

沿革

	設立・本店等の流れ	店舗展開の流れ
2001年8月	東京都調布市に有限会社ナッティースワンキーを設立	
2001年9月		「らーめん虎ジ」を開店（東京都杉並区）
2003年11月		「modern Japanese スタボン」を開店（東京都調布市）
2007年10月	商号を株式会社NATTY SWANKYに変更	
2008年6月		「調布バル・カベソン」を開店（東京都調布市）
2011年1月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 調布店」を開店（東京都調布市） ダンダダン酒場1号店
2014年12月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 荻窪店（FC店）」を開店（東京都杉並区） ダンダダン酒場10店舗目・FC1号店
2015年4月		埼玉県1号店「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 蕨店（FC店）」を開店（埼玉県蕨市）
2015年5月		神奈川県1号店「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 武蔵中原店（FC店）」を開店（神奈川県川崎市）
2015年9月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 立川店（FC店）」を開店（東京都立川市） ダンダダン酒場20店舗目
2016年2月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 川崎店（FC店）」を開店（神奈川県川崎市） ダンダダン酒場30店舗目
2016年6月	東京都新宿区に本店を移転	
2017年3月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 渋谷店」を開店（東京都渋谷区） ダンダダン酒場40店舗目
2017年11月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 新宿店」を開店（東京都新宿区） ダンダダン酒場50店舗目
2017年12月		東海地区1号店「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 岩塚店（FC店）」を開店（愛知県名古屋市）
2018年3月	働きがいのある会社 2018年受賞	
2018年3月	外食アワード2017 受賞	
2018年6月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 所沢店」を開店（埼玉県所沢市） ダンダダン酒場60店舗目
2018年12月		「肉汁餃子製作所 ダンダダン酒場 大須観音店」を開店（愛知県名古屋市） ダンダダン酒場66店舗目

企業理念

- 理念を軸に、昔からその街にあったような、地元の人に愛される店づくりを目指しています
- 理念を実現するための具体的な行動指針である「5つの心」を徹底しております

【理念】

「街に永く愛される粋で鯰背な店づくり」

～期待以上が当たり前 それが我等の心意気～

【行動指針】

NATTY SWANKY 5つの心



- | | |
|-----|-------------------------------|
| 向上心 | 現状に満足せず、今よりも成長するという強い意思を持ち続ける |
| 好奇心 | 何人や何事にも関心を持ち、新しい事を発見する |
| 探究心 | 足元を振り返り、目の前のものを突き詰める |
| 自立心 | 決して人のせいにはせず、何事もまずは自分に責任があると思う |
| 忠誠心 | 関わる全ての人々に感謝し、忠誠を尽くし、恩返しをする |

ダンダダン酒場の概要

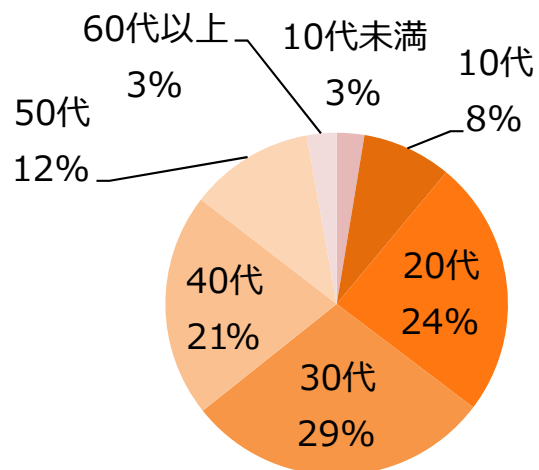


- 「餃子」という流行り廃りがなく、大衆から受けが良い商品がメインの居酒屋
- 気軽に利用しやすい客単価
- 老若男女・世代・季節を問わずお客様が来店



来店されるお客様の層

- 幅広い年齢層のお客様を取り込み



注：海老名店、新百合ヶ丘店、調布総本店、溝の口店、京王永山店のモデル店舗でのサンプル調査の結果

客単価

平均客単価：2,066円（2017/7～2018/6）

- 客単価は、安定的に2,000円程度を維持

ターゲットとするお客様

幅広いターゲット

サラリーマン

子供連れ

友人同士

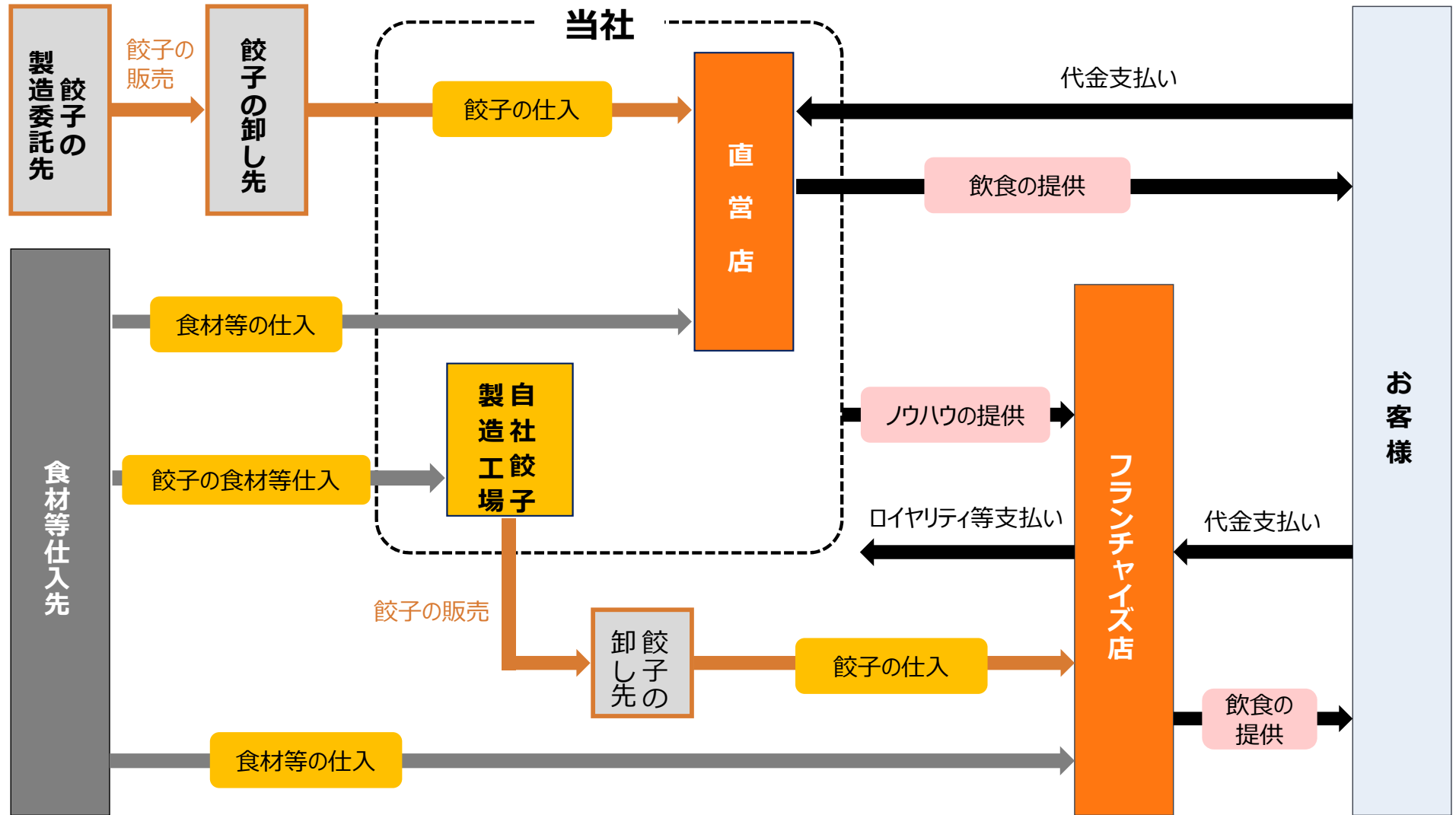
学生

女性同士

etc.

事業系統図

- 事業系統図は以下の通りです

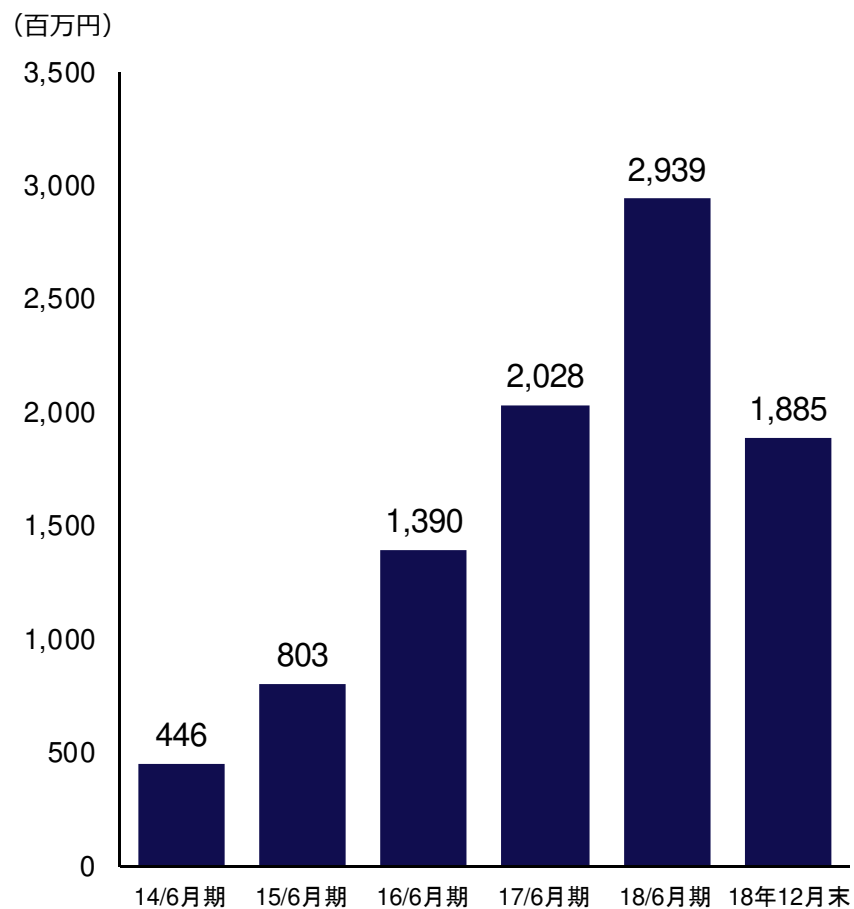


注：直営店舗の今後の展開を見据えて、直営店舗で提供する餃子はより多くの製造が可能な他社の工場に製造委託しております。
一方、FC店舗も今後の展開を見据えておりますが、FC店舗で提供する餃子は現時点では自社工場における製造で対応しております。

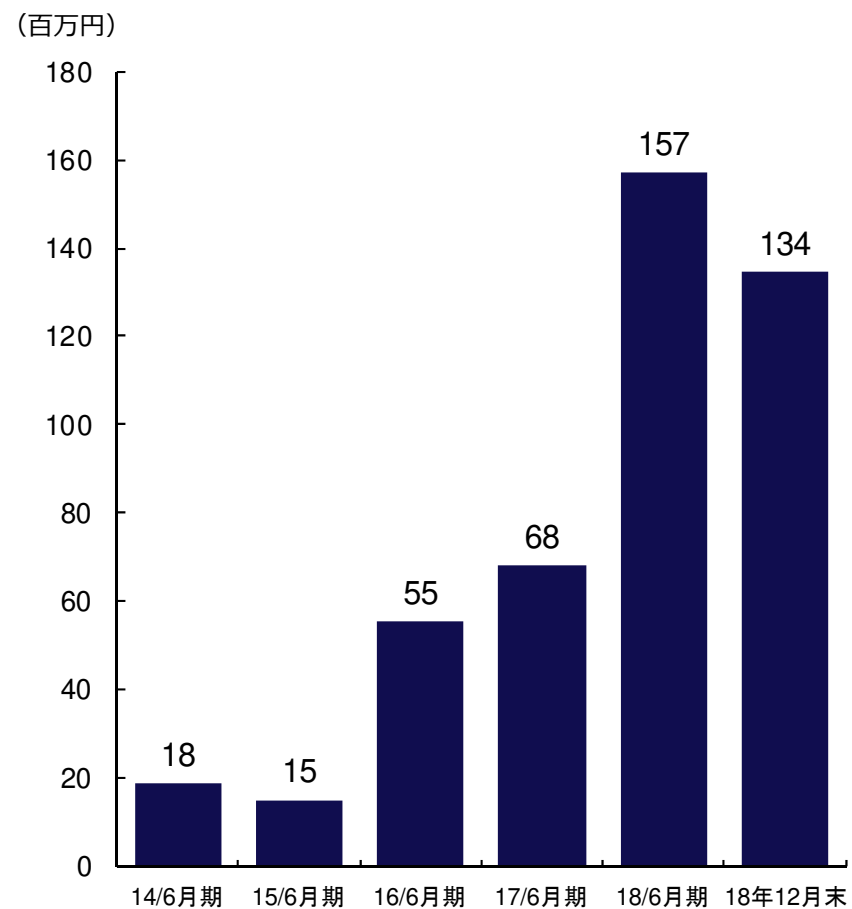
業績推移

- 売上高、経常利益は順調に成長しています

売上高

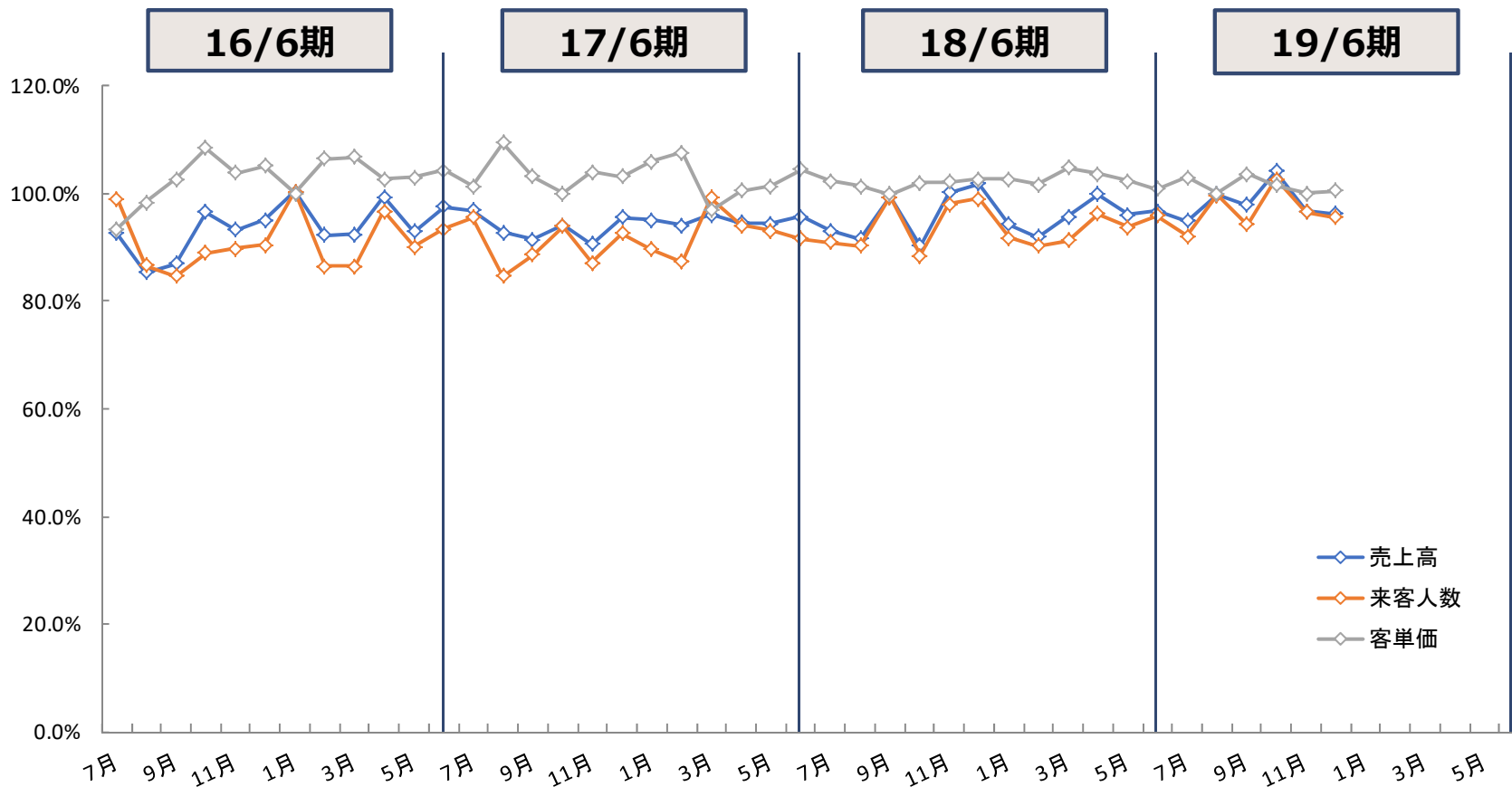


経常利益



既存店前年比推移

- 年次の既存店の売上高や来客人数については、改善傾向にあります
- 月次の既存店の売上高、来客人数、客単価ともに一定のレンジで安定的に推移しています



	16/6期	17/6期	18/6期	19/6期 (7~12月)
売上高	94.2%	94.5%	96.0%	98.2%
客数	91.2%	91.9%	93.9%	96.8%
客単価	103.4%	102.8%	102.3%	101.5%

注：出店後、18ヶ月経過の店舗を既存店と定義



II. 特徴・強み

特徴・強み (1/5) 商品

- 餃子に特化し、独自製法による当店でしか食べられない肉汁餃子の提供を行っております
- ほぼ全てのお客様が肉汁餃子を注文しており、高い満足度を実現しております

肉汁餃子

- タレなど何もつけずに食べられる肉汁たっぷりの餃子
- 餃子はすべて手包みを貫く

✓ 高品質 ✓ 均一性 ✓ 手作り感

皮



餡



手包み



並べる



蒸す



焼く



※餃子の手包み製造は工場（自社・委託先）および店舗にて実施しております。

販売個数

年間販売個数

約**1,600**万個

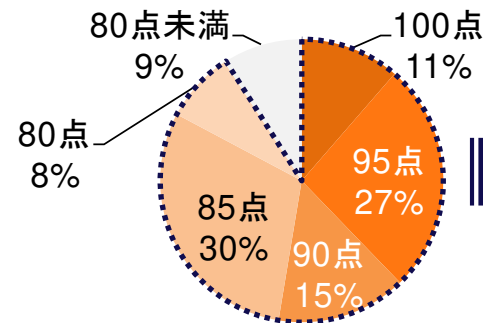
ほぼ全てのお客様が
肉汁餃子を注文

※ 2018/6月期実績



お客様からの評価

【質問】 お召し上がりの料理はいかがでしたか？



お客様の
91%が
80点以上

n = 6,775
出典：(株)ROI ファンぐるアンケート
期間：2017年7月～2018年12月

特徴・強み (2/5) 接客

- お客様が誰かに紹介したくなるような接客を徹底しております
- 接客に関して高い評価を獲得しております

接客の施策

- 挨拶・笑顔・声出し等の基本を徹底
- 接客の指針である「ダンダダン酒場の20大行動」を策定し、浸透
- 本社での座学研修を全スタッフが受講

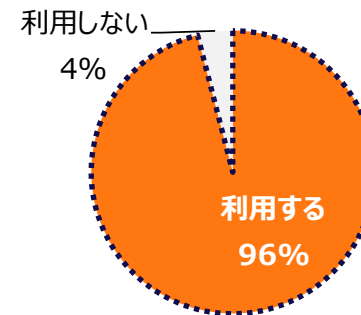
ダンダダン酒場の20大行動

- ① お客様にドアを触らせない
- ② お客様の目を見て声を出す
- ③ 見た事あるお客様には必ず挨拶
- ④ ご案内は自分も席まで
- ⑤ お客様と接するときは常に笑顔で



お客様からの評価

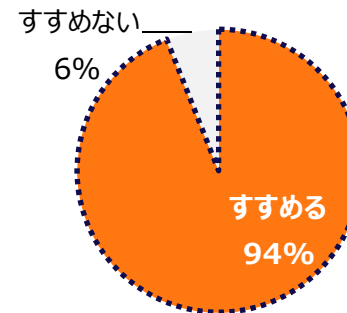
【質問】 また利用したいと思いませんか？



お客様の
96%が
再度の利用を検討

n = 6,775
出典：(株)ROI ファンぐるアンケート
期間：2017年7月～2018年12月

【質問】 当店を友人、同僚にすすめる可能性はありますか？



お客様の
94%が
紹介を検討

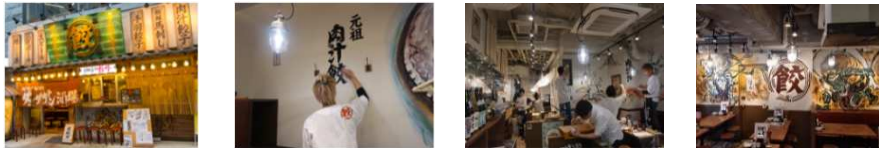
n = 6,775
出典：(株)ROI ファンぐるアンケート
期間：2017年7月～2018年12月

特徴・強み (3/5) 店舗

- ブランドコンセプトに沿った店舗設計を行い、お客様からの高い評価を獲得しております
- 店舗作業のシンプル化、店舗坪数の柔軟性がフォーマットの特徴です

店舗の設計

- 地域に溶け込むような外観・デザイン
- 活気ある大衆酒場をコンセプトとした店舗設計
- 社員が愛着を持って働けるよう新店舗オープンの際に行う入魂作業
- 記憶に残る各店舗ごとの壁画演出



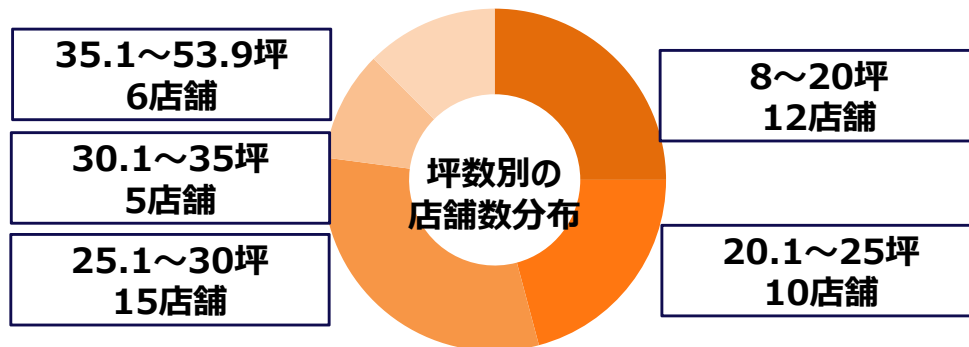
店内調理の合理化

- 同一食材により複数メニューの調理
- 簡単に調理できる満足度の高いメニューへの絞り込み (メニュー数：38品目)
- アルバイトでも短期で習得可能



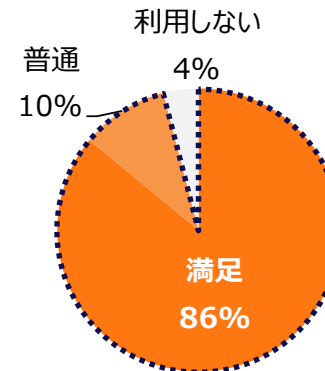
物件取得が容易

- 幅広い坪数での出店が可能
- 現在、8.2坪～53.9坪まで展開中



お客様からの評価

【質問】 お店の雰囲気や心地よさはいかがでしたか？



お客様の
96%が
満足・普通を回答

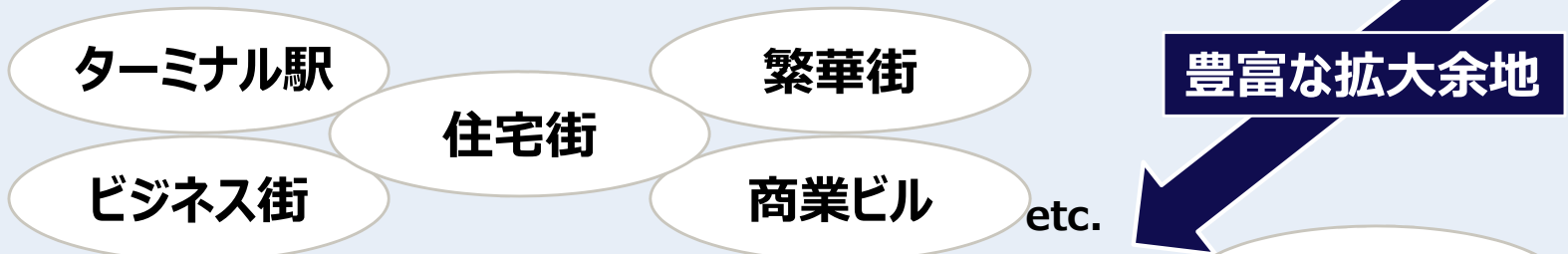
n = 4,428
出典：(株)ROI ファンくるアンケート
期間：2017年11月～2018年10月

特徴・強み (4/5) 豊富な出店余地

- 様々な条件での出店が可能です
- 出店基準である乗降客数3万人以上の駅に着目しても豊富な出店余地が存在します

立地

出店基準：乗降客数3万人以上の駅
(全国411駅、1都3県263駅) 出所：国土交通省



1 出店可能形態



2 出店可能エリア

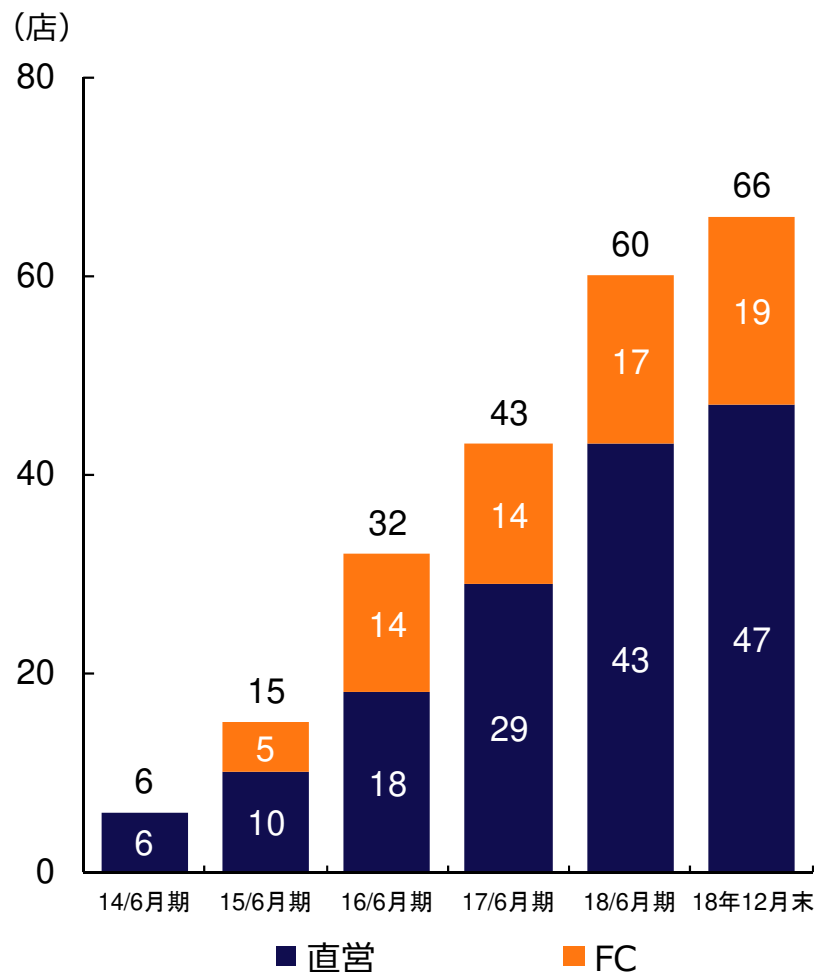


- 豊富な拡大余地
- サラリーマン
- 友人同士
- 女性同士
- 子供連れ
- 学生
- etc.

ターゲット

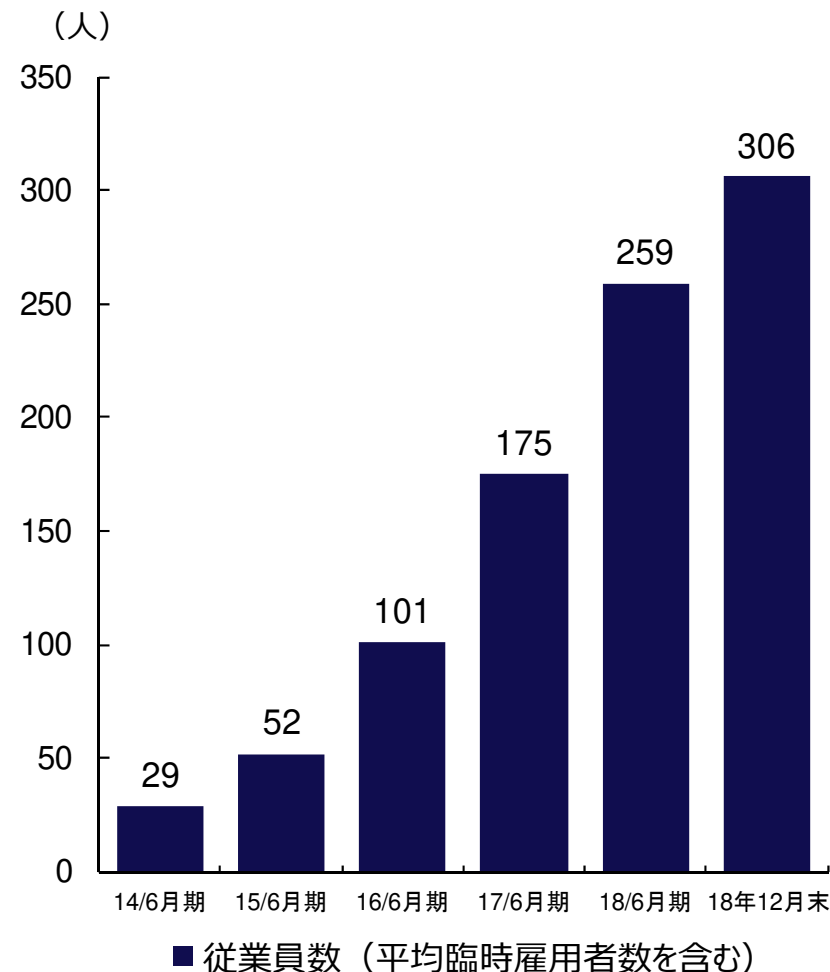
特徴・強み (5/5) 新規出店をベースとした高い成長性

● 店舗数 (直営店+FC店) を順調に拡大



- 直営店を定期的に出店
- 直営店における成功事例の積み上げ及びFC加盟店の拡大

● 成長に必要な人員も順調に確保



- 従業員数 (平均臨時雇用者数を含む)
- 従業員においては、中途採用だけでなく新卒採用も実施

注：平均臨時雇用者数は雇用人数を1人あたり1日8時間で換算し算出

Ⅲ. 今後の戦略

今後の戦略（人材の確保）

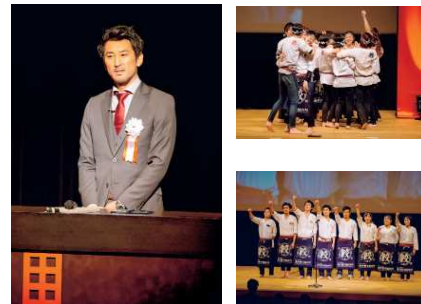
- 魅力的なイベントの実施により人員の確保、定着率の向上を図っております
- 当社の様々な取り組みが外部機関からも評価されています

1 魅力的なイベント、取り組み

最強店舗



ダンダダンAWARD



農業体験



社内サークル



2 外部機関からの表彰



＜中規模部門＞
(従業員100-999人)
2年連続2度目

＜取り組みポイント＞

- 豊富なコミュニケーション機会
- フランクな社風の醸成
- 従業員の努力が報われる制度の充実



＜外食事業部門＞

＜表彰理由＞

「餃子をつまみにお酒を飲む」というスタイルで、新しい飲食業態を確立し、餃子居酒屋ブームの火付け役となったため

いっそう働き甲斐のある会社づくりに努めてまいります

今後の戦略（教育の強化）

- スキル向上、理念行動、事例共有を徹底することで、サービスの質の向上を図ります
- 直営店、FC店、正社員、アルバイトなどで差のないサービスの提供を徹底してまいります



「街に永く愛される粋で鯁背な店づくり」

- 直営店及びFC店の成長
- 既存店売上高の改善に寄与



- 直営店・FC店・正社員・アルバイトを含む全社員の成長



今後の戦略（新規出店）

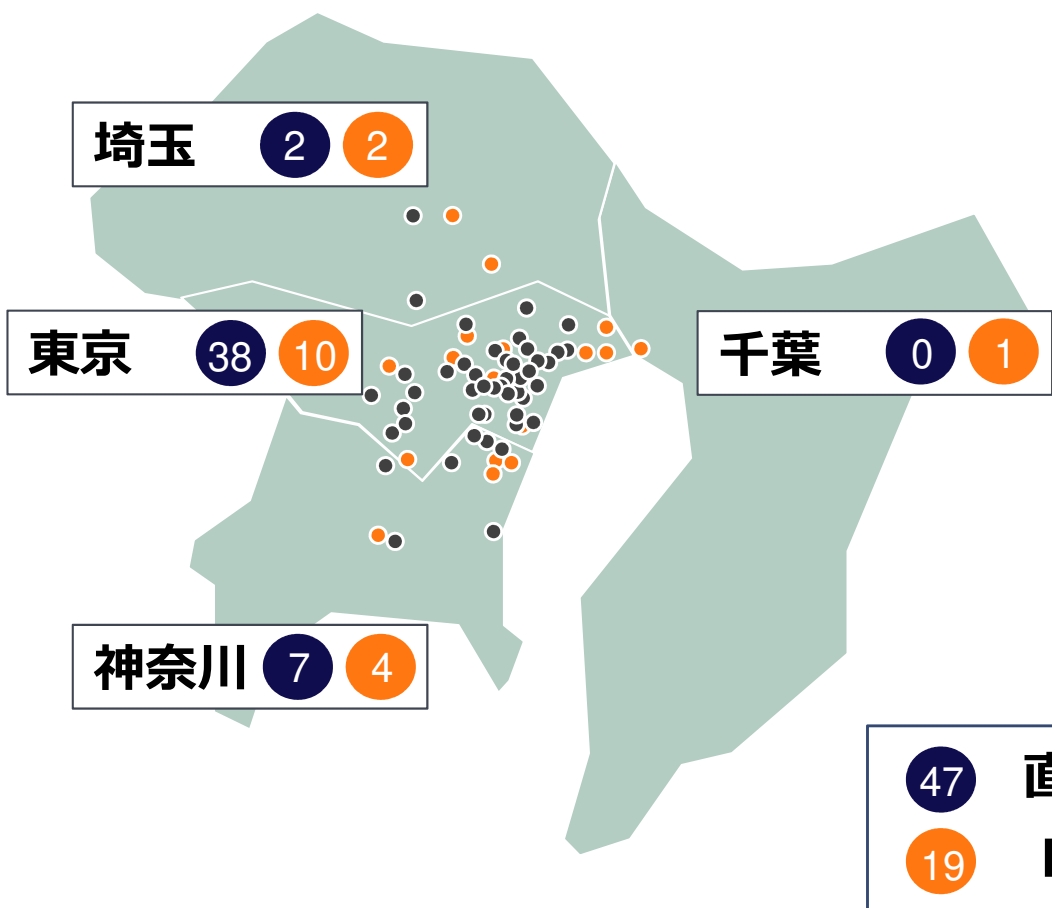
- 1都3県の首都圏は直営店を中心に、地方はFC店を中心に展開していきます
- 経営効率を高めながら、出店を加速していきます

首都圏

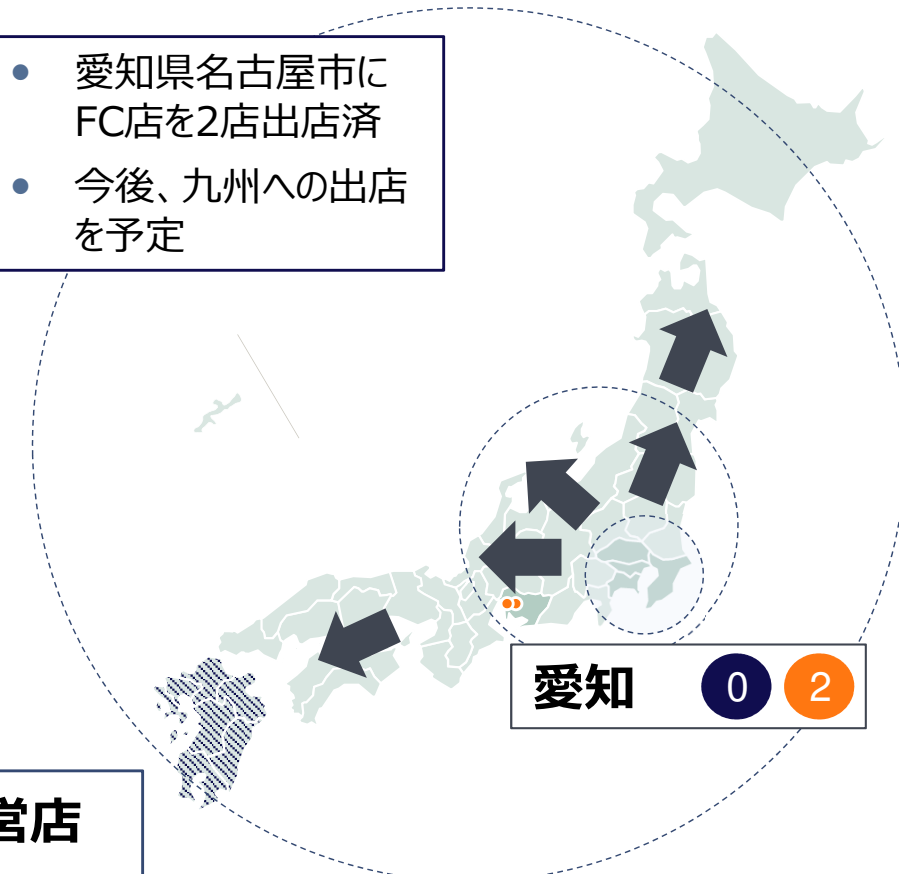
- 直営店中心の店舗を展開し首都圏の地盤を固める

地方

- FC店を中心とした店舗を展開し、全国で出店を加速



- 愛知県名古屋市にFC店を2店出店済
- 今後、九州への出店を予定

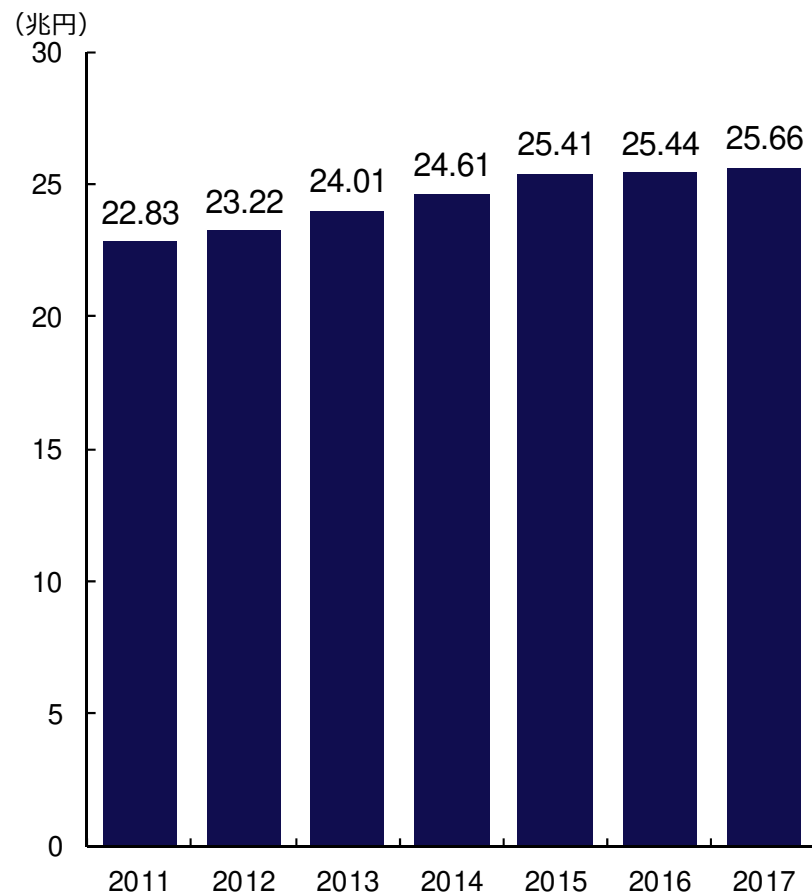


注：2018年12月末現在の店舗数

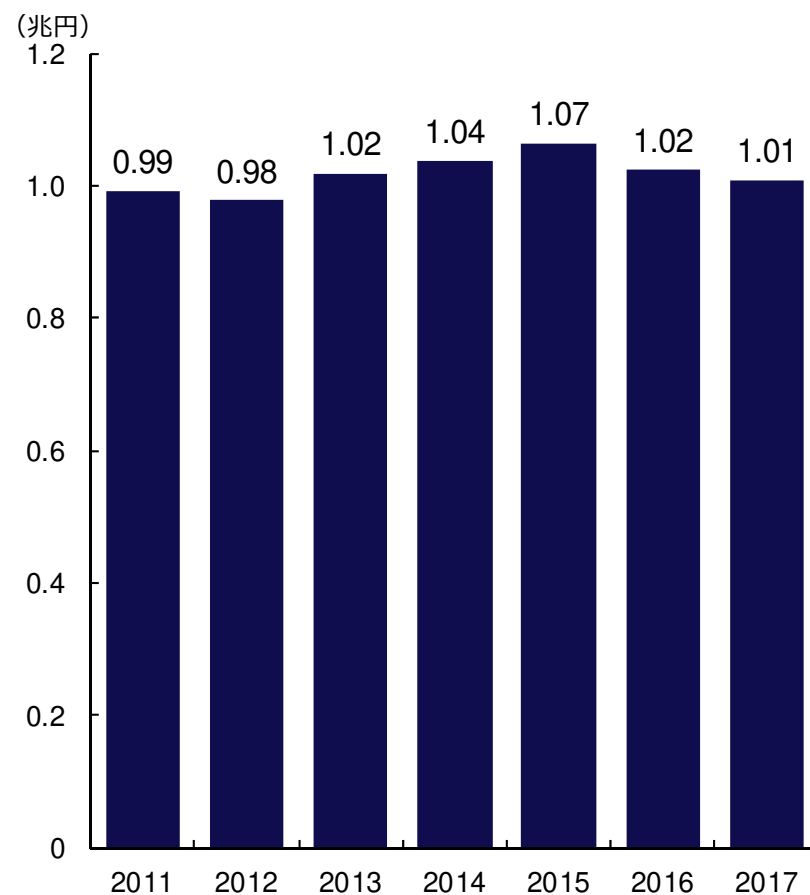
IV. 補足情報

- 対象とする市場規模は大きい

外食産業の市場規模



居酒屋・ビアホール等の市場規模



出典：一般社団法人 日本フードサービス協会

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

免責事項

- 本資料は投資家の皆様への情報提供のみを目的として株式会社NATTY SWANKY（以下当社）が作成したものであり、いかなる有価証券の売買の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しておりますが、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、ご自身の責任とご判断においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

将来見通しに関する注意事項

- 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・修正を行う義務を負うものではありません。