

名物



# 串カツ田中

大阪伝統の味

2019年11月期第3四半期  
決算説明資料



2019年10月11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月期第3四半期 業績

---

## II. 2019年11月期 トピックス

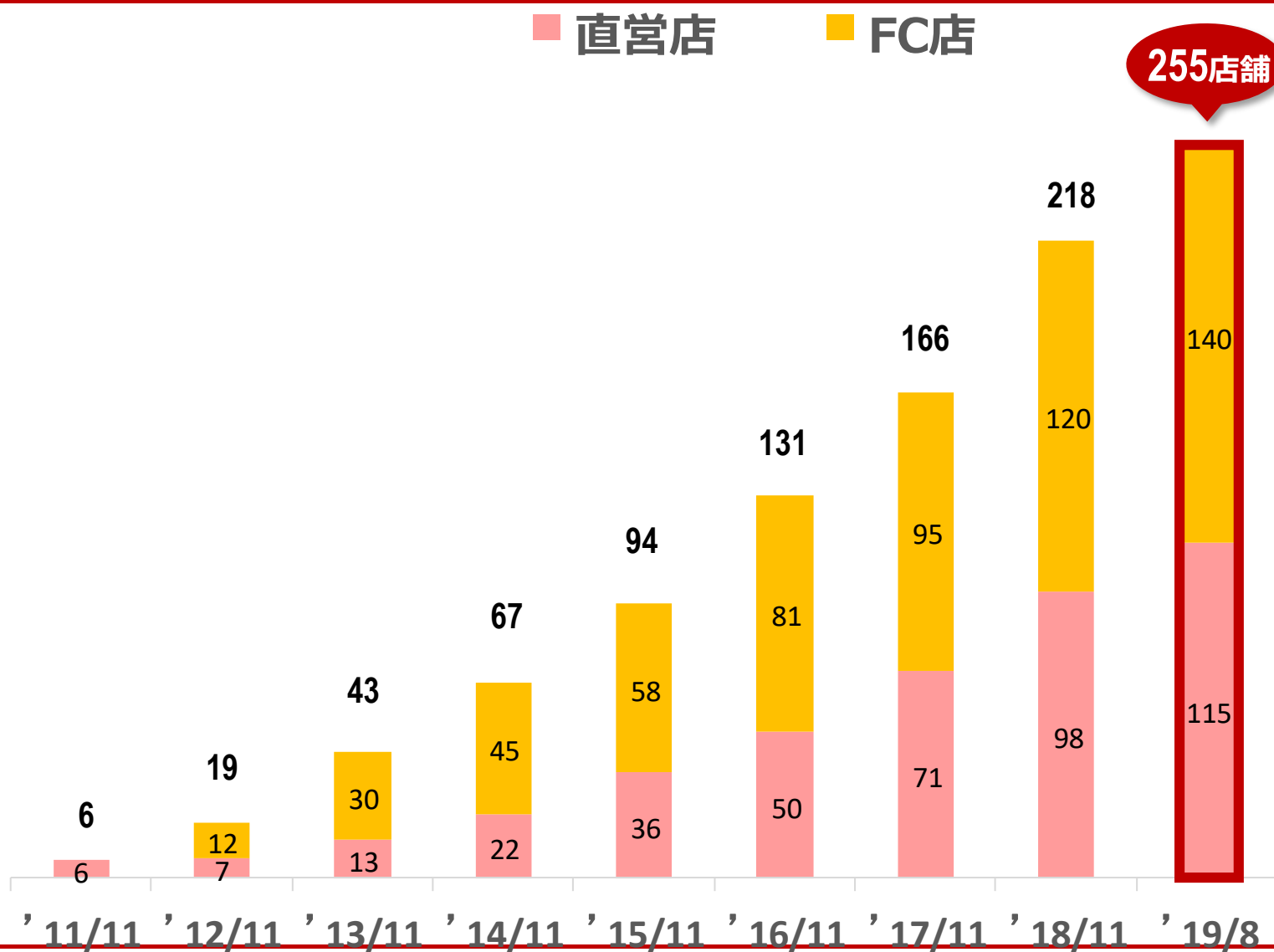
---

## III. 参考資料



# I. 2019年11月期第3四半期 業績

# 店舗推移



# 出退店状況

## 新規出店の状況 45店舗出店 (2019年8月末時点)

内訳

	直営店	FC店	合計
関東圏	15店舗	11店舗	26店舗
関東圏以外	5店舗	14店舗	19店舗
合計	20店舗	25店舗	45店舗

# 出退店状況

## 出退店情報詳細

(下記出退店リストは、直営店とFC店を含めております。)

・北海道	北海道	帯広店
・関東圏	東京都	神保町店 武蔵小金井店 築地店 日野駅前店 東京ドーム店 菊川店 成瀬店 アリオ亀有店 清瀬店 秋葉原昭和通り店 金町店 秋葉原中央通り店
	千葉県	流山おおたかの森店 稲毛店
	神奈川県	洋光台店 小田急相模原店 関内店 金沢文庫店 藤沢店
	埼玉県	戸田店 志木店
	群馬県	高崎駅西口店 前橋三俣店 (ロードサイド)
	栃木県	小山東口店 佐野店 (ロードサイド)
	茨城県	つくば研究学園店
・中部地方	愛知県	一宮店 豊橋店
	静岡県	BiVi沼津店 浜松モール店
	三重県	津駅前店
	長野県	長野店
・北陸地方	石川県	金沢片町店
	富山県	富山小杉店
・近畿地方	大阪府	近鉄難波駅店 阿波座店 茨木店 大正店
・四国地方	愛媛県	松山大街道店
	広島県	流川店
・九州地方	福岡県	アミュプラザ小倉店 藤崎店 西新店
	佐賀県	佐賀駅南口店

\* 退店 新横浜店 菊名店 上大岡店 希望が丘店 阿佐ヶ谷店 大倉山店 西荻窪店 東新宿店

\* FC店から直営への変更 尾山台店



# 出店状況

## 出店数の前期・予算比較

(単位：店舗)

	2018年 11月期 第3四半期	2019年 11月期 第3四半期	前年同期 比較	年間予算	進捗率
直営店	22	20	△2	34	58.8%
FC店	21	25	+4	30	83.3%
合計	43	45	+2	64	70.3%

# 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 第3四半期	割合
関東圏	175	68.6%
関東圏 以外	80	31.4%
合計	255	100%



## 現状の業績動向（ハイライト・前期比較）

(単位：百万円)

	2018年 11月期 第3四半期 (連結)	2019年 11月期 第3四半期 (連結)	前年同期比	
売上高	5,458	7,443	+1,984	+36.4%
売上総利益	3,346	4,547	+1,200	+35.9%
売上総利益率	61.3%	61.1%	△0.2pt	
販管費及び一般管理費	2,951	4,032	1,081	+36.7%
営業利益	395	514	118	+30.0%
経常利益	504	633	128	+25.4%
経常利益率	9.2%	8.5%	△0.7pt	
四半期純利益	335	384	48	+14.5%

## 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

【販管費及び一般管理費】  
直営店増加による経費増  
・人件費  
・減価償却費  
・地代家賃  
・水道光熱費

【四半期純利益】  
・減損損失（3店舗）  
58百万円

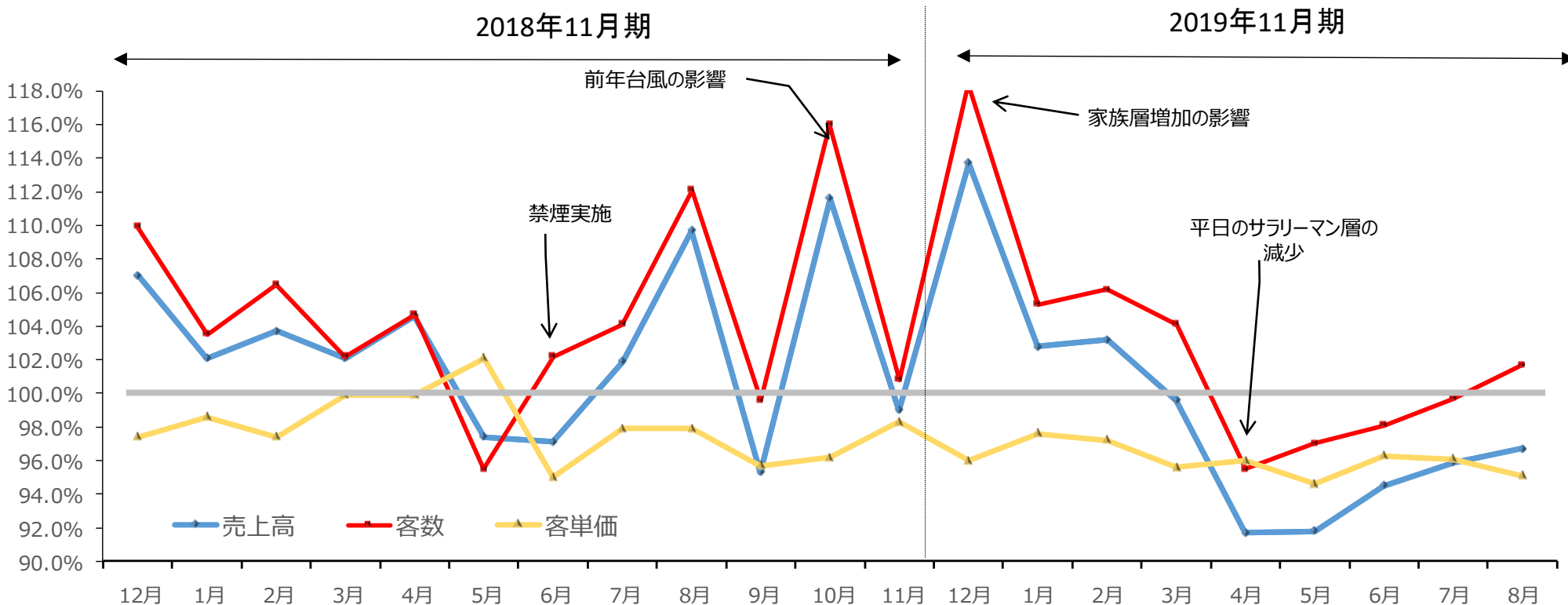
## 現状の業績動向（売上高内訳）

（単位：百万円）

	2018年 11月期 第3四半期 (連結)	2019年 11月期 第3四半期 (連結)	前年同期比		増減内容
直営店売上高	3,844	5,231	+1,386	+36.0%	既存店前年同期比98.9%の影響、 前期OPENの27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	1,127	1,601	+473	+42.0%	FC店舗増加による増加
FCロイヤリティ収入	266	343	+77	+29.2%	前期OPENの29店舗通期寄与及 び当期新店25店舗による増加
その他	220	266	+46	+20.9%	当期FC出店数の増加による影響
<b>合計</b>	<b>5,458</b>	<b>7,443</b>	<b>+1,984</b>	<b>+36.4%</b>	

# 既存店売上高前年同期比推移

**前年同期比平均 売上高98.9%、客数102.9%、客単価96.1%**  
**禁煙を実施した影響で減少したサラリーマン層が、回復傾向にある。**



## 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）

	2019年 11月期 第3四半期 連結実績	2019年11月期 連結予算	達成率
売上高	7,443	9,700	76.7%
営業利益	514	590	87.2%
経常利益	633	740	85.5%
当期純利益	384	440	87.2%

# 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13円00銭

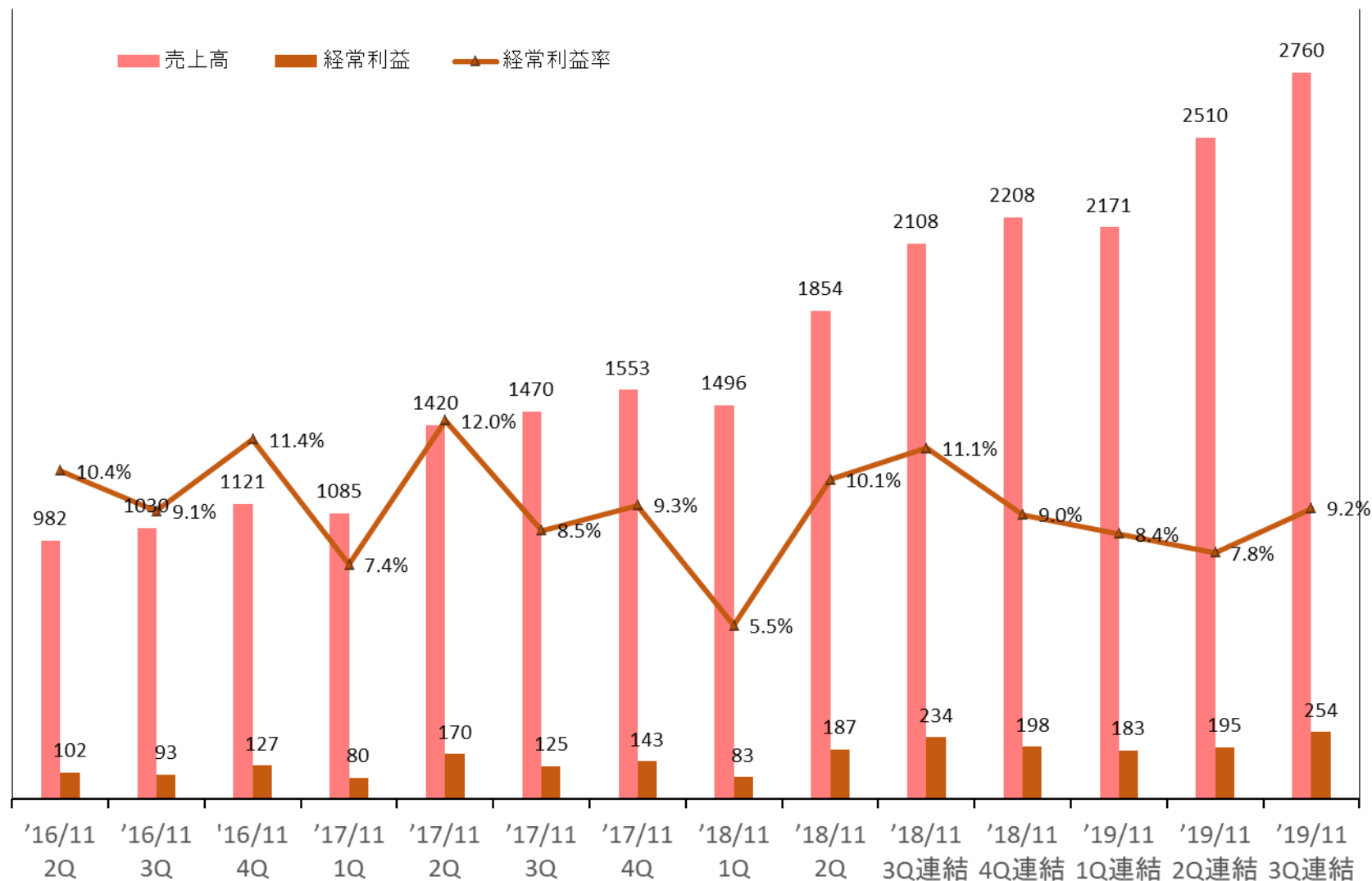
**今期：1株当たり30円00銭（東証第一部市場変更記念配当15円00銭含む）**

## ■ 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. 2019年11月期 トピックス

# 2019年期待トピックス

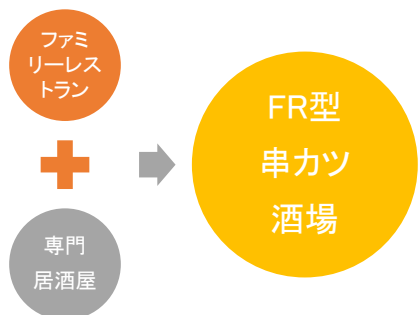
## ① 出店エリアの拡大

### ● 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



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。



# 2019年期トピックス

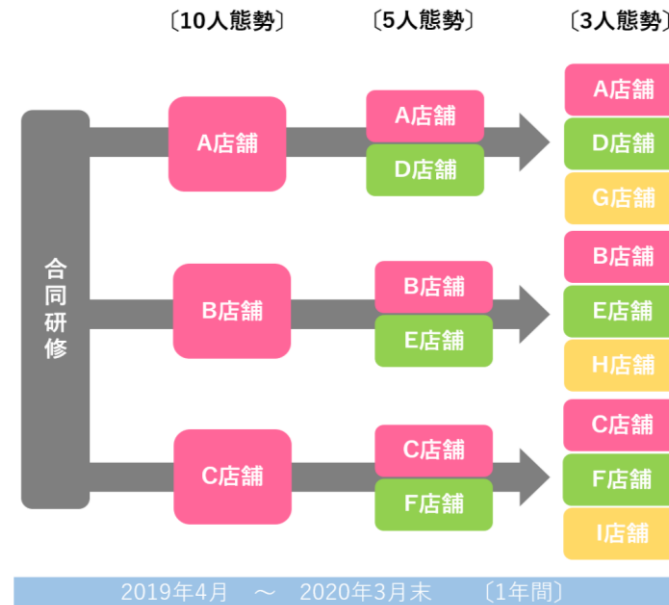
## ②新卒ルーキー店舗オープン

### ●新卒を中心に運営するルーキー店舗を4店舗オープン

成瀬店（関東）、菊川店（関東）、阿波座店（近畿）、藤崎店（九州）  
新卒が1年間研修を兼ねて店舗運営をする。

（目的）・自ら考え自ら実行する。縦のつながりより横のつながりを強化。

・企業理念でもある「1人でも多くの笑顔を生む」を入社同期の仲間と営業する事により、より身近で体験する事が出来る。そして、新店舗のOPENなどをチームで作らば理念を体感し活躍する人材を多く輩出する。



# 2019年期中トピックス

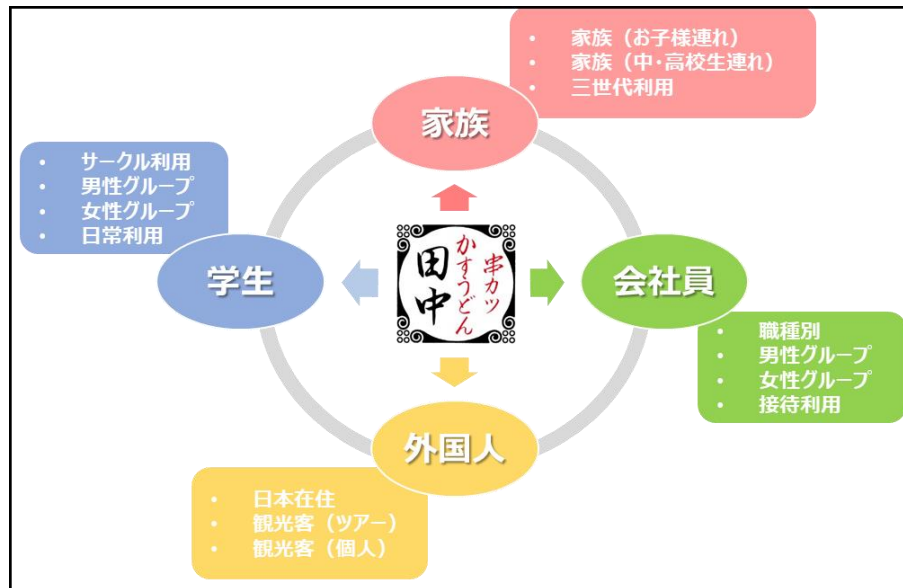
## ③客層別販促

### ● 禁煙化後の客層の変化

- ⇒ 家族層 ↑ 会社員層 ↓
- ⇒ 実施すべき施策、ターゲットが明確に

### ● 超絶ハッピーアワー

- ・ 働き方改革に対応  
  早上がりの会社員に対応
- ・ シニア層の需要に対応



**超絶** 平日18時までのご注文  
**ハッピーアワー!**

ジムビームハイボール  
レモンサワー

**1杯 50円** (税抜)  
時間内なら  
何杯でも  
この価格!

# 2019年期トピックス

## ④客層別販促

名物串カツ田中 大阪伝統の味

### ●アルコール3大企画

居酒屋としてのイメージ醸成。サラリーマン層の呼び込み。

- ・酒パス (サブスクリプション)
- ・チンチロリンサワー
- ・テキーラ金魚

**テキーラ金魚**  
1匹 **88円**  
金魚の中にはテキーラ!?

**チンチロリンサワー**  
チンチロリンに人気のサワーが仲間入り!

**超おトク!**  
**田中で飲みPASS**  
ドリンク割引定期券

**酒飲みPASS**  
いつでも1杯 **199円** (税込)

**1枚 500円** (税込)

**対象ドリンク**

- ・ジムビームハイボール
- ・定番レモンサワー
- ・田中の素サワー
- ・赤玉サワー
- ・角ハイボール
- ・ウーロンハイ
- ・抹茶ハイ



# 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8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 （取締役副社長 田中洋江）
本社	東京都品川区東五反田一丁目7番6号
資本金	301百万円（2019年8月末現在）
業績	●売上高：76億67百万円 ●経常利益：7億3百万円（ともに、2018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		<b>レシピ発見！！</b> 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、 <b>フランチャイズ展開を開始</b>
2012年 5月		初の <b>大型ターミナル駅</b> 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		<b>50店舗出店達成（FC店含む）</b>
2014年 7月		串カツ田中 <b>関西圏 1号店</b> 「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 <b>東海地区 1号店</b> 「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	<b>商号を「株式会社串カツ田中」に変更</b>	
2015年12月		<b>100店舗出店達成（FC店含む）</b>
2016年 4月		初の <b>商業施設</b> 「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	<b>東京証券取引所マザーズ市場上場</b>	
2017年 5月		<b>150店舗出店達成（FC店含む）</b>
2018年 6月	<b>ホールディングス化、ほぼ全店禁煙化</b>	
2018年 7月		<b>200店舗出店達成（FC店含む）</b>
2019年 3月		初の <b>F R型ロードサイド業態</b> 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

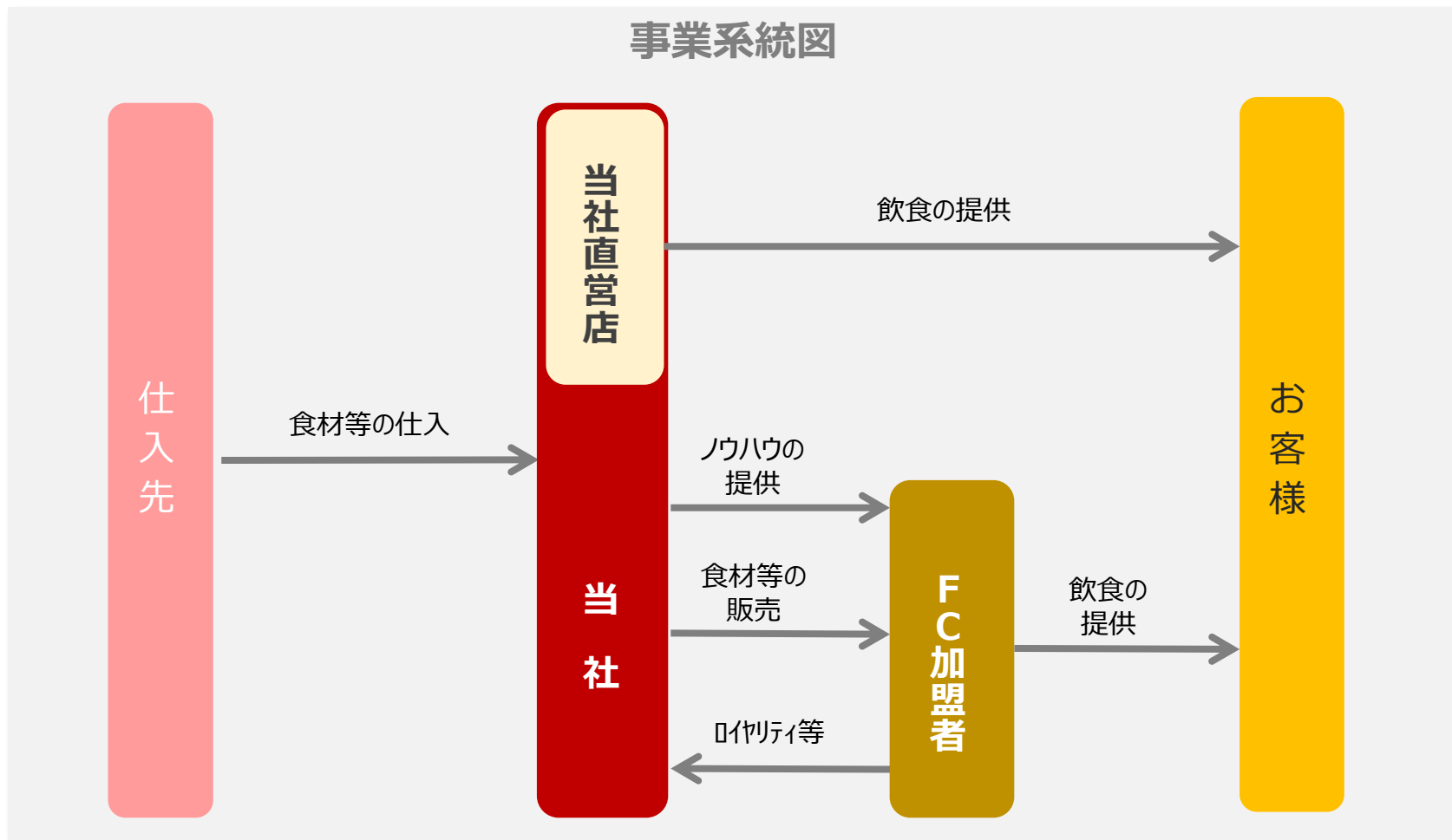
- お客様の笑顔
- スタッフの笑顔
- 取引先やすべての  
ステークホルダーの笑顔

## 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

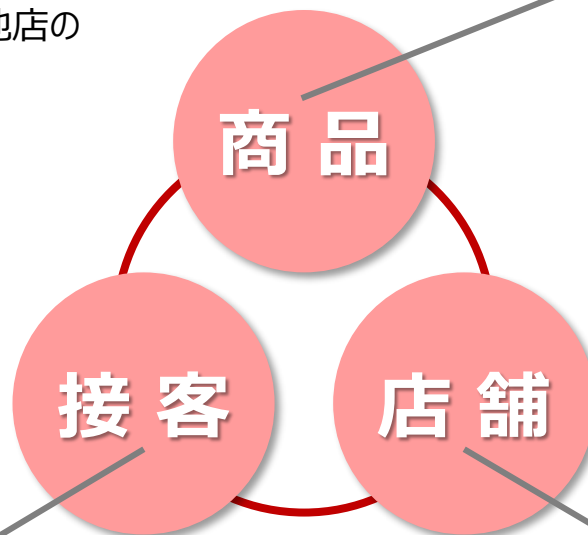
## 『串カツ田中ブランド』

### 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