

名物



串カツ田中

大阪伝統の味

2022年11月期第2四半期
決算説明資料



2022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. 2022年11月期 トピックス

II. 2022年11月期第2四半期 業績

III. 参考資料



I. 2022年11月期 トピックス

代表取締役の異動及び役員等の異動

2022年6月15日開催の取締役会において、当社代表取締役及び役員等の異動を決議しました。

(1) 異動の内容（株式会社串カツ田中ホールディングス）

新役職名	氏名	旧役職名
取締役会長	貫 啓二	代表取締役社長
代表取締役社長 CEO	坂本 壽男	取締役 経営戦略部及び人事総務部管掌
取締役副社長 COO	大須賀 伸博	取締役 出店戦略部及び商品統括部管掌 兼IT戦略部長
執行役員経営企画担当	戸嶋 智彦	法務コンプライアンス室長

(2) 異動の理由

当社グループの持続的な成長と企業価値の向上を目指し、経営体制の一層の充実と強化を図るため。

新ブランド「TANAKA」が海外進出

アメリカ ポートランドにカフェ業態「TANAKA」をオープン

新業態は、串カツ田中ソースを継承したカツサンドを中心に、各種ペイストリーをカジュアルにカウンターサービスで提供しています。



海外への出店は当社グループの今後の成長に欠かせないものと考え、チェーン展開を検討してまいります。

■ 店舗情報

【所在地】678 SW 12th , Portland, Oregon 97205 USA

【営業時間】全日8:00～20:00

【TANAKA公式Instagram】https://www.instagram.com/tanaka_pdx



「V-Manage」を都内 3 店舗で実証実験

インフォマートと当社の合併会社Restartzで、店舗の生産性向上や人手不足解消、省人化を目的とした店舗運営支援アプリ「V-Manage」を開発。

串カツ田中 3 店舗で、実証実験を開始。 <https://v-manage.infomart.co.jp/>

V-Manageによる課題解決



自動発注システムの導入決定

店舗の生産性向上や人手不足解消、省人化を達成するため、Goals社のAIを用いた自動発注サービス「HANZO」を導入。

【具体的効果】

①発注時間の削減による人件費削減



×



②誰でも発注できる

③発注の適正化により、在庫切れ防止による機会損失解消、食品ロス削減

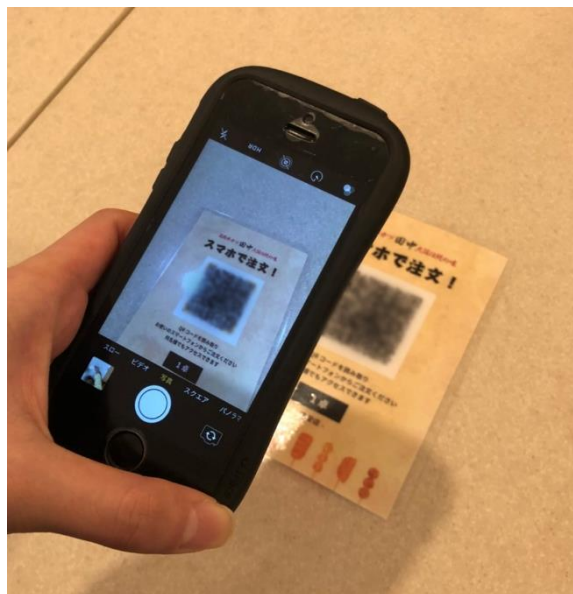
④持続的社会へ貢献

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策について

新オーダーシステムの検討

IT戦略部を新設し、世の中のニーズに応じたITを取り入れていく。

- ・非接触で、お客様のスマートフォンでメニューを開き、注文可能



名物串カツ田中 大阪伝統の味

スマホで注文

QRコードを読み取りスマートフォンからご注文ください
何名様でもアクセスできます

みんなの注文をリアルタイムでシェアできる!

52 卓
浦安

QR読み込み → メニュー選択 → メニュー送信 → お会計

お食事がお済みになったら

送信忘れにご注意ください！

そのままお席でお待ちください

詳しくは裏面をご覧ください

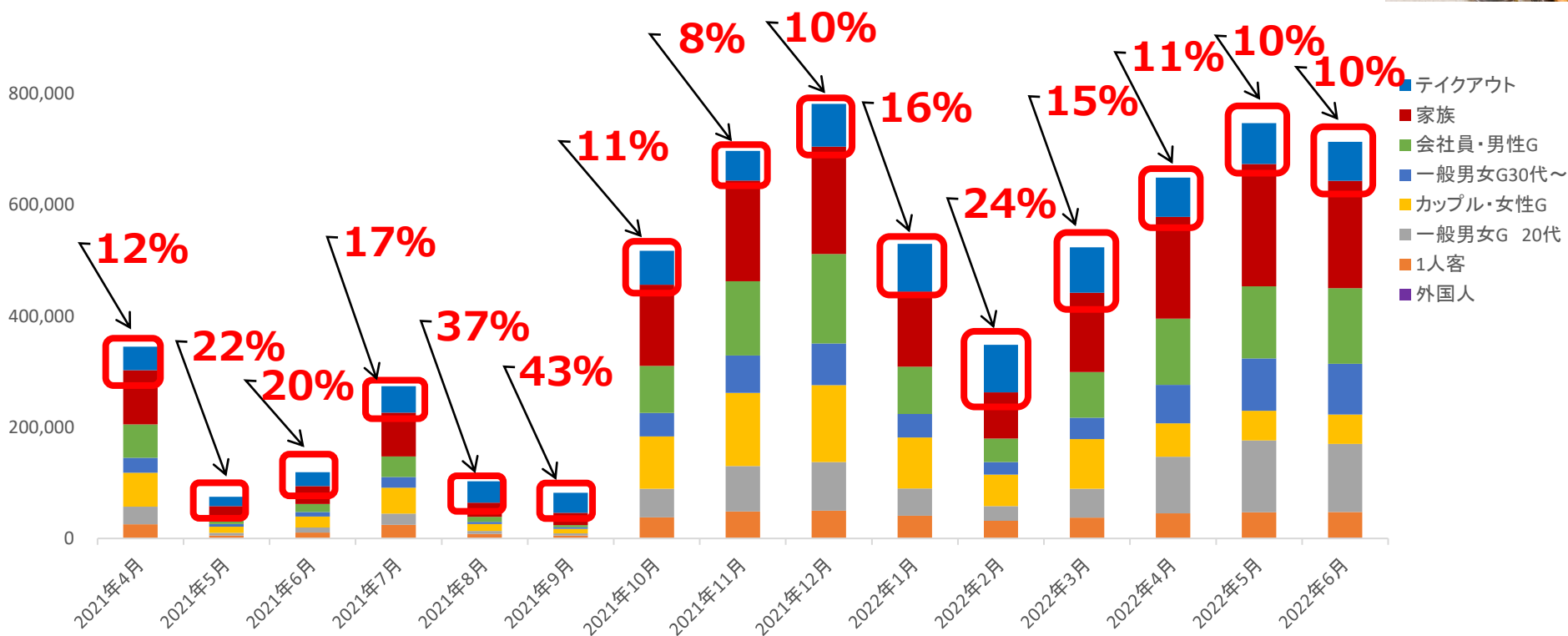
SAMPLE

テイクアウト・デリバリーの動向について

テイクアウト・デリバリーの売上高に占める割合は高く、今後も販売拡充に取り組む。

串カツ田中直営店の売上高・客層別推移

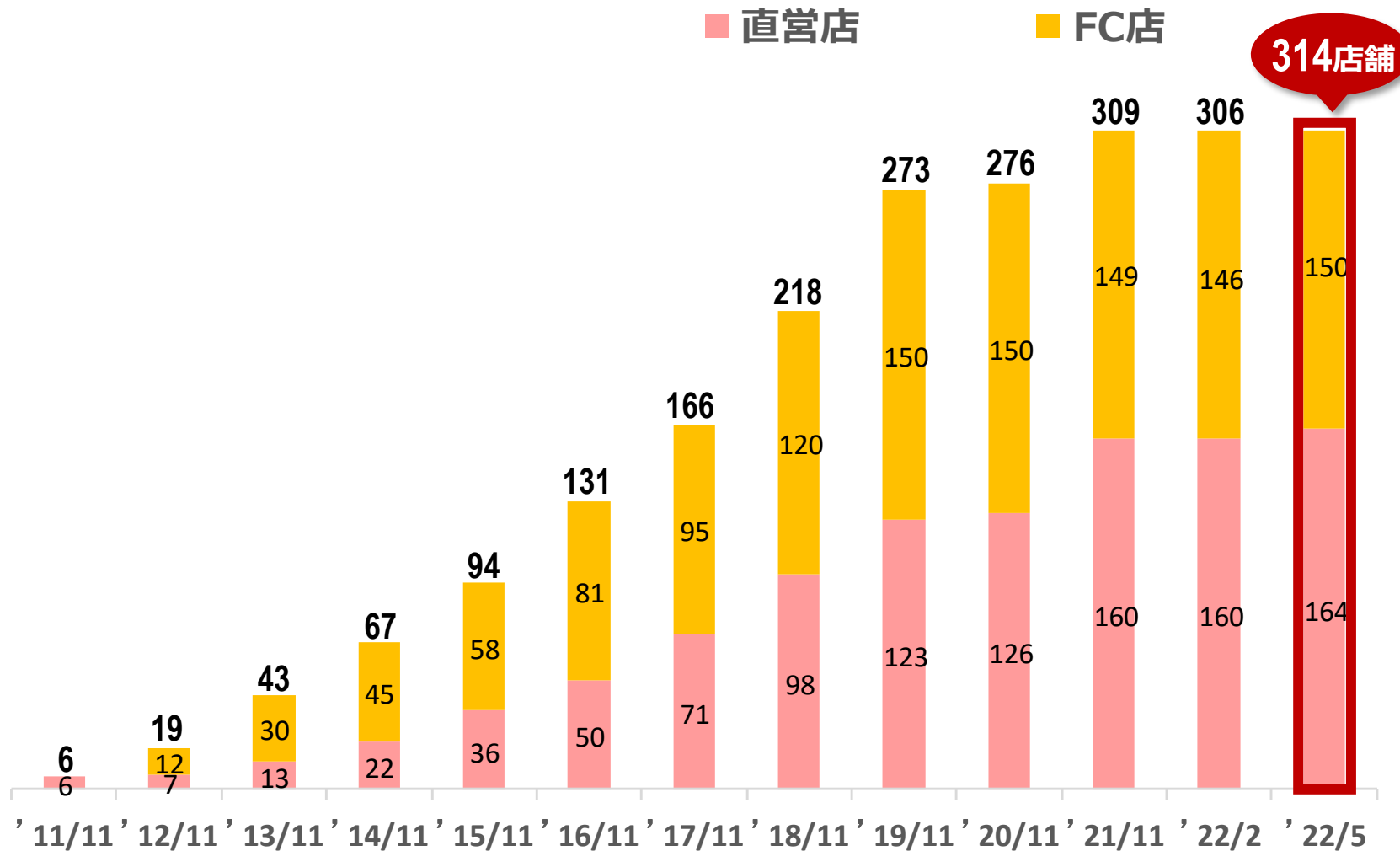
(単位：千円)
1,000,000





Ⅱ. 2022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 15店舗出店 退店10店舗

内訳

(2022年5月末時点)

	直営店	FC店	合計
串カツ田中	6店舗	8店舗	14店舗
鳥玉他	1店舗	0店舗	1店舗
合計	7店舗	8店舗	15店舗

※ 退店・・・茅ヶ崎店（FC店舗）、錦橋店（FC店舗）、高田馬場店（FC店舗）
 清瀬店（FC店舗）、福井大仏前（FC店舗）、下関駅東口店（FC店舗）
 西新店（FC店舗）、福島店（直営店）、新宿京王フレンテ（直営店）
 上野御徒町店（直営店）

出店状況

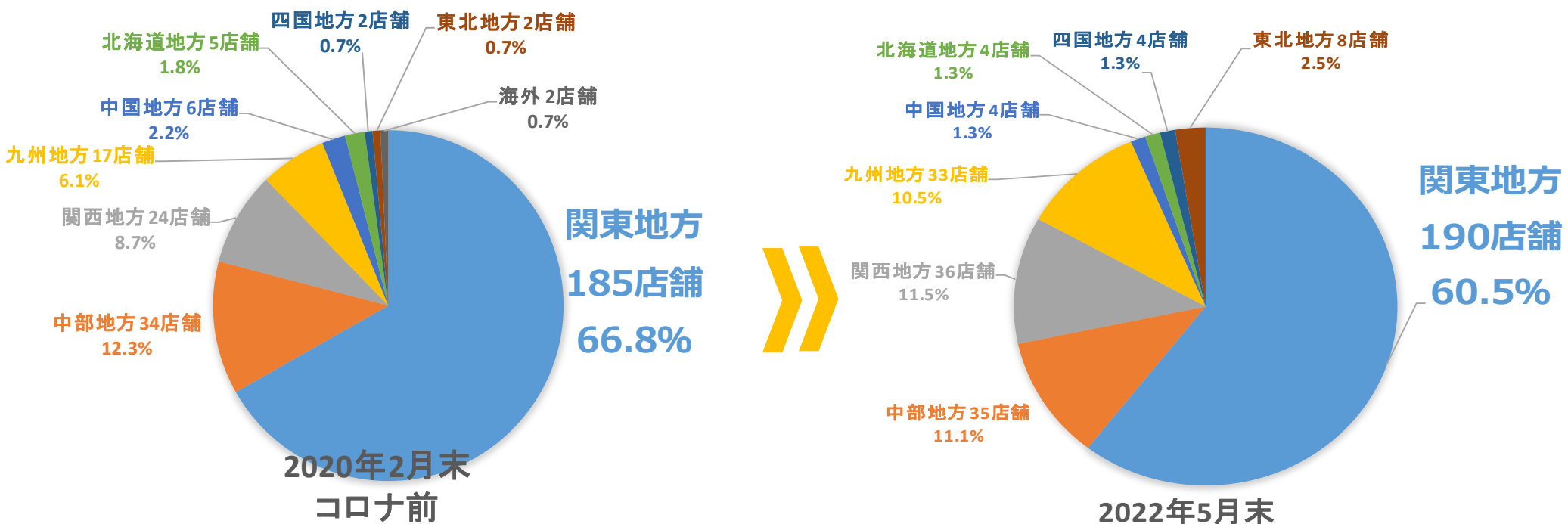
出店数の前期・予算比較

(単位：店舗)

	2021年 11月期 第2四半期	2022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	14	7	△7	28	25.0%
FC店	3	8	+5	10	80%
合計	17	15	△2	38	39.5%

店舗分布

都心部の閉店、地方の出店増加により、地方の割合が増加傾向



直営店の休業及び時短営業の状況

当社グループは、全面的に自治体からの飲食店等の営業時間短縮要請に応じ、休業もしくは店舗の営業時間を短縮して営業してきました。

直営店の休業及び時短営業の主な内容は右のとおりです。

休業及び時短営業の期間	休業店舗数	時短営業店舗数
2022年1月21日～2月23日	25店舗 ※	127店舗
2022年2月24日～3月6日	26店舗 ※	125店舗
2022年3月7日～3月21日	23店舗 ※	114店舗

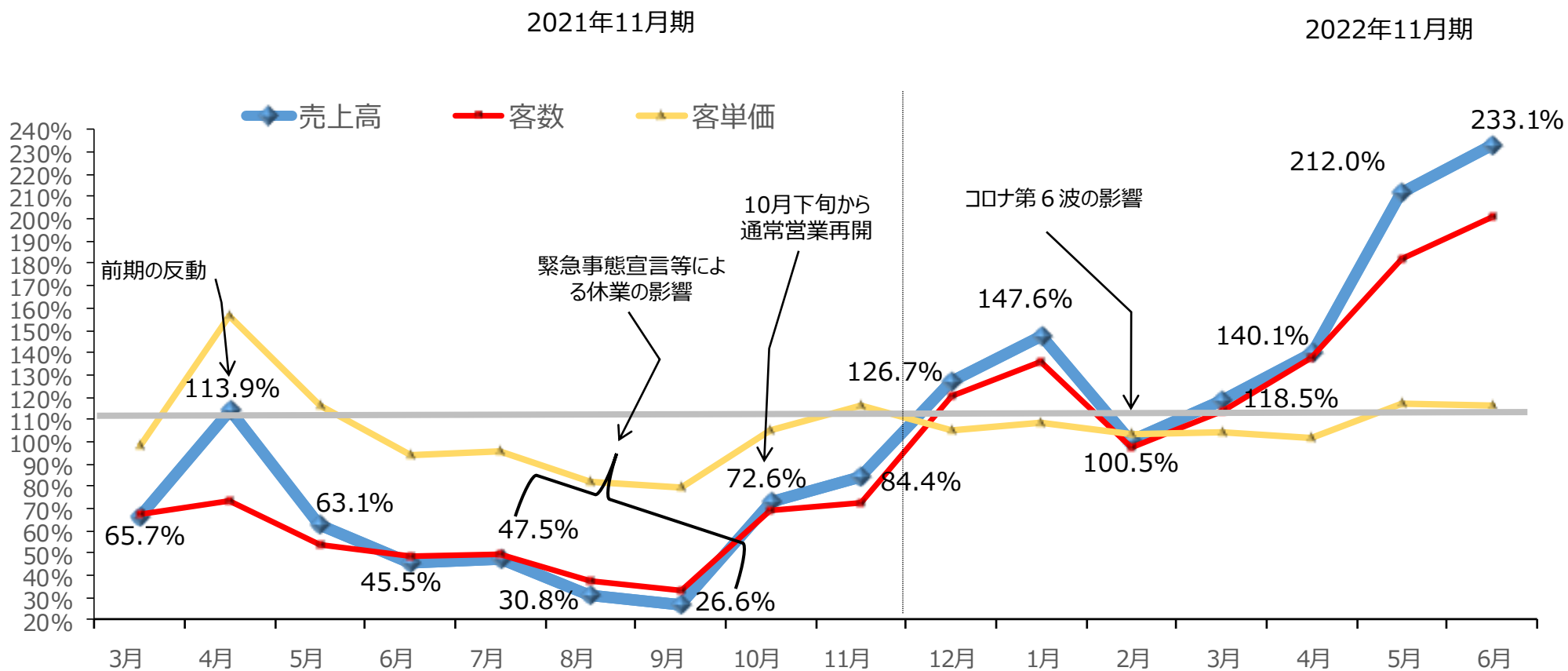
※一部平日のみ臨時休業等を含む

当社グループでは休業に対する雇用調整助成金や各自治体へ感染拡大防止協力金の支給を申請しておりますが、その一部を第2四半期末時点では収益計上しておりません。

今後の支給時点において、収益を認識する予定です。

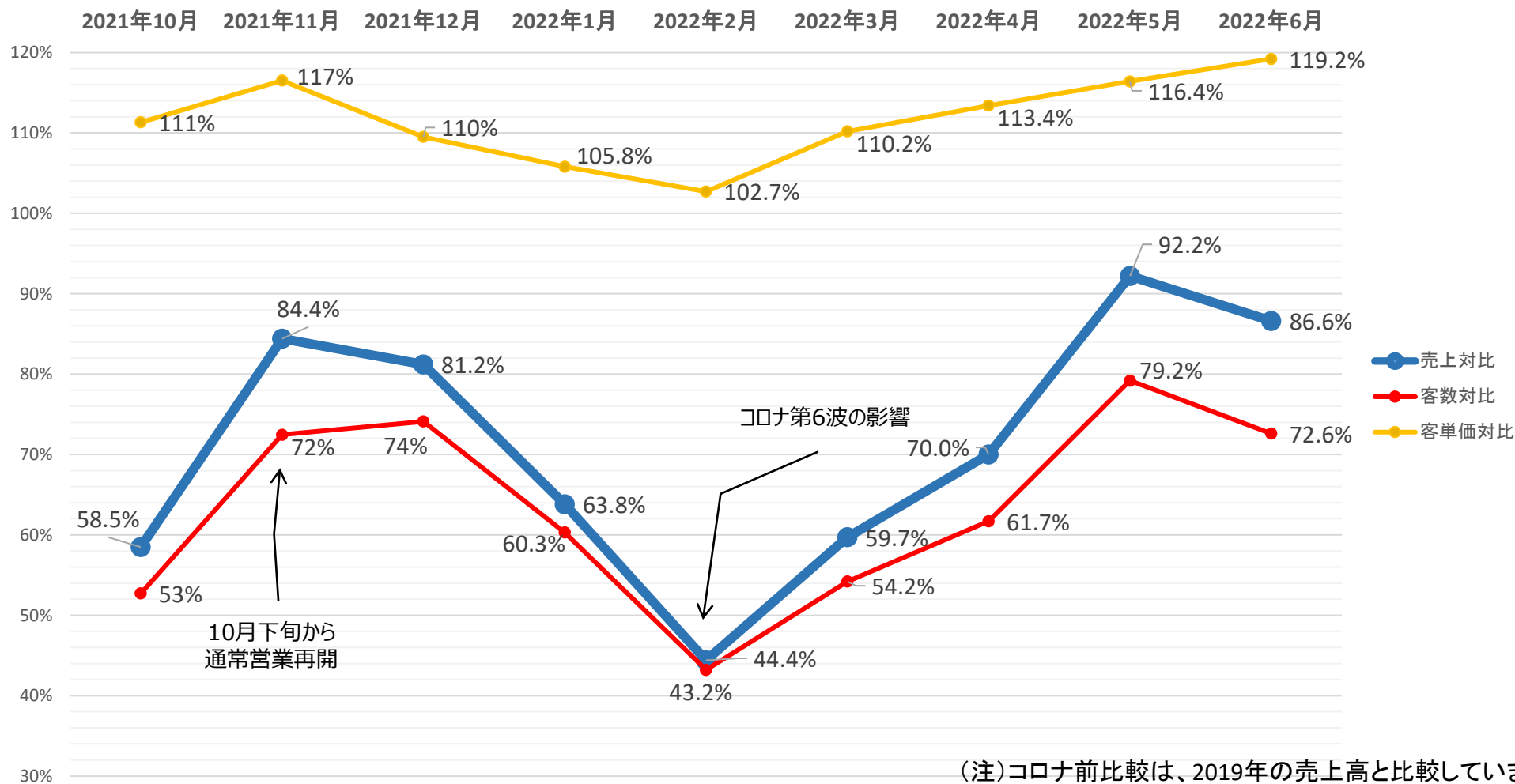
既存店売上高前年同期比推移（休業店舗は除く）

**本年1月のまん延防止等重点措置の適用により、売上は再び減少。
3月下旬に解除されたことから、売上は回復傾向にある。**



直近売上高のコロナ前比較

第6波の影響により減少したものの、4月以降売上は回復傾向にある



現状の業績動向（ハイライト・前期比較）

(単位：百万円)

	2021年 11月期 第2四半期 (連結)	2022年 11月期 第2四半期 (連結)	前年同期比	
売上高	2,328	4,879	2,551	109.6%
売上総利益	1,392	3,140	1,747	125.5%
売上総利益率	59.8%	64.3%	4.5pt	
販管費及び一般管理費	2,626	3,416	789	30.1%
営業利益	△1,233	△276	957	－%
経常利益	△463	904	1,368	－%
経常利益率	－%	18.5%	－pt	
四半期純利益	△324	570	894	－%

主な増減理由

【売上高】
新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う営業自粛等により、店舗売上は著しく変動しており、期間比較が困難な状況です。

【売上総利益】
売上高増加による影響

【販管費及び一般管理費】
売上高及び店舗増加に伴うコスト増

- ・アルバイト人件費
- ・水道光熱費
- ・店舗家賃
- ・支払手数料

【経常利益】
雇用調整助成金及び感染拡大防止協力金の入金額を、助成金収入として計上

現状の業績動向（売上高内訳）

（単位：百万円）

	2021年 11月期 第2四半期 (連結)	2022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	1,551	3,680	2,129	137.3%	新型コロナウイルス感染症拡大に伴う自粛要請期間の相違による客数の増減、休業・時短営業の縮小による影響
FC商品売上高	581	829	247	42.6%	同上
FCロイヤリティ収入	99	177	77	77.9%	同上
その他	95	192	96	101.4%	主に冷凍串カツのインターネット販売による増加
合計	2,328	4,879	2,551	109.6%	

現状の業績動向（ハイライト・予算比較）

1月から3月の休業・時短営業の影響で未達成

（単位：百万円）

	2022年 11月期 第2四半期 連結実績	2022年11月期 第2四半期累計 連結予算	達成率
売上高	4,879	7,000	69.7%
営業利益	△276	370	-%
経常利益	904	1,190	76.0%
当期純利益	570	700	81.4%

通期連結業績予想の修正

1月から3月の休業・時短営業の影響で、売上高・利益ともに減少

(単位：百万円)

	2022年11月期 当初連結予算		2022年11月期 修正連結予算	修正内容
売上高	14,900		11,800	5月までの実績と6月、7月の回復状況が継続する前提。 直営店の出店遅れも加味
営業利益	790		△210	上記売上高を前提に、計算。 人件費、地代家賃、減価償却費 等の固定費の影響
経常利益	1,630		1,300	雇用調整助成金・感染拡大防止 協力金を計上
当期純利益	910		750	上記経常利益の減少に伴う減少

現状の業績動向（貸借対照表）

	2021年 11月期 連結	2022年 11月期 第2四半期 連結	前期末 比較	主な増減内容 (単位：百万円)
資産の部				
流動資産	3,211	4,063	+852	売上の回復、助成金の収入や新規の借入による増加
固定資産	3,512	3,694	+182	新規出店に伴う増加
資産合計	6,723	7,757	+1,034	
負債の部				
流動負債	3,400	3,696	+296	業績回復に伴う未払税金の計上
固定負債	2,145	2,294	+149	新規出店に係る設備投資資金として長期借入金の増加
負債合計	5,546	5,991	+445	
純資産の部				
純資産合計	1,177	1,766	+589	主に四半期純利益を計上したことによる影響
負債・純資産合計	6,723	7,757	+1,034	
自己資本比率	17.5%	22.8%	+5.3pt	四半期純利益を計上したことによる影響
有利子負債依存度	54.3%	49.7%	△4.6pt	四半期純利益を計上したことによる影響

現状の業績動向（連結キャッシュ・フロー 主な内訳）

	2021年11月期 第2四半期	2022年11月期 第2四半期
営業キャッシュ・フロー	△810	1,253
税引前当期純利益（損失）	△463	904
減価償却費	138	173
売上債権の増減額	299	△110
仕入債務の増減額	△320	9
助成金の受取額	349	989
法人税等の支払額	△6	△13
投資キャッシュ・フロー	△454	△136
有形固定資産の取得による支出	△377	△383
財務キャッシュ・フロー	△248	112
短期借入れによる収入	800	—
短期借入金の返済による支出	△1,100	△79
長期借入れによる収入	700	1,050
長期借入金の返済による支出	△557	△765
配当金の支払額	△90	△91
現金及び現金同等物の期末残高	2,570	2,971

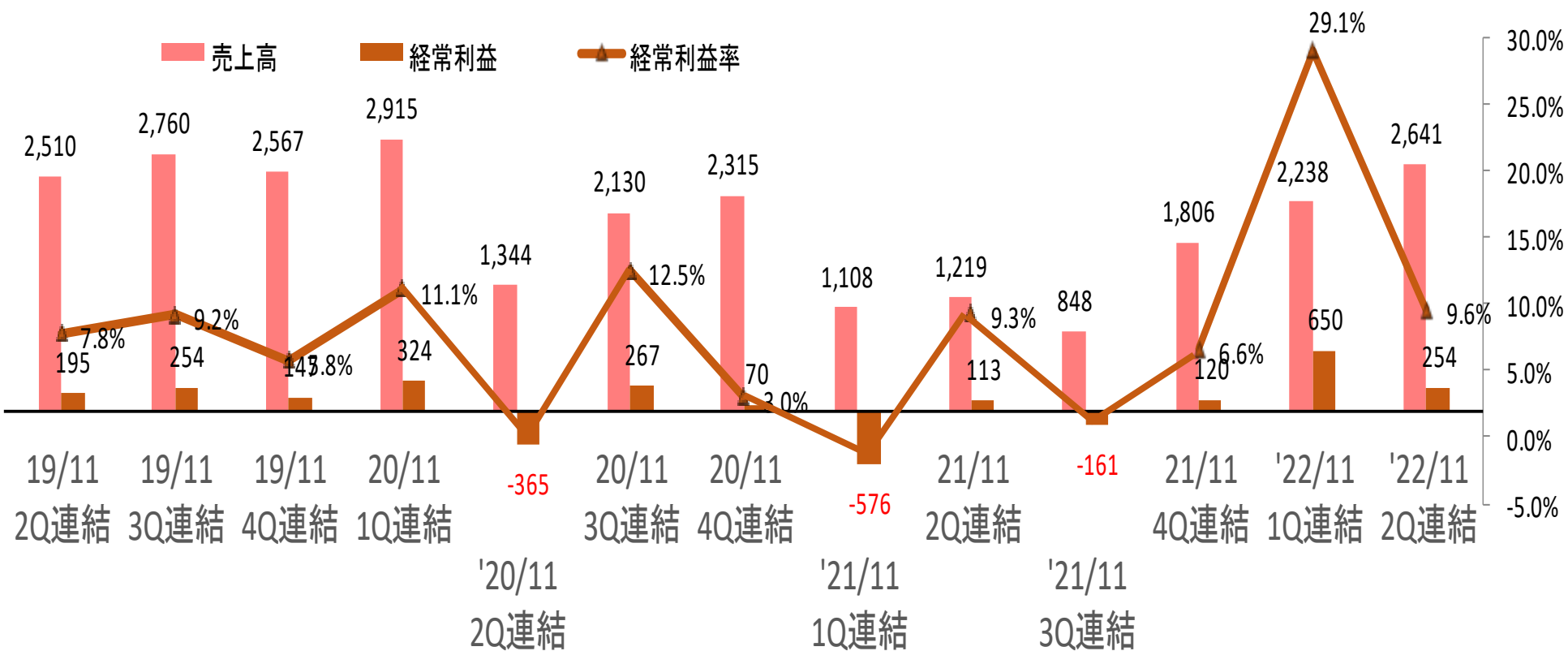
(単位：百万円)

■ 店舗休業および時短営業に伴う助成金の受取で営業CFはプラスに転換

■ 新店出店のため、投資CFは継続して支出

■ 長期借入の実施により、財務CFはプラス

(参考) 四半期業績の推移



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

未定（前期：1株当たり10円00銭）

■ 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（電子チケットにて贈呈）
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

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、2022年5月末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 経営企画室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 CEO 坂本 壽男
本社	東京都品川区東五反田一丁目7番6号
資本金	306百万円（2022年5月末現在）
業績	<ul style="list-style-type: none">●売上高：49億83百万円●経常損失：5億4百万円（ともに、2022年11月期）
事業内容	「串カツ田中」「烏玉」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



沿革

	設立・本店等の流れ	店舗展開の流れ
2019年 6月	東京証券取引所市場第一部へ指定替え	
2019年 8月		250店舗出店達成（FC店含む）
2020年 2月		「烏玉」ブランドの譲受
2020年 3月	100%子会社の(株)セカンドアロー設立	
2020年 9月		烏玉1号店「烏玉モザイクモール港北店」（神奈川県港北区）オープン
2021年 4月	冷凍串カツのオンラインショップ開設	
2021年10月	(株)インフォーマートと業務提携及び合併会社「(株)Restartz」の設立	
2022年 1月		300店舗出店達成（FC店含む）
2022年 6月		TANAKA1号店をアメリカオレゴン州ポートランドにオープン



グループ企業理念の新設

● グループ企業理念

「どんな時代においても必要とされる
会社・組織・人材になる」

● 串カツ田中企業理念

「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」

● セカンドアロー企業理念

「新たな価値を創造し、関わるすべての人を幸せに」



串カツ田中の目標

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。

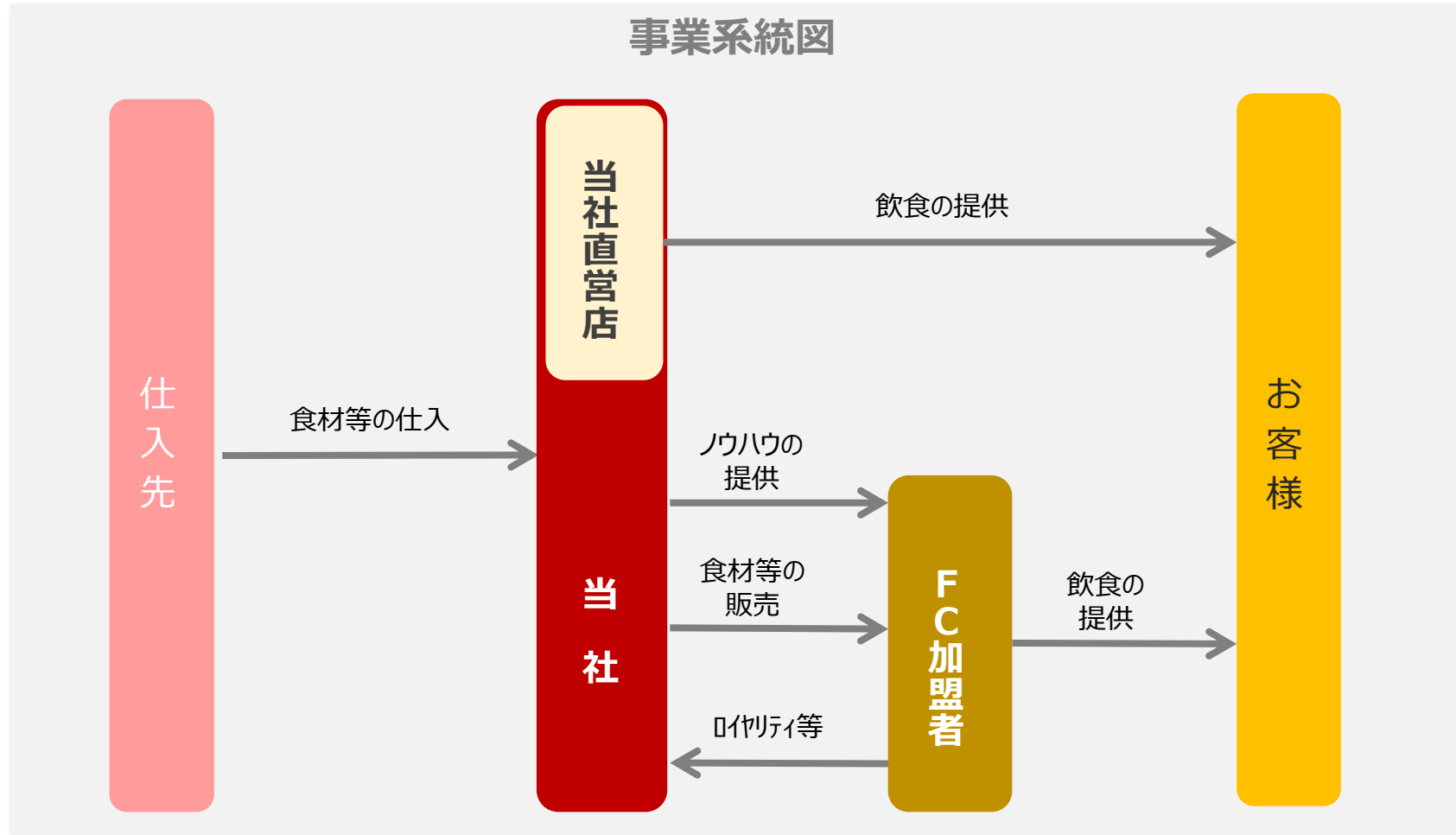
当社の使命

- 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

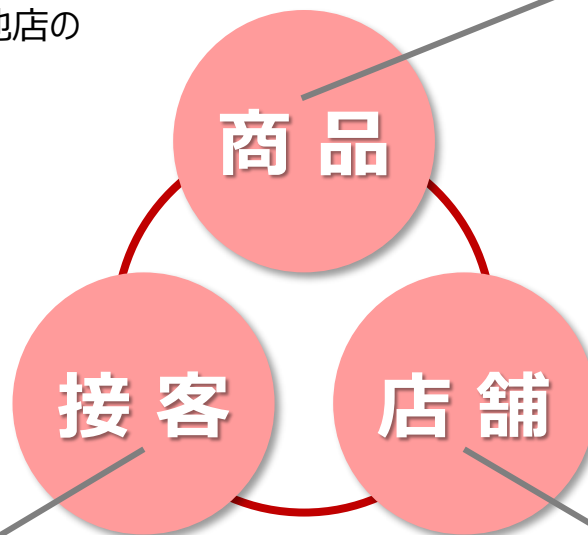
『串カツ田中ブランド』

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2,700円(税込)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～330円 * 150円以下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
※現在は、新型コロナウイルス感染症の拡大により開催を見送っています。

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

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
- ・お客様の来店時の検温
- ・従業員のマスク着用
- ・フロアでの衛生対策、アクリル板の設置
- ・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
- ・斜向かい、または間隔を空けての着席
- ・入店時の手洗い、または消毒
- ・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!

自社サイトでの冷凍串カツの販売

冷凍串カツをオンラインショップにて販売

- ・直接、お客様へ販売（D2C）
- ・場所、時間の制約がない。
- ・夕食、パーティ、晩酌、お弁当、ギフトと様々なシーンで利用可能
- ・コト消費として串カツを楽しんでもらうため、「おうちで串カツ卓上フライヤー」も販売スタート



おうちで大阪気分 串カツ「16種80本」+
食いだおれ大容量満喫セット【冷凍】 ¥18,980



おうちで楽しむ「5種25本」
セット【冷凍】¥3,290

自社サイトでの冷凍串カツの販売



LINEお友達
田中ファン

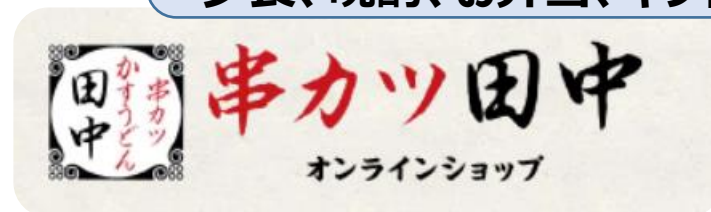


店舗

- ・地域密着
- ・30~40代、家族
- ・飲み会需要

OMO

- ・全国地域
- ・NET世代、主婦層
- ・夕食、晩酌、お弁当、ギフト



店舗で使える割引券
キャンペーンお知らせ

様々な場所・客層・シーンで串カツを楽しんでいただく



「串カツ」を日本を代表する食文化に