

2006年11月期 決算説明会

研究開発型外食企業
 株式会社 関門海
<http://www.kanmonkai.co.jp>



1. 2006年11月期 決算概要

2. 2007年11月期 計画

3. 添付資料

当社の事業概要



事業内容

“研究開発型外食企業”

食材に関連する技術開発により、品質面、安全面
及び価格面において差別化されたとらふぐ料理店
「玄品ふぐ」などの専門料理店の展開

創業及び会社設立

1980年9月 とらふぐ料理専門店として創業

1989年5月 株式会社関門海(当時:さかな亭)設立

従業員数

257名 (平成18年11月30日現在)

直近の店舗展開状況

とらふぐ料理専門店「玄品ふぐ」

関東地区 直営42店舗 FC16店舗

関西地区 直営27店舗 FC17店舗

九州地区 直営1店舗 計103店舗

かに料理専門店「玄品以蟹茂(いかにも)」

関東地区 10店舗

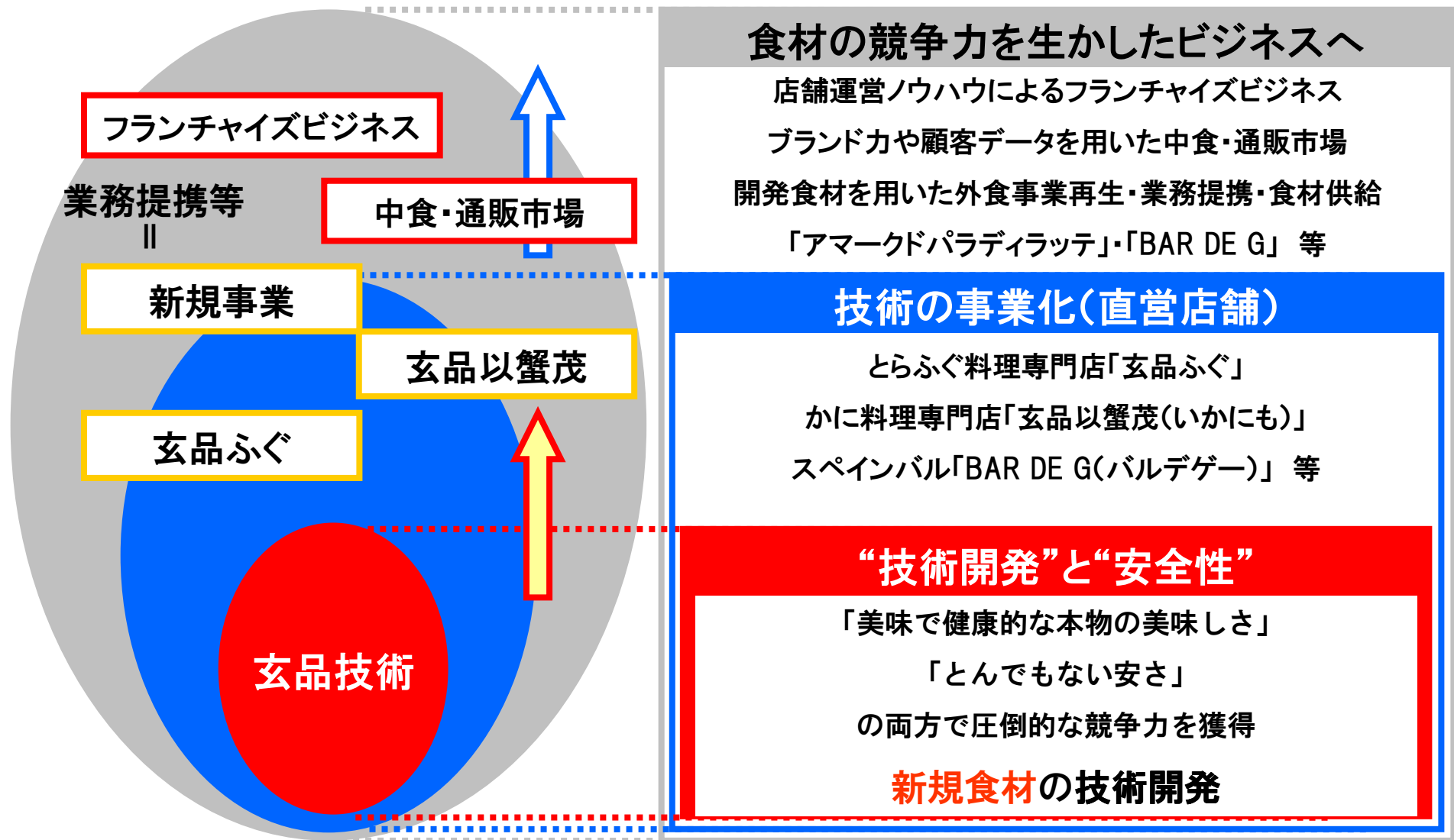
関西地区 1店舗

その他店舗 3店舗

全店舗合計 117店舗

(直近日現在)





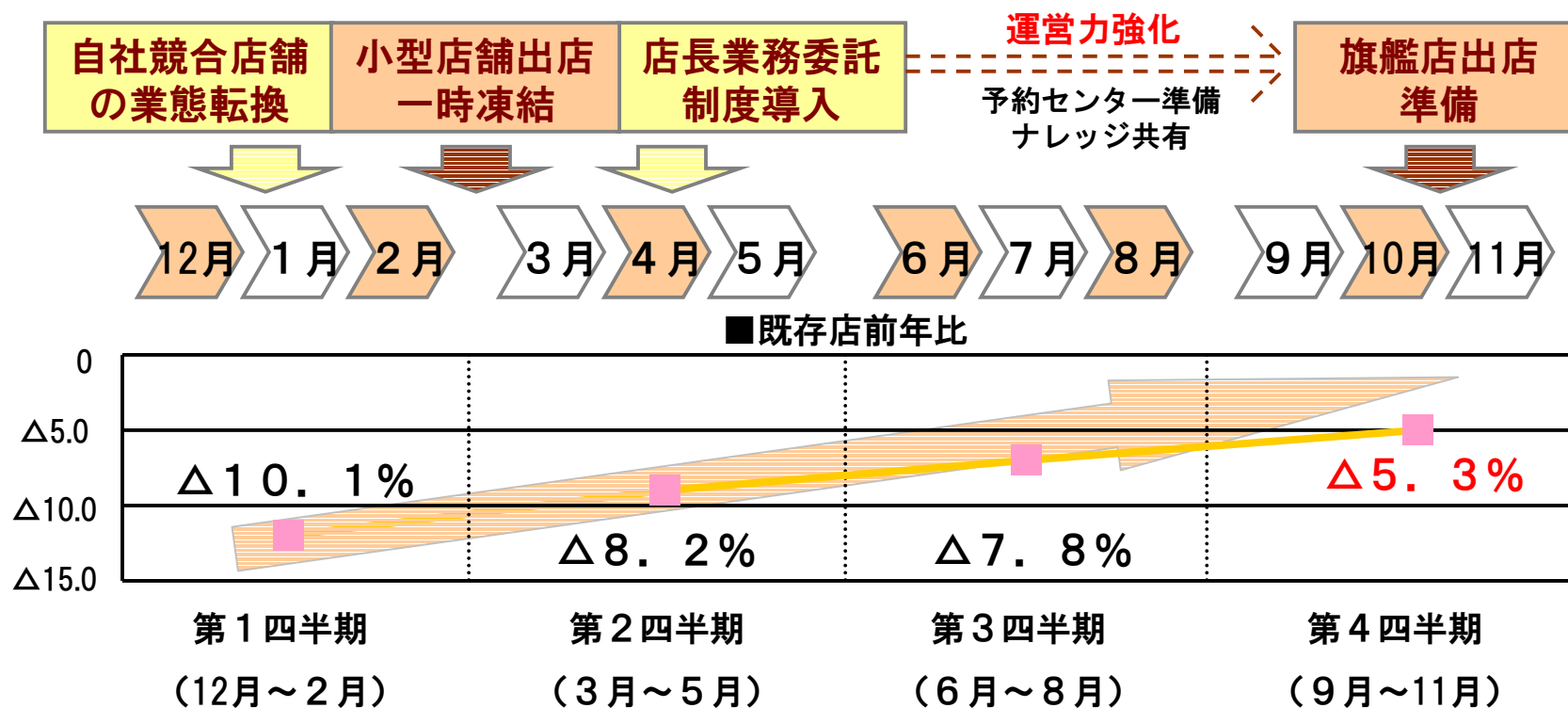
第18期 トピックス

■第1四半期の売上鈍化

- ・急速な店舗展開による人材不足
- ・自社競合
- ・受動的な店長増加
- ・ブランド力不足
- ・創業者逝去

■あらゆる側面からの施策を実施

- ・業態転換（1月～2月）
- ・組織制度の見直し
- ・出店抑制→既存店舗の運営力強化
- ・旗艦店の出店準備
- ・ナレッジマネジメントシステム導入



出店戦略

地域密着型小型直営店舗の出店

関東地区 6 店舗
関西地区 7 店舗 (3月まで)

売上鈍化

小型店舗の出店抑制

店舗運営の見直し

出店戦略の見直し

直営店舗

①出店エリアの拡大

➡ 平成18年10月
九州1号店出店 中洲の関

②認知度向上

➡ 好立地での大型店の出店準備
六本木の関／梅田東通の関

FC店舗

①個人オーナーによる小型店舗展開

➡ 個人FCオーナー発掘
直営店舗からFCへ戦略的転換

②複数出店可能なフランチャイズ企業発掘

➡ 地方出店への基盤作り

玄品以蟹茂

玄品ふぐに続く主力事業へ

1号店を吉祥寺へ出店、業績が好調

自社競合の可能性のある「玄品ふぐ」を5店舗業態転換



戸越銀座店／池上店／仲宿店／東高円寺店／平井店

商圈テストの実施



- ・ ビジネス立地
- ・ 繁華街
- ・ ロードサイド
- ・ 「玄品ふぐ」との複合店舗

関東地区 4店舗出店
関西地区 1店舗出店
合計 12店舗

注) 「玄品ふぐ」との複合店舗含む

FC化

フランチャイズ化を視野に収益性モデルの確立を図る。

課題

仕入ルート強化／業態認知度向上
新メニュー開発／オペレーション確立

商 品

短期的な研究テーマである技術開発が応用可能に

「長期保存技術」

「旨味向上技術」

安く仕入れて品質を保持

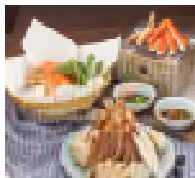
旨味を向上

品質が同等の商品を半分程度 of 原価でつくることが可能

タラバ蟹へ応用

18期よりメニューへ投入し、客単価アップ

- ズワイ蟹鍋と炭火焼セット
1,980円



- ズワイ・タラバ蟹鍋と炭火焼セット
2,980円



- 宴コース
3,980円



- 蟹とイクラのこぼれ寿司
980円



業 態 特 徴

「玄品ふぐ」との類似性

店舗レイアウト

「玄品ふぐ」との高い互換性

季節変動

人件費のコストコントロールノウハウがある

顧客層

業態間の顧客誘導が可能

客単価

高客単価(客単価4,000～5,000円程度)

「玄品ふぐ」のノウハウにより収益性確保が可能

顧客層が広範

売上高の拡大余地

新規事業

業務提携により新分野へ進出

研究開発型外食企業として飛躍的な成長

自社の営業ノウハウだけでは実現困難な分野での新規業態開発が必要

(株)バルニバービとの業務提携（平成18年7月）

企業の特徴

(株)関門海 : 玄品技術による高い商品力を持つ企業

(株)バルニバービ : 斬新かつ流行を追わないスタイルの店舗を展開してきたイノベーター外食企業

提携内容



開発食材の供給／設備投資

BALNIBARBI



開発食材を活かした業態開発／案件・物件
開発／店舗運営企画

大学内レストラン事業
学生向け弁当販売事業

商業施設内
新規業態

同志社大学京田辺キャンパス
「アマークドパラディラッテ」

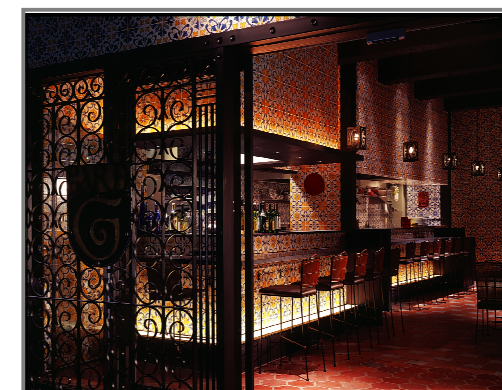
スペインバル
「BAR DE G（バルデゲー）」



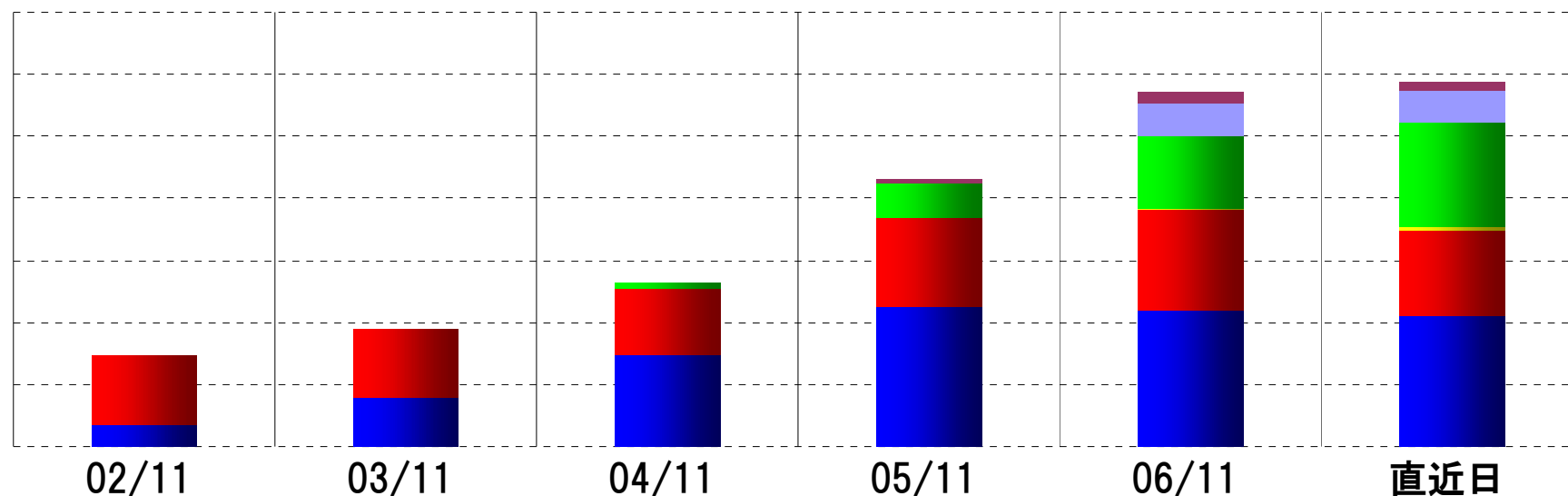
「アマークドパラディラッテ」
平成18年9月オープン



「BAR DE G（バルデゲー）」
平成18年10月オープン



トピックス／店舗推移グラフ



	02/11	03/11	04/11	05/11	06/11	前期末比	直近日
玄品ふぐ	29	38	53	85	100	+15	103
■ 関東直営	7	16	29	45	44	△1	41
■ 関西直営	22	22	22	29	32	+3	28
■ その他直営	—	—	—	—	1	+1	1
■ FC	—	—	2	11	23	+12	33
■ 玄品以蟹茂(いかにも)	—	—	—	—	11	+11	11
■ その他	—	—	—	1	3	+2	3
合 計	29	38	53	86	114	+18	117

平成18年12月の
直営から10店舗
FC化によるもの。

決算概要／売上高



部門別売上高

(単位:百万円)

品 目	2005年 11月期	2006年 11月期	前年比
店舗売上高	5,569	6,028	+8.2%
関東地区	3,841	4,001	+4.2%
関西地区	1,728	2,013	+16.5%
その他	—	12	—
フランチャイズ売上高	335	677	+201.8%
食材等その他売上高	286	202	△29.5%
合 計	6,191	6,908	+11.1%

新規出店による店舗数の増加・玄品以蟹茂の出店・新規事業の出店が寄与

九州地区1号店出店
「玄品ふぐ 中洲の関」

F C店舗11店舗から23店舗となったことによる食材販売、ロイヤリティ等

前期に発生した協賛金収入が今期において発生しなかったことによる減少

既存店前年比

	上半期	下半期	通期
全店	+21.0%	12.1%	+17.4%
既存店	△9.4%	△6.2%	△8.2%
既存店 (大型)	△12.0%	△5.3%	△9.7%
既存店 (小型)	△6.4%	△6.9%	△6.6%

決算概要／損益計算書



(単位:百万円)

科 目	2005年11月期 (実績)		2006年11月期 (実績)		対前年比		2006年11月期 (予算)		対予算比	
	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)	金額	構成比 (%)
売上高	6,191	100.0	6,908	100.0	+ 716	+ 11.5	7,500	100.0	△592	△7.8
売上原価	1,601	25.9	1,847	26.7	+ 245	+ 15.3	2,000	26.7	△153	△7.6
売上総利益	4,590	74.1	5,060	73.3	+ 470	+ 10.2	5,500	73.3	△440	△8.0
販売費及び 一般管理費	4,092	66.1	4,657	67.4	+ 564	+ 13.8	4,850	64.7	△193	△3.9
営業利益	497	8.0	403	5.9	△94	△19	650	8.6	△247	△38.0
経常利益	460	7.4	371	5.4	△88	+ 42	600	8.0	△229	△38.1
税引前当期 純利益	364	5.9	353	5.1	△10	+ 74	450	6.0	△ 97	△21.5
当期純利益	201	3.3	190	2.9	△11	+ 81	300	2.9	△110	△36.6

決算概要／貸借対照表



(単位:百万円)

区 分	2005年 11月期	2006年 11月期	増減額
流動資産	2, 006	2, 702	+695
固定資産	2, 526	3, 076	+550
資産合計	4, 532	5, 778	+1, 246
流動負債	1, 938	2, 113	+174
固定負債	1, 308	2, 155	+846
負債合計	3, 247	4, 268	+1, 020
資本合計	1, 284	—	—
負債・資本合計	4, 532	—	—
純資産合計	—	1, 510	—
負債純資産合計	—	5, 778	—
有利子負債	2, 323	3, 371	+1, 048
有利子負債依存度	51. 3%	46. 2%	△5. 0%
自己資本比率	28. 3%	26. 1%	△2. 2%

「玄品技術」により長期保存されたとらふぐなどの食材の増加。「玄品ふぐ」で使用するとらふぐを約2年分の在庫投資を実現でき食材供給が安定化。

「玄品ふぐ」「玄品以蟹茂」の新規出店、新規業態の出店による固定資産の増加。

1年以内返済予定の長期借入金の増加、買掛金の増加

大幅な在庫投資による長期借入金増加。

大幅な在庫投資による借入金の増加

有利子負債依存度は5.0ポイント改善

自己資本比率は2.2ポイントマイナス。

主力業態「玄品ふぐ」の事業基盤の安定化に伴う有利子負債の増加

決算概要／キャッシュ・フロー計算書



(単位:百万円)

科 目	2005年11月期	2006年11月期 (実績)
営業活動によるキャッシュ・フロー	500	△234
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,090	△1,016
財務活動によるキャッシュ・フロー	966	1,097
現金及び現金同等物に係る換算差額	4	2
現金及び現金同等物の増加額	380	△151
現金及び現金同等物の期首残高	306	686
現金及び現金同等物の期末残高	686	535

ふぐの在庫投資による、
たな卸資産の増加額△
900百万円が無いと
仮定すると約666百
万円の獲得

営業活動によるキャッシュ・フロー

増加原因：税引き前当期純利益353百万円、減価償却費386百万円、未収金の減少額192百万円等

減少要因：たな卸資産の増加額900百万円、法人税等の支払額252百万円等

投資活動によるキャッシュ・フロー

減少要因：新規出店に伴う有形固定資産の取得による支出724百万円、店舗物件賃貸に伴う差し入れ保証金による支出143百万円、長期前払費用の増加による支出115百万円等

財務活動によるキャッシュ・フロー

増加要因：長期借入れによる収入1,700百万円

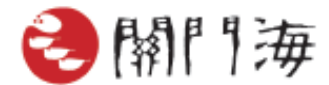
減少要因：長期借入金の返済による支出519百万円、社債の償還による支出132百万円等

1. 2006年11月期 決算概要

2. 2007年11月期 計画

3. 添付資料

玄品ふぐ／19期の出店戦略



出店戦略

関東・関西

ブランド力の向上を目的とした店舗展開

六本木の関／梅田東通の関
平成18年12月22日同時オープン
→
関西ビジネス街 船場の関
平成19年2月6日 オープン予定



その他地域

九州地区における店舗展開の基盤作り

FC展開

法人FC

フランチャイズ企業の加盟開発を推進

→ 未開拓地域への店舗展開

個人FC

個人FCオーナーによる地域密着型小型店舗の出店を推進

→ 直営店舗からのフランチャイズ化の推進（独立支援）

玄品食材向上ファクトリー

- ・ 食材品質向上技術
- ・ 玄品技術による冷凍処理 等

取扱食材

- ・ 鶏肉
- ・ エビ
- ・ イカ
- ・ 豚肉
- ・ 魚介類全般 等

開発食材供給

現在

- ・ 同志社大学内カフェレストラン「アマークドパラディラッテ」
- ・ 学生向け弁当販売事業
- ・ 「BAR DE G（バルデゲー）」

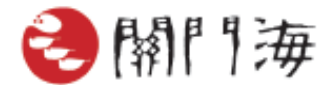
今後

- ・ 新規事業
- ・ 業務提携他社への供給

シナジー効果を発揮できる業務提携・M&Aを積極的に推進

2007年11月期 今期業績見通し

出店計画



	2006年11月期(実績)				2007年11月期(計画)			
	出店	退店 業態転換	FCへ 転換	期末 店舗数	出店	退店 業態転換	FCへ 転換	期末 店舗数
玄品ふぐ	21	△6	—	100	26	—	—	126
関東直営大型	—	△1	—	11	2	—	—	13
関東直営小型	6	△5	△1	33	5	—	△6	32
関西直営大型	—	—	—	1	2	—	—	3
関西直営小型	7	—	△4	31	1	—	△8	24
その他	1	—	—	1	1	—	—	12
フランチャイズ	7	—	5	23	15	—	14	52
玄品以蟹茂	6	5	—	11	2	△1	—	12
新規業態	2	—	—	3	5	△1	—	7
合 計	29	△1	—	114	33	△2	—	145

	2006年11月期(実績)		2007年11月期(計画)	
	金額	百分比	金額	百分比
売上高	6,908	100.0%	7,700	100.0%
店舗売上高	6,028	87.2%	6,500	84.4%
フランチャイズ売上高	677	9.8%	900	11.6%
食材その他売上高	202	2.9%	300	3.8%
売上総利益	5,060	73.3%	5,450	70.7%
販売費及び一般管理費	4,657	67.3%	4,910	63.7%
営業利益	403	5.9%	540	7.0%
経常利益	371	5.4%	500	6.5%
当期純利益	190	2.8%	220	2.9%

1. 2006年11月期 決算概要

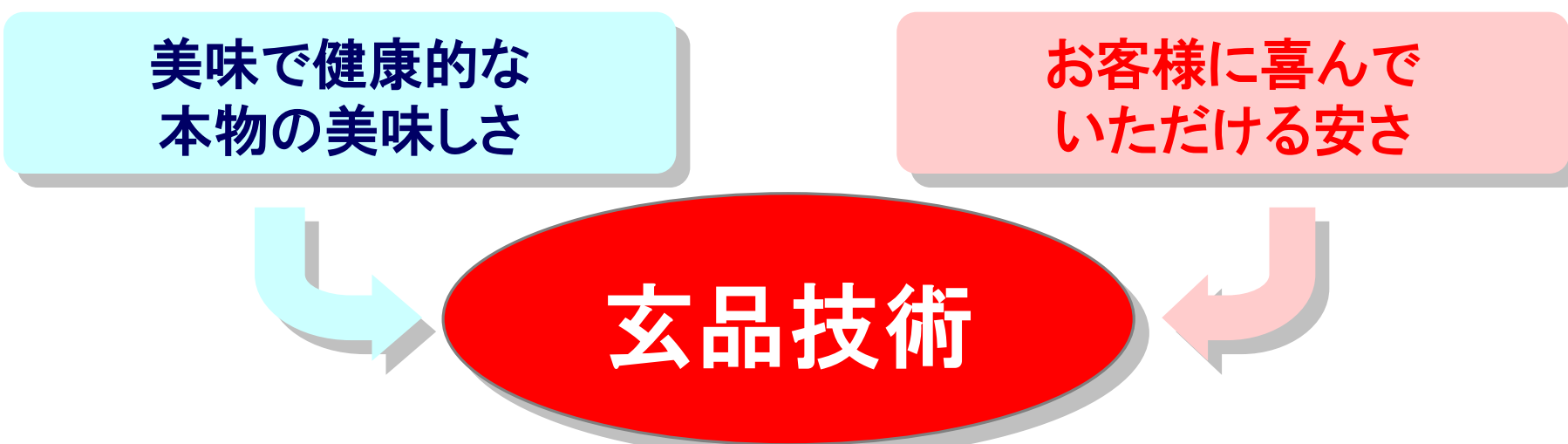
2. 2007年11月期 計画

3. 添付資料

研 究 開 発

美味で健康的な
本物の美味しさ

お客様に喜んで
いただける安さ



玄品技術

- ① 「美味しい」食材を「安く」生産(養殖)する
- ② 「安い」食材を「美味しく」旨みを向上する
- ③ 「美味しい」食材を「安い」時期・場所で仕入れて長期間保存する
- ④ 「美味しい」食材を見分ける味覚分析
- ⑤ 「美味しく」「安い」食材の安全性を確保

研究開発

短期的なテーマ

旨味向上技術

➤ 安い食材の旨味を向上する根本技術が完成
現在、生産体制の整備

玄品食材

豚／鶏／蟹／エビ／鯛／タコ／イカ
ホタテ／アサリ

長期保存技術

➤ 長期間食材の鮮度を維持したまま保存・輸送が可能
食材の調達、加工地を選ばず低コストで保存・輸送

健康食品

➤ 開発技術を活かした健康食品の開発

長期的なテーマ

養殖技術

➤ 養殖技術が次のフェーズへ

1stフェーズ(現在)

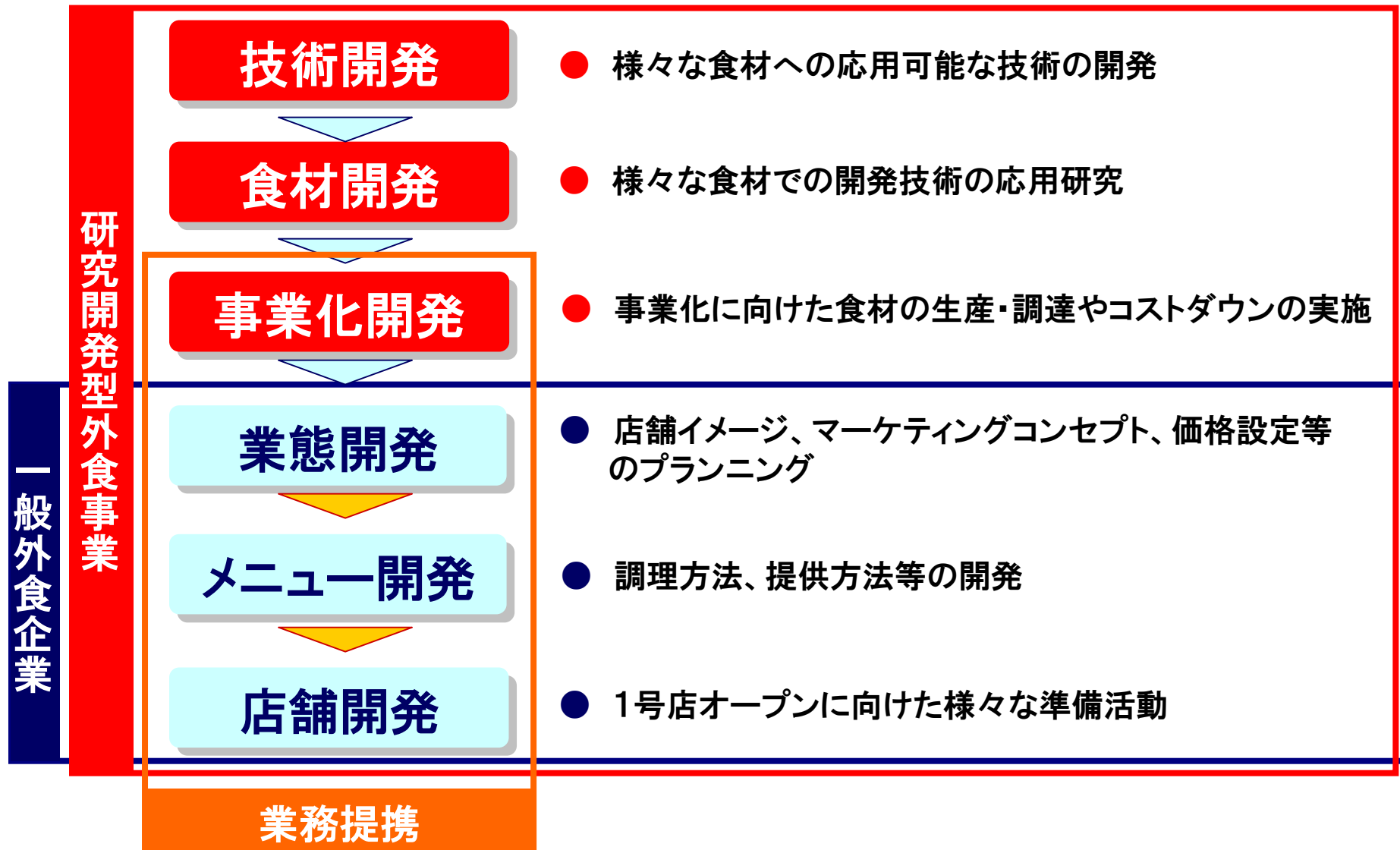
陸上養殖場の研究ノウハウを生産地で応用

2ndフェーズ(今後)

養殖業者と同じ環境での養殖技術、養殖ノウハウを構築し更なるコストダウン・品質向上を目指す

味覚分析技術

➤ 味の完全解明を目指し更なる技術開発を推進



とらふぐ料理専門店「玄品ふぐ」

店舗イメージ



メニュー



泳ぎてっちり

1,980円



泳ぎてっさ

980円



醍醐コース

5,300円

泳ぎてっちり・泳ぎてっさ
(またはぶつ刺し)・とらふぐ唐揚
ゆびき・雑炊・香物・デザート



匠味コース

3,900円

泳ぎてっちり・泳ぎてっさ
(またはぶつ刺し)・ゆびき
雑炊・香物・デザート



焼き白子
1,480円

ゆびき
630円



焼きふぐ
2,100円

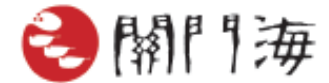
とらふぐ唐揚

1,580円



ぶつ刺し
1,580円

「玄品ふぐ」の特徴



玄品技術による食材の優位性

原価率**10%超**の優位性を持って、他社よりも
高品質なとらふぐの確保に成功

高い収益性

高い営業利益率を確保
フランチャイズ店舗も**高い営業利益率**

著しい季節変動

人材育成が非常にスムーズ
季節ごとに異なる**店舗運営ノウハウ**

業態ライフサイクル

専門店としての強みを発揮
25年間、**ライフサイクルの影響なし**

ふぐ料理は職人が必要？

ふぐ免許取得の**教育・研修システム**
店舗オペレーション簡素化のための機器開発

地域による文化の違い

関東地区のふぐ料理市場は未成熟
今後の大きな成長が見込まれる

損益の季節変動



平成18年11月期における四半期別の売上高は次のとおりであり、第1四半期に売上高が偏重しております。

	第1四半期		第2四半期		上半期	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)
売上高	2,629	38.1%	1,477	21.4%	4,107	59.5%
売上原価	677	36.7%	420	22.7%	1,097	59.4%
売上総利益	1,952	38.6%	1,058	20.9%	3,010	59.5%
販管費	1,221	26.2%	1,152	24.7%	2,343	50.3%
営業利益	731	181.4%	△64	△15.9%	667	165.5%
経常利益	725	195.4%	△71	△9.1%	654	176.3%
税引前当期利益	709	200.8%	△73	△20.7%	636	180.2%
当期利益	411	216.3%	△46	△24.2%	365	192.1%

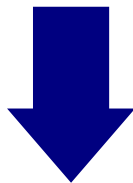
	第3四半期		第4四半期		下半期		通期
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	
売上高	939	13.6%	1,860	26.9%	2,800	40.5%	6,908
売上原価	353	19.1%	397	21.5%	750	40.6%	1,847
売上総利益	687	13.6%	1,363	26.9%	2,050	40.5%	5,060
販管費	1,050	22.6%	1,263	27.1%	2,313	49.7%	4,656
営業利益	△358	△88.8%	94	23.3%	△264	△65.5%	403
経常利益	△365	△98.4%	82	22.1%	△283	△76.3%	371
税引前当期利益	△365	△103.4%	82	23.2%	△283	△80.2%	353
当期利益	△212	△111.6%	37	19.5%	△175	△92.1%	190

とらふぐ料理に関する市場動向【関東】

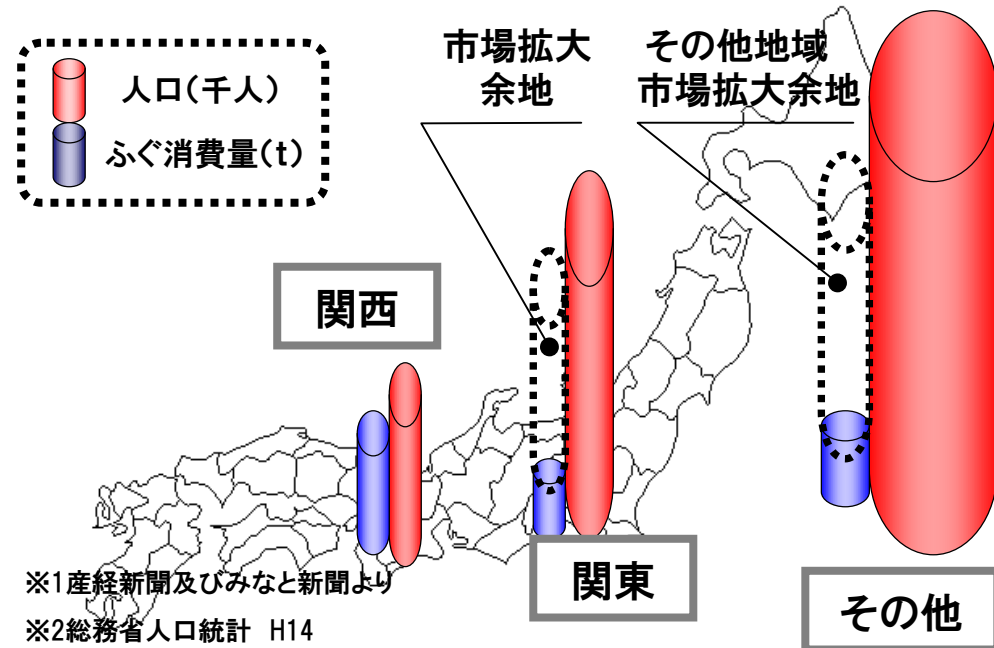


【 関東潜在マーケット 】

- ふぐの消費量は関西の1/3 ※1
- 人口は関西の約2倍 ※2



現在より、約**6倍**にも及ぶ
潜在的なマーケットが存在



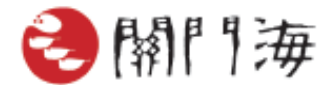
地域別平均メニュー価格

単位:円

	当社	関西	関東
ふぐちり	1,980	2,755	3,378
ふぐ刺し	980	1,618	3,274

※当社独自調べ

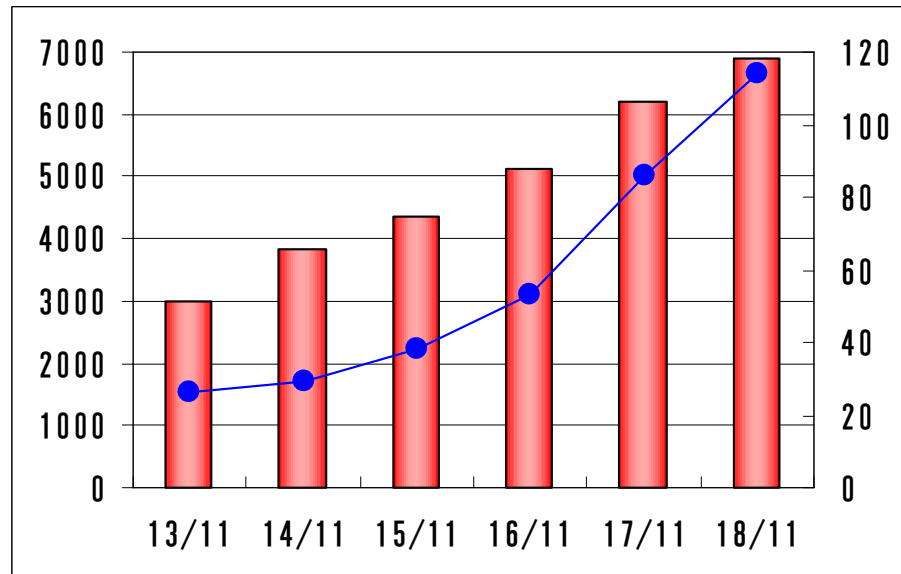
業績推移



売上高・店舗数の推移

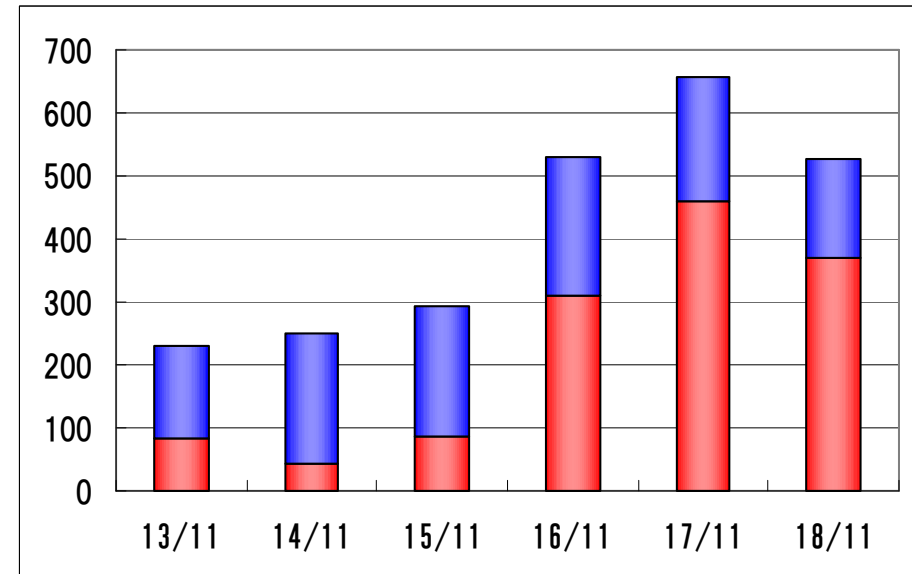
百万円

店舗



経常利益・研究開発費の推移

百万円



	13/11	14/11	15/11	16/11	17/11	18/11
■売上高	3,007	3,815	4,362	5,124	6,191	6,908
●店舗数	26	29	38	53	86	114

	13/11	14/11	15/11	16/11	17/11	18/11
■経常利益	82	42	87	311	460	371
■研究開発費	148	207	205	220	196	157

(注) 当社の主力事業である「玄品ふぐ」は、業態の特性上、第1四半期に売上高が偏重する傾向があります。