



株式会社関門海
平成28年3月期決算説明会資料
(証券コード3372)

目次

- 会社概要
- 平成28年 3 月期 店舗状況
- 第28期 トピックス
- 第28期における施策の実施事項
- 平成28年 3 月期 業績概要
- 第28期業績ハイライト
- 決算概要／連結損益計算書
- 決算概要／販売費及び一般管理費他
- 決算概要／連結貸借対照表
- 連結キャッシュ・フロー計算書
- 平成29年 3 月期 業績予想
- 第29期業績予想ハイライト
- 業績予想／個別損益計算書
- 平成29年 3 月期計画

会社概要

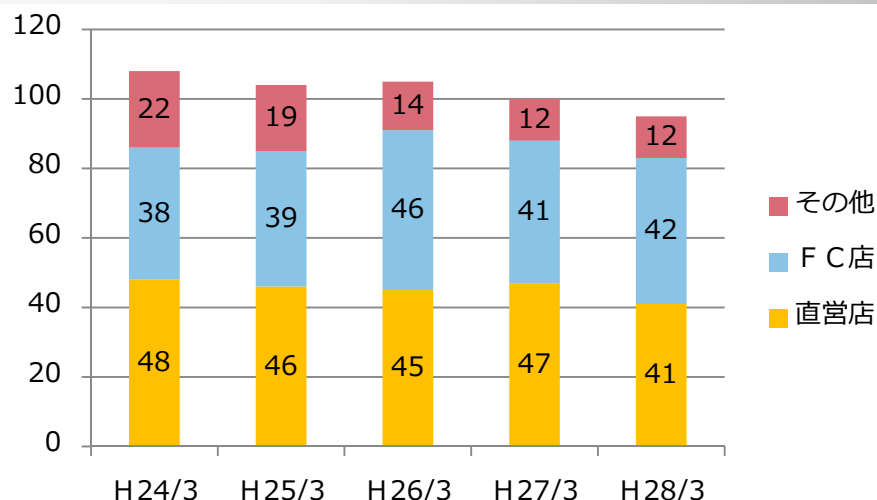
創 業	昭和55年 9 月 創業者山口聖二が大阪府藤井寺市にてとらふぐ料理「ふぐ半」を開店
設 立	平成元年 5 月
代 表 者	代表取締役社長 田中 正
子 会 社	株式会社関門福楽館 (※) 平成28年 3 月をもって壇之浦 P A のテナント契約期間満了により運営を終了しております 株式会社だいもん (※) 現在、事業活動を休止しております
事 業 内 容	とらふぐ料理専門店「玄品ふぐ」の運営および F C 展開、その他店舗運営等
資 本 金	6億4,771万円 (平成28年 3 月末日現在)
上 場	東証マザーズ (コード番号 : 3372)
従 業 員	146名 (平成28年 3 月末日現在)
本 社	大阪市西区北堀江 2 丁目 3 番 3 号



★マザーズ上場10年経過
による市場選択により
平成28年 8 月 1 日より
東証 2 部へ
上場市場変更予定

平成28年3月期 店舗状況

【 店 舗 数 推 移 】



【 エ リ ア F C 】

- ・平成28年3月までに全てのエリア（68枠）の売却完了
そのうち4店舗の出店完了
- ・平成29年3月期は、北越・西関東甲信・沖縄エリアや
他数店舗の開店を予定



山梨甲府の関

名古屋錦本町の関

主力業態：玄品ふぐ（83店舗）

直営 41店舗

東日本 28店舗 西日本 13店舗

大型店舗（年商1億以上）⇒11店舗

中型店舗（5千万以上）⇒11店舗

小型店舗（5千万未満）⇒19店舗

F C 42店舗

東日本 17店舗 西日本 25店舗

ふぐ、かに提供店舗（4店舗）

その他（8店舗）

【 店 舗 状 況 】

直営店舗：6店舗減少し41店舗

F C店舗：1店舗増加し42店舗

エリアF C

- ・山梨甲府の関：西関東甲信エリア初の出店
- ・名古屋錦本町の関：エリアF Cによる基幹店として出店

直営→F C

- ・大船の関：社内独立制度によるF C化
- ・自由ヶ丘の関：該当エリア売上実績のある企業へF C化
- ・錦の関：エリアF Cへ譲渡

閉店店舗（小型店舗の見直し等）

直営：元住吉の関、錦中央の関、両国の関

F C：五反田の関、鳳の関、寝屋川の関、大国町の関

第28期 トピックス

H 2 7 年	4月	新中期経営計画「成長計画」スタート
	7月	株式会社関門福楽館「壇之浦パーキングエリア」の運営終了の決議（H28年3月終了）
		女性限定イベント実施「とらふぐと丹波産有機野菜のコラボレーション」（以降、不定期開催）
	9月	甲信越地方初の「玄品ふぐ山梨甲府の関」開店（エリアF C）
		南風泊市場で関門海として初めて「初競り」に参加し、今年最初の天然とらふぐを競り落とす
H 2 8 年	2月	株式会社ヤタガラスホールディングスからサントリー酒類株式会社へ主要株主の異動
		「玄品ふぐ名古屋錦本町の関」開店（エリアF C）
	3月	エリア本部全地域の契約完了（68枠）
		株主優待制度の再開を決定（H28年3月末基準日、H28年6月下旬送付）
		三重あのり漁港水揚天然ふぐコース販売開始（「玄品ふぐ」初のブランドふぐ使用コース）
	4月	「玄品ふぐ」全国展開加速化へ向け、エリアF C事業本部の設置
	5月	株式会社新宮川様協力のもと、うなぎ料理の提供開始を決定

第28期における施策の実施事項

	強み	重点事項	実施状況
営業戦略	商品力	・商品の妥協なき開発	・グレードアップした四季メニューの提供 ・天然とらふぐ、白子の販売強化等、価値ある美味しさの提供による顧客満足度向上
	営業力	・マスでの新規顧客獲得、常連づくり強化 ・旗艦店舗の直マネジメント	・新規顧客獲得、常連づくりを強化 ・旗艦店舗の直マネジメント強化
	インバウンド	・インバウンド強化による店舗の通期黒字化	・インバウンド需要の取込強化 ・訪日外国人向けの体験型サービスを強化 ・口コミ（SNS等）を通じ集客力向上
	エリアF C展開	・エリアF Cの全国展開 ・既存F Cのテコ入れ	・エリアF Cの全国契約締結完了（68枠） ・フランチャイズ事業本部設置
調達・物流戦略	安心、安全、正確、ローコスト	・安定的な調達による在庫の適正化 ・正確な物流をローコストで実現	・高品質野菜仕入のため、入手ルートの見直し ・東日本物流の外部委託化の推進
設備戦略	店舗改装	・店舗空間の高質化を目的とした改装 ・システム導入による管理機能強化	・店舗改装の継続実施 ・直営店舗へPOSシステム導入完了
組織戦略	組織改革	・組織文化改革 ・従業員満足度向上、持株会加入促進	・組織改革（分かりやすい組織へ） ・内部監査の実施徹底 ・従業員満足度向上（賃金・労働環境）
財務経営戦略	財務基盤の充実	・不採算店舗の整理 ・財務基盤の充実	・不採算店舗閉鎖による収益改善（3店舗） ・株主優待の再開決定

平成28年3月期 業績概要

第28期業績ハイライト

28期は増収減益

11月以降の繁忙期での天候不順と暖冬の影響はあったものの、営業・販売強化の取組により、
「玄品ふぐ」直営既存店売上高 5期連続で増加 原価率は繁忙期の国内とらふぐ相場高騰により上昇

売上高	5,207百万円（前期比1.7%増）	営業利益	164百万円（前期は201百万円）
売上原価	1,671百万円	経常利益	87百万円（同138百万円）
売上総利益	3,536百万円	当期純利益	19百万円（同42百万円）

◆増収要因

- ※ 店舗の閉鎖や子会社の事業終了による減少はあったが、それを上回る直営既存店売上高の増加
- ※ エリアF C加盟や2店舗開店による増加
- ※ かに業態及びその他業態も好調に推移

◆減益要因

- ※ 昨年とらふぐ価格の上昇を見越し戦略的に大量に仕入れをおこなった。本年は、想定以上に価格が高騰したため原価率は上昇したが、昨年の戦略が功を奏し影響は最小限に抑制
- ※ 顧客満足度向上を目的とした、新たな季節メニューの上質化により原価率は上昇したが、グレードアップしたメニューの提供により売上高増加に貢献
- ※ エリアF C加盟開発の積極的な展開による開発経費の増加
（全国すべてのエリア契約締結を完了し28期までに3店舗の出店完了 今後出店は加速する予定）
- ※ 営業強化を目的に、商品開発部・食材開発部の新設等で本部機能の充実を図ったことにより人件費等は増加したが、仕入力の強化、商品の妥協なき開発をすすめる

決算概要／連結損益計算書

(単位：百万円)

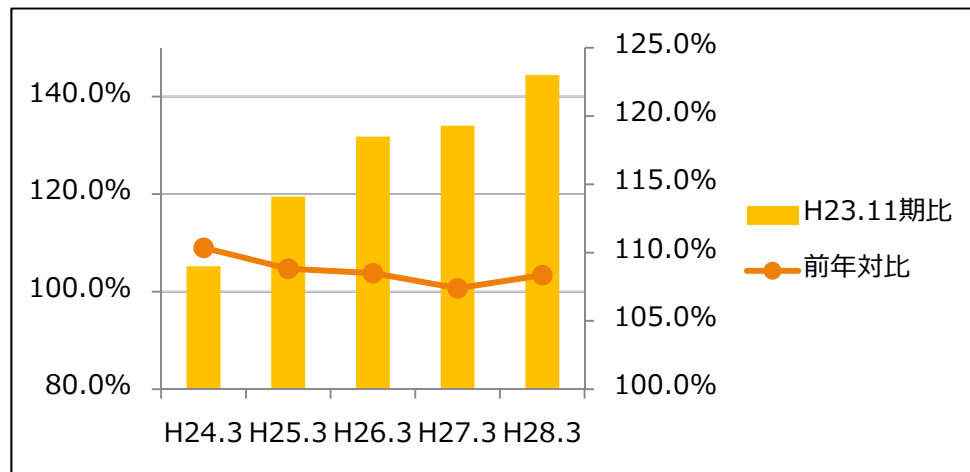
	H28年 3 月期		H27年 3 月期		増減額	前期比	主な要因
	金額	比率	金額	比率	金額	比率	
売上高	5,207	100.0%	5,118	100.0%	88	101.7%	・ 直営既存店売上高増加 100百万円 ・ かに業態及びその他売上等の増加 61百万円 ・ FC関連事業の増減（エリアFC加盟、同新店） 11百万円 ・ 店舗の閉店による影響 △87百万円 ・ 連結子会社(株)だいもんの事業終了等 △26百万円
売上原価	1,671	32.1%	1,591	31.1%	80	105.0%	・ 本年は 繁忙期の国内とらふぐ相場高騰や、顧客満足度向上を目的とした、新たな季節メニューの上質化により原価率は31.1%→32.1%に上昇したものの、昨年の戦略的仕入を行ったことにより、影響は最小限に留まった
売上総利益	3,536	67.9%	3,527	68.9%	8	100.2%	
販売費及び一般管理費	3,371	64.7%	3,326	65.0%	45	101.4%	・ エリアFC加盟開発の積極的展開による開発経費等の増加 ・ 営業強化を目的に、商品開発部・食材開発部の新設等で本部機能の充実を図ったことによる人件費等の増加
営業利益	164	3.2%	201	3.9%	△36	81.9%	
経常利益	87	1.7%	138	2.7%	△51	63.2%	
税金等調整前当期純利益	38	0.7%	31	0.6%	7	124.0%	・ 店舗等の閉鎖にかかる店舗閉鎖損失（4店舗）20百万円 - 減損損失計上（1店舗）19百万円
当期純利益	19	0.4%	42	0.8%	△23	45.2%	

決算概要／販売費及び一般管理費他

◆直営既存店売上高の推移

(H23.11期比)

(前年対比)

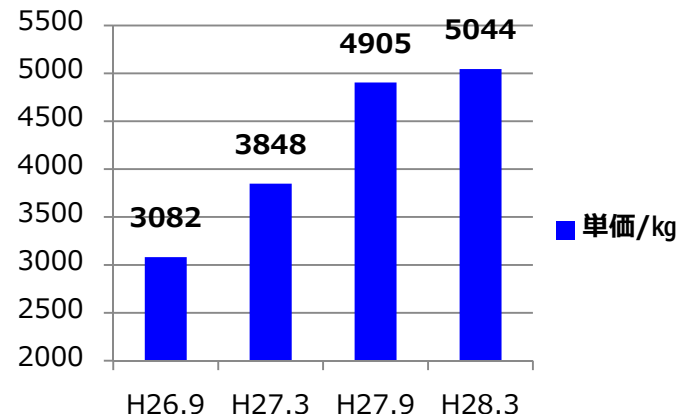


- ◆原点回帰の方針により現場力強化に注力し業績が回復
- ◆既存店前年対比は100%以上を維持
- ◆H23年11月期との比較では年を追うごとに増加

◆養殖とらふぐ相場推移

(単位：円)

(市場相場)



国内とらふぐ相場は、現在年々上昇傾向にあり
H26年9月と比較して2千円程度高騰

- ◆当社は安値の時期に戦略的に一括仕入をおこなった事により250円程度の上昇に抑えることが出来た

(単位：百万円)

◆販管費増減比較

	H28年 3 月期	H27年 3 月期	増減額
	金額	金額	金額
販売費	144	145	0
人件費	1,656	1,603	52
賃借料	666	675	△8
公共料金	218	238	△19
減価償却費	133	142	△9
その他経費	552	521	31
販管費計	3,371	3,326	45

【人件費】

営業強化を目的とした新設部署の本部人件費や、店舗売上増加に対応した店舗人件費の増加

【その他経費】

エリアF C加盟開発の経費の増加⇒68枠売却完了

決算概要／連結貸借対照表

(単位：百万円)

	H28年 3月	H27年 3月	増減額
資産の部			
流動資産合計	2,545	2,619	△73
現金及び預金	697	833	△135
売掛金	157	138	18
商品及び製品	1,518	1,478	39
その他	172	167	4
有形固定資産合計	749	884	△135
無形固定資産合計	43	13	30
投資その他の資産合計	717	731	△13
差入保証金	631	654	△22
その他	86	77	9
固定資産合計	1,511	1,629	△118
資産合計	4,056	4,248	△191

◆資産増減

- ・現金及び預金 借入金返済 △271百万円
- ・商品及び製品 戦略上翌期繁忙期までの在庫を確保
及び天然ふぐ・白子の仕入強化 39百万円
- ・有形固定資産 店舗閉鎖及び減損損失等 △37百万円
連結子会社(株)だもん土地建物売却 △74百万円
- ・無形固定資産 POS販売管理システム導入等 35百万円
- ・差入保証金 閉店店舗等の保証金回収等 △21百万円

	H28年 3月	H27年 3月	増減額
負債の部			
流動負債合計	3,591	3,815	△223
買掛金	121	126	△5
1年内返済予定の 長期借入金 ※	3,097	3,342	△245
その他	372	345	27
固定負債合計	117	105	11
長期借入金	19	46	△27
その他	97	58	38
負債合計	3,709	3,920	△211
純資産の部			
株主資本合計	346	327	19
資本金	647	647	—
資本剰余金	756	756	—
利益剰余金	△769	△788	19
自己株式	△287	△287	0
新株予約権	0	—	0
純資産合計	347	327	20
負債及び純資産合計	4,056	4,248	△191

※短期借入金は1年内返済予定の長期借入金に含めております。

◆負債増減

- ・1年内返済予定の長期借入金 △271百万円
(長期借入金含む)
- ・流動負債その他 未払消費税等の増加等 47百万円
- ・固定負債その他 長期リース債務の増加 54百万円

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	H28年3月期	H27年3月期	増減額	主な内訳
営業活動によるCF	148	△58	207	前期マイナスからプラスへ +207百万円 ・たな卸資産の増加額 △41百万円 ・売上債権の増加額 △17百万円 ・減価償却費 123百万円 ・税金等調整前当期純利益 38百万円
投資活動によるCF	△4	△118	114	・有形固定資産の売却による収入 85百万円 ・有形固定資産の取得による支出 △85百万円 ※POS販売管理システム導入によるもの等
財務活動によるCF	△279	△106	△173	・長期借入金の返済による支出 △228百万円 ・短期借入金の純減額 △43百万円
現金及び現金同等物の増減額	△135	△283	148	
現金及び現金同等物の期首残高	833	1,116	△283	
現金及び現金同等物の期末残高	697	833	△136	

平成29年3月期 業績予想

第29期業績予想ハイライト

29期は加速の一年。収益性のさらなる向上を図る

売上高	4,800百万円（前期比 7.8%減）
営業利益	230百万円（前期比 39.6%増）
経常利益	145百万円（前期比 65.5%増）
当期純利益	50百万円（前期比162.4%増）

◆ 壇之浦パークینگエリア事業の終了により売上高は減収となるものの、
今後のエリアFC拡大、店舗の高収益化により、営業利益は増益を計画

◆ 閑散期の黒字化に向けターゲット二毛作による新たな需要の開拓

◆ インバウンド需要のさらなる取込みの強化

◆ エリアFCとの契約完了により、店舗展開が加速

業績予想／個別損益計算書

(単位：百万円)

◆連結子会社である、だいもん及び関門福楽館は事業を停止しており、（計画）の連結数値は実質的に関門海単体のため、下記の資料についても比較数値を単体（個別）としております。

	H28年3月期 (個別)		H29年3月期 (計画)		増減額	前期比	主な内容
	金額	比率	金額	比率	金額	比率	
売上高	4,505	100.0%	4,800	100.0%	295	106.5%	・直営店舗 前年比増加 ・エリアFC店舗の大幅増加
売上原価	1,306	29.0%	1,503	31.3%	197	115.1%	・国内とらふぐ相場の高騰による上昇 ・さらなる上質化メニューの提案 ・FC拡大等による原価率上昇
売上総利益	3,199	71.0%	3,297	68.7%	98	103.1%	
販売費及び一般管理費	3,025	67.2%	3,067	63.9%	42	101.4%	・店舗売上高増加、本部機能充実に伴う販管費増加 ・株主優待の再開に伴う費用増加
営業利益	173	3.9%	230	4.8%	57	133.0%	
経常利益	112	2.5%	145	3.0%	33	129.5%	
税金等調整前当期純利益	38	0.9%	115	2.4%	77	302.7%	・例年程度特別損失が発生することを想定
当期純利益	20	0.5%	50	1.0%	30	250.0%	

平成29年3月期計画

関門海成長戦略の軌跡

◆ 人材の育成

「人が資本の関門海」として研修面・処遇面での改善により、従業員満足度の向上を図り、しいては顧客満足度の向上につなげます

◆ 店舗の見直し

新商品の開発の継続、高付加価値メニューの提案等を継続して行うとともに、店舗空間の高質化により、何度も来たくなる店舗を目指します

◆ 玄品ふぐ拡大

全国でのエリアF C契約が完了し、今年中にも、北信越、東海九州沖縄エリアにおいて数店舗出店し、数年後には全国展開を完了させます

◆ 海外戦略

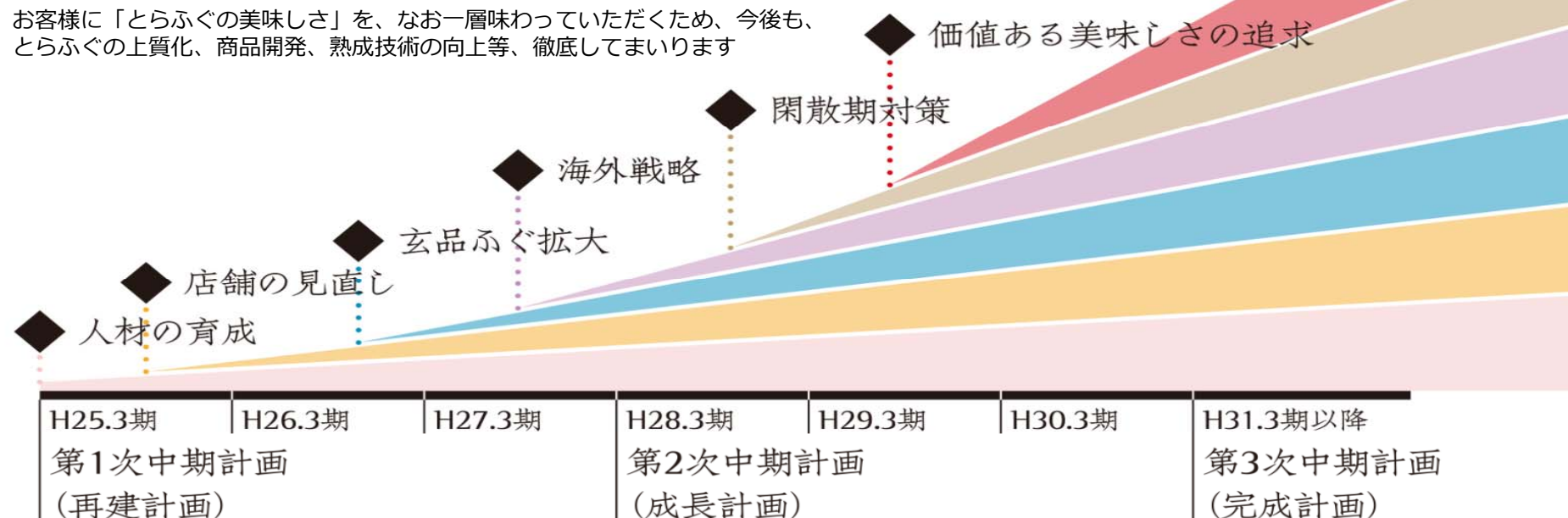
海外の旅行会社等との提携により、海外からのお客様の来店を促進し、店舗での多言語サービスの質を向上させ、また、海外へのFC展開を進めます

◆ 閑散期対策

夏季の新規顧客開拓のため、「うなぎ」の取扱開始や「ターゲット二毛作」による若年層・女性層にとって需要のあるメニューを提案します

◆ 価値ある美味しさの追求

お客様に「とらふぐの美味しさ」を、なお一層味わっていただくため、今後も、とらふぐの上質化、商品開発、熟成技術の向上等、徹底してまいります



第2次中期経営計画の重要戦略

第2次中期経営計画の重要戦略

営業戦略

- 「玄品ふぐ」の店舗別5カ年計画を推し進め、店舗の高収益化を図る
- エリアF Cを積極的に展開し、玄品ふぐの全国展開（海外も含む）を行う

設備投資戦略

- 直営全店舗の改装を完了し、お客様に愛される店舗づくりを行う
- 関東・関西に基幹店舗となる大中型店舗を3店舗開店する
- POSシステムの全店導入により、管理機能を強化する

人事・組織戦略

- 「人の関門海」の実現に向け人事・組織制度を強化し、全てのクラスにおいて人財が育つ
- 従業員満足度が高く、外食産業で最も働きやすい会社を目指す

財務・経営戦略

- 金融機関の信用度を高め、資金調達力を高める
- 税務上の繰越欠損金を活かし、財政状態を大幅に改善する
- 子会社の整理を完了し、原点回帰を更に推し進める

第29期の主要戦略

収益力の加速的な向上（各店舗の訴求ポイントの徹底）

- 商品の妥協なき開発
- インバウンド需要の取込み
- 閑散期対策
- エリアF Cの全国店舗展開等、F Cへの対応強化

- 直営全店舗の改装完了、更に大掛かりな投資を継続
- F C店舗の改装
- 出店は（H29年度）に複数店出店
- POSシステムの検証徹底

- 組織の見直し（次期社長候補・経営感覚を持った人材育成）
- 営業力、オペレーション力強化に向けた研修の継続
- パート、アルバイトの継続雇用に向けた取組み
- 従業員満足度の向上

- 柔軟な資金調達と財務コストの圧縮
- 財務体質強化
- 不採算事業の撤退完了、子会社の整理
- 株主優待制度再開

商品の妥協なき開発

感動を与えられる商品を提供し、全てのお客様に満足していただく

満足度の高い大型とらふぐへのシフトによる顧客満足度向上

大型（約1.2キロ）の養殖とらふぐの調達強化と相場変動に耐えうる調達力

- ◆ とらふぐ養殖業者、大学、研究機関との連携を強化し、大型とらふぐの短期・低価格での養殖
- ◆ 相場に影響されない仕入単価の抑制（オーダー発注）

商品の開発、仕入力の強化

- ◆ 天然とらふぐの調達・販売強化（天然メニューの定番化、あのり天然ふぐ取扱）
- ◆ 白子の調達・販売強化（白子コースの定番化、積極的な販売）
- ◆ 四季メニューの継続的なリニューアル（春霞膳、夏安居、秋津膳、冬安居）
- ◆ 野菜・卵の仕入産地の見直し、ドリンクメニュー充実
- ◆ 女性に人気のあるコラーゲン商品の充実（ドリンク、鍋、土産等）
- ◆ 厄除招福の日（福土産の開発）、土用ふぐの提案継続



インバウンド需要の取り込み

中国本土企業とのインバウンド取組強化

平成28年3月徳威が当社株式取得（9.9%）※上海に本社がある不動産・インテリア会社
→今後、徳威が中国の窓口となり、中国企業・インバウンドの斡旋紹介

中国旅行会社との協力体制

日本向け旅行を中心に取り扱っている会社と協力体制を構築
今後、日本向けツアーに玄品ふぐを組み込み



国内旅行代理店と連携して団体ツアー誘致強化

インバウンド誘致に強い国内旅行代理店との連携強化
訪日外国人向け（中国人旅行客アプリ）「Yokocho」販促実施



外国人向けの店内サービス強化

体験型のサービスを提供

- ◆ 記念撮影の無償実施等
- ◆ フリーWi-Fiスポット提供
- ◆ 銀聯カード対応
- ◆ 語学力のあるスタッフ配備
- ◆ 三ヶ国語メニューの配備（中国語、韓国語、英語）



店内サービス強化⇒口コミ（SNS、フェイスブック）を通じて集客力向上

閑散期対策

閑散期の黒字化に向け、ターゲット二毛作による新たな閑散期需要の開拓

ターゲット二毛作

- ◆閑散期に限定して、これまでのターゲットとは違う若年層、女性層を、手軽さ・ヘルシー・安さ・美味しさで確保、繁忙期の顧客とターゲットが違うため、繁忙期へのつながりを意識しない

【これまでの閑散期対策】

- ・多角化による夏季需要の取込み
- ・焼きふぐを中心としたコースメニュー
- ・四季ごとのメニュー変更
- ・土用ふぐの提案等
- ・インバウンド

【今後の方向性】

- … 株式会社新宮川様と提携のもと、鰻の取扱開始
- … 夏安居として今後も継続
- … 春・夏メニューを今後も提案
- … 土用ふぐは鰻とのシナジーを狙い提案を継続、催事・イベントへの参加
- … 季節的な影響の少ない海外旅行客の取込み強化

閑散期のターゲット二毛作
による新規顧客の増加

今後の主要戦略

- ・ 価格を下げた飲物付きの「込み込み価格」のコース
- ・ 女性にも食べやすい内容・量へ、メニューの見直し
→ 若年層・女性層にも使いやすい「玄品ふぐ」へ

閑散期である平成28年第2四半期の営業利益は△327百万円

閑散期月次黒字化へチャレンジ

平成29年度に直営店舗の「全月黒字化」を目指す
直営店舗の黒字化により閑散期の損失を縮小

エリアFCの店舗展開強化等

エリアFCとの契約完了し、店舗展開が加速

全68枠の締結完了し、2020年(H32年)までに「玄品ふぐ」の全国展開を完了

(FC展開による効果)

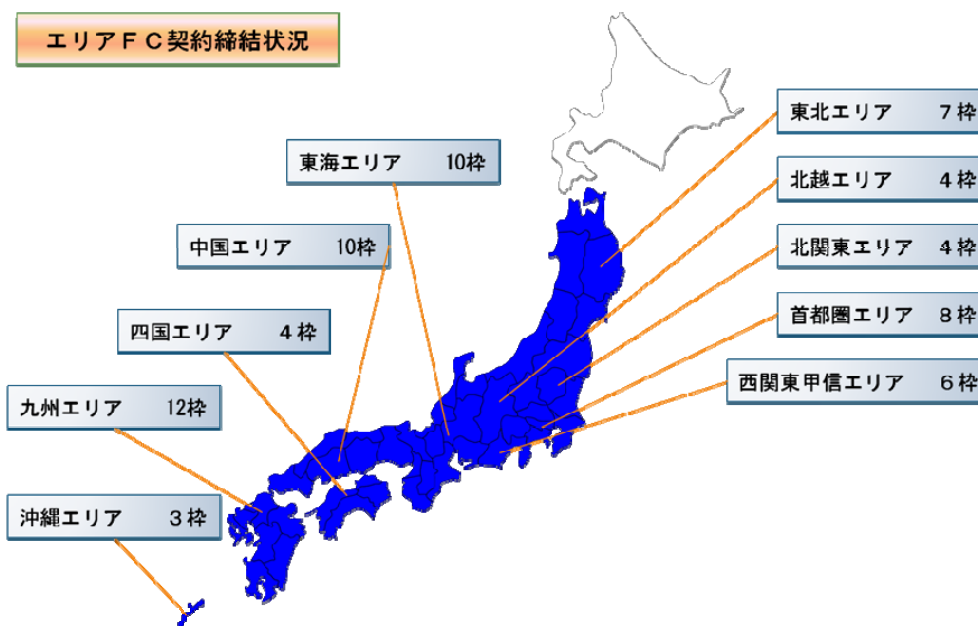
- ・全国展開による知名度向上
- ・食材供給及びロイヤリティによる利益確保
- ・食材調達力強化によるオーダー発注への利点

(オープン済店舗)

H26.11月 広島八丁堀の関
H27.9月 山梨甲府の関
H28.2月 名古屋錦本町の関

(今後のオープン予定等)

H28.4月 エリアFC事業本部設置
H28.4月 錦の関
H29.3期 5～10店舗
H30.3期 数～10数店舗
H31.3期 数～10数店舗



(当期中にオープン予定：北越・西関東甲信・沖縄エリアや他数店舗)

既存FCとの関係

◆小型店舗のFC化を推進（大中型店への特化による収益性向上及び独立希望者への配慮）

既存FC店舗への設備投資を順次実施

商品指導の強化による直営店舗との設備・商品・接客面でのレベル統一化

海外FC展開

◆当期にシンガポールを中心とした東南アジアでのエリアFC開発を予定

ふぐ食禁止の中国での動向を継続的にウォッチ

その他利益の増加

かに業態

- ◆インバウンドのかに需要が高く、かにを満足に食べれる店舗も少ない
⇒かに取扱いを拡大し、仕入力強化を図る
現在のかに取扱店舗の販売強化のみならず、かに取扱店舗の拡大も検討



うなぎの取扱い開始

- ◆閑散期対策として、ふぐと季節感が真逆のうなぎを現行店舗で取扱
⇒株式会社新宮川様との提携のもと、第1号店を「神楽坂の関」で
出店検討うなぎメニューだけでなく、ふぐとコラボレーションした企画商品も提案

百貨店・催事

- ◆前期、阪神百貨店に催事として初出店、イベント出店も積極的に実施
⇒今後は繁忙期・常設出店、他の百貨店への展開を目指す
イベント出店は、今後も「玄品ふぐ」の知名度向上を目指して、継続参加



通販、お土産商品

- ◆通販は前期レベルを想定も、新たな株主優待利用客の取込み
コラーゲン商品の開発、来店のお客様に対するお土産等の販売強化



設備投資戦略

空間の改善による顧客満足度の向上とC Iの組織内外への浸透化

- ◆第29期までにすべての店舗の部分的な改装を完了
(入口・待合室、掘りごたつ・テーブル席、C I、トレイ等)
⇒以降は、F C店舗の改修を継続して実施
- ◆H29年度以降は、更なる心地よい空間の提供のため、大規模改修を順次実施



新規店舗の開店

- ◆当社の基幹店舗となる立地への出店
- ◆新業態ふぐレストランを研究中、H29年度のオープンを目指して物件開発着手
⇒当初計画遅れているものの、H29年度までに2～3店舗出店予定

セントラルキッチン（C K）機能の見直し

- ◆エリアF C全国展開へ対応するため必要に応じたC K機能の見直し
- ◆オペレーション、品質・安全安心向上への投資も検討



人事・組織戦略

永遠のテーマである「人の関門海」の実現に向け、人事・組織戦略を重視

人事・組織戦略の目的

関門海全員が魅力的な人材となり、それぞれの満足度が向上し、お互いを尊重することにより、他社との圧倒的な優位性を持つ。

組織	次期社長候補となる副社長制の導入に向けた幹部社員対象とした研修制度等、各クラス向けの研修を充実させ、専門家と経営的感覚を併せ持った人財の育成、キャリアパスの選択肢を広げる魅力ある組織の確立
社内教育	全社員・P Aが関門海を徹底追及し、強みを武器とした事業展開を可能とする体制 (特に営業力、オペレーション力の強化) 前年対比・売上高重視から予算対比・利益重視への思考への移行
P Aの 継続雇用	熟練したP Aの方々が、閑散期も継続して働いていただける仕組みづくり P Aの前向きな評価制度の確立と有能な希望者の正社員化
労働 環境	外食産業トップクラスの従業員満足度とするため、処遇の見直しを実施 (給与、評価、福利厚生、労働環境、研修)

2020年目標達成にむけた新プロジェクト

p r o j e c t

3MA+2

(プロジェクト スリー・エム・エー・プラス・ツー)

3 **M**a j o r **A** f f a i r s (3つの重要な任務・仕事)

- ◆ 一流の接客
- ◆ 日本一の商品
- ◆ 日本一の高収益店舗運営

+ **2**

- ◆ 外食で日本一の従業員満足度の会社
- ◆ 外食で一番働きやすい会社

株主優待制度の再開

株主優待制度の再開時期

平成28年3月末日現在の株主名簿に記載または記録された当社株式1単元（100株）以上保有している株主様を対象に再開いたします。

株主優待制度の内容

（対象となる株主様）

毎年3月末日、9月末日現在の株主名簿に記載または記録された当社株式1株単元（100株）以上保有している株主様を対象といたします。（年2回）

保有株数	優待内容
100株（1単元）以上 300株（3単元）未満	1,000円(税抜) 相当額のご優待券1枚
300株（3単元）以上 600株（6単元）未満	3,980円(税抜) 相当額のご優待券1枚
600株（6単元）以上 1,000株（10単元）未満	3,980円(税抜) 相当額のご優待券2枚
1,000株（10単元）以上	3,980円(税抜) 相当額のご優待券3枚



株主優待制度の効果

株主優待制度の再開により、優待券使用時の複数者での利用（団体率-利用枚数）、追加オーダー注文、リピート需要増を見込んでいる。



株主様が熱狂的な「玄品ファン」へ

株価の推移

2016/06/06			
始値	296円	売買高	11,300株
高値	301円	買い残	--
安値	296円	売り残	--
終値	300円		

2015/06/05 ~ 2016/06/06



「本日はありがとうございました」

＜お問い合わせ先＞

株式会社 関門海

経営支援部

担当：関口・田渕

TEL : 06-6578-0029 E-mail : ir@kanmonkai.co.jp

本資料に記載されている業績予想、計画等の過去の実績以外の記述については、当社の将来の見通しを示したものであり、現時点において入手可能な情報・見通し・判断に基づいて作成しております。実際の業績は、今後の様々な要因によって異なる可能性があることをご承知おきください。

記載された情報によって生じた損失等につきましては、当社は一切責任を負うものではありません。また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。

投資に関する決定はご利用者ご自身の判断において行われるようお願いいたします。