



まんが
帝国

2004/8期 決算説明

平成16年10月12日



T E T S U J I N
株式会社 **鉄人化計画**
<http://www.tetsujin.ne.jp/>

経営理念

● 「遊びを解放し、余暇文化を再生する」

そのために

**「遊び」の本質を追求したサービスを提供する
複合型アミューズメント企業を目指し
さらなる成長を実現してまいります**



代表取締役社長 日野 洋一

古語で「遊び」は、「心身を実生活から解き放って熱中・陶醉すること」「狩猟・歌舞・酒宴を楽しむこと」を意味し、決して否定されるものではありませんでした。それが現代では、「実生活に対して有意義な働きをしていないこと」という極めて否定的な意味合いを持つ言葉に変わってしまっています。

物質的豊かさに溢れる一方で、精神的豊かさが失われている今こそ、当社は企業活動を通じて「遊びの解放」と「余暇文化の再生」を実現し、国民の健全で豊かな文化的生活に寄与していきたいと考えています。

そのために、当社は、「遊び」の本質を捉え、その本質を具体化したサービスをお客様に提供する
複合型アミューズメント企業を目指し、さらなる成長を実現してまいります。

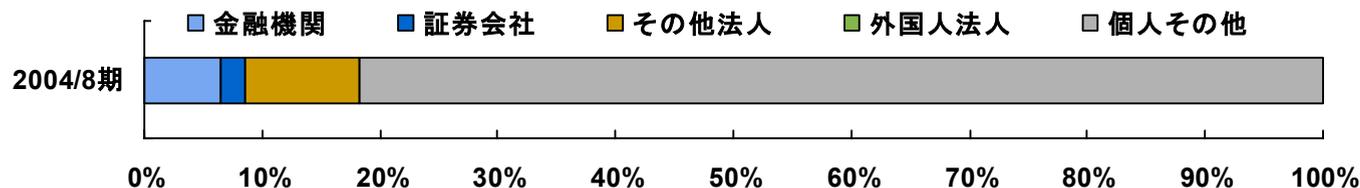
会社概要：マザーズ(2404)

社名	株式会社鉄人化計画 (TETSUJIN Inc)
設立	平成11年12月14日(平成16年7月9日上場)
本社所在地	東京都目黒区 (※平成16年4月に東京都渋谷区より移転)
資本金	488,500千円(発行済み株式数:7,410株)
事業内容	アミューズメント施設の運営
取締役	代表取締役 日野 洋一 取締役副社長 荒武 弘美 常務取締役 新槇 武次 常務取締役 浦野 敏男 取締役 高橋 等
従業員数	85名(期末アルバイト665名)

(※従業員数は、平成16年3月末現在。なお、アルバイトの人員数は、平均人員数)

株主構成

日野洋一 41.3%、日本トラスティ・サービス信託銀行5.13%、アトラス1.74%、
松井証券一般信用口1.62%、ユース ビーエムビー エンターテイメント1.35%



当社沿革と過去の実績

創業期

事業基盤の確立期

成長期

H11.12

H12.4

H13.3

H14.1

H14.8

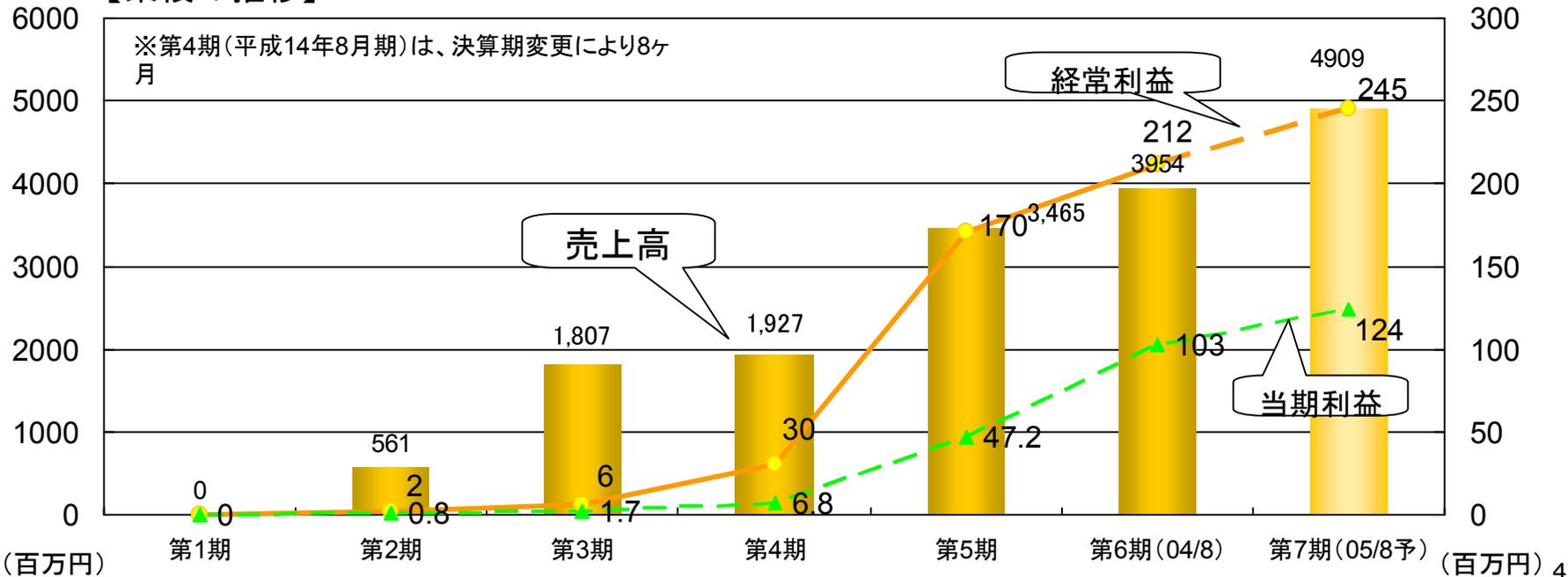
H15.8~



- 当社設立
- 「カラオケの鉄人」第1号店をオープン
- 「カラオケの鉄人」第5号店をオープン
- 「カラオケの鉄人」第10号店をオープン
- 新規事業に進出
- オリジナルカラオケシステム「鉄人システム2号」を開発
- 初の郊外型店舗をオープン
- リニューアル及び「鉄人システム2号」の導入を積極的に推進



【業績の推移】



2004/8期 損益計算書サマリー

(単位:百万円)

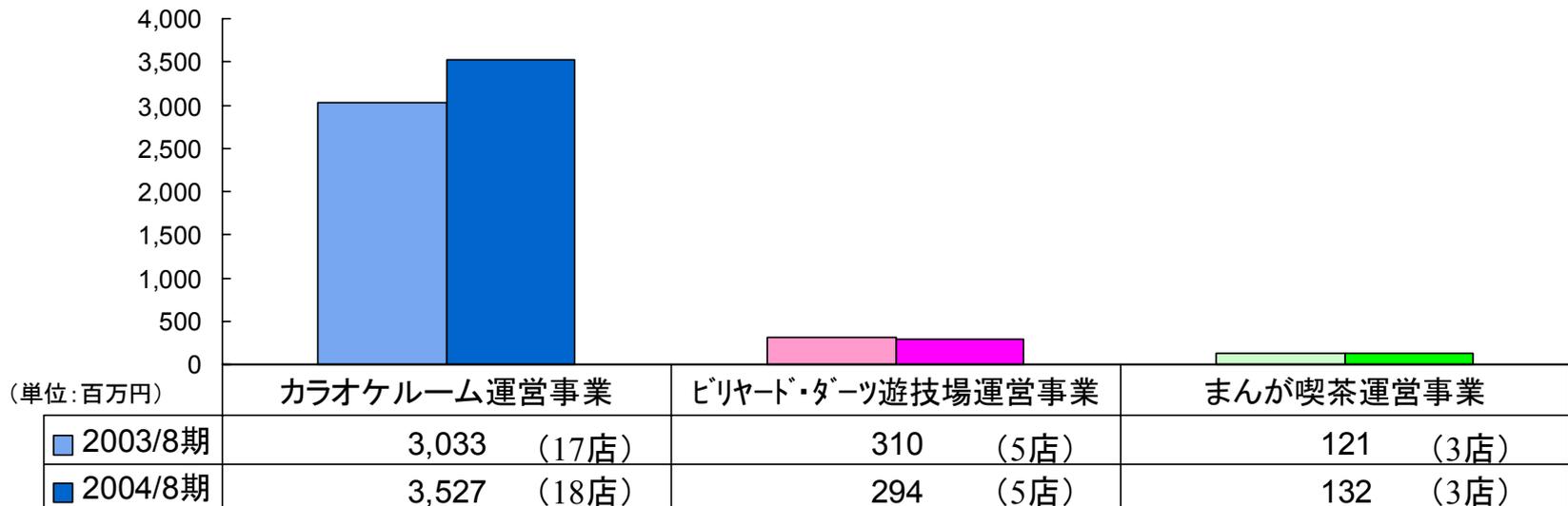
	前年	公表予算	今期実績
● 売上高:	3,465	4,034	3,954 (予算比:▲2%)
● 経常利益:	170	202	212 (予算比:+4.90%)
● 当期利益:	47	94	103 (予算比: 9.6%)

連結	2003/8(前期)	2004/8(実績)	前年比%	内容
売上高	3,465	3,954	114.1%	既存店・新店の貢献
売上原価	2,839	3,239	114.1%	
売上高総利益	625	715	114.4%	
売上高総利益率(%)	18.0%	18.1%	-	
販管費	417	466	111.8%	
販売管理費率(%)	12.0%	11.8%	-	
営業利益	207	248	119.8%	
営業利益率(%)	6.0%	6.3%	-	
営業外損益	-36	-35	97.2%	
経常利益	170	212	186.3%	
経常利益率(%)	4.9%	5.4%	-	
当期利益	47	103	219%	
EPS	16,710	18,097	108.3%	IPOによる新株発行2,000株

* 配当: 普通配当 2,000円 上場記念配当 1,000円 合計 3,000円

セグメント情報

- コア事業のカラオケルーム運営事業は、出店2店舗で、既存店の増収効果と新店寄与により売上伸張

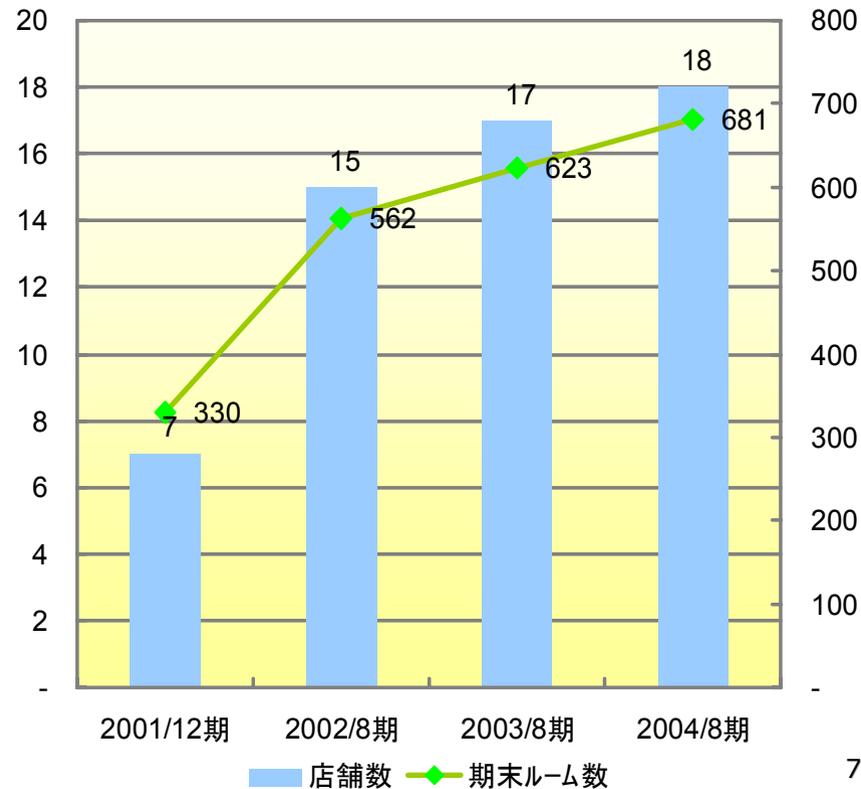


主カブランド「カラオケの鉄人」 成長の軌跡

既存店の売上高・客数・客単価が伸び続ける驚異のカラオケルーム

売上高・来客数・客単価の推移(カラオケ事業合計)

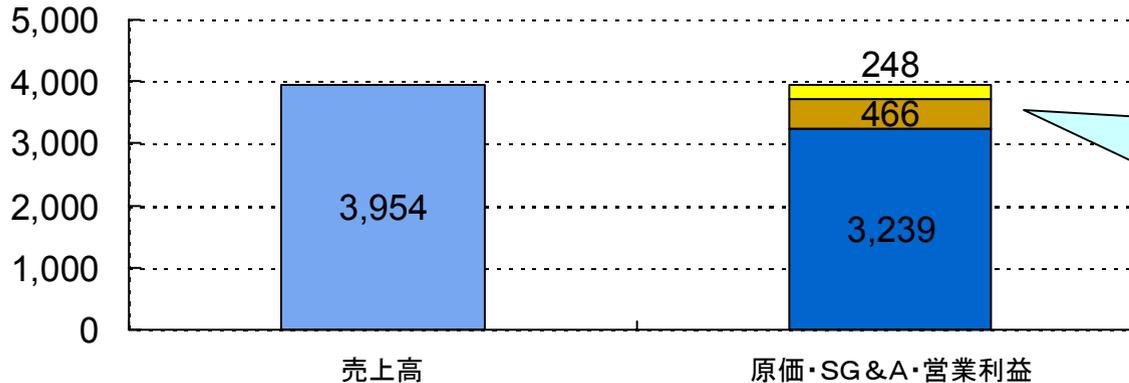
店舗数・ルーム数推移(カラオケ事業合計)



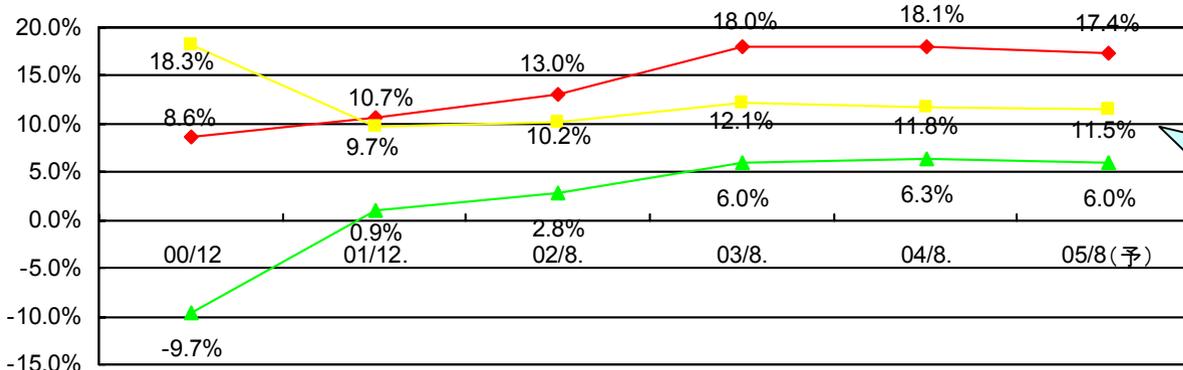
当社の財務指標に見る特徴

- 営業利益
- 一般管理費(本部運営費コスト+業務委託費+研究開発費)
- 原価(材料費+店舗人件費+賃借料+水道高熱+設備(リース・償却)費+出店費)
- 売上(各店舗売上合計)

(単位:百万円)

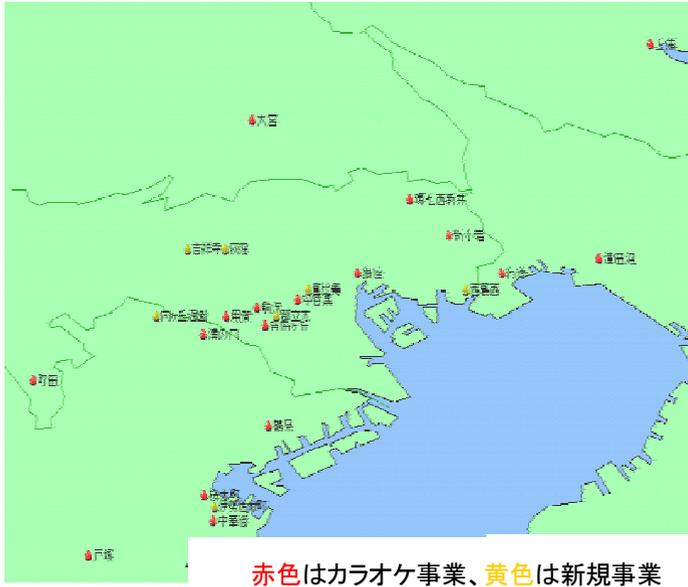


■ 当社の原価には、店舗運営に関わる一切を計上
 ■ 販売管理費は、本部コストと研究開発費であり、店舗数が増えても販売管理費自体は微増



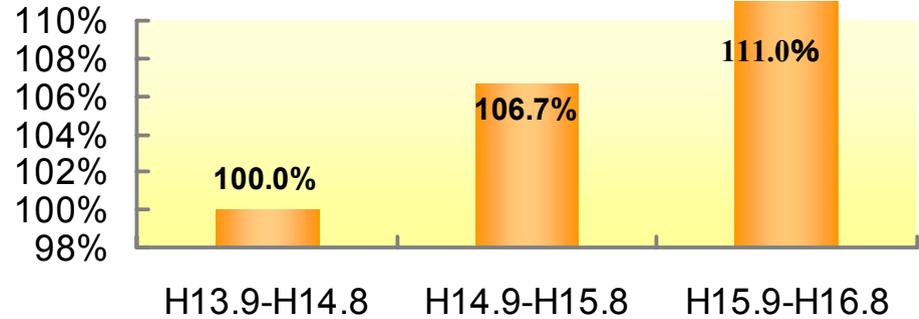
■ 原価には、出店コストも含むため、出店拡大期は粗利率は低下
 ■ 販管比率は今後減少
 ■ 利益率は今後拡大傾向

出店状況と既存店の増勢

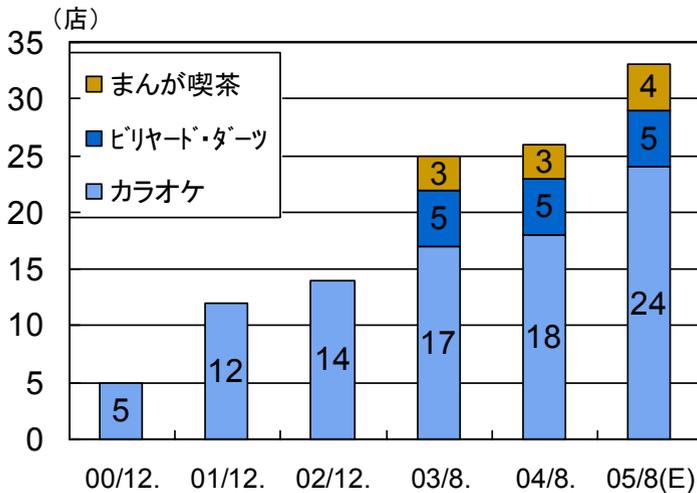
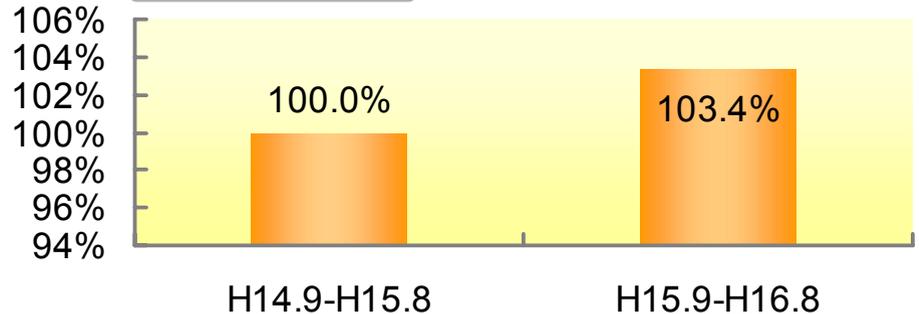


期間比較可能な既存店の売上高推移

比較可能11店舗



比較可能13店舗



バランスシート・CF・設備投資状況

	03/8期	04/8期	前期対比%	内容
流動資産	918	1,094	19.2%	
現金・預金	732	902	23.2%	
売掛金	7	27	285.7%	
たな卸資産	16	28	75.0%	
その他	163	137	-16.0%	
固定資産	1,717	2,195	27.8%	
有形固定資産	1142	1426	24.9%	2店舗出店
無形固定資産	42	44	4.8%	
投資その他資産	533	725	36.0%	入居保証金増
資産合計	2,636	3,290	24.8%	
流動負債	1,366	1,279	-6.4%	
短期・1年以内返済	660	585	-11.4%	
未払金・費用	297	480	61.6%	
未払い法人税	70	64	-8.6%	
その他	339	150	-55.8%	
固定負債	685	882	28.8%	
自己資本	584	1,129	93.3%	IPO 428百万円調達
自己資本比率%	22.2%	34.3%	54.9%	
負債・資本合計	2,636	3,290	24.8%	
BPS (円)	108,031	152,402	41.1%	

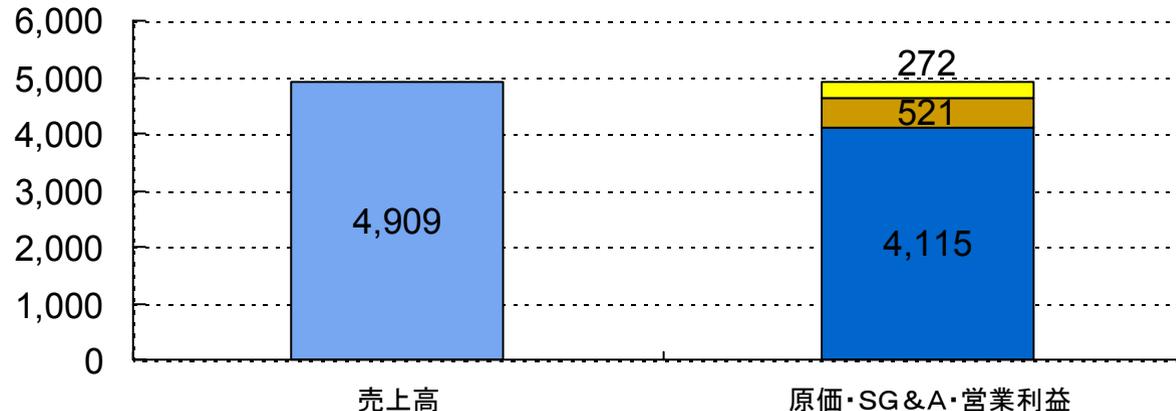
	03/8期	04/8期	増減
営業キャッシュフロー	471	371	▲100
投資キャッシュフロー	▲462	▲690	▲228
フリーキャッシュフロー	9	▲319	▲310
財務キャッシュフロー	524	403	▲121

設備投資	04/8期
設備投資合計	789百万円
内訳	
カラオケ新店2店舗	308百万円
出店準備支出	221百万円
店舗改装	150百万円
期中減価償却合計	▲257百万円

今期業績予想

- 売上高： **4,909**百万円 (対前年比 +24.1%)
- 経常利益： **245**百万円 (対前年比 +15.5%)
- 当期利益： **124**百万円 (対前年比 +20.3%)
- E P S : **16,851.41**円

(単位:百万円)



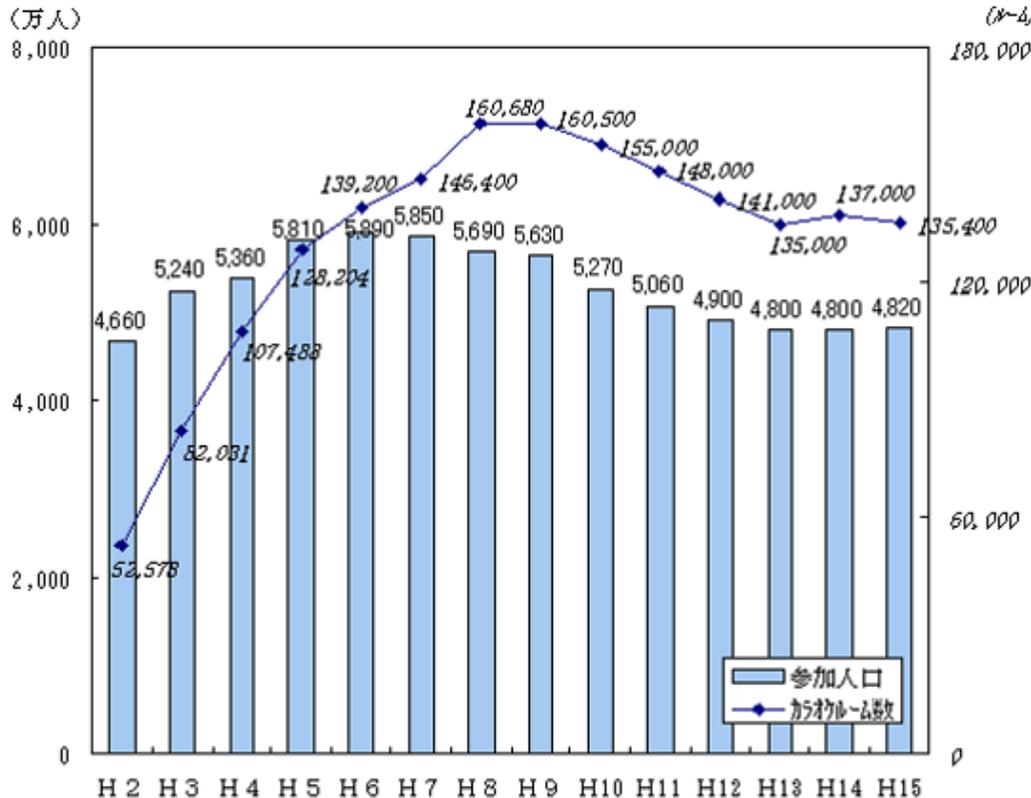
- 営業利益
- 一般管理費(本部運営費コスト+業務委託費+研究開発費)
- 原価(材料費+店舗人件費+賃借料+水道高熱+設備(リース・償却)費+出店費)
- 売上(各店舗売上合計)

事業戦略

マーケットの変遷【急成長期から成熟期へ】

誕生後15年間に大きな変化を遂げてきたカラオケルーム市場

カラオケ参加人口とカラオケボックスルーム数の推移



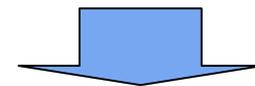
※カラオケ参加人口は平成2～11年:「レジャー白書2000」(財)自由時間デザイン協会、平成12～15年: 全国カラオケ事業者協会推計。

(注)資料はすべて「カラオケ白書2003」による。

■カラオケボックス数の減少傾向。
平成16年3月におけるカラオケボックス施設数は全国で1万480店 (JASRAC調べ)

■カラオケファン人口は4,800万人
で底打ちから回復局面へ

■カラオケボックスユーザーアンケートの結果によれば、1ルーム当たりの月間売上は平均で26.5万円
市場規模は**4,300億円市場**



業界は成熟期へ突入
中小の廃業、大手の寡占化

洗練された新しい業界体質へ

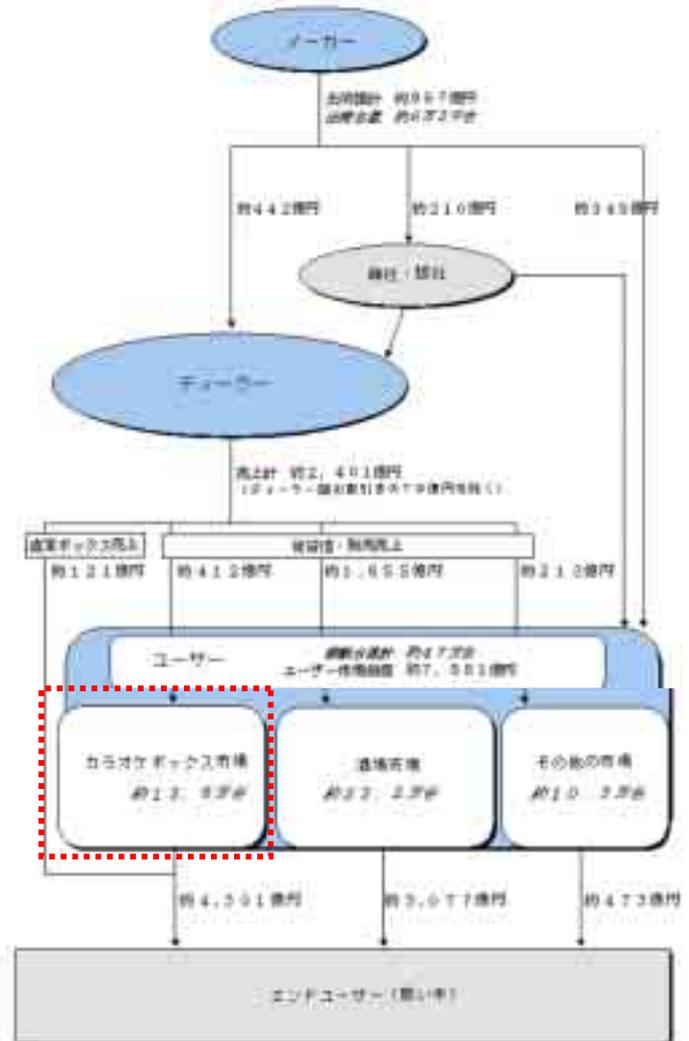
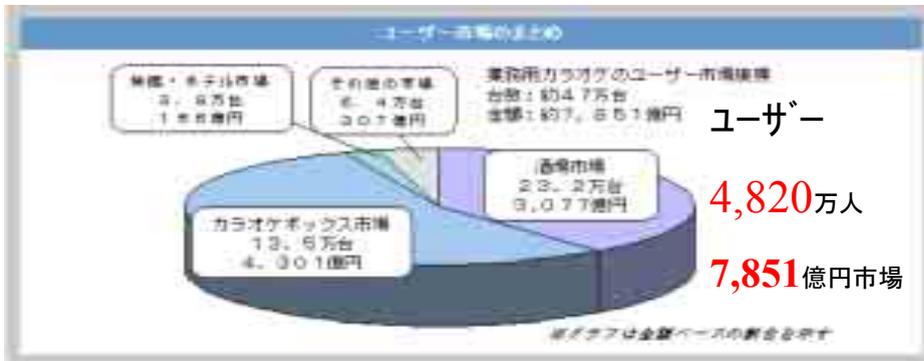
カラオケ市場の全体構造

- エンドユーザーからみたカラオケ市場は、
 - カラオケボックス: 4,300億円市場
 - 酒場市場: 3,000億円市場
 - その他(ホテル等): 470億円市場



鉄人化計画のターゲット

4,300億円市場



カラオケビジネス業界マップ

カラオケ機器メーカー
 (大手:第一興商、ユーズBMB)
 大手10社売上高
 2002年:943億円
 2003年:997億円

カラオケ機器、ソフト販売

全国に10,480店舗
 市場規模**4,300億円**
 (カラオケボックスの市場規模)



カラオケユーザー
 4,820万人

■メーカー系列

- 機器は自社優先
- 出店の利害相反性

上場企業プレイヤー

ビックエコー(第一興商)
 カラオケゆー坊(有線プロード)

シダックス
 ラウンドワン
 ヴァリック

鉄人化計画

ユーザーのエンターテインメント性追求の視点

基本ビジネス戦略

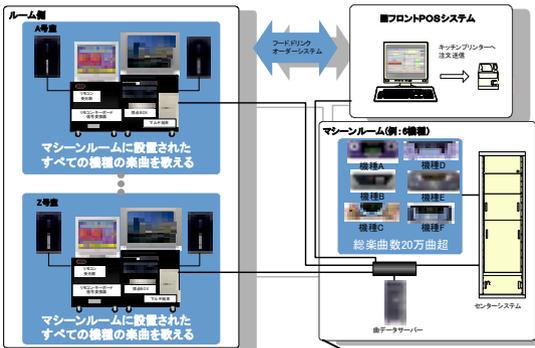
ユーザーサイトに立った遊びの場を提供

ITシステム機軸に店舗展開とバーチャル展開

- 独自開発の「鉄人システム」装備の自社直営店舗展開
 - 鉄人システムは歌う楽しさを徹底追求し、且つ低コストオペレーション実現
 - 豊富な楽曲、エンターテインメント性、音質・音響、楽しい
 - 他社に比べ、初期投資はかかるが、ランニングは安い
 - 関東圏特化：新規出店とM&A
- マンガ喫茶の市場調査目的の展開
- カラオケ楽曲コンテンツのウェブ・モバイルでのコンテンツ配信業務
 - 新たな収益モデル
 - 店舗・バーチャルの顧客囲い込み

IT駆使によるビジネス展開

自社開発の「鉄人システム」



ITを駆使した店舗展開
(新規出店 & M&A)

首都圏1都3県に78候補地を選出



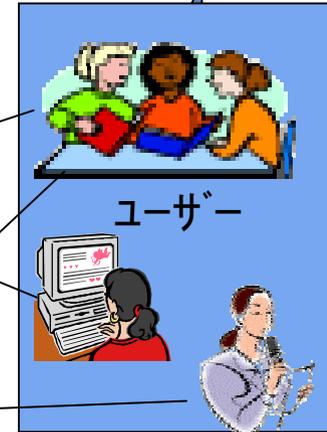
曲をPCで練習でき
カラオケで歌える

楽譜サービス

カラオケ練習

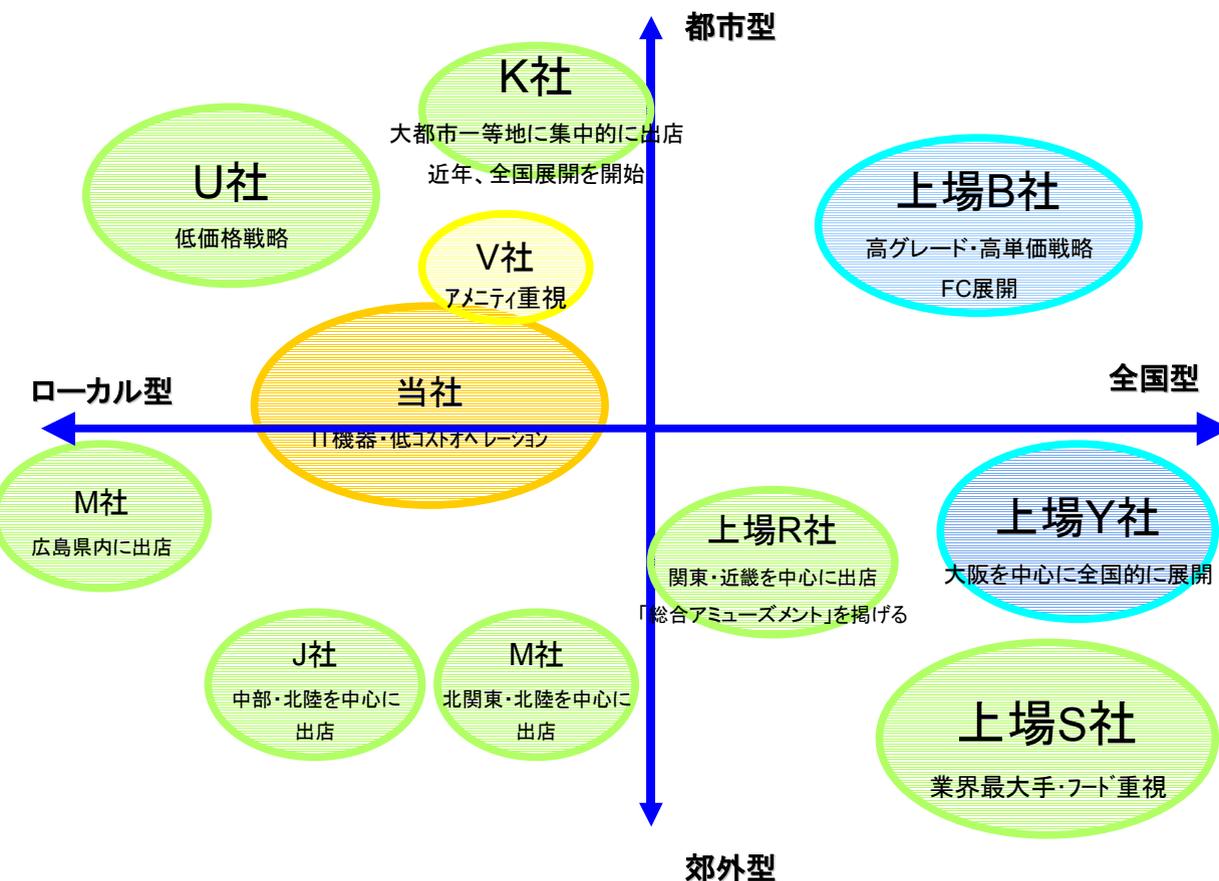
オリジナル
楽曲も歌える

鉄人独自の楽曲製作



出店展開

全国型×ローカル型・都市型×郊外型の2軸で大きく分類される



鉄人化の店舗は
「歌」に対する徹底サービス

～ 鉄人システムが武器 ～

- 歌・オペレーションへ投資
- 運営コストは軽減
- OL・サラリーマン対象
(財布が多い)
- 賃料の安い、郊外、
空中店舗(居酒屋立地)
- すべて直営

大手チェーン店舗との投資対効果比較

当社は大手チェーン店舗を凌駕する高い投資対効果を示している

社名 屋号	当社 カラオケの鉄人	S社	D社	V社
a 店舗数(店)	17	270	235	54
b 1店年商(百万円)	207	203	123	100
c 客単価(円)	1,645	1,482	1,867	1,448
d:b/c1店来客数(人)	126,120	136,977	65,881	69,061
e 粗利益率(%)	19.0	18.8	18.2	22.0
f:b*e1店粗利益(百万円)	39	38	22	22
g 1店投資額(百万円)	170	309	250	138
100万円の投資に対する年商 (b/g*100)	121万円	66万円	49万円	72万円
100万円の投資に対する利益 (f/g*100)	23万円	12万円	9万円	16万円
100万円の投資に対する来客 数 (d/g*1,000,000)	741人	443人	264人	500人

注) 大手チェーン店舗の数値については、某証券系シンクタンクレポートによる。当社については、H15.8期の数値を投資額170百万円が基準とする40ルーム店舗に換算して用いた。なお、端数はすべて四捨五入している。

革新的なビジネスモデル【コストメリット】

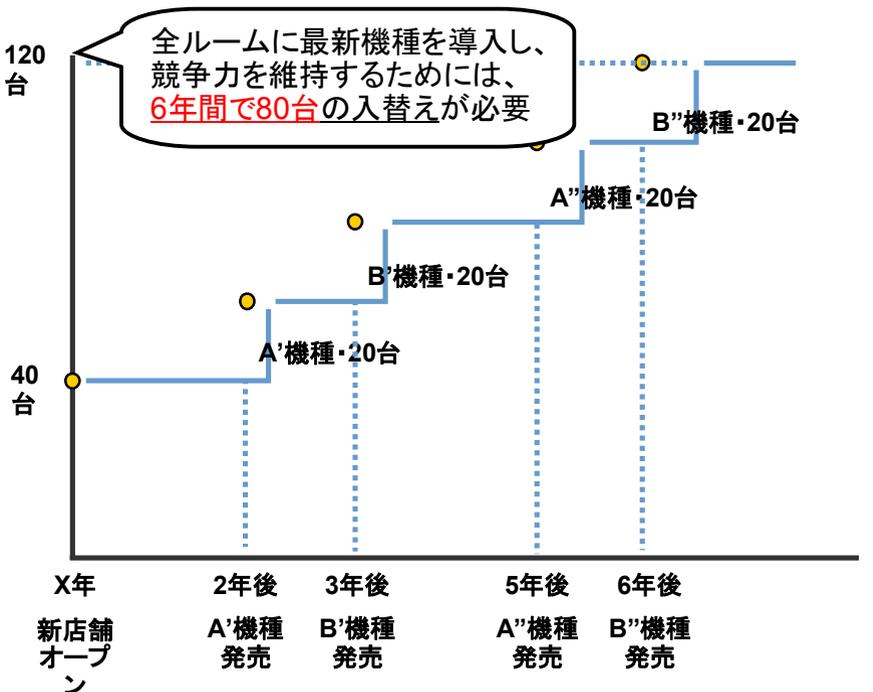
複数機種集中管理方式の採用により

競争力向上に直結する最新機種への入替えコストを大幅に圧縮

単一機種方式

ルーム1~20	ルーム21~40
機種A20台を設置	機種B20台を設置

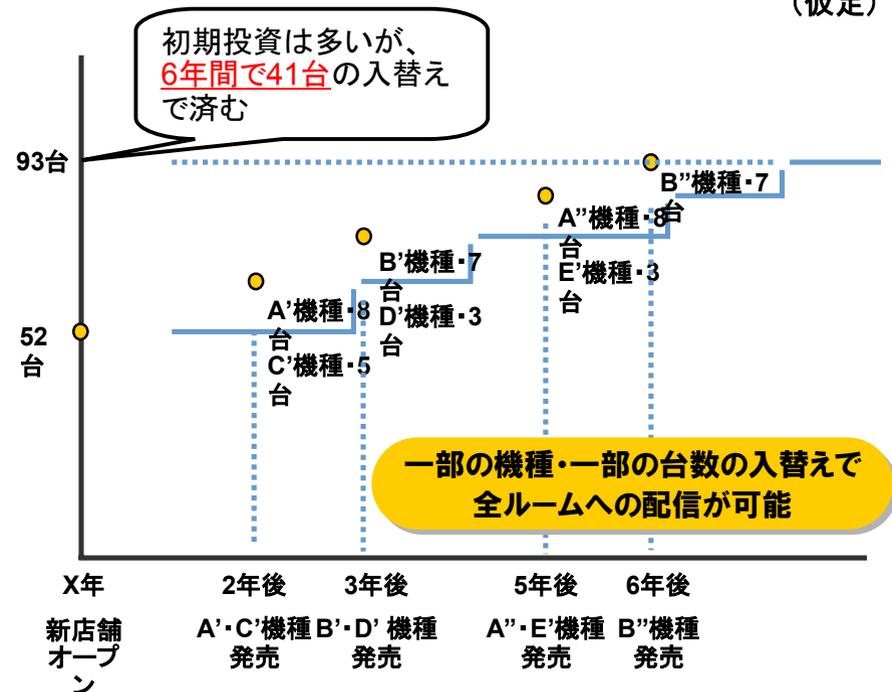
(仮定)



複数機種集中管理方式

ルーム1~20	ルーム21~40
機種A16台、機種B14台、機種C10台、機種D6台、機種E6台をマシンルームに設置	

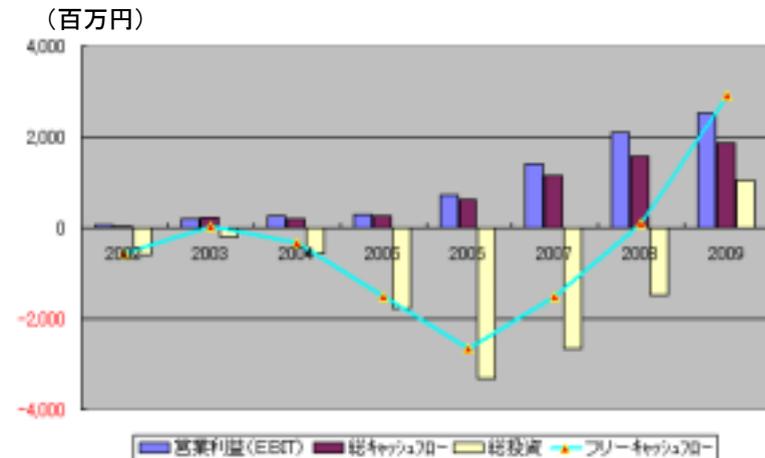
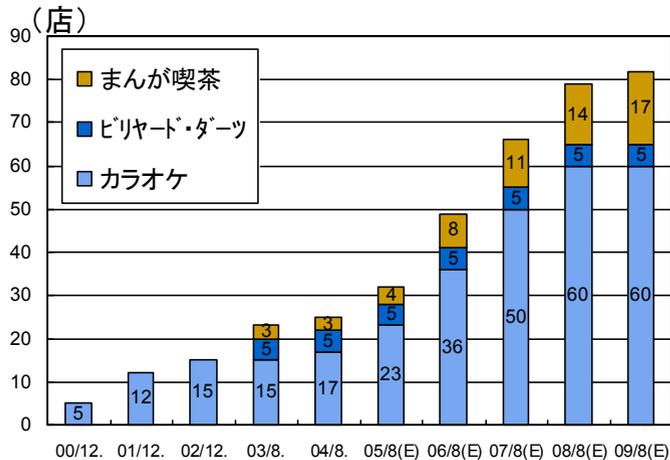
(仮定)



出店展開

- 関東圏を中心に
 - カラオケ店舗: 3年後、50店舗(+32店舗)
 - 出店加速(50店舗稼動時、フリーキャッシュフロープラス転換=2008年度)
 - ビリヤード・ダーツ現状維持
 - まんが喫茶: 5年後、17店舗(+14店舗)

	カラオケ (店)	ビリヤード・ダーツ (店)	まんが喫茶 (店)	設備投資金額(百万円)	
				保証金	設備機器
2004/8期	17	5	3	218	461
2005/8期予定	23	5	4	240	600



「カラオケの鉄人」のシステムの強み

ホーレターの視点からの当社独自開発によるカラオケシステム

お客様の来店動機



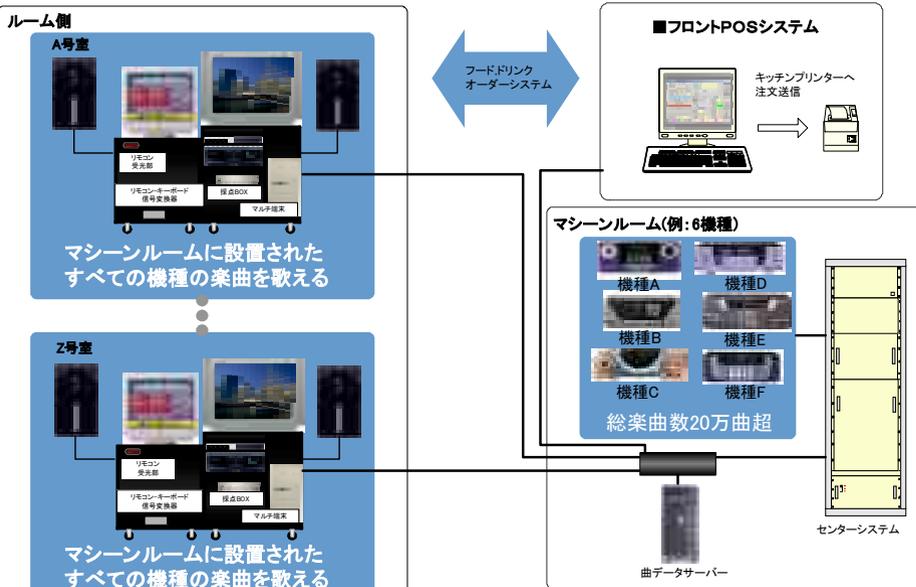
これに応える本質的サービス

豊富な楽曲数

歌を楽しく歌うための付随的サービス

優良な音質

コミュニケーションを深められる空間



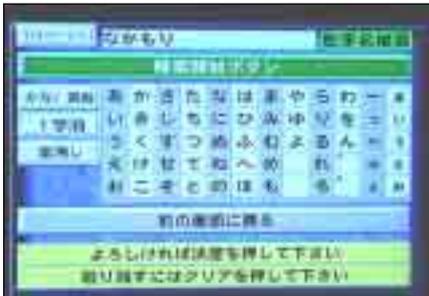
鉄人システム2号の特徴

- 2画面システム
- 専用画面で飲食オーダー、多彩な楽曲検索等
- ハウリングの少ない優良な音質を提供
- 動画による採点機能(同一基準で採点)
- 曲履歴(採点付)をフロントでレシート上に出力

オリジナルカラオケシステム

通常のモニターに加え、飲食オーダーや曲検索専用の

多彩な曲検索

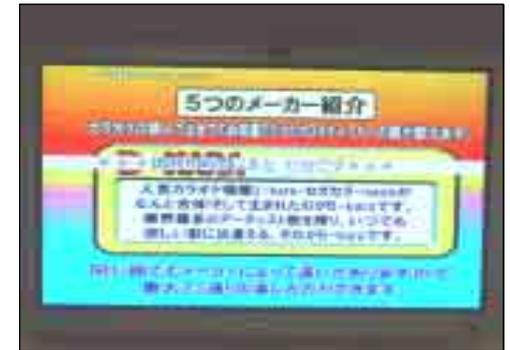


飲食オーダー



サブモニターを設置

残り時間確認



業界初の動画による採点



「歌う」ためのルーム品質

1店舗のルーム数は

35～50ルームが主流

各ルームの収容人数は

6～8人が標準

内装の異なる8室のVIPルームを設置



「カラオケの鉄人 銀座店」

「鉄」のイメージで非日常感を演出



「カラオケの鉄人 町田店」

パーティールームを全店舗に完備



「カラオケの鉄人 町田店」

楽しさを演出する飲食メニュー

楽しさを演出する非日常性と話題性あふれるメニュー

コミュニケーションを深められる
楽しい空間を提供したい

フードメニュー

「縁日メニュー」「アジアンメニュー」「イタリアンメニュー」を三本柱に、
珍しいミラクルフルーツやキャビア等、皆で盛り上がるための「コミュニケーションメニュー」も取り揃えている



ドリンクメニュー

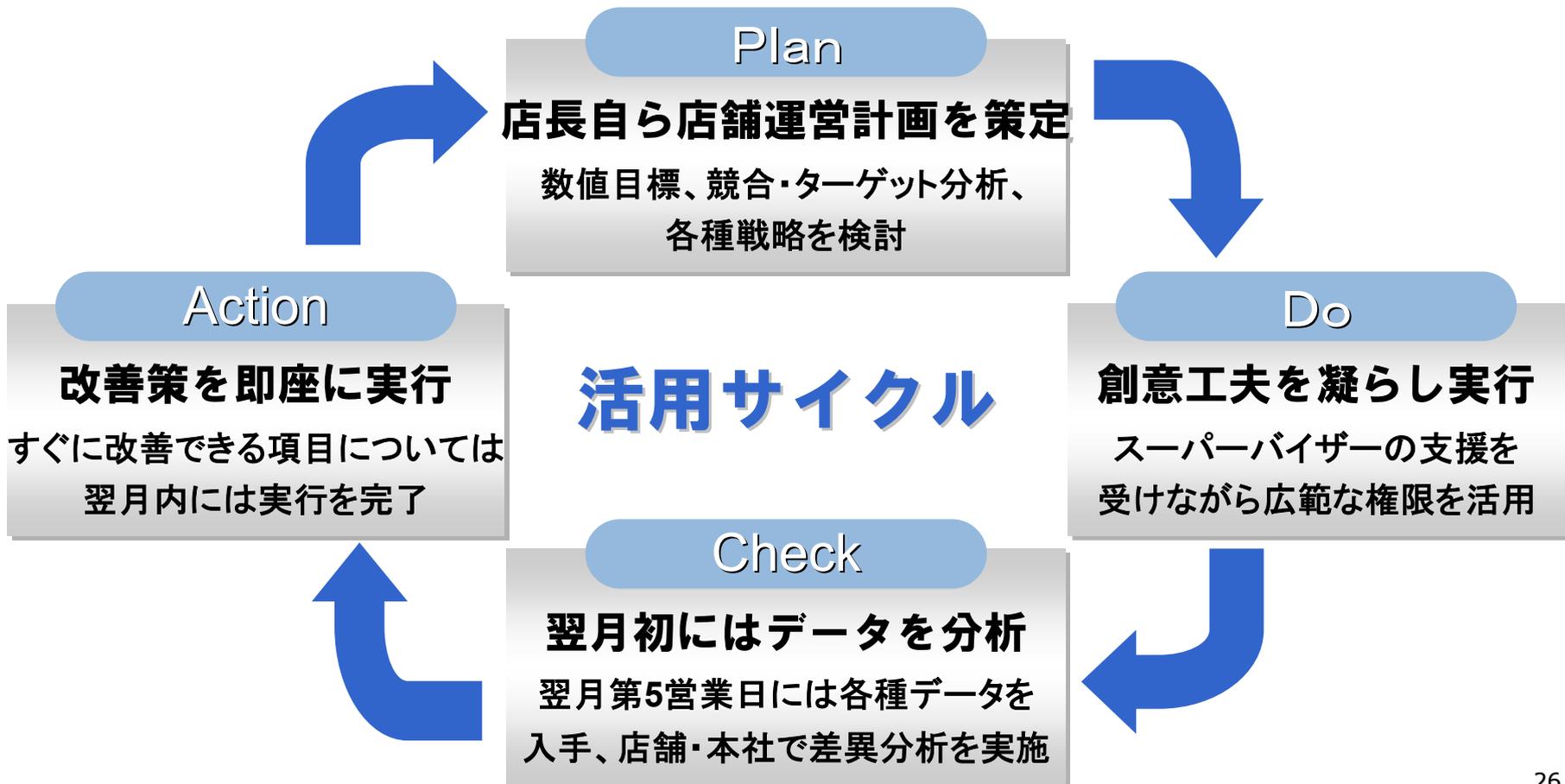
飲み放題用のメニューだけでなく、比較的年齢の高い顧客層のニーズに合わせた豊富なオプションメニューを用意している



オペレーションのマネジメント力

30近くに及ぶ管理会計指標を

各店舗が徹底的に活用して各種施策を実行



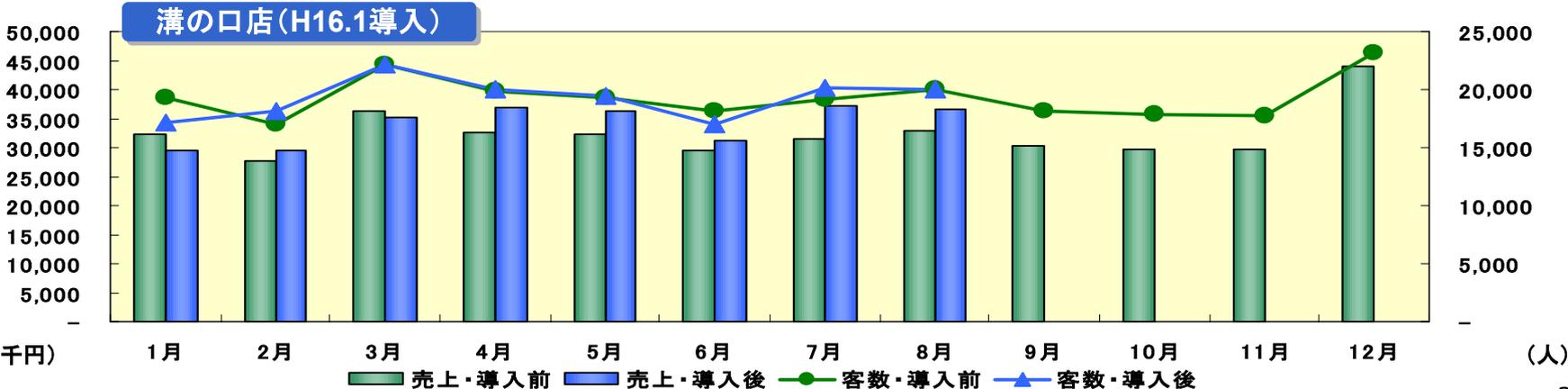
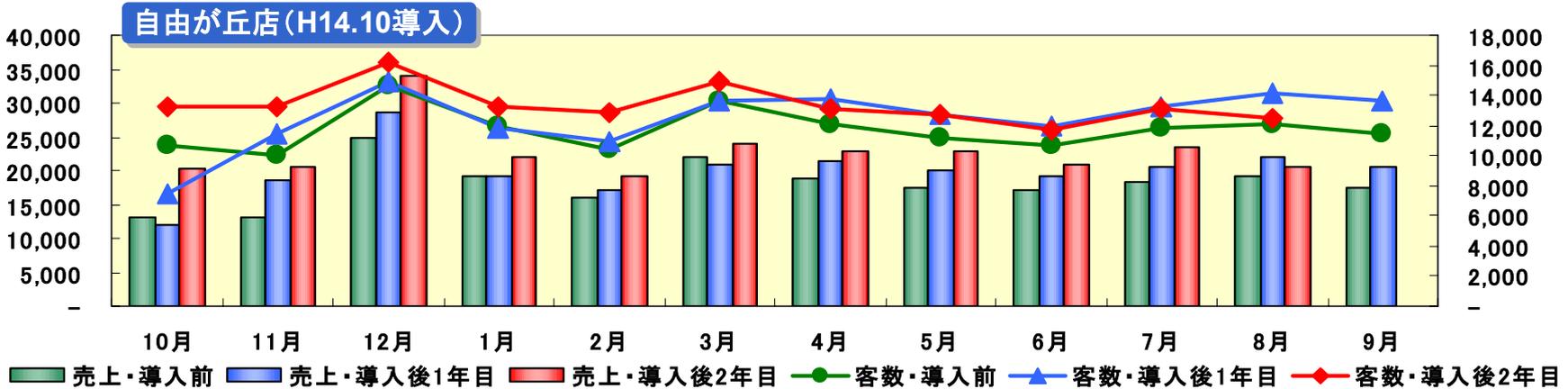
革新的なビジネスモデル 【開発効果】

「鉄人システム2号」導入後、主に客数の増加による

リピート顧客80%

売上の増加が顕著

<同期間比較>

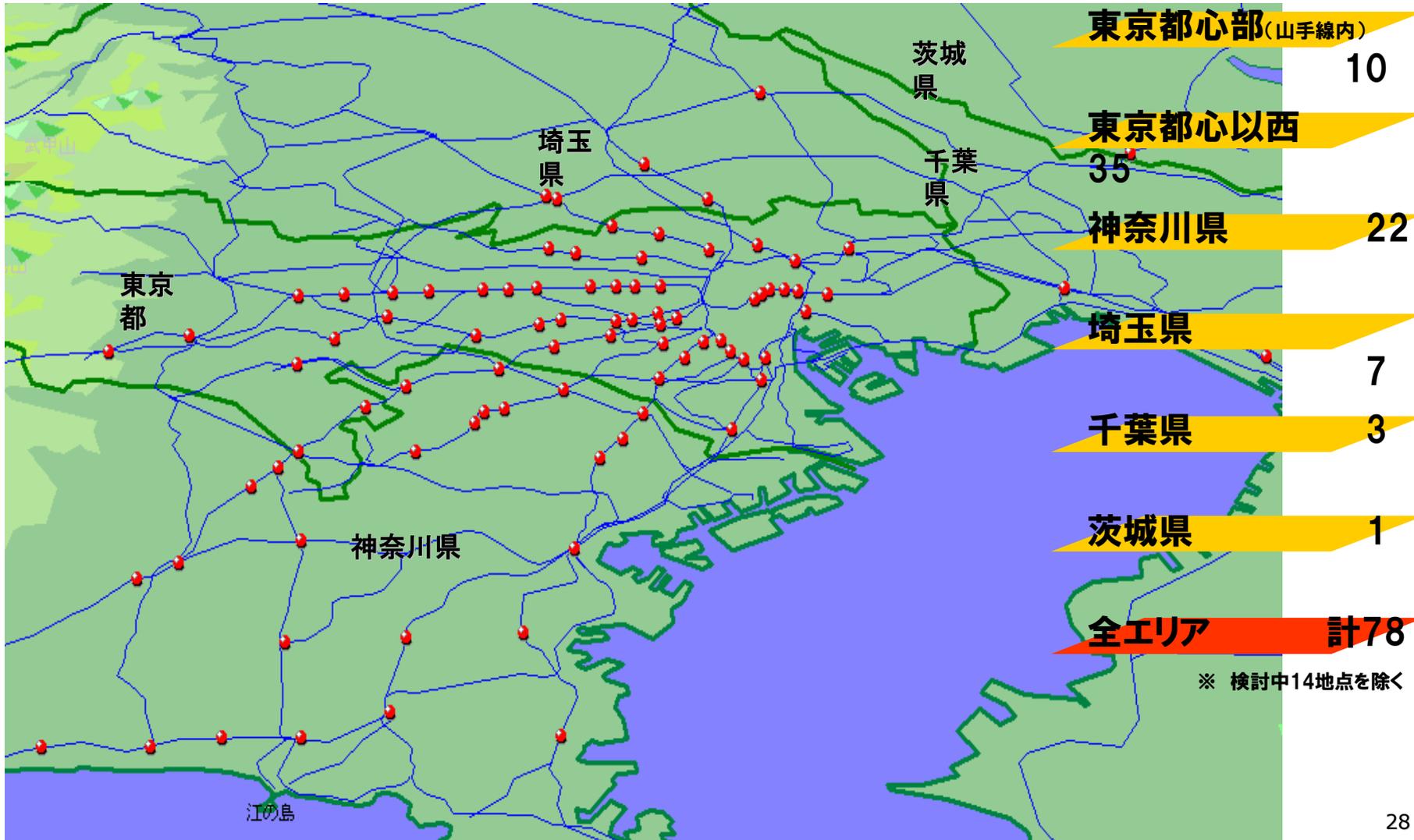


(千円)

(人)

5-4 中期基本戦略(1) 【出店候補地一覧】

首都圏1都3県に78候補地を選出



コンプレックス(複合)カフェの展開

- 究極のスペース貸し
 - ビジネスマン・OL対象
 - 情報機器、株価、専門雑誌の提供
- カラオケ事業でのオペレーションノウハウの移入



中期基本戦略(1) 【店舗網拡大に向けて】

具体的課題と個別戦略

出店精度の向上

定量・定性の両面から出店基準を精緻化

- 過去の出店データの徹底分析により、GISデータベースを充実させる
- 定量面での出店基準の見直しを実施する

不動産情報網の構築

金融機関その他とのネットワークを強化

- 金融機関や取引先等、不動産情報をもつ企業とのネットワークを強化する

人材の確保

新卒者の採用を積極化

- 新卒者の採用を積極化し、当社の理念や方向性を十分に理解した上で業務を担う、質の高いプロパー社員の育成に努める

経験豊富で有能なSVの中途採用を強化

- スーパーバイザーについては特に、外部からの経験者採用に力を入れ、出店の加速に伴って店舗の競争力が低下する事態を防ぐ

競争力のさらなる向上に向けて

具体的課題と個別戦略

「鉄人システム3号」の開発の推進

開発部門と現場との連携を強化

- 店舗スタッフのラップセッションの実施を通じた情報収集
- 複数部門をまたぐ横断的開発組織の設置など

本質的サービスの強化

飲食サービスの充実

歌うためのルーム品質の向上

店舗の後方支援・企画機能を強化

- 企画や競合分析、効果検証を担当する者を本部内に設置

明るくクリーンで快適な空間の提供

優れた店長、スタッフの育成

- 店長の能力開発制度の確立
- 自由で闊達な企業文化を醸成し、従業員の主体性を伸ばす環境を整備

基本的サービスの強化

鉄人化計画のブランド化

- カラ鉄の店舗展開
- PC・モバイルでのカラオケコミュニティの構築
 - ランキング情報
 - カラオケ競技(採点によるランキング)
 - 独自音源(楽曲)配信
- モバイル楽曲配信
 - コミュニティー拡大
& モバイル収益の獲得

外部提携企業と協
力し研究開発中

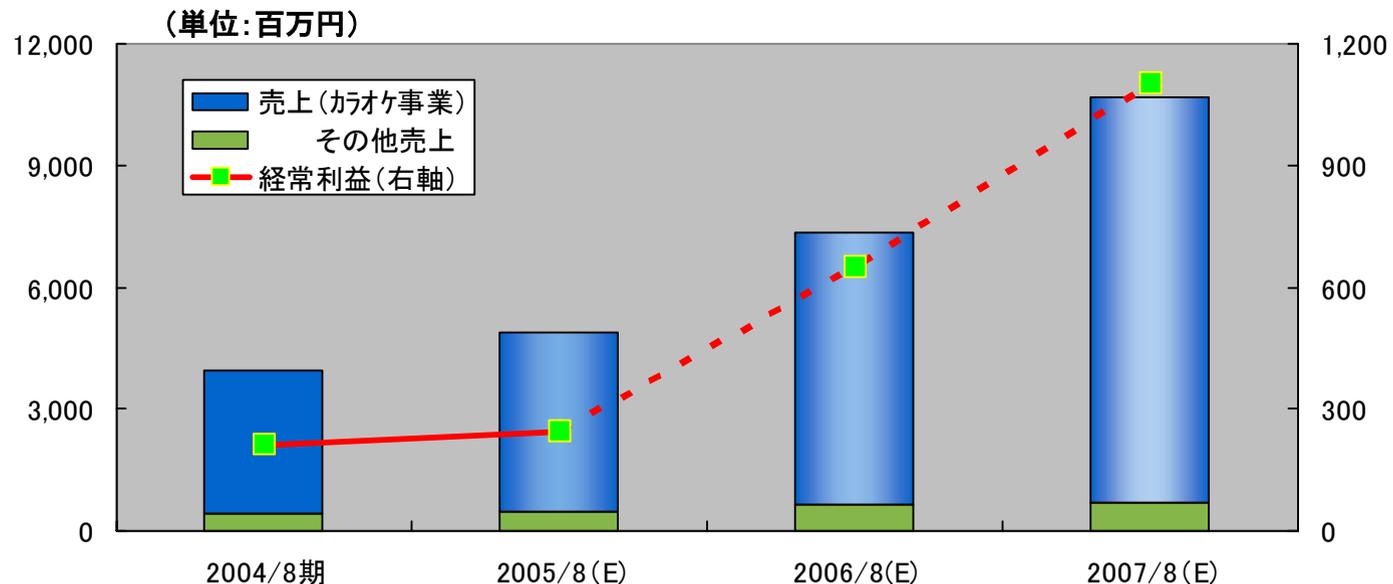


「上記は、中期計画には折り込んでいません」

中期3カ年収益計画 (2005/8期～2007/8期)

- 前提条件: 2007/8期 カラオケ事業 **50**店舗
- ROE(2007/8期): **20%**以上を達成!
- 2007/8期: 売上高**100**億円以上

経常利益率**10%**以上(ネット・モバイル収益は見込まず)



IRのお問合せ

常務取締役 浦野敏男

TEL:03-5773-9184 FAX:03-5773-9160

Mail : urano@tetsu-kara.co.jp

