2013年12月期　決算説明資料

豊丸水産キャラクター「海賊君」

チムニー株式会社

2014年2月

豊丸水産キャラクター「山賊君」

第1部：2013年度の業績と2014年度の計画

2013年度　通期実績

売上高440億円（前年同期比＋4.9%）

営業利益30.9億円（前年同期比△5.8%）

純利益14.3億円（前年同期比＋13.3%）

グループ売上676億円（前年同期比＋2.9%）

（チムニー単体＋チムニーFC売上＋

紅フーズ売上＋めっちゃ魚が好き売上）

単位（百万円）

項目	2012年12月期	2013年12月期	前年同期比
売上高	41,995	44,055	104.9%
(グループ売上高)	（65,766）	（67,686）	（102.9%）
売上総利益	27,589	29,140	105.6%
販管費	24,300	26,041	107.2%
営業利益	3,289	3,098	94.2%
経常利益	3,297	3,205	97.2%
純利益	1,263	1,431	113.3%

2013年度　主な増減要因

売上高440.5億円（前年同期比＋4.9%）

・飲食事業＋16.4億円（前年同期比＋4.1%）

・コントラクト事業＋4.9億円（前年同期比＋26.3%）

売上総利益率66.1%（前年同期比＋0.4%）

・店舗での販売強化商品の明確化による商品ロスの低減と調理技術力向上

・早めの円安への対策による効果

営業利益率7.0%（前年同期比△0.8%）

・水道光熱費の上昇（前年同期比＋2.5億円、売上比0.4%上昇）

・直接人件費の上昇（前年同期比＋7.5億円、売上比0.6%上昇）

経常利益率7.3%（前年同期比△0.6%）

純利益率3.2%（前年同期比＋0.2%）

・機動的な出退店及び改装、業態転換の実行による除却損、減損損失573百万円

既存店売上及び客数前年対比の推移

2013年度　飲食事業の業績

新規出店･閉店･転換状況

（単位：店）

	2011年度	2012年度	2013年度
直営店新規出店	２４	４１	３５
FC店新規出店	５	１６	４
直営店閉店	１０	１４	１１
FC店閉店	１６	６	１６
直営店からFC店へ転換	１３	１０	１６
FC店から直営店に転換	３	８	５
（コントラクト事業店新規出店）	－	８４	１
（コントラクト事業店閉店）	－	－	－
直営店純増数	４	２５	１３
ＦＣ店純増数	△１	１２	△１
コントラクト事業店純増数	－	８４	１

（注）2013年度のコントラクトの増加は、セグメント変更であり、直営店の閉店、コントラクトの新規にそれぞれ１店舗含めております。

2013年度　財務状況（バランスシート）

総資産295億円（前年同期比△6億円）

負債182億円（前年同期比△11億円）

純資産113億円（前年同期比＋5億円）

単位（百万円）

	2012年12月期	2013年12月期	前年同期比
流動資産	8,659	8,525	△133
固定資産	21,523	21,046	△476
流動負債	9,867	9,930	62
固定負債	9,517	8,325	△1,192
純資産	10,797	11,316	518
総資産	30,182	29,572	△610

2013年度　財務状況の主な変動要因

資産の変動に関するポイント

現預金149百万円の減少

・自己株式542百万円の取得による支出

・めっちゃ魚が好き（株）の設立のための支出

関係会社株式311百万円の増加

・めっちゃ魚が好き（株）の設立

のれん463百万円の減少（償却による）

負債の変動に関するポイント

設備関係未払金、長期設備関係未払金、リース債務、長期リース債務、191百万円の増加

・継続的新規出店に伴う設備資金の調達により増加

長期借入金の1,300百万円の減少

・長期借入金の約定の返済

2013年度　財務状況の主な変動要因

純資産の変動に関するポイント

自己株式527百万円（期末残高）

・平成25年5月～8月にかけて542百万円の自己株式を取得

利益剰余金1,050百万円の増加

・税引後当期純利益1,431百万円

・配当金の支払い（1株当たり年間20円）

2013年度　キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フロー43億円（前年同期比△3億円）

投資活動によるキャッシュ・フロー△8億円（前年同期比△1億円）

財務活動によるキャッシュ・フロー△36億円（前年同期比＋16億円）

単位（百万円）

		2012年12月期	2013年12月期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー		4,636	4,337	△298
	税引前当期純利益	2,774	2,629	△145
	減価償却費・のれん償却費	2,190	2,092	△98
	運転資金、その他の増減	1,318	1,206	△112
	法人税等の支払	△1,646	△1,590	55
投資活動によるキャッシュ・フロー		△721	△827	△106
	固定資産の取得による支出	△238	△272	△34
	その他の支出	△483	△555	△72
財務活動によるキャッシュ・フロー		△5,348	△3,659	1,689
	借入・割賦債務の返済による支出等	△2,693	△2,746	△53
	自己株取得による支出	△3,587	△542	3,044
	配当金、その他の支出	932	△370	△1,302
現金及び現金同等物の増減額		△1,434	△149	1,285
現金及び現金同等物の期首残高		7,936	6,502	△1,434
現金及び現金同等物の期末残高		6,502	6,353	△149

2013年度　キャッシュ・フローの主な変動要因

キャッシュ・フローのポイント

営業活動によるキャッシュ・フロー

・税引前当期純利益2,629百万円、減価償却費1,628百万円

・のれん償却費463百万円

投資活動によるキャッシュ・フロー

・固定資産、差入保証金の支払による支出740百万円（直営新規出店35店舗等）

・子会社めっちゃ魚が好き㈱設立等、関係会社への出資311百万円

財務活動によるキャッシュ・フロー

・自己株式取得のための支出542百万円（545,500株）

・設備投資に伴う割賦債務、リース債務の支払1,446百万円

・配当金の支払い377百万円

2014年度　業績予想（単体）

売上高445億円（前年同期比＋1.0%）

営業利益32.2億円（前年同期比3.9%）

純利益15.6億円（前年同期比＋9.6%）

グループ売上700億円（前年同期比＋3.3%）

（チムニー単体＋チムニーFC売上＋

紅フーズ売上＋めっちゃ魚が好き売上）

単位（百万円）　（%）

項目	2013年12月期	2014年12月期	前年同期比
売上高	44,055	44,500	101.0
(グループ売上高)	（67,686）	（70,000）	（103.4）
売上総利益	29,140	29,699	101.9
販管費	26,041	26,479	101.7
営業利益	3,098	3,220	103.9
経常利益	3,205	3,280	102.3
純利益	1,431	1,568	109.6

2014年度　業績予想の概要

通期既存店売上前年比率96.0%

・2012年度99.7%、2013年度95.7%

・4月からの消費税増税による客数の減少を見込む

飲食事業新規出店計画

・新規直営店30店、新規FC店5店　継続的に新規出店は実施

・閉店は直営、FCそれぞれ10店舗の計画

コントラクト事業計画

・現在の98店舗に加えて、新規受託に向けて積極的に取り組み（数値は未定）

・2016年度新規受託に向けて、本年は入札活動準備

配当予想

・2013年度　20円（中間10円、期末10円）

2014年度も継続　20円（中間10円、期末10円）

2014年度　業績予想（連結）

2014年度より、子会社である　魚鮮水産株式会社、株式会社紅フーズコーポレーション、めっちゃ魚が好き株式会社の3社を、連結子会社として連結決算を実施予定としております

２０１４年度連結業績予想

単位（百万円）

項目	2014年12月期
連結売上高	46,424
売上総利益	31,006
販管費	27,745
営業利益	3,260
経常利益	3,307
純利益	1,587

株主還元

配当政策

- 2013年度配当政策は、第2四半期末（6月末）10円配当実施、決算期末（12月末）10円配当の年間20円の配当を予定
- 2014年度配当政策は、第2四半期末（6月末）10円配当、決算期末（12月末）10円配当の年間20円の配当を予定
- 継続的安定配当政策
- 配当性向は、2013年度26.6%、2014年度24.0%（予定）

株主優待の充実

- BtoCビジネスの拡充として、株主様が当社の最大のリピーター客、サポーター客となって頂けるよう、株主優待を充実
- 年2回実施（基準日　6月末、12月末）
- 株主優待券と株主優待品が選択可能

第2部：今年度の施策と成長戦略　～ CHANGE & BUILD ～

● CHANGE （転換）

- 業態転換・FC転換・魚と肉の両輪への転換など、消費者の需要や地域マーケットに適した転換
- 社会環境の変化にあわせ、スピード感のあるビジネスモデルへの転換

● BUILD （創造と創生）

- 新しい業態・新しい商品・新しい店舗造りなど、差異化した価値提供の創造
- 6次産業企業として、生産から供給まで、一気通貫したバリューチェーンの構築

6次産業の進展　：　～「船上からお客様へ」魚を直送。水産における新しい取り組み～
高知県宿毛市・沖の島でのブリ1本釣りと籠網漁

宿毛・沖の島（高知県）「龍神丸・荒木船長」の籠網漁

- 特殊な籠の周りに「やまもも」の枝葉をつけ、1ヶ月水深20mに沈めておくと、魚が巣を求め自然に籠に入ってきます
- 天然の魚を自然に獲る、環境にも魚にも優しい漁法です。籠を上げる度、獲れる魚種も量も変化します
- 瀬戸内海の海流と、四国本土の山のミネラルに満ちた川の清流が合流する、漁場として恵まれた環境である沖の島周辺で育った天然魚を、海から上げてすぐ船の上で活き〆するので、高い鮮度を保ちます
- 当社2次産業部門のバックキッチンから、豊丸水産業態の各店舗に配送。刺身や干物メニューとしてお客様に提供します
- 漁師さんと共に、地域の活性化を推進しています

写真上段）魚はすぐ活き〆します。下段）バックキッチンで干物に作成します

6次産業の進展　：　～「船上からお客様へ」魚を直送。水産における新しい取り組み～
高知県宿毛市・沖の島でのブリ1本釣りと籠網漁

宿毛・沖の島（高知県）「龍神丸・荒木船長」の籠網漁

写真提供）株式会社沖の島水産

特殊な籠網を作ります　⇒　周囲にやまももの葉を付けます　⇒　水深20mに沈めておくと魚が岩陰と間違え入ってきます

20日～30日経った時点で籠を上げます　⇒　季節・場所・水揚げ期間で、魚種も量も変わってきます。この日はタコ・あなご・伊勢海老あり

6次産業の進展　：　～「船上からお客様へ」魚を直送。水産における新しい取り組み～
高知県宿毛市・沖の島でのブリ1本釣りと籠網漁

宿毛・沖の島（高知県）「龍神丸・荒木船長」の1本釣りのブリを、解体ショーで活用

- 太平洋からの黒潮本流に乗り丸々とした10キロ級の天然ブリを、店舗での解体ショーで活用。品質の良さがお客様に好評
- 一般的なブリ漁は、定置網やまき網漁で1回に1,000匹程度獲りますが、宿毛では土佐の伝統漁法である1本釣りにこだわり、① 1本ずつ丁寧に上げるため魚に傷をつけない　②血抜きを船上で1本ずつ手がけるため、高い鮮度を維持　③水と海水のバランスを保った温度管理を徹底。当社のモットーである「素材×時間×温度」を追求した、高い商品価値をお客様に提供しています

「龍神丸」の船上で1本釣りされた天然ブリ

豊丸水産　蕨東口店でのブリの解体ショー

6次産業の進展　：　マグロ･ブリの解体ショーを、店舗にて年間1,200匹へ

獲る漁業から育てる漁業への転換

●中部チムニー株式会社を2013年4月に設立

- 獲る漁業から育てる漁業への転換。限りある水産資源である本マグロを販売する当社の社会的責任と考えております
- 中部飼料株式会社が、大分県津久見市で本マグロ用配合飼料の研究開発を行うため本マグロを飼育
- この本マグロや鶏卵･畜肉など、特性ある農畜水産物の販売を目的として、共同出資会社「中部チムニー株式会社」を2013年4月に設立

マグロやブリの解体ショーを、年間1,200匹実施予定

● さかなや道場･はなの舞･魚鮮水産業態で展開

- 中部チムニーの本マグロと海外調達によるマグロに加え、高知県宿毛産天然ブリの解体ショーを合計1,200匹予定

さかなや道場　荻窪南口店でのマグロ解体ショー

CHANGE & BUILDによる新業態、「豊丸水産」の積極出店

魚と肉の両方を焼いて楽しんでいただける、豊丸水産業態の積極展開

- 昨年9月に1号店としてオープンした豊丸水産甲府駅前店を皮切りに、12月に出店を加速。1月末で13店舗展開
- 魚とお肉の両方を、浜焼きスタイルで焼いて楽しんでいただけます

豊丸水産　蕨東口店

お好みのお通しを選んでいただきます

豊丸水産　甲府駅前店　店内

肉盛り合わせ

海鮮浜焼き盛り合わせ

さざえを水槽からお選びいただけます

CHANGE & BUILDによる「鉄ぱん家族　渋谷道玄坂Gスクエア店」

鉄ぱん家族　渋谷道玄坂Gスクエア一店、2月5日にリニューアルオープン

- すたみなキッチン鉄ぱん家族に、トンバーグメニューを導入。行列のできる店として連日にぎわっています
- 千葉県北総地帯で飼育された豚肉を、店内のオープンキッチンでお客様の目の前でカッティングする新鮮さが人気

左から）トンバーグ・厚切り豚肩ロース・煮込みバーグ。それぞれ定食で提供

鉄ぱん家族渋谷道玄坂Gスクエア一店。地下は「はなの舞」

オープンキッチンでお客様の前で肉をカッティング

CHANGE & BUILDによる、業態開発と適材適所の店舗展開

業態別ポートフォリオ

● 幅広い顧客層、店舗フォーマットに対応する多彩なブランドポートフォリオにより、あらゆる条件の立地に出店可能

高価格帯

- 20～60代会社員
- 中型店（40～70坪）
- 客単価：3,500円～4,000円

- 20～40代会社員
- 小型店（30～50坪）
- 客単価：3,200円～3,500円

- 20～60代会社員
- 中～大型店（60～100坪）
- 客単価：3,000円～3,200円

小型店

2013年8月取得

- 20～60代会社員・地元住人
- 小型店（15～50坪）
- 客単価：2,000円～3,000円

2012年6月取得

- 20～60代の会社員
- 超小型店（10～20坪）
- 客単価：1,500円～2,000円

創作居酒屋 団欒

- 20～50代会社員＋20~30代若者
- 中型店（50～75坪）
- 客単価：2,700円～2,900円

- ファミリー層含む幅広い年齢層
- 60～90坪を主に多様な形態
- 客単価：2,700円～3,000円

大型店

- 20～60代会社員
- 中型店（30～50坪）
- 客単価：2,500円～2,700円

- 20～60代会社員
- 中型店（20～60坪）
- 客単価：2,000円～2,500円

- 10～60代会社員・学生
- 小型店（20～50坪）
- 客単価：500～1,500円

低価格帯

自社開発ブランド

M&Aで取得したブランド

2013年度　業態別店舗数の推移

業態別店舗数の推移

■ 2014年1月末時点で、軍鶏農場は14店舗・豊丸水産は13店舗に増加

（単位：店）

業態名	2012年度期末			2013年度期末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	186	177	363	186	179	365	―	2	2
さかなや道場（魚鮮水産含む）	96	33	129	87	36	123	△9	3	△6
こだわりやま	2	43	45	2	42	44	―	△1	△1
チムニー	―	12	12	―	10	10	―	△2	△2
軍鶏農場	―	―	―	13	―	13	13	―	13
豊丸水産	―	―	―	10	―	10	10	―	10
その他	12	29	41	11	26	37	△1	△3	△4
合計	296	294	590	309	293	602	13	△1	12
（コントラクト事業店舗）	97	―	97	98	―	98	1	―	1
（コントラクト含む）	393	294	687	407	293	700	14	△1	13

2013年12月末現在　地域別店舗数

地域別店舗数（2013年12月末現在）

北海道・東北
北海道/青森/岩手/
宮城/秋田/山形/福島

はなの舞	31店
さかなや道場	8店
こだわりやま	9店
その他	1店
コントラクト	31店
合計	80店

甲信越・北陸
新潟/山梨/長野/
富山/石川/福井

はなの舞	22店
さかなや道場	5店
こだわりやま	1店
その他	3店
コントラクト	6店
合計	37店

関西
大阪/京都/兵庫/
滋賀/奈良/和歌山

はなの舞	18店
さかなや道場	13店
こだわりやま	1店
その他	3店
コントラクト	7店
合計	42店

中国
鳥取/島根/岡山/
広島/山口

はなの舞	15店
さかなや道場	4店
その他	1店
コントラクト	3店
合計	23店

関東
神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	135店
さかなや道場	38店
こだわりやま	5店
その他	19店
コントラクト	16店
合計	213店

四国・九州
愛媛/香川福岡/
佐賀/長崎/大分
熊本/宮崎/鹿児島/沖縄

はなの舞	5店
さかなや道場	9店
その他	1店
コントラクト	18店
合計	33店

東海
静岡/岐阜/愛知/三重

はなの舞	35店
さかなや道場	14店
こだわりやま	3店
その他	4店
コントラクト	9店
合計	65店

東京

はなの舞	104店
さかなや道場	32店
こだわりやま	25店
その他	38店
コントラクト	8店
合計	207店

CHANGE & BUILDによる、全国各地の収益向上計画

ホームタウン制度を基礎とした、各地域店舗のCHANGE＆BUILDによる収益向上策

●【中部・東海地方戦略】1～3月に見直し強化。自らのカニバリを阻止

■ 静岡県静岡市御幸町　1月8日　リニューアルオーオープン
　1階　海賊浜焼き　豊丸水産　静岡御幸町店　（旧はなの舞）
　2階　はなの舞　静岡御幸町店　（旧さかなや）

■ 静岡県静岡市呉服町　龍馬軍鶏農場　静岡呉服町店
　1月20日リニューアルオープン　（旧はなの舞）

●【関西地方地区】4～6月に見直し強化する関西地区

■ 収益悪化店舗は撤退ではなく、業態転換による収益改善を計画

●【四国地方戦略】高知への出店と四国物流ルートの充実

■ 龍馬をテーマに店舗展開をしている当社にとって、満を持した高知への出店計画
明石（兵庫県）の瀬戸大橋から、高松（香川県）、西条市・松山（愛媛県）に繋がる、四国物流ルートを充実

●【中国地方戦略】下関で結ぶ山陽道・山陰道の物流ルートの更なる充実

■ 鳥取・倉吉・米子（鳥取県）、松江・浜田（島根県）、山口・下関（山口県）の山陰ルート

■ 岡山・倉敷（岡山県）、福山・三原・呉・広島・大竹（広島県）、岩国・徳山・防府・新山口・下関（山口県）の山陽ルート

●【九州地方戦略】

■ 福岡県中洲で博多魚鮮水産「活イカ」「はかた地どり」を3月末にオープン予定

●【北海道戦略】

■ 昨年札幌に「北海魚鮮水産すすきの店」を出店。小樽湾直送の魚など、北海道の食材をふんだんに活用

■ 今年度東京の新宿に、「北海魚鮮水産」の2号店を、すすきの店に続き開店予定

はなの舞から転換した豊丸水産
（上）外観と（下）店内

人財育成

ABCアカデミーによる人財育成の強化

- 目的①お客様から「ありがとう」をもらう仕事の喜びの確立
  ②基本的心構え「経営理念」の共有と技術の習得
- ABCアカデミー・教育母店・店舗支援部との循環教育を強化
  教育の流れ：知識の習得（ABCアカデミー）⇒実施訓練（教育母店）⇒再教育（ABCアカデミー）⇒辞令⇒店舗へ配属
- 4種類のマイスター認定制度を設け、技術力の向上と維持を義務付け
  ①鮮魚マイスター　②活魚マイスター　③寿司マイスター
  ④ドリンクマイスター　⑤今後軍鶏のマイスター創設予定

物流センターを見学し、商品の流れを理解

東京都墨田区に開校

それぞれの実力に応じて、技術を習得

衛生項目など、必修授業を座学で知識習得した後、実践教育へ

人財育成

生産者との交流研修による人財育成の強化

- 生産地に赴き、生産者と直接交流
- 生産者の想い、育て方や商品特性・地域特性などを、生産現場で身をもって体験
- 商品の大切さを体感することにより、素材の良さや特性を自分の言葉で説明できるところまで習得
- 体験した、生産⇒加工⇒販売までの6次産業の循環を、各店舗でお客様に訴求

タマ軍鶏生産者、篠田さんの養鶏所研修（千葉県）

創業30周年にちなみ、30歳の店長が、自分たちで掘った芋で芋焼酎を作る生産現場体験（鹿児島県）

まずイモを掘ります ⇒ 芋を洗って切ります ⇒ 醸造タンクで熟成し、甕つぼに仕込みます ⇒ はなの舞PB「俺の芋焼酎」の完成

コントラクト事業

コントラクト事業における、新規取り組み

- 2009年より、防衛省の各施設における食堂運営の受託を開始、現在98店舗を運営
- 2015年4月から新規出店となる駐屯地内の受託獲得に向けて、今期は入札活動準備
- 駐屯地内の他施設や、自衛隊以外の施設での新規受託事業の獲得にチャレンジ

店舗数推移

隊員の方々のオアシス

- 国籍不明機への対領空侵犯措置や戦闘機パイロットの教育訓練に当たる空自新田原基地の「はなの舞 新田原基地店」で、カフェバーラウンジを昨年12月にオープン
- 4リットルのビールが入る「タワーピッチャー」を囲んで、ビストロ風メニューが楽しめるため、いまやすっかり隊員の方たちのオアシスになっています
- 駐屯地支部の要望事項「一」（心を一つに、ワンランク上に、一番を目指して）に通じる取り組みの一翼を担う

新田原基地のカフェバーラウンジ

4リットルの「タワーピッチャー」

朝霞駐屯地の「朝霞クラブ」

CHANGE & BUILDによる、FCビジネスの強化

FCオーナーとの共存共栄

- FC店舗数は、2014年3月時点で305～310店舗を予定。今年度増加の方向性を維持
- 30年前の創立時よりFC比率が高いビジネスモデルを継続。居酒屋業界で他社との差異化に繋がっている
- FC比率の高いビジネスモデルを堅持するため、直営からの転換と新規出店で、CHANGE＆BUILDを加速。居酒屋事業において、直営：FC＝50：50の黄金比率をターゲットとする
- 外食産業を希望する人は将来独立志向が強く、入社時の目標でも社員独立を夢に掲げる新入社員が多い。そのような社員による「夢の実現・独立」が可能となる、「人財の循環企業」となるよう、社員独立をサポート
- 当社教育機関であるABCアカデミーでは、FC向け人財育成コースも創設予定。従業員の育成はもちろん、居酒屋を開業・独立できるまでのトータルカリキュラムを整備中

創業30周年記念フェア

1984年2月創業。おかげさまで今年創業30周年を迎えます

- 1月15日～3月2日まで3弾にわたり創業記念フェアを開催中
- 心からの「おもてなし」でお客様をお迎えしております

訪日外国人観光客の取り込み

日本文化的空間を楽しんでいただく店舗造り

- 2013年の訪日外国人観光客は1,000万人を超過。外国人訪問者数は、世界で未だ33位であり今後も増加傾向
- 和食がユネスコ無形文化遺産に登録され、世界中で和食が脚光を浴びているニーズの取り込みを図る
- 当社の店舗は、お客様が楽しい食事の時間を過ごしていただく空間と捉え、滞在の楽しさを満喫していただける店舗を展開

昨年11月15日オープンの軍鶏農場京都駅前店

厳島神社再現の厳島別邸花の舞広島南口店

国技館監修の土俵を持つ花の舞両国国技館前店

京都花の舞中央口駅前店では弁慶と牛若丸を再現

京都の池田屋はなの舞では大階段を再現

風林火山はなの舞甲府駅前店の武田信玄と24将

CHANGE & BUILD　株式会社やまやとのコラボレーション

新しい親会社、株式会社やまやとのシナジー効果の創出

●従来より良好な取引関係を、WINWINのシナジー関係へ

■ 仙台の利府や大阪事務所で、同じビルに同居するなど、従来より取引含め良好な関係を継続

■ 東北地方を中心に全国各地のはなの舞・さかなや道場・魚鮮水産は、酒販店である株式会社やまやから、ビールや日本酒・輸入ジュースなどを購入

■ 株式会社やまやは、ワールドリカーシステムとして、世界各国からワインやチーズを輸入するなど特色ある酒販店として、全国304店舗（2013年12月末）展開

■ コルドンヴェール株式会社（イオン51%やまや49%出資）が世界から調達したワインを、やまや商流株式会社が販売

■ 新しいシナジー効果を創出すべく、今後新業態の開発など取り組む予定

同じビルに同居する当社大阪事務所と店舗

コルドンヴェール（株）のワールドワイドな調達

（コルドンヴェールHPより抜粋）

カリフォルニア州ソノマのカルネロス地区の「グロリア・フェラー」のワイナリーと自社葡萄畑

M&Aによる新業態ビジネス取り込み。ブランドポートフォリオの拡充と事業拡大を加速

めっちゃ魚が好き株式会社（2013年8月）

- 居酒屋業態8店舗、ラーメン店1店舗を事業譲受
- 駅前に位置しながら海辺の感覚が感じられる新たな店舗コンセプトを吸収
- 漁港直送の新鮮な魚介類の仕入れと物流のシナジー
- 関西地区の店舗網の拡大

紅フーズコーポレーション （2012年6月）

- 「新橋やきとん」「焼焼とんとん」を展開する株式会社紅フーズコーポレーションの全株式を取得し、直営店6店舗承継、現在13店舗。本年は20店舗を視野に出店
- ホルモンという特色ある食材に特化した小型店舗
- 調達方法や、販売方法等の運営ノウハウを取得

升屋（2012年2月）

- 厚さ3センチの鉄板にこだわった鉄板焼の専門店
- 直営店4店舗、FC店舗。店舗フォーマットは30～50坪価格帯は3,300円

イタリア海鮮料理MASUYA（2013年7月）

- 2013年7月1日東京都北区赤羽のJR駅構内に開店
- 特徴とするのは、ソムリエからのワインのお勧め。25種類のワインを常時取り揃え、バラエティに富んだ中から、お客様のお好みをチョイス。

チムニー30年の歴史

- 店舗数700店舗突破 ●ABCアカデミー開講 ●中部チムニー（株）設立 ●関西バックキッチン新設稼動 ●新センター設立稼動 （2013 ）
- 店舗9店舗を譲り受け、めっちゃ魚が好き株式会社として運営開始（2013 ）
- 株式会社紅フーズコーポレーションの全株式を取得 ・升屋ブランド店舗12店舗を譲り受け、運営開始（2012 ）
- 子会社「魚鮮水産」設立（2011）
- バックキッチンの設置（2011）
- 各種官公庁への事業展開の本格稼動（2010）
- **MBOの実施（2009）**
- 店舗数500突破（2009）
- 店舗数250を突破（2004）
- 物流センター開設（1999）
- **米久グループの筆頭株主が麒麟麦酒から三菱商事に異動（2007）**
- **ジャスダック上場（2005）**
- **米久グループの筆頭株主が麒麟麦酒に（1998）**
- **米久グループに加入（1997）**
- はなの舞1号店の開店（1995）
- チムニー業態の開始（1984）
- FC1号店の開店（1984）

2014
CHANGE& BUILD

- **株式会社やまやが親会社に（2013）**
- 新業態、龍馬軍鶏農場・豊丸水産オープン2013）
- **東証二部上場（2012）**

2009～
MBOの実施 第二の創業期

2005～
上場企業へ

1984～
イオングループ時代
米久・キリン グループ時代

ご清聴ありがとうございました

注意事項

この説明会資料に掲載されている、現在の計画、見通し、戦略などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであり、リスクや不確定な要素を含んでおります。これらは、現在入手可能な情報から得られた当社の判断に基づいたものであり、実際の業績等は、さまざまな要因により、見通しと大きく異なる結果となりうることをあらかじめご了承ください。

掲載内容には細心の注意を払っておりますが、当社および情報提供元は、情報の完全性、正確性、確実性、有用性、その他の保証を行うものではありません。掲載された情報の誤りによって生じた障害等に関して、当社は事由の如何を問わず一切責任を負いません。

なお、この説明会資料は投資勧誘を目的としたものではありません。実際の投資の際は、当情報に全面的に依拠することなく、皆様ご自身のご判断でお願い申し上げします。