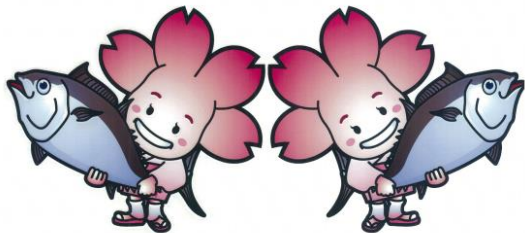


2015年12月期 第2四半期 決算説明資料



于ム二一株式会社

2015年8月



第1部：2015年度第2四半期業績

2015年度第2四半期実績

●2015年度第2四半期実績(連結)

■ 売上高	229.4億円 (前年同期比 +1.2%)
■ グループ売上	348.2億円 (前年同期比 +1.3%)
■ 営業利益	15.7億円 (前年同期比 +3.9%)
■ 純利益	8.8億円 (前年同期比 +12.9%)

※連結子会社

- ・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

単位(百万円)

項目	2014年第2四半期 累計実績(連結)	2015年第2四半期 累計予想(連結)	2015年第2四半期累計 実績(連結)	予想比	前年同期比
売上高	22,682	23,270	22,949	98.6%	101.2%
(グループ売上高)	(34,368)		(34,826)	-	101.3%
売上総利益	15,110	-	15,252	-	100.9%
販管費	13,593	-	13,675	-	100.6%
営業利益	1,517	1,550	1,577	101.7%	103.9%
経常利益	1,556	1,560	1,624	104.1%	104.4%
純利益	780	830	880	106.0%	112.9%

2015年度第2四半期 主要数値の内容

●2015年度第2四半期実績の内容

■ 売上高229.4億円(前年同期比+1.2%)

- ・FC売上 118.7億円 (前年同期比 +1.6%)
- ・グループ売上 348.2億円 (前年同期比 +1.3%)

■ 売上総利益率66.5%(前年同期比▲0.1%)

- ・円安・原材料の値上げを吸収し、微減に抑える
- ・国内回帰及びメニューミックスによる原価率の低減
- ・6次産業化により、1次産業における買参権の活用など仕入の効率化
- ・地産地消の推進や店舗での販売強化商品の明確化。調理技術力向上と商品ロスの低減

■ 営業利益率6.9%(前年同期比 +0.2%)

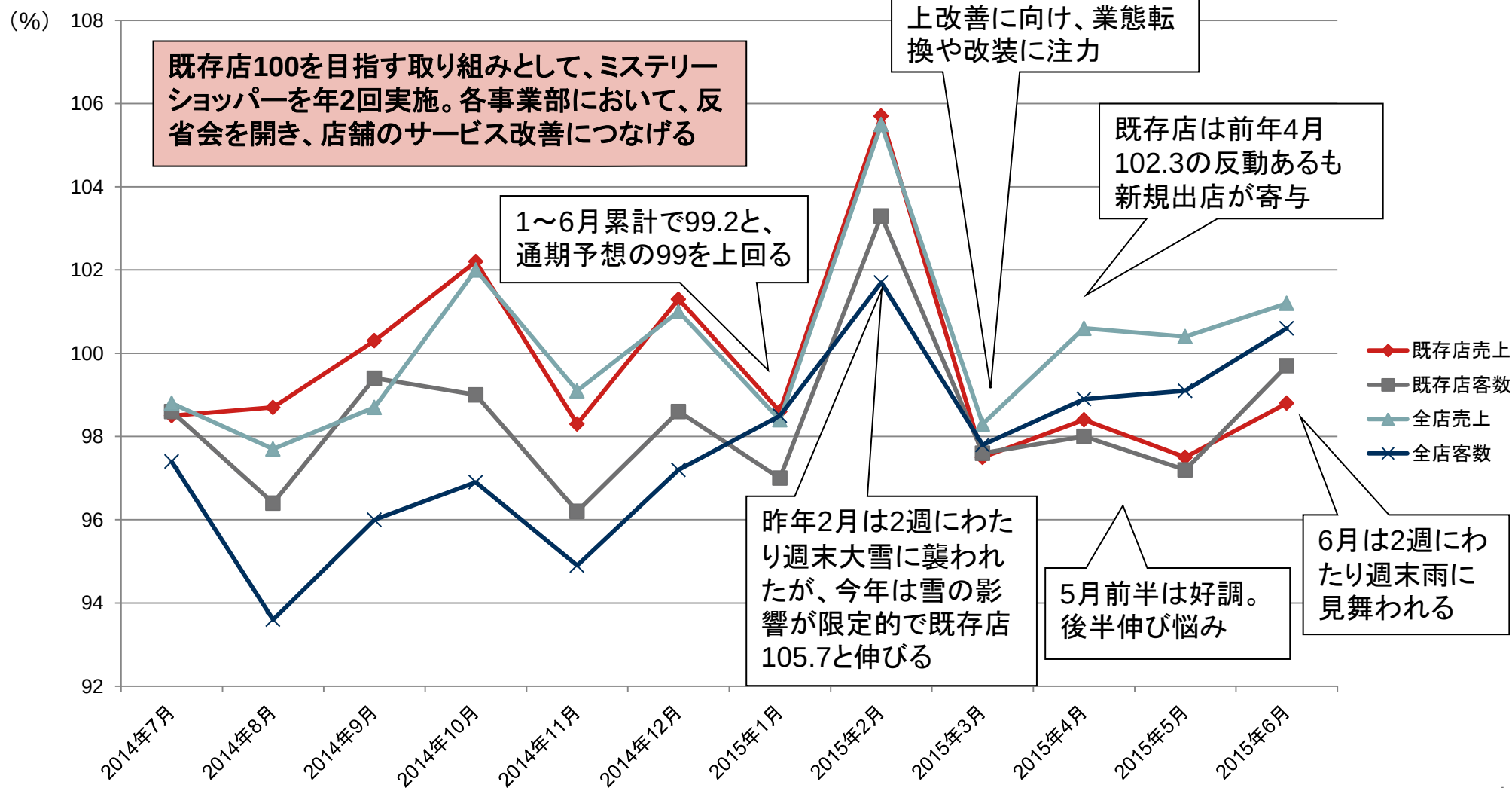
- ・広告宣伝費の削減効果により直接人件費の上昇を吸収

■ 経常利益率7.1%(前年同期比+0.2%)

■ 純利益率3.8%(前年同期比+0.4%)

2015年度第2四半期 直営店の動向

●直営店の既存店売上及び客数前年対比の推移



2015年度第2四半期 店舗の出退店推移

●新規出店・閉店・転換状況

(単位:店)

	2014年度	2015年6月末	2015年度計画
直営店新規出店	29	12	35
FC店新規出店	3	4	3
直営店閉店	13	5	10
FC店閉店	14	8	10
直営店からFC店へ転換	24	7	10
FC店から直営店に転換	6	4	5

(コントラクト事業店新規出店)	3	3	1
(コントラクト事業店閉店)	1	9	—

直営店純増数 / 店舗数	△2 / 307	4 / 311	20
FC店純増数 / 店舗数	7 / 300	△1 / 299	△2
コントラクト事業店純増数 / 店舗数	2 / 100	△6 / 94	1

2015年6月末 業態別店舗数の推移。CHANGE & BUILD の進捗と今後の方向性

■ 2015年6月末時点で、豊丸水産は50店舗に増加。さかなや道場は23店舗増加。今後もポートフォリオの分散を進めます

■ 子会社を含む総店舗数は、735店舗となりました

(単位: 店)

業態名	2014年度期末			2015年6月末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	148	179	327	131	173	304	△17	△6	△23
さかなや道場（魚鮮水産含む）	84	47	131	97	57	154	13	10	23
こだわりやま	1	39	40	1	35	36	—	△4	△4
軍鶏農場	29	1	30	24	1	25	△5	—	△5
豊丸水産	40	1	41	49	1	50	9	—	9
その他（やきとり道場・チムニー等）	5	33	38	9	32	41	4	△1	3
（コントラクト事業店舗）	100	—	100	94	—	94	△6	—	△6
合計	407	300	707	405	299	704	△2	△1	△3
新橋やきとん（紅フーズコーポレーション）	15	—	15	17	—	17	2	—	2
豊丸・鶴金（めっちゃ魚が好き株式会社）	12	—	12	14	—	14	2	—	2

2015年6月末現在 地域別店舗数:全国で704店舗(子会社含む735店舗)

地域別店舗数(2015年6月末現在)

中国

鳥取/島根/岡山/
広島/山口

はなの舞	14店
さかなや道場	7店
豊丸水産	5店
コントラクト	3店
合計	29店

関西

大阪/京都/兵庫/
滋賀/奈良/和歌山

はなの舞	9店
さかなや道場	14店
軍鶏農場	5店
豊丸水産	10店
その他	1店
コントラクト	7店
合計	46店

甲信越・北陸

新潟/山梨/長野/
富山/石川/福井

はなの舞	20店
さかなや道場	7店
豊丸水産	1店
こだわりやま	1店
その他	3店
コントラクト	5店
合計	37店

北海道・東北

北海道/青森/岩手/
宮城/秋田/山形/福島

はなの舞	27店
さかなや道場	14店
こだわりやま	9店
豊丸水産	3店
その他	1店
コントラクト	31店
合計	83店

関東

神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	114店
さかなや道場	46店
軍鶏農場	7店
豊丸水産	21店
こだわりやま	4店
その他	9店
コントラクト	12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	4店
さかなや道場	9店
軍鶏農場	1店
豊丸水産	1店
コントラクト	18店
合計	33店

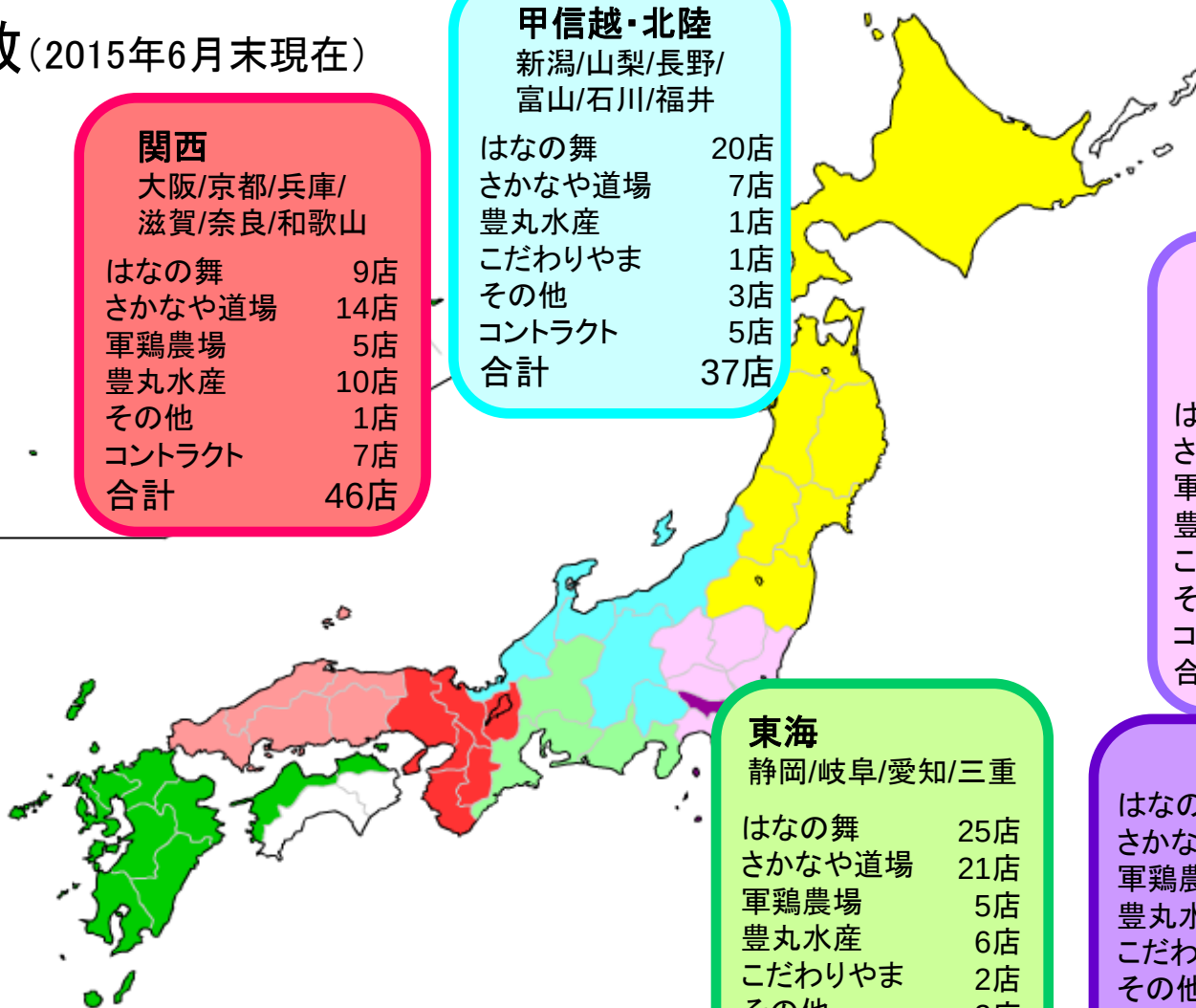
東海

静岡/岐阜/愛知/三重

はなの舞	25店
さかなや道場	21店
軍鶏農場	5店
豊丸水産	6店
こだわりやま	2店
その他	2店
コントラクト	9店
合計	70店

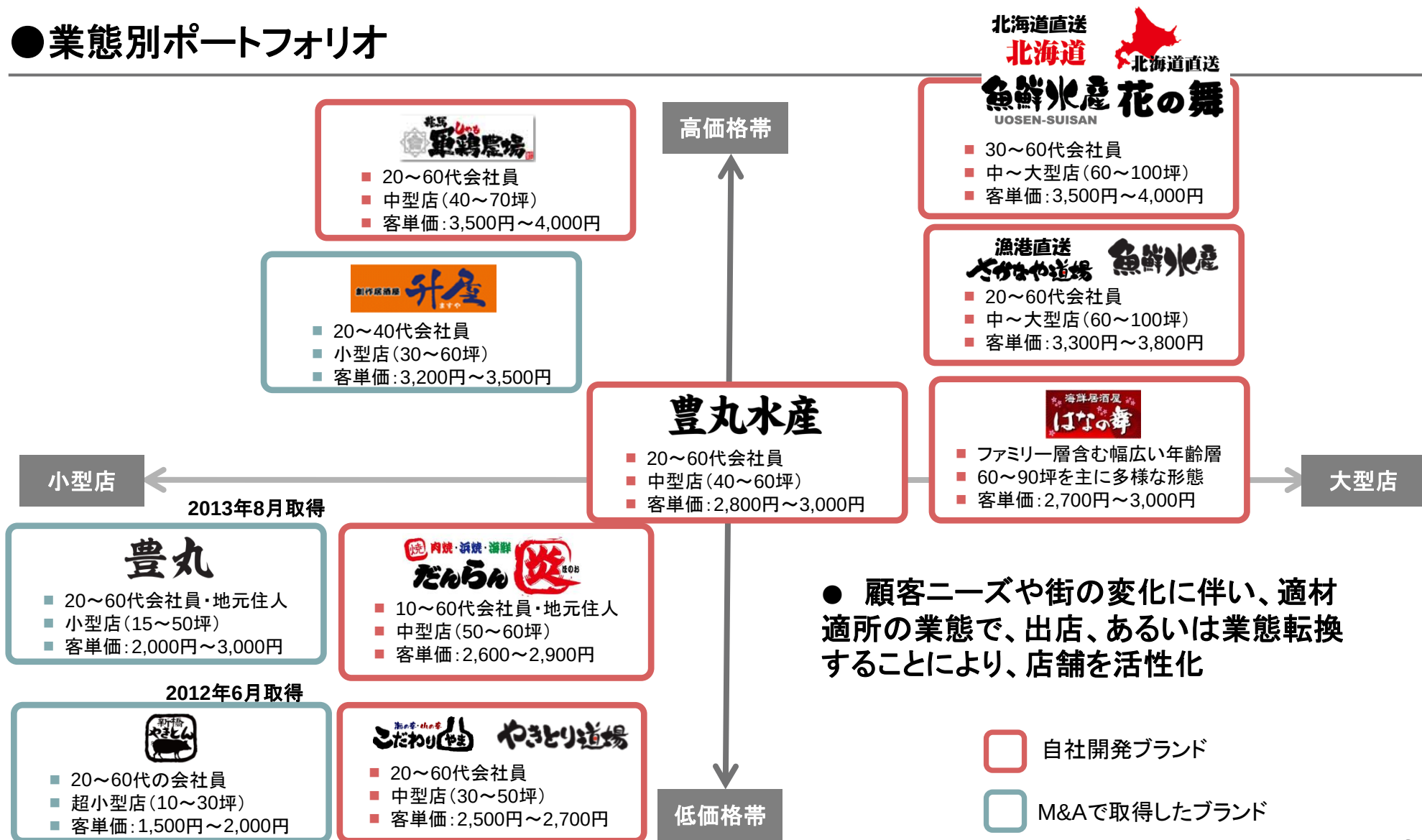
東京

はなの舞	91店
さかなや道場	36店
軍鶏農場	7店
豊丸水産	3店
こだわりやま	22店
その他	25店
コントラクト	9店
合計	193店



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



2015年度第2四半期 財務状況(バランスシート)

●財務状況

- 総資産279.3億円（前期末比△32.3億円）
- 負債146.6億円（前期末比△36.8億円）
- 純資産132.7億円（前期末比＋4.5億円）

単位(百万円)

	2014年12月期（連結）	2015年第2四半期末（連結）	前期末比
流動資産	10,770	7,829	△2,941
固定資産	20,395	20,107	△288
流動負債	13,089	9,512	△3,577
固定負債	5,257	5,148	△108
純資産	12,819	13,275	455
総資産	31,166	27,936	△3,230

2015年度第2四半期 財務状況の主な変動要因

●財務状況に関するポイント(昨年度末との比較)

■ 資産の変動に関するポイント

- ・現金及び預金53.3億円

現預金30.1億円の減少は、主として前期末が金融機関休業日であったことによる影響

- ・のれん68.7億円。償却により2.4億円の減少

■ 負債の変動に関するポイント

- ・買掛金は、21.6億円減少により16.3億円
- ・有利子負債は、7.5億円減少により60.4億円
- ・未払い法人税等は、1.5億円減少により7.6億円

■ 純資産の変動に関するポイント

- ・配当金の支払いは、0.9億円増加により2.8億円
- ・利益剰余金は、配当金支払いと当第2四半期の業績により52.3億円

2015年度第2四半期 キャッシュ・フローの状況

単位(百万円)

		2014年6月累計期間(連結)	2015年6月累計期間(連結)
営業活動によるキャッシュ・フロー		765	△535
	税金等調整前四半期純利益	1,432	1,577
	減価償却費・のれん償却費	996	966
	法人税等の支払	△485	△831
	その他合計	△1,178	△2,247
投資活動によるキャッシュ・フロー		△497	△803
	固定資産の取得による支出	△365	△673
	その他合計	△132	△129
財務活動によるキャッシュ・フロー		△1,601	△1,680
	借入・割賦債務の収支等	△1,458	△885
	自己株取得による支出及び処分収入	45	△173
	配当金、その他の支出	△188	△621
現金及び現金同等物の増減額		△1,333	△3,019
現金及び現金同等物の期首残高		6,353	8,358
新規連結に伴う現金及び現金同等物の増加額		106	-
現金及び現金同等物の四半期末残高		5,127	5,339

2015年度第2四半期 キャッシュ・フローに関するポイント

●キャッシュフローに関するポイント(昨年度末との比較)

■ 営業活動によるキャッシュ・フロー

- ・税金等調整前四半期純利益15.7億円、減価償却費7.2億円
- ・のれん償却費2.4億円、仕入債務の減少21.6億円

■ 投資活動によるキャッシュ・フロー

- ・固定資産の取得6.7億円、差入保証金1.7億円の支払による支出

■ 財務活動によるキャッシュ・フロー

- ・設備投資に伴う割賦債務およびリース債務の支払7.2億円
- ・配当金の支払い2.8億円

2015年度 業績予想(連結)

●2015年度業績予想

■ 売上高	485.4億円 (前年同期比+4.2%)
■ グループ売上	733.3億円 (前年同期比+3.5%)
■ 営業利益	35.9億円 (前年同期比+4.6%)
■ 純利益	19.0億円 (前年同期比+5.8%)

※連結子会社

- ・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

単位(百万円)

(%)

項目	2014年12月期	2015年12月期	前年同期比
売上高	46,564	48,540	104.2
(グループ売上高)	70,822	73,330	(103.5)
売上総利益	30,956	32,300	104.3
販管費	27,525	28,709	104.3
営業利益	3,430	3,590	104.6
経常利益	3,482	3,620	103.9
純利益	1,796	1,900	105.8

2015年度 業績予想の概要

●2015年度 業績予想のポイント

■ 直営既存店売上高(前年比)

- ・2015年度通期の既存店売上計画 99.0%
- ・過去実績、2012年度 99.7%、2013年度 95.7%、2014年度 99.4%
- ・2015年1～6月累計 99.2%

■ 飲食事業新規出店計画

- ・新規直営店35店、新規FC店3店 継続的に新規出店を計画
- ・閉店は直営、FCそれぞれ10店舗の計画
- ・直営からFCへの転換10店舗の予定

■ 業績予想

- ・業績予想につきましては、第2四半期までの業績を鑑み、ほぼ順調に推移していることより、売上高、営業利益、経常利益、純利益の期初計画との変更はございません

株主還元

●配当政策について

- 2015年度配当政策は、第2四半期末(6月末)11.5円配当、決算期末(12月末)11.5円配当の年間23円の配当を予定
- 2014年度普通配当20円より増配。2014年度は記念配当5円を実施
- 継続的安定配当政策
- 配当性向は、2013年度26.6%、2014年度26.3%。2015年度は23.0%の予定

●自社株式の取得について

- 取得期間:2015年5月15日から2015年8月31日
- 取得し得る株式の総数:200,000株(上限)、株式の取得価額の総額:600,000千円(上限)
- 取得状況:2015年5月15日から6月30日の累計:83,500株、260,808,088円
:2015年5月15日から7月31日の累計:153,400株、480,834,977円

株主還元

●株主優待の充実

- BtoCビジネスの拡充として、株主様が最大のサポーター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)
- 100株以上500株未満の株主様には、 半年毎に5,000円の株主様ご優待券
500株以上の株主様半年毎に15,000円の株主様お食事券
- 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

- 客数増を生み出すサービス力の向上
 - 今年のスローガン、PDCCの実行によるサービス力の強化
 - お客様の趣向にあわせた、体験・体感できる店づくり
- 6次産業化・地産地消の深耕
 - 地域活性化・地産地消を含む6次産業化の確立を目指す
 - 地盤とする地域の地産形成を引き出し、業態・商品・店舗造りなど、差異化した価値提供の創造
- 一括仕入れの脱皮

6次産業の拡充：島根県大田市取り組み始めた漁業権・漁船の活用

島根県大田市で漁業権・買参権、新潟県で買参権を活用し自社で鮮魚を調達

●島根県大田で、漁業権と漁船を活用。イカ釣り漁を開始。卸売市場のセリにかかる。買参権を行使して買い付け



写真左)所有漁船「豊丸水産号」(中央左)社員によるイカ漁(中央右)漁獲したイカ(右)大田水産物地方卸売市場で買参権を活用して買付け

●新潟県では、新潟地方卸売市場で買参権を活用。鮮魚を調達

写真下)新潟地方卸売市場での鮮魚買付け



6次産業の拡充：漁港直送鮮魚調達の拡充

漁港直送・今朝獲れ鮮魚の拡充と、鮮魚から活魚への広がり

●漁港直送体制、今朝獲れ鮮魚の提供を、全国にかけて拡充

- 館山・保田・銚子・三浦半島・小田原・三河湾・舞鶴・徳島・鹿児島など、各漁港から朝獲れ鮮魚の調達と直送体制を拡大
- 事業部毎に社員が産地研修として漁港に出向き、水揚げの様子や市場を見学。生産者の想いや、魚の特徴を店舗でお客様にお伝えし、居酒屋ならではのサービスを提供

「天草直送 三代目網元 魚鮮水産熊本下通り店」での回り売り鮮魚（イサキ・アカハタ・セイゴ等）



保田漁港への社員研修



小樽漁港・小樽卸売市場への研修



6次産業の拡充：農業への参入

「チムニー農園」での自社生産モロヘイヤ・グリーンリーフの栽培収穫を開始

- 生産者富田農園(茨城県鉾田市)との取り組み。社員による定植と収穫
- ベビーリーフ・水菜・レタスに加え、モロヘイヤ・グリーンリーフの栽培を始める



	1月		2月		3月		4月		5月		6月		7月		8月		9月		10月		11月		12月	
レタス			播種		定植				収穫						播種		定植			収穫				
モロヘイヤ							播種		定植				収穫											
グリーンリーフ															播種		定植			収穫				
ベビーリーフ	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫
水菜	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫	播種	収穫

社員による定植と収穫



6次産業の拡充：2次産業の加工における業容拡大

バックキッチン：関東と関西の2拠点で店舗を支える

● 干物作成

- 1次産業：愛媛県八幡浜漁港での漁業権や、JF島根の買参権を活用し、のどぐろ等の魚やタコ・イカなどを仕入
- 2次産業：バックキッチンで干物加工
- 3次産業：店舗のメニューや株主様用優待品として提供

● 鮮魚ボックス

- 1次産業：新潟県での買参権を活用し鮮魚を調達
- 2次産業：鮮魚ボックスとしてバックキッチンで仕分け
- 3次産業：店舗で本日の獲れたて鮮魚として提供

写真下)干物作成



写真左) 関西バックキッチンでの干物作成
(中央) のどぐろ (右) 干物セット



販売促進企画：地産地消とともに土地の伝統文化を融合

地元の食材と共に、地元文化を体験できる食空間。中国地方へのドミナント出店

- 地元の食材と、その土地の歴史と伝統文化を活かした複合価値を提供
 - 地元の食材と人財を採用し、地産地消にこだわった店舗展開で、他店との差異化を図る
- 【中国地方展開】 下関で結ぶ山陽道・山陰道の物流ルートの整備・充実による物量アップによるコストダウン
 - 山陰ルートは、鳥取駅前、倉吉、米子、松江、出雲、浜田、下関
 - 山陽ルートは、姫路、赤穂、岡山、倉敷、福山、三原、呉、広島、大竹、岩国、徳山、防府、新山口、宇部、下関1～6月における新店は、広島県海田市、島根県出雲市駅南口、山口県宇部新川店、山口県下関駅前店、アイスタ新山口店
- 【四国地方戦略】
 - 四国ルートは、香川県高松ライオン通店を3月にオープン
 - 高松での2店舗目を9月にオープン予定



「三代目 魚鮮水産 出雲市駅南口店」玄関には出雲大社を模した「しめ縄」



※赤線は物流ルート 兵庫県西宮市鳴尾浜の当社物流センター

販売促進企画：客数アップのメニュー施策

年12回のフェアメニューで旬の食材にこだわる

- 客数増加策として、年2回のグランドメニューと年3回の宴会メニューに加え、季節メニューを年12回開催
 - 毎月開催する季節のフェアメニューで、旬の商材を用いた季節感あるメニューを展開
 - 地産地消と地産全消のメニューで、飽きのこない店づくりにより既存店昨年対比100%を目指す
- 宮城県、若手漁師軍団、チムニーグループのコラボレーション「宮城の銀ザケ」キャンペーンを実施
 - 生鮮出荷日本一を誇る宮城の銀ザケは、初夏に旬を迎え、銀ザケ本来の豊かな味わいと口どけの良い脂が絶妙のハーモニーを生みだす
 - 5月14日～6月14日の1ヶ月間、「銀ザケのお刺身」「銀ザケの握り寿司」を東日本エリアで提供



新生活応援フェアで提供 「銀ザケのお刺身」



夏元気祭第1弾で提供 明石産「たこブツ」・沖縄産伊是名島産「温玉もずく」



販売促進企画：専門性を追求した居酒屋ならではのメニュー施策

地元特産を活かし、専門性を追求した店舗展開。「イカ」への取り組み

●活烏賊への取り組み（山口県 下関）

- 山口県に、「長州イカ道場 豊丸水産 下関駅前店」を7月1日にオープン
- 下関市豊北町角島(つのしま)沖合で釣られた、「特牛(こっとい)イカ」は最高級Aランクの剣先烏賊。この「特牛イカ」を中心に、人数にあわせて召し上がっていただけるよう、大・中・小とサイズで用意
- 下期は新下関への新規出店も計画。山陽・山陰地方のドミナント出店。九州地方も視野に入れる
- 3年後には、活イカの取り扱い年間100トンを目指す

●活イカへの取り組み（北海道 函館）

- 函館のイカを、「北海道直送花の舞」業態の「本店札幌北2条店」、東京千代田区の「秋葉原駅前店」等で、活イカとして提供

写真左)長州イカ道場 豊丸水産 下関駅前店



中央)水槽で泳ぐ活烏賊



(右)「活烏賊踊り刺身」として店舗で提供



販売促進企画：専門性を追求した居酒屋ならではのメニュー施策

専門性を追求した店舗展開。「牡蠣」への取り組み

●【海外】ニュージーランドへの牡蠣の買い付け

- フェアメニュー「春のうまいもの祭」「夏元気祭り第1弾」「夏元気祭り第2弾」に投入
- 新鮮でさっぱりしているため、暑い夏に特に人気の商品

●【国内】ノロウイルスフリーを目指した浄化システムを活用

- 厚生労働省の食品衛生法規格基準より、厳しい基準で検査された牡蠣を活用
- 広島県で展開する「かき小屋」店舗は、年間を通じて広島の牡蠣を提供。地元と観光客の双方から支持をいただく
- 島根県の「魚鮮水産 出雲市駅南口店」では、隠岐の岩牡蠣を季節のメニューとして提供

写真下) 牡蠣のガンガン蒸し



写真左) ニュージーランドへの牡蠣の買い付け (中央) フェアメニューのニュージーランド産牡蠣 (右) かき小屋 さかなや道場広島立町店

販売促進企画：専門性を追求した居酒屋ならではのメニュー施策

写真下)札幌北2条店

北海道直送 花の舞業態の開発と拡大で差異化した店舗づくり

●北海道直送の商材を中心に取揃えた業態の開発

- 本店とする本場北海道札幌市中央区に「札幌北2条店」(6/26)、東京都千代田区「秋葉原駅前店」(6/18)、「京急川崎駅前店」(8/1)にオープンし、北海道業態は合計10店舗
- 北海道の新鮮素材を活かしたメニュー構成
- 北海道事業部では、北海道の素材の良さ・特性・生産者の方々の想いをお客様にお伝えできるよう、農園・漁港・養殖場・市場・酒蔵など、産地・生産者への視察訪問研修を継続実施
- 北海道の地元の方に愛される、選別した商材を、首都圏の店で展開
- 北海道ならではの魚「八角」などを焼き物で提供



写真左)函館烏賊漁船 中央)増毛漁港、南蛮海老水揚げ視察研修 (右)こんぶ収穫 視察研修



販売促進企画：インバウンドによる創客

訪日観光客から食のテーマパークとして人気

●インバウンドによる創客

- 1～6月の訪日客数は過去最高の913万人（日本政府観光局）
- 当社店舗でもツアー・個人客を積極的に取り込み創客

●全国各地でインバウンドのお客様を誘致

- 食と文化を融合した体験型サービスが人気
- 京都の「花の舞京都中央口店」「龍馬軍鶏農場京都三条大橋店」、東京では「はなの舞浅草雷門店」を中心に、全国各地で集客
- 花の舞両国国技館前店では、年間来客数30万人のうち、観光客10万人、うちインバウンド3万人。さらに増加の傾向
- 日本政府観光局（JNTO）の公式サイトで、外食企業として初めて紹介され、全世界からの問い合わせが増加

「花の舞 両国国技館前店」では多数の体験型イベントを実施

（写真左下）女性客にも人気（中央）阿波踊り（右）解体ショー

日本政府観光局のWEBサイトによる当社掲載記事
JAPAN Monthly JNTO Web Magazine
Take in Japan at a Japanese food theme park!

Destination Season Tradition Modern Fashion & Beauty Food Shopping Update Trivia Products & Services



人財育成教育の充実：生産現場や仕入れに参加。ABCアカデミーの課外授業

生産体験による人財育成の強化

●花の舞酒造の契約農家での田植えに参加

- 6月、静岡県浜松市の花の舞酒造契約農家にて、店長達が田植えに参加
- 一反当りの苗の量を減らす事により、のびと育った酒造好適米は、この冬『花の舞酒造の日本酒』となって出荷予定

写真) 田植え作業



●島根県大田でのイカ釣りを見学体験研修

- 中四国九州事業部のメンバーが、自社船でのイカ釣りを見学体験

写真) イカ釣り漁船の見学体験



築地買い付け研修

●築地でのセリ見学と買い付け

- 商品部はもちろん、店舗スタッフが、築地で研修
- セリの見学(魚・野菜)後、セリ残で買い付け
- 仲卸見学と買い付けを実施体験

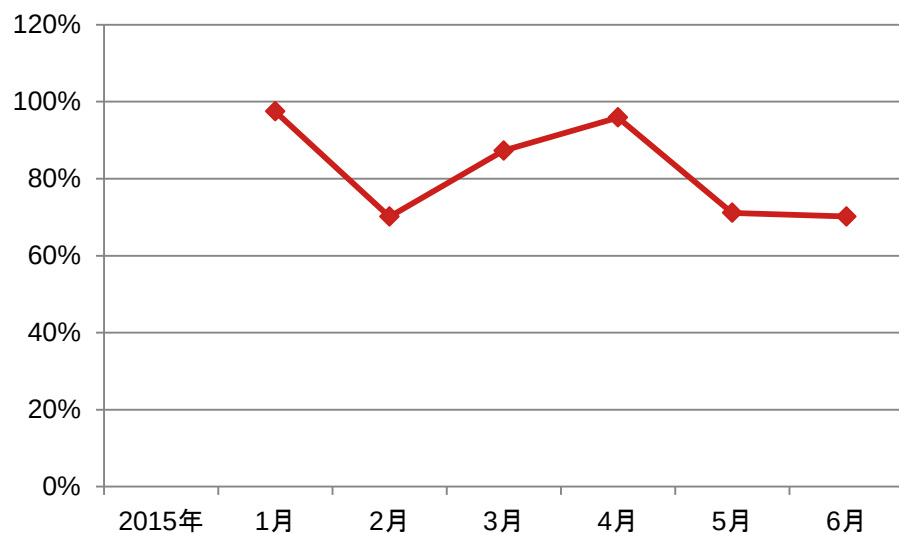
写真) 築地市場



販売費及び一般管理費コントロール

広告宣伝費の削減

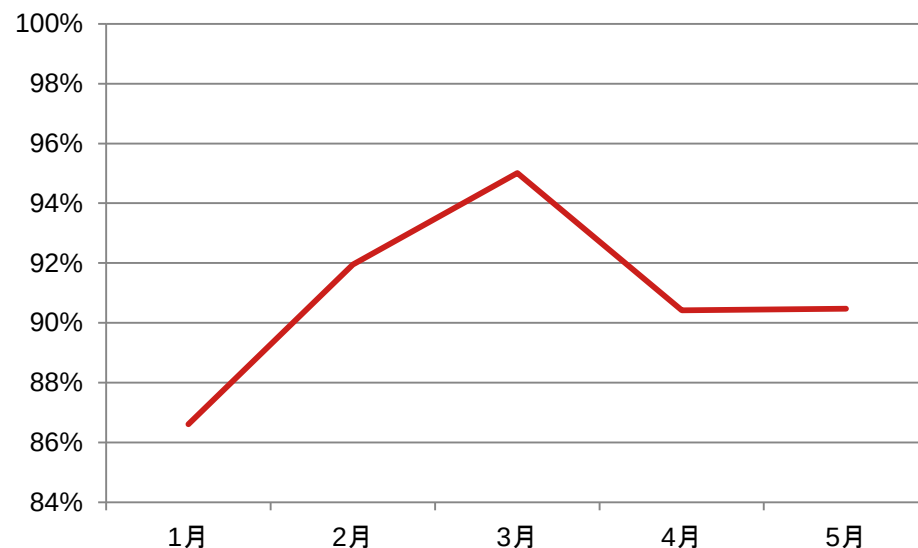
- より投資効率の良い集客を目指し、広告宣伝費を見直し
- WEB広告を中心に、活用状況、効果実績を検証
- 1～6月平均で、昨年比82.0%に抑制
- 付帯サービスを有効活用し、宴会獲得は順調に推移



広告宣伝費 昨年比 (%)

電気料金の削減

- 見える化による電気使用量の継続削減への取り組み
- 電気料金の値上げに伴い、電気使用量の削減実施
- 年間電気料金400万円以上店舗に見える化を導入し、昨年比10%の使用量削減を実現。昨年の34店舗に加え新たに8店舗を導入



新規導入8店舗の電気資料量 昨年比 (%)

居酒屋ならではの付加価値サービス

株式会社やまやとのコラボレーション

- 居酒屋ならではのPB商品の開発と外販
 - 2社合計約1,000店舗・売上約2,000億円のグループシナジーを活かした商品ラインナップ
 - 雪の松島(大和蔵酒造)の直接取引による販促強化
 - 4月から「はなの舞」全店にて販売の「ドンシモンサングリア」はグラスワインに迫るほどの人気メニュー
 - やまやの通販サイト上での、チムニーPB商品(Metre)の販売
 - やまやの店舗からチムニーのお店へ。酒販と外食の連携

大和蔵酒造「雪の松島」 「ドンシモンサングリア」 ローストビーフと和醬煮込みセット



PB商品「メトレ(Metre)」の開発製造販売

- 居酒屋ならではのPB商品メトレ(Metre)ブランドの開発と外販
 - お米食べ比べセット・仙台牛サーロインステーキ・ローストビーフと和醬煮込みセット等のアイテムを商品化・販売
 - 今年度中に25アイテムを目標に開発。やまやの通販サイト等で販売

「身体にうれしい焼菓子3種詰め合わせ」コラーゲンおからドーナツは、油で揚げずに焼き上げることでヘルシーにしっかりと仕上げたドーナツにマカを加え、肌に良いと言われるコラーゲンを配合しました



連結子会社の出店を加速し、ブランドポートフォリオの拡充と事業拡大を実現

紅フーズコーポレーション(2012年6月)

- ホルモンという特色ある食材に特化した小型店舗
- 2014年2店舗増の15店舗
- 2015年上期で2店舗出店。現在17店舗



写真上)新橋やきとん溜池山王店



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
- 2015年6月末で4店舗



めっちゃ魚が好き株式会社(2013年8月)

- 駅前に位置しながら海辺の感覚が感じられる店舗コンセプト
- 漁港直送の新鮮な魚介類の仕入れと物流のシナジー
- 2014年3店舗増の12店舗。2015年上期2店舗出店。現在14店舗



写真上)豊丸元町店



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



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ます。