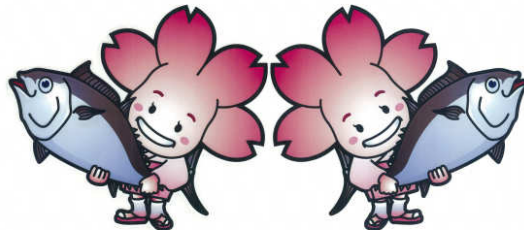
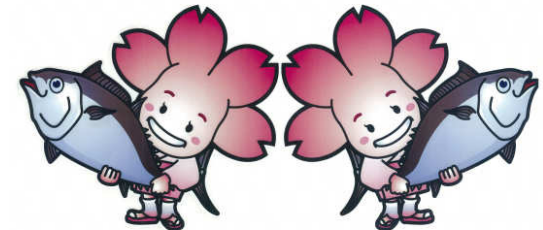


2017年3月期 決算説明資料



チムニ株式会社

2017年5月



第1部：2016年度の業績と2017年度の計画

2016年度 通期実績

●2016年度通期実績

- 2016年度は決算期変更の経過期間となるため、2016年1月から2017年3月までの15ヶ月決算
- 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、大田市場チムニー株式会社を連結子会社として連結決算
- 2016年度 売上総利益率 67.0%、営業利益率6.8%、経常利益率6.9%、純利益率3.5%

EBITDA 6,465百万円、EPS109.01円、ROE(自己資本当期純利益率)14.1%

単位(百万円)

項目	2014年12月期	2015年12月期	2016年第4四半期 累計	2017年3月期 (15ヶ月決算)
売上高	46,564	47,786	47,340	58,792
(グループ売上高)	(70,822)	(72,200)	(70,672)	(87,802)
売上総利益	30,956	31,703	31,717	39,417
販管費	27,525	28,073	28,357	35,413
営業利益	3,430	3,629	3,360	4,004
経常利益	3,482	3,702	3,408	4,071
親会社株主に帰属する純利益	1,796	1,968	1,719	2,076

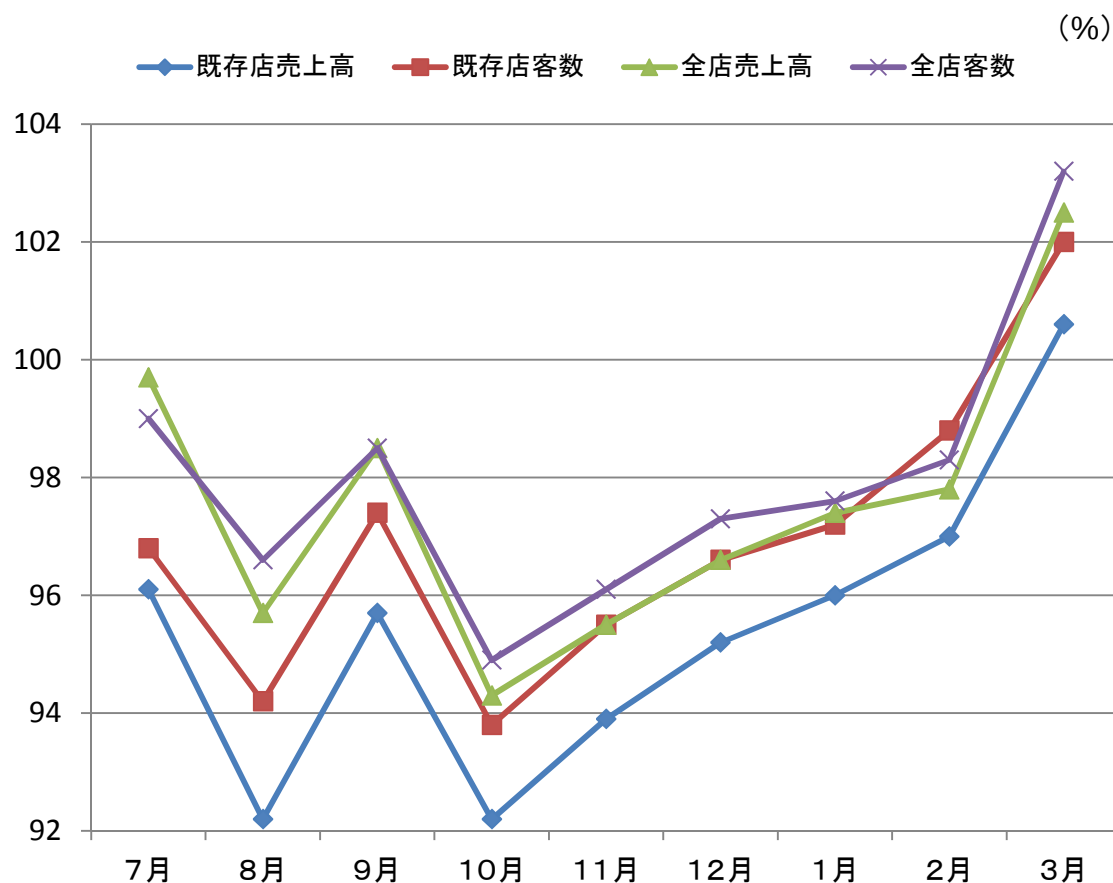
2016年度下期 直営店の動向

●直営店の売上及び客数前年対比の推移

売上実績	既存店(開店13ヶ月目から既存店)		
	売上高	客数	客単価
2016年7月	96.1	96.8	99.3
2016年8月	92.2	94.2	98.0
2016年9月	95.7	97.4	98.3
2016年10月	92.2	93.8	98.2
2016年11月	93.9	95.5	98.2
2016年12月	95.2	96.6	98.6
2017年1月	96.0	97.2	98.7
2017年2月	97.0	98.8	98.2
2017年3月	100.6	102.0	98.6
通期	95.5	96.6	98.9

売上実績	全社(全業態)		
	売上高	客数	客単価
2016年7月	99.7	99.0	100.7
2016年8月	95.7	96.6	99.1
2016年9月	98.5	98.5	100.0
2016年10月	94.3	94.9	99.3
2016年11月	95.5	96.1	99.3
2016年12月	96.6	97.3	99.3
2017年1月	97.4	97.6	99.8
2017年2月	97.8	98.3	99.5
2017年3月	102.5	103.2	99.3
通期	99.1	98.9	100.3

- 既存店売上は、2016年 上期 95.7 下期 94.3
2017年1～3月 98.0 通期 95.5 の結果となり目標に届かず
- 2016年10月を底に改善傾向



2016年度 店舗の出退店推移

●新規出店・閉店・転換状況

(単位:店)

	2015年度	2016年度	2017年度計画
直営店新規出店	28	41	35
FC店新規出店	7	4	3
直営店閉店	9	28	14
FC店閉店	12	23	10
直営店からFC店へ転換	8	14	13
FC店から直営店に転換	8	7	5

(コントラクト事業店新規出店)	3	—	—
(コントラクト事業店閉店)	9	2	1

直営店純増数 / 店舗数	19 / 326	6 / 332	13
FC店純増数 / 店舗数	△5 / 295	△12 / 283	1
コントラクト事業店純増数 / 店舗数	△6 / 94	△2 / 92	—

2016年度 業態別店舗数の推移。CHANGE & BUILD の進捗と今後の方向性

■ 子会社を含む総店舗数は738店舗となりました

(単位:店)

業態名	2015年12月末			2017年3月末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	131	167	298	119	160	279	△12	△7	△19
さかなや道場（魚鮮水産含む）	117	55	172	139	49	188	22	△6	16
軍鶏農場	21	1	22	11	1	12	△10	—	△10
豊丸水産	48	1	49	33	1	34	△15	—	△15
やきとり さくら	—	—	—	18	—	18	18	—	18
こだわりやま・やきとり道場	1	36	37	3	37	40	2	1	3
その他（升屋・チムニー等）	8	35	43	9	35	44	1	—	1
（コントラクト事業店舗）	94	—	94	92	—	92	△2	—	△2
合計	420	295	715	424	283	707	4	△12	△8
グループ店舗（めっちゃ魚が好き株式会社） （紅フーズコーポレーション）	32	—	32	31	—	31	△1	—	△1

2017年3月末現在 地域別店舗数

●地域別店舗数（2017年3月末現在）

中国

鳥取/島根/岡山/
広島/山口

はなの舞	13店
さかなや道場	14店
豊丸水産	7店
さくら	1店
こだわりやま	1店
その他	1店
コントラクト	3店
合計	40店

関西

大阪/京都/兵庫/
滋賀/奈良/和歌山

はなの舞	6店
さかなや道場	25店
軍鶏農場	2店
豊丸水産	7店
その他	2店
コントラクト	7店
合計	49店

甲信越・北陸

新潟/山梨/長野/
富山/石川/福井

はなの舞	19店
さかなや道場	8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	26店
さかなや道場	16店
豊丸水産	2店
こだわりやま	10店
その他	2店
コントラクト	31店
合計	87店

関東

神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	101店
さかなや道場	55店
軍鶏農場	6店
豊丸水産	10店
さくら	11店
こだわりやま	4店
その他	9店
コントラクト	12店
合計	208店

四国・九州

愛媛/香川/高知/徳島福岡/
佐賀/長崎/大分
熊本/宮崎/鹿児島/沖縄

はなの舞	3店
さかなや道場	12店
軍鶏農場	1店
豊丸水産	1店
こだわりやま	1店
コントラクト	18店
合計	37店

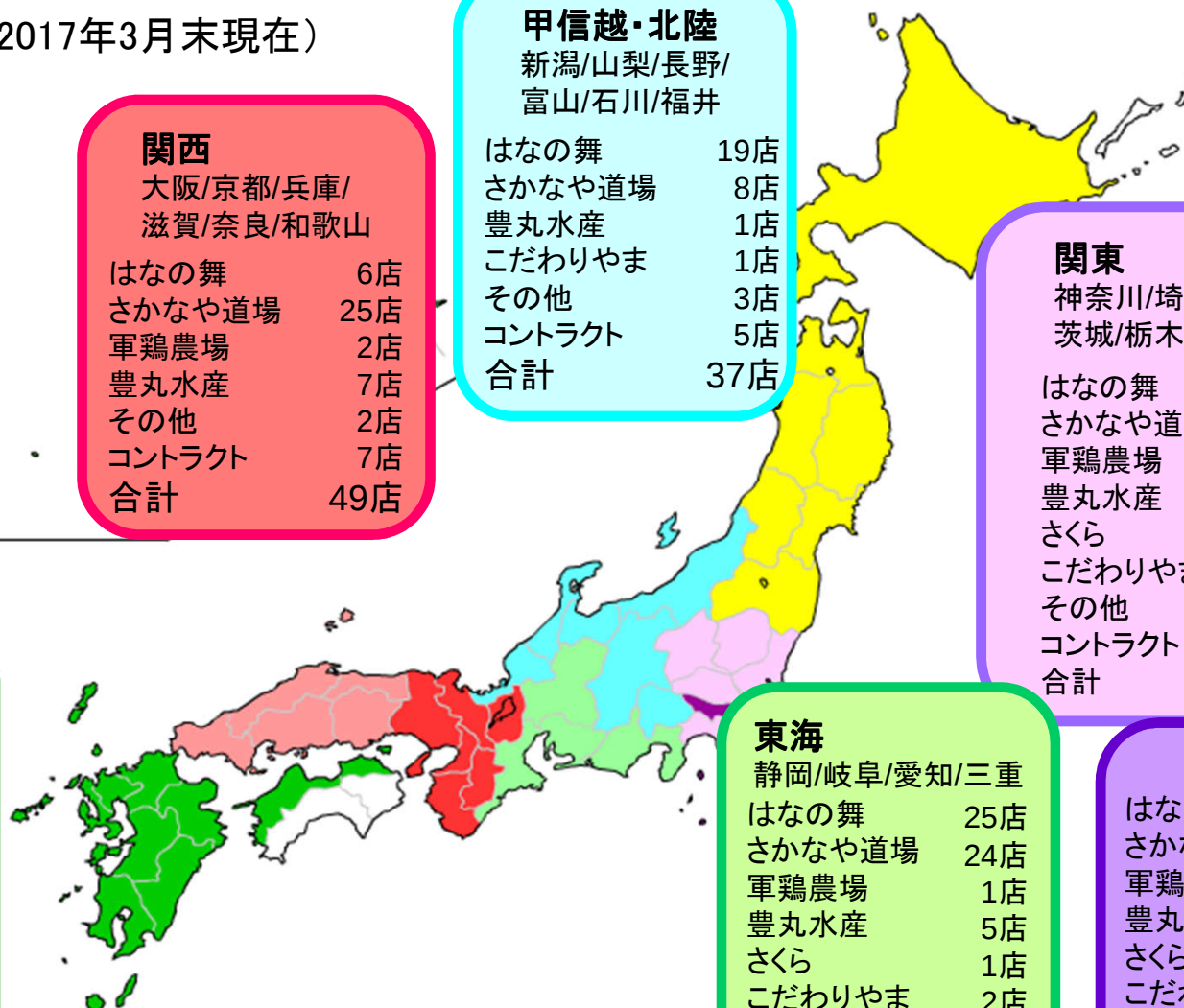
東海

静岡/岐阜/愛知/三重

はなの舞	25店
さかなや道場	24店
軍鶏農場	1店
豊丸水産	5店
さくら	1店
こだわりやま	2店
その他	2店
コントラクト	9店
合計	71店

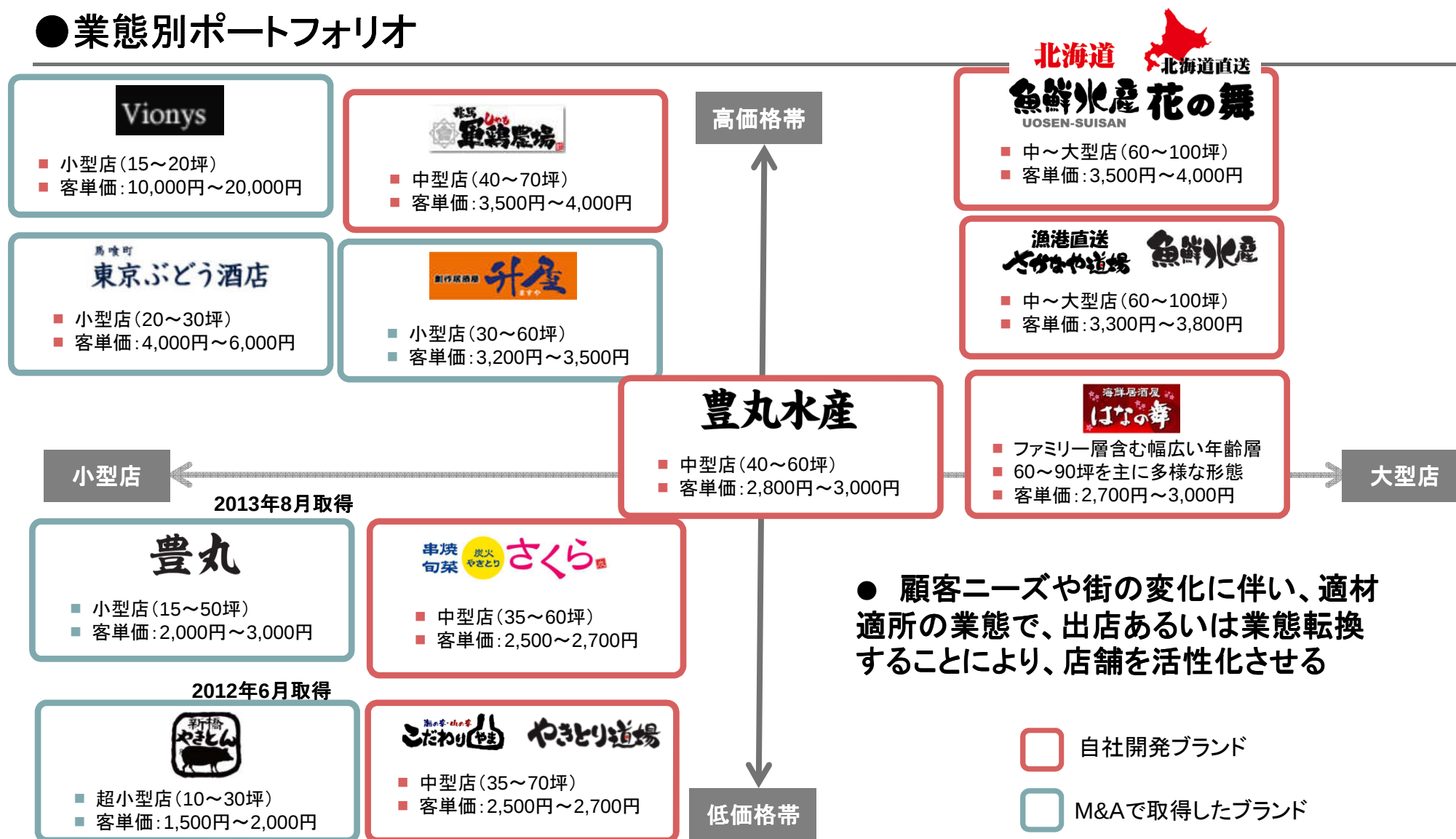
東京

はなの舞	86店
さかなや道場	34店
軍鶏農場	2店
豊丸水産	1店
さくら	5店
こだわりやま	22店
その他	23店
コントラクト	7店
合計	178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

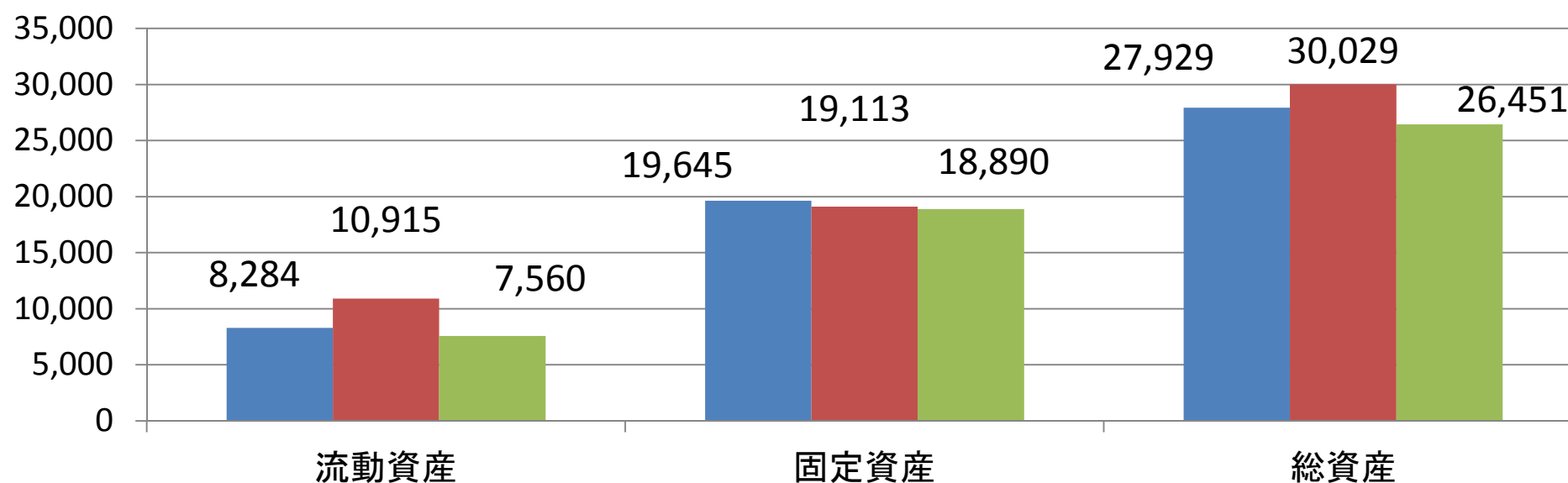


2016年度 財務状況の主な変動要因

●財務状況に関するポイント(昨年度末(2015年12月)との比較)

■ 資産の変動に関するポイント

■ 2015年12月 ■ 2016年12月 ■ 2017年3月



● 流動資産は7.23億円減少

■ 現預金▲285百万円

■ FC債権▲63百万円

■ 繰延税金資産▲87百万円

■ 未収入金▲190百万円

● 固定資産は7.54億円減少

● のれん▲600百万円

● 差入保証金▲225百万円

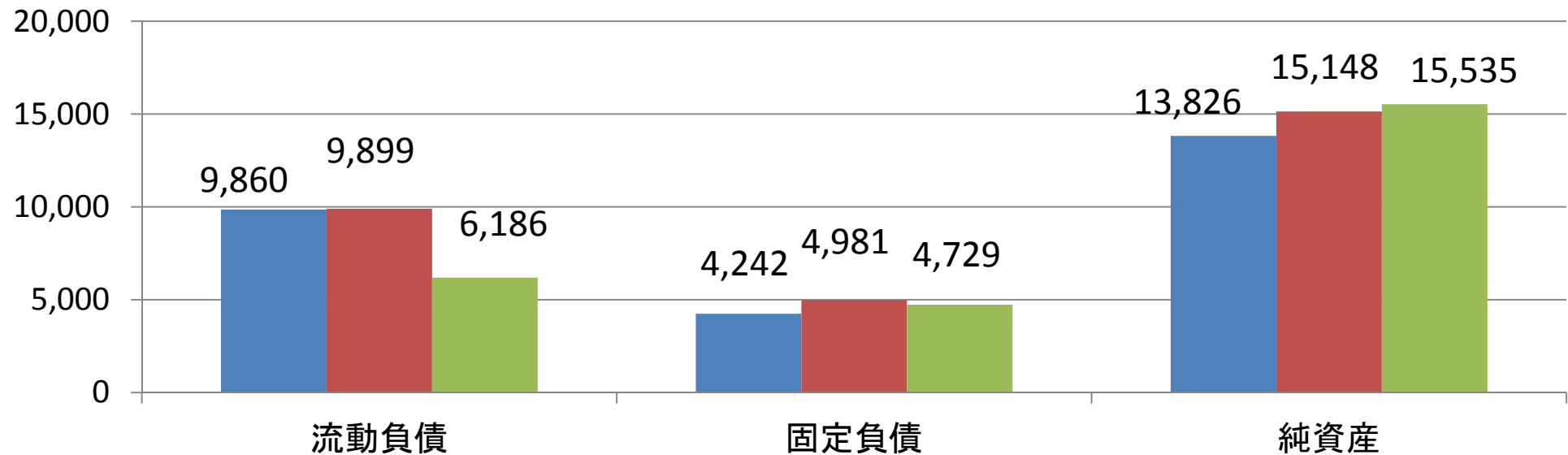
● 総資産は14.77億円減少

2016年度 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(2015年12月)との比較)

■ 負債および純資産の変動に関するポイント

■ 2015年12月 ■ 2016年12月 ■ 2017年3月



●流動負債は36.74億円減少

- 1年内返済予定の長期借入金 +459百万円
- 買掛金▲2,128百万円
- 設備関係未払金▲300百万円
- 未払金▲878百万円
- 未払法人税等▲514百万円

●固定負債は4.87億円増加

- 長期設備関係未払金▲787百万円
- 長期借入金+1,215百万円

●純資産は17.09億円増加

- 配当金支払い ▲437百万円
- 利益剰余金 +2,076百万円

2016年度 キャッシュ・フローの状況

単位(百万円)

	2015年12月期末	2017年3月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,341	1,841
税金等調整前当期純利益	3,373	3,761
減価償却費・のれん償却費	1,984	2,346
法人税等の支払	△1,542	△2,077
その他合計	526	△2,188
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,562	△2,014
固定資産の取得・売却・除去による支出	△1,235	△2,119
その他合計	△326	104
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,459	△113
借入・割賦債務の収支等	△4,456	△271
自己株取得による支出及び処分による収入	△498	55
配当金、その他の支出	△504	△440
現金及び現金同等物の増減額	△2,679	△285
現金及び現金同等物の期首残高	8,358	5,679
現金及び現金同等物の期末残高	5,679	5,393

2017年度 業績予想(連結)

●2017年度の業績予想

- 2016年度(第9期)は、2016年1月1日から2017年3月31日までの15ヶ月決算
- 2017年度(第10期)は、2017年4月1日から2018年3月31日までの12ヶ月決算となります
- 以降は、今年度と同様の、4月1日から翌年3月31日までの12ヶ月の事業年度が継続いたします

単位(百万円)

項目	2015年12月期	2016年12月 第4四半期累計	2017年3月期 (15ヶ月)	2018年3月期 (予想)
売上高	47,786	47,340	58,792	48,230
(グループ売上高)	(72,200)	(70,672)	(87,802)	(71,296)
売上総利益	31,703	31,717	39,417	32,490
販管費	28,073	28,357	35,413	29,110
営業利益	3,629	3,360	4,004	3,380
経常利益	3,702	3,408	4,071	3,400
親会社株主に帰属 する純利益	1,968	1,719	2,076	1,710

2017年度の業績予想の概要

●2017年度の業績予想のポイント

計画値	直営	FC	子会社
既存店売上	100%以上	99.0%	100%
新規出店	+35店	+3店	+4店
閉店	△14店	△10店	-
直営⇒FC転換/FC⇒直営転換	△13店舗 / +5店舗	+13店舗 / △5店舗	-
純増店舗数	13店	1店	4店

■ 既存店過去実績

	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2012年度
既存店売上(%)	95.5	99.6	99.4	95.7	99.7

●株主還元: 配当予想

■ 2017年度(第10期)23.00円、配当性向25.7%の予想

内訳は、第2四半期末配当 11.50円、期末配当 11.50円

	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度
配当性向実績(%)	26.4	22.2	26.3	26.6

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
- 決算期変更の経過期間となる2016年度は、2016年1月1日から2017年3月31日までの15ヶ月の決算となりました
それに伴い、株主優待制度の基準日を下記のとおりに変更しております

株主名簿の記載日	100株以上499株まで保有の株主様	500株以上保有の株主様
2016年6月末・12月末	お食事ご優待券500円券を10枚(5,000円分)	お食事券500円券を30枚(15,000円分)
2017年3月末	お食事ご優待券500円券を5枚(2,500円分)	お食事券500円券を15枚(7,500円分)
2017年9月末・2018年3月末	お食事ご優待券500円券を10枚(5,000円分)	お食事券500円券を30枚(15,000円分)



中期経営目標

2019年3月期に向けての中期経営目標

2018年度(2019年3月期) 目標1,000店舗・1,000億円へ拡大しながら前進する企業でありたい

【指針】

- 胃袋戦争に勝つために、居酒屋のみならず得意の食を中心とした、総合サービス産業を目指す
- アライアンスを展開し、成長の加速を図る
- サービス産業の中心は人であり、その為には「志」「技術」「情熱」を持てる人財教育に徹する

●目標経営指標

- ROE 15%以上 (2016年度14.1% 2015年度14.8% 2014年度 14.9%)
- 配当性向 25%を目途に利益成長に応じた安定的配当成長
配当に合わせ株主優待を充実し、株主様に当社の店舗・商品の魅力を継続的にご理解いただく
- 既存店前年比 100%
- 営業利益率 8.0% (2016年度6.8% 2015年度 7.6%、2014年度 7.4%)

第2部：今年度の施策と成長戦略

2017年度施策

マーチャンダイジング視点の変革

●目の前のお客様、一人ひとりにご満足いただくために

■ Market in 思考の循環

お客様にご納得いただく ⇒ 店舗での商品・サービス・情報のご提供 ⇒ 効率的物流 ⇒ 価値ある商品の生産

【産地】

- 日本全国および世界から、新鮮・旬で安全安心な食材の調達
- お客様がまるで産地に行ったかのように、地方の名産物を味わっていただける食材の調達

【製造】

- お客様の本物志向に対応できる価値ある商品の製造
- ◆ 旬メニュー年8回、グランドメニュー年2回、宴会メニュー年2回刷新し、常に新しいテイストを提供

お客様にご評価いただく
企画・商品・情報・サービス



【物流】

- 効率的物流
- ドミナント出店
- 新鮮なものを新鮮なまま店舗へ

【店舗】

- 外食という特別な機会を楽しんで頂く
- 「モノ」から「コト」消費への対応
- 商品に関する専門知識の情報発信や絆を作るコミュニケーション

6次産業化の深耕：魚の調達を多様化し、漁港直送鮮魚調達を拡充

1次産業を含め、全国からベストな魚の調達により、豊富な魚種を店舗へ

● 愛媛県八幡浜の漁業権

- 愛媛県八幡浜漁業組合の漁業権を持つ子会社魚鮮水産(株)から、その日に水揚げされた鮮魚や「しらす」を活用



● 新潟県では新潟地方卸

- 卸売市場で買参権を活用
- 各店舗で活用する鮮魚BOXに仕立てべく鮮魚を調達



● 島根県大田の漁業権と買参権

- 漁業権を活用しイカ釣り漁を実施。卸売市場のセリにかける
- 買参権を活用し、あんこうをはじめ豊富な魚種を入手



● 大田市場チムニー・センターからの出荷

- 大田市場チムニーからフェアの鹿児島県産のカンパチを全店対象に供給

6次産業の深耕：1次産業・2次産業の連携におけるメニュー化

1次産業での買参権、2次産業での加工業務を連携した自家製こだわりメニューの展開

●新潟地方卸売市場での買参権活用

- 昨年秋よりグランドメニューで提供している「たら酒粕漬け」用の「真鱈」を中心に買い付け
- 今後は冬の鍋食材として鰯を中心に買い付ける予定

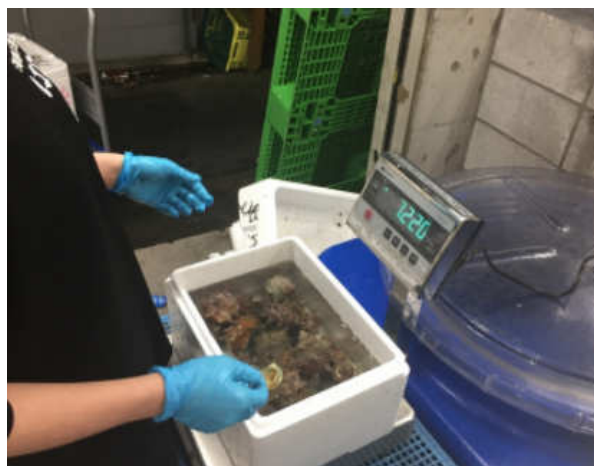
写真左)新潟地方卸売市場で買参権を活用した買付け

(右)「たらの酒粕漬け」 瀬祭の酒粕と西京味噌に2日間漬け込んでいます



●大田市場チムニー株式会社の活用

- 大田市場での業務が稼動し約1年
- 豊丸水産向けの活貝を自社選別100%にし鮮度を向上
- 大田市場の特色である活魚主体の利点を生かし、当日神経締めした養殖魚を各業態に供給
- 今年5月は九州フェアにて鹿児島県産のカンパチを、大田市場チムニーで全店舗を対象に供給コントロール



写真左)大田市場にて豊丸水産向けの活貝を選別

(右)九州沖縄うまかもんフェアの「カンパチの刺身」

6次産業化の深耕：開発商品

中部飼料(株)との開発商品・トマト鯛、本マグロ、いもぶた、こだわり卵、信玄どり

●業界初のトマト鯛

- 愛媛のトマト育ちの真鯛。抗酸化作用のあるトマトを飼料に配合し、旨味がアップ
- 愛媛の潮流の速い漁場で育てているため、身のしまりが良い状態。刺身や棒寿司で提供

●本マグロの飼育

- 獲る漁業から育てる漁業の転換を社会的責任と考え、大分県津久見で畜養された本マグロを調達
- 直近1年間で1,358回実施した解体ショーのうち一部は、中部チムニー株式会社を通じ仕入れた本マグロを活用

●「いもぶた」:さつまいも等デンプン質の多い「いも類」を餌に配合。オレイン酸を豊富に含み脂肪酸バランスが良

●「こだわり卵」:高価な魚粉やパプリカを独自の配合で加えた餌を与え、旨味成分が凝縮した卵

●「信玄どり」:天然の糖質と言われているトレハロースを配合。鶏特有の臭みを抑え、肉厚ジューシーに育成



写真左)トマト鯛のにぎり(上)「いもぶた」提供中部飼料(株)右2枚)九州事業部のメンバーによる、大分県マグロ養殖の視察研修



6次産業化の深耕：農業分野における品種の拡大

「チムニー農園」でグリーンリーフ・サニーレタスの栽培を開始、品種の広がり

●生産者富田農園（茨城県鉾田市）との取り組み

- サラダの彩り向上を目的として、流通が希少な「赤色のみずな」を栽培
- ベビーリーフ・水菜・レタスに加え、昨年よりモロヘイヤを追加栽培
- 今年5月よりグリーンリーフ・サニーレタスの栽培を開始し品種を拡張
- 社員による定植と収穫を実施し、商品特性をお客様へお伝えする

●明日葉の生産・商品化を八丈島の農家と連携し実現

- 機能性野菜として注目される明日葉を天ぷらとしてメニュー化。枝豆に次ぐ売れ筋商品へ
- 八丈島の8軒の農家の協力と現地の方に集荷を依頼し、エアー便を使ってチムニーが直接調達



	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				
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
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
赤みず菜		収穫									播種	定植
グリーンリーフ		播種	定植		収穫			播種	定植		収穫	
サニーレタス		播種	定植		収穫			播種	定植		収穫	

(写真左上下)「チムニー農園」での社員による定植と収穫 (右)チムニー農園の栽培カレンダー

販売促進企画：地産地消・地産全消

地産地消・地産全消メニューによる販売促進

- 「春の地産地消フェア」
 - 3月23日～4月末まで、「春の地産地消」フェアを実施
 - ご当地料理を他県に紹介し、「うまいもの」を全国に拡大販売
 - 富山の宝石「白エビのから揚げ」、大分発祥の郷土料理「大分名物鶏天」、「明石のたこぶつ」や「明日葉の天ぷら」等人気
- 各地における地産地消の推進による地元からの認定
 - 「三代目網元さかなや道場 湯田温泉店」「三代目網元魚鮮水産アイススタ新山口店」が、山口県産農林水産物の食材を積極的に利用する「やまぐち食彩店」に選ばれる
 - 「北海道 増毛町 魚鮮水産 すすきの店」が北海道増毛町推奨店舗に認定されました



(写真左)うど・空豆など旬の地元野菜の天ぷら (右)増毛産ぼたんえび



新業態開発 ～専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ～

ジンギスカン業態

● 「ジンギスカン 札幌物語 三島南口店」

- 国内の羊肉輸入率わずか1%のみの、アイスランドシープを活用
- ラム肉は、必須栄養素をバランスよく含み、なかでもたんぱく質・鉄・亜鉛・ビタミンB1, B2が豊富
- ビタミンA・B2・Cなど健康・美容に効果があるといわれるビタミン類が含まれ、女性の人気のパクチーも薬味にたっぷり添えていただけます



写真上) 香りがクセになるパクチーでお肉がさらに進みます

● 「太田川 ジンギスカンバル」

- ラム&バルメニュー&ワインが全て同時に楽しめる店
- 料理にあう厳選ワインを世界各国から取り寄せご提案
- NZ産ラムチョップや、オーストラリア産ブロックラムにあう、同地域産地のワインを、相性よく揃えております



写真左) 臭みがなくやわらかくヘルシーなラムのジンギスカン (中央) ブロックラム・ラムチョップなど (右) 「太田川ジンギスカンバル」 外観

新業態の進捗 ～専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ ②～

「串焼・旬菜 炭火やきとり さくら」の店舗拡大

- 2016年3月に土浦駅前に1号店をオープン、2017年3月末で18店舗
- 素材である肉にこだわり、国産鶏肉「桜姫®」など、地域にあわせた最適な国産鶏を使用
- 店内で串打ちし、国産備長炭でふっくら焼き上げるのが特徴
- 焼きのこだわり、土佐備長炭を使用
- 味付けのこだわり
焼き塩には高知県室戸の海洋深層水100%の自然塩を使用



写真（左から）「炭火やきとり さくら 京成曳船店」外観 （中央）店内で熟練焼き士が指導 （右上）炭火焼 （右下）ももネギ間串

2018年 出店計画：地産地消とともに土地の伝統文化を融合

日本全国47都道府県に出店達成

- 2016年11月、徳島県に出店したことにより、47都道府県全てに出店
- 「阿波の国 うまい処 こだわりや 徳島秋田町店」で、47都道府県で運営
北海道から沖縄まで、日本全国各地のお客様にチムニーブランドをご利用いただけます
- 2017年度出店計画
- 新規出店：35店舗目標。分かりやすい・見やすい・入り易い(視認性)と、業態の明確化に注力
- 業態転換：50店舗目標。従来からのCHANGE（転換）& BUILD（創造と創生）の成功を継承
- 物流を関東・関西・九州の3拠点に再構築。中国地方は下関で結ぶ、山陰道・山陽道ルートの特ダネ出店を継続



（写真左・中央）「阿波の国うまい処 こだわりや 徳島秋田町店」外観と内観

（右）広島カープ優勝時には大いに盛りあがった、球場をモチーフにしたスタジアム席がある「三代目網元さかなや道場 広島駅北口店」

販売促進企画：既存店売上向上に向けた取組み

既存店100%をめざし、サービス力を向上。昨年の振り返りと今年の施策

●今年の重点目標は、やはりサービス力のアップ

- 2016年結果を受けたミステリーショッパーでは、サービス力(S)が業界平均より劣る結果
- ご意見を参考にしつつ、店舗でのサービス力のアップに向けて、ABCアカデミーで教育体制を再構築
- 店舗の常態責任。絶えずお客様を迎えられる十分な体制・シフト作り・レジでの会話と、お見送りを徹底
- クオリティ(Q)・クレンリネス(C)・アトモスフィア(A)では引き続き高評価をいただけるよう教育と訓練を継続

●今年の行動指針 ～お客様満足の上昇～

- ◆ 目の前にいるお客様を大切に
- ◆ お客様に喜んで帰っていただく
- 凡事徹底、接客8大用語の再確認
- お客様台帳の整備により、スムーズなサービス提供
- おもてなし表現力アップ「笑顔トレーニング」
- 接客コンテストを開催。各自接客力アップに取り組み、お客様目線をもって磨きあう



写真左)全国の社員が集まる「政策発表会」で、笑顔トレーニングの実施



(中央)接客コンテスト審査



(右)コンテスト優勝者

販売促進企画：インバウンドによる創客

訪日観光客の継続的取り込み

●インバウンドによる創客

- 2016年1月～2017年3月までのインバウンド来店客数は42万人・売上9.3億円と、団体は同期比の約115%
- ツアー団体・個人客を積極的に取り込み客数増に貢献
- ツアーから個人旅行へと移行する変化に対応すべく、外国語版メニューやモバイル決済等のツールを準備

●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
- 新本店の「両国八百八町 江戸東京博物館前店」では、団体様専用入口を設け、スムーズな導線を配慮
- 「元力士による相撲取組」「阿波踊り」「津軽三味線」など、日本の伝統文化のイベントが人気
- 北海道の「まるごと北海道 花の舞 すすきの店」でも、阿波踊りなど各種イベントを開催

写真左)「両国 八百八町 江戸東京博物館前店」外観 中央)イベントの一つ、阿波踊りで盛り上がる客席 右)北海道でのよさこいイベント衣装の店員

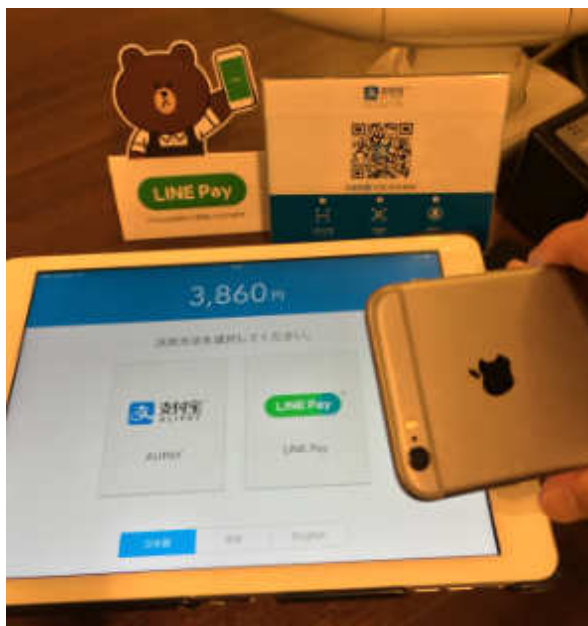


販売促進企画：決済システムの多様化

決済システムの多様化 お客様の利便性アップと来店誘致

●お客様の決済方法を多様化し、利便性のアップを図ります

- 全国居酒屋業界で先駆けて、決済方法の多様化をはかり、お客様のご精算の利便性の推進と、来店動機に結び付けております
- Alipay(アリペイ)・LINE Pay(ラインペイ)を2016年10月より、楽天Pay(らくてんペイ)を、2017年4月より直営店で導入
- NTTドコモのdポイントを、今年8月に東北エリア及び東京都の一部直営店からスタートし、全国のグループ店舗に順次拡大予定。全国展開する居酒屋では、初めてお客様のご飲食代金のお支払いにdポイントがご利用できるようになります



写真左) アリペイ・ラインペイの決済(中央) 楽天ペイでの決済 楽天のHPより抜粋(右) dポイント加盟店としてスタート予定 NTTドコモのHPより抜粋

人財育成教育の充実 : ABCアカデミー

ABCアカデミーによる人財育成の強化

●社内研修校ABCアカデミーによる教育の充実。商品クオリティを高める為の料理レベル向上とマイスター制度

■ 技術力の向上と維持を義務付け。鮮魚・活魚・寿司の取得徹底へ

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マグロマイスター⑤天ぷらマイスター ⑥ふぐマイスター

基本の寿司マイスターは取得率が93%、上級チャレンジのふぐマイスターは取得率5%

■ 焼き師の認定を新設。焼き鳥の「炭の扱い～焼き方」「串打ち」を学ぶ。やきとり業態で活躍できる人材を育成

■ 外国籍のキャストパートナーの活用促進。4月末現在518名の方々が活躍

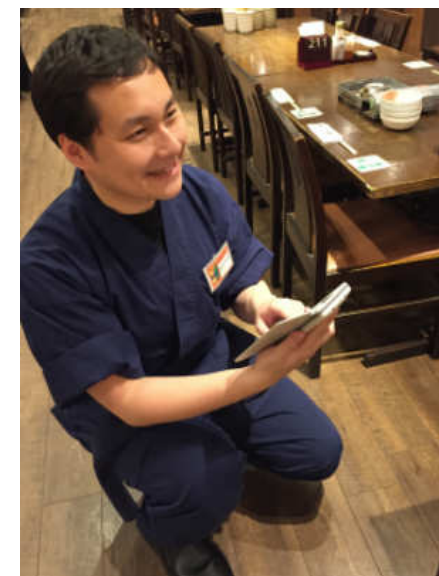
国別は、ベトナム出身が42%、中国出身が25%、ネパール出身が21%



昨年11月に第4回ABC全国大会を開催。調理技術とメニュー開発力を競った



28年秋の褒章で日本料理人・卓越技能の功績で黄綬を受賞された米良隆先生による授業



ベトナム出身で、キャストの方々のリーダーとなって指導する従業員

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

産地体験による人財育成の強化

●花の舞酒造の契約農家で、田植えと稲刈りに参加

- 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
- 10月、豊に育った稲穂刈りに参加
- 一反当りの苗の量を減らす事によりのびのびと育った酒造好適米は、2月の「大創業祭」で「花の舞 純米しぼりたて」となりお客様に提供



写真(左)田植え作業 (右)稲穂刈り (上)純米酒花の舞しぼりたて



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、セリ残品を買付け
- 仲卸見学と買い付けを実施体験
- 大田市場では、カキの研修を実施

写真)築地市場



FCビジネスオーナーとの共存共栄

同規模昨年比100%をめざして、FCオーナーとの共存共栄で生き残る

●FCオーナーとの共存共栄

- 32年前の創立時よりFCオーナービジネスを展開
- 直営:FCが50:50になる黄金比率を継続。FC⇄直営への相互転換も継続
- 長い歴史の中、店舗の外観・内装の老朽化、店舗周辺の街の状況も変化した店は転換改装を実施
- 長らく地域の皆様にご愛顧頂いた「はなの舞」を装い新たに生まれ変わった「三代目 網元 魚鮮水産 つつじヶ丘店」

●今年の行動指針

- ①「一言運動」 ②「クレーム撲滅」
- ③「キャストのやる気スイッチON」

●新規加盟のFCオーナー、社内独立支援により夢の独立を果たしたFCオーナーを迎え継続的发展へ

- 加盟店様の社員が、夢の「社員独立」を果たし当社に新規加盟。店内も明るく改装した「団欒炎 京急川崎店」
- 社員独立して順調に2店舗目のオープンとなる「こだわりやま 諫早駅前店」
- 現在では37名の元パートナーが当社のFCオーナーとして活躍し、夢の実現をスタートしています



写真下)キャスト賞全員集合



写真左)「三代目網元魚鮮水産つつじヶ丘店」2016年11月(中央左)「こだわりやま 諫早駅前店」2016年11月(中央右)「団欒炎 京急川崎店」2017年2月

株式会社やまやとのコラボレーション

「三代目網元さかなや道場六丁の目店」

● 酒販と外食の連携

- 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と店舗展開
- 「三代目網元さかなや道場六丁の目店」を「やまや六丁の目店」と合同出店
- 双方による創客と、BYO (Bring Your Own) やまやの店舗でワインと日本酒を買って、チムニーの店舗に持ち込んで飲もう) を実施。BYOは現在7店舗で実施

商品の充実を図るコラボレーション

● 若どりの酒粕焼き

- やまやの子会社である「大和蔵酒造」は、180年の伝統を受け継ぐ酒蔵
- 旨み成分たっぷりの熟成酒粕「大和蔵酒粕」を使用した「若どりの酒粕焼き」を2017年1月の「もっと!!あったか鍋フェア」でメニュー化

● しぼりたて日本酒 「雪の松島」

- 「しぼりたて新米新酒 雪の松島 純米生生」を2016年11月からの「あったか鍋フェア」で「数量限定売切御免」で販売
- 秋に収穫した新米を仕込んだ「新酒」ならではの、フレッシュな味わいを提供

写真下) 左奥「やまや」、右手前「さかなや道場」



● 「太田川ジンギスカン バル」でワインを充実

- 「プナム クラシック ピノノワール」など、ラムをはじめとする料理に良くあう厳選ワインを世界各国からセクション



写真上左) ラムにあうワイン (下中央) 「若どりの酒粕焼き」

(下右) 「雪の松島 純米生生」のラベル

アライアンス : 2017年4月1日事業譲受、チムニーの新業態としてスタート

ぶどう事業部の発足 ～酒飯店 やまやとのコラボレーションへ今後発展～

- 2002年度全日本最優秀ソムリエのタイトルを持つ、阿部誠氏がオープンした、3店舗を事業譲受
- シャンパーニュ・ワインと、食の融合による新しいカルチャーの創出(ワインの優位性)

馬喰町 東京ぶどう酒店

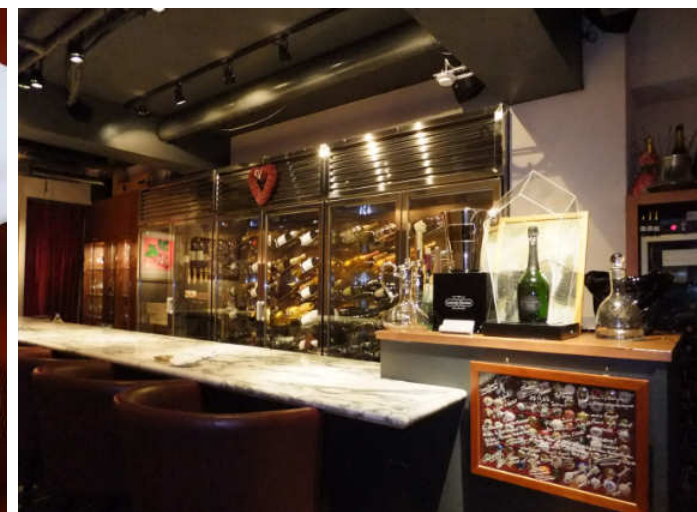
- ワイン好きのためのフレンチビストロ&バル
- 普段着のまま、気軽にワインとフレンチを楽しんでいただくのがコンセプト。カジュアルな中にも洗練されたフレンチメニューとワインのマリアージュを、馬喰町で展開。客単価5,000円～5,500円
- 今後多店舗展開を予定



Salon de Champagne Vionys

- 阿部誠氏がセレクトしたシャンパーニュを、常備約300種類取り揃え、豊かな個性をお楽しみいただけます
- シェフが月替わりで旬の食材を使ったお料理と、シャンパーニュにあわせて特別にアレンジした20種類以上のメニューをご用意しております

写真下左)東京ぶどう酒店 外観 (中央上)阿部誠氏 (中央下)5月のお料理 (右)ヴィオニスの内観、カウンターからワインセラーのシャンパーニュ



連結子会社による、ブランドポートフォリオの拡充

◆ 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
- 2016年6月末17店舗

写真下) 新橋やきとん溜池山王店



写真上) 限定出荷の「一刻門 茜」など特徴ある商品を販売

◆ 升屋(2012年2月)

- 鉄板焼の専門店
- 現在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を味わえる店舗コンセプト
- 漁港直送の新鮮な魚介類の仕入れと物流のシナジー
- 現在14店舗

写真左) 外観・右) 「難波豊丸」の全品380円企画



◆ イタリア海鮮料理MASUYA(2013年7月)

- 東京都北区赤羽のJR駅構内に開店



CSR活動への取り組み

CSR活動への取り組み

● CSR活動の基本方針

- チムニーグループは社会的・法的責任を果たすことはもとより、企業理念に基づいて行動することにより、社会の課題解決や育成に『「心」と「食」と「飲」を通じて』寄与してまいります

● 国境なき医師団への支援活動

- 「食」に携わる企業として社会に貢献するべく、栄養失調児の食事となる「栄養治療食」を用いて援助活動をしている国境なき医師団に、寄付による支援を実施
- お客様にご来店いただく事が「栄養治療食」の提供に繋がる制度です

● ABCお料理クラブ（食育活動）

- 社内教育施設であるABCアカデミーを地域社会の皆様の一部開放して、「ABCお料理クラブ」を毎月開催しています
- 「食」に携わる企業として「素材」「料理」に興味を持って頂き、料理のコツを体験いただくことにより、健康で豊かな社会実現に貢献して参ります

右下写真)「産地直送 いけす料理 魚鮮水産 浅草久月店」で開催するABCお料理クラブ



	2016年累計
■ 参加店舗数	191店舗
■ 客数昨年対比増加人数	235,683名
■ 支援金額	2,356,830円
■ 栄養治療食支援食数	70,709食



ご清聴ありがとうございました

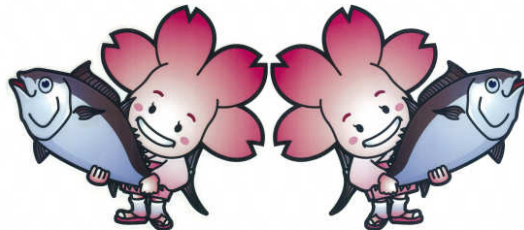
注意事項

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。

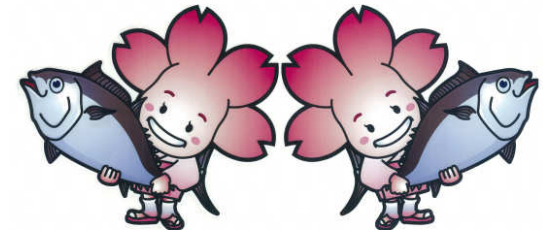
なお、この説明会資料は投資勧誘を目的としたものではありません。実際の投資の際は、当情報に全面的に依拠することなく、皆様ご自身のご判断でお願い申し上げます。

2017年3月期 決算説明資料



チムニ株式会社

2017年5月



第1部：2016年度の業績と2017年度の計画

2016年度 通期実績

●2016年度通期実績

- 2016年度は決算期変更の経過期間となるため、2016年1月から2017年3月までの15ヶ月決算
- 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、大田市場チムニー株式会社を連結子会社として連結決算
- 2016年度 売上総利益率 67.0%、営業利益率6.8%、経常利益率6.9%、純利益率3.5%

EBITDA 6,465百万円、EPS109.01円、ROE(自己資本当期純利益率)14.1%

単位(百万円)

項目	2014年12月期	2015年12月期	2016年第4四半期 累計	2017年3月期 (15ヶ月決算)
売上高	46,564	47,786	47,340	58,792
(グループ売上高)	(70,822)	(72,200)	(70,672)	(87,802)
売上総利益	30,956	31,703	31,717	39,417
販管費	27,525	28,073	28,357	35,413
営業利益	3,430	3,629	3,360	4,004
経常利益	3,482	3,702	3,408	4,071
親会社株主に帰属する純利益	1,796	1,968	1,719	2,076

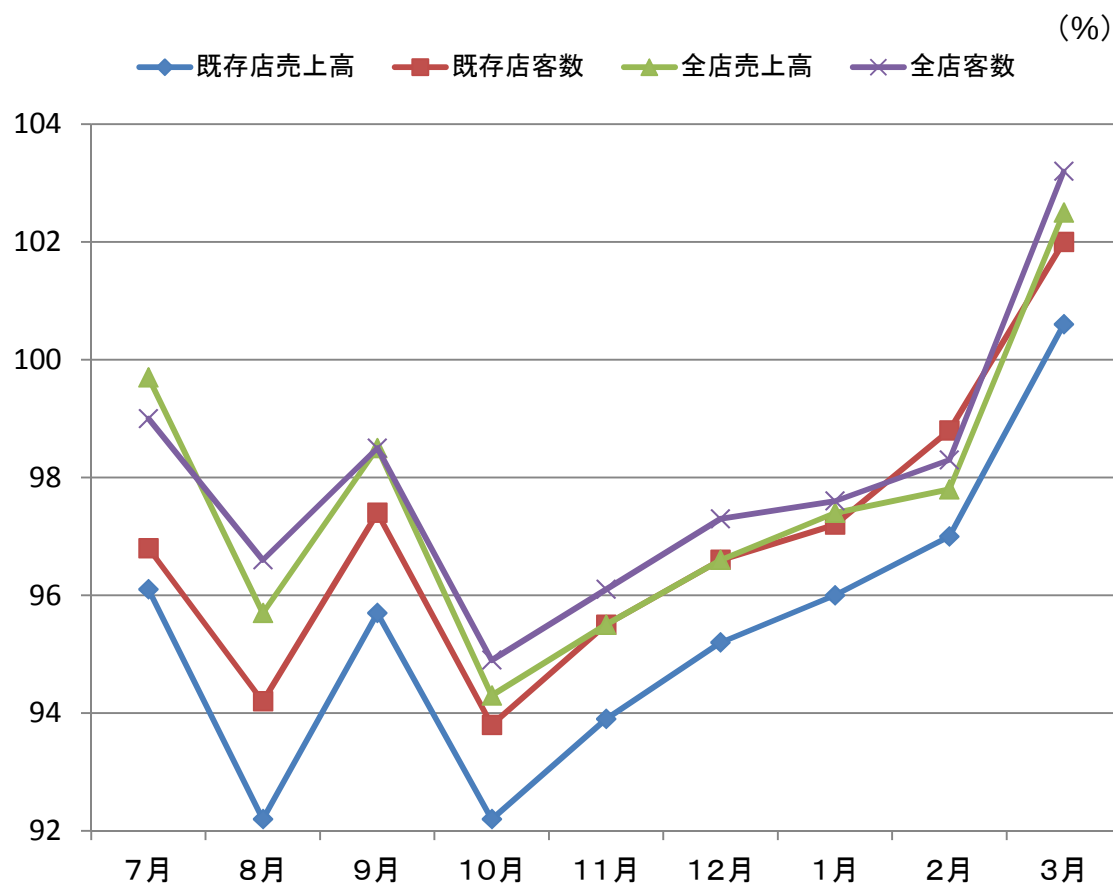
2016年度下期 直営店の動向

●直営店の売上及び客数前年対比の推移

売上実績	既存店(開店13ヶ月目から既存店)		
	売上高	客数	客単価
2016年7月	96.1	96.8	99.3
2016年8月	92.2	94.2	98.0
2016年9月	95.7	97.4	98.3
2016年10月	92.2	93.8	98.2
2016年11月	93.9	95.5	98.2
2016年12月	95.2	96.6	98.6
2017年1月	96.0	97.2	98.7
2017年2月	97.0	98.8	98.2
2017年3月	100.6	102.0	98.6
通期	95.5	96.6	98.9

売上実績	全社(全業態)		
	売上高	客数	客単価
2016年7月	99.7	99.0	100.7
2016年8月	95.7	96.6	99.1
2016年9月	98.5	98.5	100.0
2016年10月	94.3	94.9	99.3
2016年11月	95.5	96.1	99.3
2016年12月	96.6	97.3	99.3
2017年1月	97.4	97.6	99.8
2017年2月	97.8	98.3	99.5
2017年3月	102.5	103.2	99.3
通期	99.1	98.9	100.3

- 既存店売上は、2016年 上期 95.7 下期 94.3
2017年1～3月 98.0 通期 95.5 の結果となり目標に届かず
- 2016年10月を底に改善傾向



2016年度 店舗の出退店推移

●新規出店・閉店・転換状況

(単位:店)

	2015年度	2016年度	2017年度計画
直営店新規出店	28	41	35
FC店新規出店	7	4	3
直営店閉店	9	28	14
FC店閉店	12	23	10
直営店からFC店へ転換	8	14	13
FC店から直営店に転換	8	7	5
(コントラクト事業店新規出店)	3	—	—
(コントラクト事業店閉店)	9	2	1
直営店純増数 / 店舗数	19 / 326	6 / 332	13
FC店純増数 / 店舗数	△5 / 295	△12 / 283	1
コントラクト事業店純増数 / 店舗数	△6 / 94	△2 / 92	—

2016年度 業態別店舗数の推移。CHANGE & BUILD の進捗と今後の方向性

■ 子会社を含む総店舗数は738店舗となりました

(単位:店)

業態名	2015年12月末			2017年3月末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	131	167	298	119	160	279	△12	△7	△19
さかなや道場（魚鮮水産含む）	117	55	172	139	49	188	22	△6	16
軍鶏農場	21	1	22	11	1	12	△10	—	△10
豊丸水産	48	1	49	33	1	34	△15	—	△15
やきとり さくら	—	—	—	18	—	18	18	—	18
こだわりやま・やきとり道場	1	36	37	3	37	40	2	1	3
その他（升屋・チムニー等）	8	35	43	9	35	44	1	—	1
（コントラクト事業店舗）	94	—	94	92	—	92	△2	—	△2
合計	420	295	715	424	283	707	4	△12	△8
グループ店舗（めっちゃ魚が好き株式会社） （紅フーズコーポレーション）	32	—	32	31	—	31	△1	—	△1

●地域別店舗数（2017年3月末現在）

鳥取/島根/岡山/
広島/山口

はなの舞	13店
さかなや道場	14店
豊丸水産	7店
さくら	1店
こだわりやま	1店
その他	1店
コントラクト	3店
合計	40店

大阪/京都/兵庫/
滋賀/奈良/和歌山

はなの舞	6店
さかなや道場	25店
軍鶏農場	2店
豊丸水産	7店
その他	2店
コントラクト	7店
合計	49店

新潟/山梨/長野/
富山/石川/福井

はなの舞	19店
さかなや道場	8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/青森/岩手/
宮城/秋田/山形/福島

はなの舞	26店
さかなや道場	16店
豊丸水産	2店
こだわりやま	10店
その他	2店
コントラクト	31店
合計	87店

神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	101店
さかなや道場	55店
軍鶏農場	6店
豊丸水産	10店
さくら	11店
こだわりやま	4店
その他	9店
コントラクト	12店
合計	208店

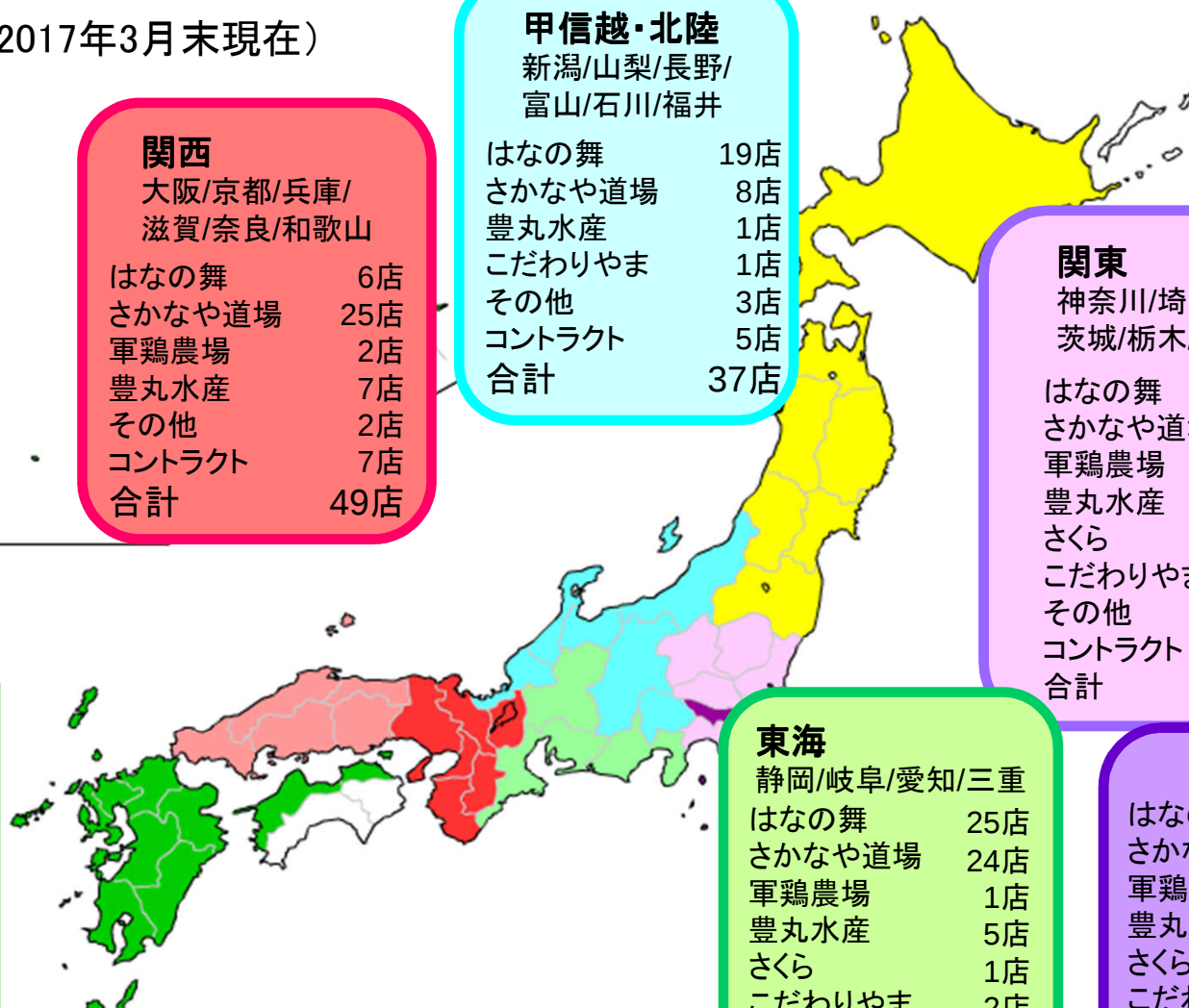
愛媛/香川/高知/徳島福岡/
佐賀/長崎/大分
熊本/宮崎/鹿児島/沖縄

はなの舞	3店
さかなや道場	12店
軍鶏農場	1店
豊丸水産	1店
こだわりやま	1店
コントラクト	18店
合計	37店

静岡/岐阜/愛知/三重

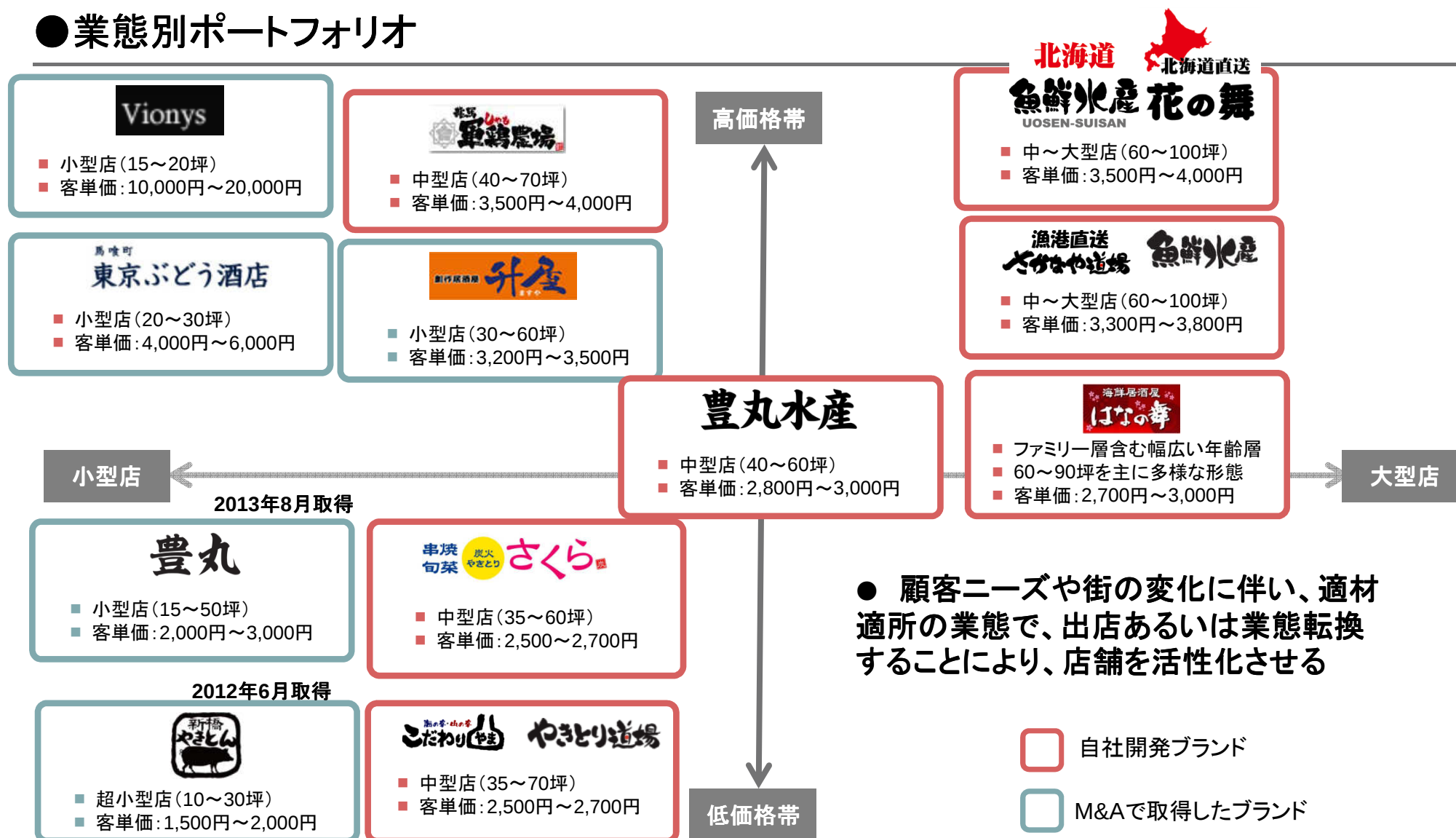
はなの舞	25店
さかなや道場	24店
軍鶏農場	1店
豊丸水産	5店
さくら	1店
こだわりのやま	2店
その他	2店
コントラクト	9店
合計	71店

はなの舞	86店
さかなや道場	34店
軍鶏農場	2店
豊丸水産	1店
さくら	5店
こだわりやま	22店
その他	23店
コントラクト	7店
合計	178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

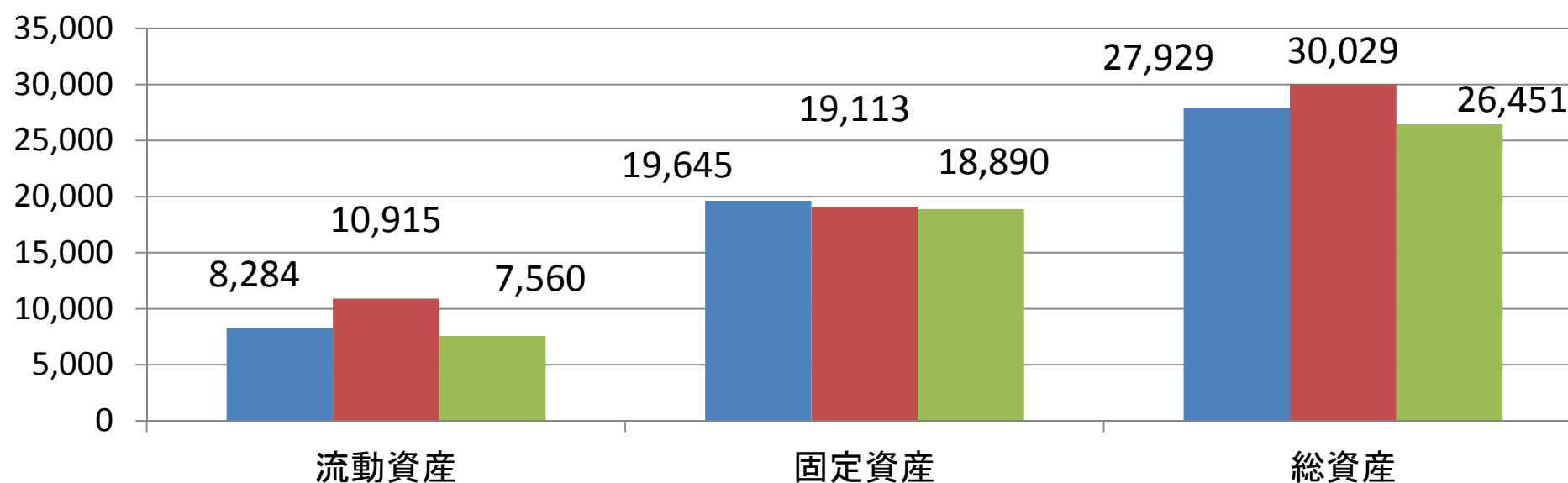


2016年度 財務状況の主な変動要因

●財務状況に関するポイント(昨年度末(2015年12月)との比較)

■ 資産の変動に関するポイント

■ 2015年12月 ■ 2016年12月 ■ 2017年3月



● 流動資産は7.23億円減少

■ 現預金▲285百万円

■ FC債権▲63百万円

■ 繰延税金資産▲87百万円

■ 未収入金▲190百万円

● 固定資産は7.54億円減少

● のれん▲600百万円

● 差入保証金▲225百万円

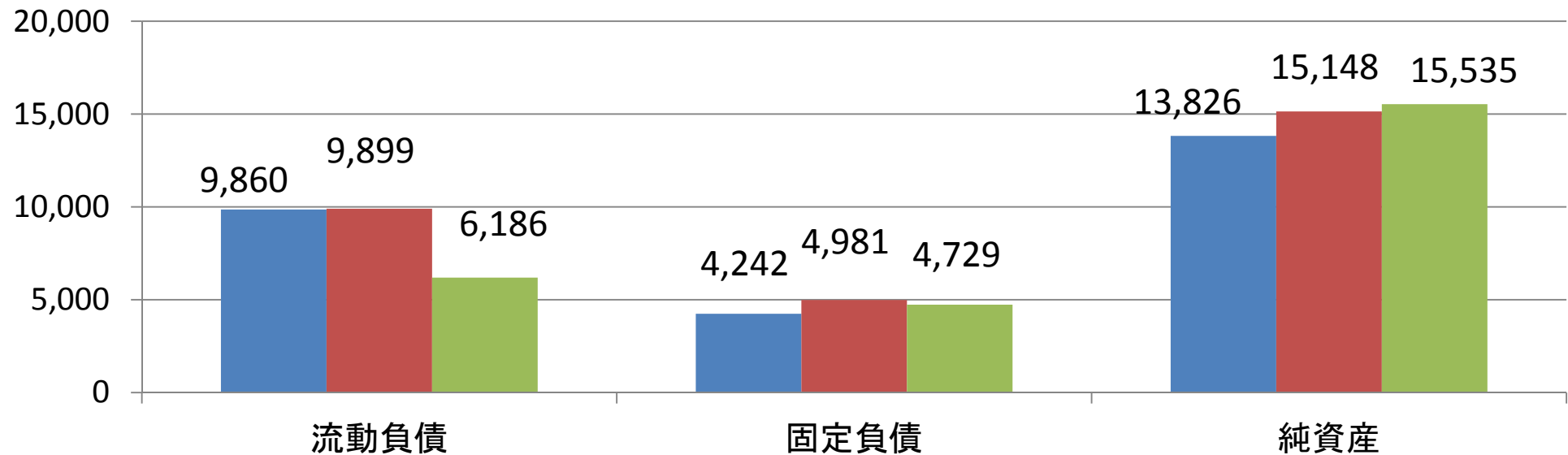
● 総資産は14.77億円減少

2016年度 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(2015年12月)との比較)

■ 負債および純資産の変動に関するポイント

■ 2015年12月 ■ 2016年12月 ■ 2017年3月



●流動負債は36.74億円減少

- 1年内返済予定の長期借入金 +459百万円
- 買掛金▲2,128百万円
- 設備関係未払金▲300百万円
- 未払金▲878百万円
- 未払法人税等▲514百万円

●固定負債は4.87億円増加

- 長期設備関係未払金▲787百万円
- 長期借入金+1,215百万円

●純資産は17.09億円増加

- 配当金支払い ▲437百万円
- 利益剰余金 +2,076百万円

2016年度 キャッシュ・フローの状況

単位(百万円)

	2015年12月期末	2017年3月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,341	1,841
税金等調整前当期純利益	3,373	3,761
減価償却費・のれん償却費	1,984	2,346
法人税等の支払	△1,542	△2,077
その他合計	526	△2,188
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,562	△2,014
固定資産の取得・売却・除去による支出	△1,235	△2,119
その他合計	△326	104
財務活動によるキャッシュ・フロー	△5,459	△113
借入・割賦債務の収支等	△4,456	△271
自己株取得による支出及び処分による収入	△498	55
配当金、その他の支出	△504	△440
現金及び現金同等物の増減額	△2,679	△285
現金及び現金同等物の期首残高	8,358	5,679
現金及び現金同等物の期末残高	5,679	5,393

2017年度 業績予想(連結)

●2017年度の業績予想

- 2016年度(第9期)は、2016年1月1日から2017年3月31日までの15ヶ月決算
- 2017年度(第10期)は、2017年4月1日から2018年3月31日までの12ヶ月決算となります
- 以降は、今年度と同様の、4月1日から翌年3月31日までの12ヶ月の事業年度が継続いたします

単位(百万円)

項目	2015年12月期	2016年12月 第4四半期累計	2017年3月期 (15ヶ月)	2018年3月期 (予想)
売上高	47,786	47,340	58,792	48,230
(グループ売上高)	(72,200)	(70,672)	(87,802)	(71,296)
売上総利益	31,703	31,717	39,417	32,490
販管費	28,073	28,357	35,413	29,110
営業利益	3,629	3,360	4,004	3,380
経常利益	3,702	3,408	4,071	3,400
親会社株主に帰属 する純利益	1,968	1,719	2,076	1,710

2017年度の業績予想の概要

●2017年度の業績予想のポイント

計画値	直営	FC	子会社
既存店売上	100%以上	99.0%	100%
新規出店	+35店	+3店	+4店
閉店	△14店	△10店	-
直営⇒FC転換/FC⇒直営転換	△13店舗 / +5店舗	+13店舗 / △5店舗	-
純増店舗数	13店	1店	4店

■ 既存店過去実績

	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度	2012年度
既存店売上(%)	95.5	99.6	99.4	95.7	99.7

●株主還元:配当予想

■ 2017年度(第10期)23.00円、配当性向25.7%の予想

内訳は、第2四半期末配当 11.50円、期末配当 11.50円

	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度
配当性向実績(%)	26.4	22.2	26.3	26.6

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
- 決算期変更の経過期間となる2016年度は、2016年1月1日から2017年3月31日までの15ヶ月の決算となりました
それに伴い、株主優待制度の基準日を下記のとおりに変更しております

株主名簿の記載日	100株以上499株まで保有の株主様	500株以上保有の株主様
2016年6月末・12月末	お食事ご優待券500円券を10枚(5,000円分)	お食事券500円券を30枚(15,000円分)
2017年3月末	お食事ご優待券500円券を5枚(2,500円分)	お食事券500円券を15枚(7,500円分)
2017年9月末・2018年3月末	お食事ご優待券500円券を10枚(5,000円分)	お食事券500円券を30枚(15,000円分)



中期経営目標

2019年3月期に向けての中期経営目標

2018年度(2019年3月期) 目標1,000店舗・1,000億円へ拡大しながら前進する企業でありたい

【指針】

- 胃袋戦争に勝つために、居酒屋のみならず得意の食を中心とした、総合サービス産業を目指す
- アライアンスを展開し、成長の加速を図る
- サービス産業の中心は人であり、その為には「志」「技術」「情熱」を持てる人財教育に徹する

●目標経営指標

- ROE 15%以上 (2016年度14.1% 2015年度14.8% 2014年度 14.9%)
- 配当性向 25%を目途に利益成長に応じた安定的配当成長
配当に合わせ株主優待を充実し、株主様に当社の店舗・商品の魅力を継続的にご理解いただく
- 既存店前年比 100%
- 営業利益率 8.0% (2016年度6.8% 2015年度 7.6%、2014年度 7.4%)

第2部：今年度の施策と成長戦略

2017年度施策

マーチャンダイジング視点の変革

●目の前のお客様、一人ひとりにご満足いただくために

■ Market in 思考の循環

お客様にご納得いただく ⇒ 店舗での商品・サービス・情報のご提供 ⇒ 効率的物流 ⇒ 価値ある商品の生産

【産地】

- 日本全国および世界から、新鮮・旬で安全安心な食材の調達
- お客様がまるで産地に行ったかのように、地方の名産物を味わっていただける食材の調達

【製造】

- お客様の本物志向に対応できる価値ある商品の製造
- ◆ 旬メニュー年8回、グランドメニュー年2回、宴会メニュー年2回刷新し、常に新しいテイストを提供

お客様にご評価いただく
企画・商品・情報・サービス



【物流】

- 効率的物流
- ドミナント出店
- 新鮮なものを新鮮なまま店舗へ

【店舗】

- 外食という特別な機会を楽しんで頂く
- 「モノ」から「コト」消費への対応
- 商品に関する専門知識の情報発信や絆を作るコミュニケーション

6次産業化の深耕：魚の調達を多様化し、漁港直送鮮魚調達を拡充

1次産業を含め、全国からベストな魚の調達により、豊富な魚種を店舗へ

● 愛媛県八幡浜の漁業権

- 愛媛県八幡浜漁業組合の漁業権を持つ子会社魚鮮水産(株)から、その日に水揚げされた鮮魚や「しらす」を活用



● 新潟県では新潟地方卸

- 各店舗で活用する鮮魚BOXに仕立てべく鮮魚を調達



● 島根県大田の漁業権と買参権

- 漁業権を活用しイカ釣り漁を実施。卸売市場のセリにかける
- 買参権を活用し、あんこうをはじめ豊富な魚種を入手



● 大田市場チムニー・センターからの出荷

- 大田市場チムニーからフェアの鹿児島県産のカンパチを全店対象に供給

6次産業の深耕：1次産業・2次産業の連携におけるメニュー化

1次産業での買参権、2次産業での加工業務を連携した自家製こだわりメニューの展開

●新潟地方卸売市場での買参権活用

- 昨年秋よりグランドメニューで提供している「たら酒粕漬け」用の「真鱈」を中心に買い付け
- 今後は冬の鍋食材として鰯を中心に買い付ける予定

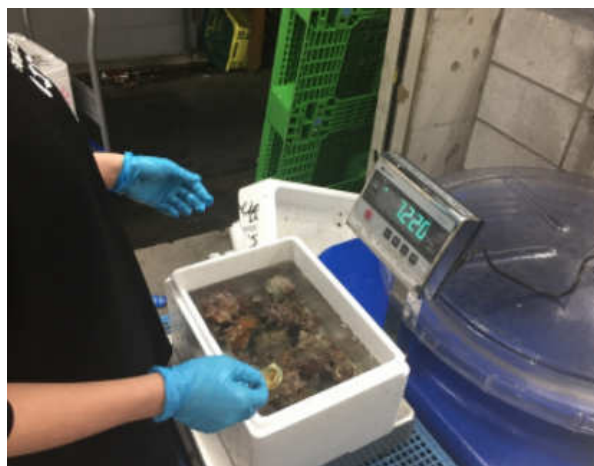
写真左)新潟地方卸売市場で買参権を活用した買付け

(右)「たらの酒粕漬け」 瀬祭の酒粕と西京味噌に2日間漬け込んでいます



●大田市場チムニー株式会社の活用

- 大田市場での業務が稼動し約1年
- 豊丸水産向けの活貝を自社選別100%にし鮮度を向上
- 大田市場の特色である活魚主体の利点を生かし、当日神経締めした養殖魚を各業態に供給
- 今年5月は九州フェアにて鹿児島県産のカンパチを、大田市場チムニーで全店舗を対象に供給コントロール



写真左)大田市場にて豊丸水産向けの活貝を選別

(右)九州沖縄うまかもんフェアの「カンパチの刺身」

6次産業化の深耕：開発商品

中部飼料(株)との開発商品・トマト鯛、本マグロ、いもぶた、こだわり卵、信玄どり

●業界初のトマト鯛

- 愛媛のトマト育ちの真鯛。抗酸化作用のあるトマトを飼料に配合し、旨味がアップ
- 愛媛の潮流の速い漁場で育てているため、身のしまりが良い状態。刺身や棒寿司で提供

●本マグロの飼育

- 獲る漁業から育てる漁業の転換を社会的責任と考え、大分県津久見で畜養された本マグロを調達
- 直近1年間で1,358回実施した解体ショーのうち一部は、中部チムニー株式会社を通じ仕入れた本マグロを活用

●「いもぶた」:さつまいも等デンプン質の多い「いも類」を餌に配合。オレイン酸を豊富に含み脂肪酸バランスが良

●「こだわり卵」:高価な魚粉やパプリカを独自の配合で加えた餌を与え、旨味成分が凝縮した卵

●「信玄どり」:天然の糖質と言われているトレハロースを配合。鶏特有の臭みを抑え、肉厚ジューシーに育成



写真左)トマト鯛のにぎり(上)「いもぶた」提供中部飼料(株)右2枚)九州事業部のメンバーによる、大分県マグロ養殖の視察研修



6次産業化の深耕：農業分野における品種の拡大

「チムニー農園」でグリーンリーフ・サニーレタスの栽培を開始、品種の広がり

●生産者富田農園（茨城県鉾田市）との取り組み

- サラダの彩り向上を目的として、流通が希少な「赤色のみずな」を栽培
- ベビーリーフ・水菜・レタスに加え、昨年よりモロヘイヤを追加栽培
- 今年5月よりグリーンリーフ・サニーレタスの栽培を開始し品種を拡張
- 社員による定植と収穫を実施し、商品特性をお客様へお伝えする

●明日葉の生産・商品化を八丈島の農家と連携し実現

- 機能性野菜として注目される明日葉を天ぷらとしてメニュー化。枝豆に次ぐ売れ筋商品へ
- 八丈島の8軒の農家の協力と現地の方に集荷を依頼し、エアー便を使ってチムニーが直接調達



	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				
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
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
赤みず菜		収穫									播種	定植
グリーンリーフ		播種	定植		収穫			播種	定植		収穫	
サニーレタス		播種	定植		収穫			播種	定植		収穫	

(写真左上下)「チムニー農園」での社員による定植と収穫 (右)チムニー農園の栽培カレンダー

販売促進企画：地産地消・地産全消

地産地消・地産全消メニューによる販売促進

- 「春の地産地消フェア」
 - 3月23日～4月末まで、「春の地産地消」フェアを実施

ご当地料理を他県に紹介し、「うまいもの」を全国に拡大販売

富山の宝石「白エビのから揚げ」、大分発祥の郷土料理「大分名物鶏天」、「明石のたこぶつ」や「明日葉の天ぷら」等人気
- 各地における地産地消の推進による地元からの認定
 - 「三代目網元さかなや道場 湯田温泉店」「三代目網元魚鮮水産アイススタ新山口店」が、山口県産農林水産物の食材を積極的に利用する「やまぐち食彩店」に選ばれる
 - 「北海道 増毛町 魚鮮水産 すすきの店」が北海道増毛町推奨店舗に認定されました



(写真左)うど・空豆など旬の地元野菜の天ぷら (右)増毛産ぼたんえび



新業態開発 ～専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ～

ジンギスカン業態

● 「ジンギスカン 札幌物語 三島南口店」

- 国内の羊肉輸入率わずか1%のみの、アイスランドシープを活用
- ラム肉は、必須栄養素をバランスよく含み、なかでもたんぱく質・鉄・亜鉛・ビタミンB1, B2が豊富
- ビタミンA・B2・Cなど健康・美容に効果があるといわれるビタミン類が含まれ、女性の人気のパクチーも薬味にたっぷり添えていただけます



写真上) 香りがクセになるパクチーでお肉がさらに進みます

● 「太田川 ジンギスカンバル」

- ラム&バルメニュー&ワインが全て同時に楽しめる店
- 料理にあう厳選ワインを世界各国から取り寄せご提案
- NZ産ラムチョップや、オーストラリア産ブロックラムにあう、同地域産地のワインを、相性よく揃えております



写真左) 臭みがなくやわらかくヘルシーなラムのジンギスカン (中央) ブロックラム・ラムチョップなど (右) 「太田川ジンギスカンバル」 外観

新業態の進捗 ～専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ ②～

「串焼・旬菜 炭火やきとり さくら」の店舗拡大

- 2016年3月に土浦駅前に1号店をオープン、2017年3月末で18店舗
- 素材である肉にこだわり、国産鶏肉「桜姫®」など、地域にあわせた最適な国産鶏を使用
- 店内で串打ちし、国産備長炭でふっくら焼き上げるのが特徴
- 焼きのこだわり、土佐備長炭を使用
- 味付けのこだわり
焼き塩には高知県室戸の海洋深層水100%の自然塩を使用



写真（左から）「炭火やきとり さくら 京成曳船店」外観 （中央）店内で熟練焼き士が指導 （右上）炭火焼 （右下）ももネギ間串

2018年 出店計画：地産地消とともに土地の伝統文化を融合

日本全国47都道府県に出店達成

- 2016年11月、徳島県に出店したことにより、47都道府県全てに出店
- 「阿波の国 うまい処 こだわりや 徳島秋田町店」で、47都道府県で運営
北海道から沖縄まで、日本全国各地のお客様にチムニーブランドをご利用いただけます
- 2017年度出店計画
- 新規出店：35店舗目標。分かりやすい・見やすい・入り易い(視認性)と、業態の明確化に注力
- 業態転換：50店舗目標。従来からのCHANGE（転換）& BUILD（創造と創生）の成功を継承
- 物流を関東・関西・九州の3拠点に再構築。中国地方は下関で結ぶ、山陰道・山陽道ルートの特ダネ出店を継続



（写真左・中央）「阿波の国うまい処 こだわりや 徳島秋田町店」外観と内観

（右）広島カープ優勝時には大いに盛りあがった、球場をモチーフにしたスタジアム席がある「三代目網元さかなや道場 広島駅北口店」

販売促進企画：既存店売上向上に向けた取組み

既存店100%をめざし、サービス力を向上。昨年の振り返りと今年の施策

●今年の重点目標は、やはりサービス力のアップ

- 2016年結果を受けたミステリーショッパーでは、サービス力(S)が業界平均より劣る結果
- ご意見を参考にしつつ、店舗でのサービス力のアップに向けて、ABCアカデミーで教育体制を再構築
- 店舗の常態責任。絶えずお客様を迎えられる十分な体制・シフト作り・レジでの会話と、お見送りを徹底
- クオリティ(Q)・クレンリネス(C)・アトモスフィア(A)では引き続き高評価をいただけるよう教育と訓練を継続

●今年の行動指針 ～お客様満足の上昇～

- ◆ 目の前にいるお客様を大切に
- ◆ お客様に喜んで帰っていただく
- 凡事徹底、接客8大用語の再確認
- お客様台帳の整備により、スムーズなサービス提供
- おもてなし表現力アップ「笑顔トレーニング」
- 接客コンテストを開催。各自接客力アップに取り組み、お客様目線をもって磨きあう



写真左)全国の社員が集まる「政策発表会」で、笑顔トレーニングの実施



(中央)接客コンテスト審査



(右)コンテスト優勝者

販売促進企画：インバウンドによる創客

訪日観光客の継続的取り込み

●インバウンドによる創客

- 2016年1月～2017年3月までのインバウンド来店客数は42万人・売上9.3億円と、団体は同期比の約115%
- ツアー団体・個人客を積極的に取り込み客数増に貢献
- ツアーから個人旅行へと移行する変化に対応すべく、外国語版メニューやモバイル決済等のツールを準備

●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
- 新本店の「両国八百八町 江戸東京博物館前店」では、団体様専用入口を設け、スムーズな導線を配慮
- 「元力士による相撲取組」「阿波踊り」「津軽三味線」など、日本の伝統文化のイベントが人気
- 北海道の「まるごと北海道 花の舞 すすきの店」でも、阿波踊りなど各種イベントを開催

写真左)「両国 八百八町 江戸東京博物館前店」外観 中央)イベントの一つ、阿波踊りで盛り上がる客席 右)北海道でのよさこいイベント衣装の店員

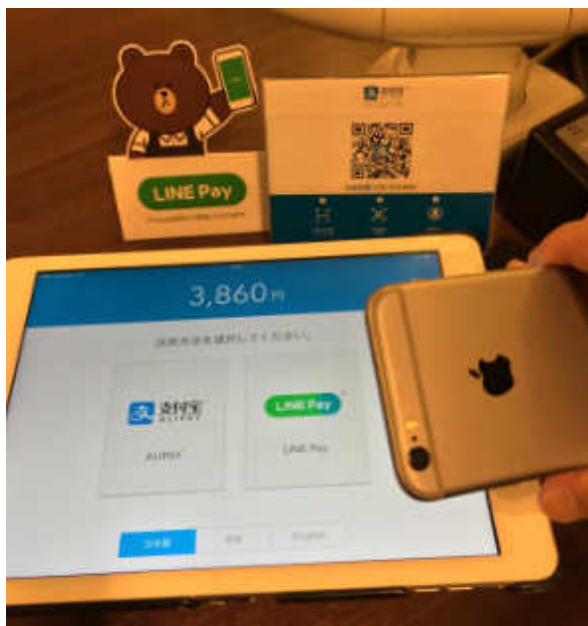


販売促進企画：決済システムの多様化

決済システムの多様化 お客様の利便性アップと来店誘致

●お客様の決済方法を多様化し、利便性のアップを図ります

- 全国居酒屋業界で先駆けて、決済方法の多様化をはかり、お客様のご精算の利便性の推進と、来店動機に結び付けております
- Alipay(アリペイ)・LINE Pay(ラインペイ)を2016年10月より、楽天Pay(らくてんペイ)を、2017年4月より直営店で導入
- NTTドコモのdポイントを、今年8月に東北エリア及び東京都の一部直営店からスタートし、全国のグループ店舗に順次拡大予定。全国展開する居酒屋では、初めてお客様のご飲食代金のお支払いにdポイントがご利用できるようになります



写真左)アリペイ・ラインペイの決済(中央)楽天ペイでの決済 楽天のHPより抜粋(右)dポイント加盟店としてスタート予定 NTTドコモのHPより抜粋

人財育成教育の充実 : ABCアカデミー

ABCアカデミーによる人財育成の強化

●社内研修校ABCアカデミーによる教育の充実。商品クオリティを高める為の料理レベル向上とマイスター制度

■ 技術力の向上と維持を義務付け。鮮魚・活魚・寿司の取得徹底へ

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マグロマイスター⑤天ぷらマイスター ⑥ふぐマイスター

基本の寿司マイスターは取得率が93%、上級チャレンジのふぐマイスターは取得率5%

■ 焼き師の認定を新設。焼き鳥の「炭の扱い～焼き方」「串打ち」を学ぶ。やきとり業態で活躍できる人材を育成

■ 外国籍のキャストパートナーの活用促進。4月末現在518名の方々が活躍

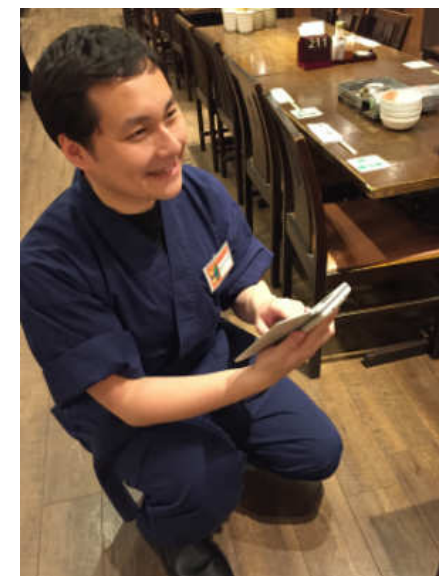
国別は、ベトナム出身が42%、中国出身が25%、ネパール出身が21%



昨年11月に第4回ABC全国大会を開催。調理技術とメニュー開発力を競った



28年秋の褒章で日本料理人・卓越技能の功績で黄綬を受賞された米良隆先生による授業



ベトナム出身で、キャストの方々のリーダーとなって指導する従業員

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

産地体験による人財育成の強化

●花の舞酒造の契約農家で、田植えと稲刈りに参加

- 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
- 10月、豊に育った稲穂刈りに参加
- 一反当りの苗の量を減らす事によりのびのびと育った酒造好適米は、2月の「大創業祭」で「花の舞 純米しぼりたて」となりお客様に提供



写真(左)田植え作業 (右)稲穂刈り (上)純米酒花の舞しぼりたて



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、セリ残品を買付け
- 仲卸見学と買い付けを実施体験
- 大田市場では、カキの研修を実施

写真)築地市場



FCビジネスオーナーとの共存共栄

同規模昨年比100%をめざして、FCオーナーとの共存共栄で生き残る

●FCオーナーとの共存共栄

- 32年前の創立時よりFCオーナービジネスを展開
- 直営:FCが50:50になる黄金比率を継続。FC⇄直営への相互転換も継続
- 長い歴史の中、店舗の外観・内装の老朽化、店舗周辺の街の状況も変化した店は転換改装を実施
- 長らく地域の皆様にご愛顧頂いた「はなの舞」を装い新たに生まれ変わった「三代目 網元 魚鮮水産 つつじヶ丘店」

●今年の行動指針

- ①「一言運動」 ②「クレーム撲滅」
③「キャストのやる気スイッチON」

●新規加盟のFCオーナー、社内独立支援により夢の独立を果たしたFCオーナーを迎え継続的发展へ

- 加盟店様の社員が、夢の「社員独立」を果たし当社に新規加盟。店内も明るく改装した「団欒炎 京急川崎店」
- 社員独立して順調に2店舗目のオープンとなる「こだわりやま 諫早駅前店」
- 現在では37名の元パートナーが当社のFCオーナーとして活躍し、夢の実現をスタートしています



写真下)キャスト賞全員集合



写真左)「三代目網元魚鮮水産つつじヶ丘店」2016年11月(中央左)「こだわりやま 諫早駅前店」2016年11月(中央右)「団欒炎 京急川崎店」2017年2月

株式会社やまやとのコラボレーション

「三代目網元さかなや道場六丁の目店」

● 酒販と外食の連携

- 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と店舗展開
- 「三代目網元さかなや道場六丁の目店」を「やまや六丁の目店」と合同出店
- 双方による創客と、BYO (Bring Your Own) やまやの店舗でワインと日本酒を買って、チムニーの店舗に持ち込んで飲もう) を実施。BYOは現在7店舗で実施

商品の充実を図るコラボレーション

● 若どりの酒粕焼き

- やまやの子会社である「大和蔵酒造」は、180年の伝統を受け継ぐ酒蔵
- 旨み成分たっぷりの熟成酒粕「大和蔵酒粕」を使用した「若どりの酒粕焼き」を2017年1月の「もっと!!あったか鍋フェア」でメニュー化

● しぼりたて日本酒 「雪の松島」

- 「しぼりたて新米新酒 雪の松島 純米生生」を2016年11月からの「あったか鍋フェア」で「数量限定売切御免」で販売
- 秋に収穫した新米を仕込んだ「新酒」ならではの、フレッシュな味わいを提供

写真下) 左奥「やまや」、右手前「さかなや道場」



● 「太田川ジンギスカン バル」でワインを充実

- 「プナム クラシック ピノノワール」など、ラムをはじめとする料理に良くあう厳選ワインを世界各国からセクション



写真上左) ラムにあうワイン (下中央) 「若どりの酒粕焼き」

(下右) 「雪の松島 純米生生」のラベル

アライアンス : 2017年4月1日事業譲受、チムニーの新業態としてスタート

ぶどう事業部の発足 ～酒飯店 やまやとのコラボレーションへ今後発展～

- 2002年度全日本最優秀ソムリエのタイトルを持つ、阿部誠氏がオープンした、3店舗を事業譲受
- シャンパーニュ・ワインと、食の融合による新しいカルチャーの創出(ワインの優位性)

馬喰町 東京ぶどう酒店

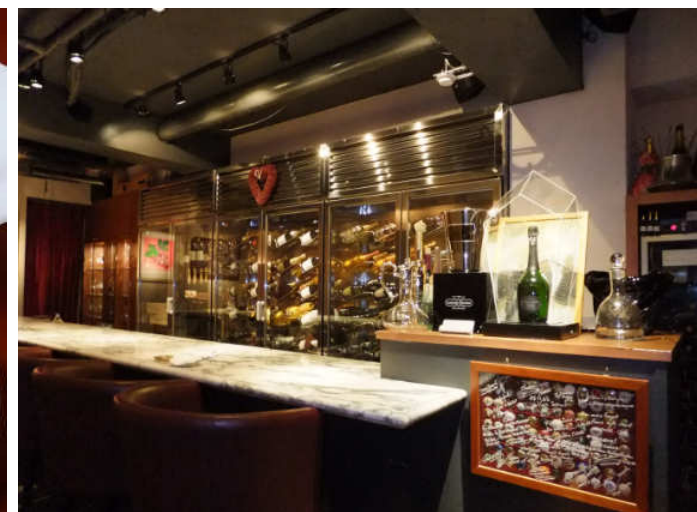
- ワイン好きのためのフレンチビストロ&バル
- 普段着のまま、気軽にワインとフレンチを楽しんでいただくのがコンセプト。カジュアルな中にも洗練されたフレンチメニューとワインのマリアージュを、馬喰町で展開。客単価5,000円～5,500円
- 今後多店舗展開を予定



Salon de Champagne Vionys

- 阿部誠氏がセレクトしたシャンパーニュを、常備約300種類取り揃え、豊かな個性をお楽しみいただけます
- シェフが月替わりで旬の食材を使ったお料理と、シャンパーニュにあわせて特別にアレンジした20種類以上のメニューをご用意しております

写真下左)東京ぶどう酒店 外観 (中央上)阿部誠氏 (中央下)5月のお料理 (右)ヴィオニスの内観、カウンターからワインセラーのシャンパーニュ



連結子会社による、ブランドポートフォリオの拡充

◆ 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
- 2016年6月末17店舗

写真下) 新橋やきとん溜池山王店



写真上) 限定出荷の「一刻門 茜」など特徴ある商品を販売

◆ 升屋(2012年2月)

- 鉄板焼の専門店
- 現在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を味わえる店舗コンセプト
- 漁港直送の新鮮な魚介類の仕入れと物流のシナジー
- 現在14店舗

写真左) 外観・右) 「難波豊丸」の全品380円企画



◆ イタリア海鮮料理MASUYA(2013年7月)

- 東京都北区赤羽のJR駅構内に開店



CSR活動への取り組み

CSR活動への取り組み

● CSR活動の基本方針

- チムニーグループは社会的・法的責任を果たすことはもとより、企業理念に基づいて行動することにより、社会の課題解決や育成に『「心」と「食」と「飲」を通じて』寄与してまいります

● 国境なき医師団への支援活動

- 「食」に携わる企業として社会に貢献するべく、栄養失調児の食事となる「栄養治療食」を用いて援助活動をしている国境なき医師団に、寄付による支援を実施
- お客様にご来店いただく事が「栄養治療食」の提供に繋がる制度です

● ABCお料理クラブ（食育活動）

- 社内教育施設であるABCアカデミーを地域社会の皆様の一部開放して、「ABCお料理クラブ」を毎月開催しています
- 「食」に携わる企業として「素材」「料理」に興味を持って頂き、料理のコツを体験いただくことにより、健康で豊かな社会実現に貢献して参ります

右下写真)「産地直送 いけす料理 魚鮮水産 浅草久月店」で開催するABCお料理クラブ



	2016年累計
■ 参加店舗数	191店舗
■ 客数昨年対比増加人数	235,683名
■ 支援金額	2,356,830円
■ 栄養治療食支援食数	70,709食



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ます。