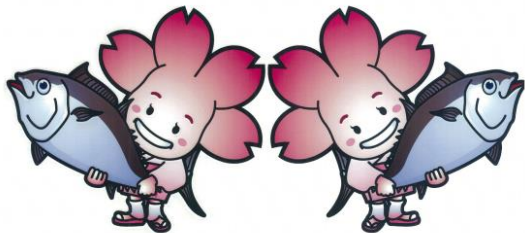
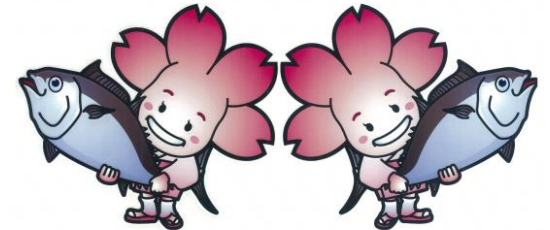


2017年3月期 第2四半期 決算説明資料



于ム二一株式会社

2016年8月



第1部：2017年3月期 第2四半期業績

2017年3月期 第2四半期実績

●2017年3月期 第2四半期実績(連結)

- 売上高 231.6億円 (前年同期比 +0.9%)
- グループ売上 347.0億円 (前年同期比 △0.4%)
- 営業利益 15.3億円 (前年同期比 △2.6%)
- 親会社株主に帰属する純利益 7.6億円 (前年同期比△13.2%)

※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
- ・大田市場チムニー株式会社

単位(百万円)

項目	2015年第2四半期 累計実績(連結)	2016年第2四半期 累計予想(連結)	2016年第2四半期累計 実績(連結)	予想比	前年同期比
売上高	22,949	24,330	23,165	95.2%	100.9%
(グループ売上高)	(34,826)	(36,202)	(34,702)	95.9%	99.6%
売上総利益	15,252	16,280	15,555	95.5%	101.9%
販管費	13,675	14,640	14,019	95.8%	102.5%
営業利益	1,577	1,640	1,536	93.7%	97.4%
経常利益	1,624	1,635	1,565	95.7%	96.4%
親会社株主に帰属する純利益	880	815	764	93.8%	86.8%

2017年3月期 第2四半期 主要数値の内容

● 2017年3月期 第2四半期実績の内容

■ 売上高231.6億円(前年同期比+0.9%)

- ・FC売上 115.3億円 (前年同期比 Δ 2.9%)
- ・グループ売上 347.0億円 (前年同期比 Δ 0.4%)

■ 売上総利益率67.1%(前年同期比+0.6%)

- ・調達コストの低減
- ・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

■ 営業利益率6.6%(前年同期比 Δ 0.3%)

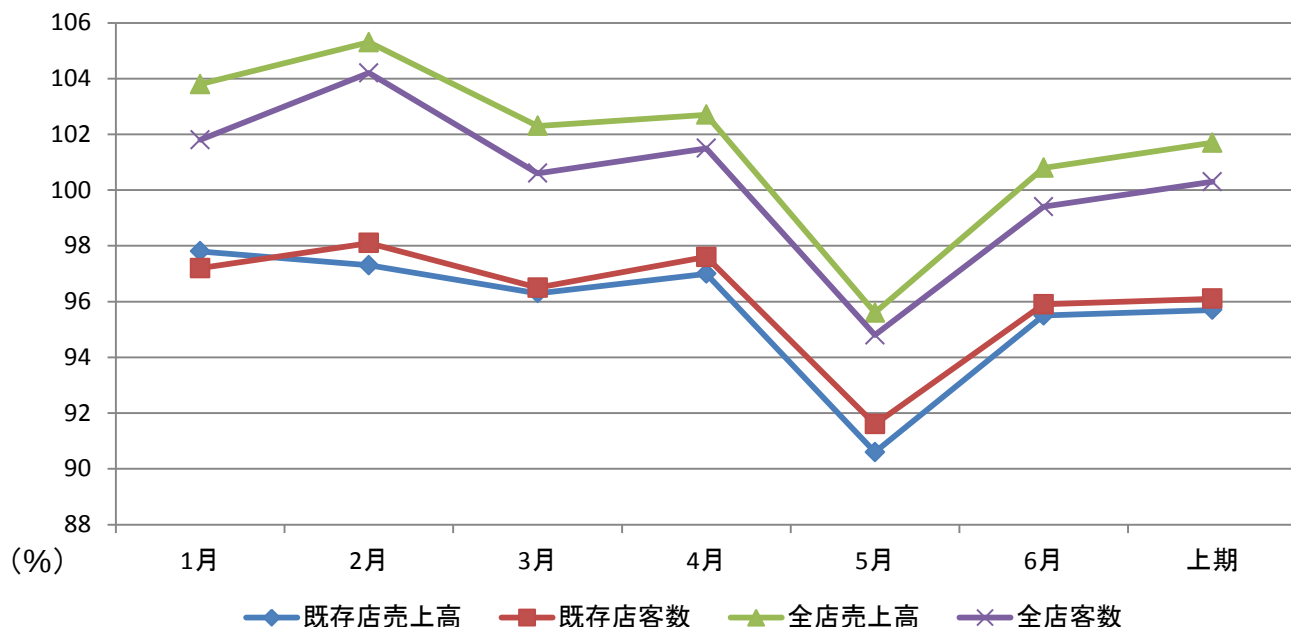
- ・新本社、新本店への移転費用を計上
- ・水道光熱費は削減なるも、直接人件費及び賃借料の上昇を吸収できず

■ 経常利益率6.8%(前年同期比 Δ 0.3%)

■ 純利益率3.3%(前年同期比 Δ 0.5%)

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



●既存店売上状況

- 1月: 中旬以降は寒波の影響で低温の日があるなどスロースタート
- 2月: うるう年ながら伸びず。既存店客単価が下落傾向に。本社移転
- 3月: 宴会昨年比97.6と伸びず。花見シーズンの前半に気温が下がりフリー客も伸びず。豊丸水産業態の昨対比は86.3となる。外食頻度を減らした傾向あり業界全体に厳しい環境となる
- 4月: 宴会は昨年比98.8と取りきれず。地震影響は熊本1店舗だが、九州フェアの仕入れが一部停止。節約志向の高まりで低価格志向へ
- 5月: 土曜日が前年より1日少なく、また後半にかけて雨天の日がやや多いことも響き既存店90.6となる。ゴールデンウィークは海外に流れたのか、昨年ほどファミリー層取りきれず。居酒屋業界全体的に客足が遠のいた
- 6月: 景気後退懸念あり消費税増税延期。節約志向は強まる

売上実績 2016年度	既存店(直営店:開店13ヶ月目から既存店)				全社(直営店全業態)			
	売上高	客数	客単価	既存店舗数	売上高	客数	客単価	店舗数
1月	97.8	97.2	100.6	378	103.8	101.8	102.0	421
2月	97.3	98.1	99.2	374	105.3	104.2	101.1	420
3月	96.3	96.5	99.8	367	102.3	100.6	101.7	414
4月	97.0	97.6	99.3	370	102.7	101.5	101.2	416
5月	90.6	91.6	98.9	377	95.6	94.8	100.8	418
6月	95.5	95.9	99.6	378	100.8	99.4	101.5	419
上期	95.7	96.1	99.6		101.7	100.3	101.4	

2017年3月期 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)

	2015年6月末	2016年6月末	2017年3月期 計画
直営店新規出店	12	16	48
FC店新規出店	4	1	3
直営店閉店	5	13	13
FC店閉店	8	9	12
直営店からFC店へ転換	7	5	21
FC店から直営店に転換	4	3	3

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

直営店純増数 / 店舗数	311	16 / 327	17
FC店純増数 / 店舗数	299	△10 / 289	9
コントラクト事業店純増数 / 店舗数	94	△2 / 92	—

2016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

■ 子会社を含む総店舗数は739店舗となりました

(単位:店)

業態名	2015年12月末			2016年6月末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	131	167	298	125	164	289	△6	△3	△9
さかなや道場（魚鮮水産含む）	117	55	172	133	52	185	16	△3	13
軍鶏農場	21	1	22	14	1	15	△7	—	△7
豊丸水産	48	1	49	40	1	41	△8	—	△8
やきとり さくら	—	—	—	8	—	8	8	—	8
こだわりやま・やきとり道場	1	36	37	1	37	38	—	1	1
その他（升屋・チムニー等）	8	35	43	6	34	40	△2	△1	△3
（コントラクト事業店舗）	94	—	94	92	—	92	△2	—	△2
合計	420	295	715	419	289	708	△1	△6	△7
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(2016年6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	11店
豊丸水産	8店
コントラクト	3店
合計	35店

大阪/京都/兵庫/
滋賀/奈良/和歌山

はなの舞	7店
さかなや道場	21店
軍鶏農場	4店
豊丸水産	8店
その他	1店
コントラクト	7店
合計	48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	14店
豊丸水産	2店
こだわりやま	9店
その他	1店
コントラクト	31店
合計	83店

神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	108店
さかなや道場	56店
軍鶏農場	6店
豊丸水産	14店
こだわりやま	8店
その他	10店
コントラクト	12店
合計	214店

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	12店
軍鶏農場	1店
豊丸水産	1店
コントラクト	18店
合計	36店

静岡/岐阜/愛知/三重

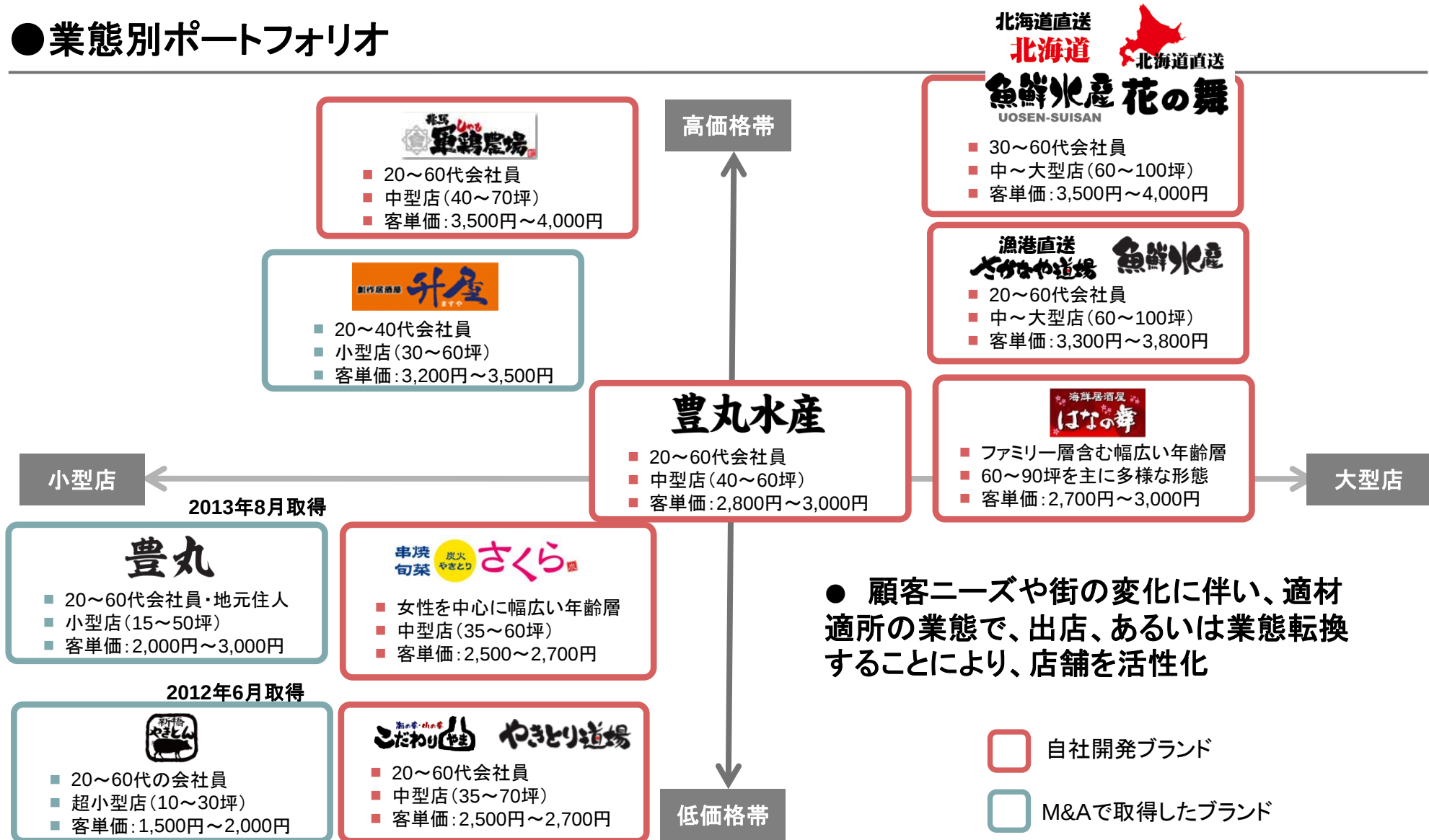
はなの舞	24店
さかなや道場	21店
軍鶏農場	4店
豊丸水産	8店
こだわりやま	2店
その他	2店
コントラクト	9店
合計	70店

はなの舞	88店
さかなや道場	39店
軍鶏農場	2店
豊丸水産	1店
こだわりのやま	25店
その他	23店
コントラクト	7店
合計	185店

■ 3月高知県に「龍馬 藁焼き
さかなや道場 高知帯屋町
店」をオープン。10月に徳島
県に出店予定。全都道府県
出店となる

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



2017年3月期 第2四半期 財務状況(バランスシート)

●財務状況

- 総資産275.4億円（前期末比△3.8億円）
- 負債131.5億円（前期末比△9.4億円）
- 純資産143.8億円（前期末比＋5.5億円）

単位(百万円)

	2015年12月期	2017年3月期 第2四半期末（連結）	前期末比
流動資産	8,284	8,181	△103
固定資産	19,645	19,358	△287
流動負債	9,860	7,755	△2,105
固定負債	4,242	5,404	1,162
純資産	13,826	14,381	555
総資産	27,929	27,540	△389

2017年3月期 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57.2億円。売掛金1.3億円およびFC債権0.7億円の減少は、主として前期末が金融機関休業日であったこと及び季節的影響

・のれん63.9億円。償却により2.4億円の減少

・有形固定資産の増加2.3億円は、主に新本社ならびに新本店

■ 負債の変動に関するポイント

・買掛金は、23.3億円減少により15.7億円

・借入金は、昨年末に一旦返済後、借換えにより20.2億円残高

・固定負債 その他の項目は、割賦債務等の減少により4.7億円の減少

■ 純資産の変動に関するポイント

・配当金の支払いは2.2億円

・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66.4億円

2017年3月期 第2四半期 キャッシュ・フローの状況

単位(百万円)

	2015年6月累計期間(連結)	2016年6月累計期間(連結)
営業活動によるキャッシュ・フロー	△535	△286
税金等調整前四半期純利益	1,577	1,443
減価償却費・のれん償却費	966	931
法人税等の支払	△831	△729
その他合計	△2,247	△1,931
投資活動によるキャッシュ・フロー	△803	△878
固定資産の取得による支出	△673	△856
その他合計	△129	△22
財務活動によるキャッシュ・フロー	△1,680	1,211
借入・割賦債務の収支等	△885	△1,406
自己株取得による支出及び処分収入	△173	26
配当金、その他の支出	△621	△220
現金及び現金同等物の増減額	△3,019	46
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四半期末残高	5,339	5,725

2017年3月期 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14.4億円、減価償却費6.9億円
- ・のれん償却費2.4億円、仕入債務の減少23.3億円

■ 投資活動によるキャッシュ・フロー

- ・固定資産の取得8.5億円、差入保証金1億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6.1億円
- ・配当金の支払い2.2億円

2016年度第4四半期累計および2017年3月期の業績予想(連結)

●2016年度第4四半期累計及び2017年3月期(15ヶ月)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
- 第4四半期累計(2016年1月1日から2016年12月31日)の連結業績予想と前年同期比は以下のとおり

単位(百万円)

項目	2015年12月期	2016年第4四半期 (12月) 累計	前年同期比 (%)	2017年3月期 (15ヶ月)
売上高	47,786	50,700	106.1	62,900
(グループ売上高)	(72,200)	(75,144)	(104.1)	(93,252)
売上総利益	31,703	33,930	107.0	42,170
販管費	28,073	30,110	107.3	37,460
営業利益	3,629	3,820	105.2	4,700
経常利益	3,702	3,815	103.0	4,700
親会社株主に帰属 する純利益	1,968	2,000	101.6	2,450

2016年度第4四半期累計および2017年3月期の業績予想の概要

●2016年度第4四半期累計および2017年3月期の業績予想のポイント

計画値	2016年1月～12月	2017年1月～3月
直営既存店売上	99.50%	101.00%
直営新規出店	45店	3店
FC新規出店	3店	－
直営閉店	10店	3店
FC閉店	10店	2店
直営⇒FC転換	17店	4店

■ 既存店過去実績

2015年度 99.6%、2014年度 99.4%、2013年度 95.7%、2012年度99.7%

●株主還元:配当予想

■ 2016年度(第9期)(15ヶ月決算)28.75円の予想

内訳は、第2四半期末配当 11.50円、期末配当(2016年7月～2017年3月) 17.25円

■ 配当性向実績は、2013年度26.6%、2014年度26.3%、2015年度22.2%

中期経営目標

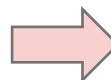
2018年に向けての中期経営目標

- 2018年1,000店舗・1,000億円を更新しながら、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
- M&A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

2015年度末実績 約750店舗・グループ売上720億円
(店舗数:直営420、FC295、全国715、子会社含むと747)



2018年度目標
1,000店舗・1,000億円へ拡大

●目標経営指標

- ROE 15%以上 (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 (2015年度 22.2%、2014年度 26.3%)
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% (2015年度 99.6%、2014年度 99.4%)
- 営業利益率 8.0% (2015年度 7.6%、2014年度 7.4%)

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本事業年度は、平成28年1月1日から平成29年3月31日までの15ヶ月の決算となります。それに伴い、株主優待制度の基準日を下記のとおり、本年度に限り年3回に変更いたします。

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30日	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)
2016年12月31日	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31日	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)



第2部: 今年度の施策と成長戦略

今年度の施策と成長戦略の進捗状況

今年度の2大重点項目、サービス力と商品力の更なる向上

● 営業力 : サービス力

- プロ化するお客様に満足いただく商品とおもてなしの提供
- スローガンであるPDCCの実行によるサービス力の強化



【チムニーが求めている姿】

美味しい料理をスピード提供

$$= \{ \text{素材} \times \text{温度} \times \text{時間} \} \times \text{技術} \\ + \{ \text{気づく力} \cdot \text{伝える力} \cdot \text{実行を継続する力} \}$$

◆ 「ありがとう」をいただくために

～ お客様へのお役立ち ～

- 気持ちよいお出迎え・お見送りできていますか？
- お料理のお勧め、説明はできていますか？
- ドリンクのお代わりのお勧めができてますか？
- お客様が困っていることに気づいてますか？
- 中間サービスはできていますか？

● 商品力 : 6次産業化・地産地消の深耕

- 漁業権・買参権の活用
- 中部飼料(株)との開発商品の拡大
- 大田市場チムニー(株)の設立による、
活魚・活貝・活イカの充実
- 店舗での活魚水槽の活用と、魚貝の廻り売り
- 羽田市場「超速鮮魚®」との連携
- 全国での鮮魚の調達先を100社に拡大



写真左) 広島小いわし水揚げ 右) 函館烏賊水揚げ

6次産業化の拡充：水産 ① 漁業権・漁船・買参権の活用

愛媛県八幡浜・島根県大田で漁業権を、島根県・新潟県で買参権を活用

●チムニーが【生産者】⇒【仲買】⇒【販売】 全ての役割を一気通貫して果たします

- 愛媛県八幡浜市で漁業権を活用し、しらす漁を実施。島根県大田では自社漁船を活用し、イカ釣り漁を実施
- 島根県の大田・大社市場で買参権を活用し、あんこうをはじめ豊富な魚種を入手
- 新潟県では、新潟地方卸売市場で買参権を活用し鮮魚を調達。バックキッチンで干物の製造

【生産者】

漁業権を活用し、近海で漁を行う
・島根県大田
・愛媛県八幡浜



【仲買】

買参権を活用し、買付け
・島根県大田大社
・新潟県



通常通る
荷受・仲卸を
スキップ

【販売】

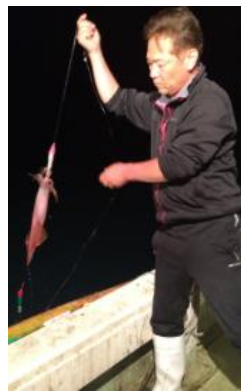
各店舗へ
・新鮮で季節の旬の魚を直送
・水揚げ量によって安価に仕入可能

<自社漁船 豊丸号>

<セリ>

<さかなや道場 東部曳舟駅前店>

<イカ漁>



6次産業化の拡充：水産 ② 羽田と大田のコラボ、大田市場チムニー(株)の設立

大田市場チムニー株式会社を子会社として設立。中心は活魚・活貝・活イカ

東京都大田区の東京都中央卸売市場内に3月に設立。8月より稼働開始

● 目的

- 全国各地からの水産物調達網のさらなる強化
- 関東エリアへの迅速な「活魚」「活貝」「活イカ」配送の構築

● 今後の施策

- 活魚を朝〆して当日中に店舗に配送
- イカの水槽を設備し、活イカをロケットに仕立て、生きたまま豊丸水産等の店舗に配送
- 羽田空港に近い地の利の良さを活用し、時短効率配送を目指す

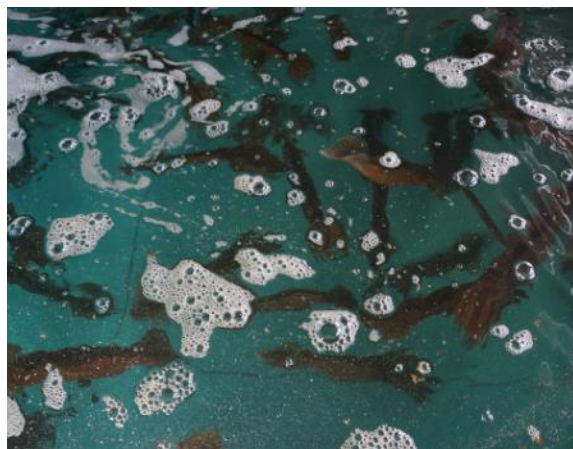


写真 左) 羽田空港(羽田空港HPより) 中央左)大田市場 中央右)鳥賊水槽 右)豊丸水産上野駅前通り店

6次産業化の拡充：水産 ③ 羽田と大田のコラボ、羽田市場「超速鮮魚®」の活用

羽田市場「超速鮮魚®」の活用で鮮魚メニューをパワーアップ

● 羽田市場「超速鮮魚®」(CSN地方創生ネットワーク株式会社)の活用

- 都心店舗では、今までにない鮮魚流通(羽田市場)を活用し、鮮度・魚種の追求がさらに充実
- 漁師が水揚げした当日(もしくは産地によっては翌日)に、店舗でお客様に提供することにより、まるで産地に行ったかのような鮮度の魚を、都心店舗で食べていただける
- 7月の「超速鮮魚」活用店舗は、都内中心に約150店舗
- 今後CSN地方創生ネットワーク(株)とのさらなる連携を強化

産地(漁師)
朝どれ・神経メなど工夫

空輸

羽田市場
(CSN地方創生ネット
ワーク(株))

配達

店舗

店舗

一般的には地方市場・中央
市場を通り、2~3日で到着
するところ

当日店舗に到着

(産地によっては翌日)



写真上)漁の様子 提供:CSN地方創生ネットワーク(株)

写真右上)さかなや道場 町屋店

右下)さかなや道場 東部曳舟駅前店

6次産業化の拡充：水産と畜産「本マグロの飼育」「全雄トラフグ」・卵・豚・鶏

中部飼料(株)との開発商品。飼料から始まる水産物・畜産物のこだわり育成

- 「本マグロ」: 獲る漁業から育てる漁業への転換を社会的責任と考え、大分県で畜養された本マグロを調達
- 中部チムニー株式会社を通じ、店舗での解体ショーに活用。年間目標1,300回。昨年実績1,328回
- 「全雄トラフグ」: 中部飼料株式会社の独自技術により、雄のみのとらふぐ生産に成功
- 雄の珍味で高価な白子を「焼き」や「天ぷら」で、身は「てっさ」「てっちり」「唐揚げ」として、九州地区にて販売
- 「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3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

右)「いもぶた」・「こだわり卵」資料。提供中部飼料(株)

6次産業化の拡充：農業

明日葉(八丈島)の生産・商品化連携と「チムニー農園」での自社生産の継続

●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、エア一便を使ってチムニーが直接調達
- 直接調達により、農家自身が、お客様ニーズを実感されたことにより明日葉の価値を再認識。今後生産を拡大させようと意欲的に計画いただき、当社との協力関係を更に強化

●チムニー農園(提携農場)での自社向け生産の継続的取り組み

- 水菜・ベビーリーフ、サニーレタス、モロヘイヤに加え、赤水菜の生産を追加

写真 左)明日葉の生産者さんと畑



中央)明日葉の生育状況



右)明日葉の天ぷら



6次産業化の拡充：オリジナル日本酒「彩の雫」

チムニーオリジナルの日本酒「彩の雫」を製造

- 6次産業化推進の一環として、日本酒の醸造を依頼し、オリジナル日本酒を製造
- 埼玉県の農家が、「生き田んぼを広げよう」をモットーに無農薬・無化学肥料・除草剤を使わず、自然に近い環境で「コシヒカリ」米を栽培
- チムニーが、酒質の設計から、ラベルデザインまでを考案
- 埼玉の日本酒蔵「文楽酒造」で醸造
- チムニーオリジナル「彩の雫」200本を製造
- 埼玉県内の店舗中心に販売し、完売
- 鹿児島の芋焼酎、静岡の日本酒に次ぐ第3弾



写真 左)チムニーオリジナル「彩の雫」
下)今秋に向けて田植えに参加



写真)チムニー社員が醸造である、洗米・蒸し米・モロミの仕込み・上槽に参加



6次産業化の拡充：2次産業の加工における業容拡大

バックキッチン：漁業権・買参権を活用した商材をバックキッチンで加工で付加価値アップ

- 6次産業の過程：仕入れ⇒バックキッチンで干物・煮魚・西京焼きを製造⇒各店舗で最終調理
- 1次産業：愛媛県八幡浜や島根県大田での漁業権と、JF島根やJF新潟の買参権を活用し、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や煮魚や西京焼きに加工
- 3次産業：店舗のメニューや株主様用優待品として提供

新潟漁港等で当社バイヤーの倉本が、買参権を活用し、厳選した魚を仕入れます



バックキッチンで一尾ずつ丁寧にさばっていきます



当社オリジナル西京味噌に一枚一枚付け込んでいきます



各店舗に届けられ、お店で最終調理を行い、お客様に提供いたします

はなの舞グランドメニュー
「新潟漁港直送鮮魚の西京焼き」



物流の再構築 : 2拠点から3拠点へ大きく変更

物流を関東・関西・九州の3拠点到

- コスト・スピード・精度の向上のため、物流を3拠点到に再構築。今後の店舗数増にも対応

1. 埼玉物流センター 2. 関西六甲物流センター 3. 九州物流センター

関東1、関西1 ⇒ 関東1、関西1、福岡1の3拠点到に整備

- 関東: 埼玉物流センター

- 埼玉県さいたま市
- 配送エリアは、関東甲信越・東北・北陸・東海・長野

- 関西以西: 1か所⇒2か所へ大きな転換

1. 関西六甲物流センター(新規)

- 兵庫県神戸市東灘区
- 配送エリアは、近畿・岡山・鳥取・四国・中部・北陸

2. 九州物流センター(新規)

- 福岡県糟屋郡
- 配送エリアは、九州・山口・広島・山陰

- 北海道は道内、沖縄県は県内で対応



イラスト 上) 関西六甲物流センター 下) 九州物流センター

出店計画：地産地消とともに、地産外消を踏まえたドミナント出店

地元の食材をいかに活用するかを戦略としたドミナント出店

● 2地域の強化出店。関越自動車道地域と中国山陰山陽地域

■ 物流ルートの整備・充実を意識した店舗展開により、効率的配送を実現

1. 関越自動車道のルート沿線の出店計画

新潟の買参権を活用し仕入れた日本海沿岸の魚を、関東圏の店舗および、新潟～群馬～埼玉ルート上の店舗で販売できるよう整備

2. 中国地方は下関で結ぶ、山陽道・山陰道ルートを継続出店中

- ・ 山陰ルートは、鳥取駅前、倉吉、米子、松江、出雲、浜田
- ・ 山陽ルートは、垂水、西明石、東加古川、姫路、飾磨(しかま)、赤穂、岡山、倉敷、福山、三原、呉、海田市、可部(かべ)、広島、広島駅前、廿日市(はつかいち)、五日市、大竹、柳井、岩国、徳山、防府、湯田温泉2店舗、新山口、宇部新川、新下関

関越自動車道ルート 出所)マピオン



山陰・山陽道の当社店舗図

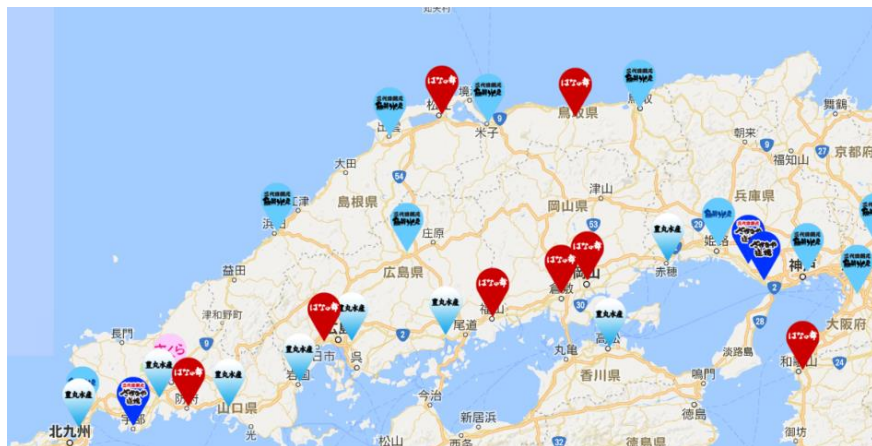


写真 左)三代目網元 さかなや道場 広電廿日市駅前店

右)串焼・旬菜 炭火やきとり さくら 湯田温泉店



専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ ①

新業態「串焼・旬菜 炭火やきとり さくら」 ①

- 国産鶏を店内で串打ちし、国産備長炭でふっくら焼き上げるのが特徴
- 素材である肉にこだわり、地域にあわせ最適な国産鶏を使用
当社が厳選した鶏のひとつ、鹿児島県産「桜島どり」の特徴
 1. ミネラル豊富な天然地下水と植物性主体のオリジナル飼料で丁寧に飼育
 2. 皮が薄くてしっとりとした歯ざわりと、ジューシーな味わいが特徴
 3. チルドのまま店舗へ納品し、店舗で串打ちをした商品を中心に提供
- 焼きのこだわり、土佐備長炭を使用
 1. 温暖な地方の海岸部から山の斜面に生える「うばめがし」が灰材
 2. 高知県の製炭土が製造
 3. 高温で食材そのものを発熱させるので、鶏の甘味が凝縮倍増
- 味付けのこだわり
 1. 焼き塩には高知県室戸の海洋深層水100%の自然塩を使用
海水中のミネラルバランスを壊さず豊かな栄養を含有
 2. 健康志向のもと、あえて塩味は薄味に
お好みで卓上の3種類の塩（桜花塩・長崎の花藻焼塩・室戸の海洋深層水塩）を楽しんでいただいています
 3. 当社オリジナルのたれは、本醸造醤油100%に、鶏ガラオイルの旨味とインド産マンゴーが溶け込んだ味わい深く風味豊かな特性



写真（上から）桜島どりの生育風景（中段）店内で炭火焼（下）ももネギ間串

専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ ②

新業態「串焼・旬菜 炭火やきとり さくら」 ②

■ ドリンクのこだわり

- 1.生ビール中ジョッキ290円のお手軽価格
サワー・ハイボールも290円から品揃え
- 2.女性好みのカクテルを充実
- 3.日本酒・焼酎も豊富にラインナップ

● さくら業態の出店状況

- 3月11日に1号店として土浦駅前店をオープン。7月末現在で11店舗を展開
- 今年度30店舗展開を目標に掲げ、将来的には200店舗の旗艦ブランドに育てる予定



写真) カクテル各種



写真) 田原町店 外観



木場店 内観



上州しゃも つくね たれ(玉子付き)

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

●社内学校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

■ 5月から「天ぷらマイスター」を新しく設け、6種類のマイスター認定制度となる

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

■ 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



ABC全国大会を開催。今回は「業態の目玉となる商品」「地域特性を活かした料理」をテーマに、調理技術とメニュー開発力を競った



「天ぷらマイスター」を5月に新設



上級者には更なる成長のチャンスとなる「ふぐマイスター」

外食と酒販の連携。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

● 商品ラインナップの充実

- 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
- 「夏元気祭り 第2弾」(7月21日から8月21日のフェアメニュー)に、ニュージーランド産の新酒「バンチズヌーボー」を導入。シナジー効果により、グラス390円のお手軽価格で店舗提供
- 雪の松島(大和蔵酒造)の直接取引による販促強化。牡蠣業態に合わせて、「雪の松島 牡蠣詠え」のプライベートブランドを製造
- BYO(Bring Your Own)やまやの店舗からチムニーのお店へ。酒販と外食の連携を現在9店舗で実施

● 取引量の拡大

- 取引額の拡大。対やまやは147%、やまや商流307%、大和蔵酒造136%(前年同期比)

● 創客の協働

- やまやがスポンサー契約をしている、「VEGALTA SENDAI」のホームゲーム時に、チムニー店舗への来店誘致を実施。試合当日、スタジアム大型ビジョンで宣伝

左)「夏元気祭り 第2弾」チラシ 右)「雪の松島牡蠣詠え」



「VEGALTA SENDAI」ホームゲームでの告知

販売促進企画：既存店売上向上に向けた取組み

1～6月の既存店売上に対する改善策

●既存店売上が低調な豊丸水産業態の改善策、入りやすい、リピートしやすい店づくり

- メニュー変更：浜焼きメニューを減少し、刺身や串などの食べやすいメニューを追加
- 客単価の見直し：平均客単価3,400円を、リピートしやすい2,800～3,000円の価格帯へ導く
- 業態転換：好まれるメニュー分析の結果、「さかなや道場」や「炭火やきとり さくら」業態に転換

●消費動向の変化に伴う、1皿あたり単価の見直し

- 消費動向の変化への対応：足元の個人消費のモメンタムは弱まり、昨年の贅沢嗜好には一服感。より価格に対してシビアなお客様の要求に対応し、価格のバリエーションを拡大
- グループ人数の少数化：1人、2人など少人数の来店客数の増加。1人でも食べ切れるサイズを導入

写真左)豊丸水産 上野駅前通り店 中央)豊丸水産から業態転換した「さくら 鶴間東口店」 右)刺身などメニューのバリエーションを広げる豊丸水産



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

- 1～6月の訪日客数は前年同期比28.2%の1,171万人（日本政府観光局）
- 昨年より伸び率は穏やかになるものの、引き続き、ツアー・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

写真左)「両国 八百八町 江戸東京博物館前店」外観



右)イベントの一つ、阿波踊りで盛り上がる客席



新本店を3月にオープン

新本店「両国八百八町 花の舞 江戸東京博物館前店」を3月にオープン

- 3月8日約150席、4月1日約500席でオープン
- 相撲協会監修の土俵を設置し、江戸をモチーフにした店舗
- 「江戸東京博物館」・今年11月オープン予定の「すみだ北斎美術館」・計画中の「刀剣博物館」と、3つの江戸文化の博物館に囲まれ、両国国技館にも近いロケーション
- 和食と伝統文化を、国内外のお客様に楽しんでいただける旗艦店舗として順調な滑り出し
- 4～6月の3か月間で、約25,000人のインバウンドと修学旅行が来客



(左) 新本店 外観 (右上) 店内 (右下) 周辺地図

CHANGE & BUILDによる、FCビジネスの強化

FCオーナーとも業態転換・リニューアルで共存共栄を促進

●FCオーナーとの共存共栄

- 30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
- 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

●業態転換は、直営・FC共通の取り組み

- 福島県白河市の同地区には、「はなの舞」が2店舗存在したため、白河店を「はなの舞」から「こだわりやま」に転換。より多くのお客様にご利用いただくため、一方は「海鮮」一方は「串焼き」を一灯として差別化。「はなの舞 新白河駅東口店」とともに更なる向上を目指します



写真「こだわりやま 白河店」5月

●社内独立支援

- 独立を目指し入社する社員の夢を実現するための社内独立支援
- 7月末現在で44名の元当社社員が当社の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



写真上2枚)「さかなや道場 大網白里店」6月 下)「はなの舞 潮見駅前店」6月

●改装後、売上アップに成功

- 昨年6月改装オープンで、店内を大幅に明るいイメージに一新
- まぐろの解体ショーや店頭縁日を開催し、お子様から大人まで楽しめる店舗となり、前年対比133.5%の売り上げを達成



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

- 2016年6月末17店舗

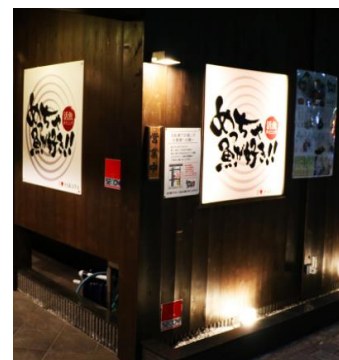
写真下)新橋やきとん溜池山王店



◆ 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
- 4月に「活魚ダイニングめっちゃ魚が好き！！武庫之荘店」がオープン。6月末で14店舗

写真左)外観・右)店内の活魚水槽



◆ 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

- 現在4店舗



◆ 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



◆ 石窯ピザ

Manten

ときわ台店

7月1日オープン

- 本格石窯ピザと世界のワインが楽しめる店



CSR活動への取り組み

CSR活動への新たな取り組み

● 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

● 熊本地震被災者の方々への義援金寄託

- 平成28年4月14日に発生した熊本地震によって被害を受けられた方々に心よりお見舞い申し上げます。被害を受けられた方々にお役立ていただくため、義援金を寄託いたしました
- 寄託先: 熊本県「熊本地震義援金」
- 内容及び金額: 当社およびFCオーナー様と連携し、直営店舗およびFC店舗における「春の九州フェア」での売上金の一部を含めた4,000,000円



(写真) 熊本県健康福祉部の古閑陽一部長に目録をお渡しする、当社中国・九州事業部の大屋部長と、「三代目網元 魚鮮水産 熊本下通店」の園田店長

● 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



左) 国境なき医師団の当社ポスター

下写真) ABCお料理教室

● 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



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。