2020年3月期 第2四半期 決算説明資料



チム二一株式会社 2019年12月



第1部:2020年3月期 第2四半期業績

2020年3月期 第2四半期実績

●2020年3月期 第2四半期実績(連結)

※連結子会社

■ 売上高 213.5億円 (前年同期比 △4.7%)

・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

■ グループ売上 317.9億円 (前年同期比 △5.0%)

■ 営業利益 5.4億円 (前年同期比 △46.4%)

■ 親会社株主に帰属する純利益 1.7億円 (前年同期比 △59.6%)

単位(百万円)

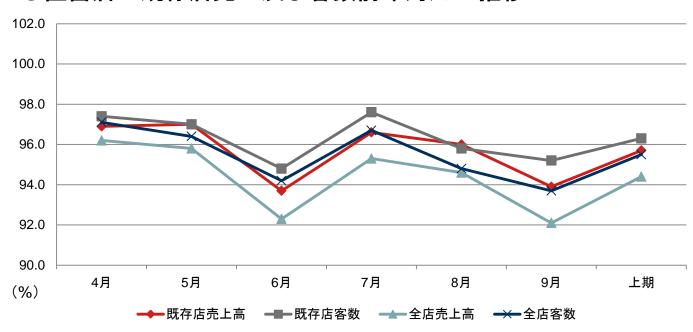
項目	2018年度 第2四半期 累計実績(連結)	2019年度 第2四半期 累計予想(連結)	2019年度 第2四半期 累計実績(連結)	予想比	前期同期比
売上高	22,413	21,400	21,355	99.8%	95.3%
(グループ売上高)	(33,481)	(31,770)	(31,798)	100.1%	95.0%
売上総利益	15,088	14,460	14,388	99.5%	95.4%
販管費	14,075	13,780	13,845	100.5%	98.4%
営業利益	1,012	680	543	79.9%	53.6%
経常利益	992	730	590	80.9%	59.5%
親会社株主に帰属 する純利益	421	230	170	74.0%	40.4%

2020年3月期 第2四半期 主要数値の内容

- 2020年3月期 第2四半期実績の内容
- 売上高213.5億円、前年同期比 △4.7%
 - ・直営店売上 17,709百万円となり、956百万円減少
- 売上総利益率 67.4%
 - 全体の原価率は、前年同期が32.68%であったのに対し、32.62%となり同水準
- 営業利益率 2.5%
 - ・販管費全体では、230百万円の減少。キャスト給与、賃借料、修繕費、消耗品費、 減価償却費などが減少、貸倒引当金繰入が増加
- 経常利益率 2.8%
 - ・営業外収益は前年同期に比し著増減ないが、 営業外費用は、支払補償費が71百万円減少(前年同期 74百万円)
- 純利益率 0.8%
 - •特別利益:受取補償金68百万円
 - ・特別損失:減損損失の計上は前年同期とほぼ同額の165百万円
- EBITDA 13.3億円

2020年3月期 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



売上実績	既存店(直営店全業態)			全社(直営店全業態)		
2019年度	売上高	客数	客単価	売上高	客数	客単価
4月	96.9	97.4	99.5	96.2	97.1	99.1
5月	97.0	97.0	99.9	95.8	96.4	99.4
6月	93.7	94.8	98.9	92.3	94.2	98.0
7月	96.6	97.6	99.0	95.3	96.7	98.6
8月	96.0	95.8	100.2	94.6	94.8	99.8
9月	93.9	95.2	98.6	92.1	93.7	98.3
上期	95.7	96.3	99.4	94.4	95.5	98.9

●既存店売上状況

- 4月:令和の時代への幕開けを祝い、「めでたい御馳走フェア」を実施。10連休中の業績は好調だったが、前半の不足分を取り戻すことができず、前年を下回る。
- 5月:10連休中は天候にも恵まれ既存店103%で推移したが、連休明けの反動が想定以上に大きく、客数回復に至らず。
- 6月:初の試みとして肉に特化した「肉まつり」を実施したが、金曜日が前年同月より1日少なかったことや月末の天候不順等により前年を大きく下回る。
- 7月:フェアメニュー「夏元気祭」を実施も、九州豪雨、台風等により売上高 96.6となる。
- 8月:8月22日より「35周年創業祭第 2弾」を実施するも、前半の猛暑による 客数不足分を補うに至らず。
- 9月:大型台風の本州上陸や10月からの増税を控えた消費マインドの冷え込み等により計画に届かず。

2020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)

	2019年3月末	2019年9月末	2020年3月末計画 (修正時点)
直営店新規出店	1 9 (内事業譲受1店)	4	1 0
FC店新規出店	2	2	2
直営店閉店	1 3	9	1 9
FC店閉店	1 5	1 2	1 9
直営店からFC店へ転換	1 2	3	8
FC店から直営店に転換	4	4	4
コントラクト事業店新規出店	2	_	_
コントラクト事業店閉店	_	_	_
直営店純増減数 / 店舗数	Δ2 /346	Δ4 / 342	Δ13 / 333
FC店純増減数 / 店舗数	Δ5 /274	Δ11 / 263	Δ13 / 261
コントラクト事業店純増減数 / 店舗数	2 / 93	0 / 93	0 / 93

2019年9月末 業態別店舗数の推移

■ 子会社を含む総店舗数は733店舗となりました

(単位:店)

(羊位.冶)									
业 能 <i>反</i>	2019年3月末		2019年9月末		増減				
業態名	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	122	144	266	116	137	253	Δ6	△7	Δ13
さかなや道場(魚鮮水産含む)	151	59	210	146	57	203	△5	△2	△7
軍鶏農場	9	1	10	9	0	9		Δ1	Δ1
豊丸水産	20	2	22	20	1	21		Δ1	Δ1
やきとり さくら	12	2	14	11	3	14	Δ1	1	
こだわりやま・やきとり道場	1	32	33	2	32	34	1	_	1
その他(升屋・チムニー等)	31	34	65	38	33	71	7	Δ1	6
(コントラクト事業店舗)	93		93	93		93	l		
合計	439	274	713	435	263	698	△4	Δ11	△15
グループ店舗「めっちゃ魚が好き株式会社」 「株式会社紅フーズコーポレーション」 「花の舞 ハノイ」	35	_	35	35	_	35	_	_	_

2019年9月末 地域別店舗数

●地域別店舗数 (2019年9月末現在)

中国

鳥取/島根/岡山/ 広島/山口

はなの舞 12店 さかなや道場 17店 豊丸水産 8店 こだわりやま 1店 その他 3店 コントラクト 3店 合計 44店

関西

大阪/京都/兵庫/ 滋賀/奈良/和歌山

はなの舞 10店 さかなや道場 18店 さくら 1店 軍鶏農場 1店 4店 豊丸水産 2店 その他 コントラクト 7店 合計 43店

甲信越•北陸

新潟/山梨/長野/ 富山/石川/福井

はなの舞 16店 さかなや道場 10店 さくら 1店 こだわりやま 1店 その他 4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 さかなや道場 豊丸水産 こだわりやま その他 コントラクト 合計 20店 20店 2店 31店 31店 89店

関東

神奈川/埼玉/千葉/ 茨城/栃木/群馬

97店 はなの舞 59店 さかなや道場 5店 軍鶏農場 5店 豊丸水産 9店 さくら 3店 こだわりやま 13店 その他 13店 コントラクト 204店 合計

四国•九州•沖縄

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 4店 さかなや道場 15店 豊丸水産 1店 こだわりやま 1店 その他 2店 コントラクト 18店 合計 41店



静岡/岐阜/愛知/三重 はなの舞 23店 さかなや道場 25店 さくら 1店 こだわりやま 1店 その他 9店 コントラクト 9店 合計 68店

東京

はなの舞 70店 さかなや道場 39店 軍鶏農場 3店 1店 豊丸水産 さくら 2店 こだわりやま 15店 その他 35店 コントラクト 7店 合計 172店

CHANGE & BUILDによる、業態開発と適材適所の店舗展開

●業態ポートフォリオ

Vionys

2017年4月取得

- 超小型店(15~20坪)
- 客単価:10,000円~20,000円

DEICHIBA

2018年11月取得

■ 小型店(30坪)

小型店

■ 客単価:2.000円~3.000円

- 中型店(40~70坪)
- 客単価:3,500円~4,000円

2012年2月取得



- 小型店(30~60坪)
- 客単価:3,200円~3,500円

2019年12月取得

- 中型店(20坪~60坪)
- 客単価:2.500円~3.000円

豊丸水産

- 中型店(40~60坪)
- 客単価:2.800円~3.000円

2012年6月取得



- 超小型店(10~30坪)
- 客単価:1.500円~2.000円

2013年8月取得

- 小型店(15~50坪)
- 客単価:2,000円~3,000円

串焼機火むさくらぬ

- 中型店(35~60坪)
- 客単価:2,500~2,700円

66 cafe 2017年12月 取得

- 小型店(10~50坪)
- 客単価:1,000円~2,000円

12!そうだ

- 中型店(40~50坪)
- 客単価:1,000円~2,000円

こだわり やきとり道場

- 中型店(35~70坪)
- 客単価:2,500円~2,700円

北海道

- 北海道直送

花の舞

高価格帯

- 中~大型店(60~100坪)
- 客単価:3,500円~4,000円

多大海峡 影影やなかべ

- 中~大型店(60~100坪)
- 客単価:3,300円~3,800円

はなの種

- 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

顧客ニーズや街の変化に伴い、 適材適所の業態で、出店あるいは業 態転換することにより、店舗を活性化 させる

自社開発ブランド

M&Aで取得したブランド

低価格帯

2020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 259.5億円 (前期末比 △ 21.9億円)
- 負債 86.0億円 (前期末比 △ 21.5億円)
- 純資産 173.5億円 (前期末比 △ 0.4億円)

単位(百万円)

	2019年3月期	2020年3月期 第2四半期末	前期末比
流動資産	9,608	7,960	△1,648
固定資産	18,538	17,992	△546
流動負債	7,325	5,522	△1,802
固定負債	3,425	3,077	∆348
純資産	17,395	17,352	∆43
総資産	28,146	25,952	Δ2,194

2020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(昨年度末である2019年3月末との比較)
- 資産の変動に関するポイント
 - 前連結会計年度末と比べて 21.9億円減少し、259.5億円
 - ・主な要因は、現金及び預金が12億円減少、有形固定資産及び無形固定資産が 6.0億円減少
- 負債の変動に関するポイント
 - -前連結会計年度末と比べて 21.5億円減少し、86.0億円
 - ・主な要因は、買掛金が15.2億円、未払金が6.1億円、有利子負債が3.5億円それぞれ減少
- 純資産の変動に関するポイント
 - -前連結会計年度末と比べて 0.4億円減少し、173.5億円
 - ・配当金の支払い 2.2億円
 - ・利益剰余金は、当第2四半期累計期間の業績により 1.7億円増加

2020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)	2018年9月期末	2019年9月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,466	∆381
税金等調整前四半期純利益	831	473
減価償却費・のれん償却費	796	740
法人税等の支払	△905	∆339
その他合計	744	△1,256
投資活動によるキャッシュ・フロー	△654	△241
固定資産の取得・売却・除却による支出入	∆614	∆281
関係会社出資金の払込による支出	△50	
その他合計	10	40
財務活動によるキャッシュ・フロー	∆728	△577
借入、割賦債務、リース債務の返済	△508	∆369
自己株取得による支出及び処分による収入		12
配当金、その他の支出	△220	Δ220
現金及び現金同等物の増減額	83	△1,200
現金及び現金同等物の期首残高	7,880	7,193
現金及び現金同等物の期末残高	7,963	5,992

2020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
- 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 4.7億円、減価償却費 4.9億円、のれん償却額 2.4億円、 仕入債務 15.2億円、未払金 6.4億円、法人税等の支払 3.3億円
- 投資活動によるキャッシュ・フロー
 - ・固定資産の取得による支出 2.5億円
- 財務活動によるキャッシュ・フロー
 - ・長期借入金の返済による支出 2.2億円、配当金の支払額 2.2億円、 割賦・リース債務の返済による支出 1.3億円

2019年度 業績予想(連結)

●2020年3月期の業績予想

■ 第2四半期累計期間の業績の動向を踏まえ、5月9日に公表いたしました2020年3月期通期予想を、 9月13日に修正いたしました

単位(百万円)

項目	2019年3月期	2020年3月期 (5月9日公表予想)	2020年3月期 (9月13日修正後予想)	修正後予算対 前年同期比
売上高	45,685	46,250	44,200	96.7%
(グループ売上高)	(68,114)	(68,361)	(65,474)	96.1%
売上総利益	30,735	31,220	29,800	97.0%
販管費	28,278	28,580	27,800	98.3%
営業利益	2,457	2,640	2,000	81.4%
経常利益	2,505	2,710	2,100	83.8%
親会社株主に 帰属する純利益	1,205	1,215	700	58.0%

2019年度の業績予想の概要

●2019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	Ave98.5%(下期)	Ave98.5%(下期)	100%
新規出店	+10店	+2店	_
閉店	△19店	△19店	_
直営⇒FC転換/FC⇒直営転換	△8店舗 / +4店舗	+8店舗 / △4店舗	_
純増減店舗数	△13店	△13店	_

◆ 既存店過去実績

	2019年(上期)	2018年度	2017年度	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度
既存店売上(%)	95.7	95.5	96.6	95.5	99.6	99.4	95.7

●株主還元:配当予想

◆ 2019年度年間配当 23.00円、配当性向 63.1%の予想(業績予想修正後)

内訳は、第2四半期末配当 11.50円、期末配当 11.50円

	2018年度	2017年度	2016年度	2015年度	2014年度	2013年度
配当性向実績 (%)	36.6	26.8	26.4	22.2	26.3	26.6

株式の取得による子会社の増加

●株式の取得による子会社の増加

2019年11月7日開催の取締役会にて、株式会社シーズライフの全株式を取得して子会社化することを決議し、2019年12月1日に株式を取得しました。

株式会社シーズライフは、東京関東圏を中心に、焼肉店10店舗、居酒屋1店舗を運営しています。お客様の肉の嗜好性の高まりと食事需要に対し、焼肉業態を運営する株式会社シーズライフを当社グループに迎え入れ、多店舗展開を図ってまいります。

当該株式取得により、株式会社シーズライフは、当社の連結子会社となる予定です。

- 1. 株式会社シーズライフの概要
- (1)名称:株式会社シーズライフ
- (2)所在地:東京都渋谷区広尾1-11-2 アイオス広尾ビル702
- (3)代表者:代表取締役 江口友幸
- (4)事業内容:飲食店の経営
- (5)資本金:900万円
- (6) 設立年月日: 2011年8月
- 2. 株式取得の相手方(持株比率) : 江口友幸(100%)
- 3. 株式の取得日 : 2019年12月1日

株主還元

●株主優待の充実

◆ BtoCビジネスの拡充として、株主様が当社店舗の最大のリピーター客・サポーター客となっていただけるよう、また当社商品を体験いただけるよう株主様向け優待を充実しております

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
2019年3月末-2019年9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)















第2部:2020年3月期の施策と成長戦略

チムニー復活へ何をすべきか

<u>目の前のお客様を大切に、お客様に満足いただける商品とサービスが提供できるよう、</u> <u>居酒屋業態の再構築を図る</u>

- ●サービスカの向上。「ストップ・ザ・モーション&スマイル」の徹底。目指すものは「居酒屋の心」
- 接客コンテストの実施
- > ES調査の継続実施。お客様満足は、従業員満足より
- ●組織変更。当社をとりまく厳しい環境に対応するための組織改革
- 商品企画·開発の強化を図るため、商品部内に商品企画担当を設置
- ▶ 人財の採用・教育・訓練を一元化するために新たに人財教育担当を設置 「人事部」「グローバル人財開発部」「人財教育採用部」の3部が「店舗活性部」と共に協働 「社内研修校ABCアカデミー」での教育・「教育母店」でのOJT個別指導で、教育・育成を強化
- ▶ 一本化された直営組織と新設の営業推進部が連携し、調理力・接客サービスカの向上を目指す
- 課題店舗の早期改善を目的に店舗活性部を社長直轄とする
- ●販売戦略の見直し
 - ① 1人単価と組単価 ② 冷凍からチルドへ
 - ③ 飲から食へ。焼肉「牛星」、66洋食事業部、「BEADS DINER」など食事業態
 - 4 From Office から From Homeへ

6次産業化の深耕 : 水産商品の充実

- ●中部飼料本マグロの提供
- ◆ 獲る漁業から育てる漁業の転換を社会的責任と考え、大分県佐伯市沖にて畜養された本マグロを調達
- ◆ チムニーと中部飼料で共同開発した飼料で育て、深いコクと とろけるような甘みが自慢のマグロです
- ◆ 創業35周年祭(8月22日~9月26日)の主力商品として提供
- ◆ 4月~10月累計562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

- ●活魚の継続提供と熟成魚の取り組み
- ◆ 店内に活魚水槽を設置。お客様のオーダーを頂いてから鯵を捌き提供活鯵の4~10月累計調達量353,000尾
- ◆「熟成魚 うらら 渋谷宮益坂店」を皮切り に、熟成魚の取り組みを拡大



写真左)社員研修でのマグロ水揚げ



(中央)創業祭 まぐろの刺身



(右)鯵の新鮮姿造り

業態開発 : 地元文化と地元料理を楽しんでいただく店舗作り

増毛漁港 遠藤水産業態。地産地消・地産全消・地産店消への取り組み

- ●「北海道 增毛漁港直送 遠藤水産 JR新札幌店」
- ◆「魚鮮水産すすきの店」が北海道増毛町推奨認定店 舗に承認いただいて以来、増毛町「遠藤水産」業態が 成功し、北海道内で7店舗展開。11月1日オープン
- ●「北海道 増毛漁港 遠藤水産 新宿西口 パレット店」
- ◆ 東京・新宿駅徒歩1分の好立地に7月1日オープン。北海道食材を全国へ広めるための第一歩









写真 (左)「遠藤水産 JR新札幌店」(中央上)ズワイガニ姿造り (中央下)活ホタテ

(右)「遠藤水産 新宿西ロパレット店」

業態開発 : 地元文化と地元料理を楽しんでいただく店舗作り

- 「八丈島 さかなや道場 新小岩店」
- ◆ 東京から一番近い南国の島国、八丈島の美味しいものを取り揃えた店舗





◆ 八丈島の名物「島ずし」(下) 鮮魚を使った、八丈島の代表的な 郷土料理です。新鮮な魚を醤油漬 けにして握る寿司は、そのつやや かな色合いから「べっこうずし」と 呼ばれることも。酢飯はやや甘く、 ワサビの代わりに練からしを使う のが特徴です







写真 (左上)明日葉サラダ (左下)明日葉の生産者さん (中央上)くさや (中央下)くさやの加工者さん (右下)島ずし

業態開発: 専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ

お客様に来店いただきやすい業態を拡大

- ●「串カツ餃子酒場 上大岡店」
- ぱいに広がる肉汁餃子などクセになる味です







写真 (上)店舗外観 (下左)ジャンボ餃子(下右)串カツ14本盛り

- ●「BEADS DINER pancake & pasta 浅草橋店]
- ◆ 種類豊富な串カツと、ジューシーな肉汁が口いっ
 ◆ 生パスタにふわふわパンケーキ、たっぷりチーズが とろけだすシカゴピザがお薦めです







(上)「店舗外観 (下左)ハニーナッツパンケーキ (下右)シカゴピザ

業態開発: 専門店かつ手ごろな価格帯へのチャレンジ

お客様にご来店いただきやすい業態を拡大

- 「生ラム ジンギスカン酒場 名古屋伏見店」
- ◆ 生ラムはオーストラリアやニュージーランドの生ラムを使用。臭みがなく、高タンパク質・低脂肪でヘルシーなお肉が男女問わずお薦めです
- ●「酒・肴・肉 静岡劇場 静岡御幸町店」
- ◆ ご当地グルメの静岡おでんなど、静岡名物の 美味しいものをリーズナブルな価格で提供













写真 (左)店舗外観 (右上)ラム4点盛合せ (右下)ラムチョップ

写真 (左)店舗外観 (右上)静岡おでん (右下)貝3種盛合わせ

販売促進企画: フェアの開催、忘年会コース、おせちの販売

- 年間を通して、お客様に旬のメニューをご賞味いただくメニュー企画
- ◆ グランドメニュー年2回 ・宴会メニュー年2回(各業態毎)、フェアメニュー 年8回 ・店舗の当日手書きお薦めメニュー
- ◆ お客様の少人数化に対応し、個々のお客様のニーズにあった商品のお薦め
- 忘年会は、豪華鍋でキメる!和牛肉鍋コースとフカヒレ海鮮鍋コースをご用意







(写真左)和牛肉鍋コース (中央)フカヒレ海鮮鍋コース (右)おせち 三段重

販売促進企画 : お客様の利便性アップへの取り組み

- ホームページの刷新
- ◆ お客様が、外出先から、スマホで、店舗検索・チムニー情報を取得しやすくできるホームページにリニューアル
- ◆ 来年春をめどにCMSを構築し、店舗検索の精度 アップやお客様情報の活用を通じ、お客様とチム ニー店舗をより早くスムーズにつなげます
- アプリの導入
- ◆ チムニー公式アプリがまもなくスタート予定
- スマホ決済サービスを積極導入
- ◆ PayPay、LINE Pay、d払い、楽天ペイ、支付宝 (アリペイ)、WeChatPayが利用できます
- ◆ 2019年3月からスマホ決済サービスPayPayの導入がスタート。11月現在、全国332店舗でご利用いただくことが可能です
- ◆ スマホ決済あるいはキャッシュレス決済の導入拡大を通じ、お客様の利便性の向上、店舗運営のさらなる効率化を目指します



人財育成教育の充実: サービスカアップに向けて

人財教育の課外授業。漁業体験研修や接客コンテスト

● 山口県八島で漁業体験

◆ 山陽・四国事業部のメンバーが、山口県最南端の島、■ 八島にてサビキ釣りを体験。船頭は「はなの舞 柳 井駅前店」へ鮮魚納品いただいている地元の漁師さ ん。漁業体験をもとに、商品知識向上、調理技術向 上につなげています

●接客コンテスト

各エリア大会を勝ち抜いた社員・キャストが一同に集結。プライドと緊張感を持ちつつ、接客を競いました。他店のメンバーの交流の場ともなり、各自、さらなる目標が見つかりました







人財育成教育の充実:外国籍スタッフへの徹底教育体制

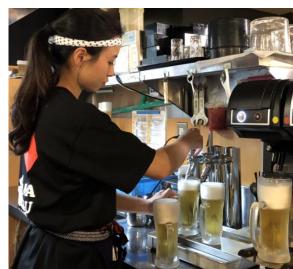
- ●「さかなや道場 御徒町研修センター店」「魚鮮水産八丁堀研修センター店」など全国に研修拠点を設置。 グローバル人財開発部社員が常駐し、内定者と来日まもないキャストの店舗研修を実施
- ●登録支援機関(19登002881) として、外国籍スタッフの生活支援や教育を行っています
- ●インターンシップ制度の導入。アジアの大学と親密なネットワークを構築し、在籍する現役大学生を受入れ
- ●同時翻訳・同時通訳。32名(11月末現在)の外国籍通訳担当者が、通訳・翻訳・教育に活躍しています
- ●特定技能外国人スタッフの受け入れ
- ●外国籍従業員の活躍の場の環境整備。外国籍キャスト: 776名 外国人キャスト比率 9.5% (10月末現在)国籍内訳:ベトナム435名、ネパール143名、中国113名
- ●人財育成の拠点として、ベトナム、ハノイのイオンモールロンビエンSC内に「花の舞」を2019年2月に出店



(写真左)「さかなや道場 御徒町研修センター店」



(中央・右)研修風景



FCオーナーとの共存共栄

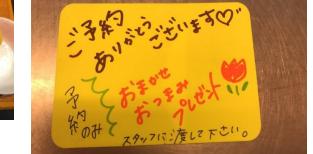
市場のニーズに応える店舗。お客様との接点を増やす行動

●お客様に食べて頂きたい食材・商品を、積極的に販売する。直営店舗の成功事例を、即、実践!

加盟店の調理長が自慢の一品を 周り売り販売にて、お客様へ提供







- ●FCオーナーが市場の顧客と共存共栄
- ◆ 顧客=生活者と捉え、食事需要への対応を推進。新しい取り組みとして もんじゃ焼きをメインとした「てっぱん居酒屋業態」をスタート
- ◆ 地産地消を強化。地元の地名を活かした「はなの舞業態」でリニューアル
- ◆ 食事需要・3世代対応を目指した「寿司と居酒屋業態」への業態転換
- ◆ 加盟店オーナーの後継者不在から、新たなオーナーでの再出発

寒い季節に「おでん」の周り売り販売 席予約の特典サービス お客様との接点(会話)のきっかけに









左から「てっぱん居酒屋ハナビ西大島店」「近江街道はなの舞 長浜店」「寿司と居酒屋 花の舞 京成小岩店」「はなの舞 平井南口店」

アライアンス: 株式会社つぼ八とのコラボレーション(2018年12月)

- つぼ八社(持分法適用関連会社)との取り組み
 - チムニーの強み 水産物の仕入れを最大限に 活かしたメニュー



■ つぼ八の強み肉メニューの良いところ



■ 新たな業態 「北海道の恵み つぼハ 浅草駅ビル店」





- ◆ 新たな業態「北海道の恵み つぼ八 浅草駅ビル店」が、6月13日リニューアルオープン。チムニー「北海道業態」と「つぼ八」メニューのコラボレーションで、北海道創業のつぼ八らしく、浅草にいながら北海道を堪能できるメニュー構成
- ◆ 全店改装、合同販促実施予定など、チムニーとの連携をスピードアップ

店舗売上規模	全店計	直営店舗売上	FC店舗売上
2019年4月~9月	7,147,740,616	1,775,082,848	5,372,657,768



アライアンス: 株式会社つぼハ、マルシェ株式会社

アライアンスを進めながら、強みを発揮できるよう協働

- ●株式会社つぼ八の34%を保有 持分法適用関連会社(2018年12月より)
- ◆ 業態 : 「つぼ八」「茜どき」「旨居屋新八」「牛たんささ川」「伊藤課長」他ブランドで全国展開

店舗数(2019年9月現在)

	北海道	本州	海外	合計
直営店	8	40	0	48
FC	95	87	13	195
合計	103	127	13	243

- ●チムニー社、つぼ八社、マルシェ社の3社合同で、 環境保全・生態系に配慮した取り組み
- ◆ 使い捨てストローの使用を中止。3社合同で共通マドラーを作成。「アルコール飲料」と「ノンアルコール飲料」 の誤提供・誤飲を防ぐため、ストローの代わりにリユース可能な「ノンアルコールマドラー」をソフトドリンクのグラスにつけて提供

- ●マルシェ株式会社の11%を保有(2017年6月)
 - ◆ 業態 : 「八剣伝」「水虎伝」「居心伝」 「焼きそばセンター」 他ブランドで全国展開

店舗数(2019年9月現在) 数値)公表資料より抜粋

直営店	143	
FC	305	
合計	448	





写真)「左)ノンアルコールマドラー (右)ご提供イメージ

アライアンス: (株)シーズライフ(12月1日より)チムニー連結子会社へ

◆ 焼肉「牛星」8店舗、「山河」2店舗 ~チムニー復活の試金石へ~

プロの目利きで厳選された上質なお肉を、リーズナブルな価格で味わえるメニュー構成

店内は、小さなお子様も安心できるような無煙ロースターの居心地の良い空間で、地元の常連様に人気の店

◆ 「熟成魚 うらら 渋谷宮益坂店」

福井でとれた良質な魚を熟成させた熟成魚のお造りなど、地産の海の幸・山の幸・地酒などの福井の食文化を提供する特徴ある店舗。地方の生産者の方々と連携して旬のご当地メニューを展開する、地産地消・地産店消を推進するチムニーの取り組みを、実現できる店



写真)「左)「牛星西大島店」外観





(中央上)牛星カルビ (下)ナムル盛合せ

店名			
牛星 西大島店			
牛星 三河島店			
牛星 越谷店			
牛星 亀戸店			
牛星 白山店			
牛星 戸越銀座店			
牛星 蕨店			
牛星 高松空港通り店			
山河 十条店			
山河 草加店			
熟成魚 うらら 渋谷宮益坂店			





(右上)うらら店舗外観 (右下)熟成魚 盛合わせ

アライアンス : 66洋食事業部(2017年12月発足)

- ◆ オムライス、ハンバーグ、洋食、イタリアン8店舗
- ・66DINING六本木六丁目食堂「浅草EKIMISE店」 「池袋東武店」、「カフェエスカロール大森店」
- •66 KITCHEN「大森店」「ららぽーとTOKYO-BAY店」、66カフェ「飯田橋店」「西新宿店(改装中)」
 - ◆ 66cafe 六本木六丁目食堂 九段店 (2019年8月オープン)







◆ Salon de Champagne Vionys(2017年4月)
-2002年全日本最優秀ソムリエの阿部誠シェフソムリエがセレクトしたシャンパーニュの店





◆ DE ICHIBA 八丁堀店(2018年11月)
肉バル×ワイン。ステーキとお酒を気軽に楽しめる店







専門業態 : 連結子会社2社

●紅フーズコーポレーション(2012年6月)

- ◆ 炭火やきとんをメインとした大衆居酒屋業態 「新橋やきとん」を東京のオフィス街中心に 21店舗展開
- ◆ おすすめは、定番の豚もつ串やきの他、バ ナナを餌に配合した「バナナポーク」を使用し たメニュー



●めっちゃ魚が好き株式会社(2013年8月)

- ◆ 居酒業態11店舗とラーメン業態1店舗、うどん居酒屋1 店舗を大阪中心に展開
- ◆ 居酒屋業態では、駅前で海辺の感覚を味わえる店舗コンセプトで新鮮な魚介類・てんぷら等をお手頃価格で提供





写真左)紅フーズ/新橋やきとん八丁堀店 (中央左)やきとん宴会メニュー (右上)めっちゃ魚が好き/高槻豊丸 (右下)大衆うどん酒場 どん

SDGs



への取り組み

- 社会に認められる企業へ
- ◆ 経済的価値の追求と社会的課題の解決の両立が経営戦略の根底となると考え、国連が主導する持続可能な開発目標(SDGs)の実現においても、多面的に貢献していけるよう取り組んでまいります。
- ◆ 当社グループにおいて重点的な取り組みを進める目標

②飢餓

2 飢餓を ゼロに



4)教育

質の高い教育を みんなに



⑧成長 雇用

働きがいも 経済成長も



⑫生産·消費

12 つくる責任 つかう責任



仰海洋資源

14 海の豊かさを 守ろう





国境なき医師団のHPより









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。