

2023年3月期 第2四半期 決算説明資料

チム二一株式会社

2022年11月

第1部：2023年3月期 第2四半期 業績概要

2023年3月期 第2四半期実績(連結)

●2023年3月期 第2四半期連結実績

単位(百万円)

項目	2021年3月期 第2四半期実績	2022年3月期 第2四半期実績	2023年3月期 第2四半期実績	対前年同期比増 減率	2023年3月期 第2四半期予算
売上高	6,125	2,925	8,803	200.9%	8,600
(グループ売上高)	(9,064)	(4,779)	(13,187)	175.9%	-
売上総利益	4,270	2,081	5,875	182.3%	-
販管費及び一般管理費	8,031	4,572	7,365	61.1%	-
営業利益	△3,761	△2,491	△1,489	-	△1,500
経常利益	△2,716	3,299	△1,472	-	△1,500
親会社株主に帰属する四半期純利益	△3,379	1,815	△1,583	-	△1,600
1株当たり四半期純利益	△175.80	94.09	△82.06	-	△82.93
EBITDA	△2,172	3,801	△990	-	-

※ グループ売上高 = チムニー連結売上高 + FC店舗売上高

※ 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 ・株式会社シーズライフ

2023年3月期 第2四半期 連結P/L 主要数値の内容

● 2023年3月期 第2四半期連結実績の主な内容

売上高	売上高 8,803百万円 (2022年3月期 第2四半期 2,925百万円)
	➤ 前年同期比、+5,878百万円、 うち 直営店売上高+5,322百万円、食材供給売上高+567百万円 4月～6月は経済活動の正常化が進んだが、6月下旬の感染者増加を受け、自主的な会食自粛等により直営店売上および食材供給売上が減少。9月以降は回復基調
販売費及び一般管理費	7,365百万円 (同4,572百万円から +2,793百万円)
	➤ 新型感染症対応による損失として、販管費から特別損失への振替前比較 (同5,849百万円から +1,516百万円)
営業外収益	69百万円 (同 5,835百万円から △5,766百万円)
	➤ 新型感染症拡大防止協力金 11百万円 (同 4,689百万円) 雇用調整助成金 20百万円 (同 1,112百万円)
営業外費用	52百万円 (同44百万円)
	➤ 支払利息 48百万円 (同42百万円)
特別損失	84百万円 (同 1,480百万円)
	➤ 新型感染症対応による損失 0円 (同1,277百万円)
	➤ 減損損失 50百万円(同 103百万円) 店舗閉鎖損失引当金繰入額 0円 (同 60百万円)

2023年3月期 第2四半期 直営店の動向

- ◆3月21日のまん延防止全面解除を受け、4月以降緩やかに回復し、5～6月は経済の正常化に伴い売上高が徐々に回復
- ◆6月下旬頃から感染者が増加し、自主的な会食自粛の高まりから予約のキャンセルが相次ぐなど厳しい状況へ
- ◆8月は夏休み期間にもかかわらず特に前半の人流が減少。9月以降は感染者数の減少により売上高は回復基調に戻る
- ◆10月は、全国旅行支援やインバウンドによる客数増。大人数での予約数も増加

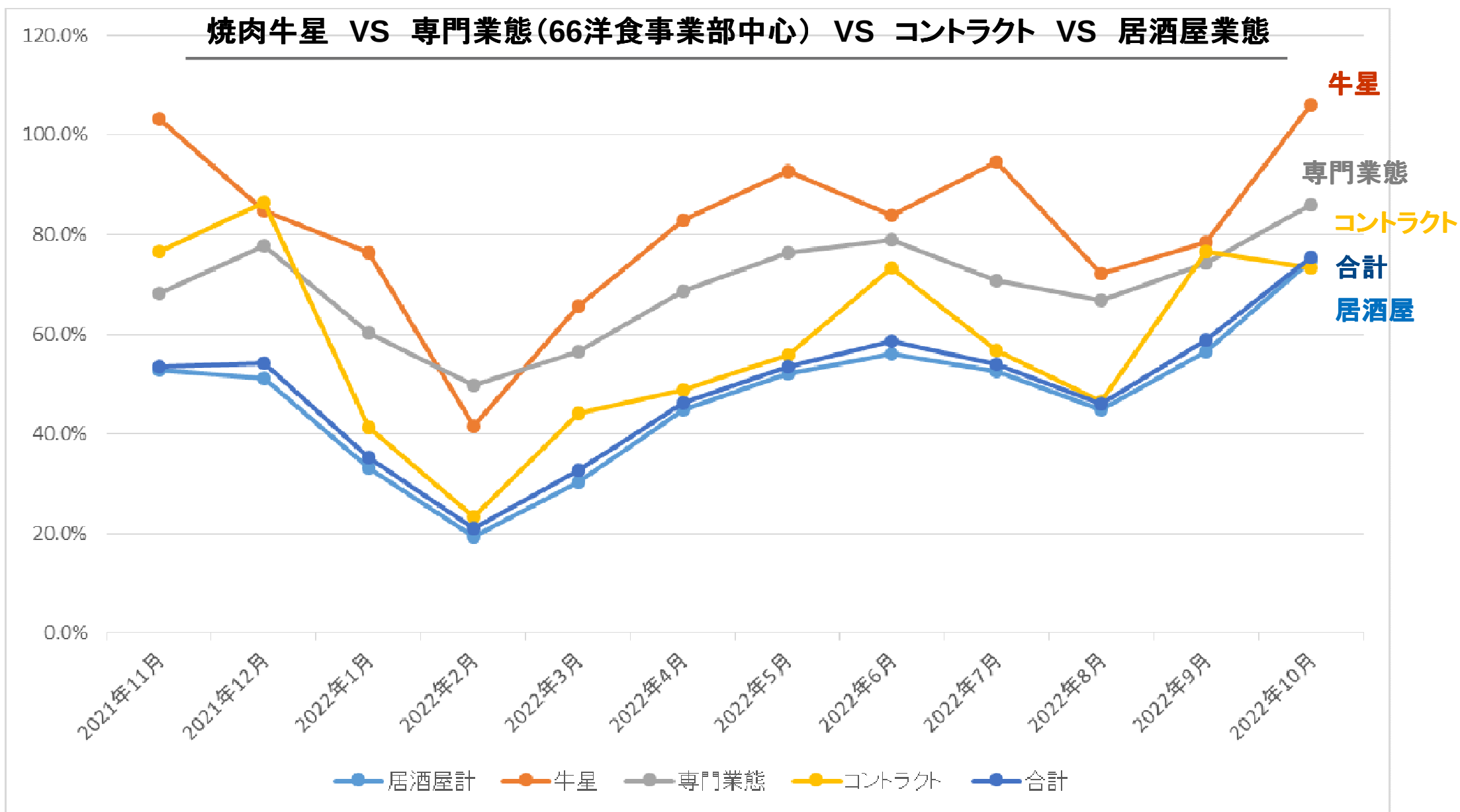
2022年	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期計	10月
既存店対前年比 (%) 売上	130.1	172.5	154.8	141.5	170.3	196.6	152.6	148.4
客数	118.9	149.0	136.3	128.5	152.2	159.6	136.7	130.4
客単価	109.5	115.8	113.6	110.1	111.9	123.1	111.6	113.8
全店対前年比 (%) 売上	215.3	574.3	416.7	233.9	476.3	855.9	369.0	187.7
客数	185.7	468.5	324.6	206.7	379.1	528.7	302.3	163.1
客単価	115.9	122.6	128.4	113.1	125.6	161.9	122.1	115.1
店舗数 (店)	332	328	328	330	329	324	-	323
うち 既存店カウント店舗数	116	67	92	153	58	54	-	191
(うち直営)	52	28	45	82	30	28	-	105
(うちコントラクト)	64	39	47	71	28	26	-	86

※ 既存店は、開店月を除き13ヶ月を経過している店舗で、かつ規定休業日以外をすべて営業した店舗としております

2023年3月期 第2四半期 直営店の動向

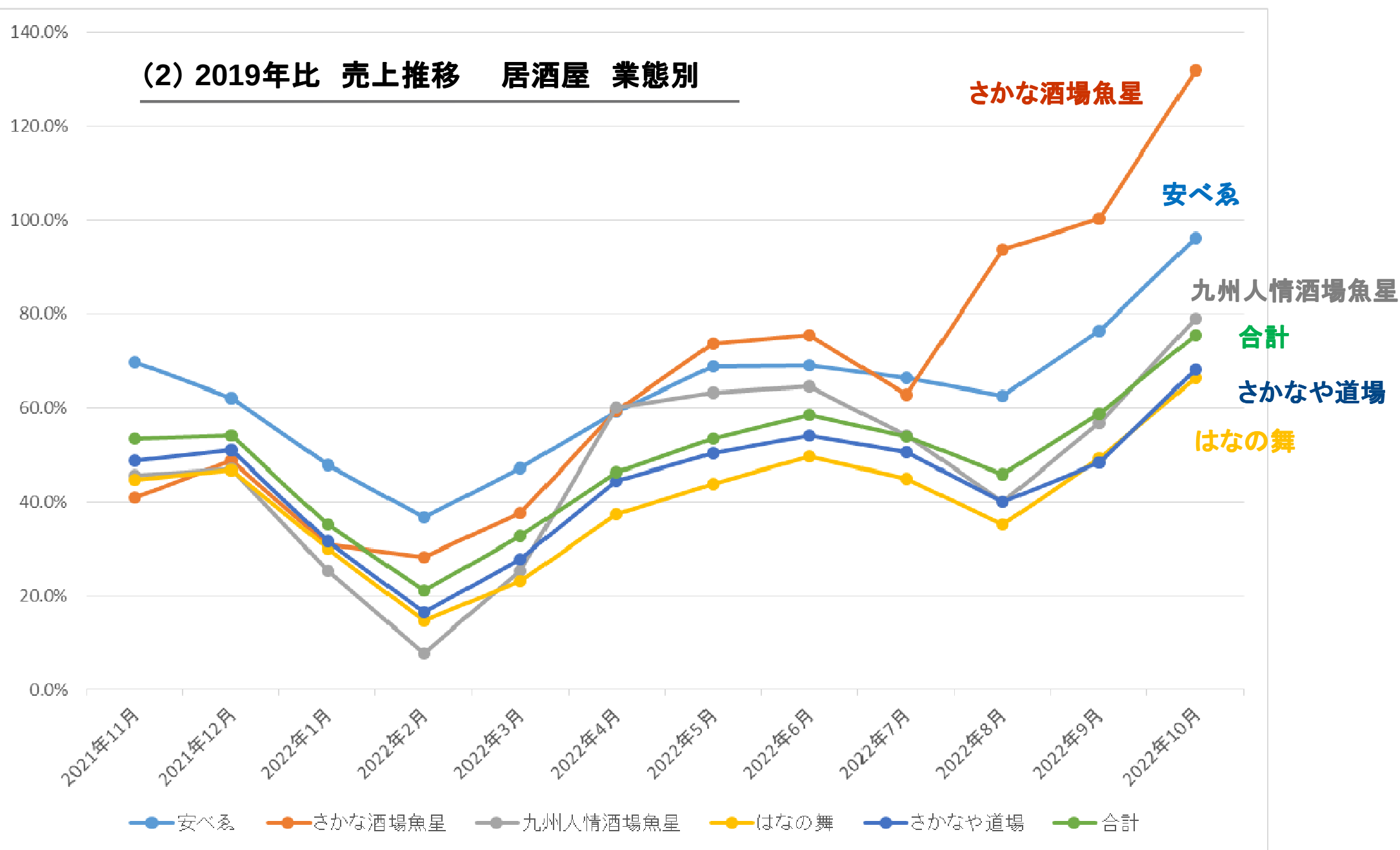
(1)2019年比 売上推移

焼肉牛星 VS 専門業態(66洋食事業部中心) VS コントラクト VS 居酒屋業態



2023年3月期 第2四半期 直営店の動向

(2) 2019年比 売上推移 居酒屋 業態別



2023年3月期 第2四半期 出退店推移

●新規出店・閉店・転換状況

(単位:店)

	2022年 3月末	新店	退店	直営→FC 転換	FC→直営 転換	2022年 9月末	増減
直営	243		△16		5	232	△11
コントラクト	89	3				92	3
直営計	332	3	△16		5	324	△8
FC	174	3	△8		△5	164	△10
直営・FC合計	506	6	△24	—	—	488	△18
(連結子会社)							
(株)紅フーズ コーポレーション	18					18	—
めっちゃ魚が好き(株)	8	1				9	1
(株)シーズライフ	11					11	—
当社グループ合計	543	7	△24	—	—	526	△17

2023年3月期 第2四半期 連結財務状況

●2023年3月期第2四半期 連結貸借対照表(B／S) 資産の状況

単位(百万円)

	2022年3月期	2022年9月期	増減額
資産合計	22,900	21,502	△1,397
流動資産	12,585	11,651	△934
内 現預金	10,016	10,467	450
売掛金	213	291	77
FC債権	525	530	4
商品	219	279	59
未収入金	1,639	169	△1,470
貸倒引当金	△377	△405	△27
固定資産	10,314	9,851	△463
内 有形固定資産	1,704	1,691	△12
内建物及び建築物(純額)	1,468	1,472	3
無形固定資産	4,080	3,818	△261
内のれん	4,015	3,765	△250
投資その他の資産	4,529	4,340	△188
内差入保証金	3,797	3,670	△127

資産に関する主な要因	
増加	現金及び預金 451百万円
減少	未収入金 △1,470百万円、 のれん △250百万円、 差入保証金 △127百万円

2023年3月期 第2四半期 連結財務状況

●2023年3月期第2四半期 連結貸借対照表(B/S) 負債及び純資産の状況

単位(百万円)

	2022年3月期	2022年9月期	増減額
負債合計	16,413	16,833	420
流動負債	12,243	12,689	446
内買掛金	508	728	220
FC債務	56	102	46
短期借入金	10,000	10,000	—
店舗閉鎖損失引当金	195	65	△130
資産除去債務	202	91	△110
固定負債	4,169	4,144	△25
内長期借入金	2,241	2,224	△16
資産除去債務	877	823	△53
退職給付に係る負債	213	220	7
純資産合計	6,487	4,668	△1,818
株主資本	6,404	4,628	△1,776
内資本金	100	100	—
資本剰余金	7,840	7,647	△192
利益剰余金	△1,435	△3,018	△1,583

負債に関する 主な要因	増加	買掛金 220百万円、未払消費税等 257百万円
	減少	店舗閉鎖損失引当金 △130百万円、資産除去債務 △163百万円
純資産に関する主な要因		第2四半期連結累計期間の業績により親会社株主に帰属する四半期純損失 1,583百万円

2023年3月期 第2四半期 連結キャッシュ・フローの状況

単位(百万円)

		2021年9月期末	2022年9月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー		△388	826
	税金等調整前四半期純利益	1,820	△1,534
	減価償却費・のれん償却費	459	433
	減損損失	103	50
	雇用調整助成金	△1,112	△20
	雇用調整助成金の受取額	996	218
	新型コロナウイルス拡大防止協力金	△4,689	△11
	新型コロナウイルス拡大防止協力金の受取額	1,971	1,159
	その他合計	64	531
投資活動によるキャッシュ・フロー		△46	△135
	固定資産の取得・売却・除却による支出	△569	△312
	差入保証金の差入・回収による支出	497	122
	その他合計	26	55
財務活動によるキャッシュ・フロー		1,991	△240
	短期借入金、長期借入金の収入と返済による支出	2,043	△16
	割賦債務、リース債務の返済による支出、その他	△53	△31
	配当金の支払額	0	△192
現金及び現金同等物の増減額		1,557	450
現金及び現金同等物の期首残高		6,259	10,016
現金及び現金同等物の期末残高		7,816	10,467

2023年3月期 第2四半期 連結キャッシュ・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

期末現金及び現金同等物10,467百万円（前連結会計年度末比 450百万円増加）

営業活動による キャッシュフロー	826百万円増加 ➤ 税金等調整前四半期純損失1,534百万円 店舗閉鎖損失引当金減少130百万円 ➤ 減価償却費182百万円 のれん償却費250百万円、仕入債務の増加220百万円 前受収益の増加416百万円 新型感染症拡大防止協力金に係る未収入金の減少1,148百万円 雇用調整助成金に係る未収入金の減少197百万円
投資活動による キャッシュフロー	135百万円減少 ➤ 差入保証金の回収による収入157百万円 ➤ 固定資産の取得による支出211百万円 固定資産の除却による支出101百万円
財務活動による キャッシュフロー	240百万円減少 ➤ 配当金の支払額が192百万円 リース債務の返済による支出が31百万円

2023年3月期 業績予想(連結)

●2023年3月期の業績予想

単位(百万円)

項目	2021年3月期 実績	2022年3月期 実績	2023年3月期 予想
売上高	13,229	10,108	20,000
(グループ売上高)	(19,517)	(15,831)	(30,000)
営業利益	△6,100	△4,582	△1,500
経常利益	△4,553	3,252	△1,500
親会社株主に帰属する 純利益	△9,004	1,227	△1,700
1株当たり当期純利益	△467.83円	63.60円	△88.11円

【業績時系列】

	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期
売上高	46,761	45,685	41,107
営業利益	3,074	2,457	283
経常利益	3,165	2,505	36
親会社株主に帰属する純利益	1,640	1,205	△2,812

※ グループ売上高 = チムニー連結売上高 + FC店舗売上高

東証スタンダード市場適合状況 ・ 配当

●東証新市場区分

- ◆ 当社は2022年4月4日より「スタンダード市場」に移行いたしました。
- ◆ 移行基準日(2021年6月30日)時点において、流通株式比率が適合しておりましたが、2022年9月30日時点の当社試算においてクリアし、全ての項目で適合いたしました。
これにより、2023年3月末時点における、上場維持基準のすべてに適合する見込みとなりました。
- ◆ 今後も、中長期的かつ持続的な成長と企業価値向上を目指してまいります。



●配当について

- ◆ 当社は株主の皆様への利益還元を経営上の最重要課題の一つとして認識し、内部留保の確保と、事業及び財務基盤を勘案し、株主の皆様へ安定的な配当を実施していくことを基本方針としております。
- ◆ 2022年3月期は、当初期末配当については無配と予想しておりましたが、期末配当10円00銭にて実施いたしました。
配当原資は、資本剰余金です。
- ◆ 2023年3月期中間配当は、親会社株主に帰属する四半期純損失1,583百万円のため誠に遺憾ながら見送りとなりました。
- ◆ 2023年3月期については、現時点では未定です。今後予想が可能となった時点で速やかにお知らせいたします。

	2021年9月30日基準日	2022年3月31日基準日	配当性向(連結)	配当金総額(計)
実績	— (実績)	10円00銭 (実績)	15.7%	192百万円
	2022年9月30日基準日	2023年3月31日基準日		
実績・予想	無配	未定		

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ただけできるよう、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

●2022年9月末株主様への優待

- ◆ 優待券もしくは優待品の選択をいただけます
- ◆ 優待券ご使用の際は、一回に何枚でもご利用いただけます。店内のご飲食に加え、テイクアウトでもご利用いただけます

	100株以上499株まで保有の株主様	500株以上保有の株主様	有効期限
優待券の場合	お食事券500円券を6枚(3,000円分)	お食事券500円券を30枚(15,000円分)	2023年9月30日
優待品の場合	①チムニーオリジナル「角力カレー」4パック1セット	左記①を複数選択、もしくは②チムニーグループ厳選ステーキセット(1セット)	交換方法は別途株主様にご連絡致します



写真) 左) チムニーオリジナル「角力カレー」(優待の内容はカレーのみです。ご飯は含みません)

(中央) 厳選ステーキ
※写真はイメージです

(右) 優待券

◆ 優待券有効期限の長期化

新型コロナウイルス感染症拡大防止のための、一部店舗の臨時休業や時短営業に伴い、お客様のご利用確保を目的として、有効期限長期化や、利用枚数制限撤廃を実施致しました

権利確定および発送日	有効期限
2022年3月末権利確定／2022年 6月30日 発送	2023年3月31日

第2部：足元の取組みと、2023年3月期下期の施策

2023年3月期 下期の施策と戦略

【新しい生活スタイルに呼応する店舗運営による収益向上と事業拡大】

1. 原点回帰 : コロナ禍で、大切な家族や友人、同僚らと外食を共にする機会が減った経験をしたからこそ、「出会い」「語らい」「憩い」の詰まった大切なステージで、お客様に「美味しい」と言っていただけるお料理と飲み物、そして心のこもったおもてなしでお客様を笑顔にしたい。それがチムニーの原点であり、大切にしている「チムニーマインド」です。
2. 計画の方向性
 - 第1の柱: 店舗収益向上戦略。既存居酒屋事業の収益化。価値向上とコスト管理
 - 第2の柱: コントラクト・専門業態の拡大
 - 第3の柱: 外販・アライアンスによる販売チャネルの拡大
3. 具体策
 - 第1の柱: 店舗収益向上戦略。既存居酒屋事業の収益化。価値向上とコスト管理
 - (1) グランドメニュー刷新
 - (2) 商品・サービスの価値向上
 - (3) 食事需要、ランチおよび15時前売上の増加施策
 - (4) インバウンド、全国旅行支援、GoTo取り込みによる集客
 - (5) テイクアウトコーナー設置による持ち帰り需要への対応
 - (6) FLRP管理による店舗の生産性向上
 - (7) 配膳ロボットやスマホオーダーの導入などDX推進
 - (8) 外装・内装のリニューアルにより、入りやすく居心地よい店づくりによる既存店舗の活性化
 - (9) 1店舗で複数業態のハイブリッド店舗の展開促進。中規模店舗を中心とした運営への転換
 - 第2の柱: コントラクト・専門業態の拡大
 - (1) コントラクト事業の出店強化
 - 第3の柱: 外販・アライアンスによる販売チャネルの拡大
 - (1) 外販・物販・ECサイトなど店外売上の促進

人財教育

●最優先課題である人財教育への取組み

(1) サービス・技術向上のための社員研修

セミナー研修や、グループディスカッション、実技講習の実施

① 調理士免許取得支援

調理士試験に合格し、国家資格である調理士免許を取得した社員にインセンティブを支給（2022年7月時点：143名）

② 調理技術向上のための教育連鎖

教育を共育ととらえ、教える・教わる文化を形成。教育者に対しインセンティブを付与し、人が人に教えるスキームを構築

③ 豊富なセミナーコース

エリア長セミナー、ティーチングセミナー、コーチングセミナー、リーダーシップセミナー、衛生セミナーなど

各個人に必要なセミナーが受講可能

(2) 各店舗の店長とオンライン座談会を設け、現場の声を改革に反映



写真（左） 座学研修



（中央）ビール講習実技



（右）調理講習



第1の柱： 店舗収益向上戦略

(1) グランドメニュー刷新

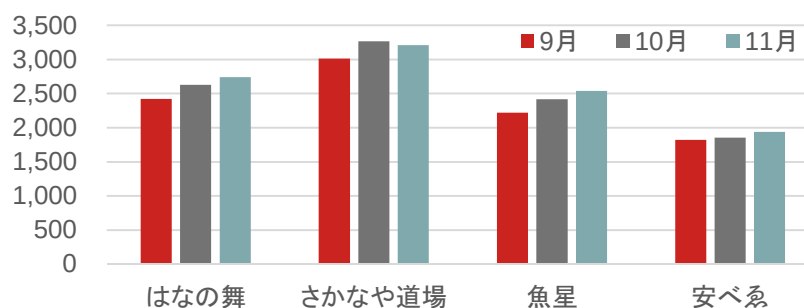
① 各業態のグランドメニューを2022年10月に刷新

- ・「はなの舞」では陸上養殖サーモン、軍鶏、管理栄養士メニューなど、
- 「さかなや道場」では本マグロなど、価値訴求商品をラインナップ
- ・ 客単価平均はメニュー改定後、約10%上昇
- ・ 業態数、メニューパターン数、アイテム数を集約し、原材料価格高騰へ対応
- ・ 買参権を活用した豊洲市場直送のさかなメニューが好評

【主な業態の客単価推移】 (円)

※・11月は11月27日までの累計

・「魚星」は、「さかな酒場魚星」業態



② ドリンクメニューの品質向上

- ・ 生ビール品質向上に取り組み「美味しい生ビール3ヶ条」を設定
- ・ ビール会社様との協働で、従業員研修を実施
- ・ 美味しくないビールは無料で作り直しキャンペーンを実施(10/10～10/14)
- ・ 丁寧なオペレーションへのきっかけとなり店舗のモチベーションがアップ。取組継続

写真右)生ビールポスター



写真上)さかなや道場グランドメニュー

「本まぐろ赤身とミナミまぐろ中トロの盛合せ」



第1の柱： 店舗収益向上戦略

(2) 商品・サービスの価値向上 ～フェアメニューによる集客～

① ハイブリッド養殖魚「ブリヒラ」の販売

(販売期間:2022年11月1日～2023年1月上旬)

- ・ 近畿大学が開発した鰯(ぶり)と平政(ひらまさ)のハイブリッド養殖魚「ブリヒラ」を販売
- ・ 脂の乗った鰯の旨味と平政のしっかりとした食感が特徴
- ・ 2021年11月でのフェア実施で好評のため今期も実施



写真左)「ブリヒラ」と「胡麻ブリヒラ」(右)「大粒牡蠣フライ胡麻ブリヒラ定食」

② からあげ千ちゃんの期間限定トッピング

- ・ 「第13回からあげグランプリ®」塩ダレ部門で金賞受賞した旨塩からあげに合う、期間限定トッピングを毎月28日発売

写真右)11月28日発売のトッピング



③ 「あったか鍋フェア」(販売期間:2022年11月10日～2023年3月下旬)

- ・ 牛もつ、サムゲタン風、台湾肉味噌、海鮮および鶏ちゃんこ、と5種類の鍋を用意
- ・ 1人前の個鍋で、素材の旨味がしみでたスープは最後まで美味しく召し上がっていただけます

写真下)「プレミアムプラン」の鍋

④ 「忘新年会」「ご宴会」メニュー

- ・ 年末年始、忘年会新年会に向けて、「プレミアムプラン」「カジュアルプラン」「個々盛り対応」など多様なプランをご用意しています



第1の柱： 店舗収益向上戦略

(3) 食事需要、ランチおよび15時前売上の増加施策

① 15時前売上の増加

売上比率 9.1%、2019年同規模比較 115.0% (2022年10月)

② 食事需要への対応メニューの追加導入

③ 昼飲み需要対応メニューの追加導入

写真右)「はなの舞定食」



(4) インバウンド、全国旅行支援、GoToの取り込みによる集客

① 旅行需要、外食動機、インバウンド、修学旅行の集客で売上増

② 地方では地産地消の郷土メニューが、 インバウンドでは、日本の文化を知る体験メニューが人気

写真右)「寿司講師が教える握り寿司体験付きコース」で寿司(握り、手巻き、巻き寿司)を体験する外国人旅行者



(5) テイクアウトコーナー設置による持ち帰り需要への対応

① テイクアウト併設店舗

注文から受取りまでスムーズな店外窓口併設店舗を各地で展開

② Uber Eatsなど、デリバリー販売も継続実施

写真右)「さかなや道場六丁の目店」は、「からあげ千ちゃん」を併設



第1の柱： 店舗収益向上戦略

(6)FLRP管理による店舗の生産性向上

- ① 1店舗毎のコスト管理(FLRP)
- ② 店舗<エリア<事業部<全国3エリアでの収益管理
- ③ 経費削減の取組み

- ・光熱費： こまめな制御。使用していない宴会場などの消灯など、節約徹底により低減を進める
- ・地代家賃： 店舗の賃料減額交渉の継続

(7)DXの推進。配膳・スマホオーダーの導入

- ① スマホオーダー稼働店舗数増強
 - ・2022年10月末時点で64店舗。12月上旬には約100店舗へ増加。オーダー使用率は44.7%
- ② 配膳ロボットの活用
 - ・2022年10月末時点で67店舗で70台を活用
 - ・同テーブル同時配膳、重いご膳の配膳サポートにより、人財がサービス向上へ注力
- ③ WEB、SNS販促、グルメサイト関連の年末商戦に向けての改善
 - ・検索ワードに合致した情報掲載



写真)「さかな酒場魚屋中野北口店」で活用中の、配膳ロボットとスマホオーダーシステム

第1の柱： 店舗収益向上戦略

(8) 外装・内装のリニューアルによる既存店舗の活性化

① 既存店舗の活性化。清潔感ある入りやすい店舗へ

・長く営業しているため劣化した店舗をリニューアルで活性化。集客増により収益化

・「さかなや道場 町屋店」10月11日リフレッシュ改装オープン

2019年比で、売上数値100%、フリー客数113%に増加（11月25日現在）

「さかなや道場 町屋店」外観写真

左) 改装前

右) 改装後



(9) 1店舗で複数業態のハイブリッド店舗の展開促進

① 従来1店舗を、2業態のハイブリッド店舗にリニューアル

・お客様にとって、魚、肉、から揚げなど選択肢が増えることにより、再来店を促す

・店舗は、同じ建坪で効率的に運営することが可能

・FC運営におけるハイブリッド店舗数は、2022年10月末で17店舗に増加

② 中規模店舗を中心とした運営への転換を目指す

「焼肉だんらん はなの舞 磐田北口店」外観写真



第2の柱:コントラクト・専門業態の拡大

(1)コントラクト事業

① コントラクト事業の出店強化

- ・ 2022年7月に新潟の温浴施設3店舗に出店
- ・ 低投資で速やかな店舗運営開始が可能
- ・ コントラクト店舗数は、2022年10月末92店舗



(写真)「極楽湯女池店での食事処」

(2)専門業態

① 食事業態として、焼肉業態(焼肉牛星中心)、洋食業態(66洋食事業部)とも、コロナ禍での適応力は強い

- ・ 焼肉業態: 焼肉牛星と派生ブランドによる出店
 シーズライフ牛星11店舗、チムニー直営牛星5店舗、
 FC運営牛星5店舗や個別ブランド含む焼肉店舗合計10店舗、
 ハイブリッドでの焼肉運営14店舗 と、 焼肉運営店は40店舗に増加
- ・ 洋食業態: 2017年12月事業譲受時と同様の7店舗を維持

(2022年10月末現在)



(写真)「焼肉牛星 木場店」外観

第3の柱：外販・物販・EC・アライアンスによる販売チャネルの拡大

(1) 外販・物販・ECサイト・アライアンスによる売上増

① 外販事業の営業活動

- ・ 飲食にかかわる外部の事業会社に対して幅広く、チムニーの商品仕入力や販売力を活かした各種提案を実施

② ECサイト「Chimney Market」

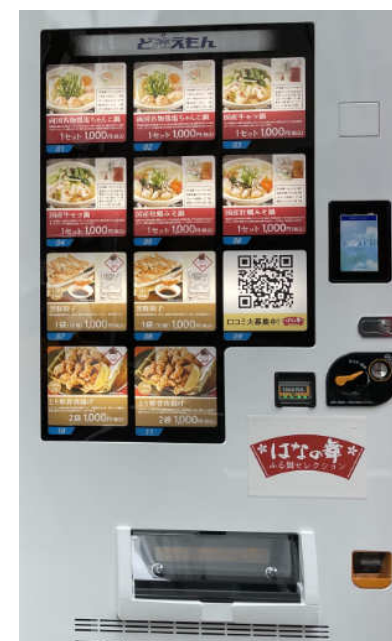
- ・ おせちの販売
- ・ 買参権を活かした干物などを産地直送でお送りします

③ 店舗での物販

- ・ 「角力カレー」や牛星監修の「ヤギジャン」を一部店舗で販売

④ 自販機

- ・ 冷凍自動販売機で、「両国名物 鶏塩ちゃんこ鍋」等を販売



写真上左)「産地直送 冷甘海老」
 上右)「産地直送 出雲干し詰め合わせ」
 中央左)「おせち 華」
 下左) 販売中の「鶏塩ちゃんこ鍋」
 下右)「はなの舞 江戸東京博物館前」横に設置する冷凍自動販売機

APPENDIX

2023年3月期 第2四半期 業態別店舗数の推移

(単位: 店)

業態名	2022年3月末			2022年9月末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	61	71	132	56	63	119	△5	△8	△13
さかなや道場（魚鮮水産含む）	94	36	130	83	32	115	△11	△4	△15
軍鶏農場・やきとり さくら・豊丸水産	17	1	18	14	2	16	△3	1	△2
魚星（豊洲市場さかな酒場・九州人情酒場）	5	0	5	12	0	12	7	—	7
こだわりやま・やきとり道場	0	16	16	0	17	17	—	1	1
66ダイニング・66カフェ等	7	0	7	7	0	7	—	—	—
安ベ系	36	0	36	34	0	34	△2	—	△2
牛星	8	7	15	6	5	11	△2	△2	△4
その他（はなの屋・升屋・チムニー等）	15	29	44	20	28	48	5	△1	4
ハイブリッド	—	14	14	—	17	17	—	3	3
コントラクト事業店舗）	89	—	89	92	—	92	3	—	3
連結子会社 「めっちゃ魚が好き株式会社」	8	—	8	9	—	9	1	—	1
「株式会社紅フーズコーポレーション」	18	—	18	18	—	18	—	—	—
「株式会社シーズライフ」 牛星	11	—	11	11	—	11	—	—	—
チムニーグループ 総店舗数	369	174	543	362	164	526	△7	△10	△17

2022年9月末 地域別店舗数

●地域別店舗数(直営・FC店舗、合計488店)

中国

鳥取/島根/岡山/
広島/山口

はなの舞	8店
さかなや道場	14店
安べゑ	4店
豊丸水産	4店
こだわりやま	1店
その他	5店
コントラクト	2店
合計	38店

関西

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	9店
安べゑ	5店
豊丸水産	2店
その他	5店
コントラクト	7店
合計	35店

甲信越・北陸

新潟/山梨/長野/
富山/石川

はなの舞	7店
さかなや道場	5店
安べゑ	2店
その他	2店
コントラクト	8店
合計	24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	10店
さかなや道場	17店
こだわりやま	4店
安べゑ	1店
その他	1店
コントラクト	31店
合計	64店

関東

神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	49店
さかなや道場	31店
安べゑ	9店
牛星	4店
豊丸水産	5店
こだわりやま	3店
魚星	6店
その他	24店
コントラクト	12店
合計	143店

四国・九州・沖縄

香川/高知/徳島福岡/
佐賀/長崎/大分
熊本/鹿児島/沖縄

はなの舞	2店
さかなや道場	11店
豊丸水産	1店
その他	2店
コントラクト	18店
合計	34店

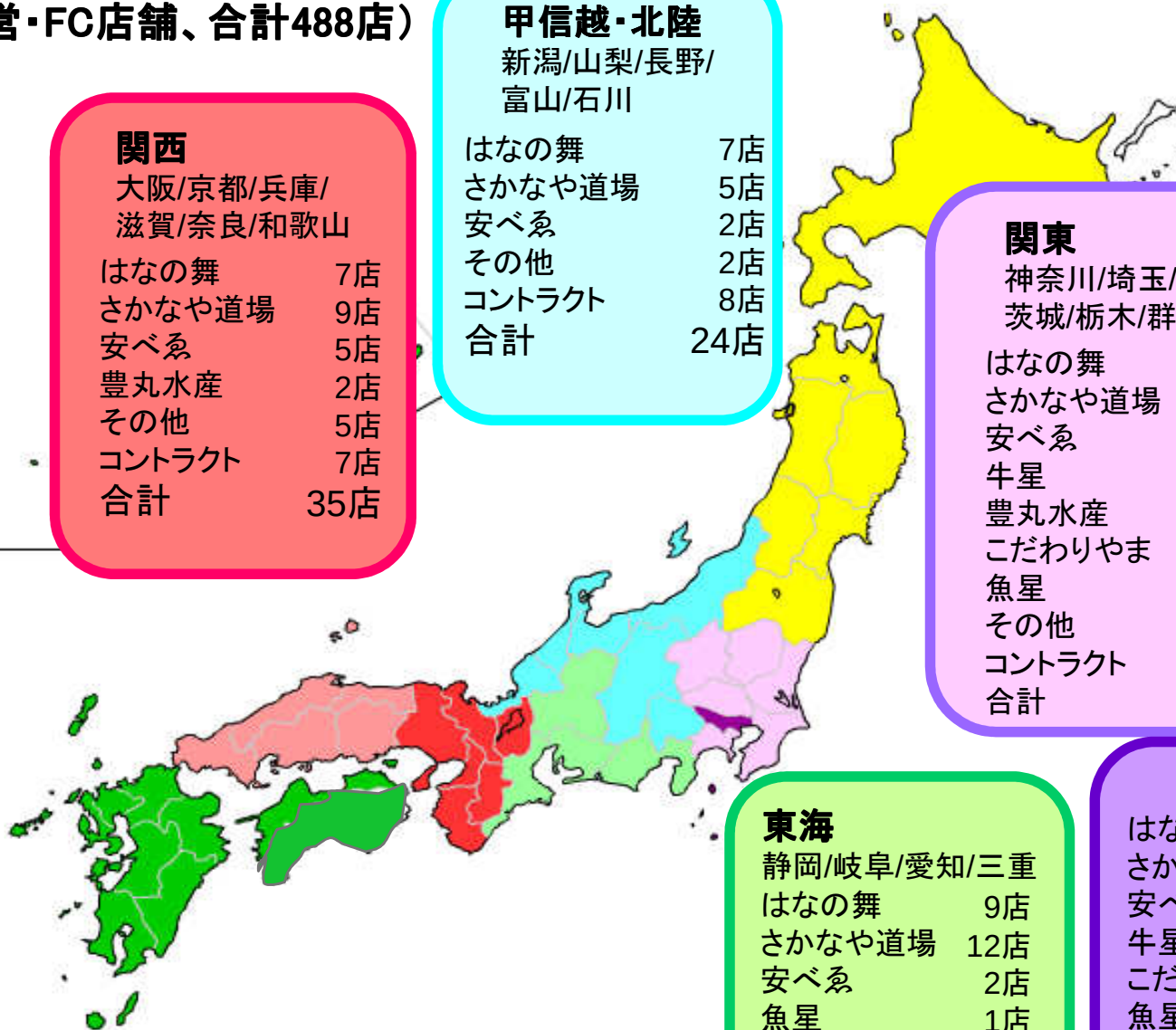
東海

静岡/岐阜/愛知/三重

はなの舞	9店
さかなや道場	12店
安べゑ	2店
魚星	1店
その他	6店
コントラクト	9店
合計	39店

東京

はなの舞	27店
さかなや道場	16店
安べゑ	11店
牛星	7店
こだわりやま	9店
魚星	5店
その他	31店
コントラクト	5店
合計	111店



業態開発と適材適所の店舗展開



自社開発ブランド

28



M&Aで取得したブランド

●業態ポートフォリオ

● 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し、店舗を活性化させる

2017年4月取得

Vionys

- 超小型店(15~20坪)
- 客単価:10,000円~20,000円



- 中型店(40~70坪)
- 客単価:3,500円~4,000円

高価格帯

北海道
魚鮮水産
UOSEN-SUISAN

北海道直送
花の舞

- 中~大型店(60~100坪)
- 客単価:3,500円~4,000円

DE ICHIBA

2018年11月取得

- 小型店(30坪)
- 客単価:2,000円~3,000円

2012年2月

取得



- 小型店(30~60坪)
- 客単価:3,200円~3,500円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価:2,500円~3,300円

大がや道場 魚鮮水産

- 中~大型店(60~80坪)
- 客単価:2,800円~3,300円

豊丸水産

- 中型店(40~60坪)
- 客単価:2,800円~3,200円



- 50~100坪を主に多様な形態
- 客単価:2,600円~2,900円

2019年12月
取得



- 中型店(20坪~60坪)
- 客単価:2,700円~3,200円

小型店

大型店

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 豊丸

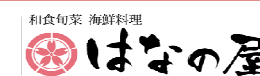
- 小型店(15~50坪)
- 客単価:2,000円~3,000円



- 中型店(35~60坪)
- 客単価:2,500円~2,700円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価:2,700円~3,000円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価:1,000円~2,500円

2017年12月
取得



- 小型店(10~50坪)
- 客単価:1,000円~2,000円



- 小型店(30~50坪)
- 客単価:1,000円~2,000円



- 中型店(35~70坪)
- 客単価:2,500円~2,700円

低価格帯



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価:1,000円~2,200円

2023年3月期 第2四半期 SDGs主な取り組み

海の環境のために：水産資源を守り環境に配慮

●6次産業の推進・地域社会「未利用魚の活用」

- ◆新潟県の底引き網漁で入ってくる甘海老以外のエビ(品種的にはガスエビの稚海老など)を凍結、粉付けの工夫で商品化し、安べゑ業態を中心に全国で販売中
- ◆小魚「カタボシイワシ」は、小骨が多く魚体にバラつきがあるため流通しない小魚ですが、鹿児島県指宿(いぶすき)漁協と協働し、酢ペにした切り身で食べやすくして販売いたしました。活用店舗10店舗
(販売期間2022年2月25日～)

●漁網由来の配膳トレーを共同開発

- ◆漁網由来の再生ポリエステル樹脂活用の配膳トレーを共同開発
 - ・不要となったポリエステル製の巻き網のリサイクル樹脂を原料の一部に加工
 - ・トレーの2次元コードを読み取ることで、現材料の漁網がどの漁港で使用されていたかや、トレー生産の際のCO₂排出量などが確認可能
 - ・「豊洲市場 さかな酒場 魚星 中野北口店 と 阪急大井町ガーデン店」
「花の舞 江戸東京博物館前店」で活用中



写真上)カタボシイワシ
左ポスター)底引き漁船長の皆様と
海老MIXの商品写真



写真右)魚星で「豊洲鮮魚入り 刺身定食」を
漁網由来のトレーでご提供

サステナビリティの取り組み

環境、社会問題へのかかわり

環境負荷軽減に積極的に取り組むだけでなく、事業の成長が社会問題の解決に比例して繋がるCSV(共通価値創造)経営に取り組んでまいります。

地域社会とのかかわり

事業を活かして様々な角度から貢献してまいります。具体的には地産地消・地産全消による地域活性化や、食育にまつわる活動、および地域活動へ積極的に参加してまいります。

パートナーとのかかわり

当社では従業員を、性別/学歴/年齢/国籍/宗教等による差別を排除した、互いを対等に尊重し合う「パートナー」としております。パートナーが自己実現等の夢をかなえられるように、人財育成プログラムの拡充、またパートナーの情熱や誇りに繋がる人財教育に取り組んでまいります。



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



お客様とのかかわり

品質や価格等、お客様に安全・安心を提供する責任を果たしてまいります。また、生産分野に踏み込んだ6次産業を追求し、生産者や生産地の活性と発展に積極的に寄与してまいります。

お取引先様とのかかわり

企業理念「お客様からありがとうと言われる」ことを共に目的とした間柄であるお取引先様と対等で誠実な信頼関係のもと、社会に対する責任も共に果たしてまいります。

株主様、投資家様とのかかわり

法令等に基づく情報開示にとどまらず、必要と判断した情報を積極的に開示し、当社をご理解いただく姿勢を保ちます。

注意事項

本資料は、当社公表の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、現時点での入手可能な情報を元に当社が判断した、計画・見通し・戦略など、将来の業績に関する見通しにはリスクや不確定な要素を含んでおります。従いまして、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得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損害等に関して、当社は事由の如何を問わず一切責任を負いません。

なお、本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。

◆ 《IRに関するお問い合わせ先》

チムニー(株) 経営企画部

ir-service@chimney.co.jp