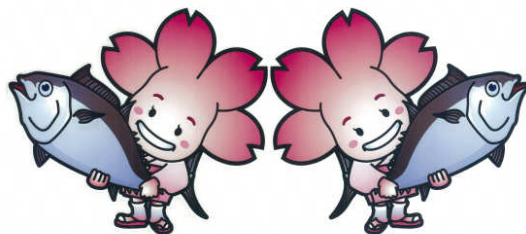
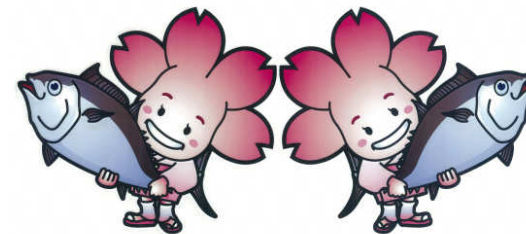


2013年度 第2四半期決算説明会



チム二一株式会社

2013年8月



第1部：2013年第2四半期業績



2013年第2四半期 実績

売上高214億円(期初計画比98.3%)

グループ売上328億円

経常利益16.4億円(期初計画比102.1%)

(グループ売上:単体+FC売上+紅フーズ売上)

純利益7.2億円(期初計画比103.7%)

単位(百万円、切捨て)

項目	2013年第2四半期累計	(参考)2012年12月期	(参考)2013年度計画
売上高	21,432	41,995	44,820
(グループ売上高)	(32,862)	(65,766)	(68,723)
売上総利益	14,154	27,589	29,704
販管費	12,526	24,300	26,184
営業利益	1,627	3,289	3,520
経常利益	1,641	3,297	3,440
純利益	726	1,263	1,526

2013年第2四半期 主要数値の内容

売上高214億円

- ・1月～6月既存店売上前年比95.0%（計画は97.0%）
- ・コントラクト事業の1～6月売上は、1,168百万円（店舗売上の6.5%）

売上総利益率66.0%（前年通期比＋0.3%）

- ・取扱量拡大に伴う仕入価格の安定化と、適正価格での販売の強化

営業利益1,627百万円（期初計画比98.7%）

- ・地方進出のための人員確保の先行投資、水道光熱費の高騰による経費増

経常利益1,641百万円（期初計画比102.1%）

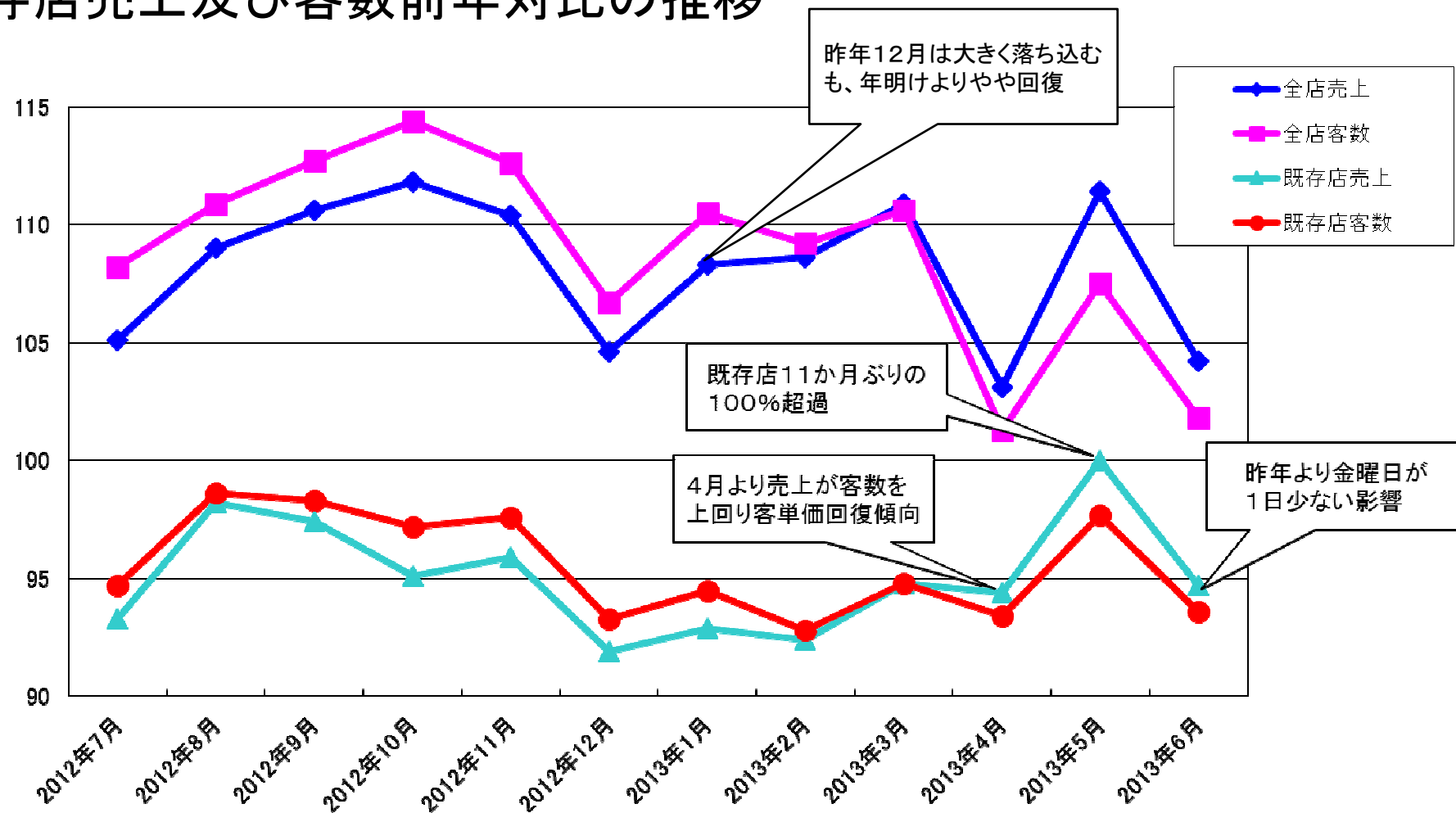
- ・借入金のリファイナンスによる支払利息の減少の寄与

第2四半期純利益726百万円（期初計画比103.8%）

- ・機動的な出退店及び改装、業態転換の実行による除却損、減損損失315百万円

2013年第2四半期 飲食事業の業績

既存店売上及び客数前年対比の推移



2013年第2四半期 飲食事業の業績

業態別店舗数の推移

(単位：店)

業態名	2012年度期末			2013年 6 月末			増減		
	直営	F C	計	直営	F C	計	直営	F C	計
はなの舞	186	177	363	189	176	365	3	△1	2
さかなや道場（魚鮮水産含む）	96	33	129	100	32	132	4	△1	3
こだわりのやま	2	43	45	3	42	45	1	△1	—
チムニー	—	12	12	—	10	10	—	△2	△2
升屋（鉄板業態除く）	4	7	11	5	7	12	1	—	1
その他	8	22	30	8	22	30	—	—	—
合計	296	294	590	305	289	594	9	△5	4
（コントラクト事業店舗）	97	—	97	98	—	98	1	—	1
（コントラクト含む）	393	294	687	403	289	692	10	△5	5

※コントラクト事業店舗の増加は、その他の業態に含まれていた旭川赤十字病院店の区分を変更したことによります。

2013年第2四半期 飲食事業の業績

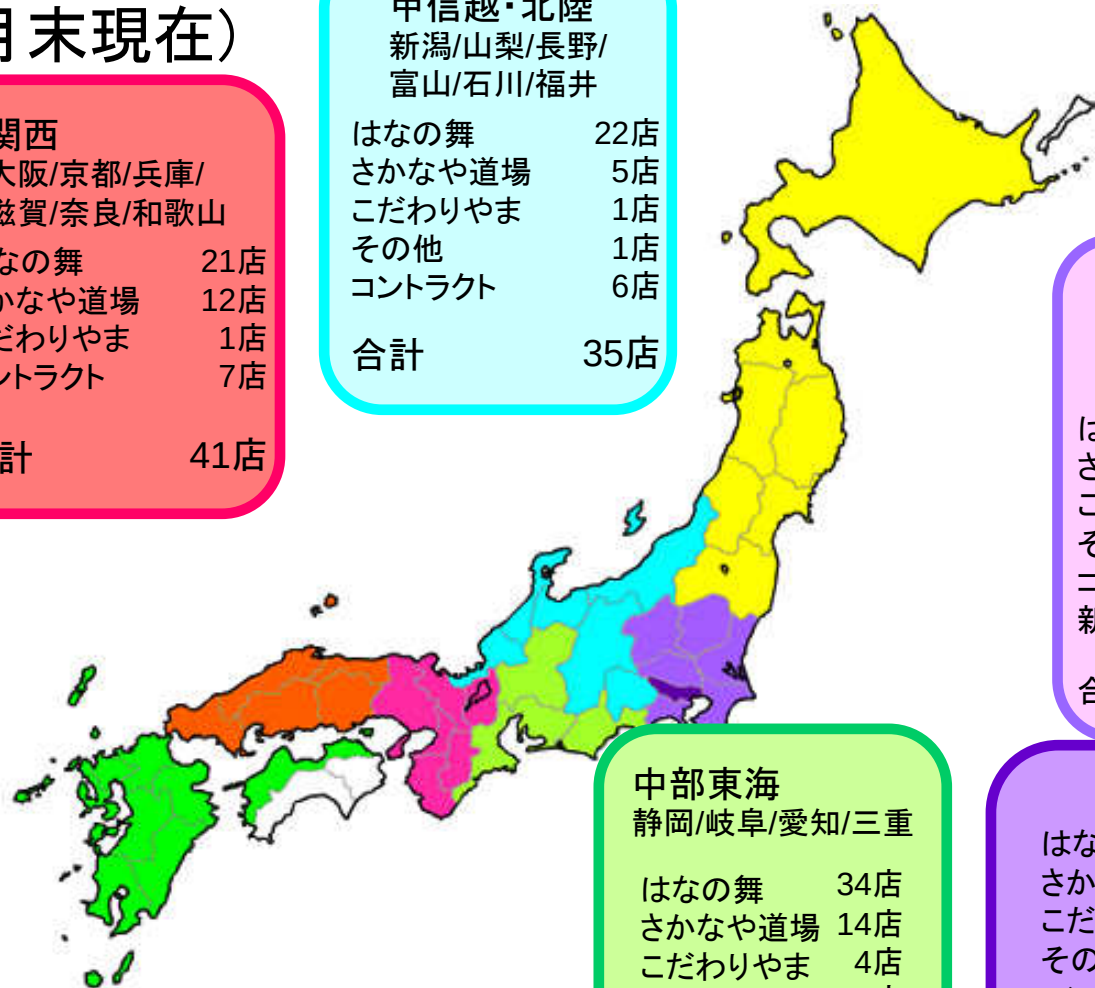
新規出店・閉店・転換状況

(単位：店)

	2011年度	2012年度	2013年6月	(2013年計画)
直営店新規出店	2 4	4 1	1 5	5 0
FC店新規出店	5	1 6	2	5
直営店閉店	1 0	1 4	1	1 0
FC店閉店	1 6	6	1 1	1 3
直営店からFC店へ転換	1 3	1 0	7	2 0
FC店から直営店に転換	3	8	3	5
(コントラクト事業店新規出店)	—	8 4	1	1
(コントラクト事業店閉店)	—	—	—	—
直営店純増数	4	2 5	1 0	2 5
F C店純増数	△ 1	1 2	△ 5	7
コントラクト事業店純増数	—	8 4	1	1

2013年第2四半期 飲食事業の業績

地域別店舗数(6月末現在)



北海道・東北

北海道/青森/岩手/
宮城/秋田/山形/福島

はなの舞	30店
さかなや道場	8店
こだわりやま	9店
その他	1店
コントラクト	31店
合計	79店

甲信越・北陸

新潟/山梨/長野/
富山/石川/福井

はなの舞	22店
さかなや道場	5店
こだわりやま	1店
その他	1店
コントラクト	6店
合計	35店

関西

大阪/京都/兵庫/
滋賀/奈良/和歌山

はなの舞	21店
さかなや道場	12店
こだわりやま	1店
コントラクト	7店
合計	41店

中国

鳥取/島根/山口
岡山/広島

はなの舞	12店
さかなや道場	5店
コントラクト	3店
合計	20店

関東

神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	132店
さかなや道場	45店
こだわりやま	6店
その他	13店
コントラクト	16店
新橋やきとん	1店
合計	213店

四国・九州・沖縄

香川/愛媛/福岡
/佐賀/長崎/大分/熊本/
宮崎/鹿児島/沖縄

はなの舞	6店
さかなや道場	9店
コントラクト	18店
合計	33店

中部東海

静岡/岐阜/愛知/三重

はなの舞	34店
さかなや道場	14店
こだわりやま	4店
その他	2店
コントラクト	9店
合計	63店

東京

はなの舞	108店
さかなや道場	34店
こだわりやま	24店
その他	35店
コントラクト	8店
新橋やきとん	9店

合計 218店

2013年第2四半期 財務状況(バランスシート)

総資産290億円(前年末比△11億円)

負債182億円(前年末比△11億円)

純資産107億円(前年末比△0億円)

単位(百万円)

	2012年12月期	2013年6月	前年末比
流動資産	8,659	7,860	△798
固定資産	21,523	21,185	△338
流動負債	9,867	9,401	△466
固定負債	9,517	8,854	△663
純資産	10,797	10,790	△7
総資産	30,182	29,046	△1,136

資産の変動に関するポイント

- ・現預金470百万円の減少(買掛金の支払、配当金の支払等)
- ・中部チムニー(株)設立の出資等による、関係会社株式11百万円の増加

負債の変動に関するポイント

- ・買掛金530百万円の減少、FC債務134百万円の減少
(12月と6月の売上の違いによる仕入額及びFCからの預り金の差異によるもの)
- ・長期借入金650百万円の約定返済

純資産の変動に関するポイント

- ・税引後第2四半期純利益726百万円による増加
- ・自己株式542百万円の取得
- ・配当金の支払193百万円による減少

2013年第2四半期 キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フロー19億円

投資活動によるキャッシュ・フロー△3.4億円

財務活動によるキャッシュ・フロー△20億円

単位(百万円)

	2013年6月累計期間
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,959
税引前四半期純利益	1,344
減価償却費・のれん償却費	1,021
運転資金、その他の増減	428
法人税等の支払	△834
投資活動によるキャッシュ・フロー	△340
固定資産の取得による支出	△134
その他の支出	△206
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,090
借入・割賦・リース債務の返済による支出等	△1,357
自己株取得による支出	△542
配当金の支払による支出	△189
現金及び現金同等物の増減額	△470
現金及び現金同等物の期首残高	6,502
現金及び現金同等物の期末残高	6,031

2013年第2四半期 キャッシュ・フローの主な変動要因

キャッシュ・フローのポイント

営業活動によるキャッシュ・フロー

- ・税引前四半期純利益1,344百万円、法人税等の支払834百万円
- ・のれん償却費231百万円

投資活動によるキャッシュ・フロー

- ・固定資産、差入保証金の支払による支出350百万円
(新規出店15店舗、改装・業態転換12店舗等)

財務活動によるキャッシュ・フロー

- ・自己株式取得のための支出542百万円
- ・設備投資に伴う割賦債務、リース債務の支払707百万円

2013年度 業績予想

第2四半期までの業績を鑑み、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。

単位(百万円) (%)

項目	2012年12月期	2013年12月期	前年同期比
売上高	41,995	44,820	106.7
(グループ売上高)	(65,766)	(68,660)	(104.4)
売上総利益	27,589	29,704	107.7
販管費	24,300	26,184	107.8
営業利益	3,289	3,520	107.0
経常利益	3,297	3,440	104.3
純利益	1,263	1,526	120.8

2013年度 業績予想の概要

業績予想のポイント

既存店売上前年比率96.6%

- ・2013年上期95.0%、下期98.3%

(参考:2012年度上期105.1%、下期95.0%)

飲食事業新規出店・改装計画

- ・新規直営店50店、新規FC店5店 新規出店は継続実施
- ・改装計画は28店舗(上期12店舗) 補修、修繕を含め、積極的に実施

配当予想

- ・2012年度 10円(期末のみ) → 2013年度 20円(中間10円、期末10円)

株主還元

株主還元

今年度配当政策

- 今年度は、2013年度第2四半期末(6月末)10円配当、決算期末(12月末)10円配当の年間20円の配当を予定
- 継続的安定配当を予定

自己株式の取得状況

- 自己株式の取得の決議
 - ・5月8日に自己株式取得を決議
- 取得状況
 - ・5月9日～7月31日
 - 累計取得株式数 545,500株
 - 累計取得価額総額 542,891,500円

株主優待の拡充

- BtoCビジネスとして、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
- 年2回実施(基準日 6月末、12月末)
- 2013年6月末の株主様への優待内容を、金額・内容ともに拡充
- 株主優待券と株主優待品が選択可能

A-01 1個入 10000円

「株主さまご優待」
生本まぐろ(大分県産) 1Kg

産地直送 チルド冷蔵

産地からのお届け

【写真は一例です】



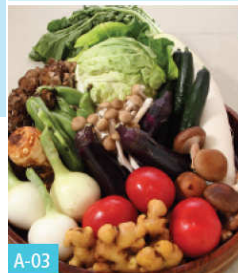
A-01

A-03 1セット 10~12品目 5000円

「株主さまご優待」
チムニー野菜セット

産地直送

産地からのお届け



A-03

第2部：今年度の施策と成長戦略

～第6次産業企業としてのおもてなし～

■ 今期の方針と行動指針

一灯

循環

教育母店

- 一灯 〈一灯を提げて、暗夜を行く。暗夜を憂ふるなかれ、唯一灯を頼め〉
 - 会社の一灯は笑顔。「ありがとう」をもらうための笑顔です。各店舗における一灯の商品とサービスを提案いたします
- 循環 〈サイクル〉 PDCA(plan-do-check-act)サイクル
 - わたしたちは一灯をもって、毎日お客様という太陽を中心に自転しながら公転しています
 - うまく循環したときにお客様から「ありがとう」が頂けます
- 教育母店 〈基礎・基本・応用〉
 - 教育母店を旗艦母店とエリア教育店、つまり模範店とし、人財を育成します

居酒屋業界第5位のポジションまで成長

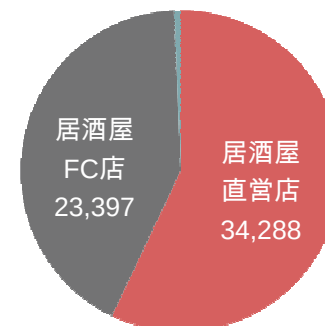
■ 売上高ランキングは10年の間、着実に上昇を継続。ランキング5位に

2001年度			2006年度			2012年度		
会社名		売上高	会社名		売上高	会社名(主カブランド)		売上高
1	モンテローザ	133,144	1	モンテローザ	125,404	1	モンテローザ(白木屋、魚民、笑笑)	145,098
2	養老乃瀧	80,433	2	大庄	85,080	2	大庄(大衆割烹 庄や)	78,528
3	大庄	68,485	3	ワタミフードサービス	71,388	3	ワタミフードサービス(和民、坐・和民)	73,086
⋮			⋮			4	コロワイド東日本(甘太郎、NIJYU-MARU)	58,742
10	チムニー	15,181	7	チムニー	37,248	5	チムニー(はなの舞、さかなや道場)	57,685

■ 経常利益額ランキングは4位。前年比伸び率では1位

2012年度 経常利益額と伸び率のランキング			(単位: 百万円)	(%)
会社名(主カブランド)		経常利益額	前年度比伸び率	
1	ワタミフードサービス(和民、坐・和民)	8,200	5.0	
2	モンテローザ(白木屋、魚民、笑笑)	6,370	▲19.5	
3	コロワイド東日本(甘太郎、NIJYU-MARU)	3,712	11.7	
4	チムニー(はなの舞、さかなや道場)	3,297	23.9	
5	大庄(大衆割烹 庄や)	2,059	-	

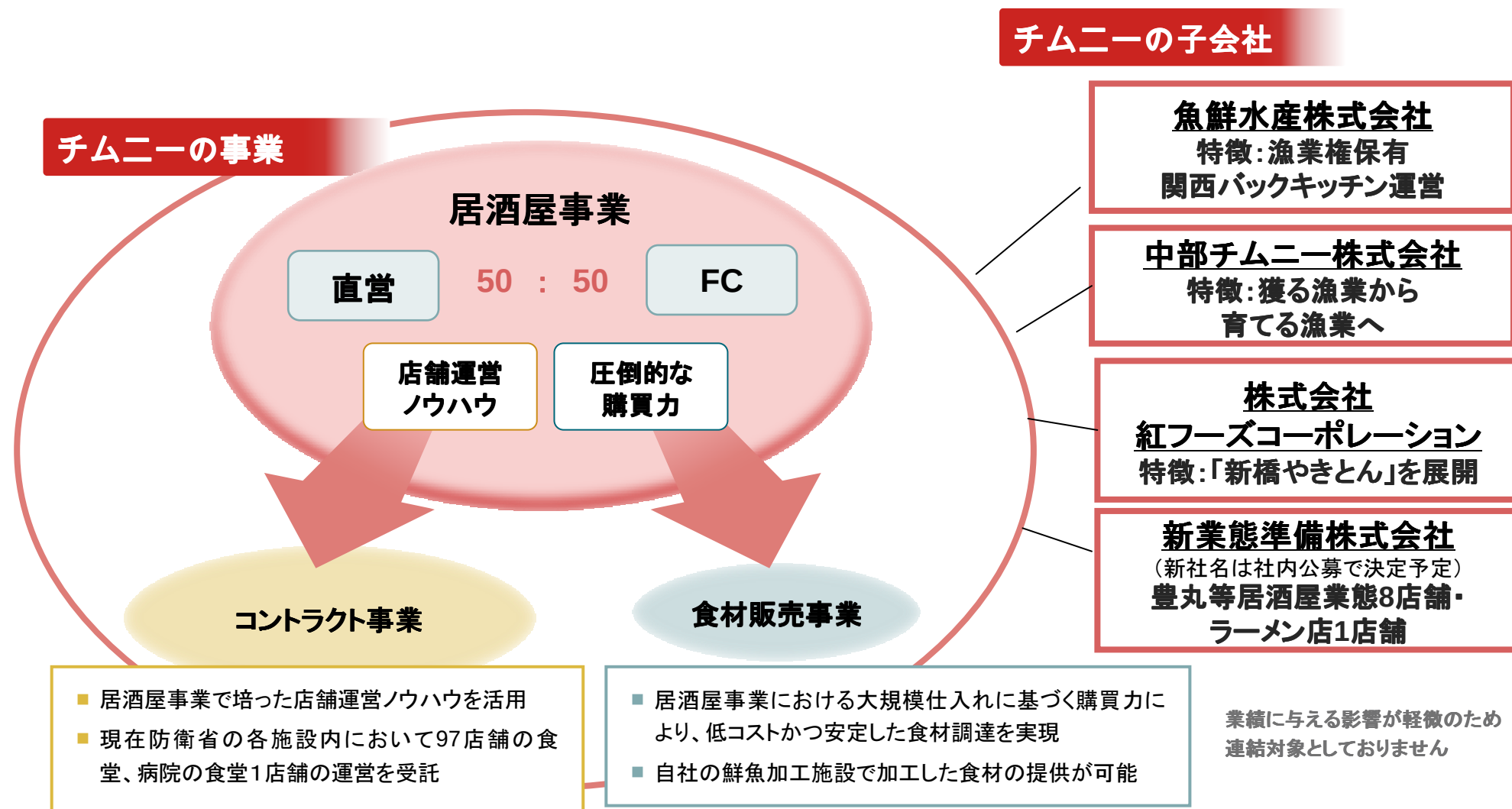
2012年度 店舗売上高内訳



出所: 日経流通新聞飲食業ランキング

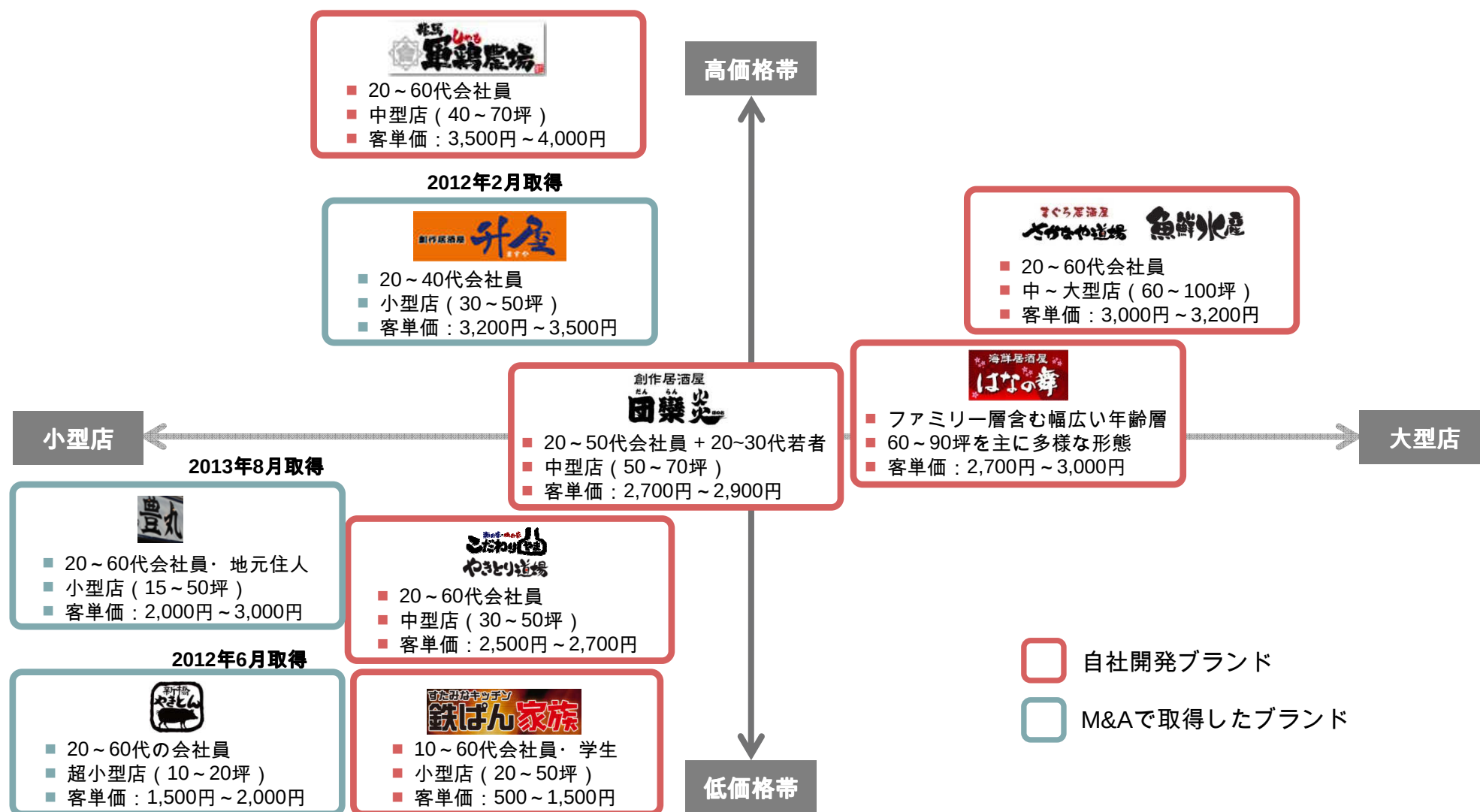
(単位: 百万円)

チムニーの事業全容:居酒屋事業から派生する新規ビジネスの展開と子会社の奮闘



業態別現在のポートフォリオ

- 幅広い顧客層、店舗フォーマットに対応する多彩なブランドポートフォリオにより、あらゆる条件の立地に出店可能



6次産業企業として、1次・2次・3次の各産業のバリューチェーンを構築

第1次産業：生産

◆獲れたて鮮魚を最短時間でお客様のテーブルへ
はじめに鮮度あり。食材の「生産」事業に進出。海鮮食材は子会社・魚鮮水産を通じて漁業権を保有し、午前3時に獲れた魚を店舗に当日配送できる体制を整えています。最短時間でお客様に新鮮なままお届けします



第2次産業：加工

◆バックキッチンの一括仕込みでスピードアップ

旨い料理は我々の手で。仕込み作業が重要です。食材加工(仕込み作業)を一括実施するバックキッチンでの下ごしらえが店舗内調理の負担を軽減、作業効率アップにつながるとともに、鮮度の追求と品質安定を実現しています



第3次産業：店舗販売

◆味わいを五感で楽しめる個性豊かなブランドで、おいしさを全国展開

味へのこだわりが実を結ぶ最後の舞台は、全国にひろがる店舗です。「はなの舞」をはじめとするチムニーブランドは、自社運営による直営店と、契約オーナーが運営するフランチャイズ店で展開しています。それぞれの強みを効果的に発揮し、おいしさと楽しさをテーブルへお届けします



第1次産業： 漁業権・買参権の活用により鮮魚を全国から調達

買参権の追加取得により、六次産業体制構築に向けた足固めを強化

漁業権を持つ魚鮮水産㈱と、全国各地の漁港からの調達

- 愛媛県八幡浜漁業組合の漁業権を持つ子会社魚鮮水産㈱から、その日に水揚げされた鮮魚を空輸し店舗へ配送
- 全国の漁港から直送鮮魚を確保し、新鮮なまま店舗へ届けお客様へ訴求。大量に安く魚が上がった場合には、バックキッチンで加工品へ

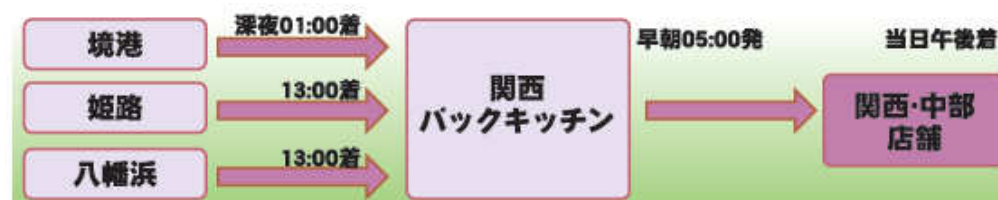


第2次産業：製造加工部門における進展 ～関西バックキッチンが稼働～

子会社「魚鮮水産株式会社 関西事業所」として、関西バックキッチンが5月1日より稼働

【設立目的】

1. 関西・中部エリアの出店強化のバックアップ体制
2. 調達品質の向上と店舗コストの軽減



【取扱高】

- 5月より稼働開始し、5月6月中旬は関西近隣を中心に供給。6月下旬より中四国エリアへの供給を開始。7月より名古屋エリアの一部店舗への供給を開始するなど、徐々に地域を拡大し供給量を増加
- 関西エリアへは、境港の生本マグロ・長崎松浦漁港の生ヤリイカなど、供給を活



【現状の供給アイテム】

- 八幡浜直送に加え、土佐や境港からの直送が加わり、魚種を広げながら、産地直送鮮魚を関西・中四国エリアへ供給
- 「ばらちらし」などランチ商材の加工を手がけることにより、店舗でのメニューが充実

【今後について】

- 目指すのは、チムニー内の卸売市場の役割。大田水産物地方卸市場の買参権の行使に伴い、大田・八幡浜・姫路・淡路島など複数産地から鮮魚の直接仕入れを集約化し、実現化へ
- 串揚げ・鰯に代表される関西の食文化に対応した商品の対応
- 干物類の製造（小田原の定置網、境港の鰹・鯖など）

第3次産業：店舗展開 ～新業態：龍馬軍鶏農場、多店舗展開～

新業態：龍馬軍鶏農場

●開発の狙いと特徴

【希少かつ新鮮な軍鶏を味わっていただく専門志向】

- 軍鶏(しゃも)はもともと闘鶏用、観賞用に飼育されていたことから由来しており、ぐんけいと呼ばれることもある。食用としては希少性のある食材
- 軍鶏は地鶏のカテゴリの範疇

地鶏の定義:①日本農林企画(JAS)在来種由来の血液百分率が50%以上の国産銘柄鶏の総称。在来種とは、明治時代までに国内で成立し、又は導入された鶏の品種を言い、現在38種ある。②飼育期間が80日以上、かつ28日齢以降は、平飼いで1㎡当たり10羽以下で飼育

- 日本での生産は年あたり、にわとりが7億羽、地鶏が600万羽、軍鶏が60万羽

【来年までに50店舗へ出店計画】

- 1号店からの好調な滑り出しを受け、年内20店舗、来年30店舗、合計50店舗の出店を計画

【店舗のコンセプト】

- 店内で毎日解体するにより鮮度と衛生管理を徹底。たたきで提供できる
- 〆てから約24時間内の新鮮な軍鶏を丸ごと店内調理
そろばん(せせり)など希少部位を提供できる
- 玉子もすべて軍鶏の玉子。ダシも軍鶏から取っている
- 土佐(高知)の食材にもスポットをあて、カツオ・生姜・柚子・トマト・山椒・焼酎・地酒など地元の高価な食材を、自社流通網によりできるだけ手頃な価格で提供



第3次産業：店舗展開 ～新業態：龍馬軍鶏農場、多店舗展開～

新業態：龍馬軍鶏農場

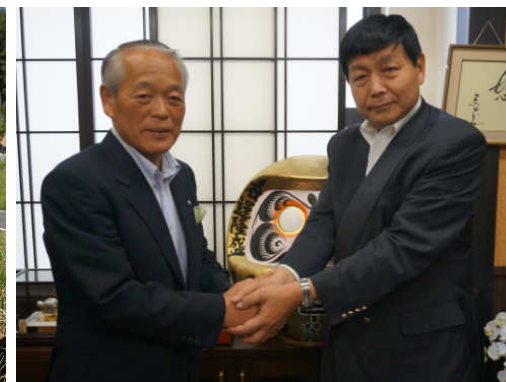
●全国のこだわりの軍鶏を店別に提供

【川俣軍鶏(福島県)】

- 品種:川俣軍鶏
- 生産地:福島県伊達郡川俣町。昭和58年、町おこしの一つとして食用軍鶏を開発。かの武将伊達政宗公も出陣の際には「軍鶏鍋」を食べて戦に臨んだという話もあるなど縁起を担ぐ食べ物としても有名
- 飼育期間:110日～114日(一般的に流通している鶏肉は50～60日の飼育期間)。平飼いの開放鶏舎にて1平方mあたり6～8羽で管理され、安全安心な環境で飼育
- 提供店舗は、飯田橋東口店・木場店・柏西口店 ほか

【タマ軍鶏(埼玉県)】

- 品種:タマ軍鶏。タマ軍鶏のタマは埼玉県のタマ
- 生産地:埼玉県加須市 生産者:篠田さん
- 飼育期間:150日。弾力に富んだ肉質を作るため、150日のうち最後の40日のみ開放鶏舎で飼育
- 肉質の特徴:こくのある地鶏らしい味わいに加え、赤みと歯ごたえある肉質が特徴。脂肪が少なくうまみ強い。また臭みが少なく保湿力があるため、焼いた時に肉汁が豊富に出る
- 提供店舗は1号点の亀戸店



(写真左上)川俣軍鶏生産者ご夫婦・右上)川俣町長と和泉社長・中央左)タマ軍鶏生産者・右中央)川俣軍鶏飼育鶏舎・右下)高知県生姜生産者・左下)千住ネギ生産者

第3次産業：店舗展開 ～日本全国への出店加速～

日本全国への出店加速：山陰山陽地方や甲府、大阪・群馬のロードサイドへの出店

- 全国1道1都2府41県、45の都道府県への出店を達成
- 地産地消と地産外消を相互展開

【山陰山陽地方へ4店舗続けて出店。山陰地方の新鮮な魚介類を豊富に取り込む】

- 3月27日鳥取に「三代目網元魚鮮水産 鳥取北口店」、4月22日には「三代目網元魚鮮水産米子駅前店」、5月1日には島根に「はなの舞シャミネ松江店」、7月16日には岡山に「ホテル・アルファワン倉敷南口店」がオープン
- 賀露港直送の今朝獲れ鮮魚や、境港直送のカニなど、漁港直送の新鮮な魚介類を豊富に取り込む

【甲府駅前店を700店舗記念店舗としてオープン】

- 3月4日オープンの甲府駅前店は、武田信玄をモチーフにした「風林火山 はなの舞」として誕生。地元に愛される店舗を目指し、甲斐戦国武将である武田信玄と二十四将をモチーフにした店舗
- 海無し県でありながら、マグロの消費量が高いのが特色であり、新鮮な魚介類を取り揃えつつ、信玄とりなど地元の食材を取り込む
- 甲府への更なる出店も計画

【ロードサイドへの出店】

- はなの舞カンケンプラザ植木野店（群馬県）や、はなの舞住之江公園店（大阪府）などロードサイドへ継続出店
- 駐車場も完備し、ファミリー層など新たな客層を取り込む



魚鮮水産鳥取北口店（鳥取県）



風林火山はなの舞甲府駅前店（山梨県） 信玄公どりくわも焼き



はなの舞住之江公園店（大阪府）

第3次産業：店舗展開 ～人財の育成～

人財の育成

- **人財教育体制の強化**（従業員は当社の運営を担う上で重要な存在であると考え、「材」ではなく「財」の文字を用いて「人財」と表記しております）

- **今年度の人財育成強化策**

- ① 教育母店の設置と循環教育 ② 自衛隊習志野駐屯地入隊体験 ③ マイスター制度の再構築 ④ キャストの積極的採用

教育母店と循環教育

- 教育母店による集中研修

自衛隊習志野駐屯地入隊体験

- 期間:2月5日～7日(2泊3日)
- 入隊時のテーマ: ① 団結心の強化 ② 規律の遵守 ③ リーダーシップの向上

マイスター制度の再構築

- 4種類のマイスター認定制度を設け、技術力の向上と維持を義務付け
- 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 ドリンクマイスター

キャストの積極採用

- キャスト店長・キャストトレーナーなど、ステップアップ制度の拡充



コントラクト事業：コントラクト事業を飲食事業に次ぐ第二の柱へ

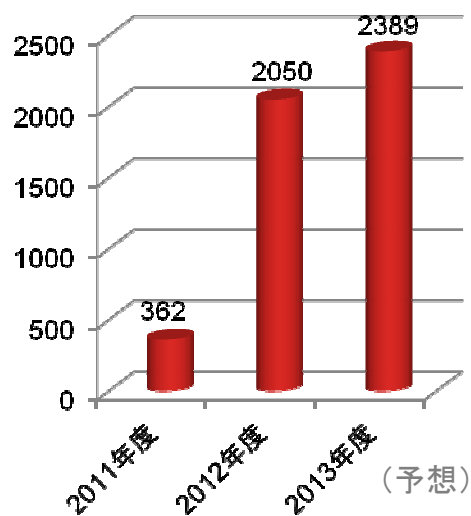
コントラクト事業の進展と今後の施策

- 2009年より、防衛省の各施設における食堂運営の受託を開始、現在98店舗を運営
- 2012年度は4月に84店舗同時に運営を受託し開店。全社横断的教育、組織体制の成果
- 2013年度上期は、国防上の特殊事情があり一時的に宴会中止あるも、1～6月売上は、1,168百万円
店舗売上の6.5%を占める
- 2014年度以降の入札案件に向けて準備。今後は、その他官公庁施設、病院、空港、サービスエリア等、対象先を予定

コントラクト事業 売上高／店舗数推移

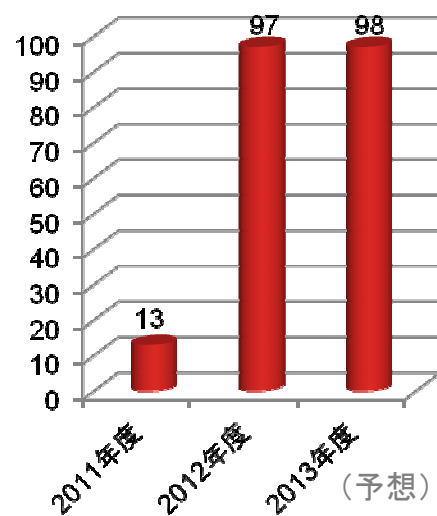
売上高推移

売上高
(百万円)



店舗数推移

店舗数
(店舗)



防衛省本省

- ランチ、立食パーティ、洋食のフルコースまで様々なニーズに対応可能なスタイルで営業



全国各地の駐屯地で「はなの舞」を展開



東千歳クラブ(北海道)



くつろぎのひと時



島松クラブ(北海道)

M&Aによるブランドポートフォリオの拡充と事業拡大の加速

M&A実行企業の進捗状況

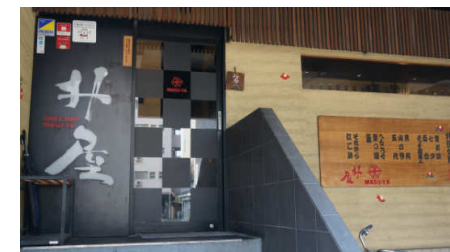
- 既存ブランドポートフォリオにない業態を拡充
 - ・食材の共同調達などによる合理化を達成
 - ・新業態ビジネスの拡大の加速化

株式会社紅フーズコーポレーション（2012年6月）

- 「新橋やきとん」「焼焼とんとん」を展開する株式会社紅フーズコーポレーションの全株式を取得し、直営店6店舗承継、現在11店舗。今年は20店舗を視野に出店
- ホルモンという特色ある食材に特化した小型店舗
- 調達方法や、販売方法等の運営ノウハウを取得



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
- 直営店4店舗、FC店舗。店舗フォーマットは30～50坪
価格帯は3,300円

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
- 特徴とするのは、ソムリエからのワインのお勧め。25種類のワインを常時取り揃え、バラエティに富んだ中から、お客様のお好みをチョイス。価格設定は、ボトルワインで、3,000円・4,000円。100g単位のグラスワインが、399円、499円



M&Aによるブランドポートフォリオの拡充と事業拡大の加速

M&Aにより新規に事業譲受

■ 事業譲受概要

- 居酒屋業態8店舗、ラーメン店1店舗を事業譲受
- 7月24日 子会社設立取締役会決議・事業譲受契約締結
- 8月1日 事業譲り受け及び事業開始

■ 意義

- 店舗フォーマットの補完：駅前に位置しながら海辺の感覚が感じられる新たな店舗コンセプト
- シナジー効果：漁港直送の新鮮な魚介類の仕入れと物流
既存店舗の活性化
- 店舗網の拡大：関西方面に瞬時に8店舗拡大

■ 新会社概要

- 社名：新業態準備株式会社（現在新社名を社内公募中）
- 所在地：大阪府大阪市中央区本町4丁目6番20号
- 代表者：代表取締役 小林 巧 資本金：150百万円
- 株主、持分比率：チムニー株式会社 100%

- 今後の計画 毎年2店舗出店により、5年後店舗数2倍、営業利益3倍を目指す

豊丸・鶴金・金魚など9店舗 (2013年7月24日契約締結、8月1日事業譲受)

■ 事業譲受9店舗一覧

浦和豊丸	さいたま市浦和区高砂 1-7-10 1・2階
高槻鶴金	高槻市北園町 19-12 キリメビル 1階
高槻豊丸	高槻市高槻町 11-6 第1領家ビル 1階
茨木豊丸	茨木市駅前1-2-7
茨木金魚	茨木市西駅前町3-3 グラトナスビル1・2階
麺匠慶次	大阪府中央区城見1-3-7 松下IMPビル1階
豊丸食堂	大阪府中央区城見2-1-61 ギャラリーツイン21MIDタワー2階
京橋あじと	大阪府都島区東野田町1-2-1 京橋ガブリ2階
難波楽ぼく	大阪府中央区難波3-2-14 和栄実業ビル



海外戦略

海外戦略

- 海外出店戦略は、東南アジアを中心にマーケティング
- 成長性に期待。各国の市場規模・規制や慣習に留意しながら、進出形態を検討中



JETRO HPより抜粋

■ 各国基本情報比較

国名	総人口	GDP	宗教	通貨(レート)
香港	724万人	36,667	仏教	HK \$
シンガポール	550万人	51,161	仏教	S \$
タイ	6,467万人	4,992	仏教	バーツ

国名	主要都市	都市人口	都市GDP	成長率(%)
香港	香港	724万人	36,667	1.44
シンガポール	シンガポール	550万人	51,161	1.32
タイ	バンコク	828万人	11,420	6.44

■ 経済指数比較

国名	法人税	外食産業 独資可能性	付加価値税	工員賃金/ 年収US \$
香港	16.5%	100%	0%	22,329
シンガポール	17%	100%	7%	23,772
タイ	30%	49%	7%	6,704

国名	配当源泉税 (対日本)	ロイヤリティ (対日本)	借入利子源泉税 (対日本)	外食産業会社 登記日数
香港	非課税	4.5~4.95%	非課税	35日
シンガポール	非課税	10%	10%	35日
タイ	10%	15%	15%	30日

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。