

チムニー 株式会社



2007年12月期
中間決算説明会資料

本日のテーマ

- 1 2007年度上期成績の総括
- 2 取り組みと実績
- 3 今後の戦略
- 4 第一次3カ年計画進捗状況
(2005年度～2007年度)

2007年度上期の総括 営業成績

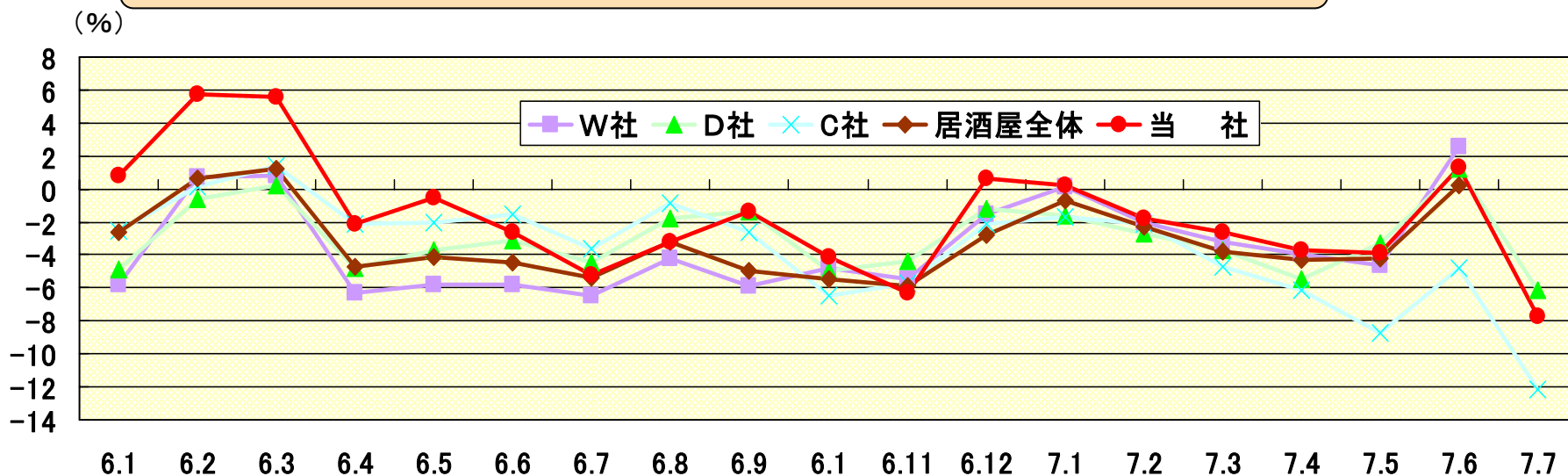
要約損益計算書

(単位:百万円、()は売上比)

項目 \ 期	2004年12月期	2005年12月期	2006年12月期	2007年 中間期
売上高	15,464	21,026	28,076	16,156
売上原価	6,028 (39.0)	7,619 (36.2)	9,893 (35.2)	5,654 (35.0)
売上総利益	9,436 (61.0)	13,407 (63.8)	18,183 (64.8)	10,502 (65.0)
販管費	8,454 (54.6)	11,695 (55.6)	15,953 (56.8)	9,008 (55.8)
営業利益	982 (6.4)	1,711 (8.1)	2,229 (8.0)	1,494 (9.3)
経常利益	1024 (6.6)	1,746 (8.3)	2,310 (8.2)	1,501 (9.3)
純利益	521 (3.4)	856 (4.1)	1,184 (4.2)	790 (4.9)

2007年度上期の総括 営業成績

既存店前年比推移 計画を上回る推移



	06.1	06.2	06.3	06.4	06.5	06.6	06.7	06.8	06.9	06.10	06.11	06.12	07.1	07.2	07.3	07.4	07.5	07.6	07.7
当社	0.8	5.7	5.6	-2.1	-0.5	-2.6	-5.2	-3.2	-1.4	-4.1	-6.3	0.6	0.2	-1.8	-2.6	-3.7	-3.9	1.3	-7.7
W社	-5.8	0.7	0.8	-6.3	-5.8	-5.8	-6.5	-4.2	-5.9	-4.8	-5.5	-1.5	0.1	-2.0	-3.2	-4.0	-4.6	2.6	未
D社	-4.9	-0.6	0.2	-4.8	-3.7	-3.1	-4.5	-1.8	-1.4	-5.0	-4.4	-1.2	-1.6	-2.7	-3.7	-5.5	-3.3	1.2	-6.1
C社	-2.5	0.1	1.4	-2.1	-2.0	-1.5	-3.6	-0.9	-2.6	-6.5	-5.7	-2.1	-1.7	-2.1	-4.7	-6.1	-8.7	-4.8	-12.2
居酒屋全体	-2.6	0.6	1.2	-4.7	-4.1	-4.5	-5.4	-3.2	-5.0	-5.5	-5.9	-2.8	-0.7	-2.3	-3.8	-4.3	-4.2	0.2	未

2007年度上期の総括 営業成績

各部門ともに順調に推移を継続

(単位:百万円、()は前年同期比)

項目 \ 期	2004年12月期	2005年12月期	2006年12月期	2007年 中間期
直営店部門	11,991 (53.1)	16,747 (39.7)	22,936 (37.0)	13,142 (28.5)
食材供給部門	2,438 (28.1)	2,890 (18.6)	3,469 (20.0)	2,012 (26.4)
F C部門	1,035 (5.1)	1,387 (34.0)	1,670 (20.4)	1,001 (17.7)

2007年度上期の総括 営業成績

業態別売上高 はなの舞の売上が大きく貢献

(単位: 百万円)

業態名	2006年中間		2007年中間		
	売上高	構成比	売上高	構成比	比較
直営店合計	10, 226	100.0%	13, 142	100.0%	128.5%
はなの舞	7, 788	71.3%	10, 997	83.7%	141.2%
団欒炎	1, 529	20.2%	1, 179	9.0%	77.1%
こだわりやま	115	1.3%	362	2.8%	314.8%
知夢仁	391	3.0%	111	0.8%	28.4%
四季の心づくし花の舞	284	2.1%	287	2.2%	101.1%
チムニー	83	1.5%	—	—%	—%
他業態	32	0.6%	202	1.5%	631.3%

2007年度上期の総括 財務状況

要約貸借対照表

(単位:百万円、()は前年同期増加率)

期 項目	2004年12月期	2005年12月期	2006年12月期	2007年 中間期
総資産	7,716 (38.5)	12,740 (65.1)	17,263 (35.5)	18,655 (44.5)
負債総額	6,454 (34.4)	8,900 (37.9)	12,318 (38.4)	11,232 (31.6)
純資産	1,261 (64.6)	3,839 (204.4)	4,944 (28.8)	7,423 (69.7)

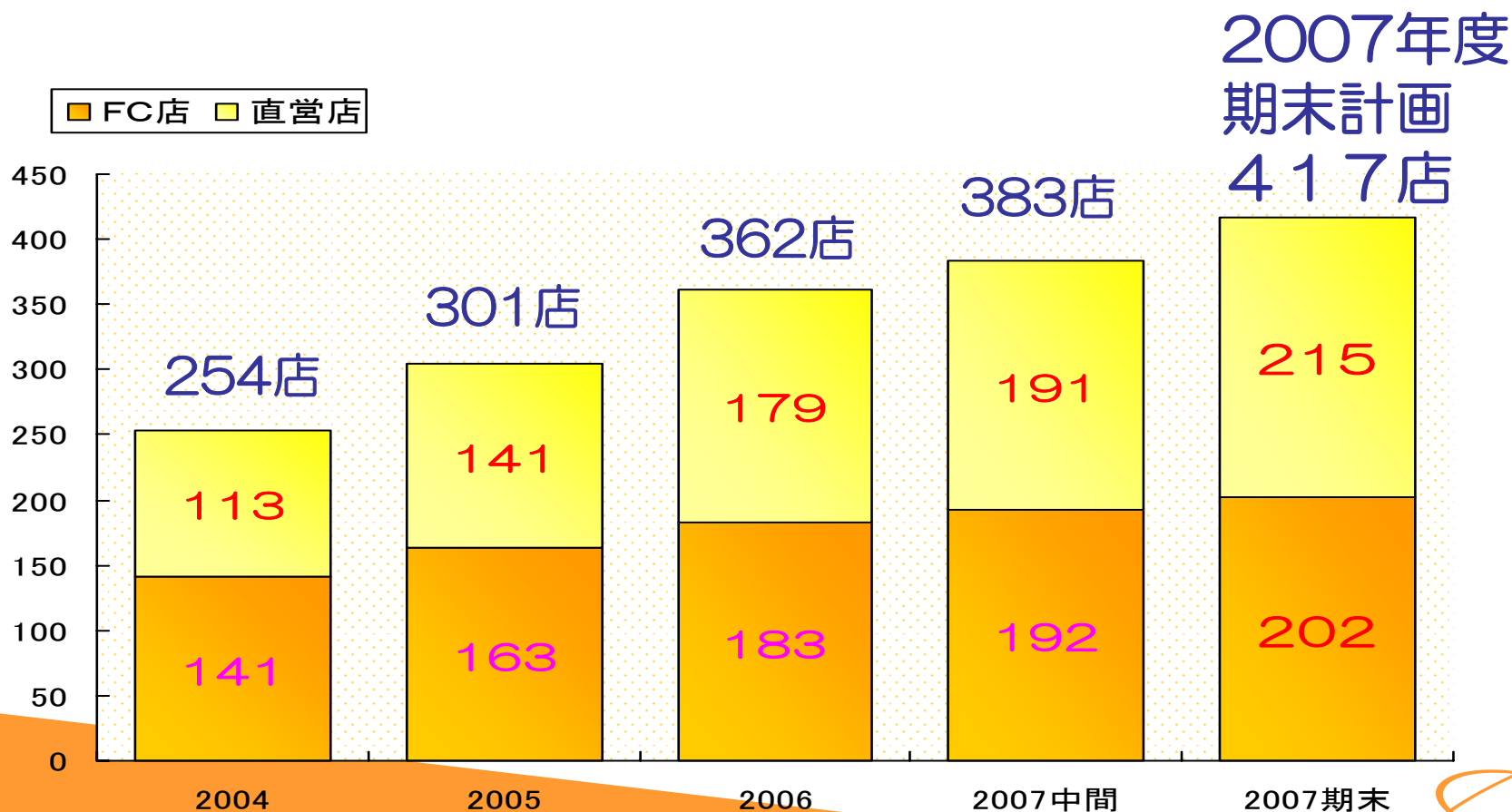
要約キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円、()は前年同期増加率)

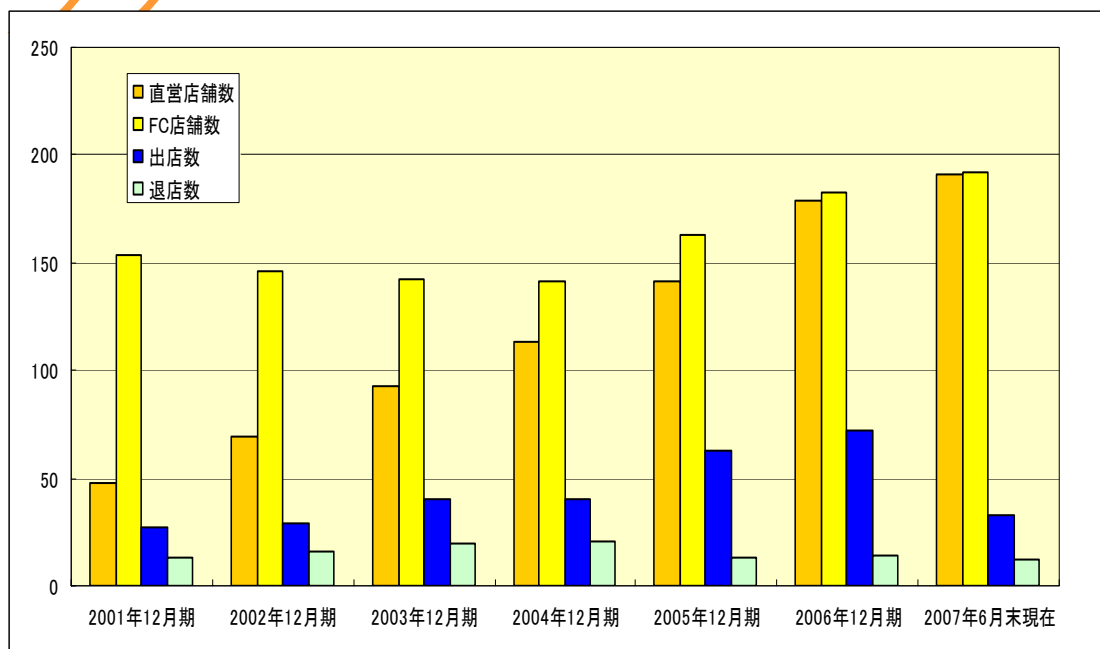
期 項目	2004年12月期	2005年12月期	2006年12月期	2007年 中間期
営業C/F	1,867 (51.1)	3,026 (62.0)	4,228 (39.7)	1,529 (135.9)
投資C/F	△598 (71.7)	△1,294 (116.3)	△2,078 (60.6)	△1,684 (74.7)
財務C/F	△624 (739.4)	288 (—)	△1,158 (—)	375 (—)

取り組みと実績 出店状況

直営店とFC店の5：5の展開を推進



取り組みと実績 出退店の推移



	2001年 12月期	2002年 12月期	2003年 12月期	2004年 12月期	2005年 12月期	2006年 12月期	2007年 6月末現在
FC店舗数	154	146	142	141	163	183	192
直営店舗数	48	69	93	113	141	179	191
出店数	27	29	40	40	63	72	32
退店数	13	16	20	21	13	14	11

業態	事業 部門	2007年6月末 店舗数	
		直営	FC
はなの舞	直営	151	262
	FC	111	
(海鮮居酒屋)	直営	136	244
	FC	108	
(海鮮うまかもんや)	直営	15	18
	FC	3	
団欒 炎	直営	18	30
	FC	12	
四季 花の舞	直営	2	5
	FC	3	
チムニー	直営	0	20
	FC	20	
知夢仁	直営	3	14
	FC	11	
こだわりやま	直営	11	42
	FC	31	
さかなや道場	直営	3	3
	FC	0	
豚夢創家	直営	3	4
	FC	1	
他業態	直営	0	3
	FC	3	
合計	直営	191	383
	FC	192	

取り組みと実績 業態推移

業態別店舗数推移

業態名	2005年度期末			2006年度期末			2007年中間期末		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	96	81	177	143	97	240	151	111	262
(海鮮居酒屋)	(96)	(81)	(177)	(131)	(96)	(227)	(136)	(108)	(244)
(海鮮うまかもんや)	—	—	—	(12)	(1)	(13)	(15)	(3)	(18)
団欒炎	21	10	31	19	12	31	18	12	30
こだわりやま	2	33	35	6	35	41	11	31	42
チムニー	3	24	27	1	22	23	—	20	20
知夢仁	8	6	14	4	10	14	3	11	14
四季の心づくし花の舞	3	2	5	4	2	6	2	3	5
さかなや道場	—	—	—	2	—	2	3	—	3
豚夢創家	—	—	—	—	1	1	3	1	4
その他	8	7	15	—	4	4	—	3	3
合計	141	163	304	179	183	362	191	192	383

取り組みと実績 業態の深化と進化1

はなの舞の進化 海鮮うまかもんやの展開



カウンター型キッチンの配置
安心、安全で新鮮な食材の見える化

食事・デザートメニューの強化
新しい顧客層(ファミリー層)の開拓

個室・パーティールームを完備
ファミリー層、主婦層にも安心の空間

郊外駅前立地へのモデル店
地域住民の方のニーズにこたえる店舗へ



取り組みと実績 業態の深化と進化2

はなの舞の深化 さかなや道場の展開



はなの舞の「海鮮」にこだわった店舗
鮮魚への専門化による顧客の取込に成功

店舗内に水槽を設置し、活魚を提供
より新鮮な食材をお客様に提供

まぐろメニューを大幅に強化
まぐろの1本買いにより、通常目にしない
オリジナルメニューも登場

御徒町駅前店の成功
坪面積売上は当社トップクラス



さかなや道場 まぐろメニューの一部

取り組みと実績 超繁華街への出店

新宿駅への集中展開の成功



新宿西口大ガード店



新宿西口ハレット店



西新宿店

西武
新宿駅



歌舞伎町ハイジア店

JR
新宿駅



代々木東口店

JR
代々木駅

新宿地区の展開

- ①5店舗での予約状況の共有により、お客様を確実に店舗へご案内できる
- ②お客様の用途に合わせ各店舗をご紹介
- ③人員の応援体制の完備
- ④水槽の導入により、競合店舗との差別化

取り組みと実績 オフィスの開設

北海道オフィス(2007年4月19日開設)
団欒炎狸小路店に併設し、北海道での
採用活動と物件開発拠点として稼動
狸小路店では、社員教育も実施



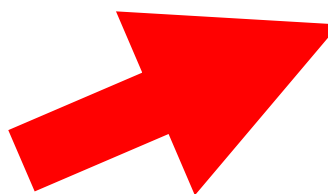
中部オフィス(2007年1月10日開設)
はなの舞東岡崎店に併設し、中部地区
の採用、開発拠点として稼動
活気あふれる中部地区の人財採用に貢献

取り組みと実績 居酒屋ランキング

日経MJランキング

	2005年度	
	会社名	売上高
1	モンテローザ	124,860
2	大庄	81,155
3	ワタミ	63,360
4	養老乃瀧	52,122
5	コロワイド東日本	46,112
6	村さ来	43,300
7	つぼ八	38,600
8	マルシェ	35,643
9	チムニー	28,154
10	テンアライド	21,123

上位チエーン店
最高の伸び率



2006年度		
会社名	売上高	前年伸び率(%)
モンテローザ	125,404	100.4
大庄	85,060	104.8
ワタミ	71,333	111.8
養老乃瀧	50,520	97.2
コロワイド東日本	49,515	107.4
村さ来	37,550	—
チムニー	37,248	132.3
つぼ八	35,000	93.5
サッポロライオン	26,549	101.9
三光マーケティング	22,909	112.5

取り組みと実績 居酒屋ランキング

2007年7月の居酒屋顧客満足度ランキングにおいて

はなの舞 総合第6位 花の舞 総合第15位

はなの舞の評価

店舗の環境(立地・営業時間・交通の利便性等) 第2位

駅前の見える位置・駅からすぐ近い立地への出店の効果

スタッフの接客態度 第3位

人財教育・マニュアル等の整備、

NHK運動(ニコニコ・ハキハキ・キビキビ)の効果

ドリンクの満足度(種類・味・品質等) 第3位

ドリンクプロジェクトチームの立ち上げ・更なる向上を目指す

当社の今後の戦略



2007年12月期

今後の戦略 更なる業績拡大へ

グループ1000店舗体制へ向けての取り組み

お客様

お客様からありがとう
と言われる企業に

仕入取引先との関係強化

活魚の強化・安全・安心

人財の確保と教育

店長・調理長の育成

当社

はなの舞の進化・深化へ
さかなや道場の展開
出店地域の拡大へ

食材の安定供給

物流網の整備

システム・コンプライアンス強化

バックシステムの充実

全国出店強化へ

新規出店

今後の戦略 メニュー展開・活魚仕入

活魚の安定的仕入と地産地消の推進

各地の活魚仕入先との取引強化

地場の取引先から、より新鮮な、より旬な
食材の調達ルートの確保



当社の
活魚・鮮魚仕入先

今後の戦略 食材の安定供給1

三菱商事グループとの関係の強化

三菱商事グループ

東洋冷蔵株式会社
(国内まぐろ取扱量
トップ(42%強)さらに
シェア拡大中)

まぐろの安定供給
原価率の安定化へ

当社

まぐろの供給価格の安定
食材の確保・高品質の維持

お客様

今後の戦略 食材の安定供給2

安心・安全・確実な食材調達の強化

日本水産株式会社
(水産品特化の食品会社)
との取引の強化

安全な食材の安定供給
原価率高騰の抑制

当社

活魚の安定供給・
安全・安心な食材の確保・
店舗への安定供給

お客様

今後の戦略 メニュー展開・活魚

活魚の積極導入・他社との差別化



活魚の提供

地元の新鮮な食材を提供し、
地域のお客様に喜ばれる店舗へ

水産会社との連携強化

南海活魚水産(株)との取引を強化
水槽の導入・活魚の安定的仕入へ

活魚センターの設立へ

活魚の安定的仕入と他社との差別化
を強化。

今後の戦略 人財教育と育成

ABC大学のプレスタートと調理教育の強化へ



取締役を講師にした教育カリキュラムの開講
社員全員が学べるABC大学へ
(ABCは、A: 当たり前のことを
B: ぼんやりしないで
C: ちゃんとやる の頭文字です)

基礎講座の内容の確立
教育カリキュラムの内容とレベルの検討へ

店長教育コースの確立⇒調理長教育へ
調理レベルの向上、活魚の全店導入へ

調理長のステップアップ
調理コースのマイスター制度(技術レベル
別階級制)を導入

今後の戦略 人財採用と確保

女性チームを中心に全国展開

各オフィスと店舗を中心とした地方
採用担当制度の活用

人財確保⇒継続出店と既存店の
更なるレベルアップへ

北海道オフィス
採用担当専任駐在

2007年度新卒採用実績 170名
2008年度新卒採用予定 220名
活動開始中

九州地区採用担当
(中洲店を拠点)

関西オフィス
採用活動拠点

中部オフィス
採用活動拠点

本社
人財本部



今後の戦略 全国への出店

合計 383店舗

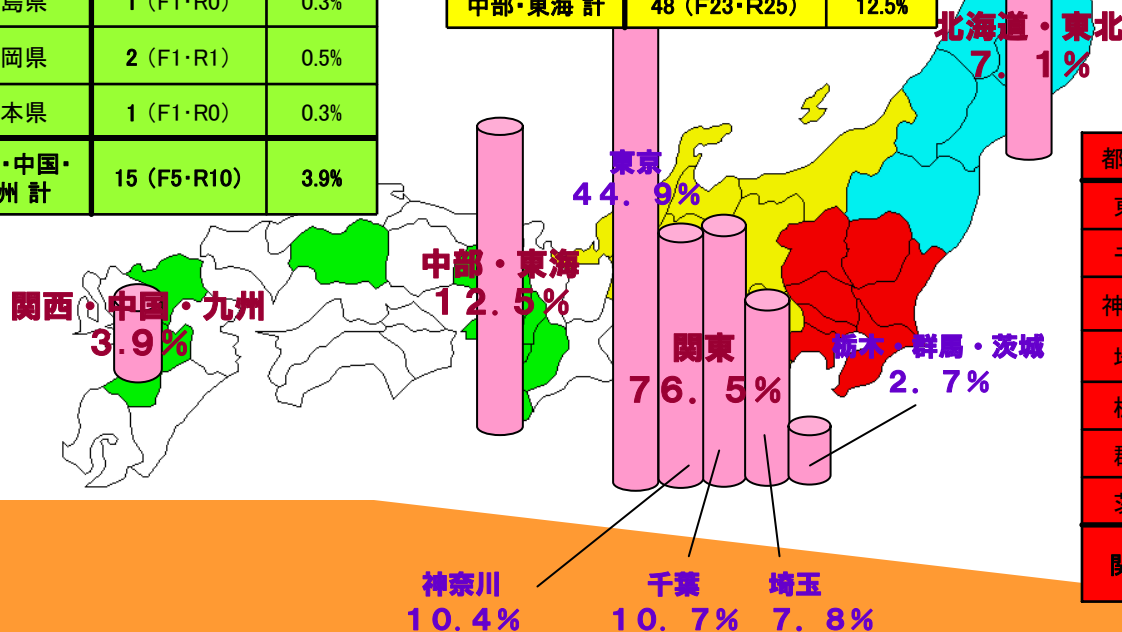
FC:192

直営:191

都道府県	店舗数	構成比
大阪府	5 (F1・R4)	1.3%
兵庫県	3 (F1・R2)	0.8%
奈良県	1 (F0・R1)	0.3%
和歌山県	2 (F0・R2)	0.5%
広島県	1 (F1・R0)	0.3%
福岡県	2 (F1・R1)	0.5%
熊本県	1 (F1・R0)	0.3%
関西・中国・九州計	15 (F5・R10)	3.9%

都道府県	店舗数	構成比
山梨県	2 (F2・R0)	0.5%
長野県	8 (F7・R1)	2.0%
新潟県	5 (F1・R4)	1.3%
静岡県	22 (F11・R11)	5.6%
石川県	1 (F0・R1)	0.3%
富山県	1 (F1・R0)	0.3%
福井県	1 (F0・R1)	0.3%
愛知県	6 (F1・R5)	1.6%
岐阜県	2 (F0・R2)	0.5%
中部・東海計	48 (F23・R25)	12.5%

都道府県	店舗数	構成比
北海道	3 (F1・R2)	0.8%
青森県	3 (F0・R3)	0.8%
秋田県	2 (F1・R1)	0.5%
岩手県	2 (F0・R2)	0.5%
山形県	2 (F0・R2)	0.5%
宮城県	7 (F3・R4)	1.8%
福島県	8 (F7・R1)	2.1%
北海道・東北計	27 (F12・R15)	7.1%



都道府県	店舗数	構成比
東京都	172 (F102・R70)	44.9%
千葉県	41 (F17・R24)	10.7%
神奈川県	40 (F22・R18)	10.4%
埼玉県	30 (F6・R24)	7.8%
栃木県	1 (F0・R1)	0.3%
群馬県	1 (F0・R1)	0.3%
茨城県	8 (F5・R3)	2.1%
関東計	293 (F152・R141)	76.5%

今後の戦略 物流網の強化

1,000店舗物流体制の構築へ



第1・第2物流センター
物流700店舗体制

食材

広域物流協力会社

食材

各店舗

各仕入先

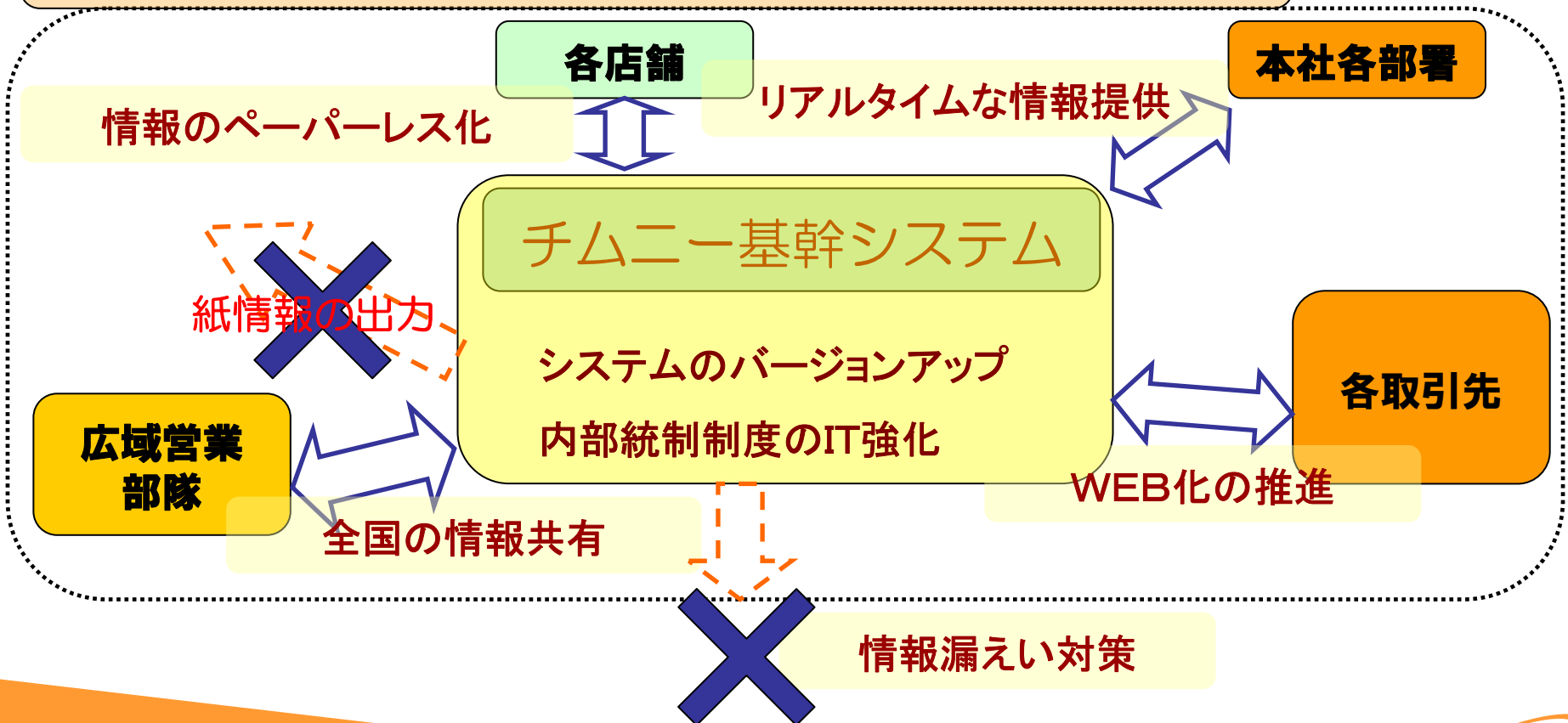
計画中

第3物流
センター

第4物流
センター

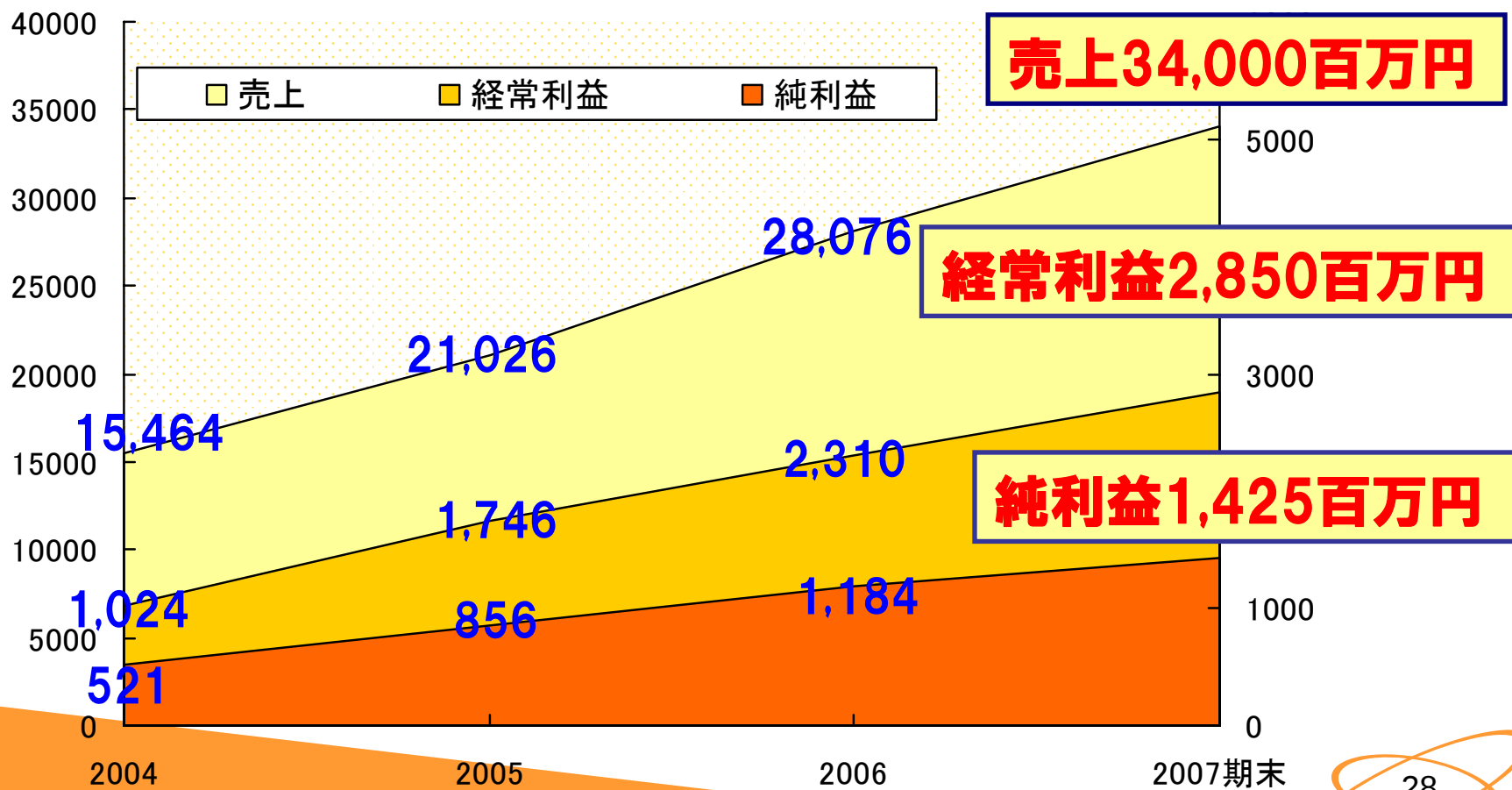
今後の戦略 ITの強化

全社システムのパワーアップ



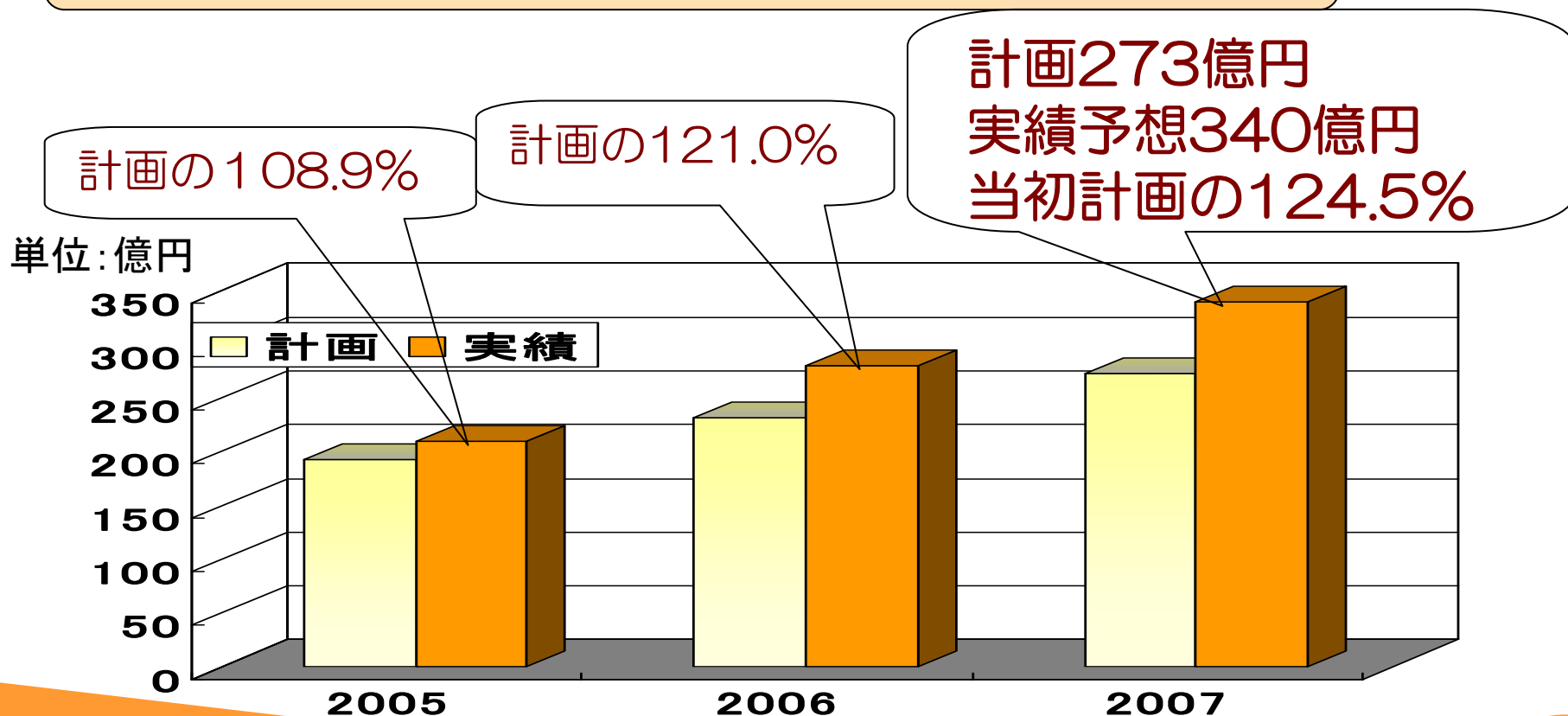
今期の見通し 2桁成長の継続

9期連続増収、6期連続増益を目指す



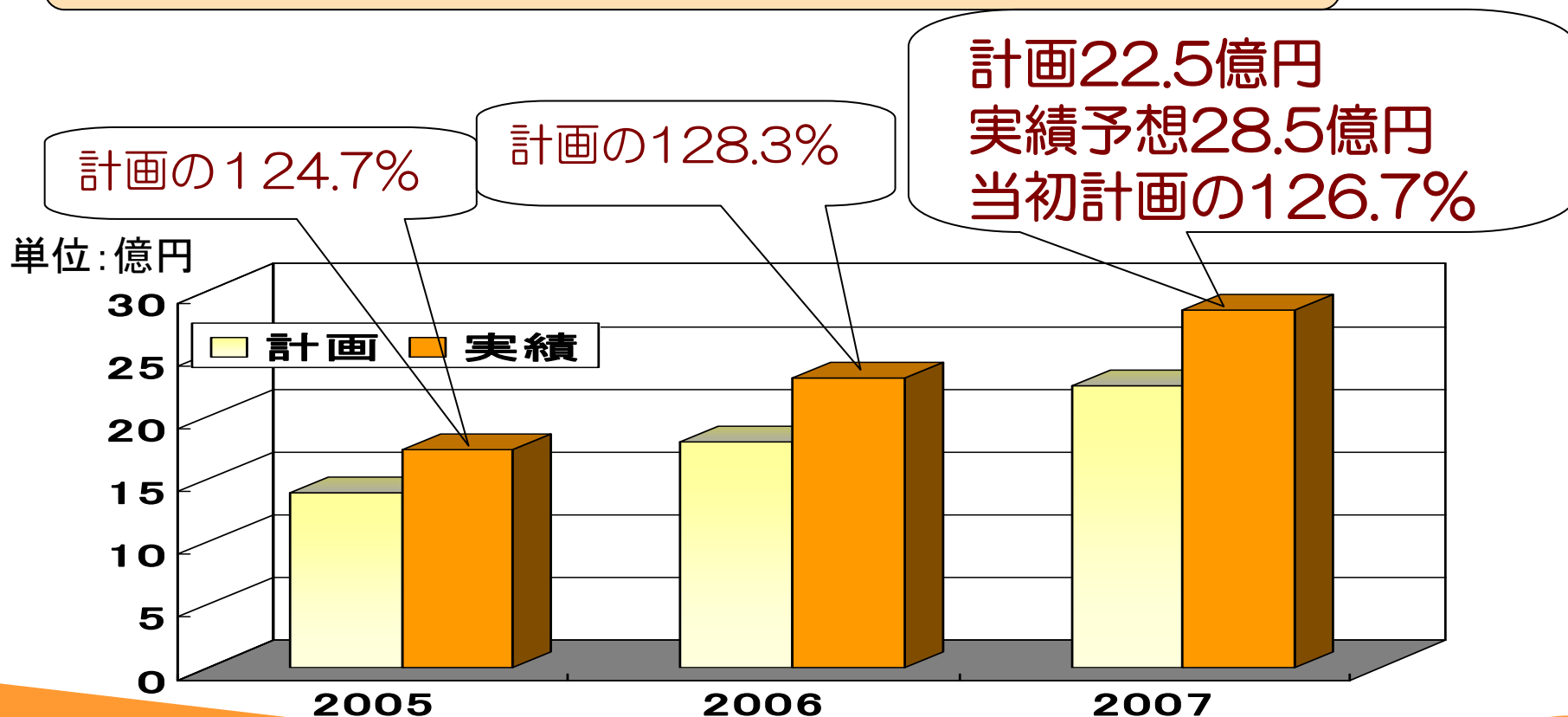
第一次3カ年計画の推移 売上

チームー単体売上 計画の124.5%へ



第一次3カ年計画の推移 経常利益

チーム二 経常利益 計画の126.7%へ



最後に

この資料に掲載されている業績見通し、その他今後予測・戦略等に関わる情報は、本資料の作成時点(平成19年8月9日現在)において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内の判断に基づくものであります。

しかしながら現実には、通常予測し得ないような特別事情の発生または通常予測し得ないような結果の発生等により、本資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。

当社といたしましては、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めてまいります。本資料記載の業績見通しのみに全面的に依拠してのご判断は、くれぐれもお控えになられるようお願いいたします。

なお、いかなる目的であれ、当資料を無断で複製、または転送等をおこなわない様に、お願い申し上げます。

チムニー株式会社
常務取締役経財本部長
山口 実