

# 2024年3月期 第2四半期 決算説明資料

---

千ム二一株式会社

2023年11月

# 目次

## I. 2024年3月期 第2四半期 業績概要

## II. 足元の取組みと、2024年3月期の施策

新しい生活スタイルに呼応する店舗展開

## III. Appendix

# I . 2024年3月期 第2四半期 業績概要

---

# 2024年3月期 第2四半期業績(連結)

## ●2024年3月期 第2四半期連結業績 連結損益計算書

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	2024年3月期 第2四半期実績	前年同期比
売上高	6,125	2,925	8,803	12,345	140.2%
(グループ売上高)	(9,064)	(4,779)	(13,187)	(18,113)	137.3%
売上総利益	4,270	2,081	5,875	8,553	145.6%
販管費	8,031	4,572	7,365	8,134	110.4%
営業利益	△3,761	△2,491	△1,489	418	—
経常利益	△2,716	3,299	△1,472	493	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	△3,379	1,815	△1,583	207	—
1株当たり四半期 純利益	△175.80	94.09	△82.06	10.75	—
EBITDA	△2,172	3,801	△990	930	—

※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：・(株)紅フーズコーポレーション ・めっちゃ魚が好き(株) ・大田市場チムニー(株) ・魚鮮水産(株)

※当第2四半期連結会計期間において、(株)シーズライフを吸収合併したことにより、同社を連結の範囲から除外しております

# 2024年3月期 第2四半期 連結損益計算書 主要数値の内容

## ● 2024年3月期 第2四半期連結実績の主な内容(増減は2023年3月期 第2四半期との比較)

売上高	・直営売上高 前期比3,387百万円増(47.0%増)の10,597百万円
	・売上増に応じて、食材供給売上178百万円増、ロイヤリティ収入34百万円増
販管費	・販管費全体で、769百万円増(10.4%増)の8,134百万円 人件費、広告宣伝費、消耗品費、支払手数料等が増加
営業外収益	・43百万円増の112百万円 雇用調整助成金20百万円、新型感染症拡大防止協力金11百万円減少 持分法による投資利益55百万円
営業外費用	・支払利息13百万円減少の34百万円
特別利益	・前期は店舗閉鎖損失引当金戻入額22百万円計上、当期は0円
特別損失	・減損損失290百万円増加の341百万円
	・店舗閉鎖損失引当金繰入額30百万円。前期は戻入額として特別利益で計上
	・前期は契約解約損25百万円計上、当期は0円
法人税等調整額	・法人税等調整額△111百万円を計上

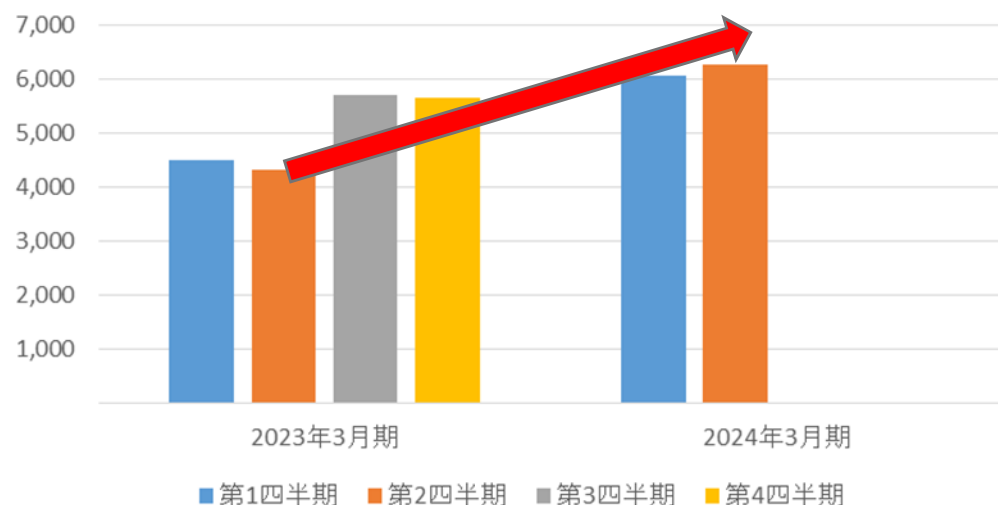
# 2024年3月期 連結損益計算書 主要数値の内容

## ●2024年3月期業績 連結損益計算書(四半期毎)

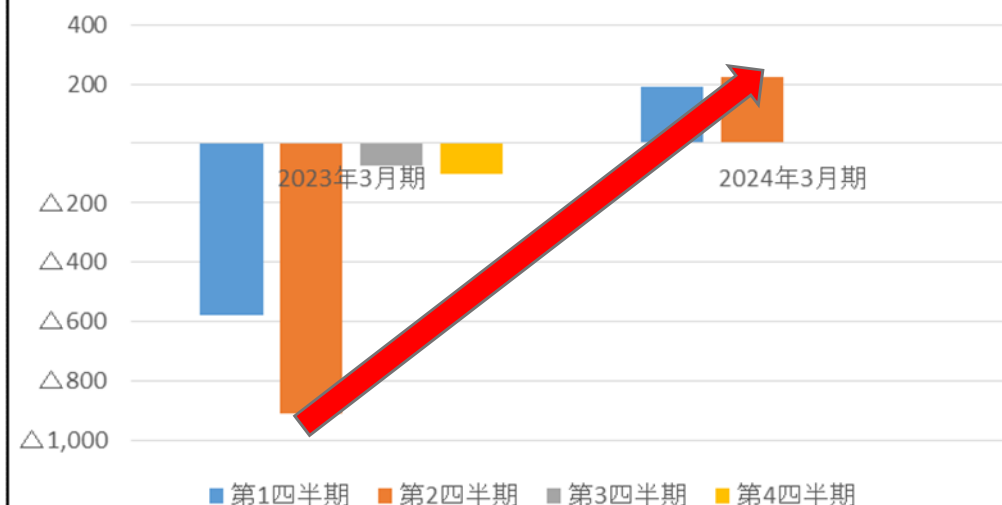
単位(百万円)

項目	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	第2四半期 累計期間
売上高	6,068	6,276	—	—	12,345
営業利益	191	226	—	—	418
経常利益	231	262	—	—	493
親会社株主に帰属 する四半期純利益	146	61	—	—	207
1株当たり純利益	7.58	3.17	—	—	10.75

売上高の推移



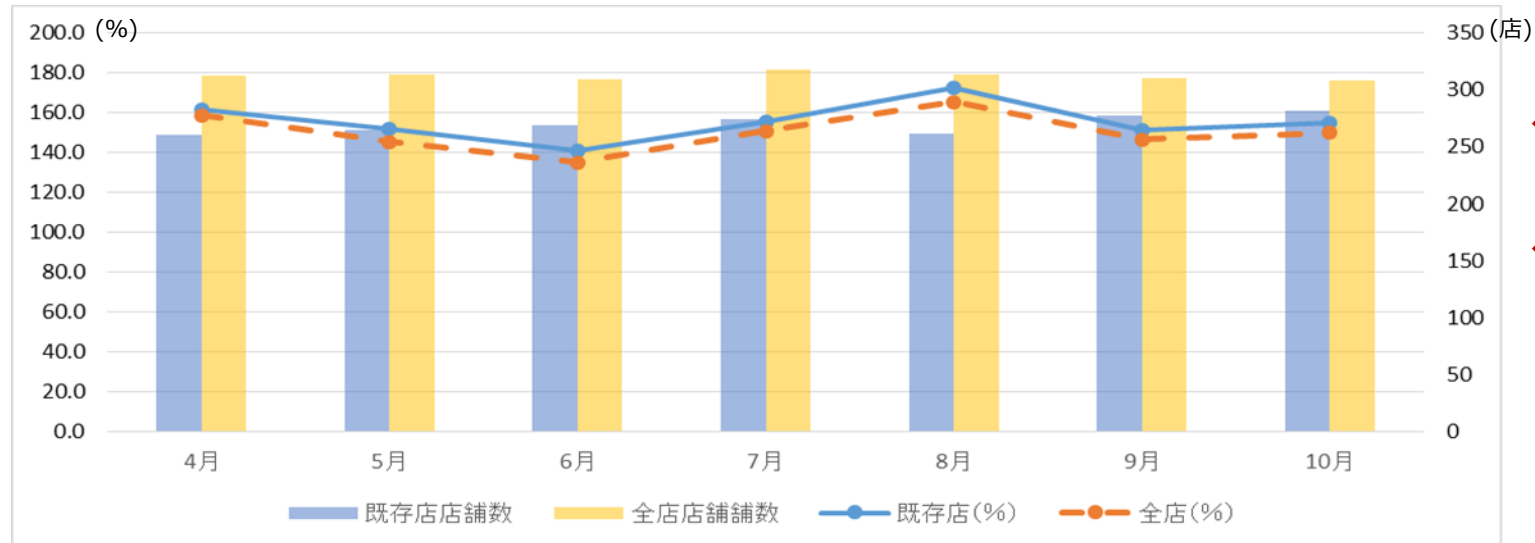
営業利益の推移



# 2024年3月期 直営店の動向

## ●直営店月次動向

2023年4～9月	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	161.9	151.6	141.2	155.4	172.6	151.4	155.2	123.7
客数	138.4	129.2	124.5	134.9	142.5	129.5	133.0	113.7
客単価	117.0	117.3	113.4	115.2	121.1	116.9	116.7	108.8
全店対前年比(%)売上	158.6	145.4	135.0	150.9	165.3	146.6	149.9	118.4
客数	140.0	127.0	122.8	132.6	139.6	128.0	131.5	111.8
客単価	113.2	114.5	110.0	113.8	118.4	114.5	114.0	105.9
店舗数(店)	313	314	309	318	314	310	—	308
うち 既存店カウント店舗数	260	265	269	274	262	277	—	282
(うち直営店)	176	177	187	190	189	198	—	193
(うちコントラクト店)	84	88	82	84	73	79	—	89



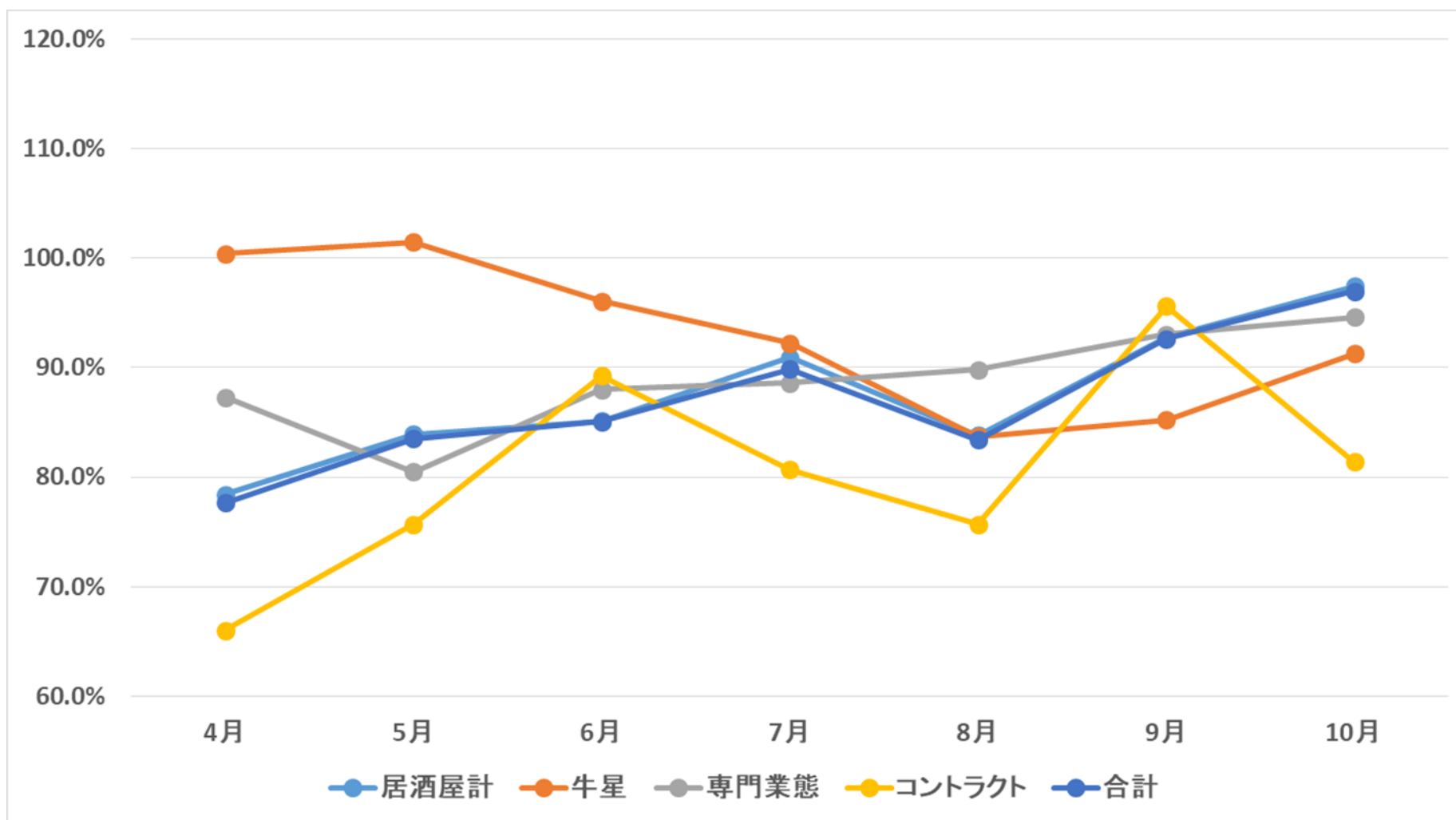
- ◆ 2023年3月13日から「マスク着用」は個人の判断に委ねられたことなどにより売上高は堅調に推移
- ◆ 2023年5月、新型コロナウイルスが季節性インフルエンザと同等の感染症法上の分類に引き下げられ、経済活動の正常化の動きが進み、お客様の来店数は着実に回復傾向
- ◆ 居酒屋需要が回復基調に転じた昨年からの取り組んでいるWEB販促、インバウンド団体や国内旅行団体の集客も順調に推移し、業績の回復に付与
- ◆ コロナ禍において控えていた新規出店を再開し直営店2店舗(FC店1店舗)を出店するとともに、居心地の良い空間を提供するため、店舗のブラッシュアップ(改装、業態転換、修繕等)を進める
- ◆ 2023年7月1日に連結子会社シーズライフを吸収合併し、当社直営店が9店舗増加
- ◆ 2023年9月に人気YouTuberとコラボし、からあげグランプリで金賞を受賞した旨塩唐揚げを使用した「とろうま唐揚げカレー」を開発。店舗限定で同商品の大吃いも開催

※ 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

# 2024年3月期 直営店の動向

## (1)2019年比 売上推移

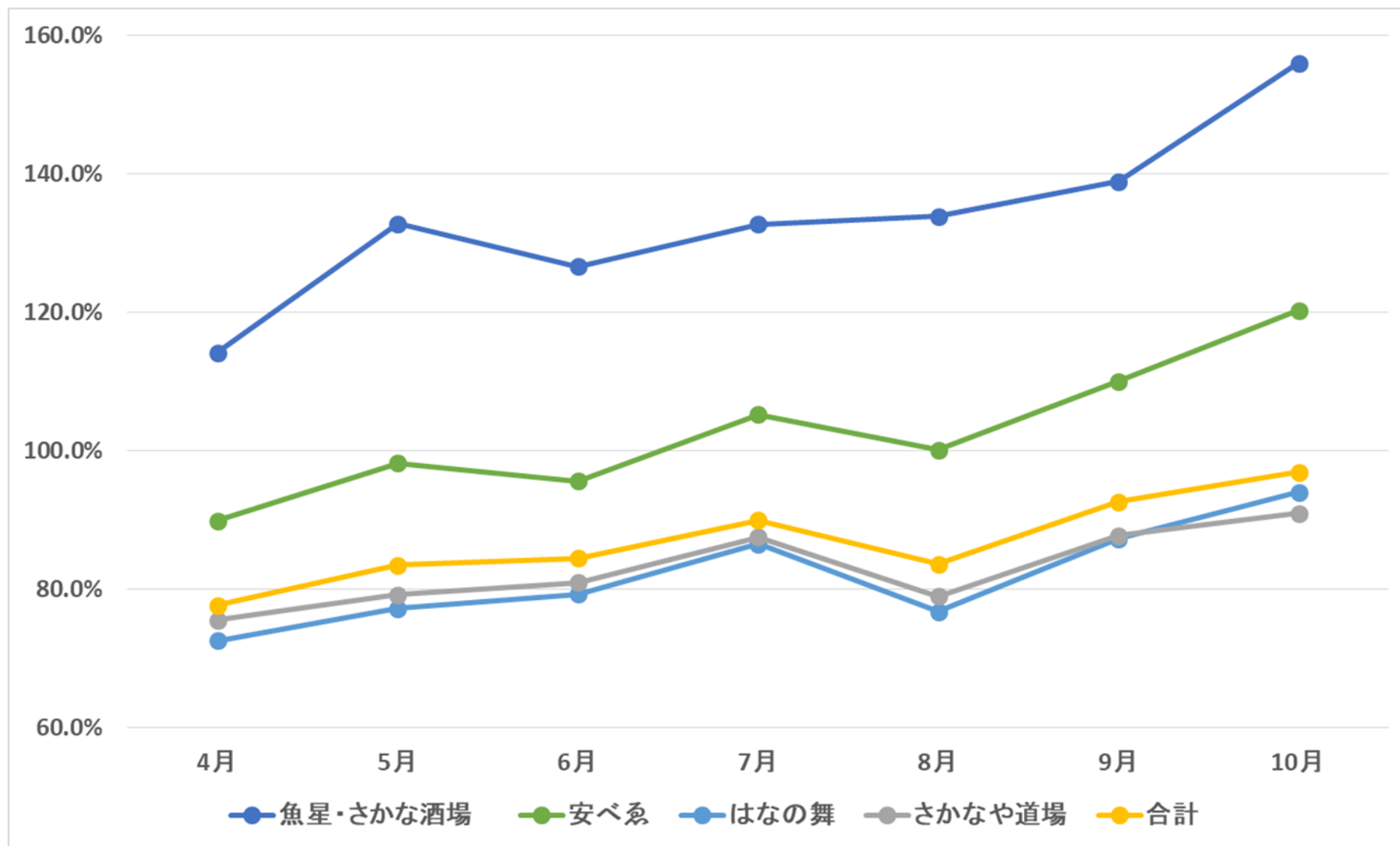
居酒屋業態 VS 専門業態(66洋食事業部中心) VS コントラクト VS 焼肉業態





# 2024年3月期 直営店の動向

## (2) 2019年比 売上推移 居酒屋 業態別



# 2024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)

◆ グループ総店舗数は、489店舗

	2023年 3月末	新店	吸収 合併	退店	直営→FC 転換	FC→直 営転換	2023年 9月末	増減
直営店	219	2	9	△13	△1		216	△3
コントラクト店	94						94	—
直営店計	313	2	9	△13	△1		310	△3
FC店	156	1		△6	1		152	△4
(株)紅フーズ コーポレーション	18						18	—
めっちゃ魚が好き(株)	9						9	—
(株)シーズライフ	11		△9	△2			0	△11
当社グループ店舗合計	507	3	—	△21	—		489	△18

# 2024年3月期 第2四半期 連結財務状況

## ●2024年3月期第2四半期 連結貸借対照表

	2023年3月期	2023年9月期
<b>資産合計</b>	<b>18,040</b>	<b>17,407</b>
流動資産	8,850	8,721
内現預金	7,438	7,222
売掛金	514	636
FC債権	280	242
商品	261	286
貯蔵品	16	18
貸倒引当金	△242	△211
その他	580	527
固定資産	9,190	8,685
有形固定資産	1,402	1,361
内建物及び建築物(純額)	1,196	1,150
無形固定資産	3,560	3,135
内のれん	3,517	3,074
投資その他の資産	4,227	4,188
内差入保証金	3,456	3,363
貸倒引当金	△271	△270
その他	1,042	1,094

単位(百万円)	2023年3月期	2023年9月期
<b>負債合計</b>	<b>13,811</b>	<b>13,080</b>
流動負債	9,915	9,240
内買掛金	950	1,723
FC債務	206	207
短期借入金	7,000	5,000
1年内返済予定長期借入金	15	53
店舗閉鎖損失引当金	68	39
資産除去債務	105	76
その他	1,570	2,138
固定負債	3,896	3,839
内長期借入金	2,111	2,065
資産除去債務	769	752
その他	1,016	1,021
<b>純資産合計</b>	<b>4,228</b>	<b>4,327</b>
資本金	100	100
資本剰余金	7,647	7,647
利益剰余金	△3,451	△3,244
自己株式	△101	△101
その他包括利益累計額	30	△77
非支配株主持分	3	2
<b>負債純資産合計</b>	<b>18,040</b>	<b>17,407</b>

# 2024年3月期 第2四半期 連結財務状況

## ●2024年3月期第2四半期 連結貸借対照表 資産、負債および純資産の状況

<b>資産に関する主な要因</b>	<b>633百万円減少の17,407百万円</b>
流動資産	128百万円減少の、8,721百万円
主な増加要因	売掛金121百万円
主な減少要因	現金及び預金△215百万円
固定資産	505百万円減少の、8,685百万円
主な減少要因	有形固定資産△40百万円、のれん△443百万円、差入保証金△92百万円
<b>負債に関する主な要因</b>	<b>731百万円減少の13,080百万円</b>
流動負債	674百万円減少の、9,240百万円
主な増加要因	買掛金773百万円
主な減少要因	短期借入金△2,000百万円
固定負債	57百万円減少の、3,839百万円
主な減少要因	長期借入金△46百万円
<b>純資産に関する主な要因</b>	<b>98百万円増加の4,327百万円</b>
主な増加要因	親会社株主に帰属する四半期純利益207百万円
主な減少要因	その他有価証券評価差額金△110百万円

## 2024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）		2022年9月期末	2023年9月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー		<b>826</b>	<b>1,864</b>
	税金等調整前四半期純損益	<b>△1,534</b>	<b>119</b>
	減価償却費・のれん償却費	<b>433</b>	<b>401</b>
	減損損失	<b>50</b>	<b>341</b>
	支払利息	<b>48</b>	<b>34</b>
	その他合計	<b>1,828</b>	<b>966</b>
投資活動によるキャッシュ・フロー		<b>△135</b>	<b>△58</b>
	固定資産の取得・除却による支出入	<b>△312</b>	<b>△179</b>
	差入保証金・預り保証金の支出入	<b>185</b>	<b>124</b>
	その他合計	<b>△8</b>	<b>△3</b>
財務活動によるキャッシュ・フロー		<b>△240</b>	<b>△2,021</b>
	借入及び借入の返済	<b>△16</b>	<b>△2,007</b>
	リース債務の返済	<b>△31</b>	<b>△13</b>
	配当金、その他の支出	<b>△192</b>	<b>△0</b>
現金及び現金同等物の増減額		<b>450</b>	<b>△215</b>
現金及び現金同等物の期首残高		<b>10,016</b>	<b>7,438</b>
現金及び現金同等物の期末残高		<b>10,467</b>	<b>7,222</b>

# 2024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

四半期末現金及び現金同等物7,222百万円(前連結会計年度末比 215百万円減少)

営業活動による キャッシュ・フロー	1,864百万円増加
	・税金等調整前四半期純利益119百万円
	・減価償却費154百万円 ・減損損失341百万円 ・のれん償却額247百万円 ・仕入債務の増加773百万円 ・未払金の増加289百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	58百万円減少
	・差入保証金の回収による収入113百万円
	・固定資産の取得による支出143百万円 固定資産の除却による支出36百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	2,021百万円減少
	・短期借入金の減少2,000百万円 ・長期借入金の返済による支出7百万円 ・リース債務の返済による支出13百万円

# 配当

## ●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
- ◆ 2024年3月期 中間配当は、今後の安定的な経営のためには手元資金を確保し、内部留保の充実を図ることが重要であると考え、無配とさせていただきました
- ◆ 2024年3月期 期末配当については、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

# 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

## ●2023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)	2024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)	2024年1月31日 申込書事務局着



※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。ご飯等は含みません)

(中央)厳選ステーキ  
※写真はイメージです

(右)優待券

権利確定および発送日	有効期限
2023年9月末権利確定／2023年11月30日発送開始	2024年9月30日



## Ⅱ． 足元の取組みと、2024年3月期の施策 新しい生活スタイルに呼応する店舗展開

---

# 2024年3月期 第2四半期 施策と戦略

## 【コロナ禍よりの復活から再成長に向けた店舗運営による収益向上と事業拡大】

- お客様満足の根幹であるQSCAの向上について全社を挙げて実行する
- ◆ 当社グループ店舗を選んでいただいたお客様の期待に応えるため、まずは店舗の改装・修繕・リニューアルを実施
- ◆ 食材の高騰による販売価格の改定を上回るおもてなしが出来るように、RC/FCの全店に対する店舗支援・指導の継続

<p>第1の柱 : 既存居酒屋事業の収益化</p> <p>各店舗収益の向上</p>	<p>(1) 営業利益黒字化  FLRP管理による各店舗収益の向上 (※)FLRP: 食材原価、人件費、家賃、販促費  単月黒字の恒常化  水道光熱費を中心とした継続的な費用の見直しとコスト削減</p> <p>(2) 店舗の改装リニューアルによる</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様に快適な空間の提供(80店舗実施済)</li> <li>・店舗運営における動線の効率化(50店舗実施済)</li> <li>・DX推進による、オーダー率アップ</li> </ul> <p>(3) 価値ある商品の提供・メニューの高付加価値化</p> <p>(4) 食事需要、ランチおよび15時前売上の増加施策</p> <p>(5) メディア戦略の拡充による、認知拡大及び宴会集客の推進</p> <p>(6) インバウンド、修学旅行等団体客の積極的取込み</p>
<p>第2の柱 : 専門業態・コントラクトの拡大</p>	<p>(1) 新規で『もんじゃ焼き業態』を展開</p>
<p>第3の柱 : 人的資本への投資</p>	<p>(1) サステナビリティ活動の浸透</p> <p>(2) 人財教育の推進</p>

# 第1の柱： 店舗収益向上戦略 既存店舗の活性化

## (1) 内外装のリニューアルにより、お客様に選ばれ、居心地の良い空間の提供

- ◆ 明るさ・清潔感・わかりやすさを基準に、約80店舗のリニューアルを実施
- ◆ セールスポイントの明確化



さかなや道場 JR琴似駅前店 外観変更



はなの舞 朝霞南口店 店内改装



魚鮮水産 八戸三日町 外観変更

## (2) DXの推進 スマホオーダー増強で「お客様のご要望に即応」

① スマホオーダー 143店舗導入、モバイルPOS 79店舗導入

配膳ロボット 70台稼働中

- ・お客様の食べたい・飲みたい要望に即応できるオーダーシステムにより、  
オーダー率アップ
- ・スタッフが「ご提供・商品説明」「中間サービス」に集中し、オペレーション向上と  
人件費率の減少効果



スマホオーダー



モバイルPOS



# 第1の柱： 店舗収益向上戦略

## (3) 価値ある商品の提供 ●フェアメニュー ●コラボ商品

### ①メディアを活用したフェアの認知拡大

#### ●「ご馳走の秋」フェア

- ◆ 鶏レバーを使った「グラフォア」・大粒牡蠣フライ
  - ◆ まるごと串海老とたっぷり玉子のタルタル
  - ◆ 広島産のレモンを使った「広島レモンサワー」
- #### ●「鍋フェア」
- ◆ 親鶏一羽から、わずか1~2%の希少部位を使用
  - ◆ にんにく背油をたっぷり含んだ出汁でお召し上がりください
  - ◆ 野菜の王様・ケールをたっぷり使用
  - ◆ 煮込むほどに、カレーの旨味が広がります

#### ●人気のYouTuberとのコラボ商品

- ◆ しのけんの「とろろま唐揚げカレー」をネット販売
- ◆ 東京江戸博物館前店にて、「唐揚げ・カレー 総重量7Kg」を時間内で完食された動画を配信
- ◆ 全国の限定店舗で、挑戦者が続々登場しました



ご馳走の秋フェア



鍋フェア



しのけんのとろろま唐揚げカレーPOP



# 第1の柱： 店舗収益向上戦略

## (3) 価値ある商品提供

### ●「第14回からあげグランプリ®」3部門で金賞受賞

◆ 一般社団法人日本唐揚協会主催の「第14回からあげグランプリ®」で、

「塩ダレ部門(2年連続)」「東日本しょうゆダレ部門」「手羽先部門」の3部門で金賞を受賞



### ◆ からあげ千ちゃんの期間限定トッピング

・「第14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



# 第1の柱： 店舗収益向上戦略 15時前売上・宴会・インバウンド

## (4) 15時前売上(居酒屋タイムの繰り上げ営業)

- ① ビジネス・駅周辺店舗で、リモートワーク等の減少により、2019年比 150%以上の推移
- ◆ 夜の居酒屋営業でも「定食メニュー」を提供しており、単身者やビジネス帰りの集客が売上に大きく貢献



## (5) メディアへ大きく告知 宴会の回復 ★2019年比 100%まで回復

- ① 制限緩和により、企業宴会が復活。また、地域コミュニティの宴会利用の増加が特徴的傾向。
- ★ メディアへの告知により、露出度をアップ
- ◆ 幹事様の「ご相談・ご要望」をお聴きする取り組みを展開しており、リピーター獲得につながっている



写真左上下)4名様以上のご予約でプレゼントの横断幕、同寄せ書きボトルプレゼント●人数により商品が異なります

写真右)2023年忘年会ポスター

## (6) インバウンド・修学旅行需要の獲得 ★2019年比 120%

- ① 上期の結果では、1位 台湾 2位 欧米 3位韓国 4位 中国
- ◆ ご要望の順位は、①新鮮な海鮮類 ②鍋 ③寿司 ④天ぷら
- ◆ 今期の特徴として、「純米大吟醸酒」を中心とした「日本酒」を目的に、ご来店される方が増加中。



## 第2の柱： 新規業態「両国だしもんじゃ もんじ」の展開

(1) 7月に1号店「もんじ 北千住東口店」、11月に2号店「もんじ 三鷹店」がオープン

- だしにこだわり、海鮮具材を使った豊富なメニュー
  - ・両国発祥の塩ちゃんこだし
  - ・鰹節専門店・にんべんのだしを使用した三種の魚介だし
  - ・にんにくローストとアンチョビベースの洋風創作だし
- ◆ 明るい店内は、女性客・若い世代と幅広いターゲットに好評
- ◆ サイドメニュー・ノンアルコール飲料も充実
- ◆ スタッフに任せたり、自分で創り上げる体験もできます
- ◆ 三鷹店では「加熱式たばこ専用スペース」でご飲食可能
- ◆ 年内には、更に1店舗のオープンを予定



北千住店の店内



三鷹店の加熱式たばこ専用スペース もんじの接客サービス





## 第3の柱： 人的資本 ・ 人財教育

### ● 人的資本への投資 ⇒ 各部門が主体となって、お客様・従業員の満足度向上へ

- ◆ 外部コンサルを活用し、全社員のドキュメント・モチベーションサーベイ・インタビュー分析から、労働時間の適正化・連休取得・人財育成・キャリア支援を柱とした施策を人事部・店舗支援部・人財採用教育部を中心に実行中
- ◆ 週1回の全体会議にて、営業推進・総務部・内部監査が主体となり、お客様の「生」の声を全社で共有し、成功・失敗事例を各店舗のキャストパートナーまで浸透できるように展開中
- ◆ FC加盟店に対しても、情報システム部・FC事業部が中心となり、DX化の推進による持続可能な店舗運営を指導中
- ◆ 各部からの選抜による衛生委員会による、自主的な衛生目標の設定と告知を継続中

人財育成・キャリア支援	エンゲージメントの向上	働く環境整備
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ステージ・クラス別教育研修 エリア長セミナー、コーチングセミナー、衛生セミナー等</li> <li>✓ 実技講習</li> <li>✓ 調理士免許取得支援</li> <li>✓ 若手の抜擢</li> <li>✓ 次世代幹部の育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 各種コンテストでの表彰制度</li> <li>✓ 「チムニーマインド」 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。課題設定とサポートによるコミュニケーション強化</li> <li>✓ 人事評価制度における、評価者セミナーの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 健康維持のための 定期健康診断やストレスチェック・産業医紹介</li> <li>✓ 多様な働き方の促進 地域限定・時短・週休3日制等</li> <li>✓ 労働時間の適正化、リフレッシュ休暇の取得</li> <li>✓ 育休取得率(2022年度は男女とも100%達成)</li> <li>✓ 賃金水準の引き上げ</li> </ul>



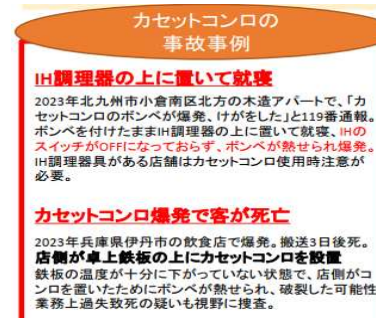
写真) 座学・評価者セミナー



調理講習



衛生委員会発信情報



育児休暇社員



## III. Appendix

---

# 2023年9月末 業態別店舗数の推移

(単位: 店)

業態名	2023年3月末			2023年9月末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	51	58	109	47	57	104	△4	△1	△5
さかなや道場 (魚鮮水産含む)	81	28	109	77	26	103	△4	△2	△6
軍鶏農場・豊丸水産	13	1	14	12	1	13	△1	—	△1
魚星 (豊洲市場さかな酒場・九州人情酒場)	12	0	12	12	0	12	—	—	—
こだわりやま・やきとり道場	0	16	16	0	16	16	—	—	—
66ダイニング・66カフェ等	6	0	6	6	0	6	—	—	—
安ベ彖	33	1	34	31	1	32	△2	—	△2
牛星	4	5	9	13	5	18	9	—	9
その他 (はなの屋・升屋・チムニー等)	19	31	50	18	30	48	△1	△1	△2
ハイブリッド	—	16	16	—	16	16	—	—	—
コントラクト事業店舗)	94	—	94	94	—	94	—	—	—
連結子会社 「めっちゃ魚が好き株式会社」	9	—	9	9	—	9	—	—	—
「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	351	156	507	337	152	489	△14	△4	△18

# 2023年9月末 地域別店舗数(グループ総店舗数489店舗)

## ●地域別店舗数

**中国**  
鳥取/島根/岡山/  
広島/山口

はなの舞	5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
<b>合計</b>	<b>35店</b>

**関西**  
大阪/京都/兵庫/  
滋賀/奈良/和歌山

はなの舞	6店
さかなや道場	7店
安べゑ	5店
豊丸水産	1店
こだわりやま	3店
その他	12店
コントラクト	8店
<b>合計</b>	<b>42店</b>

**甲信越・北陸**  
新潟/山梨/長野/  
富山/石川/福井

はなの舞	4店
さかなや道場	4店
安べゑ	2店
その他	4店
コントラクト	8店
<b>合計</b>	<b>22店</b>

**関東**  
神奈川/埼玉/千葉/  
茨城/栃木/群馬

はなの舞	46店
さかなや道場	27店
安べゑ	9店
牛星	5店
魚星	6店
豊丸水産	3店
こだわりやま	6店
その他	13店
コントラクト	13店
<b>合計</b>	<b>128店</b>

**北海道・東北**  
北海道/青森/岩手/  
宮城/秋田/山形/福島

はなの舞	9店
さかなや道場	8店
こだわりやま	2店
安べゑ	1店
その他	12店
コントラクト	31店
<b>合計</b>	<b>63店</b>

**四国・九州**  
香川/高知/徳島/愛媛/  
福岡/佐賀/長崎/大分  
熊本/鹿児島/宮崎

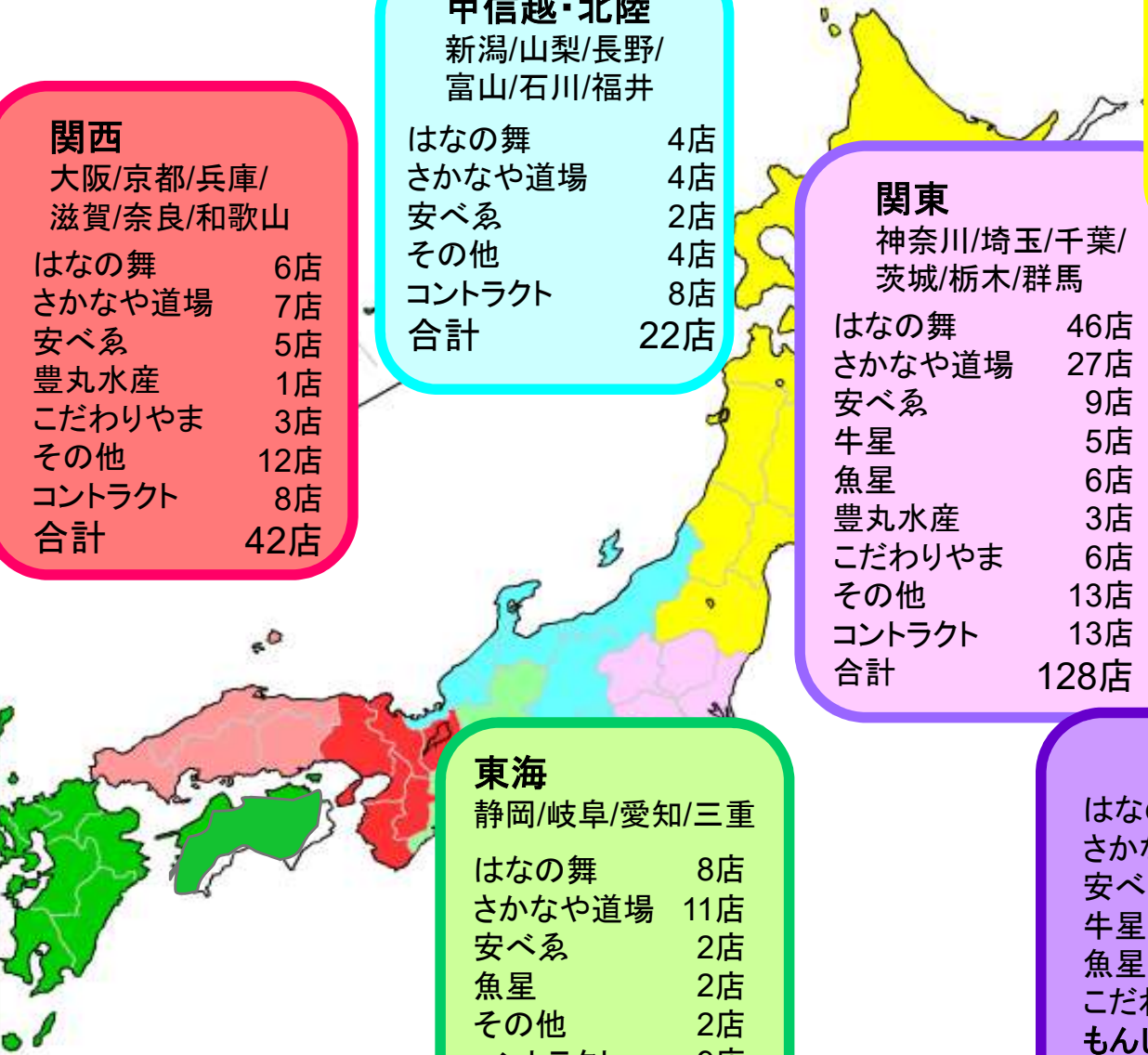
はなの舞	2店
さかなや道場	9店
安べゑ	2店
牛星	1店
豊丸水産	1店
その他	2店
コントラクト	18店
<b>合計</b>	<b>35店</b>

**東海**  
静岡/岐阜/愛知/三重

はなの舞	8店
さかなや道場	11店
安べゑ	2店
魚星	2店
その他	2店
コントラクト	9店
<b>合計</b>	<b>34店</b>

**東京**

はなの舞	32店
さかなや道場	16店
安べゑ	8店
牛星	16店
魚星	5店
こだわりやま	13店
もんじ	1店
その他	34店
コントラクト	5店
<b>合計</b>	<b>130店</b>



# 業態開発と適材適所の店舗展開

□ 自社開発ブランド

□ 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



- 超小型店 (15~20坪)
- 客単価: 10,000円~15,000円

DE ICHIBA

2018年11月取得

- 小型店 (30坪)
- 客単価: 3,000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: 3,000円~3,400円

小型店

2013年8月取得

豊丸

- 小型店 (15~50坪)
- 客単価: 2,500円~3,000円



- 中型店 (35~70坪)
- 客単価: 2,500円~2,700円



- 中型店 (35~60坪)
- 客単価: 2,500円~2,800円

2017年12月

取得



- 小型店 (10~50坪)
- 客単価: 1,000円~2,300円



- 小型店 (30~50坪)
- 客単価: 1,000円~2,000円

2012年6月取得



- 超小型店 (10~30坪)
- 客単価: 1,500円~2,000円



- 中型店 (40~70坪)
- 客単価: 3,500円~4,000円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価: 3,500円~3,800円

高価格帯

豊丸水産

- 中型店 (40~60坪)
- 客単価: 2,800円~3,200円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価: 2,700円~3,300円

低価格帯



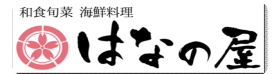
- 中~大型店 (60~100坪)
- 客単価: 3,800円~4,200円



- 中~大型店 (60~80坪)
- 客単価: 3,700円~4,000円



- 50~100坪を主に多様な形態
- 客単価: 3,300円~3,800円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価: 1,200円~3,200円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価: 1,000円~2,800円

大型店



# FCオーナーとの共存共栄

## ● 全てのお客様が、お食事とお酒を美味しく楽しめる店舗展開

### ◆ 地産地消・手作り・地酒など、おもてなしを形にしてご提供

2023年9月単月は、2019年同規模の売上95.9%まで回復

コロナ禍より積極的に取り組んだ「ランチ・昼飲み・夜の定食利用」が着実に売上・客数の回復要因となる

### ◆ 喫煙ブースの設置を進め、大型店舗では加熱式たばこ専用客席の導入にも着手

### ◆ お客様のご要望を、FCオーナーと共有し、「選ばれて、ご来店いただける店作り」を遂行中

### ◆ 入り口看板・スロープなどの改装・改修で、安心して入店できる店作りも積極的に



写真左 リニューアル改装の「はなの舞 朝霞南口店」

写真上 「さかなや道場 長岡東口店」 2点

写真右上 「美蔵 草津栗東店」の加熱式専用ルーム

写真右 「あべの 吉川南口店」の入りロスロープ

# サステナビリティの取組み～社内への浸透・可視化

## 食品リサイクルループ

### ●「池田屋 はなの舞」が、食品廃棄ゼロエリア創出の推進モデル事業に参加

#### ◆ 食品廃棄ゼロ京都プロジェクト「食品ロスゼロ×食品リサイクル100%」の活動に参加

- ・ 食品廃棄ゼロ京都プロジェクトとは、

地域の店舗・施設、京都大学、京都市と連携し、「食べ残しゼロ啓発」、「食品残さ・食品ロス計量による発生原因の特定と抑制」、「CO2削減を同時に果たす食品残さの共同回収・リサイクルの取組み」等の

食品廃棄削減や共同食品リサイクルループの構築に取り組み、「食品ロス×食品リサイクル100%」を目指す活動です

#### ◆ 「京都市食べ残しゼロ推進店舗」(2022年11月～)

- ・ 食べ残しの持帰りの呼びかけなど、お客様とのコミュニケーションを図り、食品ゼロへ向けた取組みをしております
- ・ それでも出てしまう食品ロスや食品残さについては、食品リサイクル法に基づく再生利用事業計画の取組みの一環である「食品リサイクルループ」制度を利用し、飼料にリサイクルすることで、食品リサイクル100%へ向けた取組みをしております



左3点「京都市食品ロスゼロプロジェクト」のPR ステッカーとポスター

右写真2点)池田屋事件跡地に構える「池田屋 はなの舞」の外観と内観



# 事業を通じた環境への貢献： 廃油のリサイクルループ

店舗で発生する廃油は  
専門業者により精製された  
飼料用油脂に生まれ変わり  
鶏・豚・牛の飼料へ



写真左) 回収された廃油

店舗で毎日発生する「廃油」。従来の加熱処理ではなく認可を受けた「産業廃棄物 中間処理場」に集めます。専門業者による精製処理が行われ「飼料用油脂」に生まれ変わります。この油脂は鶏・豚・牛の飼料の調合役として非常に重要視されています。店舗が入る施設の指定を除いた、全国で約300店舗が対象となって、6月より実施されており、毎月約20トンの廃油をリサイクルしています。使った油が再び飼料となり食材に。リサイクルループにより、環境負荷軽減の取り組みを進めています。また、外食業界と地方自治体がエリア単位での「食材残さの回収からリサイクルループ」の取り組みを模索しており、積極的に参加して参ります



# 商品サービスの向上 : 質の高い教育をみんなに・未成年飲酒の撲滅

## ●お酒を美味しく・正しく召し上がって頂くために

### ◆ビール工場・ウイスキー工場の見学

ビール、ウイスキーを一番美味しく召し上がって頂くために、工場見学を行っています。お酒の製造工程を学び、店舗での保管・最上級の提供方法を学んでいます

### ◆未成年飲酒の撲滅

お酒を提供する企業のCSR(社会的責任)として、お客様にお酒を提供する際の年齢確認と、自動車・バイクそして自転車運転の確認を取ってからお酒の提供を行います。すべての人の健康にも直結する行動を継続してまいります



## ⑫生産・消費



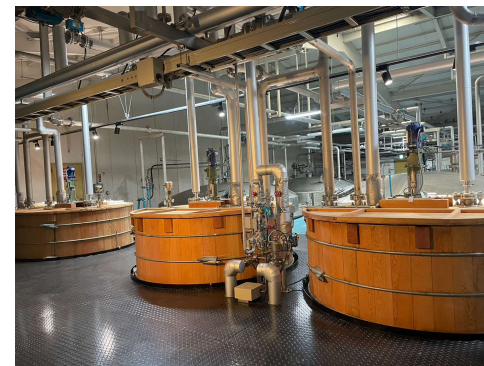
## ③すべての人に健康と福祉を ④質の高い教育をみんなに



ビール工場見学



ウイスキー貯蔵庫での講座



原酒の醗槽



樽の打感テスト



# 人財 ・ 社会貢献

## ●パートナー 障がい者雇用

### ◆「健康経営優良法人2023」認定



経済産業省が認定する「健康経営優良法人認定制度」により、「大規模法人部門」における「健康経営優良法人2023」に2年連続で認定されました

チムニーグループは、第一に全従業員とその家族が心身ともに健康であることが必要不可欠であると考えております

また、障がい者雇用にも積極的に取り組んでいます。企業の目標とされる、「2.3%」に対して、現在『2.8%』の障がいをお持ちのパートナーが働きがいを持って勤務されています

## ●国境なき医師団への寄付の継続

### ◆ 2019年から現在まで、毎月10万円の寄付を継続中



国境なき医師団HPより ガザ地区

## ⑧成長・雇用



## ●社会

## ③すべての人に健康と福祉を

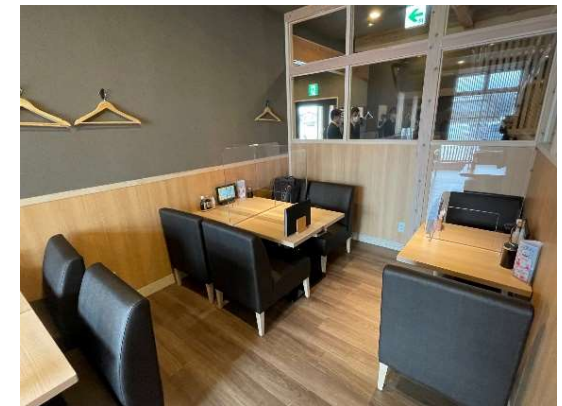
### ◆“誰もが安心して飲食を楽しめるために”

非喫煙者と喫煙者が、楽しくご飲食できるために、「紙たばこが吸える喫煙ブース」の設置と、「加熱式電子たばこを吸いながらご飲食できるスペース」の設置を進めています

煙が漏れることなく、すべての人が、ご自身の趣向に合ったご飲食を楽しむために



紙たばこが吸える喫煙ブース



加熱式電子たばこを吸いながらご飲食できるスペース



# 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。



## 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



## 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) IR・サステナビリティ推進担当

[ir-service@chimney.co.jp](mailto:ir-service@chimney.co.jp)