

2024年3月期 決算説明資料

チム二一株式会社

2024年5月

目次

- I. 2024年3月期 業績概要
- II. 足元の取組みと、2025年3月期の施策と店舗展開
- III. 2025年3月期 連結業績予想
- IV. Appendix

I . 2024年3月期 業績概要

2024年3月期 業績(連結)

●2024年3月期業績 連結損益計算書

単位 (百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前年同期比(%)
売上高	13,229	10,108	20,155	25,725	127.6%
(グループ売上高)	(19,517)	(15,831)	(29,819)	(37,667)	126.3%
売上総利益	9,225	7,029	13,649	17,824	130.6%
販管費	15,325	11,611	15,316	16,523	—
営業利益	△ 6,100	△ 4,582	△ 1,667	1,300	—
経常利益	△ 4,553	3,252	△ 1,635	1,446	—
親会社株主に 帰属する純利益	△ 9,004	1,227	△ 2,016	938	—
1株当たり 当期純利益	△ 467.83	63.60	△ 104.52	48.66	—
EBITDA	△ 3,484	4,270	△ 673	2,316	—

※連結子会社：・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

・魚鮮水産株式会社

・株式会社シーズライフは2023年7月に当社が吸収合併

2024年3月期 P/L 主要数値の内容

● 2024年3月期 実績の主な内容 （増減は2023年3月期との比較）

売上高	・直営店売上高 前期比 5,144百万円増(30.5%増)の22,025百万円
	・食材供給売上高 前期比 367百万円増(16.0%増)の2,670百万円
	・ロイヤリティ収入 前期比 61百万円増(21.7%増)の345百万円
販管費	・販管費全体で、1,207百万円増(7.9%増)の16,523百万円
	人件費、広告宣伝費、消耗品費、支払手数料等が増加
	賃借料、水道光熱費、貸倒引当金繰入額が減少
営業外収益	・83百万円増の216百万円
	持分法による投資利益 97百万円増加の101百万円
営業外費用	・支払利息 34百万円減少の61百万円
特別利益	・受取補償金34百万円
特別損失	・固定資産除却損 12百万円増加の14百万円
	・減損損失 343百万円増加の671百万円
	・店舗閉鎖損失引当金繰入額 7百万円増加の53百万円
法人税等調整額	・法人税等調整額 △243百万円を計上
	・繰延税金資産478百万円

2024年3月期 P/L 主要数値の内容

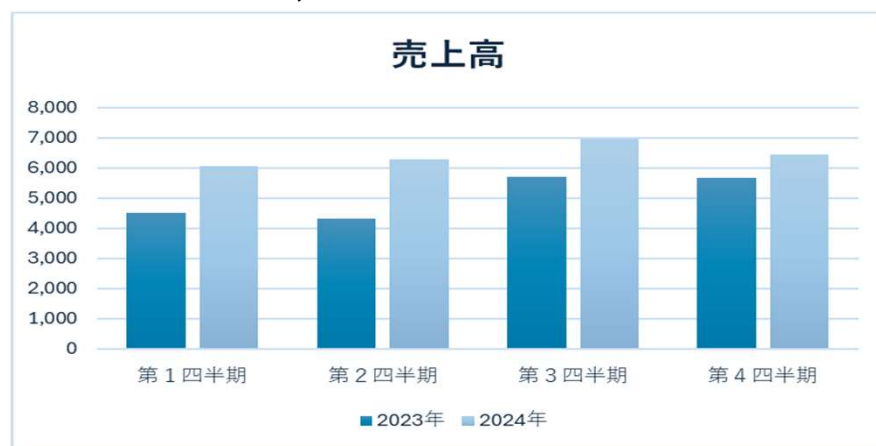
●2024年3月期業績 連結損益計算書(四半期毎)

単位(百万円)

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	通期
売上高	6,068	6,276	6,944	6,435	25,725
営業利益	191	226	595	287	1,300
経常利益	231	262	635	316	1,446
親会社株主に 帰属する純利益	146	61	548	183	938
1株当たり純利益	7.58	3.17	28.41	9.49	48.66

◆ 上期は売上高12,345百万円、営業利益 418百万円

◆ 下期は売上高13,379百万円、営業利益 882百万円



2024年3月期 直営店の動向

●直営店月次動向

2023年4月～9月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	上期計
既存店対前年比 売上(%)	161.9	151.6	141.2	155.4	172.6	151.4	155.2
客数(%)	138.4	129.2	124.5	134.9	142.5	129.5	133.0
客単価(%)	117.0	117.3	113.4	115.2	121.1	116.9	116.7
全存店対前年比 売上(%)	158.6	145.4	135.0	150.9	165.3	146.6	149.9
客数	140.0	127.0	122.8	132.6	139.6	128.0	131.5
客単価	113.2	114.5	110.0	113.8	114.5	114.5	114.0
店舗数	313	314	309	318	314	310	
うち 既存店カウント店舗数	260	265	269	274	262	277	
(うち直営店)	176	177	187	190	189	198	
(うちコントラクト店)	84	88	82	84	73	79	
2023年10月～2024年3月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	通期計
既存店対前年比 売上(%)	123.7	126.1	133.2	122.7	116.3	112.2	135.8
客数(%)	113.7	116.0	120.7	112.9	111.8	108.7	122.3
客単価(%)	108.8	108.7	110.4	108.6	104.1	103.3	111.1
全存店対前年比 売上(%)	118.4	121.9	129.1	120.8	114.2	109.7	131.9
客数(%)	111.8	115.3	119.2	115.7	110.1	107.0	121.4
客単価(%)	105.9	105.7	108.3	104.4	103.8	102.5	108.7
店舗数	308	308	309	308	307	305	
うち 既存店カウント店舗数	282	276	278	267	279	279	
(うち直営店)	193	193	195	190	193	187	
(うちコントラクト店)	89	83	83	77	86	92	

- ◆ 2023年3月13日から「マスク着用」が個人判断に変更や、大企業の飲食規制の撤廃効果大きく、2023年4月も、昨年末以上の売上推移となった。
- ◆ 8月は、国内外の帰省・旅行及びインバウンド等の集客により、全国的に好調な売上推移となった。
- ◆ 12月は「プレミアム忘年会企画」を実施し、早期からのご予約を頂き、年間での最大売上となった。
- ◆ 2月より、「創業40周年企画」をスタート。感謝価格「390円税抜き」商品等を投入。客数の回復を目指す。

※ 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 出退店推移

●新規出店・閉店・転換状況

◆ グループ総店舗数は、479店舗

(単位:店)

	2023年 3月末	新店	吸収合併	退店	直営→FC 転換	FC→直営 転換	2024年 3月末	増減
直営店	219	4	9	△ 22	△ 2	3	211	△ 8
コントラクト店	94						94	-
全直営店計	313	4	9	△ 22	△ 2	3	305	△ 8
FC店	156	2		△ 9	2	△ 3	148	△ 8
当社合計	469	6	9	△ 31	-	-	453	△ 16
(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			△ 1			8	△ 1
(株)シーズライフ	11		△ 9	△ 2			-	△ 11
当社グループ合計	507	6	-	△ 34	-	-	479	△ 28

2024年3月期 連結財務状況

●2024年3月期 連結貸借対照表(B／S)

	2023年3月期	2024年3月期
資産合計	18,040	17,893
流動資産	8,850	9,578
現金及び預金	7,438	7,852
売掛金	514	801
FC債権	280	248
商品	261	277
貯蔵品	16	10
その他	580	599
貸倒引当金	△242	△210
固定資産	9,190	8,315
有形固定資産	1,402	1,345
建物及び構築物(純額)	1,196	1,129
その他	206	216
無形固定資産	3,560	2,736
のれん	3,517	2,693
その他	43	43
投資その他の資産	4,227	4,232
投資有価証券	512	516
繰延税金資産	243	478
差入保証金	3,456	3,222
その他	287	285
貸倒引当金	△ 271	△ 269

単位(百万円)

	2023年3月期	2024年3月期
負債合計	13,811	12,831
流動負債	9,915	9,057
買掛金	950	1,747
FC債務	206	250
短期借入金	7,000	5,000
1年内返済予定の長期借入金	15	128
未払金	707	1,213
資産除去債務	105	33
その他	932	686
固定負債	3,896	3,774
長期借入金	2,111	1,983
資産除去債務	769	743
預り保証金	716	760
その他	300	288
純資産合計	4,228	5,062
資本金	100	100
資本剰余金	7,647	4,197
利益剰余金	△3,451	936
自己株式	△101	△101
その他の包括利益累計額	30	△73
非支配株主持分	3	2
負債純資産合計	18,040	17,893

2024年3月期 連結財務状況

●2024年3月期 連結貸借対照表(B／S) 資産、負債及び純資産の状況

資産に関する主な要因	147百万円減少し、17,893百万円		
流動資産	728百万円増加し、9,578百万円		
主な増加要因	現金及び預金 414百万円、売掛金 286百万円		
固定資産	875百万円減少し、8,315百万円		
主な増加要因	繰延税金資産 235百万円		
主な減少要因	のれん △824百万円、差入保証金 △233百万円		
負債に関する主な要因	980百万円減少し、12,831百万円		
流動負債	858百万円減少し、9,057百万円		
主な増加要因	買掛金 797百万円、未払金 505百万円		
主な減少要因	有利子負債 △1,901百万円		
固定負債	122百万円減少し、3,774百万円		
主な減少要因	有利子負債 △136百万円		
純資産に関する主な要因	833百万円増加し、5,062百万円		
主な増加要因	親会社株主に帰属する当期純利益 938百万円		
自己資本比率	28.3%	自己資本当期純利益率	20.2%
1株当たり純資産	262.26円	総資産経常利益率	8.1%

2024年3月期 連結キャッシュ・フローの状況

単位（百万円）

	2023年3月期	2024年3月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,012	2,784
税金等調整前当期純損益	△ 2,049	740
減価償却費・のれん償却費	865	808
減損損失	327	671
売上債権・F C債権の増減額	△ 311	△ 259
仕入債務・F C債務の増減額	592	841
その他合計	1,588	△ 17
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 193	△ 332
固定資産の取得・売却・除却による支出入	△ 490	△ 577
差入保証金・預り保証金の支出入	309	243
その他合計	△ 12	2
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 3,396	△ 2,037
借入及び借入の返済	△ 3,147	△ 2,015
配当金の支払	△ 192	△ 0
その他合計	△ 57	△ 22
現金及び現金同等物の増減額	△ 2,578	414
現金及び現金同等物の期首残高	10,016	7,438
現金及び現金同等物の期末残高	7,438	7,852

2024年3月期 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7,852百万円(前連結会計年度末比 414百万円増加)

営業活動による キャッシュフロー	2,784百万円
	・売上債権の増加 286百万円
	・税金等調整前当期純利益 740百万円 ・減価償却費322百万円 ・減損損失671百万円 ・のれん償却費485百万円 ・仕入債務の増加797百万円
投資活動による キャッシュフロー	△332百万円
	・差入保証金の回収による収入262百万円
	・固定資産の取得による支出437百万円 ・固定資産の除却による支出139百万円
財務活動による キャッシュフロー	△2,037百万円
	・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15百万円

配当

●配当について

- ◆ 当社は株主の皆様への利益還元を重要な経営課題の一つとして位置付け、収益力を強化し将来の事業展開と財務基盤強化のための内部留保を確保するとともに、安定的な配当を行うことを基本方針としております。
- ◆ 2024年3月期におきましては、業績動向等を総合的に勘案した結果、期末配当金5円00銭といたしました。
これにより、年間配当金は5円00銭となります。
- ◆ 2025年3月期の年間配当金は、1株当たり10円00銭(中間配当5円00銭、期末配当5円00銭)を予定しております。

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

●2024年3月末株主様への優待

- ◆ お食事券もしくは優待品1選択をいただけます
- ◆ お食事券ご使用の際は、1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)	2025年3月31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8月31日 申込書事務局着



※交換方法は別途株主様にご案内致します

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) お食事券

発送予定日	有効期限
2024年6月18日発送予定	2025年3月31日

Ⅱ. 足元の取組みと、2025年3月期の施策 と店舗展開

Chimney Group 40th Anniversary

おかげさまで/
40周年感謝祭
第3弾 6月11日(火) START

オリジナルのスパイシータルタルソース
大満足!!
フィッシュフライ

ジャンボフィッシュフライ
〜スパイシータルタルソース〜 690円 (税込738円)

お箸でほくれる
柔らかさ!
やわらかスペアリブ
1,540円 (税込1,694円)

国産!! サイモン
MAPLE SALMON
阿武蔵川メイプルサーモン
炙りカルパッチョ風
690円 (税込738円)

阿武蔵川メイプルサーモン
ユッケ風
690円 (税込738円)

40周年記念コラボ
ZERO コークサワー
ZERO コークハイボール
お連れさんにクエン酸
ZERO コークハイボール
各390円 (税込429円)

サンキュー

約20cm!

みんなでシェアしても
食べごたえ十分!

Chimney Group 40th Anniversary

おかげさまで/
創業40周年 ALL 390円
Chimney Group Anniversary

サンキュー

お酒のアテに
最高です!

上州しぐれもレバーの
しぐれ煮

砂肝塩こんぶ

おつまみにピッタリ!
スナック感覚

ごぼうの唐揚げ

鶏チャーシューの
アンチビビマヨソース

江戶菜のキムチ風

40周年記念コラボ
ZERO コークサワー
ZERO コークハイボール
お連れさんにクエン酸
ZERO コークハイボール
各390円 (税込429円)

生搾りサイカサワー
860円 (税込948円)

おかわりサイカサワー
290円 (税込319円)

生搾り!
家康風
ミニサイズ128円

40周年記念コラボ
ZERO コークサワー
ZERO コークハイボール
お連れさんにクエン酸
ZERO コークハイボール
各390円 (税込429円)

生搾りサイカサワー
860円 (税込948円)

おかわりサイカサワー
290円 (税込319円)

生搾り!
家康風
ミニサイズ128円

40周年記念コラボ
ZERO コークサワー
ZERO コークハイボール
お連れさんにクエン酸
ZERO コークハイボール
各390円 (税込429円)

生搾りサイカサワー
860円 (税込948円)

おかわりサイカサワー
290円 (税込319円)

生搾り!
家康風
ミニサイズ128円

創業40周年 感謝祭

第3弾 6月11日から

2025年3月期 施策と戦略

【創業40周年、グループの再成長と企業価値向上】

- お客様満足の根幹であるQSCAの更なる向上を全社で実行する
- 当社グループ店を選んでいただいたお客様の期待を上回る、安全安心と楽しさを提供し、お客様を元気にする
- 環境と社会への貢献、従業員エンゲージメントの向上により、働き甲斐のある企業を目指す

第1の柱：店舗収益向上戦略

- | | | |
|-----|---|------------------------------|
| (1) | 営業利益の更なる黒字化 | (※) FLRP：食材原価、
人件費、家賃、販促費 |
| | ・ FLRP管理による各店舗収益の向上
・ 継続的な費用の見直しとコスト削減 | |
| (2) | 店舗のQSCA向上による | |
| | ・ お客様に快適な空間の提供
・ お客様との接点増 | |
| (3) | 価値ある商品の提供 | |
| | ・ エリア特性を活かした、メニューの高付加価値化
・ 安全安心の食材調達 | |
| (4) | 宴会、インバウンド、修学旅行等団体客の積極的取込み | |
| | ・ メニューの多様性 | |
| (5) | WEB戦略など集客方法の効率化 | |
| (6) | 食事需要、ランチおよび15時前売上の増加施策 | |

第2の柱：専門業態・コントラクト事業の拡大 新規店舗の出店

- | | |
|-----|----------------------------|
| (1) | もんじゃ焼き業態展開 |
| (2) | ハイクオリティ業態の展開 |
| (3) | 物件の立地・市場環境・収益性から、業態選定・新規出店 |

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・アライアンスなど
店外売上の促進、営業強化 |
|-----|--------------------------------------|

第1の柱： 店舗収益向上戦略

1, 既存居酒屋事業の収益化

- 年間7回、フェアの開催。目玉商品と390円感謝価格商品でPR
- 毎月、旬のおすすめを提案。食事需要にお値打ち価格で提供
- 年間4回、特典付きの「宴会・プレミアムプラン」を開催
 - ・「横断幕」「誕生日会用横断幕」「寄せ書きボトル」は好評につき継続
 - ・PRTIMES・SNS・WEB媒体の活用
- コラボ企画の取組み(コミック誌・YouTuber・食品飲料企業「コカ・コーラ社 SugarFreeゼロコークサワー発売」)



毎月、旬のおすすめ各種



創業40周年 感謝祭 第1弾



創業40周年 感謝祭 第2弾

第1の柱： 店舗収益向上戦略

2, 価値ある商品提供

- 「第15回からあげグランプリ®」3年連続で金賞受賞
 - ・一般社団法人日本唐揚協会主催の「第15回からあげグランプリ®」で、
『からあげ 千ちゃん』が「第13回 塩だれ部門」と「第14・15回 東日本しょうゆだれ部門(2年連続)」で金賞受賞



店舗で、漬け込み、丸め込むことで、サクッとした食感に



- 春の宴会「歓送迎会コース 各種」
 - ・幹事様とご相談しながら、会の主旨に沿ったご宴会を演出サポート
 - ・寄せ書き焼酎ボトル 約500本
 - ・横断幕 約300件
 - ・お誕生日横断幕 約100件
- ◆ ノンアルコール飲料の品揃え拡大中
- ・お客様の趣向に沿ったドリンクをラインアップ



第1の柱： 店舗収益向上戦略

3, インバウンド創客

- インバウンド創客・修学旅行客は順調に推移
- ◆ インバウンド団体獲得に向けた専従担当を設置し、お食事内容のご要望に沿って、獲得につなげる
- ◆ 「大型店舗」の特性を活かし、大型修学旅行団体を獲得
- ◆ インバウンド客の客単価は150%(対19年比)に上昇

(写真左) インバウンドメニュー例



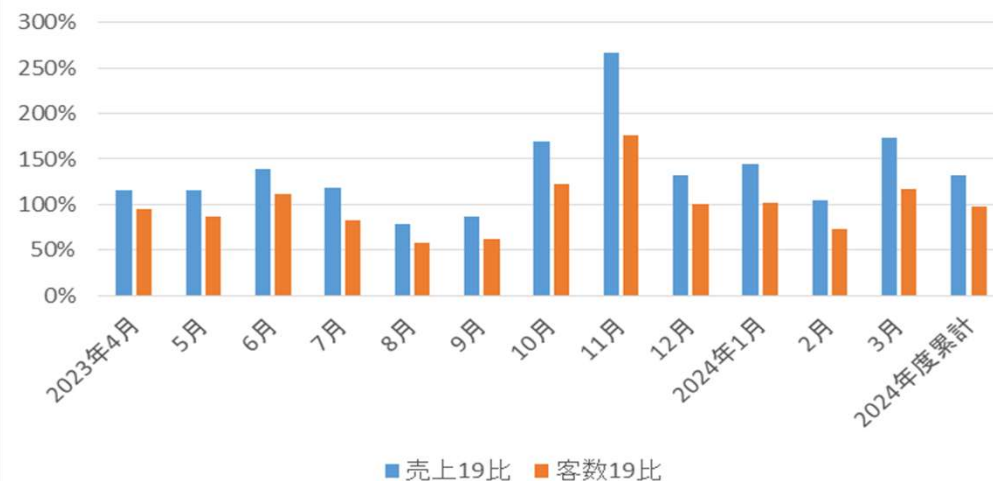
ベジタリアン対応の「精進料理御膳」

- ◆ 国別の集客順位は、
- 1位 台湾
 - 2位 中国
 - 3位 欧米



ご要望の多い「すき焼きと天ぷら満腹御膳」

インバウンド・国内旅行
売上・客数 2019年比



第2の柱： 専門業態の拡大

1, もんじゃ焼き業態の展開 『両国だしもんじゃ もんじ』 北千住東口店・三鷹南口店・新宿西口パレット店

- ① 2023年7月に、北千住東口店で1号店を開店。
その後、年度内に3店舗目を開店。
- ② 両国発祥の塩だしちゃんこ・鰹節専門店のにんべんの
だし使用の三種の魚介だし・にんにくとアンチョビの
洋風創作だし。
- ③ 進化を続けるメニューと設備。



新宿西口パレット店では、新宿オリジナルメニューも登場。

- ④ 本年度は、新店の業態候補として物件を探索中。



(写真) 極上海鮮もんじゃ

ロゼッタカルビもんじゃ

(写真) 12月に開店した、もんじ

新宿西口パレット店の入り口と店内



(写真) もんじ だしの説明



新宿西口店限定メニュー

第2の柱： 専門業態の拡大

2, ハイクオリティ業態の展開 『 Grill & Seafood 北海道 知夢仁 銀座店 3月28日オープン 』

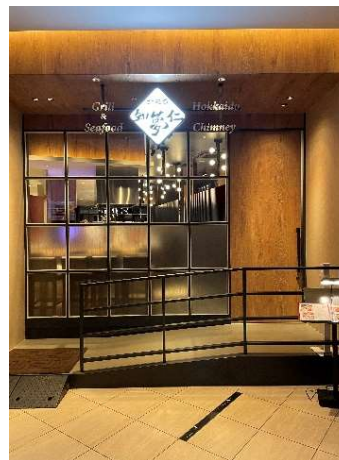
- ◆ 北海道の新鮮高級食材を贅沢に使用
- ◆ 個室空間で、ゆったりとお食事を堪能できます
- ◆ 旬食材を、おすすめに取り入れ
- ◆ コース料理がおすすめです



(写真) 人気のコース料理



オリジナルのスペアリブ



(写真) 正面入り口



旬食材のアイスベッド



個室感のある客席

3, コントラクト事業

科学警察研究所・食堂運営事業の受託(2024年4月1日より)
初期投資が抑えられた中でスタート、営業期間が事前に確定
しており、計画的な運営が可能



つくばエクスプレス線 柏の葉駅 徒歩15分 店内写真

第2の柱： 専門業態の拡大

4, 新業態 『火入れ みつ囲 ・ 新宿西口パレット店』の取り組み(6月中旬開店予定)

和食の総合居酒屋として進化してきた当社は、2024年に創業40周年を迎えました。

お客様のご要望も、多様性の時代となっています。

訪日外国人から和食評価は高く、ミシュランガイドでは、TOKYOが世界で一番掲載店舗数が多い都市となりました。

私たちは、和食の『火を入れる』という原点に立ち返り

「焼く」「煮る」「炊く」を

深く追求する新たな業態を、新宿パレットビルに開業いたします。

名物の「原始焼き」と「おでん」そして、最後の締め「日本のお米の美味しさ」を堪能いただける「土鍋ご飯」。

料理人とお客様が向き合い、旬の食材に「火」が入り、和食料理に昇華する場面が見える店舗を目指して、準備を整えています。

是非、ご来店ください。



火入れ みつ囲 正面イメージ



(商品イメージ) 原始焼 とろ鯖



原始焼 大海老



おでん各種



五目土鍋飯



店内イメージ

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、ホテル事業会社、スーパー等に対して幅広くチムニーの商品仕入れや物流網を活かした各種食材・衛生用品・店舗衛生診断・等々を提案し販売展開

(2) ECサイト「Chimney Market」

アニメ薄桜鬼とのコラボやチムニー総料理長監修のおせち販売(毎年10月～12月)各市場とのネットワークを活かした甘えび・干物などを産地直送でお届け。

又、鮪・ホタテ・蟹など店舗使用水産物を一般消費者向けにも販売
大食いの動画クリエイターとのコラボにより、日本唐揚げ協会：金賞受賞のからあげと冷凍カレーをセットにして、5000食販売



(3) つぼ八社・マルシェ社との相乗効果

商品及び消耗品等の大量仕入れ等によるスケールメリットを活かすことによるコストダウン



写真右上左)「産地直送 冷凍甘海老」
 右上右)「産地直送 出雲干し詰め合わせ」
 右下左)「ECサイト販売 コラボカレー」
 右下中)「中部チムニーと連携した本まぐろ」
 右下右)「ECサイト販売 ズワイガニ」
 左下左)「薄桜鬼コラボおせち」
 左下右)「おせち 華」



財務状況

財務状況および指標の改善強化

- ◆ 2024年3月期において、短期借入金20億円を返済
- ◆ 今後も有利子負債の削減と、長短比率の見直しにより、財務基盤の強化を進める

借入状況	借入金額(百万円)
短期借入金	5,000
長期借入金(劣後ローン含む)	2,000

- ◆ 各指標において業績回復と並行して改善を目指す

自己資本比率	自己資本当期純利益率	売上高営業利益率	総資産経常利益率
28.3%	20.2%	5.1%	8.1%
1株当たり純資産	PBR(2024年3月末)	キャッシュ・フロー対 有利子負債比率	インタレスト・カバレッジ・ レシオ
262.26 円	5.26倍	2.6	45.6倍

※ キャッシュフローは、営業キャッシュ・フローを利用しています。

Ⅲ. 2025年3月期 連結業績予想

2025年3月期 業績予想(連結)

●2025年3月期の業績予想

単位(百万円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	2025年3月期 (予想)	2025年3月期 第2四半期累計 (予想)
売上高	20,155	25,725	26,500	12,900
(グループ売上高)	(29,819)	(37,667)	(38,890)	(18,959)
営業利益	△ 1,667	1,300	1,330	480
経常利益	△ 1,635	1,446	1,470	530
親会社株主に帰属する純利益	△ 2,016	938	1,050	380
1株当たり当期純利益(円)	△ 104.52	48.66	54.42	19.69

【業績時系列】

	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
売上高	45,685	41,107	13,229	10,108
営業利益	2,457	283	△6,100	△4,582
経常利益	2,505	36	△4,553	3,252
親会社株主に 帰属する純利益	1,205	△2,812	△9,004	1,227

※ グループ売上高 = チムニー連結売上高 + FC店舗売上高

IV. Appendix

2024年3月期 業態別店舗数の推移

(単位: 店)

業態名	2023年3月末			2024年3月末			増減		
	直営	FC	計	直営	FC	計	直営	FC	計
はなの舞	51	58	109	45	57	102	△6	△1	△7
さかなや道場（魚鮮水産含む）	81	28	109	73	27	100	△8	△1	△9
軍鶏農場・豊丸水産	13	1	14	11	1	12	△2	—	△2
魚星（豊洲市場さかな酒場・九州人情酒場）	12	0	12	14	0	14	2	—	2
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	—	—	—
安ベゑ	33	1	34	29	1	30	△4	—	△4
牛星	4	5	9	13	4	17	9	△1	8
その他（升屋・チムニー等）	19	31	50	18	28	46	△1	△3	△4
ハイブリッド	—	16	16	2	14	16	2	△2	—
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	8	—	8	△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（2023年7月吸収合併）」	11	—	11	—	—	—	△11	—	△11
チムニーグループ 総店舗数	351	156	507	331	148	479	△20	△8	△28

2024年3月末 地域別店舗数(グループ総店舗数479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	13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	34店

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	3店
魚星	1店
豊丸水産	1店
その他	13店
コントラクト	8店
合計	39店

甲信越・北陸

新潟/山梨/長野/
富山/石川/福井

はなの舞	6店
さかなや道場	4店
安べゑ	2店
その他	2店
コントラクト	8店
合計	22店

関東

神奈川/埼玉/千葉/
茨城/栃木/群馬

はなの舞	42店
さかなや道場	27店
安べゑ	10店
牛星	5店
魚星	6店
豊丸水産	4店
こだわりやま	7店
その他	13店
コントラクト	13店
合計	127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	9店
さかなや道場	16店
こだわりやま	4店
安べゑ	1店
その他	2店
コントラクト	31店
合計	63店

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	1店
さかなや道場	10店
牛星	1店
豊丸水産	1店
その他	3店
コントラクト	18店
合計	34店

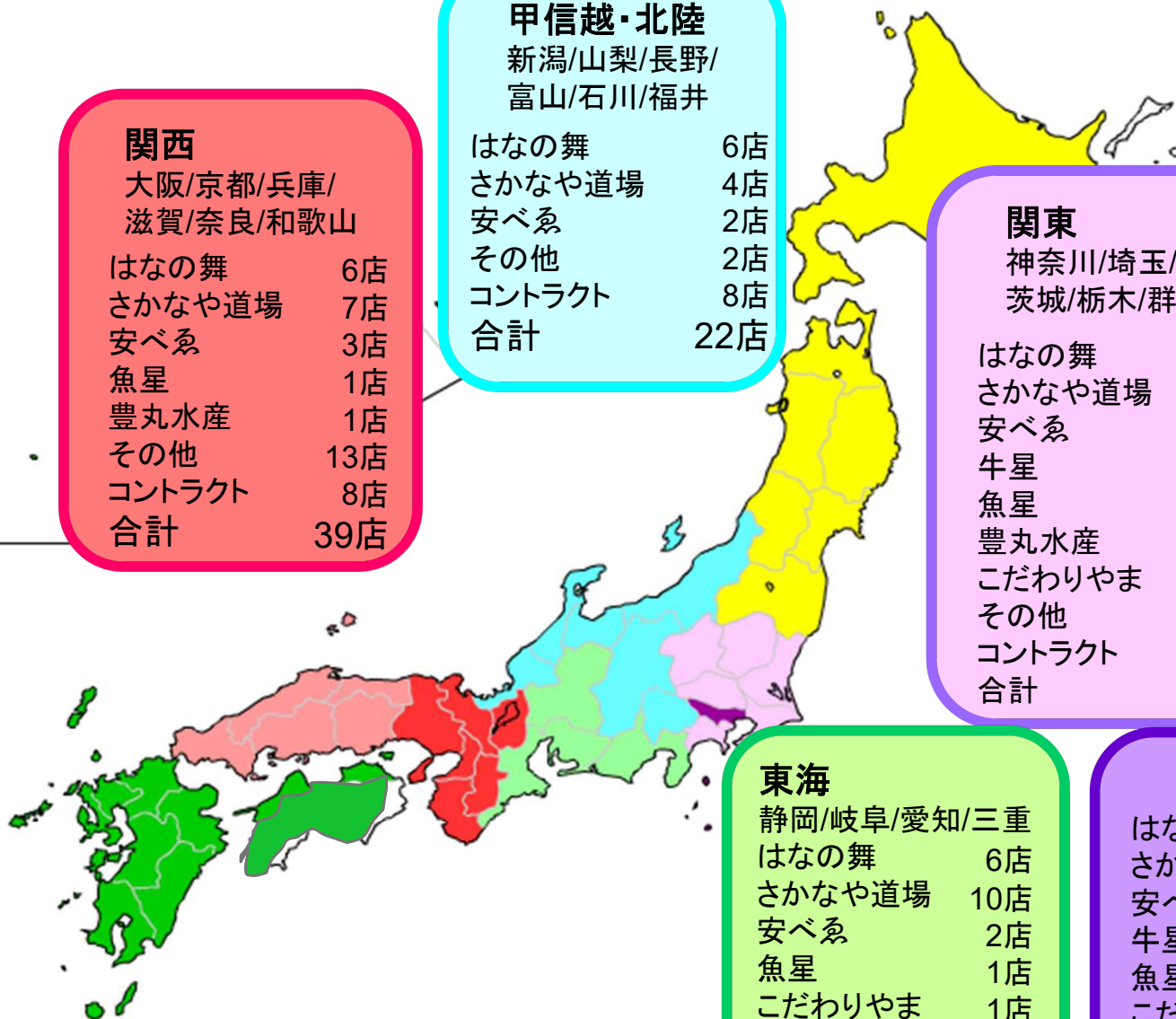
東海

静岡/岐阜/愛知/三重

はなの舞	6店
さかなや道場	10店
安べゑ	2店
魚星	1店
こだわりやま	1店
その他	4店
コントラクト	9店
合計	33店

東京

はなの舞	27店
さかなや道場	13店
安べゑ	8店
牛星	11店
魚星	6店
こだわりやま	20店
その他	37店
コントラクト	5店
合計	127店



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

● 顧客の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

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

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



- 中型店 (20坪~60坪)
- 客単価: 2,700円~3,200円



- 中型店 (40~80)
- 客単価: 2,800円~3,400円

Grill
&
Seafood



- 中型店 (60~80坪)
- 客単価: 7,000円~8,000円



- 中~大型店 (60~100坪)
- 客単価: 3,500円~4,500円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価: 2,500円~3,400円



- 中~大型店 (60~80坪)
- 客単価: 3,000円~4,000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: 2,800円~3,800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

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

FCオーナーとの共存共栄

- ◆ 地域に根付いた営業スタイルと地産地消より売上活性化
- ◆ 「お食事」と「お酒」の中からの「名物・おすすめ品」の提供
- ◆ ランチ需要、定食・ご膳など食事需要や昼飲みへの対応



(写真左から)「はなの舞 茂原店」の「本マグロ盛り」・2月に開店した「升屋 新鎌ヶ谷店」の外観と、昼夜で食べられる「厚切り牛タン定食」

- ◆ グループ全体のQSCA向上のために継続されている、
直営店・FC店の合同調理講習
- ・魚の卸し方・盛り付け・天ぷら・寿司など
加盟店の「ご要望」に応え開催中です

チムニーグループの大きな特徴

- ◆ 148店舗・72の加盟店オーナー様の内、30名のオーナー様が社員(キャストパートナー含む)独立です
- ◆ 従業員の「夢」の実現を、当社は全力でサポートします
(写真右)社員独立・さかなや道場鶴見店 柳島オーナー様



チムニー共栄会 総会・懇親会



環境への貢献

持続可能なリサイクルループ

◆《陸のループ》

廃油のリサイクルループの完成・継続

- ・店舗から出る廃油は専門業者による精製で「飼料用油脂」となり、鶏・豚・牛への飼料に。年間200トン以上を回収。CO₂排出削減が見込まれます。

◆《陸と海のループ》

華匠牡蠣の導入(広島地区)

- ・養鶏場から出る、鶏ふんを由来とする海洋専用肥料「MOFU-DX」を利用することで、海域の富栄養化と海の藻が増える効果。海洋資源の豊かさにつながります。

国産完全陸上養殖「プレミアムサーモン」導入

- ・管理された陸上施設で稚魚・発眠卵から育成。海の天然資源を守り、アニサキスのリスクも回避。

◆《陸のループ》

保冷オリコンの増設(年間3.8千万円)

- ・ドライアイス使用料を50%削減見込みでCO₂排出削減。
- ・現行のオリコンと同サイズで、積載効率を変えずに、-5℃を8時間維持。
- ・食材の安全供給。

上から 宮崎県産西米良サーモン
福島県産阿武隈メイプルサーモン
愛知県産渥美プレミアムサーモン

陸上養殖サーモン 炙り





社会への貢献

お酒を扱う企業として・持続可能な社会のために

◆《飲酒運転撲滅宣言・20歳未満へはお酒を提供しない》

- ・楽しくご飲食していただくために、年齢確認を徹底。
- ・ノンアルコール飲料に、マドラーをつけて確認。

◆《ありがとうの連鎖の会》

・東日本大震災後に当社では「ありがとうの連鎖の会」を発足させました。被災地支援活動の推進及び施設の早期復旧支援が目的です。主旨に賛同する社員一人一人が、毎月100円を会費として納め、社員や大規模自然災害に対しては被災した都道府県に復興支援の義援金を寄付しています。今回は2024年元日に発生した、能登半島地震で甚大な被害を受けた石川県に対して、会から「被災者支援、復旧・復興に係る事業」に対して200万円を寄付いたしました。

◆《国境なき医師団への寄附の継続》

・当社は国境なき医師団の活動を2015年から継続的に支援しています。現在は毎月10万円を寄付しています。2024年3月時点の総額は、1千万円を超えることとなりました。世界各地での活動を今後も支援いたします。

◆《障がい者との共生》

・当社は障がい者雇用の目標値「2.3%」に対して、現在『2.8%』です。障害の内容に応じて、店舗・本部での雇用を推進しています。また、内閣府「障害者差別解消法」を全社で共有し、お客様として・共に働く仲間として対応できるよう、共生社会を目指してまいります。また、東京都飲食店バリアフリーガイドブックに、12店舗が掲載されました。



(左) 能登半島を見回る、国境なき医師団員
(右) 国境なき医師団のHPより



(左) 障がい者アートの支援
(右) 東京都飲食店バリアフリーガイドブック

◆Challenge40周年 スローガン

『ありがとうを伝えよう』

・当社は2月21日に創業40周年を迎えました。コロナ禍からの復活・再成長を達成し、本年は

『Challenge 40周年 ありがとうを伝えよう』

をスローガンとしました。お客様から「ありがとうをいただける」経営を実現するためには『こちらからありがとうを伝える事』が大切です。お客様・株主様・職場の仲間・家族・友人・お取引先様、そして加盟店様。言葉だけでなく、行動と笑顔でスローガンの実現を目指します。

◆「健康経営優良法人2024」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2024」認定を3年連続で取得。第一に全従業員とその家族が心身共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。

お客様と従業員の安全・安心を守るため、ライフワークバランスの充実と健康増進・保持を継続いたします。

◆給与改定

2024年4月の実施実績、平均約3%の給与改定。



階層別教育・評価者セミナーの重点的实施

◆従業員のキャリアアッププランとセミナーの連動

・従来の階層別教育から踏み込んで、各従業員が目指すキャリアアッププラン(未来図)を上司と人事部が共有し、「候補者セミナー」を開催し、次のステージで求められることを明確化。

◆人事考課の「評価者セミナー」に力点を置く

・部下の成長と活躍につなげる面談・評価と継続的なフィードバックによるモチベーションアップ。

・年間、90回・延べ700人が受講した各種セミナーでエンゲージメント向上につなげる。

◆直営店・FC店合同の調理講習会

・飲食店の原点である「調理力」を、直営店・FC店合同の調理講習会で、レベルアップを図っています。



座学によるセミナー



現場での講習会

リスク対応

◆安全・安心

・衛生委員会(毎月開催)

各部署から選抜されたメンバーによる衛生委員会で、毎月のスローガンを設定し、全店舗へ告知し営業担当が取組みます。内部監査室による監査結果を全体会議で共有。

・内部監査室による臨店及びリモートによる現金監査(随時)

日々の営業日報検証・月末の棚卸監査に加えて、現金監査を定期的実施。

・安全かつ経費削減と労働時間短縮・生産性向上の追求

お取引業者様から、当社にとって有効な消耗品を選択し、直営店での優良な結果をグループ全体に提案し全店取扱いに。オペレーション改善に直結。

◆ダイバーシティ・マネジメント

・労務管理

36協定の遵守・「1分単位」の勤怠打刻管理。有給休暇取得の推奨に基づき、人事部から毎週の勤怠状況を検証し改善。産業医との面談も積極的に推奨。

・育児休暇 100%取得

男女共に、今期も育児休暇は100%取得。

・外国人採用と教育

人財採用部と人財教育部を新設し、積極的な外国人の採用と、日本語指導も含め、メンターとしてフォローを実施しています。現在の外国人社員比率は、6%です。

◆SDGs対応

・食材ロスの削減への取り組み

食品のリサイクルループの中、お客様への「お持ち帰り案内」は継続中。グランドメニューの中に「ハーフサイズ」メニューを導入。食材の仕入れ規格を含めた無駄の削除に向かう。



衛生委員会作成の月間スローガン



(左)新規導入の厨房用洗剤(右)お持ち帰り推奨案内



サステナビリティの取組み



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