

2025年3月期 中間期 決算説明資料

チム二一株式会社

2024年11月

I . 2025年3月期 中間期 業績概要

2025年3月期 中間期業績(連結)

●2025年3月期 中間期連結業績 連結損益計算書

単位(百万円)

項目	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	2025年3月期 中間実績	前年同期比
売上高	2,925	8,803	12,345	12,759	+3.3%
(グループ売上高)	(4,779)	(13,187)	(18,113)	(18,607)	+2.7%
売上総利益	2,081	5,875	8,553	8,764	+2.5%
販管費	4,572	7,365	8,134	8,448	+3.9%
営業利益	△2,491	△1,489	418	316	△24.4%
経常利益	3,299	△1,472	493	360	△26.7%
親会社株主に帰属する中間純利益	1,815	△1,583	207	176	△14.7%
1株当たり中間純利益	94.09	△82.06	10.75	9.17	—
EBITDA	3,801	△990	930	774	△16.7%

※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)

※当中間期連結会計期間、5月28日にて、魚鮮水産(株)は解散いたしました

2025年3月期 中間期 連結損益計算書 主要数値の内容

● 2025年3月期 中間期連結実績の主な内容（増減は2024年3月期 第2四半期との比較）	
売上高	・直営売上高 前期比346百万円増加（3.3%増）の10,944百万円
	・店舗売上増に応じ、食材供給売上高69百万円増加、ロイヤリティ収入2百万円増加
	・加盟店収入18百万円増加、サービス収入47百万円減少
販管費	・販管費全体で、313百万円増加（3.9%増）の8,448百万円
	人件費、広告宣伝費、販売促進費、支払手数料等が増加
営業外収益	・28百万円減少の84百万円
	持分法による投資利益19百万円減少
営業外費用	・2百万円増加の40百万円
	支払利息2百万円減少の32百万円
特別利益	・受取補償金68百万円
特別損失	・減損損失309百万円減少の32百万円
	・店舗閉鎖損失引当金繰入額23百万円減少の7百万円
	・投資有価証券評価損192百万円
法人税等調整額	・法人税等調整額△17百万円計上
	・税金費用93百万円増加

2025年3月期 連結損益計算書 主要数値の内容

●2025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	6,453	6,305	－	－	12,759
営業利益	265	51	－	－	316
経常利益	297	63	－	－	360
親会社株主に帰属する 四半期純利益	290	△ 113	－	－	176
1株当たり純利益	15.06	△ 5.89	－	－	9.17

- ◆第2四半期売上高は、7月以降の猛暑や大型台風等の影響を受ける
- ◆新店1店舗、直営店からFCへの転換が3店舗、退店6店舗等により、直営店舗数は△7店舗となる
- ◆年末に向けた人財採用、創業40周年の販促、水光熱費のアップ等で販管費が増加
- ◆投資有価証券評価損を、192百万円計上

2025年3月期 直営店の動向

●直営店月次動向

2024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	108.8	106.0	107.4	100.8	103.9	103.2	104.9
客数	107.0	105.6	104.2	99.8	102.9	102.0	103.5
客単価	101.6	100.4	103.1	101.0	100.9	101.2	101.4
全店対前年比(%)売上	106.8	105.4	105.5	99.5	101.6	100.9	103.2
客数	105.7	105.8	103.5	99.7	100.7	99.9	102.5
客単価	101.0	99.6	101.9	99.8	100.9	101.0	100.7
店舗数(店)	303	303	302	300	299	299	

- ◆2024年3月5日から「創業40周年感謝祭・第1弾」をスタート。1か月から2か月のサイクルで、お客様への感謝の販促企画を展開。現在は第7弾の「あったか旨鍋フェア」を展開中
- ◆お客様の来店数は着実に回復傾向となったが、7月以降の猛暑や大型台風により、若干の影響があった
- ◆インバウンド団体や国内旅行団体の集客は順調に推移し、業績の回復に寄与している。特徴として有名観光地から離れた地域でインバウンド客の宿泊が増加し、当社店舗への、お食事目的のご利用が増加
- ◆新規出店は直営店2店舗（FC店1店舗）。10月に「魚星 東陽町店」を新規出店し、下期は計6店舗を予定。店舗のブラッシュアップ（改装、業態転換、修繕等）も並行して進める
- ◆直営からFCへの転換が、3店舗（うち、1店舗は社員独立）。下期も社員独立によるFC転換が1店舗

※ 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

2025年3月期 中間期 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、471店舗

●2024年10月から、2025年3月までに、7店舗新規出店と、2店舗の業態転換を計画中

	2024年 3月末	新店	退店	直営→ FC転換	FC→直 営転換	2024年 9月末	増減
直営店	211	1	△6	△3	1	204	△7
コントラクト店	94	1				95	1
直営店計	305	2	△6	△3	1	299	△6
FC店	148	1	△5	3	△1	146	△2
(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					8	—
当社グループ店舗合計	479	3	△11	—	—	471	△8

2025年3月期 中間期 連結財務状況

●2025年3月期中間期 連結貸借対照表

	2024年3月期	2024年9月期
資産合計	17,893	16,483
流動資産	9,578	8,353
内、現金及び預金	7,852	7,042
売掛金	801	460
FC債権	248	203
商品	277	280
貯蔵品	10	9
その他	599	554
貸倒引当金	△ 210	△ 196
固定資産	8,315	8,130
有形固定資産	1,345	1,433
内、建物及び建築物（純額）	1,129	1,199
無形固定資産	2,736	2,493
内、のれん	2,693	2,461
投資その他の資産	4,232	4,203
内、差入保証金	3,222	3,177
その他	1,279	1,294
貸倒引当金	△ 269	△ 268

単位(百万円)

	2024年3月期	2024年9月期
負債純資産合計	17,893	16,483
負債合計	12,831	11,196
流動負債	9,057	6,638
内、買掛金	1,747	806
FC債務	250	199
短期借入金	5,000	3,640
1年内返済予定の長期借入金	128	310
店舗閉鎖損失引当金	19	14
資産除去債務	33	22
その他	1,877	1,644
固定負債	3,774	4,558
内、長期借入金	1,983	2,754
資産除去債務	743	735
その他	1,047	1,068
純資産合計	5,062	5,286
資本金	100	100
資本剰余金	4,197	4,197
利益剰余金	936	1,017
自己株式	△101	△101
その他包括利益累計額	△ 73	70
非支配株主持分	2	2

2025年3月期 中間期 連結財務状況

●2025年3月期中間期 連結貸借対照表 資産、負債および純資産の状況

資産に関する主な要因	1,410百万円減少の16,483百万円
流動資産	1,224百万円減少の8,353百万円
主な増加要因	—
主な減少要因	現金及び預金△809百万円、売掛金△340百万円
固定資産	185百万円減少の8,130百万円
主な増加要因	有形固定資産＋88百万円
主な減少要因	のれん△231百万円、差入保証金△45百万円
負債に関する主な要因	1,634百万円減少の11,196百万円
流動負債	2,418百万円減少の6,638百万円
主な増加要因	1年内返済予定の長期借入金＋182百万円、前受収益＋236百万円
主な減少要因	買掛金△940百万円、未払金△479百万円、短期借入金△1,360百万円
固定負債	784百万円増加の4,558百万円
主な増加要因	長期借入金＋771百万円
純資産に関する主な要因	224百万円増加の5,286百万円
主な増加要因	親会社株主に帰属する中間純利益176百万円
主な減少要因	配当金の支払96百万円

2025年3月期 中間期 連結キャッシュ・フローの状況

単位（百万円）		2023年9月期末	2024年9月期末
営業活動によるキャッシュ・フロー		1,864	△ 11
	税金等調整前中間純利益	119	181
	減価償却費・のれん償却額	401	382
	減損損失	341	32
	支払利息	34	32
	その他合計	966	△ 639
投資活動によるキャッシュ・フロー		△ 58	△ 290
	固定資産の取得・除却による支出	△ 179	△ 380
	差入保証金・預り保証金の支出入	124	100
	その他合計	△ 3	△ 11
財務活動によるキャッシュ・フロー		△ 2,021	△ 507
	借入による収入及び借入の返済	△ 2,007	△ 406
	リース債務の返済	△ 13	△ 5
	配当金、その他の支出	△ 0	△ 96
現金及び現金同等物の増減額		△ 215	△ 809
現金及び現金同等物の期首残高		7,438	7,852
現金及び現金同等物の期末残高		7,222	7,042

2025年3月期 中間期 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

中間期末現金及び現金同等物7,042百万円（前連結会計年度末比 809百万円減少）

営業活動による キャッシュ・フロー	11百万円減少
	・税金等調整前中間純利益181百万円
	・減価償却費150百万円
	・のれん償却額231百万円
	・投資有価証券評価損192百万円
	・売上債権の減少340百万円
	・仕入債務の減少940百万円
	・未払金の減少361百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	290百万円減少
	・差入保証金の回収による収入96百万円
	・固定資産の取得による支出323百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	507百万円減少
	・長期借入れによる収入1,000百万円
	・短期借入金の減少1,360百万円
	・長期借入金の返済による支出46百万円
	・配当金の支払額96百万円

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、株主の皆様に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。
- ◆ 2025年3月期 中間配当は、計画通り「5円00銭」とさせていただきます。
- ◆ 2025年3月期 期末配当については、「5円00銭」を計画しております。今後変更等が発生した場合、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

●2024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)	2025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)	2025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
2024年9月末権利確定／2024年11月30日発送開始予定	2025年9月30日

Ⅱ． 2025年3月期の施策と足元の取り組み

2025年3月期 人的資本の強化

【創業40周年、企業価値向上による、グループの持続的成長】

- ◆ 持続的成長のため、お客様満足と従業員エンゲージメント向上を最重要課題とする
- ◆ 人的資本への投資は、人財・接客産業である当社のパーパスに直結
- ◆ お客様を楽しく元気にするために、多様な従業員にとって楽しい会社・お店の実現に向けた活動

多様な人財採用と教育 キャリア支援	エンゲージメントの向上 サステナビリティ啓発活動	働く環境整備 コンプライアンス遵守
● 積極的な外国籍社員の採用 ● 階層別教育による次世代幹部の育成 ● 女性管理職の積極的登用 ● 社員独立の支援 ● 調理師免許取得支援	● 各種コンテスト・表彰制度から全店へのマニュアル化 ● 「チムニーマインド」教育を共育ととらえ、教える・教わる文化を醸成 ● 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 ● 人事評価制度における、評価者セミナーの継続実施	● 健康維持のための、労働時間管理と定期健康診断やストレスチェック・産業医紹介 ● 多様な働き方の促進 地域限定・時短勤務・週休3日制等 ● 労働時間の適正化、リフレッシュ休暇の取得 ● 育休取得率（2023年度は男女とも100%達成） ● 賃金水準の引き上げ

2025年3月期 人的資本の強化 《足元の取り組み》

【創業40周年、企業価値向上による、グループの持続的成長】

● 多様な人財採用と教育・キャリア支援

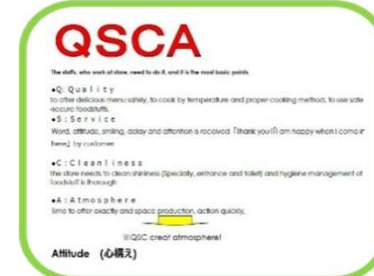
- ◆ 海外の現地で10名単位で採用、日本語教育・理念教育を経て受け入れ、メンターによる特別カリキュラムで、実務・メンタル面をフォローアップ。今期はミャンマーから10名入社、次はスリランカから入社予定
- ◆ 社外講師による、マネジメントセミナーの実施（上期中3回、延べ60人以上が受講）
- ◆ 各種セミナー、調理講習会等の動画配信により、教育の裾野拡大

● エンゲージメント向上とサステナビリティ啓発活動

- ◆ 上司と部下が課題設定を共有し、フィードバック面談による課題解決
- ◆ 全体会議等でサステナビリティの啓発活動継続
- ◆ 料理研究家・栗原心平氏をアンバサダーとしてお迎えし、SDGs：14「海の豊かさを守る」完全陸上養殖サーモンを使った、オリジナルメニューを開発

● 働く環境整備とコンプライアンス遵守

- ◆ 衛生委員会による、お客様と従業員の健康・衛生管理目標の告知と啓発活動
- ◆ 飲酒にかかわる、法律改正に沿った対応推進
- ◆ 健康経営優良法人を3年連続で取得



2025年3月期 営業施策と戦略 《3つの柱》

第1の柱 : 店舗収益向上戦略	(1) 売上アップと営業利益の更なる上積み (2) QSCA向上と調理技術アップによる、価値ある商品の提供 (3) インバウンド・宴会・修学旅行等団体客の積極的取込み (4) ノンアルコール飲料・低アルコール飲料の拡充で顧客ニーズの多様化対応
第2の柱 : 専門業態・コントラクトの拡大 新規店舗の出店	(1) 当社の強み：旨いさかなが堪能できる「さかな酒場 魚星」業態の展開 (2) 和食を掘り起こす、新業態『火入れ みつ囲』を展開 (3) 物件の立地・市場環境・収益性からグループ内で業態選定し新規出店へ
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) 店外売上の促進・営業強化 (2) インフルエンサーとのコラボ企画・イベント参加で認知度アップへ (3) 既存の物流網を活かした、新規の食材・消耗品等の納入先拡大

第1の柱： 店舗収益向上戦略 創業40周年感謝祭

(1) お客様への感謝をこめて、旬の選りすぐりの逸品や各社とのコラボ企画などを感謝価格でご提供

- ◆ 第1弾は3月5日からスタート、現在は忘年会にむけた第7弾の「あったか旨鍋フェア」を提供中
 - ◆ 第5弾（9月3日から）では、料理家「栗原心平氏」をチムニーアンバサダーにお迎えし、スペシャルメニューを展開
- 第7弾では栗原心平氏監修の「焦がしねぎのこく旨ブリしゃぶ」が登場。



第3弾 お箸でほぐれるやわらかさのスペアリブ



第5弾 栗原心平氏のサーモンメニュー



第7弾 栗原心平氏メニュー

(2) DX推進「らくしふ」導入による、QSCA向上と各種グルメサイト・オウンドサイト・Google等からの集客

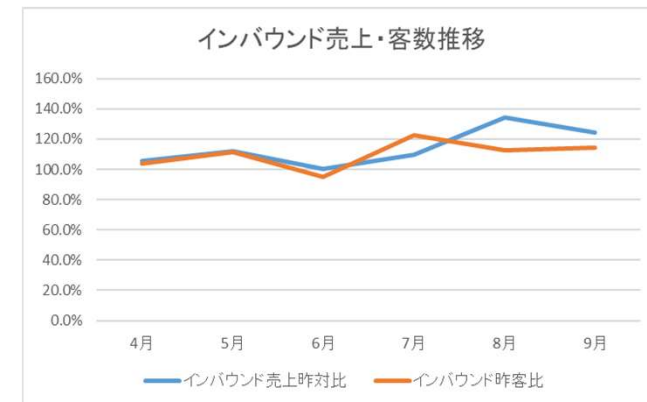
- ◆ クロスビット社の「らくしふ」導入を推進しており、効率的な最適シフト管理から、お客様との接点増加・満足度アップへ
 - ◆ WEB対策：各種サイトでイベント情報更新や、各サイトやオウンドサイトからの予約に直結
 - ◆ SNS：公式フォロワーは3万5千人超え
- 11月18日時点



第1の柱： 店舗収益向上戦略 インバウンド・ノンアル飲料、低アル飲料

(3) インバウンド・修学旅行需要・忘新年会の獲得

- ◆ インバウンド売上は、昨対 106.6%で推移
- ◆ 今期の特徴として、主要な観光地エリアだけでなく、バス移動距離が、30～60分エリアの宿泊施設近辺の、店舗のご利用が増加中
- ◆ 予約獲得の主力である「団タメ店舗紹介」・旅行会社だけでなく、宿泊施設とのパイプ強化を進め、目的に合わせてご利用のご予約受付中
- ◆ 忘新年会プランでは、ご好評をいただいている「寄せ書きボトル」



「寄せ書き可能な横断幕」等のサービスを
を継続中

4名様以上のご予約でプレゼント
写真左) 寄せ書き可能な横断幕
写真右) 寄せ書きボトル●人数により商品が異なります



(4) ノンアルコール飲料・低アルコール飲料等、多様な飲み方対応の推奨

- ◆ 居酒屋は、ノンアルコールカクテル・ソフトドリンクでも楽しくお食事できる空間です
- ◆ ご家族で・仲間どうしで、みんなが笑顔になれるドリンクをご準備しています
- ◆ 当社では、ソフトドリンクの飲み放題もご用意しています
- ◆ 20歳未満へのお酒提供・飲酒運転・

自転車の酒気帯び、ながらスマホ

禁止条項の遵守の指導・呼びかけを徹底



第2の柱： 海鮮のチムニー：さかなが旨い業態「さかな酒場 魚星」の展開

(1) 10月に、魚星業態 17店舗目となる、東陽町店が開店。年度内に、更に新規1店舗開店予定。

- さかな酒場 魚星のこだわり：『市場から、全国よりすぐりの魚をお届け』
 - ・買参権7115号を活かし、豊洲市場から新鮮な魚介類を買い付け
 - ・豊洲市場に集まる、全国各地の新鮮素材をよりすぐりメニュー化、ランチからディナーまで営業
- ◆ 1号店は2022年1月、中野北口店。今後も昼の食事需要・夜の居酒屋＋食事需要が見込める立地に出店や業態転換含めて計画。本年11月には、阿佐ヶ谷店が新規開店。

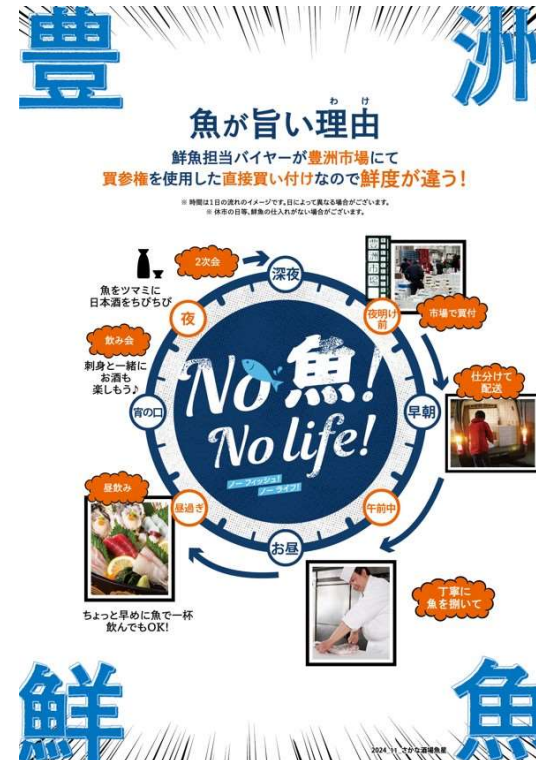


東陽町店の外観



写真上)東陽町店の店内

写真下)豊洲鮮魚入り市場盛り上



豊富なランチメニュー

第2の柱： 和食を掘り起こす：新業態「火入れ みつ囲」の展開

(2) 6月、新宿パレットビル5階に、新業態「火入れ みつ囲」1号店を開業

- 和食の原点「火入れ：焼く・煮る・炊く」にこだわった、ハイクオリティブランド
 - ・調理場を囲む、カウンター席：26席、テーブル席：22席。隠れ家的なお店
 - ・客席から見える、ライブ感の「炎」と、炭火で焼き上げる「香り」が魅力です
- ◆ 2号店の出店立地を検討中。
- 同じフロアーには「はなの舞」「両国だしもんじゃ もんじ」もあり、5階フロアーは当社の「3つの業態」のみで構成されています。



みつ囲 店内



名物の原始焼き



地鶏の炭火焼き



土鍋で炊く、いくら鮭めし



同フロアーの業態紹介

第2の柱： 新規店舗の出店・FCオーナーとの共存共栄

● FCオーナーが知り尽くした地元で開業・FC転換

◆ 新規出店：「はなの舞 大山店」 長谷川プラスイット(株)（杉本オーナー）12店舗目

◆ 直営からFCへの転換

4月 さかなや道場 諫早駅前店 (株)シロ田（吉田オーナー：社員独立）2店舗目

6月 魚星 本厚木北口店 恒盛商事(同)（林オーナー）1店舗目

8月 三代目網元さかなや道場 本庄南口店 (株)てんとうむし（橋本オーナー）2店舗目

（FCオーナー変更）

はなの舞 プレナ幕張店 (株)ドンキー（林オーナー）11店舗目

● コントラクト事業の拡大

◆ 新規出店：「科学警察研究所」 食堂運営事業の受託 4月1日より



新店「はなの舞 大山店」



FC転換「魚星 本厚木北口店」



FC転換「三代目網元さかなや道場 本庄南口店」



「科学警察研究所」食堂

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

● BtoCの販売：大食いYouTuberとのコラボ企画

- ◆ 「えびまよ」・「しのけん」・「ぞうさんパクパク」（写真）プロデュースのレトルトカレーを7月13・14日の2日間、ドン・キホーテ横浜西口店で販売イベント開催。
2日間で2,400食を販売。



大食いYouTuber

● BtoCの販売：「ふぐセット付おせち」が新登場

- ◆ 今回は和洋二段重30品入り「雅(みやび)」、豪華三段重45品入り「華(はな)」に、『薄造りと鍋用』のふぐセットをプラスしてお選びいただけます。
また、「味付けいくら」、「冷凍ズワイ蟹」、をチムニーマーケットで限定販売。



ふぐセット付おせち

● BtoCの販売：人気コンテンツとのコラボグッズ

- ◆ 人気ゲームとのコラボによる、限定グッズ販売など。



←コラボ缶バッジ

● BtoBの販路拡大（既存の物流網の活用）

- ◆ 当社以外の外食グループ店に、生鮮野菜の納品開始。
- ◆ 首都圏にスーパーマーケットを展開するチェーンに、衛生備品・消耗品の納品開始。

III. Appendix

当社のマテリアリティの進捗状況-1 ●：順調に進捗 ▲：進捗中 ―：今後の課題

テーマ	マテリアリティ	主な取り組み	2024年度自己評価と進捗状況		環境	社会的責任	2025年度以降の取り組み
E：環境	CO2排出削減	保冷BOX導入でドライアイス使用量削減	●	年間ドライアイス使用量50%削減、年間70トンのCO2排出削減達成	CO2排出削減	SDGs取り組み 食材の安定供給	設備投資を進めて、CO2削減倍増
	海洋汚染抑制・海の再生	陸上完全養殖魚の活用	●	3種のサーモン導入・使用量2.5倍	海洋汚染抑制	アニサキスリスクヘッジ	継続実施・他の食材へ拡大
	食品ロス	排出ゴミの削減	▲	分別は実行済。圧縮・削減対応検討	資源の節約	火力・電力使用抑制	新たな管理体制の構築
		B級野菜の活用	▲	各農協と協同で、活用範囲を拡大中	食品ロスの削減	国内農業の衰退に歯止め	メニュー化を加速させる
		未利用魚・セリ残魚の活用	▲	対象物をストック中で、必要供給量達成時にメニュー化予定	食品ロスの削減	国内漁業の衰退に歯止め	提供商品の分量、選択肢拡大
	廃油のリサイクル・再生	廃油から飼料用油脂へのリサイクルループ	●	年間200トンの廃油回収・年間360トンのCO2排出削減達成	CO2排出削減	火力・電力使用の抑制 国内飼料に貢献	継続実施
	社会問題	国境なき医師団支援	●	毎月10万円寄付・継続	感染症予防支援	災害復興支援・飢餓をゼロに	継続実施



関連するSDGs

当社のマテリアリティの進捗状況-2 ●：順調に進捗 ▲：進捗中 ―：今後の課題

S：社会	持続可能な食の提供	仕入の多様化・地域の拡大	▲	目的に応じた食材の調達探索 規格外野菜等の活用推進	地産地消 地産全消	食材の安定供給 飲食事業の継続	6次産業化の深耕 フードロス対策
	健康貢献・ 酒類提供の責任	飲酒運転撲滅& 20歳未満へのお酒提供禁止 適正飲酒のすすめ	●	店舗の全スタッフへの啓発活動とお客様への告知活動	健康社会への貢献	酒類提供事業主責任 社内の啓発活動 法改正に準じて対応	★低アルコール飲料・ノンアルコール飲料 商品の拡大。年齢確認強化。飲み放題 の再検証
	ありがとうの連鎖の会	自然災害を受けた地域・グルー プ従業員・加盟店・取引業者への復旧支援	●	能登半島地震で石川県に200万円の寄付・店舗単位への復旧支援実施	早期の災害復興	地域との共生	継続実施
	多様な人財の活躍	外国籍人財の現地採用・教育の強化	●	ベトナム・ミャンマー・ネパール・スリランカを中心に採用進行中	持続可能な企業 質の高い教育の提供	ダイバーシティ経営・法改正に準じた管理対応	採用・教育の可視化によるジェンダーギャップの解消。メンタルサポートの強化。外国籍人財比率20%へ
	働きがいの追究	リフレッシュ連続休暇の取得推進・育児休暇取得100%	●	5日間の連続休暇取得率 90%・育児休暇取得 男女共に100%	従業員のライフワークバランス	健康経営優良法人 各種ハラスメント対策	階層別、エンゲージメント調査の継続、フィードバック面談の継続
	地域との共生	地産地消・全消推進	●	全国の特産品検討・6次産業化の深耕	地域特産品の発信	地域の活性化・フードロス対策	各都道府県と検討・6次産業化
	障害者との共生	障害者雇用の推進・店舗のハード&ソフト面のバリアフリー	●	障害者雇用率 2.8%・心のバリアフリー浸透にむけて「東京都、心のバリアフリーサポート企業」に登録	障害者の公平な就業推進	障害者自立支援・障害者差別解消法順守	集合研修の実施



関連するSDGs

当社のマテリアリティの進捗状況-3 ●：順調に進捗 ▲：進捗中 ―：今後の課題

G: ガバナンス	災害リスクのヘッジ	災害対応	▲	防災対応マニュアルの更新	2次災害の防止	最優先は従業員とお客様の命	災害時のお客様誘導と従業員の安否確認・店舗と本部の早期復旧対応・防災訓練の計画実施 浸水対策の水のうをグループ内の必要店舗全店に配備
	企業統治の強化	コーポレートガバナンスの更新	●	随時更新中。	―	各種法律・制度に準じた管理・社外に向けた適時情報公開	女性管理職の積極的登用
		データセキュリティの強化	▲	既存管理体制の棚卸から進行中	情報管理	個人情報管理 サイバー対策	プライバシー保護の観点強化 採用に結びつける発信検討

緊急連絡先
火事・救急 119番
事件・事故 110番

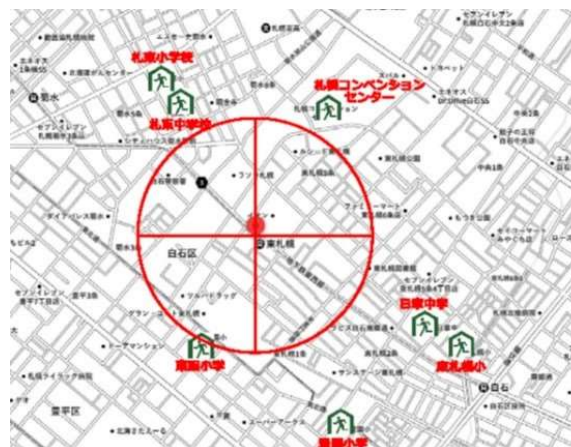
このお店の名前

このお店の住所

フロア・目印

本部への連絡

ブロックMGR・MGR
部長
本部長
統括
管理担当



店舗レジ内掲示の緊急連絡網

店舗ごとのハザードマップ・避難場所 掲示

浸水対策の水のう配備

2024年9月末 業態別店舗数の推移

(単位: 店)

業態名	2024年3月末			2024年9月末			増減		
	直営	F C	計	直営	F C	計	直営	F C	計
はなの舞	45	57	102	44	55	99	△1	△2	△3
さかなや道場（魚鮮水産含む）	73	27	100	71	29	100	△2	2	0
軍鶏農場・豊丸水産	11	1	12	10	1	11	△1	—	△1
魚星（豊洲市場さかな酒場・九州人情酒場）	14	0	14	15	1	16	1	1	2
こだわりやま・やきとり道場	0	16	16	0	15	15	—	△1	△1
66ダイニング・66カフェ等	6	0	6	6	0	6	—	—	—
安べゑ	29	1	30	26	1	27	△3	—	△3
牛星	13	4	17	12	4	16	△1	—	△1
その他（はなの屋・升屋・チムニー等）	18	28	46	18	27	45	—	△1	△1
ハイブリッド	2	14	16	2	13	15	—	△1	△1
コントラクト事業店舗）	94	—	94	95	—	95	1	—	1
連結子会社「めっちゃ魚が好き株式会社」	8	—	8	8	—	8	—	—	—
「株式会社紅フーズコーポレーション」	18	—	18	18	—	18	—	—	—
チムニーグループ 総店舗数	331	148	479	325	146	471	△6	△2	△8

2024年9月末 地域別店舗数(グループ総店舗数471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	3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	33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
こだわりやま	3店
その他	11店
コントラクト	8店
合計	38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	40店
さかなや道場	27店
安べゑ	9店
牛星	5店
魚星	9店
豊丸水産	4店
こだわりやま	2店
その他	15店
コントラクト	14店
合計	125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	3店
安べゑ	1店
その他	2店
コントラクト	31店
合計	62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	1店
その他	5店
コントラクト	9店
合計	31店

東京

はなの舞	26店
さかなや道場	13店
安べゑ	8店
牛星	10店
魚星	6店
こだわりやま	9店
もんじ	3店
その他	46店
コントラクト	5店
合計	126店

業態開発と適材適所の店舗展開

業態開発と適材適所の店舗展開

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

- ☐ 自社開発ブランド
☐ M&Aで取得したブランド

高価格帯



- 中堅店 (60~80坪)
- 客単価: 7,000円~8,000円

北海道 魚鮮水産



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



- 中堅店 (40~70坪)
- 客単価: 3,500円~4,000円

大分や道場 魚鮮水産

- 中~大型店 (60~80坪)
- 客単価: 3,000円~4,000円



- 中堅店 (40~80坪)
- 客単価: 2,800円~3,400円



- 50~100坪を主に多様な形態
- 客単価: 2,800円~3,800円



- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価: 2,700円~3,000円

大型店

低価格帯

2017年
4月取得



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

2018年
11月取得



- 小型店 (30坪)
- 客単価: 2,700円~3,800円

小型店



- 中堅店 (40~60坪)
- 客単価: 5,000円~6,000円



- 中堅店 (20~60坪)
- 客単価: 3,000円~3,800円

2012年
2月取得



- 小型店 (30~60坪)
- 客単価: 3,200円~3,500円

豊丸水産

- 中堅店 (40~60坪)
- 客単価: 2,800円~3,200円



- 中堅店 (35~60坪)
- 客単価: 2,500円~2,700円



- 中堅店 (35~50坪)
- 客単価: 2,500円~2,700円

肉豆腐とレモンサワー
大衆食堂 安べ亭

- 50~80坪を主に多様な形態
- 客単価: 1,700円~2,700円

2012年
6月取得



- 超小型店 (10~30坪)
- 客単価: 1,500円~2,300円

2017年
12月取得



- 小型店 (10~50坪)
- 客単価: 1,000円~2,000円

2013年
8月取得



- 超小型店 (15~50坪)
- 客単価: 2,000円~3,000円

2013年
8月取得



- 小型店 (30~50坪)
- 客単価: 1,000円~2,000円

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