

# 2023年3月期第2四半期 決算概要のご説明

株式会社アトム  
(証券コード 7412)

2022年11月14日

---

# 経営成績サマリー

営業時間制限がないGW、お盆を迎えたが、第7波による消費低迷や、想定以上のエネルギー単価、時給単価の高騰等があり、売上高は16,950百万円、営業利益は▲543百万円、四半期純利益は▲592百万円となった

## 2023年3月期第2四半期 累計実績

(単位:百万円)

	(ご参考) 2022年3月期 第2四半期累計実績	2023年3月期 第2四半期累計実績	(ご参考) 前期差
売上高	14,066	16,950	2,883
売上総利益	9,067	11,212	2,144
営業利益	▲1,279	▲543	736
経常利益	▲1,259	▲551	708
税引前四半期純利益	417	▲549	▲966
四半期純利益	17	▲592	▲609
営業CF	▲147	1,431	1,578
投資CF	18	▲475	▲493
財務CF	411	▲51	▲463
四半期末残高	5,604	7,970	2,365

注: 2022年3月31日付で連結子会社の全株式を譲渡したことにより、当第1四半期累計期間より非連結決算に移行したことから、前期の数値及びこれに係る増減率等の比較分析はご参考情報となります

# 経営成績サマリー

2023年3月期第2四半期は、第7波の影響があったものの、営業利益以下の各段階利益は黒字化した。

当初想定より売上高回復時期に遅れはあるが、マーケティング施策、店舗開発施策が効果を発揮しており、業績は回復傾向にある

## 2023年3月期 第1四半期、第2四半期

(単位:百万円)

	2023年3月期 第1四半期実績	2023年3月期 第2四半期実績	増 減
売上高	8,387	8,563	175
売上総利益	5,574	5,638	64
営業利益	▲567	23	590
経常利益	▲577	26	604
税引前四半期純利益	▲558	9	567
四半期純利益	▲647	55	703

# 貸借対照表の状況

短期及び長期の借入金(有利子負債)は、2022年3月末に対し140百万円増加の6,224百万円となったが、  
 現預金残高は7,970百万円となり、実質無借金状態を継続。安全性を示す自己資本比率は、40.7%と40%超の水準を保つ

## 2022年3月末

現預金, 7,067	<b>長短負債, 6,084</b>
他資産, 17,209	他負債, 7,806
	純資産, 10,384

D/Eレシオ  
0.59

自己資本比率  
42.8%

## 2022年9月末

現預金, 7,970	<b>長短負債, 6,224</b>
他資産, 16,098	他負債, 8,050
	純資産, 9,793

D/Eレシオ  
0.64

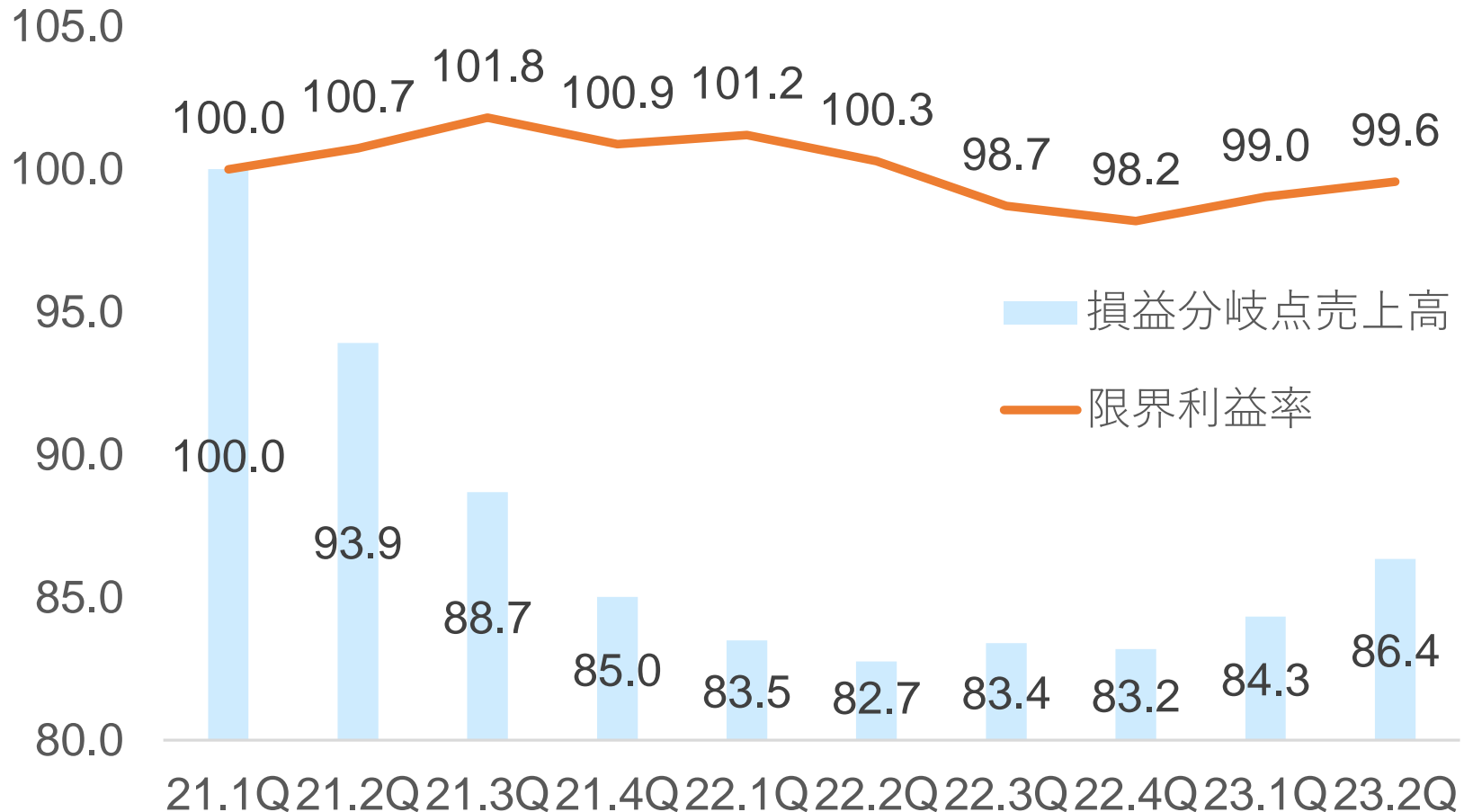
自己資本比率  
40.7%

(単位:百万円)

# コスト構造の推移

コスト最適化は推進したが、想定以上のエネルギー単価、時給単価の高騰等があり、損益分岐点売上高は前期末から3.2ポイント悪化

損益分岐点売上高・限界利益率の推移(2021年3月期1Qを100とした場合の指数推移)

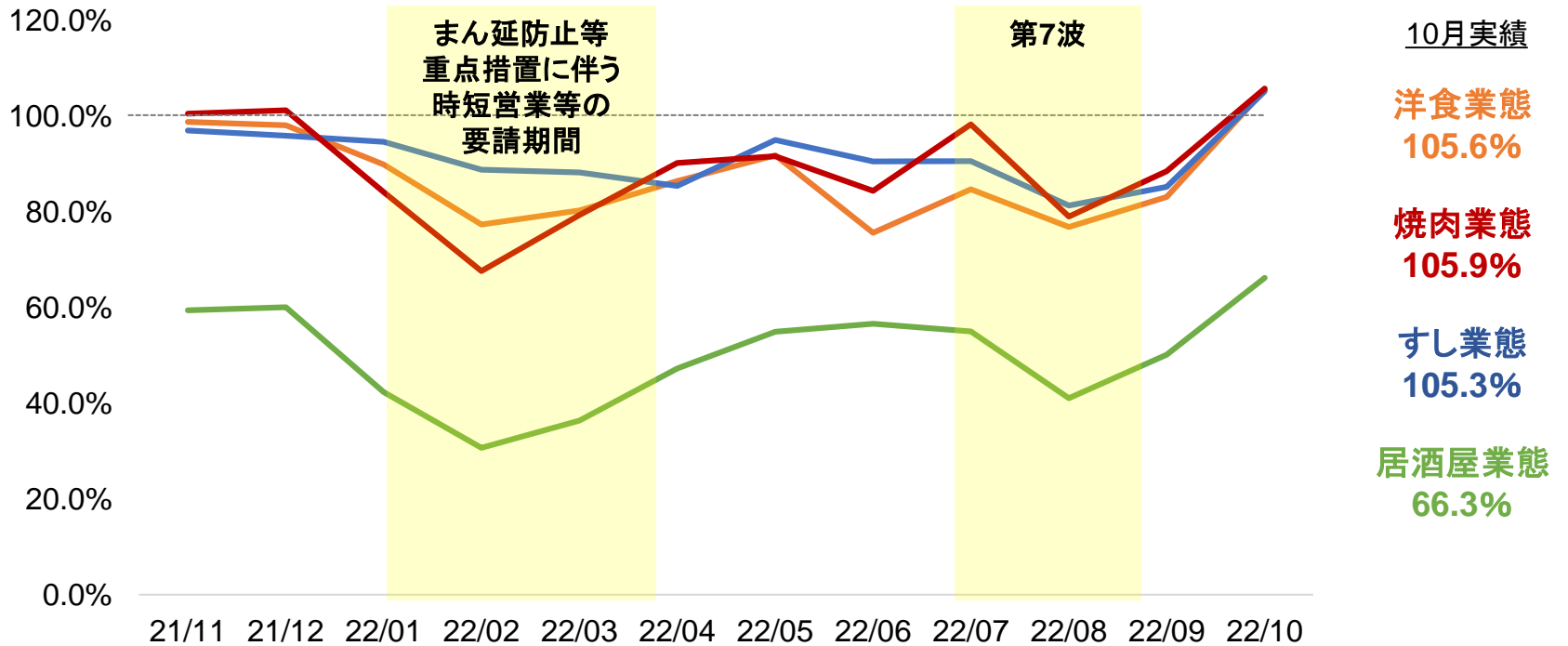


※各四半期末の直近12か月の移動平均から算出

# 既存店売上高2019年1月～12月比\_当社業態ごとの動向

2022年4月以降に時短営業は解除したが、エネルギー価格を中心とした物価高の影響が大きく、緩やかな売上高回復にとどまる。  
 2022年8月の売上高は第7波で大きく減少したものの、レストラン業態の2022年10月の売上高はコロナ前を超える水準まで急回復

## 業態別既存店売上高2019年1月～2019年12月比の推移



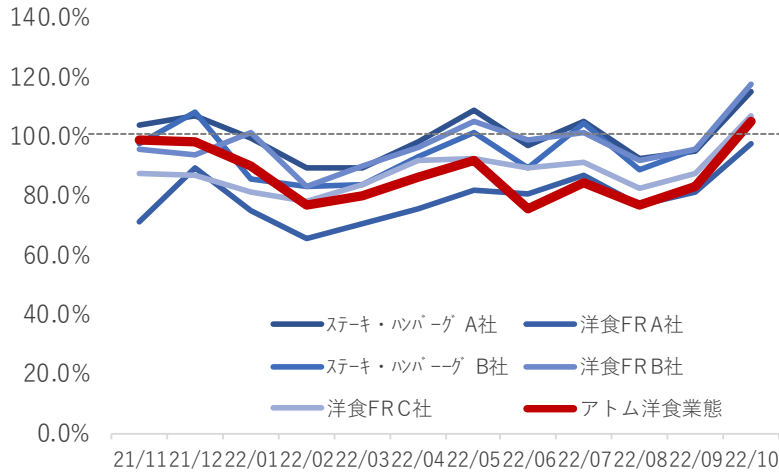
- 洋食業態 : ステーキ宮・他
- 焼肉業態 : カルビ大将・味のがんこ炎・がんこ亭
- すし業態 : にぎりの徳兵衛・海鮮アトム・他
- 居酒屋業態 : 寧々家・いろはにほへと・暖や・他

# 既存店売上高2019年1月～12月比\_競合比較

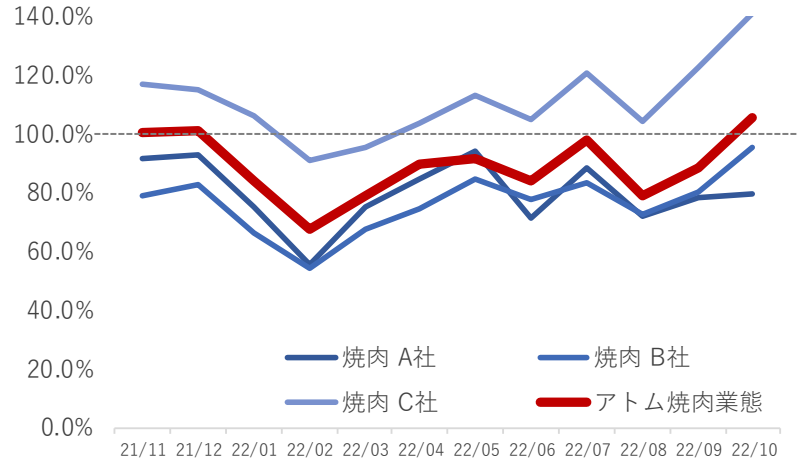
洋食・焼肉・寿司業態は、カテゴリ内平均程度の水準を確保しているが、居酒屋業態は、競合に対し劣位で推移。

業績改善が遅れている居酒屋業態については、洋食・焼肉・寿司業態へブランド転換を進め、業績改善を図る

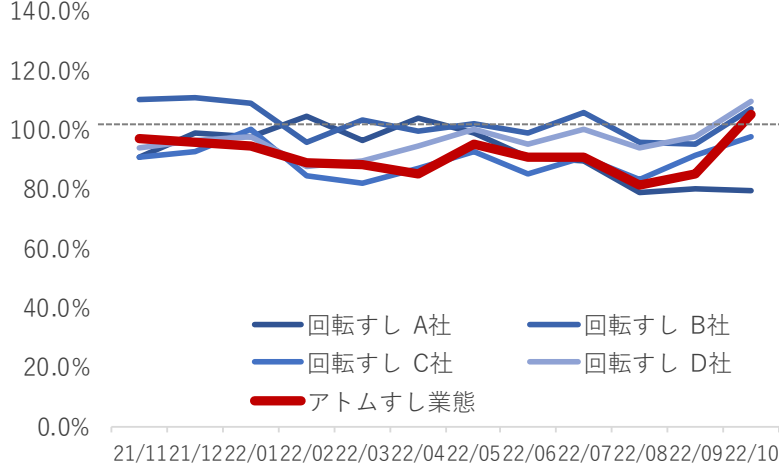
### 洋食業態



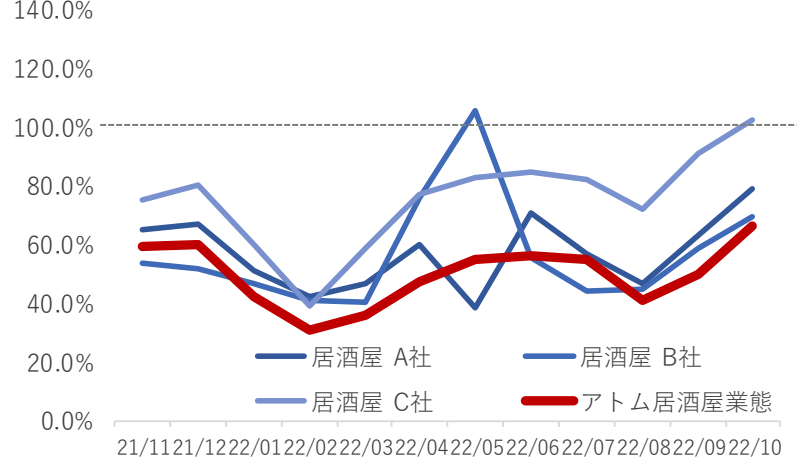
### 焼肉業態



### 寿司業態



### 居酒屋業態

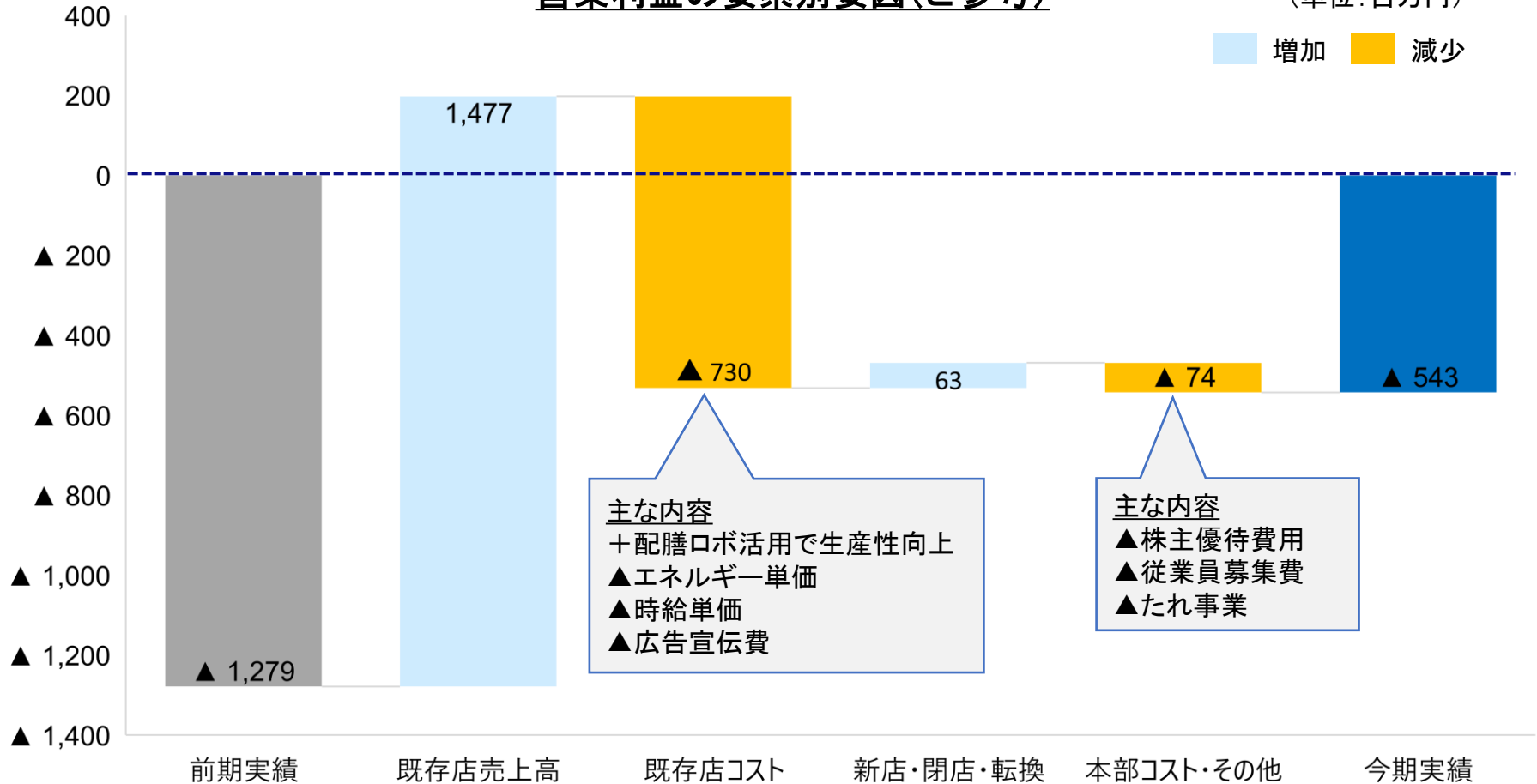


# 営業利益の状況

既存店売上高増で1,477百万円、新店・閉店・転換で63百万円の利益効果を創出したものの、  
 想定以上のエネルギー単価、時給単価の高騰等があり、営業利益は▲543百万円と赤字脱却に至らなかった

## 営業利益の要素別要因(ご参考)

(単位:百万円)



注: 2022年3月31日付で連結子会社の全株式を譲渡したことにより、当第1四半期累計期間より非連結決算に移行したことから、前期の数値及びこれに係る増減率等の比較分析はご参考情報となります





# 新しい事業モデルの構築

顧客への提供価値向上、生産性向上が両立した店舗オペレーション構築に向け、各業態で積極的な施策投下を実施。  
 実施店舗に対する顧客の声はポジティブで、生産性向上にも寄与しているため、下半期以降の実施店舗拡大を計画

## DXを推進した店舗の一例



**焼肉業態**  
**配膳ロボ2台運用**



**カラオケ業態**  
**セルフレジ導入**



**居酒屋業態**  
**モバイルオーダー導入**

# ライフスタイル変化への対応

ステーキ宮、カルビ大将で、ライフスタイル変化へ対応した14店舗のリモデルや、主に居酒屋業態からブランド転換を3店舗実施。  
リモデル、ブランド転換の業績改善効果は大きく、投資回収性能も高いことから、下半期以降の積極投資を計画

## リモデル前のステーキ宮 長野店



## リモデル後のステーキ宮 長野店



## 転換前の寧々家 市原店



## 転換後のステーキ宮 市原店



# ESGの取り組み

当社は中長期的な企業価値向上と持続的な成長に繋げるため、ESGを経営戦略の重要な柱として捉えている。

愛知県産渥美プレミアムラスサーモン等、店舗展開地域の食材を積極活用し、競合との差別化だけではなく、地域経済の発展にも貢献

- 大豆ミート等の代替プロテインの活用
- 需要予測の精度改善、在庫適正化で食材廃棄を削減
- 油分抑制するフライヤーの導入
- 配送頻度の見直しによるCO2排出量を削減



- 福井県と締結した産業振興に関する連携協定は、2年目の取り組みに
- 福井フェアなど地域ブランド拡大に寄与する食材を積極活用
- 国立大学法人福井大学、福井県立高校で特別講義・授業を開催
- 独立社外取締役を3分の1以上選任
- 内部監査基準の大幅に見直し、店舗運営品質を改善
- コンプライアンス研修の頻度増加

# 2023年3月期の見通しと 下半期の取り組み

# 2023年3月期の見通し

ブランド転換、リモデル、新規出店や、目的来店を促す高付加価値商品を訴求するマーケティング施策を積極的に実施し、売上高37,822百万円、営業利益1,330百万円、当期純利益43百万円を見込む

(単位：百万円)

	(ご参考) 2022年3月期		2023年3月期			
	実績	構成比	見通し	構成比	前期比	差額
売上高	31,098	100.0%	37,822	100.0%	121.6%	6,724
売上原価	11,033	35.5%	13,214	34.9%	119.8%	2,181
売上総利益	20,065	64.5%	24,608	65.1%	122.6%	4,543
販売費および一般管理費	21,432	68.9%	23,278	61.5%	108.6%	1,845
営業利益	▲1,367	▲4.4%	1,330	3.5%	-	2,697
経常利益	▲1,347	▲4.3%	1,348	3.6%	-	2,695
税引前当期純利益	1,351	4.3%	968	2.6%	71.7%	▲382
当期純利益	322	1.0%	43	0.1%	13.5%	▲278

注：2022年3月31日付で連結子会社の全株式を譲渡したことにより、当第1四半期累計期間より非連結決算に移行したことから、前期の数値及びこれに係る増減率等の比較分析はご参考情報となります

# 2023年3月期下半期の取り組み

第2四半期に実施したブランド転換、リモデルは好調に推移しているため、下半期はブランド転換、リモデルの大幅増を計画。  
また、ライフスタイル変化へ対応するブランド転換と、新規出店を組み合わせ、ドミナントエリアの形成と店舗配置最適化を推進

## 店舗開発計画

2023年3月期

	上半期実績	下半期計画
新規出店	0	3~5
ブランド転換	3	8~10
リモデル	14	40~50
テイクアウト専門店	4	10~20

### 2022年10月実施 カルビ大将 新保店のリモデル

リモデル前



リモデル後



# 2023年3月期下半期の取り組み

レストラン業態は、目的来店を促す高付加価値商品の販売に合わせてCM・チラシを積極的に展開。

居酒屋業態は、地方駅前立地の特性を活かして、全国旅行支援クーポン利用を絡めた販促を投下し、業績回復を図る

## ステーキ宮



## 居酒屋業態



## 寿司業態



## 焼肉業態



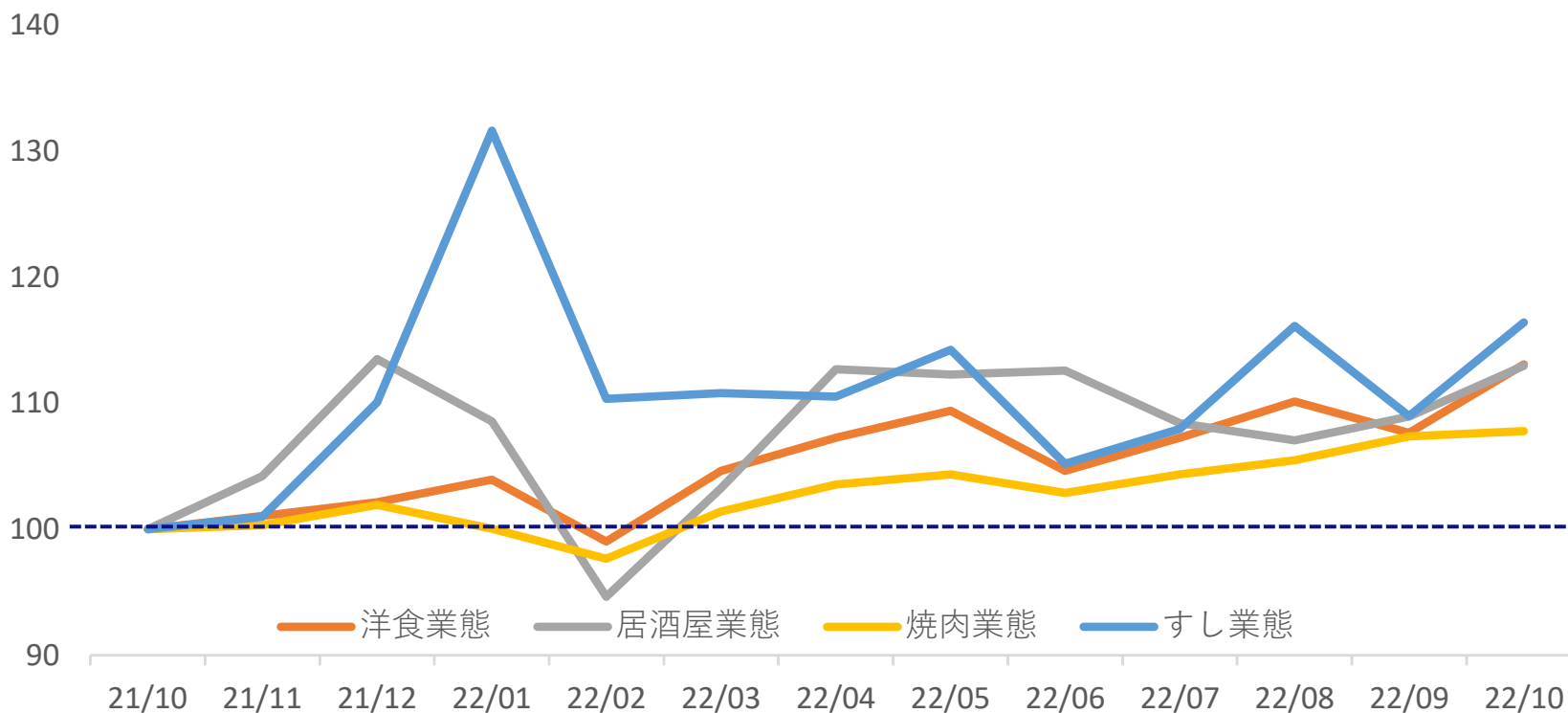


# 2023年3月期下半期の取り組み

第7波の収束に伴う消費回復と、高付加価値商品の投入で、10月の客単価は大幅増。

引き続きエネルギー・時給単価、食材・商材の仕入れ価格上昇は見込まれるものの、リモデルや高付加価値商品の投入で対応していく

## 客単価推移



※2021/10を100とした場合の指数推移

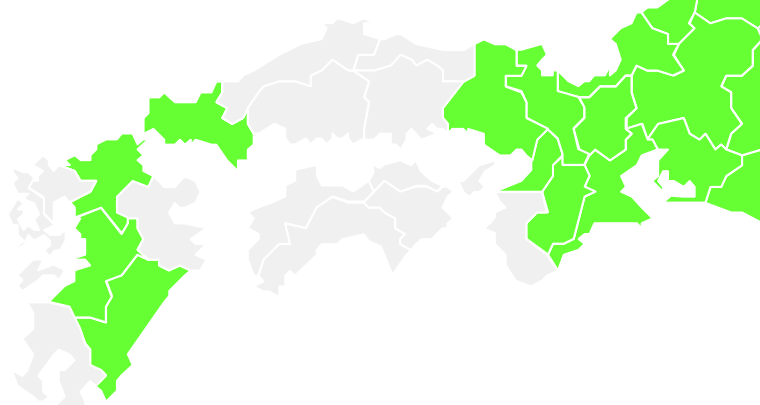
# Appendix

# 都道府県別の店舗数

都道府県別店舗数

青森県	9	静岡県	9
岩手県	15	愛知県	56 (6)
宮城県	25	岐阜県	26 (3)
秋田県	10	三重県	8 (1)
山形県	10	石川県	5
福島県	21	富山県	4
茨城県	25	福井県	21 (1)
栃木県	24	滋賀県	5
群馬県	8	京都府	2
埼玉県	7	大阪府	4
千葉県	7	奈良県	1
東京都	3	兵庫県	4
神奈川県	2	山口県	1
新潟県	9	福岡県	1
長野県	15	熊本県	1
山梨県	4	宮崎県	1

合計 343 (11)  
( ) はFC店舗数



## 飲食事業

### 店舗業態

### ブランド

洋食業態	ステーキ宮、他
焼肉業態	カルビ大将、味のがんこ炎、がんこ亭
寿司業態	にぎりの徳兵衛、海鮮アトム、他
和食業態	かつ時
居酒屋業態	寧々家、いろはにほへと、暖や、他

## カラオケ事業

### 店舗業態

### ブランド

カラオケ 時遊館

# 2023年3月期第2四半期末の地域別/業態別店舗数

地域別/業態別

	東北	関東	甲信越	北陸	東海	関西	中国	九州	計
洋食業態	18	52	10	6	24	10	1	3	124
焼肉業態	8	8	6	9	29	2	0	0	62
すし業態	1	0	1	10	31	3	0	0	46
和食業態	0	0	2	4	4	0	0	0	10
レストラン	27	60	19	29	88	15	1	3	242
居酒屋業態	41	14	9	1	9	1	0	0	75
飲食部門	68	74	28	30	97	16	1	3	317
カラオケ	22	2	0	0	2	0	0	0	26
直営店計	90	76	28	30	99	16	1	3	343
FC店	0	0	0	1	10	0	0	0	11
全店合計	90	76	28	31	109	16	1	3	354

# 業態別の店舗数推移

増減

	2022年3月期 期末店舗数	増減				リモデル	2023年3月期 第2四半期末店舗数
		新店	転換	閉店	小計		
洋食業態	124	0	1	▲ 1	0	11	124
焼肉業態	61	0	1	0	1	3	62
すし業態	46	0	0	0	0	0	46
和食業態	10	0	0	0	0	0	10
レストラン	241	0	2	▲ 1	1	14	242
居酒屋業態	80	0	▲ 2	▲ 3	▲ 5	0	75
飲食部門	321	0	0	▲ 4	▲ 4	14	317
カラオケ	27	0	0	▲ 1	▲ 1	0	26
直営店計	348	0	0	▲ 5	▲ 5	14	343
FC店	11	0	0	0	0	0	11
全店合計	359	0	0	▲ 5	▲ 5	14	354

本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。また本資料に掲載しております情報は、発表時点において把握できる情報から得られた当社の経営者の判断に基づくものでありますが、当社はその正確性・安全性を保障するものではありません。本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任を負いません。

今後の業績は、市場における変化や経済動向の変動など、さまざまな重要な要素により、当該情報とは大きく異なる可能性がございますことを予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。

IRに関するお問合せ  
株式会社アトム 経営企画室

E-mail: [atom-ir@atom-boy.com](mailto:atom-ir@atom-boy.com)  
<http://www.atom-corp.co.jp/>