

2024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)

2023年11月16日

経営成績サマリー

新型コロナウイルス感染症が5類に移行し需要回復の兆しは見えるものの、円安に伴う物価上昇等の影響による消費マインドの低下から集客は伸び悩み、売上高は18,449百万円(前期+1,499百万円)、営業利益は▲172百万円(前期+371百万円)ブランド転換、リモデルに伴う固定資産除却損、不採算店舗閉店等による損失を計上し、当期純利益は▲580百万円(前期+11百万円)

2024年3月期第2四半期実績

(単位：百万円)

	2023年3月期 第2四半期実績	2024年3月期 第2四半期実績	前期比 増 減
売上高	16,950	18,449	1,499
営業利益	▲543	▲172	371
経常利益	▲551	▲112	438
税引前当期純利益	▲549	▲435	113
当期純利益	▲592	▲580	11
営業CF	1,431	733	-
投資CF	▲475	▲1,456	-
財務CF	▲51	1,141	-
期末残高	7,970	5,986	-

貸借対照表の状況

短期及び長期の借入金(有利子負債)は、前期末に対して1,287百万円増加の6,785百万円
 現預金残高は前期末に対して417百万円増加の5,986百万円。自己資本比率は33.7%

2023年3月末

2023年9月末

(単位:百万円)

現預金 5,568	長短負債 5,497	D/Eレシオ 0.67
他資産 16,960	他負債 8,814	
		純資産 8,216

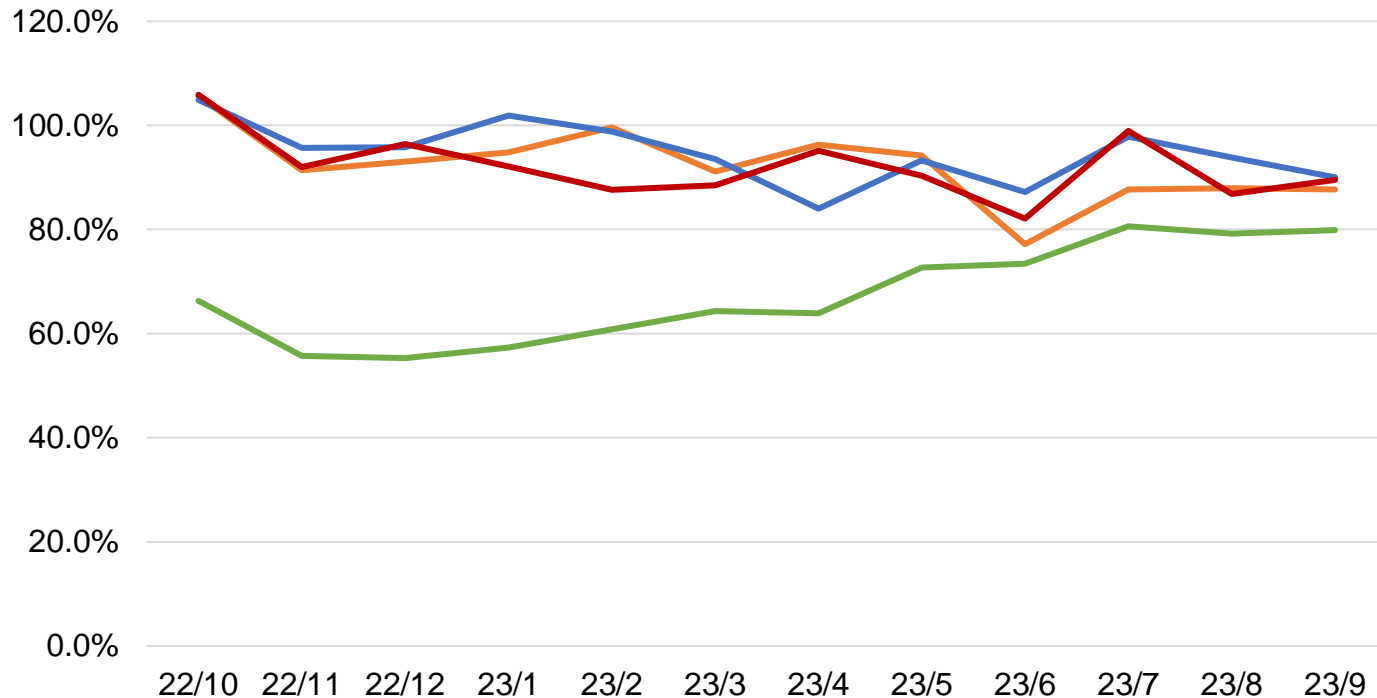
現預金 5,986	長短負債 6,785	D/Eレシオ 0.89
他資産 16,740	他負債 8,289	
		純資産 7,653

既存店売上高2019年1月～12月比_当社業態ごとの動向

エネルギー価格を中心とした物価高の影響が大きく、レストラン業態は緩やかに下落傾向となった
 コロナ禍における行動制限が解除され、社会経済活動の正常化が進む中で、居酒屋業態の回復が顕著

業態別既存店売上高2019年1月～2019年12月比の推移

9月実績



すし業態
90.0%

焼肉業態
89.5%

洋食業態
87.7%

居酒屋業態
79.9%

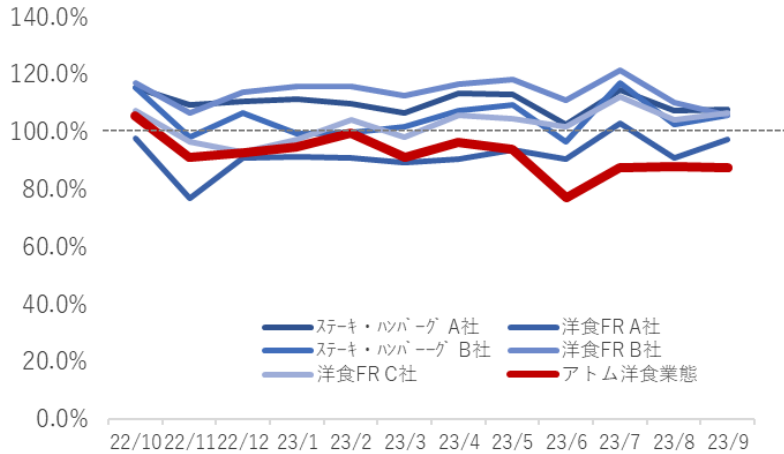
- すし業態 : にぎりの徳兵衛・海鮮アトム 他
- 洋食業態 : ステーキ宮 他
- 焼肉業態 : カルビ大将・味のがんこ炎・がんこ亭
- 居酒屋業態 : いろはにほへと・寧々家 他

既存店売上高2019年1月～12月比_競合比較

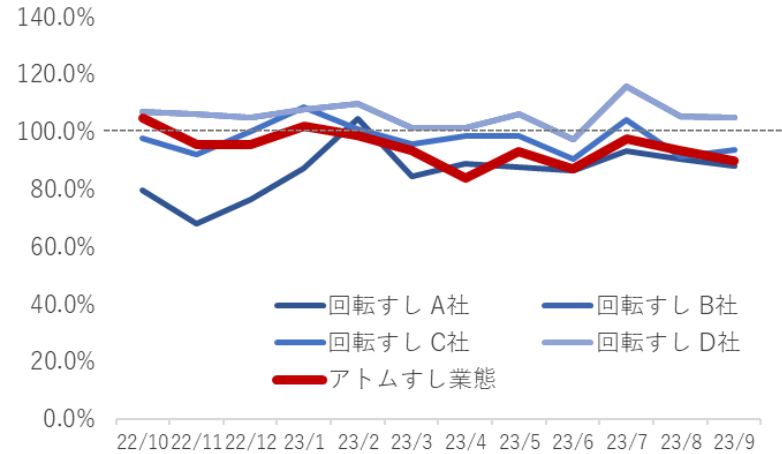
洋食業態が低迷し、競合に対し回復に遅れ

居酒屋は順調に回復

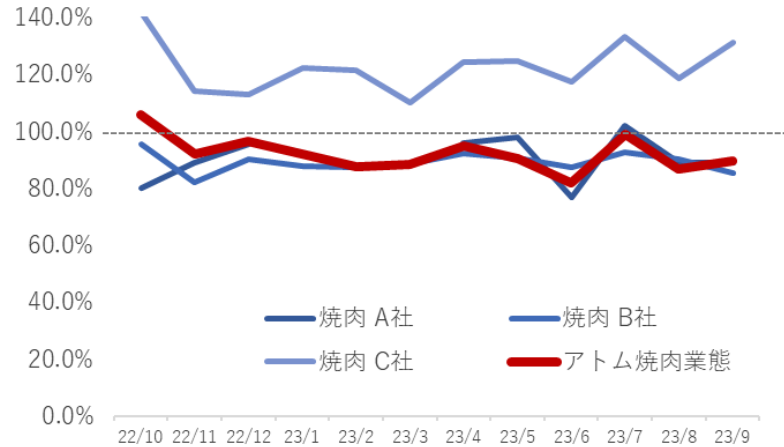
洋食業態



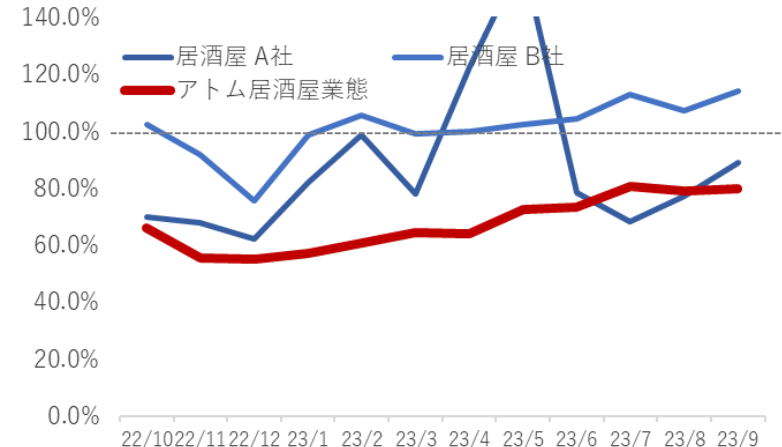
すし業態



焼肉業態



居酒屋業態

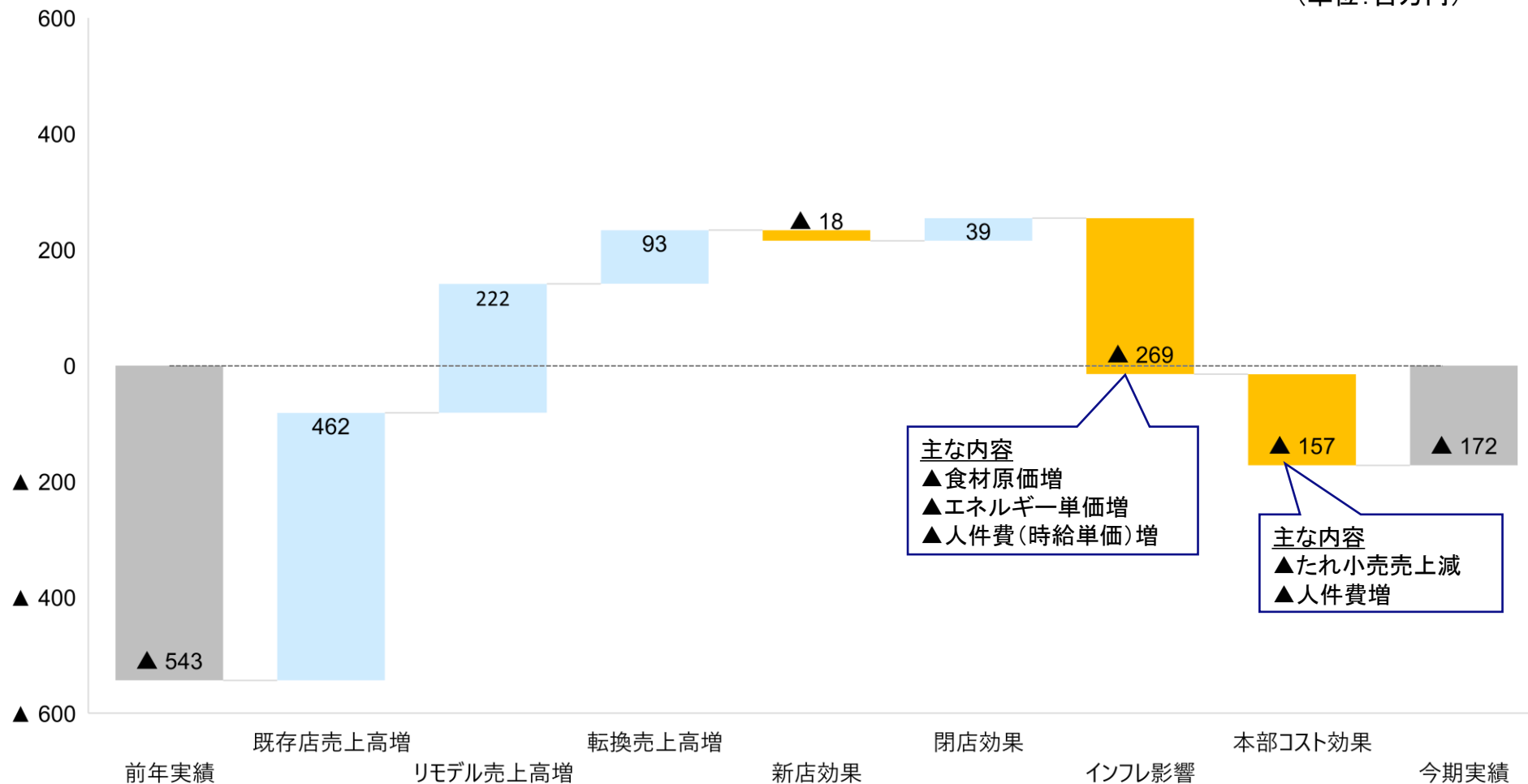


営業利益の状況

既存店売上高増、リモデル、業態転換、不採算店整理により利益創出をしたものの、インフレ影響を取り戻すには至らず、営業利益は▲172百万円(前期+371百万円)

営業利益の要素別要因

(単位:百万円)



売上高増の取り組み

レストラン業態では、目的来店を促す高付加価値商品の投入やメニュー変更にあわせて、折込チラシやCMを展開
新規顧客獲得のため、8月にビールキャンペーンを全業態で実施、来店顧客に再来店を促すクーポン配布

ビールキャンペーン



ステーキ業態



寿司業態



焼肉業態



店舗開発の取り組み

ライフスタイル変化へ対応するためのリモデルを中心に、店舗改変を実施

駅前立地の寧々家を収益性の高い、いろはにほへとに転換

新規出店・転換を組み合わせたドミナントエリアの形成と収益力の低下した店舗の閉店含め店舗配置最適化を推進

店舗開発実績

	上半期	詳細
新規出店	1	焼肉1
リモデル	17	ステーキ宮8・寿司5・居酒屋2・カラオケ2
業態転換	4	焼肉2・居酒屋2
閉店	14	ステーキ宮1・寿司1・居酒屋12

リモデル:ステーキ宮バーコーナーの利便性向上



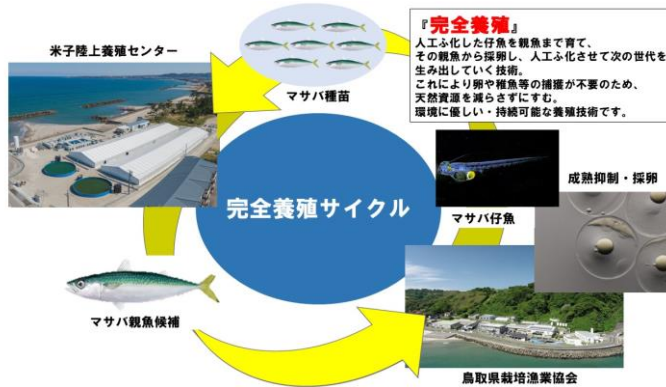
転換:寧々家→いろはにほへと



ESG経営及びSDGsへの取り組み

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及びSDGsへの取り組みを推進

- ・持続可能な食材調達の一環として、環境負荷を低減させた完全養殖システムにより生産された活メダカおさしみまさばの販売
- ・愛知県産渥美プレミアムラスサーモン、福井県産甘エビ等、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なく、地域経済の発展にも貢献



2024年3月期の見通しと 下半期の取り組み

2024年3月期の見通し

コロナ禍における行動制限の緩和を経て、ライフスタイルの変化と消費回復に合わせた集客施策の投下により、売上回復を計画
引き続き原材料・エネルギー等の価格高騰が見込まれるものの、コスト最適化活動を推進することで、売上高37,287百万円、
営業利益225百万円、経常利益315百万円を見込む

(単位：百万円)

	2023年3月期実績		2024年3月期見通し			
	実績	構成比	見通し	構成比	前期比	差額
売上高	35,239	100.0%	37,287	100.0%	105.8%	2,047
売上原価	12,422	35.3%	12,753	34.2%	102.7%	330
売上総利益	22,817	64.7%	24,534	65.8%	107.5%	1,716
販売費および一般管理費	23,838	67.6%	24,309	65.2%	102.0%	470
営業利益	▲1,020	▲2.9%	225	0.6%	-	1,245
経常利益	▲1,134	▲3.2%	315	0.8%	-	1,449
当期純利益	▲2,165	▲6.1%	-662	-1.8%	-	1,503

下半期の取り組み

レストラン業態では、値頃感のあるセットメニューや競合と差別化した商品調達など付加価値の高い商品の投入にあわせて、積極的に販促施策を実施

ステーキ業態



ハンバーグ お得な! コンボメニュー
HAMBURG COMBO DINNER MENU

※自家製ハンバーグは大豆ミートハンバーグに変更できます

自家製ハンバーグ120g&大豆ミートハンバーグ	¥990 [税込]
自家製ハンバーグ120g&サラダバー	¥990 [税込]

すし業態



近大生まれ ぶりヒラ® と アセロウ真鯛®

ぶりヒラ®	491円 (税込540円)
アセロウ真鯛®	355円 (税込390円)

11/1(水)より販売開始

杏仁豆腐 (アセロラジェレ) 264円 (税込290円)

アセロラの果汁と黒糖が入ったスッパリ爽やかな一品

※本商品販売期間中は「かんばち」「とろかんばち」の販売を休止させていただきます。またセット商品などに入る「かんばち」は全て「ぶりヒラ®」に変更させていただきます。

居酒屋業態



冬の宴会予約! 早得3大キャンペーン
今年の宴会は早めがお得!

早得

11月中ご予約で
お得がついてくる

ご予約受付中

11月中の早期ご予約で!嬉しい特典

店舗開発計画

引き続き、新規出店、ブランド転換、リモデルで顧客ニーズの変化に対応し、店舗配置最適化を推進

下半期は新規出店2店舗、リモデル3店舗を計画

店舗開発計画

新規出店 2店舗

2023/11 カルビ大将イオンモール京都桂川店

2023/12 ステーキ宮新潟新発田店

リモデル

2023/10 ステーキ宮2店舗

2023/11 カラオケ時遊館1店舗

ステーキ宮リモデル



ESG経営及びSDGsへの取り組み

ESG経営及びSDGsへの取り組みを推進し、中長期的な企業価値向上と持続的な成長を目指す

- ・店舗配送頻度の見直しによる二酸化炭素の排出量抑制
- ・環境問題や食料不足問題の改善で代替肉として注目される植物性由来の大豆ミートのハンバーグをブラッシュアップし、お手軽に注文いただけるメニューとして販売
- ・持続可能な食材調達の取り組みの一環として、持続可能な養殖業による生産物であることを証明する「SCSA認証」を受けたアセロラ真鯛®販売




高い養殖技術
スーパーフードで育ったスーパー魚
近畿大学×ニチレイフーズ 共同開発

アセロラ真鯛 新登場

① 豊富なビタミンC
レモン果汁の34倍のビタミンC
※魚100g中に含まれるビタミンC量
アセロラ / 1,700mg
レモン(果汁) / 50mg

② 強い抗酸化作用
ポリフェノールを豊富に含有!
※商業用食品類の総ポリフェノール量
アセロラ 200mg
アセロラ 150mg
アセロラ 100mg
アセロラ 50mg

③ 環境配慮
ブラジルのアセロラ果実の搾りかす粉末を配合原料に加工した上で仕上げたリステイナブルフィッシュ

CSA 2022
日本の人工養殖を促した養殖業が持続可能であることに加え、日本の養殖技術が世界に広がることを証明するために作られた認証制度です。

Appendix

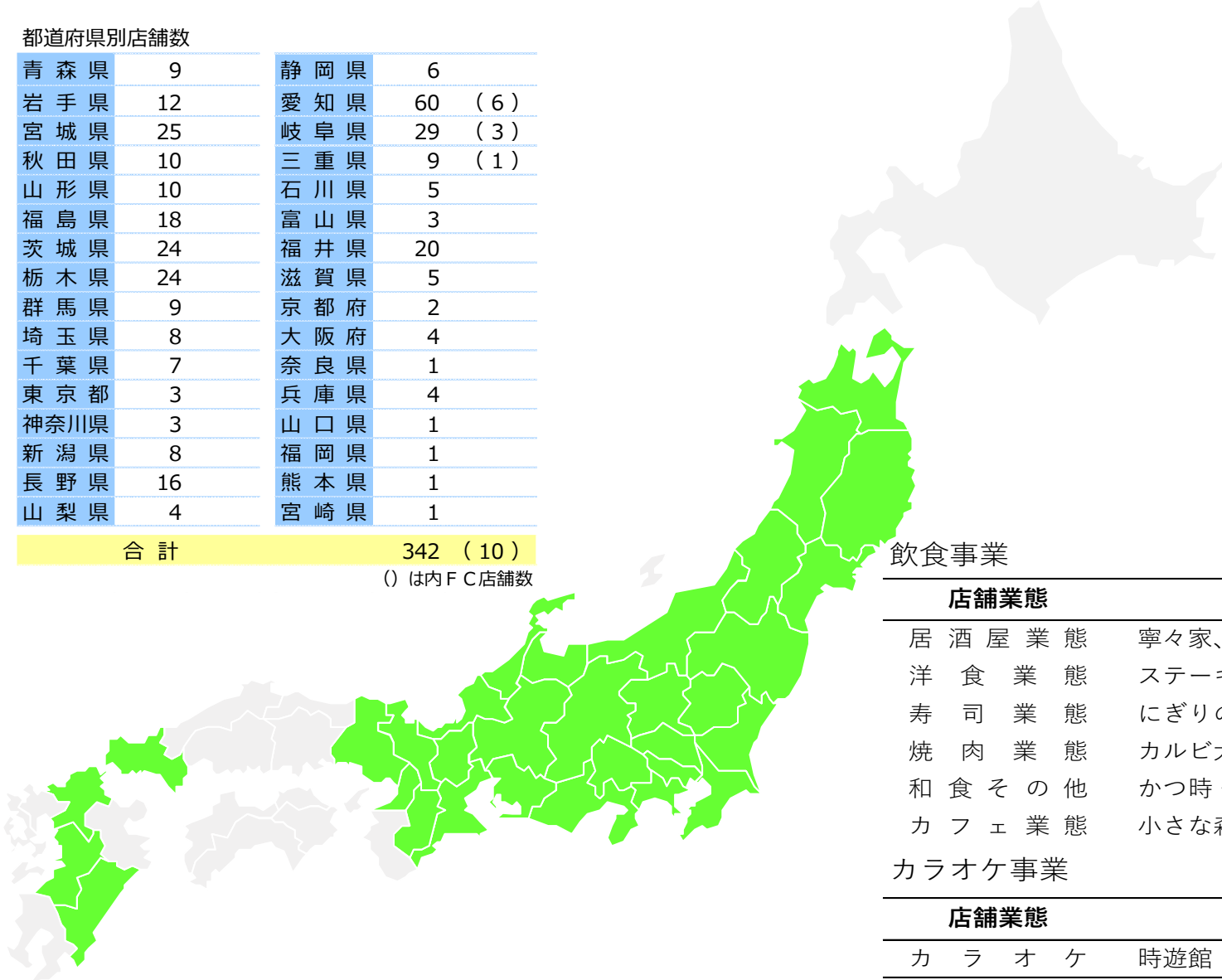
業態の展開状況

都道府県別店舗数

青森県	9	静岡県	6
岩手県	12	愛知県	60 (6)
宮城県	25	岐阜県	29 (3)
秋田県	10	三重県	9 (1)
山形県	10	石川県	5
福島県	18	富山県	3
茨城県	24	福井県	20
栃木県	24	滋賀県	5
群馬県	9	京都府	2
埼玉県	8	大阪府	4
千葉県	7	奈良県	1
東京都	3	兵庫県	4
神奈川県	3	山口県	1
新潟県	8	福岡県	1
長野県	16	熊本県	1
山梨県	4	宮崎県	1

合計 342 (10)

() は内 F C 店舗数



飲食事業

店舗業態	ブランド
居酒屋業態	寧々家、いろはにほへと 他
洋食業態	ステーキ宮 他
寿司業態	にぎりの徳兵衛、海鮮アトム 他
焼肉業態	カルビ大将、味のگانこ炎 他
和食その他	かつ時 他
カフェ業態	小さな森珈琲 他

カラオケ事業

店舗業態	ブランド
カラオケ	時遊館

2024年3月期第2四半期末現在の地域別/業態別の店舗数

	東北	関東	甲信越	北陸	東海	関西	中国	九州	計
洋食業態	19	53	10	6	23	10	1	3	125
すし業態	1	0	1	9	31	3	0	0	45
焼肉業態	10	11	8	9	29	2	0	0	69
和食業態	0	0	2	4	4	0	0	0	10
カフェ業態	1	1	1	0	0	0	0	0	3
レストラン	31	65	22	28	87	15	1	3	252
居酒屋業態	32	11	6	0	5	1	0	0	55
飲食部門	63	76	28	28	92	16	1	3	307
カラオケ業態	21	2	0	0	2	0	0	0	25
直営店計	84	78	28	28	94	16	1	3	332
FC店	0	0	0	0	10	0	0	0	10
全店合計	84	78	28	28	104	16	1	3	342

業態ごとの店舗数推移

	2023年3月期 期末店舗数	増減					リモデル	2024年3月期 第2四半期末店舗数
		新店	転換増	転換減	閉店	小計		
洋食業態	126				▲ 1	▲ 1	8	125
すし業態	46				▲ 1	▲ 1	5	45
焼肉業態	68	1	2	▲ 2		1		69
和食業態	10					0		10
カフェ業態	3					0		3
レストラン	253	1	2	▲ 2	▲ 2	▲ 1	13	252
居酒屋業態	67		2	▲ 2	▲ 12	▲ 12	2	55
飲食部門	320	1	4	▲ 4	▲ 14	▲ 13	15	307
カラオケ業態	25					0	2	25
直営店計	345	1	4	▲ 4	▲ 14	▲ 13	17	332
FC店	10					0		10
全店合計	355	1	4	▲ 4	▲ 14	▲ 13	17	342

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は負いません。

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
<http://www.atom-corp.co.jp/>