
アトム of 企業情報・成長戦略

2017年5月11日 株式会社アトム



アトム経営

■ 企業理念

すべてはお客様と社員のために

アトムの約束

1. 我が社は、お客様に「楽しかった、おいしかった」と喜ばれる仕事をする。
2. 我が社は、成長・繁栄の為に全力を尽くす。
3. 我が社は、社員の幸福と生活向上に努力をする。
4. 我が社は、創意工夫と人の和をもって前進する。
5. 我が社は、仕事を通して社会に奉仕する。

アトムの事業

■ 事業内容

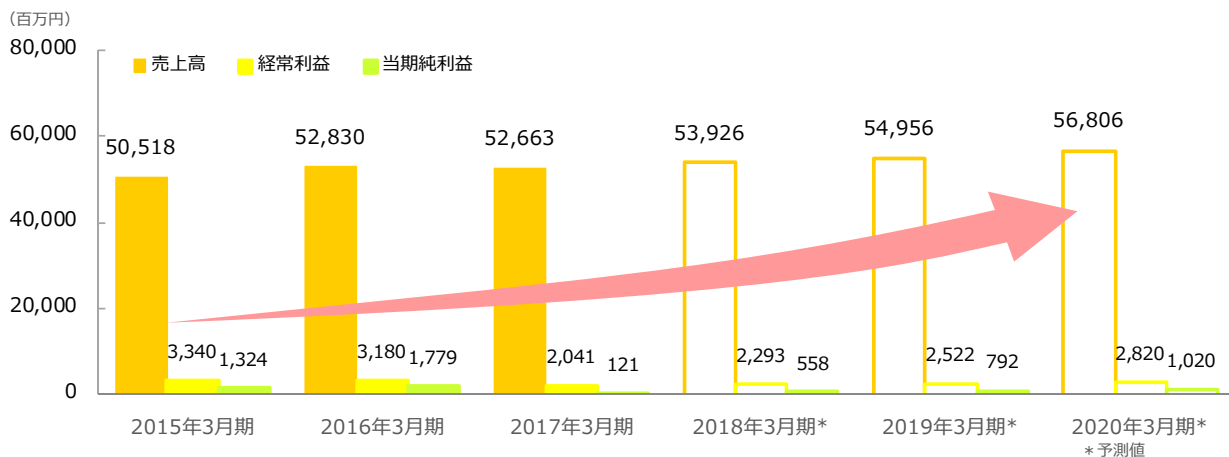
レストラン・居酒屋・カラオケチェーンの運営

■ 出店状況

	合計	北海道	東北	関東	甲信越	静岡	北陸	東海	関西	九州	
洋食	152	15	19	48	10	8	6	31	14	1	30店舗以上
居酒屋	157	51	49	24	12	4	3	13	1	-	20店舗以上
寿司	52	-	2	-	1	4	11	29	5	-	10店舗以上
焼肉	65	-	7	6	7	3	11	30	1	-	
エンターテイメント	31	-	25	2	2	-	-	2	-	-	
和食他	16	-	-	1	3	1	5	6	-	-	
直営店計	473	66	102	81	35	20	36	111	21	1	
FC店	17	-	-	-	-	-	1	16	-	-	
全店計	490	66	102	81	35	20	37	127	21	1	

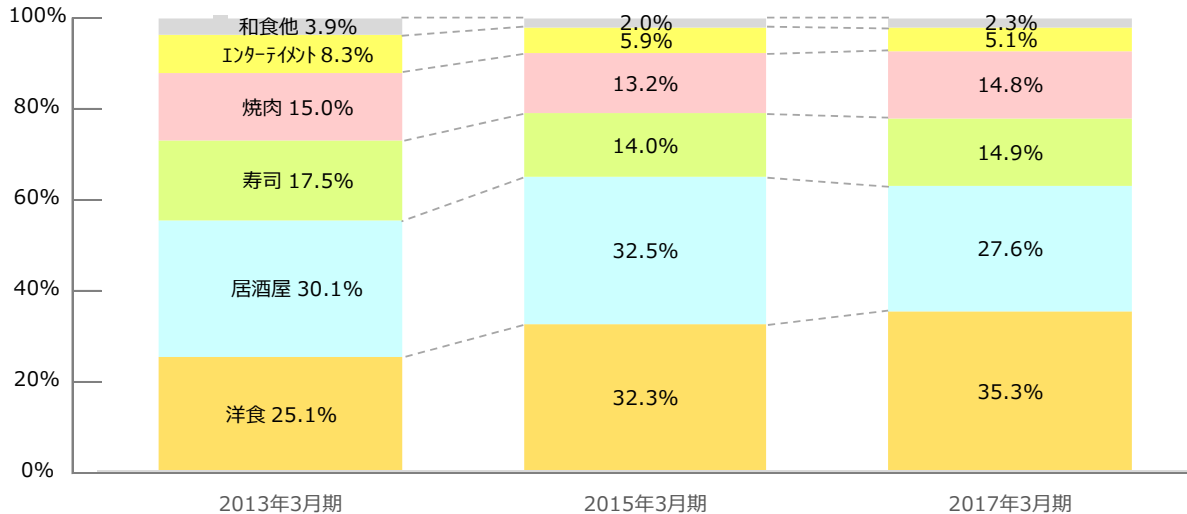
* 2017年3月末

■ 業績推移



アトム の 業 態 展 開

■ 業 態 別 売 上 構 成 比 の 推 移



アトム の 強 み

● 多 業 態 ド ミ ナ ン ト 戦 略

主力8ブランドのそれぞれの強みを生かし、地域に適したブランドをドミナント出店してまいります。ドミナントを形成することで、お客様が嗜好に合わせてお店を選べるだけでなく、物流コストの削減、近隣店舗での従業員の相互補完、プロモーションの連携などの優位性をもたらします。

● マーチャ ン ダ イ ジ ン グ 機 能

コロワイドグループの一員として、グループの優れたマーチャ ン ダ イ ジ ン グ 機 能 を 活 用 し て お り ま す 。

● 多 業 態 に よ る リ ス ク 分 散

多業態展開により、伝染病、食品事故等の風評被害等で1業態の売上が減少しても他業態でカバーします。

● 専 門 店 集 団 と し て の 高 い 発 信 力

多彩で魅力的なブランドバリエーションを展開しています。



長期ビジョン：全国にコアブランドを出店

レストラン業態を主体として、主力8ブランドを全国に展開

主力8ブランド（ステーキ宮、カルビ大将、味のگانご炎、にぎりの徳兵衛、かつ時、寧々家、いろはにほへと、時遊館）を全国に出店してまいります。
 従来の郊外型レストランに加え、SC内への出店も含め、効率的な店舗展開を行ってまいります。
 変革期のフード産業に新たなビジネスモデルを創出するため、従来の枠組みにとらわれない柔軟な発想で「食」の創造を追求してまいります。



 【ステーキ宮】




 【カルビ大将】



 【味のگانご炎】



 【にぎりの徳兵衛】




 【かつ時】



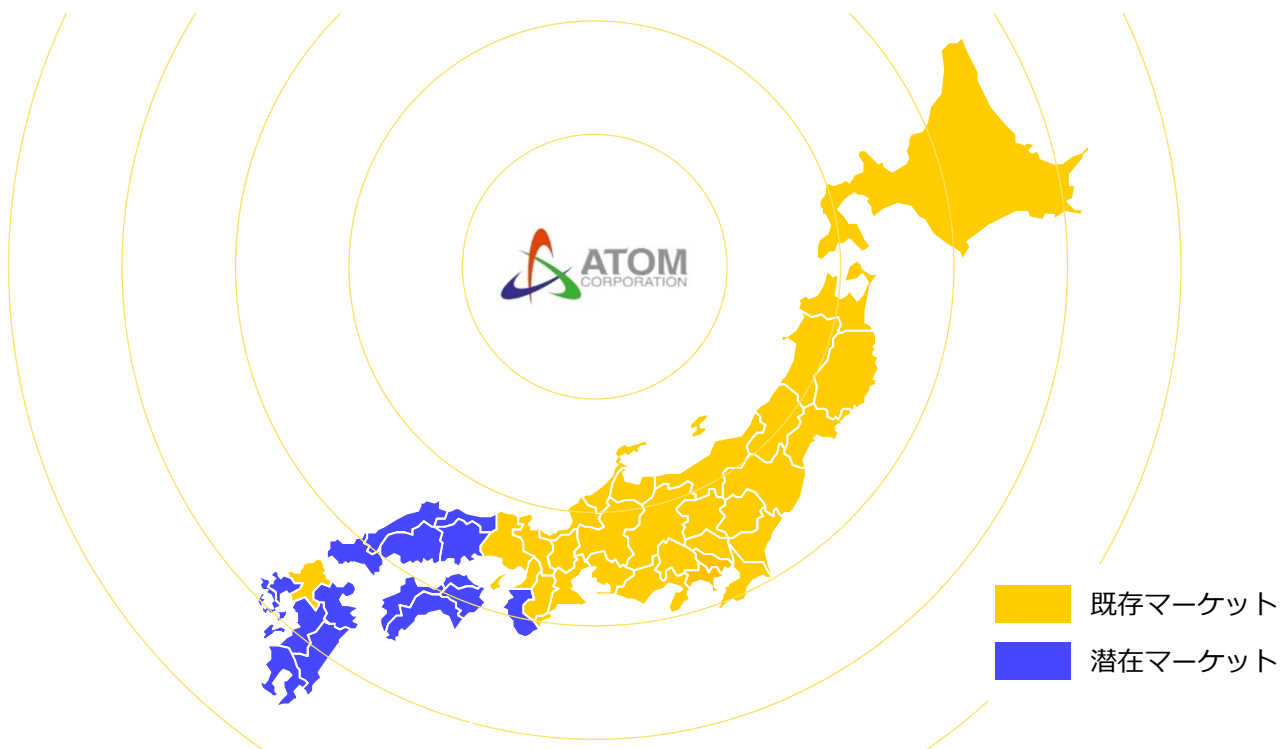
 【寧々家】



 【いろはにほへと】



 【時遊館】



短期の重要施策

● お客様満足度維持向上

商品・サービスの充実、品質向上に努め、更なるお客様のご来店を促進します。

● 既存店の回復

ステーキ宮を中心とした主力業態既存店の業績回復を重点に取り組んでまいります。

● 人材の育成

店舗の運営のため、人材の確保と運営能力向上が重要な課題となっており、新卒・中途・地域限定社員および準社員（パート・アルバイト）の採用を積極的に行うとともに、女性の採用・活躍を推進し、教育、研修の強化を図り、お客様に「楽しかった、おいしかった」と喜ばれる従業員の育成に取り組んでまいります。

中期の重要施策

● コアブランドの強化

主力8ブランドの優位性・競争力を維持・向上させるため、商品・サービスを含むあらゆる面でのブランド力を強化します。

中期目標

連結売上伸張率
3年で 7.8% 以上

連結自己資本比率
48% → 50% 以上

既存店売上前年比
100% 以上

連結経常利益率
3.9% → 5.0% 以上

ROE (自己資本利益率)
0.8% → 6.0% 以上