

## 第52回 定時株主総会 質疑応答

No	株主総会質疑内容	回答
1	身体が女性で心が男性の従業員・お客様に対して、女性専用スペースについて、トイレ、着替え及びお化粧直しできる場所などが確保されているのか。ダイバーシティの観点から女性専用スペースを確保すること及びその意味を認識しているのか、女性役員の方のご意見も聞きたい。	(議長) 更衣室、トイレ等の専用スペースは設けており、鍵も取り付けている。男女共有して使用しているものもあるが、今後の世の中の動きを見ながら、対応を考えていく。  (社外取締役) 多様性への対応として、今後一層意識していく。現状ではまだ課題も多い。重要なテーマだと認識しているため、解決をしていく。
2	ステーキ宮横浜西口エキニア店(2023.3.31オープン)の店員さんは元気で、とても良い店だと感じているが、場所がわかりづらい。看板等について、どうしてもっと目立つようなアピールをしなかったのか。せっかくの新店なのにもったいないため、もっとPRすべき。また、都心への出店についてはどのように考えているのか。	(議長) 都心への出店を進めていく可能性は大きい。都心と郊外とは、売れ方とアルバイト時給が違う。解決のために積極的なシステム投資を進め、機械で出来るものに関してはシステム化をすることにより、売上と利益を確保していくように進めている。 店舗入口におけるアピールについては、ビルオーナー様と協議を行った上で改善することも出来るし、同じビル内にコロナグループのテナントが入っているため、協力し合いながら改善していく。  (執行役員) 看板・チラシなどの告知により、認知度を上げていくように進めていく。
3	経常損失及び当期純損失が大きいが、今期はV字回復が望めるのか。	(議長) 一定数以上の店舗を扱っている地域については、ドミナントエリアの形成・各ブランド各店舗の顧客ニーズに合わせて、地域の中で一定の認知を拡大する。お客様に望まれる商品開発・マーケティング活動・(全業態を統一した)アトムアプリを使って認知度を高める。今期にリモデルを30店舗ほど予定しており、ハード面の不満を解消し、かつ、従業員の再教育をリモデルのタイミングで行う。このような活動が、V字回復に繋がると考えている。
4	徳兵衛黒川店食中毒事故の件は大丈夫なのか。名古屋本社の頃は名古屋金利での借入が出来ていたと思うが、本社を横浜に移したということによって借入金利面におけるデメリットが発生していないか。それとも、今でも名古屋金利で借入が出来ているのか。アトムはきっと飛躍できると推測する。山角社長・春名取締役からの引継もしっかりと行ってほしい。	(議長) 徳兵衛黒川店食中毒事故の件はホームページでも告知している(ノロウイルスによる食品事故)。現段階でも対応を行っており、再発防止に努めている。引継活動に関しても、時間をかけてしっかりと行っている。また、もともとお付き合いをさせていただいている金融機関様とは、今後も引き続きお取引引きをさせていただくこととなっている。そのため、名古屋の金融機関について、大きな問題は無い。  (取締役) 現状の履行取引について、本社を横浜に移転した後も、引き続き同じ条件で調達できている。条件変更などの話は今のところ無い。長期金利が上昇していることで全体的に金利上昇傾向だが、金利に上乗せするスプレッドについては、条件変更をせずに同じ条件での取引となっている。  (執行役員) 徳兵衛黒川店の事故後、取締役より衛生マニュアルの遵守について全店への通達、エリアマネージャーによる衛生マニュアル実施状況の確認を毎日行い、全社一丸となって再発防止に取り組んだ。お客様へ安心安全をお届けするという目的のもと、内部監査室による各店舗への監査及び指導も実施しており、改めて再発防止を徹底していく。
5	特別損失について、減損損失が大きいが、一時的なものなのか。また、株主優待についての見解を伺いたい。	(取締役) コロナ禍で業績の回復が難しい店舗については、減損損失を計上した。V字回復に向けての足元固めという一面もあり、一時的なものである。  (議長) レストラン・居酒屋・カラオケについては、コロナ禍が収束する前提にて、コロナ前の業績に戻せるように進めている。現状では、株主優待の変更予定はない。
6	株主優待は継続となるが、優待品の品目が1/3ほどに少なくなっている。いつももらっていた商品が無くなっている。無配であれば優待品の種類を増やすなどの配慮が無い。優待品の品目拡充してほしい。	(議長) 社内でも検討をしている。品目については、優待ポイントの最低付与ラインから使えるものを揃えていることを常に確認している。近隣に店舗がない株主様もいるため、コロナグループの株を所有するメリットとして、「コロナグループだからこそ」「アトムだからこそ」といったものも用意するように検討を進めていきたい。
7	以前は株主優待で米がもらえていたが、優待品目として米を戻すことを検討してほしい。	(議長) ブランド等を限定しなければ対応できるかもしれない。検討を進めていきたい。
8	競合他社にて業績が伸びた会社があり、その要因がカラオケ事業が伸びたことであつたが、アトムのカラオケ事業も同様に伸びないのか。	(議長) 当社のカラオケ事業は、タイプとしてロードサイド・駅前に分かれる。駅前タイプは、居酒屋と併設されている店舗が多い。居酒屋の業績が戻りつつあるが、2019年対比ではまだ100%に届いていない状況。まだ2次会需要の戻りが良くない。顧客のニーズを掴み取れるような店舗のサービス向上及びリモデルを進めていき、不満を取り除いていく。  (執行役員) 2019年対比70～80%まで回復してきた。100%回復まで近づいてきてはいるが、夜間帯の回復、特に郊外の回復が止まっている。リモデルを行って新しい時遊館を展開していき、地盤を作りながら回復を目指す。店舗設備を改装し、お客様を迎え入れたい。
9	インバウンド需要が良くなってきている。英語メニューを取り入れるなどの対応してほしい。	(議長) ホームページ等のインバウンド対応は出来ているが、それ以外はまだまだ出ていないことがあるのは事実。より多くの訪日客がご利用されるような観光地で、お客様が何を求めているのか考えていきたい。  (執行役員) 東北でインバウンド需要が伸びているため、コロナグループから情報を得ながら、その需要に対する商品開発を行っている。タッチパネルを様々な言語にて対応可能となるように進めている状況。
10	従業員から、「社長室といったものが無く、社長が社員とよく会話をする風通しのよい会社風土」と聞き、期待をしている。社長が小島さんになるとのことだが、どのような人物なのか。また、社長が小島さんになるとのことにより、どのような効果が期待されるのか。他に、競合他社のステーキ業態の店舗について、実際に食べに行くか、あるいは調査研究をしているのか。	(顧問) コロナグループのレイズインターナショナルでは、物流関係や海外事業に携わってきた。どちらかといえば現場型であり、アトムの店舗に臨店して感じることは、元気が無いということ。ここ数年、コロナ禍で停滞していた時期であったが、これからは現場の力を強めていく。 また、値上げをしているが、それに見合うサービスを提供する。競合が多い業態でも「〇〇が優れているから選んだ」と言われるようなブランドづくりを目指す。  (執行役員) broncoピリーなどに実際に食べに行っており、東海と北関東の店舗に毎月のように行っている。お客様の前でお肉をカットするなどの強みがあり、我々に無いことを取り入れている。当社は焼き方などを極めることで勝ると信じており、お客様に選ばれるように取り組んでいく。
11	役員が株式を所有する場合の管理方法について伺いたい。	(取締役) 役員に限らず、従業員が自社株を売買する場合は申請制としている。社長・役員承認を得ないと、自社株の売買が出来ないようにしている。年に1回、インサイダー取引に関する研修も行っている。  (議長) 社長が自社株を売買する場合も事前申請制となっている。
12	broncoピリーはおしゃれだと感じたが、アトムの従業員は熱意を持っているのか。また、がんこ炎はもともと炭火焼きであったのに、なぜやらなくなったのか。質が落ちたような気がする。コロナグループは昔は進んでいたが、今は一歩遅れているのでは。	(議長) 貴重なご意見を受け入れるとともに、一つのブランドを磨き上げていく。今後も引き続きブランド力を高めていく。
13	ステーキ宮が近くにあるため優待を使って食べに行くが、シニア層が頼めるメニューが無くなってきた。お子様の頼めるメニューも減ってきている。また、価格が上がってメニューも減ってきている。メニュー構成の変更してほしい。	(執行役員) お客様のご意見などの動向を見ながら、データを集めた上でメニューを改善していく。  (議長) お子様メニューについては、同業他社と比べると十分優位性がある。しかし、お子様メニューの豊富さについてや、あるいは、どのお客様でも楽しめる魅力的なメニューがあるかと言われると、まだまだ改善していかないといけない。配膳ロボットはお子様から人気があるが、商品やサービスにおいてもお客様から選んでいただけるように努めていく。