

2021年3月期 決算概要のご説明

株式会社アトム
(証券コード 7412)

2021年5月20日

経営成績サマリー

新型コロナウイルス感染拡大による営業自粛およびアトム北海道の譲渡を主要因とし、
 売上高は32,185百万円(前期比▲17,504百万円)、当期純利益は▲1,813百万円(前期比+402百万円)の実績となった。
 店舗・本部の両面でコスト最適化を軸とした各種施策を推進した結果、営業利益は前期比▲2,373百万円の減少にとどめた

連結実績の前期比

(アトム連結/単位:百万円)

	2020年3月期 通期実績	2021年3月期 通期実績	増減
売上高	49,689	32,185	▲17,504
営業利益	1,102	▲1,271	▲2,373
経常利益	1,183	▲1,254	▲2,438
当期利益	▲2,215	▲1,813	402
営業CF	1,821	▲1,262	▲3,084
投資CF	166	116	▲49
財務CF	▲1,190	826	2,017
期末残高	5,642	5,322	▲319

経営成績サマリー

第1四半期は、新型コロナウイルス感染拡大の影響で売上高が大幅に減少し、営業利益以下赤字の厳しい状況であったが、第2四半期以降は、売上高の回復及びコスト最適化の推進により、営業利益の黒字化を継続して達成

連結実績の四半期推移

(アトム連結/単位:百万円)

	2021年3月期 第1四半期実績	2021年3月期 第2四半期実績	2021年3月期 第3四半期実績	2021年3月期 第4四半期実績
売上高	6,072	8,855	9,501	7,756
営業利益	▲1,593	272	40	9
経常利益	▲1,524	278	68	▲76
当期利益	▲1,113	129	▲273	▲555
営業CF	▲1,724	791	248	▲578
投資CF	52	38	65	▲40
財務CF	1,296	1,079	▲507	▲1,041
増減額	▲374	1,909	▲194	▲1,661

貸借対照表の状況

短期及び長期の借入金(有利子負債)は、前連結決算期末に対し1,867百万円増加の5,841百万円となったが、安全性を示す自己資本比率は、42.7%と40%超の水準を保つ

貸借対照表 2020年3月末

現預金, 5,642	長短負債, 3,974
他資産, 20,664	他負債, 9,575
	純資産, 12,756

D/Eレシオ
0.31

自己資本比率
48.5%

貸借対照表 2021年3月末

(アトム連結/単位:百万円)

現預金, 5,322	長短負債, 5,841
他資産, 19,316	他負債, 8,280
	純資産, 10,517

D/Eレシオ
0.56

自己資本比率
42.7%

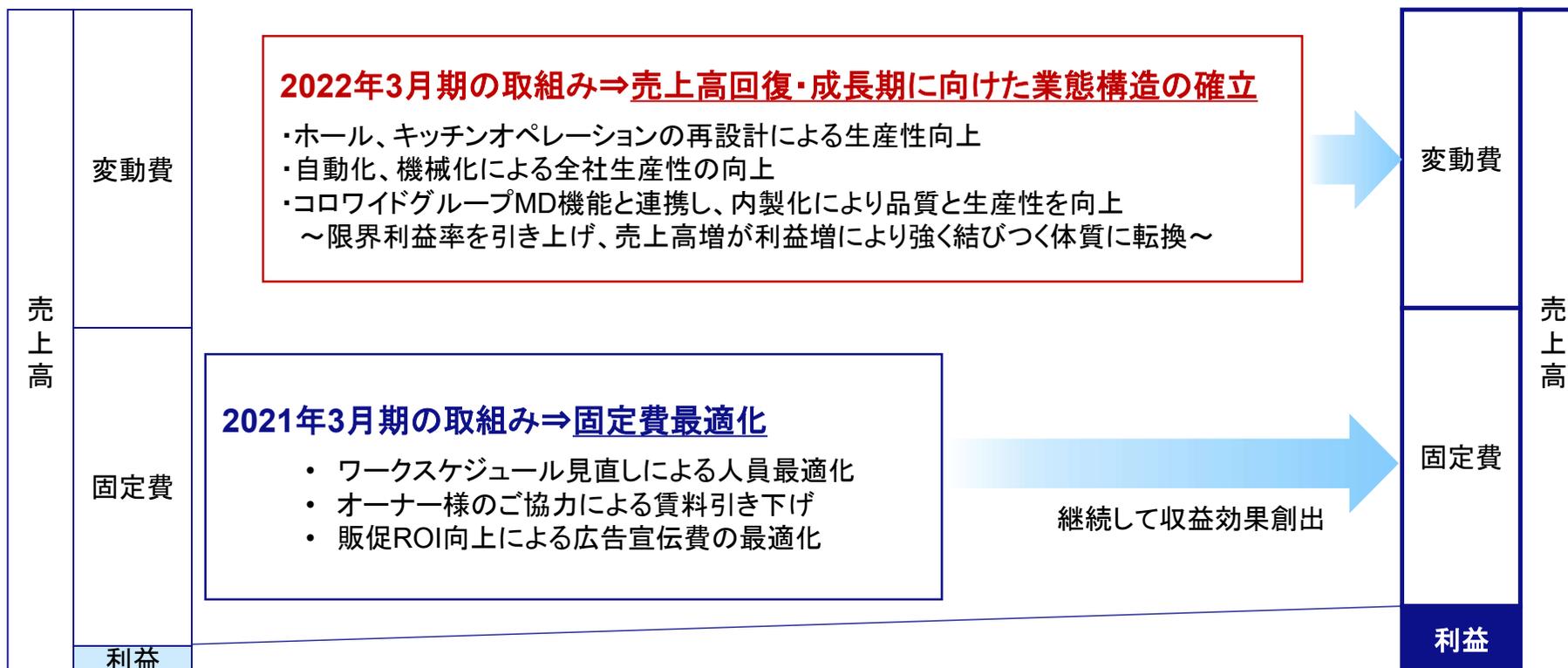
損益分岐点売上高_低減の取り組み

損益分岐点売上高低減に向け、2021年3月期は、期初から固定費を中心としたコスト最適化に取り組み費用を圧縮。
売上高回復基調となった第2四半期以降は、主に変動人件費のコントロール施策を実施し、収益基盤を再構築

損益分岐点売上高低減の取り組み

一般的な外食産業の
収益モデル

当社が目指す
収益モデル

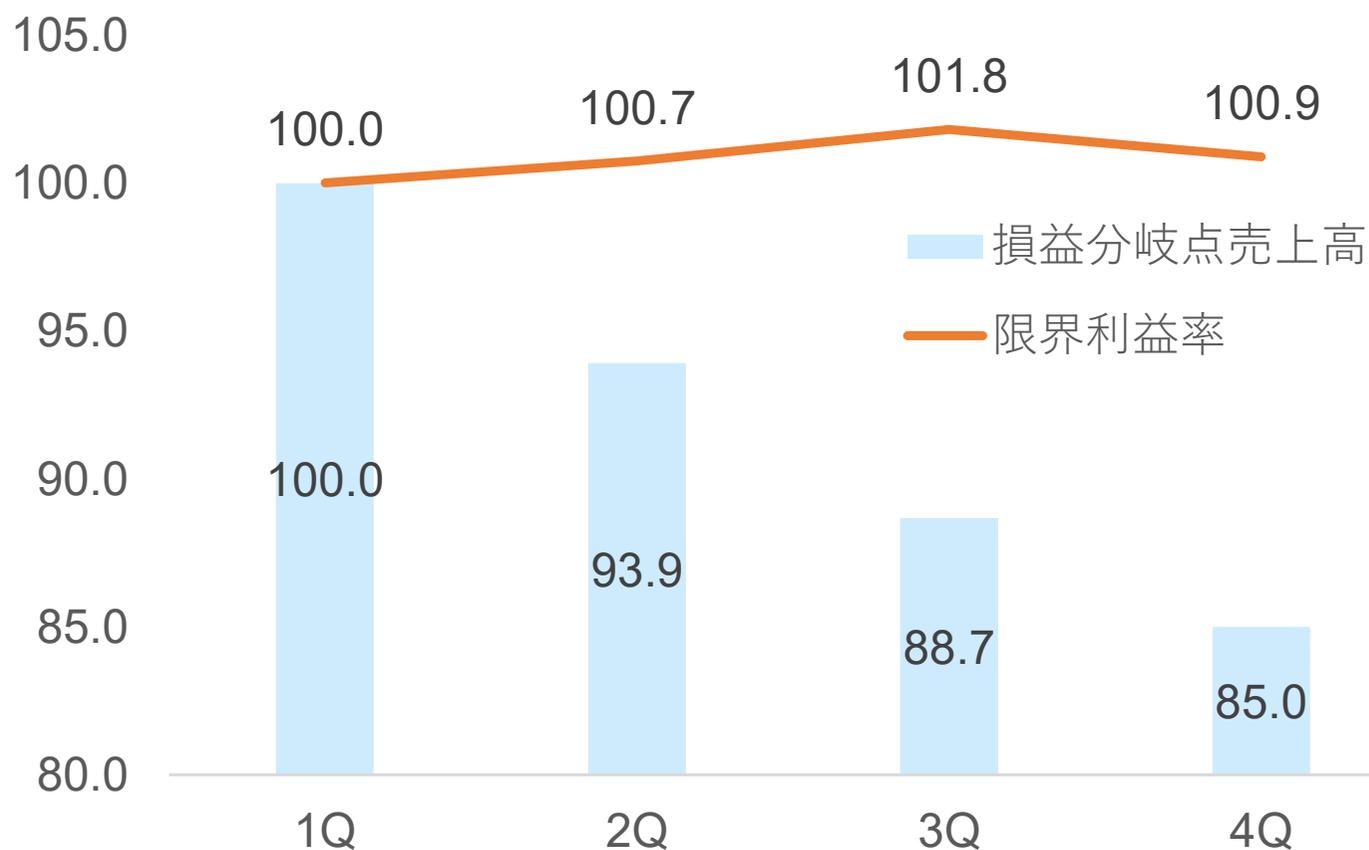


損益分岐点売上高

コスト最適化施策を推進した結果、2021年3月期末の損益分岐点売上高は、第1四半期と比較し15.0%低減した。

限界利益率は、主に変動人件費の改善で期初から改善傾向にある

損益分岐点売上高・限界利益率の推移(1Qを100とした場合の指数推移)

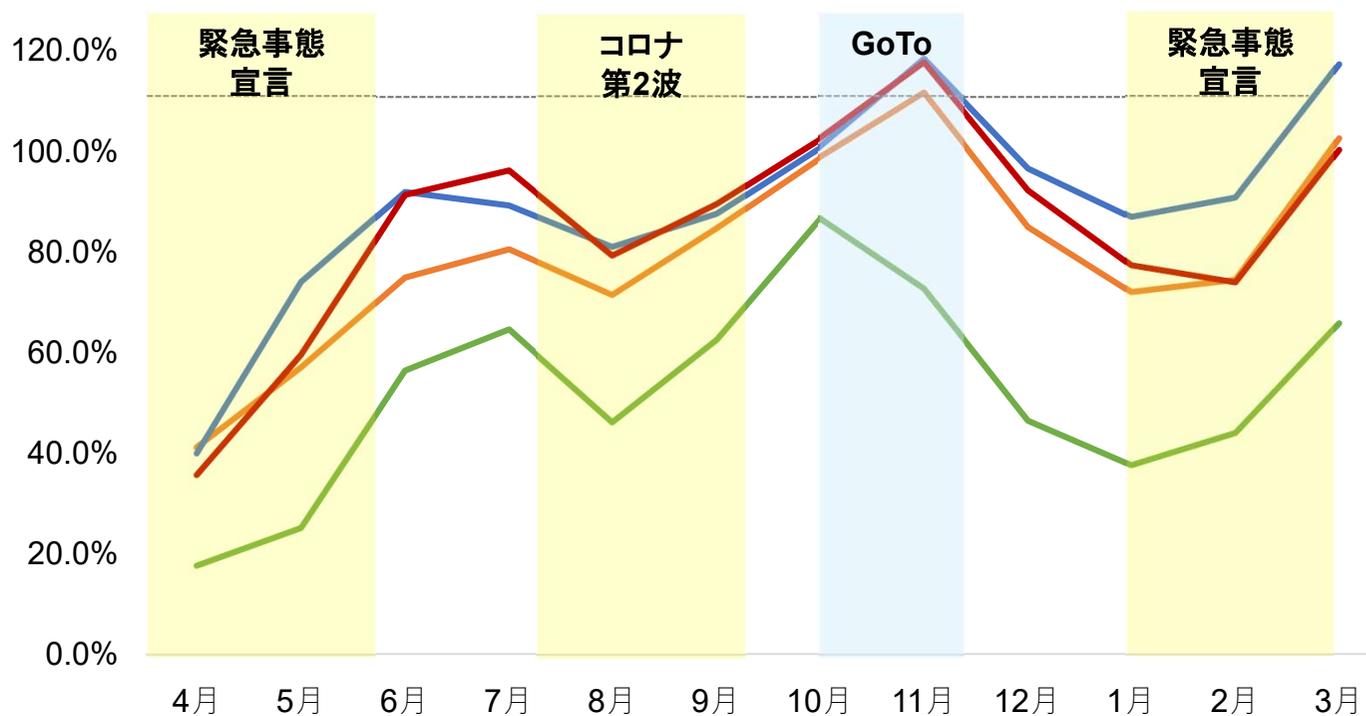


既存店売上高前年比_当社業態ごとの動向

新型コロナウイルス感染拡大で前年比は一時的に減少するが、期末に向けて売上高は回復傾向。

10月以降は、『GoToキャンペーン』に対応したことで、11月の全社既存店売上高前年比は103.2%を達成

業態別既存店売上高前年比の推移



通期実績

焼肉業態
84.1%

すし業態
88.3%

洋食業態
78.6%

居酒屋業態
51.9%

焼肉業態 : 味のがんこ炎・がんこ亭・カルビ大将

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

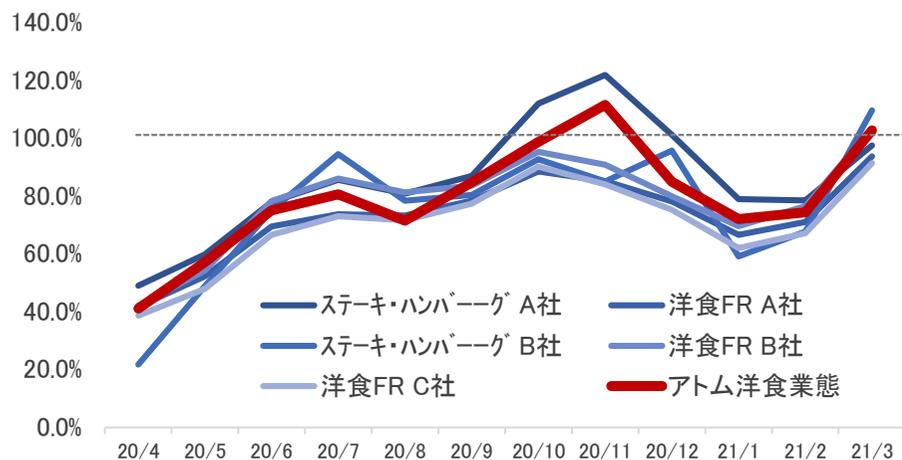
居酒屋業態 : 寧々家・いろはにほへと・暖や 他

既存店売上高前年比_競合比較

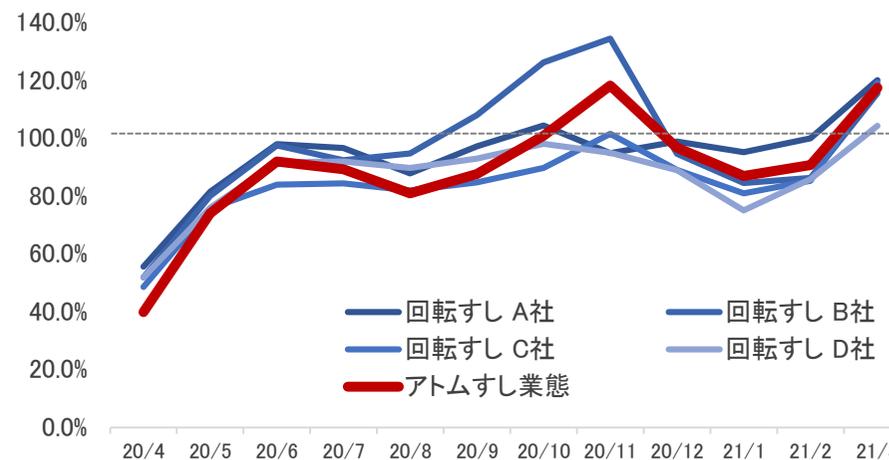
どの業態においても、競合に対して概ね平均以上の既存店売上高前年比の水準を保っている。

損益分岐点の引き下げが実現できている当社は、外食市場が十分に回復しない場合でも、強い競争力を保持することが可能

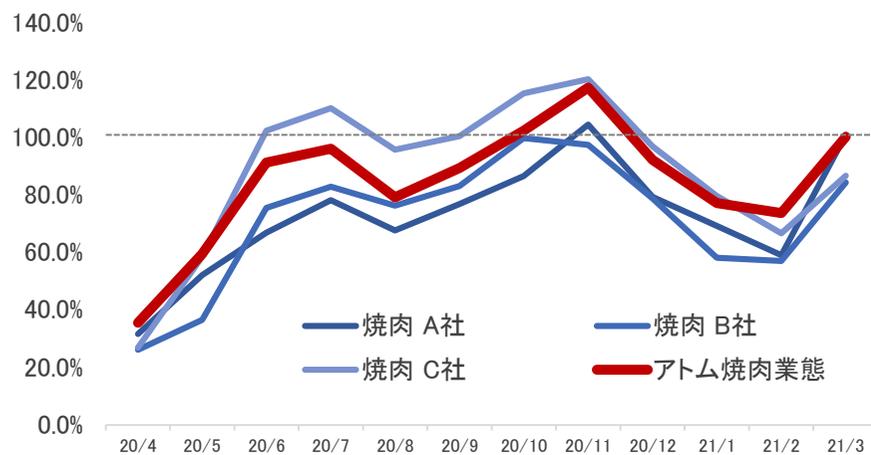
洋食業態



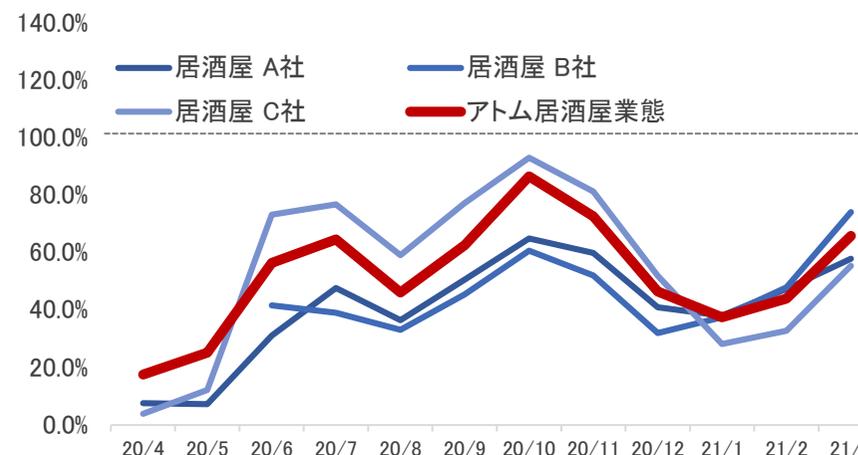
すし業態



焼肉業態



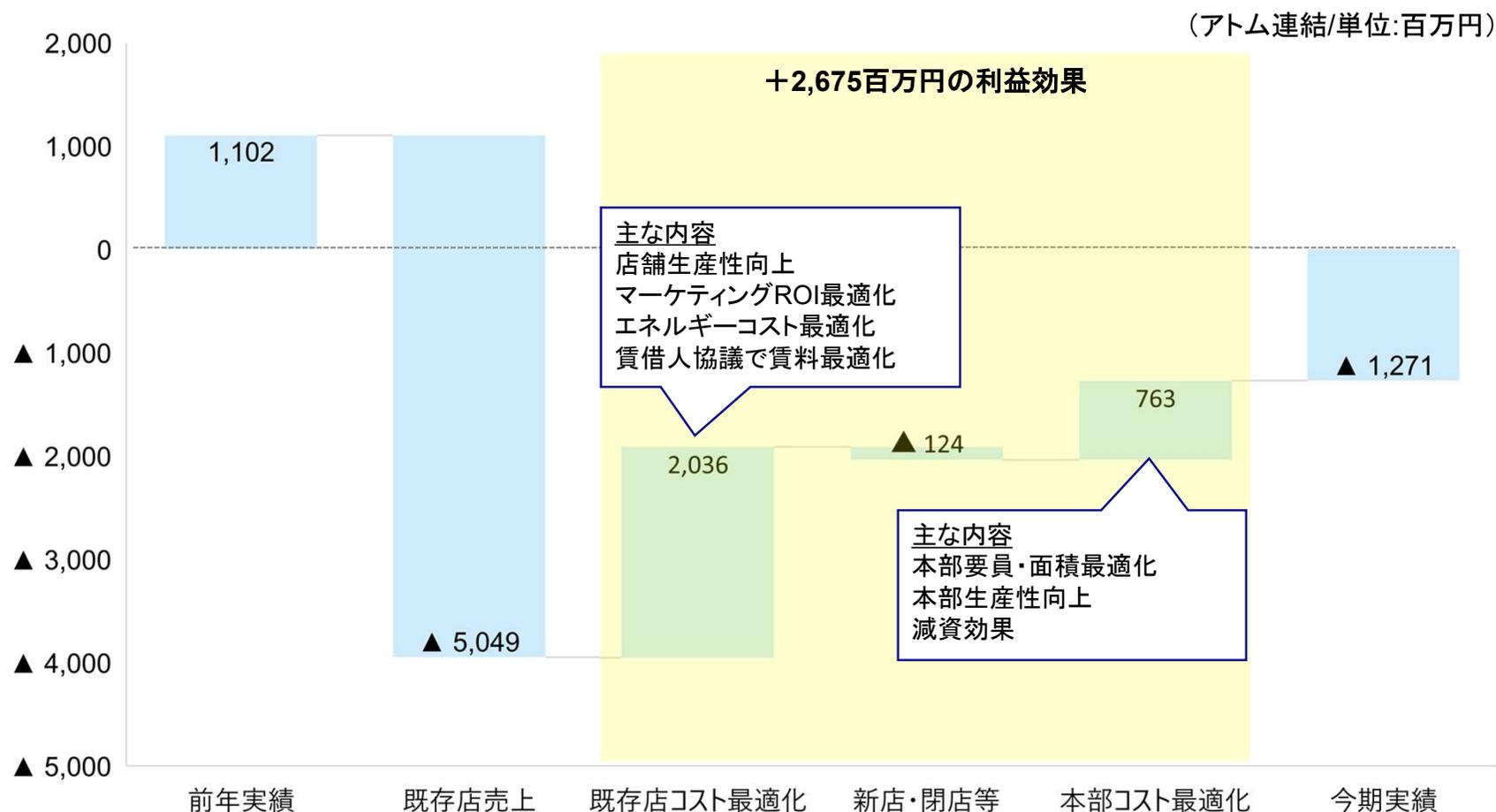
居酒屋業態



営業利益の状況

全社生産性向上、各種コスト執行基準の見直し及び業務プロセス変更によるコスト最適化で2,675百万円の利益効果を創出。
 コスト最適化活動を継続して推進するとともに、マーケット変化に合わせた売上高施策を投下し、確実な利益確保を実現

営業利益の要素別要因



売上増・コスト最適化の取り組み

2020年10月からGoToキャンペーンへ全面参加し、2020年11月に既存店売上高前年比103.2%を達成。

働き方改革、生産性向上に繋げるため、ステーキ宮・がんこ炎で、配膳ロボを実験導入

GoToキャンペーンへ参加



ステーキ宮・がんこ炎で配膳ロボット実験導入



売上増・コスト最適化の取り組み

「帰れマンデー見つけ隊！！」でステーキ宮をご紹介いただき、キャンペーンを合わせることで売上増に繋がった。

ご家庭では味わえない外食ならではの価値提供及び生産者支援を企図し、焼肉・寿司業態で元気いただきますプロジェクトに参画

ステーキ業態



焼肉業態

ココロフルーフ 株式会社アトム

本格焼肉 カルビ大将

黒毛和牛

お肉大盛り+300円(税抜)

黒毛和牛を贅沢に使用したお肉の旨みを十分に味わえる焼肉弁当です。

黒毛和牛 焼肉弁当 1,480円(税抜)

期間限定 11月

黒毛和牛に甘めの味付けのしいたけと豆腐が相性バツクンのすき焼き風弁当です。

黒毛和牛 すき焼き風弁当 1,480円(税抜)

期間限定 12月

寿司業態

まぐろフェア 期間限定 10月29日(日)～11月23日(日) 開催

生本 まぐろ赤身 380円(税抜)

生本 まぐろ中どろ 380円(税抜)

優雅 生本 まぐろ 五貫盛り 980円(税抜)

生本 まぐろ 大どろ 680円(税抜)

生本 まぐろ 中どろ 480円(税抜)

生本 まぐろ 小どろ 480円(税抜)

生本 まぐろ 三貫盛り 680円(税抜)

生本 まぐろ どんたく甲斐 480円(税抜)

安心・安全の取り組み

お客様及び従業員の安心・安全を考慮した感染症対策を実施。

ステーキ宮でサラダバーの飛沫防止ガードを設置し、安心してお食事を楽しめる環境整備を推進

コロナウイルス感染防止の取り組み



ステーキ宮のサラダバーに飛沫防止ガード設置



2022年3月期の見通し

2022年3月期第1四半期は「まん延防止等重点措置」や「緊急事態宣言」で売上高回復に遅れが生じるものの、ワクチン接種効果が期待される第3四半期以降に回復基調に入ると想定し、売上高37,361百万円、当期利益200百万円を見込む

(アトム連結/単位：百万円)

	2021年3月期実績		2022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	32,185	100.0%	37,361	100.0%	116.1%	5,175
売上原価	11,101	34.5%	12,785	34.2%	115.2%	1,684
売上総利益	21,084	65.5%	24,575	65.8%	116.6%	3,491
販売費および一般管理費	22,355	69.5%	23,510	62.9%	105.2%	1,154
営業利益	▲1,271	▲3.9%	1,065	2.9%	-	2,336
経常利益	▲1,254	▲3.9%	962	2.6%	-	2,216
税引後当期利益	▲1,813	▲5.6%	200	0.5%	-	2,013

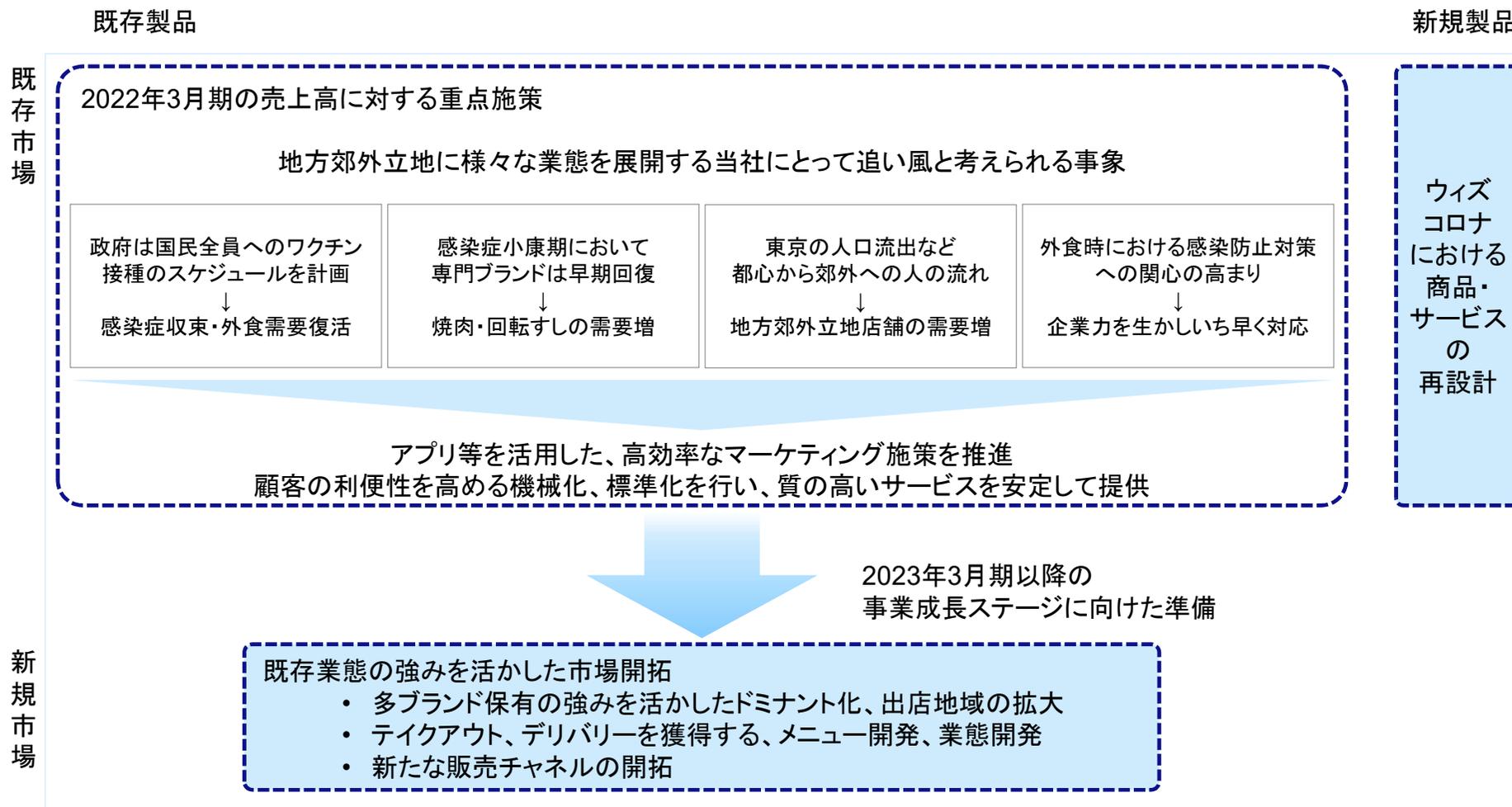
2022年3月期の取り組み

2022年3月期は、各ブランドが持つ、一つ一つの商品やサービス、店内空間・設備を見直し本質的な提供価値向上に注力

事業環境		環境変化への対応案	
外部要因	<p>外食産業は、新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛や休業要請、消費者のテレワーク、在宅等ライフスタイルの変化により、大きな影響を受けた</p> <ul style="list-style-type: none"> 市場構造の変化 業界の魅力度の変化 企業のポジショニングの変化 従来の勝ち組、今後の勝ち組 	売上施策	<p><u>コロナ禍で求められる商品・サービスの提供</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 看板商品をブラッシュアップし、外食ならではの差別化された価値を提供 お値打ち商材を発掘、商品化し、外食ならではの差別化された価値を提供 <p><u>テイクアウト・デリバリーの強化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 顧客にとって利便性の高い立地や、新しい売り方に取り組む テイクアウト・デリバリーに適したメニューを拡充し、価格設定を見直す <p><u>DXの推進</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 新しいテクノロジーの積極的導入で顧客との関係を強固にし、ファン化を促進 アプリのユーザビリティの向上と機能強化で1to1マーケティングを推進
	<p>消費者のライフスタイルの変化</p> <p>人の居場所の変化(都市から郊外へ)</p> <p>生活時間の変化(早い時間へシフト)</p> <p>消費者嗜好の変化</p> <ul style="list-style-type: none"> 食品の支出割合が大きく変化 内食との相関が高い生鮮食品への支出が高まる 外食への支出は4月の営業自粛期よりは改善するが、大きく減少したまま 	コスト最適化	<p><u>全社コスト・生産性を見直しにより、柔軟かつ筋肉質な組織体制を構築</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 取引先と緊密に連携し、配送頻度最適化、食材共通化、内製品拡大を進め、生産性の向上とコスト最適化を推進 配膳ロボの導入店舗拡大 セルフレジ、モバイルオーダー等、新しい店舗システムの実験
		基盤整備	<p><u>顧客への提供価値向上のための組織体制強化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> 各階層ごとの教育制度・体制を整備 地域限定正社員制度を導入し、ライフワークバランスを高める パートナー評価制度を整備・活用し、多能工化を推進 <p><u>ESGの取り組みの強化</u></p> <ul style="list-style-type: none"> すべての従業員にとって、働きがいのある職場環境を整備 調達・生産・調理における食品ロスの低減および食品リサイクル率を改善 空調設備、厨房設備等の省エネ化を推進
<p>厳しい事業環境・生き残り合戦</p>		<p>環境変化へ対応した事業ポートフォリオを構築し、残存者利益を獲得する</p>	

売上高に対する施策

2021年3月期は新型コロナウイルス感染拡大で売上高は大幅に減少した一方、地方郊外立地に多くの店舗を展開する当社に追い風となる事象も発生。2022年3月期の売上高確保並びに、2023年3月期以降の事業成長に向けた施策も展開していく



テイクアウト窓口の設置

新型コロナウイルス感染拡大による消費者のライフスタイル変化で発生した、持ち帰り・巣ごもり需要に対応するため、寿司業態においてテイクアウト窓口を設置

にぎりの徳兵衛のテイクアウト専用窓口



DX活用でサービス水準を向上、収益構造を改革

労働集約型産業である外食産業は、新型コロナウイルス感染拡大前から良質な労働力確保が大きな課題。

システム導入など店舗業務のDXを推進し、人とシステムがそれぞれ提供する価値を最大化し、既存店収益力を向上させていく

配膳ロボット導入



ロボット導入により

- (+) サービス水準
- (+) 減価償却費
- (+) 電気代
- (+) 保守メンテナンス
- (-) 人件費

→サービス水準が低下することなく、サービス提供コストを低減させることができる施策を実行

安心してご飲食できる空間の提供

新型コロナウイルス感染拡大で、安心・安全な飲食空間の提供に対する顧客ニーズが高まる。

顧客ニーズに対応するため、非接触型検温&アルコール消毒器、CO2濃度計、アクリル板の導入を開始

非接触検温&アルコール消毒器



CO2濃度計

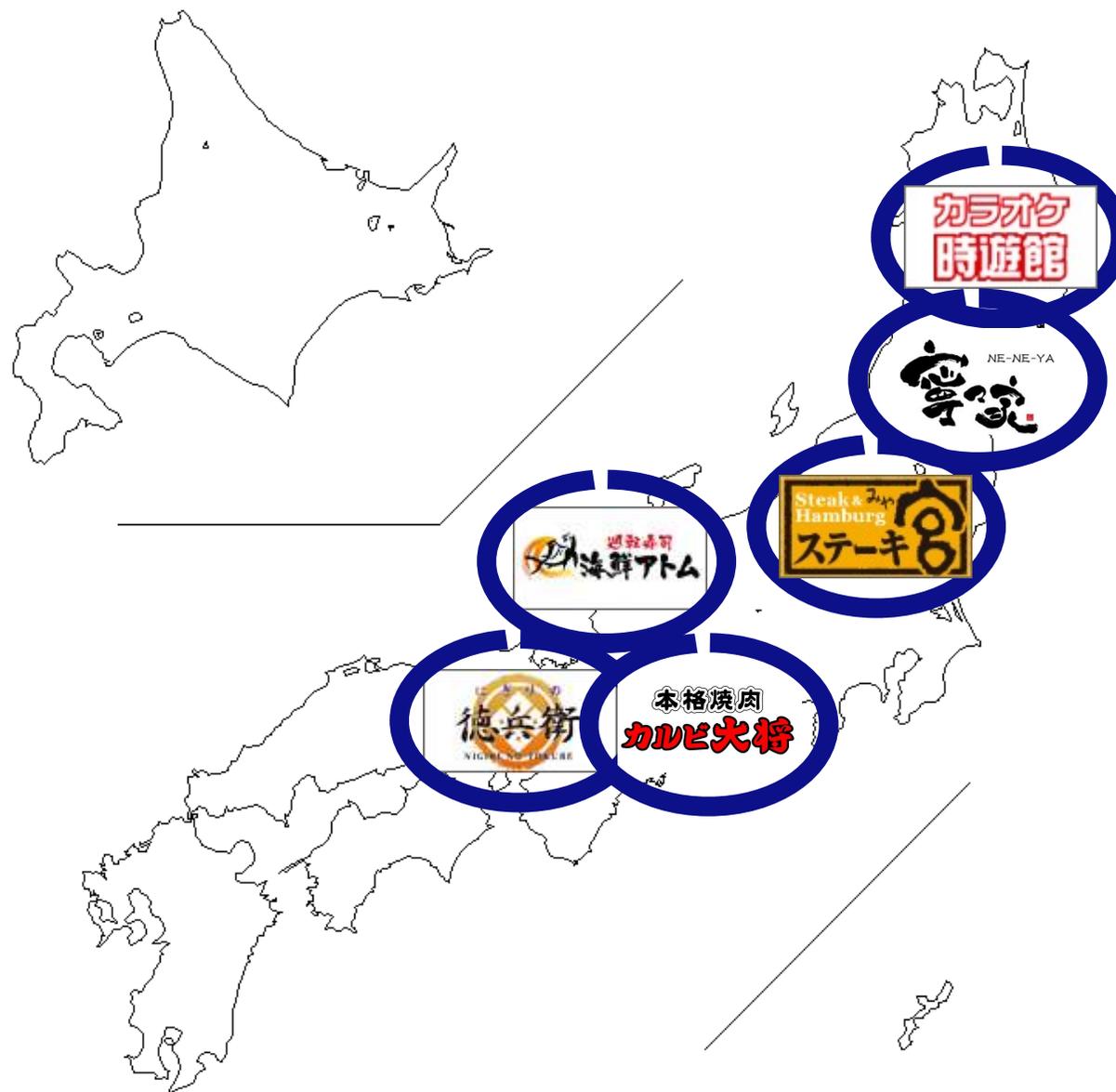


アクリル板



Appendix

当社の強み



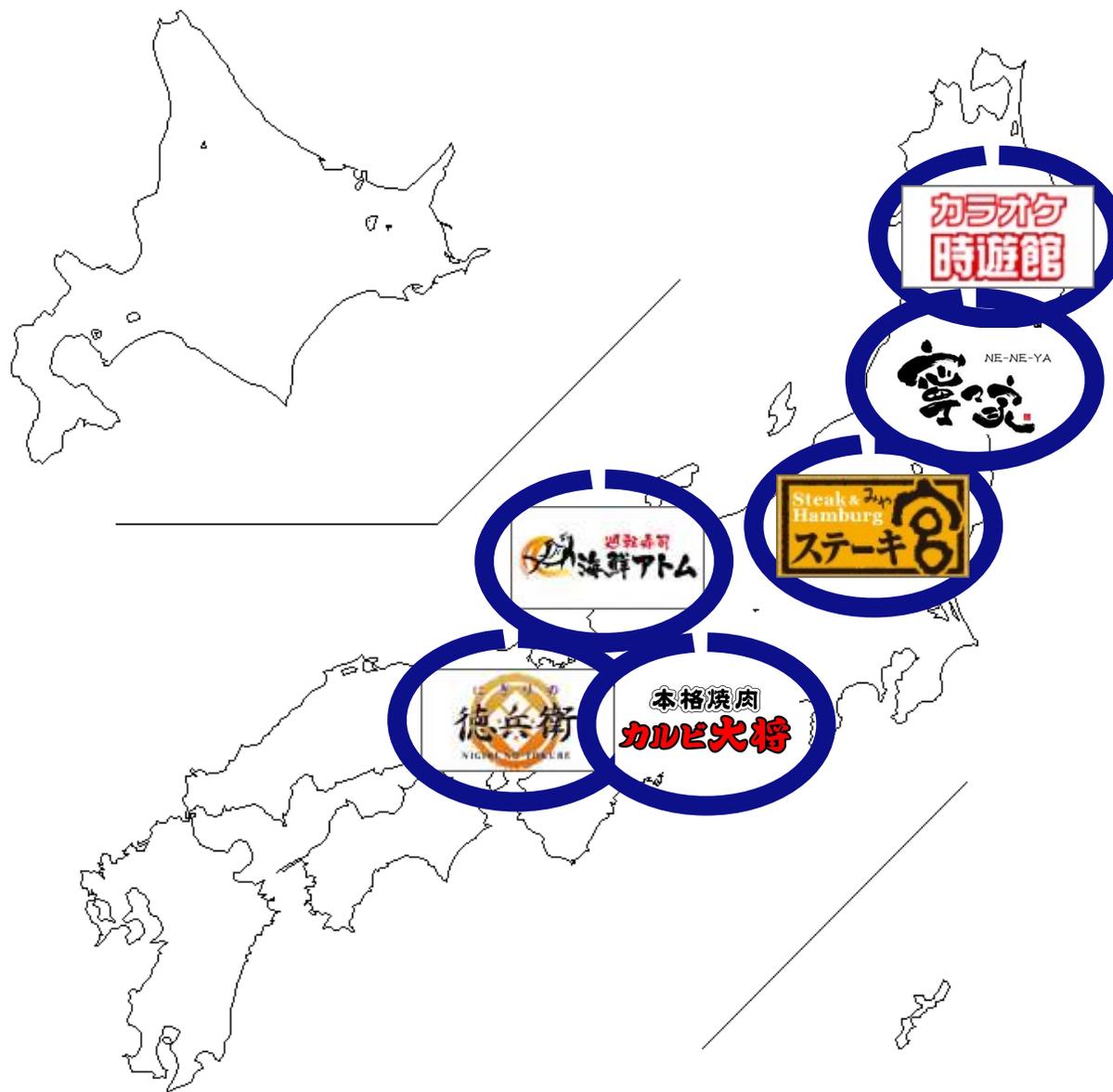
当社の強み

地域に根差す
ブランド・企業の
集合体

+

損益分岐点低減による
底堅い収益力

当社のありたい姿



当社のありたい姿

地域に根差す
ブランド・企業の
集合体
+
損益分岐点低減による
底堅い収益力



地域ごと
同種業態No.1
地方創生に貢献

ドミナントエリア形成による成長

人口約11万人の会津若松市においては、駅前半徑200m以内に5店舗を出店し、ドミナントエリアを形成。

物流・店舗運営コストの低減や、地域内の基盤確立に有効であるため、同様のエリア形成を行うことで、事業成長に繋げる



会津若松と同規模で、
地域ドミナント形成を検討する地域

地域	人口	既存店舗数
会津若松	11万人	5店舗
小山	16万人	2店舗
弘前	17万人	3店舗
花巻	10万人	2店舗
日立	18万人	3店舗
土浦	14万人	2店舗

2021年3月期末現在の地域別/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	51	10	6	25	11	1	3	126
すし業態	1	0	1	10	31	3	0	0	46
焼肉業態	7	8	6	9	30	2	0	0	62
和食その他	0	0	2	4	5	0	0	0	11
レストラン	27	59	19	29	91	16	1	3	245
居酒屋業態	44	18	9	1	10	1	0	0	83
飲食部門	71	77	28	30	101	17	1	3	328
カラオケ	23	2	1	0	2	0	0	0	28
直営店計	94	79	29	30	103	17	1	3	356
FC店	0	0	0	1	10	0	0	0	11
全店合計	94	79	29	31	113	17	1	3	367

業態ごとの店舗数推移

	2020年3月期 期末店舗数	増減			店舗 改装	2021年3月期 期末店舗数
		新店	閉店	小計		
洋食業態	133	2	▲ 9	▲ 7	-	126
すし業態	50	-	▲ 4	▲ 4	1	46
焼肉業態	65	-	▲ 3	▲ 3	-	62
和食その他	13	-	▲ 2	▲ 2	-	11
レストラン	261	2	▲ 18	▲ 16	1	245
居酒屋業態	100	-	▲ 17	▲ 17	-	83
飲食部門	361	2	▲ 35	▲ 33	1	328
カラオケ	31	-	▲ 3	▲ 3	-	28
直営店計	392	2	▲ 38	▲ 36	1	356
FC店	13	-	▲ 2	▲ 2	-	11
全店合計	405	2	▲ 40	▲ 38	1	367

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
TEL: 052-784-8400
E-mail: atom-ir@atom-boy.com
<http://www.atom-corp.co.jp/>