

アトムリビンテックの経営戦略

—第6次中期経営計画—



Contents

・ 経営理念、社訓、社是、コーポレートスローガン	P1
・ 当社の経営戦略 <基本方針>	P2
・ 当社の経営戦略 <目標>	P3
・ 事業環境	P4
・ 商品戦略 <施策>	P5
・ 市場戦略 <施策>	P7
・ 情報システム戦略 <施策>	P10
・ 経営理念に基づく当社の基本姿勢	P11
・ 当社の成長シナリオ	P12
・ 配当政策	P13
・ アトムCSタワーのコンセプト	P14
・ 企業概要	P18

◆ 経営理念

「住まいの飾り職人」がつくり出す独創的な商品で、社会の発展に貢献します

◆ 社訓

「独り歩きのできる商品づくり」

◆ 社是

「創意・誠実・進取」

◆ コーポレートスローガン

「ゆとりの住空間を演出するアトムリビンテック」

当社の社訓は江戸指物^{注1} 金具の鋳職（かざり職）^{注2}であった創業者の言葉に由来し、「独り歩きのできる商品」とは、販売に際して巧言令色や誇大な表現を添えずとも「ひと目でその価値が相手に伝わる商品」を意味します。

注1. 江戸指物：美しく丈夫なものとして組み立てられた江戸時代の鏡台、茶筆筒、長火鉢など

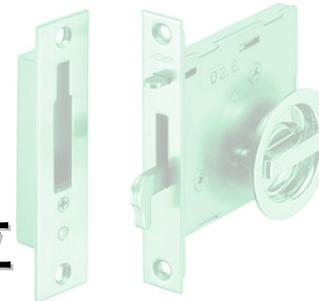
注2. 鋳職（かざり職）：繊細な装飾と微妙な細工など専門性の高い技術を有する職人

また、当社設立以来の社是として受け継がれている「創意・誠実・進取」の精神は、企画開発型ファブレスメーカーとしての当社の企業姿勢を示すものであり、商品を通じてお客さまに快適な居住空間を提供することへの当社のこだわりでもあります。



当社の経営戦略 〈基本方針〉

経営環境に左右されない経営基盤の確立



既存事業と新規事業との有機的結合による、21世紀型ビジネスモデルの構築

- ・ 厳しい事業環境のもとでも奇をてらうことなく、
当社100年の歴史で培われてきた「独り歩きのできる商品づくり」
「よりよい金物を自ら考え、自ら普及させていく」「創意・誠実・進取」という
経営資産を受け継ぎながら、新しい時代のニーズに応える経営施策を推進します。
- ・ また、既存事業分野におけるノウハウとネットワークを活用し、
異分野の事業パートナーとのコラボレーションによる潜在市場の掘り起こし、
新機軸のビジネスモデルを前提とした新しい産業分野の確立により、
経営環境に左右されない21世紀型ビジネスモデルの構築を目指します。

当社の経営戦略〈目標〉

厳しい経営環境においても安定成長を可能とする
市場優位性の維持と収益力の強化

◆ 商品戦略

時代のニーズを先取りした商品開発、海外生産・海外販売

◆ 市場戦略

将来有望な市場の開拓、新分野・異分野への進出、海外を含む
将来有望な市場への進出

◆ 情報システム戦略

顧客との双方向的コミュニケーションの確立

事業環境

- ◆ 住宅関連市場において、新設住宅着工戸数は比較的堅調ではあるものの、企業間競争の激化による価格の低下などにより厳しい経営環境が継続
- ◆ 高齢化社会の到来と介護保険制度の施行、それに伴うバリアフリー市場の拡大
- ◆ 価値観の多様化に伴うライフスタイルの変化、LOHASの普及
- ◆ 金物業界における価格競争の激化、それに伴う海外調達率の拡大傾向



2050年には総人口1億人のうち、高齢化人口3200万人。全体の32.3%が高齢者となります。



商品戦略 〈施策〉

- ◆ **有望なリフォーム市場への対応強化**
 - ・住宅の長寿命化に伴い家族構成に変化
→間取りの変更による商品ニーズ
 - ・中古市場の整備・拡大で住み替えが加速
→部屋の模様替えによる商品ニーズ



- ◆ **ユニバーサルデザインの強化**
 - ・バリアフリーから、さらに一歩踏み込んだ考え方であるユニバーサルデザイン（安全で誰にも使いやすい）設計思想を反映させた商品開発を積極的に拡大。今後の新商品すべてに、この設計思想を導入



商品戦略 〈施策〉

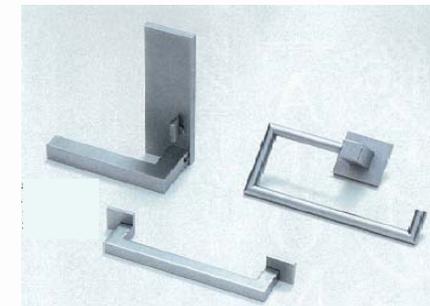
◆ 海外調達の積極的な推進

- ・ 既存品の海外生産への切り替えによる原価低減。海外調達率を早い段階で20%までアップ
- ・ 既存の商品ラインナップに入っていない商品を選択し、品質性能を確認した上で市場へ供給。商品層の厚みを増強



◆ 次世代に向けた商品開発を積極的かつ体系的に展開

- ・ GKインダストリアルデザイン社とのコラボレーションによる「CASARL (カサル)」シリーズの投入
- ・ ユニバーサルデザインを取り入れた新たな引き戸システムの開発
- ・ 新感覚のブラインド「ソフトタッチS字バーチカルブラインド」の開発・販売
- ・ LOHAS (ロハス/Lifestyle of Health & Sustainability) の思想を商品開発に取り入れていく



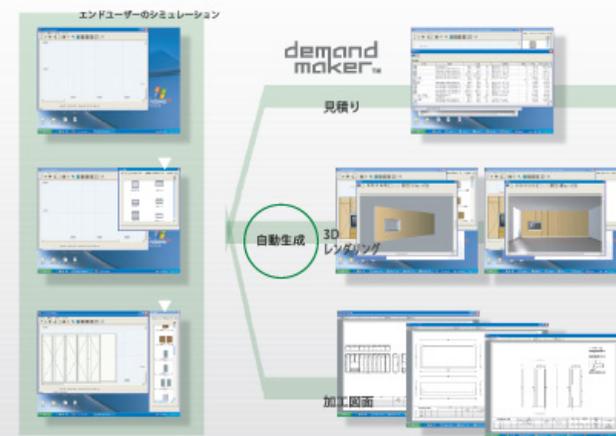
市場戦略 〈施策〉

◆ オンデマンド事業の柱である「デマンドメーカー」を本格稼働化

<BtoB市場>

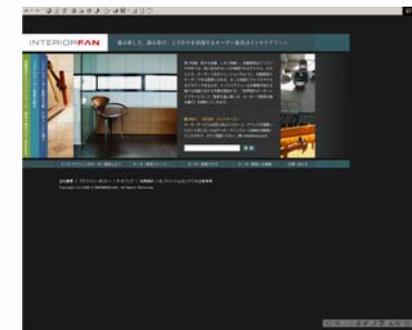
- ・ 大手ハウスメーカーによる導入拡大
- ・ 新連携によるビジネスモデルを確立。これにより、メーカー対住宅関連事業者というBtoB市場のシェア拡大を目指す

●デマンドメーカー・ソリューションソリューションソフトウェア (FurnitureMaker.) 画面見本



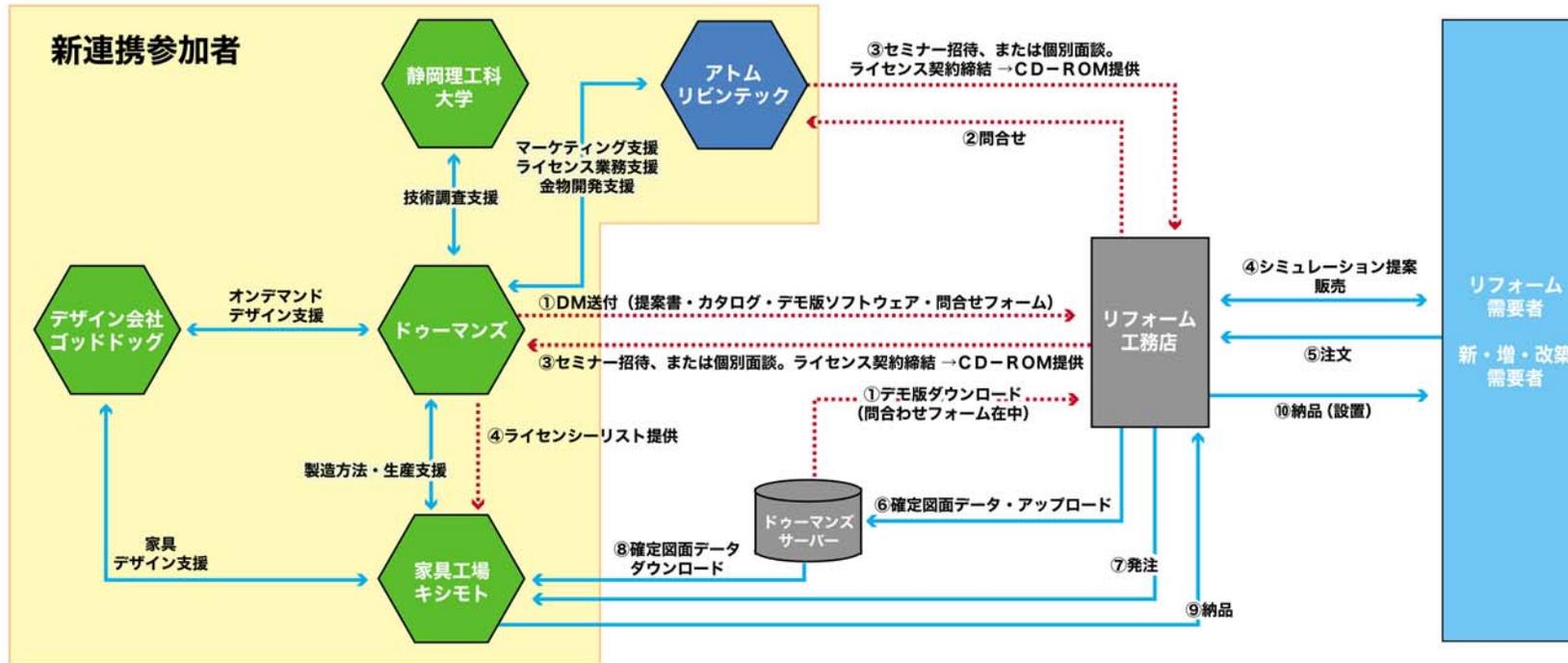
<BtoC市場>

- ・ エンドユーザー向けのWEB版をリリース
- ・ ファンクラブソリューション（クチコミマーケティング）により、エンドユーザーへの周知および普及活動を実施



市場戦略 〈施策〉

「新連携」の事業フロー



※デマンドメーカーは、関東経済産業局による中小企業新事業活動促進法に基づく「新連携計画」の事業として認定を受けました

市場戦略 〈施策〉

◆ オンラインショップによるマーケティング

- ・ 2000年に業界に先駆けてスタート
- ・ 情報発信とともに、設計事務所、工務店、さらには実際に製品を使うエンドユーザーの声やニーズをくみ上げ、新商品の開発に反映させるマーケティング機能として活用



◆ 新分野・異分野への進出

- ・ 「内装金物づくりのノウハウ」を生かせる分野（業際）への展開
- ・ 異業種との更なる取引の増大

Steel Wire Rack System
Luminous



◆ 海外展開

- ・ 中国（上海）にショールームを開設しブランディングを実施
- ・ 現地販売に向け、拠点の設立など本格的な活動開始



情報システム戦略〈施策〉

「金物業界における21世紀型の企業モデル」の実現に向けた社内外での対応



◆ グループウェア、イントラネット活用による事業部の再構築を実施

- 平成10年 イン트라ネットを立ち上げ、営業支援に関わるデータベースを構築
- 平成12年 グループウェアを導入、社内情報の共有化に活用
携帯端末を社員全員に配布、社内コミュニケーションの向上を促進

◆ 戦略的統合パッケージの導入、WEB受発注システムの運用開始

- 平成14年 バックオフィスとしてのERP、フロントオフィスとしてのCRM、ミドルオフィスとしてのSCMなど、戦略的統合パッケージを積極的に導入
- 平成17年 お客様の利便性の向上と受発注業務の効率化を目指して「WEB受発注システム」を運用開始

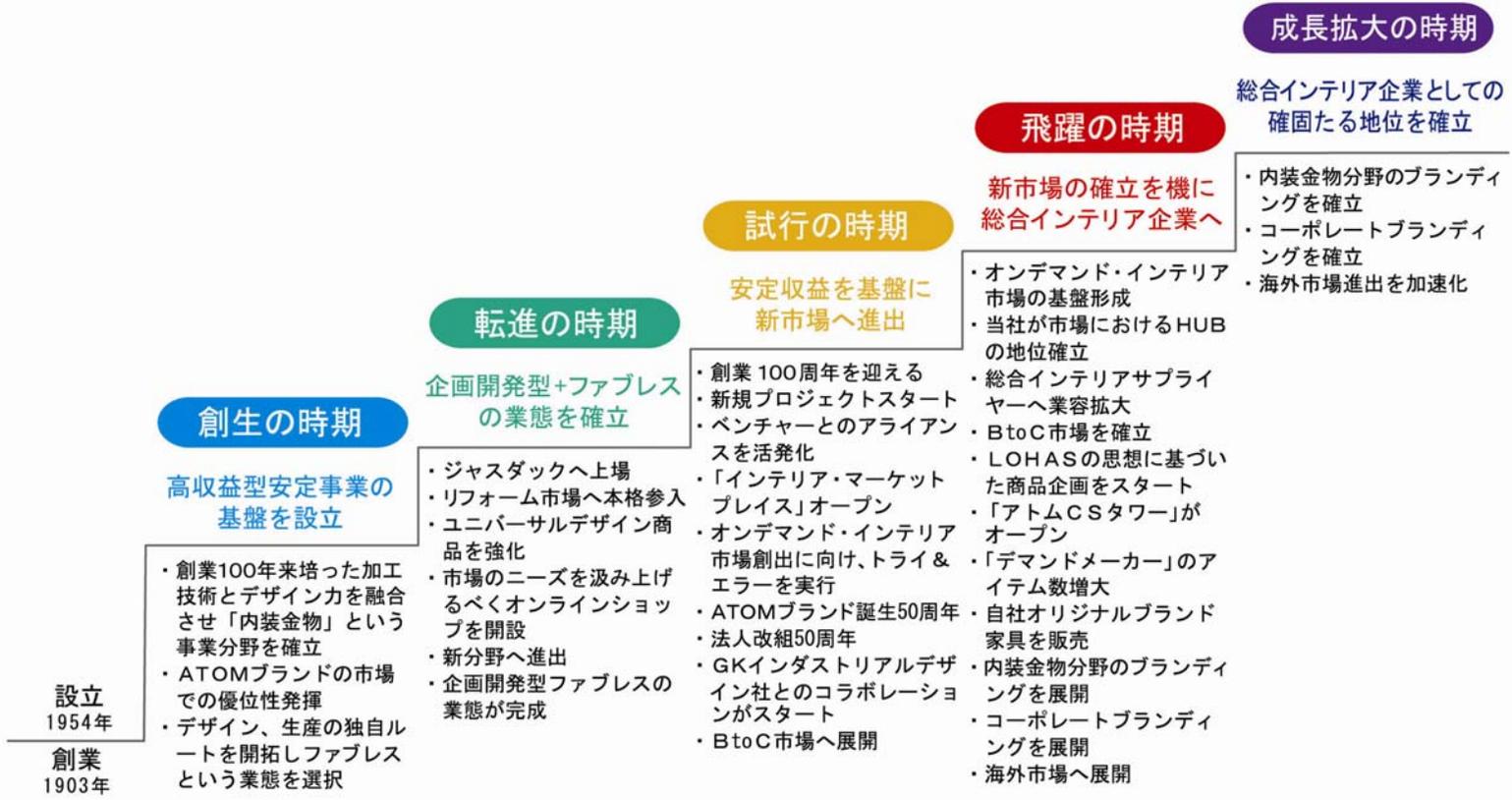
経営理念に基づく当社の基本姿勢

柔軟な発想による独創性を尊重し、
商品を通じて社会に役立つような「独り歩きのできる商品づくり」
を当社はこれからも続けていきます



当社の成長シナリオ

◆長期経営計画では、2020年を次のマイルストーン（一里塚）と定め、段階的な戦略の実行を図って参ります。



配当政策

**当社は、株主に対する利益還元を、
経営の最重要課題と認識しています。**

安定的な経営基盤の確保と株主資本の向上に努めるとともに、
配当につきましても積極的な配当の継続を、業績に応じて行うことを
基本方針としています。

また、株主優待につきましても、前向きに検討しております。

配当金の推移



アトムCSタワーの基本コンセプト

Gather, Look, Play, Relax, Learn,
Create, Purchase, Co-operate

「アトムCSタワー」は、総合ショールームと
いうだけの機能に留まらず、情報発信のキース
テーションであると同時に、みなさまとの交流
の輪を広げる多目的スペースでもあります。

100年の歴史に裏づけられた当社のシンボルタ
ワーとして、新しい何かを見つけられるクリエイ
ティブな空間を提供いたします。



(2007年1月竣工予定)

アトムCSタワーの基本コンセプト

中期経営計画におけるアトムCSタワーの位置づけ

- ・アトムリビンテックの現在と未来を総合展示
- ・ファン層拡充に向けたコミュニケーション機会の拡大
- ・CSRの一環としてのLOHASへの取り組み。



<注目と驚き>

チャレンジングな企業であることを知っていただき、広く関心をもっていただけるような**話題提供の場**

<理解と共感>

これまで以上に自社を知っていただくための**情報発信の場**

<期待と共栄>

ともに成長し共存共栄できる関係を構築するための**交流の場**

アトムCSタワーの基本コンセプト

機能と効果

<注目と驚き>

新製品発表会、デマンドメーカー実体験コーナー、LOHAS関連イベント、インテリアコーディネーター&プランナーとの共同イベントなど

<理解と共感>

ショールーム、各種セミナー、ビデオ上映、会社説明会、IRコーナー、ライブラリー、ギャラリー、スタジオなど

<期待と共栄>

ステークホルダーミーティング、株主・投資家交流サロンなど

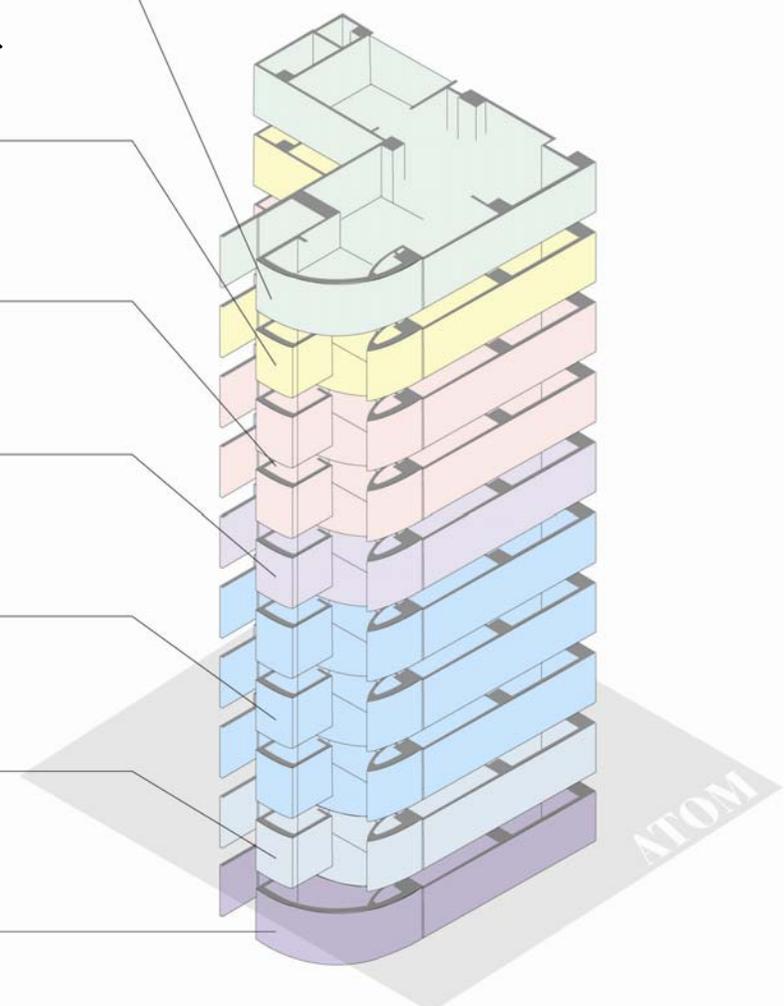


単なるショールームではなく、「アトムCSタワー」を訪れる方々との「交流」を通して生まれる情報を、カタチにしていく場として活用していく

アトムCSタワーの基本コンセプト

フロア構成

- RF** エコロジースペース
(アウトドア癒しの空間)
屋外展示・風力・太陽光発電、各種パーティ会場、
休憩、会議スペース(屋外)
- 8F** コミュニケーションスペース
ハイグレード展示室、VIPルーム
- 6~7F** オンデマンド事業部、
パートナーズオフィス
オンデマンド事業部、オフィス
- 5F** シーン・メイクスタジオ
(デマンドメーカー、住空間提案スペース)
デマンドメーカー、住まいのショールーム
- 2~4F** ショールーム
(ショップ&ショールーム亜吐夢金物館)
金物ショールーム
- 1F** 総合受付、ロビー、
ミニブックコーナー
総合受付、ロビー、ミニブックコーナー、ガレージ
- BF** プレゼンテーションスペース、
スタジオ、バーコーナー
撮影スタジオ、プロジェクター、セミナースペース



企業概要

社名：アトムリビンテック株式会社 (Jasdaq: 3426)

本社所在地：〒110-8680 東京都台東区入谷1-27-4

TEL 03-3876-0600 (大代表)

設立：1954年10月9日 (創業1903年)

代表者：代表取締役社長 高橋良一

資本金：3億74万円

事業内容：家具金物・建具金物・陳列金物など、住まいの金物
(内装金物) 全般の企画・開発および販売

従業員数：114名

売上高：80億400万円 (2005年6月期)

I R お問い合わせ先： I R 担当 経営企画室
TEL：03-3876-0606
E-Mail：ir@atomlt.com

この資料に掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略等に関する情報は、この資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で為した判断に基づくものです。

しかしながら、現実には、通常予測しえないような特別事情の発生または、通常予測しえないような結果の発生等により、本資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。

当社と致しましては、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めて参りますが、本資料記載の業績見通しのみ全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願い致します。

尚、いかなる目的であれ、当資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願い致します。

デマンドメーカーウェブサーバーはアトムリビンテック株式会社により管理運営されています。またデマンドメーカー・ソリューションソフトウェア「Furniture Maker」はドゥーマンズ株式会社の特許であり法律により保護されています。