

▲アトムリビンテック株式会社

伝統を活かし、変革に挑む住宅用内装金物のトップランナー
——家具金物と建築金物を融合した独自の事業ドメインで豊かな住空間を創造

ここに注目!

ファブレス、ファースト精神、全方位的営業が織り成す競争優位性
現場の声を吸い上げ、いち早く商品開発につなげるモノづくり力

「アトム」のブランド誕生は1954（昭和29）年。手塚治虫氏のアニメ「鉄腕アトム」がテレビ放映される以前の出来事だ。ドアや引戸、折戸などの建具金物、クローゼットなどの収納の金具を幅広く扱うアトムリビンテック株式会社。「アトム」には事物を構成する最小の単位（原子）という意味合いがあり、モノづくりの原点として「微細なものをないがしろにしない」、また創業者から伝えられている「基本に忠実であれ」という思いがこめられている。ブランド誕生から間もなく70年、アトムリビンテックは住空間を豊かにする内装金物（住まいの金物）のトップランナーとして、一段の飛躍を目指している。

8割がオリジナルブランド

創業は1903（明治36）年、指物金具の製造を発祥に、家具類に使われる装飾金具の受注生産で成長し、戦後は主に住宅に用いられる丁番、ドア錠、取手類の開き戸金具や、戸車、レール、引手といった引戸金物を軸に事業を拡大。やがて家具金物と建築金物を融合さ

せた内装金物（住まいの金物）という自社独自の事業ドメインを確立した。現在は、家具メーカーや大手ハウスメーカー、住設メーカー、建築金物店といった全方位の販路を持ち、取り扱いアイテムは5万点を優に超えるが、約8割がオリジナルブランドの商品というから驚きだ。工場を持たないファブレス企業として効率的な収益基盤を構築する一方で、「こんな商品があったらいいな」という現場の声を吸い上げ、他社に先駆けて商品を開発する「ファースト精神」が、同社の強みになっている。

例えば、リビングを仕切って部屋を分割できる移動間仕切り金具「SWシステム」。コロナ禍によるリモートワークの普及で、一気に引き合いが増えたが、現場から聞こえてきたのが「マンションの梁が邪魔して仕切れない」という切実な訴え。そこで考案したのが、梁下のデッドスペースに専用の開き戸を設けてしまうこと。天井に梁があってもピッタリ仕切れるようにしたばかりか、部屋の行き来もできる一石二鳥の製品を誕生させるに至った。また、業界では空

前のヒット商品になった「引戸ソフトクローズ」をはじめ、数多くの独創的な内装金物を先駆的に世に送り出してきたアトムリビンテック。このファースト精神や全方位の販売ネットワークをベースに、圧倒的な競争優位性を確保してきた。

ただ、少子高齢化やライフスタイルの変化など、住空間に対する人々の意識は多様化しつつある。従来路線の延長では一段の成長は望めない。こうした中、同社は2024年6月期までの第11次中期経営計画で、「ウィズコロナ時代に呼応する事業スタイルの構築」を基本方針に掲げ、市場ニーズを先取りしたモノづくりや周辺の事業領域の拡大をテコに新たな変革に取り組んでいる。梁下対策を施した間仕切りシステム金具はその一例であり、ほかに抗菌、抗ウイルス対応商品や非接触、非対面を前提にした商品を充実化。東京・新橋のアトムCSタワーに設置した商談スペースを活用し、介護施設や保育施設などの非住宅部門を対象にした販促活動も積極化する。



「移動間仕切り金具SW-900」フレキシブルな間仕切りでリビングを分割、奥の部屋をワークスペースに



室内ドアレバー



ソフトクローズ



ドア用丁番



ハンドル



戸当り

創業120年、ブランド創設70年を迎えロゴ刷新を計画

一方、企業の社会的責任（CSR）の観点から、環境に配慮した企業活動にも力を入れ、2023年1月には、科学的根拠に基づいた温室効果ガスの削減目標を設定する「SBTイニシアティブ」の認定を取得。さらにDX導

入による業務改善と働き方改革を推進しているほか、株主優待制度を廃止して配当による利益還元を集約するなど、企業価値向上の取り組みを本格化させている。そんな同社の魅力が徐々に高まり、最近では若い社員が増えている。入社後は、一人ひとりに教育担当者を付けて、じっくり学んでもらえる環境を整えている。

2023年10月に創業120周年、2024年1月にブランド創設、同年10月には法人改組70周年という記念すべき節目の年を相次ぎ迎えるのを機に、アトムブランドのロゴ刷新を計画しており、近く最終案を固める模様だ。伝統と変革を通じて住空間創造企業を目指すアトムリビンテックの新たな時代の幕開けが始まる。

わが社を語る

代表取締役社長
高橋 快一郎氏



住生活を通して、広く社会に貢献

当社の創業者は、繊細な細工の技術を要する鎚職でした。社訓の「独り歩きのできる商品づくり」は、創業者の遺した言葉に基づくもので、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」を指します。また当社の社是は「創意・誠実・進取」ですが、企画開発を旨とする企業として「創意・進取」は元より、独り歩きのできる商品であればこそ、販売に際して「誠実」

が貫き得ると考えております。住宅金物を取り巻く環境が大きく変わりつつあるなか、当社は市場ニーズを先取りした「ものづくり」の推進に積極的に取り組み、付加価値のある新たな商品を創り出していくことが必要と考えます。そして永続的に「より良い金物を自ら考え、自ら普及させていく」との理念を全うし、住生活を通して広く社会に貢献してまいります。

会社 DATA

所在地：東京都台東区入谷1-27-4
創業：1903（明治36）年
設立：1954（昭和29）年
代表者：高橋 快一郎
資本金：3億74万5千円（東証スタンダード上場）
従業員数：128名（2022年6月30日現在）
事業内容：住まいの金物（内装金物）の企画・開発・販売
URL：https://www.atomit.com

