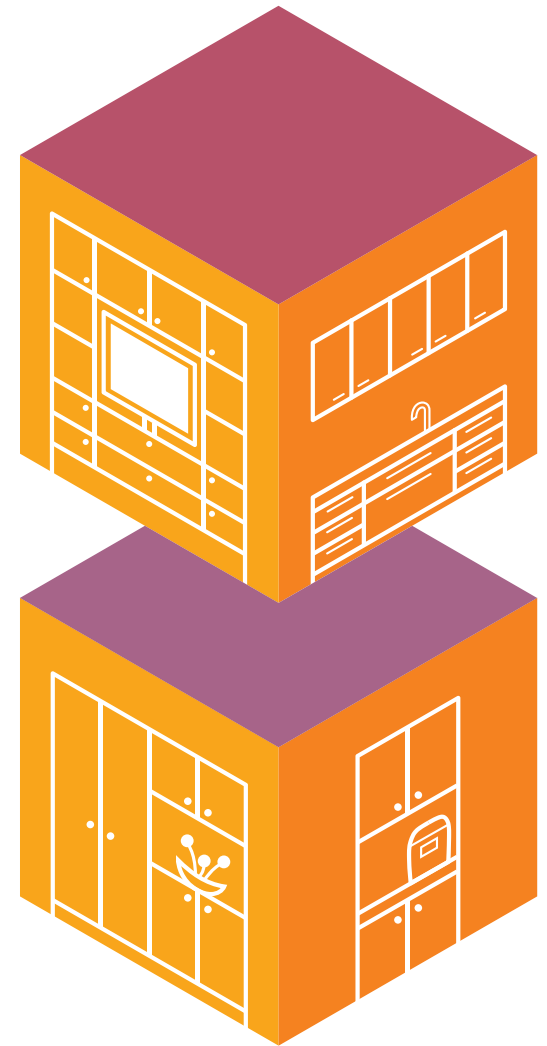


アトムリビングテック株式会社

2021-2022 会社案内

第11次ATOM中期経営計画(要旨)



企業理念

沿革

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

「独り歩きのできる商品」とは、販売に際して、
誇大な表現を添えずとも「ひと目でその価値が伝わる商品」を指します。

社是

創意・誠実・進取

企画開発を旨とする企業として「創意・進取」はもとより、
独り歩きのできる商品であればこそ、販売に際して「誠実」が貫きえる
と考えています。

-
- 1903 高橋良助、東京市下谷区入谷町にて家具金物の製造業を創業。
 - 1916 高橋良助商店と称し、製造販売を開始。
 - 1947 有限会社高橋製作所に改組。
 - 1954 有限会社高橋製作所を改組し、東京都台東区に高橋金物株式会社を設立。
商標としてアトムマークを制定。
 - 1987 アトムの商標を新マークに変更し、「住まいの飾り職人」を標榜。
 - 2000 アトムリビングテック株式会社に商号変更。ジャスダックへ株式上場。
 - 2003 ISO9001(品質マネジメントシステム規格)認証を取得。
 - 2006 ISO14001(環境マネジメントシステム規格)認証を取得。
 - 2006 中国上海市に現地法人「上海阿童木建材商貿有限公司」を設立。
 - 2007 東京都港区新橋にショールーム「アトムCSタワー」を建設。
 - 2013 現物市場統合に伴い東証JASDAQに上場。
 - 2017 ベトナムホーチミン市に現地法人
「ATOM LIVIN TECH VIETNAM COMPANY LIMITED」を設立。
 - 2018 創業115周年。
 - 2019 アトムブランド誕生65周年、法人改組65周年。
広島市西区に「広島営業所・C/Dセンター」を建設。
 - 2022 東京証券取引所の株式市場再編により、新市場区分「スタンダード市場」へ移行。

事業内容

アトムリビンテックは、家具金物・建築金物など、住宅用内装金物全般の企画・開発・販売を行なっています。主として当社が企画開発した商品をメーカーに製造委託し、「アトムリビンテック」ブランドで日本国内全域のハウスメーカー、建材メーカー、家具メーカー、建築金物店など、1,000社を超えるお客様に販売しています。

※ISO9001に適合した品質管理のもと、OEM(PB)商品も対応可能です。

アトムリビンテックの特長と強み

住宅用内装金物のパイオニアとして、3つのキーワードで業界をリードします。

住宅用内装金物

ドア錠
丁番
スライド丁番
開き戸金物
引戸錠・南京錠
引戸金物
上吊式引戸金物
折戸金物
室内用アルミ建具
取手・引手
スライドレール
収納金物
家具金物
物干金物
諸金具



Keyword
1

商品のほとんどが
自社開発

企画・開発からデザインまで、商品のおよそ「80%」が自社設計。取り扱いアイテムは5万点をはるかに超え、工業所有権は約200件に上ります。

Keyword
2

未来を先取りする
ファースト精神

独自の商品開発は、まったく新しいアイディアから誕生。時代を先取りして、お客様のニーズに対応した商品を生みだしています。

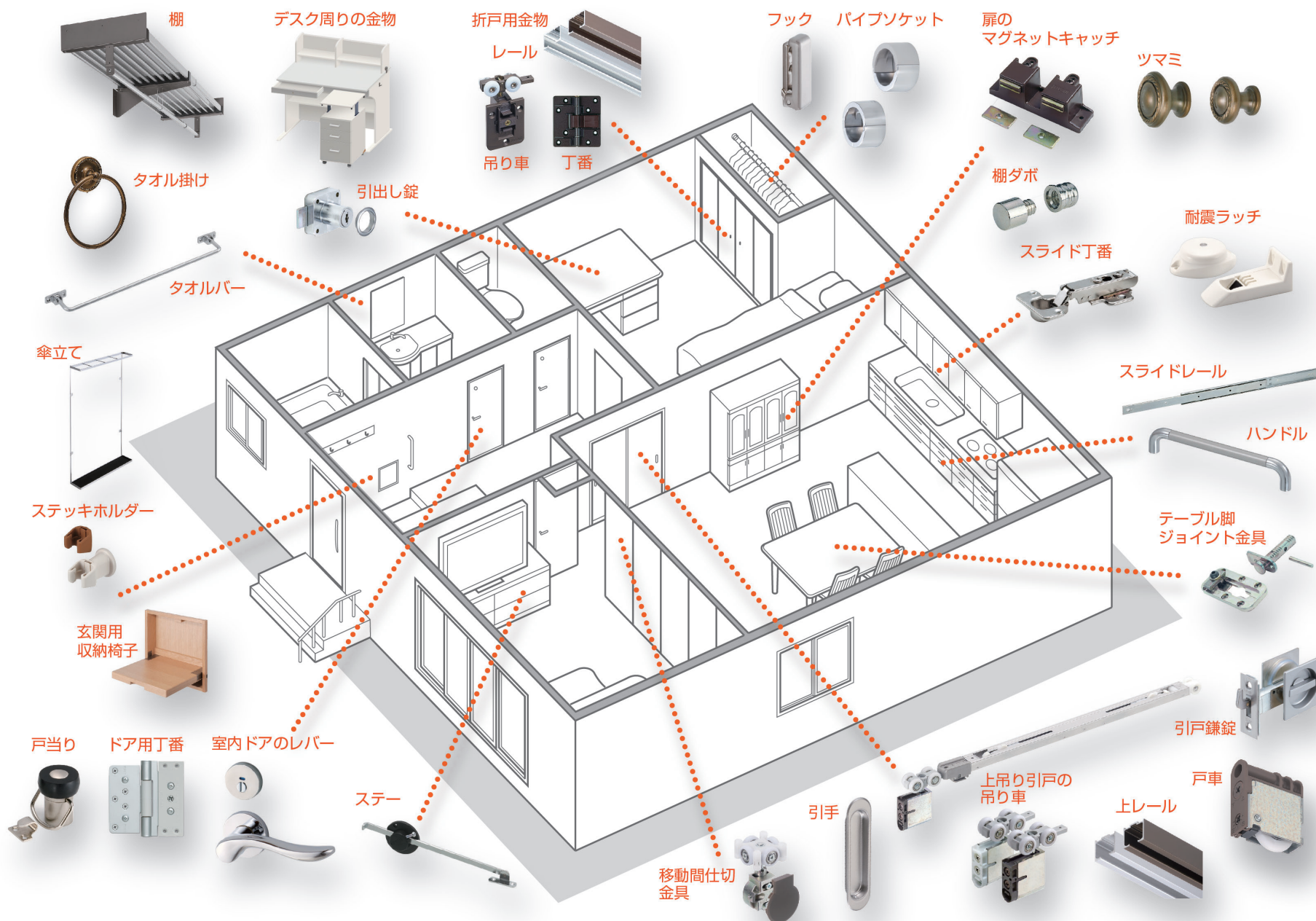
Keyword
3

工場を持たない
ファブレスメーカー

生産ネットワークをフル活用し、自社工場を持たないファブレスメーカーとして、独自の事業スタイルを構築。

意外なほど身近な商品を企画開発しています。

—— アトムリビンテックの金物は、快適な暮らしを支えています。 ——



会社概要

社名	アトムリビントック株式会社
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)
創業	1903年
設立	1954年10月9日
資本金	3億74万5千円
年商	96億2,700万円 (2021年6月期)
決算期	毎年6月30日
事業内容	家具金物・建築金物・陳列用金物等、住まいの金物全般の企画・開発・販売
従業員数	126名 (2021年6月30日現在)
上場証券取引所	東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード 3426)



アトムCSタワー



本社ビル(東京)



■ISO9001

当社の品質マネジメントシステムは、国際規格である国際標準化機構(ISO)の「ISO9001:2000」の認証を取得しております。

■ISO14001

当社の環境マネジメントシステムは、国際規格である国際標準化機構(ISO)の「ISO14001:2004」の認証を取得しております。

※当社はISO9001、ISO14001共に、2015年9月に最新の規格が発行された2015年版で認証取得更新しております。

当社のブログ絶賛配信中です。是非ご覧ください▼



Webサイトはこちらをアクセス▶▶▶▶ <https://www.atomlt.com/>

ネットワーク

ショールーム アトムCSタワー ショップ&ショールーム 垂吐夢金物館／アーバンスタイル事業部
〒105-0004 東京都港区新橋4-31-5 アトムCSタワー
TEL.03-3437-3440

アトム住まいの金物ギャラリー大阪／大阪事業所
〒564-0052 大阪府吹田市広芝町18-5
TEL.06-6821-7281

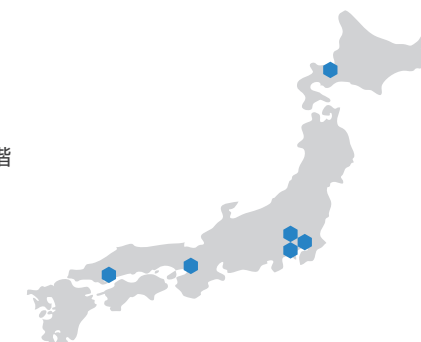
営業所 札幌営業所 (ミニショールーム併設)
〒060-0907 北海道札幌市東区北七条東3-28-32 井門札幌東ビル1階
TEL.011-748-3113

前橋営業所
〒371-0805 群馬県前橋市南町3-72-7
TEL.027-223-2651

広島営業所・C/Dセンター
〒733-0037 広島県広島市西区西観音町8-6
TEL.082-291-4235

商品本部・集配センター アトムC/Dセンター
〒340-0022 埼玉県草加市瀬崎町4-15-19
TEL.048-922-5551

海外拠点 子会社: ATOM LIVIN TECH VIETNAM COMPANY LIMITED (ベトナム社会主義共和国)
子会社: 上海阿童木建材商貿有限公司 (中華人民共和国)

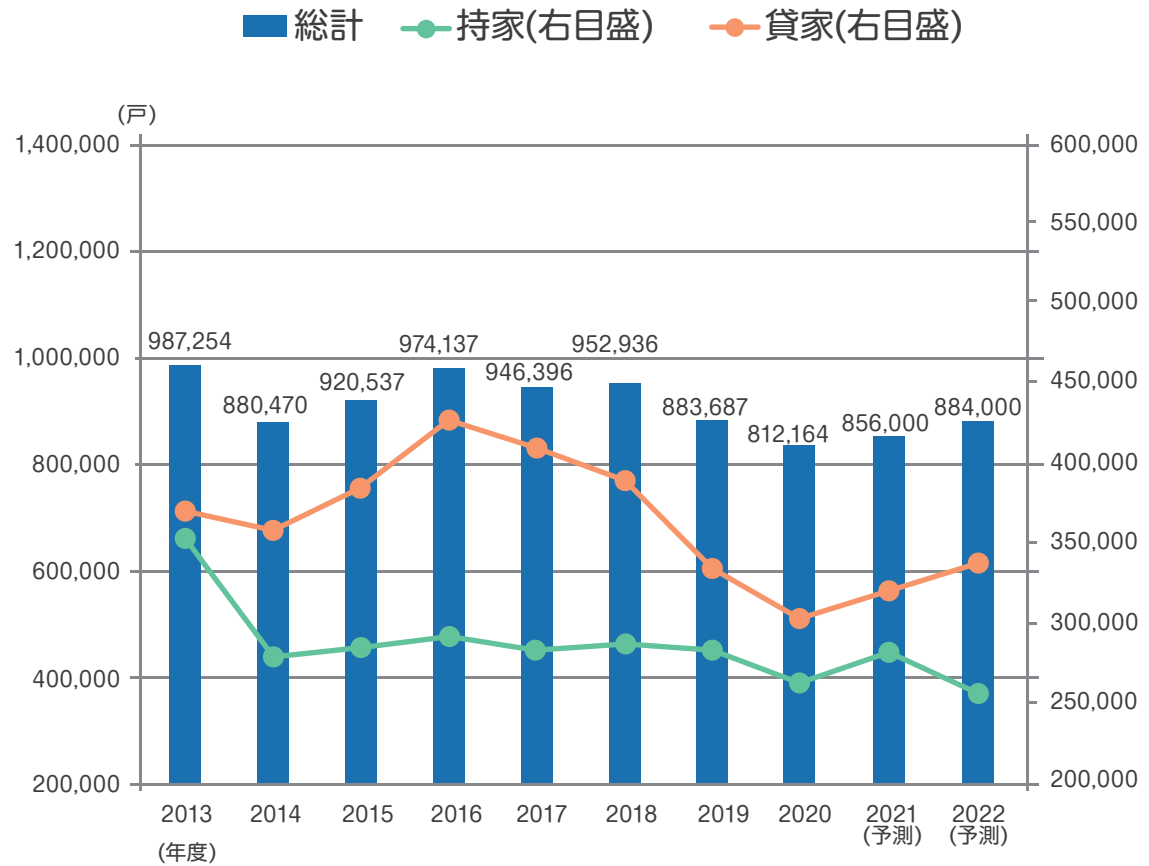


住まいの飾り職人
ATOM
LIVINTECH

<市場動向> (新築住宅着工戸数)

市場動向

住宅関連業界における状況



(資料)住宅着工統計(国土交通省)
(予測)三菱UFJリサーチ&コンサルティング 2021.06.09付

事業環境

高齢化社会の到来と介護保険制度の施行

中古住宅市場の活性化とリフォーム市場の拡大

コロナ禍を契機とする生活スタイルの変化

対応商品

ユニバーサルデザイン商品

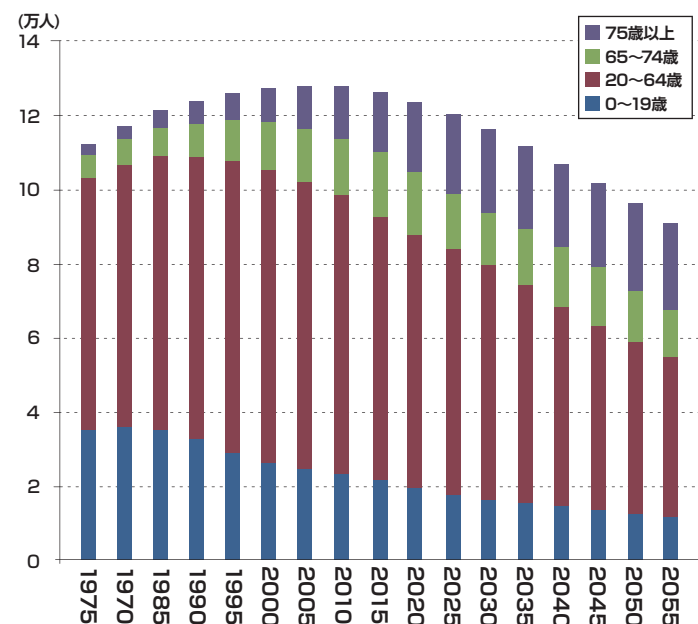
リフォーム関連商品

ライフスタイル対応商品
(テレワーク・抗菌/抗ウイルス商材など)

年齢別の人口動態(人数)

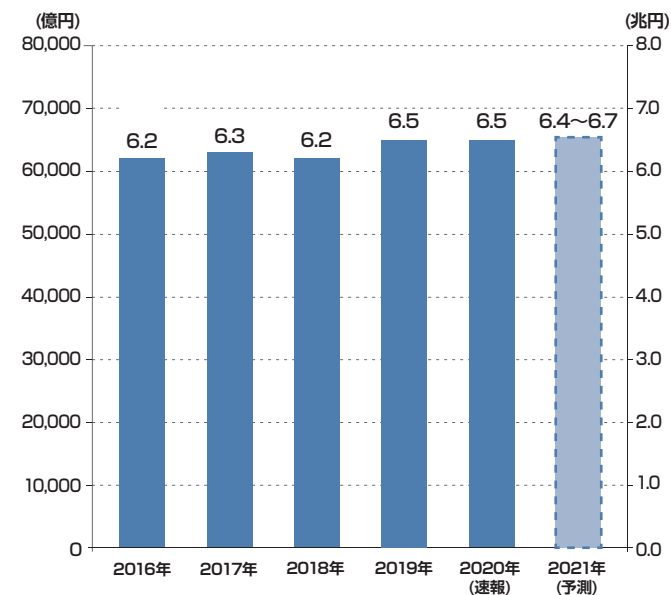
ポイント

- ＞我が国の人口は急激な少子高齢化を迎え、目標年度の2020年には65才以上が約30%
- ＞さらに、2055年には65才以上が約40%となる。



(出典)国立社会保障・人口問題研究所「人口統計資料集」より

住宅リフォーム市場の短期予測



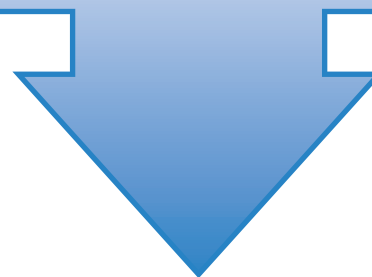
矢野経済研究所調べ

2020年は速報値、2021年は予測値 (2021年2月現在)

事業環境

住宅関連業界における状況

- コロナ禍の影響による住宅取得マインドの低下に加え、耐久性の向上による住宅の長寿命化、少子高齢化の進展に伴う世帯数の減少を背景に新設住宅着工戸数は減少傾向で推移
- テレワークの浸透に伴うライフスタイルの変化、政府による経済対策などにより、当社の関連する住宅市場は、潜在的なニーズの掘り起こしと新たな需要の創出が課題



注視すべき事項

- 住宅ストックの流通活性化政策とコロナ禍による生活スタイルの変化に対応するリフォーム・リノベーション市場の動向
- 政府による住宅取得支援政策の効果
- 慢性的な人手不足、建設資材価格と物流費や地価の高騰など

事業環境

金物業界における状況

- 新設住宅着工戸数は減少傾向で推移する中において、住宅用金物メーカーにおいては、コロナ禍での新たな需要の創出が大きなテーマ
- 市場規模の縮小による競争の激化に加え、零細な金物屋においては、後継者・人手不足の顕在化とともに感染症の動向が見通せないこともあり、今後さらに淘汰や整理統合・再編が進むことは必至

金物業界は変革期を迎えている

内装金物(住まいの金物)の全般に目を向けた裾野の広い堅実な商品開発を軸に、時代の変化に即応する柔軟かつ機動的な市場戦略の推進
全方位営業ネットワークの優位性を活かし、新築住宅市場から幅を広げるべく、非住宅分野(店舗・病院・教育・福祉施設など)への事業領域拡大

 **第11次
中期経営計画**
(2021年7月1日
～2024年6月30日)
伝統を活かし、変革に挑む

基本方針

ウィズコロナ時代に呼応する事業スタイルの構築

経営戦略

「変革」に挑む、 活力ある組織づくり	競争優位性の 確保	ファースト精神の 貫徹	経営環境の変動に 左右されにくい 社内体制と 財務体質の構築	企画開発型企業 としての 付加価値の創出	安定成長を 可能とする 市場優位性の維持 と収益力の向上
将来を見据えた 投資の継続	「内装金物」という 事業ドメインと 「ATOM」ブランド浸透 に向けた取り組み	環境への取り組み	環境・福祉・ ユニバーサルデザイン に配慮した 「ものづくり」の推進	社会性の向上	

商品戦略

「営業設計グループ」を主軸にした
現場主義に徹した商品開発の具現化

「ものづくり」の原点回帰と、
より質の高い「企画開発力」の追求

ウィズコロナ時代を見据えた
商品開発への取り組み

商品開発を円滑に進めるための
開発体制の連携強化

「秋の内覧会」と「春の新作発表会」を
通じた商品展開と販路拡大の機会創出

市場戦略

コロナ収束後に備えた商談スペース
「LIVIN' ZONE」の刷新と拡充

「LIVIN' ZONE」の活用による
非住宅部門への事業領域の拡大

販売促進グループによる
積極的な営業支援活動

西日本市場における
物流システムの構築

海外での取り組み（現地協力工場の
調査・開拓と現地販売活動の検討）

情報システム戦略

統合型業務ソフトウェアの
継続的バージョンアップによる
業務効率の向上

SNSを積極的に活用した
販売支援ツールの拡充と
ホームページの最適化

未来を担う次世代に向けた挑戦

* 新時代のライフスタイルをクリエイトするアトムCSタワーの有効活用 *

内装金物のトップランナーとしての商品力を
認知していただく視聴覚スペース

情報発信のキーステーション

次世代に繋がるビジネスの創出

第11 次
中期経営計画
スローガン

〈スローガン〉

伝統を活かし、変革に挑む

- 「伝統」を活かしながら「変革」に果敢に挑む組織の活力によって、ファースト精神（他者に先駆ける進取の精神）を連綿と受け継いできた結果、つくる力、売る力、つなぐ力など独自の特長的な事業スタイルを構築
- 創業以来、118年の社歴で培ってきた特長的な事業スタイルを有効に活用できる原動力(人材)を確保するため、全社的な連携体制の強化と環境を整備し、責任と自覚を持って「変革」に挑む発想豊かな人材の育成に努め、かつてない規模と速度で変化しつつある経営環境に即応できる「住空間創造企業」を目指す

〈基本方針〉

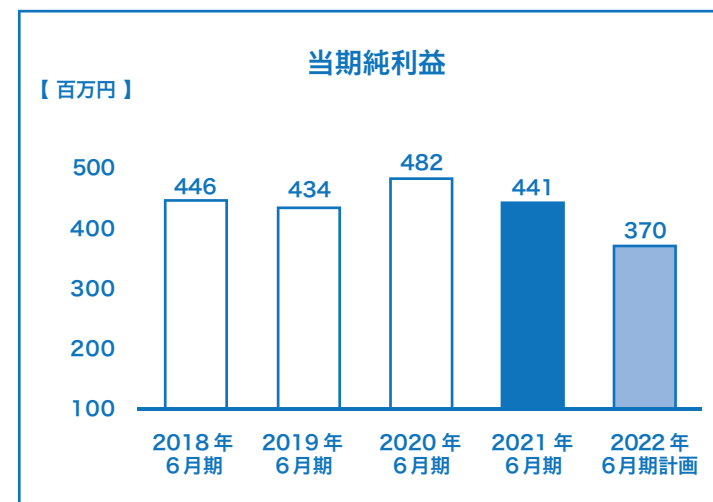
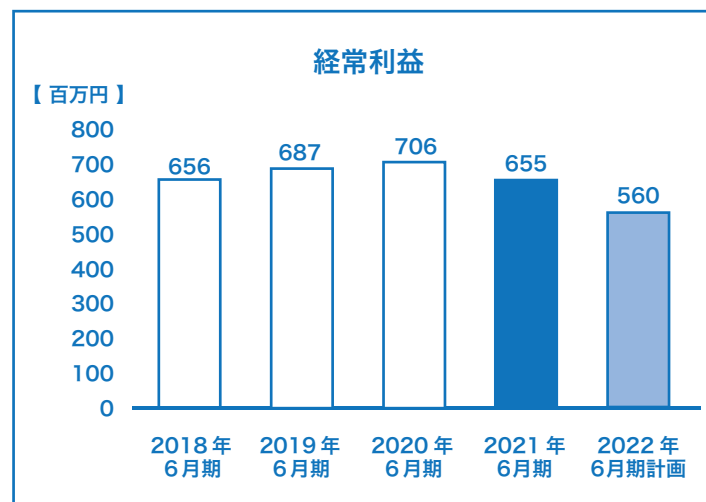
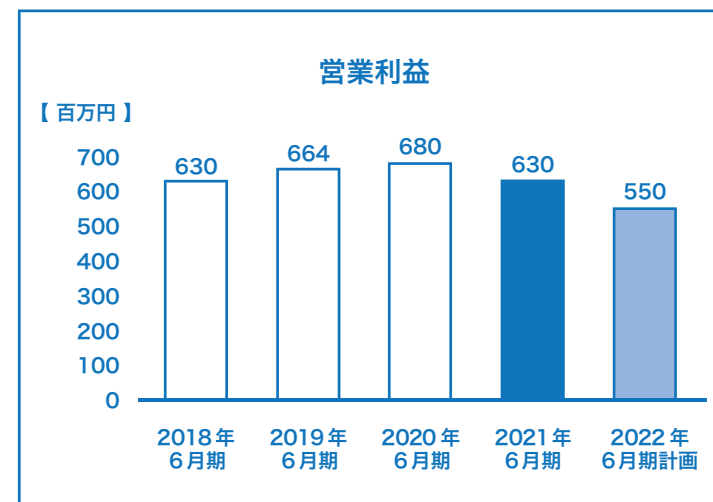
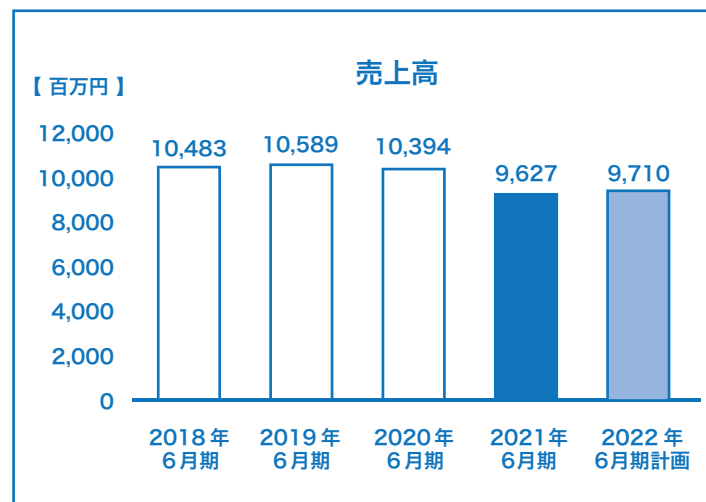
ウィズコロナ時代に呼応する 事業スタイルの構築



＜行動目標＞

- 独自の機能を内包するソフトクローズ関連商品の発展性と全方位営業ネットワークの優位性を活かした周辺の事業領域と販路の拡大・拡充への取り組み
- 新たな生活スタイルに即応できる柔軟な技術開発力の強化
- 積極的に行動できる発想豊かな人材の育成
- 株主様との中長期的な信頼関係の維持

経営指標



- 2020年6月期 自己資本 9,242百万円 自己資本比率76.9%
- 2021年6月期 自己資本 9,556百万円 自己資本比率77.0%

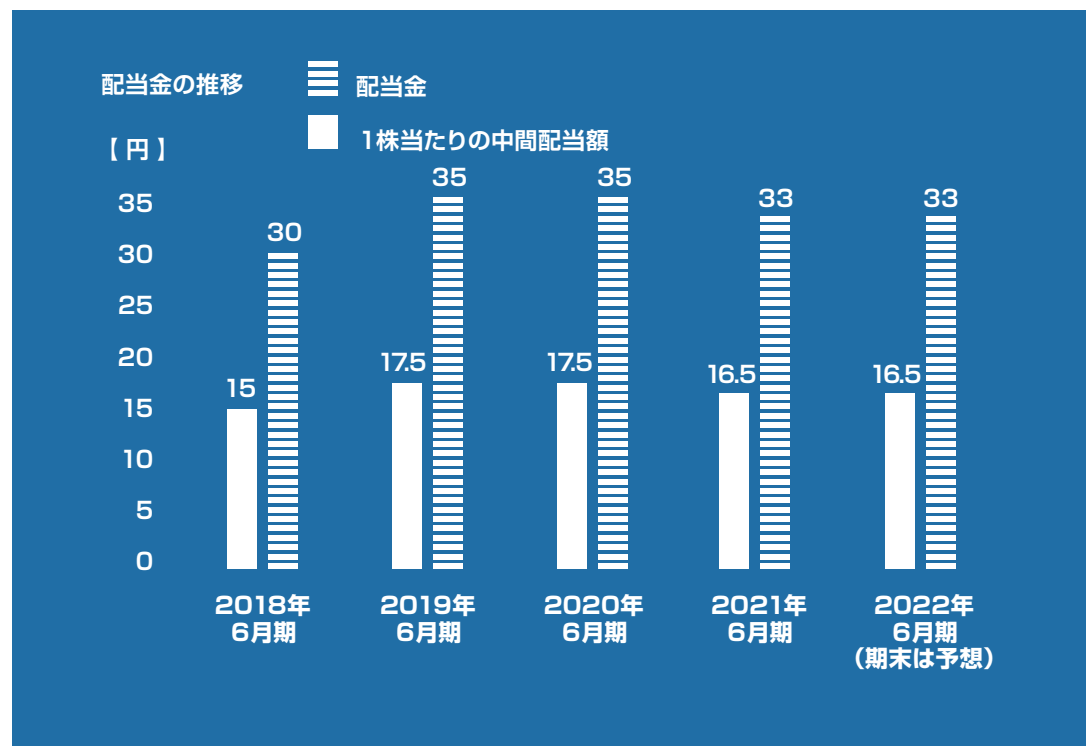
配当政策

【基本方針】

株主の皆様への利益還元を経営の最重要課題として捉え、積極的な配当を行う。

株主還元方針

- 「年間配当金は利益水準のいかんに関わらず、最低でも1株あたり30円を維持する」とともに5年を節目とする記念配当の実施を目標に掲げる
- 株主様への利益還元については業績の推移に応じて柔軟に検討・実施
- 第65期より開始した株主優待制度の維持・継続



IR お問合せ先

IR 担当 経営企画室

TEL：03-3876-3939

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・戦略等に関わる情報は、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まいります。本資料記載の業績見通しのみに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いたします。

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いたします。

住まいの飾り職人



アトムリビントック株式会社
