



株式会社ラウンドワン

2025年3月期 第2四半期決算説明会

2024年11月11日

イベント概要

[企業名]	株式会社ラウンドワン		
[企業 ID]	4680		
[イベント言語]	JPN		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2025 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会		
[決算期]	2025 年度 第 2 四半期		
[日程]	2024 年 11 月 11 日		
[ページ数]	35		
[時間]	15:30 – 16:30 (合計：60 分、登壇：26 分、質疑応答：34 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]			
[登壇者]	3 名		
	代表取締役 社長	杉野 公彦	(以下、杉野)
	取締役 副社長	佐々江 慎二	(以下、佐々江)
	取締役 管理本部長	岡本 純	(以下、岡本)

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



[アナリスト名]* SMBC 日興証券 織田 浩史

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読されたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasiasia.com



登壇

司会：皆様、こんにちは。それでは定刻となりましたので、ただ今から、株式会社ラウンドワン様のIRミーティングを開催いたします。

今回の決算説明会は、会場に加え、ライブ配信と併せたハイブリッド形式で開催いたします。

最初に、会社からお迎えしているの方々をご紹介申し上げます。代表取締役社長、杉野公彦様。

杉野：よろしく申し上げます。

司会：取締役副社長、佐々江愼二様。

佐々江：よろしく申し上げます。

司会：取締役管理本部長、岡本純様。

岡本：よろしく申し上げます。

司会：本日は、杉野社長様からお話をいただき、ご説明が終わりましたら、まず会場の皆様からのご質問をお受けいたします。こちらが一巡しましたら、オンラインでご参加の方からのご質問もお受けする予定です。ご質問のある方は、会社名、氏名を入力の上、チャットにてご質問ください。質問は説明中も受け付けております。

それでは、杉野様、よろしくお願いたします。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



連結決算の分析 第2四半期実績【前年対比】



(単位:億円) ※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

		単位	2024年3月期実績 (2023.4~2023.9)	2025年3月期実績 (2024.4~2024.9)	増減率 (%)
店舗	期末店舗数 ①	店舗数	152	156	+2.6
	期中店舗稼働月数 ①	月数	909	927	+2.0
損益	ボウリング		130.2	142.5	+9.5
	アミューズメント		463.0	515.2	+11.3
	カラオケ・飲食		74.7	88.6	+18.5
	スロッチャ		83.5	96.1	+15.1
	その他		16.7	17.7	+5.9
	総売上		768.3	860.3	+12.0
	売上原価		637.4	700.7	+9.9
	売上総利益		130.8	159.6	+22.0
	販売費及び一般管理費		26.0	29.5	+13.1
	営業利益		104.7	130.0	+24.2
	営業外損益		0.3	△1.8	-
	経常利益 ②		105.1	128.2	+21.9
	売上高経常利益率		13.7%	14.9%	-
	特別損益 ③		5.9	△1.0	-
税金等調整前当期純利益		111.1	127.1	+14.4	
法人税等		33.2	40.2	+21.2	
当期純利益		77.8	86.8	+11.5	

①【増減】
期中店舗数：国内 出店1 退店1、米国 出店5 退店1
期中稼働月数：国内 +3ヶ月、米国 +15ヶ月

②【経常利益の差異要因】※

2024年3月期 第2四半期実績	経常利益	105.1億円
◆国内 経常損益		+11.4億円
■【内訳】 売上の増加		+28.7億円
人件費の増加		△6.6億円
設備修繕費の増加		△2.5億円
販促宣伝費の増加		△2.2億円
アミューズ機器リース料の増加		△2.0億円
アミューズ景品費の増加		△1.4億円
その他費用等の増加		△2.6億円
◆米国 経常損益		+13.6億円
■【内訳】 既存店利益の増加		+1.8億円
稼働月数増加に伴う利益の増加		+10.0億円
初期投資費用の増加		△2.9億円
為替変動の影響		+4.7億円
◆中国 他		△1.9億円
2025年3月期 第2四半期実績	経常利益	128.2億円

※ ロイヤリティを含めない経常利益で比較を行っております。
米国のロイヤリティの額は17.2億円です。

③【特別損益の内訳】

2024年3月期第2四半期実績 特別損益 5.9億円
減損損失 △0.6億円、固定資産除却損等 △2.1億円、
関係会社株式売却益1.5億円、受取補償金 7.2億円
2025年3月期第2四半期実績 特別損益 △1.0億円
固定資産除却損等 △1.0億円

-1-

杉野：それでは、2025年3月期第2四半期決算の概要、それと今後の展望という形で、30分程度をお話させていただきます。いつもどおりこちらの資料を使いながらいきなりたいと思います。

実績です。実績がこちらになりまして、お店の数自体は4店舗純増分です。稼働月数は18カ月分ですから、1.5店舗分が寄与しているということです。売上が前期768億円に対して860億円、営業利益が104億7,000万円に対し130億円、経常利益が105億1,000万円に対して128億2,000万円、最終の当期純利益が77.8億円に対して当該期86.8億円と、増収増益という形になりました。

要因は、内訳としてこちらに記載しております。当然、日米ともにコスト的なものが上がってきますし、特にアーケードのクレーンゲームの変動費、景品の変動費等も当然上がってくるわけですが、その分トップラインとして、また既存店として、業績としては非常に堅調であったということでございます。そういった形でありました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



連結決算の分析 第2四半期実績【計画対比】



(単位:億円) ※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

		単位	2025年3月期 計画 (2024.4~2024.9)	2025年3月期 実績 (2024.4~2024.9)	増減率 (%)
店舗	期末店舗数 ①	店舗数	158	156	△1.3
	期中店舗稼働月数 ①	月数	929	927	△0.2

①【増減】
期中店舗数：国内△1店舗、米国△1店舗
期中稼働月数：国内△2ヶ月

②【経常利益の差異要因】※

損益	ボウリング	138.3	142.5	+3.0
	アミューズメント	500.5	515.2	+2.9
	カラオケ・飲食	84.3	88.6	+5.1
	スポッチャ	90.2	96.1	+6.4
	その他	16.7	17.7	+5.9
	総売上	830.3	860.3	+3.6
	売上原価	682.3	700.7	+2.7
	売上総利益	147.9	159.6	+7.9
	販売費及び一般管理費	30.5	29.5	△3.4
	営業利益	117.4	130.0	+10.8
	営業外損益	△2.9	△1.8	—
	経常利益 ②	114.5	128.2	+12.0
	売上高経常利益率	13.8%	14.9%	—
	特別損益 ③	△1.3	△1.0	—
	税金等調整前当期純利益	113.1	127.1	+12.4
法人税等	35.4	40.2	+13.6	
当期純利益	77.6	86.8	+11.9	

2025年3月期 第2四半期計画	経常利益	114.5億円
◆国内経常損益		+15.0億円
■【内訳】 売上の増加		+17.6億円
減価償却費の減少		+2.7億円
設備修繕費の増加		△3.4億円
アミューズ景品費の増加		△1.8億円
人件費の増加		△1.4億円
その他費用等の減少		+1.3億円
◆米国経常損益		△2.7億円
■【内訳】 既存店利益の減少		△7.7億円
新店利益の増加		+1.8億円
為替変動の影響等		+3.2億円
◆中国 他		+1.4億円
2025年3月期 第2四半期実績	経常利益	128.2億円

※ロイヤリティを含めない経常利益で比較を行っております。
米国のロイヤリティの額は17.2億円です。

③【特別損益の内訳】
2025年3月期第2四半期計画 特別損益△1.3億円
固定資産除却損等△1.3億円
2025年3月期第2四半期実績 特別損益△1.0億円
固定資産除却損等△1.0億円

-2-

2ページ目です。計画比です。計画比は、営業利益ベースで約13億円、経常利益も同じように14億円弱の上振れとなっております。最終当期利益も9億円ほど上振れております。ただ、上振れ額自体はさほど大きなものではありませんでしたので、今回は業績の修正は行っておりません。また、必要なときが来れば、来るように頑張るわけですが、来れば、またそのときに上方修正等を出させていただきます。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



2025年3月期 連結計画 出退店数と損益



2024年5月8日開示資料から変更してありません。

※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

		単位	2025年3月期計画				
			連結	国内 ※1	米国	中国	デリシャス
店舗	新規出店数	店舗数	13	4	8	1	—
	退店数	店舗数	1	—	1	—	—
	総店舗数(期末)	店舗数	165	103	57	5	—
	総店舗稼働月数	月数	1,894	1,213	631	50	—
損益	ボウリング	億円	286.1	221.1	63.4	1.5	—
	アミューズメント	億円	1,030.5	495.2	519.4	15.8	—
	カラオケ・飲食	億円	177.7	80.3	96.5	0.8	—
	スポッチャ	億円	184.4	162.0	17.8	4.5	—
	その他	億円	34.3	34.3	—	0.0	—
	総売上	億円	1,713.1	993.0	697.3	22.7	—
	営業利益	億円	257.0	129.0	141.2	△3.2	△10.0
	経常利益 ※2	億円	250.6	126.5	138.3	△4.2	△10.0
	売上高経常利益率	%	14.6%	12.7%	19.8%	—	—
	特別損益 ※3	億円	△2.8	△1.6	△1.2	—	—
	税金等調整前当期純利益	億円	247.8	124.9	137.1	△4.2	△10.0
法人税等	億円	77.8	50.9	26.8	—	—	
当期純利益	億円	170.0	74.0	110.3	△4.2	△10.0	

(注) ※1 本年度から持株会社体制へ移行いたしましたが、HDを含んだ数字となります。
 ※2 国内と米国は、ロイヤリティを含めない経常利益を記載しております。
 ロイヤリティを含めた場合、国内経常利益 161.4億円、米国経常利益 103.5億円 となります。
 ※3 特別損益：固定資産除却損等 △2.8億円
 【換算レート】1ドル=145.00円、1元=20.00円

-3-

次のページをお願いします。ですので、計画については一切弄っておりません。そのままです。今期は売上 1,713 億円に対して経常利益 250.6 億円、最終当期純利益は 170 億円という設定でございます。

ロイヤリティのやりとりをやらないということ前提で、単体、単体で国内、米国を見ますと、今のところ国内で経常利益 126 億円、北米で 138 億円という形で、今、計画を立てておるといことです。

中国については、前期で減損をかけて、4 店舗あるうちの 1 店舗が黒字、三つが赤字であります。減損をかけておまして、今後、中国については小型店舗 1 店舗をテストケースとして、今期できるか来期できるか分かりませんが、1 店舗ぐらい出したいなと思いますけれども。原則、今の 4 店舗中の赤字が減損かけた後、まだ営業キャッシュフローレベルで赤字であれば、少し規模を小さく減らすだとか、もしくはもうスクラップするだとか、そういったことも視野に入っております。

あと、デリシャス。これは飲食事業です。国内の非常に有名な和食関連の日本食のお店、それを来期の 7 月から年末にかけて約 30 店舗、北米で 4 ユニットか 5 ユニットで、5~6 店舗ずつ入れ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



て、約 30 店舗、向こうで計画をしております。その分の職人さん、社員の採用であったり、もしくは育成の費用、そういったもろもろが約 10 億円程度マイナスで上げております。そういった形で、この計画自体は何も修正を加えておりません。

国内売上及び国内既存店前年対比（実績と計画）



国内売上 実績と計画

※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

	単位	第1四半期		第2四半期		上期			第3四半期	第4四半期	下期	通期
		実績	計画	実績	増減率(%)	計画	実績	増減率(%)	計画	計画	計画	計画
ボウリング	億円	52.9	55.6	57.7	+3.9	106.9	110.7	+3.5	48.7	65.4	114.2	221.1
アミューズメント	億円	112.9	135.3	138.9	+2.6	245.9	251.8	+2.4	115.9	133.3	249.2	495.2
カラオケ	億円	19.4	21.9	21.9	+0.2	40.8	41.4	+1.5	18.1	21.3	39.4	80.3
スポッチャ	億円	37.9	42.6	47.3	+11.2	78.9	85.3	+8.1	31.4	51.7	83.1	162.0
その他	億円	8.5	8.5	9.1	+6.7	16.7	17.7	+5.9	7.8	9.6	17.5	34.3
総売上	億円	231.8	264.1	275.2	+4.2	489.4	507.1	+3.6	222.0	281.5	503.6	993.0
各期末 国内全店舗数		100	101	100	-	101	100	-	102	103	103	103

国内既存店前年対比

※%は四捨五入表示

	単位	第1四半期		第2四半期		上期			第3四半期	第4四半期	下期	通期
		実績	計画	実績	増減	計画	実績	増減	計画	計画	計画	計画
ボウリング	%	+10.3	+4.8	+8.9	+4.1	+5.8	+9.6	+3.8	+2.8	+3.4	+3.1	+4.4
アミューズメント	%	+0.1	△0.6	+3.6	+4.2	△1.5	+2.0	+3.5	△3.4	△1.9	△2.6	△2.0
カラオケ	%	+10.1	+7.4	+7.5	+0.1	+7.2	+8.7	+1.5	+3.1	+0.4	+1.6	+4.4
スポッチャ	%	+8.9	+7.0	+19.0	+12.0	+5.7	+14.3	+8.6	△3.7	+0.0	△1.4	+1.9
その他	%	+8.2	+3.1	+10.0	+6.9	+3.1	+9.1	+6.0	+2.0	+2.7	+2.4	+2.7
総売上	%	+4.8	+2.5	+7.6	+5.1	+2.1	+6.3	+4.2	△1.4	+0.0	△0.6	+0.7
土日祝回数前年対比	日数	±0	±0	±0	-	±0	±0	-	△2	±0	△2	△2
各期末 国内既存店舗数		98	99	99	-	99	99	-	99	99	99	99

-4-

次のページをお願いします。今どういう見通しでというのは、国内の、いわゆる既存店ベースです。これは第2四半期までの計画が終わりまして、下半期です。今のところ、後半はもうほぼ若干のマイナスか、去年と同じレベルで今業績を見ております。

10月の月次は先週末に発表させていただいて、10月は、国内は実質ベースでいきますと約4%増、北米については約6%増でありました。堅調であったということですが、国内は、ちょうど去年の11月辺りから値上げをしましたから、ハードルが結構高くなってきています。よって、見方としてはわれわれとすると、計画では去年並みぐらいしか上がらないんじゃないかと国内は見ております。

国内は来期に向けて若干部分的に値上げできるところは値上げをしたいなと思うんですけれども、今の現状でいきますと、そうそうポンポンと値上げする環境にありません。ただ、コストはどうしても人件費を中心としてかなり上がってきているということもありますので、どこかのタイミング

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



で、どのアイテムでとはまだ決まっておきませんが、値上げできる箇所があれば、少しの値上げということは検討をしなければいけないなどは考えております。

あと、ミニクレーン等を、今、うちのお店は日米ともに大きなクレーンはたくさん入っているんですけど、ミニクレーン、小さいマスコットのぬいぐるみをお客様に取っていただく、そういったミニクレーンを今、積極的に導入を図っております。来年の夏頃までに、日米ともに1店舗平均で100台ぐらいのミニクレーンを設置できるように進めております、これが業績の下支えに多分なってくるだろうと考えております。

米国売上及び米国既存店前年対比（実績と計画）



米国売上 実績と計画

※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

	単位	第2四半期				上期			第3四半期		第4四半期		下期	通期
		実績	計画	実績	増減率(%)	計画	実績	増減率(%)	計画	計画	計画	計画		
ボウリング	億円	15.5	15.8	15.7	△0.4	30.6	31.3	+2.3	14.8	18.0	32.8	63.4		
アミューズメント	億円	124.2	128.5	133.1	+3.5	247.2	257.3	+4.1	118.4	153.7	272.1	519.4		
飲食・パーティー等	億円	23.4	22.1	23.3	+5.2	43.0	46.8	+8.8	24.0	29.4	53.4	96.5		
スポッチャ	億円	4.5	4.4	4.3	△2.4	8.9	8.9	△0.8	3.9	4.9	8.8	17.8		
総売上	億円	167.8	171.0	176.5	+3.2	329.9	344.4	+4.4	161.2	206.1	367.3	697.3		
各期末 米国全店舗数		51	53	52	-	53	52	-	54	57	57	57		

※ 計画1ドル=145.00円 実績1ドル=152.77円で算出しております。

米国既存店前年対比

※ドル比較にて算出、%は四捨五入表示

	単位	第2四半期				上期			第3四半期		第4四半期		下期	通期
		実績	計画	実績	増減	計画	実績	増減	計画	計画	計画	計画		
ボウリング	%	△0.4	+3.8	△2.8	△6.6	+3.4	△1.6	△5.0	+2.6	+2.0	+2.3	+2.8		
アミューズメント	%	+1.3	+2.7	△1.5	△4.2	+2.9	△0.1	△3.0	+3.4	+3.1	+3.2	+3.1		
飲食・パーティー等	%	+13.2	+8.5	+8.5	+0.0	+8.0	+10.8	+2.8	+6.9	+6.4	+6.6	+7.2		
スポッチャ	%	△0.3	+5.0	+3.8	△1.2	+4.7	+1.8	△2.9	+4.2	△0.0	+1.6	+3.0		
総売上	%	+2.6	+3.6	△0.2	△3.8	+3.7	+1.2	△2.5	+3.8	+3.4	+3.6	+3.6		
各期末 米国既存店舗数		47	47	47	-	47	47	-	47	48	48	48		

-5-

次のページになります。北米です。北米も今、足元とするとどんな状況かということ、既存店ベースとして若干のマイナス基調に入っているわけです。ただ、10月は先ほど申しましたように、プラス6%ということで下がり基調であったんですけど、また少し上げ基調に入っている感じがいたします。

ただ、楽観視はもちろんしていません。インフレを止めるために利下げという傾向に入っていることは、過去の事例を見てもリセッションになる可能性が高いと思われます。来年ですね。ですから、特にわれわれは失業率のところを気にしております。その辺りが、リセッションになれ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ば、下手すると5%を軽く超えてくるような失業率になってくると、われわれのビジネスにとっても影響がかなり出てくる可能性はあります。

ただ、今でも個人の消費のところで、クレカのスコアがかなり低い層がたくさん増えてきていることで、かなり厳しい環境になるのは事実ですし、CPIもかなり下がってきたとは言え、まだ2%ちょっと、基調としてはまだインフレの傾向が続いているわけでした。ですから、そういったのがずっとズルズル行きながら、突然としてかなり厳しい状況になるということを、片方では持っておかないといけないわけでした。

そういった意味でも対策としてのやり方は、短期ベースで取れるということは少ないかもしれないんですけども、一つには北米も同様に、厳しい環境の中であるけれども、特に先ほど申し上げた日本も、クレーンもかなり入れていますが、アメリカもまだまだ少ないんですね、導入台数が。よって、割と入れることによって純増分というのは、売上が上がってきている実績が今来ていますので、来年の7月辺りまでに、今はまだ数百台レベルしか入っていないところを、年末までに1,200~1,300台まで、そして来年の7月までには4,000台まで導入を予定しています。よって、来期1年間はかなりの台数がフル稼働になってきますから、こういったところで何とか下支えができればなと思っていますし。

あともう一つは、コロナのときに全然出店ができなかった、あまりできなかったところが、ようやくちょうど2年前に計画した、コロナ明け計画したお店がようやく順次オープンしていきます。ただ、どんどんってわけにいかないんで、来期もおそらく10店舗程度にとどまる可能性が非常に高いわけですけども。再来期以降、もうアクセルは完全に踏んでおりますので、できれば再来期以降は15だとか、20だとか、そういうレベル感でお店をつくっていきいたいなと思っております。

なおかつ、北米では今のデリシャスは除いて、今回新たにフードホール、いわゆるフードコートです。日本のラーメンだとか、カレーだとか、串カツだとか、そういったものを14店舗を1ユニットとして、それをこれからできてくるラウンドワンのお店の横にフードコートをくっ付ける形で、日本のB級、C級グルメですよ、これも1等級です。レストランガイドだとか、食べログでもかなり上位のお店、そのB級、C級グルメを、今のところ2ユニット、プラス14店舗、二つの2ユニットを組んで、来年の1号店が冬になりますけれども、オープンさせていこうと。

今後、ですから過去においてもフードコートというのはラウンドワンの1店舗平均で約2億円ぐらい売っているわけです。アメリカのお店です。それはピザだとか、ホットドッグだとか、もちろんビール、そういったものを中心として2億円ぐらい売っているんです。それを日本のB級、C級グルメに置き換える形の新しい店づくりをやっていくと、こういうようなことを考えています。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



エリア的には、セントラルキッチン方式を採りますので、エリアは四つ、ロサンゼルスを中心としたところ、それとニューヨーク市を中心としたところ、テキサス州、それともう一つがフロリダ州、この四つのエリアで、セントラルキッチンから約3時間圏内に新たにお店をつくる場合においては、フードコートを必ず併設していくと、こういう形でしばらく進めていきたいなと思っております。

北米のショッピングモールが、コロナ前からもうフードコートは弱かったんです。大体6店舗ぐらい。ハンバーガーとか、中国のチャイニーズフードだとか、そういったような1人当たり15ドルだとか、それぐらいの前後の客単価で提供する、ランチを中心としたフードコートがあったんですけども、それでもコロナ前から7店舗中2店舗がもうずっと抜けて、5店舗、4店舗しか営業してなかった。それがコロナになって、またさらに減っているという。そういった状況になっていまして。

ただ、きちっと運営されているショッピングモールのフードコートがあるお店は、われわれのお店も結構強くて。特にフードコートがはやっているお店の近くにわれわれのラウンドワンがあると、余計さらに相乗効果が高い。これは、国内のショッピングモールでも同じような傾向がありまして。これを自力で、自分達でフードコートの経営をしながらやっていければなと、このように考えております。

全てセントラルキッチン方式で、90%以上をそこで作って、あとはもう数週間のトレーニングを積んだアルバイトさんが、最後の仕上げで、現場で提供していくと、こういうシステムでやっていければなと思っていまして。こういったものを中長期的に、一つの新しいラウンドワンのスタイルとしてやっていければと。

今までは、フードコートはどちらかという二の次、三の次でありまして、あくまでもアーケードのラインナップで、ライバル社である Dave & Buster's さんに勝っていこうよということで、14年前から出店をやってきたわけです。逆に、Dave & Buster's さんはライバル社ですけども、こちらはスポーツバーを中心として、飲食も割としっかりしたものを提供し、売上も今は40%ちょっとが飲食の売上です。こういう形でやってらっしゃいます。われわれはもう全く、どちらかという、全てが温めるだけの、電子レンジやフライヤーで揚げたり、温めるだけの、そういった料理の提供しかしていないということで力を入れてなかったんですけども、今回、本格的にそういった形でやっていければなと思っております。

設備投資については、フードコートを広げるだけでありますので、セントラルキッチンをつくる費用だけは別途かかりますけれども、それも初回だけでありますから、そんなに大きく、設備投資額

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



が極端に上がってしまうということではありませんので。あとは、トップラインでどこまで上げることができるかということは、1号店を済んでみないことには分からないんですけど、期待をしたいなと思っております。

2025年3月期 連結計画 キャッシュ・フロー



2024年5月8日開示資料から変更していません。

※0.1億円未満切捨表示

		単位	2024年3月期実績	2025年3月期計画
資金	税金等調整前当期純利益	億円	231.1	247.8
	法人税等支払額	億円	△14.5	△92.2
	その他の増減額	億円	21.0	11.2
	配当金額	億円	△34.1	△41.8
	減価償却費	億円	210.6	226.4
	リース債務の返済額	億円	△118.1	△118.0
	簡易キャッシュ・フロー	億円	296.0	233.4
	設備投資額(リース取引を除く) ①	億円	△155.1	△272.9
	簡易フリーキャッシュ・フロー	億円	140.8	△39.4
	現預金残高	億円	364.6	361.1
	有利子負債残高(リース債務除く)	億円	222.3	258.3
	実質有利子負債残高	億円	△142.2	△102.7

(注) ①2024年3月期実績の設備投資額 △155.1億円の内訳
 ◆新規店舗：△81.7億円(国内：△2.0億円、海外：△79.7億円) ◆既存店舗：△73.4億円(国内：△22.3億円、海外：△51.0億円)
 2025年3月期計画の設備投資額 △272.9億円の内訳
 ◆新規店舗：△174.6億円(国内：△6.0億円、海外：△168.6億円) ◆既存店舗：△98.2億円(国内：△24.6億円、海外：△73.5億円)

-6-

次、6ページをお願いします。ここも変えておりません。前回から何も変わっているところはございません。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



資産等の推移(連結)



2024年5月8日開示資料から変更していません。

※1億円未満切捨、%は四捨五入表示

3月期	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年 計画
総資産	1,017億円	1,068億円	1,173億円	1,358億円	1,505億円	1,576億円	1,706億円	1,854億円	2,378億円
純資産	508億円	567億円	626億円	651億円	408億円	546億円	611億円	705億円	833億円
自己資本比率	50.0%	53.0%	53.3%	47.8%	27.0%	34.4%	35.7%	37.9%	34.9%
現預金残高	201億円	234億円	225億円	345億円	448億円	463億円	291億円	364億円	361億円
有利子負債残高	164億円	137億円	135億円	274億円	672億円	495億円	235億円	222億円	258億円
実質有利子負債残高①	△37億円	△97億円	△90億円	△71億円	223億円	31億円	△55億円	△142億円	△102億円
リース債務残高(賃貸借債務除く)	179億円	155億円	190億円	182億円	149億円	169億円	199億円	182億円	146億円
リース債務含実質有利子負債残高②	142億円	58億円	100億円	111億円	373億円	201億円	144億円	40億円	43億円
当該年度新規リース契約額	109億円	80億円	130億円	94億円	59億円	125億円	124億円	102億円	81億円

(注)①『実質有利子負債残高』=『有利子負債残高』-『現預金残高』

②『リース債務含実質有利子負債残高』=『実質有利子負債残高』+『リース債務残高(賃貸借債務除く)』

※ 上記のリースとはIFRS16及びASC Topic842の資料に関するリース債務を除く、アミューズメント機器やカラオケ設備等のファイナンス・リースです。

-7-

損益等の推移



損益等の推移(連結)

2024年8月7日開示資料から変更していません。

(単位:億円) ※1億円未満切捨、%は四捨五入表示

3月期	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年計画
期末店舗数	122	122	129	137	144	145	149	152	154	165
総売上	835	877	959	1,013	1,047	609	964	1,420	1,591	1,713
経常利益	54	58	102	112	87	△198	53	166	243	250
経常利益率	6.5%	6.7%	10.7%	11.1%	8.3%	-	5.6%	11.7%	15.3%	14.6%
当期純利益	4	27	84	71	47	△179	39	97	156	170
調整後EBITDA①	178	186	223	239	231	△38	142	363	449	481
ROI(投下資本利益率)②	5.9%	6.8%	12.0%	12.4%	8.5%	-	4.7%	18.6%	24.2%	21.4%
ROE(自己資本利益率)③	0.9%	5.4%	15.6%	12.0%	7.5%	-	8.3%	16.9%	23.9%	22.1%
ROA(総資産利益率)④	0.4%	2.7%	8.1%	6.4%	3.8%	-	2.6%	5.9%	8.8%	8.0%
DOE(株主資本配当率)⑤	3.8%	3.8%	3.6%	3.2%	3.0%	3.4%	4.2%	4.3%	5.5%	6.4%

①調整後EBITDA 計算式: 営業利益 + 減価償却費(使用権資産の減価償却費を除く)

②ROI 計算式: 経常利益 ÷ [(期首純資産 + 期末純資産) ÷ 2] + [(期首リース債務含有利子負債 + 期末リース債務含有利子負債) ÷ 2]

③ROE 計算式: 当期純利益 ÷ [(期首自己資本 + 期末自己資本) ÷ 2]

④ROA 計算式: 当期純利益 ÷ [(期首総資産 + 期末総資産) ÷ 2]

⑤DOE 計算式: 配当総額 ÷ [(期首株主資本 + 期末株主資本) ÷ 2]

損益の推移(国内)

3月期	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年計画
期末店舗数	113	107	108	105	103	100	99	99	100	103
総売上	783	805	843	849	842	533	637	898	979	993
経常利益	50	53	92	96	88	△114	21	64	138	126
経常利益率	6.5%	6.6%	11.0%	11.4%	10.5%	-	3.4%	7.2%	14.1%	12.7%
当期純利益	2	28	75	64	53	△98	13	27	85	74

損益の推移(米国)

3月期	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年計画
期末店舗数	9	15	21	32	41	44	46	49	50	57
総売上	51	72	115	163	205	76	321	513	595	697
経常利益	3	5	9	15	0	△76	45	114	112	138
経常利益率	6.7%	7.1%	8.7%	9.4%	0.2%	-	14.1%	22.3%	18.9%	19.8%
当期純利益	2	△1	8	7	△4	△74	30	89	89	110

-8-

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



次をお願いします。ここもそうです。何も変わっておりません。こちらの今までの過去の利益、売上等々の、また各指標の数値をずっと記載させていただいております。結構もう高いレベルでROI、ROE、ROAとも、非常に高いレベルも来ておりますので、これをもっともっと引き上げていこうとすると、新たな形でもう少し利益率、現場での、特に北米を中心とした利益率を引き上げていくところに尽きるのかなと思っていますが。今、こういった非常にいい状況だと思っています。ただ、唯一もしあるとすれば、この利益率のところですね。これを頑張って、やはり北米で20%オーバーできるように持っていければなと思っています。

既存店売上前年比の推移(国内)



2024年5月8日開示資料から変更していません。

(単位：%)

3月期	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年 計画
ボウリング	+7.1	+1.4	△6.5	△4.0	△3.7	+0.4	△11.3	△10.5	△11.2	△9.4	△0.7	+6.2	△1.6	+0.2	△42.2	+14.5	+37.5	+10.9	+4.4
アミューズメント	+0.1	△6.8	△10.8	△9.8	+0.0	△1.1	△10.7	△1.7	+2.2	△7.2	+5.5	+5.0	+3.1	+0.4	△27.2	+21.2	+37.1	+4.2	△2.0
カラオケ	+4.0	△1.2	△7.3	△13.1	+3.4	+15.8	△3.7	△1.8	+0.4	△7.4	+0.6	+1.6	△0.7	△1.3	△52.0	+6.1	+82.7	+17.1	+4.4
スポッチャ	-	△16.1	△9.8	△9.2	△4.5	+7.5	+0.2	+5.1	+3.7	+5.0	△2.5	+8.1	△0.4	△3.8	△49.6	+41.3	+44.0	+14.2	+1.9
その他	△9.2	+13.2	+11.4	△3.9	△14.5	+1.3	△6.6	△9.9	△1.8	+9.9	+1.2	+0.7	+1.9	+10.6	△22.5	+0.3	+29.5	+11.3	+2.7
総売上	+2.0	△4.0	△8.5	△7.7	△2.2	+1.7	△9.0	△4.2	△2.3	△5.6	+1.9	+5.3	+0.9	△0.1	△36.6	+20.2	+40.2	+8.3	+0.7
既存店舗数	57	69	79	89	104	106	108	111	111	112	105	107	104	103	103	98	98	98	99

(単位：%)

既存店国内売上前年比の推移 (2024年3月期実績を100とした場合)



-9-

次のページをお願いします。前年対比の推移等を記載させていただいております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



既存店舗売上対策

国内既存店舗売上対策

- ◆ **ROUND1 LIVEを使ったリモートイベントの開催**◆
 - ・『スペシャル』『ラウチャレ』…人気プロボウラーが参加するボウリング大会をオンラインで開催。
 - ・『リモ練』…毎週月曜～金曜にプロボウラーがテーマに沿ったレッスンを配信。
 - ・『ファンイベント』…アイドルやインフルエンサーが主催するボウリングやカラオケのオンラインイベントを開催。
- ◆ **お子様・小中学生向けキャンペーンの開催**◆
 - ・『小中学生無料キャンペーン』…ボウリング、カラオケ、アミューズメント(メダル)にて中学生以下を対象に実施中。
 - ・『KIDSリモ練』…小中学生を対象として無料でボウリングのリモートレッスンを実施。
- ◆ **アミューズメント ゲームチャージカード端末のテスト導入**◆
 - ・2024年3月以降、各種ゲーム機のプレイ代金の支払いを、現金によるカードへのチャージ(前払い)方式とするテストをロードサイド3店舗、繁華街2店舗にて実施中。(メダル貸機は対象外)
- ◆ **ミニクレールゲーム機の増台**◆
 - ・年末までにミニクレールゲーム機合計約4,000台の増台を順次実施中。なお、2024年10月末時点で約2,000台導入済。
- ◆ **アミューズメント新機種 導入**◆
 - ・『Minecraft Dungeons Arcade』カードゲーム機(コナミアミューズメント) 2024年11月中旬より順次導入予定。
- ◆ **コラボキャンペーンの開催**◆
 - ・ボウリング・カラオケ・スポッチャにて、コラボドリンクのご注文やコラボパックのご利用で、オリジナルグッズをプレゼントする期間限定コラボキャンペーンを、様々なアーティストやアニメ等と実施中。
 - ・カラオケでは3面プロジェクターを使用したコラボルームを順次展開中。
 - ・なお、2024年10月11日より初の日米同時開催でホロライブのコラボキャンペーンを実施中。

ROUND1



『Minecraft Dungeons Arcade』
©2024 Mojang AB. TM Microsoft Corporation



米国 ミニクレールゲーム機設置の様子

米国既存店舗売上対策

- ◆ **ミニクレールゲーム機の増台**◆
 - ・2025年7月末までにミニクレールゲーム機合計約4,000台の増台を順次実施中。なお、2024年9月末時点で約500台導入済。

-10-

次をお願いします。トピックスとしてあるのは、このコラボです。日本ではずっと、過去10年間ぐらい、カラオケ、ボウリング等々を中心として、もしくは一部スポッチャも入れて、日本のアイドルグループであったり、もしくはアニメであったり、そういったところとコラボをしてきました。

一方で、どちらかというところ、アーケード、ゲームのほうでは各メーカーさんからアニメであったりとか、アイドルグループのぬいぐるみだとか、そういったものを仕入れているわけですから、それはしていなかったんですけど。ここに来て、一度やってみよう。特にアメリカでそういった日本のキャラクター関係がまだまだ弱いんですね。よって、独自に日米合わせながら、特に北米においてはアーケードの売上を上げていく目的で、日米同時に合わせるキャラクターを使って、北米に景品としてのぬいぐるみだとか、フィギュアだとか、そういったものを送り込む。

もしくは、今回の企画で非常に当たっているのが、ゲームをするにはマイチャージをしているんですね。北米は。例えば50ドル分を現金もしくはクレジットカードでゲームカードにチャージをしていただいて、それでゲームをすると。日本は100円玉を入れていくというやり方です。この特徴がいいのは、値上げが非常に細かい形でできるだとか、そういったこともあるんですけども。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**
Asia's Meetings, Globally

今回、どんなキャンペーンをしているかと言いますと、ゲームカードに、例えば1万円分だとか1万5,000円ですね、100ドル分、1万5,000円分チャージをしていただければ、このキャンペーンの、今回はホロライブというVTuberのキャラクターですが、これの例えばタオルだとか、いろんなグッズを購入できる権利を与えましょうと。

そうしますと、ゲーム目的の方じゃない方も結構いらっちゃって、非常に既存店ベースを底上げすることになりました。直前の1週間も16%、既存店、全社ですよ。全店でのあれで、既存店売上の同週比は16%。その前の週はもっと高かったです。ここまで当たる企画というのは、まあないですね。10年に1回あるかないかという。これは、でもこの企画というのは、ホロライブというキャラクターだけで生きているわけですから、これを今後、日本からどんどんと向こう、日米の両方で使えるようにしていくことによって、かなり業績に与える好影響が多分出てくるだろうと思っております。こちらに対しては超積極的にやっていきたいと考えております。

特にチャージを100ドル、1万5,000円分やって、それをゲームをしない人にとっては余計なものなんですけど、実は購入するグッズ以外にクレーンの中にキャラクターのグッズをつかって、そこに入れていくわけですから、そこに今度チャージしたお金を使うという、こういう非常にいいパターンになっておまして。今後、こういったコラボを日米同時にやっていくということを積極的にやっていきたい。

また、アメリカ単独でも、向こうでそういう日本のキャラクター、アイドル、そういったものも含めてですけども、持っていけるような体制づくりを整えることによって、まだまだクレーンも伸びてくる可能性があるのかなと見ております。

リアル店舗、大きな店舗を持っている強みと、アメリカもおそらく来期の終わりぐらいには、各店舗200台以上の台数をクレーンで誇ると、これはもうアメリカでは、もう、うちしかありませんのでね。1台、2台、3台のそういったロケーションというのは結構向こうでは昔からあるわけですけど。ライバル社も当然そういったスペースは持っていませんので置けないわけですから。この強みをどんどん活かして、お店の出店も積極的に行っていければと思っております。

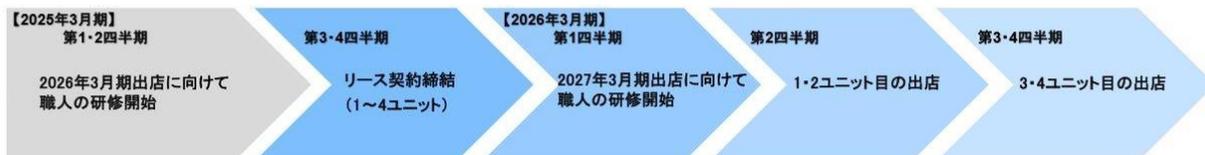
サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

ラウンドワンデリシャスが目指すのは、国内で最高評価を得た日本食そのままのクオリティを海外へ、真の日本食の美味しさを世界の方に味わっていただくことです。
 ”ここにすれば、さまざまなジャンルの「本物の日本食」を味わうことができる” そんな楽しさをお客様にご提供するために、
 館、日本料理、中華、創作(イノベティブ)、焼鳥、天ぷらのいずれかの組み合わせで1つのユニットを形成し、
 2025年度夏より北米に出店を開始いたします。

◆出店計画について◆

米国を中心に向こう5年間で10都市に150店舗(30ユニット)を出店目標といたします。
 全世界への進出の足がかりとして、まずはアメリカ主要都市(ニューヨーク、ロサンゼルス、サンフランシスコ、ホノルル、ラスベガス、シカゴ、ダラス、ワシントンDC)への出店を目指します。将来的には、ヨーロッパをはじめ全世界へとフィールドを拡大していく予定です。

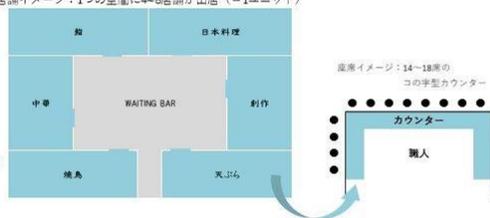


◆事業計画について(1店舗あたり)◆

- ・投資額:45万ドル前後
- ・座席数:16席前後
- ・360日営業
- ・客単価:400~1,200ドル
- ・年間集客目標:5,760人
- ・年間売上:400万ドル
- ・人員数(ストアマネージャー・職人・アルバイト):10名

※なお、出店に向けて職人の研修費用をはじめ、その他準備費用が出店の前年に発生致します。

店舗イメージ:1つの空間に4~8店舗が出店(=1ユニット)



-11-

次のページをお願いします。デリシャスです。先ほど、冒頭申し上げたように、来期の第3四半期ぐらいに約30店舗、4から5ユニット掛ける、4から8店舗ずつぐらいをつくって、30店舗をオープンさせます。今、職人さんの養成をもう約半年ほど経過しておりまして、あとまた半年ぐらい、各お店で本店と同じことができるレベルに仕上げてもらおうように今、各加盟店さんをお願いをしております。

これも実際にオープンしてみないと分かりませんが、既に日本食で高い料金を、客単価設定をされてやられているところもちらほらと出てきていまして。われわれのお店のレベル感で見ると、もうはるかに日本での評価はめちゃくちゃ高いですね、われわれの加盟店さんというのは。予約がもう1年、2年待ちというのがもうざらでありますから。そういったところの同じレシピを、同じような形で向こうで提供できれば、このデリシャスという会社自体は健闘してもらえるかなと思います。利益貢献もしてくれるでしょう。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasiasia.com

◆協力加盟店について◆

2024年11月1日時点で、加盟店16店舗との契約を締結しております。



鮨 | 鮨 あらい
東京 銀座
「食ベログアワード 2024」 Gold受賞
レストランガイド2020 1つ星獲得



鮨 | 照寿司
福岡 北九州
「食ベログアワード 2024」 Bronze受賞
レストランガイド2014 掲載



鮨 | 菊鮨
福岡 春日
「食ベログアワード 2024」 Silver受賞
レストランガイド2019 1つ星獲得



鮨 | 鮨 駒
秋田 由利本荘
「食ベログアワード 2024」 Silver受賞



イノパーティブ | 蒼
東京 西麻布
「食ベログアワード 2024」 Gold受賞



イノパーティブ | CHIUnE
東京 紀尾井
「食ベログアワード 2023」 Gold受賞



日本料理 | 銀座 しのはら
東京 銀座
「食ベログアワード 2024」 Gold受賞
レストランガイド2025 2つ星獲得



日本料理 | 片折
石川 金沢
「食ベログアワード 2024」 Gold受賞
レストランガイド2021 2つ星獲得



日本料理 | 鈴田式
東京 西麻布
「食ベログアワード 2023」 Bronze受賞



天ぷら | 成生
静岡 葵
「食ベログアワード 2024」 Gold受賞



天ぷら | たきや
東京 麻布十番
「食ベログアワード 2024」 Gold受賞



天ぷら | ぬま田
大阪 北新地
レストランガイド2024 2つ星獲得



中華 | 銀座 上瀧
東京 銀座
「食ベログアワード 2024」 Bronze受賞
レストランガイド2014 1つ星獲得



焼鳥 | 新島新神戸
東京 赤坂
「食ベログアワード 2023」 Gold受賞



焼鳥 | 鳥えん
ニューヨーク
レストランガイド2022 1つ星獲得



焼鳥 | 吾一
大阪 肥後橋
レストランガイド2018 掲載

-12-

次のページをお願いします。それがこういったお店です。レストランガイドを取っていないお店は何かと言いますと、ほとんどが返上しております。どうしても座席の予約の固定を取っておかないといけないから、いろんなルールがあつて。そうすると、もう放っておいても全部埋まるお店ですから、もうだったらということで返上されているお店も結構あるんですけど。北米に行った際には、北米のお店で積極的に、これはレストランガイドは取っておかないといけないかなと思っております、向こうのお店は積極的に取っていかうと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

出店計画と今後の方針



2024年4月以降のオープン予定店舗

出店国	店舗名 / 出店予定地域	営業面積	SP	AM小型	FH	オープン時期
日本	町田ジョルナ店 / 東京都町田市	1,488㎡		●		2024年4月オープン済
	ラスベガスサウスアウトレット店 / ネバダ州ラスベガス	2,428㎡		●		2024年4月オープン済
	プラザボニータ店 / カリフォルニア州ナショナルシティ	5,443㎡				2024年6月オープン済
	ガーニーミルズ店 / イリノイ州ガーニー	6,551㎡				2024年7月オープン済
	ミッションビエホ店 / カリフォルニア州ミッションビエホ	1,901㎡		●		2024年11月オープン済
	ストーンタウンギャラリア店 / カリフォルニア州サンフランシスコ	4,837㎡				2024年11月オープン予定
	ザ・ミルズ・アット・ジャージーガーデンズ店 / ニュージャージー州エリザベス	3,830㎡				2025年2月オープン予定
米国	ディアブルック店 / テキサス州ハンブル	2,195㎡		●		2025年2月オープン予定
	チャンドラー店 / アリゾナ州チャンドラー	6,081㎡				2025年2月オープン予定
	ウィローブルック店 / テキサス州ヒューストン	9,689㎡	●			2025年度オープン予定
	パシフィックビュー店 / カリフォルニア州ベンチュラ	5,668㎡				2025年度オープン予定
	ノースカウンティ店 / カリフォルニア州エスコンティード	8,856㎡	●		●	2025年度オープン予定
	メンローパーク店 / ニュージャージー州エジソン	5,072㎡				2025年度オープン予定
	スカイビュー店 / ニューヨーク州フラッシング	7,450㎡				2026年度オープン予定
中国	5号店	—		●		2024年度オープン予定

※ オープン予定店舗の店舗名は、仮称で記載しております。

※ “AM小型” 欄に“●”のある店舗は、アミューズメントを中心とした小型店舗の出店を予定しております。

※ “SP” 欄に“●”のある店舗は、スポッチャタイプにて出店を予定しております。

※ “FH” 欄に“●”のある店舗は、フードホールを併設にて出店を予定しております。

※ 米国は上記の他に28店舗が現在リース契約締結交渉中です。 ※ 中国5号店についてはリース契約締結交渉中です。

今後の出店方針について

【国内】アミューズメントを中心とした小型店（営業面積約500～1,200坪）の積極的な出店を目指しております。

【米国】従来の形態の店舗に加えて、アミューズメントを中心とした小型店およびフードホール併設店舗の出店を進めてまいります。詳細につきましては、P.14をご参照ください。

【中国】来場の見込める既存のショッピングモールへアミューズメントを中心とした小型店を出店し、その後の出店方針を検討してまいります。

-13-

次のページをお願いします。来期、ここまでですね、このお店まで今オープンが進みました。サンフランシスコのお店です。それ以降こういう形で今計画しております。今、これは完全にもうリース契約が終わった物件だけを記載しております。

中国を書いていますけれども、今期出せないと思います。出せない可能性があります。小さいお店です。テストのお店。来期は分かりません。できればいいなというレベルであるだけです。業績に与える影響はありません。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



米国店舗の出店方針と収支状況



2024年8月7日開示資料から変更していません。

【出店モデルの概要と方針】

※参考:1マイル = 約1.6Km、1ドル = 145円で計算

	通常店舗	スポッチャ併設店舗	アミューズ小型店舗	フードホール併設店舗
主な施設	ボウリング・アミューズメント・カラオケ・飲食	ボウリング・アミューズメント・カラオケ・飲食・スポッチャ	アミューズメント・飲食	アミューズメント・日本食を中心としたフードホール
出店候補地	全米の既存大型ショッピングモール内への直営による居抜き出店(出店対象となるモールは全米で約900施設)			
営業面積	1,500坪程度	2,500坪程度	650坪程度	未定
出店可能エリア	商圏人口:半径5マイル(約8km)・・・15万人以上、半径10マイル(約16km)・・・40万人以上		通常店舗、スポッチャ併設店舗のあるエリアにも出店可能	
対象顧客	ショッピングモールへの来店客(夜間は大学生を中心とした若年層) ※男女比は50%:50%を想定			
売上構成	ボウリング 約10%、アミューズメント 約76%、飲食・パーティー・他 約14%	ボウリング 約7%、アミューズメント 約61%、スポッチャ 約19%、飲食・パーティー・他 約13%	アミューズメント 約90%、飲食 10%	従来型のアメリカンタイプの飲食ではなく、日本食(ラーメン・たこ焼き等)を中心としたフードホールを併設するアミューズメント施設を新たに展開予定 ※詳細は現在検討中
投資額	約1,330万ドル(約19億円) 内訳:内装関連・・・約750万ドル、什器備品等・・・約170万ドル、アミューズメント機器・・・約260万ドル、ボウリング機器・・・約80万ドル、開業費等・・・約70万ドル	約1,740万ドル(約25億円) 内訳:内装関連・・・約900万ドル、什器備品等・・・約230万ドル、アミューズメント機器・・・約260万ドル、ボウリング機器・・・約80万ドル、スポッチャ設備・・・約190万ドル、開業費等・・・約80万ドル	約1,110万ドル(約16億円) 内訳:内装関連・・・約650万ドル、什器備品等・・・約150万ドル、アミューズメント機器・・・約260万ドル、開業費等・・・約50万ドル	
償却期間	内装:10年、ボウリング設備:7年、アミューズ機器:7年、什器備品:5～7年、スポッチャ設備:5年			
出店方針	米国での150～200店舗体制を目標に、上記4つのモデルを合わせて年間約10店舗の出店を目指す			

【収支状況】

区分		好調店舗	平均店舗	赤字店舗
年間 収 支	総売上	1,190万ドル (約17.3億円)	960万ドル (約13.9億円)	450万ドル (約6.5億円)
	売上総利益【初年度】	300万ドル (約4.4億円)	120万ドル (約1.7億円)	△150万ドル (約△2.2億円)
	売上総利益【2年目以降】	420万ドル (約6.1億円)	250万ドル (約3.6億円)	△30万ドル (約△0.4億円)
	売上総利益率【2年目以降】	35.3%	26.0%	—

※ 初年度の売上総利益は開業費、会計上の工事期間間賃料を含みます。
 ※ 平均店舗は全店舗での平均値となっております。
 ※ 収支状況と色分けは年1回期末に更新いたします。

-14-

次のページ願います。今の実績です。こういう形で、黄色、グリーン、ピンクで、好調な店舗と赤字になっている店舗で分けて、今のところは全店記載をする形を取っております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



米国店舗の現況



【2024年10月末現在オープン済の52店舗】

オープン時期	店舗名 / 地域	営業面積	SP AM◆
2010年8月	ブエンテヒルズ店 / カリフォルニア州	9,717㎡	●
2012年9月	モレノバレー店 / カリフォルニア州	4,060㎡	
2013年8月	レイクウッド店 / カリフォルニア州	3,976㎡	
2014年12月	アーリントンパーク店 / テキサス州	5,933㎡	
2015年5月	メインプレイズ店 / カリフォルニア州	3,716㎡	
2015年7月	サウスセンター店 / ワシントン州	3,973㎡	
2015年9月	イーストリッジ店 / カリフォルニア州	4,759㎡	
2016年5月	グレイブパインミルズ店 / テキサス州	7,493㎡	
2016年8月	サンバレー店 / カリフォルニア州	4,891㎡	
2016年12月	エクストン店 / ペンシルベニア州	5,423㎡	
2017年1月	サウスウエスト店 / コロラド州	5,811㎡	
2017年3月	フォックスバレー店 / イリノイ州	4,724㎡	
2017年7月	ブロードウェイ店 / ニューヨーク州	5,092㎡	
2017年9月	クリスタルラン店 / ニューヨーク州	4,212㎡	
2017年10月	グレートレイクスクロッシング店 / ミシガン州	5,488㎡	
2018年1月	フォーシーズンズ店 / ノースカロライナ州	5,649㎡	
2018年3月	グレートレイクス店 / オハイオ州	4,659㎡	
2018年6月	メイン店 / メイン州	4,025㎡	
2018年6月	コナドセンター店 / ニューメキシコ州	4,891㎡	
2018年8月	サウスタウンセンター店 / ユタ州	4,645㎡	
2018年9月	ミルクリーク店 / ペンシルベニア州	4,649㎡	
2018年12月	ゲートウェイ店 / ネブラスカ州	4,462㎡	
2018年12月	ノースリバーサイドパーク店 / イリノイ州	4,189㎡	
2019年2月	サウスリッジ店 / ウィスコンシン州	4,191㎡	
2019年3月	ノースリッジ店 / カリフォルニア州	4,789㎡	
2019年3月	ホールヨーク店 / マサチューセッツ州	4,793㎡	

オープン時期	店舗名 / 地域	営業面積	SP AM◆
2019年3月	テメキュラブルムナード店 / カリフォルニア州	5,056㎡	
2019年7月	サウスランド店 / カリフォルニア州	4,540㎡	
2019年8月	メドウッド店 / ネバダ州	3,836㎡	
2019年10月	パークプレイズ店 / アリゾナ州	4,696㎡	
2019年11月	メドーズ店 / ネバダ州	3,948㎡	
2019年11月	フェアフィールドコモンス店 / オハイオ州	4,805㎡	
2019年12月	タウンソンタウンセンター店 / メリーランド州	4,907㎡	
2019年12月	ファッションディストリクト店 / ペンシルベニア州	5,396㎡	
2020年2月	バレーリバーセンター店 / オレゴン州	5,653㎡	
2020年3月	バーバンクタウンセンター店 / カリフォルニア州	3,981㎡	
2020年7月	タウンイーストスクエア店 / カンザス州	3,781㎡	
2020年9月	ボトマックミルズ店 / バージニア州	4,583㎡	
2020年10月	デプトフォード店 / ニュージャージー州	4,568㎡	
2021年2月	カンバーランド店 / ジョージア州	7,767㎡	●
2021年3月	パークシティセンター店 / ペンシルベニア州	4,645㎡	●
2021年4月	バンクーバー店 / ワシントン州	4,493㎡	
2021年6月	ケイルスプリングス店 / オクラホマ州	4,020㎡	
2022年6月	ペンローケレイクス店 / フロリダ州	9,442㎡	●
2022年8月	ローズビル店 / カリフォルニア州	4,164㎡	
2022年8月	サウスヒル店 / ワシントン州	4,834㎡	
2023年3月	ノーススター店 / テキサス州	5,193㎡	
2023年12月	アローヘッド店 / アリゾナ州	7,722㎡	●
2024年3月	ダンベリーフェアー店 / コネチカット州	5,703㎡	
2024年4月	ラスベガスサウスアウトレット店 / ネバダ州	2,428㎡	◆
2024年6月	プラザボニータ店 / カリフォルニア州	5,443㎡	
2024年7月	ガーニーミルズ店 / イリノイ州	6,551㎡	

※『好調店舗(黄色)』と『平均店舗(緑色)』と『赤字店舗(ピンク色)』に色分けしております。

-15-

次のページをお願いします。これが好調だとか不調だとかというのであります。もう既にアメリカでも4~5店舗ぐらいですかね、スクラップしております。悪い店舗を。これからも同じ考え方を。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



店舗の状況



出退店・期末店舗数の推移

	～2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期 計画
日本											
出店数	121	1	2	1	1	—	—	1	1	1	4
退店数	8	1	8	—	4	2	3	2	1	1	—
期末店舗数	113	113	107	108	105	103	100	99	99	99	103
米国											
出店数	5	4	6	6	11	9	5	2	4	2	8
退店数	—	—	—	—	—	—	2	—	1	1	1
期末店舗数	8	9	15	21	32	41	44	46	49	50	57
中国											
出店数	—	—	—	—	—	—	1	2	1	—	1
退店数	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
期末店舗数	—	—	—	—	—	—	1	3	4	4	5
連結											
期末総店舗数	121	122	122	129	137	144	145	149	152	153	165

日本国内100店舗内訳（2024年10月末現在）

形態別					店舗数	区分別		店舗数
スタンダードタイプ		スタジアムタイプ		クレーンゲームパーク		賃借店舗	所有店舗	
繁華街店舗	ロードサイド店舗	繁華街店舗	ロードサイド店舗			100	79	21
9	35	1	53	2				

国内外エリア別156店舗内訳（2024年10月末現在）

出店エリア	日本									米国	中国	合計
	北海道・東北	北陸・甲信越	関東	中部・東海	関西	中国・四国	九州・沖縄	小計				
店舗数	11	3	32	13	23	7	11	100	52	4	156	
シェア	7.1%	1.9%	20.5%	8.3%	14.7%	4.5%	7.1%	64.1%	33.3%	2.6%	100%	

※所有店舗には、土地建物所有の8店舗と借地権付建物所有の13店舗を含んでおります。

-16-

次のページをお願いします。

あとは定例的な資料だけですので、割愛させていただきます。

一応簡単ではございますけれども、以上でございます。

司会：杉野様、ありがとうございました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



質疑応答

司会 [M]：それでは、これから質疑応答といたします。まず、会場の皆様からのご質問をお受けします。続きまして、オンラインで参加されている方からのご質問をお受けします。

なお、この IR ミーティングは質疑応答部分も含め、全文を書き起こして公開する予定です。会社名、氏名を名乗られますとそのまま掲載されることをご了承ください。

質問者 [Q]：ご説明ありがとうございます。1点お伺いしたいのは、ラウンドワンの世代別の収益構造といいたいでしょうか。若者世代が中心かとも思いつつ、ファミリー層もあるでしょうし、シニア層もあるのかと思います。それが今、非常に飛躍的に成長している米国と日本の違いとか、その辺を教えていただきたいのと。

2点目は、次世代の顧客開拓をどこにフォーカスされているのかという。資料を拝見すると、小中学生というのも国内ではあるんですが、そこが育っていくのを待つのか、それともちょっと横に広がって、広く当たられようとしているのか。以上、2点ですが、お教え願えますとありがたいです。

杉野 [A]：日米の違いというのはさほど大きな違いにはならないんです。若干北米はシニア層が弱いと思います。もう少しボウリングを積極的なつくりにしておけば、もう少しシニア層が、日本でもそうですけれどもね、ボウリングだとかは割とですが、国内のアーケードがシニアに強いのはメダルゲームなんですね。アメリカはメダルゲームがないんです。よって、北米の場合は全部の売上のうち、もう7割ぐらいがアーケードの売上ですけれども。よって、シニア層はどちらかというところ売上の比率で見るとはるかに日本のほうが高いと思います。

主要顧客、一番ゾーンとして高いのは、若者やファミリー層がメインのところになりまして、そこで占めていますよというところで1割が、国内においてはシニア層と見ていただければいいと思います。北米はシニア層がない分だけその他の層が増えてくると考えていただければいいと思います。

顧客開拓、将来のということですが、一時20年ぐらい前に、シニア層、シニアの開拓を、今の78、79、80歳前後の団塊の世代の方達が、ちょうど60歳前後、リタイアしてくるんで、ここにもう照準を合わせないと、どの業界も駄目になるよってよく言われた時期がありました。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



われわれも積極的に、その当時からボウリングのマニア化、もう一度ボウリングを1からきちっと教室で覚えていただいて、マイボールを持っていただいて、生涯スポーツとしてボウリングを取り入れていただこうということもずっとやってきましたし、今もやっていますが。超積極的にやらなくちゃいけないことというのは、もう約10年ほど前からターゲットはやはり大学生に、少なくなってくる、どんどん減っている大学生に来てもらえるようにしておかないと、僕らの業界は絶対駄目だと思っけています。

それは何かと言いますと、一つには、結局、高校生大学生のお兄ちゃんお姉ちゃんが、熱狂まではいかなくてもどこで遊んでるんだという情報自体は、もう小学校低学年でも知っているんですね。下手すると幼稚園児だって知っているんですね。憧れを持って、僕達も私達も、いわゆる高校大学に行ってアルバイト料が入ったら、自分達で遊びに行きたいんだ。だから、実は昔、10年ぐらい前だったら、幼稚園、小学校の低学年の方達というのはショッピングモールの中のいわゆる時間制レジャー的なところで遊んだりすることで満足だったのが、もう今や、幼稚園になった時点でラウンドワンに連れてってくれて親に言うのが今の主体になっています。

無論遊べるアイテムは少ないんですけど、それだけ情報化社会ですし、子ども達だってネットの中からどんどん情報を入れる形ですね。よって、やはり憧れのような存在でラウンドワンというのが位置づけられないといけないなど。若い子達にですね。

一方で、大学生で、20代は遊んだ方達が突然来なくなるのは30代前半です。要は子どもさんができると、もうそこにしばらく集中してしまうわけです。ただ、たくさんのお子さんが生まれるという状況じゃもうないというのが今の状況でありまして。生まれてもお一人。お一人であれば、要は30代に来られないだけです。子どもさんが小学校行くか行かないまでが来られない、そこから、また子どもさんを連れてどこに行きたいってなったら、やっぱりそれは親からしたらキャンプだとかなるんでしょうけれども、子どもさんからしたら、キャンプよりもラウンドワンになってもらえるようにするがために、なおかつ大学生の皆さんが卒業して来なくなったということは、逆にそこで知り合ったわけですね、彼女、彼氏としてデートをしてという、安心を持って来られるわけです。われわれのお店にですね。そういった切り口として、どこにターゲットを合わせるか、企画も何もかもですけれど、大学生に合わせているということです。

司会 [M]：ありがとうございます。

織田 [Q]：ご説明ありがとうございます。SMBC日興証券の織田です。質問、大きく二つございますので、一問一答でお願いできればと思います。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



まず、アメリカの既存店対策のところについて、ミニクレーンですとか、コラボとか、あとフードコートの話とか、いろいろいただきましたけれども。少しそれぞれについてお伺いできればと思っております。

まず一つ目が、ミニクレーンです。これを今順次進めていって、これからどんどん進めていくというお話で。なかなか外から見ていると、ミニクレーンが人気なのかどうかって、アメリカで分からないというのが正直なところがあって。今、現時点で500台ぐらいですかね、導入されているということなので。その辺りの感触とか、アメリカでのミニクレーンってどうなんだというところのお話を伺えればというところと。

あと、コラボの話は非常に面白いなと個人的には思っていますけれども。何かこれを日米同時展開、あるいはアメリカだけで展開するにあたってのボトルネックみたいなものがあるのかどうか、この辺りについて教えてください。これが1点目でございます。

杉野 [A]：ミニクレーンは、まだ北米のクレーンを増やそうとして、ずっとこの過去1年間にわたって50台ぐらい、60台ぐらいしかなかったクレーンの台数を130とかに今、引き上げたんですね。それでもまだ130台で、日本の320台とは全然開きがあります。

その一つの理由には、ラインナップのことがあるんですね。日本というのは非常にたくさん、もうクレーンゲームに入れる商品というのは本当にたくさんあって、その中から何を選ぶか、どんなものを入れれば売上が立つかということをバイヤーが一生懸命、いろいろ試行錯誤というか、テストもしながら商品を選んでいる、そういった状況にある。

ただ北米は、そのラインナップがまだまだ日本に比べると少な過ぎる。結局クレーンゲーム自体を本格的にきちっとやっているところって、今のところラウンドワンしかないんですね。しかも、そのラインナップ自体が100台で100種類、200台では200種類、300では300種類、それも使える100種類、200種類、300種類をそろえられるかどうかというところが一番のいわゆるボトルネックになっているのも事実です。

それが徐々にではありますけれども、今、各日本の国内のメーカーさん等々も、よし、少しずつだけれども増やしていこうという舵取りに変更をされてきましたので、今後、増えることはあっても減ることはありません。

どんどん物販も含めてですけれども、アメリカの、今後、結構大きな市場として、各メーカーさんとも捉えられているということをお伺いしていますので増えていくんですが、それをずっと待っているよりも、いわゆる今、今回のコラボにあるように、独自に各メーカーさんというか、版元さんです

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



よね、その版元さんに対して、権利を持っていらっしゃる版元さんに対してわれわれが直接交渉をして、いわゆるボウリングだとか、スポッチャ、カラオケのコラボをしますけれども、クレーンの中身もコラボしましょうよと。ぜひつくらせてください。超長期じゃなくてもいいんです。3カ月でいいですからつくらせてください、という、この交渉自体を個別にやっていくわけでした。

うまくいくかどうかというのは、個別の交渉自体で乗ってくれるかどうかですが、今回、一つの実績ができました。この実績というのは、非常に僕は大きいと思っていて。ゼロと1ではもう全然話が違うということで、この実績をきちっと各版元さんにもお話ししながらやっていければ、各メーカーさんとも安定して、ラウンドワン以外にもアメリカでどんどん売れるような環境はつくりたいはずなんで、そのきっかけづくりとして、うちを逆に利用していただければいいわけですから。

そういう意味でも、今後、そういうキャラクターですよ、日本のキャラクターを積極的に導入していく、交渉自体をメーカー任せではなくって、われわれもやっていきましょうよということですよ。

ミニクレーンを入れるとどの程度かということ、今の実績ベースで言いますと、まだ台数が百数十台にオンしていくレベルでいきますと、どこまでやれば売上が変わらなくなるかというのはまだ見えていませんが、今のところ1台入れると、大体50ドルぐらい。円に直すと7,500円ぐらい、1台当たり、1日当たりの売上が出てくるというところでもあります。それが当然1台当たりというのは増えれば増えるほど、1台当たりはだんだん落ちてきますから、どこかでももちろん止めるわけですけど。

今のところは今、50台入っていない、40台ぐらいかな、入っているミニクレーン、北米のほうですけれども、それを100台、日本も100台のところまで引き上げていこうと思っています。その辺りが一つの分岐点になってくるかなと思っています。

ただし、アメリカはそれを即時に実行できないのは、機械の供給体制の問題も片方であるんですが、一方で、やはりラインナップですよ。それをいきなり今、ボンとたくさん入れたらいいじゃないかとなっても、景品が今度はないんですよ。使える景品が。何でもいいわけじゃありませんので。ですので、その歩調を合わせながら増やしていくというイメージで、来年の7月までかかるであろうと見ております。

ですから、それが今の業績がストレートに台当たり50ドルとかというレベルでオンできれば、かなり業績としては上げることができると見ております。以上です。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



織田 [Q]：ありがとうございます。二つ目ですけれども、資料の10ページ目のところで、これは毎度というか、継続の話で。アミューズメントゲームチャージカードのところ、おそらく状況自体はあんまり変わっていないのかなという推測はしてはいるんですけども、今後、これは非常に多分社長としてもやりたいことだし、重要なことだと思うんですけども。今後、この辺りのところに対してどういうふうに展開とか、試行錯誤とかを図っていかうと今考えられているのか。これは二つ目、よろしく願いいたします。

杉野 [A]：アメリカと同じように、アメリカと同じというか、もう日本以外と同じように、マイチャージですね。ゲームをするにおいて100円オペレーションね、クォーターオペレーションじゃなくて、前もってクレジットカードとかで5,000円とか1万円とか、50ドルとか100ドルとかチャージをして、それで遊んでいただくやり方を取ると何が大きなメリットかという、集金業務という、100円玉に両替するコストだとか、もういろんなさまざまなコストとして、国内においてもどうでしょう、4億円ぐらいそういったコストで使っているんです。

今の時代にそんなものをと、これからさらに、おそらく10年後にはもう貨幣がなくなるかどうかとかいうような話も出るかもしれませんよね。そういった状況の中で、まだ何十年も昔からやっているやり方しか取れないっておかしいでしょうということ。

もう一つが値上げです。非常に細かい設定で値上げができるんですね。もしくはダイナミックプライシングというか、ボウリング、カラオケも、何十年前からそうなっているんですね。土日が高いとか、学生が安いとか、一般料金が安いとか、そういうことができる。でもアーケードだけは100円なわけですよ。何にもできない。100円か200円か、もしくは2プレイで50円、50円か。もうそういう単位でしかできないわけです。

これはもう全然駄目で。でも、実はこれ、日本国中全部が一斉にやってくれたらまず大丈夫ですけど、まずやらないですね。できない。何とかうちがその壁を、穴をちょっとでも開けられたらと思って今やっていますけれども、状況は変わっていません。結局可能性があるとするれば、ロードサイド店舗、来る目的のお客様がほとんどの店に対しては、ひょっとしたら将来的に売上が落ちずに変わらなくなってくる可能性はゼロじゃありませんので、これは継続してテストをずっとやり続ける。

ただし、ショッピングセンターと繁華街については難しいです。これはかなりの年限がかかる可能性があるなど見ていまして。テストとしてはまだ一部やっていますけれども、これは終了せざるを得ないのかなと思っています。状況は、やっているお店自体はもちろん芳しくありません。売りが下がっているってことです。よって、どうすればというのは今後も考えながら、もう間もなく2月

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



で1年来るわけですがけれども、ありとあらゆるできること、どこかのタイミングで何かを思い付くかもしれませんし。ですから、そういうことが期待としてありながら、テストだけは続けていこうと、このような状況でございます。

織田 [M]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：それでは他にご質問のある方。

質問者 [Q]：ご説明ありがとうございました。2点お願いできればと思います。

1点目は、先ほどのご質問の箇所とも重複するかもしれないんですが、ゲームチャージカードのところになります。米国だと、先ほどクレジットでのチャージということをおっしゃられていましたけれども、日本だとクレジットのチャージというところの何か制約があるのかないのかというところを、基本的なところで申し訳ないですが、ご説明いただければと思います。

杉野 [A]：まず1点目、クレカについては、制約は別にはないんですが、われわれはこれを普及させる目的で、きょう現金でチャージしました。余りました。それは帰りに余った分は現金としてまた持って帰っていただきます。だから安心してチャージをしてください。帰りは戻ってきますよ。でもクレカだけは戻ってきません。

なぜかって言いますと、それを逆に使われてクレカ自体を現金化すると。よくありがちなやり方ですね。そういったことに使われたら困りますので、それはできない形を取っています。

質問者 [Q]：ありがとうございます。続いて2点目ですが、ラウンドワンデリシャスについて教えてください。今後のところで非常に楽しみにしているところではあるんですが、客単価のところが高単価ということが特徴に挙げられると思います。そうした中で、職人さんのコストとか、あと、加盟店の契約の費用だとか、そういったものを諸々お支払した後に、ラウンドワンの手元に残るこの利益水準というのはどの程度のものを想定していらっしゃるのか、可能な範囲で教えていただければと思います。

杉野 [A]：ブレイクイーブンは3億8,000万円です。平均ですね、1店舗の。ですから、それを超えてくれば利益につながってくると思っていただければいいかと思います。その3億8,000万円の内訳を、要は料理とお酒等にどう分けるかというのは、これからまだ時間がありますので、いろいろなデータを、先になされているお寿司屋さんとか和食店とかいろいろありますね。そういったところをもうかなり調べてありますけれども、料理のグレードだとか、そういったことも含めながら、その3億8,000万円のお酒と料理、それが8対2になるのか、いや、7対3にするのかという

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ことと、要は客単価掛ける結局 1 日のお客様の数、客数でありますので、それを 1 回転でできるようにするのか、2 回転やらないといけないようにするとか、いろいろさまざまあります。

よって、その 3 億 8,000 万円をどの程度超えるか、目標値として、当然利益率として先ほどの 20%を最低限ラインとして、営業利益ですね、それを超えていかないといけないというわけですから。当然アバウトですけれども、5 億円ぐらい上げて、4 億円ぐらいの最終コストになって、1 億円ぐらい利益として上がればいいなという、漠然としたまだイメージしか持っておりません。ただ一つの目標値としてはそれがあると。

あとは、その客単価として、お酒と料理で、例えば日本円で 10 万円であれば、じゃあいくらいったら 5,000 人放り込まないといけないということですね、5 億円だったら。5,000 人を 365 で割れば、1 日何人ですかというのが出てくるはず。例えば 1 日 14 名とか、13 名とかでいけるよねとか、そういうような形で設定をして。でも、実際に開けて、10 万円だということに来てくれるか来てくれないかというのも、開けてみないと分からないわけですね。そういう形です。

質問者 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：大変丁寧なご説明ありがとうございます。また、素晴らしいお土産を同封いただきまして、ありがとうございます。

私も、前の方に続きまして、ラウンドワンデリシャス事業についてお伺いいたします。一般的にはですけれども、生食用の海産物であるとか、野菜などの、日本食のために最適化された国内の食品流通インフラというものが利用できないということで、おそらく業態的にも個別の仕入れルートを開拓していくことが必要になるような気もするのですけれども。

食品流通インフラが利用できないことによるコストとクオリティ両面で、ボトルネックとなるポイントではないかという課題意識を、杉野社長様自身お持ちであるかどうかと。あるいは、その克服するアイデアといいますか、何かアピール可能な戦略のようなものがあったら、あるいは将来的にそこをもっと改革していくというような戦略のようなものがあったら、ぜひ教えていただきたいと思います。よろしくお伺いいたします。

杉野 [A]：日本から持っていけるものは必ず持っていきます。持っていけないというもの、例えば鶏ですね。これは駄目なわけです。よって、持っていけない鶏、国内でおいしい鶏があるのに、それを持っていけない。じゃあ、北米にそれがありますかって、現時点で使えるものの最高峰のものを向こうで調達できるような形を整えております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



同じようなことですね。国内から持っていけない、例えば一部の野菜だとか、そういったものも向こうで、全米というのは非常に広いわけですし、それも併せて加盟店さんと一緒になって、向こうでどのレベルのものだったら、どういう形で、どの料理だったら合格点が出せるかを今まさに研究している最中であります。

ただ、少なくとも極力日本のレシピで日本の味、味というか母店のレベルに限りなく合わせることを今目標としております。そのレベルに達すれば、今先に行かれています、いわゆる日本食レストランというところと比べたら、はるかにわれわれのほうが上回れば、現に今例えばA店というところで500ドルで、例えば1日10人、15人入っているのであれば、じゃあ、われわれが600ドルいただいて、それよりもたくさんのお客様のオーダーが、オファーが来るといようなことにもつながるだろうと。

ベンチマークとしてはあくまでも既存の日本食レストランさんよりもはるかに上のレベルの食材を使っていく。そういったものがいい回転としてなるようにということで、今、準備を進めておるといことです。

ただ、一つだけ言えるのは、日本の超一等級のベスト50に、60万店舗のベスト50に入るお店しかないんです。入っていないんです。加盟していただいていないんです。これは嘘じゃないです。本当です。間違いなく。それもレストランガイドさんのように、調査員の方だけのやり方と、もう一つ、食べログさんのように広い広いお客様のレビューさんからの評価、合わせた形でも、両立でトップクラスのお店しかないってことは、それをきちっとアメリカの方達に、お客様候補に伝わるようにしていくことが最も重要であろうと思っております。

その最高峰のレベルがこの味ですよということをきちっとお伝えしていく。それがお客様の口に合うかどうかというのは別の問題です。よって、そういうような形でやっていく。ただし、別の問題とは言いながらも、ローカライズできるところ、やっても構わないところは、母店である加盟店さんのご承諾を得ながら、一緒になってメニュー開発を行っていくこともいずれは必ず僕は必要だろうと思っております。そのような考え方に基づいていくと。

食材の仕入れに対しても、母店がおそらく100点満点を仕入れるんですね。当然アメリカに持っていく分というのは99点のレベル、90点に落とすことは絶対ありません。なぜかという、技術は母店の大将のほうがはるかに上なんで、できれば母店よりも高くてもいいから、それを仕入れてくださいってお願いをしています。そういう考え方です。よって、客単価も高くなりますねと。仕方ないですね、最初はね、と思っております。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



質問者 [Q]：大変よく分かりました。ありがとうございました。ちなみに、この資料を拝見すると、1店舗の想定が16座席で、4店舗から8店舗が出店すると書いてあるんですけども。1店舗当たり2から4座席ということですか。

杉野 [A]：違います。1ユニット、いわゆるユニットで、いわゆる天ぷら、和食、フュージョンだとか、お寿司だとかという形で、例えば7店舗が一つの、500坪ぐらいのところに入っているというイメージです。よって、各お店とも14席、15席、16席辺りが一つの標準となっているということです。

質問者 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：他にご質問がある方。それではオンラインで質問が来ております。私からご紹介させていただきます。

質問者 [Q]：北米のリテンションとクレーンゲームの成長率を比べると、どれぐらい差がありますか。

杉野 [M]：成長率ですか。

司会 [M]：成長率と書いてあります。

杉野 [A]：成長率で見ると、圧倒的にクレーンです。台数がどんどん増えているわけですから。お店の面積、借りている賃貸面積が変わらないことを前提で、何が台数として増えていますかというのと、クレーンがどんどん増えているわけです。何かを削らないと駄目なわけです。何を削るんですかといったら、ビデオゲームであったりとか、あまり売れていない、例えば日本から持っていったプリクラだったりとか、もしくは一部のリテンションの機械であったりとかというのは減っていったら、クレーンが増えていくってことは、逆に言い換えれば、なぜ増えるんですかというのは、売上が立つからです。その分の成長というのは、明らかに圧倒的にクレーンです。

司会 [M]：ありがとうございました。

質問者 [Q]：アメリカの地域別でのパフォーマンスギャップが生じているか教えてください。

杉野 [A]：一番好調って言われるのは、もう今挙げた、今度フードコートをつくろうとしているエリアというのは、ロサンゼルスを中心とした、ニューヨークを中心とした、テキサス州を中心とした、フロリダ州を中心とした、この4州については非常に好調です。逆にその他の地域というのは不調なケースが多くて。例えばシカゴを中心としたイリノイ州とか、その辺りも、本来であれば大きい町ですから流行っていいんですけども、あまりうちとしては過去にめちゃくちゃ売上があ

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



った店でなくて、逆にスクラップした店のほうが多いぐらいです。よって、ですからこの4州以外のところは、あまり売上、利益に貢献している店というのは少ないと見ていただければいいと思います。以上です。

司会 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：米国の事業環境を考えたときに、値上げは選択肢となるのか。それともインフレが嫌気されている環境において、今回のようなコラボキャンペーンやクレーン拡充がポイントになるのでしょうか。

杉野 [A]：合わせ技だと思います。ただ、リセッションとなったときに値上げができるかという、できないです。リセッションになる確率は、今のところ過去の事例ですよね、見ると利下げの局面があると、もうその翌年はほぼリセッションになる確率が高いと見ていまして。僕らもですね。

ですから、あまり環境的にはよろしくないというのは分かっているんですが。トランプさんになったことだし、おそらく最後の期でありますから、万人受けする政策を取ってこれられるとなれば、ある程度のインフレも覚悟しながら、バラマキ政策、特に広い人達からいい大統領だったなと思っていただけるような政策を取っていただけるんじゃないかなろうかというような期待値も含めて、ブレーキとアクセルを両方踏みながらトランプさんは進めていっていただければ、そのリセッションというのは少し遠のくような感じもありますから。

僕達も、今のところCPIが2.3%というレベルで、言ってもまだ上がっているわけですから。よほど失業率が高くない、いわゆる5%になったら駄目ですけど、例えば4.4%とか4.5%のレベルだったら、値上げということと、併せて当然コラボだとか、いろんな他のことでの合わせ技で業績を上げていくと。一番はもちろん新店でありますけれども、そういうふうに考えております。

司会 [M]：ありがとうございます。

質問者 [Q]：もうお答えいただいている部分もあると思いますけれども、日本と米国における若年層、独身とファミリー層の客数および客単価の動向のポイントを教えてください。

杉野 [A]：お客様単価自体は、ほとんど、どの世代においても変わりません。ファミリー層が少なそうに見えながらも、今、クレーンゲームでお使いになられる方も結構多いわけですし。ですから、単価としてはあまり大きな変化にはならないと。ただ、日米のお客様単価の違いというのは、北米のほうが高いですね。どうしてもワンプレイ単価が非常に高いわけです。日本に比べて、この

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



10年間で1.5倍ぐらいプレイ単価が上がっていると。上げることができたわけですね。日本はアーケードが上げられていないわけですから。そういった意味で、今それぐらい違うと。

あとは、もう年齢層とか、そういった構成については、もう冒頭に申し上げたとおり、ご質問にあったとおりでございますから、それで割愛します。

司会 [M]：ありがとうございました。それでは他にご質問のある方はいかがでしょうか。

サワダ [Q]：東海東京インテリジェンス・ラボのサワダと申します。ご説明ありがとうございました。すみません、遅れてきてしまったもので、重複がありましたら申し訳ございません。

まず、米国の出店に関して、以前、新しいスタッフの手配が厳しいというようなお話をいただいておりました、足元の状況、感触の変化がありましたらアップデートをお願いいたします。

杉野 [A]：北米は、要は今どういった状況かということ、失業率3.6%ぐらいのレベルで空前のいい状況が続いたのが、今4.3%ぐらいですね。どういった状況かということ、人が採りやすい状況であるということ。もう一つは、賃金自体は決して下がっているわけじゃありません。少し上がっているの、まだ。まだ上がっているんですね。

よって、上がっているんですけど、それ以上に上げることができる会社はいい人が採れます。採れるんです。日本もそうですね。採りづらい採りづらいと言うんですけど、1,000円で採りづらいんだったら、2,000円出せば、だーっと来ます。極論の例で言いますけど。

ということは、逆に言い換えれば、みすみす人が採れないがために、いわゆる販売機会ロスであったりとか、利益ロスになったら駄目なわけですし。そのためにも1店舗当たりの合理化、いろんな形の合理化を図りながら、利益率を高めておいて、いい人材をいつでも採れる環境というのは、やっぱりそれだけの利益率の高い会社や、高いお店はそれができる。逆に利益率がほぼゼロに近いところは絶対できないわけですから。その図式というのは、もう日米ともに変わりません。

サワダ [Q]：ありがとうございます。続いて、中国のところをお伺いしたいんですけども。足元の状況と、現地でクレーンゲームとか、日本のコンテンツのヒットがいろいろあったと聞いています。その辺りで経営判断の変化等々あるのかどうかお教えてください。

杉野 [A]：それはもう先ほどご説明させていただいたんですけど、基本的にはあまり中国は重要視していないということです。もうそれが結論です。

サワダ [Q]：ありがとうございます。あと、デリシャスで1点、足元の研修の状況、もしお話しただけのものがありましたら。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



杉野 [A]：今、来年の7月から12月にオープンするべく、今きちっと養成に入っております。もう既に半年経過しております。

サワダ [M]：分かりました。ありがとうございます。

司会 [M]：それでは、予定しておりました時間になりましたので、以上をもちまして、株式会社ラウンドワン様のIRミーティングを終了いたします。杉野様、ありがとうございました。

杉野 [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：また、皆様にはご来場いただき誠にありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

