



株式会社ラウンドワン

2026 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会

2025 年 8 月 12 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]	2026 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会		
[決算期]	2026 年度 第 1 四半期		
[日程]	2025 年 8 月 12 日		
[ページ数]	34		
[時間]	15:30 – 16:33 (合計：63 分、登壇：39 分、質疑応答：24 分)		
[開催場所]	インターネット配信		
[会場面積]			
[出席人数]	3 名		
[登壇者]	代表取締役 社長 杉野 公彦 (以下、杉野) 取締役 副社長 佐々江 愼二 (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
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
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



登壇

司会：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決算説明会を開催いたします。今回の説明会は、会場での開催に加え、ライブ配信形式のオンラインと併せたハイブリッド形式で開催させていただきます。

最初に、会社からお迎えしております3名の方をご紹介します。代表取締役社長、杉野公彦様です。

杉野：よろしくお願いします。

司会：取締役、副社長、佐々江慎二様です。

佐々江：よろしくお願いします。

司会：取締役、管理本部長、岡本純様です。

岡本：よろしくお願いします。

司会：本日は、社長の杉野様からご説明いただくことになっております。ご説明後、会場からの質疑応答の時間といたします。続きまして、今回、オンラインでご参加されている方からもご質問をお受けする予定です。なお、質問のある方は、会社名、お名前をご入力の上、チャットにてご入力いただければと思います。質問は説明中も受け付けております。

それでは、杉野様、よろしくお願いいたします。

サポート

日本 050-5212-7790
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1四半期実績【前年対比】



		単位	2025年3月期 実績 (2024.4~2024.6)	2026年3月期 実績 (2025.4~2025.6)	増減率 (%)
店 舗	期末店舗数 ①	店舗数	155	160	+3.2
	期中店舗稼働月数 ①	月数	460	479	+4.1
損 益		ボウリング	68.8	69.9	+1.6
		アミューズメント	240.0	266.0	+10.8
		カラオケ・飲食	43.1	45.5	+5.6
		スポッチャ	43.3	44.6	+2.9
		その他	8.5	8.7	+2.0
	売上収益		403.8	434.8	+7.7
	売上原価		335.1	354.3	+5.7
	売上総利益		68.7	80.5	+17.1
	販売費及び一般管理費		14.1	18.0	+28.0
	その他の営業損益 ③		0.6	△ 1.7	—
	営業利益 ②		55.3	60.7	+9.8
	売上高営業利益率		13.7%	14.0%	—
	金融損益		△ 8.3	△ 9.9	—
	持分法による投資損益		0.9	0.7	△15.1
	税引前利益		47.9	51.5	+7.6
法人所得税費用		13.9	17.5	+25.2	
当期利益		33.9	34.0	+0.3	

-1-

(単位:億円) ※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

①【増減】

期末店舗数：国内 退店 1、米国 出店 6、中国 出店 1 退店 1
期中稼働月数：国内 △2ヶ月、米国 +22ヶ月、中国 △1ヶ月

②【営業利益の差異要因】※

2025年3月期 第1四半期実績	営業利益	55.3億円
◆国内 営業損益		+1.2億円
【内訳】 売上収益の増加		+12.3億円
アミューズリース減価償却費の減少		+2.6億円
人件費の増加		△4.4億円
アミューズ景品費の増加		△2.9億円
設備修繕費の増加		△1.3億円
水道光熱費の増加		△1.2億円
その他費用等の増加		△3.9億円
◆米国 営業損益		+6.5億円
【内訳】 売上収益の増加		+33.8億円
人件費の増加		△6.0億円
アミューズ景品費の増加		△5.8億円
減価償却費の増加		△4.3億円
支払手数料の増加		△4.3億円
為替変動の影響等		△6.9億円
◆中国 他		△2.3億円
2026年3月期 第1四半期実績	営業利益	60.7億円

※ ロイヤリティを含めない営業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9.3億円です。

③【その他の営業損益の内訳】

2025年3月期 第1四半期実績 その他の営業損益 0.6億円
・為替差益 1.7億円、固定資産除却損等 △1.1億円
2026年3月期 第1四半期実績 その他の営業損益 △1.7億円
・為替差損 △1.5億円、固定資産除却損等 △0.2億円

杉野：それでは、2026年3月期第1四半期の決算の概要と今後の展望ということでお話をさせていただきます。よろしくお願いします。いつもどおりこちらの資料を使いながら説明をします。

1ページ目をお願いします。実績ですけれども、昨年と比較して店舗の稼働月数が19カ月相当分、ですから2店舗弱程度実質的に増えたということです。売上が403億円に対して434億円という形になりました。営業利益が55.3億円に対して60.7億円という形になりました。最終の当期利益が33.9億円、34億円と、もうほぼ横ばいということになっております。

内訳です。売上は非常に堅調に伸びてきたと言えます。ただ、コストも必ず上がってくるということは、これは4月にわれわれは今期のガイダンスを、下旬にガイダンスを作成し、また5月のゴールデンウィーク明けにそれを迎えたわけですが、そのとき以上に、やはりコストの面についてはわれわれが見通した以上に厳しい状況もありました。

当然売上が伸びているわけですから、同じように平行で人件費だとか、アーケードのそういうクレーンの経費だとか伸びてくるのは分かるんですけれども、それ以外の部分でも結構われわれが想定していた以上に乖離が出てきたというのが今の実態かと思えます。

サポート

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



ただ、それを含めて、5月のゴールデンウィーク明けにこちらで発表させていただいたときも、決算発表のときもそうですけれども、そういった際において、これからもまだまだ日米ともにコストのところは上がってくるであろうということを見越した上で、それに対する対処というのは、結局最終的なその利益の確保をするためには、さらにトップラインを引き上げていくという方法と、コストをコントロールきちっとしていくという両建てがあるわけですが、やはり一番には見合う分だけきちっと売上を上げていく、その一つの方法としては値上げということもありました。

その値上げのことについては、計画自体においてはうたっておりませんけれども、想定として、そういう必要性があれば必ずやりますよということを申し上げていました。結果、第1クォーター、4、5、6月と進んだ7月の頭より、日米ともに3%。ただ日本の場合はアーケードが値上げ、実質的にはコインゲーム以外はできませんので、全体で見れば実質的には2%程度にとどまるのかなと思いますけれども、値上げをさせていただきました。

まだ経過してひと月半ぐらいですけれども、客数自体もほぼ変わらず、値上げ分がそっくり乗るような形として、日米とも特に推移をしております。

アメリカのほうで、ちょうど去年の今時分、夏にオープンした2店舗が異常な数値をたたき出すぐらいに好調だったために、その2店舗がいわゆる丸一年たって、当然オープン景気がなくなって、売上の的にはかなり減っているんですが、それでも非常に好調店舗の部類でありますので、上位10店舗の中に入っている両店のマイナス影響、既存店の昨対に対するマイナス影響分というのがあって、北米の昨対が去年並み程度しか出ていないわけですが、実質的には今、足元としてはその2店舗を除けば、残りの五十数店舗についてはプラス5%程度で来ています。日本と比べると見劣りはしますが、日米ともにトップラインとしては非常に好調であると言えます。

足元も先日、月次発表を7月にさせていただいて、直近の1週間のデータも開示をさせていただいていますけれども、日米ともに非常に好調であるというのが今の実態でございます。

それを受けて、その分、ですから4、5、6月のこのコスト増の分を、この7月の値上げ分として吸収できればなという思いで、7月の頭に値上げをさせていただきました。今後、これがどういう形になるのかというのは、第2クォーター、第3クォーターと実態を見てみないことには当然分からないわけですが、ざっくり申し上げると、日本はどちらかというと、今安心して見ていられます。どちらかというとですね。北米のほうで不透明感が強いというのがあります。当然それはトランプ関税の影響がどのような形で出るのか。また、インフレに戻っていったときに、まず金利を上げざるを得ない状況になったときに、北米自体がどうなっていくのかということですが、

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

僕たちがいつも気にしている指標自体が、マクロの指標というのは、あくまでも北米は失業率です。日本は何かと言いますと、ついこの間発表もされました、いわゆる最低賃金、いわゆる時間給ですね。アルバイトさんの時間給、もしくは20代の初任給、こういったところが非常に気にするポイントでして。

ここが上がっている分においては、当然われわれも人件費のコスト増、今出ていますように、コスト増としてマイナスに効くんですけども、それ以上にトップライン、売上ですね、お客様の来場頻度であったり、客単価であったり、値上げを吸収したりという、ここについては日本も20代のアルバイト料だとか、20代の初任給がどんどん上がってくれることによって、われわれの業績が維持もしくはまだまだ上昇していく。

北米については、これは今、失業率が4.2%、4.3%に近くなっているというのが今の足元の状況ですが、この状況がキープされているということは、逆に言い換えれば、ほぼ完全雇用の状態であるということなんですね。ということは、逆に言い換えれば人手を取りづらい。どの人手がというと、年収でいうと1,000万以下のところですね。中堅から、どちらかというと低所得に入るところの層が取りづらいんです。われわれもそうです。取りづらいということは時間給を上げないといけないんです。時間給を上げるということは、そこに対する当然可処分所得というのが増える傾向にあるんですね。

逆に、今、アメリカの給料が上がらないところというのは、所得でいうと1,000万円以上、2,000万円、3,000万円のところが、どちらかというとAIの革命によって、そちらの給料は非常に上がりづらいというのが今の現状でして。僕らにとって、あまりそちらは関係なくあります。その二つのところが、いわゆる20代のところの所得がまだ増える傾向にある限りは、われわれの業績が比較的安定するだろう。

もう一つは、当然業績としての安定があるということで、もし万が一コスト増、いわゆるインフレによって物価が上がってきて、われわれのコストも上がってきたときには、それは値上げによって対処できるというふうな見方をしております。そういう対処で直近、この数年間来たということですね。

ここが非常に重要なポイントであると思っております。当然われわれとしては、きちっと利益の出る会社として、企業として、新たな当然設備投資、それは目に見える部分の内外装もそうですし、新しい機械、そういったものにきちっと投資をできる会社がやはり当然生き残るわけでして。それができなければ、単純なる値上げだけで推移をしていきますと、当然お客様は減っていきます。そ

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

のいわゆる二極化というか、その業界内におけるわれわれはアーケードだとかのレジャー業界に位置するわけですけども。

この業界においても当然二極化、もう駄目なところは本当にもう設備投資できなくて、値上げもできなくて、どんどんコストが上がって赤字になっていくと。そうじゃないことをやっていくためには、きちっとした利益を確保できるような、バランスを取りながらそういった経営というのが、この向こう恐らく何年間かは必要となってくるであろうという認識を持っております。

連結決算の分析 第1四半期実績【計画対比】

ROUND1

		単位	2026年3月期 計画 (2025.4~2025.6)	2026年3月期 実績 (2025.4~2025.6)	増減率 (%)
店舗	期末店舗数	店舗数	160	160	—
	期中店舗稼働月数	月数	479	479	—
損益	ボウリング		70.1	69.9	△0.3
	アミューズメント		256.9	266.0	+3.5
	カラオケ・飲食		44.9	45.5	+1.3
	スポッチャ		45.0	44.6	△0.9
	その他		8.7	8.7	△0.0
	売上収益		425.8	434.8	+2.1
	売上原価		344.3	354.3	+2.9
	売上総利益		81.4	80.5	△1.2
	販売費及び一般管理費		14.9	18.0	+20.4
	その他の営業損益②		△0.6	△1.7	—
	営業利益①		65.8	60.7	△7.7
	売上高営業利益率		15.5%	14.0%	—
	金融損益		△8.5	△9.9	—
	持分法による投資損益		—	0.7	—
	税引前利益		57.3	51.5	△10.0
	法人所得税費用		16.7	17.5	+4.3
	当期利益		40.5	34.0	△15.9

(単位:億円) ※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

①【営業利益の差異要因】※

2026年3月期 第1四半期計画	営業利益	65.8億円
◆国内営業損益		△3.6億円
【内訳】 売上収益の増加		+3.1億円
アミューズ景品費の増加		△2.2億円
設備修繕費の増加		△1.0億円
水道光熱費の増加		△1.2億円
人件費の増加		△1.1億円
その他費用等の増加		△1.2億円
◆米国営業損益		△0.7億円
【内訳】 アミューズ景品費の増加		△1.1億円
支払手数料の増加		△1.1億円
為替変動の影響等		+1.5億円
◆中国 他		△0.8億円
2026年3月期 第1四半期実績	営業利益	60.7億円

※ロイヤリティを含めない営業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9.3億円です。

②【その他の営業損益の内訳】

2026年3月期 第1四半期計画 その他の営業損益 △0.6億円
・固定資産除却損等 △0.6億円
2026年3月期 第1四半期実績 その他の営業損益 △1.7億円
・為替差損 △1.5億円、固定資産除却損等 △0.2億円

-2-

2 ページ目が計画対比でありますけれども。コンセンサス含めて乖離があったということで、株価にもそういった反応が出たんだろうと思いますけれども。当然のことながら、一番大きなところというのは、この乖離の部分です。コストのところがわれわれとしては強気に見過ぎたというところであります。それが結果として、コストの乖離で営業利益ベースでも約 5 億円ほどの差が出てしまった。8%ぐらいですね。

これが、じゃあ取り戻せるかどうかというのは、第 2 クォーター、第 3 クォーターで、特にトップラインのところですね。この値上げの効果の分が、このコストの吸収がきちっとできるかどうかということを見ていかないといけないというところであります。

サポート

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

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

その中でも、先ほど申しましたように不透明感が残るアメリカ、トランプ関税を中心としたところの部分というのは、これはわれわれとしてもあまり強気には見られない可能性も当然あるわけですけど。日本については、今のところ少数与党となつての政権のところが不安定要素があるように見られがちですけれども。

実態として今、じゃあ何かどうなのかっていったときに、確かに世間が求めている減税、いわゆる物価高によって苦しんでいるというところは当然ありますが、ただそうは言っても、その分賃金の上昇ということ、こういったところがある種あるわけでございまして。特に20代の若い社会人、もしくは大学生のアルバイト料というのは確実に上がっておりますから、そういった部分においては、日本については割と楽観的に、向こう1年程度であれば見られるのかなと考えております。

第1クォーターの計画のマイナス部分という数億円のところですね、これを頑張って、この第2、第3クォーターで取り戻せればなと考えております。

2026年3月期 連結計画 出退店数と損益

ROUND1

米国予算は、現時点での関税影響を織り込んでおりますが、計画から大きく乖離が発生した場合は修正計画を開示いたします。

※0.1億円未満切捨、%は四捨五入表示

		単位	2026年3月期計画 (IFRS)				
			連結	国内 ※1	米国 ※4	中国 ※4	デリシャス ※4
店舗	新規出店数	店舗数	16	2	10	1	3
	退店数	店舗数	1	1	—	—	—
	総店舗数(期末)	店舗数	175	101	67	4	3
	総店舗稼働月数	月数	1,951	1,191	705	47	8
損益	ボウリング	億円	304.4	233.0	70.8	0.5	—
	アミューズメント	億円	1,149.7	526.6	610.9	12.2	—
	カラオケ・飲食	億円	214.1	85.9	127.7	0.4	—
	スポッチャ	億円	204.5	181.0	21.9	1.4	—
	その他	億円	58.6	37.0	—	0.0	21.5
	売上収益	億円	1,931.6	1,063.7	831.5	14.7	21.5
	営業利益 ※2	億円	312.2	181.8	146.8	0.1	△ 16.5
	売上高営業利益率	%	16.2%	17.1%	17.7%	1.1%	—
	金融損益	億円	△ 39.9	△ 6.7	△ 30.2	△ 0.1	△ 2.8
	税引前利益	億円	272.3	175.1	116.5	0.0	△ 19.3
	法人所得税費用 ※3	億円	87.8	68.7	19.0	—	—
	当期利益	億円	184.5	106.3	97.5	0.0	△ 19.3

(注) 2026年3月期計画より国際財務報告基準(IFRS)を適用しております。

※1 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営業利益を記載しております。

ロイヤリティを含めた場合、国内営業利益 223.4億円、米国営業利益 105.2億円となります。

※3 法人税の計算は、ロイヤリティを含めた利益を基に算出しております。

※4 【換算レート】1ドル=140.00円、1元=20.00円

-3-

次のページをお願いします。これが通期のところでありまして。今期からIFRSの会計基準を採用しております。北米の業績が非常に大きくなってきたということもありますので、そういったことに向けてIFRSの会計基準にし直しました。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

今期は、今のところ売上で1,931億円、営業利益で312億円、最終の当期利益で184億円というものを見込んでおります。実際為替レートは今、140円で想定しております。これも見方としては、結果としていくらにどうなるかというのは終わってみないことには分かりませんが、今はどちらかというと円安傾向が続いていると。140円台後半で推移しておりますので、そういった部分のところがそのままそっくり行ってもらえればと思います。

また、この前提条件が今回、いわゆるトランプ関税ですね、関係あるのは米中のところであります。中国からアメリカに送っている景品です。クレーンの景品。どの程度あるかと言いますと、アメリカのアーケードが610億円ありまして、これの約70%ちょっと、四百数十億円というのが景品関係に関する売上であります。この四百数十億円に対して約20%ぐらいですね。よって、80億円ぐらいですか、400億円に対して20%ということは80億円程度。これが商品の仕入代金として計上されてきます。

それに対して、われわれとすると40%ぐらい関税がかかるんじゃないだろうか。トランプ関税ですね。ということを想定して、約35億円程度の営業利益ベースでマイナスになると。昨年と比較してですね。そういうような計画を前提として、このガイダンスを発表しています。この35億円というのは、あくまでも関税が40%で置いております。今朝の発表で、どうなるか分かりませんが、3カ月、米中の関税交渉を延長し、暫定としてフェンタニルの例の麻薬の件のプラス20%を加算して、合計30%ということを持続しながら、11月下旬まで行こうということが合意されたという報道が出てきました。

これが本当であれば、10%程度われわれが見込んでいたよりも楽になりますので、その分は増益基調になる可能性があるということです。また、その40%になったときでも、当然のことながら、われわれはラウンドワンとお客様、お客様にもこれは価格をやはりある程度見越していただくので、今回ののは値上げですね。値上げ分として、お客様にも少し泣いていただくということ。

もう一つは、業者さん。いわゆるメーカーさんですね。メーカーさんにも全て全部おんぶに抱っこでというわけにはいかんでしょうと、それぞれがそれぞれにおいて少しずつ泣く。でも最終的にたくさん泣かざるを得ないというのは当然お店側であります。これはもう仕方ないことでありまして、それが今回40%で、フルでいけばということですが、そういったことがうまく転嫁できていければ、そのマイナス35億円分の営業利益の吹っ飛び分が30億円や、20億円や、もっと言うと、米中のうまい交渉がされれば、さらに下がれば、その分だけ全て計画ベースの利益予想から上乘せできる可能性もあると思います。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

ただ一方で、もっとけんかしちゃったら、30%じゃなくて60%とか70%とか、またトランプさんが言い出したら、これは大変なことでありますけれども。それもわれわれが何かできることではありませんので、甘んじてそれはもう受け入れざるを得ないわけでして。それはそのときにどういう対処の仕方をするかは、そのときに考えないといけないと思います。今、そういう状況で、今期の予想というのはこういう形で今見込んでいるということです。

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										通期
		第1四半期			第2四半期	上期	第3四半期	第4四半期	下期		
		計画	実績	増減率(%)	計画	計画	計画	計画	計画	計画	
ボウリング	億円	53.9	53.3	△1.1	59.5	113.5	51.2	68.2	119.4	233.0	
アミューズメント	億円	117.6	122.8	+4.4	144.2	261.9	122.8	141.7	264.6	526.6	
カラオケ	億円	20.3	19.3	△4.6	22.9	43.2	19.6	23.1	42.7	85.9	
スポッチャ	億円	40.3	39.8	△1.2	48.9	89.3	35.1	56.6	91.7	181.0	
その他	億円	8.7	8.7	△0.1	9.5	18.3	8.7	10.0	18.7	37.0	
売上収益	億円	241.0	244.2	+1.3	285.2	526.2	237.6	299.8	537.4	1,063.7	
各期末 国内全店舗数		99	99	—	99	99	100	101	101	101	

国内既存店前年対比

※%は四捨五入表示

	単位									通期
		第1四半期			第2四半期	上期	第3四半期	第4四半期	下期	
		計画	実績	増減	計画	計画	計画	計画	計画	
ボウリング	%	+2.9	+1.8	△1.1	+4.5	+3.7	+4.7	+3.5	+4.0	+3.9
アミューズメント	%	+4.5	+9.1	+4.6	+4.5	+4.5	+4.9	+3.4	+4.1	+4.3
カラオケ	%	+4.3	△0.6	△4.9	+4.5	+4.4	+4.6	+3.4	+4.0	+4.2
スポッチャ	%	+6.4	+5.1	△1.3	+3.5	+4.8	+5.8	+3.3	+4.3	+4.5
その他	%	+3.0	+3.0	+0.0	+5.5	+4.3	+6.5	+4.3	+5.3	+4.8
売上収益	%	+4.4	+5.8	+1.4	+4.4	+4.4	+5.0	+3.5	+4.1	+4.2
土日祝回数前年対比	日数	±0	±0	—	±0	±0	+1	±0	+1	+1
各期末 国内既存店舗数		99	99	—	99	99	99	99	99	99

-4-

次のページをお願いします。それを前提とした、いわゆる既存店の計画値と実績値です。こういう形で今、計画を見込んでおるといところです。強気なのか弱気なのかということは、今申し上げることは当然のことはできませんが、足元としての業績は間違いなく堅調であると言えるかと思えます。

特にこの夏は、去年も一昨年も良かったんですけども、昔と違って、もう今は紫外線に当たりたくない、熱中症だ、35度越えの毎日だとか、そういう報道が流れるたびに子どもたちを外で遊ばせることができない。インドアで手軽に遊べる場所って非常に少ないわけでして、また家族でとか、仲間でとかとなってくると余計にですね。そういった意味で、非常にラウンドワンが重宝がられているというのが現状だろうと思います。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com



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
		計画	実績	増減率(%)	計画	計画	計画	計画	計画	計画
ボウリング	億円	16.0	16.4	+ 2.3	16.7	32.8	16.6	21.3	38.0	70.8
アミューズメント	億円	136.5	140.4	+ 2.9	143.3	279.8	143.9	187.1	331.1	610.9
飲食・パーティー等	億円	24.5	26.0	+ 6.2	25.7	50.2	26.2	51.1	77.4	127.7
スポッチャ	億円	4.2	4.2	△0.6	4.3	8.5	5.4	7.9	13.4	21.9
売上収益	億円	181.3	187.1	+ 3.2	190.1	371.4	192.3	267.6	460.0	831.5
各期末 米国全店舗数		57	57	—	57	57	61	67	67	67

※ 計画: 1ドル=140.00円、実績: 1ドル=144.60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
		計画	実績	増減	計画	計画	計画	計画	計画	計画
ボウリング	%	+1.0	+ 2.1	+ 1.1	+5.2	+3.1	+4.6	+4.4	+4.5	+3.9
アミューズメント	%	+1.5	+ 4.2	+ 2.7	+4.2	+2.9	+10.3	+ 7.2	+8.6	+5.9
飲食・パーティー等	%	+2.0	+ 2.4	+ 0.4	+9.7	+5.9	△2.6	+ 3.0	+0.3	+2.9
スポッチャ	%	+4.0	+ 0.1	△3.9	+5.3	+4.6	+24.3	+ 6.7	+14.4	+9.4
売上収益	%	+1.6	+ 3.6	+ 2.0	+5.0	+3.4	+8.1	+ 6.4	+7.2	+5.4
各期末 米国既存店舗数		50	50	—	52	52	54	57	57	57

-5-

次のページをお願いします。これは売上の計画として、こういう計画があります。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

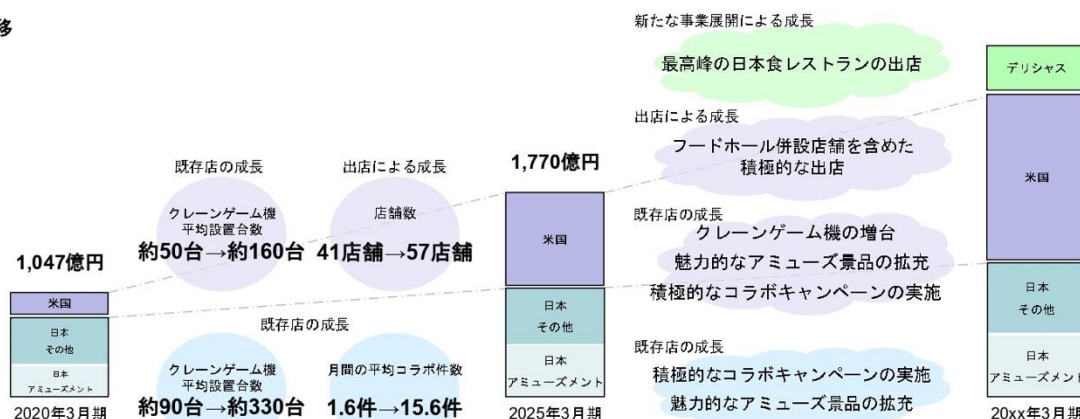
メールアドレス support@scriptsasia.com



中期ビジョンについて



売上高推移



【国内】2022年3月期よりギガクレーンゲームスタジアム店舗(※)へ改装し、現在76店舗の改装が完了しております。また、2020年3月期から2025年3月期にかけて、月間のコラボキャンペーンの件数は約10倍へと増加しております。今後も継続的にコラボキャンペーンの件数を増やし売上の増加を目指します。

(※ ギガクレーンゲームスタジアム店舗とは、クレーンゲーム機を約300台以上設置している店舗の名称です。)

【米国】2020年3月期から2025年3月期にかけて、新規店舗の出店やクレーンゲーム機の増台により売上を伸ばしてまいりました。今後はフードホール併設店舗の新規出店に加え、積極的なコラボキャンペーンの実施やクレーンゲーム機の増台を行いさらなる成長を目指します。フードホールの詳細につきましては、P.12をご参照ください。

【デリシャス】国内で最高評価を得た日本食レストランをそのままのクオリティで海外へ展開する事業を新たに開始いたします。まずは2027年3月期に米国へ出店を予定しております。デリシャスの詳細につきましては、P.13をご参照ください。

-6-

次をお願いします。中期的には、中計は出しておりませんが、中期的には今後、成長のドライバーは北米、中国は新店の1店舗は、香港から近い深圳の分は好調ですけれども、残りの3店舗はもう既に減損を行い、しかも足元はどうかという改善の見込みがあまり立っていないということがありますので、前回、前々回で申し上げたように、これが持続してしまうようであれば、別にその3店舗、もう1店舗は撤退しましたけれども、残り3店舗も営業キャッシュフローでマイナスであれば、これはもう撤退するということが必要かと思えます。

北米が成長のドライバーとして位置づけているわけですが、その中でも、われわれが一番注力していくというのが、Delicious という高級飲食事業は、これは当然あるんですけれども、それとは大きな形としてあるのが、いわゆるフードビジネス事業の中でも、われわれが今、アメリカのほうで約60店舗弱ですね、1店舗2億円ぐらい売っているフードコートがあります。約120億～130億円売っているんですけれども。それを今はアメリカンフードを中心として、単純に食べられる程度のものという提供の仕方で、ビールだとか、ソフトドリンクと一緒に販売させていただいているんですけれども。

それを、ジャパニーズフードのフードコート、当然それを自前でやっていこうと。ただ、その飲食の技術も当然持っていませんので、われわれがその技術を日本のB級、C級のグルメのお店といっ

サポート

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



ても、90%以上のお店がレストランガイドに掲載されていらっしゃる超有名店です。もう行列は1時間、2時間が当たり前の、そういったお店と契約をさせていただいて、28店舗契約させていただいて、北米でフードホール、14加盟店を1つの店舗としてつくって。そういうスタイルの店は、実は日米とも非常に少ないです。アメリカはもうほとんどないんです。フードコートはあっても、もう分かりやすい名前の3~4店舗のファストフード店が入っている程度のフードコートしかなくて、本格的なものはほとんどありません。

そういったものをラウンドワン本体とくっ付けて、そうすることによって、これからどんどんお店をつくっていくと、どうしても既存のお店とのいわゆるカニバリですね、それを起こしてしまうので、それを多少起こしながらでも利益がきちっとオンできるような仕組みづくりを整えることによって、最終的に北米のほうで出店できるお店の数をもっともっと増やしていこうと、こういう戦略です。

もう一つが、10年後、15年後、さらに科学技術の発展によって、VRだとか、ARの技術が発展して、おうちでもう別にラウンドワンに行かなくたって十分に楽しめるようなすごいものが出てくるはずなんですね。出てきたとしても、ラウンドワンにあえて家族や仲間同士で足を運ぶということに対して、一番の彼ら、いわゆるGAFAも含めたところとの技術対われわれの遊び場というところが、やはり時間のシェア割、お金のシェアですね、どっちが勝つかという勝負になるわけですけど、われわれが残らないといけないわけでした。

そのために必要なものが、多少劣るであろう、カラオケだとか、ボウリングだとか、アーケードゲームだとか、スポッチャとかというものにプラス飲食を加えることによって、十分にそういったおうちで楽しめる、十分楽しめるすごい技術を持った、いわゆる家庭用のゲームに比べても十分に対抗し得るものとして、その飲食が真ん中に来るような形を取ればなということでもあります。

このフードホールの事業自体は、この年末から1号店がスタートして、今期中に3店舗。来期は、トータル今、9店舗、10店舗の開示をしていますけれども、少なくとも半分以上にはフードホールのそういったお店を併設していくという形のスタイルを取りながら、10年、15年後を見据えた形の業態づくりというものをやっていこうと考えています。これも、もうおのずとこの年末年始には答え合わせが出てくるかなと思います。どういう形で行けるのかどうなのか。

特に通常のフードコートというイメージをしてほしくないなと思いますのが、僕たちは、今やっているフードコートは売上の7割、8割が夜9時以降の分です。一般的なフードコートというのは、日米ともに、大体お昼の12時から2時ぐらいの売上なんですね。晩ご飯ってほとんどないんです。ましてや夜はもう空いていません。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



僕たちが今やろうとしているのは、昼、夜、深夜、この三本柱が取れるようなフードコートというのを当然目指してまいります。同じようにアルコールも提供いたします。そういったものをやりながら、日本の一番有名なB級、C級のグルメですね、それを仲間がどんどん持ち寄って、持ち寄って、自分の好きなものを持ち寄って、シェアしながら話して、食って、ゲームをして、ボウリングしてという、そういうスタイルの店をつくり上げていこうと思っています。

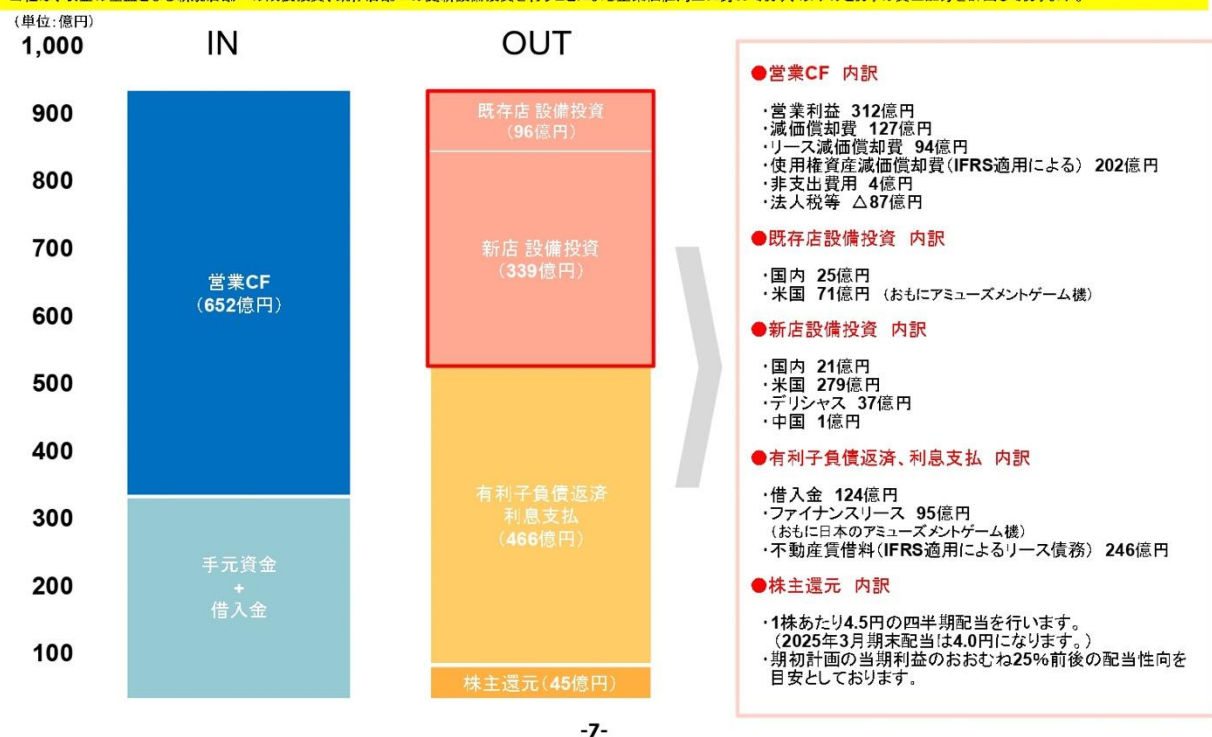
よければ、もちろんそれはアクセルをどんどん踏んでいこうという形で成長ドライバーを北米のほうに置くと。将来的には日本も間違いなくそういった科学技術のすごいものが、別に日本だから遅くじゃなくて、そういったものは世界同時並行的に来るわけですから。そういったノウハウをアメリカで構築したものを、日本にどんどん逆輸入しながらやっていければ、日本も変えていかないとはいけませんので、そういうイメージで10年、15年後でも、この業界で地域密着型のレジャー事業のこういった中で、世界のトップランナーを走れるように頑張っていきたいと考えております。

2026年3月期 連結計画 キャピタルアロケーション

ROUND1

2025年5月9日開示資料から変更しておりません。

当社は、収益の基盤となる新規店舗への成長投資、既存店舗への更新設備投資を行うことによる企業価値向上に努めており、以下のとおりの資金配分を計画しております。



-7-

次のページをお願いします。これはほとんど変えていません。

サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

資産等の推移(連結)



※1億円未満切捨、%は四捨五入表示

日本基準	IFRS	日本基準						IFRS ※1	
3月期		2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年 計画
総資産	総資産	1,173億円	1,358億円	1,505億円	1,576億円	1,706億円	1,854億円	2,599億円	3,254億円
純資産	資本	626億円	651億円	408億円	546億円	611億円	705億円	668億円	807億円
自己資本比率	自己資本比率	53.3%	47.8%	27.0%	34.4%	35.7%	37.9%	25.8%	24.9%
現預金残高	現預金残高	225億円	345億円	448億円	463億円	291億円	364億円	511億円	367億円
有利子負債残高	有利子負債残高	135億円	274億円	672億円	495億円	235億円	222億円	406億円	433億円
実質有利子負債残高 ※2	実質有利子負債残高 ※2	△90億円	△71億円	223億円	31億円	△55億円	△142億円	△104億円	65億円
リース債務残高(賃貸借債務除く)	リース負債残高(賃貸借債務除く)	190億円	182億円	149億円	169億円	199億円	182億円	157億円	159億円
リース債務含実質有利子負債残高 ※3	リース負債含実質有利子負債残高 ※3	100億円	111億円	373億円	201億円	144億円	40億円	52億円	225億円
当該年度新規リース契約額	当該年度新規リース契約額	130億円	94億円	59億円	125億円	124億円	102億円	86億円	96億円

※1 2025年実績以降はIFRS数値にて算出しております。

※2 『実質有利子負債残高』=『有利子負債残高』-『現預金残高』

※3 『リース負債含実質有利子負債残高』=『実質有利子負債残高』+『リース負債残高(賃貸借債務除く)』

※ 上記のリースとはIFRS16号及びASC Topic842の資料に関するリース負債を除く、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。

-8-

次をお願いします。IFRS の採用になったことで若干変化があったことを、一番右端で記載をさせていただいております。何なのかと言いますと、今後発生し得る家賃に対するその負債額をバランスシートにオンさせていくということが大きな変化で出てくるわけですが、それをする前、しないということを分かりやすく書いているのが一番右端とご覧いただければいいかなと思っております。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com



損益等の推移



損益等の推移（連結）

（単位：億円）※1億円未満切捨、％は四捨五入表示

3月期		日本基準						IFRS	
日本基準	IFRS	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年計画
期末店舗数		137	144	145	149	152	154	160	175
総売上	売上収益	1,013	1,047	609	964	1,420	1,591	1,770	1,931
営業利益	営業利益	114	88	△192	△17	169	241	262	312
営業利益率	営業利益率	11.3%	8.5%	—	—	11.9%	15.2%	14.8%	16.2%
当期純利益	当期利益	71	47	△179	39	97	156	154	184
調整後EBITDA ①	調整後EBITDA ①	239	231	△38	142	363	449	708	740
ROIC(投下資本利益率) ②	ROIC(投下資本利益率) ②	12.4%	8.5%	—	4.7%	18.6%	24.2%	12.4%	—
ROE(自己資本利益率) ③	ROE(自己資本利益率) ③	12.0%	7.5%	—	8.3%	16.9%	23.9%	23.3%	—
ROA(総資産利益率) ④	ROA(総資産利益率) ④	6.4%	3.8%	—	2.6%	5.9%	8.8%	6.2%	—
DOE(株主資本配当率) ⑤	DOE(株主資本配当率) ⑤	3.2%	3.0%	3.4%	4.2%	4.3%	5.5%	6.6%	—

①2024年以前 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)、2025年以降 調整後EBITDA 計算式：営業利益＋減価償却費＋非支出費用

②2024年以前 ROIC 計算式：経常利益 ÷ [(期首株主資本＋期末株主資本) ÷ 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]

2025年以降 ROIC 計算式：営業利益 ÷ [(期首株主資本＋期末株主資本) ÷ 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：当期利益 ÷ [(期首自己資本＋期末自己資本) ÷ 2]

④ROA計算式：当期利益 ÷ [(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）

日本基準	IFRS	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年計画
期末店舗数		105	103	100	99	99	100	100	101
総売上	売上収益	849	842	533	637	898	979	1,024	1,063
営業利益	営業利益	97	87	△113	△52	65	137	133	181
営業利益率	営業利益率	11.5%	10.4%	—	—	7.3%	14.0%	13.0%	17.1%
当期純利益	当期利益	63	53	△98	13	27	85	76	106

損益の推移（米国）

日本基準	IFRS	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年計画
期末店舗数		32	41	44	46	49	50	57	67
総売上	売上収益	163	205	76	321	513	595	731	831
営業利益	営業利益	16	1	△75	45	116	112	152	146
営業利益率	営業利益率	10.0%	—	—	14.3%	22.5%	18.7%	20.9%	17.7%
当期純利益	当期利益	8	△4	△74	30	88	88	99	97

-9-

次のページをお願いします。この辺の数値的なものは、ずっと流れとしてありますので見ていただければと思います。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com



既存店売上前年比の推移

ROUND1

2025年5月9日開示資料から変更しておりません。

(単位: %)

国内

3月期	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年 計画
ボウリング	△1.6	+0.2	△42.2	+14.5	+37.5	+10.9	+7.1	+3.9
アミューズメント	+3.1	+0.4	△27.2	+21.2	+37.1	+4.2	+2.2	+4.3
カラオケ	△0.7	△1.3	△52.0	+6.1	+82.7	+17.1	+7.3	+4.2
スポッチャ	△0.4	△3.8	△49.6	+41.3	+44.0	+14.2	+8.9	+4.5
その他	+1.9	+10.6	△22.5	+0.3	+29.5	+9.4	+6.9	+4.8
売上収益	+0.9	△0.1	△36.6	+20.2	+40.2	+8.3	+4.9	+4.2
既存店舗数	104	103	100	98	98	98	99	99

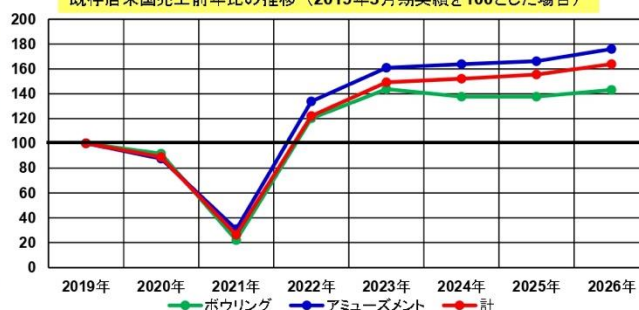
既存店国内売上前年比の推移 (2019年3月期実績を100とした場合)



米国

3月期	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年 計画
ボウリング	△8.2	△8.3	△76.0	+445.6	+19.7	△4.3	+0.1	+3.9
アミューズメント	△3.1	△12.3	△64.9	+334.7	+20.2	+1.8	+1.5	+5.9
飲食・その他	+13.7	△9.1	△85.9	+458.4	+41.7	+8.2	+7.8	+2.9
スポッチャ	—	—	—	—	+7.7	+1.7	△1.3	+9.4
売上収益	△0.8	△11.1	△70.4	+363.8	+22.2	+2.0	+2.2	+5.4
既存店舗数	20	29	38	39	45	47	48	57

既存店米国売上前年比の推移 (2019年3月期実績を100とした場合)



-10-

次に行ってください。昨対等々の数値です。コロナのときは非常にドーンと2020年のときは好調だったのに、最後の1カ月半でドーンと落ちてしまった。2021年は当然コロナの影響をまともに受けた。でも22年辺りからぐんと伸びたということです。

特に北米については、1年ちょっと復活が早かったということです。政治的な決断も早かったということですね。コロナ自体のそういったウイルスについては、全然日米ともに変わらないのかかわらず、復活が早く遂げられたっていうのは、やはり政治指導者たちの判断がやはりさすがだなと。これは科学的な裏付けに基づいて、速い判断で開放したということでありました。

そういった意味においては、アメリカにお店をつくっていたこと自体が、パンデミックという世界的なことで、どこにつくったって一緒じゃなくななくて、やはりアメリカに分散していることによって早く復活ができたということが大きなポイントだったのかなと思います。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

既存店舗売上対策

ROUND1

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◆

- ・『スペチャレ』『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。
- ・『リモ線』...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リモ線』...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。

◆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バックのご利用で、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。
- またアミューズメントにおいては、クレーンゲーム機にてオリジナル景品の展開や、オリジナルグッズのプレゼントキャンペーンを実施中。

◆アミューズメント新機種 導入◆

- ・『機動戦士ガンダム EXVS.2IB』アーケードゲーム機(バンダイナムコエクスペリエンス)
2025年7月17日より全国トップクラスの席数で好評稼働中。

◆価格改定の実施◆

- ・7月より3%程度の値上げを実施。(アミューズメント除く)
- ・7月よりメダル貸出料金の改定を実施。



米国既存店舗売上対策

◆ミニクレーンゲーム機の増台◆

- ・2024年7月から2025年6月末までにミニクレーンゲーム機を約3,000台導入済。
- なお、2025年8月末までに追加で1,000台の増台を順次実施中。

◆コラボキャンペーンの開催◆

- ・秋以降、積極的にコラボキャンペーンを開催予定。

◆価格改定の実施◆

- ・6月末より3%程度の値上げを順次実施。



『機動戦士ガンダム EXVS.2IB』
©劇通・サンライズ ©劇通・サンライズ・MBS

-11-

次のページをお願いします。今私どもが一番中心となってやっている事業というのが、いわゆる単純に内外装をきれいにし、新しいマシンを入れましょうということだけじゃなくて、付加価値を高めていくということに関してみれば、単純に値上げだけをお願いしていくわけにはいきませんので、もっともっと楽しくということを、ずっとこれは創業以来やっていることですが、毎日が昔から学園祭と称してずっといろんな企画をやってきた。今は特に、いわゆる IP です、日本のアニメを中心としたところのコラボをいろんな形でやっております。今も五つ、六つ、七つ、同時並行的に各キャラクターとの、もちろん版元さんと協力しながらコラボキャンペーンというものをずっとやります。

また、今特に力を入れようとこれからしておりますのがアメリカです。アメリカでの、いわゆる日本の IP を活用したコラボキャンペーンも当然あるわけですが、特にコラボの中でもアーケードゲームとのコラボです。昨年度大ヒットしたのがホロライブです。VTuber のホロライブを活用したものでした。

これは新しいビジネスモデルとして、マイチャージですね。向こうのアーケードゲームは先にお金をチャージしていただいて、どんどん。日本のように 100 円玉を、クォーターを入れるんじゃない、マイチャージします。そのチャージを、例えば 1 万円相当分ぐらいやっていただいたら、

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

この IP のぬいぐるみを買える権利を与えましょうとか、もしくはプレゼントしましょうとか、これが当たるということが昨年の大きな企画によって分かりまして。

今後、そういった企画を北米についてはやっていこうと。当然のことながらクレーンゲーム等々の中にも入れてはいきますけれども、それ以上に新しいビジネスモデルというか、そういったことが分かりましたので、これはもう積極的に今後、日本の版元さんに声掛けをさせていただいてやっていくと、こういうようなこともしていこうと考えています。

また、いろんな業務提携等々の申し入れ等もありまして、日本の IP 自体を向こうへ持っていきたいというのは、もうさまざまな日本の企業さんが版元さんに対して提案をしているというのが現状です。ただ、なかなかそれだけの、いわゆる販路の拡大ということはアメリカにおいてはなかなか難しく、せいぜい Walmart であったりとか、もしくは Amazon だとか、そういったところのルートでしか今はないので、あまり大きなロットとしてならないので、今まで積極的にメーカーも含めてつくらなかったというのがありますが。

今後、売れていくという可能性が十分に見いだせるとか、われわれのお店もどんどん数が増えてきて、バイイングパワーとして持てるようになってきたので、割とそういったお話をいただける機会が多くなってきました。よって、直接われわれラウンドワンとして日本の IP を活用したものをアメリカ独自で展開できるようなことということを、今後は積極的にやっていこうと考えております。

サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

ジャパニーズフードホール店舗の展開



日本で親しまれているラーメンやうどん、たこやきなど様々な「食」のジャンルにおいて、レストランガイド掲載店舗だけが集結した“ジャパニーズフードホール”併設店舗を、2025年度より米国にて出店いたします。

各エリアごとにセントラルキッチンを設置することで、国内最高評価を獲得する銘店の味をそのままのクオリティで提供することが可能です。また、従来の店舗モデルにフードホールを併設することにより、集客力の増大ならびに米国における出店形態の多様化が可能となり、出店の加速を目指します。

◆出店計画について◆

アメリカの4エリア(カリフォルニア、テキサス、フロリダ、ニューヨーク・ニュージャージー)を対象とし、まずは2025年度冬に出店予定です。これにより、米国においてはフードホールを併設しない店舗も合わせて年間10~20店舗の出店を目標とします。



-12-

次のページをお願いします。これが今、フードホールのところなんです。実際に出来上がって、今度の11月には、もう年末には1号店オープンしてきますので、11月の第2四半期の決算発表のときには、11月に発表のときは、全ての28店舗のお店さんの開示、ディスクローズと、中の雰囲気、それをパーツとしてお見せさせていただいて。その次、2月にはもうリアルなオープンした後のことをこの場で、ビデオ等でも見ていただける機会があるかと思います。

このとおり行くかどうかということですよ。売上が立ち、収益としてわれわれが見越せるように。今われわれの店が大体営業利益で1店舗3億円ぐらい、アメリカの店で上がっています。60店舗ありますから約180億円分、そこからロイヤリティを日本に払うわけですけど、ざっくりは180億円。これをフードホールをやることによって倍増させていこうと。

当然、近所のカニバリを起こす店が、今まで営業利益が3億円あった店が2億円に減る可能性があるわけです。減っても向こうが6億円上がれば、二つ足せば8億円ですから、十分にお店が少し食い合いになったとしても利益としては倍増以上になるという考え方を持っていますので、そういうような考え方をして、お店をどんどん増やせればなと考えています。

サポート

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



Round One Delicious プロジェクト①

ROUND1

当プロジェクトが目指すのは、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、鮓、日本料理、中華、創作(イノベーティブ)、
 焼鳥、天ぶらのいずれかの組み合わせで1つのユニットを形成し、2026年度春より北米に出店を開始いたします。

◆出店計画について◆

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: 70万ドル前後
- ・座席数: 14席前後
- ・360日営業
- ・客単価: 平均単価700ドル(400~1,000ドル)
- ・年間集客目標: 5,040人
- ・年間売上: 350万ドル
- ・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。

1ユニット目のウェストハリウッド店(仮称)の、外観と内装イメージは右記のとおりです。
 加盟店の内装を細かく再現し、共用部分は日本らしく『和』をイメージしております。

店舗イメージ: 1つの空間に4~8店舗が出店(=1ユニット)



座席イメージ: 14席前後のコの字型カウンター



-13-

次のページをお願いします。Delicious ですけれども、Delicious については、少し後ろのほうに 1 期分、半期ずつちょっとずれたんです。理由はもう明快でありまして。四つとも言えることは、炭火のことがありまして。炭火と言っても、日本でもそうですけど、どちらかという消防法ではなくて、アメリカの場合は煙自体を何とか減らすような形の装置を付けてくださいと。それが非常に高いんですね。1 台 2,000 万円、3,000 万円するマシン。それが日本のを使えば 600 万円、800 万円ですけれども。それが使って、どの程度効果あるかとかというのはできないんで、今、それを行政と折衝しているという最中が一つあるのと。最終的にはその 3,000 万円のマシンを入れます。

その折衝と、もう一つが最初にロサンゼルスが本当は 11 月にはオープンできるはずだったんですけれども、山火事の影響で一度に 1 万件ぐらいの確認申請がどっと今、行政区に上がってきて、それがもう処理できないということで、今、民間のほうにそれが順次委託されているんですけど、確認申請のチェックですね。これによって遅れが生じてしまったというのがあります。

ただ、今のところこういう形で進めておりますので、職人さんの養成も含めてですけれども。結果的にこれがどういう形であれオープンをして、どんなことが利益としてもたらされるかどうかは、これはやってみないことには分かりません。

サポート

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

SCRIPTS
 Asia's Meetings, Globally

ラウンドワンも、今めちゃくちゃ好調ですけども、既に日米合わせて 20 店舗以上のスクラップをやっているんですね、赤字として。ですから、いくら好調なものでも、やはり商売ですから、ビジネスですし、そのタイミングもあるでしょうし。

ただ、僕たちがこれを今回、単純にお寿司屋さんに向こうでやろうとか言っているわけじゃなくて、特徴的なのは、ここにもありますように、結局どこかのお店に最初に来られます。例えば焼き鳥屋さん、超高級な焼き鳥さんに来られたご夫婦がいらっしゃって、当然お店をぐるっと見ていくわけですね。寿司があるんだ、日本料理があるんだ、こういうふうに見て、天ぷらがあるんだって見られるわけです。ご自身たちが食べられた焼き鳥から、焼き鳥だけのお店だったら、われわれはこの焼き鳥のお店にリピートして来てくれるために全精力を傾けないといけない。当然当たり前です。

でも、このお店の特徴って何なのかって言いますと、実は焼き鳥を召し上がったお客様が、次何なのかというと、外をぶらっと歩いたら、お寿司があるんだ、これがあるんだ、あれがあるんだ、天ぷらがあるんだって見たときにどんなことが起きるかということ、われわれからするとこの 1 ユニットに対するリピート率の向上ということが、これが実は大きなポイントであるということです。

大阪ですけども、北新地にもグルメビルが 2 カ所にあります。そのうちの代表的なところの 1 カ所のうちの一つに、うちの天ぷら屋さんがお入りいただいて、今回加盟していただいているんですけど。そこのビルはもうイタリアンとか、中華だとか、フレンチだとか、お寿司だとか、全部食べれるんですね、天ぷらだとか。そうするとどんなことが起こるかということ、結局そこは縦長なので、各フロアというのはエレベーターが開くたびに見る程度ですけど、ここはワンフロアです。

それがこの雰囲気なんですね。こういう雰囲気として、中に CENTIFOLIA というバーがあります。これはどんなふうに有名かというと、世界的にめちゃくちゃ有名なバーが実は麻布十番にあるんですけども、そこのお客様は 99.99%外国人の方。それも超富裕層の方も結構いらっしゃって、このバーがどんなに有名かというと、バーの予約が取れたときにチケットを取って日本に来られます。

ついこの間も、世界的に有名な電気自動車の会長と、世界的に一番有名な物販の会社様の会長のところでカクテルを作られたという、伝説のバーテンダーですね、オーナーですけど。その CENTIFOLIA が全部の店に入ってきます。このユニットにですね。それはウェイティングバーとして活用するわけですけど。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



そういったものがあつたときに、要は1店舗だけの寿司屋をはやらせるためにはリピート率しかないんですけど、その店舗の。この場合はユニットとしてのリピート率というのを併せてバイアスがかかる状態にしているっていうのが大きな特徴であるということです。

それもこれも、でも実際オープンしてみて、どれほどのものが口コミで広がり、どれほどここに集客ができるのか、そういったことに尽きると思います。そして、最終的には、そうは言ってもそれぞれの店のブランドで、それぞれの店のブランドの味がアメリカの方たち、7割、8割がアメリカの方たち、もしくはアメリカに來られたツーリストの方になってくるんです。2割ぐらいが恐らく日系の方ですね。その方たちのリピートに尽きるわけですけど。どういう形でそれが通用するかどうか見ていこうと考えております。

Round One Delicious プロジェクト②

ROUND1

◆協力加盟店について◆

2025年8月1日時点で、加盟店18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 2025」 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 2025」 Bronze受賞
THE BEST CHEF AWARD 2024 GALA DUBAI



鮨 | 菊鮨
福岡 春日
「食ベログアワード 2025」 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 2025」 Silver受賞



鮨 | 鮨 陸
東京 広尾



中華 | 銀座 上瀬
東京 銀座
「食ベログアワード 2025」 Bronze受賞
レストランガイド2014 1つ星獲得



日本料理 | 銀座 しのはら
東京 銀座
「食ベログアワード 2025」 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 2025」 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 2025」 Bronze受賞



天ぷら | 成生
静岡 葵
「食ベログアワード 2025」 Gold受賞



天ぷら | たきや
東京 麻布十番
「食ベログアワード 2025」 Silver受賞
「食ベログアワード 2024」 Gold受賞



天ぷら | ぬま田
大阪 北新地
「食ベログアワード 2025」 Silver受賞
レストランガイド2025 2つ星獲得



イノベティブ | 蒼
東京 西麻布
「食ベログアワード 2025」 Gold受賞



イノベティブ | CHIUnE
東京 紀尾井
「食ベログアワード 2025」 Silver受賞
「食ベログアワード 2023」 Gold受賞



焼鳥 | 薪鳥新神戸
東京 赤坂
「食ベログアワード 2025」 Silver受賞
「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2025 1つ星獲得



焼鳥 | 吾一
大阪 肥後橋
「食ベログアワード 2025」 Bronze受賞
レストランガイド2018 掲載



BAR | BAR CENTIFOLIA
東京 麻布十番
サントリー ザ・カクテルアワード
カクテル アワード 2014受賞

-14-

次のページをお願いします。これが今契約している、ほとんどがレストランガイドは100%取られていたんですが、レストランガイドを返上されたお店もいくつか実はあります。それは何かというと、予約を確保するために、ある一定数空けないといけないという、それがルールなんです。レーションというレストランガイドさんのルールがあって、それはお応えできないということで、オーナーシェフがもうやめてしまうということがあります。ただ、アメリカについてはそれぞれ必ずレストランガイドを取っていきましょうねというのはお願いしています。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

出店計画と今後の方針



2025年4月以降のオープン予定店舗

店舗名 / 出店予定地域	営業面積	SP	AM	FH	オープン時期
日本					
仙台市 / 宮城県	9,600㎡	●			2025年度3Q予定
米国					
ウィローブルック店 / テキサス州	10,242㎡	●			2025年度3Q予定
ノースカウンティ店 / カリフォルニア州	8,857㎡	●		●	2025年度3Q予定
コロラド店 / コロラド州	1,997㎡		●		2025年度4Q予定
メンローパーク店 / ニュージャージー州	5,391㎡				2025年度4Q予定
パシフィックビュー店 / カリフォルニア州	4,983㎡			●	2025年度4Q予定
アンテロープ店 / カリフォルニア州	7,092㎡			●	2025年度4Q予定
ウィートン店 / メリーランド州	4,563㎡				2026年度予定
ストーンウッド店 / カリフォルニア州	14,286㎡	●		●	2026年度予定
ピクチャーパレード店 / カリフォルニア州	7,264㎡			●	2026年度予定
モンテペロー店 / カリフォルニア州	4,173㎡		●	●	2026年度予定
トウェルブオーク店 / ミシガン州	5,420㎡				2026年度予定
ミッションバレー店 / カリフォルニア州	7,204㎡			●	2026年度予定
ハイウッド店 / サウス・カロライナ州	7,900㎡	●			2026年度予定
フロリダ店 / フロリダ州	7,159㎡			●	2026年度予定
スカイビュー店 / ニューヨーク州	7,451㎡				2026年度予定

※ 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” 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、フードホール併設にて出店を予定しております。
 ※ 米国は上記の他に15店舗が現在リース契約締結交渉中です。(2026年度:3店舗 / 時期未定:12店舗)
 ※ デリシャス3・4ユニット目についてはリース契約締結交渉中です。

-15-

店舗名 / 出店予定地域	営業面積	SP	AM	FH	オープン時期
中国					
深圳福田N城市広場店	1,152㎡		●		2025年4月
デリシャス					
ウエストハリウッド店 / カリフォルニア州	1,367㎡	—	—	—	2026年度1Q予定
ラスベガス店 / ネバダ州	1,064㎡	—	—	—	2026年度1Q予定
3ユニット目 / ニューヨーク州	—	—	—	—	2026年度2Q予定
4ユニット目 / ニューヨーク州	—	—	—	—	2026年度2Q予定

今後の出店方針について

- 【国内】立地に合わせた様々な形態(小型店舗からスタジアム店舗)にて継続的に出店してまいります。
- 【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.12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。
- 【デリシャス】詳細につきましては、P.13をご参照ください。

次のページをお願いします。新しいお店の計画です。日本においては、仙台に初めてスポッチャの店舗をオープンさせます。

あと、ずっと北米のお店です。今期の分というのは、2025年度の4クォーターまで、4Qまでの分です。6店舗。あと、残りの分が来期、9店舗。ほとんどが極力頑張ってフードホールを入れていこうと考えております。こういう形で今計画をしておるところです。

時間が少し延びました。以上で説明を終わらせていただきます。

司会：ご説明ありがとうございました。

サポート

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



質疑応答

司会 [M]：それでは、ご案内のとおり、最初は会場にお集まりの皆様からの質疑応答に入りたいと思います。ご質問のある方は挙手していただければ、係の者がマイクを持ってまいります。

なお、この IR ミーティングですけれども、質疑応答部分を含めまして全文を書き起こして公開する予定です。匿名を希望される場合は、質問する際に氏名を名乗らないようにしていただければと思います。

早速ありがとうございました。では、お願いいたします。

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。質問を二つお願いできればと思います。一問一答でお願いできればと思っています。

まず一つ目が、ファーストクォーター、少しコストが先行しましたということで、7月の価格改定を含めて、2Q以降、トップラインの拡大によってキャッチアップできればというお話をいただいたんですけれども。一方で、コストサイドのところでどういう対策を取られるのかというところについて、特に日本、それからアメリカについて今、想定よりは上がっているコストに対して、どういうふうにここを抑えていこうというような施策を考えていらっしゃるのか。こちら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]：コストコントロール自体は、当然もう創業以来ずっとやってきていることです。例えば人件費にこだわって焦点を合わせますと、7年、8年前にラウンドワンライブという形のシステムを構築して、自動受付精算システムだとか、また OJT に関しても非常に短時間にそれができるような形として、アルバイトさん全員にタブレットを持っていたいて、その場ですぐにビデオ等でやり方を覚えていただいたり、やり方を知ったり、そういったことのできるような状態をつくったりとか。

もしくは、直近でいきますとボウリングのメカニクの養成というのは大変なんですね。また、人の採用から養成から、大変なわけです。それを楽にするためというので、今、北米のほうで公式の大会、プロの大会等でも採用されているニューマシンです。新しいボウリングマシン。私どものマシンというのは、古いものでも二十数年、新しいものはまだ数年、償却終わったぐらいしかない、新しいんですけども、それを今、順次交換していっています。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

何ということがあって、ピンに紐が付いている。昔、僕が子どもの時分もそんなレーンがありました。でもその当時は、それはおもちゃでした。でも今のはもう完全方式で見えなくて。でも、それによってメンテナンスが10分の1ぐらいで済みます。

そうなるとう極端に、最初の設備投資は要りますが、それが7年、8年というところから、もう損益分岐になって、それ以降については非常に安くメンテナンスができると。いわゆる採用も要らなければ労賃含めて、作業費を含めて、また故障率がない、故障がないので、お客様とのクレームも少なくなるという。非常にメリットの大きい、そういったことをここ1~2年かけてやってきたんですけれども。

あまりこのコストのほうを、大ナタを振るってやろうやろうとすると、やはり現場ベースでいくとハレーションを起こすんですね。それがどこに表れるかというと、お客様のほうにそのひずみが行ってしまうケースが、まあよくあることです。よって、あまりそこを手早くやろうとすることは、僕はあまりしないんです。

長期にわたってじっくりやっていくものはいいいんですけど、短期ベースでバサッて行くようなやり方を取ると、もう一番最初にお客様からクレームが入ってくる。これは絶対やっちゃいけないなと思っていました。

ですので、そういった意味では、すぐに手だてができますかという、ないです。ないんです。わずかばかりのことは当然のことはやっていきますが、すぐに大ナタをとすることはできないということなんですね。ということは、逆に言い換えれば、じゃあ値上げによってということだけでは絶対に済まないの、やはりその投資ですよ。その分に見合った投資というものを、お客様が今のメカニクのほうは、これは目に見えない投資です。お客様からは見えないんです。でも、目に見えると投資、付加価値を高めていく投資、もしくはコラボのそういった企画、こういったものに対してより一層、値上げに対して、いわゆる抵抗感を薄めるがための投資というものに対しては、これは積極的にやっていくということですね。

これをやることによって、お客様が何とか、まあ、しょうがないかと言っていたけるような形を取っていくというのが、向こう数年間の、どちらかという方針です。そういう形で思っております。

織田 [Q]：分かりました。ありがとうございます。二つ目が、アメリカのところのお話ですけれども。先ほど少しコラボのところを積極的に、この秋以降、秋ぐらいにかけてもやっていければなどというお話がございました。ずっとこのIPとかコラボのお話をこういう場でお伺いしていると、少しずつやはりトーンが上がってきているなという印象は個人的には思っていたりもするんですけれ

サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ども。ご説明が少しありましたけれども、どういうところが変わって、少しトーンが上がってきているのかというところと。

あと、アメリカで目指す姿ですね、フードホールとか Delicious、ここは置いておいて、今、日本だとコラボをすごくやって、今までラウンドワンに来なかった人たちが来たりとか、来ている人たちがお金を多めに払ったりとか、こういう状況がつくれたりするんですけれども。こういうものをアメリカでも目指しているのか、はたまたちょっと違うような形をもし目指しているのか、もしこの辺りでヒントがあればお伺いできればというのが二つ目でございます。

杉野 [A]：夢物語かもしれませんが、少なくとも日本の IP ということに限定して申し上げます。日本の IP というのは本当に財産であると思うんですね。向こう 10 年やそこらは、もう間違いなく日本の IP が世界を席卷していくだろうと。その中でもアメリカという市場は非常に大きいというのは皆さんご存じなわけでして。そんな中で、日本が、日本の企業としてラウンドワンが向こうで展開させていただいてまして、ディスプレイとして見たときには、もう最高のショールームであると僕は思っています。ラウンドワン自体が。

たくさんの若い方たちが来られているわけですよね。なおかつショッピングモールに入っているわけですよ、その中でも全てが。これは、やはりもっともっと活用できるなと思ってまして。いくつかそういったお話をいただいているのが、われわれは直接あまり版元さんとお話をするということとは当然しませんが、われわれの例えば出資先であるエスケイジャパンさんだとか、もしくはいわゆる完全に違う、その事業自体を事業としてやっていきたいんだという非常に大きな会社様がいくつかありまして、そういったところがわれわれのお店が、最近特にメディアに取り上げられることが多くなったので、そんな店が、ラウンドワンがそれだけアメリカにあるんですかといって、だったらこんな IP を置いていただけないかとか、こういうふうにはできないかとか、もっと言うと店で売ってくれないかとか、そういったお話も来ます。

よって、そのときにわれわれは物販なんて、それはしたくないわけでして。何かというと、やはりその IP を活用することによって違うタイプの、ラウンドワンに今まで来なかった若い方たち、今、日本もそうですよね。全くボウリングもカラオケもスポッチャもビリヤードもゲームも嫌いという人も結構いるんです。でも、その IP のそういったグッズが欲しいから来るよってというお客様が、いわゆる上乘せとして売上が伸びている。

アメリカもそうでした。この間のホロライブもそうでしたよね。全く関係のない方たちが、100 ドル、1 万 5,000 円もチャージしないともらえないものがあって、でもチャージしたゲームは普通だったらもうしたくないんですけど、それをどこに使うかというと、今度はホロライブのぬいぐるみ

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



を取ろうとして、それをもうその日に全部使っちゃう。本来はそんなのしたくないんですけど。というようなプラスアルファのことがあるわけですし。そういったことの組み合わせが、もう既に実績としてあるんですね、うちの場合というのは。

そういったショールームとしての扱いというのは、イコール何なのかというと、やはり聖地ですね。日本の IP の聖地と、アメリカの聖地となるような存在に仕向けていけないといけないなと。ラウンドワンに行けば、日本の IP、新しいものも昔ながらのものも全てに会えるぞというようなものに仕向けることによって、もう一段業績を上げることができるだろうと思っています。以上です。

織田 [M]：分かりました。ありがとうございました。

司会 [M]：ご質問ありがとうございました。では、ご質問を、前の方。

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。私も一問一答でお願いいたします。ちょっとかぶる部分もあるんですけども。

月次の、まず要因分析、整理をいただければと思っておりまして。コラボ等々のご説明いただいたんですけども、今後の外部環境をどのようなものが月次に影響してくるのか。また追加して、最近の日本ですけれども、例えば猛暑の影響であるとか、また 7 月には鬼滅の刃のヒットがあって、クレーンゲームへのお客様をつかむ要因になるんじゃないかなと気になっておりまして。この辺りの要因についてコメントをお願いいたします。

杉野 [A]：個別の要因というのは、さまざまな要件というのがありますので。少なくとも企画を 5 やっているのが 6 になる、7 になるというのはマイナスではないと考えて増やしていっているというのが現状であります。

当たる当たらないというのは、これはもう結果としてのことであってですね。ただ、ある程度の予測というのは、ファン層がどの程度いらっしゃって、今どういう盛り上がりになっている可能性があるかということは当然ある程度分かりますから、それは規模として、要はキャンペーンの規模として、規模感として、それを大きくしたり小さくしたりしながら、あまり大きな外れがないように。外れというのは、いわゆるマイナスになるようなことがあんまりないようにさせているということは現状です。

猛暑の影響等々も、去年も猛暑でありましたし、一昨年も猛暑でありました。ただ、年々変わってきているのは、20 年前、10 年前と今とではもう全く様相が変わってきましたよね。というのは、結局 20 年前の夏ってなると、もっと言うとな僕は若いときの 40 年前は、日焼けしたくて、わざわざ

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com

ざ日焼けのクリームを塗ったんですね、サンオイルとか。今はそんな人はいませんからね。どっちかという紫外線に当たりたくないというのが現状です。もうどんどん紫外線に子どもたちから守ろう、熱中症から守ろう。35度で、連日連夜ずっとワイドショーの番組で天気予報ばかりやっているわけです。こんな中で、外で遊ぼうという習慣は当然出ないわけです。

そんな中でいうと、インドアの代表格とは言いませんが、地域密着であるわけですし、車でせいぜい15分、20分圏内のお客様しか僕たちは来てくれないわけですけど、そういったお客様にとっての重宝がられる場所であるというのは事実ですし。それが現状のプラス効果として出ているのは事実です。

それは、来年も再来年もしばらく続くでしょう。そういうふうには僕は思います。よって、そういったものは結局いろんな要件って出てきます。雨が降ればいいなと思ったら、降り過ぎて台風になったらお客様は来ないし、雪が降れば、多少の雪だったらお客様も増えるからいいなと思うと、ドカ雪に降られて車が動かないとかも駄目だし。アメリカもしょっちゅうそれがあります。

よって、もう全ての要件をどうのこうのということは個別にやっていくと、もう一喜一憂しかないというのが答えです。想定がどうですかって言われても、いや、実際のところ分からないんです。ただ、大きな流れで見たときには、天候のそういった部分の猛暑というのはプラスに効いているのは事実です。

個別の鬼滅がどうだとか、いろんなそれがというのは、確かに5年前の鬼滅のときのクレーンゲームは良かったです。じゃあ、今年はそこまで行くかということと多分行かないです。そこまでのあれにはならない。でも半分行くかということ、それは分かりません。7掛け行くか、それも分かりません。実際にまだしばらく続いてみてみないと分からない。

ただ、僕たちはそういった昔から、くまのプーさんとか、スティッチとか、ワンピースだとかというような、こういう一喜一憂でクレーンゲームだとかをやっていたわけですけど。今のクレーンのいいところは、そんな関係ないです。全てがちっちゃいヒットでいいんです。サヨナラ満塁大ホームランなんていません。本当に単発のヒット、ちっちゃいバントヒットばかりが100本のほうがはるかにいいということです。それが今、100台のクレーンゲームに出ているわけです。これが今のクレーンの強みだということです。あまり大きなヒットは、あればいいですけど、別になくてもいいですということです。

サワダ [Q]：ありがとうございます。続いて、コストの上昇、少し上振れがあったというお話ですけども、この継続性について、2Q以降も続くような性質のコストの上振れなのか。

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com

杉野 [A]：そうです。もう間違いなくそうです。単発のものはほとんどないです。ずっと今の第 1 クォーターで、いわゆる必要となった、そういった支払ったお金の部分のベースというのは、当然売上に応じて変わってくるものも当然ありますから、そういったものを、家賃は変わりませんよね。変わらない。減価償却も設備投資しなければ変わらないわけですから。そういったものは関係ない。

要は変動費含めてですけれども、すぐに来るのは第 2 クォーターの 10 月からは最低賃金が 6% 上がりますからね。これも確実に。ということは 6% 上がります。上がりますが、上げないとまたわれわれにいいアルバイトさんが来てくれませんか、上げていきますよね。これが想定できていますかと、されていませんね。3% ぐらいはしていますけど、6% まではしていなかったです。

そういったものは当然のことが出てきます。出てきますが、一方で非常に僕らはありがたいなと。きょうもずっと話したとおり、人件費は売上に対して、例えば 23% とか 24% とか、そういうレベルで。それもアルバイトさんの部分というのがその半分ぐらいで。ということは、何を意味するかというと、トップラインの引き上げ分は、これはその比じゃありませんからね。

申し上げておきたいのが、結局人件費のところで 20% に対して 0.06 ですか、掛けたところでその分が上がりますけれども、その数倍の規模で必ずリターンとして売上に返ってきますよということ。よって、どんどん上がってほしい、人件費は上がってほしいということです。

サワダ [Q]：ありがとうございます。3 点目が Delicious のところです。きょう、個店のプロモーションではなくて、ユニットになるというお話があったんですけれども。これはこういったプロモーションであるとか、お客様への働き掛けが変わってくるのかというところを教えてくださいませんか。

杉野 [A]：働き掛けは盛大なものをやろうとか、そんなことは毛頭考えていません。あくまでも重要なことは、今の時代は結局口コミで、SNS でどれだけの広がりを出すかどうかということだと思っています。当然どんなお店ができるんだろうということで、どっと最初にお見えになる予約か、それともパラパラっと入ってくる、それは分かりませんが、原則論はわれわれの予約サイト自体は向こうで超有名な予約サイトを使わせていただきながら、独自でももちろん予約サイトをつくるわけですが、それでも。

だけど、日本食となったら、必ずうちの名前がトップに来るのはもう確実なわけです。それは何かということ、入っているブランド名が全く違うわけです。既存の、申し訳ないですが、出てらっしゃるお店と比べるとブランド力はもう桁違いに違います。何かということ、いわゆる 60 万店舗

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasia.com



ある日本食の中のトップ 50 のお店しか入っていないです。うちのお店はですね。そういったこと自体がもう先にまず独り歩きます。

ただ、その後、本当に母店と同じような味の確保はできるのかとかいう評価は、当然われわれは受けるわけです。それが果たして母店と同じようなレベル感として、その料理を提供できるかというところが一番大きなポイントでして、そこをきちっとやっていくことが前提として、このユニットであるということがきょうかなり時間を割いてご説明させていただいたとおり、1 店舗の単店で僕たちはオープンするんじゃないんだよと、その強みはこうなんだよというお話をしました。

それに対してのマーケティングというのは、もう既にそれ自体が一番大きなことです。今の時代、テレビでドーンと宣伝するとか、SNS もそうですよね。一生懸命宣伝している商品に対して、僕はどちらかというと嫌悪感を示します。来てください、来てくださいという、ある商品に対しては嫌悪感を示します。だけど、口コミで入ってくるようなものに対しては興味を見いだします。それは TikTok であれ、インスタであれそうですけれども。

もう広告としてなってくる部分については、これは駄目だって僕は思っています。要は、どちらかということと本来の実力、本来の楽しみ方、楽しさというものに対しての投資は怠りません。ただしマーケティングに対する部分のところというのは、それほど僕は、それ以上に大事なところは商品・サービス、例えば内装もそう、接客サービスもそう、そういったところに対してもっともっとお金を費やしていくべきだろうと考えていますので、あまり意識としてはないです。

予約サイトは別です。予約サイトはいいものを使わないと駄目です。以上です。

サワダ [M]：ありがとうございました。

司会 [M]：ご質問ありがとうございました。ちょっとお時間が迫っておりますが、オンラインでご参加の方のご質問が 2 問あります。

質問者 [Q]：1 点目が、Delicious やフードホール併設型の合格ラインについてご教示ください。2 点目が、Delicious の店舗は日本でも単価の高いお店が多いと思いますが、北米での顧客単価についてどのようにお考えなのかご教示ください。

杉野 [A]：まず、顧客単価からです。顧客単価のほうはこういう設定です。今ほとんどのお店が 14 席を基本としてコの字になっていまして、コの字カウンターです。なぜコの字になるのかと言いますと、いわゆる向こうはグループで来られるお客さんも結構いらっしゃってですね。コの字だと 2 グループがうまくしゃべりながらができるんですね。こういうスタイルのお店はあまりテーブル

サポート

日本

050-5212-7790

フリーダイヤル

0120-966-744

メールアドレス support@scriptsasias.com



ルとかは使いません。ほとんどの店がカウンターです。日本の場合はほとんどが1本カウンターなんですけど、あえてコの字にした理由はそういうことです。

14 というのは何かと言いますと、本来は8席、10席程度が一番の理想ですけれども、われわれからすると、要はアメリカでの成功かしないかというのは、日本のようにもう成功したお店を向こうへ持って行って、日本だと8席、それも2回転というのが6時スタート、8時半スタートという、そういうスタイルが多いんですけれども。それも全部詰まってしまう。1年向こうまで詰まってしまうと。

でもアメリカの場合は、われわれは1回転、14席1回転で6時も7時半のスタートも、8時スタートも受けようと思っています。ただし1回転。14席1回転でちょうど360日ぐらいの営業で、1億円の営業利益が1店舗で出せるように設定しようねと。もう全て逆算です。よってコストのほうもある程度、今回のトランプ関税の件があるので少し仕入関係を上げますが、それでもそれを含めて1店舗のコストは分かっていますから、結局単価も必然的に決まってきます。

それに合わせた単価で、あとは酒と料理の配分ですね。例えば料理が8万円で、お酒が2万円で、10万円にして、年間売上が多分5億1,000万円で、コストが例えば4億1,000万円であれば1億円。こういう逆算で個々のお店の単価を決定していくというやり方を取りました。

大体ですけど、ほぼ10万円です。1店舗が。10万円って高いように思われますけども、銀座の超一等級、いわゆるレストランガイドに載っているお店であれば、大体今は7万円、8万円が普通ゾーンになってきました。10万円もさらにありますけど。そういった中で、今のアメリカの感覚というのは日本円で言うと大体5万円という感覚です。アメリカの感覚で言うと。それが実態で言うのですね。向こうの10万円は日本円で言うと5万円ぐらいかかるということです。

あと、合格ラインというのは、当然この中にも示させていただいているように、先ほど申し上げたように1店舗辺り Delicious でいけば、共通の販管費を取り込んだ上で、1店舗平均1億円ぐらいは上げたいよねと。実際そうなるかどうかは分かりませんが。僕たちの飲食やサービス業の中でいくと、一つの目標値とすると、営業利益率20%に何とか近づけていこうねと。全体で今、17%ぐらいですから、それを一つの目標値にするのは何も高い設定をしているつもりもありませんし、そういった形であります。

同じようにフードホールについては、もう具体的な数値をこの資料の中に挙げていますので、そのトップラインがその程度まで上がれば営業利益が通常の3億円から6億円に変化しますよと。そのために必要な売上はこういうことですよと書いていますので、これが合格点になります。以上です。

サポート

日本 050-5212-7790

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



司会 [M]：ありがとうございました。まだまだご質問はあるかと思いますが、終了予定時間がまいりましたので、申し訳ございませんが、これもちまして決算説明会を終了させていただければと思います。杉野様、ご説明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]：ご参加の皆様、ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声が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
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
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com