



INTEGRATED REPORT

2025 統合報告書



世界中のすべての人々を笑顔に

Pickup Contents

トップメッセージ	09
グループ事業本部長メッセージ	27
管理本部長メッセージ	29
社外取締役座談会	44
コーポレート・ガバナンス	47
副社長メッセージ	50

Contents

イントロダクション	グループ概要	03
	価値創造のあゆみ	05
	財務ハイライト	07
	トップメッセージ	09
価値創造・マテリアリティ	価値創造プロセス	13
	マテリアリティ(重要課題)	15
事業戦略	成長戦略	19
	日本事業	21
	米国事業	23
	その他事業	26
	グループ事業本部長メッセージ	27
	管理本部長メッセージ	29
サステナビリティ	非財務ハイライト	31
	サステナビリティマネジメント	33
	TCFDの取り組み	35
	人的資本への取り組み	37
	社会との協創	41
ガバナンス	取締役および監査役	43
	社外取締役座談会	44
	コーポレート・ガバナンス	47
	コンプライアンス・リスクマネジメント	49
	副社長メッセージ	50
財務情報・会社概要	財務諸表10年サマリー	51
	会社情報／株式情報	53

編集方針

当社は、株主、投資家の皆様をはじめとするステークホルダーの皆様に、当社の事業内容と持続的な成長による株主価値向上への取り組みを深くご理解いただくことを目指し、グループ初となる統合報告書を作成いたしました。本統合報告書をステークホルダーの皆様との重要な対話ツールと位置付け、今後も読者の皆様からのご意見を真摯に受け止め、内容の充実と表現の深化に努めてまいります。

国際財務報告基準(IFRS)の任意適用について

当社は、2025年3月期より、国際財務報告基準(IFRS)の任意適用を開始いたしました。これに伴い、本報告書上における会計基準の取り扱いについては、IFRSといたします。なお、2024年3月期までの実績数値は、日本基準の数値で開示しております。

対象範囲	株式会社ラウンドワンを含む国内外子会社および関連会社
対象期間	2024年4月1日～2025年3月31日 ※一部対象期間外の情報も含まれています
発行日	2025年10月
問い合わせ先	ラウンドワン公式HP https://www.round1-group.co.jp/ 株式会社ラウンドワン 管理本部 TEL 06(6647)6600 / 平日 10:00～19:00

見通しに関する注意事項

本統合報告書に記載されているデータや将来予測は、発表日現在において入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により影響を受けることがありますので、実際の業績は見通しから大きく異なる可能性があります。従って、これらの将来予測に関する記述に全面的に依拠することは差し控えるようお願いいたします。また、当社は新しい情報、将来の出来事等に基づきこれらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。

ラウンドワングループは、ボウリング、アミューズメント、カラオケ、スポッチャを融合した複合型エンターテインメント施設を、日本および米国を中心に幅広く展開しております。2026年3月期より、従来の「遊」に「食」を掛け合わせた、新たな体験価値の創出に挑戦いたします。今後も「世界中の人々へ『笑顔と健康とコミュニケーションの場』を提供する」というミッションのもと、持続的な価値向上に努めてまいります。

ROUND ONE Group

ROUND1

株式会社ラウンドワン(持株会社)
HOLDING COMPANY

グループ会社

SPORTS ENTERTAINMENT
ROUND1

株式会社ラウンドワンジャパン

BOWLING & ARCADE
ROUND1

Round One Entertainment Inc.

SPORTS ENTERTAINMENT
ROUND ONE 朗玩

朗玩(中国)文化娛樂有限公司

ROUND ONE Delicious

Round One Delicious Holdings, Inc.

関連会社



株式会社 エスケイジャパン

株式会社エスケイジャパン

CHINA

3

店舗

JAPAN

100

店舗

the USA

57

店舗

店舗数計

160

店舗

連結従業員数



7,974

(平均臨時雇用者数を含む)

日本

5,857

名

米国

1,878

名

その他

239

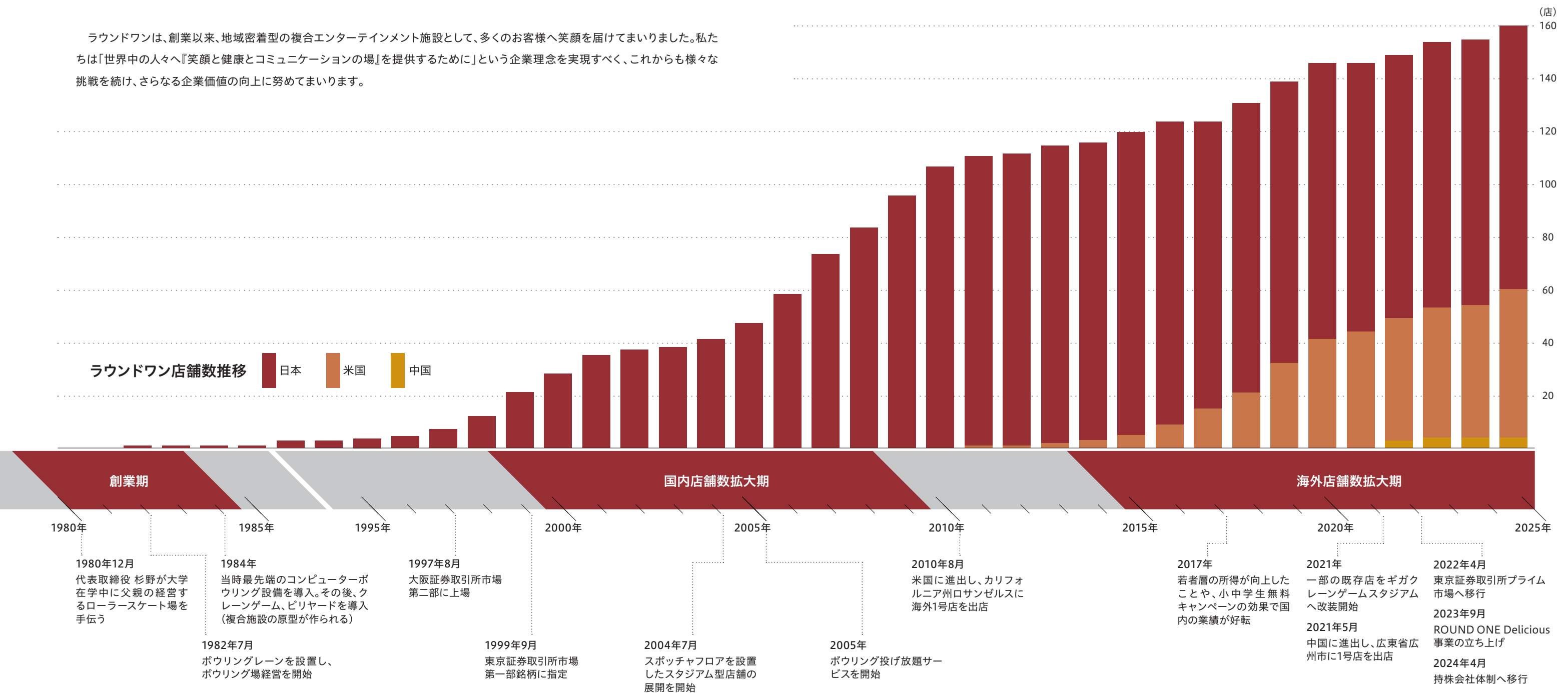
名

※2025年3月末日現在

ラウンドワンは、創業以来、地域密着型の複合エンターテインメント施設として、多くのお客様へ笑顔をお届けしてまいりました。私たちは「世界中の人々へ『笑顔と健康とコミュニケーションの場』を提供するために」という企業理念を実現すべく、これからも様々な挑戦を続け、さらなる企業価値の向上に努めてまいります。

ラウンドワン店舗数推移

日本 米国 中国



ラウンドワンのあゆみ



1984年 当時最先端のコンピューターボウリング設備の導入



1999年 東京証券取引所市場第一部銘柄に指定



2004年 スタジアム型店舗のオープン(京都伏見店)



2010年 米国1号店のオープン(ブエンテヒルズ店)



2021年 ギガクレーンゲームスタジアムへ改装(富士店)

当社グループは、持続的な成長と財務基盤の維持に注力しております。2025年3月期の売上収益は前年比11.2%増の1,770億円を達成いたしました。これは、クレーンゲーム機の増台や多種多様な景品のラインナップ拡充、アーティストやアニメ等とのコラボキャンペーンの実施、そして米国における新規出店数の増加によるものです。今後も、堅調な売上成長と安定したキャッシュフローを基盤に、新規出店など将来の成長投資に力を入れ、企業価値のさらなる向上を目指してまいります。

業績ハイライト

売上収益

1,770億57百万円

営業利益

262億40百万円

親会社の所有者に帰属する
当期利益

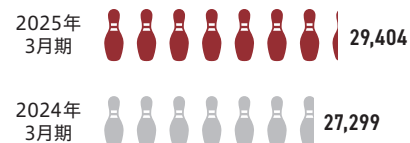
154億5百万円



ボウリング

当社グループのコア事業です。お子様からシルバー世代まで幅広い層のお客様にボウリングの楽しさを体験してもらうため、当社グループ独自の趣向を凝らしたイベントを開催しています。

売上収益(単位:百万円)



※アイコン1つは売上収益4,000百万円を表しています

スポッチャ

入場料のみで一定の時間内、多種多様なスポーツアイテムをお好きなだけ楽しめるスペースを提供しています。ローラースケートやパッチングをはじめ、一度は体験してみたい個性的なアイテムを順次導入しています。

売上収益(単位:百万円)



※アイコン1つは売上収益3,000百万円を表しています



アミューズメント

開放的な空間に、圧倒的多数のアミューズメントゲーム機を取り揃えています。最新ゲーム機を積極的に導入し、その種類はメダルゲーム機からクレーンゲーム機まで多種にわたります。

売上収益(単位:百万円)

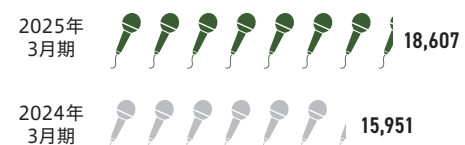


※アイコン1つは売上収益15,000百万円を表しています

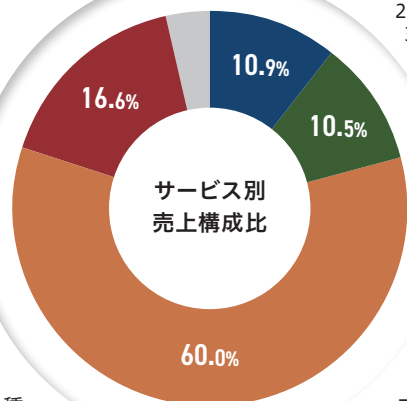
カラオケ・飲食

アーティスト感覚を味わえる「ステージルーム」や小さなお子様も楽しめる「キッズルーム」、大勢で楽しめる「パーティールーム」など、趣向を凝らした部屋をご用意しています。大型スクリーンや高音質な音響機器の設置など、競合他社との差別化を図りサービスの向上に努めています。

売上収益(単位:百万円)

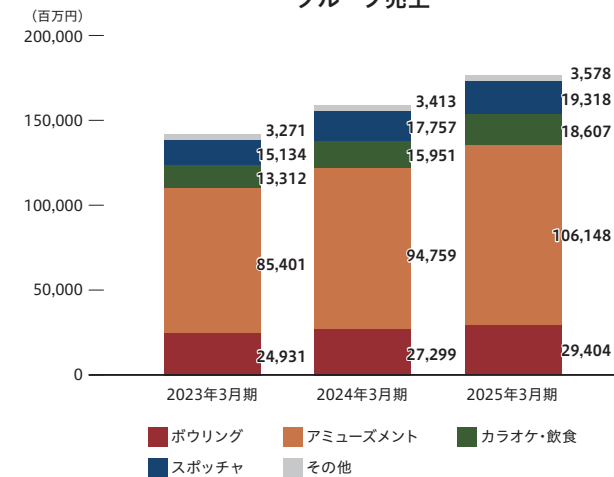


※アイコン1つは売上収益2,500百万円を表しています

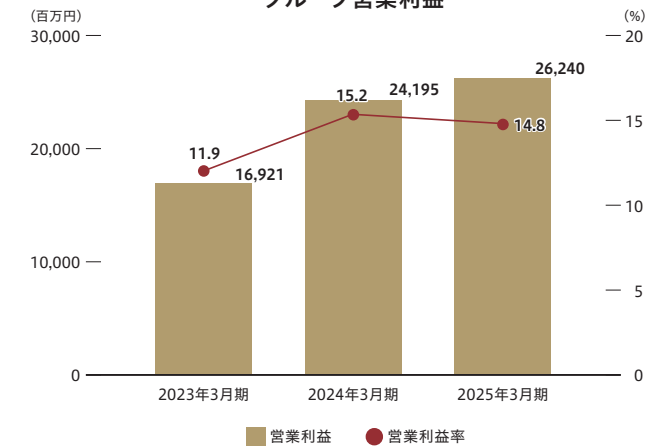
サービス別
売上構成比

業績推移

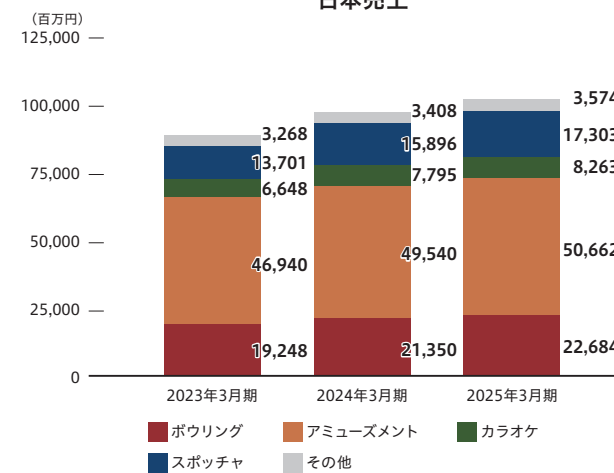
グループ売上



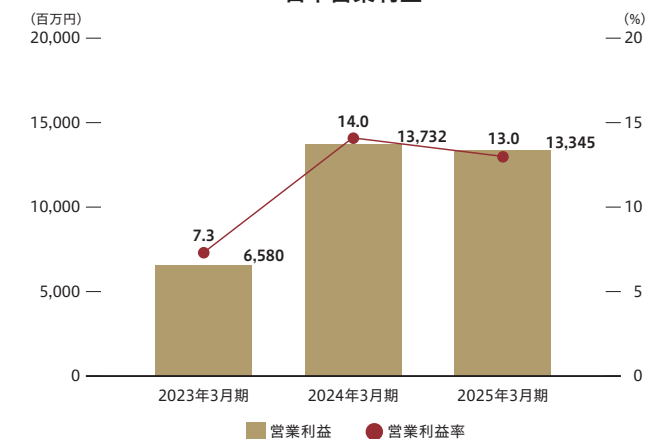
グループ営業利益



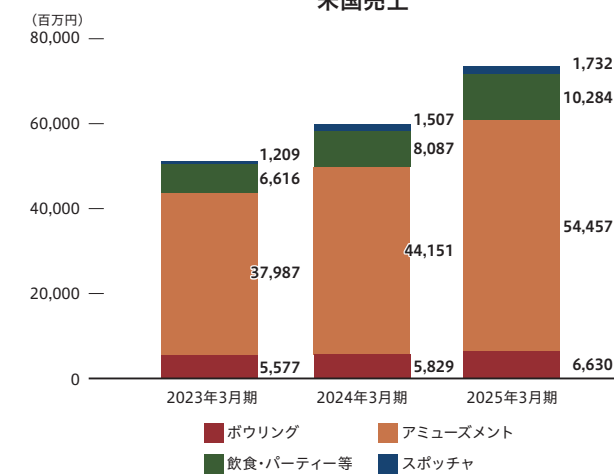
日本売上



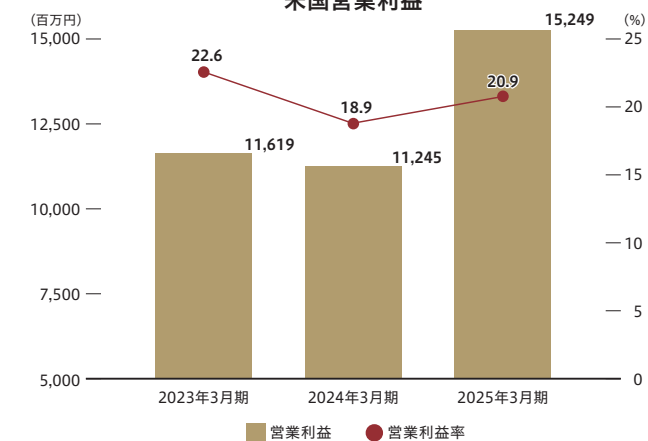
日本営業利益



米国売上



米国営業利益



※2025年3月期より、国際財務報告基準(IFRS)にて表示しております。※日本、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。



リアル体験価値を革新し、 世界へ新たなコミュニケーションの場を創り続ける

代表取締役社長 杉野 公彦

はじめに

このたび、ラウンドワンとして初めて統合報告書を発行するにあたり、本書をご覧いただいているすべての皆様に、まずは感謝の気持ちをお伝えしたいと思います。

当社は「世界中の人々へ『笑顔と健康とコミュニケーションの場』を提供するために」という理念を掲げています。どれだけ時代が変わっても、人が誰かと集い、声を上げて笑い合う時間には、変わらぬ価値がある。私たちは、そう信じてこの仕事を続けてきました。コロナ後、私たちの施設に再び足を運んでくださるお客様が確実に戻ってきてくださり、賑わいを取り戻した2024年3月期を経て、2025年3月期は、日本の人気IP(知的財産)を活用したクレーンゲームの景品やコラボキャンペーンを通してお客様が体験

の場を求めて当社施設に来場し、さらなる賑わいを見せたことにより、遊びの価値、リアルな体験の意味が再定義されつつあることを肌で感じた1年でした。本報告書では、こうした手応えや、経営として取り組んできた施策の背景、そしてこれからに向けた挑戦について、できるだけ率直にお伝えしていきます。株主・投資家の皆様をはじめ、当社に関わってくださるすべてのステークホルダーの方々に、私たちの考えや思いを知っていただきたいと思っています。

2025年3月期の振り返り ―― どういった1年だったのか？

2025年3月期は、売上高1,770億円(前年比11.2%増)、

営業利益262億円(同6.2%増)、税引前利益230億円(同6.2%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益154億円(同5.1%増)と、いずれも前年を上回る増収増益を達成しました。北米市場における新規出店の加速、日米両市場における既存店舗の収益性向上が、この成長を力強く支えました。特に米国事業は当社グループの成長を牽引する成長ドライバーへと進化しています。2026年3月期の計画では、米国での売上高を831億円、営業利益を146億円、営業利益率は17.7%と見込んでいます。2025年3月期末時点で57店舗を展開しており、翌期末には63店舗体制まで拡大する予定です。

米国事業が成長した背景には、いくつかの要因があります。1つは、コロナ禍を経て「人とリアルに会って楽しむこと」の価値が、一時的な反動ではなく、長期的なニーズとして再認識されたことです。複合施設として明るく、清潔な店舗環境を維持し、治安維持に努め、安心・安全に遊べる場所であることが、現地のご家族や若者から高い評価を得ています。もう1つは、約300台以上のアミューズメント機器を設置し、競合を大きく上回る規模を実現するとともに、日本の人気IPを活用した景品を取りそろえることで、“質と量”の両面での差別化を行ったことです。また、クレーンゲームは、家族単位で安心して楽しめる娯楽として高い支持を集め、日米双方で需要が拡大しました。特に米国では、日本のキャラクター人気の高まりに合わせて大型筐体を積極的に導入し、景品ラインナップを拡充したことが奏功しています。オンデマンド配信が世界的に定着し、日本発のカルチャーが国境を越えて受け入れられるようになってきたことも、当社にとって追い風となりました。もっとも、米国事業が順調に成長を続けていますが、地政学的なリスクが存在していることも事実です。米国においては、関税政策や国際情勢など、外部環境の変化による不確実性が存在することを十分に認識しています。当社では、こうした外部要因によるコスト構造の変動リスクに備え、価格戦略の見直しなど、様々な対応策を検討・実施しています。

一方、中国市場については、不動産セクターを中心とした構造的な経済問題の影響により、当社も複数の店舗で減損を計上せざるを得ない局面に直面しています。このような経済の前提条件が大きく揺らぐ局面では、「投資を急がず、機が熟すまで待つ」という姿勢もまた、投資効率の観点からは重要だと考えています。しかし、キャッシュフ

ローに大きなマイナス影響を及ぼすような場合は、撤退等の判断も行っていかなければならないと考えています。そのため、まずは既存店舗の運営最適化を優先しつつ、中長期的な視点で成長機会を見極めていきます。

長期ビジョン ―― 「遊」×「食」の新たな体験価値の創出

当社グループが描く長期ビジョンは「世界中の人々に『笑顔と健康、そしてコミュニケーションの場』を提供し続けること」です。このビジョンの実現に向けて、私たちは地域に根ざしたエンターテインメント施設を世界中に展開し、誰もが気軽に立ち寄れる場所を提供し続けていきます。ひとりでも、友人や恋人、家族、あるいは団体でも、日常の中でふと思い立って訪れることができる。そんな“身近で心地よい空間”を世界各地に広げていくという未来を、私たちは目指しています。

当社グループの競争優位性の核は、各エンターテインメント分野で高水準を実現した、フルラインナップ型の複合施設であることです。ボウリング、アーケードゲーム、カラオケ、ビリヤード、スポーツアクティビティのそれぞれにおいて、専門店と同等もしくはそれ以上のクオリティを追求し、すべてのジャンルで満足いただける体験をワンストップで提供できる環境を整えてきました。設備や内装、飲食を含めた快適性についても、各分野で専門店に劣らない水準を実現しており、施設規模も他社を大きく上回っています。こうした複合型エンタメモデルは2000年頃に確立し、2005年以降はスポッチャを併設する「スタジアムタイプ」が標準化され、競争優位性をより一層高めました。しかし、こうした構成だけで今後も競争優位性を保てるかといえば、答えは否定的です。家庭用ゲーム機やオンラインエンタメ市場は、GAFAMや大手ゲームメーカーが莫大な投資を行い、進化を続けています。近い将来、ARやVRが普及すれば、ボウリングやスポーツゲームといった体験型娯楽の一部は、家庭の中でも楽しめるようになるかもしれません。そうした時代において、リアルな施設だからこそ提供できる体験価値をどう再定義していくのか。これは当社が今まさに正面から向き合っている問いでもあります。

その問いに対して、私たちが出した答えの1つが、「食」の

提供です。リアルな場に足を運び、仲間や家族と同じ食事を囲むという体験は、テクノロジーだけでは代替できない価値があります。アミューズメントに「食」を掛け合わせることで、滞在時間や満足度、そしてブランドの多様性そのものを大きく引き上げられると考えています。

2026年3月期中に米国法人で「ジャパニーズフードホール」を展開する予定です。アメリカから訪日する観光客が日本滞在中に好んで口にするのは、いわゆる“B級・C級グルメ”です。お好み焼き、たこ焼き、ラーメン、カレー、串揚げといった、地域に根ざした手軽で親しみやすい食体験が支持を集めています。私たちは、この日本ならではの食文化を、アメリカのラウンドワンの施設内に取り込むことで、「遊びの場」と「食の場」が一体となった新たな価値を提供していきたいと考えています。日本国内でレストランガイドに掲載され高評価を得ている飲食店28店舗と提携し、1号店は2025年末に、2号店は翌年初頭にアメリカ主要都市にてオープンを予定しています。

もう1つの取り組みとして、2027年3月期以降にアメリカの主要都市において、ハイエンドな飲食事業「ROUND ONE Delicious(ラウンドワンデリシャス)」を本格的に展開する予定です。一見すると「エンターテインメント企業がなぜ飲食を？」と感じられる方もいらっしゃるかもしれませんが、私たちは、これまで米国事業を運営する中で、日本で生まれた商品を米国に持ち込み、現地で展開するためのインフラやノウハウを培ってきました。これにより、単なる飲食店の展開にとどまらず、日本の食文化を本格的に米国に届けることができると考えています。私たちは“遊び”を通じて人と人とがつながる場を提供してきました。その価値をより強く、より持続的なものにしていくためには、「体験を共有する時間そのものの質」を高めることが欠かせないと考えています。食事の時間は、まさにその最たるものです。

今回の取り組みでは、日本の飲食業界でトップクラスの評価を受けている店舗——「食ベログアワード」Goldの受賞歴を持つ7店舗と契約するなど、予約困難とされる実力派の飲食店を厳選しています。出店する各専門店は、日本料理、鮎、天ぷら、中華料理、創作和食、焼鳥といった形で構成しており、「ここに来れば、日本の多様なジャンルの一等級の味が味わえる」と感じていただけるような空間をアメリカに創り出すことを目指しています。

この「ジャパニーズフードホール」と「ROUND ONE

Delicious」という2つの飲食事業は、ラウンドワンの「滞在価値」を進化させる新たな挑戦です。遊びの前後に、あるいは途中で、誰かと一緒に本物の食を味わう時間があることで、記憶に残る滞在価値は格段に変わります。遊びと食を掛け合わせた唯一無二の体験を届けることこそ、リアル店舗の競争力をさらに高める鍵になると考えています。

同時に、競争優位性の維持・強化に向けて、テクノロジーの活用を積極的に行い、効率性と体験価値の向上に取り組んでおります。例えば、省力化の取り組みでは、受付・精算の自動化やタブレット端末によるスタッフ教育の標準化を通じて、サービス品質を維持しながらアルバイトの労働時間削減を図りました。これは採用難が続く中でも安定したオペレーションを可能にし、競争力を下支えています。

一方で、テクノロジーを活用した顧客体験の進化にも注力しています。高精細LEDビジョンによる空間演出や、オンラインで接続された複数店舗による大規模ボウリング大会などは、リアル店舗だからこそ提供できる“非日常”の体験価値を大きく引き上げています。自動化が難しいクレーンゲームについても、景品補充や発注、在庫管理の業務効率化を進めており、現場の負担軽減と標準化を目指しています。また、リアル店舗にとどまらず、今後は家庭でのエンタメ体験を届けるチャネル構築にも視野を広げていく必要があります。これは、コロナ禍で学んだ教訓から得たものであり、将来的な外部環境の変化——例えばパンデミック再来にも備える重要な布石だと考えています。

こうした一連の取り組みは、単なる効率化や利便性の向上にとどまりません。私たちがこだわってきたのは、「リアルであること」自体を価値に変えていくという姿勢です。すべての技術投資は、顧客の没入体験を支え、当社のエンターテインメント施設としての独自性と競争力を未来にわたって進化させるための布石です。そして、この「未来に向けた進化」という観点で避けて通れないのが、経営のバトンを次代にどう引き継ぐかというテーマです。

価値観と挑戦心を受け継ぐために

企業の将来性を担保するうえで、後継者育成も重要なテーマです。まだ即時の交代を想定しているわけではありませんが、次の経営体制へのスムーズな移行に向けた道

筋を明確にしていく必要があると考えています。ラウンドワンは、1980年代に私が父の経営していたローラースケート場の運営を引き継ぎ、複合型エンターテインメント施設へと発展させてきましたが、私自身の家族は、今後の経営には関わる予定はありません。現在、当社は国内外で数多くの店舗を展開し、多様なステークホルダーと向き合っています。そのため、創業家が単独で舵取りをするのではなく、組織全体で意思決定と運営を行う体制が不可欠です。私たちはこうした背景を踏まえ、独立性と透明性を備えたプロフェッショナルな経営体制の構築を進めています。

後継者育成を単なる交代ではなく、「理念・文化・競争力をいかに継承し、時代に合わせてアップデートできるか」という中長期の経営課題として捉え、日々の業務や意思決定の中で価値観や挑戦心を伝えながら、次世代の経営陣候補を複数育てています。さらに、その下の世代にも責任あるポジションを積極的に任せることで、組織全体でリーダーシップの裾野を広げています。

こうした取り組みを支えるうえでも、ガバナンス体制の強化と情報開示の高度化は不可欠です。経営と株主のあいだに信頼ある対話が存在し、説明責任を果たす土台として、統合報告書の役割も今後ますます重要になっていくと考えています。その意味で、企業としての透明性を高めることは、単に義務を果たすことにとどまらず、「開かれた企業」として、信頼を基盤とした持続的な成長を実現するために欠かせない要素だと捉えています。



笑顔が生まれる場所を世界中に

当社の事業の原点には、1つの確信がありました。人はリアルな空間でこそ笑顔になれる。父が営んでいた老朽化したローラースケート場で、暑さのなか汗をかきながら滑る子どもたちの笑顔を見たあの日から、その思いは揺らいでいません。仲間と遊び、語らい、笑い合う。そんな時間が、ごく身近な場所で日常的に得られる世界を。その想いから、ボウリング、卓球、アーケードゲームなどの各分野を高水準で組み合わせた複合型エンターテインメント施設の形が生まれ、現在のフルラインナップモデルへとつながっていきました。

設備が整わない時期も、資金に余裕がなかった創業期も、「毎日が学園祭」を合言葉に、参加型のイベントやスタッフの工夫で、訪れたお客様に非日常の楽しさを届けてきました。照明を落として一斉に投球する「ムーンライトストライクゲーム」は、そんな象徴の1つです。

地域との信頼関係も、簡単に得られたものではありません。1990年代、アーケード施設への先入観や治安への懸念から、出店に対する強い反対も多くありました。それでも対話を重ね、施設運営の実績を通じて理解を得ていく中で、かつて反対していた方が今では家族連れで通ってくださる姿も見られるようになりました。

このようにして築いてきたのは、単なる商業施設ではなく、地域に根ざし、人に寄り添う場です。社会が急速にデジタル化する時代だからこそ、私たちはあえて、リアルな場が持つかけがえのない価値に投資し続けています。当社は、テクノロジーを排除するのではなく、リアルな体験をより深く、豊かにするためにそれを活用する。その方針を今後も変えることはありません。

ラウンドワンに行けば、笑顔が生まれる。家族の思い出が増える。世代を超えたコミュニケーションが育まれる。そうした時間と空間を、日本、そして世界へと届け続けていくことが、私たちの企業としての使命であり、揺るぎない価値創造の源泉であると確信しています。

杉野 公彦

企業理念

世界中の人々へ「笑顔と健康と
コミュニケーションの場」を提供するために

インプット

あらゆる顧客ニーズに応える
地域密着型の
エンターテインメント空間

アウトプット

お客様からの笑顔

遊びと食と文化が
融合した空間を
世界中に提供

ROUND1

マテリアリティ

コーポレート・ガバナンス



財務資本

- 営業CF + 639億円
- 財務健全性(デッド・エクイティ・レシオ:0.6倍 財務レバレッジ:3.8倍)



製造資本

- 年間設備投資総額:583億円
- ボウリングレーン数店舗平均:日本約33レーン、米国約10レーン
- クレーンゲーム機店舗平均:日本約330台、米国約160台
- カラオケルーム数店舗平均:日本約24部屋
- パーティールーム数店舗平均:米国約3部屋
- スポッチャ拠点数:日本54店舗、米国5店舗



知的資本

- 月間の平均コラボ件数:日本約15.6件



人的資本

- 従業員数:日本5,857名、米国1,878名、その他239名 計7,974名
- ※平均臨時雇用者数を含む



社会関係資本

- 小中学生無料キャンペーンの利用者数:日本約64万人
- パーティー利用者数:米国約27万人
- 出店地域:日本38都道府県、米国27州



自然資本

- 効率的な電力資源等の活用
(使用電力:日本228,259千kWh、米国68,407千kWh、計296,666千kWh)

コンテンツの
デジタル化



日本国内の少子高齢化・
人口減少



インフレ



気候変動



文化・トレンドの
多様化



法律などの規制



持続的な成長のためのロジックツリー

PBR = **ROE** × **PER**

当社グループは、持続的な成長による株主価値の向上を最重要目標として掲げ、PBR向上を実現するため、ROE、PERを細分化し、それぞれの項目に対し以下の取り組みを実施しております。

主な取り組み

PBR 向上	ROE	ROIC	出店戦略	当社グループは、企業としての明確な方針に基づき出退店基準を設け、ROICを重視した経営を行っています。引き続き、ROICの高い地域への出店や事業への投資を計画的に進めてまいります。
		財務 レバレッジ	キャピタルアロケーション	長期的な成長の実現に向けた積極的な投資と、株主の皆様への利益還元である配当および自社株買いとのバランスを適切に管理することで、自己資本の最適化に努めてまいります。
	PER	株価	ステークホルダーへの 適切な情報開示	投資家の皆様に、当社グループの事業基盤であるビジネスモデル、成長に向けた出店戦略、そしてサステナビリティへの取り組みを正しくご理解いただくことが、株価の向上に不可欠であると考えております。IR活動を通じ、透明性の高い情報開示に努めてまいります。
		EPS	1店舗当たり営業利益	魅力的なアミューズメント景品や、グッズおよび体験価値の提供により、1店舗当たりの収益性を向上させております。お客様に安心・安全にご利用いただける施設を前提とし、さらなる付加価値の提供に加え、従業員の労働生産性を高める取り組みに努めてまいります。
			店舗数	店舗数拡大に向け、引き続き出店を推進してまいります。米国においては、新店のうち約半数をフードホール併設店舗として出店を予定しております。複合型エンターテインメント施設の強みを活かし、お客様のリピート率向上を目指した店舗作りを進めてまいります。
			新たな事業の創出	最高峰の日本食を世界へ広めるため、「ROUND ONE Delicious」を立ち上げました。2027年3月期に米国主要3都市への出店を予定しており、海外の運営ノウハウを活かしながら、将来的には全世界へフィールドを拡大してまいります。

PBR向上

PER

ROE

株主価値の最大化のためには収益性の向上が不可欠であり、PERとROEはその重要な要素であると考えています。PERおよびROE向上に向け、以下3つのKPIに注力してまいります。

1 1店舗当たり営業利益の増加

2025年3月期の1店舗当たり営業利益(国別平均)は日本で約1.3億円、米国で約2.9億円でした。魅力的なアミューズメント景品や、コラボレーションによるグッズと体験価値の提供により、従来の施設利用のお客様に加え、新たなお客様にもご利用いただける機会が増加しております。今後も様々なIPとのコラボレーションや効率的なオペレーションの構築により、さらなる収益性向上を図ってまいります。

2 店舗数の拡大

2025年3月期末時点の店舗数は日本100店舗、米国57店舗、中国3店舗です。現在、ROICの高い米国を中心に年間10店舗以上の出店を目標とし、地域特性に応じた様々な規模の出店計画を進めております。また、2026年3月期より「遊」と「食」を融合させたフードホール併設店舗の出店も計画しており、複合型エンターテインメント施設の強みを活かしながら、「日常使いの施設」としてさらなる成長を目指してまいります。

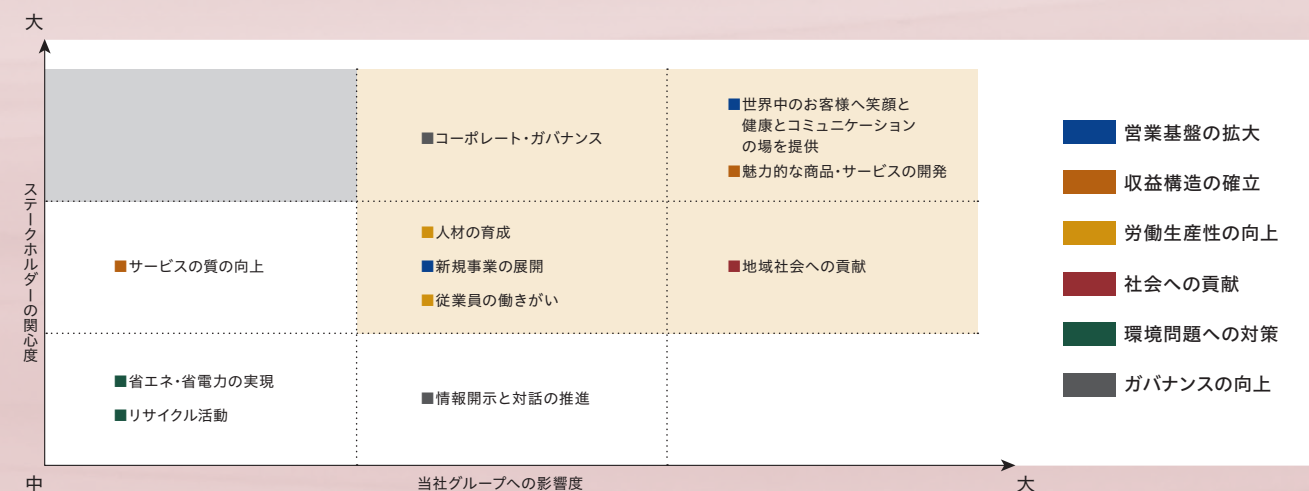
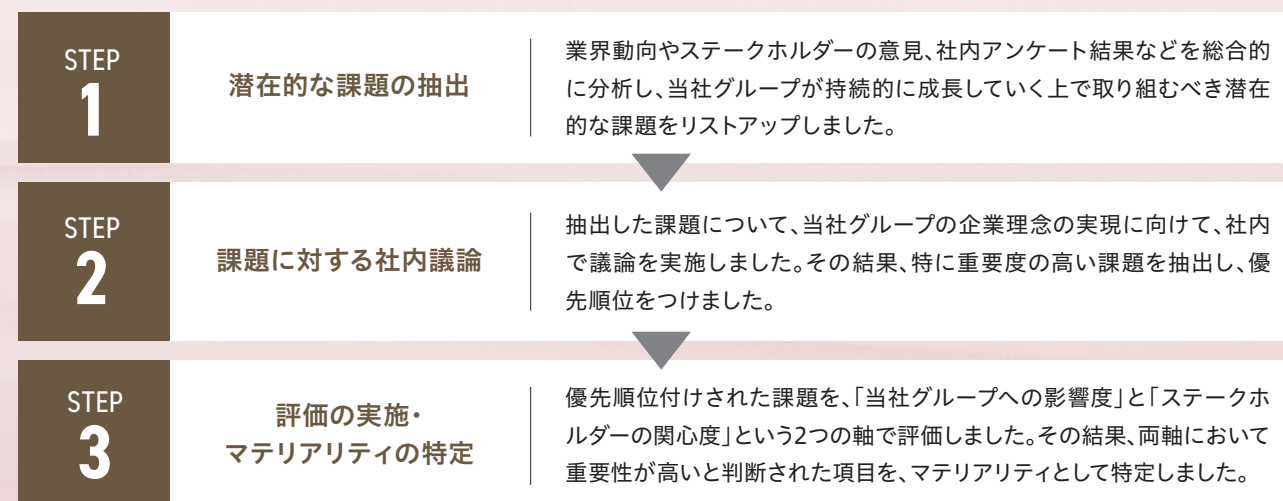
3 新たな事業の創出

最高峰の日本食を世界へ広めるため、新規事業「ROUND ONE Delicious」を立ち上げました。培ってきた海外店舗運営のノウハウと日本食の可能性を活かし、将来的には全世界への展開を見据え、まずは2027年3月期に米国へ4店舗出店する予定です。

上記KPIを達成するためには、マテリアリティへの取り組みが必要不可欠と考えております。マテリアリティへの取り組みを通じ、持続的な企業価値向上に努めてまいります。

マテリアリティの特定

ステークホルダーの皆様との対話を通じて、社会の期待と要請を深く理解することは、持続的成長に不可欠です。私たちは、ステークホルダーの皆様からの関心事を踏まえ、以下のプロセスを通じて企業価値構造の基盤となるマテリアリティを特定しました。



分類	マテリアリティ	取り組み
営業基盤の拡大	世界中のお客様へ笑顔と健康とコミュニケーションの場を提供	米国における店舗数の拡大
	新規事業の展開	ROUND ONE Delicious事業の展開
収益構造の確立	魅力的な商品・サービスの開発	コラボキャンペーンの展開、オリジナル景品の拡充、リモートボウリングの実施
労働生産性の向上	人材の育成	キャリア開発、スキルアップの支援
	従業員の働きがい	「ラウンドワン ウェルビーイング」の設定、MAKE A CHANCEプロジェクト、労働時間の削減
社会への貢献	地域社会への貢献	社会見学、職場体験、健康ボウリング教室の実施
ガバナンスの向上	コーポレート・ガバナンス	内部通報制度、リスク管理体制の強化

当社グループは2024年4月に持株会社体制へ移行いたしました。持株会社である株式会社ラウンドワンは、グループ全体の経営戦略の策定や経営資源の最適化、機能強化に特化し、各事業会社は各社の責任・権限のもと事業環境に応じた迅速な意思決定と経営を推進いたします。この体制により、グループ一丸となりさらなる成長を実現してまいります。

IPコラボキャンペーン



ヒプノシスアベマ
2023年5月～8月実施
[日本開催]



カラフルピーチ
2023年8月～10月実施
[日本開催]

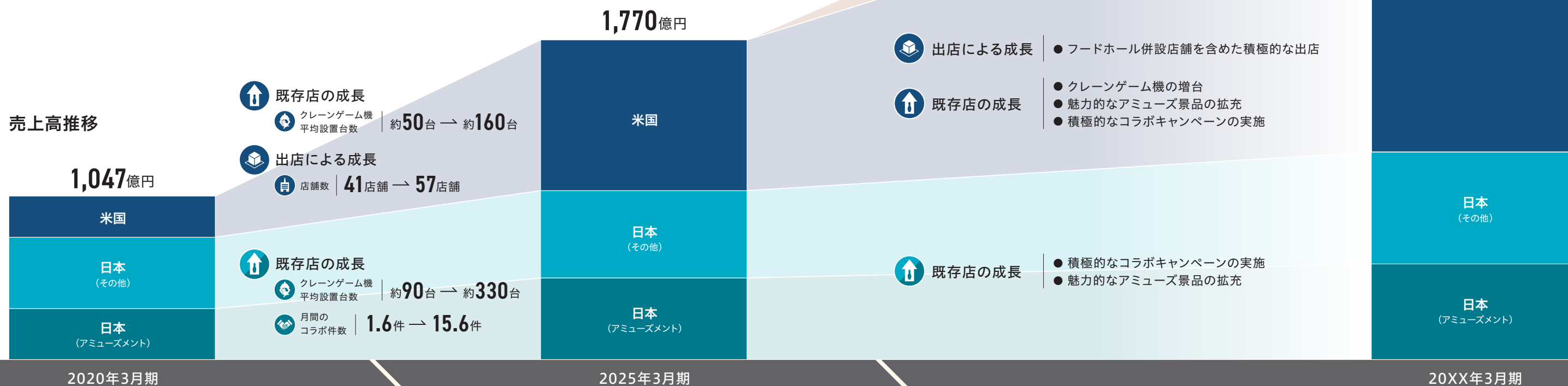


ハイキュー!!
2024年7月～10月実施
[日本開催]



ホロライブ
2024年10月～2025年1月実施
[日米同時開催]

売上高推移



ギガクレーンゲームスタジアムへ改装



ミニクレーンゲーム機の増台



米国への出店(ジャージーガーデン店)



ジャパニーズフードホール イメージ



ROUND ONE Delicious 店舗イメージ



魅力的な景品の拡充



魅力的な景品の拡充

日本

2022年3月期よりギガクレーンゲームスタジアム®へ改装し、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平均件数は約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。
※クレーンゲーム機を300台以上設置している店舗の名称

米国

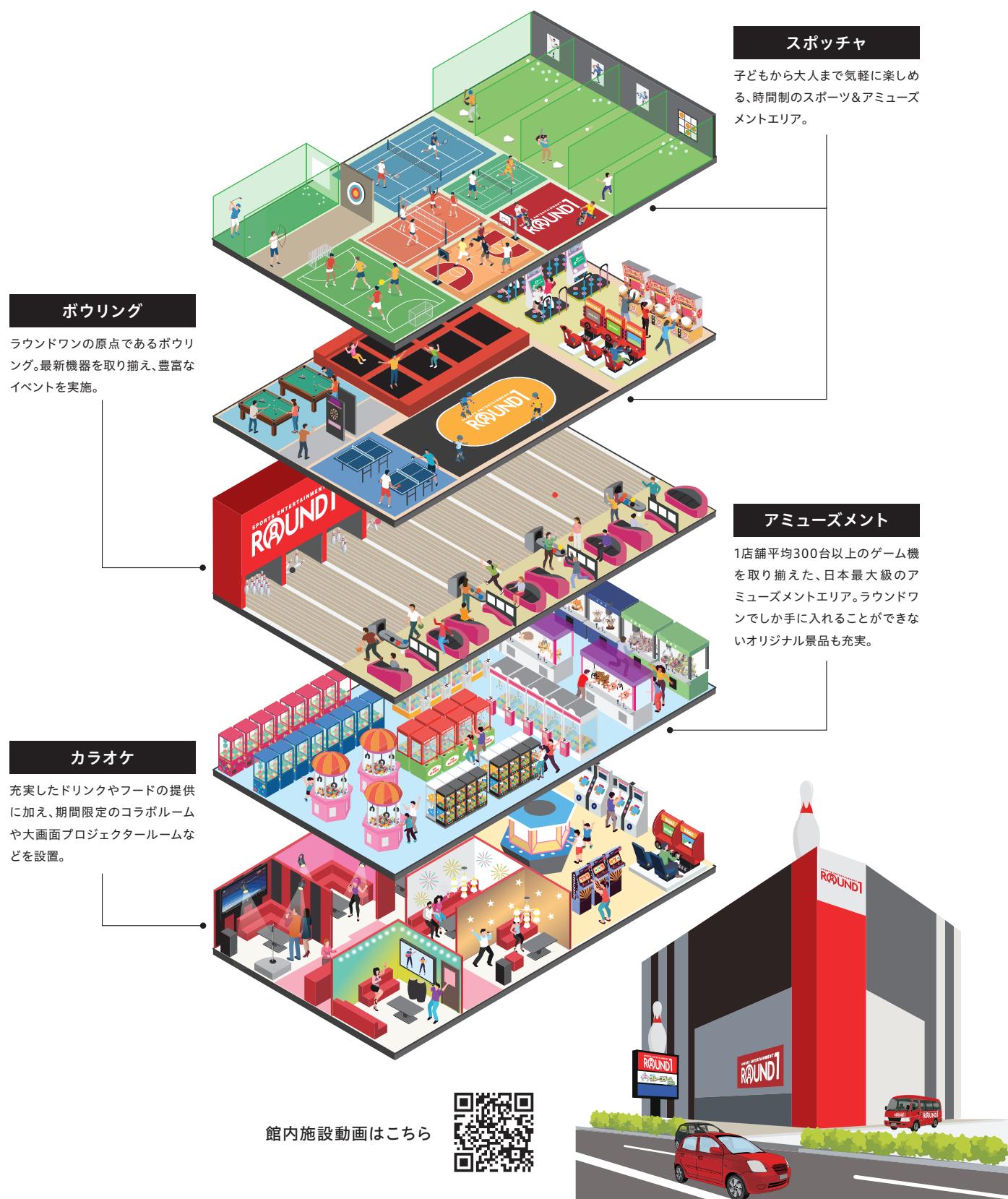
2020年3月期から2025年3月期にかけて、新規店舗の出店やクレーンゲーム機の増台により売上を伸ばしてまいりました。今後はフードホール併設店舗の新規出店に加え、積極的なコラボキャンペーンの実施やクレーンゲーム機の増台を行い、さらなる成長を目指します。

ROUND ONE Delicious

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月期に米国への出店を予定しております。
※詳細はP26「ROUND ONE Delicious事業」

■ 事業概要

日本の店舗の多くは郊外のロードサイドに位置し、施設内には、私たちの原点であるボウリングをはじめ、カラオケ、アミューズメント、スポッチャ、そして約300～600台のクレンゲームが並び、ギガクレンゲームスタジアムなどを展開しています。お客様の多様なニーズに応える、地域密着型の複合エンターテインメント空間を提供しております。



スポッチャ

子どもから大人まで気軽に楽しめる、時間制のスポーツ&アミューズメントエリア。

ボウリング

ラウンドワンの原点であるボウリング。最新機器を取り揃え、豊富なイベントを実施。

アミューズメント

1店舗平均300台以上のゲーム機を取り揃えた、日本最大級のアミューズメントエリア。ラウンドワンでしか手に入れることができないオリジナル景品も充実。

カラオケ

充実したドリンクやフードの提供に加え、期間限定のコラボルームや大画面プロジェクタールームなどを設置。

館内施設動画はこちら

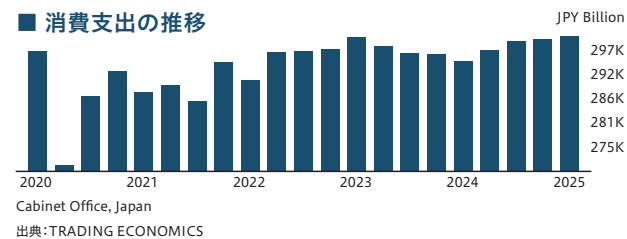


日本のエンターテインメント市場は、成長率は緩やかなものの、依然として大規模な市場規模を維持しています。この環境下で、私たちは以下の戦略に取り組み、収益拡大を図ります。

日本の消費動向と市場シェア

日本国内の消費支出は、コロナ禍以降も着実に回復傾向にあり、特にレジャー部門は堅調に推移しています。これは、消費者が「モノ」から「体験」へ消費の軸足を移していることを示しており、エンターテインメント業界にとっては追い風となっています。当社は、創業の原点であるボウリングで高いシェアを確立していますが、市場規模の大きいアミューズメントやカラオケには、大きな成長余地があります。

■ 消費支出の推移



■ 各サービスの市場シェア(2023年3月期)

サービス名	市場規模(億円)	当社売上(億円)	シェア率
ボウリング	670	192	28.7%
アミューズメント	4,470	469	10.5%
カラオケ	2,430	66	2.7%

出典: 日本生産性本部 レジャー白書2024

SWOT分析

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	Strength (強み) 【複合型屋内エンターテインメント施設の運営ノウハウ】 複数のサービスをワンストップで利用できる国内唯一無二のフルラインナップ型であることと、その施設の効率的な運営ノウハウの蓄積。 【全国展開による広く認知されたブランド力】 日本全国に100店舗を展開する圧倒的なブランド力を誇り、ボウリングやカラオケという個別の目的ではなく、ラウンドワンそのものがレジャーの選択肢として支持されている。 【最新設備の導入と独自の企画力】 最新設備の積極的な導入に加え、IP・アーティストとのコラボキャンペーン等により、常に新鮮な体験を提供。これにより、高い顧客満足度と新規顧客の獲得を実現。	Weakness (弱み) 【既存店舗の経営成績リスク】 店舗数の拡大期を終え、出店余地が限られることにより、収益拡大には既存店舗の継続的な成長が必須。 【他社製品への依存】 ゲーム機・アミューズメント景品など外部ベンダー依存度が高いことにより、新製品の供給や価格変動の影響を受けやすい。 【維持管理コストの発生】 施設の維持・管理にかかる継続的なコスト負担の発生。
外部環境	Opportunity (機会) 【エンターテインメントへの消費トレンドの拡大】 消費支出・レジャー市場の堅調な推移と、モノ消費から体験消費へのシフトによる、リアル体験価値の再認識。 【IP需要の高まり】 日本の「サブカル文化」や、「推し活文化」が日常に浸透したことで、IPコンテンツへの需要が拡大。 【IPホルダーとの協業】 IP需要の高まりを受け、顧客層を拡大したいと考えるIPホルダーの増加に伴い、協業機会が拡大。これにより、ラウンドワンがIPコンテンツの需要と供給を結びつける拠点となる。	Threat (脅威) 【少子高齢化の進行】 長期的に見て、主要顧客層である若年層が減少するリスク。 【予測不能な外部要因】 パンデミックや自然災害など、予測不能な事態が店舗運営に大きな影響を与えるリスク。 【デジタルエンターテインメントの進化と普及】 家庭で楽しめる娯楽の進化により、リアル店舗の体験価値が相対的に低下するリスク。

今後の取り組みについて

1. 複合施設の強みを活かした独自の顧客体験の深化

当社の最大の強みである複合施設をさらに深化させ、他社との差別化を図ります。消費者の価値観が多様化する中で、リアルな場だからこそ提供できる「特別感」や「非日常」を追求します。複合施設の強みを最大限に活かし、お客様への付加価値を創出することで、デジタルでは代替不可能な体験を提供してまいります。

2. IP需要の高まりに応える「多様な顧客層への対応」

少子高齢化が進む日本において、若年層のみならず、幅広い顧客層のニーズにお応えすることが重要です。IPホルダーやアーティスト等との積極的なコラボレーションを通じて、既存の顧客層のエンゲージメント強化に加え、新規顧客層の獲得を目指します。

■ 事業概要

米国店舗は、2025年3月末時点で57店舗あり、その全てがショッピングモール内へ出店していることが大きな特徴です。お客様は駐車場側とモール側の2つの入口から、気軽に店舗へお立ち寄りいただけるようになっています。アミューズメントコーナーでは日本店舗で展開しているゲームマシンを数多く設置し、クレーンゲームの中には日本から持ち込んだ景品を多く取り揃え、他社との差別化を図っています。



※2025年3月末日現在、スポッチャ併設店舗は5店舗出店しております。

館内施設動画はこちら

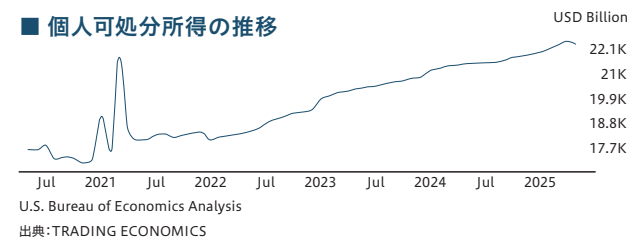


世界最大の規模を誇り、高い成長率を維持する米国のエンターテインメント市場は、当社にとって重要な成長機会となります。この大きな潜在市場において、収益拡大を図るべく、私たちは以下の戦略を中心に取り組んでまいります。

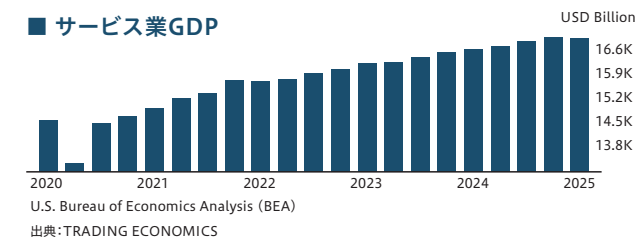
米国市場の成長機会

米国の近年のインフレ率は安定的に推移しており、それに伴い可処分所得も増加傾向にあります。健全なインフレは消費者心理を上向かせ、エンターテインメントへの支出を後押しすると考えております。また、米国のサービス部門のGDPは、中長期的に緩やかな上昇傾向が続いており、サービス業全体で提供される付加価値が増加していることを示唆しています。当社は、この好環境を最大限に活かし、独自の付加価値を提供することで、ブランド価値を向上させ、持続的な成長に貢献できると確信しております。

■ 個人可処分所得の推移



■ サービス業GDP



SWOT分析

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	Strength (強み) 【日本式複合エンターテインメントの独自モデル】 圧倒的な規模数のゲーム機を中心とし、ボウリングや飲食等との複合で他社を上回る体験価値の提供。 【低コストでの出店と集客効果】 ショッピングモールの空きテナントを活用することで、出店コストを抑えながら、モールの顧客を取り込むことによる高い集客効果を実現。 【日本発のコンテンツによる差別化】 日本から持ち込む、圧倒的な種類のIP・アミューズメント景品による他社との差別化。	Weakness (弱み) 【新店舗における経営成績リスク】 新店舗の経営状況が、経営全体に影響を与える可能性。 【日本とアメリカの文化差異】 文化や規制の違いから、日本で培った運営ノウハウをそのまま移植できないため、現地に合わせたローカライズが必要。 【為替変動リスク】 円高が進行した場合に、米国事業の収益が円換算ベースで減少する可能性。
外部環境	Opportunity (機会) 【エンターテインメントへの消費】 個人の可処分所得の増加やサービス業GDPの上昇による、エンターテインメント消費の拡大。 【遊×食の融合での出店の加速】 日本食人気の高まりを背景とした新業態となるフードホール併設型店舗の展開により、滞在価値・リピート率の向上と、出店形態の多様化による出店余地の拡大。 【IP・日本カルチャーの需要の広がり】 日本のアニメ・ゲーム・キャラクターなどのIP需要増加に伴い、米国での本格的なコラボキャンペーンの実施による新たな顧客層の拡大。	Threat (脅威) 【予測不能な外部要因】 パンデミックや自然災害など、予測不能な事態が店舗運営に大きな影響を与えるリスク。 【デジタルエンターテインメントの進化と普及】 家庭で楽しめる娯楽の進化により、リアル店舗の体験価値が相対的に低下するリスク。 【経済動向の影響】 米中間税の影響による経費増加や、景気悪化によるサービス業への集客減。

今後の取り組みについて

1. IPを活用したコラボキャンペーンの積極的な展開

2025年3月期に日米同時開催のコラボキャンペーンを実施しました。米国では日本のIP人気は非常に高く、今後もこうした企画に積極的に取り組み、ブランド認知度の向上と顧客エンゲージメントの強化を通じて、さらなる収益力の拡大に努めてまいります。

2. 「遊」と「食」の融合による新業態の展開

2026年3月期より、フードホールを併設した新業態店舗の展開を開始します。遊びに食を掛け合わせたリアル体験をご提供することで、フードサービスの収益を拡大します。また、ショッピングモールの回遊客に対する訴求力を高めることで、アミューズメントをはじめとする店舗全体の売上向上にも貢献します。

■ 米国事業(ジャパニーズフードホール)

「ジャパニーズフードホール」併設店舗を2026年3月期より展開

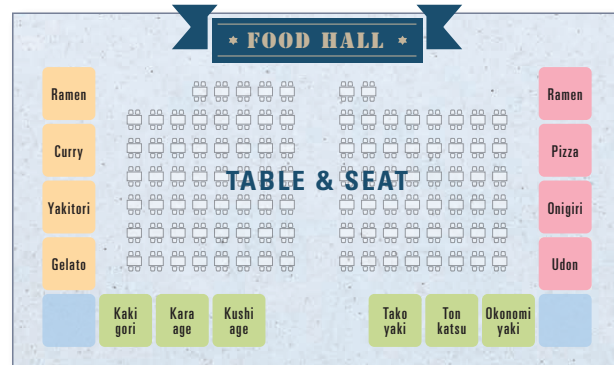
従来の複合型エンターテインメント施設に、日本で親しまれているラーメン、うどん、たこやきなど、多様な「食」を提供する「ジャパニーズフードホール」を併設した新店舗を、2026年3月期より米国に出店します。従来の店舗モデルにフードホールを併設することにより、集客力の増大ならびに米国における出店形態の多様化が可能となり、出店の加速を目指します。

日本の銘店で構成されたフードホール

従来の複合型エンターテインメント施設に加え、300～400席を備えた「ジャパニーズフードホール」を併設した店舗を出店します。協力加盟店は、各ジャンルにおいて日本国内の主要なグルメ評価サイトやレストランガイドで高い評価を得ている銘店のみです。加盟店は約14店舗を1ユニットとして構成し、ユニットAとユニットBの2種類のパターンで出店します。

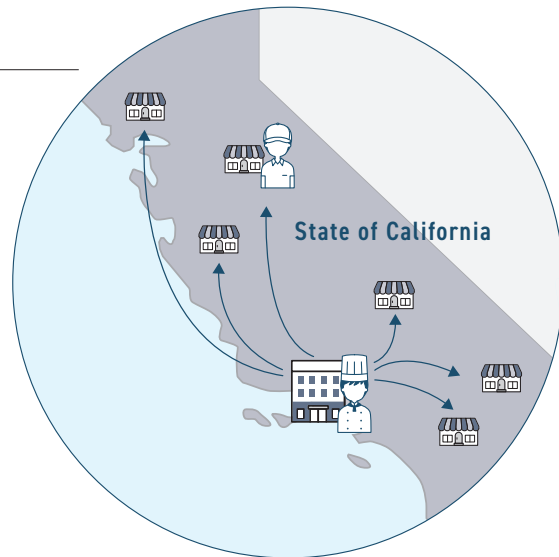


出店イメージ



セントラルキッチンによる集中管理体制

ジャパニーズフードホールにおいては、日本国内のグルメサイトで高い評価を得たお店の味をそのままのクオリティで楽しんでもいただくため、各出店地域にセントラルキッチンを設置いたします。セントラルキッチンで仕込み調理を一括して行い、フードホール各店舗では最終の仕上げ調理のみを行うことで、お客様へ迅速に料理を提供することが可能です。この集中管理体制により、品質の担保とコストの低減を目指します。また、セントラルキッチンを中心に周辺エリアへのドミナント出店を加速してまいります。



収益モデルの変化

従来の収益モデル	売上		フードホール併設後の収益モデル	売上	
	ボウリング 他	2 億円		ボウリング 他	2 億円
	アミューズメント	10 億円		アミューズメント	10 億円
	飲食	1 億円		フードホール	16 億円
	総売上	13 億円		総売上	28 億円
営業利益3億円			営業利益6億円を目指します		

■ 中国事業

中国の店舗は、米国同様にショッピングモール内への出店を特徴としており、2025年3月末時点で広州市、深圳市、上海市に出店しております。

また、2025年4月に深圳市2号店となるアミューズメント専門店をオープンいたしました。新規出店に関しては、中国特有のリスクを慎重に見極めたうえで検討を進めつつ、引き続き収益構造の確立に努めてまいります。



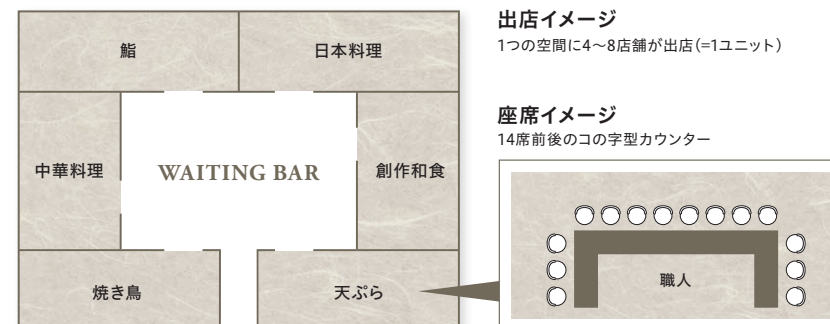
■ ROUND ONE Delicious事業

リアルな体験価値創造:「食」事業への挑戦

当社グループは、米国および中国においてフード&ドリンクを併設した複合型エンターテインメント施設を出店しており、海外出店における収益化のノウハウを蓄積してまいりました。そして、テクノロジーでは代替できない「食」の提供を通じて、お客様が体験を共有する時間を高め、よりリアルな体験価値をお届けすべく、「ROUND ONE Delicious」を立ち上げました。「食ベログアワード」受賞店をはじめとする、日本国内最高峰の有名店と協力し、本物の日本食の美味しさをお届けします。

職人と向き合う特等席の贅沢

1つの空間に4～8店舗が同時出店し、各店舗はそれぞれ独立しています。店舗内には14席前後のカウンター席が設置されており、日本の食文化を楽しんでいただくことができます。



出店イメージ

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



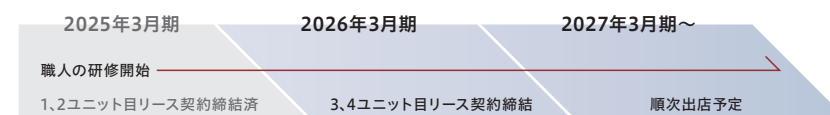
座席イメージ



共有部イメージ

世界展開に向けた出店戦略

全世界の進出の足がかりとして、まずは米国主要都市(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。



店舗外観イメージ

飽きさせない 価値創造への挑戦で、 国内収益と海外拡大の 牽引を目指す

取締役 グループ事業本部長
株式会社ラウンドワンジャパン代表取締役 社長
川口 英嗣

サービスの複合化と グローバル展開によるリスク分散

ラウンドワンは創業から45年、多様なエンターテインメントサービスや多彩な企画で、「飽きさせない遊びの場」を磨き続けてきました。グループ事業本部長・ラウンドワンジャパン代表取締役として、「リアル体験の価値を磨き続ける」という信念を軸に、国内事業をさらなる成長へ導き、グループ全体へのノウハウ共有と海外展開の強化に取り組んでおります。

当社グループはボウリング、アミューズメント、カラオケ、スポッチャ、飲食などの複数サービスの提供と、米国を中核とする海外事業の展開という二軸でリスクを分散しています。海外事業への注力は、東日本大震災で学んだ「一国依存の脆さ」を克服する重要手段でもあります。拠点を分散させることで、特定の地域の需要減少が起きてもグループ全体のキャッシュフローが大きく揺らぐ事態を防げる攻守一体が、当社グループの強みです。

日本発のノウハウが海外成長の原動力に

日本市場は人口減少とコスト上昇に直面していますが、グループとしての日本法人の役割は2つあります。第1は、人口減少局面でも安定した利益を創出し、グループの屋台骨を支えること。第2は、国内で磨いたサービスや施策を海外に展開するための実験拠点となることです。たとえばアミューズメントは最新機種・独自景品の調達力や店舗オペレーションが強みで、クレーンゲームの運用方法や配置戦



略、現場でのPDCAサイクルは米国展開のノウハウとして活かされています。当期は日本で成功したコラボレーションキャンペーンを米国で大きく展開し、収益性の検証を進めています。日本で磨いたサービスを海外へ展開しながらも、大半を現地仕様へローカライズすることで、法規制や文化差によるリスクを抑制しています。国内店舗で培った運営ノウハウは、海外展開を支える土台です。

実験的なサービス開発や運営オペレーションの高度化は日本国内で先行し、その成果を柔軟に海外現地仕様へローカライズしながら移植する。また人的交流・現地責任者への直接的な技術・管理指導を通じて、日本発の“ラウンドワン”らしさを現地に根付かせてきたことが、海外での競争優位性・出店加速の原動力となっています。今後は現地で得られた新商材やヒット企画を日本へ“逆輸入”させるなど、双方向的な知見循環も活発化させていきます。

サービスを更新する挑戦文化の醸成と 全社一体の価値創出

当社グループの競争優位性は、最新機種を網羅できる調達規模、オリジナル景品の開発力、そして新たな価値を投入

し続ける挑戦文化です。複合業態ならではのコラボレーションの幅広さも、当グループの大きな強みです。私は「お客様は必ず飽きる」という前提を忘れず、常に先手で設備を刷新し、サービスを更新する挑戦文化を育てています。

この挑戦文化を育成し、やがては新規事業創出へつなげるために、私は2024年4月のラウンドワンジャパン社長就任と同時に社員提案制度を正式に導入しました。現場から年間約1,000件弱ものアイデアが寄せられ、中でも特に優れた案は経営トップの前で直接プレゼンの機会を設けています。積極的に現場の意見を反映させる体制を整えた結果、オペレーションの改善や新たな企画の実現につながっております。また時には、経営側から実際の「いま会社が解くべき課題」を提示することで、従業員が経営者視点を養う機会にもなっています。経営者の判断に頼る体制では、次代の持続性に限界があります。社員が経営課題を自分ごととして捉える発想力を育むことが、組織力の強化にもつながると考えています。この取り組みにより日本が“実験場”として新たな取り組みを量産し、グループ横展開することで、全社一体の価値創出を目指しております。

また、多様な意見を経営に組み込むべく、性別に関係なく人材が育つ環境構築を目指し、2022年7月からは「MAKE A CHANCEプロジェクト」にも取り組んでいます。その他にもカスタマーハラスメント対策、労働時間短縮プログラムを進め、従業員エンゲージメントを高めています。

飽きることを前提に、 それを上回る進化への投資を

安心・安全に楽しめる店舗環境維持のために既存店のリニューアルも欠かせませんが、その際には築年数や店舗規模ではなく、投下資本利益率(ROI)をもとに優先順位を決めています。とはいえ、一定の提供クオリティとして「不快ゼロ」を共通目標とし、もしも維持できていない店舗がある場合は、ROIを差し置いて最優先で改修に着手しています。快適に遊べる環境は、ラウンドワンの重要な提供価値であるためです。

ラウンドワンの店舗は、地域社会と価値を共有する役割を担います。保護者同伴を条件に小中学生のゲーム料金を無料にするキャンペーンを通年で実施し、2027年3月期からは部活動の練習拠点として、一部店舗のボウリングエリアを

提供予定であり、文部科学省が2023年度から段階的に進める学校部活動の地域移行への協力と将来世代の顧客育成を兼ねて、名乗りを上げた形です。そのほかにも、多くの店舗が災害時避難所協定を締結し、非常用電源や飲料備蓄を常設しています。こうした日常のレジャーと非常時の安心を両立させる社会インフラ機能は、国内に100の実店舗を持つ当社の強みです。リアル店舗の意義は、同じ空間に集まることで各人が同時多発的に楽しめる点にあります。ボウリングをしているとき、誰かは投球を見守り、誰かは雑談をしているかもしれません。こうした重層的なコミュニケーションは、少なくとも現在の技術では再現できません。顔色や熱量を読み取りながら、それぞれが独自の楽しみ方を見つける「同じ場を共有する面白さ」は、当社グループが守り続けるリアル体験の核心です。だからこそ、繰り返しの来店に支えられるビジネスとして、店舗は地域に好かれる存在でなければなりません。これからも地域に根ざした店舗として、何世代にもわたって利用していただけるような施設であり続けたいです。

一方、バーチャル技術の発展により、現在のリアル体験とバーチャル体験の差が縮まっていくことも間違いありません。だからこそ「食」といったバーチャルに置き換えが難しいリアル体験を「ジャパニーズフードホール」「ROUND ONE Delicious」として、今、挑戦を始めました。

もちろん「食」以外にも常に「お客様が新たな魅力を感じるお店」となるべく、様々な進化への投資を行っていく方針です。「お客様が飽きることを前提に、それを上回る進化への投資をしていく」この経営方針こそ、ラウンドワンが45年続いた真髄です。これからも飽きさせない価値をグローバルに発信し、笑顔と健康とコミュニケーションの場を広げてまいります。

引き続き変わらぬご支援をお願いします。



川口 英嗣

持続的成長と 企業価値向上に向けた 財務戦略

取締役 管理本部長
岡本 純

IFRSへの移行による透明性確保と、 中長期戦略の可視化

当社は2025年3月期に国際財務報告基準(IFRS)への移行を完了し、財務報告の透明性と国際的な比較可能性を大幅に向上させました。リース会計や収益認識基準の見直し、財務諸表注記の充実を通じて、従来生じていた国ごとの減価償却期間やリース会計の違いといった事業セグメント間の比較の難しさを解消しました。これにより、ステークホルダーの皆様との信頼関係強化に努め、明確で信頼性の高い財務報告が実現できたと考えております。

また、2025年3月期決算より、中期ビジョンを明示するとともに、本統合報告書を通じて当社グループのマテリアリティおよび価値創造プロセスを開示しています。持続的成長のためのロジックツリーを構築し、株主価値向上に資する各要素を体系的に整理いたしました。これらの取り組みは、経営の透明性と戦略的整合性を高めるものであり、ステークホルダーの皆様からの継続的な信頼獲得につながるものと考えています。

米国市場への積極投資と 1店舗当たり利益向上

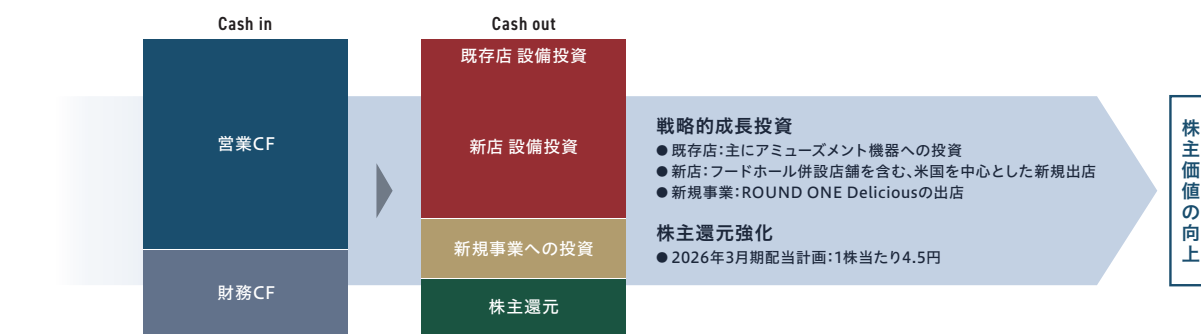
2025年3月期のROICは11.3%(IFRS基準)となり、リース債務を多く計上するビジネスモデルであることを踏まえても、極めて高い水準を維持しています。また、2025年3月期の税引後加重平均資本コスト(WACC)は約6.5%となっており、今後も高い投資効率を実現していくためには、出店戦略が重要な鍵となります。

2025年3月期には、日本で1店舗、米国で8店舗を新規出店しました。今後も日本では年間数店舗の出店を予定



していますが、出店戦略の中心は米国です。米国店舗は、表に示す通り、少ない営業面積で高い1店舗当たり営業利益を実現しており、初期投資の回収期間も日本より短期間です。今後は「食」を融合したフードホール併設店舗や新たな高級飲食事業「ROUND ONE Delicious」の展開を予定しており、グループ全体として投資効率を意識した戦略的な投資を推進してまいります。EPS向上のためには、既存店の収益力強化も不可欠です。当社は、最新のアミューズメント機種を中心に、1店舗当たり年間0.5億~1億円規模の更新投資を継続的に実施し、顧客満足度や店舗収益性の向上を図っております。

	日本	米国
店舗平均面積	スタンダード型 約6,700㎡ スタジアム型 約11,000㎡	約4,800㎡
新規出店時投資額	スタンダード型 約11億円 スタジアム型 約20億円	約18億円
投資回収期間	8年程度	4年程度
今後の出店方式	主に居抜き物件への出店	ショッピングモール内への出店



成長投資を重視した キャッシュフロー運用と資本政策

2025年3月期のIFRSベースキャッシュフローは、営業CF+639億円、投資CF△239億円、財務CF△250億円となりました。また、自己株式の100億円取得や41億円(配当性向27%)の配当を実施し、株主還元にも注力しています。配当性向は、安定的に期初業績予想の25%前後を目安としております。株主価値向上のためには成長投資を最重要視し、営業CFを積極的に投資資金に充当する方針です。営業CFを超える投資については、低金利の日本の金融環境を最大限活用した財務戦略で成長を加速させてまいります。現預金を考慮した実質D/Eレシオは1.5倍であり、今後も適切な財務レバレッジを維持しつつ、成長投資を推進してまいります。その他の資本政策についても、従来通り株主価値を意識しつつ、マーケット環境に応じて最適な判断を行ってまいります。

ステークホルダーとの対話を通じた 信頼関係の構築

当社は、適切な情報開示に加え、株主総会や年4回の機関投資家向け決算説明会、年1回の個人株主向け説明会を開催しております。また積極的に投資家やアナリストとの対話を実施することで、資本市場との信頼構築に努めています。投資家の皆様が認識する資本コストを把握し、当社グループのROE(2025年3月期23.3%)との適切なエクイティスプレッドを実現することで、企業価値の最大化に努めてまいります。また、当社は従業員・地域社会・顧客など多様なステークホルダーとの共存にも注力しています。特に人材資産の価値向上では、「ラウンドワンで“働く”を“幸せ”にする」を方針に、「ラウンドワン ウェルビー

ング」を導入しました。社内投票や満足度調査を通じて制度改善に活かすことで、従業員エンゲージメントの向上、持続的な人材育成、ひいては労働生産性の向上を図っています。

持続的な成長を財務戦略により支える

当社グループは、従来の地域密着型ビジネスモデルに加え、日本のIP(知的財産)を活用したクレーンゲームやコラボキャンペーンを積極的に展開し、多くのお客様からご支持をいただいております。これらの新たな取り組みは、日本市場での成功を背景に、米国市場にも順次展開しており、グローバルな成長の原動力となっています。

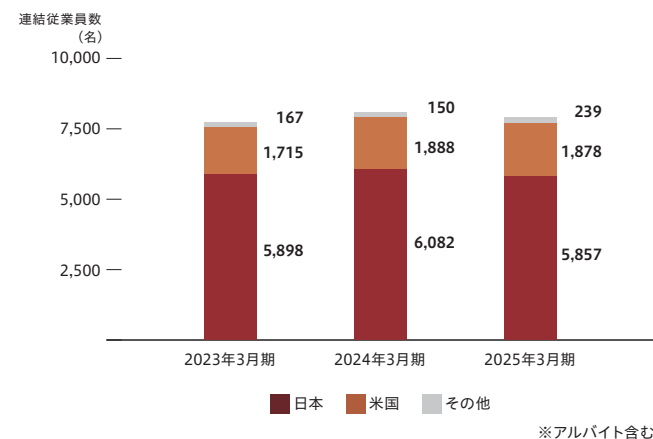
今後は、エンターテインメントに「食」の要素を融合させることで、より多様で魅力的な体験価値を創出してまいります。これらの新規事業や成長戦略の実現に向けては、財務部門が積極的に資金面・投資判断の両面から支援し、企業価値の一層の向上と持続的な成長を力強く後押ししてまいります。



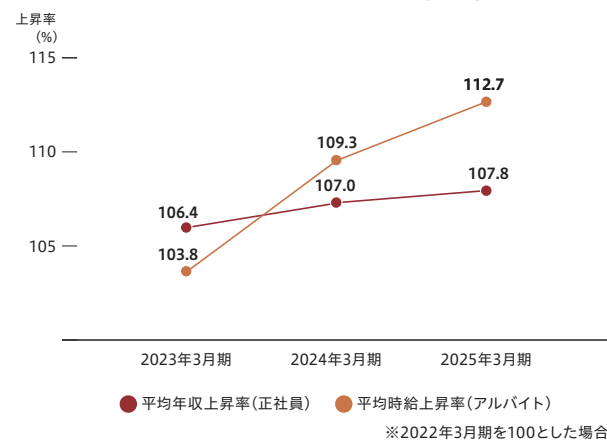
岡本 純

従業員の状況

連結従業員数



平均年収・時給上昇率(日本)



女性の活躍

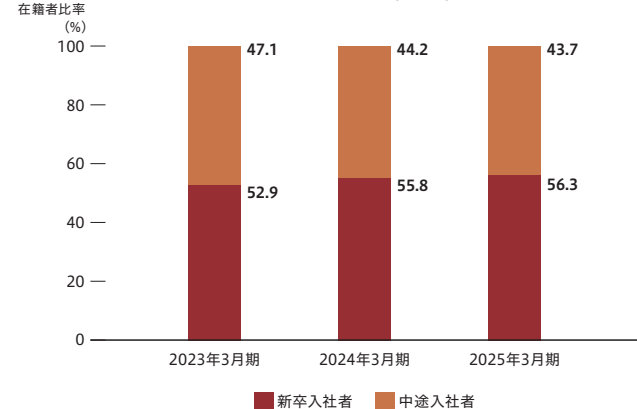
女性管理職数(日本)

管理職 **15**名
執行役員 **2**名

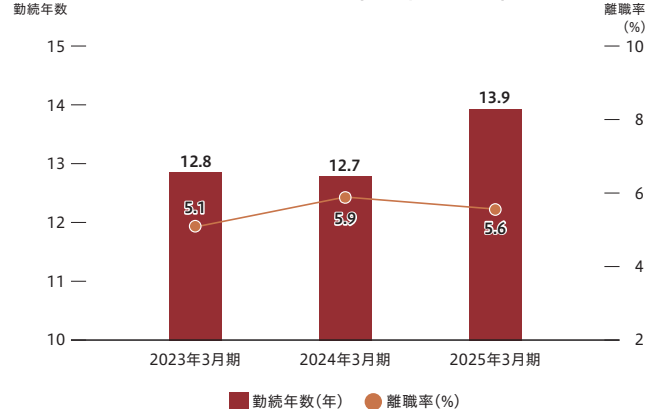
女性取締役数

取締役7名中
女性取締役 **3**名
[うち社外取締役**3**名]

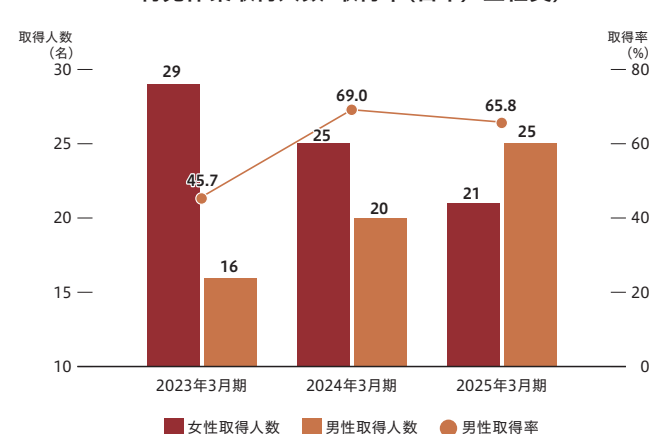
在籍者比率(日本)



勤続年数・離職率(日本/正社員)



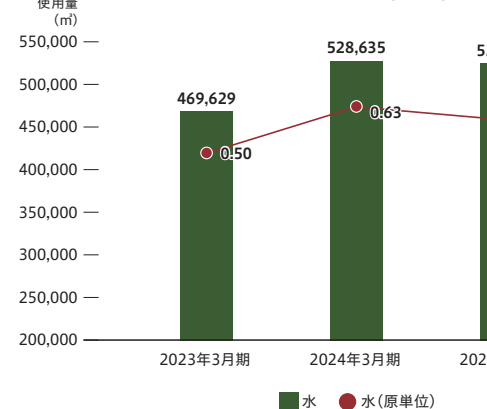
育児休業取得人数・取得率(日本/正社員)

育児休業女性取得率
育児休業復職率(男女共に)

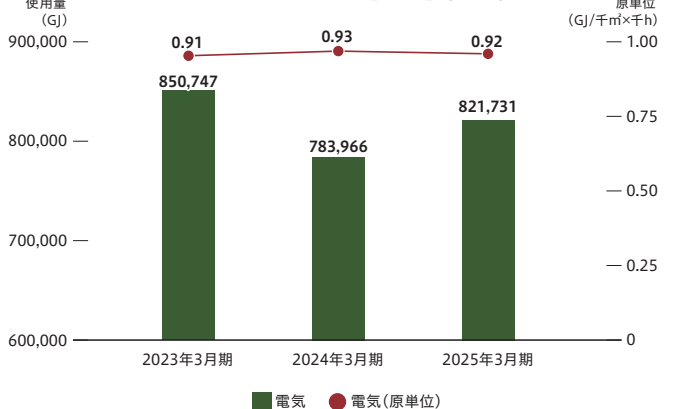
3年連続 **100%**
(日本/正社員)

※日本: ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの合計

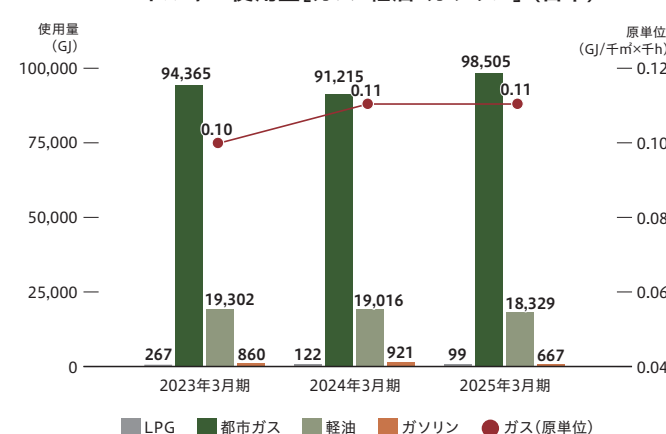
上水使用量(日本)



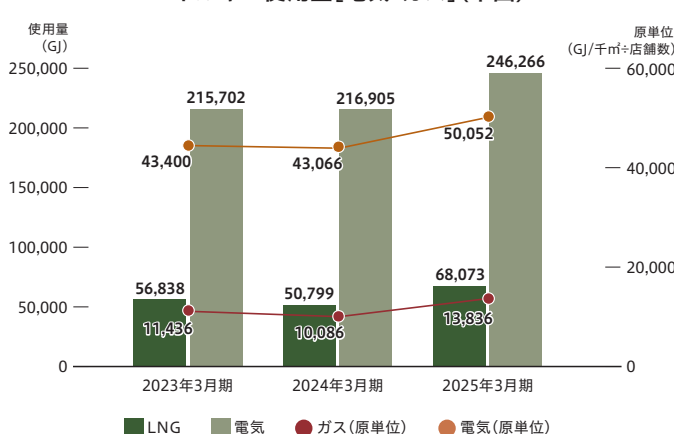
エネルギー使用量[電気](日本)



エネルギー使用量[ガス・軽油・ガソリン](日本)



エネルギー使用量[電気・ガス](米国)



当社グループは、持続可能な社会の実現に向けて様々な取り組みを行っています。全国に展開するエンターテインメント施設の運営企業として、地域社会との協創を図りながら、環境負荷の軽減と社会価値の創造を通じて企業価値の向上を目指しています。

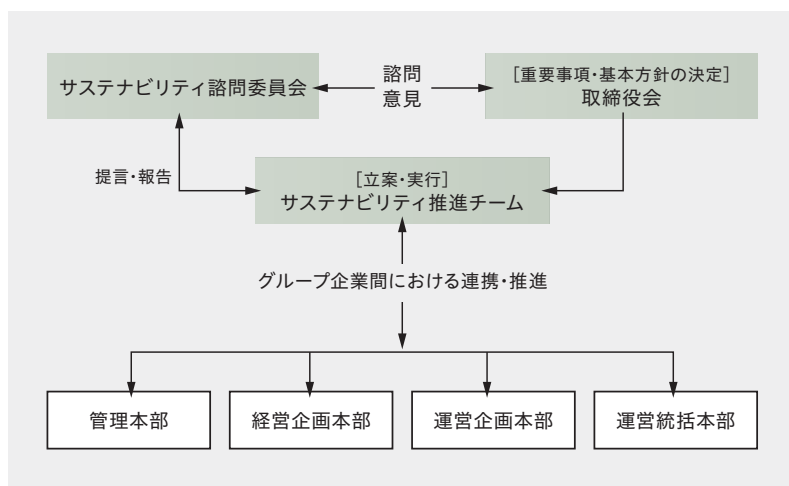
サステナビリティ基本方針(抜粋)

当社グループはサステナビリティを経営の重要課題の一つと位置付け、経営を通じたサステナビリティの推進に率先して努める。サステナビリティの推進は社会共通の使命であり、かつ重要な成長機会であると考えます。

サステナビリティ推進チーム

当社グループでは「サステナビリティ基本方針」に基づき、「サステナビリティ推進チーム」を設立し、活動を進めております。推進体制としては、サステナビリティ諮問委員会の意見を受け、企業の社会的責任に関する取り組みを組織的に推進する仕組みを整備しており(詳細はP47参照)、サステナビリティ推進チームはその中核を担っています。同チームは、ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの各部署からの代表者で構成されています。チームでは原則2ヶ月に1回のオンライン会議を定例開催し、全社的なサステナビリティ活動の方向性を協議・決定しています。主な議論内容は、社内啓蒙活動や従業員研修の企画・実施、法改正に伴うリスクの把握と対応策の検討などです。

また、サステナビリティ推進チームの特性を活かし、現場から寄せられる廃棄物削減や消耗品のリサイクル、当社施設を活用した社会貢献など、サステナビリティに関する多様な提案について、調査・検討する役割も担っています。こうした取り組みを通じて、従業員一人ひとりがサステナビリティ推進の主体となる仕組みを構築しています。



サステナビリティ推進チーム会議の様子

サステナビリティに関する従業員サーベイ

サステナビリティへの取り組みをより効果的に推進するため、従業員のサステナビリティに対する意識や認知度を把握することを目的として、定期的に従業員意識調査を実施しております。

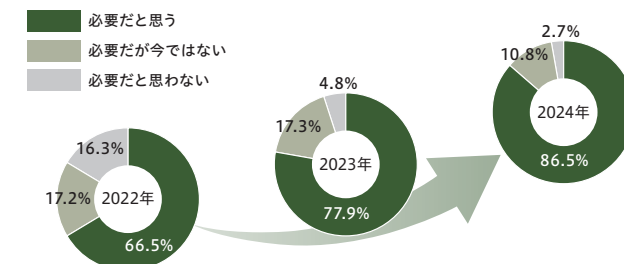
実施概要	調査期間	年1回(最新の調査:2024年6月)
	調査対象	ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの全社員
	調査方法	オンライン調査
	回答率	約70%

分析・考察

サステナビリティ推進チームの発足から3年が経過し、社内におけるサステナビリティへの関心は着実に高まりを見せています。2024年の社内アンケートでは、部署や世代を問わず8割以上の社員が「サステナビリティへの取り組みは必要」と回答しており、初回調査から20ポイントの上昇が見られました。特に「すべての人に健康と福祉を」など、当社グループの事業活動と親和性の高い分野に対する関心が顕著です。一方、当社グループの取り組みがサステナビリティに貢献していると実感している社員は約4割にとどまっており、認識と実感との間に乖離があることも明らかになりました。今後は、関心を理解へ、理解を行動へとつなげる取り組みを強化し、全社的な意識醸成と行動変容を促進してまいります。

サステナビリティに対する社内アンケートの結果

Q.ラウンドワンにSDGsの取り組みは必要だと思いますか?



環境への取り組み

全国の店舗において、省エネルギー対策やLED照明の導入、適切な排水処理、リサイクルの推進など、環境負荷軽減に取り組んでいます。これらの活動を通じて地球環境保全に貢献し、持続可能な事業運営を目指します。

電力削減への取り組み

● エネルギー効率化への取り組み

ダイキン工業株式会社との協業により、空調の電力デマンドコントロール体制を構築しています。屋内型複合エンターテインメント施設における快適性とエネルギー効率の両立を実現し、2019年には省エネ大賞を受賞いたしました。2023年からは「EneFocus α」を導入し、遠隔監視と自動温度管理による高度な省エネルギー運営を推進しています。これらの取り組みにより、お客様への価値提供を維持しながら、持続可能な事業運営と環境負荷軽減を実現しています。※EneFocus αはダイキン工業株式会社の商標です。

● LED照明への取り組み

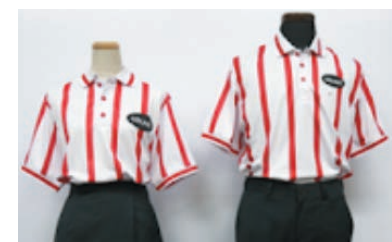
クレーンゲーム機やメダルゲーム機の照明に至るまで、施設全体でのLED化を推進しています。2025年3月期実績では2016年3月期比で約19%の電力使用量削減を達成いたしました(延床面積当たり1日当たり使用量)。この取り組みを含む包括的な省エネルギーの取り組みにより、会社全体では2010年3月期比で約23%(エネルギー使用原単位)の削減を実現しています。継続的な設備投資を通じて、持続可能な企業価値の向上に取り組んでまいります。

排水処理・節水への取り組み

専門業者による廃油処理の適切な管理を通じて排水品質の維持に努めています。水使用量削減においては、水量自動調整機械の導入やカラオケキッチン・フードカウンターへの節水バルブ設置を実施しています。これらの水資源管理施策により、2025年3月期実績では2016年3月期比で約22%の節水を達成し(延床面積当たり1日当たり使用量)、限りある水資源の有効活用と環境負荷軽減を実現しています。

リサイクルへの取り組み

2023年3月期より、経年劣化したアルバイトユニフォームのマテリアルリサイクルを実施しており、現在までに410kgの制服を回収し車のクッション材に再生しました。また、浜田化学株式会社との協業により、廃棄食用油を従業員用ハンドソープにアップサイクルし、全店で活用しています。これらの循環型資源活用により資源効率性の向上を実現し、今後も継続的な資源の循環利用を推進してまいります。



当社グループは、屋内型複合施設の運営において、気候変動が中長期的な事業の持続性に影響を及ぼす重要課題と認識しています。気象の変化やエネルギー問題など、事業との関わりは広く、多面的に対応が求められています。今後もリスクと機会の両面を踏まえ、持続可能な社会への貢献と企業価値向上の両立を目指し、環境課題への取り組みを推進してまいります。

TCFD提言に基づく情報開示

当社グループは、2022年2月にTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）への賛同を表明し、TCFDコンソーシアムにも参加しています。以下ではTCFD提言に基づき、ガバナンス、戦略、リスク管理、指標と目標の4つの項目に沿って分析した関連情報を開示いたします。



ガバナンス

当社グループでは、気候変動問題に対して取締役会で決定された基本方針・重要事項に基づき、各部署横断型の「サステナビリティ推進チーム」が具体的な対応策を立案し、関連部署が実行する推進体制を構築しています。また、社外取締役を中心としたサステナビリティ諮問委員会※が専門的知見から提言を行い、取締役会への諮問・意見具申を通じて経営レベルでの気候変動対応の実効性を確保しています。この体制により、気候変動課題への戦略的かつ組織的な取り組みを推進しています。

※詳細はP47「コーポレート・ガバナンス体制」

戦略

当社グループでは、TCFD提言に基づき、気候変動が事業に与えるリスクと機会を体系的に分析しています。移行リスクとしては、炭素税導入やGHG排出規制による運営・設備投資コストの増加を主要リスクと認識する一方、省エネ設備の導入による運営コスト削減効果も見込んでいます。また、物理的リスクとしては、異常気象による店舗休業や冷房負荷増加などが想定されます。一方で、気象パターンの変化により屋内型施設の優位性が高まり、集客増加の機会が生まれる可能性もあります。これらの分析結果を経営戦略に反映し、リスク軽減と機会の最大化に取り組んでいます。今後も、気候変動に関する社会的要請や規制動向を注視しつつ、持続的な成長と企業価値向上に資する対応を継続してまいります。

■ 重要なリスク・機会とインパクト評価

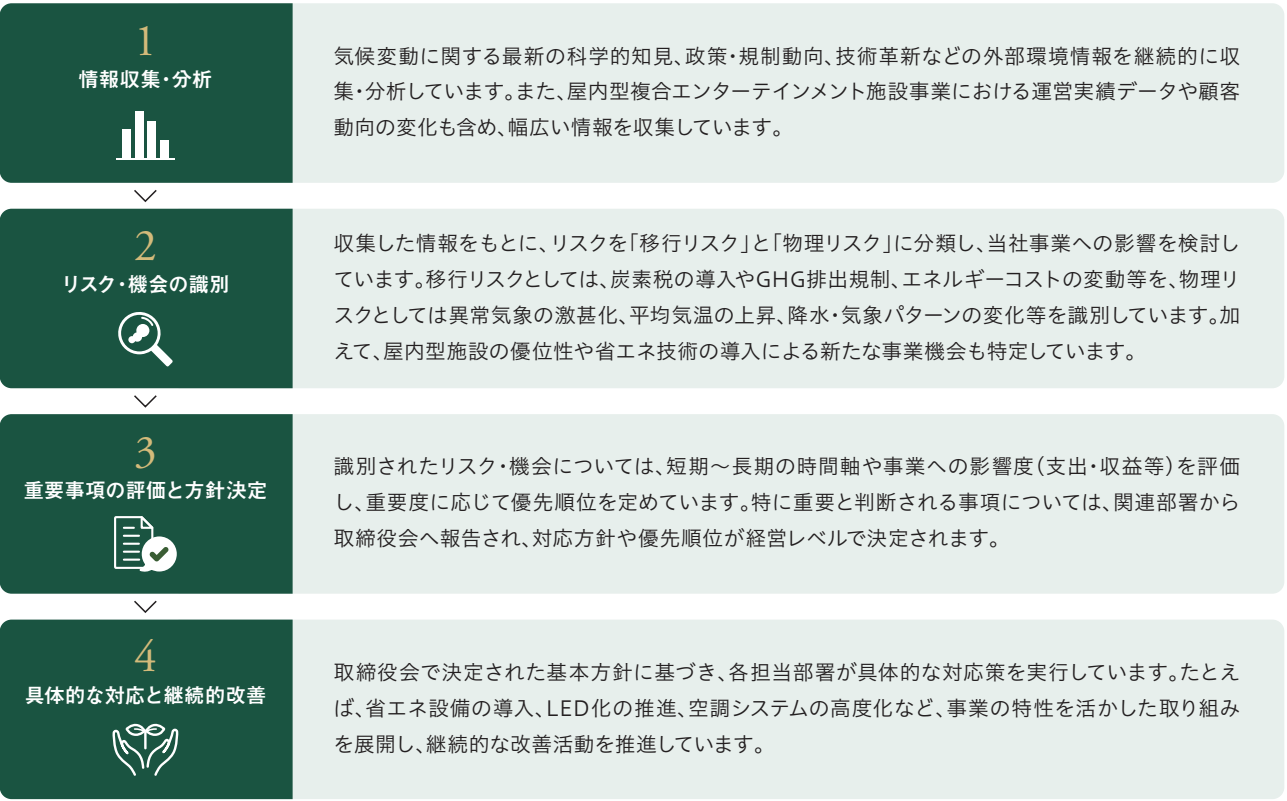
当社グループは以下のリスク・機会が発生、および事業に影響を及ぼすと想定し、分析を進めております。

リスク項目			事業インパクト					
大分類	中分類	小分類	時間軸	指標	考察リスク (－)	考察機会 (+)	評価リスク (－)	評価機会 (+)
移行	政策・規制	炭素価格 (炭素税)	中期～長期	支出	炭素税導入・引き上げによる店舗運営コストの増加	――	大	――
		GHG排出規制への対応	中期～長期	支出	排出規制による、ノンフロン設備等への投資コストの増加	――	大	――
		プラスチック規制	中期～長期	支出	プラスチック規制による、代替原材料調達コストの増加	――	中	――
		再エネ政策	中期～長期	支出	再エネ需要の高まりによる、再エネ価格の増加	――	中	――
		省エネ政策	中期～長期	支出	省エネ設備導入による、設備投資コストの増加	省エネ設備導入による、店舗運営コストの減少	中	中
	市場	エネルギーコストの変化	中期～長期	支出	再エネ発電への移行により、電力価格が上昇し運営コストの増加	――	大	――
物理	急性	異常気象の激甚化	短期～長期	支出	店舗休業による、売上の減少	――	中	――
	慢性	平均気温の上昇	中期～長期	支出 収益	冷房負荷の上昇による運転コストの増加	快適な空間の創出による集客の増加、従業員満足度の向上	中	中
		降水・気象パターンの変化	中期～長期	収益	――	屋内型施設の優位性による売上の増加	――	中

【時間軸】短期:0～3年 中期:3～10年(2030年) 長期:10～20年(2050年)、【評価】大:財務的影響大 中:財務的影響中 小:財務的影響小

リスク管理

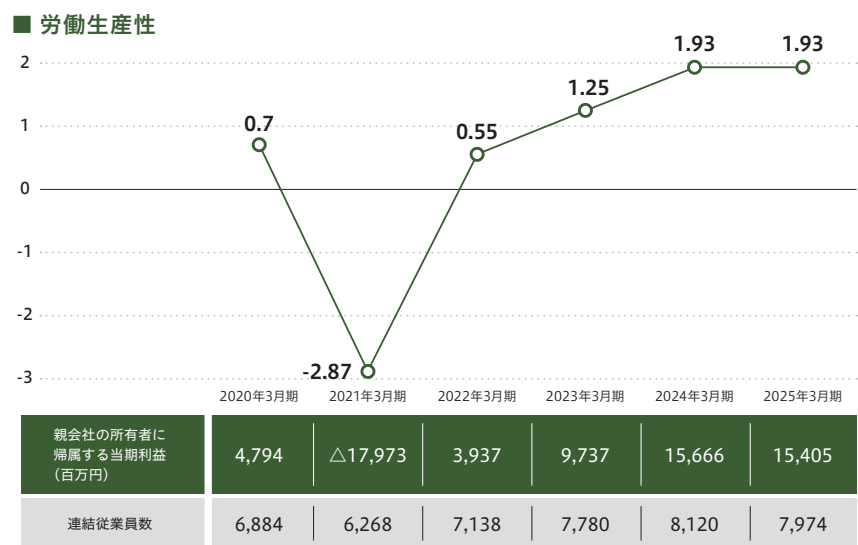
当社グループでは、サステナビリティ推進チームが気候変動リスクの識別・評価・管理を実施しています。リスクを移行リスクと物理リスクに分類し、事業への影響度で評価しています。重要リスクについては関連部署から取締役会へ報告され、全社的なリスク管理体制に統合しています。



当社グループは、持続的成長の原動力である人的資本への投資を経営戦略の中核に位置付けています。労働生産性向上を通じて企業価値創造を目指し、「ラウンドワン ウェルビーイング」を軸とした包括的な取り組みを展開しています。

労働生産性の向上への取り組み

当社グループの重要指標である1店舗当たり利益の向上には、労働生産性の向上が不可欠です。そこで、私たちは1人当たり利益を「労働生産性」と定義し、従業員一人ひとりの能力を最大限に引き出すことが、1店舗当たり利益の向上に直結すると考えています。労働生産性の向上は単なる効率化だけでなく、顧客満足度の向上、従業員エンゲージメントの向上、そしてイノベーション創出にもつながる重要な要素です。この認識に基づき、当社グループでは労働生産性を高めるべく「ラウンドワン ウェルビーイング」を設定し、様々な取り組みを実施しております。



※2025年3月期より、国際財務報告基準 (IFRS) にて表示しております。

ラウンドワン ウェルビーイング(well-being)について

ウェルビーイング(well-being)は身体的・精神的・社会的に良好な状態を意味し、単なる心身の健康ではなく、感情的な幸せや社会的な良好状態も含む広義の「健康」概念です。ラウンドワンではこの理念を理想の働き方を表す言葉として採択しました。「ラウンドワン ウェルビーイング」は従業員投票により理想の働き方を反映し、時代や価値観の変化に応じて柔軟に更新していく指標として、未来にわたって「ラウンドワンで“働く”を“幸せ”にする」ことを目指します。



MAKE A CHANCEプロジェクト (MAC)

「ラウンドワンで“働く”を“幸せ”にする」ラウンドワン ウェルビーイングの理念を具現化するため、MAKE A CHANCEプロジェクト (MAC) を推進しています。本プロジェクトは性別に関係なく人材が育つ環境構築と働きがいのある職場づくりを目的とした横断的チームです。ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの各部署選出メンバーで構成され、多様な価値観を反映した働きやすい職場について継続して議論を行っています。社員からの意見収集や制度周知および研修を実施する「SMILE WORKERプロジェクト」との連携により現場の声を集約し、改善提案を経営陣に提言し、制度進化に貢献しています。



MAKE A CHANCEプロジェクトメンバー

ラウンドワン ウェルビーイングの施策と指標

5つのカテゴリーと統合的価値創造

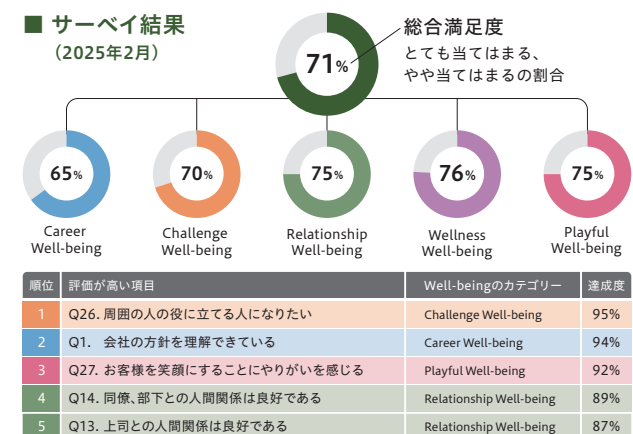
当社グループは「ラウンドワン ウェルビーイング」の5つのカテゴリー (Career、Challenge、Relationship、Wellness、Playful) に基づく体系的な施策を通じて、労働生産性向上を目指し取り組んでいます。各カテゴリーにおける多様な取り組みを通じて、社員一人ひとりが主体的な視点を持てるような人材育成を推進しています。この人的資本への戦略的な投資により、私たちは「従業員エンゲージメントの向上」「3年定着率の向上・安定化」「ボトムアップの風土醸成」という3つの成果を創出し、持続的な企業価値向上と社会貢献を達成するエンターテインメント企業として成長しています。

INPUT/OUTPUT			OUTCOME
労働力に対する施策 / 指標			生産性向上
Well-being	施策	定性的な指標	持続的な企業価値の向上を実現し、社会貢献を達成する エンターテインメント企業
Career Well-being	●社内ナレッジ共有 / 社員の主体的な学びを支援する「ラウンドワンユニバーシティ」の設立 ●資格取得支援制度の導入	年齢や性別、職位に関係なく公平に評価され、ライフイベントとキャリアアップを両立できる支援が充実し、多様な働き方が推進され、全社員が主体的に学び続け、自己成長のための自己投資を文化とする会社	
Challenge Well-being	●従業員が自由に新たなコンテンツや企画を提案するためのプロジェクトを発足。<2024年4月～2025年3月の新規提案数は973件>	挑戦を奨励し、成功を賞賛し失敗を許容する企業風土の中で、地域に根ざした新たなチャレンジを行い、成功例を共有し、固定観念や現行ルールにとらわれず新しい提案を行う会社	
Relationship Well-being	●全部署の従業員が参加し労働力に対する施策を推進するプロジェクトチームを発足。<2022年7月～2025年4月現在までに実施した施策は28個>	全従業員の多様な個性を尊重し、年齢や性別、職位に関係なく互いに尊敬し合い、自由に意見を交換し、ともに成長し未来を築くチームとして、部署や店舗の垣根を越えてアイデアを共有する会社	
Wellness Well-being	●健康リテラシーセミナーを実施 <正社員・嘱託社員約1,400名が受講>	安心・安全で快適な労働環境を整え、あらゆるハラスメントを許さず、年齢や職務、性別に関係なく心身ともに健康に働ける職場で、ヘルスケア制度と従業員サポートが充実し、人生を豊かで健康的に過ごすためのリテラシー向上を奨励する会社	
Playful Well-being	●お客様の立場になって従業員がラウンドワンの施設・サービスを体験するプロジェクトを実施 <正社員約1,300名が参加>	従業員が遊び心を持ち、仕事とプライベートが充実し、年齢や性別、職位に関係なく誰もがやりがいを感じる職場で、常に新鮮な「楽しい」を提供し続け、当社グループの拡大に全社員が本気で取り組み、お客様を笑顔にすることに幸福を感じる会社	
			従業員エンゲージメントの向上
			3年定着率の向上・安定化
			ボトムアップの風土醸成

ラウンドワン・サーベイ (従業員エンゲージメント・サーベイ)

ラウンドワン ウェルビーイングの達成状況や従業員のニーズを数値で捉え、デジタルな分析をベースに新たな施策立案を行うことを目的として実施しております。

実施概要	調査期間	年1回(最新の調査:2025年2月)
	調査対象	ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの正社員・再雇用社員
	調査方法	オンライン調査
	評価尺度	4段階評価(とても当てはまる、やや当てはまる、あまり当てはまらない、全く当てはまらない)



■ ラウンドワン・サーベイの傾向分析

他社比較による当社グループの特徴

ラウンドワン・サーベイ結果について、全業界平均および類似のサービス業界との比較分析を行った結果、当社グループは複数の重要指標において業界水準を大きく上回る結果を示しています。特に働き方の柔軟性や職場環境の満足度において、当社グループの取り組みが従業員から相対的に高い評価を得ていることが定量的に確認されました。

■ CSRランキング比較結果(2024年3月期)

CSR調査項目	CSRランキング	従業員サーベイに関連する質問項目
平均残業時間(時間/月)	ラウンドワン 13.4 全業界 17.2 サービス業界 17.7	Q7.職場での自分の労働時間は適正だと感じる
年次有給休暇の取得状況(%)	ラウンドワン 80.1 全業界 69.0 サービス業界 66.0	Q8.有給休暇が取りやすい職場だと感じる
男性育児休業取得率(%)	ラウンドワン 69.0 全業界 53.1 サービス業界 45.6	Q11.性別にかかわらず誰もが働きやすい職場だと感じる Q33.育児関連手当は満足 of のいくものである
育児休業復職率(%)	ラウンドワン 100.0 全業界 97.1 サービス業界 96.3	
勤続年数(男女計)	ラウンドワン 12.7 全業界 13.9 サービス業界 8.6	Q37.今の組織で成長できている Q39.できるだけ同じ組織に属していたい Q40.ラウンドワンで働くことを誇りに思う

当社グループは、東洋経済新報社「CSR企業総覧2025年版」のアンケートに未回答のため、グラフは参考となります。

ラウンドワン・サーベイ結果分析と今後の取り組み

「周囲の人の役に立てる人になりたい」「お客様を笑顔にすることにやりがいを感じる」などの貢献意識に関する項目は3年連続で数値の高い項目となりました。「世界中の人々へ『笑顔と健康とコミュニケーションの場』を提供し続ける」という企業理念を体現しようとする従業員の姿勢が、当社グループの競争優位性の原動力であると認識しています。達成度は一定の水準を保っているものの、職場の心理的安全性や待遇面への不安、健康実感の低下、業務負荷に関する懸念が表面化しています。これらは職場環境の整備における重要なシグナルとして真摯に受け止め、最優先課題として取り組んでまいります。

■ ワークライフバランスの実現に向けた取り組み

当社グループでは、従業員のワークライフバランスの実現と多様な働き方の推進を目的として、充実した育児支援制度を整備しています。法定基準を上回る制度設計により、従業員が安心してキャリアと子育てを両立できる環境づくりに取り組んでいます。

特に育児休業制度では、女性100%、男性65.8%（2025年3月期）の取得率となりました。また、職場復帰後の働きやすさを重視し、時短勤務制度や育児支援手当などの経済的サポートも充実させています。これらの制度により、優秀な人材の定着と組織の持続的成長を図っています。

■ 各種制度の概要

制度	制度内容	対象者	取得実績・特徴
産前産後休暇	産前7ヶ月、産後8週間	女性従業員	取得率100% (2025年3月期実績)
育児休業制度	法令通り	全従業員	女性取得率100%、 男性取得率65.8% (2025年3月期実績)
時短勤務制度	1日4時間以内の 所定労働時間の短縮	全従業員 (子が小学3年生未満)	31名 (2025年6月時点)
育児フレックス制度	コアタイムなし	正社員 (子が小学3年生未満)	10名 (2025年6月時点)
保育補助手当	月額5,000円支給／ 小学生未満の子1人当たり	正社員	182名 (2025年6月時点)
育児レスキュー	病児保育施設等の実費補助 (月額支給上限50,000円)	正社員 (子が小学3年生未満)	10名 (2025年6月時点)

※ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの従業員対象

■ 優秀な人材を集める施策

当社グループは、持続的な成長を支える原動力として、採用において先行的な投資を進めています。具体的にはインターンシップの充実、大学と連携した実施プログラムの導入、学生アルバイトへのキャリア支援プログラムなど、多層的なタッチポイントを通じて優秀な若年層と継続的な関係構築を図っています。

■ 優秀な人材を集める施策の概要(2025年3月期実績)

プログラム名	プログラム内容	対象者	参加人数
学生向けキャリア支援プログラム	オンライン/対面インターンシップ	学生アルバイト	40名
大学講義内実施プログラム	キャリア教育等:1日 課題解決プログラム:半年	大学生	558名
インターンシップ	計5プログラム展開(ラウンドワンまるわかり、 エンタメクリエイター、1日支配人体験等)	大学生・専門学校生	2025年3月卒 642名

※ラウンドワンジャパンのみ

■ キャリア支援・スキルアップ支援の取り組み

また、従業員の継続的な成長を支援するため、体系的な研修制度を整備しています。学生アルバイトから管理職まで、各階層に応じたプログラムを提供し、テクニカルスキルやポータブルスキルの向上に加え、キャリア形成の支援にも取り組んでいます。

特にマネジメント人材の育成強化を目的に、スキルアップ研修をはじめとする施策を拡充し、1人当たりの研修投資額を継続的に増額しています。これらの取り組みにより、従業員の自律的かつ持続的な成長を後押しするとともに、組織全体の競争力向上を図っています。こうした能力開発支援と併せて、2025年3月期よりラウンドワンジャパンの正社員評価制度を見直し、行動基準50項目への細分化により評価の透明性を高め、公正で納得感のある評価を実現しています。

今後も戦略的な採用活動、研修を通じた能力向上と公正な評価システムを通じて、持続的な人材育成サイクルを確立してまいります。



全社研修

■ キャリア支援や研修制度の概要(2025年3月期実績)

研修名	研修内容	対象者	参加人数	研修費用 (1人当たり)	研修時間
ステップアップ研修	当社グループで各年次に必要なマネジメントスキルを体系的に習得するプログラム	入社2～3年目正社員	106名	14,694円	13時間or14時間 (累計1,524時間)
セクションリーダー育成研修	担当部門のリーダーとなる人材を育成 (①セクションリーダーを担う人材の育成、 ②利益貢献に直結する人材の育成)	3～10年目正社員	50名	16,327円	11時間 (累計550時間)
管理職養成研修	支配人・副支配人に求められるマネジメント力を 学び、現場力を高める実践的なプログラム	5～15年目正社員 支配人・副支配人候補者	100名	9,897円	41時間 (累計4,100時間)
全社研修	社長講話、各プロジェクト・部署・外部講師・ 各部門研修	正社員・嘱託社員	1,347名	27,532円	12時間 (累計16,164時間)
評価者研修	評価者への制度や基準統一のための オンライン研修	各部署長、支配人、 エリアマネージャー等	142名	7,746円	5.5時間 (累計781時間)
アルバイト育成研修	店舗で活躍する人材の育成、アルバイトスタッフ のモチベーション、エンゲージメント向上	準社員・アルバイト・ レギュラーバイト	340名(注)	—	3時間 (累計1,020時間)

※ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの従業員対象 (注)参加者のうち12名は中途社員として入社

基本的な考え方

当社グループは、SDGsに賛同し目標達成に向けた取り組みを推進しています。この実現に向けて、サステナビリティ基本方針を定め、サステナビリティ諮問委員会とサステナビリティ推進チームで戦略の立案・実施を行っております。

各店舗が地域コミュニティの一員として、その地域特有の課題に向き合い、当社事業を通じた解決策を提供することで、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。SDGsの理念と当社の事業活動を融合させることで、社会価値と経済価値の両立を図り、ステークホルダーとの協創による新たな価値創造を推進してまいります。

推進体制

社会との協創における具体的な取り組みとして、「災害時支援」と「地域活動支援」の2つの分野で活動を展開しています。これらの取り組みを効果的に推進するため、サステナビリティ推進チームでは分野別専門体制を構築しました。管理機能として推進チーム本体が全体統括を行い、実行機能として各関連部署および店舗が具体的な取り組みを推進する連携体制です。

各関連部署と店舗が連携し、各地域の特性や課題に応じた効果的な社会貢献活動を通じて社会課題解決の目標達成を目指してまいります。

災害時支援への取り組み

屋内型施設としての特性を活かし、緊急時の避難場所や一時休憩場所の提供など、自治体からの要請に対して柔軟に対応し地域の災害時支援に貢献しております。主な実績として、大阪市と福岡市において災害時における帰宅困難者支援を行う施設としての登録を行っています。今後も各自治体より要請があれば積極的に協力し、地域の防災力向上に貢献してまいります。



福岡市協定における
災害時の徒歩帰宅支援ポスター

地域活動支援への取り組み

自治体連携による地域課題解決への取り組み

2024年5月に堺市と「堺市民の健康増進および笑顔と交流の創出に関する連携協定」を締結し、地域の健康課題解決を目指しています。堺市との協働により健康をテーマとしたイベントを企画・開催することで市民の皆様が健康について関心を持ち、スポッチャでの遊びを通じて運動習慣を身に付ける機会の提供を行っています。

今後も当社グループの特性を活かして、各自治体が抱える地域課題の解決につながる取り組みができないか模索し続け、持続可能な社会実現に貢献してまいります。



堺市との協定締結式
株式会社ラウンドワンジャパン 代表取締役 社長 川口 英嗣(左)と堺市長

健康ボウリング クラブ活動の開催

地域コミュニティの活性化を目的として、近隣住民の皆様を対象とした「健康ボウリング クラブ活動」を開催しています。スポーツとしてのボウリングを健康的に楽しんでいただくリーグ戦形式により、世代を超えた交流の場を創出し、地域住民同士のコミュニケーション促進を図っています。2025年3月末時点で800以上のクラブチームがあり、参加人数は20,000名を超えています。週1回の継続的な活動を通じて、参加者の健康維持・コミュニティの形成を推進するとともに、地域の絆づくりを支援してまいります。



クラブチームのリーグ戦

防犯教室の開催

日本国内の一部店舗において、ボウリングのクラブ活動に参加している地域のご高齢者を対象に、「心身ともに健康になっていただく」ため、地元警察官による防犯教室を開催しています。2025年3月期は28回開催し、延べ348名にご参加いただきました。これにより地域の安心・安全な暮らしを支援するとともに、防犯意識の向上を通じた地域の治安維持に貢献しています。警察との連携による専門的な指導により、参加者の防犯知識向上と地域コミュニティの結束強化を図り、地域住民が安心して健康に暮らせる街づくりの実現に向けて取り組んでまいります。



防犯教室

中学生部活動支援の実施

地域のスポーツ施設としての専門性と豊富な指導ノウハウを活かし、地域の教育課題の解決に向けた活動を行っています。小中学生の皆様が学校では得がたい貴重な体験として、「ボウリング部」の開設に向けて複数の自治体へのアプローチを開始しました。ボウリングを通じて心身の健やかな成長をサポートするとともに、部活動を巡る教育現場の課題解決に貢献してまいります。



地域の教育活動支援

大阪市総合教育センター主催による探究学習プログラムに参画し、地域の教育活動支援に取り組んでおります。本取り組みでは、実際に企業が抱える課題を提供し、学生たちが課題解決策を考え、かたちにすることで主体的な学びの推進および課題解決能力の向上に繋がっています。今後も、各地域において産官学連携の機会を作り、教育活動に貢献してまいります。



取締役および監査役



社外取締役 川端 さとみ 取締役 管理本部長 岡本 純 代表取締役 社長 杉野 公彦 社外取締役 片倉 千裕 監査役 奥田 純司

社外取締役 高口 綾子 取締役 副社長 佐々江 慎二 取締役 グループ事業本部長 川口 英嗣 監査役 岩川 浩 常勤監査役 後藤 知之

社外取締役の目線で語る価値創造と信頼

取締役・執行役員専門性と経験スキルマトリックス

取締役会の戦略的な経営判断と監督機能強化のため、多様なスキルを持つ取締役および執行役員を選任しています。

当社事業において求められるスキル	経営戦略 企業経営	健康経営	店舗開発・ 運営	海外展開 グローバル経験	財務・会計	法務 リスクマネジメント	ESG サステナビリティ	イノベーション 変化・挑戦
代表取締役 社長 杉野 公彦	●	●	●	●	●	●	●	●
取締役 副社長 コンプライアンス・リスクマネジメント担当 佐々江 慎二	●	●		●	●	●	●	●
取締役 グループ事業本部長 株式会社ラウンドワンジャパン代表取締役 社長 川口 英嗣	●	●	●	●		●	●	●
取締役 管理本部長 株式会社ラウンドワンジャパン取締役 管理本部長 朗玩(中国)文化娛樂有限公司董事 岡本 純		●		●	●	●	●	●
社外取締役 高口 綾子		●				●	●	●
社外取締役 川端 さとみ		●		●	●	●	●	●
社外取締役 片倉 千裕		●		●	●		●	●
執行役員 管理副本部長 サステナビリティ担当 三野 仁奈		●				●	●	●

川端 さとみ (かわばた さとみ)

株式会社ラウンドワン 社外取締役(2024年より現任)。弁護士(ニューヨーク州・大阪弁護士会)、小松特許法律事務所 パートナー。企業法務を専門とする弁護士として、知財・契約・ガバナンス等の分野で豊富な経験を有する。ラウンドワンでは、法的観点からの助言を通じて取締役会の議論に多角的な視点を加え、企業の健全な意思決定を支えている。

高口 綾子 (たかぐち あやこ)

株式会社ラウンドワン 社外取締役(2016年より現任)。社会保険労務士法人リンク 代表。人事労務の現場に精通する社会保険労務士として、企業の労務管理や働き方改革に長年取り組んできた。ラウンドワンでは、労務リスクや人材戦略を中心に、現場感のある視点で経営への提言を行っている。

片倉 千裕 (かたくら ちひろ)

株式会社ラウンドワン 社外取締役(2025年より現任)。公認会計士、片倉公認会計士事務所 代表。監査法人での長年の実務経験を経て独立し、企業会計・監査の専門家として活動。現在は非公開企業の監査役も務める。ラウンドワンでは、財務・会計分野における専門性を活かし、透明性と健全性の高い経営に貢献することを目指す。

海外展開を加速させる経営戦略

昨今の海外展開と経営戦略について、どのように評価していますか？

川端 アメリカでの出店は慎重な立地選定が功を奏し、全米で57店舗を展開するまでに成長しました。現地メディアでも「安心して遊べる場所」と紹介され、社会的な評価も高いです。バランスを守りながらチャレンジを続ける経営戦略の妥当性や、将来性を評価しています。

高口 少子高齢化が進む日本では、海外展開は避けて通れない道です。これからアメリカで開始する「ジャパニーズフードホール」や、日本食の新規事業「ROUND ONE Delicious」

は、今後広く受け入れられると期待しています。

業界で競争優位性を保ち続けるために必要な戦略とは何でしょうか。

高口 2025年6月の株主総会でも「遊と食の融合」という方針が提示されましたが、まさにそれが今後の成長戦略として重要だと考えています。同時に、国内の既存事業もしっかりと足元を固めることが重要です。全従業員がエンターテイナーとして「何ができるか」を問いながら、日々の創意工夫を積み重ねることが求められていると思います。

足元を固める店舗運営について、
店舗視察では社外の視点から
どのような確認・働きかけをされていますか？



川端 現場視察を通じて、従業員が来店されるお客様の安心・安全を第1に考え細部まで気を配っていること、そして職場環境の維持に日々努めていることを外部の目線で確認しています。また、清潔感や安全面など基本的価値が徹底されているからこそ、すべてのお客様に快適にご利用いただける店舗運営ができているのだと感じています。社外取締役として、今後も定期的に現場に足を運び、こうした現場の姿勢や取り組みを客観的に見守り、必要な助言を行ってまいります。

高口 年に数回の店舗視察を通じて、不正抑止や安全管理、内部統制の実効性を確認しています。2025年3月期も監視カメラの配置など、改善が必要な点は都度、経営陣へ報告してまいりました。今後も社外取締役の独立した立場から、現場の実態を踏まえたリスクマネジメントやガバナンス強化に貢献していきます。

執行側との情報格差を解消する「随時共有」

社外取締役として、企業価値向上における役割は
どうあるべきだとお考えですか？

川端 独立かつ客観的な立場で、お客様や株主等様々なステークホルダーの目線を意識しながら意見を述べることを心がけています。私は弁護士ですので、特に法務やコンプライアンスの観点からも注視しています。

片倉 私も同様に、社外取締役の重要な使命は、独立した第三者としての客観的な視点で経営を監督することです。社外ならではの経験や専門性を活かして、経営の意思決定に多様な視点を取り入れることも重要です。私は公認会計士として、高い倫理観と独立性を保ちながら、透明性と客観性を高める役割を果たしたいと考えます。

投資家との対話や開示については、
どう考えますか？

片倉 企業価値向上には、将来キャッシュフローの増加と資本コスト減少の両方が必要です。特に資本コスト減少には、投資家との対話を通じて情報の非対称性をなくすことが効果的です。社外取締役として、開示の充実や投資家とのコミュニケーションの質について、常にモニタリングする必要があると考えています。

執行側から見えづらい人材評価軸を第三者視点で検証

ガバナンス強化の一環として、社内外の
ステークホルダーとの関係構築をどうお考えですか？

片倉 社外取締役としては、株主や従業員やお客様、地域社会など、幅広いステークホルダーの声を経営に反映させる責任があると考えています。例えば、社員や従業員に働きやすい環境



社外取締役と執行側との情報格差を
どのように解消していますか？

高口 情報格差を最小限にするため、月に一度の社外取締役会にあわせて、サステナビリティ推進チームをはじめ各プロジェクトの責任者から報告を受けています。また、店舗視察なども活用して、執行側と積極的に情報を共有しています。独立した立場から客観的な視点を提供し、必要に応じて意見や助言を行うことで、健全なガバナンスの実現に協力しています。また、取締役・執行側ともよい関係性が築けており、第三者的立場からの意見を求められた際は、私たちからも自然に意見交換ができていると感じています。

を整えることは、離職率の低下やサービス品質の向上につながり、やがてはお客様の満足度向上にもつながります。

高口 私は従業員のエンゲージメントについても注視しています。必要に応じて、経営陣の依頼のもと管理職への面談を実施し、第三者的な視点から職務遂行力やキャリア志向などについてヒアリングを行いました。面談結果は経営陣に報告し、人材登用や組織改善に活用いただいています。社外取締役として、会社の持続的成長を支える人材育成の観点から経営をサポートしています。

川端 ラウンドワンの社外取締役は、年に1度の全社員対象の

未来需要への布石と社外役員の役割

今後の成長に向けて、どのような視点が
必要になると考えていますか？

川端 2025年3月期は売上1,770億円、営業利益262億円と最高益を達成しており好調ですが、長期的に成長し続けるには、未来需要への布石を打つことが重要です。リアルな場の体験としての「遊」と「食」の融合価値を高めることに加え、将来の顧客となる若年層への訴求も課題です。市と連携して施設を部活動の場に活用するなど、地域に根ざした取り組みも始まっています。

片倉 2027年3月期より出店開始する「ROUND ONE Delicious」のように、新規事業は出店地域も顧客層も従来と異なります。ブランドの信頼性を損なわないよう慎重に進める必要があります。万が一、予期せぬ事象が起きた場合でも、透明性ある説明責任を果たすことが大切だと思います。

高口 未来に向けた取り組みとして、サクセッションプランも重要です。取締役会で正式決定したものはまだありませんが、ホールディングス体制への移行を機に、各グループ会社の優秀な人材が次の幹部候補になっていく流れも見え始めています。遂行力だけでなく「ラウンドワン愛」の深い人材ばかりで、その熱量が組織の強さにつながっていると感じています。

社外取締役としての
今後の役割を聞かせてください。

高口 私は社会保険労務士としての専門性を活かし、従業員エンゲージメントや組織の活力維持に引き続き注目していきます。社外取締役は、単なる“ブレーキ役”ではなく、経営が新たな挑戦を進めていけるよう、健全な内部統制の強化と働きやすい環境整備を後押しする立場だと考えています。ときには、経営にとって耳の痛いことも、客観的かつ率直にお伝えし

宿泊研修にも参加しています。現場の声や組織風土を直接体感することで、経営層と現場の意識ギャップやリスク要因の把握に努めております。こうした交流の機会を通じて、従業員が安心して相談や意見を伝えられる関係づくりに努めていきたいと考えています。

片倉 2025年3月期から国際財務報告基準(IFRS)の適用を開始しており、海外投資家にとって財務諸表の比較可能性が高まっています。株価を意識した経営のためには、より一層海外投資家の声も聞いていく必要があるでしょう。

ながら、組織の健全な成長を支えていきたいです。ラウンドワンは大きな成長の可能性を持つ企業ですので、今後も株主や社会の皆様に安心して見守っていただけるよう力を尽くします。

川端 弁護士としての専門的知見を活かし、特にグローバル化が進む中での法務・ガバナンス体制の整備強化に貢献したいと考えています。今後は、海外展開に対応した内部通報制度など、より高度なコンプライアンス体制が求められる場面も増えてきます。こうした分野では客観的かつ独立した立場から、必要な提言や改善案を示し、組織としてのリスク管理や社会的信頼の維持に努めていきます。

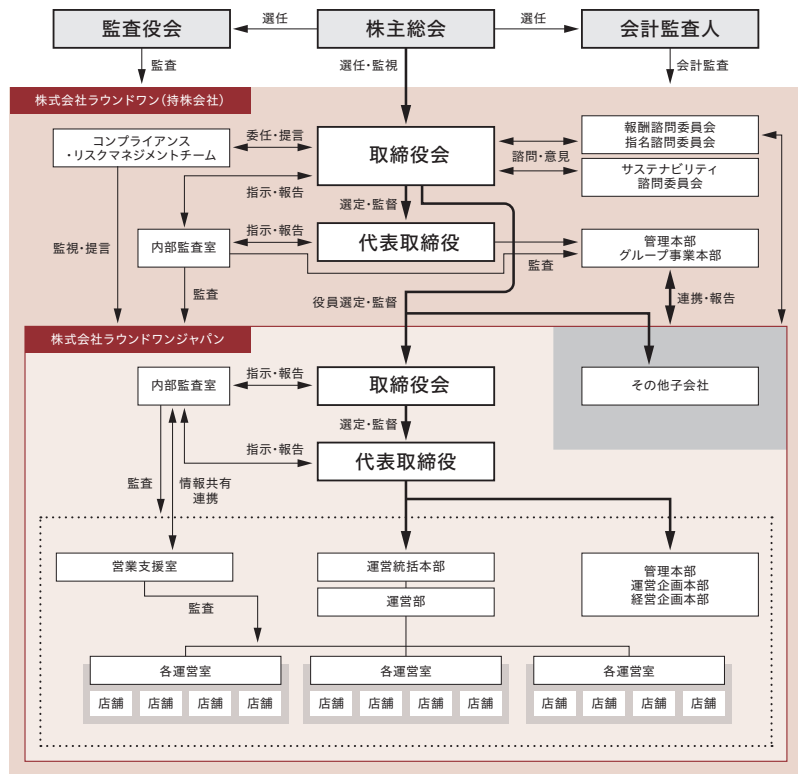
片倉 社外取締役は、資本市場の声を経営に橋渡しする“エージェント”のような役割を果たすべきだと考えています。経営と資本市場の間に期待のズレがないかを常に意識し、情報をキャッチアップしていくことが求められます。そのためにも、株主との対話を通じて常にアップデートしながら、社外取締役自身も進化し続けなければならないと感じています。ラウンドワンの成長性や信頼性を正しく伝えることが、企業価値のさらなる向上につながると信じています。



当社は、長期的な企業価値向上と持続可能な成長を実現するため、健全で透明性の高いガバナンス体制の構築に努めています。

コーポレート・ガバナンスの基本的な考え方

当社は、コーポレートガバナンスの強化が長期的安定成長とステークホルダーの利益増大に不可欠な重要要素と考えています。当社が重視する課題は、①持株会社およびグループ会社の管理体制強化、②内部統制システムによる多角的な牽制・監査体制の構築、③積極的な情報開示によるステークホルダーとの信頼関係構築、④独立性のある社外取締役によるモニタリングの活用、の4点です。これらを通じて、グループ全体のガバナンス強化と経営スピードの向上を図っています。



コーポレート・ガバナンス体制

機関設計と体制概要

当社は、2024年4月の持株会社体制への移行により、取締役人数の最適化を行うとともに、監督型の経営体制を構築しました。関係会社管理規程に基づく報告ルート・報告事項を整備し、持株会社と事業子会社の審議事項を明確に分化することで、意思決定の迅速化・効率化を実現しています。監査役会設置会社として、監査役会による厳正な監査を実施するとともに、執行役員制度(執行役員1名配置)を導入し、取締役会の意思決定機能と監督機能の強化を進めております。

■ 取締役会・監査役会の構成および運営状況(2025年7月現在)

機関	構成	独立役員	任期	役割・責任
取締役会	取締役 7名	3名	1年	●「取締役会規則」および「取締役会付議基準」に基づき、法令準拠、子会社管理、決算関連事項、出退店、資金調達などの重要事項を決定 ●「職務権限規程」により役員の職責を定め、取締役会決議が必要な事項を明確化
監査役会	監査役 3名	3名	4年	●取締役の職務執行監査を通じて経営の適法性と透明性確保に貢献 ●取締役会への出席、重要文書の閲覧、内部監査室・会計監査人との連携、社外取締役との定期的意見交換により実効性のある監査活動を実施

横断的組織

ガバナンスの実効性を高めるため、複数の横断的組織を設置しています。コンプライアンス・リスクマネジメントチームは取締役会への提言を行い、定期的な会合において各部門のコンプライアンス責任者などを交えた忌憚のない意見交換を行っています。また、サステナビリティ推進チームがサステナビリティ諮問委員会の意見を受け、企業の社会的責任に関する取り組みを推進する体制を整えています。これらの横断的組織により、当社特性に合わせた業務執行監視と業務改善の提言が実現されています。

■ 各種委員会の概要と活動状況(2025年7月現在)

委員会名	構成	委員長	主な役割	主な活動(2024-2025年)
指名諮問委員会	取締役4名 (うち社外3名)	社外 取締役	取締役の指名に関する 諮問・答申	●スキルマトリックスの確認・検討 ●取締役、部長へのスキル面談実施 ●サクセッションプランの検討 ●人材育成プロジェクトへの提言 ●役員選任議案への意見表明 ●子会社役員人事への意見表明
報酬諮問委員会	取締役4名 (うち社外3名)	社外 取締役	取締役の報酬に関する 諮問・答申	●報酬決定方針への意見表明・提案 ●業績連動報酬への意見表明・提案 ●役員報酬議案への意見表明 ●子会社役員報酬への意見表明
サステナビリティ諮問委員会	取締役3名 (うち社外3名)	社外 取締役	サステナビリティに関する 諮問・答申	●サステナビリティ基本方針の策定支援 ●経営幹部との意見交換 ●ESG課題への意見表明・提言

コーポレート・ガバナンスの詳細につきましてはコーポレート・ガバナンス報告書をご参照ください
<https://www.round1-group.co.jp/ir/management/pdf/houkokusyo.pdf>

経営陣幹部の選解任と取締役・監査役候補の指名方針

当社は、信頼関係が築ける誠実な人柄、幅広い見識、変革・実行力を基本スキルとして重視し、適切かつ迅速な意思決定と適材適所の観点から総合的に判断しています。審議の透明性・客観性を高めるため、社外取締役を中心とする指名諮問委員会を設置し、その答申および監査役会の意見を参考に決定しております。監査役候補者の選任については監査役会の厳正な協議を経てその同意を条件としています。

役員報酬

基本方針

当社は、各取締役が長期的な視点から健全に経営を行うことを重視しながらも、持続的な企業価値の向上を図ることを促すインセンティブとして機能する報酬体系を構築することとしております。報酬決定にあたっては、各役員の職責を踏まえた適正水準を維持することを基本方針とし、報酬諮問委員会の提言を踏まえて取締役会で決定しています。この方針により、短期的な業績向上だけでなく、中長期的な企業価値向上への動機付けを図っています。

報酬構成

役員報酬は役割に応じて構成を区分しています。業務執行取締役には、固定報酬としての基本報酬と非金銭報酬(ストック・オプション)を組み合わせた体系としています。一方、監督機能を担う社外取締役については、その職務の客観性・独立性を確保するため、基本報酬のみを支給しています。監査役報酬は、監査業務の独立性を確保する観点から、監査役会の協議により決定しています。

ストック・オプション制度

当社は、業績向上および企業価値増大に対する役員の意欲や士気を高めることを目的として、ストック・オプション制度を導入しています。取締役(社外取締役を除く)に対して年額50百万円以内で新株予約権を割り当てており、中長期的な株主価値との連動性を高めています。また、従業員にも同制度を適用することで、会社全体として株価を意識した経営・業務運営の浸透を図り、持続的な企業価値向上への取り組みを促進しています。

取締役会の実効性評価

当社は、取締役会の機能向上を目的として、定期的の実効性評価を実施しています。評価では取締役会の構成・運営・議題に関するアンケートを実施し、多角的な視点から現状分析を行います。収集された評価結果は、社外取締役が中心となって分析・検討し、その結果を取締役に報告する体制としています。評価で特定された課題に対しては、取締役会で随時検討を進めています。また、月次の取締役会での決算状況やリスク管理状況の定期的検証を通じて、各取締役の職務執行状況を継続的にモニタリングしています。

■ 取締役会の実効性評価の実施要領

対象者	実施および評価方法	2025年3月期の評価結果による課題
取締役および執行役員の計8名	●取締役会の構成、運営、議題に関するアンケート実施 ●社外取締役が中心となって分析・検討	●後継者計画の策定 ●役員報酬の決定プロセスに関する課題 ●サステナビリティの課題に関する議論

投資家との対話

当社は、持続的な企業価値向上のため、株主・投資家との建設的な対話を重視し、透明性の高いIR活動を推進しています。公平かつタイムリーな情報開示を基本方針とし、社長による直接のコミュニケーションを実施しています。月次ベースでの売上開示、四半期ごとの決算説明会開催、土曜日の株主総会・株主懇談会等の実施、IR資料のホームページ即時掲載など、多様な取り組みを通じて当社への理解促進と長期的な信頼関係構築を目指しています。また、株主の皆様との接点を増やすため四半期配当制度を導入し、年4回の配当を通じて、継続的な対話と信頼関係の構築に努めています。



第45期定時株主総会

リスクマネジメント

体制

当社は、事業活動に関わる様々なリスクに対応するため、「リスクマネジメント基本規程」に基づく包括的な管理体制を構築しています。横断的組織である「コンプライアンス・リスクマネジメントチーム」が中心となり、コンプライアンス、環境、災害、サービス提供、情報管理等に係るリスクについて総合的な検討を行い、各部署での分析・対策の実施をサポートしています。また、内部監査室は子会社と連携して定期的な店舗巡回監査を実施し、運営におけるリスクの管理・改善指導を重点的に行っています。

その他、管理本部とグループ事業本部が連携してグループ全体のリスク管理状況の定期的な確認を行い、取締役会へ報告する体制を整備しております。この多層的なリスク管理体制により、事業継続性の確保と企業価値の保全に努めています。

コンプライアンス

当社は、経営の根幹としてコンプライアンスを位置付け、「コンプライアンスポリシー」に基づく行動憲章と行動規範をグループの全取締役・社員へ周知徹底しています。また、「コンプライアンス・リスクマネジメントチーム」が法令遵守体制の整備・運用状況を多角的に検討し、取締役会や各部署へ改善提案を実施しております。また、新入社員研修や管理職向けのコンプライアンス研修を通じた意識向上に努めており、日本において実施した従業員サーベイではその高い意識が確認されています。

法令違反や不正行為の早期発見・是正のため、社内相談窓口と社外目安箱を設置し、店舗での労務問題など重要案件は取締役会へ直接報告される体制を構築しています。

反社会的勢力に対しては毅然とした態度で臨み、一切の関係を遮断する旨を、企業行動憲章に定め、全社員からの誓約書取得や取引先契約への暴排条項を挿入するなど、グループ全体で徹底した対応を行っています。

ラウンドワンのコンプライアンス

コンプライアンスポリシー（企業行動憲章）の制定・周知

- 当社では、企業行動憲章と行動規範を定め、全事業所に掲示し、周知徹底しております。
- コンプライアンス規程を定め、組織的なコンプライアンス推進体制を整えております。
- 新入社員研修並びに年に1度の全社研修会で、全従業員に対し、啓蒙を実施しています。
- 全管理職は、コンプライアンスポリシーに則り職務遂行する旨、誓約書を会社に提出しています。

企業行動憲章

ラウンドワングループは、安全で安心できる質の高い顧客サービスの提供によりお客様の信頼に応えるとともに、内部統制を十分に機能させた健全かつ適切な経営を通じて社会の発展に貢献します。

1. 法令等を厳格に遵守し、誠実で透明な経営を行います。
2. お客様第一主義を貫き、常に食の安全および事故の防止に努め安全で安心できるサービス・商品の提供を徹底します。
3. 企業グループの健全な発展を通じて地域社会に貢献するとともに青少年の健全な育成に貢献することで、社会から信頼される企業グループを目指します。
4. 先進性・合理性を重視し、積極的な経営を行います。
5. 人間尊重の精神に則り、活力ある職場を作ります。
6. 財務報告の適時性・正確性を確保するため、社内ルールを誠実に履行します。

通報窓口について

違法行為やコンプライアンスポリシーに反する行為を防ぐため、当社の役員、従業員、退職者が法令違反その他のコンプライアンスに関する相談・通報を行うことのできる窓口を設置し、その通報・対応状況は月次の取締役会に報告される体制としています。通報者は内部通報者保護規程に従い保護されます。

特徴的な取り組み

当社グループでは全国各地に店舗を展開する特性を踏まえ、店舗で発生した重要事実を迅速かつ確実に把握するための独自の連絡体制を整備しています。日本においては店舗運営部署による情報伝達経路に加え、独立性のある店舗巡回監査担当部署（営業支援室）による情報確認・伝達経路を並行して構築し、法令遵守と安全管理の徹底を図っています。また、この体制により、反社会的勢力の排除にも組織的に取り組んでいます。全国各地に店舗を展開する特性にあわせた情報収集体制と、現場に密着した実効性の高いリスク対応により、事業継続性の確保と安心・安全な店舗運営の両立を実現しています。

ホームページでの宣誓

お取引先の皆様へ

お取引先様におかれましては「贈収賄防止」「反社会的勢力の排除」の内容にご理解いただくとともに、遵守事項についてご徹底いただきますようお願い申し上げます。

贈収賄防止

当社は、贈収賄その他不正な手段によらなければ得られない利益を求めることは一切ないことを宣言いたします。当社の事業に関係するすべてのお取引先様にも、贈収賄・その他不正な手段を用いて利益を図ることのないようお願いいたします。当社は、不正・不祥事が発生したときは、迅速かつ正確な原因究明に基づく適切な対処によって問題の解決に取り組むとともに、社会への説明責任を果たすべく、適時・適確な対応を行って参ります。

反社会的勢力の排除

当社は、反社会的勢力との一切の関係を遮断し、不当要求に対しては法的な対応を行うとともに外部専門機関とも連携し組織として対応します。当社は、取引先が反社会的勢力であること、若しくは反社会的勢力と取引関係にあることが判明した場合、または取引先に暴力的、脅迫的な反社会的言動があった場合は、直ちに取引・契約を解除します。

お取引先様向けの通報相談窓口について

株式会社ラウンドワンジャパンでは、コンプライアンスを重視し、事業・業務に関する法令・諸規則や社内ルールの遵守を徹底します。この通報先は、お取引先の皆様と株式会社ラウンドワンジャパンとの取引において、株式会社ラウンドワンジャパンの社員等による法令やコンプライアンスの違反行為に關しての通報相談に限らせていただきます。なお、個人に対する誹謗・中傷は固くお断りいたします。

新体制下での
ガバナンス強化と
リスク管理

取締役 副社長

コンプライアンス・リスクマネジメント担当
佐々江 慎二

2024年4月より、当社は持株会社体制へと移行いたしました。この決断は、事業展開のさらなる加速と、グループ全体のガバナンス強化を通じて、企業価値の持続的な向上を実現することを目的としております。

持株会社である当社は、日米中の各事業会社がそれぞれ店舗運営や市場開拓に専念できるよう支援するとともに、グループ全体の経営戦略の策定や資本政策の立案、資金の最適配分を担っております。各事業会社の経営を適切に監督することで、グループ全体としての経営効率の向上と方針の一体化を実現する体制を整えております。

エンターテインメント業界は事業環境の変化が非常に速く、迅速かつ的確な意思決定が不可欠です。他方で、グループ全体のガバナンスを強化するためには、各事業会社の重要事項が確実に持株会社へ報告され、必要に応じて持株会社が最終的な意思決定を行う体制の整備が重要となります。当社グループでは、ガバナンスの強化と迅速な意思決定の両立を図り、バランスの取れた組織運営に努めております。今後も、組織体制の継続的な見直しと改善に取り組んでまいります。

なお、子会社を含むグループ各社の役員の選任や報酬の決定にあたっては、すべて指名・報酬諮問委員会の意見を踏まえ、取締役会にて決定する体制とすることで、経営の透明性と客観性を高めております。

コンプライアンスおよびリスクマネジメントの分野においては、まず従業員一人ひとりの意識向上を図ることが重要であると考えております。当社ではコンプライアンスポリシーの周知に努め、その上で、グループ全体を横断する組織である「コンプライアンス・リスクマネジメントチーム」などを通じて、情報の共有やリスクの分析を積極的に推進しております。また、月次で開催される取締役会においては、同チームからの提言を適切に活用し、各種課題やその対策について詳細な確認と議論を行う体制を整えております。

これらのガバナンス体制により、グループ全体でリスクを早期に発見し、迅速かつ的確に対応できる体制の強化に努めております。

現在、当社は新規事業として飲食分野における「ROUND ONE Delicious」を展開すべく準備を進めております。本事業は、米国における当社の豊富なノウハウを活用するものですが、事業展開にあたっては様々な課題に直面することが予想されます。当該事業においても堅実なガバナンス体制のもと、適切なリスク管理と迅速な対応が可能な組織体制の改善・構築を進めてまいります。

引き続き、コーポレート・ガバナンス体制のさらなる充実を図り、持続的な成長と企業価値向上に努めてまいります。

佐々江 慎二

Company

財務諸表10年サマリー

イントロダクション

価値創造・マテリアリティ

事業戦略

サステナビリティ

ガバナンス

財務情報・会社概要

2025年3月期より、従来の日本基準に替え、国際財務報告基準(IFRS)の任意適用を行っております。
※1 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費(使用権資産の減価償却費を除く)
※2 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 非支出費用
※3 当社は、2022年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。

			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	
日本基準	IFRS		日本基準										IFRS
連結財政状態													
流動資産	流動資産	百万円	27,717	25,432	28,926	28,671	42,230	54,019	54,303	38,739	48,196	64,794	
固定資産	非流動資産	百万円	76,817	76,279	77,972	88,674	93,608	96,556	103,395	131,883	137,268	195,120	
資産合計	資産合計	百万円	104,535	101,712	106,898	117,346	135,839	150,576	157,698	170,623	185,464	259,914	
流動負債	流動負債	百万円	21,090	21,732	24,791	25,088	27,977	24,258	29,747	37,828	44,807	67,485	
固定負債	非流動負債	百万円	33,714	29,106	25,387	29,653	42,720	85,425	73,347	71,614	70,118	125,545	
負債合計	負債合計	百万円	54,805	50,839	50,178	54,741	70,697	109,683	103,095	109,442	114,926	193,031	
純資産合計	資本合計	百万円	49,730	50,872	56,720	62,604	65,141	40,892	54,603	61,180	70,537	66,883	

連結経営成績													
ボウリング収入	ボウリング収入	百万円	23,030	22,913	24,526	24,299	24,460	13,371	17,768	24,931	27,299	29,404	
アミューズメント収入	アミューズメント収入	百万円	36,581	40,531	45,343	49,686	52,669	34,251	58,518	85,401	94,759	106,148	
カラオケ・飲食収入	カラオケ・飲食収入	百万円	8,664	8,952	9,475	10,020	10,312	4,208	6,578	11,724	13,880	16,104	
スポッチャ収入	スポッチャ収入	百万円	12,196	12,292	13,289	13,467	13,028	6,590	10,223	15,134	17,757	19,318	
その他付帯収入	その他付帯収入	百万円	3,043	3,085	3,274	3,845	4,307	2,545	3,332	4,859	5,484	6,080	
売上高	売上収益	百万円	83,516	87,776	95,910	101,318	104,779	60,967	96,421	142,051	159,181	177,057	
営業利益	営業利益	百万円	6,367	6,681	10,537	11,443	8,880	△ 19,286	△ 1,726	16,921	24,195	26,240	
営業利益率	営業利益率	%	7.6	7.6	11.0	11.3	8.5	—	—	11.9	15.2	14.8	
親会社株主に帰属する当期純利益	親会社の所有者に帰属する当期利益	百万円	449	2,735	8,411	7,159	4,794	△ 17,973	3,937	9,737	15,666	15,405	
減価償却費	減価償却費および償却費	百万円	11,444	11,940	11,843	12,481	14,241	15,529	16,445	19,823	21,062	43,756	
調整後EBITDA ※1	調整後EBITDA ※2	百万円	17,812	18,622	22,381	23,925	23,121	△ 3,888	14,235	36,361	44,952	70,828	

連結キャッシュ・フロー													
営業活動によるキャッシュ・フロー	営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	15,955	17,217	24,210	20,871	20,585	△ 7,528	28,304	35,830	44,632	63,955	
投資活動によるキャッシュ・フロー	投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 5,082	△ 3,527	△ 7,448	△ 10,783	△ 12,108	△ 6,344	△ 8,473	△ 11,911	△ 15,356	△ 23,992	
財務活動によるキャッシュ・フロー	財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△ 15,309	△ 16,964	△ 13,286	△ 11,159	3,626	24,088	△ 19,302	△ 42,110	△ 22,856	△ 25,088	
現金及び現金同等物の期末残高	現金及び現金同等物の期末残高	百万円	23,199	20,197	23,439	22,524	34,515	44,851	46,316	29,106	36,463	51,154	

主要財務指標													
ROE(自己資本当期純利益率)	ROE(自己資本当期利益率)	%	0.9	5.4	15.6	12.0	7.5	—	8.3	16.9	23.9	23.3	
ROA(総資産利益率)	ROA(総資産利益率)	%	0.4	2.7	8.1	6.4	3.8	—	2.6	5.9	8.8	6.2	
デット・エクイティ・レシオ	デット・エクイティ・レシオ	倍	0.5	0.3	0.2	0.2	0.4	1.7	0.9	0.4	0.3	0.6	
自己資本比率	自己資本比率	%	47.6	50.0	53.0	53.3	47.8	27.0	34.4	35.7	37.9	25.6	
EPS(1株当たり当期純利益) ※3	EPS(基本的1株当たり当期利益)	円	1.57	9.57	29.43	25.05	16.78	△ 67.40	14.00	34.03	57.99	57.38	
DPS(1株当たり配当額) ※3	DPS(1株当たり配当額)	円	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	16.0	12.0	16.0	

2025年3月期より、従来の日本基準に替え、国際財務報告基準(IFRS)の任意適用を行っております。
※1 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費(使用権資産の減価償却費を除く)
※2 調整後EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + 非支出費用
※3 当社は、2022年10月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を行っております。

会社概要（2025年3月末日現在）

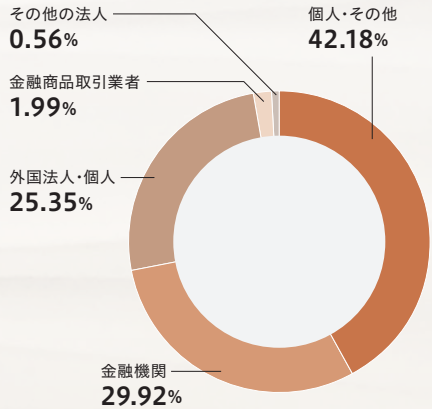
社名	株式会社ラウンドワン
代表者名	代表取締役 社長 杉野 公彦（スギノ マサヒコ）
本社所在地	〒542-0076 大阪府大阪市中央区難波5丁目1番60号 なんばスカイオ23F
設立	1980年12月25日
資本金	256億6千5百万円
正社員数	連結2,209名

株式情報（2025年3月末日現在）

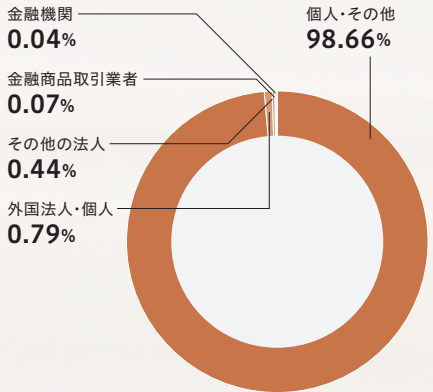
発行済株式総数	288,477,042株
株主数	67,334名
上場証券取引所	東京証券取引所（プライム市場）
証券コード	4680
単元株式数	100株

その他

株式の分布状況



株主の分布状況

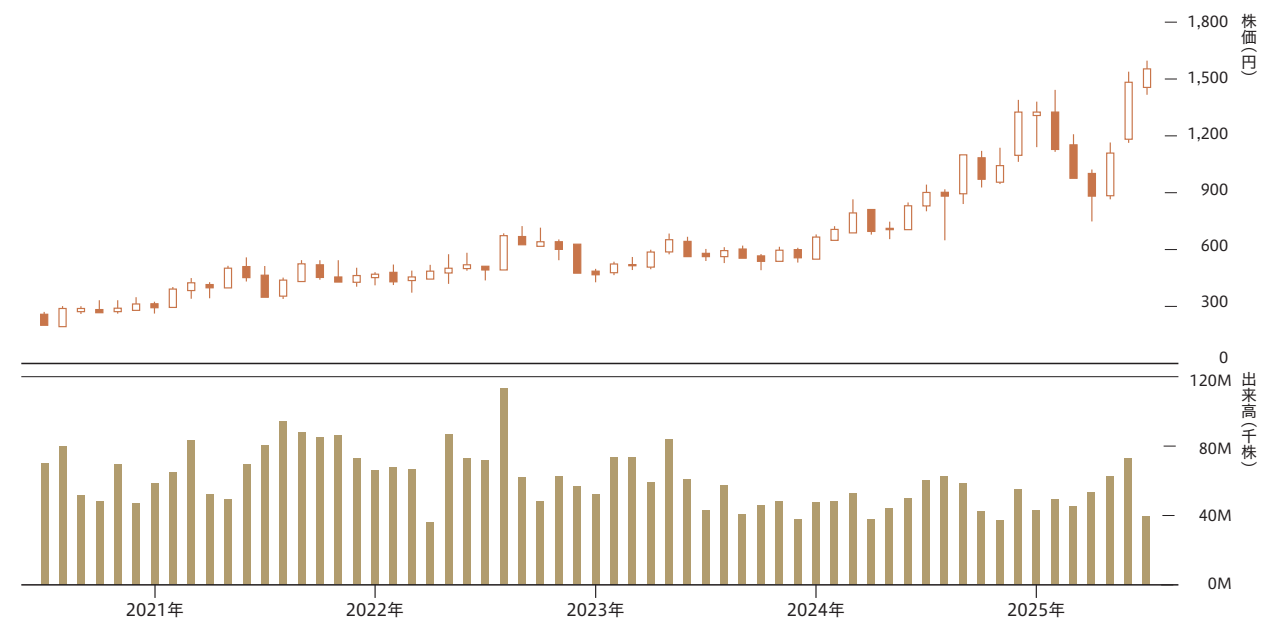


大株主の状況（上位10名）

株主名	所有株式数(千株)	持株比率(%)
杉野 公彦	59,688	22.77
管理信託(A027)受託者 株式会社SMBC信託銀行	35,047	13.37
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	28,461	10.86
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	17,750	6.77
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD ACISG (FE-AC)	7,024	2.68
GOVERNMENT OF NORWAY	4,623	1.76
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	4,424	1.69
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505223	3,190	1.22
JP MORGAN CHASE BANK 385632	3,030	1.16
MSCO CUSTOMER SECURITIES	3,020	1.15

※持株比率は、発行済株式の総数から自己株式の数を控除して計算しております。

株価の動き



ROUND1