

2027 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会

要旨

2026 年 8 月 12 日に開催された決算説明会では、2027 年 3 月期第 1 四半期決算「現況と今後の展望」に加え、第 47 期（2027 年 3 月期）7 月の売上の状況に関するお知らせについて、社長の杉野公彦より説明。本資料は、上記日時に開催された 2027 年 3 月期 第 1 四半期決算説明会および質疑応答の内容を、当社の判断で要約している。

1. 第 1 四半期の業績と国内事業の成長要因

第 1 四半期は、連結売上高が前年同期比 18%増の 513 億円、営業利益が 63 億円となり、増収増益。日本およびその他の地域が好調に推移した一方、中国では景気低迷やショッピングモールの集客減少、若年層の雇用環境悪化など厳しい事業環境が継続。今後、事業環境に大きな改善が見込めない場合には、中国市場からの撤退も選択肢として検討する方針。（「現況と今後の展望」3 ページを参照）

日本では、主要顧客層である大学生や 20 代のアルバイト時給、初任給などの上昇が消費の追い風となっているほか、日本 IP やアイドルなどとのコラボ企画が集客および業績向上に寄与。複数のコラボ企画を同時並行で展開することで、特定の企画に依存せず、継続的に来店動機を創出する取り組みを推進。

また、増加するクレーンゲーム専門店への対抗策として、既存店舗内に食料品や飲料など高ペイバック率の景品を扱うクレーンゲームエリア「とれすぎ〜のアイランド」を導入。顧客の流出抑制に加え、新たな需要の獲得にもつながり、売上増加に寄与。景品原価や人件費の上昇などのコスト増加の影響により、売上増加に伴う程の大きな利益貢献とはならないものの、アミューズメント部門の成長に寄与。

5 月にはメダルゲーム、ボウリング、スポッチャ、カラオケなど一部サービスの価格改定を実施したものの、コラボ企画や新規ゲーム機・アイテムの導入効果などにより顧客数への影響は見られず、夏季の猛暑に伴う屋外レジャー需要の減少と屋内施設への需要シフトも追い風となり、足元の業績は堅調に推移。

計画対比においては、日本以外の地域における新規出店や飲食事業などの準備費用、人員の強化等による販管費増加を一定程度期初計画に織り込んでいたものの、計画に対する上振れ要素となった。なお、営業利益は計画 54 億円に対して 63 億円、当期利益は計画 25 億円に対して 33 億円となり、いずれも計画を上回って着地。販管費の増加を吸収し、利益面では計画を上回る進捗となった。

（「現況と今後の展望」4 ページを参照）

2. 飲食事業を軸とした新たな店舗業態の展開と今後の成長戦略

通期では、売上高 2,190 億円、営業利益 330 億円、当期利益 182 億円を計画。期末店舗数は前期末の 161 店舗から 172 店舗へ 11 店舗増加する見通し。足元ではトップラインが計画を上回る水準で推移する一方、新店舗や新業態など将来の成長に向けた各種準備費用も発生しており、これらを織り込みながら通期計画の達成を目指す。

（「現況と今後の展望」5 ページを参照）

北米では、Round One Delicious による高級飲食事業の展開については、ラスベガスおよびロサンゼルスで 10 月以降オープン予定。日本の有名飲食店を集め、日本食を軸とした新たな飲食体験を提供する取り組みを進める。

（「現況と今後の展望」15～16 ページを参照）

また、高級飲食事業とは別に、従来の店舗モデルに日本の有名飲食店を集めたジャパニーズフードホールを組み合わせる新業態を今期より順次展開予定。

日本で実績のある飲食店を取り入れ、差別化された飲食メニューを提供することで、お客様の食事体験の向上を図る。飲食サービスそのものの魅力を大幅に高めることで、新たな来店動機の一つとして育成していく方針。

（「現況と今後の展望」14 ページを参照）

ジャパニーズフードホールを中心にアーケード、ボウリング、スポッチャ、カラオケなどを組み合わせ、家族や友人がリアルな場で食事とエンターテインメントを一体的に楽しめる店舗モデルの構築を目指す。1 店舗当たりの営業利益を維持しながら店舗数を拡大できる新たなラウンドワンの業態を確立し、さらなる成長につなげる方針。

3. 収益性を重視した店舗拡大と財務・株主還元方針

今後の店舗展開では、店舗数や売上高の拡大だけでなく、1 店舗当たりの営業利益を維持・向上させることを重視。顧客数を減少させることなく、客単価の維持・向上を図ることでトップラインを拡大するとともに、同じ成果をより低いコストで実現するための合理化を継続し、店舗当たりの収益力向上を図る方針。

株主還元については、配当性向 25%程度を目安とする従来方針を継続。

質疑応答

売上高の好調の持続性について

質問：月次売上高が好調に推移しているが、「とれすぎ〜のアイランド」や人気アニメ等との大型コラボ企画の効果を踏まえ、今後も売上成長を継続できる見通しか。また、今後のコラボ企画のパイプラインや展開方針についてどのように考えているか。

回答：クレーンゲーム専門店への対抗策として、「とれすぎ〜のアイランド」を展開することで顧客の流出を抑制し、足元の実績は非常に好調である。今後は関係会社との連携を通じて飲料等の仕入れコスト低減にも取り組みたい。コラボ企画については、通常 1 年程度のリードタイムを設け、IP の人気動向を見極めながら企画内容や規模を調整。大型 IP とのコラボが常に実施できるわけではないものの、四半期ごとに有力な企画を組み込みながら、年間のコラボ件数を継続的に拡大する方針。日本 IP を活用したグローバルな展開についても、ラウンドワン独自のクレーンゲーム景品を拡充し、複数の施策を組み合わせることで継続的な売上高の拡大を目指したい。

ジャパニーズフードホール事業の方針について

質問： 前回の資料からレイアウトが変更されているが、加盟店数など当初の方針に変更はあるか。

回答： IR 資料では別店舗のイメージ図へ差し替えているが、レイアウト変更を意図したものではない。なお、フードホールエリアの配置は、入居するショッピングモールによって異なる。

フードホール事業の方針に変更はなく、加盟店数も従来通り 1 店舗あたり 14 加盟店を基準とし、異なる加盟店構成による 2 チームを用意する。

海外でのコラボ施策について

質問： 日本以外の売上が計画を上回っているが、日本と同様に海外でもコラボ企画が好調なのか。

回答： 具体的なコメントは控えるが、コラボの実施内容は HP にてご確認いただける状況。

国内の生産性改善施策について

質問： 国内利益が堅調に推移する中、年初から進めている生産性改善施策についての手応えや考えを伺いたい。

回答： 当社は 1 店舗当たりの営業利益を重視している。一時的な準備費用などで利益が悪化して見える場合はあるが、これらは将来に向けた投資であると考え。顧客数と客単価を維持しながら、同じ成果をより低いコストで実現する取り組みを継続しており、今後も同じ方針を続ける。

以上