ROUND1

INTEGRATED REPORT 2026

統合報告書

世界中の
すべての人々を
笑顔に

社外取締役鼎談 P40
コーポレート・ガバナンス P43
副社長メッセージ P46
グループ事業本部長メッセージ P15
管理本部長メッセージ P21
トップメッセージ P07

Pickup Contents

















Contents

イントロダクション
グループ概要 …… 03
財務ハイライト …… 04
価値創造のあゆみ …… 05

価値創造
トップメッセージ …… 07
価値創造プロセス …… 11

事業戦略
成長戦略 …… 13
グループ事業本部長メッセージ …… 15
ラウンドワン事業 …… 17
ROUND ONE Delicious事業 …… 20
管理本部長メッセージ …… 21
持続的成長に向けた経営戦略 …… 23
マテリアリティ（重要課題） …… 25

サステナビリティ
非財務ハイライト …… 27
サステナビリティマネジメント …… 29
環境への取り組み …… 30
環境課題への取り組み …… 31
人的資本への取り組み …… 33
社会との協創 …… 37

ガバナンス
取締役および監査役 …… 39
社外取締役鼎談 …… 40
コーポレート・ガバナンス …… 43
リスクマネジメント/コンプライアンス …… 45
副社長メッセージ …… 46

財務情報・会社情報
財務諸表10年サマリー …… 47
会社概要/株式情報 …… 49

編集方針

当社は、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様に、当社の事業内容および持続的成長を通じた株主価値向上への取り組みをご理解いただくことを目的として、統合報告書を発行しております。
本報告書をステークホルダーの皆様との重要な対話のツールと位置付け、今後も皆様からのご意見を真摯に受け止め、内容の充実および表現のさらなる向上に努めてまいります。

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	2025年4月1日～2026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	2026年11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

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。

見通しに関する注意事項

本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ていただきます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。

グループ概要

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、スポッチャ等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展開しております。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、持続的な企業価値の向上に努めてまいります。



店舗数 161店舗

JAPAN	the USA	CHINA
99店舗	59店舗	3店舗

連結従業員数 7,886名（平均臨時雇用者数を含む）

JAPAN	the USA	Other
5,793名	1,910名	183名

※2026年3月末日現在

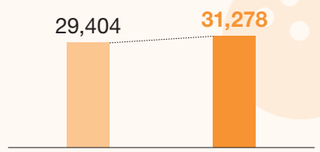
財務ハイライト

業績ハイライト

売上収益	営業利益	親会社の所有者に帰属する当期利益
1,895億48百万円	287億73百万円	166億21百万円

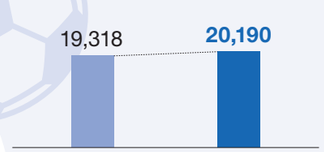
ボウリング

売上収益（単位：百万円）

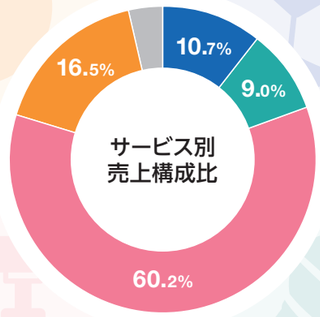


スポッチャ

売上収益（単位：百万円）

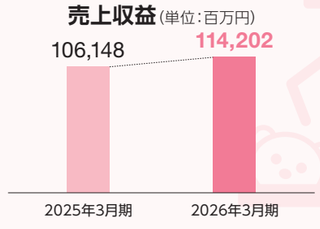


サービス別売上構成比



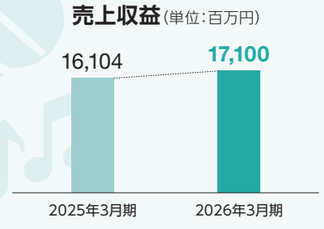
アミューズメント

売上収益（単位：百万円）



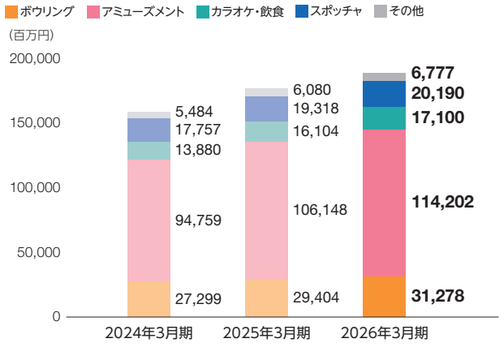
カラオケ・飲食

売上収益（単位：百万円）

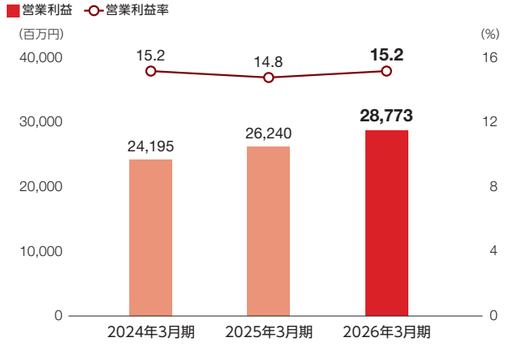


業績推移

グループ売上



グループ営業利益



※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。

価値創造のあゆみ

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届けてまいりました。ボウリングを起点に事業領域を拡大し、複合型施設への進化とともに、現在では国内外に展開する企業へと成長しています。今後も、これまでのあゆみを基盤に、さらなる企業価値の向上に努めてまいります。

1980年12月
代表取締役 杉野が大学在学中に父親の経営するローラースケート場を手伝う

1982年7月
ボウリングレーンを設置し、ボウリング場経営を開始

1984年
当時最先端のコンピューターボウリング設備を導入。その後、クレーンゲーム、ビリヤードを導入
（複合施設の原型がつくられる）

1997年8月
大阪証券取引所市場第二部に上場

1999年9月
東京証券取引所市場第一部銘柄に指定

2004年7月
スポッチャフロアを設置したスタジアム型店舗の展開を開始

2005年
ボウリング投げ放題サービスを開始

2010年8月
米国に進出し、カリフォルニア州ロサンゼルスに海外1号店を出店

2017年
若者層の所得が向上したことや、小中学生無料キャンペーンの効果で国内の業績が好転

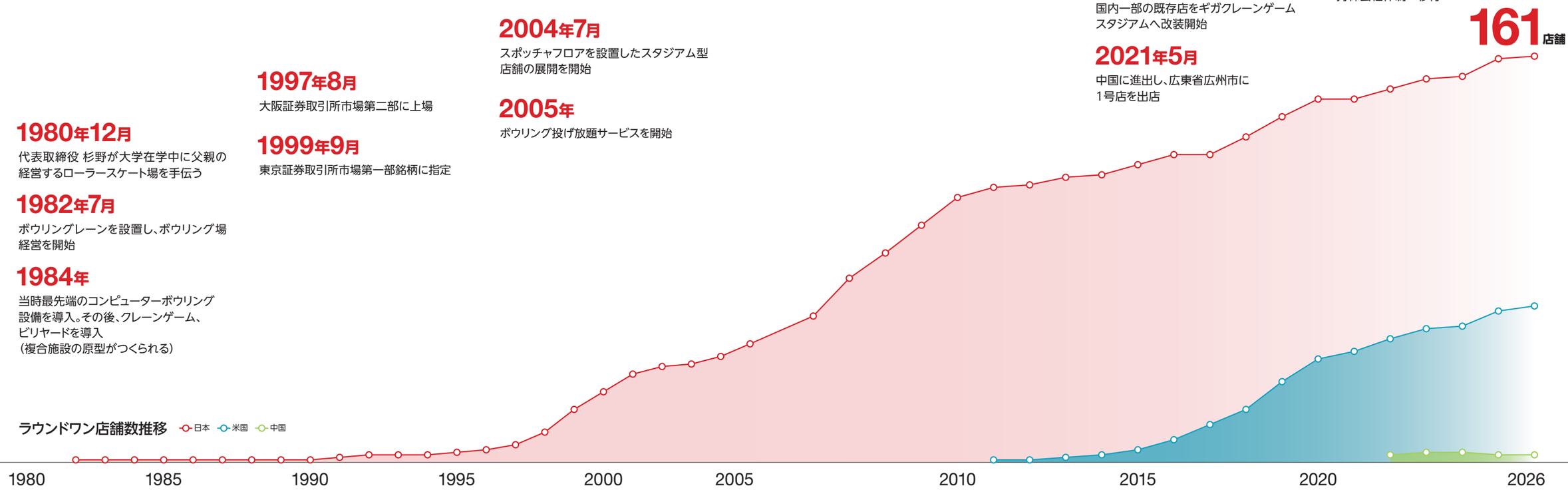
2021年
国内一部の既存店をギガクレーンゲームスタジアムへ改装開始

2021年5月
中国に進出し、広東省広州市に1号店を出店

2022年4月
東京証券取引所プライム市場へ移行

2023年9月
ROUND ONE Delicious事業の立ち上げ

2024年4月
持株会社体制へ移行



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（プエンテヒルズ店）



2021年
ギガクレーンゲームスタジアムへ改装
（富士店）

トップメッセージ



10年後も20年後も選ばれる場へ。「遊」と「食」で進化を続ける

代表取締役 社長
杉野 公彦

「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」という企業理念に込めた想いは

当社は、ボウリング、アミューズメント、カラオケ、スポッチャなど、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施設を展開し、幼児から高齢の方に至るまで幅広い世代の方に楽しんでいただける環境をつくってきました。そして一度来ていただいた方に、次は違った仲間を誘って来ていただけるような場を提供し続けることを大きな使命として事業に取り組んできました。

1995年1月の阪神・淡路大震災の時は、私たちは店を開けることこそが重要だと考え、ダメージの比較的少なかった店舗は翌日には営業を再開しました。もちろん避難場所としての役割も意識していましたが、想像以上に多くの方が来店されました。被災直後は、多くの方が自宅にいても不安を抱えていました。そのような状況において、店舗が地域の人々の不安を和らげる場として機能したことを強く覚えています。

また、コロナ禍では世界中の人たちが外出を控えざるを得ませんでした。だからこそ家族や友達同士でリアルに集まって楽しむことの大切さを改めて実感された方も多かったのではないでしょうか。そうした中で、当社の提供するサービスの価値に気づいていただき、コロナ禍が収束して以降は、以前にも増して多くのお客様にご利用いただいています。

私たちのお店は大型のテーマパークとは異なり、日常の楽しみを求めて来られる方が大半です。いつもと変わらぬ楽しさを提供することも大事ですが、昨日とは違うマシン、企画、サービスで驚きを提供する、すなわち飽きさせないという工夫をし続けることが大切です。そのためには利益を生み出し、それをさらに新しいマシン、企画、サービスに投資をしていくサイクルを回していかなければなりません。だからこそ同じことをやり続けるのではなく、リスクをとって新たなことに挑戦してほしいと従業員の皆さんには伝えています。

2026年3月期を振り返って

2026年3月期は売上高1,895億円（前期比7.1%増）、営業利益287億円（同9.7%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益166億円（同7.9%増）といずれも過去最高でした。国内についてはクレーンゲームをはじめとするアーケードゲーム、ボウリング、カラオケなど全般的に好調で、既存店業績も高い水準で推移しました。

特にクレーンゲームでは、推し活ブームに支えられIPやタレント、アイドルとのコラボ企画に積極的に取り組んだことが奏功しています。また、アルバイトの時給や社員の初任給が上昇していることにより顧客の中心層である若年世代の可処分所得が上がっていることが業績の伸びに寄与しています。一方、中国については構造的な経済の不調に加えコロナ禍のダメージが続いており、ショッピングセンターに入居する当社施設への客足の回復にはしばらく時間がかかると見ています。状況によっては撤退も視野に入れながら慎重に事業環境を見極めています。

2027年3月期の見通しは

IPビジネスに関しては、以前はスーパーヒットが見込める大型IPのコラボ企画を年間に数回実施しておりましたが、現在は数万人規模であってもコアなファン層がついているIPとのコラボを数多く企画することに注力しています。日頃ラウンドワンに足を運んでおられなかったお客様にご来店いただき、それがきっかけとなってラウンドワンのファンになっていただくことによってベースとなるお客様の数を増やしていくことができます。また、今春から国内で新たなクレーンゲームエリア「とれすぎ～のアイランド」を導入し、8割以上の店舗で展開しています。ぬいぐるみの代わりにカップラーメンや飲料、雑貨類などを入れ、ディスカウントストア感覚でとっていただくものです。地域のアミューズメント施設などで先行した取り組みが人気を得ていたため、当社でもクレーンゲームの一部を置き換えたところ非常に好評です。

また今期、高級飲食事業「ROUND ONE Delicious（ラウンドワンデリシャス）」の店舗を、ラスベガスおよびロサンゼルスでオープンします。

なお、国内では諸経費の上昇を踏まえ5月に3%程度価格を改定しました。米国においても状況を見極めながら価格改定の実施を検討していきます。

こうした取り組みを通じて、2027年3月期は売上高2,190億円（前期比15.6%増）、営業利益330億円（同14.9%増）、親会社の所有者に帰属する当期利益182億円（同9.9%増）を見込んでいます。

「遊」×「食」の融合を進めていこうとしているねらいは

ビッグテックのGAFAMや大手ゲームメーカーの動きを見ていると、近い将来ヘッドマウントディスプレイの普及により、自宅にいながらにしてリアルに近い娯楽が楽しめる時代がやってくるでしょう。私たちは最新の技術に莫大な投資ができるわけではなく、それに追随していくのは現実的ではありません。

その中で大きな可能性を感じているのが「食」です。友人や家族が同じテーブルを囲み、料理をシェアしながら会話を楽しむ体験は、デジタル技術がどれほど進化しても簡単には代替できません。人々が集い、コミュニケーションを深めるという当社の理念にも通じる、リアルならではの価値がそこにあります。

今、インバウンド需要の拡大などを背景に、世界中の人が日本の食に目を向けています。私たちは、従来のエンターテインメント施設にフードホールエリアを併設することで、日本国内でも行列のできる人気店の味を一か所で楽しめるだけでなく、複数の店舗の商品を持ち寄り、仲間とシェアしながら食事を楽しむという、新たな体験価値を提供していきます。

これまでの「遊」と「食」の関係は、ゲームやスポーツを楽しむ合間に食事をするというものでした。しかし今後は、食事そのものを目的に来店されたお客様にも、ボウリングやカラオケな

どを楽しんでいただけるような新たな滞在体験の創出に挑戦します。こうした取り組みを通じて、人々がリアルな空間で集い、食事やコミュニケーションを楽しむ価値をさらに高めることで、10年後、20年後も選ばれ続ける存在でありたいと考えています。

事業環境の変化がもたらすリスクと対応

まず、技術の進歩という脅威です。当社では、その対応策の一つとして「遊」と「食」の融合に取り組んでいます。これについては先ほど述べた通りです。

次に、少子高齢化、すなわち人口減少に伴う国内市場の縮小です。これについては数十年前からわかっていたことであり、2010年にアメリカ・カリフォルニアに海外1号店を出店して以降、米国市場を中心とした店舗展開を進めてきました。現在、米国市場には依然として成長余地がありますが、長期的には世界全体で人口減少が進む可能性もあります。そのような環境下で成長を続けていくためには、競合施設との違いを明確にし、地域におけるシェアを圧倒的に高めていく戦略が必要です。私たちは創業以来、お客様のニーズや時代の変化に合わせて、同じ建物の中で各コンテンツの規模や構成、サービス内容を柔軟に見直しながら進化を続けてきました。これからも日本、米国において実験的な取り組みを進め、その検証を重ねることによって常に新たなものを取り入れ、さらに進化し続けていかなければなりません。

もう一つの大きなリスクがパンデミックです。私たちはパンデミックが避けられないものであることをコロナ禍で経験しました。いつ、どのようなウイルスが蔓延するのかまでは予測できませんが、蔓延が始まって1年半～2年で収束することを前提とした備えは必要です。そのための対策としては、まず手元現預金を厚くしておくなどの財務体質の強化です。もう一点は、外出の自粛が求められる期間においても収益を確保できる体制づくりです。オンラインで自宅でもラウンドワンのコンテンツを楽しめる環境づくりがその答えの一つであり、そうした技術に長けた企業にラウンドワンのブランドを使って展開していただくことも検討しています。

ROICを重視した経営を推進していくために大切にしているプロセスは

ROICという概念が注目を集めるようになったのは最近のことですが、創業当時から私たちが経営で大切にしてきたことは、まさにROICの考え方と重なります。基本原則は二つ。一つ目が、同じリターンを得るのであればできるだけ少ない資本に抑えること、すなわち投資効率を高めることです。二つ目が、1店舗当たりの営業利益を最大化すること、すなわち稼ぐ力をつけることです。

現場にそうした考えを浸透させていくために、具体的に何をしなければいけないかを、細かく分解してKPIとしてわかりやすく落とし込んでいます。重要なのは、会社全体の平均値ではなく、1店舗ごとの状況を細かく分析することです。例えば、営業利益であれば、売上を伸ばすのか経費を抑えるのか、売上を伸ばすにも客数を増やすのか単価を上げるのかによって打つべき手は変わってきます。当社では、それぞれの店舗がどのような状態にあるのかを細かく分析し、現場で理解できる形で共有しています。単に決算数値を示すのではなく、どうしたら自分の店の数値が改善できるのかについて理解、追求することができます。

ラウンドワンに根付いている風土とは

私たちの施設にお客様が振り向いてくださる要素として何が一番大事なのかを従業員の皆さんに徹底的に考えてもらうようにし、取り組むべきことの優先順位を間違わないようにと伝えています。例えばレストランであれば、最も大切なのは料理そのものです。どれだけ接客が良くても、肝心の料理がおいしくなければお客様は満足しません。私たちの業界で言えば、最新のマシンやコンテンツを提供できているかということです。ところが中には接客サービスさえ良ければお客様は来てくれると勘違いする人もいます。もちろん接客サービスも重要です。しかし、それ以上に優先して取り組まなければならないことがあります。マシンにトラブルがなくいつでもスムーズにプレイできること、そして施設が清潔であることです。それらの優先順位を正しく理解できる素養として、私が一番大切にしているのが「心の優しさ」です。お店に来られるご家族、お友達、カップルに楽しく過ごしていただくために、常連のお客様に飽きることなく来ていただくために、どうしたらよいかを常に考えることのできる心の優しさです。

心の優しさという土台があれば、お客様に本当に楽しんでいただきたいという思いから、より魅力的なニューマシンを導入しよう、より快適な環境をつくろうといった発想が生まれ、優先順位もおのずと決まってくるのです。創業当時からその考え方は変わっていません。採用においても接客スキル以上にお客様を思いやる心を持った人物を重視してきました。そして、そういった本質的な考え方を従業員の皆さんに伝え続けています。

当社の事業は、一人の突出した人材が大きな売上を生み出すということはあり得ません。一つの店はチームで成り立っており、一人の従業員がその店で働ける時間は営業している時間のせいぜい3分の1程度にすぎないからです。だからこそ大事なのは、自分が良いと気づいたことについて検証し、それが本当に効果のあることであれば、スピード感を持って組織全体へ広げていく力です。一発の成功ではなく、組織のために改善を積み重ね続けられる人材を評価し、そのような人材に責任あるポジションを任せていくことを大切にしています。

私たちが目指しているのは世界一のエンターテインメント施設です。そのために何が必要なのかという考え方を共有し続けることが、人材育成の中心にあります。

ラウンドワンという会社を通して社会で成し遂げたいことは

私たちの存在価値は、地域の人々に日常の楽しみを提供することにあります。大型テーマパークのような特別な体験も素晴らしいものですが、家計の事情から年に何度も足を運ぶことは簡単ではありません。当社が運営するのは、地域密着型のエンターテインメント施設であり、家族や友人と繰り返し訪れることができる身近な娯楽の場です。そうした場は、一度きりの体験ではなく、人と人とのつながりや思い出を積み重ねていく場でもあります。私は、そこにラウンドワンの大きな価値があると考えています。

現在営業するラウンドワンの中で最も古いお店は1995年にオープンしており、30年以上にわたって地域のお客様にご利用いただいています。当時50歳だった人は80歳になっています。そして20歳だった人は50歳になっており、お子さんがおられるとしたら20歳ぐらいでしょう。そうした地域の方々に、親子二世代、三世代にわたってご利用いただいているケースも少なくありません。その間大きく利用金額が変わることがなかったからこそ、地域の皆様に長く親しまれる施設となることができました。

30年後、40年後、社会が大きく変わり、人々のライフスタイルも変化していくでしょう。そのような時代においてもラウンドワンが必要とされる存在であり続けるために、今から準備を進め、試行錯誤を重ねながらチャレンジを続けていかなければなりません。その考え方がどのように受け継がれ、今挑んでいる「遊」と「食」の融合がどのような結果になっているかはわかりませんが、リアルな場を通じて人々に日常の楽しみを提供し、人と人とのつながりを生み出すという使命は変わりません。これからもお客様を飽きさせず、選ばれ続ける存在でありたいと考えています。

杉野 公彦



価値創造

価値創造プロセス



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

財務資本

- 営業CF：+604億円
- 財務健全性
  デット・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

- 年間設備投資額総額：668億円
- ボウリングレーン数店舗平均：
  日本約33レーン、米国約12レーン
- クレーンゲーム機台数店舗平均：
  日本約317台、米国約200台
- カラオケルーム数店舗平均：
  日本約24部屋
- スポッチャ拠点数：
  日本54店舗、米国6店舗

知的資本

- 月間の平均コラボ件数：日本約22件

人的資本

- 従業員数：日本5,793名、米国1,910名、
  その他183名 計7,886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59万人
- 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247,441千kWh、
  米国81,020千kWh、計328,461千kWh

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

ROUND1



アウトプット

従業員の働きがい

推し活の場

地域コミュニケーションの場

最新設備の提供

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

事業戦略

成長戦略

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



パズル&ドラゴンズ
2025年6月～8月開催
［日本開催］



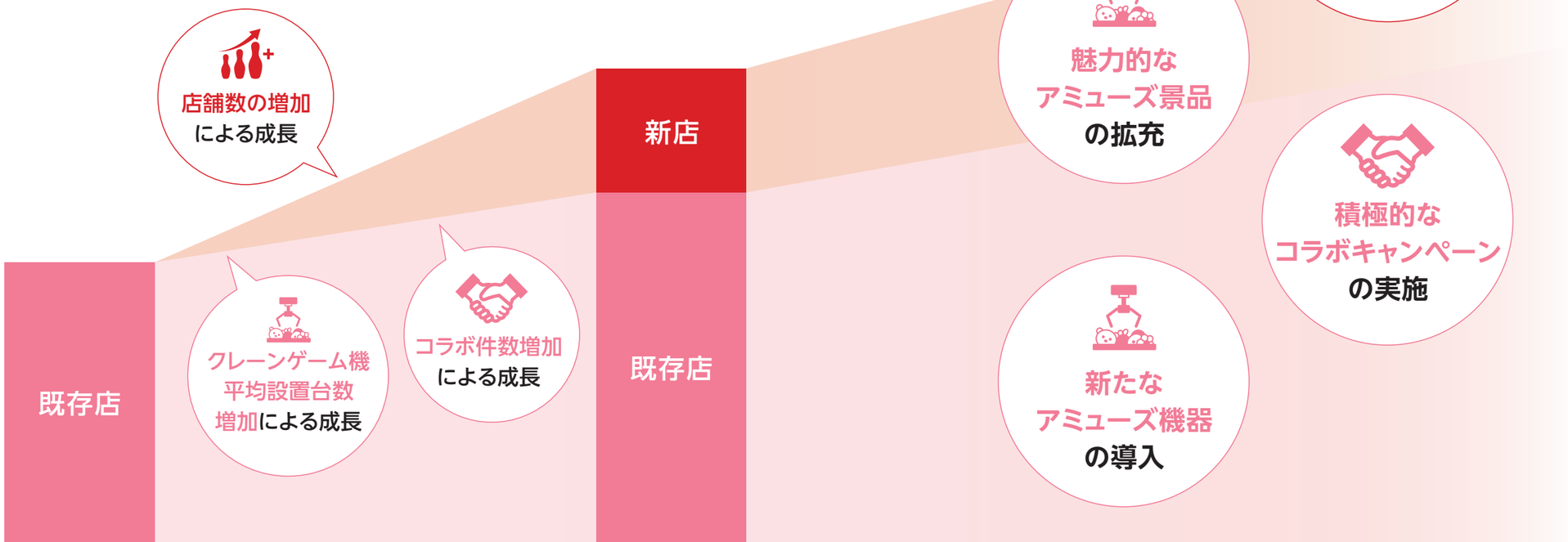
Ado
2025年10月～12月開催
［日米同時開催］

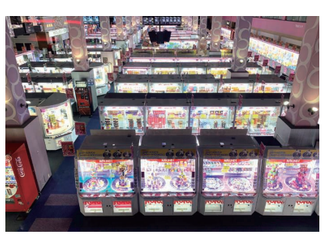


僕のヒーローアカデミア
2026年2月～5月開催
［日本開催］



iLiFE!
2026年3月～6月開催
［日本開催］




【日本】ギガクレーンスタジアムへ改装



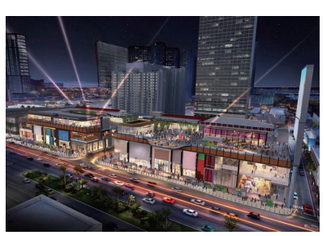
【米国】新規出店（ウィローブルック店）


魅力的な景品の拡充



【日本】とれすぎ～のアイランドの展開


【米国】ジャパニーズフードホール イメージ


【ROUND ONE Delicious】
1ユニット目出店商業施設 イメージ
(TENSHOU Collection Las Vegas)

事業戦略

グループ事業本部長メッセージ



飽きさせない「来る理由」をつくり続ける

時代を先取りし、挑戦し続けることがラウンドワンの強み

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

成長機会を見極めた出店戦略

変化を怠らなかった者だけが生き残る

45年前のラウンドワンと今のラウンドワンは、まるで別物です。ボウリング場として産声を上げ、アミューズメントを加え、カラオケを加え、スポッチャを生み出し――同じ「器」の中身を何度も塗り替えてきた結果、今の姿があります。大切なのは「積み上げ」ではなく、「その時代に若い人が行こうと思えるものを、すでに持っている施設の中に投入し続けること」。この一点こそが、45年間変わることなく選ばれ続けてきた理由であり、強みです。

かつての競合はほとんどが同業のボウリング場でした。しかし、その多くは設備をアップデートすることなく、30年前、40年前のまま今日を迎えています。一方で私たちは違うものを投入し続けてきました。アミューズメントを大きく入れ、カラオケを加え、スポッチャという新業態を生み出し、その都度「来る理由」をつくり続けてきたことが、今につながっています。

これからも変化は続きます。AIの急速な進化で娯楽の選択肢はさらに広がり、少子高齢化で若年層の絶対数は減っていきます。だからこそ私たちに求められるのは「選んでもらえる確率を上げること」と「今まで来ていただけていなかった層に扉を開くこと」――この二つを同時に追い続けることです。

出店は量より質の時代に入っています。周辺人口・世代別構成比・競合の有無・学校施設の集積度に加え、家賃・面積・フロア間の移動のしやすさまでをすべて数値化し、投資効率（ROIC）で判断します。国内は営業利益率20%をおおよその基準として年間数店舗に絞り、商圏があるのにお店がない場所や、契約満了が迫る物件の置き換えを中心に、厳選した場所にだけ出していく方針です。

米国は対照的で、まだまだ成長の余地があると考えています。消費文化が根付き客単価が高く、クレーンゲーム1回当たりのプレイ単価は日本の2～3倍水準であるなど、既存店舗には十分な潜在需要があると考えます。また、新規出店についても建築・内装コストの高騰という課題はあるものの、アメリカ市場の成長機会については引き続き前向きに捉えており、立地を見極めた戦略的な展開を進めてまいります。

「実験」が生み出す新しい客層

国内事業には二つの役割があります。人口減少局面でも既存店の収益を維持してグループ全体の屋台骨を支えること、そしてグループの成長を後押しする実験拠点であり続けることです。

国内が実験場として最も成果を上げているのがIPコラボレーションです。アニメ・VTuber・スポーツチーム・タレントなど、ジャンルを問わずコラボを仕掛けています。「賑やかな場所はちょっと苦手」という層に、IPコラボが「一人で行く理由」を生み出しています。IPコラボの方針はシンプルです。「どれが当たるかはふたを開けてみないとわからない。だから原則、チャレンジしろ」――規模だけを事前に決め、とにかくやってみることを徹底しています。

今年力を入れている「とれすぎ～のアイランド」も手応えがあります。市販のお菓子・カップラーメン・ペットボトル飲料、日用品等をクレーンゲームで取れる形態で、すでに80店舗超で展開中です。「遊んだついでに食料品も持って帰れる」という体験が、これまで来店しなかった親子連れにも響いています。つまり、「遊び」と「日常の買い物」をかけ合わせることで、新たな来店動機を生み、コスパ・タイパを重視するファミリー層など、新たな顧客層の獲得につながっています。

さいか屋横須賀店での「ミニスポッチャ」（通常の半分規模）、40種類から選べる100円アイス、うまい棒14種の食べ放題――いずれも小さな実験です。こうした積み重ねが新しい客層を少しずつ広げています。クレーンゲームの景品においても、ラウンドワンでしか手に入らないIP限定のフィギュア・雑貨・ぬいぐるみを徹底的に投入し続け、「ここにしかない体験」を磨き続けています。

効率化は「楽しみを奪っていないか」から問う

DXやセルフ化を推進する際に、毎月私が担当部門に問い続けているのは「この取り組みはお客様に負担を強いていないか、楽しみを奪っていないか」という点です。アプリによる事前決済機能で来店後スムーズに利用を開始できるなど、お客様の負担を減らし、楽しさをスポイルすることのない環境を整備していきます。店舗で「遊んでいただく」ビジネスである以上、安全・安心のためのスタッフは欠かせません。その前提のもと、効率化の恩恵が確実にお客様に届く形でDXを前進させていきます。

挑戦する文化が、組織の未来をつくる

従業員に対して約束していることの一丁目一番地は、給料を上げ続けることです。店舗ビジネスゆえ急拡大には限界がありますが、少しずつでも継続して上げていくことを目指しています。その他にも、休日数の増加や有給休暇の積極取得の促進、ウェルビーイングのサポート、資産形成・健康管理のオンラインセミナーも充実させています。こうした取り組みの結果、2026年3月期の離職率は3%台にまで低下しました。

組織文化の面では、提案制度を続けています。年間約1,000件の提案が集まり、プロジェクトチームが「お客様の胸がときめくか」という視点で磨き上げ、表彰しています。社長一人に頼らず、従業員全員でアイデアを出し続ける風土をつくっていくために、「失敗してもいい、また出してくれればいい」――そう伝え続けることで、提案することをためらわない文化が少しずつ育っています。

地域とともに、20年後、30年後へ

私たちは地域の幅広い年代層のコミュニケーション拠点でありたいと考えています。中学校のクラブ活動の地域移行の受け皿、小学校の社会科見学の受け入れ、複数の自治体との避難所協定――いずれも直接的な収益にはなりません。しかし「来たことのない人に初めて来てもらう」という意味で、最も大切な取り組みです。堺市との健康増進連携協定のもとスポッチャを活用した高齢者の健康チェックも行っており、市民の皆様のコミュニケーション拠点として地域に根ざしていきます。

AIやVRがさらに進化しても、「遊」に「食」をかけ合わせた体験や、隣り合う人たちの間で生まれる多層的なコミュニケーションは、お店という物理的な空間でしか実現できません。20年後、30年後も「ここに行けば飽きない」と言っていただける場所であり続けるために、来る理由をつくり続けることをやめません。

川口 英嗣



事業戦略

ラウンドワン事業

日本店舗

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台のクレーンゲームが並ぶ、ギガクレー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]



米国店舗

米国店舗は、2026年3月末時点で59店舗あり、そのすべ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二つの入口から、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発のIP景品を中心に、世界各国の人気IP景品を多く取り揃え、他社との差別化を図っています。

フードコーナー

ハンバーガーやピザなどに加え、から揚げ、たこ焼き、ラーメンなどの日本のB級グルメも提供。

バーカウンター

大画面モニターでスポーツ中継を楽しみながら、豊富な種類のお酒を楽しめる。

ボウリング

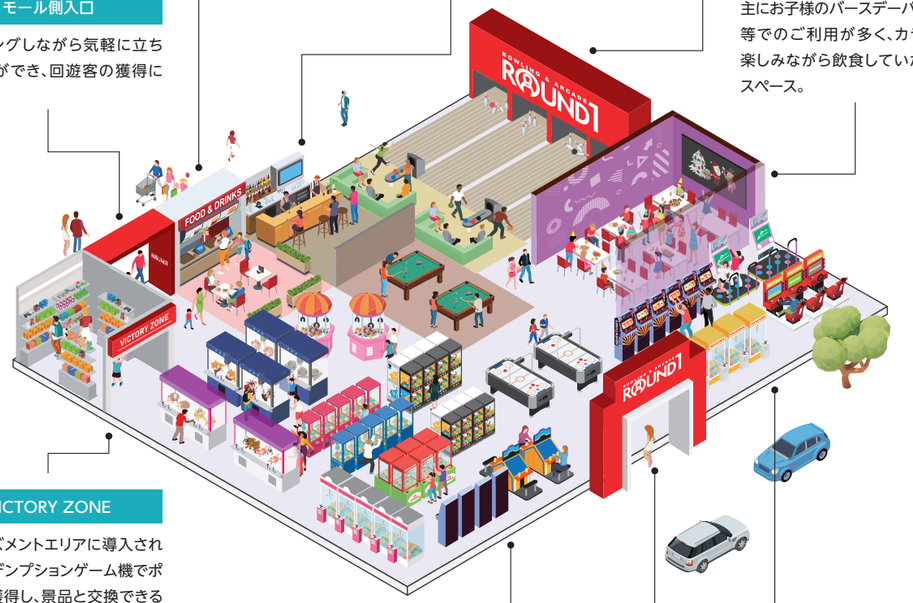
日本よりもレーン数がやや少なめ。ソファやテーブルなどのスペースが豊富なため、飲食を楽しみながらボウリングを楽しめる。

パーティールーム

主にお子様のバースデーパーティー等でのご利用が多く、カラオケを楽しみながら飲食していただけるスペース。

モール側入口

ショッピングしながら気軽に立ち寄ることができ、回遊客の獲得に貢献。

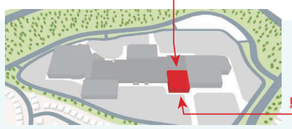


VICTORY ZONE

アミューズメントエリアに導入されているリデンプションゲーム機でポイントを獲得し、景品と交換できるエリア。



モール側入口



駐車場側入口

アミューズメント

1店舗平均約200台のクレーンゲーム機やリデンプションゲーム機、その他アーケードゲーム機を豊富に展開。また、ゲーム機は前払いチャージ方式を採用。

駐車場側入口

モールの駐車場に直結しており、夜間でも安心・安全に出入りできる。

※2026年3月末日現在、スポッチャ併設店舗は6店舗出店しております。
※上記店舗モデルに加え、2026年10月よりフードホール併設型店舗の出店も開始しております。

館内施設動画は[こちら]



ラウンドワン事業

ラウンドワン事業を取り巻く経営環境

SWOT分析

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	**Strength（強み）** ●**独自の複合型屋内エンターテインメント施設の運営** ボウリング、アミューズメント、カラオケ、スポッチャなど、複数のサービスをワンストップで提供し、日常のレジャー需要に応える複合エンターテインメント施設を展開。 ●**長年培った店舗運営・出店ノウハウ** 国内外における161店舗の運営を通じて培った安心・安全かつ効率的な店舗運営や、出店におけるノウハウの蓄積。 ●**IP・コンテンツ活用力** 人気IP・アーティスト等とのコラボレーション企画やオリジナル景品の展開を通じて、新規顧客の獲得とリピート利用の推進を実現。	**Weakness（弱み）** ●**装置産業としての初期投資・固定費負担の重さ** 店舗の新規出店には一定規模の初期投資が必要となるほか、賃料・人件費・減価償却費など固定費の負担が大きく、売上減少局面では収益性が大きく低下しやすい事業構造となっている。 ●**新店および新業態の経営成績リスク** 新店および新業態の経営状況が、経営全体に影響を与える可能性。 ●**他社IPおよび製品への依存** 自社IPを保有していないためIPコンテンツの活用において外部権利者への依存度が高いほか、ゲーム機やアミューズメント景品の調達においても外部への依存度が高く、供給環境や価格変動の影響を受けやすい。
外部環境	**Opportunity（機会）** ●**世界的なIP需要の高まり** 日本発のアニメ・ゲーム・キャラクターへの関心の高まりや、推し活市場の拡大を背景に、IPコンテンツへの需要が拡大している。 ●**出店による成長余地** 米国を中心とした潜在的な新規出店余地に加え、新業態の展開によりさらなる出店・成長機会の創出が期待される。 ●**顧客ニーズの多様化** モノ消費から体験価値を重視する消費トレンドへの移行が進む中、顧客が求める価値は多様化しており、付加価値の高いサービスや体験への需要が高まっている。	**Threat（脅威）** ●**消費行動・娯楽のあり方の変化** デジタル・家庭内エンターテインメントの進化や余暇の過ごし方の変化により、リアル店舗に求められる体験価値が変化し、既存サービスの競争力が低下する可能性。 ●**経済環境・規制環境の悪化** 各国における景気後退やインフレ、法規制の強化により、レジャーへの支出が抑制される可能性。 ●**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影響を及ぼすリスク。

SWOT分析から導く重点テーマと今後の取り組み

世界的なIP需要の高まり × IP・コンテンツ活用力 ▶ **IPを活用した集客力強化**

- 高まるIP需要を捉え、魅力的な景品の開発やIPコラボレーション企画を積極的に展開します。
- 新たな来店動機を創出し、新規顧客の獲得とリピート利用の拡大を図ります。

出店による成長余地 × 長年培った店舗運営・出店ノウハウ ▶ **新規出店による中長期的な成長**

- 長年培った出店ノウハウを活かし、成長余地の大きい国・地域への集中投資を通じて投資効率の向上を図ります。
- 引き続き積極的な出店を継続することで、中長期的な成長を目指します。

顧客ニーズの多様化 × 独自の複合型屋内エンターテインメント施設の運営 ▶ **新たな事業・収益機会の創出**

- 既存の店舗運営で培ったノウハウや顧客接点を活かし、ROUND ONE Deliciousをはじめとする新たな業態・サービスの開発を進めることで、新たな事業・収益機会の創出に取り組みます。
- 「遊」に加え、「食」など新たな体験価値を当社独自の形で組み合わせることで、顧客ニーズの変化に対応するとともに、事業領域の拡大とさらなる差別化を図ります。

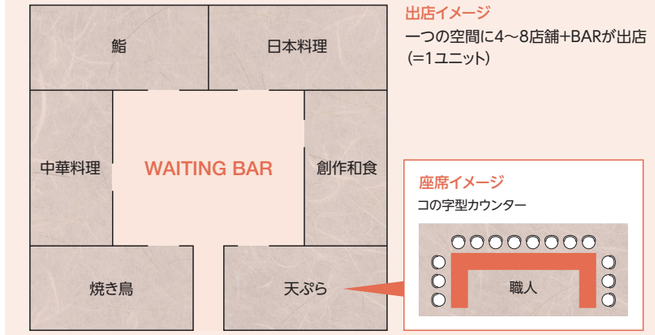
ROUND ONE Delicious事業

リアルな体験価値創造:「食」事業への挑戦

当社グループは、新たな成長領域として高級飲食事業「ROUND ONE Delicious」を展開します。米国における「Japanese Food Hall」は従来の店舗モデルに併設され、日本のB級・C級グルメを気軽に楽しめる業態であるのに対し、「ROUND ONE Delicious」は日本を代表する有名店を集結し、その味や魅力を米国にて提供する高級飲食事業です。「食べログアワード」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

鮨、日本料理、中華、創作（イノベーティブ）、焼き鳥、天ぷらのいずれかの組み合わせで一つのユニットを形成します。1ユニット当たり4～8店舗+BARが同時出店し、各店舗はそれぞれ独立した設計となっています。店舗内に設置されたカウンター席にて、日本の食文化を楽しんでいただくことができます。




座席イメージ


共有部イメージ

今後の出店計画

全世界の進出の足がかりとして、2027年3月期にラスベガスとロサンゼルスへ出店いたします。その後、米国の他の主要都市（ニューヨーク、シカゴ、ダラス、ワシントンDC、ホノルル）への出店を目指します。

2027年3月期第3四半期～ 1・2ユニット目出店 → 2028年3月期～ 3・4ユニット目出店


TENSHOU Collection Las Vegas（2027年3月期オープン予定）



TENSHOU Collection West Hollywood（2027年3月期オープン予定）

ROUND ONE Deliciousの
ホームページはこちら

事業戦略

管理本部長メッセージ



規律ある資本配分で、持続的な企業価値を創る

取締役 管理本部長
岡本 純

収益力を高め、次の成長につなげる

財務の役割は、会社の数字を管理することだけではありません。事業で生み出した利益を次の成長へつなぎ、ラウンドワンが新しい挑戦を続けられる財務基盤をつくること。そして、その積み重ねを企業価値・株主価値の向上につなげていくことが重要だと考えています。当社が成長を続けるうえで最も大切にしているのは、1店舗当たりの営業利益を高めることです。一つひとつの店舗がお客様に選ばれ、しっかり利益を生み出すことが、ラウンドワンの成長の原点です。そのためには、魅力あるマシンやサービスを提供するだけでなく、それを支える人材の力も欠かせません。当社ではマテリアリティの一つに「労働生産性の向上」を掲げ、一人当たり利益を重要な指標として捉えています。階層別研修や全社研修、評価者研修などを継続して実施し、一人ひとりの能力を高めることで、店舗全体の生産性と収益力の向上につなげています。また、「ラウンドワン ウェルビーイング」のもと、キャリア、挑戦、人間関係、健康、遊び心という五つの観点から、従業員が継続して力を発揮できる環境づくりにも取り組んでいます。こうした人への投資も、1店舗当たり利益を高めていくための重要な経営基盤です。そこで生み出した利益を、次の出店や新規事業へ振り向けていく。この循環をさらに強くしていくことが、当社の成長戦略の基本です。

成長する場所へ、しっかりと投資する

出店については、店舗数だけを求めるのではなく、どの場所に、どのように出店することで最も大きな価値を生み出せるかを重視しています。国内では、人口動態、商圏、競合状況、賃料などを見ながら、十分な収益性が見込める場所を厳選して出店していきます。一方、国外においてはまだ大きな成長余地があると考えています。建築費や人件費などの投資環境も踏まえながら、1店舗ごとの採算性を見極め、投資効率が高いと判断した地域には積極的に出店していく方針です。既存店についても、IPコラボキャンペーンや「とれすぎ～のアイランド」をはじめ、お客様に新たな来店動機を提供する商品・サービスへの投資を続けています。マテリアリティで掲げる「魅力的な商品・サービスの開発」は、お客様への価値提供であると同時に、既存店の収益力を高める取り組みでもあります。さらに、「ROUND ONE Delicious」をはじめとする新規事業を育てることで、既存のラウンドワンに続く新たな収益の柱をつくっていきます。1店舗当たりの利益を高めること、適切に店舗数を拡大すること、新しい事業を生み出すこと。この三つを積み重ね、グループ全体の利益とEPSの持続的な成長につなげていきます。

成長機会を捉える資本配分と、徹底したコスト管理

当社は、成長につながる機会があれば、必要な投資を積極的に行います。象徴的なのが、コロナ禍からの回復局面におけるクレーンゲームへの投資です。市場の変化とお客様のニーズを捉え、グループとしてクレーンゲーム機を大量に購入しました。その後のクレーンゲーム市場の拡大やIP施策とも相まって、店舗の魅力と収益力の強化につながっています。機会を捉えたときに、スピード感を持って資金を投じることができるのは、当社の強みの一つです。その一方で、日常の店舗運営では、一つひとつのコストを細かく管理しています。店舗事業では、継続的に発生するコストのわずかな差も、全店舗で積み重なれば大きな金額になります。必要な投資には思い切って資金を使い、日々のコストについては徹底して無駄をなくす。こうしたメリハリを大切にしてきました。当社が重視しているのは、1店舗当たりの営業利益を高めること、そして同じ利益を生み出すのであれば、できるだけ少ない資本で実現することです。必要な成長投資には大胆に資金を振り向けながら、日々のコストと資本の使い方は徹底して管理する。こうした経営の積み重ねが、結果としてROICの向上につながると考えています。また、成長投資を継続していくためには、財務の安定性も欠かせません。コロナ禍の経験も踏まえ、想定外の環境変化にも対応できる財務余力を確保しながら、成長投資と株主還元のバランスを取っていきます。

事業の成長を、企業価値・株主価値の向上へ

当社では、こうした企業価値向上への道筋を、PBRをROEとPERに分解したロジックツリーとして整理しています。1店舗当たりの営業利益を高め、資本を効率的に活用する経営を積み重ねることでROICを高め、ROEの向上につなげていく。同時に、1店舗当たり営業利益の向上に加え、適切な出店、新規事業の創出によって利益を拡大し、EPSの持続的な成長を目指していきます。さらに大切なのは、こうした利益成長が今後も続いていくことや、当社がどこに資本を投じ、どのような成長を目指しているのかを、株主・投資家の皆様にわかりやすくお伝えすることです。戦略や成果、将来の成長機会について適切な情報開示と対話を重ねることで、当社の成長に対する理解と期待を高め、市場からの評価につなげていきたいと考えています。店舗の稼ぐ力と資本効率を高めることでROEを向上させ、持続的なEPS成長と、その成長への期待を高めることでPERの向上につなげる。この両面を着実に進めていくことが、結果としてPBRの向上、そして企業価値・株主価値の持続的な向上につながると考えています。

持続的な成長を支える経営基盤

当社が特定したマテリアリティは、こうした財務戦略を実現するための重要な経営基盤でもあります。人材育成や従業員の働きがい向上は、1店舗当たりの生産性と利益を高めるための基盤です。魅力的な商品・サービスの開発は既存店の収益力を高め、地域社会とのつながりは長期的な顧客基盤につながります。また、内部統制やリスク管理の強化、環境負荷低減への取り組みも、事業を長期にわたり安定して継続するためには欠かせません。1店舗1店舗の稼ぐ力を高める。成長機会にはしっかりと投資する。日々のコスト管理を徹底する。そして、新しい店舗、新しい事業へと成長を広げていく。こうした取り組みを一つひとつ積み重ねることで、10年後、20年後も成長を続けるラウンドワンを財務の面から支え、企業価値・株主価値のさらなる向上を実現していきます。

岡本 純



事業戦略

持続的成長に向けた経営戦略

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。

持続的な成長のためのロジックツリー

PBR ＝ **ROE** × **PER**

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おります。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、引き続き積極的な出店を推進してまいります。また、複合型エンターテインメント施設ならではの強みを活かし、お客様のリピート率向上につながる魅力的な店舗づくりに取り組んでまいります。
	新たな事業の創出	最高峰の日本食を世界に発信することを目指し、「ROUND ONE Delicious」を立ち上げました。2027年3月期には米国主要都市への出店を予定しており、海外事業で培った運営ノウハウを活かしながら、将来的にはグローバルな事業展開を目指してまいります。

株主価値の向上に向け、
重要課題であるROEおよび
PERの向上を目指し、
右記三つの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

2026年3月期の1店舗当たり営業利益（連結）は約1.8億円でした。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

2026年3月末時点の店舗数は日本99店舗、米国59店舗、中国3店舗となっています。ROICの高い地域を中心に出店を推進するとともに、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、「遊」と「食」を融合したジャパニーズ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」として持続的な成長を目指してまいります。

3 新たな事業の創出

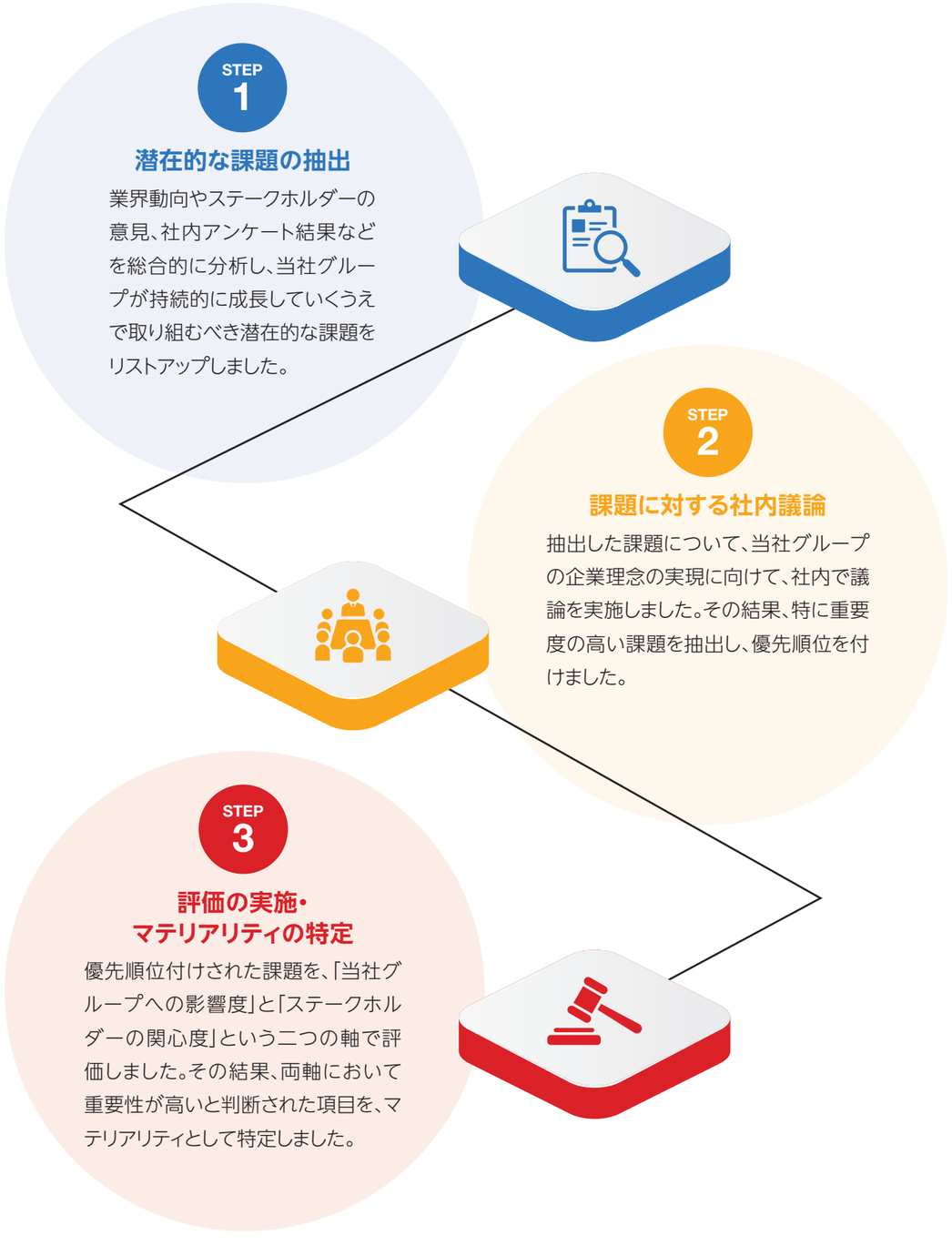
最高峰の日本食を世界へ広めるため、新規事業「ROUND ONE Delicious」を立ち上げました。培ってきた海外店舗運営のノウハウと日本食の可能性を活かし、将来的には全世界への展開を見据え、まずは2027年3月期に米国主要都市へ出店する予定です。

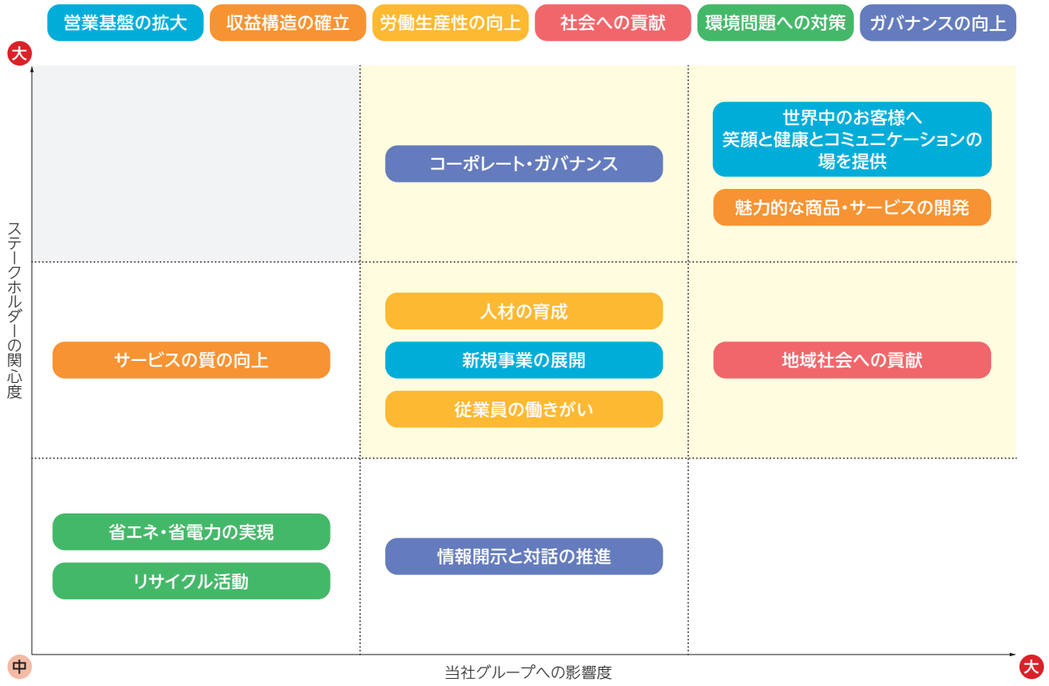
上記KPIを達成するためには、マテリアリティへの取り組みが必要不可欠と考えております。マテリアリティへの取り組みを通じ、持続的な企業価値向上に努めてまいります。

事業戦略

マテリアリティ（重要課題）

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。





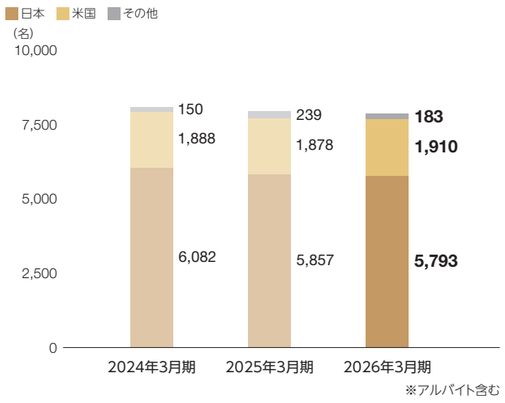
分類	マテリアリティ	取り組み
営業基盤の拡大	世界中のお客様へ笑顔と健康とコミュニケーションの場を提供	米国における店舗数の拡大
	新規事業の展開	ROUND ONE Delicious事業の展開
収益構造の確立	魅力的な商品・サービスの開発	コラボキャンペーンの展開、オリジナル景品の拡充、リモートボウリングの実施
労働生産性の向上	人材の育成	キャリア開発、スキルアップの支援
	従業員の働きがい	「ラウンドワン ウェルビーイング」の設定、MAKE A CHANCEプロジェクト、労働時間の削減
社会への貢献	地域社会への貢献	社会見学、職場体験、健康ボウリング教室の実施
ガバナンスの向上	コ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

サステナビリティ

非財務ハイライト

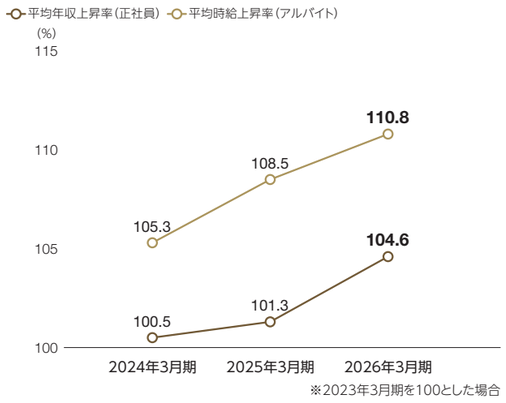
従業員の状況

連結従業員数



※アルバイト含む

平均年収・時給上昇率(日本)



※2023年3月期を100とした場合

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)

4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

女性の活躍

女性管理職数(日本)

管理職

16名

執行役員

2名

女性取締役数

女性取締役

取締役7名中

3名

[うち社外取締役3名]

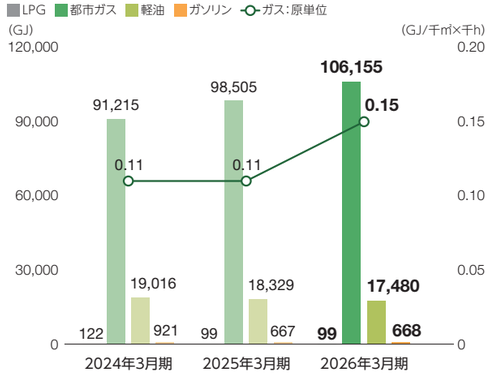


環境DATA

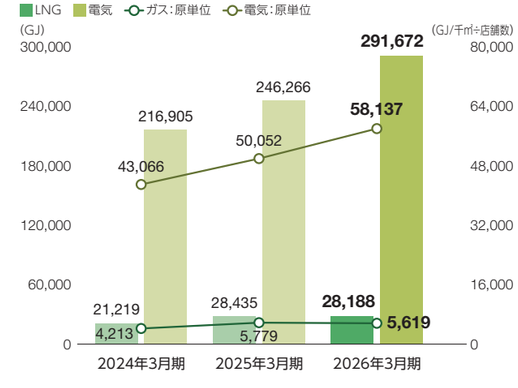
上水使用量 (日本)

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)



サステナビリティマネジメント

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。また、サステナビリティを経営上の重要課題の一つとして位置付け、事業活動を通じた社会課題の解決に取り組んでいます。

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P43参照)、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

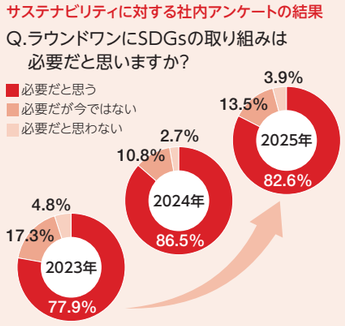
サステナビリティへの取り組みをより効果的に推進するため、従業員のサステナビリティに対する意識や認知度を把握することを目的として、定期的に従業員意識調査を実施しております。

実施概要		
	調査期間	年1回(最新の調査:2025年9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

社内におけるサステナビリティへの関心は引き続き高い水準にあり、2025年の社内アンケートにおいても、「SDGsへの取り組みは必要だと思う」と回答した社員が8割を超えるなど、その必要性に対する理解が社内に浸透していることを示す結果となりました。また、社員の関心が高いSDGs目標として「すべての人に健康と福祉を」や「働きがいも経済成長も」が上位に挙げられており、当社グループの事業活動や人的資本経営との親和性が高い分野への関心が引き続き高いことがうかがえます。一方で、サステナビリティの推進を行ううえで、「環境負荷軽減に向けた具体的な取り組み」や、「会社の成長とサステナビリティを両立する施策」への期待が高く、社員の関心が「理解」から「実践」へと発展しつつあることがうかがえます。今後も取り組みの成果をわかりやすく発信するとともに、社員がサステナビリティ活動に参加しやすい環境づくりを進め、さらなる参画の促進につなげてまいります。

サステナビリティに対する社内アンケートの結果



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。

※EneFocusα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など、施設全体でのLED化を推進しています。こうした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、2026年3月期実績では2015年3月期比で約24%の電力使用量削減を実現しました(延床面積当たり1日当たり使用量)。今後も継続的な設備投資を通じて、省エネルギーの推進と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、2026年3月期実績では2015年3月期比で約26%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、現在までに全店で累計1,530kgの制服が回収され、車のクッション材に再生されました。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。



サステナビリティ

環境課題への取り組み

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、多面的な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。

SSBJ基準を踏まえた気候関連情報の開示

当社グループは、2022年2月にTCFD提言への賛同およびTCFDコンソーシアム(現:GXフューチャー・コンソーシアム)への参加を行い、その後の国際的な基準統合の流れを踏まえ、SSBJ基準への対応を進めています。

以下では、ガバナンス、戦略、リスク管理、指標と目標の四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P43「コーポレート・ガバナンス体制」

戦略

当社グループでは、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				評価	
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。

1 情報収集・分析

気候変動に関する最新の科学的知見、政策・規制動向、技術革新などの外部環境情報を継続的に収集・分析しています。また、屋内型複合エンターテインメント施設事業における運営実績データや顧客動向の変化も含め、幅広い情報を収集しています。

2 リスク・機会の識別

収集した情報をもとに、リスクを「移行リスク」と「物理リスク」に分類し、当社事業への影響を検討しています。移行リスクとしては、炭素税の導入やGHG排出規制、エネルギーコストの変動等を、物理リスクとしては異常気象の激甚化、平均気温の上昇、降水・気象パターンの変化等を識別しています。加えて、屋内型施設の優位性や省エネ技術の導入による新たな事業機会も特定しています。

3 重要事項の評価と方針決定

識別されたリスク・機会については、短期～長期の時間軸や事業への影響度(支出・収益等)を評価し、重要度に応じて優先順位を定めています。特に重要と判断される事項については、関連部署から取締役会へ報告され、対応方針や優先順位が経営レベルで決定されます。

4 具体的な対応と継続的改善

取締役会で決定された基本方針に基づき、各担当部署が具体的な対応策を実行しています。たとえば、省エネ設備の導入、LED化の推進、空調システムの高度化など、事業の特性を活かした取り組みを展開し、継続的な改善活動を推進しています。

指標と目標

当社グループでは、気候変動リスクと機会の分析結果を踏まえ、具体的な対応策の検討・実施を進めております。進捗状況の把握と情報開示の一環として、事業拠点別のCO_2排出量を主要な指標と位置付け、開示しております。現時点では、CO_2排出量削減などの数値目標については、社内外の動向や各事業の実態を踏まえながら慎重に検討している段階です。今後も、社内の要請や社会的要請等を注視しつつ、必要に応じて適切な目標の設定や見直しを行ってまいります。引き続き、指標のモニタリング体制を整備し、気候変動対応に関する情報開示の充実と、経営への適切な反映に努めてまいります。

当社グループのCO_2排出量

(単位:t-CO_2)

	地域	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
Scope1	計	4,932	7,337	7,027	7,687	**7,990**
	日本	4,932	6,164	5,979	6,282	**6,554**
	米国	—	1,173	1,048	1,405	**1,437**
Scope2	計	96,104	123,533	116,471	123,920	**133,025**
	日本	96,104	102,562	95,383	99,977	**104,668**
	米国	—	20,971	21,088	23,943	**28,357**

※排出係数はロケーション基準にて算出しております。 ※2023年3月期より、米国連結子会社の集計を含んでおります。

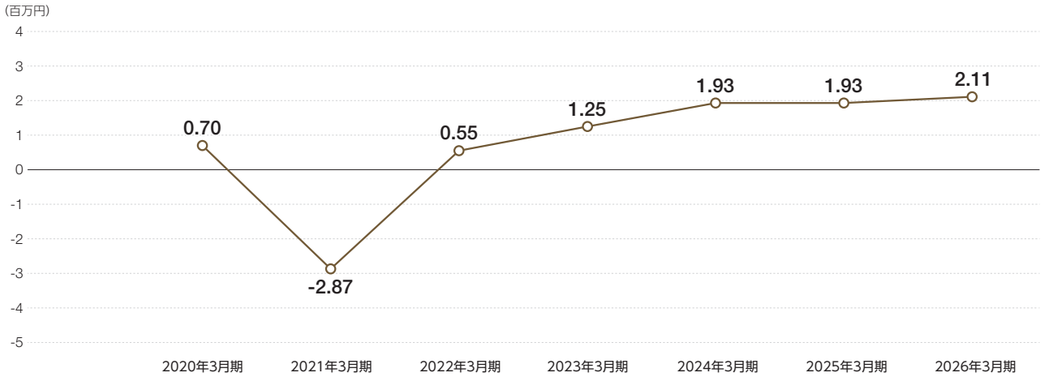
人的資本への取り組み

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た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、私たちは一人当たり利益を「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。

労働生産性



	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	2026年3月期
親会社の所有者に帰属する当期利益（百万円）	4,794	△17,973	3,937	9,737	15,666	15,405	16,621
連結従業員数	6,884	6,268	7,138	7,780	8,120	7,974	7,886

※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決定された指標です。理想の働き方を反映するとともに、時代や価値観の変化に応じて柔軟に見直し・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」というラウンドワン 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

五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」の五つのカテゴリー(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」という三つの成果を創出し、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 労働力に対する施策 / 指標

Well-being	施策	定性的な指標
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～2026年6月の新規提案数は1,937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～2026年4月に実施した施策は36件	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 ●外部講師を招いたメンタルヘルス研修を実施 ●介護と仕事の両立に関する社内研修を実施	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、年齢や性別、職位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	●従業員の家族・友人を招待し、従業員とともにラウンドワンの施設・サービスを楽しむプロジェクトを実施 社員178名、合計513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

OUTCOME 労働生産性向上

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

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

人的資本への取り組み

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。

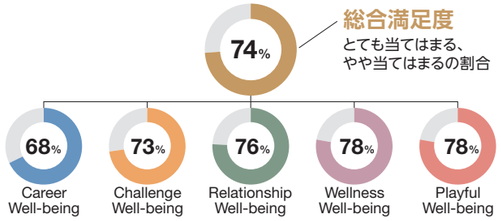
実施概要		
	調査期間	年1回（最新の調査:2026年2月）
	調査対象	ラウンドワンおよびラウンドワンジャパンの正社員・再雇用社員
	調査方法	オンライン調査
	評価尺度	4段階評価 （とても当てはまる、やや当てはまる、あまり当てはまらない、全く当てはまらない）

向上が見られた主な項目

今回の調査では、特に以下の5項目で大幅な改善が確認されました。

Challenge Well-being	●仕事において新しいことにチャレンジしやすい職場だと感じる ●会社は仕事に必要な研修を提供してくれている ●会社は仕事に必要な時間を提供してくれている
Wellness Well-being	●今の自分の評価には納得している ●今の仕事は自分の強みを活かせている

サーベイ結果（2026年2月）



順位	評価が高い項目	Well-beingのカテゴリー	達成度
1	周囲の人の役に立てる人になりたい	Challenge Well-being	96%
2	会社の方針を理解できている	Career Well-being	95%
3	お客様を笑顔にすることにやりがいを感じる	Playful Well-being	78%
4	同僚、部下との人間関係は良好である	Relationship Well-being	76%
5	上司との人間関係は良好である	Relationship Well-being	76%

ラウンドワン・サーベイ結果分析と今後の取り組み

前回調査において達成度が低かった項目の改善を目的として各種施策を推進した結果、全体として従業員満足度およびウェルビーイング指標に改善傾向が見られました。特に、「Challenge Well-being（固定観念にとらわれず挑戦を奨励する企業風土）」のスコアが大きく向上し、従業員が主体的に挑戦できる環境づくりが着実に進んでいることが確認されました。また、「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」といった貢献意識に関する項目は、4年連続で高い評価を維持しており、企業理念の浸透と実践が組織文化として定着していることがうかがえます。当社グループでは、この貢献意識こそが競争優位性を支える重要な原動力であると認識しています。

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65.5%（2026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、時短勤務制度や保育補助手当などの経済的サポートも充実させています。

さらに、介護と仕事の両立を支援するため、介護期間中の従業員の働き方の選択肢を広げる「家族ケアフレックス制度」を導入するとともに、育児・介護に関する外部相談窓口を設置しております。

これらの取り組みを通じて、従業員一人ひとりがライフステージに応じて能力を発揮できる環境を整え、人材の定着と組織の持続的な成長につなげています。

各種制度の概要（2026年3月期実績）

制度	制度内容	対象者	取得実績
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%
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65.5%
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）	37名
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
保育補助手当	月額5,000円支給/小学生未満の子一人当たり	正社員	190名
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）	延べ6名

※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（2026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	就活セミナー/意見交換会/インターンシップ	学生アルバイト	31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	441名
インターンシップ	計4種プログラム展開（ラウンドワンまるわかり、エンタメクリエイター、リーダー体験ワークショップ、キカッチャ）	大学生・専門学校生	延べ568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、一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（2026年3月期実績）

研修名	研修内容	対象者	参加人数	研修費用（一人当たり）	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	114名	15,993円	14時間 （累計1,578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	99名	16,577円	24時間 （累計1,142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	97名	16,476円	21時間 （累計2,037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	1,353名	32,603円	12時間 （累計16,236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	138名	—	3時間 （累計414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	410名(注)	—	3時間 （累計1,230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11名は中途社員として入社

社会との協創

当社は、地域社会の一員として様々な社会課題の解決に取り組んでいます。事業活動を通じた価値創造に加え、災害時支援や地域活動支援などの社会貢献活動を推進し、地域の皆様とともに持続可能な社会の実現を目指しています。

店舗運営における地域活性化

全国38都道府県にて合計100店舗の運営（2026年6月現在）を行っており、お客様の年間来場は延べ3,000万人、従業員は合計10,000人を超えています。地域にお住まいの皆様へ、ラウンドワンならではのエンターテインメントの提供と雇用機会の創出を通じて地域活性化に努めております。今後も地域にとって欠かせない存在であり続けられるよう、地域貢献活動を推進してまいります。

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。2026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

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。2026年3月期は40回開催し、延べ953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、参加者の防犯意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。小中学生の皆様に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つながっています。今後も、各地域において産官学連携の機会をつくり、教育活動に貢献してまいります。

取締役および監査役



取締役・執行役員の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 愼二	●	●		●	●	●	●	●
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)文化娯楽有限公司 董事	岡本 純		●		●	●	●	●	●
社外取締役	川端 さとみ		●		●	●	●	●	●
社外取締役	片倉 千裕		●		●	●		●	●
社外取締役	山中 綾華		●					●	●
執行役員 管理副本部長 サステナビリティ担当	三野 仁奈		●				●	●	●

取締役・監査役に対するトレーニングの方針

当社は、取締役・監査役がその役割・責務を適切に果たすために必要な知識習得と研鑽の機会を提供しています。新任の取締役に対しては社外研修を実施し、専門性向上を図るほか、新任の社外取締役に対しては、既存の取締役等による会社説明の会議を定期的に実施し、当社の事業内容や課題等への理解を深める機会を設けています。

社外取締役鼎談

独立した立場から、経営の規律と挑戦を支える

川端 さとみ Satomi Kawabata

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)、新陽法律特許事務所 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。

山中 綾華 Ayaka Yamanaka

株式会社ラウンドワン 社外取締役(2026年より現任)。社会保険労務士、荒井社会保険労務士事務所所属。社会保険労務士としての専門知識に加え、現役プロドラマーとしてエンターテインメント業界における現場感覚とクリエイティブな視点を有する。ラウンドワンでは、労務的観点からの助言を通じて人材育成やリスク管理に多角的な視点を加え、企業の健全な労働環境を構築することを目指す。

片倉 千裕 Chihiro Katakura

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。



専門性を活かし、経営の意思決定に多角的な視点を加える

それぞれのキャリアを踏まえ、社外取締役としてどのような役割を果たそうとお考えですか。

川端 私は弁護士ですので、主に法的な観点から会社に助言を行っています。労務問題やハラスメント対策への助言はもちろんのこと、知的財産や契約関係、ガバナンス体制の整備など、企業法務全般にわたって幅広いテーマについて意見を述べています。法律家は、対立する二つの当事者がいる中で、依頼者の利益をできる限り実現するという役割を担いながらも、バランスの良い結論がどこにあるのかを考え、依頼者を説得することがあります。会社の施策に対しても、法的な知識だけではなく、バランス感覚を活かし、独立した立場から多角的に検討し、建設的な意見を発信していきたいと考えています。

片倉 公認会計士として、資本コストを意識した経営が求められていることを踏まえ、投資・回収シミュレーションの妥当性を客観的に評価するようにしています。特に米国は各種コストの上昇が続いているため、適正なコスト管理がなされているかを確認するとともに、新規事業についてはリスクを織り込んだ経営ができているかを注視しています。会計不正や深刻な労働問題を防ぐための内部統制、コンプライアンス体制のあり方についても、独立した立場から確認しています。

山中 私は社会保険労務士としての専門性を活かし、従業員の皆さんが安心して働ける環境づくりや、多様な価値観を尊重できる組織づくりについて、社外取締役として独立した立場から意見を述べていきたいと考えています。一つの意思決定が5年後、10年後の会社のブランド価値にどうつながるかという視点を大切にしながら、現在も続けているドラマーとしての活動を通じて培った、お客様が何を求めているかを捉える感覚も活かして、事業の方向性の判断に役立つ意見をお伝えしていきます。

社外取締役鼎談

会社の強みや優位性はどこにあるか、外部の視点で見極める

会社の強みや優位性は、どのようなところにあるとお考えですか。

川端　取り組みが有効と判断された際に、迅速に実行へ移す機動性の高さが強みです。名古屋のある店舗でキッズスペースを設置したところ、想定を上回る売上につながったことから、その要因を分析し、他店舗にも展開して検証を重ねたことがあります。取締役会での報告や議論の中で、判断から実行、検証までの一連の対応の速さを強く感じました。時代の変化が速い近年において、この機動力は非常に大きな強みであると感じています。

山中　学生の頃、ラウンドワンはとても身近な存在で、よく利用していました。家族や友人と遊びに行った思い出のある方も多いのではないでしょうか。カラオケやアミューズメント、スポッチャなど、多彩な遊びを一度に楽しめることは大きな強みです。オンライン上の娯楽やゲームにも魅力はありますが、同じ空間に人がいて「楽しい」という気持ちを共有できることには、それとは違う価値があると感じています。デジタル化が進む時代だからこそ、家族や身近な人と同じ時間・同じ空気を共有できるリアルな体験の場の価値がより高まっていると感じています。

片倉　米国では地域ごとに生活環境や安全面へのニーズが異なる中、清潔で誰もが安心して利用できる施設として認知されることを目指しており、こうした継続的な取り組みが業績向上の一要因になっていると認識しています。

情報共有を土台に、必要な意見を的確に伝える

社外取締役に対する情報共有についてはどのように感じておられますか。

片倉　毎月テーマを設定した社外取締役会を開催し、当社およびグループ会社の取締役・執行役員から報告を受け、課題を共有しています。内部通報制度の運用状況や内部監査の状況をはじめとして、必要な情報について随時説明を受けています。年に複数回、グループ会社の取締役、執行役員、監査役が参加する懇親会も開かれており、こうした人的交流の場も、情報共有の重要な機会の一つとなっています。率直な意見交換ができる貴重な機会であり、社外取締役にとって、日常の取締役会だけでは得にくい現場の状況に触れ、会社への理解を深める機会となっています。今後、米国子会社の重要性が増していく中、米国子会社の役員の方々との意見交換の機会も一層増やしていきたいと考えています。

川端　当社では、全従業員が参加する宿泊研修会を全社研修会として実施しており、私も参加したことがあります。ラウンドワンらしくにぎやかな雰囲気の中で、従業員の皆さんが対等に交流し、主体的に場をつくっている様子が印象的でした。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います。

山中　私は今年度、新たに社外取締役に就任しました。就任にあたり、経営・労務を含む幅広いテーマについて丁寧な説明を受けました。情報がオープンに共有されており、透明性の高い体制であると感じました。

取締役会での議論の雰囲気についてはどのように感じておられますか。

川端　取締役会の議論は、攻めと守りに大別すると、将来の成長に向けたテーマに相応の時間を割いて議論している印象です。将来の事業ビジョンや力を入れていきたい事業のテーマについてしっかり時間を割く一方、B to Cの事業であるため各店舗の災害対応も含めた安全面・衛生面への対応についても議論を尽くしています。私自身は法的な観点から気になったことについて意見を述べることが多く、たとえば内部通報制度について、役職員が利用しやすく実効性のある運用となるよう意見を述べることがありますが、その都度、真摯に対応されており、意見が経営にきちんと反映されていると感じています。



考え方とビジョンの継承を見据えて

事業承継についてはどのような議論が行われているのでしょうか。

川端　後継者問題については杉野社長ご自身が重要なテーマとして認識しておられ、私たち社外取締役も直接、杉野社長から後継者についての思いを伺ったことがあります。当社は指名・報酬諮問委員会を設置しており、私はその委員長を務めています。単に後継者を誰にするかという議論にとどまらず、後継者計画の策定・運用の状況について、委員会において客観的かつ透明性のある形で審議し、取締役会に報告することが重要な役割だと考えています。今後も、杉野社長のお考えを尊重しながら、承継に向けたプロセスをしっかりと確認していきたいと考えています。

片倉　事業承継において大事なことは、誰が継ぐのかという人の話よりも、杉野社長の考え方やビジョンをしっかりと次の世代に伝えていくことだと思っています。もちろんビジョンを継承するだけでなく、将来を見据えて強力なビジネスモデルをグローバル市場に展開していく変革の力も求められますし、そのためにはガバナンスのアップデートも欠かせません。そうした視点を持って議論に参画していきたいと考えています。



多様な視点の融合が、企業を強くする

ラウンドワンの企業価値を向上させるために必要なことは何でしょうか。また、そこでどのような役割が果たせるとお考えでしょうか。

山中　会社が成長し続けるためには、これまで大切にしてきた価値観を守り続けることと、新しいことへ挑戦し続けることの両方が欠かせないと考えています。新しいアイデアを出し続けることはもちろん大切ですが、ニーズや流行の変化は速く、一度人気になったものがずっと続くとは限りません。反対に、最初はあまり注目されなかったものが、急に支持を集めることもあります。これまでの音楽活動や現在のドラマーとしての活動を通じ、お客様がどのようなものを求めているかを考える機会が多くありました。その経験も活かしながら、社内とは少し異なる目線で、変化の兆しや新しい取り組みの可能性、そしてリスクの両方を見ていきたいと思います。加えて、社会保険労務士としての知見も活かし、働く人のやりがいと企業価値向上を結びつける視点を持って、経営に意見を述べていきたいと考えています。こうした多様な視点が企業を強くするという考えのもと、ラウンドワンの持続的な成長に貢献していきたいです。



片倉　国内市場は成熟していますが、今後の海外展開を支える基盤として収益をしっかり維持していく必要があります。一部老朽化が進んでいる国内店舗についてはしっかりと改修し、清潔な状態を維持することでラウンドワンのブランド価値を維持していかなければなりません。米国市場については、継続的な出店により事業基盤を強化し、市場における優位性の向上を図っていくことが今後の重要な戦略になると考えています。日本・米国における新規の出店投資と国内既存施設の維持・リニューアル投資の配分比率が適切かどうか、また投資のスピード、財務の健全性、リスク管理体制の適切性を継続的に確認するとともに、不採算店舗の整理・再編を含む投資判断についても、その検証がきちんとなされているかを見ていきたいと考えています。

川端　社外取締役には、独立した立場から取締役会の意思決定を監督し、必要な助言を行う役割があります。会社が成長していくためには経営の透明性を保ち、いわゆる不祥事を起こさない会社にしていくことが重要です。内部通報制度の実効性を高めることは、そのための取り組みの一例にすぎません。事業のグローバル展開が進む中で、各国の法制度や商習慣の違いを踏まえたガバナンス体制の構築、そして資本市場の声を経営に届ける橋渡し役として、社外取締役に求められる機能を一つひとつ確実に果たしていきたいと考えています。

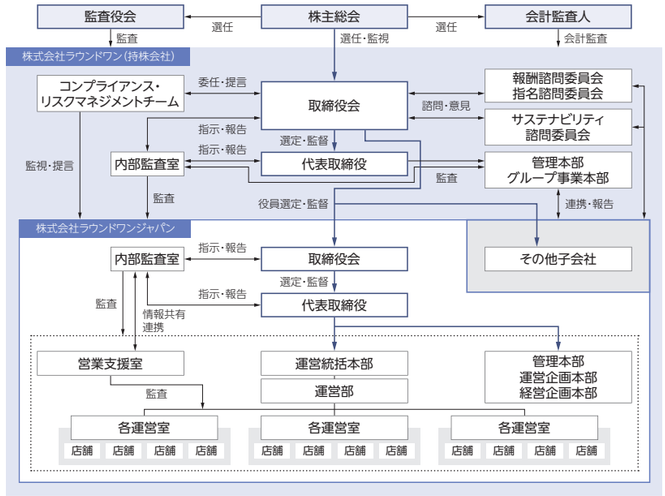
コーポレート・ガバナンス

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

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。当社が重視する要素は、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、の四点です。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（2026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、取締役会決裁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が実現されています。

各種委員会の概要と活動状況（2026年7月現在）

委員会名	構成	委員長	主な役割	主な活動（2025-2026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	●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

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、業績および企業価値向上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あてることとしており、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、定期的に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、その結果を取締役会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	実効性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	●後継者計画に関する事項 ●企業価値向上に向けたサステナビリティの審議に関する事項 ●議題に対しての審議内容の充実に関する事項 ●各役員への継続的なトレーニング機会の提供に関する事項

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・投資家の皆様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46期定時株主総会

リスクマネジメント/コンプライアンス

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。

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。各国各地に店舗を展開する特性に合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。

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。

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関しての通報相談に限らせていただきます。

副社長メッセージ

グループガバナンスの強化とリスク管理



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月に持株会社体制へ移行して以来、私が一貫して意識してきたのは、事業会社の機動性を損なうことなく、グループ全体として必要な統制をいかに機能させるかという点です。2年超にわたる運用を通じ、重要事項を持株会社に集約して経営判断に活かす流れは定着してきました。

しかし、ガバナンスに完成形はありません。各事業会社が置かれた環境に応じて迅速に判断できる余地を確保しつつ、どの情報をどの頻度で共有し、どこまでを現場の裁量に委ね、どこからをグループとして関与するのか。情報共有体制や役割分担のあり方を、実務のなかで検証し続ける必要があると考えています。

この考え方は、取締役会や指名・報酬諮問委員会の運営にも通じます。役員の選任や報酬の決定に際しては、手続きを整えること自体を目的とせず、各事業会社の視点を踏まえた審議ができているか、結果として妥当な判断をなされているか、改善の余地はないかを意識してまいりました。

多様な意見を取り込みながら、透明性と客観性のある意思決定を積み重ねることが、グループへの信頼につながると考えています。

また、ガバナンスの実効性を支えるのは、経営と現場の間の率直な対話です。当社グループでは、コンプライアンスポリシーと相談窓口を全従業員に周知し、店舗で働くアルバイトを含めて寄せられる意見や相談を、経営幹部が確認し、必要な対応につなげる仕組みなどを整えています。

現場の声を把握し、着実に対応することは、問題の早期把握・是正にとどまりません。一人ひとりが安心して声を上げられる組織文化を育み、透明性の高い組織運営を実現するための基盤でもあります。国内において実施した従業員サーベイでは、各種研修を通じて、会社のコンプライアンスに対する取り組みへの理解と意識が高まっていることを確認しております。

今秋より、飲食分野の新事業「ROUND ONE Delicious」プロジェクトによる店舗運営を米国で開始いたします。本事業は、子会社による店舗開発・運営に加え、職人の育成や品質管理に関する協力加盟店の知見を組み合わせて展開する新たなモデルです。

持株会社としては、役割と責任が明確にされ、重要なリスクや課題が適時に共有される体制を整えることが重要であると考えています。子会社の自律性を尊重しながら、堅実なガバナンス体制のもとで米国における事業の展開を支えてまいります。

今後も、実効性あるガバナンスを通じて、持続的な成長と企業価値の向上に努めてまいります。

佐々江 慎二

財務諸表10年サマリー

日本基準	IFRS		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	2026年3月期
			日本基準								IFRS	
連結財政状態												
流動資産	流動資産	百万円	25,432	28,926	28,671	42,230	54,019	54,303	38,739	48,196	64,794	**71,541**
固定資産	非流動資産	百万円	76,279	77,972	88,674	93,608	96,556	103,395	131,883	137,268	195,120	**238,346**
資産合計	資産合計	百万円	101,712	106,898	117,346	135,839	150,576	157,698	170,623	185,464	259,914	**309,888**
流動負債	流動負債	百万円	21,732	24,791	25,088	27,977	24,258	29,747	37,828	44,807	67,485	**66,533**
固定負債	非流動負債	百万円	29,106	25,387	29,653	42,720	85,425	73,347	71,614	70,118	125,545	**160,719**
負債合計	負債合計	百万円	50,839	50,178	54,741	70,697	109,683	103,095	109,442	114,926	193,031	**227,252**
純資産合計	資本合計	百万円	50,872	56,720	62,604	65,141	40,892	54,603	61,180	70,537	66,883	**82,635**
連結経営成績												
ボウリング収入	ボウリング収入	百万円	22,913	24,526	24,299	24,460	13,371	17,768	24,931	27,299	29,404	**31,278**
アミューズメント収入	アミューズメント収入	百万円	40,531	45,343	49,686	52,669	34,251	58,518	85,401	94,759	106,148	**114,202**
カラオケ・飲食収入	カラオケ・飲食収入	百万円	8,952	9,475	10,020	10,312	4,208	6,578	11,724	13,880	16,104	**17,100**
スポッチャ収入	スポッチャ収入	百万円	12,292	13,289	13,467	13,028	6,590	10,223	15,134	17,757	19,318	**20,190**
その他付帯収入	その他付帯収入	百万円	3,085	3,274	3,845	4,307	2,545	3,332	4,859	5,484	6,080	**6,777**
売上高	売上収益	百万円	87,776	95,910	101,318	104,779	60,967	96,421	142,051	159,181	177,057	**189,548**
営業利益	営業利益	百万円	6,681	10,537	11,443	8,880	△ 19,286	△ 1,726	16,921	24,195	26,240	**28,773**
営業利益率	営業利益率	%	7.6	11.0	11.3	8.5	—	—	11.9	15.2	14.8	**15.2**
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	2,735	8,411	7,159	4,794	△ 17,973	3,937	9,737	15,666	15,405	**16,621**
減価償却費	減価償却費及び償却費	百万円	11,940	11,843	12,481	14,241	15,529	16,445	19,823	21,062	43,756	**43,276**
調整後EBITDA ※1	調整後EBITDA ※2	百万円	18,622	22,381	23,925	23,121	△ 3,888	14,235	36,361	44,952	70,828	**73,490**
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	17,217	24,210	20,871	20,585	△ 7,528	28,304	35,830	44,632	63,955	**60,461**
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	△ 3,527	△ 7,448	△ 10,783	△ 12,108	△ 6,344	△ 8,473	△ 11,911	△ 15,356	△ 23,992	**△ 31,249**
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	△ 16,964	△ 13,286	△ 11,159	3,626	24,088	△ 19,302	△ 42,110	△ 22,856	△ 25,088	**△ 26,147**
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	20,197	23,439	22,524	34,515	44,851	46,316	29,106	36,463	51,154	**54,950**
主要財務指標												
ROE（自己資本当期純利益率）	ROE（親会社所有者帰属持分当期利益率）※3	%	5.4	15.6	12.0	7.5	—	8.3	16.9	23.9	23.3	**22.2**
ROA（総資産利益率）	ROA（総資産利益率）	%	2.7	8.1	6.4	3.8	—	2.6	5.9	8.8	6.2	**5.8**
デット・エクイティ・レシオ	デット・エクイティ・レシオ ※3	倍	0.3	0.2	0.2	0.4	1.7	0.9	0.4	0.3	0.6	**0.6**
自己資本比率	親会社所有者帰属持分比率 ※3	%	50.0	53.0	53.3	47.8	27.0	34.4	35.7	37.9	25.7	**26.7**
EPS（1株当たり当期純利益）※4	EPS（基本的1株当たり当期利益）	円	9.57	29.43	25.05	16.78	△ 67.40	14.00	34.03	57.99	57.38	**63.30**
DPS（1株当たり配当額）※4	DPS（1株当たり配当額）	円	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	16.0	12.0	16.0	**18.0**

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 IFRS適用に伴い、主要財務諸表における自己資本を用いた各種指標は、すべて「親会社の所有者に帰属する持分」に基づいて算定しております。
※4 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（2026年3月末日現在）

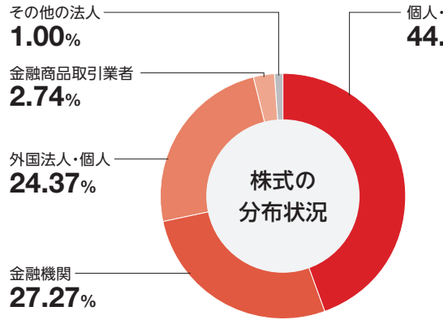
社名	株式会社ラウンドワン
代表者名	代表取締役 社長　杉野 公彦(スギノ マサヒコ)
本社所在地	〒542-0076 大阪府大阪市中央区難波5丁目1番60号 なんばスカイオ23F
東京オフィス	〒105-0003 東京都港区西新橋1丁目13番1号 DLXビルディング5階 5-2
設立	1980年12月25日
資本金	258億7千2百万円
正社員数	連結2,364名

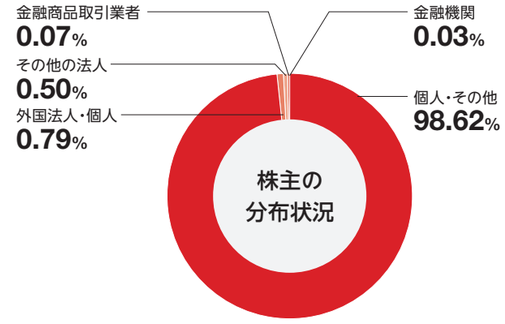
グループ会社

株式会社ラウンドワンジャパン	https://www.round1.co.jp
Round One Entertainment Inc.	https://www.round1usa.com
朗玩（中国）文化娯楽有限公司	https://round1china.cn
ラウンドワンデリシャス	https://tenshoucollection.com/

株式情報（2026年3月末日現在）

発行済株式総数	289,161,942株
株主数	78,201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





大株主の状況（上位10名）

株主名	所有株式数（株）	持株比率（%）
杉野 公彦	59,703,900	22.71
管理信託（A027）受託者 株式会社SMBC信託銀行	35,047,500	13.33
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	28,096,300	10.69
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	12,474,100	4.75
BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC)	5,674,149	2.16
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505001	4,950,685	1.88
THE CHASE MANHATTAN BANK, N.A. LONDONSECS LENDING OMNIBUS ACCOUNT	4,851,403	1.85
HSBC HONG KONG-TREASURY SERVICES A/C ASIAN EQUITIES DERIVATIVES	3,432,700	1.31
JP MORGAN CHASE BANK 385642	2,723,405	1.04
GOLDMAN SACHS INTERNATIONAL	2,690,758	1.02

※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。

ROUND1

https://www.round1-group.co.jp/