2027 年 3 月期 第 2 四半期決算説明会

要旨

2026 年 11 月 12 日に開催された決算説明会では、2027 年 3 月期第 2 四半期決算「現況と今後の展望」に加え、第 47 期（2027 年 3 月期）10 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、上記日程に開催された 2027 年 3 月期第 2 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 2 四半期の業績と国内事業の成長要因

第 2 四半期累計は、連結売上高が前年同期比 21%増の 1,119 億円、営業利益が 25%増の 186 億円、当期利益が 13%増の 100 億円となり、増収増益。特に売上においては国内のクレーンゲームが業績拡大に寄与。
（「現況と今後の展望」3 ページを参照）

食品や日用品を中心としたクレーンゲームエリア「とれすぎ～のアイランド」は、ゴールデンウィーク頃から本格展開し、86 店舗まで拡大。1 店舗あたり平均 300 台のクレーンゲームエリアの内、約 60 台を獲れやすさを重視したクレーンゲーム機とすることで、競合店への顧客流出の抑制と新たな顧客層の獲得につながった。

今後、いわゆる倉庫系クレーンゲーム専門店の増加により競争が厳しくなる可能性もあるが、当社はとれすぎ～のアイランド以外の従来型エリアにおいて、IP を主力とするクレーンゲーム向けオリジナル景品の拡充や、ＡＭ部門以外においても、さらなるコラボキャンペーンの充実により、複数の収益基盤を強化していく。
（「現況と今後の展望」7 ページを参照）

上期の連結営業利益は計画を約 36 億円上回り、主に日本におけるクレーンゲーム、ボウリング、カラオケ、スポッチャなどの好調が業績を牽引した。
（「現況と今後の展望」4 ページを参照）

2. 通期業績予想と価格改定

通期業績予想は、上期の営業利益の上振れ約 36 億円を反映して上方修正し、下期は当初計画を据え置いた。足元の業績は好調に推移しており、年末年始や春休みなどの繁忙期に向けても、現在の好調な状況の維持を目指す。
（「現況と今後の展望」5 ページを参照）

グループとして、人件費や仕入れなどのコスト上昇に対しては、物価上昇に応じた価格改定を検討する方針。主要顧客層である高校生、大学生、20 代のアルバイト時給や初任給の

上昇も消費を支える要素と捉えており、今後も出店余地を見極めながら店舗展開による利益成長を目指す。

3. 米国におけるジャパニーズフードホールの展開

米国では、たこ焼き、ラーメン、焼鳥など日本の飲食店十数店舗を集めたジャパニーズフードホール併設店舗の 1 号店をロサンゼルス北西部に開業。従来型の飲食提供内容から規模を拡大し、飲食を目的とした新たな来店需要にもつなげる。

（「現況と今後の展望」14 ページを参照）

4. Round One Delicious の展開

Round One Delicious による高級飲食事業は、今月にラスベガス、来月にロサンゼルスに順次出店し、第 3、第 4 ユニットについても来期ニューヨークでの開業を予定している。

（「現況と今後の展望」16 ページを参照）

料理とアルコールを合わせた客単価は約 12 万円を想定し、年内は約 2 割低い価格で開始する方針。超富裕層に限定せず、記念日などに利用する家族連れなど幅広い顧客を対象とする。各加盟店が相互に加盟店を紹介することで、個店だけでなくユニット全体で継続的な再来店につなげる方針。

5. 今後の成長方針

現在の好調な業績を維持する一方、既存店の成長が将来的に鈍化することも見据え、既存店における企画やコラボを強化し、利益を生み出しながら、新作ゲーム機、内外装、新店舗への投資を継続する。既存店において安定した利益を確保しながら競合他店との差別化を図り、しっかりと投資を行っていくことで、継続的な成長につなげていく方針。

質疑応答

修正後の業績計画と下期のリスクについて

質問：上期の上振れを反映して通期計画を修正する一方、下期は当初計画を据え置いている。足元の業績が好調な中、どのようなリスク要因を想定しているか。

回答：現時点での事業環境に対する見方は 3 か月前から大きく変わっていない。一方、世界情勢など不透明な要素も残ることから、終了した期間の実績のみを計画に反映し、下期については当初計画を据え置いた。

来期以降の成長と国内既存店の見通しについて

質問：国内既存店が好調に推移する一方、来期は前年との比較のハードルが高まると考えられる。クレーンゲーム以外も含め、今後どのように成長していく考えか。

回答：既存店の売上とコストが一定と仮定した場合、新規出店が利益成長の手段となる。国内についても、建築費の高騰により新築店舗の出店は難しいものの、ショッピングモールの居抜き物件などを活用した出店を進める余地がある。

「とれすぎ～のアイランド」の導入効果は来期第 1 四半期頃まで期待できる一方、第 2 四半期以降は前年との比較が厳しくなるとみている。アミューズメント以外の部門については物価上昇に応じた価格改定も検討するが、若年層の賃金の上昇具合などから客数への影響を見極めながら対応する。

価格改定による客数への影響について

質問：これまでの値上げについてどのように評価しているか。客数への影響はみられていないとの理解でよいか。

回答：部門ごとに状況は異なり、一部では値上げによる客数への影響がみられるものの、全体としてはおおむね受け入れられていると認識している。

来場者数の動向とリアルな体験の提供について

質問：自宅でゲームを楽しむ若者も多い中、来場者数はどのように推移しているか。また、今後どのように来場を促していくのか。

回答：客単価だけでなく、来場者数の絶対数も増加している。若者は「推し活」など好きなものに集中して消費する傾向がある一方、コロナ禍を経て友人などと外出し一緒に楽しみたいという需要もある。

日本ではまもなく全店でのフルタイム営業を予定し、米国は多くの店舗で従来どおり深夜 2 時までの営業を続けている。人と一緒に楽しむ機会を提供し、来場者数の維持・拡大につなげていく。

Round One Delicious のターゲット顧客とプロモーションについて

質問：主なターゲット顧客と、開業に向けたプロモーションについてどのように考えているか。

回答：現地在住の日本人に加え、観光客、訪日経験のあるアメリカ人、世界各国からの来訪者など幅広い顧客を想定している。すでに予約サイトへの掲載を行っており、またラスベガスのプレオープンではホテルのコンシェルジュなどを招待し、各店舗の内装やサービスを紹介。大規模なプロモーションよりも口コミを重視し、ユニット全体で再来店につなげていく方針。

以上