

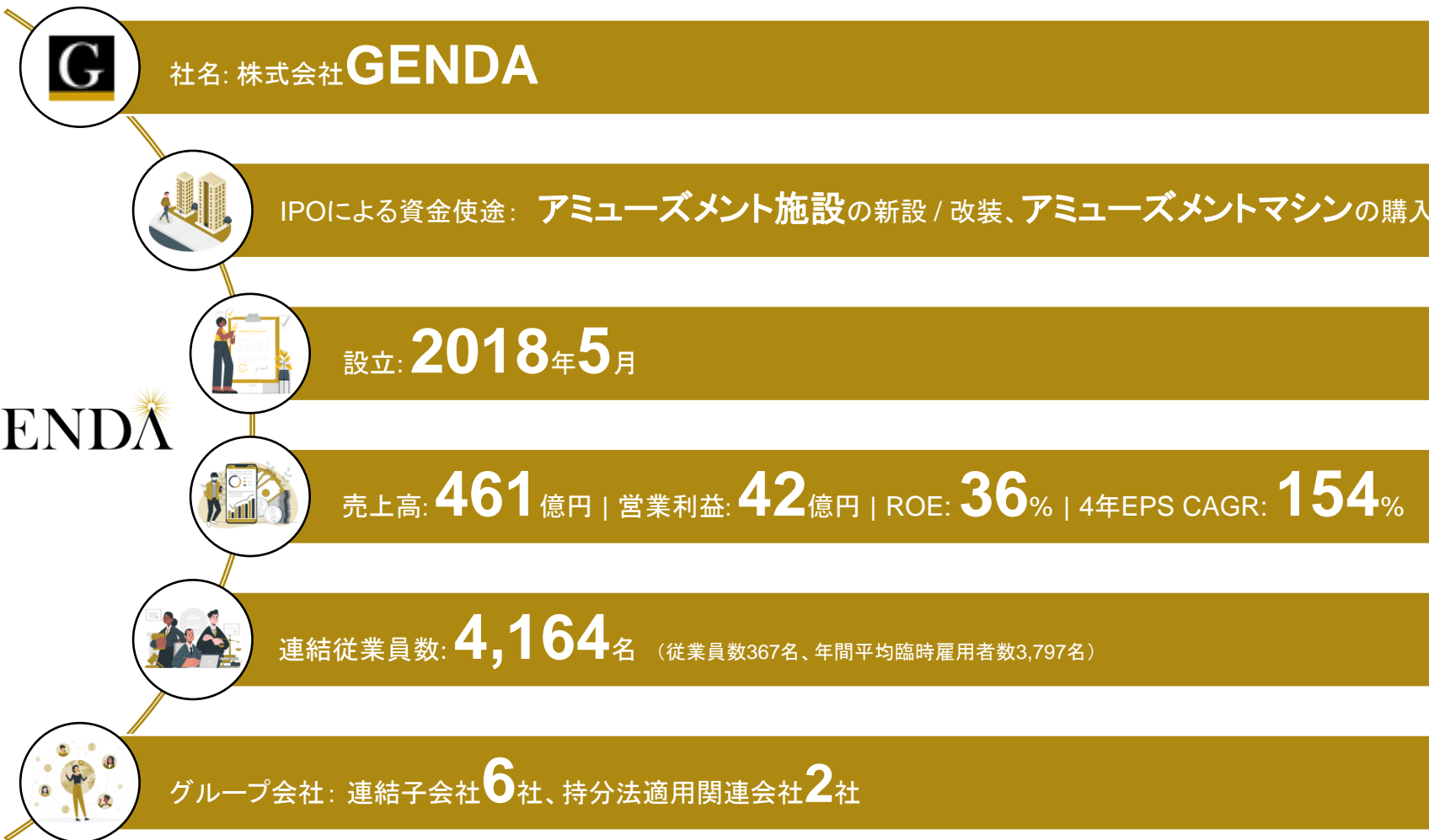


事業計画及び成長可能性に関する事項

**GENDA**  
Global Entertainment Network for Dreams and Aspiration

2023年7月28日

### 会社情報



注: 数値は全て2023年1月期の連結実績ベース。  
 注: 上場時の新株式発行により5,473百万円を調達し、2024年1月期及び2025年1月期において、アミューズメント施設の新設に1,730百万円を、既存アミューズメント施設の改装に400百万円を、アミューズメントマシンの購入に3,343百万円をそれぞれ充当する予定であります。

## 代表者の紹介



## 代表取締役社長

## 申 真衣 (しん まい)

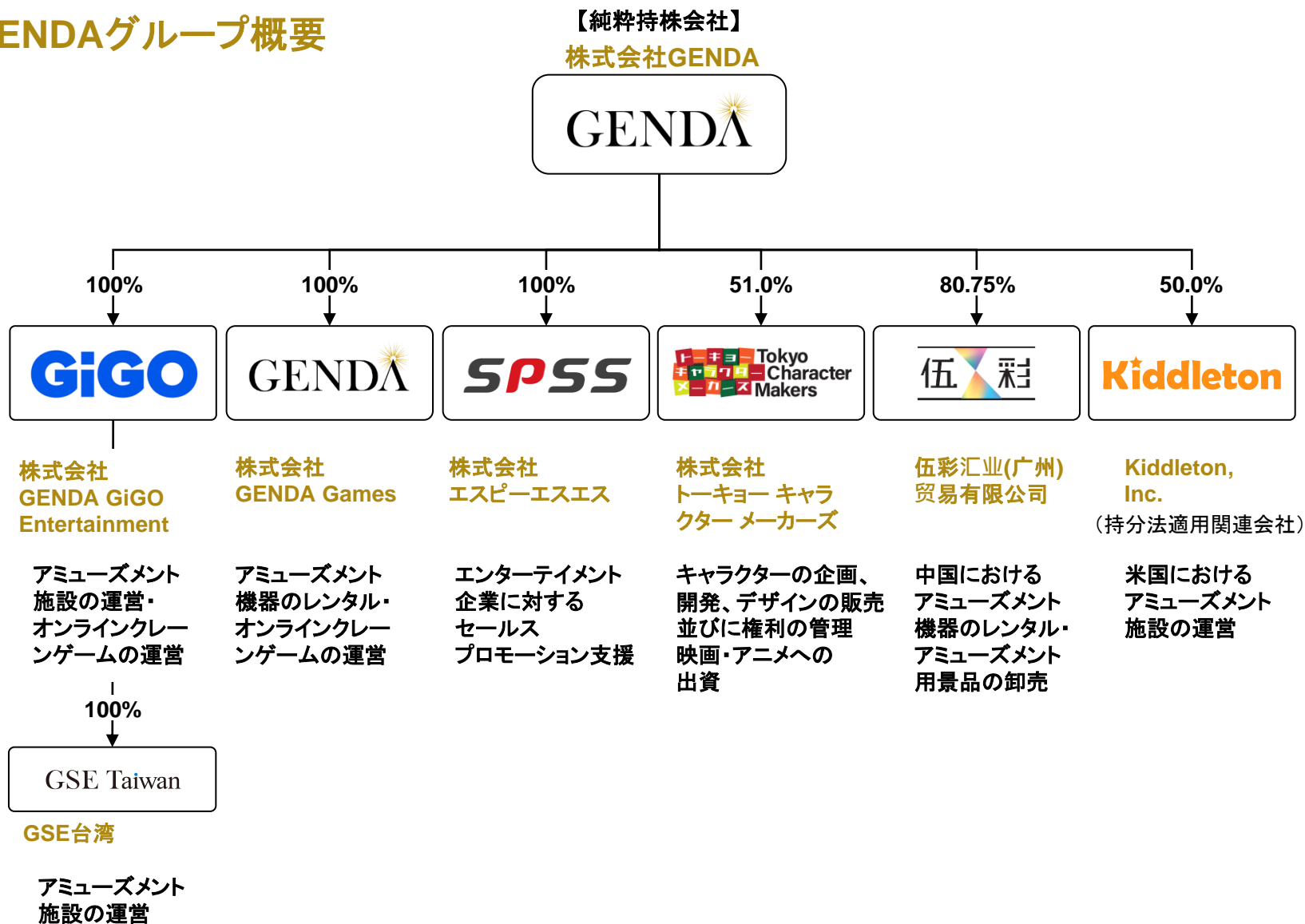
東京大学経済学部経済学科卒  
2007年4月、ゴールドマン・サックス証券株式会社入社  
2016年4月、金融商品開発部 部長  
2018年1月、マネージング・ディレクターに就任(当時最年少)  
2018年8月、株式会社GENDA取締役に就任  
2019年6月より現職

## 代表者挨拶

GENDAはエンターテインメント企業です。人が人らしく生きるために「楽しさ」は不可欠と考え、私たちは「世界中の人々の人生をより楽しくしたい」というAspiration(アスピレーション=大志)を掲げています。

そして、その「大志」に共鳴し集った仲間と共に、「Speed is King」「GRIT and GRIT」「Enjoy our Journey」の3つのGENDA Valueを行動指針に日々新しい挑戦を続け、その結果として、世界一のエンターテインメント企業を目指しています。

### GENDAグループ概要



1.ビジネスモデル

2.市場環境

3.成長戦略 競争力の源泉

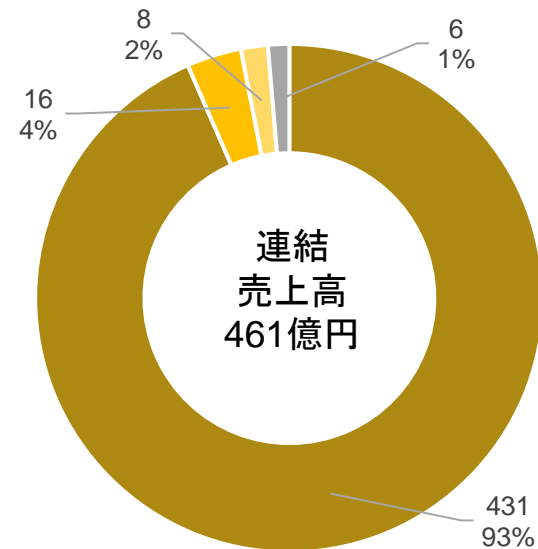
4.事業計画

5.リスク情報

### 主力のアミューズメント施設運営を含む4つの事業内容

事業	会社名
① アミューズメント施設運営	 GSE Taiwan  (持分法適用関連会社)
② オンラインクレーンゲーム	 (株式会社GENDA Games) 
③ アミューズメントマシンレンタル	 (株式会社GENDA Games) 
④ セールスプロモーション	

連結業績の内訳(2023年1月期)



- アミューズメント施設運営
- オンラインクレーンゲーム運営
- アミューズメントマシンレンタル
- その他

### アミューズメント施設運営

日本全国をメインに、海外では米国及び台湾でも展開

#### 事業

#### 事業概要

① アミューズメント施設運営

② オンラインクレーンゲーム

③ アミューズメントマシンレンタル

④ セールスプロモーション



### アミューズメント施設運営

立地やターゲットに応じた3つの店舗形態で全国246店舗<sup>注</sup>を運営

#### 事業

#### 事業の特徴

① アミューズメント  
施設運営

② オンライン  
クレーンゲーム

③ アミューズメント  
マシンレンタル

④ セールス  
プロモーション

#### 1. 都市型店舗



GiGO 福岡天神



GiGO 秋葉原5号館

主に首都圏・関西圏等の駅前・繁華街にある店舗。駅からのアクセスが良く、最新のゲームやコラボカフェなど様々なエンターテインメントを用意。店舗は1棟借り、複数階を利用して階層ごとに顧客ニーズにあったゲームジャンルを展開する

#### 2. ショッピング センター型店舗



GiGO みらい長崎  
ココウォーク



GiGOイオンモール高岡

主に郊外の大型商業施設内にある店舗。小さなお子様から大人までどなたでも楽しめる普遍的で幅広いジャンルのゲームを用意。アミューズメント施設に屋内体験型施設を付帯するなど複合施設を展開する

#### 3. ロードサイド型店舗



GiGO 入間



GiGO 日和田

全国の主要幹線道路沿いに位置し、敷地内単独での店舗。車でアクセスが良く、駐車場も完備。ファミリーで来店しやすい。店舗独自のイベント開催や季節に応じた装飾を施すなど地域密着を意識した店舗づくりを行う

注：店舗数は2023年5月末時点。



### アミューズメント施設運営

様々な規模・形態での出店が可能である点が、当社の強み

事業

事業の強み

① アミューズメント施設運営

② オンラインクレーンゲーム

③ アミューズメントマシンレンタル

④ セールスプロモーション



注： 当社の認識を示したイメージ図。

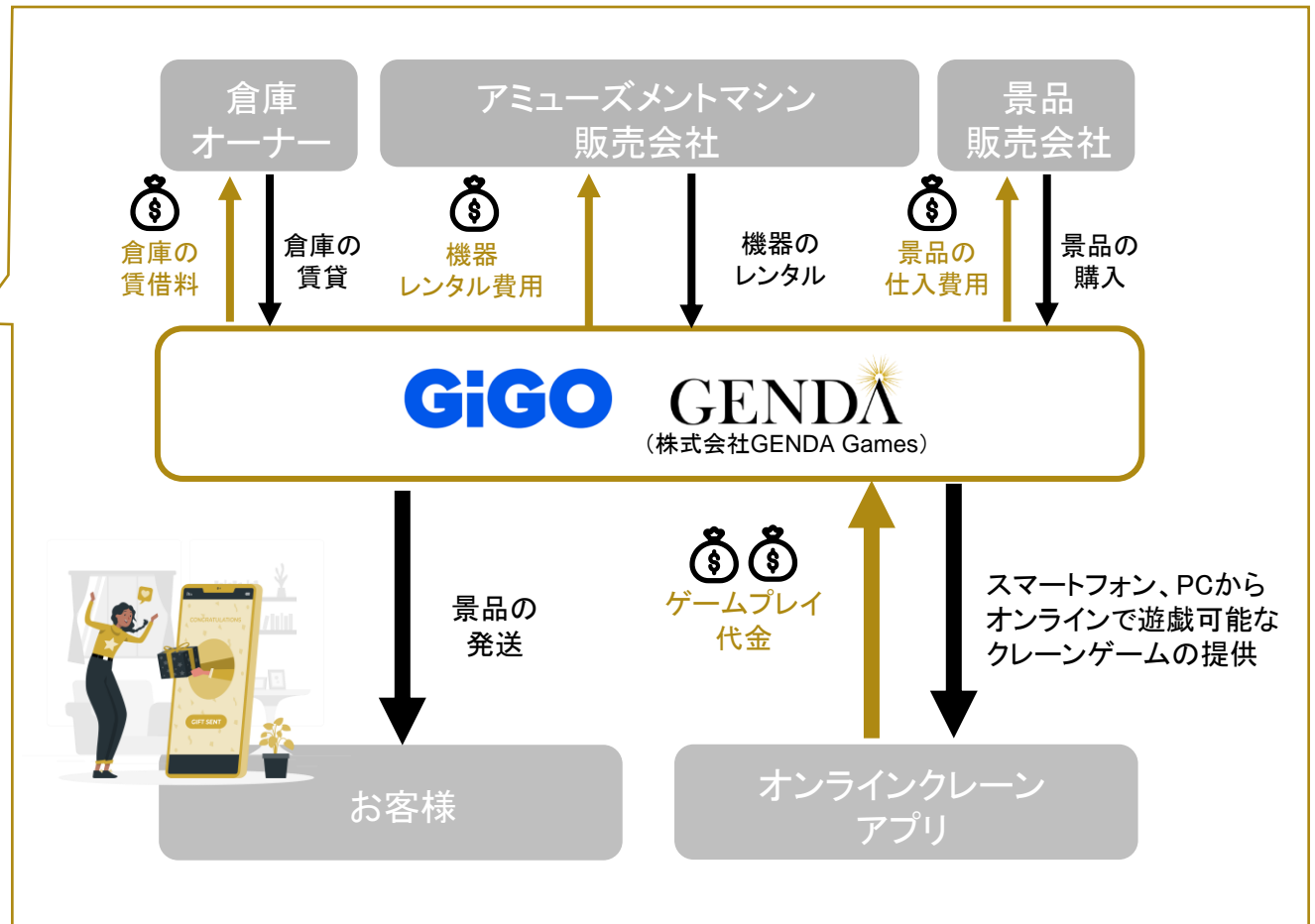
### オンラインクレーンゲーム

アプリ上で獲得した景品を実際にお客様のもとまで配送するサービス

#### 事業

#### 事業概要

- ① アミューズメント施設運営
- ② オンラインクレーンゲーム
- ③ アミューズメントマシンレンタル
- ④ セールスプロモーション



### オンラインクレーンゲーム

当社グループではオンラインクレーンゲームで3つのブランドを展開

#### 事業

#### サービスの流れ及びブランドごとの特徴


① アミューズメント  
施設運営

② オンライン  
クレーンゲーム

③ アミューズメント  
マシンレンタル

④ セールス  
プロモーション



①パソコン又は  
スマホアプリ  
から遠隔操作 




②実際にクレーン  
ゲーム機が動く



③獲得された  
景品を梱包



④お客様のご自宅に  
お届け 



**GiGO**  
ONLINE CRANE

GiGO限定景品を含む  
3,000種類以上の景品と  
IPや企業とのコラボが特徴



**LIFTる。**

アミューズメント施設向け景品  
に加え食品、家電など  
ユニークな景品揃え



**OTAKURE**

アミューズメント施設向け景品  
を取り扱い、キャラクター景品  
に特化



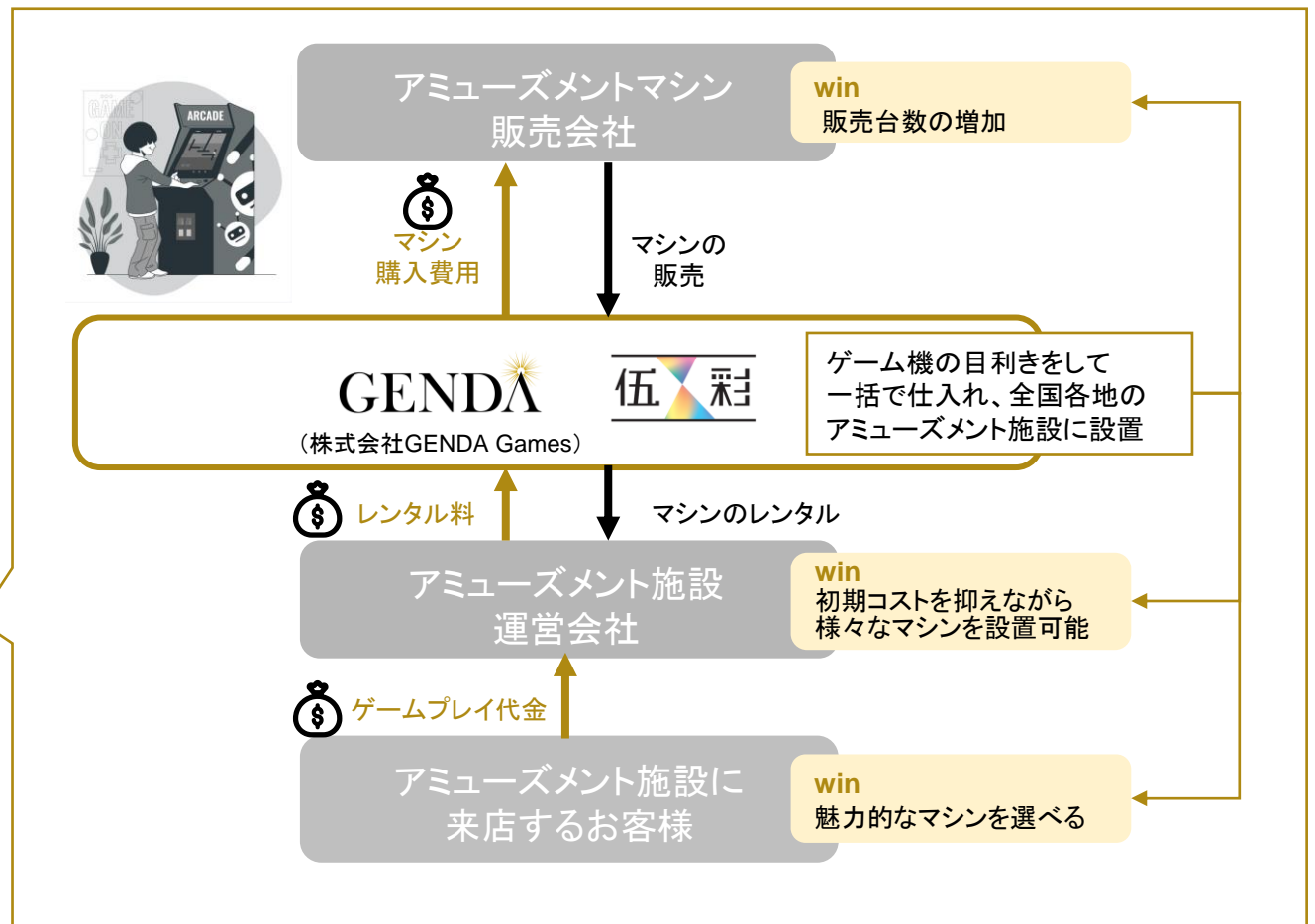
### アミューズメントマシンレンタル

マシンレンタルにより、アミューズメントの各ステークホルダーにwin-winの関係を構築

#### 事業

#### 事業概要

- ① アミューズメント施設運営
- ② オンラインクレーンゲーム
- ③ アミューズメントマシンレンタル
- ④ セールスプロモーション



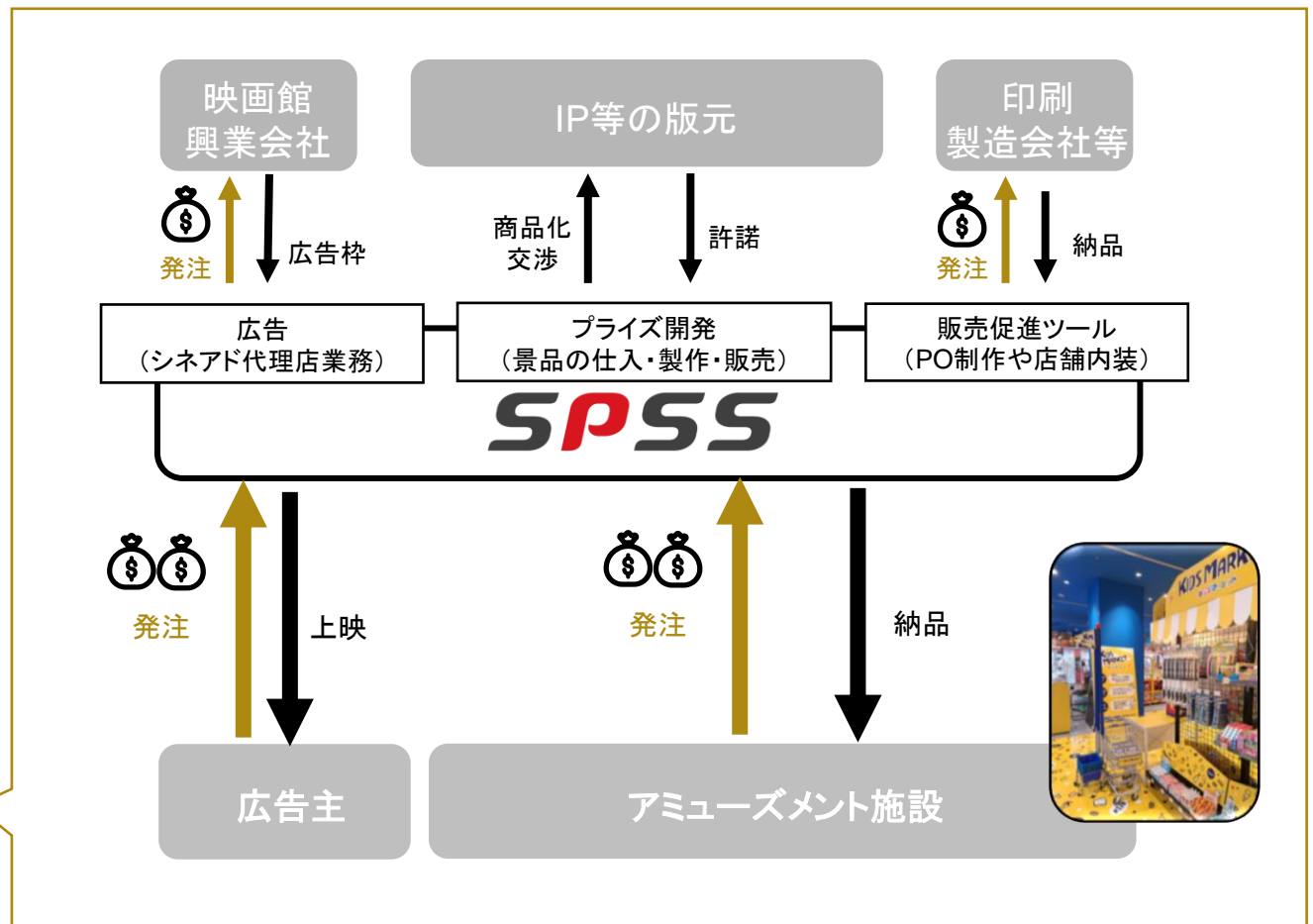
### セールスプロモーション

アミューズメント施設向けの販売促進ツールやプライズ開発を実施

#### 事業

#### 事業概要

- ① アミューズメント施設運営
- ② オンラインクレーンゲーム
- ③ アミューズメントマシンレンタル
- ④ セールスプロモーション



1.ビジネスモデル

2.市場環境

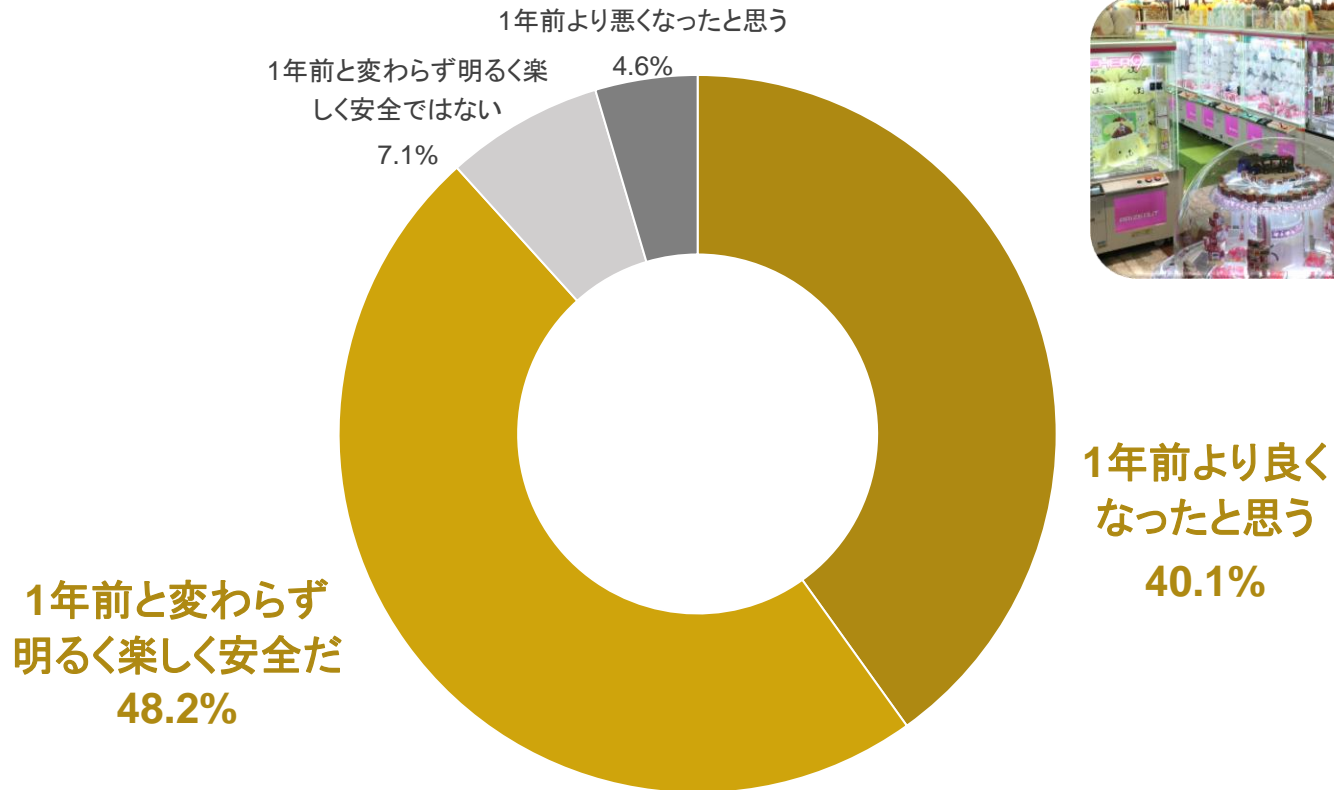
3.成長戦略 競争力の源泉

4.事業計画

5.リスク情報

### 「明るく楽しく安全な」ゲームセンター

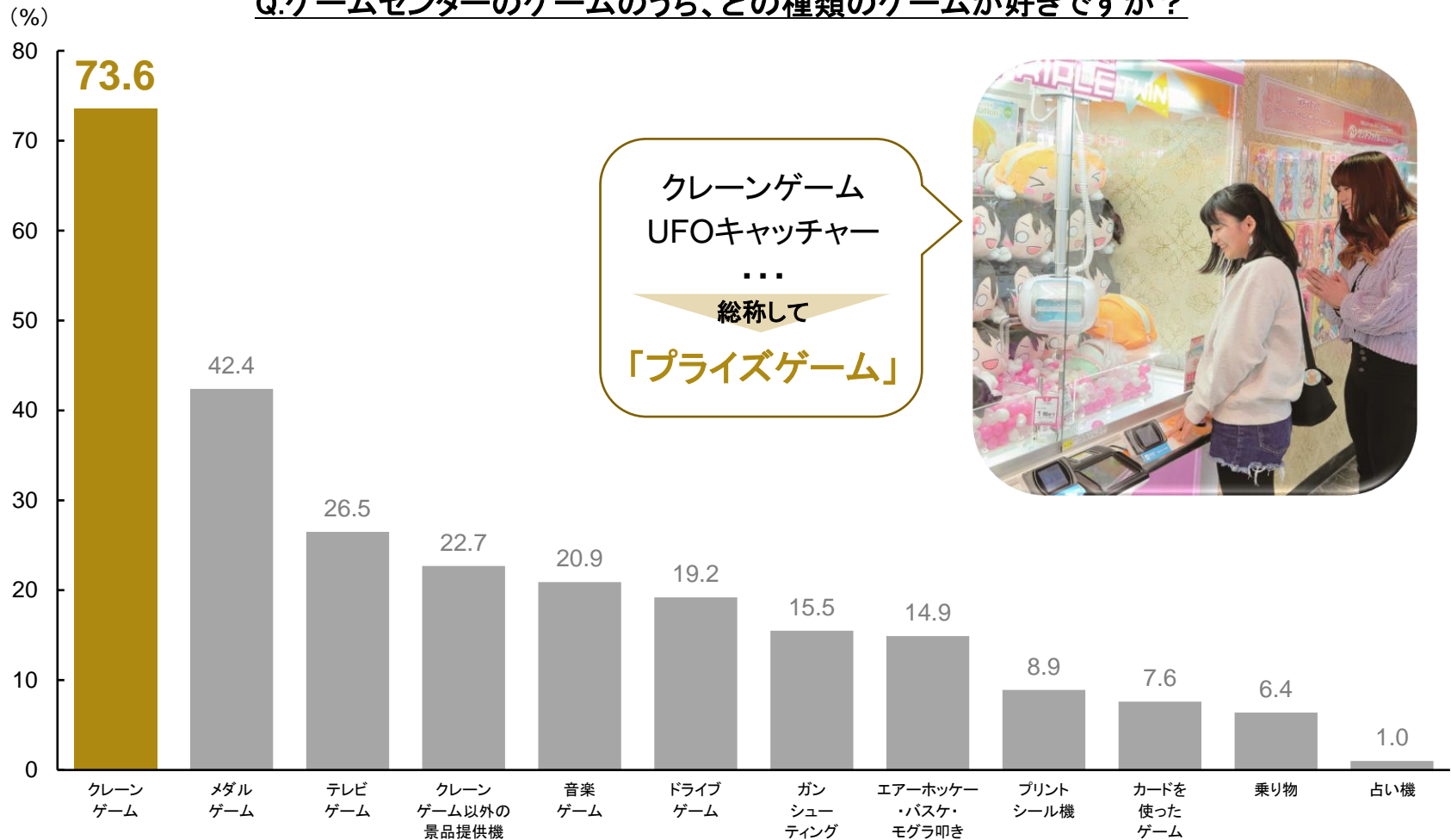
Q. ゲームセンターは1年前に比べ、明るく楽しく健全な場所になったと思いますか？



出所: 一般社団法人 日本アミューズメント産業協会「ゲームセンターについてのアンケート」(2019年11月23日~2020年2月23日まで)

### 今ゲームセンターでは、クレーンゲーム※が大人気

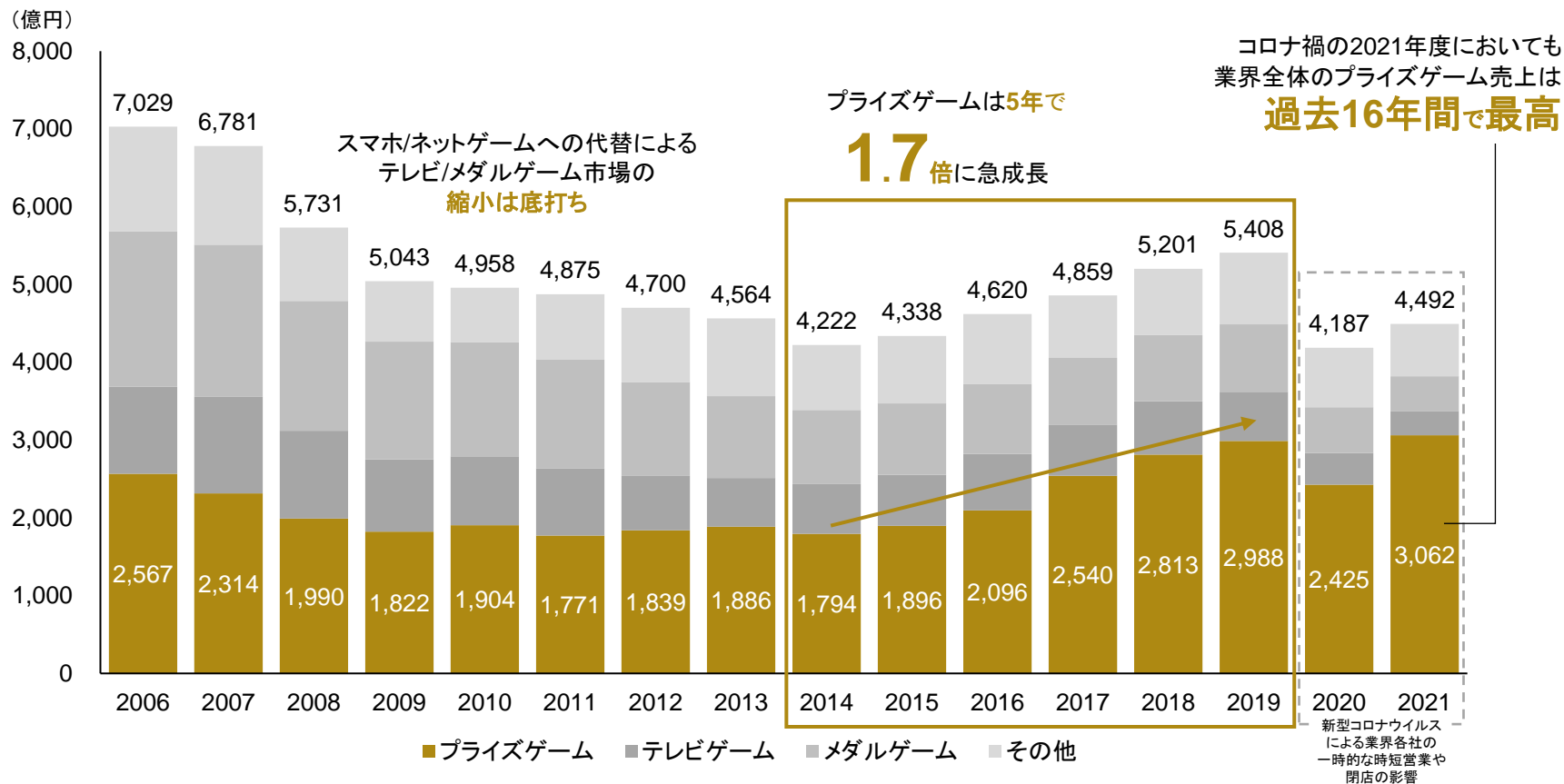
Q.ゲームセンターのゲームのうち、どの種類のゲームが好きですか？



出所: 一般社団法人 日本アミューズメント産業協会「ゲームセンターについてのアンケート」(2019年11月23日~2020年2月23日まで)※複数回答可  
注: プライズゲームとは、景品(プライズ)を獲得することをゲームの主目的としたアーケードゲームであり、クレーンゲーム等の総称。



### プライズゲームの急成長により、2019年時点で市場規模は5,400億円



#### 【業界データが未だ集計されていない直近の2022年度の状況について】

(株)GENDA GiGO Entertainmentの2022年度実績においては、プライズゲーム以外のゲームも含めた月次の売上高<sup>注</sup>合計が10月以降毎月連続で新型コロナウイルスの影響を受ける前の水準を上回る実績(2019年10月から2020年1月の月次売上高との比較)。

出所:一般社団法人 日本アミューズメント産業協会「アミューズメント産業界の実態調査」  
注: 月次売上高とは、当該月において前年及び当年で存在する店舗の売上高の合計を示す。

### 3つのトレンドがプライズゲームの成長を後押し



### 動画配信サービス×隙間時間視聴で、オンラインアニメ視聴が加速

かつては  
「決まった時刻に」「日本で」  
「一度だけ」「一話ずつ」



一定時間テレビの前にいられる視聴者層のみ  
テレビのスケジュールを受動的に消化していた

動画配信  
サービス

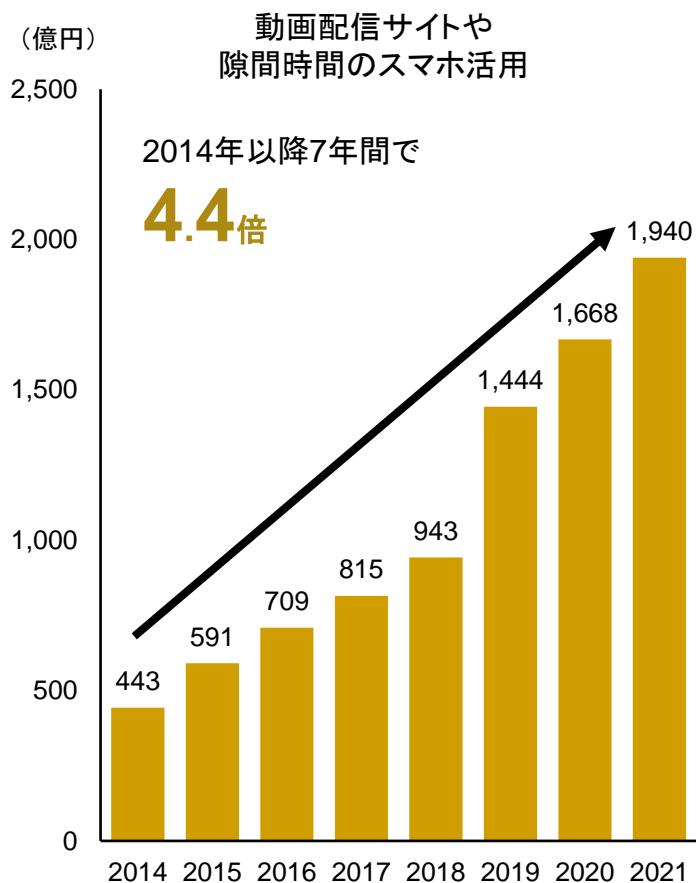
現在は  
「いつでも」「どこでも」  
「何度でも」「何話でも」



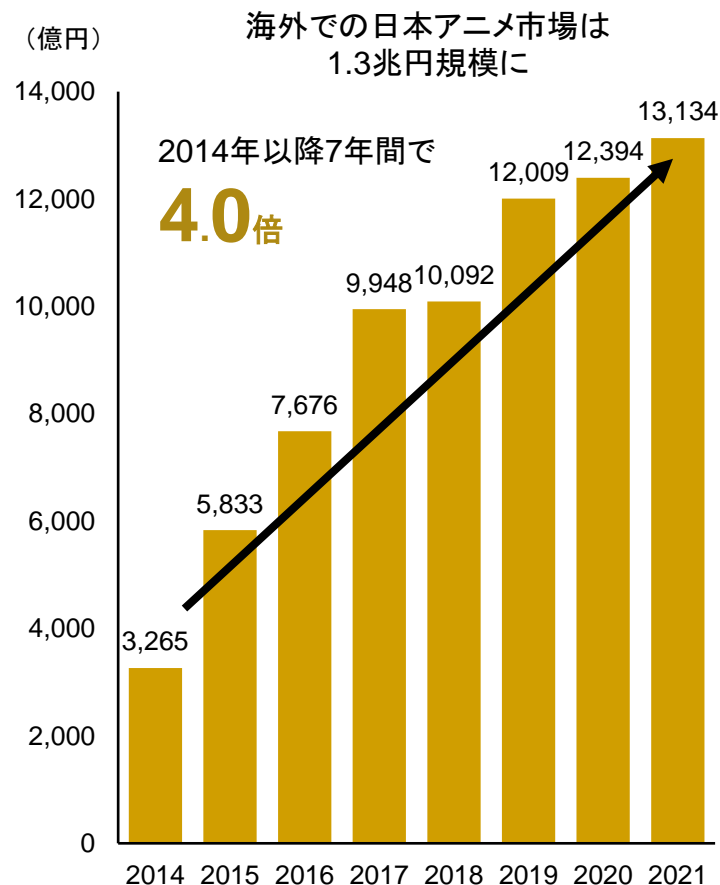
隙間時間で誰でも気軽に視聴可能  
視聴者が能動的に選択できる

### 国内外で「オンライン」のアニメ市場は急拡大

#### 国内アニメ配信市場



#### 海外での日本アニメ市場



出所: 電通メディアイノベーションラボ「情報メディア白書2023」

### プライズゲーム / ゲームセンターは「オフライン」のアニメ消費の場

オンラインの  
アニメ視聴が加速



「オフライン」の  
アニメ消費が加速



ゲームセンター、プライズゲームは  
アニメ視聴等を通して見つけた「推し」と  
リアルな場で触れ合える場を提供

中古市場で  
アニメプライズの  
取引が増加



SNSで  
アニメプライズ  
情報が拡散



1.ビジネスモデル

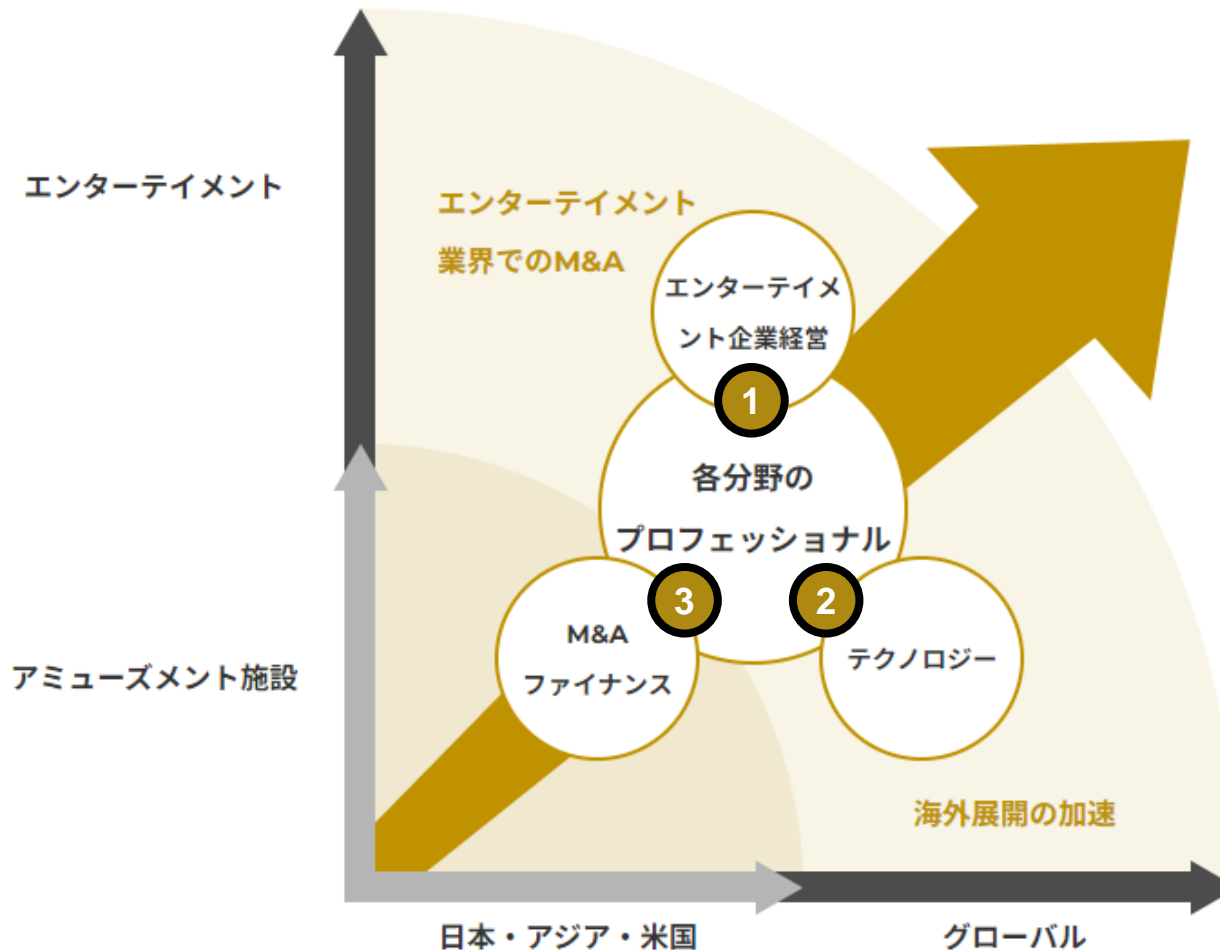
2.市場環境

3.成長戦略 競争力の源泉

4.事業計画

5.リスク情報

世界一のエンターテインメント企業を目指すGENDAグループの成長戦略を支える、3つの領域のプロフェッショナル人材



注：当社が想定する当社の将来的な事業展開に関するイメージ図。

## ① エンターテインメント企業経営者

アミューズメント施設運營業界上位の元社長及び経営幹部が在籍

### GENDA

#### 代表取締役会長 片岡 尚

慶應義塾大学 経済学部卒  
 1995年、ジャスコ株式会社(現イオン株式会社)入社  
 2004年、株式会社イオンファンタジーに転籍  
 2013年、イオンファンタジー代表取締役社長に就任  
 2017年、イオンエンターテイメント代表取締役社長兼務  
 2018年5月、株式会社GENDAを設立し社長に就任  
 2019年9月より現職

### GENDA GiGO Entertainment

#### 取締役会長 上野 聖

1982年、株式会社セガ・エンタープライゼス入社  
 2000年、株式会社セガ・アミューズメント西日本社長に就任  
 2015年、株式会社セガエンタテインメント代表取締役副社長に就任  
 2017年、株式会社セガエンタテインメント(現 株式会社GENDA GiGO Entertainment)代表取締役社長に就任  
 2023年4月より現職

### GENDA GiGO Entertainment

#### 代表取締役社長 二宮 一浩

多摩大学 経営情報学部卒  
 1996年、株式会社ナムコ入社。  
 2018年、バンダイナムコアミューズメント執行役員施設営業責任者に就任  
 2020年、Namco UK Ltd. Managing Director、Namco USA Inc. Directorに就任  
 2021年4月、株式会社GENDAに入社し、CSOに就任  
 2021年8月、株式会社GENDA SEGA Entertainment(現 株式会社GENDA GiGO Entertainment)取締役商品企画本部本部長に就任  
 2023年4月より現職

注: 矢野経済研究所「2019年版 アミューズメント産業の現状とトレンド分析」に基づく。



### エンターテイメント領域の業界知見・ノウハウの活用事例「むさ村本気プロジェクト」

GiGOイオンモールむさし村山にて、売上高向上を目指す「むさ村本気プロジェクト」を実施。各経営者が培ったノウハウを注入し、レイアウトやプライズ景品、装飾物、接客オペレーションを改善。短期間で売上高の向上を実現し、他店舗へ横展開



### 2 テクノロジーチーム

#### Techチームのリーダーシップ

##### CTO 梶原 大輔

広島大学大学院 工学研究科修了  
 2006年 ヤフー株式会社に入社  
 2007年 グリー株式会社に入社  
 2014 年より執行役員に就任し、開発本部長、事業本部長を歴任  
 2018年 株式会社エブリー入社、取締役CTOに就任  
 2021年 株式会社GENDA に入社し、現職

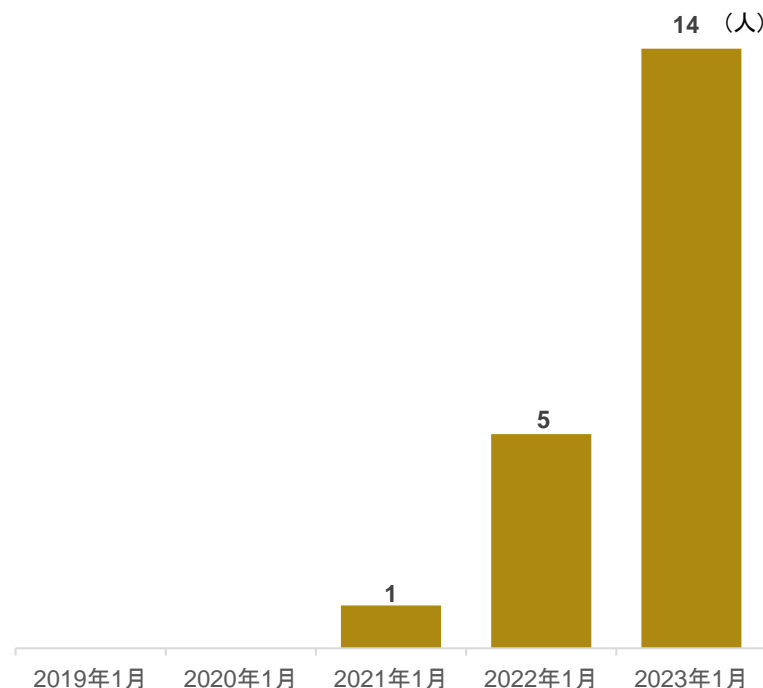
##### VPOE 荒井 勇輔

東京工科大学 工学部情報工学科  
 2006年 ヤフー株式会社に入社。  
 2011年 株式会社VASILY に入社  
 フロントエンド開発事業部長としてフロントエンド開発を統括  
 2018年株式会社スタートゥデイテクノロジーズ(現 株式会社ZOZO)テックリードに就任  
 2021年 株式会社GENDA に入社し、現職

##### CPO 重村 裕紀

2016年 株式会社FiNC Technologies入社  
 同社ヘルスケアアプリ「FiNC」のプロダクトマネジメント業務に従事  
 2020年 株式会社GENDAに入社  
 2021年 同社CPOに就任

#### Techエンジニア在籍数



高い専門知識を持ち、Web業界の様々なプロダクト開発に携わってきた  
 Techエンジニアについてリファラルを中心に採用成功  
 開発組織が急速に拡大

### 顧客アプリの開発を内製化することで、アプリの新規会員数を大幅に増加

これまでのアプリ



使いたいと思えるような機能があまりない

刷新後のアプリ



トップページ  
刷新

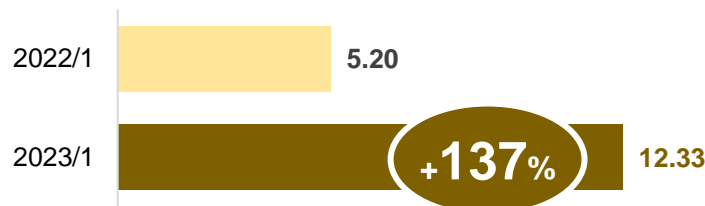
電子マネー  
連携

サブスク  
機能

回数券・  
引換券

新着景品  
情報閲覧

新規会員数（万人）



### 店舗業務をスマホで行う従業員用アプリをリリース

#### これまでの管理



管理のために複数のソフトを横断する必要があり面倒…。

アナログな管理により  
非効率な業務が発生

#### 従業員用アプリの導入



店舗業務をスマホで完結できる「GiGO NAVI」を自社で開発  
景品発注や棚卸業務等、業務の多くを一つのアプリ上で完結  
することにより、業務の質の向上や業務量の削減を実現

### 景品管理のDXにより、管理コストを削減しつつ、発注の最適化を可能に

これまでの管理

景品を  
どのくらい発注  
したらよいか  
わからない



景品を  
どの機器に  
入れるべきか  
わからない

主力のプライズの  
管理がマニュアル



プライズゲーム機ごとの景品の売上  
時系列で管理可能にし、景品発注量も最適化

#	IMG	エントリ区分	商品名	景品番号	発売時期	納品数	店舗数	キャラクター名
1		別注景品	ほいシュー めいくるみバスケット~1社限定~	<a href="#">KOU301732</a>	202206	25.00	26	
2		別注景品	ほいシュー ミニマスコットめいくるみ~1社限定~	<a href="#">KOG300425</a>	202206	25.00	26	
3		別注景品	ほいシュー マスコットめいくるみ~セガ限定~ 3月分	<a href="#">KOC300291</a>	202203			
4		別注景品	ほいシュー B!Gめいくるみ~セガ限定~ 3月分	<a href="#">KOU301170</a>	202203			
5		別注景品	ほいシュー マスコットめいくるみ~セガ限定~ 1月分	<a href="#">KOC300291</a>	202201			
6		別注景品	ほいシュー マスコットめいくるみ~セガ限定~ 1月分	<a href="#">KOC300291</a>	202201			

どの機器に  
どの景品を  
入れればいいのか  
わかりやすい!



※実際に使用しているシステムの画面例

### アナログな管理であった棚卸業務をスマホで完結させることで、工数を大幅に削減

#### これまでの管理

毎回エクセルから紙で出力するのが大変…。



プリントアウトとか人手と時間がかかる…。

ヒューマンエラーが発生しやすい紙帳票

棚卸しDX導入に伴う業務削減時間  
1店舗あたり35時間の業務削減効果、通常時の62%削減

The screenshot shows the GiGO NAVI app interface. At the top, there's a header with the GiGO NAVI logo and 'GIGO Navigation Apps'. Below the header, there's a title 'UFOデュエット-087\_1P内の景品一覧' and a 'ログアウト' button. The main content area lists items with their counts: 'ねこもどき マスコットぬいぐるみ ~数社限定~' (18個) and 'ねこもどき おてのりましゅもっち ~数社限定~' (6個). There are buttons for '過去取扱景品からブース内に登録' and 'ブース内景品「空」で登録'. At the bottom, there's a '戻る' button. On the right side, there's a sidebar with 'ねこもどき ましゅもっち~数社限 X 定~', '検取日' (2023-06-13), 'カートン入数 15 個', '着荷数 合計 0 個', and input fields for '箱' (0 CT) and 'バラ' (0 個). At the bottom right, there are buttons for '保存せず戻る' and '検取済にする'.

※棚卸業務時の実際の画面例

注: 棚卸テスト店舗であるGiGO立川において、荷捌き処理(0人時→1人時)、保管用倉庫カウント(20人時→8人時)、補充用倉庫カウント(10人時→4人時)、機械内カウント(24人時→8人時)、入力表作成(2人時→1人時)の人時ベースの業務時間合計が実施導入前後で約62%削減(56人時→21人時)されたことに基づく。

### 3 ファイナンス / M&Aチーム

#### 取締役CFO 渡邊 太樹

一橋大学 商学部経営学科卒  
 2011年、株式会社みずほコーポレート銀行(現 株式会社みずほ銀行) 入行  
 本店営業部にてリレーションシップマネージャーを担当  
 2015年、ゴールドマン・サックス証券株式会社入社  
 投資銀行部門にてM&Aアドバイザー及び資金調達業務に従事  
 2021年6月、株式会社GENDAへ入社  
 2023年4月より現職

#### 執行役員 IPO準備室長 長江 国輝

東京大学大学院 農学生命科学研究科卒  
 2016年PwCアドバイザー合同会社入社  
 M&A案件完了後のPMI業務に従事  
 2019年5月、株式会社GENDAへ入社、2021年8月より現職

#### IR部長 伊藤 史佳

早稲田大学 社会科学部社会科学科卒  
 2010年、みずほ証券株式会社入社  
 投資銀行部門にてM&A及び資金調達業務に従事  
 2021年8月、株式会社GENDAへ入社  
 2023年6月より現職

#### 経理部長 / 公認会計士 北田 悠策

神戸大学 経営学部経営学科卒  
 大学院在学中に公認会計士試験に合格  
 2015年、有限責任監査法人トーマツ大阪事務所入所  
 2021年8月、株式会社GENDAへ入社し、現職

#### 執行役員 経営企画部長 / 公認会計士 羽原 康平

神戸大学 経済学部経済学科卒  
 大学院在学中に公認会計士試験に合格  
 2017年、PwCアドバイザー合同会社入社  
 M&Aアドバイザー業務に従事  
 2019年9月、株式会社GENDAへ入社、2021年8月より現職

#### 法務部長 / 弁護士 藤本 美里

中央大学 法学部法律学科卒  
 大学院在学中に旧司法試験(旧61期)に合格  
 2008年、西村あさひ法律事務所入所 M&Aを中心とした企業法務に従事  
 2017年、株式会社タカラトミー入社  
 2022年1月、株式会社GENDAへ入社し、現職

#### 財務部長 服部 頼和

慶應義塾大学 商学部商学科卒  
 2011年、株式会社みずほコーポレート銀行(現 株式会社みずほ銀行) 入行  
 本店プロダクツ機能部にてシンジケートローン、M&Aファイナンス業務に従事  
 2021年11月、株式会社GENDAへ入社し、現職

#### GGE 経理部長 / 公認会計士 河田 厚司

早稲田大学大学院 会計研究科卒  
 大学院在学中に公認会計士試験に合格  
 2009年、有限責任あずさ監査法人入所  
 2018年、KPMGメキシコへ出向  
 2022年7月、株式会社GENDAへ入社し、現職

注: GGEはGENDA GiGO Entertainmentを示す。

### 創業以来、11件のM&A及び資本取引を完了

- |   |          |   |  |
|---|----------|---|--|
| ① | 2018年6月  |    | SPSSの株式取得(100%)                        |
| ② | 2019年7月  |    | ラウンドワンと米国に合弁会社を設立                      |
| ③ | 2020年12月 |    | セガ エンタテインメントの株式取得(85.1%)               |
| ④ | 2021年4月  |    | バンダイナムコの北米施設を取得                        |
| ⑤ | 2021年10月 |    | ダイナモアミューズメントとの資本提携                     |
| ⑥ | 2021年12月 | GSE Taiwan  | 台湾のアミューズメント施設事業を譲受                     |
| ⑦ | 2022年1月  |    | セガ エンタテインメントの完全子会社化(100%)              |
| ⑧ | 2022年1月  |   | 宝島の株式取得(100%)                          |
| ⑨ | 2022年6月  |  | ハシラス及びダイナモアミューズメントと三社間資本提携             |
| ⑩ | 2022年10月 | スカイディノス   | スカイディノスのゲームセンター事業、ボウリング事業を譲受、映画館事業への出資 |
| ⑪ | 2022年10月 |  | エービスのゲームセンター事業を譲受                      |



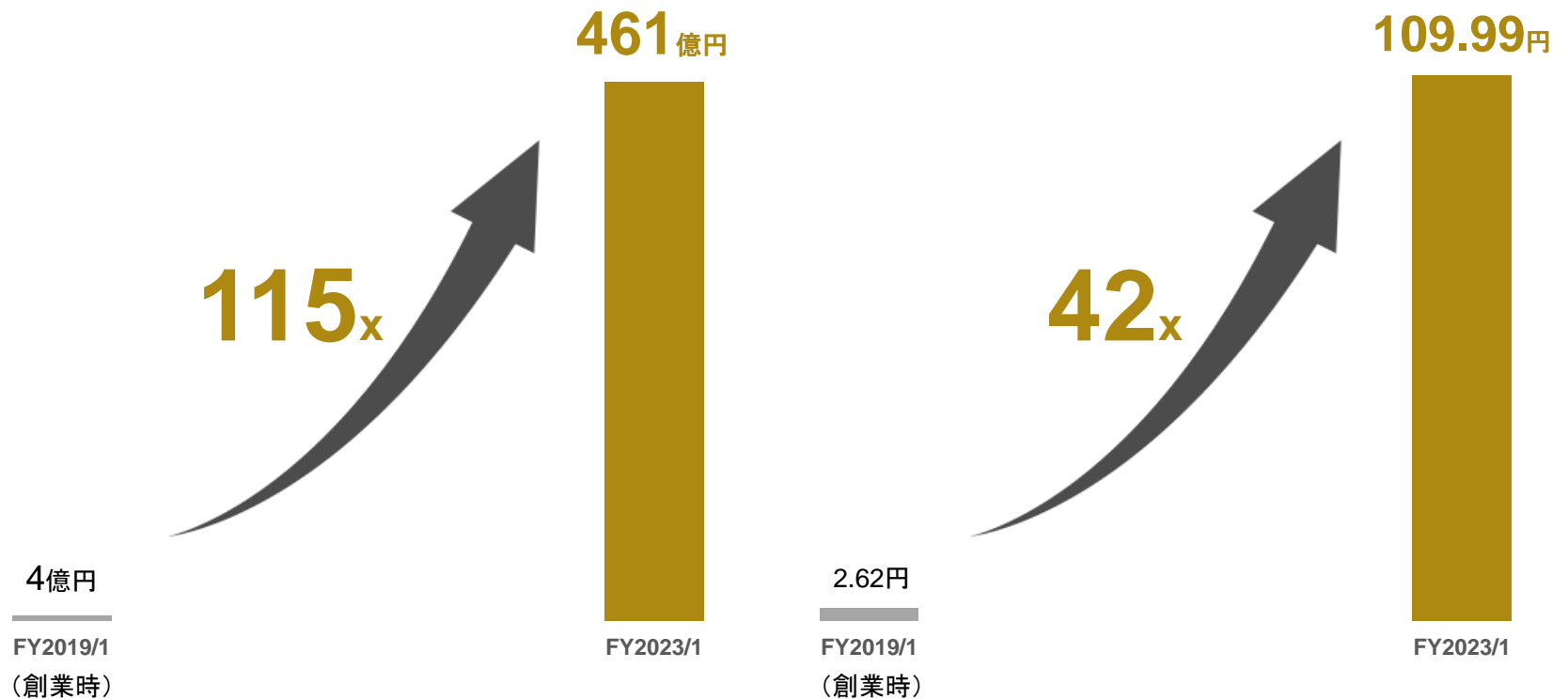
### 創業以来の売上高・EPS推移

M&Aに於ける資金調達にて規律の効いたファイナンスを徹底

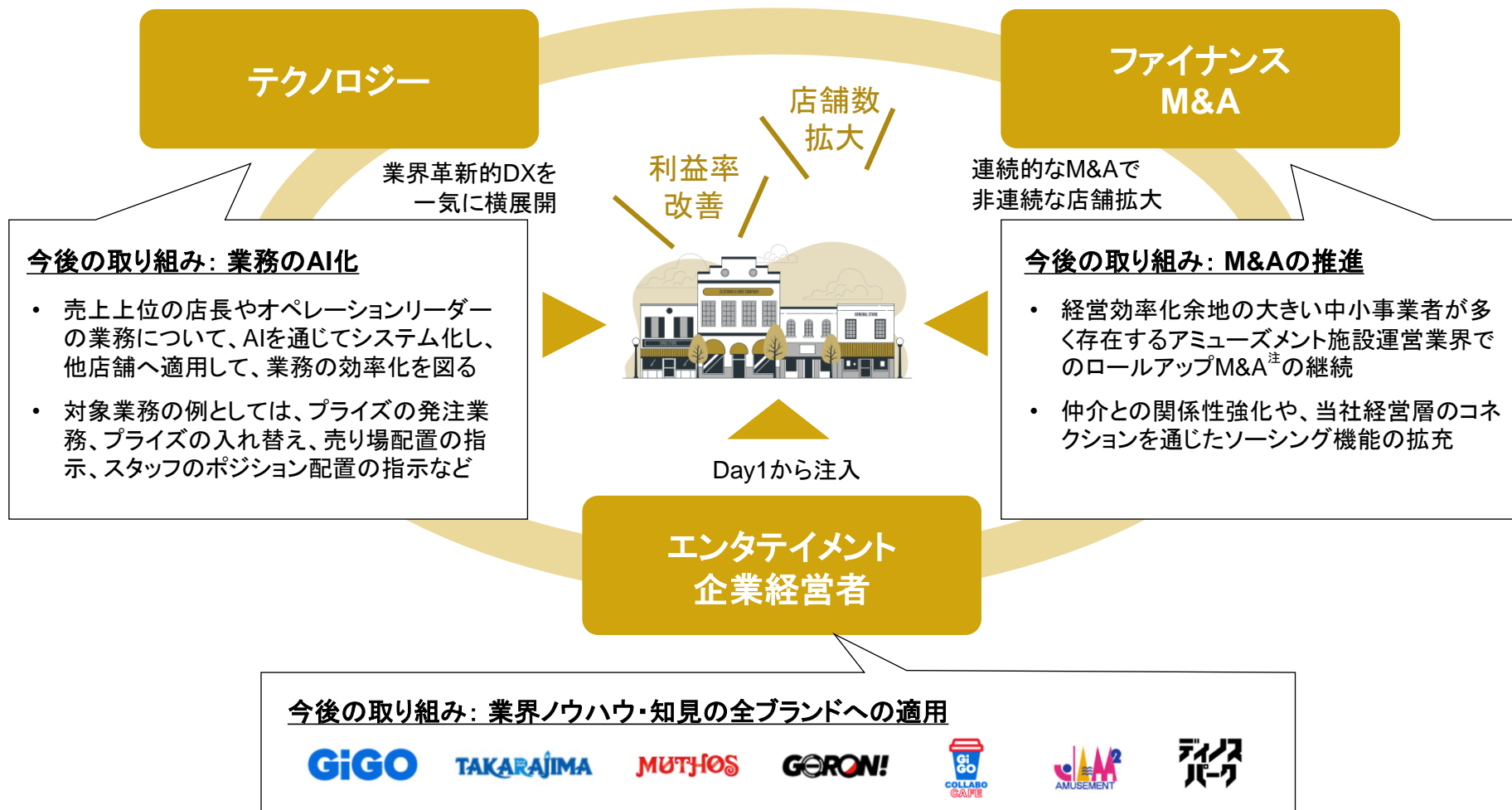
創業以来で売上高は**115**倍、EPSは**42**倍に成長

売上高

EPS



### 三位一体で今後も継続してアミューズメント施設運営の成長を実現



注: 「ロールアップM&A」は、同一業種の企業を多く買収することで市場のシェア拡大を目指すことを指す。「ソーシング」は、M&Aにおいて自社の希望の条件に合うターゲット企業を発掘するプロセスを指す。下部に示しているロゴは、GENDA GiGO Entertainmentが運営するアミューズメント施設のロゴを示す。

1.ビジネスモデル

2.市場環境

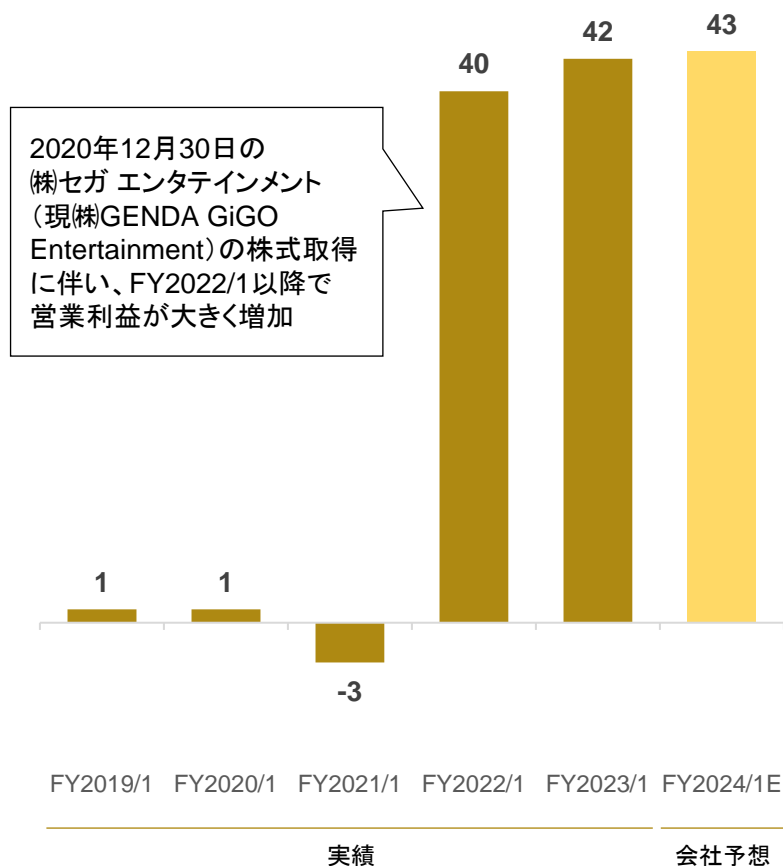
3.成長戦略 競争力の源泉

4.事業計画

5.リスク情報

### 当社はM&A関連指標をKPIと位置付け

#### 連結 営業利益（億円）



#### KPI - アミューズメント施設運営関連

KPI	FY2021/1 実績	FY2022/1 実績	FY2023/1 実績	FY2024/1 目標
アミューズメント 運営施設数 <sup>※</sup> (店舗)	202店舗	227店舗	250店舗	258店舗

#### KPI - M&A関連

当社は現在、最も得意とするアミューズメント業界で  
M&Aを柱とした成長戦略を推進しております

同時に、シナジーが期待される  
アミューズメント周辺領域においても  
M&Aによる拡大を進めて参ります

そのためには、M&A案件開拓の観点から  
案件ソーシングが必須となります

そのためM&Aソーシング件数をKPIを採用させて頂き  
今後の成長戦略を着実に進めて参ります

KPI	FY2023/1 実績	FY2024/1 目標
M&Aソーシング件数	40件	50件

注：アミューズメント運営施設数は、実績にはM&Aによる店舗数増加を加味しているが、目標にはM&Aによる店舗数増加は加味していない。「M&Aソーシング件数」の定義は、M&Aにおいて対象となる企業から直接及び間接的(M&A仲介会社や金融機関による紹介等)に資本取引の意向を示された件数。

1.ビジネスモデル

2.市場環境

3.競争力の源泉

4.成長戦略 事業計画

5.リスク情報

## 認識するリスクと対応策

認識するリスク	顕在化可能性	影響度	顕在化時期	顕在化した場合の内容	リスクへの対応策
アミューズメント業界の低迷による業績悪化のリスク	低	大	特定時期なし	日本のアミューズメント業界の市場規模は日本アニメの人気に伴うプライズゲーム人気を背景に2015年度以降拡大傾向にあるものの、余暇市場の多様化、家庭用ゲーム、ソーシャルゲームの拡大や、少子化の更なる進行により、アミューズメント施設の利用が減少することで(株)GENDA GiGO Entertainment及びアミューズメント施設へのアミューズメントマシンレンタルを行う(株)GENDA Gamesの業績が悪化する可能性がある。また、アミューズメントマシンメーカーは、大手企業による寡占化が進み、今後の新規参入メーカーは限定的であると考えられるため、革新的なゲーム機を創出する機会が減少し、アミューズメント施設業界全体が不活化する可能性がある。	海外のゲーム機メーカーからアミューズメントマシンを輸入すること、当社グループ企画のゲーム機開発、及びアミューズメント施設の新業態開発等を実施していく。
消費税率引き上げのリスク	低	大	特定時期なし	消費税率の引き上げが生じた際には、税込価格上昇による原価への影響及び当社グループの売上に対する消費税の支払額の上昇による事業利益への影響が発生する。	更なるコスト削減の実施等、できるだけお客様のご負担にならない対応策を講じる。それが難しい場合、プレイ料金への価格転嫁を実施するが、当社グループではキャッシュレス決済を搭載したアミューズメントマシンの導入が進んでいるため、現金決済のみのマシンと比較すると価格設定に対する柔軟性を有している。
その他偶発的リスク	低	大	特定時期なし	当社グループが事業を展開する地域において、大地震や豪雨、新型コロナウイルスなどの感染症の大流行等の自然災害、または大惨事、社会・政治的な事件もしくは動乱が発生した場合、本社機能の停止、店舗の損壊や営業停止等の悪影響をもたらすことから、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。なお、現在も世界中で感染拡大が続く新型コロナウイルス感染症のような新種の疫病発生に伴い、各地方自治体からの外出自粛要請等により、アミューズメント施設への来店客の減少や営業時間の短縮、臨時休業等の措置の結果、当社が運営する店舗の営業活動に影響が出ることがある。	日ごろから迅速な情報収集ができる仕組みを導入しており、緊急時には危機管理対策本部の立ち上げ、速やかな収束および状況回復のために全社一丸となって対応できる体制を構築している。

注：上記以外のリスク情報については、当社の新規上場申請のための有価証券報告書（Iの部）「2. 事業等のリスク」をご覧ください。

## 認識するリスクと対応策

認識するリスク	顕在化可能性	影響度	顕在化時期	顕在化した場合の内容	リスクへの対応策
M&A等に関するリスク	低	大	特定時期なし	<p>当社グループは、主にエンターテインメント事業を行う国内外の企業を対象としたM&amp;Aや業務提携により、既存事業の強化及び新規事業への参入の効率化を図っている。M&amp;Aによって買収した企業や業務提携先の企業に対し、当社グループが保有する経営知見を活用し、事業面でのシナジー効果の創出を行っているが、以下に挙げる理由により、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。(i)買収後の事業計画の進捗について:M&amp;Aにあたっては、十分なデューデリジエンスを実施し、事業、財務及び法令等に関するリスクの検討を行っているが、買収時に想定した事業計画が予定どおり進捗しない場合には、のれんの減損等により当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。(ii)偶発債務や未認識債務の発生について:M&amp;A実施に際しては、対象企業の財務、法務、税務及び事業等について事前にデューデリジエンスを実施し、十分にリスクを確認し、正常収益力を分析したうえで決定するが、買収後の偶発債務の発生や未認識債務の判明等、事前の調査で把握できなかった問題が生じた場合、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。(iii)統合に伴う資産等の整理について:M&amp;A後の経営統合において、事業再編や遊休資産の売却等を実施することにより特別利益、特別損失が発生し、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。(iv)M&amp;A時の調達資金について:当社グループは、事業拡大を加速する有効な手段のひとつとして、当社グループに関連する企業・事業のM&amp;Aを検討していく方針。新たなファイナンスによる負担や希薄化及び自己資本の変動のほか、新たに借入金を利用した場合、市場金利の変動の状況によっては、借入金利息の負担の増大等により、当社グループの財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性がある。(v)連結子会社増加に伴う連結決算体制について現在、当社グループでは当社を中心として各子会社との密接な連携を取りながら、決算作業を行っている。しかしながら今後当社グループが投資対象とする企業において、管理体制が不十分であることを理由に決算作業に遅延が生じる等の事態が発生した場合、連結決算作業が適時適切に行えない可能性がある。</p>	<p>M&amp;A等の案件執行において、シナジーを織り込んだ事業計画の立案、各種デューデリジエンス、企業価値算定、取引条件の交渉、契約締結、クロージング並びに直接市場及び間接市場での資金調達といったM&amp;A等に関する一連の手続きを主導できる経験豊富な役職員から構成されるチームを整備している。</p>

注: 上記以外のリスク情報については、当社の新規上場申請のための有価証券報告書(Ⅰの部)「2. 事業等のリスク」をご覧ください。



世界中の  
人々の人生を  
より**楽しく**

GENDA 

Global Entertainment Network for Dreams and Aspiration

注：事業計画及び成長可能性の関する事項の次回開示予定は、2024年1月期通期決算発表時(24年3月頃)を予定しております。