



2024年3月25日

各位

会社名 株式会社 GENDA
代表者名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2024年3月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 2024/1期から2025/1期に掛けて利益率が悪化しているのではないか。

結論、M&A企業として取得する様々な事業は、必ずしも同じ利益率ということではなく、利益率の異なるビジネスを取得しているため、当然にして発生致します。そしてそれは、M&Aの観点で問題無いことを、以下の通りご説明させていただきます。

GENDAはM&Aの会社として既存ビジネスとは異なる業種の会社を取得することがあるため、利益率変動します。例えば、2024/1期と2025/1期を比較すると、カラオケ事業を取得しており、カラオケ事業の利益率はゲームセンターのそれよりも低いため、利益率は下がります。

では、上記の前提でGENDAの場合、M&Aの結果として利益率が低くなることはネガティブなんでしょうか。

たしかに、オーガニック成長のみをしている一般的な多くの事業会社において、同じ事業が年度比較で利益率が下がることはネガティブです。しかし、GENDAはM&Aの会社として、ビジネスモデルが異なり利益率が異なる企業をM&Aするため、利益率が低い会社をM&Aした場合、当然に利益率は下がります。

では次に、既存事業よりも利益率が低い会社を M&A することはネガティブなのでしょうか。

M&A に於いて理解が少し難しいポイントはここですが、結論、取得価額によります。

たとえば、GENDA のカラオケ事業を担うシン・コーポレーションは、創業 35 年来の最高益を見込んでおり、進行期で 20 億円を超える EBITDA を出す見込みです。

同社の取得価額は非開示ですが、あくまで直観的にわかりやすくするための極端な喩えとして、たとえば同社を 1 億円出して買えたとしたら、マージンが低いからという理由で M&A を見送るでしょうか。 1 億円出すと、1 年後に 20 億円になる投資です。

むしろこの M&A を見送る方が、株主価値の最大化を求められる企業として避けなければならないことです。つまり、マージンの高低は手段であって目的ではないことがお分かり頂けると思います。当社では投資委員会を中心に、あくまで資金を投下して、それ以上に資金を増やして回収する、という投資の基本を徹底しています。

そのうえで更に、既に M&A した企業群、それも最も得意とするゲームセンターはもちろん、カラオケ事業でも早速多方面でのシナジーが発現し、実際に実績として具現化していることを付言させていただきます。それらの実績についても、M&A 後一定期間の比較可能なデータが揃いましたら、然るべきタイミングにて公表させていただきます。

現在のところ、適切なバリュエーションで取得し、そしてその会社も成長する、という良い循環が継続しています。

Q2. M&A 企業としてのれん償却費が増加する中、営業利益ではなく EBITDA を KPI とする理由。

結論、のれん償却費が控除された利益指標を使用して企業価値を判断することは、後述の理由から、企業価値を二重で控除してしまうことになるためです。

まず、オーガニック成長のみをする通常の企業では、営業利益で測ることが適切だと考えています。なぜなら減価償却費は、設備投資により「実際に」今後もキャッシュアウトが続くものであるためです。本来的には営業利益に足し戻す必要は無いと考えています。

一方でのれん償却費については、既に取得した株式取得にかかる追加のキャッシュアウトは無

いものとなります（設備投資は当然致しますが、減価償却費について上述の通りの整理です）。その点に於いて、減価償却費とは大きく異なります。

この違いにより、後述の通りのれん償却費を業績の分析の際にも控除されると、企業価値から二重で控除されていることとなります。なぜなら、キャッシュアウトは取得完了時に既に終了し、それは既に現金の減少か負債の増加でバランスシートに織り込まれ、設備投資と違って将来的に発生しないためです。

会社の本質的な企業価値を測る DCF 法では、未来永劫発生するフリーキャッシュフローを全額合算したのち、最後にバランスシートの純有利子負債を控除して株式価値を計算しますが、まさにその純有利子負債に反映済みなわけです。それにも拘わらず、M&A の会社において営業利益でその後を判断するのは、二重で価値が控除された状態になってしまうのです。

M&A 企業は、のれん償却費だけがオーガニック成長をする企業と異なるため、のれん償却費の足し戻しを強調しています。GENDA もその点では、営業利益にのれん償却費を足し戻した数値であれば、検査指標として適切であると考えています。つまり、厳密には EBITA となります。

また、オーガニック成長のみをする企業は、基本的にのれん償却費はゼロであるため、ある意味では営業利益に（ゼロの）のれん償却費を足し戻した数値として営業利益＝EBITAであるとも言えます。

しかし EBITA は、汎用的なデータベースで表示される指標ではないため、一般的な指標である EBITDA での判断を推奨させて頂いております。

また、以上は支配権を獲得する前提での全株式ベースでの価値算出の考え方ですが、支配権が無い 1 株当たり価値で見ると、PER を参照し、同業他社と相対的に比較されることが一般的であるとと考えています。

M&A 企業のバリュエーションを PER で見られる投資家様は、のれん償却前の PER での考え方が適切であると考えております。それは疑似的な IFRS での PER と同じであるためです。なぜなら、のれん償却前の PER であれば、どの会計基準を導入してもほぼ変わらないためです。

つまり、当社が仮に将来的に IFRS を導入した場合、当然ながら当社に本質的な変化は無いにも拘わらず、各データベースで当社の当期純利益をベースとした PER が突然下がり、割安になったような見た目になりますが、それは本来正しくないためです。従って、どちらの会計基準を導入しても変わらないのれん償却前の PER が適切であると考えています。

一方、のれん償却前の PER は、一般的なデータベースでは見られませんので、ご参考までに簡易的に当社ののれん償却前の PER を見る方法をご説明します。結論、当社の場合は、「当期利益の PER × 0.8 倍 = のれん償却前 当期利益の PER」となります。

なぜなら、当社の今期予想ではのれん償却前 当期利益が 54 億円、当期利益が 43 億円ですので、約 1.25 倍の差があるため、通常のデータベースで見られる PER を 1.25 分の 1 すると (1/1.25 =) 0.8 となるためです。

Q3. 2025 年 1 月期の「上期」が「営業利益で前期比 減益計画」というのは、M&A 等で取得した会社がのれん負けしているのではないか。

結論、上期においても通期においても、のれん負けしておりません。つまり、上期においても通期においても、M&A 対象企業からの営業利益 > M&A 対象企業からののれん償却費の状態です。

次に、上期にのれん負けしていないものの、前期比で減益となる理由をご説明させていただきます。

まず、当社グループの季節性上、上期（2 月から 7 月）よりも連休や歓送迎会の多い下期（8 月から 1 月）に売上が偏重いたします。一方、のれん償却費は定額で費用計上されます。

All.net 利用料の上昇が開始する中、「売上には季節性があり、上期は低く、下期が高い」一方で「のれん償却費は、上期も下期も（究極的には毎月毎日）常に同額計上」されてしまい、上期だけを切り取ると、のれん償却後の利益指標である営業利益ではコスト増を打ち返していないように見えています。

一方で、同様に上期だけを切り取った場合、All.net 利用料のコスト増を加味しても、のれん償却費の影響を控除すると前期比で増益であり、EBITDA でも上期も前期比で大幅な増益計画です。当社では実事業の健全性について、EBITDA を判断指標としております。

またなにより、のれん償却後の営業利益で見ても、通期では計画通り 53 億円から 70 億円へ+30%の増益計画です（のれん償却費を控除した EBITDA では 60%増益計画）。

当社では、のれん償却費によって「通期の」営業利益をいたずらに下げる、ということは可能な限り回避するものの、そもそものれん償却費は本質的な意思決定に影響を及ぼさない上、「上期がのれん負けしているか」は尚更に意思決定には影響を及ぼしません。

なお、のれんは、資産の年数が経過し簿価上で償却が進んだ資産（たとえばカラオケやゲームセンター）が、将来的に毎年潤沢なキャッシュフローを出している、そういった両者の差額が多い場合にのれんが発生しやすい環境となります。

GENDA では、あくまで将来回収できるであろうキャッシュフローの総額を睨みながら M&A での投下資本の金額を決めています。つまり、資金を投下して、それ以上に資金を増やして回収する、という、投資の基本を徹底しています。

これは本来的には、本業に対する設備投資でも同じ考え方であり、設備投資をし、事業を通じてそれ以上にキャッシュフローを得る行為と同じです。しかし、現在のエンタメ業界では、M&A への資本投下の効率性が際立って高い（投下した金額を、遥かに上回った金額に増やすことに成功している）ため、GENDA は過去 6 年で非連続な成長を遂げています。

Q4. なぜ（のれん償却費の費用計上が抑制される）IFRS へ移行しないのか。

結論、M&A のスピードを優先するためです。

弊社は SHIFT 社と並んで「2023 年で日本一 M&A をした会社（10 件）」となりましたが、弊社は 2023 年 7 月に上場しており、その 10 件（その他も合わせて 15 件）を上場後の 5 か月間で実行しました。現在、日本で最もスピーディーに M&A 案件を実行していることがお分かりいただけると思います。

一方で、過去案件の対象会社全てが日本会計基準を採用しており、今後もその傾向が続く可能性が高いと考えております。弊社が IFRS を採用した場合、M&A した会社についても（たとえそれが小さくても）IFRS を適用していたと仮定した場合の過年度の計算書類を計算し直す必要があります。これは、冒頭の M&A のスピード感とはかけ離れたスピード感に落ちてしまうことがご理解頂けると存じます。

以上を踏まえ、IFRS 適用による名目上の利益増加メリットと、弊社の M&A 現場でのスピード感を天秤にかけ、M&A を最大の成長ドライバーとする弊社としての意思決定として考えを及ぼすとき、IFRS 導入の見送ってでも M&A のスピード感を最優先し、非連続な成長の果実を株主の皆様に還元することが、弊社の最終的な意思決定となりました。

その上で、M&A 企業として IFRS を導入していないことのデメリットを補うために、投資家の皆

様に実態をお伝えする観点で、EBITDA やのれん償却前当期利益の説明を繰り返し強調している状況です。

欧米に於ける M&A 企業（通称 Serial Acquiror）は多数いて、その考え方は欧米の資本市場には一般的です。その上、M&A をする会社もされる会社も、のれん償却をしない IFRS や米国会計基準が一般的となります。

そうでない日本市場に於いて、以上の考え方の浸透には時間を要するとは思っています。しかし反対に言えば、以上の考え方が浸透するまでは更なる投資妙味が残っている、と考えております。なぜなら、仮に当社が IFRS に変更すると、会社として本質的な違いが無いにも関わらず、見た目上の営業利益と当期利益は突然大きく上昇し、逆に PER は突然大きく下がって割安に見えることになるためです。

2040 年に世界一のエンタメ企業としての時価総額や EBITDA を目指す弊社が、今の 5 倍 10 倍の大きさとなったとき、小さい M&A を何件も繰り返す事の全体に対する重要性が減ってくる状況が訪れる、或いはそれを十分に処理できるほど大きな組織になっていると考えています。そのときには、IFRS への変更のメリットが勝るタイミングが出てくる可能性があると思います。

Q5. 2024 年 1 月期の「のれん減損」について詳しく教えてほしい。

まず前提として、旧エービス 4 店舗の取得対価は、同 4 店舗からのキャッシュフローで回収可能な水準であり、投資回収の観点、つまり M&A の観点に於いて、実態的に問題は全くございません。

むしろ、当社ではゲームセンターのロールアップ M&A を繰り返し、数多くのシナジーを出しておりますが、実際に旧エービス 4 店舗（店舗定義の変更により、現在は 3 店舗と表記）は、当社グループイン前後の比較に於ける既存店成長率は 107%と高水準となっております。

にも関わらず、今回ののれんの減損となっているのは、以下の管理会計上の構造的な事由によるものです。

簡潔に申し上げますと、当社 100%子会社の株式会社 GENDA GiGO Entertainment の本社販管費を按分すると、旧エービス 4 店舗が管理会計上で赤字となるためです。しかし、旧エービス 4 店舗へ本社販管費が按分される分と同額分、GiGO 既存店での費用負担が減り、GiGO 既存店の管理会計上の

利益は増加します。従って、管理会計上でどちらの店舗に利益が按分されるかという議論となります。

翻って全社的には、旧エービス4店舗の取得により、全社の利益もキャッシュフローも増加しており、その増加分のキャッシュフローで、当初の取得対価を回収できるため、投資として問題ございません。

詳しくは2024年3月11日開示の「2024年1月期 通期決算実績 及び 2025年1月期 業績予想」11ページをご覧ください。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/9166/ir_material_for_fiscal_ym/152154/00.pdf#page=11

Q6. 2025年1月期通期予想の「1株当たり当期純利益 (EPS)」が2024年1月期通期実績を下回っているのはなぜか。

端的に申し上げれば、2025年1月期より法人税の支払いが発生するためです。

つまり、2024年1月期は繰越欠損金により法人税等合計額は約2億円のみに抑制されていたところ、2025年1月期は法人税が正常化し、同約20億円という計画となっています。むしろ、法人税支払いが前期対比18億円増えたにも関わらず当期純利益が増益計画となっているのは、前期のM&Aなかりせば為しえなかったことです。

また、EPSの分子である当期純利益が増益した一方でEPSが下がるのは、分母の発行済株式数がストックオプション行使によって増加したためです。

以上の通り、本件は当社の収益力を本質的に棄損するものではございません。

加えて、当社の収益力の実態を反映した「1株当たりのれん償却前 当期純利益 (Cash EPS)」では、2024年1月期通期実績131.91円、2025年1月期通期予想156.73円と、法人税が18億円増するにも関わらず18.8%成長する予想となっております。

当社では引き続き「株主価値の極大化」は勿論、「1株当たりのれん償却前 当期純利益 (Cash EPS) の極大化」を追求してまいります。

Q7. 2025年1月期予想が、2024年1月22日開示のガイダンスを上回ったのはなぜか。

結論、足元でゲームセンター及びカラオケを中心とした強いオーガニック成長が確認できたためです。

もともと、2024年1月22日開示のガイダンスでは、売上高約900億円、EBITDA約120億円、営業利益約65億円を見込んでおりました(「2023年12月以降のM&A進捗及び業績予想 について」25ページをご覧ください)。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/9166/tdnet/2382538/00.pdf#page=25>

しかし、M&A対象会社への様々なシナジー施策が奏功しており、足元でゲームセンターやカラオケを中心に強いオーガニック成長を観測しております。それらの実績についても、M&A後一定期間の比較可能なデータが揃いましたら、然るべきタイミングにて公表させていただきます。

以上

【ご参考】よくある質問と回答 過去回答



2024年2月27日

各 位

会 社 名 株式会社 GENDA
代 表 者 名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問 合 せ 先 取締役 CFO 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2024年2月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 中期経営計画を開示する予定はあるか。

当社は次の理由から中期経営計画の公表を予定しておりません。

当社は M&A を成長戦略の軸に据えておりますが、M&A を折り込んだ中期経営計画を公表すると、業績を達成するために無理な M&A を遂行する可能性があり、結果的に高値掴みをしてしまうリスクがあると考えている一方、オーガニック成長のみを折り込んだ中期経営計画の公表は、M&A を成長戦略の軸に据える当社グループの成長軌道とは大きく異なるものをお示しする可能性が高くなってしまうためです。以上の理由から、当社は中期経営計画の開示を控えております。

2040年までの成長イメージは「2023年12月以降の M&A 進捗及び業績予想について」の P31 をご覧ください。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/9166/tdnet/2382538/00.pdf#page=31>”

【ご参考】 よくある質問と回答 過去回答

Q2. KPI は何か。

KPI としてゲームセンター店舗数、M&A ソーシング件数を開示しております。詳しくは『2024 年 1 月期 第 3 四半期 決算説明資料』の 3 ページをご覧ください。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/9166/ir_material_for_fiscal_ym/146854/00.pdf#page=3

一方で業績の観点では、M&A を成長戦略の柱に据える会社として、グループ連結の年間キャッシュフロー創出力を現す「**EBITDA**（営業利益＋減価償却費＋のれん償却費）」及び、IFRS の当期純利益に近い指標である「**のれん償却前 当期純利益**」を最も重視しております。

現状、当社では多数の M&A を実行しておりますが、過去案件の対象会社全てが日本会計基準を採用しており、今後もその傾向が続く可能性が高いことに鑑み、M&A や経理実務の機動性を担保すべく、IFRS ではなく日本会計基準を採用しております。そのため、今後の M&A 戦略の進捗に伴い（IFRS では発生しない）「のれん償却費」の負担が一定程度発生致します。

当社が IFRS に変更すれば、当社の営業利益や当期純利益はのれん償却費分だけ増加致しますが、それによって本質的な当社の企業価値が上がるわけではございません。

企業価値はあくまで将来の（のれん償却費等を足し戻した）フリーキャッシュフローを時間的価値で割引いた合計値であること、また、M&A 案件ごとに対象会社のキャッシュフロー創出能力に基づいて当社がファイナンスを繰り返すことから、当社は常にキャッシュフロー指標を最重視しております。

投資家の皆様にとっても、M&A で成長する当社の適正な価値をご判断頂く際には、キャッシュフロー創出力を見ていただくことが適切であると考えており、当社の状況をより正しく伝えるために大切だと考えています。そのため、決算短信を含めた決算発表及び業績予想においても、通常の段階損益に加えて、「**EBITDA**」及び「**のれん償却前 当期純利益**」を開示しております。

【ご参考】 よくある質問と回答 過去回答

Q3. 該当する業種または比較対象企業は何か？

当社は、エンタメ業界に於ける M&A を成長戦略の柱に据えており、「連続的な非連続な成長」を標榜しております。そのため、「特定の業界に於いて M&A を繰り返して非連続に成長する会社」が比較対象であると考えております。

業種が「M&A」である会社は、欧州及び米国には古くから多く存在し、年間数十件～数百件の M&A に従事して、一般的に Serial Acquiror という分類をされております。

翻って当社は、2024 年 1 月期の会社業績予想が、売上高 530 億円、EBITDA 78 億円、営業利益 50 億円となっておりますが、2024 年 1 月 22 日に開示した『2023 年 12 月以降の M&A 進捗及び業績予想について』の 25 ページの通り、2024 年 1 月期中に M&A で取得した企業の業績貢献により、2025 年 1 月期には売上高 900 億円超、EBITDA 120 億円超、営業利益 65 億円超である旨をお示ししております。

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/9166/tdnet/2382538/00.pdf#page=25>

これは YoY 成長率にすると、単純計算で売上高+70%、EBITDA+54%、営業利益+30%であり、当社の売上の多くを占めるゲームセンター業界に於ける、新規出店及び既存店売上成長を中心としたオーガニック成長、並びに、一般的なエンタメ業界のオーガニックでの年間成長率とは大きく異なるものとなっております。

以上の通り、当社はエンタメ業界で M&A をすることにより、今後も連続的な非連続な成長を積み重ねていく想定であるため、「特定の業界に於いて M&A を繰り返して成長していく会社」が比較対象企業であり、当社が従事する業種は「M&A」であると考えております。

以上

2024年1月31日

各位

会社名 株式会社 GENDA
代表者名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2024年1月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 会計基準を現在の JGAAP (日本会計基準) から、のれん償却の無い IFRS (国際会計基準) に変更する予定はあるか？

2023年11月20日開示の「M&A 戦略と業績予想について」スクリプトの P24 の箇所に記載の通り、IFRS を採用した場合、M&A した会社についても IFRS を適用していたと仮定した場合の過年度業績を計算する必要があり、機動的な M&A を担保する観点から JGAAP を採用しております。IFRS に移行することの代替手段として、キャッシュフローを明示できる EBITDA 及びのれん償却前当期純利益を開示しております。

https://ssl4.eir-parts.net/doc/9166/ir_material_for_fiscal_yml/145628/00.pdf

Q2. PMI は順調に進捗しているか。

順調に進捗しております。詳しくは下記資料をご覧ください。

・2024年1月22日開示「2023年12月以降のM&A進捗及び業績予想について」
14～15 ページ <https://ssl4.eir-parts.net/doc/9166/tdnet/2382538/00.pdf>

以上

2023年12月26日

各位

会社名 株式会社 GENDA
代表者名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2023年12月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. ゲームセンターを利用する顧客層は国内と海外で異なるのか？

当社グループが手掛けるアミューズメント施設には、店員が常駐する一般的な形式のゲームセンターと、店員が常駐しないゲームコーナー（以下「ミニロケ」）の二つに大別されます。ゲームセンターへ来客されるお客様は、プライズゲームであれば好きなアニメやIPのプライズ（景品）を、ビデオゲームや音楽ゲームであればご自身の好きな筐体を目的に来店されるお客様が多数いらっしゃいます。従って当社グループのゲームセンターでは、幅広い年齢層のお客様にご来店いただいておりますが、20～30代がボリュームゾーンであるものと考えております。一方でミニロケは、国内であればカラオケや量販店、米国では食品スーパーや飲食店等の空きスペースに出店している関係で、そのスペースの人流に依拠した顧客層になっております。

Q2. ROA、ROE を教えてください。

ROAは2023年1月期末時点で12.1%、2024年1月期第3四半期累計期間で9.2%となっております。IPOでの手取金取得による現預金等の増加や新店出店による固定資産が増加したことなどの要因で総資産が増加しております。

ROEは2023年1月期末時点で36.9%、2024年1月期第3四半期累計期間で22.2%となっております。

当社では適切なレバレッジを用いて、資本効率を意識した経営を行っております。

以上

2023年11月28日

各位

会社名 株式会社 GENDA
代表者名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2023年11月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 本日公表したギャガ株式会社（以下「ギャガ」）の経営体制について、①今回の体制にした理由は？②なぜ発表日から近接したこのタイミングで変更が生じたのか③依田氏が代表取締役社長 CEO を続投することで、GENDA グループとしてのガバナンスを効かせることは可能なのか。また、PMI への影響はないのか

① 今回の体制にした理由は？

GENDA に新設された「コンテンツ&プロモーション事業最高責任者」に当社取締役 CCO（チーフ・コミュニケーション・オフィサー）の佐藤雄三が就任することに伴うものです（コンテンツ&プロモーション領域に関する説明は、[11月20日公表『M&A 戦略と業績予想について』](#)をご参照ください。当領域には、ギャガ、株式会社ダイナモアミュージズメント（以下「ダイナモアミュージズメント」）及び株式会社エスピーエスエス（以下エスピーエスエス）が含まれます）。GENDA が手掛ける「エンタメ・コンテンツ事業」における「コンテンツ&プロモーション」領域の今後のスピードある事業展開を見据えて、当領域の統括責任者を置くことは必須と考え、それを担うのは佐藤が適任であると判断いたしました。

ギャガ、ダイナモアミュージズメント、エスピーエスエスといった当領域のグループ会社間の協働による新たな事業の創出や、「F&B」や「キャラクターMD」など他の事業領域とのシナジー開拓に大きな機会があると捉え、それらを統合的にグループ横断で差配する機能が急ぎ必要であるという考えに至ったものです。今後、新たな M&A により、この領域の企業がグループ入りする際にも、こうした機能があることでより早い成果創出につながると考えております。

佐藤が「コンテンツ&プロモーション事業最高責任者」に就任することに伴い、改めてギャガ株式取得後の統合プロセスにおける最適な布陣を検討した結果、これまでもギャガをリードし、業界に充実したネットワークを持つ依田 巽氏が代表取締役社長 CEO 職を続投することが最善の策であると判断し、GENDA よりギャガに申し入れ、合意に至ったものです。代表取締役会長となる片岡 尚は、イオンエンターテイメント株式会社（以下「イオンエンターテイメント」）の代表取締役社長を務めた経験があります。イオンエンターテイメントは、片岡が在任当時、90 劇場 765 スクリーンを展開する日本最大のシネマコンプレックス運営企業であり、片岡は業界に対する豊富な知見を有するため適任であると判断しております。

② なぜ発表日から近接したこのタイミングで変更が生じたのか。

ギャガ株式取得の公表日である 11 月 20 日以降に上記の人事体制の変更が発生したためです。代表取締役社長 佐藤 雄三、取締役（非常勤）片岡 尚として 11 月 20 日に公表した経営体制案と比較して、実働開始日である 12 月 1 日に間に合うタイミングで、より良案に至ることができたと考えています。

③ 依田氏が代表取締役社長 CEO を続投することで、GENDA グループとしてのガバナンスを効かせることは可能なのか。また、PMI (Post Merger Integration) への影響はないのか。

当初の予定通り、当社の取締役（常勤）2 名が経営陣として、また当社監査役が監査役として参画するため、ガバナンスが脆弱化するといった問題はないと想定しております。代表取締役会長となる片岡 尚は、当社グループの中核子会社である株式会社 GENDA GiGO Entertainment の PMI プロセスにおいて、会長職を 2 年間兼務したこともあり当社の PMI 上は有効に機能する対応であると考えております。

Q2. 海外展開について教えてください。

現在、GENDA グループでは、米国、中国及び台湾でそれぞれ連結子会社を有しております。

米国においては Kiddleton, Inc.（以下「Kiddleton」（読み方：キドルトン））が子供向けアミューズメント施設、飲食を含めた複合アミューズメント施設、ミニロケ運営に注力しております。特にミニロケ運営については、月次店舗展開レポートに記載のとおり、毎月の新規出店を加速させています。2021 年に 1 箇所目を出店して以来、約 2 年で 205 箇所（2023 年 10 月末時点）まで拡大してまいりました。年間の目標拠点数を開示する予定は現時点ではございませんが、更なるスピード感を持って進めてまいります。

中国においては、伍彩汇业(广州)贸易有限公司（以下「伍彩」（読み方：ウーチャイ））がアミューズメントマシンレンタル、物販及び景品・アミューズメントマシンの仕入れ販売を行っております。日本でプライズゲーム売上が拡大基調にあるのと同様に、中国でも日本アニメ人気を背

【ご参考】よくある質問と回答 過去回答

景としたプライズゲームの人気の高まっております。伍彩は、日本メーカーから仕入れた景品等を中国の施設運営会社に提供しているため、プライズゲームの需要拡大を捕捉できるものと考えています。また、Kiddleton のミニロケ運営で使われているアミューズメントマシンは、伍彩が開発及び輸出しております。このようにグループ間での取引を行うことで、相互にとって効率的な事業展開を進めることが可能となっております。

台湾は、2021年12月にSEGAブランドのアミューズメント施設3店舗の譲受をきっかけとして進出いたしました。2023年11月20日に社名を「台灣奇恭股份有限公司」（日本名「GiGO 台湾」）として改め、現在4店舗のアミューズメント施設を運営しております。今後も新規出店を積極的に継続して実施する方針です。

新たな地域での海外展開については、現時点で公表できる事実はありませんが社内で協議・検討を進めております。

2023年10月27日

各 位

会 社 名 株式会社 GENDA
代 表 者 名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問 合 せ 先 取締役 CFO 兼管理本部長 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2023年10月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 今期に実施されたキャンペーンは具体的にどのようなものがあるのか教えてください。

今期において実施された主なキャンペーンは以下のとおりです。当該期間中は、GiGO 限定景品の提供が行われております。

	キャンペーン名称	実施期間
第1四半期	ムーミン コスメポーチプレゼントキャンペーン	2月11日～3月5日
	崩壊 3rd×GiGO キャンペーン～火迫の宴～	2月25日～3月26日
	にじさんじ SNS 風クリアカードプレゼントキャンペーン	3月6日～4月9日
	星のカービィ プブプなピクニックキャンペーン	3月24日～5月7日
	すみっコぐらし アクリルチャームプレゼントキャンペーン 2023	3月11日～4月9日
	東京リベンジャーズ×GiGO キャンペーン 2023	4月15日～5月7日
第2四半期	hololive×GiGO キャンペーン	5月13日～6月18日
	ハイキュー!! キャンペーン	5月20日～7月2日
	映画『五等分の花嫁』GiGO プライズキャンペーン	5月3日～5月28日

【ご参考】よくある質問と回答 過去回答

	Happy Birthday! 2023	
	「たべっ子どうぶつ Tropical キャンペーン	6月24日～8月16日
	へブンバーンズレッド キャンペーン in ギーゴ 2023	6月17日～7月17日
	GiGO×チェンソーマン キャンペーン	7月22日～8月27日
	原神×GiGO キャンペーン～花笑むひととき、彩のパ ーティー～	7月29日～9月17日
第3 四半期	映画『五等分の花嫁』Happy Birthday! 2023 プライズキャンペーン 第2弾	8月10日～8月27日
	TVアニメ【推しの子】×GiGO Dress Up Blooming	8月19日～9月18日
	ハイキュー!! キャンペーン	9月23日～10月22日
	Crazy Raccoon×GiGO キャンペーン	9月30日～10月29日

Q2. 9月20日に開店した GiGO 総本店の動向を教えてください。

GiGO 総本店は、9月20日に東京都豊島区池袋に開店しました。開店当日は開店を待つお客様が500名程度並ぶほどご期待いただき、開店から1か月が経過する現在は、売上高は計画を15%上回る非常に好調な滑り出しとなっております。

GiGO 総本店は、クレーンゲーム269台、体感音楽ゲーム118台、ビデオ大型カードゲーム72台、プリントシール機18台等、GiGOの旗艦店にふさわしいゲーム台数を誇ります。また、フード&ビバレッジ（以下、F&B）として「GiGOのたい焼き総本店」や、日本発祥のグルメポップコーンブランド「ヒルバレー」を常設し、さらにそれらをその場で楽しめるカフェスペースも設けております。

現在のところ、平日は1万名程度、休日は3万名程度のお客様に来店いただいております（いずれも1日当たりの延べ人数であり、人数カウントセンサーによる計測）。開店後30日間の売上高は約200百万円（速報ベース）、売上構成ではクレーンゲームが8割程度を占め、特に人気IPのプライズを求めて多くのお客様に足を運んでいただいております。例えば、「Crazy Raccoon×GiGO キャンペーン」の開始日には、プライズや限定品を目当てに約150名ものお客様が列をなしました。

また、F&Bにおいても、プライズゲームと同様に人気IPとのコラボ商品がお客様に支持されております。「ヒルバレー」では現在、パッケージに「ドズル社」のイラストがプリントされた「ドズル社 コラボポップコーン」の販売をしております。こちらも、販売開始日には100名程度のお客様が当該商品を目当てに開店前から並ばれました。「GiGOのたい焼き総本店」では、現在『GiGOのたい焼き「ブルーロック焼き 第2弾」』を実施し、「ブルーロック」とコラボレー

【ご参考】よくある質問と回答 過去回答

ションしたたい焼きを販売しております。こちらも「ブルーロック」ファンのお客様から支持を受けております。

今後も「誰もが思い思いの時間を主人公気分で味わえるエンターテインメント施設」として、日本から世界にゲームセンターの楽しさを発信してまいります。



※休日の GiGO 総本店の様子

2023年9月27日

各 位

会 社 名 株式会社 GENDA
代 表 者 名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問 合 せ 先 取締役 CFO 兼管理本部長 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2023年9月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェア・ディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 9月19日に公表したレモネード・レモニカの連結子会社化を含む、飲食関連の取り組みの背景について教えてください。

当社では、“食”は「生きるための食」と「余暇としての食」の二つに大別されると考えております。「余暇としての食」は既に当社のアミューズメント事業で既に長く従事しており、今後も伸ばせる分野であると考えております。

具体的に当社グループでは、アニメ・漫画・アーティスト・キャラクターなどの人気コンテンツと飲食店がコラボをして、その作品やキャラクターにちなんだメニューをGiGOの店舗で提供する「GiGO コラボカフェ」や、「GiGOのたい焼き」といったエンターテインメントの文脈においての“食”への取り組み実績がございます。

人々に楽しさをお届けできる“食”については、当社グループが取り組むべき領域として、投資すべき案件があれば検討して参ります。一方で、「生きるための食」としての一般的な飲食事業（例えば外食産業など）へ進出する予定はございません。

Q2. 四半期間で比較すると、利益が変動しているのはなぜか？

決算説明資料 P35 に前期及び今期の四半期業績を掲載しています。(<https://ssl4.eir->

【ご参考】よくある質問と回答 過去回答

parts.net/doc/9166/ir_material_for_fiscal_ym/141436/00.pdf)

基本的に売上高は季節性のとおり、第 1 四半期、第 2 四半期、第 3 四半期、第 4 四半期の順で後に寄っていくほど高くなるというのが例年の傾向です。

一方で、利益については複数の要因でぶれることがあります。前期の四半期業績が変動したのと同様に、今期も四半期会計期間のみを切り取った業績で比較すると、さまざまな要因により変動していきます。今期第 3 四半期では、コスト発生要因が見込まれていること、第 4 四半期は当社の季節性どおりに売上が伸長することを想定していますので、第 3 四半期よりも第 4 四半期に利益が偏重する傾向になるものと考えています。これらの変動要因については期初の計画時から織り込んでいるため、総じて通期計画に対してはとても順調に進捗しているものと考えています。

2023年8月29日

各位

会社名 株式会社 GENDA
代表者名 代表取締役社長 申 真衣
(コード番号：9166 東証グロース市場)
問合せ先 取締役 CFO 兼管理本部長 渡邊 太樹
(TEL 03-6281-4781)

よくある質問と回答 (2023年8月)

日頃より、当社へご関心をお持ちいただきありがとうございます。今月、投資家様より頂戴した主な質問とその回答について、下記の通り開示いたします。

なお、本開示は投資家様への情報発信の強化とフェアディスクロージャーを目的に、毎月月末を目途に開示するものです。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性があります。直近の回答内容を最新の当社方針として回答を記載しております。

Q1. 業績の季節性について教えてほしい。

当社の売上・利益の大部分は子会社である株式会社 GENDA GiGO Entertainment のゲームセンター運営によるものです。

従って、ゲームセンターが商戦期を迎える長期休みがある四半期に売上が高くなる傾向があります。

当社は1月期決算でございますが、1Q (2~4月) < 2Q (5~7月/GW) < 3Q (8~10月/夏季休暇) < 4Q (11~1月/年末年始) の順に売上が高い傾向がございます。

また、季節性とは異なりますが、当社独自の「キャンペーン」があります。キャンペーンが実施されたタイミングによっては、通常の季節性と異なる業績の変動をすることがあります。

Q2. 「キャンペーン」とは何か？

プライズゲームの景品は、メーカー側が作成したものを各ゲームセンターが仕入れるため、基本的にはどのゲームセンターでも同じ景品が取り扱われます。一方で、当社グループが IP の版

【ご参考】よくある質問と回答 過去回答

元等と交渉し、当社グループ限定で取り扱う独自の景品を仕入れることもあります。当社ではその独自の景品を提供することを「キャンペーン」と称しています。他社には無い景品を取り扱うことで、お客様のご来店の意欲が高まることから、通常の季節性とは異なる業績変動要因となります。

Q3. 成長力の源泉は？

①既存事業の成長（オーガニックグロス）と、②M&Aによる成長（インオーガニックグロス）の2つです。

①既存事業の成長

以下の3つに大別されます。

- a. 既存事業の売上増
- b. 前期の期中に新規出店した店舗が、今期に通年で寄与したことによる売上増
- c. 今期の期中に新規出店した店舗が、今期の期中から寄与したことによる売上増

毎年一定程度の件数での新規出店を実施してまいります。

②M&Aによる成長

以下の3つに大別されます。

- a. 前期の期中にM&Aにより取得した店舗が、今期に通年で寄与したことによる売上増
- b. 今期の期中にM&Aにより取得した店舗が、今期の期中から寄与したことによる売上増
- c. ゲームセンター以外のM&A

新たにグループインした会社のPMI（Post Merger Integration）を適切に行い、業績の改善を目指します。また、地方都市などでオーナーの後継者不足に悩む店舗などの受け皿となり、地方のお客さまにも「楽しさ」をお届けできるように取り組んでまいります。

インオーガニックグロスとしてのM&Aは、アミューズメント事業及びその周辺領域を中心に実施します。

Q4. 株主還元の予定は？

現時点において、配当や株主優待等の株主還元は実施しておりません。その理由として、当社が現在創出しているキャッシュフローを株主の皆様は今すぐに還元するよりも、あえて事業に再投資することで将来的により株式価値を高めるような、株式資本コストを上回る魅力的な事

【ご参考】よくある質問と回答 過去回答

業投資の機会を数多く認識しているためでございます。

今後も当社は常に、株主の皆様の株式価値向上に向けた最適な資本配分の観点から、その時々で最適な資本配分を実施していくことを基本方針としております。