

# 株式会社 共和コーポレーション 2018年3月期 決算説明会資料

2018年6月12日



# I. 会社概要



社名	株式会社共和コーポレーション 英文表記：KyOwa CORPORATION CO., LTD
本社	長野県長野市若里三丁目10番28号
代表者	代表取締役社長 宮本 和彦
設立	1986年5月
資本金	693百万円
従業員数	531名 (2018年3月31日現在、アルバイトスタッフを含む)
事業内容	アミューズメント施設運営事業 アミューズメント機器販売事業 その他事業

私たちは次の「三つの楽しみ」を目指します

# “楽しみ”を 事業展開の原動力に。

Philosophy and Vision for Entertainment

## 一生懸命の 楽しみ

私たちは、  
何事にも笑顔を忘れず、ひたむきに、  
一生懸命にお客様の立場となり、  
「チャレンジ精神」であらゆる事柄に  
取り組むことを楽しみとします

## 顧客満足の 楽しみ

私たちは、  
出会うすべてのお客様が「よろこび」を得られるよう  
エンターテインメントを追求し、  
一人でも多くの方の笑顔が  
私たちの誇りとなることを楽しみとします

## 実践と行動の 楽しみ

私たちは、  
お客様の心を常に感じ、  
「感動」を与え続けていけるよう日々努力し、  
スピードと正確性をもって  
実践・行動していくことを楽しみとします。

## 信越・関東エリアを中心とした**出店とM&A**により**業容を拡大し成長**

### アミューズメント施設の出店加速

2002年	石川県の第1号店舗
2003年	長野県伊那市にゲームとバッティングの複合店第1号店
2003年	茨城県の第1号店舗
2006年	富山県の第1号店舗
2007年	山形県の第1号店舗

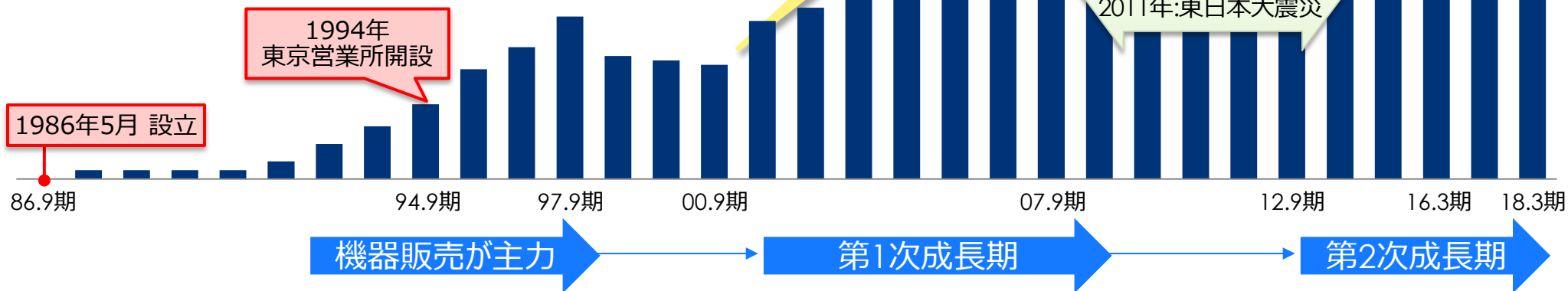
### M&Aによる規模拡大

2012年	アルピコ興業(株)よりボウリング事業を譲り受け
2015年	(株)Y A Zアミューズメントの全株式を取得し、完全子会社化(連結子会社)
2016年	(株)シティエンタテインメントの全株式を取得し、完全子会社化(連結子会社)

決算期変更のため18か月決算

2008年:リーマンショック  
2011年:東日本大震災

### 売上高の推移 (億円)



※15年3月期までは単体、16年3月期以降は連結。  
※14年3月期までは9月決算、15年3月期は3月決算。

# 事業内容

## アミューズメント施設運営およびアミューズメント機器販売が主力事業

### アミューズメント機器販売事業

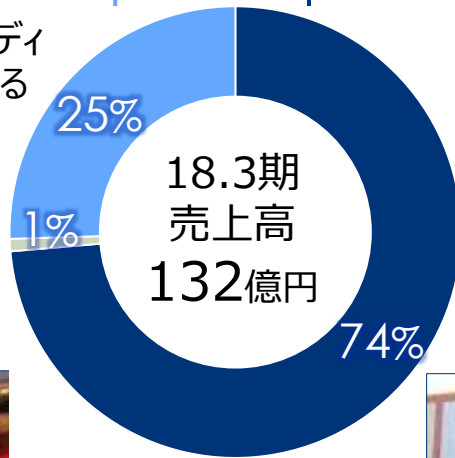
新品・中古品の  
アミューズメント機器および景品の販売

- ◆ 創業以来、アミューズメント機器のディストリビューターとして販売を手掛ける
- ◆ 独立系の利点を生かし、系列の枠を超えたメーカーと取引
- ◆ 店舗運営支援等のトータルサービスを実施



### その他事業

総合広告業 ほか



### アミューズメント施設運営事業

3ブランドのアミューズメント施設の運営

- ◆ 信越・関東エリアを核に全国に48店舗※を展開
- ◆ 3ブランド「APINA(アピナ)」・「YAZ(ヤズ)」・「GAMECITY(ゲームシティ)」
- ◆ アミューズメント、ボウリング、バッティングセンターなど複数の業態

APINA



APINA(アピナ)

YAZ



YAZ(ヤズ)

GAME CITY



GAMECITY(ゲームシティ)



▲ボウリング

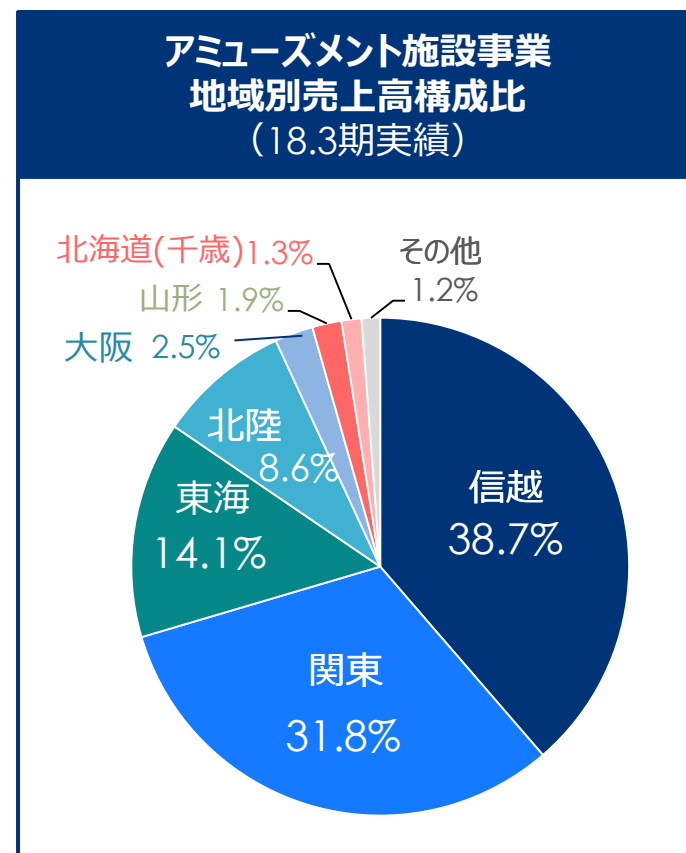
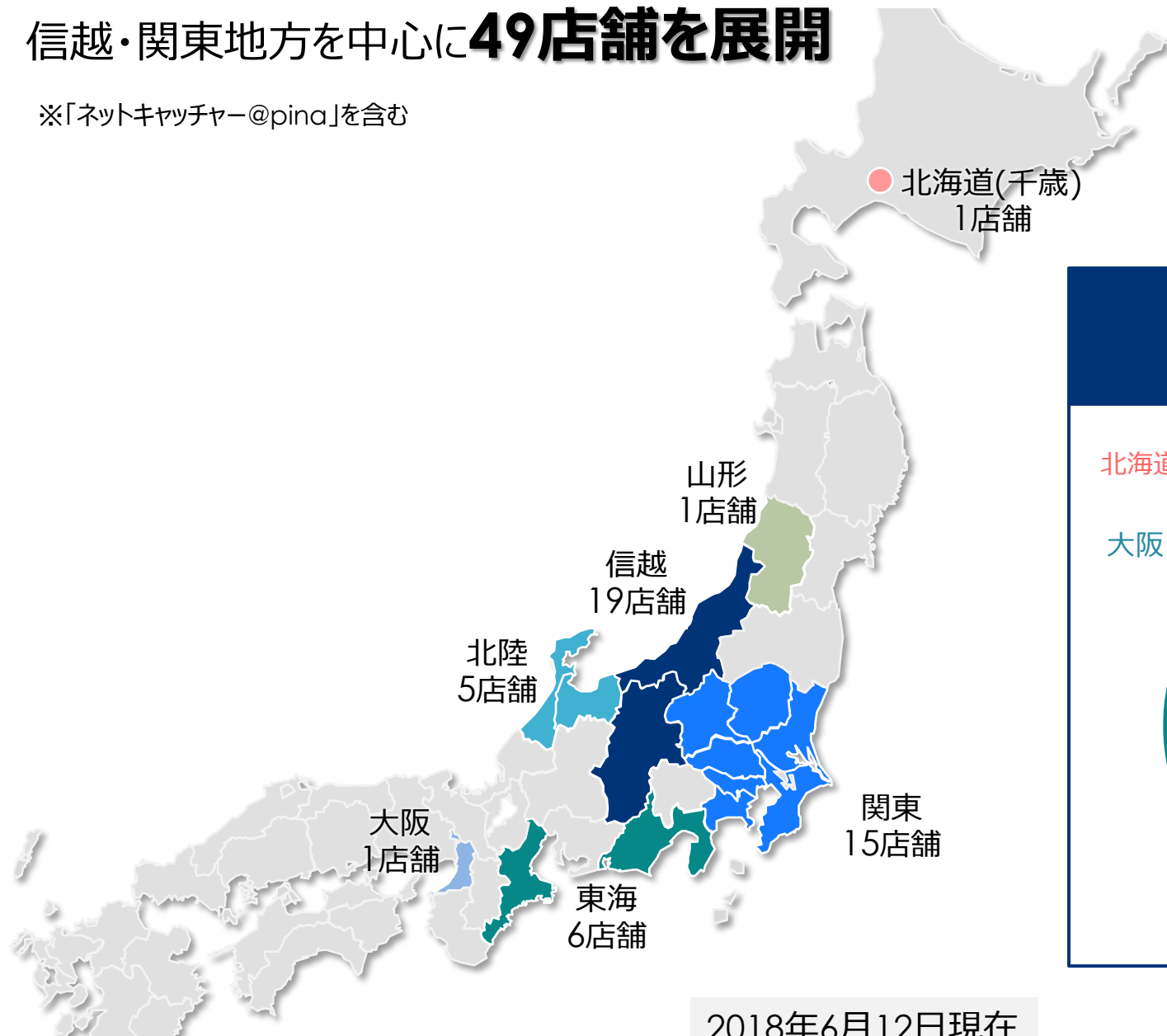


▲バッティングセンター

※2018年6月9日現在

## 信越・関東地方を中心に**49店舗**を展開

※「ネットキャッチャー@pina」を含む



2018年6月12日現在

明るい、安心、三世代 をキーワードとした店づくり

# 明るい × 安心 × 三世代



👍 コミュニケーションが楽しめる



📍 ガラス張りで入りやすい



👍 小さな子供も安心



📍 色鮮やかで明るい雰囲気



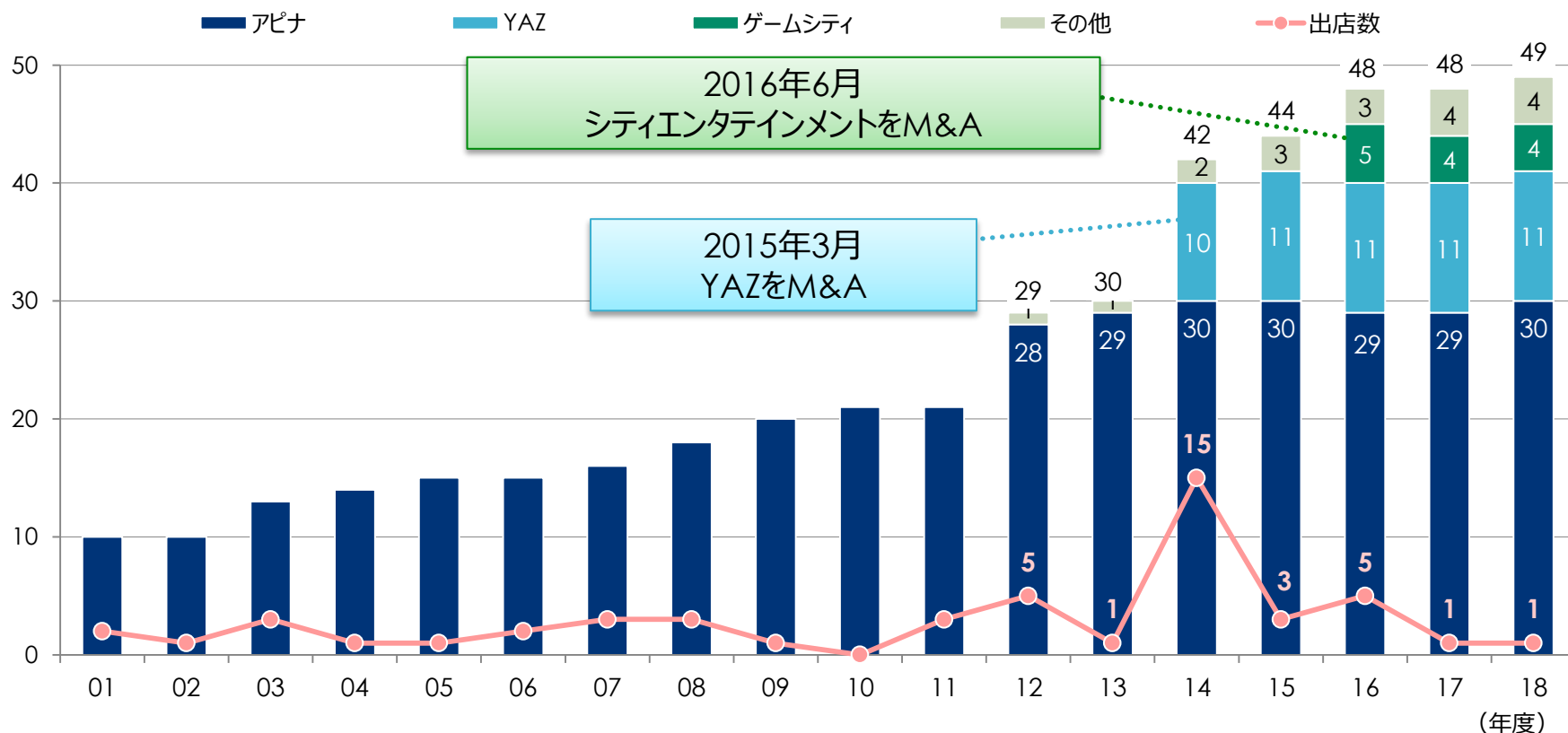
👍 幅広い顧客層



慎重な出店地の選定、M&A後の店舗再生など

## 持続的な成長を前提にした出店戦略

ブランド別店舗数・期中出店数



※14年度は決算期変更のため18ヵ月決算  
 \* 18年度は2018年6月12日現在  
 \* 「ネットキャッチャー@pina」を含む

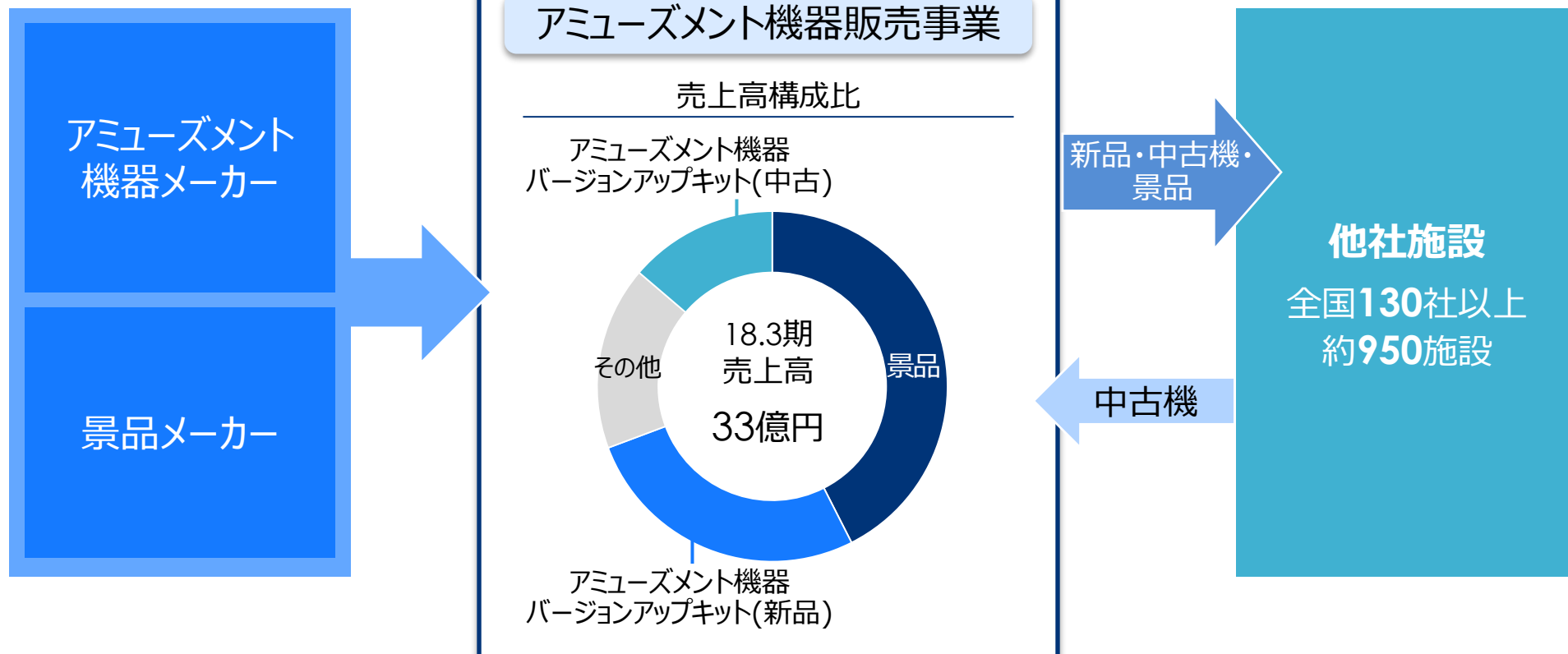
## 新品・中古品のアミューズメント機器および景品の販売

- ◆ 系列の枠を超えて多数のメーカーとの強固なパイプ、『速く・安く・多く』の調達力
- ◆ コンサルティングを含む店舗運営支援等のトータルサービスを実施

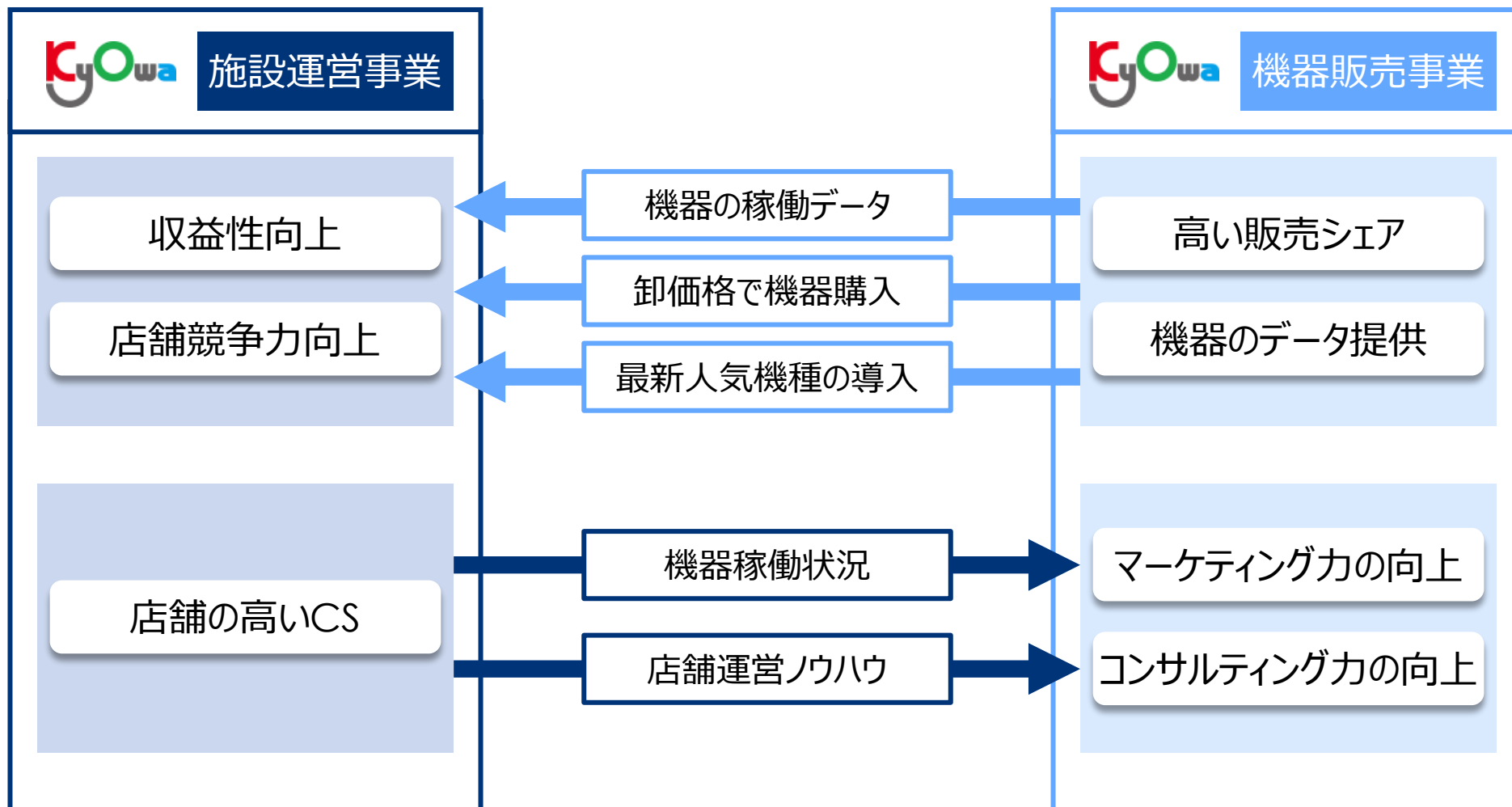
アミューズメント機器・景品

共和コーポレーション

アミューズメント施設

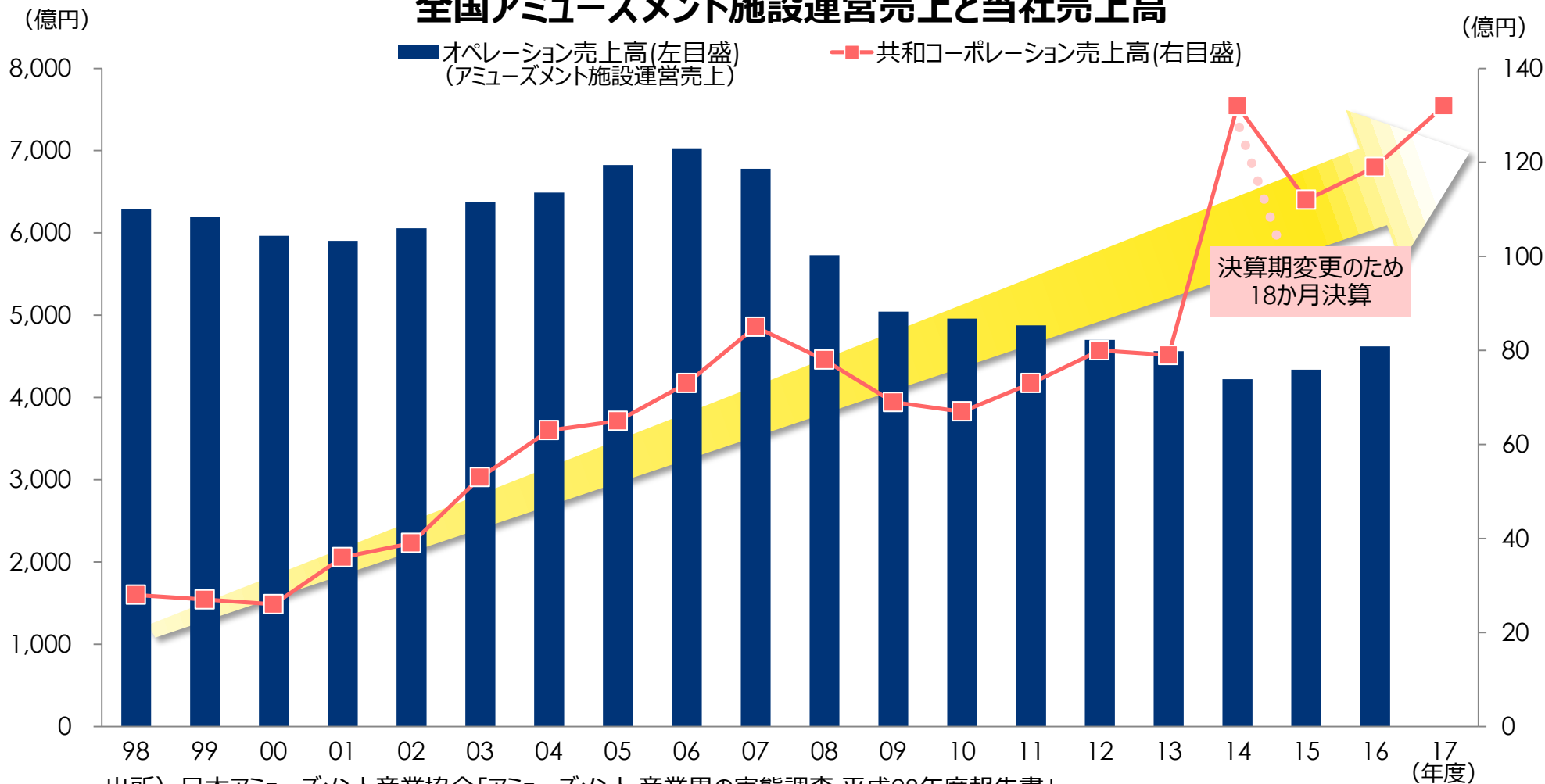


## 施設運営業界で機器販売の**営業権を有する優位性**



## 漸減する市場環境の中、当社の売上高は順調に増加

### 全国アミューズメント施設運営売上と当社売上高



決算期変更のため  
18か月決算

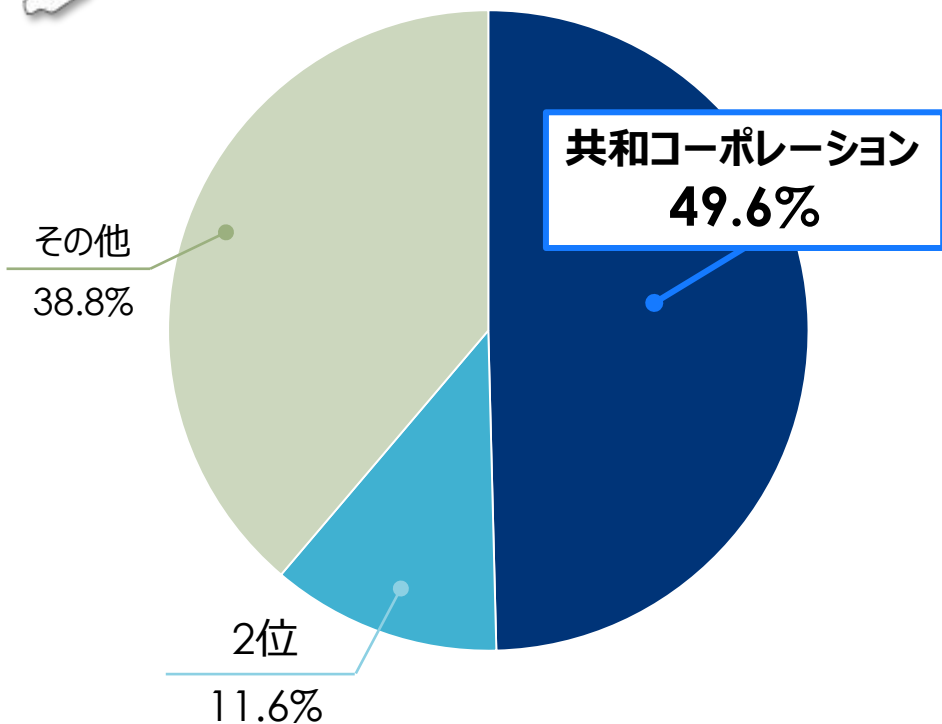
出所) 日本アミューズメント産業協会「アミューズメント 産業界の実態調査 平成28年度報告書」

## 主要展開地域ではドミナント化し、**高いシェアを獲得**



**長野県**

設置台数ベースの推定シェア

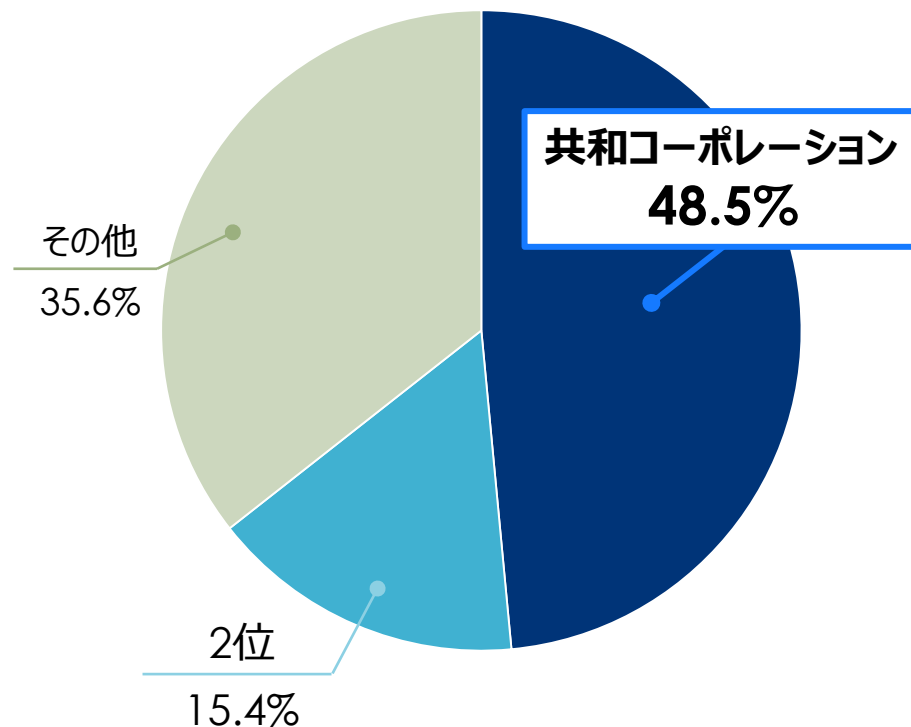


出所) AOUのデータから分析、当社調べによる推定(2017/10/31現在)



**富山市**

設置台数ベースの推定シェア



出所) AOUのデータから分析、当社調べによる推定(2017/10/31現在)

## Ⅱ. 2018年3月期 決算概要



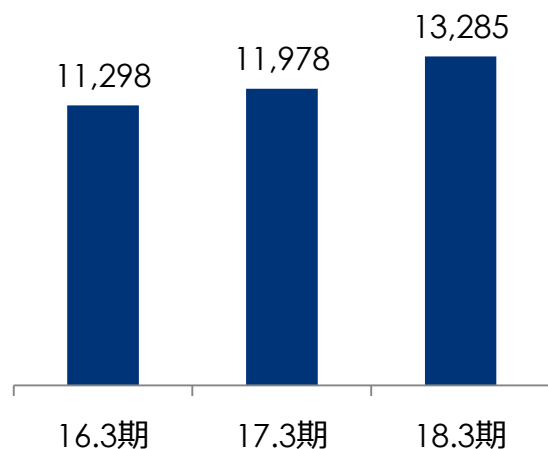
# 2018年3月期業績

- 売上高、営業利益ともに過去最高を更新
- 年少者立ち入り時間規制緩和（2016年6月）を追い風に来店促進策が奏功し大幅増収
- 店舗間の機器の配置転換を積極的に推し進め、景品ゲーム及びメダルゲームの稼働率が向上

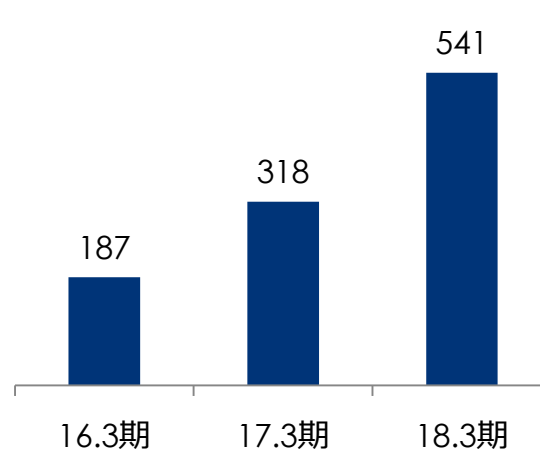
(百万円)

	2017.3期	2018.3期	前期比	
			増減額	増減率
売上高	11,978	13,285	1,306	10.9%
営業利益	318	541	222	69.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	328	322	△ 6	△1.9%
ROE (%)	16.2	11.7	△4.5P	—

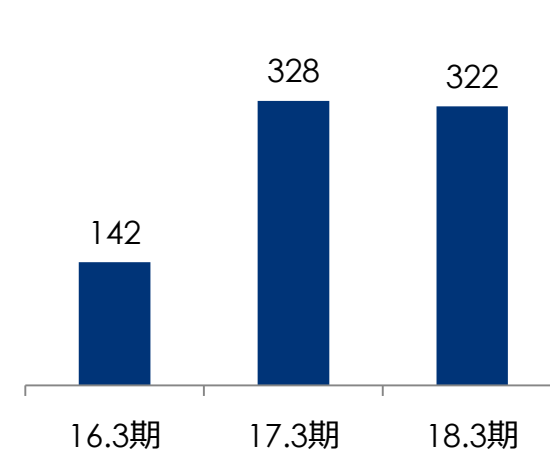
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



親会社株主に帰属する  
当期純利益 (百万円)



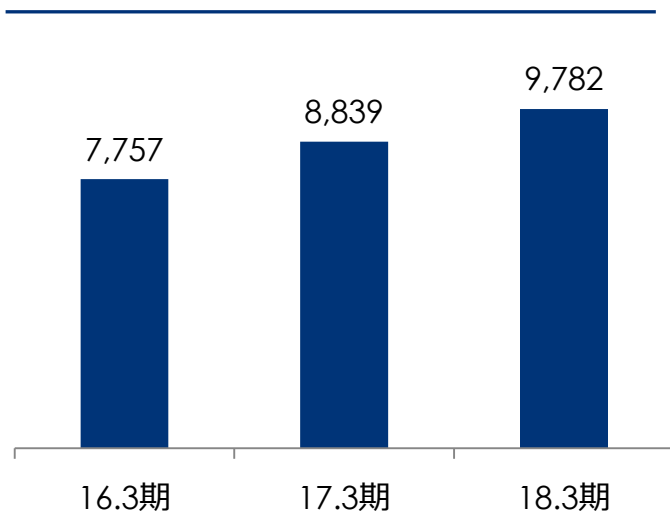
# セグメント別の状況 アミューズメント施設運営

- 各店舗の顧客ニーズに応じた来店促進策により来店客数が増加
- 来店促進策とグループ店舗間の機器の配置転換等で景品ゲーム及びメダルゲームの稼働が向上

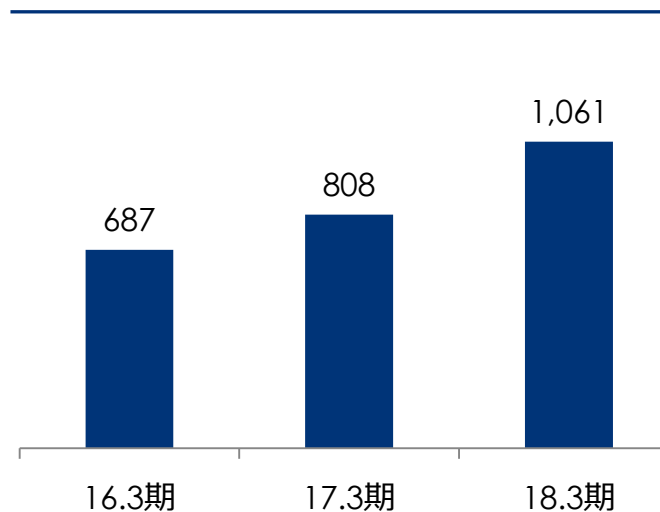
(百万円)

	2017.3期	2018.3期	前期比	
			増減額	増減率
売上高	8,839	9,782	942	10.7%
営業利益	808	1,061	252	31.3%
店舗数	48店舗	48店舗		

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)





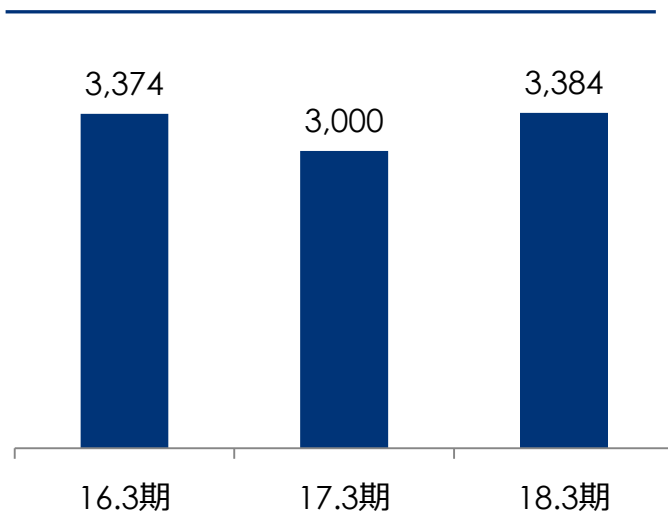
# セグメント別の状況 アミューズメント機器販売

- 得意先への継続的な販売を行うとともに、新規取引先の獲得を積極的に推進
- 中古アミューズメント機器およびアミューズメント景品の販売に注力した結果、景品ゲーム機を中心とした新製品導入や定番人気機種の販売が増加

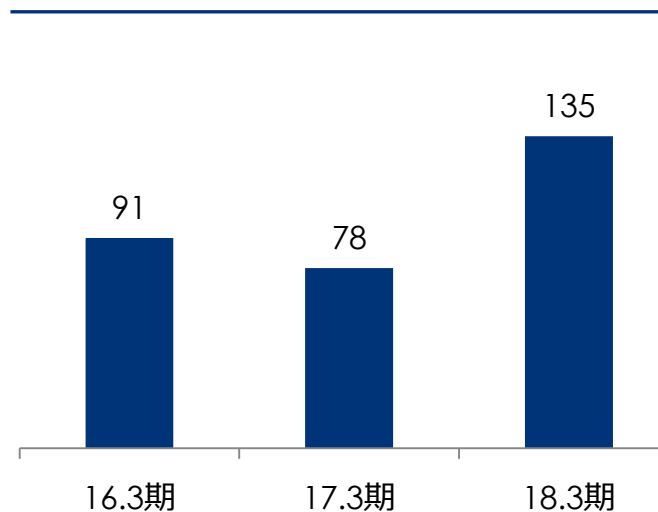
単位：百万円

	2017.3期	2018.3期	前期比	
			増減額	増減率
売上高	3,000	3,384	383	12.8%
営業利益	78	135	57	73.6%

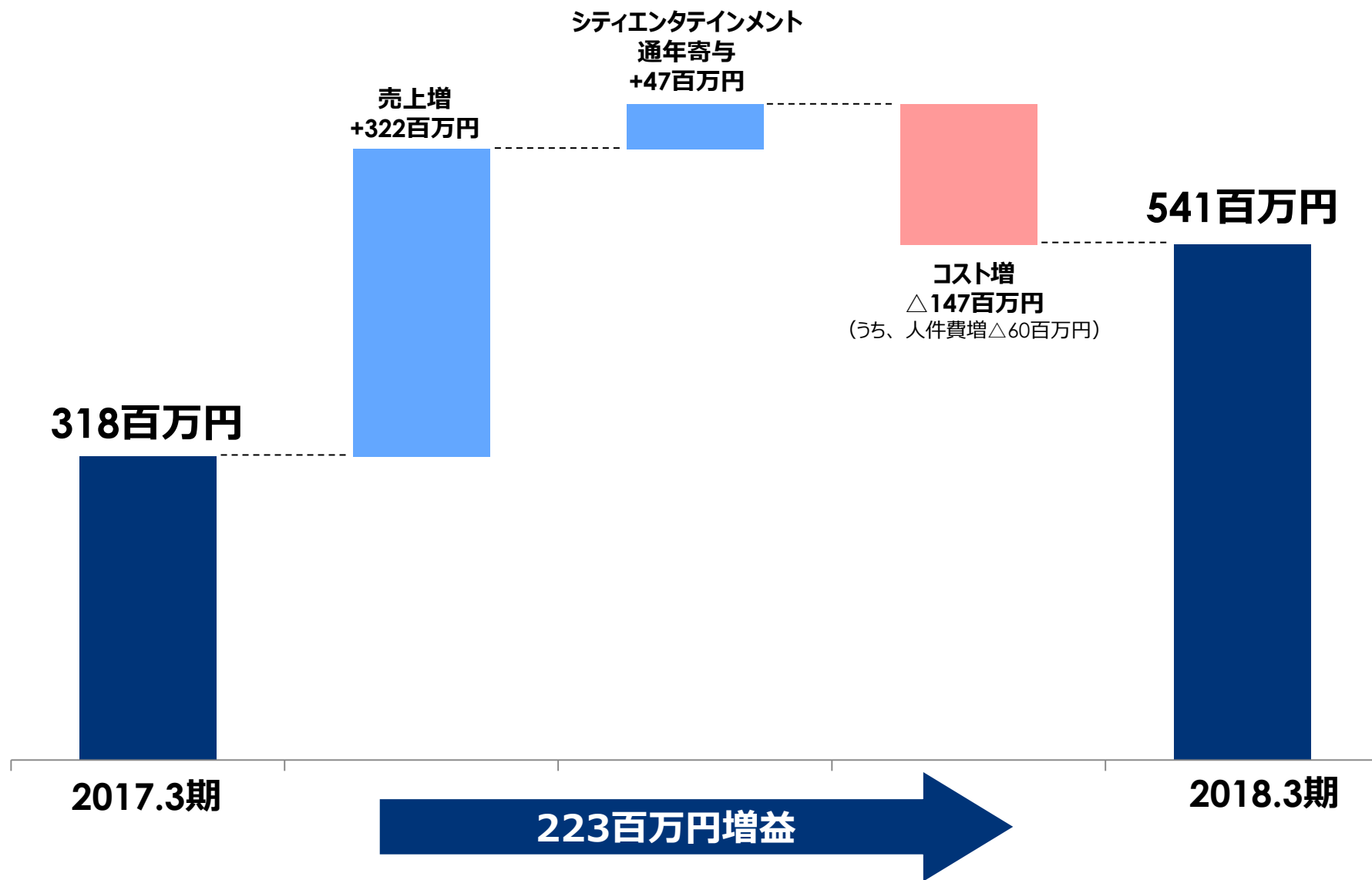
売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



# 営業利益増減要因分析



# 連結損益計算書

(百万円)

	2017.3期	2018.3期	前期比	
			増減額	増減率
<b>売上高</b>	11,978	13,285	1,306	10.9%
アミューズメント施設運営	8,839	9,782	942	10.7%
アミューズメント機器販売	3,000	3,384	383	12.8%
その他	137	118	△19	△14.1%
<b>営業利益</b>	318	541	222	69.9%
アミューズメント施設運営	808	1,061	252	31.3%
アミューズメント機器販売	78	135	57	73.6%
その他	3	9	6	165.4%
(調整)	△571	△665	△93	—
<b>経常利益</b>	326	556	229	70.1%
<b>親会社株主に帰属する当期純利益</b>	328	322	△6	△1.9%
<b>ROE (%)</b>	16.2	11.7	△4.5P	—
<b>1株当たり当期純利益 (円)</b>	138.84	135.20	△3.64	—

# 連結貸借対照表

(百万円)

	2017.3期	2018.3期	増減額	要 因
流動資産	3,160	5,096	1,935	現金預金の増加1,789百万円
固定資産	5,912	5,874	△37	
総資産	9,073	10,971	1,898	
流動負債	3,514	4,162	647	1年内償還予定社債の増加400百万円
固定負債	3,372	3,503	130	長期借入金の増加637百万円 社債の減少△400百万円
負債合計	6,887	7,665	778	
純資産合計	2,185	3,305	1,119	新株式発行805百万円
負債・純資産合計	9,073	10,971	1,898	

# 連結キャッシュ・フロー計算書

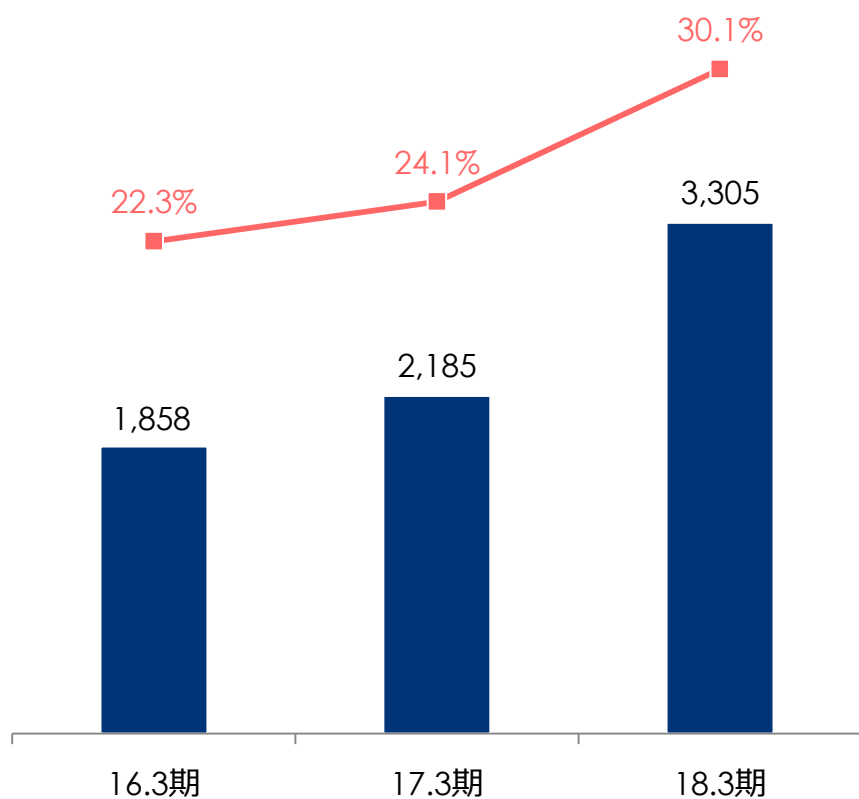
単位：百万円

	2017.3期	2018.3期	増減額	要 因
営業活動による キャッシュ・フロー	1,036	1,605	569	仕入債務の増減差額408百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,087	△1,207	△120	
財務活動による キャッシュ・フロー	196	1,382	1,185	新株式発行805百万円
現金及び現金同等物の 期末残高	1,452	3,233	1,780	

# 自己資本比率/設備投資額/減価償却費

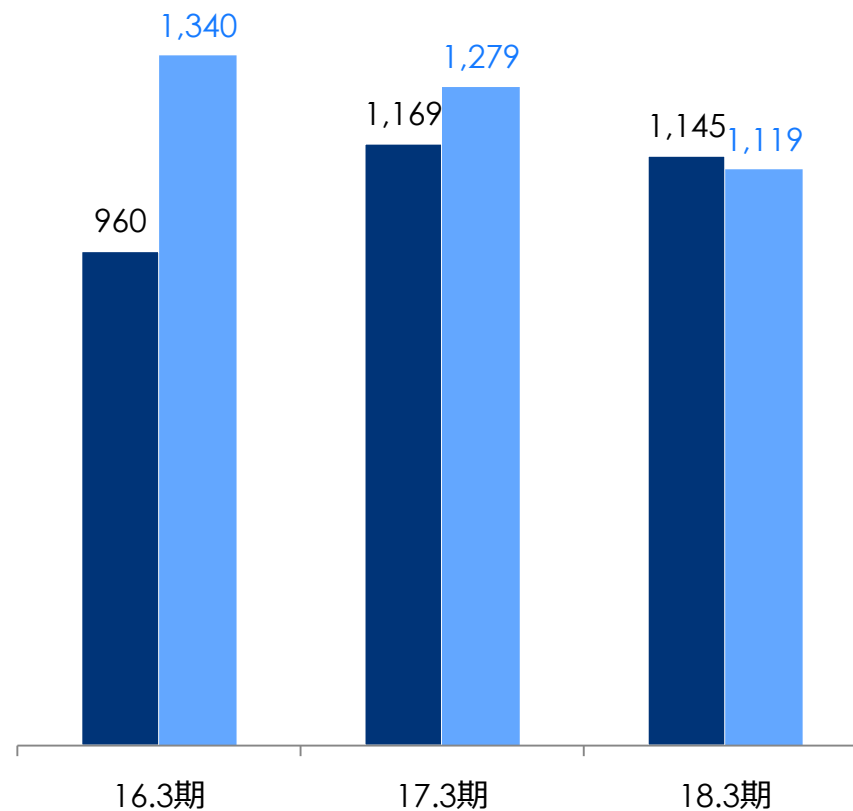
## 純資産額/自己資本比率

■ 総資産額 ■ 自己資本比率



## 減価償却費/設備投資額

■ 減価償却費 ■ 設備投資額



## Ⅱ. 2019年3月期 業績予想

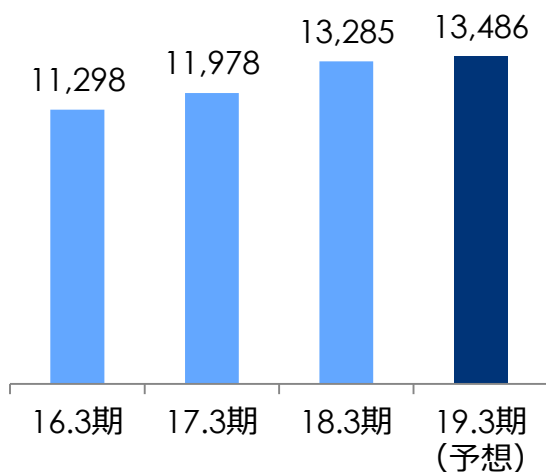


# 2019年3月期 業績予想

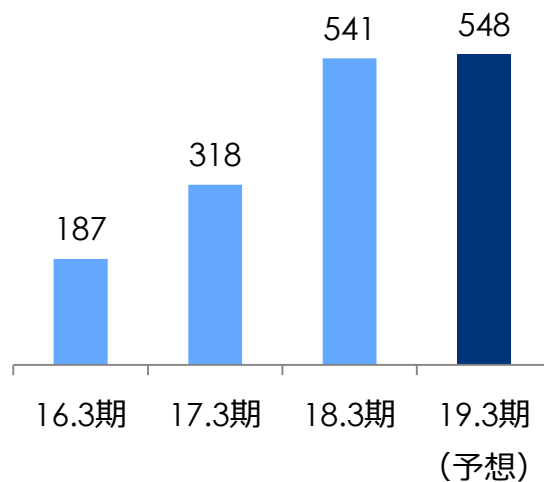
単位：百万円

	2018.3期 実績	2019.3期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	13,285	13,486	201	1.5%
営業利益	541	548	7	1.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	322	369	47	14.7%
1株当たり当期純利益（円）	135.20	126.87	△8.33	—

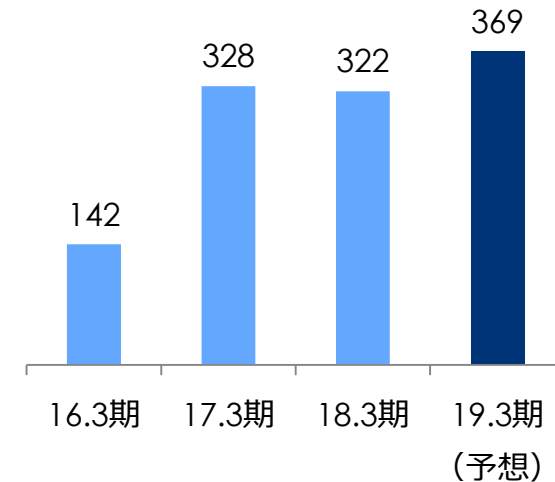
売上高（百万円）



営業利益（百万円）



親会社株主に帰属する  
当期純利益（百万円）





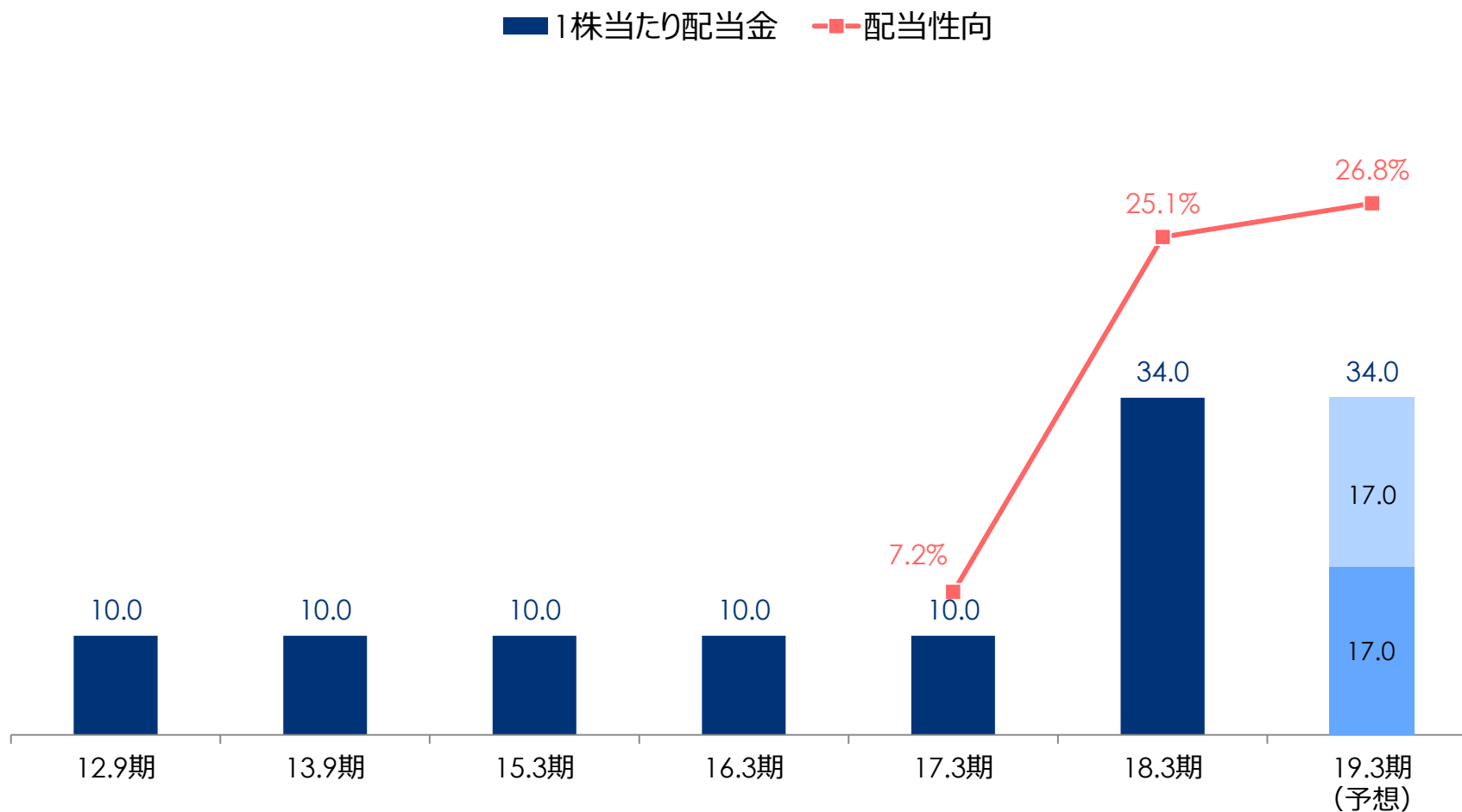
# 2019年3月期 セグメント別業績予想



(百万円)

	2018.3期 実績	2019.3期 予想	前期比	
			増減額	増減率
<b>売上高</b>	13,285	13,486	201	1.5%
アミューズメント施設運営	9,782	10,006	224	2.3%
アミューズメント機器販売	3,384	3,365	△19	△0.6%
その他	118	115	△3	△2.5%
<b>営業利益</b>	541	548	7	1.2%
アミューズメント施設運営	1,061	1,134	73	6.9%
アミューズメント機器販売	135	98	△37	△27.4%
その他	9	1	△8	△88.9%
(調整)	△665	△685	△20	3.0%

- ◆ 株主に対する利益還元を経営の重要課題として位置づけ、利益に応じた適正な配当を行うことを基本方針としております。



### Ⅲ. 成長戦略



## ロードサイドを主軸に、SCや繁華街へも**展開**

- ◆ スピーディなM & Aにより、出店を加速
- ◆ 店舗網の一層の充実と立地のバランス改善により、効率的な運営を目指す
  - ・ 主にロードサイド店を基本として展開
  - ・ ショッピングセンターをはじめとした複合施設内や駅前、繁華街ロケーションへの出店

### M&A等の実績

2012年2月	アルピコ興業(株)よりボウリング事業を譲り受け
2014年2月	ガロパ上尾店を譲り受け、APINA上尾店を出店
2014年3月	ガロパ橋本店を譲り受け、APINA橋本店を出店
2015年3月	(株)YAZアミューズメントの全株式を取得し、完全子会社化(連結子会社)
2015年7月	KISS長野店を譲り受け、YAZ長野店(現アピナ長野駅前店)を出店
2015年10月	「タイトーフステーション松本店」のフランチャイズ運営開始
2016年6月	(株)シティエンタテインメントの全株式を取得し、完全子会社化(連結子会社)
2017年7月	オンラインクレーンゲーム店舗として「@pina」開店

### 立地ポートフォリオ



## 顧客満足度の向上による差別化戦略



### サービス

#### ソフト(接客)力の強化

- 成功体験の水平展開～成功事例を他店に拡大
- アルバイト従業員を含めた教育研修の実施
- 調査会社や自社社員による覆面調査実施

#### アミューズメントとスポーツの融合

- 各種団体(野球・サッカー)のスポンサー
- プロボウラーによる実技指導やイベントの開催

### 販売促進

#### 潜在顧客の取り込み

- シルバー会員制度等による利用者層の拡大
- LINE@による情報提供の促進
- 企業向け優待券の配布

### 商品

#### オリジナルキャラクターの活用

- イメージキャラクターの展開
- オリジナル景品・商品の製作

## オリジナルキャラクター “アピにゃん”の活用



長野県  
ご当地キャラ  
総選挙2016  
**4位!**

LINEスタンプに登場



店舗でお出迎え



キャンペーンキャラクターとして活躍



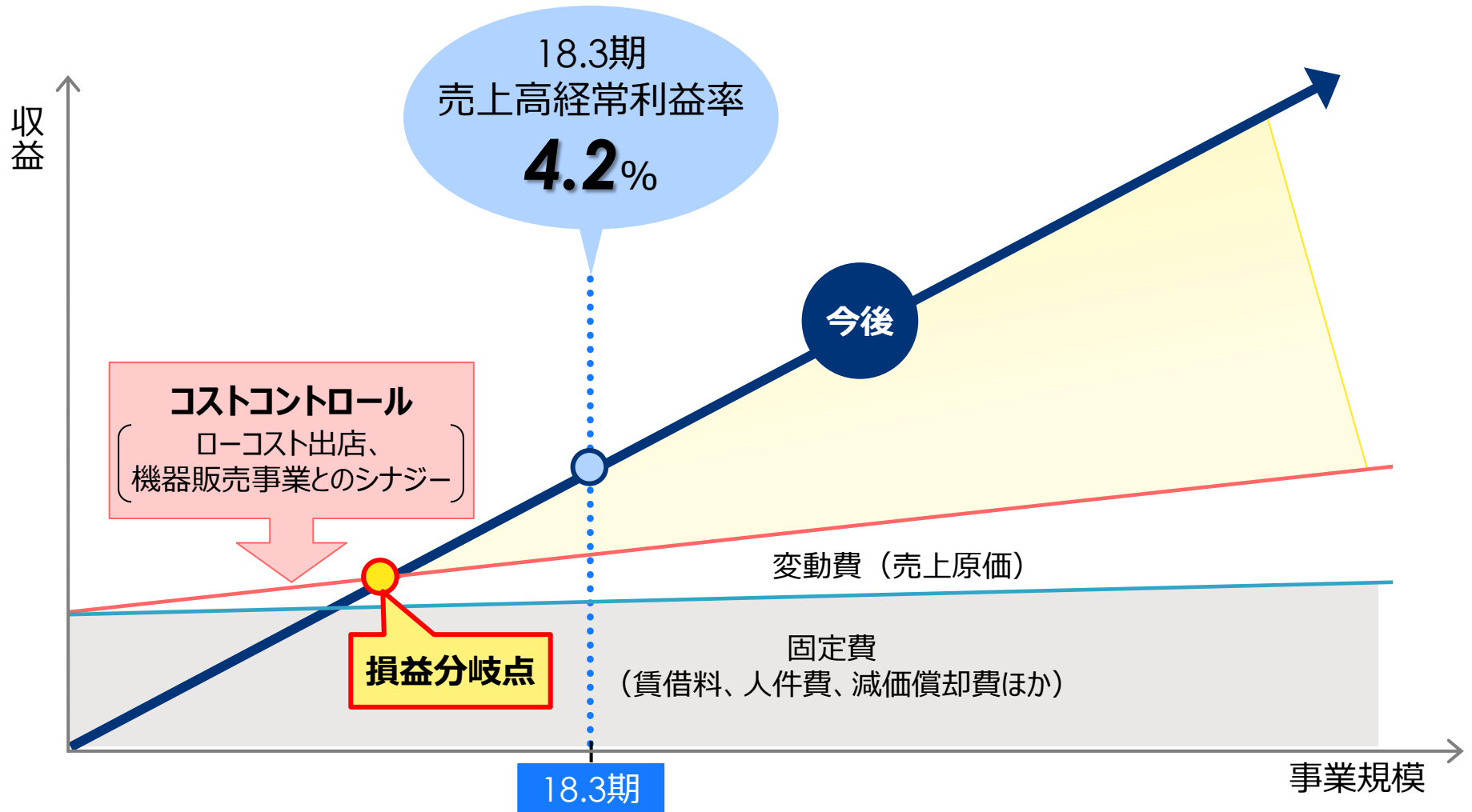
自社店舗限定のオリジナル景品



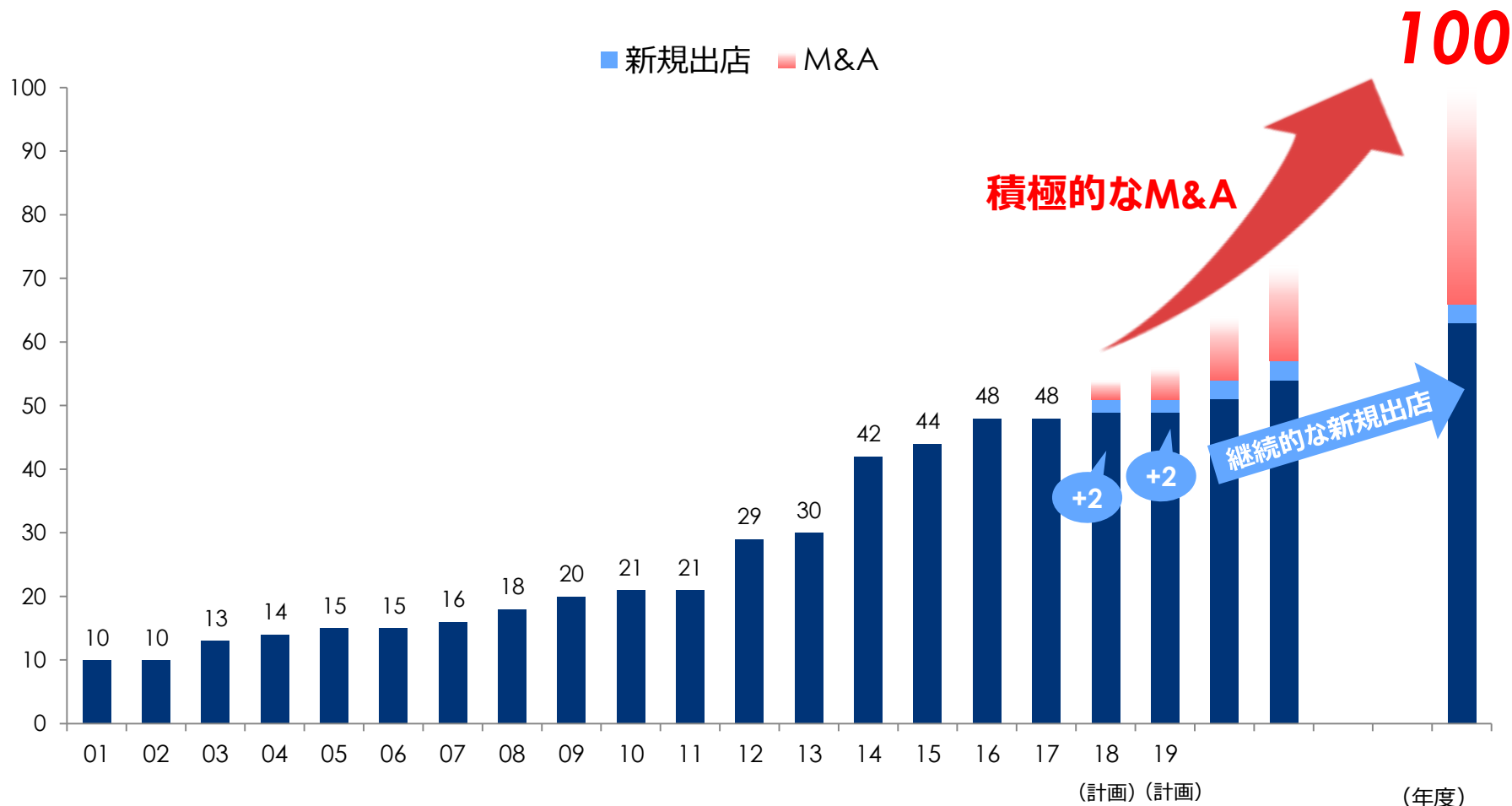
# 成長戦略 ④ 経営基盤の強化

店舗網の拡大により、ローコスト出店をはじめとする

コスト抑制効果が**利益水準を押し上げる**



継続的な新規出店に加えM&Aを積極化させ、**早期に100店舗体制へ**



※14年度は決算期変更のため18ヵ月決算  
\*「ネットキャッチャー@pina」を含む



## IV. 参考資料



明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり



アピナ長岡店

地域最大級の店舗



アピナ新千歳空港店

案件開発、ソーシング力により、業界でも珍しい 空港内出店



アピナ長野川中島店

長野市の主要ロードサイドに出店  
インストラクションなどの工夫で遊戯回数、CSアップ！



明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり



品揃え充実！みんなで楽しめるメダルコーナー

明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり



YAZ寝屋川店



YAZワールド四日市店



シートピアYAZ大須賀店

大阪、中京圏のベッドタウンの店舗をM&Aにより取得



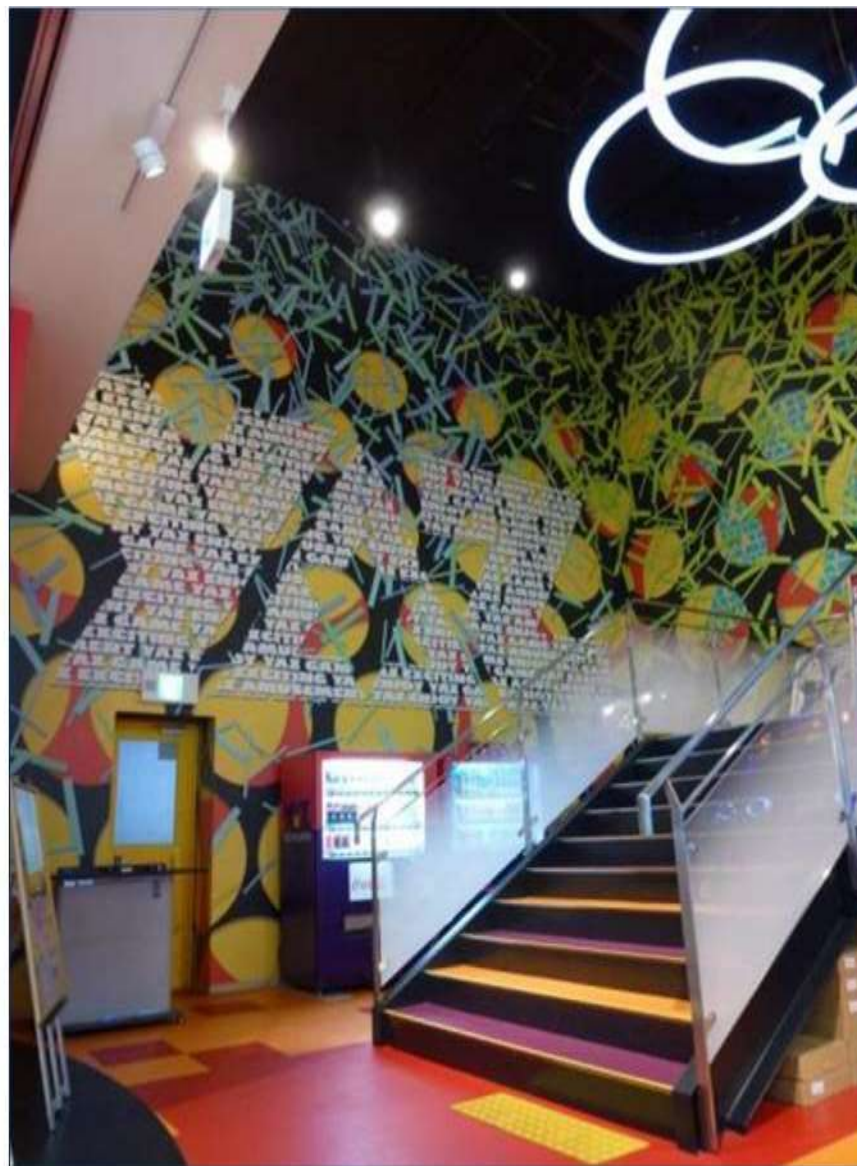
YAZ川崎店



YAZワールド八王子みなみ野店

首都圏では、人口増加地域が主要ターゲット

明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり



明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり



ゲームシティプラス川越店

M&A後に景品ジャンルの改善を推進し、ファミリーを中心に集客を伸ばしている。  
ゲームシティブランドでは最大規模の旗艦店。



ゲームシティ川口店

M&A後に景品ゲームジャンル売上を大きく伸ばしている。



ゲームシティ板橋店

メダル、テレビゲーム中心のラインナップ。  
学生・社会人を中心に利用されている。



ゲームシティ国分寺南店

M&A後に入口ガラス部の見通しを改善し、景品ゲームを導入。  
ファミリー・女性客の来店が増加している。

明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり



景品コーナー・キッズコーナーの強化

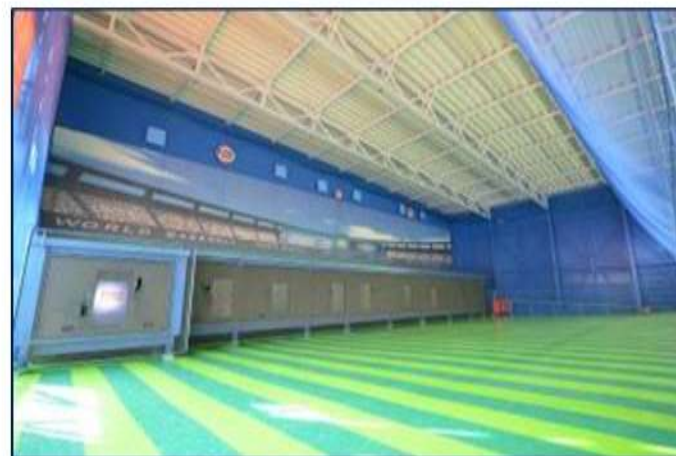


メダル・テレビゲームは従来の強みである、コアユーザーの過ごしやすさを継続

# バッティングセンター

明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり

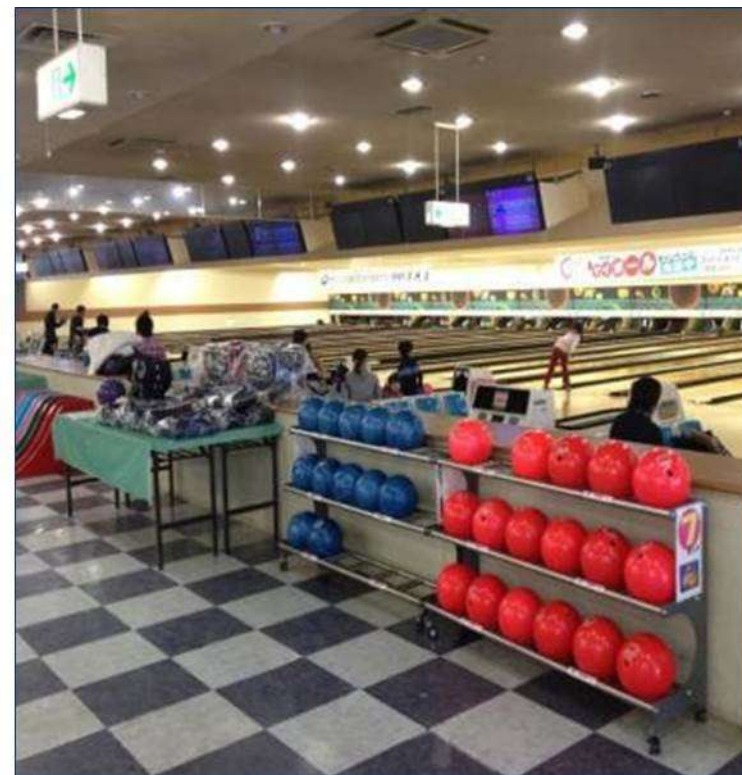
**△PINA△** 店内/バッティング





明るい、安心、三世代をキーワードとした店づくり

**△PINA△** 店内/ボウリング



清潔な店内、ボウリングゲームを盛り上げる演出、高いコストパフォーマンスを実現し家族連れからビジネス需要までのプランを用意