

 **第一興商**

2026年3月期

決算説明会資料

2026年5月21日



目次

01	決算概要	P3
02	2027年3月期の見通し	P14
03	事業概要及び成長戦略	P22



01 決算概要

02 2027年3月期の見通し

03 事業概要及び成長戦略

2026年3月期 決算サマリー

新フラッグシップ「LIVE DAM WAO!」効果が主要事業に波及し売上高は過去最高
販管費の増加等により営業利益は概ね前年並み

- 新商品(LIVE DAM WAO!)の発売効果やカラオケ店舗の好調などにより、**売上高は前期比6.5%増(過去最高)**
- 販管費増加(新商品関連プロモーション費用、人件費、本社移転費用等)により、営業利益は概ね前年並み
- 売上・利益の各項目において概ね業績予想通りの着地

業務用カラオケ事業: DAM稼働台数は安定的に推移し、前期末比微増

カラオケ・飲食店舗事業: 既存店前年比 (カラオケルーム)+4%、(飲食)+2%

パーキング事業: 期末施設数 4,400施設 51,000車室 と堅調に増加

- 当期純利益は前期にあった繰延税金資産の積み増しが剥落した影響により、前期比12.6%減
- 2026年2月に本社移転を実施し、旧本社などの不動産を売却

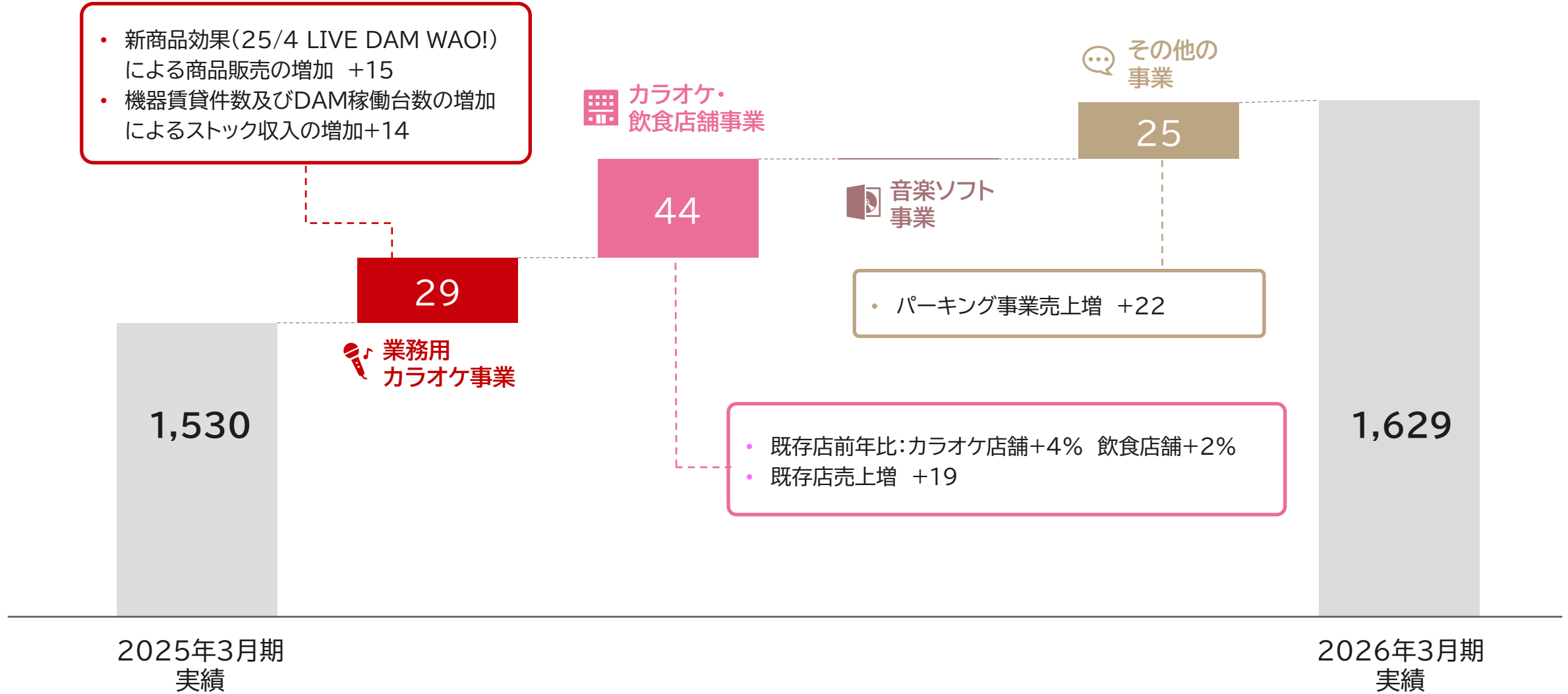
業績ハイライト

売上・利益の各項目において概ね業績予想通りの着地
前期にあった法人税の調整が剥落したことで当期純利益は22億円の減益

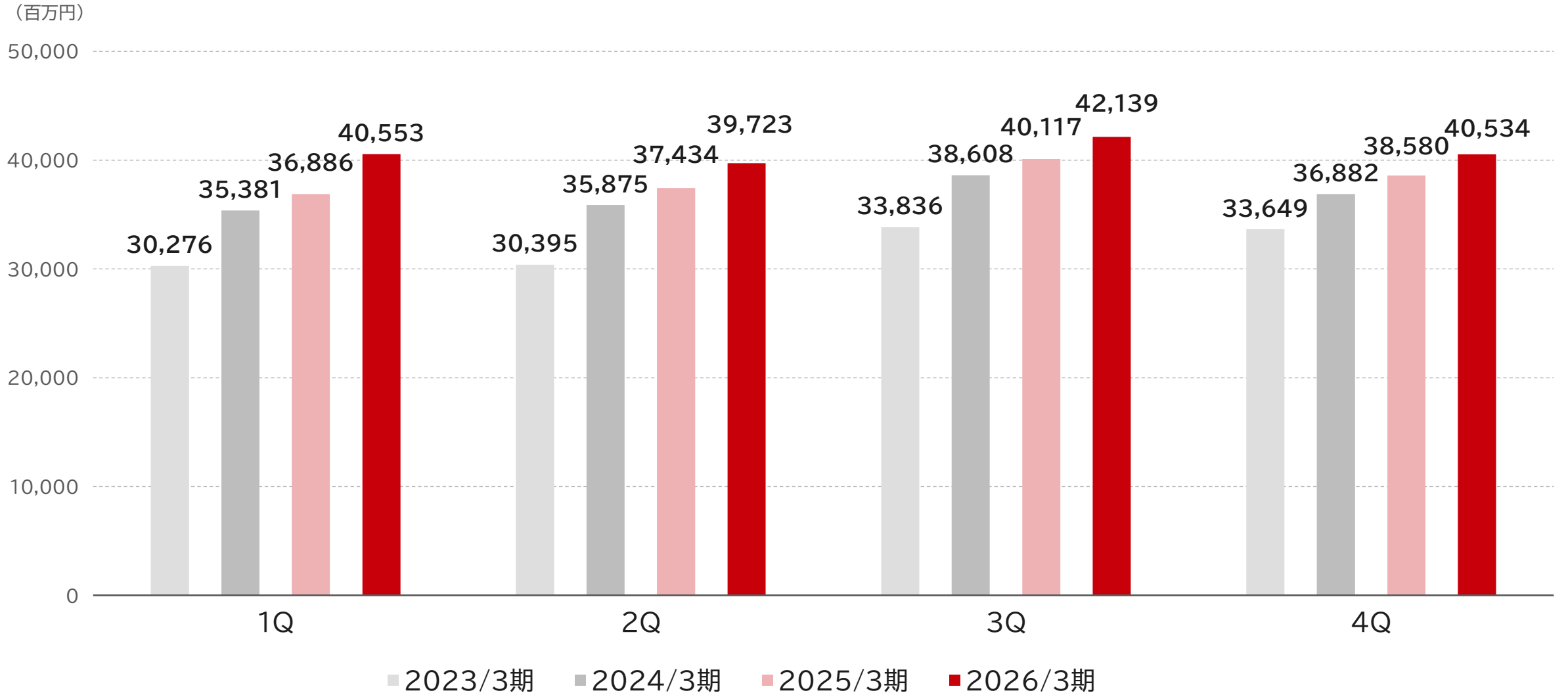
(単位:百万円)	2025年/3月期		2026年/3月期		
	実績	実績	業績予想	前期比 (%)	予想比 (%)
売上高	153,020	162,950	162,700	6.5	0.2
売上総利益	53,757	56,179	56,100	4.5	0.1
販売費及び一般管理費	35,811	38,261	38,100	6.8	0.4
営業利益	17,945	17,917	18,000	△0.2	△0.5
経常利益	18,396	18,265	18,800	△0.7	△2.8
親会社株主に帰属する 当期純利益	18,178	15,889	15,400	△12.6	3.2

売上高増減要因分析

(億円)

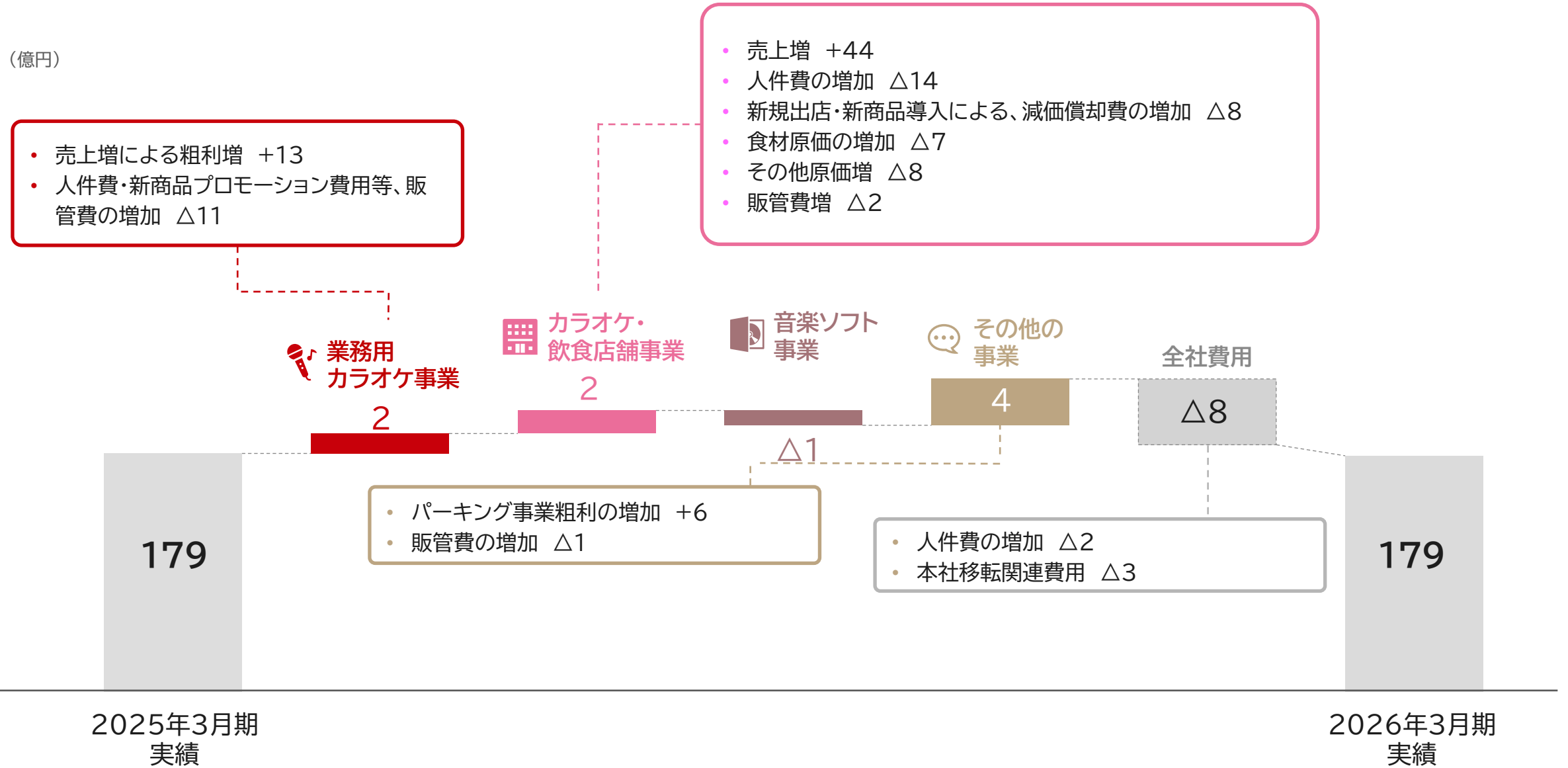


四半期別売上高推移



営業利益増減要因分析

(億円)



事業環境(業務用カラオケ)

 事業環境

- 成長市場であるエルダー市場を中心として緩やかに改善が進み、当期末のDAM稼働台数は、前期末比微増
- 新商品LIVE DAM WAO!(2025/4発売)の効果により、卸売を中心とした販売が増加
- 新商品に係るプロモーションを通じて、カラオケ利用者のすそ野の拡大を図る
- これまでの「量」を追う営業方針(商品出荷数・稼働台数等)から、DAM1台あたりの収益性向上を重視する方針へ転換



LIVEDAM WAO!

事業セグメント別のKPI



事業環境(カラオケ・飲食店舗事業)

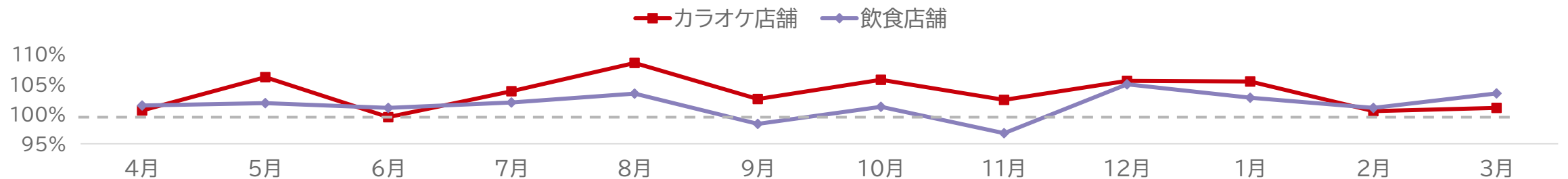
事業環境

- 4月発売のLIVE DAM WAO!をビッグエコー等の自社店舗に積極的に導入
- 前期に実施したりニューアルや新商品導入効果などにより、やや想定を上回る
堅調な集客状況→既存店売上高はカラオケ店舗+4%、飲食店舗+2%
- 飲食店舗の新ブランド「蒸しと酒 みちる」や「炭火イタリアン ROBACE」

	出店	閉店	期末店舗数
カラオケ	10	8	521※
飲食	20	12	167

2026年3月期 カラオケ・飲食店舗の既存店売上高推移(前年比)

※カラオケ店舗の期末店舗数には、M&Aにより取得した16店舗を含む



	2026/3期実績(既存店前年比)											
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
カラオケ店舗	101%	106%	99%	104%	109%	102%	106%	102%	106%	105%	100%	101%
飲食店舗	101%	102%	101%	102%	103%	98%	101%	97%	105%	103%	101%	103%

連結貸借対照表

本社移転に伴う所有不動産の売却等に伴い、現預金が増加

(単位:百万円)	2025年3月期		2026年3月期	
	実績	実績	前期比(%)	コメント
流動資産	67,543	77,209	14.3%	現預金の増加
固定資産	141,773	143,235	1.0%	各事業資産の増加、売却による土地等の減少、子会社取得によるのれんの増加
資産合計	209,316	220,445	5.3%	
流動負債	35,990	27,351	△24.0%	短期借入金(一年内返済予定長期借入金)の減少
固定負債	55,463	67,744	22.1%	長期借入金の増加
負債合計	91,454	95,096	4.0%	
株主資本	114,481	122,263	6.8%	
その他包括利益累計額	1,851	1,376	△25.7%	
純資産合計	117,862	125,349	6.4%	
負債・純資産合計	209,316	220,445	5.3%	

連結キャッシュ・フロー計算書

前期・当期ともに不動産売却あり 財務活動による支出が減少したことで現預金が増加
EBITDAが改善したことなどからフリー・キャッシュ・フローが改善

(単位:百万円)	2025年3月期	2026年3月期	前期比
	実績	実績	
営業活動によるキャッシュ・フロー	24,656	25,096	439
投資活動によるキャッシュ・フロー	△11,445	△11,041	404
財務活動によるキャッシュ・フロー	△20,901	△7,196	13,705
現金及び現金同等物の期首残高	49,306	41,584	△7,721
現金及び現金同等物の期末残高	41,584	48,475	6,891
フリー・キャッシュ・フロー	13,210	14,055	844

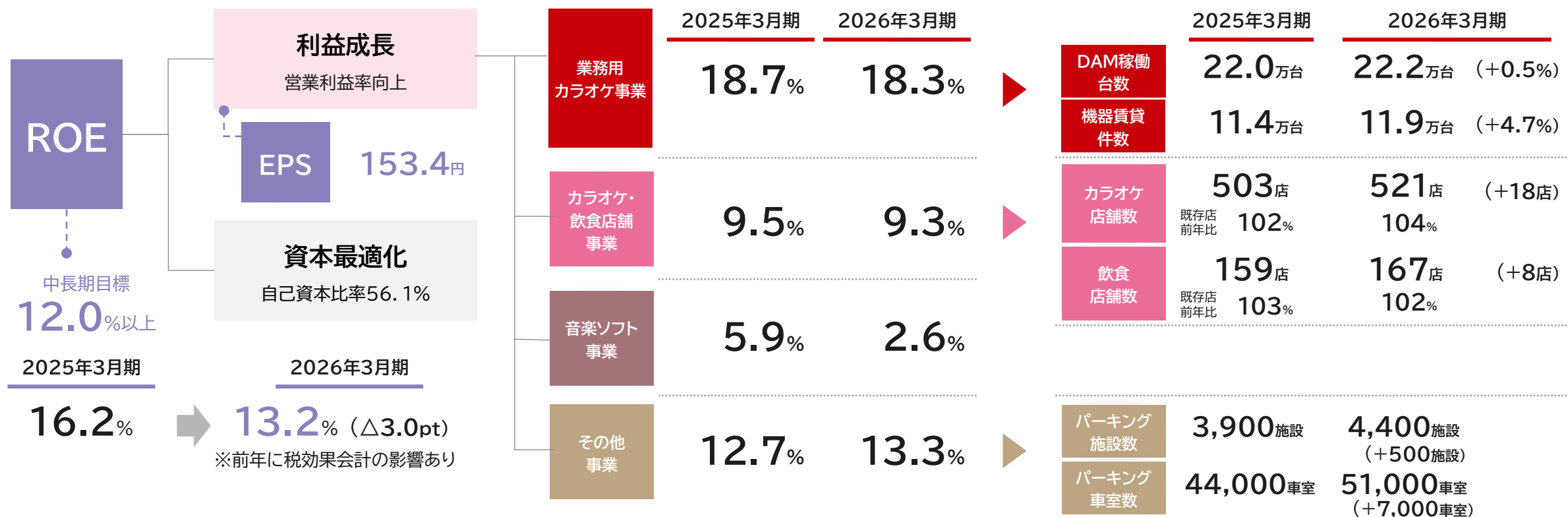
連結経営指標

業務用カラオケ事業及びカラオケ・飲食店舗事業においては新商品発売に係る費用や人件費の増加等により利益率が減少した一方で、パーキング事業が伸長

会社全体で重要視する経営指標

事業セグメント別の営業利益率

事業セグメント別のKPI



01 決算概要



02 2027年3月期の見通し

03 事業概要及び成長戦略

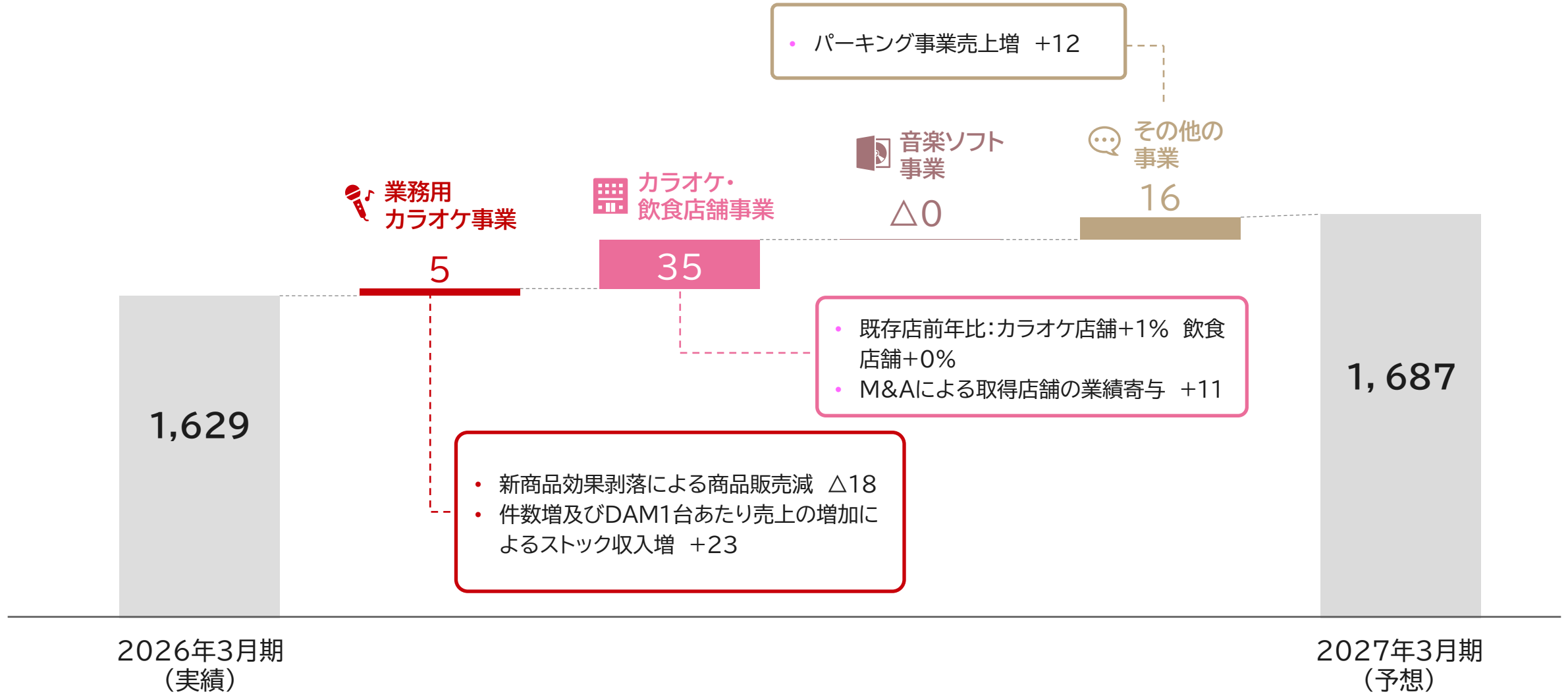
2027年3月期業績予想

新商品効果による商品販売売上が剥落するなか、各主要事業において増収・増益を見込む
 当期純利益は固定資産売却益等の特別利益が剥落し、減益見込み

(単位:百万円)	2026年3月期		2027年3月期	
	実績	予想	前期比(%)	前期比(額)
売上高	162,950	168,700	3.5%	5,749
営業利益	17,917	18,500	3.3%	582
営業利益率(%)	11.0%	11.0%	—	—
経常利益	18,265	18,900	3.5%	634
親会社株主に帰属する 当期純利益	15,889	12,200	△23.2%	△3,689

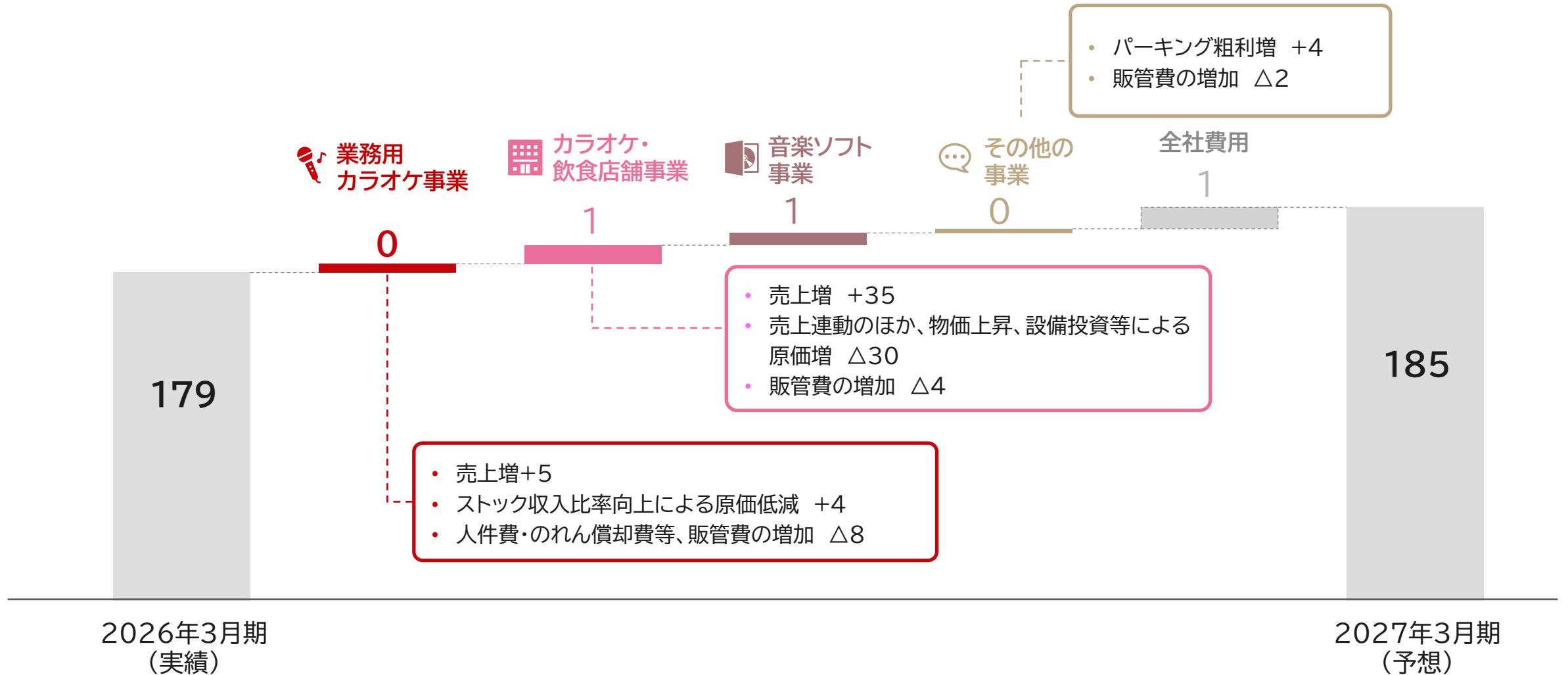
売上高予想 増減要因分析

(億円)



営業利益予想 増減要因分析

(億円)



2027年3月期 セグメント別業績予想



業務用カラオケ事業

- ナイト市場
- エルダー市場
- カラオケボックス市場

セグメント別売上高

65,800百万円 +0.8%

セグメント別営業利益

12,000百万円 +0.6%



音楽ソフト事業

セグメント別売上高

5,400百万円 Δ1.1%

セグメント別営業利益

250百万円 +78.1%



カラオケ・飲食店舗事業

セグメント別売上高

74,600百万円 +5.1%

セグメント別営業利益

6,800百万円 +2.5%



その他の事業

- パーキング事業
- 不動産賃貸事業
- BGM放送事業など

セグメント別売上高

22,900百万円 +8.0%

セグメント別営業利益

2,850百万円 +1.3%



2027年3月期 セグメント別実施施策



業務用カラオケ事業

共通

- LIVE DAM WAO!の機能・コンテンツの訴求により、DAM1台あたりの収益向上・カラオケ利用者のすそ野の拡大・歌唱回数の向上を図る
- 安定的収益基盤の構築

エルダー市場

- エルダー市場専用機「FREE DAM LIFE」の拡販と新機能の訴求で、健康寿命の延伸、介護施設職員の業務負担軽減に貢献
- 成長市場として、稼働台数の増加を図る

ナイト市場

- 中心地において、さらなるシェア向上を図る
- 旧機種からの入替えを推進

カラオケボックス市場

- LIVE DAM WAO!の拡販
- 旧機種からの入替えを推進

その他の市場

- スーパーマーケットなど異業種との協業により、「新たな歌う場」の創出



カラオケ・飲食店舗事業

共通

- 一等地戦略をさらに推進、人口集積地への出店により収益力強化を図る

カラオケ店舗

- メーカー直営店として、設備とサービスの両面を充実させ、顧客満足度向上を図る
- アーティストやアニメ等とのコラボレーション企画によるライト層の集客を図る

飲食店舗

- 顧客のニーズを捉えた新たなブランドの開発に注力
- 主力業態である個室ダイニングのほか、カラオケやダーツなどのアミューズメントを含めた幅広い客層の開拓



その他の事業

- パーキング事業
- 不動産賃貸事業
- BGM放送事業など

パーキング事業

- M&Aを含む新規施設開拓を進め、さらなる事業規模の成長
- 不採算施設の改善・整理を通じて収益力向上を図る

全社

- 3か所に分散していた本社を1か所へ集約したことにより、部門間のコミュニケーションをより活性化し、生産性の向上と新たなイノベーションの創出を図る



音楽ソフト事業

重点施策

- 新人アーティストの発掘とヒット曲の創出に努めるとともに、音楽出版事業にも注力することにより、堅実な収益モデルの構築

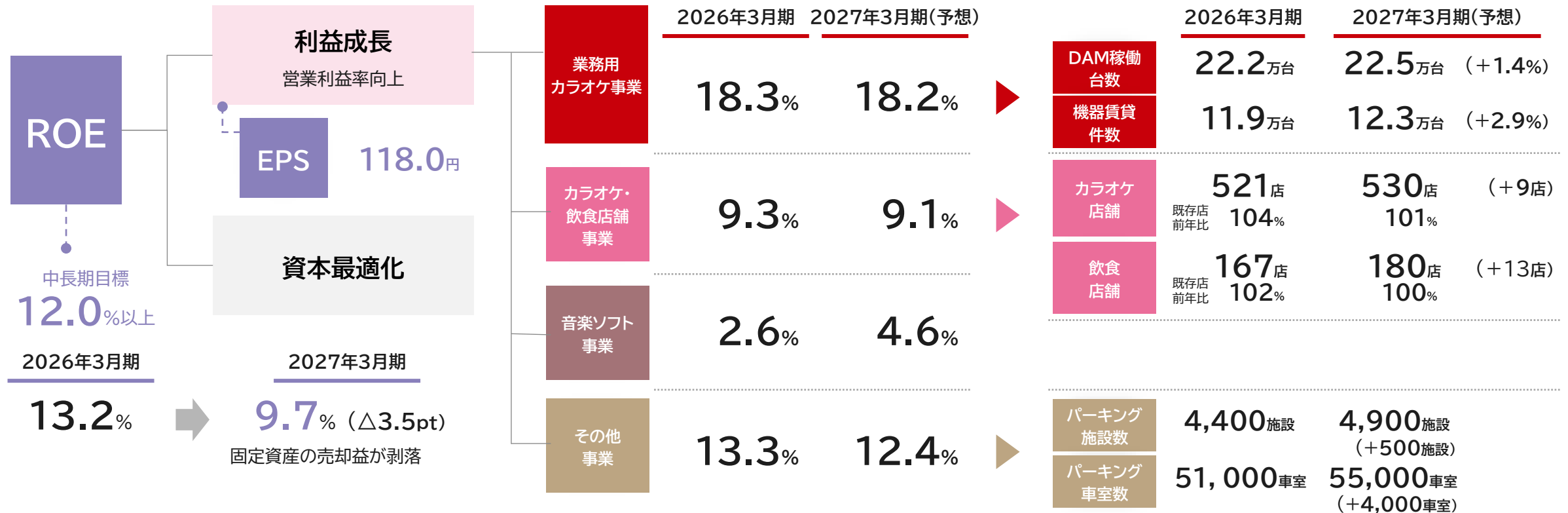
2027年3月期 連結経営指標計画

各事業において事業基盤の拡大が進展する一方、投資先行による若干の営業利益率低下を見込む

会社全体で重要視する経営指標

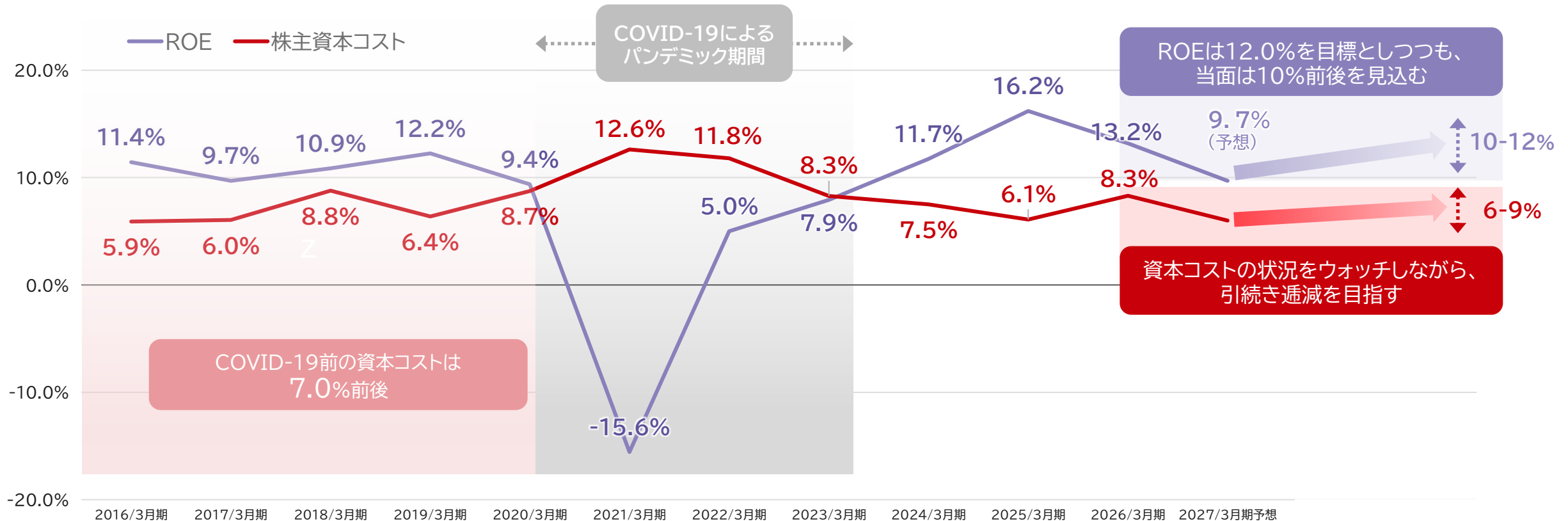
事業セグメント別の営業利益率

事業セグメント別のKPI



企業価値向上に向けた現状分析(ROE・資本コスト)

ROEの中長期目標12.0%に対し、当面は10%前後の推移を見込む
資本効率と事業の安定的成長の両立に努める



01 決算概要

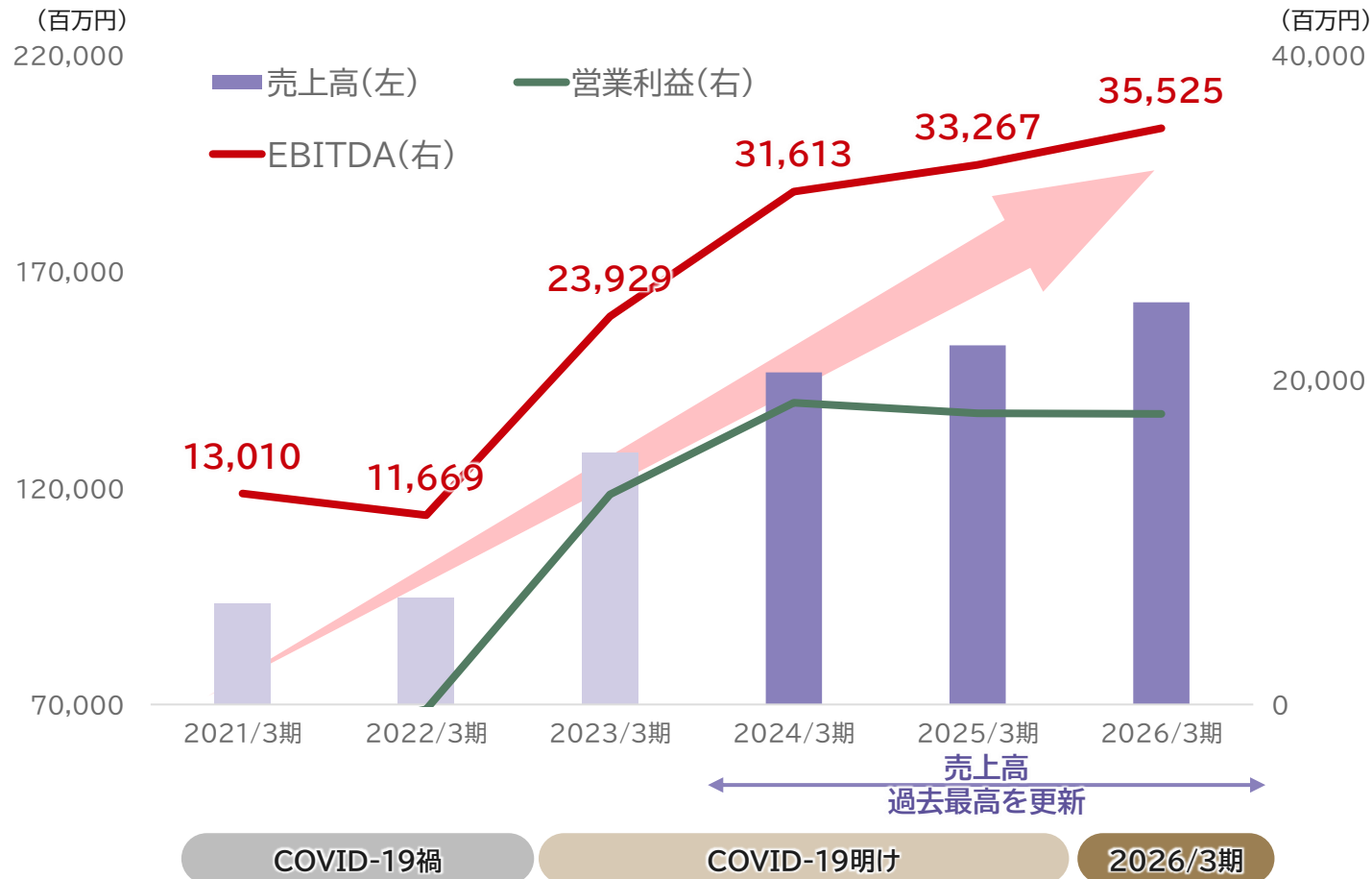
02 2027年3月期の見通し



03 事業概要及び成長戦略

COVID-19からの回復と現在のステージ

COVID-19の影響がなくなった2023年以降
本業の回復に加え積極的な投資を実施、EBITDAは堅調に推移



COVID-19禍

店舗休業、DAM稼働台数が減少
投資を抑えることで利益を確保

COVID-19明け

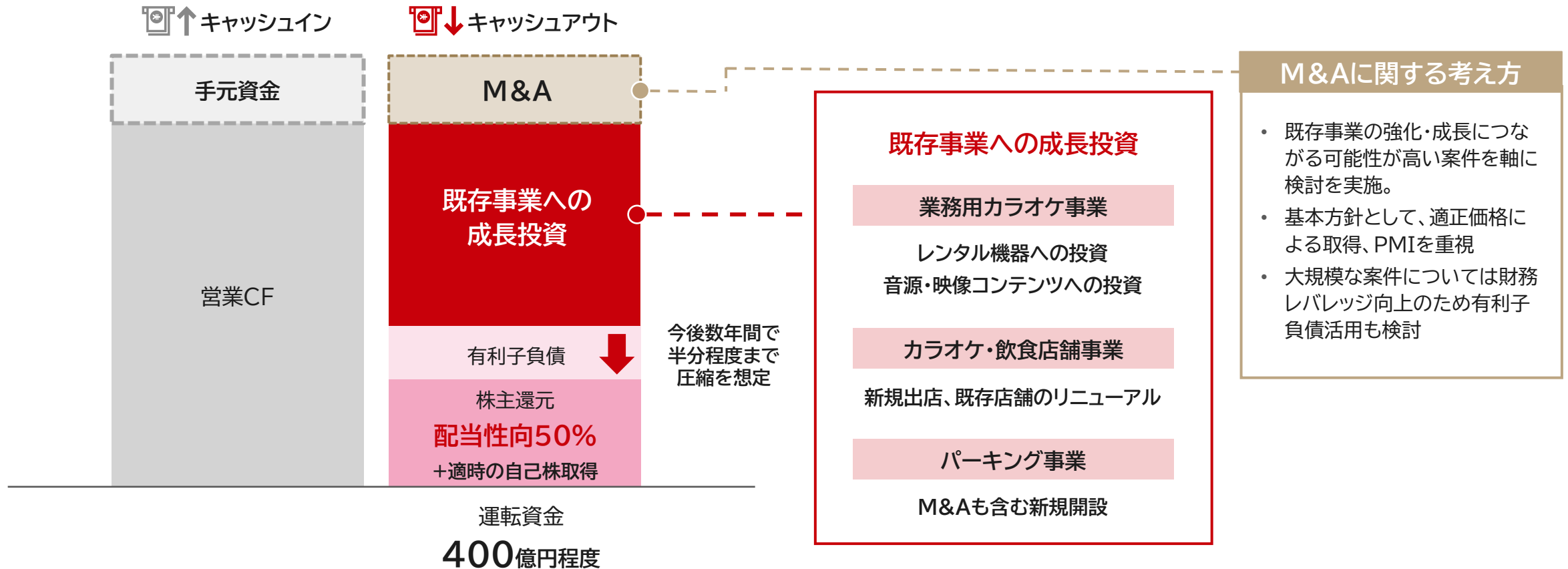
売上回復(23年度以降毎年過去最高)する一方で投資を再開、賃貸機器入れ替え、店舗リニューアル、パーキングがM&Aを含め拡大

2026/3期

プロモーション、機器入れ替え(賃貸機器、自社店舗)費用、本社移転に関わる費用が増加

キャッシュアロケーション

強固な財務基盤の上で、既存事業への成長投資、株主還元、有利子負債の圧縮を行っていく
M&Aなど大規模な案件については有利子負債の活用も検討



株主還元

配当方針

- ・ 強固な財務基盤を維持しつつ、中長期の安定的な利益成長を実現することにより企業価値向上を図るとともに、株主の皆様へ利益を還元していくことを重要な経営課題。
- ・ 配当性向50%を目安に、安定的かつ積極的な利益還元を行うことを基本方針に設定。
- ・ 併せて、資本効率向上のための自己株式取得も適時に実施

株主還元実績

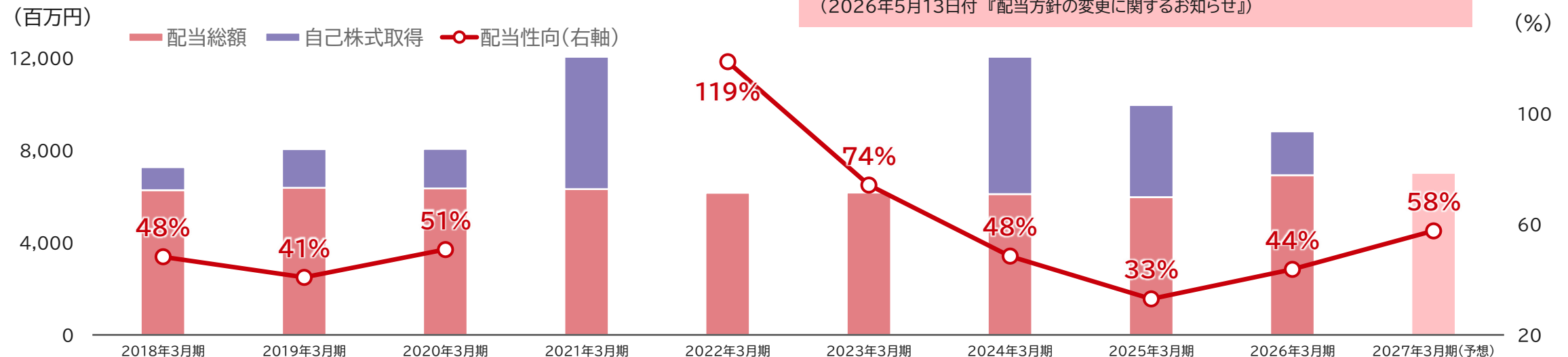
- ・ コロナ影響下も含め、上場以来「増配」あるいは「維持」を継続
- ・ 安定的かつ高水準の配当+適時の自己株取得

《配当方針の変更》

株主の皆様へ安定的かつ積極的に利益を還元していく姿勢をより明確化することを目的に、目安とする配当性向を

30%→50%へ引き上げ

(2026年5月13日付『配当方針の変更に関するお知らせ』)

1株あたり
配当金

55.5

56.0

56.5

56.5

56.5

56.5

57.0

57.0

67.0

68.0

※配当金額は、2023.4.1付に実施した株式分割(1/2)を考慮し金額の調整を行っています。

中長期トレンドと戦略の方向性

国内における 市場トレンド

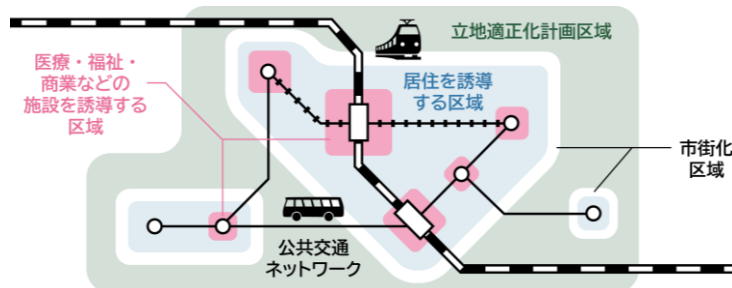
人口減少に伴い
都心部へ需要が集中

多くの自治体では、今後人口減少、税収減の影響で、インフラ老朽化への対応や隅々まで公共交通ネットワークが困難になることが予想されている。

それに伴い国土交通省では「立地適正化計画」を全国的に推進、10-20年後には、商業領域・居住領域などを、より集中的に行う都市計画が予定されている。

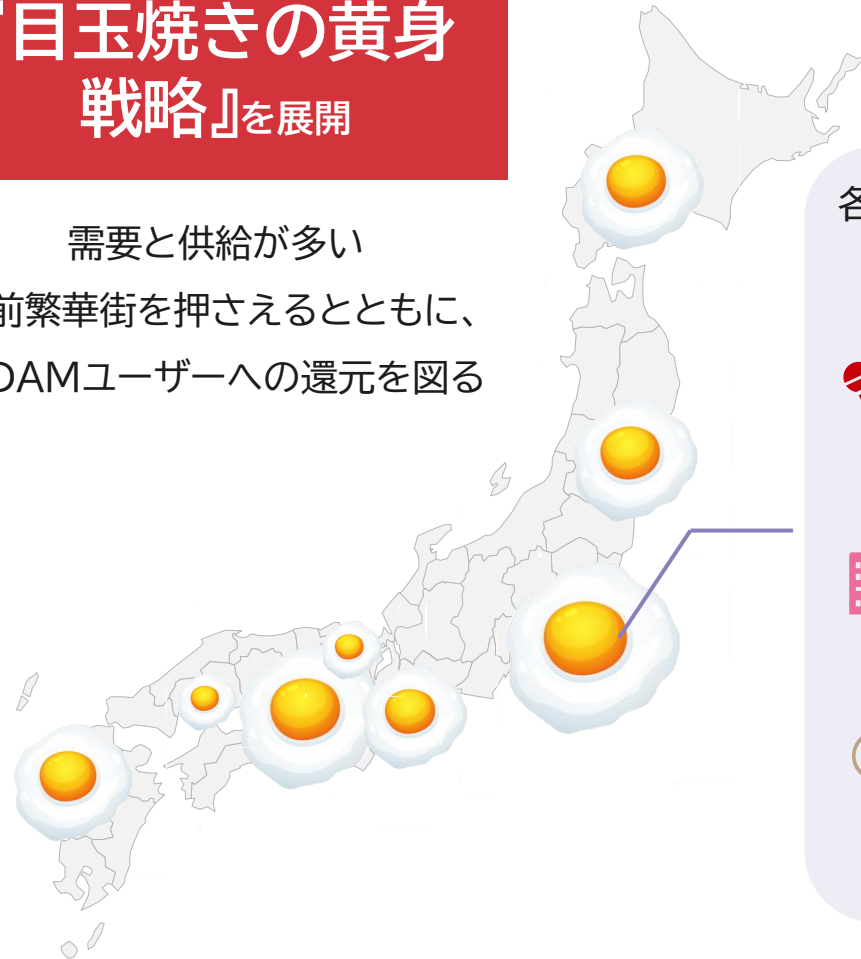
足元の市場は、全体として緩やかに需要が改善中心地における事業者同士の競争は活発化。

立地適正化計画のイメージ図



全ての事業にわたり 『目玉焼きの黄身 戦略』を展開

需要と供給が多い
駅前繁華街を押さえると同時に、
全DAMユーザーへの還元を図る



各都市の中心地(駅前繁華街)
立地を確実に押さえる

業務用カラオケ事業
DAM1台あたりの
収益強化

カラオケ・飲食店事業
出店立地の見極め

その他の事業
(パーキング事業)
収益力の向上

業務用カラオケ事業(営業方針の転換)

「量」を追う営業方針から、DAM1台あたりの収益を重視して営業利益率向上を目指す

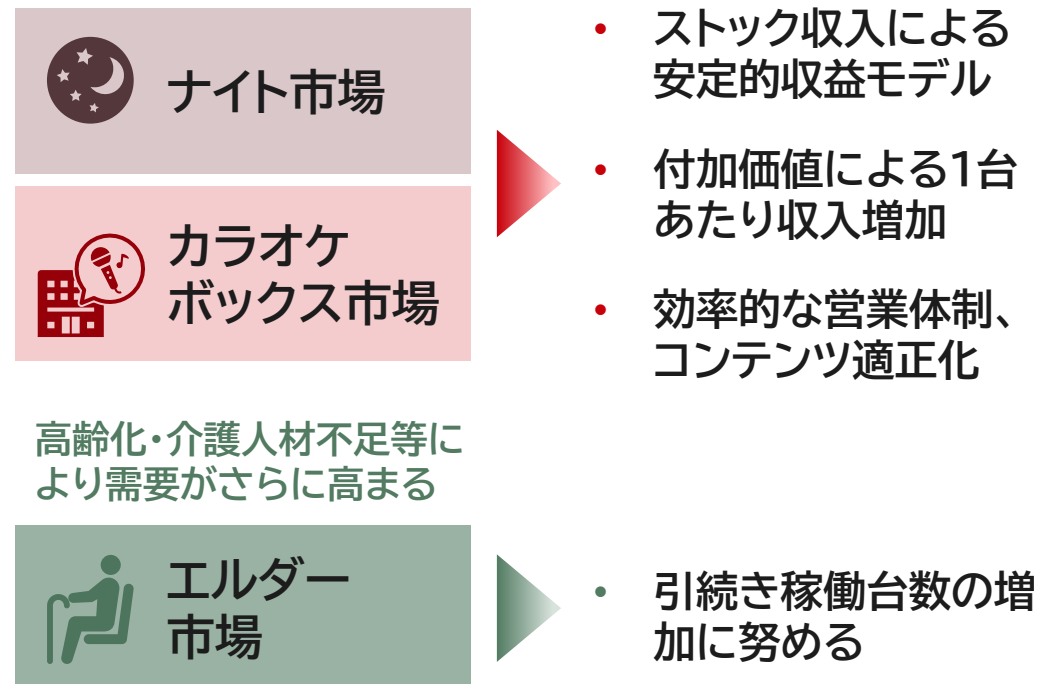
営業方針の転換

現在の事業環境の変化を鑑みて、営業方針の変更を実施



市場別の営業戦略

概ね横ばいの推移と予想



カラオケ・飲食店舗事業(店舗出店戦略)

カラオケ店舗(ビッグエコー)・飲食店舗ともに一等立地への出店を行い、高密度人口地での占有率を高めていく

出店の基本方針

ハード面に関する主な取り組み

1人あたり客単価が高く
かつ将来的な人流も期待できる
一等立地への集中出店

物価上昇・リニューアル再投資に耐えうる
収益性の高い物件

出店数目標ありきではなく、
**最適な条件が
そろった不動産を
確保したタイミングで
出店を実施**

ピンク・白のマイクで
清潔感を強調

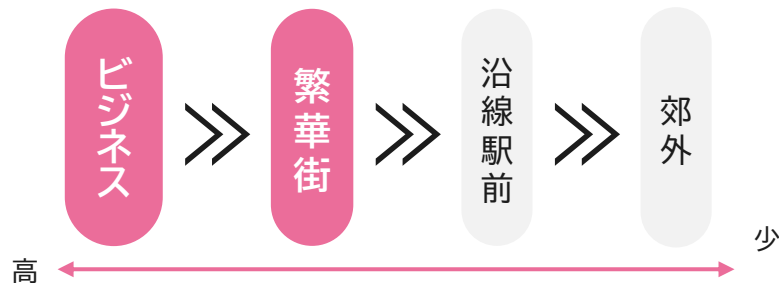


店舗リニューアルの実施



カラオケ店舗と親和性の高いサービス

立地別
1店舗あたり
売上高



オフィス立地で昼間の稼働UP
テレワークプラン



深夜帯の稼働UP
ダーツバー(B-GARAGE)併設



キッチンを活用
フードデリバリー



長い営業時間、
駅前立地を活用
荷物預かりサービス

カラオケ・飲食店舗事業(店舗出店戦略)

カラオケ店舗(ビッグエコー)・飲食店舗ともに一等立地への出店を行い、
高密度人口地での占有率を高めていく

個室ダイニング

代表的なブランド



飲食×カラオケ×アミューズメント



MARUNOUCHI
BASE



SHINAGAWA
PIVOT

業績への寄与 大

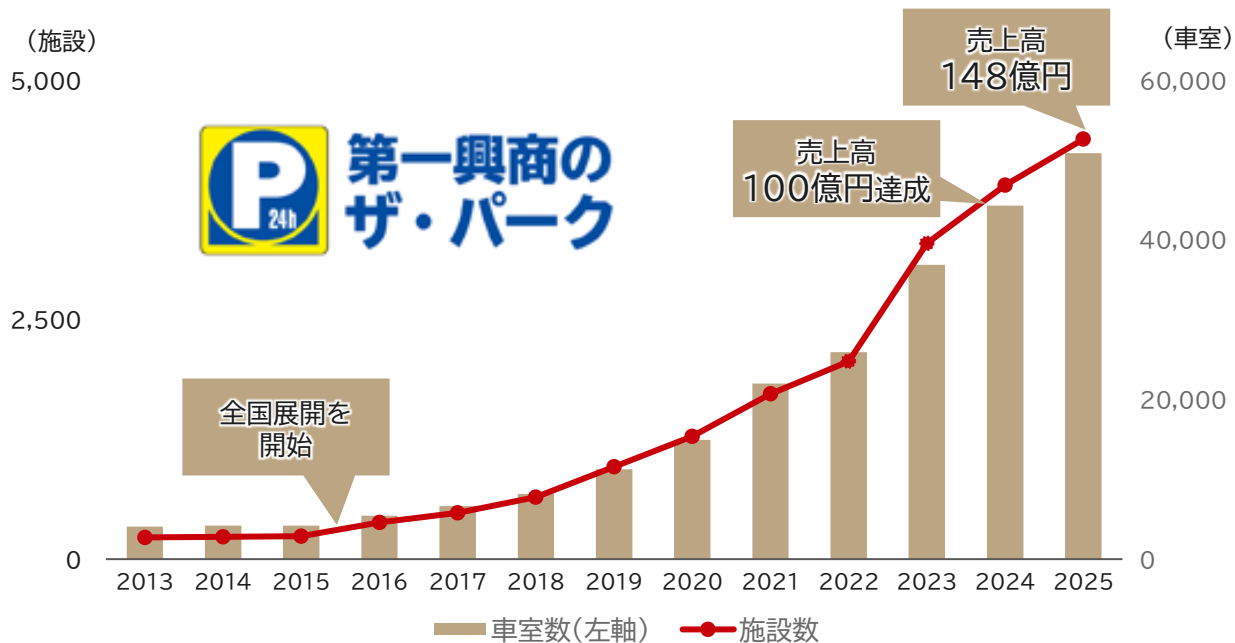
当社にしかできない業態として、今後も出店を模索

P **パーキング事業**

カラオケ事業を支える新たな収益の柱(非マイクビジネス)として、
引続き事業規模の拡大と、収益性向上を目指す

パーキング事業の優位性

- 業務用カラオケ事業における全国営業網(約130か所)とリレーションを築いてきた顧客基盤を活かし、地権者に対して土地活用ソリューションを提供



事業戦略

- 駅前繁華街における狭小地、変形地など、これまで活用しにくかった土地をメインターゲットに設定
- 当社店舗で使える優待券を販促に活用し、新規獲得と低解約率を実現

▶ 長期間駐車場として運営が可能

これまで
全国の営業拠点・営業社員により規模を拡大

今後
規模の成長を目指すと同時に、不採算施設の改善・整理を通じて収益性の向上を図る

主要KPI: パーキング施設数・車室数

パーキング施設数
4,400施設

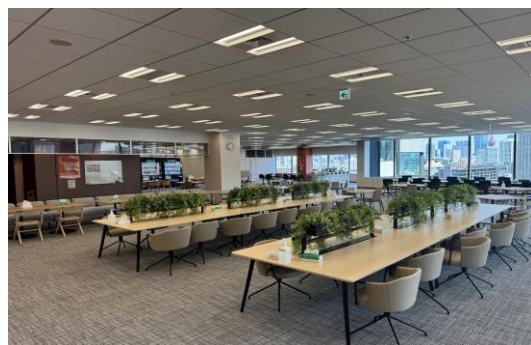
パーキング車室数
51,000車室

🗨️ その他トピックス

分散していた本社機能を一か所へ集約することで、新たなイノベーションの創出を図る

新社屋への移転が完了

これまで3か所に分散していた
本社機能が2026年3月に新社屋への集約が完了



社員の共有フリースペース



カラオケの歴史展示エントランスラウンジ

移転先

東京都港区三田3-9-6

社屋移転に伴う資産売却

2026年3月

社屋の移転が完了

2026年3月期中

旧本社ビルをはじめとする、旧社屋の複数不動産を売却

【資産売却に伴う計上金額】

有形固定資産の売却による収入計 160億円

// 売却益 74億円

トピックス

「Toyota Woven City(トヨタ・ウーブン・シティ)・静岡県裾野市」において 新たなインベーターとして参画

他社との取り組み事例

うたと音楽の力が持つ可能性を
さまざまな形で具現化する
実証実験を開始



第1弾：「選曲レスカラオケ」

“選曲しない”という柔軟な発想で直感的に歌唱を楽しめる
新しいカラオケの実現を目指す



歌うことをより身近にするために、車内空間におけるカラオケの在り方を探るべく、モビリティを使った実証実験も準備中



Toyota Woven Cityは、「自分以外の誰かのために」という想いをもつInventors(インベーターズ/発明家)が集い、自らのプロダクトやサービスを創出・実証する「モビリティのテストコース」です。Inventorsには、企業、スタートアップおよび起業家など同じ志をもつ法人や個人が含まれます。

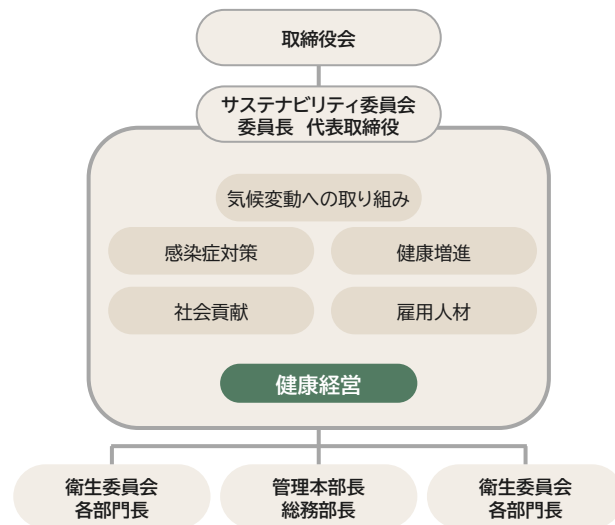
Weavers(Toyota Woven Cityに実際に住み、働く人あるいは訪問者のことで、さまざまな実証に参加する人)からリアルなフィードバックを受けながら、さまざまなInventorsとのコラボレーションを通じて、未来につながるイノベーションを生み出していきます。

人材への取り組み

HP上にて「健康経営宣言」を発表 人材の定着のため、各キャリアステージに応じて研修・育成プログラムの実施

健康経営の取り組み

当社は、従業員の心身の健康を重要な経営課題と位置づけ、健康経営宣言を発表いたしました。代表取締役を委員長とする体制のもと、産業医や各部門と連携し、労働時間の適正化やワークライフバランスの向上、生活習慣病の重症化予防などを重点目標として設定しています。従業員が安心安全に能力を発揮し、働き続けられる職場環境の実現を通じて、持続的な企業成長を目指します。



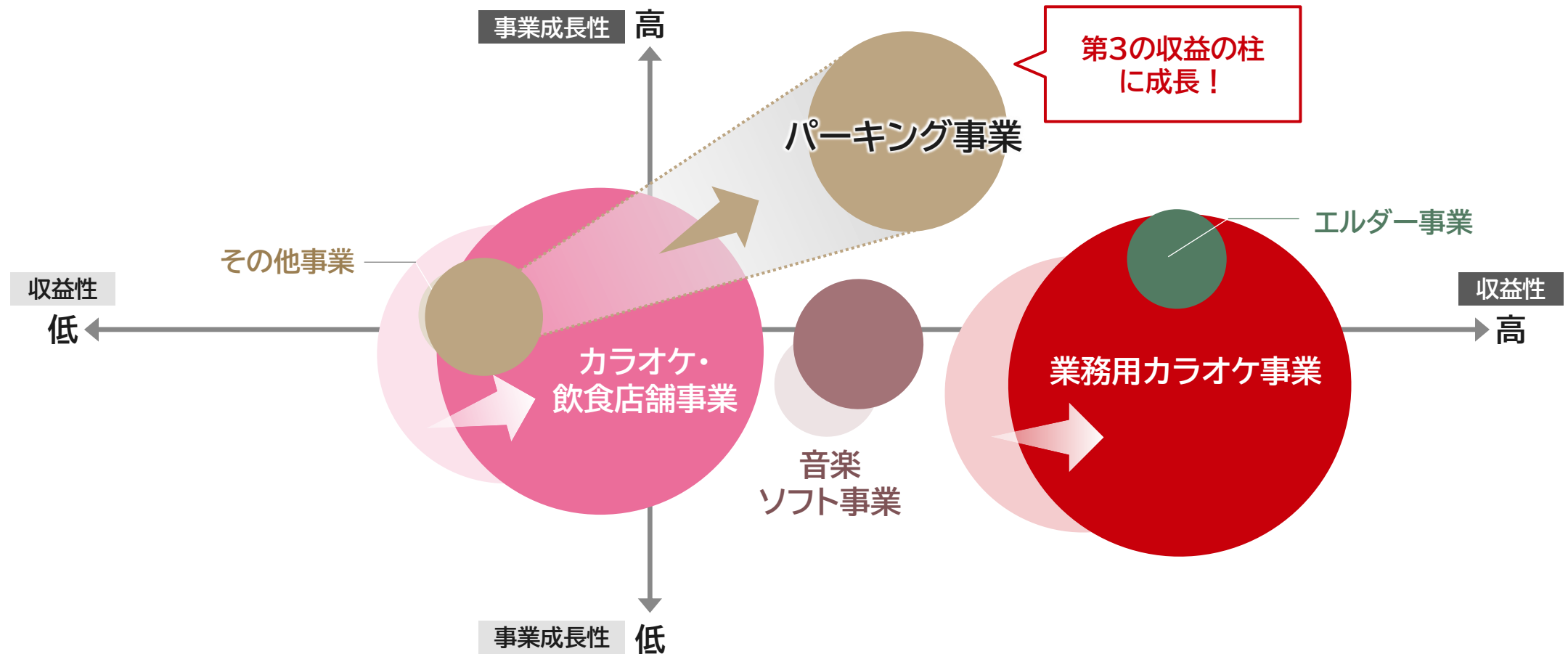
人的資本(研修の取り組み)

当社は、新入社員研修に加え、階層別・職能別研修を通じて人材育成および定着率向上を推進しています。営業職では早期配属による業務理解の認識ギャップを課題と捉え、営業基礎とキャリア形成を支援する「キャリアサポート課」を設立し、入社後約3か月間の「新卒基礎トレーニング研修」を実施しています。さらに中堅社員研修も導入し、社員教育に一貫性を持たせ、営業水準、知識レベル、社会人レベルの底上げを行っています。店舗職では研修とは別にメンター制度を取り入れるなど、これらの取り組みを通じて、社員の定着率向上と中長期的な組織力強化を図ってまいります。



まとめ

パーキング事業を第3の収益の柱に成長させつつ、既存事業の規模拡大と収益性向上に努める





本説明会及び説明会資料の内容は、発表日時点で入手可能な情報や判断に基づくものです。将来発生する事象等により内容に変更が生じた場合も、当社が更新や変更の義務を負うものではありません。

また、本説明会及び説明会資料に含まれる将来の見通しに関する部分は、多分に不確定な要素を含んでいるため、実際の業績等は、さまざまな要因の変化などにより、これらの見通しと異なる場合がありますことをご了承ください。