

 **第一興商**

2025年3月期

決算説明会資料

2025年5月23日

Singing 
歌いながらいこう

目次

01	決算概要	P3
02	企業価値向上に向けた取り組み	P14
03	2026年3月期の見通し	P18
04	事業概要及び成長戦略	P25
05	ご参考資料	P41



01 決算概要

02 企業価値向上に向けた取り組み

03 事業概要及び成長戦略

04 2026年3月期の見通し

05 ご参考資料

2025年3月期 決算サマリー

売上高・当期純利益が過去最高を達成し、事業基盤が堅調に拡大

- ・ 市場環境は緩やかに改善し、**売上高は前期比4.3%増(過去最高)**
- ・ 給与のベースアップのほか、各事業への投資を積極的に推進し、営業利益減益となったものの、

EBITDAは前期比3.3%増

業務用カラオケ事業: DAM稼働台数が堅調に増加し、前期末比+1%

カラオケ・飲食店舗事業: 既存店前年比 (カラオケルーム)+2%、(飲食)+3%

パーキング事業: 期末施設数 3,900施設 44,000車室 と堅調に増加

- ・ 当期純利益は特別利益の増加や、業績回復に伴う繰延税金資産の積み増しなどの影響により、

前期比44.6%増(過去最高)

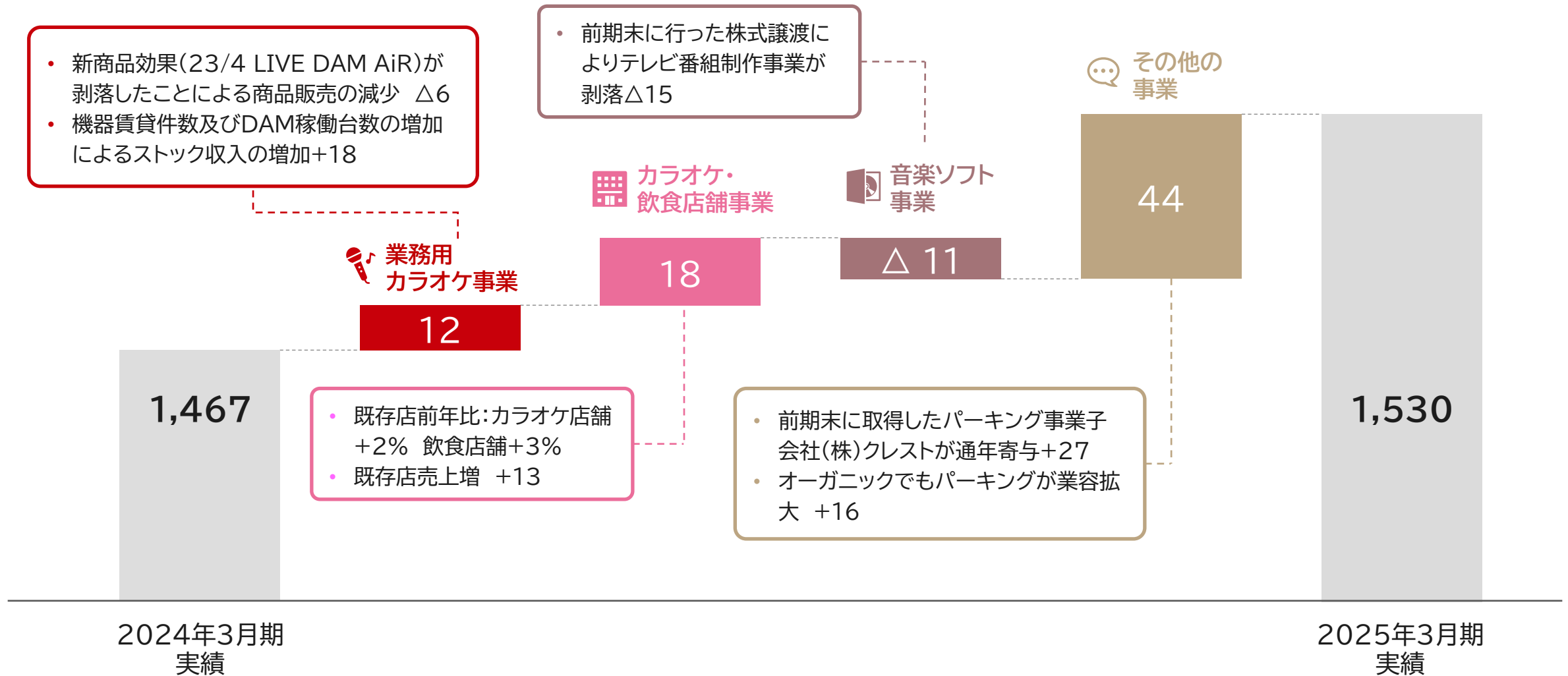
2025年3月期 業績ハイライト

営業利益・経常利益では予想を若干下回ったものの、
当期純利益は繰延税金資産の積み増しの影響等により上振れる

(単位:百万円)	2024年/3月期	2025年/3月期			
	実績	実績	業績予想	前期比 (%)	予想比 (%)
売上高	146,746	153,020	152,700	4.3	0.2
売上総利益	52,602	53,757	54,470	2.2	△1.3
販売費及び一般管理費	34,000	35,811	35,670	5.3	0.4
営業利益	18,601	17,945	18,800	△3.5	△4.5
経常利益	19,561	18,396	18,900	△6.0	△2.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	12,568	18,178	16,200	44.6	12.2

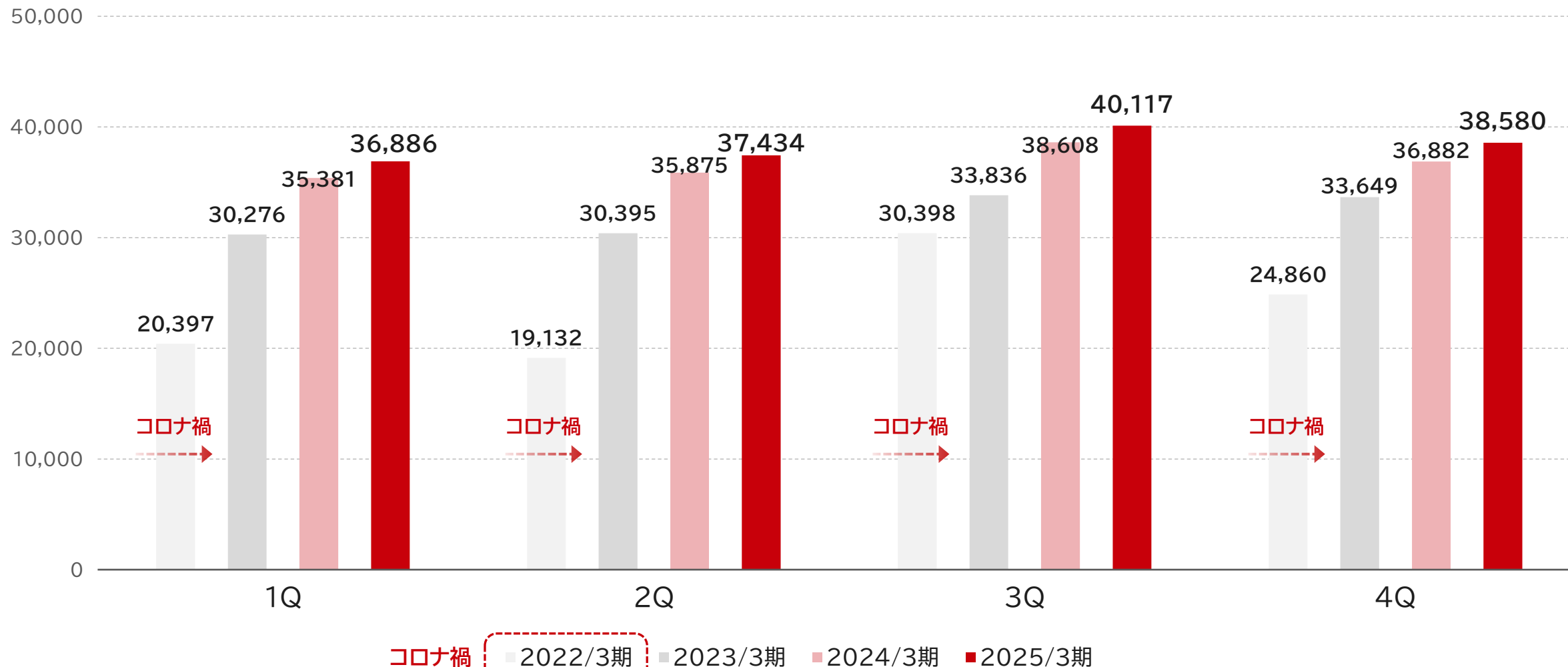
売上高増減要因分析

(億円)



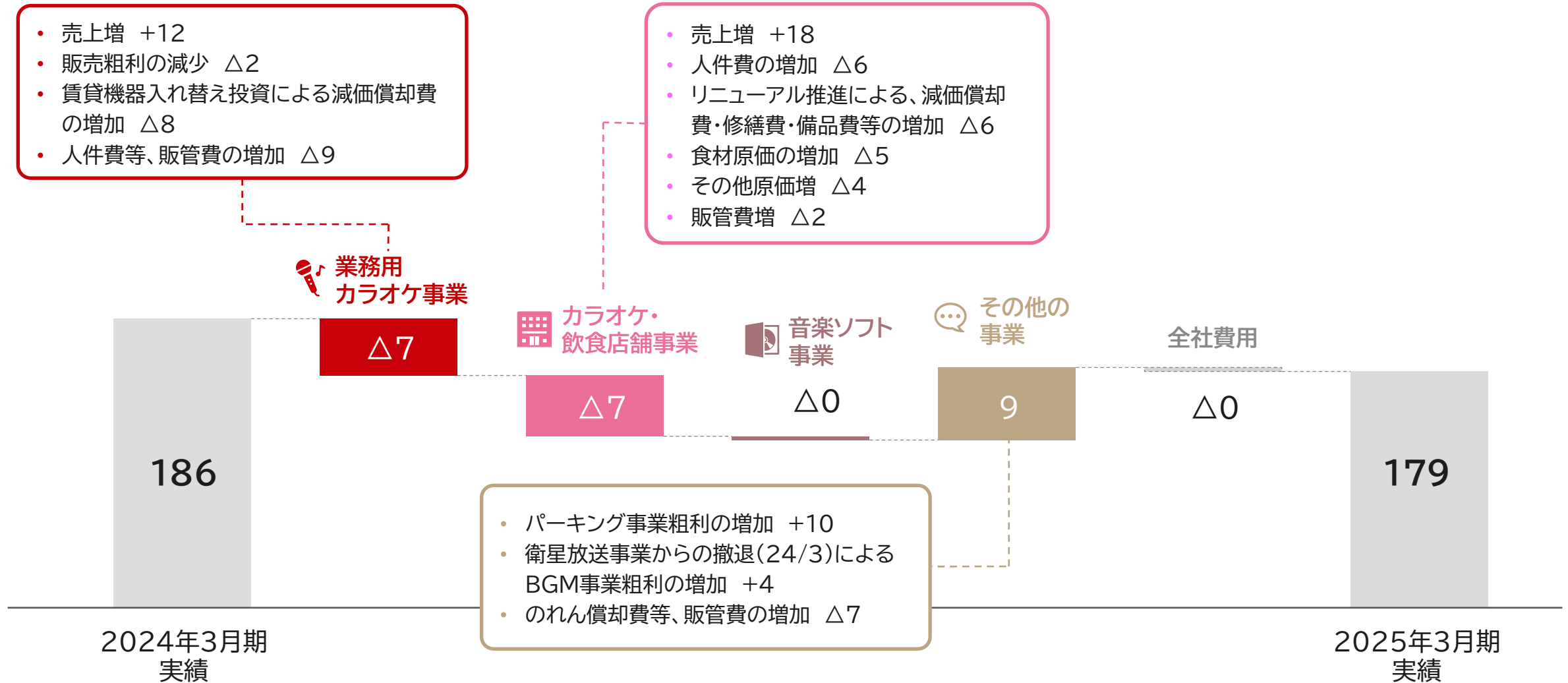
四半期別売上高推移

(百万円)



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

- ・ 主力市場であるナイト市場及び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1%増
- ・ 前期に引き続き賃貸機器の新機種への入替え推進による、安定的収益基盤を強化
- ・ 映像コンテンツをさらに充実させることにより、カラオケDAMの商品力を強化

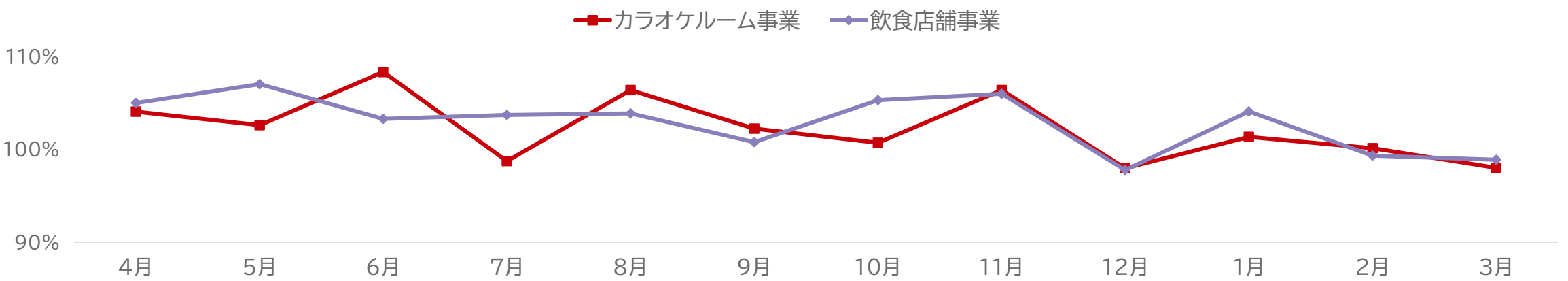
事業セグメント別のKPI



事業環境(カラオケ・飲食店舗事業)

-  **事業環境**
- ・ 店舗の集客について、前期からの上昇傾向が下期にかけてやや緩やかに
 - ・ 既存店売上高はカラオケ店舗+2%、飲食店舗+3%

2025年3月期 カラオケ事業・飲食事業の既存店売上高推移(前年比)



事業名	2025/3期実績(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
カラオケ事業	104%	103%	108%	99%	106%	102%	101%	106%	98%	101%	100%	98%
飲食事業	105%	107%	103%	104%	104%	101%	105%	106%	98%	104%	99%	99%

連結貸借対照表

借入金の返済が進み、自己資本比率は55.6%と前期末比4.6%上昇

(単位:百万円)	2024年3月期	2025年3月期		
	実績	実績	前期比(%)	コメント
流動資産	73,479	67,543	△8.1%	現預金の減少
固定資産	137,906	141,773	2.8%	売却による土地の減少 賃貸用カラオケ機器や店舗設備等の増加
資産合計	211,386	209,316	△1.0%	
流動負債	36,914	35,990	△2.5%	
固定負債	65,480	55,463	△15.3%	長期借入金の減少
負債合計	102,394	91,454	△10.7%	
株主資本	106,340	114,481	7.7%	
その他包括利益累計額	1,240	1,851	49.2%	
純資産合計	108,991	117,862	8.1%	
負債・純資産合計	211,386	209,316	△1.0%	

連結キャッシュ・フロー計算書

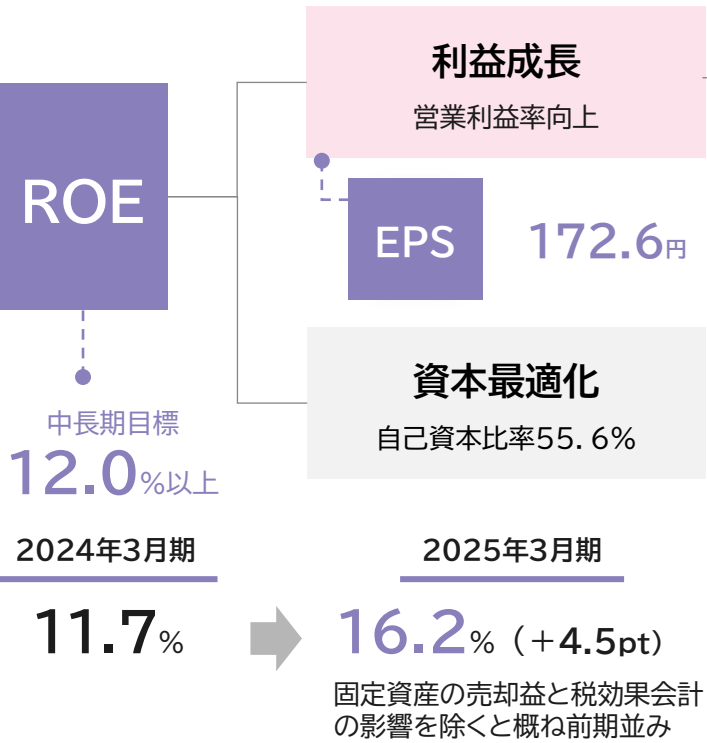
前期行った固定資産(本社ビル)の取得とそれに伴う借入が剥落したことで
フリー・キャッシュ・フローが大幅に改善

(単位:百万円)	2024年3月期	2025年3月期	
	実績	実績	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー	26,799	24,656	△2,142
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 55,915	△11,445	44,469
財務活動によるキャッシュ・フロー	6,926	△20,901	△27,828
現金及び現金同等物の期首残高	71,423	49,306	△22,117
現金及び現金同等物の期末残高	49,306	41,584	△7,721
フリー・キャッシュ・フロー	△ 29,115	13,210	42,326

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投資による減価償却費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

	2024年3月期	2025年3月期
業務用カラオケ事業	20.3%	18.7%
カラオケ・飲食店舗事業	11.0%	9.5%
音楽ソフト事業	5.5%	5.9%
その他事業	10.4%	12.7%

事業セグメント別のKPI

	2024年3月期	2025年3月期
DAM稼働台数	21.7万台	22.0万台 (+1.3%)
機器賃貸件数	11.2万台	11.4万台 (+1.6%)
カラオケ店舗数	506店	503店 (-3店)
飲食店舗数	159店	159店 (±0店)
パーキング施設数	3,300施設	3,900施設 (+600施設)
パーキング車室数	3.8万車室	4.4万車室 (+0.6万車室)

01 決算概要



02 企業価値向上に向けた取り組み

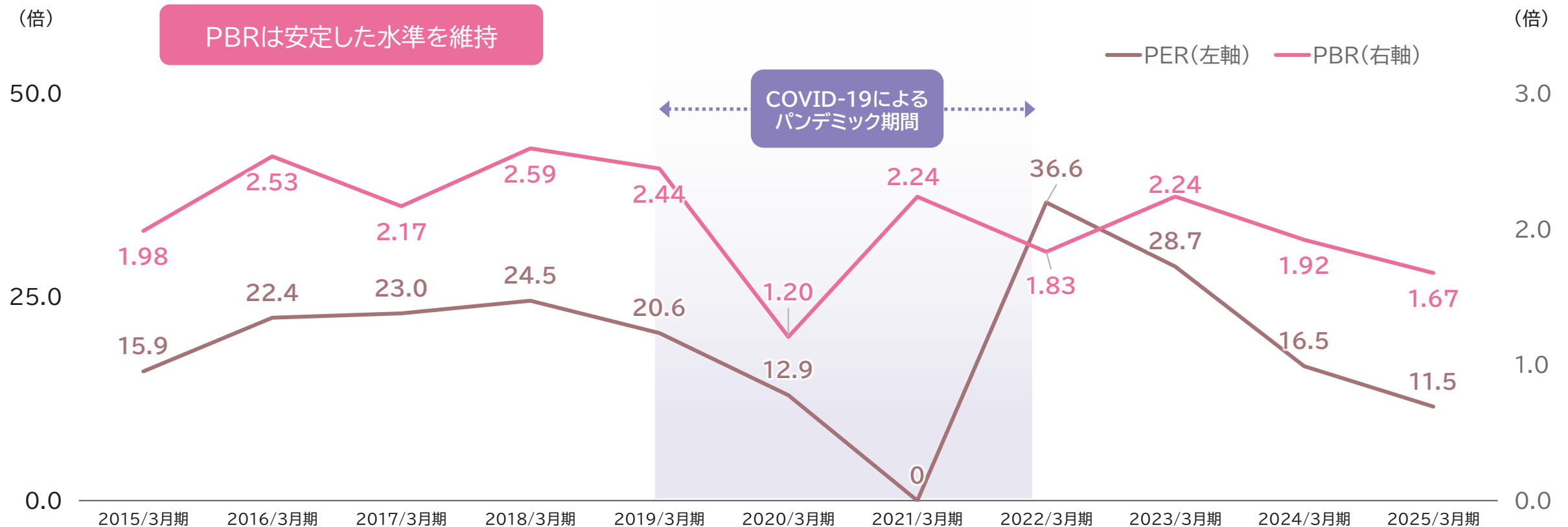
03 2026年3月期の見通し

04 事業概要及び成長戦略

05 ご参考資料

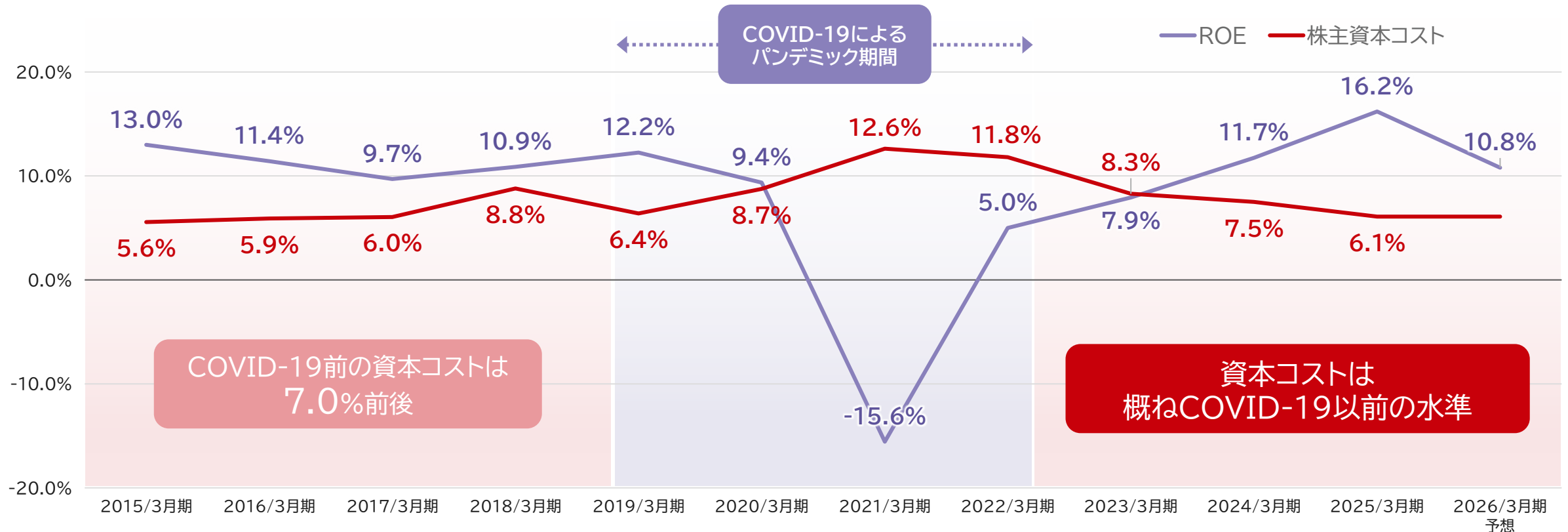
企業価値向上に向けた現状分析(PBR・PER)

パンデミック期間においてもPBR1.0倍を割ることはなかったものの、
2024/3月期以降、コロナ前と比べると株価は軟調に推移



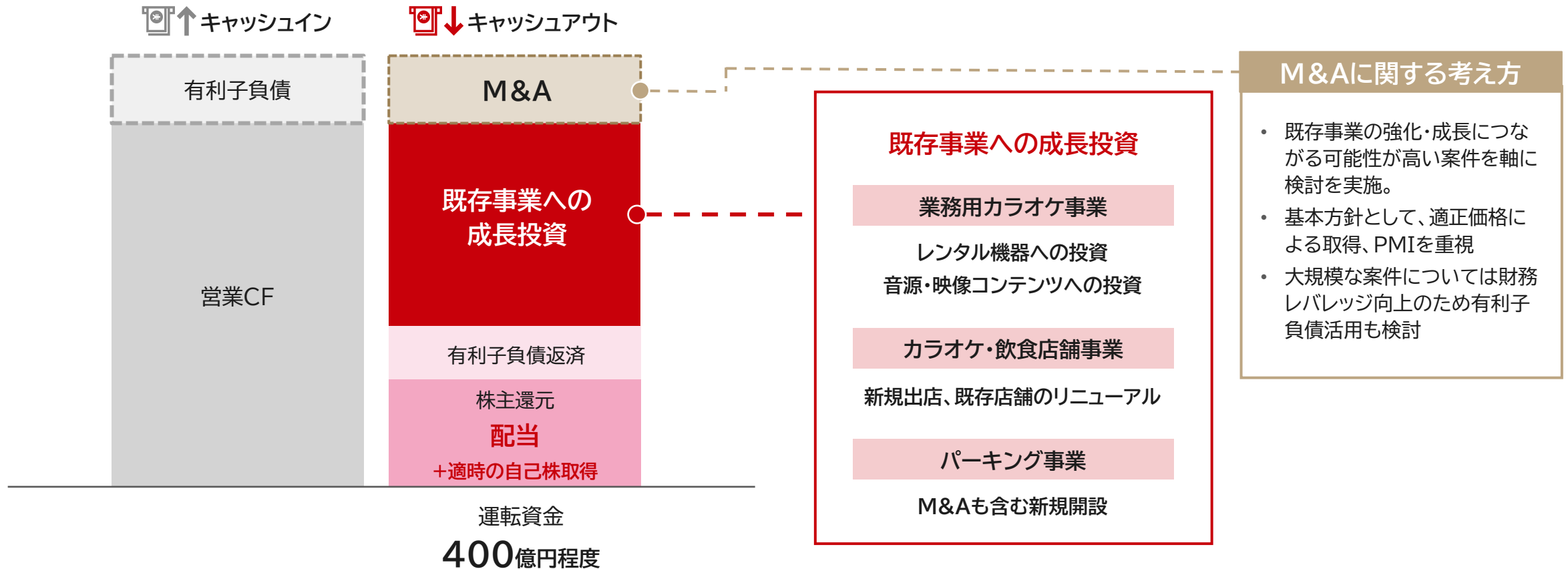
企業価値向上に向けた現状分析(ROE・資本コスト)

収益の向上とバランスの良い資本政策により、
ROEの中長期目標である12.0%を目指す



キャッシュアロケーション

営業CFにより既存事業への成長投資、有利子負債の返済、株主還元を行っていく
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



01 決算概要

02 企業価値向上に向けた取り組み



03 2026年3月期の見通し

04 事業概要及び成長戦略

05 ご参考資料

2026年3月期業績予想

新商品「LIVE DAM WAO！」発売により増収も、設備投資や
プロモーション費用等により営業利益は横ばいと予想

(単位:百万円)	2025年3月期	2026年3月期		
	実績	予想	前期比(%)	前期比(額)
売上高	153,020	162,700	6.3%	9,679
営業利益	17,945	18,000	0.3%	54
営業利益率(%)	11.7%	11.1%	—	△0.6pt
親会社株主に帰属する 当期純利益	18,178	13,000	△28.5%	△5,178

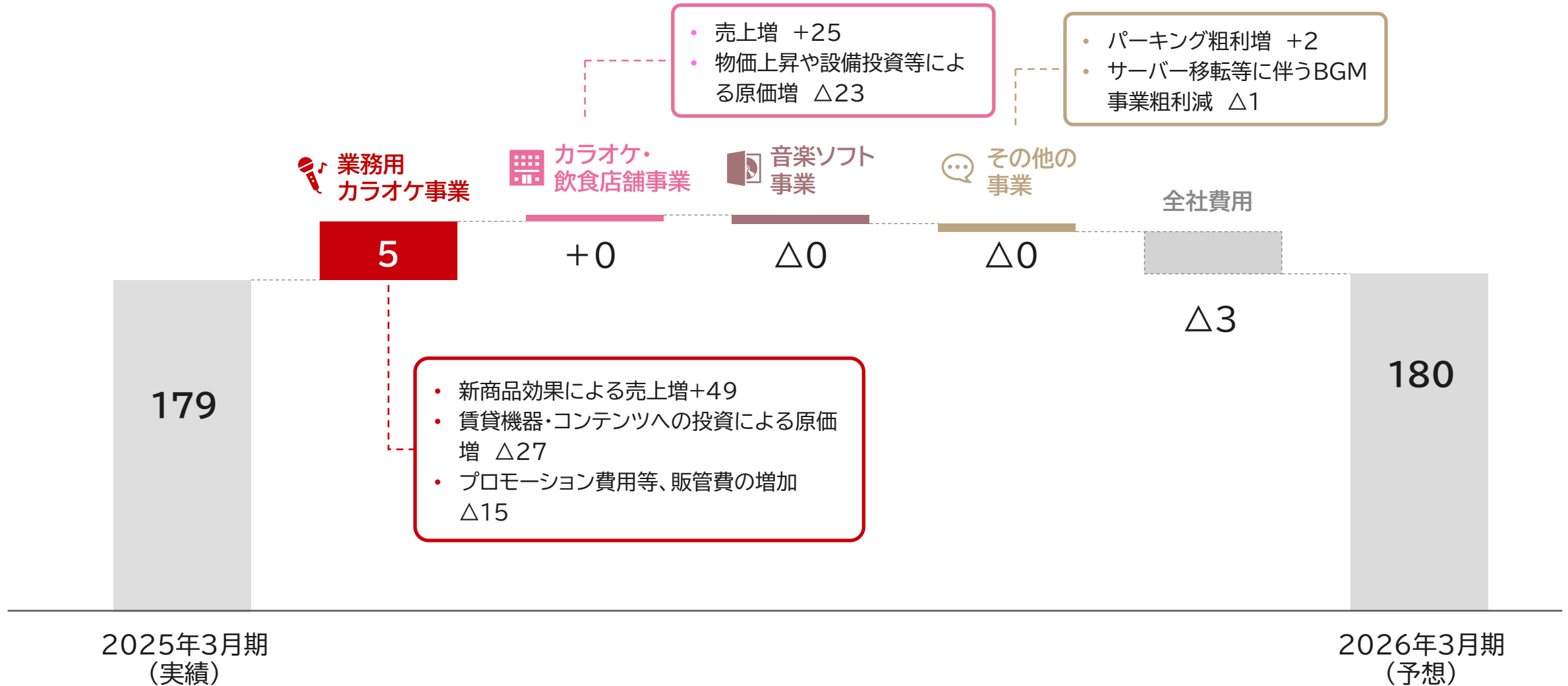
売上高増減要因分析

(億円)



2026年3月期営業利益予想 増減要因分析

(億円)



2026年3月期 セグメント別業績予想



業務用カラオケ事業

- ナイト市場向け
- エルダー市場向け
- カラオケボックス市場

セグメント別売上高

67,200百万円 +7.9%

セグメント別営業利益

12,200百万円 +4.5%



音楽ソフト事業

セグメント別売上高

5,500百万円 △1.0%

セグメント別営業利益

250百万円 △23.2%

売上高

162,700
百万円

営業利益

18,000
百万円

カラオケ・飲食店舗事業

セグメント別売上高

69,100百万円 +3.8%

セグメント別営業利益

6,400百万円 +0.9%



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

20,900百万円 +12.2%

セグメント別営業利益

2,300百万円 △3.1%

2026年3月期 セグメント別実施施策



業務用カラオケ事業

ナイト市場

- 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

- DAMの新フラッグシップ「LIVEDAMWAO!」の拡販
- 旧機種からの入替えを推進

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していく

共通

- 新商品活性化・プロモーション活動により、カラオケ産業全体の活性化とカラオケ利用者のすそ野の拡大を図る

その他の市場

- スーパーマーケットなど異業種との協業や、ボックス型カラオケ「COCOKARA」の活用により、「新たな歌う場」の創出



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



カラオケ・飲食店舗事業

カラオケ店舗

- LIVE DAM WAO!の新機能をいち早く体験いただくため、早期に全店導入
- 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

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
- テレビCMなどを通じた「ザ・パーク」ブランドの認知拡大

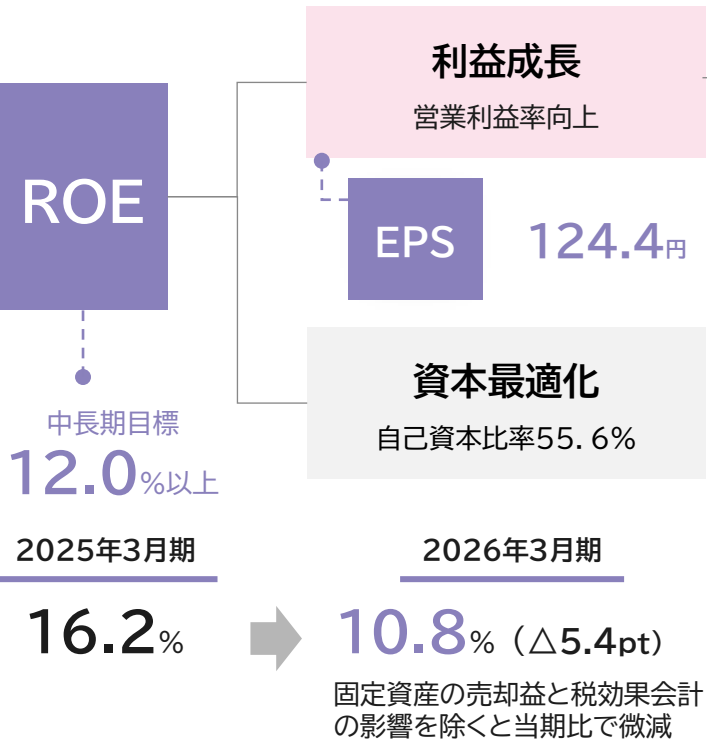
全社

- 2026年2月頃には本社機能の移転を予定。現在3か所に分散している本社を1か所へ集約、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

2026年3月期 連結経営指標計画

新商品発売効果による売上増と設備投資等による費用増により、営業利益は横ばい
新商品展開をはじめ各事業基盤の拡大を図る

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

	2025年3月期	2026年3月期(予想)
業務用カラオケ事業	18.7%	18.2%
カラオケ・飲食店舗事業	9.5%	9.3%
音楽ソフト事業	5.9%	4.5%
その他事業	12.7%	11.0%

事業セグメント別のKPI

	2025年3月期	2026年3月期(予想)
DAM稼働台数	22.0万台	22.5万台 (+2.3%)
機器賃貸件数	11.4万台	11.8万台 (+3.5%)
カラオケ店舗	503店 既存店前年比 102%	510店 101% (+7店) (△1pt)
飲食店舗	159店 既存店前年比 103%	171店 101% (+12店) (△2pt)
パーキング施設数	3,900施設	4,500施設 (+600施設)
パーキング車室数	4.4万車室	5.0万車室 (+0.6万車室)

01 決算概要

02 企業価値向上に向けた取り組み

03 2026年3月期の見通し

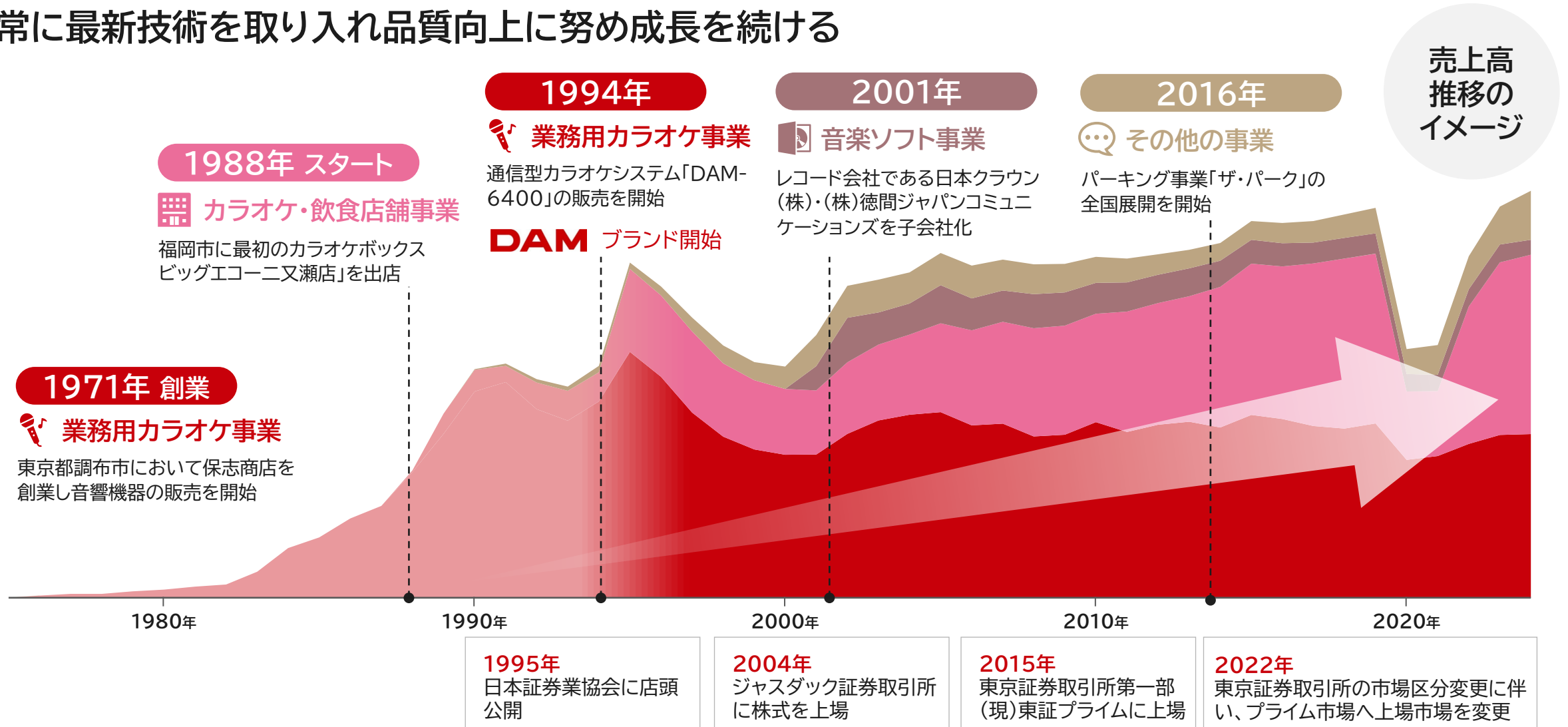


04 事業概要及び成長戦略

05 ご参考資料

成長の軌跡

常に最新技術を取り入れ品質向上に努め成長を続ける



3つの主要セグメント

うたう楽しさの追求



うたう環境の追求



業務用カラオケ事業

業務用カラオケシステムの販売・賃貸・通信カラオケの音源、映像の提供

カラオケボックス市場

ナイト市場

エルダー市場



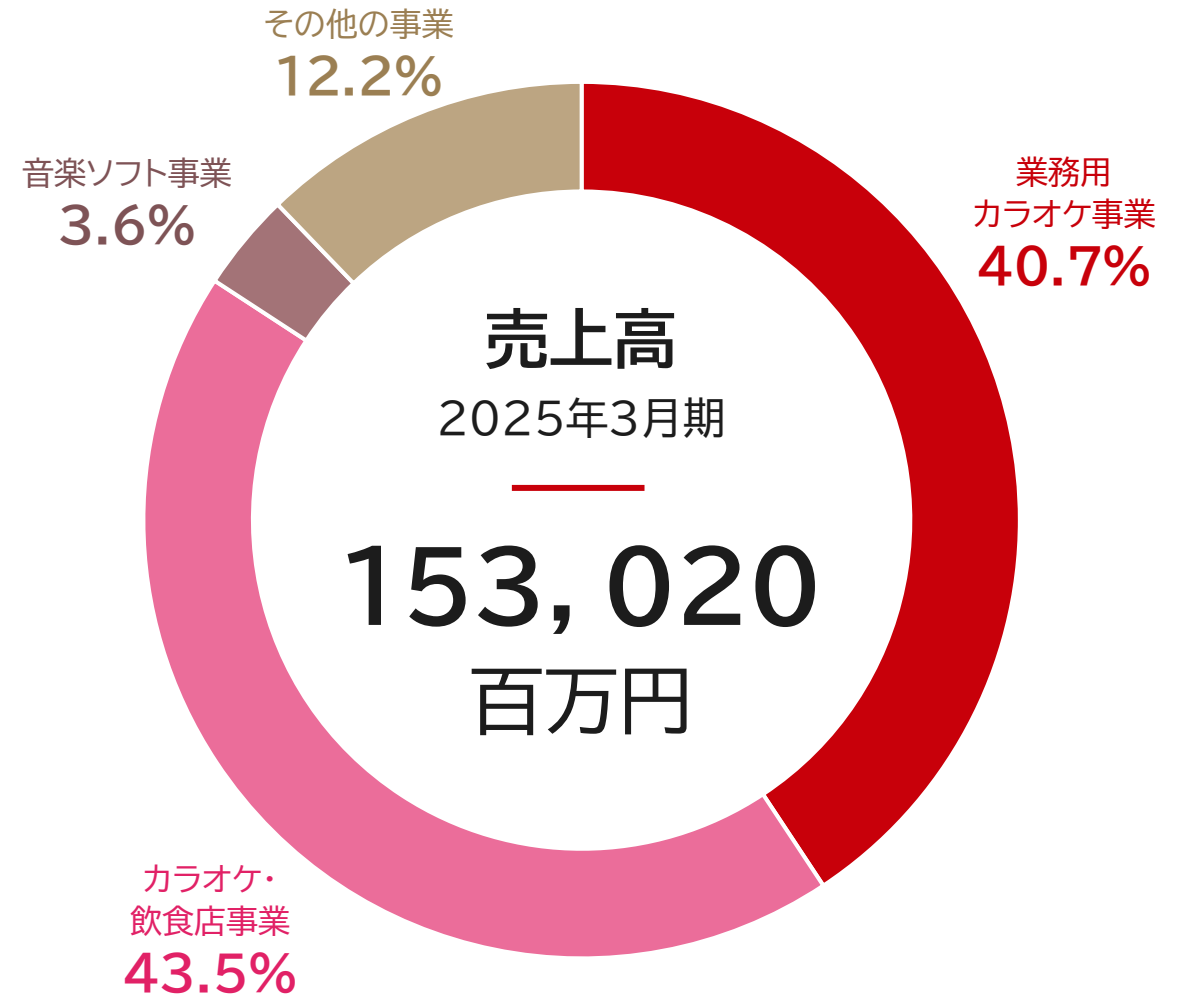
カラオケ・飲食店事業

カラオケルームの運営・飲食店舗の運営



その他の事業(パーキング事業含む)

パーキング事業・不動産賃貸事業・BGM放送事業など



企業価値の向上に対する考え方

歌うことを通して心と身体の健康を提供していく

主要3事業への投資による持続的な利益成長と株主還元により、企業価値の向上を図る

資本収益性の向上に向けた基本方針

- ・ 業務用カラオケ事業・カラオケ飲食店舗事業・パーキング事業の3つの事業に対して成長投資を実践することで、利益の持続的な伸長を図る
- ・ 株主還元の充実等により適正な資本構成を実現

バランスの良い資本政策の実行

- ・ 安定的な配当とROE等の指標を参考に資本効率性の維持(自己株買い)といった、バランスを考えた資本政策を実施していくことで企業価値の向上を目指す

	2025年 3月期	2025年 3月期	中長期 目標数値
ROE 当期純利益 / 自己資本	11.7%	16.2%	12.0% 以上
自己資本比率 自己資本 / 総資産 × 100%	50.9%	55.6%	-

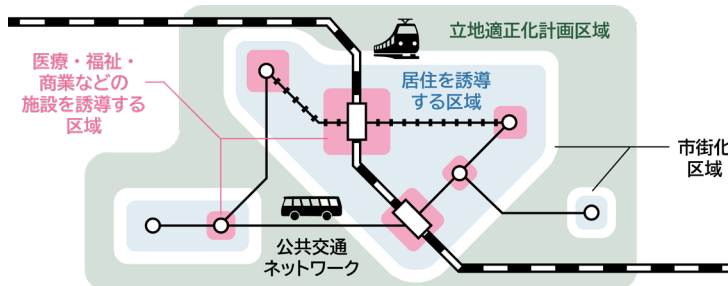
中長期トレンドと戦略の方向性

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隔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。

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

各都市の中心地(駅前繁華街)立地を、
確実に押さえにいく



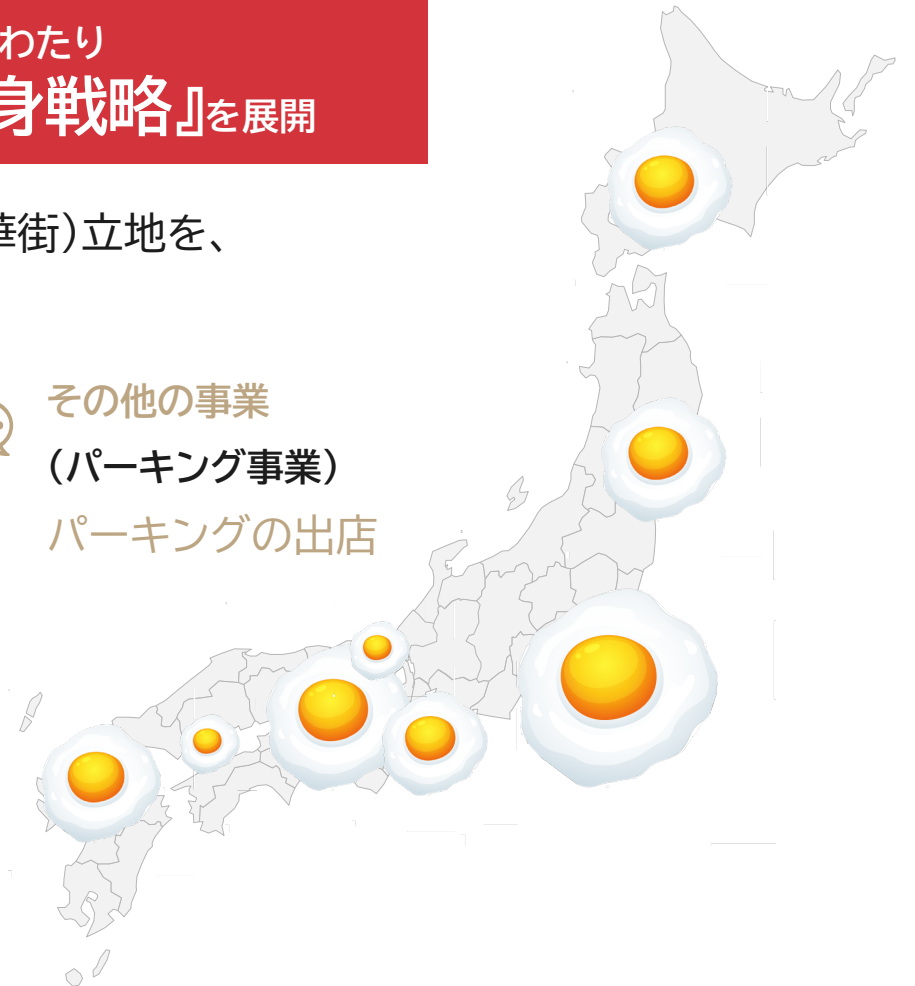
業務用カラオケ事業
営業拠点



カラオケ・飲食店事業
飲食店舗の出店

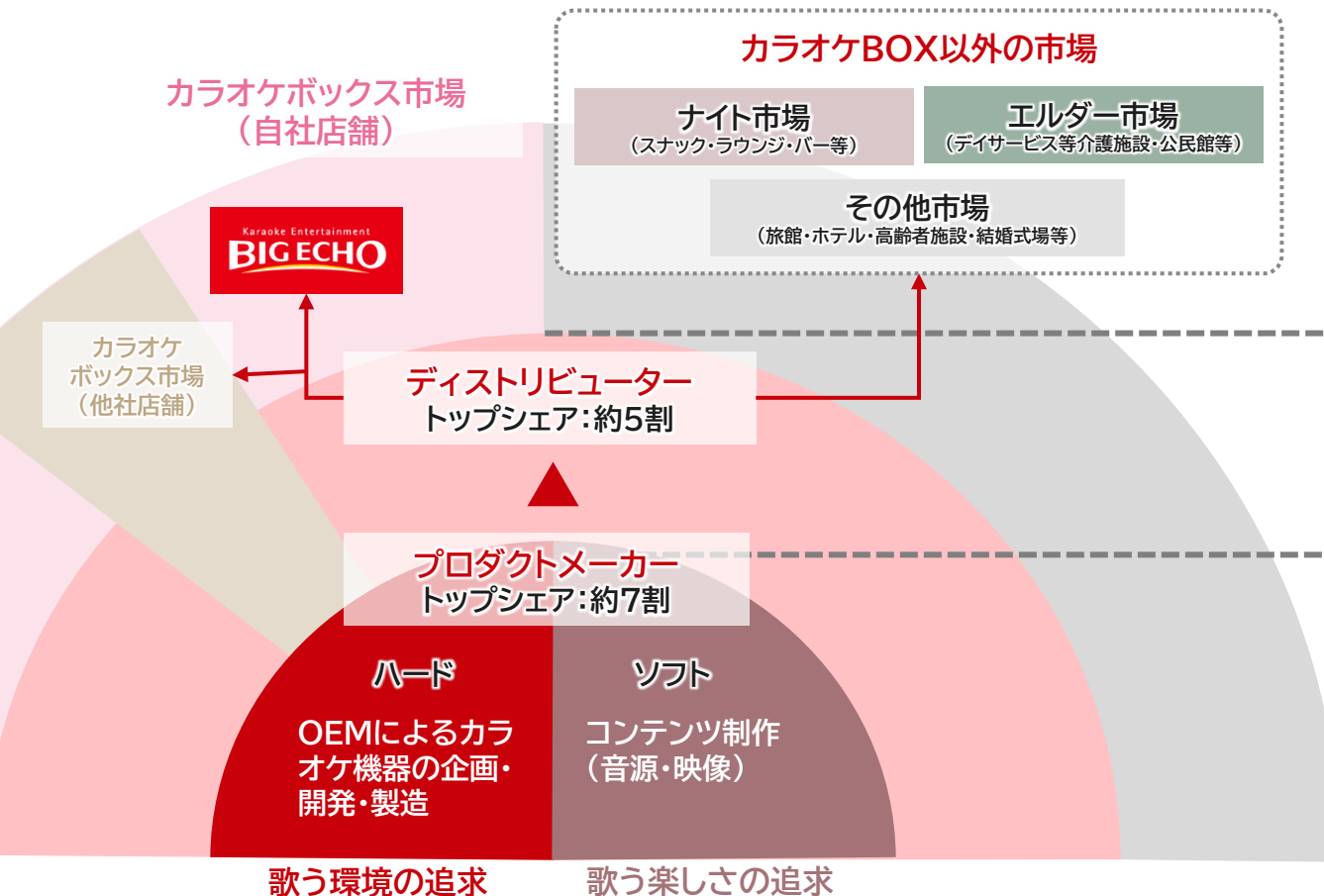


その他の事業
(パーキング事業)
パーキングの出店



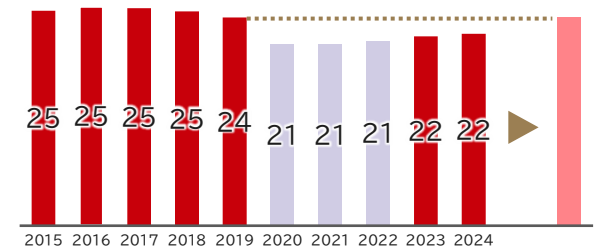
業務用カラオケ事業のコアコンピタンス

「わかりやすい、使いやすい」を追求し、創業以来培ったメーカーとしてのノウハウや、地域密着営業による人脈等により、他社に真似のできない高収益なビジネスモデルを確立。



主要KPI:
DAM稼働台数(万台)

DAMが店舗で稼働している指標を主要KPIに設定
COVID-19以前の水準を目指す



地域密着営業による顧客とのリレーション・営業基盤

営業拠点
全国130箇所

営業基盤を活かしカラオケ店舗に対する商品の販売・レンタル機器メンテナンス対応を実施。カラオケボックス市場においては、ビックエコーの競合関係の他カラオケ店であっても、DAMの機器販売・レンタル時は、顧客となる特徴的なビジネスモデル。

DAMブランド

圧倒的なNo1ブランド
OEMによる在庫リスクなし



「わかりやすい、使いやすい」を徹底したUI

歌う楽しさ、気持ちよさの追求

- ・音源のクオリティ
- ・豊富な「本人映像(MV、ライブ、アニメ)」
- ・様々な機能(「ライブサウンド・精密採点」等)

プロモーション戦略

- ・自社店舗(ビックエコー)を持つからできる機動的な広告・広報戦略

LIVE DAM WAO! : ハード面の扱いやすさ
カラオケユーザー・オペレーター双方にとっての「わかりやすい、使いやすい」を追求



曲名・歌手名・
キーワードの
同時検索が可能

 業務用カラオケ事業(市場別戦略)

市場別事業戦略

 ナイト市場

- 現在の高い市場シェア(約8割)を保持
- BGM放送サービスとのシナジーを活かし、トップラインに貢献

 カラオケボックス市場

- カラオケ・飲食店舗事業とのシナジーを活かし、直営店を通したPR効果でシェアを拡大

 エルダー市場

- 大学等との共同研究に基づいたコンテンツ開発
- 専門スタッフ(インストラクター)の育成

 その他市場

- スーパーマーケットとの協業や、ボックス型カラオケ「COCOKARA」の導入などを通じて、今まで“歌う環境”が無かった場所へカラオケを提供し、新市場、シェアを開拓

安定的な収益事業

消費者から距離が近い身近なエンターテインメント文化として定着しているため、今後も一定市場が維持され、安定的な事業基盤として当社収益に貢献を見込む

成長・拡大事業

「歌う」ことで「健康寿命の延伸」「QOL 向上」に貢献する福祉・介護の市場、これまで歌う環境がなかった新市場開拓は、今後の大きな成長領域として拡大が見込まれる

エルダービジネスの推進

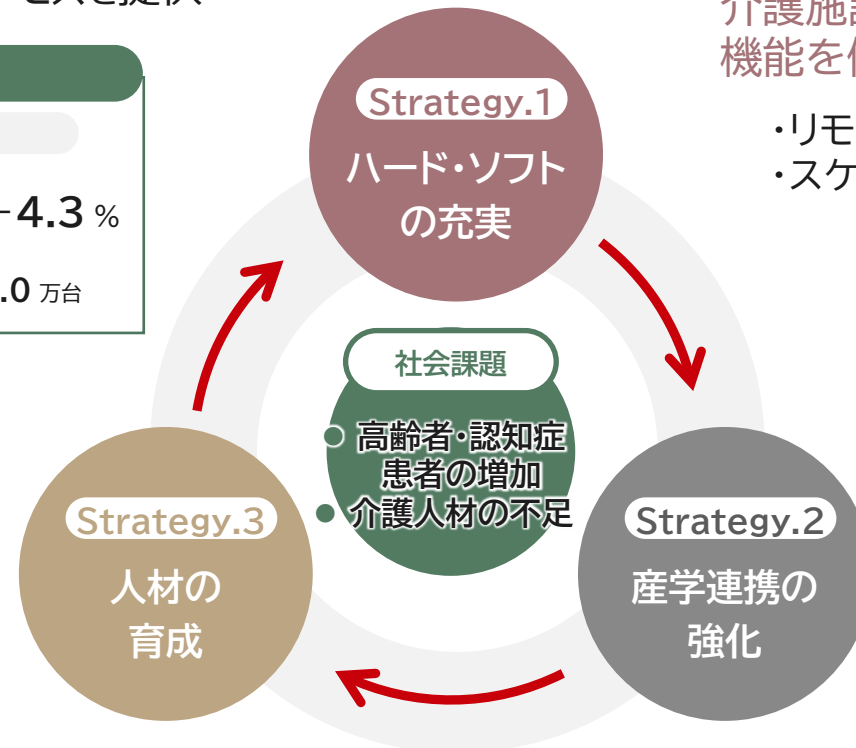
介護・福祉の場でのカラオケ活用を広めることで、DAM稼働台数増加と同時に
「健康寿命の延伸」「QOL (Quality Of Life) 向上」に寄与

- 高齢化という社会課題解決と事業成長を両立
- 要介護者・介護者の双方に資するサービスを提供



(一社)日本音楽健康協会と連携し
専門スタッフを育成

- ・音楽健康指導士
- ・口腔機能指導員



介護施設職員の負荷軽減に繋がる
機能を備えたエルダー市場専用機

- ・リモートセッション
- ・スケジュール 等



FREEDAM LIFE



「歌のチカラ」が健康に与える影響を
大学等と共同で研究

エビデンスに基づく
専用コンテンツの制作



カラオケ・飲食店事業(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

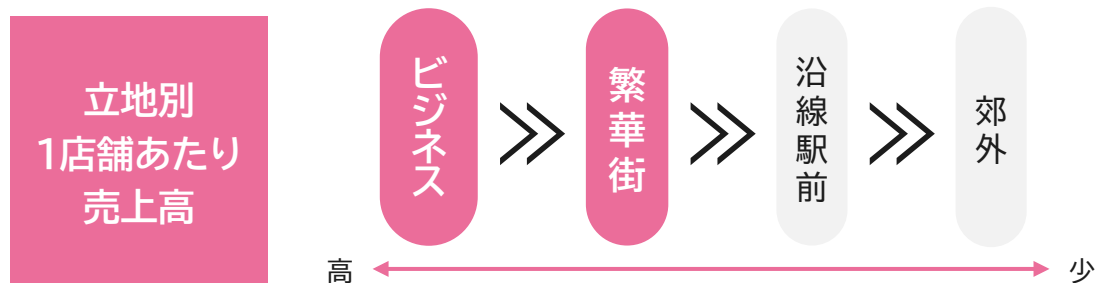
出店の基本方針

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
駅前繁華街への集中出店

市場ニーズにあわせ賃料と収入の
最適なバランス設計が可能な
複合出店戦略

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**

COVID-19後に
需要が旺盛な
個室を中心に獲得



ハード面に関する主な取り組み

ピンク・白のマイクで清潔感を強調

これまでの
一般的なマイク



その他取り組み

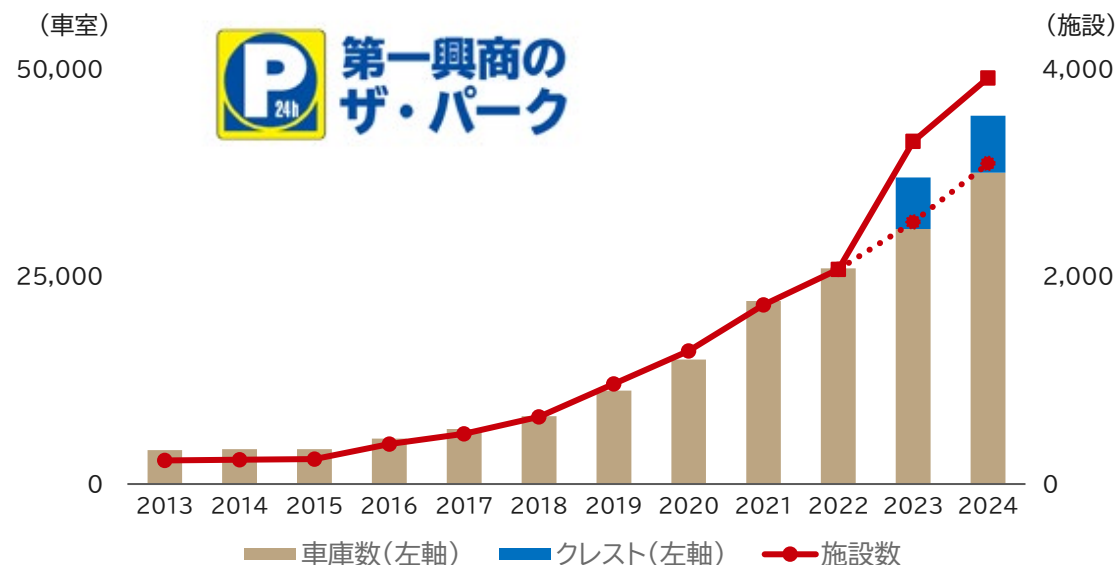
リニューアル投資による店舗設備の美観を維持・向上

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、
M&Aも含めた事業規模の拡大を目指す

パーキング事業の優位性

- カラオケ、飲食店舗事業における**全国営業網(約130か所)**と**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

主要KPI: パーキング施設数・車室数

パーキング施設数

3,900施設

パーキング車庫数

44,000車室

その他トピックス

音楽ソフト事業における、音楽出版事業の推進

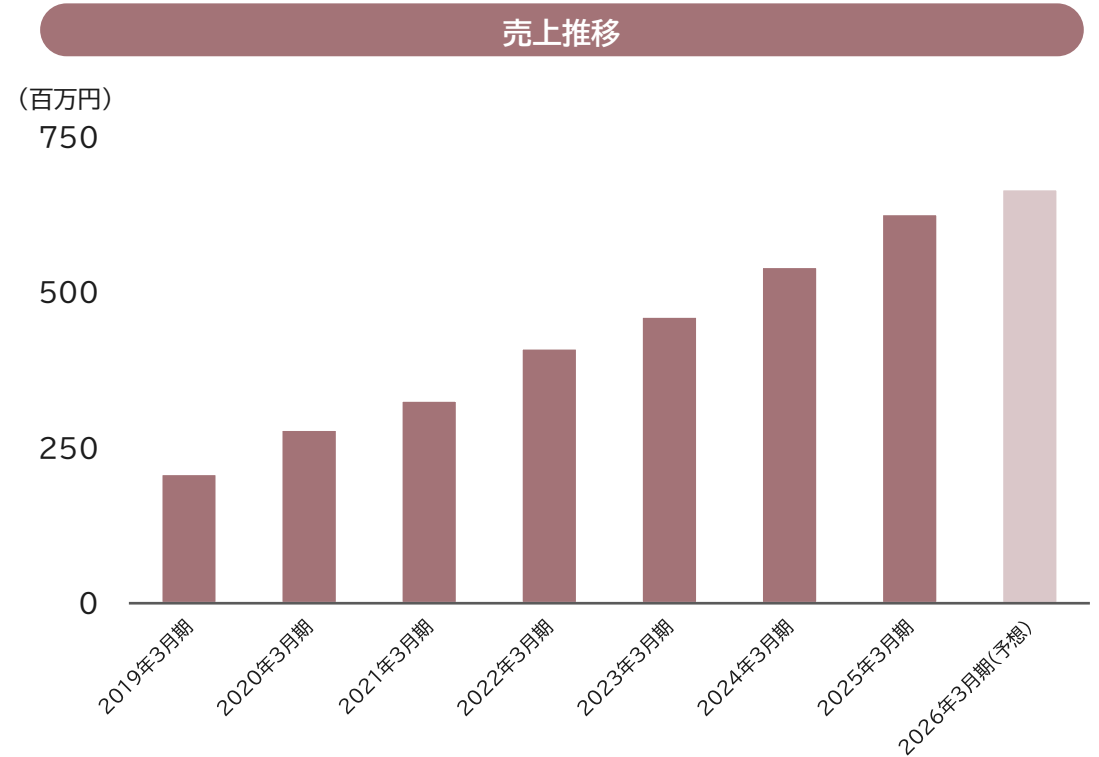
音楽ソフト事業の事業戦略

- レコード会社における新人アーティスト発掘に加え、音楽出版事業に注力。ヒット曲の創出によるカラオケとのシナジーを図る

(株)第一興商音楽出版(100%子会社)

(事業内容)

- 音楽著作権の管理
- 作家育成・マネジメント
- 楽曲等カタログの利用開発
- 原盤制作



その他トピックス

分散している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

移転までのタイムライン

2024年2月

本社機能移転のため固定資産を取得(港区三田3丁目)

2024年9月

これまで移転先の候補地として所有していた土地(品川区)を売却

ご参考:2024年7月29日「固定資産譲渡及び特別利益の計上に関するお知らせ」

2026年2～3月 実際の移転予定時期

移転後

現本社ビル等の所有不動産については、売却の方向で検討中

移転の目的

新たなイノベーションの 創出

現在3か所に分散している本社機能を一か所へ集約することで、
部門間のコミュニケーションの活性化による、新たなイノベーションの創出を図る

実際の運用を鑑みた 資産取得

長期にわたって入居すること、事業活動にあわせレコーディングスタジオの設置やオフィスレイアウトなどの大幅な改装を行うことなどを勘案し、賃貸ではなく自社物件として取得することを選択



移転先

東京都港区
三田3-9-6
プライム高輪
ゲートウェイ



人的資本経営

人的資本に関する 考え方

「企業の発展に不可欠なものは何よりも人材である。」との方針のもと、当社に長期間在籍しロイヤリティの高い人材の確保を図るため、仕組みづくりや環境整備を実施

人材
ポートフォリオの
最適化

キャリア形成と
事業戦略に合った
人材の再配置

人材育成
プログラムの
設計

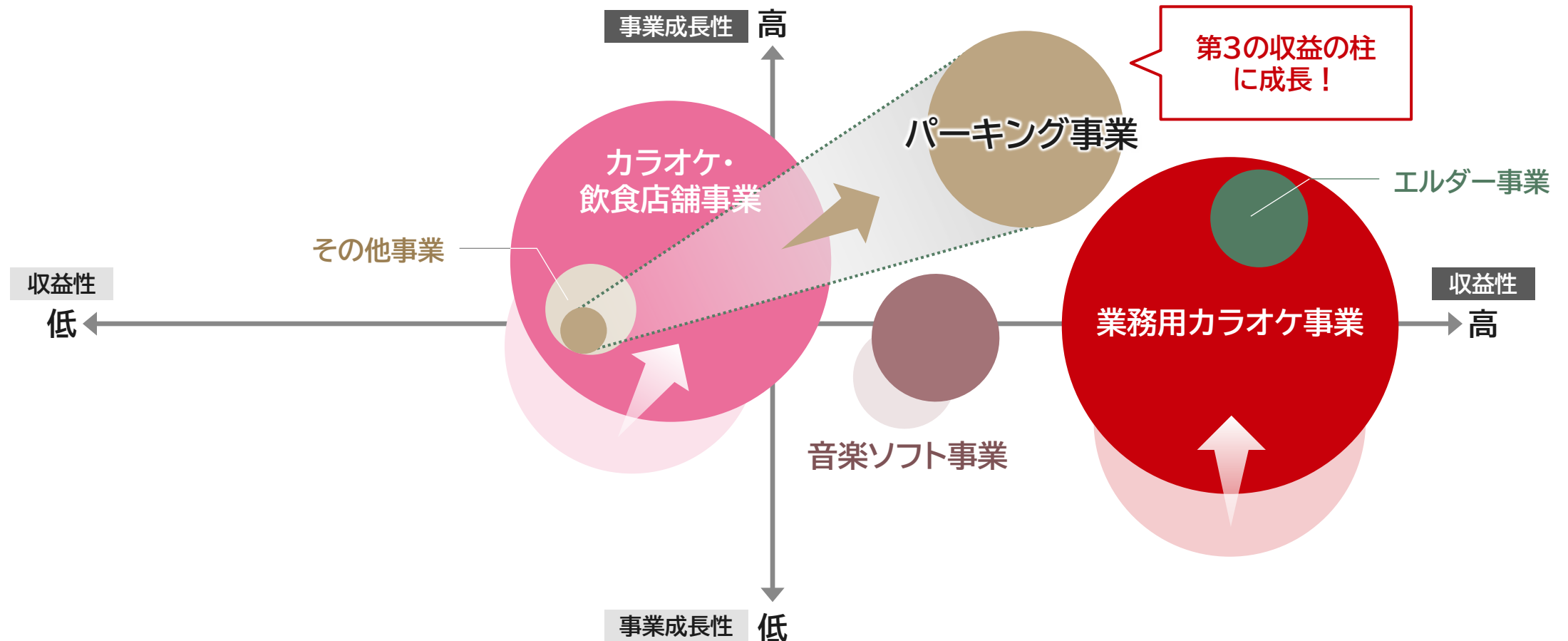
事業の成長に必要なスキルを
習得させる研修・育成
プログラムを設計

組織文化・
シナジー効果の
起こりやすい
環境の整備

これまで分散していた
事業本部を本社移転を機に
1か所に集約

今後目指していく主要ポートフォリオ

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



第一興商の企業メッセージ

Singing

歌いながらいこう。

うれしいときは、歌ってはじけよう。

つらいときは、歌ってふっきろう。

友達になりたいときは、歌って仲良くなろう。

一人のときは、ジブンに浸ろう。

歌って笑おう。歌って泣こう。歌って元気になろう。

歌うって、楽しいだけじゃない。

心と身体を健康にし、世の中を良い方へ変えていくチカラがある。

大人も子どもも、若い人もおじいちゃんもおばあちゃんも、
この毎日を歌いながらいこう。

歌えば、明日はもっといい日になる。

私たち第一興商グループは、様々なアクションを通して、
社会全体に歌うことの素敵なチカラを広げていきます。



「もっと音楽を世に もっとサービスを世に」

01 事業概要

02 2025年3月期 決算概要

03 企業価値向上に向けた取り組み

04 2026年3月期の見通し



05 ご参考資料

ブランド力向上に向けた施策

フラッグシップ新商品**LIVE DAM WAO!**をリリース
歌で“輪を”(WAO!)つくり、新しい驚き(WAO!)を味わってほしい

LIVEDAM WAO!



業務用
カラオケ事業

カラオケ・
飲食店舗事業

新しい演奏方式

「 DAM Multi Dimensional Sound 」

従来のMIDI 音源方式に加えて、最新のソフトウェアシンセサイザーやプロミュージシャンの生演奏を組み合わせたハイブリッド演奏方式を採用。高音質かつ重厚なサウンドが楽しめます。

多彩で充実した本人映像を収録

現行モデルより5,000 曲余りの映像コンテンツを増強。サザンオールスターズ、B'z、浜崎あゆみ、GLAY、ケツメイシ、UVERworld など、多数の**人気アーティストの楽曲全曲を本人映像で配信**。アーティストだけでなく、アニメ、キッズ、Vtuber、スポーツなど、全方位に映像を拡充。

ブランド力向上に向けた施策

LIVE DAM WAO!の特徴 歌声に魔法をかける「ボイスマジック」

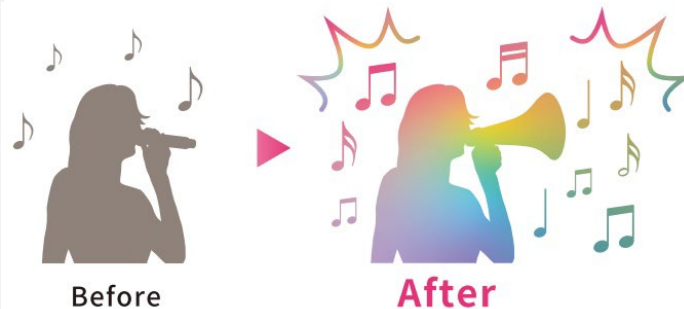
歌うまフィルター

自分の歌声がより上手に聞こえるよう音程をリアルタイムで違和感なく補正。歌うことが苦手な人も自信をもって歌えます。



なりきりエフェクト

原曲でアーティストが使用している特殊なボイスエフェクトを再現。対象のパートのときだけ拡声器になったり、機械音声のエフェクトがかかるなど、ライブや原曲の雰囲気近づけることができます。



ハモルン

メインパートを歌うだけで原曲のハモリパートを自動的に作り出すことができます。自分の歌声ひとつで豪華なハーモニーを奏でることが可能です。



ブランド力向上に向けた施策(トピックス)

進化した精密採点シリーズ

精密採点Ai Heart(エーアイハート)

人が実際に聴いて上手いと感じる採点を追求し「聴感」を取り入れたハートエンジンを搭載しています。歌声を 5 タイプで評価し、さまざまな歌唱者個性を採点に反映させます。新たな歌唱技法として「アクセント」「ハンマリング」を追加。



精密採点NIGHT

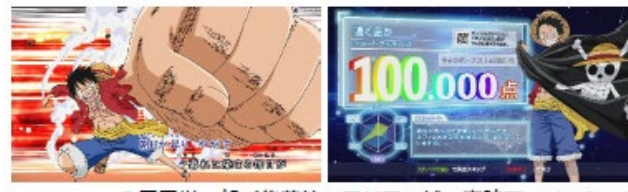
「精密採点は少し難しい・・・」と感じる方向け、判定基準がやさしくなって誰でも高得点が狙えます。歌唱中はキャラクターがさまざまなコメントでほめてくれたり、盛り上げてくれます。



精密採点コラボ

精密採点× ONE PIECE

『ONE PIECE』のキャラクターと精密採点がコラボレーション。ルフィたちと力を合わせて100点を目指しましょう。今後も人気の作品やアーティストとのコラボレーションを予定。



©尾田栄一郎／集英社・フジテレビ・東映アニメーション

新ゲーム

4本マイクを使用した新ゲーム 「対戦 最後まで 残りまショー!!!」

「完唱歌いきりまショー」に、最大 4 人同時対戦版が誕生。1 曲をみんなで歌い、審査員に脱落させられることなく最後まで残ったユーザーが勝利となる、スリリングで盛り上がること間違いなしのパーティーゲームです。

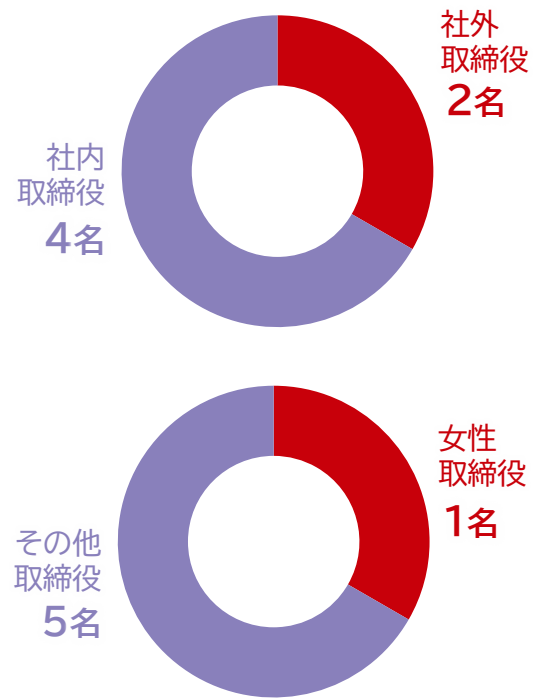


コーポレート・ガバナンスの強化

ガバナンスに関する
考え方

- 1. 株主様やお客様をはじめ、取引先、従業員等のすべてのステークホルダーとの信頼関係を醸成すること
- 2. 「もっと音楽を世に もっとサービスを世に」の社是に則り、お客様のご満足を頂き、お客様と当社グループの共生に繋がるサービス・商品を提供することにより、長期安定的な成長を実現してゆくこと

役員構成



取締役のスキルマトリックス(総会において各候補者が選任された場合の予定)

当社における地位及び担当	氏名	当社の経営戦略に照らし特定したスキル項目				
		経営	業界	事業戦略	リスク	多様性
代表取締役社長	保志 忠郊	○	○	○	○	
取締役 営業統括本部長	大塚 賢治		○	○	○	
取締役 店舗事業本部長	飯島 毅		○	○	○	
取締役 管理本部長	國津 洋		○	○	○	
取締役 社外・非常勤	垂石 克哉	○	○			
取締役 社外・非常勤	高橋 千恵子			○		○

取締役会のバランスおよび
多様性に関する考え方

当社グループの取締役会のバランスは、事業領域のそれぞれに精通する人材を基本に配しており、取締役会として総合的・合理的な経営判断を可能とするための基盤としてのバランスを求めたものであります。多様性の面では、独立社外取締役(うち女性取締役1名)を選任し、カラオケ業界や当社の企業風土にとらわれない視点からの経営監視により、コーポレート・ガバナンスの向上を目指しております。

サステナビリティマネジメント

サステナビリティ 基本方針

当社グループは、「カラオケ」を通じて社会に楽しさと明るさを提供するとともに、人々の健康で豊かな生活に寄与していくことをめざします。



ガバナンス

- ・取締役一覧
- ・スキルマトリックス
- ・コーポレートガバナンス
- ・リスクマネジメント



事業活動

うたう
楽しさと環境の
追求

環境

- ・気候変動への取り組み



社会

- ・雇用・人材
- ・安心安全なサービス提供
- ・社会貢献



マテリアリティ(重要課題)

健康寿命の延伸

QOL
(Quality Of Life)
向上



 **Singing** 歌いながらいこう。

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。