



2026年4月30日

各 位

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

### よくある質問と回答 (2026年4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。

なお、過去の「よくある質問と回答」は当社ホームページをご覧ください。

<https://genda.jp/ir/faq/>

Q1. エンタメと言えば IP を想起するが、今後どのように IP を獲得していくか。

当社は、現代のエンターテインメント産業を「コンテンツ」「プラットフォーム」「ファン」の三者が有機的に結びつく構造として捉えています。アニメ・映像等の IP コンテンツを、エンタメ・プラットフォームを通じてファンへ届けるというバリューチェーンの中で、当社グループは現在、エンタメ・プラットフォームの拡大に注力しています。当社のビジネスモデルの本質は、「プラットフォームというリアルな接点を起点に、IP・コンテンツという付加価値の高い領域へ垂直統合していく」点にあります。M&A を通じた非連続な成長と、コンテンツ×プラットフォームの相乗効果により、長期的な EPS 向上を追求していきます。

IP の獲得には、以下の 2 つの課題があります。

① 自社開発コストが高く、投資回収の不確実性が高い

IP の自社開発には先行投資が必要な上、ヒットするか否かの不確実性が高く、「投資をしても当たるか外れるかわからない」という構造的リスクがあります。

② IP 版元の M&A はバリュエーションが高い

既存の有力 IP を M&A で取得しようとするれば、版元企業のバリュエーションはプラットフォーム企業に比べて高くなります。当社の投資規律は「適切な取得対価」を最優先としており、割高な M&A は EPS 向上に寄与しないため、M&A 対象として優先されにくい構造です。

一方でプラットフォーム事業は

- 業歴が長く安定したキャッシュフローを持つ
- 事業承継ニーズや市場の成熟感から、IP 版元のような「エンタメ・コンテンツ」に比べて適切なバリュエーションで M&A できる
- ゲームセンターは EBITDA to FCF 約 50%、カラオケボックスは約 70%と、キャッシュ回収効率が低い

という構造的特徴を持っており、GENDA の投資規律である適切な取得対価及び EPS 向上への寄与に合致する案件が継続的に存在します。

そのため当社はまず、投資妙味のあるプラットフォームのロールアップを着実に進める戦略をとっています。この積み重ねの結果、現在は国内 1,000 店舗以上、北米 13,000 店舗以上の店舗網を持つに至りました。これだけの規模の店舗網を持つことで、IP 版元にとっても GENDA は「ファンへの重要な接点」としてパートナーシップの対象となり、より緊密な協力関係を築きやすい環境が生まれています。これは IP 戦略を目的として設計されたものではなく、投資効率の高い M&A を積み重ねた結果として得られた競争優位です。

IP の本格的な獲得については、十分なプラットフォーム網を確保した段階で検討していく方針です。

Q2. 北米事業について、利益が正常化しても、また大きな投資フェーズが来るのではないか。

ゲームセンタービジネスの構造上、大規模な再投資フェーズが繰り返されることはありません。機器は一度購入すれば長期間にわたり稼働し、日本の既存ゲームセンター事業と同じ高キヤッシュ創出構造になります。

ゲームセンタービジネスは、開業時・取得時に機器や内装への投資が集中し、その後は既存設備を活用しながら収益を積み上げていく構造です。一度設置したゲーム機は、適切なメンテナンスや一部入替を行いながら、償却期間後も収益貢献するケースがあります。

北米アミューズメントも国内と同じ構造です。M&A 取得後のゲーム機入替が一巡すれば、その後は維持的な CAPEX（メンテナンス CAPEX）のみで FCF を継続的に創出できる段階に移行します。

Q3. 中東情勢の影響はありますか？

連結業績に影響を与えるものはありません。

以 上