

2024年5月13日

株式会社 第一興商
2024年3月期
決算説明資料

1. 2024年3月期 決算概要 p.2-13

- ・決算サマリー
- ・損益状況
 - 業績対前期・対予想比較
 - 売上高・営業利益増減要因(前期比)
 - 売上高・営業利益増減要因(予想比)
 - 特別損益
- ・四半期ごと売上推移
- ・セグメント別業績
 - 業務用カラオケ、カラオケ・飲食店舗、音楽ソフト、その他
- ・財務状況(連結貸借対照表)
- ・連結経営指標
 - 収益性、健全性、キャッシュフロー

2. 2025年3月期の見通し p.14-19

- ・通期業績予想
- ・売上高・営業利益増減要因
- ・全社トピックス
- ・セグメントごとの取り組み
- ・株主還元(配当予想・自己株取得)

3. 参考資料 p.20-26

- ・グループ企業メッセージ(Singing)
- ・資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応
- ・主要商品ラインアップ(業務用カラオケ)
- ・カラオケ・飲食店舗ブランド一覧
- ・パーキング事業
- ・音楽ソフト各社のアーティスト/その他事業

2024年3月期 決算概要

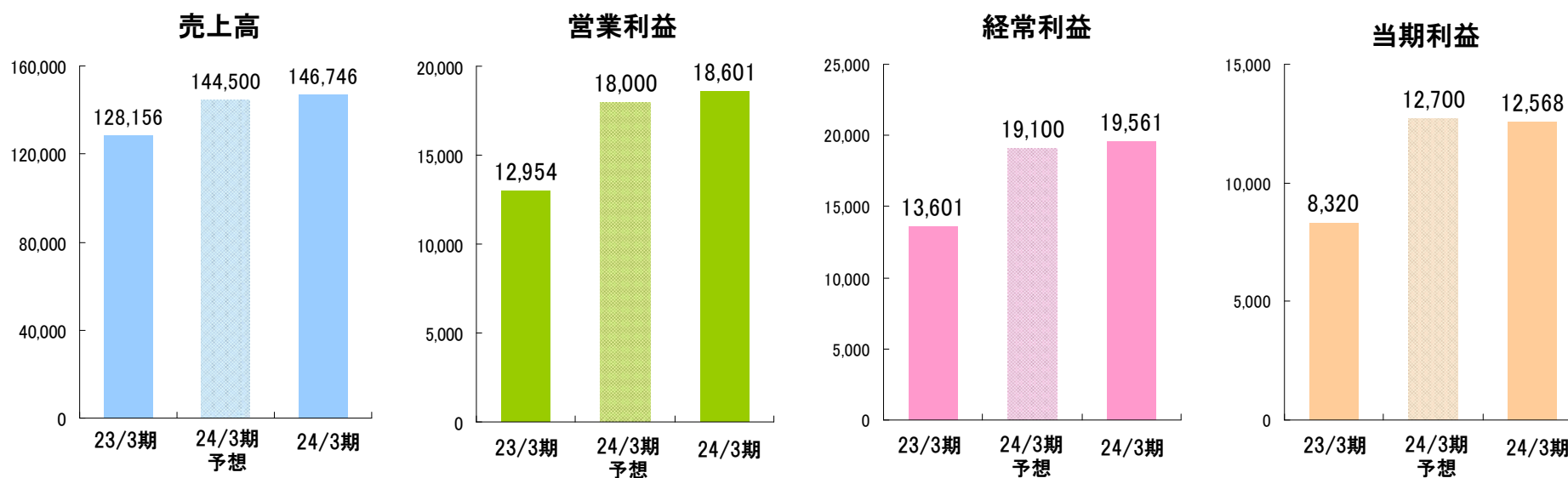
- 前期に引き続き、コロナ禍からの経済正常化が進み、事業環境はゆるやかに改善
- (業務用カラオケ)
ナイト市場を中心に、全体として回復傾向 当期末のDAM稼働台数は、前期末比+2%
(カラオケ・飲食店舗)
前期に引き続き集客は回復傾向 既存店売上高は前期比24%増(コロナ前比では4%減)
- 連結売上高は過去最高(前期比14.5%の増収)となり、利益面でも大幅改善
(前期比)営業利益+56億円、経常利益+59億円、当期純利益+42億円
- 2024年2月、「ブレイクパーキング」を運営する(株)クレストの株式を取得
2024年2月、本社用不動産として固定資産(東京都港区三田3丁目)を取得
2024年2月、上記固定資産取得資金として300億円の借入を実行
2024年3月、ユニオン映画(株)の株式を譲渡したことにより、同社は連結子会社から除外
- 次期(2025年3月期)は業務用カラオケ事業における件数増、カラオケ・飲食店舗事業における既存店売上の伸長、及びパーキング事業における(株)クレスト売上の通年寄与を含む規模拡大等により増収を見込むものの、給与ベースアップやのれん償却等、費用増の影響により、利益面では概ね当期並みと予想
売上高1,527億円 営業利益188億円 経常利益196億円 当期純利益131億円

2024年3月期 決算概要 - 業績対前期/対予想比較 -

FY2023

(百万円)

	23/3期 (売上比)	24/3期 予想 (売上比)	24/3期 (売上比)	対前期 増減	増減率	対予想 増減	増減率
売上高	128,156	144,500	146,746	+18,589	+14.5%	+2,246	+1.6%
営業利益	12,954 (10.1%)	18,000 (12.5%)	18,601 (12.7%)	+5,646	+43.6%	+601	+3.3%
経常利益	13,601 (10.6%)	19,100 (13.2%)	19,561 (13.3%)	+5,960	+43.8%	+461	+2.4%
当期利益	8,320 (6.5%)	12,700 (8.8%)	12,568 (8.6%)	+4,247	+51.0%	△132	△1.0%

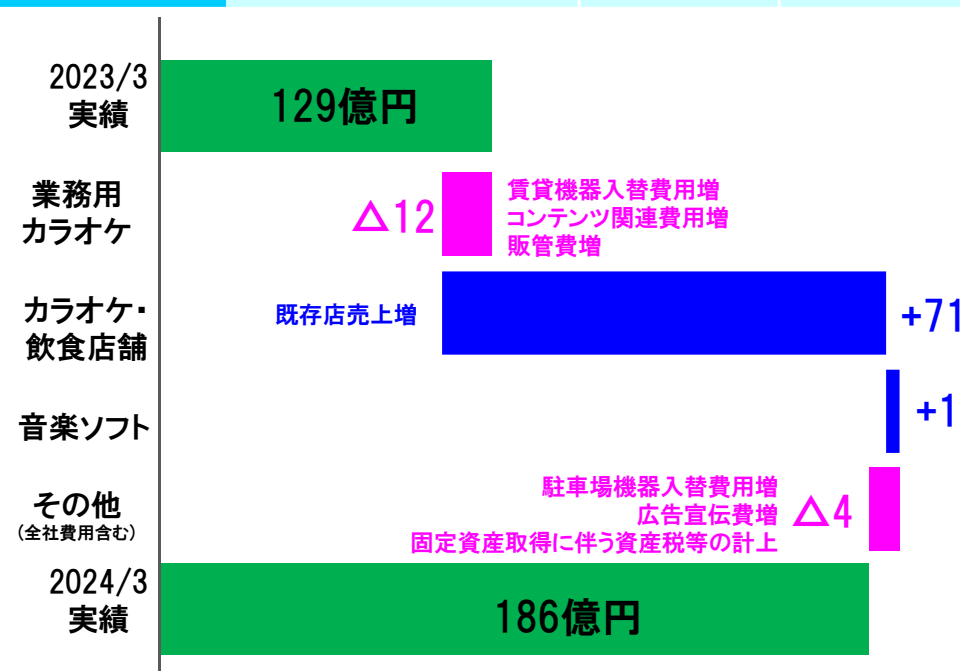
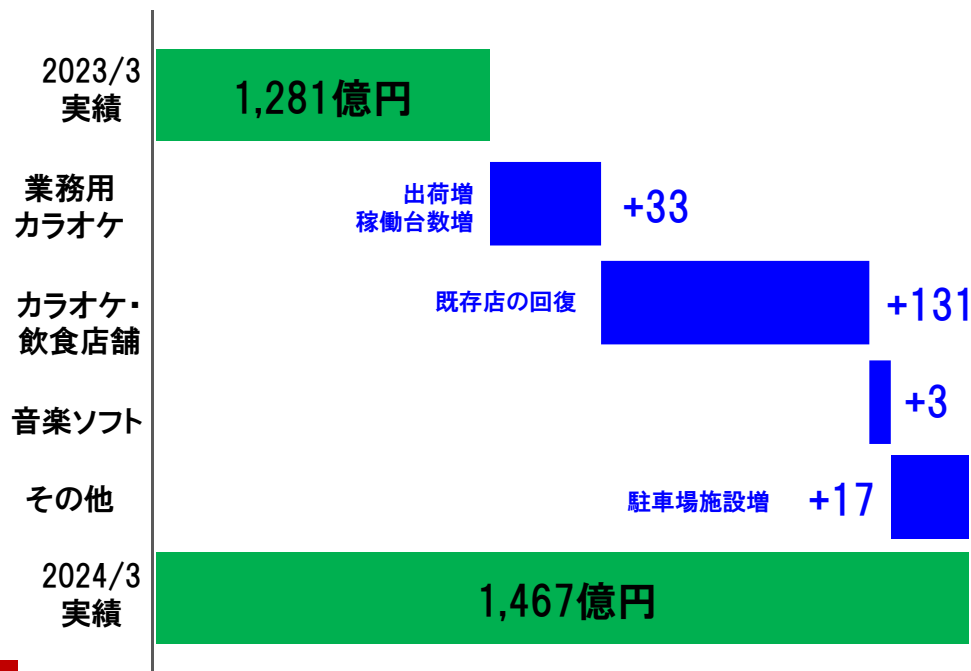


2024年3月期 決算概要 -売上高・営業利益増減要因(前期比)-

FY2023

売上高	(百万円)			
	23/3期	24/3期	対前期増減	増減率
売上高計	128,156	146,746	+18,589	+14.5%
業務用カラオケ	57,731	61,078	+3,347	+5.8%
カラオケ・飲食店舗	51,584	64,733	+13,149	+25.5%
音楽ソフト	6,430	6,733	+303	+4.7%
その他	12,411	14,200	+1,789	+14.4%

営業利益	(百万円)			
	23/3期	24/3期	対前期増減	増減率
営業利益計	12,954	18,601	+5,646	+43.6%
業務用カラオケ	13,593	12,384	△1,208	△8.9%
カラオケ・飲食店舗	△59	7,100	+7,159	-
音楽ソフト	228	373	+145	+63.6%
その他	1,581	1,469	△111	△7.0%
全社費用	△2,388	△2,726	△337	-



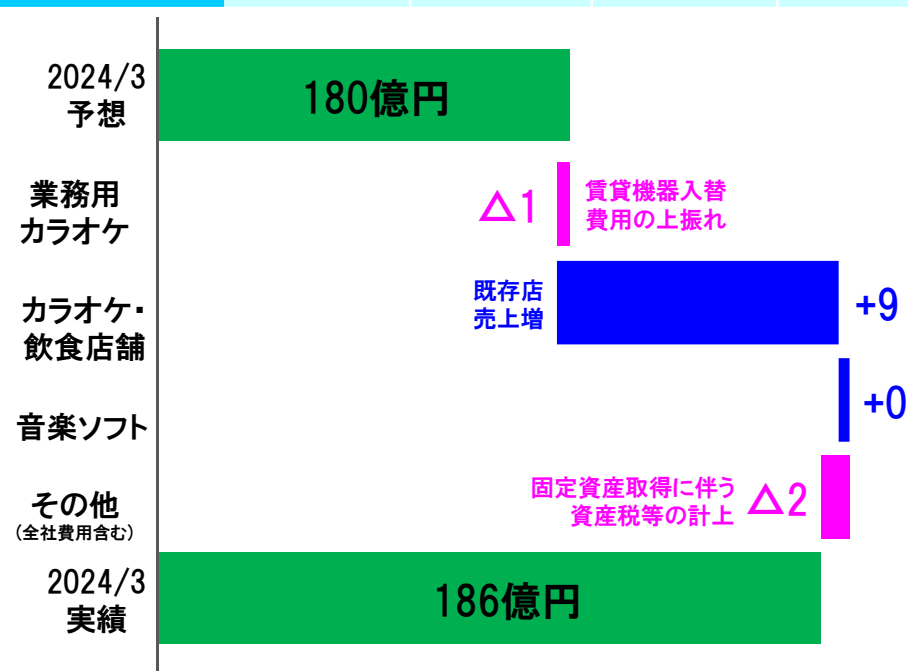
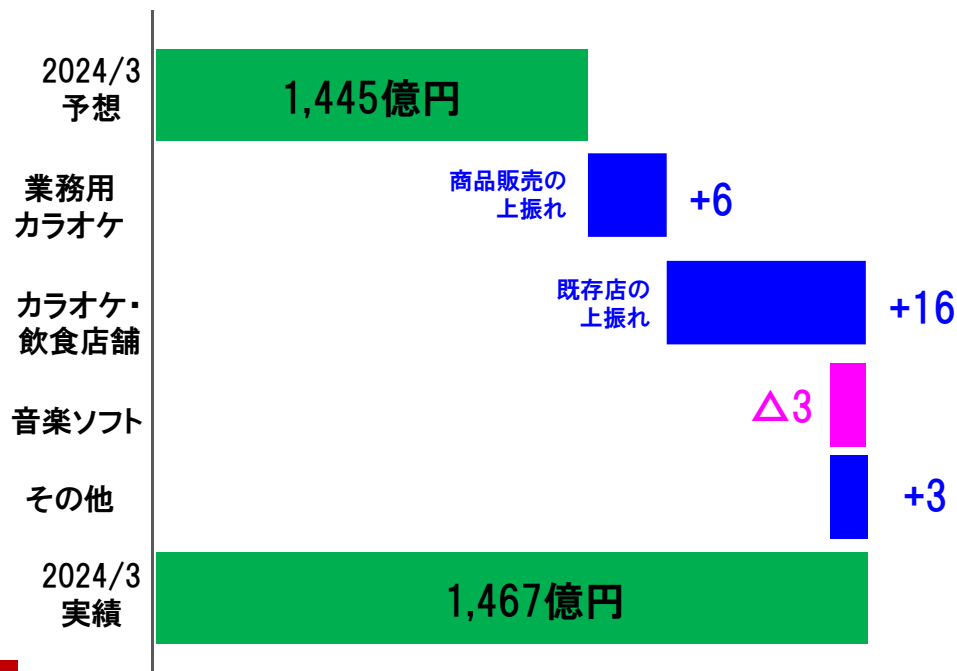
2024年3月期 決算概要 -売上高・営業利益増減要因(予想比)-

FY2023

(百万円)

売上高	24/3期 予想	24/3期 実績	対予想 増減	増減率
売上高計	144,500	146,746	+2,246	+1.6%
業務用カラオケ	60,470	61,078	+608	+1.0%
カラオケ・飲食店舗	63,100	64,733	+1,633	+2.6%
音楽ソフト	7,070	6,733	△337	△4.8%
その他	13,860	14,200	+341	+2.5%

営業利益	24/3期 予想	24/3期 実績	対予想 増減	増減率
営業利益計	18,000	18,601	+601	+3.3%
業務用カラオケ	12,560	12,384	△176	△1.4%
カラオケ・飲食店舗	6,200	7,100	+900	+14.5%
音楽ソフト	290	373	+83	+28.6%
その他	1,450	1,469	+19	+1.3%
全社費用	△2,500	△2,726	△226	-



【特別損益】

◆特別利益 396百万円（前期は3,121百万円）

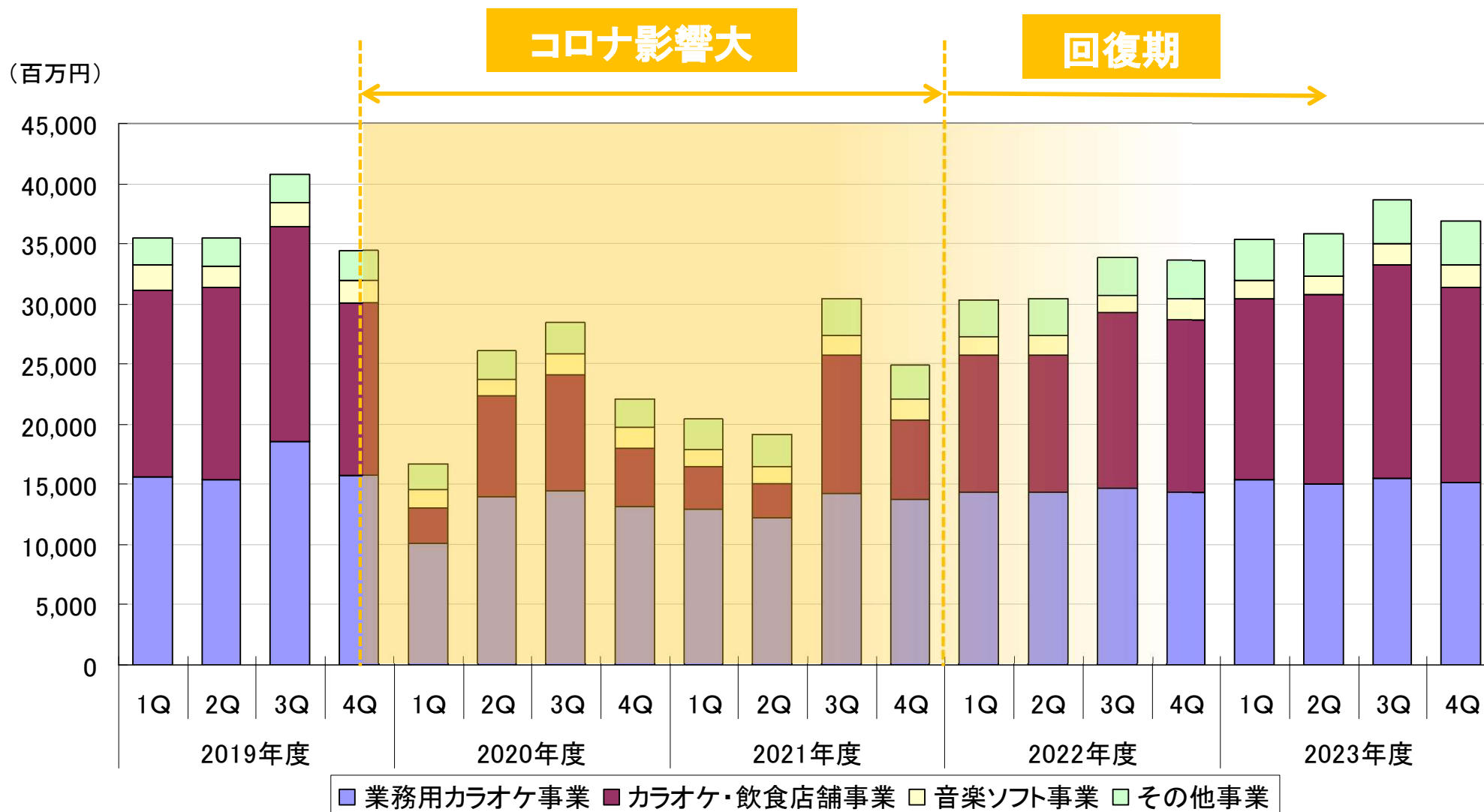
主な内容

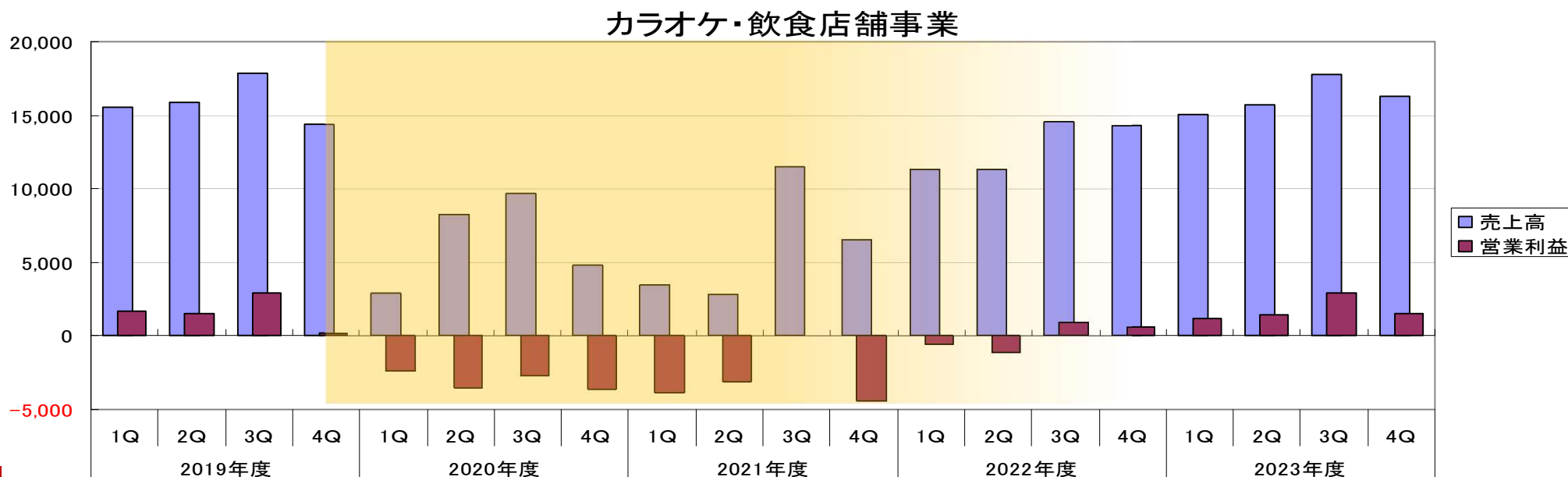
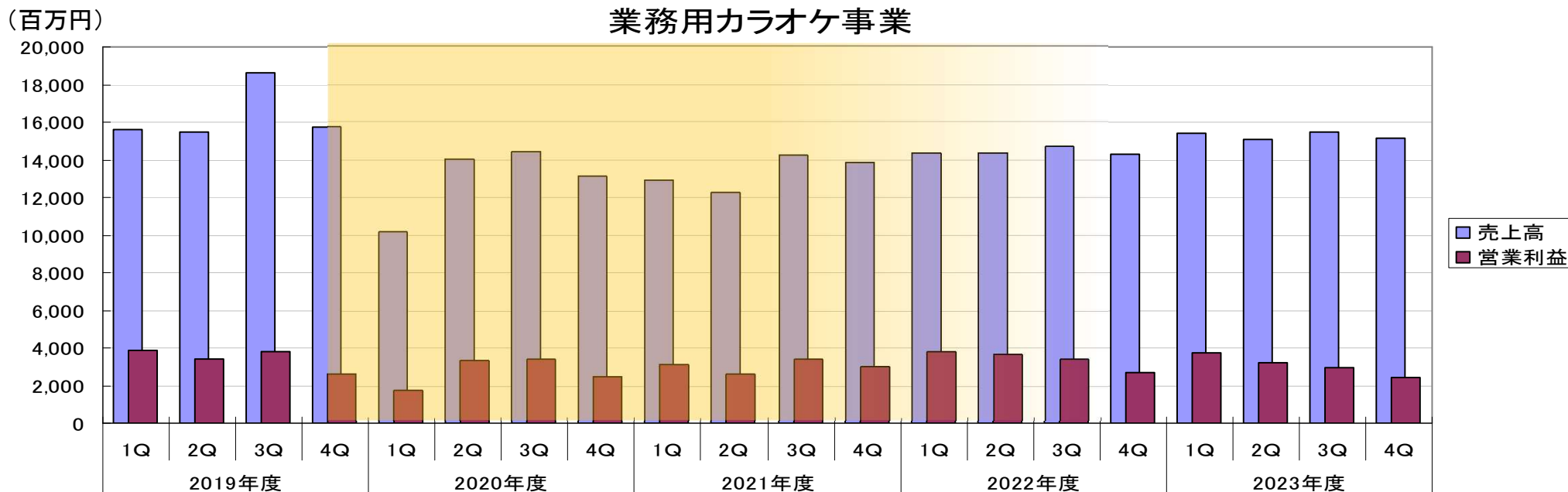
- ・ 関係会社株式売却益 293百万円（前期は無し）
※ 前期の主な内容は 助成金収入 2,928百万円等

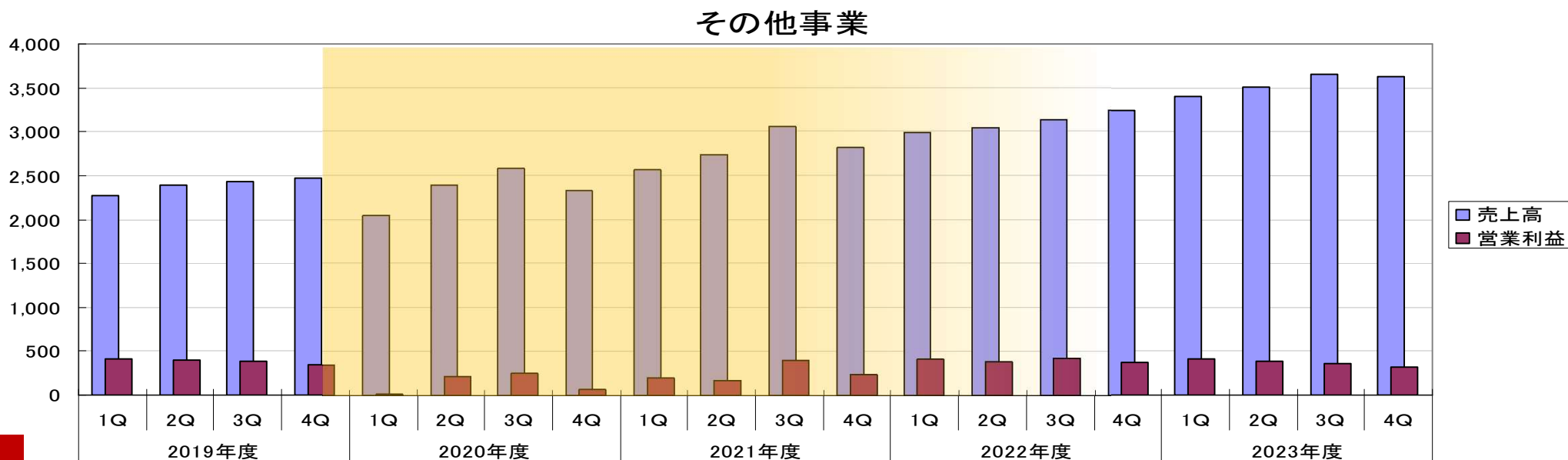
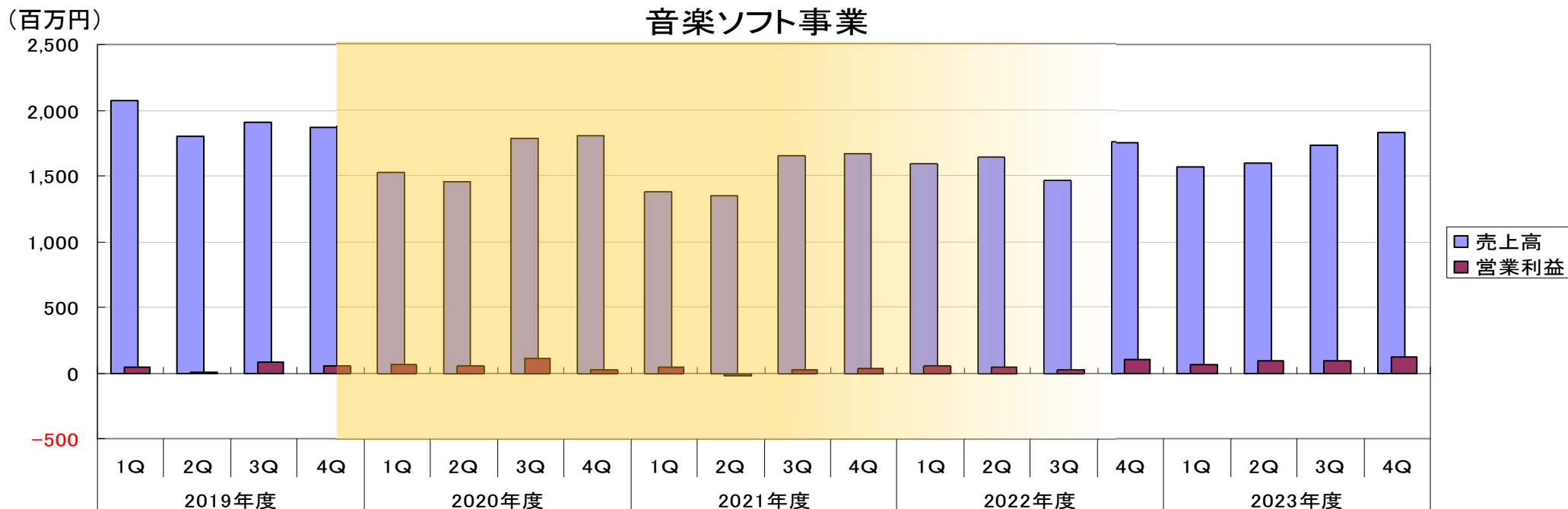
◆特別損失 1,264百万円（前期は3,385百万円）

主な内容

- ・ 減損損失 1,091百万円（前期は3,130百万円）
（カラオケ・飲食店舗及び駐車場設備等の減損損失）







業務用カラオケ事業

(百万円)

	23/3期	(売上比)	24/3期	(売上比)	対前期増減	増減率
売上高	57,731	(100.0%)	61,078	(100.0%)	+3,347	+5.8%
営業利益	13,593	(23.5%)	12,384	(20.3%)	△1,208	△8.9%

[ポイント]

- 4月にフラッグシップモデル新商品「LIVE DAM AiR」を発売し、計画を上回る出荷状況
- 機器賃貸件数の拡大と旧機種から新機種への入替えを推進し安定的収益基盤の強化を図る
- ライブ映像・アニメ映像・ミュージックビデオなどの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の商品力強化
- エルダー市場において訪問可能な施設が増加したほか、ウェブも活用して稼働台数増加に努める
- 好調な出荷と機器賃貸件数・DAM稼働台数増加により増収となるが、将来のストック収入の基盤となる賃貸機器やコンテンツへの投資を行った影響などにより減益

カラオケ・飲食店舗事業

(百万円)

	23/3期	(売上比)	24/3期	(売上比)	対前期増減	増減率
売上高	51,584	(100.0%)	64,733	(100.0%)	+13,149	+25.5%
営業利益	△59	—	7,100	(11.0%)	+7,159	—

[ポイント]

- カラオケ:出店10 閉店12 期末店舗数506 飲食:出店11 閉店23※ 期末店舗数159 ※主に複合業態統合による
- 5月に新型コロナの位置づけが引き下げられたことにより、集客は期初から回復傾向
- 既存店コロナ前比:カラオケ92% 飲食112% 既存店前年同期比:カラオケ122%、飲食129%
- ビッグエコー店舗においては、アーティストとのコラボのほか、「グッドカンパニールーム」、「ビッグエコーカラオケグランプリ」など、35周年を盛り上げる施策による集客増を図るとともに、最新機種早期導入などにより顧客満足度向上に努める
- 飲食店舗においてはコールセンター機能の拡充による宴会予約の獲得強化のほか、ダーツ業態3店舗を出店するなど、幅広く集客の獲得を推進

音楽ソフト事業

(百万円)

	23/3期	(売上比)	24/3期	(売上比)	対前期増減	増減率
売上高	6,430	(100.0%)	6,733	(100.0%)	+303	+4.7%
営業利益	228	(3.5%)	373	(5.5%)	+145	+63.6%

[ポイント]

- イベント・コンサートが再開され始めるなど、音楽業界にも活気が戻りつつあり、CD・DVD等の商品販売がゆるやかに回復
- テレビ番組制作事業も計画通りに推移

その他事業

(百万円)

	23/3期	(売上比)	24/3期	(売上比)	対前期増減	増減率
売上高	12,411	(100.0%)	14,200	(100.0%)	+1,789	+14.4%
営業利益	1,581	(12.7%)	1,469	(10.4%)	△111	△7.0%

[ポイント]

- 「ザ・パーク」ブランドで展開するパーキング事業が堅調に推移し、期末時点で2,500施設、30,000車室超
- テレビCMなどを通じて「ザ・パーク」ブランドの認知拡大に努める
- (株)クレスト(「ブレイクパーキング」700施設・6,000車室)子会社化による当期への影響は無し

(百万円)

	23/3期末	24/3期末	期中増減	備考
資産の部	188,623	211,386	+22,762	
流動資産	93,429	73,479	△19,950	現預金の減少 △22,117
固定資産	95,193	137,906	+42,713	有形固定資産の増加(新本社ビル等) +36,941 無形固定資産の増加(のれん等) +4,621
負債の部	80,707	102,394	+21,686	
流動負債	35,288	36,914	+1,625	
固定負債	45,419	65,480	+20,061	長期借入金の増加 +20,398
純資産の部	107,915	108,991	+1,075	

収益性指標

	23/3期	24/3期	増減
売上高営業利益率 (%)	10.1%	12.7%	+2.6%pt
1株当たり当期純利益 (円)	76.21円	117.01円	+40.8円

健全性指標

	23/3期	24/3期	増減
純資産 (百万円)	107,915	108,991	+1,075
自己資本比率 (%)	56.4%	50.9%	△5.5%pt

キャッシュ・フロー

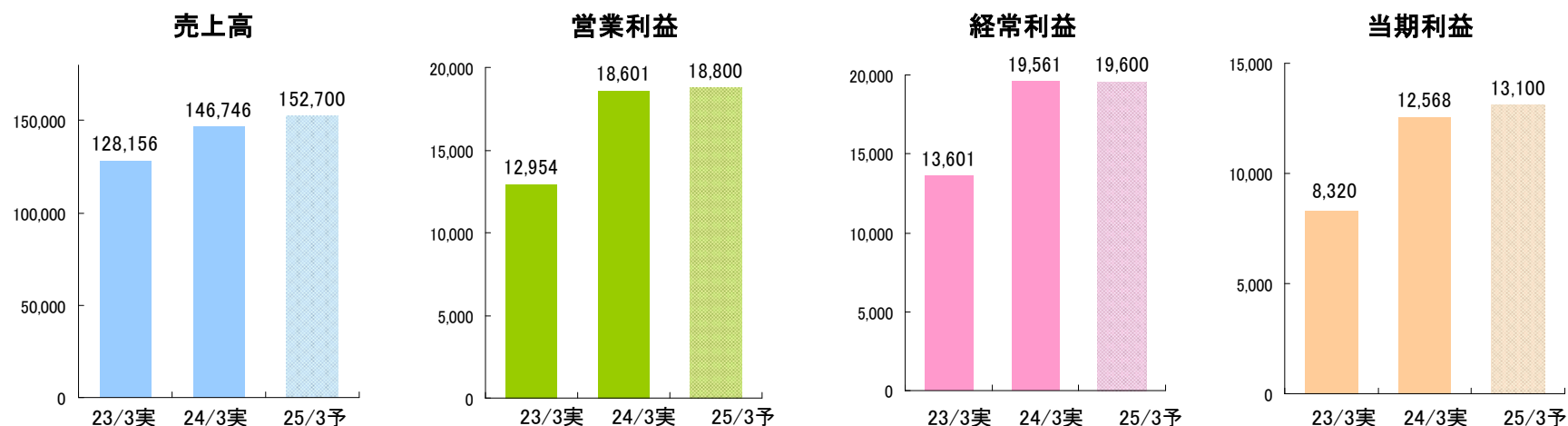
(百万円)

	23/3期	24/3期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	24,869	26,799	+1,930
投資活動によるキャッシュ・フロー	△12,104	△55,915	△43,810
財務活動によるキャッシュ・フロー	△9,493	6,926	+16,420
現金及び現金同等物の増減額	3,298	△22,117	△25,415
現金及び現金同等物の期末残高	71,423	49,306	△22,117
フリーキャッシュ・フロー	12,765	△29,115	△41,880

2025年3月期の見通し

(百万円)

	2023年3月期 FY2022		2024年3月期 FY2023		2025年3月期(予想) FY2024	
売上高	128,156	-	146,746	-	152,700	-
営業利益	12,954	10.1%	18,601	12.7%	18,800	12.3%
経常利益	13,601	10.6%	19,561	13.3%	19,600	12.8%
当期利益	8,320	6.5%	12,568	8.6%	13,100	8.6%
1株純利益(EPS)※1	76円21銭		117円01銭		122円60銭	



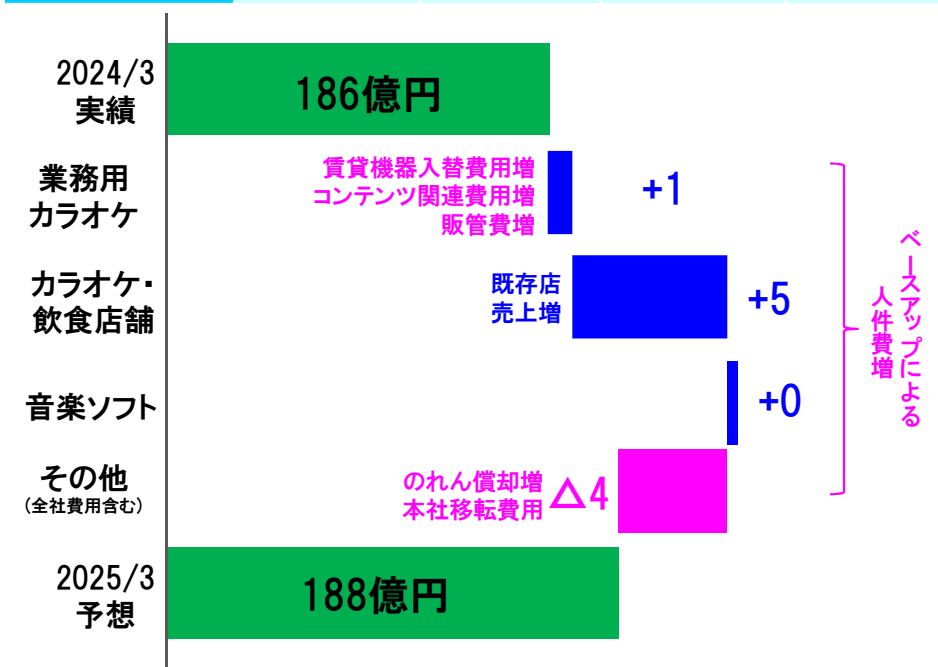
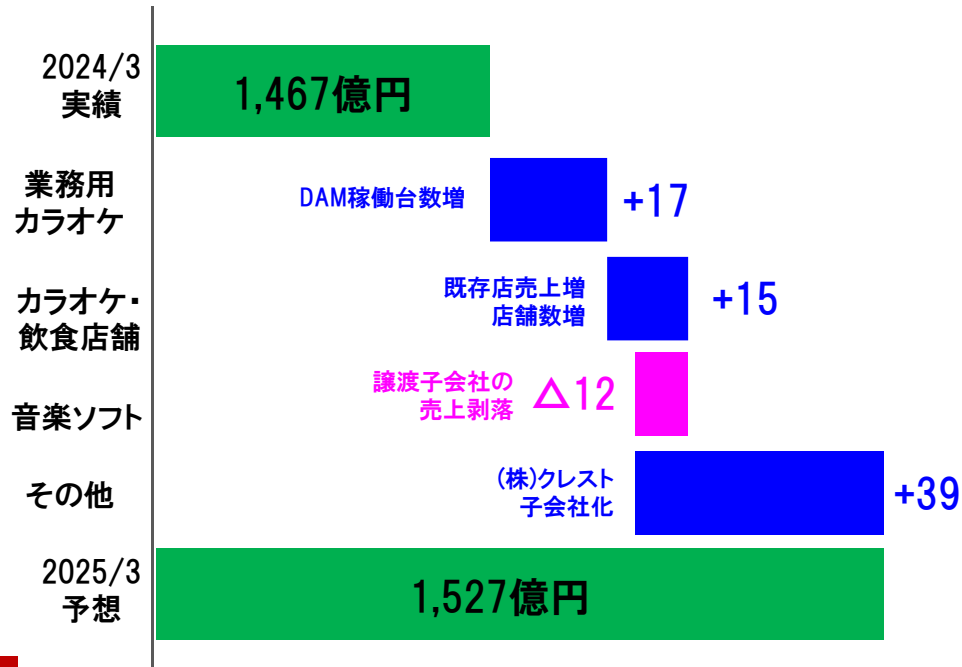
※1 2023年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定して、1株当たり当期純利益を算定しております。
 ※2 業績予想につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

2025年3月期の見通し - 売上高・営業利益増減要因 -

FY2023

売上高	(百万円)			
	24/3期実績	25/3期予想	対当期増減	増減率
売上高計	146,746	152,700	+5,953	+4.1%
業務用カラオケ	61,078	62,800	+1,722	+2.8%
カラオケ・飲食店舗	64,733	66,300	+1,567	+2.4%
音楽ソフト	6,733	5,500	△1,233	△18.3%
その他	14,200	18,100	+3,900	+27.5%

営業利益	(百万円)			
	24/3期実績	25/3期予想	対当期増減	増減率
営業利益計	18,601	18,800	+199	+1.1%
業務用カラオケ	12,384	12,500	+116	+0.9%
カラオケ・飲食店舗	7,100	7,600	+500	+7.0%
音楽ソフト	373	400	+27	+7.2%
その他	1,469	1,300	△169	△11.5%
全社費用	△2,726	△3,000	△274	—



全社トピックス

《事業ポートフォリオの最適化》

- ・ 当期に実施したM&Aの影響が通年寄与
 - ① 音楽ソフト事業:ユニオン映画(株)の譲渡により当該売上(15億円)及び営業利益(1億円)が剥落
 - ② その他事業(パーキング):(株)クレスト子会社化により当該売上(25億円)が増加する一方で、のれんの償却(販管費・5億円)が増加

《本社機能の移転》

- ・ 2024年2月に本社機能移転のため、固定資産を取得(港区三田3丁目)
- ・ 2025年1月頃から移転を開始(予定)、移転に係る費用は3億円程度(販管費)を見込む
- ・ 現本社ビル等の不動産については売却も含め活用方法を検討中

《ベースアップの実施による人件費の増加》

- ・ 2024年4月より本社社員を対象にベアを実施(基本給平均約6%UP)
- ・ P/Lへの影響額は原価・販管費を合わせて10億円程度を見込む

⇒音楽ソフトを除く各事業セグメントでの売上増による増収を見込むが、諸費用増により、概ね当期並みの営業利益を見込む



業務用カラオケ事業

- ・ 当期に引続き「LIVE DAM AiR(ライブダムアイアール)」を中心に機器賃貸資産への入替え投資や音源・映像などカラオケコンテンツへの投資を推進。安定的収益基盤の強化とDAMブランドのさらなる価値向上を図る。
- ・ 各市場ごとの施策を推進し、DAM稼働台数及びシェアの向上を図る。

《市場別の取り組み》

市場分類		DAMの構成比	外部環境/社会課題	対応する施策
ナイト市場	スナック、バー、ラウンジ等	約50%	<ul style="list-style-type: none"> ・若い経営者の増加 ・地方・郊外から大都市への需要集中 ・コロナ禍からのリバウンドは一巡し、市場規模は再び微減傾向へ 	<ul style="list-style-type: none"> ・従来の地域密着営業に加えて「カラオケの窓口」「よるみせナビ」等webサイトを活用した営業 ・「本日出勤」等、ナイトシーンを盛り上げるコンテンツ ・モニターの大型化やハーモニーマイク導入など、他店との差別化施策の提案による集客支援
カラオケボックス市場	大手チェーン 小規模事業者	約30%	<ul style="list-style-type: none"> ・地方・郊外から大都市への需要集中 ・コロナ禍による店舗数の減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・DAMの商品力向上(歌われる楽曲・映像コンテンツの充実)による、エンドユーザーの支持獲得 ・各種コラボ・キャンペーンの提案 ・フランチャイズ(カラオケCLUBDAM)の提案による小規模事業者の支援
エルダー市場	デイサービス等の 要介護施設 公民館等の自治体 施設	約12%	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者人口の増加 ・小規模介護施設の経営難 ・介護人材の不足 ・2024年度介護・診療報酬制度改定 	<ul style="list-style-type: none"> ・最新機種「FREEDAM LIFE」の拡販 ・おまかせレク・スケジュール機能等、介護施設職員の業務負担軽減に繋がる機能の訴求 ・自治体による認知症予防事業へのカラオケ活用
その他の市場	ホテル・旅館 結婚式場 複合施設 等	約8%	<ul style="list-style-type: none"> ・大宴会需要の減少 ・インバウンドを含む観光客のナイトタイムエコノミー需要 	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設へのカラオケルーム施工の提案 ・電話ボックス型カラオケ「COCOKARA」を使った「新たな歌う場所」の提案(ゲームセンター、商業施設、オフィス等) ・スーパーマーケット等、異業種との協業の模索

⇒DAM稼働台数、賃貸件数増加などによる増収、
事業基盤強化のための投資先行による原価上昇と販管費の増加により若干の増益を見込む

カラオケ・飲食店舗事業

《カラオケ店舗の取り組み》

- ・「BIG SMILE, BIG ECHO. 歌おう、笑おう、みんなもっど。」
- ・カラオケメーカー直営店舗として、設備面での充実(最上位機種 of 早期導入、美観徹底)
- ・人材育成/教育とシステム化(自動受付/精算機、スマホオーダー等)によるサービス充実
- ・様々なアーティスト、キャラクター、企業等とのコラボ企画による、ライトユーザーに向けた集客施策

《飲食店舗の取り組み》

- ・お客様のニーズを的確にとらえ、新たなブランド開発、既存ブランドのブラッシュアップ
- ・DKダイニングアプリの訴求による再来店の促進



⇒カラオケ店舗の既存店売上伸長及び店舗増による増収、増益を見込む

音楽ソフト事業

- ・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、音楽出版事業の推進による堅実な収益モデルの構築
- ・当期に子会社(ユニオン映画(株))株式を譲渡したことにより、売上・利益が剥落

⇒子会社売上剥落による減収も、概ね当期並みの営業利益を見込む

その他事業

- ・パーキング事業において、M&Aを含む新規施設開拓による事業規模の成長を図るとともに、テレビCMなどを通じた「ザ・パーク」ブランドの認知拡大に努める。
- ・当期に子会社化した(株)クレストの売上が通年寄与する一方でのれん償却が増加

⇒パーキング事業の伸長による増収も、のれん償却増等により減益を見込む

■ 配当予想

・来期の配当予想については、当期実績と同額の57円(通期)とした

	24年3月期			25年3月期予想		
	中間	期末	年間	中間	期末	年間
1株当たり配当金	28円	29円	57円	28円(予)	29円(予)	57円(予)
純資産配当率	5.8%			5.5%		
配当性向	48.7%			46.5%		

■ 自己株取得

・2024年5月13日取締役会にて自己株式の取得について決議

〈概要〉

期間:2024年5月14日～8月31日

取得株数:1,250千株(上限) ※参考:発行済み株式総数の1.17%

取得金額:2,000百万円(上限)

参考資料

「Singing 歌いながらいこう」 ～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。～

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。



第一興商グループは、
“心と身体を元気にするカラオケを
もっと楽しんでいただきたい”
という思いのもと、
グループ企業メッセージを
「Singing 歌いながらいこう」としました。

このメッセージを中心に、さまざまな
アクションを通して歌うことの素敵なチカラを
社会全体に広げ、皆さまの日常が豊かになる
お手伝いをしてまいります。

また、Singing特設サイトでは、
歌うことによる心と身体へのうれしい効果や、
歌・音楽のチカラ、思わず歌いたくなる
特集記事などをご紹介します。

■Singing特設サイト：
<https://www.clubdam.com/singing/>



■ 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について

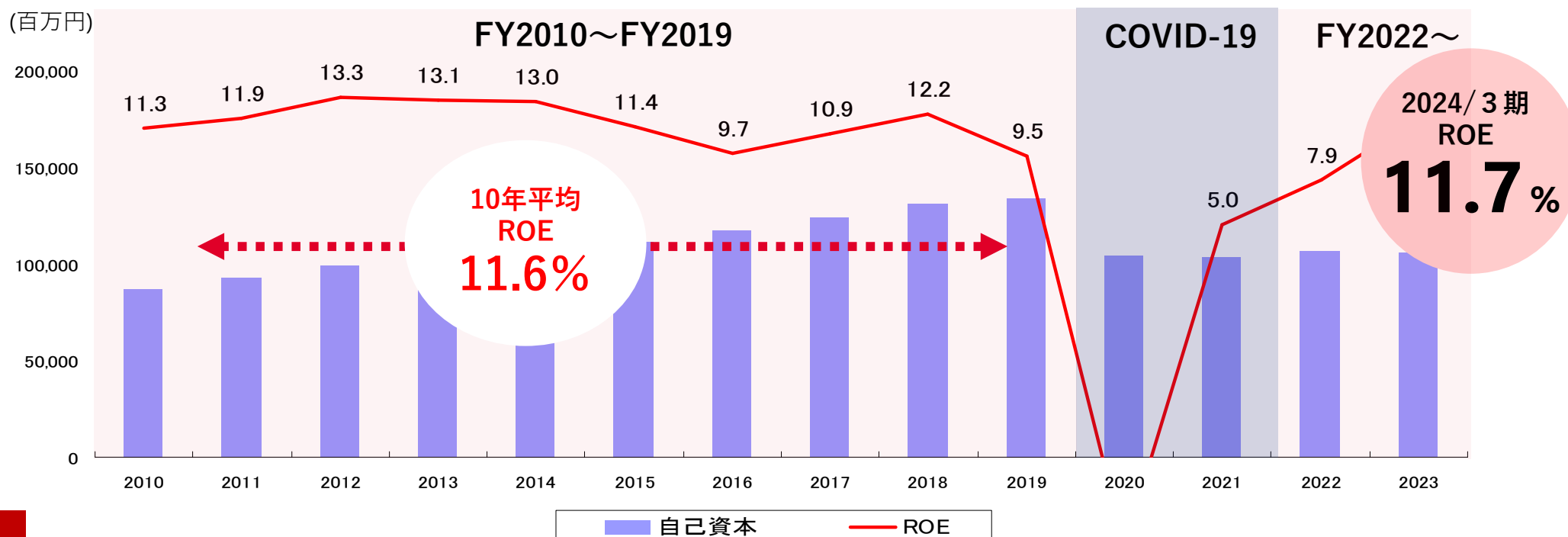
当社では株主資本コスト及びWACCの把握に努めており、これら数値に対して当社グループの資本収益性との比較を行い、その結果は取締役会において報告、協議されます。

当社のROE・ROICといった資本収益性は、コロナ禍の影響による一時的な低下はあったものの、概ね市場からの期待利回りである資本コストを上回る水準で推移しており、PBR・PERから見ても市場から一定の評価を得ているものと考えております。

今後も既存事業の収益性向上と、新たな収益の柱となる新規事業の開拓による営業利益向上を推進するとともに、安定的な配当及び適時の自己株取得などによるバランスシートの最適化により、資本収益性の向上に努めてまいります。

また、英文を含む情報開示を充実することにより、株主資本コストの低減にも努めてまいります。

■ ROE(自己資本利益率)推移



■ 配当及び株主還元の実績(直近10年間)

当社は中長期的に企業価値を高めるとともに、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のひとつと位置づけております。

当社は連結配当性向30%以上を目安として、連結業績に応じた積極的な利益還元を行うことを基本方針としており、これまでそれを上回る配当性向と、自社株取得による利益還元を実現しております。

	15/3期	16/3期	17/3期	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期予想
当期純利益 (百万円)	13,650	12,599	11,115	13,115	15,600	12,555	-18,782	5,196	8,320	12,568	13,100
自己資本利益率(ROE) (%)	13.0%	11.4%	9.7%	10.9%	12.2%	9.5%	-15.7%	5.0%	7.9%	11.7%	11.9%
1株あたり配当金(実額) (円)	100.0	108.0	109.0	111.0	112.0	113.0	113.0	113.0	113.0	57.0	57.0
1株あたり配当金(分割考慮) (円)	50.0	54.0	54.5	55.5	56.0	56.5	56.5	56.5	56.5	57.0	57.0
配当性向 (%)	42.5%	49.5%	56.2%	48.3%	40.8%	50.9%	-	118.7%	74.1%	48.7%	46.5%
純資産配当率(DOE) (%)	5.5%	5.7%	5.5%	5.2%	5.0%	4.8%	5.2%	5.9%	5.9%	5.8%	5.5%
自己株取得 (百万円)	603	1,700	2,166	1,001	1,677	1,719	6,368	0	0	6,000	2,000
総還元性向 (%)	46.9%	62.9%	75.7%	55.8%	51.5%	64.5%	-	118.7%	74.1%	96.2%	61.5%

■ 設備投資に関する考え方

当社グループは、業務用カラオケ、カラオケ・飲食店舗及び音楽ソフトなどの事業を行っており、設備の新設・拡充の計画は、カラオケ賃貸機器及び音源・映像コンテンツ制作への新規投資とカラオケルーム及び飲食店舗の新規出店への投資が主なものであります。

業務用カラオケにおけるカラオケ賃貸機器への投資は、賃貸契約の成約顧客に対するカラオケ機器の新規設置及び既存顧客に対する旧機種からの更新投資であり、特に成約顧客に対する新規設置は、景気動向や業界の出荷状況に左右されます。また、音源・映像コンテンツ制作への投資は、カラオケDAMの商品競争力につながる投資として重視しております。

カラオケ・飲食店舗におけるカラオケルーム及び飲食店舗の出店は、カラオケルームと飲食店舗の新規出店及び既存店舗の改修等を計画しております。

LIVE DAM AIR (DAM-XG8000R)

最高の音質とライブ感
さらに広がるAI体験



●音声認識機能「Aiアシスタント」が外国語の発話に対応 ●「ライブサウンド」機能に「さいたまスーパーアリーナ」「エキサイトライブホール」が追加 ●本人映像・ライブ映像等のコンテンツ数は業界最多(当社調べ)

FREE DAM LIFE (DAM-F850)

映像くっきり、音はつきり
DKエルダーシステム推奨機



●抗ウイルス・抗菌仕様 ●目的別進行プログラムの自動作成機能「おまかせレク」 ●離れた施設間でも同時に楽しめるリモートセッション機能

Cyber DAM + (DAM-G100W)

ナイトシーンに特化した
楽曲ラインナップ



●業界初のダブルモニター搭載、抗ウイルス・抗菌コーティング加工 ●「ライブエコー」で臨場感プラス ●ナイト市場で好評の演歌・歌謡曲、外国曲・デュエット曲を大幅に強化

Party DAM 20V (DAM-PD20V)

一体型移動式で
宿泊市場・宴会市場向け



●講演会などの演台としても利用できるよう、上部ディスプレイは本体に収容可能 ●ホテル・旅館や結婚式場など、さまざまなシーンを演出する多彩なパーティコンテンツ

SmartDAM AiR (TM30R)

より使いやすく！より快適に！
予約確認や楽曲操作がより直感的に



●カラオケで利用シーンの多い操作を直感的に行える操作パネル新搭載 ●各シーンの人気曲を取り揃えた新検索 ●抗ウイルス・抗菌コーティングを採用

ハーモニーマイク (WITM-500P/W)

より歌いやすい音質に変わる
“DAMボタン”を搭載



●DAMのカラオケ機器との相性を最適化した、赤外線ワイヤレス ●高音質でハウリングにも強い ●シャープ ⇄マイルドの音質切替スイッチを搭載

カラオケブランド

ビッグエコー



カラオケマック



カラオケCLUB DAM



メガビッグ



ビーガレージ



飲食店舗ブランド

個室ダイニング



楽蔵



湊一や



鮮や一夜



ウメ子の家



京町しずく



せせらぎを聴きながら



じぶんどき



鯨やハレの日



ととうお



十勝石狩函館



びすとろ家

ダイニングバー・バル 等



キッチン



フォレストダイナー



あまつ

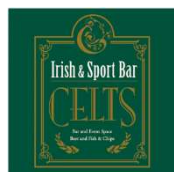


ぎん天



祭酒場

バー



CELTs



HIGHBALL BAR



J's Bar

アミューズメント



REGALO



ダーツワン



MARUNOUCHI BASE

喫茶・食事



銀座珈琲店



もちの木パスタ



Time is Curry



いちだん

パーキングビジネス

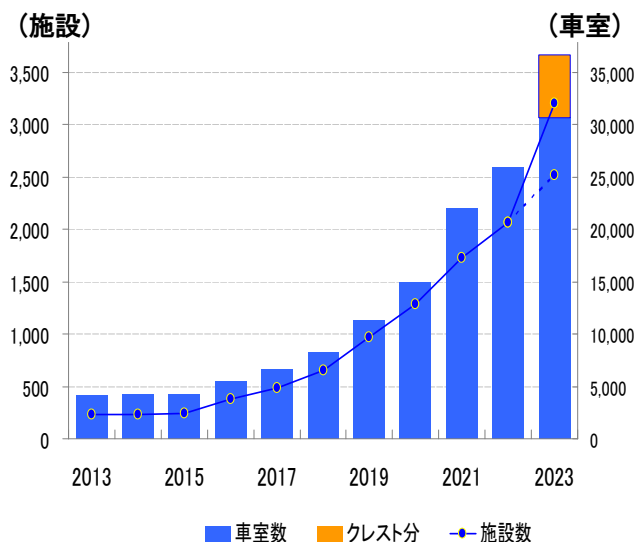
土地活用を提案し、さらなる価値の創造を



カラオケ業界のリーディングカンパニーとして全国のお客様と築き上げた信頼関係を武器に、コインパーキング「ザ・パーク」の名称で事業展開しており、地域社会への貢献とお客様に安心・安全でご満足いただける土地の有効活用をご提案しています。コインパーキング開設からアフターフォローまで、全面的にサポートします。

当社の新たな収益の柱とするべく全国的に推進しており、2024年3月末現在で2,500施設・30,000車室の規模に拡大しました。また、2024年2月には東京・大阪・沖縄等で「ブレイクパーキング」を運営する(株)クレストを100%子会社化したことで、グループ合計で3,300施設・37,000車室となりました。

架空の演歌歌手「栃尾勝代」と美川憲一さんを起用したテレビCMを放映しており、「土地活用といえば『ザ・パーク』」という認知を全国に拡大していきます。



CMイメージキャラクター
栃尾 勝代(とちお かつよ)

音楽ソフト各社のアーティスト

◆演歌・歌謡曲
原田波人



◆J-POP
ベリーグッドマン



BGM放送ビジネス



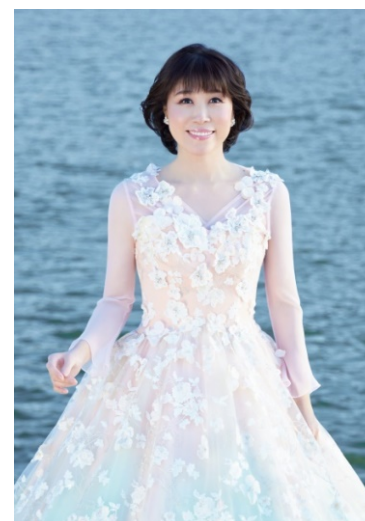
【業務用】
専用モバイル回線を利用したBGMサービス。



【業務用】
NTTのフレッツ光回線を利用したBGMサービス。

※スターデジオの家庭向けサービス(衛星放送)は、2024年3月31日をもって終了いたしました。

◆演歌・歌謡曲
水森かおり



◆J-POP
Jams Collection



Webビジネス



通信カラオケDAMと連動したカラオケユーザーコミュニティサービス。カラオケを撮影・録音したり、ネットに公開できる会員制サービス。



インターネットストリーミングカラオケ。PCやスマホ・ゲーム機等で映像・歌詞テロップ付きのカラオケが楽しめる月額制サービス。

本資料に掲載の業績予想につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後様々な要因によって予想数値と異なる場合があります。

本資料に関するご質問等は、経営企画部
TEL:03-3280-2774までお願いいたします。