

**アドアーズ株式会社**  
**2014年5月30日開催**  
**平成26年3月期 決算説明会**

**質疑応答**

# Q1.

最近のメダルゲームでメダルに触れずに遊ぶ機種があるが、メダルは直に触れられないとプレイしている実感が湧きにくい。今後はこういったタイプが主流になるのか？

# A1.

メダルはやはり触れてこそその実感、感動が湧くというご意見は理解できる。一方、新しいマシンを求められるお客様も多く、またメダルが出てこないことが逆にメリットになるケースもある。こういった新しいタイプのマシンも導入していく中で、お客様のニーズやより良い提供方法を模索していきたいと考えている。

## Q2.

運営する既存店の4月・5月の足元の状況に関して聞きたい。また、今期の事業計画上の既存店売上高前年比の前提をおしえて欲しい。

## A2.

4月における既存店売上高推移は、開示している通り92.3%となった(増税影響を差し引いた税込ベースだと95.0%)。5月はGWをはじめ、前半が好調だったこともあり、もう少しよくなると考えているが、正確な数値については6月上旬で開示したい。

また、今期の既存店売上高前年比の前提としては通期で96%前後となるが、この目標達成に向けて全社一丸となってまい進している最中です。

# Q3.

AM部門における増税対策などは、具体的にどのような手立てがあるのか？特に、メダルとプライズジャンルについてはどう考えているか？

# A3.

メダルゲームは増税後に、1,000円（500枚）の単価から新たに1,100円（600枚）の単価を設定するなど、満足度とバランスをとることができるような施策も実施している。またプライズゲームについては、子会社のブレイクがメーカーであることを活かし、製造コストの削減などうまく乗り切りたい。一方、ビデオゲームに関しては、SUICA等の電子マネーなどがうまく使えないこともあり、現状での価格転嫁は難しい。

# Q4.

前期は11カ店の閉店を行った一方で、今期は新規出店の強化も行うとの説明があったが、それを踏まえ、将来的な出店と店舗数のイメージはどのようなものを持っているのか？また、今後新たな事業モデルの確立を目指すという説明があったが、現状主力のアミューズメント事業が向かう方向性は、上昇/下降トレンドの何れと考えているのか？

↓ A4.は次ページに記載

# A4.

各役員によって意見は多少異なると思うが、スクラップ&ビルドは行うものの、店舗数は減少せざるを得ないと考えている。アミューズメント施設自体、今後更なる増税があるたびに収益負担が発生することは避けられず、また日本の消費税が世界的にみてまだ高い水準であるとは言えない。

2～3年の短期で無くなるという業態ではないが、将来を見据えると、今の事業ポートフォリオを引きずったままではリスクであり、アドアーズという会社自体、今の「アミューズメントの会社」として認知され続けるのではなく、将来的には別事業の会社として変化しなければならないと考えている。