



Houlihan
Lokey



アミューズメントセクターアップデート

2024年度決算概要

ご挨拶

レポートをご覧の皆様へ

本レポートでは、国内アミューズメントセクターにおける主要プレイヤーの業績や業界トレンド、直近のM&A動向についてまとめております。

2025年3月期は、インバウンドの継続的な流入、物価高に伴う海外旅行の代替としての国内地方における消費需要の増加、IPコンテンツの多様化・ラグジュアリー化等による景品・カップセルトイの取引増等により業界全体で成長が観測されました。

モノ・コト・トキ消費の多様化に伴うアミューズメント施設を通じた消費者とのタッチポイントの拡大は、IPホルダーによるコンテンツの更なる浸透の余地を意味し、またC to Cチャンネルの定着やSNS・ストリーミング配信市場の拡大は、消費者側のモノ・コト・トキ消費の需要をさらに喚起するものと考えております。

海外市場においては、緻密な出店戦略を起点に、日本流のアミューズメント機器やプライズ、食業態や多彩なアクティビティの導入によるコンテンツの拡充、接客品質による差別化等により、海外市場で成長機会を模索する日系企業が事業成長を実現しており、各市場の人口・消費動態に応じた展開を加速させていくものと推察いたします。

ソニーによるバンダイナムコホールディングスの一部株式の取得や、GENDAによる米国Player One Amusement Groupの買収等のM&Aも見られ、今後も同様の買収やグローバルIPプラットフォーム戦略に応じた戦略的な事業売却も起こり得るものと考えております。

本レポートが皆様の業界理解の一助になりますと幸いです。

今後のレポートにおいて掲載を希望される情報やコンテンツ、その他お気づきの点がございましたら、お気軽に下記連絡先までご連絡ください。

皆様からのご意見をお待ちしております。

2025年8月

↓ こちらもチェック

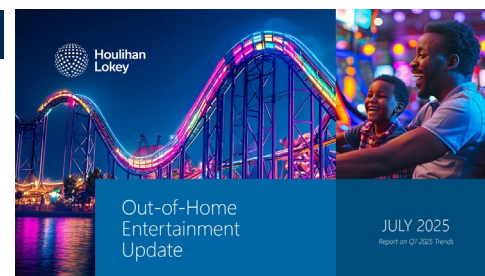
コンシューマー・グループ – ライフスタイルカバレッジ



高橋 良友
Managing Director
Head of Japan Consumer Group
Yoshitomo.Takahashi@HL.com
+81-80-4368-3490



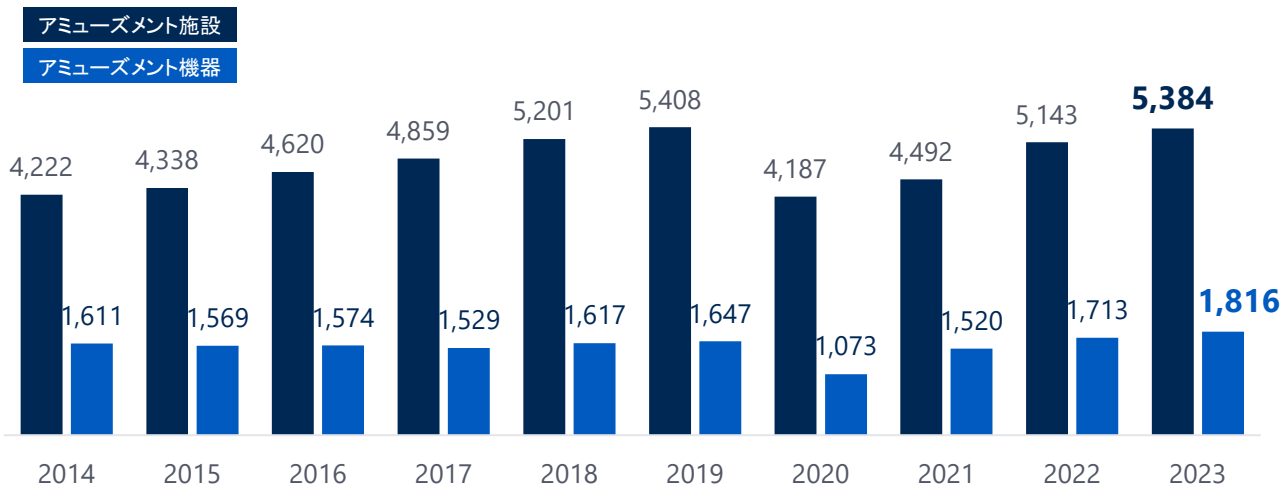
佐藤 由志
Associate
Tokyo
Yushi.Sato@HL.com
+81-70-3873-6665



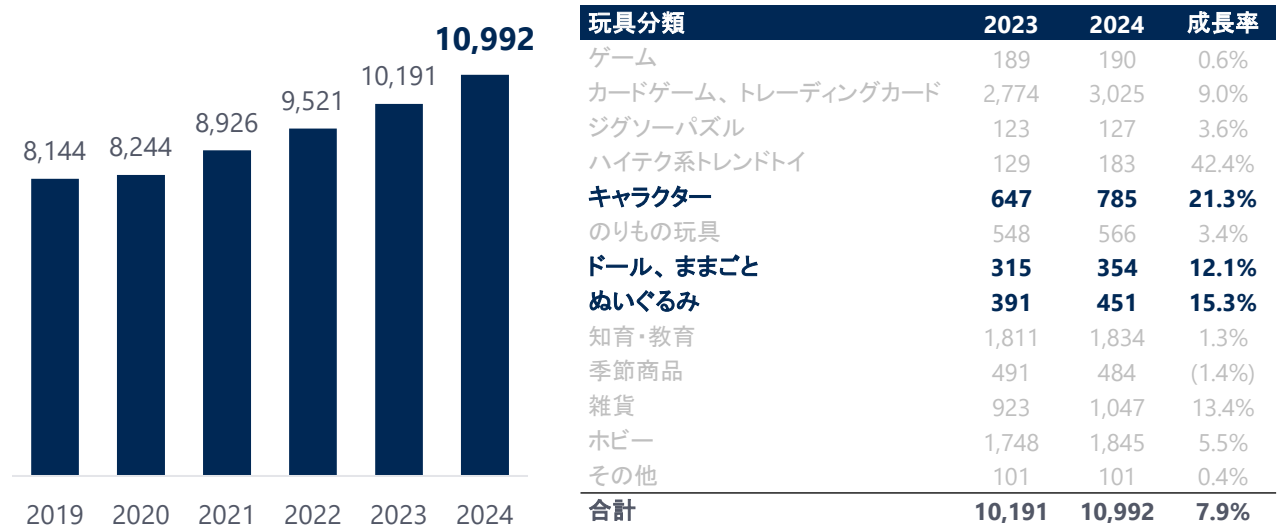
US Out-of-Home Entertainment Update
July, 2025

国内アミューズメント産業および玩具産業の市場推移

国内アミューズメント市場規模 (億円)



国内玩具市場規模



- ✓ アミューズメント市場は堅調に成長しており、全体で前年比+5.0%の成長率を記録
- ✓ より高い成長性を見せるトイ市場の中でも、アミューズメント施設でプライズとして扱うキャラクター・ドール・ぬいぐるみカテゴリは2桁の成長率(前年比+17.5%)を記録

アミューズメント施設市場

5,384 億円 (FY2023)
(前年比 +4.7%)

アミューズメント機器市場

1,816 億円 (FY2023)
(前年比 +6.0%)

玩具市場

10,990 億円 (FY2024)
(前年比 +7.9%)

うち、キャラクター・ドール・ぬいぐるみカテゴリ

1,590 億円 (FY2024)
(前年比 +17.5%)

アミューズメントセクター | 各社グループ業績

(百万円)

	(百万円)	決算期	時価総額		LTM業績 (25/7/31時点)							
	社名/ セグメント		25/7/31	成長率 ⁽¹⁾	売上高			営業利益			営業利益率	
					前期	今期	成長率	前期	今期	成長率	前期	今期
ゲーム・デジタル大手	 アミューズメント事業	2025/3	3,127,464	33.6%	119,667	141,485	15.4%	6,843	8,438	18.9%	5.7%	6.0%
	 アミューズメント施設事業	2025/3	1,621,261	17.4%	28,363	38,363	26.1%	5,985	9,133	34.5%	21.1%	23.8%
	 アミューズメント事業	2025/3	1,233,428	50.5%	61,569	71,215	13.5%	7,566	7,846	3.6%	12.3%	11.0%
	 アミューズメント事業	2025/3	627,870	26.1%	3,918	4,150	5.6%	673	500	(34.6%)	17.2%	12.0%
アミューズメント専業	 ラウンドワン	2025/3	408,566	40.5%	159,181	177,057	10.1%	24,195	26,240	7.8%	15.2%	14.8%
	 GENDA	2025/4	171,495	17.1%	68,388	121,370	43.7%	5,759	7,296	21.1%	8.4%	6.0%
	 イオンファンタジー	2025/5	71,207	29.3%	83,344	88,750	6.1%	4,135	5,082	18.6%	5.0%	5.7%
テーマパーク	 オリエンタルランド	2025/3	5,106,329	(37.4%)	618,493	679,374	9.0%	165,437	172,111	3.9%	26.7%	25.3%
	 富士急行	2025/3	113,259	(44.6%)	50,702	52,231	2.9%	8,152	8,314	1.9%	16.1%	15.9%
	 伊豆シャボテンリゾート	2025/3	9,386	12.6%	4,648	5,490	15.3%	900	1,191	24.4%	19.4%	21.7%
	 グリーンランドリゾート	2025/3	6,378	(4.9%)	6,418	6,452	0.5%	834	769	(8.5%)	13.0%	11.9%
その他	 東京都競馬	2025/3	139,331	18.6%	38,077	40,926	7.0%	13,273	14,380	7.7%	34.9%	35.1%
	 御園座	2025/3	7,773	(13.5%)	3,610	2,531	(42.6%)	217	(77)	NM	6.0%	(3.0%)

✓ ほぼ全ての大手プレイヤーが増収増益を記録したが、中長期的な成長を維持すべく、業界トレンドや商圈ごとの需要に応じた戦略投資の時期に差し掛かっている模様

ゲーム・デジタル大手

- ✓ 売上高・営業利益共に堅調に推移
- ✓ 株価は、業績成長に加えて、IPホルダーとしての成長性や海外市場への展開余地に対する期待感等により伸長
- ✓ 今後は、IPコンテンツの制作力と、アミューズメント施設のチャネルを含む保有IPのトランスメディア戦略の推進がカギ

アミューズメント専業

- ✓ 売上高・営業利益共に堅調に推移
- ✓ 株価は、店舗形態の刷新、国内買収を通じた業容の拡大、米国やASEANへの積極的な展開に対する期待感等により伸長
- ✓ 今後は、商圈に応じたIPコンテンツのチャネルとしての店舗戦略(プライズ型)と、エンタメ消費に注力する店舗戦略(体験型)の推進がカギ

テーマパーク

- ✓ 売上高・営業利益共に堅調に推移
- ✓ 株価は、入園料の改定やインバウンドの継続的な流入の追い風が通期で寄与した24年度以降、売上高・利益の伸びが期待を超えなかったことや、一時的な資本市場のイベントも重なり前年比で一服
- ✓ 今後は、新規アトラクションの拡充による入園者数の増加や物価高に伴う需要変動に応じたプライシング戦略、インフレ影響に鑑みた人件費を中心としたコスト戦略の推進がカギ

アミューズメントセクター | 各社セグメント業績

セグメント業績 (FY2024)			業績推移				
セグメント	売上高	営業利益	FY20	FY21	FY22	FY23	FY24
 ROUND1	アミューズメント	1,061	NA	■ 売上高 ○ セグメント利益率			
	ボウリング	294	NA				
	カラオケ	186	NA				
	スポッチャ等その他	229	NA				
 BANDAI NAMCO Fun for All into the Future	デジタル	5,969	1,022	■ 売上高 ○ セグメント利益率			
	トイホビー	4,556	685				
	アミューズメント	1,415	84				
	映像音楽等その他事業	1,270	134				
 GENDA	アミューズメント	1,118	80	■ 売上高 ○ セグメント利益率			
 Aeon Fantasy	アミューズメント	872	43	■ 売上高 ○ セグメント利益率			
 TAITO SQUARE ENIX	デジタルエンタテインメント	2,065	339	■ 売上高 ○ セグメント利益率			
	アミューズメント	712	78				
	出版	308	110				
	ライツ・プロパティ等	191	61				
 CAPCOM	デジタルコンテンツ	1,251	652	■ 売上高 ○ セグメント利益率			
	アミューズメント施設	228	24				
	アミューズメント機器	156	67				
	その他	61	25				
 KT	エンターテインメント	781	315	■ 売上高 ○ セグメント利益率			
	アミューズメント	42	5				
	不動産	12	3				
	その他	3	(2)				

- ✓ アミューズメント施設事業に焦点を当てると、各社いずれも順調に成長を記録
- ✓ 一方で、施設運営に伴う人件費を中心とした販管費の増加により利益率は横ばい〜微減で推移するプレイヤーが太宗であり、利益率水準平均は減少

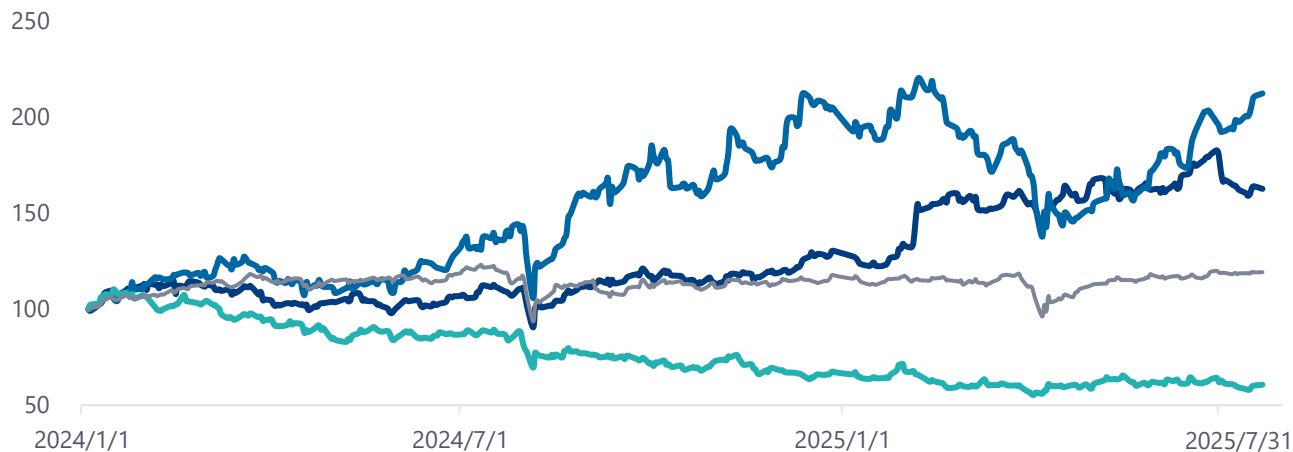
売上高成長率平均
23.7% ↗

営業利益成長率平均
15.3% ↗

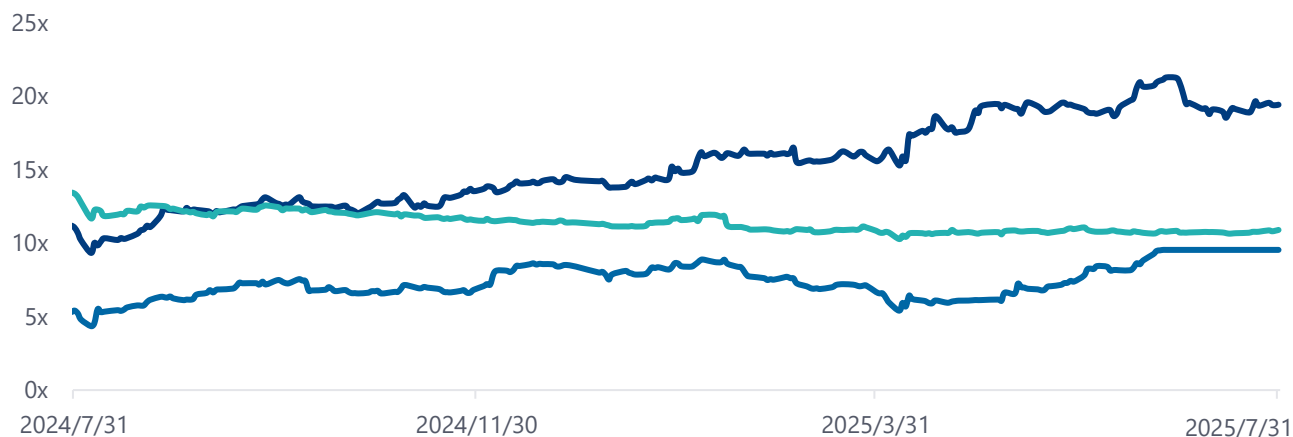
営業利益率平均
10.2%(△42bps) ↘

アミューズメントセクター | 時価総額・EV/EBITDA推移

時価総額推移(指数ベース - 2024/1/1 ~ 2025/7/31)



EV/EBITDA推移(見込ベース - 2024/7/31 ~ 2025/7/31)



- ✓ アミューズメント専門、ゲーム・デジタル大手の順に市場推移をオーバーパフォーム
- ✓ テーマパークは、資本市場における一過性のイベントもあったものの、需要の一服に伴う成長の鈍化等によりアンダーパフォーム

212 アミューズメント専門

163 ゲーム・デジタル大手

119 TOPIX

61 テーマパーク

- ✓ IP・コンテンツプロバイダーでもあるゲーム・デジタル大手のマルチプルは20x程度の水準に成長しており、アミューズメント専門も10xの水準に成長

19.4x ゲーム・デジタル大手

10.9x テーマパーク

9.5x アミューズメント専門

アミューズメントセクター | 戦略の方向性 (プライズ/モノ消費 vs. コンテンツ/コト消費)

	国内	店舗フォーマットを プライズ向け中心に刷新 を推進し、ユーザーの獲得を拡大
	海外	精緻な店舗開発戦略を起点に 日本食ブランドの併設展開の推進 や 日本流のコンテンツ・接客品質を導入 し、多彩なアクティビティを提供し幅広いユーザー層を獲得
	国内	ガシャポン、Cross Store等の フィギュア・トイ専門店の展開を推進し、グループの保有するIPのタッチポイントをさらに拡大
	海外	国内同様に フィギュア専門店等の展開 を推し進め、「ゲームx玩具x映像x音楽x施設運営」を統合した総合力でプラットフォームを拡大
	国内	カラオケ事業、飲料ブランドや外貨両替機事業の買収によるエンターテインメントコンテンツの拡充 とロールアップM&A戦略に資する買収を加速度的に推進
	海外	ゲーセン事業、機器卸事業の積極的な買収により、垂直統合によるコスト効率化と同時に 日本キャラクターのプライズのエクスクルーシブ展開等 によりファンの獲得を推進
	国内	キッズ向けのコト消費コンテンツ拡充 に加え、Z世代向けの カプセルトイ、プライズ専門店 や アーケード業態の展開 等、幅広い展開により商圈に応じたユーザー層を獲得
	海外	キッズ向けアミューズメント施設を主力に、人口増加の著しいASEAN地域における出店を加速
	国内	バー業態、キッズ向け業態や、デジタル開発力を活用したアミューズメント施設の展開等、コンテンツの拡充を積極的に推進 しターゲット層を拡大
	海外	アジア圏を中心にタイトーステーションを着実に展開。 日本キャラクターのプライズ展開 や 日本流の接客品質の導入 による差別化を図る
	国内	e-sports等のコンテンツ型業態を推進 しつつ、 カプセルラボの展開 を進め、デジタルコンテンツ事業におけるIPの周辺展開チャンネルとしての下支え機能を強化
	海外	N/A
	国内	エンタテインメント事業からなる保有IPの接点の拡大を目指すべく、 従前どおりプライズ中心の展開を推進 すると推察
	海外	N/A

足元のトレンド

モノ消費

IPホルダーによるオフラインチャネルへの注力
IPホルダーによるコラボレーションの多様化
二次流通やSNSの普及に起因するフィギュア商品のラグジュアリー化・希少化



“ Rare Labubu sells for more than \$150,000 at auction ”

Source: CNN

都市圏 x プライズ機器、トイ販売
の展開によりインバウンド含むモノ消費需要の獲得

コト消費

外出需要の増加
物価高・オーバーツーリズムによる旅行需要の減退
SNS・ストーリーミング市場の醸成



地方圏 x 体験型コンテンツ
の業態転換によりローカル人口のコト消費需要の喚起

海外

米国: 市場は減退気味である一方で、精緻な商圈分析に基づく出店戦略、プレミアム帯の食ブランドの展開や接客クオリティの向上が収益向上のカギ
中国: 高・オーバーツーリズムによる旅行需要の減退
SNS・ストーリーミング市場の醸成

アミューズメントセクター | 関連M&A⁽¹⁾(2023/1 -)

#	公表日	ターゲット		買い手	売り手	取得 株式価値
		会社名	コンテンツ			
1	2025/7/23	映画.com	映画	GENDA:)	kakaku.com	NA
2	2025/6/11	BARBERIO VENU+	玩具・プライズ	GENDA:)	national entertainment network VENU+	NA
3	2025/4/24	株式会社 鉄人化ホールディングス	カラオケ	GENDA:)	Shin Corporation	NA
4	2025/4/9	PLAYER ONE AMUSEMENT GROUP	ゲームセンター	GENDA:)	Kiddleton OPENGATE CAPITAL	250~
5	2024/9/19	株式会社 シー・シー・ピー	玩具・プライズ	DG-HD	BANDAI NAMCO	NA
6	2024/1/22	Shin Corporation	カラオケ	GENDA:)	個人株主	50~
7	2023/11/20	INP	飲食	GENDA:)	オーナー等	NA
8	2023/11/20	GAGA★	映画	GENDA:)	tyl T.Y.Limited	NA
9	2023/10/23	ARES COMPANY	玩具・プライズ	GENDA:)	SEARCH FUND JAPAN オーナー等	NA
10	2023/9/19	LEMONADE	飲食	GENDA:)	オーナー等	40~

- ✓ 提供コンテンツの拡充によるユーザー獲得に向けたスケラビリティ、アミューズメント機器・商材供給からアミューズメント施設運営までの垂直統合によるコスト効率の観点で、GENDAが国内外でM&Aを積極的に推進
- ✓ バンダイによる家電事業の売却も観測。アミューズメントセクターとの関連性に基づき、本リスト上には載せていないが、スクウェア・エニックスHDによる海外ゲームスタジオ及びIPの売却や、セガサミーHDによるフェニックス・シーガイア・リゾートの売却(弊社によるアドバイザリー案件)等、ゲーム・デジタル大手プレイヤーにおける戦略的な売却も定期的に観測



Houlihan
Lokey

フーリハン・ローキー株式会社
〒100-6230 東京都千代田区丸の内 1-11-1
パシフィックセンチュリープレイス丸の内30階
+81 3 6212 7100

CORPORATE FINANCE
FINANCIAL RESTRUCTURING
FINANCIAL AND VALUATION ADVISORY

HL.com