



4年半ぶりに新フラッグシップモデルが登場 ライブ会場の臨場感を演出する「LIVE DAM STADIUM」

当社は、2015年4月16日、4年半ぶりとなるフラッグシップモデル「LIVE DAM STADIUM」を発売しました。ワンタッチでライブ会場さながらの迫力の立体音響空間を創出し、圧倒的な臨場感を楽しめます。また、業界初となるデュアルモニター機能を搭載。機器本体から2つの異なる映像を出力することが可能となり、バラエティに富んだ映像体験を提供します。

今後は、全国のカラオケボックスに順次導入され、店舗への集客促進が期待されています。



▶詳細はCLOSE-UPへ

「LIVE感 (品質)」×「News性 (拡散)」を 軸としたプロモーション

「LIVE DAM STADIUM」のブランディングを目的としたブランドCMとコンテンツCMを制作いたしました。

ブランドCMには、CM出演件数No.1タレントである「ローラ」を起用。新商品の特長であるLIVEの迫力や臨場感を最大限に表現することで、商品のイメージを強力に後押しします。

また、「まま音」や「LIVEカラオケ」などを紹介するコンテンツCMには、若者に絶大な人気を誇る「マギー」を起用。都度配信する新コンテンツを随時打ち出すことで、ユーザーの興味関心を喚起し、話題性を生み出すプロモーションを行います。

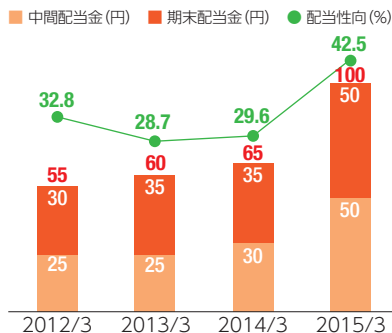
幅広い世代に人気の両タレントの影響力を活用することで、「LIVE DAM STADIUM」をより深く訴求してまいります。



年間配当金を35円増配 利益還元の充実を図る

2015年3月期の期末配当は、1株当たり50円とさせていただきます、中間配当50円と合わせ、年間100円(前期比35円増配)とさせていただきますこととしました。これにより、2015年3月期の連結配当性向は、42.5%となっています。

当社では、将来の投資等のための内部留保を勘案し、連結業績に応じた積極的な利益還元を実施することを基本方針としており、1株当たり当期純利益の向上と連結配当性向30%以上の維持を両輪に据えた利益還元を目指しております。



ビッグエコーは 店舗数・売上高でNo.1



当社グループの成長ドライバーとしてその役割を担うビッグエコーが出店を加速しており、カラオケボックスの店舗数および売上高において業界トップとなっています。

2014年12月に業界初の400店舗を突破、2015年3月末には計417店舗となり、前期末より48店舗の純増となりました。

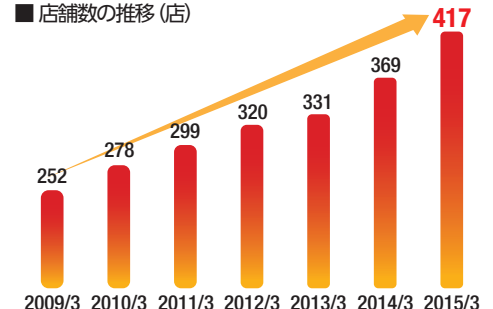
また、店舗数増加に伴い2015年3月期におけるビッグエコーの売上高は382億円となり、前期と比べ13%の伸びを示しています。

近年では、四国一円で多店舗展開していた「カラオケバナナクラブ」などの優良店舗の取得も、規模の拡大と収益向上に寄与しています。

ビッグエコーは、従前より高い利益率を維持しており、強固な経営基盤をもとに業界を牽引してまいりました。

今後も業容拡大を目指し、好立地や空白地への積極的な出店を進め、カラオケのリーディングカンパニーとしての地位を確固たるものにしてまいります。

■店舗数の推移(店)



社会に楽しさと明るさを――。 音楽業界の活性、健康社会の創造に 貢献していきます。

代表取締役社長 **林 三郎**



感動の臨場感を体感できる カラオケの魅力で音楽業界を活性

最近の音楽関連業界は、音楽CD販売の市場が縮小し、音楽配信市場も頭打ちの状況が続いています。一方で、ライブ動員数は活況を呈しており、「聴く」音楽よりも、臨場感、興奮、感動をもたらす「体験する」「参加する」音楽に価値を感じ、対価が支払われる傾向が強いと見ることができます。事実、近年の楽曲購買目的は、「カラオケで歌うため」であることが多いのではないのでしょうか。

そこで、業務用カラオケ事業では、時代が求める価値観に応え、2015年4月、スタジアムライブの圧倒的な迫力と臨場感を実現する「音」にこだわった、業務用通信カラオケDAMの最高機種種「LIVE DAM STADIUM」の販売を開始しました。想定以上の引き合いをいただくなど、非常に大きな手応えを掴んでおり、さらなるシェア拡大を目指していきます。

お客様ニーズを喚起する多彩なサービス提供と 訪日外国人にカラオケ体験を促す取り組みを強化

カラオケ・飲食店舗事業では、ビッグエコーの運営において店舗ごとに、年代や地域性、時間帯などを意識した新たな切り口によるサービス提供に努めています。有名アーティストや各種エンターテインメント、地場に本拠地を置くスポーツチームなどとのコラボルームの設置、コンビニエンスストアや洋菓子店などパートナー企業とのコラボレーションや自社運営飲食店舗との複合化など、カラオケボックスの利用ニーズを喚起し、相乗効果を生み出す展開を拡大しています。

また、訪日外国人の方々に世界で類を見ない最新鋭カラオケを体験していただくインバウンド施策にも力を入れています。特に外国人が多く訪れる街のビッグエコーでは、店頭看板、受付表、専用メニューをはじめ、外国の方に快適に過ごしていただけるよう受け入れ態勢を整えています。さらに、大手旅行会社とのコラボレーションにより、日本滞在中の楽しみのひとつとしてツアーパッケージにカラオケの導入を進めているほか、各地のホテル・旅館で、カラオケを体験する機会の拡大につながる施策も打っていきます。そうして、多くの方に体験いただき、楽しんでいただくことが、再訪日旅行の訴求、自国にカラオケの感動を広めていただく効果につながると考えています。

カラオケはレジャー産業から健康産業へ 社会に必要とされる企業を目指します

業務用カラオケ事業を生んだスナックやバー等のナイトマーケットは漸減傾向にあり下げ止まりが見られませんが、カラオケボックスマーケットも成熟段階に入っており、飛躍的な成長が見込める市場ではありません。

一方で、レジャー産業という枠組みを越え、カラオケに期待される役割、我々が手がけるべき領域が拡大しています。

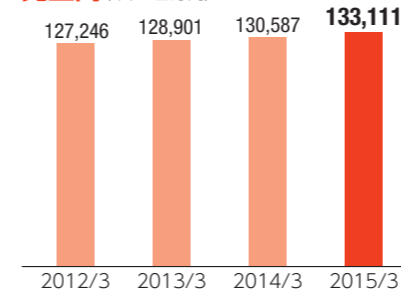
そのひとつが高齢者市場での貢献です。当社グループは、2001年より、「うたと音楽」の効用を最大限に活用し、健康維持と介護予防を支援する生活総合機能改善機器「DKエルダーシステム」の提供を開始しました。プログラムの開発やインストラクターの養成など、総合的な提案に努めた結果、簡単な操作で音楽と運動による音楽健康セッションの時間を手軽に創り出せると、1万6000カ所を超える全国の高齢者施設等で利用が進んでいます（2015年3月現在）。このシステムは、厚生労働省が介護予防の柱に掲げる「総合的な生活機能向上」における「運動・口腔・認知」機能の向上・改善、健康維持が図られるだけでなく、「生活・交流・参加」のきっかけとなり、楽しい体験を共有する地域コミュニティの形成につながるとして、各自治体への浸透も進んでおり、まさに本業を通じたCSRの実践となっていると認識しています。

こうしたカラオケが生み出す付加価値への新たなニーズは、さらに広がりを見せ、カラオケビジネスは大きく成長していくことは間違いありません。そうした中で、時代の流れを捉え、社会が抱える課題に解決をもたらす、新しいサービス・新しいマーケットを作っていくことこそが、当社グループに課せられた役割であると認識しています。その役割を果たすためにも、財務体質の強化を含め、より盤石な経営体質をしっかりと築き上げることが必要です。業務用通信カラオケDAMのさらなるシェア向上を通じた安定収益の拡大、各事業で利用者の方々に喜んでいただけるサービス、コンテンツの提供を続けながら、新しい価値の創造に挑戦し、社会になくてはならない企業となることで、さらなる成長を目指してまいります。

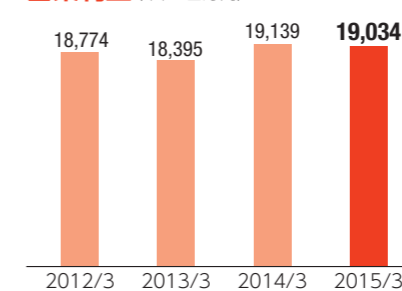
ステークホルダーの皆様におかれましては、引き続き、当社グループの活動にご期待いただくとともに、ご支援・ご愛顧賜りますようお願い申し上げます。

科目	2012/3	2013/3	2014/3	2015/3
経営成績 (百万円)				
売上高	127,246	128,901	130,587	133,111
営業利益	18,774	18,395	19,139	19,034
営業利益率 (%)	14.8	14.3	14.7	14.3
経常利益 (△損失)	20,544	22,280	21,227	21,082
当期純利益 (△純損失)	10,689	12,819	13,084	13,650
財務状況 (百万円)				
総資産	142,238	159,479	161,587	180,312
純資産	93,804	100,315	102,268	110,264
キャッシュ・フロー (百万円)				
営業活動によるキャッシュ・フロー	32,808	24,482	27,298	30,264
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 17,619	△ 18,553	△ 15,415	△ 18,459
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 7,404	△ 989	△ 9,458	3,672
現金及び現金同等物の期末残高	34,367	41,963	44,381	60,007
1株当たりデータ (円)				
1株当たり当期純利益 (△純損失)	167.70	209.06	219.68	235.13
1株当たり純資産	1,477.71	1,662.00	1,736.70	1,879.44
1株当たり配当金 (年間)	55.00	60.00	65.00	100.00
主要経営指標 (%)				
総資産経常利益率 (ROA)	14.7	14.8	13.2	12.3
自己資本当期純利益率 (ROE)	11.9	13.3	13.1	13.0
自己資本比率	65.3	62.2	62.6	60.5
配当性向	32.8	28.7	29.6	42.5

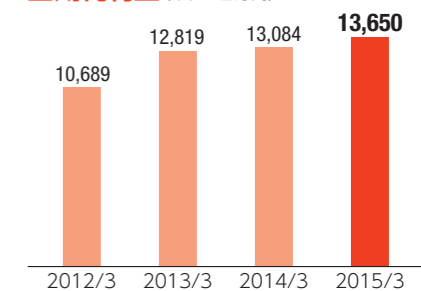
売上高 (単位:百万円)



営業利益 (単位:百万円)



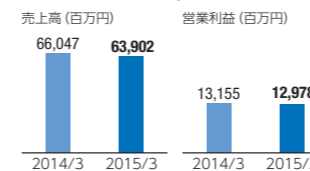
当期純利益 (単位:百万円)



セグメント別概況



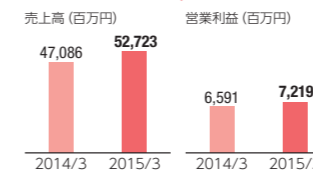
売上高 **63,902** 百万円
営業利益 **12,978** 百万円



- 前期の大手事業者向け取引の剥落に加え、本年4月の新商品発売を踏まえ、期後半での買い控えなどにより減収減益
- 安定収益源となるDAM稼働台数および機器賃貸契約件数は順調に増加



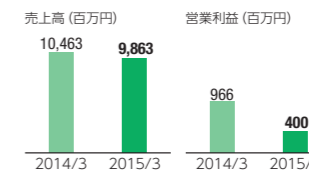
売上高 **52,723** 百万円
営業利益 **7,219** 百万円



- 昨年取得した子会社2社の収益の寄与に加え、新店効果や既存店の改善により増収増益
- カラオケボックスは、新業態店舗の出店など新たな挑戦に加え、人気アーティストなどのコラボルーム展開にも注力
- 飲食店舗は、地域性や客層に合わせた業態開発に注力



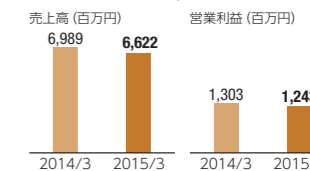
売上高 **9,863** 百万円
営業利益 **400** 百万円



- 音楽視聴スタイルの変化により、事業環境は依然厳しく低調に推移
- 「北島三郎」や「水森かおり」など安定した演歌作品に加えて、「ソナーポケット」や「predia (プレディア)」、スタジオジブリ映画「風立ちぬ」のDVD作品が貢献



売上高 **6,622** 百万円
営業利益 **1,243** 百万円



- 着メロなどの携帯電話向けサービスが低調に推移したことにより減収減益
- BGM放送サービス「スターデジオ光」の拡販、NTT西日本と連携した「光カラオケBOX」@DAM、日本マイクロソフトと連携したXbox One向け「カラオケ@DAM」を開始

究極のライブサウンドと映像を追求した LIVE DAM STADIUMが誕生！

大好評の「LIVE DAM」を凌駕する新たなフラッグシップモデル「LIVE DAM STADIUM」は、スタジアムライブの圧倒的な迫力と臨場感を実現する「音」と「映像」にこだわりました。

また、カラオケタイムを盛り上げる魅力的なコンテンツも搭載。進化したエンターテインメント・カラオケが新たな楽しみ方を提案します。

ココに注目1 業界初「デュアルモニター」が、ステージの熱気や興奮を再現

業界初となるデュアルモニター機能を搭載。機器本体から2つの異なる映像を出力することが可能となり、従来の映像だけでは決して味わうことができない、心まで揺さぶられる映像体験を演出します。



プロジェクター使用イメージ



サブモニター



ココに注目2 ライブサウンドで驚異の立体音響空間を創出

本体前面の「ライブサウンド」ボタンを押すだけで、全身を立体感あふれる音で包み込む迫力のサウンド空間に早変わり。カラオケスペースにいながらにして、ライブ会場さながらの音響空間を体験でき、まるでスタジアムにいるかのような迫力でライブ感たっぷりに歌い上げることができます。



※ eala は新日本無線株式会社の商標または登録商標です。

ココに注目3 楽しいコンテンツ群が続々と誕生！

テレビ番組でおなじみの「精密採点DX」がグレードアップ！「精密採点DX-G」として新たに登場し、より人間の感性に近い採点を目指しました。そしてついに「精密採点DXデュエット」が誕生。デュエット曲をパート別に採点するだけでなく、デュエット相手との相性度も診断します。



「精密採点DXデュエット」画面



デュエット相性度も表示

エルダー事業で社会貢献

当社が近年注力しているエルダー事業（高齢者向け市場）が堅調に推移しています。高齢者の介護予防や健康増進に効果がある「DKエルダーシステム」は、現在16000カ所以上（2015年3月現在）の高齢者施設で導入されており、うたや音楽、カラオケの力を活用した「運動・口腔・認知」機能の維持・改善に高い評価を得ています。

今や国民の4人に1人が65歳以上の「超高齢社会」にある日本では、年金、医療、介護費が毎年のように増加しており、社会保障財政が大きな問題となっています。

なかでも、介護費の伸びが著しく、2014年度は10兆円となり、2000年度の介護保険制度発足時に比べ3倍となりました。厚生労働省は、団塊の世代が75歳以上になる10年後の2025年度には20兆円を超えると見込んでいます。

このような背景をもとに、この4月より2015年度介護保険制度改正の中核ともいえる新しい介護予防・日常生活支援総合事業が始まりました。要支援者（要介護状態区分等の要支援1～2の該当者）向けの「予防給付」のうち訪問介護と通所介護（デイサービス）が市町村の裁量に任せられることになりました。介護の専門家以外の事業者にも門戸を広げ、これまで以上に多様なサービスの提供が可能となります。

当社もこれを機に市町村に対するアプローチを強め、介護予防サービス等の受託が進んでいます。各地で「DKエルダーシステム」による「うたと音楽」を用いた音楽健康セッションが定期的に開催され、地域の高齢者が楽しみながら持続的に参加しており、新たな地域コミュニティを形成し、介護予防や健康増進につながっています。

このように当社のエルダー事業は、高齢者の健康寿命延伸を支援しながら、国の課題でもある介護費や医療費の適正化にも寄与できると考えており、まさに社会貢献に資する事業であるといえます。

今後も事業フィールドを広げながら、社会に必要とされる企業となることを目指してまいります。



音楽健康セッションの様子



訪日外国人客の消費を取り込む インバウンド対応

日本政府観光局の調査によると、2014年の外国人観光客の数は1300万人を超え、過去最高を更新しました。そのような環境下、ビッグエコーでは、日本の先進的なカラオケを楽しんでもらうため、昨年秋よりインバウンド施策を試みております。外国人に人気の東京・秋葉原と渋谷で展開すると、利用者からは「I had so much fun that I requested a time extension! (楽し過ぎてたくさん延長してしまった!)」「I'd like to come and sing again! (また歌いたい!)」など多くの喜びの声が寄せられております。

これを受け、インバウンド消費を取り込むための施策を拡充しております。

当社は、今後も増加が見込まれる訪日外国人を集客するために積極的なトライアルを行い、収益拡大につなげていきたいと考えております。

カラオケ体験を思い出に… さまざまなサービスでおもてなし

インバウンド対応店舗では、外国人のお客様に入室から退店まで快適に過ごしてもらえるように受け入れ態勢を整えております。

【店頭看板の設置】

カラオケを歌う外国人の写真と英・中・韓の3言語で「KARAOKE」と表示し、カラオケボックスになじみがない外国人にもビジュアルで分かりやすく訴求し、入店を促進。

【カラオケツアーとの連動】

JTBグローバルマーケティング&トラベル社が運営する訪日外国人向けのオンライン予約サイト「JAPANI CAN」にて、カラオケツアーを新設。ツアーに参加した外国人を「もしもしにっぽん」と連動したインバウンドルームにご案内し、カラオケを楽しんでいただく。

*実施店舗：渋谷宮益坂駅駅前店、西新宿センター店、池袋西口店（2015年6月現在）

*「もしもしにっぽん」の詳細は右コーナー参照

【指さしPOP】

訪日外国人と店員がスムーズにコミュニケーションを取るためのPOPを制作。トイレの場所や機械の操作方法など、カラオケボックスで生じる頻度の高いやりとりを英・中・韓の3言語で表記。

【外国人向け英語目次本】

デンモクの操作方法を英語で表記し、併せて通信カラオケDAMで人気の日本語曲を一覧化。

【バック料金】

カラオケ利用/ルームチャージ/ソフトドリンクまたはアルコール飲み放題/「浮世絵ポストカード」プレゼントなどをバックにした料金体系。

【日本食】

有名店監修のラーメン、変わり種のたこやきピザ、串揚げなど外国人客専用のスペシャル日本食メニューをご用意。

【無料Wi-Fi環境の整備】

訪日外国人に嬉しい無料無線LAN環境を整え、旅行情報取得などの利便性を向上。

*一部店舗で未対応の場合あり



日本のポップカルチャーを世界に発信する 「もしもしにっぽん」と第一興商がコラボ！

当社は、日本のポップカルチャーを世界に向け発信するアソビシステム株式会社のプロジェクト「もしもしにっぽん」と連携し、同プロジェクトが展開しているMOSHI MOSHI BOX（原宿観光案内所）内にカラオケルーム「HARAJUKU KAWAii!! ROOM」を設置しました。原宿KAWAii文化の第一人者・増田セバスチャンが監修したポップな空間で、ハイスペックなカラオケ機能を誰でも無料で体験できます。

また、もしもしにっぽん×第一興商では、全国各地のカラオケ店舗への「もしもしにっぽんコラボルーム」導入に加え、アニメコスプレ衣装レンタルサービスやグローバルメディア「タイムアウト東京」とコラボした英語版カラオケ小冊子の配布など、外国人向けの充実したサービスを次々と展開してまいります。

※もしもしにっぽん：国内外に数多く存在する「ニッポンファン」の開拓、獲得、そしてさらなる拡大を目的に、日本のポップカルチャー（ファッション・音楽・フード・アニメなど）を世界に向けて発信するプロジェクトです。

PICK UP! CONTENTS & ARTIST

当社グループの
コンテンツや
アーティストを
ご紹介します。

アニメ

レーカン!



「わたし、視えるんです…。」芳文社『まんがタイムジャンボ』連載中の人気4コマ漫画「レーカン!」を待望のTVアニメ化。人にも霊にもやさしい「視えちゃう」体質の霊感少女と、それを取り巻く友人(霊も含む)が繰り広げる、ほのぼの&ホロリのハートウォーミング・アニメに仕上がっています。TBS、BS-TBSにて2015年4月より放送中。



演歌・歌謡曲



津吹みゆ

キャッチコピーは“どんと響く、直球ボイス”。

「会津・山の神」の主人公と同じ18歳でデビュー。地元福島県を題材にしたこのデビュー曲は、夢を叶えるため熱い心を胸に、力強く生きる姿を、故郷の両親、故郷の景色に重ねながら歌います。そして、夢を抱く、すべての方への応援歌ともいえます。



会社概要/株式状況/株主優待

CORPORATE DATA

会社概要 (2015年3月31日現在)

商号	株式会社第一興商 (英文表記) DAICHIKOSHO CO., LTD.
設立	1973年4月16日
資本金	12,350百万円
従業員数	当社 1,572名 グループ 3,130名
主な事業内容	業務用カラオケ事業、カラオケ・飲食店舗事業、音楽ソフト事業、BGM放送事業、Web事業
連結子会社	国内販売子会社24社、その他国内子会社12社、その他海外子会社3社

名誉会長 (2015年6月19日現在)

保志 忠彦

役員 (2015年6月19日現在)

代表取締役社長	林 三郎	取締役(非常勤)	馬場 勝彦
専務取締役兼上席執行役員	根本 賢一	取締役(社外)	古田 敦也
専務取締役兼上席執行役員	熊谷 達也	取締役(社外)	増田 千佳
専務取締役兼上席執行役員	三富 洋	監査役(社外常勤)	鶴岡 通敏
専務取締役兼上席執行役員	保志 忠彦	監査役(社外常勤)	大塚 信明
常務取締役兼上席執行役員	村井 裕一	監査役(常勤)	高瀬 信行
常務取締役兼上席執行役員	和田 康孝	監査役(社外)	有近 真澄
取締役兼執行役員	渡邊 泰人		
取締役兼執行役員	竹花 則幸		

株式状況 (2015年3月31日現在)

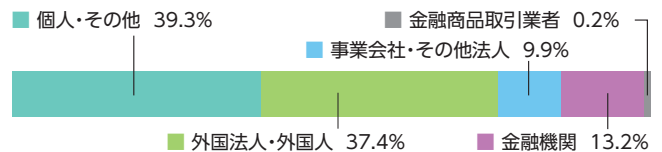
発行可能株式総数	200,000,000株
発行済株式の総数	58,025,000株
株主数	14,373名

大株主 (2015年3月31日現在)

株主名	持株数(株)	所有割合(%)
保志 忠彦	6,246,000	10.76
保志 治紀	6,119,600	10.54
ステートストリートバンクアンドトラストカンパニー	5,350,910	9.22
(株)ホシ・クリエート	2,449,800	4.22
アサヒビール(株)	2,120,000	3.65

※ 当社は2,879株の自己株式を保有しております。

所有者別株式分布 (2015年3月31日現在)



株主優待のお知らせ

2015年3月31日最終の株主名簿に記載された100株以上ご所有の株主様に保有株式数に応じて優待券を贈呈いたします。

所有株式数	優待内容	
	優待券 ^{*1}	CD交換 ^{*2}
100株以上 1,000株未満	500円券×10枚	1枚
1,000株以上	500円券×25枚	2枚

*1 当社が運営する「ビッグエコ」店舗、「家康」「ウメ子の家」「ひすたる家」などの飲食店などでご利用いただけます。
*2 優待券全額と引き換えを条件に、アルバムCDと交換いただけます。

贈呈時期 2015年6月22日より送付開始

有効期間 2015年7月1日～2015年12月31日

株式事務のご案内

事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日まで
定時株主総会	毎年6月
上記基準日	定時株主総会については3月31日 その他必要あるときは、あらかじめ公告して臨時に基準日を定めます。
剰余金の配当受領株主確定日	期末配当金については3月31日 中間配当金については9月30日
単元株式数	100株

公告掲載新聞	日本経済新聞
株主名簿管理人 及び特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先 (郵便物送付先 電話照会先)	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 電話 0120-232-711 (フリーダイヤル)