

株式会社ラウンドワン

証券コード：4680

全 4 回シリーズ・第 4 回（最終回）

次の一手「食文化」と、投資家への示唆

~~アニメの次は食。そして、リアル消費のインフラへ~

【注意事項】当資料は、本ホームページを閲覧される方へ、下記対象企業への投資を推奨するものではありません。投資判断は閲覧者各位の自己判断で行って頂きますようお願いいたします。対象企業は弊社による投資助言の対象となっている企業場合があります。

いよいよシリーズ最終回です。ここまで、出店モデル（第 2 回）とアニメ需要（第 3 回）という 2 つのエンジンを見てきました。では、その次に来る成長の柱は何でしょうか。答えは、インバウンドで実証済みの**日本の「食文化」**です。世界では本物の日本食への需要が高まっています。ラウンドワンは、価格帯の異なる 2 つの新業態で、この需要を米国で先取りしようとしています。

◆ YUU Japanese Food Hall：出店余地を広げる「切り札」になります

1 つ目は、従来店舗に併設するフードホール「YUU Japanese Food Hall」です。会社資料の言葉を借りれば、ラーメン・うどん・たこ焼きなどの各ジャンルで「**国内で高評価を得た名店のみを集結**」させ、**参加店舗はいずれも全米初出店**となります。レストランガイドに載るような実力店ばかりです。注文はキオスク端末やスマホで複数店を一括ででき、家族や友人と一つのテーブルを囲みながら、それぞれ好きな名店の味を楽しめる設計となっています。しかも入口はモール側と駐車場側の両方に設けられ、第 2 回でお話した「ダイレクト入店」の設計思想がここでも貫かれています。

この YUU が持つ戦略的な意味は、単なる飲食の強化にとどまりません。第 2 回で触れた通り、**エンタメ単独では成立しにくい 2~3 番手モールでも、「日本の食」を足せば勝負できるようになる**のです。つまり YUU は、出店余地を 200 店超へ押し広げるための「切り札」でもあります。展開エリアはカリフォルニア・テキサス・フロリダ・ニューヨーク／ニュージャージーを予定しています。

参加する名店の顔ぶれも、少しだけご紹介しましょう。ラーメンの「Ramen Hayato」、うどんの「Udon Shigemi」、おにぎりの「宿六」、たこ焼きの「わなか」、カレーの「SOMA」、とんかつの「成蔵」など、**いずれも日本の食通なら思わず頷く実力店**が名を連ねています。日本で行列のできる味を、米国のモールで気軽に楽しめる——この体験価値は、現地の日本食レストランとは一線を画すものとなります。

◆ 「ラーメン一杯 20 ドル」という現実が、追い風になります

ここで、値段の話をしてください。視察では、現地で人気のラーメン店にも実際に足を運びました。すると、**一番安いラーメンが一杯 20~24 ドル、チップ込みではおよそ 24~28 ドル（約 3,800~4,500 円）**もするのです。日本の 3~4 倍の値段です。それでも店は賑わい、人気店では行列すらできています。米国では日本食が「プレミアムな体験」として堂々と受け入れられており、**値付けの天井が日本とはまるで違います**。この物価環境なら、国内の名店の味を揃える YUU には十分な価格設定の余地がありますし、デリシャスの客単価 750 ドルという計画も、決して法外な水準ではないといえます。**同じ日本品質の食を、3~4 倍の値段で提供できる市場**——だからこそ、米国は日本のサービス業にとって収益機会の大きい市場だといえます。

◆ Round One Delicious：日本でも予約困難な名店を、米国一等地へ運びます

2 つ目は、まったく毛色の違う高級業態「Round One Delicious」です。会社の開示資料に基づけば、鮨・日本料理・中華・創作・焼鳥・天ぷらといった名店を 6~8 店+BAR で一つの「ユニット」にまとめ、2026 年冬から北米展開を始める予定とのこと。2027 年 3 月期にロサンゼルス（West Hollywood）とラスベガス、2028 年 3 月期にはニューヨークへ広げる計画です。参加するのは照寿司・菊鮨・鮎駒・片折・銀座上瀧など、**日本でも予約が取れないことで知られる名店ばかり**です。店舗開発から運営までは連結子会社が担い、協力加盟店にはロイヤリティ

と職人育成の報酬を支払う仕組みになっています。つまり名店側はリスクを抑えて海外進出でき、ラウンドワンは本物の味とブランドを手に入れる——双方に合理的なモデルではないでしょうか。

立地も戦略的です。LA店はセレブとカルチャーが集まるSunset Blvdエリアに8店舗+BARの構成で、ラスベガス店は24時間観光客が絶えない中心部に6店舗+BARの構成で計画されています。**世界中の富裕層と観光客が集まる一等地で、「本物の日本食」を面で見せる**——このスケール感は、単独出店の日本食レストランには真似のできない打ち手ではないかと感じました。

750 ドル 平均客単価（予定）	300 万ドル 年間売上（1店舗） 年間集客 約4,000人	140 万ドル 初期投資（1店舗） 約14席・360日営業	約10 名 店舗人員 店長・職人・スタッフ
----------------------------	---	--	------------------------------------

出所：当社決算説明会資料P15より作成

この1店舗あたりの計画数値を見てください。客単価750ドルの小さな箱を、360日ほぼ休みなく回します。**投資額140万ドルに対して年間売上300万ドルという、資本効率の高いモデル**です。カジュアルなYUUと高級なデリシャス——この2つを組み合わせることで、ファミリーから富裕層・観光客まで、価格帯を「面」で押さえにくい設計になっており良いユニークなビジネスモデルではないかと感じました。

◆「なぜラウンドワンが食で勝てるのか」を考えてみましょう

ここで一つ、疑問が浮かぶかもしれません。「エンタメ企業が、いきなり食で勝てるのだろうか？」と。しかし、勝ち筋は十分にあると考えられます。理由は3つです。第一に、**集客装置をすでに持っている**ことです。年間何百万人も来店するエンタメ施設の隣に食を置くのですから、ゼロから客を集める飲食店とはスタート地点が違います。第二に、「**本物**」を連れてくる調達力です。アニメで培ったIPホルダーとの関係構築力は、名店との協業でもそのまま生きています。レシピ提供・職人育成・品質モニタリングを名店側が担う仕組みは、その信頼関係の証です。第三に、第一、第二の強みが**インバウンドで実証済みの強い需要の上に乗っている事**です。日本を訪れた外国人観光客が最も感動するのは食だと言われます。その体験を「今度は集客力あるラウンドワン店舗や一等地を通じてなじみのある米国の自宅の近くで」提供する——順番として、自然な流れだといえます。

こうして全体を俯瞰すると、ラウンドワンの設計図が見えてきます。**巨大で安い「器」（居抜き店舗）に、世界最速で伸びる「中身」（アニメ）を載せ、さらに「食」で客層と立地を広げる**。それぞれの打ち手が独立しているのではなく、互いを強め合う構造になっているのです。

現地レポート：現地で感じた将来像をお話します

Anime Expoで“ネットのインフラ”クランチロール（Crunchyroll）の存在感を目の当たりにして、ふと思ったことがあります。ラウンドワンが目指すべき姿は、“リアル消費のインフラ”ではないでしょうか。フードホールとアニメ系コーナーを拡大していけば、全米に広大な面積を持つこの店舗網は、「日本のアニメと食を体験する場所」のスタンダードになり得ます。そう感じさせるだけの熱が、確かに現地にはありました。

ラウンドワンデリシャスの概要



LA West Hollywood 店（仮称）

[8店舗 + BAR]

- ・ 富裕層・カルチャーの中心地 (Sunset Blvdエリア)
- ・ 多様な高付加価値顧客と旅行者の集客
- ・ 日本の静謐さとアメリカの開放感を融合した二層構造

出店予定加盟店

「照寿司」|「菊鮨」|「鮨駒」|「片折」
「たきや」|「蒼」|「銀座上瀧」
「薪鳥新神戸」|「BAR CENTIFOLIA」



Las Vegas Blvd 店（仮称）

[6店舗 + BAR]

- ・ 24時間集客・世界的観光拠点 (LV・ストリップ中心)
- ・ グローバルな富裕層・エンターテインメント顧客へのリーチ
- ・ 圧倒的なスケール感と演出力で和食文化を表現

出店予定加盟店

「照寿司」|「鮨駒」|「鈴田式」
「ぬま田」|「銀座上瀧」
「鳥えん」|「BAR CENTIFOLIA」

YUU Japanese Food Hall のイメージ図

Round One Entertainment Inc.におけるジャパニーズフードホールの展開

日本で親しまれているラーメンやうどん、たこやきなど様々な「食」のジャンルにおいて、レストランガイド掲載店舗など国内で高評価を得た店舗のみが集結した“ジャパニーズフードホール”併設店舗を、米国にて出店いたします。



出所：ラウンドワン決算説明会資料より抜粋

筆者の所論：なぜ、いまラウンドワンなのでしょう

全4回の話を、一本の線でつないでみましょう。

1. **米国は“第2の柱”から主柱になりつつある。** 売上は国内に肉薄し、店舗は6年で41→59店に増えました。営業利益率約15%・ROE22.4%と、収益力も高い水準にあります。（第1回）
2. **伸びしろが桁違いである。** 居抜き×車社会×長時間営業のモデルによって、大きく稼ぐ店を安く作れます。出店余地は200店超（現状の3倍以上）残っており、ROIが高く回収も早いのです。（第2回）
3. **アニメ需要と、競合が追いつけない掘がある。** 世界最速で伸びる北米アニメ需要を、IPとの関係・景品開発力・運営力でリアルに現金化しています。競合の既存店がマイナスの中、当社だけがプラスを維持していることが何よりの証拠です。（第3回）
4. **食文化で、次の柱を上乗せできる。** YUUで出店余地を広げ、デリシャスで富裕層まで網羅します。“リアル消費のインフラ”への道筋が見えてきました。（第4回）

最後に、もう一度だけお伝えさせてください。 この会社の成長は、決算書を眺めているだけでは半分も見えません。夜のモールにただ一つ灯る巨大な店。限定カードを配る Anime Expo のクレーンコーナー。アニメフィギュアにすっかり様変わりした景品棚。——どれも、**現地に立って初めて腹落ちする物語**でした。その空気ごとお届けしたくて、この全4回を書きました。ご愛読いただき、ありがとうございました。

出所・ご留意事項

本資料は株式会社ラウンドワンの開示資料（「2026年3月期 決算説明会資料」2026年5月13日ほか）、公式サイト、ICSC・SPJA等の第三者データ、および作成者による2026年6月末～7月上旬の米国現地視察（シアトル・ヒューストン・ロサンゼルス・サンフランシスコのラウンドワン10店舗、競合約20店舗、Anime Expo 2026）に基づく情報提供資料です。特定の有価証券の売買を勧誘するものではありません。現地観察に基づく数値・構成比は作成者の概算・体感値を含みます。出店余地は作成者の試算であり、会社の公表計画ではありません。将来予測には不確実性が伴います。投資判断はご自身の責任でお願いいたします。

重要事項説明

■ 投資顧問契約の概要

投資顧問契約は、有価証券及び金融商品の価値分析に基づく投資判断をお客様に助言する契約です。

当社の助言に基づいて、お客様が投資を行った結果は、すべてお客様に帰属します。当社の助言は、お客様の投資判断を拘束するものではなく、また有価証券の売買を強制するものではありません。なお、有価証券投資の結果、お客様に損害が発生することがあっても、当社はこれを賠償する責任は負いません。

■ 投資顧問契約に係るお客様のリスク

お客様は、当社と投資顧問契約を締結し、当社はお客様へ助言を行うことで報酬を得ます。

当社は、助言した有価証券の将来の運用成果を保証するものではありません。

■ 投資顧問契約の主なリスク

お客様への助言対象は、主に国内の株式を投資対象としますので、有価証券等の価格の下落や、有価証券等の発行会社の倒産や財務状況の悪化、為替の変動等の影響により、助言をおこなった有価証券の価値が下落し、損失を被ることがあります。

助言を行う有価証券の種類や投資制限、投資市場、投資対象国などが異なることから、リスクの内容や性質が異なりますので、投資顧問契約の締結にあたっては契約締結前交付書面等をよくご覧ください。

■ 投資顧問契約に係る報酬等の費用

投資顧問契約による報酬（投資顧問料）は、基本報酬と成功報酬との2種類から成り、事前にお客様との個別の交渉により決定します。原則として、契約資産の額に基づき報酬料率を適用します。

■ その他ご留意して頂きたい事項

当資料は当社が信頼できると判断した情報に基づいて作成しておりますが、情報の正確性、完全性を保証するものではありません。当資料中に記載した内容、数値、図表等は、当資料作成時点のものであり、今後、予告なしに変更することがあります。当資料で使用している各指数に関する著作権、知的所有権その他一切の権利はそれぞれの指数の開発元もしくは公表元に帰属します。なお、当資料のいかなる内容も将来の投資成果を示唆ないし保証するものではありません。本資料の一部または全部を当社の書面による許可なくして第三者に再配布または閲覧させることを禁じます。

■ 以下の項目については契約締結前交付書面をご確認ください

- ① クーリング・オフの適用
- ② クーリング・オフ経過後の契約の解除
- ③ 投資顧問契約の終了の事由

■ 金融商品取引業者

社名：あすかコーポレートアドバイザー株式会社
所在地：〒105-7307 東京都港区東新橋 1-9-1 東京汐留ビルディング 7 階
TEL: 03-6263-9690
業務概要：投資助言・代理業
登録番号：関東財務局長（金商）第 2162 号（2009 年 3 月 30 日）
加入協会：一般社団法人 資産運用業協会