



申真衣社長に聞く「世界一のエンターテインメント企業」目指すGENDAのM&A戦略は？



アミューズメント施設やカラオケ店などエンターテインメント領域で幅広く事業を展開するGENDAは、2018年の設立初年度からM&Aを推進して急成長を遂げたスタートアップ企業だ。2024年も適時開示分だけで11件のM&Aを発表している。既存事業の成長に加え、M&Aでの「連続的な非連続な成長」により株式価値を高めていくのが成長戦略の柱。2023年には東証グロース市場に上場し、時価総額は2000億円を突破した。申真衣社長に同社のM&A戦略を聞いた。

＊『M&A年鑑2025』より一部抜粋。インタビュー全文は2025年1月30日発売の『M&A年鑑2025』に掲載しています。

ー2024年に実施したM&Aで最も重要だったのは？

11月に完了した、米国でミニロケ（スタッフの常駐しないゲームコーナー）事業を展開するNational Entertainment Network, LLC（NEN、米コロラド州）のM&Aが戦略的に最も重要でした。米国市場は大きく、これまでも自社で新規出店に取り組んできました。現地での店舗展開が一気に進むため、米国での勝ち筋を見つけるM&Aだと考えています。これまでも海外でゲームセンターを譲り受けたことはありますが、いずれも日本人オーナーでした。外国人オーナーから譲り受けるのはNENが初めてで、M&Aを利用したグローバル展開の知見も得られたと思います。ー2月にはカラオケボックス「カラオケBanBan」を全国展開するシン・コーポレーションがグループ入りしました。シン・コーポレーションは、わが社のM&Aではゲームセンター運営のセガエンターテインメントに次ぐ大型案件になりました（いずれも取引価額は非公表）。カラオケはゲームセンターと同じリアルなエンターテインメントであり、ゲームセンターは建物の1階が必須ですが、カラオケは2階以上で問題ない。両社が同じ建物を賃貸することで、家賃の値下げ交渉力が高まります。このほかカラオケボックスにクレンゲーム機を設置するなど、ゲーム事業と組み合わせる新たな価値を生み出すバリューチェーン（価値連鎖）も期待できます。ーGENDAの中長期的なM&A戦略は？「この事業でなければM&Aしない」と決め打ちはしていません。対象企業は特定の分野に限定せず、エンターテインメント領域で幅広く検討しています。わが社は2040年に「世界一のエンターテインメント企業」になることをビジョンに掲げています。その時点での事業ポートフォリオを考えると、かなり幅広い事業を展開していると想定しています。

『ダイヤモンドMOOK M&A年鑑2025』を100名様にプレゼント

発売にあたり、2025年2月28日までにご応募いただいた方を対象に抽選で100名様に『ダイヤモンドMOOK M&A年鑑2025』をプレゼント。下記のバナーをクリックすると応募できます。SNSキャンペーンからも応募可能ですので、ぜひ皆様、ご参加ください！