



## イオンファンタジーのあゆみ

# いつの時代もこどもたちの“えがお”を追求し、たのしさ、ふれあいを提供

私たちは1988年の創業より、ファミリー向けアミューズメント施設を主力とした事業を展開しています。私たちが変わらず大切にしているのは、「こどもたちのえがお」です。これからも、創業から一貫してたくさんのこどもたちとそのファミリーに笑顔あふれる「たのしさ」「ふれあい」を提供していきます。

### あそびを通じた「まなび」の場所へ

2010年、これまで取り組んできた「あそび」を軸に、創育事業の一環として「キッズーナ」をオープン。こどもたちの創造性や社会性を育むあそび場として、日本をはじめ中国・アセアン地域のファミリーに評価され拡大中です。現在はエデュテインメントマシンの開発など様々な形式で「あそび×まなび」を推進しています。



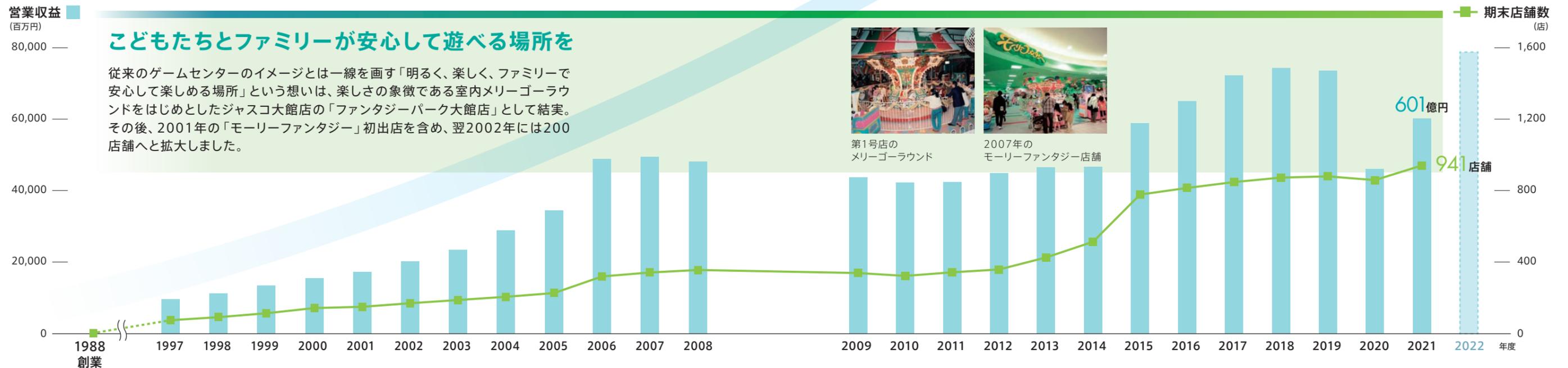
キッズーナ1号店 新業態のエデュテインメント事業

### 海外のこどもたちにもたのしさ、ふれあいの体験を

2007年、新たなステップとして中国に現地法人を設立し、成長が見込まれるアジア圏への進出を果たしました。特に、暑いアセアン地域の国では、安全・安心で清潔な空間の遊び場へのニーズが高く、また、こどもたちのあそびは国が違って共通なので、「こどものあそび」に関するノウハウを持つ、当社の強みが発揮されています。



中国の1号店 FANPEKKA1号店



### 会社の沿革

<b>1988年</b> ジャスコ株式会社SC部 アミューズメント 事業課創立 第1号店となる 「ファンタジーパーク 大館店」を開店	<b>1997年</b> 株式会社イオン ファンタジー設立	<b>2002年</b> JASDAQ市場 上場	<b>2005年</b> 東証第一部 上場	<b>2007年</b> イオンファンタジー 北京(現イオンファ ンタジー中国)設立	<b>2011年</b> イオンファンタジー マレーシア設立	<b>2014年</b> イオンファンタジーイン ドネシアおよびイオン ファンタジーフィリピン 設立	<b>2017年</b> イオンファンタジー ベトナム設立	<b>2022年</b> 東証プライム市場 を選択
	<b>1998年</b> 社是・企業理念の 制定	<b>2003年</b> 東証第二部上場	<b>2006年</b> 株式会社マイカル クリエイイトと合併		<b>2012年</b> イオンファンタジー タイランド設立	<b>2015年</b> 株式会社ファン フィールドと合併		

# イオンファンタジーの事業・ブランド あそびの体験を提供する 多様な事業形態を展開

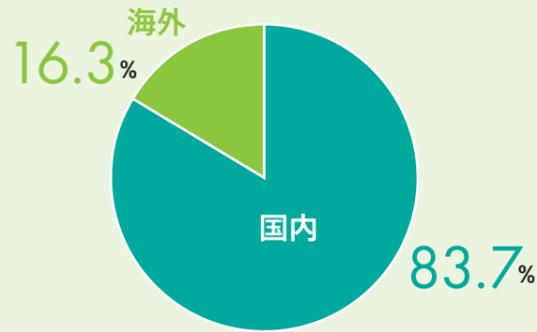
イオンファンタジーでは、世界各地で子どもとファミリーが安全・安心にあそべる様々な形態の施設を展開するほか、オンラインでもサービスを提供しています。今後も、子どもとそのファミリーのみなさまを“えがお”にしていきます。



## 2022年2月期売上高

601億7,000万円

## 国内・海外売上高比率



## グループ従業員数

7,180名

## 事業展開エリア

8カ国に981店舗を展開

日本、中国、マレーシア、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、カンボジア



## 事業セグメント

### 国内事業

「モーリーファンタジー」などのアミューズメント施設や、「キッズーナ」などのプレイグラウンドをメインに展開し、「遊び」の体験価値を提供しています。その他、あそびの専門性を高めた「カプセルトイ専門店」やオンライン領域や温浴事業の拡大を推進していきます。

### 中国事業

競争環境の激化に対応し、次世代の成長に向け「遊び+健康」をテーマにした業態「モーリー遊育運動館」や人気娯楽コンテンツを活用した「モーリー活力空間」の開発などを進めています。

### アセアン事業

主力業態であるキッズーナに加え、プレイグラウンドのローカライズ化を進め、出店地域の事情や施設規模にそくした出店業態をパターン化することにより収益力向上を図ります。

## 主なブランド

### インドア領域

#### アミューズメント施設



12歳以下のお子さまと、そのファミリーを対象として、大型ショッピングセンター内に出店しています。お子さまが安心して心ゆくまで楽しめるあそび場として、地域の皆さまから広く親しまれています。

#### プレイグラウンド



日本流のホスピタリティ、厳選した遊具、そしてお子さまの「創造性」「社会性」を育みながら親子で一緒に楽しめる体験が、日本・世界のファミリーに愛されています。

#### プレイグラウンド



プレイリーダー（保育士、幼稚園教諭の有資格者または社内の専門教育を受けたスタッフ）がお子さまと一緒に遊ぶことで「こころとからだの基礎体力」を育みます。

#### プレイグラウンド



「魔法にかかったフィンランドの街」がモチーフの次世代型プレイグラウンドです。あそびを通じてお子さまの主体的な成長を促し、「変化に対応する力」を育むことをねらいとしています。

### オンライン領域



**オンラインクレーンゲーム**  
パソコンやスマートフォンなどから、いつでもどこでもクレーンゲームがオンラインで楽しめるサービスです。



**オンラインスクール**  
オンラインの習い事に注目が集まる中、家にいながらもゲームであそぶことが学びになるという新しいスタイルの小学生向けの習い事です。

## その他ブランド

“えがお”を広げるために多様な業態を展開しています。



話題のゲームを集めたアミューズメントスポット



日本風テーマ型プレイグラウンド



カプセルトイ専門店



幅広い客層に対応したモーリーファンタジー



人気幼児番組のキャラクターを使用したプレイグラウンド



ファミリーで楽しめる温浴施設

Pick Up

# こどもたちの夢中を育む店舗づくり

当社は「明るく、安全・安心な、ファミリーのためのあそび場」を原点に、これまで培ってきたノウハウを生かし、こどもたちを夢中にさせる工夫を施した店舗づくりを行っています。世界中に多数店舗を展開する「モーリーファンタジー」と「キッズーナ」についてご紹介します。

## モーリーファンタジー

### 家族みんなのえがおをつくる ファミリーアミューズメント



## オリジナルの魅力的なあそびがたくさん

モーリーファンタジーでは、小さなこどもでも楽しめる乗り物や最新のプライズゲームなど、様々なあそびを提供。あそびながら学べるオリジナル機種の開発にも力を入れています。また、エンタメリーダーを中心にオリジナルキャラクターの「ララちゃん」とのイベントも定期的開催しています。



エデュテイメント機種を多数開発



「ララちゃん」とふれ合えるイベントを開催



専門のスタッフがあそびをサポート



ごっこあそびを通じて創造性・社会性を育む

## 親離れ・子離れを通じたこどもたちの成長を

併設の「スキッズガーデン」では、プレイリーダー（保育関連有資格者や教育プログラムを受けた専門スタッフ）がこどものあそびをサポートします。こどもたちが親から離れて遊ぶことで、こどもたちの自主性や自立性を引き出し、成長につながります。

## キッズーナ

# こどもたちのこころとからだを育む、絆づくりの時間



## 多彩なあそびで親子・友だちの絆を深める

「キッズーナ」の名称は、日本語の「絆」という言葉から生まれました。大きな遊具や世界中の知育玩具を取り揃え、親子・こども同士で遊ぶことで、感情・体験を共有しながら絆を深めることができます。



思いきりあそべるオリジナルの遊具



世界中の玩具を集めたトイコーナー



奥まで見渡せるレイアウト



チェックリストを使用した点検作業

## ファミリーの安全・安心なあそび場として

遊具の開発は日本の公園施設の安全基準に準じており、またお店の奥まで見渡せる遊具レイアウトにしています。すべての場所・遊具の清掃や玩具の消毒も毎日実施するなど、ファミリーに安全・安心を提供しています。

## 世界に広がる日本流のホスピタリティ

日本で生まれた「キッズーナ」は、海外では中国・アセアン地域を中心に展開しています。現地スタッフに対して教育カリキュラムを使用した指導やイベントトレーニングを行うなど、最上級のサービスを追求しています。



中国・アセアンで188店舗を展開



現地スタッフへのトレーニング

イオンファンタジーの強み

こどもたちと向き合い続けて培った強みを  
未来に向けた“価値創造の源泉”として

こども向けエンターテインメントのパイオニアとして、こどもたちの“えがお”を引き出し、グローバルに広げてきた強みこそが、未来に向けた新たな価値創造の源泉です。

1 グローバルに広がる  
“えがお”の場と機会

こどもたちのあそびに国境はありません。35年かけて磨き上げてきた独自の業態は、海外でも広く受け入れられ、店舗数を拡大。グローバルに通用する“日本発のエンターテインメント”として独自の存在感を発揮しています。



※2022年6月末時点



2 こどもたちと  
そのファミリーとの  
つながり

国内外で2億人の来場者と多数の会員数を有する顧客基盤の厚さも当社の強み。とくに国内では、すぐに連れていける身近さが子育て中のパパ・ママに高く評価されています。このつながりが、新しいあそびの提案や安定した事業成長を支えています。



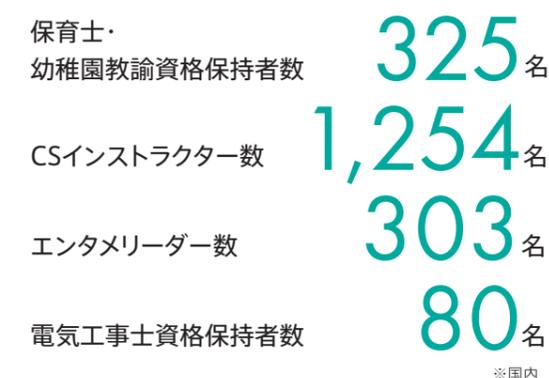
3 「あそび」を広げる  
開発力

こどもたちが喜ぶ「色」「動き方」「キャラクター」など、その嗜好性を長年にわたって研究し、ノウハウとして蓄積してきたイオンファンタジー。それが、たくさんの独自業態やオリジナルの遊戯機械・遊具・イベントなどを開発・提供できる理由です。



4 えがおを支える  
専門人財

こどもたちに「たのしさ」と「ふれあい」を提供する人財力も、他社が追随できない強み。保育士などを積極的に採用するなど店内スタッフの採用・育成に注力するとともに、あそびをサポートする社内資格制度を複数設け、その質を高めています。



5

チャレンジする風土

「室内ゆうえんち」という新しい業態を生み出して以降、国内外で数々の“業界初”にチャレンジしてきました。現在も従業員の提案を募る「チャレンジ提案制度」によって、そのチャレンジ精神は脈々と受け継がれています。



価値創造モデル

“えがお”あふれる世界を目指し、  
こどもたちとそのファミリーに  
「あそび」の体験価値を提供し続ける

私たちがこれまでと変わらず大切にしていきたいのは、こどもたちの“えがお”です。これからも、当社独自の強みをもとにした3つの領域を通じてこどもたちと向き合うとともに、中長期のビジョンと重要課題にチャレンジしながら、持続的な価値創造に取り組んでいきます。

社会の環境変化

国内少子化の加速  
社会のデジタル化加速  
共働き世帯の増加

事業環境の変化

レジャー市場の多様化  
アミューズメント市場での競争激化

コロナ禍を経た消費者の意識、ニーズの変化

生活圏の都市郊外化、地方の活性化

5つの強みと事業

- 1 グローバルに広がる“えがお”の場と機会
- 2 こどもたちとそのファミリーとのつながり
- 3 「あそび」を広げる開発力
- 4 えがおを支える専門人材
- 5 チャレンジする風土

オンライン領域

- オンラインクレーンゲーム
- オンラインスクールなど

インドア領域

- 「モーリーファンタジー」などのアミューズメント施設
- 「キッズーナ」などのプレイグラウンド
- 温浴施設

mollyfantasy kidzooona

アウトドア領域

自治体と共生する屋外体験型施設、グランピング施設

不確実性が高まる社会のなかでこどもたちの成長を支え続けるために

少子化の加速やDX化、さらには新型コロナウイルス感染症の拡大など、社会環境が大きく変化するなか、こどもたちのために何が必要かを見据えています。

「あそび」を生み出す総合力で事業領域を拡大

培ってきた強みを発揮するとともに、インドア領域だけでなく、社会の変化に対応したオンラインやアウトドアなどへも領域を拡大していきます。

中期経営計画

P.23 >

- 1 あそび場の進化と拡大
- 2 ポートフォリオマネジメントへのシフト
- 3 フルデジタル化
- 4 成長を支える人材・組織・風土改革

ビジョン

こどもと家族の笑顔のために、世界中に楽しい「あそび × まなび」を届ける  
オンリーワンのエデュテイメント企業

マテリアリティ(重要課題)

P.27 >

- 1 気候変動への対応
- 2 循環型社会への取り組み
- 3 こどもたちの未来への貢献
- 4 従業員がいきいきと働ける組織づくり
- 5 地域社会とのコミュニケーションの深化
- 6 コーポレート・ガバナンスの強化

エデュテイメント企業へと進化し「あそび」と「まなび」の体験を

ビジョンをもとに、4つの基本方針からなる中期経営計画を実践するとともに6つの重要課題の取り組みを進め、事業を通じて持続的な成長を追求していきます。

創出価値

たのしさ

ふれあい

ファンタジー  
ビープルの  
ハピネス

パーパス

こどもたちの  
夢中を育み、  
“えがお”あふれる  
世界をつくる。

安全・安心

おもてなし

お客さま

株主・  
投資家

お取引先

従業員

政府・  
自治体

地域社会

こどもたちの“えがお”に向き合い未来の社会に貢献する

次代を担うこどもたちと向き合い続け、5つの創出価値を提供します。そして、「あそび」を通じてこどもたちの成長を支え、“えがお”あふれる世界をつくります。

中期経営計画

# 事業領域拡大と構造改革により、 価値を生み出し続けるエデュテイメント企業へ

中期経営計画(2021-2023年度)

戦略目標

2023年度に営業収益 **855** 億円、  
営業利益 **60** 億円を達成し、  
オンリーワンの  
エデュテイメント企業へと進化する

	2021年度 計画	2022年度 計画	2023年度 計画
営業収益 (億円)	700	788	855
営業利益 (億円)	14	43	60

## ① あそび場の進化と拡大

### インドア領域

子どもとそのファミリーの“えがお”の創出に向け、屋内での遊び・体験価値を提供する領域。主力事業である「アミューズメント事業」「インドアプレイグラウンド事業」に加え、特定の遊びに特化した「カプセルトイ & プライズ専門店業態」、さらに子どもをとりまく家族への癒しを提供する「温浴事業」を展開。

### オンライン領域

「遊び」または「遊びを通じた学び」をオンラインでのチャネル特性を生かし成長させる領域。「クレーンゲーム」や「くじ」の遊びを提供する「オンライン事業」と、「ゲームによる学び」を通じ、子どもの成長を図る「オンラインスクール事業」を展開。

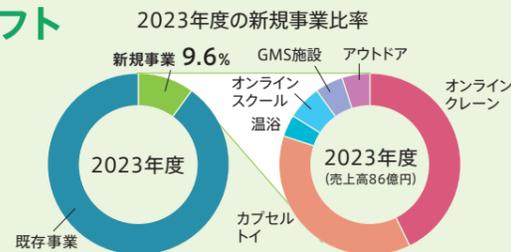
### アウトドア領域

新型コロナ以降拡大する外遊びへの需要に対応し、屋外体験を通じた子どもの成長を促し、地域住民や行政と連携し開発する「地方共生事業」を展開。

## ② ポートフォリオマネジメントへのシフト

事業領域拡大と構造改革の指標として、以下の進捗管理を行う。

- 新規事業比率の拡大(2023年度目標:9.6%)
- イオングループ外部への出店比率拡大(2023年度目標:国内出店先の外部比率19%)
- DXを支える積極的なIT投資の継続



## ③ フルデジタル化

DX改革の方向を「攻め」と「守り」に分け推進。

- 攻め「顧客データ収集・分析」「One IDによる自社事業」
- 守り「後方業務の作業時間の短縮」「基幹システムのリプレイス」
- IT投資比率の拡大



## ④ 成長を支える人財・組織・風土改革

### 風土改革

- 持続可能な社会に向けた当社の存在意義の明確化

### 組織改革

- 成長分野への人材シフト
- 機能型組織から事業部型組織への移行

### 制度改革

- 新たな成長戦略に対応した制度の見直し
- 評価制度の見直し
- 教育制度の見直し

中期経営計画の進捗・見通し

### 2021年度実績

売上高 **601** 億円

営業利益 **▲34** 億円

新型コロナウイルスによる影響を受けながらも、国内主力事業におけるプライズ部門の好調に加え、国内・海外ともにショッピングセンター内の営業面積拡大に向け、小型店・専門店の出店を加速し、年間を通じて売上高・営業利益ともに、前年同期を上回る。

### 2022年度予想

売上高 **789** 億円

営業利益 **26** 億円

## 2021年度の主な施策

### インドア領域

- むさし村山をNEWモーリーファンタジーモデルに活性化オープン  
地域共生による施設づくり、エデュテイメント&デジタルサービス機能導入
- 国内カプセルトイ業態32店舗出店、新業態プライズ専門店2店舗出店
- インドネシアにてテーマ型大型プレイグラウンド「E D O K K O」オープン

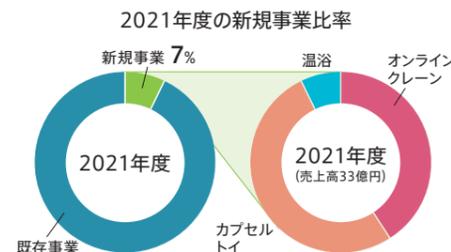
### オンライン領域

- オンラインクレーンゲーム売上前年比39.7%増
- 2021年11月にオンラインスクラッチ(オンラインくじ)サービス開始
- オンラインスクールにて新たなコースが拡大

### アウトドア領域

- 山梨県にて屋外体験型グランピング施設「ミューの森」の23年度開業に向け計画を推進

- 新規事業の売上比率では、カプセルトイ業態の成長により、19年度2%→21年度7%へ。
- 国内出店先の比率では、駅前商業集積・百貨店・ホームセンターへの拡大を図り19年度14%→21年度16%へ



- 顧客データの収集・分析のためのセンサーなどの導入
- 後方作業削減(18%減)
- 非接触を推奨するためのツールの導入
- セキュリティ基準の引き上げ

- パーパス、サステナビリティ方針の策定
- 専門人材の積極的な雇用
- 主体的リーダーを育成する現職教育強化

## 2022年度の主な施策

- カプセルトイ専門店 & プライズ専門店の年間100店舗出店の目標へ向け拡大
- 温浴事業の2号店を静岡県浜松市に9月度にオープン
- 中国にて「遊びと運動」をテーマにした「モーリー 游育運動館」7月度にオープン

- 21年度に引き続き、新規事業拡大への挑戦(専門店業態の拡大・温浴事業・地方共生事業)
- グループ外への出店及び、積極的なIT投資の継続

- デジタルマーケティングの実践
- 自社内、グループ内の会員連動
- 本部基幹システムのリプレイスへ向けた取り組み

- パーパス、サステナビリティ方針の制定
- パーパス浸透に向けた行動指針制定
- 意思決定の迅速化に向けた事業部型組織へのシフト
- 評価項目・評価制度の見直し