

---

# 株式会社 イオンファンタジー

## 中期経営計画 (2017~19年度)

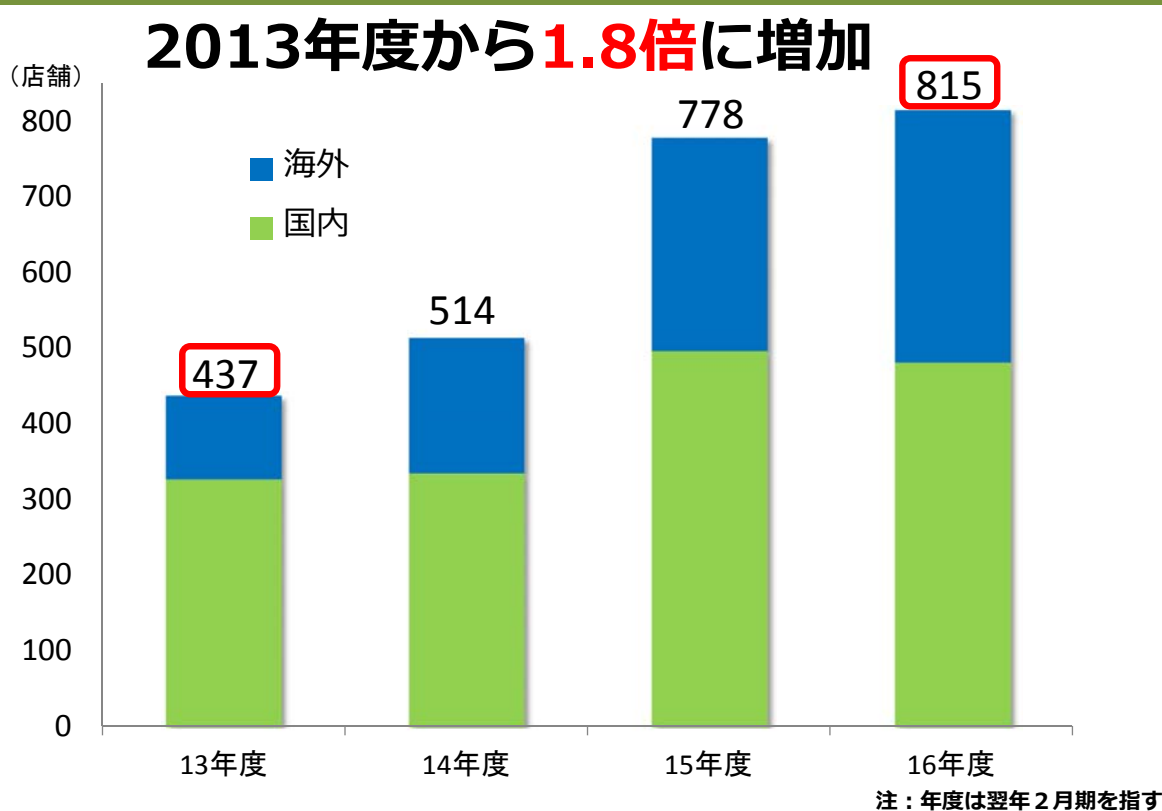


### 目次

- I. 振り返り
  - II. 目指す姿
  - III. 中期3カ年方針
  - IV. 数値計画
-

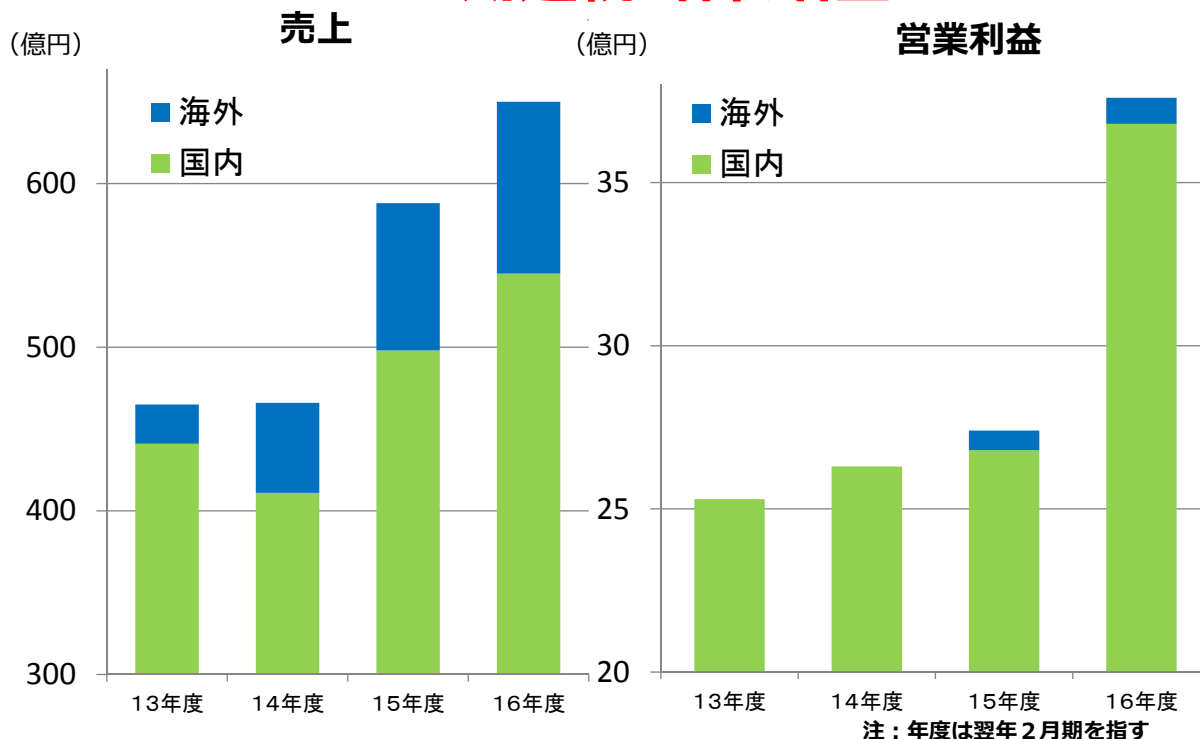
# I. 振り返り (2014~16年度)

## ① 店舗数



## ② 売上と利益

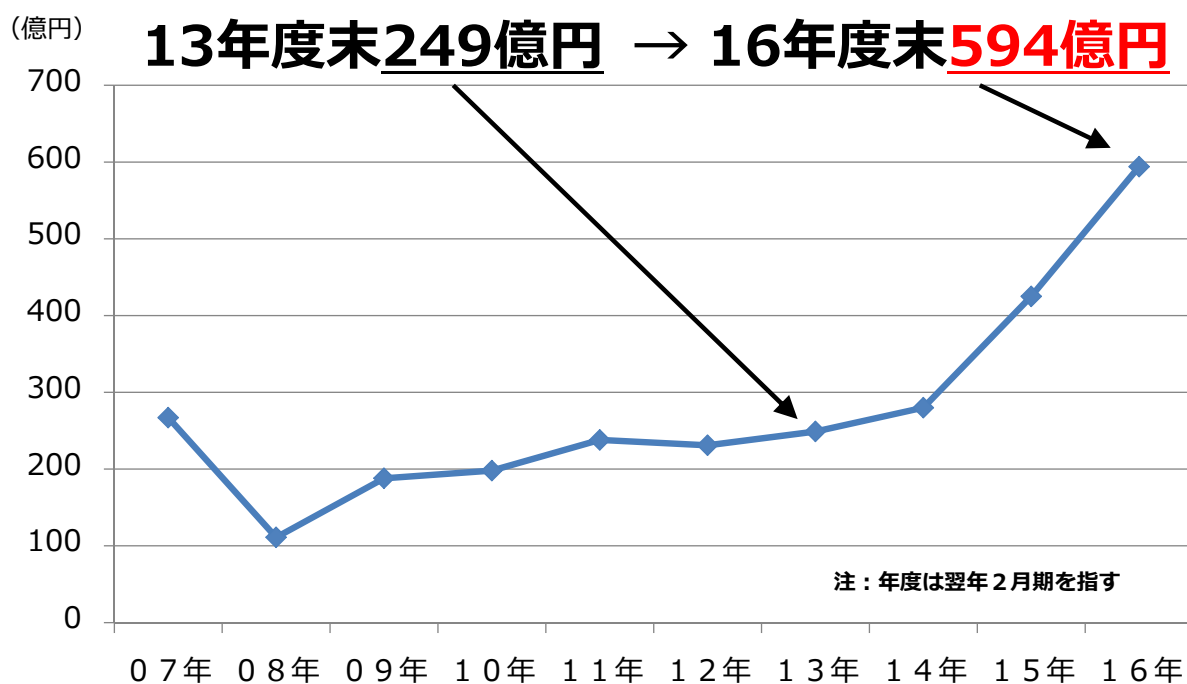
### 3 期連続 増収増益



5

## ③ 株式時価総額

### 2.5倍に増加



6

## ④ アミューズメント施設運営企業No.1



順位	企業名	売上実績 (2015年度)
1位	イオンファンタジー	588億円
2位	A社	437億円
3位	B社	380億円
4位	C社	365億円
5位	D社	147億円
6位	E社	144億円

※各社の売上高は海外を含めた連結ベースのアミューズメント施設売上額

7

## ⑤ 海外事業の拡大



海外へ3年間で**250店舗の新規出店**  
7カ国 334店舗体制に

14年6月  
カンボジア  
へ進出



14年11月  
フィリピン  
へ進出



15年4月  
インドネシア  
へ進出



8

## ⑥ 新業態の開発

### 新業態へチャレンジと成功



## ⑦ サマリー

	13年度		16年度	13年度比
売上	465億円	➔	650億円	1.4倍
営業利益	25億円		37億円	1.5倍
店舗数	437店舗		815店舗	1.8倍
時価総額	249億円		594億円	2.5倍

## Ⅱ. 目指す姿

---

### Ⅱ-1 ビジョン

**遊びを通じて、  
「家族の笑顔」「憩い」そして  
「子どもの健やかな成長」を提供する  
ファミリーエンターテイメント企業**

---

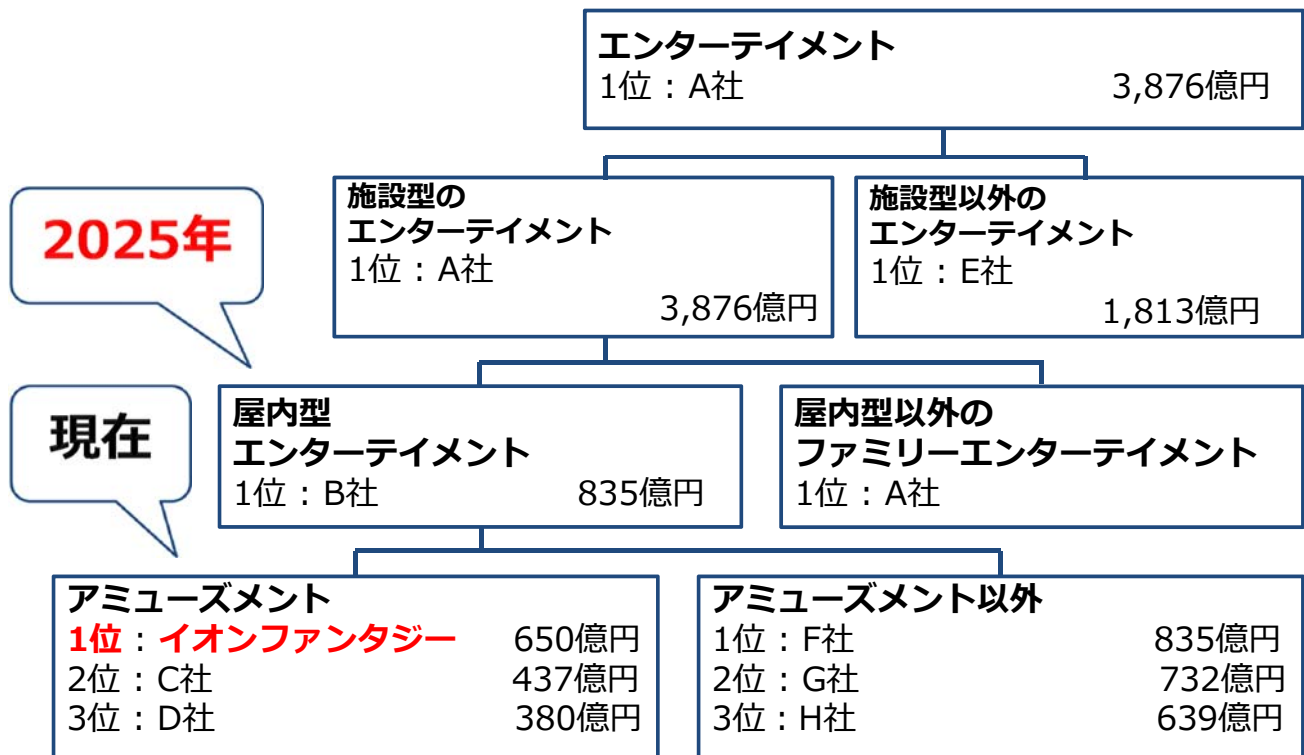
アジアNo.1の  
屋内型ファミリーエンターテイメント企業

営業収益：2,500億円

営業利益：200億円

屋内型エンターテイメント分野でアジアNo.1企業となる

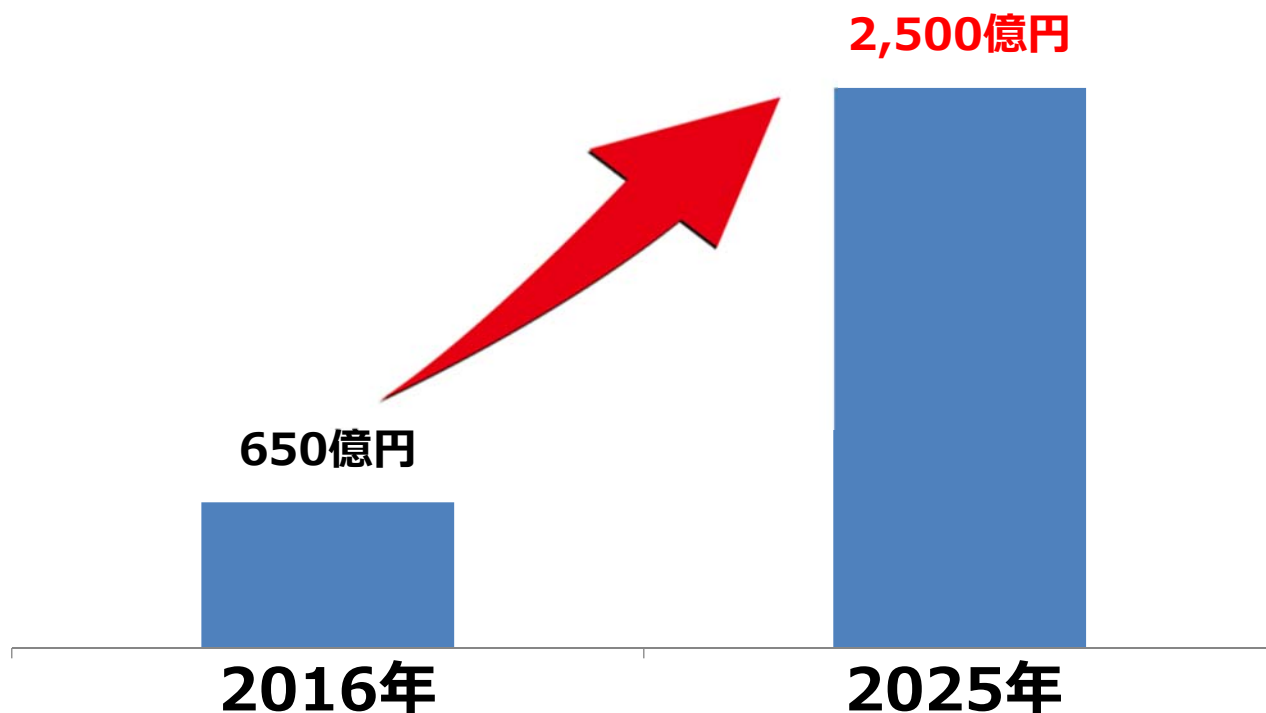
アジアNo.1のエンターテイメント企業を目指す



## Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



売上高は**4倍**へ

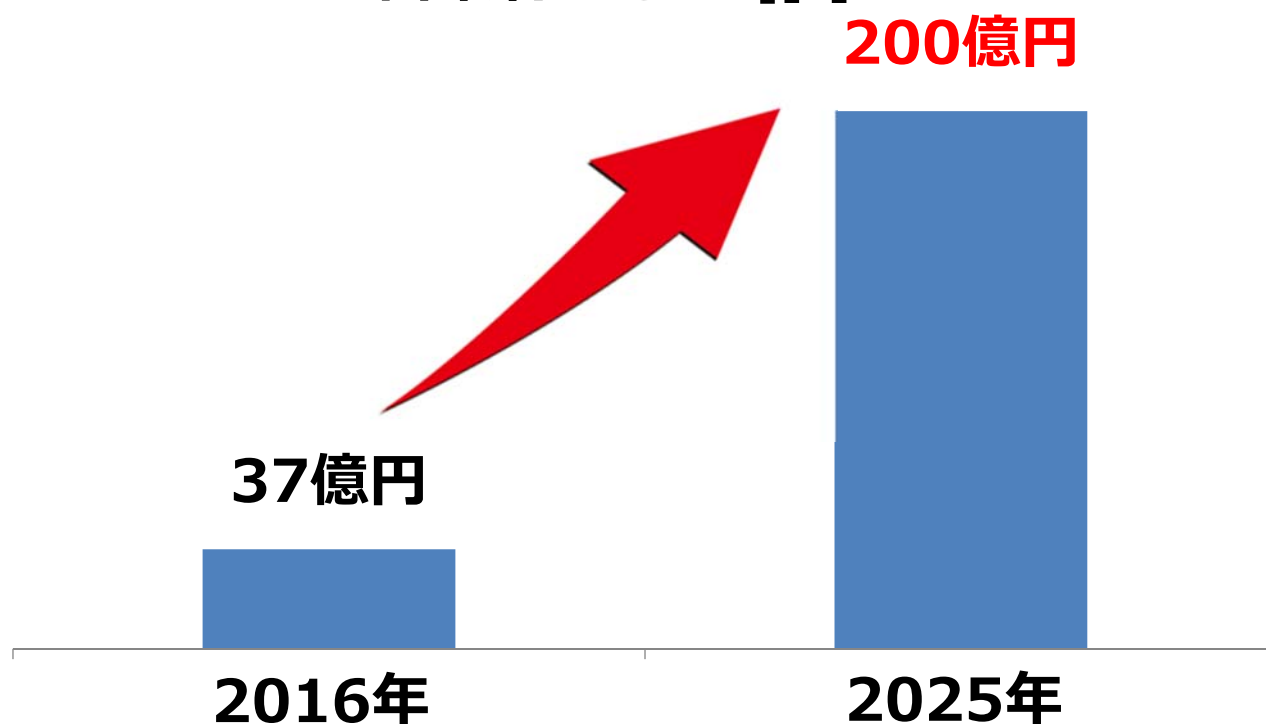


15

## Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



営業利益は**5倍**へ



16

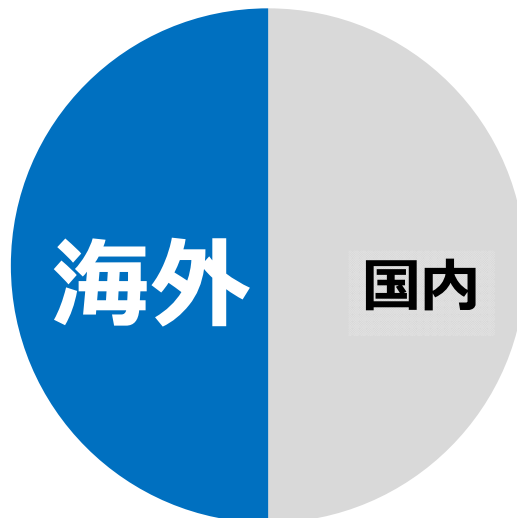
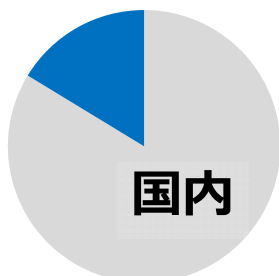


## Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



海外売上比率を**50%**へ

海外16%



2016年  
海外 105億円

2025年  
海外 1,250億円

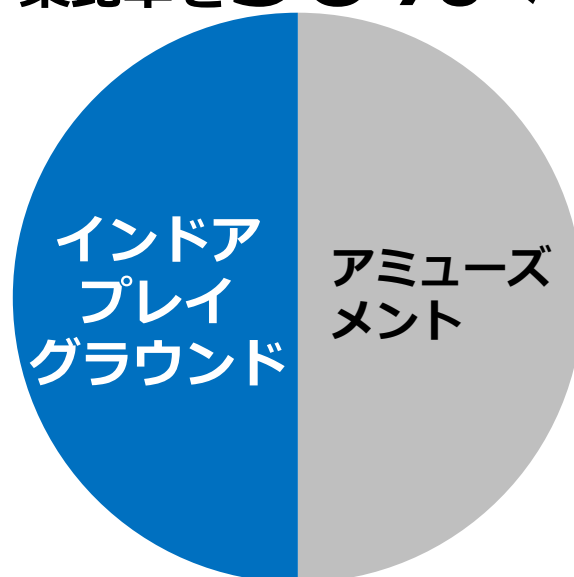
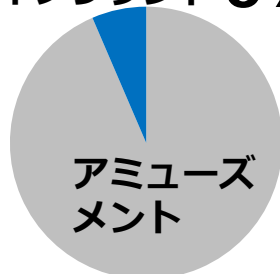
17

## Ⅱ. イオンファンタジーが目指す姿



インドアプレイグラウンド事業比率を**50%**へ

インドア  
プレイグラウンド 6%



2016年  
インドアプレイグラウンド  
42億円

2025年  
インドアプレイグラウンド  
1,250億円

18

## Ⅲ. 中期3カ年方針

---

### 基本戦略

世界中のおもしろい遊びと  
自ら創出した新しい遊びを  
ブランディングされた  
安全安心な空間で  
お客さまに提供する

## 基本戦略の実現例 : フィリピンUptown店

イマジネーションランド(米国製)



ボールプール(タイ製)  
当社オリジナル



エアスライダー(中国製)  
当社オリジナル



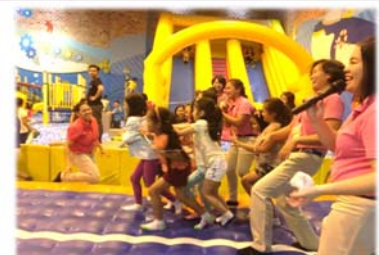
なりきりタウン(フィリピン製)  
当社オリジナル



トイコーナー  
(デンマーク製・イタリア製)



サイバーホイール(中国製)



1. 他社に真似できない商品の拡大
  2. ブランディングの推進
  3. インドアプレイグラウンド事業の進化と拡大
  4. アジアシフトの加速
- 

## 改革①

### 他社に真似できない商品の拡大

## 改革① 他社に真似できない商品の拡大

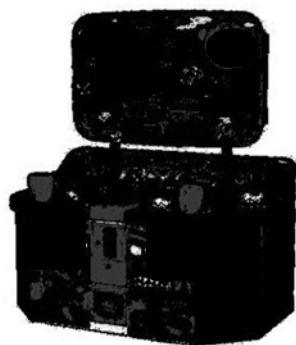
「世界中のおもしろい遊び」と「自ら創出した新しい遊び」を圧倒的店舗数を背景に**低価格**かつ**エクスクルーシブ**に導入  
 <オリジナル遊具 売上構成比>

	16年度	17年度	18年度	19年度
国内	25%	33%	35%	40%
海外	33%	36%	38%	40%
合計	27%	34%	36%	40%

## 改革① 他社に真似できない商品の拡大

「自ら創出した新しい遊び」の具体例

【既製品】



【オリジナルゲーム機】



機械単価 58%OFF

圧倒的店舗数を背景に**低価格**かつ**エクスクルーシブ**に導入

# 改革② ブランディングの推進

## 改革② ブランディングの推進



キャラクターと店舗のブランドを構築し、  
店舗での体験やメディアを通じて広げていく



## 改革② ブランディングの推進

### キャラクターブランディングにおける新規取組

#### ◆オリジナルアニメと 放映メディアの拡大

- ・ララアニメ シーズン3リリース
- ・英語版、中国語版リリース
- ・CS、ネットでの放送拡大



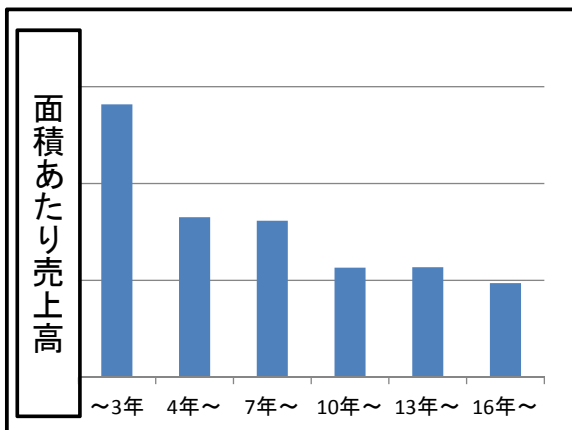
#### ◆参加型イベントの コンテンツ充実

イベント専属部隊による  
キャラバン公演の実施



## 改革② ブランディングの推進

### 店舗活性化の推進と店舗年齢の改善



店舗年齢が若いほど売上が高い

16年度は38店舗の活性化を実施

	実施後の 既存比
16年度 活性化店舗	112.6%
既存店	104.8%
差	+7.8ポイントの 効果

活性化により売上が確実に改善

年間36店舗以上を改装し、  
店舗鮮度を常に維持・向上する

## 改革② ブランディングの推進

### 会員制度の統合



スキッズガーデンプレミアムクラブ  
会員数：5千人(有料)



モーリーアプリ  
会員数：4.5万人



ファンクラブ  
会員数：100万人



モーリーフレンズとして統合

## 改革③

### インドアプレイグラウンド事業の 進化と拡大



# 改革③ インドアプレイグラウンド事業の進化と拡大



## 創育

「こころとからだの基礎体力」の向上

Aeon Fantasy  
**kidzooona**  
キッズーナ



**SKIDS GARDEN**  
スキッズガーデン



## テーマ型

テーマ性のある進化型プレイグラウンド



東京こども区  
**こどもの湯**  
～史上最大級のボールプール風呂～



現在5業態185店舗を展開、さらに進化・拡大する

33

## 「進化」の実現例①



### テーマ型プレイグラウンド「FANPEKKA」



魔法にかけられたフィンランドの町がプレイグラウンドになった



現在6店舗、19年には  
**38店舗へ**

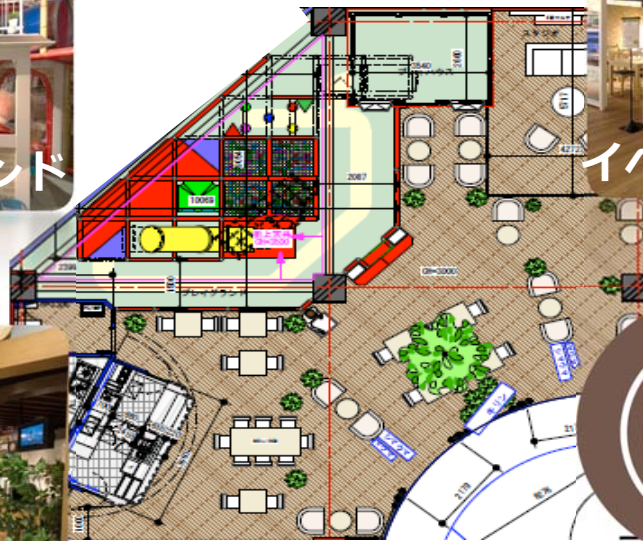


34

## 「進化」の実現例②

### カフェ併設プレイグラウンド「cafe moriccha」

(「憩いの場」「体験の場」「遊びの場」という3つの機能を備えた複合施設)

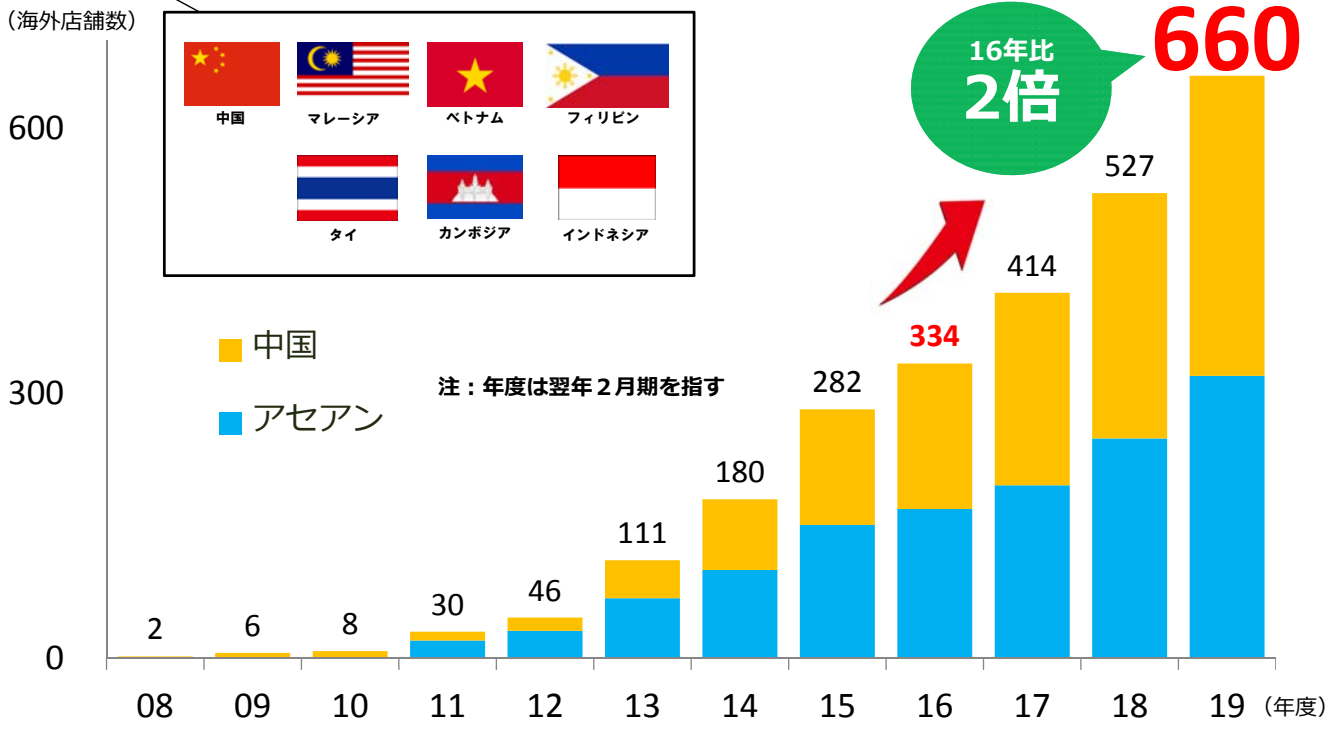


## 改革④

### アジアシフトの加速

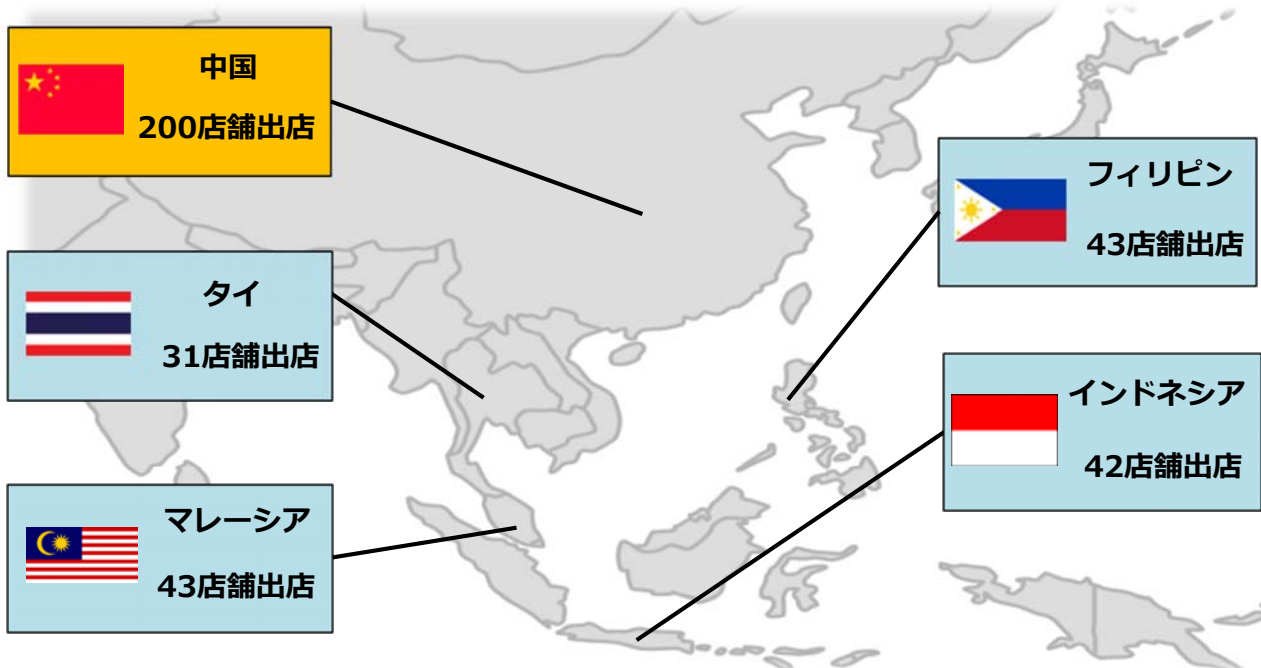
# 改革④ アジアシフトの加速

## 既存進出国における圧倒的ドミナント展開と新規進出国への展開



# 改革④ アジアシフトの加速

## 中期3カ年で374店舗の新規出店を計画



# 改革④ アジアシフトの加速



## 【高ROIである海外展開の加速】

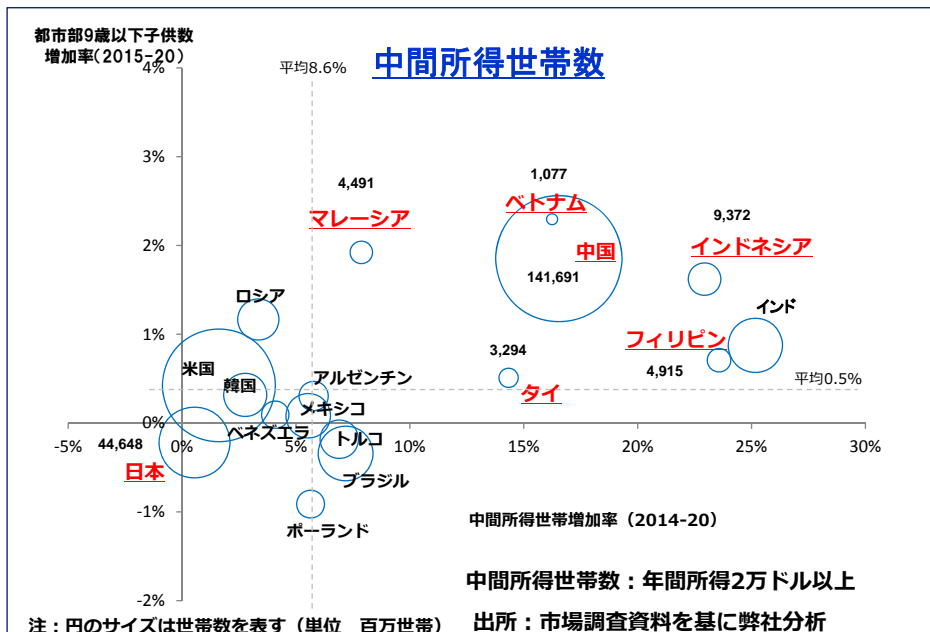


# 改革④ アジアシフトの加速



## 【海外潜在市場ポテンシャル分析：中間所得世帯数】

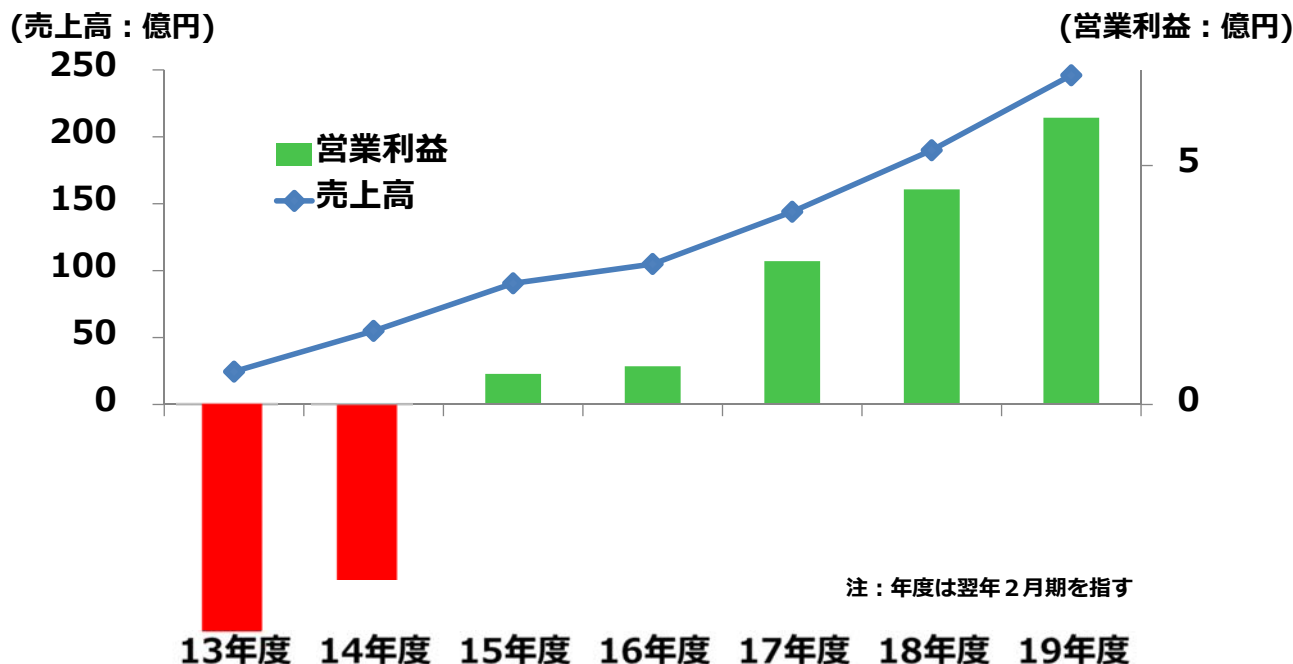
■ 中間所得世帯数及び子どもの数が増大する、潜在市場ポテンシャルが高い国々に進出している。



## 改革④ アジアシフトの加速



海外事業として**6期連続の増収増益**を目指す  
19年度は売上高246億円、営業利益6億円へ



## IV. 数値計画

(単位：百万円)

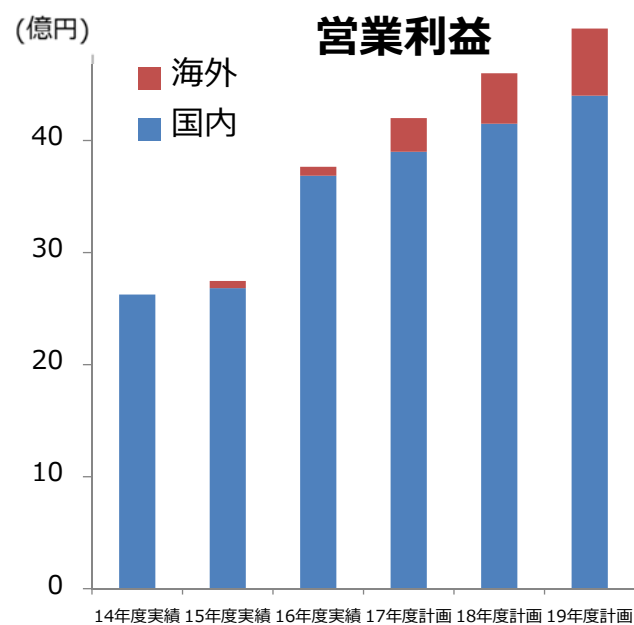
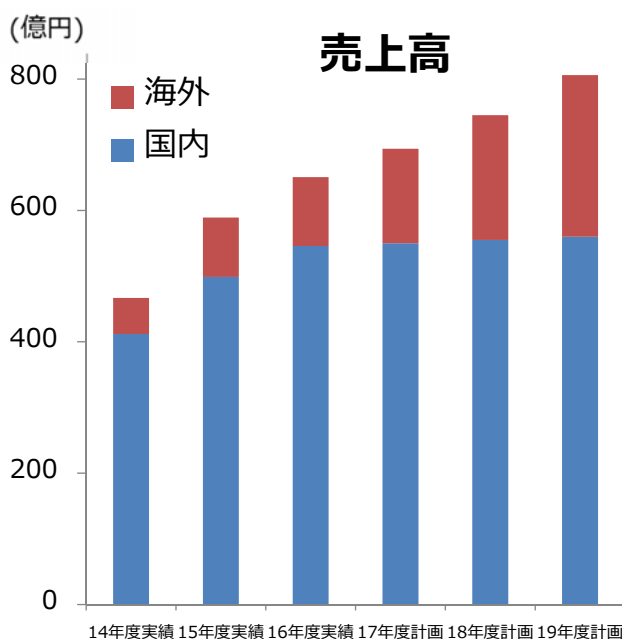
	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2017/2期比
	実績	計画	計画	計画	
売上高	65,058	69,000	74,000	80,000	123.0%
営業利益	3,769	4,200	4,600	5,000	132.6%
経常利益	3,498	3,900	4,200	4,600	131.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,697	1,900	2,400	2,800	164.9%
売上高営業利益率	5.8%	6.1%	6.2%	6.3%	—
ROE	6.8%	7.2%	8.6%	9.4%	139.1%
出店数	82	110	149	162	—
店舗数	815	895	1,017	1,160	142.3%

43

## 売上高・営業利益推移



2019年度：売上高 **800億円**、営業利益 **50億円**を計画



注：年度は翌年2月期を指す

44

# セグメント売上・営業利益



## ■売上高

(単位：百万円)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2017/2期比
	実績	計画	計画	計画	
国内	54,575	55,000	55,500	56,000	102.6%
海外	10,501	14,400	19,000	24,600	234.3%
連結合計	65,058	69,000	74,000	80,000	123.0%

【既存店前提】：国内100%～102%、海外104%～105%

## ■営業利益

(単位：百万円)

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2017/2期比
	実績	計画	計画	計画	
国内	3,686	3,900	4,150	4,400	119.3%
海外	82	300	450	600	726.8%
連結合計	3,769	4,200	4,600	5,000	132.6%

45

# 出店計画・店舗数



## ■出店数

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2018/2期 ～2020/2期
	実績	計画	計画	計画	合計
国内	12	10	18	19	47
海外	70	100	131	143	374
連結合計	82	110	149	162	421

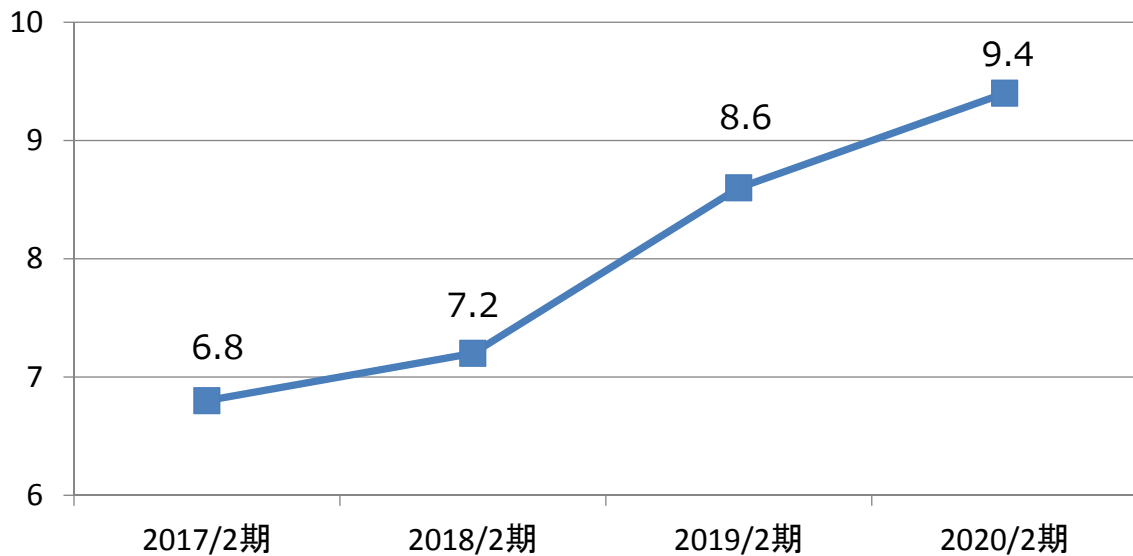
## ■店舗数

	2017/2期	2018/2期	2019/2期	2020/2期	2017/2期比
	実績	計画	計画	計画	
国内	481	481	490	500	104.0%
海外	334	414	527	660	197.6%
連結合計	815	895	1,017	1,160	142.3%

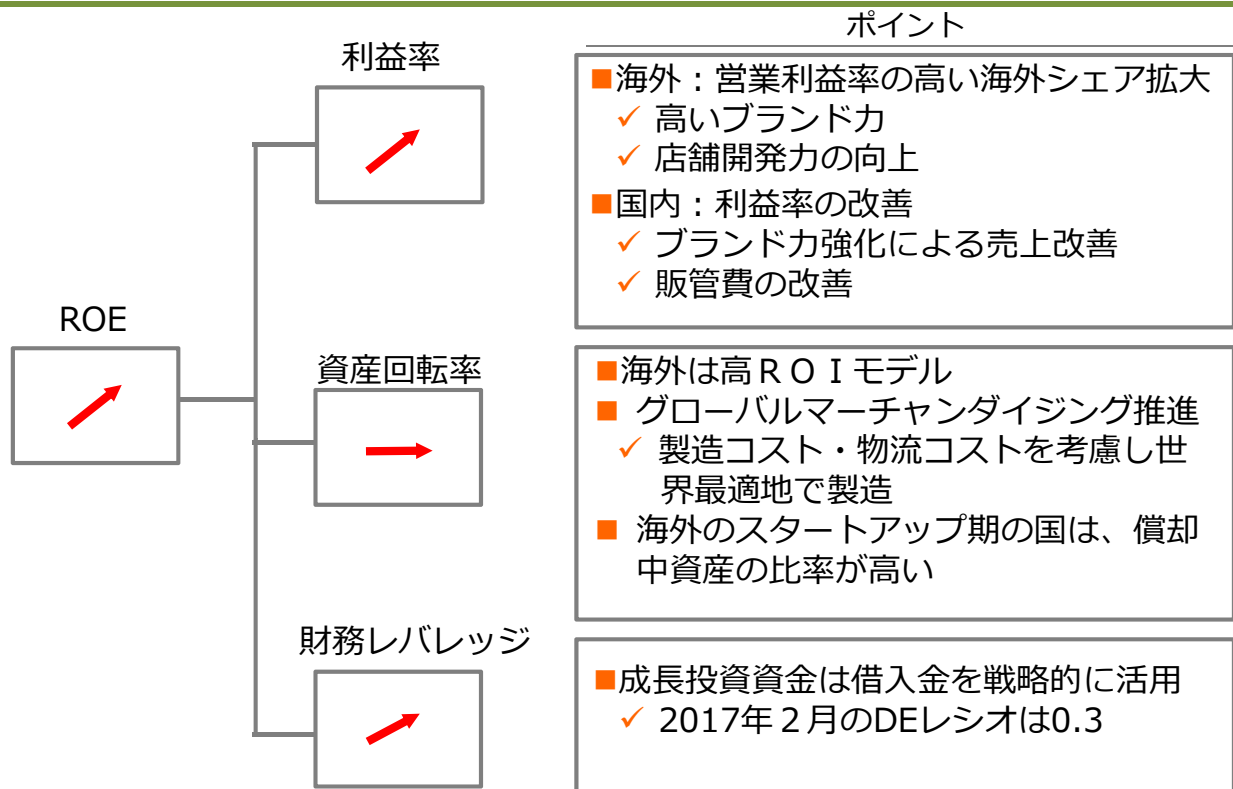
46

## ROEは2020年2月期に9.4%へ上昇。

(単位：%)



## 成長戦略におけるROE戦略





## 【配当方針】

株主さまへの安定的利益還元を前提に、内部留保の充実と業績・配当性向等を総合的に勘案し、配当を行います。

(単位：円)

### 1株当たり配当金

