

Chapter 2

イオンファンタジーが目指す先

えがおの先に、 未来の社会を見据えて。

こどもと向き合うことは、未来の大人と向き合うこと。すなわち、次の社会をつくること——。

パーパスに込めたこの想いを実現するためには、こどもたちのこころ・あたま・からだの健やかな成長に貢献することが重要であると考えています。

新たなビジョンのもと、私たちだからこそ提供できる新たな価値を創造し、企業価値のさらなる向上を目指します。

15 今後の方向性

17 社長メッセージ

23 特集対談：プレイグラウンド開発のキーマンが語る

こどもたちの“えがお”をきっかけにあらゆる世代をえがおにする世界を創り出していく



今後の方向性

イオンファンタジーは、企業理念体系の整備を進め、パーパス実現に向けた企業の方向性を示すビジョンを2024年に制定しました。同時に、「こどもとそのファミリー」に向けた提供サービスの価値を再定義しました。今後、これらビジョンと提供価値を軸とした、新たな事業を推進していきます。



提供サービスの価値の再定義

施設の役割

遊戯機械・遊具で遊んでもらう場所

▼

こどもたちの体験を
遊戯機械・遊具・
サービスで演出する場所

スタッフの役割

機械・遊具を設置し管理する存在

▼

こどもたちの体験を
サポートし
一緒に楽しむ存在

提供価値につながる
アミューズメント・
プレイグラウンドの特性

アミューズメントの特性

ゲームに設定された
目的を達成する

- 決められたルール・目標に則り遊ぶ
- 直観的に楽しむ・衝動的に参加する
- 1人でのめり込む・他人と競う

プレイグラウンドの特性

遊具を使って
自分たちで創造する

- ルール・目標を自分たちで決める
- 頭で考え体を動かして楽しむ
- 家族や友人と触れ合う・交流する

社長メッセージ



株式会社イオンファンタジー
代表取締役社長

藤原 徳也

新たなビジョンのもと、 次なる成長ステージを目指します。

2023年度の業績総括と 中期経営計画(2021~2023年度)の振り返り

国内・アセアンが牽引し、 業績はコロナ禍前の水準に

2021年度~2023年度中期経営計画(以下、前中計)の最終年度の業績は、計画からは売上高・営業利益ともに未達となりましたが、アセアンが計画以上の結果を出したほか、国内事業もほぼ計画どおりに進捗しました。その結果、コロナ禍前の2019年度を上回り、国内の売上高は過去最高、アセアンは売上高・営業利益ともに2期連続で過去最高となりました。

国内は2023年5月に新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ)が5類へ移行したことを機に、業績は順調に回復しました。特に、コロナ禍に業績を下支えし、いまなお成長しているプライズ・カプセルトイの小型専門店を“戦略的小型店”として一気に拡大したことが功を奏しました。海外から訪れる旅行者の需要もあり、まだまだ伸びしろはあるとみています。小型専門店を初めに立ち上げたのは2019年度でしたが、これらを積極的に展開していった背景は、2021年度からのコロナ禍の最中でお客さまが「短時間で完結できるあそび」を求めていることがあげられます。しかし、コロナの位置付けが変わる中で、「時間をかけて遊ぶもの」が再び求められ始めてい

ます。このニーズに対してどう対応していくかが、今後の大きな課題であり、チャンスです。そのため、今後はアミューズメントだけでなくプレイグラウンド(時間制施設)にも注力していきたいと考えています。

プレイグラウンドは、クレーンゲームのように数秒で完結するのではなく、30分、1時間、さらには半日、1日中など、長時間楽しみたいというニーズに応える施設であり、相応のノウハウが必要になります。2023年度において売上高・営業利益ともに過去最高となったアセアンは、プレイグラウンドが主力です。アセアンのプレイグラウンドにおいては、設置している遊具のうち全体の約7割を当社がオリジナルで開発しているほか、スタッフがこどもたちと一緒に遊んで楽しむことで差別化を図り、フィリピンではプレイグラウンド業界においてシェアNo.1を獲得することができました。国内においても、地球や環境をテーマにした付加価値の高い新業態の大型プレイグラウンド「ちきゅうのにわ」を4店舗展開し、好調な売上を継続しています。

前中計期間は、複数の業態開発にチャレンジしました。トライ&エラーを繰り返した結果、お客さまのニーズが多様化していることを実感し、イオンファンタジーの強みや提供価値を見つめ直す機会となりました。そうした意味で、コロナ禍を含むこの3年間は非常に意義深いものでした。

セグメント別売上高推移

(単位:億円)

実績	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
国内	598	382	504	588	644
中国	76	68	77	48	65
アセアン	62	11	21	90	110
海外計	138	80	98	138	175
連結計	734	461	601	726	817

セグメント別営業利益推移

(単位:億円)

実績	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
国内	44	△ 60	△ 16	24	45
中国	△ 11	0	△ 12	△ 27	△ 23
アセアン	0	△ 13	△ 5	12	13
海外計	△ 12	△ 13	△ 18	△ 15	△ 9
連結計	32	△ 74	△ 34	8	35

社長メッセージ

新ビジョンの策定と理念体系整理

提供価値のアップデートによって
施設・スタッフのサービスを進化させる

前中計期間で見えてきた課題を踏まえ、パーパス実現に向かって着実に歩みを進めていくために、2024年、新たな「ビジョン」を策定しました。これによって、2022年度に策定したパーパス・サステナビリティ指針・行動指針を含む理念体系全体を整理し、完成させることができました。

ビジョンの策定にあたっては、決定までの複数のステップにおいて、従業員と対話しながら進めてきました。そして、パーパスにある「こどものえがお」につながることで、さらにそのファミリーのえがおにつながることは何かと熟慮した結果、「こころ・あたま・からだの成長」をサポートしていくことが当社の存在意義であると言語化し、具体化しました。さらにそのためには、こどもたちの体験や学びを促す機能を、遊具・遊戯機械・スタッフのサービスに盛り込み、従業員自身がこどもと一緒に楽しむ、というように変わっていかねば、と思ひ至りました。

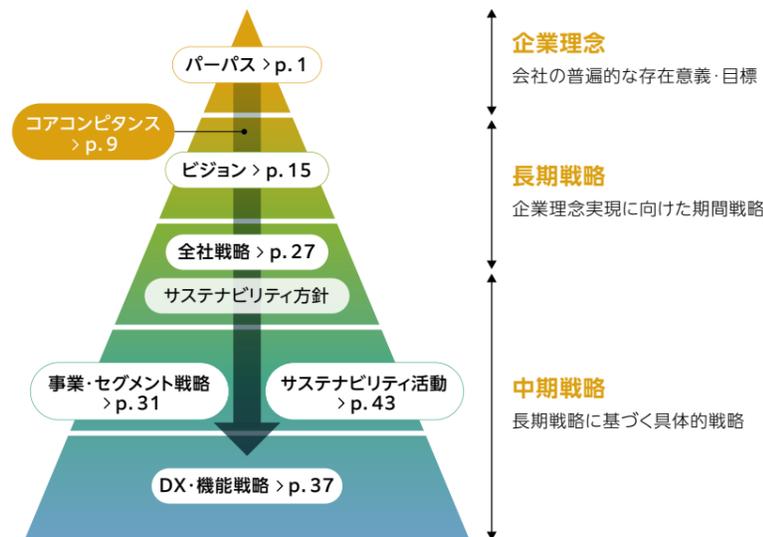
特に、一人で考え目的を達成する性質の強いアミューズメ

ントのあそびと異なり、プレイグラウンドでのあそびは人との関わりによってその体験や学びが何倍にも高められるため、こどもに接する従業員が「一緒にあそびを楽しむ」ことが重要になってきます。当社の施設は「遊具や遊戯機械を設置して、こどもたちに遊んでもらう場所」から「体験を演出する場所」へ、従業員は「遊具を設置し管理する存在」から「従業員自身が一緒に楽しみながら、こどもたちの体験をサポートする」存在へと提供価値をアップデートさせました。パーパスで表現した「えがおあふれる世界をつくる」ために、今回のビジョンでは「たのしい」を創造し「こころ・あたま・からだの成長を育む」など、より具体的なワードを入れることによって、従業員が自身の業務に向き合う際の指針となりました。新たにビジョンを整理し、より具体化したことで、今後の従業員の積極的な行動につながっていくことを期待しています。

また、ビジョン策定と同時に、新たに経営方針の柱のひとつとして4つの「コアコンピタンス」も打ち出しました(→p. 9)。過去に成功している事業・業態のほぼすべてに、この4つの要素のうちの複数が活かされています。競合他社には真似できない私たち独自の強みは何か、今後パーパスを実現するために何が大切なのか、経営陣だけでなく従業員、社外取締役も

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。

ビジョン
こどもたちの“たのしい”を創造し
「こころ・あたま・からだの成長」を
育み続ける
ファミリー支援企業になる



コアコンピタンス

イオン生活圏という 強大な企業基盤	ファミリー層と直接繋がる リアルタッチポイントの数	こどものえがおを支える 専門人材	独自のたのしさを生み出し 提供するあそびの開発力
----------------------	------------------------------	---------------------	-----------------------------

含めて議論し、最終的に4つに集約しました。

「イオン生活圏という強大な企業基盤」については、イオングループ外の出店比率、売上高比率を引き続き高めつつ、イオングループだからこそ実現できるシナジーを創出していきます。「こどものえがおを支える専門人材」については、保育士・幼稚園教諭の有資格者など、私たちの中には既にこどもと一緒に楽しめる専門人材が多く存在しています。また、高いサービスレベルを有する社内認定者や教育制度を整備しているほか、施設の安全を守るメンテナンススタッフは全員が電気工事士の資格を取得しているなど、会社全体にプロフェッショナルの人材がいることが当社の強みです。これらのコアコンピタンスをしっかりと活用していくことで、今後の成長戦略の“解像度”を高めていきます。

新中期経営計画(2024~2026年度)における戦略
「業態開発」と「エリア開発」の両軸で
戦略を実行するとともに
セグメント・国別の重要課題にも対応する

これら一連のビジョン策定、理念体系の整理を経て、2024年度から始まる3カ年の新中期経営計画(以下、新中計)を4月に公表しました。全社共通の戦略として業態開発とエリア開発に取り組みながら、セグメント・国別の重要課題に対応していきます。

業態開発とエリア開発

従来のイオンファンタジーはアミューズメントの「モーリーファンタジー」、プレイグラウンドの「kidzooona(キッズーナ)」という2つの業態をメインに展開してきました。コロナ禍における大きな気付きとして、この2つの業態だけでは、劇的な環境変化によるお客さまや商業施設の求めるニーズに答えられていないということです。

これまで私たちは、基本的に1つの商業施設でアミューズメントでは「モーリーファンタジー」1店舗、プレイグラウンドでは「kidzooona」1店舗を出店して満足していました。しかし、ふと周りを見渡せば、同じ商業施設内に同業他社の競合店が複数出店しています。それならば、私たちが同じ商業施設の中ですべての多様なアミューズメント・プレイグラウンドの

ニーズを満たすこともできるはず。私たちの目標は、「こどもたちの夢中を育み、“えがお”あふれる世界をつくる。」というパーパスを実現することです。そのためにどうすればいいかをもう一度見つめ直し、世界9カ国のお客さまや商業施設のニーズに応え、それぞれに合った業態を開発していくことが1番の近道だと考えました。

そして、当社の強みを活かしたあらゆる業態を開発していくことを武器に、それぞれの国で、いままで出店していなかったエリアに積極的に進出していきます。

セグメント・国別戦略 重要課題への対応

国内においては、標準業態のアップデートとともに、大型業態と戦略的小型店の拡大を進めていきます。大型業態である「ちきゅうのにわ」はちきゅうを学びながら楽しく遊ぶことができ、こどもたちだけでなく保護者もまなべる施設として好評です。今後は地球温暖化による異常気象によって屋外でこどもたちが遊べない日が増え、屋内で過ごすニーズが高まると想定しています。

加えて、これまでターゲットになかったZ世代を取り込む業態も開発していきます。生まれてから大人になるまでの成長過程においてどの年代においても当社の施設にご来店いただくことで、ライフタイムバリュー*を高めていきたいと考えています。

*一人の顧客が生涯を通じて企業にもたらす価値



社長メッセージ

アセアンは、人口の伸び率とGDPの伸び率、各国の特性や状況を鑑み、それぞれの環境に合った戦略を組み立てていきます。特に、人口の伸び率とGDPの伸び率、両方が非常に高いインドネシアとベトナムでは、新中計期間に新店を一気に立ち上げ、飛躍的な成長を目指します。人口の伸び率が高くGDPの伸び率は緩やかなフィリピンとマレーシアでは、シェア拡大を重視し、新店を拡大しながら、既存店のアップデートに力を入れ、利益を確保していきます。そして、インドネシア・ベトナム・タイなどでの投資へまわしていく戦略です。

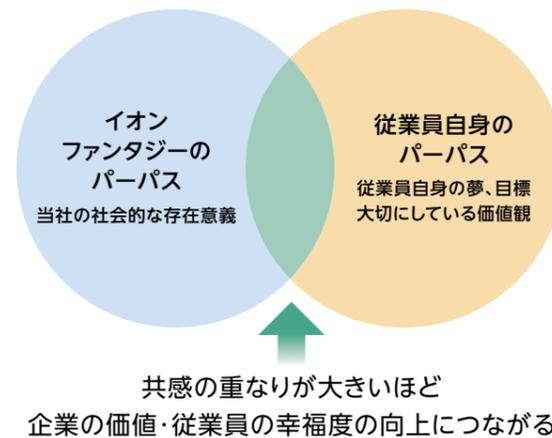
アミューズメントの競争が乱立している中国では、競争との差別化を図りにくいアミューズメントを縮小し、プレイグラウンドを拡大していきます。施設スタッフの教育ノウハウや、「楽しく働く」という風土の醸成はお金を出して手に入れられるものではなく、当社に圧倒的優位性があります。中国では、コアコンピタンスである「こどものえがおを支える専門人財」「独自のたのしさを生み出し提供するあそびの開発力」を特に強化し競合店との差別化を図っていきます。

戦略を支える人財・DX・サステナビリティ戦略

当社にとって人財が最も重要な経営資本であり、強みであることは間違いありません。私が1番力を入れていきたいのは「人的資本で生きるリーディングカンパニーを目指す」ことです。

企業のパーパス実現と従業員個人としてのパーパス(目

標)実現の双方が重要だと考えており、それぞれ共通する部分の面積が広がれば広いほど従業員の幸福度は高まると考えています。従業員には、価値観を共有する集団の中で、イオンファンタジーに貢献しながら、時にはイオンファンタジーを活用しながら、自分自身の夢や目標を達成して欲しいと思っています。会社は教育機会の提供に投資し、従業員も自分の夢を実現するため自身に投資し、会社と従業員が一緒になってパーパス実現に取り組む——こうした環境を整えるのが我々経営陣の責務です。そのために、現在、各部署における業務を棚卸し「業務の見える化」を進めています。特に管理部門では、日常の業務が「こどもたちのえがおをつくる」ことにつながっているという実感を持ちにくいのが現状です。業務を数値化し貢献度合いを可視化することで、すべての従業員に自信をもってもらい、エンゲージメントを高めていきたいと考えています。



また、DXを進めていくことも重要です。2024年4月には、これまでのアナログ会員制度がデジタル会員制度に切り替わりました。デジタル会員化によって、One to Oneでお客さま一人ひとりに様々なプロモーションを展開していくための準備が整いました。今後は、私たちのリアルタッチポイント数世界一という強みを活かし、例えば、デジタル会員のお客さまに、各事業間をつなぐプロモーションを一気に仕掛けることができるようになります。リアルとデジタルが融合したサービスの提供は、優先的に取り組んでいきます。デジタル会員は現在約87万人と半年でアナログ会員(旧会員)の60万人を超えました。将来的にはイオングループの会員制度ともつ

ながることが期待され、圧倒的なシナジーを得ることができると考えています。

サステナビリティに関しては、環境対応とガバナンスの強化は企業として当たり前に対応すべきだと捉えており、この「規定演技」を確実に実行できる会社が「自由演技」として企業独自の社会的活動に取り組むことができると考えています。まず「規定演技」を確実に実行しつつ、イオンファンタジーだからこそできる取り組みにより、社会へ貢献していきます。

従業員への浸透

現在、新ビジョンと新中計の浸透のため、国内外7カ国それぞれのエリアの従業員と対面し、私から直接その背景にある想いを伝え、共有しています。どの国においても想像以上の反応があり、社長の声や会社の方針などを直接聞きたい、という従業員の熱い想いを実感しました。また、説明会後のディスカッションタイムでは、従業員から「こんなサービスがしたい」「自分のエリアにこんな業態を出店したい」「この事業をもう一度再生したい」といった目標や夢が聞こえてきました。パーパスに至るまでの道筋をビジョンの策定によって示



海外での浸透研修の様子

すことで、自身の役割などについて明確に認識できるようになったのだと思います。今後も定期的に従業員との対話や情報共有の場を設けたいと考えています。

株主、投資家の皆さまへのメッセージ

こどもたちとそのファミリーに様々な「あそびの場」を提供する企業として

私たちは、短期的な利益だけではなく、こどもたちのえがおを追求していく会社であり、これを未来永劫続けていくことを目的としています。将来こどもたちが大人になっても、おじいちゃん、おばあちゃんになっても、私たちの会社は存続して世の中に貢献している——そういう会社であるために、まずはこの新中計を推し進めていきます。

株主・投資家の皆さまとは、今後も当社の事業活動や社会貢献活動への取り組みに対する情報発信の機会や直接的な対話を増やし、相互のコミュニケーションを深めていきたいと考えています。

コロナ禍に業績を下支えしたのはプライズ部門とカプセルトイ部門で、これらは「プロダクトバリュー」つまり景品や商品その「モノ」の価値を提供してきました。それに対し、ある一定の「トキ」(時間)の消費の仕方に価値を求める「タイムバリュー」を提供するのはプレイグラウンド(時間制施設)やメダル部門で、こどもたちやそのファミリーそれぞれのニーズを満たすコンテンツを組み合わせ提供していきます。今後は、この大きなお客さまのニーズに対応した施設づくりを目指します。

そのために、これから様々な施策を実行していきます。ステークホルダーの皆さまには、これからのイオンファンタジーにどうぞご期待いただければと存じます。

引き続き、ご理解とご支援をよろしくお願い申し上げます。

特集対談：プレイグラウンド開発のキーマンが語る

こどもたちの“えがお”をきっかけに あらゆる世代をえがおにする 世界を創り出していく

執行役員
ランドデザイン本部 本部長

王鞍 一真

2020年に新業態の開発に向けて発足した「アウトドアPT」の外部アドバイザーとして参加。その後、現在の「ちきゅうのにわ」の業態化に向けて入社。以降、同プレイグラウンドのプロデュースのほか、「ミューの森」などのクリエイティブ部門の責任者も務めている。

ランドデザイン本部
業態開発グループ GMS・大型区画PTマネジャー

鮎澤 大輔

2021年3月、LINKS UMEDA店支配人から本社へ異動、GMS複合PTに所属。子育て支援複合業態の構想をゼロから立ち上げ、イオンリテール社との交渉などに携わり、第1号店としてイオンモール柏での出店を実現。



2024年に公表した新たな中期経営計画では、お客さまのニーズを取り込む新たな業態開発が大きなテーマとなっています。その象徴が2023年、東京スカイツリーに隣接する商業施設「東京ソラマチ」に初出店した大型のプレイグラウンド「ちきゅうのにわ」であり、イオンモール柏の「子育て支援複合フロア」です。今回の特集では、イオンファンタジーの次代を担う新業態を開発したそれぞれの担当者が登場し、新業態に込めた想いと今後の展開について語り合いました。

楽しく遊びながら、 地球のおもしろさが学べるように

鮎澤 「ちきゅうのにわ」、かなり好調ですね。

王鞍 現在は、東京ソラマチ・沖縄ライカム・広島府中の3店舗と、浜松で小規模の「ちきゅうのにわ“ぽっぷ”」の合計4店舗があります。売上高ベースでは、東京ソラマチがトップの数字ですが、沖縄と広島も目標額を大きく超えています。この成果は想像をはるかに超えるもので、とても大きな手応えを感じています。

こういったところが評価されているのかを知るためにユーザーアンケートを実施したところ、「コンセプトがいい」「デザインがおしゃれ・かわいい」という声がとても多くありました。壁面や遊具の色合いなど、細かくデザインを施したので、まさにねらいどおりでした。外部からの評価としては、NPO法人の「キッズデザイン協議会」からこどもたちの創造性と未来を拓く優れたデザインなどを表彰する「キッズデザイン賞」に選定していただきました。どのような施設であればお客さまに選んでいただけるかを考え抜いて創った施設であるからこそ、本当に嬉しかったです。

鮎澤 実は、私がイオンモール柏で展開している学童に通っているこどもたちと、夏休みのアクティビティとして東京ソラマチの「ちきゅうのにわ」を訪れました。すると、到着した瞬間、こどもたちが嬉しそうに中へワッと走っていったんです。公園を訪れたときのような解放感が、こどもたちの心を一瞬でつかんだように感じました。

王鞍 入り口からの見え方も計算して、ちきゅうくん（「ちきゅうのにわ」オリジナルキャラクター）のゲートをくぐってワクワクしながら中へ駆け込む設計にしました。それが上手く機能していると証明されて、よかった！

そもそも「ちきゅうのにわ」は、こどもたちの成長や未来と関わるというコンセプトでプレイグラウンドを創れないかという発想からスタートしたものです。こどもたちが遊んでいる場所を俯瞰して見ると、地球の様々なフィールド、つまり「火山」「冰山」「森」「北極」といった要素でつくられています。そんな風に、自然とふれあいながら成長を促す楽しいあそびを詰め込みました。例えば、火山の噴火口にボールプールのボールを溜めていくと噴火する仕組みになっていて、その横には「噴火の原理」をわかりやすく紹介したボードが設置してあります。これはこどもたちと保護者がコミュニケーションを図りながら、地球のおもしろさや自然の大切さが学べるように創り上げてあるものです。

鮎澤 プレイグラウンドというより、テーマパークに近いイメージですね。

王鞍 まさに、それをねらっています。このコンセプトが成功したことで、現在、新たな出店依頼がディベロッパーから数多く寄せられています。そこで「ちきゅうのにわ」の設備・遊具を最適化して、より高いクオリティを維持しながら新規出店していきたいと構想を練っているところです。

鮎澤 今後に向けて、新しいチャレンジもできそうですね。

王鞍 個人的に考えているのは、学校との連携。「ちきゅうのにわ」では、サステナビリティをテーマにしたワークショップを定期的に開催しているので、この取り組みが学校の授業と連携できないかと考えています。

たことで、現在、新たな出店依頼がディベロッパーから数多く寄せられています。そこで「ちきゅうのにわ」の設備・遊具を最適化して、より高いクオリティを維持しながら新規出店していきたいと構想を練っているところです。

鮎澤 今後に向けて、新しいチャレンジもできそうですね。

王鞍 個人的に考えているのは、学校との連携。「ちきゅうのにわ」では、サステナビリティをテーマにしたワークショップを定期的に開催しているので、この取り組みが学校の授業と連携できないかと考えています。

あらゆる世代の“えがお”が連鎖する、 新たな価値創造に向けて

王鞍 鮎澤さんが担当する子育て支援複合業態も、第1号がイオンモール柏で始まりましたよね。

鮎澤 子育て支援複合業態は、アミューズメントやプレイグラウンドといったイオンファンタジーが提供する遊び場の周囲に、子育て世帯が必要とする機能を複合して提供し、新たな価値を創造しようというものです。「こどもたちの夢を育み、“えがお”あふれる世界をつくる。」というイオンファンタジーのパーパスに基づいて、こどもたちのえがおを増やし続けることで保護者のえがおも増え、そのえがおをきっかけにさらにこどもたちもまたえがおになる——という“えがおの連鎖”を





フロア全体を使って展開しようというのがコンセプトです。

柏店の複合フロアでは現在、学童施設とこどもクリニック、保護者がひと息つける休憩スペースを展開しています。学童施設は柏店の周辺地域に共働きのファミリー世帯が多いこと、こどもクリニックは地域に医療施設が少ないことから設置しました。保護者の皆さまにも、例えば、その日にあった出来事から気持ちをリセットしてこどもたちをえがおで迎えてもらいたいという思いを込めて、休憩スペースを設置しました。

王鞍 柏店の複合フロアは、プロトタイプとしての意味合いが強いんですよね？

鮎澤 当初はイオンのキッズ売場全体の改装を計画していたのですが、実際に取り組みを進める中でディベロッパーと課題や可能性を共有し、時間をかけてディスカッションを重ね、現在の形での出店となりました。まだこれで完成形とは考えておらず、お客さまの声をいただきながら子育て支援複合業

態のコンセプトに反映して今後の新規出店に活かしたいと考えています。

また、ショッピングセンター内にあることで、例えば、保護者がお子さまを迎えに行きながら同じイオンの売場で食品や日用品の買物をすませることができ、ここで日常のあらゆるニーズを解決することができ、ファミリーの生活の質が向上する。そういった場所を創造していきたいと考えています。

王鞍 理想的な複合フロア展開をイメージしたときに、新しく注目している業態はありますか？

鮎澤 例えば、こども専門の美容室や食育に特化したカフェなどですね。美容室でヘアカットして「素敵になったね」と家族に言われたら、こどもたちは嬉しくてえがおになると思うんです。そのえがおを見て、ご家族も嬉しくなる。「えがおの連鎖」が期待できます。そのように、こどもと保護者のえがおが連鎖するフロアを、複数業態で実現することが、いま目指している目標です。

王鞍 その先を見据えると、実現したいのはZ世代への対応ですね。イオンファンタジーが展開している既存事業は、12歳までがメインターゲット。ライフタイムバリューの価値を高めるためには、Z世代の取り込みは重要なテーマになってくる。

鮎澤 Z世代への対応は、王鞍さんが取り組まれているテーマですよ。

王鞍 まさにいま、Z世代をターゲットにした新業態として「Feedy Diner&Arcade(フィーディー ダイナーアンドアーケード)」という飲食区画を併設した大型複合アミューズメント施設を開発したところですよ。(2024年11月末オープン予定)「Feedy Diner&Arcade」は、イオンモール茨木店から展開していく予定で、その後を見据えて、様々な戦略を検討しています。蓄積してきた知見やノウハウを新たな視点から捉え直して活用し、Z世代に向けた新たな価値創造にチャレンジできることにやりがいを感じています。

鮎澤 新たな視点からイオンファンタジーのパーパス・ビジョン・FANTASY WAYを実践して、新しい可能性を創造していくわけですね。話を聞いているだけでワクワクします。

王鞍 鮎澤さんは、とてつもない壁が目の前にあっても、いつも満面のえがおで楽しそうに取り組まれますよね。その姿をファンタジーピープル全員がお手本にして、鮎澤さんに負けない最高のえがおで新しいチャレンジに取り組んでほしいです。