

2026年1月8日 開示



株式会社イオンファンタジー

2026年2月期

第3四半期 決算補足資料

東京証券取引所プライム市場 | 証券コード:4343





# CONTENTS

2026年2月期第3四半期 決算補足資料

01 会社概要・沿革

02 連結決算概要

03 重点取り組み概要

04 連結業績予想

05 参考資料



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 01 会社概要

会社概要

# COMPANY PROFILE

2025年8月末時点

商号	株式会社イオンファンタジー
所在地	千葉県千葉市美浜区中瀬一丁目5番地1
設 立	1997年2月14日
資本金	18億25百万円
主要株主	イオン株式会社 (60.48%)
上場市場	東京証券取引所 プライム市場
従業員数	7,772名(2025年2月末時点)
事業内容	「アミューズメント施設」及び「プレイグラウンド」の運営



## PURPOSE

こどもたちの夢中を育み、  
“えがお” あふれる世界をつくる。

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です。

だから私たちは、効率化や最適化だけではたどり着けない  
こどもたちの“えがお”に、誰よりも真剣に取り組みたいと思うのです。

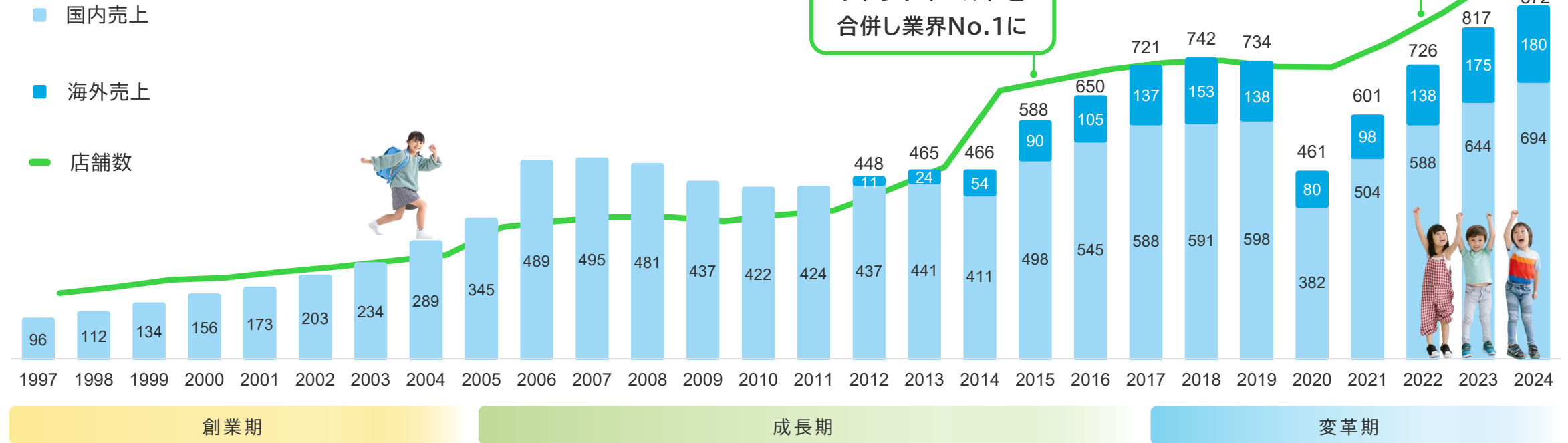
私たちの夢中が、こどもたちの夢中を育む。“えがお”あふれる世界をつくるために。

イオンファンタジーは、挑戦し続けます。





国内外の売上高と店舗数（単位：億円・店舗）



会社設立

マイカルクリエイトと合併

中国進出

タイ進出

F・フィールドと合併

プライズ専門店初出店

モーリーファンタジー初出店

東証一部上場

キッズーナ初出店

マレーシア進出

フィリピン・インドネシア進出

ベトナム進出

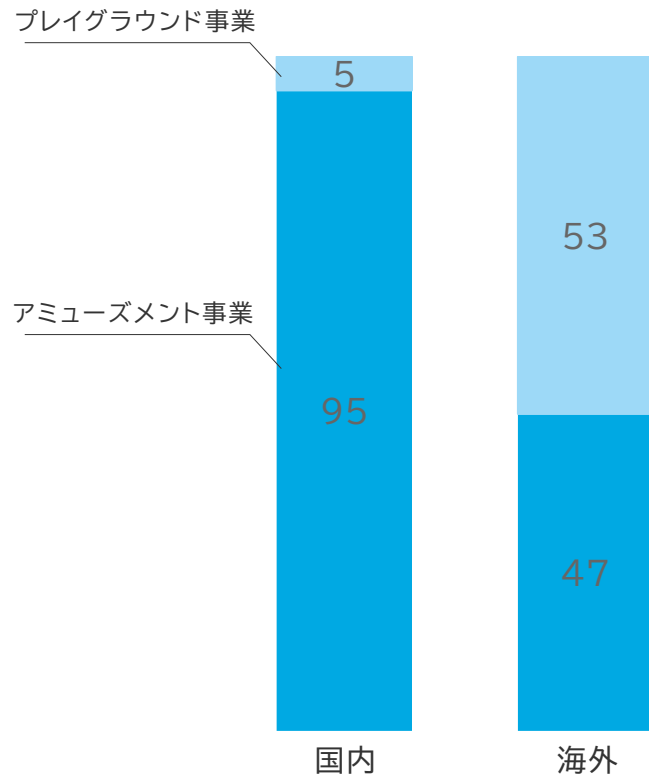
カプセルトイ専門店初出店

ちきゅうのにわ初出店

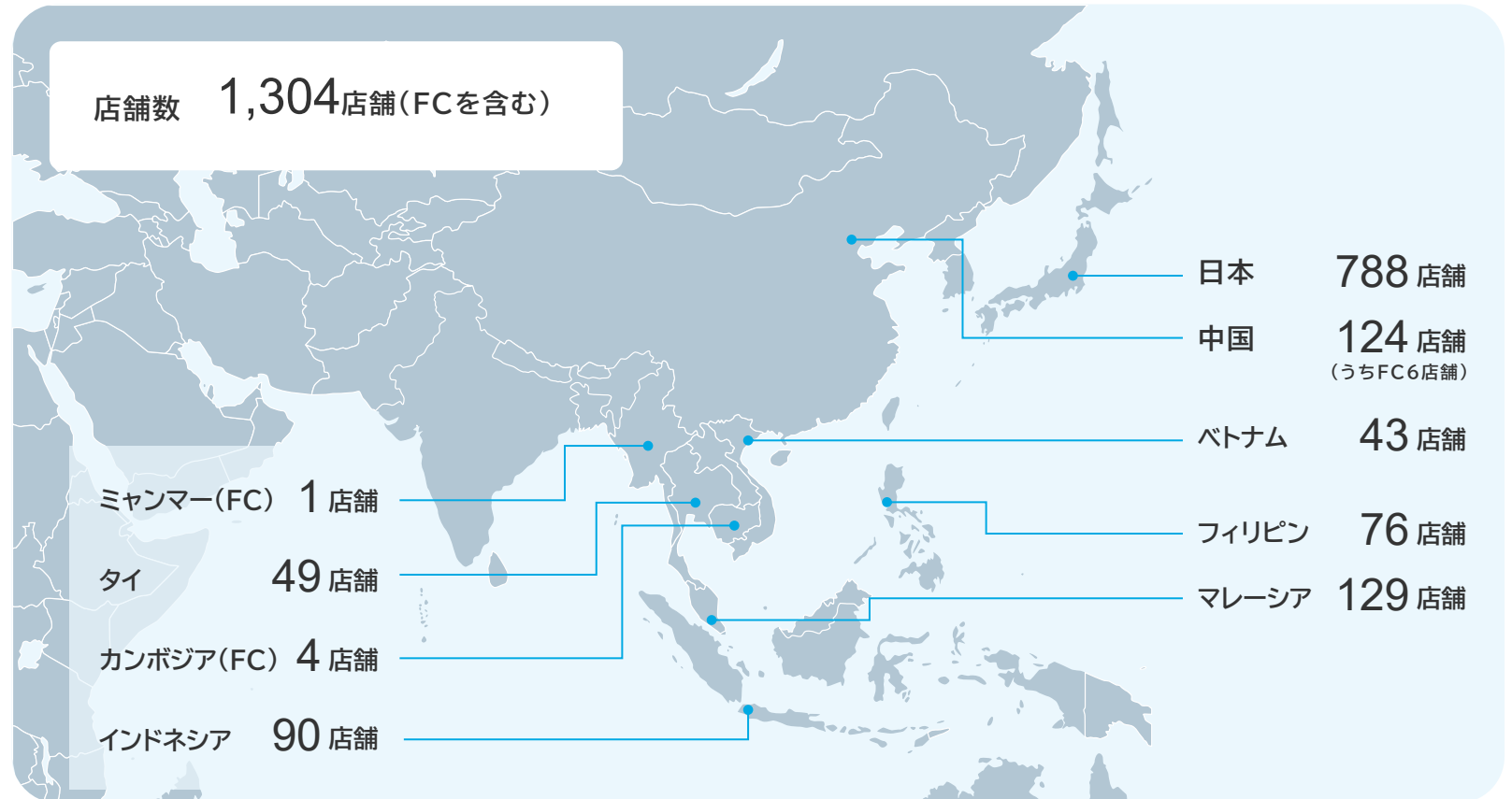
● 国内はアミューズメント事業、海外はプレイグラウンド事業を中心に展開

国別の事業構成比率（店舗数ベース）（単位：%）

※2025年度第3四半期末時点、その他事業除く



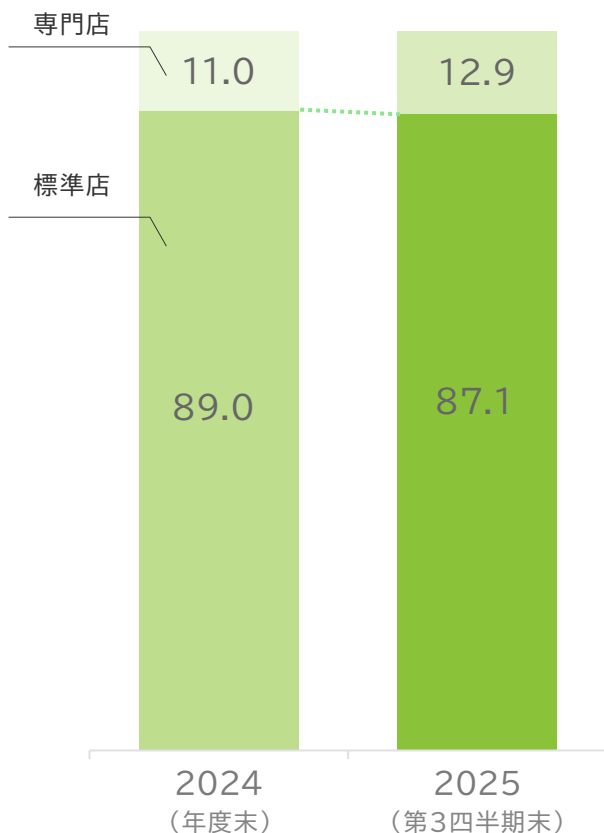
国別店舗数（2025年11月末時点）



グローバルかつ様々な事業で、こどもの”えがお”があふれる世界の実現を目指す

## ●【主力事業】アミューズメント事業 主要業態紹介

アミューズメント事業における  
業態別売上構成比（単位：%／年度）



アミューズメント事業の概要と分類

### 標準店



「モーリーファンタジー」は、お子さまたちがワクワクしてえがおが生まれるような、夢いっぱいの空間。「ララちゃん」をはじめ、オリジナルキャラクターは世界中で大人気。多彩な遊具や催しが家族のふれあいを彩ります。



「PALO(パロ)」は「自分らしい」あそびや楽しさを追求できるアミューズメントスペース。人気のゲームをプレイして楽しむだけでなく、ゲームを通じて生まれるコミュニケーションを楽しめる、みんなにとっての「自分たちの場所」を目指していきます。「モーリーファンタジーf」は幅広い層まで対応した家族みんなで楽しめるモーリーファンタジーです。

### 専門店



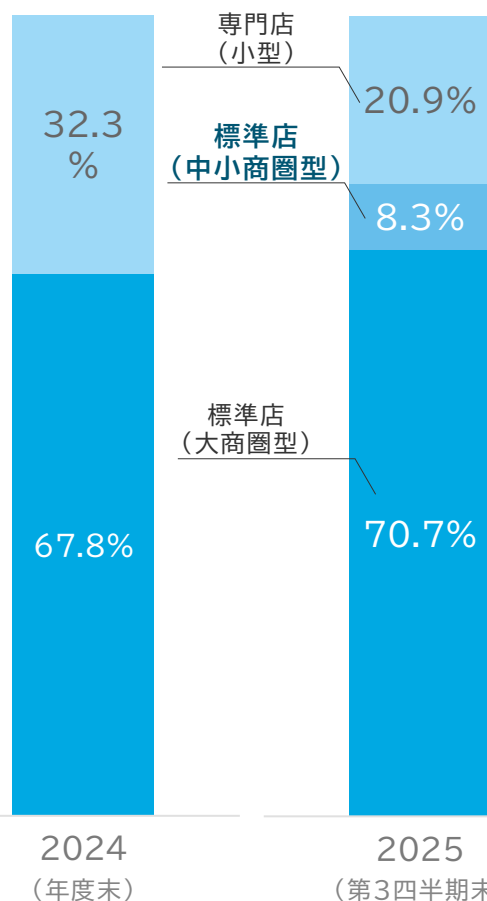
「TOYS SPOT PALO(トイズスポットパロ)」や「PRIZE SPOT PALO(プライズスポットパロ)」は、少ない面積・低投資で出店できるカプセルトイやクレーンゲーム特化型の店舗です。駅ビルやモールの小区画にも柔軟に展開でき、投資回収が早く高効率な運営が可能です。また、繁華街に出店する横丁業態も出店しております。

※ロゴは一部業態を記載



## ●【成長事業】プレイグラウンド事業 主要業態紹介

プレイグラウンド事業における  
業態別売上構成比（単位：%／年度）



プレイグラウンド事業の概要と分類

### 標準店 (大商圏型)



「ちきゅうのにわ」は、0歳の赤ちゃんから小学生までを対象に、子どもとファミリーが夢中で遊びながら地球の面白さや自然の大切さが学べるプレイグラウンドです。

### 標準店 (中小商圏型)



体もこころものびのびあそびの楽しさ無限大！リーズナブルな料金でのびのびあそべる「のびっこジャンボ」は家族みんなの『えがお時間』が増えるプレイグラウンドです。「のびっこピクニック」は、リーズナブルな料金で屋内でもピクニック気分でのびのび遊べるプレイグラウンドです。

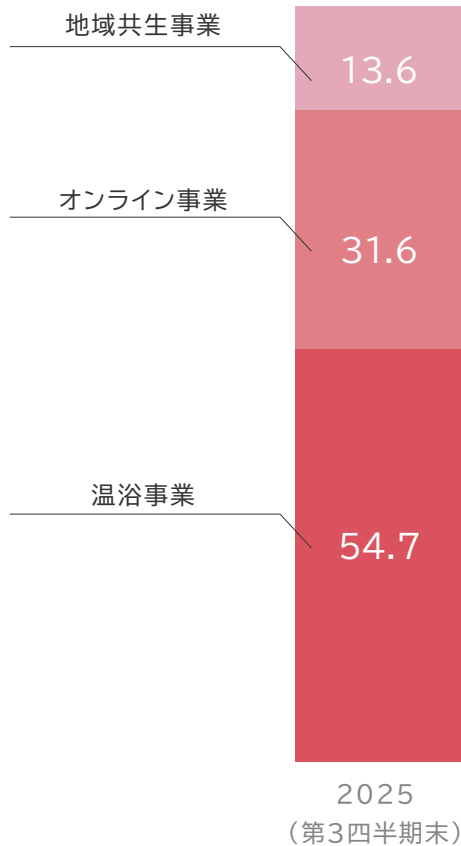
### 専門店 (小型)



「キッズーナ」は、「お子さまの成長を育みながら、親子で安心して遊んでいただきたい」という思いのもと誕生しました。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、世界のファミリーに愛されています。「スキッズガーデン」はお子さま一人であそべるプレイグラウンドです。親離れ、子離れがめばえる遊び場です。

## ● その他 事業紹介

その他事業における  
売上構成比（単位：%／年度）



その他事業の概要と分類

### 温浴事業



「お湯のまわりを、“えがお”でぽかぽかに。」「OYUGUIWA」は、露天に壺湯に本格ロウリュと、多彩なお風呂はもちろん、ボディケアや岩盤浴、おいしいご飯まで充実した温浴施設です。コミックや雑誌も読み放題です。

### オンライン事業



「MOLLY.ONLINE（モーリーオンライン）」は、スマートフォンやパソコンからインターネットを使って24時間いつでもどこでも楽しめるオンラインクレーンゲームです。多彩なプライズをラインナップしています。獲得した景品は全国どこでも送料無料でお客さまにお届けします。

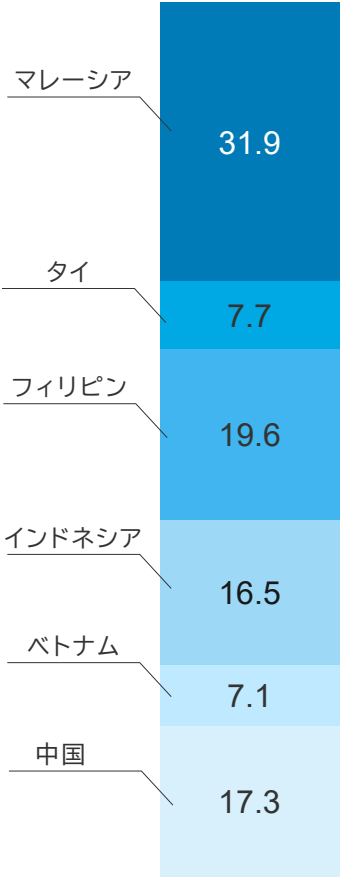
### 地域共生事業



「ミューの森」は、「森と川をあそぼう、物語をはじめよう。ここは、泊まれる冒険フィールド。」がコンセプトのエンターテインメント型グランピング施設です。

● 日本の“あそび”と“ノウハウ”を世界へ。プレイグラウンド事業・アミューズメント事業を展開

海外国別売上構成比  
(単位: %)



海外事業の代表的な業態

		アセアン事業					中国事業
		マレーシア	タイ	フィリピン	インドネシア	ベトナム	中国
プレイ グラウンド	大型						
	中型						
	小型						
アミューズ メント	中型						
	小型						



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

## 02 連結決算概要



- 売上高の増加と共に販管費の削減により各段階利益とも、第3四半期累計期間で**過去最高**
- 償却前営業利益120億49百万円(前年同期差+14億98百万円)

<p>売上高</p> <p><b>68,173</b> 百万円</p> <p>前年同期比 106.6%</p> <p>通期進捗率 73.9%</p>	<p>営業利益</p> <p><b>3,953</b> 百万円</p> <p>前年同期比 150.7%</p> <p>通期進捗率 54.2%</p>
<p>経常利益</p> <p><b>4,822</b> 百万円</p> <p>前年同期比 243.6%</p> <p>通期進捗率 <b>84.6%</b></p>	<p>当期純利益</p> <p><b>2,053</b> 百万円</p> <p>前年同期差 +3,202百万円</p> <p>通期進捗率 <b>82.2%</b></p>
<p>償却前 営業利益</p> <p><b>12,049</b> 百万円</p> <p>前年同期比 114.2%</p> <p>通期進捗率 -</p>	

(百万円)	2025年 2月期 第3四半期累計	2026年 2月期 第3四半期累計	前年 同期差	前年 同期比
売上高	63,968	68,173	+4,204	106.6%
売上総利益 (店舗利益)	8,036	9,231	+1,195	114.9%
販管費	5,412	5,278	▲133	97.5%
営業利益	2,623	3,953	+1,329	150.7%
経常利益	1,979 (為替差損益: △227)	4,822 (為替差損益: +1,323)	+2,843	243.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△1,148	2,053	+3,202	-
EPS (1株あたり当期純利益)	△58.11円	+103.83円	+161.94円	-
償却前営業利益	10,550	<b>12,049</b>	<b>+1,498</b>	114.2%

- 国内は売上高・営業利益とも過去最高。アセアンは増収・減益。中国は営業利益12億76百万円改善

(百万円)	売上高		営業利益		
	2026年2月期 第3四半期累計	前年同期比 増減率	2026年2月期 第3四半期累計	前年同期差	営業 利益率
国内	55,154	+8.6%	4,666	573	8.5%
アセアン	10,950	+14.9%	289	△520	2.6%
中国	2,281	△40.1%	△ 1,002	1,276	-
連結 計	68,173	+6.6%	3,953	1,329	5.8%

● 国内

売上高・営業利益ともに**2期連続過去最高**を更新

● アセアン

売上高は新店が計画通りに進捗し**4期連続過去最高**  
営業利益は既存店の収益力低下等により減益、  
対策の効果発揮が4Q以降となる

● 中国

構造改革は順調に推移  
営業利益は前年同期より**12億76百万円改善**  
※店舗段階10億、販管費2億円、合計12億円損失を縮小

※連結計には連結の際の調整額を含んで算出

(百万円)	2025年2月期末		2026年2月期 第3四半期末		
	金額	構成比	金額	構成比	前期末比 増減額
流動資産	12,185	22.7%	17,355	27.4%	+5,170 <sup>※</sup>
固定資産	41,488	77.3%	46,072	72.6%	+4,583
資産合計	53,673	100%	63,427	100.0%	+9,754
流動負債	30,758	57.3%	37,900	59.8%	+7,141 <sup>※</sup>
(短期借入金・1年以内含む)	15,394	28.7%	21,223	33.5%	+5,829
固定負債	16,072	29.9%	17,779	28.0%	+1,706
(長期借入金)	10,540	19.6%	12,872	20.3%	+2,331
負債合計	46,831	87.3%	55,679	87.8%	+8,848
純資産合計	6,842	12.7%	7,748	12.2%	+906
負債純資産合計	53,673	100%	63,427	100.0%	+9,754

※ 当第3四半期期末における金融機関の休日による影響(29億62百万円)

## ● 新店227店、閉店151店。2025年11月末時点1,304店

(店舗)	アミューズメント			プレイグラウンド			その他	FC	当期 合計	当期累計	
	大型店	標準店	小型店	大型店	標準店	小型店				新店	閉店
日本	3	413	326	28	3	4	11	0	788	82	47
アセアン	0	63	91	10	161	62	0	5	392	86	26
マレーシア	0	52	32	3	26	16	0	0	129	14	17
タイ	0	1	15	1	21	11	0	0	49	10	0
フィリピン	0	0	0	0	57	19	0	0	76	11	1
インドネシア	0	3	34	5	42	6	0	0	90	41	1
ベトナム	0	7	10	1	15	10	0	0	43	10	7
カンボジア	0	0	0	0	0	0	0	4	4	0	0
ミャンマー	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
中国	0	18	64	5	29	2	0	6	124	59※	78
合計	1	496	481	43	193	68	11	11	1,304	227	151
事業合計	978			304							

※中国の主な出店内容は、業務委託契約の小型店「莫莉活力空間」

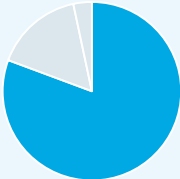
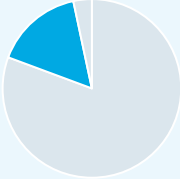
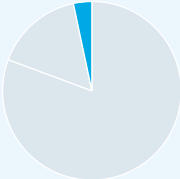




2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 03 重点取り組み概要 トピックス

	重点施策	取り組み	評価	セグメント別売上構成比 (2025.11月末時点)
国内	業態・エリア開発	・ 新業態開発・拡大(「のびっこ」ブランド・「クレーン横丁 極」・「Feedy」等)	◎	 <b>81%</b>
		・ 専門店(カプセル・プライズ等)の出店による売上・利益拡大	◎	
	既存店の深化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ キッズプライズ部門の強化による差別化と収益拡大</li> <li>・ メダル部門への投資による差別化と収益拡大</li> <li>・ 「マイよくばりパス」の拡大</li> </ul>	○	
アセアン	業態・エリア開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 「KID'S BOX JUMBO」など市場環境に合わせた業態の開発</li> <li>・ 新規エリアに対する出店促進</li> </ul>	○	 <b>16%</b>
	既存店の深化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 活性化対策</li> <li>・ 柔軟な価格政策</li> </ul>	△ (実施中)	
中国	事業整理・ 合理化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 不採算店舗の整理(前倒し・追加実施)</li> <li>・ 販管コストの削減</li> <li>・ プレイグラウンドへの業態変更及び活性化</li> </ul>	○	 <b>3%</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 一時区画出店の遅れ</li> <li>・ 閉店店舗の閉店告知後の売上減</li> </ul>	×	



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 03 重点取り組み概要

## 1. 国内事業

- 売上高・各段階利益とも、第3四半期累計で過去最高
- 通期進捗率は営業利益71.8%、経常利益92.9%

売上高

前年差

4,353百万円増

55,154 百万円

前年同期比

108.6%

通期進捗率

75.6%

売上総利益  
(店舗利益)

前年差

605百万円増

8,306 百万円

前年同期比

107.9%

通期進捗率

-

営業利益

前年差

573百万円増

4,666 百万円

前年同期比

114.0%

通期進捗率

71.8%

経常利益

前年差

1,463百万円増

5,667 百万円

前年同期比

134.8%

通期進捗率

92.9%

償却前営業利益

9,429 百万円

前年同期比

113.0%

通期進捗率

-

売上高

3期連続過去最高を更新。  
既存店売上高前年同期比105.8%と好調

売上総利益  
(店舗利益)

2期連続過去最高を更新

営業利益

2期連続過去最高を更新

経常利益

為替差益8億38百万円。2期連続過去最高を更新。  
通期進捗率92.9%

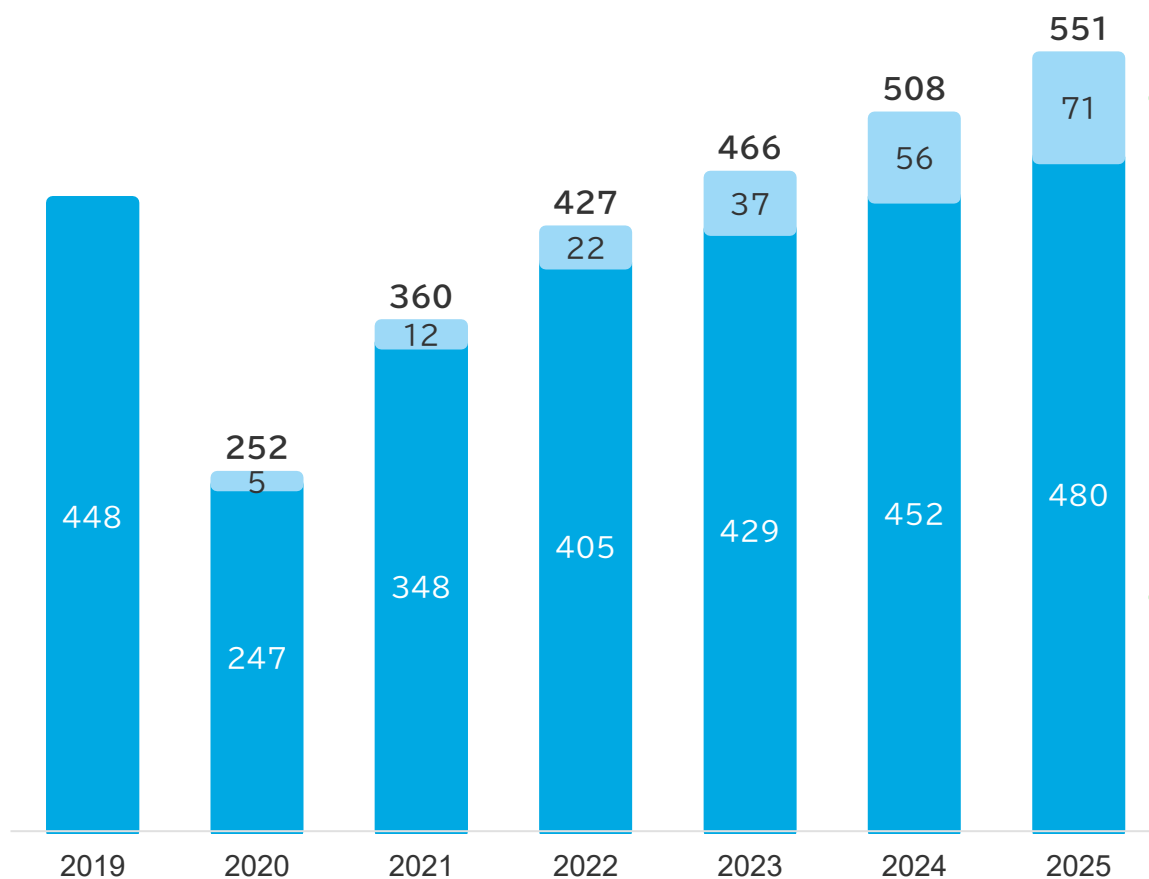
償却前  
営業利益

収益力を示す当指標で2期連続過去最高を更新



## ● 売上高551億円で過去最高。標準店・専門店ともに順調に拡大

第3四半期累計売上高推移（単位：億円）



### 専門店

売上高は71億円まで成長  
構成比は12.9%と全体の売上に貢献

アミューズメント



プレイグラウンド



### 標準店

売上高480億円と第3四半期累計で過去最高

アミューズメント

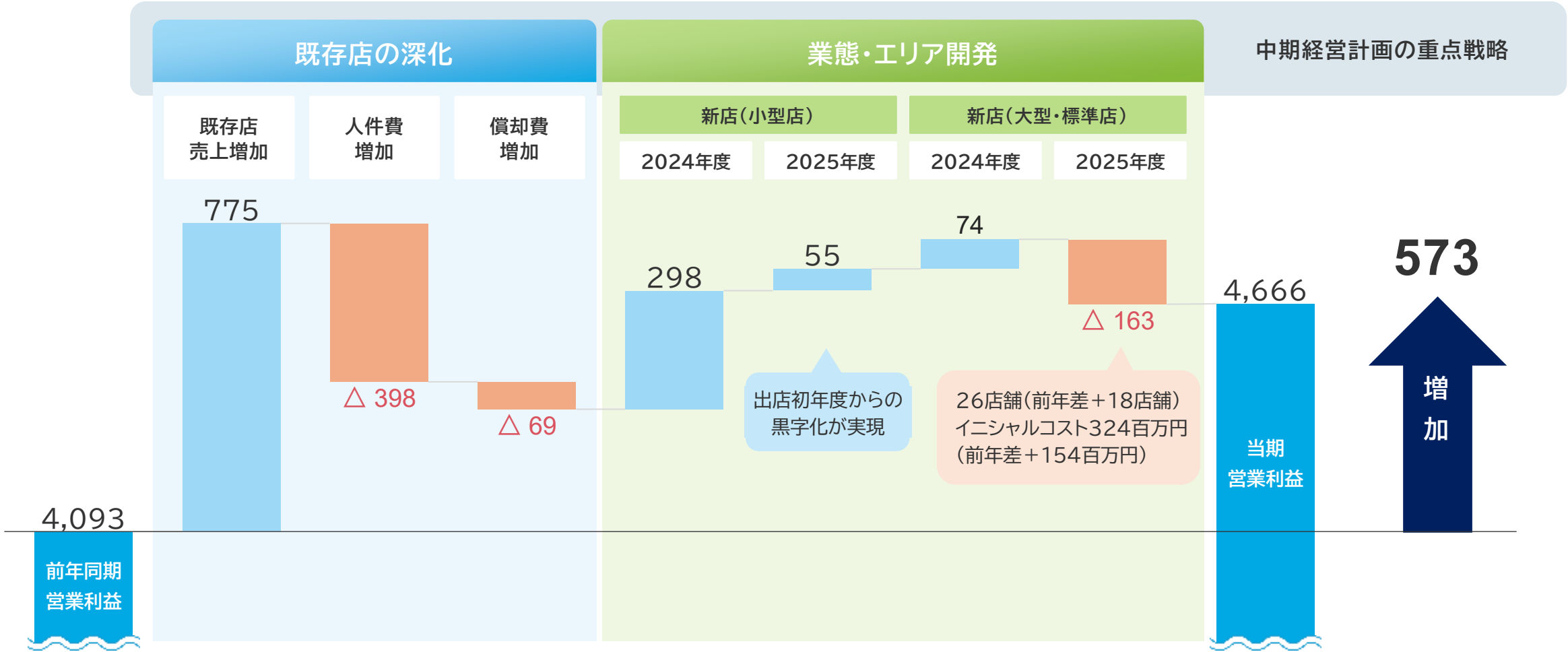


プレイグラウンド



● 既存店増収と2024年度出店の新店が増益に貢献

(百万円)





2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

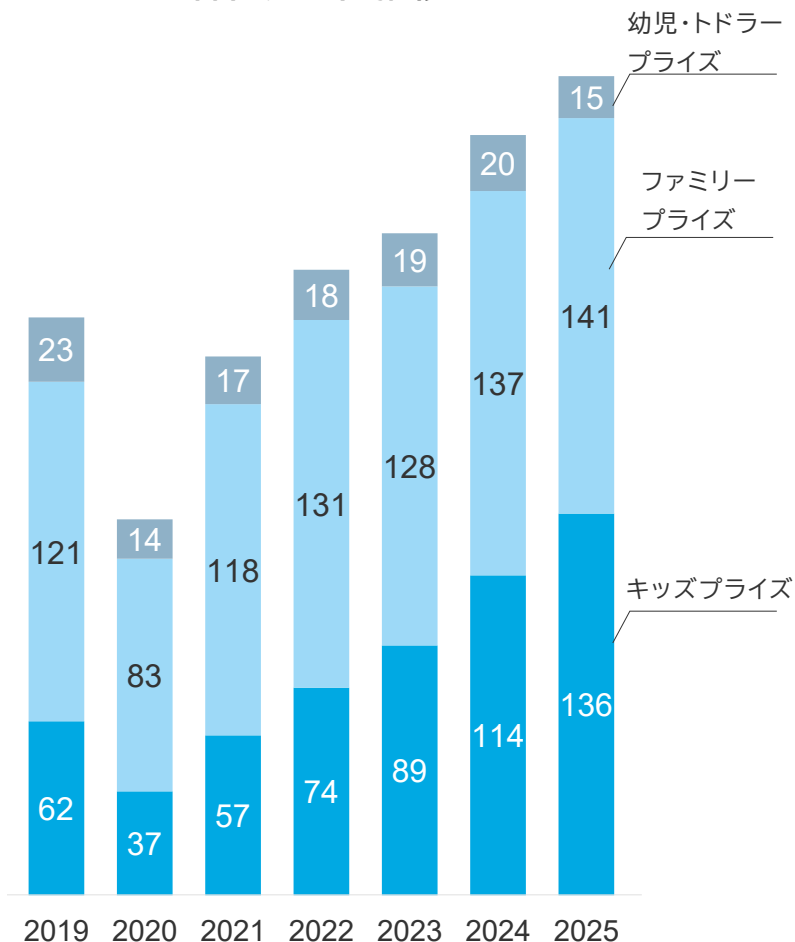
# 03 重点取り組み概要

## 1. 国内事業

既存店の深化の取り組み

●「トレンドに左右されないキッズプライズ部門」×「当社限定景品が強いファミリープライズ部門」が牽引

プライズ部門売上高推移 (単位:億円)



プライズ部門  
売上高前年同期比

107.9%



プライズ部門  
既存売上高前年同期比

105.8%



キッズプライズ部門  
売上高前年同期比

119.4%



【キッズプライズ部門】

- IPトレンドに左右されず「とれやすい」体験価値を提供
- 小型機種を多数導入し、ブース数を拡大



「とれやすい」コーナー  
定期的にブース数やアイテムの  
見直しを実施



坪効率が良い好調機種を増台  
省スペースで多種多様な  
景品を展開

【ファミリープライズ部門】

- 当社ならではの限定景品を常時展開
- 当社のタッチポイントの多さが交渉力となり、  
人気IPとのコラボレーションが多数実現

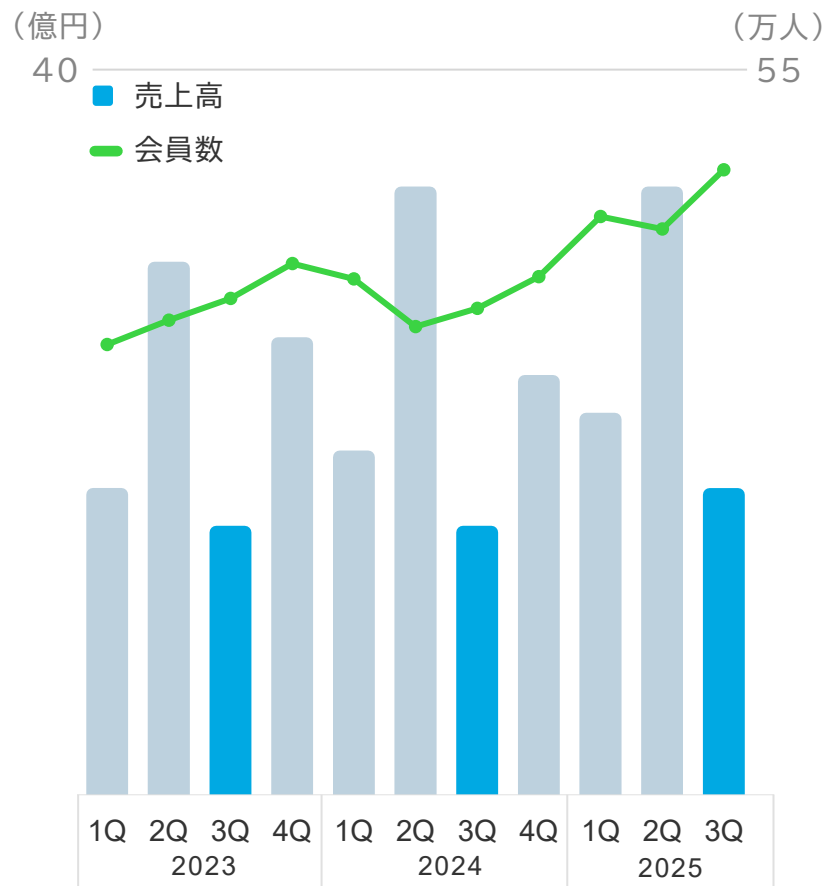


「=LOVE」や「モンチッチ」等、毎週様々な当社限定景品を展開。  
お子さまを中心に幅広い層からご好評



## ● 新規機種導入とバージョンアップで鮮度向上、イベント強化で売上拡大

メダル部門四半期売上高・会員数推移

メダル部門  
売上高前年同期比

101.4%

メダル部門  
既存売上高前年同期比

102.4%

メダル会員数  
前年同期比

111.2%

### 【イベント強化】

- 新規・ライトユーザー層とヘビーユーザー層を明確に分けたターゲティング施策を実施



新規・ライトユーザー層へ低価格イベントを実施。  
ヘビーユーザー層へ高価格帯のよりお得なイベントを開催

### 【人気機種の導入】

- 人気機種「釣リスピリッツ」のバージョンアップや幅広い年齢層に向けて新規マシンを数多く投資



新規投入機種一覧。継続的な投資によるメダルコーナーの魅力度アップを実施



## ●「よくばりパス」「マイよくばりパス」強化で売上拡大

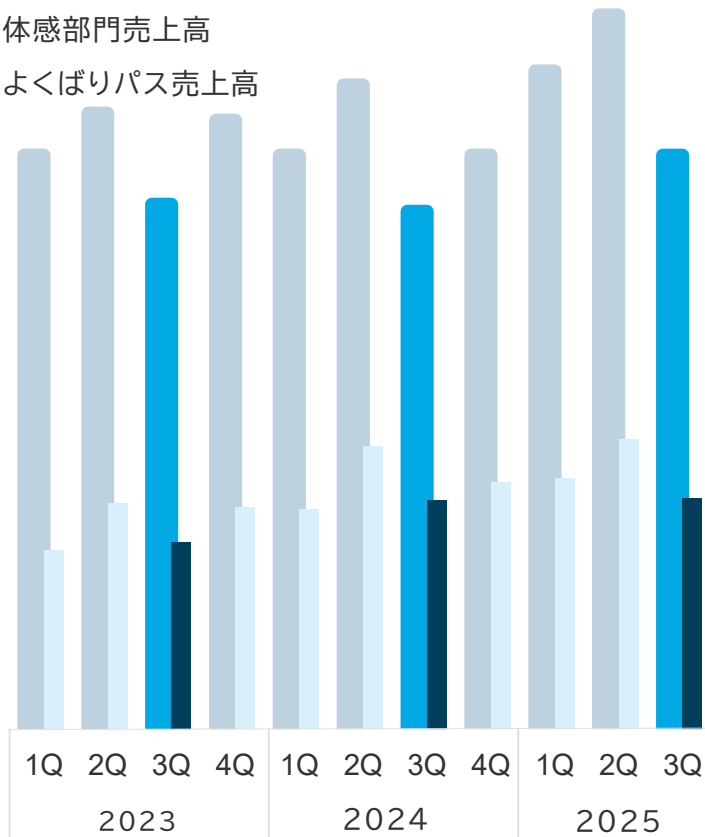
### 体感部門・よくばりパス四半期売上高推移

(億円)

11

※マイよくばりパスを含む

- 体感部門売上高
- よくばりパス売上高



体感部門  
売上高前年同期比

111.9%

体感部門  
既存売上高前年同期比

113.2%

よくばりパス  
売上高前年同期比

105.4%

### 【よくばりパス対応 新規機種導入】

- 「よくばりパス」対応機種を当期累計500台導入し、コーナーの魅力を向上



左)「とんでみよう！わんぱくパイロット」。遊びながら各都道府県の場所や名産物が知れる。学び要素がある新機種

### 【マイよくばりパスへの進化】

- リデンプションサービス「マイよくばりパス」を25年度年初12店舗から11月末**33**店舗まで拡大



マイよくばりパスのリデンプション品の陳列棚。交換景品の品揃えも随時見直しを行い魅力向上中

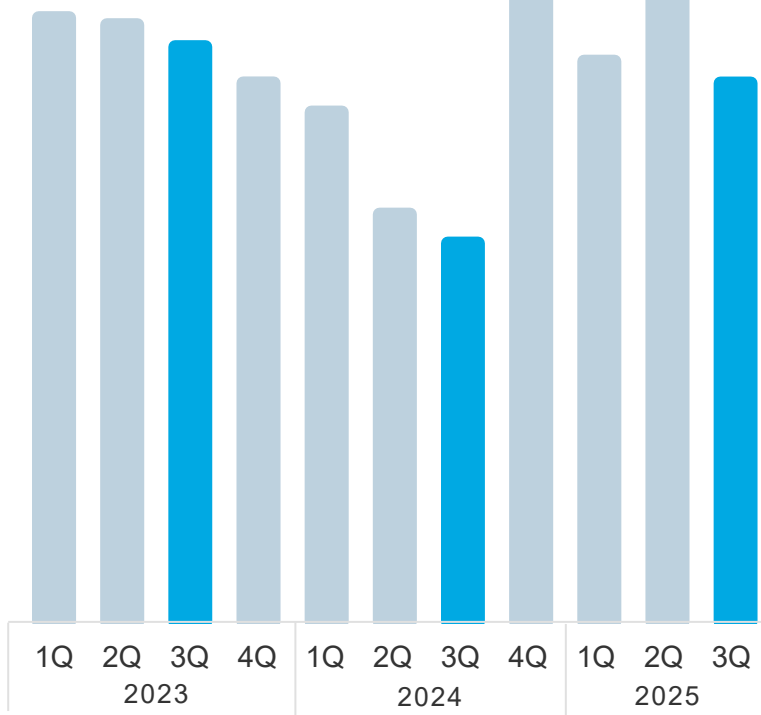
● 当社限定プロモーションを継続実施。「アイプリ」・「ポケモン」等が売上牽引

カード部門売上高推移 (単位:億円)

(億円)

17

- ・新弾が集中し軒並みヒット
- ・女兒向けカードも売上貢献



カード部門  
売上高前年同期比

115.6%

カード部門  
既存売上高前年同期比

116.6%

【高いシェア率×限定イベントによる集客】

- 市場台数シェア率30%超
- 当社限定イベントで特別カラー・キャラクターがゲット出来るキャンペーンを実施



様々なコンテンツで限定イベントを開催。  
ヒーローの店内グリーティング等も開催した。

【人気機種】

- 「ポケモン」・「仮面ライダー」等、人気IPが題材
- 女兒向けタイトル「ひみつのアイプリ」が人気



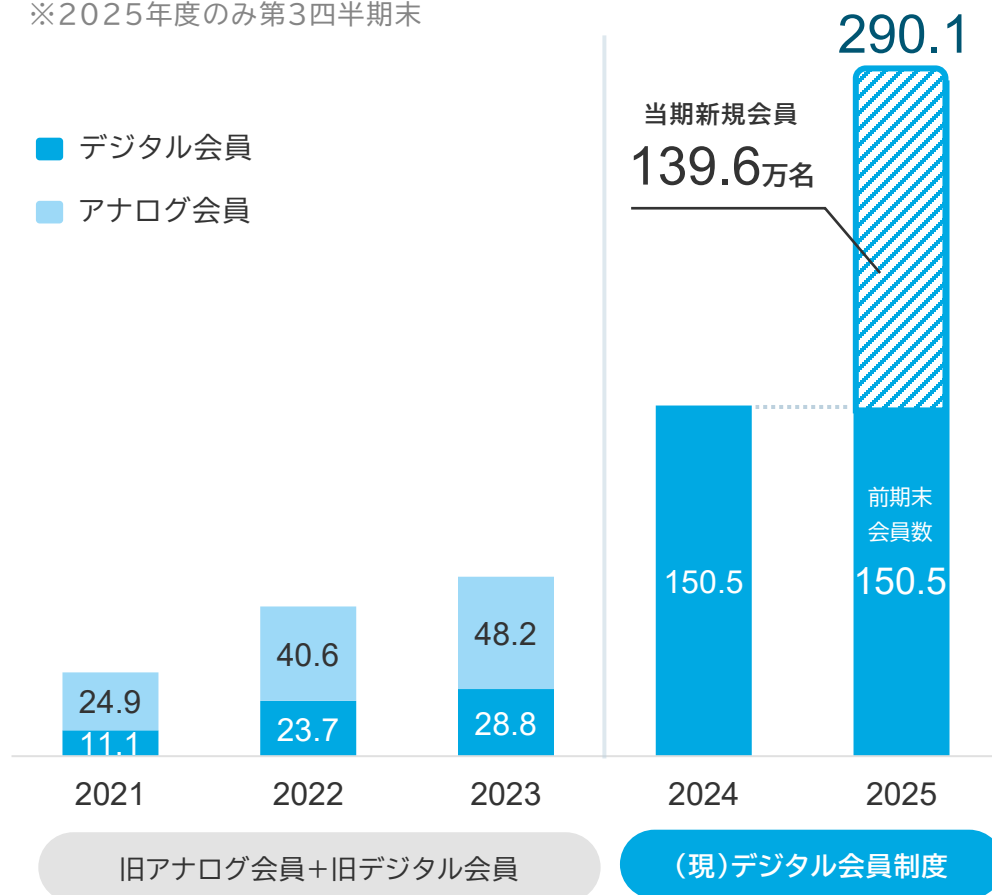
カードを集めるコレクター要素とデッキを強くする育成要素が  
組み合わせられたゲーム。幅広い方からお楽しみ頂いている。

## ● 会員限定イベント・限定価格で会員数拡大。お客さまのニーズに合わせた情報を発信

### デジタル会員年度別推移（単位：万人）

※2025年度のみ第3四半期末

■ デジタル会員  
■ アナログ会員



デジタル会員数  
前期末比

192.8%

デジタル  
会員数累計

約290万人

イオンファンタジー  
公式LINEアカウント



LINE公式アカウント

- 会員限定イベントやクーポンを配信
- ニーズに沿った情報提供を行い来店を促進

会員数約 約186万人  
(2025年11月末現在)

子育て応援アプリ  
「トットット」



- 全国のプレイグラウンドで会員限定価格を設定
- 複数回利用を促すスタンプを導入

会員数約 約104万人  
(2025年11月末現在)



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 03 重点取り組み概要

## 1. 国内事業

### 業態・エリア開発の取り組み



● プレイグラウンド事業11店舗、アミューズメント事業18店舗、合計29店舗

	業態	面積規模	エリア	屋号	出店数
プレイグラウンド	標準	大型	大商圏	ちきゅうのにわ	4
	標準	大型	中小商圏	のびっこジャンボ	5
	標準	大型	中小商圏	のびっこピクニック	1
	専門 (預かり機能)	小型	大商圏	スキッズガーデン	1
アミューズメント	標準	大型	商業施設	Feedy Diner & Arcade	1
	標準	中型	商業施設	モーリー ファンタジー	4
	専門 (プライズ)	大型	商業施設・ 路面	クレーン横丁 極	1
	専門 (カプセルトイ)	小型	商業施設	TOYS SPOT PALO	10
	専門 (プライズ)	小型	商業施設	PRIZE SPOT PALO	2
合計					29

2025年度出店 新業態紹介(一部)





事業	業態	面積規模	屋号	屋号別店舗数	業態別店舗数	事業別店舗数
プレイグラウンド	標準店	大型	ちきゅうのにわ	17	31	35 積極拡大中
			のびっこジャンボ	8		
			のびっこピクニック	2		
			にこはぴきっず	1		
		中型	キッズーナ	3		
	専門店	小型	スキッズガーデン(単独)	4	4	
アミューズメント	標準店	大型	Feedy Arcade & Diner	2	415	742
		中型	モーリーファンタジー	384		
			モーリーファンタジーf	7		
			PALO	22		
	専門店	大型	クレーン横丁 極	1	327	
		小型	カプセル横丁	5		
			TOYS SPOT PALO	240		
			クレーン横丁	2		
			PRIZE SPOT PALO	79		
	その他			その他	11	
合計				788	788	788

## 店舗画像



- 「ちきゅうのにわ」・「のびっこ」ブランドは下記メディアで高評価



## 「のびっこピクニック」

### 日経トレンディ「2026年ヒット予測」第8位

#### 【選定理由】

- 「“二季”の国」の酷暑や熱中症の心配、天候を一切気にせず、お子さまが思い切り体を動かせる施設である点
- 地域最安値を目指した低価格で長時間家族みんなでゆったりと過ごせる点



## 「ちきゅうのにわ」

### 「Yahoo!検索大賞2025」以下2部門選定 ネクストブレイク 商品部門・2026年ネクストトレンド予測

#### 【選定理由】

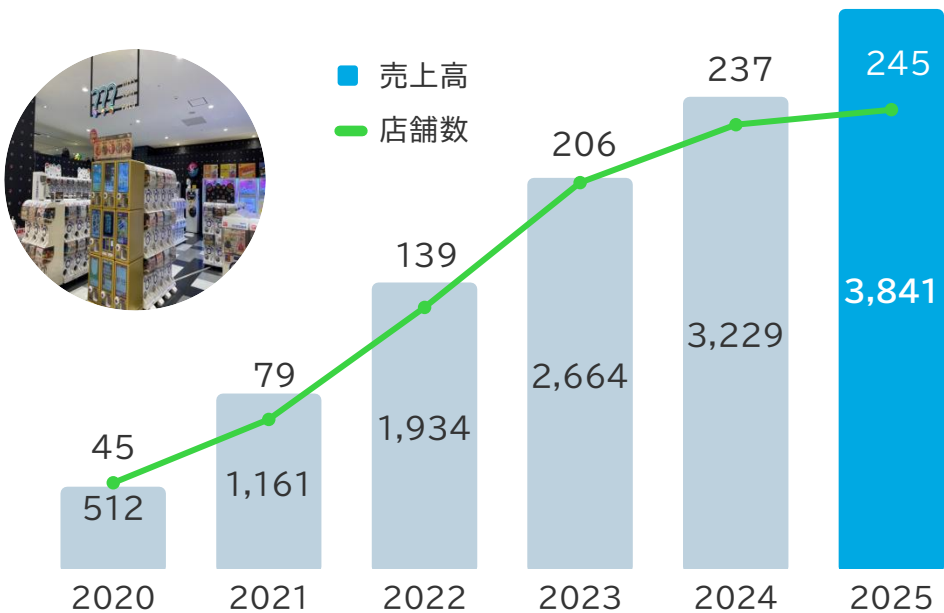
- 櫃原店、港北店、幕張新都心店など続々と新店舗がオープンし、検索数が上昇した点
- 「あそび×まなび×SDGs」という新しい体験価値が多くの方から関心をいただいた点

● 店舗数・売上高ともに拡大



カプセルトイ専門店

カプセルトイ専門店第3四半期累計期間売上高推移 (単位：百万円/店舗)

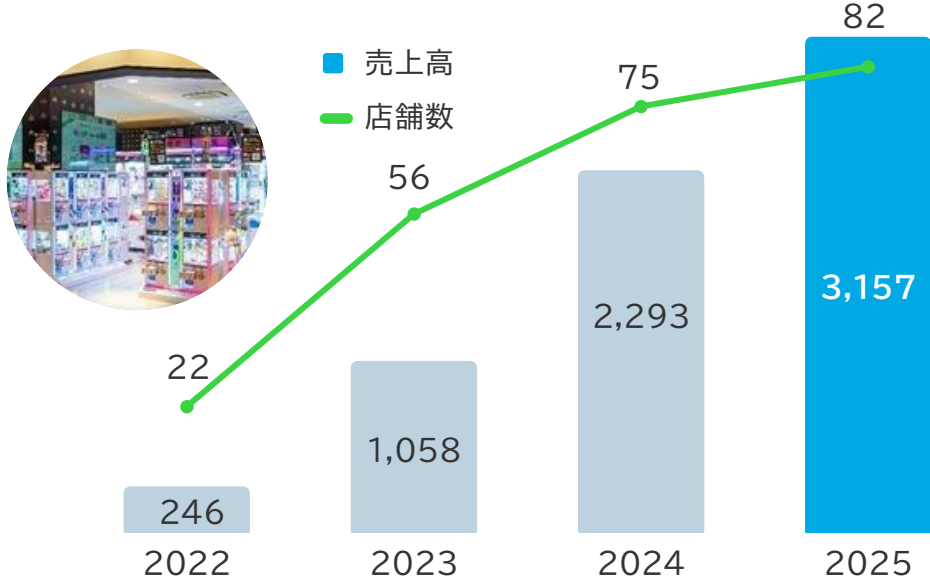


当期累計出店数	累計店舗数
46店舗	245店舗



プライズ専門店

プライズ専門店第3四半期累計期間売上高推移 (単位：百万円/店舗)



当期累計出店	累計店舗数
8店舗	82店舗





## カートに山盛り！これまでにない「便利で楽しい」クレーンゲーム体験

### 特徴【1】広い面積

●面積比較	モデル面積
クレーン横丁「極」	1,000～3,000㎡
モーリーファンタジー	500～600㎡



### 特徴【2】まるで買い物体験

●景品・客層比較	主な品揃え	主なお客さま層	
		平日	週末
クレーン横丁「極」	飲料・食品 調味料・生活雑貨	平日 アクティブ層	こども ファミリー
モーリーファンタジー	ぬいぐるみ・玩具 キャラクターグッズ	こども・ファミリー・学生	

### ●お菓子・飲料・調味料・生活雑貨などが中心の品揃え







### 特徴【3】お得に遊んで・景品と交換『ヨコパス』



専用券売機で  
チャージ

タッチして遊べる

ポイントを貯めて  
プレゼントと交換

### ●業態概要

特徴……………広い店内・**とれやすい**  
日用雑貨や生活用品、食品中心の  
景品構成

主要出店先……………幹線道路沿いの単独立地(2025.11末現在)

標準面積……………約1,000～3,000㎡

顧客層……………平日アクティブ層(主婦層)  
こども・ファミリー(週末・休日)

売上計画……………年間**3億円～15億円**  
※モーリーファンタジー平均1.2億円

**今後積極出店拡大**



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 03 重点取り組み概要

## 1. 国内事業

来期に向けた取り組み



## 新業態の出店計画(第4四半期)

- 「ちきゅうのにわ」 2店舗出店



- 「クレーン横丁 極」2号店 コーナン船橋花輪店の出店



「クレーン横丁 極」

ファミリー含めあらゆる層に対応した「お買い物体験」の  
プライズ専門店を拡大していく

## 既存店強化

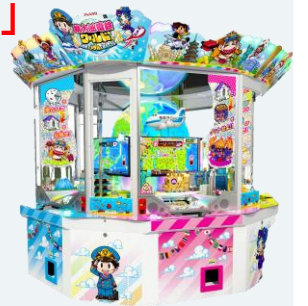
- 人気機種増台による売場鮮度向上を実施

①最新メダルゲーム機:「桃太郎電鉄ワールド」

2025年時点、**市場流通4割のシェア**占有

②好調部門の増台実施

- ・キッズプライズ「ミニベイビーフォーユー2」
- ・カード「ひみつのアイプリ」



©さくまあきら ©Konami Digital Entertainment ©Konami Arcade Games

## 認知・ロイヤリティ施策

- イベントの開発と実施



新規イベントを開発・実施



テーマ性とまなび・イベント盛りだくさんの  
ハイエンド業態

## デザイン性・コンテンツ

- ちきゅうの特徴を再現した10エリア
- エリアに合わせた独自の遊具・まなび

## 利用料金

- 価値に応じた料金設定

## おもてなし

- 参加型イベント
- あそびの声かけ

店舗数 **17店舗**  
(2025年11月末現在)

●モデル料金比較(平日・こども1名+おとな1名の合計/単位:円)

ちきゅうのにな	料金区分	のびっこジャンボ
—	30分	1,000
1,800	60分	—
—	1day	1,400
—	ナイトパック	1,100

対象商圈・・・大商圈

出店先・・・大型モール

出店ポテンシャル・・・約**50店舗**



家族・友達と自由に過ごせる身近で  
手頃なファミリーフレンドリー業態

店舗数 合計**10店舗**  
(2025年11月末現在)

## 面積・時間を過ごす価値

- 1,000㎡～・思いきり遊べる遊具

## 自由度

- 飲食スペース・持ち込み
- 途中入退場、保護者交代OK

## 利用料金

- 1日・3Hパックなど
- 長時間でお手頃

対象商圈・・・中小商圈

出店先・・・中型モール・GMS

出店ポテンシャル・・・～**300店舗**





- 「ちきゅうのにわ」・「のびっこ」ブランド・「クレーン横丁 極」を積極的に拡大

## プレイグラウンド



目標  
累計 **160** 店舗以上

累計 **56** 店舗

累計 **29** 店舗

2025 ..... 2026 ..... 2030(年度)

## アミューズメント



目標  
累計 **30** 店舗以上

累計 **8** 店舗

累計 **2** 店舗

2025 ..... 2026 ..... 2030(年度)



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 03 重点取り組み概要

## 2. アセアン事業

- 売上高は第3四半期連結累計期間で4期連続の過去最高
- 既存店収益が回復途上および新店投資と将来を見据えた販管費増で営業利益は減益
- 収益力実態を示す償却前営業利益は+52百万円

(百万円)	マレーシア		タイ		フィリピン		インドネシア		ベトナム		アセアン事業	
	前年	当年	前年	当年	前年	当年	前年	当年	前年	当年	前年	当年
売上高	3,813	4,211	867	1,024	2,389	2,588	1,502	2,189	956	936	9,528	10,950
売上総利益 (店舗利益)	942	846	111	83	611	480	342	205	147	112	2,156	1,728
販管費	562	582	93	113	295	315	281	289	112	138	1,346	1,439
営業利益	379	263	18	▲ 29	315	165	61	▲ 83	35	▲ 26	810	289
償却前営業利益	1,328	1,476	220	233	935	937	333	274	374	322	3,192	3,245
売上高 前年同期比	+19.9	+10.4	+20.8	+18.1	+15.9	+8.3	+22.0	+45.8	+32.7	▲2.0	+20.4	+14.9
既存店売上高 前年同期比	+8.8	▲4.7	+3.4	▲5.5	▲2.0	▲0.8	▲3.1	▲13.3	▲6.7	▲3.8	+2.3	▲5.0

マレーシア

店舗数累計 129 店舗

売上高前年同期比

110.4%

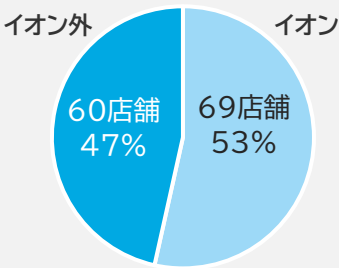
既存店売上高前年同期比

95.3%

当期出店数

内訳	AM	PG
大型	-	1
標準	6	1
小型	2	4
全社累計	84	45

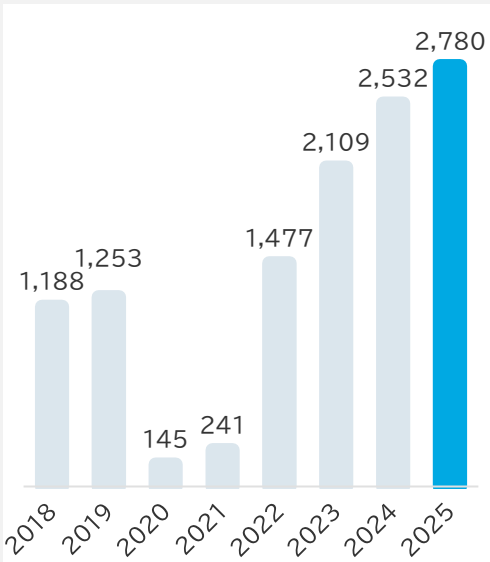
出店先イオングループ比率



リニューアルしたリデンプションの交換商品コーナー リデンプションの楽しさを味わえる新機種を導入



売上高同期比推移（百万円）



	実績	第4四半期の施策
業態 エリア 開発	10月出店「Mollyfantasy Aeon Mall Shah Alam」 は好調な売上を推移	北部未進出エリアの新規ショッピングモールに2店舗出店予定
既存店 対策	・プレイグラウンドの店舗活性化を3Q期間中10店舗 実施。大規模活性化を実施した店舗が好調 ・リデンプション機械を約100台導入	・活性化実施予定 5店舗 ・リデンプションの強化 ①リデンプション機種の増大 ②交換景品コーナーの魅力度を向上するため見た目を刷新 （売上上位店舗より実施）
その他	・アミューズメント業界シェアNo.1	アミューズメントにおける売上構成比・収益性とも高いリデンプ ションの改善で利益拡大を目指す



タイ

店舗数累計 49 店舗

売上高前年同期比

118.1%

既存店売上高前年同期比

94.5%

当期出店数

内訳	AM	PG
大型	-	0
標準	0	3
小型	3	4
全社累計	16	33

出店先イオングループ比率

イオン外

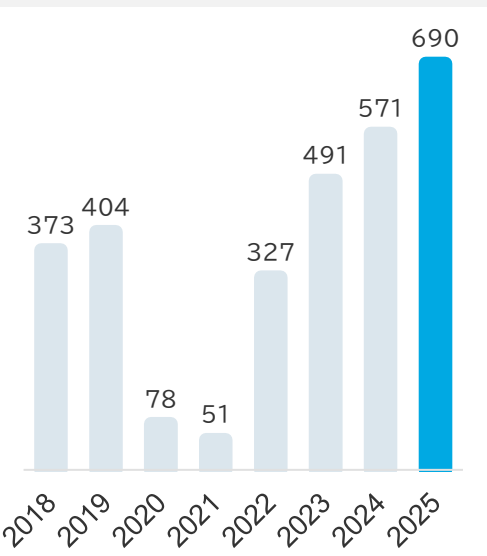


「KID'S BOX JUMBO」パンティップチェンマイ



全店舗で周辺の幼稚園を訪問し来店を促す

売上高同期比推移（百万円）



	実績	第4四半期の施策
業態 エリア 開発	地方エリアの中型店舗が好調	ポップアップストアが好調なため追加展開
既存店 対策	<ul style="list-style-type: none"><li>・店舗活性化3店舗実施。いずれも好調</li><li>・回数券販売と組み合わせディスカウントを強化。長時間利用パックではアッパー層の購入が拡大</li><li>・幼稚園招待会を引き続き実施。無料招待から有料ディスカウント招待に切り替え売上に貢献</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・回数券の選択肢を増やし購入しやすいチケットを販売</li><li>・店舗活性化1店舗予定</li></ul> 長時間滞在するアセアンの需要に合わせ、お子さまと一緒に来店される保護者がゆっくり過ごせるレイアウトに変更し、快適度向上からのリピートに繋げる
その他	10月に北部・中部で川の氾濫や洪水が発生し該当エリアの10店舗で売上影響約▲16%	「日常使いのファミリー向け施設」のポジションを確立し、高価格の競合からの流入を取り込む

フィリピン

店舗数累計 76 店舗

売上高前年同期比

108.3%

既存店売上高前年同期比

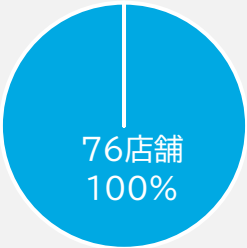
99.2%

当期出店数

内訳	AM	PG
大型	—	0
標準	—	4
小型	—	7
全社累計	—	76

出店先イオングループ比率

イオン外

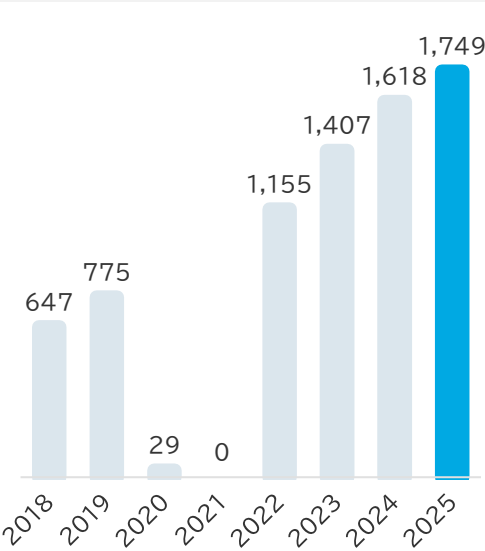


活性化店舗に砂場を設置し大人気



パーティーマスターがお客さまに寄り添っ  
パーティープランを提案・実施

売上高同期比推移（百万円）



	実績	第4四半期の施策
業態 エリア 開発	・3Q期間中5店舗出店し実施後売上約15ポイント増の効果。「kidzooona」は業界のメインブランドとして認知	大手ファストフードチェーンとのコラボレーション遊具を設置予定
既存店 対策	・3Q期間中3店舗で活性化を実施し好調 ・学校のオンライン授業終了で平日需要減を見込むも、既存店前年比は100%を超えて推移しており実質好調	フィリピンで一般的な、こどものパーティ需要に対する「kidzooona」パーティールームの利用拡大のため、コンシェルジュの役割を担う「パーティーマスター」認定制度を導入し売上増
その他	・プレイグラウンド業界シェアNo.1 ・台風被害による売上影響約▲6.4% ・CSR活動に積極的に取り組んでおり、自治体と連携して仮設プレイグラウンドを無償提供。当期は3日間で約3,000名のこどもたちがえがおに	全国400か所の幼児施設を訪問し店舗への招待を実施

インドネシア

店舗数累計 90 店舗

売上高前年同期比

145.8%

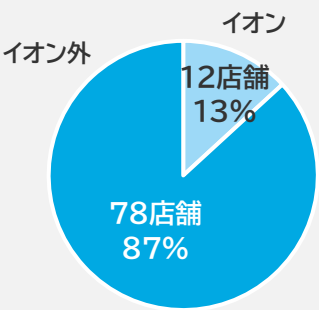
既存店売上高前年同期比

86.7%

当期出店数

内訳	AM	PG
大型	-	1
標準	1	7
小型	31	1
全社累計	37	53

出店先イオングループ比率

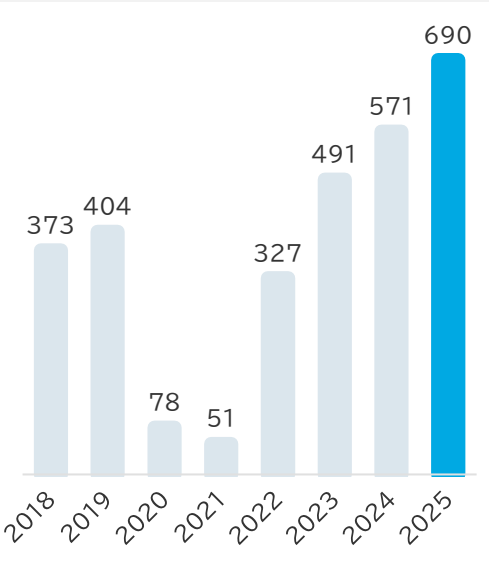


「Pokémon Mezastar forest」店舗



11月活性化「FANPEKKA AEON Mall JGC」

売上高同期比推移（百万円）



	実績	第4四半期の施策
業態 エリア 開発	<ul style="list-style-type: none"><li>・インドネシア国内初のポケモンアーケードゲーム専門店「Pokémon Mezastar forest」31店舗（合わせて、契約期間が1年未満の一時区画を62か所）に拡大、カードゲーム機400台を導入</li><li>・第3四半期期間中、地方都市など3つのエリアに初進出</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・「Pokémon Mezastar forest」出店先の最適化とオペレーションの改善による利益率拡大をめざす</li><li>・初進出となるバリ島に小型店1店舗を出店予定</li></ul>
既存店 対策	<ul style="list-style-type: none"><li>・プレイグラウンド入場料のディスカウント 高い効果が見込める店舗12店舗で実施。実施後売上高はプラス10ポイントを超える推移</li><li>・大型活性化店舗は既存店売上高前年比105%以上を維持</li></ul>	業態変更・活性化実施予定 3店舗



ベトナム

店舗数累計 43 店舗

売上高前年同期比

98.0%

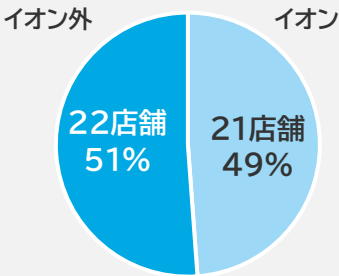
既存店売上高前年同期比

96.2%

当期出店数

内訳	AM	PG
大型	—	0
標準	—	1
小型	6	3
全社累計	17	26

出店先イオングループ比率

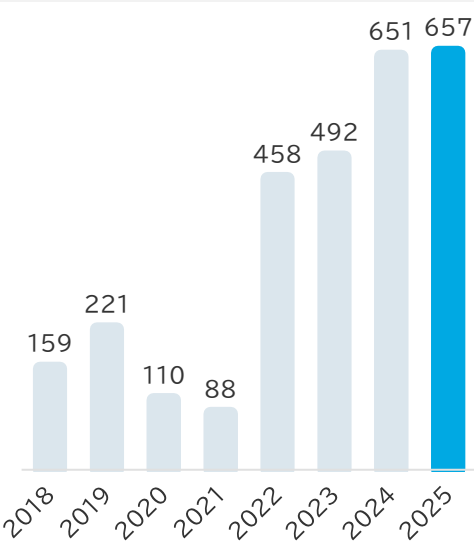


のんびりと長時間過ごすニーズが多い



活性化したプレイグラウンド店舗  
広々した“RELAX ZONE”を新設

売上高同期比推移（百万円）



	実績	第4四半期の施策
業態 エリア 開発	・3Q期間中8店舗出店 ・メコンデルタ地方へ初進出	来年度以降の出店拡大を計画
既存店 対策	3Q期間中、店舗活性化を6店舗で実施 長時間利用の需要に対応するため、ゆっくり過ごせるスペースを拡充。実施後売上高約130%を推移	・アミューズメントの大型プライズ機150台、リデンプション機種が12月より導入予定。アミューズメントの売上拡大を計画 ・プレイグラウンド店舗活性化3店舗を予定
その他	9月末～10月のほぼ毎週末に台風となり、近年でも異常な気象条件。数日間の休業店舗が出るなど影響	

## アセアン事業共通施策「店舗活性化」

- 営業利益低下の主要因である既存店収益の対策として、店舗活性化を当初計画以上に実施し早期改善を図る

## 事例

## BEFORE



マレーシア  
「kidzooona Aeon Mall  
Shah Alam」

## AFTER



エントランスを一新、明るく視認性が向上  
入りやすく興味を惹く



インドネシア  
「FANPEKKA AEON Mall  
JGC」



木製の大型遊具に替わり、思いっきり遊べる  
スライダーを設置

## 主な実施項目

- ・エントランスのデザイン一新、壁の撤去など明るく店内の視認性を向上
- ・遊具の入れ替え・新遊具の設置
- ・内装をアップデート

## 効果

売上高前後比  
(1店舗あたり)

約**30%**増

## 計画と実績

## 活性化施策加速

	1Q	2Q	3Q	4Q	年度計
計画	8	14	13	8	43
実績・実施予定	11	13	25	13(予定)	62(予定)

年初計画  
+ **12**店舗実施

追加実施  
予定

年初計画  
+ **19**店舗予定



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 03 重点取り組み概要

## 3. 中国事業



● 構造改革が順調に進み、営業利益の赤字幅は前年より大幅に改善

	中国	
	前年	当年
(百万円)		
売上高	3,810	2,281
売上総利益(店舗利益)	△1,651	△591
販管費	627	411
営業利益	△2,279	△1,002
償却前営業利益	△987	△626
売上高 前年同期比	△25.2	△40.1
既存店売上高 前年同期比	△10.8	△5.6

## 売上高

不採算店の閉店により減少

## 販管費

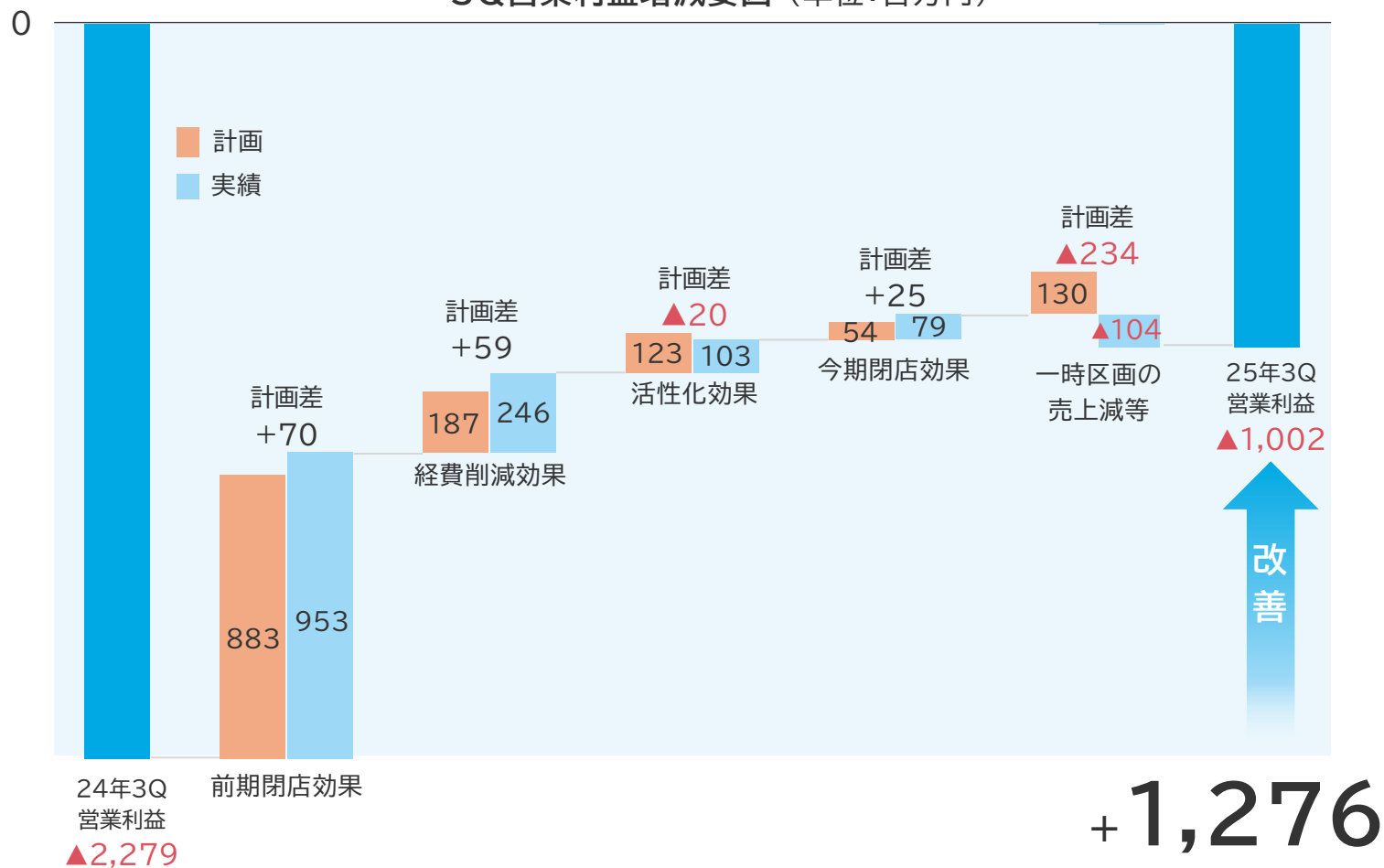
規模縮小による本社人員の  
減少等により34.5%減

## 営業利益

利益改善計画を進め、前年同期より  
12億76百万円の大幅改善

## ● 営業利益は前年より12億76百万円改善

3Q営業利益増減要因（単位：百万円）



### 利益改善計画に対する進捗状況

● 計画以上 ● 計画未達

#### 前期閉店効果

- 前期不採算店67店舗の閉店による効果
- 前期末減損損失の計上による当期減価償却費の減少

#### 経費削減効果

- 本社費用削減
- 既存店の経費削減

#### 活性化効果

- 前期活性化20店舗実施による効果
- 当期活性化13店舗計画未達

#### 今期閉店効果

- 当期閉店を計画から前倒しで進捗

#### 一時区画の売上減等

- 業務委託店舗である「莫莉活力空間」を拡大
- 一時区画の出店の遅れ
- 今期退店店舗の退店前の売上低下



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 03 重点取り組み概要

## 4. サステナビリティの取り組み

※当社の特徴である「Social(社会)」の取り組みを先頭に表示しています

## Social 社会



### こどもの未来への貢献

- 地域の社会福祉施設のこどもたちをお店に招待する「招待会」を当期累計**100**回以上実施
- 11月23日「世界子どもの日」に合わせて全国の時間制施設190ヵ所以上で無料開放を実施。  
当日の売上より世界7カ国でこども支援団体に合計1千万を寄付
- 発達・知的障がいがあるお子さまとご家族が安心して楽しめる時間帯「あったかタイム」を、  
上記無料開放時に千葉県で2店舗実施

### 地域社会とのコミュニケーションの深化

- 児童福祉施設を訪問してイベントを行う「ララちゃんのハートフルツアー」および  
店舗への「招待会」を全国で**111**件実施、**1,500**人以上のこどもたちが参加(2025年10月時点)



## Environment 環境



### 脱炭素社会・循環型社会・生物多様性保全への取り組み

- 環境が学べるゲーム機「ぐるぐるリサイクルん」・「えこらんエコロジーバス」を新宿駅で開催された  
環境イベントに出店。300組以上のファミリーにご利用いただき、楽しく環境について学べる機会を提供
- 環境に配慮した素材「LIMEX(石灰石)」含有のメダルカップと景品袋を導入  
景品袋には、お子さまが環境について楽しく学べる「環境4コマ漫画」を掲載



## Governance ガバナンス



### ガバナンスへの取り組み

- 従業員の人権を守るため、カスタマーハラスメント対応教育を実施
- 巧妙化する標的型攻撃メールの対応訓練を実施



弊には対応をお断りする可能性も含めて  
毅然とした対応を行っています。





2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 04 連結業績予想

(百万円)	2025年2月期 実績	2026年2月期 予想	前期比 増減率	前期比 増減額
売上高	87,240	92,200	5.7	+4,959
営業利益	4,344	7,300	68.0	+2,955
経常利益	3,440	5,700	65.7	+2,259
親会社株主に帰属する当期純利益	△1,816	2,500	-	+4,316
1株当たり当期純利益	△91.87円	+126.42円	-	+218.29円
1株あたり配当金	5.00円	15.00円	-	10.00円

前回(4月11日)公表数値より変更はございません

夢中を育む。



#### 本資料の取り扱いについて

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として、約束する趣旨のものではありません。

また、実際の業績等は様々な要因により、大きく異なる可能性があります。



2026年2月期第3四半期 決算補足資料

## CONTENTS

# 05 参考資料



(百万円)	2025年2月期 第3四半期累計	2026年2月期 第3四半期累計	前年同期比 増減率
売上高	50,800	55,154	+ 8.6%
売上総利益(店舗利益)	7,701	8,306	+ 7.9%
販売管理費	3,608	3,640	+ 0.9%
営業利益	4,093	4,666	+ 14.0%
営業外損益	109	1,000	+ 812.5%
経常利益	4,202	5,667	+ 34.8%
税引前四半期純利益	89	2,730	+ 2937.4%
四半期純利益	△1,334	887	-

(百万円)	2025年2月期 第3四半期累計		2026年2月期 第3四半期累計		前年 同期比	既存店 前年同期比 (曜日調整後)
	実績	構成比	実績	構成比		
遊戯施設関係売上	50,515	99.4	54,810	99.4	108.5	105.8
遊戯機械	42,195	83.1	45,180	81.9	107.1	104.3
商品(物販)	7,682	15.1	8,937	16.2	116.3	114.0
委託	107	0.2	133	0.2	123.5	—
その他	529	1.0	558	1.0	105.4	—
その他売上高	285	0.6	344	0.6	120.6	—
売上高合計	50,800	100.0	55,154	100.0	108.6	105.8

(百万円)	2025年2月期		2026年2月期					
	第4四半期		第1四半期		第2四半期		第3四半期	
	実績	前年同期増減率	実績	前年同期増減率	実績	前年同期増減率	実績	前年同期増減率
売上高	18,668	+4.6%	17,721	+9.6%	20,038	+7.7%	17,394	+8.5%
売上総利益(店舗利益)	3,292	△4.1%	2,578	+23.6%	3,718	+2.4%	2,009	+1.2%
販管費	1,174	+5.6%	1,232	+2.4%	1,162	0.0%	1,246	+0.3%
営業利益	2,117	△8.7%	1,346	+52.5%	2,556	+3.6%	763	+2.9%
営業外損益	△51	△110.9%	△224	-	380	△166.0%	845	+185.8%
経常利益	2,066	△25.9%	1,122	△11.8%	2,936	+55.2%	1,608	+55.0%
税引前四半期純利益	188	△116.6%	278	-	2,578	+69.2%	△126	-
四半期純利益	556	△225.5%	△82	-	1,642	+79.1%	△672	-

(百万円)	2025年2月期末		2026年2月期 第3四半期末		前期末比 増減額
	金額	構成比	金額	構成比	
流動資産	11,468	29.0%	16,857	35.7%	+5,389
固定資産	28,060	71.0%	30,336	64.3%	+2,276
資産合計	39,528	100.0%	47,194	100.0%	+7,665
流動負債	23,168	58.6%	29,573	62.7%	+6,405
固定負債	11,247	28.5%	11,607	24.6%	+359
負債合計	34,415	87.1%	41,181	87.3%	+6,765
純資産合計	5,112	12.9%	6,012	12.7%	+899
負債純資産合計	39,528	100.0%	47,194	100.0%	+7,665

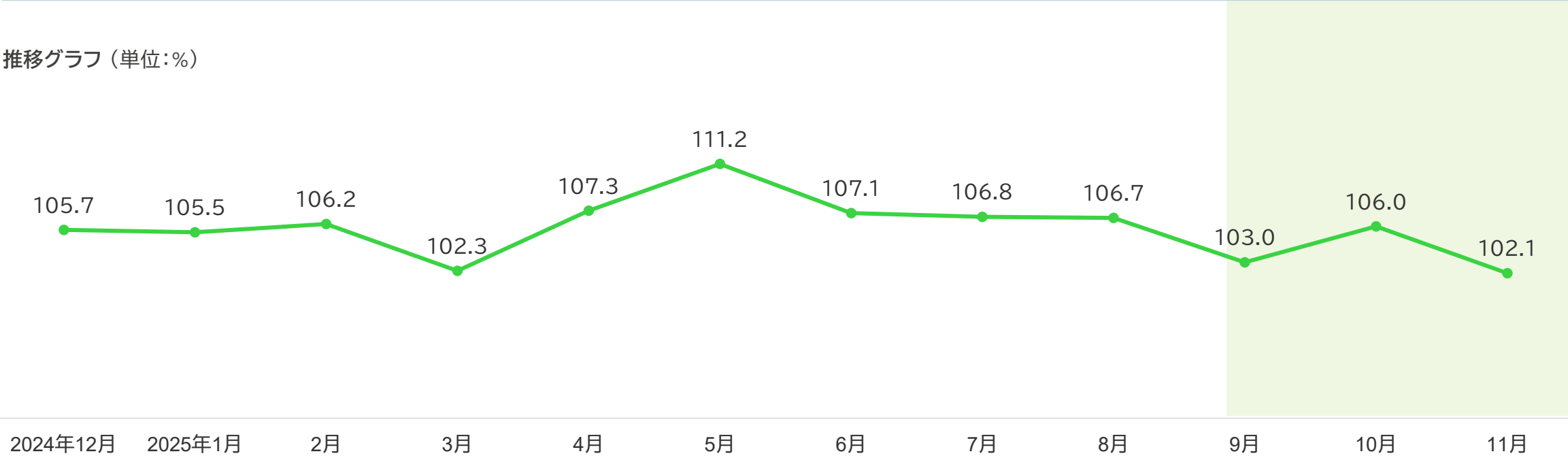


(百万円)	2025年2月期		2026年2月期					
	第4四半期		第1四半期		第2四半期		第3四半期	
	売上高構成比	既存前年同期比	売上高構成比	既存前年同期比	売上高構成比	既存前年同期比	売上高構成比	既存前年同期比
時間制遊具	3.7	87.6	4.3	92.3	5.0	89.7	4.7	86.0
体感	4.4	96.4	5.5	115.1	5.3	113.3	4.9	110.1
カード	8.7	115.1	8.6	104.6	8.1	126.1	8.6	118.8
メダル	17.1	101.1	17.9	104.1	18.6	100.4	17.1	102.6
プライズ	56.4	108.3	54.8	107.5	54.2	106.3	55.7	102.6
シール	1.2	93.0	1.4	92.1	1.2	98.8	1.0	86.7
カプセルトイ	6.7	102.7	7.4	114.1	7.5	117.6	7.7	106.7
遊戯施設売上計	100.0	106.0	100.0	106.6	100.0	104.4	100.0	103.7

※既存前年同期比は曜日調整後の比率

	2024年				2025年							
国内計	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
前年同期比 (曜日調整後)	105.7	105.5	106.2	102.3	107.3	111.2	107.1	106.8	106.7	103.0	106.0	102.1

推移グラフ (単位:%)



- 第2四半期・第4四半期の合計は、売上高約54%、営業利益約90%を占める(2017年～2019年度平均)
- 第3四半期指数は、売上高22.6%、営業利益1.2%と比較的構成比は低い傾向

2017年度～2019年度平均 四半期指数(単位:%)

